

서울시 동대문 일대 도심제조업 활성화와 디자이너 직접생산 인프라 구축을 위한 서비스 어플리케이션 개발

이장섭¹ · 박은영^{2*}

¹(주) 액션서울 대표

²협성대학교 시각디자인학과 교수

Activation of Urban Manufacturing in Dongdaemun Area of Seoul and Development of Service Application for Constructing Direct Production Infrastructure by Designers

Jang-Sub Lee¹ · Eun-Young Park^{2*}

¹Action Seoul Ltd., #406, 21, Yangpyeong-ro 22-gil, Yeongdeungpo-gu, Seoul, Korea

²Department of Visual Design, Hyupsung University, 72, Choerubaek-ro, Bongdam-eup, Hwaseong-si, Gyeonggi-do, Korea

[요 약]

최근, 4차 산업혁명의 도래에 따라 다양해진 산업기반과 안정된 고용시장은 대도시 중심의 제조업에 관한 관심으로 이어지고 있다. 서울의 제조업의 부가가치 및 제품의 경쟁력을 높이기 위해서는 특화된 스마트 기반의 기술 및 생산의 확산, 기획과 생산 유통에 따른 여러 주체들 간의 협업 체계의 조성이 필요하다. 본 연구에서는 서울시 동대문 일대 도심제조업의 활성화와 디자이너들이 직접 생산 가능한 인프라 구축을 위한 서비스를 기획하고 이를 어플리케이션으로 개발하였다. 제안하는 콘텐츠는 자신만의 개성 있는 물건을 제작하고자 하는 제작자들에게 동대문, 청계천, 을지로 일대에서 재료를 구입할 수 있는 장소 및 가공업체의 정보를 제공하는 체험 형 어플리케이션이다.

[Abstract]

Recently, with the advent of the 4th Industrial Revolution, the diversified industrial base and stable employment market have led to increased concern on the metropolis centered manufacturing. However, To enhance the added value and competitiveness of the manufacturing industry in Seoul, it is necessary to develop specialized smart-based technology and production, and to establish a collaborative system among various businesses in the areas of planning, production, and logistics. Accordingly, I planned a service that is necessary for activation of the urban manufacturing industry in Dongdaemun area of Seoul to enable designers to construct an infrastructure for direct production. The proposed content is a hands-on application that provides information to producers who want to make their own unique products with which they can buy materials from Dongdaemun, Cheonggyecheon, and Uljiro areas.

색인어 : 사용자인터페이스, UX, 어플리케이션, 도심제조, 직접생산

Key word : User Interface, UX, Application, Urban Manufacturing, Direct Production

<http://dx.doi.org/10.9728/dcs.2018.19.3.479>



This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Non-Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/3.0/>) which permits unrestricted non-commercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited.

Received 22 February 2018; Revised 10 March 2018

Accepted 25 March 2018

*Corresponding Author; Eun-Young Park

Tel: +82-10-6227-4957

E-mail: pey54@naver.com

1. 서론

4차 산업혁명의 도래에 따라 제조업의 패러다임 변화와 제조업과 서비스업 간의 융합을 통한 경쟁력 향상에 관한 중요성이 높아지고 있다[1]. 특히, 다양해진 산업기반과 안정된 고용 시장은 대도시 중심의 제조업에 관한 관심으로 이어지고 있다[2]. 서울시는 서울시 5개년 혁신성장 프로젝트를 발표하여 서울의 경제 지도를 완성하기 위한 전략 과제를 발표했다. 그 가운데에는 바이오, 의료 클러스터 조성, 4차 산업혁명에 대응하는 연구개발 단지 조성, 문화콘텐츠 산업의 육성, 창업 친화적 기반 조성, 테스트베드 도시 조성 외에도 봉제, 수제화 등의 도시 제조업 지원을 포함한다[3].

하지만 서울은 제조업의 오랜 역사를 갖고 있을 뿐만 아니라 도심 제조업이 가능한 도시임에도 불구하고 기반시설을 활용할 수 있는 집약된 정보제공이 부족한 실정이며, 사전 지식 없는 학생 및 일반인들은 소재의 판매처 및 가공 업체의 정보를 수집하는데 어려움을 겪는 경우가 많다[4].

서울의 제조업 부가가치 및 제품 경쟁력을 높이기 위해서는 서울의 제조업에 맞도록 특화된 스마트 기반의 기술 및 생산의 확산, 기획과 생산 유통에 따른 여러 주체들 간의 협업 체계 조성이 필요하다[1]. 제작자는 유용한 정보를 쉽게 제공받고 상인들은 고객 확보를 통한 성장이 이루어진다면 서로간의 상생을 통해 지역 활성화가 가능할 것이다[4]. 서울시의 제조업은 산업 및 공간의 특성을 고려할 필요가 있으며, 도시 내의 제조업은 정보화 시대의 IT 기술과 결합하여 첨단 산업으로 변화하고 있다[5].

이에 본 연구에서는 서울시 동대문 일대 도심제조업의 활성화와 디자이너들이 직접 생산 가능한 인프라 구축을 위한 서비스를 기획하고 이를 어플리케이션으로 개발하였다. 제안하는 콘텐츠는 자신만의 개성 있는 물건을 제작하고자 하는 제작자들에게 동대문, 청계천, 을지로 일대에서 재료를 구입할 수 있는 장소 및 가공업체의 정보를 제공하는 체험형 어플리케이션이다.

사용자는 소재와 가공법, 만들고 싶은 테마를 통해 관련 소재의 정보, 판매처, 가공업체에 관한 정보를 제공받을 수 있다. 또한 맵 기능을 통해 사용자가 위치한 곳에서 가장 가까운 업체의 검색이 가능하며, 동영상 매거진을 통해 최근 유행하는 아이템을 제작하는 방법을 제공받을 수 있다.

이를 위한 연구범위 및 방법은 다음과 같다. 먼저, 전문가와 일반인, 업체, 학생들의 대면조사를 통해 그들의 요구를 조사하였다. 다음으로 제품을 크게 6개의 카테고리로 나누고 다시 72개의 소재 및 69개의 가공법에 따른 항목으로 세분화함으로써 전문가뿐만 아니라 일반인까지도 쉽고 편리하게 관련 정보를 제공받도록 하였다. 또한 정보를 제공하는 업체를 선정하기 위해 관련 단체 및 협회에 등록된 3만 여개의 업체의 현황을 파악하고, 이를 다시 3차에 걸쳐 필터링 하여 1,026개의 업체정보를 어플리케이션에 반영하였다.

본 연구의 구성은 다음과 같다. 먼저 1장에서는 서론을 통해 연구배경과 목적, 연구방법을 서술한다. 2장에서는 본 연구의 개발배경이 되는 자료조사 방법을 및 기획에 대해 설명한다. 3장에서는 본 연구에서 개발하는 앱의 UX 설계방안에 대해 설명한다. 4장에서는 제안하는 앱 콘텐츠를 사용자 인터페이스 디자인을 통해 설명한다. 5장에서는 결론 및 향후 연구에 대해 고찰한다.

II. 앱 개발을 위한 조사 및 기획

본장에서는 제안하는 앱을 개발하기 위한 조사 및 기획에 대해 설명한다. 먼저 2.1절에서는 수요조사 및 리서치 과정에 대해 서술하고, 2.2절에서는 콘텐츠 기획에 대해 살펴본다.

2-1 수요조사 및 리서치

수요조사 및 리서치를 위한 방법은 대면 인터뷰, 데스크 리서치, 필드리서치로 진행되었다. 먼저 대면 인터뷰는 전문가, 업체, 학생 등의 다양한 의견 수집이 이루어졌다.

전문가들의 의견을 정리하면 다음과 같다. 앱 화면에서 소재의 종류를 나타내는 아이콘을 통해 관심 있는 소재를 고르는 방식, 금속 파이프 등 관심 있는 아이템을 텍스트로 바로 검색, 전문가 외에 일반인 또는 학생들의 입장에서 편의성을 제공하는 분류 체계, 단순 검색에서 나아가 컨설팅 차원의 어플리케이션 제공, 개인 서비스 제공 여부, 업체에서 기피하는 소량 작업을 위한 최소 제작 가능 수량에 대한 정보, 명확한 카테고리의 구분 제시, 제작하고자 하는 제품으로의 검색, 컨설팅 서비스의 제공, 지도상의 카테고리별 밀집 지역 제시 등에 관한 의견을 보였다.

업체 인터뷰의 조사결과로는 단순 업체 정보 외에 어느 정도의 가이드 제공, 종이, 인쇄, 가공, 제본, 납품 등의 기본적인 프로세스의 제공, 현장에서 사용되는 용어의 반영 등의 의견을 보였다. 학생들은 주로 선배들에게 추천 받은 업체 또는 인터넷 검색이 한정적이며 컨설팅 기능이 있으면 좋겠지만 우선적으로 업체 정보만으로도 도움이 될 것이라는 의견을 보였다. 또한 필요한 항목의 텍스트 검색, 초보자 및 일반 사용자를 위한 쉽고 명확한 카테고리의 구분, 관련 용어를 설명하는 사전 기능, 사용자 리뷰, 학생/개인/소량 서비스를 지원하는 앱의 필요성, 카테고리 밀집 구역을 지도로 제시, 학생 입장을 위한 소재로 찾기 방식, 일반인 또는 사업자를 위한 제품검색 방식 등의 의견을 제시하였다.

데스크 리서치를 통해서도 소재별/지역별 업체 현황 조사를 실시하여 관련협회 및 단체에서 제공하는 자료, 동대문 일대의 상가지도 및 골목지도, 관련전문가 및 커뮤니티 블로그, 커뮤니티 등을 통한 조사가 이루어졌다. 필드 리서치를 통해서도 종로구와 중구 일대를 직접 방문하여 현장 조사를 실시하였다.

2-2 콘텐츠 기획

콘텐츠 기획은 앞 절에서 조사한 리서치 데이터의 정량적/정성적 분석을 통한 방향성을 수립하였다. 업체의 입력 정보 표준화를 위해서는 크게 대분류 6개와 중분류 23개, 소분류 136개 항목으로 구분하였다. 대분류로는 인쇄/포장, 목재, 금속, 플라스틱/화학, 의류, 기타로 구분되며, 인쇄포장은 지류판매, 실사/출력/인쇄/인쇄 후 가공, 특수제작, 각종 포장재로 세분화하였다. 목재는 목재판매, 부재료, 가공, 후처리로 중분류되며, 금속은 금속재, 부재료, 가공, 후처리의 카테고리를 갖는다. 플라스틱/화학은 소재 및 가공으로 구분하여 각각의 소분류를 가지며 의류는 원단, 부재료, 가공으로 중분류를 갖는다. 기타로는 제작 장소, 전자, 후드/베이킹, 홈인테리어의 항목을 갖는다. 이렇게 구분된 중분류는 다시 세분화 되어 전체 136개 항목으로 분류된다.

업체의 기본정보는 업체 명, 업무영역, 주소, 연락처, 홈페이지, 최소수량, 소량생산 여부, 초보상담 여부, 업무시간, 업체사진 등으로 구분된다. 필터링의 기준은 3차에 걸쳐 이루어졌다. 먼저 1차 필터링에서는 네이버, 다음, 구글 등의 온라인 상업체 기본 정보 검색의 가능 여부를 통해 도출되었다. 2차 필터링에서는 전화 상 개별 업체를 접촉하여 업체의 기본 정보 확인 및 소매/도매 지원여부, 그리고 개인 또는 소량 지원 서비스 여부 등을 도출했다. 3차 필터링 단계에서는 전문가 추천 업체 기준 선별과 서울산업진흥원, 중소기업청 창업진흥원, 한국과학창의재단, 한국의류산업협회 등 관련 기관 추천 업체를 우선으로 선별한다. 또한 업체 방문을 통해 업체의 정보 확인 및 사진 촬영을 통한 최종 필터링을 기획하였다.

III. UX 설계방안

그림 1은 본 연구에서 개발하는 어플리케이션의 설계도이다. 상단의 초기화면을 시작으로 앱 가이드, 홈 화면, 찾기, 업체 정보의 구조로 설계된다.

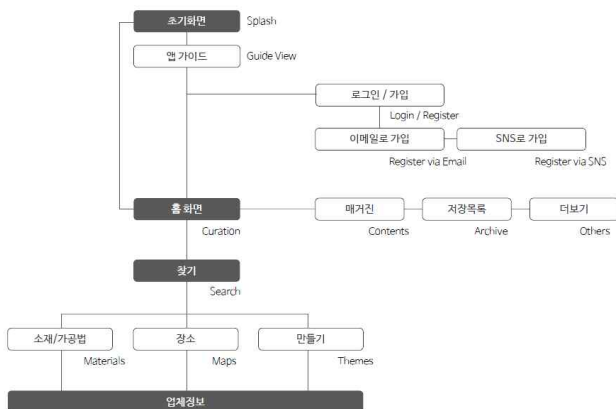


그림 1. UX 설계 구조도
Fig. 1. Information Architecture

홈 화면은 다시 매거진과 저장목록, 더 보기 메뉴로 세분화되고, 찾기는 소재/가공법, 장소, 만들기로 분류된 구조를 갖는다. 본 장에서는 각 페이지 별 앱 인터페이스의 구조에 관해 설명한다.

3-1 App 접속을 위한 접근 방법

그림 2는 앱 설치 후 실행 시 나타나는 화면으로 로고가 모션이 되도록 기획한다. 우측의 화면은 A 영역에 이미지 또는 로고를 위치시켜 아이덴티티를 보여준다. B 영역에서는 스와이프를 통해 다음 화면으로 이동 가능하도록 설계한다. 하단의 C 영역에는 앱 안내를 위한 간단한 문구를 두며, D 부분에는 페이징 도트를 위치시킨다.

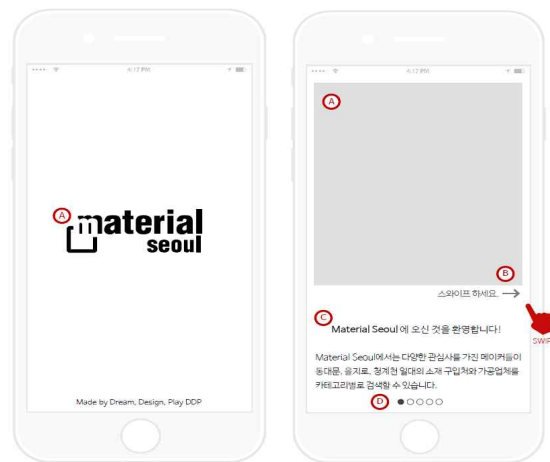


그림 2. 초기 화면 및 앱 가이드의 UX
Fig. 2. UX of Splash & Guide

페이징 도트를 통해서 앱 사용을 위한 가이드를 제시한다. 제시하는 가이드는 크게 세 가지로 구분하여 소재와 가공법을 통한 검색, 지도를 통한 검색, 만들고 싶은 테마로 검색이 가능함을 소개한다. 먼저, 소재 및 가공법의 검색은 해당 업체들을 한 눈에 보거나 카테고리 별 검색이 가능함을 설명한다.

지도를 통한 검색은 사용자 주변의 업체는 물론 동종 업계가 밀집해 있는 골목의 지도까지 확인 가능함을 안내한다. 다음으로 소재나 가공법을 모를 경우에는 사용자가 만들고 싶은 테마 안에서 소재의 구입부터 가공업체, 그리고 관련된 강좌 및 콘텐츠를 통한 검색이 가능함을 안내한다. 이러한 방법을 통해 검색된 업체들은 소량주문, 제작가능 여부, 초보상담 제공 여부 등의 다양한 옵션으로 정렬 및 검색이 가능함을 보인다.

3-2 홈 화면

그림 3은 홈 화면의 설계를 보인다. 먼저 상단의 A 영역은 검색창 호출버튼으로 해당영역을 Tab하면 B 영역이 하단으로 벌어지면서 검색옵션이 나타난다. B영역은 추천 만들기 영역으

로 관리자가 추천하는 6개의 만들기 테마가 노출되며, 사용자는 스와이프를 통해 탐색 가능하다. 사용자는 썸네일 이미지 또는 텍스트 선택 시 해당 만들기의 메인 화면으로 이동한다. 우측 상단의 하트 표시를 선택할 경우 저장목록에 저장되며, 더 보기 선택 시 테마 검색창으로 이동하게 된다.

C영역은 추천매거진 영역으로 관리자가 추천하는 매거진 콘텐츠 3개가 노출되며, 사용자는 스와이프를 통해 탐색한다. 썸네일 이미지 및 텍스트 선택 시 해당 매거진 콘텐츠 페이지로 이동되며, 더 보기 선택 시 매거진의 메인으로 이동하도록 설계한다. 우측 화면의 D 영역은 관리자가 추천하는 소재 및 가공법이 노출된다. 썸네일 이미지 및 텍스트 선택 시 해당 소재와 관련한 업체 리스트 페이지로 이동한다. 우측 상단의 하트 표시 선택 시 저장목록에 저장되며, 더 보기 선택 시 소재와 가공법의 검색창으로 이동되도록 설계한다. E 영역은 광고 배너 영역이며 F 영역은 최신 공지 글을 보인다. 화면 제일 하단의 G 영역은 로고, 매거진, 저장목록, 더 보기 등의 메뉴를 위치시킨다.



그림 3. 홈 화면의 UX
Fig. 3. UX of Home page

3-3 찾기 옵션

그림 4는 찾기 옵션을 위한 인터페이스이다. 상단의 A 영역은 검색창을 탭하여 펼쳐지는 방식을 보이도록 설계하며, 좌측 상단의 버튼을 클릭하여 다시 접히도록 설계한다. 또한 페이지 내에서는 현재 등록 업체의 수와 만들기 테마의 수를 실시간 보인다. 사용자는 소재 및 가공법, 지도를 통한 검색, 만들고 싶은 테마로 검색이 가능하며 업체 등록 요청 버튼을 클릭하면 우측 화면과 같이 등록 폼 슬라이드가 오픈되어 카테고리, 업체명, 연락처, 위치 등을 기입할 수 있다.

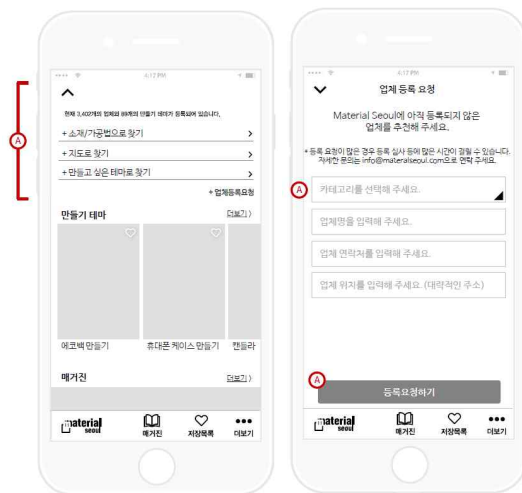


그림 4. 찾기옵션 UX
Fig. 4. UX of Find Option

먼저, 그림 5는 소재/가공법으로 찾기의 화면설계이다. B 영역의 검색어 입력 필드를 통해 DB에 저장된 단어가 자동검색어 완성기능을 사용하도록 설계하였으며, C 영역에서는 최근 검색어 10개를 노출시키거나 삭제 가능하다. D 영역은 카테고리별 소재 전체를 노출한다. 처음에는 2번째 Depth의 카테고리까지 노출되며 스와이프로 탐색 가능하다. 세 번째 Depth의 카테고리 선택 시 해당 업체의 리스트로 링크된다. 그림 6은 지도로 찾기의 화면이다. 화면 상단에 지도중심의 주소가 표기된다. 골목지도 버튼 선택 시 두 번째 Depth에서 선별된 집중지역이 표기된다. D영역의 내 주변 업체 보기는 GPS의 연동 및 주변 반경 200m 내에 있는 업체를 보인다. 우측화면에서 보이는 바와 같이 골목지도를 선택 한 경우 하단으로 선택 가능한 슬라이드가 오픈되며, B 영역에 선택 가능한 골목지도가 나열된다. C영역의 취소 선택 시 해당 창이 슬라이드 업 되며, 선택완료 텍스트를 클릭 할 경우 골목지도가 표기된다.



그림 5. 소재 가공법으로 찾기 UX
Fig. 5. UX of Find via Materials



그림 6. 지도로 찾기 UX
Fig. 6. UX of Find via Map

그림 7은 만들고 싶은 테마로 찾기의 화면설계이다. 추천검색어는 관리자가 직접 지정하여 업데이트 하며, 테마 전체 보기를 통해 가나다 순, 최신 순, 조회 순으로 Sorting이 가능하다. 리스트에 나타난 테마는 각각의 메인페이지로 링크된다. 우측의 화면은 만들기 메인 페이지의 구조이다. A영역은 타이틀 영역으로 좌측 상단의 버튼을 클릭하여 이전화면으로 이동한다. 하트표시 클릭 시 저장목록에 저장되며 공유버튼을 클릭하면 공유창이 슬라이드 오픈되도록 설계한다. B영역은 해당 테마와 연관한 카테고리를 위치시킨다. 텍스트와 컬러, 그리고 이미지로 표기하여 업체 리스트 혹은 관련 콘텐츠로의 이동이 가능하도록 설계한다.



그림 7. 만들고 싶은 테마로 찾기 UX
Fig. 7. UX of Find via Theme

그림 8은 업체정보를 보이는 화면이다. 사용자들의 저장 수, 조회 수, 관리자의 등록 순, 업체 이름 순 등으로 Sorting 옵션이 펼쳐진다. B영역에는 업체의 기본정보인 업체 카테고리, 상호, 페이지 조회 수, 저장목록에 저장된 횟수, 업무관련 내용 등을

보인다. C영역은 업체의 위치표기를 위한 지도 영역으로 지도 선택 시 큰 화면으로 이동하여 탐색이 가능하다. 그 외에도 길 찾기 선택 시 네이버지도 App.으로의 연동, 업무시간, 최소 수량, 보유 장비, 전화걸기 등의 기능을 설계한다.

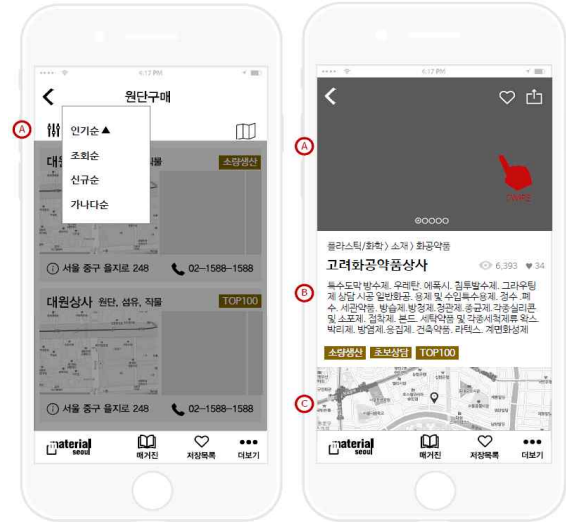


그림 8. 업체정보 UX
Fig. 8. UX of Company Information

3-4 매거진 인터페이스

그림 9는 매거진 페이지의 화면이다. 상단의 A영역에서 해당 항목을 선택하면 Tag가 입력된 콘텐츠가 보여지며, 화살표 선택 시 더 많은 Tag Cloud가 노출된다. B영역에서는 스와이프 탐색을 통해 해당 콘텐츠로의 이동이 이루어지며 C 영역에서는 인기매거진 리스트를 보이고, 항목 선택 시 해당 콘텐츠로 이동한다.

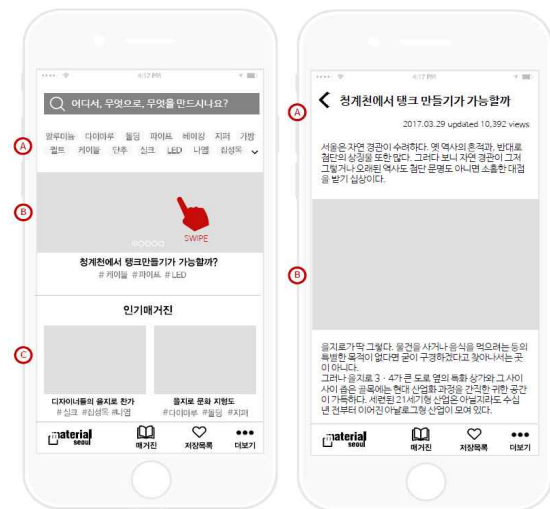


그림 9. 매거진 UX
Fig. 9. UX of Magazine

그림 10의 저장목록은 스와이프프로 분류 및 이동이 가능하며 B영역에 저장된 업체목록에는 카테고리 및 업체명이 표기된다. 매겨진 리스트의 경우 이미지나 타이틀 선택 시 해당매거진으로 이동된다.

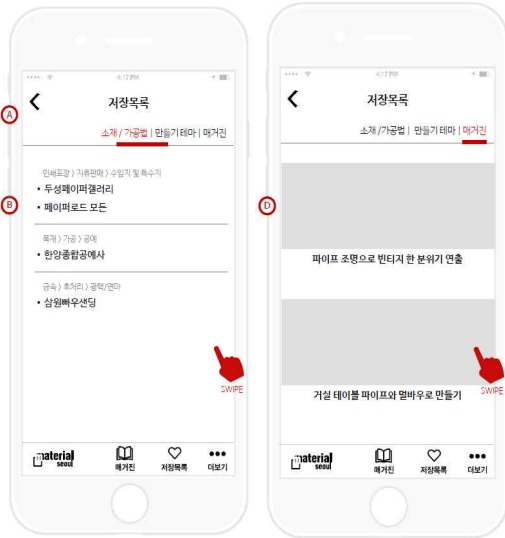


그림 10. 저장목록 UX
Fig. 10. UX of Archive List

IV. 사용자 인터페이스 디자인

본 장에서는 앞장에서 설명한 어플리케이션의 구조를 기반으로 레이아웃, 컬러, 사진, 타이포그래피 등의 디자인 요소 및 디자인 원리를 중심으로 설명한다. 사용자 인터페이스 디자인은 방대한 양의 카테고리 및 정보유형의 직관적 이해를 돕고자 정보의 체계를 시각화하는 과정이 요구되었고 정보의 사이즈와 컬러로 체계를 구축하였다.

4-1. 사이즈로 구분한 정보유형

앱에서 다루는 정보는 크게 소재, 업체정보, 가공콘텐츠로 구분될 수 있으며, 유형별 구분을 해당정보에 접근하기 위해 거쳐야하는 이미지 썸네일(Image Thumbnail)의 사이즈로 차이를 두었다.

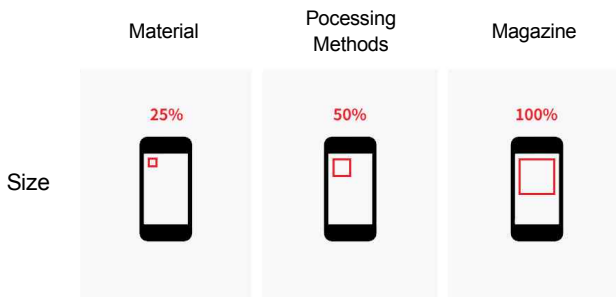


그림 11. 정보에 따른 이미지 썸네일 사이즈
Fig. 11. Image Thumbnail Size by Type of Information

소재의 썸네일은 그림 11과 같이 화면 가로 사이즈의 25%, 업체정보의 썸네일은 50%, 그리고 가공콘텐츠는 100%를 차지하게 되어, 정방형의 시각적 일관성을 유지하면서 사이즈의 차이가 정보의 유형을 구분하는 기능을 갖게 된다. 사용자의 디바이스에 따라 일관된 가이드가 적용되게 하고자 화면가로사이즈의 백분율로 지정하였다.

4-2. 컬러로 구분한 정보유형

정보의 카테고리는 유형별로 최상위 분류인 6개의 소재(인쇄/포장, 목재, 금속, 플라스틱, 의류, 기타)로 구분이 되며, 이 기준은 사용자가 정보탐색 중 지속적으로 인지해야하는 가장 중요한 기준이다. 소재구분의 인지를 위한 방식으로 그림 12와 같이 최상위 카테고리 별 컬러 아이덴티티를 부여하였으며, 썸네일 우측상단의 작은 아이콘부터, 위치를 안내하는 핀 아이콘, 세부 카테고리 헤더 등 하부정보에 반영되어 복잡한 정보구조 속에서 카테고리의 지속적인 인지를 가능하게 하였다.

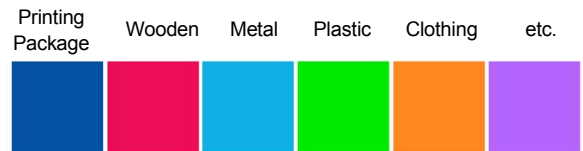


그림 12. 카테고리 별 컬러
Fig. 12. Color per Category

4-3 앱 가이드

그림 13은 앱의 사용법을 안내하는 인트로 페이지이다. 사용자는 스와이프를 통해 페이지를 드래그 하여 세 가지 검색 방법 및 검색된 업체의 정렬에 관한 사용법을 사전에 학습할 수 있다. 각 페이지의 레이아웃은 이해를 돕는 대표 이미지를 상단에 위치시키고 하단에는 폰트의 크기를 달리하는 텍스트로 제목과 부연설명을 표기하여 주목성을 높이는 방식으로 통일감과 변화를 보였다.

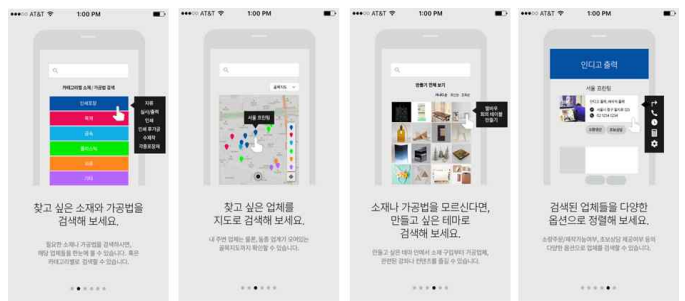


그림 13. 사용법 안내를 위한 인터페이스 디자인
Fig. 13. GUI of Guide View

4-4 어플리케이션의 홈

그림14는 어플리케이션의 홈 화면이다. 사용자가 상단의 타이틀을 클릭하여 소재/가공법으로 찾기를 클릭한 경우 그림 우측의 화면에서 보이는 바와 같이 6개의 하위 메뉴에 따라 블루, 레드, 그린, 오렌지 등의 6개의 컬러들이 보인다.

이 컬러들은 서비스를 구성하고 있는 6개의 카테고리를 상징하는 컬러이며, 초기화면부터 각 화면에 일관되게 적용하여 통일성을 줌으로써 많은 정보제공환경에서 사용자의 직관적인 이해를 돕고자 의도하였다. 컬러의 조화는 무채색 배경위에 선명한 색상의 컬러들로 대비를 주어 카테고리의 구분을 명확히 하였다. 각각의 메뉴를 클릭하면 텍스트 버튼을 통해 업체 리스트로 링크된다.

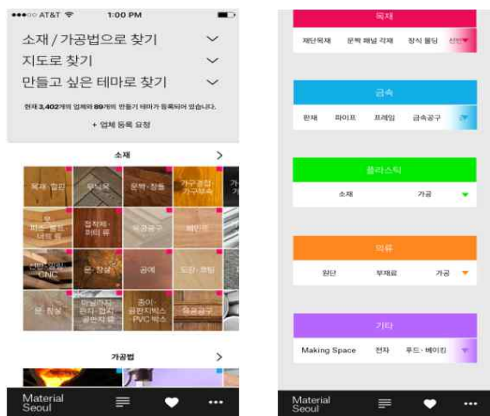


그림 14. 홈 및 소재 가공법으로 찾기 GUI
Fig. 14. GUI of Home and Find via Materials

그림 15는 홈 화면에서 지도로 찾기 버튼을 클릭한 경우의 인터페이스이다. 각 골목을 고유의 컬러와 텍스트로 표기하였으며, 우측의 아이콘은 카테고리별 고유 컬러를 적용하였다. 아이콘 선택 시 업체명을 노출하고, 다시 클릭 시 업체 상세페이지로 이동한다.

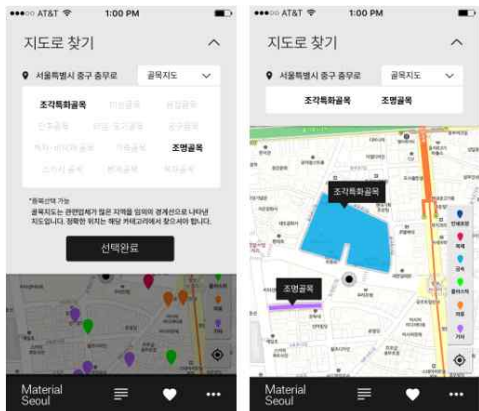


그림 15. 지도로 찾기 GUI
Fig 15. GUI of Find via Map

그림 16은 만들고 싶은 테마로 찾기의 인터페이스 디자인이다. 사용자는 직접 테마를 검색하거나 미리보기를 통한 검색이 가능하도록 사진 및 텍스트를 배치하였다.

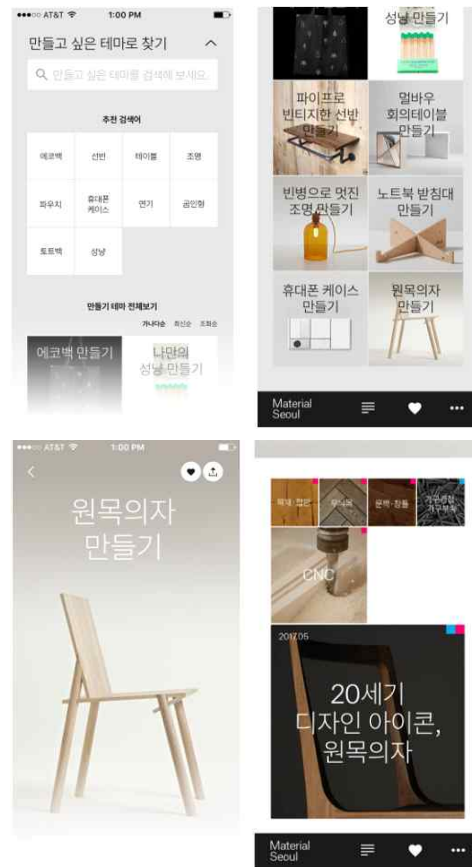


그림 16. 테마로 찾기 GUI
Fig. 16. GUI of Find via Theme

V. 결론

본 연구에서는 서울시 동대문 일대 도심제조업의 활성화와 디자이너들이 직접 생산 가능한 인프라 구축을 위한 서비스를 기획하고 이를 어플리케이션으로 개발하였다. 제안하는 콘텐츠는 자신만의 개성 있는 물건을 제작하고자 하는 제작자들에게 동대문, 청계천, 을지로 일대에서 재료를 구입할 수 있는 장소 및 가공업체의 정보를 제공하는 체험형 어플리케이션이다. 사용자는 소재와 가공법, 만들고 싶은 테마를 통해 관련 소재의 정보, 판매처, 가공업체에 관한 정보를 제공받을 수 있다. 또한 맵 기능을 통해 사용자가 위치한 곳에서 가장 가까운 업체의 검색이 가능하며, 동영상 매거진을 통해 최근 유행하는 아이템을 제작하는 방법을 제공받을 수 있다. 향후 연구로는 지역의 확대 및 정보의 업데이트, 외국인 사용자를 위한 영어버전을 제작하고자 한다.

감사의 글

본 연구는 2016년도 현대자동차그룹의 후원에 의하여 서울 디자인재단[6]과 (주)액션서울[7]에 의하여 이루어진 연구로서, 관계부처에 감사드립니다.

참고문헌

- [1] Oh Eunju (2017, October). Fourth Industrial Revolution, Characteristics of Manufacturing Industries in Seoul and Policy Implications, The Seoul Institute, [Online]. 238, Available: <https://www.si.re.kr/sites/default/files/%EC%A0%95%EC%B1%85%EB%A6%AC%ED%8F%AC%ED%8A%B8%20238%ED%98%B8%2820171010%29%204%EC%B0%A8%20%EC%82%B0%EC%97%85%ED%98%81%EB%AA%85%20%EC%8B%9C%EB%8C%80%2C%20%EC%84%9C%EC%9A%B8%20%EC%A0%9C%EC%A1%B0%EC%97%85%EC%9D%98%20%ED%8A%B9%EC%84%B1%EA%B3%BC%20%EC%A0%95%EC%B1%85%EC%A0%9C%EC%96%B8.pdf>
- [2] Yun, Jongjin, Woo, Myungje, “A Study on the Spatial Distribution and Characteristics of Manufacturing Clusters in Seoul”, *Journal of Korea Planning Association*, Vol. 51, No. 2, p. 88, April 2016.
- [3] Hankyoreh, Nam, Eunju, [Internet]. Available: <http://www.hani.co.kr/arti/society/area/830259.html>
- [4] DDP, Lee, Hosun, Application for All Makers in the World, (Designer's Map) [Internet]. Available: <http://www.ddp.or.kr/board/1175/post/2591/detail?menuId=80&boardCategoryId=&pageNumber=1>
- [5] Jo, Jae Uk, Woo, Myungje, “The Impact of The Structural and Spatial Characteristics of Manufacturing on Urban Growth”, *Journal of Korea Planning Association*, Vol. 51, No. 5, p. 123, Oct. 2016.
- [6] [Internet]. Available: <http://www.seouldesign.or.kr/>
- [7] [Internet]. Available: <http://www.actionseoul.com/>



이장섭(Jang-Sub Lee)

2006년: 서울대학교 (학사-시각디자인)

2008년 : 스페인 엘리사바 Spain Elisava (석사-디자인과 공공장소)

2010년~현 재: (주)액션서울 대표이사

※ 관심분야 : 창의성(Creativity), 브랜딩(Branding), 사용자경험(User Experience)



박은영(Eun-Young Park)

2007년: 숙명여자대학교 (이학사-멀티미디어)

2001년 : 숙명여자대학교 대학원 (미술학석사-시각영상디자인)

2011년 : 숙명여자대학교 대학원 (이학박사-멀티미디어)

2012년~현 재: 협성대학교 시각디자인학과 교수

※ 관심분야 : 시각디자인(Visual Design), 멀티미디어(Multimedia), 그래픽 유저 인터페이스(GUI), 컬러(Color)