

신세대의 감성적 라이프스타일 및 트렌드에 관한 연구 III

<RVT1825의 사이버 트렌드 조사 툴의 개발 >

A study on Emotional Lifestyle on New Generations and Design Trend

장중식,민규홍,정도성,김철수
국민대학교 테크노디자인전문대학원

JANG Jung-Sik, MIN Kyu-Hong, CHUNG Do-Sung, KIM Chul-Soo
Graduate School of Techno Design, Kookmin Univ.

박종서
현대-기아자동차주식회사 디자인연구소

PARK Jong-Seo
Hyundai-Kia Motor Company Inc.

• Key words: Cyber Trend, Digital, Web3D Tools

1. 연구의 목적 /배경

본 연구는 독창적인 문화를 창조하는 18세-25세 를 현재의 Life-Style-Trend에 대한 조사 분석과 이를 통한 근 미래(약 10년 후)에 소비문화의 주체가 될 Consumer-Group의 트렌드 예측을 목표로 한다. 첫째, 각종 문서와 통계자료를 통한 의식, 주 생활, 가치관, 놀이문화, 구매경향 등 Life-Style을 이해한다. 둘째, 기반조사에 따른 연구 분석을 통하여 새로운 트렌드를 제시하여 자동차산업의 나아갈 방향을 제시하는데 있다.

2. 연구의 내용 및 방법

본 연구는 근 미래(약 5~10년)의 소비문화의 주체가 될 연구 대상(신세대:18세~25세) 그룹의 라이프 스타일 트렌드 조사 및 향후 트렌드 예측을 목표로 조사 방법과 그 툴(RVT 1825 : 사이버 트렌드 조사 프로그램)을 개발하기 위하여 다음과 같은 내용으로 연구하였다.

사이버 트렌드 조사 프로그램의 개발은 빠르게 변화하며 항상 새로움을 추구하는 신세대 트렌드의 속성과 일시적 현 상황에 대한 트렌드 조사의 문제점을 보완하기 위하여 지속적인 트렌드 DB가 구축되도록 하였다. 프로그램 개발의 기본 방향은 신세대 피험자에 대한 기본적인 감성타입 분류와 기본 트렌드 조사를 통하여 피험자의 가치관 및 기초 트렌드의 DB가 구축되며 세부적으로는 아바타를 통한 패션 및 칼라 트렌드, 인터리어 칼라 트렌드, 자동차 타입별 바다, 실내 칼라 트렌드 조사로 프로그램이 구성되어 신세대가 인터넷 사이트에서 자유롭게 자신의 잠재되어 있는 트렌드의 요소를 표출할 수 있으며 그 데이터가 자동으로 DB화 되는 구조로 설계되어 있다. 이 사이트의 개발 및 적용을 통하여 장기적이며 체계적인 신세대의 트렌드 조사와 관리가 가능할 것이다.

사이버 트렌드 조사 프로그램의 개발에는 MYSQL DATABASE, PHP4 Web Program을 사용하여 제작 하였다.

3.사이버 트렌드 툴

3-1.사이버 트렌드 프로그램의 구성

본 연구에서 제작된 프로그램은 웹을 중심으로 조사분석하는 프로그램으로 현재 가상의 사이트를 운영 중이며, 데이터 베이스 기초조사연구의 업무수행의 편리성을 위해서 웹사이트를 중심으로 설계 및 프로그램이 이루어졌다. 웹 프로그램으로는 마이 에스큐엘 (Mysql)과 그리고 피에치피(PHP)로 설계가 이

루어져 있으며 표본조사의 용이성을 목적으로 WEB3D 엔진을 사용하였으며, 이 프로그램을 통하여 미래 트렌드의 데이터 조사 슈트를 얻어서 보다 신속한 분류체계와 함께 자료를 분석할 수 있게 된다. 본 프로그램은 다음과 같이 크게 6단계를 거쳐서 설문 조사하게 된다.

No	Step 1	Step2	Step3	Step4	Step5	Step6
조사 내용	G 감성 조사	트렌드 조사	색상감성 이미지조사	가상트렌드 (패션)	가상트렌드 (인테리어)	가상트렌드 (자동차)

표 1. RVT (Research of Virtual Trends) Work Flow

3-2.사이버 트렌드 툴

3-2-1.G감성조사)

신세대 트렌드 조사설문에서는첫번째 설문 조사내용으로 신세대(18~25세)의 라이프 스타일과 그들만의 트렌드를 조사하여 향후 디자인 개발의 기초자료로서 활용되게 하기 위해서 성별(남성,여성), 연령(세), 직업(고등학생,직장인,대학생,기타)을 먼저 자료의 입력 양식에 입력하고, G감성을 조사하게된다.

3-2-2.트렌드조사

트렌드 조사는 현재 Q1~Q13까지 설문이 있으며 항목별로 질문에 대한 답을 입력하고 확인 버튼을 누르게 되면 다음 설문단계로 이동하게 된다. 트렌드 조사 설문내용은 다음 그림과 같다.

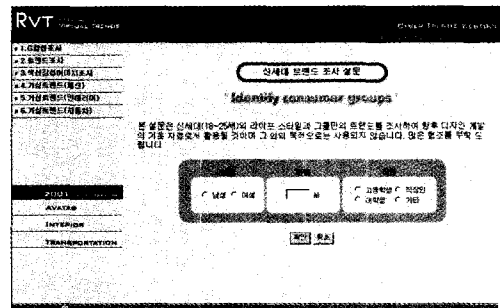


그림 3. 신세대 트렌드 조사설문

1) G감성 측정방법 : 1988년에 일본의 후지 종합연구소의 경영전략 연구부에서 경영정보컨설팅기술의 중대를 목표로 개발한 소비자 분류 측정 방법

3-2-3.색상감성이미지 조사

색상감성 이미지 조사를 위한 폼으로 현재는 8가지 색상(빨강,파랑,노랑,녹색,보라,흰색,검정,은색)에서 Q1항목 1문항 Q2항목 이미지 형용사 8문항으로 5단계로 선택하게 되어있다. 설문조사 항목에 체크를 하고 다음 칼라로 넘어가게 된다. 빨강색의 이미지 형용사 설문 내용으로 5단계로 분류되어 있으며 가장 가까운 곳에 체크를 하고 다음버튼을 클릭하게 되면 다음 색상으로 이동하게 된다.

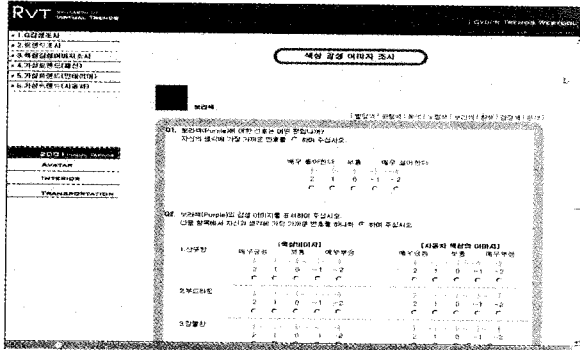


그림 4.색상 감성 이미지 조사

3-2-4.가상 트렌드 (패션)

가상트렌드 패션에서는 우선 성별선택(남성,여성)과 트렌드와 칼라를 중심으로 설문조사를 할 수 있도록 설계되어져 있다. 크게 남성,여성의 헤어스타일과 상의,하의를 선택하는 것을 조사 할수 있도록 설계되어 있다.

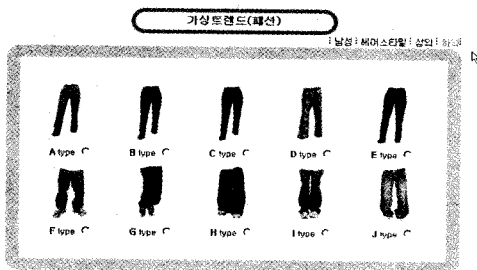


그림 5. 남성 하의 선택화면

3-2-5.가상 트렌드 (인테리어)

가상트렌드 인테리어에서는 좋아 하는 트렌드의 선택과 칼라를 중심으로 설문조사를 할 수 있도록 설계되어져 있다. 크게 TYPE A,B,C로 구성되어 있으며 이중 인테리어의 바닥과 벽의 TYPE별 칼라를 총 10가지씩 조사 할수 있도록 설계되어 있다.

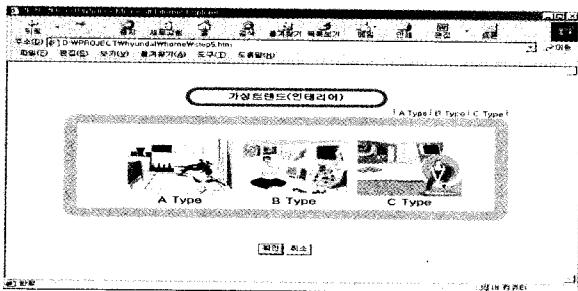


그림 6 가상 트렌드 (인테리어) 화면

3-2-6.가상 트렌드 (자동차)

가상트렌드 자동차에서는 우선 좋아하는 자동차 트렌드 유형 선택 5가지와 칼라를 중심으로 설문조사를 할 수 있도록 설계되어져 있다. 칼라의 선택은 모두 10가지였으며 해당되는 칼라의 선택과 아울러 자동차의 칼라가 바뀌어 지며 자동차의 자세한 부위를 보기위한 인터랙션 인터페이스로 터치센서가 제공되어 자동차의 문이 열리며 자동차의 화면을 정면,측면,평면을 실험자가 흥미롭게 선택 할 수 있도록 설계되어 있다.

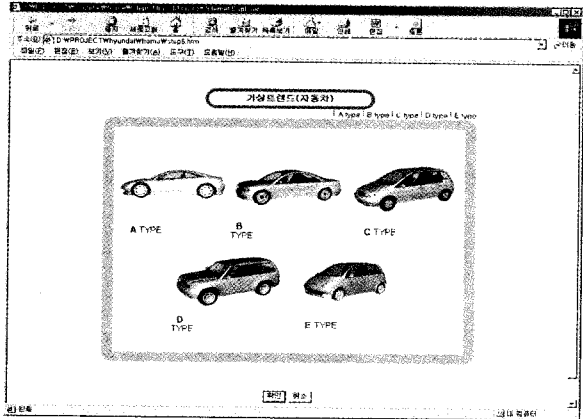


그림 7 가상 트렌드 자동차 선택화면

4. 결론

사이버 트렌드 조사 프로그램의 개발은 빠르게 변화하며 항상 새로움을 추구하는 신세대 트렌드의 속성과 일시적 현 상황에 대한 트렌드 조사의 문제점을 보완하기 위하여 지속적인 트렌드 DB가 구축되도록 하였다. 프로그램 개발의 기본 방향은 신세대 피험자에 대한 기본적인 감성타입 분류와 기본 트렌드 조사를 통하여 피험자의 가치관 및 기초 트렌드의 DB가 구축되며 세부적으로는 아바타를 통한 패션 및 칼라 트렌드, 인테리어 칼라 트렌드, 자동차 타입별 바디, 실내 칼라 트렌드 조사로 프로그램이 구성되어 신세대가 인터넷 사이트에서 자유롭게 자신의 잠재되어 있는 트렌드의 요소를 표출할 수 있으며 그 데이터가 자동으로 DB화 되는 구조로 설계되어 있다. 이 사이트의 개발 및 적용을 통하여 장기적이며 체계적인 신세대의 트렌드 조사와 관리가 가능할 것이다.

이는 현실적으로 빠르게 급변하는 트렌드를 집계하고 분석해서 소비자가 가장 선호하는 타입을 디자인에 적용할 수 있는 새로운 프로토타입으로 향후 지속되는 소비자 자료조사와 데이터의 축적이 신뢰성이 높은 데이터의 분석과 함께 이루어진다면 앞으로의 제품디자인에 많은 도움이 되리라 생각하고 다양한 방법의 설문 조사가 다른 인자에 차이를 빚는다는 사실을 염두해 두어야만 하겠다.

*본 연구는 현대자동차와의 산학협동과제 연구 중 일부임.

참고문헌

니콜라스 네그로폰테 <being digital> 백옥인 커뮤니케이션북스
조경익 < Y세대 그들과 같이 하는 마케팅> 제일커뮤니케이션
서길수 <가상커뮤니티 전략과 마케팅사례> 박영사 2000
대홍기획 마케팅전략연구소 <한국 사람들> 대홍기획 2000