

# 뉴실버 세대를 위한 헬스장 서비스디자인 콘셉트 평가

박 성 흠\* · 이 성 필\*\*

## 목 차

요약	3. 연구방법
1. 서론	4. 연구내용
1.1 연구배경	4.1 서비스맥락(Context)연구
1.2 연구목적	4.2 서비스디자인 모델 구체화
2. 이론적 배경	5. 서비스디자인 모델분석
2.1 뉴실버세대의 특징	5.1 카노(Kano)만족도 분석
2.2 카노(Kano)만족도	5.2 스코어모델(Score Model)분석
2.3 카노결과해석 및 활용	5.3 콘셉트포지션(Concept Position)분석
2.4 스코어모델(Score Model)	6. 연구결과
2.5 콘셉트포지션(Concept Position)	7. 결론 및 논의
2.6 디자인씽킹(Design Thinking)	참고문헌
	Abstract

## 요약

본 연구는 KSC(kano, Score Model, Concept Position)평가방법을 활용하여 제공할 서비스디자인 만족도에 대한 정확도를 높이는 것이 연구의 목적으로 부산지역을 중심으로 6개 지점을 운영하고 있는 P사 헬스장을 중심으로 건강한 뉴실버세대를 위한 다양한 헬스장 서비스모형을 제시하여 사례연구를 진행하였다. 더블다이아몬드(Double Diamond)방법을 활용하여 P사의 5개 지점 중 연산점을 중심으로 사례연구를 진행하였는데 이는 연산점을 중심으로 노인을 위한 다양한 여가생활 인프라가 잘 구축 되어 있었기 때문이다. 본 연구를 통하여 고객에 대한 다양한 인사이트(Insight)를 추출하였고 발굴한 인사이트(Insight)를 기반으로 관리자와 트레이너의 관점에서 서비스디자인 모델을 최종적으로 9가지 도출하였다. 최종적으로 도출한 9가지 모델을 기반으로 카노(Kano)만족도 평가, 스코어모델(Concept Score), 콘셉트포지션(Concept Position)평가를 통하여 9가지 제시한 안들 중 3, 6번을 제외한 모든 안들이 유효하다는 것을 알 수 있었고 최종적으로 투자비용과 효과성으로 구분하여 실행 로드맵을 제안하였다.

표제어: 헬스장, 뉴실버세대, 서비스디자인, 카노, 콘셉트포지션, 콘셉트스코어

접수일(2021년 03월 19일), 수정일(1차: 2021년 04월 30일), 게재확정일(2021년 06월 21일)

본 연구는 동서대학교 BK4단계 서비스디자인 기반의 지역혁신 연구팀의 지원을 받아 연구 진행하였음.

\* 동서대학교 일반대학원 디자인전공 서비스디자인 연구실 박사과정(주저자)

\*\* 동서대학교 일반대학원 디자인전공 서비스디자인 연구실 책임교수(교신저자)

# 1. 서론

## 1.1 연구배경

통계청 자료에 따르면 부산은 전국 8대 광역시 중 가장 고령화가 심화되고 있는 지역이며 특히 행복 여명에 대한 기대치가 가장 낮은 지역이라고 한다. 반면 신체적, 사회적, 정신적 관점에서 기존의 65세 이상의 고령 평균수명이 늘어나고 건강해 지고 있는 실정인데 이들을 뉴실버세대라 한다. 이러한 뉴실버세대를 위하여 국가차원에서도 다양한 여가 및 복지 서비스를 구상하고 제공하고 있으나 민간 차원의 사업모델에서도 그들을 위한 서비스모델 발굴과 노력을 통하여 다양한 서비스디자인 모델을 평가하고 제시함이 중요하다.

## 1.2 연구목적

본 연구에서는 서비스업종을 대상으로 뉴실버세대들에게 제공 할 수 있는 혁신적인 서비스모델을 제공하여 건강한 여명을 보내고 나아가 유사업종에서도 귀감이 될 수 있도록 헬스장을 중심으로 사례 연구를 진행하였다. 구체적인 연구목적으로는 그들이 헬스장에서 활동하는 다양한 활동을 맥락을 통하여 관찰하고 관찰한 내용을 기반으로 설정한 가설을 KSC(kano, Score Model, Concept Position)분석방법을 활용하여 실효성 있는 서비스모델을 최종적으로 제시함이 본 연구의 주요 연구목적이다.

# 2. 이론적 배경

## 2.1 뉴실버세대의 특징

통계청 자료에 따르면 65세 이상의 고령 인구가 매년 증가하고 이러한 실버세대 중 여가활동을

비롯하여 자신의 행복 여명을 위하여 많은 투자를 하는 고령을 뉴실버세대 라고 한다(이성필, 2010). 구체적인 뉴실버세대의 특징으로는 밝고 긍정적이며 여유로움과 다양한 취미 생활을 영유하며 자녀와 독립적이고 개방적이며 소통을 할 수 있는 세대이다. 아울러 여가 가치가 주요 목적으로 이를 위하여 폭 넓은 대인관계와 부부 중심적인 삶을 추구한다. 그리고 통계청 자료에 따르면 뉴실버세대의 성별에 따른 취미활동 선호도 조사에서 걷기, 운동을 가장 선호한다고 한다.

## 2.2 카노(Kano)만족도

카노(Kano) 모델은 품질 속성 모델에 기반을 두어 특정 기능 및 가치를 강화하였을 때 만족도의 증가 수준, 특정 기능 및 가치를 약화했을 때 불만족도의 증가 수준을 각각 파악하여 콘셉트 또는 제품 기능의 필수도와 매력도를 각각 파악하기 위해 사용한다. 평가 결과, 카노 그리드 상에 전체적으로 콘셉트들이 끌고루 위치하면 템플릿의 사분면상에 정의된 4가지 속성 그룹에 따라 콘셉트를 분류하고 아래와 같이 만족품질을 정의한다(Lee Sung-Pil, 2017).

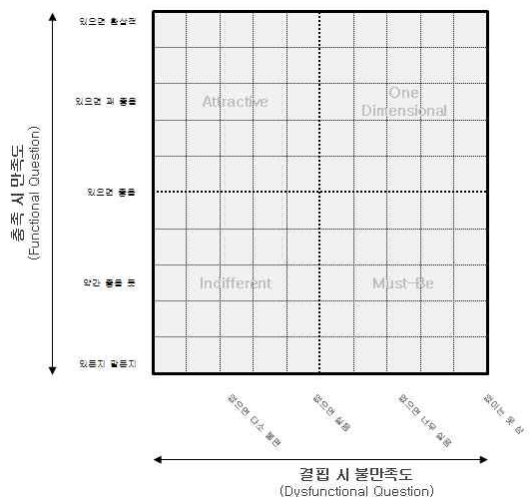


Fig. 1-1. 카노만족도 그리드 템플릿(Grid template)

- ① 무관심(Indifferent) : 해당 P사 가치 상승에 기여도가 상대적으로 낮고 개발 대상에서 제외한다.
- ② 당연적(Must-Be) : 필수적 요소들로서, 완성도를 높일 필요는 없지만, 반드시 포함되어야 하는 콘셉트(기능)이므로 P사 차원의 원가 절감 방안을 고려하여 개발에 필수적으로 반영시킨다.
- ③ 일원적(One-Dimensional) : 품질 수준에 따른 만족도가 비례적으로 변화하므로, 대체 콘셉트(기능)의 제공 수준을 감안하여 포함 여부를 결정하거나, 필요하다면 옵션 적용 가능성을 검토한다.
- ④ 매력적(Attractive) : 없어도 무방하지만, 해당 P사가 차별적인 가치를 제공할 수 있으므로 콘셉트 구현 비용과 허용 가격을 고려하여 매력도가 높은 기능들을 중심으로 적용 가능성을 검토한다.

### 2.3 카노(Kano)결과해석 및 활용

- ① 카노 그리드 상에 전체적으로 콘셉트들이 골고루 위치하면, 템플릿 사분면상에 정의된 4가지 속성 그룹에 따라 콘셉트를 분류한다.
- ② 카노 그리드 특정 부분에 콘셉트들이 집중적으로 위치해 있다면, 콘셉트들이 분포된 영역을 기준으로 다시 사분면을 재정의 하여 4가지 속성 그룹을 정의한다.
- ③ 좌측 하단에 위치한 무관심(Indifferent) 그룹의 콘셉트(기능)들은 산단 가치 상승에 기여도가 상대적으로 낮으므로 개발 대상에서 우선적으로 제외시킨다.
- ④ 우측 하단에 위치한 당연적(Must-Be) 그룹의 콘셉트(기능)들은 필수적 요소들로서, 완성도를 높일 필요는 없지만, 반드시 포함되어야 하는 콘셉트(기능)이므로 비용 절감 방안을 감안하여 산단 콘셉트 개발에 필수적으로 반영시킨다.
- ⑤ 우측 상단의 일원적(One-Dimensional) 그룹의 콘셉트(기능)들은 해당 수준에 따른 만족도가 비례적으로 변화하므로, 대체 콘셉트(기능)의 제공 수준을 감안하여 포함 여부를 결정하거나, 필요 시 옵션 적

용 가능성을 검토한다.

⑥ 좌측 상단의 매력적(Attractive) 그룹의 콘셉트(기능)들은 없어도 무방하지만, 제공 시 해당 P사가 차별적인 가치를 제공할 수 있으므로, 콘셉트 구현 비용과 허용 가격을 감안하여 매력도가 높은 기능들을 중심으로 적용 가능성을 검토한다(Lee Sung-Pil, 2017).

### 2.4 스코어모델(Score Model)

Scoring Model은 평가 대상의 성공 가능성을 중요 속성별로 평가하여 우선순위를 선정하는 방법론으로, AHP 방법론에 비해 자가 검증 과정이 생략되어 있다고 볼 수 있지만, 좀 더 간단하고 직관적으로 속성을 평가 할 수 있는 모델이다. SDP에서는 스코어모델(Score Model)을 활용하여 도출된 콘셉트들에 대한 속성별 점수를 매겨 우선순위를 선정하되, 전략 목표별 가중치를 적용하도록 한다(Lee Sung-Pil, 2017).

### 2.5 콘셉트포지션(Concept Position)

콘셉트의 매력도(Attractiveness)와 실행가능성(Feasibility)을 기준으로 가중치를 평가하는 방법론이다. 제시된 콘셉트에 대한 고객 요구 사항 충족 정도, 실행 및 비용, 해당 서비스 이용에 대한 현실성을 고려하여 고객 선호도를 평가하고, 지속적 운영의 가능성, 서비스 파급력 등을 고려하여 매력도 향상 여부를 평가하고, P사 이해관계자와 서비스 디자이너 입장에서 동시에 평가한 매력도 평가 점수를 매긴다. 콘셉트 실행단계로 넘어가기 전 매력도와 함께 중요한 평가 기준이 되어야 하는 것이 실행 가능성이다. 실행 가능성은 예산 확보 가능성 등을 고려한 소요 예산 규모와 기한 내 실행 가능성, 내부 자원의 활용 가능성, 이해관계자 참여 가능성, 전략적 방향과의 합치성 등을 고려한 실행 난이도를 기

준으로 평가한다(Lee Sung-Pil, 2017).

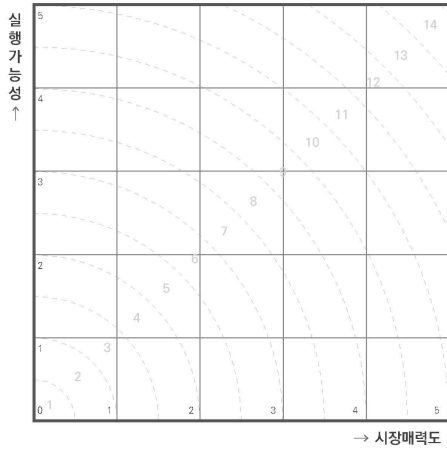


Fig 2-1. 콘셉트포지션 템플릿(Template)

## 2.6 디자인씽킹(Design Thinking)

디자인 싱킹은 문제에 대한 실용적이고 창의적인 해결법으로 오늘날 디자인 뿐만 아니라 다양한 학문적 분야에서 사용하고 있다. 그리고 더블다이아몬드(Double Diamond)기법이란 디자인씽킹의 방법론으로 어떤 사안에 대하여 디자인적 접근 방식으로 창의적인 해결방안을 도출해 내기 위한 방법으로서 발견(Discover), 정의(Define), 발전(Develop), 전달(Deliver)의 단계로 구분하여 문제를 해결한다. 이러한 방법은 영국의 디자인카운슬(Design Council)에서 처음으로 연구 방법론을 구축하여 현재 서비스디자인 분야에서 다양한 문제 해결의 방법으로 적용되고 있는 연구방법론이다(Kim Jin-Kyung, 2015).

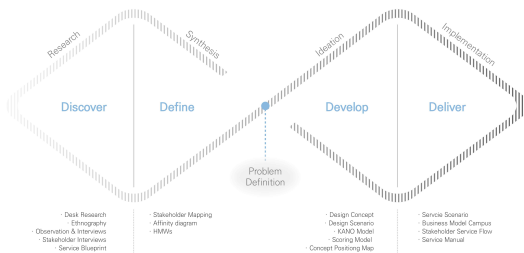


Fig 2-2. 더블다이아몬드 연구방법

## 3. 연구방법

본 연구의 범위는 P사에서 운영하는 부산지역의 6개 헬스 지점 중 노인고객 비율이 가장 높고 노인을 위한 주위의 다양한 인프라가 잘 갖춰진 연산점을 대상으로 연구를 진행하였다.



Fig 3-1. P사 연산점 인프라 현황

구체적인 연구방법으로는 더블다이아몬드 방법을 적용하여 주 3회 이상 헬스장에 방문하는 건강한 노인을 대상으로 동행관찰법(Ethnography)을 적용하여 이슈를 도출하였고 이를 기반으로 맥락적(Context)관점에서 서비스블루프린트를 작성하여 단계별 느끼는 애로사항을 이해관계자(고객, 트레이너, 운영자)의 관점에서 구체화하였다. 발췌한 내용을 기반으로 1차 서비스디자인 가설 안을 설정하고 설정한 가설을 활용하여 고객의 만족도에 대한 분석을 위하여 카노(Kano)만족도 설문을 실시하였다. 카노 설문 결과물을 대상으로 서비스디자인 모델을 제안하고 제안한 내용을 이해관계자 집단이 모여 스코어 모델과 콘셉트포지션 분석을 통하여 효율성과 효과성을 감안하여 실행로드맵을 최종적으로 제시하였다.

## 4 연구내용

### 4.1 서비스맥락(Context)연구

65세 이상 주3회 이상 P사 연산점에 방문하는 건

강한 노인을 대상으로 페르소나를 설정하여 헬스장 입장부터 퇴장까지의 동행관찰법을 실행하였고 관찰한 내용을 친화도법(Affinity Diagram)을 적용하여 문제점을 도식화 하고 단계별 감정곡선과 서비스청사진을 Fig. 4-1와 같이 정리하였다. 도출과정에서 적극적 유형과 소극적 유형의 뉴실버세대 고객이 존재한다는 것을 알 수 있었는데 구체적인 유형별 도출한 이슈 내용으로는 소극적 유형 고객의 경우 운동기구 사용법, 트레이너에게 질문하기를 꺼림, 조용한 분위기에서 운동을 하고 싶어 하는 3가지 주요 공통 이슈가 있었다. 반면 적극적 유형의 고객의 경우 운동기구 사용법에 대한 매뉴얼 부족, 고객 간의 소통 부족, 청결상태, 질문을 하고 싶으나 트레이너 인지의 부족 등 4가지 공통이슈를 알 수 있었는데 두 가지 분류의 고객의 경우 그들이 느끼는 이슈가 뚜렷하게 상이하다는 것을 알 수 있었다. 아울러 서비스청사진에서 단계별 고객이 느끼는 동일한 주요 이슈를 고객과, 트레이너, 운영자의 관점에서는 그림2와 같이 구체화 하였다.

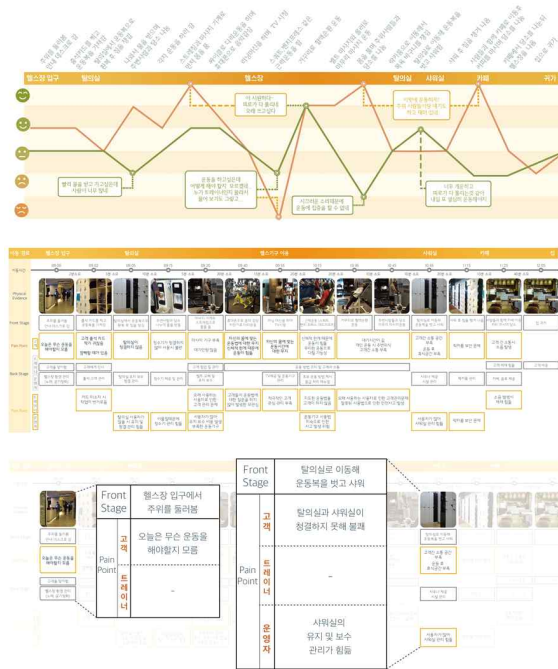


Fig 4-1. 서비스블루프린트 작성

## 4.2 서비스디자인 모델 구체화

동행관찰법과 서비스맥락연구를 통하여 도출한 내용을 기반으로 소통의 부족, 고객관리, 운동 환경 3가지 이슈의 키워드를 도출하였고 각각의 이슈를 고객, 트레이너 그리고 관리자가 그들의 관점에서 해결할 수 있는 방안에 대해서 아래와 같이 HMWs(How Might We)안을 정립하였다.

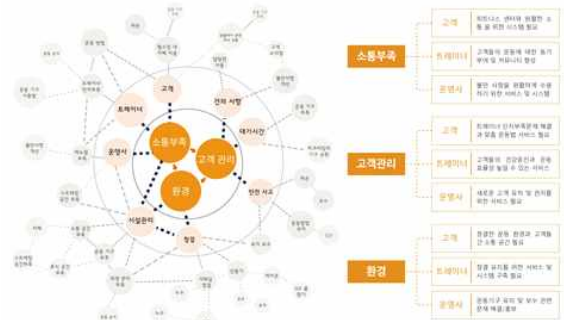


Fig 4-2. 아이디어 및 HMWs 구체화

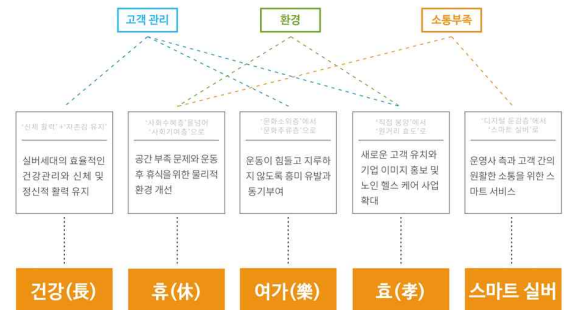


Fig 4-3. 디자인 방향을 위한 키워드 도출

HMWs 내용을 기반으로 1차적으로 참가 디자이너 5명에서 1주간 9가지 디자인을 아래 그림 6과 같이 진행 하였는데 구체적인 서비스디자인 제안 내용으로는 고객과 트레이너가 상호 소통을 유도하기 위한 “Yeah! Point제도”, 자신의 몸의 진전 상태를 직접 체감하기 위한 “감성고객카드”, 운동 후 소통과 휴식을 유도하기 위한 “Aftercare Service”, 스마트한 효과적인 운동방법을 전달하기 위한 “Health

Guide Rental Service”, 축제의 분위기에서 성취감과 만족감을 유도하기 위한 “시니어올림픽”, 자녀가 부모님께 효도 할 수 있는 기회를 마련하고자 “프리미엄 효도 상품권”, 항상 청결을 유지하기 위한 “헬스매너 캠페인”, 상호 운동을 도와주면서 소통을 장을 마련하기 위한 “Pop Up 클러스”, 항상 젊음을 유지하는 “제 몸 나이로 불러주세요” 등 9가지 디자인을 제안하였다.



Fig 4-4. 서비스디자인 가설 모델 예시

## 5 서비스디자인 모델분석

### 5.1 카노(Kano)만족도 분석

1차 도출한 디자인 안을 중심으로 남자 방문고객 28명, 여성고객 30명을 대상으로 2016년 11월 15일부터 1주일간 설문을 실시하였다. 설문지는 프로젝트

참가 디자이너 5명으로 구성하여 진행하였으며 총 설문 문항은 서비스디자인 가설에서 제안한 9개 문항으로 디자인 하였다. 카노(Kano) Grid 상에 모든 평가자의 의견이 취합되면, 의견 차이가 심한 평가자들 간에 그렇게 평가한 이유와 의견을 교환시키고, 조정할 사람이 있다면 위치를 이동시켰다. 그리고 어느 정도 평가자 간 의견 차이가 좁혀지면, 평균적인 위치에 평가 대상 컨셉트 명을 위치시키면서 진행하였다.

번호	디자인 컨셉트
1	감성고객카드
2	After-Care 서비스
3	Health Guide Rental Service
4	시니어 올림픽
5	효도상품권
6	헬스매너 캠페인
7	Pop-Up 클러스
8	제 몸 나이로 불러주세요
9	Yeah! Point

9가지 만족 속성을 평가한 결과 초보 고객을 위한 맞춤형 운동법 서비스와 청결한 운동 환경 개선 서비스는 고객들에게 무관심의 요소로 구분되어 제외하였고 만족의 속성을 소통, 고객관리, 환경적 측면에서 구분하고 서비스 만족도 유형을 도표 1과 같이 내용을 정리하였다. 그리고 일반적 설문을 통하여 분석한 결과 제공되었을 때 효과가 극대화 될 수 있는 순서로 환경, 고객관리, 소통의 순으로 서비스의 만족도가 높다는 것을 알 수 있었다.

Tab 5-1. 고객유형별 디자인 컨셉트 서비스 속성 정리

		카노 속성
소통	Yeah! Point. (9)	매력적
	Pop-up Class. (7)	일원적
	시니어올림픽. (4)	당연적
고객 관리	감성고객카드. (1)	매력적
	제 몸 나이로 불러주세요 (8)	매력적
	효도 상품권. (5)	당연적
환경	After-Care. (2)	일원적



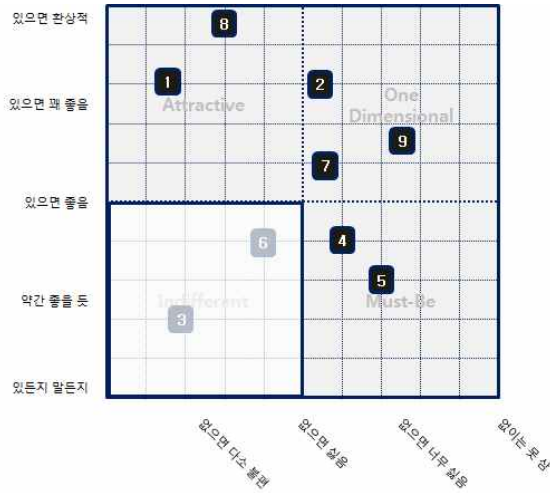


Fig 5-1. 고객 카노 서비스 만족도 평가

### 5.2 스코어모델(Score model)분석

앞서 진행한 KANO Model 평가에서 채택한 8개의 콘셉트( 1, 2, 4, 5, 7, 8, 9, 10)을 대상으로 본 프로젝트에 참여한 이해관계자 10명을 대상으로 Scoring Model 평가를 시행하였고 Scoring Model 평가 결과 5점(도움이 된다) 이상 점수를 얻은 콘셉트는 유효한 콘셉트로 간주하고 본 평가 결과는 콘셉트 포지션 맵 평가와 종합하여 활용하기로 하였다. 그리고 설문에서 스코어의 점수는 강력한 방법이다 9점, 상당히 도움이 된다 7점, 도움이된다 5점, 약간가능하다 3점, 효가가 없다 1점으로 처리하여 진행하였다.

Tab 5-2. 콘셉트스코어 모델 가중치 평가 정리

콘셉트	환경	가	소	판리	가	종합
		중치	통		중치	
		0.5		0.5	0.5	
1	8		9		8	12.5
2	9		8		9	13
4	7		7		6	10
5	4		5		7	8
7	8		9		7	12
8	8		9		9	13
9	9		8		8	12.5

설문결과 평가한 7가지 모든 콘셉트가 유효하다는 것을 알 수 있었다.

### 5.3 콘셉트 포지셔닝(Concept Position)분석

Scoring Model과 마찬가지로 앞서 진행한 KANO Model 평가에서 채택한 7가지의 콘셉트( 1, 2, 4, 5, 7, 8, 9)을 대상으로 Benefit 가중치 도출을 위한 콘셉트 포지션 맵(Concept Position)평가를 시행하였고 아래와 같이 결론을 정리하였다. 설문결과 평가한 7가지 모든 콘셉트가 설문에 참여한 이해 관계자들에게 유효하게 생각한다는 것을 알 수 있었다.

서비스항목	Benefit 점수	Benefit 가중치
1	13	19%
2	11	18%
4	7	7%
5	8	11%
7	7	12%
8	12	15%
9	13	18%

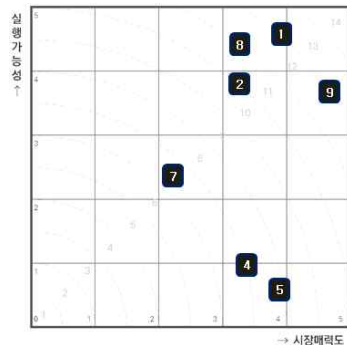


Fig 5-2. 콘셉트 포지셔닝 평가 결과 정리

## 6. 연구결과

9가지의 연구 내용을 가설로 설정하여 고객과 본 프로젝트에 참여한 이해관계자들로 분류하여 카노 만족도, 스코어모델 그리고 콘셉트 포지셔닝 분석을 진행한 결과 카노 분석의 경우 3번 “초보 고객을 위한 맞춤형 운동법 서비스”와 6번 “청결한 운동 환

경 개선 서비스”의 경우 고객한테 유효한 서비스로 평가 되지 못한 것을 알 수 있었다. 그리고 3, 6을 제외한 스코어모델평가와 콘셉트 포지셔닝 평가를 종합하여 보았을 때 모든 아이디어들이 적극적 유형과 소극적 유형의 고객 모두에게 유효한 서비스항목이라는 것을 알 수 있었다. 3번과 6번을 대상으로 연구에 참가한 연구자들을 대상으로 논의한 결과 3번은 자신의 나이를 고려하여 너무 지나치게 맞춤형으로 훈련을 하는 것에 대한 부담감으로서 운동이라는 개념보다는 즐기면서 운동을 하고 싶어 하는 경향이 반영된 것으로 파악하였다. 아울러 6번의 경우 청결을 유지하는 것은 참여를 통한 청결을 유지하는 것 보다는 헬스장 관리차원에서 이루어 져야 할 사항이라 생각하는 것으로 분석하였다. 3번과 6번 아이디어를 포함하여 9가지 디자인 평가 결과물을 기반으로 본 프로젝트에 참가한 이해관계자 집단이 모여 효율성(Input과 Output)의 관점에서 그림 7과 같이 로드맵을 정리하였다. 구체적인 로드맵 도출 내용으로 도입기에서는 적은 투자와 비용으로 단기간 효과를 도출 할 수 있는 아이디어를 중심으로 구성하였고 성장기는 도입기보다는 투자비용과 시간은 소요되나 효과가 있을 것이라 예상되는 아이디어, 최종적인 성숙기에는 투자비용과 시간은 많이 소요 될 것이라 사료되나 장기적으로 기업의 이미지가 제고 될 수 있는 아이디어로 구성하였다.



Fig 6-1. 서비스디자인 실행 로드맵 제시

## 7. 결론 및 논의

본 연구는 헬스장에서 뉴시니어세대를 대상으로 서비스디자인 방법을 적용하여 활용 할 수 있는 사례를 중심으로 연구 진행하였다. 구체적인 연구방법은 더블다이어몬드 방법을 적용하였으며 카노만족도 평가, 스코어모델 그리고 콘셉트 포지셔닝 방법을 적용하여 최종 결과물을 제시하였다. 그리고 최종적으로 제시한 7가지 안과 실행 로드맵을 대상으로 차후 6개월간 진행 후 제공한 디자인에 대한 실효성에 대하여 이해관계자 집단(고객, 트레이너, 관리자)가 모여 의견을 진행한 의견을 나누어 실효성 있는 안을 중심으로 지속가능한 서비스 매뉴얼을 작성 할 예정이다. 본 연구를 진행하면서 아쉬운 사항은 고객을 적극적 유형과 소극적 유형으로 구분하여 비교 연구가 되었다면 더욱 의미 있는 연구가 될 수 있었을 것이라 생각한다. 기존의 디자인 방법과 범주를 넘어 디자이너의 창의성을 다양한 목적으로 적용하기 위한 일환으로 서비스디자인 학문의 필요성이 사회적으로 대두 되고 있는 시점에서 더욱 많은 관련 학문의 성공사례가 필요할 것이라 사료 된다.

## Reference

- [1] Lee Sung-Pil, Basic research on service design for the establishment of optimized leisure facilities for the elderly, Journal of Emotional research, Journal of Emotion and Sensibility, 2010  
(이성필, 최적화된 노인여가시설 구축을 위한 서비스디자인 기초연구, 감성과학, 2010)
- [2] Lee, Sung-Pil, A Proposal for the Optimization of Halalizing Korean Restaurant Service Process, Information Journal, 2017, Vol 2, N9, pp.6245-6260
- [3] Lee Sung-Pil, Design Concept Value Competitive Research Between Service Provider and Service Receiver, Journal of Service Research and Studies, 2017, Vol. 7, No. 4, pp.39-50  
(이성필, 수면무호흡 환자의 양압기 제품서비스디자인 개발에 대한 서비스 제공자와 수혜자가 느끼



는 디자인 컨셉 가치 비교연구, 서비스연구, 2017, 제7권, 4호, pp.39-50)

- [4] Kim Jin-Kyung, CSV activities of companies using the double diamond model in service design, Journal of Korea Institute of Culture Product Art and Design, 2014

(김진경, 서비스디자인에서 더블다이아몬드 모델에 의한 기업의 CSV활동 사례, 한국패키지디자인학회, 2015)

**Lee Sung-Pil (sungplee@gdsu.dongseo.ac.kr)**



He has various practical and research experiences related to Industrial design and Service design. In addition he has made a distinguished career at the design team of Mailing System at USPS - Pitney Bowes, Inc. US Connecticut US and LG Electronics Design Center at both of North America Operation and Seoul, Korea. Since 1998 to 2000, he taught as Adjunct Professor at University of Bridgeport in Industrial Design Major. He received a B.S. of Industrial design and an M.S. of Mechanical Engineering from University of Connecticut, Bridgeport. He completed Ph.D. course from both Chiba University, Japan and Chonbuk National University in the major of Design Manufacture Engineering

**Park Sung-Heum (swacom@daum.net)**



He completed his BS in Product Design, Master's in Service Design at Dongseo University and currently attending Ph.D Candidate at the same school. After working at S&T Daewoo for many years, he is currently serving as the executive vice president of Sehwa Automotive Enterprise. The Institute of Industrial Evaluation and Technology has carried out a number of design competency strengthening projects and small and medium-sized enterprises (SMEs) venture department projects, and his main research area is new BM development through the convergence model of products and services.

# Fitness Center Service Design Concept Evaluation for the New Silver Generation

Park Sung-Heum\*, Lee Sung-Pil \*\*

## ABSTRACT

The purpose of this study is to improve the accuracy of service satisfaction by utilizing KSC (Kano, Score Model, Concept Position) analysis methods in order to present various fitness center service models for healthy new silver generation centered on P fitness center which runs six branches in Busan. Double Diamond-based methods led to a case study focused on the P fitness center's Yeon-san branch which well leading in a wide variety of leisure infrastructures for the senior citizens. Throughout this study, based on the insights extracted from the customers were culminating in nine service design models from the perspective of administrators and trainers. The final derived nine models have been evaluated by Kano's satisfaction evaluation, Concept score, and Concept position evaluation. All of the nine models results indicated as valid except for models 3 and 6. Finally, an implementation roadmap was proposed by dividing it into investment cost and effectiveness.

*Keywords: Exercise Gym, Service design, Double Diamond, Kano, Score Model, Concept Position*

---

\* Dongseo University, Graduate School, Design Major, Service Design Lab. Professor

\*\*\*Dongseo University, Graduate School, Design Major, Service Design Lab. Ph.D Candidate