

현대인의 라이프스타일에 따른 픽업트럭 튜닝 용품 디자인 사례 연구

이 동 훈*, 박 해 립**, 이 상 기***

목 차

요약	3. 사용자 분석
1. 서론	3.1 조사개요 및 방법
1.1 연구배경 및 목적	3.2 사용자 유형별 퍼소나
1.2 연구범위 및 방법	4. 결론 및 제언
2. 이론적 배경 및 선행연구 분석	4.1 사용자 유형별 디자인 키워드
2.1 픽업트럭	4.2 사용자 유형별 디자인 방향
2.2 자동차 튜닝 시장 현황	References
2.3 라이프스타일과 소비가치	Abstract

요약

라이프스타일 변화에 따라 소비자의 니즈와 행동 변화는 소비문화로 이어져 자동차 시장에도 영향을 미치고 있다. 그러나 관련 시장의 소비자의 라이프스타일에 맞춘 옵션을 제공하기 위한 연구·조사는 아직 부족한 실정이다. 본 연구는 차종 중 라이프스타일이 가장 많이 반영되는 픽업트럭에 적용되는 픽업트럭 액세서리를 중심으로 먼저 픽업트럭과 픽업트럭의 애프터마켓 시장, 라이프스타일에 대한 이론적 배경을 살펴보았다. 둘째, 이미지 맵핑을 통해 시장규모 분석, 가능성을 통한 픽업트럭의 시장 가능성과 기회요소를 발견하고 이를 통해 사용자 유형을 구분할 수 있었다. 셋째, 사용자 유형을 대표하는 이를 대상으로 인터뷰를 진행하였고 내용을 정리하였고 관련 집단을 중심으로 인터뷰하여 사용자 집단의 퍼소나를 작성하고 각 집단의 퍼소나가 원하는 니즈가 무엇인지 정리하였다. 마지막으로, 사용자 라이프스타일 유형별 도출된 이슈 키워드 및 인사이트에 맞는 디자인 콘셉트를 제시하였다. 본 연구에서는 사용자 유형을 ①야외활동형, ②취미활동형, ③소규모업무형으로 나누어 사용자 유형별 인터뷰로 집단별 키워드에 맞는 콘셉트를 적용하여 디자인 사례연구를 하였다. 야외활동형은 가변형 구조의 수납, 거주공간 형태의 액세서리 디자인을 제시하였고, 취미활동형은 모듈형 테크탑 디자인과 스포츠 쿠페형의 하드탑 디자인을 제시하였다. 소규모업무형은 적재물 고정에 용이한 칸막이와 적재함 탑승에 용이한 스텝퍼 디자인을 제시하였다. 현재 대량 맞춤화(Mass Customization)되고 있는 자동차 시장에서 픽업트럭 이용자의 라이프스타일에 맞는 픽업트럭 액세서리 개발에 적용하여 라이프스타일별 사용자가 원하는 옵션 디자인의 다양화로 픽업트럭 애프터마켓의 규모가 확대되길 기대한다.

표제어: 픽업트럭, 애프터마켓, 제품 디자인, 디자인 사고, 콘셉트 디자인

접수일(2023년 12월 04일), 수정일(2023년 12월 20일), 게재확정일(2023년 12월 21일)

* 제1저자, 건국대학교 일반대학원 디자인학과 석박사통합과정, ldh0862@kku.ac.kr

** 교신저자, 건국대학교 일반대학원 디자인학과 교수, concept@kku.ac.kr

*** 공저자, 서울시립대학교 소화방재안전연구소 교수, lsk_9214@naver.com

1. 서론

1.1 연구배경 및 목적

코로나-19는 모두의 라이프스타일에 큰 영향을 주었다. 미국의 캠핑 관련 커뮤니티인 캠프그라운드 오브 아메리카는 가장 안전한 여행 인식에 대한 조사를 하였는데, 이중 캠핑(46%)과 자동차 여행(24%)과 같이 사회적 거리두기로 야외 혹은 캠핑장과 같이 다른 그룹과 분리되는 안전한 휴가방식을 선호하는 경향을 보이고 있다.

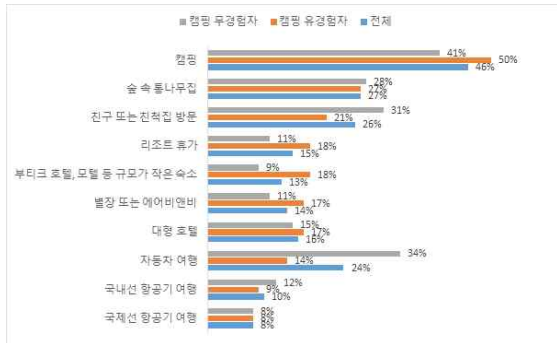


Fig. 1-1 Safest Travel Awareness Survey (Kampgrounds of America, 2020)

이러한 라이프스타일 변화에 따라 소비자의 니즈와 행동 변화는 소비문화로 이어져 자동차 시장 환경에도 영향을 미치고 있다. 레저 및 여가인구 등의 아웃도어 라이프스타일을 추구하는 사람들이 늘면서 SUV(스포츠유틸리티차량)시장은 전체 정체된 자동차 시장 가운데 성장하고 있으며 특히 픽업트럭 시장이 니치마켓으로써 확산되어 지고 있다.

국내 자동차 업체 KG모빌리티에서만 독점 출시, 판매하던 픽업트럭 시장은 2019년도에 GM사의 콜로라도가 국내에 정식 도입되어 경쟁구도가 형성되었고 2020년에도 수입 픽업트럭 모델이 정식으로 진출할 예정으로 점차 국내 픽업트럭 시장이 더욱 활성화 될 전망이다. 유지관리와 화물차 세금감면 등 경제적인 혜택이 크고 사용자의 유형에 따라 다양한

용도로 사용 가능한 특징을 가지고 있어 픽업트럭을 구입하고 사용하는 소비자들이 더욱 증가하고 있다. 이에 편의용품 및 자신을 표현하는 튜닝의 증가로 애프터마켓 시장 또한 증가하고 있다.



Fig. 1-2 GM's Colorado and Ford's f150

울산발전연구원(URI)에 따르면 자동차 애프터마켓은 자동차 부품, 정비, 용품, 보험, 렌트, 리스, 튜닝, 중고차 매매, 재생 및 중고부품, 폐차, 모터스포츠 등 다양한 분야로 나누어지며, 시장규모는 일반적으로 완성차 시장의 2.5배 규모로 파악되고 있다. 그러나 관련 시장의 소비자의 니즈(needs)와 특성 및 디자인 개발에 관한 연구·조사는 아직 부족한 상황이다.

따라서 본 연구는 픽업트럭을 바탕으로 사용자의 라이프스타일 유형을 분류하고 특성을 분석하여 각각의 집단의 잠재된 니즈에 부합한 제품디자인을 제시하고 향후 픽업트럭 애프터시장의 디자인 개발 방향에 활용할 기초 자료로 제공하고자 한다.

1.2 연구범위 및 방법

본 논문의 연구방법은 픽업트럭의 정의, 관련 자동차 애프터마켓 시장에 대한 이론적 배경 조사 후 현 시장에 형성되어 있는 픽업트럭의 자동차 애프터마켓 시장을 살펴보고 목적과 용도를 기준으로 분류한 뒤 픽업트럭 소비자들의 라이프스타일을 유형별로 각 유형별 대표 페르소나를 작성하여 세분화된 소비자의 특성을 파악하고 픽업트럭 사용자의 사용 행태를 파악하기 위하여 사용과정을 관찰하고 1:1 심층 인터뷰를 통해 고객여정지도를 작성한다. 마지

막으로 사용자 유형별 도출된 이슈 키워드 및 인사이트에 맞는 다양한 콘셉트 디자인을 제시함으로써 애프터마켓 시장의 제품디자인 개발 방향을 제시하고자 한다.

2. 이론적 배경 및 선행연구 분석

2.1 픽업트럭

픽업트럭과 관련된 선행연구를 토대로 픽업트럭을 정의하였다. 엄미정(2020)에 따르면 픽업트럭(pickup truck)은 승용 및 화물 적재와 견인에 유리하여 운반 기능과 아웃도어 액티브 라이프에 적합하게 개발된 차량이다. 승차 공간 뒤에 있는 적재함의 윗부분이 개방되어 있고 뒷부분에 화물을 싣고 내리는 문(테일 게이트)이 있는 소형화물차의 한 종류로 정의하고 있다. 문덕배(2011)는 짐칸에 덮개가 없는 소형 트럭의 한 형식으로 2-3인승 1열로 된 시트를 갖춘 객실 뒤에, 낮은 소형 짐칸이 있으며, 짐받이 플랩은 뒤쪽에만 있는 차량으로 정의 하고 있다. 또한 4-6인승의 2열 시트로 된 것을 더블 픽업으로 정의하고 있다. 두 정의에 대한 공통된 내용을 정리하면 적재함 덮개가 없이 개방된 형태로 후방에 화물을 싣고 내릴 때 활용되는 문(플랩 혹은 테일 게이트)이 있는 소형 트럭으로 정의할 수 있다.

Tab. 2-1 Definition of Pickup Truck

저자	정의
Um (2020)	<ul style="list-style-type: none"> 승용, 화물적재, 견인에 유리한 차량 승차 공간 뒤 적재함 윗부분이 개방되어있고, 후방에 화물을 싣고 내리는 문이 있는 소형화물차
Moon et al. (2011)	<ul style="list-style-type: none"> 짐칸에 덮개가 없는 소형 트럭 형식 2-3인승/1열로 된 시트를 가짐 낮은 소형 짐칸과 짐받이 플랩을 가짐 4-6인승/2열로 된 시트를 가질 경우 더블 픽업으로 정의

픽업트럭 차량은 크기와 캐빈에 따라 종류가 나뉜다. 먼저, 크기에 따라서 콤팩트 사이즈, 미드 사이즈, 풀 사이즈로 나누어지며 국내의 경우는 콤팩트 사이즈가 주로 사용되며 미국의 경우는 미드 또는 풀 사이즈가 주 사이즈로 이용된다. 그리고 캐빈별로 레귤러, 익스텐드, 풀로 나뉘지며 4도어인 풀 사이즈가 일반적이다. 픽업트럭의 최초는 싱글 캡으로 개발 되었으며 운반 및 배달이 목적인 생계형의 수단에서 점차 승객을 위한 공간 확장으로 더블 캡이 나와 현재 생계수단 뿐만 아니라 승용과 레저용의 다양한 수단을 이용하는 승용형의 개념으로 확대 되었다.

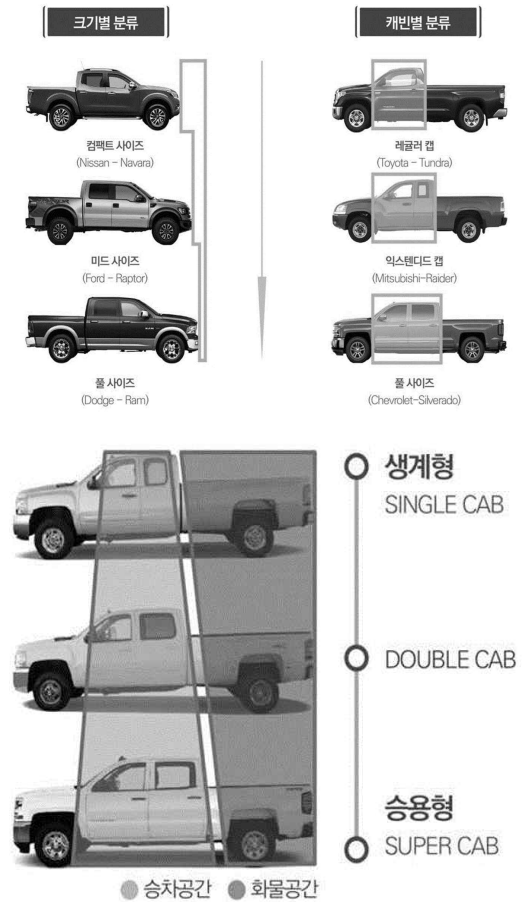


Fig. 2-1 Classification of pickup trucks

2.2 자동차 튜닝 산업 현황

울산발전연구원에 따르면 자동차의 튜닝을 하는 사람들의 목적은 주변 사람들에게 자신의 차량을 과시하기 위한 개성표출, 자동차의 성능 개선을 위한 실용성, 튜닝을 통해 만족감을 느끼는 본인의 즐거움과 같은 세 가지로 유형화한다. (URI 2003). <Fig. 2-2> 과 같이 시대에 따라 단순 적재를 위한 형태 이미지에서 보다 활동적이고 문화와 스타일을 중시하는 형태로 바뀐 모습을 볼 수 있다. 또한 차량의 이미지 또한 개성을 높이기 위해 다양한 방법으로 모습을 변화해 간다.

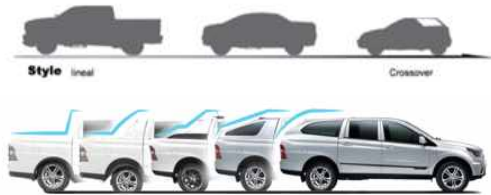


Fig. 2-2 Pickup Truck Hard Top Image according to the Times

한국 튜닝 시장 규모는 2017년 3.8조원으로 주요 자동차 생산국인 미국, 독일, 일본 등의 튜닝 시장 규모에 비해 상대적으로 적은 편이다. 이는 자동차 튜닝을 불법으로 인식하고, 튜닝 자동차는 안전하지 못하는 사회 인식으로 인해 활성화 되지 못하였으나 2019년 정부에서 발표한 자동차 튜닝 활성화 대책과 법, 제도 등을 정비함에 따라 자동차 튜닝에 대한 수요는 확대될 전망이라고 예측한다.

업계 전망에 따르면 2025년 국내 자동차 튜닝 시장은 약 5.5조원으로 확대될 전망이다. 자동차 생산업체는 물론 맞춤형 자동차 튜닝 등을 수행하는 중소 자동차 수리 업체의 경제적 성장 및 고용창출 효과를 기대할 수 있다. 자동차 튜닝에 대한 우리나라 소비자는 물론 세계소비자들의 요구 및 기대가 높아지고 있어 이미 선진국의 자동차업체들이 자동차 튜닝 시장에 적극 참여하고 있고 맞춤형 자

동차 생산에 관심을 두고 있다. (Heo & Lee, 2018). 특히 다양한 소비자 취향을 반영하는 다품종·소량 생산에 대응하기 위해 양산자동차보다 튜닝자동차에 대한 소비자요구는 높아 질 것이다.

2.3 라이프스타일과 소비가치

라이프스타일은 활동영역, 관심분야, 태도 및 가치관 등에 의해서 구체화되고 집단적으로 차별화된 생활양식이다. 라이프스타일은 통해 일상생활의 구성요소인 인간, 시간, 공간이 이루고 있는 생활문화의 제요소들이 그대로 드러날 뿐만 아니라 이들 요소의 변화까지 포함 한다. (Jung & Kim, 2002).

라이프스타일에 따른 시장세분화란 소비자의 다른 라이프스타일에 기초하여 집단 내 구매자들을 나누는 것으로 시장세분화를 위해 라이프스타일의 여러 구성개념 차원들이 사용되고 있고 다양한 군집으로 시장을 세분화하고 있다. (Jung et al., 2003).

소비가치란 개인의 제품선택에 큰 영향을 주는 가치로 제품 유형 선택, 브랜드선택 같은 구매의사 결정과정에서 기준이나 목표가 되는 개념을 말한다. 자동차는 소비자들이 구매를 위한 정보 탐색에 시간과 노력을 많이 기울이는 제품으로, 소비자들은 경제적 가치, 사회적 가치 등 여러 가치를 고려하여 제품을 선택한다. 대중화가 이루어지면서 자동차는 대중의 일상적인 삶과 더욱 깊은 관계를 맺게 되었다. 풍요롭고 복합적인 사회를 이행됨에 따라 자동차에 대한 사람들의 요구는 개별화되고 스타일에 대한 취향도 빠르게 변화하는 경향을 보였다. (Lee, 2009). 사회적, 문화적 요인 등에 의해 여가에 대한 개념도 점차 변하기 시작하였고, 보는 여가(간접 여가)에서 개념이나 단체가 직접 참여(직접 여가)하는 여가로의 발전을 이루게 되었다. 야외(Out-Door)의 레저 활동이 확대되면서 그에 따른 장비와 운송과 이동에 관한 문제를 자동차를 이용함으로써 해결하게 되었고, 여가 형식의 다양화와 그러한 여가를 즐기는 인구의 증가로 인해 새로운 용도의 RV차량들

이 등장하였다. (Kwak & Kim, 2001).

Lee(2009)는 세계의 디자인 경향과 감성 스타일이 개성적 스타일과 소비현상 세분화와 개별화로 이동, 감성과 미학적 연출의 세 가지 방향으로 설명하였다. 그 중 세분화와 개별화로 이동은 다목적, 다기능, 복합기능과 같은 자동차의 다양화에 초점이 강조되면서 차종 간의 성격을 혼합한 차량들이 1900년대 후반부터 나오기 시작했다. 세단, 쿠페, SUV와 같은 단기능 위주의 차량에서 여러 기능을 한 차량에 중복시켜 기능성을 확대하는 개념이었으며 MAV(Multi Activity Vehicle), CV(Combination Vehicle), SUT(Sports Utility Truck) 등 다른 차들의 특성을 묶어 새롭게 만드는 새로운 카테고리의 차량을 일컫는 말들이 다양하게 등장했다. SUT는 원래 노동 현장에서 사용되는 픽업차량을 세단처럼 편안함을 갖추고 스포츠 기기를 실을 수 있도록 만든 고성능 여가용 픽업트럭을 일컫었다.

3. 사용자 분석

3.1 조사 개요 및 방법

사용자 유형 분석에 앞서 이미지 맵핑을 시작으로 시장규모 분석, 가능성을 통하여 픽업트럭 튜닝 시장에 대한 시장가능성과 기회요소를 발견하였다.

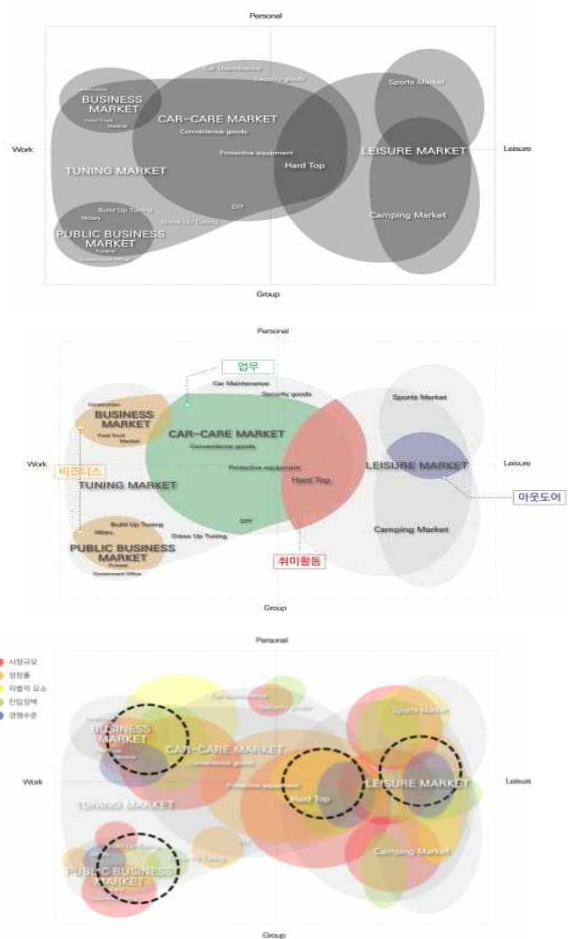


Fig. 3-1 Discovering Opportunity Factors through Market Analysis

<Fig. 3-1>을 통해 픽업트럭 사용자를 야외활동형, 취미활동형, 소규모업무형, 3가지로 분류하였다. 다음의 <Tab. 3-1>은 픽업트럭 사용자 유형을 정리한 내용이다.

Tab. 3-1 Type of Pickup Truck User

사용자 유형	내용
야외활동형	레저/캠핑 등 야외활동을 하는 유형
취미활동형	은퇴 후 취미활동으로 이용하는 유형
소규모업무형	업무를 위해 이용하는 자영업자

3.2. 사용자 유형별 퍼소나

사용자 유형별 세부적인 특징을 살펴보기 위해 야외활동형에서는 캠핑 및 차박을 취미로 하는 청년층을 대상으로, 취미활동형에서는 은퇴후 레포츠나 농사 등의 활동을 하는 중년층을 대상으로, 소규모 업무형에서는 자영업자를 대상으로 인터뷰하여 각 집단의 대표 퍼소나를 제작하였다. 작성한 퍼소나는 <Fig. 3-2>와 같다.



Fig 3-2. Persona by User Type

야외활동형의 퍼소나는 20대 후반의 디자이너로 사회 초년생이다. 도전적인 성향을 보이며 합리적인 소비를 한다. 다양한 활동을 즐기며 새로운 것에 대한 경험을 원한다. 또한 스트레스 해소를 하기위해 픽업트럭을 활용한다. 이런 활동에 맞춰서 다양도 야외용품들을 실을 수 있는 실용적인 적재함과 행동특성을 반영할 수 있는 하드탑 디자인이 필요하다. 취미활동형은 50대의 대학교수로 6000만원의 높은 연봉과 부인과 자녀2명으로 구성된 가족을 꾸리고 있다. 슬로우라이프를 지향하며 자신보다 가족이 우선적인 성향을 보였다. 또한 스스로 무언가를 만들기 위해 직접 구매하는 경우가 많다. 이를 위해 DIY 관리용품들을 적재하기 위한 공간을 원하고 전체적으로 빈티지한 느낌의 디자인을 원했다. 마지막으로 소규모업무형은 40대의 요식업을 하고 있는 자영업자로 긍정적인 성향을 가지고 있고 합리적인 선택을 선호 한다. 이를 위해 다목적 관리용품 등을 간단하게 적재할 수 있는 공간이나 편리한 부가용품을 원한다. 또한 픽업트럭에 대해 크고 작은 손상에 큰 신경을 쓰지 않으며 호통한 성격을 가지고 있다.



4. 결론

4.1 사용자 유형별 디자인 키워드

〈Tab. 4-1〉의 사용자 유형별 키워드를 도출하고 키워드를 분석해보았다. 픽업트럭 사용자들은 유형별로 사용성이 다르기 때문에 필요한 디자인이 다르다. 하지만 공통적으로 드러나는 키워드를 도출하니 도난방지, 적재물 보호, 안전성, 내구성, 다용도 디자인이 있었다.

Tab. 4-1 Deriving Keywords by Pickup Truck User Type

사용자 유형	키워드
야외활동형	외향적, 다용도, 실용적
취미활동형	힐링, 슬로우 라이프, DIY관리, 빈티지
소규모업무형	다목적, 간편성, 실용적, 편리함
공공업무형	맞춤개조, 리모델링,

4.2 사용자 유형별 디자인 방향

앞서 도출된 키워드를 바탕으로 픽업트럭 사용자 유형별 필요한 용품의 새로운 디자인 콘셉트를 제안한다. 야외활동형은 레저용품 및 캠핑 시 적재 용이성을 높이고 활용할 수 있는 디자인 개발이 필요하다.



Fig. 4-1 Outdoor Activity Type

취미활동형은 취미활동 시 적재된 용품을 보호할 수 있고 개성이 높은 유형으로 다양한 형태를 지닌 적재함 덮개 개발이 필요하다.





Fig. 4-2 Hobby Activity Type

소규모업무형은 짐 반출에 용이해야하며 안전하게 탑승이 가능한 디자인과 적재물에 대한 고정 및 이동이 자유로운 디자인이 필요하다.

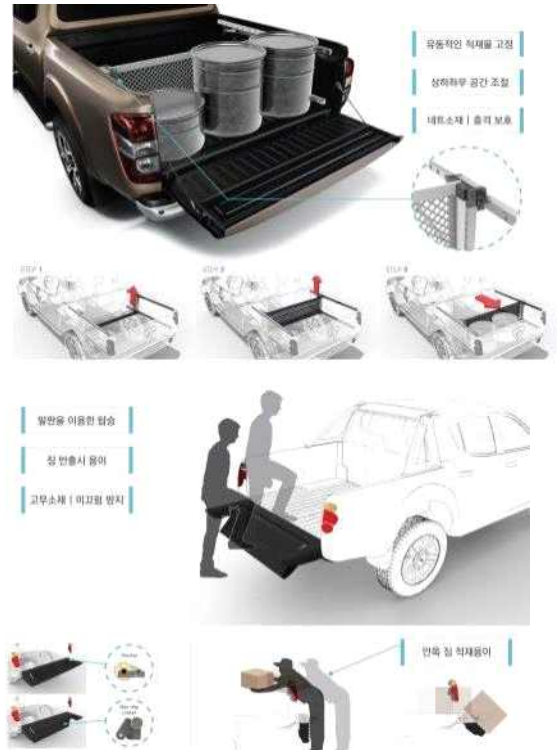





Fig. 4-3 Small Business Type

본 연구는 디자인 씽킹 프로세스를 이용해 사용자 니즈를 파악하여 자동차 애프터마켓 시장 용품 및 튜닝의 디자인콘셉트 방향성을 픽업트럭의 예시로 하여 설명하였다. 픽업트럭의 사용자의 유형은 목적과 용도에 따라 ① 야외활동형, ② 취미활동형, ③ 소규모업무형, ④ 공공업무형 등 네 가지 유형으로 분류하였다. 이를 통해 사용자의 라이프스타일 유형별 다양한 문화 및 활동에 따른 니즈와 의견이 반영된 제품디자인들을 제안하였고 사용자 중심의 인사이트를 발굴하여 필요한 개발 방향성을 제안한 점에 의의가 있으며 향후 자동차 애프터시장의 디자

인 개발 연구로서 활용하고 나아가 관련 시장의 사용자 행태특성 기초연구에도 도움을 줄 것으로 예상된다.

[References]

- [1] Cho, K.S.(2014). *Automobile Design Book*. Gilbut Publications.
- [2] Heo, K.O. and Lee, J.H.(2018). The Impact of Consumer Personality, Attitude towards Automotive Tuning, and Automotive Tuning Information Seeking on Automotive Tuning Behavior. *Consumption Culture Research*, 21(1).
- [3] Heo, H.W.(2019). Service Design Research Centered on Camping Shared Vehicle Users. *Journal of the Korea Contents Association*, 19(8).
- [4] Jung, S.H. and Kim, H.J.(2002). Theoretical Considerations on Lifestyle Research. *Consumption Culture Research*, 5(2).
- [5] Jung, Y.S., Kim, M.S., and Lee, H.T.(2003). Customer Segmentation in the Korean Full-Size Car Market Based on Lifestyle. *Korean Journal of Business Administration*, 20(5), 63-80.
- [6] Kim, K.S.(2012). A Study on Emotional Strategies in Automotive Design: Focusing on American Consumers (Doctoral dissertation). Kookmin University.
- [7] Kwak, Y.M. and Kim, C.S.(2001). A Study on RV (Recreational Vehicle) According to Changes in the Lifestyle of Koreans - Focusing on Minivan Style. *Korean Society of Design*, 35-45.
- [8] Lee, O.B.(2009). A Study on the History of Korean Automobile Design (Doctoral dissertation). Kookmin University.
- [9] Moon. Y.G., Lee, S.H., and Kim, M.Y.(2021.11). Development of the Stiffness Evaluation Method for the Rear Bumper Step of Pick-up Truck. Autumn Conference of the Korean Society of Automotive Engineers, Yeosu.
- [10] Small and Medium Business Administration. (2017). Issue No. 167.
- [11] Ulsan Development Institute. (2016). Diagnosis Study on the Potential for New Growth in the Automotive Tuning Industry.
- [12] Um, M.J.(2020), A study on the design of a small EV pickup truck for outdoor active life in Korea. A master's thesis in Korea, Hongik University Graduate School of Industrial Art, 2020. Seoul
- [13] Yoon, S.G, et al. (2003). A Study on the Composition and Application Model of Experience Design. *Design Studies*, 16(4).

	<p>Lee, Dong-Hun (ldh0862@kku.ac.kr)</p> <p>His research interests include design methodology, service design, design fiction, product-service system, etc., and he is interested in discovering design issues and user-centered research through them.</p>
	<p>Park, Hae-Lim (concept@kku.ac.kr)</p> <p>His research interests include design methodology, process improvement, establishment and use of intellectual property portfolio and more, then in based on design law, he traces in real time the flow of developments in design modeling.</p> <p>He worked at LG Electronics Woomyeon-dong Technology Research Center, Design Management Center (NCD (Next Concept Design) Team Member), MC Design Research Center, Seocho R&D Center for 10 years.</p> <p>Working for 12 years at the Korean Intellectual Property Office and the Intellectual Property Tribunal, he gained experience in establishing, reviewing, adjudicating and litigating copyright policies and strategies of intellectual property from various fields at the forefront of these disciplines.</p> <p>Accumulated experience in advanced design development in various fields through his 22 years of studies, he has developed a human network in the main departments of the central administration.</p> <p>Currently, he works as a professor in the Department of Industrial Design at Konkuk University, where he trains future generation.</p>
	<p>Lee, Sang-ki (lsk_9214@naver.com)</p> <p>He has a wide range of practical and research experience in service design, and has worked at the Advanced Research Department of the Korea Institute of Design Promotion (KIDP) and the R&D department of Swacom Design. He holds a PhD in design from Konkuk University and is currently a senior researcher at the Institute for Urban Disaster Prevention and Safety at University of Seoul.</p>

A Case Study on the Design of Pickup Truck Tuning Equipment according to the Lifestyle of Modern People

Lee, Dong-Hun* · Park, Hae-Lim** · Lee, Sang-Ki***

ABSTRACT

ㄴ

Changes in consumer needs and behaviors according to lifestyle changes lead to consumption culture, affecting the automobile market. However, research and research to provide options tailored to the lifestyle of consumers in related markets are still insufficient. Focusing on pickup truck accessories applied to pickup trucks that reflect lifestyle the most among vehicle types, this study first examined the theoretical background of the aftermarket market and lifestyle of pickup trucks. Second, through image mapping, the market possibilities and opportunity factors of pickup trucks were discovered through market size analysis and possibilities, and through this, user types could be classified. Third, interviews were conducted with those representing user types, the contents were organized, and interviews were conducted centering on related groups to create a persona of a user group, and what needs each group's persona wanted. Finally, a design concept suitable for the issue keywords and insights derived for each user lifestyle type was presented. In this study, the user type was divided into ① outdoor activity type, ② hobby activity type, and ③ small-scale work type, and a design case study was conducted by applying the concept suitable for the keyword for each group. For the outdoor activity type, a variable storage structure and a living space-type accessory design were presented, and for the hobby type, a modular decktop design and a sports coupe-type hardtop design were presented. For the small business type, a partition that is easy to fix the load and a stepper design that is easy to board the cargo box were presented. It is expected that the size of the pickup truck aftermarket will be expanded by diversifying the option designs that users want by lifestyle by applying them to the development of pickup truck accessories that fit the lifestyle of pickup truck users in the automobile market, which is currently mass customized.

Keywords: Pickup Truck, After Market, Product Design, Design Thinking, Concept Design

* First Author, Konkuk University, Graduate School of Design, Master's and Doctoral Integration Course

** Corresponding Author, Konkuk University Global Campus, Graduate School of Design, Professor.

*** Co-Author, Konkuk University Global Campus, Graduate School of Design, Professor.