



# Creating Mobile Presence Final Report

차세대 모바일 디바이스 개발을 위한 최종 보고서

June 21, 2012.



크리베이트는 창의적 혁신으로  
새로운 비즈니스 기회를 만들어가는 회사입니다.  
Consumer-centered Innovation Consultancy

01

## Project Overview

1. Project Objective
2. Project Scope
3. Project Process

02

## Context Domain별 Consumer Themes

1. Productivity
2. Entertainment
3. Well-being
4. Consuming
5. Local Info

03

## Expert Insights

04

## Design Principle

05

## Conclusion

01

## Project Overview

1. Project Objective
2. Project Scope
3. Project Process

02

## Context Domain별 Consumer Themes

1. Productivity
2. Entertainment
3. Consuming
4. Local Info
5. Well-being

03

## Expert Insights

04

## Design Principle

05

## Conclusion

본 프로젝트는  
2015년~2017년 차세대  
모바일 디바이스 및 플랫폼 컨셉을 제안하기 위해  
컨셉 가설을 검증하고  
모바일 기기에 대해 새롭게 나타나는  
소비자 Needs, Experience, Value 등에 관한  
Insight를 개발하는 것을  
본 프로젝트의 목표로 합니다.

# Project Scope



지난 2012년 4월 13일부터 9주간 크리베이트의 4D 프로세스 중 2D 프로세스를 통해 진행되었다.

| 01<br>Discover                                                                                | 02<br>Define                                                    | 03<br>Develop                                                                               | 04<br>Deliver                                                   |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| Module 1 : In-Depth<br>Interview & Consumer<br>Activity<br><br>Module 2 : Expert<br>Interview | Needs Analysis<br><br>Insight Building<br><br>Core Value Define | Creative Workshop<br><br>Concept building<br><br>Concept Filtering<br><br>Concept Detailing | Concept Storytelling<br><br>Visual Scenario<br><br>Final Report |
| Week 1~6                                                                                      | Week 7~9                                                        |                                                                                             |                                                                 |

01 Project Planning

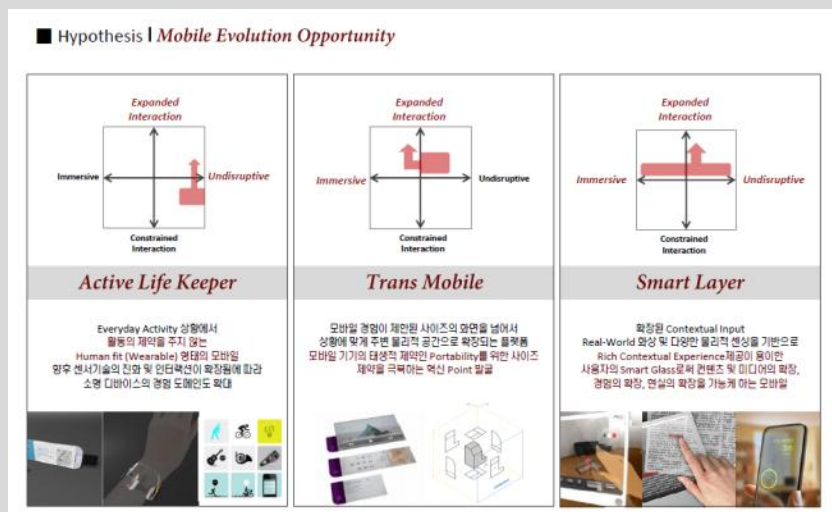
02 Expert Interview

03 Consumer Interview

04 Analysis & Synthesize

05 Final Reporting

## Hypothesis 검증



## 인간의 Experience Domain



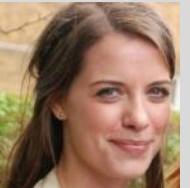
기존의 휴대폰이 Media Fit 이었다면, 향후 휴대폰은 Life Fit으로 진화할 것이라는 가정 아래 삼성 내부적으로 가설로 잡은 3가지 Opportunity 기회 영역을 검증하기 위해서 Entertainment, Commerce, Productivity, Local info, Well-being 이라는 인간의 경험 도메인을 중심으로 살펴보는 것으로 프로젝트 Planning을 하였다.

# Process Review



|                     |                     |                       |                          |                    |
|---------------------|---------------------|-----------------------|--------------------------|--------------------|
| 01 Project Planning | 02 Expert Interview | 03 Consumer Interview | 04 Analysis & Synthesize | 05 Final Reporting |
|---------------------|---------------------|-----------------------|--------------------------|--------------------|

## 7 EXPERTS

| Korea                                                                             |                                                                                   | US                                                                                 |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     | UK                                                                                  |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
| 이중식                                                                               | 류중희                                                                               | 정세주                                                                                | Despina Papadopoulos                                                                | Jessi Baker                                                                         | Alexa Andrzejewski                                                                  | Wesley Robison                                                                      |
|  |  |  |  |  |  |  |
| ← 대면인터뷰 →                                                                         |                                                                                   |                                                                                    | ← 서면인터뷰 →                                                                           |                                                                                     |                                                                                     |                                                                                     |
| 서울대 융합기술대학원<br>디지털 정보융합학과 학과장                                                     | 올라웍스<br>창업자                                                                       | WorkSmart<br>Labs 대표                                                               | Wearable<br>Device Expert                                                           | UI/UX<br>Designer &<br>Technologist                                                 | Foodspotting<br>Founder<br>LBSNS Expert                                             | PSFK<br>Consultant<br>Trend Expert                                                  |

한국, 미국 각 2명씩 4명의 전문가와 Face to Face 인터뷰를 실시하고, 미국 2명, 영국 1명의 Mobile 관련업에 종사하는 전문가와 서면인터뷰를 실시하였다.

# Process Review



| 01 Project Planning | 02 Expert Interview | 03 Consumer Interview | 04 Analysis & Synthesize | 05 Final Reporting |
|---------------------|---------------------|-----------------------|--------------------------|--------------------|
|---------------------|---------------------|-----------------------|--------------------------|--------------------|

15 CONSUMERS

Gender



8 MEN

7 WOMEN

Age

|    |          |
|----|----------|
| 3  | 20 TO 29 |
| 10 | 30 TO 39 |
| 1  | 40 TO 49 |
| 1  | 50 TO 59 |

Korea

Sweden

US

|       |       |        |              |     |                     |                 |                           |                 |                |              |           |               |                |                |
|-------|-------|--------|--------------|-----|---------------------|-----------------|---------------------------|-----------------|----------------|--------------|-----------|---------------|----------------|----------------|
|       |       |        |              |     |                     |                 |                           |                 |                |              |           |               |                |                |
| 진대연   | 이광배   | 박혜영    | 유지성          | 장하나 | Susanne Bryngelsson | Elvira Wennberg | Anton Lof & Malin Hedblom | Gustav Radstrom | Andersson Kent | Thomas Yeung | Ann Price | Elvis Trivino | Abigail Wright | Lee-Sean Huang |
| M     | M     | F      | M            | F   | F                   | F               | 부부                        | M               | M              | M            | F         | M             | F              | M              |
| 31    | 29    | 36     | 41           | 24  | 37                  | 30              | 36/35                     | 31              | 56             | 26           | 30        | 38            | 33             | 31             |
| IT관련업 | IT기획자 | 주부, 교사 | Sports Agent | 대학생 | 디자이너                | Estate Agent    | 광산업/호텔브랜딩 매니저             | Project Manager | IT management  | 웹개발자         | 주부        | 회계사           | 가수             | 디자이너           |

한국, 스웨덴, 미국 3개국 5명씩 총 15명의 소비자를 만났으며 가정, 사무실 등 모바일 사용이 주로 이루어지는 공간에 직접 방문하여 인터뷰와 Observation이 함께 진행되었다.

# Process Review



01 Project  
Planning

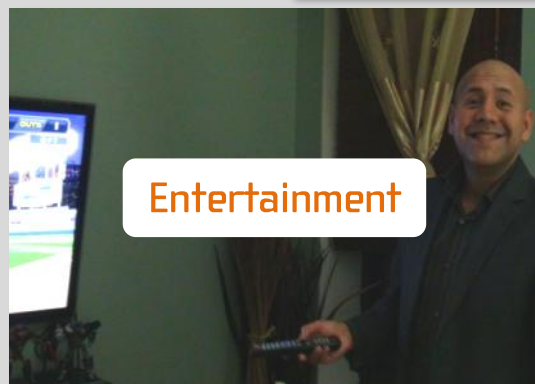
02 Expert  
Interview

03 Consumer  
Interview

04 Analysis &  
Synthesize

05 Final  
Reporting

5 DOMAINS



인터뷰와 함께 자주 사용하는 디바이스나 서비스를 일상 생활 속에서 어떻게 이용하고 있는지 5가지 영역으로 나누어 살펴보았다.

# Process Review



01 Project  
Planning

02 Expert  
Interview

03 Consumer  
Research

04 Analysis &  
Synthesize

05 Final  
Reporting



인터뷰와 Activity를 통해 파악한 내용을 바탕으로, Creating Mobile Presence에서의 Opportunity를 발굴하는 Insight 정리 과정을 거쳤다.

01 Project  
Planning

02 Expert  
Interview

03 Consumer  
Research

04 Analysis &  
Synthesize

05 Final  
Reporting



Life Fit의 진화 방향성을 기반으로 한  
새로운 모바일 디바이스 플랫폼의 기회는 무엇인가?

01

## Project Overview

1. Project Objective
2. Project Scope
3. Project Process

02

## Context Domain별 Consumer Themes

1. Productivity
2. Entertainment
3. Well-being
4. Consuming
5. Local Info

03

## Expert Insights

04

## Design Principle

05

## Conclusion

# Context Domain별 Consumer Insights



## Productivity

1. Immediate Capture
2. Contextual Organization
3. Effective Recall Cue
4. Action Depth Minimization
5. Visual Flow Representation
6. Work-life Separation
7. Piled Contents Disposal
8. Compatibility Problem
9. Originality of Digital Contents

## Entertainment

1. Routine Cutoff
2. Family Bonding Entertainment
3. Social Entertainment Support
4. Productive Entertainment
5. Device Diversion-Camera
6. Size-Limited Screen
7. Formless Ownership

## Well-being

1. Selective Detachment
2. Exercise Booster
3. Change Tracker
4. Relevant Information Guide
5. Seamless Interruption
6. Concerns of Technology Attachment

## Consuming

1. Dynamic Shopping Experience
2. Real-time Shopping Inspiration
3. Borderless On/Offline Shopping
4. Effortless Payment
5. Identity Curation
6. Social Confidence

## Local Info

1. Newness
2. Expectation
3. Discovering Authenticity

## 01\_ Immediate Capture

- + 무언가 저장하기 위해 사진을 찍거나 화면을 캡처하거나 메모 앱으로 기록해놓는다.
- + 순간적으로 떠오른 생각이 사라지기 전에 저장하고 싶기 때문이다.
- + 하지만 스마트폰은 순발력이 떨어지며, 미디어의 기록 방식이 제한적이다.
- + 사람들은 빠르게 기록하길 원하며, 통합적인 멀티미디어 기록이 되길 바란다.

### Consumer Quotes

디자인에 도움될 만한 자료를 메모하는 앱이 필요하다.

"Well the camera, for example. This one that I visually find inspiration. And also write down small notes that I was talking about if I get any data that I can transfer into works. I will do that, but I don't have any good app for that. I think I would prefer an app that I could mix images like a photo and capturing.. (...) I take picture and I write. Now stay in different places

예를 들어 카메라가 있죠. 이걸로 시각적인 영감을 찾죠. 그리고 메모를 하기도 해요. 일 에 도움될 데이터가 생기면. 그걸 할 텐데 그걸 하는 좋은 앱이 없어요. 저는 이미지도 있고 사진도 찍고 캡처도 하는 그런 앱이 있었으면 좋겠어요. (...) 사진을 찍고 글을 쓰면 지금은 그것들이 다른 곳에 저장이 되죠." – Susanne Bryngelsson, 30대 디자이너 [S1-8]

평소에 생각나는 걸 스마트펜으로 적어놓는다.

"스마트 펜이라는 거 예요. 이거는 평소에 제가 생각하는 거나 회의 때나 기록을 해 놔요. 그래서 제가 여기다가 ... 스마트 펜은 음성으로 녹음이 되니까...그래서 제가 여기다가 적으면 1번 하고 적고, 2번하고 적고, 3번하고 적고 하잖아요. 적고 나서 여기를 누르면 제가 이거를 쓸 때 했던 말이 나와요. 3번 누르면 3번 했을 때 썼던 말이 나와요. 그래서 이걸 회의할 때 쓰면 좋아요. 왜냐하면 회의할 때 전체 내용을 잘 모르는 게 아니라 이 때 무슨 얘길 했지 까먹었을 때 이게 찍어놓으면 그 때 사람들이 했던 말이 들리거든요." – 진대연, 30대 IT관련업 [K1-7]

여행 중 에버노트에 사진과 동영상을 찍어놓는다.

"저는 그래 제 방식으로 저장을 해요. 사진 무지하게 많이 찍어요. 가면 한 천장씩 찍어오거든요? 에버노트에 제 기록을 남겼어요. 일기를 쓴 거예요. 사진 찍으면서. 절대 길게 안 써요. 짧게 짧게. ... 사람들이 대회가 어떤식으로 열리는지 잘 모르잖아요. 동영상으로 찍어놓으면.. 아 사람들이 정말 이렇게 뛰는구나 아 뭔가 갖춰놓고, 근데 보면 표정들이 다 밝아요. 가서 고생하는데. 그걸 말로 설명할 이유가. 보여주면 그냥 느낌이 오잖아요. 아 저사람들은 왜이렇게 즐거울까." - 유지성, 40대 스포츠에이전트 [K4-8]

## 01\_ Immediate Capture

- + 무언가 저장하기 위해 사진을 찍거나 화면을 캡처하거나 메모 앱으로 기록해놓는다.
- + 순간적으로 떠오른 생각이 사라지기 전에 저장하고 싶기 때문이다.
- + 하지만 스마트폰은 순발력이 떨어지며, 미디어의 기록 방식이 제한적이다.
- + 사람들은 빠르게 기록하길 원하며, 통합적인 멀티미디어 기록이 되길 바란다.

### Consumer Quotes

디자인에 도움될 만한 자료를 메모하는 앱이 필요하다.



스마트펜으로 음성 녹음 기능을 보여주는 모습  
- 진대연, 30대 IT관련업



자신이 캡처한 사진에 그림을 그리는 모습  
-Susanne Bryngelsson, 30대 디자이너

- + 사용자들은 콘텐츠를 나중에 Recall하기 위해서 정리를 하려고 한다.
- + 하지만 콘텐츠가 점점 많아지는 상황이 되어, 사용자가 간편하게 정리하기 어렵게 되었다.
- + 몇몇 사람들은 태그, 사진, 메모로 흔적을 남겨 놓지만, 이는 상당한 노력이 필요한 일이다.
- + 콘텐츠를 쉽게 Context와 함께 기록, 정리를 할 수 있다면 사용자들이 Recall하기 쉬워진다.

### Consumer Quotes

음악 안에 있는 모든 태그 정보를 직접 입력한다.

“약간 정리 벽이 있어요. 음악 안에 있는 태그 정보들도 다 관리를 하거든요. 예를 들어, 프로듀서는 누군지, 레이블은 어딘지, 이런 것들을 음악 다 정리를 해요. 제가 리스트로 정리를 해놓으니깐 검색을 별로 쓸 필요 없을 정도로 인덱싱이 되어 있으니까요.” – 이광배 20대 IT기업 직장인[K3-2]

사진을 보면 주변 상황, 있었던 일이 기억난다.

“저는 다행스러운 게 지명, 사람이름, 전화번호 숫자 잘 기억 못해요. 근데 사진을 보잖아요? 그럼 그 당시의 주변환경, 전후로 뭔 일 있었는지 다 기억이 납니다. “- 유지성, 40대 스포츠에이전트 [K4-8]

지난 스케줄 옆에 그 때 일에 대한 감정을 남겨 놓는다.

“I wrote down over here tired, long meeting, and I feel like I'm the one pushing the wall. So, that one – that would be what I'm feeling at the time as well, and that to me is important about when I go into a meeting with somebody, I can like, look back and say, why did I – why did I not – why did I stop work with them? And I can look, oh, because the weren't putting their weight, and this is what I was feeling. So, I have a lot of like smiley faces and sad faces.

내가 무리하는 것 같다. - 그게 당시 제가 느낀 점이고요. 제가 나중에 이 일을 돌아봤을 때 내가 왜 그때 그들과 일하길 그만두지 않았을까? 하고 반성할 수 있어서 감정을 써놓는 게 중요합니다. 그 일을 돌아보고 아, 그 때 그들은 최선을 다하지 않았구나, 그래서 내가 이렇게 느꼈구나 하고 볼 수 있는 거죠. 그래서 이렇게 웃는 얼굴과 우는 얼굴 그림들을 그려놓았어요.” – Thomas Yeung, 20대 웹개발자 [U4-9]

- + 사용자들은 콘텐츠를 나중에 Recall하기 위해서 정리를 하려고 한다.
- + 하지만 콘텐츠가 점점 많아지는 상황이 되어, 사용자가 간편하게 정리하기 어렵게 되었다.
- + 몇몇 사람들은 태그, 사진, 메모로 흔적을 남겨 놓지만, 이는 상당한 노력이 필요한 일이다.
- + 콘텐츠를 쉽게 Context와 함께 기록, 정리를 할 수 있다면 사용자들이 Recall하기 쉬워진다.

### Consumer Quotes

음악 안에 있는 모든 태그 정보를 직접 입력한다.



사막 트래킹 대회 중 사진을 보며 당시 상황을 리콜하는 모습  
- 유지성, 40대 스포츠에이전트



일기장에 써놓은 내용을 보며 과거를 리콜하는 모습  
- Thomas Yeung, 20대 웹개발자

- + 사용자들은 Recall을 위해 노트에 적거나 포스트잇에 써서 보이는 곳에 붙여 놓는다.
- + 인간이 무언가를 Recall하려면 내용 자체를 기억하는 것이 아니라 단서[cue]가 필요하다.
- + 단서는 글씨를 썼다는 사실, 어디에 놓았다는 사실 등 자신의 행위 자체인 경우가 많다.
- + 디지털 공간의 Recall Cue는 아날로그만큼 쉽게 사용자들이 인지할 수 있지 않다.

### Consumer Quotes

적는다는 과정 자체가 생각을 구조화하고 기억의 단서를 제공하므로 중요하다.

"Not really, I don't think of anything quite like that. No, this is – for me, this is a main way just to keep memories, keep – you know, let me remember what I have been doing.

아뇨, 그건 아닌 것 같아요. 이건 제게 기억을 저장하는 방법이에요. 제가 지금까지 뭘 하고 있었나 기억할 수 있도록 하는 그런 거요."

"Yes. When I write something down in this book, I would remember that I was the one that actually wrote it down if it were online, it reads much more like a text book, or it reads much more like someone else's diary.

네. 제가 이 공책에 뭔가를 적으면 나중에 제가 적었다는 것을 기억하겠죠. 하지만 온라인상으로 읽을 땐 교과서나 다른 사람의 일기장처럼 느껴져요." - Thomas Yeung, 20대 웹개발자 [U4-10]

중요한 메모는 언제나 알아볼 수 있게 주변에 존재하게 한다.

I have – plus you know, it's kind of all around my apartment to remind me to ask myself positive questions.

그리고 포스트잇이 제 아파트 사방에 있어서 긍정적인 질문을 하도록 상기시켜줘요. – Abigail Wright, 30대 가수 [U1-5]

## 03\_Effective Recall Cue

- + 사용자들은 Recall을 위해 노트에 적거나 포스트잇에 써서 보이는 곳에 붙여 놓는다.
- + 인간이 무언가를 Recall하려면 내용 자체를 기억하는 것이 아니라 단서(cue)가 필요하다.
- + 단서는 글씨를 썼다는 사실, 어디에 놓았다는 사실 등 자신의 행위 자체인 경우가 많다.
- + 디지털 공간의 Recall Cue는 아날로그만큼 쉽게 사용자들이 인지할 수 있지 않다.

### Consumer Quotes

적는다는 과정 자체가 생각을 구조화하고 기억의 단서를 제공하므로 중요하다.

"Not really, I don't do it often."

아뇨, 그건 아닌 것 같아요.

"Yes. When I write it down, it reads much more clearly."

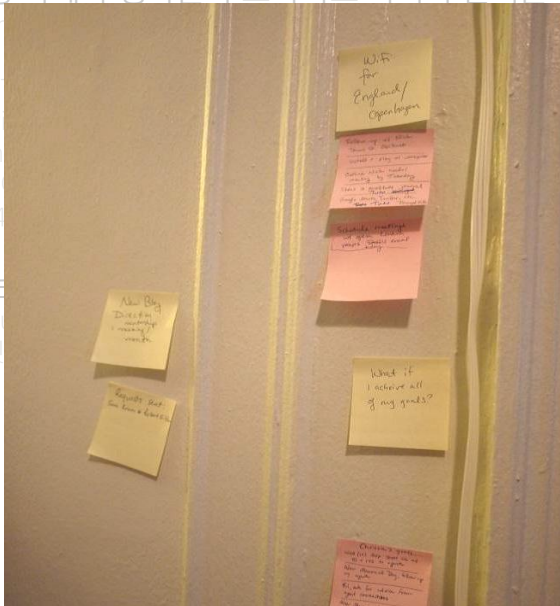
네. 제가 이 공책을 쓸 때 읽는 게 훨씬 명확해져요.

대 웹개발자 (U40)

중요한 메모는

I have - plus you can see it all the time."

그리고 포스트잇



자신에게 중요한 것을 상기시키기 위한 포스트잇  
- Abigail Wright, 30대 가수



자신의 아이디어를 적어 놓은 노트  
- Thomas Yeung, 20대 웹개발자

- + 사용자들은 자주 쓰는 기능을 시작화면의 바로 가기를 추가하거나 주변 기기 (ex. 알람시계)를 사용하여 재빠르게 실행한다.
- + 많은 기능들이 스마트폰이라는 하나의 디바이스로 통합 되면서, 사용자가 자주 사용하는 기능을 실행시킬 때의 동작 깊이(action depth)가 증가되었다.
- + 사용자들은 자주 쓰는 기능일수록 최대한 동작 깊이를 줄이고 싶어 한다.

### Consumer Quotes

자주 쓰는 알람 기능은 따로 떼서 쓴다.

“이렇게 시간을 정해놓으면 제가 더 집중을 하게 되요. 이 시간에 끝내야 한다는 생각 때문에. 그래서 이렇게 30 분에 놓으면 세팅이 되요. 그럼 30 분 후에 알람이 울려요. 그런데 이거 세팅 할 때 알람 키기가 귀찮더라고요. 그래서 요런 걸 산 거예요.” – 진대연, 30대 IT관련업 [K1-12]

손으로 그림을 그리거나 디자인 작업을 할 때 편하다.

“노트는 인터페이스가 훨씬 더 자유롭잖아요. 인터페이스라는 말을 안 써도. 구획이 없고 예를 들어서 맥북에서는 동그라미를 그리려면 동그라미를 선택하고 바꿔야 되는데 노트 쓸 때는 동그라미는 이미 내 손 안에 템플릿으로 저장되어 있는 거잖아요?” – 이광배, IT기업 직장인 [K3-14]

가장 많이 쓰는 앱에 빨리 접속하고 싶어 첫페이지에 넣는다.

“These are new apps and they are not in the folders, yeah but for the 1st pager, these are the apps that I use the most and they'll be always there. 이걸 폴더에 아직 안 들어간 새로운 앱들이예요. 하지만 첫 번째 페이지엔 제가 가장 자주 쓰는 앱들이 영원히 있을 거예요.” – Andersson Kent, 50대 IT매니저 [55-7]

한번의 버튼을 누르면 바로 음성 인식 검색 기능이 시작된다.

“Sure. So, on the android phone you just have to hold down the search button, and then it does a voice search for you. So whatever you say now actually gets search on Google.

네. 안드로이드폰에선 버튼을 누르고 있으면 알아서 음성 인식 검색을 해줘요. 그래서 앞으로 뭔가 말하면 구글에 검색을 해주죠.” – Thomas Yeung, 20대 웹개발자 [U4-19]

## 04\_Action Depth Minimization

- + 사용자들은 자주 쓰는 기능을 시작화면의 바로 가기를 추가하거나 주변 기기 (ex. 알람시계)를 사용하여 재빠르게 실행한다.
- + 많은 기능들이 스마트폰이라는 하나의 디바이스로 통합 되면서, 사용자가 자주 사용하는 기능을 실행시킬 때의 동작 깊이(action depth)가 증가되었다.
- + 사용자들은 자주 쓰는 기능일수록 최대한 동작 깊이를 줄이고 싶어 한다.

## Consumer Quotes

자주 쓰는 알람 기능은 따로 떼서 쓴다.



자주 쓰는 기능인 알람시계를 별도로 사용  
- 진대연, 30대 IT관련업



자주 쓰는 앱을 넣은 첫 화면  
- Andersson Kent, 50대 IT매니저

- + 현재는 종이에 그림이나 Flow를 그려 작업을 하는 사용자가 많다.
- + 인간은 마인드맵 같이 시각적이고 비선형적인 방식으로 생각하고 표현한다.
- + 현재 디지털 기기에서 인간의 사고 구조 같은 형태를 기록하고 표현하기 어렵다.
- + Flow의 중간 과정을 저장하고 싶어한다. 특히 창의적인 작업 시 이러한 요구가 더 크다.

## Consumer Quotes

### 와이어 프레임 작업을 할 땐 손으로 한다

“플로우를 그리고 목업을 만들고 그럴 땐 손으로 해요. 예를 들어 와이어 프레임을 할 때 맥북에어에서 많이 쓰는 게 옴니그래프라는 앱인데요. 되게 편해요. 그래도 손으로 하는 게 훨씬 더 좋아요. 적어도 맨 처음에 아이디어를 정리할 때는 훨씬 더 빨리 정리가 되죠” - 이광배, 20대 IT기획자 [K3-14]

### 노트는 금방 쓸 수 있는 공간 같은 것이다.

“I make a sign here and it's most simple to write on the paper and move the contents here. But when you're writing a list, you're writing a lot of things here; this is more brainstorming. And then I take them away. I don't need the paper anymore after moving contents. I do a lot of mind mapping. It's more like a immediate writing space.

브레인스토밍 이니까요. 저는 마인드맵핑을 많이 하거든요. 이건 뭔가 금방 쓸 수 있는 공간 같은거죠. [...] 이렇게 쓸 수 있으면, 어디에나 쓸 수 있어요. 펜이 쓰는 데는 더 빨라요. 그래서 펜이 있는 게 좋은 거예요. 하지만 그 다음엔 종이를 찢어내 버려요. 콘텐츠를 옮긴 다음에는 종이가 필요 없어요.” - Andersson Kent, 50대 IT 매니저 [55-10]

### 스케치를 하다가 작업 과정을 나중에 볼 수 있도록 중간 중간 사진을 찍어 둔다.

“If I make a sketch that I'm happy with, I usually take a photo of it before it gets demolated by me. (...) And then I'm so focused on that sketch when ink goes on top of the other one, I'm not even aware of it. I can't recognize; looks very creative but you can't read or save sketch from it. (...) I usually throw them away.

맘에 드는 스케치가 있으면 제가 더 망가뜨리기 전에 사진을 찍어요. 그러면 너무 집중하느라 이 스케치가 다른 거 위에 올라가나 신경도 안 써요. 못 알아차려요. 창의적으로 보이지만, 읽을 수도 없고 그 스케치를 저장할 수도 없죠. (...) [사진 찍고 나면] 보통 그냥 버려요.” - Susanne Bryngelsson, 30대 디자이너 [51-9]

### 메모를 적었을 당시 무슨 일이 있었는지 알 수 있다.

“이거는 평소에 제가 생각하는 거나 회의 때나 기록을 해 놔요. 그래서 제가 여기다가 적으면 그래서 제가 여기다가 적으면 1번 하고 적고, 2번하고 적고, 3번하고 적고 하잖아요. 적고 나서 여기를 누르면 제가 이거를 쓸 때 했던 말이 나와요. 3번 누르면 3번 했을 때 썼던 말이 나와요.” - 진대연, 30대 IT관련업 [K1-7]

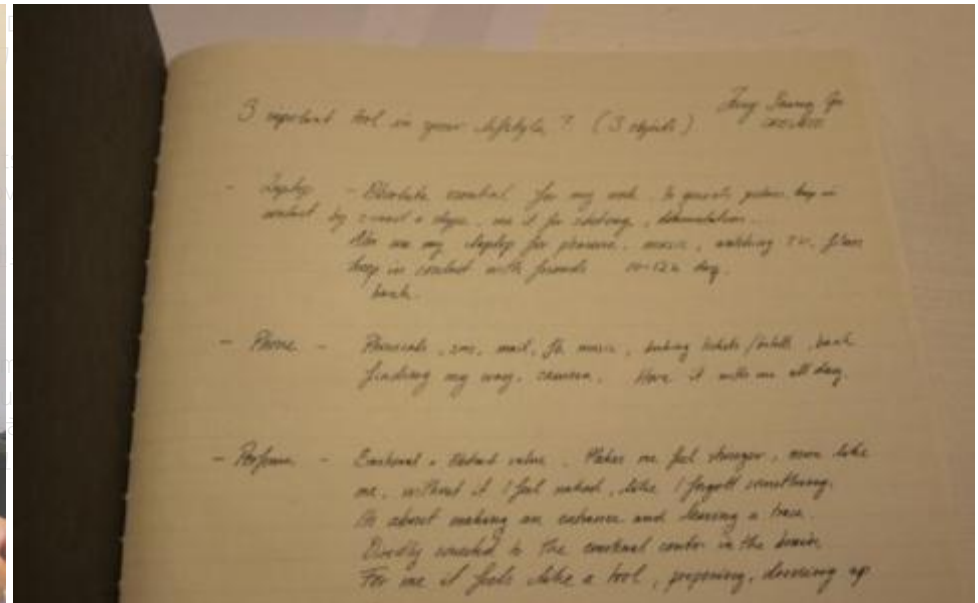
- + 현재는 종이에 그림이나 Flow를 그려 작업을 하는 사용자가 많다.
- + 인간은 마인드맵 같이 시각적이고 비선형적인 방식으로 생각하고 표현한다.
- + 현재 디지털 기기에서 인간의 사고 구조 같은 형태를 기록하고 표현하기 어렵다.
- + Flow의 중간 과정을 저장하고 싶어한다. 특히 창의적인 작업 시 이러한 요구가 더 크다.

### Consumer Quotes

와이어 프레임 작업을 할 때 손으로 한다



노트에 마인드맵핑을 하는 모습  
- Andersson Kent, 50대 IT매니저



자신을 생각을 구조화한 노트  
- Susanne Bryngelsson, 30대 디자이너

- + 사용자들이 스마트폰 덕분에 공간 제약 없이 일할 수 있는 자유가 생겼지만, 사생활과 업무의 경계선이 흐려졌다.
- + 그럼에도 불구하고, 사용자들은 하나의 스마트폰을 항상 지니길 원한다.
- + 하지만 시간과 장소에 따라 (ex. 퇴근 후) 일과 일상을 구분이 되었으면 한다.

### Consumer Quotes

일과 일상을 구분하기 위해서 노트북을 따로 쓴다.

"I'm okay having them separate, because again I like having my work life and personal life separate. And I think as a freelancer it's very difficult to do something like that, so this is one station..."

그것들[작업용 노트북과 가정용 노트북]은 따로 분리되어 있는 게 좋아요, 왜냐하면 전 일과 개인적인 삶을 분리해두는 게 좋거든요. 그리고 자유계약자로써 그게 힘들거든요"  
- Thomas Yeung, 20대 웹개발자 (U4-4)

여행 가서는 핸드폰을 꺼둔다.

"Sometimes when we travel I turn off the phone for weeks. I don't use it a lot. And then we have the camera instead. (...) These are office phones. It's not private. Our life between free time and work time is very blurred.

가끔 여행을 가면 핸드폰을 몇 주씩 꺼놔요. 많이 안 쓰거든요. 그러면 그 대신 카메라가 있죠. 제 스마트폰은 개인용이 아니라 회사용 핸드폰이에요. 사생활과 일하는 시간의 구분이 명확하지가 않죠." - Malin Hedblom, 30대 호텔브랜딩매니저 (S3-6)

스마트폰 덕분에 밖에서도 일할 수 있는 자유가 생겼지만 사생활과 일의 구분이 흐려져 조심한다.

"Not only for company, but you're now able to travel.

회사 뿐만 아니라 이제 여행을 할 수도 있잖아요."

"Even if I'm away for weeks, I can actually do some work.

몇 주 동안 다른 데 있더라도 일을 할 수가 있어요."

"But you have to be careful as well; your private life and your commercial life, they're more mixing together; you have to set up a line.

하지만 조심도 해야 되죠. 사생활과 회사생활. 그게 더 섞이니까 그 기준을 잘 세워야 해요." - Andersson Kent, 50대 IT매니저 (S5-etc.)

## 07\_Piled Contents Disposal

- + 새로운 콘텐츠를 설치할 때가 기존 콘텐츠를 지우거나 정리하는 일보다 월등히 많다.
- + 쌓여있는 콘텐츠의 존재를 인지하면 삭제해야 한다는 압박감을 느낀다.
- + 사용자는 어떤 것이더라도 정리된 콘텐츠들을 쉽게 삭제하지 못한다.
- + 어떤 콘텐츠든 나중에 필요한 가능성이 있다고 생각하기 때문이다.

## Consumer Quotes

깔기는 쉬우나 잊어버리고 삭제하지 않는다. 쌓여있는 이메일을 처리하면 신이 난다.

"It's something I just recently downloaded. They were on the iPhone for a long time and they've just..."

"최근에 다운로드한건데요. 아이폰에 오랫동안 있었는데.."

"I'm not sure what this is."

원지 저도 잘 모르겠어요." - Abigail Wright, 30대 가수 (U1-8)

"My emails, I have synced for 30 – or I have all of my – I cleaned out my inbox, I'm so excited."

30 개의 이메일이 받은 편지함에 있었는데 다 지워서 신이 나네요 " - Abigail Wright, 30대 가수 (U1-8)

필요 없는 자료는 지웠으면 한다.

"네, 지우는 게 엄청난 일이죠. 한 방에 밀 수 있으면, 그런 게 있더라고요. 밀면 언젠가 또 필요하지 않을까. 정말로 지금 용량이 모자르지 않기 때문에 내버려 두고 있어요." - 진대연, 30대 IT관련업 (K1-13)

많은 메일 등을 한번에 확인 할 때는 제목에 따라 삭제를 한다.

"It could be as many as 100 emails. If I go on vacation it's like forget it. I have to go literally check – and that's – I'm on vacation and I'm checking my phone going yes, I can delete, delete, delete, that you know but –or if I'm at the park I'm deleting stuff or reading stuff. It's a lot of emails that come in and usually some will be pretty clear"

많은 100 개의 이메일까지 받아요. 휴가라도 간다면 아예 확인을 안 하죠. 휴가를 떠나서 폰으로 확인하면 전부 삭제를 해요. 하지만 공원에 앉아 있다면 삭제하기도 하고 읽기도 하죠. 정말 많은 양의 이메일이 들어오는데 어떤 것들은 꽤 명확하고 제목에 무슨 내용의 이메일인지 정확히 알려주는 게 참 좋아요. " - Ann Price, 30대 주부 (U2-5)

필요 없는 앱은 바로 지운다.

"When I have it up here and you haven't used it for two months, I just delete it."

만약에 여기 있고 2달 동안 안 썼으면 지워버려요. 왜냐면 만약에 필요하면 다시 찾는게 너무 쉽기 때문이에요." - Andersson Kent, 50대 IT매니저 (S5-7)

- + 스마트폰을 중심으로 기존에 쓰던 기기들(랩탑, 카메라 등)과 새로운 기기(태블릿, 스마트 TV 등)이 서로 연결되는 경우가 많아졌다.
- + 기기간 최대한 시너지를 만들기 위해 호환성이 크게 중요하게 나타났다.
- + 사용자들은 플랫폼을 통일하거나 플랫폼 간 호환성을 높여, 여러 기기를 쉽게 함께 이용하고 싶어 한다.

## Consumer Quotes

여러 기기에서 나의 데이터를 접근하여 열어보고 싶다.

“보니까 에버노트는 이제 제일 중요한 건 어디다가 적었는데 어디다 적었는지 모를 때가 많거든요. 예를 들어서 디지털 도구를 많아지잖아요. PC 에다 적었는지 아니면 여기 아이폰에다가 적었는지. 일반적으로 그런 메모가 있으면 예전엔 저한테 메일을 보냈어요. 그러면 제가 무조건 확인을 하니까. 그런데 이제 에버노트는 말 그대로 동기화가 되고 모든 디바이스에서 쓸 수 있다는 점 때문에 살아남은 비결이죠.” - 진대연, 30대 IT관련업 [K1-1]

“그러니까 저는 만들 때는 아이패드는 초안이에요. 뭘 아이패드로 쓴다 아이패드는 초안만 되는 거고요, 제대로 된 작업은 다 PC 죠. 윈도우즈 PC. 우리나라는 다 오피스 세상이기 때문에 MS 세상이기 때문에 잘못 꺼내지면 다 깨지거든요.” - 진대연, 30대 IT관련업 [K1-1]

“애플(윈도우 랩탑)을 산 이유를 아까 말씀 드린 것처럼 유일한 건 호환성 때문에. 사실상 외부에서 작업을 할 일이 그렇게 많지는 않아요.” - 진대연, 30대 IT관련업 [K1-1]

디바이스 끼리 상호 호환성이 중요하다.

“Yes. So like my Xbox is Microsoft based, my phone is android based, and so is my eReader. But the eReader is on a different system, it's on the Nook, which is the closest (inaudible). My development system is a Linux.

네. 제 Xbox 는 마이크로소프트사 것이고, 폰은안드로이드, 그리고 eReader 도 마찬가지죠. 하지만 eReader 는 다른 시스템에서 가동해요, Nook 에서요, 제 개발 시스템은 Linux 에요.” - Thomas Yeung, 20대 웹개발자 [U4-23]

하나의 플랫폼으로 여러가지 툴을 쓰고 싶다.

“But if we have the platform that we can use whatever tools, that'll be great.

하지만 만약에 우리에게 플랫폼이 있다면, 우리는 어떤 도구든지 쓸 수 있을 것이고 대단할 거예요.” - Andersson Kent, 50대 IT매니저 [55-etc.]

- + 사람들은 여전히 ‘원본’만이 신뢰할 수 있다고 믿는 경향이 있다. 중요한 계약 관련 서류를 종이 문서를 소유한다. 또한 자신이 손으로 쓴 일기장에 특별히 높은 가치를 부여한다.
- + 디지털 콘텐츠를 보안 시스템이 갖춰지더라도 복제될 가능성이 있다고 생각한다. 키보드로 입력한 내용은 개성을 드러내기 힘들다고 말한다.
- + 아날로그적 가치를 높이 평가하지만, 편의성을 위해 안전하게 디지털화 되기를 바란다.

### Consumer Quotes

원본을 증명하기 위해 고객작성 서류는 모두 아날로그로 처리가 된다.

“This is for sellers; the customers fill this in for me. I also have to work even more because they fill it in and I put it on computer. It's old-fashioned. 이 문서들은 셀러들을 위한거예요. 이거는 고객들이 작성해서 저에게 주는 거구요. 그들이 작성한걸 컴퓨터로 옮겨야 되니까 일이 더 많죠. 오래된 방식이에요.”  
- Elvira Wennberg, 30대 부동산 에이전트 (S2-7)

내가 손으로 쓴 노트는 소중하다.

“왜냐면 디지털 디바이스의 데이터들은 디바이스가 없어도 어딘가 올려져 있거든요. 그게 좋아진 거죠. 그런데 노트는 되게 오리지널한 거고. 그래서요. 저 유럽여행 하면서 이 노트를 호텔에 놓고 다른 도시에 간 적이 있었어요. 그래서 노트 찾으러 다시 기차타고 돌아가서 다시 찾았어요.” – 이광배, 20대 IT기획자 (K3-15)

손으로 적는 것이 나를 대표하고 소유를 상징한다.

“The advantage of pen and paper?

손으로 필기하는 것의 장점?

I think there is much more of an emotional connection to it still, because with typing something up, anyone could have typed it.

훨씬 더 감정적인 유대감이 형성되는 것 같아요, 왜냐하면 입력한 글자는 아무나 입력할 수 있잖아요.”

This is now your property, it represents you, and it...

이제 이건 당신의 소유고, 당신을 대표하죠

Yes.

네 “ – Thomas Yeung, 20대 웹개발자 (U4-10)

### 09\_Originality of Digital Contents

- + 사람들은 여전히 '원본'만이 신뢰할 수 있다고 믿는 경향이 있다. 중요한 계약 관련 서류를 종이 문서를 소유한다. 또한 자신이 손으로 쓴 일기장에 특별히 높은 가치를 부여한다.
- + 디지털 콘텐츠를 보안 시스템이 갖춰지더라도 복제될 가능성이 있다고 생각한다. 키보드로 입력한 내용은 개성을 드러내기 힘들다고 말한다.
- + 아날로그적 가치를 높이 평가하지만, 편의성을 위해 안전하게 디지털화 되기를 바란다.

### Consumer Quotes

원본을 증명하기 위해 고객작성 서류는 모두 아날로그로 처리가 된다.



자신이 소중히 여기는 노트  
- 이광배, 20대 IT기획자



계약에 필요한 원본 종이 서류  
- Elvira Wennberg, 30대 부동산 에이전트

- + 현실 세계는 끊임 없이 이어지기 때문에, 사용자들은 스트레스 해소를 위해 일상에서 벗어나고 싶어 한다.
- + 일상을 벗어나는 도구로 엔터테인먼트를 활용하는데, 이는 일정시간 동안이라도 몰입을 통해 다른 세상과 단절된 경험할 수 있기 때문이다.
- + 그래서 기기나 콘텐츠가 자신이 최대한 집중하여 몰입할 수 있도록 도와주었으면 한다.

## Consumer Quotes

영화를 보거나 다른 일을 해서 스트레스를 해소하고 싶다.

"I try to distract myself. I try to distract myself from the sense that I'm stressed out.  
주의를 다른 곳으로 돌리려고 해요. 스트레스를 받고 있다는 것으로부터 주의를 돌리는 거죠 "

"I do accounting work, so it's kind of like repetitious, the same thing. So, my routine at work is not that much of a difference from last week and the week before, so you kind of get bored easily. So, I go there and do my work, or sometimes I do my work fast so I can get everything done right away, so I can have that extra few minutes. So I can just say, "You know what, let me go online and surf". Or let me go and get on the phone and watch a movie, things like that.

저는 회계일을 해서 매우 반복적이에요. 그래서 제 일의 루틴은 저번주나 그 전 주랑 크게 다르지 않죠 그래서 쉽게 지루해져요. 그래서 전 가서 일을 하거나, 아니면 일을 엄청나게 빨리 해서 모든 걸 끝내고 몇 분이 남기도 해요. 그럼 그 때 인터넷 쇼핑을 하거나 폰으로 영화를 보거나 하는 거죠. " - Elvis Trivino, 30대 회계사(U3-8)

퇴근 후에는 두뇌를 정지시키고 싶다.

"Yes. And after I'm done with work at six o'clock then I stop my mind.

네. 그리고 6 시에 일이 끝나면 제 두뇌를 정지시켜요.

Yeah it basically stops. So in the morning I would do crosswords, in the evening I would not.

네, 정지되요. 아침엔 단어퍼즐을 맞추지만 저녁엔 안 해요.

"I think I like doing different things. So, if I spend an hour watching TV, I also get bored.

전여러가지 다른 것들을 하는 게 좋아요. 그래서 텔레비전을 한시간 보고 나면 또 지루해지죠." - Thomas Yeung, 20대 웹개발자 (U4-4)

엔터테인먼트를 통해 일상에서 탈피했으면 한다

Entertainment is things that take me out of my routine.

오락은 절 루틴으로부터 벗어나게 해주는 거예요.

So to me right now entertainment is a lot of that. It's just time to be creative.

창의적으로 시간을 보내는 거예요. - Ann Price, 30대 주부(U2-17)



- + 부모와 아이가 가족 단위로 노는 것은 항상 있어 왔던 문화이나, 디지털 기기가 발전하면서 지극히 개인화가 되어, 가족 간 엔터테인먼트가 많이 축소되었다.
- + 사용자들은 가족들 모두 함께 즐길 수 있는 무언가를 원한다.
- + 현재 디지털 기기는 가족 간 인터렉션과 함께 즐길 수 있는 콘텐츠가 부족하다고 느껴진다.

### Consumer Quotes

#### 아이와 함께 여가시간을 보내고 싶다.

"We went to the movies together, we got a babysitter and went to the movie, Alice in Wonderland. And I kept thinking, "I got a babysitter for watching this?" But we also bring Lu most of the time to everywhere. So she gets adapted to doing things.

우린 같이 영화를 보러 가고 싶어요. 베이비시터를 두고 이상한 나라의 앨리스를 보러 가는 거죠. 근데 계속 생각해요. "고작 이걸 보려고 베이비시터를 둔 단 말이야?"라고요. [...] 하지만 루를 대부분 모든 곳에 데려가죠. 그래서 익숙해졌어요" – Malin Hedblom, 30대 호텔브랜딩매니저[53-1]

#### 아이들과 어른들이 같이 아이패드를 쓰고 싶다.

"개인, 개인용? 아빠가, 남편이 말 하기는 이거는 애들용으로 하고 하나는 어른용으로 하자고 그러더라고요. "

"제가 이렇게 있다가 두고 나가, 숨겨 놓고 나는 게 아니라 이렇게 놓고 나가니까 애들이 왔을 때 보면은 막 하더라고요. 여기서도 있고 소파에서도 있고 하니까...

애들이 만졌을 때는 어떤 기능만 보이고 내가 만졌을 때 다 보이고 이랬으면 좋겠다...

아, 그러면 너무 좋을 것 같은데요." - 박혜영, 30대 주부[K2-19]

#### 가족끼리 소통하는 시간을 더 늘리고 싶다.

"아빠는 애들을 보고싶어 하는데, 워낙 퇴근시간이 늦고 하니까. 한번은 아빠가 이제 출장을 갔다가 집에 공항에서 전화를 했거든요. 근데 애가 아빠 우리집에 좀 놀러오세요 이러는 거예요. 애들이 평일에 못 봐요. 아빠를. 애들이 잔 다음에 들어오고 애들이 깬 때는 아빠 없고. 주말에만 보고 있어요." - 박혜영, 30대 주부[K2-18]

- + 가장 디지털 콘텐츠를 많이 소비하는 사용자도 가장 즐거운 일은 친구들과 밖으로 나가서 노는 일이라고 했다.
- + 디지털 기기의 엔터테인먼트는 미디어 콘텐츠 위주로 발전해왔다.
- + 인간의 고유 엔터테인먼트인 사람과 함께 하는 경험의 가치는 변하지 않았고, 사용자들은 그러한 활동이 더 늘어 나길 원한다.
- + 사용자들은 디지털 기기가 사람들과 함께 하는 활동을 좀 더 도와주었으면 한다.

### Consumer Quotes

친구들과 만나 시간을 보내고 싶다.

"Me honestly? Just spending time with my friends. Because I like to have that face communication. Me, I'm friendly. I love friendship. I love bonding. I love being able to talk to people.

솔직히 말하면 친구들과 시간을 보내는 것ियो. 왜냐하면 대면해서 의사소통 하는 것을 좋아해요. 전 친근하고 우정을 좋아해요. 관계를 쌓는 것도 좋아하고요. 사람들과 대화 하는 것도 좋아해요."

"Our form of entertainment was going outside and going to the park, exercising, playing games, playing with other people.

어렸을 때 전 밖에 나가서 공원에 가고, 운동하고, 놀이를 하고, 다른 사람들이랑 놀고 하는 게 오락이었는데 말이죠."

- Elvis Trivino, 30대 회계사(U3-5)

Entertainment 에서 가장 중요한 것은 직접 사람들과 만나서 야외에서 노는 것이다.

"우린 파티도 많이 열고, 친구들이랑 놀기도 하고, 애들을 위한 생일 파티도 하고, 피크닉도 많이 해요.

we have birthday parties for the kids, we go picnic a lot," - Ann Price, 30대 주부(U2-13)

아이들이 어렸을 때는 몸으로 하는 활동을 더 많이 했으면 좋겠다.

"몸으로 하는 게 더 우수하다고 생각해요. 아이들한테는. 저도 아이들한테 그렇게 요구하지만 제가 너무 미디어에 익숙해져 있고 이게 없으면 너무 불편하고 제가 쉬는 시간에 딴 거를 하는 게 아니라 밤이 되면 TV 켜 놓고 계속 이거하는 거라서, 저는 이제 이미 그렇게 돼 버렸잖아요. 아이들은 그렇지 않았으면 좋겠는 거예요." - 박혜영, 30대 주부(K2-22)

- + 사용자들은 두뇌를 깨우거나 아이들을 교육시키는 등의 다른 용도로 엔터테인먼트를 이용하고 있었다.
- + 엔터테인먼트의 고유 가치인 즐거움을 다른 활동에 합치고 싶어한다.
- + 엔터테인먼트를 단순 시간 때우기가 아닌 어떤 가치를 추가로 더 얻어가고 싶어 한다.

### Consumer Quotes

일어나서 스스로를 warm up 하기 위한 방식으로 Entertainment 를 선호한다.

"I turn it on and I take it out of airplane mode and I get whatever texts were coming in in the morning or late at night and I check my email in the morning. Usually, I do Words with Friends first thing in the morning, which is kind of funny. It's a nice way to get my brain working, it wakes my body up a little bit.

제가 일어나면 다시 에어플레인 모드를 꺼놓고 원래대로 켜놔서 메세지나 이메일을 체크합니다. 보통 웃기게도 Words with Friends 라는 게임을 가장 먼저해요. 제 뇌를 활성화시키고 몸을 깨우는 좋은 방법이기도 합니다." - Abigail Wright, 30대 가수 (U1-4)

일을 시작할 때 나의 머리를 warm up 해 줄 것이 필요하다.

"[단어 퍼즐] And it's convenient because you can put it in your pocket and whenever I need it it's around. It's not the greatest of interfaces, but at least it keep our mind moving." - Thomas Yeung, 20대 웹개발자 (U4-1)

아이들이 멀티미디어(동영상, 교육용 어플)를 통해서 혼자 복습하고 배우는 과정을 즐겁게 했으면 좋겠다.

"예를 들면 저기 올레 TV 보고 있는데 거기에 디보스토리북이라고 그래서 유료 프로그램이 있는데, 그거 같이 보면서 일주일에 한 권씩 애가 외웠어요. 이것을, 근데 디보스토리 북이 여기도 있더라고요. 그래서 이것 보고 복습을 하더라고요. 처음에는 제가 보여 줬는데, 이 게임을 하면서 복습을 하니 디보스토리북 연계가 되거든요.

공부라고 인식하지 않아요. 되게 즐거운 활동인 거예요." - 박혜영, 30대 주부(K2-13)

스마트폰이 교육용으로 효과가 있었으면 좋겠다.

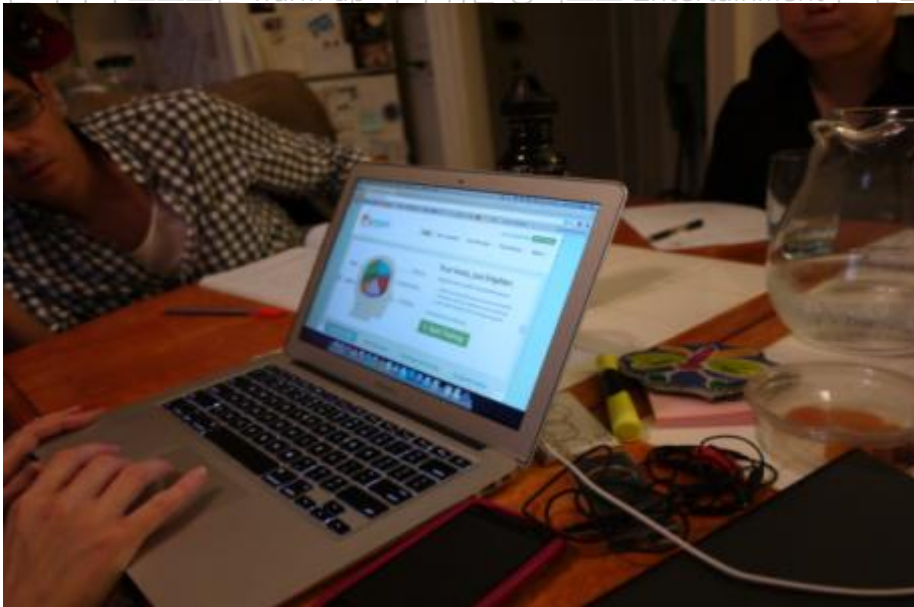
"she also likes getting rewarded. She's got this app where she got these spelling blocks you need to spell in English.

그리고 상을 받는 것도 좋아하거든요. 그래서 이 앱은 영어로 철자를 넣어야되는 거예요. 영어를 할 줄은 모르지만 모양을 보고 맞는 글자를 맞는 상자에 넣죠." - Malin Hedblom, 30대 호텔브랜딩매니저 (S3-2)

- + 사용자들은 두뇌를 깨우거나 아이들을 교육시키는 등의 다른 용도로 엔터테인먼트를 이용하고 있었다.
- + 엔터테인먼트의 고유 가치인 즐거움을 다른 활동에 합치고 싶어한다.
- + 엔터테인먼트를 단순 시간 때우기가 아닌 어떤 가치를 추가로 더 얻어가고 싶어 한다.

### Consumer Quotes

일어나서 스스로를 warm up 하기 위한 방식으로 Entertainment 를 선호한다.



랩탑으로 두뇌 게임을 하는 모습  
- Abigail Wright, 30대 가수



아이들이 즐기는 교육용 콘텐츠  
- 박혜영, 30대 주부

- + 사용자들은 화질, 속도, 배터리 등 기술적인 이유로 스마트폰이 아닌 디지털 카메라를 찾기도 했지만, 분위기를 위해 특별한 날에 카메라를 찾기도 하였다.
- + 카메라를 드는 것 만으로도 분위기를 연출할 수 있기 때문에, 특별한 날에는 카메라를 쓴다.
- + 스마트폰의 카메라는 전통 카메라의 문화적 기능은 수행하지 못한다.
- + 아직 사람들은 카메라가 필요한 상황에는 “진짜” 카메라를 쓰고 싶어 한다.

### Consumer Quotes

특별한 날엔 카메라를 따로 쓰고 싶다.

“Yes. I always carry this with me. But this camera, you know, get these special moments.

네. 항상 들고다녀요. 하지만 카메라는, 특별한 때를 찍어요.” - Elvira Wennberg, 30대 부동산에이전트 [S2-11]

여행 할 때는 스마트폰 카메라의 화질이 아쉽기 때문에 부족하다.

“여행을 가면 카메라를 들고 가요.”

“사진도 많이 찍는데, 뭐 카메라도 좋고, “

“이거는 어차피 항상 들고 다니니까. ‘조금 좋은 사진 남기고 싶다.’ 그러면 챙기죠.” 이광배, 20대 IT기획자 [K3-5]

특정 상황에서는 스마트폰의 한계가 있어 카메라가 필요하다.

“근데 디카가 주는 한계가 좀 있고, “

“약속 있거나, 막 제가 친구들이랑 뭐 먹으러 갈 계획 있거나, 이러면 가지고 다니거든요. “- 장하나, 20대 대학생 [K5-19]

특성화된 좋은 Device(카메라)는 여전히 의미가 깊다.

“I think everyone else is an amateur photographer like me. If you have a decent camera and you like to take pictures

모르겠지만 모두들 저처럼 아마추어 사진가라고 생각해요. 좋은 카메라가 있고 사진 찍는 걸 좋아한다면 말이에요. “ - Ann Price, 30대 주부 [U2-16]

- + 사용자들은 이메일, 콘텐츠 소비 등 각 활동에 적합한 스크린 사이즈를 원한다.
- + 현재 스마트폰의 화면 크기는 모든 작업을 만족시킬 수준이 아니다.
- + 사용자들은 어떤 활동을 하다가 화면의 크기가 불만족스러우면 끊기지 않고 다른 화면 [또는 그 화면을 가진 기기]로 옮겨 이어서 하고 싶어 한다.

### Consumer Quotes

더 크고, 더 성능이 좋은 디바이스에서 이런 작업을 하고 싶다.

“뭐 여행 사진을 찍으면 사실.. 사실 한 번씩은 손 봐야지 좀 마음에 드는 사진이 나오잖아요. 근데 여기서는[아이폰] 일단 화면도 작고, 하나 하나씩 하려면 되게 시간도 오래 걸리니까 하니까,”

“사진이 좀 많다 싶으면은, 왜냐하면 이 iOS 에 있는 이거는, 앨범 관리하기 좀 그렇거든요? 좀 많이 부족하거든요. 그래서 이것로 많이 하고, 여기 안에 또 기능이 많이 있어요. “ 이광배, 20대 IT기획자 [K3-3]

화면에 대한 불만족 사항들이 있다.

“The screen – I mean, although I don't read on this because the screen is too small. So you're right, maybe bigger pockets. [스마트폰으로 책 읽기] 스크린 크기- 전 이 스크린이 너무 작아서 여차피 읽지도 않아요.”

“Generally this one I just use to watch TV on.

보통 이걸 그냥 텔레비전을 볼 때 써요 [랩탑]” - Thomas Yeung, 20대 웹개발자 [U4-6]

이동 중 아이폰으로 업무로 하는 것이 불편하다.

“Normally I am very sleepy, I am in the taxi and read mail. Now a days, i can also do it in this. Title of the mail but to read mail with the attachment is very hard. stream it here and open it and continue to read it here. That is much of my morning.

그가 아침에 저를 태우고 제가 처음으로 하는 일은 당연히 새로운 중요한 메일이 있나 확인하는 거예요. 보통 저는 졸려서, 제가 택시에 있고 메일을 읽죠. 요즘엔 이거도 할 수 있어요. 메일 제목을 읽는 거요. “- Andersson Kent, 50대 IT매니저 [S5-4]

- + 사용자들은 복제될 가능성이 있기 디지털 콘텐츠를 '원본'이라고 인지하지 않아 큰 가치를 두지 않는다.
- + 소유하고 싶은 욕구가 있기 때문에, 물리적인 것 (ex. CD)을 가지고 싶어 한다.
- + 그에 반해, 무형의 콘텐츠는 물리적인 형태를 가질 수 없기 때문에, 사용자가 직접 시간과 노력(ex. 정리를 하거나 추가 내용을 기입 등)을 들여 기존 콘텐츠와 다른 나의 콘텐츠로 만들고 싶어 한다.
- + 콘텐츠를 나의 것으로 만듦으로서, 무형의 콘텐츠를 자신이 소유한 것 같은 느낌을 가지고 싶어 한다.

## Consumer Quotes

영화를 최상의 질로 소비 또는 소유하고 싶다.

"I like it when – like there's movies. I have a lot of my stuff in storage. I have about a bin – not a bin, but I have racks like that high of nothing but movies.

전 영화가 좋아요. 저는 창고에 많은 것을 쌓아두고 있어요. 저것 같은 책장에 영화가 가득 쌓여있죠

I have all of these here. These are all my Blu Rays.

다 여기 있어요. 이게 제 모든 블루레이예요 " - Elvis Trivino, 30대 회계사 [U3-7]

음악 CD 를 소장하고 싶다.

"저는 아직도 CD 를 사거든요. [왜요?] 그냥 갖고 있는 게 뿌듯하더라고요[웃음]." 이광배, 20대 IT기획자 [K3-1]

내가 가진 음악을 원하는데로(프로듀서별, 주관적 느낌대로) 정리하고 싶다.

Q) 정리를 잘 하시는데, 검색은 잘 안 하시나봐요? 태그를 걸어놓지 않아도 정리하고 검색만 해도 되잖아요? 그저 정리되어있는데 만족감을 느끼시나봐요?

A) 네. 그런 게 있어요. 제가 리스트로 정리를 해놓으니까 검색을 별로 쓸 필요 없을 정도로 인덱싱이 되어 있으니까요.

Q) 그럼 리스트가 쌓여 있는 걸 보는 느낌이 CD 가 쌓여 있는 걸 볼 때랑 비슷한가요?

A) 네 비슷합니다. 이광배, 20대 IT기획자 [K3-2]

사진을 정리해 포토북으로 만든다.

"얘기도 써 놓고, 또 보기에도 더 편하니까, 선물하기에 되게 좋더라고요. 그래서 만들었는데, 컴퓨터에 있는 거랑은 좀 많이 다른 것 같아요. 컴퓨터 되있는 거는 그냥 개인 소장용이고, 저 도 잘.. 그렇게 막 보지는 않아요, 컴퓨터에 저장돼 있는 거는. " - 장하나, 20대 대학생 [K5-13]

가족들이 나중에 보기 위해 포토북을 만든다.

"아, 그리고 컴퓨터에 있는 것보다는 이걸 더 많이 보는 것 같아요. 컴퓨터에 찍은 거보다는 그래서 이거가 있을 필요는 있더라고요. " - 박혜영, 30대 주부 [K2-17]

## 07\_Formless Ownership

- + 사용자들은 복제될 가능성이 있기 디지털 콘텐츠를 '원본'이라고 인지하지 않아 큰 가치를 두지 않는다.
- + 소유하고 싶은 욕구가 있기 때문에, 물리적인 것 (ex. CD)을 가지고 싶어 한다.
- + 그에 반해, 무형의 콘텐츠는 물리적인 형태를 가질 수 없기 때문에, 사용자가 직접 시간과 노력(ex. 정리를 하거나 추가 내용을 기입 등)을 들여 기존 콘텐츠와 다른 나의 콘텐츠로 만들고 싶어 한다.
- + 콘텐츠를 나의 것으로 만듦으로서, 무형의 콘텐츠를 자신이 소유한 것 같은 느낌을 가지고 싶어 한다.

## Consumer Quotes

영화를 최상의 질로 소비 또는 소유하고 싶다.

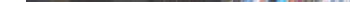
"I like it when – like – movies are in storage. I have about a bin –  
전 영화가 좋아요. 저런 곳에 영화를 보관하는 게 좋아요. 저것 같은 책장에 영화가 가득 쌓여  
I have all of these here. They are all in storage. I have about a bin –  
다 여기 있어요. 이게 다 저런 곳에 보관해놔요. 저것 같은 책장에 영화가 가득 쌓여  
No. 30대 회사 (U3-7)

음악 CD 를 소장

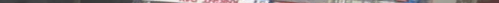
“저는 아직도 CD를

내가 가진 음악을 일하든 안 일하든 상관없이 (혹은 세벌 조관전) 정리하고 싶다.

Q) 정리를 잘 하시는 데, 검색은 잘 하십니까? 아도 정리하고 검색만 하

A) 네. 그런 게 있어요.  쓸 필요 없을 정도로 인

Q) 그럼 리스트가 쌓여 있는  
 랑 비슷한가요?

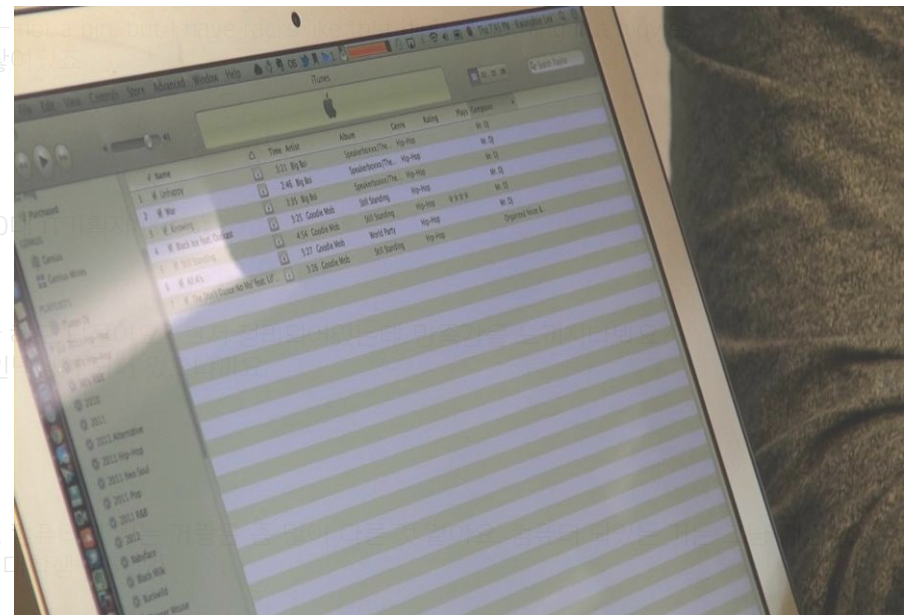
A) 네 비슷합니다. 

사진을 정리해 포토북으로 만

“애기도 써 놓고, 또 장용이고, 저도 잘.”



자신이 수집한 블루레이 디스크  
Elvis Trivino, 30대 회계사



## 음악에 스스로 태깅을 한 모습 이광배, 20대 IT기획자

## Well-being

## 01\_Selective Detachment

- + 사용자들은 업무나 일상영역에서 벗어나 자신에게 집중하는 시간을 가지고 싶어 한다.
- + 자신에게 집중하는 시간은 운동, 캠핑 등 다양한 형태로 나타나는데, 그 시간 동안에는 방해 받고 싶어하지 않는다.
- + 그렇기 때문에 스마트폰 등 디지털 기기를 아예 가지고 있고 싶지 않아 한다.
- + 그러나 집중을 위해 스마트폰의 일부 기능 (ex-music play 등) 은 쓰고 싶어한다.

## Consumer Quotes

운동할 때에는 다른 사람을 신경 쓰지 않으며 혼자만의 시간을 갖고 싶다.

"Sometimes I talk to them if they start to talk to me but I try to my own business and do my work out there. I try to be efficient and that makes me happy; just get my own time.

가끔 그들이 제게 말을 걸면 얘기를 하긴 하지만, 되도록이면 제가 하던 것만 신경 쓰고 운동하려고 노력해요. 그냥 저 혼자만의 시간을 효율적으로 가지려고 해요. 그러면 행복해지거든요." - Gustav Radstrom, 30대 프로젝트매니저 (S4-1)

육아에서 벗어나 요가를 하며 나만의 시간을 가지고 싶다.

"건강해지는 기분이 들고, 육아가 힘들거든요. 둘 키우는 게. 근데 가면 가는 시간이 제일 즐거운 시간인 거예요. "

"나만이 시간에 대한 욕구도 되게 컸던 것 같아요. 그게 몇 년 동안 없었거든요." - 박혜영, 30대 주부(K2-12)

캠핑이라는 활동으로 일상에서 벗어나고 싶다.

"그냥 뭘 안 하기 위해서 가는 게 더 크거든요. 멍 때리고 그냥 자연 안에서 있다가 그런 거기 때문에,"

"안 봐요. 무조건 안 해. 하고 디지털 기기는 치우죠. 모닥불 피워놓고 불 보고 있어요." - 이광배, 20대 IT기획자 (K3-12)

음악을 들으면서 스트레칭을 하면 내 자신에게 집중이 된다.

"But I like to stretch. I like to have just – I guess it focuses me. I put on my iPod and I just kind of zone out

스트레칭을 좋아합니다. 제 자신에 집중하게 되요. 아이팟으로 음악을 들으면서 주위로부터 멀어지는 거죠." - Abigail Wright, 30대 가수 (U1-17)

## Well-being

## 02\_Exercise Booster

- + 사용자들은 운동을 꼭 해야 한다고 생각하지만, 운동 자체를 즐겨서 하는 사람은 많지 않다.
- + 그렇기 때문에 사용자들은 운동에 가치창출, 엔터테인먼트 요소, 음악, 결과물 측정, 소셜 활동 등의 동기 부여가 되는 것을 부가한다.
- + 이러한 동기부여 요소들이 사람들이 좀 더 운동을 자주 즐길 수 있도록 돕는다.

## Consumer Quotes

마라톤을 뛸 때마다 기부를 하는 캠페인을 하고 있다.

"They have the link and I'm running for Team for Kids, which is a non-profit that raises money for children to have fitness programs and running programs because a lot of the kids in the city, they can't run without coaches because it's not safe for them. And a lot of them wouldn't because the schools just don't provide the physical education that they need.

저는 또 Team for Kids 라는 팀을 위해 뛰거든요. 이 팀은 도시에 있는 아이들에게 체력 단련 프로그램과 달리기 프로그램을 제공하기 위해 돈을 모으는 중입니다." - Abigail Wright, 30대 가수 [U1-17]

친구와 함께 게임을 통해 운동을 해야 재밌다.

"It's fun because you're both working out, you're having a great time, and it's not just you doing your exercises and saying "Okay, I'm done with my stuff, now it's your turn". And you're sitting there waiting for the next person to finish their thing.

우리 둘다 운동을 하고 재밌는 시간을 보낼 수 있기에 재밌는 거예요. 저 먼저 운동을 하고 "자, 이제 당신 차례입니다"하고 넘기는 것보다 훨씬 낫죠. 그리고 당신은 내가 내 운동을 끝낼 때까지 기다리지 않아도 되고요." - Elvis Trivino, 30대 회계사 [U3-3]

운동할 때 GPS Tracking 기능을 재미로서 사용하고 싶다.

"심심하잖아요. 재미 삼아 하는 거예요. GPS 를 정말 즐겁게 하는 거 보다는, 나이키 플러스는 솔직히 말해서 제가 운동을 그렇게 좋아하지 않거든요 뛰는 거는" - 진대연, 30대 IT관련업 [K1-24]

조깅 그룹과 함께 운동을 한다.

"Oh, what do I normally do on weekends? On Saturday I always go for a run in the morning. I run with a group of runners, so in Central Park, so I always do that. 토요일엔 항상 아침에 조깅을 나가요. 센트럴 파크에서 조깅 그룹과 함께 항상 조깅을 해요" - Thomas Yeung, 20대 웹개발자 [U4-etc]

- + 사용자들은 몸무게의 변화, 수면 중 몸의 움직임, 러닝한 거리를 매일 기록한다고 말했다.
- + 건강을 증진시키기 위해서는 몸 안팎의 변화를 항상 아는 것이 중요하다.
- + 그러나 어떤 Data가 중요한지 알기 힘들고, 의미 있는 해석을 해내기도 어렵다.
- + 사람들은 '변화'를 확인하고 싶어하며, 그것으로부터 적절한 조언을 받고 싶어 한다.

### Consumer Quotes

매일 아침 일어나 몸무게를 재고 기록한다.

"So most days, I wake up and I weigh myself, first thing I guess. . I do have a scale that is in my room right now.

대부분의 날들은 일어나서 바로 체중을 재지요. 제 방에 체중계가 있어요."

I have a little notepad that sits on top of my scale that I – I record all the numbers on every day. It's, you know, pounds and it also does body mass and water hydration levels.

체중계 위에 작은 메모지가 있어요. 매일같이 숫자를 기록합니다. 몸무게(파운드)와 체질량, 수분 함유레벨 등을 잽니다." - Abigail Wright, 30대 가수 (U1-16)

혈당량을 측정하고 싶다.

"I've thought about that, actually recently because I have a friend who's diabetic who was showing me their device and I was thinking maybe it would be a good idea.

저도 생각을 해봤는데, 사실 최근에 당뇨병이 있는 친구가 제게 기구를 보여주는 거예요. 그래서 그게 잘 쓰일 수도 있다고 생각을 했습니다.

It would be nice to have a device to monitor my glucose levels.

글루코스 수치를 측정할 수 있는 기구도 있으면 좋겠네요." - Abigail Wright, 30대 가수 (U1-19)

잠을 잘 잘 수 있게 도움 받고 싶다.

"Sleep Cycle - it's a really nice app I like. you set the time you want to wake up in the morning and it gives you a time span of when it's going to wake you up in half an hour. So from the time I set and then earlier, it wakes you up. And it makes sure not to wake you up when you're in deep sleep because it's not good when you wake up in deep sleep.

Sleep Cycle이건 제가 좋아하는 앱이에요. 아침에 일어나고 싶은 시간을 정하면 아침에 언제 깨울지 삼십분 전에 타임스팬을 줘요. 그래서 시간을 정하면, 더 일찍 저를 깨워요. 그래서 딴스립일 때 일어나지 않게 해줘요 딴스립일때 일어나는 건 안좋거든요." - Gustav Radstrom, 30대 프로젝트매니저 (S4-3)

- + 먹어야 하는 것과 먹지 말아야 할 것을 써서 정리해 놓거나 기억하려고 노력한다.
- + 늘 식생활 정보가 불충분하다는 느낌을 받지만, 그렇다고 대안이 무엇인지도 알 수 없다.
- + 사람들은 누구에게나 좋은 정보를 원하는 것이 아니라 자신에게 꼭 맞춰진 정보를 기대한다.
- + 나의 몸 상태, 요구하는 바에 맞춘 정보를 구체적인 Guide 형태로 받길 원한다.

### Consumer Quotes

계획적으로 식생활을 하고 싶다.

"I've been trying to plan what I want to do and I want to eat at the same day. Like if I go climbing it's physically very hard so my body is kind of screaming for protein. So then I eat a lot of meat and if I just go out running I just fix... It depends on what I feel like.

저는 하루에 뭘 하고 뭘 먹는지 계획하려고 노력하고 있어요. 예를 들어 클라이밍하는 날 이면 신체적으로 에너지를 많이 쓰니까 몸이 단백질을 원하거든요. 그러면 고기를 많이 먹고 만약에 달리기만 하러 간다면...제 기분에 따라 달렸어요." - Gustav Radstrom, 30대 프로젝트매니저 [S4-2]

먹으면 안되는 식품은 엑셀로 정리를 해서 외워둔다.

"There's a – it's also been a process of finding out what bothers me and what doesn't because they say that you can have evaporated cane syrup or evaporated corn juice which is pretty common in like New York foods. 아니요, 가끔씩이요. 제게 문제가 되는 음식들과 아닌 것들을 찾아내는데도 시간이 좀 걸렸어요. 증발된 수수시럽이나 증발된 수수즙은 뉴욕 음식들에서 많이 찾아볼 수 있는데 그건 먹어도 된대요." - Abigail Wright, 30대 가수 [U1-24]

계획적으로 식단을 짜기 어렵다. 아이들을 위해 5대 영양소, 해로운 성분은 신경 쓰고 싶다.

"계속 계획적으로 돼서 어떤 때는 한 달의 식단을 짤 적도 있었어요. 근데 그거는 쉽지 않더라고요. 계속 지키기도 쉽지 않고, 그래서 지금은 그냥 또 저도 아이들을 위한 요리를 해 본지 꽤 몇 년 되기도 했고, 그니까는 그냥 그날, 그날 생각해서... 오늘은 뭘 먹지? 엄마들 똑같은 고민인 것 같아요. 오늘은 뭘 해 먹지?

저는 꼭 지키려고 하는 건. 그리고 그 5대 영양소? 그건 늘 생각하고 있어요. 야채, 고기 그렇게." - 박혜영, 30대 주부 [K2-10]

먹지 말아야 할 음식 대신 먹으면 좋거나 먹을 수 있는 음식을 알고 싶다.

"My condition is, like, you cAnn Priceot drink alcohol, coffee, eat fatty foods, so it's pretty much... It's good that they give you alternatives, when we're eating out.

제 상태가, 술이나 커피, 기름진 음식을 먹으면 안되거든요. 그래서 우리가 밖에서 먹을 때 대체할 만한 음식을 알려 줘요." - Malin Hedblom, 30대 호텔브랜딩매니저 [S3-15]

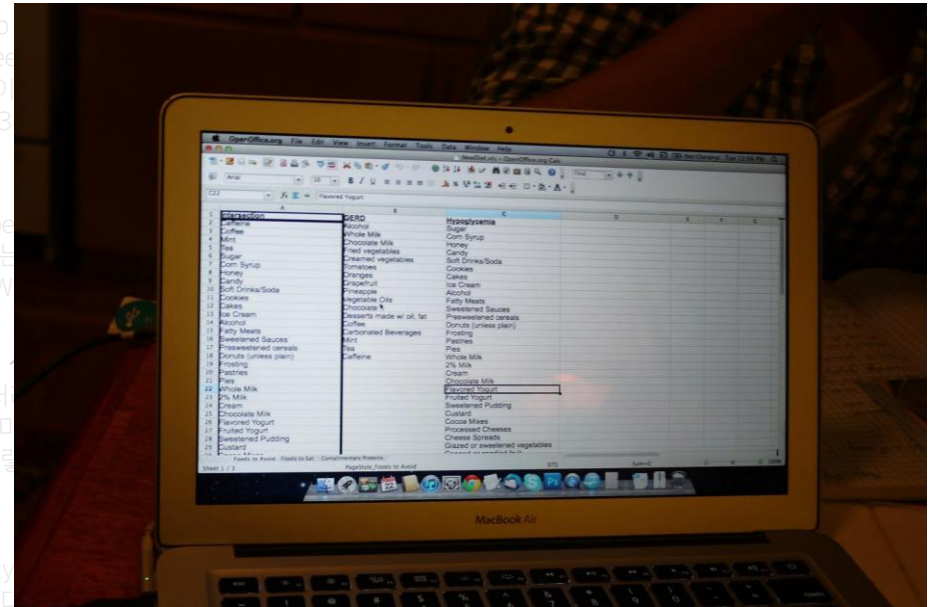
- + 먹어야 하는 것과 먹지 말아야 할 것을 써서 정리해 놓거나 기억하려고 노력한다.
- + 늘 식생활 정보가 불충분하다는 느낌을 받지만, 그렇다고 대안이 무엇인지도 알 수 없다.
- + 사람들은 누구에게나 좋은 정보를 원하는 것이 아니라 자신에게 꼭 맞춰진 정보를 기대한다.
- + 나의 몸 상태, 요구하는 바에 맞춘 정보를 구체적인 Guide 형태로 받길 원한다.

## Consumer Quotes

계획적으로 식생활을 하고 싶다.



식습관에 신경 쓴 카페테리아  
- Gustav Radstrom, 30대 프로젝트매니저



자신이 먹으면 안 되는 것을 정리한 리스트  
- Abigail Wright, 30대 가수

- + 사용자들은 운동 중에 전화가 오는 것을 방해라고 느끼지만, 동시에 꼭 필요한 전화를 놓칠 수 있다는 불안감을 느끼기 때문에 운동 할 때에도 모바일 기기를 지닌다.
- + 모바일 기기로 인해 운동의 흐름이 끊긴 후 다시 이전 상태로 복귀하기 어려워한다.
- + 사용자들은 모바일 기기로 인해 운동이 중단된 후 최대한 빨리 운동을 재개하고 싶어 한다.

## Consumer Quotes

조깅할 때 쉽게 모바일 기기를 조작하고 싶다.

"Sometimes. If the phone rings, you know, this run keeper, it's not keep on talking. If someone calls me and I answer, talk to them for a few minutes, then it cuts. (...) I take it out and start over but when you're out running that's not really what you want to do.

네 가끔씩 전화가 오면 이 런키퍼가 꺼져요. 누가 전화해서 전화를 받고 나면 끊어지죠. 꺼내서 다시 시작시키죠. 하지만 뛰고 있는 도중이라면 그걸 하고 싶지 않죠." - Elvira Wennberg, 30대 부동산에이전트 [52-13]

런닝머신 또는 조깅시 뭘 때 가볍고 쉽게 조작할 수 있는 기기가 필요하다.

"But that way, even though, like, I found – one of the things I have on my phone is the app, My Run, and you can run with it, but I don't have anything yet to run with my phone. It's big and it's clunky.

제 핸드폰에 있는 My Run 이라는 어플이 있긴 한데, 핸드폰을 장착해서 달릴 수 있는 것이 아직 없어요. 크고 불편하죠."

"I would love to get a Nano, the little iPod Nanos because they have Nike, that Nike Plus on it. I don't have that, so I'd really like to get that.

나이키 플러스를 이용하기 위해서 작은 아이팟인 나노를 사고 싶어요." - Abigail Wright, 30대 가수 [U1-19]

이동 중엔 문자메세지를 보내기 힘들다.

"yes and send text messages while I'm walking. I'm really bad, I'm really bad. it takes me like 20 minutes to write text message. usually if I get the text message when I'm on the run or in the stores, I have to stand still because I'm very slow. when it comes to this I am not very good at doing it on the run. I've seen other people doing it but I can't.

네. 그리고 걸으면서 문자를 보내죠. 정말 정말 못해요. 문자를 보내는데 20분이 걸리죠. 뛰거나 상점에서 문자를 받으면, 가만히 멈춰서야 해요 전 아주 느리거든요. 뛰는 동안은 못해요. 남들이 하는 걸 봤는데 전 못하겠어요." - Susanne Bryngelsson, 30대 디자이너 [51-1]

운동 회수, 시간을 소리로 체크하고 싶다

"Oh, the Beat Timer. This is a working out that helps you keep track on sets when you're working out. If I go exercise, it's a one minute rest and maybe repeat six times. 운동을 얼마나 했는지 기록해서 알려주는 앱이에요. 운동을 하러 가면, 1분 휴식이 있고 이게 여섯 번 반복돼요. 그게 제 설정이에요." - Gustav Radstrom, 30대 프로젝트매니저 [54-5]

- + 디지털 기기는 기능을 위해 점차적으로 소형화되고 사용자와 가까워 지고 있다.
- + 사용자들은 기기가 몸에 밀접해질수록 건강에 악영향을 주는 것을 더 걱정하기 때문에, 취침시 기기를 꺼놓거나 헤드셋을 쓰는 등의 방법으로 악영향을 최소화하려고 한다.
- + 사용자들은 최대한 영향을 받지 않으면서도 기기를 편하게 쓸 수 있는 방법을 알고 싶어 한다.
- + 사용자들은 전자파 등의 영향을 최대한 최대한 받지 않으면서 기기를 사용하고 싶어한다.

### Consumer Quotes

전화를 귀에 대고 받기 싫다.

"I always have earphones taking with my phone; I seldom do it like this. I don't like to have it; I'm afraid of my health.

저는 항상 핸드폰에 이어폰을 가지고 다니기 때문에, 전 아이폰을 들고 전화하고 싶지 않아요. 건강이 걱정되거든요. " - Andersson Kent, 50대 IT매니저 (55-9)

몸에 닿는 기기가 걱정된다.

"But let's put it like this. If she needs a pacifier, she is nervous or tired. So you don't really need to know. And also, it's something that she has in her mouth and sucks on, so you don't want it to be too complicated and have metals, batteries, and stuff.

하지만 이렇게 생각해봐요. 젖꼭지가 필요하면 긴장했거나 힘들다는 거예요. 그래서 알 필요 없죠. 또 입에 넣고 빠는 거니까 너무 복잡하게 금속이나 배터리가 있는걸 바라지 않죠." - Malin Hedblom, 30대 호텔브랜딩매니저 (53-16)

핸드폰을 옆에 두고 잘 때 전자파가 걱정된다.

"Yeah, definitely. The only thing that's not good with it is because I have my mobile phone this close to my head when I sleep. I don't think it's healthy. You don't really know but maybe I don't think it's good walking around with a device that sends...

네 당연하죠. 한 가지 안 좋은건 핸드폰을 가까이 두고 잔다는 거예요. 몸에 좋을 것 같지 않아요. 잘은 모르겠지만 이런 전자파를 보내는 기기와 늘 같이 있는 것은 안 좋을지도 몰라요. " - Gustav Radstrom, 30대 프로젝트매니저 (54-4)

Well-being 을 위해 스마트폰을 멀리하고 싶은 경우들이 있다.

"My mother had a brain tumor, my ex-husband had a brain tumor. Her neurologist told her that they've seen like cell phone shaped tumors

제가 아마 전자파를 많이 걱정하는 것 같아요. 저희 어머니랑 제 전남편이 뇌종양이 있었거든요. 신경학자 의사 분께서 핸드폰 모양으로 종양이 생겼다고." - Abigail Wright, 30대 가수 (U1-20)

아이들이 계속 기기를 보면 습관이 되거나 시력이 나빠질까봐 걱정된다.

"이건 계속 기기를 봐야 되는 거니까 애한테 별로 안 좋은 것 같아서.. 일단 시력. 시력은 저는 이거는 시력이 아주 안 좋아질 거라고 믿고 있거든요 " - 박혜영, 30대 주부 (K2-14)

- + 꼭 물건을 사지 않더라도 자주 상점가를 구경한다는 사용자들이 있다.
- + 사용자들은 원래 쇼핑은 친구와 산책 하듯 걸으면서 가게를 드나드는 '활동적인 것'이라고 인식한다.
- + 온라인쇼핑은 효율적이지만, 화면이 평면적이고 신체는 고정적이라는 한계가 있다.
- + 사용자들은 Consuming 시 효율적일 뿐 아니라, 흥미롭고 활동적인 과정이기를 바란다.

### Consumer Quotes

온라인 쇼핑 활동이 별로 없어서 싫다.

"We can't look at the thing, we can't try it on. And it isn't much of an activity. It's more of a quick thing. And sometimes I do think it's fun to go downtown to look at shops."

"온라인 쇼핑은 물건을 직접 볼 수 없고, 입어볼 수 없죠. 그리고 별로 활동이 없잖아요. 빨리 하는 것뿐이에요. 가끔은 시내에 가서 직접 상점을 돌아보는게 재밌다고 생각하거든요." - Malin Hedblom, 30대 호텔브랜딩매니저 [53-12]

걸어다니며 이것 저것 보고 싶다.

"Yes. If it's like - I'm used to just kind of walking around places. So like when I was going to Rio down in Brazil, like the first time I went was with a co-worker who's from there, so she just like showed me around. But then when I was there longer time, like by myself for work, I would just walk around, like where I was staying. And then I kind of did the same thing in New Orleans when I went for work I had like some downtime before, and after this event that I was at. So, I just kind of walked around, because I was located pretty centrally."

"그냥 걸어다니면서 이것 저것 보는거에 익숙해요. 그래서 브라질 리오에 처음으로 갔을 때는 동료와 함께 있어서 그녀가 이것 저것 보여줬었죠. 혼자 일 때문에 좀 더 오래 있었을 때는 그냥 걸어다녔어요. 숙소 근처를. 그리고 뉴올리언즈에서도 비슷했죠. 해야되는 일 전후로 그 근처 시내를 돌아다녔죠. 중심부에 있었거든요." - Lee-Sean Huang, 30대 디자이너 [U5-2]

걸어다니면서 정보를 찾는게 더 정확하다.

"가로수길이든지 홍대든지 카페 검색하면은 그냥 정말 많이 나와서 거기서 찾기도 되게 힘들거든요. 그냥 제가 직접 보고 찾는 게 더 나은 것 같아서.." - 장하나, 20대 대학생 [K5-9]

- + 사용자들은 온라인에서 자주 보는 쇼핑 정보에서 쇼핑에 대한 아이디어를 얻는다.
- + 실시간 할인 정보, 특별 이벤트를 놓치지 않기 위해 자주 접속한다.
- + 하지만 시도 때도 없이 들여다 보게 되거나, 스팸메시지도 할 수 없이 수신하게 된다.
- + 영감을 줄 수 있는 쇼핑정보와 궁금한 물건을 빠르게 찾아볼 수 있는 Path를 원한다

### Consumer Quotes

실시간으로 정보를 확인하여, 구매 장소나 물품을 결정한다.

“매일 들어가는 데가 네이버 카페인데요. 그 지역 커뮤니티가 있어요. 강남맘? 예. 그거는 좀 중독됐다 싶을 정도로 매일 계속 봐야 되는 거예요.”

“뭐 필요하다고 들어가서 보는 게 아니라 보는 거예요. 그 메일이 와요. 저한테, 주기적으로 뭐 이틀 안에 한 번씩. 오늘은 무슨 세일을 하고 있다 이렇게...” - 박혜영, 30대 주부 (K2-4)

온라인 쇼핑에서는 물품의 스펙보다 특별한 이벤트 (세일 등)이 나에게 더 중요하다.

“so I look for sales, I get email alerts all the time, I have a couple of those – not necessarily flash sites but like sites that specialize with kids stuff and I’ll get an email that [inaudible] brand is on sale today and you know if it’s something I normally would like or if it’s a brand that I like then I’ll look at their sale ads and stuff.”

“주로 세일하는 품목을 찾고 있죠. 세일을 알려주는 이메일도 자주 와요. 아이 제품에 특화된 사이트들이 오늘은 이러한 브랜드가 세일이다라고 이메일로 알려주고 그럼 전 그게 제가 좋아할 만한 브랜드면 세일 광고를 보고 그러죠.” - Ann Price, 30대 주부 (U2-20)

온라인에는 상품 정보가 많아서 좋다.

“But I like the idea – like the online is basically just like a catalog for me, so it’s like I have an idea of stuff.

온라인은 저에게 카탈로그 같이 물건들에 대한 아이디어를 주는, 그런 거라고 생각하길 좋아해요.” – Lee-Sean Huang, 30대 디자이너 (U5-18)

저렴한 달로 싸게 친구들과 여행을 가고 싶다.

“So I normally get these deals, and I say: “Hey, that sounds like a good idea.” I want to go there; I’ve never been there before. But it’s a good price, and I just go book it, and...”

그래서 PR 여행이 포함된 이메일을 받아요. 일주일 반 동안 비행기 값까지 포함해서 모든 비용이 700 불이었어요. 전 일주일 반 치고는 나쁘지 않은 달이었죠.” – Elvis Trivino, 30대 회계사 (U3-16)

TV를 보다가 발견한 제품에 대한 정보를 얻고 싶다.

“[TV보다가] 네, 연예인이 바른 립스틱이 너무 예쁘면, 누구 립스틱 치면 또 나오더라고요.” - 장하나, 20대 대학생 (K5-etc)

- + 사용자들은 온라인에서 리스트를 작성하고, 오프라인 매장에 가서 구매한다. 오프라인에서 본 물건을 스마트폰으로 온라인에 접속하여 결재를 하기도 한다.
- + 이와 같이 온라인과 오프라인 쇼핑의 경계는 무너지고 있다.
- + 사용자들은 상품 비교, 정보 검색 등 온라인의 장점과 실물 확인, 사이즈 확인 등 오프라인의 장점을 동시에 가질 수 있는 쇼핑 경험을 원한다.

### Consumer Quotes

언제 어디서든 다양한 비교를 통해 신뢰할 수 있는 가격으로 구매를 하고 싶다.

"I had been to two different stores that were like both Toys R Us and I was seeing a different price and I went back to get the item and I thought that's weird and I got curious and I went to the Toys R Us website and I looked and I did that with another baby item too, I looked it up online and it was an item that had free shipping or whatever and the price was like seven dollars difference

Toys R Us 가게 두 군데에 갔는데 가격이 다른 거예요 그래서 Toys R Us 웹사이트에 가서 가격을 확인했어요. 그 물건은 무료 배송을 해주는 물건이었고 거의 7 달러나 차이가 났죠." - Ann Price, 30대 주부 (U2-26)

다양한 제품을 실시간으로 비교해서 가장 싼 제품을 사고 싶다.

"So, I'll just get the bar code and I'll scan it, and I'll either surf by the website, and I'll just look at different websites to see who has it cheaper.

그래서 바코드를 스캔해서 웹사이트 서핑을 하거나 다른 웹사이트들 사이에 누가 더 싼지 봐요."

"So, sometimes I've done it where, I will look at it online, go "Wow, it looks nice" let me go to the store and see it. I go to the store, if I like it, then I'll just get on my phone, and purchases right off my phone.

온라인으로 보고 마음에 들어서 가게에 가서 확인하고, 마음에 들면 바로 폰으로 사기도 해요." - Elvis Trivino, 30대 회계사 (U3-19)

상품을 직접 보고 사이즈가 맞는지 확인하고 싶다.

"요즘에 많이 신는 신발이 고소영 신발해서 아쉬신발을 많이 신는데요, 그것도 거의 직구해요. 엄마들이. 직접 사진 않고 가서 다 신어보고 내 사이즈를 알아내서 샅밥이나 뭐 그렇게 보통 직구를 하지." 박혜영, 30대 주부 (K2-2)

오프라인 쇼핑을 효율적으로 하고 싶다.

"What I do is when I get home I plan thoroughly so I can be efficient. Like, if I want to set up new curtains, I work through: what do I need? And maybe go to IKEA and buy everything I need. Then I just put it up. So it's efficient that way. I don't want to do second, three loops to a store.

집에서 하는 일(to do list 관리)은, 효율적으로 일을 하기 위해 계획을 완벽히 짜는 거예요. 예를 들어 커튼을 새로 달고 싶으면, 아마 뭐가 필요한지 생각을 먼저 하고 IKEA에 가서 필요한 걸 모두 다 살 거예요. 그리고 커튼을 다는 거죠. 이러는 게 효율적이예요. 가게에 두 번 세 번 가고 싶지 않거든요." Gustav Radstrom 30대 프로젝트매니저 (S4-19)

- + 사용자들은 결제수단, 신분증, 명함 등이 모든 담긴 지갑을 항상 들고 다니지만, 두껍고 무거워 불편하다고 지적했다.
- + 스마트폰으로 결제, 신분확인 등의 기능을 대체하면 편리하지만, 행동 깊이 (action depth)가 많아진다는 것과 보안이 불안하다는 단점이 있다.
- + 사용자들은 이런 단점을 모두 보완하여 지갑 안의 물건들이 스마트폰으로 대체되었으면 한다.

### Consumer Quotes

두꺼운 지갑을 들고 다니기 싫다. 명함, 신용카드, 기타 카드를 모바일로 대체하고 싶다.

"This is my card for business, and these are other cards; it's terrible to carry cards all.

the time; everything should be inside this. This is what I'm paying with, and this is what I'm using. Technologies should be enable us to get rid of all these cards. That's a lot of cards; this is my traveling card, air card, for food, etc.

이건 제 비즈니스 명함이에요. 그리고 다른 명함.. 이걸 다 들고 다니는 건 끔찍해요. 모든 게 이 안에 있어야 해요. 이게 제가 돈을 내는 수단이고, 제가 사용하는 거예요. 기술들은 이런 카드들을 다 없애게 도와줘야 해요. 카드가 많잖아요. 이건 제 여행전용 카드, 비행기 카드, 음식..등등" - Andersson Kent, 50대 IT매니저 [55-13]

아이패드로 결제하고 싶다.

"아이에스피도 그냥 바로, 비밀번호만 누르면. 예. 훨씬 편해서. 이거는 위험하다 싶을 정도로 훨씬 편하더라고요." - 박혜영, 30대 주부[K2-7]

핸드폰으로 쉽게 결제하고 싶다.

"Get the credit card into the phone. Like tap the phone, and you pay.

신용카드를 핸드폰에 넣는거죠. 핸드폰을 누르면 돈을 낼 수 있게." - Malin Hedblom, 30대 호텔브랜딩매니저 [53-etc]

- + 사용자들은 인터넷 덕분에 국내 뿐만 아니라 해외 쇼핑 정보를 받아볼 수 있게 되어, 선택의 폭은 무한대에 가까워졌다.
- + 사용자들은 쇼핑한 물건들을 통해 자신의 취향, 수준 등을 반영하여 하나의 정체성(Identity)를 표현하고 싶어 한다.
- + 넘치는 상품의 홍수 속에서 자신의 정체성을 큐레이팅(Curating)하고 싶어 한다.

### Consumer Quotes

소비는 나의 아이덴티티를 표현하는 것이다. (큐레이션 / creating identity)

"Consuming, I guess it's like the curating things and experiences, so it's not just like the active consumer network. I mean there's like the things that you need to survive, you know, like eating and stuff, but like you can choose. Like you even kind of like – I guess like everybody – a friend of mine wrote this book called Curation Nation, which I thought kind of like was an interesting framework without thinking about things. Like you're kind of like curating your lifestyle.

소비하는 거라면 큐레이팅 하거나 경험 같은 거라서 활발한 소비자 네트워크만 있는 게 아니구요. 살기 위해서 소비해야 되는, 먹는 거라던가 그런 게 있긴 하지만 고를 수 있잖아요. 그래서 제 친구는 큐레이션 네이션 이라는 책도 썼는데 흥미로운 거 같았어요. 당신 이 당신의 삶을 큐레이팅 하는 거죠." - Lee-Sean Huang, 30대 디자이너 [U5-17]

새로운 것을 사서 트렌드에 뒤쳐지고 싶지 않다. 젊게 살고 싶다.

"There's a saying – Well – I want to buy something that's great, modern, up-to-date, that I know that in the next few months it's still going to be , not only in demand, but up to standard to everything else.

전 아주 현대적이고 최신 유행인 것을 싫어요, 그리고 그것이 다음 몇 달 동안에도 여전히 수요가 있을 뿐만이 아니라 다른 것에 비교해도 뒤떨어지지 않아야 하죠"

"I'm 40 years old, and people sometimes are like, you're 40 years old, get out of here. I go, yes, you don't act like a 40 year old. You freaking act like you're 30 or 20. I go. I just try to keep active. I mean, I try keep myself active and being to – I guess standing next to a 20-year-old, and not say, oh I look like him, but be able to say, oh you want to run, come one let's go run. If you want to work out, let's go work out.

전 40 살인데 사람들은 저 보고 진짜 40 살이냐고, 거짓말하지 말라고 해요. 40 살처럼 행동하지 않는다고, 30 살이나 20 살처럼 행동한다고요. 전 그냥 활동적으로 살려고 노력을 하죠. 만약 20 살 옆에 서있을 때 것처럼 보이길 원하는 건 아니지만 뛰고 싶냐, 같이 뛰자, 운동하고 싶냐, 같이 운동하자 라고 말할 수 있기를 원해요." - Elvis Trivino, 30대 회계사 [U3-15]

- + 사용자들은 구매 결정을 내리기 전 상품의 정보를 남편, 친구 등에 보내 그들의 의견을 반영하여 구매 결정을 하였다.
- + 지인 또는 그 상품을 이미 구매한 사용자들의 의견은 사용자들의 구매 결정에 큰 자신감을 준다.
- + 항상 완벽하게 모든 정보를 가질 수 없기 때문에 사용자들은 구매하기 전에 이런 '확신'을 갖고 싶어 한다.

### Consumer Quotes

친구로부터 쇼핑 조언을 듣고 싶다.

"A friend will say well look at mine this is really what you need and another friend is like... I thought I knew everything about strollers at this point."

"아직 사지 않았지만- 친구가 자기 걸 보여주면서 이게 좋다라고 하고 다른 친구는 또.. 유모차에 대해선 모든 걸 알고 있다고 생각했는데 말이죠." - Ann Price, 30대 주부 (U2-19)

내가 고른 제품에 대해 친구, 가족들의 의견을 듣고 싶다.

"It also depends. But mostly I listen to my friends and family. Even when we are working, we send emails to each other to communicate. I think, take a picture and send him. But it doesn't give context and impression."

"이것도 상황마다 다른데요, 보통 친구들과 가족을 믿어요. 일하고 있을 때도, 서로에게 이 메일을 보내기도 해요. 저는 사진을 찍어서 보내요. 하지만 그게 인상을 말해주진 않죠." - Elvira Wennberg, 30대 부동산에이전트 (S2-2)

다른 일반 사용자나 전문가의 리뷰를 통해 새로운 제품에 대한 정보를 얻고 싶다.

"No, only to new things, but based on the rating and the critics from like CNET and from other places, like I'll go - I get rating from Nuway, I'll get ratings from Slick Deals, I'll get ratings from whatever websites I use."

"아뇨, 새로운 것들에만요, 하지만 CNET의 품평과 비평가들에 의하면, 그리고 다른 곳들- Nuway, SlickDeal 등에서 품평을 읽어보거든요, 아마존도 보고요." - Elvis Trivino, 30대 회계사 (U3-17)



## Local Info

### 01\_Newness

- + 여행은 새로운 곳으로 가는 것이기 때문에 뜻밖의 일들이 많이 일어나기 마련이다.
- + 어떤 여행자는 직접 가서 현지를 파악한 후 정보를 얻는다.
- + 이러한 여행 도중에 만나는 우연(serendipity)을 즐기고, 여행의 재미라고 생각한다.
- + 새로운 환경에 당황하지 않고, 낯설음마저도 즐거움으로 승화시킨다.

### Consumer Quotes

#### 새로운 곳에 가는 것은 설렌다.

“해외 여행은 일단은 낯선 곳이잖아요. 주로 제가 가는데는 낯선 곳이 많아요. 일단 흥분돼요 소풍가듯이, 어린 아이일 때. 그다음에 기대심리도 있고, 재미가 있어보이잖아요. 재미가. 한국은 어디 간다 그러면 뻔해 느낌이. 아 가면 뭐 어떻게 될거 같다. 근데 여기는 낯선 곳이기 때문에 답이 없어요. 재미가, 흥분이 유발 되잖아요. 그런 즐거움.”- 유지성, 40대 스포츠 에이전트 (K4-5)

#### 걸어다니며 이것 저것 보고 싶다.

“Yes. If it's like – I'm used to just kind of walking around places. So like when I was going to Rio down in Brazil, like the first time I went was with a co-worker who's from there, so she just like showed me around. But then when I was there longer time, like by myself for work, I would just walk around, like where I was staying. 그냥 걸어다니면서 이것 저것 보는거에 익숙해요. 그래서 브라질 리오에 처음으로 갔을 때는 동료와 함께 있어서 그녀가 이것 저것 보여줬었죠. 혼자 일 때문에 좀 더 오래 있었을 때는 그냥 걸어다녔어요..” – Lee-Sean Huang, 30대 디자이너 (U5-2)

#### 지역 정보는 나와 취향이 비슷해 보이는 현지인에게 물어보는 것이 좋다.

“I tend to talk to people. It's local knowledge. It's also interesting to know what they think is good and get to know them a little bit. I like the cultural difference there. [...] I'll pick that person to be someone I trust in answering that question. That could have the same taste as me. [...] Because for me that's the more efficient way then spending a couple of hours reading, because I have done it before and then I kind of end up being disappointed anyway. 사람들에게 물어보는 편이에요. 그게 지역 정보죠. 그리고 그들이 뭐가 좋다고 생각하는지 보고 그들을 알아가는 것도 흥미로워요. 문화적 차이가 있는 걸 좋아하거든요. [...] 제가 믿을 만한 사람을 골라서 질문을 하죠. 저랑 비슷한 취향을 가진 사람이요. 왜냐면 그게 몇 시간 걸려서 읽는 것보다 더 효율적이고 제가 해봤는데 조금 실망하는 경우가 있었거든요..” - Gustav Radstrom, 30대 프로젝트매니저 (S4-20)

- + 어떤 여행자는 낯선 곳에서 예상 밖의 일을 최대한 줄이려고 한다.
- + 가기 전에 최대한 많은 정보를 준비해야 안심하고 출발할 수 있다.
- + 그러기 위해서 여행 전에 많은 것을 계획하고 기대한대로 여행이 효율적이게 진행되었으면 한다.

### Consumer Quotes

어떤 장소에 가기 전에 그 곳의 분위기, 메뉴 같은 정보를 미리 알고 가고 싶다.

“인테리어랑 메뉴랑 다 궁금하잖아요. 이제 거기 위치는 지도 첨부해서 넣고.. ‘아, 여기 되게 이런 분위기구나.’ 이런 걸 알 수 있으니까.. 그리고 꼭 찍는 게 메뉴, 그 다음에 가격 대.. ‘대충 이 정도 메뉴에 이 정도 가격대다.’ 이런 걸 보여주기 위해서.. 그 들으면은 무조건 가는 게 아니라, 들으면 한번 검색을 하긴 해요..” – 장하나 20대 대학생 [K5-1]

출장과 관련된 정보를 미리 얻고 준비하고 싶다.

“We try to be prepared. We actually look before traveling. (...) But you should be prepared about what you wanna see. In NY, there's lots of things to see, but you can't see everything. What you need to see, be prepared.

우리는 준비되어있으려고 노력하죠. 여행 가기 전에 정보를 찾죠. (...) 뭘 보고 싶은지는 준비해야 되요. 뉴욕에는 볼 것은 많지만 모든 걸 볼 수는 없잖아요. 보고 싶은 건 준비해야 해요.” – Andersson Kent, 50대 IT매니저 [55-1]

가기 전에 지인에게 지역 정보를 미리 얻는다.

“Like I was visiting like different [inaudible] schools, so like from that one, like I asked my [inaudible] teacher here in New York, Okay, do you know anybody in Rio? And like, he's been training down in Brazil before, so it's like I'm not like super close to this person, but I know somebody through somebody else. You should go visit his place, so I did that.

다른 학교들을 방문했는데요 그래서 뉴욕에 있는 선생님한테, 리오에 아는 사람 없으세요? 그러면 그 사람이 브라질에서 트레이닝을 받은 적이 있어서, 아 이 사람이라 완전 친한 건 아닌데 누구를 통해서 누구를 알아요 이라고 여기를 가보세요. 이러면 가보고 그랬어요..” – Lee-Sean Huang, 30대 디자이너 [U5-2]

- + 여행자들은 지역의 진정성을 걷고, 보고, 먹고, 하고, 사진을 남기고, 기록하는 방식으로 느낀다.
- + 여행자들은 낯선 곳에서 최대한 새로운 많은 경험을 하여 자신의 것으로 흡수하고 싶어했다.

### Consumer Quotes

지역성, 지역색 강한 것이 중요함.

"So the best meal I had in New Orleans was at like this family run place. It was like small, and cheap, and stuff like that. So it's like, yes, it's probably like authenticity. 좀 지역색이 강한 경험을 하고 싶어요. 제일 보람을 느끼는건 저는 음식은 중요하게 생각하지만 비싼 음식만 찾는건아니거든요. 그래서 뉴올리언즈에서 제일 맛있게 먹었던 음식은 가족이 운영하는 식당이었어요. 작고 싸고 그랬죠. 그래서 저한테는 진정성이 중요해요." – Lee-Sean Huang, 30대 디자이너 [U5-10]

여행을 가면 사진을 많이 찍고 싶다.

"I can definitely say a lot of photos. Like when I went to Brazil for fun, like last summer, I took like hundreds of photos, just like of the market because there's like a lot of cool things in the market that I wouldn't be able to bring back, you know, weird like fish from the Amazon, and things like that. So it was just like interesting to just take photos of those experiences rather than like try to buy a thing.

우선 사진을 많이 찍구요. 예를 들어 브라질에 작년 여름에 놀러갔을 때 수 백장의 사진을 찍었죠. 이런 시장이나.. 시장에 멋진 게 많이 있었는데 그걸 다 가지고 올 순 없잖아 요. 그리고 아마존에서 본 이상하게 생긴 물고기라던가 그런거요. 그래서 그런 경험들의 사진을 찍는게 뭘 사는 것보다 나아요." – Lee-Sean Huang, 30대 디자이너 [U5-8]

맛있는 걸 먹고 사진으로 남기고 싶다.

"며칠 전에 갈비를 먹으러 한 번 갔었어요. 근데 제가 사진을 막 찍었어요. 그러니까.. 그랬더니, 그냥 갑자기 서비스를 막 갖다 주는 거예요. 그러면서 '아, 예쁘게 올려달라.'고 사장님이.. " – 장하나, 20대 대학생[K5-etc.]

여행한 과정을 기억하고 싶어서 사진을 남긴다.

"디카하고 아이폰으로 찍죠. 대회를 가면 이런식으로 많이 사진을 찍어 와요. 그래서 나중에, 쪽쪽 봅니다. 여행가듯이. 쪽쪽 보면 모든게 기억이 나요. 제가 어떤 일을 했고.." - 유지성, 40대 스포츠 에이전트 [K4-etc.]

01

## Project Overview

1. Project Objective
2. Project Scope
3. Project Process

02

## Context Domain별 Consumer Themes

03

## Expert Insights

1. Analog + Digital
2. Device as myself
3. Contextual Filtering
4. System Convergence
5. Device as Commodity
6. Device Divergence
7. Human-fit UX
8. Etc.

04

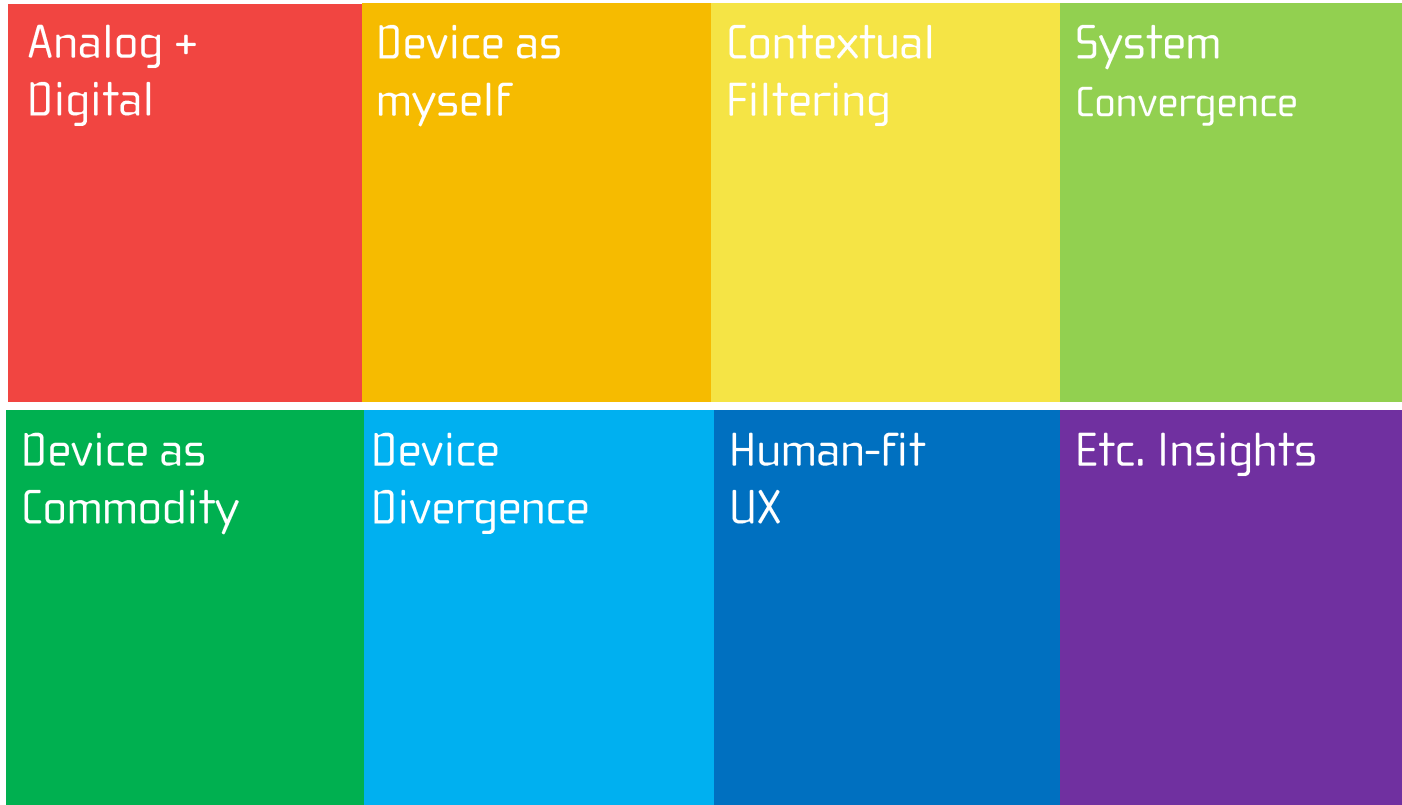
## Design Principle

05

## Conclusion

# Expert Insights

전문가로부터 의견을 들었고, 이로부터 총 8개의 인사이트를 도출하였다.





- + Digital Device는 인간의 자유로운 사고의 흐름을 끊기 때문에 오히려 Productivity를 떨어뜨리기도 함
- + 아날로그 도구를 쓰던 감각을 자연스럽게 복원하는 것이 힌트
- + 글쓰기, 읽기, 대화하기 등 일상 행동이나 이미 쓰고 있는 것에 주목 할 것
- + 아날로그적 감성은 편안함, 고상함, 아름다움, 간단함, 익숙함

## Expert Quotes

Mingle 된 정보를 표현하기에 펜이 자유도가 높다. – 류중희 (AR Expert, Olaworks Founder)

“사람 머리 속엔 텍스트가 가지런히 들어있는 게 아니거든요. 그림도 들어있고 정보들이 연결돼있어요. 그런 것들이 섞여(mingle) 있으니까 메모를 할 때 그림도 그리고 줄도 치고 하잖아요. 그래서 훨씬 더 펜이 자유도가 높은 거죠.” [E류-7]

의류의 용어와 재료 같은 특징을 유지해야 한다. – Despina Papadopoulos (Wearable Device Expert)

“It’s very important to take most of the characteristics that clothes have even if we take some technology; they should feel as natural as possible in that experience. It’s important to use the same vocabulary, to use the same components that you already have in garments. 옷이 이미 가지고 있는 특징들은 대부분 계속 유지하면서 기술을 접목시키는 것이 정말 중요합니다. 옷을 입을 때처럼 최대한 자연스럽게 느껴져야 하기 때문입니다. 의류에서 이미 쓰이는 재료와 용어를 쓰는 게 중요합니다.” [ED-2]

질감을 살린 스크린처럼 새로운 형태의 Interaction이 다양화될 것이다. – Jessi Baker (UI/UX Designer & Technologist)

“Textured screens rather than flat touch screens – using enhanced tactility to inform. 평평한 터치 스크린이 아닌 질감을 살린 스크린(Textured screen) – 풍부해진 질감으로 정보 전달.” [EJ-5]

아날로그 기기들의 간편한 기능성과 익숙함은 디지털 기기에 해답을 줄 수 있다. – Wesley Robison (IT Trend Expert)

“Analog serves two functions, offering comfort in the face of a scary rate of change and a reminder that familiar interactions can still be very functional. Analog aesthetics helps remind us of why we do things and the value we attach to certain interactions. Analog helps to create an artistic framework for people to reset their interactions. Similarly, the simplicity and familiarity of analog devices helps keep digital solutions simple. 아날로그는 두 가지 기능을 가지고 있습니다. 무섭게 변화하는 세상에서 편안함을 주고, 익숙한 작동방식들이 아직도 매우 기능적이라는 것을 보여줍니다. 아날로그의 미학은 우리가 왜 어떤 일을 하고 아직 어떤 작동방식을 왜 선호하는지 보여줍니다. 아날로그는 Interaction을 다시 만드려는 사람들에게 예술적인 프레임워크를 만들어줍니다. 비슷하게, 아날로그 기기의 간단함과 익숙함은 디지털 솔루션들을 간단하게 만듭니다.” [EW-3]

- + Digital Device는 사람과 하나의 Identity 처럼 인지됨
- + 향후에는 몸에 밀착되어 특히 건강이나 움직임을 인식하고 관리하는 데 이용될 것
- + 이를 위해 Wearable Technology를 활용할 수 있으며
- + 이때, 기술이 아니라 Fashion이 전면에 나서야 함
- + 즉, 사용자들에게 가장 편안한 형태로 개발되어야 함

## Expert Quotes

사람들은 Device를 통해 인지와 감각 능력을 보완한다. – 이중식 (서울대 융합기술대학원 교수)

“버스에서가 졸다가 딱 깬어요. 어, 여기가 어디지? 그럼 바깥을 보나요 아니면 구글 지도를 보나요? 요즘 사람들은 구글 지도를 봐요. 아침에 있어났어요. 그럼 이제 옷을 입어야 되는데 (날씨가 궁금하면) 창문을 열고 바깥공기를 보나요, 아니면 날씨 앱을 보나요? 날씨 앱을 보죠. 그러니까 감각같은 것도, 현실을 이해하는 것도 온라인에 맛집 올리고, 공연한다 이런 정도를 떠나서, 그냥 현실을 인지하는 거 자체도 그 이 보철 감각Prosthetic sensory를 많이 활용을 하는 거죠. (보철감각: 안경이나 틀니처럼 감각을 확장시켜주는 도구를 통해 현실을 인식하는 것)” [EOI-1]

앞으로 Device는 “Always on there”가 될 수 있다. – 이중식 (서울대 융합기술대학원 교수)

“제가 보기에 Form factor가 bar 타입은 아주 빨리 없어지지 않을까 하는 생각이예요. Formless Communication이 될 수 있어요. 귀에 거는 귀걸이가 되든 뭐가 되든 formless가 될 가능성도 많고, 그리고 always on there이 될 가능성도 많아요.” [EOI-7]

Fashion의 일부로서 Fashion의 본질적 가치를 갖춰야 한다. – Despina Papadopoulos (Wearable Device Expert)

“There is something interesting about human beings and their relationship to fashion; it is quite useless; it is about projecting a certain sense of self saying 'Look, this is who I am' but it is also about creating personality.

인간과 패션의 관계는 정말 흥미롭습니다. 사실 별로 쓸모는 없어요. 결국 자아에 대한 표현인 겁니다. 마치 '봐, 난 이런 사람이야'라고 말하는 것이고, 성격Personality을 형성하기도 합니다.” [EO-1]

앞으로 내 Device는 나의 Identity와 더욱 동일시 될 것이다. – 정세주 (Health Care Expert, SmartworkLabs 대표)

“기계가 자체가 개인화되었잖아요. Cell phone means you, it's about me. 이게 나라고 하는 이유가 뭘까. 센서가 많았기 때문이라고 생각하거든요. 지금은 의지와 상관없이 할 수 있는 게 많아졌잖아요. 최근에는 location, GPS, 사진 찍는 것과 motion sensor도 있으니깐 그런 특징에 특화된 많은 app들이랑 소프트웨어들이 많아지잖아요. 이건 시작에 불과하다고 생각해요. 더 personalized될 거예요.” [E정-1]



## Contextual Filtering

- + 무분별한 Contents Push로부터 받는 스트레스가 큼
- + Context에 따라 적절한 Contents를 제공해야 함
- + Context라 함은 개인별 관련성, 감정, 시간, 장소 등의 다양한 요소를 포함함
- + Context로 기억할 때는 장소, 사람, 시간, 사물의 순서로 Recall 함

### Expert Quotes

내 말을 알아 듣는 서비스가 중요하다. – 정세주 (Health Care Expert, SmartworkLabs 대표)

“서비스는 내 말을 들어주고 나의 의중을 잘 파악하는 ‘상대방’으로 인식되어야 합니다. 이는 나의 Context를 자동으로 Capture하는 방식 외에도 내가 거부감 없는 방식으로 물어보는 것과 생각의 결과를 내가 잘 알아들을 수 있게 설명해주는 방식도 포함합니다. Quantify yourself도 좋지만, 필요한 정보로 해석해서 알려주는 게 정말 중요합니다. 저희는 칼로리를 세라고 하지 않아요.” [E정-13]

사람들이 무엇을 어디까지 받고 싶은지 알아야 한다. – 류중희 (AR Expert, Olaworks Founder)

“나를 알아 본다는 것 정의가 뭘까요? 뭘 하면 나를 알아보는 건가요? 문제의 정의를 어설프게 하면 안 됩니다. 나에 대한 Database는 정의가 뭐지요? 스마트폰이 정말 똑똑해서 나를 알아보기를 원하는데, 사실은 정확하게 무엇인지, 어디까지 해주길 바라는지에 대해서 알고 있는 사람은 아직 없어요, 놀랍게도.

이게 조금만 오버하면은 굉장히 기분 나빠지는 일이죠. 그리고 기기가 사람을 알고 있다고 주장하면서 허튼 짓을 하면은 더 바보 같아 지는 거죠.” [E류-5]

위치 정보는 관련된 정보를 끌어당기는 하나의 방법이다. – Alexa Andrzejewski (LBSN5 Expert, Foodspotting Founder)

“That said, at its essence, location is just one more way of quickly accessing the right information at the right time. Like a compass pulls the north arrow to it, a pair of geocoordinates can pull all kinds of relevant data to it. It could tell you that your friends are nearby or tell you that a food you love is nearby.

위치정보는 올바른 시간에 올바른 정보에 접근하는 방법 중 하나입니다. 나침반 바늘이 북쪽으로 끌려가는 것처럼, 위치정보는 모든 관련 정보를 끌어당깁니다. 자신의 친구가 가까이 있는지, 좋아하는 음식이 있는지 알 수 있습니다.” [EA-1]

Push가 아니라 Pull Experience – Alexa Andrzejewski (LBSN5 Expert, Foodspotting Founder)

“So just because a technology is cool or possible doesn't mean it's what people want. I wouldn't want Google to push random webpages at me. I want to signal intent.

Because the real trick isn't location but relevance. Foodspotting was designed to be a "pull" experience -- you launch Foodspotting when you're hungry.

기술이 멋지다고 해서 사람들이 원하는 것은 아닙니다. 저는 구글이 무작위로 어떤 페이지를 푸쉬해주는 걸 원하지 않습니다. 저는 제 의도를 보여주고 싶습니다. 진짜 방법은 위치가 아니라 관련성입니다. Foodspotting은 “Pull” 경험으로 디자인이 되어있습니다. 배고플 때 Foodspotting을 실행하죠.” [EA-4]



- + 플랫폼 간 장벽이 생기는 순간 사용자는 Device를 ‘삶에서 괴리된 기계’로 인식
- + ‘호환성’이라는 개념이 사라질 만큼 Daily life Activity가 이어지도록 해야 할 것.
- + Service는 Convergence되고 Device는 Divergence되어 하나의 행동이나 흐름이 다양한 Device를 통해 Interaction되어야 함

Expert Quotes

Ecosystem을 통해 Daily Life Activity가 장소가 바뀌어도 이어진다. – 정세주 (Health Care Expert, SmartworkLabs 대표)

"digital convergence 덕분에 우리가 지금 cloud connecting을 해서 내 라이프스타일에서의 흐름이 끊기지 않는 거예요. 저희 회사의 예를 들자면 핸드폰을 두고 나와도 사무실에 왔는데 필요한 정보만 팝업이 되거든요. 또 차를 타서 TV를 보면 집에 가셔도 계속 이어지는 거죠. 아니면 오늘 예정되어있던 운동계획이 버스 타고 집에 가는 길에 reminder 팝업이 뜨는 거예요." [E정-3]

다양화된 Platform driven Device의 가능성이 있다. – 정세주 (Health Care Expert, SmartworkLabs 대표)

"컨텐츠는 더 개인화에 맞춰지고 있어요. [저희 서비스는] 그런 과정이 18개월 이내에 마무리 될 거예요. 다행히 18개월이 되면 통신망이 더 좋아질 거라 생각하고, 저희는 그럼 iOS나 android에 대한 의존도가 떨어지겠죠. 삼성에 더 좋아지겠죠. 의존도가 낮아지면 플랫폼자체가 변화할거예요. 서비스를 만드는 저희 입장에서 채널이 더 많아지면 고맙죠." [E정-7]

개방적인 어플리케이션 생태계로 진화할 것이다. – Wesley Robison (IT Trend Expert)

"People are looking to make 1+1=3 beyond the iPhone and app ecosystem. This puts a greater strain on Apple while benefiting more open systems like Android. 사람들은 아이폰과앱 생태계를 통해1+1=3의 결과를 원합니다. 그래서 애플에게 좀 더 많은 압박을 주고, 개방 시스템인 안드로이드에게 더 유리합니다.." [EW-4]



## Device as Commodity

- + Cloud system에 Content와 Content를 구동하는 Application이 동시에 올라가면서 Device는 단순히 Access하는 도구가 될 것
- + Device가 Commodity 화 되면, 소유의 의미가 약화되어 Personal Device에서 Sharing Devices로 변화
- + Access한 Contents를 공동으로 감상하고, 게시하는 목적의 Device가 등장할 수 있고 한편, 개인의 비밀정보와 고유의 감성을 위한 독립된 Device도 필요할 것

### Expert Quotes

Device 자체의 Commodity화가 진행된다. – 정세주 (Health Care Expert, SmartworkLabs 대표)

“사람 머리 속엔 텍스트가 가지런히 들어있는 게 아니거든요. 그림도 들어있고 정보들이 연결돼있어요. 그런 것들이 섞여(mingle) 있으니까 메모를 할 때 그림도 그리고 줄도 치고 하잖아요. 그래서 훨씬 더 펜이 자유도가 높은 거죠.” [E정-2]

공공의 Device가 보편화될 수도 있다. – 이종식 (서울대 융합기술대학원 교수)

“단말기는 지금은 개인이 갖지만, 프로세싱 파워나 메모리 파워가 0에 가까워지고, 네트워크가 더 좋아지면, 굳이 가지고 다닐 필요 없어질 거 아니에요. (...) 지금은 사람들이 이런걸 개인이 사지만, 조만간 대부분의 기계를 기관이 사지 않을까라는 생각도 했어요. (...)그게 하나가 built for share고 그다음에 아예 만들 때부터 남을 위한 것들도 있었고, 그 다음에 이제 적정기술의 예들이 굉장히 많이 나오니까. (...)구글 크롬 브라우저 인터페이스하고 비슷한 거예요. 여러 유저들이 로그인을 하는 장치라고 볼 수 있는 거죠.” [E이-5]

공유와 게시를 위한 공용의 Device가 생길 것이다. – Alexa Andrzejewski (LBSNS Expert, Foodspotting Founder)

“There still isn't a great mobile device for sharing or presenting information to others. The iPhone is closest to that, but iPhones and iPads were designed VERY MUCH SO for one person. It would be interesting to see some devices that better facilitate interaction and sharing. For example, if the iPhone had a built in projector, I could show my dad the photos on it a lot better.

아직은 공유하거나 게시하기 위한 Mobile Device는 별로 없습니다. 아이폰이 가깝긴 하지만, 아이폰이나 아이패드들은 한 사람을 위한 개인 Device입니다. 어떤 Device가 Interaction 과 공유를 좀 더 잘할 수 있다면 재미있을 것 같습니다. 예를 들어, 아이폰에 프로젝터가 내장된다면 우리 아버지에게 내 사진들을 좀 더 쉽게 공유할 수 있겠죠..” [EA-3.]

Borderless한 Device 경험이 늘더라도 ‘내 것’은 필요할 것. – 정세주 (Health Care Expert, SmartworkLabs 대표)

“[All in one Device가 계속 될 것이냐라는 질문에 대해] No의 이유는 commodity되고 공용화되지만 결국은 내 것의 감성과 가치는 항상 있다고 생각합니다. 정말 중요한 정보는 제가 갖고 다니죠. tangible한 건 아직도 중요하다고 생각합니다.” [E정-10]

- + 스마트폰이 'All in One Device'이기 때문에 불편한 상황이 나타남
- + 스마트폰은 Special Function을 추가 할 수 있도록 지원하는 범용 Device로 진화 될 것임
- + Processing Device 와 In/output Function은 분리 될 가능성이 있음
- + 다양한 Digital Devices가 연결된 Environment에서 기기 간 커뮤니케이션이 나를 Annoying 하지 않으면서 Serve 해야 함

## Expert Quotes

**'All in One Device'의 Paradox'를 해결해야 한다. – 정세주 (Health Care Expert, SmartworkLabs 대표)**

"Swiss army knife가 Device를 만들 때 Paradox예요. 모든 걸 다 포함하고 싶지만, 어떤 상황에서 다 쓸 수 있다는 도구인데요. 하지만 마지막으로 언제 썼냐고 물어보면 거의 대답이 'Never'예요. 기능을 많이 넣었다고 해서 대중화되는 건 아닌 거죠. All in one 솔루션이 최고는 아닙니다. 적재적소에 필요한 Device가 만들어지는 것이 더 나을 수 있어요." [E정-11]

**주변 기기로 기능을 추가하는 범용 Device로의 진화. – 이중식 (서울대 융합기술대학원 교수)**

"요즘 멀티 function Device들이 많이 나오지만, 저희가 생각한 건 범용 Device인데, 여러 가지 Logic을 담을 수 있는 Device예요. 예를 들면 요즘 스마트폰에도 월 하나 딱 끼면은 포스트로 대신 쓸 수도 있고, 현장에서 뭐 Mobile cashier가 되기도 하잖아요. 스마트폰은 범용 CPU의 역할 정도 할 수 있고 다른 functionality에 대한 부가기능이 들어갈거라고 생각했어요." [E이-6]

**Processing Device 와 In/output Function은 분리 될 가능성이 있다. – Despina Papadopoulos (Wearable Device Expert)**

"A lot of the data that we gather about people, sensors that are environmental, bio-feedback, or health, etc, I think there's something to be said also about streaming through your ipad or to your home computer for two reasons. One, because it's a bigger display. And of the issues about power. 사람들로부터 얻는 방대한 정보나, 환경, 신체, 건강을 인지하는 센서를 아이패드나 집 컴퓨터로 옮겨 이용할 수 있으면 좋을 것 같아요. 다음의 두 이유에서 그렇게 생각합니다. 첫 번째로, 화면이 더 큼니다. 전원 문제도 해결이 됩니다." [ED-3]

**옷과 Mobile Device가 Machine to Machine 네트워크를 형성할 것이다. – Despina Papadopoulos (Wearable Device Expert)**

"And then what we'll see emerge, or what I've been imagining to emerge and now we've been seeing it happen is a network. Your jacket talks to your pants, which talks to your cell phone, which talks to your... wardrobe  
제가 봤을 때 앞으로 네트워크가 생겨날 거예요. 재킷이 바지와 통신하고, 바지는 핸드폰과, 핸드폰은 제 옷장과 통신하는 거죠." [ED-9]

- + Device의 UX는 인간이 지닌 기본적인 행동습성과 인지구조를 반영해야 함
- + Augmented recognition이나 Gesture 활용 기술은 인류 역사에 존재하지 않았던 Interaction 방식이기 때문에 더 세심한 Design이 필요
- + 사람들이 Context를 기억하고 다시 상기하는 방식을 제대로 이해해야만 Context 활용 기술이 가치 있게 활용될 것

## Expert Quotes

인간의 기억을 구성하는 Context에 맞는 UX가 필요하다. – 류중희 (AR Expert, Olaworks Founder)

“난 SMS를 보내는데 누구한테 보내는 게 좋을까, 이렇게 생각 안 한다고요. 사람을 먼저 떠올리잖아요. 내 친구한테 연락을 해야 되는데 연락 방법으로 SMS도 있고 전화도 있고 그 중에 하나를 고르는데 요즘 핸드폰은 그렇게 안 되어요. 굉장히 Stupid 하죠. [E류-9]

“기억을 Recall할때 Key가 되게 뭐냐, 그런 연구가 있거든요. 그게 Space, Personal, Object, Time. 네 종류로 정리할 수 있어요 Place가 1번, 2번이 Person, 3번이 Time, 4번이 Object였어요.” [E류-9]

많은 디바이스는 여전히 인간 몸과 행동에 부자연스럽다. – 이중식 (서울대 융합기술대학원 교수)

“만약 무용 안무가나 연극 연출가가 세상을 본다면, 버스나 횡단보도같은 데서 이어폰 끼고 이렇게 움직이는 사람보면 당연히 부자연스럽죠. 원래 기기가 나오면 기기가 fascinate해가지고, 이것이 굉장히 자연스러운 장치라고 생각 하는데, 사실 그렇지 않아요. 제가 지난 학기부터 수업의 교재를 PDF나 E-book으로 다 바꿨거든요. 패드로 보는 애들이 100%이라면, 노트북으로 있는 친구들이 70%, PC로 보는 친구들은 50%밖에 안돼요. 그 얘기는 뭐냐 하면, 우리가 책을 읽을 때 몸이 이렇게도 있다가 5초 뒤에 바꾸기도 하고, 우리 몸은 끊임없이 맞는 상황에 맞춰가지고 움직인단 말이에요, 패드는 내 시야에 계속 움직이면 돼요. 그런데 노트북도 그럴 거 같지만, 노트북은 생각보다 Stable한 자리가 필요해요.” [E이-2]

기기 사용이 행동의 맥락을 끊어서는 안 된다. – 류중희 (AR Expert, Olaworks Founder)

“내가 계속 물건을 보고 있잖아요. 그러니까 나는 계속 물건을 보고 있고 물건을 보면서 궁금증이 들어요. 거기에 슬쩍 정보가 위에 올라 타면 그건 별개고요. 이게 궁금하니까 내가 스마트폰을 꺼내가지고 켜고 앱을 고르고 카메라를 가동시키고 해야 된다면? 이거는 굉장히 어렵잖아요. 이미 맥락이 끊기는 거예요. 그러니까 모드, 그 UI를 모드가 바뀌잖아요. 그러니까 Real world에서 해결하고 싶은데 Virtual world로 들어가야 되는 거잖아요.” [E이-2]

현재 제스처 인식 기술은 인간의 인지구조상 문제를 일으킬 수 있다. – 이중식 (서울대 융합기술대학원 교수)

“registering surface나 registering point, addressing point가 필요하다는 얘기는 많이 해요. 왜냐하면은 뭐냐면 내가 그니깐 키넥트가 어려운 것중에 하나가, registering surface가 없어요. 그니깐 터치나 서페이스나그런거는 여기다 내가 댔다고 하는 그 포인트가 있어요. 근데 키넥트는 어디까지가 거의 공중에서 하는거잖아요, 그래서 퓨얼리웨어러블이나네츄럴로가는게 굉장히 어려울수가 있어요. 그니깐 뭔가 이렇게 인지적인 매듭이 형성이 되는것들 중요하거든요.” [E이-3]

- + Application은 사용자의 질문에 답하도록 만들어진 것
- + 파일 시스템 개념은 소멸되고 'Self-organizing Object'가 등장할 것
- + Mobile Productivity를 위해 Capture Management가 요구됨

## Expert Quotes

Application은 질문에 답하도록 만들어졌다. – Alexa Andrzejewski (LB5N5 Expert, Foodspotting Founder)

"Launching an app is like asking a question. I launch Foursquare to ask "Which of my friends are nearby?" I launch Foodspotting to ask "What's good here?" I launch Yelp to ask "Is this restaurant any good?" App icons are shortcuts for different kinds of searches. Maybe in the future you can ask Siri any question and it will pick the right app for you? But for now, every app is made to answer a question and I think this is a good way to think about apps. What questions does this app answer? And how can they get to those answers as quickly as possible?"

앱을 킨다는 것은 질문을 던지는 것 같습니다. 나는 어떤 친구들이 주변에 있나 물어보려고 포스퀘어를 킵니다. 나는 이 주변에 뭐가 맛있는지 보려고 Foodspotting을 킵니다. 나는 어떤 레스토랑이 좋은지 보려고 Yelp를 킵니다. App 아이콘은 여러 검색 방법에 대한 바로가기입니다. 미래에는 Siri에게 어떤 질문을 던지면 알아서 적합한 앱을 실행할 지도 모르죠." [EA-5]

파일 시스템 개념은 소멸되고 프로그램과 데이터가 함께 움직이는 'Self-organizing Object'로 진화할 것이다.

– 이중식 (서울대 융합기술대학원 교수)

"스마트폰은 지금 사실 파일의 개념을 없애려고 그러잖아요. Playlist나 포인트, 앵커, 뭐 이런 것만 관리를 하도록. 스티브 잡스가 죽기 전에 자기 iCloud 얘기할 때, 정말 파일 시스템 개념 없애느라고 정말 노력했다고 그랬어요. 사용자들이 파일 시스템 개념을 접하는 순간 딱 당혹스러워 한다. 메일이 메시지를 관리하고, 워드 프로세서가 문서를 관리하면 되지, 페이스북에 보려면 파일 개념 같은 거 없잖아요. (...) 뭐든 객체들이 더 Dumb한 상태에는 사람이 조절을 부가적으로 많이 해야 되잖아요. 스마트하다는 것은 기본적으로 객체들이 self-organizing할 수 있는 능력이 많아진다는 거지요." [E0-10]

Mobile Productivity를 위해 Capture Management가 필요하다. – 이중식 (서울대 융합기술대학원 교수)

"스마트폰을 가지고 뭐 다큐먼트, 웹, 메일, SNS, 등을 캡처 해요. 그거를 가지고 어디에 재활용을 할지 궁금하지요. (...) 스마트폰이 퍼지면서 사진을 많이 찍는데 A) 풍경 사진 류가 있고, B) 찰판 찍은 사진들이 있어요. B)같은 사진들을 왜 이렇게 열심히 찍을까요? 전체 한 30% 정도가 B)의 사진이거든요. B)사진 중에 보려면 쓰기 귀찮아서, 그 다음에 빨리 찾아보려고, 나중에 쓸려고 그러는 거예요. (...)

아주 근시일 내에 해줘야 할 게 '수퍼클립보드'가 필요해요 혹은 캡처 매니지먼트, 이런 게 필요해요. 사람들이 뭐를 기록 할 때 이제는 워드 프로세서나 파워포인트는 죽은 거고, 캡처를 해서 그걸 그때 용도에 맞게 해주는 것들이 필요하다는 거죠." [E0-11]

- + Imaging 기술은 더 다양한 상황에 활용될 수 있음
- + 디바이스는 현실과 디지털 세상을 연결해주는 일종의 렌즈

## Expert Quotes

Imaging 기술은 더 다양한 상황에 활용될 수 있다.. – 류중희 (AR Expert, Olaworks Founder, Olaworks Founder)

“감성적인 Imotional 촬영에 대한 얘기가 많이 나오지만, 스마트폰에 카메라가 달리면서 또 다른 목적으로 많이 쓰고 있지요. 카메라로 추억을 기록하는 게 목적이 아니라 정보를 기록한다든지, 흔적을 남긴다든지 하는 거예요. 예를 들면 어떤 사람은 강의실에서 Note-taking을 하지 않고 칠판을 그냥 찍는단지도 이런 어떤 인포메이션얼한 목적으로 Imaging을 하기 시작했잖아요. (...) 카메라는 눈인데 우리가 눈으로 워드프로세서 보면서 글도 작성하고 영화도 보고 사랑하는 아내도 보고 하는 것처럼, 똑같죠. 그러니까 우리가 스마트폰을 가지고 할 수 있는 일이 무한대인 것처럼 카메라를 가지고도, 혹은 사진을 가지고 할 수 있는 일도 무한대인 겁니다.” (E류-1)

디바이스는 현실과 디지털 세상을 연결해주는 렌즈이다. – Alexa Andrzejewski (LB5N5 Expert, Foodspotting Founder)

The idea is that a mobile device is something you can look through to see more about the world around you. In Foodspotting's case, it's like a lens that only shows food: You can see the foods that are around you. It's augmented reality in a practical form.

Mobile 디바이스는 주변 세계를 보기 위한 무언가라는 것입니다. Foodspotting의 경우에는 음식에 대한 것만 보여주는 렌즈 같은 것이죠. 자기 주변에 있는 음식을 볼 수 있습니다. 실용적인 증강현실이라고 할 수 있겠죠. (EA-2)

01

## Project Overview

1. Project Objective
2. Project Scope
3. Project Process

02

## Context Domain별 Consumer Themes

1. Productivity
2. Entertainment
3. Consuming
4. Well-being
5. Local Info

03

## Expert Insights

04

## Design Principle

05

## Conclusion

# Design Principle Summary



## Productivity

## Entertainment

## Well-being

## Consuming

## Local Info

### Consumer Insights

- |                                    |                                 |                                      |                                   |                             |
|------------------------------------|---------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------|-----------------------------|
| 1. Immediate Capture               | 1. Routine Cutoff               | 1. Selective Detachment              | 1. Dynamic Shopping Experience    | 1. Newness                  |
| 2. Contextual Organization         | 2. Family Bonding Entertainment | 2. Exercise Booster                  | 2. Real-time Shopping Inspiration | 2. Expectation              |
| 3. Effective Recall Cue            | 3. Social Entertainment Support | 3. Change Tracker                    | 3. Borderless On/Offline Shopping | 3. Discovering Authenticity |
| 4. Action Depth Minimization       | 4. Productive Entertainment     | 4. Relevant Information Guide        | 4. Effortless Payment             |                             |
| 5. Visual Flow Representation      | 5. Device Diversion-Camera      | 5. Seamless Interruption             | 5. Identity Curation              |                             |
| 6. Work-life Separation            | 6. Size-Limited Screen          | 6. Concerns of Technology Attachment | 6. Social Confidence              |                             |
| 7. Piled Contents Disposal         | 7. Formless Ownership           |                                      |                                   |                             |
| 8. Compatibility Problem           |                                 |                                      |                                   |                             |
| 9. Originality of Digital Contents |                                 |                                      |                                   |                             |

### Expert insights

Analog + Digital

Device as myself

Contextual Filtering

System Convergence

Device as Commodity

Device Divergence

Human-fit UX

Etc. Insights

### Design Principle

- |                                 |                      |                            |                   |
|---------------------------------|----------------------|----------------------------|-------------------|
| 1. Analog action to Digital     | 1. 가족 멀티 터치          | 1. Detachable Function     | 1. 카탈로그           |
| 2. Auto Tags Attached Contents  | 2. Camera Divergence | 2. Virtual Exercise Mate   | 2. 스마트폰 안의 통합카드   |
| 3. 2 Devices in 1 Device        | 3. Screen Transfer   | 3. Customized Filter       | 3. 큐레이션을 위한 시뮬레이션 |
| 4. Spatial Contents Arrangement | 4. Device Ownership  | 4. Fashion over Technology |                   |
| 5. Contents Disposal Suggestion |                      |                            |                   |

# Design Principle Summary

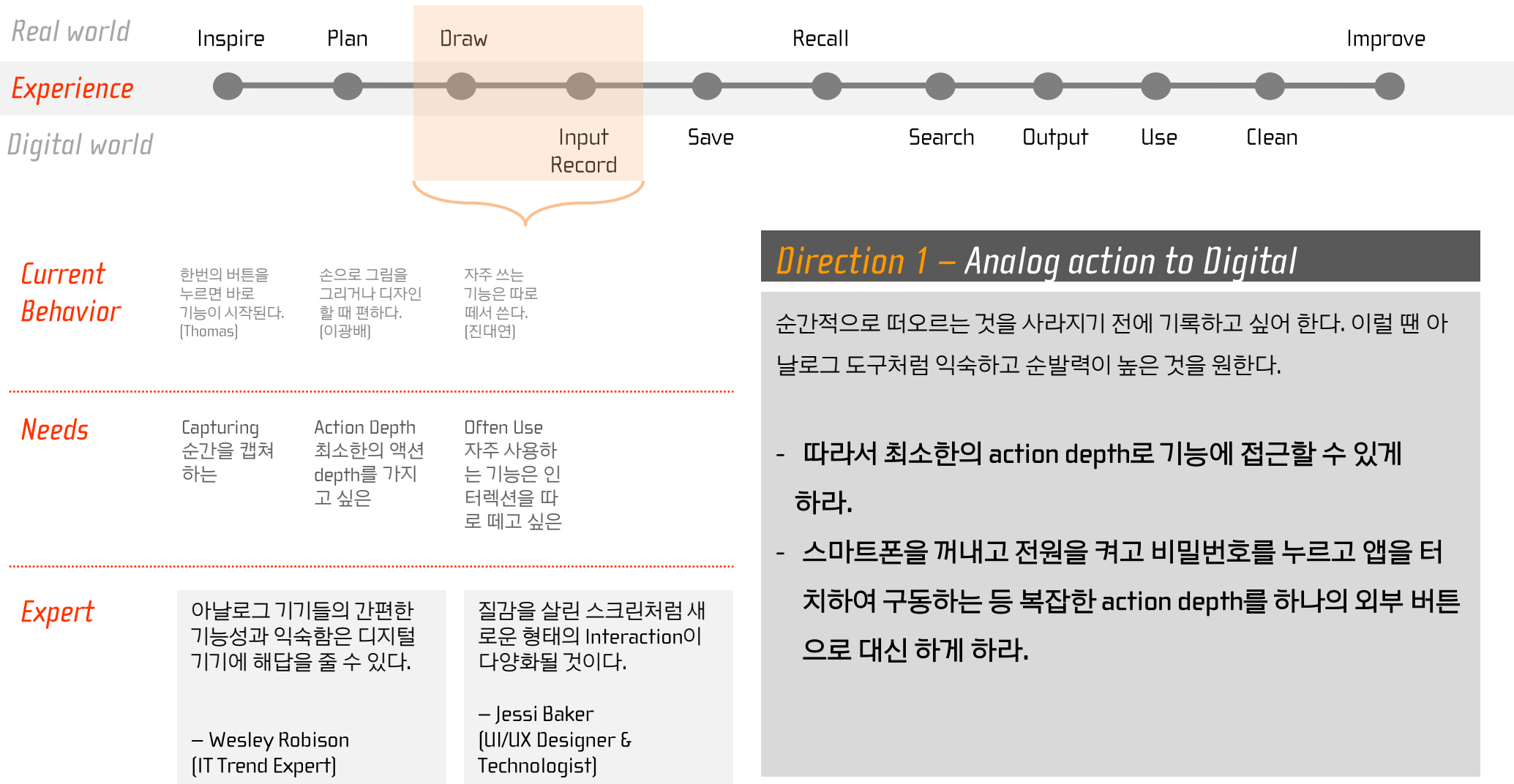


5개의 경험 도메인에서 총 18개의 Design Principle을 도출하였다

| Productivity                       | Entertainment        | Well-being                 | Consuming       | Local Info                |
|------------------------------------|----------------------|----------------------------|-----------------|---------------------------|
| 1. Analog action to Digital        | 1. 가족 멀티 터치          | 1. Detachable Function     | 1. 카탈로그         | 1. 위치에 따른 지역 앱 제안         |
| 2. Auto Tags Attached<br>Contents  | 2. Camera Divergence | 2. Virtual Exercise Mate   | 2. 스마트폰 안의 통합카드 | 2. Unexpected Travel Info |
| 3. 2 Devices in 1 Device           | 3. Screen Transfer   | 3. Customized Filter       | 3. 큐레이션을 위한 시물레 |                           |
| 4. Spatial Contents<br>Arrangement | 4. Device Ownership  | 4. Fashion over Technology | 이션              |                           |
| 5. Contents Disposal<br>Suggestion |                      |                            |                 |                           |

# Productivity

Productivity에 대한 다음과 같은 Design Principle을 도출하였다



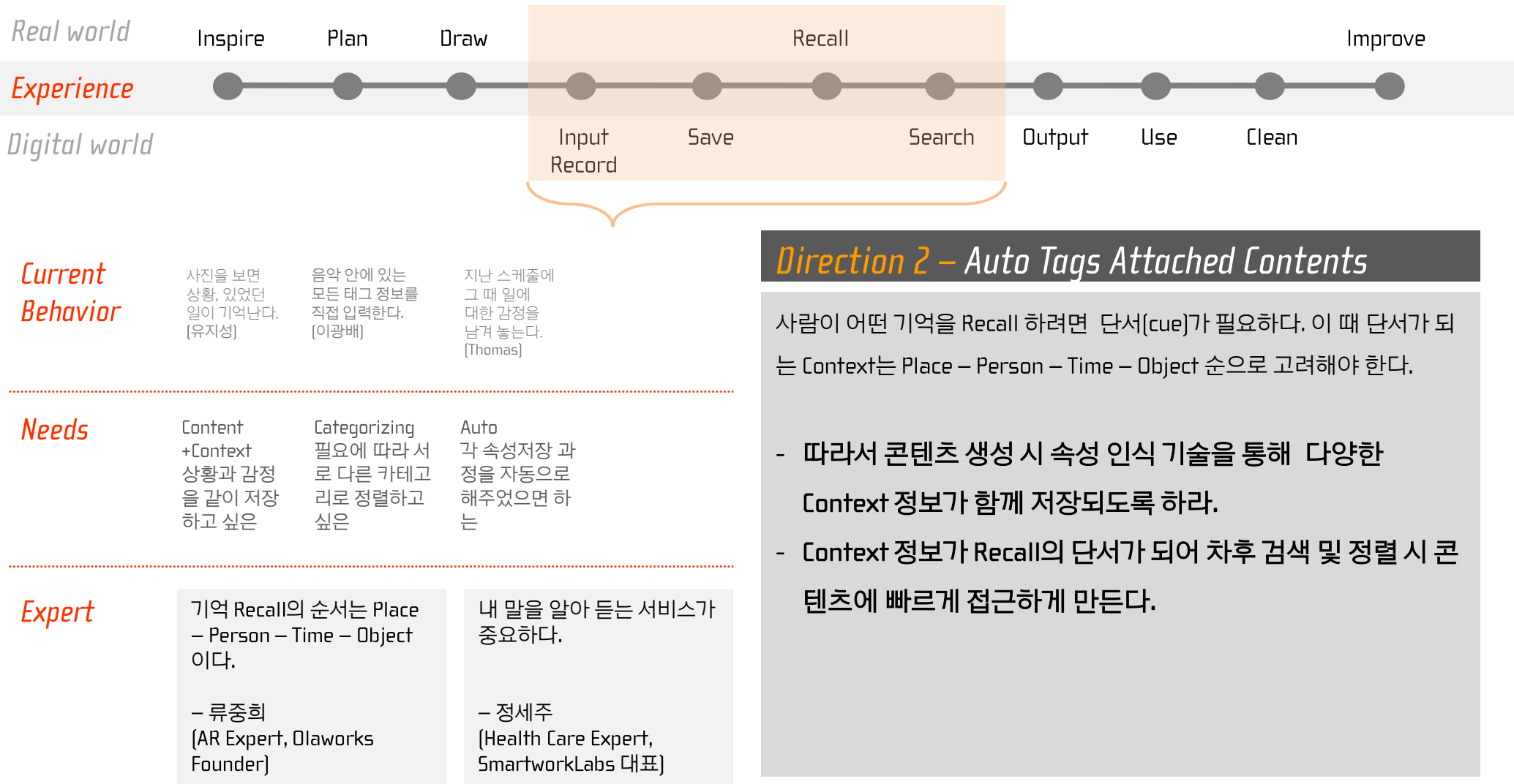
## Direction 1 – Analog action to Digital

순간적으로 떠오르는 것을 사라지기 전에 기록하고 싶어 한다. 이럴 땐 아날로그 도구처럼 익숙하고 순발력이 높은 것을 원한다.

- 따라서 최소한의 action depth로 기능에 접근할 수 있게 하라.
- 스마트폰을 꺼내고 전원을 켜고 비밀번호를 누르고 앱을 터치하여 구동하는 등 복잡한 action depth를 하나의 외부 버튼으로 대신 하게 하라.

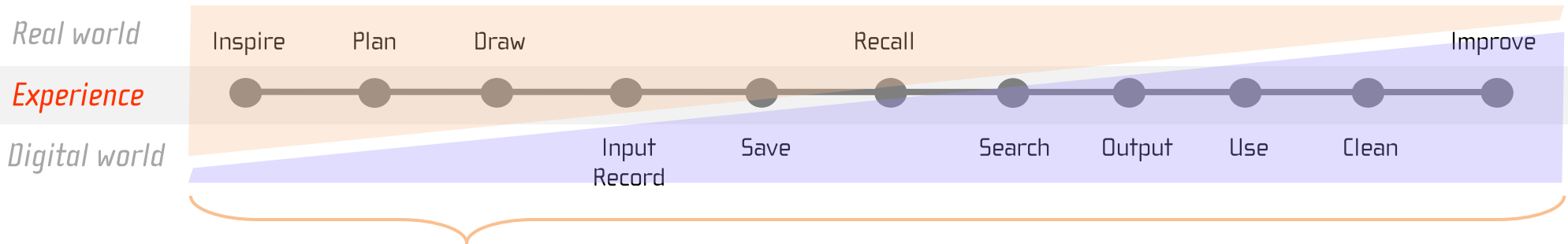
# Productivity

Productivity에 대한 다음과 같은 Design Principle을 도출하였다



# Productivity

Productivity에 대한 다음과 같은 Design Principle을 도출하였다



## Current Behavior

노트북을  
작업용, 가정용  
분리해서  
쓴다  
[Thomas]

여행 가서는  
핸드폰을  
꺼둔다.  
[Malin]

스마트폰 덕분에 밖에  
서도 일할 수 있는 자유  
가 생겼지만 사생활과  
일의 구분이 흐려져 조  
심한다.  
[Andersson]

## Needs

Separation  
노트북

Freedom  
여행 중엔  
자유롭고  
싶다.

Private Life  
일로부터  
사생활을  
보호하고  
싶은

## Expert

스마트 디바이스로  
인간이 시간에 대한  
주권을 회복할 것이다.

– 이종식  
[서울대  
융합기술대학원 교수]

앞으로 내 Device는 나의  
Identity와 더욱 동일시 될  
것이다.

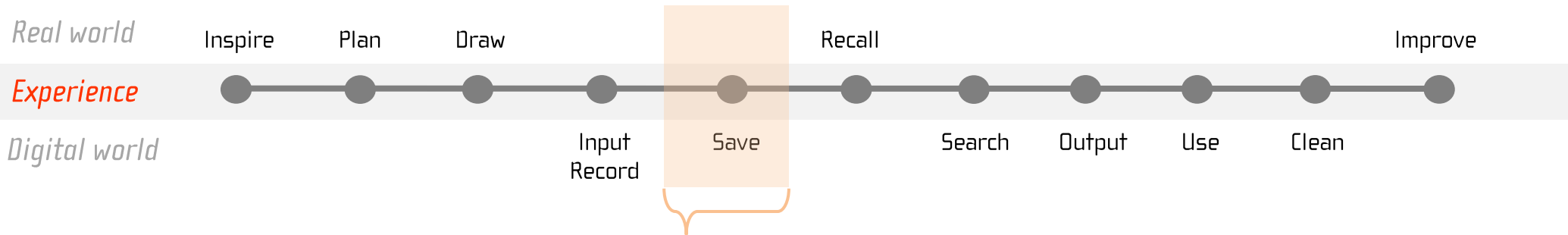
– 정세주 [Health Care  
Expert, SmartworkLabs 대  
표]

## Direction 3 – 2 Devices in 1 Device

- 사용자들이 스마트폰 덕분에 공간 제약 없이 일할 수 있는 자유가 생겼지만, 사생활과 업무의 경계선이 흐려져서, 시도 때도 없이 오는 업무 관련 Notification에 스트레스를 받는다.
- 따라서 Context에 상관없이 발생하는 Notification을 방지해야 한다.
- 그것을 위해 하나의 스마트폰을 두 개의 스마트폰으로 사용하는 방식으로, 서로 다른 Person으로 Setting이 가능하여 상태에 따라 완전히 다른 기기처럼 사용할 수 있도록 하라.

# Productivity

Productivity에 대한 다음과 같은 Design Principle을 도출하였다



## Current Behavior

메모는 항상 전자레인지 위에 둔다.  
[Ann]

데이터는 많은데 그것을 정리하는 것은 정말 못한다.  
[Susanne]

너무 많은 메일들이 한꺼번에 온다.  
[Ann]

## Needs

Easy Find  
원하는 자료를 쉽게 찾고 싶은

Spatial Recognition  
물건의 위치는 공간적으로 파악하기 쉬운

## Expert

Device의 UX는 인간이 지닌 기본적인 행동습성과 인지 구조를 반영해야 한다.  
- 류중희  
[AR Expert, Olaworks Founder]

기억 Recall의 순서는 Place – Person – Time – Object 이다.  
- 류중희  
[AR Expert, Olaworks Founder]

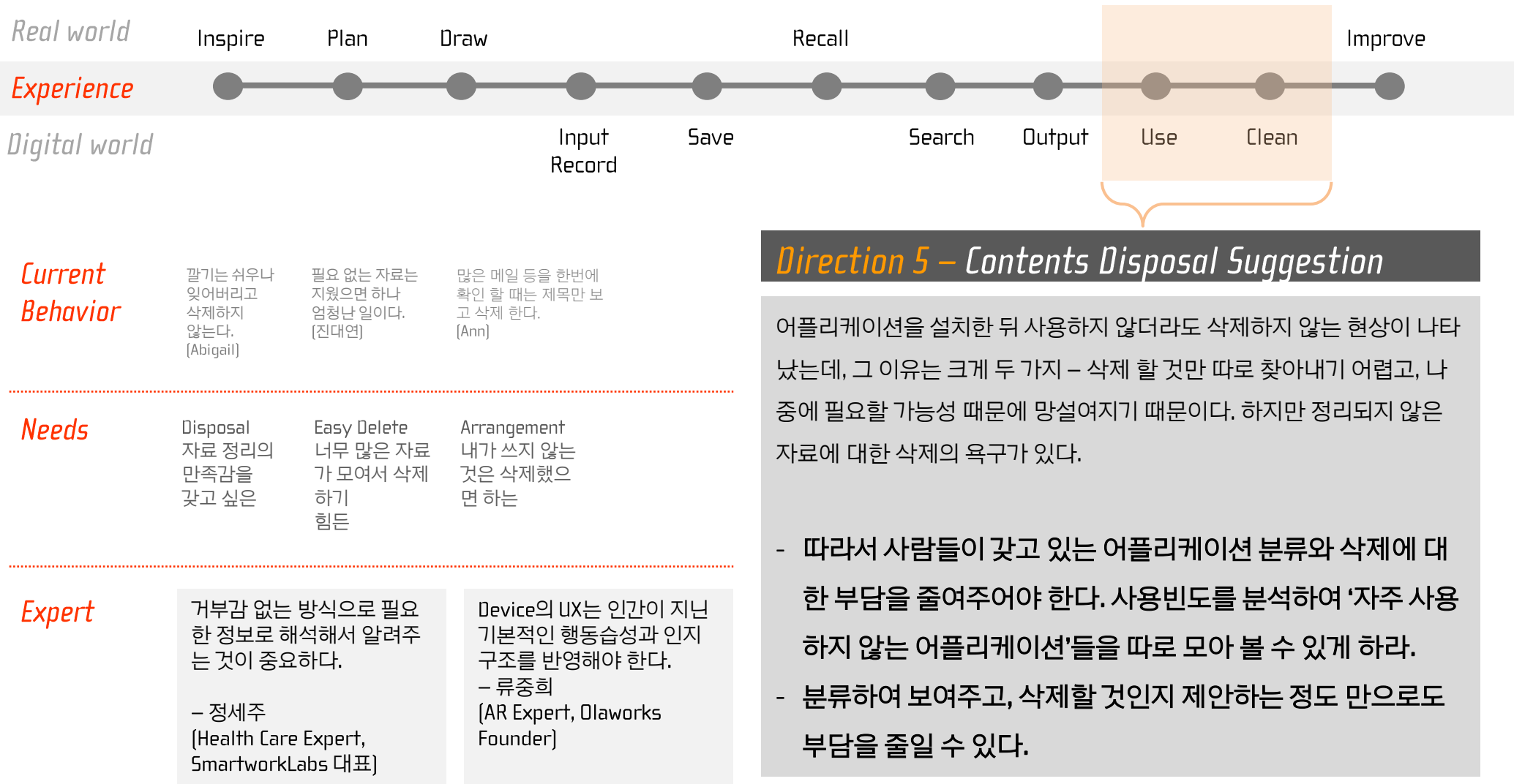
## Direction 4 – Spatial Contents Arrangement

사용자들은 콘텐츠를 차후에 Recall하기 위해 저장하지만, 늘어나는 데이터 때문에 저장한 곳을 잘 찾지 못한다. 일상적으로 사람들은 사물을 어디에 둘 때 '어디', 즉 위치를 함께 기억한다.

- 따라서, 스마트폰에서 콘텐츠를 저장할 때에도 현재의 폴더나 앱처럼 병렬적인 나열 방식이 아니라, 위치의 개념을 도입하여 콘텐츠의 위치가 '어디'에 있음을 떠올리게 하라.
- 사람이 평소에 위치를 자연스럽게 인지하는 방식인 공간의 Metaphor를 UI에 제공하는 것을 고려하라.

# Productivity

Productivity에 대한 다음과 같은 Design Principle을 도출하였다



## Direction 5 – Contents Disposal Suggestion

어플리케이션을 설치한 뒤 사용하지 않더라도 삭제하지 않는 현상이 나타났는데, 그 이유는 크게 두 가지 – 삭제 할 것만 따로 찾아내기 어렵고, 나중에 필요할 가능성 때문에 망설여지기 때문이다. 하지만 정리되지 않은 자료에 대한 삭제의 욕구가 있다.

- 따라서 사람들이 갖고 있는 어플리케이션 분류와 삭제에 대한 부담을 줄여주어야 한다. 사용빈도를 분석하여 '자주 사용하지 않는 어플리케이션'들을 따로 모아 볼 수 있게 하라.
- 분류하여 보여주고, 삭제할 것인지 제안하는 정도 만으로도 부담을 줄일 수 있다.

# Entertainment

Entertainment에 대한 다음과 같은 Design Principle을 도출하였다

## Situation



Family Education



Family Tablet PC Play

## Current Behavior

가족끼리 소통하는 시간을 더 늘리고 싶다.  
[박혜영]

아이와 함께 여가시간을 보내고 싶다.  
[Malin]

아이가 아이패드를 가지고 놀아요.  
[Ann]

## Needs

Family Time  
가족과 함께 시간을 보내고 싶은.

Leisure  
여가 시간을 보내고 싶은.

Interactive  
아이도 기기와 인터랙션이 있는.

## Expert

개인용 디바이스가 아닌 공유와 계시를 위한 공용의 디바이스가 생길 것이다.

– Alexa Andrzejewski  
[Foodspotting Founder]

‘틈새 하이웨어’로 설명되는 주변 기기의 다양화가 일어날 것이다.

– Jessi Baker  
[UI/UX Designer & Technologist]

## Direction 1 – 가족 멀티 터치

부모와 아이가 가족 단위로 다양한 방식으로 인터랙션 하며 노는 것은 항상 있어 왔던 문화이나, 디지털 기기가 지극히 개인화되어 발전하면서, 가족 간 엔터테인먼트가 축소되었다. 현재 기기는 한 명의 사용자를 생각하고 설계한 UI이다.

- 따라서, 여러 명의 사용자가 인터랙션 할 것을 고려하여 터치 UI를 디자인하라.
- 각각 서로 다른 사용자의 인터랙션을 구분할 수 있도록 하라.

# Entertainment

Entertainment에 대한 다음과 같은 Design Principle을 도출하였다

## Situation



Travel

Restaurant

Ceremony Product

## Current Behavior

여행 할 때는 스마트폰 카메라의 화질이 아쉬기 때문에 부족하다.  
[이광배]

특성화된 좋은 Device[카메라]는 여전히 의미가 깊다.  
[Ann]

특별한 날엔 카메라를 따로 쓰고 싶다[Elvira]

## Needs

Functional  
더 좋은 기능성을 가지고 싶은.

Professional  
전문적인 기기를 따로 쓰고 싶은.

Special  
특별한 날은 다르게 싶은.

## Expert

Device의 쉬운 Define이 중요하다.  
  
- 정세주  
[Health Care Expert,  
SmartworkLabs 대표]

스마트폰에 추가될 새 기능과 주변기기로서 기능을 나눌 것이 구분된다.  
  
- Wesley Robison  
[IT Trend Expert]

## Direction 2 – Camera Divergence

All in one Device인 스마트폰에서 기능을 구분하여 별도의 디바이스를 사용하는 케이스는 카메라에서 두드러지게 나타났다. 사용자들은 여행, 물품, 음식 캡처의 최고의 화질을 위해, 또는 특별한 날의 '분위기'를 위해 카메라를 찾았다. 스마트폰의 카메라는 '특별한 순간을 남긴다'라는 문화적 Metaphor를 충족시키지 못하는 것으로 나타났다. 사용자는 상황에 따라 "진짜" 카메라를 쓰고 싶어 한다.

- 따라서, 스마트폰의 주요 주변기기로서 카메라를 가장 먼저 고려하라.
- 카메라는 최고의 화질과 당시의 분위기를 캡처하는 기능으로 특화를 진행하고, 스마트폰은 이미지를 편집하고 공유하는 기능으로 강화하여 시너지 효과를 최대화하라.

# Entertainment

Entertainment에 대한 다음과 같은 Design Principle을 도출하였다

## Situation



## Current Behavior

|                                                     |                                             |                                           |
|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------|-------------------------------------------|
| 여행 사진 편집하기는 다른 큰 화면에서 좋은 기능을 가진 곳에서 하고 싶다.<br>[이광배] | 콘텐츠 소비 시 화면 크기에 대한 불만족 사항들이 있다.<br>[Thomas] | 이동 중 아이폰으로 업무로 하는 것이 불편하다.<br>[Andersson] |
|-----------------------------------------------------|---------------------------------------------|-------------------------------------------|

## Needs

|                       |                                       |
|-----------------------|---------------------------------------|
| Wide 더 넓은 화면을 필요로 하는. | Content Fit. 콘텐츠마다 다른 크기의 화면을 필요로 하는. |
|-----------------------|---------------------------------------|

## Expert

|                                                                                      |                                                                                                              |
|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 디바이스는 인간의 가장 기본적인 인지구조, 행동습성을 반영해야 한다.<br><br>- 류중희<br>[AR Expert, Olaworks Founder] | Digital convergence는 내 라이프 스타일에서의 흐름이 끊기지 않는 거라 생각한다.<br><br>- 정세주<br>[Health Care Expert, SmartworkLabs 대표] |
|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

## Direction 3 – Screen Transfer

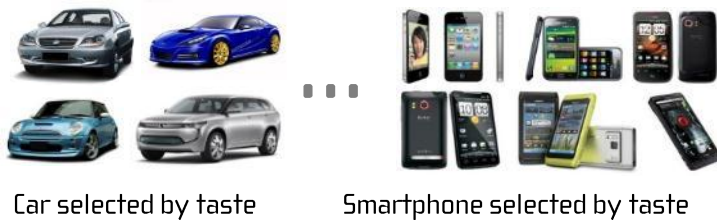
스마트폰의 화면 크기는 몇몇 작업에서 불만이 두드러졌다. 이메일은 괜찮지만 첨부된 파일을 볼 때는 불만이었고, 상품의 이미지를 볼 때, 영화를 보거나 게임을 할 때, 즉, 익숙한 실제 크기대로 볼 수 없을 때 사용자들은 불만을 느꼈다. 특정 행위 중 화면의 크기가 불만족스러우면 행동의 흐름이 끊기지 않으면서 더 큰 화면으로 옮겨서 행위를 이어서 했으면 한다.

- 따라서, 다른 기기로 옮겨서 다시 콘텐츠를 열 때의 액션 Depth를 최소화 해야 한다.
- 스마트폰 등 현재 사용하던 기기에서 화면을 터치 제스처로 새로운 기기가 있는 방향으로 밀어 보내면, 새로운 기기에서 인식하여 자동으로 현재의 기능을 구동 시켜, 보고 있던 콘텐츠를 그대로 이어 볼 수 있게 해야 한다.

# Entertainment

Entertainment에 대한 다음과 같은 Design Principle을 도출하였다

## Situation



## Current Behavior

완벽한 기기보다 내가 쓰다기  
스난 스마트폰이  
좋아요.  
[Susanne]

스마트폰이랑 잠  
시라도 떨어져 있  
으면 불안해요.  
[장하나]

디지털 음원은 구  
매한다는  
느낌이 없어요.  
[이광배]

## Needs

Tangible  
형태가  
있는 것을  
가지고 싶어 하  
는.

Connected  
나와 기기가  
연결되고  
싶어 하는.

Formless  
무형의 콘텐츠는  
소유하는  
느낌을  
가지기 힘든.

## Expert

Device의 Commodity화가  
계속되어도 나의 것,  
Tangible한 것은 남을 것이  
다.

– 정세주  
[Health Care Expert,  
SmartworkLabs 대표]

자동차가 다양화되어 사용  
자의 취향에 맞춰 고르듯 스  
마트폰도 그렇게 될 것이라  
생각한다.

– 류중희  
[AR Expert, Olaworks  
Founder]

## Direction 4 – Device Ownership

사용자들은 복제 가능성 때문에 디지털 콘텐츠를 ‘원본’이라고 인지하지 않으며 소유에 대한 가치를 크게 두지 않는다. 반면, 디지털 콘텐츠에 비해 물리적인 형태가 있는 스마트폰에 대해서는 소유의 가치를 느끼며, 애착도 크다. 즉, 스마트폰은 자신의 아이덴티티와 연결돼 있다고 느끼며 자신만의 감성이 묻어나는 기기를 소중하게 여긴다.

- 따라서, 디바이스 구매 시 나의 아이덴티티를 좀 더 반영할 수 있는 옵션을 구성해야 한다.
- 현재는 하나의 브랜드 내에서 컬러로 디바이스의 옵션이 제공되지만, 컬러 외에도 자동차처럼 각각 강화된 기능의 차이를 두어 나의 아이덴티티에 더욱 적합한 것을 고르는 기쁨을 제공하라.

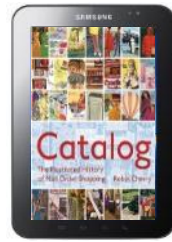
# Consuming

Consuming에 대한 다음과 같은 Design Principle을 도출하였다

## Situation



Offline Looking around



Online Catalog

## Current Behavior

온라인에는 상품 정보가 많아 서 좋다.  
[Lee-Sean]

실시간으로 정보를 확인하여, 구매 장소나 물품을 결정한다.  
[박혜영]

TV를 보다가 발견한 제품에 대한 정보를 얻고 싶다.  
[장하나]

## Needs

Abundant Information 많은 정보를 알고 싶은.

Instant 실시간으로 정보를 알고 싶은.

Spontaneous 즉흥적으로 언제 어디서든지 어떤 것이든 알고 싶은.

## Expert

Device는 Service가 소화한 Information의 Aggregation과 Capture를 하는 것이다.

– 정세주  
(Health Care Expert, SmartworkLabs 대표)

사람은 모바일 디바이스를 통해 내외부 환경과 소통한다.

– Wesley Robison  
(IT Trend Expert)

## Direction 1 – 카탈로그

사람들은 반드시 구매 목적을 가지고 샵에 가서 상품을 구매하는 것이 아니라 언제 어디서든 물품을 보면 가지고 싶은 생각을 가진다. 파는 물건이 아니더라도 관심이 가는 물건에 대해서 더 알고 싶어 하며 나중에 구매하고 싶어 한다.

- 따라서, 사용자가 가지고 싶은 물품을 디바이스로 캡처하면 이미지 인식 기술이 상품에 대한 판매 정보[Ex] – 유사상품, 파는 곳, 가격 등)를 찾아 주어 같이 저장 하도록 하라.
- 캡처한 상품들의 정보를 한 눈에 볼 수 있는 나만의 쇼핑 카탈로그의 방식으로 구성해주어라.

# Consuming

Consuming에 대한 다음과 같은 Design Principle을 도출하였다

## Situation



Payment



Optimizing

## Current Behavior

두꺼운 지갑을 들고 다니기 싫다.  
[Andersson]

아이패드로 안전하게 결제하고 싶다  
[박혜영]

핸드폰으로 쉽게 결제하고 싶다.  
[Malin]

온오프라인 정보를 통틀어 가장 저렴하게 구매하고 싶다  
[Ann]

## Needs

Light  
몸을 가볍게 하고 싶은.

Safe  
안전하게 결제하고 싶은.

Easy  
빠르고 쉽게 결제하고 싶은.

빠르고 쉽게 결제하고 싶은.

## Expert

앞으로 내 Device는 나의 Identity와 더욱 동일시 될 것이다.

– 정세주  
[Health Care Expert,  
SmartworkLabs 대표]

팔찌에 신용 정보를 넣어 결제할 수 있다.

– Despina Papadopoulos  
[Wearable Expert]

## Direction 2 – 스마트폰 안의 통합카드

사용자들은 지갑 속에 결제 카드, 할인, 적립 카드, 신분증 등을 모두 가지고 다니며 불편해한다. 스마트폰에 단순히 결제, 할인, 적립 카드 정보를 통합해서 넣을 경우 여전히 결제 시 카드를 선택해야 하는 과정을 거치기 때문에 통합만으로는 이러한 불편을 해소 하기 어렵다.

- 따라서, 결제 시 사용자가 생각하고 할인 카드를 꺼낼 필요 없이 사용자가 가진 카드들의 할인 및 적립 정보를 자동으로 계산하여 최적화된 지출을 할 수 있도록 가이드를 제시할 수 있는 Feature를 제공하라.
- 통합 결제 내역은 Organize해서 소비 패턴에 대한 정보를 제공하라.

# Consuming

Consuming에 대한 다음과 같은 Design Principle을 도출하였다

## Situation



Furniture Curation



Fashion Curation

## Current Behavior

소비는 나의 아이덴티티를 표현하는 것이다.  
[Lee-Sean]

새로운 것을 사서 트렌드에 뒤처지고 싶지 않다. 젊게 살고 싶다.  
[Elvis]

## Needs

Curation  
상품의 조합으로써 나를 표현하는.

Identity  
상품으로 나의 정체성을 정의하는.

## Expert

Fashion은 내 Identity의 표현이다.

– Despina Papadopoulos  
[Wearable Expert]

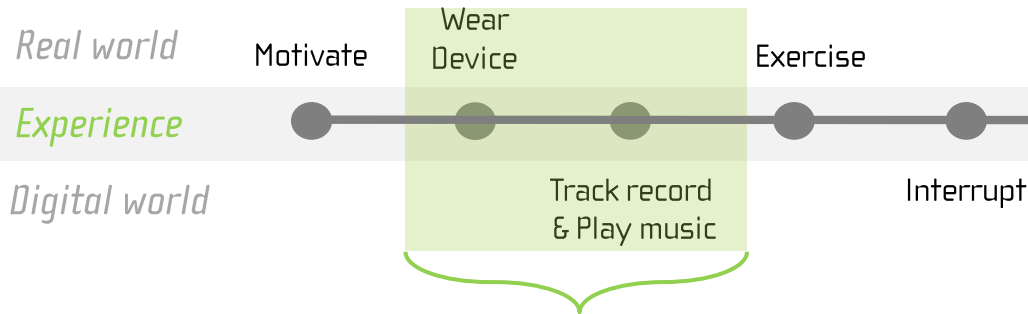
## Direction 3 – 큐레이션을 위한 시뮬레이션

사용자들은 넘치는 상품의 홍수 속에서 자신의 아이덴티티에 맞는 물건 구매를 통해 자신의 정체성을 큐레이션[Curation]하여 표현한다. 큐레이션을 위해서는 사고 싶은 물건과 가지고 있는 물건들의 조합[combination]이 중요하다.

- 따라서, 사용자가 쉽게 조합을 보기 위해 이미지 오버레이 방식이 필요하다.
- 현재의 저장된 이미지들의 오버레이 뿐만 아니라 촬영하는 화면 위에 저장된 이미지를 오버레이 하여 실시간으로 조합을 보고, 이미지 비교를 하여 촬영이 가능하도록 하라.

# Well-being

Well-being에 대한 다음과 같은 Design Principle을 도출하였다



## Current Behavior

운동할 때에는 다른 사람과 대화하지 않는다.  
[Gustav]

욕아에서 벗어나 요가를 하며 나만의 시간을 가진다.  
[진대연]

음악을 들으면서 스트레칭을 하면 내 자신에게 집중이 된다.  
[Elvis]

## Needs

Solitude  
혼자 있고 싶은

My own time  
나만의 시간이 필요한

Concentration  
나 자신에게만 집중하고 싶은

## Expert

스마트 디바이스로 인간이 시간에 대한 주권을 회복할 것이다.

– 이중식  
[서울대 융합기술대학원 교수]

‘틈새 하이웨어’로 설명되는 주변 기기의 다양화가 일어날 것이다.

– Jessi Baker  
[UI/UX Designer & Technologist]



집중을 요하고 손을 사용하기 힘든 운동의 상황

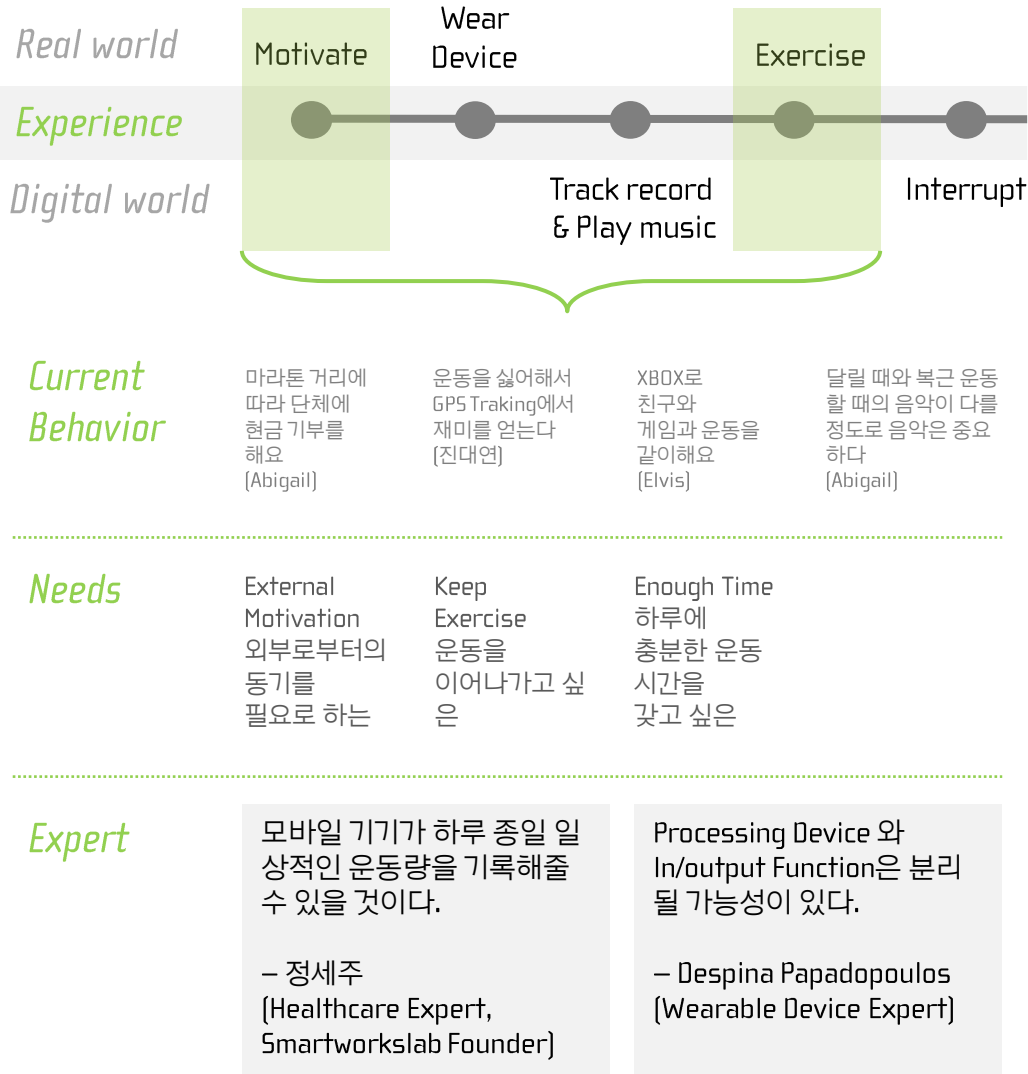
## Direction 1 – Detachable Function

운동을 할 때는 집중을 하고 몸을 움직이므로 정신적으로나 육체적으로 어떤 것에도 방해받고 싶지 않지만, 음악 등 운동을 도와주는 몇 개의 기능은 사용하기 원한다.

- 따라서 스마트폰의 기능 중에 내가 원하는 몇 가지 기능만 골라 넣어서 사용 할 수 있으면서, 스마트폰의 기능 대부분을 지원할 수 있는 작은 주변기기를 만들고 특화 하라.
- 주변기기의 크기는 운동 중에 방해가 없으면서 화면으로 어느 정도의 인터렉션이 가능한 크기가 바람직하다.

# Well-being

Well-being에 대한 다음과 같은 Design Principle을 도출하였다



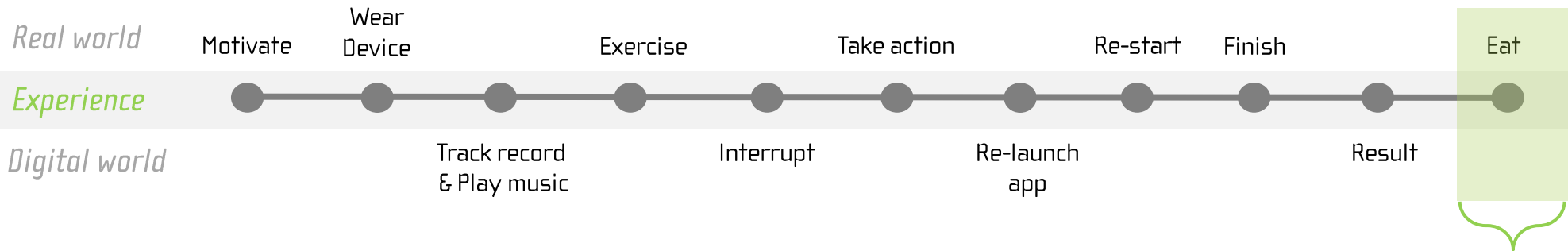
## Direction 2 – Virtual Exercise Mate

도시인들에게 운동은 즐겁기만한 행위는 아니다. 소비자들은 운동을 하게끔 하는 Motivation을 원하며, 이를 도와주는 외부의 Booster를 원한다. Boosting은 크게 세 가지로 발견된다. 운동 중 음악, 다른 사람의 코칭과 격려, 운동 후 자신의 운동 경과와 달성도 확인이다.

- 운동 중에는 음악과 코칭으로 Motivation을 받는데 이는 청각에 의존하는 기능이므로 무선 이어셋을 사용하여 인터랙션이 가능하게 하라.
- 코칭은 그대로 따라만 하면 충분한 운동이 되는 방식으로 음성으로 지원하여야 한다.
- 무선 이어셋은 스마트폰의 기능을 음성으로 지원하고 스마트폰은 가지고 나가지 않도록 원거리 통신이 가능하여야 하며, in /out put은 이어셋이, Processing은 스마트폰 본체가 담당하는 방식이 바람직하다.

# Well-being

Well-being에 대한 다음과 같은 Design Principle을 도출하였다



## Current Behavior

계획적으로  
식생활을  
하고 싶다.  
[박혜영]

먹으면 안되는  
식품은 엑셀로  
정리해서  
외워둔다.  
[Abigail]

먹지 말아야 할  
음식 대신에  
먹을 수 있는  
음식을 알고 싶다.  
[Malin]

## Needs

Planning  
계획을  
세우고  
싶은

Remember  
잊지  
않고 싶은

Alternative대  
안을  
알고 싶은

## Expert

Push가 아니라 Pull  
Experience가 중요하다.

– Alexa Andrzejewski  
[LBSNS Expert,  
Foodspotting Founder]

너무 기계 같지도 너무 사람  
같지도 않게 사용자에게 정  
보를 전달해야 한다.

– 정세주  
[Healthcare Expert,  
Smartworkslab Founder]

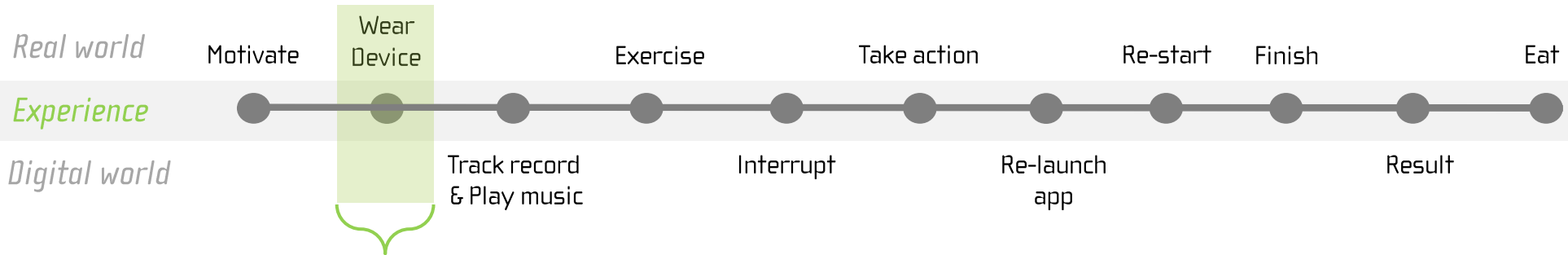
## Direction 3 – Customized Filter

사람들은 모두에게 이롭거나 해로운 식품 정보가 아니라 자신의 건강 상태와 취향에 따라 맞춰진 식품 정보와 가이드라인을 기대한다.

- 그러므로 사용자의 세팅 마다 다른 기준이 적용된 식품 정보 가이드 Filter가 중요하다.
- 개인화된 Filter로 식품류 구매에 관한 Direction을 제공해야 하며, 이는 영양정보의 나열이나 정량적인 데이터가 아닌 매우 알아보기 쉬운 직관적인 방식 – 색깔, 점수, 그래프 - 으로 제공되어야 한다.

# Well-being

Well-being에 대한 다음과 같은 Design Principle을 도출하였다



## Current Behavior

몸에 달는  
전자기기가  
걱정된다.  
[Malin]

핸드폰을 옆에  
두고 잘 때  
전자파가  
걱정된다.  
[Gustav]

핸드폰  
때문에  
몸이 나빠질까  
걱정된다.  
[Abigail]

## Needs

Tech  
Allergic  
전자제품을  
몸에  
대기 싫은

Anti-electric wave  
전자파를  
피하고  
싶은

## Expert

스마트폰이 주변 기기로서 기능을 추가하는 범용 Logic Device로의 진화.

– 이중식  
[서울대 융합기술대학원 교수]

의료의 용어와 재료 같은 특징을 유지해야 한다.

– Despina Papadopoulos  
[Wearable Device Expert]

## Direction 4 – Fashion over Technology

운동 시 착용할 수 있는 디지털 기기가 등장하고 있지만, 사람들은 몸에 직접 달는 전자 기기가 건강에 악영향을 미칠까봐 걱정한다.

- 디지털 기기를 몸에 착용하는 Wearable 'Device'가 아니라 완전한 Fashion (+Technology)의 개념으로 디자인해야 한다.
- 착용을 함으로서 더 멋있고 아름다워지는 스포츠 브랜드 및 액세서리 (팔목밴드, 머리띠, 스포츠 디지털 손목시계, 스포츠 선글라스 등) 에 Wearable Device의 가능성이 있다.

# Local Info

Local Info에 대한 다음과 같은 Design Principle을 도출하였다

## Situation



Travel



Regional Application

## Current Behavior

Rio에 가서 Rio city와 관련된 앱을 깔았다.  
[Lee-Sean]

가기 전에 지역 정보에 대한 것을 많이 알고 싶다.  
[장하나]

뉴욕 현지에 가면 뉴욕 지하철 앱을 깔았다.  
[Andersson]

## Needs

Location Based Info  
지역에 맞는 정보를 알고 싶은.

Info Package  
믿을 만한 정보를 한꺼번에 모아서 알고 싶은.

## Expert

앱은 질문에 대한 답이어야 한다.

– Alexa Andrzejewski  
(LB5N5 Expert,  
Foodspotting Founder)

앱에 새로운 생태계가 조성될 것이다.

– Wesley Robison  
(IT Trend Expert)

## Direction 1 – 위치에 따른 지역 앱 제안

사용자들은 어떤 지역에 갔을 때 지역 정보를 미리 알고 싶어한다. 하지만 필요한 정보를 일일이 검색해서 찾아내기란 쉽지 않다. 따라서 지역을 기반으로 한 정보의 Package – 그 지역에 특화된 앱을 제공해야 한다. 앱은 다양한 정보의 묶음으로서 현대 사회에서 지역 정보를 알 수 있는 가장 쉬운 접근성을 가진 방법이다.

- 따라서, 어떤 지역에 가서 앱을 검색했을 때 그 지역에 Relevant한 앱들이 정렬되어 보여져야 한다.
- 그러기 위해서는 앱 자체에 지역이라는 속성이 포함되어 있어야 하고 그것을 읽어낼 수 있는 방식이 지원되어야 한다.

# Local Info

Local Info에 대한 다음과 같은 Design Principle을 도출하였다

## Situation



Common Experience



Unexpected Experience

## Current Behavior

여행을 갈 때 앱을 다운받아서 알고 싶기는 하지만 새로운 것을 알고 싶기도 하다.  
[Lee-Sean]

새로운 장소에 대한 설렘이 있다.  
[유지성]

내 취향에 맞는 곳이 중요하지만 새로운 곳을 발견하는 재미도 크다.  
[장하나]

## Needs

Serendipity  
새로운 장소에 대한 기대감과 설렘을 느끼고 싶은.

Concern  
예상치 못한 일의 발생에 대한 두려움을 없애고 싶은.

## Expert

새로운 아이디어를 내려면 Serendipity가 중요하다.

– 이종식  
[서울대 융합기술대학원 교수]

모바일 기기가 컨텍스트에 따라 Relevant한 정보를 소비자에게 전달하게 될 것이다.

– Alexa Andrzejewski  
[LBSNS Expert, Foodspotting Founder]

## Direction 2 – Unexpected Travel Info

Travel information은 Serendipity와 Relevant information의 밸런스가 중요하다. 사람들은 새로운 장소에 대한 두려움과 기대감을 동시에 가지고 있다. 두려움을 없애기 위한 지역 관련 정보는 자칫 그 지역의 새로움에 대한 기대감을 낮출 우려가 있다.

- 그러기 위해서, 평상 시 나의 스마트폰 사용 내용(검색어 및 구동 앱 등)을 수집하여 나의 취향이 고려된 Relevant한 지역 정보를 제공 해야 한다.
- 또한 나에게 Inspiration을 주기 위해 unexpected 정보도 필요한데 이 때는 Relevant한 정보와 밸런스를 맞추어 제공되는 것이 중요하다.

01

## Project Overview

1. Project Objective
2. Project Scope
3. Project Process

02

## Context Domain별 Consumer Themes

1. Productivity
2. Entertainment
3. Consuming
4. Well-being
5. Local Info

03

## Expert Insights

04

## Design Principle

05

## Conclusion

# Conclusion



발견된 Design Principle로 부터 Life-fit mobile life의 의미를 더 명확하게 Redefine 하였다.

|                               |                                                                   |
|-------------------------------|-------------------------------------------------------------------|
| Human Perception<br>Fit       | 디지털 Device의 접근 및 구동 방식이 사람의 인지과정 및<br>아날로그 행동방식과 닮게 디자인 되어 자연스러움  |
| Digitally<br>Extended Reality | 디지털의 기능을 통해 기존 아날로그 행위 시의<br>한계점들을 자연스럽게 확장하여 경험함                 |
| Natural<br>Activity Flow      | 디지털 Device 구동으로 인해 기존 행위의 흐름에<br>단절이 일어나지 않도록 Action Depth를 최소화 함 |
| My Fractional<br>Identity     | 디지털 Device가 나의 Identity를 부분적으로 대신함                                |

# Conclusion



## Productivity

1. Analog action to Digital
2. Auto Tags Attached  
Contents
3. 2 Devices in 1 Device
4. Spatial Contents  
Arrangement
5. Contents Disposal  
Suggestion

## Entertainment

1. 가족 멀티 터치
2. Camera Divergence
3. Screen Transfer
4. Device Ownership

## Well-being

1. Detachable Function
2. Virtual Exercise Mate
3. Customized Filter
4. Fashion over Technology

## Consuming

1. 카탈로그
2. 스마트폰 안의 통합카드
3. 큐레이션을 위한 시뮬레이션

## Local Info

1. 위치에 따른 지역 앱 제안
2. Unexpected Travel Info

## Human Perception Fit

디지털 Device의 접근 및 구동 방식이 사람의 인지과정 및  
아날로그 행동방식과 닮게 디자인 되어 자연스러움

# Conclusion



## Productivity

1. Analog action to Digital
2. Auto Tags Attached  
Contents
3. 2 Devices in 1 Device
4. Spatial Contents  
Arrangement
5. Contents Disposal  
Suggestion

## Entertainment

1. 가족 멀티 터치
2. Camera Divergence
3. Screen Transfer
4. Device Ownership

## Well-being

1. Detachable Function
2. Virtual Exercise Mate
3. Customized Filter
4. Fashion over Technology

## Consuming

1. 카탈로그
2. 스마트폰 안의 통합카드
3. 큐레이션을 위한 시뮬레이션

## Local Info

1. 위치에 따른 지역 앱 제안
2. Unexpected Travel Info

## Digitally Extended Reality

디지털의 기능을 통해 기존 아날로그 행위 시의  
한계점들을 자연스럽게 확장하여 경험함

# Conclusion



## Productivity

1. Analog action to Digital
2. Auto Tags Attached  
Contents
3. 2 Devices in 1 Device
4. Spatial Contents  
Arrangement
5. Contents Disposal  
Suggestion

## Entertainment

1. 가족 멀티 터치
2. Camera Divergence
3. Screen Transfer
4. Device Ownership

## Well-being

1. Detachable Function
2. Virtual Exercise Mate
3. Customized Filter
4. Fashion over Technology

## Consuming

1. 카탈로그
2. 스마트폰 안의 통합카드
3. 큐레이션을 위한 시뮬레이션

## Local Info

1. 위치에 따른 지역 앱 제안
2. Unexpected Travel Info

## Natural Activity Flow

디지털 Device 구동으로 인해 기존 행위의 흐름에  
단절이 일어나지 않도록 Action Depth를 최소화 함

# Conclusion



## Productivity

1. Analog action to Digital
2. Auto Tags Attached  
Contents
3. 2 Devices in 1 Device
4. Spatial Contents  
Arrangement
5. Contents Disposal  
Suggestion

## Entertainment

1. 가족 멀티 터치
2. Camera Divergence
3. Screen Transfer
4. Device Ownership

## Well-being

1. Detachable Function
2. Virtual Exercise Mate
3. Customized Filter
4. Fashion over Technology

## Consuming

1. 카탈로그
2. 스마트폰 안의 통합카드
3. 큐레이션을 위한 시뮬레이션

## Local Info

1. 위치에 따른 지역 앱 제안
2. Unexpected Travel Info

## My Fractional Identity

디지털 Device가 나의 Identity를 부분적으로 대신함



서울특별시 강남구 청담동 81-1번지 세화빌딩 4층  
02 6403 6482 Phone  
02 514 6482 Fax

[crevate@crevate.com](mailto:crevate@crevate.com)

[www.crevate.com](http://www.crevate.com)