

# 디자인프로세스를 활용한 개인단독자유여행 어플리케이션 디자인 개발 연구

The Development of Design for Self-guided Tour Applicatio based on Design Process

주 저 자 : 정지윤 (Jeong, Jiyung)

(주) 이레텍 기획팀

교신저자 : 이경아 (Lee, Kyung ah)

국립한국교통대학교

kaylee0706@gmail.com

## Abstract

This paper is concerned with the development of a design for Self-guided tour applications using the design process. Travel-related applications help individuals to travel more comfortably and safely when traveling alone. The increase in the use of various applications is attributed to the dependence of ICT on the influence of the 4th Industrial Revolution. Today, travel is expanding to the concept of smart tourism according to the development of technology along with the lifestyle change of modern people. Therefore, this study first analyzed the meaning and history of travel, and defined that the concept of travel due to the Fourth Industrial Revolution changed. Second, we use the design process to analyze the user and present the concept. And designed a customized free travel guide application prototype for Self-guided tour. We conducted in-depth interviews and questionnaires for those who enjoy individual trips to analyze the meaning and form of Self-guided tour, individual sole, and travel today, which are the core words of this study. The ultimate goal of this study is to develop a user-oriented application design that helps single travelers to experience safer and more convenient travel.

## Keyword

Self-guided Tour, Design Process, Application Design, Tour Application, User Research

## 요약

본 논문은 디자인프로세스를 활용한 개인단독자유여행 어플리케이션 디자인 개발에 관한 것이다. 여행 관련 어플리케이션은 개인이 단독으로 여행을 진행할 때 보다 편리하고 안전한 여행이 될 수 있도록 돕는 역할을 한다. 다양한 어플리케이션의 사용이 증가하게 된 원인은 4차 산업혁명의 영향으로 ICT에 대한 의존도가 높아졌기 때문이다. 오늘날 여행은 현대인의 라이프 스타일 변화와 함께 기술의 발전에 따라 스마트 관광의 개념으로 확장되고 있다. 이에 따라 본 연구에서는 먼저, 여행의 의미와 역사를 분석해 4차 산업혁명으로 인한 여행 개념이 달라졌음을 정의하였다. 둘째, 디자인프로세스를 활용해 사용자를 분석하고 컨셉을 제시하였다. 그리고 개인단독자유여행객을 위한 맞춤형 자유여행 가이드 어플리케이션 프로토타입을 디자인하였다. 본 연구의 중심어인 자유여행, 개인단독, 그리고 오늘날 여행의 의미와 형태를 분석하기 위해 개인 단독 여행을 즐기는 사람들을 대상으로 심층 인터뷰 및 설문 인터뷰를 실시하였다. 본 연구의 궁극적인 목적은 혼자 여행하는 사람들이 보다 안전하고 편리한 여행을 경험할 수 있도록 도와주는 사용자 중심의 어플리케이션 디자인을 개발하는데 있다.

## 목차

### 1. 연구의 배경 및 목적

- 1-1. 연구의 배경 및 목적
- 1-2. 연구의 내용 및 방법

### 2. 이론적 배경

- 2-1. 여행의 의미와 역사
- 2-2. 개인단독여행의 의미
- 2-3. 사용자 중심 스마트 폰 어플리케이션

### 3. 개인단독자유여행 어플리케이션 디자인 개

## 발 프로세스

- 3-1. 사용자 조사
- 3-2. 분석 및 종합
- 3-3. 평가

### 4. 개인단독자유여행을 위한 어플리케이션 디자인 개발

## 5. 결론

## 참고문헌

## 1. 서론

### 1-1. 연구의 배경 및 목적

우리나라는 1988년 서울 올림픽 이후 문화적으로 변화를 맞이하게 되었다. 이로 인해 해외여행 자율화가 시행되고 경제적 성장으로 해외여행자 수가 점점 늘어났다. 이제 그 숫자는 인구의 4분의 1에 달하는 정도까지 증가하였다. 오늘날 여행은 효도관광, 단체여행, 친목여행 등의 의미를 넘어 일상생활을 구성하는 또 다른 여가활동의 의미로 변화했다. 이는 오늘날 N세대, Z세대로 불리는 젊은세대의 라이프 스타일 변화를 통해서도 알 수 있다. 젊은세대들은 기성세대보다 자유롭게 언어를 구사할 수 있으며, 정보를 쉽게 얻고 활용할 수 있다. 또한 누군가의 간섭보다는 분명한 목적성을 가지고 자신만을 위한 시간을 중요시 여기는 사고의 변화에 기인한다. 덧붙여 저가항공 시장이 커지면서 국가와 국가 간의 이동이 보다 쉽고 자유로워지면서 ‘나 혼자 해외여행’을 추구하는 젊은 세대들의 수는 더욱더 증가하고 있는 실정이다.

여행을 하는 입장에서는 다양한 정보를 얻고자 노력한다. 여행과 관련된 서적, 전문 블로그, 그리고 여행사 등이 있지만 디지털세대로 대변되는 젊은 세대들은 보다 편리하고 빠르게 휴대가 가능한 정보 탐색을 요구한다. 이를 위해 본 연구는 나 혼자 여행을 즐기는 사람들을 위한 자유여행 전용 어플리케이션을 개발하는데 목적이 있다. 또한 여행객이라는 사용자 입장에서 보다 편리하고 정확한 정보 공유를 할 수 있도록 돕고자 한다. 본 연구의 궁극적인 목적은 혼자 여행하는 사람들이 보다 안전하고 편리한 여행을 경험할 수 있도록 하는데 있다.

### 1-2. 연구의 내용 및 방법

디자인프로세스를 활용한 개인단독자유여행 어플리케이션 디자인 개발 연구의 주요 논제는 다음과 같이 요약된다. 먼저, 여행의 의미와 역사를 분석한다. 둘째, 4차 산업혁명으로 인한 현대 여행의 개념을 연구한다. 셋째, 디자인프로세스를 활용해 사용자를 분석하고 프로토타입을 제시한다. 여행지를 선택하는 데 있어서 영향을 미칠 수 있는 라이프 스타일, 여행 활동, 여행 동기, 선호 여행지에 대해 조사해 여행의 유형을 분석한다. 마지막으로, 개인단독자유여행객을 위한 맞춤형 자유여행 가이드 어플리케이션의 컨셉과 디자인을 개발한다.

본 연구의 목적을 달성하고 필요성을 충족시키기 위

해 여행과 관련된 문헌 조사 및 선행 연구 고찰을 통해 심도 있는 논의를 하도록 한다. 또한 본 연구의 중심어인 자유여행, 개인단독, 그리고 현대의 여행을 분석하기 위해 나 혼자 여행을 즐기는 사람들을 대상으로 심층 인터뷰를 실시한다. 인터뷰의 결과는 개인단독 여행객들을 위한 자유여행 가이드 어플리케이션 디자인 개발에 적용하도록 한다.

## 2. 이론적 배경

### 2-1. 여행의 의미와 개념

#### 2-1-1. 여행의 의미

여행은 일반적으로 어디론가 떠난다는 의미를 가지고 있다. 여행은 관광과 유사한 의미로 함께 사용되는데, 이를 사전적 정의를 통해 여행은 자신의 거주지를 벗어나 어딘가로 떠나는 것으로 정의된다. 그리고 관광은 다른 곳으로 가서 그곳의 모습이나 문화를 감상한다는 의미이다.<sup>1)</sup> 여행과 관광은 떠났다가 다시 돌아오며, 일상에서 잠시 벗어나 휴식을 취한다는 것이다. 여행은 관광과 유사한 의미이지만 상대적으로 몸과 마음은 힘들지만 그만큼 얻는 것이 많은 의미로 정의된다. 덧붙여 관광은 목적을 가지고 떠나지만 여행은 목적 없이 발길이 가는 데로 떠날 수 있다. 피코 아이어(Pico Iyer)는 “여행자는 모든 편견을 집에 두고 길을 떠나는 사람인 반면, 관광객은 그렇지 못한 사람이다”라고 말했다. 관광은 관광지를 돌아다니며 보는 것이지만 여행은 그 속에서 자신만의 무언가를 찾는 것을 의미한다. 그래서 여행은 혼자도 가능하지만 관광은 단체가 함께 움직이는 개념이라 하겠다.

#### 2-1-2. 여행 개념의 변화

인터넷의 발달과 함께 다양한 스마트 관광이 본격화되고 있다. 세계 각국은 개별 관광객 즉, 혼자 여행하는 사람들이나 자유여행을 선호하는 사람들을 유치하기 위한 스마트 관광 서비스에 총력을 기울이고 있다.<sup>2)</sup> 스마트 관광은 스마트 기기를 중심으로 다양한 채널을 통해 여행의 경험을 공유할 수 있다. 이와 같이 현대의 관광은 자신을 표현하고 소비하는 개념으로 변화했다. 여행을 단순히 집을 떠나 새로운 무언가를 찾거나 즐

1) 네이버 사전, <https://dict.naver.com/>, 2019. 03. 20

2) 정은경 외, 스마트관광 I-VALS에 따른 음식선택속성, 행동의도의 차이분석, 외식경영학회지 vol.2 no.5, 2017, p. 118

기는 것이 아니라 자신의 경험을 공유해 새로운 문화를 만들어내고 있다 하겠다.

현대의 여행은 스마트 관광으로 정의된다. ICT를 기반으로 다양한 학문과 산업간의 융합은 분야간의 경계를 허물어 새로운 분야의 탄생을 야기했다. 이는 관광 산업에도 영향을 주었다. 관광과 ICT를 융합된 형태인 스마트 관광의 개념이 등장하였다. 스마트 관광은 스마트폰으로 대표되는 스마트 기기를 중심으로 눈, 어플리케이션 등의 채널을 통해 관광객의 시간, 위치, 상황에 맞게 실시간으로 정보를 활용하는 형태의 관광을 뜻한다.<sup>3)</sup> 스마트 관광의 핵심은 시간과 장소에 구애 받지 않고 여행 정보에 상시 접속하여 의사 결정을 할 수 있도록 해준다. 또한 ICT를 이용하여 여행의 모든 과정이 인터넷을 통해 정보를 접하고 판단할 수 있다는 특징을 가지고 있다. 온라인과 오프라인을 자유롭게 이동하고 정보를 소비하며 소셜 네트워크(SNS)에 그 흔적을 남겨 경험을 공유할 수 있다. 전 세계적으로 여행을 하는 사람들의 ICT에 대한 의존도가 높아지면서 여행의 전 과정에 있어서 스마트 관광과 관련된 다양한 서비스의 이용 수요도 증가하고 있다. 오늘날 여행은 현대인의 라이프 스타일 변화와 함께 기술의 발전에 따라 스마트 관광의 개념으로 확장되고 있다.

## 2-2. 개인단독여행의 의미

### 2-2-1. 나홀로 문화와 개인여행의 증가

2018년에 발표된 통계청의 가구원수별 가구 규모 조사에 따르면, 2017년까지 전국의 1인 가구의 수는 560만으로 전체 가구 중 28.6%를 차지한다.<sup>4)</sup> 2005년 이전 가장 주된 가구 유형은 4인 가구였으나 2010년부터 1인 가구의 수는 매해 점진적으로 증가해 2015년 이후 부터는 가장 높은 비율을 차지하고 있다. 1인 가구의 증가와 자신의 행복을 추구하는 삶이 트렌드가 되면서 요즘은 패키지여행보다는 여행을 자신의 스타일로 계획하는 개인 자유여행이 늘고 있다. 덧붙여 혼자 여행하는 것을 즐기는 나 홀로 여행을 가는 이유는 편하게 혼자만의 시간을 즐기고 싶기 때문이다. 이는 개인적 여유를 즐기려는 라이프 스타일이 확산된 영향이다. 일명, 혼밥(혼자 밥먹기), 혼술(혼자 술먹기), 혼영(혼자 영화보기) 등에 이르는 혼자 무언가를 하는 일이 일반화되기에 이르렀다. 트렌드 코리아 2017에서는 '1인'과 '이코노미'를 조합한 신조어인 '1코노미'를 제

시했다.<sup>5)</sup> 1코노미는 1인 가구가 미치는 경제적 영향력으로 파급된 결과라 하겠다. 1코노미는 일종의 소비 트렌드로 해석된다. 이는 한 번뿐인 인생을 보다 가치 있게 살아야 한다는 의미인 옐로(YOLO: you only live once)라이프와도 연관이 있다. 옐로 라이프의 영향으로 연령대와 상관없이 혼행(혼자 여행가기)을 즐기는 사람들도 늘고 있는 실정이다. 여기서 혼행이란 나 홀로(self) 여행을 뜻하는 용어로 혼자 여행하는 것을 즐기는 사람들을 의미한다. 즉, 개인이 개별적으로 여행 한다는 의미로 개인단독여행을 뜻한다. 개인단독여행자들은 어디에 구속되지 않으며 자유롭게 여행하는 것을 추구한다.

트렌드 라이프 소핑 업체 중 하나인 G9에서 2016년도에 실시한 개인단독여행의 의미인 나홀로 여행에 대한 설문조사를 실시했다. 설문 결과 보면 개인단독여행 시 선호하는 여행 방법은 자유여행(84%), 패키지 투어(8%), 그리고 에어텔 여행(8%)이다. 이 설문 결과로만 보자면 개인단독여행자들은 자유여행을 선호하는 것으로 나타났다. 실제로 G9에서는 2016년도에 자유여행객들을 위한 단일여행상품(항공권, 해외패스권·입장권)의 판매가 2015년도 동기 대비 174% 증가했음을 밝혔다. 또한 1인 가구 증가와 나 홀로 여가의 확산으로 여행 트렌드도 패키지 중심에서 자유여행으로 변하고 있다고 했다<sup>6)</sup> 혼행의 가장 큰 장점은 자유로움이다. 목적지와 일정을 정하는 것부터 다른 고려 사항 없이 자신이 원하는 대로 떠날 수 있다는 것이 가장 큰 장점이다. 또 혼자 다니다 보면 현지인이나 다른 여행객들과 소통할 기회가 많다는 것도 개인단독여행의 묘미 중 하나로 꼽을 수 있다. 반대로 혼자 떠나는 여행의 최대 단점은 외로움이다. 혼자라서 모든 결정이 자유로운 반면에 혼자이기 때문에 외로울 수밖에 없는 상황도 생길 수 있다. 여행을 하면서 느끼는 감정이나 감동을 누군가와 나누기가 어렵고 음식을 먹을 때도 식당이나 메뉴 선택이 제한적인 경우도 많다. 또 여성 여행자의 경우 특히 치한 문제에 더욱 신경이 쓰일 수밖에 없고, 비용 측면에서도 교통비나 숙박비 등을 분담할 수 없기 때문에 여행 계획을 세울 때 고려해야 한다.

3) 구철모 외, 스마트 관광 발전을 위한 사례 분석 연구, 한국콘텐츠학회논문지 15(8), 2015, p. 520

4) 2017 인구주택총조사, 통계청, 2018, p. 40

5) 김난도 외, 트렌드 코리아 2017, 미래의 창, 2016, p. 306

6) 김현주, 혼밥, 혼술 이은 '혼행족' 늘어난다, 세계일보, 2016.08.01

## 2-3. 사용자 중심 스마트 폰 어플리케이션

### 2-3-1. 스마트 폰 어플리케이션의 개념과 이해

스마트 패러다임의 도래로 인터넷을 활용한 개인 모바일 컴퓨터의 사용이 보편화되었다. 그 중 스마트 폰은 단순히 전화를 걸고 받는 기능을 넘어 다양한 커뮤니케이션을 위한 매개체가 되었다. 스마트 폰은 퍼스널 컴퓨터와 같이 운영체제(Operating system)를 탑재해 다양한 어플리케이션(Application, App)을 설치하고 구현할 수 있다.<sup>7)</sup> 따라서 스마트 폰 하나로 전화, 인터넷, 다양한 사무 업무 등이 가능해졌다. 여기서 어플리케이션이라 함은 적용, 응용의 의미로 무언가 작업을 돕기 위해 설계된 컴퓨터 응용프로그램을 뜻한다. 이러한 응용프로그램을 스마트 폰이라는 휴대폰 내에 설치해 사용하는 것을 가리켜 어플리케이션이라 한다. 스마트 폰 어플리케이션은 스마트 폰을 활용해 사용자가 기업 혹은 서비스와 커뮤니케이션을 통해 다양한 관계를 형성할 수 있도록 한다.

다양한 어플리케이션의 등장은 사람들의 라이프 스타일의 변화를 야기했다. 소셜 네트워크 서비스(SNS: social network service) 사용의 폭발적인 증가와 함께 실시간 양방향 소통이 가능한 스마트 커뮤니케이션이 가능해졌다. 또한 스마트 패러다임 진화로 모바일 중심의 사회로 바뀌었다. 이는 여행에도 ICT(Information and Communication Technology)의 개념이 적용되어 여행객이 사용자로서의 관점에서 여행의 경험을 평가하고 공유하는 형태로 변화했다. 이러한 기술의 변화는 혁신적인 스마트 기술력을 기반으로 놀라운 서비스들을 개발해 내고 있다. 특히 스마트 폰에서 쉽게 활용하는 어플리케이션(App)은 기존 모바일 기기의 한계를 극복한 사례이다. 사용자가 자신의 취향에 맞게 사용이 가능하다. 또한 사용의 편의성이 제공된다.

### 2-3-2. 국내 여행 관련 스마트 폰 어플리케이션의 특징

2018년 5월 구글 플레이의 여행 관련 국내 어플리케이션의 다운로드 순위에 따르면, 아날자, 여기 어때, 트리플, 스카이 스케너, 그리고 아고다 순으로 나타났다. 덧붙여 전문 여행사 중에서는 하나투어가 9위를 차지했다.<sup>8)</sup>

7) 오형용 외, 스마트 폰 앱 디자인 스타일 분석 및 사용성 분석, 한국콘텐츠학회논문집 10(12), p. 130, 2012

8) 최현주, 여행 정보, 숙식 예약 어떤 앱에 몰으시나요, 중앙일보, 2018

[표 2] 여행 관련 어플리케이션의 특징 요약




구분 (다운로드수)	특징
 아날자 (1,000만)	시각적 : 화이트 톤에 핑크색을 강조색으로 사용해 가시성을 높임. 행동적 : 빠른 로그인 서비스. 예약자의 일정에 따라 아이콘 생김. 인지적 : 사용자가 원하는 위치에서 빠르고 편리하게 원하는 호텔을 찾을 수 있도록 다양한 지도 제공.
 트리플 (100만)	시각적 : 사용자 중심에서 메인화면 설정 가능. 행동적 : 여행 스케줄러 제공. 선택 장소마다 동선을 제공함. 사용자 편의성 강조. 인지적 : 여행 후기와 별점 확인 가능. 출국부터 입국까지 모든 정보 제공.
 하나투어 (100만)	시각적 : 화면을 이분해 이벤트와 패키지 상품 검색이 동시에 가능함. 행동적 : 챗봇 서비스를 통해 1:1 여행상담. 가까운 지점 상담. 다양한 정보를 무료로 제공. 인지적 : 여행 관련 다양한 서비스 제공. 테마별 패키지 여행을 통해 다양한 선택. 사용자 중심에서 한 눈에 볼 수 있는 화면.
	불편한 점 : 너무 많은 카테고리로 인해 어플 사용이 복잡함. 이용자들의 후기가 많지 않아 따로 검색을 해야 하는 번거로움이 있음. 호텔 검색의 경우 이미지의 로딩 시간이 긴 편.

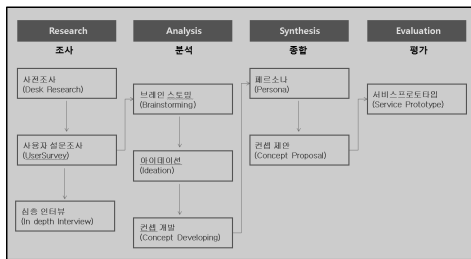
표 1은 2018년 기준 다운로드수가 가장 높은 여행 전문 어플리케이션의 사용성을 제이콥 닐슨의 사용특성 5요소를 기준으로 분석하였다. 사용특성 5요소는 사용자 입장에서 배우기 쉬워야하며(easy to learn), 효율적이고(efficient to use), 기억하기 쉽고(easy to remember), 오류가 거의 존재하지 않아야 하며(few errors), 그리고 사용상의 즐거움(subjectively pleasing)으로 구성된다.<sup>9)</sup> 닐슨의 사용특성을 중심으로 사용자가 어플리케이션을 사용하는 과정의 경험을 시각적, 행동적, 그리고 인지적으로 구분하여 분석하였다. 시각적인 측면은 직관적으로 느낄 수 있는 색, 모

9) Jacob Nielsen, Usability Engineering, Morgan Kaufmann, pp. 25~26, 1993

양, 감각적인 내용으로 구성된다. 행동적 요인으로는 기능이나 성능에 대한 직접적인 경험이나 상호작용이 포함된다. 그리고 인지적인 측면은 사용자가 느끼는 심리적 만족, 즐거움, 흥미 유발 요인 등을 의미한다.<sup>10)</sup>

### 3. 개인단독자유여행 어플리케이션 디자인 개발 디자인 프로세스

디자인프로세스는 디자인이 직면한 문제를 해결하기 위한 활동으로 다양한 사고와 전략을 통한 목적을 달성한다.<sup>11)</sup> 즉, 문제 해결의 종합적 과정으로서 수렴과 확산 사고의 반복을 통해 여러 가지 아이디어를 종합해 결과물을 도출한다. 개인단독자유여행 어플리케이션 디자인을 위한 디자인 프로세스를 요약하면 그림 2와 같다. 먼저 관련 자료 조사 및 관찰, 사용자 조사와 같은 사전조사를 실시한다. 두 번째, 분석단계는 페르소나를 통해 사용자의 니즈와 원츠를 파악하도록 한다. 세 번째, 종합하기를 통해 아이디어를 구체화하고 콘셉트를 보다 명확히 한다. 그리고 마지막으로 평가하기에서는 프로토타입을 만들고 디자인을 제안하게 된다.



[그림 3] 개인단독자유여행 어플리케이션 디자인 개발을 위한 디자인 프로세스 개념도

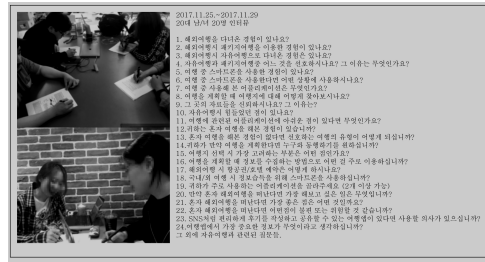
#### 3-1. 사용자 조사

##### 3-1-1. 사용자 심층 인터뷰

먼저 본 연구의 기반이 된 사용자 심층 인터뷰는 2017년 11월 25일~29일까지 20대 남녀 16명을 대상으로 하였다.

10) 백효진 외, 서비스 환경에서 모바일 앱의 감성적 경험디자인 유형연구, 커뮤니케이션디자인학회 연구 제 57호, pp. 87~89, 2016

11) 이정야, 디자인프로세스를 활용한 공간 아이덴티티 개발 모델에 관한 연구, 디지털융복합연구, vol.16, no.12, p. 565, 2018



[그림 4] 사용자 인터뷰

1차 인터뷰에서는 여행에 대한 기본적인 사항과 해외여행 시 스마트 폰을 사용한 경험과 어플리케이션의 사용 유무에 대해 주로 알아보았다. 먼저 인터뷰에 참여한 16명중 15명이 해외여행의 경험이 있었으며, 그중 9명은 여행사의 패키지 상품을 이용한 경험이 있다. 패키지여행을 선호하는 이유로는 편하기 때문이고 자유여행을 선호하는 사람들은 자유로움 때문 이라고 했다. 16명 중 14명이 해외여행 시 스마트 폰을 이용해 길을 찾거나 식당, 숙소 등을 검색했다. 주로 사용한 어플리케이션으로는 사용하기 편리하고 다양한 정보를 제공하는 구글 맵을 주로 사용한다고 하였다. 덧붙여 개인의 여행 경험을 기록해 놓은 인터넷 블로그나 카페를 찾아본다고 했다. 또한 여행을 계획할 때는 16명 전원이 인터넷을 활용해 정보를 구하는 것으로 나타났다. 블로그의 정보를 신뢰하는지에 대한 질문에는 개인의 경험을 바탕으로 했기 때문에 대부분 믿을 수 있다고 했다. 자유여행 시 가장 힘들었던 점은 언어와 길 찾기로 나타났다. 기존에 사용해본 여행 관련 어플리케이션의 아쉬운 점은 홍보성 내용이 많고 정보의 업데이트가 느리다는 점이였다.

#### 3-1-2. 2차 사용자 설문 인터뷰

개인단독자유여행을 위한 어플리케이션 디자인 개발을 위해 구글 폼을 이용해 온라인 사전조사를 실시하였다. 사용자 설문조사는 2019년 5월 3일~10일까지 진행되었다. 설문조사의 대상은 10대~50대로 총 118명의 남녀를 대상으로 하였다. 설문 인터뷰에 응해준 118명 중 남자는 60.2%와 여자 39.8%였으며 75.2%가 20대였다. 혼자 여행을 해본 경험이 있느냐는 질문에는 40.7% 그렇다고 했다. 그 외에 친구 또는 배우자와 함께 하는 2인 동반 여행이 47%를 차지했다. 여행 계획 시 정보원으로 사용하는 매체는 90%가 인터넷을 활용한 스마트 폰 검색이라고 했다. 스마트 폰의 어플리케이션은 호텔이나 항공권 예약 시 가장

많이 사용한다고 했다. 스마트 폰 어플리케이션을 사용해 여행을 계획하는 사용자들이 가장 중요하게 여기는 점으로는 식당, 숙박, 교통 관련 정보와 함께 다른 어플리케이션과의 연동이라고 했다. 그 외에 외국어 통번역도 중요하게 생각하고 있었다.

그 외의 기타 의견들을 종합해 보면, 자유여행으로 여행하는 것이 자신이 직접 찾아보고 돌아다니는 것이 공부라고 느끼기 때문이라고 했다. 또한 시간에 제한을 두지 않고 원하는 일정을 계획할 수 있어서 선호한다는 의견도 있었다. 개인의 취향을 그대로 반영해, 패키지여행과는 다른 이색적인 여행을 할 수 있기 때문이라는 의견도 있었다. 패키지여행을 선호하지 않는 이유로는 물건 구매, 선호하지 않는 여행지를 가야만 하는 선택의 자유가 없어서라고 했다.

### 3-1-3. 친화도법을 활용한 인터뷰 분석

친화도법(Affinity Diagram)은 설문지와 인터뷰를 통해 수집된 다양한 자료들을 모아 가공하는 과정이다. 본 연구에서는 인터뷰와 설문 인터뷰의 결과를 사용자 행동으로 나열한 후 이를 사용특성 5요소를 표제로 구분하면 표 2와 같다.

[표 3] 친화도법을 이용한 아이디어 도출


그룹핑하기		
		
*easy to learn	*efficient to use *few errors	*easy to remember *subjectively pleasing
-심플한 레이아웃 -다양한 기능의 아이콘 사용 -불필요한 광고, 자료 제외 -중요한 이벤트만 컬러 사용 -가독과 가시성을 높임	-다른 앱들과의 연동 -최신 지도 팝업 -식당, 호텔, 교통 정보 제공 -신속한 정보 업데이트	-최소한의 클릭으로 일정 계획 -다양한 사람들과 정보 공유 -경험 후기 공개 별점 획득 -취향에 따른 쇼핑, 여행지 선정

## 3-2. 분석 및 종합


### 3-2-1. 사용자 페르소나

페르소나(persona)는 디자인프로세스 중 아이디어를

종합하기 위한 방법으로 사용자를 이해하기 위한 도구이다. 또한 특정 사용 목적을 가진 사용자 유형을 실제 존재하는 인물처럼 묘사하는 방법론이다.<sup>12)</sup> 사용자를 이해하기 위한 방법으로 감정이입을 통해 사용자의 목표가 무엇인지, 목표를 이루기 위해 무엇이 필요한지를 파악하고, 서비스 혹은 제품이 어떤 기능과 디자인을 해야 하는지 도와준다. 따라서 본 연구에서는 선행된 사전 인터뷰와 브레인스토밍의 결과를 바탕으로 그림 3, 4와 같이 2명의 페르소나를 설정하였다. 그리고 이를 통해 사용자들의 니즈와 원초를 요약하였다.

이름	이수민	
직업	웹디자이너	
나이	30세	
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>-1년간 싱가포르에서 디자이너로 근무하면서 자유여행을 즐기게 됨.</li> <li>-귀국 후에도 주말, 휴가 등을 이용해 국내,외로 자유여행을 자주 다님.</li> <li>-개인단독자유여행을 즐기고 앞으로도 자유여행을 다닐 생각임.</li> </ul>	
Needs&Wants	<ul style="list-style-type: none"> <li>-혼자 다니는 여행이다 안전한 여행 정보가 필요.</li> <li>-비행기, 호텔, 맛집 등의 정보 필요.</li> <li>-직업상 스마트 폰 어플을 이용한 검색 필요.</li> <li>-빠른 업데이트, 정확한 정보를 원함.</li> </ul>	

[그림 5] 사용자 페르소나 1

이름	이주영	
직업	대학원생	
나이	26세	
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>-대학 재학중 처음 해외로 자유여행을 다녀옴.</li> <li>-졸업 후 대학원에 다니며 가까운 나라로 개인 자유여행을 자주 다니게 됨.</li> <li>-영어외에 언어를 사용하기 어려움.</li> <li>-학생이다 보니 저렴한 여행을 자주함.</li> </ul>	
Needs&Wants	<ul style="list-style-type: none"> <li>-싸고 좋은 숙소, 비행기 티켓 정보 필요.</li> <li>-하나의 앱을 통합해 사용하고 싶음.</li> <li>-다국어 지원이 되는 서비스 필요.</li> <li>-안전한 여행 정보 필요.</li> </ul>	

[그림 6] 사용자 페르소나 2

그림 3과 4의 페르소나를 종합해 보면, 일반적으로 혼자 여행하는 사람들은 여행의 포인트를 정하고 인터넷 검색을 활용한다. 쉽게 결정하기 어려운 경우, 여행사 홈페이지를 참고해 여행을 계획하는 것을 알 수 있다. 덧붙여 급속도로 발전한 정보통신기술의 영향으로 다양한 어플리케이션을 사용해 즉각 정보를 업데이트한다. 이는 국내 여행뿐만 아니라 해외여행 시에도 해외 유심이나 포켓 와이파이를 사전에 구매하거나 데이터 프

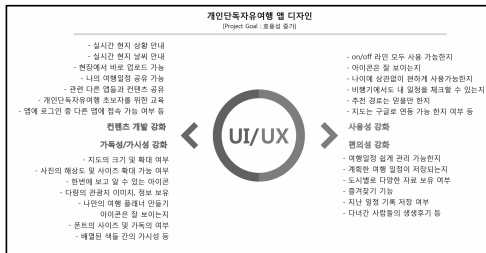
12) 서혜미, 모바일 사용자 경험(UX)설계를 위한 페르소나(persona) 기반의 시나리오법 연구, 성균관대학교 석사학위논문, p. 21, 2013

리 제도를 활용해 스마트 폰으로 정보를 구하기도 한다. 그림 3의 페르소나는 스마트 폰을 활용한 여행 계획으로 종이로 된 지도나 정보지는 여행을 번거롭게 하는 또 다른 짐이 되어 버렸다. 그래서 어플리케이션의 지도위에 위치를 정하고 빠른 길이나 안전한 길 안내 해 주는 정보를 원하고 필요로 한다.

그림 4의 페르소나에서는 언어 사용의 어려움을 해결할 수 있는 다국어 서비스를 필요로 했다. 학생 신분의 여행객들은 저렴한 비용의 호텔이나 항공권의 가격을 한 번에 비교해서 보여주고, 특가 또는 할인쿠폰도 제공 등의 정보를 원한다. 또한 다양한 여행 관련 어플리케이션들이 서로 호환되거나 정보를 교류 할 수 있는 통합 어플리케이션 서비스가 필요하다고 했다.

### 3-2-3. 아이디어선

심층 인터뷰와 설문인터뷰를 통해 도출된 결과를 바탕으로 디자인 인사이트(design insight)를 요약하면 그림 5와 같다. 어플리케이션 디자인에 있어서 사용자 경험을 분석해 디자인에 적용하는 것은 매우 중요하다. 사용자 경험을 기반으로 기능적인 측면은 UX 디자인으로 분류하고 가독성과 가시성 측면은 UI 디자인으로 구분했다.



[그림 7] 디자인 인사이트

그림 5를 통해 알 수 있듯이 개인단독자유여행 사용자 모두가 어플리케이션을 사용하는 동안 느끼는 경험을 통한 가치와 기대감을 극대화시키기 위해서는 다양한 형태의 다양한 경험을 제공해야 한다. 이를 바탕으로 본 개인단독자유여행 어플리케이션은 사용자의 연령대와 상관없이 개인이 여행을 하는 동안 어플리케이션 사용상의 불편이 없어야 한다. 또한 여행에 대한 경험과 기억을 공유해 여행의 가치를 느낄 수 있어야 한다. 다시 말해, 개인단독자유여행은 다양한 연령층의 사용자들이 제약 없이 여행을 계획하고, 경험하고, 그

리고 공유할 수 있어야 한다.

본 논문에서 제안하는 개인단독자유여행 어플리케이션 디자인은 개인화 서비스를 통해 사용자들에게 맞춤형 여행 가이드의 역할을 한다. 사용자가 원하는 여행을 정하고 힐링, 관광, 맛집, 쇼핑, 레저의 항목 중 하나의 여행 목적을 선택한다. 선택한 키워드에 맞게 여행지를 추천하고 다른 사용자들의 의견이나 이용한 후기를 보고 사용자가 자신의 여행리스트에 추가할 수 있다. 또한 여행자 스스로가 만들어가는 여행이기 때문에 어플리케이션의 콘텐츠를 제안하고 구성해 자신만의 여행에 대한 경험을 다른 사람과 공유해 여행을 최종 완성하게 된다.

### 3-3. 평가

평가 단계에서는 프로토타입을 개발해 컨셉을 리뷰하고 디자인을 실행한다. 프로토타입은 머릿속에 존재하는 아이디어를 시각화 또는 형상화하는 과정으로 디자인 컨셉을 구체화하도록 도와준다. 이 과정에서는 콘셉트의 세부 사항과 형태, 사용자의 감성 등이 표현되도록 해야 한다. 제이콥 닐슨의 사용특성에 따라 개인단독자유여행 어플리케이션 디자인의 프로토타입의 개발 방향을 요약하면 표 3과 같다.

[표 4] 프로토타입 개발 방향

사용특성	주요구성요소
배우기 쉬워야하며 (easy to learn)	연령대 구분 없는 사용성 _ 가독성과 가시성 강화
효율적이고 (efficient to use)	통합 어플리케이션의 기능 _ 다른 어플리케이션들과의 호환성 및 연동성
기억하기 쉽고 (easy to remember)	쉬운 커뮤니티 구성 _ 콘텐츠의 다양화와 사용자 참여 방법 확대
오류가 거의 존재하지 않아야 하며(few errors)	사용자 참여 강화 _ 정보 업데이트 기능 강화
사용상 즐거움(subjectively pleasing)	자유로운 스케줄 _ 개인 일정 기능 강화

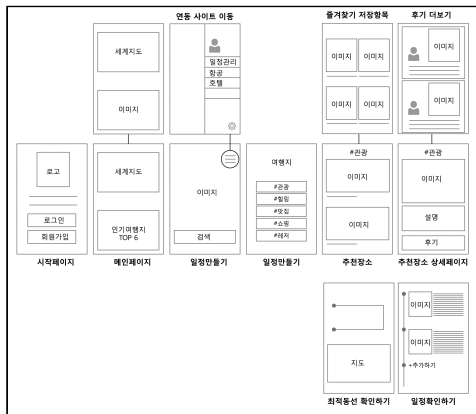
## 4. 개인단독자유여행을 위한 어플리케이션 디자인 개발

본 연구에서 제안하는 개인단독자유여행 어플리케이션



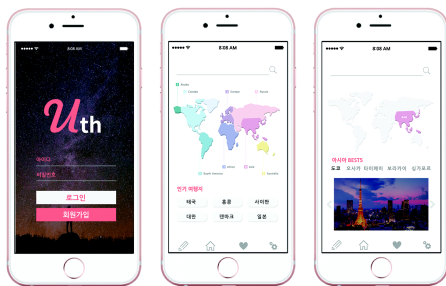
선의 콘셉트는 “Uth”로서 사용자의 ‘User’와 젊음의 ‘Youth’를 결합해 새롭게 정의하였다. 선행 인터뷰 및 설문 조사에서 대부분의 여행객들은 여행을 하는 동안은 자신에게 집중하고 싶어 했다. 특히 연령대와 상관없이 현재 자신의 젊음을 유지하고 싶거나, 나이가 들었다 하더라도 젊음 사람처럼 자유롭게 여행하고 싶어 했다. 이러한 의견을 반영해 개인단독자유여행 어플리케이션의 네이밍을 개발하고 디자인에 적용하였다.

그림 6은 Uth 어플리케이션의 프레임워크의 요약이다. 프레임워크는 어플리케이션의 디자인 컨셉을 프로토타입 형식으로 보여준다.



[그림 8] Uth 어플리케이션의 프레임워크

그림 7은 “Uth”의 메인화면으로 어플리케이션의 오픈 페이지이다.



[그림 9] Uth의 홈 페이지

세계지도에서 자신이 여행하고 싶은 곳이나 여행 다녀 온 곳을 표기할 수 있다. 또한 홈에서는 여행지를 바로 검색할 수 있는 검색창과 세계지도, 최근 사람들

이 많이 검색한 인기 여행지를 볼 수 있다. 세계지도는 원하는 대륙을 선택하면 그 곳의 인기 여행지를 확인할 수 있다. 또한 여행후기를 참고할 수 있으며 사진 하단의 하트 아이콘을 터치하면 자신의 여행 리스트에 추가할 수 있다.

그림 8의 일정 만들기 페이지에서는 선택 국가, 지역별로 추천 여행지를 검색할 수 있다. 오른쪽 상단의 더 보기 부분을 클릭하면 연동 되어있는 다른 사이트를 통해 항공권과 호텔의 가격을 비교할 수 있다. 또한 일정 관리를 통해 지난 일정과 예정된 일정도 확인할 수 있다.



[그림 10] 키워드 검색 및 국가별 일정 만들기 페이지

그림 8과 같이 검색창에 여행지를 검색하면 힐링, 관광, 맛집 등 각각의 키워드에 따라서 추천 여행지를 볼 수 있다. 이미지와 사람들의 평가를 바탕으로 한 추천점수를 볼 수 있으며 위치와 주소, 영업시간, 가격 등을 제시한다. 선택된 국가별, 도시별 리스트를 가지고 일정을 만들 수 있는데 원하는 날짜에 여행 장소를 지정하면 스케줄에서 동선과 이동시 걸리는 시간을 미리 볼 수 있다. 다음 여행 장소까지 가는 방법도 알 수 있어 사용자들이 여행을 효율적으로 할 수 있도록 구성하였다.

그림 9는 여행일정 만들기 페이지로 왼쪽 하단에 있는 붉은펜을 이용해 여정을 구성할 수 있다. 일정은 시간대 별로 만들 수 있으며 식사를 위한 이동거리와 시간을 자동으로 계산해 일정을 조율하도록 도와준다.



[그림 11] 일정 만들기

그림 10은 일정 공유 및 최근 즐겨찾은 페이지를 알려주는 기능이다. 그림 11의 왼쪽 이미지를 보면 최적 경로와 시간, 추천 이동수단이 측정되어 나타난다. 지도를 클릭하면 핀의 위치를 변경하여 자신이 원하는 경로로 수정 할 수 있으며, 이동수단 또한 변경이 가능하다.



[그림 12] Uth의 일정 공유 및 즐겨찾기 기능

그림 10의 오른쪽 이미지처럼 일정을 계획하면서 자신이 저장해 둔 장소를 확인 할 수 있다. 즐겨찾기에 저장해 둔 장소가 일정에 추가되어 있지 않다면, 이미지를 클릭해 일정 추가가 가능하다.

## 5. 결론

본 논문은 디자인프로세스를 활용해 개인단독자유여행을 위한 어플리케이션 디자인을 위한 기초자료와 컨셉을 개발하는데 목적이 있다. 이를 위해 먼저 여행의 의미를 정의하고 현대 여행의 개념을 재정의 하였다. 또한 여행의 트렌드를 분석해 자유여행을 선호하는 사

람들이 증가하면서 혼자 여행하는 사람들이 많아지고 있는 것을 파악할 수 있었다. 이를 토대로 자유여행 경험자들을 대상으로 설문조사와 심층 인터뷰를 진행하였고, 두 가지 유형의 페르소나를 작성해 개인단독자유여행과 관련 어플리케이션에 대한 니즈와 원츠를 파악하였다. 여행의 일정 계획부터 일정 전반에 대한 것은 여행자의 여행 목적과 선호하는 여행특성에 따라 다르므로 개인화된 서비스가 적합하다는 결론을 얻게 되었다.

본 연구의 한계를 요약하면 다음과 같다. 먼저 본 개인단독자유여행 어플리케이션 디자인 개발을 위해 사용자의 경험을 분석해 디자인에 적용하였다. 하지만 현재 본 연구를 통해 제안된 디자인은 프로토타입의 형태로서 구체화된 사용성을 테스트하지 못했다는 한계점이 있다. 이는 후속 과제인 개인단독자유여행 어플리케이션 상용화 방안 연구를 통해 보완되어야 할 것이다.

## 참고문헌

1. 김난도 외, [트렌드 코리아 2017], 미래의 창, 2016
2. 문화체육관광부, [2017 국민여행 실태조사], 2018
3. Jacob Nielsen, [Usability Engineering], Morgan Kaufmann, 1993
4. 구철모 외, 스마트 관광 발전을 위한 사례 분석 연구, 한국콘텐츠학회논문지, 2015. 15(8)
5. 백효진 외, 서비스 환경에서 모바일 앱의 감성적 경험디자인 유형연구, 커뮤니케이션디자인학연구, 2016. 57
6. 오형용 외, 스마트 폰 앱 디자인 스타일 분석 및 사용성 분석, 한국콘텐츠학회논문집, 2012. 10(12)
7. 이경아, 디자인프로세스를 활용한 공간 아이덴티티 개발 모델에 관한 연구, 디지털융복합연구, 2018. vol.16, no.12
8. 조성운, 1930년대 식민지 조선의 근대 관광, 한국독립운사연구, 2010. 제 36집
9. 정은경 외, 스마트관광 I-VALS에 따른

음식선택속성, 행동의도의 차이분석,  
외식경영학회지, 2017. vol.2 no.5

10. 서혜미, '모바일 사용자 경험(UX)설계를 위한 페르소나(persona) 기반의 시나리오법 연구', 성균관대학교 석사학위논문, 2013

11. 김현주, 혼밥, 혼술 이은 '혼행'족 늘어난다, 세계일보, 2016.08.01.

12. 최현주, 여행 정보, 숙박 예약 어떤 앱에 물으시나요, 중앙일보, 2018.06.24.

13. <https://dict.naver.com/>