ISSN 2508-2817 KiDRS Korea Institute of Design Research Society 통권 39호, 2026. Vol.11, No.2

1인 가구 증가에 따른 제품디자인 특징 연구

A Study on Product Design Characteristics in Response to the Increase of Single-Person Households

주 저 자 : 김정훈 (Kim, Jung Hoon) 국민대학교 디자인대학원 제품디자인전공 석사과정

교 신 저 자 : 남원석 (Nam, Won Suk) 국민대학교 조형대학 공업디자인학과 교수
name@kookmin.ac.kr

https://doi.org/10.46248/kidrs.2026.2.162

접수일 2026. 05. 19. / 심사완료일 2026. 06. 11. / 게재확정일 2026. 06. 15. / 게재일 2026. 06. 30.

Abstract

This study aims to analyze the characteristics of product design influenced by the growth of single-person households and to explore future design directions. To achieve this purpose, academic papers, government reports, industry articles, and corporate case studies published between 2012 and 2026 were collected. Furniture, home appliances, packaging, kitchenware, and daily consumer products reflecting the consumption characteristics of single-person households were selected as the subjects of analysis. The analysis was conducted based on five categories derived from recurring design elements identified in previous studies and practical cases: spatiality, functionality, technology-oriented design, emotional design, and personalization. The findings indicate that product design for single-person households commonly emphasizes spatiality through miniaturization and space efficiency, functionality through the integration of multiple functions, technology through the application of IoT and AI-based smart technologies, emotional design through aesthetic value and interior-oriented design, and personalization through modular and customized products. While spatiality and functionality were the dominant characteristics in the early stages, recent trends show an increasing emphasis on technology-oriented design, emotional design, and personalization. This study is significant in that it systematically identifies the common characteristics of product design in the era of single-person households through an integrated analysis of various product categories. Furthermore, it confirms that product design is evolving from a function-oriented approach toward a user experience- and lifestyle-oriented approach. The findings provide foundational data for future product development and design strategies targeting single-person households.

Keyword

Single-person households(1인 가구), Product design characteristics(제품디자인 특성), Downsizing(소형화), Customization(맞춤화)

요약

본 연구는 1인 가구 증가에 따른 제품 디자인의 특징을 분석하고 향후 디자인 방향을 탐색하는 데 목적이 있다. 이를 위해 2012년부터 2026년까지 발표된 학술논문, 정부 자료, 산업기사 및 기업 사례를 수집하였으며, 1인 가구의 소비 특성이 반영된 가구, 가전, 패키지, 주방용품 및 생활소비재를 분석 대상으로 선정하였다. 분석은 선행연구와 사례에서 반복적으로 나타나는 디자인 요소를 바탕으로 도출한 공간성, 기능성, 기술성, 감성성, 개인화의 다섯 가지 범주를 기준으로 수행하였다. 분석 결과, 1인 가구 증가에 따른 제품 디자인은 소형화와 공간 효율성을 강조하는 공간성, 다기능 통합을 특징으로 하는 기능성, IoT · AI 기반의 스마트 기술이 적용된 기술성, 심미성과 인테리어 요소를 중시하는 감성성, 그리고 모듈형·맞춤형 제품을 중심으로 한 개인화 특성이 공통적으로 나타났다. 특히 초기에는 공간성과 기능성이 중심이었으나, 최근에는 기술성·감성성·개인화가 더욱 강화되는 경향이 확인되었다. 본 연구는 다양한 제품군을 통합적으로 분석하여 1인 가구 시대 제품 디자인의 공통 특성을 체계적으로 정리하였다는 점에서 의의가 있다. 또한 제품 디자인이 기능 중심에서 사용자 경험과 라이프스타일 중심으로 변화하고 있음을 확인하였으며, 향후 1인 가구 대상 제품 개발과 디자인 전략 수립을 위한 기초자료를 제공한다.

목차

1. 서론

1-1. 연구의 배경

1-2. 연구 목적 및 방법

2. 이론적 배경

2-1. 1인 가구의 정의

2-2. 제품디자인 특성

3. 1인 가구의 특징과 생활 양식

3-1. 1인 가구의 발생 배경 및 통계

3-2. 1인 가구의 주거공간

3-3. 1인 가구의 소비 및 라이프스타일 변화

4. 제품 디자인 특징 분석

4-1. 가구

4-2. 가전

4-3. 소품 등 기타 제품

4-4. 종합 분석

5. 결론

참고문헌

1. 서론

1-1. 연구의 배경

현대 사회는 산업화, 도시화, 고령화 등 사회구조적 변화와 함께 가족 형태가 빠르게 재편되고 있다. 그중에서도 가장 두드러진 변화 가운데 하나는 1인 가구의 지속적인 증가이다. 과거 1인 가구는 미혼 청년이나 고령 독거노인 등 특정 계층에 한정된 일시적 현상으로 인식되었으나, 최근에는 연령·성별·소득 수준을 막론하고 사회 전반에 확산하며 보편적인 가구 형태로 자리 잡으면서 1인 가구는 전체 가구 중 가장 높은 비중을 차지하는 가구 유형이 되었으며, 향후 그 비중은 지속적으로 확대될 것으로 전망된다. 이러한 변화는 단순한 인구통계학적 현상을 넘어 소비시장, 주거문화, 산업구조, 정책체계 전반에 영향을 미치는 구조적 변화로 이해될 필요가 있다.

1인 가구의 증가는 생활양식과 소비 패턴에도 변화를 불러왔다. 기존의 다인 가구 중심 사회에서는 가족 단위의 공동 소비와 넓은 주거 공간을 전제로 한 제품이 주류를 이루었다면, 1인 가구 사회에서는 개인 중심의 효율성, 편의성, 공간 활용성, 자기만족, 취향 소비 등이 핵심 가치로 부상하고 있다. 이에 따라 소비 단위는 대용량에서 소량으로, 공동 사용 제품에서 개인 맞춤형 제품으로 이동하고 있으며, 가정간편식(HMR), 배달 서비스, 렌털 서비스, 스마트가전, 모듈형 가구 등 새로운 시장이 빠르게 성장하고 있다. 이른바 '솔로 이코노미'와 '싱글슈머'라는 개념이 등장한 것도 이러한 시대적 변화를 반영한다.

제품 디자인 분야 역시 이러한 사회 변화와 무관하지 않다. 따라서 주거 공간과 생활양식의 변화는 곧 제품 디자인 패러다임의 변화로 이어질 수밖에 없다.

특히 1인 가구의 확대는 좁은 주거 공간, 주거 이동성, 디지털 친화성, 개인 취향의 다양성 등 새로운 사용자 조건을 만들어내며, 기존 제품 설계 기준을 벗어나게 하고 있다. 이에 따라 최근 제품들은 소형화, 다기능화, 스마트화, 모듈화, 감성화, 맞춤화 등 다양한 방향으로 진화하고 있다.

1인 가구 증가에 따른 제품 디자인 트렌드의 변화를 종합적으로 분석한 연구는 상대적으로 부족한 실정이다. 특히 가구, 가전, 생활용품 등 다양한 제품군에서 나타나는 디자인 변화 양상을 통합적으로 고찰한 연구는 제한적이다. 이에 본 연구는 1인 가구의 개념과 사회적 특성, 소비 및 라이프스타일의 변화를 살펴보고, 이러한 변화가 제품 디자인의 특징에 어떠한 방식으로 반영되고 있는지를 분석하는 데 목적이 있다. 이를 통해 1인 가구 시대에 나타나는 제품디자인의 주요 특징을 크기, 기능, 사용 방식, 심미성 등의 측면에서 체계적으로 정리하고, 향후 제품디자인의 방향성을 모색하기 위한 기초자료를 제공하고자 한다.

1-2. 연구 방법

1-2-1. 자료 검색 방법 및 문헌 선정 기준

연구 목적에 따라 1인 가구 증가에 따른 제품 디자인의 특징을 분석하기 위하여 '1인 가구', '싱글', '제품 디자인', '제품 디자인 트렌드', '1인 가구 제품' 등을 주요 검색어로 설정하였으며, 자료 수집은 구글 학술 검색(Google Scholar)과 구글 검색 엔진에서 수행하였다.

분석 기간은 2012년부터 2026년까지 최근 15년으로 설정하였다. 2012년은 통계청의 장래 가구 추계 자료에서 1인 가구가 향후 가장 큰 가구 유형으로 성장할 것으로 전망된 시점으로, 1인 가구가 사회·경제적

으로 주요 소비집단으로 주목받기 시작한 시기라는 점에서 연구의 기준 시점으로 선정하였다. 이에 따라 본 연구는 해당 기간 동안 발표된 문헌, 산업기사 및 제품 사례를 대상으로 1인 가구 증가에 따른 제품 디자인의 특징을 분석하였다.

제품 디자인은 시장 및 기술 변화의 속도가 빠른 분야로서 최신 디자인 동향이 학술연구에 반영되기까지 일정한 시차가 존재한다. 이에 본 연구는 선행연구를 통한 이론적 검토와 함께 최근 산업기사 및 기업 사례를 활용하여 1인 가구 증가에 따른 제품 디자인의 최신 특징을 분석하고자 하였다.

1-2-2. 연구 분석 틀

본 연구는 1인 가구 증가에 따른 제품 디자인의 특징을 분석하기 위하여 문헌고찰과 사례 분석을 중심으로 한 질적 연구 방법을 적용하였다. 먼저 통계자료, 선행연구, 정부 보고서 등을 통해 국내 1인 가구의 증가 배경과 생활양식 및 소비 특성을 파악하고, 이를 바탕으로 제품 디자인 변화와의 연관성을 검토하였다. 이후 최근 15년간 발표된 산업기사, 기업 사례, 디자인 관련 자료를 수집하여 1인 가구를 대상으로 개발되거나 소비가 확대된 제품들을 분석하였다.

분석 대상은 1인 가구의 소비 특성이 뚜렷하게 반영되는 가구, 가전, 생활용품 및 식생활 관련 제품으로 한정하였다. 사례 선정은 선행연구, 산업기사, 기업 자료 및 제품 사례를 바탕으로 이루어졌으며, 최근 15년간(2012~2026년) 출시되거나 주목받은 제품을 중심으로 분석하였다.

제품 디자인 분석을 위해 다양한 제품군에서 반복적으로 나타나는 디자인 특성을 유사한 성격에 따라 분류한 후, 공간성, 기능성, 기술성, 감성성, 개인화의 다섯 가지 분석 범주를 도출하였다.

연구 절차는 첫째, 1인 가구의 개념과 증가 현황을 고찰하고, 둘째, 1인 가구의 생활양식과 소비 특성을 분석하였다. 셋째, 이를 바탕으로 가구, 가전, 생활용품 및 식생활 관련 제품 사례를 수집하여 다섯 가지 분석 범주에 따라 디자인 특성을 검토하였다. 마지막으로 분석 결과를 종합하여 1인 가구 증가가 제품 디자인 변화에 미친 영향을 도출하고 향후 제품 디자인의 발전 방향을 제시하였다.

[표 1] 연구 분석 틀

분석 기준	분석 요소	세부 내용
공간성	크기 및 구조	소형화, 슬림화, 접이식, 수납 결합, 공간절약형 구조
	이동성	경량화, 이동성 강화 여부
기능성	기능 통합	수납+침대, 식탁+책상, 조리+보관 등
기술성	디지털 기술 적용	IoT, AI, 자동화, 센서
	연동	스마트홈, 모바일 앱 연계
감성성	심미성	색상, 형태, 재질
	공간 조화성	홈스타일링 요소 반영
개인화	맞춤 구성	모듈형, 조합형
	라이프스타일	혼밥·홈카페·재택생활 대응

2. 이론적 배경

2-1. 1인 가구의 정의

'가구(家口)'는 일반적으로 동일한 주거 공간에서 생활하며 생계를 함께하는 생활단위를 의미한다.[1] 이는 혈연관계를 중심으로 형성되는 가족과는 구별되는 개념으로, 1인이 단독으로 생활하는 형태뿐 아니라 2인 이상이 공동으로 취사·취침 등을 하며 생계를 유지하는 단위를 모두 포함한다.[2] 따라서 가구는 가족 구성 여부와 관계없이 실제 생활과 경제활동이 이루어지는 기본적인 사회·통계 단위로 이해할 수 있다.

1인 가구의 개념을 살펴보면, 미국과 유럽에서는 이를 'One-person household'라 하며, 한 명의 개인이 한 사람만으로 구성된 가구(a household composed of One person living alone)라는 의미를 갖는다.[3]

우리나라의 경우 통계청에서 사용되고 있는 표준 정의에 의하면 1인 가구란 혼자서 살림하는 가구, 다시 말해 1인이 독립적으로 취사, 취침 등 일상생활을 영위하면서 생계를 유지하는 가구를 의미한다.[4]

1) 견조욱, 김용구. 스마트 가전제품 평가 차이의 영향 요인에 관한 연구 –MZ 세대 1인 가구와 일반 가구를 중심으로–, 한국전시산업융합연구원, 한국과학예술융합학회(The Korean Society of Science & Art), vol.43, no.4, 2025, p.17.

2) 권연수, 1인 가구 특성과 소비패턴에 관한 연구, 경남과학기술대학교 석사학위논문, 2021, pp.8-9

3) 이효란, 수도권 여성 1인 가구 주거지의 공간적 분포 특성에 관한 연구, 서울시립대학교 석사학위논문, 2013, p.7.

따라서 1인 가구는 가족 구성 여부와 무관하게 1인이 독립된 생활공간에서 일상생활과 생계를 유지하는 가구 형태로 정의할 수 있겠다.

2-2. 제품디자인 특성

2-2-1. 제품디자인의 정의

제품 디자인이란 소비자의 욕구를 충족시키기 위해 조형적 아름다움을 기반으로 기능성과 실용성을 갖추고, 제품과 연계된 서비스·환경 요소 및 소비자와의 커뮤니케이션을 위한 종합적이고 통합적인 활동 체계라 할 수 있다.[5)]

2-2-2. 라이프스타일 디자인의 정의

라이프스타일 디자인(Lifestyle Design)은 인간의 일상생활 전반을 구성하는 의·식·주를 중심으로 이루어지는 다양한 디자인적 행위를 뜻하며, 이는 디자인적 관점에서 생활을 개선하고, 새로운 라이프스타일을 제안하는 주체로써, 리빙디자인, 홈패션 디자인, 홈 인테리어 디자인 등 의·식·주와 관련된 생활 디자인의 결과물을 포괄하는 개념으로 볼 수 있다.[6)]

3. 1인 가구의 특징과 생활 양식

3-1. 1인 가구의 발생 배경 및 통계

2024년 우리나라의 1인 가구는 행정안전부 기준 약 1,000만 가구를 상회한 1,012만 명[7)]이며, 통계청 자료 기준으로는 800만 가구를 넘어선 804.5만 명[8)]으로 나타난다. 본 연구에서는 실제 거주 형태를 반영하는 통계청 자료를 기준으로 분석하고자 한다.

1인 가구의 비중은 1970년 전체 가구의 3.7%에 불과하였으나, 지속적으로 증가하여 2019년에는 30.2%로 처음으로 30%를 초과하였으며, 2024년에는 36.1% 기록으로[9)10)] 주요 가구 유형으로 자리 잡았다.

통계청이 『2010~2035 장래가구추계(2012)』에서 2020년, 2025년, 2030년의 전망치를 발표한 바 있으나,[11)] 이미 2021년에 2012년 전망치를 초과하였으며, 장래가구추계(시도편): 2020~2050』에 따르면 2052년에는 모든 시도에서 1인 가구가 가장 주요한 가구 유형이 될 것으로 전망하고 있다.[12)]

이러한 배경에는 산업화와 도시화, 교육 수준 향상, 여성의 사회참여 확대, 만혼·비혼 증가, 가족 가치관 변화 등이 복합적으로 작용하였다. 또한 개인주의 확산과 삶의 다양성에 대한 수용이 확대되면서 1인 가구는 하나의 생활양식으로 정착하고 있다.

3-2. 1인 가구의 주거공간

1인 가구의 개인들은 특성과 취향에 부합하는 주거환경에 관한 관심이 높아짐에 따라, 각자의 개성을 반영한 다양한 형태의 주거환경을 요구하게 되었다.[13)] 이러한 변화 속에서 1인 가구는 생활에 적합한 소형 주거공간에 주로 거주하는 특성을 보인다.

1인 가구의 주거 면적은 40㎡ 이하가 49.6%로 가장 높은 비중을 차지하였으며, 평균 주거 면적도 전체 가구 평균보다 작은 수준에 머무는 것으로 나타났다.[14)]

이는 1인 가구가 경제적·생활적 효율성을 고려하여 비교적 협소한 주거 공간을 선택하고 있음을 알 수 있다.

---

4) 변미리, 신상영, 조권중, 박민진, 서울의 1인가구 증가와 도시정책 수요연구, 서울연구원, 서울연구원 정책과제연구보고서, vol.2008, 2008, p.16.

5) 김영민, 제품 디자인 평가 모델 연구. 고려대학교 대학원 석사학위논문, 2018, p.29.

6) 김윤진. 그래픽 텍스타일 프린팅을 활용한 라이프스타일 디자인 제품 개발, 단국대학교 대학원 석사학위논문, 2014. p.13.

7) 권용훈, 1인가구 1000만 돌파…전국 가구수의 40%, 한국경제, 2025.08.27. (2026.04.10.) www.hankyung.com/article/2025082758621

8) 김지은, 이성숙, 2025 통계로 보는 1인가구, 국가데이터처, 2025.12.09., p.7

9) 권연수, Op. cit. 2021, p.1

10) 김지은, 이성숙, Op. cit. 2025.12.09., p.1

11) 서운주, 김수영, 장래가구추계 시도편 : 2010~2035, 통계청, 보도자료, 2012. 8. 28., pp.59,75

12) 임영일, 김경미, 장래가구추계(시도편): 2022~2052년, 통계청, 보도자료, 2024.12.12., p.2

13) 이후찬, Op. cit. 2022, p.15

14) 김지은, 이성숙, Op. cit. 2025.12.09., p.13

입지 선택에서도 학군이나 의료·복지시설보다, 문화·여가·쇼핑 등 개인의 삶의 질을 향상시킬 수 있는 생활 편의시설에 더 높은 가치를 부여하는 경향을 보인다.[15]

결과적으로 주거공간은 가족 공동체의 공동 생활 공간이 아닌 개인의 자아실현과 라이프스타일을 구현하는 공간으로 확장되고 있다.[16]

3-3. 1인 가구의 소비 및 라이프스타일 변화

3-3-1. 1인 가구의 소비 패턴

최근 1인 가구의 급증은 소비 구조 전반에 변화를 가져오며, 기존의 가구 단위 중심 소비에서 개인 단위 중심 소비로의 전환을 가속화하고 있다.[17]

이와 같은 흐름 속에서 '솔로 이코노미(Solo Economy)'와 '싱글슈머(Singlesumer)'라는 개념이 등장하였다.[18] 솔로 이코노미는 1인 가구와 싱글의 확대에 따라 새로운 소비시장이 형성되면서, 기업들이 이들을 대상으로 한 제품들을 집중적으로 개발하고 출시하는 것이다.[19] 한편 싱글슈머는 혼자 생활하는 개인 소비자를 지칭하는 용어로 싱글(single)과 소비자(Consumer)의 합성어이며, 1인 가구로 살아가면서 일정한 소득을 바탕으로 부양가족이 없이 수입 대부분을 자신의 생활 방식과 선호에 따라 상품과 서비스를 선택하고 소비하는 특징을 지녀 지출이 높은 편이다.[20]

이러한 1인 가구 중심의 소비 확대는 소용량·맞춤형 제품의 보편화, 배달 서비스, 가정간편식(HMR), 정기배송 및 가전 렌탈 서비스 증가, 자기보상형 소비 확대, 공간 효율형 제품 수요 증가 등이 주요 특징이다.[21]

이러한 변화는 실제 소비지출에서도 확인되며, 1인 가구가 향후 소비시장에서 중요한 주체로 자리매김할 가능성이 높다.[22]

한편 1인 가구는 자기 지향적 소비 성향을 바탕으로 제한된 주거 공간과 자원의 제약 속에서 소비의 효율성과 합리성을 동시에 고려해야 하는 이중적 특성을 지닌다.[23]

3-3-2. 1인 가구의 라이프스타일

라이프스타일은 개인의 활동, 관심사, 의견 등이 반영되어 한 개인이 사회 속에서 살아가는 전반적인 방식으로,[24] 사회 변화에 따라 달라지며, 최근에는 개인의 자유와 독립을 중시하는 경향이 커지면서 가족 중심에서 개인 중심 생활로 전환되고 있다.

현대 사회에서는 1인 가구의 싱글 라이프가 보편화되며, 이를 독립적인 가족 형태로 인식하는 사회적 변화가 나타나고 있다.[25]

한편, 4차 산업혁명 시대에서는 개인 자신의 가치와 취향을 중시하며, 자신의 취향에 충실한 '나다움'을 추구하는 경향이 강화되고 있다.[26]

4. 제품디자인 특징 분석

4-1. 가구

1인 가구의 증가에 따라 가구 디자인은 단순한 소형화 중심에서 벗어나, 공간 효율성과 기능성을 동시에 충족하는 방향으로 변화하고 있다. [27]

15) 오시림, 이보배, Op. cit. 2014,

16) 이후찬, Op. cit. 2022, p.15

17) 김병조, '[포커스] 1인 가구 800만 시대, 소비의 '표준'이 바뀌고 있다', CEONEWS (씨이오뉴스), 2025. 12. 10. (2026.04.11.), https://www.ceomagazine.co.kr/ko-kr/articles/34470

18) 마흠, 박종빈, 1인 가구의 양질의 식생활을 위한 헬스케어 애플리케이션 UI 디자인 연구, 한국일러스아트학회, 조형미디어학, Vol.27, No.3, 2024, p.59

19) 손희경, 솔로 이코노미 (Solo Economy) 분석, 금융위원회, 2017, p.155

20) 마흠, 박종빈. Op. cit. 2024. p.59

21) 김병조, Op. cit. (2026.04.11.)

22) 마흠, 박종빈. (2024). p.59

23) 김다연, 이동민, 1인 가구를 위한 스마트 화장대 디자인 제안 - 20대 독신 여성을 중심으로, 한국융합학회, 한국융합학회논문지, Vol.9, No.2, 2018, pp.165-166

24) 김태연, 소비자 라이프스타일과 제품 트렌드 변화의 상관성에 관한 연구, 중앙대학교 대학원 석사학위논문, 2007, p.11

25) 김의화, 1 인 가구를 위한 제 3 의 장소로서의 마을커뮤니티공간 연구, 조선대학교 대학원 석사학위논문, 2024, p.13

26) 권연수, Op. cit. 2021, p.40

2014년 이지숙의 연구[28]에 따르면, 당시 1인 가구는 주로 소형 주택에 거주하여 공간을 효율적으로 활용할 수 있는 기능 중심의 가구 디자인을 선호하였으며, 이동성과 사용 편의성, 재미와 활력을 제공하는 디자인에 대한 요구도 높아 주요 가구업체들 중심으로 관련 제품이 출시되기 시작하였으나, 관련 제품과 연구는 아직 초기 단계에 머물러 있었고, 주로 소형·공간 절약형 가구 중심으로 공급되었다.

이후 가구 디자인은 단일 기능에서 벗어나 복합 기능을 결합하는 방향으로 발전하였다. 2~3가지 기능을 결합한 형태의 가구가 증가하였으며, 특히 침실과 서재용 가구의 용도가 결합한 형태가 등장하였다.[29] 또한 주거 공간의 규모와 형태, 공간의 효율적 이용, 선호하는 디자인과 기능, 가격, 사용 편리성, 이동 및 보관 등의 요소가 주요 설계 기준으로 고려되기 시작하였다.[30] 나아가 오시림·이보배(2014)의 연구에서는 1인 가구가 요구하는 형태적·기능적 특성을 소형, 확장, 적층, 변형, 결합, 이동, 접이식, 수납, 붙박이의 9가지로 정의하였다.[31] 더 나아가 자연 친화적인 가구 디자인에 대한 필요성도 제기되었다.[32]

가구 업계 역시 변화하는 소비 트렌드에 맞춰 대응하기 위해 소형 모델 옵션을 확대하고, 공간 활용성과 동시에 오브제가 되어줄 수 있는 인테리어 효과를 제공하는 세련된 디자인의 제품을 다양하게 출시하고 있다.[33]

한편 최근에는 디지털 기술의 발전과 함께 가구에 스마트 기능을 접목하려는 시도도 활발하게 이루어지고 있다. IKEA와 같이 무선 충전 기능을 탑재한 스마트 가구가 등장하여 편의성을 높일 뿐 아니라 전선 노출을 최소화하여 실내 인테리어의 완성도를 높이는 요소로 평가된다.[34]

특허청에 따르면 USB 등 디지털 기기 사용 편의를 높이거나 소파와 침대, 책상과 식탁을 겸할 수 있도록 설계한 다기능 제품이 늘어나면서, 공간 효율성을 강화할 수 있는 다기능 침대와 책상 관련 디자인 출원도 증가한 것으로 나타났다.[35]

한편 기존의 고정된 형태의 가구를 대신해 모듈형 가구가 확산되고 있다.

모듈 가구는 형태가 고정된 일반 가구와 달리 작은 단위의 모듈을 결합하거나 분리하여 원하는 크기와 용도, 형태로 자유롭게 변경할 수 있는 것이 특징으로 사용자가 필요에 따라 크기와 형태를 자유롭게 조합·변형할 수 있는 특징을 지니며, 미니멀리즘 라이프스타일과도 잘 부합한다.[36]

이와 같은 변화는 획일적인 제품 공급 방식에서 벗어나 사용자가 참여할 수 있는 디자인으로 전환되고 있음을 보여준다.

실제로 한샘의 모듈형 소파[37]나 스위스 브랜드 USM의 'USM Haller'와 같은 제품은 주거 규모 변화에 유연하게 대응하는 실용적 디자인으로 주목받고 있다.[38]

27) 백선욱, '인테리어·가구 업계, 2026년 주목할 전략 키워드 'B2C, 라이프스타일&기능성, 프리미엄'', 월간 THE LIVING, 2026.01.09. (2026.04.09.), https://www.theliving.co.kr/news/articleView.html?idxno=23812

28) 이지숙, 20-30대의 1인 가구(家口)를 위한 가구(家具)디자인 특성 연구, 한국일러스아트학회, 조형미디어학, vol.17, no.3, 2014, pp.225-226

29) Ibid., p.232

30) 오시림, 이보배, Op. cit. 2014, p.107

31) Ibid., p.108

32) 이지숙, Op. cit. 2014, p.232

33) 백선욱, '1인 가구 비중 35% 역대 최대…맞춤형 가구·가전 주목', 월간 THE LIVING, 2024.11.12. (2026.03.14.), https://www.theliving.co.kr/news/articleView.html?idxno=23411

34) 김태선, 1 인 가구의 소비성향 분석을 통한 홈퍼니싱 제품전략 연구, 한국가구학회, 한국가구학회지, vol.27, no.3, 2016, p.243

35) 이가영, '솔로 전성시대…1인가구 소비 디자인 출원 증가', 중기이코노미, 2017.08.23. (2026.04.09.), https://www.junggi.co.kr/news/articleView.html?idxno=19757

36) 이다빈, '서울리빙디자인페어에서 만난 '모듈가구'의 현재와 미래 [현장+]', 쿠키뉴스, 2025.09.12. (2026.03.15.), https://www.kukinews.com/article/view/kuk202509120160

37) 이창호, 이다경, '[솔로이코노미] 1인가구 맞춤 인테리어, '1인용 가구' 특징은?', 데일리팝, 2017.08.25. (2026.05.17.), https://www.dailypop.kr/news/articleView.html?idxno=25290

38) 한희, '실용적이고 미니멀한 가구-모듈 디자인,

또한 공간 효율성을 높이기 위한 멀티 가구도 증가하고 있는 가운데 침대·소파·책상 기능을 결합하거나 화장대·수납장·작업대를 겸하는 제품을 내놓은 가구업체도 있다.[39]

[그림 1] 일룸의 '다나 모션베드'[40]

코로나19 이후 셀프 인테리어 수요가 확산하면서, 1인용 가구와 인테리어 소품 소비가 늘고, 개인 취향을 반영한 주거 공간 조성 문화가 확산하고 있다.[41]

1인 가구의 주거 공간은 단순히 생활하는 공간이 아닌 삶의 가치를 구현하는 공간으로 진화하고 있으며, 개인의 취향과 일상 방식을 표현하는 공간으로 변화하고 있으며, 오늘의 집의 '2026년 1인 가구 트렌드 리포트'에 따르면 완벽한 조화가 아니더라도 자신의 취향을 반영하는 인테리어가 확산할 것으로 전망된다.[42]

종합하면, 1인 가구 증가에 따른 가구 디자인은 소형화, 다기능화, 모듈화, 스마트화, 개인화를 중심으로 발전해 왔으며, 가구는 단순한 생활용품을 넘어 공간 활용과 기술, 인테리어를 통합하는 생활 플랫폼으로 진화하고 있다.

[표 2] 가구 디자인 특징 분석

구분	특징
공간성	소형화·공간 절약형 ▶ 원룸·소형주택 대응, 협소 공간 활용
기능성	다기능·복합형 ▶ 침대+소파, 책상+식탁, 수납 결합
기술성	스마트 기능 결합 ▶ USB, 무선충전, 스마트 가구
감성성	인테리어·취향 반영 ▶ 셀프인테리어, 디자인 선호 확대
개인화	모듈·맞춤형 ▶ 조합형, 탈부착, 사용자 구성

이상의 내용을 연구 분석 틀에 따라 공간성, 기능성, 기술성, 감성성, 개인화의 측면에서 분석하면 다음과 같다. 첫째, 공간성 측면에서 원룸과 소형 주택에 적합하도록 소형화, 공간 절약형, 접이식, 수납형, 이동형 가구가 확대되었으며, 공간 활용도를 높이는 디자인이 강화되었다. 둘째, 기능성 측면에서는 침대·소파·책상 등 여러 기능을 결합한 다기능 가구가 증가하여 제한된 공간에서 다양한 생활 기능을 수행할 수 있도록 발전하였다. 셋째, 기술성 측면에서는 무선 충전, USB 포트 등 디지털 기술이 적용된 스마트 가구가 등장하면서 가구가 정보기술과 결합된 생활 플랫폼으로 진화하고 있다. 넷째, 감성성 측면에서는 가구가 단순한 사용재를 넘어 인테리어와 라이프스타일을 표현하는 수단으로 변화하였으며, 심미성과 자연 친화적 디자인에 관한 관심이 확대되었다. 다섯째, 개인화 측면에서는 모듈형 가구를 중심으로 사용자가 공간과 취향에 맞게 제품을 자유롭게 구성할 수 있는 맞춤형 디자인이 확산되고 있다.

4-2. 가전

1인 가구의 증가와 함께 가전제품 디자인 트렌드는 기능 중심의 소형화 단계에서 시작하여, 스마트 기술 기반의 효율성 강화 단계를 거쳐, 최근에는 개인 맞춤형·모듈형 중심의 디자인으로 점차 진화하고 있다.

가구 구성의 중심이 4인 가족에서 1인 가구로 변

가구에서 가전으로', 매일경제, 2019.07.24. (2026.03.15.), https://www.mk.co.kr/news/culture/8911389

39) 김의철, '1인 가구 공간이 넓어지는 마법... 멀티·미니멀·미니 리빙템이 뜬다!', 녹색경제신문, 2020.05.18. (2026.05.17.), https://www.greened.kr/news/articleView.html?idxno=251982

40) Ibid., (2020.05.18.)

41) 안유리나, '[홈플로우] "나 혼자 뚝딱" 1인 셀프 인테리어 '후끈'', 1코노미뉴스, 2021.11.05. (2026.05.17.), https://www.1conomynews.co.kr/news/articleView.html?idxno=12804

42) 김은서, '[1-LIFE] "나 혼자 산다" 요즘 1인 가구, '취향 반영' 인테리어가 대세', 시사캐스트, 2026.03.07. (2026.04.09.), http://www.sisacast.kr/news/articleView.html?idxno=92981

화하면서 한 뼘 정수기, 벽걸이형 미니 세탁기, 빌트인 2구 가스쿡탑 등 소형 가전의 수요가 증가하고 있다.[43]

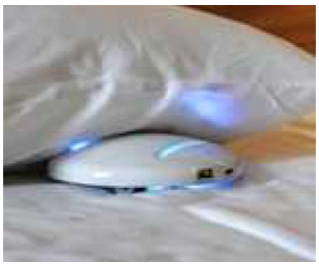
이 외에 소형 가전제품 디자인 출원도 증가하였는데, 특히 간편식을 자주 이용하는 1인 가구의 식생활을 반영하여 슬림한 디자인에 냉장·냉동기능을 강화한 디자인 출원이 두드러지게 나타났다.[44]

우선, 2010년대 중반의 초기 단계에서는 공간 활용을 극대화할 수 있는 소형화가 핵심 디자인 요소로 부각되었다. 신희인과 김장수(2016)[45]는 트렌드를 반영한 싱글족을 위한 소형 가전의 디자인 콘센트 요소는 공간 절약형 소형 기기(필요한 기능은 모두 갖추면서도 합리적인 가격. 작은 사이즈에 맞는 디자인. 가전기기를 통한 인테리어 스타일링 효과도 얻을 수 있는 디자인.), 시간 절약형 소형가전(시간과 공간 절약을 동시에 요구하고 있어 컨버전스 제품 개발이 활발. 디지털 제어를 통한 간편한 조리기능), 감성 충족형 가전(재미있는 디자인, 원색적인 색상으로 개성 있는 디자인. 싱글족의 차별화된 주거 공간과 조화를 이룰 수 있는 감성적 디자인. 필요에 의한 소비가 아닌 즐거움을 위한 소비가 새로운 소비 유도.) 3가지로 정리하였다. 이는 제한된 주거공간과 간편한 생활을 추구하는 1인 가구의 특성을 반영한 결과라 할 수 있다.

이후 2010년대 후반부터 2020년 전후에는 단순한 소형화에서 벗어나 멀티 기능화, 효율성, 스마트 기술의 적용이 확대되었다.

소비자들은 다소 높은 가격이라도 구매 후 만족감과 신뢰를 느낄 수 있는 제품을 선호하며, 가전업계 관계자에 따르면 기능뿐 아니라 디자인과 인테리어 등 감성적 요소까지 고려하면서 De'Longhi 토스트기나 Smeg 커피 머신과 같은 비교적 고가의 해외 브랜드 소형가전에 대한 선호가 높다고 한다.[46]

남미경(2017)[47]의 연구에 따르면, 1인 가구는 가전제품 선택 시 공간 절약형뿐만 아니라 멀티 기능성과 편의성을 중요하게 고려하며, 특히 여성 및 고령 1인 가구의 경우 안전성 또한 중요한 요소로 작용하는 것으로 나타났다. 또한 한국디자인진흥원(2020)[48]은 5G 및 IoT 기술을 통해 집안의 가전과 제품이 연결되고, 인공지능 기반 제품들이 출시되며 소형 가전제품들도 스마트화 되어가고 있음을 지적하였다. 이는 가전제품이 단순한 도구를 넘어 사용자 생활을 지원하는 지능형 시스템으로 전환되고 있음을 의미한다.



[그림 2] Cleansebot사의 로봇청소기[49]

코로나19로 인해 실내 생활 증가와 홈 카페·홈 쿠킹 문화 확산으로 소형 주방가전 시장이 성장하였는데, 이에 따라 업계는 작은 크기와 높은 활용성, 우수한 성능과 디자인을 결합한 다기능 소형 가전을 지속적으로 출시하였으며, 콤팩트하면서도 다양한 기능을 더하고 세련된 디자인까지 갖춘 제품들은 소비자들로부터 긍정적인 반응을 얻고 있다고 보고 있다.[50][51][52]

43) 보도자료, '1인 가구 시대, 원액기 등 소형가전'인기'', 경향신문, 2012.10.31. (2026.04.13.), https://www.khan.co.kr/article/201210311345018

44) 이가영, Op. cit. (2026.04.09.)

45) 신희인, 김장수, 싱글족을 위한 다기능 가전제품 디자인 개발 사례 연구, 한국디자인문화학회, 한국디자인문화학회지, vol.22, no.2, 2016, p.336

46) 백예리, "1인 가구·소확행'에 커지는 소형가전 시장', 조선비즈, 2018. 7. 13. (2026.03.16.), https://v.daum.net/v/gCvYRDYDTr

47) 남미경, 1인가구 증가에 의한 스마트가전제품디자인 변화 연구, 한국디자인문화학회, 한국디자인문화학회지, vol.23, no.1, 2017, p.200

48) 한국디자인진흥원, 스마트 홈 아이디어 발굴을 위한 선행연구 보고서, 한국디자인진흥원, 2020, p.107

49) Ibid., p.112

50) 이아름, '[1-Trend] '뉴노멀'된 1인 가구… 가구·가전·외식 등 수요 공략 '활발'', 시사캐스트, 2026.04.05. (2026.04.21.), http://www.sisacast.kr/news/articleView.html?idxno=94688

51) 서미영, '1인 가구 증가에 따른 '소형 가전' 출시 봇물', 디지틀조선일보, 2022.11.28. (2026.03.16.), https://digitalchosun.dizzo.com/site/data/html_dir/2022/11/28/2022112880083.html

52) 백선욱, Op. cit. (2026.03.14.)

삼성전자의 비스포크 냉장고를 시작으로 가구에 이어 가전 분야에서도 모듈형 디자인 제품이 등장하였는데, 소비자는 자신의 생활 방식에 맞추어 모듈 크기를 자유롭게 선택하고, 주거 공간과 취향에 어울리는 색상을 적용할 수 있으며, 또한 가족 구성 변화에 따라 제품을 확장하여 사용할 수 있게 되었다.[53]

최근 2020년대 중반 이후의 트렌드는 이러한 기술적 진화를 기반으로 개인화와 모듈화, 그리고 디자인 중심성의 강화로 나타나고 있다. 과거에는 1인 가구를 위한 제품이 소용량과 소형화에 집중되었다면, 최근에는 데이터와 인공지능 기술을 활용하여 개인의 취향과 생활 패턴을 분석하고 이에 최적화된 맞춤형 제품과 서비스를 제공하는 방향으로 발전하고 있다.[54]

종합하면, 가전제품 디자인은 '소형·기능 중심'에서 '스마트·효율 중심'을 거쳐 '개인 맞춤형·모듈형·디자인 중심'으로 변화하고 있으며, 이는 1인 가구의 증가와 기술 발전, 그리고 소비자 라이프스타일의 변화가 복합적으로 작용한 결과로 볼 수 있다. 이러한 변화는 가전제품이 단순한 생활 도구를 넘어, 개인의 삶의 질과 경험을 설계하는 중요한 요소로 자리를 잡고 있음을 시사한다.

[표 3] 가전 디자인 특징 분석

구분	특징
공간성	소형·슬림형 가전 확대 ▶ 미니 세탁기, 한뼘 정수기
기능성	다기능 ▶ 멀티쿠커, 복합 주방가전
기술성	IoT·AI 연동·자동화 ▶ 스마트홈 연계 가전
감성성	디자인·인테리어 등 감성적인 부분 고려 ▶ 비교적 고가에 속하는 외국 브랜드 소형가전이 인기
개인화	라이프스타일 맞춤 ▶ 개인 맞춤형·모듈형 중심

이상의 내용을 연구 분석 틀에 따라 공간성, 기능성, 기술성, 감성성, 개인화의 측면에서 분석하면 다음과 같다. 첫째, 공간성 측면에서는 1인 가구의 소형 주거 환경에 맞추어 한 뼘 정수기, 소형 세탁기 등 소형·슬림형 가전이 확대되었으며, 공간 활용성을 높이는 디자인이 강화되었다. 둘째, 기능성 측면에서는 멀티쿠커와 복합 주방가전 등 여러 기능을 결합한 다기능 가전이 증가하여 사용 편의성과 효율성을 높이는 방향으로 발전하였다. 셋째, 기술성 측면에서는 IoT와 AI 기술이 적용된 스마트 가전이 확산하면서 가전제품이 스마트홈과 연계된 지능형 생활기기로 진화하고 있다. 넷째, 감성성 측면에서는 성능뿐 아니라 디자인과 인테리어 요소를 중시하는 소비 경향이 확대되면서 심미성과 감성적 만족을 제공하는 프리미엄 가전의 선호가 증가하였다. 다섯째, 개인화 측면에서는 비스포크와 같은 모듈형 가전을 중심으로 사용자의 취향과 생활 방식에 맞게 제품을 구성할 수 있는 맞춤형 디자인이 확산하고 있다.

4-3. 기타 제품

1인 가구의 증가에 따라 소형 제품과 주방용품을 중심으로 소비가 확대되고 있다. 특히 '혼밥'과 '혼술'과 같은 개인 중심의 식문화가 확산하면서 가정간편식(HMR) 시장이 급성장하였다. 이와 함께 식품·외식 산업에서는 '소용량', '프리미엄', '간편성'이 주요 소비 트렌드로 자리 잡았으며, 이는 제품의 품질뿐 아니라 포장 디자인의 완성도까지 중요한 경쟁요소로 작용하고 있다.[55]

4-3-1. 패키지

1인 가구 확대에 따라 식품 패키지 시장은 편리성과 정보기술(IT) 접목을 중심으로 빠르게 성장하고 있으며, 기존의 제품 보관·식별 기능에서 나아가 안전성, 친환경성, 기능성을 강화한 포장재인 스마트 패키징으로 발전하고 있는데, 스마트 패키징은 항균 물질과 산화방지제를 활용해 식품 오염을 줄이고 유통기한을 연장하는 액티브 패키징(Active Packaging)과, 사물인터넷(IoT) 및 센서를 적용해 신선도를 소비자가 쉽게 확인할 수 있도록 하는 인텔리전트 패키징(Intelligent Packaging)으로 구분된다.[56]

53) 한희, Op. cit. (2026.03.15.)

54) 권선형, 1인가구 1000만 시대…초개인화에 꽂힌 산업계, 매일일보, 2025.09.28. (2026.03.15.) https://www.m-i.kr/news/articleView.html?idxno=1287319

55) 김병조, Op. cit. (2026.04.11.)

56) 박효주, '식품용기, 첨단기술과 콜라보... '스마트패키징' 급성장', 전자신문, 2022.06.26. (2026.05.18.), https://www.etnews.com/20220624000117

[표 4] 패키지 디자인 특징 분석

구분	특징
기능성	보존·안전 기능 강화 ▶ 식품 오염 줄이고 유통기한을 연장하는 기능
기술성	IoT 기반 스마트화 ▶ 신선도, 보관 상태 등 정보를 소비자가 확인 가능

이상의 내용을 연구분석틀에 따라 기능성, 기술성 측면에서 분석하면 다음과 같다.

첫째, 기능성 측면에서는 액티브 패키징을 통해 식품의 오염을 줄이고 유통기한을 연장하는 방향으로 발전하였다.

둘째, 기술성 측면에서는 IoT와 센서 기술이 적용된 인텔리전트 패키징이 도입되어 식품의 신선도와 품질 정보를 실시간으로 확인할 수 있도록 발전하였다.

4-3-2. 주방용품 및 생활 용기

주방용품 및 생활 용기 분야에서도 1인 가구를 위한 소형화 및 기능 통합이 주요한 디자인 특징으로 나타난다. 예를 들어, 소형 냄비, 미니 김치통 등은 제한된 주거공간에 적합하도록 설계되었으며, 트렌디한 색상과 디자인을 적용하여 감성적 만족을 제공하고 있다.[57][58] 또한 단순한 조리 기능을 넘어 사용의 재미와 편의성을 고려한 제품들이 등장하고 있으며, 이는 1인 가구의 라이프스타일 변화와 밀접하게 연관되어 있다.

생활 용기 분야는 간편식 소비가 늘어나면서 도시락 용기(식판 및 일회용 용기 포함)에 대한 디자인 출원이 2007년 11건에서 2016년 113건으로 10배 이상 증가하였으며, 이는 1인 가구의 확대와 함께 식품 시장에서 소포장 제품과 간편식 수요가 크게 증가한 결과로 해석된다.[59]

혼자 식사하는 소비자가 늘어나면서 여러 반찬 그릇 사용과 설거지의 번거로움을 줄일 수 있는 식판 수요도 증가하면서 유통 업체들은 성인용 식판 제품군을 확대하였으며, 최근 식판은 한 끼 식사와 즉석조리 식품을 함께 담을 수 있도록 실용성을 높인 형태로 발전하고 있다.[60]

주방 생활용품 전문 기업 락앤락은 1인 가구의 간편식 소비에 맞춘 전용 용기를 출시하였는데, 해당 제품은 다양한 가정간편식을 안전하게 조리할 수 있도록 설계되었으며, 전자레인지와 오븐 사용이 가능한 내열유리를 적용해 안전성을 높였고, 각각의 용량 또한 시중에 판매되는 간편식을 보관하는 데 최적화하였다.[61]

[표 5] 주방용품 및 생활용기 디자인 특징 분석

구분	특징
공간성	소형·소용량 중심 설계 ▶소형 냄비, 미니 김치통 등
기능성	다기능·간편 사용 중심 설계 ▶ 1식 4찬 구성과 즉석식품 담기에 적합하도록 설계되어 조리·식사·정리 과정을 단순화한 성인용 식판 및 유리용기
기술성	안전성과 소재 기술 강화 ▶ 내열유리 적용을 통해 전자레인지·오븐 조리 가능, 일회용기 대체를 통한 안전성 향상
감성성	실용성과 함께 디자인 심미성 강화 ▶ 트렌디한 색상과 디자인 요소 반영
개인화	1인 식생활과 간편식 소비 패턴에 맞춤 ▶ 컵라면·볶음밥·파스타 등 가정간편식 조리에 적합한 전용 용기 및 최적화된 용량으로 구성됨

이상의 내용을 연구 분석 틀에 따라 분석하면 다음과 같다. 첫째, 공간성 측면에서는 소형 냄비, 미니 김치통, 소용량 용기 등 공간 활용을 고려한 소형화 디자인이 확대되었다. 둘째, 기능성 측면에서는 멀티 쿠커, 식판형 용기 등 다기능 제품이 증가하여 편의성과 실용성이 강화되었다. 셋째, 기술성 측면에서는 내열유리

57) 강인혜, 1인가구를 위한 4 in 1 멀티쿠커 디자인 연구, 홍익대학교 디자인콘텐츠대학원 석사학위논문, 2018, p.9

58) 조주홍, [기획] 1인 가구 전성시대 '더 작고 더 예뻐야' 팔린다 : 소형 가전부터 생활용품까지 작지만, 실속는 제품 인기, 넥스트미디어, 넥스트이코노미, vol.248,, 2025, 01., p.39

59) 한익재, "나 홀로 가구 시대" 싱글을 위한 디자인이 뜬다"...1인가구 겨냥 싱글족 디자인출원 봇물, 녹색경제신문, 2017.08.23. (2026.04.26.), https://www.greened.kr/news/articleView.html?idxno=33423

60) 윤종석, "'혼자 먹는데 뭘…" 추억의 식판 잘 팔린다', 연합뉴스, 2012.07.11. ((2026.05.18.), https://www.yna.co.kr/view/AKR20120711004100003

61) 김진아, '1인 가구 간편식...최적화된 용기로 완성하세요', 아시아투데이, 2017. 08. 08. (2026.05.18.), https://www.asiatoday.co.kr/kn/view.php?key=20170808010003569

등 기능성 소재를 적용하여 안전성과 활용성을 높였다. 넷째, 감성성 측면에서는 트렌디한 색상과 디자인을 통해 심미적 만족을 제공하고 있다. 다섯째, 개인화 측면에서는 간편식 소비와 혼밥 문화에 맞춘 1인용 전용 용기가 확대되고 있다.

4-3-3. 생활소비재 및 위생용품

생활용품 분야에서도 1인 가구 트렌드에 맞춰 소용량 제품, 소형화와 공간 효율성을 고려한 제품 개발이 확대되고 있는데, 예를 들어, 생활 위생 전문 기업 모나리자는 기존 제품보다 절반으로 크기를 줄인 소형 미용 티슈와 소량 구성의 키친타월 등은 좁은 주거 공간에서도 보관과 사용이 용이하도록 설계되었으며, 이러한 제품들은 경제성뿐 아니라 위생성과 편의성을 동시에 충족시키며, 1인 가구의 소비 특성을 반영한 대표적인 사례로 볼 수 있다.[62)63)]

[표 6] 활 소비재 및 위생용품 디자인 특징 분석

구분	특징
공간성	소용량·소포장 ▶ 미니 티슈, 소용량 키친타월
기능성	사용 편의성과 위생성 강화 ▶ 소량 단위 구성으로 낭비를 줄이고, 개인 사용에 적합한 위생적 소비를 지원
개인화	1인 소비 패턴 맞춤 제품화 ▶ 소포장, 소용량 구성 등 개인 생활 주기와 사용량을 고려한 맞춤형 제품 개발 확대

4-4. 종합 분석

표의 분석 결과, 가구, 가전, 패키지, 주방용품, 생활소비재 분야를 살펴보면 공간성, 기능성, 기술성, 감성성, 개인화의 다섯 가지 특성이 공통적으로 나타난다.

첫째, 공간성은 가구, 가전, 주방용품 및 생활용기, 생활소비재 전반에서 공통적으로 확인되었다. 가구는 소형·공간 절약형, 접이식, 수납형 중심으로 발전하였으며, 가전은 미니 세탁기와 한 뼘 정수기 등 소형·슬림형 제품이 확대되었다. 또한 주방용품과 생활소비재에서도 소형 냄비, 미니 김치통, 소용량 생활용품 등 공간 활용을 고려한 제품이 증가한 것으로 나타났다.

둘째, 기능성은 다양한 제품군에서 강화된 것으로 확인되었다. 가구는 침대·소파·책상 기능을 결합한 다기능 가구가 확대되었으며, 가전은 멀티 쿠커와 복합 주방가전 등 복수 기능을 통합한 제품이 증가하였다. 주방용품 및 생활 용기 역시 조리·보관·식사 기능을 결합한 제품이 등장하였으며, 패키지 분야에서는 식품 보존 및 안전 기능을 강화한 액티브 패키징이 활용되고 있는 것으로 나타났다.

셋째, 기술성은 정보통신기술과의 융합을 중심으로 나타났다. 가구에서는 USB 포트와 무선 충전 기능이 적용된 스마트 가구가 등장하였고, 가전에서는 IoT 및 AI 기반의 스마트 가전이 확대되었다. 또한 패키지 분야에서는 센서와 IoT 기술을 활용하여 신선도와 품질 정보를 제공하는 인텔리전트 패키징이 도입된 것으로 확인되었다.

넷째, 감성성은 가구, 가전, 주방용품 분야를 중심으로 나타났다. 가구는 인테리어 효과와 심미성을 고려한 디자인이 확대되었으며, 가전 역시 성능뿐 아니라 디자인과 인테리어 요소를 중요하게 고려하는 경향이 확인되었다. 주방용품 및 생활용기 또한 트렌디한 색상과 디자인 요소를 적용하여 시각적 만족도를 높이는 방향으로 발전한 것으로 나타났다.

다섯째, 개인화는 최근 제품 디자인에서 두드러지게 나타나는 특징으로 확인되었다. 가구 분야에서는 모듈형 가구를 통해 사용자가 크기와 구성을 선택할 수 있도록 하였으며, 가전 분야에서는 비스포크와 같은 모듈형·맞춤형 제품이 확대되었다. 또한 주방용품과 생활소비재에서는 1인 식생활과 소비 패턴에 적합한 소용량·전용 제품이 증가한 것으로 나타났다.

종합하면, 분석 대상 제품군에서 공간성, 기능성, 기술성, 감성성, 개인화의 다섯 가지 특성 중 특히 공간성은 대부분의 제품군에서 공통적으로 나타났으며, 기술성·감성성·개인화는 최근 제품에서 더욱 두드러지게 확인되었다. 따라서 본 연구에서 설정한 분석 범주는 1인 가구 증가에 따른 제품 디자인의 특징을 설명하는 데 유효한 분석 기준으로 활용될 수 있음을 확인하였다.

62) 오지현, "1000만 1인 가구' 위한 미니멀 맞춤 시장…혼자여도 완벽한 소비 트렌드', 이지경제, 2025.06.23. (2026.04.21.), https://www.ezyeconomy.com/news/articleView.html?idxno=215783

63) 뉴시스, "혼자 살아요"…늘어나는 1인 가구에 제품 수요도 증가, 뉴시스 (2026.04.21.) www.donga.com/news/Economy/article/all/20250427/131498277/1

[표 7] 디자인 특징 종합 분석

구분	특징
공간성	소형화·공간 효율 중심 설계 ▶ 소형 주거환경에 적합한 제품 확대 ▶ 소형 가전, 미니 주방용품, 소용량 생활용품 개발 ☞ 접이식·슬림형·수납 결합형 구조 디자인 반영
기능성	다기능·편의성 강화 ▶ 복합 기능 결합(수납·조리·생활기능 통합) ▶ 간편 사용 구조와 위생·안전 기능 강화 ☞ 다기능 설계 디자인 반영
기술성	스마트·기술 융합 확대 ▶ IoT·AI 연동 가전 보급 확대 ▶ 스마트패키징 및 자동화 기능 적용 ☞ IoT·AI 기반 자동화 및 연동할 수 있도록 디자인 반영
감성성	디자인·심미성 중시 ▶ 인테리어 조화와 색채·디자인 요소 강화 ▶ 소비자 취향 반영 제품 선호 증가 ☞ 다양한 인테리어, 색상·형태 디자인 반영
개인화	맞춤형·라이프스타일 대응 ▶ 1인 소비 패턴 맞춤 제품 확대 ▶ 모듈형·조합형·소용량 개인 맞춤 구성 강화 ☞ 모듈형·소용량·맞춤형 제품 디자인 반영

5. 결론

본 연구는 1인 가구 증가에 따른 제품 디자인의 특징을 분석하기 위하여 관련 문헌과 산업기사, 기업 사례 및 제품 사례를 고찰하였다. 이를 위해 가구, 가전, 패키지, 주방용품과 생활용품 분야를 대상으로 공간성, 기능성, 기술성, 감성성, 개인화의 다섯 가지 분석 범주를 적용하여 디자인 특성을 분석하였다.

분석 결과, 1인 가구의 확대는 제품 디자인 전반에 공통적인 변화를 불러온 것으로 나타났다.

첫째, 공간성 측면에서는 대부분의 제품군에서 소형화와 공간 효율성을 중심으로 한 디자인이 나타났다. 가구는 접이식, 수납형, 이동형 구조가 확대되었고, 가전은 미니 세탁기, 소형 정수기 등 소형·슬림형 제품이 증가하였다. 또한 주방용품과 생활용품에서도 소용량·소형 제품이 확대되어 제한된 주거 공간에 대응하는 특성이 확인되었다.

둘째, 기능성 측면에서는 여러 기능을 통합한 다기능 제품이 증가한 것으로 나타났다. 가구에서는 침대·소파·책상 등의 복합 기능이 결합되었으며, 가전에서는 멀티 쿠커와 복합 주방가전이 확대되었다. 또한 생활 용기와 패키지 분야에서도 보관·조리·식사 기능 또는 식품 보존 기능을 강화한 제품이 나타났다.

셋째, 기술성 측면에서는 정보통신기술과 제품의 융합이 확대되고 있는 것으로 확인되었다. 가구에는 USB 포트와 무선 충전 기능이 적용되었으며, 가전에서는 IoT 및 AI 기반 스마트 기능이 확산하였다. 또한 패키지 분야에서는 센서와 IoT 기술을 활용한 스마트 패키징이 등장하여 제품 정보 제공 기능이 강화된 것으로 나타났다.

넷째, 감성성 측면에서는 제품이 단순한 사용재를 넘어 소비자의 취향과 공간 이미지를 표현하는 요소로 변화하고 있는 것으로 확인되었다. 가구와 가전, 주방용품 분야에서는 디자인, 색상, 형태, 소재 등을 활용하여 심미성과 인테리어 효과를 강조하는 경향이 나타났다.

다섯째, 개인화 측면에서는 사용자의 생활 방식과 소비 특성에 대응하는 맞춤형 제품이 확대되고 있는 것으로 나타났다. 가구와 가전 분야에서는 모듈형 제품이 증가하였으며, 생활용품과 식생활 관련 제품에서는 소용량·전용 제품이 확대되어 1인 가구의 소비 특성이 반영된 것으로 확인되었다.

종합하면, 1인 가구 증가에 따른 제품 디자인의 주요 특징은 공간성, 기능성, 기술성, 감성성, 개인화로 정리할 수 있으며, 이들 특성은 제품군에 따라 차이는 있으나 전반적으로 공통적으로 나타나는 경향임을 확인하였다. 특히 공간성은 대부분의 제품군에서 가장 일관되게 나타난 특성이었으며, 기술성·감성성·개인화는 최근 제품 사례에서 더욱 두드러지게 나타나는 특징으로 확인되었다.

한편 본 연구는 문헌 고찰과 사례 분석을 중심으로 수행되었기 때문에 몇 가지 한계를 가진다. 첫째, 분석 대상이 선행연구와 산업기사, 기업 사례에 기반하고 있어 전체 시장을 대표한다고 보기에는 한계가 있다. 둘째, 소비자 설문조사나 인터뷰와 같은 실증 조사가 이루어지지 않아 실제 사용자의 인식과 만족도를 직접 확인하지 못하였다. 셋째, 제품군별 사례 수와 분석 범위가 상이하여 분야별 특성을 정량적으로 비교하는 데에는 제한이 있다.

따라서 향후 연구에서는 소비자 조사와 사용자 경험 평가를 포함한 실증연구를 수행하고, 세대별·소득별·주거유형별 1인 가구의 특성을 반영한 비교 분석을 통해 제품 디자인 변화의 특성을 보다 구체적으로 검증할 필요가 있다.

참고문헌

1. 견조욱, 김용구. 스마트 가전제품 평가 차이의 영향 요인에 관한 연구 -MZ세대 1인 가구와 일반 가구를 중심으로-, 한국전시산업융합연구원, 한국과학예술융합학회(The Korean Society of Science & Art), vol.43, no.4, 2025
2. 김다연, 이동민, 1인 가구를 위한 스마트 화장대 디자인 제안 - 20대 독신 여성을 중심으로, 한국융합학회, 한국융합학회논문지, Vol.9, No.2, 2018
3. 김태선, 1 인 가구의 소비성향 분석을 통한 홈퍼니싱 제품전략 연구, 한국가구학회, 한국가구학회지, vol.27, no.3, 2016
4. 남미경, 1인가구 증가에 의한 스마트 가전제품디자인 변화 연구, 한국디자인문화학회, 한국디자인문화학회지, vol.23, no.1, 2017
5. 마흠, 박종빈, 1인 가구의 양질의 식생활을 위한 헬스케어 애플리케이션 UI 디자인 연구, 한국일러스아트학회, 조형미디어학, Vol.27, No.3, 2024
6. 변미리, 신상영, 조권중, 박민진, 서울의 1인가구 증가와 도시정책 수요연구, 서울연구원, 서울연구원 정책과제연구보고서, vol.2008, 2008
7. 신희인, 김장수, 싱글족을 위한 다기능 가전제품 디자인 개발 사례 연구, 한국디자인문화학회, 한국디자인문화학회지, vol.22, no.2, 2016
8. 이지숙, 20-30대의 1인 가구(家口)를 위한 가구(家具)디자인 특성 연구, 한국일러스아트학회, 조형미디어학, vol.17, no.3, 2014
9. 조주홍, [기획] 1인 가구 전성시대 '더 작고 더 예뻐야' 팔린다 : 소형 가전부터 생활용품까지 작지만, 실속는 제품 인기, 넥스트미디어, 넥스트이코노미, vol.248,, 2025, 01.
10. 강인혜, 1인가구를 위한 4 in 1 멀티쿠커 디자인 연구, 홍익대학교 디자인콘텐츠대학원 석사학위논문, 2018
11. 권연수, 1인 가구 특성과 소비패턴에 관한 연구, 경남과학기술대학교 석사학위논문, 2021
12. 김영민, 제품 디자인 평가 모델 연구. 고려대학교 대학원 석사학위논문, 2018
13. 김윤진. 그래픽 텍스타일 프린팅을 활용한 라이프스타일 디자인 제품 개발, 단국대학교 대학원 석사학위논문, 2014
14. 김의화, 1 인 가구를 위한 제 3 의 장소로서의 마을커뮤니티공간 연구, 조선대학교 대학원 석사학위논문, 2024
15. 김태연, 소비자 라이프스타일과 제품 트렌드 변화의 상관성에 관한 연구, 중앙대학교 대학원 석사학위논문, 2007
16. 이효란, 수도권 여성 1인 가구 주거지의 공간적 분포 특성에 관한 연구, 서울시립대학교 석사학위논문, 2013
17. 권선형, 1인가구 1000만 시대…초개인화에 꽂힌 산업계, 매일일보, 2025.09.28.
18. 권용훈, 1인가구 1000만 돌파…전국 가구수의 40%, 한국경제, 2025.08.27.
19. 김병조, '[포커스] 1인 가구 800만 시대, 소비의 '표준'이 바뀌고 있다', CEONEWS (씨이오뉴스), 2025.12.10.
20. 김은서, '[1-LIFE] "나 혼자 산다" 요즘 1인 가구, '취향 반영' 인테리어가 대세', 시사캐스트, 2026.03.07.
21. 김의철, '1인 가구 공간이 넓어지는 마법... 멀티·미니멀·미니 리빙템이 뜬다!', 녹색경제신문, 2020.05.18.
22. 김지은, 이성숙, 2025 통계로 보는 1인가구, 국가데이터처, 2025.12.09.
23. 김진아, '1인 가구 간편식...최적화된 용기로 완성하세요', 아시아투데이, 2017.08.08.
24. 뉴시스, "혼자 살아요"…늘어나는 1인 가구에 제품 수요도 증가, 뉴시스
25. 박효주, '식품용기, 첨단기술과 콜라보... '스마트패키징' 급성장', 전자신문, 2022.06.26.
26. 백선욱, '1인 가구 비중 35% 역대 최대…맞춤형 가구·가전 주목', 월간 THE LIVING, 2024.11.12.
27. 백선욱, '인테리어·가구 업계, 2026년 주목할 전략 키워드 'B2C, 라이프스타일&기능성, 프리미엄'', 월간 THE LIVING, 2026.01.09.
28. 백예리, ''1인 가구·소확행'에 커지는 소형가전 시장', 조선비즈, 2018.7.13.

29. 보도자료, ‘1인 가구 시대, 원액기 등 소형가전‘인기‘‘, 경향신문, 2012.10.31.
30. 서미영, ‘1인 가구 증가에 따른 '소형 가전' 출시 봇물’, 디지틀조선일보, 2022.11.28.
31. 서운주, 김수영, 장래가구추계 시도편 : 2010~2035, 통계청, 보도자료, 2012. 8. 28.
32. 손희경, 솔로 이코노미 (Solo Economy) 분석, 금융위원회, 2017,
33. 안유리나, ‘[홈플로우] "나 혼자 뚝딱" 1인 셀프 인테리어 '후끈’’, 1코노미뉴스, 2021.11.05.
34. 오지현, “1000만 1인 가구’ 위한 미니멀 맞춤 시장…혼자여도 완벽한 소비 트렌드‘, 이지경제, 2025.06.23.
35. 윤종석, ‘"혼자 먹는데 뭘…" 추억의 식판 잘 팔린다’, 연합뉴스, 2012.07.11.
36. 이가영, ‘솔로 전성시대…1인가구 소비 디자인 출원 증가’, 중기이코노미, 2017.08.23.
37. 이다빈, ‘서울리빙디자인페어에서 만난 ‘모듈가구’의 현재와 미래 [현장+]‘, 쿠키뉴스, 2025.09.12.
38. 이아름, ‘[1-Trend] ‘뉴노멀’된 1인 가구… 가구·가전·외식 등 수요 공략 ‘활발‘, 시사캐스트, 2026.04.05.
39. 이창호, 이다경, ‘[솔로이코노미] 1인가구 맞춤 인테리어, '1인용 가구' 특징은?’, 데일리팝, 2017.08.25.
40. 임영일, 김경미, 장래가구추계(시도편): 2022~2052년, 통계청, 보도자료, 2024.12.12.
41. 한국디자인진흥원, 스마트 홈 아이디어 발굴을 위한 선행연구 보고서, 한국디자인진흥원, 2020
42. 한익재, “나 홀로 가구 시대” 싱글을 위한 디자인이 뜬다"...1인가구 겨냥 싱글족 디자인출원 봇물, 녹색경제신문, 2017.08.23.
43. 한희, ‘실용적이고 미니멀한 가구-모듈 디자인, 가구에서 가전으로’, 매일경제, 2019.07.24.