

# 먼지 처방전

먼지를 처방하자&먼지를 쳐버리자

TEAM\_FDI

조형서, 김유빈, 김민지, 이혜진, 안선영



시민들은 ‘미세먼지’를 인식하고 있지만 건강에 미치는 영향이 곧바로 보이지 않아 ‘미세먼지의 위험도’에 대한 인식도는 낮은 것으로 나타났습니다. 실제로 한국보건사회연구원에 따르면, 미세먼지 문제에 대해 알고 있다는 비율은 약 90%인 것에 비해 미세먼지로 건강이 악화될 가능성이 있다고 생각하는 비율은 현저히 떨어지는 모습을 보이고 있었습니다. 이와 같은 인식으로 시민들은 미세먼지 행동수칙을 제대로 지키지 않고 있으며, 노인, 아동과 같은 건강 취약계층들에게 특히 더 심화되어 나타나고 있습니다.

위와 같은 문제를 해결하기 위해 안드로이드 스튜디오에 기반한 접근성이 좋은 앱으로 ‘먼지처방전’을 기획하게 되었습니다. 또한 노인과 아이들도 쉽게 사용할 수 있도록 어플의 간단하고 직관적인 디자인에 중점을 두었습니다.

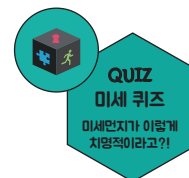
‘먼지처방전’은 첫 실행 시 사용자의 나이와 성별을 받으며 간편하게 회원가입을 실행하고, 받은 데이터와 ‘미세먼지 농도’ 등을 종합적으로 분석해 맞춤형 해결책을 제안하는 것으로 다른 어플과의 차별성을 두었습니다.



첫 화면은 ‘인식 진단서’를 발급하여 미세먼지 현황을 실시간으로 수집한 ‘미세먼지 그래프’, 크롤링을 통해 시민들의 현재 미세먼지 인식도를 수집한 ‘시민 인식 그래프’로 구성되어 있습니다. ‘시민 인식도’를 통해 사람들은 미세먼지 농도에 대응하는 현재 사람들의 인식수준을 확인하여 경각심을 얻을 수 있습니다.



또한 그 아래 ‘먼지 처방전’을 통해 사용자의 예방책 실천도로 이루어진 퍼센티지와 등급을 표현하여 사용자의 예방책 실천을 장려했습니다. 그에 더해 예방책은 사용자의 나이, 성별과 현재 미세먼지 예방책 실행정도에 따른 맞춤으로 제공하여 현명한 실천을 제공했습니다. 맞춤 예방책 서비스는 사용자가 늘어남에 따라 더 많은 데이터를 수집하여 더욱더 알맞고 유용한 정보를 만들 것으로 예상됩니다.



미세먼지가 건강에 미치는 영향을 흥미롭게 알아보기 위하여 누구나 쉽게 풀 수 있는 OX퀴즈로 시민들의 미세먼지 상식을 높이려고 합니다. ‘미세 QUIZ’를 하루 세 문제 정도로 랜덤하게 넣어 구성하였습니다.



이에 더해 문자 서비스를 도입하여 미세먼지 농도와 예방책을 문자로 전달하며 모바일 폰 사용에 어려움을 겪는 노인, 아동들도 쉽게 접하고 알아볼 수 있도록 만들었습니다. 추후에 **친구 서비스**로 친구추가를 한 사용자들끼리는 실시간 예방책 수행정도, 예방책 종류 등을 볼 수 있게 하여 서로 수행을 독려하고 서로를 보호하는 서비스를 기획 하고 있습니다.



저희 TEAM\_FDI의 **최종 목표**는 나를 지키며 우리를 지키는 어플을 만드는 것입니다. 시민들의 미세먼지 위험 인식을 높이고 올바른 예방책을 때에 맞게 제시하며 모든 미세먼지 병을 처방할 것입니다.

The sequence of screens is as follows:

- 이름** (Name) input screen.
- 나이** (Age) input screen.
- Confirmation screen: **먼지 처방전을 발급해드리겠습니다.**
- 친구창** (Friend List) screen showing a list of friends and a search bar.
- 미세먼지 예방** (PM10 Prevention) screen with a progress bar and a list of tasks:
  - 물 한잔의 여유를 즐기세요
  - 미세먼지 해독으로 과일 어떠세요?
  - 창문은 꼭 닫기
  - 집에 있는 먼지를 제거해주세요
  - 되도록 외출은 삼가세요

## 확장 계획

### 첫 번째, 수평적 홍보 방법

모바일 사용자의 상당부분을 차지하는 10~20대를 겨냥하여 대나무숲, 에브리타임 등의 **대학생 커뮤니티**, 청소년들 사이 가장 인기 있는 **플레이리스트**와 같은 **웹드라마 채널**에서의 홍보를 통한 방법입니다.

자신의 몸을 건강하게 지킬 수 있는 어플로써 홍보하며, **많은 수의 사용자**를 끌어들이고 분석 데이터량을 높일 수 있는 가능성을 가졌습니다.

### 두 번째, 수직적 홍보 방법

가장 넓은 범위의 연령층과 밀접한 중년층을 겨냥하여 우리 아이의 **키즈카페** 또는 어머님들이 자주 보시는 **보따언니** 등 **유튜브 채널**을 통해 홍보하는 방법입니다.

내 건강과 내 가족을 지킬 수 있는 어플로써 홍보하며, **넓은 연령대**의 사용자를 끌어들이 수 있는 가능성과 나 뿐만 아닌 함께 지키는 방법을 사용하는 가능성을 가졌습니다.