

같이 하는 가치 소비

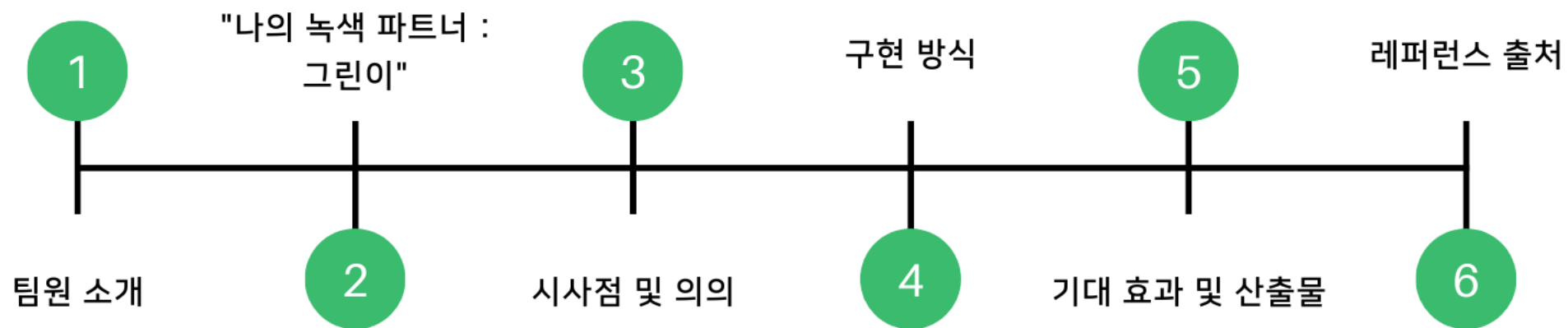
———— OIDC 2021

참여형 애플리케이션

TEAM: ARENA

0. INDEX

02



1. 팀원 소개

03



전승민

UX/UI
Designer

중앙대학교 컴퓨터예술학부
모바일 앱 인터페이스 디자인



박채연

System Integration
Engineer

중앙대학교 컴퓨터예술학부
클라우드 플랫폼 기반 시스템 통합
및 데이터베이스 연동



김범수

Core and Back-end
Developer

중앙대학교 컴퓨터예술학부
코어 코틀린 프로그래밍 및
데이터 베이스 설계



황지우

Front-end
Developer

중앙대학교 컴퓨터예술학부
애플리케이션 스타일 및
레이아웃 구현



2. '나의 녹색 파트너 : 그린이'

04

친환경 소비 유도를 위한 참여형 애플리케이션

카테고리별 제춤 추천 / 구매 및
친환경 라이프 팁 공유 커뮤니티

친환경을 넘어 '필환경'이라는 단어가 등장할 정도로
환경 보호가 우리 삶의 필수적 요소로 자리잡은 지금,
실생활 속 쉽게 실천할 수 있는 다양한 환경 보호 방법의
정보를 제공하고, 사용자 간에도 공유할 수 있도록 함.



01 친환경 라이프 팁 공유 커뮤니티

02 SNS 챌린지 이벤트를 통한
친환경 소비 참여 유도

03 친환경 라이프 बै지 수집 시스템

04 카테고리 별(비건, 리필스테이션 등)
친환경 제품 추천 및 구매

2. '나의 녹색 파트너 : 그린이'

05



친환경 라이프 팁 공유 커뮤니티

- 커뮤니티 활성화를 통한 자발적인 소비 움직임 유도
- 친환경 소비에 대한 유용한 정보를 알리고, 쉽게 참여할 수 있는 효과를 유발함



SNS 챌린지 이벤트를 통한 친환경 소비 참여 유도

- Z세대의 SNS 기반 소통 특징에 발맞춘 기능
- 기간별 다양한 키워드 중심의 챌린지를 통해 다방면의 환경 보호 활동 유도
- 챌린지를 통한 실질적인 보상 제공
(친환경 제품 할인권 등)



친환경 라이프 배지 수집 시스템

- 시나리오 기반의 친환경 소비에 따른 배지 부여 및 SNS 공유 기능
- 보상 심리를 이용한 자발적 참여 유도



카테고리 별 친환경 제품 추천 및 구매

- 비건 식당, 리필스테이션 등 환경을 보호하는 제품을 카테고리 별로 나열해 직관적으로 제품을 선택하도록 함
- 친환경 제품 추천

3. 시사점 및 의의

01 | 근원적 문제

- 세계는 현재 지구 온난화로 인한 기후변화, 해수면 상승, 자원 고갈과 플라스틱 폐기물 증가, 바다 사막화 현상, 심각한 미세먼지 등 다양한 환경 문제를 겪고 있음.

02 | 문제 인식

- 2020년 6월 한국피앤지와 자원순환사회연대가 국내 소비자들의 지속 가능성에 대한 인식과 실천 행태에 대한 설문 조사를 벌인 결과 국내 소비자의 95% 이상이 환경 문제에 대한 심각성을 인지하고 있는 것으로 드러남.
- 하지만, 전체 응답자의 82.2%가 “환경적으로 지속가능한 생활용품을 구매할 의향이 있다”라고 답했으나 이들 중 실제로 지난 3개월간 친환경 제품을 구매하기 위해 노력한 응답자는 25.5%에 불과했다는 조사 결과를 통해서 실천 면에서 아쉬운 부분이 있음.
- 쓰레기나 재활용품 분리배출 기준을 비교적 잘 알고 있냐는 질문에 31%만이 “매우 그렇다”라고 대답했으며, 헛갈리는 분리배출 방법에 대해 적극적으로 찾아보는 사람 역시 20.2%에 불과했음.

3. 시사점 및 의의

07

03 | 트렌드 변화

- <트렌드 코리아 2020>에서는 2019년을 강타한 키워드로 친환경 개념을 설명함. 친환경을 넘어서 친환경 시대가 도래함
- 그동안 친환경 소비 활동은 더 좋은 환경을 위한 것이었다면, 이제는 환경을 위해 '반드시 지켜야 하는 것'으로 여겨짐.
- 이외에도 제로웨이스트, 프리사이클링, 컨서스 패션 등 다양한 환경 관련 트렌드가 떠오름

04 | '나의 녹색 파트너 : 그린이'의 특징

- 타 어플리케이션에는 친환경 소비 랭킹이 나타나고 나무가 자란다는 것 이외에 실질적으로 제공되는 보상이나 혜택이 아직 존재하지 않아 자발적인 참여를 이끄는데 한계를 가지고 있음
- "나의 녹색파트너 : 그린이"는 환경 관련 트렌드를 기반으로, 친환경 제품 구매 빈도에 따른 할인 쿠폰 및 포인트 등을 제공하여 보다 더 적극적이고 자발적인 참여를 도모함. 내부 커뮤니티 기능을 통해서 관련 정보를 사용자끼리 쉽게 공유할 수 있는 것 역시 큰 특징임. 추가적으로 친환경 소비 인증 방식의 SNS 챌린지는 공익 추구 홍보를 통해서 제 3자에게 친환경 소비에 대해 더 쉽게 알릴 수 있음.

4. 구현 방식

코어 프로그래밍



2017년 구글에서 정식 채택된 안드로이드 공식 언어,
코틀린 기반의 애플리케이션 개발



Android Studio 개발 환경



안드로이드 모바일 서비스

NETFLIX



Uber



코틀린 Activity를 사용한 인터페이스 디자인 사례

클라우드 기반 앱 서비스



네이버 클라우드 플랫폼 기반
앱 배포 및 운영



클라우드 기반 애플리케이션 서비스



관계형 데이터베이스를 사용한 정보 관리



5. 기대 효과 및 산출물

09

애플리케이션 내 커뮤니티 기능을 통해
사용자 간의 능동적 정보 공유가 이루어지며,
개인 간의 논의로도 의미 있는
환경 담론이 이루어질 수 있다는 인식을 고취함

SNS를 통해 환경 보호에 대해 알리면서
SNS의 주 이용자인 Z세대를 포함한 대중들에게
경각심을 줄 수 있으며, 이러한 경각심은 대중이 환경
보호를 위해 직접 실천 하도록 유도함



기존의 대안과 다르게 실질적인 혜택으로
자발적 참여를 기대할 수 있음

카테고리 별 제품 나열을 통해
사용자가 손쉽게 친환경 제품을 구매할 수 있고,
사용자 랭킹 시스템을 통해
자발적 참여를 독려할 수 있음

5. 기대 효과 및 산출물

10



로딩 화면



메인 화면



1일 1팁



친환경 제품
판매 지도 제공



메뉴 기능

6. 레퍼런스 출처

- [기존의 대안]

<https://www.trendmonitor.co.kr/tmweb/trend/allTrend/detail.do?bldx=1824&code=0404&trendType=CKOREA>

- [설문 조사]

<https://www.the-pr.co.kr/news/articleView.html?idxno=44431>

- [시사점- 트렌드 '필환경']

<https://m.blog.naver.com/PostView.nhn?blogId=mesns&logNo=221463781339&proxyReferer=https:%2F%2Fwww.google.com%2F>

- [시사점-문제 인식]

http://www.waste21.or.kr/board/board_content.asp?menu=2&sub=1&b_type=BOARD1&idx=7501

- [시사점- 트렌드 '친환경과 필환경에 대한 인식 변화']

<http://www.greenpostkorea.co.kr/news/articleView.html?idxno=120664>

같이 하는 가치 소비

———— O IDC 2021

참여형 애플리케이션

TEAM: ARENA