

타겟 설정, 문제 정의

U1 “편의점에서 4개씩 들은 거 사요, 없을 때. 평소에 는 쿠팡에서 세일하는 거 주문하고요. 엄마가 사놓으시 는 거 쓸 때도 있어요. 엄마들은 왜들 ‘귀애랑’을 좋아 하시나 몰라요.”

U2 “전 엄마가 방문 판매로 사놓으시면 그거 써요, ‘루 안’이라고. 가끔은 편의점에서 사요.”

U3 “마트에서 사요.”

U4 “전 엄마가 사놓으시는데, 그거 써요. 엄마가 장보 러 가서 사오시거든요. 아님 제가 편의점에서 사요.”

U5 “티몬에서 ‘순수한면’ 검색해서 사요. 소, 중, 대, 오 버나이트, 골고루 쓰는 편이라. 근데 요즘은 (티몬에 판 매가) 잘 안떠서 슬퍼요. ‘순수한면’이 제일 잘 맞는 것 같아서 한 4년 정도 이것만 쓰고 있어요.”

U6 “위메프에서 사요. 엄청 싸거든요. 대형, 중형 섞어 서 180p에 만원대예요.”

U7 “매번 미리 사놔야지 하고는 다 떨어질 때 돼서 근처 마트 가서 싼 걸로 사요. 종류는 별로 상관 안해요.”

20대 여성을 대상으로 간단한 설문조사를 진행한 결과, 사용자는 생리대 구매 과정에서 생리대의 종류에 크게 신경쓰지 않고 있었다. 이는 여성용품 브랜드들이 생리대의 ‘기능’에 초점을 두고 프리미엄 생리대를 내놓고 있는 상황과 매우 상반된다. 여성용품 브랜드들이 사용자의 니즈를 제대로 파악하지 못하고 보다 얇은, 보다 향기로운, 보다 잘 흡수되는 생리대 개발에만 집중하고 있는 이유는 무엇일까?

20대 여성을 기준으로 할 때, 문제는 생리대에 관한 제한된 정보에 있다. 화장품, 다이어트에 대한 정보는 ‘친구들’에게서 다양하게 얻고 스스로 선택하는 반면, 생리대에 대한 정보는 ‘어머니’로부터 제한적으로 얻어 수동적으로 받아들이고 있기 때문이다.

그렇다면, 20대 여성이 스스로 자신의 몸에 대해 생각하고 여성용품을 선택하게 함으로써 여성이 40여 년간 매달 겪는 월경을 좀 더 편안한 경험으로 만들 수 있는 방법은 없을까?

좋은느낌

솔루션

충분한 정보를 제공받지 못하여 자신의 몸에 대해 생각해 볼 기회가 없었던 여성들을 위한 노력은 기존에도 있었다. 예를 들어, 대한산부인과의사회에서 공식 앱으로 지정한 ‘핑크다이어리’가 있다. ‘핑크다이어리’의 경우, 생리/배란/피임/임신을 캘린더로 관리할 수 있고 관련 정보들도 다양하게 제공하고 있다. 그러나 이도 생리/배란/피임/임신의 주기성을 제대로 활용하지 못하고 있고, 많은 기능이 실제 사용에서 버려지고 있다.

이에 본 프로젝트는 새로운 접근법을 제안한다.

1. subscription service

사용자의 주기에 맞춰 자동으로 생리대 배달

2. intelligent agent

사용자의 주기에 맞춰 건강 관리 제안

제시한 두 접근법을 바탕으로, 사용자를 가장 적게 방해하면서도 유용한 여성용 모바일 어플리케이션을 다음 두 장에 걸쳐 소개한다.

의의, 기대효과

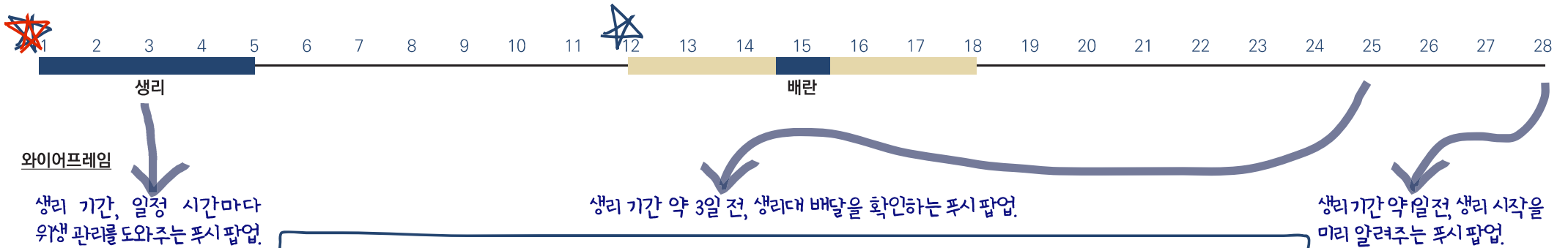
일상적인 경험 혹은 불편할 수도 있는 경험을 보다 ‘좋은 느낌’으로 경험하게 된다. 이는 여성 건강에 대한 인식을 식이요법과 운동 이상으로 넓히는 역할을 할 뿐 아니라, 생리대를 단순 생활필수품을 넘어 웰빙 용품으로 인식하게 함으로써 생리/배란/피임/임신에 대한 긍정적인 인식을 심어줄 수 있다. 게다가 긍정적 인식을 기초로 한 여성용품에 대한 여성들의 자유로운 소통은 또다시 여성용품 브랜드들에 피드백을 제공하여 여성용품의 발전에 기여할 수 있다.

1 SUBSCRIPTION SERVICE

사용자의 주기에 맞춰 자동으로 생리대 배달

저니맵 (1)

생리 주기에 따른 신체의 변화를 토대로 사용자에게 도움이 필요한 시기를 찾아내기 위해, 여성의 평균 생리 주기 28일을 기준으로 저니맵을 모델링하였다. 목적에 따라 사용자에게 도움이 필요한 터치 포인트에만 초점을 두고 생리학적 변화의 표기는 제외하였다.



- 생리대 사용 기록을 저장하여 다음 달 생리대 배달 자동화
- 시계 아이콘으로 알람을 미루거나, 설정 아이콘으로 알람을 끌 수 있음

- 1단계: 주소 확인
- 앱 설치시 등록된 정보를 계속 유지

- 2단계: 물품 개수 확인
- 생리대 종류를 색으로 확인

- 2단계: 물품 개수 확인
- 이전 단계에서 '아니오'를 누르는 경우
- 물품 추가/제거 가능

- 3단계: 결제 수단 확인
- 앱 설치시 등록된 정보를 계속 유지

- 위생 관리 푸시 팝업과 동일



2 INTELLIGENT AGENT

사용자의 주기에 맞춰 건강 관리 제안

문헌 조사, 아이디어이션

1) 생리는 수반되는 체온과 호르몬의 변화에 의해 생리 전후로 다양한 심적, 생리학적 변화를 가져온다. 구체적으로 어떤 요소가 얼마나 영향을 미치는지 밝혀지지 않았지만, 온도, 후각, 비타민 섭취 등 에너지와 기분에 영향을 미치는 요소를 조절함으로써 생리를 스스로 컨트롤하려는 노력은 다방면으로 이루어지고 있다. 바이올리듬, 날씨 등의 컨텍스트가 실제 여성의 기분에 어떤 영향을 미치는지에 대해서는 연구가 더 필요하겠지만, 생리에 대한 부정적 인식이 생리통과 상관관계를 갖고 있었다는 연구 결과에서 볼 수 있듯, 인식 자체를 개선함으로써 충분히 생리 경험을 개선할 수 있다. 따라서, 긍정적인 생각을 유발함으로써 건강 관리를 도와주는 지능형 에이전트를 제안한다. 이는 향후 웨어러블 디바이스나 IoT 디바이스의 연동으로 보다 똑똑한 제안을 할 수 있을 것으로 기대된다.

2) 독일의 크리스마스는 조금 특별하다. 크리스마스 4주 전, 독일의 아이들은 특별한 달력을 받는데, 달력에서 매일 해당 날짜 부분을 열어 초콜릿과 같은 작은 선물을 받기 때문이다. 여성의 생리 경험도 '하루 하나의 행복'으로, 기다려지는 경험이 될 수 있다. 본 지능형 에이전트는, 스마트폰 사용 현황에 따라 생리 기간동안 매일 똑똑하게 '작은 사치'를 추천해준다.

저니맵 (2)

문헌 조사를 통해 28일의 생리 주기 동안 신체에서 어떤 변화가 일어나는지, 이와 관련해 컨디션을 조절하는 방법에는 어떤 것이 있는지 확인하였다. 여성들이 누릴 수 있는 '작은 사치'들을 영양/활동/감성의 세 카테고리로 나누어 시기별로 추천 가능한 사례들을 맵핑하였다. 이 서비스는 초기에는 룰 기반으로 하여 푸시 팝업으로 제공되지만, 추천 정보 실행 여부, 스마트폰 사용 시간, 위치 정보 등 데이터가 충분히 쌓인 후에는 에이전트가 지능적으로 추천하도록 발전시킬 수 있다.



2003년의 한 조사 결과에 따르면 성인 여성의 41.3%, 2006년의 한 조사 결과에 따르면 여대생의 32.7%, 2008년의 한 조사 결과에 따르면 성인 여성의 50.8%가 생리를 '원망스러운 것', '없으면 좋겠는 것', '귀찮은 것' 등 부정적으로 인식하고 있었다. 생리에 대한 부정적 인식은 생리통과도 상관관계를 가지는 것으로 밝혀진 바 있다. 본 프로젝트를 통해 생리가 여성들에게 좀 더 '좋은 느낌'으로 다가오길 기대한다.