

한국 서비스디자인 기업의 프로젝트 유형과 특성에 관한 연구

조유정*, 김장현**

*서울과학기술대학교 시각디자인학과, **화성의과학대학교 스타일테크학과
e-mail: jhk22@hsmu.ac.kr

Project Typologies and Characteristics of Service Design Companies in Korea

Yujeong Jo*, Jang-Hyeon Kim**

*Dept. of Visual Design, Seoul National University of Science and Technology

**Dept. of Styletech, Hwasung Medi-Science University*

요 약

본 연구는 한국 서비스디자인 기업의 주요 프로젝트 사례를 중심으로 유형을 분류하고, 각 전략 유형에 내재된 디자인적 특성을 도출하는 데 목적이 있다. 본 연구의 결과는 다음과 같다. 서비스디자인 프로젝트는 목적과 적용 맥락에 따라 네 가지 유형으로 구분되었다. 첫째, 정책 혁신 및 시민 참여 유도형은 공공기관과 협력하여 시민 참여를 기반으로 공공 서비스를 개선하며, 공공성을 핵심 특성으로 가진다. 둘째, 사용자 경험 중심 문제 해결형은 UX 리서치와 UI 개선을 통해 사용자 만족을 제고하며, 공감성을 중심으로 전개된다. 셋째, 비즈니스 전략 및 브랜드 혁신형은 브랜드 리뉴얼과 마케팅 전략 수립을 통해 조직의 경쟁력을 강화하고, 정체성을 설계하는 데 중점을 둔다. 넷째, 디지털 전환 및 스마트 서비스 연계형은 AI, VR 등 기술 기반 서비스를 중심으로 디지털 환경에 적응하며, 적응성이라는 특성이 두드러진다. 이러한 전략에 따라 나타나는 서비스디자인적 특성은 다음과 같다. 첫째, 공공성은 시민과의 협업을 통해 공공 문제 해결에 기여한다. 둘째, 공감성은 사용자의 감정과 맥락에 깊이 공감하여 문제를 정의하고 해법을 도출한다. 셋째, 정체성은 브랜드의 철학과 가치를 시각적으로 명확히 표현한다. 넷째, 적응성은 빠르게 변화하는 기술·사회 환경에 유연하게 대응하며 스마트 서비스를 설계한다. 본 연구는 국내 서비스디자인 산업의 구조를 이해하고, 각 전략 유형별로 실천 가능한 설계 방향을 제시함으로써 이론적 통찰과 실무적 전략 수립에 기여하고자 한다.

1. 서론

디지털 전환의 가속화, 사용자 중심의 경험 설계에 대한 관심 증대, 그리고 기업의 사회적 책임에 대한 요구가 전 산업 영역에서 높아짐에 따라, 서비스디자인은 이제 단순한 디자인 기법을 넘어 전략적 사고와 실행의 핵심 수단으로 자리매김하고 있다. 특히 복잡한 사회문제를 해결하고, 사용자와의 정서적 연결을 강화하며, 기술의 진보를 기반으로 새로운 서비스 가치를 창출해야 하는 오늘날의 환경에서는, 서비스디자인이 제공하는 통합적이고 유연한 접근 방식이 더욱 주목받고 있다. 정책 혁신을 위한 공공 서비스 개선, 사용자 경험(UX) 향상을 위한 디지털 인터페이스 설계, 브랜드 정체성 확립을 위한 전략적 커뮤니케이션, 그리고 인공지능(AI), 가상현실(VR) 등 스마트 기술과의 융합을 통한 서비스 혁신 등 서비스디자인의 적용 영역은 갈수록 다변화되고 있다. 이는 서비스디자인이 단지 ‘사용자 친화적인’ 결과물을 만들어내는 수준을 넘어, 조직의 전략적 목표를 달성하고, 사회적 가치 실현에 기여할 수 있는 실천적 설계 패러다임으로 작용하고 있음을 시사한다. 한국에서도 이러한 흐름에 발맞추어 다양한 서비스디자인 전문 기업들이 등장하고 있으며, 이들은 각기 다른

산업 분야와 협력하여 다양한 유형의 프로젝트를 수행하고 있다. 기업마다 전략적 접근 방식이나 프로젝트 실행 방식은 상이하지만, 공통적으로 사용자 중심 사고, 문제 해결 중심의 프로세스, 그리고 다학제적 협업을 기반으로 하는 디자인 활동을 전개하고 있다. 그러나 지금까지 국내 서비스디자인 기업들의 프로젝트 유형과 그 특성에 대한 체계적인 분류 및 분석은 미흡한 실정이다. 대부분의 논의는 개별 사례 소개나 방법론적 논의에 머무르고 있어, 전체 산업 구조를 파악하고 전략적 방향성을 도출하기 위한 기초 자료가 부족하다.

이에 본 연구는 국내 주요 서비스디자인 기업들의 실제 프로젝트를 중심으로 유형을 분류하고, 각 유형에 내재된 디자인적 특성을 도출하는데 목적이 있다. 이를 토대로 한국 서비스디자인 산업의 구조적 특성을 명확히 이해하고, 프로젝트 유형별로 요구되는 전략적 방향성과 실행 방안을 제시할 수 있다는 점에서 학문적 의의가 있다. 또한, 서비스디자인 기업의 실무 적용과 정책 수립에 있어 실질적인 기준과 시사점을 제공한다는 점에서 실천적 의의도 지닌다.

2. 연구 방법 및 범위

본 연구의 구체적인 내용과 절차는 다음과 같다. 첫째, 서비스 디자인의 개념과 주요 특성에 대한 이론적 고찰을 통해 연구의 기초 개념을 정립하고, 관련 선행연구를 분석하여 이론적 토대를 구축한다. 둘째, 국내 서비스디자인 기업들이 수행한 실제 프로젝트 사례를 수집·분석하고, 이를 기반으로 프로젝트 유형을 체계적으로 분류한다. 셋째, 도출된 프로젝트 유형별로 디자인적 특성을 분석함으로써, 각 전략 유형이 지닌 고유한 특징과 그 상호작용 구조를 규명한다.

3. 연구 결과 및 결론

본 연구는 국내 서비스디자인 기업의 주요 프로젝트 유형을 분석하고, 각 유형에 내재된 디자인적 특성을 도출함으로써 한국 서비스디자인 산업의 구조적 특성과 전략적 함의를 고찰하고자 하였다. 본 연구의 결과는 다음과 같다.

국내 서비스디자인 기업의 프로젝트 유형은 다음과 같이 크게 네 가지 유형으로 구분된다. 첫째, 정책 혁신 및 시민 참여 유도형은 공공기관과의 협력을 통해 행정 서비스의 질적향상을 도모하고, 시민이 주체적으로 참여하는 디자인 프로젝트를 통해 사회적 가치를 실현하는 데 중점을 둔다. 둘째, 사용자 경험 중심 문제 해결형은 사용자 경험(UX) 리서치와 사용자 인터페이스(UI) 개선을 통해 제품 및 서비스의 만족도와 사용성을 제고하고자 하는 실무 중심의 디자인 전략을 특징으로 한다. 셋째, 비즈니스 전략 및 브랜드 혁신형은 브랜드 리뉴얼, 마케팅 전략 수립, 비즈니스 모델 개발 등을 통해 조직의 경쟁력을 강화하고 시장에서의 정체성을 재정립하는 데 초점을 맞춘다. 넷째, 디지털 전환 및 스마트 서비스 연계형은 인공지능(AI), 가상현실(VR), 사물인터넷(IoT) 등 기술 기반 서비스를 중심으로 디지털 환경에 적합한 서비스 모델을 설계하고 새로운 사용자 경험을 창출하는데 초점을 둔다. 이처럼 국내 서비스디자인 기업들은 프로젝트의 목적과 적용 맥락에 따라 유형화된 전략적 접근을 통해 다양한 사회적·경제적 가치 창출을 시도하고 있다.

국내 서비스디자인 기업의 프로젝트 유형에 따른 특성은 은 다음 네 가지로 도출된다. 첫째, 공공성은 정책 혁신형 프로젝트에서 강조되는 특성으로, 시민 참여와 협력을 통해 공공 문제를 해결하고자 하는 가치지향적 태도를 반영한다. 둘째, 공감성은 사용자 경험 중심 프로젝트의 핵심 특성으로, 사용자의 감정과 맥락에 깊은 이해와 공감을 바탕으로 문제를 정의하고 해결하는 접근 방식을 보여준다. 셋째, 정체성은 브랜드 혁신형 프로젝트에서 두드러지며, 조직의 철학과 전략을 시각적 및 개념적으로 명확하게 표현하는 수단으로 디자인이 활용된다. 마지막으로 적응성은 디지털 전환형 프로젝트에서 나타나는 특성으로, 기술 환경 변화에 유연하게 대응하고, 사용자 중심의 스마트 서비스를 구현하는 데 기여한다. 이들 네 가지 특성은 각각의 프로젝트 유

형이 지향하는 전략과 가치, 그리고 서비스디자인이 사회와 시장에서 수행하는 역할을 다면적으로 조명해준다.

본 연구는 국내 서비스디자인 기업의 프로젝트를 유형화하고 각 유형에 내재된 디자인적 특성을 분석함으로써, 국내 서비스디자인 산업의 구조를 보다 체계적으로 이해하고자 하였다. 이러한 분석을 바탕으로 다음과 같은 시사점을 도출할 수 있다.

첫째, 서비스디자인 기업은 각 유형의 프로젝트 특성에 부합하는 전문성과 전략을 지속적으로 강화할 필요가 있다. 이를 위해 유형별로 요구되는 핵심 역량의 체계적 정의와 함께 특화된 교육 및 실무 중심의 컨설팅을 병행함으로써 실행력을 제고해야 한다. 둘째, 급변하는 정책, 사회, 기술 환경에 효과적으로 대응하기 위해서는 유형 간 경계를 넘는 통합적 접근과 다학제적 협업 기반의 실행 전략이 요구된다. 이를 위해 이해관계자인 정부, 기업, 전문가 간의 지속적인 협력 체계와 거버넌스 구축이 중요하다. 셋째, 서비스디자인의 효과성과 지속 가능성을 객관적으로 입증하기 위해, 정량적 데이터 기반의 실증 연구가 확대되어야 하며, 사용자 만족도, 사회적 영향력, 경제적 효과 등을 아우르는 성과 분석 지표가 정책 및 전략 수립의 근거 자료로 활용될 수 있다.

향후 연구에서는 보다 폭넓은 표본을 기반으로 실증 데이터를 기반으로 정량적 분석이 필요하며, 실제 프로젝트 수행 결과에 대한 성과 평가 및 사용자 반응 분석 등으로의 확장 또한 중요하다. 더불어, 프로젝트 유형 간 상호작용과 경계의 융합 가능성에 대한 탐색, 그리고 국내외 사례간 비교연구도 의미 있는 연구 방향이 될 수 있다. 나아가 서비스디자인의 사회적 가치 창출, 지속 가능성, 윤리적 실천에 관한 논의의 심화는 향후 서비스디자인이 공공과 민간 영역을 넘나드는 단순한 문제 해결을 넘어서, 사회 구조 변화와 공동체 회복에 기여하는 핵심 전략으로 자리매김하는 데 중요한 기초가 될 것이다.