

2020년 「지역활력프로젝트」 ‘도시형 소비재산업 글로벌 신시장 개척지원’

디자인 개발지원 제안요구서(RFP)

분 야	■ 제품디자인 개발지원 / □ 브랜드 개발지원					
접 수 번 호	2020 - 지역활력 - 2 2	업 종	제조업			
타 깃 시 장	국내(개인 가정용)	주 생산품목	UV가습기, UV건식 족욕기			
과 제 명	발판없는 바디 드라이어 제품디자인 개발					
총 개 발 비	지원금	23,000천원	자부담금	2,600천원	총개발비	25,600천원

1. 필요성

- **제품(서비스)의 시장 변화에 따른 필요성**
 - 코로나로 인한 경기침체로 기존 아이템만으로 시장을 개척하기에는 한계가 있어 새로운 아이템 개발이 필요
 - 개발하고자 하는 제품은 바디드라이어로 기존 바디드라이어의 단점을 개선한 발판 없는 바디드라이어 제품임
 - 바디드라이어의 개념은 자체적으로 가지고 있지만, 제품디자인을 직접 하기에는 어려운 현실이기에 디자인 지원 사업을 통하여 글로벌한 디자인을 전문가에게 지원받으므로 시장진출에 도움을 받고자 함
- **제품(서비스)의 파급 효과**
 - 바디드라이어는 혼자 사용하는 것이 아니라 여러 사람이 공동으로 사용하기 때문에 발판으로 각종 세균(무좀균)과 바이러스가 전염될 수 있으므로 발판 없는 바디드라이어를 개발하여 발판으로 전염되는 것을 차단함으로써 더욱더 안전하고 쾌적한 장소를 제공함
 - 반려동물의 관심과 반려동물에 대한 소비가 증가하는 추세에 사람뿐 아니라 반려동물의 목욕 후 건조에도 이용이 될 전망이다

2. 내용 및 목표

○ **제품(서비스) 특징**

관련 이미지	
주요 Spec.	<ul style="list-style-type: none"> - 진공 모터 : 전압220V(60Hz) 전력1,200W, 진공도 1,860mmHg - 제품 사양 : 가로 600mm / 세로 500mm / 높이 200mm
특징	<ul style="list-style-type: none"> - 발판이 없는 구조 개발 - 터치식 조작부 설계를 통한 편의성 극대화 구현

○ **과제 내용 및 범위**

지원요청품목	세부내역	수량
제품디자인	3D 렌더링 포함 제품 외형 디자인	1식
디자인 목업	최종 디자인시안 디자인 목업 제작	1식
제작사양(시방서)	시제품(샘플) 제작이 가능한 CMF 적용 제작사양(시방서)	1식
지식재산권	디자인권 출원등록	1식

3. 제품분석							
타깃고객	<ul style="list-style-type: none"> - 모든 가정의 욕실 내부나 욕실 앞에서 사용(B2B) - 부가기능으로 반려동물 목욕 후 건조기능 - 대중탕, 헬스장 (B2B) 						
가격전략	- 타사 제품은 20만원대 후반부터 형성되었으나 홈쇼핑 판매가는 198,000으로 계획						
유통전략	<ul style="list-style-type: none"> - 유튜브를 통한 제품소개 동영상 제작, 지속노출 - 우수조달 제품 지정을 통한 나라장터 등록 - 현재 현대홈쇼핑과 협력 방송 추진 - 홈쇼핑 및 인터넷 쇼핑 특가 이벤트 진행 - 전국단위 영업망 구축 및 판매 진행 						
홍보전략	<ul style="list-style-type: none"> - 경력 1명, 신입1명으로 구성된 마케팅팀 구성 - 홈쇼핑 등을 대상으로 바디드라이어 니즈 수집 - 해외 영업을 위한 수출 성공패키지 접수 - 시장요구에 맞게 영업전략 수립 후 제품 생산 계획 작성 - 1단계 제품 개발 후 2단계 자체 양산생산체제 수립 						
제품 포지셔닝							
4. 디자인 전략							
디자인 콘셉트	- 발판이 없이 날개 부분에서 바람이나오는 유티크한 디자인을 기본으로 기분 좋게 몸을 건조하는 디바이스						
키워드	- well-pleasing, SIMPLE, hygienic						
디자인 개발방향	<ul style="list-style-type: none"> - 도넛형태 또는 'c' 자 형태등 기본 매스에 대한 폼팩터 도출 - 비행기 제트 엔진의 원리응용, 날개부분의 에어홀에 각도를 조절하여 최적의 각도 설정 - UV LED를 이용한 살균 시스템 도입하여 발 부분의 개인위생고려 - 사용하지 않을 때(보관시)에도 인테리어와 부합되는 미려한 스타일링 - 강력한 풍량과 소음은 비례하기 때문에 풍량보다는 소음감소에 초점 (진공청소기 모터 80~90db, 저소음의 BLDC모터 검토중) - 터치식 조작부 설계를 통한 편의성 극대화 구현 - PTC히터적용으로 온풍기능 - 오염 시 세척과 관리가 쉬운 디테일 						
CMF 적용전략	<table border="1"> <tr> <td>Color (컬러)</td> <td> <ul style="list-style-type: none"> - PI를 강조하는 아이코닉한 메인컬러 적용 또는 인테리어에 부합하는 컬러 적용 (검토 대상) - 위생적이고 깨끗한 색감 </td> </tr> <tr> <td>Material (소재)</td> <td>- 미끄러움을 방지할수 있는 소재의 부분적 적용</td> </tr> <tr> <td>Finishing (마감)</td> <td>- 오염 및 세척에 대한 관리가 용이한 사출마감</td> </tr> </table>	Color (컬러)	<ul style="list-style-type: none"> - PI를 강조하는 아이코닉한 메인컬러 적용 또는 인테리어에 부합하는 컬러 적용 (검토 대상) - 위생적이고 깨끗한 색감 	Material (소재)	- 미끄러움을 방지할수 있는 소재의 부분적 적용	Finishing (마감)	- 오염 및 세척에 대한 관리가 용이한 사출마감
Color (컬러)	<ul style="list-style-type: none"> - PI를 강조하는 아이코닉한 메인컬러 적용 또는 인테리어에 부합하는 컬러 적용 (검토 대상) - 위생적이고 깨끗한 색감 						
Material (소재)	- 미끄러움을 방지할수 있는 소재의 부분적 적용						
Finishing (마감)	- 오염 및 세척에 대한 관리가 용이한 사출마감						

5. 마케팅 계획

- 판매 전략
 - 현재 현대홈쇼핑과 협력 방송 추진
 - 홈쇼핑 및 인터넷 쇼핑 특가 이벤트 진행
- 내수 방향
 - 홈쇼핑 방송과 데이터 방송으로 제품 판매 및 홍보
 - 낮은 가격으로 온라인 판매
- 수출 방향
 - CES 2021 참가를 통한 북미 시장 판로 구축 진행
 - 중국 진출을 위해 싱가포르에 교두보를 확보함
 - 유럽 딜러사를 통한 공동 연구 투자 유치
 - CEBIT 2021 참가를 통한 판로를 구축함
 - 아마존 입점