

2005~2012년 사이 인류 사회의 미래 변화 예측

김상혁 / 와이즈인포넷 책임연구원

인류 사회는 점점 빠른 속도로 발전해 가고 있다.

이런 변화 속도를 부추기는 데에는 우리 일상 삶 속으로 깊이 들어오고 있는 인터넷의 보급과

이를 통해 확대되는 IT화도 빼놓을 수 없다.

최근 일본의 마케팅업체인 博報堂은

인터넷 중심으로 펼쳐지는 2005년의 생활상을,

미국의 뉴스위크지는 오는 2012년 미래 사회 변화의 몇 가지 단편에 대해 소개하고 있다.

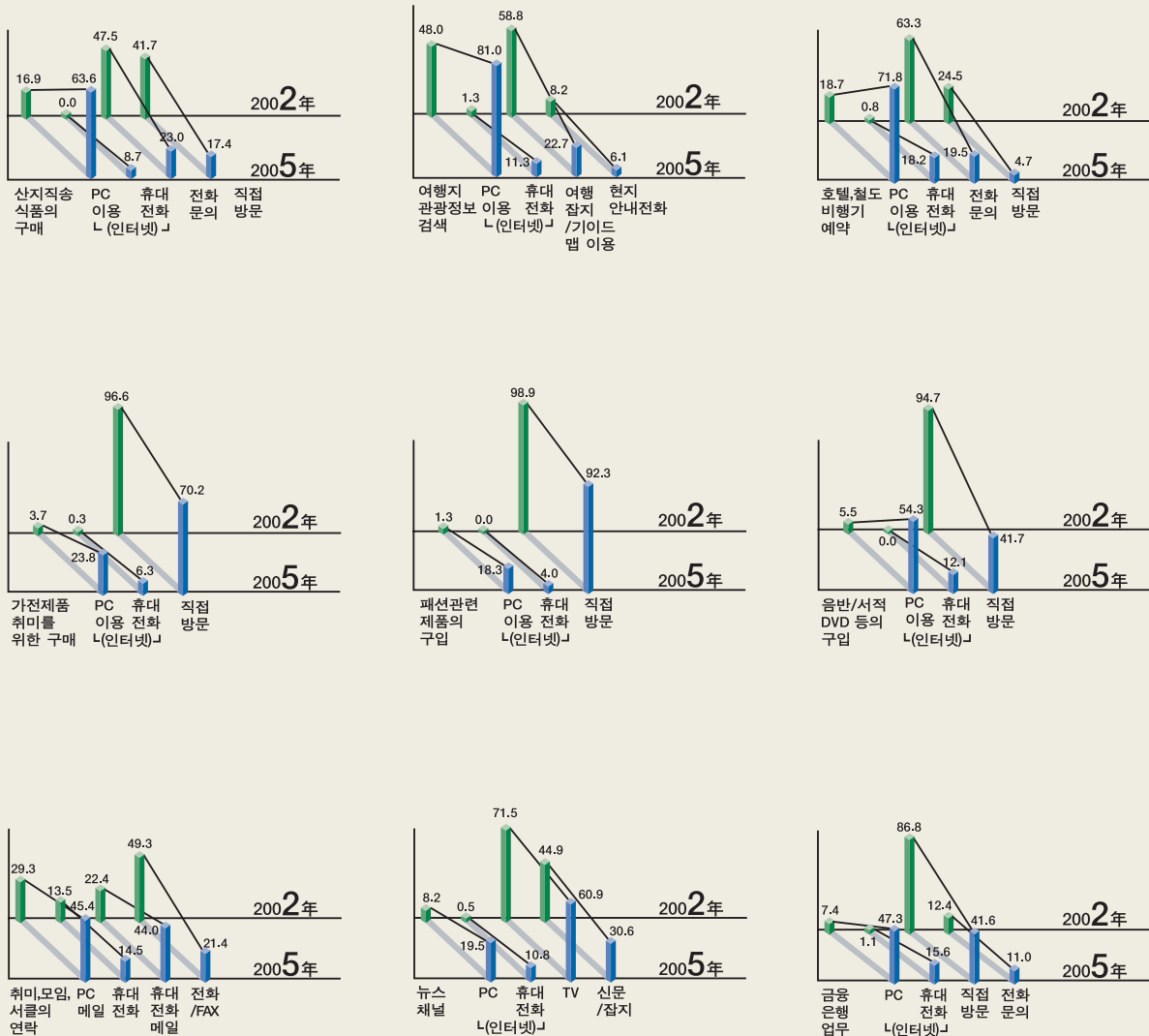
정보, 의식주와 같이 생활의 한 분야로

먼저 博報堂은 브로드밴드(Broadband;통신 광대역)의 보급, 확대 등으로 인해 인터넷 활용이 늘어나면서 더 이상 IT화가 선택사항이 아니라 미래의 생활상 자체를 변화시키는 요인이라고 분석하고 있다. 오는 2005년에는 전력과 통신이 하나가 된 브로드밴드가 더욱 확대되고 휴대전화를 이용한 인터넷 접속이 늘어나는 한편, 인터넷도 'Effect(이 익)', Entertainment(즐 거 움), Environment(환경적 존재)'의 특징을 극대화하면서 생활의 중심으로 자리잡을 것으로 전망했다.

인터넷과 휴대전화의 보급 확대, 유비쿼터스(Ubiquitous) 사회, 즉 브로드밴드 시대가 가까워지면서 미래의 생활상에 대한 예측이 그리 쉬운 상황은 아니다. 일본의 博報堂 생활종합연구소는 얼마전 일본의 수도권을 비롯한 중심지역의 19~73세 거주자들을 대상으로「2005년 생활상」, 특히 IT와 관련된 생활방식의 변화에 대한 여론조사를 실시했다. 다음은 각 분야별 생활상의 변화에 대한 조사결과를 그래프로 정리한 것이다.

2002년 현재 일본의 인터넷 보급률은 전년 대비 6.9%

2005년 변화될 생활상



증가한 44%로 늘어났고, 세대 보급률은 전년 동기 대비 26.5% 증가한 60.5%로 확대됐다. 이런 브로드밴드의 보급이 확대됨에 따라 각 생활을 잇는 요소에 불과했던 '정보'가 의식주와 같은 생활의 한 분야를 이루게 됐으며 개인생활뿐 아니라 비즈니스, 연구, 국제환경 등 다양한 분야에 영향을 미치고 있다.

인간생활의 중심은 인터넷

향후 인터넷을 둘러싼 환경변화의 주요내용은 다음과 같다. 먼저 지금까지 DSL, CATV를 중심으로 늘어났던 브로드밴드 보급은 향후 PLC(Power Line Communication:가정용 전력선을 이용한 인터페이스 구축)가 신기술로 각광을 받을 것으로 전망된다. PLC는

유해전파의 방출이나 단파방송, 아마추어 무선에의 영향 등이 문제점으로 지적되고 있으나 유럽과 미국에서는 기업간 협조와 기술사양 통일 등을 통해 개발에 주력하고 있는 추세이다.

다음으로 휴대전화 부문에서는 현재 휴대전화의 70% 이상이 인터넷 접속이 가능한 만큼 모바일 인터넷이 'Boulevard Band'로 자리잡을 것으로 보인다. 또한 브로드밴드와의 연계성을 강화해 인간생활의 기본 배경이 되는 인터넷 환경을 더욱 확대할 전망이다.

마지막으로 인프라 환경이 확충되는 만큼 인터넷은 위에서 언급한 '3E'의 3개 항목에서 인간생활의 기저에 깊게 자리잡게 될 것으로 보인다.

이상에서 보듯 PC와 통신선로, 휴대전화의 보급 확대 등 IT 환경이 폭넓게 구축되면서 인터넷이 인간생활의 중심으로 자리매김하고, 생활상 역시 종전의 모습과는 사뭇 다르게 변화할 것으로 보인다. 이 같은 인터넷 환경을 더욱 발전시킬 수 있는 새로운 기술이나 서비스의 개발이 흥미로운 화두로 등장할 것으로 전망된다.

고령화 시대, 노인중심의 마케팅 확대될 것

이처럼 인터넷과 휴대전화의 보급과 활용이 확대되면서 사회변화의 혁신성을 앞서 대처해 나가는 개인과 조직은 엄청난 보상을 받을 것으로 보인다. 여기서는 이와 관련해 미국 뉴스위크지가 향후 2012년 사회변화의 몇몇 단면과 그런 변화가 현재에 주는 시사점을 살펴보고자 한다.

오는 2012년이 되면 인구 노령화가 급속히 진행된 사회가 되면서 장난감에서 놀이동산, 화장품에 이르기까지 과거 젊은 소비자들의 전유물로 여겨졌던 분야에서도 노인 고객들의 중요성이 커질 것으로 전망된다. 급격한 인구 노령화에 따라 노동력 부족에 따른 경제불황과 사회복지 시스템의 붕괴, '세대간 전쟁'의 시나리오가 제시되고 있으나 실제로 인구 노령화는 소비사회에 새로운 혁신의 기회로 작용할 것으로 예측된다. 전통적으로 젊은층의 요구에 부응하던 업계는 이미 새로운 노년층을 겨냥하고 있으며 노령화 단계에 들어선 베이비붐 세대에 의해 주택, 자동차, 로봇, 전자제품, 화장품 시장에서 새로운 시장이 창출될 것으로 전망된다. 특히 노령화는 셀프서비스 계산대, 운전자 없는 기차나 버스, 음성인식 가전제품과 호출기 등 자동화 부문의 발전과 노년층의 안전을 염두에 둔 주택 등의 개조사업, 정서적 안정을 위한 지원사업 등의 발전을 촉진할 전망이다.

한편 기업들도 주요 소비자층의 이 같은 인구 통계학적 변화에 발맞춰 적극적인 대응을 하기 시작했다. 이는 연령에 대한 통념과 주력상품의 종류, 광고 메시지의 트렌드 등에도 영향을 미칠 것으로 보인다. 의류업체인 Levi Strauss가 젊은층 시장의 급속한 위축에 고전하는 반면



▲(NTT가 출시한 실버세대 대상 「らくらく(樂樂) Phone」



▲첨단 정보장치를 활용해 건강 체크를 하고 있는 일본 야마다 마을의 한 노인

미국의 65세 이상 노인들의 인터넷 이용률과 인기 웹사이트 순위 ▶

OLDER SURFERS

Seniors on the Web
Growth rate of online users who are 65 and older versus the growth rate of the Web's overall audience, in the U.S.

	- USERS AS OF -		
	JUNE 2001 (millions)	JUNE 2000 (millions)	GROWTH RATE
Seniors	5.0	3.9	28.6%
Overall Audience	101.5	83.8	21.0%

Top Sites
Most popular sites with users over 65, By number of visitors at home during June 2001

Marketwatch	302 thousand
Reata.org	277
WashingtonPost	217
Rootsweb	196
Merck Medco	162
Quickinspirations	146
Genealogy	143

Source: Nielsen / NetRatings



▲ 새로운 소비계층으로 떠오를 노인세대

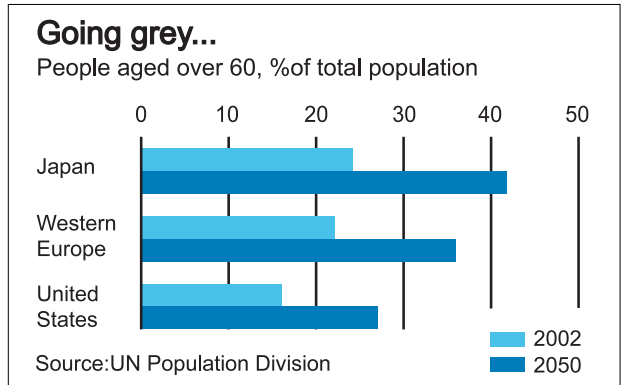
음료 심부름이나 가방 들어주기를 하는 로봇을 개발중인 일본의 혼다(Honda)나 독신노인을 위한 애완용 첨단인형을 출시한 반다이(Bandai)는 이런 변화에 잘 적응하고 있는 대표적인 사례이다. 프라다, 구치, 아르마니 등 고급 브랜드들이 5년 전부터 노년층을 겨냥한 제품라인을 선보이고 있고, 로레알(L' Oreal)은 피부관리제품 광고모델로 58세의 카트린느 데뉴브(Catherine Deneuve)를 내보내고 있는가 하면, 반향적 젊음의 상징이었던 할리데이비슨 오토바이는 중년 이상을 위한 고급 오토바이로 변신하는 등 회사 이미지를 노인층과 연계하지 않는다는 마케팅의 금기도 깨지고 있다.

여성이 노동시장 주역으로

이밖에도 노동시장의 변화에 따라 남성들의 입지가 과거에 비해 약화될 전망이다. 특히 주력 근로자층이었던 블루칼라 남성들의 몰락이 두드러져 사회적 위치와 소비계층으로서의 중요성이 점차 감퇴할 것으로 보인다.

여전히 남성은 세계 전지역에서 정치, 경제, 사회의 주도권을 쥐고 여성들보다 높은 임금과 더 나은 처우를 받고 있지만 '남성의 퇴락'에 대한 우려는 이미 현실로 나타나고 있으며 미래에는 여성의 남성 추월이 더욱 가속화될 것으로 전망된다.

왜냐하면 서비스 산업으로의 급속한 이행과 블루칼라 노동자 수요의 감소는 직업세계에서 남성의 우위를 무의미하게 했으며 여성들의 교육기회 확대가 특히 중요한 요인으로 손꼽힌다. 이와 더불어 경제적으로 절박한 여성들의 적극적인 구직활동과, 상대적인 저임금, 노조활동에 대한 무관심, 남성에 비해 성실한 출근 및 근무자세 등도 여성 근로자의 급속한 증가를 가져올 요소로 꼽히고 있다.



▲ 일본·서유럽·미국의 2002년과 2050년사이 60세 이상의 인구 비중

이런 와중에 가장 큰 피해자는 사회 하층의 젊은 남성들로서 이들은 아버지나 할아버지 대의 '좋았던 옛날'을 그리워하며 사회의 새로운 낙오자가 될 수 있다는 두려움에 쌓여 있다.

진화된 컴퓨터 네트워킹을 통해 일상은 더욱 편리해지고, 인류는 네트워크를 아예 인식하지 않고 네트워크 속에서 살아가는 차세대 정보혁명 시대를 살아가게 될 것으로 보인다.

다수의 서버를 하나의 시스템으로 묶어 복잡한 연산작업을 여러 서버에서 분산 처리할 수 있도록 하는 Grid Computing 모델은 이전에는 서로 호환성이 없었던 컴퓨팅 시스템들간의 '범용 통역'을 가능하게 하고, 이에 따라 기업, 소비자, 정부 및 여러 기관들이 하나로 연결되는 혁신적인 산업시대가 도래할 것으로 보인다.

또 화상회의를 통한 재택 근무의 보편화, 온라인 판매의 효율증대에 따른 전통적 여행사 및 증권사의 쇠퇴, 인체와 사물에 이식된 스마트 칩과 바이오 칩을 통한 실시간 모니터링 기능 및 언제 어디거나 가능한 전자동 토털 서비스 등이 미래 일상 생활을 바꿔놓을 전망이다.

하지만 사생활 보호를 위한 스마트 칩의 기능 정치 및 보안성 확보, 원활한 네트워킹을 위한 업계 공통의 표준 마련, 막대한 데이터의 관리 문제 등이 Grid망에 의해 연결된 미래 네트워크 사회의 선결과제이다.

이상에서 보듯 90년대 이후 IT 열풍 등에서 나타난 미래에 대한 낙관과 기대가 2012년에는 어떤 모습으로 나타날 것인지 지금으로선 정확히 알 수는 없지만 미래 인류사회는 여전히 또 다른 미래에 대한 기대와 상상력으로 2022년 이후의 생활을 예측하며 인류사회의 혁신과 진화를 준비해 나갈 것으로 전망된다. 