융합형 디자인 전략예측 · 동향정보 활용기반 조성사업

트렌드 크게 보기

01

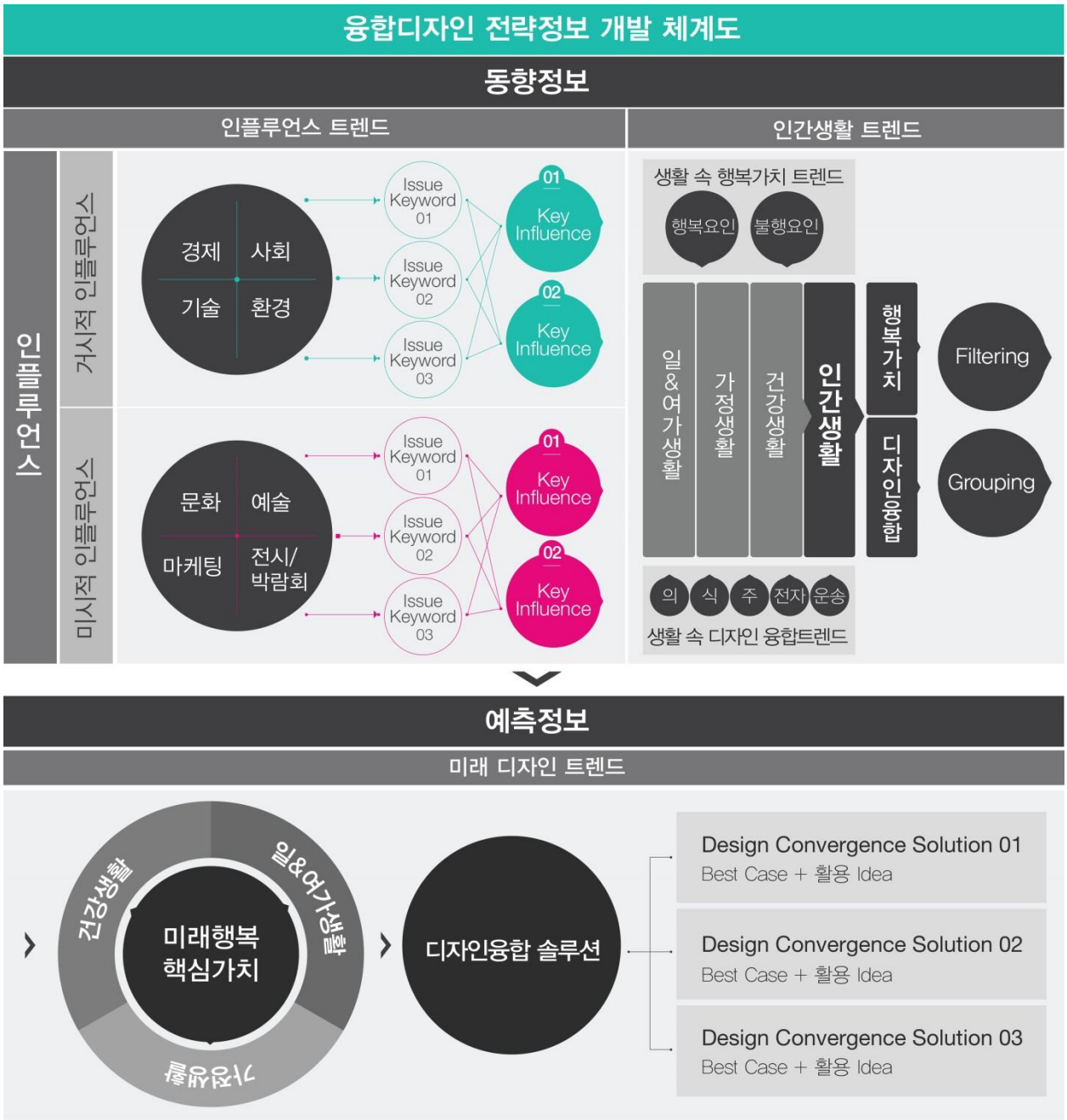
REPORT 1 과거 되돌아 보기

REPORT 2 현재 짚어보기

REPORT 3/4 미래 예측하기

PROCESS OVERVIEW

본 보고서는, **디자인이 최종적으로 인간의 근원적인 삶의 목표인 행복가치를 향상시키도록 하는데 목적**을 두고,
그 해결책을 제시하기 위해 실행되고 있는 트렌드 정보개발의 결과물 입니다.
모든 정보는 다음과 같은 프로세스를 통해 개발되고 있습니다.

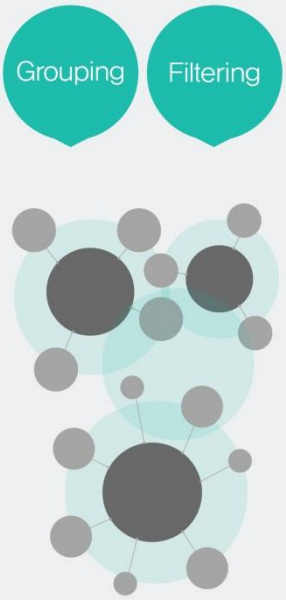


전체적으로 크게 3가지 카테고리로 분류되어 정보개발이 이루어지며, 각 카테고리의 정보들은 서로 연관성을 갖고 있음.
첫 번째 정보분류는 인간생활을 중심으로, 이에 영향을 주는 요인들을 분석하는 **'인플루언스 트렌드'**, 두 번째는 인간생활 영역 별 행복가치와 디자인 현상을 복합적으로 분석하는 **'인간생활 트렌드'**, 세 번째는 앞 선 두 가지 트렌드에 대한 종합분석을 통해 미래행복가치와 디자인융합 솔루션을 제안하는 **'미래디자인트렌드'** 임.

PROCESS OVERVIEW

본 보고서는, **디자인이 최종적으로 인간의 근원적인 삶의 목표인 행복가치를 향상시키도록 하는데 목적**을 두고,
그 해결책을 제시하기 위해 실행되고 있는 트렌드 정보개발의 결과물 입니다.
모든 정보는 다음과 같은 프로세스를 통해 개발되고 있습니다.

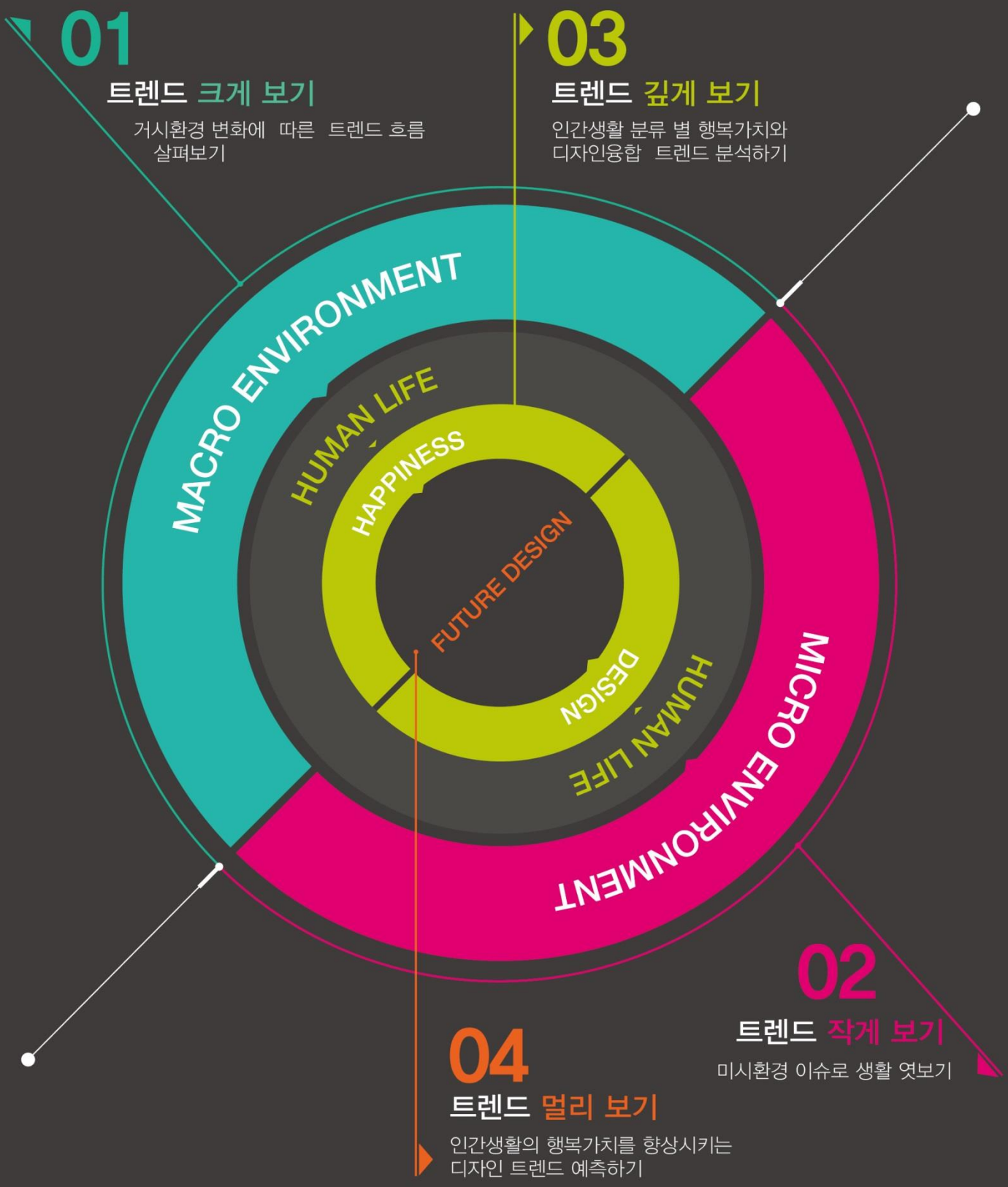
거시적 인플루언스 정보분석 프로세스 및 방법론

01	02	03	04
Macro Issue Tracking	**Historical Checking**	**Trend Screening**	**Defining Key Mega Influences**
경제 Economy: Oxynomics, Globalization, Crossing World 기술 Technology: Green Growth, Connection, Ecological Footprints 사회 Society: Storytelling, Wonderland, Ambiguous 환경 Environment: Transformer, Connection, Convenience			
데스크 리서치	추진기관 트렌드 DB에 구축된 과거 환경변화와 변화포인트 체크	• 내부연구진 브레인스토밍 • 융합자문단 심의/인터뷰	

거시적 인플루언스 정보에서 중요한 것은 세계 사회와 국내시장을 움직이는 큰 변화와 흐름을 짚어내는 것으로, 과거와 연계선상에서 변화를 포착하는 것이 중요함.
이를 위해 'Historical Checking' 단계를 통해 리서치된 이슈들 중, 과거 거시환경 흐름의 연계선 상에서 의미 있는 이슈들을 선별하고, 이것이 인간 삶의 메가 트렌드 변화와 어떤 관계성을 갖는지를 체크, 미래 인간 삶의 변화에 어떠한 영향을 줄 것인지를 도출하게 됨.

전체트렌드구성안

제시된 프로세스를 통해 개발된 트렌드 정보들은, 거시적 인플루언스 트렌드를 다루는 'Part01. 트렌드 크게 보기', 미시적 인플루언스 트렌드를 다루는 'Part02. 트렌드 작게 보기', 인간생활의 행복가치와 생활 중심의 디자인융합 트렌드를 다루는 'Part03. 트렌드 깊게 보기', 최종적으로 인간생활의 행복가치를 향상시키는 미래 디자인 트렌드를 다루는 'Part04. 트렌드 멀리 보기' 의 4가지 파트의 보고서들로 구성됩니다.



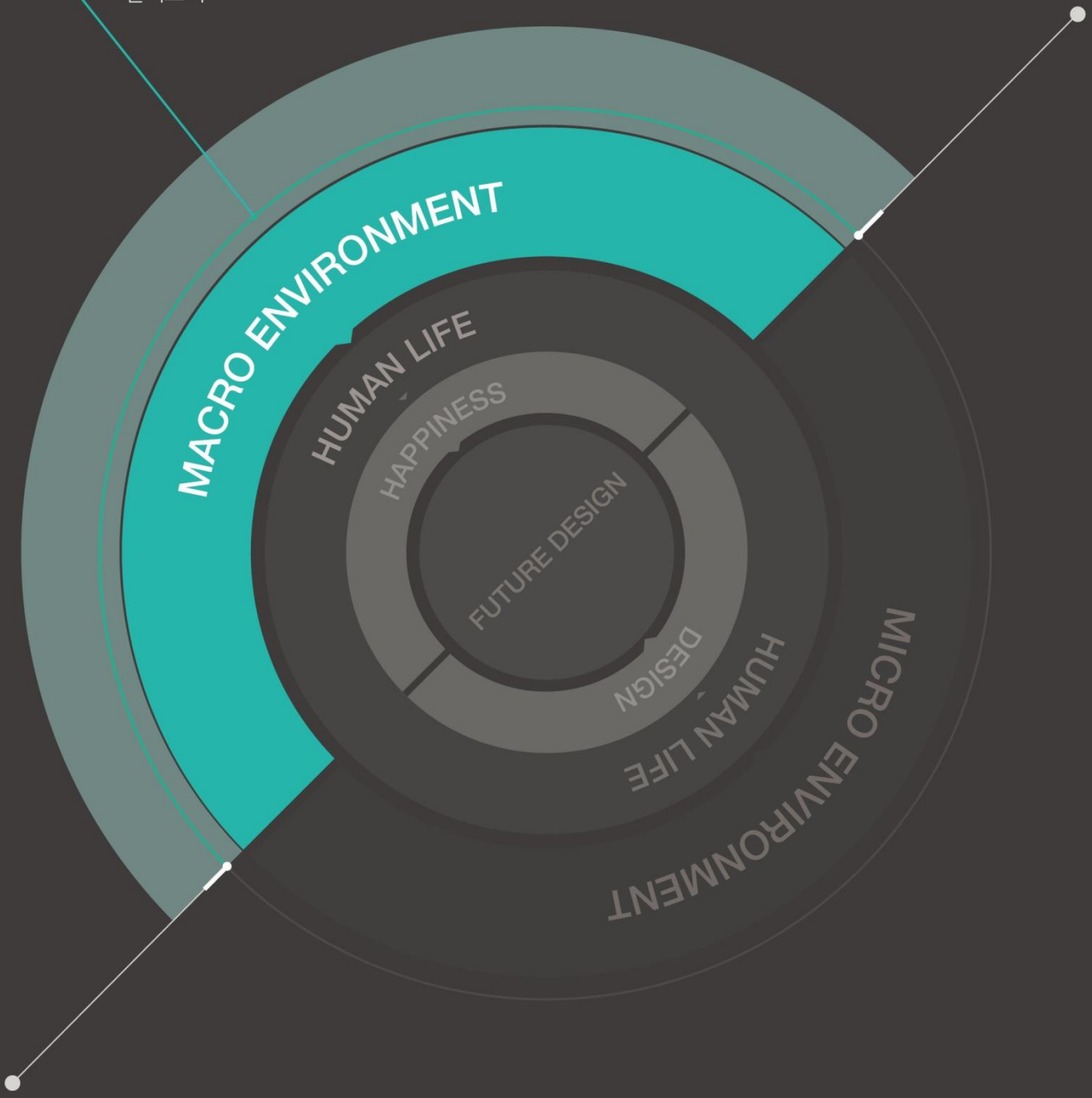
거시환경 변화에 따른 트렌드 흐름을 살펴보는 ‘Part01. 트렌드 크게 보기’ 는 과거의 거시환경흐름에 따른 삶의 흐름을 되돌아 보는 ‘과거 되돌아 보기’, 현재의 거시환경 이슈를 살펴보는 ‘현재 짚어보기’, 과거의 흐름과 현재의 이슈를 통해 미래 생활을 예측해 보는 ‘미래 예측하기’의 세 가지 섹션으로 구성됩니다.

01

트렌드 크게 보기

거시환경 변화에 따른 트렌드 흐름 살펴보기

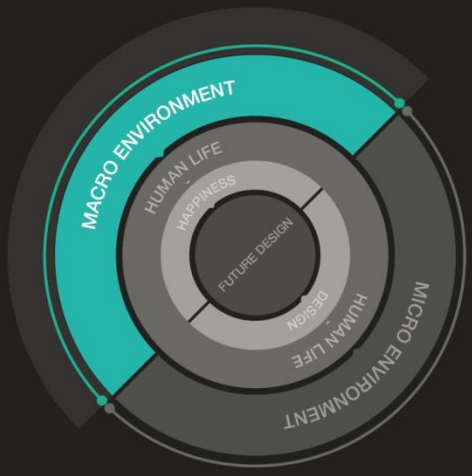
REPORT 1	과거 되돌아보기
REPORT 2	현재 짚어보기
REPORT 3/4	미래 예측하기



01

트렌드 크게 보기

매년 다양한 전문기관들이 '경제/기술/사회/환경'에 대한 동향과 예측정보를 쏟아내고 있습니다. 어렵고 딱딱하게 느껴지지만 거시적 환경의 큰 흐름 속에서 인간의 삶을 바라볼 줄 아는 것은 우리에게 매우 중요합니다.
소비자의 삶 속에서 오래도록 가치 있는 디자인이 무엇인지를 생각하게 해주기 때문입니다.
본 보고서가 가치 있는 디자인에 큰 그림을 그려나가는데 도움이 되기를 바랍니다.



01

트렌드 크게 보기

‘트렌드 크게 보기’의 보고서는 총 4가지로 제공됩니다.
첫 번째 보고서에서는 2000년대 약 10년 동안 거시적 환경이 어떻게 변화해 왔고, 이에 따라 우리의 삶은 크게 어떤 변화를 겪어왔는지 과거를 되돌아보고, 두 번째 보고서에서는 2013/14년 현재시점에 거시환경의 이슈들과 이를 통한 미래 생활의 키워드들을 도출해보며, 세 번째, 네 번째 보고서에서는 도출된 키워드를 중심으로 구체적으로 미래의 건강, 일과 여가, 가정 생활을 예측해 봅니다.

트렌드 크게 보기 보고서 프레임

01

트렌드 크게 보기

REPORT 1
REPORT 2
REPORT 3/4
2003
2012
2014
과거 되돌아보기
거시환경의 변화
삶의 변화
삶의 변화 : – 2003
삶의 변화 : – 2005
삶의 변화 : – 2008
삶의 변화 : – 2010
삶의 변화 : – 2012
거시환경과 삶의 변화
현재 짚어보기
미래 예측하기

과거 되돌아보기

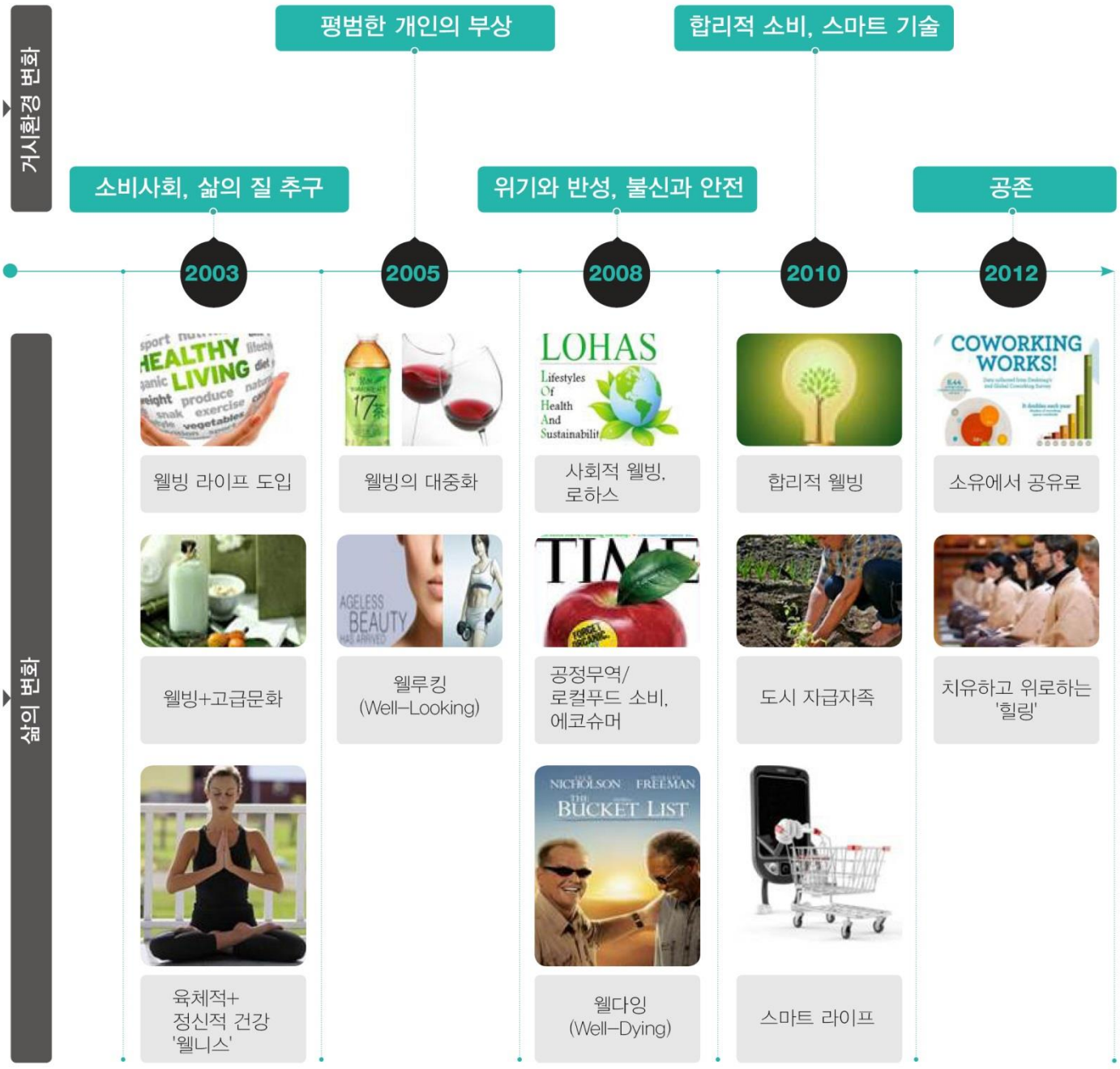
2000년대 약 10년 동안의 거시환경의 흐름들을 살펴보면, 2002년을 기점으로 국내경제는 소비중심의 사회로 전환되면서 고급문화가 확산되었고, 2005년 웹 기반의 1인 미디어 확산을 발판 삼아 평범한 개인들이 주목 받기 시작하는 시대를 맞이 함. 그러나 2008년을 기점으로 경제, 환경의 위기가 지속적으로 발발하고, 과잉된 기술에 대한 문제의식이 생기면서, 전체 거시환경의 흐름을 인간중심적으로 이끌어가고자 하는 움직임이 시작되고 있음.

거시환경의 변화

과거 되돌아보기

경제적인 성장과 달리, 과거에 비해 개인들은 더 건강하지 못한 현실을 인식하게 되면서 선진국을 중심으로 '웰빙(Well-Being)' 이 하나의 삶의 방식으로 자리잡게 됨. 웰빙 트렌드는 지난 10년 동안 인간의 삶을 변화시켰던 가장 중요한 메가트렌드 였으며, 국내에는 IMF를 극복하고 난 이후 2003년 본격적으로 도입되기 시작, 환경변화에 따라 대중화되고, 사회적 의미가 부각되는 등 작은 변화를 거듭해 옴. 또한 2008년 스마트 기술의 확산은 모바일 라이프를 만들어냈고, 기술을 중심으로 라이프 씬(Life Scene)들이 어느 때 보다 도 빠르게 변화해 왔음.

삶의 변화



과거 되돌아보기

2003년 신용카드 확산과 함께 본격적인 소비사회의 모습이 발견, 삶의 질을 향상시킬 수 있는 소비를 지향하는 웰빙 트렌드가 국내시장에 확산되기 시작함. 웰빙 소비는 먹거리와 여가상품을 중심으로 확산되기 시작, 특히 선진국의 상류층 문화를 접하는 기회가 증가하면서 이들의 소비문화를 모방하여 고가의 유기농/자연식 상품, 고급 스파와 휘트니스 센터 들에 대한 소비가 급증함. 이 시기 국내 소비자들은 웰빙을 추구하는 것 자체가 타인에게 경제적 여유를 드러내고, 높은 사회적 지위를 드러내게 해준다고 인식하고 있었다고 볼 수 있음.

삶의 변화

2003

거시환경 변화

소비사회 삶의 질 추구

- 신용카드 확산, 소비사회로 전환
- 웹 검색의 시대
- 주 5일 근무제, 여가시간 증대
- 글로벌 전염병 (사스, 조류독감) 확산
- 해외여행 증가 / 고급문화 확산

삶의 변화

웰빙 라이프의 시작
Well-Being Life

선진국에서는 90년대부터 본격적으로 확산되기 시작한 '웰빙(Well-Being)' 트렌드가 IMF를 극복하고 2002년을 기점으로 본격적인 소비사회를 맞은 국내에 들어오게 됨. 2002~2003년은 한국인들에게 있어 '삶의 질' 향상을 추구하게 된 전환기였다고 볼 수 있음.

웰빙 + 고급문화
Luxury Well-Being

이미지 출처: www.pinterest.com

유기농/자연식 추구, 고가의 제품&서비스 중심

2000년대 초기 웰빙트렌드는 건강밥상(食)과 운동으로 시작, 건강식과 지루한 운동도 건강을 위해 희생과 인내를 감수하는 트렌드로 진화되었으며, 해외문화에 대한 경험을 많은 고소득층을 중심으로 경제적으로 여유 있는 층이 누리는 럭셔리한 트렌드로 자리잡음.

웰니스
Wellness : Well-being + Fitness

이미지 출처: www.hotelpass.com
www.fansshare.com

육체적 건강 + 정신적 건강

웰니스(wellbeing + fitness)는 육체와 정신을 동시에 정화하고 가꾸는 것으로 명상, 요가, 스파와 같은 상품들이 인기를 끌게 됨. 웰니스 트렌드는 wellbeing + happiness로 진화하여 정신적으로 행복한 웰빙 방법에 대한 관심을 불러일으킴.

과거 되돌아보기

2005년은 개인의 삶을 기록하고 드러낼 수 있도록 하는 기술의 발전으로 평범한 개인들이 주목 받기 시작한 시점이었음. 이에 따라 웰빙도 럭셔리에서 벗어나 일상상품들이 웰빙 컨셉과 결합되어 쉽고 편하게 소비되는 대중화 시점을 맞게 됨. 평범한 개인들이 1인 미디어를 통해 얼짱, 몸짱 스타로 주목을 받았으며, 저마다 외모를 가꾸고 트렌디하고 스타일리쉬해 보이는 아이템들에 열광하는 '웰루킹(Well-Looking)'이란 개념을 탄생시킴.

삶의 변화

2005

거시환경 변화

평범한 개인의 부상

- 1인 가구 급증
- 웹기반 1인 미디어 확산 (미니홈피, 블로그)
- 여성소비력 증가 (콘트라 섹슈얼)
- 디지털 카메라, 휴대폰+카메라
- 바이오, 나노기술
- 지구 온난화 문제대두
- 소비양극화

삶의 변화

웰빙의 대중화

이미지 출처:
gndmall.co.kr,.ask.nate.com ,.hzaaaaa.egloos.com

건강 차(茶), 건강 술 등 웰빙 상품 다양화

고급 트렌드였던 웰빙은 대중적인 상품과 결합하여 다양하게 즐기는 문화로 확산되기 시작함. 2005년 월스트리트저널이 선정한 10대 트렌드에서 웰빙 트렌드는 저칼로리, 저탄수화물 바람이 맥주, 와인, 칵테일 등 여러 분야로 확산될 것이라고 전망되기도 함.

웰루킹
Well-Looking

이미지 출처:
thesparetreatdrgandhi.homestead.com , blog.daum.net/h7257

얼짱, 몸짱, 안티에이징

1인 미디어 시대가 열리면서 평범한 개인들이 인터넷 상에서 얼짱, 몸짱으로 크게 관심을 받게 됨. 이는 웰빙트렌드와 결합되어 외적인 스펙을 가꾸고 대중화된 웰빙 상품들을 스타일리쉬하게 활용하는 웰루킹 열풍을 일으킴. 또한 바이오테크놀로지의 발전이 뷰티산업으로 들어와 안티에이징 기능이 주목을 받고, 젊음을 유지하는데 도움을 주는 다양한 상품들이 생겨 남.

과거 되돌아보기

20082008년은 경제/사회/환경의 위기가 복합적으로 개인과 공동체의 삶을 위협했던 시기였음. 과거의 위기는 무조건 극복하자는 의지가 컸다면, 2008년의 위기는 인간의 삶의 방식에 대한 깊은 반성을 불러옴. 이에 따라 사회적 웰빙의 의미가 추가된 '로하스(LOHAS)'가 웰빙의 새로운 흐름을 이어가게 됨. 환경과 인간의 '지속 가능한' 미래를 위한 친환경 소비가 부상하고, 고령화 사회로 본격적으로 진입하기 시작하면서 죽음을 통해 미래를 준비하고 더욱 행복한 삶을 추구하는 '웰다잉(Well-Dying)'이 웰빙의 작은 변화로 등장함.

삶의 변화

2008

거시환경 변화

위기와 반성 불신과 안전

- 글로벌 금융위기
- 글로벌 자연재해
- 고령화 사회, 선진국 베이비부머 은퇴
- 먹거리파동, 사회적 불안감 증폭
- 감성기술, 감각기술

삶의 변화

로하스 (LOHAS) / 사회적 웰빙

로하스란 'Lifestyle of Health and Sustainability' 의 준 말으로, 건강과 지속가능성을 추구하는 라이프 스타일을 의미함. 2000년대 후반으로 갈수록 자연과 관련된 환경적 이슈가 글로벌하게 확산되고, 집단지성과 같은 공동체 활동이 증가하면서, 지속 가능한 발전을 할 수 있는 사회적 웰빙을 추구하는 로하스로 진화하게 됨.

에코슈머 Eco-Sumer

이미지 출처: www.treehugger.com
www.haverford.edu

공정무역, 로컬푸드 등 윤리적 소비

사회적 웰빙 의식이 확산되면서 단순히 건강에 좋은 친환경, 오가닉 제품을 넘어서서 개인의 제품 소비를 통해 사회적 책임과 윤리의식을 드러내도록 공정무역, 로컬푸드와 같은 소비를 추구하는 소비자가 나타남.

웰다잉 Well-Dying

이미지 출처: sidcode.tistory.com

행복한 죽음을 준비하고자 하는 사람들

금융위기로 전세계가 위기의식을 느끼고 있는 가운데, 고령세대의 은퇴 이후의 행복한 삶과 죽음에 대한 관심이 부상하면서, 미리 죽음을 경험해보는 서비스, 장례 서비스 등 죽음관련 산업이 긍정적인 반응을 얻음

과거 되돌아보기

2010년은 불안한 시대를 잘 살아나가기 위한 변화를 추구하는 시기였음. 저성장이 지속되면서 실용주의, 합리주의가 웰빙과 결합되어 실질적인 혜택으로 돌아오는 웰빙을 추구하게 됨. 또한 살기 좋은 도시공동체를 만들어나가고자 하는 '뉴어바니즘' 운동으로 텃밭을 가꾸고 자전거를 타고, 도심캠핑을 즐기는 새로운 삶의 방식들이 나타나기 시작함. 2009년 국내 아이폰 상륙으로 스마트폰이 대중화됨에 따라, 시간과 장소에 구애 없이 실시간으로 정보를 습득하고 커뮤니케이션을 즐기는 모바일 라이프가 젊은 세대들을 중심으로 급속도로 확산됨.

삶의 변화

2010

거시환경 변화

합리적 소비 스마트 기술

저성장 시대의 뉴노멀	뉴어바니즘
스마트기술, SNS	증강현실
디지털 세대	집단지성
모바일 컨버전스	자원부족과 신재생에너지

삶의 변화

합리적 웰빙

2008년 미국 발 금융위기가 전세계적으로 경제적 충격을 안겨주며 웰빙 트렌드가 보다 현실적이고 합리적인 소비성향으로 진화함. 건강의 혜택 + 합리적인 가격으로 개인의 경제적 이익과 연관되어짐. 웰빙이 사회적 뿐만 아니라 경제적으로도 합리적인 benefit을 준다는 합리적인 웰빙(Green Benefit, Secondary benefit)으로 진화함.

도시 자급자족

이미지 출처: blog.naver.com
www. gardening-experts.com

도시 농사꾼, 자전거 , 캠핑카

자연의 요소를 도시로 끌어들여 텃밭을 가꾸고 가든을 가꾸는 인구가 증가하고 있음. 또한 도시 공간에서의 건강한 삶을 위해 자전거를 즐기는 바이커들이 지속적으로 증가하고 있으며, 도심 속 캠핑장과 캠핑카가 새로운 여가트렌드로 부상하고 있음.

스마트 라이프
Smart Life

이미지 출처:
www.mobilemarketingwatch.com

모바일을 통한 실시간 정보습득, 실시간 구매

스마트폰을 통해 언제 어디서든지 인터넷에 접속할 수 있고 실시간으로 타인과 커뮤니케이션이 가능해지면서 실시간 정보를 활용하여 스마트한 라이프스타일을 완성해 나가고자 하는 사람들이 증가하게 됨.

과거 되돌아보기

2012년에 이르러서는 위기의 시대 속에서 지치고 불안한 현대인들이 휴식과 치유를 통해 정신적인 건강을 회복하고자 하는 움직임이 '힐링(Healing)'이라는 트렌드로 부상하기 시작함. 또한 자원부족의 문제가 심각해지고 실용적인 소비에 대한 의식이 진화하면서, '과소비' '과소유'에 대한 집착에서 벗어나 '공동소유' '나눔 소비'를 실천하는 사람들이 증가하게 됨. 특히 디지털 기술을 활용하여 공유제품에 대한 정보와 경험을 더욱 쉽고 재미있게 나눌 수 있도록 하는 방법들이 개발되어 즐거운 나눔을 실행하는 사람들이 늘고 있음.

삶의 변화

2012

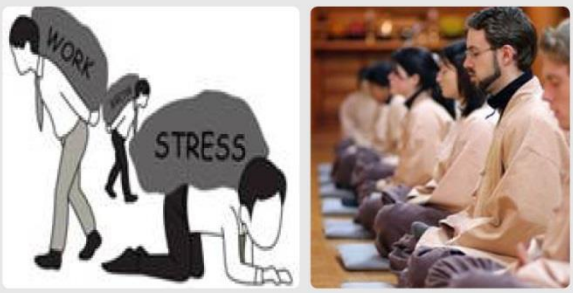
거시환경 변화

공존

- 공유경제
- 기술과잉과 적정기술
- 고용불안 장기화, 잉여세대
- 에너지 기술
- 자원부족과 신재생에너지

삶의 변화

치유하고 위로하는 힐링
Healing

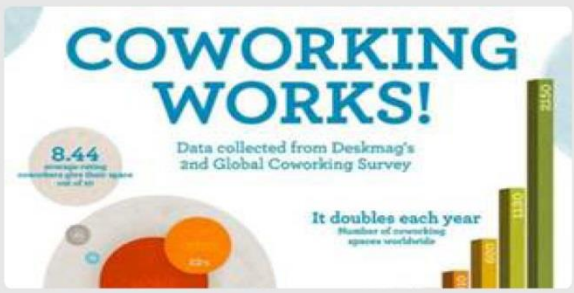


이미지 출처: www.ceopartners.co.kr, www.onbao.com

힐링 여가와 건강한 생활습관

2010년 경제위기 중 누적된 스트레스와 실직 등 심리적 내상을 치유하기 위한 소비가 커지고, 정신과 치료에 대한 거부감이 완화되면서 심리적 상실감, 공허감을 치유하기 위한 개인들의 노력이 명상, 여행 등 다양한 힐링 상품의 소비로 이어지게 됨. 몸에 대해서도 체격개선, 질병관리, 만성피로, 운동부족, 비만, 치매 등 생활습관 개선이 관심사로 부각됨. 특히 국내에서는 템플스테이가 힐링 상품으로 큰 인기를 끌게 됨.

소유에서 공유로
from owning to sharing



이미지 출처: http://visual.ly/how-coworking-works

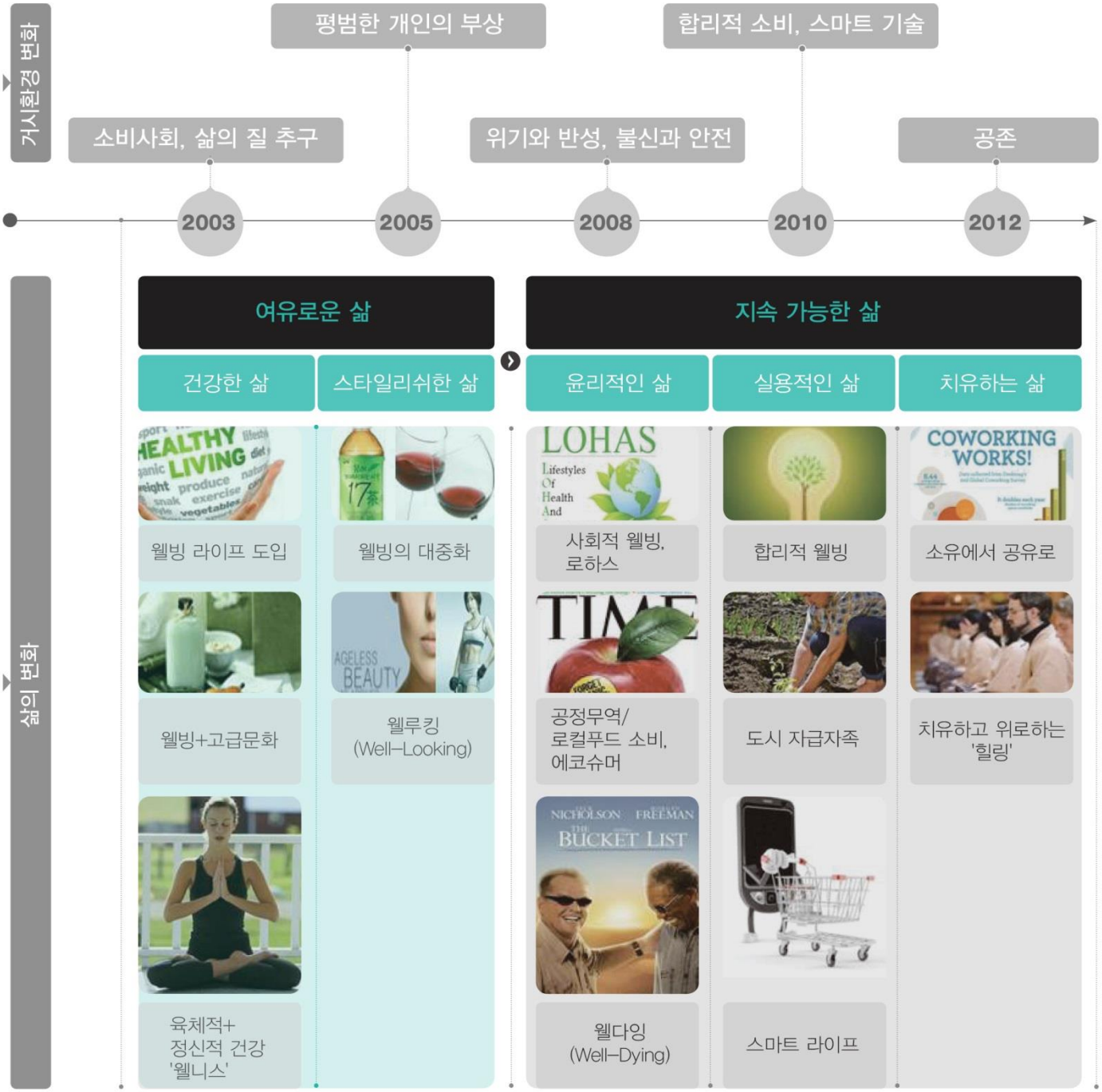
**소유보다는 경험중시,
제품을 넘어서 서비스로 확산**

경제적, 환경적 위기가 장기적으로 지속되면서 과잉생산, 과소비에 대한 반성과 이에 대한 대안으로 경험소비, 공유소비가 부상하게 됨. 한정된 자원을 공동소유 하거나, 필요할 때만 빌려 쓰는 형태로 자동차, 일터, 집, 회원권 등 점차 다양한 제품과 서비스로 개념이 확산되고 있음

과거 되돌아보기

2000년대를 중심으로 현재까지 거시환경의 변화포인트는 무엇이었고, 이로 인해 우리의 삶은 어떻게 진화되어 왔는지 살펴본 결과,
2000년대 초반 우리의 삶은 '건강'과 '스타일'을 추구하는 '웰빙'을 통해 '여유로운 삶'을 표출하고자 하였으며, 2008년 위기를 기점으로 개인과 사회의 '지속 가능한 삶'을 추구하는 방향으로 변화하게 됨. 2000년대 후반의 삶은 합리적인 소비를 추구하면서도, 잊혀졌던 인간성을 회복하고 공존을 실행하는 삶으로 변화하여 옴.

거시환경과 삶의 변화



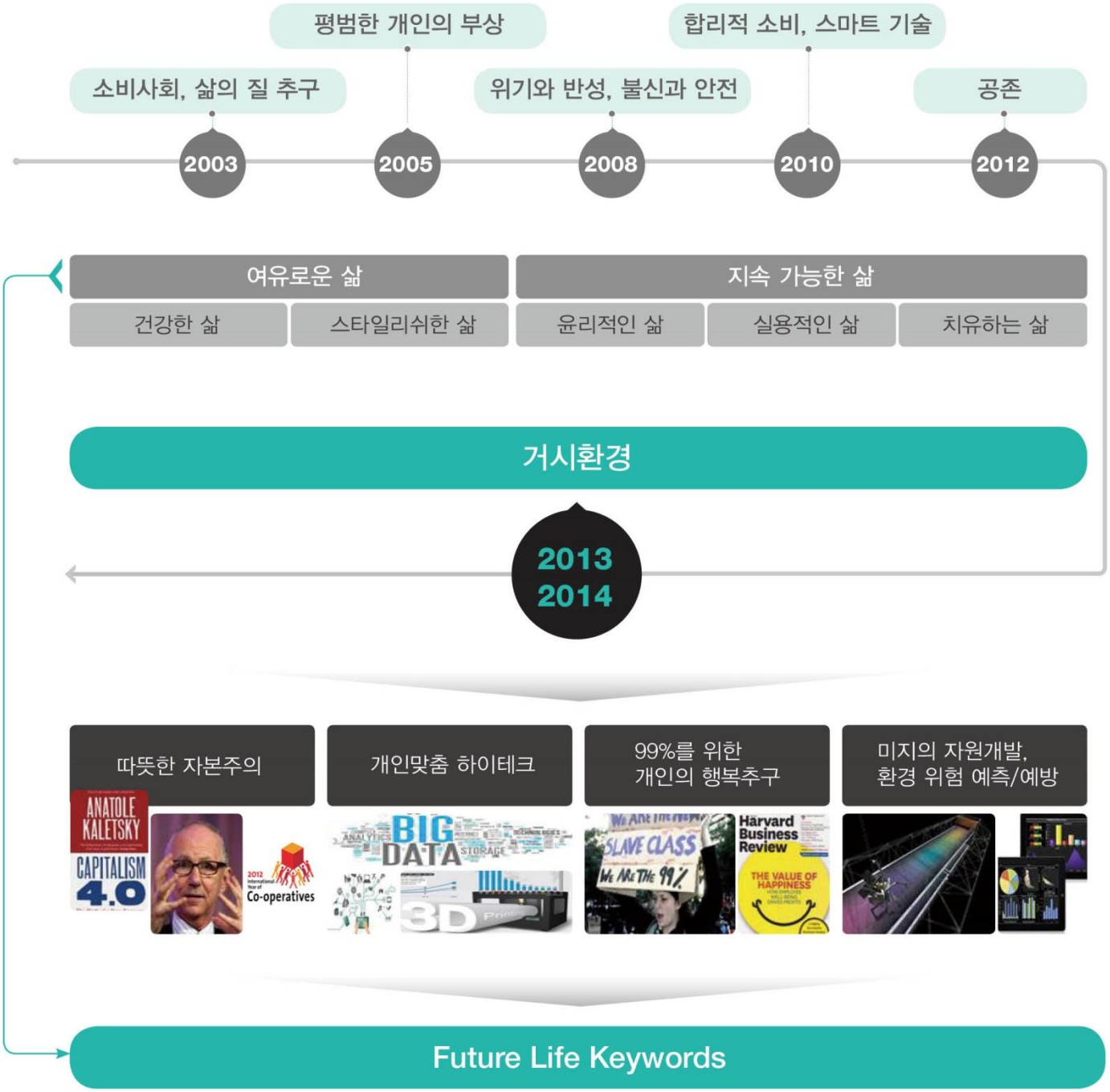
NEXT REPORT

REPORT 1 과거 되돌아 보기

REPORT 2 현재 짚어보기

REPORT 3 미래 예측하기

다음에 제공되는 'Report2. 현재 짚어보기' 에서는 'Report1. 과거 되돌아보기' 에서 살펴본 거시환경과 삶의 변화의 연계선 상에서 2013/14년 현재의 거시환경 이슈들을 분석함. 그리고 삶의 변화 속에서 현재의 거시적 이슈들이 미래 우리의 삶을 어떤 방향으로 진화시킬지 굵직한 미래 삶의 키워드들을 도출하게 됨.



기획
산업통상자원부
한국디자인진흥원

주관기관
한국디자인진흥원
www.kidp.or.kr
www.designdb.com

총괄책임
손동범 디자인전략연구실장

실무책임
이경순 전략연구팀장
이수강 대리

연구책임
GFG(Global Future Group)
손정민 대표
손효민 대표
이나진 책임연구원
신세라 책임연구원
이다연 선임연구원

문의
한국디자인진흥원 디자인전략연구실
Tel. 031-780-2035
trend@kidp.or.kr

이 보고서는 산업통상자원부에서 시행한
'융합형 디자인 전략예측 동향정보 활용기반 조성사업'의
일환으로
한국디자인진흥원에서 진행한 디자인트렌드 연구보고서입니다.

본 보고서의 내용은 연구진의 주관적인 의견이 개입되어 있으며
활용의 책임은 이용자들에게 있습니다.
본 보고서에 쓰인 이미지는 연구, 분석 목적으로 쓰여 졌으며
출처는 각 보고서 해당페이지에 출처 표기하였습니다.
이 보고서의 내용을 대외적으로 사용하실 때에는
반드시 산업통상자원부 및 한국디자인 진흥원에서 시행한
'융합형 디자인 전략예측 동향정보 활용기반 조성사업'의
연구결과임을 밝혀야 합니다.

그 밖에 저작권관련 별도 협의가 필요하신 사항은
한국디자인진흥원으로 연락 주시기 바랍니다.
Copyright © KIDP 2014 All rights reserved

kidp 한국디자인진흥원
KOREA INSTITUTE OF DESIGN PROMOTION