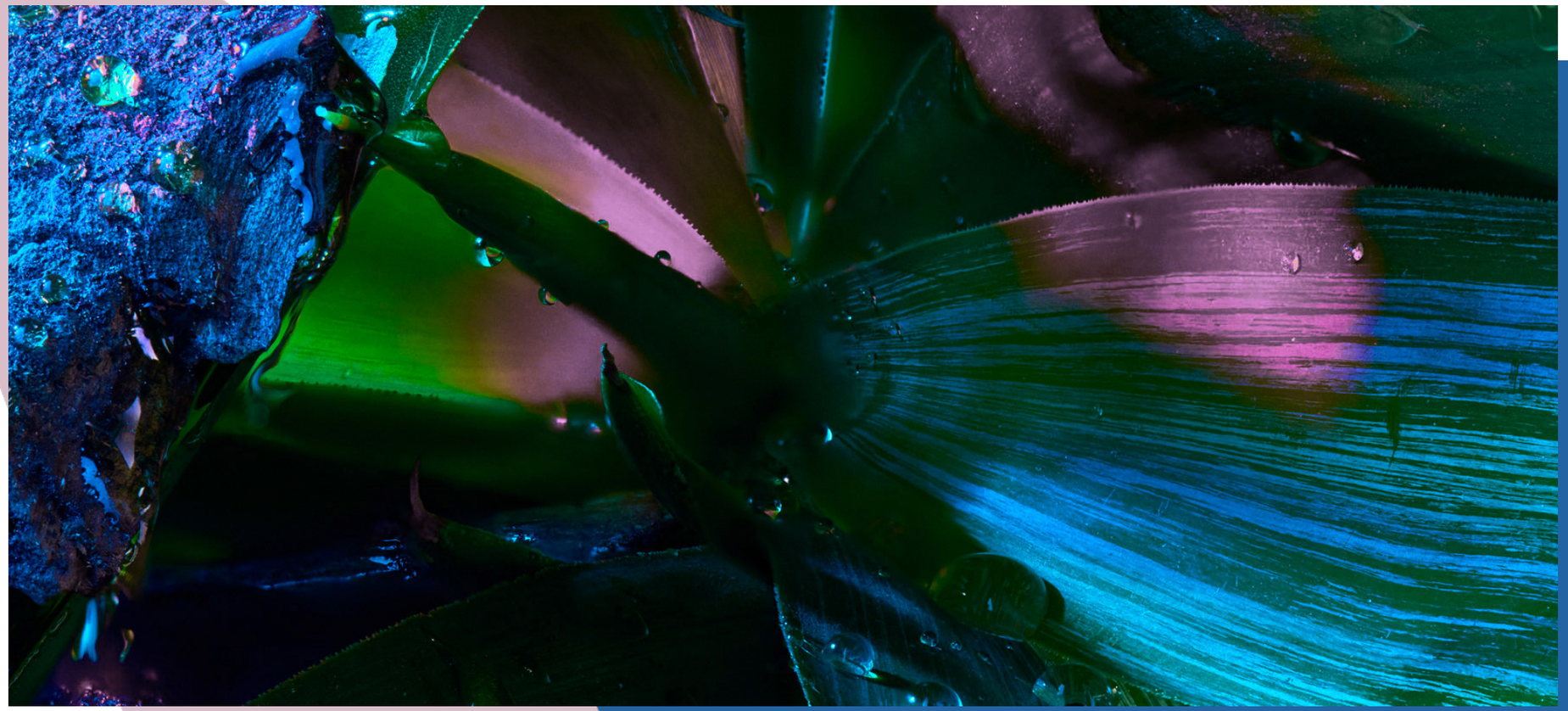
2021 미래 혁신

2021년 패션 업계를 변화시킬 12가지 혁신 분야와 그것이 비즈니스와 문화에 미칠 영향을 살펴본다.



JoDS issue 4, co-edited by Dr Alexandra Daisy Ginsberg and Natsai Audrey Chieza / Photo by Justinas Vilutis

Field

시스템의 시대

시스템의 시대에 오신걸 환영합니다! 점점 더 복잡해지는 세상에서 지속가능성, 평등과 같은 문제를 해결하기 위해서는 디자인 사고와 시스템 사고가 모두 필요하다. 이 두 가지 분야를 하나로 접목하면 문제를 기회로 삼을 수 있으며, 디자인과 창조정신을 사용해 사람과 환경 그리고 비즈니스를 위한 장기적인 솔루션을 개발할 수 있다.

2017년 '창조적 파괴' 트렌드전망 리포트에서는 '물질이 아닌 시스템'의 중요성과 디자인과 디자인 사고가 제품을 뛰어넘어 사회, 환경, 정치의 설계로 확대될 가능성에 대해 논의한 바 있다. 2021년에는 제품을 생산하는 시스템을 디자인하는 것이 제품을 디자인하는 것보다 더욱 어려워질 것이다. 예를 들어, 제한된 공간과 자원에 시달리는 세상에서 개인 소지품을 제대로 휴대하는 방법은 아름다운 핸드백을 디자인하는 것만큼이나 중요해질 것이다.

영국왕립예술협회(RSA)는 기업과 공공 기관이 '시스템처럼 사고하고 기업가처럼 행동'함으로써 혁신을 위한 기회를 파악하고 변화를 유도하기 위한 올바른 환경을 조성하도록 장려한다. 2021년에는 이 같은 새로운 시스템이 기존의 질서를 무너뜨고 사회, 정치를 포함한 여러 분야에서 변화를 이뤄나갈 것이다. 그리고 행복지수가 기업과 정부의 성공 기준으로 자리하고, 이를 위해서는 소속감과 포용이 절대적으로 필요하다.

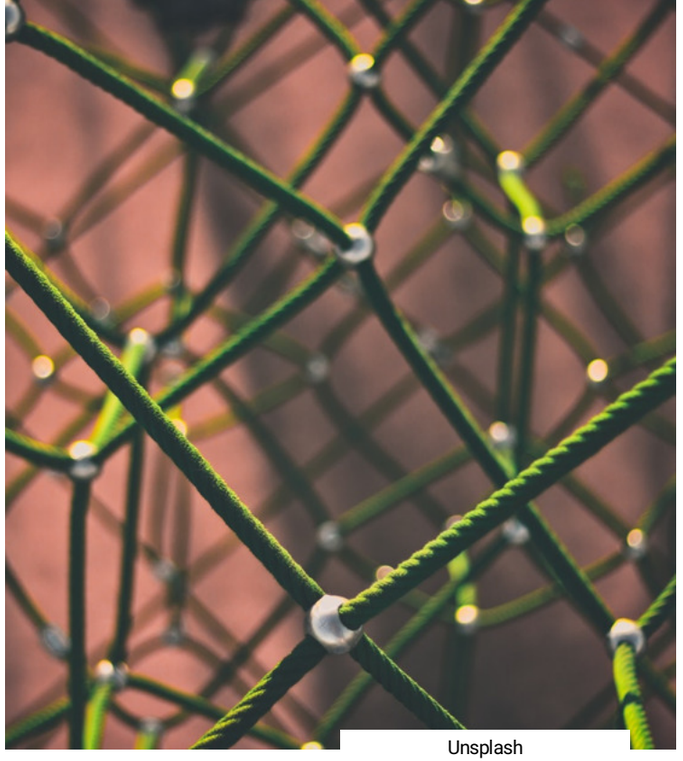
첨단기술 분야에서는 블록체인과 같은 떠오르는 분산형 기술이 브랜드와 소비자들로부터 신뢰를 얻을 것이다.

빠르게 발전하고 있는 시스템 덕분에 제품과 서비스에도 변화가 일어난다. 예를 들어, 인공지능 알고리즘은 탐구 단계에서 벗어나 실행 단계에 접어들면서 인간이 하는 모든 것을 변화시킬 것이다. 이와 마찬가지로 바이오 엔지니어링 시스템을 통해 새로운 바이오 플라스틱 뿐 아니라 실험실에서 제조된 컬러와 이전에는 볼 수 없었던 전혀 새로운 소재가 탄생할 것이다. 원단이 섬유 컴퓨팅의 시대에 연결된 기기의 역할을 해내면서, 수많은 제품의 소재로 사용되는 텍스타일 또한 점점 더 시스템에 통합될 것이다. 의류, 자동차, 주택을 비롯해 텍스타일이 사용되는 그 모든 것은 건강을 모니터링하고 정보를 처리하며 전선보다는 빛, 즉 와이파이 보다는 라이파이(LiFi)를사용해 소통하는 거대한 하나의 시스템의 일부가 될 것이다.

본 리포트에서는 비즈니스의 미래를 대비하기 위해 필요한 12가지 혁신 분야를 살펴본다. 이같은 혁신은 수익에 영향을 미치므로, 자사 시스템을 재고해 기회를 최대한 활용해야 할 때이다.

한눈에 보기

- 성공의 기준으로 행복을 최우선으로 여기는 방향으로 변화하고 있으며, 불확실한 세상을 살아가는 소비자들은 여유로운 경험, 감각적 체험, 브랜드의 관대한 마음 씀씀이와 같은 '작은 행복'을 추구할 것이다.
- 소비자들이 집안으로 더 많은 경험을 가져옴에 따라, 주택은 편안함과 공동체를 위한 혁신의 공간으로 자리매김할 것이다.
- 빅데이터와 인공지능에서 나타나는 편향에 맞서기 위해 협업과 공동의 접근방식이 등장해 모든 사람들에게 적용될 수 있도록 데이터를 재학습시키는데 중점을 둘 것이다.
- 블록체인을 포함한 분산형 기술은 공급망과 소매 네트워크의 신뢰와 투명성을 바로 잡는 핵심 요소가 될 것이며, P2P 네트워크의 새로운 시대를 열고 중간자 단계를 제거할 것이다.
- 최첨단 바이오 기술을 통해 인간은 자연과의 관계를 재평가하고, 인공과 자연을 접목한 새로운 소재와 경험이 탄생할 것이다.
- 전 세계적으로 자원이 점점 더 고갈되고 희소해짐에 따라, 알뜰한 재사용 기회가 떠오르고 순환형 경제로 점차 이동할 것이다.
- 신흥 경제가 전 세계적으로 성장을 거듭함에 따라, 각 지역별 현지화 전략은 해당 지역의 기호와 선호사항에 맞춘 언어로 소통해야 한다.
- 모든 이를 위한 디자인 원칙은 육체적, 감각적 다양성에서부터 신경 다양성에 이르기까지 인간의 다양성에 더욱 중점을 두고 산업 전반에 걸쳐 창조적이고 상업적인 잠재력의 문을 열 것이다.
- 사실이 확인된 광고, 진정한 제품 개발 협업, 과대 선전과 인스타그램 기회를 뛰어넘는 의미를 찾아나서는 등 2021년에는 진정성이 더욱 더 중요해진다.
- 복잡하게 얽힌 미래의 문제를 해결하기 위해 점점 더 많은 제품이 동적인 네크워크의 일부로 생산될 것이다. 그 중에서도 The Internet of Fiber는 특히나 주목할 만한 분야다.
- 디자인 중심의 방법론은 사일로를 허물고 창조적인 교류를 장려하며 급진적인 협력을 촉진하는데 사용될 것이다.
- 기후 변화와 환경에 적응하는 인간의 대담한 비전은 디자인과 미학 분야에 걸쳐 나타나고, 바이오해킹을 비롯해 미에 대한 정의 또한 폭넓게 확장될 것이다.



Unsplash

2021년의 주요 메시지는 시스템 사고, 그리고 제품 중심 디자인에서 탈피해 시스템 디자인으로의 변화가 이끄는 시스템의 시대의 도래를 예고하다.

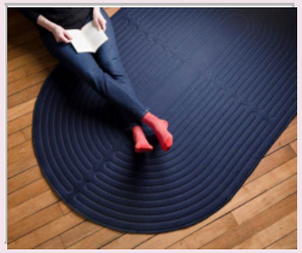
미래 혁신 색인

2021년 비즈니스와 문화를 변화시킬 12가지 혁신 분야

사회

1 일상의 행복 추구

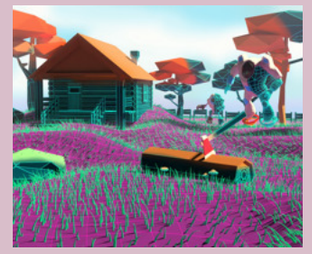
2 신개념 하우스



첨단기술

3 협업의 정보

4 경계 없는 커뮤니티



환경

5 자연의 재창조

6 자원 활용

정치

7 지역사회 파워

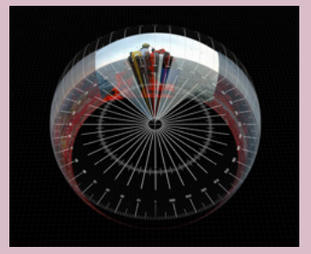
8 모두를 위한 기회

업계

9 새로운 진정성

10 동적인 네크워크

창조정신



11 다자간 협업

12 초인적 표현주의

일상의 행복 추구

성공의 기준은 행복을 최우선으로 여기는 방향으로 변화하고 있으며, 2021년에는 불확실한 세상을 살아가는 소비자들이 '작은 행복'을 추구할 것이다.

맥락

- 소비자들은 불확실한 미래와 통제 불가한 세상에 대처하기 위해 일상의 평범한 순간 속에서 행복을 발견하고 만들기 위해 노력할 것이다.
- 아시아 국가들이 점점 더 집단 문화에서 개인주의로 변화함에 따라 '소소하지만 확실한 행복(소확행)'은 사회적 압박과 스트레스, 걱정근심에 시달리는 이들에게 반가운 휴식처가 되어줄 것이다.

Innisfree

성공을 측정하는데 사용되는 기준이 점점더 행복으로 기울고 있다. 2018 세계 행복 지수 보고서(The World Happiness Report 2018)는 156개 국을 대상으로 행복도를 기준으로 등급을 매겼고, 사회적 지원과 자유, 신뢰, 관용을 주요 요인으로 꼽았다.

소소한 일상이 행복을 추구하는데 있어 점점 더 많은 관심을 받고 있다. 한국에서는 No Stimulation Contents Lab에서 페이스북 피드로부터 사용자들의 눈을 잠시 돌리기 위해 '서울숲을 거닐고 있는 고양이'라는 자막이 들어간 고요한 일상의 사진을 올린다. 이 프로젝트는 시각적인 자율감각 쾌락 반응(ASMR)으로 불리며, 전체 구독자 중 71%는 마음의 평온을 얻기 위해 이를 찾는다고 응답했다.

디자이너 테디 슈예르의 Scentiment는 사용자들이 건조시킨 과일 껍질과 기타 식용 향기를 사용해 나만의 향수를 만들 수 있는 DIY 키트로, 마음의 각성과 감각적 경험을 제공한다.

심지어 수퍼마켓에서 조차도 고객들에게 더욱 편안한 경험을 제공하기 위해 발벗고 나섰다. 영국의 세인즈버리에서는 여유있게 물건을 둘러보고 판매 직원들과 대화를 나누기를 원하는 고객을 위해 '슬로우 쇼핑' 구역과 '느린' 계산대를 시범적으로 운영하고 있다.

Teddy Schuyers

시사점

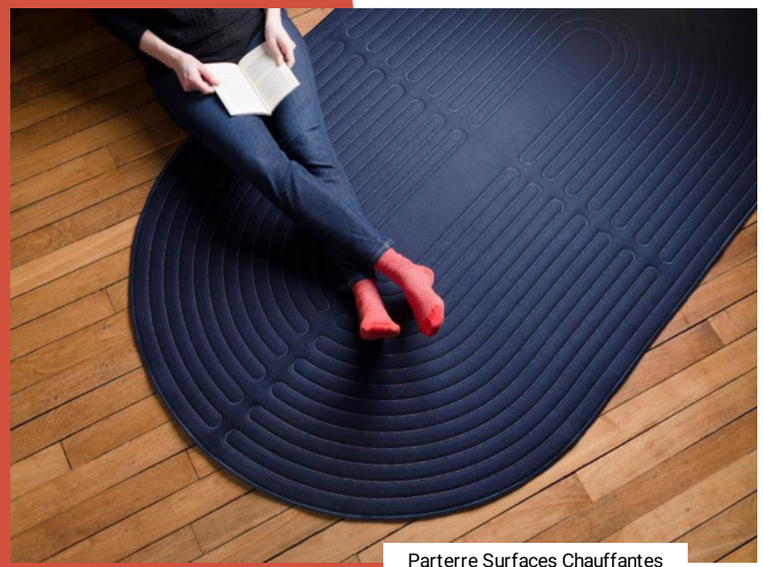
- 앞으로 다가올 미래에는 소비자에게 더 큰 행복을 안겨주는 혁신적인 일상의 행복 추구에 집중할 것이다.
- 행복 추구는 마음을 차분하게 해주는 제품, 즐거운 서비스 또는 '슬로우 코너', 여유있는 브라우징, 휴식을 위한 기회와 같은 느긋한 쇼핑 경험 등의 형태로 나타날 수 있다.
- 가능한 한 어디에서나 고객에게 넉넉한 마음 씀씀이를 베풀어야 한다.

신개념 하우스

2021년이 다가오면서 차분하고 편안한 공간에 대한 욕구에 힘입어 자기 개발, 셀프 케어, 커뮤니티를 위한 공간을 아우르는 새로운 개념의 '주택' 시장이 성장해 나갈 것이다.

맥락

- 생활에 지치고 고요함을 찾는 소비자들은 음식 배달 뿐 아니라 라이브 운동 강좌를 비롯해 집에서 더 많은 활동을 즐길 것이다.
- 이 같은 추세는 여타 세대보다 집에서 보내는 시간이 70%나 더 많은 밀레니엄 세대에 의해 촉발된 것으로, 집은 단순한 휴식 공간을 뛰어넘어 집 밖에서 더욱 의미 있는 경험을 얻게 해주는 최적화된 홈 시스템을 구축하는데 있다.



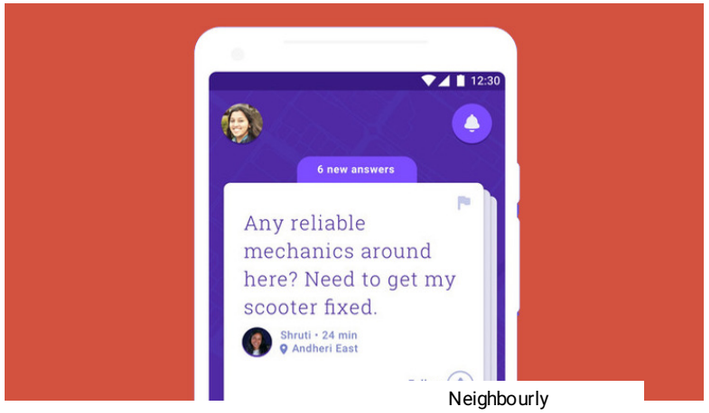
Parterre Surfaces Chauffantes

6,490억 달러 규모의 홈제품 시장은 앞으로도 계속 확대되고 새로운 라이프스타일 트렌드에 발맞춰 2021년까지 연평균성장률 5.5%를 이어 나갈 추세다. 고급 실내 자전거로 유명한 40억 달러 규모의 기업 펠로톤(Peloton)은 투자자와 소비자를 모두 겨냥한 가정용 운동기기를 생산하고 있으며, 차세대 가정용 피트니스 기기에 대한 관심에 불을 지피고 있다. 이와 마찬가지로 미러(Mirror)는 1,500달러 상당의 LCD 스크린을 통해 바 운동에서부터 요가에 걸쳐 라이브 피트니스 강좌를 가정에 전달해 준다.

셀프 케어는 특히나 홈제품 분야에서 혁신을 불러일으키고 있다. Parterre Surfaces Chauffantes는 집 전체 보다는 몸에 온기를 전달하는 공간을 만들어주는 보온 카펫 시스템으로, 사용하지 않을 때에는 인테리어 역할까지 해주는 편리하고 지속가능한 홈제품이다.

커뮤니티에 주력하는 추세가 가정에도 스며들고 있다. 구글의 네이벌리(Neighbourly) 앱은 인도의 도시 소비자들을 주변 이웃과 연결해 이들이 동네의 정보를 함께 공유하고 집 근처에서 새로운 커뮤니티와 터전을 만들어 나갈 수 있게 해준다.

Mirror



Neighbourly

시사점

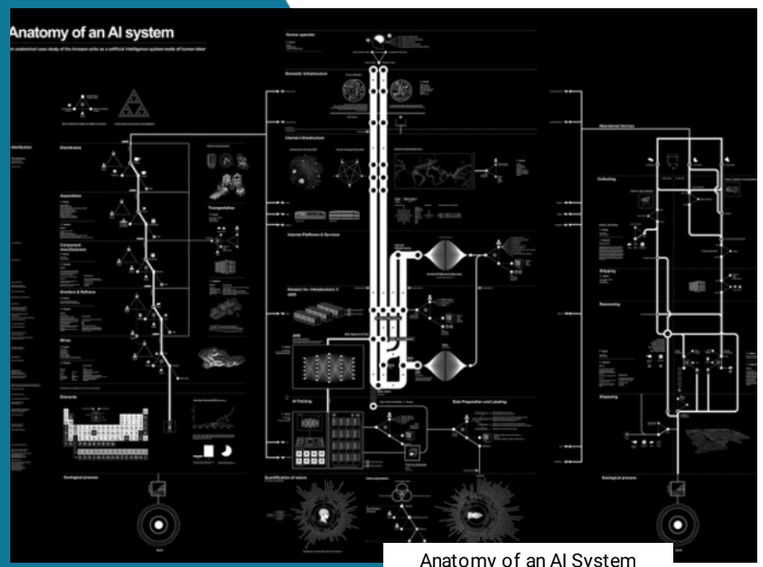
- 편안함에 주력하고 소비자들이 자기 자신과 거주 공간을 케어할 수 있게 해주는 제품과 서비스가 성공을 거둘 것이다. 이제는 편의와 커뮤니티에 의해 힘을 받은 업그레이드된 셀프 케어의 시대를 맞이한다.
- 리테일 업체들은 핵심성과지표(KPI)와 연계해 동네 가게의 역할을 재고해야 한다.

협업의 정보

공동체, 협력 단체 및 모두를 포용하는 접근방식을 취하면 차세대 데이터 및 인공지능 기술을 모든 이들에게 혜택을 줄 것이다.

맥락

- 인공지능은 아직은 초기 단계에 있지만, 이미 이에 대한 인간의 편견과 선입관이 확대되고 있다. 인공지능이 발전해 나감에 따라, 첨단기술 업계는 모든 이를 포용하고 평등을 실천해야 한다는 압박에 놓일 것이다.
- 최근 들어 대규모 개인정보 유출 사건이 여러 차례 발생함에 따라, 소비자들은 자신들을 추적하는 시스템을 파악할 방법을 모색하고 개인정보에 대한 통제권을 되찾기 위한 노력을 기울일 것이다.



Anatomy of an AI System

케이트 크로포드 교수와 블라단 졸러 교수가 공동 집필한 '인공지능 시스템 해부(Anatomy of an AI System)' 연구논문은 아마존의 음성 인공지능 서비스 알렉사 뒤에 자리한 노동력과 리소스, 데이터를 상세하게 분석한다. 검은 박스에 담긴 현실을 파헤치며 첨단기술 그 이면에 얼마나 복잡한 시스템이 자리하는지 보여준다.

2018년 9월 구글 인공지능 팀은 성별, 인종, 지역적 편견을 극복하기 위해 기계에 더욱 방대한 데이터를 학습시키는 프로젝트인 Inclusive Images Competition을 실시했다.

'페미니스트 데이터 세트' 프로젝트를 시작한 아티스트 캐롤라인 신더스는 데이터를 일종의 시위로 활용할 수 있는지에 대한 여부를 연구한다. 데이터 세트에 포함된 사진은 편견을 없애고, 페미니스트 활동의 일환으로 데이터 수집을 장려하는 것을 목표로 한다.

최근 대규모 데이터 유출 사건들이 대거 발생한데에 이어 데이터 공동체와 협력 기관이 전 세계적으로 생겨나고 있다. 스팀잇(Steemit)은 블록체인 기반의 소셜미디어 플랫폼으로, 사용자 개개인의 콘텐츠를 수익화해, 사용자들을 최종 제품을 판매할 구매 대상으로만 여기기 보다는 콘텐츠에 기여한 이에게 보상을 지급할 수 있게 한다.

Google AI Blog

Steem

시사점

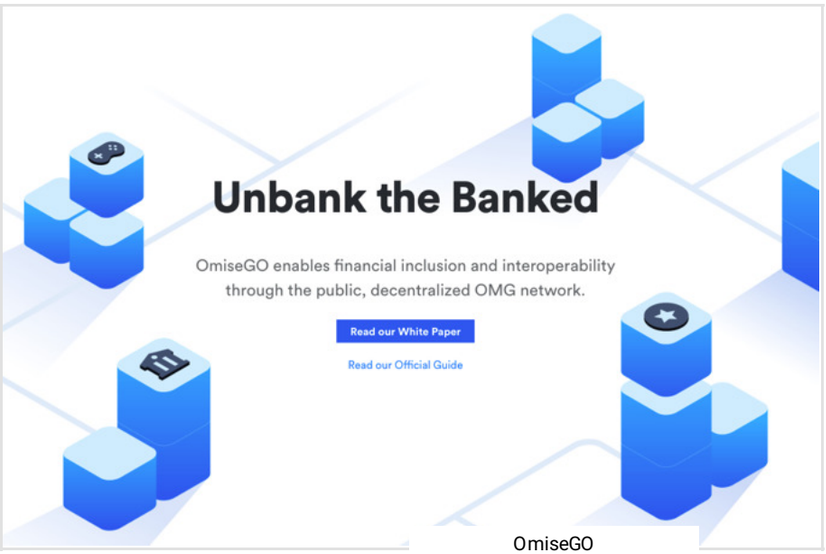
- 인공지능과 기계학습이 여러 업계에 걸쳐 대두됨에 따라 정보 수집과 사용과 관련된 정책이 점점 더 까다로운 감시를 받고 있다.
- 의사 결정이 점점 더 자동화되는 추세이므로, 소비자들에게 결과에 도달하는 과정을 보임으로써 신뢰를 쌓아야 한다.
- 사용자들과 협력하고 이들이 자신의 개인정보에 대한 선택을 할 수 있는 권한을 부여해야 한다.

경계 없는 커뮤니티

블록체인, 분산화, P2P 네트워크와 같이 떠오르는 첨단기술은 브랜드와 소비자 간의 신뢰와 투명성 구축에 도움을 준다.

맥락

- 가짜 뉴스, 신분 도용 및 검열을 허용하는 구글의 중국판 검색 엔진과 같이 인터넷이 두 방향으로 갈라지는 추세다. 이에 발맞춰, 소비자와 브랜드들은 신뢰를 구축하고 진실성에 가치를 두는 새로운 시스템을 모색해야 할 것이다.
- 블록체인과 분산화는 첨단기술 업계에서 떠오르고 있는 두 가지 솔루션으로, 공급망에서부터 데이터 관리에 이르는 폭넓은 분야에서 활용될 가능성이 있다.



OmiseGO

MIT와 인럽트(Inrupt)에서 공동으로 관리하는 솔리드(Solid)는 인터넷 소유권을 기업으로부터 커뮤니티로 이전하는 오픈소스 웹 프로젝트다. 솔리드는 인터넷이 외부와 차단된 공간이 아니라 관련된 사람들 모두가 공동으로 소유하는 '공동 읽기-쓰기 공간'이 되는 것을 목표로 한다. 월드와이드 웹의 창시자인 팀 버너스 리가 이끄는 프로젝트로, '[솔리드]는 웹 상에서 개개인의 입지를 되찾아 줄 것'이라고 전했다.

IBM의 '푸드 트러스트' 플랫폼을 통해 '망고 블록체인'을 제공하는 월마트처럼 블록체인은 소매업체에게 식품 공급망에 대한 신뢰와 투명성을 되찾아 줄 가능성이 있지만, 새로운 형태의 분산된 가상 세계 역시 만들 수도 있다. 레디 플레이어 원이 현실에서 일어나는 것과 같은 컨셉이다.

태국의 오픈 결제 플랫폼인 오미세고(OmiseGO)는 판매업체 간에 중간상을 없애고 폐쇄된 시스템에서 자산을 이전할 수 있도록 지원한다. 즉, 경쟁 시스템 간에 경계가 더 이상 존재하지 않기 때문에 소비자들은 항공사 마일리지 또는 여타 브랜드의 우수고객 포인트를 서로 자유롭게 교환할 수 있다.

Decentraland

시사점

- 분산화는 브랜드의 입장에서는 소비자와 신뢰 관계를 구축할 수 있는 기회로, 플랫폼과 서비스의 투명성과 집단 소유권에 대한 의문을 제기한다.
- 모든 브랜드들은 어느 정도까지 경계를 없애야 할지 그리고 자체 시스템 내에서 얼마나 많은 벽을 허물어야 할지 결정해야 한다.

자연의 재창조

최첨단 바이오 엔지니어링 프로젝트가 현재 전 세계적으로 시행되고 있으며, 생명 공학 산업은 2021년까지 1,330억 달러 규모에 달하며 삶을 대대적으로 개편할 것이다.

맥락

- 우리는 자연이 아니라 인간에 의해 주도되는 지질 시대인 '인류세'를 살아가고 있으며, 이 같은 인식은 바이오테크 혁신에 박차를 가할 것이다.
- 크리스퍼(CRISPR) 유전자 편집, 줄기세포 기술, 생물 공학과 같은 과학의 발전 덕분에 필요에 맞춰 자연을 재구성할 수 있으며, 그 과정에서 보다 지속가능한 시스템을 개발할 수 있다.

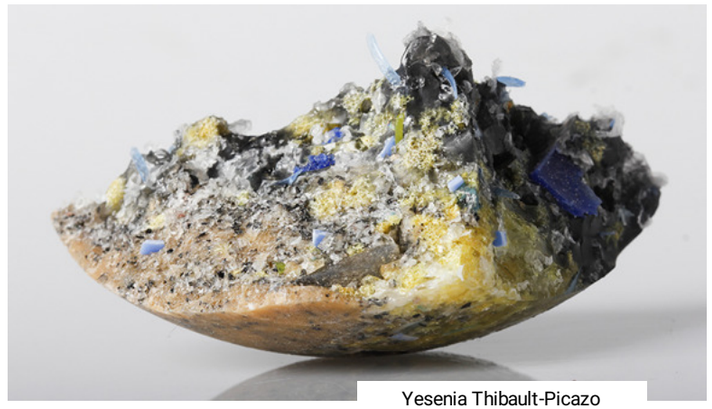
Newcotiana

최첨단 바이오 엔지니어링이 대규모로 구현되기 시작했다. 720만 유료 규모의 연구 프로젝트인 Newcotiana는 현재 담배잎을 해킹하기 위해 크리스퍼 유전자 편집과 분자 농업을 이용하고 있다. 이 프로젝트는 의약품과 화장품에 사용되는 원료를 생산하고, 담배 재배 농가의 일자리를 보호함과 동시에 담배잎을 더욱 건강에 유익하게 활용할 수 있는 방식을 모색하는데 목적이 있다.

합성 생물학 분야에서는 아티스트인 알렉산드라 데이지 긴스버그가 징코 바이오워크스(Ginkgo Bioworks)와 후각 연구원인 시셀 톨라스와 협력해 인간이 멸종시킨 은행나무 꽃의 향을 되살리기 위해 유전자 공학을 이용하고 있다.

'소재 예측가'인 예세니아 틸보드-피카조가 제시한 미래의 표본을 보면 지금부터 몇 십년 후 찾게 될 여러 소재를 엿볼 수 있다. 그녀가 선보인 앤스로포제닉 스페시멘(Anthropogenic Specimens)에는 자동차 부품, 플라스틱, 유리, 섬유, 뼈로 형성된 암석 등이 포함되어 있다.

바이오 플라스틱은 2022년까지 전 세계 시장 규모가 354억 7천만 달러에 육박할 전망으로, 주요 혁신 분야로 자리할 것이다. 크래프팅 플라스틱 스튜디오(Crafting Plastics Studio)의 Nuatan은 옥수수 전분, 설탕, 식용유로 만든 바이오 플라스틱이며, 멕시코에서는 바이오파세(Biofase)가 버려진 아보카도 씨를 사용해 바이오 플라스틱을 만든다.



Yesenia Thibault-Picazo

@biofase

시사점

- 제품과 포장재 업체의 경우, 생명 공학은 2021년까지 재료와 공급망에 큰 영향을 미칠 전망이다. 지금이야 말로 연구개발에 박차를 가해야 할 때이다.
- 바이오 엔지니어링 업체의 경우, 어떻게, 왜, 무엇을 편집하고, 누가 이익을 얻는지를 밝혀야 할 책임이 더욱 커질 것이다.

자원 활용

자원이 점점더 희귀해짐에 따라 순환형 시스템이 인간의 기본 니즈를 충족시키기 위해 떠오르며,
알뜰한 자원 활용의 기회를 열어나갈 것이다.

맥락

- 자원 부족 현상은 전 세계적으로 증가할 것이다. 현재 인간은 자연이 재생할 수 있는 것보다 50%나 더 빠른 속도로 자원을 소비하고 있다.
- 공기와 물과 같은 필수 자원은 오염에 더 큰 영향을 받기 때문에, 필수 자원 중 일부는 머지 않아 쉽게 접할 수 없는 사치품이 되고, 그 외 자원은 혁신과 기회의 원천으로 자리할 것이다.

Pivot

물이 점점 더 부족해지면서 여러 업계는 물을 덜 사용하는 것뿐만 아니라 사용되는 물에서 더 많은 가치를 끌어내기 위해 노력할 것이다. 네덜란드의 수자원 당국은 폐수에서 나온 침전물에서 추출한 카우메라(Kaumera)라는 새로운 원료를 홍보하고 있다. 디자이너 Nienke Hoogvliet은 최근 이 소재를 섬유 염료로 사용했다.

세계에서 공해가 가장 심한 도시 중 하나인 상하이에서 청정한 공기는 점점더 가치가 높아지고 있다. 상하이에 새롭게 문을 연 코르디스 호텔에서는 2중 공기 정화 시스템을 어메니티로 제공하고 있으며, 이 시스템이 장착된 객실은 객실 밖보다 10배나 청결한 공기가 흐른다.

'배설물의 경제' 또한 상승세를 탈 것으로 예상된다. 위생 업체 피벗(Pivot)은 사하라 이남 아프리카 전역에 공장을 건설하고 있으며, 인분을 비료, 건축 자재, 바이오 플라스틱, 바이오 가스 등의 다양한 생산물로 가공한다. 이는 신흥 시장에만 해당되는 기회가 아니다. 네덜란드는 폐수 처리 분야에서 세계 선두주자 중 하나이며, 유럽 각국의 정부는 순환 경제로 나아가는 핵심 방법으로 이 같은 시스템을 주목하고 있다.

Studio Nienke Hoogvliet

시사점

- 필수 자원이 더욱 희귀해짐에 따라, 물을 사용하지 않은 포뮬러 또는 제품 생산시 필수 자원을 사용하지 않는 방법을 모색해야 한다.
- 생산 체계에 순환형 시스템을 도입해 효율성을 높이는 방법을 연구해야 한다. 자원 활용은 이제 사치가 아니라 필수 사항이다.

지역사회 파워

신흥 경제국들이 새로운 요구와 서비스 선호 사항을 제시함에 따라 '문화의 언어'로 소통하는 것이야말로 필수 요소로 자리할 것이다.

맥락

- 정치적 무역의 불확실성과 분산된 기술 환경은 각 지역과 현지화 전략에 더욱더 중요해질 것이다.
- 음성 기술은 신흥 경제에서 도약할 잠재력이 있지만, 풀뿌리 혁신가들은 독창적이고 직접적인 솔루션으로 지역 사회의 요구에 부응할 것이다.

Bakulu Power

스트리밍 서비스들이 기존 TV의 시청률 점유를 꾸준히 빼앗음에 따라 현지화된 서비스가 날개를 달고 있다. 브라질에서는 원주민을 위한 넷플리스 격인 Video nas Aldeias가 있다. 브라질의 원주민 영화 제작자를 양성하고 그들이 자신의 이야기를 할 수 있도록 지원하기 위해 설립되었으며, 브라질 원주민 인구가 문화의 다양성에 미치는 영향이 커짐에 따라 인기를 얻고 있다.

인도에서는 온라인 소매업체인 플립카트(Flipkart)가 구글 주(Google Zoo)와 협력해 음성 기반의 흥정 서비스인 해글봇(HaggleBot)을 출시하며 에누리가 뿌리 깊은 인도 소매업계에 기준을 세웠다. 각 세션이 끝나면 최고의 에누리꾼(또는 '보스')이 해당 제품의 정가를 설정할 수 있다.

6억 4천만 명의 사람들이 전기 없이 살아가는 아프리카 에서는 현지만의 솔루션이 힘을 얻고 있다. 우간다의 바쿠루 파워(Bakulu Power)는 2015년에 젊은 사업가인 루시아 바쿨룸파기 와말라가 설립했고, 현재 그리드 전력이 공급되지 않는 바부마(Bavuma) 지역의 8,000여 명의 주민에게 전력을 공급하기 위해 3개의 태양광 소형 그리드를 개발하고 있다.

Video nas Aldeias

시사점

- 신흥 경제에서 시장 점유를 확보하려면 제품과 브랜드는 새로운 잠재 고객의 언어로 소통해야 한다.
- 이는 음성 및 다국어 번역과 같은 기술을 통해 실현할 수 있으며, 또는 각 지역의 요구와 기호에 맞춰 제품을 연구하고 적용함으로써 보다 문화적으로 어필할 수 있다.

모든 이를 위한 기회

정부, 기관 및 브랜드 모두 보편적인 디자인 전략을 채택하고 있는 가운데, 모두를 위한 디자인은 2021년에 중흥기를 맞이할 것이다.

맥락

- 모두를 위한 디자인 전략이 증가함에 따라, 인종, 문화의 다양성은 더욱 폭넓게 인식되고 소중히 여겨질 것이다.
- 이는 수많은 시장에 엄청난 기회를 던진다. 장애인과 그들의 가족은 전 세계적으로 연간 6조 달러를 소비하는 것으로 추정된다.
- 모두를 위한 이니셔티브 또한 이에 못지 않게 중요하며, 창의성을 위한 새로운 기회를 열어 줄 것이다.

Norwegian Arts

노르웨이 정부는 2025년까지 모든 이를 포용하는 국가로 거듭난다는 목표를 설정했다. 이 계획은 차별과 불평등을 해소하고 국가의 경제적, 사회적 지속가능성을 높이는 것을 목표로 한다. 이미 전국적으로 호텔, 대중교통, 병원을 누구나 쉽게 이용할 수 있도록 재설계했으며, 그 예로 거친 지형을 위한 휠체어 연습장의 도입을 들 수 있다.

패션 분야의 경우, 미국에서는 표준 사이즈 이외의 여성복 시장이 460억 달러의 기회를 열어준다. 신규 브랜드 로챠(Roucha)는 모든 체형을 위한 고급 디자인 분야를 개척하고 있다. 이들은 체중과 키를 매치한 치수 시스템을 도입해 빅 사이즈 여성은 키도 클 것이라는 고정 관념을 버리고, 다양한 체중과 키를 위한 사이즈를 제공하고 있다.

한편, 신경다양성은 예술계에서 뜨고 있는 토픽 중 하나다. 런던에 새롭게 문을 하트 클럽 갤러리는 신경다양성을 지닌 아티스트들을 홍보하고 이들을 긍정적으로 대변하기 위해 노력하고 있다. 정신적 다양성을 묘사하는 언어에 변화를 줌으로써 다양한 이들의 창조적 힘과 그 혜택, 즉 다른 사고방식의 사람들을 알리는데 앞장서고 있다.

Hart Club

시사점

- 브랜드는 제품과 서비스에 있어 다양한 신체적, 정신적 니즈가 있는 이들을 포함해 폭넓은 소비층을 대상으로 해야 한다. 그리고 소비자 만큼이나 다양한 인종과 문화적 배경을 갖춘 직원을 채용해야 한다.
- 소비자가 혁신을 통해 자신의 니즈가 충족되었는지 확인할 수 있도록 해야 한다. 이를 통해 소비자는 자신 이외의 다른 소비자들이 무엇을 필요로 하는지에 대해서도 알려줄 것이다.

새로운 진정성

2021년에 정통성은 과연 무엇을 의미할까? 그것은 있는 그대로 진실되게 유지하고, 가치를 입증하고, 하입의 시대에 의미를 구축하는 것을 의미한다.

맥락

- 비슷한 스타일이 난무하는 시대에 목적이 뚜렷한 브랜드와 의미 있는 경험은 그 진가를 발휘할 것이다.
- 웰빙, 지속가능성 및 협업을 내세우는 브랜드들은 제조 과정에서 그에 합당한 증거를 따져보는 Z세대 소비자들의 까다로운 감시를 받게 될 것이다.

WellSpoken

아소스의 새 패션 브랜드 콜루전(Collusion)은 공략하는 대상인 Z세대 소비자와의 협업을 통해 탄생했다. 아티스트, 액티비스트, 유튜브 인플루엔서를 포함한 여섯 명의 Z세대 '창립 멤버'가 디자인한 믹스매치할 수 있는 젠더 뉴트럴 의류는 소비자와의 직접적인 콜라보를 통해 진정성을 추구하며, 앞으로도 소비자와 함께 발전해 나갈 것이다.

가성비와 가치를 동시에 제공하는 것을 목표로 하는 미국의 일용소비재 브랜드인 브랜드리스(Brandless)는 코코넛 오일에서 토틸라 칩에 이르기까지 3달러에 자체 브랜드 상품을 판매한다. 판매하는 식품은 유전자 조작 성분을 사용하지 않고 유기농, 글루텐 무함유 또는 비건 식재료가 주를 이룬다. 2억 9,200백만 달러의 투자 지원을 받은 이 온라인 브랜드는 최근 뉴욕에서 '목적 있는 팝업'이라는 이름으로 최초의 팝업 매장을 열며 신선한 접근방식과 진정성으로 화제를 불러모았다.

특히나 검증되지 않은 광고에 취약한 웰빙 업계에서는 새로운 인증 제도가 도입되어 제품의 품질을 보증하고 나섰다. 웰스포큰(WellSpoken)은 증거가 뒷받침된 광고와 '허위가 아닌 사실'을 알리는 브랜드와 블로거, 인플루엔서를 대상으로 웰스포큰 마크 인증을 제공한다.

Winsight Grocery Business

asos.com

시사점

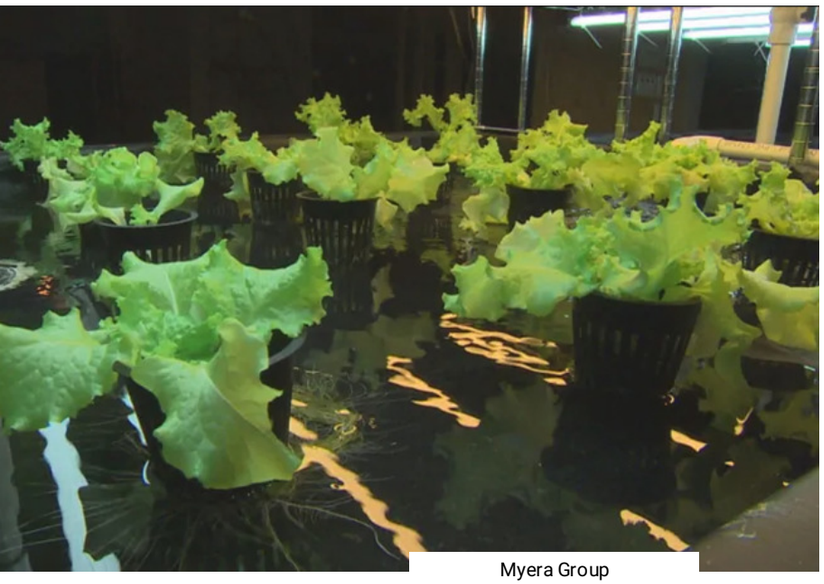
- 고객이 브랜드가 내세우는 가치의 진위를 확인할 수 있게 하고, 브랜드의 목적을 컨셉에서 제조, 마케팅에 걸친 전체 제조 과정과 제품에 반영해야 한다.
- 고객을 디자인 과정에 포함시켜야 하고, 직접 함께 협업을 진행하는 것도 방법이다. 이 같은 노력은 브랜드에 대한 신뢰와 충성도를 높이는데 도움이 될 것이다.

동적인 네트워크

복잡하게 뒤엉킨 미래의 과제를 풀기 위해 성공적인 브랜드들은 수직 통합에서 수평 통합으로 운영을 전환할 것이다.

맥락

- 세계화, 인구 이동, 기후 변화와 같은 거시적 문제는 복잡하고 단선적인 문제를 야기하므로, 가장 강력한 해결책은 네트워크 중심의 사고를 통해 이루어질 것이다.
- 문제 해결에 대한 종합적이고 협업적인 접근 방식은 데이터에 대한 액세스 증가와 인공지능 기반 분석에 의해 촉진될 것이다.
- 혁신가들은 수직 시스템에서 이미 탈피해 더욱 동적인 수평 네트워크로 전환하고 있다.

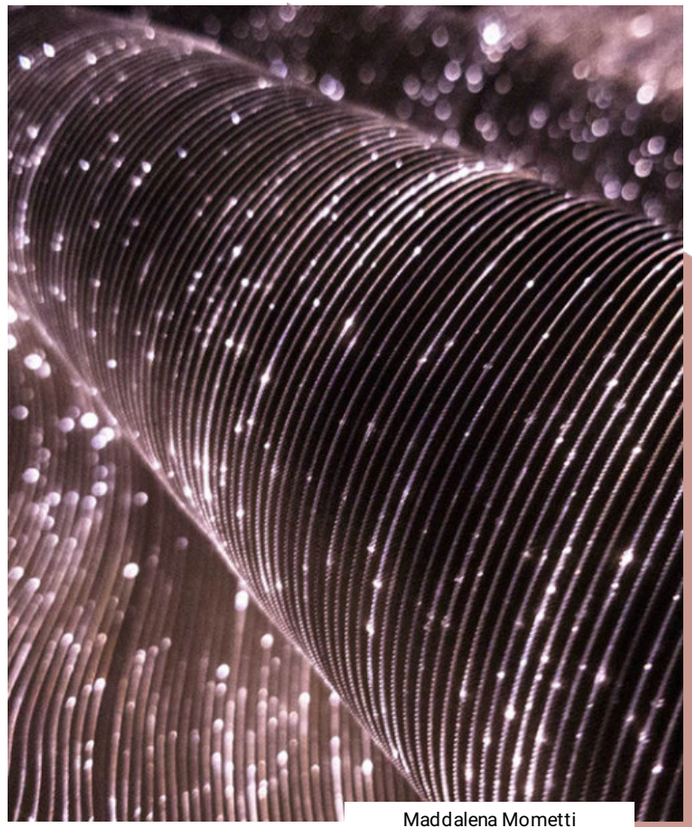


Myera Group

폐기물을 생산 과정으로 되돌려 보내고 새로운 혜택을 창출하기 위해 주기형 통합 네크워크가 개발되고 있다. 캐나다의 마이에라 그룹(Myera Group)은 비트코인 채굴 과정 시 컴퓨터에서 생성된 과열을 이용해 채소 수경 재배에 난방을 제공한다.

플라스틱 클라우드는 SAP 레오나르도와 Design Thinkers Academy London이 플라스틱 폐기물을 처리하기 위해 만든 공동 프로젝트다. 실시간 데이터, 기계학습 및 민족지학 정보를 사용해 플라스틱 공급망과 소비자 사용 현황을 추적, 분석한 다음 일회용 플라스틱을 활용할 방법을 찾아낸다.

제품은 또한 네트워크에 더욱 기반을 둘 것이다. 미국 업체 Advanced Functional Fabrics of Fiber는 섬유와 텍스타일을 네트워크화된 장치로 변환하는 작업을 진행하고 있다. 현재 이 분야의 기술 발전은 매우 빠르게 진행되고 있으며, 무어의 법칙을 능가해 거의 90일마다 기능이 두 배로 늘어나고 있다. 빠르면 5년 후에는 섬유 컴퓨팅을 통해 의류에서부터 자동차 시트에 이르는 다양한 제품에 상용화될 수 있을 것이다.



Maddalena Mometti

시사점

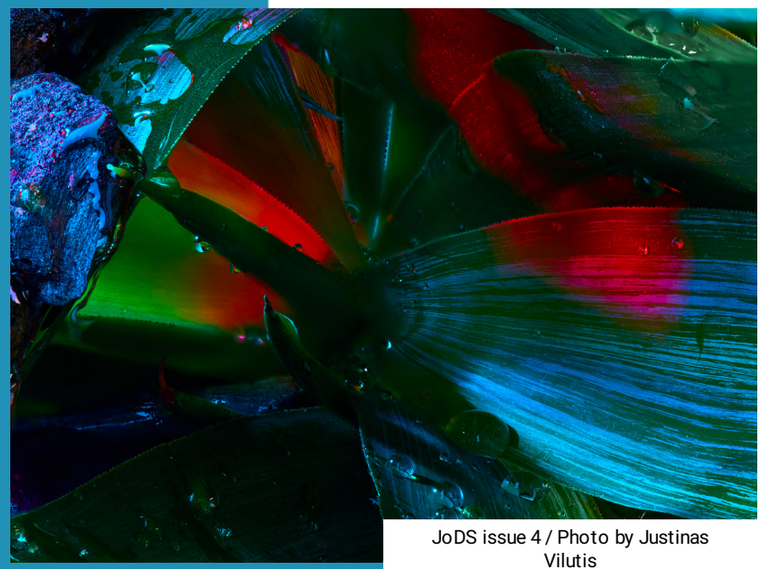
- 효과적인 수평적 접근방식을 취하기 위해서는 새로운 시스템을 통합해야 한다.
- 이를 촉진하기 위한 새로운 파트너십과 이니셔티브를 모색해야 하고, 이는 정부, 비영리 단체 또는 브랜드 간 협력으로 가능하다.
- 순환형 시스템의 기회를 파악하기 위해 공급망과 제조 과정을 재검토해야 한다.

다자간 협업

창조적인 교류를 위한 새로운 방법은 급진적인 협업을 장려하고 산업 간, 학제 간 혁신을 이끌도록 설계될 것이다.

맥락

- 복잡하게 얽혀있는 미래의 과제를 해결하려면 산업 간, 학제 간 접근이 필수적이다.
- 크리에이티브 전문가와 연구원들은 대규모 시스템의 복잡성을 줄이고 지식을 전파할 새로운 기회를 발굴하고, 디자인과 미적 방법론을 사용해 참여를 유도해야 한다.

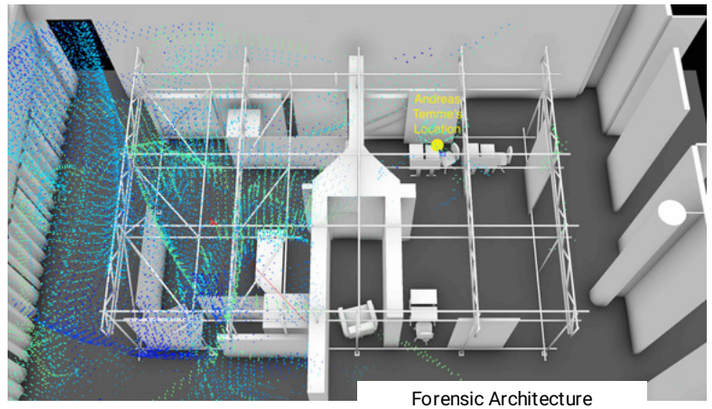


JoDS issue 4 / Photo by Justinas Vilutis

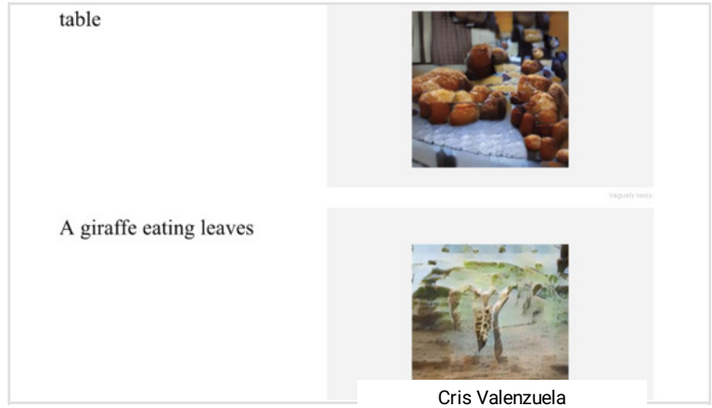
런던에 있는 리서치 그룹인 포렌식 아키텍처(Forensic Architecture)는 인권 유린, 폭력 행위 및 분쟁 지역을 조사해 증언, 연대기, 진실을 조합해 증거와 체계적 시각화를 하나로 묶어 사건을 조명한다. 그렇게 함으로써, 매우 정확하면서도 흥미로운 방식으로 기억 체계를 되살린다.

MIT에서 새로 선보인 출간물인 JoDS(디자인/과학 저널)는 다양한 학제 간의 장벽을 허물고자 한다. 제4호에 실린 낫사이 오드리 치자와 알렉산드라 데이지 긴즈버그 박사가 편집한 Other Biological Futures 논문에는 과학자, 디자이너, 아티스트, 액티비스트 간의 대화의 문을 열고, '서로 남남인' 분야의 전문가들이 [자신의] 분야를 뛰어넘어 소통하게 한다.

텍스트를 이미지로 변환시키는 크리스토발 발렌주엘라의 온라인 툴은 인공지능의 진화 과정을 실감나게 보여준다. 단어들을 텍스트 상자에 입력하면, 실시간으로 이미지가 생성되고, 문장을 읽고 해당하는 화면을 그려내는 시스템인 AttnGAN (Attention Generative Adversarial Network)이 진행되는 과정을 보여주며 인간과 알고리즘 간의 직접 상호작용을 가능하게 해준다.



Forensic Architecture



Cris Valenzuela

시사점

- 브랜드들은 이제 다양한 분야의 전문가들로 구성된 팀을 구축하고, 비즈니스에 내재한 사일로를 허물어야 한다.
- 급진적인 협업과 혁신을 촉진하기 위해 다른 관점과 업계에 종사하는 전문가와 연계해 신선한 사고를 이끌어내야 한다.

초인적 표현주의

서바이벌, 생존에 필요한 필수 상황, 강렬한 자기 표현에 대한 욕구 증가는 인간을 차세대 혁명의 단계로 이끌 것이다.

맥락

- 인간은 생존을 위해 환경와 상황에 적응하는 탁월한 능력이 있다. 기후 변화가 환경에 변화를 가져옴에 따라 인간은 극단의 수준으로 독창성을 발휘해 급진적인 발명을 이뤄내도록 도전을 받는다.
- 자기 표현에 대한 욕구 증가는 떠오르는 기술과 소재, 그리고 아름다움과 욕구에 대한 폭넓은 태도로 적응 단계를 거칠 것이다.

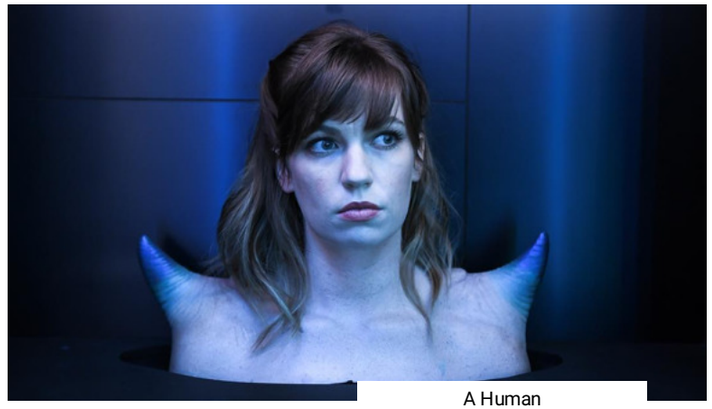
Jun Kamei

일본 디자이너 준 카메이는 3D 프린팅된 인공 아가미를 갖춘 '미래의 수중 생활을 위한 의상'을 선보이며 세계 인구 중 30%가 해수면 상승의 영향을 받고, 대도시들이 수중에 잠길 것을 예상되고 있는 2100년도를 앞서 대비한다. 이는 필요에 의해 촉발된 적응의 한 사례다.

또 다른 적응 사례는 아름다움과 바이오해킹 사이에 점점 커지는 중복에 의해 촉발될 것이다. 데이즈드 매거진은 '아름다움의 언어를 새롭게 정의내린다'는 사명을 갖고 새로운 플랫폼인 '데이즈드 뷰티'를 출시했고, 신체 변형과 디지털 효과로 강조한 미적 감각으로 가득 채워져 있다.

뉴욕 패션위크 기간 중 런칭한 A.Human은 피부 안에 빛나는 목걸이를 이식하거나 니콜라 포미체티의 뿔달린 의수의족을 착용하는 바이오해킹 미래를 선보이는 몰입형 체험 이벤트다.

캐나다 아티스트 듀오 페컬 매터(Fecal Matter)는 보그에서 '충격적이고, 섬뜩하게 아름답다'로 묘사한 의수의족과 경계를 뛰어넘는 비주얼로 유명하다. 브라질에서는 Aun Helden, Ecto Corporation, Enantio Dromos와 같은 아티스트가 이와 비슷한 극단을 시도하고 있다.



A Human

@matieresfecales

시사점

- 미에 대한 기준이 그 어느 때보다 폭넓어지며, 가까운 미래에 다양한 자기 표현에 대한 욕구에 불을 지필 것이다.
- 자기 표현을 가능하게 해주는 제품과 서비스 그리고 매장 경험을 활용해야 한다.
- 바이오해킹과 같은 자기 표현을 강화하고 개선하기 위해서는 미래의 첨단기술을 탐구해야 한다.

관련 정보

RSA Action & Research Centre: From Design Thinking to Systems Change, 2017

University of Texas: American Time Use Surveys Study, January 2018

Technavio: Global Home Furnishings Market 2017-2021

Fact.MR: Homewares Market 2017-2022

Futures Centre: Resource Scarcity

WHO and UNICEF: Progress On Drinking Water, Sanitation and Hygiene, 2017

Health Effects Institute: State of Global Air Report 2018

Statista: Biotechnology Industry, 2015

Newcotiana: Breeding Tobacco for Health

Zion Market Research: Global Bioplastics Market 2016-2022

Teddy Schuyers: Scentiment

World Happiness Report 2018

Anatomy of an AI System, 2018

Caroline Sinders: Feminist Data Set

Google: Inclusive Images Competition

Vogue: Fecal Matter

IBM Food Trust

Decentraland

Journal of Design and Science: Other Biological Futures

Cris Valenzuela: Text to Image Generator

African Development Bank: Access to Energy

Brandless: Pop-Up With Purpose

WellSpoken: Approved for Credible Content

ASOS: Collusion Launch

Digital Leaders: The Business Case for Accessibility & Inclusive Design

Norway Universally Designed By 2025

Coresight Research: US Plus-Size Apparel, 2018

Roucha Size Chart

Hart Club, London

CBC: Myera Group

Design Thinkers Academy: The Plastics Cloud

Fiber Computing: The Next Industrial Revolution

매크로 트렌드전망

고객의 비즈니스에 맞춰 새롭게 개편한 퓨처 트렌드 리포트

WGSN 매크로 트렌드전망 팀장인 리사 화이트가 새롭게 개편된 콘텐츠에 대해 오디오로 자세히 안내해 드립니다.

2021 미래 트렌드

연간 리포트 – 11월 출시

새로 나온 리포트 – 2021년을 이끌어 나갈 전 세계 거시 경제 동인과 성공 전략을 모색한다.

2021 미래 소비자

연간 리포트 – 1월 출시

전 세계와 각 지역마다 떠오를 소비자 동인, 우선순위, 인물 등을 집중 탐구한다.

Insight 서비스 전용

2021 미래 혁신

연간 리포트 – 11월 출시

이전의 '비전' 리포트로 12개월 단위의 전략과 함께 연 1회 출시한다.

'미래 혁신' 리포트는 2021년 여러 업계에 변화를 주도할 12가지 분야를 안내하고 '빅 아이디어', '트렌드 컨셉' 리포트와 연결되지만, 더 이상 테마별로 분류되지 않는다.

전체 서비스

2021 빅 아이디어

연간 리포트 – 1월 출시

아래에 게재된 리포트는 '미래 트렌드', '미래 혁신' 리포트를 바탕으로 한 아이디어와 함께 분야별로 연 1회 출시한다.

텍스타일
여성
남성
키즈
아웃도어 스포츠
데님
풋웨어
액세서리
뷰티
란제리 수영복
라이프스타일 인테리어

2021 트렌드 컨셉

시즌 리포트 –
F/W: 10월 출시 | S/S: 3월 출시

이전의 '트렌드전망' 리포트로 시장 출시 2년 앞서 시즌별 디자인 방향을 제시한다.

'컬러', '소재' 리포트는 테마별로 분류되지 않고, 패션, 인테리어, 뷰티는 각 시즌마다 세 가지 테마로 나뉘어서 전한다. 총 40개 이상의 리포트가 연 2회 출시된다.

Fashion / Lifestyle & Interiors 서비스 전용

비즈니스 전략 ← → **제품 디자인**