

# Deloitte.



## 2022 커넥티비티 및 모바일 트렌드 새로운 디지털 라이프를 마스터하다

딜로이트 기술/미디어/통신 센터

2022년 09월  
Deloitte Insights

# 목차

서문	3
서베이 개요	4
기기와 커넥티비티 최적화	5
직장과 학교에 대한 진화된 접근 방식	7
웰니스(Wellness) 관리	16
여전히 남아 있는 해결 과제	19
미래를 위한 고려사항	23

# 서문

소비자는 상호 연결된 기기들을 사용하여 일상생활과 웰빙(well-being)의 수준을 높이며 가상 세계와 물리적 세계 간의 균형을 조정한다. 지난 2년 넘게 이어져온 COVID-19 팬데믹은 기술과 연결 분야의 새로운 트렌드를 가속화하는 사회적 시험대를 만들었다. 팬데믹을 거치며 소비자의 물리적 세계와 디지털 세계 사이의 경계가 순식간에 모호해졌고 소비자들의 집은 가상 업무, 학습, 피트니스, 건강 관리, 쇼핑, 사교 및 엔터테인먼트를 즐기는 일상생활의 중심지로 부상했다.

지난 2021년 딜로이트 커넥티비티 및 모바일 트렌드 조사에서는 소비자들 이 갑자기 스마트 기기로 가득하게 된 집에 어떻게 적응했는지 연구했다. 소비자들은 새로운 기술, 엔터테인먼트 및 스마트 홈 기기를 새로 설치하고 기기 간 연결성을 개선하기 위해 네트워크를 업그레이드 했으며 다양한 기기와 서비스를 활용하고 관리하는 데에 적응했다. 이번 2022년 딜로이트 커넥티비티 및 모바일 트렌드 조사 결과 소비자들 이 집에서 일하고 학습하는 시간은 줄어들어 집이 전보다 덜 붐비게 되었고 이에 따라 기기, 네트워크 등에 관한 심각한 문제들이 잠잠해졌다.

소비자들은 디지털 생활에 완전히 익숙해졌고 자신들이 사용하는 기기를 최적화하며 가상 세계와 물리적 세계 간의 균형을 능숙하게 조정하고 있다. 뿐만 아니라 이들은 어떤 활동을 가상으로 하고 어떤 활동을 실제 세계에서 할 것인지에 대해 사전에

잘 구분할 수 있다. 재택근무나 원격수업을 경험한 소비자 10명 중 적어도 7명은 향후에도 가상세계에서 활동하는 옵션을 원한다. 그러나 가상세계에서 벌어지는 활동에는 여전히 개선해야 할 부분들이 있다. 과도한 기기 사용 및 기기 관리에 수반되는 작업들은 기술 피로감과 과도한 스크린 노출이라는 문제를 발생시킨다. 또한 소비자는 자신의 위치 데이터가 노출될 가능성을 포함하여 데이터 보안 및 개인 정보 보호에 대해 우려하고 있다. 기술 기업, 기기 제조기업, 앱 개발 및 통신 기업은 모두 소비자가 기기와 커넥티비티를 최적화하고 더 나은 가상 경험을 즐길 수 있도록 도울 수 있는 기회를 갖고 있다. 소비자에게 더 큰 투명성과 데이터 보안 및 개인 정보 보호에 대한 제어권을 제공할 수 있는 회사는 경쟁에서 우위를 점할 수 있을 것이다.



# 서베이 개요

디지털 생활에 대한 소비자의 태도를 이해하기 위해 딜로이트의 기술/미디어/통신 센터는 2022년 1분기 미국 소비자 2,005명을 대상으로 설문 조사를 실시했다. 설문 조사 대상이 된 디지털 생활에 관한 항목은 기기(기술, 엔터테인먼트, 스마트 홈, 스마트폰), 연결성(가정 인터넷 및 모바일), 가상 경험(직장, 학교 및 의료), 웨어러블 기기(피트니스 트래커 및 스마트워치) 등을 포함한다. 모든 데이터는 가장 최근의 미국 인구 조사 결과에 맞게 가중치를 두어 미국 소비자의 의견과 행동을 대표할 수 있도록 구성했다. 다양한 각 소비자 그룹에 대해 더 자세히 이해하기 위해 세대별로 응답자를 5개 그룹으로 나눴다. 또한 "당신은 어떤 성향의 소비자입니까?"라는 질문도 설문지에 표기하여 기술 수용 속도를 기준으로도 응답자를 4개 그룹으로 분류했다.



조기 수용자 (Early adopters)	빠른 추종자 (Fast followers)	신중한 수용자 (Cautious adopters)	뒤쳐진 수용자 (Late adopters)
설문응답자의 15%	설문응답자의 34%	설문응답자의 39%	설문응답자의 13%
최신 첨단 기기가 출시되자마자 구매/사용하려는 기술에 열광하는 성향의 소비자	신기술을 좋아하나 최신 기기가 출시된 후 기기에 대한 평가를 지켜본 후 구매하려는 성향의 소비자	신기술에 있어 실용적 태도를 가지고 기기가 완벽한 성능으로 출시될 때까지 기다리는 성향의 소비자	신기술을 두려워하고 새로운 기기 구매를 최대한 미루는 성향의 소비자

조기 수용자(early adopters)는 최신 첨단 기기가 출시되자마자 구매/사용하려는 성향의 소비자인데, 고소득 남성이 주를 이루며 42%가 밀레니얼 세대이다. 평균적으로 조기 수용자들의 가구에는 20개의 기기 종류와 총 31개의 기기를 가지고 있다. (일반 가구는 14개의 기기 종류와 총 22개의 기기)

## 기기와 커넥티비티 최적화

팬데믹의 세계적 확산이 지속되던 시기에 소비자들은 계속 집에 머물러 있을 수밖에 없었고 디지털이 우선시되는 라이프스타일을 가질 수밖에 없었다. 2022년에는 이러한 라이프스타일이 다시 원래대로 정상화되는 트렌드를 보였다. 딜로이트가 실시한 설문 조사 결과에 따르면 응답자의 집에서 사용하는 총 기기 수는 지난해 25대에서 올해 22대로 소폭 감소했다. 테크 기기의 수는 가구 당 평균 11대로 변동이 없었지만 스마트 홈 및 엔터테인먼트 기기 수는 소폭 감소한 것으로 파악됐다.

몇몇 요인들이 스마트 홈 및 엔터테인먼트 기기 카테고리의 사용 감소에 영향을 줬을 것이다. 소비자가 디지털 생활에 능숙해짐에 따라 일부 기기들은 다른 기기들보다 덜 중요하다는 것을 알아가고 있다. 또한 스트리밍 기능이 내장된 스마트 TV의 가격이 내려가면서 외부 스트리밍 기기는 시장을 잃어가는 것으로 보인다. 마찬가지로 스마트 피트니스 기기 수요도 현재 감소하고 있다. 피트니스 센터들이 다시 문을 열고 있기 때문이다. 음성 지원 스마트 스피커는 2020년에 수요가 매우 큰 폭으로 증가했기 때문에 최근의 감소세는 우려사항으로 간주하기 보다는 조정이라고 봐야 할 것이다.

### 스마트폰과 스마트홈

각종 스마트 기기들이 집안에 가득 차게 되면서 기기 간 연결성을 더 높이려는 수요가 생겼다. 지난 1년간 소비자들의 15%는 인터넷 서비스 속도를 업그레이드시켰고 44%는 집안 내 통신망 범위를 넓히기 위해 와이파이 확장 기기 및 통신망 증폭 기기 등을 구매했다. 이 중 상당수(87%)가 그들이 구매한 신규 기기가 와이파이의 성능을 높였다고 답했다. 소비자들의 8%만이 인터넷 서비스 제공 기업을 바꿨다고 답했는데 이는 새로운 서비스를 구독하고 인터넷 회선을 다시 설치하는 것이 번거로운 과정이기 때문으로 파악된다.

모바일의 경우 지난 2년 동안 소비자들의 5분의 1이 통신사를 바꿨다. 주된 이유는 더 나은 '가격 대비 가치(value for money)'를 원했기 때문이다. 또한 3분의 1 이상이 작년에 새 스마트폰을 구입했으며 32%는 내년 안에 새 스마트폰을 구입할 계획이다. 이는 대부분의 소비자가 전형적인 이동통신사 계약에 따라 2~3년 주기로 휴대폰을 업그레이드한다는 것을 보여준다.

스마트폰은 디지털 생활의 '범용 리모컨'으로 기능하며 설문조사 응답자 10명 중 6명은 스마트폰으로 스마트 홈 기기를 제어하고 10명 중 7명은 스마트폰을 활용해 쇼핑을 즐기고 결제를 한다. 조기수용자의 경우 10명 중 9명이나 이러한 활동에 스마트폰을 사용하는 것으로 나타났다.

스마트홈 커넥티드 기기 소유 현황을 살펴보면 2021년과 비교하여 평균적으로 큰 변동이 없다. 응답자의 31%는 스마트 홈 보안 시스템을 보유하고 있다. 실외 보안 카메라는 응답자의 29%, 카메라가 내장된 초인종은 28%, 스마트 조명 솔루션은 응답자의 25%를 가지고 있는 것으로 나타났다. 스마트홈 기기를 사용하는 응답자 중 68%는 기술이 더 안전한 생활을 영위하는데 도움이 된다고 답했다. 또한 응답자의 69%는 스마트 온도 조절 기기가 에너지 비용을 줄이는 데 도움이 된다고 했다. 그러나 스마트 기술과 소비자들이 여기서 느끼는 복잡성은 여전히 논란이 되고 있는데 이에 대해서는 추후 논의할 것이다.



### 5G의 질주

소비자들이 신규 기기로 스마트폰을 바꾸는 과정에서 5G 기능이 있는 기기로 업그레이드하고 있는 추세이다. 2021년에 기기를 바꾼 소비자 중 56%가 5G 기능이 있는 스마트폰으로 교체했다고 응답했으며, 2022년에는 그 비율이 최대 68%에 달할 것으로 보인다. 차기 휴대폰 구매 시 고려사항 중 5G는 배터리 수명 및 데이터 저장 공간에 이어 세 번째로 중요한 고려사항으로 조사되었다. 또한 내년엔 통신사를 변경할 가능성이 있는 응답자 24%에게 5G는 가격 대비 가치에 이어 두 번째로 중요한 통신사 변경 동기 요인으로 나타났다. 2023년의 스마트폰의 갱신 주기가 찾아오면 대부분의 스마트폰 사용자는 5G 서비스를 사용할 것으로 전망된다. 5G 스마트폰 사용자의 절반은 새로운 커넥티비티 표준(5G) 많은 기능과 경험을 향상시킨다는 데 동의했다. 5G를 사용하기 전과 비교한 응답 결과는 다음과 같다.

- ✔ 응답자의 4분의 1은 더 오랜 시간 스트리밍 비디오를 시청한다고 답했다.
- ✔ 응답자의 5분의 1은 모바일 핫스팟과 결제 기능을 더 많이 사용한다고 답했다.
- ✔ Z세대 응답자의 4분의 1은 더 오랜 시간 모바일 게임을 즐긴다고 답했다.

스트리밍, 모바일 핫스팟, 모바일 결제, 모바일 게임 등은 4G 스마트폰으로도 할 수 있는 활동들이지만 사용자들은 5G 휴대폰에서만 구현 가능한 신규 애플리케이션 및 경험들을 기다려 왔기에 큰 만족감을 보였다.

전체적으로 응답자의 48%는 5G 서비스가 예상했던 것보다 다소 또는 상당히 만족스럽다고 응답했으며 다른 45%는 기대에 부합한다고 답했다(그림 1 참조). 불만족스럽다는 응답자는 8%에 불과했다. 초기 수용자 그룹의 경우 더 만족감을 나타냈다. 초기수용자 그룹의 48%는 5G가 기대치를 크게 상회한다고 답했다. 이는 스마트폰 기기 제조기업과 서비스 제공기업에 좋은 소식이며 5G 수용 확산 및 혁신에 좋은 징조로 보인다.

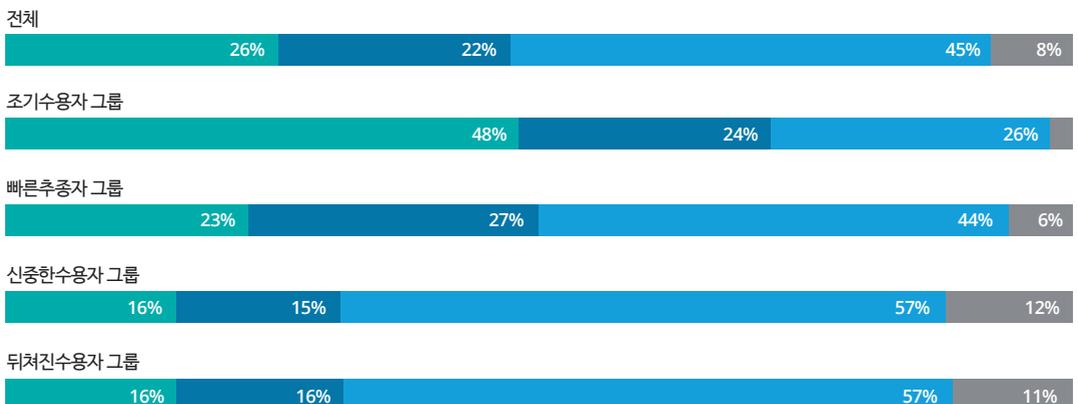
하지만 아직 소비자들은 5G가 어떤 기능을 더 향상시키는지 아직 확신하지 못하고 있다. 응답자의 4분의 3은(73%) 5G의 새로운 기능에 대한 더 깊은 이해를 원하고 30%는 5G를 활용한 혁신적인 애플리케이션 및 서비스가 부족하다는 인식에 실망했다. 그럼에도 불구하고, 5G 스마트폰 사용자 전체의 66%(초기수용자 그룹의 83%)가 5G를 더 잘 활용할 수 있는 프리미엄 서비스 패키지(bundle)에 관심이 있다고 응답한 측면에서 모바일 서비스 제공 기업과 기술 기업에게는 더 큰 기회이다.

그림 1

**스마트폰 사용자 10명 중 9명은 5G 서비스가 그들의 기대를 만족시키거나 기대보다 훨씬 더 많이 만족시킨다고 답했다.**

질문: 당신이 사용하는 스마트폰의 5G 서비스에 대해 기대했던 것과 대비하여 얼마나 만족하십니까?

■ 매우 만족 ■ 다소 만족 ■ 기대에 부응 ■ 기대에 못 미침



## 직장과 학교에 대한 진화된 접근 방식

팬데믹은 재택근무 및 원격 학습으로의 극적인 전환을 촉진했다. 이 원격 근무 및 원격 학습에 대한 사회적 실험이 시작된 지 2년이 지나고 팬데믹이 적정 수준으로 완화되면서 사람들의 생활 방식은 대면 경험 방식으로 돌아갔지만 가상으로 접속하는 직장 and 학교는 지속되고 있고 원격 근무의 비중은 감소했지만 여전히 중요하다. 설문조사에 참여한 소비자의 45%가 한 명 이상의 가구 구성원이 근무 시간 중 최소 일부 시간은 재택근무를 하고 있다고 답했다. 이 수치는 2021년(55%)보다는 감소한 수치이다. 성인 근로자의 47%는 지난 1년간 근무 시간 중 최소 일부 시간은 재택근무를 했다고 답했다. 원격 수업은 원격 근무보다 훨씬 많이 감소했지만 소비자의 23%는 한 명 이상의 가구 구성원이 적어도 학습 시간의 일부는 집에서 원격으로 수업을 들었다고 응답했다. 이는 2021년(43%)보다는 감소한 수치이다.

### 재택근무의 유행은 지속된다

재택근무는 팬데믹 락다운 기간 동안 많은 근로자에게 유일한 옵션이었지만 이제는 많은 근로자가 선호하는 옵션으로 바뀌었다. 실제로 지난 1년 동안 재택근무를 한 사람들의 99%는 재택근무 형태가 만족스러웠다고 답했다. 그들이 가장 중요하게 생각한 장점은 통근의 불필요, 편안함의 향상, 질병 감염 가능성 감소, 높아진 집중력, 가족 관계 개선 등으로 나타났다(그림2 참조).

재택근무의 단점에 대한 순위를 묻는 질문에는 일과 삶의 균형 문제, 스트레스, 가정 내 인터넷 품질, 화상 회의 관련 문제 등으로 나타났다. 하지만 근로자들이 재택근무 경험을 쌓아가고 네트워크와 기기들이 최적화되며 인터넷 속도 문제가 해결되면서 재택근무의 단점들은 작년에 비해 상당 부분 해결되었다(그림3 참조).

그림 2

근로자들은 전반적으로 재택근무에 만족했지만 일과 삶의 균형, 스트레스, 커넥티비티, 화상회의 측면에서의 문제들은 지속되는 것으로 나타났다.

### 지난 1년간 경험한 재택근무의 장단점(상위 5개)

#### 장점

- 1위 통근 불필요
- 2위 편안함(자유 복장, 온도/조명 자율 조정)
- 3위 질병 감염 가능성 감소
- 4위 업무에 대한 집중도 상승
- 5위 가족과의 유대감 상승

#### 단점

- 1위 근무 시간 중 신경 써야 하는 가사 업무
- 2위 스트레스 심화 및 번아웃
- 3위 느린 인터넷 속도와 불안정한 네트워크
- 4위 출근 대비 근무 시간 증가
- 5위 화상회의 관련 문제(낮은 화상회의의 시스템 품질)



그림 3

2021년에 설문조사 대상자에게 질문했던 재택근무의 단점 17가지 사항 모두 2022년에 크게 감소한 것으로 나타났고 일부 사항들은 두자릿수 이상 줄어들었다.

지난 1년간 가장 크게 줄어든 재택근무의 단점	단점이라고 응답한 비율	2021년 대비감소 비율
출근 대비 근무 시간 증가	32%	-17
지나치게 많아진 의사소통 방법	24%	-17
화상회의 관련 문제	25%	-15
지나치게 많은 화상회의와 이로 인한 업무의 실질적 수행 가능 시간 감소	26%	-14
시스템이 원활하게 작동하지 않음	16%	-14
본인 혹은 가족 구성원이 개인 소유한 기기가 원활하게 작동하지 않음	14%	-12
회사로부터 지급받은 기기가 원활하게 작동하지 않음	14%	-12

출처: 2022 커넥티비티 및 모바일 트렌드

설문조사 표본 대상: 지난 1년간 근무 시간 중 최소 일부분을 재택근무로 근무한 근로자

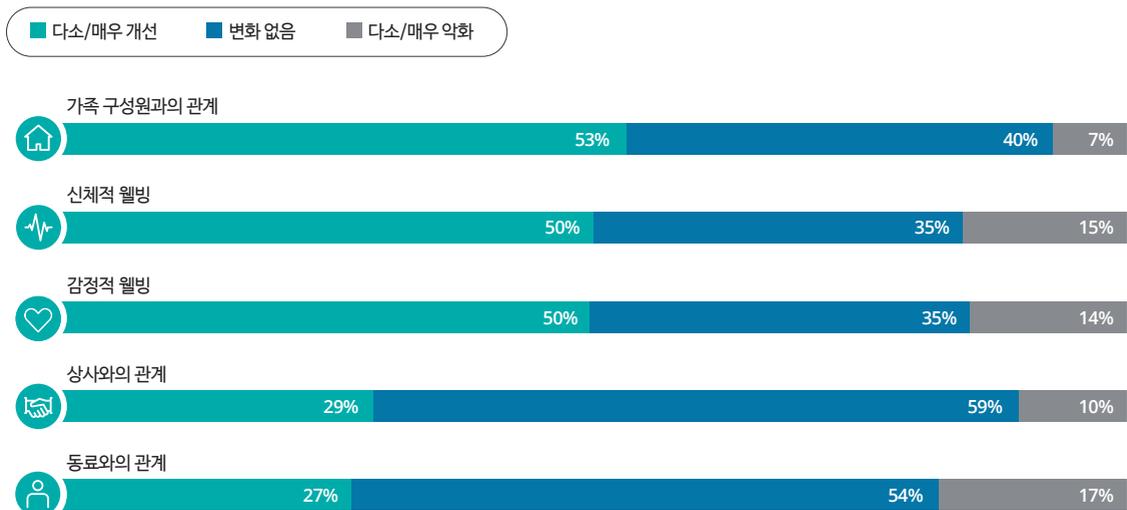


재택근무자의 관점에서 원격 근무는 매우 성공적인 실험이었다. 지난 1년 동안 재택근무자의 절반 이상이 가족 관계, 신체적/정서적 웰빙이 개선되었다고 응답했다(그림 4 참조). 비록 상사 및 동료와의 관계가 개선되었다고 말할 가능성은 높지 않지만, 10명 중 2명 미만의 응답자만이 직장 동료 간 유대 관계가 감소했다고 답했다.

그림 4

**10명 중 8명 이상이 재택근무 덕분에 가족 관계, 신체적/정서적 웰빙이 개선되었거나 기존과 동일한 수준이라고 답했다.**

재택근무가 다음 각 사항들에 있어 어떤 영향을 주었습니까?



출처: 2022 커넥티비티 및 모바일 트렌드

설문조사 표본 대상: 지난 1년간 근무 시간 중 최소 일부분을 재택근무로 근무한 근로자, 응답을 거부한 일부 비율은 결과에서 제외

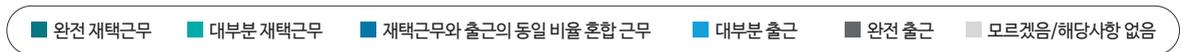


재택근무의 장점과 위에서 살펴본 고무적인 결과를 감안할 때 재택근무자들이 팬데믹의 영향이 약화됐음에도 불구하고 재택근무 또는 혼합(재택+출근) 근무 형태를 압도적으로 원하는 것은 그리 놀라운 일이 아니다(그림 5 참조). 지난 1년 동안 재택근무(파트타임 포함)의 거의 절반(43%)이 완전 재택 또는 일부 재택근무를 선호했으며 다른 32%는 재택근무와 출근을 동일한 비율로 혼합하여 일하는 것을 선호했다. 15%는 대부분 출근하는 근무 형태를 원했고 6%만이 완전히 출근하는 형태의 근무를 원했다. 전체적으로 고용된 성인 근로자 중 49%는 재택근무 혼합 근무 형태를 원하고 10명 중 3명 미만만 완전히 대면 출근 형태를 원하는 것으로 나타났다.

그림 5

**원격 근무 경험이 있는 성인 근로자의 4분의 3과 전체 성인 근로자의 절반이 원격 근무 또는 혼합(재택+출근) 근무 형태를 선호하는 것으로 나타났다.**

COVID-19 팬데믹이 완화되는 상황에서, 당신이 선호하는 근무 형태는 무엇입니까?



지난 1년간 재택근무 경험이 있는 성인 근로자



전체 성인 근로자



출처: 2022 커넥티비티 및 모바일 트렌드

\* 응답을 거부한 일부 비율은 결과에서 제외

재택근무 환경에 있어 개선할 여지는 여전히 많다. 재택근무를 하는 근로자에게는 여전히 더 향상된 연결성, 동료와의 협업 개선, 산만함 및 스트레스를 관리할 수 있는 기술이 필요하다. 모든 직무가 재택근무에 적합한 것은 아니다. 또한 재택근무로 업무를 수행하는 것이 용이한 산업에서도 적합한 미래 근무 형태에 대해 근로자와 고용주 간의 활발한 논의와 협상이 진행 중이다. 일각에서는 재택근무가 계속되어야 하고 팬데믹을 거치며 생겨난 근무 방식의 변화는 근 수십 년 중 가장 큰 사회적 변화라 주장한다. 근로자들은 재택근무를 하든 출근을 하든 상관없이 모든 업무 활동에 있어 사려 깊게 일해야 한다. 고용주들은 언제, 어떤 이유로 근로자들을 함께 출근시켜야 하는지 깊게 고민해야 한다. 유연한 근무 형태에 대한 근로자들의 요구를 무시하는 회사들은 고급 인재의 근속을 유지 못하고 경쟁 우위를 잃을 수도 있다.

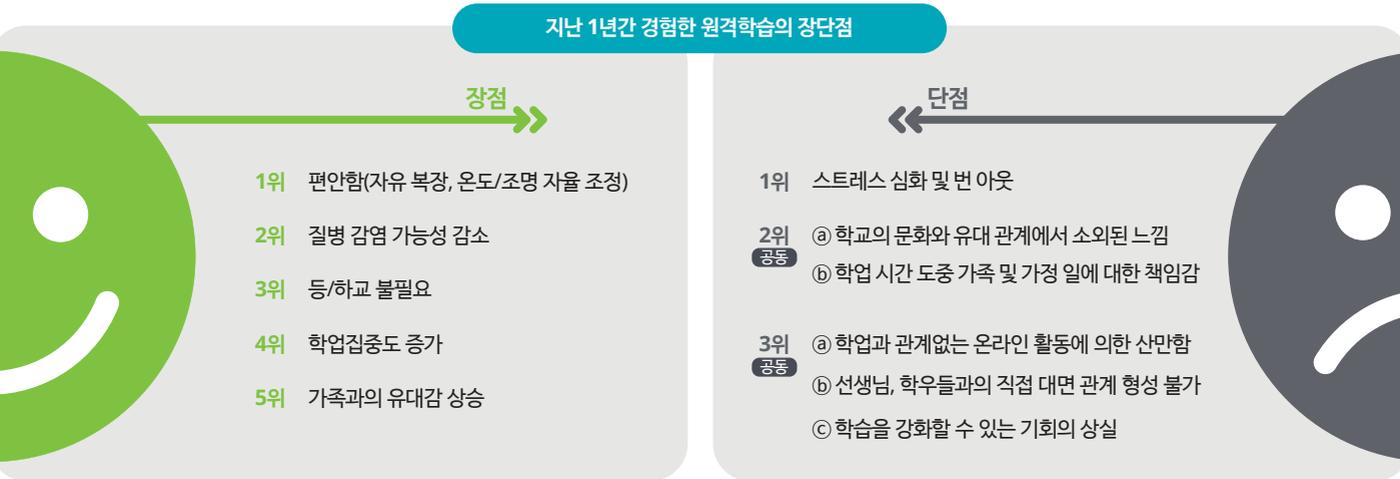


**원격 학습의 놀라운 장점**

2020년 팬데믹으로 인해 발생한 원격 학습으로의 급격한 전환은 디지털 불평등(고속 인터넷, 컴퓨터 및 온라인 리소스에 대한 액세스 부족 등) 뿐만 아니라 아이들의 정서적 웰빙, 사회적 유대감, 학업 참여 및 학력 증대 등에 대한 우려를 초래했다. 현재 많은 학생들이 기존의 대면 학습으로 돌아갔지만 설문 조사에 응답한 사람들의 거의 4분의 1이 지난 1년 동안 여전히 집에서 원격 학습을 하는 가족 구성원이 있는 것으로 나타났다. 이 그룹은 과도기에 있는 원격 학습 실험에 대한 통찰력을 제공했다.

설문조사에서 학부모와 학생의 97%가 원격 학습의 일부 요소를 높게 평가한다고 말했다. 가장 큰 장점은 재택근무자가 언급한 장점과 유사한데 편리함 증가, 질병 위험 감소, 등/하교 불필요, 집중력 향상, 가족 유대 강화 등이다(그림 6 참조). 가장 큰 단점은 스트레스 증가, 가족 구성원으로서의 책임감 증가, 산만하고, 단절되거나 소외된 느낌 등으로 나타났다. 그러나 기술이 향상되고 학생과 교사가 원격 수업에 대해 익숙해지면서 원격 수업의 애로사항은 지난 1년간 많이 감소한 것으로 나타났다(그림 7 참조).

그림 6  
원격 학습의 애로사항은 많이 줄어들었지만 스트레스, 산만함, 소외감 증가는 계속되는 것으로 나타났다.



출처: 2022 커넥티비티 및 모바일 트렌드  
설문조사 표본 대상: 지난 1년간 학습/교육 시간 중 최소 일부분을 원격으로 학습한 학생 혹은 학부모

그림 7  
원격학습의 16가지 애로사항은 2022년 전년에 비해 약화된 것으로 나타났고 몇몇 사항은 두자릿 수 이상 내려갔다.

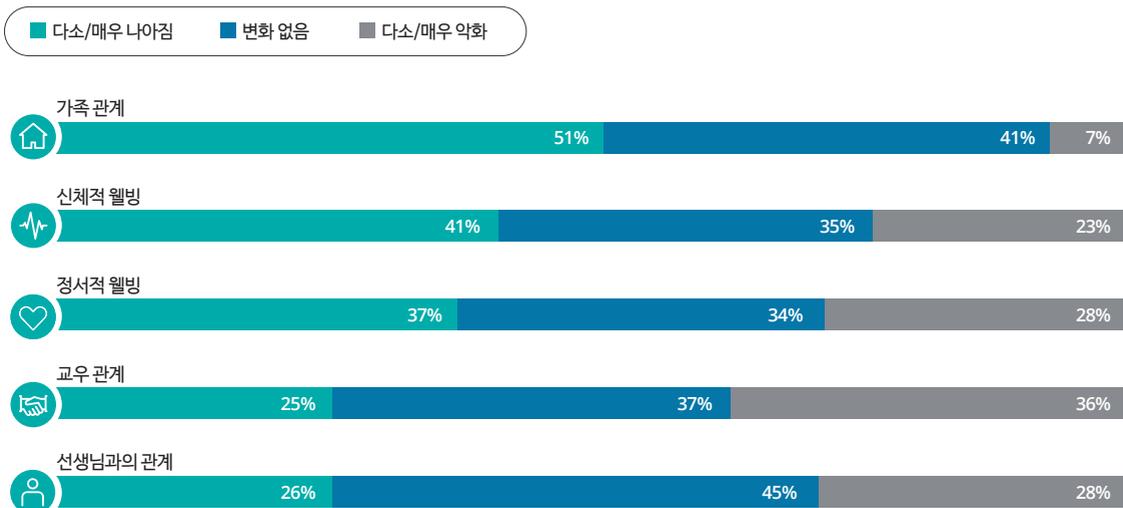
지난 1년간 가장 약화된 원격학습의 애로사항	애로사항이라고 응답된 비율	2021년 대비 감소한 비율
학업과 관계없는 온라인 활동에 의한 산만함	39%	-21
학교가 제공한 기기들이 잘 작동하지 않음	21%	-16
지나치게 많아진 의사소통 방법	31%	-15
지나치게 많은 화상회의와 이로 인한 학업의 실질적 수행 가능 시간 감소	30%	-14
선생님들이 종종 원격 수업 기술 활용을 잘 하지 못함	34%	-12
원격 화상 수업 관련 문제	38%	-11
학교 접속 시스템이 잘 작동하지 않음	28%	-11
학교 측의 기술 지원 부족	25%	-10

출처: 2022 커넥티비티 및 모바일 트렌드  
설문조사 표본 대상: 지난 1년간 학습/교육 시간 중 최소 일부분을 원격으로 학습한 학생 혹은 학부모



설문 조사에서 10대들은 팬데믹 대유행 초기 단계에서 정신 건강 위기를 경험한 것으로 나타났고 다른 사람들과 가상으로 연결되어 있고 학교 사람들과 가깝다고 느끼는 그룹은 정서적 웰빙 문제가 덜 만연한 것으로 나타났다. 그리고 지난 1년 동안 원격으로 학습하던 10대와 성인들은 원격 학습에 대해 놀랍도록 긍정적인 전망을 드러냈다. 원격 수업을 받은 학생의 절반 이상은(51%)는 원격 수업 덕분에 가족 관계가 개선됐다고 느꼈고, 10명 중 7명 이상이 정서적, 육체적 웰빙 및 교사와의 관계가 개선되거나 유지됐다고 말했다(그림 8 참조). 원격 수업의 가장 큰 우려 사항은 급우들과의 관계라고 나타났으며 36%는 급우와의 관계가 소원해졌다고 말했다. 흥미롭게도 지난 1년 동안 원격 학습에 참여한 학생들의 부모는 원격 수업에 대해 더 긍정적이었다. 학부모의 16%만이 자녀의 신체적 웰빙이 감소했다고 생각했고, 19%만이 정서적 웰빙이 낮아졌다고 했다.

그림 8  
**원격 학습 경험자의 10명 중 6명이 가족 관계, 친구/선생님과의 관계, 정서적/신체적 웰빙이 더 나아졌거나 유지됐다고 답했다.**  
 원격 학습이 당신의 건강과 인간관계에 어떤 영향을 미쳤습니까?



출처: 2022 커넥티비티 및 모바일 트렌드  
 설문조사 표본 대상: 지난 1년간 학습/교육 시간 중 최소 일부분을 원격으로 학습한 학생



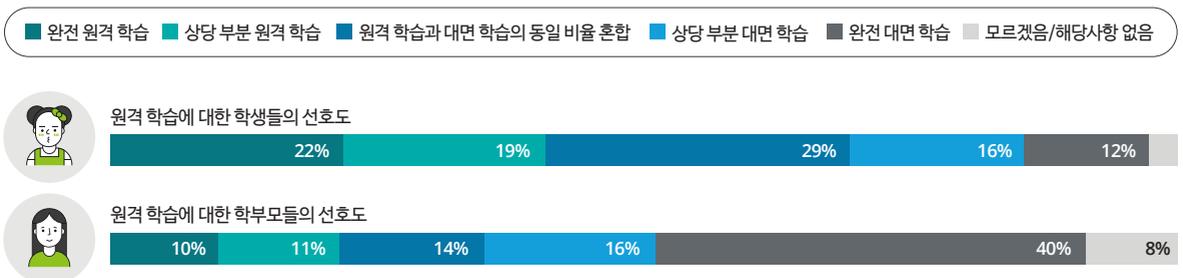
지난 2년 동안의 원격 학습 경험을 통해 교육이 '일률적으로 적용되는 것이' 아님을 깨닫게 했다.

설문 조사 결과 따르면 지난 1년 동안 원격 학습을 경험한 학생의 70%가 미래에 원격 수업 또는 혼합(원격+대면 수업) 학습을 희망하는 것으로 나타났다(그림 9 참조). 응답자의 12%만이 100% 대면 수업을 원한다고 답했다. 학부모의 입장은 조금 달랐다. 원격 학습에 대한 긍정적인 반응에도 불구하고 학부모의 35%만이 원격 학습 또는 혼합 학습을 선호했고 40%는 자녀가 학교에서 완전 대면 학습하기를 원했다. 이는 더 많은 가족 구성원이 동시에 집에서 일하고 학습함에 따라 주의가 산만해지고 네트워크를 비롯한 기술 문제에 대한 우려로 인해 나타난 반응일 수 있다.

그림 9

**학생의 70%가 향후 원격 학습 또는 혼합 학습(원격+대면)을 선호했으나 학부모는 35%만이 원격 혹은 혼합 학습을 선호했다.**

COVID-19 팬데믹이 끝나가는 상황에서 향후 선호하는 학습 방식은 어떤 것인가?



출처: 2022 커넥티비티 및 모바일 트렌드

설문조사 표본 대상: 지난 1년간 학습/교육 시간 중 최소 일부분을 원격으로 학습한 학생 혹은 학부모

교육자와 기술기업이 더 향상된 원격 학습 경험을 위해 협력할 기회가 있다. 원격 수업을 받는 학생은 스트레스와 산만함을 관리하고 교우, 선생님과 더 연결되어 있다는 느낌을 받기 위해 도움이 필요하다. 교육자들은 대면 교실에서 가장 잘 수행 가능한 학습 활동과 원격 수업으로 수행할 수 있는 학습 활동을 잘 구분하고 고려해야 한다. 또한 어떤 수업 내용을 실시간으로 교육할지 또는 비동기식(실시간이 아닌 녹화/녹음된) 교육 콘텐츠로 제공할지 고려해야 한다.



## 웰니스(Wellness) 관리

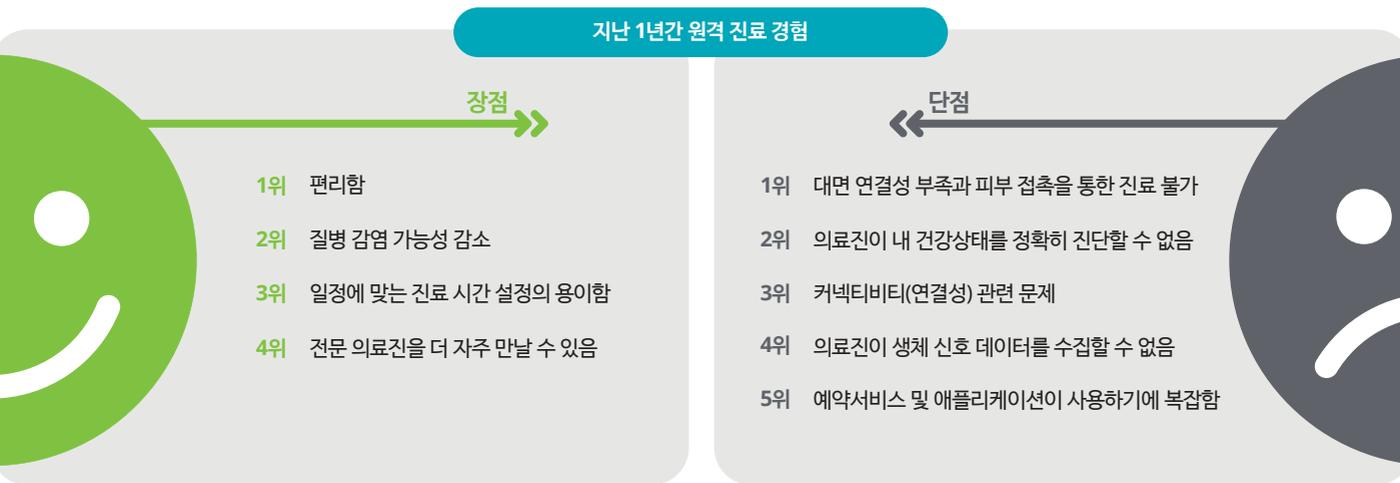
건강 및 웰빙 관리는 지난 몇 년간 점점 더 디지털화되고 있다. 팬데믹이 확산하면서 소비자들은 감염 예방을 위해 원격 의료를 매우 빠른 속도로 받아들였다. 팬데믹이 확산한 첫해에 원격 진료 방문객은 전년 대비 무려 63배 증가했다 (2019년 84만 건/2020년 5,270만 건). 또한 소비자들은 건강과 몸매 관리를 위해 스마트폰과 웨어러블 기기를 사용하고 있다.

### 일상생활의 일부가 된 원격 진료

소비자의 49%는 지난 1년 동안 환자로서 원격 진료를 받아본 적이 있다고 답했다. 밀레니얼 세대의 경우 59%가 한 번 이상 원격 진료를 받아본 적이 있다고 답해 원격 진료 트렌드를 주도하고 있다. 26%는 다른 사람이 환자인 원격 의료에 적어도 한번 참석한 것으로 나타났다. 가상 진료의 가장 큰 장점은 편리함, 질병 감염 확률 감소, 진료 시간 설정의 용이함 등이었다(그림 10 참조). 소비자들은 한편 원격 진료의 단점으로 대면 상담의 불가, 생체 신호 관찰의 어려움, 애플리케이션 및 네트워크 등의 기술 관련 문제 등을 언급했다.

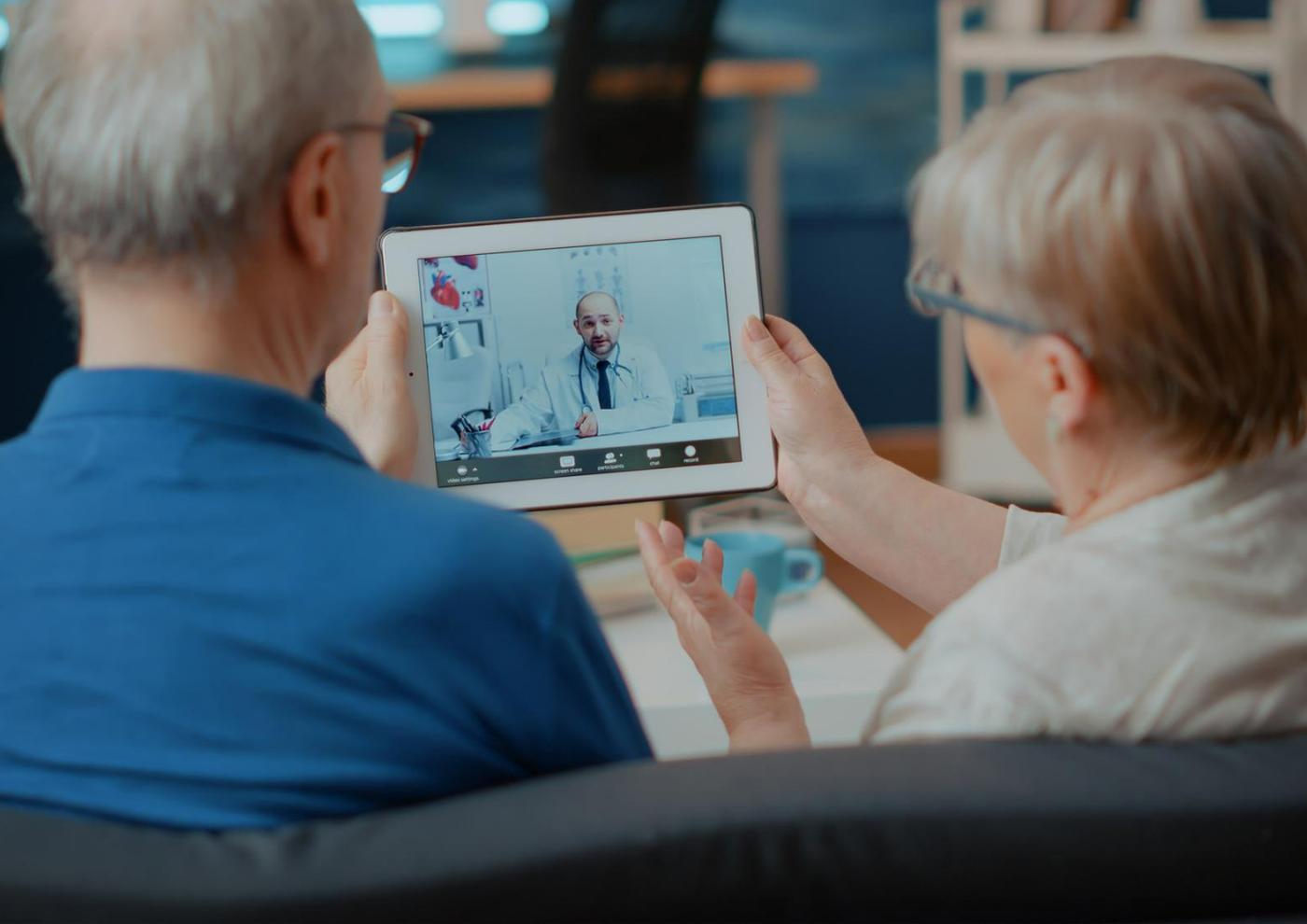
그림 10

편리함 및 예약과 진료 참석의 용이성이 원격 진료의 가장 큰 장점으로 나타났다.



출처: 2022 커넥티비티 및 모바일 트렌드

설문조사 표본 대상: 지난 1년간 원격 진료를 받아본 환자 혹은 보호자

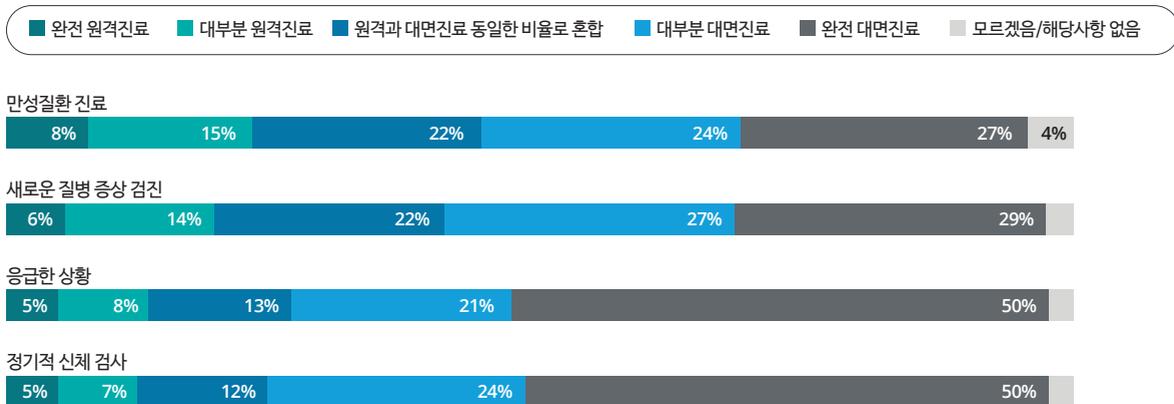


지난 1년 동안 원격 진료에 대한 만족도가 높아졌다. 소비자의 92%가 원격 진료 경험에 매우 또는 다소 만족한다고 말했는데 이는 2021년 대비 10포인트 증가한 수치이다. 특히 매우 만족한다고 응답한 비율이 39%에서 48%로 증가했다. 베이비붐 세대는 57%가 매우 만족한다고 응답하여 가장 높은 만족도를 가진 것으로 파악됐다. 소비자는 팬데믹이 진정된 후에도 원격 진료 및 건강관리를 활용하려고 하지만(그림 11 참조) 필요한 진료의 종류에 따라 원격 진료 활용 빈도가 다른 것으로 나타났다. 만성 질환 및 새로운 증상을 진단할 때 10명 중 4명 이상이 원격 진료 또는 혼합(원격+대면) 진료를 선호한다고 말했다. 그러나 응급한 상황 및 문제 및 정기 건강 검진의 경우 소비자 10명 중 7명은 여전히 대부분 또는 완전한 대면 진료를 선호했다.

그림 11

**원격 진료 경험이 있는 소비자들은 향후에도 원격 진료 및 혼합(원격+대면) 진료를 받을 의사가 있다고 답했다.**

COVID-19 팬데믹이 완화된 후 선호하는 진료 방식은 무엇입니까?



출처: 2022 커넥티비티 및 모바일 트렌드

설문조사 표본 대상: 지난 1년간 원격 진료를 받아본 환자 혹은 보호자

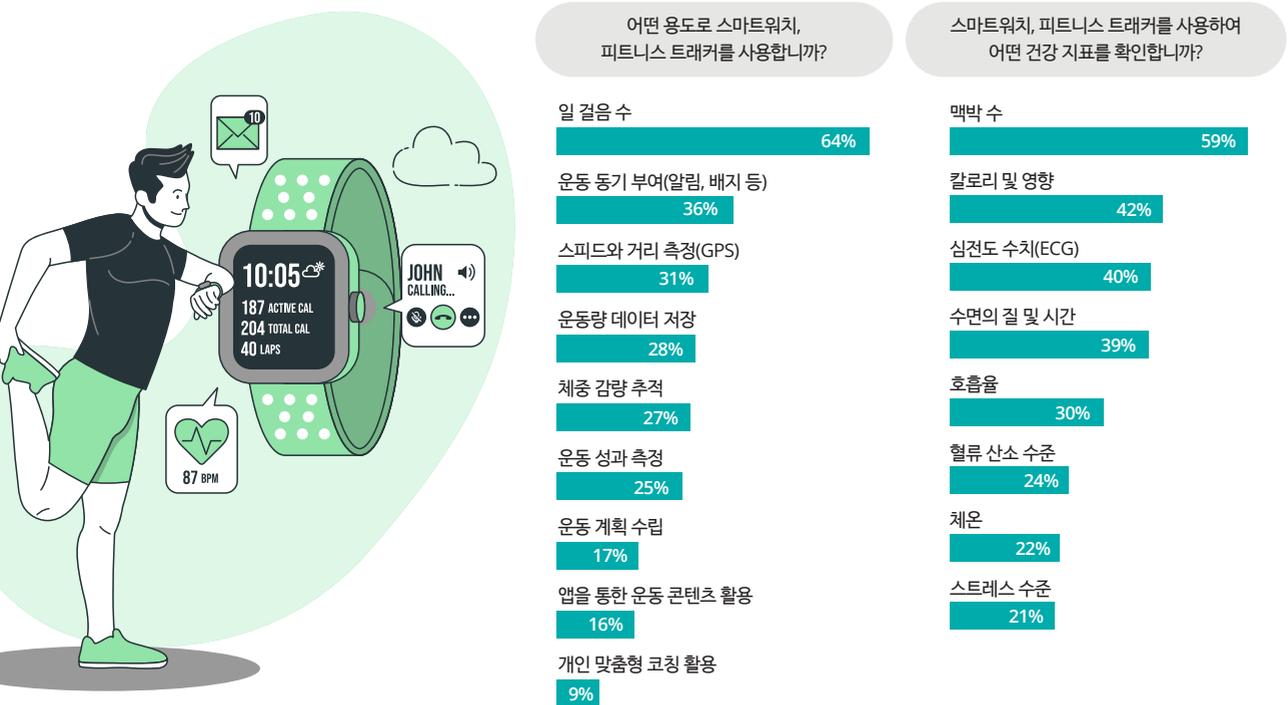
### 모바일 기기가 건강 및 피트니스를 증진시키고 있다

소비자들은 건강 및 피트니스 목표를 달성하기 위해 스마트폰을 사용하고 있다. 스마트폰 사용자의 최소 3분의 1은 휴대전화로 건강을 모니터링하거나 피트니스를 추적한다고 답했다. 10명 중 3명은 운동 앱을 사용하고 5명 중 1명은 명상이나 정신 건강 앱을 사용하는 것으로 나타났다. 초기수용자 그룹은 모바일 기기 사용 비율이 더 높았는데 10명 중 6명은 건강 및 피트니스 모니터링을 위해 기기를 사용하고, 절반 이상은 운동 앱을 사용했으며, 5명 중 2명은 명상 또는 정신 건강 앱을 사용하는 것으로 나타났다.

스마트폰 외에도 소비자들은 웰빙을 추구하기 위해 점점 더 웨어러블 기기를 구매하고 있다. 응답자의 41%는 스마트워치나 피트니스 트래커를 개인적으로 소유하고 있다고 답했다(2021년 대비 2포인트 상승). 그리고 10명 중 6명은 가정에 비치해 놓고 있다. 기기를 소유한 소비자 10명 중 9명은 피트니스를 추적하고 건강 지표를 모니터링하는 데 이 기기들을 사용하고 있는 것으로 나타났다. 가장 일반적인 용도는 일일 걸음 수 측정, 맥박수를 추적, 칼로리/영양소 계산, 심장 건강을 모니터링, 수면을 추적 등이었다(그림 12 참조). 사용자의 3분의 1 이상은 운동 동기 부여를 위해 알림이나 배지를 받는다고 응답했다. 사용자는 웨어러블 기기에 매우 만족한다는 반응을 보였는데 기기들을 활용하면서 건강 데이터 공유가 더 쉬워졌고 대부분의 기기 소유자 55%는 자신의 건강 데이터를 앱, 이메일, 문자 등을 통해 의료 서비스 제공자와 공유한다고 말했다.

그림 12

소비자들은 신체활동과 건강 상태를 측정하기 위해 스마트워치, 피트니스 트래커를 사용하고 있다.



출처: 2022 커넥티비티 및 모바일 트렌드  
 설문조사 표본 대상: 개인적으로 스마트워치 또는 피트니스 트래커를 소유하고 있고 사용한 경험이 있는 소비자

# 여전히 남아 있는 해결 과제

소비자는 디지털 생활과 수많은 기기에 익숙해지고 있지만 여전히 개인 정보 보호 문제, 스크린 사용 시간문제, 기술 복잡성 문제 등을 관리하기 위해 노력하고 있다. 기술 및 통신 기업, 기기 제조기업, 앱 개발 기업들은 소비자가 직면한 이러한 고충들을 경감시킴으로써 새로운 기회를 창출할 수 있다.

## 보안 및 프라이버시

상호 연결된 디지털 기기를 사용하는 응답자 중 50%는 보안 침해(예: 개인 데이터를 훔치는 해커)에 대해 걱정하고 41%는 스파이 대상이 되는 것에 불안감을 가지고 있다. 또한 스마트 홈 사용자의 거의 절반(49%)이 해커가 스마트 기기 제어권을 탈취하는 것에 대해 우려하고 있다(예: 온도 조절기 설정 변경 등).

특정 기기의 경우 절반 이상의 사용자가 스마트폰 및 스마트 홈 기기의 보안 취약성에 대해 걱정하고 있으며 사용자의 40%는 스마트워치 및 피트니스 트래커의 데이터 보안에 대해 우려하고 있다. 10명 중 4명 이상은 이러한 디지털 기기들을 통한 위치 추적에 대해서도 불안감을 느낀다. 이러한 두려움은 당연한 결과이다. 2021년에 개인정보 침해가 사상 최대치를 기록했다 때문이다. 설문조사 응답자의 3분의 1이 지난 1년 동안 해킹이나 사기의 피해를 입었다고 답했으며 17%는 두 번 이상 피해를 입었다고 말했다(그림 13 참조). 가정에서 더 많은 디지털 기기를 설치할수록 이러한 개인정보 침해가 더욱 증가할 가능성이 있으며 Z세대 소비자는 이전 세대보다 사기에 훨씬 더 취약한 것으로 나타났다. 이는 온라인에서 활동하는 Z세대 사용자의 수가 많고 정보 보안에 대한 지식이 상대적으로 부족하기 때문일 것으로 분석된다.

그림 13

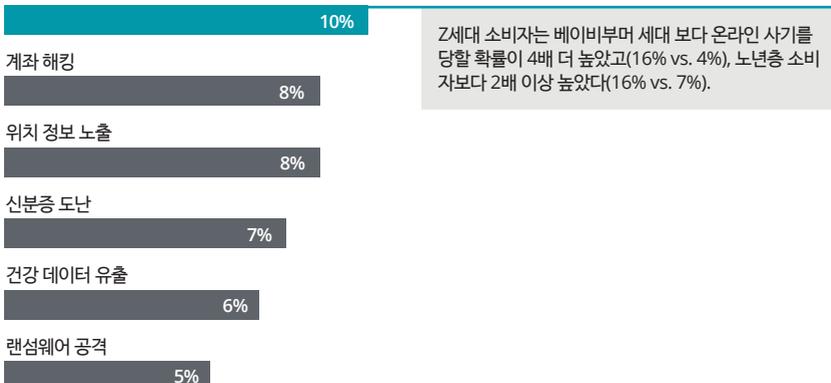
**응답자의 3분의 1은 지난 1년 동안 최소 한 가지 유형의 보안 침해로 피해를 입었으며 17%는 두 가지 이상을 경험했다고 답했다.**

지난 1년 동안 다음과 같은 종류의 데이터 또는 보안 침해를 경험했다고 응답한 소비자

### 소셜미디어 계정 해킹

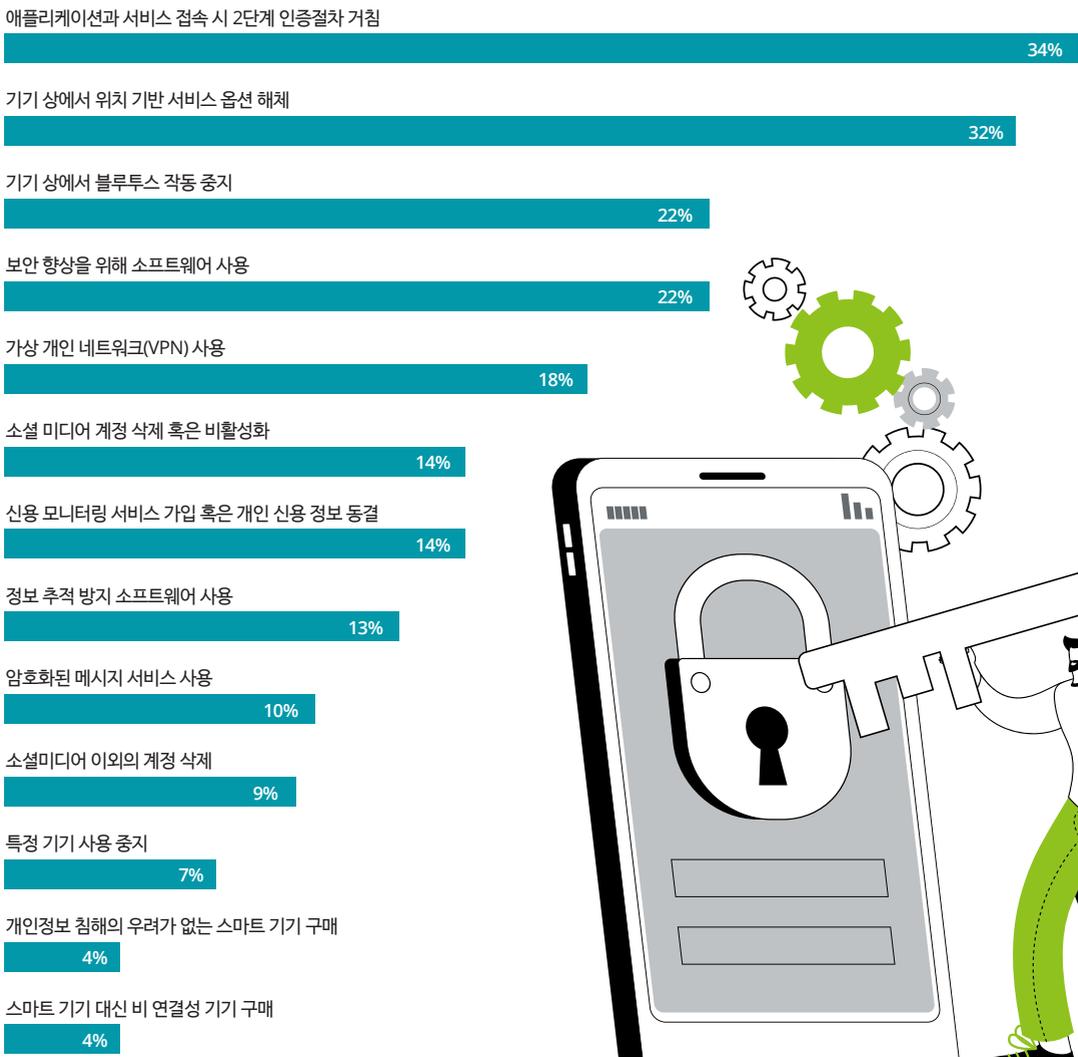


### 온라인 사기



이러한 개인정보 침해의 확산으로 인해 각종 보안 조치들이 촉진되어야 하지만 설문 조사 결과는 그렇지 못한 것으로 나타났다. 우리는 2단계 인증을 사용하는 방안부터 위치 및 블루투스 연결을 끄고 설치하는 조치, 보안 소프트웨어 설치 등을 포함하여 소비자가 데이터를 보호하기 위해 취할 수 있는 13단계 조치를 분류했다(그림 14 참조). 응답자의 71%가 최소 한 단계(일반적으로 모바일 운영 체제에서 실행되는 조치)를 취했지만 21%만이 4단계 이상을 수행하는 것으로 나타났다. 2번 이상의 침해를 경험한 사람들도 데이터를 보호하기 위해 평균적으로 3가지 조치만 취하는 것으로 파악됐다.

**그림 14**  
**개인 정보 침해에도 불구하고 소비자들은 평균적으로 2가지의 능동적인 보안조치만을 취하는 것으로 나타났다.**  
 데이터 프라이버시와 보안 우려사항을 해결하기 위해 각 조치를 취했던 소비자들의 비율



소비자가 데이터 보안에 대해 걱정을 하면서도 왜 더 많은 조치를 취하지 않는가? 설문조사 결과 주요 원인은 숙명론적 사고와 허무함이라는 것을 알게 됐다. 설문조사 응답자의 4분의 3은 더 많은 조치를 해야 한다고 생각했지만 실행에 옮길 동기부여가 부족하다고 생각했다. 그들이 더 많은 보안 조치를 취하지 않는 가장 큰 3가지 이유는 어떤 조치를 취하든 무엇을 하든 기업들이 자신들의 정보를 추적할 것이라는 느낌, 어떤 조치에도 불구하고 해커가 해킹할 것이라는 느낌, 단순히 무엇을 해야 할지 모르는 느낌 때문으로 나타났다. 네 번째 이유는 추가 보안 솔루션에 대한 비용을 지불하고 싶지 않기 때문이었다.

기기 제조 기업과 서비스 제공기업은 자신들의 행동이 중요하지 않을 것이라는 소비자들의 태도에 대해 서로 다른 접근 방식을 취할 수 있다. 일부는 사용자 데이터의 수익화를 두 배로 늘리는 반면, 다른 일부는 소비자에게 더 많은 제어 권한을 부여하는 방법을 찾을 수 있다.

### 스크린 과다 노출

주요 미디어는 너무 많은 스마트 기기 사용 시간의 잠재적인 해로운 영향과 '기기 사용 중단'의 중요성을 강조해 왔다. 설문 조사에 참여한 학부모 중 절반은 자녀의 기기 사용 시간을 제한하는 데 어려움을 겪고 있다고 밝혔고, 18세 이상 성인의 38%는 자신의 기기 사용을 자제하는 데 어려움을 겪는다고 말했다. 14~17세 응답자의 경우 더 심했다. 10명 중 거의 6명(59%)이 적절한 수준으로 스크린 노출 시간을 제한하는 데 어려움을 겪고 있다고 응답했다.

이러한 현상이 확산되고 있는 가장 큰 이유는 소셜 미디어 플랫폼에서 사용자가 직접 만들어내는 저용량의 숏폼 비디오 콘텐츠가 증가하고 있기 때문이다. 이와 관련한 설문조사 결과에서 14~17세 청소년 10명 중 7명(68%), 18세 이상 성인 중 49%가 예상했던 것보다 더 오랜 시간 숏폼 비디오 콘텐츠를 시청한다고 답했다. 보다 쉬운 방식으로 사용자들이 지나치게 오래 스크린에 집중하는 것을 자제하게 만드는 기술 기업들의 부분적 개입이 필요할 수도 있다.

### 기술 피로감

기기 관리의 복잡성으로 인한 좌절감은 2021년보다는 덜하지만 여전히 소비자들의 해결 과제로 남아 있다. 앞서 언급했듯이 설문조사 응답자 가정에는 평균 22개의 스마트 디바이스가 있다. 전반적으로 소비자의 24%는 관리해야 하는 기기와 구독 중인

서비스가 너무 많다고 말했다. 이는 작년의 32%에서 감소한 수치이다(그림15 참조). 스마트 홈 기술의 경우 사용자의 27%가 이러한 기기가 삶을 너무 복잡하게 만든다고 응답했다.

스마트 기기와 서비스 구독에 압도되었다는 느낌은 기기의 수와 채택근무, 원격수업을 하는 사람들의 수에 따라 증가하는 것으로 나타났다(그림 15 참조). 지난 1년 동안 채택근무와 원격수업에 대한 경험이 쌓이고 직원과 학생들이 사무실과 교실로 돌아가면서 이전보다는 관리가 조금 더 쉬워졌다는 결과가 나왔다.

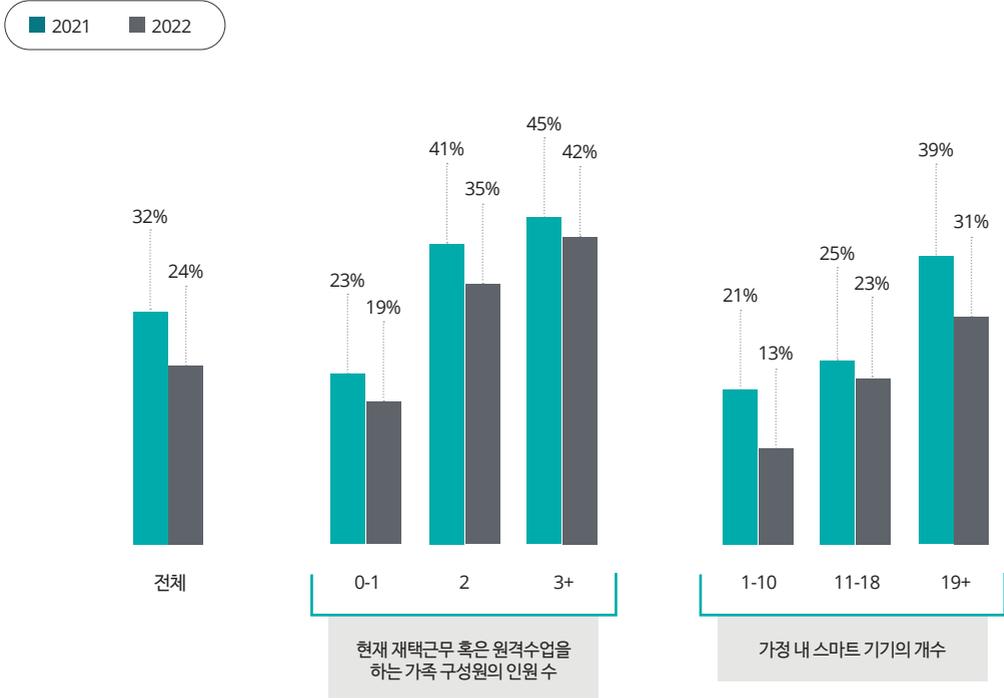
특히 조기수용자(평균 31개의 장치 사용)가 기술 피로를 가장 심하게 느끼는 것으로 나타났다. 36%는 수많은 기기들과 서비스 구독에 압도됐다고 말했다. 기술 기업들은 스마트 기기 매니아 층이 직면하는 문제점에 주의를 기울이고 각종 기기들을 더 쉽게 관리하고 보호할 수 있도록 만들어야 한다.



그림 15

기술 피로감은 가정 내 스마트 기기의 개수와 재택근무/원격수업을 하는 가족 구성원 숫자와 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

관리해야 하는 스마트기기 및 구독 서비스 개수에 압도당하는 느낌을 받는 소비자 비율(다소/매우 동의함)



## 미래를 위한 고려 사항

2022년 설문조사 결과를 종합하면 소비자들은 자신의 스마트 기기와 가상 경험(재택근무, 원격수업 등)이 삶에 긍정적인 영향을 미치고 있다고 느끼지만 디지털 세계와 물리적 세계의 균형을 추구할 필요를 동시에 느끼고 있다. 그들의 웰빙과 생산성을 향상시키는 동시에 복잡성을 줄일 수 있는 경험을 찾고 있는 것이다.

☑️ **5G:** 기업들은 5G의 향상된 인터넷 속도를 더 잘 활용하는 새로운 경험을 제공할 수 있는 방안들을 고려해야 한다. 예를 들어 새로운 몰입형 경험을 위해서는 5G가 반드시 필요하다. 또한 사용자 간 상호 작용 과정에서 이전보다 더 많은 데이터가 만들어지고 가상 현실, 증강 현실, 웨어러블 및 햅틱 인터페이스가 활성화되면서 더 많은 스마트 기기가 필요해질 것이다. 가상 현실 게임에 대한 욕구이든 실시간 증강 현실 애플리케이션이든 메타버스에 대한 모바일 액세스이든 간에 소비자들은 5G가 기반이 되어 구현되는 미래에 대한 준비가 되었음을 보여줬다.

☑️ **해킹 및 추적:** 모바일 보안은 표준 정립 경쟁 및 이해관계자 간 무분별한 경쟁이 확산하는 영역이 될 수 있고 이는 이에 소비자들은 좌절감과 불확실성을 느낄 수 있다. 그렇기 때문에 스마트 기기 제조기업과 소프트웨어 퍼블리싱 기업들은 보안 표준 프레임워크 확립과 데이터 수집/활용 과정에서의 투명성 제고 영역에서 새로운 기회를 창출할 수 있다. 기업들은 소비자에게 각종 설정들을 보다 쉽게 관리할 수 있는 툴을 제공해야 하며 개인 프라이버시를 침해하지 않으면서 데이터 마이닝을 강화하는 솔루션(예: 합성 데이터 분석 및 동형 암호화 등)을 개발해 나가야 한다.

데이터 보안 및 유효성은 민감한 건강 관련 데이터를 수집하는 웨어러블 기기의 경우 특히 중요하다. 메타버스 경험 전반에 걸쳐 이식성과 상호 운용성을 확립할 때 Web3 솔루션은 사용자에게 디지털 ID 및 데이터에 대한 훨씬 더 큰 제어 권한을 제공할 수 있다.

☑️ **기술 피로감:** 기술 피로감 정도가 낮아지는 추세이지만 여전히 스마트 기기와 서비스 구독에 압도됐다고 보고한 소비자들이 많다. 특히 조기수용자 그룹에서 피로감이 매우 큰 것으로 나타났다. 스마트 홈 기기의 확산하면서 스마트 홈 관련 기기가 소비자들의 예상대로 작동하지 않을 때 소비자들이 느끼는 피로감이 커졌다. 새로운 표준은 스마트 홈 기기들이 1개의 관리 인터페이스에서 원활하게 상호 운용되도록 하는 것을 목표로 하며 이는 소비자들이 느끼는 복잡성과 불만을 줄이는데 도움이 될 것이다.

☑️ **스크린 과다 노출:** 응답자들은 자신과 자녀들이 스크린에 노출되는 시간을 관리하는 데 어려움을 겪는다고 말했다. 스마트 기기 및 애플리케이션에 탑재된 메뉴를 통해 스크린 노출 시간을 통제할 수 있는 경우가 많지만 일반적으로 메뉴로 들어가 2~3단계를 거쳐야만 설정을 바꿀 수 있어 소비자들에게 직관적인 사용자 경험을 제공하지 못하는 경우가 많다. 기술 기업들은 건강 전문가와 상의하여 권장 지침을 만든 후 이를 기본적으로 기기 펌웨어에 설치하는 방안을 고려해야 한다. 사용자가 이러한 종류의 능동적인 혁신을 볼 때 소비자들은 가상세계와 물리적 세계의 균형을 장려하는 기술에 대해 지갑을 열 것이다.

☑️ **하이브리드 활동:** 고용주와 근로자는 대면 출근과 재택근무 간 적절한 균형을 모색하고 있으며, 어떤 업무와 활동들이 온라인, 오프라인 근무에 적합한지 신중하게 고려하고 있습니다. 교육 분야에서도 같은 논의가 이뤄지고 있다.

기업/기관들은 연결성 및 온라인 툴을 개선하고 동료와의 긴밀한 협업을 촉진하며, 스트레스 관리에 도움이 되는 기술 또는 정책들을 제공함으로써 재택근무 근로자 및 원격 수업을 듣는 학생들을 지원할 수 있다. 또한 또한 동기 부여, 신뢰, 팀 결속력, 공평한 경험 등을 포함한 하이브리드 활동 (재택근무, 원격수업 등)으로 인해 발생하는 문제에 적극 대응해야 한다.

이번 딜로이트의 조사, 연구를 통해 도출된 내용들은 기술 기업, 통신 기업, 스마트 기기 제조기업, 애플리케이션 개발 기업, 의료 서비스 제공 기관, 인적 자원 및 인재 교육 서비스 제공 기관 등을 비롯해 다양한 기업/기관의 리더에게 통찰력을 제공할 수 있다. 향후 성공할 가능성이 높은 기업은 훌륭한 디지털 경험을 제공할 뿐만 아니라 스마트 기기 관리, 데이터 보안, 기술 피로감, 스크린 과다 노출 등으로 인해 소비자들이 느끼는 피로감을 완화하는데 도움이 되는 비즈니스 모델을 만들어 나가는 기업일 것이다.



# Deloitte.

## Insights

딜로이트 안진회계법인·딜로이트 컨설팅  
고객산업본부

손재호 Partner  
고객산업본부 본부장  
jaehoson@deloitte.com

정동섭 Partner  
딜로이트 인사이드 리더  
dongjeong@deloitte.com

김사힘 Director  
딜로이트 인사이드 편집장  
sahekim@deloitte.com

**HOT LINE**  
**02) 6099-4651**

Deloitte refers to one or more of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms, and their related entities (collectively, the “Deloitte organization”). DTTL (also referred to as “Deloitte Global”) and each of its member firms and related entities are legally separate and independent entities, which cannot obligate or bind each other in respect of third parties. DTTL and each DTTL member firm and related entity is liable only for its own acts and omissions, and not those of each other. DTTL does not provide services to clients. Please see [www.deloitte.com/about](http://www.deloitte.com/about) to learn more.

Deloitte Asia Pacific Limited is a company limited by guarantee and a member firm of DTTL. Members of Deloitte Asia Pacific Limited and their related entities, each of which are separate and independent legal entities, provide services from more than 100 cities across the region, including Auckland, Bangkok, Beijing, Hanoi, Hong Kong, Jakarta, Kuala Lumpur, Manila, Melbourne, Osaka, Seoul, Shanghai, Singapore, Sydney, Taipei and Tokyo.

This communication contains general information only, and none of Deloitte Touche Tohmatsu Limited (“DTTL”), its global network of member firms or their related entities (collectively, the “Deloitte organization”) is, by means of this communication, rendering professional advice or services. Before making any decision or taking any action that may affect your finances or your business, you should consult a qualified professional adviser.

No representations, warranties or undertakings (express or implied) are given as to the accuracy or completeness of the information in this communication, and none of DTTL, its member firms, related entities, employees or agents shall be liable or responsible for any loss or damage whatsoever arising directly or indirectly in connection with any person relying on this communication. DTTL and each of its member firms, and their related entities, are legally separate and independent entities.