

실버세대를 위한 모바일 서비스 개발 전략

A Developing Strategy of Mobile Services for the Silver Generation

이 정 호

경원대학교 시각디자인과

Lee Jung-Ho

Kyungwon University College of Arts & Design Dept. of Visual Design

* 이 연구는 2010년도 경원대학교 지원에 의한 결과임

1. 서론

- 1-1. 연구 목적
- 1-2. 연구 방법

2. 이론적 배경

- 2-1. 실버세대의 정의
- 2-2. 실버세대의 특성
- 2-3. 실버세대의 라이프 스타일
- 2-4. 실버산업
- 2-5. 모바일 디바이스 - 휴대폰

3. 실버세대를 위한 모바일 서비스

- 3-1. 건강
- 3-2. 보안
- 3-3. 교육

4. 사례연구

- 4.1 AU 'Run&Walk'
- 4.2 NIKE + iPod
- 4.3 Elder 911
- 4.4 SK텔레콤 PAM

5. 결론

참고문헌

논문요약

본 논문은 실버세대를 위한 모바일 서비스의 현황과 활용 사례를 연구하고 그 개발 전략을 제시하는데 목적을 두었다.

연구 방법으로는 먼저 기존 문헌 조사를 통해 현 실버세대의 특성을 파악하고 그들의 변화된 라이프 스타일과 실버산업에 대해 고찰하였으며 모바일 서비스를 제공하는 대표적 기기인 휴대폰의 역사와 트렌드를 연구하였다.

다음으로 모바일 서비스의 영역을 구분하고 실버세대들의 잠재 수요가 높다고 판단된 분야를 3개로 도출하여 각각의 특성을 고찰하였다.

사례연구로는 헬스케어에 관련된 서비스와 GPS를

이용한 위치추적 서비스의 사례를 분석하여 결론적으로 시장에서의 성공 가능성이 높은 모바일 서비스의 영역과 함께 개발 전략을 제시하였다.

실버세대를 위한 모바일 서비스 시장은 높은 성장 잠재력을 가지고 있으며 새로운 비즈니스의 기회라 할 수 있다. 본 논문은 이러한 현 상황에 대해 이해하고 실무적으로 실버 세대를 위한 모바일 서비스를 개발하는 데 도움이 될 수 있을 것이다.

주제어

실버세대, 휴대폰, 모바일 서비스

Abstract

This study deals with a developing strategy of mobile services for the silver generation. The main aim of this paper is to explore the applications of mobile services and to suggest a developing strategy.

To achieve the aim, this paper investigated existing resources to examine the characteristics of the silver generation, their changing lifestyles and silver industries. Secondly, mobile phones are examined, mainly recent trends of mobile phones.

Afterwards, the area of mobile services are classified and divided as three areas which are relevant with silver generation.

Through case studies, the current situation of mobile phones and services were analysed, and old consumer's potential needs were analysed as well.

Based on findings, this paper suggested the areas of mobile services which can be successful in the market and a developing strategy of mobile services for the silver generation.

The markets of mobile services for silver generation have huge potential and it is an appropriate time to pay attention to the possibilities of the mobile services for the silver generation.

Keyword

Silver Generation, mobile, mobile service

1. 서론

일반적으로 고령 세대는 신기술에 익숙하지 않으며 고령화에 따른 육체적, 정신적인 한계로 인해 젊은 세대들에 비해 휴대폰이나 PMP 등의 소형 멀티미디어 기기를 다루는데 어려움이 있다고 여겨지고 있다. 실제로 소형 전자 기기들은 작은 스크린과 키패드, 버튼을 가지고 있으며 이는 소형 기기를 사용하는데 있어 고령 세대들에게 장애가 되고 있고 이러한 한계점으로 인해 현재까지 실버세대들은 휴대폰 시장에서 주력 소비자층으로 인식되지 못해 몇몇 실버폰이라 불리는 고령 세대들을 위한 휴대폰 출시 외에는 시장의 주 소비자로 대접받지 못하는 상황이다.

그러나 사회의 전반적인 고령화로 인해 타 산업 분야에서는 이미 노인들을 위한 실버산업이 각광받고 있는 현상을 고려할 때 IT 관련 분야에서도 향후 몇 년 안에 고령 세대가 소형 전자기기의 주요한 소비층으로 부상할 가능성이 있으며, 스마트폰의 대중화에 힘입어 비교적 고연령층에 해당되는 기업체의 임원들에게도 스마트폰의 열풍이 불고 있음을 볼 때 실버세대들을 위한 모바일 서비스의 필요성은 점점 높아지고 있다고 할 수 있다. 그러나 현재까지 국내에서 실버세대들을 위한 모바일 서비스에 관련된 연구는 주로 사용자 인터페이스 디자인 개발 부분에 집중되어 있으며 실제로 모바일 서비스를 개발하기 위한 근원적인 부분인 실버세대의 니즈 분석이나 개발 전략에 관련된 연구는 찾아보기 힘든 실정으로, 위에 열거한 바와 같이 국내의 여러 상황을 복합적으로 고려할 때 실버세대를 위한 모바일 서비스 개발과 관련된 연구가 절실히 필요한 시점이라 하겠다.

1.1. 연구 목적

본 논문의 주요 목적은 실버세대를 위한 모바일 서비스의 현황과 활용 사례를 연구하고 그 개발 전략을 제시하는데 있다.

1.2. 연구 방법

먼저 기존 문헌 조사를 통해 현 실버세대의 특성을 파악하고 그들의 변화된 라이프스타일과 실버 산업에 대해 고찰하였으며 모바일 서비스를 제공하는 대표적 기기인 휴대폰의 역사와 트렌드를 연구하였다. 다음으로 모바일 서비스의 영역을 구분하고 실버세대들의 수요가 높다고 판단된 분야를 3개로 도출하여 각각의 특성을 고찰하였다.

사례연구로는 헬스케어에 관련된 서비스와 GPS를

이용한 위치추적 서비스의 사례를 분석하였다.

2. 이론적 배경

2.1. 실버세대의 정의

실버세대를 정의하기 위해서는 노인이나 노년층이란 단어에 대한 정의가 먼저 필요할 것이다.

노인에 대한 정의는 여러 연구에서 제기되어 왔는데, 고먼(Gorman, 2000)은 그의 저서에서 60세가 노인의 시작이라고 주장하였으며 이는 그 나이가 사회적 은퇴 시기와 맞물리기 때문이라고 보았다. 오리모(Orimo, 2006)는 사회 일반적인 인식으로 65세 이상을 노년층으로 보는데 마케팅적인 관점으로 일부 기업에서는 55세 이상을 노년으로 기준하기도 한다고 하였다. 이러한 연구 결과들을 종합할 때 노년층에 대한 기준 연령 자체는 확립되어 있지 않으며 사람들의 생각이나 느낌, 문화적 차이에 의해 결정된다는 것을 보여주고 있다.

전통적으로 노년층의 소비 성향은 보수적이고 수동적, 의존적이라 여겨져 왔으며 이에 따라 젊은 세대들에 비해 구매력 역시 떨어진다고 생각되어져 왔다. 이러한 선입견은 오래도록 지속되었으나, 최근에는 여러 연구 결과를 통해 이러한 패턴에 변화가 일어났음이 밝혀지고 있다. 김정실(2009, p.324)은 이러한 연령대적 특성과 세대적 특성으로 이전 세대의 노년층과 달리 독립적이고 능동적인 역할을 부여받고 경제력을 갖춘 세대를 '뉴 실버세대'라 규정하고 있기도 하다.

이러한 뉴 실버세대들은 이전의 실버세대들에 비해 충분한 구매력을 가지고 있어 이에 연관된 산업의 필요성이 증대되고 있다.

사회, 경제적 발전과 의료 기술 발전으로 인해 대부분의 선진국에서는 평균 수명이 연장되었으며 그 결과로 노령 인구가 점점 늘어나고 있다. 일본 후생성(2006)에서는 고령화가 선진국들의 공통현상이며 특별히 일본과 한국에서 그 속도가 빠르고 특히 한국의 고령화 사회 도달 속도는 대단히 빠르다는 점을 밝힌 바 있다. 많은 선진국에서는 이에 따라 고령화 사회에 대한 대책을 수립하고 있으며 노년층을 위한 산업 장려도 그 대책 중의 하나이다.

2.2. 실버 세대의 특성

시간이 흐르고 나이를 먹게 됨에 따라 인간의 육체에는 여러 변화가 수반된다. 그것은 외양의 변화와 함께 육체적인 능력의 쇠퇴를 수반하는데 이러한 육

체적 능력의 쇠퇴는 산술적인 연령의 증가와 밀접한 관계가 있다. 이러한 육체적인 특징은 노인들이 소형 전자기기를 사용하는데 있어 영향을 미치는데 직접적인 영향을 줄 수 있는 것으로는 다음과 같은 것들이 있다.

2.2.1 육체적 요인

(1) 시력

시력은 고령화에 따라 감소한다. 많은 노인들이 원시를 가지고 있으며 가까운 물체를 식별하는데 어려움을 겪는다. 휴대폰을 비롯한 소형 전자기기들은 텍스트와 이미지를 작은 스크린에 투영하기 때문에 이는 식별의 곤란함을 가중시킬 수 있다.

2)청력

일반적으로 청력은 40대부터 그 기능의 감퇴가 시작된다. 청력감퇴는 노화에 수반되는 일반적 증상이며 멀티미디어 기기의 사용에 지장을 줄 수 있다.

3)근력

노인들의 근력은 보통 청장년층에 비해 떨어진다. 이는 노인들의 움직임이 느린 이유가 되며 빠른 속도의 기기 조작이 어려울 수도 있다.

4)기억력

노화와 함께 인간의 뇌는 지속적으로 그 세포들을 잃어버리게 되며 뇌의 전체 크기도 작아진다. 노인들의 기억력은 청년에 비해 좋지 않다고 여겨지고 있으나 위털(Withall, 2004)은 그러한 인식이 단지 편견일 뿐이며 노인들의 학습에 별다른 영향을 주지 못한다고 주장하기도 하였다.

5) 불면

많은 노인들에게서 수면시간의 단축을 관찰할 수 있다. 생물학적 요인 이외에도 심리적 요인, 즉 불안과 죽음에의 공포, 가족에 대한 걱정 등은 노인들에게 불면증을 일으킨다. 수면 부족은 육체적 운동의 동기를 감소시킬 수 있다.

2.2.2 심리적 요인

하비거스트(Havighurst, 1980)는 노인들이 은퇴로 인한 사회로부터의 고립이 아닌 지속적인 관계를 원한다고 하였다. 이러한 점은 실버세대들에게 사회와의 소통을 위해 휴대폰이 중요한 도구라는 점을 설명할 수 있을 것이다.

노인들의 일반적인 심리적 욕구는 그들의 특성에서 찾을 수 있다. 그들은 육체적, 정신적, 경제적으로 안정적인 상태를 원한다. 그들은 가족 구성원들과 지속적인 관계를 원하며 젊은 세대들에게 그들의 능력을 보여주기 원한다. 또한 사회가 어떻게 변화하고

있는지 알기를 원한다. 건강하고 장수하는 인생은 그들의 가장 중요한 관심사 중의 하나이다. (Havighurst, 1980, p.117)

육체적이고 정신적인 특성과 다르게, 심리적 특성과 물리적 나이와는 큰 관계가 없는데 이는 동기와 정신적 요소 등과 같은 예측하기 어려운 요소에 영향을 받기 때문이다. 정신적인 변화는 노화와 환경변화에 대한 개인적 적응능력과 문제해결능력을 포함한다.

2.3 실버세대의 라이프스타일

새로운 실버세대는 평균수명의 연장과 경제력 증대와 함께 도래하였다. 과거의 수동적인 노인들과 다르게 그들의 라이프스타일은 더 능동적이다. 과거와 현재의 실버세대들 간의 주요한 차이점은 다음과 같다.

[표 1] 실버세대와 뉴실버세대의 차이¹⁾

구분	이전의 실버세대	새로운 실버세대
이미지	완고함, 보수적	밝고 유연함, 합리적, 긍정적
생활의식	검소함, 보수적, 비관적 인생관	합리적, 미래지향적 인생관
노년기 인식	인생의 황혼기	제3의 인생, 자아실현기
삶의 태도	검약, 소박, 무취미	여유, 즐길, 개성있는 취미
독립성	자녀에게 의지, 독립성 약함	배우자/ 사회시스템에 의지, 독립성 강함
가치관	세대간 단절, 변화 거부	변화에 개방적
생활	자녀 중심	부부 중심
대인관계	노인끼리 교류	동호회 활동 등 폭넓은 교류
유행감각	둔함, 후기 추종자	예민, 초기 채용자

2.4. 실버산업

고령인구의 증가는 사회에 여러 다양한 변화들을 야기하였다. 그중 하나는 실버산업이라 불리는 노령 인구들을 위한 산업이다. 실버세대의 경제력 증가와 함께 이와 관련된, 실버 세대를 위한 산업이 성장하게 되었고 그러한 수요를 충족시키기 위한 여러 산업이 나타나게 되었다. 앞서 기술한 바와 같이 현재 실버세대들의 라이프스타일 변화는 앞으로도 지속적으로 관련 산업을 성장시킬 밑거름이 될 것으로 예측된다.(김동환, 2008)

실버산업의 부흥을 위해서는 몇 가지 전제조건이

1) 김정실 (2009), 뉴실버 여성소비자의 지각연령에 따른 의복 구매행동연구, 박사학위논문, p.6. 연구자가 재정리

수반되어야 한다. 먼저, GDP가 10,000달러 이상이 되어야 한다. 국민소득 10,000달러 이하의 국가에서는 삶의 질보다 생계유지가 우선하기 때문에 실버산업이 존재하기 어렵다. 또한 연금과 보험제도가 잘 개발되어 있어야 한다. 마지막으로, 정부와 국민이 노인 복지에 대해 관심이 있어야 한다.

보통 이러한 조건이 충족된 선진국에서 실버산업이 부흥하며 일부 경제력이 전제된 개발도상국에서도 실버산업이 발전된다.

실버산업의 타겟층은 유동적이다. 실버산업의 주요 타겟층이 노인 인구라는 점은 명확하나 노인에 대한 정의와 마찬가지로 타겟층의 구분은 명확하지 않다. 마케팅적인 측면으로 여러 연구자들에 의해 그 타겟층에 대한 분석이 제시되었는데 스텐스(Sterns, 1995)는 실버 마케팅의 범위하 50세 이상이라고 하였으며 모스치스(Moschis, 1994)는 노인 마케팅의 대상이 65세 이상이라 하였다. 그러나 기업의 입장에서는 대상층의 개인적인 요소에 따라 45세 이상으로 유동적으로 변하기도 한다.

실버산업은 몇 가지 영역으로 나누어 파악할 수 있다. 일본 후생성(1993)에서는 실버산업을 7개 영역으로 구분하였는데 주거, 보호, 건강, 여가, 교육, 안전, 개발로 나누어지며 삼성경제연구소는 1996년 주거, 의료, 여가, 경제, 생활의 영역의 5가지 영역으로 구분한 바 있다. 각각의 영역은 모두 상품과 서비스를 포함한다.

이렇게 실버산업이 여러 영역으로 구분될 수 있음에도 불구하고 실제의 서비스는 각각의 영역이 복합된 형태로 제공된다. 주거+의료, 여행+보험 등이다. 특별히, 의료 서비스는 다른 많은 서비스와 함께 제공되는 경향이 있는데 이는 의료 서비스가 노인들에게 가장 중요한 분야이기 때문이다.

2.5 모바일 디바이스 - 휴대폰

노년층이 쉽게 접할 수 있는 대표적인 휴대용 기기는 휴대폰이라 할 수 있다. 휴대폰의 대중화와 함께 우리의 라이프스타일은 많은 부분 변화하였다. 인터넷의 대중화와 같이, 휴대폰의 대중화 역시 개인의 라이프스타일에 막대한 변화를 몰고 왔다.

2000년대 중반까지 휴대폰 기술의 발전 트렌드는 두 가지 방향으로 볼 수 있다. 첫 번째는 휴대폰 자체 크기의 축소였으며 또 하나는 기능의 확장이었다.

‘...두 가지 기술 발전의 트렌드가 있어왔다. (1) 기기의 트렌드는 소형화로 (2) 애플리케이션, 기능 등의 트렌드는 확장으로’ (Lindholm. et al 2003 p.11)’

휴대폰의 기능과 응용 프로그램은 현재까지도 확장 중이다. 그러나, 2010년 현재 기기의 소형화는 더 이상 주요한 트렌드가 아니다. 휴대폰은 복합 기기로 발전해가고 있으며 이는 휴대폰이 더 많은 정보들을 다루어야 하는 기기로 진화한다는 것을 의미하며, 이는 스크린 크기와 밀접한 관련을 가지게 된다.

휴대폰이 스마트폰과 같이 복합형 기기로 발전해가는 쪽으로 가고 있었음에도 불구하고, 몇몇 연구자들은 2000년대 초 이러한 경향에 대해 부정적인 연구 결과를 발표하였다. 하퍼(Harper, 2003)는 복합형 기기의 발전이 기기에서의 정보 인지와 사용에 잠재적인 위험요소가 될 수 있다고 하였다. 그는 휴대폰의 가장 중요한 기능은 커뮤니케이션이며 따라서 정보 기능보다는 커뮤니케이션 기능에 중점을 두어야 한다고 보았다. 또한 정보 기반의 서비스들은 큰 사이즈의 스크린을 요구하기 때문에 휴대성과 편의성을 저해할 것이라 예측하였다.

실제로 작은 스크린과 키패드는 많은 정보의 이용을 기반으로 하는 모바일 서비스에 있어 가장 큰 문제점 중 하나였기 때문에 휴대폰 제조업체는 이 문제를 해결하기 위해 많은 노력을 기울여 왔다. 그들의 해결 방법 중 하나는 스크린의 크기를 키우는 대신 사용자 인터페이스를 향상시키는 것이었다.

통상적으로 작은 크기의 휴대폰은 큰 휴대폰들보다 인기가 있었는데 이는 휴대성에 기인하였다. 그러나, 사용자들은 더 작은 크기의 휴대폰이 항상 더 좋다는 것은 아니라는 것을 깨닫기 시작하였다.

기술의 발전에 힘입어 휴대폰의 크기는 이미 휴대폰으로써 기능할 수 있는 가장 작은 사이즈에까지 도달하였다. 사용자들은 원하는 정보를 한 눈에 볼 수 있는 스크린 크기가 필요하며 또한 이를 간편하게 조작할 수 있는 키패드를 원한다. 따라서, 소형화의 트렌드는 2000년대 중반 이후 점차적으로 사라지게 되었다.

3. 실버 세대를 위한 모바일 서비스

SMS²⁾로 대표되는 휴대폰을 이용한 초기 모바일 서비스의 전 세계적인 성공 이후 관련 업계는 영상통화와 휴대폰 결제 등의 서비스 제공을 통해 시장 확대 노력을 계속해왔으나 애플사의 아이폰을 이용한 앱스토어의 성공 이전까지 크게 주목받을만한 성공을 거둔 사례는 찾기 어렵다. 그러나 2010년 4월 현재 국내 스마트폰 사용자가 100만명을 넘어서고 있으며

2) Short Message Service. 휴대폰을 이용한 단문전송 서비스

그 수가 연내 크게 증가할 것으로 예상되는 상황이고 비교적 고연령층에 속하는 기업체의 임원들에게 스마트폰 열풍이 불고 있음을 감안할 때 실버 세대들을 위한 모바일 서비스 역시 새로운 비즈니스 기획의 하나로 고려되어야 할 것이다.

본 연구에서는 선행 연구 분석을 토대로 실버 세대를 위한 모바일 서비스의 주요 영역을 3가지로 분류하였다. 맥카시와 밀러(Maccarthy & Miller, 2003)는 3G 네트워크망을 기반으로 하는 모바일 서비스를 6개 영역으로 분류한 바 있다. 각 영역은 교통, 보안, 건강, 환경, 교육과 여행으로 나누어지는데 본 연구는 일본 후생성(1993)과 삼성경제연구소(1996)의 실버산업 분류에 관한 연구 결과를 토대로 현 실버 세대들의 라이프스타일과 관련이 깊은 건강(의료), 교육, 보안의 3가지 영역으로 실버세대를 위한 모바일 서비스를 분류하였다.

3.1 건강(Health)

의료 분야의 모바일 서비스는 실버 세대의 특성을 고려할 때 시장 잠재성이 가장 큰 분야라 할 수 있다. 휴대폰의 의료기기로서의 가능성은 지금껏 꾸준히 제기되어왔는데 이는 휴대폰이 매우 개인적인 미디어이며 사람들이 항상 소지하기 때문이다. 맥카시와 밀러(2003)는 헬스케어 위한 모바일 네트워크의 장점을 연구한 바 있는데 영국의 웨일즈 지방의 병원에서 환자들에게 엑스레이 사진을 휴대폰으로 전송해주는 것을 그 예로 들었다.

이 사례는 휴대폰의 헬스케어 기기로서의 가능성을 보여준다 할 것이다. 프로세스 자체는 일견 그림 파일을 첨부하는 이메일 전송과 달라 보이지 않으나 개인별 휴대폰으로 전송할 시 환자가 더 직접적이고 빠르게 받아볼 수 있는 장점을 가지고 있다.

이러한 형태의 아이디어는 여러 의료 영역에 적용될 수 있다. 만약 휴대폰이 환자의 정확한 건강 상태를 체크할 수 있다면 의사는 데이터를 체크하고 즉각 적합한 처방을 휴대폰을 통해 내릴 수 있을 것이다. 이와 같이 건강이 증시되는 실버 세대에 있어 의료와 연계된 모바일 서비스는 향후 중요한 서비스로 생활 속에 자리매김할 가능성이 높다.

3.2 보안(Security)

서구에서는 노인을 대상으로 한 범죄가 사회문제화 된 바 있으며 국내에서도 방어력이 약한 노인계층을 대상으로 하는 범죄가 증가하는 추세에 있다. 보안에 관련된 모바일 서비스는 노인 대상 범죄 예방을

위해 유용하게 활용될 수 있다.

위치 기반의 서비스는 보안 서비스로 바로 적용될 수 있는 장점을 가지고 있는데 SK텔레콤의 PAM서비스가 좋은 예라 할 것이다. 국내 위치기반 서비스 업계에서는 보안 서비스가 가장 잠재성이 높은 시장이라 여겨지고 있다(전자신문, 2008).

영국에서는 휴대폰 사진에 의해 범죄자가 검거되는 사례가 다수 보고되고 있으며 이는 휴대폰의 카메라 기능이 CCTV와 같은 기능을 할 수 있다는 것을 보여준다. 휴대폰이 모바일 CCTV처럼 기능할 수 있다면 빌딩 내부의 원격 모니터링 등을 통한 범죄 예방이 가능할 것으로 보인다.

3.3 교육(Education)

교육에 대한 열망을 가지고 있으며 사회변화에 대해 학습하기를 원하는 현재의 실버 세대들에게 교육은 필수적인 분야가 될 것이다. 국내에서는 '사이버 교육'이라 주로 불리우는 원격 교육은 교육과 관련 기술이 결합된 좋은 예이며 현재도 사이버 대학들에서 인터넷과 함께 휴대폰을 결합한 형태의 교육을 시행중에 있다. 휴대폰의 영상통화 기능은 교육에 관한 많은 혁신적인 아이디어를 도출해낼 수 있는데, 영상통화와 함께 교육 프로그램의 상호작용이 가능한 형태로 학습에 도움을 줄 수 있으며 시험에 관한 팁과 간단한 퀴즈를 학생들의 휴대폰으로 전송함으로써 교육의 효과를 증대할 수 있는 방법은 국내 사이버 대학에서 시행하고 있는 방법이다. 이러한 형태의 교육 방법은 시간과 공간의 제약 없이 언제 어디서든 교육이 이루어질 수 있어 실버 세대들에게 그 필요성이 점점 증대될 것으로 보인다.

4. 사례 연구

4.1 AU 'Run&Walk'

헬스케어에 관련된 모바일 서비스의 하나이다. AU 프로젝트 사이트에서는 휴대폰을 위한 이 서비스를 '퍼스널 트레이너'로 소개하고 있다. 프로그램이 내장된 휴대폰을 팔목에 부착하고 운동을 하는 형태이며 GPS 기술을 기반으로 하여 음성으로 휴대자의 운동을 도와주는 것을 주 목적으로 하고 있는데 달리기 형태의 조깅이나 걷기에 유용하다. 본인이 지정하는 조깅 경로가 화면에 표시되며 사용자는 경로를 따라 평균 속도와 칼로리 소모량을 확인하면서 운동할 수 있다. 'Run&Walk'는 여러 휴대폰 기종에서 사용

할 수 있으나 이 서비스 전용으로 만들어진 휴대폰에서 동작할 때 최고의 성능을 발휘한다. 향후 확장성 측면에서 이러한 형태의 서비스는 의료 서비스 영역, 즉 혈압이나 혈당 측정과 같은 형태의 서비스와 결합되어질 수 있을 것으로 예측된다.



[그림 1] 'Sportio' 휴대폰³⁾



[그림 2] 'Run&Walk' 서비스 스크린⁴⁾

4.2 NIKE + iPod

현재 애플 앱스토어에서 헬스케어에 관련된 애플리케이션은 비교적 많이 출시되어 있는 편이다. 그 중 대표적인 제품의 하나인 나이키+아이팟은 무선 센서를 나이키 운동화 밑에 넣고 아이팟 또는 아이폰과 함께 사용하여 운동량을 기록할 수 있는 장치이다. 운동 데이터는 아이팟 혹은 아이폰에 기록되며 이 데이터는 PC와 연동하여 좀 더 세밀하게 자신의 운동량을 측정하고 운동 계획을 세우거나 조절하는데 이용된다. 이 애플리케이션 역시 실버세대를 직접 타겟으로 하지는 않으나 실버세대들이 가장 높은 관심을 보이는 헬스케어에 관련된 애플리케이션 중 하나로써 향후 건강과 의료가 접목된 형태의 컨버전스 모바일 서비스로의 확장 가능성 예시를 보여준다 할 것이다.

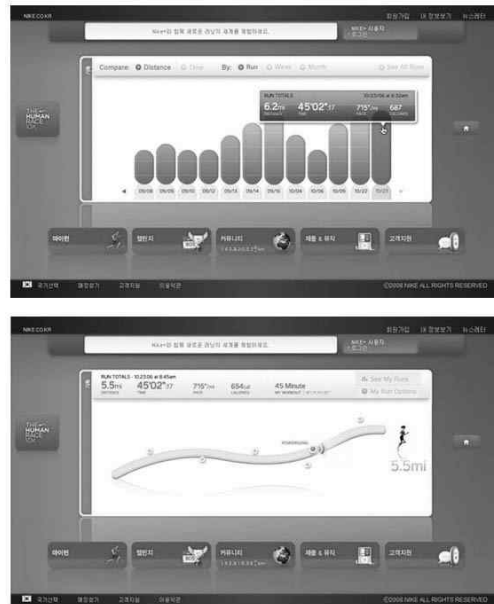
3) 'Run&Walk' 전용으로 개발된 휴대폰.

출처: <http://www.nxi4.com/mobilejapan>

4) 출처: http://www.au.kddi.com/sports/service/run_walk



[그림 3] NIKE + iPod 애플리케이션(아이팟)⁵⁾



[그림 4] NIKE + iPod 애플리케이션(PC)⁶⁾

4.3 Elder 911- Emergency senior caregiving guide from Doctor Marlon

엘더 911은 노인들이나 또는 그 가족들에게 필요한, 응급 상황 대처법 등의 여러 가지 정보들을 제공해주는 아이폰용 애플리케이션이다.

노인들은 종종 건강상의 위험 상황에 처하게 되는데 이에 대해 평소 예방과 함께 구급 처치에서부터 병원 등록, 긴급 연락 등의 방법이나 절차를 가이드해주는 역할을 한다. 언제 어디서든 손쉽게 관련 정보를 볼 수 있어 교육 측면에서 효과적이다.

이 애플리케이션은 GPS나 외부망 연결 등의 특수한 기술을 사용하지는 않는, 응급처치 가이드북의 모바일 기기용 버전이라 할 수 있겠으나 휴대폰에 손쉽게 다운로드하여 유사시 필요 정보를 볼 수 있게 해

5) 출처: <http://gomtang2.net/110072898202>

6) 출처: <http://gomtang2.net/110072898202>

준다는 점에서 모바일 서비스의 특성을 잘 활용하고 있는 애플리케이션이라 할 수 있다. 추후 병원 서버에 접속하여 개인 건강관리를 하는 형태로 발전될 수 있을 것으로 기대된다.

[그림 5] Elder 911- Emergency senior caregiving guide from Doctor Marlon⁷⁾



4.4 SK텔레콤 PAM

SK텔레콤에서 서비스되고 있는 PAM(Payload Assist Module)서비스는 GPS를 기반으로 하는 위치 조회 서비스이다. 별도의 단말기를 필요로 하는 이 서비스는 유사시 단말기 소지자의 위치를 파악하여 실종이나 유괴를 방지하는 역할을 하며, 노인이나 어린이들이 있는 가정에 유용하다. 휴대폰을 이용한 위치추적 서비스는 타 일반 휴대폰에서도 제공되고 있으나 PAM은 GPS와 CDMA망과의 호환을 통한 여러 기술들을 사용하여 더 정확한 위치 정보를 제공하며 실시간 이동확인, 이동경로 조회, 지정구역 이탈 시 보호자 휴대폰으로의 연락 등 특화된 서비스를 제공한다.

PAM단말기는 긴급버튼 기능을 지니고 있어 사용자가 긴급버튼을 눌렀을 시 즉시 지정된 번호로 연락되어 응급 상황 발생 시 빠른 대처가 가능하다. 이 단말기 자체는 음성통화 기능을 제공하지 않고 GPS 기반의 위치추적 기능을 주 기능으로 하고 있으나 아이폰을 위시한 최근에 출시되는 스마트폰들은 GPS기능을 기본 내장하고 있어 PAM과 유사한 형태의 서비스를 제공하는 것이 가능하고 음성통화 역시 가능하다.

이 서비스는 심장질환이나 고혈압등의 고령 질환이 많은 실버 세대들이 응급 상황에 처하거나 보안에 위협 요인이 발생하였을 때 유용한 서비스로, 스마트폰의 기능과 연동되어 특화된 서비스를 제공하는 형

태로 차후 다양한 영역에 응용될 것으로 생각된다.



[그림 6] PAM - 단말기와 PC에서의 위치정보 조회화면⁸⁾

5. 결론

위의 연구 결과를 종합할 때 실버세대를 위한 모바일 서비스는 현재까지 직접적인 형태로 시장에 출시되어 있지는 않으나 여러 상황을 고려하였을 때 충분한 잠재력을 가지고 있으며 앞으로 스마트폰의 대중화, 애플리케이션 마켓 활성화와 더불어 실버세대를 위한 관련 서비스도 활발히 개발될 것으로 기대되고 있다. 이에 성공적인 모바일 서비스 개발을 위해서는 다음과 같은 부분이 고려되어야 할 것이다.

첫째, 실버세대들의 육체적인 특성이 고려되어야 한다. 스마트폰을 위시한 휴대폰 같은 소형 기기들은 고연령자가 조작하기에 어려운 점이 있는데 특히 작은 크기의 텍스트나 너무 작은 버튼 등은 조작의 어려움을 일으킬 수 있으므로 피해야 하며 되도록 충분히 식별 가능한 큰 글씨와 버튼이 권장된다.

둘째, 마케팅적 관점에서 타겟 선정에 신중해야 할 필요성이 있다. 현재까지 실버세대를 마케팅 타겟으로 한 멀티미디어 제품들이 타겟층을 너무 한정시켜 실패한 사례들이 다수 있는데, 실버 구매자들은 같은 제품일 경우 노인층을 대상으로 한 제품보다는 일반 제품을 구매하는 경향을 보이므로 실버세대들로 타겟층을 한정시키는 것 보다는 일반 소비자들도 아우르는 형태의 제품이 성공 가능성이 높다.

본 연구는 실버세대를 위한 모바일 서비스의 가능성을 살펴보고 현 상황분석을 통해 향후 성공 가능성이 높은 모바일 서비스 또는 애플리케이션의 개발 영역과 개발 전략을 제시하였다. 모바일 서비스에서 실

7) Apple iTunes의 App store에서 발췌

8) <http://pam.sktelecom.com>

버세대를 위한 분야는 분명 잠재력을 가지고 있으나 헬스케어와 휴대폰이 융합된 기기의 개발 등 컨버전스 미디어의 개발을 위해서는 관련 법규의 제정이나 정비가 시급히 요구된다. 지난 2004년 LG전자에서 개발되었던 혈당측정과 투약관리 등의 의료서비스가 가능한 일명 당뇨폰이 의료기기로 분류되는 법적 규제 때문에 시판되지 못하고 사장된 사례는 국가에서 기술 발전에 따른 관련 규정 정비를 검토해야 할 시사점을 던져주고 있다 할 것이다.

참고문헌

- 김동환 (2008), 실버산업론, 나눔의집
- 김정실 (2009), 뉴실버 여성소비자의 실제연령과 라이프스타일에 따른 의복행동연구, 한국디자인포럼, pp.321~334
- 김민경 (2006), 실버세대를 위한 모바일 폰 인터페이스 개선에 관한 연구, 국민대학교, pp.3-10
- 김현기 (2008), 인구변화가 대한민국을 바꾼다, 한스 미디어
- 조경훈 (2008), 실버산업의 이해, 두남
- Cotton, B. (2002) Futurecasting Digital Media. Harlow: Pearson Education
- Dini, E. & Goldring, S. (2008) Estimating the Changing Population of the 'Oldest Old'. Population Trends No.132 (Summer 2008) pp.8-16. Norwich: Office for National Statistics
- Elliot, G. (2003) Global Business Information Technology: An Integrated System Approach. London: Pearson Education.
- Gorman, M. (2000) Development and the Rights of Older People. In: Randel J, et al., eds. The ageing and development report: poverty, independence and the world's older people. London: Earthscan Publications, Ltd.
- Harkin, J. (2003) Mobilisation: The Growing Public Interest in Mobile Technology. London: Demos.
- Havigurst, R. & Albrecht, R. (1980) Older People. New York: Ayer Publishing.
- Jones, M. & Marsden, G. (2006) Mobile Interaction Design. Chichester: John Willey & Sons, Ltd.
- Korhonen, J. (2003) Introduction to 3G Mobile Phones. Boston: Artech House.
- Lindholm, C. & Keinonen, T. & Kiljander, H. (2003). Mobile Usability - How Nokia Changed the Face of the Mobile Phone. New York: The McGraw-Hill Companies.
- Mccarthy, H. & Miller, P. (2003) London calling: How Mobile Technologies Can Transform a City. London: Demos.
- Moschis, G. (1994) Marketing Strategy for the Mature Market, Connecticut: Quorum Books.
- Sterns, R. (1995) Consumer Issues: The Mature Market. New York: Springer Publishing.
- Weiss, R. & Bass, S. (2002) Challenges of the Third Age: Meaning and Purpose in Later Life. London: Oxford University Press, Inc.

- Weiss, S. (2002) Handheld Usability. Chichester: John Willey & Sons, Ltd.
- Withnall, A. & McGivney, V. & Soulsby, J. (2004) Older People Learning. Leicester: National Institute of Adult Continuing Education.