

## 기업의 시각에서 사회를 분석하는 17가지 틀

페이스 팝콘과 리스 마리골드의 《클릭! 미래 속으로》

언론매체나 거리의 사람들에게서 한가지 경향을 추출해내는 일은 미래사회의 모습을 예측하는 한 방안이 된다.

《클릭! 미래 속으로》는 이를 '트렌드' 라는 말로 규정하고

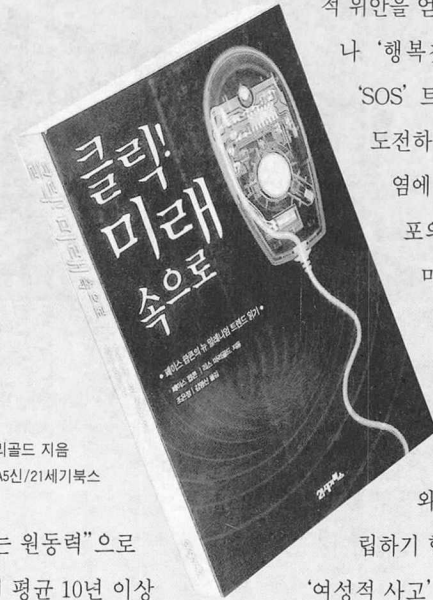
17가지 형태의 큰 줄기를 뽑아낸다. 기업의 승패는

결국 이 트렌드의 변화에 적응하느냐 적응하지

못하느냐에 달렸다. 하지만 기업 위주의 미래라는

점에서 이 미래는 디스토피아일 수도 있다.

페이스 팝콘 · 리스 마리골드 지음  
조은정 · 김영신 옮김 / A5신 / 21세기북스



1996년 미국 자동차회사인 제너럴모터스는 '이브이 원(EV1)'이라는 전기자동차를 선보여 큰 호응을 얻었다. 같은 해 3M사는 버려진 투명필름을 회수하는 프로그램을 실시해 약 2만6천킬로그램 분량의 투명필름을 쓰레기더미에서 구했다. 1989년 6억3천1백만 달러이던 미국 내 유기농 법식품의 판매고가 1996년에는 30억 달러로 늘었다. 모두 독립적으로 벌어지는 현상처럼 보이지만 이 뉴스들 사이에 중요한 트렌드가 숨어 있다.

### 향후 10년간 인류사회의 변화 예측

미국 마케팅자문회사인 브레인리저브는 20여가지 제품 카테고리별로 한해 4천여명의 소비자와 인터뷰를 실시하고 매달 수개 국어로 발간되는 350여종의 잡지를 구독하며 히트곡 · 흥행영화 · 베스트셀러 등도 놓치지 않는다. 이를 통해 각 문화현상이나 뉴스를 분류하고 정리한 뒤, 일정한 힘을 감지하면 하나의 트렌드로 분류한다.

이 브레인리저브의 대표인 페이스 팝콘과 동료 리스 마리골드가 펴낸 《클릭! 미래 속으로》는 코쿠닝 · 유유상종 · 환상모험 등 현재 인류사회를 둘러싼 트렌드를 모두 17가지로 분류하고 개별기업이 그 각각의 트렌드를 어떻게 이용하는지 밝혔다. 이들에 따르면 일시적 유행이란 특정 제품에 관련된 것이지만, 트렌드란 '소비자들이

물건을 사도록 이끄는 원동력'으로 써 "바위처럼 꽂꽂해 평균 10년 이상 지속된다." 트렌드는 결코 "특정 개인이 만들 수 없고 다만 관찰될 뿐이다."

예컨대 머리에서 제시한 여러 현상을 이 책에서는 'SOS(우리 사회를 구하라, Save Our Society)' 트렌드라고 일컫는다. 이 트렌드는 전세계적인 환경위기를 주목한 데서 비롯한다. 환경위기에 대한 사람들의 인식이 어느 정도 갖춰지면, 그 인식에 걸맞은 상품이 나오리라는 것이 이들의 예상이다. 크기가 작은 포스트잇의 등장 역시 이들에 따르면, 소비자의 필요성뿐만 아니라 환경위기에 대한 사람들의 의식이 낳은 결과다. SOS 트렌드를 주장할 수 있는 근거는 이런 사람들의 공유의식에 초점을 맞추기 때문이다.

첫번째 저서 《팝콘 리포트》의 최신판이랄 수 있는 이 책의 영문판 제목이 'Clicking'인 까닭도 이 때문이다. 페이스 팝콘은 '클릭'의 뜻을 컴퓨터용어의 의미보다 '갑자기 이해하다' '성공하다' '호흡이 잘 맞다'라는 의미로 사용한다. 즉 사람들이 공유하는 의식의 흐름에서 새로운 상품 및 서비스를 추출해내는 일을 '클릭'이라고 표현한다. 이들은 이처럼 트렌드가 제품보다 먼저 앞서는 것으로 본다. 이들이 자연스레 미래를 예측하게 되는 까닭도 이 때문이다.

이 책에서 밝힌 17가지 트렌드를 하나씩 정리하면 일정한 패턴을 찾을 수 있다. 예컨대 가장 같은 환경을 추구하는 '코쿠닝' 트렌드는 정신적 위안을 얻으려는 '마음의 안식처' 트렌드나 '행복찾기' 트렌드와 연결된다. 또 'SOS' 트렌드는 정부 · 기업 · 유명인에 도전하는 '우상파괴' 트렌드나 환경오염에 대한 광범위한 우려를 담은 '공포의 기류' 트렌드, 시장에 영향을 미치려는 소비자들의 심리를 담은 '소비자 감시' 트렌드와 연결된다.

하지만 모순되는 점 역시 없지 않다. '환상 모험' 트렌드와 '마음의 안식처' 트렌드는 앙립하기 힘들며 '반항적 쾌락' 트렌드와 '여성적 사고' 트렌드는 서로에게 적대적인 듯 보인다. 이는 이 책이 소개한 트렌드가 미래의 인간형을 예언할 수는 없다는 사실을 보여준다. 다시 말해 미래서가 아니라 마케팅서라는 애기다.

### 구체적인 분석법 제시한 마케팅서

이 점에 대해 페이스 팝콘은 이렇게 말한다. "각각의 트렌드를 잘 연구해 보면 사업이나 사회라는 큰 그림을 구성하고 있는 수많은 특징과 그에 관련된 구체적인 내용에 초점을 맞춰 조준할 수 있게 된다." 이런 구체적인 적응력을 토대로 이 책은 특정제품이나 서비스를 각 트렌드에 맞게 분석하는 방법과 이를 통해 아이디어를 짜내는 방법을 소개한다.

《클릭! 미래 속으로》는 독립적으로 일어나는 듯한 사회현상을 분석하고, 그 분석결과를 판매와 연결시킬 수 있는 방법론을 소개하고 있다. 심지어 문명비판이나 반자본주의적 성향까지도 하나의 트렌드로 묶어 판매방법을 분석해 낸다.

"팝콘은 정확한 예측능력 때문에 미국이라는 주식회사에서 가장 소중한 여성이 됐다."

《데일리 뉴스》가 전하는 팝콘에 대한 평이다.

- 김연수 기자