

[특집] 사회의 디지털화로 인해 변화하는 시니어 세대의 취업의식과 행동

시니어세대의 디지털화에 관한 의식・행동과 과제 「고령화」와 「디지털화」가 공존하는 일본의 디지털 격차의 현주소

코마츠 다카시 (小松 隆)

CONTENTS

- I. 사회의 디지털화에 대한 기대와 불안
- II. 마이넘버카드의 보급 현황과 과제
- III. 정보원의 다양화와 SNS의 보급
- IV. 스마트폰 활용 현황과 과제
- V. 캐시리스 결제의 이용 상황과 과제
- VI. 디지털화보다 우선되어야 할 「행복해지는 것」

요약

1. NRI 사회정보시스템은 매년 시니어 세대(50~79세 남녀 개인)를 대상으로 의식・행동에 관한 조사를 실시하고 있다. 2021년도는 「사회의 디지털화」에 대해 시니어 세대가 가진 기대나 불안, 생활 만족도와와의 관계, 마이넘버카드의 발급이나 SNS, 스마트폰 같은 다양한 정보원의 이용 실태와 앞으로의 의향을 조사했다.
2. 그 결과 「사회의 디지털화」에 대해서 시니어 세대의 60% 미만이 기대하고 있는 한편, 30% 이상은 기대하고 있지 않았고, 또 성별, 나이, 거주 지역, 가계 상황, 건강 상태, 취업 상황이나 경험 직종 등 개인에 따라 디지털 의식의 차이가 매우 커서 시니어 세대 특유의 다양성이 있음을 확인할 수 있었다.
3. 디지털을 이용할 수 있는 사람은 생활이나 일에 대한 만족도가 높아지고 있는 한편, 디지털을 이용할 수 없는 사람은 그 혜택을 받을 기회를 놓치게 되는 양극화가 진행되고 있는 상황도 밝혀졌다. 시니어 세대 사이에 발생하는 정보 격차(디지털 디바이드)의 확대가 우려된다.
4. 디지털은 어디까지나 수단이며, 목적은 「행복해지는 것」이자 「웰빙을 손에 넣는 것」이다. 국가가 제시한 「누구도 소외되지 않는 디지털화 사회의 실현」을 위해서는 고령자의 디지털 적응력 향상을 위한 국가적 대응이 필요하다.

I. 사회의 디지털화에 대한 기대와 불안

1. 고령자에 대한 디지털 대응이 사회 전체 디지털화의 열쇠

신종 코로나바이러스 감염증의 만연 이후, 대면 접촉을 최대한 피하거나 효율성이 높은 사회 운영을 도모하기 위해 「사회의 디지털화」 추진이 일본의 급선무가 되었다.

특히 고령화가 급속히 진행되는 일본에서는 고령자가 어느 정도 디지털에 대응할 수 있는지가 사회 전체의 디지털화를 진전시키는 데 열쇠를 쥐고 있다고 해도 과언이 아니다. 실제로 세계 주요국의 상황을 보면, 고령자와 젊은 세대의 스마트폰 보유율에서 세대 격차가 작은 나라일수록 디지털화의 진전 속도가 빠르다는 것을 알 수 있다 (그림1).

다만, 사회 전체에서 디지털화를 추진하는 데 과제가 되는 것이 디지털을 이용할 수 없는 사람이 그 혜택을 받을 기회를 놓치면서 발생하는 정보 격차(디지털 디바이드) 문제이다. 고령자는 기술적인 리터러시도 있어 디지털격차가 생기기 쉽다. 2021년 12월 내각회의에서 결정된 「디지털 사회 실현을 위한 중점 계획」에서는 이념으로 「누구도 소외되지 않는 디지털 사회실현」을 내걸었으며, 고령자나 장애인 이 사회의 디지털화에서 소외되는 일

이 없도록 다양한 대책방안이 추진되고 있다.

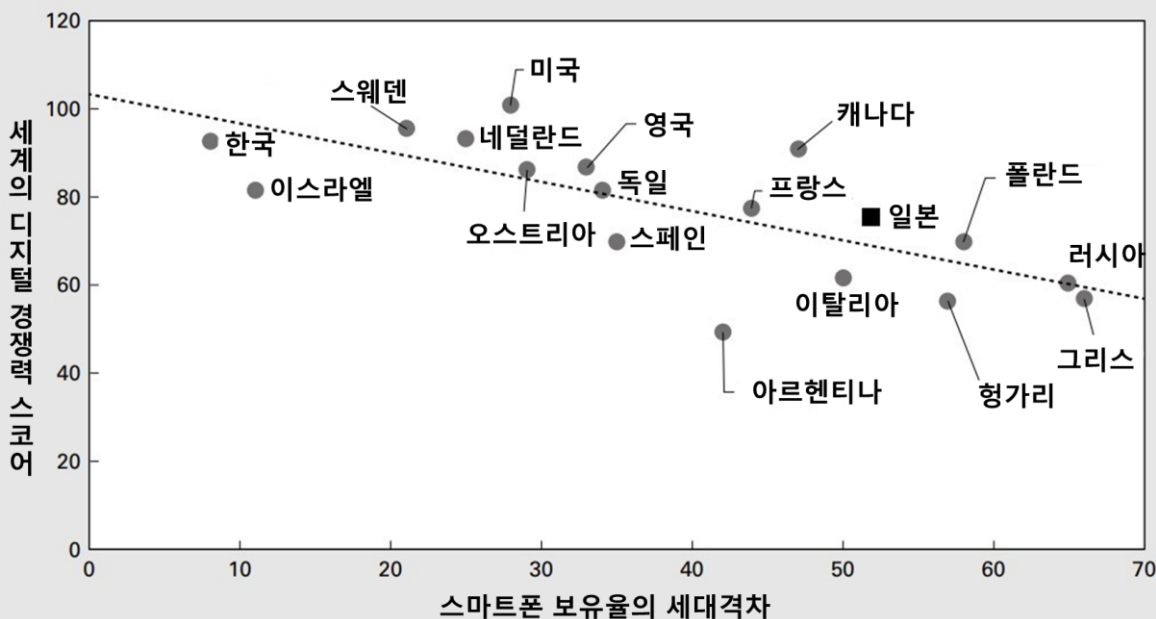
NRI 사회정보시스템에서는 매년 시니어 세대(50~79세 남녀 개인)를 대상으로 의식·행동에 관한 조사를 실시하고 있다. 2021년도에는 「사회의 디지털화」에 대해 시니어 세대가 가진 기대나 불안, 생활 만족도와의 관계, 마이넘버카드의 발급이나 SNS, 스마트폰 같은 다양한 정보원의 이용 실태와 앞으로의 의향을 조사하였다^주. 이하 그 결과의 개요를 확인하고 마지막 VI장에서는 이를 바탕으로 「고령자가 소외되지 않는 사회」를 실현하는데 필요한 시책에 대해 이야기하겠다.

2. 시니어 세대가 가진 사회의 디지털화에 대한 기대도

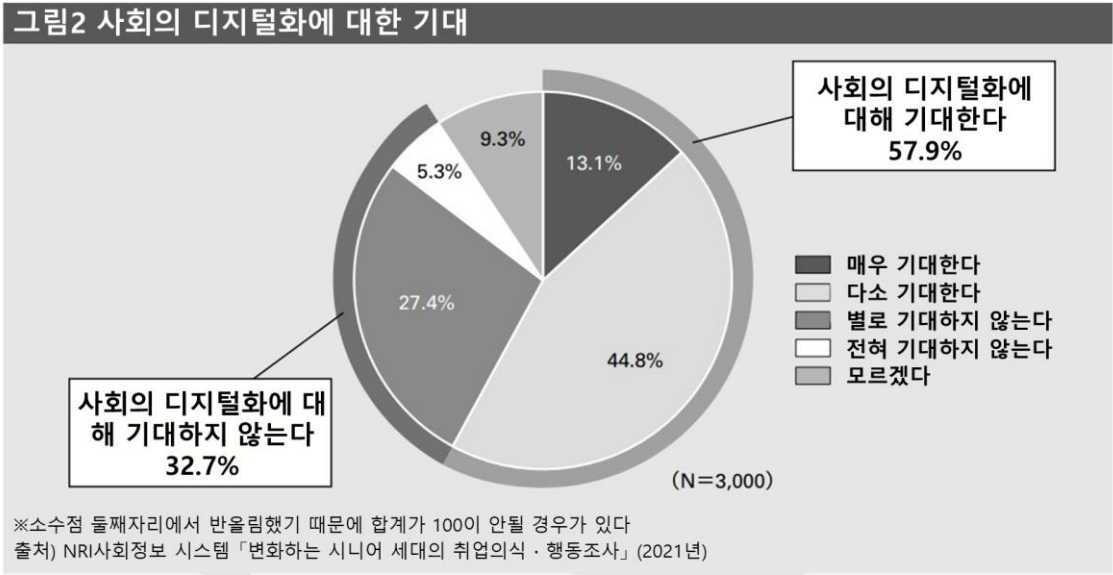
코로나19 감염증으로 인해 행정 절차와 의료 분야 등에서 디지털이 주목을 받게 되면서 시니어 세대의 디지털 의식은 크게 변화하고 있다.

조사 결과에 따르면 「사회의 디지털화」에 대해서 시니어 세대의 약 60%가 「기대한다(「매우 기대한다」, 「다소 기대한다」의 합계)」라고 답했다. 한편, 약 30%는 「기대하지 않는다(「별로 기대하지 않는다」, 「전혀 기대하지 않는다」의 합계)」라고 응답했고, 「모르겠다」라고 응답한 시니어도 10% 가까이 있는 것으로 나타났다 (그림2).

그림1 세계의 디지털 경쟁력과 스마트폰의 보유율의 세대 격차와의 관계성

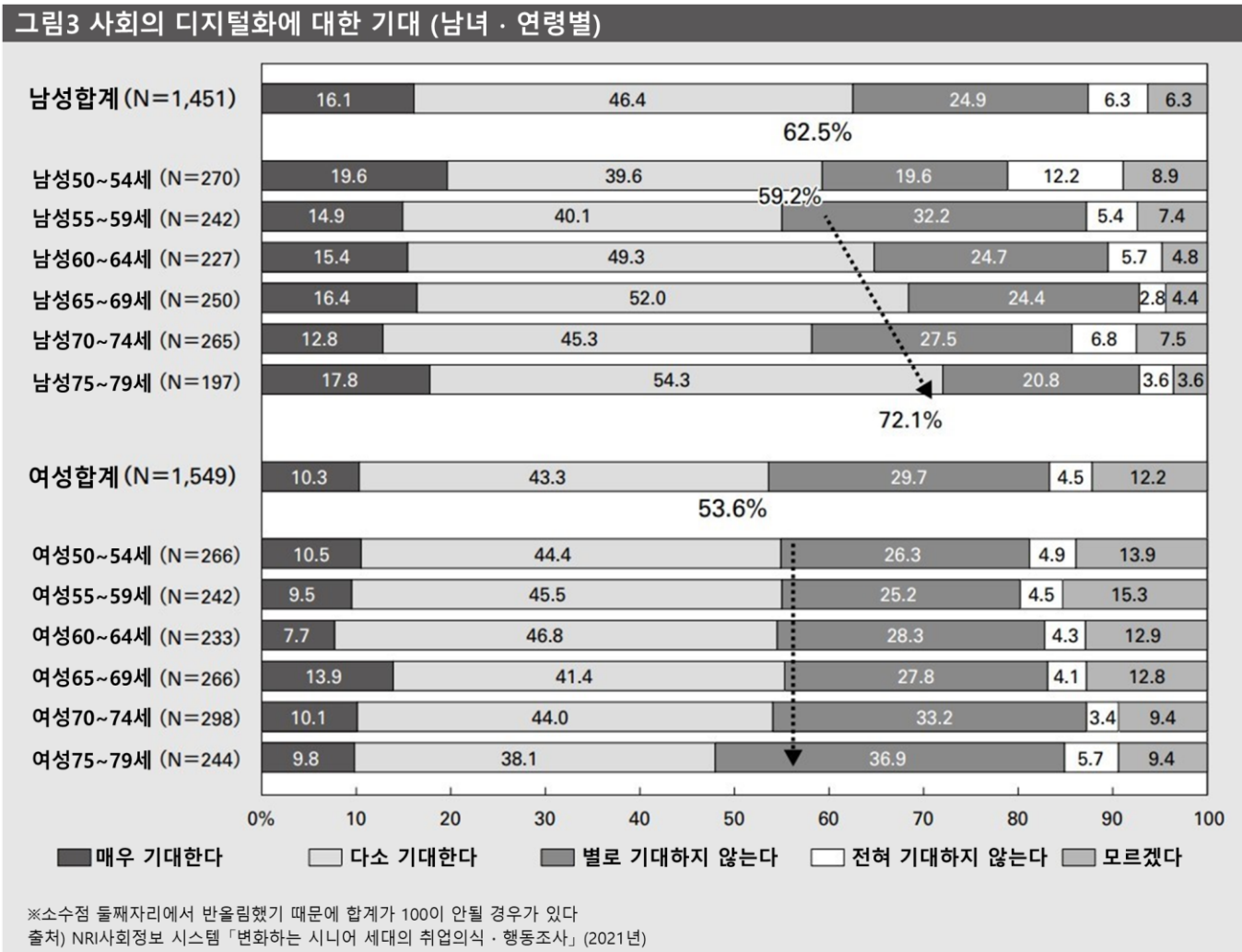


※스마트폰 보유율의 세대격차는 18세부터 34세의 보유율부터 50세이상의 보유율을 계산하였다
출처)세계의 디지털 경쟁력 스코어 : 「IMD WORLD DIGITAL COMPETITIVENESS RANKING 2020」 스마트폰 보유율 : 「Smartphone Ownership is Growing Rapidly Around the World, but Not Always Equally」 (2018) (Pew Research Center)



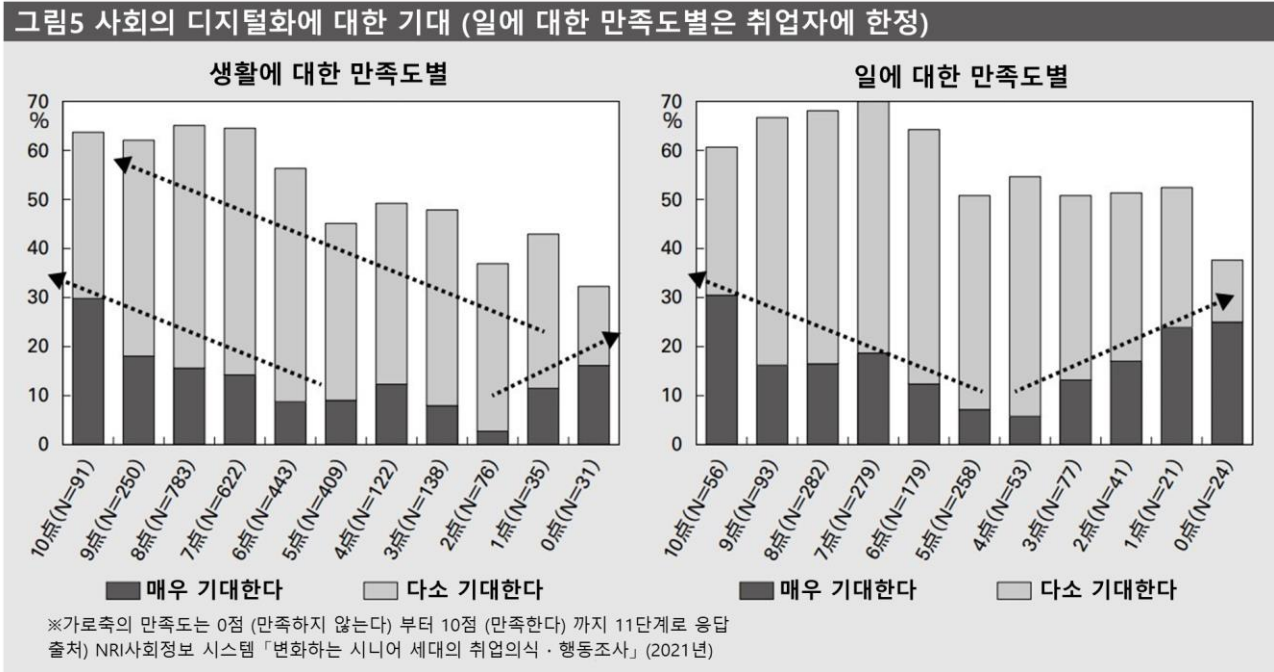
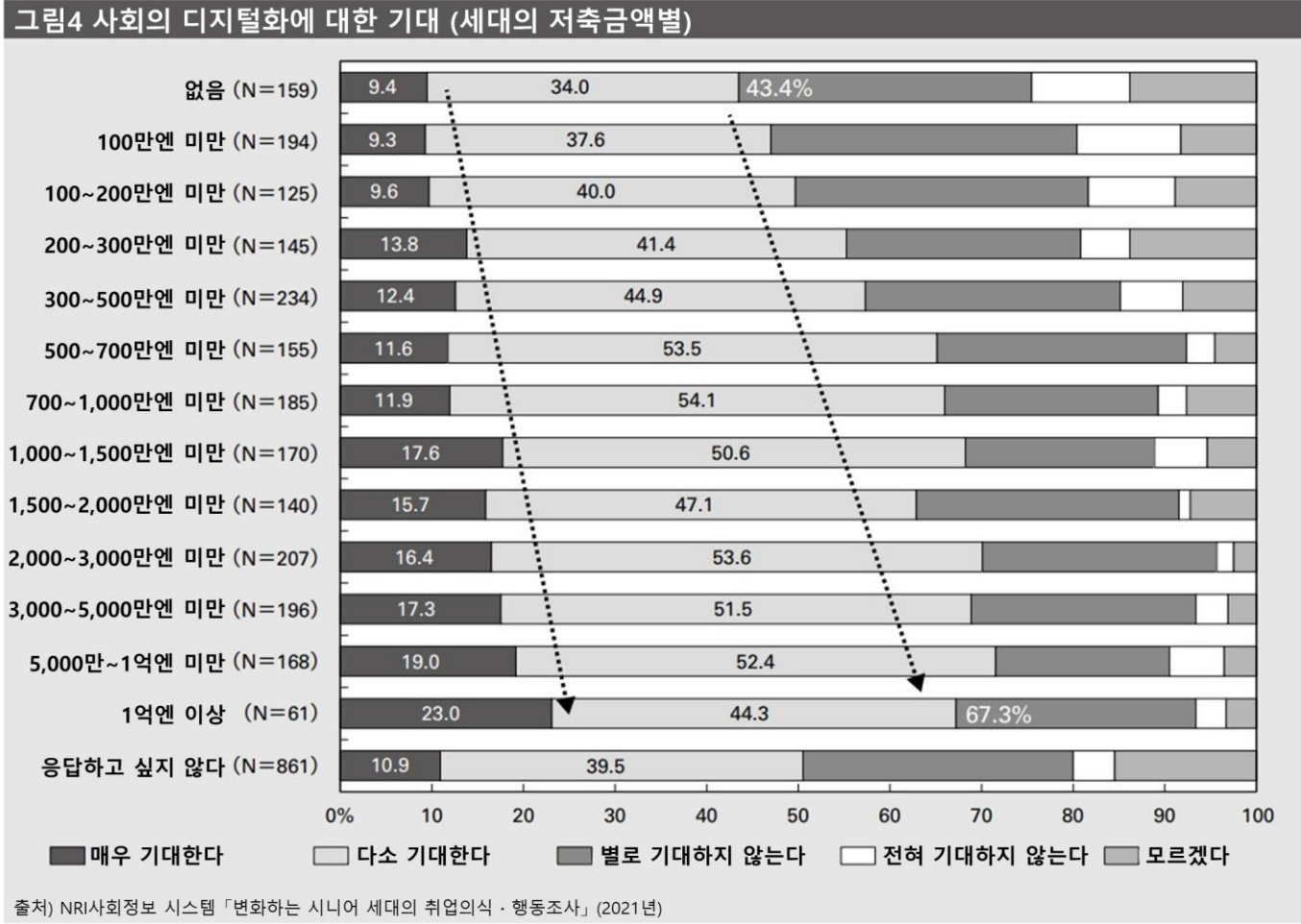
남녀 연령별로 살펴보면, 남성 나이가 많을수록 「기대한다」는 비율이 높아졌고, 50대 초반에서는 「전혀 기대하지 않는다」는 사람이 12.2%로 눈에 띄게 늘어났다. 또 시니어 세대 중에서도 고유의 가치관을 가졌다는 70대 초반의 이른바 「단카이

세대(1947년~1949년 사이에 태어난 일본의 베이비 붐 세대)」 남성은 디지털화에 대한 기대가 상대적으로 낮다는 흥미로운 결과도 얻었다. 한편, 여성은 남성보다 전체적으로 10%정도 기대가 낮았고, 「모르겠다」라는 응답의 비율이 전체적



으로 높은 특징이 있다. 또 응답 분포의 나이 차가 남성에 비해 작은 것도 특징이다(그림3).
세대의 저축액이 많을수록 디지털화에 기대하는 경향이 강하다(그림4). 경제적으로 부유한 사람일

수록 디지털화의 혜택을 받을 기회가 많은 것으로 보이며, 경제 격차와 정보 격차가 서로 영향을 주는 부정적인 연쇄의 존재가 우려되는 결과이다.
생활이나 일에 대한 만족도가 높을수록 사회의 디



지털화에 대한 기대가 크다(그림5). 만족도가 「매우 낮다」고 답한 사람이 디지털화에는 「매우 기대한다」라고 응답하는 경향도 있어, 낮은 만족도를 향상하는 수단으로서 사회의 디지털화에 기대려는 심리가 작용하고 있음을 알 수 있다. 디지털화에 대한 의식과 접합 능력이 시니어 세대의 일상에 큰 영향을 미치는 시대가 본격적으로 도래한 것으로 보인다.

3. 시니어 세대가 디지털화에 기대하는 이유 · 기대하지 않는 이유

사회의 디지털화에 기대하는 이유를 시니어 세대에게 물었더니, 남녀 모두 80% 이상의 사람이 「일상생활이 편리해진다」라고 응답했다. 또 나이가 많을수록 「원하는 정보를 쉽게 얻을 수 있다」, 「정보 발신이 쉬워진다」를 중시하는 경향이 엇보인다. 「비용이 낮아진다」는 것에 대한 기대는 여성보다 남성이 크다 (그림6).

사회의 디지털화에 기대하지 않는 이유에 대해서는 「개인 정보가 유출될까 불안하다」라는 응답이

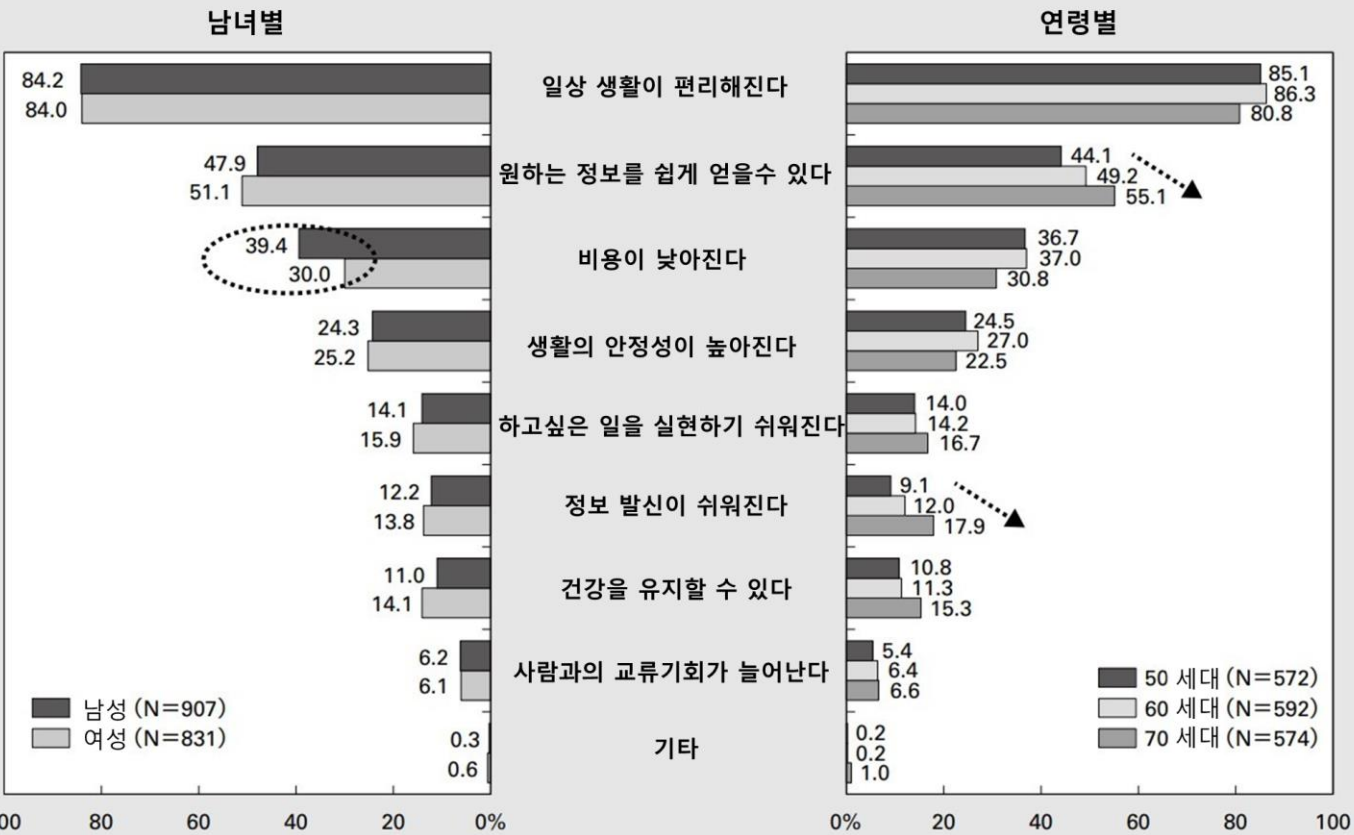
남녀 모두 가장 많고, 「현재 생활에 불편함이 없다」가 다음으로 많은 응답이다 (그림7). 「새로운 기술이나 기기를 잘 다룰 자신이 없다」라는 응답은 압도적으로 여성이 많다. 시니어 세대가 안고 있는 개인 정보 유출에 대한 불안은 「누구도 소외되지 않는 디지털 사회」를 실현하는 데 있어 최대 장벽이며, 그 불안을 불식시키기 위한 섬세한 계몽 활동을 행정에서 추진해야 한다.

또한, 사회의 디지털화에 「전혀 기대하지 않는다」라고 응답한 사람의 특징은 「생활이 편리해 질거라고 생각하기 어렵다」를 이유로 들고 있는 점이다. 디지털화에 기대하지 않는 층도 포함해 디지털을 사회에 널리 보급하려면 편리성 향상의 효과를 누구나 알기 쉽게 실감하게 하는 것이 중요하다 (그림8).

4. 시니어 세대가 디지털화에 기대하는 분야

시니어 세대가 디지털화에 기대하는 분야에는 「행정 서비스」, 「의료·헬스케어」가 압도적으로 많다 (그림9). 그리고 「의료·헬스케어」, 「방재·안전 안

그림6 사회의 디지털화에 기대하는 이유 (디지털화에 기대하는 사람에 한정 /복수응답)



출처) NRI사회정보 시스템 「변화하는 시니어 세대의 취업의식·행동조사」 (2021년)

심, 「복지·개호」는 나이가 많을수록 기대가 커지는 경향이 있는데 필요성의 크기에 부합하고 있다. 그리고 「사회의 디지털화에 기대하지 않는 사람」은 「방재·안전 안심」, 「복지·개호」, 「이동·공공교통」, 「환경보전」등 일상의 생활 과제에 직결된 분야에 대한 기대가 오히려 높은 결과를 보였다(그림10).

Ⅱ. 마이넘버카드의 보급 현황과 과제

마이넘버카드 발급 현황

시니어 세대에게 마이넘버카드(한국의 주민등록증처럼 일본에 사는 모든 이들에게 부여된 고유 번호가 새겨진 카드)의 발급 상황을 물어보니, 절반 이상이 「이미 발급했다(혹은 신청 완료)」라고 답했지만, 약 30%는 발급할 계획이 없다(「관심은 있으나 발급 계획은 없다」와 「관심도 없고 발급할

계획도 없다」의 합계). 남녀 모두 50대의 발급율이 낮고, 마이넘버카드에 무관심한 사람은 나이와 관계없이 여성이 많은 점이 특징이다(그림11).

시니어 세대가 마이넘버카드를 발급하지 않는 이유로는 「개인 정보 유출이 불안」이라는 응답이 가장 많았고, 남성보다 여성, 고령일수록 이러한 응답 경향이 강해진다. 다음으로 「마이넘버카드의 장점을 모르겠다」, 「신청 절차의 번거로움」이 그 뒤를 잇는다(그림12).

I 장에서 기술한 사회의 디지털화에 기대하지 않는 이유와 마찬가지로 개인 정보 유출에 대한 불안이 마이넘버카드 보급에서도 최대의 과제이다.

마이넘버카드의 이용 용도로 건강보험증이나 진료권 등 의료 분야에 대한 기대가 고령이 될수록 높아진다(그림13). 한편 「특별히 편리해질 것 같지 않다」라고 응답한 사람도 전체의 30% 미만으로 「마이넘버카드를 통해 편리해지는 사회상」이 국민에게 충분히 알려지지 않은 상황으로 보이며 해결해야 할 과제이다.

그림7 사회의 디지털화에 기대하지 않는 이유 (디지털화를 기대하지 않는 사람에 한정 / 복수 응답)

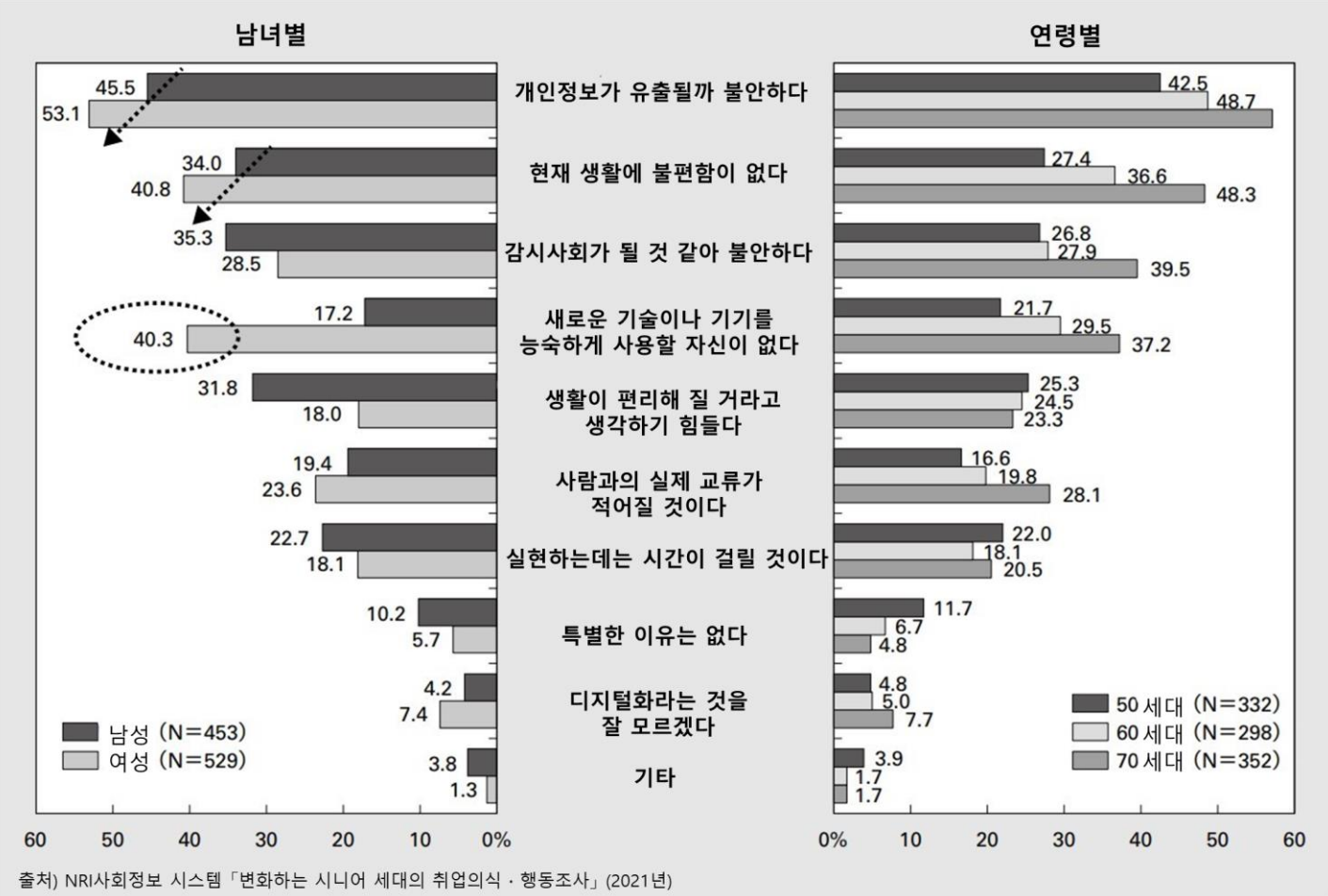
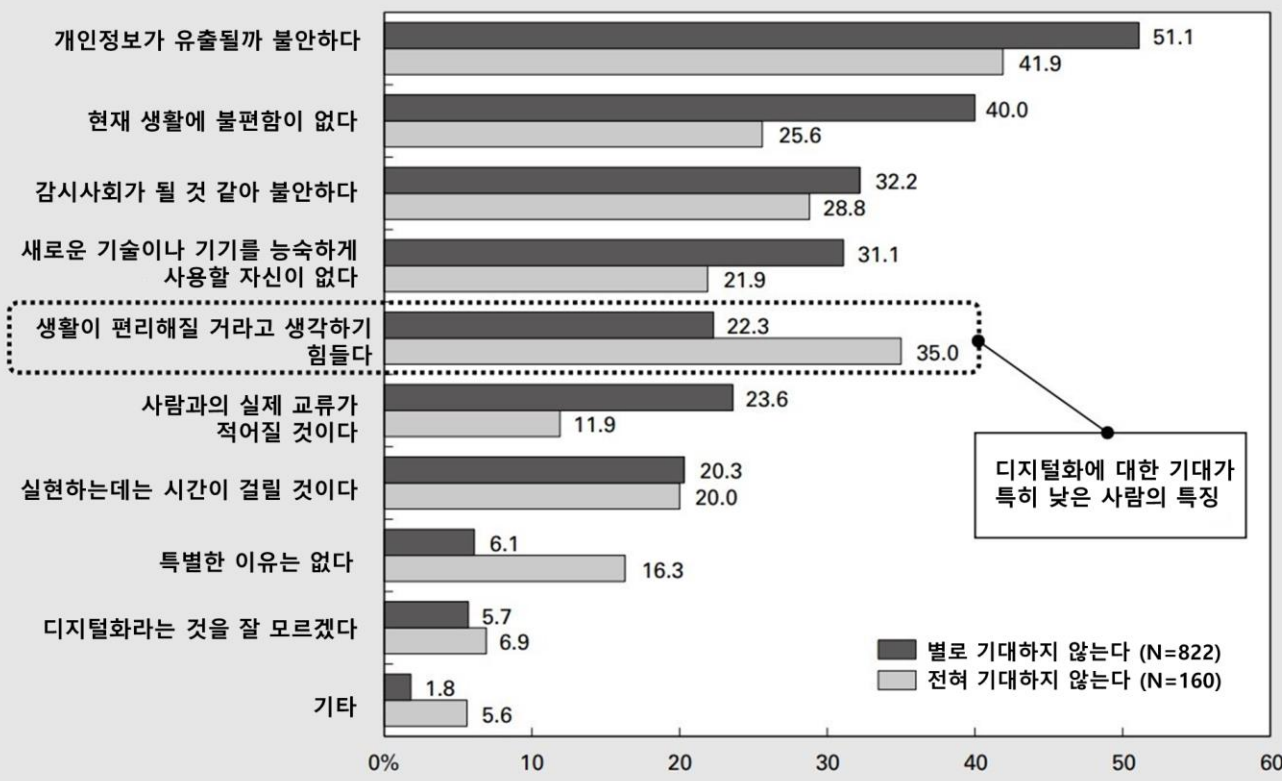
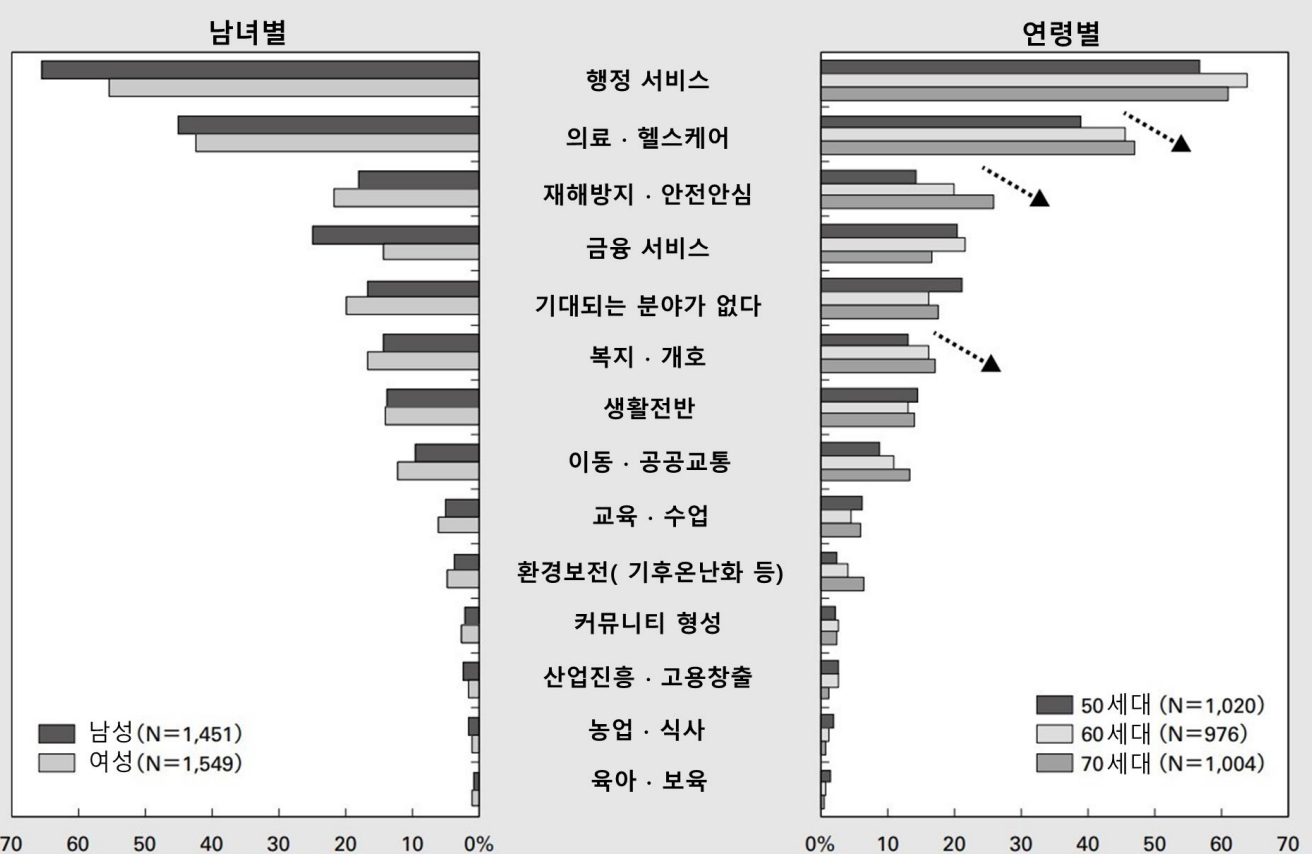


그림8 사회의 디지털화에 기대하지 않는 이유 (기대하지 않는 정도별/디지털화에 기대하지 않는 사람에 한정 /복수응답)



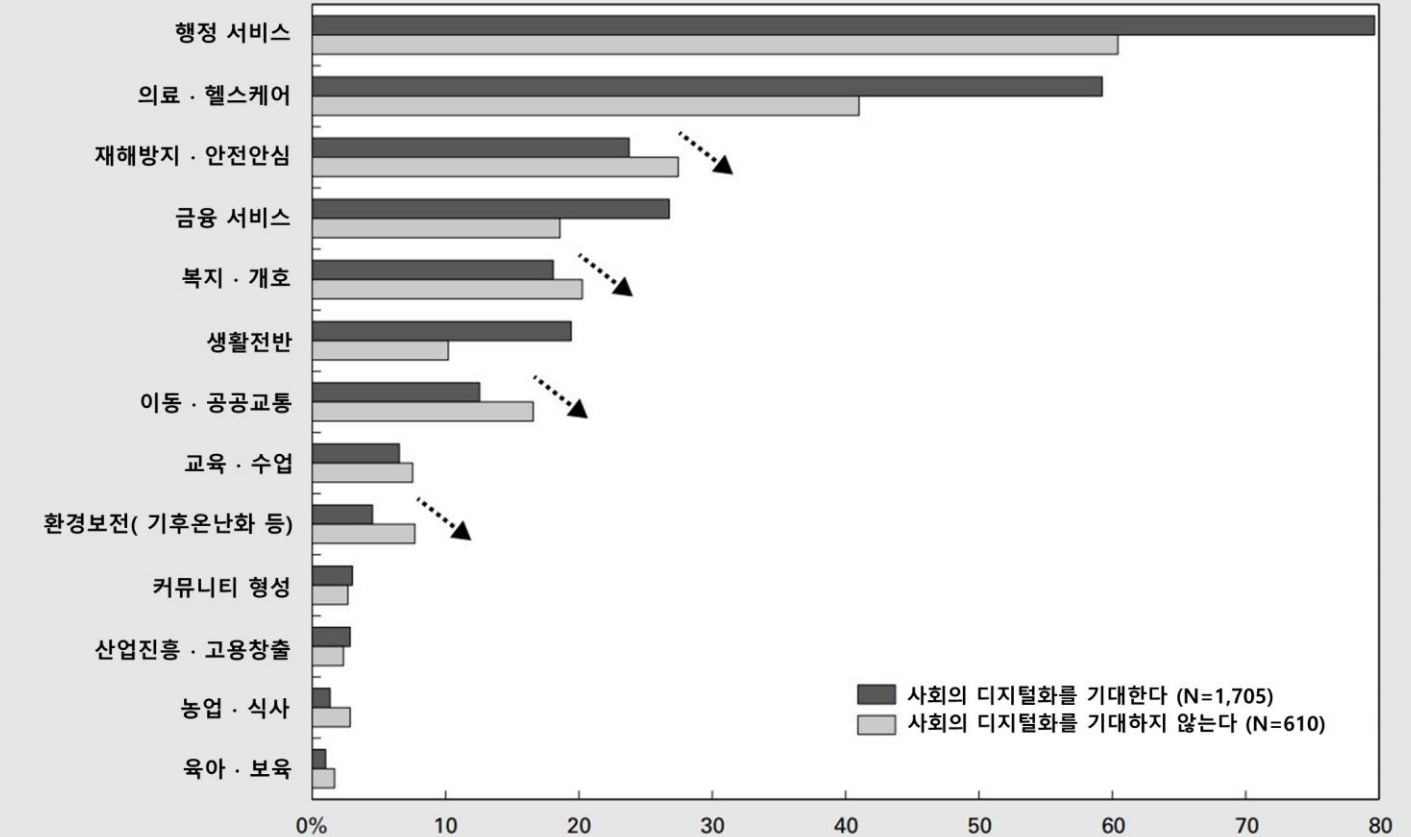
출처) NRI사회정보 시스템 「변화하는 시니어 세대의 취업의식 · 행동조사」 (2021년)

그림9 사회의 디지털화로 기대되는 분야 (복수응답)



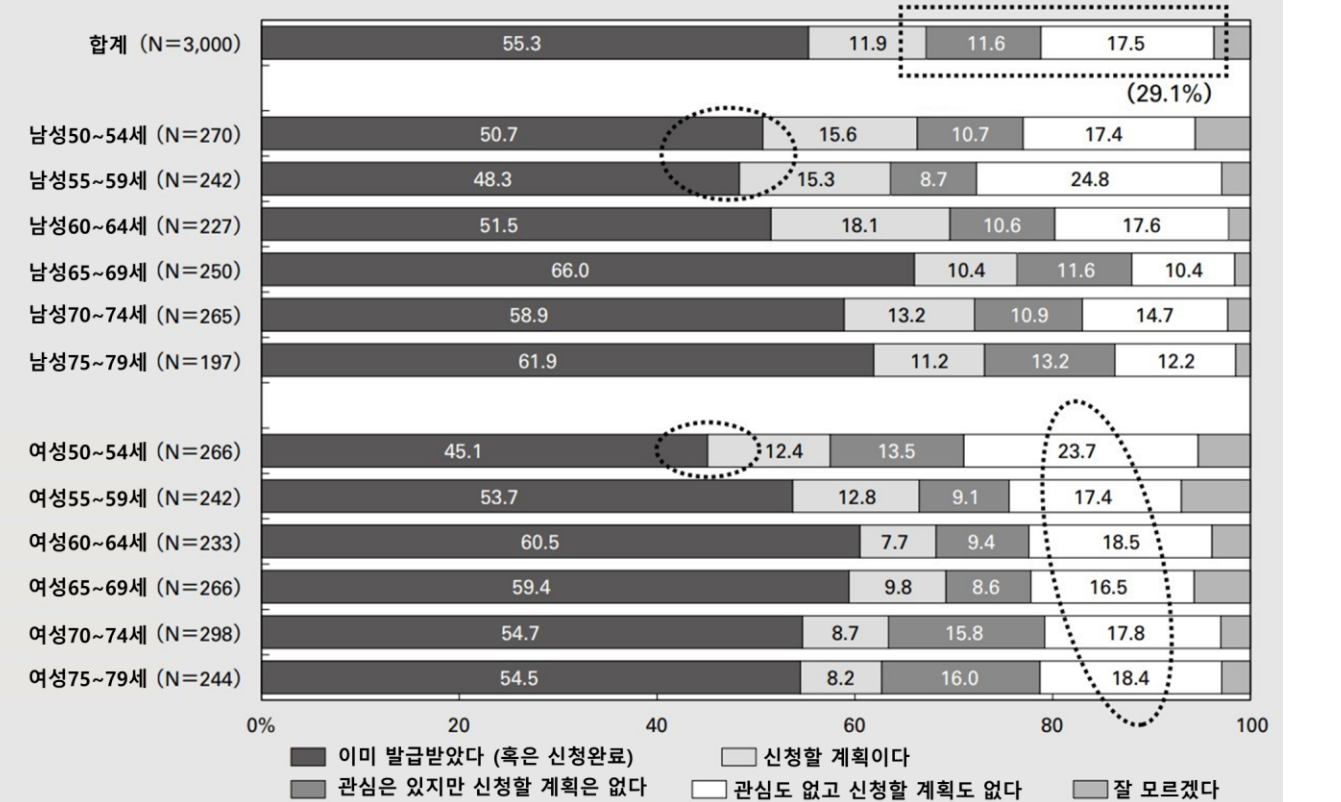
출처) NRI사회정보 시스템 「변화하는 시니어 세대의 취업의식 · 행동조사」 (2021년)

그림10 사회의 디지털화로 기대되는 분야 (기대 유무별/기대하는 분야가 없다 의 응답자 제외/복수응답)



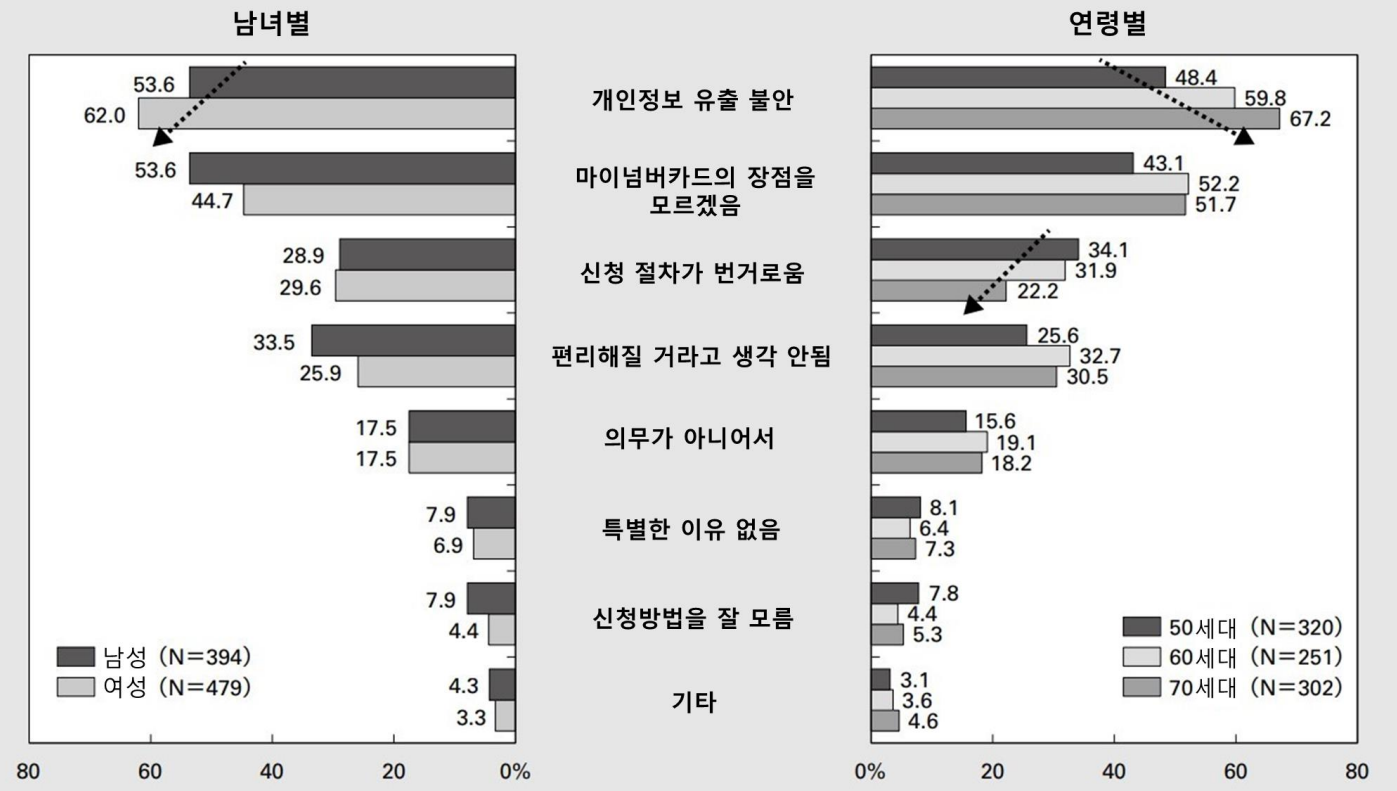
※ 「사회적 디지털화를 기대한다」는 「매우 기대한다」와 「다소 기대한다」의 합계,
「사회적 디지털화를 기대하지 않는다」는 「별로 기대하지 않는다」와 「전혀 기대하지 않는다」의 합계
출처) NRI사회정보 시스템 「변화하는 시니어 세대의 취업의식 행동조사」 (2021년)

그림11 마이넘버카드 취득상황 (남녀·연령별)



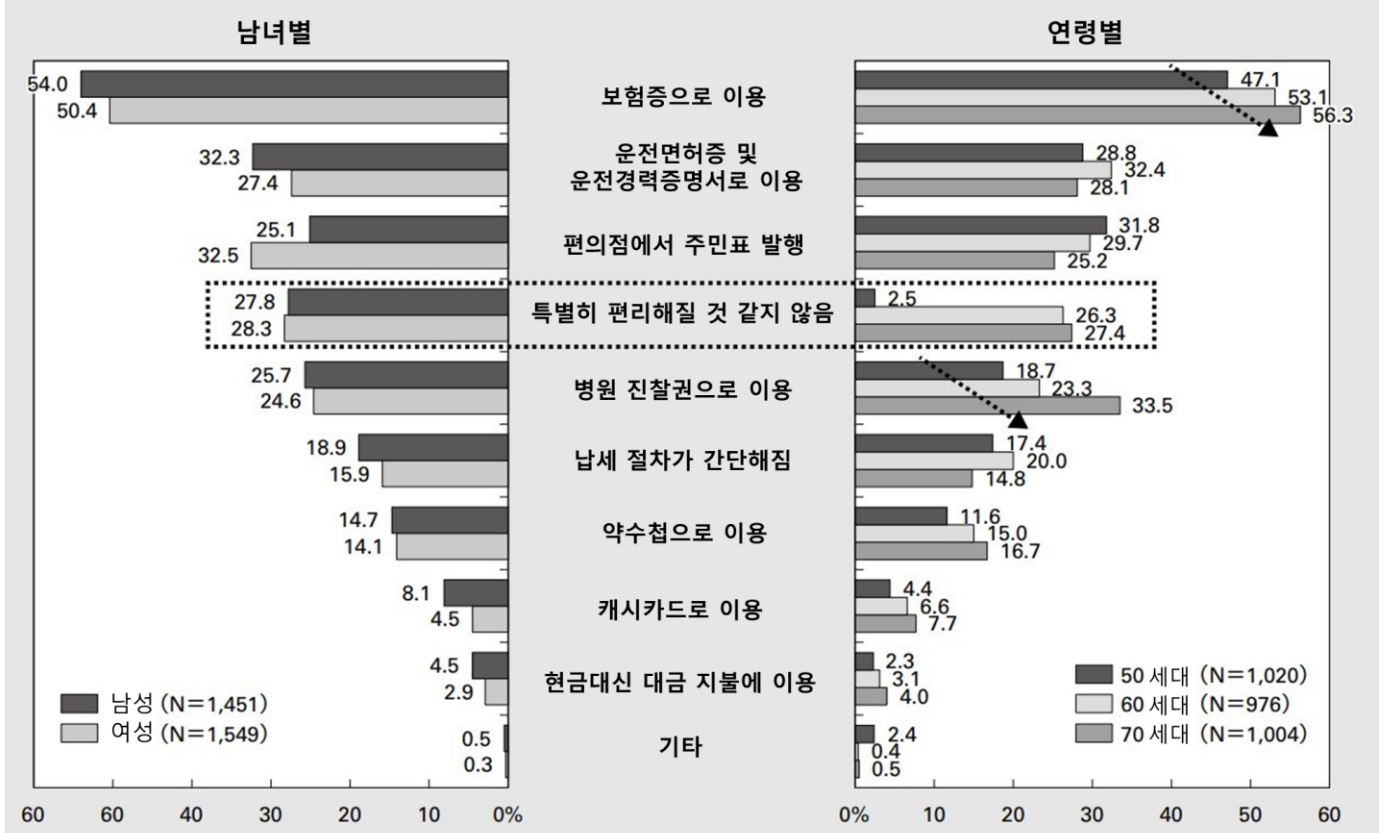
참고) 3월1일 현재 총무성이 발표한 50~79세 교부 매수의 인구비는 30.9%.
출처) NRI사회정보 시스템 「변화하는 시니어 세대의 취업의식·행동조사」 (2021년)

그림12 마이넘버카드를 발급받지 않는 이유 (마이넘버카드를 신청할 계획이 없는 사람에 한정 / 복수응답)



출처) NRI사회정보 시스템 「변화하는 시니어 세대의 취업의식 · 행동조사」 (2021년)

그림13 마이넘버카드로 편리해질 것 같은 것들 (복수응답)



출처) NRI사회정보 시스템 「변화하는 시니어 세대의 취업의식 · 행동조사」 (2021년)

마이넘버카드 발급 상황은 원래 가게의 상황에 영향을 받아서는 안되지만, 경제적으로 여유가 없는 사람일수록 발급률·관심이 모두 낮은 상황이다 (그림14).

이를 방지하면 가게의 상황으로 인해 마이넘버카드의 편리성을 누릴 수 있는 사람과 그렇지 않은 사람으로 양극화가 발생하지 않을까 우려된다.

그림14 마이넘버카드 발급상황 (가게상황별)

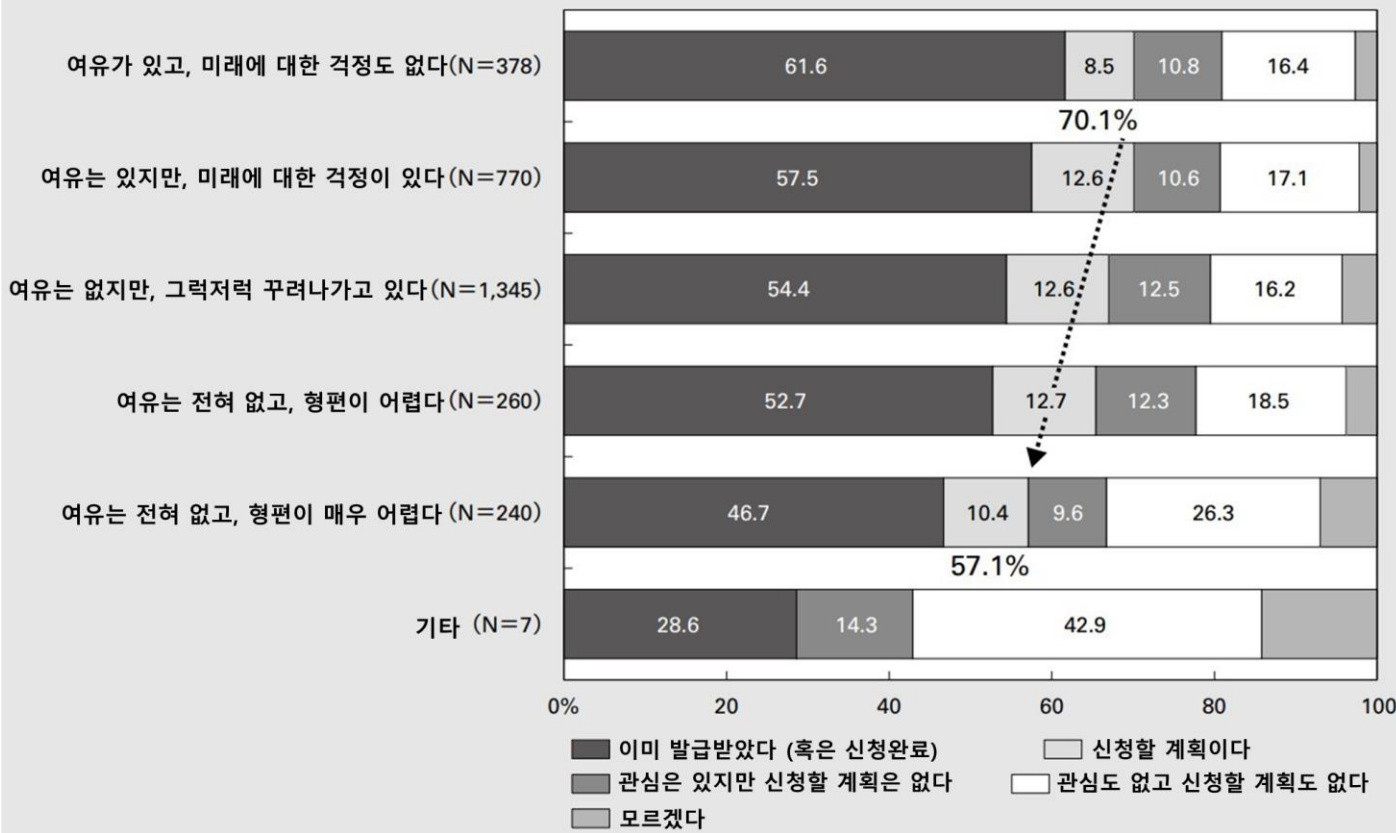
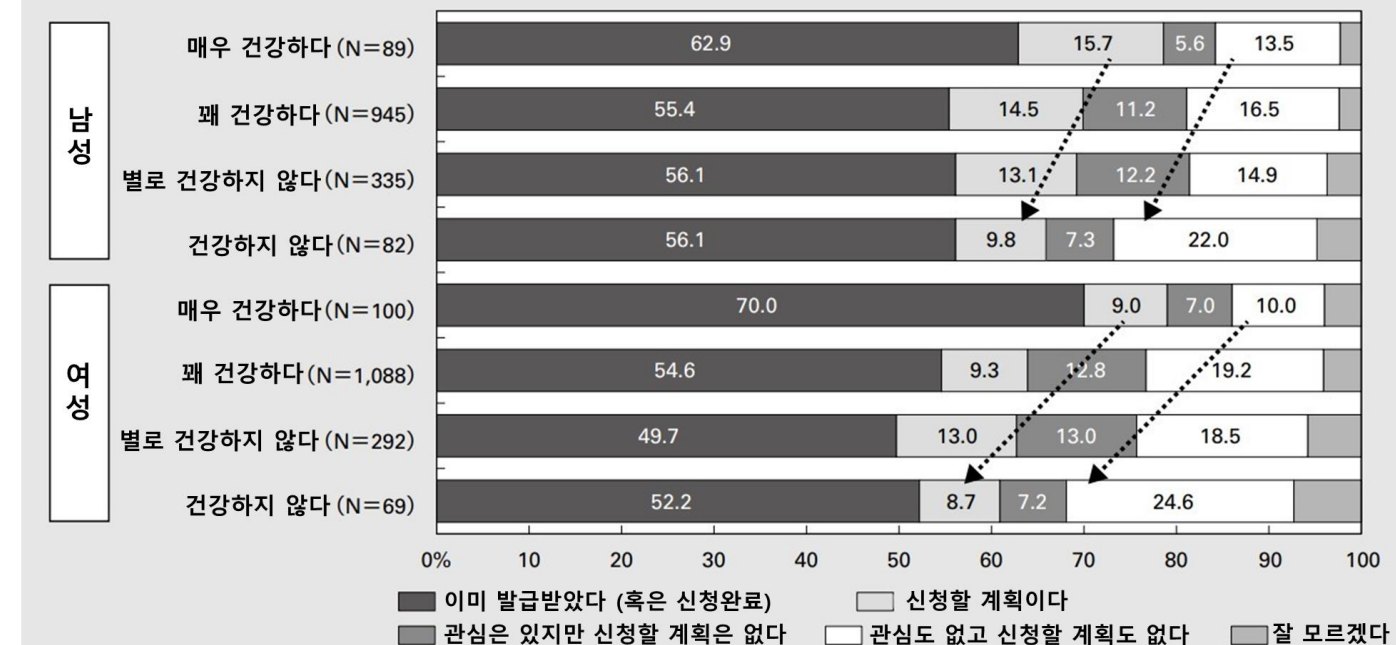


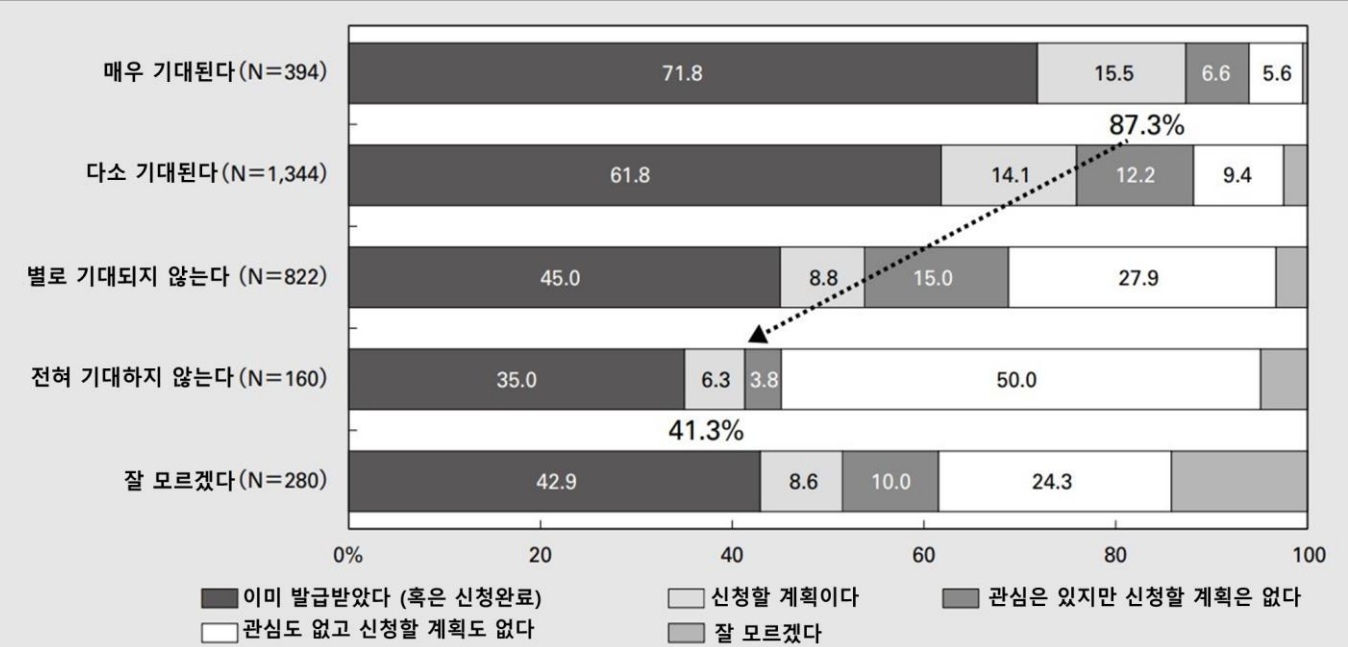
그림15 마이넘버카드 발급상황 (남녀·건강상황별)



그리고 「건강하지 않은」 사람은 마이넘버카드 발급에 대한 의향, 관심이 모두 낮다 (그림15). 국가는 마이넘버카드를 건강보험증으로 이용할 수 있도록 해 편의성 향상을 목표로 하고 있는데, 건강 상황에 따른 불평등이 발생하지 않도록 배려하는 것도 중요하다.

사회의 디지털화에 기대하는 사람일수록 마이넘버카드에 대한 의식도 높다는 점에서 마이넘버카드를 디지털 사회의 기반으로 규정하는 국가의 방침이 시니어 세대의 의식에도 침투했다고 볼 수 있다. 한편 무관심한 사람이 많아 국가가 목표로 하는 2022년까지 국민에게 보급하려면 풀어야 할 과제가 많다 (그림16).

그림16 마이넘버카드 발급상황 (사회의 디지털화에 대한 기대별)



출처) NRI사회정보 시스템 「변화하는 시니어 세대의 취업의식 행동조사」 (2021년)

Ⅲ. 정보원의 다양화와 SNS의 보급

1. 시니어 세대의 정보원

시니어 세대에게는 「텔레비전 프로그램」, 「WEB 사이트」, 「신문」이 3대 정보원이다 (그림17). 그 다음으로 「지자체(도도부현이나 시구정촌)의 광고지」, 「지인에게 얻은 정보」, 「가족에게 얻은 정보」는 여성이 많이 이용한다.

고령일수록 이용하는 정보원은 종이 매체를 중심으로 다양해지는 모습을 보인다.

가계 상황은 시니어 세대가 이용하는 정보원에 큰 영향을 미치고 있으며, 가계에 여유가 있는 사람일수록 다양한 정보원을 적극적으로 활용하고 있다. 다만 웹사이트만은 가계의 상황에 따른 큰 차이는

없다. 경제적인 여유가 없는 사람은 유료 신문 구매보다는 웹사이트의 정보 수집에 의존하는 모습이 보인다 (그림18).

2. LINE의 이용

LINE의 이용률은 다른 SNS 등에 비해 두드러지게 증가하고 있으며, 확실히 시니어 세대에 보급이 진행되고 있다. 70대 이용률은 이미 50%를 넘어서 연령대 간 격차는 줄어들고 있다 (그림19).

또 남성보다 여성, 일하지 않는 사람보다 일하는 사람의 LINE 이용률이 높고, 일하는 여성의 LINE 이용률은 매우 높다 (그림20). 가장 이용률이 낮은 일하지 않는 남성과 비교하면, 커뮤니케이션 기회가 많고 적고의 차이가 현저하게 드러난다.

사회의 디지털화에 기대하는 사람일수록 SNS 이용률은 높다. 정보의 발신이나 수집, 사람과의 커

미디어 수단은 SNS는 시니어 세대에게 사회와 일상생활을 연결하는 「접점」으로서 매우 중요한 존재이다 (그림21).

LINE의 이용은 생활 만족도에 긍정적인 영향을 미치고 있으며 70대에서도 그 경향은 강하게 보인다 (그림22). 시니어 세대의 일상 커뮤니케이션 스타일이 크게 변화하고 있는 모습을 알 수 있다.

그림17 정보원 (복수응답)

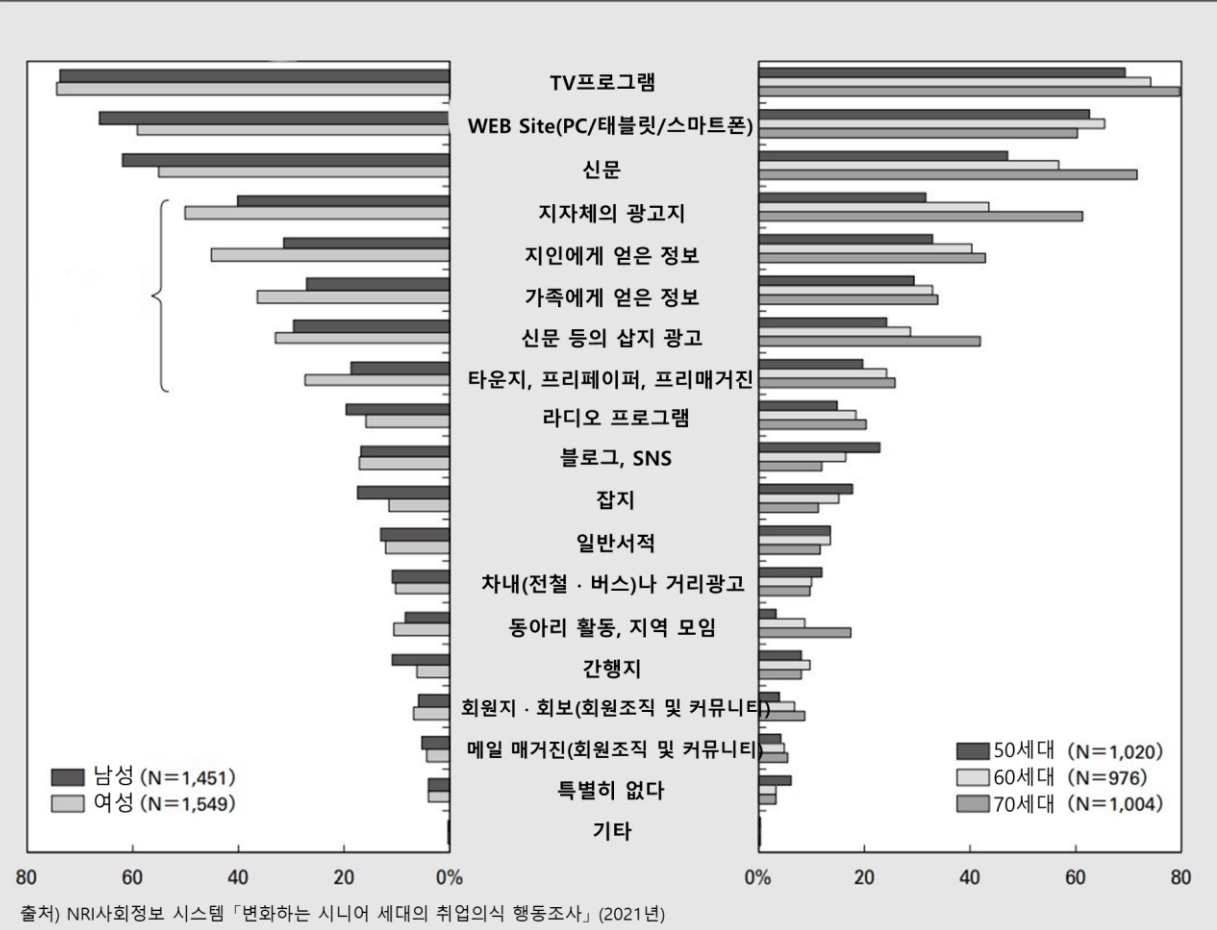


그림18 주요 정보원 (가계 상황별) (복수응답)

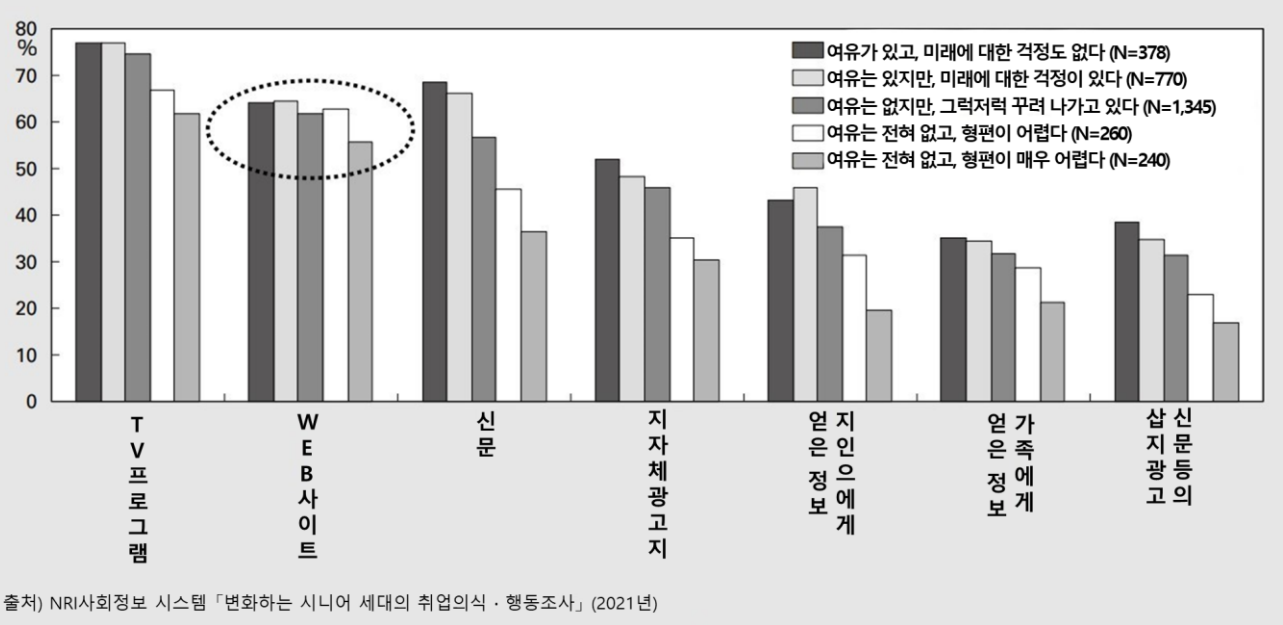
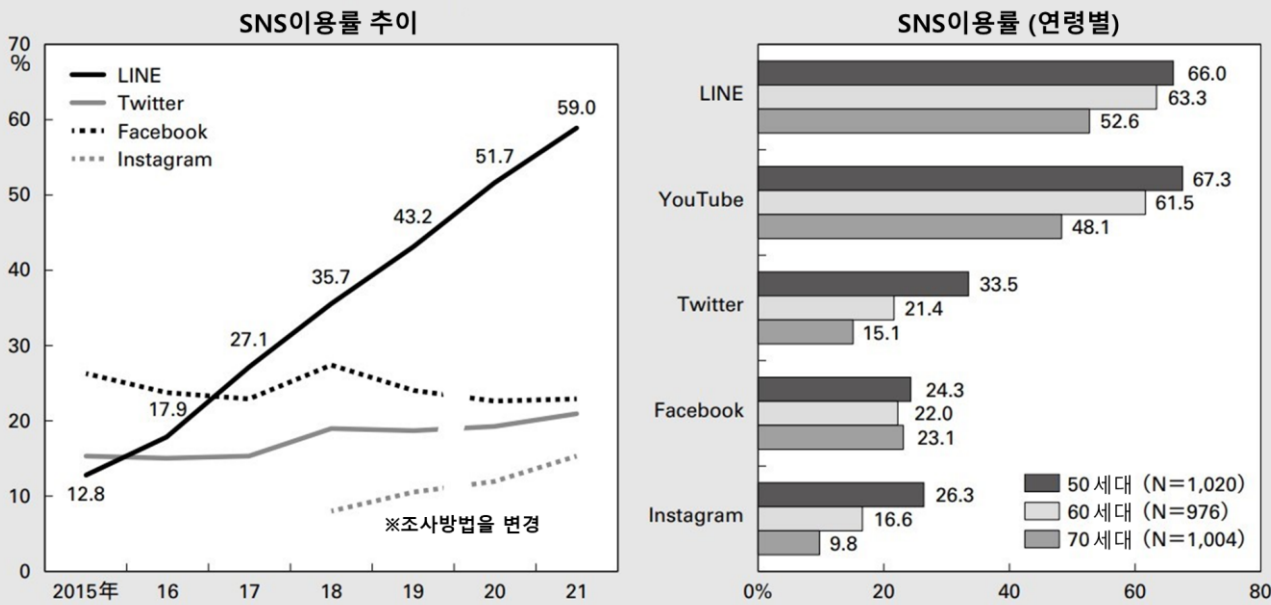
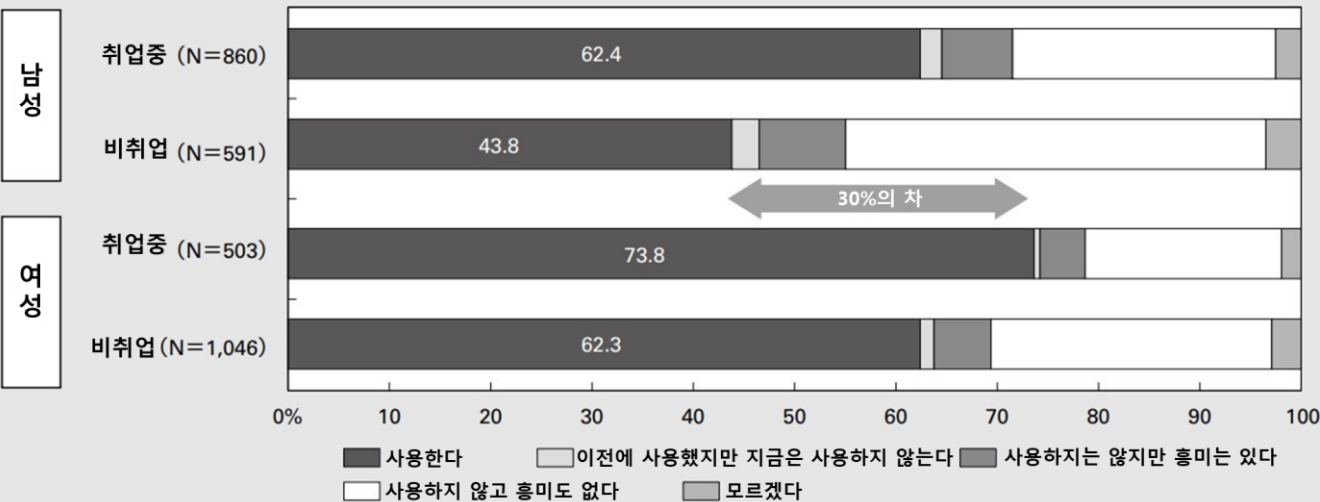


그림19 SNS이용률 추이와 연령별 이용률



※ 1. 2015년부터 2020년까지의 SNS이용률은 NRI 사회정보시스템이 실시한 고령자 앙케이트 조사결과를 참조
2. 2015년부터 2019년까지의 응답자수는 5세 단위 동수로 할당, 2020년 응답자수는 남녀별 5세 단위 인구비율로 할당.
응답자수는 2015년은 1,800명, 2019년은 2,000명, 2020년은 2,500명, 2021년은 2,464명, 그 이외는 1,500명
출처) NRI사회정보 시스템 「변화하는 시니어 세대의 취업의식 행동조사」 (2021년)

그림20 LINE 이용상황 (남녀 · 취업상황별)



출처) NRI사회정보 시스템 「변화하는 시니어 세대의 취업의식 행동조사」 (2021년)

IV. 스마트폰 활용 현황과 과제

시니어 세대의 스마트폰 활용 상황

시니어 세대의 스마트폰 보유율은 꾸준히 증가하고 있는데, 특히 70대의 증가세가 두드러진다 (그림23).

향후 스마트폰을 가질 계획이 없는 사람 가운데 여성은 남성과 비교해 「휴대전화로 충분」하다고 느끼는 사람이 많으며 「조작이 어려울 것 같다」, 「초기 설정이 어려워 보인다」라는 응답에서도 남녀의 차이가 크다 (그림24). 「요금이 비싸다」는 응답은 지난 조사와 비교해 많이 감소한 추세이며 요금의 인하가 앞으로 시니어 세대의 의향에 어떠한 영향을 줄지 주목된다

그림21 SNS이용률 (사회의 디지털화에 대한 기대별)

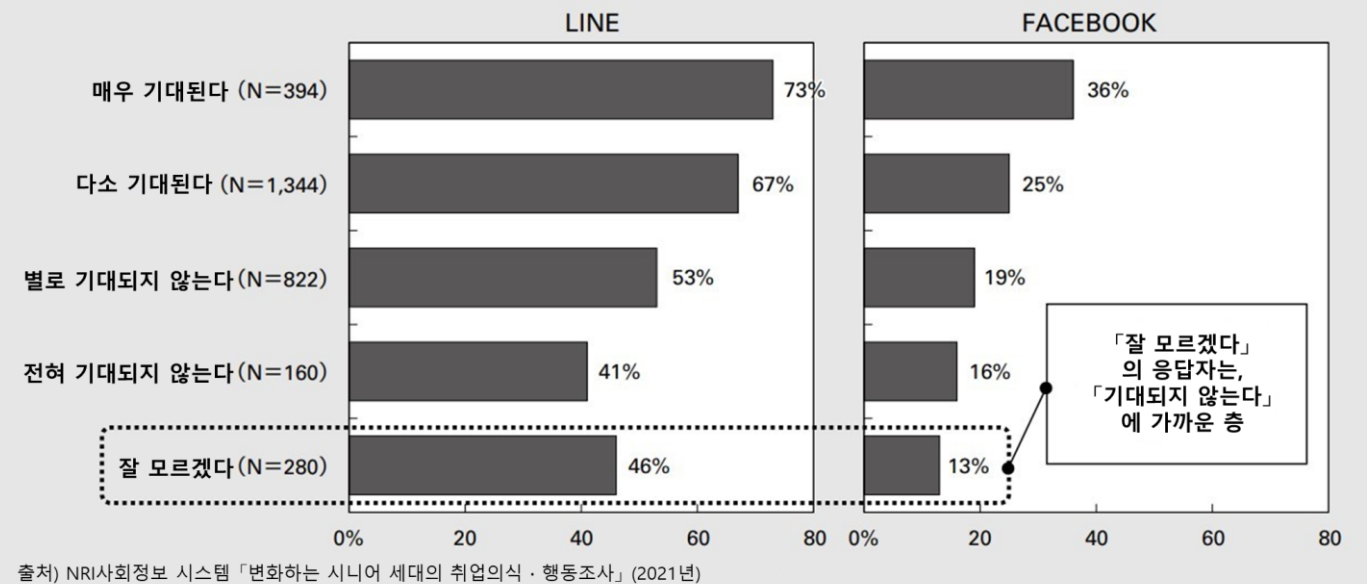
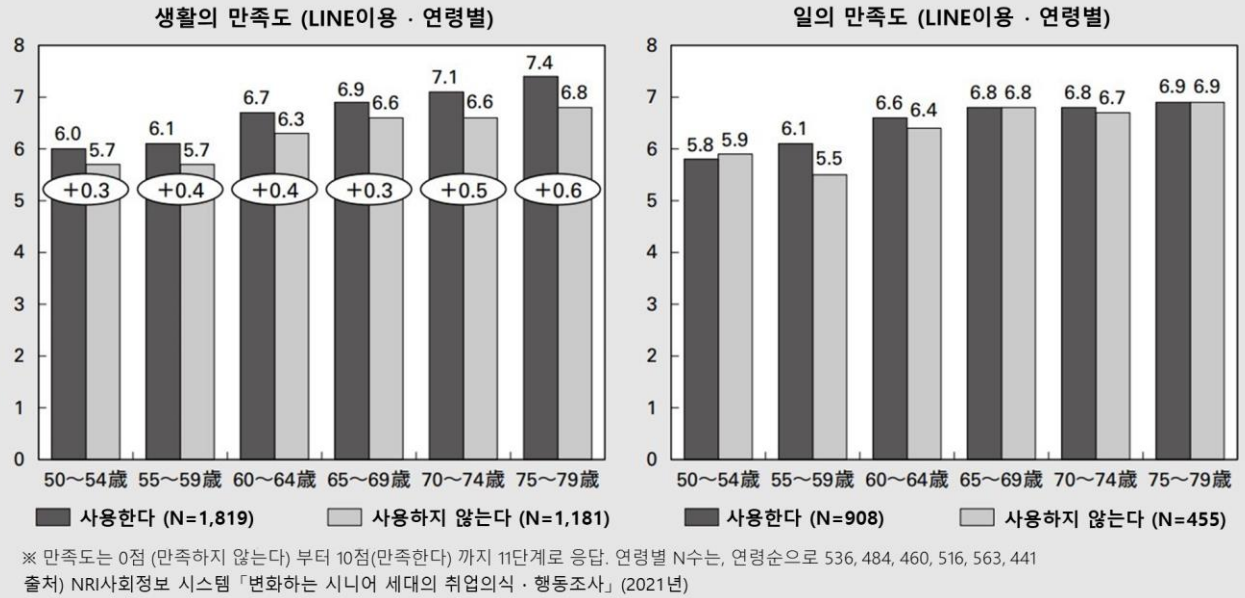


그림22 생활의 만족도와 일의 만족도



「휴대전화로 충분」하다고 느끼는 사람은 고령일수록 늘어나는 한편, 스마트폰 무관심층(스마트폰을 사용하지 않는 이유로 「관심이 없다」라고 응답한 층)은 70대보다 50대에 오히려 많은 점이 특징적이다 (그림25).

현재 이용자는 적지만 앞으로 사용하고 싶다고 생각하는 스마트폰의 기능은 「행정 절차」이고, 「건강 관리」, 「코로나19 접촉 확인 앱」의 이용 의향도 높다. 코로나19 감염증으로 인해 건강 유지 · 증진에 대한 시니어 세대의 의식이 높아진 점을 배경

으로 꼽을 수 있다 (그림26).

스마트폰의 이용 방법을 모를 때 상담 상대는 고령일수록 「휴대 전화 판매점, 가전 양판점」이나 자식, 손자 등 「동거하지 않는 가족」에게 의지하며, 50대와 70대는 다른 양상을 보인다 (그림27). 총무성에서는 디지털 활용에 불안을 느끼는 고령자 등을 대상으로 디지털에 관한 강습회나 상담회 등을 개최하는 「디지털 활용 지원 추진 사업」을 전국 규모로 추진하고 있어 그 성과가 향후 기대된다.

그림23 스마트폰과 휴대전화의 보유율 추이 (연령별)

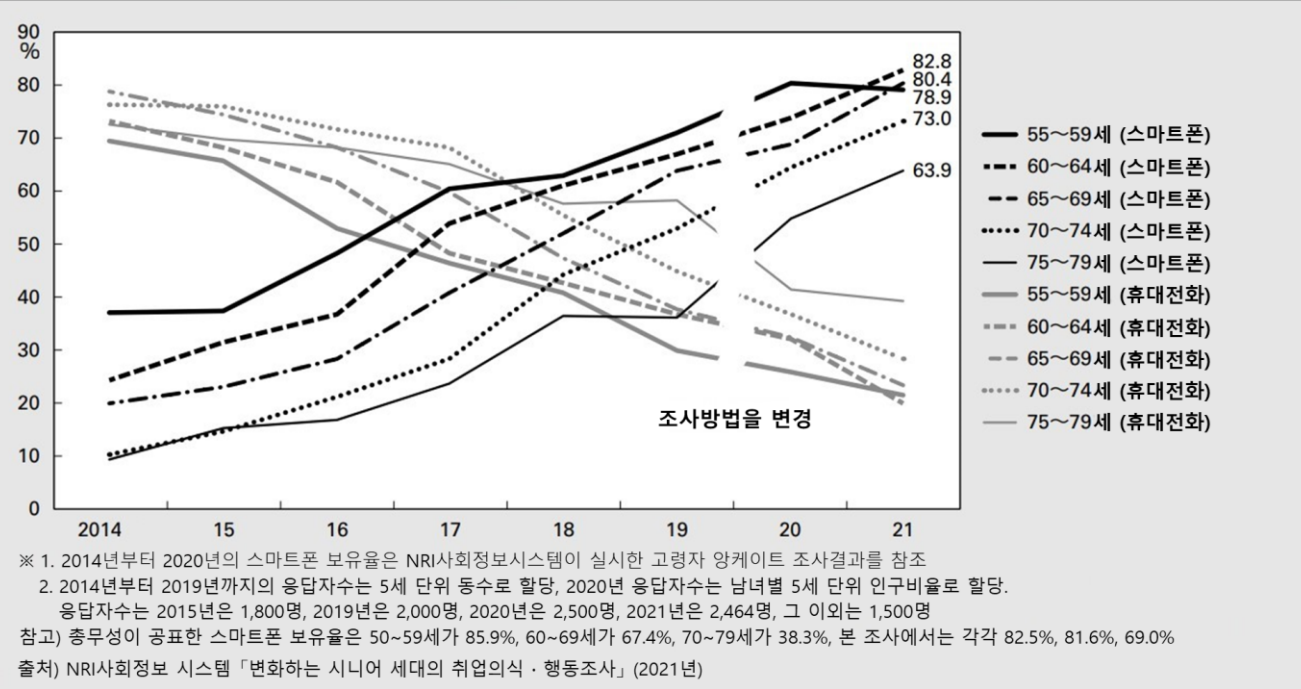


그림24 스마트폰을 사용하지 않는 이유(남녀별/앞으로도 보유할 계획이 없는 사람에 한정/복수응답)

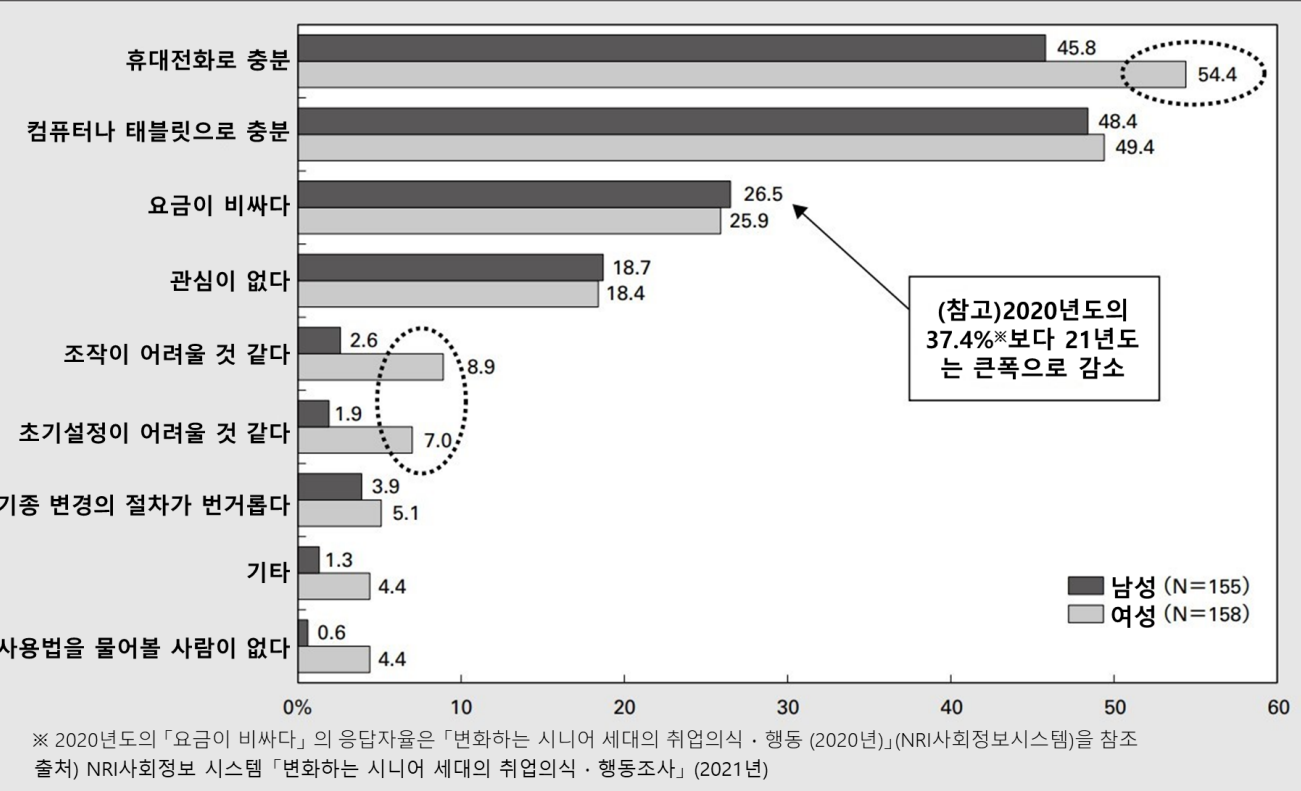


그림25 스마트폰을 사용하지 않는 이유 (연령별/앞으로도 사용할 계획이 없는 사람에 한정 / 복수응답)

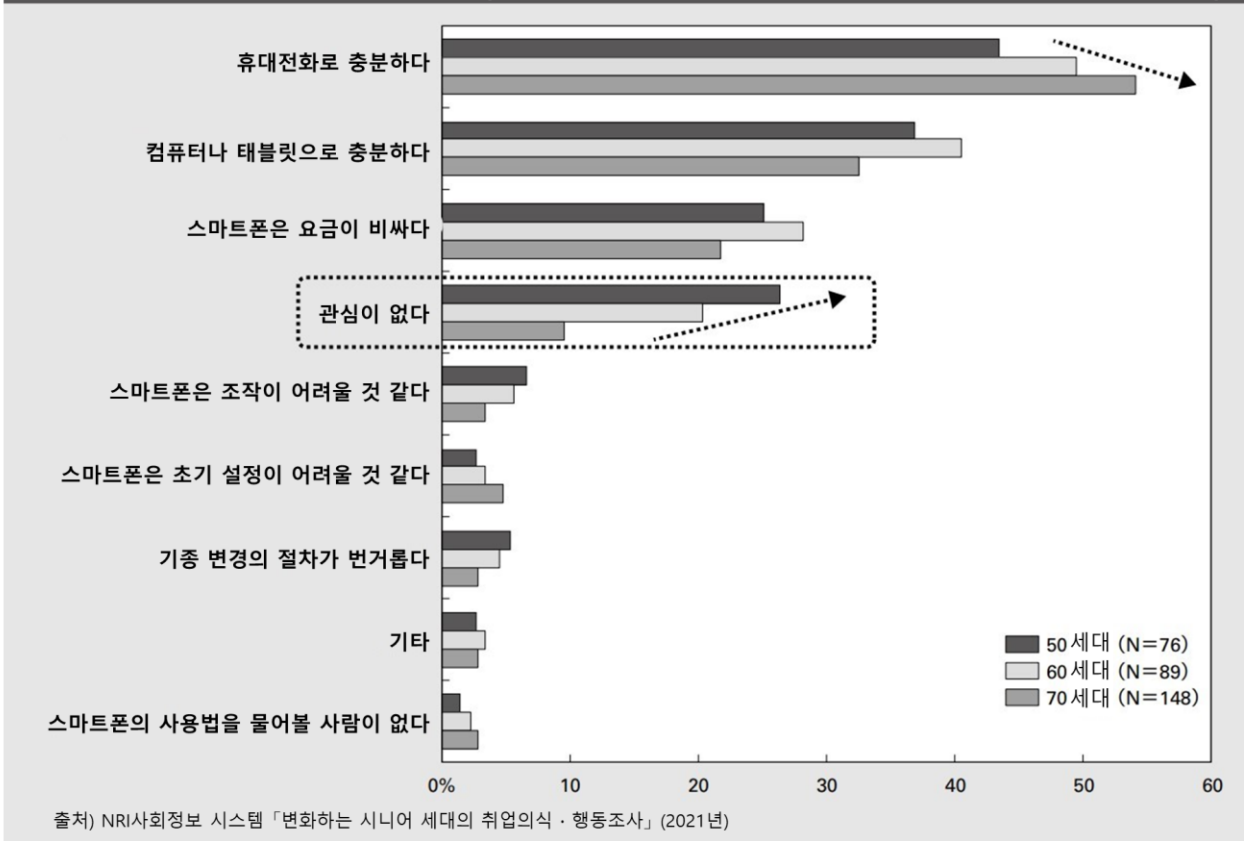


그림26 스마트폰 · 휴대전화의 기능 이용상황 (스마트폰 · 휴대전화를 보유할<계획이 있는>사람에 한정/복수응답/N=2,885)

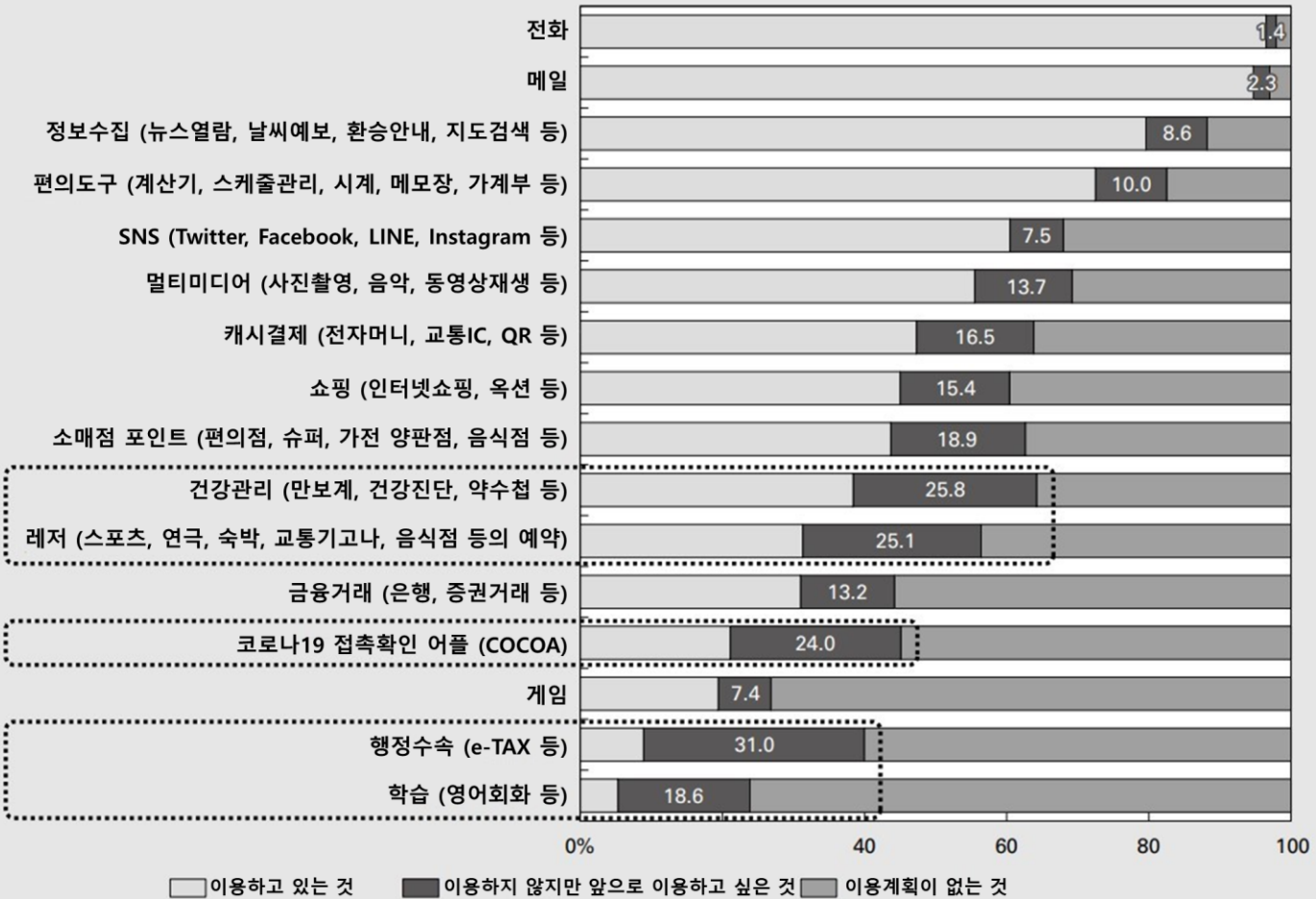
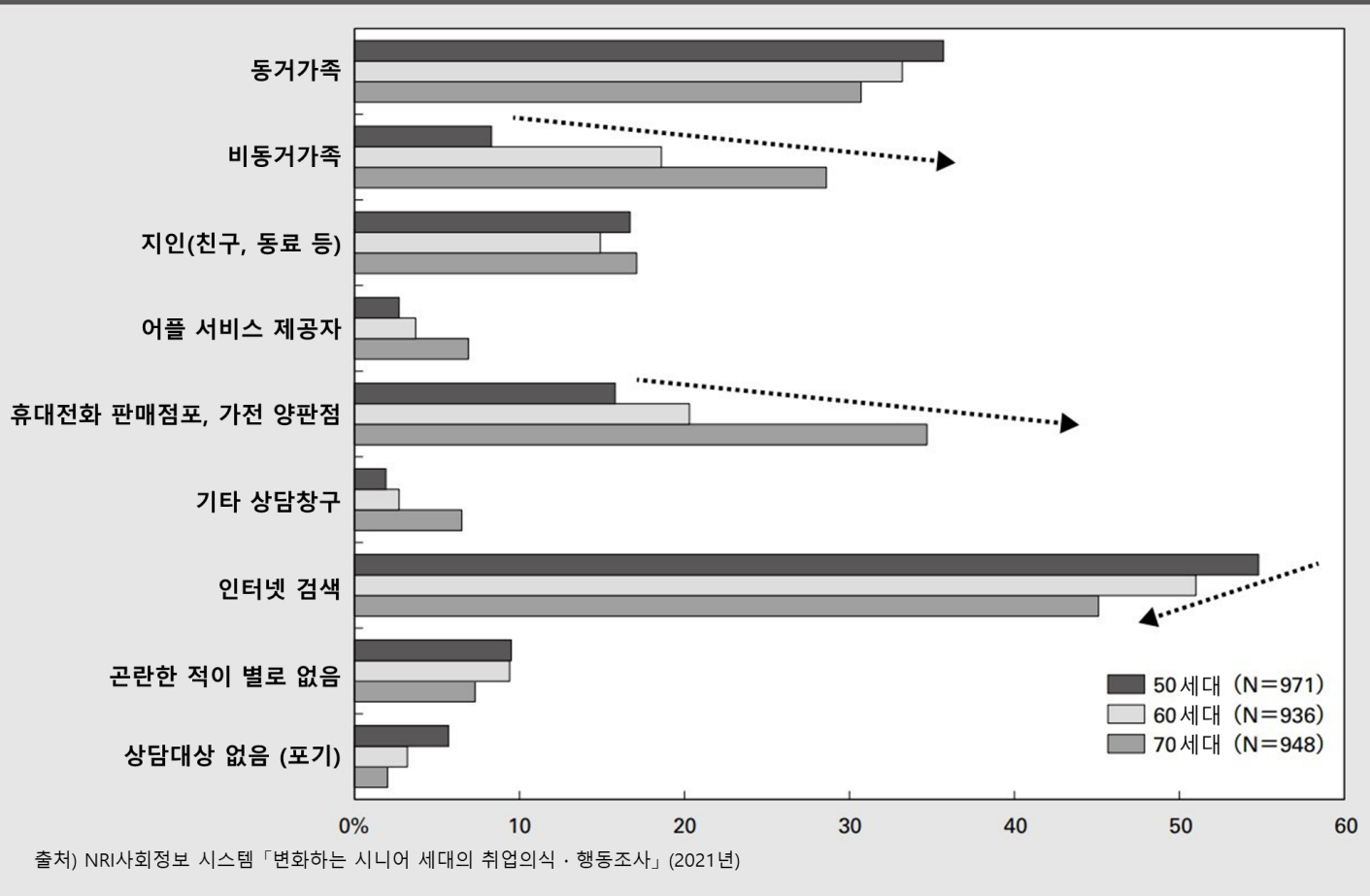


그림27 스마트폰 이용방법의 상담대상 (연령별/스마트폰이나 휴대전화를 보유<계획이 있는>사람에 한정/복수응답)



V. 캐시리스 결제의 이용 상황과 과제

남성은 연령이 높아질수록 캐시리스 결제 이용이 감소하지만, 반대로 여성은 증가한다 (그림28). 남녀·연령별 경향이 I장에서 설명한 그림3 「사회의 디지털화에 대한 기대」와 다른 점은 흥미로우며, 이것은 「디지털화에 대한 의식」이외에도 다양한 요인이 존재함을 뒷받침한다.

캐시리스 결제를 이용하지 않는 사람은 남녀 모두 「현금을 가장 신용할 수 있다」며 현금을 최고로 여기는 생각이 강한데 특히 남성에게 뿌리 깊다 (그림29). 현금 결제가 자취를 감추고 있는 캐시리스 결제 선진국과 비교하면 일본은 한참 뒤쳐져 있는데, 일본 화폐에 대한 높은 신용도가 의식 변화를 저해하는 요인이라고 볼 수 있다. 또한 여성에게는 「낭비에 대한 걱정」이나 「개인 정보가 누출될까 신경 쓰인다」라는 응답이 많은 특징이 있다.

캐시리스 결제를 이용하지 않는 이유 중 「개인 정보 유출이 신경 쓰인다」, 「악용될 우려가 있다」, 「종류가 너무 많아서 혼란스러울 것 같다」는 연령과 함께 증가하고 있으며 (그림30) 고령자의 사기 피해에 대한 불안 등도 배경에 있다고 볼 수 있다.

저축액이 많은 사람일수록 캐시리스 결제를 이용하고 있다 (그림31). 캐시리스 결제 이용 계획에는 디지털화에 대한 의식과 더불어 가게 상황이나 정보에 대한 민감도, 소비 구매 의향, 거주 지역의 소액 결제 인프라 사정 등 복합적 요인이 영향을 미치는 것으로 보인다.

그림28 마이넘버카드 발급상황

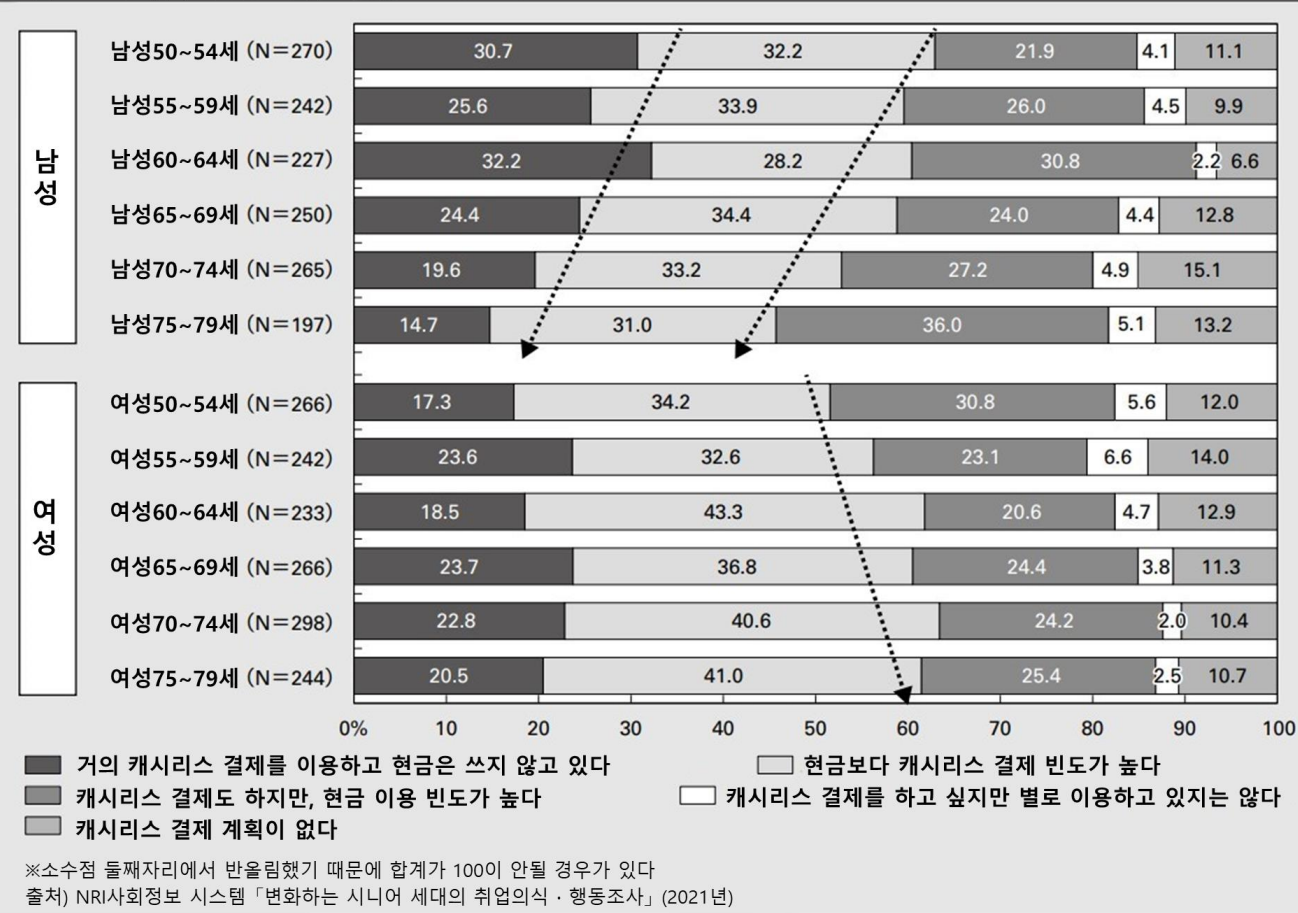
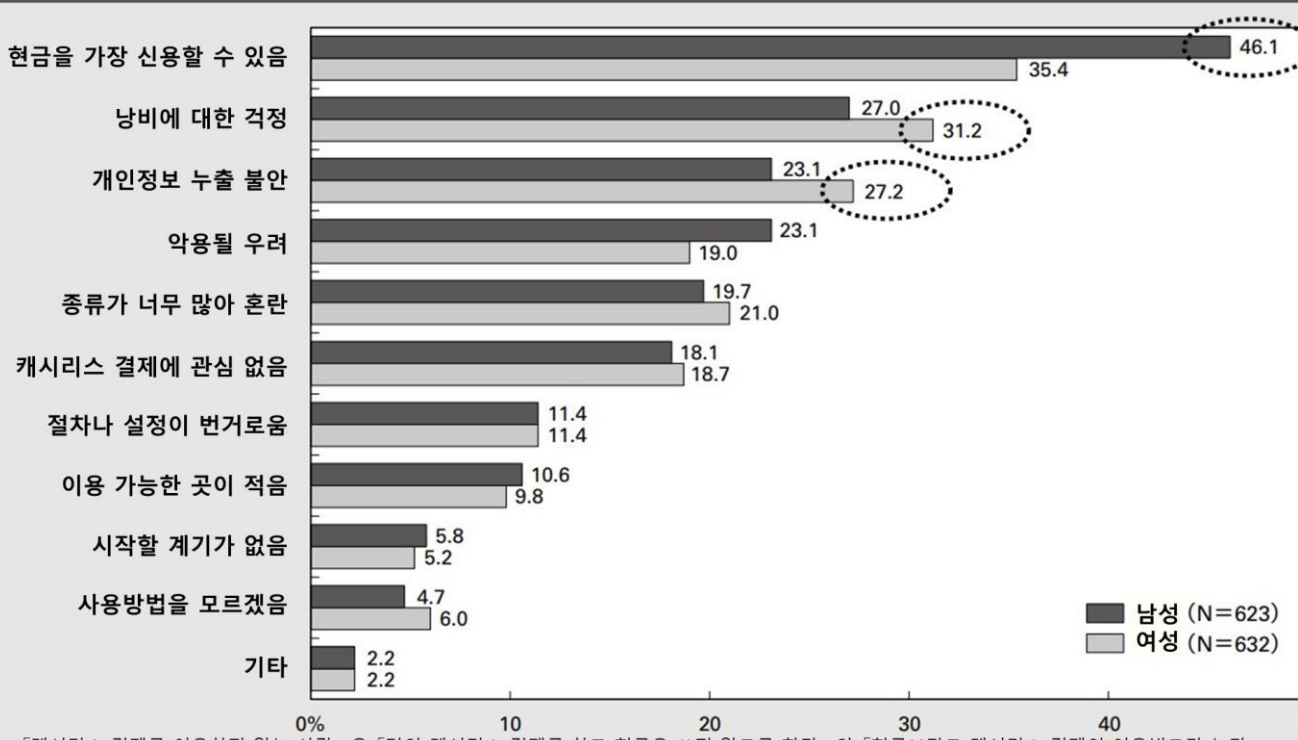
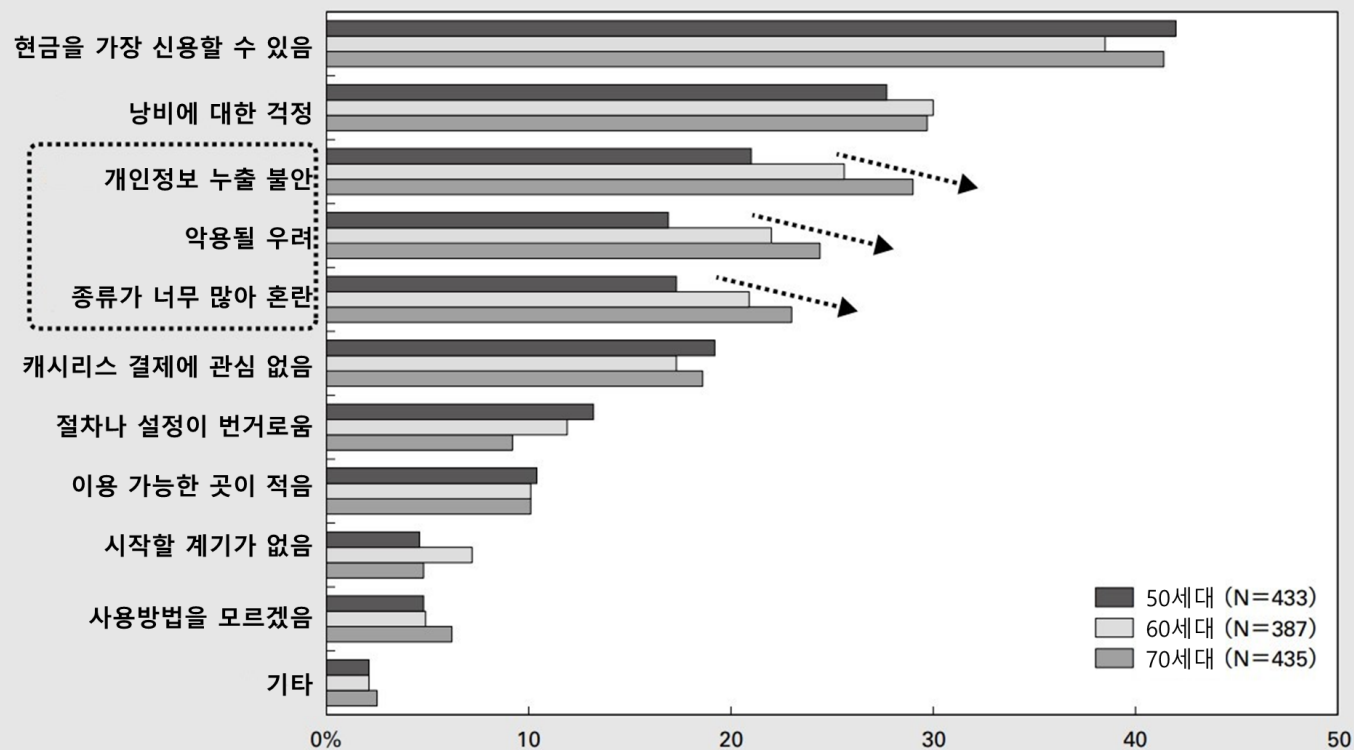


그림29 캐시리스 결제를 이용하지 않는 이유 (남녀별/ 캐시리스 결제를 이용하지 않는 사람에 한정/복수응답)



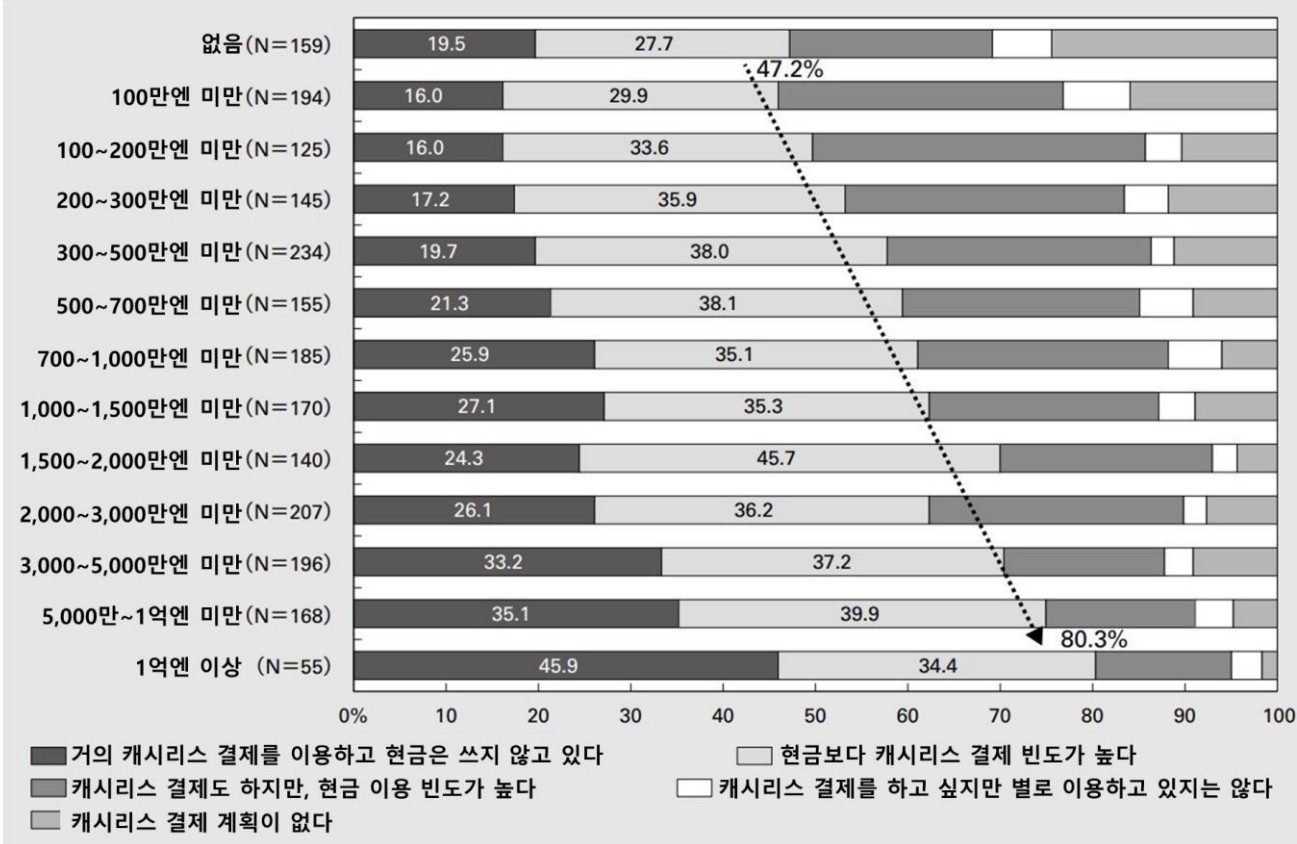
※「캐시리스 결제를 이용하지 않는 사람」은 「거의 캐시리스 결제를 하고 현금도 쓰지 않도록 한다」와 「현금보다도 캐시리스 결제의 이용빈도가 높다」 이외의 응답자
출처) NRI사회정보 시스템 「변화하는 시니어 세대의 취업의식 행동조사」 (2021년)

그림30 캐시리스 결제를 이용하지 않는 이유 (연령별/ 캐시리스 결제를 이용하지 않는 사람에 한정/복수응답)



※「캐시리스 결제를 이용하지 않는 사람」은 「거의 캐시리스 결제를 하고 현금은 쓰지 않도록 한다」와 「현금보다도 캐시리스 결제의 이용빈도가 높다」 이외의 응답자
출처) NRI사회정보 시스템 「변화하는 시니어 세대의 취업의식 행동조사」 (2021년)

그림31 캐시리스 결제 상황 (세대의 저축액별)



출처) NRI사회정보 시스템 「변화하는 시니어 세대의 취업의식 행동조사」 (2021년)

VI. 디지털화보다 우선되어야 할
「행복해지는 것」

1. 조사 결과로 드러난 것

지금까지의 조사 결과에서 살펴본 바와 같이 시니어 세대에서 디지털을 이용할 수 있는 사람은 생활이나 업무상 만족도가 향상되는 반면에 디지털을 이용할 수 없는 사람은 그 혜택을 받을 기회를 놓치는 일이 발생하는 양극화가 진행 중이다. 이대로 방치하면 시니어 세대에서 디지털 격차 확대가 갈수록 우려되는 사태가 될 수 있다.

한편 시니어 세대에게는 「개인 정보 유출」에 대한 강한 불안이 있다. 또 「현금이 가장 믿을 수 있다」는 이유로 캐시리스 결제를 이용하지 않는 등, 「지금 생활에 불편함이 없다」면서 디지털화에 기대하지 않는 층도 일정 수 이상 존재한다. 일본의 각종 서비스의 충실성이나 높은 생활 수준, 국가에 대한 높은 신용 등이 시니어 세대의 디지털화에 대한 인식 변화를 저해한다고도 할 수 있지만, 사회 전체의 디지털화 추진을 서두른 나머지 시니어가 매일 느끼고 있는 생활 만족도를 낮추는 본말전도의 논의가 되어서는 안 된다.

2. 디지털 약자를 지원하는 사회 구조 정비와
유니버설 디자인의 필요성

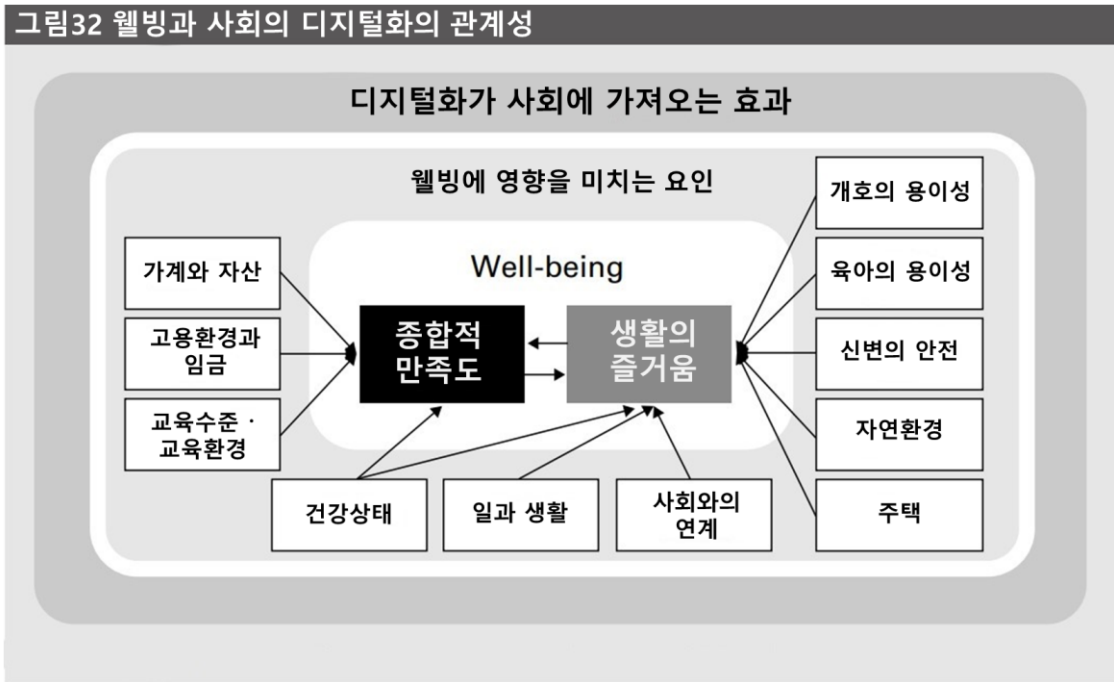
본래 디지털은 어디까지나 수단이며, 그것을 활용하는 목적은 「행복해지는 것」이자 「Well-being을

손에 넣는 것」이다 (그림32).
사회의 디지털화를 따라갈 수 없는 고령자가 미래에 한 명도 없을 수는 없으니 국가가 목표로 하는 「누구도 소외되지 않는 디지털 사회의 실현」은 쉬운 여정이 아니다. 실현의 열쇠는 「고령자를 돕는 시스템 구축」과 「유니버설 디자인 사고」 두 가지이다.

고령자를 돕는 시스템 구축은 「디지털 세이프티넷」이라고도 부르는데, IV장에서 전술한 총무성의 「디지털 활용 지원 추진 사업」에 기대하고 있다. 일회성 대처에 머무르지 않고 계속해서 지원할 수 있는 시스템을 만들 것, 고령자에게 홍보를 통해 널리 인지시킬 것, 그리고 무엇보다도 사업의 효과를 스마트폰을 얼마나 잘 구사하는가와 같은 스킬이 아니라 그 결과 생활 만족도가 얼마나 올라갔는지, 행복해졌는지를 KPI로서 중장기적으로 모니터링하는 것이 중요하다.

유니버설 디자인이란 시니어 세대라도 디지털을 어렵게 느끼지 않게 하는 디자인, 혹은 디지털을 디지털이라고 느끼지 않게 만든다는 발상이다. 시니어의 일상생활에 디지털의 편리성이 자연스럽게 침투해 습관화되는 것이 중요하다. 디지털 서비스를 보급하려면 이용자 관찰을 기점으로 이용한 결과의 의견이 제공자 측에 피드백 되어 개선에 계속 반영되는 철저히하게 이용자 눈높이에 선 사이클이 당연하게 존재하는 사회가 바람직하다.

국가가 책정한 「디지털 사회 실현을 위한 중점 계획」의 중점 시책의 하나로 「UX·액세스빌리티」가 제창되며 향후 강화되는 방향에 있으나, 디자인



씽킹(Design Thinking), 리빙랩(Living lab) 같은 코크리에이션(Co-Creation · 공동창조)을 오랜 기간에 걸쳐 성숙시킨 덴마크 등 북유럽 국가들의 대처를 폭넓게 참고해야 한다.

주

「변화하는 시니어 세대의 취업의식 · 행동조사 (2021년 3월)」

NRI 사회정보시스템은 시니어 세대의 취업상황이나 일하는 의식, 라이프스타일, 가치관 등의 행동실태를 파악하고, 향후 시니어 취업 및 노동기회 확대를 위한 고찰, 제언을 실시하기 위해, 50~79세의 남녀개인 3,000명을 대상으로 노무라종합연구소가 제공하는 인터넷 조사 서비스 TrueNavi 를 통해 양케이트를 실시하였다

필 자

코마츠 다카시 (小松 隆)

NRI 사회정보시스템 대표이사 사장
전문분야는 저출산 고령화 사회의 디지털 활용

본 기사는 知的資産創造 2022년 6월호에서 발췌하여 한국어로 번역하였습니다.
문의사항은 노무라종합연구소 서울로 연락 바랍니다.
문의처 : inquiry@nri-seoul.com

홈페이지 www.nri-seoul.com 의 insight 메뉴에서 더 많은 기사를 볼 수 있습니다.
또한 知的資産創造 2022년 6월에 대한 전문 및 기사는 www.nri.com에서 열람 가능합니다.

본 기사의 무단 전재, 복제를 엄격히 금합니다. 모든 내용은 일본의 저작권법 및 국제조약에 따라 보호받고 있습니다.

Copyright © by Nomura Research Institute, Ltd. All rights reserved.