



Press Contacts

임성연 이사
한국어도비시스템즈
(02)530-8094
sulim@adobe.com

김희연 차장/서인지 대리
뉴스커뮤니케이션스
(02)6323-5061, 010-9171-7737
(02)6323-5080, 010-3893-3098
adobe@newscom.co.kr

어도비: “한국 크리에이티브 업계 변혁, 모바일이 이끈다”

기술의 역할이 크리에이티브 업계의 업무 방식 혁신을 견인하는 핵심 요인으로 나타나

서울, 2016년 9월 19일 - 어도비가 아시아태평양 지역 크리에이티브 전문가들이 마주하는 변화와 도전 과제를 규명한 연례 보고서인 '2016 어도비 아태지역 크리에이티브 전문가 의식조사(Adobe APAC Creative Pulse 2016)'를 발표했다. 올해 보고서에 따르면 한국 크리에이티브 전문가들은 업무 방식의 변화를 주도하는 주요 동인을 '모바일'로 꼽았다. 또한 첨단 데이터 사이언스와 UX/UI를 업무에 접목해야 하는 필요성도 강하게 느끼고 있었다.

한국어도비시스템즈 최승억 대표는 “나날이 높아지는 고객의 기대에 부응하기 위해 새로운 스킬, 툴 및 디지털 기술을 빠르게 도입 중인 크리에이티브 업계의 변화를 ‘모바일 퍼스트’ 디지털 혁신의 확산이 견인하고 있는 것으로 드러났다”며 “오늘날 디지털 경험 시대에서 성공의 열쇠는 곧 창의적인 아이디어와 최신 툴 및 기술의 능숙한 활용에 있다. 따라서, 모바일 선진국인 한국은 확실한 경쟁 우위를 확보하게 됐다”고 말했다.

이번 보고서에서 현재 크리에이티브 업계 내 모바일 및 기술의 중요성과 영향력은 한국에서 가장 두드러졌다. 국내 응답자의 대다수인 91%가 ‘모바일이 크리에이티브 및 디자인의 모습을 바꾸고 있다’고 답했다(아태지역 87%). 이는 지난 보고서 대비 무려 10%포인트나 증가한 수치다. 크리에이티브 작업에 스마트폰을 활용하는 한국 응답자의 비율은 65%로, 아태지역의 49%보다 현저히 높았다. 특히, 46%가 창의적인 작업물을 보여주기 위한 용도로 이미 모바일을 활용하고 있다고 답했다(아태 지역 39%). 뿐만 아니라, 응답자 중 92%가 기술이 전문 크리에이티브 역량을 향상시킨다고 답하며 아태지역 평균(85%)보다 첨단 기술의 혜택을 더 높게 평가했다. 이는 한국의 압도적으로 높은 모바일 보급률에 기인한 것으로 보여진다.

현 크리에이티브 업계 변화에 영향을 일으키고 있는 변화의 파급력 역시 한국에서 더 높았다. 국내 응답자 중 93%가 ‘크리에이티브 전문가의 역할이 급격히 변화하고 있다’고 답하며 아태지역(90%)보다 높게 변화를 인지했다. 이에 대한 가장 중요한 이유로 ‘업무 방식을 변화 시키는 신기술(51%)’, ‘크리에이티브 업무에 더해진 새로운 책임(51%)’, ‘청중에게 도달 할 수 있는 새로운 플랫폼 등장(50%)’을 꼽았다.

또한 국내 응답자의 92%가 ‘새로운 툴과 테크닉을 배워야 한다’며 도전을 강조했다. 특히, 82%가 디자인 및 창의력의 향방을 파악하기 위한 디지털 분석 기술 및 측정 지표 등을 더 자세히 이해할 필요를 느낀다고 답했는데, 이는 아태지역 평균인 74%를 상회하는 수치다. 다양한 플랫폼에서 크리에이티브 콘텐츠 활용도, 성과 등을 측정할 수 있는 첨단 데이터 사이언스의 필요를 강조한 것이다.

사용자들에게 다변화된 기기 환경에 최적화된 콘텐츠 경험을 제공해야 하는 필요성은 한국을 포함한 아태 지역 전반에서 제기됐다. 실제로 아태지역 크리에이티브 전문가 전체 중 27%가 향후 1년 동안 가장 수요가 높을 것으로 예상되는 스킬로 ‘UX(사용자 경험) 및 UI(사용자 인터페이스)’를 지목했다. 이어 ‘앱 개발(16%)’ 및 ‘디지털 스토리텔링(14%)’ 등이 뒤를 이었다. 한국은 아태지역에서 유일하게 ‘3D 모델링’을 가장 중요한 스킬 3개 중 하나로 꼽아 눈길을 끌었다.

제이니 림 어도비 아태지역 디지털 미디어 부문 마케팅 디렉터는 “최근 몇 년 동안 디자인 및 크리에이티브 전문가들의 역할은 빠르게 변화했으며, 어도비는 고객이 이와 같은 환경의 변화에 앞서 나갈 수 있도록 필요한 기술, 툴 및 테크닉을 제공하는데 최선을 다할 것”이라고 강조했다. 이어, “특히 모바일 기기와 함께 증강현실(AR) 및 가상현실(VR) 등의 신기술이 확산되며 전문가들은 콘텐츠를 더욱 빠르게 만들 것을 요구 받고 있다. 이는 더 다양한 플랫폼과 소비자 층의 콘텐츠 수요에 더 빠르게 적응하는 것은 물론 다양한 기기와 지역에 걸친 팀원들과 협력하고 비즈니스 성과를 측정할 수 있어야 함을 의미한다. 이 모든 것은 크리에이티브 전문가들에게 도전과 기회를 동시에 제시하고 있다”고 말했다.

어도비 아태지역 크리에이티브 전문가 의식조사에 대하여

이 조사는 한국을 비롯해 중국, 동남아시아, 인도, 호주 및 뉴질랜드에 있는 총 1,700여명의 그래픽 디자이너, 아티스트, 웹 디자이너, UX/UI 디자이너, 포토그래퍼 등 다양한 분야의 크리에이티브 전문가들을 대상으로 실시한 온라인 설문조사로 기초로 한다. 95%의 신뢰도에 +/-1.9% 오차범위를 두고 있다. 조사 결과에 대한 보다 자세한 설명과 그래프는 [다음 링크](#)에서 보고서와 인포그래픽을 다운로드 받아 확인 가능하다.

2016 어도비 아태지역 크리에이티브 전문가 의식조사 주요 조사 결과						
문항	한국	중국	동남아	인도	호주/ 뉴질랜드	아태지역 평균
“모바일이 크리에이티브와 디자인 분야를 변혁시키고 있다”	91%	88%	88%	86%	82%	87%
“크리에이티브 작업에 스마트폰을 활용하고 있다”	65%	37%	49%	47%	49%	49%
“크리에이티브 전문가의 역할이 급격하게 변화하고 있다”	93%	88%	89%	91%	87%	90%
“크리에이티브 전문가들은 새로운 툴과 테크닉을 배워야 한다”	92%	92%	92%	96%	93%	93%
“디자이너로서 분석 및 지표 활용 방안에 대한 더 깊은 이해가 필요하다”	82%	73%	71%	67%	75%	74%

어도비에 대하여

어도비는 사용자의 디지털 경험을 통해 세상을 바꾼다. 자세한 정보는 <http://www.adobe.com/kr/>에서 찾을 수 있다. 한국어어도비시스템즈에 대한 정보 및 뉴스는 한국어어도비시스템즈의 공식 페이스북(<http://www.facebook.com/AdobeKorea>)과 공식 트위터(<https://twitter.com/AdobeKorea>)에서 확인 가능하다.

###