

2016-04

Global Maestro News Briefing

THE SMART HOME: DEFINED



최근 주택시장에서 “스마트 홈(Smart Home)”이 각광받고 있습니다. 스마트 홈의 흐름을 살펴보면 우리 사회가 정의하는 스마트 홈이 수십 년간의 기술 변화에 따라 같이 변화한 것을 알 수 있습니다. 20년전까지만 하더라도, 국내의 일반적인 아파트에서 현관문의 작은 구멍을 통해 사람 확인 안하고 초인종에 카메라를 장착할 수 있는 기계가 스마트 홈이라 불렸습니다. 더 나아가, 사람이 현관을 지나갈 때 조명이 켜지게 하는 감지기가 스마트 홈으로 정의되었습니다. 하지만, 오늘날 사람들이 흔히 사용하는 스마트 홈은 다양한 정의를 갖고 있을 뿐만 아니라 다양한 분야에서 잘못된 정의로 사용되고 있다는 점을 감안하면 “스마트 홈”이라는 단어를 재정의할 필요가

 http://www.customhomeonline.com/newsletter/the-smart-home-defined_c

있습니다. 스마트 홈 단어의 혼란을 해결하기 위해 CNET(기술관련 뉴스)과 Coldwell Banker Real Estate(부동산)에서 스마트 홈을 다시 정의해 보았습니다.

또한, 스마트 홈이란 “네트워크와 연결된 제품(Wi-Fi, Bluetooth) 또는 유사한 프로토콜로 연결된, “스마트 기기”인 핸드폰, 태블릿, 컴퓨터 등의 별도 시스템을 통해 온도, 조명, 보안, 안전, 엔터테인먼트 등(스마트 옵션)을 조정, 자동화 및 최적화할 수 있는 지이며,

이 집은 안정적인 인터넷 접속이 가능하여야 하며 스마트 보안 또는 스마트 온도 기능이 필수적으로 갖추고 있어야 한다. 또가로, 스마트 옵션 중 최소 2개 이상을 포함해야 스마트 홈이라 할 수 있다”

FOR SMART HOME STARTUPS, IT'S NO LONGER ABOUT PLATFORMS, BUT SIMPLICITY

2014년에 대기업뿐만 아니라 개인 창업자까지 스마트 홈을 위한 플랫폼 구축이 유행이었습니다. 개발업체들은 집안의 조명, 온도, 문 관리, 세탁 등 모든 것을 스마트 홈 플랫폼을 통해 조정하고자 하였으나, 소비자들은 손쉽게 활용할 수 제품을 선호함에 따라 플랫폼에 대한 관심은 자연스럽게 감소하였습니다.

그 당시 Skybell社*는 네트워크에 접속되는 카메라 달린 초인종 제품을 개발 및 판매하였는데, 간단한 디자인 및 솔루션으로 인해 플랫폼 개발업체에게 외면 받았습니
다. 하지만, 소비자들에게는 오히려 Skybell의 초인종과 같이 손쉽게 활용할 수 있는 제품들에
대해 선호도가 높게 조사되었습니다. 이는, 소비자들이 자신의 문제를 해결하기 위한
솔루션을 찾는데 관심이 있을 뿐 플랫폼을 통해 다양한 효과를 누리하고자 하는 것이 아니기
때문입니다.

이러한 소비자들의 무관심 속에서도 현재까지 플랫폼 개발업체에서 통합 플랫폼을 구축하려 노력하는 것을 Microsoft나 Apple의 사례를 해답을 찾을 수 있습니다. Microsoft나 Apple은 IT 분야에서의 통합 플랫폼 구축을 통해 현재 전 세계 대부분의 컴퓨터나 스마트 기기 플랫폼 시장을 선점할 수 있었습니다. 이러한 통합 플랫폼은 Microsoft나 Apple에게 수익을 가져다 주고 있습니다. 스마트 홈 플랫폼 개발업체들은 Microsoft나 Apple과 같이 통합 플랫폼 구축을 통해 스마트 홈 시장의 점유율을 차지하려는 것으로 해석할 수 있습니다.



 <http://www.forbes.com/sites/michaelwolf/2016/05/24/for-smart-home-startups-its-no-longer-about-platforms-but-simplicity/#44fa1689734a>

WITH SMART HOME APPS, CONSUMERS PREFER SERVICE PROVIDERS DO ALL THE WORK



최근 Argus Insights에서 발간한 Smart Home 360 Report에 따르면, 소비자가 스마트 홈 시스템을 구축하는데 상당한 노력이 필요하나 유지관리는 어려운 것으로 조사되었습니다. 또한 소비자들은 서비스 직원이 직접 설치 및 유지관리를 수행해 주는 브랜드에 대한 고객만족도가 높은 것으로 조사되었습니다. 스마트 홈 시장에 성공을 거두고, 고객만족도가 높은 기업들은 공통적인 사항은 지속적으로 고객불만을 통해 스마트 홈 시스템 개선하였기 때문인 것으로 보입니다.

가정용품을 제작, 수리, 장식을 직접 하는 DIY(do-it-yourself)족이 있는 반면, 기술자가 해주는 것을 원하는 DIFM(do-it-for-me)족이 있는데, 두 그룹은 스마트 홈과 관련된 기술 및 서비스를 활용하는 데에 있어 확연한 차이를 보입니다. DIY 그룹은 전반적으로 스마트 홈을 위한 실내 온도 조절 장치를 적극적으로 활용하지만 DIFM 그룹은 집안 보안과 관련된 서비스를 선호하는 편으로 소비자의 성향에 따라 스마트 홈 시스템 구성이 차이가 있는 것으로 판단됩니다.

 <http://www.zdnet.com/article/with-smart-home-apps-consumers-prefer-service-providers-do-all-the-work/>

SECURITY RISKS IN THE AGE OF SMART HOMES



삼성, Google, Apple 등의 대기업은 우리 삶의 질을 향상하기 위해 다양한 스마트 홈 플랫폼을 구축하였고, 플랫폼에 맞는 서비스(제품 또는 앱)도 제공하고 있습니다. 하지만, 소비자들은 스마트 홈 플랫폼에 의해 자신의 보안이 위협을 받을 수 있다는 것에 대한 인식하지 못하고 있습니다. 일반적인 스마트 홈 플랫폼은 가스, 자동문, 조명, 온도계, 컴퓨터, 현관문 등의 스마트 장치와 컨트롤하기 위한 스마트 앱 등으로 구성되어 있습니다. 하지만, 스마트 앱을 통해 무분별하게 개인 정보를 수집하거나 범죄에 악용할 소지가 있습니다. 이러한 스마트 홈 플랫폼의 개인 보안 및 안전에 대한 위협을 최근 미국 미시간 대학교의 연구를 통해 밝혀줍니다.

최근 출시된 스마트 앱 499개를 조사한 결과 개인 정보 유출 가능성이 높은 앱이 전체 대상 55%를 차지하는 것으로 조사되었습니다. 아직까지 스마트 홈은 대중에게 낮은 인지도와 보안상의 취약점에 대한 개발자들의 우선적인 대처가 필요하며, 소비자는 스마트 홈에 대한 신중한 판단이 요구됩니다.

 <http://theconversation.com/security-risks-in-the-age-of-smart-homes-58756>

DOES SMART HOME TECH BOOST YOUR HOME'S VALUE?



미국 부동산 기업에서는 시민들을 대상으로 스마트 홈을 위한 스마트 기기 선호도를 설문조사를 실시하였는데, 낮은 비용으로 도입할 수 있는 문 잠금 및 경보 장치(63%), 온도계 및 선풍기 (63%), 조명(58%), 그 외 안전 기기(열연탐지기 등, 56%) 등이 상위권을 차지하였습니다.

 <http://smarthome.reviewed.com/features/does-smart-home-tech-boost-home-value>