

- 2013년도 제1회 미래문화포럼 -  
"여가소비의 세대별 다층화와 문화복지 화두의 부상"

## 뉴 실버세대를 위한 생활속 문화복지 실천전략

본 강의자료는

기분좋은 QX 안이영노 대표의 저술과 실버산업 전문가 조한종 대표의 해외 실버문화공간 탐방 관련자료, 기타 실버관련 기사 및 통계자료들에서 관련 내용들을 일부 인용하였음을 밝힙니다.

논문이 아니라 일일이 출처를 밝히지 못한 점 양해 바라며, 인용된 자료들은 본 강의를 위해서만 사용되었음을 밝힙니다.

사전에 협조를 구하지 못하고 인용된 자료들이 있다면 널리 양해바랍니다.

2013. 4. 19

윤성진

(주)쥬스컴퍼니 예술감독  
전남대 문화전문대학원 겸임교수

문화체육관광부 - 문화융성을 통한 국민행복시대 1

## 생애주기별 맞춤형 문화복지를 확대합니다.

### 실버세대를 위한 맞춤형 문화복지 정책

- ✓ 어르신 문화학교 310개 수준으로 확대
  - 문화나눔봉사단 활동 및 사회적 기업화 지원
- ✓ 문화.여행.스포츠 바우처제도를 문화여가카드 발급으로 통일
- ✓ 문화.체육.관광 시설에 무장애환경(Barrier free) 확충
- ✓ 실버스포츠 개발 보급
- ✓ 노인복지관에 생활체육지도사 추가 배치

자료: 문화체육관광부

# [ 생애주기별 맞춤형 문화복지 서비스 ]

문화로  
국민행복 가꾸기

111. 국민행복추진계획

국민 모두가 '문화가 있는 삶'을 누릴 수 있도록 하겠습니다



자료: 문화체육관광부

## 3모작 시대의 라이프스타일

1. 20대 중반 ~ 40대 중반 : 왕성한 사회활동기(20년)
2. 40대 중반 ~ 60대 중반 : 제 1의 전환기(20년)
3. 65세 ~ 100세 : 제 2의 전환기(20~30년)

현대인은 이미 2모작 시대를 넘어서, 3모작 시대에 들어섬.  
인생에 2번의 큰 전환기를 갖게 되면서 2모작, 3모작 시기의  
특성에 대한 이해와 함께 다음 전환기를 준비하는 지혜가 요구됨.  
정부 정책수립에서도 3모작 시대를 고려한 정책이 필요.

### 3모작 시대를 고민하게 된 배경은?



2000년 고령화사회(7%이상)  
2018년 고령사회(14%이상)  
2026년 초고령사회(20%이상)

# 한국사회의 고령화 현황

## 실버세대와 뉴실버세대의 차이

| 실버세대               |       | 뉴실버세대                     |  |
|--------------------|-------|---------------------------|--|
| 완고함, 보수적           | 이미지   | 밝고 유연함, 합리적, 긍정적          |  |
| 검소하고 소박, 한정된 취미 생활 | 삶의 태도 | 여유와 즐거움, 다양한 취미 생활        |  |
| 자녀에게 의존            | 독립성   | 자녀와 동거 거부                 |  |
| 무계획, 자녀 용돈 등에 의존   | 노후설계  | 계획된 노후설계로 독립 추구           |  |
| 세대 간 단절, 변화에 대한 거부 | 가치관   | 변화에 개방적, 다른 세대와 소통        |  |
| 일에 재미, 여가는 수단      | 레저관   | 여가 자체가 목적                 |  |
| 상속해줘야 한다는 의식이 강함   | 자산 처분 | 자신을 위해 쓰다 남으면 상속 또는 사회 환원 |  |
| 경로당에서 노인끼리 교류      | 대인관계  | 동호회 활동 등 폭 넓은 대인관계        |  |
| 자녀 중심              | 생활    | 부부 중심, 참살이                |  |

자료: 신한은행

현재 70세~

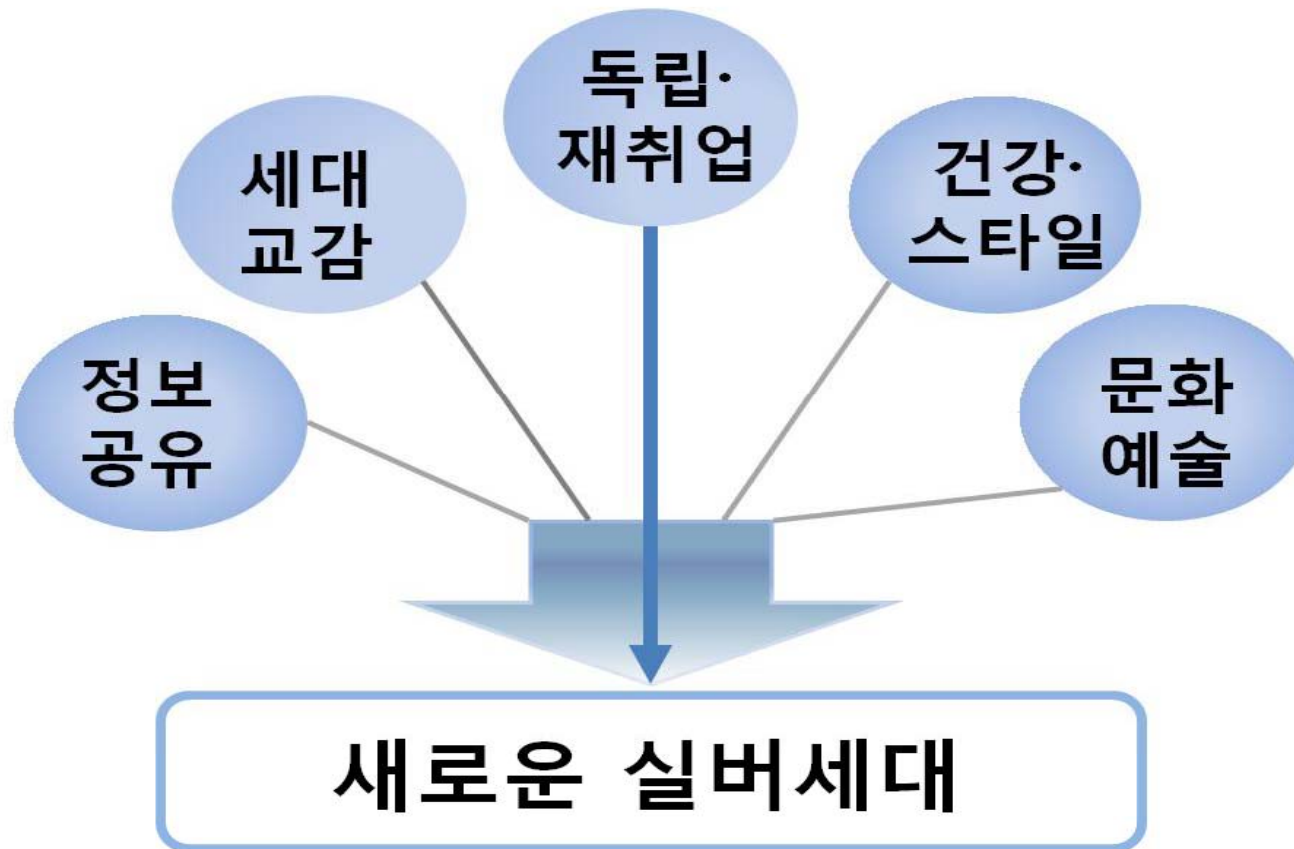
1945년 이후 출생 세대 (현재 60~69세)

# 뉴 실버세대 (nS세대)

## ■ 새로운 실버세대'의 세대적 특징

- 1945년 이후 출생
- 90년대 후반 40대중반~50대의 나이에  
IMF로 인한 명예퇴직·조기은퇴
- 현재 60대

## 뉴 실버세대의 특징





1) 정보를 나누는 초현대인

- 디지털 실버족
- 사이버커뮤니티 활동

## 2) 세대교감을 추구하는 활동가

- 1-3세대간의 교감

ex. 땡땡땡 실버문화학교 '동화구연반'

- 동세대간의 교감

ex. 60대 노래패 '철부지'

### 3) 젊음을 관리하는 마니아

- 외모와 젊음에 대한 관심
- 교양과 정신적 안녕 추구
  - 볼런테인먼트·프로보노

#### 4) 독립을 선언한 어르신

- 여생설계
  - 결혼관의 변화
  - 황혼이혼
- 재테크
- 재취업

## 5) 문화의 향기를 누리는 예술가

- 교육과 동아리
  - 진지한 여가(serious leisure)
- 취미에서 예술까지
- 앙코르, 무대 위의 황혼

## ■ 베이비부머 세대의 특징

- 1955-1963년생(1차 베이비부머 약 700만 명)
- 해방둥이, 한국동란 출생세대, 4·19세대
- 1970년대에 20대 청년기
- 한국 근대화의 선두주자, 산업역군
- 한국의 근대화 과정에서 가장 강력한 소비자 집단
- 1980년대 이후 대중소비의 확산 주도
- 50대에 '평생직장 해체, 이직, 실업'의 위기
- 2000년대 들어 은퇴연령에 진입
- 뉴 실버세대의 특징과 함께 새로운 트렌드를 만들어냄.
- 앞선 세대에 비해 우월적인 경제적인 안정

# 베이비 부머 세대

## 한국의 베이비부머 세대 분포



자료 : 삼성경제연구소

1990년대에 청년 시절을 보낸 2차 베이비부머 세대는 본격적으로 대중문화의 주체로 부각  
 영화 <건축학개론>을 통해 '건축학개론 세대'로 이름을 알린 이들의 10~20대에는 서태지·전람회·심은하 등이 있었다.  
 신세대·X세대 같은 별명을 가졌고 PC통신을 대중화하며 문화세대로서 조명받았다.

서울 지역 베이비부머 중 36.5%는 대학 재학 이상의 학력 소유자  
 26%는 전문사무직에 종사  
 77%는 스스로를 중산층이라고 생각함.  
 1970~ 1980년대 유입된 팝과 대학가요제의 핵심 소비층  
 2010년 일었던 '세시봉' 열풍의 주요 근원

5가지 베이비부머 세대의 뉴 트렌드에 대응하는 비즈니스 전략

**건강, 가족, 여가, 사회참여, 디지털 라이프**

첫째 프로액티브 케어 비즈니스(Proactive care Business)

둘째 원거리 효(孝) 비즈니스

셋째 목적지향 휴(休) 비즈니스

넷째 베품지원비즈니스

다섯째 스마트 실버 비즈니스



### 새로운 문화소비층으로 등장한 베이비부머 세대

- 4050세대 중장년층을 겨냥한 문화마케팅 활발
- CGV 45세 이상 고객을 위한 노블레스 전용 프로그램을 진행  
(전체 관객 중 45세 이상이 2011년 14.8%에서 2012년 17%로 증가)
- 4050세대 겨냥 마케팅은 출판계, 공연계, 미술계 등 문화전반의 현상
- 교보문고의 연령대별 판매권수 추이 30대이하 2010년 68.7%에서, 63.8%로 하락,  
40대 이상은 31.3%에서 36.2%로 증가.
- 4050세대를 위한 연극 <민들레 바람되어>(2011), <그와 그녀의 목요일> 등 성공.
- <레미제라블> 등 10만원이 넘는 뮤지컬에도 4050 주부 관객 몰려
- '나우(NOW)족과 노무(NOMU)족의 부상'  
= 'New Old Women'과 'No More Uncle(더 이상 아저씨가 아니다)'  
- 자기주도적 여가문화를 즐기는 4050세대의 부상
- <7번방의 선물> 예매율도 40대이상인 41%로 30대(40%)를 앞지름

## ■ 실버세대의 공통점

- 제 2의 구직
- 경제활동을 유지, 갈망
- 사회 활동에 대한 관심
- 재테크
- 자기 표현의 다양화
- 취미여가활동
- 자존감 획득
- 기술 습득

## ■ 실버문화족(silver cultizen)

생활 속에서 문화를 배우고 이를 취미로 즐기는 실버세대  
새로운 문화소비층으로 부상하며 '참여', '창작'을 체험하며 변화하는 실버세대

ex. 2006년 <실버문화사랑축제> 윤성진 감독 'Silver Cultizen' 언급

## 실버유스(Silver Youth)

실버유스(Silver Youth)란 새로운 정보를 얻으면서 성장하거나 친교를 통해 자신의 취미를 개발하고, 놀이와 문화를 매개체로 삼아서 자기 자신을 표현하는 **신종 청소년**이다.

- 새로운 청년집단으로서 활동 기회 확보 필요
- 고용 창출·창업지원·수익활동
- 교육기회보다 경력활동 등 사회봉사기회(새로운 출구 전략) 필요

실버문화족(Silver Cultizen)

## 꿈꾸는 청춘예술대학

서울시와 서울문화재단의

노인 특화 문화예술교육프로그램

**'2010 꿈꾸는 청춘예술대학'**

총 21개 프로그램

연극, 뮤지컬, 영화 등 프로그램에 따라 11월까지 약 6개월 간 서울 전역의  
문화예술회관 및 노인복지관 등에서 무료로 진행

실버문화족(Silver Cultizen)

## 꿈꾸는 청춘예술대학

60대 어르신들이 만드는 연극 이야 “젊은 시절 배우의 꿈이 이뤄졌어”

늦깎이 청춘대학 입학생들, 삶의 활력소로 지역사회에 환원

## 땡땡땡 실버문화학교

<땡땡땡! 실버문화학교>는  
2005년부터 문화관광부 복권기금 예술사업으로 추진

3년에 걸쳐 전국의 230여 개 문화원을 대상으로 실버세대를 **문화예술 활동가로**  
기르는 체험활동 형태의 교육사업

## 생활속 실버문화복지의 참고사례





## 생활속 실버문화복지의 참고사례



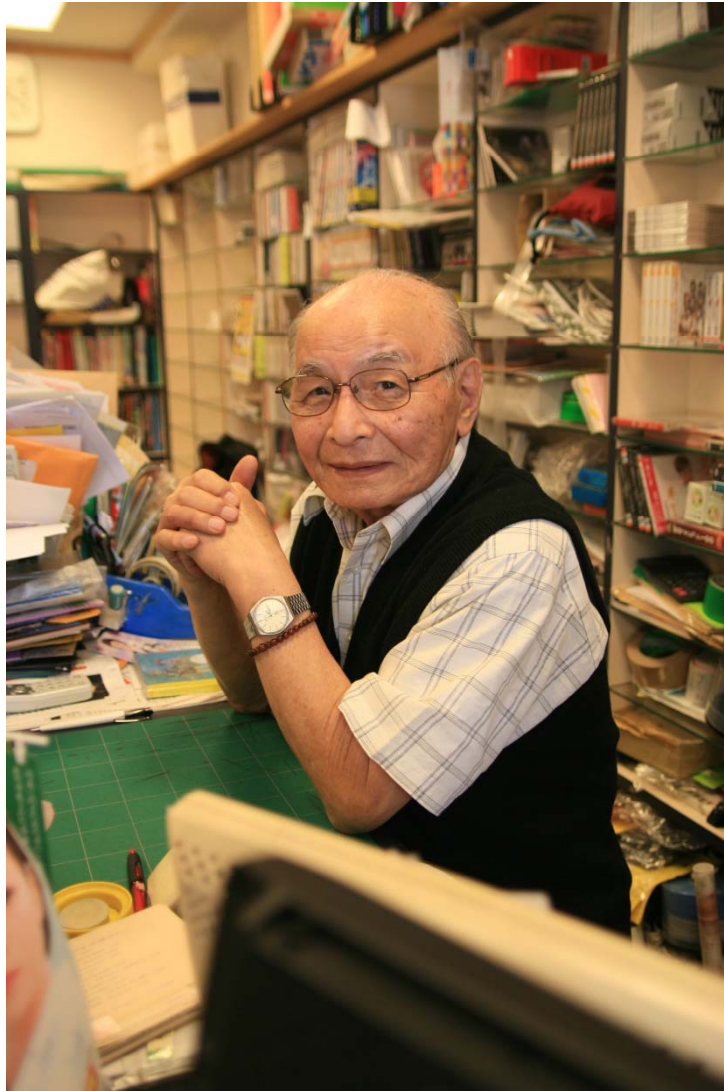
## 생활속 실버문화복지의 참고사례



## 생활속 실버문화복지의 참고사례



## 생활속 실버문화복지의 참고사례



## 생활속 실버문화복지의 참고사례



## 노인들의 천국 '스가모 재래시장'

- 800여미터 200여 점포 위치
- 노인들의 하라주쿠 / 실버 테마파크/ 노인들의 천국
- 연 평균 900만명의 실버세대 방문
- 1일 20~30대의 관광버스가 일본전역에서 방문
- 방문목적 - 쇼핑 5% / 구경 81%
- 구청의 시설현대화 사업 지원을 거부하고 낡은 건물을 유지
- '오지상(할아버지)', '오바상(할머니)'라는 명칭을 쓰지 않음.
- 매달 4일, 14일 24일 노점상 축제 개최
- 노인용품이 아닌 일반용품 판매 시장
- 동경에서 지하철로 20분 거리의 접근성
- 시장내에 '지역문화창조관'에서 여가를 즐기는 실버

## 생활속 실버문화복지의 참고사례



## 생활속 실버문화복지의 참고사례





## 생활속 실버문화복지의 참고사례



## 생활속 실버문화복지의 참고사례



## 생활속 실버문화복지의 참고사례



## 생활속 실버문화복지의 참고사례



## 생활속 실버문화복지의 참고사례



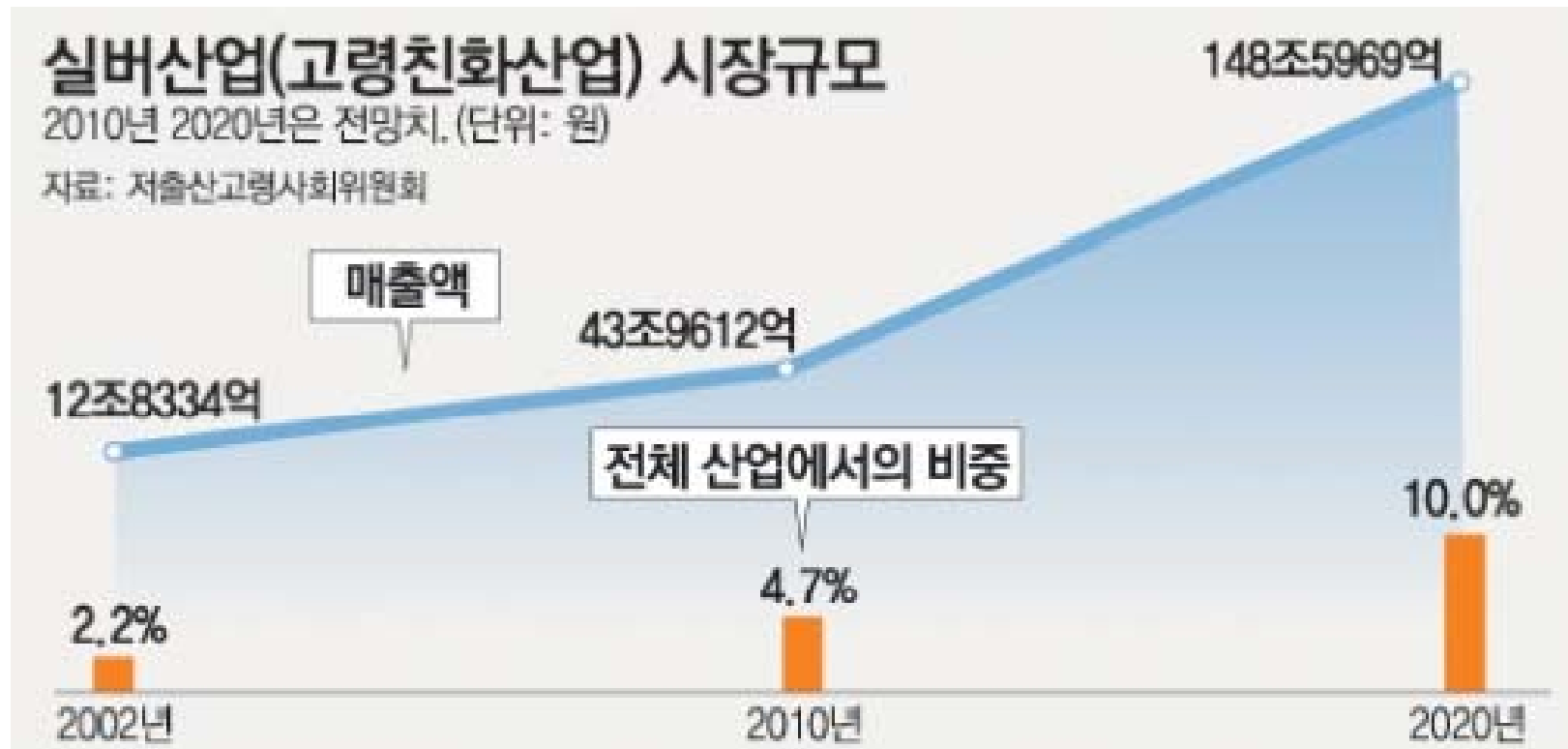
## 생활속 실버문화복지의 참고사례



## 스가모를 능가하는 휴양형 시니어마켓을 꿈꾸는 온양온천시장

- 500여 점포, 200여 노점상이 자리잡은 아산시 유일 전통시장
- 1일 온천방문 실버세대 2천명~3천명
- 세계적인 휴양형 시니어마켓을 목표로 3년간 문화관광형시장
- 시장구역내 10여개 온천탕, 온양관광호텔(온양행궁) 바로 앞
- 온궁 라디오 방송국에서 실버 상인 DJ활동
- 풍물단, 마술, 밴드 등 시장 상인동아리에 실버 상인들의 참여
- 시니어 특화상품 박람회 (건강백세 행복장터) 4회 연속 개최
- 리마인드 허니문 관광프로그램 개발 - 추억의 신혼여행객 유치
- '아빠의 청춘' 등 악극, 연극에 실버상인 출연 - 장기공연
- 4계절 온천수가 넘치는 온천족욕분수를 놀이공간으로

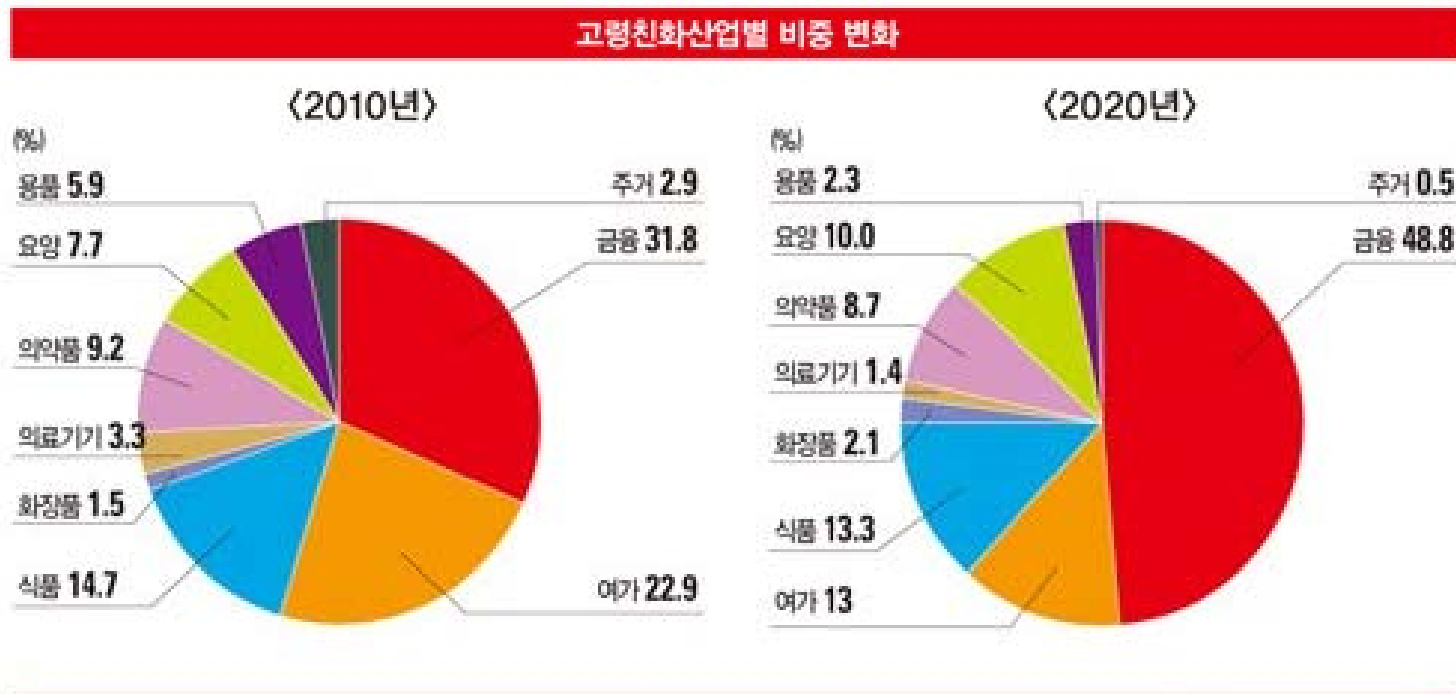
## 실버산업 시장의 변화 추이





## 실버세대 산업의 변화

실버산업의 주축인 9대(요양·의약품·식품·화장품·의료기기·용품·금융·주거·여가) 산업별로 보면 2010년 현재 금융(31.8%)·**여가(22.9%)**·식품(14.7%)·의약품(9.2%)순, 2020년까지 연평균 성장률을 비교하면 금융(19.2%)·화장품(17.7%)·요양(17.2%)·의약품(13.5%)·식품(13.0%)



자료 : 한국보건산업진흥원

2020년을 기준으로 하면 실버산업 중 금융 산업이 전체 시장의 절반 가까이 되는 48.8%를 차지하고 그 뒤를 이어 식품(13.3%)·**여가(13.0%)**·요양(10.0%) 등이 차지하는 것으로 전망된다.

- 실버세대의 세대간 차이점에 대한 이해를 바탕으로 한 맞춤형 정책수립
- 생활속 작은 문화공간의 확대 (실버세대의 접근성을 고려)
- 취미에서 자존으로, 자아실현에서 문화나눔으로의 성장을 지속 지원
- 실버문화복지 전문 인력 양성의 확대
- 새로운 거대 문화소비층 = 실버대상 문화콘텐츠 개발을 위한 지원
- 수공예 창작 및 상품화 지원을 통한 노인 일자리 창출
- 예비 실버를 위한 인생 3모작 준비 학교의 개설
- 문화공간을 고령 친화형 문화공간으로 리모델링 - 유니버설 디자인
- 어린이, 다문화 대상 문화예술교육 강사 참여 기회 확대
- 문화부문에서 실버 일자리 창출의 해결책을 찾는다.

**생활속 · 나눔을 통한 소통 · 실버문화콘텐츠 · 3모작준비 · 실버일자리**



## 저금

나 말야, 사람들이 따뜻하게 대해주면  
마음속에 저금해놓고 있어  
외로워질 때 그걸 꺼내 힘을 내는 거야  
당신도 지금부터 저금해 봐  
연금보다 나을 테니까'

## 약해지지 마

한숨 짓지 마  
햇살과 산들바람은  
한쪽 편만 들지 않아  
꿈은  
평등하게 꿀 수 있는 거야  
...  
나도 괴로운 일  
많았지만  
살아있어 좋았어  
너도 약해지지 마

## 노년의 삶에 대한 존중



98세에 시집을 내며  
시인으로 등단한  
일본의 100세 시인  
'시바타토요'  
2012년 101세로 타계.

시집 <약해지지 마>는 150만부 판매  
초등학교 졸업의 학력  
2011년 <백세> 라는 시집을 발간  
노인들의 문학활동에 불을 지핀

윤성진

[tozio210@hanmail.net](mailto:tozio210@hanmail.net)

문화기획자 / 실버문화전문가

2006~2009 실버문화학교 컨설턴트

2006~2008 실버문화축제 총감독

2010~2012 시니어휴양마켓 '온양온천시장' 문화관광형시장사업단장