

1990

獨創的 新모델 開發 研究

高齡化社會 到來에 對備한 戰略的 商品 開發

1990

獨創的 新모델 開發 研究

高齡化社會 到來에 對備한 戰略的 商品 開發



한국디자인포장센터

목 차

| | |
|------------------------------|-----------|
| 연구의 목적 | 3 |
| 연구의 범위 | 4 |
| 연구의 방법 | 5 |
| 1. 고령화 사회와 인구연령 분포 | 8 |
| 1-1 고령사회의 정의 | 8 |
| 1-2 인구의 고령화 추세 및 향후 전망 | 9 |
| 1-3 고령화 사회의 문제(과제) | 19 |
| 1-4 한국 노인의 생활 및 욕구 | 25 |
| 1-5 고령화 사회의 부차적 결언 | 40 |
| 2. 고령자와 加齡프로세스 | 44 |
| 2-1 고령자의 정의 | 44 |
| 2-2 가령 프로세스 | 45 |
| 2-3 부차적 결언(가령프로세스와 디자인과의 관련) | 49 |
| 3. 실버산업의 현황(일본) | 51 |
| 3-1 실버산업의 배경 | 51 |
| 3-2 실버산업의 정의와 배경 | 53 |
| 3-3 실버산업의 분류 | 57 |
| 3-4 노인홈의 현황 | 72 |

| | |
|------------------------------------|-----|
| 4. 국내 실버산업의 현황과 전망 | 77 |
| 4-1 국내 실버산업의 종류 | 77 |
| 4-2 국내 실버산업의 전망 | 80 |
| 4-3 실버마켓의 개발 | 81 |
| 5. 고령화와 제품환경 | 84 |
| 5-1 잠재시장으로서의 고령자층 | 84 |
| 5-2 제품환경의 분류 | 88 |
| 5-3 인간공학적인 배려 | 93 |
| 5-4 고령자용 제품개발을 위한 조사 | 98 |
| 6. 사례 연구 | 120 |
| 6-1 고령화 사회의 전략화 상품개발 예측 모형(종합스트럭처) | 120 |
| 6-2 배경(BACKGROUND) | 121 |
| 6-3 RESEARCH | 126 |
| 6-4 개념설정(CONCEPTION) | 132 |
| 6-5 ALTERNATIVE | 135 |
| 7. 결 언 | 148 |

연구의 목적

1982년 열린 UN의 『고령자문제 세계대회』에서는 65세 이상의 노인 인구가 7%를 넘는 사회를 「高齡化社會」로, 14%를 넘으면 「高齡社會」로 규정하고 사회전체에 대책을 강구하도록 호소하고 있다.

UN의 규정에 따른 통계치수를 살펴 보면 우리나라는 2005년에 「고령화사회」에 진입하며 2030년에는 「고령사회」에 다다를 것으로 예측되고 있다.

굳이 통계치수에 의한 고령화사회의 규정이 아니더라도 우리나라는 70년대에 시작한 고도 경제성장기와 함께 우리들의 생활내용이 현저하게 변모하기 시작하면서 노인문제가 서서히 사회문제로서 대두하기 시작했다.

왜냐하면 공업사회의 진전과 함께 노동자세대의 증가에 따라 전 국민의 샐러리맨화는 농업중심의 생산활동에 의해서 지지되어 온 가족부양이라는 체계를 붕괴시키며 핵가족화를 가속화하기 시작했으며, 가정이 戶主중심에서 부부중심으로 바뀌는 가운데 유교적 전통에 의한 가족내의 가치관이 균열되기 시작하면서 가정내에서 고령자의 지위하락이 시작되었기 때문이다. 또 실적 위주의 경쟁사회에서 어쩔 수 없는 빠른 은퇴는 경제력의 저하를 가져왔으며, 아파트의 등장에 의한 생활의 서양화와 삶의 질에 대한 욕구는 많은 내구소비재의 구입을 강요하고 증가하는 교육비는 노인을 부양해야 할 중년세대의 생계비에서 많은 부분을 차지하여 고령자 부양비의 염출이 용이하지 않아 노인들은 더욱 궁핍하게 되어 가고 있다.

따라서 고령자들은 다음과 세가지의 의존성을 강화시켜 나가게 되며 이는 곧 사회문제로서 대두되는 고령자문제이기도 하다.

- ① 고령자의 생활을 경제적으로 보장하는 경제적문제
- ② 쇠퇴해 가는 신체적기능을 보전하고 건강, 의료를 보장하는 신체적문제
- ③ 노인을 고독으로 부터 지키고 정신적인 면을 보장하는 정서적문제

이러한 문제의 해결에는 디자인 레벨을 포함하여 크게는 국가정책의 레벨에서 작게는 介護技術레벨에 이르기까지 다양한 대응이 필요하다. 특히 어떻게 살아갈 것인가 라는 차원의 의식적 문제는 경제적, 신체적 문제에 비해서 사회적 관심으로서의 顯在化가 늦어지고 있는데, 삶의 의욕이라든가, 인생을 즐긴다거나, Silver Life의 Identity를 모색한다거나 하는 형태의 거시적이며 소프트한 문제에도 디자인이 대응해 가야 한다.

따라서 본 연구에서는 고령화사회의 사회적, 경제적, 문화적 변화를 예견, 분석하며, 이를 근거로 미래사회에 변화에 대처하고 고령층에게 사회참여 및 자아발견의 기회를 통해 새

로운 생활의 의미를 창출해 수 있는 매개체로서의 제품을 디자인하는 것을 목적으로 진행한다.

연구의 범위

한마디로 500萬인의 고령자라고 해도 거기에는 500萬가지의 일상생활이 전개되고 있음에 틀림 없다. 그런 다양한 삶 가운데서 어떠한 측면을 절단해서 문제점을 발견하고, 그 문제점을 제품디자인과의 관계에 두고 해결을 꾀할 것인가를 결정하는 것은 대단히 어려운 일이다.

여기서는 고령자를 대상으로 한 디자인 문제의 발견이 아니더라도 노인문제를 대상으로 하는 다른 분야에도 공통적으로 해당하는 문제로, 우선 해결하려고 하는 측의 고령자상(像)이 문제가 된다. 이는 고령자의 현실을 어떠한 관점으로부터 바라볼 것인가 라고 하는 것과 깊은 관련을 맺고 있다.

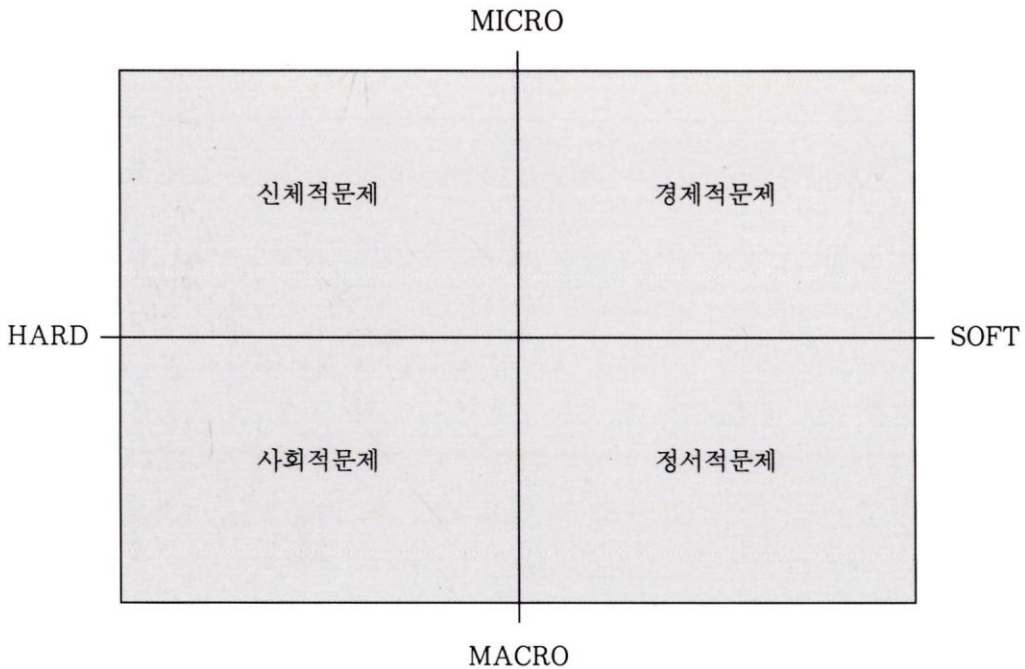
500萬인의 고령자들이 현실은 다양하나 그 현실로부터 파생되는 일상의 현상이 고령자 문제의 해결에 있어서 바람직한가 아닌가 혹은 기대되어질 만한 것인가 아닌가를 우선 판단해야 한다. 즉,

- ① 일상의 현상의 부정적인 면을 사실 그대로 볼 것인가?
- ② 일상의 현상의 부정적인 면을 비판적으로 볼 것인가?
- ③ 일상의 현상의 긍정적인 면을 사실 그대로 볼 것인가?
- ④ 일상의 현상의 긍정적인 면을 강조한 형으로 볼 것인가?

라고 하는 관점을 정해야 한다. 물론 현실의 총체는 이러한 측면이 복잡하게 뒤얽힌 형으로 존재하고 있으며 따라서 문제의 발견도 이 네가지 관점에 서서 여러가지 형으로 쪼개서 전개하지 않으면 안되나, 범위가 넓고 복잡한 만큼 문제의 중심에의 접근이 용이하지 않으므로 잠정적으로 ④의 관점에서 현상을 인식하기로 한다.

다음으로 가장 기본적인 문제로서 고령자의 경제력은 자산 전체로서 생각하면 실물자산과 금융자산이 있으나 자료화된 것이 없고, 단지 소비생활의 수준이 전체적으로 향상되어 가고 있는 현재의 우리 실정에서 전체적으로는 고령자 세대의 생활도 향상되어 가고 있는 것은 틀림없으나 그 향상의 정도가 다른 Life Stage에 비해 전체적으로 느리고 내용도 열등할 것이라는 현상인식을 가지고 있다. 다만 이 인식을 지지하는 통계지수의 제시 또한 어려운 실정이다.

따라서 고령화사회의 전망이나 대응에 필요한 새로운 시점을 Macro(거시적) - Micro(미시적), Hard - Soft의 네 영역으로 나누어 볼 수 있다.



(그림 0-1) 문제의 영역

풍부한 사회로 변모되어 가고 있는 현실에서 고령자문제는 궁극적으로는 생활방식이 문제로, 주체적인 삶 그리고 Community의 질과 같은 거시적이고 소프트한 문제도 해결되지 않으면 안된다. 이것은 늙는다고 하는 누구라도 면할 수 없는 현실을 빈곤과 병이라고 하는 부정적 측면에서만이 아니라 젊은세대도 포함해서 전체상을 정면에서 직시하는 새로운 Life System을 만들어 내지 않으면 안된다. 여유있는 중류 이상의 건강한 Silver Life의 비율이 적기 때문에 경제적·신체적문제 등 미시적인 문제에만 관심을 가지고 있는 한편에서 중류 이상의 고령자들은 사적부양(私的扶養)의 세계에 놓여진 채 사회적 서비스의 눈밖에 있다.

따라서 본 연구에서는 사회적인 문제로서 현재화(顯在化)가 늦어지고 있는 거시적인 면을 범위로 해서 디자인 문제를 고찰하려고 한다.

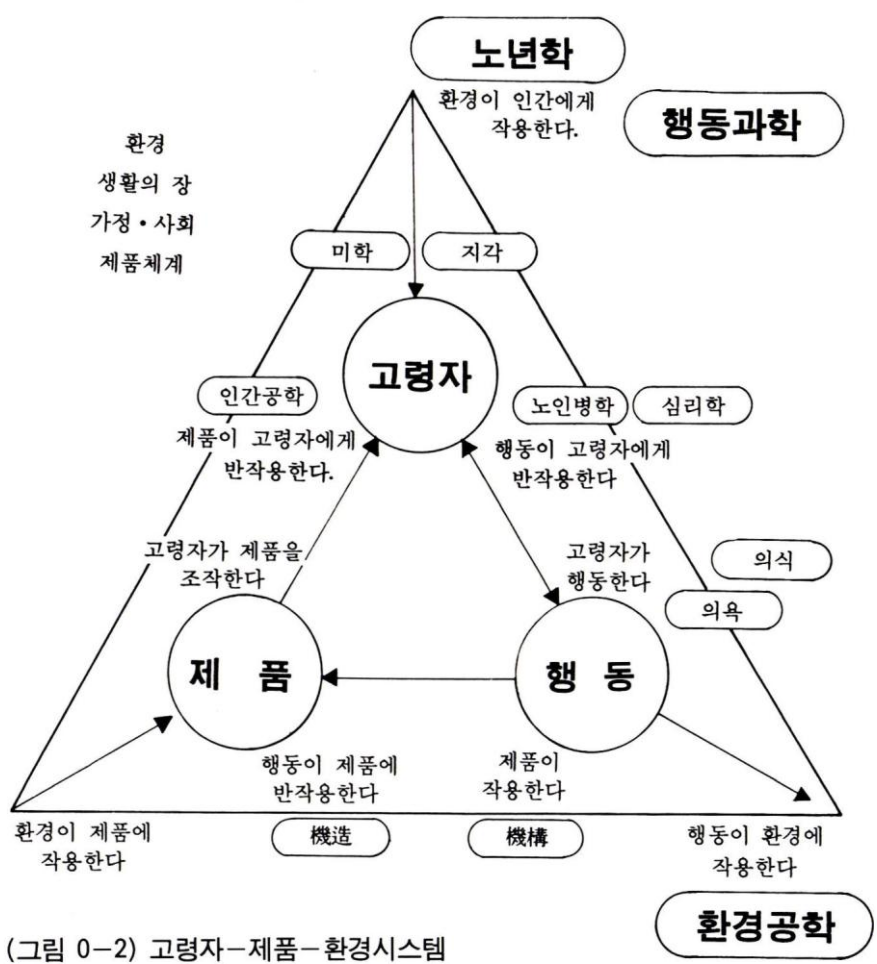
연구의 방법

노인은 하나의 세대라고 하기에는 그들이 살아 온 60여년의 인생 역경만큼이나 신체적, 정신적으로 다양하여, 견실하고 활동적인 노인으로부터 신체가 약하고 장애가 있는 노인까

지 다양하게 걸쳐 있다. 전자의 노인은 특화 된 제품이나 환경의 서어비스가 없이 자립적으로 살아갈 수 있으며, 후자의 경우가 되면 특화된 제품환경을 필요로 한다. 이러한 고령자들의 욕구를 만족시키기 위해서 고령자의 의식·동향을 예측하고 제품개발을 통해서 고령 소비자의 제요구에 대한 지식과 기술을 제품의미와 기능과의 질서속에서 통합을 꾀한다.

구체적으로 제품은 고령자-제품-환경 시스템 안에서 다루고, 이들에 관련하는 다양한 정보를 수집, 분석, 평가선택 하여 고령자에게 적절한 부가적가치를 만들어 낸다. 그리고 이 시스템의 범위 모두와 그 내외의 제품군 중에서 일반제품의 맥락속에서 보아 극히 평범하고 정의하기 쉬운 영역을 찾아내 고령자 행동의 제기능과 요구를 대치시킨다.

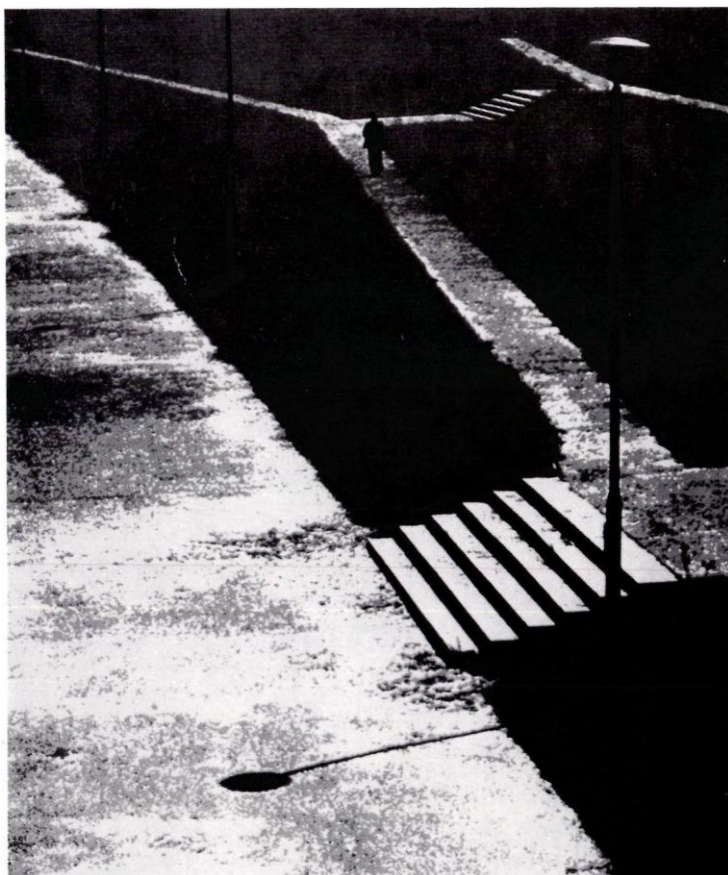
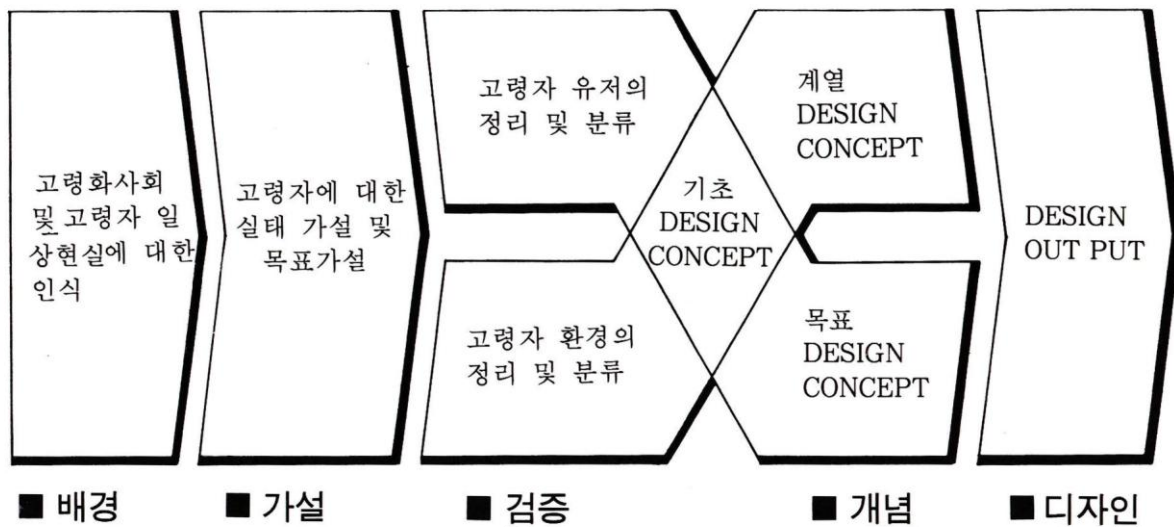
따라서 디자인과 기능을 확립하기 위한 정보의 정밀도, 量 및 평가 여하에 따라 제품의 가치를 기대할 수가 있다. 이러한 고령자-제품-환경 시스템의 구조는 그림 0-2와 같고, 연구의 진행은 개략 (그림 0-3)에 따른다.



(그림 0-2) 고령자-제품-환경시스템

TASK FLOW

(그림 0-3) 연구의 진행



1. 고령화사회와 인구연령 분포

1-1 고령화사회의 정의

「고령화 사회」라함은 노인 인구의 상대적 증가를 뜻한다.

엄격히 말하면 「고령화 사회」는 전체 인구에 대비한 노령인구의 비율이 증가하는 상태 즉, 인구의 고령화 또는 고년령화가 진행중에 있는 사회를 뜻하며, 「고령사회」는 고령인구가 일정비율로 증가한 어떤 단계에 와서 그 비율이 거의 안정적인 상태가 지속되는 사회를 가리킨다.

그리고 「고령화 사회」는 65세 이상의 인구 비율이 7%이상에 도달한 사회이며 「고령사회」는 65세 이상의 고령인구가 15%내외에 도달한 사회를 뜻하는 것으로 보는 것이 일반적이다.

그런데 65세 이상의 인구 비율이 대개 15%내외가 되면 그 증가율이 둔화되어 인구 구성이 안정화 되어 가는 것이 유럽의 경우로 볼 때 일반적인 현상이다.

(U N)

유년 인구국 : 4% 미만

성년 인구국 : 4~6%

노년 인구국 : 7% 이상

(미국)

유년국 : 4% 미만

청년국 : 4~6%

숙년국 : 7~9%

노년국 : 10% 이상

자료 : Donald U.Cowgill, Aging around the World,

Wadworth Publishing Co., 1986, p. 24.

(「고령화 사회와 복지행정, 김성준저」에서 재 인용)

1-2 인구의 고령화 추세 및 향후 전망

1-2-1 한국의 인구 변동

1955년의 우리나라 노년인구는 3.3%였는데, 그 후 20년간 계속 동일한 비율을 유지해 오다가 1975년에 와서야 비로소 3.5%로 약간 그 비율이 증가하였다.

그러나 1980년을 전후로 우리나라 인구의 동태적 변화가 고출생·고사망으로 특징지어지는 후진국형으로부터 저출생·저사망의 선진국형으로 바뀜에 따라 인구구조가 바뀌기 시작하여 1980년에는 노년인구의 비율이 3.8%로 높아지고 1988년에는 65세 이상인 인구가 196만명으로 전체 인구비 4.5%로 꾸준히 고령화 비율이 높아지고 있다.

우리나라 고령인구의 실수는 1960년의 82만명에서 1970년의 104만명으로 10년간에 22만명의 실수증가에 연평균 2.3%라는 전국 인구증가율과 동일한 증가율을 보였으나, 1975년부터 1985년까지 10년간 70만명의 실수증가(60년대의 2배)를 보이는 동시에 연평균 증가

(표1-1) 우리나라의 노년인구의 연도별 성장 추이 (1960~2020)

| 연 도 | 전국 인구 | | 65세 이상 인구 | | |
|------|------------|---------------|------------|------------|-----------------|
| | 실 수 (천) | 연평균 성장률(%) | 실 수 (천) | 연평균 증가율 | 전국 인구 구성비(%) |
| 1960 | 24,989 | | 822 | | 3.3 |
| 1966 | 29,160 | 2.7 | 961 | 2.7 | 3.3 |
| 1970 | 31,435 | 1.9 | 1,039 | 2.0 | 3.3 |
| 1975 | 34,679 | 2.0 | 1,207 | 3.0 | 3.5 |
| 1980 | 37,407 | 1.5 | 1,446 | 3.7 | 3.8 |
| 1985 | 40,806 | 1.8 | 1,742 | 3.8 | 4.3 |
| 1990 | 42,793 | 1.0 | 2,026 | 3.1 | 4.7 |
| 1995 | 44,870 | 1.0 | 2,397 | 3.4 | 5.3 |
| 2000 | 46,828 | 0.9 | 2,972 | 4.4 | 6.3 |
| 2005 | 48,407 | 0.7 | 3,687 | 4.4 | 7.6 |
| 2010 | 49,486 | 0.4 | 4,283 | 3.0 | 8.7 |
| 2015 | 50,025 | 0.2 | 4,903 | 2.7 | 9.8 |
| 2020 | 50,193 | 0.1 | 5,746 | 3.2 | 11.4 |

자료 : ① 1960~85년은 각 년도 센서스 보고서.

② 1990~2020년은 경제기획원 조사통계국, 최근 인구동태 현황및 신인구 추계 결과, 1988.

율도 3.7%로 기간 중 전국 인구성장율은 1.6%보다 훨씬 높다.

이와 같은 추세에 따르면 노년인구는 2000년에는 297만명에 이를 것으로 예상되며 2020년에 가면 574만명의 실수증가가 예상된다.

한편 인구구성의 노령화를 나타내는 척도로 흔히 쓰이는 노령화 지수가 있는데, 이는 1세부터 14세까지 100만명에 대한 65세 이상의 인구비율(65세 이상인구 ÷ 15세 미만인구 × 100)을 말하는 것이다.

한국의 노령화 지수는 1960년의 7.7%에서 75년에 9.1%로 변화되어 완만한 인구의 노령화가 진행되고 있음을 보여주고 있다.

그러다가 1980년 이후부터 증가의 폭이 커져서 1985년에 14.3%로 되었고, 이러한 추세로 1990년에는 18.2%, 그리고 2000년에 가면 29.6%가 될 전망이다.

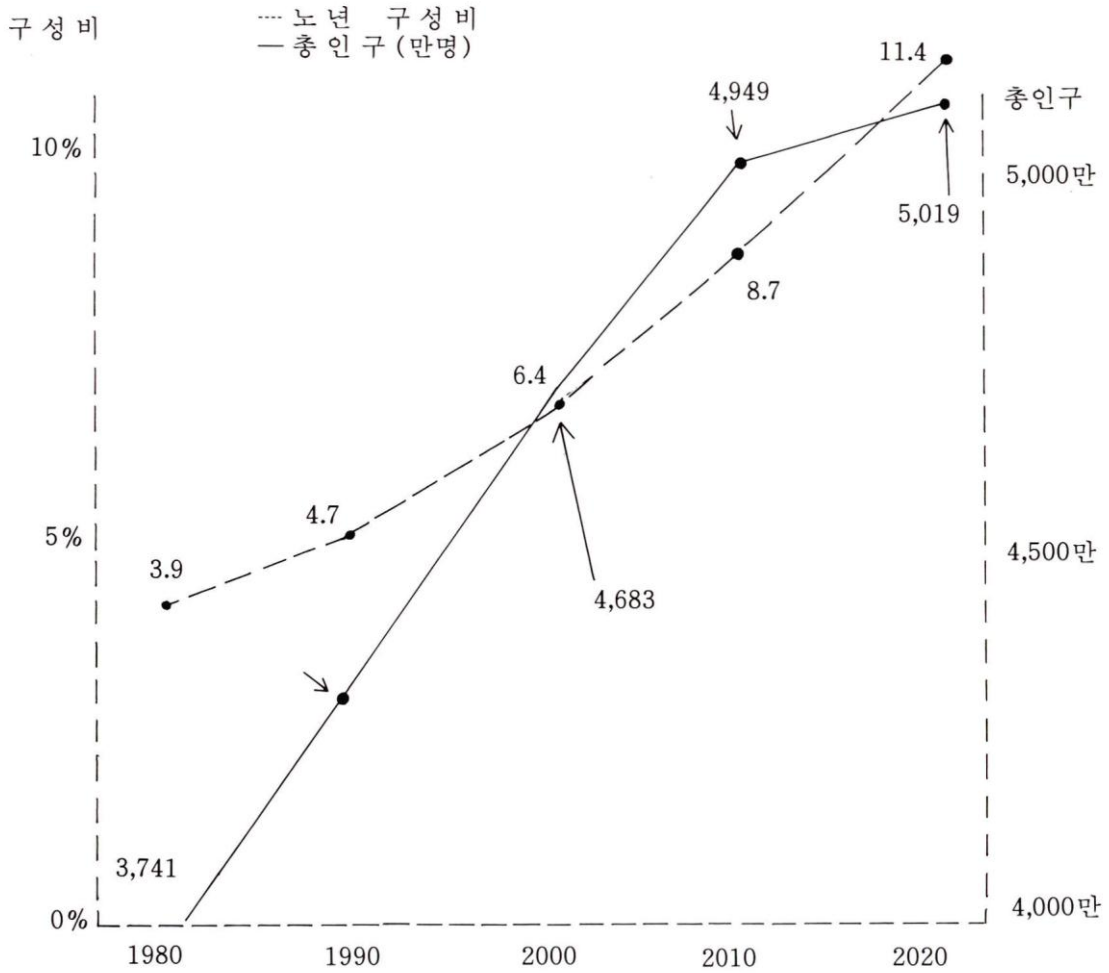
우리나라의 고령화 현상을 노년인구의 생산년령인구(Working Population)에 대한 비율로 나타내는 노년인구지수의 입장에서 보면, 노년인구지수는 해방 후 1980년에 이르기까지 6.0%수준에 머무르고 있다가 1985년에 6.5%로 상승하였고 1990년대에 들어서면 크게 상승 추세로 전환될 것이 예상된다.

(표1-2) 우리나라 노년인구의 연령구성과 관련된 주요 지표의 추이(1960~2000)

| 연 도 | 전국 인구 수(천) | 3대 연령 집단별 구성비(%) | | | 부양지수(%) | | | 노년화 지수 (%) |
|------|------------|------------------|-----------------|--------------|----------|------|------|------------|
| | | 연소인구 (0~14세) | 생산년령인구 (15~64세) | 노년인구 (65세이상) | 총부양 인구지수 | 연소인구 | 노년인구 | |
| 1960 | 24,989 | 42.9 | 53.8 | 3.3 | 86.0 | 79.9 | 6.1 | 7.7 |
| 1966 | 29,160 | 43.5 | 53.3 | 3.3 | 87.9 | 81.7 | 6.2 | 7.6 |
| 1970 | 31,435 | 42.1 | 54.6 | 3.3 | 83.3 | 77.2 | 6.1 | 7.8 |
| 1975 | 34,679 | 38.1 | 58.4 | 3.5 | 71.1 | 65.2 | 5.9 | 9.1 |
| 1980 | 37,407 | 33.8 | 62.3 | 3.9 | 60.5 | 54.3 | 6.2 | 11.4 |
| 1985 | 40,806 | 30.1 | 65.6 | 4.3 | 52.4 | 45.9 | 6.5 | 14.3 |
| 1990 | 42,793 | 25.9 | 69.4 | 4.7 | 44.1 | 37.3 | 6.8 | 18.2 |
| 1995 | 44,870 | 23.4 | 71.2 | 5.3 | 40.3 | 32.9 | 7.4 | 22.6 |
| 2000 | 46,828 | 21.6 | 72.0 | 6.4 | 38.9 | 30.0 | 8.9 | 29.6 |
| 2005 | 48,407 | 20.8 | 71.6 | 7.6 | 39.7 | 29.1 | 10.6 | 36.5 |
| 2010 | 49,486 | 19.4 | 71.9 | 8.7 | 39.1 | 27.0 | 12.1 | 44.8 |
| 2015 | 50,025 | 17.8 | 72.4 | 9.8 | 38.1 | 24.6 | 13.5 | 55.1 |
| 2020 | 50,193 | 16.5 | 72.1 | 11.4 | 38.7 | 22.9 | 15.8 | 69.1 |

자료 : 각년도 인구 센서스 보고서(경제기획원 조사통계국, 신인구추계, 1988)

〈그림 1-1〉 전국인구대비 노년 인구의 구성비(예측)



자료. 표 1-2와 동일

1-2-2 인구 고령화의 요인

(가) 低出生·低死亡

인구 고령화는 인구전환, 즉 高出生·高死亡으로부터 低出生·低死亡으로의 인구동태의 변화에서 오는 것으로서 정도의 차이는 있지만 모든 선진국이 이와같은 현상을 경험하고 있다.

일반적으로 인구 고령화는 높은 출생률에 의해 형성된 많은 노년 인구가 낮은 사망률을

보이는 일정한 시기에 도달할 때 비약적으로 가속화 된다.

다음의 표와 같이 1970년 조출생율(해당연도 총인구에 대한 출생자수의 비율)이 29.5%에서 1980년에는 23.4%, 1989년에는 16.5%로 낮아지며, 조사망율(해당연도 총인구에 대한 사망자 수의 비율) 역시 1970년 9.8%에서 1980년 6.7%, 1989년 5.8%로 감소되고 있다. 이처럼 저출생·저사망으로 인구 동태구조가 변화함에 따라 우리나라의 인구 구조 피라미트는 다음 그림에서 보는 바와 같이 1970년, 0~10세의 유년 인구가 많은 구조에서 1985년에

〈표 1-3〉 출생 및 사망율의 변화추이

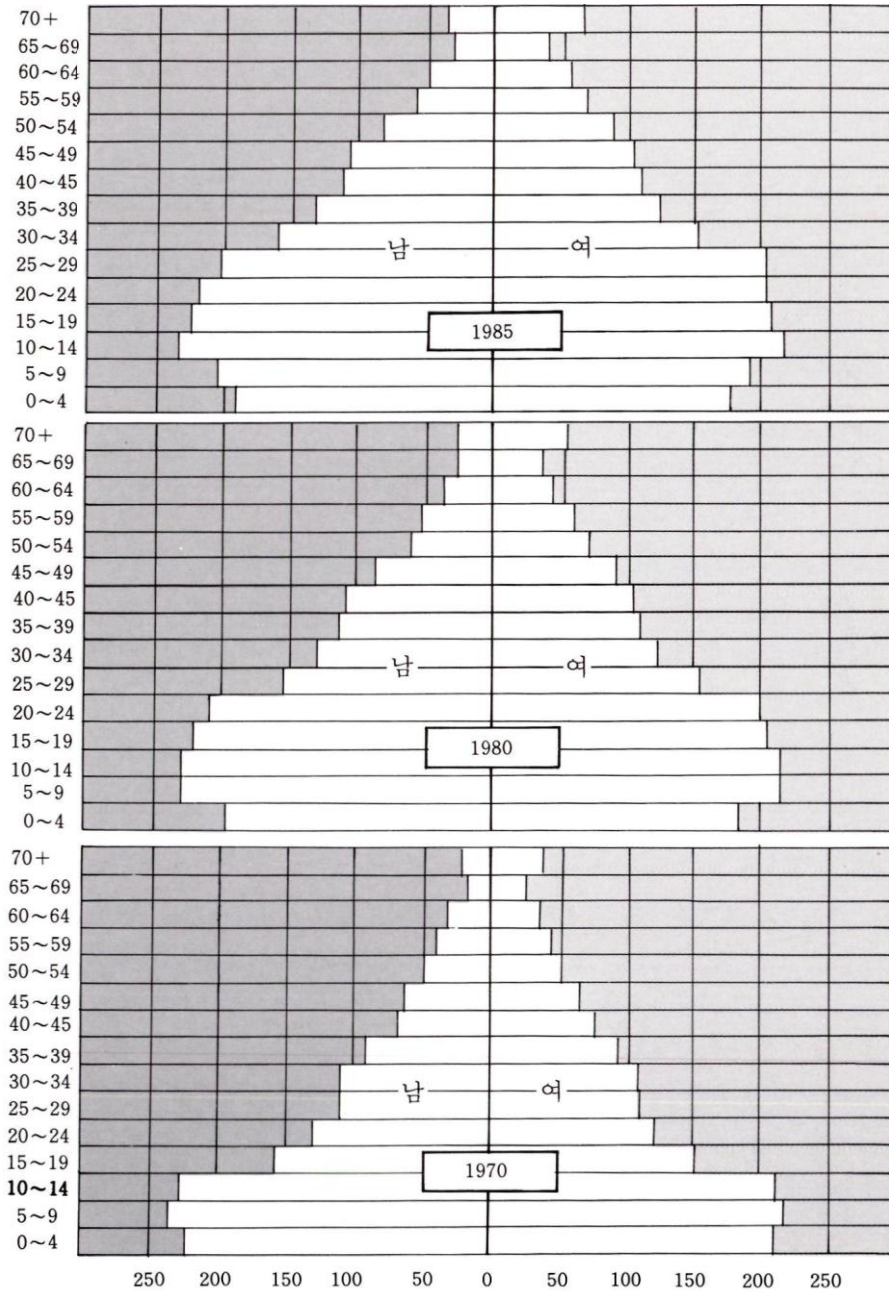
단위 : 1,000명당

| 연 도 | 조출생률 | 조사망률 | 자연 증가율 | 이민율 | 연평균인구 성장율(%) |
|------|------|------|--------|-----|--------------|
| 1966 | 31.9 | 8.6 | 23.4 | - | 2.34 |
| 1970 | 29.5 | 9.8 | 19.7 | - | 1.97 |
| 1971 | 29.3 | 10.6 | 18.7 | - | 1.87 |
| 1972 | 28.2 | 10.5 | 17.7 | - | 1.77 |
| 1973 | 27.1 | 10.0 | 17.1 | - | 1.71 |
| 1974 | 25.3 | 8.5 | 16.8 | - | 1.68 |
| 1975 | 24.6 | 7.3 | 17.3 | 1.2 | 1.61 |
| 1976 | 24.0 | 7.0 | 17.0 | 1.3 | 1.57 |
| 1977 | 23.6 | 7.1 | 16.5 | 1.2 | 1.53 |
| 1978 | 23.4 | 7.1 | 16.3 | 1.0 | 1.53 |
| 1979 | 23.5 | 6.9 | 16.6 | 0.9 | 1.57 |
| 1980 | 23.4 | 6.7 | 16.7 | 1.0 | 1.57 |
| 1981 | 23.0 | 6.6 | 16.4 | 0.8 | 1.56 |
| 1982 | 22.2 | 6.5 | 15.7 | 0.8 | 1.49 |
| 1983 | 19.8 | 6.3 | 13.5 | 1.0 | 1.24 |
| 1984 | 17.2 | 6.3 | 10.9 | 1.0 | 0.99 |
| 1985 | 16.4 | 6.2 | 10.2 | 1.0 | 0.93 |
| 1986 | 16.5 | 6.1 | 10.4 | 0.9 | 0.95 |
| 1987 | 16.5 | 6.0 | 10.5 | 0.9 | 0.96 |
| 1988 | 16.5 | 5.9 | 10.5 | 0.9 | 0.97 |
| 1989 | 16.5 | 5.8 | 10.6 | 0.9 | 0.97 |

는 이들 유년인구에 비해 10대 20대가 많은 구조로 변모되고 있다. 이와 같은 저출생·저사망의 환경에서 앞으로 40여년이 경과하면 이들 10대 20대가 노년 인구로 편입됨에 따라 우리나라에 있어 노년인구는 급속히 증가하리라는 것을 쉽게 알수 있다.

〈그림 1-2〉 인구 구조 피라미트의 동태적 변화

단위 : 만명



자료 : 한국의 사회지표 1989

(나) 수명의 연장

우리나라 사망율은 1971년을 기점으로 조사사망율이 10.6%에서 감소하기 시작하여 1989년에는 5.8%로 낮아졌다.

사망원인은 질병에 의한 사망이 86.2%이며 손상 및 중독이 13.8%를 점하고 있는데, 질병의 종류는 고혈압, 폐순환 질환등 순환기계 질환이 30.0%, 위암, 간암 등 악성 신생물에 의한 질병이 18.2%, 소화기계 질환이 8.4%, 호흡기계 질환이 4.1%, 결핵등 감염성 및 기생충성 질환이 3.2%이며 그외에 노쇠에 의한 원인 미상이 17.4%를 보이고 있다.

(표 1-4) 주요 사망 원인 구성비

| 사 망 원 인 | 구 성 비 |
|-------------|-------|
| 소 화 기 계 | 8.4 |
| 호 흡 기 계 | 4.1 |
| 순 환 기 계 | 30.0 |
| 악 성 신 생 물 | 18.2 |
| 감 염 성 기 생 충 | 3.1 |
| 기 타 | 4.9 |
| 손 상 및 중 독 | 13.8 |
| 불 명 확 한 병 태 | 17.4 |

자료 : 경제기획원, 한국의 사회지표 1989.

1990년 현재 한국인의 평균 수명은 남자 67.1세, 여자 73.6세로 장수국에 가깝게 변모되고 있으며 서기 2000년에는 남자 69.3세 여자 76.2세에 이를 전망이다.

(표 1-5) 평균 수명 추이(한국)

(단위 : 세)

| 구 분 | 1980 | 1985 | 1988 | 1990 | 1995 | 2000 |
|-----|------|------|------|------|------|------|
| 남 | 62.7 | 64.9 | 66.1 | 67.1 | 68.2 | 69.3 |
| 여 | 69.1 | 71.3 | 74.5 | 73.6 | 75.0 | 76.2 |

자료 : 1990년 2월, 경제기획원이 발표한 「한국인의 표준 생명표」

이와 같은 수명은 선진국에 비교할 때 아직 낮은 수준이나, 국민소득 증대에 따른 충분

한 영양섭취와 건강관리에 신경을 쓴다면 머지않아 수명 80세를 누리는 최장수국의 대열에 들게 될 것으로 보인다.

〈표 1-6〉 국가별 평균수명

| 국 가 별 | 연 도 | 평 균 수 명 | |
|---------|---------|---------|-------|
| | | 남 | 여 |
| 한 국 | 1985 | 64.90 | 71.30 |
| 태 국 | 1980 | 59.3 | 63.2 |
| 홍 콩 | 1983 | 72.50 | 78.40 |
| 일 본 | 1986 | 75.2 | 80.9 |
| 미 국 | 1983 | 71.0 | 78.30 |
| 북 한 | 1980 | 60.5 | 64.6 |
| 덴 마 크 | 1983~84 | 71.5 | 77.5 |
| 프 랑 스 | 1980~82 | 70.42 | 78.58 |
| 서 독 | 1982~84 | 70.84 | 77.47 |
| 노 르 웨 이 | 1982~83 | 72.69 | 79.54 |
| 스 웨 덴 | 1981 | 73.05 | 79.08 |
| 영 국 | 1984 | 73.84 | 79.89 |

자료 : Statistical Yearbook, 1986, U. N. 및 보건사회통계연보, 보사부, 1988에서 정리·작성

〈표 1-7〉 한국인의 초혼 연령 단위 : 세

| 연 도 | 남 자 | 여 자 |
|------|------|------|
| 1955 | 24.5 | 20.4 |
| 1960 | 25.4 | 21.6 |
| 1966 | 26.7 | 22.8 |
| 1970 | 27.1 | 23.3 |
| 1975 | 27.4 | 23.6 |
| 1980 | 27.3 | 24.1 |
| 1985 | 27.8 | 24.8 |

자료 : 경제기획원, 한국의 사회지표 1989

(다) 결혼연령, 결혼관의 변화와 출산율의 변동

최근 출생율의 변화에 영향을 주고 있는 요인의 하나가 결혼연령의 변동이다.

앞의 표에서 보여지는 바와 같이 남자의 경우 1960년 초혼연령이 25.4세이던 것이 1970년 27.1세 1985년 27.8세로 높아지고 있다. 여자의 경우도 1960년 21.6세 이던 것이 1985년에는 24.8세로 높아지고 있다.

이처럼 결혼 연령이 높아진다는 것은 곧 20대 미혼인구의 증가로 출생율을 낮추는 한 요인이 된다.

그리고 「여성이 일정한 연령에 도달하면 결혼하여 가정에 돌아간다」는 전통적 결혼관이 지배적이던 시대에서 「결혼 후에도 직장에 남겠다」는 의식이 차츰 증가하게 되지만, 이와 더불어 평생 독신으로 살겠다는 비율도 증가하게 된다는 점에서 출생율이 더욱 낮아지는 요인의 하나가 된다.

또한 가족 계획에 따라 가족당 기대하는 가족의 수가 점차 적어지므로써 출생율의 저하를 가져온다.

다음의 표에서 보는 바와 같이 결혼 연령의 높아짐, 독신비율 증가, 기대 자녀수의 저하로 가임여성 1인당 출산율은 1970년 4.3명에서 1988년 1.6명으로 낮아지고 있다.

〈표 1-8〉

출산율의 변화

단위 : 명

| 연 도 | 총 출 산 율 |
|------|---------|
| 1966 | 5.4 |
| 1970 | 4.3 |
| 1975 | 3.5 |
| 1980 | 2.8 |
| 1985 | 1.7 |
| 1988 | 1.6 |

자료 : 경제기획원, 한국의 사회지표 1989

〈표 1-9〉

기대 자녀수 (15세~44세 대상)

단위 : 명

| 연 도 | 1982 | 1985 | 1988 |
|--------|------|------|------|
| 기대 자녀수 | 2.82 | 2.48 | 2.22 |

자료 : 한국인구보건 연구원 「전국출산력 및 가족보건실태조사」

1-2-3 세계의 고령화와 한국의 고령화 추세

UN인구통계를 비롯한 각종 자료를 보면 유럽 여러 나라들과 일본, 뉴질랜드 등을 포함하여 세계의 고령화 선진국들에서도 서기 2010년 경에 가서는 일단 그 증가 속도가 어느 정도 둔화·안정될 것으로 보인다. 실제로 스웨덴의 경우 65세 이상 고령인구 비율이 1975년에 15.1%였던 것이 1980년에 16.2%, 그리고 1985년에 17.0%로서 안정되어가고 있음을 알 수 있다.

근내에 와서 개발도상국가들에 있어서의 고령화도 빠르게 진행되고 있지만, 유럽의 고령화가 세계 전체의 그것에 비하여 약 두배로 진행되고 있고, 특히 북유럽의 고령화는 세계 전체 고령화의 2.5배에 이르고 있다.

대체로 서유럽 여러 나라에 있어서는 2000년에 가면 4명 중 1명은 65세 이상의 고령자가 될 것으로 예측하고 있다.

1989년 6월 유엔 인구국이 매 2년마다 발표하는 인구보고서에 의하면 세계 인구는 1988년 현재 51억명이며 해마다 1.73%의 비율로 8,700만명씩 증가하고 있다. 오는 2000년에는 62억, 2025년에는 84억으로 증가할 것으로 예측하고 있다.

그런데 1960년에는 전세계적으로 65세 이상의 고령인구가 1억5,350만으로 전체 인구의 5.1%였는데 1980년에는 2억 5,590만으로 5.7%였고, 2000년에는 4억 500만인 6.6%로 증가

〈표 1-10〉

주요 국가별 65세 이상 인구비율 추이

(단위 : %)

| | 미 국 | 서 독 | 프랑스 | 영 국 | 스웨덴 | 일 본 | 한 국 |
|------|------|------|------|------|------|------|---------|
| 1950 | 8.1 | 9.4 | 11.4 | 10.7 | 10.3 | 4.9 | 3.3(1) |
| 1960 | 9.2 | 10.9 | 11.6 | 11.7 | 12.0 | 5.7 | 3.3 |
| 1970 | 9.8 | 13.2 | 12.6 | 12.9 | 13.7 | 7.1 | 3.3 |
| 1980 | 11.3 | 15.0 | 13.7 | 14.8 | 16.2 | 9.1 | 3.8 |
| 1985 | 11.5 | 14.0 | 12.4 | 14.7 | 17.0 | 10.2 | 4.3 |
| 2000 | 11.7 | 16.5 | 14.8 | 14.9 | 17.2 | 16.2 | 6.3 |
| 2010 | 12.2 | 20.2 | 14.9 | 15.3 | 18.8 | 19.9 | 8.7 |
| 2025 | 17.2 | 22.1 | 19.4 | 18.3 | 22.3 | 23.3 | 11.4(2) |

주 : (1)은 1955년치이고, (2)는 2020년 추계임.

자료 : 일본 후생성 인구문제연구소, 「인구통계자료집 1985」 및 후생통계협회, 「국민의 복지의 동향」 1988.

한국은 경제기획원 조사통계국, 최근 인구동태 현황 및 신인구추계 결과, 1988.

될 것으로 예상되고 있다.

(표 1-10)에서 살펴보면, 1985년 현재 영국·서독등은 65세 이상 인구가 전체 인구 대비 15%선을 육박하고 있고, 프랑스, 미국 등은 12%선 내외이다. 그리고 스웨덴은 17.0%로써 세계 최고의 고령국가가 되고 있다.

그런데 고령화 사회를 가름하는 데는 현재의 고령인구의 비율도 물론 중요하지만 특히 개발도상국들의 고령화 속도가 매우 빠르다는 점이 중요하다. 뒤늦게 고령화가 진행되고 있는 일본이나 한국도 다른 선진국들에 비해 그 속도가 매우 빠른 것이 특징이다.

참고로 <표 1-11>에서 주요 국가별로 고령화 진행상황을 보면 프랑스의 경우 65세 이상 노령인구가 7%에서 14%로 되는데 무려 115년, 미국은 65년, 스웨덴은 80년이나 걸렸지만 일본은 단 26년 밖에 걸리지 않을 전망이다.

<표 1-11> 65세 이상 인구가 전체인구의 7%에서 14%에 도달하기까지 경과한 시간

| 국 | 가 | 7% | 14% | 소요 연수 |
|---|------|-------|-------|-------|
| 미 | 국 | 1945년 | 2010년 | 65 |
| 동 | 독 | 1930년 | 1965년 | 35 |
| 서 | 독 | 1930년 | 1975년 | 45 |
| 스 | 웨덴 | 1990년 | 1970년 | 80 |
| 영 | 국 | 1930년 | 1975년 | 45 |
| 이 | 태리 | 1935년 | 1990년 | 55 |
| 프 | 랑스 | 1965년 | 1990년 | 125 |
| 오 | 스트리아 | 1940년 | 2020년 | 80 |
| 일 | 본 | 1970년 | 1995년 | 25 |

자료 : 일본고령자 백서 1990, 전국사회복지협의회 p28.

일본은 1980년 이후 노년인구(65세이상)의 증가율이 연평균 3.5%의 수준에 이르러, 1980년에 1,000만인이던 노년인구가 1995년에는 2,000만인에 육박할 전망이다.

이와 같은 일본의 고령화 추세는 선진국에 비해 3~5배 빠른 속도이며 개발도상국으로서 급격한 산업발전을 겪고 있는 우리나라 역시 이처럼 빠른 속도로 고령화가 진행될 전망이다.

앞서 밝혔듯이 서기 2000년이면 노년인구비가 7%에 육박하며 2030년 전후이면 곧 14%에 이를 전망이다.

이처럼 한국 사회의 고령화 과정의 특징은

- 의료 기술의 빠른 보급과 사회적 부의 증대로 수명의 급속한 연장
- 개발도상국으로서 급속한 산업사회의 발전에 따른 가족계획, 결혼관의 변화로 인해 출생율의 감소를 겪고 있으며
- 이에 따라 속도가 빠른 고령화추세에 의한 사회문제가 급속히 대두되고 있다.

1-3 고령화사회의 문제(과제)

1-3-1 부양의 문제(과제)

고령화 사회라 함은 비생산인구로서의 노인인구의 증가를 뜻하므로 이러한 사회에서는 노인부양의 책임이 가족에게 있건 또는 사회에 있건간에 이를 국가적인 차원에서 본다면 부양비 부담의 증가라는 문제를 갖게 된다.

부양부담을 수치로 나타내어 부양지수라고 하는데 이는 65세 이상의 노년인구를 15~64세의 생산인구로 나눈것이며 노년부양비 혹은 노인인구지수라고도 한다.

우리나라에 있어서 총부양비는 연소인구의 비율이 매우 높았던 1970년대 초까지만 해도 80%이상이었으나 1980년 60.7%, 1985년 52.5% 수준으로 하락되어 왔다. 1980년에 미국 50.7%, 서독 55.5%, 프랑스 56.2%, 스웨덴 55.6%인 것을 보면 1985년 현재 우리나라의 총부양비는 생산활동 인구의 급팽창으로 선진국수준과 비슷한 것을 알 수 있다.

그런데 우리나라에 있어서 노인인구부양지수는 1960년의 6.1%에서 20여년간 큰 변화가 없다가 1980년대에 들어 오면서 증가해가고 있다. 이것은 곧 아동 인구가 줄어드는 반면 노인 인구가 완만하기는 하지만 상대적으로 증가해가는 선진 산업사회의 인구 특징이 나타나고 있기 때문이다.

그런데 비생산인구를 흔히 65세 이상으로 분류하는 데에는 문제가 있다고 본다. 즉 극히 제한된 직종을 제외하고는 60세를 넘기는 정년제도가 거의 없고 더우기 55세 전후의 정년 퇴직이 일반적인 우리사회에서 앞으로 정년연장에 관한 대대적인 제도개선이 불투명한 현재로서는 오히려 60세 이상을 비생산 연령계층으로 보는 것이 타당할 것이다. 이렇게 볼 때 부양비는 (표 1-12)에서 보는 바와 같이 훨씬 높게 나타나게 된다.

그런데 연소인구에 대한 부양형태는 양육·보건·교육등으로 이 인구 집단에 대한 재정적 투입은 일정한 기간이 지나 이들이 생산연령기에 도달하면 그동안 투자했던 부양비용이 생산활동을 통해 회수될 수 있는 성격의 것이지만, 노년인구에 대한 의료혜택, 생활부조, 복지서비스 등에 투입된 재정은 대체로 회수될 수 없는 성격의 것들이라고 할 수 있

다.

따라서 노년인구에 대한 부양은 앞으로 투자효과가 나타나는 것을 기대하는 것이 아니라 이제까지 생산활동에 참여하여 개인이 국가에 투자내지는 공헌해온 데 대한 보답내지는 반대급부로 생각하는 것이 옳다. 물론 우리나라에 있어서는 당분간 연소인구 부양지수가 감소되고 있어 전체 사회의 부양부담이 그렇게 무거워질 것 같지는 않으나 노인 인구의 증가 추세가 계속되면 될 수록 노인 부양문제는 보다 심각해질 것으로 예측되고 있다.

〈표 1-12〉 부양비 장기전망 (단위 : %)

| 구 분 | 1960 | 1980 | 1985 | 1990 | 1995 | 2000 | 2020 |
|-----------|------|------|-------|-------|-------|-------|------|
| 인구 구성비 | | | | | | | |
| 0~14세 | 42.9 | 34.0 | 30.15 | 25.87 | 23.44 | 21.64 | 17.6 |
| 15~64세 | 53.8 | 62.2 | 65.58 | 69.40 | 71.22 | 72.02 | 71.4 |
| 65세 이상 | 3.3 | 3.8 | 4.27 | 4.73 | 5.34 | 6.34 | 11.4 |
| 60세 이상 | 5.5 | 8.1 | 6.7 | 7.3 | 8.4 | 10.0 | 17.7 |
| 총 부양비(1) | 86.0 | 60.7 | 52.49 | 44.10 | 40.41 | 38.86 | 40.1 |
| 노년 부양비(2) | 6.1 | 6.1 | 6.5 | 6.8 | 7.5 | 8.9 | 15.8 |
| 노년 부양비(3) | 10.1 | 10.1 | 10.7 | 10.7 | 12.7 | 14.9 | 27.3 |

주 : (1) 총부양비 = $\frac{0\sim14\text{세 인구} + 65\text{세 이상 인구}}{15\sim64\text{세 인구}}$

(2) 노년 부양비(65세 이상) = $\frac{65\text{세 이상 인구}}{15\sim64\text{세 인구}}$

(3) 노년부양비(60세 이상)

자료 : 경제기획원 조사통계국, 신인구추계, 1988 및 1985년 인구 센서스 결과를 기초로 한 장기인구전망, 1986에서 정리

미국의 경우 1950년만 해도 연금수혜자가 근로자 100명당 1명꼴이었던 것이 1975년에는 100명당 30명으로 늘어났으며, 이러한 추세로 나간다면 서기 2030년에 가서는 45명 선으로, 그리고 2050년에는 76명으로 크게 늘어날 것으로 보인다.(전계서, 김성순저 p49에서 재인용) 이는 결국 국가의 연금 재정 확충이라는 문제로 직결됨을 의미한다.

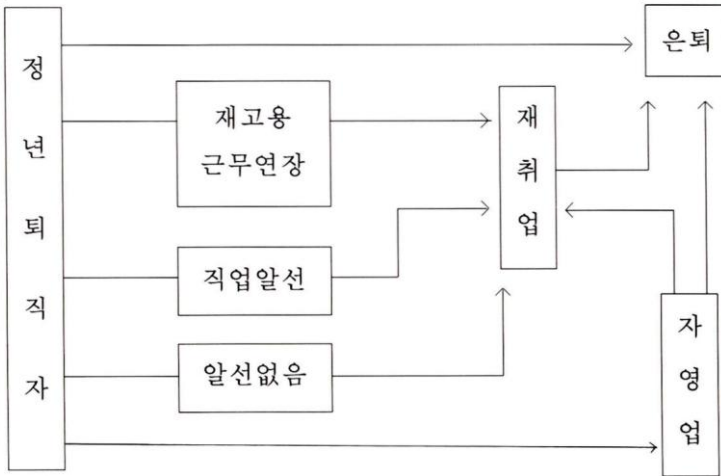
1-3-2 노년 노동활용의 문제

장차 고령화의 급속한 진행에 따라, 고연령자의 지식, 경험을 사회의 자원으로 보아 고

연령자가 참가하는 경제 사회의 구축이 필요하며 이데 따라 고연령자의 취업대책이 주요한 과제로 떠오른다.

노년노동 활용을 위해서는 먼저 정년제의 연장 및 재고용 나이에 따라 임금이 높아지는 연공임금제의 재고가 필요하며, 고령자의 노동력을 유지하기 위한 교육·훈련, 고령자 직장의 개발, 작업환경의 특수화, 시간제 근무제도의 확립 등이 요구된다.

(그림 1-3) 고령자의 은퇴 경로



-노년 노동 활동의 의의

첫째. 노령 연금을 위한 재정은 한정적이기 때문에 노후 생계를 위해 모자라는 부분을 취업으로 충당하는 재정 확충의 의미

둘째. 가족 내에서 젊은 이들의 수입만으로는 노인을 충분히 부양하지 못하는 경우가 많은데 부양이라는 문제가 가중되어 노부모의 위신이 손상되고 세대간에 불화를 일으키는 문제의 해결에 도움

셋째. 사회적 관계의 결핍은 인간의 건강을 악화시키는 주요인 중의 하나라는 가정과 노동은 의미있는 사회적 관계의 형성에 큰 몫을 차지한다라는 가정이 맞다면, 노동욕구가 있는 노인에 노동기회의 제공이 갖는 건강 유지 및 사회 참여가 갖는 효과.

-노년 노동력의 장점과 약점

고령현상과 체력간의 관계에 관한 연구를 보면 체력의 절대치는 보통 20대를 고비로 해서 감소되는 경향이 있지만 65세가 넘어도 일상생활에 필요한 체력은 충분히 유지하고 있는 경우가 대부분이라는 점이 밝혀지고 있다(西村純一, 「고령구직자의 체력적 장점에 관한 연구」, 전계서 김 성순저에서 재인용 p296).

(단점-신체기능의 측면)

- ① 감각기능과 평형기능, 투병 및 회복력과 소화흡수의 저하 현상
- ② 근력 중 특히 다리 힘이 크게 줄어듦
- ③ 관절의 움직임에 있어서는 특히 어깨관절의 움직임의 저하
- ④ 글씨 쓰는 속도와 운동 조절능력의 저하
- ⑤ 정신기능에 있어서는 기억력과 학습능력의 저하

그러나 손이나 팔의 힘이 크게 줄지는 않고 근작업지구능력, 분석과 판단능력, 계산능력에 있어서는 그리 크게 떨어지지는 않는다.

(단점-생산력 측면)

- ① 노인은 생산성이 낮다.
- ② 직장 근무에 있어서 결근이 잦다.
- ③ 연금이나 보험금 부담이 많아 고용주측으로서는 경제적으로 손실이 크다.
- ④ 기술능력면에서 젊은이에 뒤진다.(특히 산업 기술사회의 변화·적응의 문제)
- ⑤ 취업 훈련비가 많이 든다.

그러나 노년노동력의 이러한 약점에도 불구하고 인간의 지능만큼은 그 감퇴 속도가 느리고 직업에 따라 많은 차이를 보인다.

다음의 표와 같이 구미의 저명인사 400명에 대하여 노년의 정신활동의 정지 연령을 조사한 N. Doland의 조사결과에 의하면 평균 사업정지 연령은 66.7세였으며, 스포츠 선수는 20대, 문학자, 과학자, 음악가들이 업적을 갖는 것은 30대 이었다.

그러나 소설가가 대작을 쓰는 것은 40대이며, 사회적 지도성이나 행정적 관리의 두각은 60이 넘는 고령에서 가능하다.

<표 1-13> 최상의 업적을 나타내는 연령

| | | | |
|-----------------|-------|---------------|-------|
| 과 학 · 화 학 | 26~30 | 문 학 · 서 정 시 인 | 24~28 |
| 외 과 의 기 술 | 30~39 | 풍 자 시 인 | 30~34 |
| 심 리 학 | 30~39 | 비 극 작 가 | 30~38 |
| 세 균 학 | 36~39 | 소 설 작 가 | 40~44 |
| 작 곡 | | 사 회 적 리 더 | |
| 선 율 악 기 | 25~29 | 대 학 총 장 | 50~54 |
| 오 케 스트 라 음악 | 35~39 | 1925년이후상원의원 | 60~64 |
| 칸 타 타 (cantata) | 40~44 | 최 고 재 판 관 | 70~74 |

자료 : 최순남, 현대 사회와 노년 복지 p.54.

(장점-연륜)

- ① 성실하고 양심적이다.
- ② 풍부한 지식과 경험이 있다.
- ③ 근무를 함에 있어서 지각과 결근이 없다.
- ④ 젊은 사람이 싫어하는 곳은 일도 잘 처리한다.
- ⑤ 일이나 직장에 대하여 불만을 갖지 않는다.
- ⑥ 지위 또는 임금에 대한 욕심이 없다.

-노년 노동 활용에 있어서의 문제점

노년 노동의 활용은 계속적인 경제 성장이 이루어져서 고용의 증대가 이루어지는 경우에는 문제가 없겠지만 그렇지 못한 경우에는 사회 전체적 의미에서 노년층과 젊은 층간의 고용기회에 대한 경쟁이 이루어져 노인의 고용은 곧 젊은이의 실업을 유발하며 오히려 사회문제를 가중시킬 소지가 있다.

1-3-3 보건·의료의 문제

고령자에 대한 의료보장은 의료보호와 의료보험으로 나뉘어 진다. 현재 우리나라는 고령자에게만 적용되는 의료혜택이 따로 존재하지 않으며 다만 생활보호법, 의료보호법, 노인복지법 등 관련 법률에 의해서 혜택을 받고 있을 뿐이다. 즉 이들 법률에 해당하는 자가 주로 노인이라는 점에서 상대적으로 노인에게 의료 혜택이 많이 돌아간다는 것이다. 결과적으로 고령자들만을 위한 의료보호와 의료보험이 필요한 것은 당연한 사실이며 이외에 다음과 같은 의료 서비스가 필요해 진다.

- 노인 건강진단
- 순회이동 건강진단 및 진료
- 가정건강 보호(건강교육, 처방방법 지도)
- 재가노인 기능 회복 훈련
- 간호인력 파견
- 특수 치료 장구 지원
- 특수한 노인성 질병(백내장등) 치료 지원
- 양로병원
- 노인전문 병원

1-3-4 개호 및 생활 보호

-가정 생활 부문

- 가정 봉사원 파견
- 방문 서비스(friendly visiting) : 기동불능자 여가 활용, 화재 경보기, 노인용전화기, 긴급통보장치, 특수 변기들
- 식사 배달 서비스
- 소비자 보호 서비스
- 전화 확인 서비스
- 노인 결연사업
- 양로 위탁
- 생활시설 점검 서비스
- 집수리, 계기 수리

—사회생활 부문

- 법률보호 서비스
- 안전보호 서비스 : 생활의 위협(유기, 협박……)
- 교통편의 서비스 : 할인/무료, 특별노선설치, 승강대, 손잡이등
- 생활설계 지도 : 재산관리, 사업설정/운영
- 노인 결혼
- 노인 복지 전화 : 상담
- 경로 우대제 : 각종 생활, 문화시설 이용 편의—

1-3-5 거주 문제

- 노인용 전용주택 건설(노인아파트, 노인촌락, 노인 휴양단지)
- 유료 노인홈 건설 정책적 지원
- 기존 주택의 개조 지원

특히 도시의 경우 핵가족화로 인한 아파트의 선호 성향 및 택지문제로 인한 주택 소형화로 인해 노인과 자녀가 함께 거주하기에 곤란하다. 특히 저소득층에 문제가 많을 수 있어 노인의 재택복지가 중요한 문제로 부각된다.

1-3-6 교육의 문제

- 학습기회의 확대
- 학습내용, 방법의 개선
- 스포츠 활동의 장려
- 사회 참가의 촉진(세대간의 연대, 고독감의 해소, 지역 사회에 봉사, 국제적 교류)

1-3-7 세대차이의 문제

- 산업화, 도시화와 함께 진전된 핵가족화는 노인만의 세대를 증가시키고 이는 다시 세대간의 교류의 부족으로 이어져 세대차의 문제가 야기된다.
- 산업화, 도시화는 도시의 생활 환경을 젊은이 위주로 만들어 나가기 때문에 노인이 생활하기에 곤란하며, 또한 문화 환경 조차 젊은이 위주이기 때문에 문화적으로도 노인이 소외되기 쉽다. 따라서 의도적으로 노인이 편리한 생활환경, 문화 환경의 지원을 통해 세대차이 문제를 축소할 필요가 있다.

1-3-8 불안정한 라이프 코스

고령화 사회는 평균수명의 연장, 결혼연령의 상승의 추세와 함께 진행되지만, 평균 수명의 연장이 곧 결혼 생활의 연장으로 이어지지 않는다. 앞으로 도래할 산업화, 도시화, 개성화 사회는 이혼율의 증가를 가져와 개인의 라이프 사이클은 심한 불안정성을 띠게 되며, 이에 따라 초혼-이혼-재혼의 또는 초혼-이혼-독신의 과정으로 이어지던가 처음부터 독신의 과정을 밟게되는 비율이 높아질 것이다. 그리고 젊어서는 삶의 설계를 위해 변화가 빠른 도회지로 이동하다가 나이가 들면 다시 노후의 안정을 위해 지방이나 기타 지역으로 이동하는 생활상의 다변화가 예상된다.

1-3-9 지역 고령화의 문제

최근 심각해지는 이촌 향도로 인하여 도회지에 비해 농촌의 고령화가 문제이며, 특히 자손이 도회지로 나간 경우 일손의 부족으로 농촌에 남는 노인 단독세대의 문제가 야기된다.

1-3-10 여성 단독 세대의 문제

남성과 달리 가사 노동에 종사해온 여성이 배우자 사망 또는 이혼으로 단독으로 가구를 구성하였을 경우 직업능력의 부족으로 생계 보호의 문제가 야기 된다.

1-4 한국 노인의 생활 및 요구

1-4-1 취업과 은퇴

(가) 퇴직(은퇴)

퇴직(은퇴)이란 하나의 계기(Event)로서 사회적 지위의 변화를 가져오며 새로운 생활

을 시작하게 되는 분기점이 된다.

은퇴는 하나의 과정을 거치는 것으로 Bischoff,(1966)에 의하면 다음의 다섯가지 단계를 겪는다고 한다.

① 장래에 대한 설계시기

퇴직금과 연금, 적절한 주택선정과 이사준비, 기타 은퇴생활에 필요한 여러가지 정보의 수집

② 은퇴의 순간

은퇴 직후 며칠간의 생활리듬의 파괴와 자신에게 맞는 시간스케줄의 조정

③ 은퇴 직후

건강이나 경제적 여유에 따라서 활동이 상당히 활발하다.

④ 은퇴생활 안정기

여러가지 방면에서 활동이 감소하고, 일정한 은퇴생활 스타일에 적응하게 되고 장래에 남은 여생을 현실 그대로 보고 받아 들인다.

⑤ 마지막 단계

신체적·정신적 기능이 극도로 쇠퇴하고, 최종적 저하현상이 일어나며 현실적응이 어렵고 의존적으로 된다.

(나) 정년시기

우리나라 공무원의 정년연령은 그 직급에 따라 각각 다른데 일반직의 경우 5급 이상은 61세이며 6급 이하는 55세이다. 그리고 교원의 경우는 일률적으로 65세이며, 군인은 계급에 따라 장성급의 경우 54~60세이며, 기능직은 그 종류에 따라 43~60세이다.(손종석, 1984 정년제도와 관련정책Ⅱ, 산업사회와 정년)

한편 한국 경영자 총협회의 조사에 따르면, 고용인 100인 이상인 기업의 정년제 실시율은 86.8%이며, 그 가운데서도 제조업체의 비율은 91.1%에 이른다(윤능선, 기업 경영과 조기정년 1984, 산업사회와 정년). 정년제를 실시하고 있는 업체 가운데 일률적인 정년제를 채택하는 업체가 41.2%를 점하는데 특히 55세가 대부분(83.6%)이다.

(다) 정년시기의 선호도

바람직한 정년퇴직연령에 대한 조사연구결과를 보면, 한국이 60세가 많은 데 비하여 일본과 미국이 65세로 가장 많다. 그리고 사회복지제도가 잘 구비되어 있는 영국과 프랑스가 60세를 가장 선호하고 있는 것이 특징이다.

〈표 1-14〉

바람직한 퇴직연령

(단위 : %)

| 구 분 | 한 국 | 일 본 | 태 국 | 미 국 | 영 국 | 불 란 서 |
|-----|------|------|------|------|------|-------|
| 50세 | 11.6 | 4.2 | 6.5 | 1.9 | 3.1 | 4.6 |
| 55세 | 6.3 | 4.6 | 6.5 | 4.4 | 8.7 | 21.2 |
| 60세 | 30.8 | 18.8 | 37.0 | 15.6 | 49.6 | 46.8 |
| 65세 | 10.3 | 28.3 | 9.5 | 29.2 | 11.9 | 15.3 |
| 70세 | 11.1 | 23.1 | 14.6 | 12.3 | 0.8 | 2.3 |

(한국 갤럽조사 연구소, 한국노인의 생활과 의식구조 1984)

(라) 취업현황

고령자 취업현황에 관하여 다음의 표에서 볼 수 있는 바와 같이 1980년 현재 남자와 여자를 막론하고 우리나라가 남자 9.4%, 여자 9.2%로써 다른 나라에 비하여 그 비율이 상당히 낮다. 이와같은 저조한 비율은 조기정년 퇴직의 경향이 높다는 것을 반증해 주고 있는 것이다.

한편 1989년 한국 인구보건 연구원에서 행한 「노인 가구의 구조적 특성에 관한 연구」조사에 따르면(전국 만60세 이상 대상 19,560명 조사)60세 이상 노인의 경우 취업율이 35%로 나타났는데 이때의 취업율은 근로수입여부를 의미한다.

연령 별로는 60~64세 50.1%, 65~69세 38.7%. 70~74세 25.8%, 80세 이상 6.2%이었다.

직장은 농림 수산업이 74.9%로서 대부분을 차지하고, 전문직이 2.9%, 관리 사무직이 1%에 불과하여, 나머지는 단순 판매직, 단순 노무직, 가정부, 청소부 등의 비율로서 사실상의 취업상태는 극히 열악한 조건으로 밖에 볼 수 없다. 그리고 한국 갤럽조사연구소(1984), 「한국노인의 생활과 의식구조」(전국, 만60세 이상 노인 1,427명)에 의하면 근로수입을 얻고 있는 사람은 전체의 20%이며 이들은 농림 수산업 44.4%를 비롯 자영업 종사자가 전체의 71.3%를 차지하여 회사원이나 사무직 종사자는 2%에 불과하였다.

(마) 취업동기

한국인구 보건 연구원이 1989년 행한 「노인단독 가구 실태에 관한 연구」(전국, 만60세 이상 4,698명조사)에 의하면 60세 이상의 노인이 거주하는 가구는 우리나라 총가구의 22.6%이며, 노인 단독가구는 5.2%로 노인 가구는 27.8%로 나타났다.

이중 노인 단독 가구에 대한 조사에서 이들 가구의 취업률(근로수입자)은 51.5%로써 우리나라 전체 60세 이상 노인 취업율 약 32%보다 대략 20%가 높았다.(경제기획원, 인구 및

〈표 1-15〉

각국의 고령취업자 및 취업률 비교

(단위 : 천명, %)

| 구 분 | 경제활동인구 (A)(1) | 고령취업인구(B)(2) | | | | 55세이상취업률(3) | |
|-------|-------------------|----------------|----------------|----------------|------------------|-------------|------|
| | | 55~59세 | 60~64세 | 65세이상 | 계 | 남 성 | 여 성 |
| 미 국 | 104,996 (47.7) | 7,272 (6.9) | 4,448 (4.3) | 3,073 (2.9) | 14,793 (14.1) | 14.8 | 13.1 |
| 일 본 | 55,960 (48.2) | 3,670 (6.6) | 2,430 (4.4) | 2,710 (4.8) | 8,810 (15.8) | 15.7 | 15.6 |
| 프 랑 스 | 22,999 (43.1) | 1,922 (8.4) | 525 (2.3) | 390 (1.7) | 2,837 (12.4) | 12.4 | 12.3 |
| 서 독 | 27,199 (44.3) | 2,064 (7.9) | 539 (2.0) | 459 (1.6) | 3,060 (11.5) | 11.5 | 11.4 |
| 싱 가 폴 | 1,056 (44.7) | 33 (3.1) | 21 (2.0) | 18 (1.7) | 72 (6.8) | 8.3 | 3.3 |
| 태 국 | 21,893 (48.4) | 1,938 (8.9) | 968 (4.4) | | 2,906 (13.3) | 14.5 | 11.9 |
| 필 리 핀 | 13,426 (31.9) | 523 (4.0) | 461 (3.9) | 419 (3.1) | 1,412 (10.9) | 11.6 | 7.1 |
| 한 국 | 13,350 (38.5) | 624 (4.8) | 369 (2.7) | 250 (1.9) | 1,243 (9.3) | 9.4 | 9.2 |

자료 : ILO, Year Book of Labour statistics, Geneva, 1980.

주 : (1) ()안의 숫자는 총인구에 대한 경제활동인구 비율임.

(2) ()안의 숫자는 B/A임.

(3) 경제 활동 인구에 대한 성별 취업자 비율임.

주택 센서스 1985) 그런데, 이들 단독가구 노인의 취업동기는 돈이 필요해서 52.9%, 건강 유지 10.9%, 시간을 보내려고 10.7%, 일하는 것이 좋아서 8.8%, 능력 발휘 3.9%, 사람과 사귀는 기회 1.7%로 경제적 이유가 과반수이며 기타의 동기는 40%내외로 나타났는데, 이들 노인의 대다수가 농림 수산업 또는 단순 노무, 판매직에 종사하는 것을 감안할 때 취업 동기는 역시 경제적 문제라고 보지 않을 수 없다. 그리고 일을 하지 않는 이유는 건강상의 이유 39.5%, 일이 힘겨워 31.9%이었으며, 적절한 일자리가 없어서는 10.8%, 기타 17%로

나타나, 경제 수입을 위한 활동은 역시 건강 체력이 허락할 때까지 영위되고 있음을 보여주고 있다.

(바) 취업의 희망 직종

한편 위에서 적절한 일거리가 없다고 응답한 220여명의 응답자가 찾는 적절한 일거리는 생산 및 노무직 16.5%, 판매직 11.2%, 서비스 9.9%, 전문 기술직 및 관리직이 9.5%, 사무 관련직 7.3%, 농림 수산업 7.2%, 기타 38.4%로 나타나 현재의 직종에 비해 농림 수산업의 비율이 크게 줄고 전문기술 및 관리직과 사무 관련직의 비율이 늘어나는 추세를 보였다.

1-4-2 경제적 요구

(가) 경제적 수입원

노인들의 경제 수입원은 여러가지가 있을 수 있으나 그 정확한 액수를 추정하기에는 어려움이 있다.

노인의 욕구에 관한 조사연구(연대, 김근식 석사 1987)에 의하면(서울시 거주노인 55세 이상, 450명), 경제 수입원은 복수 응답으로 자녀 73.1%, 근로수입 21.3%, 저축 20.7%, 친척 12.0%, 보험 10.9%, 연금 8.9%, 친구 2.4% 및 기타로 나타났다.

한편 상계서 「노인 단독가구 실태에 관한 연구」(1989)에 의하면 단독가구노인(우리나라 총 가구의 5.2%)의 생활비 출처는 복수응답으로서 근로수입 51.3%, 자녀 47.3%, 재산소득 14.6%, 생활보호금 8.3%, 저축 3.6%, 친척 1.9%, 연금 0.9%, 기타 2.2%이었다. 결과적으로 우리나라 노인의 경제적 수입원은 근로수입을 갖더라도 자녀의 원조를 받는 비율이 높을 뿐더러 취업을 하고 있지 않은 경우는 대부분 수입의 전액을 자녀에 의존하고 있는 것으로 보여진다.

(나) 경제적 요구

노인이 갖는 경제적 요구는 기본적으로 재가노인은 용돈, 단독 가구 노인은 생활비 보조의 형태로 나타난다.

상계서 노인의 욕구에 대한 조사 연구에 의하면 응답자의 57.5%가 자녀로부터 경제적 도움이 '약간 또는 매우' 필요하다고 응답하고 있으며 53.7%는 용돈(비상금)이 부족하다고 응답하고 있다. 이는 노인의 근로수입의 유무에 관계없이 높은 비율을 차지하는데, 근로수입이 없는 경우는 62.6%, 근로 수입이 있는 경우는 39.6%가 자녀의 도움이 필요하다고 응답하고 있다.

(다) 용 돈

한국 노인문제 연구소에서 1984년에 수행한 「노인 여가 시설 및 그 프로그램에 관한 조

사 연구 보고서」에 의하면(전국, 노인정을 이용하는 60세이상 노인 1,856명) 월간 50,000원 또는 그 이상의 용돈을 쓰는 노인은 16.1%였고, 30,000원 내외가 20.0%였다. 그 반면 10,000원 내외의 용돈을 쓰는 노인이 24.6%, 5,000원 내외 12.0%. 용돈을 거의 못쓴다는 노인도 6.6%였다. 월간 용돈 사용량이 5,000원 내외 또는 거의 못쓰는 노인을 합하면 18.6%에 이르고 있었는데 이러한 유형의 노인은 용돈의 곤란 뿐 아니라 생계문제에도 어려움이 있을 것으로 분석된다.

한편 노인들이 자신의 용돈을 어디에 사용하고 있나를 알아본 복수응답에서는 담배, 술, 군것질등이 73.4%로서 가장 비율이 높았고, 노인학교 노인정에 나가는 일로 지출이 55.1%로 다음 순위를 차지했다. 친구들과 어울릴때 쓴다. 46.6%, 약값으로 지출 35.7%, 그 외에도 점심, 차값, 교회 또는 절에 갈때, 자녀 또는 친척병문때, 경조비, 이발 목욕비, 孫子女 또는 미혼자녀에게 주는 돈, 관광여행 또는 소품, 취미생활에 쓰이는 돈 등 그 사용처가 매우 다양하다. 월간 10,000원 이하의 용돈밖에 사용하지 못하는 노인들에게 있어서는 사용처는 많은데 사용량이 적어 문제가 된다.

1-4-3 의료에 대한 요구

(가) 질병 보유율

우리나라 노인의 성인병 보유율에 관한 조사 자료로는 문 옥륜, 김 병익, 임 현술(1982년)의 「전국 성인병 실태조사 연구」(전국 의료보험 가입자 대상 조사 및 보험청구 자료 이

〈표 1-16〉 65세 이상 노인의 성인병 보유율 (단위 : %)

| 병명 | 남 | 여 |
|-----------|--------------------|--------------------|
| 감염악성신생물 | 9.7 | 5.4 |
| 당뇨병 | 2.3 | 1.7 |
| 정신장애 | 7.2 | 9.5 |
| 순환기계질환 | 33.1 | 30.4 |
| 호흡기계질환 | 18.6 | 16.6 |
| 소화기계·기타 | 10.7 | 7.5 |
| 비뇨기계 | 1.0 | 1.2 |
| 관절염증·류마티즘 | 17.6 | 30.2 |
| 계 | 20,420명 (100.0) | 21,009명 (100.0) |

용)가 있는 데 이에 따르면 고령자는 남자의 경우 순환기계, 관절계의 질병의 순으로 보유율이 높고 여자는 순환기계, 관절계, 호흡기계의 질병의 순으로 보유율이 높다.

전게서 「노인가구의 구조적 특성에 관한 연구」(1989)에 의하면 60세이상 노인중 만성질환을 앓고 있는 노인은 33.5%로 나타났으며, 만성질환의 종류는 신경통, 백내장, 수전증 등이 포함되어 있는 '신경계 및 감각기의 질환'이 27.8%로 가장 많은 것으로 나타났다. 그 다음으로는 고혈압, 동맥경화, 심장병 등의 '순환 기계의 질환'으로 18.5%, 골수염, 관절염, 디스크 등이 포함되는 '근골격계 및 결합조직의 질환'은 16%로 나타났다. 이 밖에 10.6%로 나타난 증상, 징후 및 불명확한 병태, 손상 및 중독에는 노환, 팔다리 저림, 두통 등이 주종을 이루고 있었다.

(나) 노년기의 심리적 제증상

60세 이후 노년기에는 정신적인 면에서 내성적인 경향이 두드러져 다음과 같은 제 증상이 많이 나타난다.

- 우울증 : 불면증, 체중감소, 무감정, 강박관념, 증오심 등의 경향 증가
- 내향성 및 수동성의 증가 : 업무처리의 무사안일성, 자기 기능 발휘보다 신비적 조절 능력 기대
- 성역할 지각의 변화 : 남자는 수동적으로 위축되어 감에 비해 여자는 더욱 능동적이며 권위적으로 변한다. 이는 일생동안 억제 되었던 성역할이 발휘되는 것으로 해석되어진다.
- 경직성의 증가 : 새로운 변화에 적응하지 못하고 옛날과 같은 방법을 고집하고 이를 계속 유지하려는 행동 경향이 증가한다.
- 조심성의 증가 : 어떤 문제를 해결하기 보다는 틀리지 않기에 보다 세심한 주의를 기울인다.
- 친근한 사물에 대한 애착심 : 오랫동안 사용해온 물건과 대상에 대한 애착심이 증가한다.
- 유산을 남기려는 경향 : 자손은 물론 재산과 유물, 골동품 또는 독특한 기술이나 기예를 후손과 제자에게 물려주려고 노력한다.
- 의존성의 증가 : 노인이 될수록 가족 구성원에 대한 애착이 강해지고 의존성이 증가한다.

(다) 의료에 대한 요구

이처럼 노년기에는 신체적으로 심리적으로 제 증상이 나타나거나 기존의 증상이 악화되므로 보다 세심한 주의가 요망된다. 전게서 「노인단독가구 실태에 관한 연구」(1989)에 의하면 단독가구의 노인은 주관적인 자신의 건강 평가에 있어서 남보다 건강하다고 평가한

노인이 31.3%, 비슷하다 37.8%, 남보다 더 나쁘다 30.9%를 보였으며 독신으로 지내는 노인의 경우가 남보다 건강하다 28.5%, 비슷하다. 39.0%, 더 나쁘다. 32.5%로 나타나 가구내에서 보호를 받을 수 있는 재가 또는 부부노인에 비해 비교적 더 많은 의료 보호가 필요함을 보이고 있다.

1-4-4 친교의 요구

한국갤럽 조사 연구소가 1984년 전국의 60세 이상노인 1,427명을 대상으로 행한 조사 결과에 의하면 노후의 가족과의 생활 희망 형태는 함께사는 것이 좋다. 83.3%, 자주접촉에 만족 5.7%, 가끔 접촉에 만족 4.2%, 따로 사는 것이 좋다. 6.0%등으로 나타나 가족과의 동거를 가장 좋은 것으로 희망하고 있다. 이를 통해 볼 때 앞으로 핵가족화와 노인 단독 가구의 증가가 필연적인 것이라 할 때 그만큼 노인은 소외로부터의 탈피해 대한 욕구가 더욱 증가 할 것으로 보여진다.

그리고 노인이 되면 신체적 지원도 요구하지만 이에 못지 않게 심리적 지지, 애정 및 인지적 자극을 위해 그들의 동료들에게 의지하는 경향이 증가한다. 독서, 라디오, TV등과 같이 제한된 자극으로는 자신의 생각, 신념, 태도를 표현하고 실험할 기회가 제공되지 않는다. 이에 따라 노인에게는 집단참가에 대한 요구가 필수적으로 나타나며 노인은 집단속에서 사회적 교류에 의한 풍부한 경험과 자극을 가질 필요가 있다. 앞서 밝힌 바와 같이 취업동기중 “사람을 만나는 기회”에 대한 비율이 다소 포함되어 있다는 사실에 있어서도 노인들이 사회적 교류를 원하는 심정을 읽을 수 있다. 그리고 전게서 「노인단독가구 실태에 관한 연구(1989)」에서 마음을 터놓고 지내는 친구와 매일 만난다가 65.8%로 나타나 노인의 친교 욕구의 일면을 알 수 있다.

1-4-5 주택에 대한 요구

노인이 되면 신체적 제 기능이 쇠퇴하므로 주택에 있어서 다음과 같은 점을 고려하여야 한다.

첫째, 보행이 어려우므로 계단을 사용하는 것을 가급적 피하고 넘어지지 않도록 문턱을 없애야 하며, 물을 쓰는 공간은 사고방지를 위해 바닥재는 미끄러운 타일 등을 쓰지않도록 주의한다. 일상생활에서 자주 이용하는 화장실·목욕탕 및 부엌까지의 거리를 고려하여 노인방을 배치하여야 하며, 나아가 지역사회설비, 예를 들면 의료시설·노인정·공원·상점 등은 주택에서 가까운 도보권내에 위치하여야 한다.

둘째, 시각적 능력이 쇠퇴하는데 단순히 시력이 나빠져서 사물을 정확히 보지 못하는 측면도 있으나 안구조절과 암순응 능력의 쇠퇴, 색채지각의 변화 등이 두드러지게 나타난다.

색채지각의 변화를 보면 노인들은 스펙트럼의 하위대(보라·남색·파랑)에서 보다 상위대의 색채(노랑·주황·빨강)에서 색채의 식별을 더욱 잘한다. 그러므로 노인주택이나 노인방은 젊은층보다 더 밝은 색채로 꾸며야 한다. 시력이 떨어지므로 시력을 최고 수준으로 유지하기 위해서는 조명이 더욱 밝아야 한다. 암순응능력의 쇠퇴로 낮은 조명에 대하여 순응하는 시간이 더욱 오래 걸린다. 특히 조명이 흐린 상태에서 시력은 더욱 낮아지므로 똑같은 정도의 시력을 갖기 위해서는 80세 노인의 경우 20세 청년에 비하여 200배 이상의 밝은 빛이 필요하다.

셋째, 청력이 상실되기 쉽다. 연령증가에 따른 청각장애를 통틀어서 노인성 난청이라고 부르는데, 소리의 높이 판별, 목소리 구별의 감수성에 문제가 생기므로 라디오나 TV소리를 잘 들을 수 있고 가족과 대화를 원활히 하기 위해 노인방은 방음설비가 필요하다. 또 하나의 문제로 노화에 따라 전화벨 소리나 호각소리와 같은 주파수가 높은 소리에 대해 고통을 느끼는 노인도 있다. 그러므로 노인들의 주거 환경은 갑자기 높은 소리가 자주 발생하는 환경을 피하고 조용한 곳에 위치하여야 한다.

넷째, 공간 통합 능력이 연령의 증가에 따라 점차로 감소하므로 복잡한 가구를 사용하지 말아야 한다.

다섯째, 안전 사고를 예방하기 위하여 문의 개폐·문고리·스위치의 위치를 신경써야 하며 비상벨과 야간조명을 장치하여야 한다.

여섯째, 쇠퇴해 가는 건강을 유지하기 위하여 노인방이나 노인 주택은 공기가 맑고 햇볕이 잘 드는 남향에 위치하여야 하며 실내 온도는 젊은 층보다 높은 22~24℃를 일정하게 유지하는 것이 필요하다.

일곱째, 도보가 불가능한 노인을 위해서는 휠체어를 사용할 수 있는 구조가 필요하다.

여덟째, 가족들과 쉽게 접할 수 있도록 노인방은 거실에 가까와야하며 구석에 외로이 배치되어서는 아니된다.

아홉째, 노인은 변화를 거부하는 경향이 있으므로 방의 배치나 가구를 갑작스럽게 바꾸어서는 아니되며, 변화가 있더라도 과거에 살던 주택과 같은 분위기를 유지하도록 노력해야 한다. 그리고 앞으로는 단독노인 가구가 증가하므로 노인 단독세대 주택의 공급이 필요한데 이는 아파트, 연립 또는 공동체 노인 주택등의 보급이 필요함을 의미한다.

1-4-6 교육에 대한 요구

일반적으로 노인에게 필요한 교육영역은 다음과 같이 세분될 수 있다.

- 직업 관련 교과와 기능
- 취미와 오락

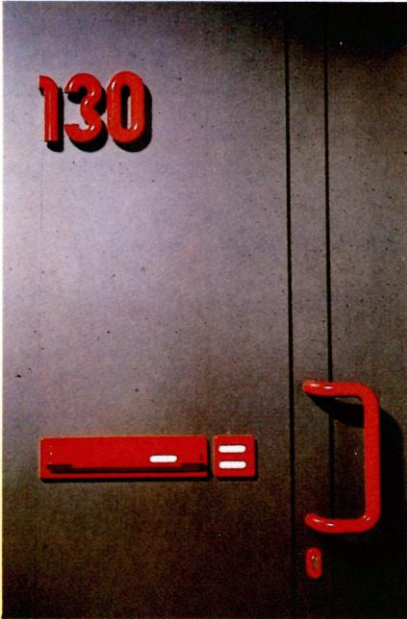


사진1

Silverage Group은 사물의 구분이나 물체의 작동시 곤란을 받는다. 따라서 문패 등의 부호를 강조 하거나 문 손잡이를 크게 하여 사용상의 불편함을 최소화 하여야 할 필요가 있다.

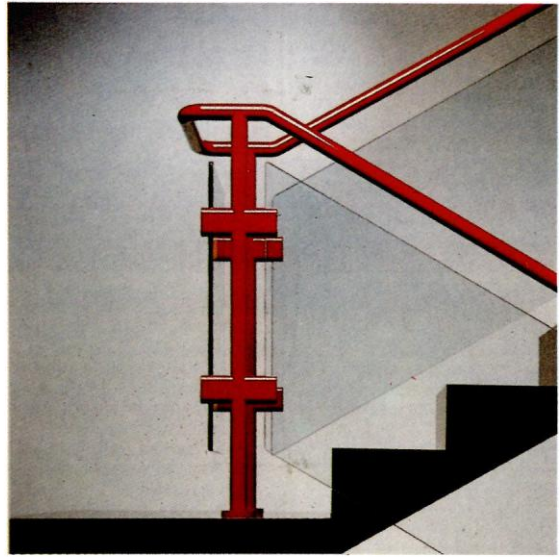


사진2

Silverage Group의 안전한 생활을 위해서는 환경적 요인도 간과될 수 없다. 계단의 Guide Rail이나 계단의 높이에 대한 세심한 배려가 필요하다.



사진3

생활의 편리를 위해 제작된 제품의 한 예 어두운 곳에서 스위치작동을 용이하게하기 위해 점등 스위치 부분에 Light가 켜지도록 했다.

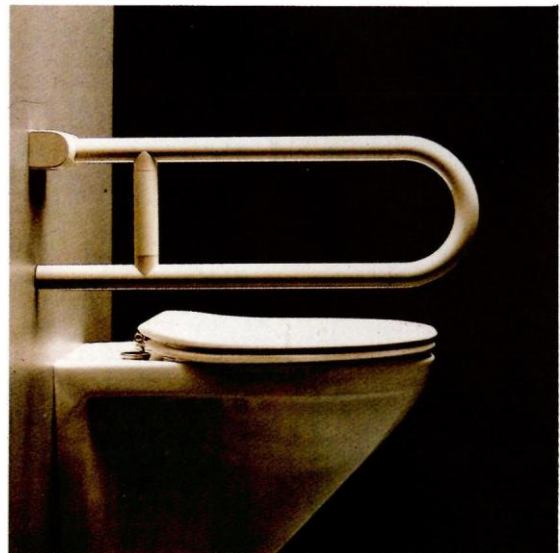


사진4

용변시 편리함을 위해 변기 옆에 설치된 손잡이 편리함과 안락함을 추구한 이 제품은 표면이 플라스틱으로 코팅되어 있어 촉감이 차지 않고 부딪혔을 때 인체의 손상을 최소화 시키도록 배려되었다.

HEWISA 제품

- 종교·도덕·윤리
- 일반교과
- 가정 및 가정생활 교과
- 개인 발달 교과
- 시사·일반 관심사
- 농업·기술

김 정애, 이 화섭, 박 영숙(1982)의 「평생교육 일환으로서의 노인교육」에 관한 연구(55세 이상 750명 조사)에 의하면 노인들이 원하는 교육내용은 취미·오락 33.5%, 건강관리 23.3%, 가정에서의 인간관계 20.3%, 교우관계 14.7%, 봉사활동 6.4%, 법률 및 기타 1.9%등의 순이었다.

그리고 바람직한 노인이 되기 위해서는 필요한 교육내용으로 능력개발·여가 활용 방법, 젊은 세대 이해, 어른의 자세, 사회 봉사 활동, 건강관리의 순으로 그 중요성을 들었다.

1-4-7 여가 활용의 도구

전게서 「노인여가 시설 및 프로그램에 관한 조사연구 보고서」(1984)에 의하면 여기에 관련한 제 활동의 참가 비율은 다음과 같다.(전국 노인정 이용자 60세 이상 1,856명조사)

(가) 종교활동

종교활동에 자주 참가한다는 노인은 전체 조사대상자중 13.0%에 불과했으며, 가끔 참가한다. 10.7%, 드물게 참가한다. 11.1% 그리고 나머지 65.2%는 별반 참가하지 않는 것으로 나타났다.

선진각국의 경우 노인들의 종교활동 참가비율은 70~90선에 이르고 있는데 비하여 우리나라 노인들은 종교활동에 불참하는 비율이 높다.

(나) 사교 모임

전체 1,856명의 노인들 중 사교모임에 자주 참가하는 비율이 18.8%에 불과했고, 가끔 참가하는 비율은 17.2%, 이를 합해서 36.0%의 노인들은 그 나름대로 사교모임을 가지고 있는 편이었지만, 이러한 모임은 전혀 참석하지 못한다고 답한 노인들이 전체 대상자의 44.0%였고, 드물게 참석한다는 노인이 20.0%였으므로 이를 합하면 64.0%노인은 사교적 모임에 별반 참가하지 못하거나 전혀 참가할 기회가 없는 것으로 나타났다. 노인들의 사교활동이 이와같이 부진한 상태에 머무르고 있는 데는 대개 다음과 같은 요인들을 생각할 수 있다.

첫째, 사교활동을 하기 위해서는 회비, 교통비, 식사비 등을 필요로 하는 경우가 적지않은 데 오늘의 노인들중 그러한 경비를 부담할 능력이 있는 비율이 많지 않으며,

둘째, 산업화사회에서는 인구의 지역간 이동이 심해서 과거 청장년 시절에 사귀었던 친구들과는 뿔뿔이 헤어져서 살게 되는 경우가 적지않아 사교범위가 좁아지게 마련이며,

셋째, 현대사회에서는 노인들이 같은 지역사회 내에서의 교류가 빈번치 않아 친구들을 새로이 사귀는데 어려움이 있어 노인들은 과거에 비해서 사교 모임을 가질 기회가 적을 수 밖에 없게 되는 것으로 분석된다.

따라서 사회구조가 도시화된 지역에서는 노인들의 사회참여욕구를 충족시키는 방편의 일환으로 지역사회의 有關機關 또는 각종 관련 단체들이 복지적 측면에서 지역노인들이 모여서 사교활동을 할 수 있는 장소제공 또는 기회 제공등을 강구할 필요가 있을 것으로 본다.

(다) 관혼 상제 참가

전체노인중 관혼상제에 자주 참가한다는 비율은 48.0%였고, 가끔 참가한다가 12.0%, 불참 12.3%등으로 나타났다. 노인들이 관혼상제 의식에 자주 참가하는 원인 중에는 그들은 전통적인 儒敎慣習을 중요시하는 세대임으로 관혼상제를 매우 중요시하고 있기 때문으로 해석된다.

(라) 동네일 참가

동네일에 참여한다는 것은 지역주민들이 자신들의 공동관심사를 논의하기 위해서 회합을 가지는 장소에 참가한다던가 또는 마을 주민들이 행하는 합동행사에 참여함을 말함이다. 조사결과로 밝혀진 바에 의하면, 동네일에 자주 참여하는 비율은 24.4%였고, 가끔 참여한다가 19.2%로서 이를 합하면 43.6%의 노인들은 동네일에 자주 또는 가끔 참여하는 것으로 나타났다. 이에 비하면 동네일에 불참하는 노인은 33.1%, 드물게 참여하는 비율은 23.3%로서 다수의 노인이 동네일에 불참하는 경향을 나타내고 있는 원인으로는 그들 자신이 동네일에 참가할 의사가 전혀 없어서라기 보다는 현대사회에서는 일반적으로 노인을 기피 또는 소외시키고 있는 사회조류와도 밀접한 관련이 있다고 보여진다.

(마) 취미·오락활동

전체 조사대상자 중 취미오락활동에 참가하지 않는다고 답한 노인이 54.6%로서 과반수를 차지하고 있었는데 비해서 이러한 활동에 자주 참가한다는 비율은 12.1%에 불과했다. 현재 우리나라 노인들이 취미오락활동에 참가하는 비율이 낮은 원인은 다음과 같은 이유 때문인 것으로 분석된다.

- 취미오락활동을 하기 위해서는 그러한 활동을 뒷받침할 경제력이 수반되어야 하기 때문
- 선비들은 여가시간에 학문을 하는 것이 미덕이고 오락활동을 하는 것은 옳지 못하다는 유교적인 고정관념이 남아 있기 때문

- 오늘의 노인들은 경제적으로 빈곤한 사회에서 소년기와 청장년기를 보낸 분들이므로 취미오락활동 그 자체를 죄의식시하는 경향이 있다.

(바) 취미 유형

1988년 4월에 경인지역 55~70세 노인 282명을 대상으로 행한 모기업의 조사에 의하면 취미는 TV시청이 79.7%, 신문 40.0%, 라디오 26.2%, 여행 21.6%, 독서 20.6%, 산보 17.9%, 장기/바둑 12.7%, 낚시/운동 9.3%, 정원손질 9.3%, 운동경기 관람 8.9%, 기타의 순으로 나타났다.

(사) 종합

전체적으로 취미·오락·문화 활동 등에 대한 참가율이 낮으며 그 이유는 개인적으로는 경제적 곤란, 여가를 즐기는 방법을 모름, 취미·오락에 대한 부정적 관념 등에서 찾아진다.

그러나 이 문제는 사회적 차원에서 해결되어야 할 문제이기도 하다. 노인들이 처해있는 시간적·신체적 여건을 고려하여 이미 가지고 있는 재능을 더욱 발전시키고, 또 새로운 것을 습득할 수 있는 기회가 사회적으로 제공되어야 한다.

1-4-8 노인의 생활 실태

(가) 노인가구의 비율

(전국), 60세이상 73,570가구

| | % |
|-----------|------|
| 재가 노인가구 | 22.6 |
| 노인단독 가구 | 3.2 |
| 노인이 없는 가구 | 74.2 |

자료: 노인단독가구 실태에 관한 연구, 1989 전국인구 보건 연구원

(나) 노인 가구의 구성형태 변화

| | 1988 | 1985 |
|------------------------|------|------|
| 독신 노인가구 | 12.7 | 8.8 |
| 핵가족형 노인가구 (미혼자녀 포함) | 33.0 | 35.2 |
| 직계형 노인가구 | 48.8 | 52.0 |

| (기혼 자녀) | | |
|-----------|--------------------|-------|
| 기타 친족노인가구 | 5.2 | 4.0 |
| 비혈연 노인가구 | 0.3 | — |
| 계 | 100.0 | 100.0 |
| | (15,632명) (3,050명) | |

자료 : 노인가구의 구조적 특성에 관한 연구 1989, p.50.

임종권의, 한국노인의 생활실태, 한국인구보건 연구원 1985, p.25.

(다) 성별 분포

| | % |
|---|------|
| 남 | 39.8 |
| 여 | 60.2 |

자료 : 노인가구의 구조적 특성에 관한 연구(1989)

(라) 연령별 분포

| | % |
|--------|------|
| 60~64세 | 34.9 |
| 65~69세 | 26.6 |
| 70~74세 | 18.6 |
| 75~79세 | 11.6 |
| 80세 이상 | 8.3 |

자료 : 노인가구의 구조적 특성에 관한 연구(1989)

(마) 지역별 분포

| | 노인가구 비율 | 전국인구 비율(1985) |
|------|---------|---------------|
| 대 도시 | 32.7 | 시부 65.4 |
| 중소도시 | 17.8 | — |
| 군 부 | 49.5 | 34.6 |

자료 : 노인가구의 구조적 특성에 관한 연구(1989)

경제기획원 인구 및 주택 센서스(1985)

(바) 결혼 상태

| | 전체(%) | 남 | 여 |
|--------|-------|------|------|
| 배우자 생존 | 52.4 | 85.7 | 30.4 |
| 이혼 | 0.7 | 0.6 | 0.7 |
| 사별 | 45.8 | 12.4 | 67.8 |
| 별거 | 1.1 | 1.2 | 1.1 |

자료 : 노인가구의 구조적 특성에 관한 연구(1989)

(사) 교육수준

| | 전체(%) | 남 | 여 |
|------|-------|-------|-------|
| 무 학 | 60.0 | 39.4 | 73.7 |
| 국 졸 | 27.3 | 35.8 | 21.6 |
| 중 졸 | 5.9 | 11.3 | 2.3 |
| 고 졸 | 4.1 | 7.3 | 2.0 |
| 대졸이상 | 2.7 | 6.1 | 0.4 |
| 계 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

자료 : 노인가구의 구조적 특성에 관한 연구(1989)

(아) 단독 노인가구의 고충 내용

| | % |
|-----------|------|
| 건강 | 28.4 |
| 경제문제 | 31.8 |
| 고독감, 외로움 | 9.6 |
| 급할때 도움 | 3.3 |
| 받을 곳이 없다. | |
| 기타 | 8.1 |
| 어려움 없음 | 18.8 |

자료 : 노인단독가구 실태에 관한 연구(1989)

1-5 고령화사회의 부차적 결언

1-5-1 사회의 격변과 고령화 사회

인류는 일만년에 가까운 농경사회(제1의 물결)와 300년간에 가까운 산업기술 사회(제2의 물결)를 지나 현재 제3의 물결(정보화) 시대에 살고 있다. 이러한 급격한 사회변혁에 접하면서 노년기를 어떻게 살아가야 하는가 라고 하는 사실은 매우 중요한 의미를 내포하고 있다.

인간의 평균수명이 급속하게 늘기 시작한 것은 최근 100년~200년간이며 더 짧게 말하면 지나간 2~30년간이라고 말할 수 있다. 이 원인은 여러 요인이 있을 수 있겠으나 산업혁명 이후 사회가 공업화되고, 생활이 풍부해지고 편리하게 되며, 과중한 노동으로부터 해방되고, 가혹한 자연 조건에서 보호되며, 풍부한 식량과 영양에 의해 의학의 진보에 의해서 많은 질병으로부터의 해방 등을 꼽을 수 있다. 수명이 길어지고 출산율이 떨어지며, 노인이 증가하고 젊은 활동층의 수가 줄어 든다. 이는 일찍이 경험치 못했던 인구구조이다. 그러나 우리들의 시책과 대응에는 너무나 근시안적으로 눈 앞의 현상만을 다루기에 급급해서 거시적으로 인간 자체를 시대의 커다란 흐름속에서 파악하는것을 잊고 있다. 그 이유는 우리들 사회가 극적인 변화 내지는 현재 진행하고 있는 여러가지 변화가 너무나도 일상적이기 때문에 그러한 변화에 순응되어 그 내용이 보이지 않거나 느껴지지 않거나 의식하지 않게 되었기 때문이다. 사회가 고령화 사회를 향하고 있다는 인식은 일반화되어 있다.

인생은 60부터라고 누구라도 입에 담고 있음에도 불구하고 고령화 사회에 대해서 느끼는 이미지는 여러가지다. 특히 어두운 면에 초점을 맞추어 통계자료를 만지작거리며 큰일이라고 아우성치고 재정이 적자라던가 경제의 활동력이 낮다고 하면서도 정작 방법론이나 전망은 구체적이고 적극적인 것이 없다. 고령화 사회의 전망과 대응에는 새로운 시점 즉, 미시적 시점과 거시적 시점이 있으며 Hard한 면과 Soft한 면의 문제가 있을 수 있다.(연구범위는 그림 참조)

● 미시적 시점

도시환경장치와 복지관계시설·설비의 완벽, 연금과 사회보장제도의 정비, 풍요로운 생활, 편리성 등

● 거시적 시점

인간이 인간을 귀히 여기고 남을 헤아리는 마음, 마음의 여유가 있는 사회 진·선·미 이성·인간성 등

1-5-2 고령화 생활의 의미부여와 Well Aging

대소조직(大小組職)에 속하다가 정년을 맞이하여, 다른 새로운 조직에 속하던 속하지 않던 이제까지의 생활과는 다른 Silver Life를 보낼 수밖에 없는 노령자층을 염두에 둘 경우 그들의 중심축은 자기고유의 생활이다.

인간은 사회적 존재로 다른 사람들과의 관계에 두고 인생이 성립하는 경우가 많다. 자신의 인생으로부터 조직에서의 역할, 가족과 친족간에서의 역할 등을 뺀 경우 고유의 “무엇”이 남는가 아닌가는 Silver Life에 있어서 대단히 중요한 문제이다. 왜냐하면 많은 경우의 Silver Life에 있어서 조직은 없어지고 아울러 친족과 친구도 멀어지며 가족의 개념도 희박해져 결국 남는 것은 혼자이기 때문이다. 그 속도와 프로세스에는 여러가지 패턴이 있을 수 있으나 남는 것은 혼자이므로 Silver Life의 중심축은 자기주체성(自己主體性) 확립이다. 따라서 Silver Life는 자신을 찾는 행위 혹은 자신을 재구축하는 행위로부터 성립하지 않으면 안된다.

우리는 인간이라고 하는 존재를 떠나서 인간의 행복이나 삶의 보람이 성립되지 않는다. 특히 사회라는 것은 복수 이상의 인간이 함께 사는 물리적 공간에 사회적·심리적 요인 즉 Community라고 하는 것을 전제로 해서 생활하는 것이다. 급변하는 고령화 사회 속에서 살아가야 할 시간과, 관련되는 영역이 점점 늘어나고 있다. Voluntarism 사상에 부응하기라도 하는 것처럼 생애교육·생애학습의 욕구가 급속하게 늘어나는 것도 이러한 배경에 있다고 생각한다.

생애교육의 과제는 인간의 발달은 생애를 지속하는 것이라는 점과 Voluntarism과 관련된다. 인간은 각각의 발달관계에서 발달상의 과제로 달성해 두지 않으면 안되는 「발달과제(Developmental Task)」가 있어 능력이 실사 노화되었다고 해도 생애를 통해서 달성하거나 혹은 인간으로서 배우지 않으면 안된다고 한다. 우리나라에서도 전문가들의 평정과정을 통해서 평생교육적 관점에서 한국인의 Developmental Task를 규정하고 있다. 여기서는 노년기에만 국한하여 살펴보면,

(가) 지적 영역 ; • 세대차와 사회변화를 이해하기

- 은퇴생활에 필요한 지식과 생활을 배울 것
- 정치·경제·사회·문화에 대한 최신 동향 알기
- 건강증진을 위한 폭넓은 지식을 갖기

(나) 정서적 영역 ; • 적극적으로 일하고 생활하려는 태도를 유지하기

- 취미를 계속 살리고 여가를 즐겁게 보내기
- 소외감과 허무감을 극복하고 인생의 의미를 찾기

- 배우자 사망후의 생활에 적응하기
- 타인 혹은 본인의 죽음에 대해 심리적으로 준비하기

(다) 사회적 영역 ; • 동년배 노인들과 친교유지하기

- 가정과 직장에서 일과 책임을 합당하게 물려주기
- 가정이나 사회에서 어른구실하기
- 자녀 또는 손자들과의 원만한 생활

(라) 신체적 영역 ; • 쇠퇴해 가는 체력과 건강에 적응하기

- 노년기에 알맞는 간단한 운동하기
- 건강유지에 필요한 알맞는 생활을 할 것
- 지병이나 쇠약에 바르게 처방

고령자는 생계를 위한 노동에서 벗어난 순수한 일의 즐거움에 의해 지역문화를 개척하고 인간관계를 원만히 해가는 일을 담당하는 것이 가능하다.

예를 들어 전통예술을 전승하는 일, 직업에서 얻은 전문지식을 사회교육의 장에서 활용하거나 시민운동을 담당하는 등 여러가지 영역을 발굴할 수 있다.

따라서 사회참가의 본연의 자세는 어느 정도 한정적으로

3S · 3R : Rest, Relax, Recreation, Social Tour, Social Training, Social Service라고 규정한다.

Social Tour : 노후를 집에서 폐쇄적으로 보내는 것이 아니라, 우선 사회로 나오려는 것이다.

여행은 Recreation적 요소에 더해 보고 듣는 것을 넓히는 기능을 가진다. 정신적 노화를 방지함과 아울러 과제의식-자신이 할 수 있는 역할을 찾는 데 목적이 있다.

Social Training : 역할을 완수해 내기 위해 필요한 이론과 기술을 익히는 훈련을 받아야 한다.

Social Service : 기대되어지고, 소용이 된다고 하는 실감이야말로 인생의 보람을 맛볼 수 있는 최고의 것이다. 최근의 사회봉사가 하는 거창한 의미의 경향이 아니라 Voluntarism에 입각해서 사회에 공헌할 수 있어야 한다. 이 과정에서 “생활의 보람”을 느끼게 된다.

로 요약해 볼 수가 있다.

1-5-3 성숙사회로서의 고령화 사회

핵가족화와 노인(양친)에 대한 부양의식의 저하와 지역사회의 붕괴현상(Community

Disorganization)이 빠른 속도로 진행되고 있으며 눈에 보이지 않는 부분에서 사람과의 유대와 인정, 연대감, 동료의식, 자립, 자존 등 사람들과의 관계와 의식이라고 하는 소프트한 면에서의 붕괴가 빠른 속도로 진행하고 있다.

Hard한 면에서의 사회는 점점 발전해 가는 것처럼 보이나, 아무리 정성어린 보살핌이 생애를 통해 이루어지고 물질적으로 풍부한 사회가 되었다고 해도, 또 완벽한 사회보장이 제도로서 정비되었다고 해도, 우리들이 사는 이른바 Community와 가정이 붕괴된다면 인간의 생존의욕이나 행복과는 거리가 멀어지게 된다.

노년을 비관적으로만 파악하지 말고 숙년(熟年)으로 생각하면 적극적이고 새로운 세계가 열릴 것이며 고령화 사회를 성숙사회로 생각하면 더욱 질이 높은 삶의 보람이 있는 사회가 창조될 것이다. 따라서 피할 수 없는 늙음이라면 보다 잘 늙음(Well Aging)이 필요하다. 그러기 위해서는 한 사람의 주민으로서 주체적(主體的)·주동적(主動的)인 생활을 몸에 익혀 나가는 것이 바람직하다. 이러한 주체적·주동적 생활을 버런티어(Volunteer)라 부르고 이러한 삶을 기초로 하는 것을 버런티리즘(Voluntarism)이라 하며 이 개념은 고령자의 사회참여에 의한 성숙사회의 과제이다. 이를 위해서는 노인은 언제 어느 곳에서나 자신의 역할을 발견할 수 있어야 하며 노령인구의 파워를 공리적인 차원에서 발휘해 간다면 현실사회에의 공헌이 되며 인간성이 풍부한 사회 즉, 이것이 곧 성숙이다.

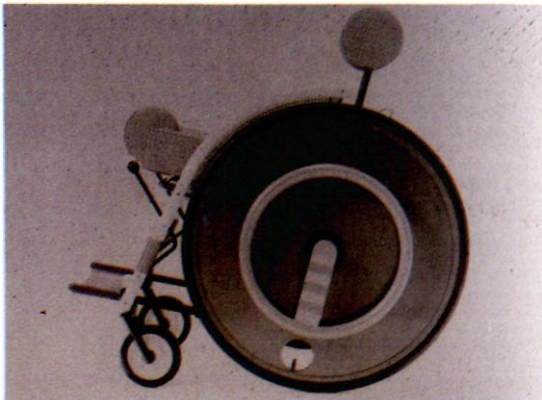


사진5
제품명 : CARNA
이동 및 보관이 용이하도록 무게를 현 17kg에서 7kg로 줄인 wheel chair.
주식회사 오자크사 제품

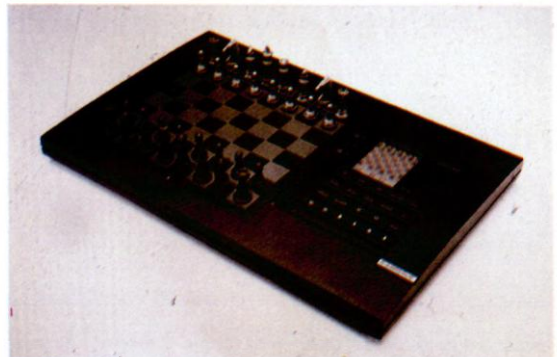


사진6
제품명 : Kasparov Simulator Chess Computer
Chess의 말을 손으로 옮기면서 게임을 즐길 수도 있고 부착된 LCD Board를 조작 Computer와 게임을 할 수도 있도록 디자인된 오락기
Iain Sinclair의 디자인
Saitec Ltd.의 제품

2. 고령자와 加齡 프로세스

2-1 고령자의 정의

사회구조의 변화와 수명의 연장은 고령자라고 하는 용어의 정의에 영향을 미치고 있다. 60세라고 하는 연령은 개인이 고령자가 되어 정부조성 프로그램에 의지할 수 있는 시점의 가상적인 경계이다. 강제퇴직연령에 대한 이견과 함께 75세 이상의 인구가 확대해 감에 따라 고령인구에 대한 개념이 변화해 가는 조짐도 보이고 있다. 75세 이상의 고령자에게는 Old・Elderly 혹은 Old・Old, 후기 고령자라고 하는 표현을 쓰고 있다.

Young・Old (전기 고령자); 65~74세

Old・Old (후기 고령자); 75세 이상

통계 데이터는 고령자를 명확한 하나의 집단으로서 구분하고 있으나 평균적인 고령자가 존재한다고 생각하는 것은 허구이다. 그럼에도 불구하고 스테레오 타입화된 견해에 의해서 마치 하나의 집단과 같이 간주되고 있다. 60세 이상의 개인은 사회적, 정치적, 경제적으로 다양하며 그들은 서로 다른 희망과 기대를 가지고 있으며 출신, 교육적 배경이 다양한 만큼 그 역할모델과 라이프스타일도 다양하다.

고령자 개인의 개성은 사회가 고령자는 이러해야한다 라고 느끼는 집단적인 개성에 의해서 지배되는 경우가 많다. 사람이 가령화 되어 감에 따라 사회는 가치가 낮은 특징에 의거하는 스테레오 타입화된 이미지를 부여하기 시작한다.

나이를 먹은 사람은 무능력하고, 늙다리이고, 지저분하고, 성적(性的)으로도 불활발한 존재로서 분류되어 사회적으로 이상한 집단으로서 간주되기 십상이다.

모든 고령자를 스테레오 타입화된 이미지를 가지는 집단으로서 간주하는 것은 개인의 아이덴티티를 형성하고 있는 기본적인 특질을 전면적으로 부정하는 것이 된다. 고령자를 보호를 필요로 하는 약한 집단으로서 간주하는 우리의 역사적 이미지는 「뒤치닥거리에 애먹는 존재」라고 하는 생각을 굳게 가지고 있다. 이런 생각은 병을 극복하거나 완화시켜 줄 수 있는 의학의 도움이 없던 시대부터 계속되어 왔다. 우리들의 사회는 고령자를 자립가능한 성원으로 생각하지 않고 정신장애와 마찬가지로 Moratorium 인간으로서 사회의 주류로부터 제외시켜 왔다.

사회가 지지하는 스테레오 타입화된 이미지는 긴 생애를 걸쳐서 신중하게 배양되어 온 고령자의 아이덴티티의 가치를 인정하고 있지 않다.

이 사회의 견해를 바꾸기 위해 우리들은 개인의 질과 그들의 퍼스널・니즈에 주목하지 않으면 안된다. 그러기 위해선 우선 가령(加齡) 프로세스를 이해할 필요가 있다. 가령(加

齡)은 치료할 수 있는 병도 아니며, 때문에 디자인할 수 있는 핸디캡도 아니다. 가령은 수반하는 병, 장애, 신체적 제약의 증가를 나타내는 프로세스이다.



사진7

제품명 : HEART-MATE

심부전증 환자를 위해 개발된 심전도 측정기기. 심장박동수를 측정할 수 있는 이 기기는 환자가 수시로 심장박동상태를 측정, 심장의 이상을 점검할 수 있도록 휴대용으로 개발되었다.

日本 光學工業株式會社
共通技術部 디자인課



사진8

제품명 : 디지털 자동혈압계

손가락에 끼워서 간단히 혈압을 측정 할 수 있는 측정기

立石電氣株式會社 제품

2-2 加齡 프로세스

가령 프로세스는 두 가지의 서로 관계가 있는 관점으로부터 볼 수가 있는데 그 하나는 생물학적 프로세스(노년병학[Geriatry])이고 다른 하나는 시계열적으로 일어나고 있는 사회적 프로세스(노년학[Gerontology])이다.

고령은 단지 상실 즉, 신체능력의 상실, 友人의 상실, 가치 있는 근로의 상실, 생활보장의 상실의 시기라고 생각하는 경우가 많다. 그러나 한 개인은 끊임없이 새로운 정보와 지식, 가족 가운데에서의 새로운 역할, 그리고 개인적인 흥미를 추구하는 기회를 획득하므로써 발전해 간다.

2-2-1 생물학적 가령(加齡) 프로세스

개인은 여러가지 속도로 나이를 먹어간다. 개체의 생물학적 기능도 유전이나 이제까지의 습관에 영향을 받아 여러가지 속도로 나이를 먹어가게 된다. 생물학적 가령 프로세스는 기

관(器官), 근육(筋肉), 골(骨), 호르몬계의 바란스가 잡힌 상호작용의 유지능력의 감퇴가 척도로 된다. 상호작용의 감퇴는 외력에 대한 개인의 취약함을 증대시킨다. 가령은 서서히 진행되는 것으로 끊임 없는 적응을 필요로 한다는 것을 이해해야 한다. 신체는 신체기능을 작동시키는 여러가지 계(系)와 조직(組織)으로 되어 있다. 내분비계와 신경계와 같은 전달계는 신체내의 모든 기능을 연관지으며, 근육과 골격같은 기계적 조직은 운동의 주체가 되는 기구이다. 제어계(소화기계, 호흡기계, 心血管系)는 항상적인 바란스를 유지하며 미각, 후각, 시각, 청각, 평형감각은 환경의 변화에 대한 정보를 수집하는 검지기관이다.

● 전달계

내분비계; 분비기관에서 만들어진 호르몬은 성장, 체온, 대사속도, 소화효소의 분비, 생식사이클 기능을 통제한다.

(변화)여성에서는 호르몬 주기의 변화, 남성에서는 정액의 산출이 감소한다.

부신(副腎)의 활동이 저하하면 신체가 재빨리 정확하게 반응할 수 있는 능력이 저하한다.

신경계; 정보를 처리하고, 운동을 자극하며, 감정·이성·기억의 능력을 가지고 있다.

(변화)스테레오 타입화된 이미지는 노쇠, 기억력의 상실, 새로운 기량의 발전의 불가능에 초점을 맞추고 있으나, 신경계에서의 변화는 행동, 반사 및 반응시간에 영향을 미친다. 가령과 함께 신경계는 근육계, 분비계 및 순환계의 조정이 효율적이지 못하게 된다.

● 기계계

근육계; 수축, 이완하므로 해서 신체를 움직이게 한다.

(변화)근육의 세기와 부피의 감퇴는 30세경부터 시작해서 70세가 되면 30세 당시의 반 정도가 된다. 근육의 위축에 의해서 신체 자신을 지지하는 신체능력이 감퇴하여 정확하게 신체를 움직이는 능력이 저하되어 눈과 손의 협조가 어렵게 되어 일상생활이 곤란하게 된다. 또한 피로 혹은 파킨슨씨병과 같은 질병에 의해서 Tremor가 일어나 엘리베이터의 버튼을 누를 수가 없거나 열쇠구멍에 열쇠를 꽂을 수가 없게 된다.

골격계; 신체를 지지하고 움직이게 한다.

(변화)가령과 함께 칼슘농도가 저하되므로 골격계는 쇠약하게 되며 손상을 입기 쉽게 된다. 칼슘의 저하는 고령남성보다도 고령여성에게 많고 걸음걸이의 변화에도 관계하여, 고령여성의 허리골절은 높은 발생율을 보이고 있다. 척추디스크의 압축 및 유연성과 동작의 범위를 감소시켜 관절과 무릎을 굽히거나 회전시키는 것 그리고 일어서는 동작이 어렵게 된다. 관절염의 상태가 되면 쥐고, 꼬집고, 비트는 동작을

제한하므로 해서 활동에 커다란 영향을 미치게 된다. 관절염(관절염과 류마치스성 관절염) 고령자의 거의 대다수가 걸리는 주요한 병이다.

● 제어계

소화기계; (변화)위액의 분비가 저하되므로 특정의 음식물을 소화할 수가 없으며 변비도 커다란 문제의 하나이다. 배설계의 기능저하는 본인은 물론 가족도 커다란 고통을 받게 된다.

호흡기계; (변화)호흡의 효율이 저하되어 혈액에 산소를 보내는 능력이 저하된다. 산소는 소화와 세포의 호흡을 위해서 필요한 것으로 산소 수준의 저하는 신진대사의 속도와 신체의 에너지 보존능력을 저하시킨다.

순환기계; (변화)심장은 동량(同量)의 혈액을 보내는 데에 더 강하게 움직이지 않으면 안되고 순환에 필요한 소요시간이 늘어나며, 신체가 스트레스를 받았을 때 사용할 수 있는 보존산소량도 저하한다. 동맥경화증의 경우에는 뇌로의 혈액 공급이 저하되므로 어지러움, 실신 등을 유발하게 된다.

● 검지기관

시각; (변화)시각의 예민함, 입체감각, 색채감각에 영향을 받는다. 백내장이나 녹내장에 의해서 전염이 되는 경우도 있다. 가령에 의하거나 혹은 병리학적 변화에 의해서 눈이 정확하게 초점을 맞출 수가 없으므로 인쇄물을 읽거나, 세부를 식별하거나, 환경의 변화를 이해하거나, 시각채널을 통해서만 입수할 수 있는 정보에 제한이 있다. 먼곳에서 가까운 곳으로, 가까운 곳에서 먼 곳으로 초점을 맞추는데에 시간이 걸리며 여러가지 조도(照度)에 순응하는 데도 시간이 걸리게 된다. 청(靑)·녹(綠)·자색(紫色)을 식별하기가 어렵고 근소한 색의 변화를 지각할 수가 없으며 망막에 도달하는 빛의 감소량을 보충하기 위해서는 照度를 보다 높이지 않으면 안된다.

청각과 평형감각; 귀는 음성과 수용기관이 동시에 평형을 유지하는 역할도 한다.

어떤 특정 주파수 레벨의 청력상실은 사람의 말을 분별하기 어렵게 하는데 높은 주파수 레벨에서 청력이 손상되면 모음(母音)만이 들리고 자음(子音)은 들리지 않게 된다. 이러한 종류의 청각장애는 볼륨을 크게 하면 오히려 더 알아듣기 어렵게 된다. 내이의 손상은 신체의 균형이 깨지는 원인이 될 뿐만 아니라 신체의 위치에 대한 뇌의 피드·백 기능이 손상되는 원인이 되기도 하다.

미각·후각·촉각; 미각과 후각은 가장 미묘한 감지기관이다. 후각기와 미관구(味官球) 수용체는 가령에 따라 감소하여 명확한 맛이나 냄새의 구별이 어렵게 되므로 단맛과 짠맛의 구별이 어렵거나 식사가 즐겁지 못하게 된다.

후각의 상실은 커다란 핸디캡은 아닐지라도 사람이 환경에서 취하는 정보량을 제한하는 감각상실의 한 형태이다.

피부도 가령과 함께 통각과 압력감각의 감쇠를 경험하게 된다.

2-2-2 사회적 가령 프로세스

고령자의 역할은 이미 우리들의 가정내에서 뿐만 아니라 사회에 있어서도 지위를 잃고 말았다. 우리들의 문화는 성장과 발달의 중요한 시기로서의 젊은이를 높게 평가하며 중년을 그 정점에 놓고 고령자는 죽음을 향하는 내리막 길로 간주하고 있다. 우리 사회는 고령자 개인의 선호(選好)나 즐거움보다도 자극이 없는 환경을 만들어 그 안에 모든 서비스를 준비하여 고령자가 한 발자국도 밖으로 나가지 않아도 좋게 해놓아 그들을 지역사회에 있어서 일상적인 교제활동으로부터 격리시키고 있다.

심리학자나 사회학자는 우리들의 문화에 있어서 가령(加齡)에 의해서 일어나는 변화에 대해서 여러가지 학설을 확립해 왔다. 이 가운데서 환경, 개인 및 행위의 상호작용의 결과인 이탈(Disengagement), 연속(Continuity), 활동(Activity) 및 환경압력(Environmental Press) 등의 이론은 가령과 함께 일어나는 심리적 변화에 관한 내용이다.

● 이탈이론

사람은 가령과 함께 사회적인 역할과 인간관계로부터 물러난다고 하는 이탈 이론은 사회적 평형 개념에 기초하고 있다. 사회적 평형은 가장 젊고 적응성에서 뛰어난 자가 권위를 가지고 통제를 할 때에 달성된다고 한다. 이는 고령의 사회성원을 무용지물로 배제하여 가치가 낮은 역할밖에 기대하지 않는 은퇴의 개념을 낳고 있다. 이 이론은 인간은 가령과 함께 필연적으로 효율이 저하되고 따라서 생산성도 저하한다고 믿는다. 그러나 중년기에 받았던 기대, 사회적인 역할 및 인간관계를 아직 약화시키고 있지 않은 전기 고령자의 입장에서 강제적인 은퇴는 유익하다고 볼 수 없다. 사회적인 역할에 있어서 강제된 변화는 근후, 소외감 및 불안감을 불러 일으킬 지도 모른다.

● 활동이론

활동이론은 이탈이론을 보충함과 동시에 대극적(對極的)인 것이다. 활동이론은 개인이 중년기의 규범(Norm)을 고령기가 되어서도 지속한다고 하는 것으로 이론의 기본은 고령자는 가령을 거부하고 중년기에 가지고 있던 역할, 외견 및 활동수준을 유지하려고 끊임없이 노력한다고 하는 것이다. 문화적으로 가치가 있다고 생각되던 역할이 사회의 강제적 이탈을 통해서 박탈되면 개인은 정력을 쏟을 수 있는 다른 가치 있는 역할을 떠맡으려고 한다. Volunteer Group, 종교단체의 신도회 및 클럽활동은 일과 가정에서 발전시켜 온 기량과 역할의 배출구를 부여하므로 해서 개인이 「나는 가치가 있는 존재다」라고 하는 인식을

가지게 하는 것이다.

● 연속이론

가령과 함께 일어나는 최대의 변화는 개인의 가치관과 「나는 가치가 있는 존재다」라고 하는 인식에 관한 것이다. 고령자는 주로 문화적 가치가 있는 역할에 관심을 가지고 있다. 연속이론과 같은 주요한 노년학 이론은 다음과 같은 것을 인정하고 있다. 개인은 발전해 감에 따라 습관, 선호 및 사물에의 관계를 획득해가나 이것들은 개인이 어떠한 존재인가에 관한 이미지를 강화하고 지지하는 것을 필요로 한다. 인간은 자기상(Self Image)을 만들어 내어 성격을 발전시키고 또 거기에 필요한 사물을 신변에 모으는데 생애의 많은 시간을 소비하고 있다. 연속이론은 우리들은 가령화됨에 따라 습관과 일상생활의 리듬을 유지하는 한층 더 강한 Needs를 발전시키나 한편으론 변화해 가는 생리학적 능력, 새로운 상황 및 인생경험에 적응해 간다고 한다. 고령기는 결코 정적인 것이 아니라 진화해 가는 것으로 인정하는 면에 있어서 다른 이론에 비해 노령인구에 대해서 다양성을 인정하고 있다.

● 환경압력과 능력

환경압력과 인간능력의 상호의존관계에 있어서 환경의 압력이 적당하면 적응된 행동을 보이나, 환경이 너무 많은 것을 요구하여 개인의 능력을 넘거나 혹은 환경이 요구하는 것이 없는 즉, 자극이 없는 관계에서는 적응행동을 보일 수가 없다. 그러나 고령자를 어떤 자극에 대해서 예상할 수 있는 일정한 반응을 하는 하나의 동질적인 집단으로 간주할 수는 없다. 적응수준은 개인과 환경에 따라 여러가지이며 특정 개인의 적응 수준도 시간과 함께 변화해 가는 것을 인정하지 않으면 안된다.

2-3 부차적 결언

가령 프로세스와 디자인과의 관련

고령화라고 하는 것은 서서히 일어나 본인에게 있어서는 특별히 의식되지 않을 정도로 조금씩 변화하는 프로세스이다. 따라서 나이를 먹어가는 사람은 누구라도 그 변화에 적응해간다. 고령화에 관한 정보는 종종 신체장애에 관한 정보와 같은 것으로 오해하는 경우가 많으나 고령화는 반드시 장애와 동의어는 아니다. 쇠퇴의 최종적인 단계는 일반적으로 고령이라고 불리우는 20~30년간 중에 불과 3~5년에 지나지 않는데도 불구하고 이러한 3~5년간의 급속한 쇠퇴에 너무 초점을 맞추어서 고령화라고 하는 것을 생각하면 본래 그들이 가지고 있는 가능성 내지는 발전이라는 면을 간과할 우려가 있다.

육체적인 쇠퇴는 외상적 증상이라든가 본인에게 자신의 쇠퇴를 부정하지 못하고 인정하

지 않으면 안되는 사건이 일어났을 때 비로소 일어나는 것이다. 사람은 나이를 먹어가도 그 계속적인 변화에 적응 해가기 때문에 자신의 능력과 한계가 언제까지나 계속될 것처럼 생각한다. 따라서 더욱 나이를 먹어서 긴장(정신적, 육체적)을 강요당하는 상태에 놓이게 되면 새삼스럽게 자신이 자신의 한계를 넘고 있다는 것을 알아 차리게 된다. 따라서 고령자는 무언가를 이루고 싶어도 충분히 능력을 발휘할 수 있는 자극을 주지 않는 과보호적 환경 안에서 자신의 능력이 부당하게 작은 것으로서 간주되는 것을 알고 나면 그것을 기회로 자신의 육체도 고령화의 프로세스가 가속적으로 진행하게 된다. 사람들은 신체가 쇠약해감에 따라 긴장을 강요하는 환경에 견디는 힘이 감소시켜 간다. 그러나 그 힘이 가장 낮은 레벨에 있다고 해도 육체적, 정신적 건강을 지키려고 하는 「어느정도」의 도전의욕은 꼭 가지고 있다.*)

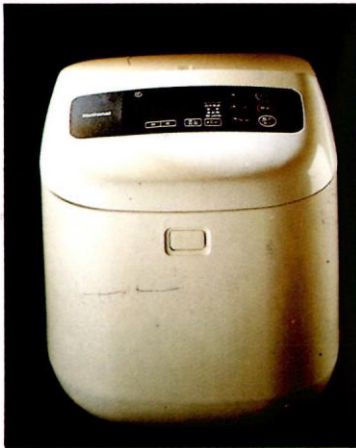


사진9
제품명 : LH Jar炊飯器
선택버튼 하나로 여러 종류의 음식(죽, 현미, 백미 등)의 조리가 가능한 전자 Jar.
National(日本)사 제품



사진11
제품명 : 愛妻號 Day
Fuzzy기능을 도입, 사용자의 편의를 최대한으로 고려한 세탁기
National사 제품



사진10
제품명 : Posta Express
가정에서 음식을 직접 만들 수 있도록 제작된 조리 기구. 밀가루 반죽에서부터 국수의 건조까지 자동으로 되는 제품
Creative Technology (미국)사 제품

*) Joseph A. Koncelik著 清水忠男・清水純子 譯『高齢化と製品環境』1989, 鹿島出版會, p43.

3. 실버산업의 현황(일본)

3-1 실버 산업의 배경

노인산업은 곧 고령자를 대상을 한 산업이다. 그리고 노인상품시장은 Silver Market이라 불리운다.

연장되는 평균수명, 증가하는 고령인구, 그리고 시간이 지남에 따라 고령자도 안정된 경제력을 확보하게 되므로 기업들도 이 분야에 눈을 돌리게 되었다. 앞으로 고령자는 막강한 소비계층으로 성장할 것이 틀림없다.

이들이 갖는 구매 잠재력은 상품과 프로그램 개발의 여하에 따라서 실로 엄청난 것이다. 이들의 수요층은 노년인구가 대상이기 때문에 장수, 건강식품, 보약, 보안경, 지팡이, 의치, 구급 서비스, 노인 신문, 잡지, 노인 도서, 노인 영화관, 노인대학, 효도관광, 해외여행, 노인용 화장품, 노인 스포츠(에어로빅, 낚시 등), 노인 주택, 노인 아파트, 노인용 의류, 기타 각종 생활시설 및 도구에 걸쳐 얼마든지 있다. 특히 노인 대상의 건강의료산업은 매우 유망한 분야이다.

지체부자유 노인을 위한 간호원이 딸린 노후보험, 양호시설, 이동간호 시스템과 재택진단 및 치료와 각종 시설을 갖춘 고급 별장형 양로원이 유행하게 되며 노인만 모여 사는 전원주택도 각광을 받는 노인산업이 될 것이다. 특히 일본의 경우 1970년에 들어오면서 실버산업이 일어나기 시작하여 의료산업 개호기기 및 개호 서비스 산업 분야를 시작으로 노인 병원, 노인 주택, 유료 노인 홈, 의약품, 의료기기, 개호기기, 건강식품, 출판 및 방송 등 다양한 분야로 확장되어가고 있다. 노인들이 사용하기 편리하도록 배려하고 고안한 각종 노인용 생활용구는 소위 복지상품으로서 시장성과 이윤성을 갖고 크게 성장하고 있다.

87년 현재 일본의 65세 이상의 고령자 수는 약 1,200만명이고, 총 인구에 접하는 비율은 10.2%이다. 앞으로 급속히 고령화가 진행되는 2,000년에는 약 2,100만명에 16.2%가 되고, 최고로 정점기에 달하는 2021년에는 약 3,200만명에 23.5%에 달하리라고 예상된다.

또한 현재 고령자의 저축액은 평균 1,330만엔으로 전세대 평균적인 고령자의 구매력은 교육비와 주택비 등에 시달리는 중년 세대를 오히려 상회할 수도 있다.

한편 핵가족화가 진행되어 자녀와의 동거율이 저하되고 있고, 또한 동거하는 경우에도 주부가 일을 갖는 등 가족의 개호 기능은 저하되고 있다. 더구나 사회의 상호 부조 기능도 저하될 가능성이 있다. 결국 종래 가족과 지역이 담당하던 고령자의 개호, 부조 기능이 외부화, 상품화되어가고 있는 것을 의미한다. 그리고 고도 경제성장의 주역으로 활동하여 기

〈표 3-1〉

세대주의 연령단계별 저축현재고 추이-노동자세대

| 연 차 | 평 균 | 30세미만 | 30세대 | 40세대 | 50세대 | 60세대 | 60세이상(1) 30세미만 |
|---------------------------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|-------------------|
| 연간 수입(천엔) | | | | | | | |
| 86년 | 5.851 | 4.043 | 4.833 | 6.185 | 7.275 | 6.033 | 1.49 |
| 81년~86년 증가율 (연율: %) | 4.1 | 4.4 | 3.3 | 3.8 | 3.7 | 5.3 | - |
| 저축현재고(천엔) | | | | | | | |
| 81년 | 5.512 | 2.346 | 3.824 | 5.557 | 8.422 | 9.732 | 4.15 |
| 82년 | 5.911 | 2.464 | 4.066 | 5.785 | 8.957 | 10.653 | 4.32 |
| 83년 | 6.108 | 2.778 | 4.292 | 6.075 | 8.760 | 10.692 | 3.85 |
| 84년 | 6.489 | 2.642 | 4.580 | 6.481 | 9.520 | 10.727 | 4.06 |
| 85년 | 6.920 | 2.741 | 4.643 | 6.933 | 9.565 | 13.111 | 4.78 |
| 86년 | 7.329 | 3.066 | 4.955 | 7.197 | 10.209 | 13.436 | 4.38 |
| 전년비 증가률 | | | | | | | |
| 81년 | 16.4 | 14.7 | 11.4 | 14.2 | 16.6 | 12.1 | - |
| 82년 | 7.2 | 5.0 | 6.3 | 4.1 | 6.4 | 9.5 | - |
| 83년 | 3.3 | 12.7 | 5.6 | 5.0 | -2.2 | 0.4 | - |
| 84년 | 6.2 | -4.9 | 6.7 | 6.7 | 8.7 | 0.3 | - |
| 85년 | 6.6 | 3.7 | 1.4 | 7.0 | 0.5 | 22.2 | - |
| 86년 | 5.9 | 11.9 | 6.7 | 3.8 | 6.7 | 2.5 | - |
| 81~86년 증가율(연율: %) | 5.9 | 5.5 | 5.3 | 5.3 | 3.9 | 6.7 | - |
| 저축/수입(비율) | | | | | | | |
| 81년 | 115.0 | 71.9 | 93.3 | 108.1 | 138.8 | 208.8 | - |
| 82년 | 117.7 | 69.3 | 95.0 | 109.1 | 142.2 | 218.6 | - |
| 83년 | 116.1 | 76.9 | 94.2 | 110.1 | 137.2 | 209.0 | - |
| 84년 | 119.0 | 72.1 | 97.9 | 111.2 | 144.0 | 209.5 | - |
| 85년 | 122.4 | 70.8 | 98.8 | 114.8 | 137.5 | 228.0 | - |
| 86년 | 125.3 | 75.8 | 102.5 | 116.4 | 140.3 | 22.7 | - |

자료: 일본 총무처

주: 각년 12월 31일 현재

업적 합리성이 몸에 밴 고령자는 연금 등의 노후 소득과 저축을 자녀에게 상속하기 보다는 자기 스스로 충실한 노후를 보내기 위한 서비스를 구매하는 데 충당하려는 의식을 가지고 있다. 이에 따라 구매력을 지닌 자립 소비자로서 급속히 증가하고 있는 고령자를 대상으로 하는 실버산업은 일본 경제에 그 위치를 점할 것이 확실시 되고 있다.

3-2 실버산업의 정의와 규모

실버산업이란? 「대개 60세 이상의 고령자를 대상으로 민간부문에 의해 자유시장에 제공되는 재화 및 서비스」를 의미하며, 그 규모는 조일생명(朝日生命), 후생성(厚生省) 등이 다음의 표와 같이 예측하고 있다.

여기서 실버마켓이라는 개념은, 매매된 재화·서비스에 의한 것이 아니기 때문에, 일반적으로 행해지는 것 같이 재화·서비스의 생산액과 매상고를 합하는 형태로 시장규모를 추계하는 것은 어렵다. 여러기관이 사용한 예측 방법은 「실버층의 소비지출액 = 실버마켓의 시장규모」라는 등식으로, 지출면에서 파악한 방법이다. 여러 기관에 의한 예측방법에 따라 다소 차이가 있지만, 평균적으로, 실버마켓의 규모는 현재 약 30조엔 정도로 본다. 따라서 21세기 초에는 100조엔을 돌파할 것으로 예상된다.

〈표 3-2〉 각 기관에 의한 실버마켓의 추계 (단위 : 조엔)

| 기 관 | 정 의 | 현 상 | 1990 | 2000 |
|-------------|--------|---------|------|------|
| 富士經濟 | 60세 이상 | 33(80년) | 67 | 143 |
| 厚生省 (I) | 60세 이상 | 20(84년) | 37 | 90 |
| 三菱總合研究 (II) | 60세 이상 | 23(84년) | 43 | 111 |
| | 55세이상계 | 28(83년) | 49 | |
| | 55~59세 | 11(83년) | 18.5 | |
| | 60~64세 | 6(83년) | 12.5 | |
| | 65세 이상 | 11(83년) | 18 | |
| 朝日生命 | 60세 이상 | 23(83년) | 52 | 146 |
| 大和銀行 | 60세 이상 | 17(85년) | 27 | |

주 : 수자는 각 명목치

후생성 케이스 I 은 소비지출을 베이스로써 추계, 케이스 II 는 수입을 베이스로 추계

출처 : 각종 자료를 일본 野村總合研究所작성

실버산업 마켓의 업계 구조를 보면, 실버서비스 분야가 전문특화되어 있는 기업은 적다. 실버서비스라는 것도, 일반지향의 서비스를 제공하는 것 중에서 일부로서 실버층을 타겟으로 마케팅을 행하는 케이스가 많다. 최근 기업들의 실버마켓 참여에 대한 업종별 동향은 개인 연금의 상품 개발을 하는 금융 보험업에는 기금 참여가 31.4%, 참여 예정이 32.9%로 높다. 다음은 소매업으로 기존 참여와 참여 예정을 포함해 44.6%의 기업이 참여를 표명하고 있다. 반대로 운수, 통신업, 음식업, 건설업은 그 비율이 저조하다. 한편, 참여분야를 보면 기존참여 기업중에는 개호·의료 분야로의 참여가 가장 많다. 이 때문에 「실버서비스=개호·의료」라는 이미지가 강해졌다. 개호·의료 다음으로 큰 참여기업의 대부분은 금융·보험업이다.

(표 3-3) 실버산업 마켓 규모 추계 사례(富士 經濟) 단위 ; 조엔

| | 1980년 | 1985년 | 1990년 | 1995년 | 2000년 |
|-----------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|------------------|
| 식 생활 · 건강 | 10.3 (31.5) | 12.0 (29.6) | 18.8 (28.0) | 26.5 (26.9) | 37.2 (26.1) |
| 주 생 활 | 4.5 (13.8) | 5.5 (13.6) | 8.7 (12.9) | 12.0 (12.2) | 17.1 (12.0) |
| 의 복 · 패 셴 | 4.4 (13.5) | 4.5 (11.1) | 7.3 (10.9) | 9.8 (9.9) | 14.2 (10.0) |
| 교 육 · 정 보 | 1.7 (5.2) | 2.1 (5.2) | 3.8 (5.7) | 5.9 (6.0) | 11.4 (8.0) |
| 레 저 | 11.7 (36.0) | 16.4 (40.5) | 28.6 (42.5) | 44.1 (45.0) | 62.6 (43.9) |
| 합 계 | 32.6 (100.0) | 40.5 (100.0) | 67.2 (100.0) | 98.3 (100.0) | 142.5 (100.0) |

총리부 통계국 「가계조사」 「전국소비실태 조사」
 경제 기획청 「신 경제 사회 7개년 계획」외
 (출처) 富士經濟 「'82 고령화 사회의 마케팅 전략」

또한, 참여예정 기업은 개호·의료 관련분야 이상으로 스포츠·레저관련, 주택관련에 관심이 집요하다. 이것은 앞으로 실버마켓의 분야가 개호·의료라는 어두운 이미지로부터 스포츠·레저라는 밝은 이미지로 움직이고 있음을 의미한다.

(표 3-4)

업종별 참여·예정 분야

(단위: 기업수, ()내는 %)

| 업종 \ 분야 | 기업수 | 분야 합계 건수 | 주 택 관 련 | 개 호 · 의 료 관 련 | 식 품 관 련 | 의 패 션 관 련 | 스 포 츠 · 레 저 관 련 | 생 애 교 육 · 문 화 관 련 | 금 융 · 보 험 관 련 | 기 타 | 무 응 답 |
|------------------|---------|----------------|------------------|---------------------------------|------------------|-----------------------|--------------------------------------|---|---------------------------------|--------|-------------|
| 합 계 | 참여 | 89 | 12 | 32 | 13 | 11 | 14 | 7 | 26 | 5 | 1 |
| | | (100.0) | (13.5) | (36.0) | (14.6) | (12.4) | (15.7) | (7.9) | (29.2) | (5.6) | (1.1) |
| | 예정 | 143 | 45 | 42 | 30 | 12 | 46 | 21 | 24 | 8 | 2 |
| | (100.0) | (31.5) | (29.4) | (21.0) | (8.4) | (32.2) | (14.7) | (16.8) | (5.6) | (1.4) | |
| 합계 | 232 | 351 | 74 | 43 | 23 | 60 | 28 | 50 | 13 | 3 | (1.) |
| | (100.0) | (24.6) | (31.9) | (18.5) | (9.9) | (25.9) | (12.1) | (21.6) | (5.6) | (1.) | |
| 제조업 | 참여 | 16 | 17 | 8 | 3 | 1 | 1 | 3 | | 1 | |
| | | (100.0) | (100.0) | (43.8) | (15.0) | (6.3) | (6.3) | (7.5) | | (25.0) | |
| | 예정 | 23 | 35 | 5 | 10 | 6 | 1 | 9 | 1 | | |
| | (100.0) | (162.5) | (21.7) | (43.5) | (43.5) | (15.0) | (37.5) | (28.6) | (28.6) | | |
| 합계 | 39 | 52 | 5 | 18 | 9 | 2 | 10 | 6 | 1 | 1 | |
| | (100.0) | (133.3) | (11.9) | (45.2) | (23.1) | (5.1) | (25.6) | (15.4) | (2.6) | (2.6) | |
| 건설업 | 참여 | 5 | 9 | 5 | 3 | | 1 | | | | |
| | | (100.0) | (180.0) | (111.1) | (44.4) | | (20.0) | | | | |
| | 예정 | 20 | 37 | 19 | 4 | 1 | 8 | 2 | 2 | | |
| | (100.0) | (185.0) | (95.0) | (20.0) | (5.0) | (40.0) | (10.0) | (10.0) | (20.0) | | |
| 합계 | 25 | 46 | 24 | 7 | 1 | 9 | 2 | 2 | | | |
| | (100.0) | (184.0) | (96.0) | (28.0) | (4.0) | (36.0) | (8.0) | (8.0) | | | |
| 도매업 | 참여 | 11 | 13 | 1 | 3 | 2 | 5 | 2 | | | |
| | | (100.0) | (118.2) | (7.7) | (23.1) | (18.2) | (45.5) | (16.4) | | | |
| | 예정 | 19 | 30 | 5 | 2 | 8 | 3 | 8 | 1 | 1 | |
| | (100.0) | (158.0) | (26.3) | (10.5) | (42.1) | (15.8) | (40.0) | (5.3) | (5.3) | (5.3) | |
| 합계 | 30 | 43 | 6 | 5 | 10 | 8 | 10 | 2 | 1 | 1 | |
| | (100.0) | (143.3) | (14.3) | (11.6) | (23.3) | (19.0) | (23.3) | (4.7) | (2.6) | (2.6) | |
| 소매업 | 참여 | 15 | 29 | 1 | 8 | 6 | 5 | 4 | 2 | 2 | 1 |
| | | (100.0) | (193.3) | (6.7) | (53.3) | (40.0) | (33.3) | (26.7) | (13.3) | (13.3) | (6.7) |
| | 예정 | 14 | 25 | 1 | 7 | 6 | 4 | 3 | 3 | | 1 |
| | (100.0) | (176.7) | (7.1) | (50.0) | (42.9) | (28.6) | (21.4) | (21.4) | | (7.1) | |
| 합계 | 29 | 54 | 2 | 15 | 12 | 9 | 7 | 5 | 2 | 2 | |
| | (100.0) | (186.2) | (7.4) | (51.9) | (40.0) | (31.0) | (24.1) | (17.0) | (7.0) | (7.0) | |
| 음식업 | 참여 | 2 | 3 | | | 2 | | | | | 1 |
| | | (100.0) | (150.0) | | | (100.0) | | | | | (50.0) |
| | 예정 | 4 | 5 | | | 4 | | 1 | | | |
| | (100.0) | (125.0) | | | (100.0) | | (25.0) | | | | |
| 합계 | 6 | 8 | | | 6 | | 1 | 1 | | 1 | |
| | (100.0) | (133.3) | | | (100.0) | | (16.7) | (16.7) | | (16.7) | |
| 운수· 통신업 | 참여 | 0 | | | | | | | | | |
| | | (100.0) | | | | | | | | | |
| | 예정 | 4 | 7 | 2 | 1 | | 3 | 1 | | | |
| | (100.0) | (175.0) | (50.0) | (25.0) | | (75.0) | (25.0) | | | | |
| 합계 | 4 | 7 | 2 | 1 | | 3 | 1 | | | | |
| | (100.0) | (175.0) | (50.0) | (25.0) | | (75.0) | (25.0) | | | | |
| 금융· 보험업 | 참여 | 22 | 25 | 1 | 2 | | | | 22 | | |
| | | (100.0) | (113.6) | (4.5) | (9.1) | | | | (100.0) | | |
| | 예정 | 23 | 28 | 1 | 5 | | 1 | | 21 | | |
| | (100.0) | (121.7) | (4.3) | (21.7) | | (4.3) | | (17.5) | | | |
| 합계 | 45 | 53 | 2 | 7 | | 1 | | 43 | | | |
| | (100.0) | (117.8) | (4.4) | (15.6) | | (2.2) | | (95.8) | | | |
| 서 비 스 업 | 참여 | 18 | 25 | 4 | 8 | | 4 | 2 | 2 | 2 | 1 |
| | | (100.0) | (138.9) | (22.2) | (44.4) | | (22.2) | (11.1) | (11.1) | (11.1) | (5.6) |
| | 예정 | 29 | 50 | 6 | 10 | 5 | 3 | 12 | 8 | 1 | 3 |
| | (100.0) | (172.2) | (20.7) | (34.5) | (17.2) | (10.3) | (40.0) | (26.7) | (3.3) | (10.0) | |
| 합계 | 47 | 75 | 10 | 18 | 5 | 3 | 16 | 10 | 3 | 5 | 3 |
| | (100.0) | (161.9) | (21.3) | (38.3) | (10.6) | (6.4) | (34.1) | (23.4) | (6.4) | (10.6) | (6.4) |
| 기 타 | 참여 | 0 | | | | | | | | | |
| | | (100.0) | | | | | | | | | |
| | 예정 | 7 | 13 | 6 | 3 | | 2 | 1 | | 1 | |
| | (100.0) | (185.7) | (85.7) | (42.9) | | (28.6) | (14.3) | | (14.3) | | |
| 합계 | 7 | 13 | 6 | 3 | | 2 | 1 | | 1 | | |
| | (100.0) | (185.7) | (85.7) | (42.9) | | (28.6) | (14.3) | | (14.3) | | |

참여-실버상품·서비스를 개발, 판매하고 있는 기업

예정-실버상품·서비스의 개발, 판매를 예정하고 있는 기업

(표 3-5) 실버상품·서비스의 매상고가 총매상에서 점하는 비율 (단위: 기업수, ()내%)

| 구분 업종 | 합계 | 1% | 1%~ | 2%~ | 3%~ | 4%~ | 5%~ | 10%~ | 30%~ | 50% | 무응답 |
|------------|---------------|--------------|------------|------------|------------|------------|------------|-------------|-----------|------------|--------------|
| | | 미만 | 2% 미만 | 3% 미만 | 4% 미만 | 5% 미만 | 10% 미만 | 30% 미만 | 50% 미만 | 이하 | |
| 합계 | 89 (100.0) | 37 (41.6) | 7 (7.9) | 6 (6.7) | 8 (5.6) | 2 (2.2) | 8 (9.0) | 9 (10.1) | - (-) | 3 (5.4) | 12 (13.5) |
| 제조업 | 16 | 6 | | 3 | | | 3 | 2 | | 2 | |
| 건설업 | 5 | 3 | | | | 1 | | | | | 1 |
| 도매업 | 11 | 7 | | | 2 | | | 1 | | | 1 |
| 소매업 | 15 | 7 | | 1 | 1 | | 2 | 2 | | | 2 |
| 음식업 | 2 | | | | | | | 1 | | | 1 |
| 운수· 통신업 | 0 | | | | | | | | | | |
| 금융· 보험업 | 22 | 7 | 5 | | 1 | 1 | 2 | 2 | | 4 | |
| 서비스업 | 18 | 7 | 2 | 2 | 1 | | 1 | 1 | | 1 | 3 |
| 기타 | 0 | | | | | | | | | | |

실버마켓 규모 추계사례(厚生省)

| 구분 년도 | 추계1 (소비지출 베이스) | | 추계2 (수입베이스) | |
|----------|----------------|------------|-------------|-----------------------|
| | 명목 | 실질 | 명목 | 실질 |
| 1984년 | | 20조3,500억엔 | | 23조1,500억엔 (14.1%) |
| 1990년 | 36조7,100억엔 | 30조7,500억엔 | 43조 100억엔 | 36조6,000억엔 (17.5%) |
| 2000년 | 90조3,800억엔 | 56조3,200억엔 | 110조8,100억엔 | 69조2,600억엔 (23,0%) |

- 추계2의 팔호내는 전세대 수입에서 점하는 비율
- 대상: 60세 이상(후생성 인구문제 연구 중 위 추계에 의함)
- 국민소득의 앞으로의 성장(명목): 6.5%로 가정
- 소비자물가 지수: 연 3.0%로 가정

- (데이터 출전) 전국 소비실태조사(총무청), 국민생활실태조사(후생성) 등
- (출처) 「실버산업의 진흥에 관한 연구보고서」(1986년, 후생성)

그리고 실버마켓에 참여하고 있는 기업중 실버상품·서비스의 매상고가 전 매상고에 접하는 비율이 50%를 넘는 기업은 3.4%에 불과하다. 10% 이상을 포함해도 13.5%밖에 안되며, 역으로 1% 미만인 기업은 41.6%나 된다.(여기서 실버상품·서비스의 마케트는 구입자가 실버라는 수요자측 관점이 아니고, 실비용의 특별한 상품·서비스라는 공급자측의 관점에서 본 것이므로 그 숫자가 적다) 결국 소비 지출로부터 추계한 30조엔이라는 실버마켓의 태반은 실비용의 특별한 상품·서비스가 아니고, 실비용으로 특별히 구별되지 않는 일반 재화·서비스에 의한 액수를 의미한다.

3-3 실버산업의 분류

3-3-1 여행·숙박 관련 서비스

(가) 개요

주로 노인그룹을 대상으로 한 수백인 이상의 단체규모로, 임대버스에 의한 도어-인-도어(Door-in-Door)의 운송을 행하며, 온천·보양을 주목적으로 실시하는 형태가 전형적이다. 그러나, 최근 해외여행 등 소수에게 행하는 고부가가치 서비스에 대한 Needs가 증가하는 동시에 다른 분야의 기업이, 이 업계에 관심을 갖기 시작했다. 독자의 네트워크를 지닌 이 업계에 각종 메이커, 보험, 금융업계가 진출을 검토하고 있어 노령자를 대상으로 한 여행 숙박 관련 서비스업의 새로운 전개를 맞이하고 있다.

(나) 마케트의 현상과 동향

고령자를 대상으로 한 여행 숙박 관련 서비스업 마케트규모는 현재 약 2조엔이고, 여행 숙박관련 서비스 전체의 약 3할을 점한다. 성장점은 연율 10%를 초과하는 성장성을 보인다(표3-6참조). 여행의 특성을 보면, 먼저 60세 이상 고령자의 여행회수(숙박관광 여행회수)는 남성이 2.21회/인·년, 여성이 1.93회/인·년으로 전세대 평균의 1.97회/인·년과 비교하면 남성은 평균 이상, 여성은 평균과 유사하다.

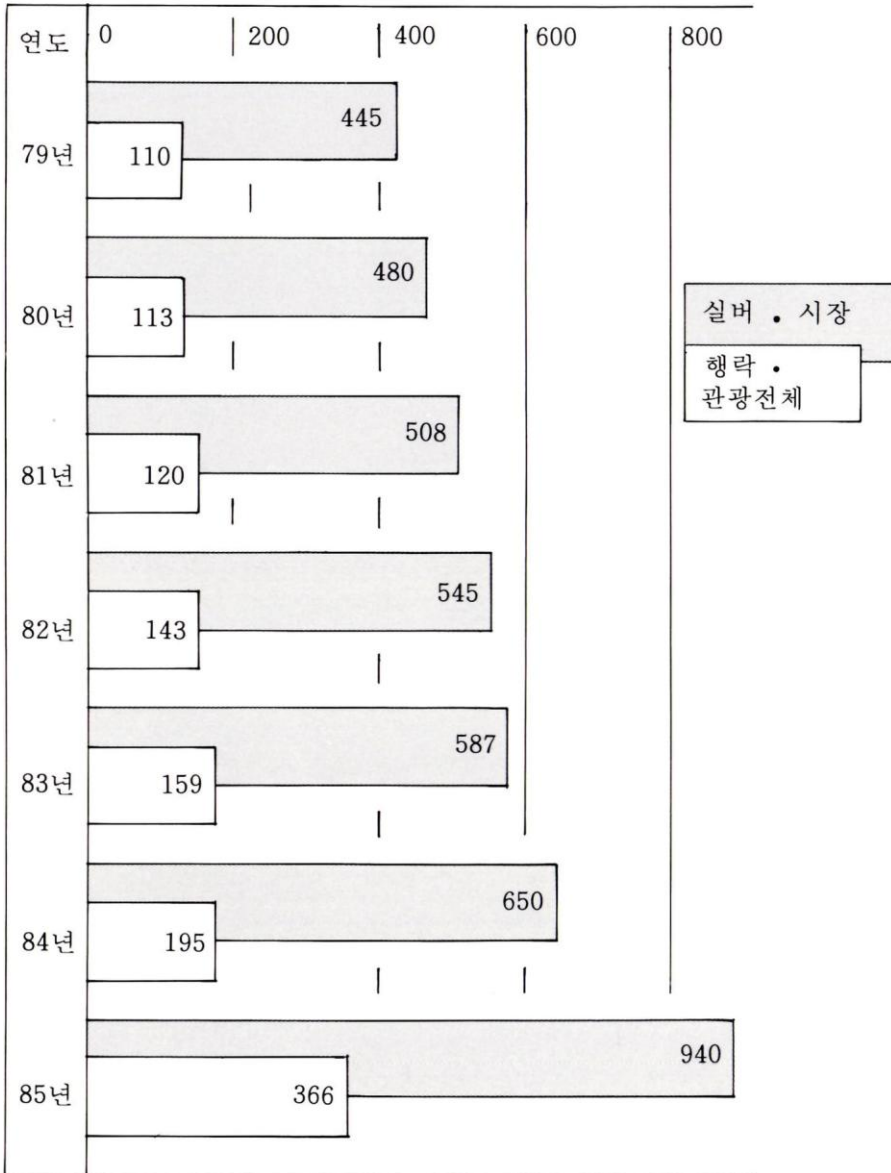
숙박 관광여행 비용은, 남성이 41.63천엔/인·년 여성이 44.88천엔/인·년으로 전세대 평균의 39.34천엔/인·년과 비교해도 평균 이상이다. 그러나 고령자의 여행참가 형태의 주류를 점하는 노인그룹의 여행에 있어 1회당의 여행비용은 2만엔/인·회이다. 결국 노인그룹

에 참가하는 고령자는 저렴한 비용으로 비교적 많은 회수의 여행에 참가하고 있다.

여행 목적의 주류는 온천과 보양이지만 여행에서 게이트 볼과 신불(神佛)을 모시는 체험 여행에의 참가 등 적극적, 목적적인 여행이 될 수도 있다(표3-7).

(표 3-6) 여행 숙박관련 규모의 추이

(단위 : 백억엔)



(출처) 「레저백서」 일경 마켓트 노년판에서 인용

(표 3-7) 숙박 관광 여행 희망 목적

| | 숙박관광 총회수 | 위안여행 | 레크레이션 | 스포츠 | 자연명소 스포츠 | 등의관광 과행락 | 종교 | 취미·오락 | 온천 | 피서·피한 | 피서·피한 이외 | 의보건·휴양 | 신혼여행 | 교류 | 기타 | 모른다 |
|---------------|-------------|------|-------|------|-------------|-------------|------|-------|-----|-------|-------------|--------|------|----|----|-----|
| 전체 | 100.0% | 27.2 | 21.1 | 20.5 | 3.4 | 5.2 | 10.2 | 2.2 | 4.0 | 0.5 | 1.6 | 3.2 | 0.9 | | | |
| 남성계 | 100.0 | 32.0 | 19.5 | 16.6 | 2.9 | 5.9 | 10.9 | 1.9 | 3.4 | 0.5 | 1.9 | 3.4 | 1.1 | | | |
| 60세이상 의 남성 | 100.0 | 32.7 | 2.0 | 13.0 | 7.5 | 1.6 | 32.3 | 0.4 | 2.8 | - | 2.0 | 3.5 | 2.4 | | | |
| 여성계 | 100.0 | 22.0 | 22.8 | 24.7 | 3.9 | 4.5 | 9.5 | 2.6 | 4.6 | 0.4 | 1.4 | 3.0 | 0.6 | | | |
| 60세이상 의 여성 | 100.0 | 26.7 | 0.6 | 22.7 | 7.0 | 1.7 | 30.2 | 0.6 | 5.8 | - | 0.6 | 1.7 | 2.3 | | | |

(출처) 「관광의 실태와 지향」일본 관광협회

고령자를 대상으로 하는 여행 관련 서비스 업체는 일부의 기업을 제외하면 대기업 여행 대리점이나, 상호회에서 파생된 것이 대부분이다. 이들 기업은 지역의 노인그룹 등의 단체나 고령자 개인을 대상으로 사업을 전개한다. 또한, 여관·호텔 및 버스 회사에 대하여 특약점 계약을 체결하고 있다.

(다) Needs

고령자의 여행·숙박 관련 서비스에 대한 Needs는 크지만, 그 내용을 보면 여행이 자력으로는 불안하기 때문에 노인회 등이 주최하는 단체여행에 참가하는 노인(소극적인 노인)과 경제적으로 여유있는 부부 등 소수이지만 적극적으로 여행을 즐기는 노인(행동적인 노인)의 2타입으로 나누어진다. 소극적인 노인의 여행·숙박 관련 서비스 Needs의 특징은 숙박여행에 관련한 4개의 요소 즉, 「타다」 「놀다」 「먹다」 「자다」의 모든 것에 관한 상세한 서비스를 필요로 하고, 더불어 이들 4개 요소의 제휴가 부드럽게 행해져야 한다.

행동적인 노인의 여행·숙박 관련 서비스에 대한 Needs의 특징은, 여행·숙박에 대해 자주성을 존중하고 해외여행 등에 참가하며, 고급·고부가가치 서비스의 제공을 기대한다.

이같이 소극적인 노인과 행동적인 노인은 여행·숙박 관련 서비스에 대한 Needs가 다르기 때문에 이들 Needs에 대해 정확하게 대응하는 것이 과제이다.

3-3-2 건강·스포츠 관련 서비스

(가) 개 요

각종 건강·스포츠 시설 및 서비스를 통해 개개 고령자의 능력에 대응한 건강증진, 스포츠 활동을 지원하는 서비스업이다.

고령자를 대상으로 한 민간 건강 스포츠 관련 서비스 제공 시설의 타입은 주로 ①고령자를 대상으로 한 스포츠 교실을 갖는 일반 회원제 스포츠 클럽 ②도심 등지에 입지한 호텔을 중심으로 한 고급 스포츠 클럽 ③시가지 교외의 광대한 부지위에 입지한 종합 건강 의학 스포츠센터 등이다.

일반 회원제 스포츠 클럽에서 고령자를 대상으로 개최된 스포츠 교실은 오전과 낮에 개최되는 케이스가 많으며, 수영교실을 비롯해 다양한 코스를 가진다. 도심 등지에 입지한 호텔을 중심으로 한 고급 스포츠클럽은 호텔내에 짐, 사우나, 홀을 비롯해 전신미용, 에스 테틱, 살롱 등을 구비하여 회사중역, 임원 등을 대상으로 한 회원제 클럽이다.

시가지 교외의 종합건강학·스포츠 센터는 수도권 근교의 광대한 부지(200ha전후)에 각종 건강시설, 건강의학센터, 숙박시설을 종합적으로 배치하고, 건강·스포츠 관련 제반 서비스를 집중적으로 제공한다. 이중 고령자의 이용 비율이 최고 높은 것은 일반 회원제 스포츠 클럽의 고령자 지향 스포츠 교실이다.

(나) 마케트의 현상과 동향

고령자를 대상으로 한 건강·스포츠 관련 서비스중 트레이닝(기구사용)과 췌즈댄스, 에어로빅에 관련한 마케트에 의한 규모를 보면 현재 대략 120억엔이다.

고령자를 대상으로 한 건강·스포츠 관련 서비스업은 주로 일반용 회원제클럽을 이용, 사업을 전개하고 있지만, 이 회원제 클럽은 1980년 이후 급속히 그 수가 증가하고 있다. 이

(표 3-8) 건강·스포츠 관련 서비스 마케트의 시장규모(60세이상)

| 구 분 | | 참가 인구 (만인) | 연간평균비용 (만엔) | 소비규모 (억엔) |
|----------------|---|---------------|----------------|--------------|
| 트레이닝 (기구사용) | 남 | 41 | 0.93 | 38.1 |
| | 여 | 39 | 0.17 | 6.6 |
| 췌즈·댄스 에어로빅 | 남 | 0 | 0 | 0 |
| | 여 | 26 | 3 | 78 |
| 계 | | 106 | - | 122.7 |

(출처) 「여가수요에 관한 조사」에 의해 일본 野村綜合研究所작성

런 동향에 수반해 고령자를 대상으로 한 스포츠교실의 마케트도 성장하고 있다. 특히 시설 가동률이 저조한 오전중이나 낮 시간에 고령자를 대상으로 한 스포츠 교실을 전개하는 것이 고려되고 있다.



사진12
제품명 : Exerciset
완력기의 표면을 부드러운 우레탄 재질로 감싸 운동시 인체의 손상을 최소화시켰다.
Canetti Inc의 제품



사진13
제품명 : FEET GOOD
제품표면에 세 종류의 각기 다른 돌기(Texture)를 주어 Massage 를 할 수 있는 기구로써 Battery에 의해 작동된다.

(다) Needs

60세 이상의 고령자는 남녀 모두 여가 활동에서 건강과 체력 향상을 적극적으로 도모하고 있다. 건강 증진·스포츠 활동에 있어 고령자가 갖는 Needs은 다음과 같다.

1. 스스로의 체력 체조에 있어 무리가 없는 운동을 한다.
2. 스스로 운동하는 것이 어떻게 체크되는 가를 알게 된다.
3. 단순한 트레이닝이 아닌, 동료와의 교류

스스로의 체력 체조에 있어 무리 없는 운동이란 것을 고령자의 컨디션(고혈압, 골절의 위험, 능력의 쇠퇴등)을 충분히 고려한 무리없는 운동을 행하는 Needs이다.

운동을 하는 것이 어떻게 체크되는가는 각 사람의 그날의 컨디션을 객관적으로 판단하여, 인식하고 운동에 참가할 수 있는 Needs이다. 단순한 트레이닝 정도가 아닌, 동료와의 교류를 피하는 것은 문자 그대로 트레이닝 시간에만 집중하는 것이 아니고 운동 후에도 친목을 도모하고, 동료의식을 높이는 Needs이다.

3-3-3 문화·교양관련 서비스

(가) 개 요

고령자의 학습 Needs에 대응한 문화·교양 관련 서비스를 제공하는 기관으로는 ①노인 클럽 ②지방자치제의 생애교육관 ③민간 문화 센터 ④공개 대학 등의 4개가 있다.

노인 클럽은 1985년 현재 전국에 12만 8,140개이고, 거의 전 市町村에 설치되어 있다. 60세 이상의 고령자의 가입률은 46.0%이다. 노인 클럽의 활동은 레크레이션 중심이지만, 1963년에 노인복지법이 제정된 이래, 교양을 높이기 위한 교육적 활동도 행해지게 된다.

1984년에 행해진 「전국 노인 클럽 실태조사」에 의하면 노인클럽이 행한 교양관련 활동으로는 사회견학, 연수, 여행이 최고 광범위하게 이루어졌고, 다음은 생의 보람과 관련된 학습활동이다.

기타 학습에 있어서는 대체로 볼 때 그다지 활발하다고 말할 수 없다. 지방 자치제의 생애 교육기관은, 都道府縣단위에서는 전체의 3/4, 市町村단위에서는 1/3에 설치되어 있다. 이들은 「고령자 학급」「고령자 대학」등 다양한 명칭으로 불리어지고, 강좌내용도 게이트볼과 무용, 공작, 분재, 약초 연구로부터 정치, 경제학습 등 다양하다. 민간 문화센터는 1974년에 한 문화 센터가 사업을 개시한 이래 유통, 매스컴 관련 기업을 중심으로 참여가 행해졌다.

애초 주부층을 타겟으로 했지만, 최근 수강자의 고령화가 늘어 강좌에도 「실버 영어 회화」와 같은 「실버」 관련 언어가 등장했다.

(나) Needs

실버층의 학습Needs는 다양하게 이루어지고 있으나, 인기 있는 것은 몇 개로 좁혀진다.

NHK방송문화 조사연구소 「학습관심 조사보고서(1987년)」에 의하면 남녀 모두 70대에는 원예가 최고 인기 높다, 원예는 60대에도 남성 1위, 여성 2위의 인기도이다. 또한 70대의 인기학습관심 항목으로서 특징적인 것으로는 배구, 단가, 마음의 건강, 민요, 종교 신앙 등이 있다. 기타, 남성은 노인문제, 고령화 사회라는 사회문제, 게이트볼, 서도 등이 인기있다. 50대까지 인기 높은 원예와 낚시는 60~70대에는 별로 인기가 없다.

문화센터에서 수강하는 실버의 경우 일반 고령자에 비해 경제적 여유가 있고, 어느정도 젊은층이 많다. 문화·교양 서비스에 대한 실버층 Needs는 실버층에 인기 있는 주제이며 동시에 교육방식과 관련되어 있다.

첫째, 실버층은 단순한 지식이나 기술 습득 이상으로 사람과의 교류가 원활한 쉼터 센터에 오는 사람이 많다. 그래서 수업 종료후에 동료 혹은 강사와 차를 마시는 장을 제공하는 곳도 있다.

둘째, 기술 습득형 강좌의 경우, 젊은 사람에 비해 실버층은 숙달이 늦어 진도를 천천히 나가는 학습에 대한 Needs가 강하다. 이 때문에 실버층을 타겟으로 천천히 진도를 나가는 어학 강좌가 설치되어 있다.

3-3-4 취직 알선 관련 서비스

(가) 개요

자기가 노동자를 고용하여, 타인의 지휘명령을 수용하는 노동에 종사시키는 사업을 말하고, 1986년 7월에 시행된 「노동자 파견 사업의 적정한 운영의 보급 및 파견 노동자의 취업 조건의 정비 등에 관한 법률」(통칭 인재파견법)에 적용을 받는다.

이들 업무를 행하는 인재 파견업은, 사원의 고용형태로부터 2개의 타입으로 분류 가능하다.

- 등록형-예정된 파견 요원을 등록시켜, 노동자가 필요한 시기에 비로소 사원으로 고용하고 의뢰 기업에 파견하는 타입
- 상시 고용형-파견 요원을 상시 고용하여, 필요에 응당한 의뢰 회사에 파견하는 타입

이 중 등록형으로 분류된 타입이 「일반 노동자 파견사업」이라 불리우는데, 사업 시행에는 노동 大巨의 허가가 필요하다. 1985년 2월 1일 현재, 허가 사업소의 수는 1306개이다. 또한 상시 고용형 사업은 「특정 노동자 파견업」이라 부른다.

(나) 현상과 동향

업계구조는, 광범위한 분야에서 움직이며 인재를 파견하는 대기업과 통역 등의 전문분야,

(표 3-9) 연령별 노동력 비율의 국제 비교

| 구 분 | 일 본 | 미 국 | 영 국 | 서 독 | 프 랑 스 |
|--------|------|------|------------------|------|-------|
| 연 령 계 | 79.8 | 78.0 | 81.5 | 72.6 | 71.0 |
| 45~49세 | 96.0 | 93.3 | | 96.8 | 96.5 |
| 50~54 | 91.2 | 89.3 | 96.1 | 93.3 | 92.9 |
| 55~59 | 77.8 | 81.9 | 91.2 | 82.3 | 80.9 |
| 60~64 | 41.0 | 61.0 | 72.9 | 44.2 | 27.6 |
| 65 이상 | | 19.1 | a)14.3 b) 5.5 | 7.4 | 8.2 |

(주) a)65~69세 b)70세 이상

(출처) 일본총리부통계국, 미국노동성, 영국 고용성, 서독연방 통계국 프랑스 국립통계 경제 연구소 자료(1980년)에 의해 작성

(표 3-10) 일을 갖지 않는 이유

| 이 유 | 합 계 | 연 령 | | |
|-----------------------|---------------|--------------|---------------|---------------|
| | | 55~59세 | 60~64세 | 65~69세 |
| 합 계 | 100.0 (46) | 100.0 (8) | 100.0 (22) | 100.0 (16) |
| 희망하는 직종에서의 구인이 없어서 | 37.0 | 25.0 | 36.4 | 43.8 |
| 직업의 수입이 적어 서 | 6.5 | 12.5 | 4.5 | 6.3 |
| 연령 조건이 맞지 않 아서 | 60.9 | 50.9 | 59.1 | 68.8 |
| 야근, 잔업, 교대제 등이 있어서 | 4.3 | - | 4.5 | 6.3 |
| 노동시간이 지나쳐서 | 8.7 | 12.5 | 9.1 | 6.3 |
| 기능과 자격등이 부 족해서 | 2.2 | - | 4.5 | - |
| 기 타 | 32.6 | 37.5 | 40.9 | 18.8 |
| 모 른 다 | 2.2 | - | - | 6.3 |

(주) 괄호내는 실수, 단위 : 인

(출처) 일본의 고용개발센터 - 「고령기의 취업과 퇴직 과정」

이를 특화한 중소기업 그리고 상사, 은행, 손보 등의 대기업이 업무 다각화 잉여 인원 대책의 목적으로 설립한 자회사의 3타입에 의해 형성된다.

현재, 인재파견업의 마케트규모는 1,000억엔을 돌파한다. 특히 1987년 후반부터의 경기회복에 의해, 대기업 중에는 흑자를 보는 곳도 있다. 앞으로도 연율 10~30%의 수요 신장이 기대되지만, 그것에 대응한 인재확보가 큰 문제이다.

현재 인재 파견업은 실버 비즈니스로서 이제 시작되는 정도이다. 고령화로 진행하면서, 고령자의 취업 Needs의 증가, 고령자의 실무경험을 원하는 기업측의 Needs가 생겨 중노년층 남자의 인재파견을 수배하는 기업이 출범하고 있지만, 아직 그 비중은 적다.

(다) Needs

60대에 들어 일본의 남자 취업율은 구미 제국에 비해 높다. 그리고 비취업 이유도 「연령 조건에 맞지 않기 때문」이 최고 높은 비중을 점해, 비취업자 중에 취업희망자가 많음을 알 수 있다. 노동성의 고연령자 취업실태조사(1983)에 의하면, 비취업자 중 취업을 희망하지 않는 자는 55~59세에서는 4.8%에 불과하다. 65~69세는 25.4%로 4명에 1명 꼴 밖에 안된다. 이같이 일본에 있어 중노년층의 취업 욕구는 높다. 그러나 그 내용은 연령에 따라 큰 차이가 있다.

이 조사에 의해 취업을 희망하는 비취업자가 희망하는 취업형태를 분석하면 「보통 근무 조건으로 회사 등에 고용된다」나 「임의로 행하는 업무」의 형태이다.

고령취업자의 취업 이유중에 최고 큰 것은 「자신과 가족의 생활을 유지하기 위해」라는 경제적 이유지만 그같이 회답하는 비율은 55~59세 층에 87.9%인데 비해, 65~69세층은 62.0%까지 저하되고 있다. 취업을 희망하는 비취업자 중에 55~59세 층은 51.6%, 65~69세 층은 19.1%가 된다.

이것과 대조적으로 고령자에게 많은 취업이유는 「건강상의 이유」 「생애보람, 사회참여」 때문이다. 앞으로 연금제도 등 고령자에 대한 복지제도가 정비되면 경제적 이유 이외의 동기로 취업을 희망하는 고령자가 증가할 것이 예상된다. 그 결과 Flexible한 형태로 취업을 희망하는 사람이 증가하고, 인재파견업에 대한 Needs가 높아질 것으로 예상된다.

3-3-5 개호용품

(가) 개 요

실버비즈니스 중에 개호용품 분야는 이미 540억엔의 시장 규모를 형성하고 있는 주력분야인데, 이는 이 분야의 상품군이 병약한 노인의 개호라는 명확한 Needs에 대응하고 있기 때문이다. 반면, 50~60만인이라는 소수를 갖는 극히 유동적인 수요층에 의존하고 있다는

우려도 있다. 더불어 사회적인 정책 지향성이 강화되면서 관련 기업의 다양한 채널로의 대응이 요구되고 있다.

신규참여기업의 움직임은 포함하여, 개호용품 시장은 하나의 전환기에 놓여 있다. 개호의 정의는 입욕, 의복의 입고 벗음, 배변, 옥내이동, 식사, 체위변환 등 일상 생활동작을 행하는데 지장이 있는 이에게 어떤식의 도움을 주는 것이다. 따라서 개호용품이라는 것은, 개호자의 작업을 보조 혹은 그것에 대체하기위해 개발된 상품군이다. 광의의 개호용품은 약 1천 종류, 아이템수는 약 4천종으로 본다.

(나) 현상과 동향

개호용품 주요 8품목을 중심으로 행한 추계결과가 표 2-21이다. 1986년의 시장 스케일(출하 베이스)은 540억엔으로, 전년비 112.2%증가했다. 이중 본래 보장구로써 분류된 보청기 100억엔, 휠체어 63.5억엔을 포함한 협의의 시장은 360~170억엔 수준이 된다. 또한 86년의 기타 162억엔에는 채노기등 배설 관련용품, 지팡이, 보행기, 리프트등 이동용품 매트시트등 욕창예방 용품이라는 분야가 크다. 더욱이 건강한 사람용과의 구분이 명확하지 않은 의료의류도 일정한 수준에 달하고 있다.

(다) Needs

이상의 데이터에 의하여 2005년 까지인 예측치를 산정한 것이 다음의 표이다. 결과는 1990년 800억엔, 1995년 1,200억엔, 2005년 시점에는 2,500억엔까지의 성장이다. 이 기간동안 병약 노인수의 신장률은 170%~180%인 것에 대해, 노인용품시장은 동 460%라는 높은 신장률이 나온다. 그 이유는 다음과 같다.

첫째는, 보급률의 향상이다. 현재 일정 수준에 달하고 있는 것은 종이 기저귀 및 종이 카바 정도이다. 이것을 제외하면, 어느것도 그다지 큰 편이 아니다. 그 이유는

- ① 수요층의 상품지식 부족
- ② 유사한 개호용품의 이용 자체에 대한 저항감
- ③ 유통 채널의 산란함 등이다.

한편, 상품 자체의 신뢰성도 큰 문제이다. 특히 하드 상품의 경우, 원재는 구미등 개호(복지)선진국에서 수입 혹은 기술 도입을 한 케이스가 많았지만 지금은 대개 국내생산으로 이행 일본인의 체형, 거주환경과 적절히 부합되고 있다. 더욱이 수요자층의 가격 지향이 높는데 대응하여 상품의 코스트다운도 확실히 진행되고 있다. 이는 수요증가에 따른 양산화와 기업간의 경쟁에 의존한다. 또한 영향을 미치는 큰 요소는, 수요자 층의 이용 형태 변화이다. 즉 이제까지의 개호용품은 문자 그대로 개호자를 위한 케이스가 대부분이다.

(표 3-11) 개호용품의 시장규모 예측

(단위 : 억 엔)

| 품 목 | 1986년 | 1990년 | 1995년 | 2000년 | 2005년 |
|------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 보 청 기 | 100 | 115 | 136 | 152 | 165 |
| 종 이 기 저 귀 | 108 | 210 | 340 | 550 | 850 |
| 휠 체 어 | 63.5 | 70 | 85 | 105 | 130 |
| 기 저 귀 카 바 | 28 | 35 | 46 | 58 | 66 |
| 특 수 욕 조 | 25 | 34 | 55 | 76 | 94 |
| 개 호 베 드 | 22 | 29 | 46 | 65 | 90 |
| 욕 창 방 지 매트 | 13.3 | 23 | 38 | 47 | 50 |
| 휴 대 용 변 기 | 18 | 23 | 33 | 52 | 73 |
| 소 계 | 377.8 | 539 | 779 | 1,105 | 1,518 |
| 기 타 | 162 | 260 | 419 | 663 | 1,012 |
| 합 계 | 539.8 | 800 | 1,198 | 1,768 | 2,530 |

자료 : 일본 후생성 통계정보부 「후생행정 기초 조사」

(표 3-12) 개호용품의 시장규모 추이

(단위 : 억 엔, %)

| 품 목 | 1985년 | 1986년 | 1987년 | | |
|------------|-------|-------|-------|-------|-------|
| | | | 전년비 | (이 월) | 전년비 |
| 보 청 기 | 96 | 100 | 104.2 | 105 | 105.0 |
| 종 이 기 저 귀 | 96 | 108 | 112.5 | 116 | 107.4 |
| 휠 체 어 | 62 | 63.5 | 102.4 | 65 | 102.4 |
| 기 저 귀 카 바 | 26 | 28 | 107.7 | 31 | 110.7 |
| 특 수 욕 조 | 22 | 25 | 113.6 | 30 | 120.0 |
| 개 호 베 드 | 17.8 | 22 | 123.6 | 27 | 122.7 |
| 욕 창 방 지 매트 | 12 | 13.3 | 110.8 | 15.5 | 116.5 |
| 휴 대 용 변 기 | 17.1 | 18 | 105.3 | 19.3 | 107.2 |
| 소 계 | 348.9 | 377.8 | 108.3 | 408.8 | 108.2 |
| 기 타 | 132.3 | 162 | 122.4 | 183.7 | 113.4 |
| 합 계 | 481.2 | 539.8 | 112.2 | 592.5 | 109.8 |

자료 : 전계서

그런데 지금은 개호 또는 병약에 대한 인식 향상에 의해, 그 예방효과가 제고되고 있다. 이런 풍토가 사회적으로 깊게 침투된다면, 그 수요층은 침상에 놓기 전단계에 있는 반 건강노인이 포함된다. 수요 인구가 얼마나 팽창될지는 미지수이다. 이미 현재화하고 있는 경우 종이 기저귀 혹은 기저귀카바라는 상품 분야로 노인의 활동성을 유지 시키는 의미에서 중요한 역할을 담당하고 있다.

3-3-6 개호 서비스

(가) 개 요

인구 고령화, 가족 형태의 변화에 따라, 침상에 누운 노인과 혼자 사는 노인이 증가하고 있다. 그 결과 개호와 원호를 비롯한 재택 개호 서비스에 대한 Needs가 확대, 다양화 하고 여러가지 각도로부터 민간 기업이 참여를 시도하고 있다. 그 내용은 매물·소제 등의 가사 대행, 급식 서비스, 입욕 서비스, 각종 개호서비스 등 다양하게 이루어지고 있다. 이제까지 재택 개호 서비스의 중심은 국가와 각 지방 자치체의 자원봉사 활동을 제외하면 그외에는 거의 행해지지 않았다.

공적 기관의 서비스는 가정 봉사원의 파견을 비롯, 일상생활용구의 지급, 단기보호사업, 이동 서비스 등 내용이 다양하다. 그러나 이 서비스도 연령과 소득제한 등 일정 기준에 해당되지 않으면 이용할 수 없다. 예를 들면, 재택 복지 시책의 중핵인 가정 봉사원 파견 사업의 대상은, 82년 9월까지의 저소득가구(소득세비과세 가구)에 한정되었지만, 중앙 사회복지심의회의 의견을 수용한 82년 10월부터는 소득세 과세 가구에도 응분의 비용부담에 의한 파견이 개시되었다. 파견 대상의 확대에 동반하여 차례로, 가정 봉사원을 증원하고 있지만 외국과 비교하면 여전히 적은 수요 전체를 미처 카바하지 못한다. 더욱이 공적 기관 서비스는 민간기업의 서비스에 비해 상대적으로 유연성이 부족하고 다종 다양화하는 소비자 Needs에 충분히 답하지 못하고 있다. 따라서 민간 기업은, 그 독자성을 무기로 하여 재택 개호 서비스의 신시장 형성을 도모하고 있다.

(나) Needs

현재, 침대에 누운 노인도 전국에 약 48만인으로 추정된다. 84년의 후생성 「후생 행정 기초 조사」에 의하면, 65세 이상의 와상자수(기간 6개월 이상)는 병원에 9만9천인, 재택에 26만 7천인으로 합계 36만 6천인이다. 더욱이 특별 양호 노인홈의 입소자를 11만인으로 추계하면 와상 노인은 48만인에 이른다. 게다가 앞으로는 75세 이상의 후기 고령자 층의 신장이 현저하고 건강에 대한 의식의 변화에 따라 건강한 노인도 증가하겠지만 후기 고령자 층이 증가한다면 와상노인의 수의 증가도 필연적이므로 2005년에는 와상노인이 약 88만에

달할 것으로 보여진다.

이에 대해, 핵가족화 진행과 여성 사회진출의 급증에 의해, 가족 내에 있어서의 간호자, 간호자는 감소하고 있다. 이 침대 노인에 치매성 노인을 더한 노인 간호는 사회문제가 되고 있다. 이와 같은 사회적 변화를 배경으로, 홈헬퍼를 중심으로 한 입욕 서비스와 식사 서비스 등 재택 간호 서비스에 대한 수요는 날로 확대되고 있다.

더욱이 현재, 65세 이상의 고령자가 지닌 주택율은 85%, 저축 잔고는 1,252만엔(85년 저축동향 조사), 자산 수준은 특히 재고면에 있어서 충실하여 공적 서비스에 비해 이용료가 비싼 편이지만 민간의 재택 간호 서비스 사업의 성립 가능성은 높다.

(다) 현상과 동향

재택 간호서비스에 대한 수요가 증가하면서 후생성에서도 88년도에 전 15개소에서 모델 사업으로 「방문간호 등 재택 간호 혼합 추진 사업」계획을 실시 했다. 이것은 지금까지의 병원과 시설 중심의 침대차등 요 간호 노인의 간호를 재택으로 전환, 의료 서비스, 복지 서비스, 보건 서비스와의 조직에 의해 모델로 실험하는 것으로 실시기간은 2년간이다. 구체적인 모델 사업 내용은 도시형, 농촌형, 제3섹타형 등 민활형과 지역의 병원 중심형 등 두 종류의 타입에 분산해 실시한다. 의료분야의 방문간호 서비스에는 방문 간호를 전문적으로



사진14

제품명 : Multiprescript

Digital Timer가 부착된 휴대용 약상자

정해진 시간을 입력, 시간에 맞춰 투약할 수 있

도록 디자인된 휴대용 약상자

Howard Design

Wheaton Medical Co.,의 제품

행하는 기관을 설치, 병원과 진료소로부터 퇴원한 환자를 대상으로 재택 요양자 방문 서비스를 실시한다. 서비스 내용은 홈헬퍼, 입욕 서비스, 급식 서비스, 기저귀 서비스, 일상 케어용구의 대여, 고령자용 주택의 개조, 기타 재택 지원 서비스 등으로 지역마다 이 중에서 3종류 이상을 선택해 실시한다. 더욱이 방문지도 등 보건 서비스와 민간 서비스를 포함한 종합적인 재택개호 서비스 체계의 전개도 도모된 재택 개호 서비스를 총괄하는 후생성의 움직임 중에 특히 주목되는 것이 「사회복지사 및 개호 복지사법」의 제정이다. 동법은 급증하는 와상 노인 등 개호 수요에 대응하고, 질 높은 서비스 제공과 인재 양성을 도모하는 동시에 이 자격 제도에 의해, 민간 기업의 참여 촉진을 기대한다.

3-3-7 금융관련 서비스

(가) 개 요

고령화 사회의 진전은, 고령자의 자산수준을 향상시키고 있고, 이것에 수반해 각종 금융기관에서는 고령자용 금융상품을 잇달아 발매하고 있다. 1955년 공적 연금 기금제가 정비되어 노후의 소득보장이 확립되기 이전부터 증가한 노후의 삶은 점차 장기화되고 있다. 그 노후를 보다 풍요롭게 하기 위해서는 남자 평균 임금수준의 7할이 넘지 않는 공적 연금 정도로는 충분하다고 할 수 없어 개인 연금을 비롯한 각종 연금형 상품에 대한 요구가 높다. 약 20년 정도 전부터 이미, 노인흡의 입주를 보증하는 보험이 발표되고 있다.

또한 최근에는 보유 부동산 등을 활용한 신형 상품이 등장했다. 생명보험 회사 외에, 신탁은행이 주력이다. 이들 회사는 지가의 급등에 동반한 자산 가치의 증가 등을 배경으로 개인 자산을 종합 일괄하여 취급 관리하는 재산관리 서비스를 상품화하고 있다.

또한, 생명보험업계에서는 소비자의 Needs인 가족 사망후의 보장으로부터, 전술한 노후 연금, 병상의 의료비, 병상 후의 보장을 확대하고 적극적으로 사회적 변화에 대응한 상품 개발에 노력하고 있다. 1986년 4월 1일에 생보, 손보, 각 사로부터 신종의 민간의료 보험이 일제히 발매되고 있다. 이 신형 의료 보험은, 종래의 의료보험과 기타 “공적 의료” 보험을 보완해 공적 보험이 부담하지 않는 본인 일부 부담분과 베드·부침 간호료 등의 차액을 보장하는 것이 최대 특징이다. 더욱이 고령화의 진전은 병상에 누운 노인과 치매 등 장기의 개호를 요하는 고령자를 증가시키고, 여기에 대응한 상품이 현재 생보 4사로부터 발매되고 있다. 그 중에서는 금액 급부에 비해 개호 서비스를 행하는 현물 급부형의 상품이 주목된다. 핵 가족화의 진행등 가족 형태의 변화가 계속되고 앞으로 더욱 확대가 기대된다.

이상과 같이 각 금융기관에는 실버층 및 다음 세대 실버층을 겨냥한 신상품이 개발되고 있다. 65세 이상의 고령자의 주택 보유율이 85%, 저축잔고는 1,252만엔(60년 저축 동향조

사)에 달하고 있고, 소비의욕을 자극하는 고정화된 자산의 수확을 겨냥하고 있다. 또한 국민 의료 요구도 고도화, 다양화되고 생명보험 각사는 신상품 개발에 힘을 투여하고 있다.

(표 3-13) 재택 복지 서비스

| 시책명 | 목적 | 대상자 | 내용 | 수익자 부담 |
|--------------------|---|---|---------------------------------------|---------------|
| 노인가정 봉사원 파견 제도 | 침상에 누운 노인등 일상생활을 영위하는데 지장이 있는 사람에게 파견(가정 봉사원수 23,555명) | 일상 생활에 있어 지장이 있는 65세 이상의 노인으로서 가족에 의한 개호가 불가능한 사람 | 식사·세수 소제 신체에 관한 보살핌 필수품의 구입 등 | 1개월당 0~5,400엔 |
| 노인 일상생활 용구 공급 등 사업 | 침상에 누운 노인등의 일상생활을 용이토록 하는 일상 용구를 공급 | 65세 이상의 저 소득자 | 특수 침대, 매트, 욕조 에어패드 | 0 |
| 방문 서비스 사업 | 침상에 누운 노인의 집까지 방문해 입욕, 급식, 세수등의 서비스 제공 | 재택 병상노인 중증신체 장애인 | 입욕, 급식, 세수 | 0 |
| 와상노인 단기 보호사업 | 침상에 누운 노인등을 개호하는 사람이 일시적으로 개호가 곤란하게 된 경우에 보호 | 65세 이상의 침상에 누운 노인 | 특별 양호노인 홈에서의 일시적 보호 | 음식물비 상당액 |
| 이동 서비스 사업 | 허약노인 등을 대상으로 서비스 시설로 이동시키고 입욕, 급식, 일상동작 훈련 등 각종의 서비스 제공(실시 개호수 210개소) | 65세 이상의 신체 허약자로서 일상 생활에 지장이 있는 사람 | 입욕, 생활지도 식사, 일상동작 훈련, 휴양, 운송 가족개호자 교실 | 식비실비분 원재료비 |

자료 : 후생성「후생백서」

(표 3-14)

개호 보험 상품 일람

| 기업명 | 상품명 | 발매년월 | 주요내용 특징 |
|------------|------------------------|-------|--|
| 아메리카 앤 패미리 | 치매개호 급부급부 종신보험 | 85년1월 | 치매에 의한 요개호 상태가 3개월이상 지속되면 최고 1,800만엔(월마다 15만엔 10년간) 수취 |
| 明治 生命 | 고령자 중도개호 연 금부 종신 보험 | 85년9월 | 중증 개호 상태가 6개월 이상 지속되면 200만엔을 10회, 연금으로 수취 |
| 日産 生命 | 개호 서비스부 보험 | 86년7월 | 중증개호 상태가 6개월 이상 지속되면, 최고 1,826만엔을 수취하거나, 현금 수리대신 개호인 파견서비스를 받는 것이 가능 |
| 安田 生命 | 중도 개호급부 연금 형 보험 | 86년8월 | Total·라이프 : 특별보장 기간중에 사망할 때는 사망보험금 5,000만엔 중증 개호 상태가 되면 400만엔+연액 200만엔(종신)을 수취 |

3-4 노인홈 현황

3-4-1 노인홈의 종류

후생성 인구문제연구소 「일본의 장래 인구 신추계」(1986년 8월)에 의하면, 14년후 21세기에는 6명에 1명이 65세 이상의 고령자가 되는 사회가 도래한다.

85년 10월 현재 노년 인구(65세 이상 인구)는 1,200만명이고, 그 인구는 앞으로 35년간 계속 증가해 2000년에는 2,100만명, 2010년에는 2,700만명, 2020년에는 3,200만명에 달한다. 비율도 85년의 10.2%부터 계속 증가해, 2021년에는 23.5%로 4명에 1명이 고령자가 되고, 세계에 유례가 없는 고령화 사회를 맞을 것으로 보인다. 또한 병행하여 65세 이상 노인의 친자녀와의 동거율은 1960년의 81.6%로부터 85년은 64.2%까지 저하되고, 이런 경향이 앞

으로 평균 0.8%씩 내려가 2010년에는 52.6%가 된다. 더욱이 65세 이상으로 혼자사는 노인이 73년 57.8만인에서 매년 증가해, 85년 현재 9.3%로 약 113만명(구성비, 남 19.3%, 여 80.7%)에 달하고 있다. 또한 85년 현재 노년 인구 1200만명에 대한 노인 복지 시설 3,843개를 기준으로 본다면 2000년에 노년 인구는 2100만명으로 1.75배가 되고, 약 5000개 시설이 필요하지만, 근년의 국가 재정에서 나온 노인 복지관련 예산을 검토해 보면 노년 인구의 상승률과 평행하는 노인 복지시설 증가는 어렵다. 당연히, 고령자용 주거시설은 동거율의 저하, 독신노인의 증가와 함께 충분치 않게 되리라 보여진다. 이같은 상황에서 앞으로 확실히 도래할 고령화 사회를 극복하기 위해서는 주택 문제의 해결이 열쇠가 된다는 인식이 고조되었고, 수도권외의 자치제와 주택 공급 공사는 고령자용 주택의 공급에 노력하기 시작했다. 그러나 고령자용 주택의 고령주택 건설의 장벽이 되고 있는 것이 용지의 취득 난이다. 「공급할 수 있는 호수는, 앞으로도 현재의 수준에 머문다.」라고 단언하는 자치제도 있다.

이런 경향은 당연히 노인 복지시설 건설에서도 마찬가지이다. 현재 일본 노인복지법에 의한 노인홈은 양호노인홈, 특별양호노인홈, 그리고 경비 노인홈의 세 종류로 되어 있으나 그 수용률은 외국에 비해 낮은 편이다. 그러므로 공공노인 복지시설의 부족, 홈에 대한 관심이 고조되고 있다. 신고된 유료 노인홈은 85년에 97시설이지만 후생성에서는 120시설, 최근에는 130시설 정도가 있다고 본다. 현재 유료 노인홈 전체의 입주율은 80%정도이다. 이런 배경의 최대 요인은 경제력의 향상과 「복지의 구매」라는 인식 변화에 있다. 세대주의 연간수입은 55세 전후를 피크로 고연령으로 되면 점차로 줄어든다. 그러나, 1세대당 인원이 2.83명으로 줄어들기 때문에 1인당 연간 수입은 165만엔으로 비교적 높아지고 있다. 그리고 저축도 1,300만엔으로 비교적 높아지고 있다. 그리고 저축도 1,300만엔을 초과하나, 부채는 100만엔을 넘지 않아 일상 생활에 있어서 부담이 경감되는 경향이고, 구매력있는 자립한 소비자로서의 고령자가 증가한다. 더욱이, 최근에는 연금제도에 불안을 느끼는 사람

(표 3-15) 세대주의 연령단계별 저축 및 부채의 1가구당 현재고 (단위 : 천엔)

| | 평 균 | ~24세 | 25~29 | 30~34 | 35~39 | 40~44 | 45~49 | 50~54 | 55~59 | 60~64 | 65~ |
|---------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|--------|--------|
| 세 대 인 원 | 3.71 | 3.02 | 3.23 | 3.83 | 4.27 | 4.34 | 4.14 | 3.65 | 3.23 | 2.94 | 2.83 |
| 주택보유율 | 72.3 | 0.8 | 26.4 | 39.7 | 60.9 | 72.1 | 78.6 | 83.7 | 89.5 | 88.5 | 84.4 |
| 연 간 수 입 | 5,710 | 2,932 | 4,184 | 4,432 | 5,186 | 6,008 | 6,343 | 6,941 | 6,947 | 5,562 | 4,680 |
| 저 축 | 9,095 | 1,281 | 3,627 | 4,194 | 5,992 | 7,232 | 8,387 | 9,686 | 13,541 | 14,626 | 13,487 |
| 부 채 | 2,843 | 177 | 1,723 | 2,657 | 3,471 | 3,777 | 3,532 | 2,811 | 2,772 | 2,675 | 950 |

이 많고, 복지 구매로의 의식변화가 서서히 강해지는 동시에, 지가 등귀에 의해 수억엔의 자산을 갖는 사람도 드물지 않다. 장수 사회가 되고, 건강과 경제력의 혜택을 누리는 고령자가 자립적으로 쾌적한 노후를 구하는 시점에서 실버비즈니스의 대표라고 할만한 유료 노인홈 사업이 활성화할 소지는 많겠다.

3-4-2 유료 노인홈

(가) 개 념

1963년에 제정된 일본의 노인복지법은 유료 노인홈이 양로 노인홈, 특별 양호 노인홈, 경비 노인홈과 같은 노인복지 시설은 아니라고 규정하고 있다. 그리고 1974년 후생성 중앙사회복지 심의회에서는 유료 노인홈의 입주자 연령, 홈 수용인원, 제공하는 서비스에 대하여 명시했는데 그 내용은 다음과 같다.

1. 입주자의 연령은 대략 60세 이상(배우자는 60세 미만인 경우도 있다.)
2. 대략 50인 이상을 수용해야 한다.
3. 입주자에 대해 각자 상담조언, 여가활동, 보건위생, 간호에 관하여 필요에 따라 서비스를 제공한다.
4. 공적 지원은 전혀 없다.
5. 공적 규제는 느슨하다(사업개시때 都・道・府・縣지사에게 신고 의무가 있다.)
6. 경제상으로도 건강상으로도 비교적 혜택받은 노인을 대상으로 한다.
7. 입주자는 시설과 직접 계약하고 자유롭게 시설을 선택한다.

노인 복지시설에 비해 행정상 규제가 느슨하기 때문에 여러가지 아이디어에 의한 다양한 방식이 많으며 그것을 입주자가 자유롭게 선정한다. 그 반면 시설에 따라 설비와 서비스의 내용에는 상당한 차이가 있다. 또한 공적 지원이나 보조가 일체 없어 입주자가 필요비용을 전액 부담하고 시설 경영자는 이것으로 운영한다. 따라서 입주자의 경제적 부담이 노인 복지 시설에 비해 크다.

(나) 조직 형태

조직 형태는 다음과 같다.

1. 주식회사
2. 재단법인
3. 사회 복지 법인
4. 종교 법인
5. 개인

주식회사가 가장 많은데, 이유는 재단법인 허가의 경우는 실적이나 휴면법인(休眠法人)이 없으면 어렵고 사회복지 법인은 다른 사회복지사업을 하고 있지 않으면 가능하지 않기 때문이다. 개인이나 종교법인 등의 조직 형태도 현재 상태로는 극히 적다.

(대) 입 지

입지는 다음과 같다.

- a. 도시형-대도시 또는 대도시 근접해 있는 도시에 위치할 경우
- b. 도시근교형-교통편이 좋은 곳에 위치할 경우

(가장 가까운 역에서 15분 이내, 버스편의 경우는 승차시간이 10분 이내)

- c. 보양지형-온천이 있어 휴양에 적합한 환경에 위치할 경우
- d. 전원형-주위에 산이나 강 등이 있어 자연환경에 둘러싸인 경우

(라) 의료 형태

의료 형태는 다음과 같다.

- 1. 병원을 병설
- 2. 진료소를 병설
- 3. 병원과 제휴
- 4. 진료소와 제휴
- 5. 촉탁의를 위탁

엄밀히 따져 '병설'이라고 하면 홈을 설치하고 있는 경영주체가 의료 시설을 겸비하여 설치하는 경우지만 홈 내부, 홈 부지 안에 위치하거나 또한 홈과 의료 시설의 경영자가 동일한 경우 등 3조건 중 하나만 만족하면 병설로 본다.

(마) 입주금 유형

- a. 시설·설비 이용권형-입주금은 시설·설비의 이용권 대금이며, 소유권 이전은 할 수 없다. 식비, 관리비 등은 입주권과 별도로 매월 지불한다.
- b. 종신보증형-소유권 이전은 하지 않으며 입주금에는 식비, 관리비가 포함된다. 개호 비용까지 포함하는 경우도 있다.
- c. 분양형-소유권 이전이 수반된다. 식비, 관리비 및 개호 비용은 입주금과는 별도로 매월 지불한다. 입주시 분양 대금외 보증금이 필요하다.

(바) 유료 노인홈 수

1988년 3월 현재 전국의 유료 노인홈 수는 약 130여개이다. 그 중에는 후생연금이나 간이 보험 우편 연금을 운용하는 홈이 포함되어 있고, 이들을 제외한 순수한 민간 유료 노인

홈은 약 100여개이다. 이 100여개 안에 약 60여개 홈은 정원이 40명 이상이고, 또한 1965년 이전에 건설된 오래된 홈이다.

이상 약 100개 홈의 사업개시 연대는 다음과 같다.

| | |
|---------|-------|
| 1945년 대 | 4개 홈 |
| 1955년 대 | 13개 홈 |
| 1965년 대 | 22개 홈 |
| 1975년 대 | 36개 홈 |
| 1985년 대 | 23개 홈 |
| 계 | 98개 홈 |

최근 동향은, 대기업의 건설회사와 부동산 회사 등이 각 방면과 제휴하여 대도시 주변과 리조트 지역에 많은 신설 홈을 계획, 건설 중이다. 또한 기존의 홈도 증설하는 곳이 많다. 이같이 각종 기업과 단체가 유료 노인홈 경영에 참여하고 있는데, 그것은 앞으로도 유료 노인홈 수가 상당히 증가할 것이 예상되기 때문이다. 홈 선택의 폭이 양적으로 확산되고, 개개 홈의 질적인 향상이 이러한 필요와 합치되고 있다.



▲ 일본의 유명온천지역인 아타미에 위치한 中銀맨션

4. 국내 실버산업의 현황과 전망

4-1 국내 실버산업의 종류

국내에서 현재 가동중인 실버산업을 종류별로 보면 우선 의류, 건강장수식품, 의료기구, 의약품 등의 제품이 있고, 노후를 대비한 각종 보험이나 효도 관광 등의 서비스 상품이 있다. 또한 각종 교양강좌나 오락 활동을 제공하는 노인대학류의 유료 서비스 프로그램, 그리고 유료 양로원 등의 노인용 주거시설이 있다.

4-1-1 실버용 의류 제품

노년층의 체형에 맞게 만들어진 10만원 안팎의 중·저가 의류가 백화점의 매장이나 실버전문 상가에서 선보이고 있다.

국내 실버 에이지의 의류는 지난 85년 10월 당시 일본에서 인기가 높았던 실버에이지 의류에 착안, 처음으로 노인 전용옷을 만들어 팔게 된 데서 비롯됐다. 현재 의류회사에서 선보이고 있는 실버전용 의류는 밝은 색상과 노년층의 체형을 보완하려는 디자인으로 활동하기 편리한 제품들이다. 옷의 소재도 드라이크리닝 없이 물빨래가 가능한 폴리에스터, 폴리 혼방, 면혼방, 마혼방 등이 주로 사용되고 있다. 종류는 외출복, 간이복, 실내복, 운동복, 각종 내의류, 양말, 모자, 신발 등으로 아직은 잘 알려져 있지 않지만 이용 고객들로부터는 좋은 반응을 얻고 있다.

4-1-2 건강·간호 용품

대기업은 물론 상당수의 중소기업들이 노인층이 많이 이용하는 건강·간호용품을 생산 판매하고 있다. 역시 백화점의 건강 전문 코너나 실버전문 상가에서 볼수 있다.

주요한 건강·간호용품은 다음과 같다.

- 침구류—침대, 특수침대, 시트, 방수시트, 각종 쿠션, 기타 침구 보조류
- 위생세척기류—휴대용 욕조, 간이 세척기류, 샤워기류, 위생처리기구
- 찜질기류—온·냉찜질 제품, 원적외선 세라믹 제품
- 지팡이류—일반형, 특수형
- 기저귀 및 카바, 팬티—종이, 면 기저귀 등 다양한 방수, 발수류의 제품
- 기타 요양에 필요한 간호용품—요양품, 특수식기, 식사용 에이프런, 보청기, 휠체어, 지압 기기류, 체중기, 혈압계, 온도 및 습도계

(표 4-1) 노인 전용품 가격
(백화점 기준, 단위: 천원)

| 구분 | 품명 | 가격 |
|------|----------|---------|
| 여성의류 | 원피스 | 60~98 |
| | 투피스 | 98~129 |
| | 양상블 | 148~158 |
| | 재킷 | 59~69 |
| 건강기구 | 전자혈압계 | 55~85 |
| | 전기찜질백 | 15~20 |
| | 자석목걸이 | 18~33 |
| | 허리밴드 | 26~33 |
| | 관절밴드 | 9.5~10 |
| | 지압매트 | 7 |
| | 자석요 | 165~500 |
| | 체중계 | 18~45 |
| 식품 | 영지(2백g) | 28.5 |
| | 오미자(1백g) | 3.6 |
| | 구기자(1백g) | 2.5 |
| | 결명자(1백g) | 0.4 |
| | 감초(1백g) | 1 |
| | 감잎(1백g) | 1 |
| | 두충(1백g) | 5 |
| | 계피(1백g) | 1.3 |

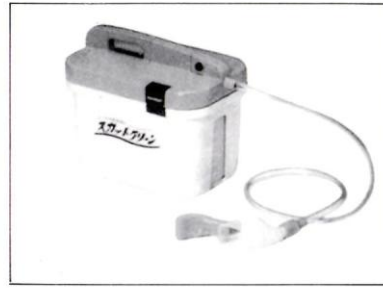


사진15
자동흡입식채노기



사진16
엉덩이가 닿는 부분의 곡면을 체형에 맞춘 와상(臥床)고령자용 변기



사진17
샤워용 의자



사진18
포터블 변기

4-1-3 여행·레크레이션 관련 서비스

지난 83년 한 여행사(한진관광)가 개발한 「효도관광」 상품이 노인층들에게 인기를 끌자, 다른 관광사들도 앞을다투어 참여, 현재는 7~8개의 업체가 경쟁을 벌이고 있다. 그러나 효도관광은 자칫 자녀와의 불화를 초래할 수 있으므로 노부부 끼리만 여행을 가는 것에서 탈피, 상호 이해의 폭을 넓히는 프로그램의 개발이 필요하다.

또한 무료 강좌 중심이던 각 사회단체 등의 노인대학도 취미 위주의 단순강좌에서 증권, 어학 등 전문 분야에까지 확대하고 있고, 노인 수강생이 급증함에 따라 유료 강좌로 전환하는 곳도 있다.

(표 4-2) 실버층에 특수한 주요 상품 / 서비스(협의의 실버마켓)

| 분 류 | 내 용 | Needs |
|----------------------------|---|---|
| 여행·숙박관련 서비스업 | 임대버스이용, 국내의 온천·보양이 주목적. 소수이지만 해외여행도 존재. 보험·금융업계 진출 시작 | 노인회 등이 주최하는 소극적 여행과 소수이지만 즐기기 위한 적극적 여행으로 Needs가 대별 |
| 건강스포츠관련 서비스업 | 일반 고령자층의 스포츠 교실(대다수 고령자 이용) 호텔의 고급 스포츠 클럽(회사중역) 시가지의 광대한 규모의 종합 건강의학 스포츠 센타 | 스스로 무리가 없는 운동 운동의 효과 측정 사교의 욕구 |
| 문화·교양관련 서비스업 | 노인클럽, 지방자치제의 생애교육관, 민간문화센터, 공개대학 | 원예, 배구, 민요, 마음의 건강, 노인문제, 게이트볼, 서도 기타 사교의 욕구 |
| 취직알선 서비스업 | 인재를 파견하는 대기업, 통역등 전문분야의 중소기업, 상사, 은행, 손보 등 대기업의 자회사 등 3가지 유형의 기업존재 총 1,306개 기업 존재 | 건강, 보람, 사회참여 |
| 개호용품 | 입욕, 옷의 벗고 입음. 배변 옥내이동, 식사, 체위변환. 1천 종류에 4천종의 제품 | |
| 개호 서비스 | 와상노인과 혼자사는 노인 노인홈 수요자 및 일반 재택 노인 대상 | 가사대행 급식, 입욕 기타 |
| 금융 관련 서비스 | 가족사망후의 보장, 노후 연금, 병상의 의료비, 퇴원 후의 보장. 기타 부동산 활용형 | |
| 노인홈 | 경비 노인홈 양호 노인홈 특별 양호 노인홈 유료 노인홈 | 휴양, 개호 및 의료 |
| 기타 의료, 상담 서비스, 의류 제품, 건강식품 | 원피스, 투피스, 전자혈압계, 자석 목걸이, 지압매트, 자석요, 두충, 화분, 구기자 | 건강에 대한 관심 |

4-1-4 실버홀

국내에는 노인전용주택이나 노인아파트, 노인 마을 등이 없다. 최근 특히 민간기업이 관심을 갖기 시작한 분야는 실버홀이다. 이는 보험업계가 보험상품과 연계하여 진출을 본격 추진하고 있고 주택 건설업계, 콘도미니엄 업계, 부동산 업계도 이 사업을 유망사업으로 보고 투자 계획을 마련중이다.

현재 국내에 실버홀은 경기도 수원시의 유당마을과 경남 양산의 혜성원이 있으며 이 곳의 수용 인원은 총 162명이다.

4159평의 대지 위에 지하 1층, 지상 2층 규모의 유당마을은 공동목욕탕, 미용실, 도서실, 의무실 등을 갖춰 놓고 있다. 주1회 건강진단을 해주는 것을 비롯하여 에어로빅 지도와 건강 관리, 식생활 강좌가 실시되고 정기 쇼핑버스도 운행된다.

대지 면적 2280평에 지하 1층, 지상 4층 규모의 혜성원은 취사 서비스, 간호 서비스, 교통 서비스, 종교 서비스 등이 제공되며 기타 노인대학의 운영, 순회 관광, 생활 상담 서비스도 이루어지고 있다.

4-2 국내 실버 산업의 전망

지금까지 정부는 노인전용의 주거시설에 있어서 민간기업이 건설과 운영에 참가하는 것을 억제하는 정책을 펴왔다. 그 이유는 민간기업이 이러한 시설을 운영하면 영리 추구의 폐단이 있을 수 있고 또 하나는 노인 전용 주거시설의 건설과 운영이 활성화되면 자녀들이 부모를 모시는 지금까지의 습관이 붕괴될 우려가 있다는 점이다. 그래서 유료 양로원 또는 노인 아파트는 민간기업이 아닌 비영리법인만이 설립할 수 있으며 설립하는데도 까다로운 절차를 밟아야 하고 시설 운영을 함에 있어서도 주무장관의 행정지도와 감독을 받도록 되어 있다.

따라서 현재 우리나라에서도 실버 비즈니스가 활성화되어야 한다는 것이 대다수 노인들의 욕구임에도 불구하고 이 분야의 사업이 발전하지 못하고 있는 가장 큰 원인은 정부의 정책에 그 원인이 있다고 볼 수가 있다. 정부가 노인들의 다양한 복지욕구를 골고루 충족시키지 못하고 있는 것이 현실이므로 국가는 민간기업이 이를 담당하고자 하는 경우 보조금의 지급, 사업자금의 저리융자, 시설부지 확보에 대한 정책 지원, 새제상의 혜택, 시설운영에 있어서의 법적규제의 완화 등으로 지원해야 한다.

다음으로 실버산업의 품목은 노년기에 겪는 세 가지의 큰 어려움 즉, 경제적 문제, 건강 문제, 정신적 문제에 있다는 점을 주목하여야 한다.

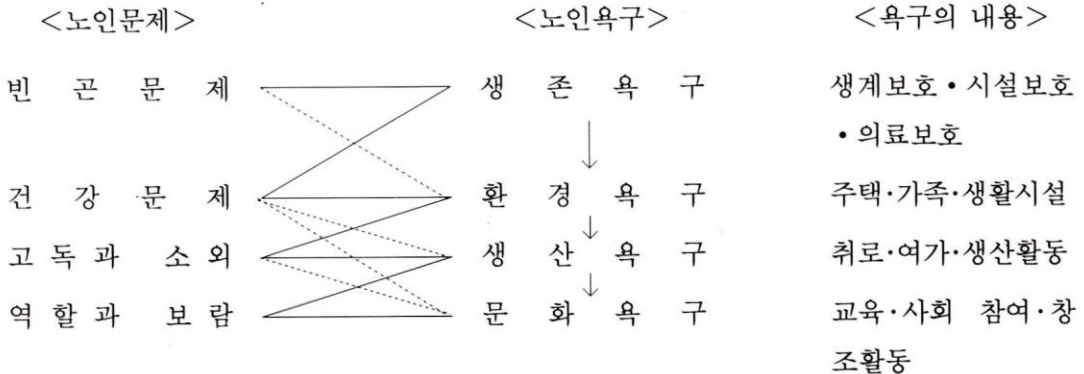
또 노인들은 생활 수준, 취향, 성격 등 여러 측면에서 이질적인 사람들로 구성되는 범주이므로 품목의 다양화를 꾀해야 한다는 점이다.

이러한 점들을 염두에 두고 국내 실버산업의 유망품목을 전망해 보면 다음과 같다.

우선 건강관련 식품이나 기구 등이 노인의 기본욕구를 적절히 반영한다는 점에서 여전히 실버산업의 주종을 이룰 것이다. 이와 더불어 노년층의 신체적, 정신적, 사회적 의존성을 고려한 의류, 가구, 주택, 화장품 등의 영역 그리고 전혀 새로운 System이나 종의 탄생도 기대해 볼만 하다. 시장에 대한 인식이 제품개발의 통찰을 통해서 주어지는 어떤 구상에 의해서 바뀌는 수가 있기 때문이다. 왜냐하면 이러한 분야에서 고령자를 위해서 특별히 개발된 최종 제품이 이제까지 없었다. 혹시 이러한 일련의 제품이 존재하고 있다면 시장에 관한 동찰과 기업의 인식이 바뀌어 있을 지도 모르며 사실상 새로운 시장을 창출해 내고 있을 지도 모른다. 그렇게 된다면 대규모적으로 기업의 시장 잠입이 가능할 것이다.

4-3 실버마켓의 개발

4-3-1 노인의 욕구체계에 대한 이해



4-3-2 새로운 노인상의 정립

병들고 나약한 어두운 이미지의 실버층에 대한 인식으로부터의 탈피에 필요한 상품 개발방법은

- ① 실버층 특유의 Needs중 지금까지 간과된 것을 주목, 새로운 상품 개발
- ② 기존 서비스로 제공되던 것을 보다 실버층의 Needs에 부합하도록 변화시킴

(표 4-3) 실버마켓의 대상 노인상

| 구노인 | | 신노인 |
|--|----------------------------------|--|
| 병약, 노쇠, 망령 체력이 떨어져 체념된 삶 죽음이 다가오는 삶 | 신 체 | 건강, 원기 기력정정 기력을 분발한다. 생기있고 모습이 씩씩하다. |
| 궁핍, 낮은 소비수준 부양가족, 종속인구 | 경 체 | 부유, 1인당 소비지출 높다. 유한 인구 독립세대 |
| 보수적, 소극적 Opinion-Follower 미신, 인습, 완고 여성감각 고정적 발상 자식의존 생활행동이 편협하다. 위축, 희생적 | 생 활 의 욕 | 진보적, 적극적 Opinion-Leader 합리성, 진취 본생 감각 자유로운 발상 사회와 일체화된 생활 생활행동이 넓다. 당당, 오히려 이기적 |
| 전통적 라이프 스타일 게이트볼 단체여행 오래된 것 선호 저가격 지향 동기 중시 | 소 비 행 동 | 현대적 라이프 스타일 패션, 스포츠 단독, 소수 그룹여행 진짜 선호 Cost Performance 여유, 부가가치 중시 |

4-3-3 사회와 욕구의 변화 체계에 따른 새로운 시장착안



5. 고령화와 제품환경

5-1 잠재시장으로서의 고령자층

디자인의 견지에서 고령화와 경제적인 견해를 해석하려고 하는 일은 매우 어렵다. 그러나 간과해서는 안되는 기본적인 생각은 주택과 자동차 그리고 아주 간단한 것에 이르기까지 모든 제품을 사용하는 고령자층은 전 인구에 비해서는 일부분에 불과하나 경제상의 임팩트는 있다는 것이다. 어떤 특정의 고령자가 특정제품의 구매자인가 아닌가는 그다지 중요하지 않다. 그들은 모든 제품의 사용자이며 현재 그렇지 못하다고 해도 앞으로 그렇게 되갈 것이다.

일반적으로 고령자는 상품이나 서비스의 대상이 되기 어렵다고 믿고 있다. 이는 필경 고령화와 빈곤 그리고 사망에 이르는 연쇄적 이미지에 기인한다고 생각한다. 만약 그들이 상품이나 서비스를 구입할 여유를 가지고 있지 못하거나 고령 말기로서 최후의 날을 기다리고 있다고 한다면 보건과 의료 서어비스 환경의 정비가 급한 과제로서 거론될 것이다.

그러나 현재로서도 고령자는 그 수에 있어서도 중요한 인구층을 보이고 있으며 향후 고령화사회에 본격적으로 진입했을 때 고령자층에 속하리라 생각되는 연령층 인구의 특성과 그 장래적인 방향을 주의깊게 살펴 보면 그러한 선입견은 해소될 것이다.

고령자가 제품류에 기대하는 가치는 다양하나 여기에 대응하는 기준이라고 하는 것이 과연 가능할 것인가? 이들에 어울리는 제품류를 생산하는 정보를 제공하는 추진력은 거의 보이지 않고 있다. 정보 그 자체에 관한 문제에 더해서 과연 고령자 User를 위해서 디자인된 제품이 존재할 수 있을까?라고 하는 회의도 무리는 아니다. 무엇보다도 현재 사용되고 있는 제품류를 관찰해 보면 여러 문헌에 나타나는 생리학상, 심리학상, 일반행동학상의 모든 기준에 맞아 떨어지는 것은 놀랄만큼 적기 때문이다. 그러나 고령인구가 늘어감에 따라 고령자를 대상으로 하는 특수화된 시설 및 제품에의 요구가 높아지고 있다. 특히 제품화에 대해서 조사된 자료가 한정되어 있는 것을 보면 제품화에 있어서 이 분야에 대한 특수화는 아직 한정 되어있다. 그러나 앞으로 시간이 흐름에 따라 고령자층에 있어서 시장의 가능성이 탐지되고 이해된다면 이 분야에 많은 대기업이 참가하여 보다 경쟁이 심해질 것으로 예상되는데, 이들 기업은 조사와 개발에 의욕적이고 또 그것을 실행할 힘을 가지고 있으며 전국적인 마케팅을 염두에 둘 것이다. 이제까지 공공시설적, 병원적 환경이 강조된 나머지에 반발하는 움직임은 지지하는 경향이 있다. 이것을 배경으로 「Home Health Care」에

의 가능성을 가지는 제품을 연구하지 않으면 안된다. 우리나라의 실정에서도 적어도 공공시설에 수용되는 수 보다 많은 쇠약한 노령자가 자신의 자택환경에 살면서 여생을 보내리라는 것은 쉽게 예측할 수 있다. 이 가능성의 시장영역에 적합하기 위해서는 대응하는 제품류는 시설용으로 디자인된 제품에 비해서 꽤 다른 필요조건을 가져야 한다.

5-1-1 Silver층의 二極分化

국민소득 전체가 신장되는 가운데 일상의 의식(衣食)에 곤란을 받는 고령자는 점점 소수가 되어가고 있다. 향상된 소비생활로 생활의 필수부분보다도 선택부분이 늘어 평균적으로는 Silver Life의 소비수준은 향상되고 있다.

여유 있는 고령자층의 금후 소비의 커다란 방향은 필경 주택과 보건의료의 분야로 향할 것이다. 가령과 동시에 각종의 개호는 필수적이며 간호를 받으며 자립해서 재택생활을 보내는 고령자가 늘어날 것이다.

한편 단신·무직이며 무자산(無資産)형의 소비는 오로지 인플레이를 걱정하며 방어적이 될 수밖에 없다. 가령과 함께 자손의 간호에 의존하면서도 재택간호가 점점 더 어려워질 것이다.

물론 이극분화라고 하는 단순한 형이 아니라 앞으로 점점 다양화 되고, 다극분화 되어 개성 있는 생활이 전개되리라는 사실에는 틀림이 없으나 현실적으로는 두 그룹으로 나누는 것이 개념상 편리하다.

(가) 여유형의 Silver Life

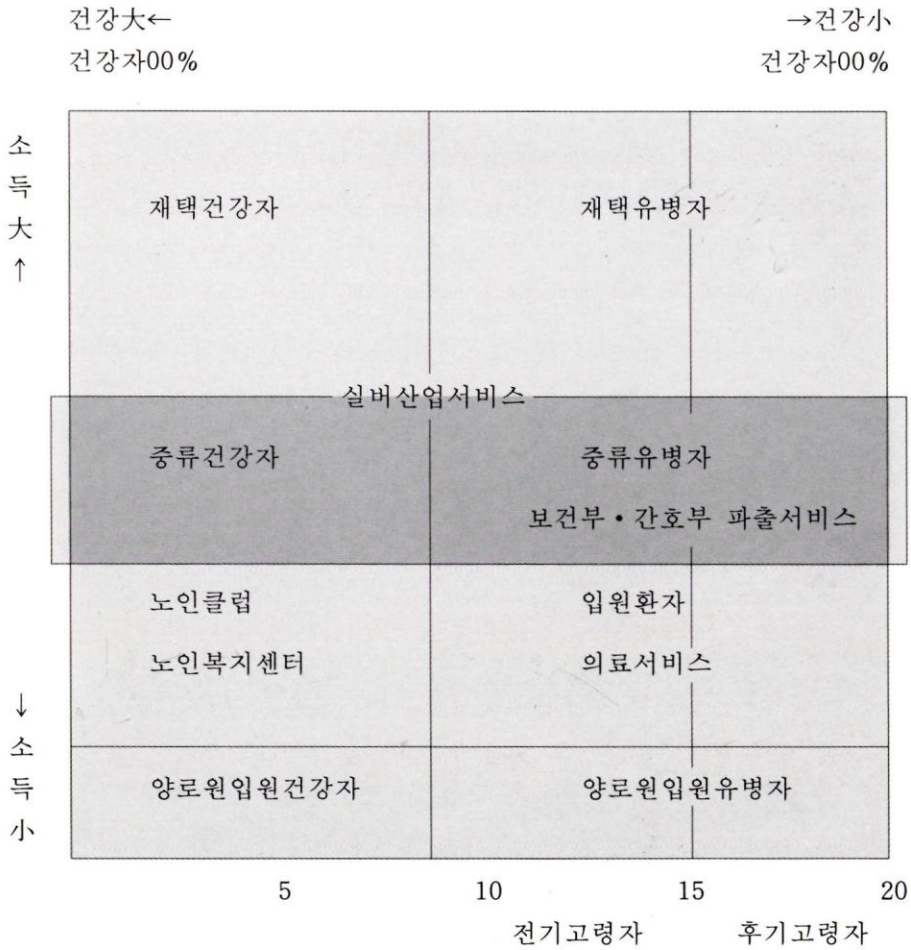
자산의 비축이 많고 취로시간이 비교적 적고 게다가 자신의 노동의 질을 선택할 수 있는 입장에 서서 일을 하므로 일 자체에 즐거움을 느끼는 경우가 많다. 따라서 여가 시간도 풍족하고 인생을 즐기는 방법도 다양하다. 골프, 테니스, 관광, 해외여행, 문화교실, 취미교실 등 이용시설의 다양화와 함께 여가시간의 사용이 다양하다. 한편 적절한 취로에 의해서 자신의 역할이 확보되므로 건강에 나쁘지 않다.

(나) 핍박형의 Silver Life

저소득층의 대부분은 핍박형이며 세대주가 직업을 잃게 되면 금방 생활에 영향을 받는 Type이다. 이 부류의 많은 고령자는 이렇다 할 저축도 없으며 월세 내지는 전세 혹은 자산가치가 크지 않은 변두리의 자택에 살며 가동소득(稼動所得)을 얻지 않으면 안되므로 많은 경우, 직업을 잃는 것을 두려워 한다. 필경 일 자체도 그들이 원하는 내용이 아닌 경우가 많고 좋지 못한 처우에 일상생활이 노화를 가속시켜 더욱 건강을 해치는 기회를 가지게 된다. 그러나 한편에서는 일 자체를 생활의 보람이라고 하는 의미에서 활동함으로써 Silver Life에 적절한 긴장감이 생겨 사회와 인간과의

관계 가운데 자신의 Identity가 확보되고 일이 그대로 건강에 도움이 되는 고령자도 적지 않다. 그러나 어느쪽이든 여가시간이 적은 점은 마찬가지이며 화투, 장기, 바둑, TV시청, 일박 정도의 가족여행 등이 일생의 가벼운 즐거움이 된다.

(그림 5-1) Silver군의全體像



5-1-2 마케팅과 판매

마케팅이라고 하는 말은 User Group에 대해 적절한 제품개발과 제품의 사용을 꾀하는 말이다. 따라서 마케팅이라고 하는 생각은 통상 그 제품을 필요로 하는 사람들을 우선으로 한다. 그러나 이익이 있어야만 존속되는 산업의 속성이 마케팅에 제품개발을 선도하는 것을 기대하게 된다. 우선 사용자 혹은 소비자가 확정되고 분석되어지나 이는



사진19

제품명 : Bolero

Shower와 Massage를 동시에 할 수 있는 샤워기 Massage가 용이하도록 Hand Grip이 부착되어 있다.

Frog Design

Hans Grohe GmbH & Co., 제품



사진20

제품명 : Rival Pop-up Can Opener

Opener의 높이를 Button 하나로 쉽게 조절, 깡통의 뚜껑을 쉽게 열 수 있고 칼갈이도 겸한 주방용 기기

Bartlett Design Associates Inc의 제품



사진21

제품명 : Zetamix 2800

사용자의 편의를 위해 수전(水栓)을 개선한 제품. 수도꼭지를 빼내어 머리를 감을 수 있는 구조로 되어 있다.

Zucchetti Rubinetteria사 제품

이렇게 함으로써 적절한 제품류가 디자인되거나 적절한 서비스가 주어지게 하기 위함이다. 한편 공업개발은 이제까지 개발의 성공보다 사람의 눈을 매혹시키는 「신제품」에 의해서 이끌려진다는 측면에서 말할 수 있는 기업가적 창조성을 기반으로 해 왔다. 때문에 User가 가지는 필요성에 들어맞는 것을 만든다고 하는 논리는 그들에게 있어서 꼭 최선의 방법은 아니다. 실제로 그것은 상품과 서비스를 제공하기 위한 가장 전형적인 방법이 아니기도 하다.

마케팅은 판매와 동의어이다. 인구와 통계, 사회경제학적 자료 등 이것 저것에 대해서 아무리 정확하게 조사가 이루어져도 혹시 어떤 제품이 팔리지 않거나 어떤 서비스가 주어지지 못했다고 하면 그 마케팅의 결과는 완전한 실패라고 보지 않으면 안된다. 때문에 국제 조사의 하나인 사회조사와 인구조사등과 공업생산의 활동영역 가운데서의 정보수집의 성격과의 사이에는 커다란 차이가 있다.

이제까지 젊은층 지향의 마케팅 결과를 취급하는 것은, 고령자에 대한 이해와 그들에게 제품을 판매하는 것 보다도 훨씬 쉽다. 때문에 사람에 따라서는 고령자층이라고 해도 만약 그들의 요구가 확정될 수만 있다면 다음은 그들을 위한 제품은 만들지만 하면 된다고 생각할 지도 모른다. 그러나 젊은층의 시장은 비교적 굳건한 통일체를 이루어 수많은 요구, 원망(願望), 욕구, 그 외 젊은층의 특성은 그들의 분포에 관계없이 전원에 걸쳐서 공통적으로 나타나고 있으나 고령자가 가지는 원망, 욕구, 요구는 사람에 따라서 다양하다. 고령자는 이성분(異成分)으로 이루어진 연령층으로 전국으로 분포되어 여러가지 구매특성을 가진 분열된 그룹이다. 수많은 의미깊은 요구를 가지고 있을지도 모르는 고령그룹에 밀착하는 것은 그것이 하나의 그룹이든 여러 그룹이든간에 어려운 일이다. 그 한 예로서 조사된 노령층을 보면 잘 알 수가 있다. 그들은 어느 시점에서 보아도 적절한 디자인상의 필요가 없는 것처럼 보인다.

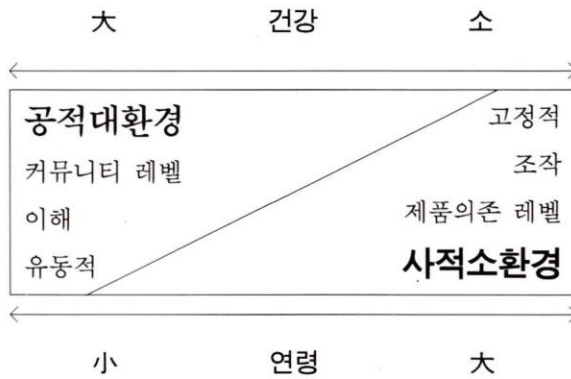
산업의 참가를 증폭하는 하나의 방법은 고령자의 제요구를 현존하는 제품의 개발을 위해서 이미 사용되고 있는 기준에 부가하는 것이다. 이것은 또한 메이커의 입장에서든 익숙한 영역에서의 노력을 확장하도록 요구되어질 망정 전혀 새로운 제품의 개발이라든가 새로운 마케팅의 성과를 필요로 하지 않는다고 하는 점에서 취하기 쉬운 방법이다.

5-2 제품환경의 분류

대환경은 건축적 혹은 커뮤니티 레벨의 디자인 혹은 물리적 환경, 그리고 소환경은 사적척도(私的尺度)-개인에 있어서 가장 신변에 가까운 사물로 특징지어진다. 소환경은 한 개인의 손이 닿는 물리적 환경이며 신체가 약해짐에 따라 개인의 사적소환경은 점점 좁아져 간

다. 개인에 관계되는 소환경의 요소; 의자류, 침대, 테이블류, 수납유닛, 기구류 등. 소환경은 제품환경이다. 이것은 유저와의 절박한 관계레벨로 연동하는 공간으로 조직화되어 있던 아니던 다음과 같은 물건들의 집합으로서 이루어진다. 조작류(造作類), 의자류, 기구류(器具類), 테이블류, 조명기구, 그외의 품목

소환경은 손이 닿는 범위에 있는 물리적 환경의 일부이다. 이 환경에 손을 뻗어서 그것을 이해하기 위해서는 우선 그것을 자각하지 않으면 안된다. 또 다른 것과 관련하고 있는 하나의 구성요소의 위치관계를 정확하게 하기 위해서도 또 그 환경에 의미있는 조절은 피하기 위해서도 혹은 그 환경을 개인적인 제어하에 두기 위해서도 지각인식이 필요하다. 이를 위해서는 정보는 지각적인 경로를 통해서 처리되지 않으면 안된다.



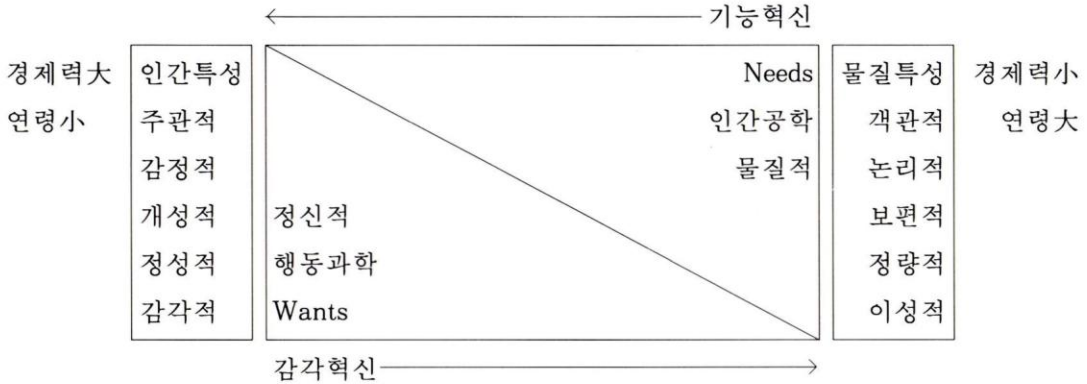
(그림 5-2) 고령자의 제품환경 레벨

고령자를 위한 것이든 혹은 어떤 다른 연령층을 위한 것이든 하나의 제품을 디자인한다고 하는 생각은 제품을 하나의 계속되는 프로세스로 보려고 하는 의도를 가지고 있다. 제품을 만든 사람 혹은 제품을 사서 실제로 사용하는 사람의 입장에서는 그 제품은 완료된 것으로서 보인다. 그러나 실제로 제품과 그 사용자는 시간과 함께 수많은 변화를 겪게 되며 만약 제품이 그러한 변화에 대응하는 변경이나 수정을 허락하지 않는다고 한다면 많은 경우 그 제품을 폐기하지 않으면 안된다. 때문에 고령자를 위한 제품을 그것을 사용하는 사람의 요구에 맞도록 부단히 변화시키는 것이 실제적 방법이다.

5-2-1 제품환경

사적(私的)레벨에서 고령자는 자신의 소유물과 그것들에 의해서 둘러 싸인 환경과의 사이에 보다 접근된 관계를 가지게 된다. 즉 가구와 기구류와 그 외의 형을 가진 제품류 등의 소유물로 이루어지는 환경이 그것들의 소유자의 거주장소라고 하는 증거가 된다. 보기에

따라서는 제품의 조작성이나 기능은 제품이 그 공간을 차지하고 존재하고 있다는 의미에 비하면 그다지 중요한 일이 아닐지도 모른다. 분명히 심리적인면이 존재하여 제품의 디자인과 공간의 소유권이 희박해짐에 따라 점점 중요성을 띠는 제품의 소유권 등에 영향을 주고 있는 것이다. 그러나 가장 중요한 것은 제품류의 설치, 배열, 선택 그리고 사용 등이 하나의 환경을 만들어 낸다고 하는 점이다.



(그림 5-3) 고령자용 제품의 위치

사적레벨에서는 건축은 관계가 없으며 개인이 선택한 사적인 물건들이 사적환경을 만들어 간다. 가령과 함께 지각적인 식력이 쇠약해지거나 변화해 갈 때 주위의 이것 저것은 지각에 있어서 전체적인 인식으로부터 지워져 가나 개인이 일상적으로 사용해 왔던 사적환경은 분명하게 지각인식된다. 그러한 사적환경은 의식의 심층에 침전되고 응축되어 보다 친밀한 것이 된다. 만약 제품류가 하나의 환경이 되어간다고 하는 관계속에서 파악한다고 한다면 디자인의 Context는 이제까지 가정되어 온 Context와는 근본적으로 다른 것이 될 것이다. 오늘날 제품을 디자인 하고 생산하는 Process에서는 각각의 제품은 배타적이며 거의 자기충족적인 것처럼 간주되고 있다. 현저한 예외로서는 Module화(단위화)된 가구라든가 오디오기기 등을 들 수 있을 것이다. 이러한 예에 있어서도 각각의 단위는 그것이 관계하는 다른 소환경에 대한 고려가 없이 패키지로서 디자인되는 것이다. 6면으로 이루어지는 양적존재로서의 라디오와 환경 가운데 편리하게 적절한 장소에 배치되어 있는 콘트롤 패널 이외에는 무엇하나 눈에 띄지 않는 음향 시스템과의 사이에는 하나의 명료한 차이가 있다. 이 제품환경이라고 하는 사고의 가장 중요한 점은 제품류가 함께 어우러져 사용되어지면 그것들은 각각이 개별적으로 생각했을 때의 것과는 다른 것이 된다는 것이다. 제품환경 가운데서 전체는 개개 부분의 요지를 한데 모은 것 이상의 작동을 하게 된다. 제품환경으

로부터 우리나라오는 의미는 미학적 고려에 그치지 않고 끝없이 확장된다. 따라서 사적환경 레벨에서는 무조건 제품의 통합을 생각하거나 또는 제품을 서로 분리된 것으로 보는것이 아니라 어떠한 것이 함께 사용되어야 하는가라는 Context에 대해 깊이 생각하지 않으면 안된다.

5-2-2 Normalization

예전에는 지역사회 혹은 일반주택에서 가족이나 사회로부터 충분한 보호를 받을 수가 없는 고령자는 공공시설 등에 입소하여 사회적 보호를 받을 수 있게 하고 거기에 필요한 수용시설을 수요에 맞게 건설하고 운영하는 것이 복지국가의 역할이었다고 생각되었다. 그러나 1970년대 이후 복지 선진국 덴마크를 중심으로 한 유럽제국과 일본 등에서 고령자의 생활은 Normalization(正常化)하는 것을 중시해야 한다는 의견이 강하게 나타나고 있다.

연령별로 특화된 제품환경은 고령자를 사회에 있어서 가치와 역할을 최소로 하여 사회의 주류로부터 고립시키는 결과가 된다. 서로 다른 연령층이 함께 공유할 수 있는 제품환경은 확대된 사회적 역할을 고령자에게 제공할 수 있다. 고령자가 그들만을 위해서 특화되지 않은 제품, 생활편의시설에 접근할 수 있다는 것은 일상적인 교제의 패턴을 유지하여 Informal한 교제의 기회를 만들 수 있다. 낮은 능력의 수준에만 대응하고 있는 제품환경은 적용할 수 없는 사람의 태만을 조장하며 그 가능성을 전면적으로 시도해 보지 않은 사람의 수동성을 부채질 할 것이며, 반면 압력이 높은 제품환경은 거기에 대응할 수 있고 그 달성에 대해 자랑스럽게 생각할 수 있는 사람에게는 긍정적인 것이다. 따라서 제품환경은 선택에 자유도를 부여하는 다양성이 있어야 하며 단지 살아가기 위한 기회는 물론 가능성을 전면적으로 시도해 볼 수 있는 기회를 제공해야 한다. 여기서 제품환경은 잠정적으로 시도해 볼 수 있는 기회를 제공해야 한다. 여기서 제품환경은 잠정적으로 융통성, 적응성, 선택성, 수정성, 변화성, 다양성 등의 언어로 표현되는 Guide Line을 가져야 할 것이며 아울러 개성화, 프라이버시, 자립, 환경자극, 자기존엄, 권위존중, 개별성 등으로 개념화되고 제품이라는 유형의 구성요소로 번역해야 한다. 이렇게 함으로써 고령자에게 공평한 Access의 기회를 제공하며 인간성을 빼앗는 사회적·심리적 장벽을 제거할 수가 있다.

산업의 측면에서 보아도 특별한 User라고하는 전제가 있기는 해도 그 최량(最良)의 적용은 특수화된 시장이라든가 분할된 시장에 대해 임하는 단지 특수화된 디자인이 아니라 넓은 시장을 향하고 있는 모든 물품을 생산하는데에 초점을 맞추어야 한다. 오늘날 시장이라고 하는 것은 세분화되고 특수화되어 있기 때문에 거기에 초점을 맞추어서는 한정된 가능성밖에 가지지 못한다.

디자인이 취해야 할 방향 가운데서도 최악의 가능성은 일반시장의 맥락으로부터 벗어나

서 특수화된 제품을 생산해 내는 것이다. 자동차, 전자제품, 여러 가지 기구류, 기타, 시장에서 구입할 수 있는 여러 가지 물건은 일반제품의 라인 가운데서 특수형으로 세분화되어서는 안되고 보다 넓은 구매층을 포함할 수 있도록 확장 해석하지 않으면 안된다. 사회는 「노인전용전화기」라고 하는 특수한 전화기를 기대하는 것이 아니라 고령자를 포함한 보다 많은 사람이 장애를 받지 않고 편하게 사용할 수 있는 전화기를 기대하고 있다.

5-2-3 Specialization

평균적인 성이라든가 표준적인 인간이라고 하는 것은 있을 턱이 없다. 그럼에도 불구하고 통계라고 하는 것은 남자이든 여자이든 혹은 어린이든 누구라도 모두 어떤 한 줄에 속하도록 구분해 버리는 인상을 준다. 인체비교 측정학적 분류의 가장 발달된 수법조차도 사람들의 진실된 모습을 왜곡없이 전달할 수는 없다. 종래 사용되어온 종모양(鍾型)의 그래프는 인구의 분포를 양(量)으로 나타내고 있다. 연령이라고 하는 차원에서 이 그래프를 보면 백분율의 분포는 최고치가 청년층이며 최저치가 고령자 특히 여성으로 되어 있다. 종래의 디자인계획 실무에서는 대부분의 고령자는 이른바 표준적인 범위라고 불리우는 5퍼센트에서 95퍼센트의 사용자의 범위에는 들지 않는다고 간주될 것이다. 만약 모든 사람들의 특색이 이론상 인생의 연속체의 위에 늘어놓아져 있다면 거기에는 여러가지 변동이 나타날 것이다. 더우기 신체의 각 치수에도 변화가 있으므로 인체비교 측정학상의 데이터라고 말한다는 것은 결코 통계적 진실을 나타내는 부동의 세계는 아니다.

그렇다고 하면 이제까지 간과되어 왔던 아래의 두 가지의 기준이 디자인하는데 있어서 고려되지 않으면 안된다.

- (1) 사람들은 끊임없이 변화해 가므로 제품류도 환경과 함께 그 변화에 대응해야 한다.
- (2) 인구 가운데서도 다른 연령층별로 다른 특유의 상태를 나타내야 한다.

통상의 디자인프로세스에 있어서는 어른과 어린이의 사이에서는 구분이 되어 있으므로 불가능할 리가 없다. 연령에 관련하는 여러 가지 차이라고 하는 것을 보다 잘 개념화하는데는 각각의 인간을 성장, 변화, 발전하는 연속체로서 파악하는 것이 보다 효과적이며 현실에 접근할 수가 있다.

현재의 기준으로부터 외연적으로 범위를 넓히는 것은 약간의 개선은 될 지언정 그 효과는 한정되어 있다. 가장 적절한 변화는 주어진 디자인 상황의 배경에 나타난 말단의 기준에 따른 프로세스를 디자인하는 것이다. 그러나 이들 규범을 정의하는 것은 쉬운 일이 아니다. 왜냐하면 매개변수가운데는 한계를 무리하게 확장시켜 적응성의 범위를 훨씬 넘어버리기 때문에 효과적인 제품개발을 저해하는 것도 있기 때문이다. 통상의 고령화에 대해서 보다 광범위하고 일반적인 제조조건은 좋은 시장 감각의 입장에 서서 디자인 프로세스로 종합되

지 않으면 안된다. 시장으로서는 500만인 이상의 구매자가 있으리라고 추정되고 있으나 이들은 모두 보는 것, 듣는 것, 먹는 것, 건디는 것, 의지를 전달하는 것 등에 영향을 주는 연령에 관련되는 여러가지 변화를 지니고 있다. 이 고령자층을 새로운 특수한 시장으로서 파악하는 것은 인간인자학상의 「특수한 유저」라고 하는 효과적인 문맥가운데서 게다가 중요한 단서가 될 것이다. 특수한 사용자를 위한 디자인이라고하는 것에 관한 간단한 정의는, 정당한 시장으로서의 이 사용자그룹의 표준적인 제 속성에 대해서가 아니라 그 여러가지 한계에 대해서 디자인을 하는 것이다.

5-3 인간공학적 배려

5-3-1 고령자에 관련하는 인간공학적 고려

오랜 세월에 걸쳐 천천히 일어나는 가장 중요한 변화는 손이 닿는 범위가 좁아진다는 거나 몸의, 특히 팔의 유연성이 없어진다고 하는 점이다. 관절염이 시작되면 쥐거나, 누르거나 하는 것이 곤란하므로 제품류의 콘트롤 부분을 다루는 것이 어렵게 된다. 따라서 근접의 용이성, 다루기 쉬움이라고 하는 관점에서 보면 매일 매일 불가결한 가사에서의 이 영역과 고령자와의 관계는 피할래야 피할 수가 없다. 이 영역에서 디자인 문제를 찾는다고 하면 가장 폭넓은 층에도, 신체장애자와 감각을 잃은 사람과 같은 특수한 층에도 또 어떠한 조건하의 사람에게도 적용할 수 있는 몇 가지의 방향성을 가진 제안을 할 수가 있다. 때문에 환경을 최대한으로 사용하기 위해서 계획된 방법을 적용함으로써 해서 물리적인 장애와 정신적인 장벽을 제거하거나 효과적으로 감소시킬 수 있다.

대개의 경우 쇠약하거나 감각을 잃은 고령자가 물리적 환경 안에서 직면하고 있는 당혹감과 방향상실 그리고 사용에 있어서 장애등의 제문제를 인식하는 것은 누구라도 납득할 수 있는 상식적인 것이라 해도 과언은 아닐 것이다.

5-3-2 제품을 위한 기술레벨의 적절함

20개 이상의 보턴을 가지고 있는 전자렌지나, 여러 가지 기능이 첨가되고 수많은 조작보턴이 붙어 있는 전자제품 등은 고령자뿐만 아니라 어느 연령층의 사람에게도 적절하지 못하다. 하물며 고령자가 잔뜩 늘어서 있는 푸쉬보턴이나 다이얼에 곤혹감을 느끼는 것은 당연할 것이다. 현대에 이르러 기술의 발전을 단순히 과시하는 듯한 제품류의 복잡성은 그 정도를 더해 가고 있다.

그러나 고령자용의 제품은 보다 단순화되어 쉽게 이해되지 않으면 안된다. 이러한 전반

적인 반동이라고 불리울만한 방향에는 확실히 에너지의 유효성이라든가 자원의 필연적인 감소에 기인하는 부분도 있다. 제품류의 전체적인 코스트다운을 피하거나 제품류의 선택지(選擇枝)의 수와 복잡성에 대해서도 고려하지 않으면 안된다. 그러나 그 전반적인 결과로서 제품류가 기능성에 있어서 후퇴할 필요는 없고 보다 많은 사람들을 위해서 유용하며 사용하기 편한 제품이 되어야 한다.

고령자에게 사용되는 제품류의 디자인에 관계하는 요소는 수 없이 많다. 그러나 시장의 제변화에 관한 지식과 계몽이 높아져 가고 있는 이 시점에서 조차도 이들 요소는 그다지 고려되고 있지 못하다. 이러한 상황은 자립생활을 하고 있는 고령자에게 있어서는 제품류가 사용하기 불편함을 의미하며, 메이커의 입장에서 보면 제품의 판매에 있어서 중요한 시장의 하나를 놓치게 되므로 그 시장의 장래성이 낮아지고 있다는 것을 의미한다.

5-3-3 지각적 인식과 조작기능

인간공학에 관해서 고려해야 할 두번째의 영역은 지각적 인식과 콘트롤 기능에 관련하는 복잡한 작업이라고 하는 문제이다. 표시기기, 콘트롤 장치류, 작업용 조명 등과 시력변화(視力變化)와의 관계는 중요하므로 보다 깊은 탐구와 수정이 필요하다. 문자형의 선택과 크기, 색채 등의 선택, 가독성, 배경이 되는 색채와 반사의 정도 등도 고령자용 제품에 관계하는 중요한 디자인의 요소이다.

(가) 이해와 Guide Line

사람과 물리적 환경과의 관계를 분류하기 위해서는 이해에 관한 개념적 프레임을 부여하는 것이 필요하다. 이러한 프레임이 있으면 여러 가지 문제를 분류할 수가 있으므로 변화의 제특성이 환경 사용자와 환경과를 맺어 주는 중요한 역할을 담당할 수가 있다. 4단계로 이루어지는 프레임은 보다 복잡성을 더해 가는 여러 가지 관계에 의해서 구성되어 있으며, 이들 관계는 경고(警告), 표시(表示), 장애(障害)의 극복, 감응(感應)이며 이들 용어의 정의는 다음과 같다.

- ① 경 고 : 생명을 위협하는 상황 혹은 유해(有害)를 전달하기 위해서 필요한 자극. 이것들은 우선 명확하지 않으면 안되며 또 다른 환경적 자극과 주위의 음 등과 혼돈되는 일이 있어서는 안된다. 지각에 장애가 있는 사람들에게 유해 혹은 생명을 위협받는 상황이라는 것을 알리기 위해서 사용되는 신호는, 그 신호가 확실하게 전달되고 그에 따라서 행동이 이루어지도록 몇 가지의 신호를 중복 사용함으로써 정보의 접수에 실수가 없도록 해야한다.

- ② 표 시 : 환경의 사용자에게 그 환경으로부터의 「위치」와 「길」에 관한 정보를 전하는 것. 예를 들어 어떤 장소에 마침 있던 사람에게 그 장소가 어디인가를 「이해시킨다」. 정보의 표시가 적절하지 못하면 환경의 사용자에게 혼란을 불러 일으켜 자신이 있는 장소를 알 수 없게 만든다. 경고의 항에서 기술한 바와 같이 여기서도 몇 가지의 신호를 중복 사용함으로써 환경의 사용자가 그 환경 가운데서 자신이 있는 장소를 다른 장소와 관련지어서 정확하게 인식하는 것을 도와야 한다.
- ③ 장애의 극복 : 이 부분은 이동의 물리적인 면, 특히 하나의 환경에서 방해 받는 일없이 연속적으로 물리적으로 이동하는 것을 대상으로 하고 있다. 환경의 사용자는 그 환경 가운데서 어떤 장소에서 다른 장소로 이동할 때 방해받거나 헤매거나 할 수밖에 없다. 장애의 극복을 용이하게 하기 위해서 그 환경이 가지지 않으면 안되는 두 가지의 중요한 측면이 있다. 우선 최초로, 장애자가 그 장소를 사용하는 것을 저해하는 물리적 장애가 제거되어야 할 것. 다음으로 그 시설에 사용되는 신호는 반복해서 혹은 연속적으로 사용되어야 하는데 이렇게 함으로써 다시 어떤 사람이 그 장소 가운데에서 이동하기 시작하면 머뭇거리거나 헤매임 없이 목적지에 닿게 된다.
- ④ 감 응 : 이 개념은 개인과 환경과의 사이에서 일어나는 전달 가운데서도 가장 미묘한 것으로 주위 환경의 미적 측면의 효력에 의해서 마음의 안정상태와 지위를 전달하는 것이다. 감응은 어떤 환경의 사용자와 그것을 둘러싼 상황과의 사이에서 일어나는 대화(對話)라고 보면 좋다. 단지 이 대화는 언어에 의하지 않고 무언가의 단서라든가, 귀뜸, 그리고 자기의 영역을 나타내기 위한 물체의 사용 등을 통해서 이루어진다.
- 이 대화의 보다 미묘한 형식은 귀뜸하는 것, 혹은 여러 가지 신호라고 하는 개념의 폭넓은 특성 가운데 포함된다. 귀뜸이라는 것은 가장 단순화한 형의 지시를 말하나 그것은 또 마음의 안정상황에 대해서 말하는 신호이기도 하다. 환경의 사용자의 눈으로부터 말하면 자신이 관리되어지고 있다고 생각케 하는 물건들이 주위에 있으므로 그것들을 제거함으로써 그들의 필요 없는 자책감이나 환경에 대한 적개심을 없앨 수가 있다.

(나) 조작과 가이드 라인(Guide Line)

모든 환경에서 사용되고 있는 제어구는 누구라도 그것을 사용할 수 있도록 하는 것을

전제로 선택되고 디자인되었을 터이나 실제로 ‘누구라도’ 라는 말에는 장해를 가진 사람, 손과 눈을 잘 통합해서 사용하는 점에 문제가 있는 사람은 포함되어 있지 않다. 고령자의 대다수는 감각상의 문제를 가지고 있으며, 그 때문에 환경과 제품을 관리하거나, 문을 여닫거나, 선택, 조작하는 데 필요한 제어력을 갖고 있지 못하다. 표준적인 환경제어장치, 예를 들어 조명용 스위치, 창문금구, 수세식변소의 노브(knob), 썩크대의 수도꼭지, 전자제품의 조작보턴 등의 조작은 신체에 아무런 이상이 없는 사람조차도 사용하기에 어려움을 느끼고 있는 터에 많은 고령자는 그 제품에 문제가 있다고 생각하기 전에 쇠퇴한 자신의 시력이나 관절염을 원망할 것이다.

- ① 제 품 의 방 향 : 커다란 단위에서의 배치에 관한 결정으로 이는 유저에 의한 적정하고 안전한 조작을 위한 노브류와 표시류를 방향 짓는 치수상의 관계를 결정한다.
- ② 노브류와 표시의 관계 : 어떤 기기를 취급하는 데 필요한 적절한 정보는 무엇인가 그리고 노브와 표시라고 하는 조작에 관계하는 이들 두 가지의 그룹 사이의 협동의 결과로서 기계를 바르게 이해하고, 지각하고, 조작할 수 있는 유저의 능력에 관해서 결정하는 것.
- ③ 기 능 조 작 : 미리 상정된 이론적인 조작수준과 그 기기의 사용을 통해서 유저가 나타내는 실제의 조작패턴.
- ④ 제 품 의 사 용 : 제품을 사용하는 데 있어서 이론적 혹은 실제적인 타입. 예를 들어 그래픽이퀼라이저가 있는 음향기기의 경우, 그래픽적 효과 외에는 효용이 적은데도 불구하고 그래픽이퀼라이저가 장착된 음향기기를 디자인해야 하는가 하는 것이 실제상의 사용면에서와 마찬가지로 마케팅의 면에서도 하나의 중요한 질문이 된다.

5-3-4 공적대환경 제품 개발의 기준

다음은 환경적 Communication의 개념적 프레임을 구성하는 제요소에 관해서 환경을 개량할 수 있는 몇 가지의 기준을 분류하려고 하는 시도이다. 환경을 사용하기 편하게 한다고 해도 모든 고령자층을 만족시킬 수 있는 포괄적인 제안을 하는 것은 불가능하다. 그러나 예를 들어 「감각을 잃은 고령자를 위한」이라는 현실의 특정 문제인식에 의거하는 몇 가지의 디자인적 해결방법을 제시하는 것은 가능하다.

- (가) 음향의 제어와
희박화 : 음이 반발하는 개방적인 공공공간 안에서 주위에 에워싼 여러 가지 잡음은 두꺼운 직물류의 걸개, 스크린, 깃발, 파넬 등의 방음제를 사용함으로써 해서 감소시킬 수가 있다.

또한 천정이나 벽의 표면재에도 신경을 써서 반향음이나 높은 주파수의 잡음을 줄일 수가 있다.

- (나) 음에 의한 신호 : 엘리베이터에는 승강이 안전한 때에 중음 정도의 음을 내서 알려주는 장치를 할 수가 있다. 적은 층수의 건물에서는 각 층마다 서로 다른 음을 냄으로써 시각적 신호에 의지할 수 없는 시력장애자의 보조적인 신호의 역할도 할 수 있다.
- (다) 시각사인과 공간인식을 위한 장치 : 환경의 반복적인 요소에 의해서 일어나는 제문제를 완화시키기 위해서 색채패턴을 사용할 수가 있다. 사인시스템의 「그림과 배경」의 관계에 있어서 심볼이 되는 그림과 그것이 놓여지는 배경과의 사이에는 대단히 높은 비율의 콘트라스트를 필요로 한다.
- (라) 촉각에 의한 사인 및 표시장치 : 촉각을 통해서만 물체 내지는 공간을 인식할 수밖에 없는 고령자를 위해서 점자 혹은 입체지도, 표면처리 등의 장치가 필요하다.
- (마) 제어를 위한 장치 : 고령자는 환경과 제품을 관리하거나, 열고 닫기, 선택, 조작하는 데 필요한 제어력이 약하다. 예를 들어 조명용의 스위치, Door Knob, 창문의 잠금쇠, 수도꼭지, 좌변기 Knob, 전자제품의 Knob 등 우리 주위에서 흔히 볼 수 있는 수 없이 많은 제어장치가 이에 해당한다.

5-3-5 사적소환경 제품 개발의 기준

고령자에 있어서 가장 중요한 환경은 그들이 점유하고 있는 공간보다 크지는 않다. 이 밀착된 환경 가운데 그것을 자신이 컨트롤하고 있다고 하는 생각이라든가 자신이 해보려고 하는 도전의욕을 불러 일으키기 위한 자극을 제공하기 위해서 다음의 몇 가지의 기준이 필요하다.

- (가) 안전성 : 고령자의 개인적 공간이라고 하는 것은 대단히 위험하다. 미끄러지고 넘어지고, 생각치 못했던 곳에서의 의식상실, 예리한 각을 가진 제품 및 가구류, 눈에 잘 띄지 않는 장애물, 그 외의 여러 가지 위험이 최신의 설비와 제품을 갖춘 방 안에 도사리고 있다.
- (나) 접근의 용이성 : 일반적으로 자기자신을 유지하거나 안녕을 도모하기 위해서 필요한 시설 및 제품에 용이하게 접근할 수 있는 공간적 배려가 있어야 한다.
- (다) 이동의 자립성 : 어디에 있던 하나의 실내공간에서 생활하고 있는 고령자는 면(面)에서 면(面)으로의 이동, 방 안에 있는 설비와 제품류의 사용, 실내외로의 출입이 자유로워야 한다. 그러한 자신의 의지로 동기지워지는 결정을 방해해서는 안된다.
- (라) 일상생활 : 이동의 자립성에 관한 것과 마찬가지로 자기자신의 것을 자신이 행하고 유

지해 가기 위한 모든 일상적인 기능에 대해서도 그 가능성을 최대한으로 추진하기 위해서 사적공간 안에 있는 제품류의 원조가 있어야 한다.

- (마) 융통성 : 방안의 설비 및 제품은 개인적인 취향에 따른 변화의 가능성을 가져야 한다.
- (바) 개인화와 제어 : 고령자의 사적소 환경 안에 있는 제품은 고령자 자신의 전용이라고 하는 의식을 갖게 하는 것이 중요하다. 조명을 점멸시키기 위한 전원용 스위치류, 전화, TV, 라디오 그 외의 모든 장치는 고령자의 조건에 적합하도록 디자인되지 않으면 안된다.
- (사) 보좌성 : 고령자의 사적소 환경의 설비나 제품은 고령자의 쇠퇴한 부분을 보조하는 효과를 가져다 주어야 한다.
- (아) 빛과 소리의 제어 : 고령자의 지각상의 쇠퇴에 상응하는 빛과 소리의 양을 부여해야 한다. 그것은 공간의 인식과 커뮤니케이션이 보다 정확하게 이루어질 수 있도록 면밀하게 관리, 조정되지 않으면 안된다.

5-4 고령자용 제품개발을 위한 조사

5-4-1 제품개발의 필요성

일반적으로 고령자를 대상으로 하는 실버산업은 그 영역의 한계가 모호하다. 그만큼 그 영역안에 잠재하는 제품의 한계를 구분하는 것도 용이한 일은 아니다. 그럼에도 불구하고 실버마켓은 특수한 연령을 대상으로 하는 특화된 시장으로 규정되나, 고령자들은 실버마켓에만 국한되지 않고 각종의 일반 소비영역에서 소비생활을 하고 있다. 실제로 이들 시장을 겨냥하는 제품 아이템은 수없이 많으나 크게 보면 다음의 세 가지로 나뉜다.

(가) 신체기능 보조상품

쇠퇴해 가는 신체적 기능을 보완하려고 하는 상품이나 개호용품이 이에 해당한다. 이들 분야의 상품의 특징은 실버마케팅으로서의 전략보다는 기능성이 중시되는 Basic한 시장의 성격이 강하다.

(나) 기호·적정상품

고령자의 기호나 적정성을 타겟으로 하는 상품으로 건강, 전통, 향수(鄉愁)지향의 면에서 접근이 시도되고 있다. 그러나 실버마켓이 아니라 일반적인 건강 식품 시장으로서의 성격이 강하다.

(다) 시간엔조이형 상품

시간적 여유가 많은 고령자를 대상으로 쾌적한 생활과 여생을 즐기는데 관계하는 상

품·서비스이다. 주로 문화활동이나 취미교실, 여행 등 시간을 충실히 해서 생활을 즐기는 데 역점이 주어지고 있다.

이렇게 보면 실버마켓은 시장으로서는 존재하나 마케팅시장으로서는 일부 상품을 제외하고는 존재하지 않는 것처럼 보여진다. 특화된 시장은 신체기능 보조상품 영역뿐으로, 나머지는 영역의 구별이 애매하다. 따라서 나머지 영역에서는 고령자를 균질적으로 바라볼 것이 아니라 다양화한 일반시장 구조의 각도에서 바라보아야 한다.

사람들의 라이프 스타일이 다양화됨에 따라 여러 가지 개성적인 니즈가 발생하기에 이르렀다. 이에 기업측도 고령자시장의 마케팅전략의 발상전환이 당연하며 차제에 시장 창조형 혹은 엔조이라이프 제시형의 마케팅이 불가결하다.

5-4-2 조사의 개요

(가) 조사의 배경

고령자들은 나이와 함께 건강이 쇠퇴하며 역할이 줄고 사회적으로 고립되어지는 것이 일반적인 현상이다. 이 때문에 고령자들은 일반 청·장년층과는 달리 제품을 매개로 한 보조가 절실하다. 따라서 고령자의 전면에 나타나는 인간적인 개성, 욕구, 경제력 등을 조사하여 생활자로서의 고령자의 유형분류를 꾀하고, 생활의 양태와 기대하는 생활의 질을 추출하고 디자인어로 번역해서 제품을 통해서 고령자에게 환원시키지 않으면 안된다.

(나) 조사의 목적

2000년대에 다가올 고령화 사회에 대비하여 고령자들을 욕구를 중심으로 유형화하고 각 유형별 욕구 수준을 파악하여 「고령화 사회의 도래에 따른 전략적 상품개발」에 기초 자료를 제공하는데 있다.

(다) 조사의 대상

미래사회는 지금보다 소득 수준이 향상된 사회로서, 자연 소비수준도 높아질 것으로 예상되므로 본 조사의 대상은 현재의 생활수준이 중·상층인 고령자를 선택하였다.

연 령 : 55~74세

성 별 : 남녀 동비율

생활수준 : 아파트 35평 이상, 단독주택 대지 100평 이상에 거주하는 노인

지 역 : 서울시

(라) 조사의 실시

(1) 조사기간

1990. 8. 21~9.4

(2) 표본추출법

성별 및 연령에 기초한 Quota Sampling

(3) 자료수집방법

질문지를 이용한 방문 1:1 면접

(4) 자료처리

회수된 설문지는 검증과 편집과정을 통해서 총291부가 유효 처리되었고 입력된 자료는 SPSS PC통계 패키지로 처리하였다.

(5) 표본의 특성 및 분포

| | | 성 별 | |
|----------|-------|------|------|
| | | 남 자 | 여 자 |
| 전 체 | (291) | 55.7 | 44.3 |
| 연 령 | | | |
| 54-59 세 | (119) | 48.7 | 51.3 |
| 60-64 세 | (99) | 65.7 | 34.3 |
| 65-69 세 | (42) | 50.0 | 50.0 |
| 70-74 세 | (31) | 58.1 | 41.9 |
| 직 업 | | | |
| 관리 / 사무 | (84) | 84.5 | 15.5 |
| 서비스기타 | (69) | 73.9 | 26.1 |
| 무 직 | (73) | 47.9 | 52.1 |
| 주 부 | (65) | 7.7 | 92.3 |
| 수 입 | | | |
| 70만 이하 | (77) | 49.4 | 50.6 |
| 70-150 만 | (131) | 63.4 | 36.6 |
| 150만 이상 | (83) | 49.4 | 50.6 |
| 종 교 | (113) | | |
| 기 독 교 | (69) | 50.4 | 49.6 |
| 불 교 | (15) | 43.5 | 56.5 |
| 기 타 | (94) | 66.7 | 33.3 |
| 무 종 교 | | 69.1 | 30.9 |

5-4-3 조사결과의 분석

(가) 질문지 설계

(1) 욕구의 종류 선정

국내의 문헌자료 및 설문조사자료를 검토하여 고령자에게 필수적이라고 생각되는 욕구를 다음과 같이 16개 문항 9개 분야로 선택하였으며 이것은 모두 5점 척도로 평가되었다.

- 취업욕구 (2문항)
- 지식, 교육욕구 (2문항)
- 경제욕구 (1문항)
- 건강, 의료욕구 (2문항)
- 여가, 취미욕구 (3문항)
- 사회활동욕구 (2문항)
- 성취욕구 (1문항)
- 주택욕구 (1문항)

(2) 기타 유형분류에 필요한 문항선정

-라이프스타일 관련(16문항, 5점 척도)

- 리더쉽
- 내향성 / 외향성
- 개성
- 진취 / 보수
- 패션 / 유행추구

-가치관 관련(9문항, 5점 척도)

- 정치의식
- 노인관
- 사회변화의 의식
- 부부 / 자녀관
- 정년퇴직

-생활만족도(8문항, 5점 척도)

- 전체
- 분야별

-취미, 여가관련문항(선택지)

-기타

신체불편

건강을 위해 하는 일

생활의 보람

기타

-인구통계학적 변인

성

연령

수입원

생활수준

직업

가족과의 동거상태

배우자의 유무

교육수준

거주 주택의 종류

종교

가입 보험의 종류

각종 가전 제품의 보유율

(나) 결과 분석

(1) 요인 분석

선정된 16개 문항 9개 분야의 욕구 중에서 응답점수가 매우 편포된 주택욕구 1개 문항 (4.5점 선택이 70% 이상)을 제외한 15개 문항을 요인분석한 결과 다음의 표와 같이 5개의 요인이 선정되었다(아이젠 값 1.0이상).

스크리 테스트 결과 역시 5개 요인의 선정이 타당하며 5개 요인의 총 설명력이 57.2%로서 일반적인 설문지 조사상 설명량이 낮지 않으므로 이를 선택하여 군집분석에 활용하도록 결정하였고 다음과 같이 각 요인에 적절한 요인 이름을 부여하였다.

(2) 군집 분석

이상의 5개 요인으로 군집분석을 시도하여 7개 집단 분류에서 11개 집단 분류까지 군집

단계별로 각 집단별 특성을 검토한 뒤 집단의 특성을 가장 잘 요약해 주는 최소의 단위인 8개 집단으로 분류 유형을 확정하였다. 8개 집단의 적절한 명칭을 부여하고 명명된 각 집단의 5개 요인별 욕구 점수(인자점수)를 나타내면 그림 5-2와 같다.

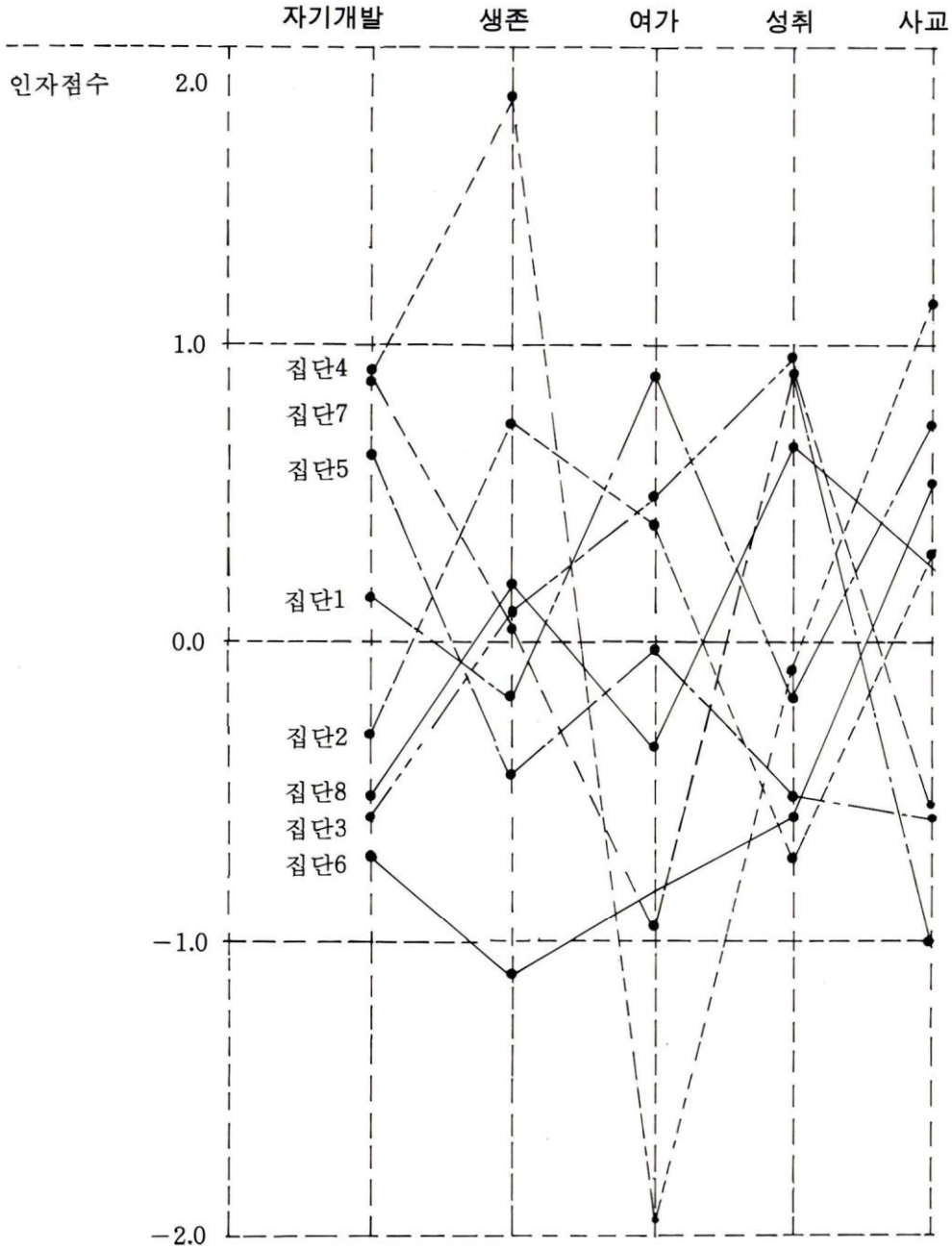
(3) 군집 유형화

8개 집단의 분류에 기초한 기준으로는 직업의 여부 및 생활수준이 크게 작용하여 다음의 도표와 같이 생존욕구를 포함하거나 생존욕구의 오른쪽에 위치한 그룹은 경제적으로 여유가 다소 부족하거나 직업생활로 인해 여가·취미를 향유하지 못하는 그룹이며 생존욕구의 왼쪽에 위치한 그룹들은 경제적으로 매우 풍성하여 직업이 있더라도 여유를 가지고 취미·여가생활이나 자기 개발에 몰두할 줄 아는 그룹이다.

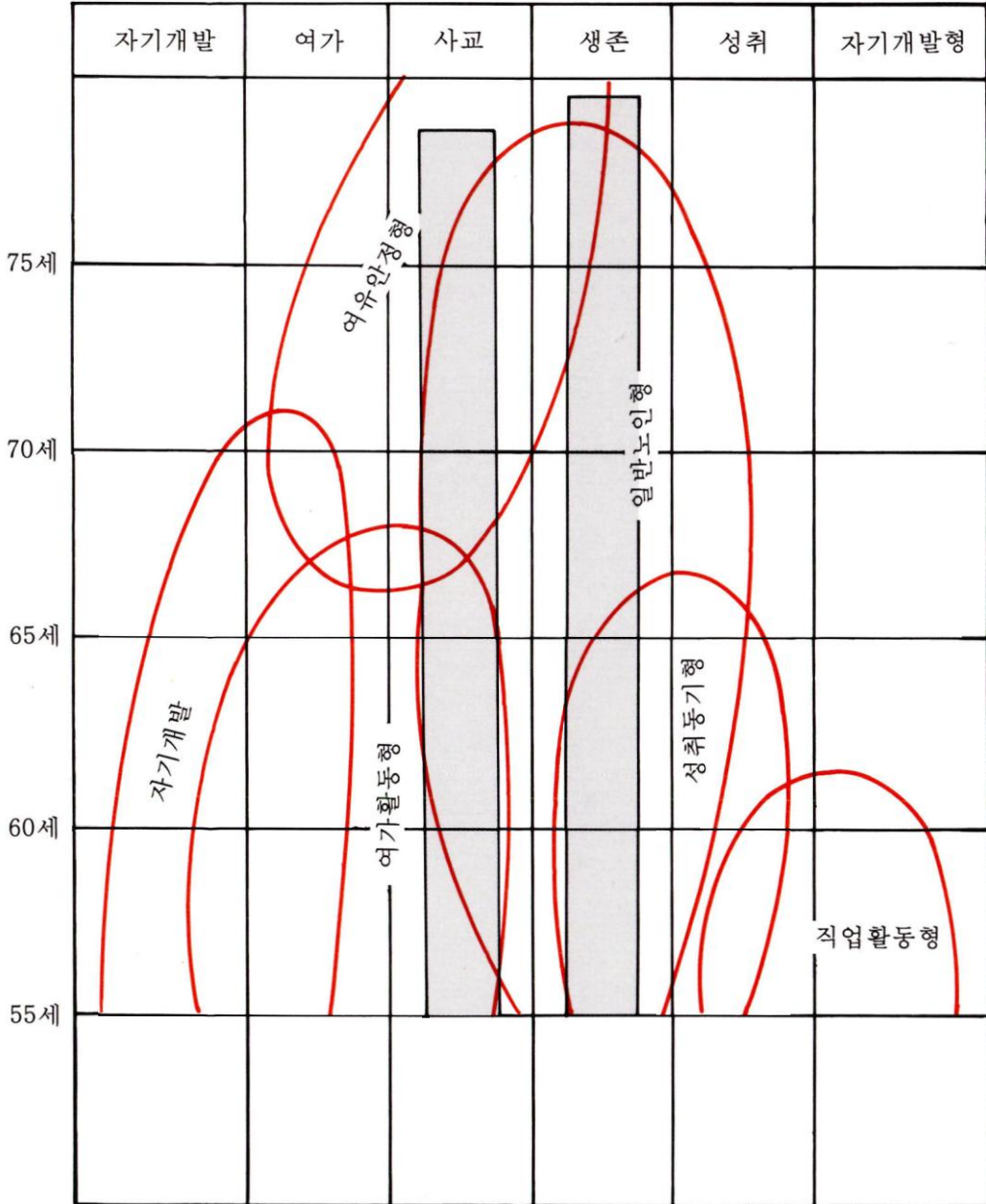
(표 5-1) 요인회전 및 요인명명

| 문 항 분 류 | 인자적재 값 | 요 인 명 명 |
|-------------|--------|-------------|
| 지 식 욕 (15번) | .78 | 자 기 개 발 욕 구 |
| 직업훈련 (5번) | .76 | |
| 사회활동 (13번) | .59 | |
| 직업유지 (1번) | .56 | |
| 가족친교 (9번) | .74 | 생 존 욕 구 |
| 재정욕구 (6번) | .66 | |
| 의료욕구 (12번) | .64 | |
| 여가활동 (14번) | .68 | 여 가 활 동 욕 구 |
| 유머오락 (16번) | .60 | |
| 멋의추구 (4번) | .56 | |
| 건강유지 (2번) | .55 | |
| 직업유지 (8번) | .69 | 성 취 욕 구 |
| 성취동기 (3번) | .67 | |
| 친 교 (7번) | .80 | 친 교 욕 구 |
| 봉사활동 (10번) | .75 | |

(그림 5-1) 8개 집단의 5개 인자점수 비교



(그림 5-2) 유형분류



* 본 그림에서 나타나지 않은 제6집단과 제7집단은 각각 사교와 생존의 욕구만 돌출된 집단으로 그림에서는 생략되었다.

<각 집단의 명명>

- 제 1 집단 ----- 여가활동형
- 제 2 집단 ----- 여유안정형

- 제 3 집단 ----- 성취동기형
- 제 4 집단 ----- 직업활동형
- 제 5 집단 ----- 자기개발형

- 제 6 집단 ----- 평안무사형
- 제 7 집단 ----- 생존추구형
- 제 8 집단 ----- 일반노인형

(표 5-2) 각 집단의 인구통계학적 특성

| | 제 1 집단 (41명) | 제 2 집단 (49명) | 제 3 집단 (31명) | 제 4 집단 (24명) | 제 5 집단 (63명) | 제 6 집단 (22명) | 제 7 집단 (5명) | 제 8 집단 (56명) |
|---------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|-----------------|
| 전체(291) | 14.1 | 16.7 | 10.8 | 8.3 | 21.7 | 7.4 | 1.6 | 19.4 |
| (성별) | | | | | | | | |
| 남자 | 28.2 | 14.9 | 57.0 | 67.4 | 50.7 | 45.1 | 20.0 | 51.5 |
| 여자 | 71.8 | 85.1 | 43.0 | 32.6 | 49.3 | 54.9 | 80.0 | 48.5 |
| (연령) | | | | | | | | |
| 54-59세 | 27.2 | 23.0 | 32.0 | 63.8 | 33.0 | 37.1 | 40.0 | 31.9 |
| 60-64세 | 38.2 | 14.1 | 35.1 | 21.7 | 33.0 | 24.7 | 40.0 | 26.1 |
| 65-69세 | 27.9 | 31.6 | 15.5 | 14.5 | 7.5 | 24.7 | - | 15.1 |
| 70-74세 | 6.6 | 31.3 | 17.5 | - | 26.4 | 13.5 | 20.0 | 26.9 |
| (직업) | | | | | | | | |
| 관리 / 사무 | 13.0 | 10.3 | 29.5 | 30.4 | 57.4 | 39.2 | - | 26.1 |
| 서비스기타 | 26.8 | 7.7 | 30.2 | 52.2 | 15.7 | 19.6 | - | 33.5 |
| 무 직 | 27.7 | 28.1 | 26.9 | 13.0 | 16.9 | 16.6 | 40.0 | 22.9 |
| 주 부 | 32.5 | 54.0 | 13.4 | 4.3 | 10.0 | 24.5 | 60.0 | 17.5 |
| (수입) | | | | | | | | |
| 70만이하 | 32.8 | 21.5 | 14.7 | 26.1 | 23.6 | 6.8 | 77.2 | 27.8 |
| 70-150만 | 28.2 | 43.1 | 58.4 | 65.2 | 50.7 | 44.2 | 22.8 | 48.4 |
| 150만 이상 | 39.0 | 35.4 | 26.9 | 8.7 | 25.7 | 49.1 | - | 23.8 |
| (종교) | | | | | | | | |
| 기독교 | 45.8 | 42.1 | 21.4 | 39.1 | 32.3 | 49.1 | 77.2 | 40.5 |
| 불 교 | 23.8 | 22.5 | 30.2 | 21.7 | 20.7 | 26.4 | - | 24.5 |
| 기 타 | 2.2 | 7.7 | 8.0 | - | 5.0 | - | 22.8 | 6.3 |
| 무종교 | 28.2 | 27.7 | 40.3 | 39.1 | 42.0 | 24.5 | - | 28.7 |
| 계 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

* 위의 각 수치는 본 조사결과와 수치를 국내 현실에 가깝게 하기 위하여 경제기획원 「인구 및 주택센서스」(1985년)에 의거 가중치가 주어진 조정 수치임.

(다) 유형의 특성 프로파일

(1) 여가 활동형

55세에서 60대 초반의 여성이 주류를 이룬다.(약 8할) 남편과 사별한 여성도 다소 있으며, 미혼자녀보다 결혼한 자녀와 함께 거주하는 비율이 높다. 주로 단독주택에 거주하며 남녀 모두 학력 수준이 높지만, 소수의 남성이 자영업 등에 종사할 뿐 직업을 가지고 있는 사람은 적다. 그러나 재산, 저축수입 등으로 생활은 윤택한 편이어서 생활과 소비는 별로 문제될 것이 없다. 노후 연금 등 보험가입율도 높은 편이다. 가족과 잘 화합하고 있으며 생활에 어려움이 없어 전반적으로 만족한 생활을 누리고 있다.

스스로는 건강하다고 자부하며 남들 만큼 조깅이나 산책을 하지만 여성의 경우 수영을 제외하면 특별한 운동은 하고 있지 않다. 그럼에도 불구하고 음식절제 등을 통한 건강유지의 관심은 어느 누구보다도 강하여 여성의 경우 보약/건강식품의 복용율이 높다.

이 집단에 속한 사람들의 가장 큰 특징은 역시 소비, 여가생활에 대한 욕구가 강하다는 점이다. 남녀 모두 바깥 출입이 활발하고 모임이 잦은 때문인지, 멋과 개성의 추구가 강하며 옷의 구입시에 패션을 추구하고 동료들에 비해 유행에 앞서가는 편이다. 기독교인이 많고 여성은 특히 종교집회에 자주 참가하며 사회활동, 봉사활동, 친구모임 등에 자주 참가하여 사교성이 매우 높아 외식도 잦다. 다른 여성에 비해 화투도 가끔치며 영화감상도 즐기는 편이다.

남성은 실내에서는 바둑/장기를 매우 좋아하며, 야외활동으로는 낚시를 즐기는 데 어느 누구보다도 그 정도가 강하다. 여성의 경우는 취미생활로 음악감상이 으뜸이며 노래도 자주한다. 그리고 모임이 잦은 때문인지 전화에 매달려 있는 시간이 길다. 남녀 모두 TV와 라디오를 즐겨 듣는 편인데, 독서에 대한 관심도 유지하고 있어 책과 보내는 시간이 남들에 비해 많은 편이다. 생활의 여유가 있는 모든 사람이 그렇듯이 온천욕과 관광도 자주한다.

현재 노인의 문제는 건강, 의료 및 가족간의 갈등이라고 보지만 무엇보다도 빈곤이 가장 큰 문제라고 생각한다. 생활의 보람은 역시 자식의 성장이지만 다른 사람들에 비해 취미, 봉사활동 등 다양한 분야에서 보람을 찾는다.

평온한 가운데 여유를 갖고 여가를 즐기는 유형이다. 다소 부유한 고령 전기의 여성노인이 대다수 속해 있는 그룹이다.

(2) 여유안정형

60대 중반을 고비로 대다수 여성들이 이 집단에 귀속하게 된다. 특히 집단 1(여가활동형)의 여성들이 이 집단으로 전이되는 비율이 높은 것으로 추정된다. 전반적으로 고학력자들의 집단이며 생활수준이 높고 결혼한 자녀의 연령도 많아지면서 생활이 윤택해지고 가

구 내에 소유하고 있는 가전제품의 종류도 다양하다.

나이가 많아져 남편과 사별한 여성도 많다. 자녀에 대한 경제의존도도 자연히 증가하며 소비량도 감소하고 여가와 사교에 대한 욕구도 줄어든다. 그리고 가족으로부터 점차 소외되어 간다고 느낀다. 그러나 이처럼 고독을 느낌에도 불구하고 내심으로는 자식들은 부모 봉양보다 자신의 생활에 보다 충실해야 한다고 생각하는 등 심적으로는 자식에 대한 의존도가 매우 낮은 편이다.

스스로 판단하기에도 건강은 나빠지고 있다고 보며, 신체피로, 노안, 신경통 등 불편을 자주 호소하는 편이다. 어느 누구보다도 안마기 등 건강용 의료기구를 많이 사용하고 있는 집단이다. 가벼운 운동인 배드민턴을 좋아하며 건강을 위해서는 남들처럼 조깅을 하고 산책도 많이 하지만 기본적으로 음식절제를 중히 여기며 보약/건강 식품의 복용율이 매우 높다.

여가활동이 많이 줄지만 여전히 과거의 생활을 영위한다. 남성은 친구모임도 잦고 놀장기/바둑을 즐기면서 때때로 음악감상과 경기장 관람도 할 줄 안다. 여성은 여전히 전화를 많이 걸며 온천/명승지 관람도 자주한다. 그리고 원예에 대해 유달리 큰 관심을 보인다. 남녀 모두 TV와 라디오는 여전히 생활에 있어 중요한 비중을 차지한다. 절대량에 있어 많은 비율은 아니지만 게임용 오락기에 대한 요구가 높은 것도 이 집단의 특징이다. 정치적으로 보수적 성향이 강화되고 세대차이를 많이 느끼게 되며 더불어 노인으로서의 자각의식도 높아진다.

전반적으로 노쇠와 함께 욕구가 감소하지만 평온한 가운데 생활 만족도는 별로 낮아지지 않고 특히 여성의 경우 계속 소비생활을 즐기며 유행에 관심을 유지하면서 사람도 만나고 외식도 자주하는 개성추구파이다.

(3) 성취동기형

50대 후반에서 60대 초반에 이르는 비교적 젊은 연령대의 노인이 밀집되어 있으며 남성이 다소 많다. 직업인의 비율이 다소 높고 주로 미혼 자녀와 거주하며 남자는 학력 수준이 높으며 여성은 다소 떨어지는 편이지만, 전반적으로는 경제수입이 많은 편이다. 그리고 생명보험이나 노후연금보험 등의 가입율이 매우 높다. 특히 모든 집단 중에서 불교도의 비율이 가장 많은 것이 특징이다.

아직 생계를 책임지는 사람이 많기 때문인지 누구보다도 직업의식과 성취욕이 강하게 유지되고 있으며 취미생활과 여가생활 욕구도 적지는 않다. 보수적인 성향을 띠면서도 다소 외향성이 높아 심적 내면생활보다는 외부 세계에서의 부나 명예에 관심이 높다. 보다 연령이 적은 그룹인 제4집단(직업활동형)에서 다수가 이 집단으로 전이되는 것으로 추측된다.

현재 직업이 있거나 얼마 전까지 직업을 갖고 있었기 때문인지 사회적 모임은 매우 활발하여 친교모임에 자주 참석하는 편이며, 이에 따라 음주, 흡연량도 다소 많지만, 차츰 활동을 축소할 필요성을 느끼는지 적극적으로 자기 주변의 사람을 획득하려고 하거나 더욱 많은 사회활동을 추구하려고 하지 않는다. 봉사활동 등에는 아예 관심이 없다.

전반적으로 생활에 대한 만족도는 높은 편이지만 가사의 재정부담 때문인지 경제적으로는 다소 불만감이 있다. 소비생활은 비교적 원만하게 행해지는 편이며 유행에 관심도 있지만 크게 추구하지는 않는다. 사람을 자주 만나지만 외식을 즐기는 편은 아니다.

아직 젊고 활력을 유지하고 있기 때문에 운동을 많이 하는 편으로 남성은 조깅, 골프, 캠핑, 헬스클럽, 볼링 등 다양한 운동을 즐기며, 여성은 수영을 주로 하면서 캠핑도 가끔하고 대체로 많이 걷는 편이다. 남녀 모두 보약이나 건강식품의 소비가 적다.

여가 시간에 남자는 잡지와 서적을 많이 보며 장구나 바둑을 좋아하고 남달리 사진찍기도 즐기며 가끔 경기장 관람도 한다. 여성의 경우는 모임이 많아서 인지 화투를 즐기는 편이며 노래도 자주 한다. 남녀 모두 TV와 라디오를 접하는 시간이 적지 않고 전화에 자주 매달리는 편이다. 또한 온천 방문이나 명승지 관람도 잦고 원예에 관심을 많이 갖는다.

현편 삶에 대한 보람은 취미, 생활의 안정획득 등 다양한 분야에서 얻으려고 하고 있으며 자식의 성장에 대한 보람은 남들보다 적다. 남성의 경우는 일에 대한 보람도 많이 느낀다.

현재는 활동이 많고 직업에서나 생활상에서 성취동기가 강하지만 차츰 사회활동을 줄이고 여가를 즐기거나 취미생활을 늘리려는 생각을 간직하고 있는 것이 이 집단의 특징이다.

(4) 직업활동형

모든 집단 중에서 연령이 가장 낮은 집단으로 70 이상의 노인은 찾아 볼 수 없고 노인이라기 보다는 아직 중년이라고 할만한 50대 후반에 해당하는 직업인이 주류를 이룬다. 남성이 전체의 70%를 이루는 전형적인 남성 그룹으로서 교육/훈련 등 자기개발 욕구와 일에서의 성취동기가 매우 강하게 유지되어 있다. 남녀 모두 노인 자각이 적은 것이 이 집단의 특징이다. 이 집단의 소속인은 차츰 제3집단으로 전이되어 가는 것으로 추측된다.

직업은 전문/관리직보다는 자영의 판매/서비스직이 많고 이 그룹에 속한 여성도 직업을 갖고 활동하여 내면의 가치 추구보다는 외향적 부나 명예 등을 추구하는 성향이 두드러져 가장 활동성을 보이는 집단이다.

남성은 학력수준이 다소 떨어지나 여성은 매우 높아 대졸이 위주이다.

재정적으로 가정을 이끄는 막바지 단계에 있기 때문에 소비처가 많아서인지 수입은 적은 편이 아닌데도 경제적으로 불만도가 가장 높다. 그렇기 때문에 취미나 사교에 신경을

쓸 여가가 없으며 소비생활도 여유가 없고, 특히 남성은 패션이나 유행에 관심이 없다. 이 집단은 신제품이 나와도 비교적 나중에 구입하는 편이며 가전제품도 많지 않다.

많은 활동 때문에 신체적으로 불편함을 느끼면 남성은 음주/흡연도 가끔 행하므로 전체적으로 피로에 대한 호소가 많다. 건강을 위해서 담배나 술을 자제하는 것 외에는 특별히 의식적으로 행하는 것은 없다.

남들처럼 조깅도 하지만 그외에는 등산을 가끔 하는 정도이다. 여성은 배드민턴을 종종 하지만 남들처럼 산책도 많지 않고 그외의 운동은 거의 하지 않는다.

평소 여가시간에는 남성의 경우 전화하는 시간은 많지만 친구의 모임은 많지 않아 산책 외에는 밖에 나가는 일이 드물다. 쇼핑이나 외식을 하는 일도 별로 없어 잡지 보기, 독서, 음악감상, 바둑 등 실내에서 행할 수 있는 것들을 위주로 한다. TV는 많이 보는 편이 아니다.

여성은 전화를 많이 쓰는 편이며 TV를 많이 보고 라디오도 자주 듣는다.

노인문제는 고독과 역할상실을 가장 큰 문제로 꼽고 있으며, 그외에 건강문제도 중시한다. 생활의 보람은 자식의 성장 하나에 집중되며 취미나 여가 등 기타 생활에서 얻어지는 바가 적다.

자신이 경영하는 소규모 사업자가 많아 경제적으로나 시간적으로 생활에 여유가 없으며 오직 사업에 크게 신경을 쓰기 때문에 성취욕과 자신의 시야를 넓히려는 자기개발 욕구가 강하다.

이 집단이 보다 나이가 들면 자기 개발 욕구가 줄고 사업위주의 성취욕이 잔존하면서 제3집단인 성취 동기형과 제8집단인 생활 안전형으로 이전되어 가는 비율이 높을 것으로 추측되어진다.

(5) 자기개발형

자기개발에 대한 욕구가 매우 강한 사람들의 집단으로 외적인 부나 명예에 대한 성취보다는 내적인 자기개발에 신경을 많이 쓰므로 사람들과 어울리기를 좋아하지 않고 자기 자신에 대한 생활규율에 엄격한 편이다. 이 집단은 모든 연령대의 사람이 골고루 속해 있지만 남녀가 비슷한 수이며 60세 전후의 비교적 젊은 층이 주류를 이루고 있다. 직업인의 비율이 높아 전문/관리직 종사자와 자영의 판매/서비스직 종사자가 많다. 여성도 다수가 직업을 갖고 있다.

직업인이 많고 자기개발 욕구가 강하다는 점에서 제4집단(직업활동형)과 유사하지만 이 집단과 다른 점은 우선 직업에서의 성취욕이 낮은 반면, 자기개발 욕구 이외에도 여유를 즐기므로 여가에 대한 생활의 공간이 있고 또한 이에 대한 욕구가 다소 강하다는 점이다. 연령으로 보아서도 제4집단이 노인 이전의 젊은 연령대가 주류인 반면, 제5집단은 비교적

고연령대도 포함되어 있다.

이 집단에 속한 사람들은 종교인이 가장 적은 것을 또 하나의 특징으로 하며 주로 미혼 자녀와 동거하고 풍부하지는 않지만 생활에 다소 여유가 있는 편이며 생명보험, 교육보험, 건강보험 등 각종 보험의 가입율이 매우 높다. 자기 생활에 충실하고자 하므로 재정 및 생활전반에 있어 만족도가 높다. 그러나 소비생활은 활발하지 않으며 유행에 큰 관심을 갖지는 않는다. 사회활동과 함께 음주/흡연량이 다소 많으며 취미생활에 관심을 가지고 건강을 위해 보다 활력적인 생활을 유지하려고 노력한다.

남녀 모두 운동을 가장 많이 하는 것이 이 집단의 특징으로서 특별히 건강을 위해서 한다는 의식은 적다. 젊어서부터 습관적으로 행하여 왔기 때문인 것으로 추측된다.

남성은 남들처럼 조깅을 한다기 보다 오히려 낚시, 캠핑, 테니스, 배드민턴, 헬스클럽, 골프 등 다양한 운동을 즐기는 편이며, 여성 역시 조깅 이외에 수영, 체조, 배드민턴, 캠핑, 헬스클럽 등 행하는 운동의 종류가 많다.

스스로는 건강이 만족할 정도는 아니라고 자각하므로 이처럼 많은 운동을 하면서도 동시에 술이나 담배 등의 자제에도 신경을 쓴다. 나이가 든 남성은 보약이나 건강식품도 다소 복용한다. 그러나 신체적인 불편을 호소하는 일은 드물다.

남성은 TV를 즐기기는 하나 남들처럼 장시간 매달려 있는 편은 아니다. 라디오는 거의 듣는 일이 없으나, 잡지와 책은 종종 보는 편이다. 전화를 별로 사용하지는 않지만, 친구모임에 참석하는 일은 많은 편이다. 혼자서 고요하게 산책을 하고 음악감상을 하며, 그 외에 장기/바둑도 남들만큼 즐기는 편이며 온천/명승지 관람도 종종 행한다. 가끔이지만 영화도 보고 운동장 경기 관람도 한다. 원예에도 다소 관심을 보인다.

여성의 경우는 TV나 라디오를 듣고 보지만 많은 시간을 소비하는 것은 아니다. 친구모임이 다소 적고 전화도 많이 하지는 않는다. 산책을 하고 잡지를 보며 독서도 많이 하는 편이며 음악 감상이나 원예에 관심이 많다.

노인문제는 역할 상실과 건강의 문제를 주로 꼽고 있으며 삶의 보람은 자식의 성장에 크게 집중되면서도 그외에 다양한 분야에서 보람이 찾아지고 있다. 이 집단은 직업을 통해 생산활동을 영위하면서도 여유를 갖고 여가시간을 즐기는 자기 완성 지향의 그룹으로서 제3집단(성취동기형)이나 제4집단(직업활동형)에서 전이되기도 하지만 기본적으로는 젊어서부터 유지되어 온 나름대로의 생활패턴을 갖는 독자적 그룹으로 판단된다.

(6) 평안무사형

모든 부문에 의욕이 없고 단지 사교육구만이 강하게 잔존해 있다. 거의 전 연령층에 분포되어 있으나 60 이하가 다소 많고 70 이상의 고령층은 약간 적은 편이다.

남녀의 수는 비슷하며 여성은 대부분이 무직자이고 남성은 전문/관리직 종사자가 다소

섞여 있으나 전반적으로 직업인은 적은 편이다.

기독교, 불교 등 종교인의 비율이 집단지 중에서 가장 높으며, 보수적 성향을 띠며 재산 수입 등 생활에 여유가 있어 다양한 가전제품을 보유하고 있고 패션이나 유행도 다소 추구하는 편이다. 생명보험 등 보험가입율이 가장 높은 집단이며, 생활의 안정에 만족을 느끼고 있다.

생활이 활발한 편이 아니며 음주/흡연량도 적기 때문에 신체적으로 피로함은 없으나 주관적인 건강평가는 다소 낮아 시력이나 신경통에 대한 호소가 많다.

건강유지를 위해서는 운동보다는 음식주의 등 소극적 차원에 머물러 남들처럼 조깅도 많이 하지 않고 낚시나 캠핑을 가끔 행하는 정도에 그친다.

남녀 모두 TV를 좋게 평가하지는 않지만 많이 보게 되며, 온천/명승지 관람이나 산책은 비교적 자주하는 편이지만 역시 움직이기를 싫어해 취미나 여가생활이 별로 없다. 여자는 전화에 매달려 사는 편으로 누구보다도 전화를 많이 쓰며, 화투를 매우 애호하는 편이다.

남성은 친구모임에 종종 나가는 하지만 많지는 않으며 장기/바둑을 즐기고 유달리 원예/정원 가꾸기에 관심이 많다.

특별히 자기 생활이 없고 소극적이기 때문에 자식은 부모 봉양을 중시해야 한다고 보는 편으로 심적인 자식의존도가 높고 자식에 대한 기대 역시 크며 노인문제는 고독을 으뜸으로 꼽고 있다.

(7) 생존추구형

모든 집단 중에서 가장 적은 수를 점하는 집단으로 생활수준이 높은 계층을 대상으로 한 본 조사와는 달리 실제 우리나라 노인들 중에서는 대부분이 이 집단에 속할 것으로 추정된다.

많은 수가 무직의 여성으로 구성되어 있으며 남편과 사별한 여성의 비율이 높다. 미혼자녀와 거주하는 경우도 적지 않으며 교육수준은 낮은 편이고, 생활수준도 낮아 가전제품의 보유가 매우 적다. 보험 가입율도 매우 낮고 생활이 가장 불안정한 집단으로 생존의 문제가 주요한 관심사이다.

그리고 지식욕 등 자기 개발 및 사교와 봉사활동 등에 대한 욕구가 높다.

또한 내향적인 자기발전보다는 외적인 부의 성취를 중시하는 바, 재테크에 관심이 있고 직업/부직에 대한 관심도가 높다. 그러나 취미 등 여가활동 욕구는 매우 낮다.

사람들과 내왕이 많으며 이를 좋아하나 모임의 형태를 자주 갖지는 않는다. 그러나 기독교인이 다소 많아 종교집회는 자주 참석하는 편이다.

전반적으로 생활에 대한 만족도가 크게 떨어지며 건강에 대한 자기평가도 매우 낮다. 그러나 특별히 건강을 위해서 관심을 갖거나 행하는 일은 없으며 의료 욕구는 매우 강하다.

또한 경제적으로나 정신적으로 자식에 대한 의존도가 높아 가족적 유대, 친교에 대한 요구도 강하다.

노인의 문제는 빈곤과 건강의 문제를 꼽고 있으며 정치적으로는 물론 여러 가지 면에서 사고는 보수적이다. TV가 생활에 있어 매우 중요한 요소가 되어 있으며 여가를 이용해 특별히 하는 일은 없고 약간의 독서와 종교활동을 행할 뿐이다.

전반적으로 활동의 폭이 극히 제한되어 있으며 의료와 경제, 소외 극복 등 생존의 문제가 주요한 욕구로 돌출되고 있다.

(8) 일반노인형

모든 연령대에 분포되어 있으며 남성에 약간 편중되어 있고 남녀 모두 직업인이 많다. 직업은 주로 자영의 판매 서비스직이나 전문/관리직 등으로 다양한 편이다.

남성은 고학력이나 여성은 다소 학력이 떨어진다. 직업인이 많기 때문에 성취욕구가 강하며 동시에 사교와 생존욕구도 강한 편이다. 그러나 여가생활에 대한 욕구와 자기 개발에 대한 관심도는 약하다.

종교가 골고루 분포되어 있고 생활수준도 다양하며 생활이나 재정 등 특별히 만족하는 것이 없지만 그렇다고 특별히 불만인 점도 없다. 사교육구가 높아 모임을 좋아하는 편이며 소비생활이 왕성하지는 않지만 유행을 무시하지는 않는다.

젊어서부터 여가 취미생활을 개발하지 못해서인지 취미생활은 많은 편이 아니다. 남성의 경우 TV를 보는 시간이 적지 않으며 라디오도 자주 듣는 편에 속한다. 친구와 모임을 자주하고 바둑/장기와 화투를 애호한다. 원예에도 다소 관심을 가지며 온천/명승지 관람도 종종 행한다. 여자의 경우는 TV와 라디오를 자주 접하고 전화에 많이 매달려 있는 편이다. 전반적으로 특별한 취미생활이 없다.

스스로 건강은 좋다고 평가하여 건강에는 크게 신경을 쓰지 않는다.

조깅이나 산책도 남들보다 적게 한다. 낚시나 테니스/정구가 남성의 주요한 운동이며, 여성은 배드민턴을 다소 행하는 편이다.

모든 면에서 무난한 스타일로 사고도 평균적으로 진보적이지도 않고 보수적이지도 않다. 노인의 문제를 지적함에 있어서도 어느 한두가지에 집중되기 보다는 건강, 고독, 역할 상실, 빈곤 등 다양하게 지적한다. 그러나 생활의 보람은 남들처럼 자식의 성장에 크게 집중되며 그 기대가 자못 크다. 따라서 자녀와의 친교욕구는 큰 편이지만 그렇다고 그렇게 의존적인 것은 아니다. 이처럼 직업인이 다소 많은 것 이외에는 특별히 두드러지는 요소가 없으며 모든 것이 평범·원만한 스타일의 사람들이 운집해 있는 집단이다.

(라) 조사결과의 일반 내용

(1) 배우고 싶은 지식(자유응답식)

남녀 모두 어학 27.8%에 대한 지적율이 높고 그 다음이 음악, 미술 등의 예능 10.7%, 철학 등의 학문 7.2%, 취미 6.2%, 컴퓨터 4.8%, 신학 성경 등의 종교 관련 4.1% 등의 순으로 지적되었다.

(2) 배우고 싶은 기술(자유응답식)

남자는 컴퓨터 17.9%, 여자는 운전 10.9%가 많이 지적되었으며 그 외에 예능, 원예 등의 취미가 많이 지적되었다.

(3) 신체적으로 곤란한 점(자유응답식)

남녀 모두 피로 22.3%에 대한 지적이 가장 많고 그 다음으로 시력 13.4%, 신경통 6.9%, 건망증 6.9% 등이 지적되었다.

(4) 고령자의 경험 이용 분야(자유응답식)

고령자의 경험이 사회에 유용하게 쓰일 수 있는 분야는 남자는 상담 13.0%, 여자는 사회봉사 24.8%가 주로 지적되었으며 기타 예절/도덕 교육 등이 지적되었다.

(5) 부모 봉양에 대한 태도(2개 선택지 중 택1)

전체적으로 부모 봉양에 우선해야 된다는 응답은 29.6%이며, 자기생활 우선이 64.9%, 무응답 5.5%로 자식들은 자기의 생활에 우선해야 한다고 답하고 있다.

성별로는 여성이 자기우선 지적율이 69.0%로 다소 높고, 70세 이상의 고령층에는 부모우선의 지적율이 58.1%로 매우 높게 나타났다.

(6) 노인문제(8가지 선택지 중 택2)

전반적으로 응답이 골고루 분포되었으나, 건강 의료 39.9%, 고독 39.5%, 가족 갈등 29.9%, 역할 상실 29.2%, 빈곤 28.2%의 순으로 지적율이 높다.

(7) 분야별 생활 만족도(5점 척도, 7개 부문)

전체적인 면에서는 3.3점(5점 척도)으로 비교적 만족하고 있는 점수로 여타의 부문도 모두 3.1점에서 3.5점으로 분포되어 만족스러운 상태를 보이고 있다.

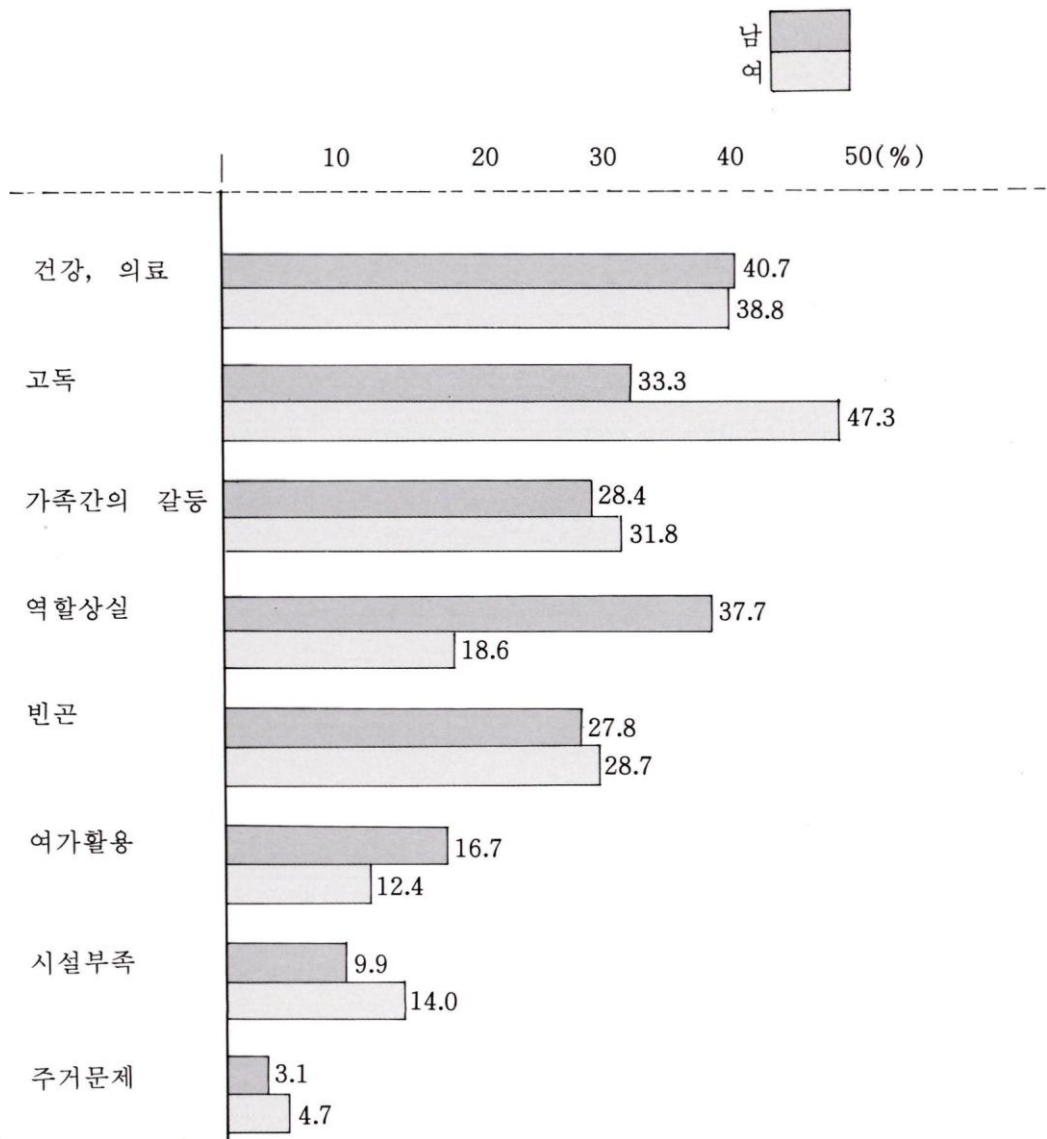
비교적 점수가 낮은 부문이 건강 3.1, 재정 3.2, 취미/여가생활 3.2, 직업생활 3.2이며, 식생활 3.5, 주거생활 3.5, 의생활 3.4로 높은 만족도를 보였다.

(8) 중점을 두고 싶은 생활분야(7개 선택지 중 택1)

앞서 낮은 만족도를 보이고 있는 건강 39.2%, 취미/여가 34.7%, 직업 11.7%의 순으로 지적되고 여타 부문은 6% 이하의 낮은 비율을 보인다. 특히 건강에 대한 지적율은 70세 이상에서는 54.8%까지 높게 나타났다.

(9) 삶에 보람을 느끼는 일(자유응답식)

자식에 대한 보람 36.4%를 제외하면 다른 부문은 응답율이 낮다. 그 외에는 일에 대한 보람 19.1%, 취미생활 14.8%, 생활의 안정화 10.5%, 사회봉사 6.8% 등이다.

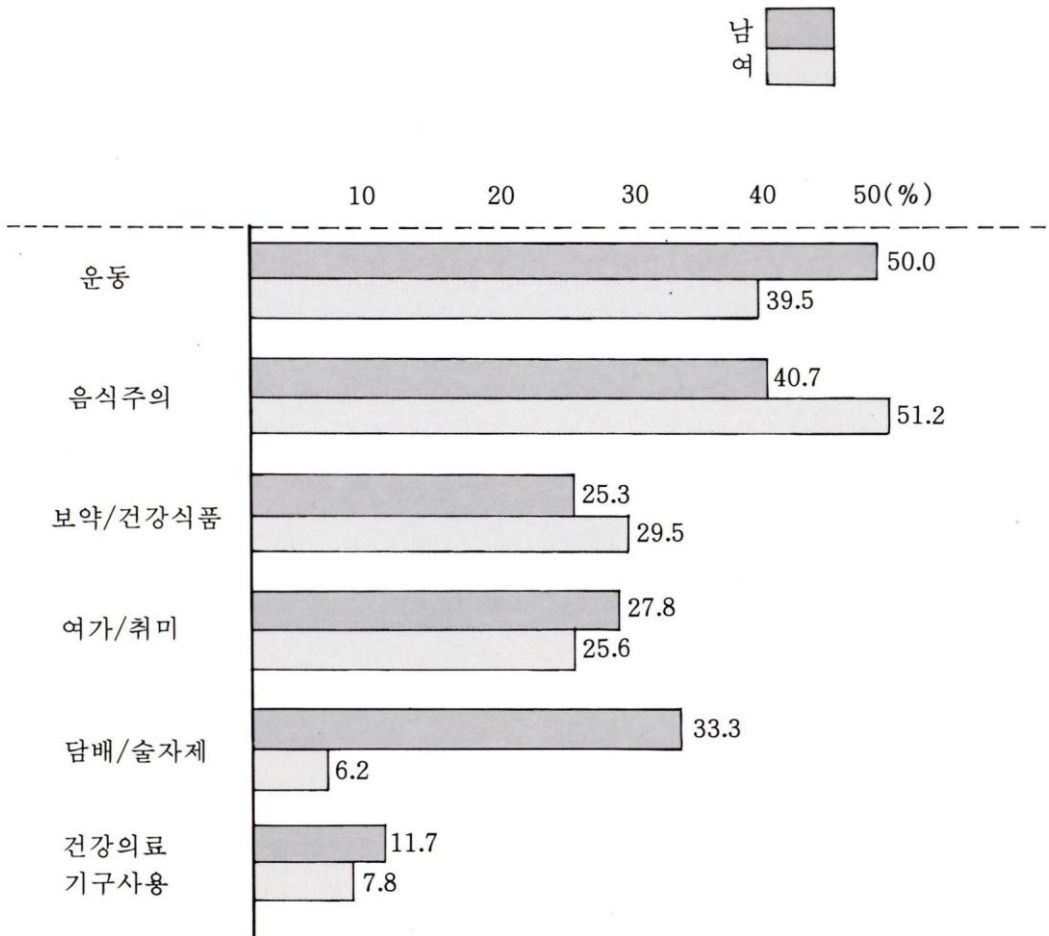


(10) 건강을 위해 행하는 일(6개 선택지, 복수응답)

운동 45.4%, 음식주의 45.4%가 가장 많고, 그 다음이 보약/건강 식품 복용 27.1%, 여가/취미생활 26.8%, 담배/술자제 21.3%의 지적율을 보였다.

(11) 건강을 위해 행하는 운동(자유응답시)

산책/걷기 24.4%, 등산 12.4%, 조깅 8.9%, 수영 6.2%, 체조 5.2%, 골프 2.4% 등의 순으로 지적되었으나, 전반적으로 응답율이 낮는데 이는 건강을 위해 행하는 운동이 적음을 의미하고 있다.



(12) 건강용 의료 기구의 사용 여부

전체의 18.6%가 건강용 의료기구를 사용하고 있다고 응답하였으며, 연령에 따라 별다른 차이를 보이지 않고 있다. 사용하는 종류는 안마기, 가정용 헬스기구, 자석제품, 벨트, 혈압 측정기 등이다.

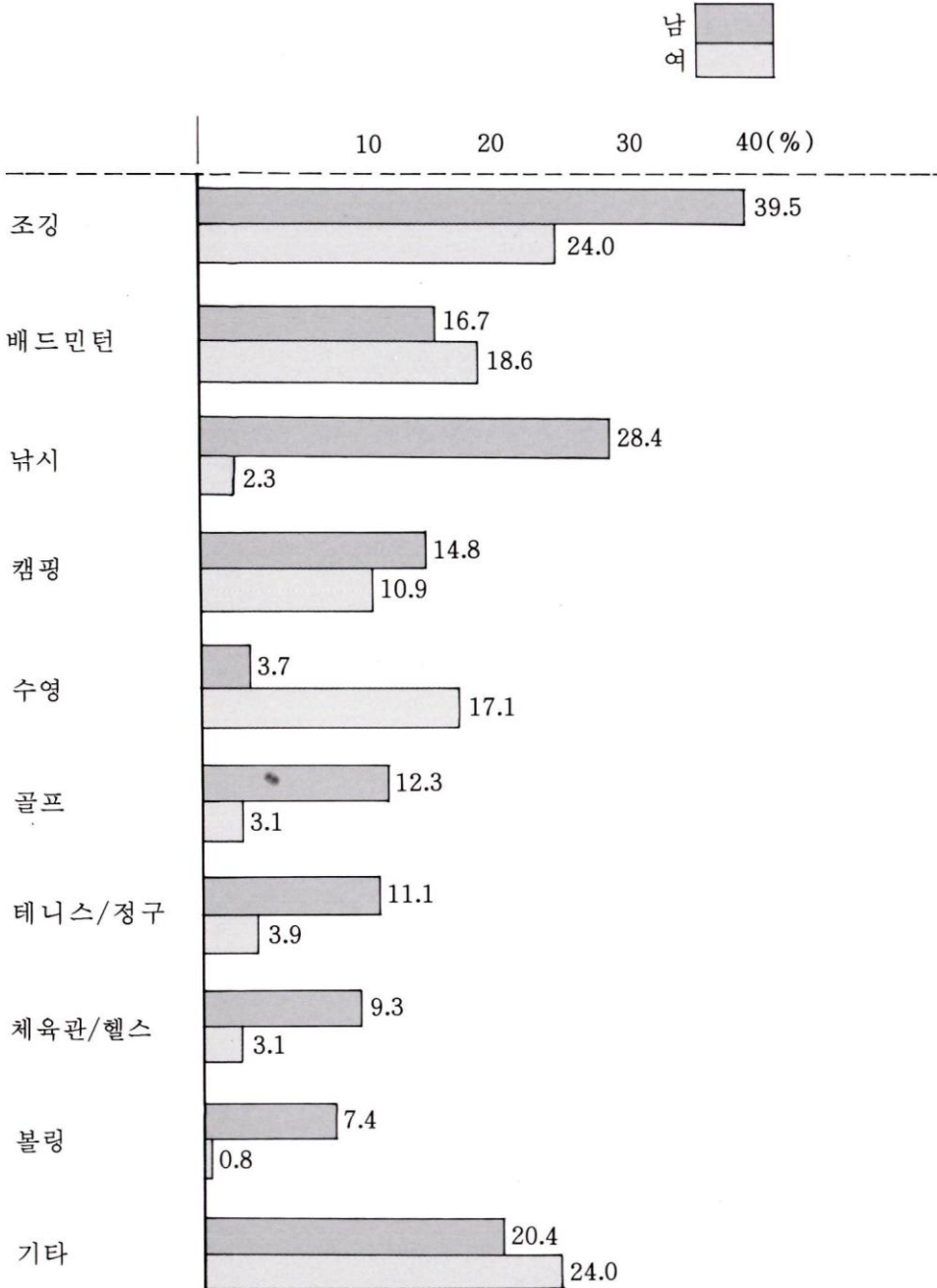
(13) 고령자용 특수제품(9개 선택지 중 택2)

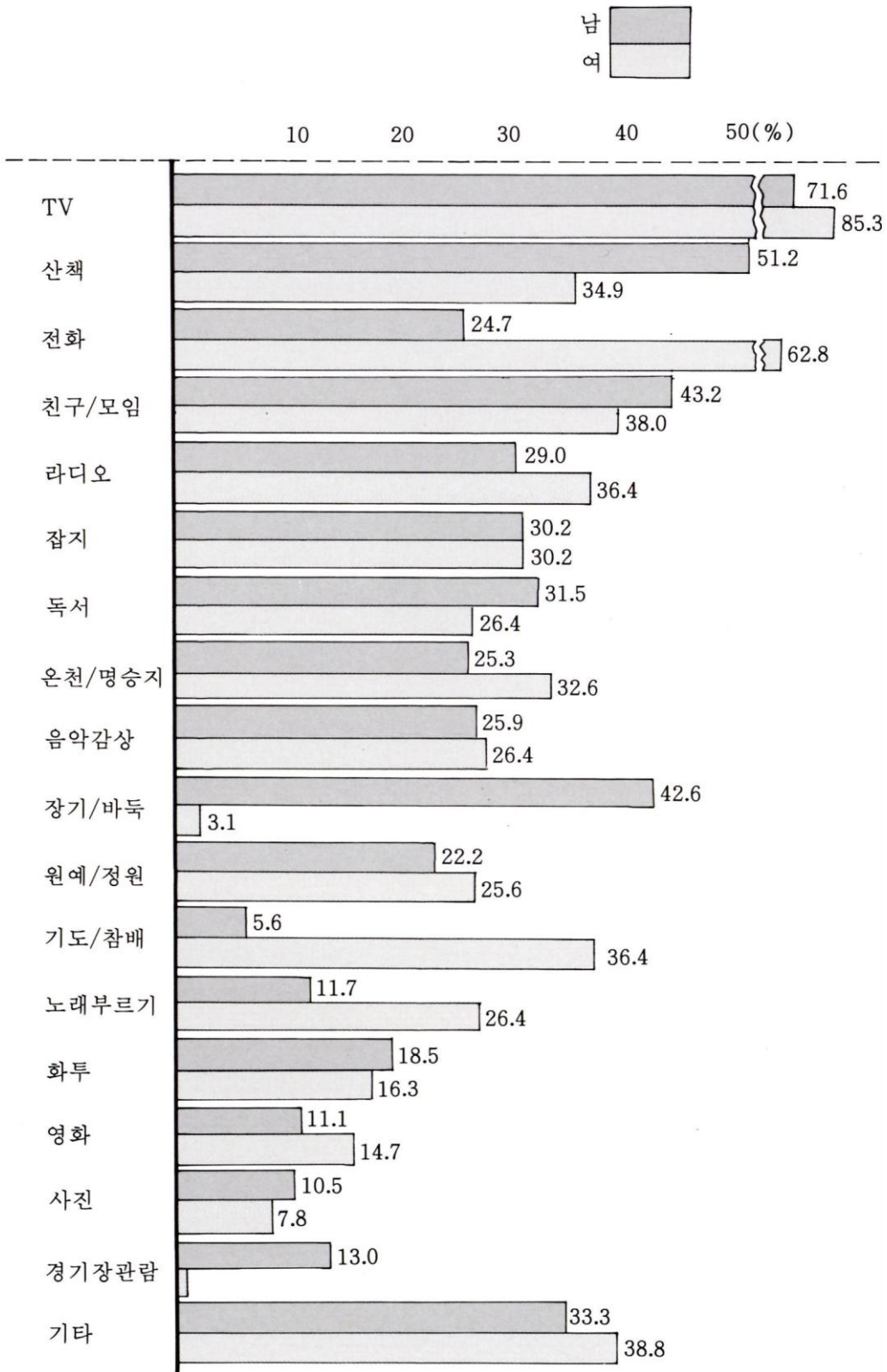
의자 66.7%, 특수침대 57.0%, 보청기 22.0%, 특수욕조 12.4%등의 순으로 지적되었다.

(14) 스포츠 레저(14개 선택지, 복수응답)

조깅 32.6%이 매우 많이 지적되었으며, 그 다음이 배드민턴 17.5%, 낚시 16.8%, 캠핑 13.1%, 수영 9.6%, 골프 8.2%, 테니스/정구 7.9%, 체육관/헬스 6.5%, 볼링 4.5%, 기타 22.0%의 순이었다.

전반적으로 여성의 지적율이 낮은 가운데 수영과 배드민턴의 지적율이 남성보다 비교적 높다. 한편 낚시, 골프는 주로 남성이 지적하고 있다.





(15) 여가 취미 활동

남여 모두 TV시청이 많으며 성별로는 남성은 산책, 친구 모임, 장기/바둑두기가 많으며, 여성은 가족/친지 전화, 친구/모임, 기도/참배가 많다. 라디오도 남녀 모두 많이 듣는 편이다.

(16) 무료함의 해소책(7개지 선택, 중복응답)

무료함을 더는 데 좋은 방법으로는 취미개발 37.8%, 일 30.2%, 스포츠 보급 28.9%, 고령자 관광단 18.2%, 오락용게임기 개발 12.0%등의 순이었으며, 남성은 스포츠 보급 37.7%에 여성은 관광단 활성화 21.7%에 지적율이 높아 남녀의 차이를 보인다.

(17) 이성에 대한 흥미(5점 척도)

평점 2.5점으로 매우 낮은 점수를 보였으며, 전체의 8.3%가 '다소 또는 매우' 흥미를 갖고 있는 것으로 답하였다.

(18) 독서(자유응답식)

전체의 38.5%가 독서중에 있는 것으로 나타났는데, 책은 소설류 18.5%가 가장 많았으며, 직업인의 업무 관련 서적 3.0%도 다소 있었다.

그 외에는 성경 9.3%이나 신학 관련 서적 5.8%의 비중도 높게 나타났다.

(19) 흡연량

전체의 67.7%가 평소 흡연을 하는 것으로 나타났으나, 여성은 93.8%, 남성은 46.9%가 담배를 피우지 않는 것으로 나타났다. 담배를 피우는 사람들의 흡연량은 대략 1갑 내외이다.

(20) 음주량 전체의 51.9%가 술을 마시지 않으며, 성별로는 남자의 30.2%, 여성의 79.1%가 술을 못하는 것으로 나타났다. 여성의 경우 술을 들더라도 대다수는 가끔 또는 한달에 1,2회 정도가 대다수이다.

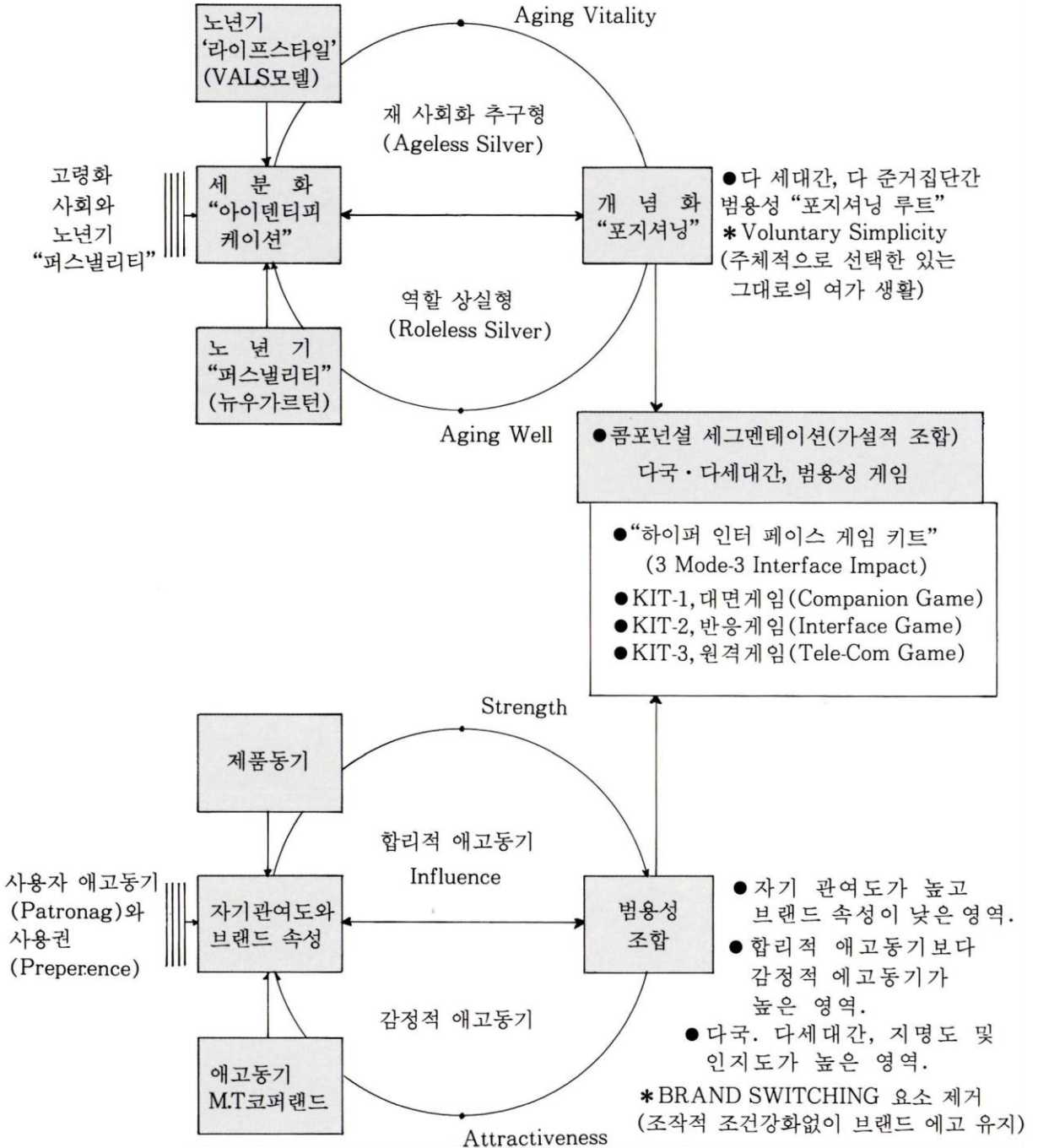
술을 드는 남성은 대략 1주에 1~3회 술을 마시는 것으로 나타났다.

(21) 정치의식(7점 척도)

정치적 입장을 -3에서 +3의 7점 척도로 질문한 결과 0.1점으로 중립적인 태도를 보였다. 연령별로는 50~64세가 0.2점, 65~69세가 -0.2점, 70~74세가 -0.5점으로 연령과 함께 보수적 성향이 강화되는 것으로 나타났으며, 성별로는 별다른 차이가 없고 종교인이 보다 보수적(현상유지)이며(0.2), 무종교인이 보다 진보적(현상개혁)이었다(+0.5).

6. 사례 연구

6-1 고령화 사회의 전략화 상품개발 예측 모형(종합스트럭처)



6-2 배경(BACKGROUND)

6-2-1 고령화 사회와 노화인식

- “력년 연령”(Calendar Age)에서 “기능 연령”(Functional Age)으로 제도적 연령에 대한 인식의 전환
- “자아 정체감”(Ego Identity)과 “자아통합”(Ego Integrity)에 대한 심리적 욕구(자아중심성 경향)상승
- “경력주기”(Career Clock) 및 “사회적 주기”(Social Clock)에 대한 재평가 및 재사회화 추구
- “신체적·정리적·지적·사회적 노화과정 및 생활양식의 다양화 경향”

● Aging Vitality & Well-being

인생 계절론으로 본 “실버 에이지”의 身體的·情意的·知的·社會的·자기적합(Self Fitness) 및 안녕(Well being), 그리고 스스로 선택한 자기증강(Self Enchantment) 및 사회 참여 의식 지향.

6-2-2 인구 통계적 고령화 추이

- 고령화 사회와 고령사회 : 고령화 사회(Aging Society) 65세이상 인구 비율 7%이상인 사회
고령사회(Aged Society) 65세이상 인구 비율 15%내외인 사회
- 전 세계적 고령화 진입기 : 2000년 경(고령화 비율 6.6%) 세계인구 62억, 고령인구 4억 5백만(1989년 6월 UN인구국 발표)
- 선진국 VS 개도국 고령화 비율 : 선진국(1970-2000년) 인구 증가율 21%, 고령화 비율 54%
개도국(1970-2000년)인구 증가율 88%, 고령화 비율 123%
- 국가별 노령인구 비율 : 유년 인구국(4% 미만) : 북한 3.7%(1980), 홍콩 3.0%(1986)
청년 인구국(46%) : 대만 5% (1982), 한국 4.7%(1988)
숙년 인구국(7-9%) : 쿠바 8%(1980),
노년인구국(10%이상) : 캐나다 10.6%(1986), 일본 10.9%(1987)
미국 11.5%(1985), 스웨덴 17.0(185)

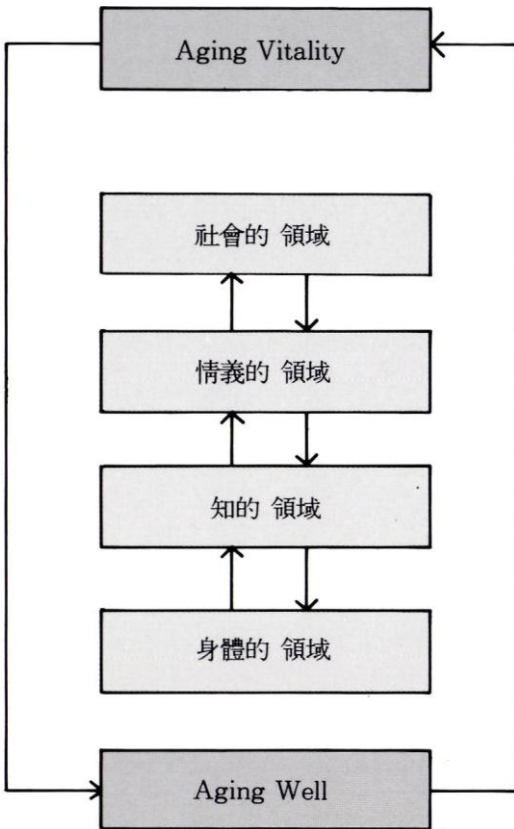
● 한국의 고령화 사회

* 1988년 현재 고령화 비율 : 약 4.7%

* 고령화 사회 진입 시기 : 약 2000년대 (7% 예상)(고령인구 : 약 3,687천명)

6-2-3 노년기 한국인의 발달과업

(평생교육 관점에서 본 노년기 발달과업, 김종성, 남정걸, 정지웅, 이용환, [1982]분류)



● 신체적 영역

- 줄어가는 체력과 건강에 적응하기.
- 노년기에 알맞는 규칙적 운동하기.
- 건강유지에 알맞는 섭생하기.
- 질병이나 쇠약에 대한 올바른 처방하기.

● 정의적 영역

- 적극적 생활자세와 태도 유지하기.
- 취미와 여가 선용하기.
- 정년퇴직과 수입감소에 적응하기.
- 소외감과 허무감 극복 및 인생의 의미찾기.
- 배우자 사망후의 생활에 적응하기.
- 동료 및 자신의 죽음에 대하여 심리적으로 준비하기.

● 지적 영역

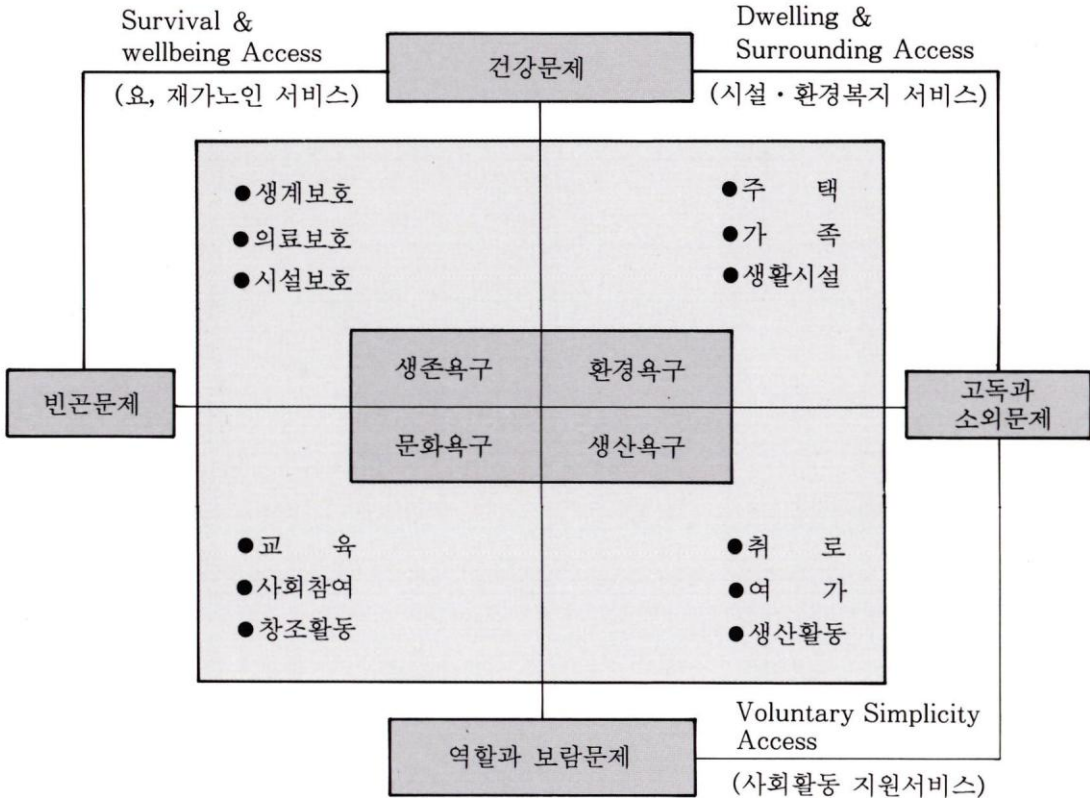
- 세대차와 사회변화 이해하기.
- 은퇴생활에 필요한 지식과 생활 배우기.
- 정치, 경제, 사회, 문화에 대한 최신 동향 알기.
- 건강 증진을 위한 폭넓은 지식 갖기.

● 사회적 영역 - 동년배 노인들과 친교 유지하기.

- 동년배 노인들과 친교 유지하기.
- 일과 책임을 합당하게 물려주기.
- 가정이나 사회에서 어른 구실하기.
- 자녀, 손자들과 원만한 관계 유지하기.

6-2-4 노인문제 및 욕구체계

- 요 재가노인 서비스 (Survival & Wellbeing Access)
- 이용시설 및 생활환경 복지서비스 (Dwelling & Surrounding Access)
- 취업·여가·사회참여 봉사활동 지원서비스 (Voluntary Simplicity Access)



노인문제 및 욕구체계 MATRIX

6-2-5 노년기 성격유형 세분화 및 “퍼스널리티 클러스터링”

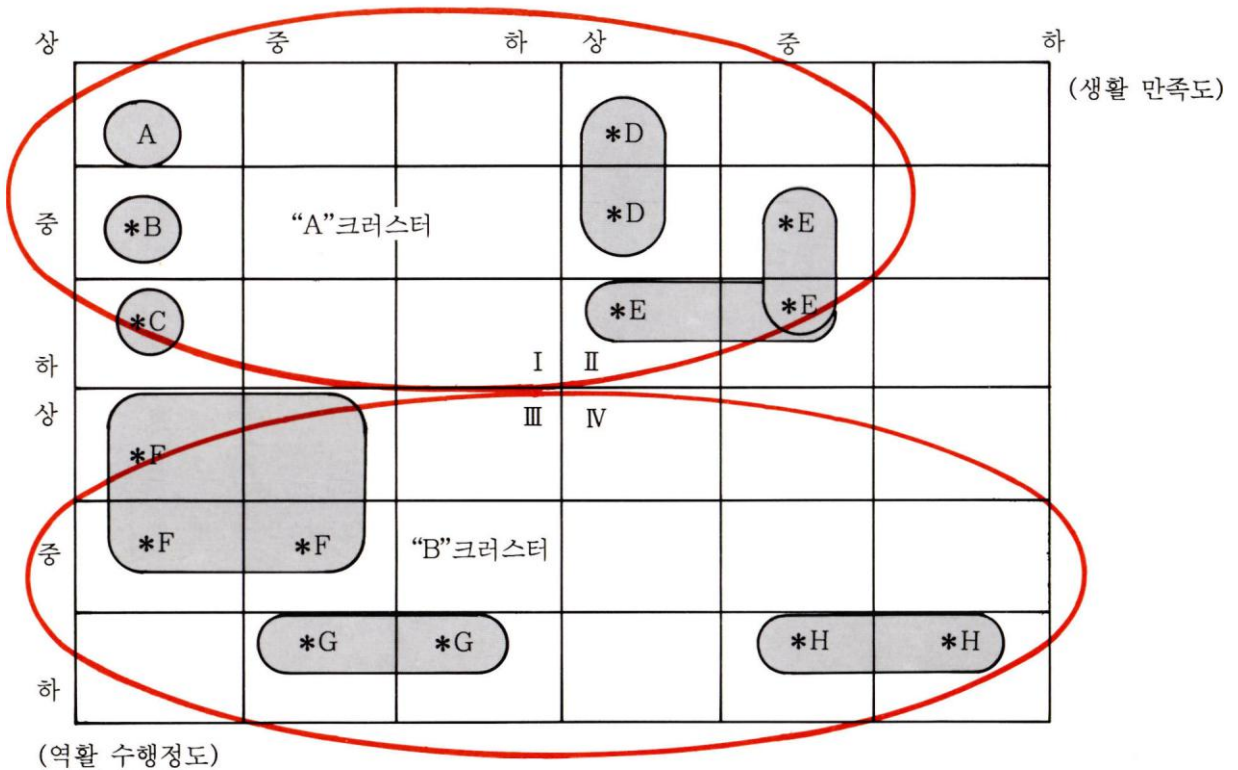
(역할수행정도과 생활만족도로 본 성격 특성의 변화와 적응 형태) 1968, 뉴우가르텐

A클러스터·성공적노화(Successful Aging)그룹-성숙 통합형, 방어형

B클러스터·경생적노화(Stereotype Aging)그룹-의존형, 와해형

| | | | |
|----------------------------|-----|----|-----------------------|
| 성숙통합형 (Intergrated) | I | II | 방어형 (Defended) |
| 의존형 (Passive-Dependent) | III | IV | 와해형 (UnitegratedD) |

● 성격유형 세분화



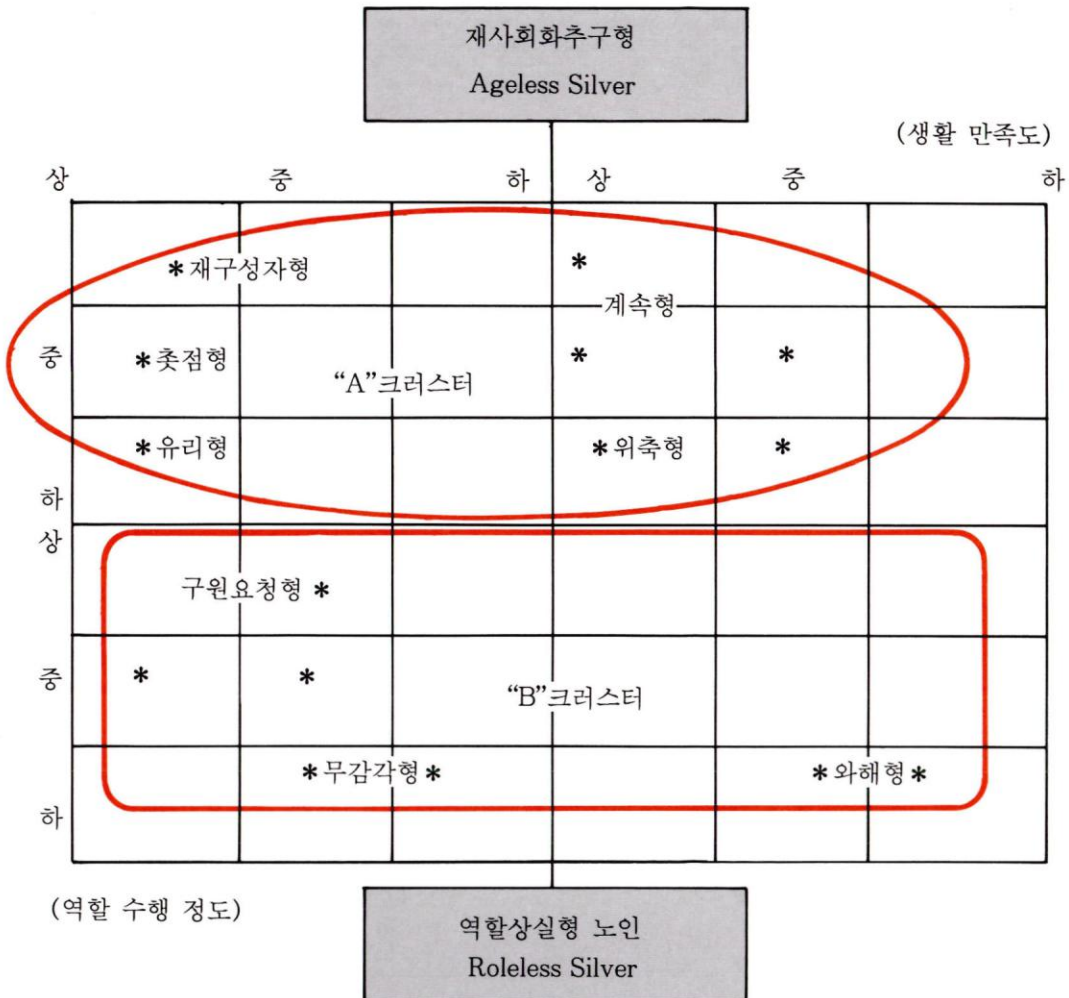
- A. 재구성자형 : 은퇴후에도 자신의 생활양식과 시간을 재구성하여 모든 분야의 활동에 적극적이고 잘 적응하는 유형.
- B. 촛점형 : 활동적이고 생활에 잘 적응하고 있으나 여러 분야에 관심을 집중시키지 않고 오직 한, 두 분야에만 활동을 집중시키며 생활 만족을 구하는 유형.
- C. 유리형 : 신체도 건강하며 생활의 적응수준도 높지만 스스로 자원하여 활동하는 일은 별로 없으며 조용히 지내는 유형.
- D. 계속형 : 심리적 적응은 비교적 잘하고 있으나 왕성한 활동의 기본동기가 노화방지에 있으며 심리적으로 활동에 얽매이는 유형.

- E. 위축형: 신체적 쇠약과 감각기능의 노화 위협에 사로 잡혀 타인과의 별다른 사회적 접촉없이 폐쇄적으로 살아가는 유형.
- F. 구원요청형: 가족이나 친지에게 심리적으로 의존하며 보통정도의 생활만족도로 살아가는 유형.
- G. 무감각형: 신체적 건강유지를 위한 활동이외에는 거의 활동이 없는 가운데 무능력, 무감각하게 수동적으로 행동하는 유형.
- H. 조직외해형: 심리적기능 즉, 사고, 지능, 판단능력이 결핍되고 정서적 반응이 없는 가운데 생활만족도가 매우 낮은 유형.

●노년기 “퍼스널리티 클러스터링”

A클러스터·재사회화추구형(Ageless Silver): 신체적 자기증강 및 사회문화적 참여 지향 그룹-Aging Vitality

B클러스터·역할상실형(Roleless Silver): 신체적 자기적합 및 안녕지향그룹-Aging Well



6-3 RESEARCH

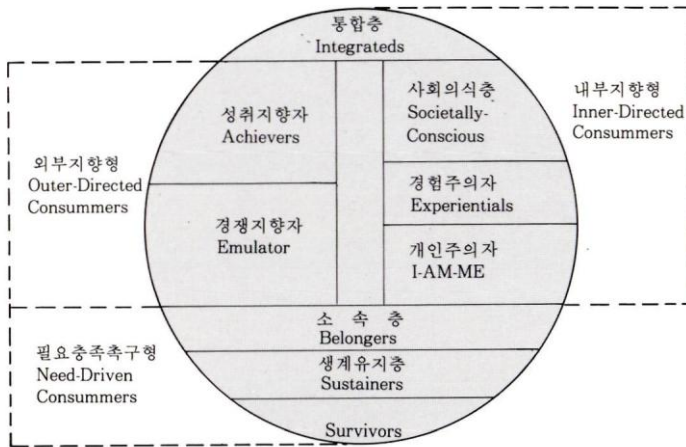
6-3-1 VALS모델로 본 “라이프 스타일”과 태도

- 필요 충족형(Need-Driven Consumers) : 생존투쟁층, 생계유지층.
- 외부 지향형(Outer-Directed Consumers) : 경쟁지향자, 성취지향자.
- 내부 지향형(Inner-Directed Consumers) : 개인주의자, 경험주의자, 사회의식층, 통합층.

* 좌표, 상하축 : 소득 수준(사회적, 경쟁적, 물질적 충족도)

* 좌표, 좌우축 : 생활의 충족감(좌측;전통지향적 성격, 우측;경험지향적 성격)

* 시장 도입시 중심 그룹 : “자기 창조 계층”과 자기 주장 계층의 2개 그룹에서 출발



VALS 1모델 (1978. Arnold Mitchell)

6-3-2 거시적 차원의 사회특징적 라이프 스타일과 유형별 집단성향

| 사회특징적 라이프 스타일 경향 | 분류 | 유형별 준거집단(VALS개량모델) | | | | | | | | | | | | | | |
|---------------------|--------------|--------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|---|---|---|---|
| | | 추구파 | 원숙파 | 여유파 | 감각파 | 사회파 | 체제파 | 자유파 | 서민파 | 타개파 | 인종파 | 무기력파 | | | | |
| 풍요로운 사회심리 경향 | 개성화 | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| | 육체적 자기증강 | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| | 육체적 적함과 안녕 | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| | 사회문화적 자기표현 | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| | 개인의 창조성 | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| | 반 물질주의 | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| 반 기능주의 경향 | 의미있는 일 | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| | 신비주의 | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| | 감각중시 | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| | 신 감상주의 | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| | 내관적 태도 | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| | 변화 | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| 반 복잡성의 경향 | 가정에서의 미 추구 | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| | 자연중시 | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| | 단순화 | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| | 반 거대주의 | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| | 오늘을 살자 | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| | 쾌락주의 | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| 윤리관의 해체 경향 | 자기수양의 무관심 | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| | 탈 교회적 신앙 | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| | 성의 자유 | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| | 남녀 구별의 불 선명화 | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| | 마약의 상습 | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| | 반 위선주의 | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| 자녀 양육의 관용적 경향 | 권위주의에의 거부 | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| | 무질서에의 관대성 | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| | 여성 출세주의 | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| | 가족주의 | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| | | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |
| | | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * | * |

* 거시적 차원의 사회특징적 라이프 스타일과 VALS개량 모델 참조(D, 양켈로비치, 일본 비디오 리서치 사)

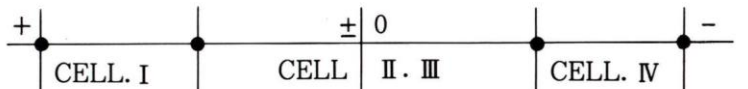
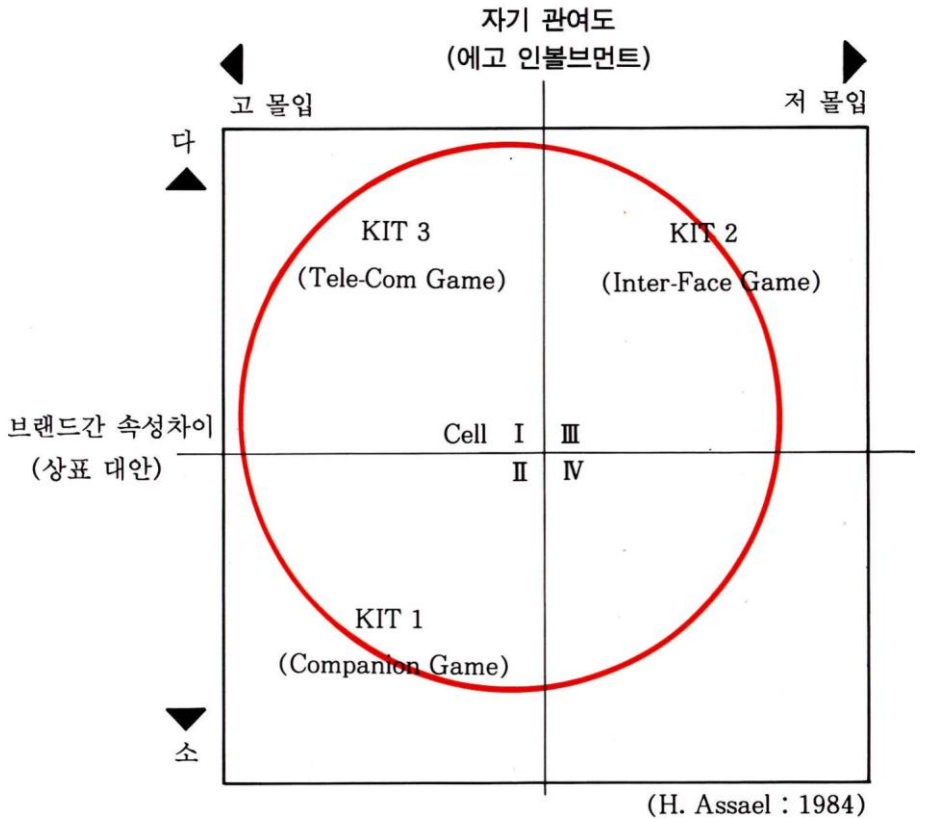
6-3-3 노년기 “퍼스낼리티”와 “라이프 스테이지”의 상관성

| | 노화 퍼스낼리티 60대 구성비 (%) | 재사회화 추구형(Ageless)노인 | | | 역할상실형(Roleless)노인 | | |
|----------------------------|-------------------------------|---------------------|-----|-----|-------------------|------|-----|
| | | 통합형 | 방어형 | 의존형 | 의존형 | 무감각형 | 외해형 |
| 성공적 노화 Successful Aging | | 자기창조계층(추구파) | | | | | |
| | | 지식계층(원숙파) | | | | | |
| | | 달성만족계층(여유파) | | | | | |
| | | 자기실현욕구계층(감각파) | | | | | |
| | | 사회관심계층(사회파) | * | | | | |
| | | 안전지향계층(체제파) | | * | | | |
| | | 자기주장계층(자유파) | | | | | |
| | | 귀속계층(서민파) | | * | * | * | |
| | | 자기개협계층(타개파) | | | * | * | |
| 갱생적 노화 Stereotype Aging | | 추종계층(인종파) | | | * | * | |
| | | 불만계층(무기력파) | | | | * | * |

(VALS개발모델[유형별 라이프스타일]과 뉴우가르틴의 [노화 퍼스낼리티 유형]으로 본 고령화 “라이프 스테이지”와 퍼스낼리티 예측 모델. *통계자료는 일본, VIDEO RESEARCH사 통계 참조. “A”크리스터 “B”크리스터

6-3-4 자기 관여도와 브랜드 속성간, 제품군 포지셔닝

- CELL I, II 상품군-목표지향적 정보탐색 및 구매전 대안평가 고몰입 의사결정.
- CELL III, IV 상품군-상례적, 관성적, 무작위적 의사결정 및 시험적 선택.(“브랜드 스윕칭”현상 제품군)



- | | | |
|--|--------------------|--|
| <p>학습형 상품군</p> <ul style="list-style-type: none"> ● “브랜드 로열티”높음 ● “브랜드 쉬프트”낮음 ● 태도반응 주체상품 ● 구매경험에 영향 ● 경직적 시장형태 | <p>“마르코프”형 상품군</p> | <p>“베르누이”형 상품군</p> <ul style="list-style-type: none"> ● “브랜드 로열티”낮음 ● “브랜드 쉬프트”높음 ● 인지반응 주체상품 ● 구매상황에 영향 ● 유연적 시장형태 |
|--|--------------------|--|

- CELL I : 제품 가격이 높고 제품속성이 복잡하며, 상표간 속성차 큰 경우.

대안평가 기준으로 신념, 태도등의 심리적 “셀프 이미지”가 의사결정의 중요한 역할을 하며, “리스크”지각이 높다.

외부의 강한 준거 집단적 영향력과 동기부여가 작용.

- CELL II : 높은 몰입도에 비해 상표속성이 낮은 경우.

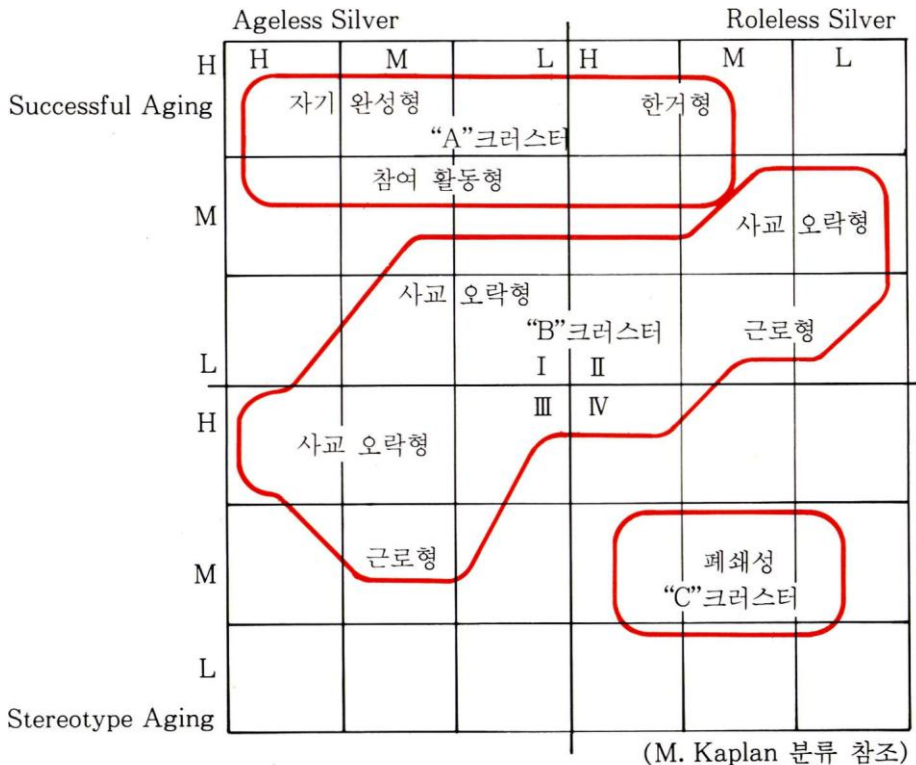
구매후 인지부조화를 합리화하거나 구매상황(귀속탐)으로 돌린다.

- CELL III : 낮은 몰입도에 비해 제품속성이 다양한 경우.

상표선택의 리스크지각이 낮으므로 다양성 추구(Variety Seeking) 및 무작위적·시험적 선택.

- CELL IV : 대안 평가가 중요치 않은 수동적 정보처리를 통한 관성적(Inertia)상표선택.

6-3-5 노년기 여가형태와 “라이프 스테이지”



“A크리스터”-자기 완성형, 참여 활동형, 한거형.

(Voluntary Simplicity 추구형)

“B크리스터”-사교 오락형, 근로형.

(레포츠 & 리레이션쉽 추구형)

“C크리스터”-폐쇄형.

(Survival & Life-Care 요구형)

●“A크리스터”

자기 완성형-젊었을때 하지 못했던 부족한 부분을 노후에 충분한 시간을 이용하여 자기 인격완성을 추구하는 유형.

(종교, 예술, 문학, 철학, 각종 교양강좌등.)

참여 활동형-각종 사회봉사 활동 및 지역개발등에 적극적으로 참여하여 인생의 보람을 추구하는 유형.

한 거 형-무거운 중책이나 사업활동하다가 은퇴하여 한가롭게 자기시간을 가지며 여생을 보내는 유형.

(자서전, 독서, 그림, 음악)

●“B크리스터”

사교 오락형-일반적으로 대부분의 노년기 여가가 이에 해당하며, 인간관계의 유지나 생활정보에 관심을 두는 유형.

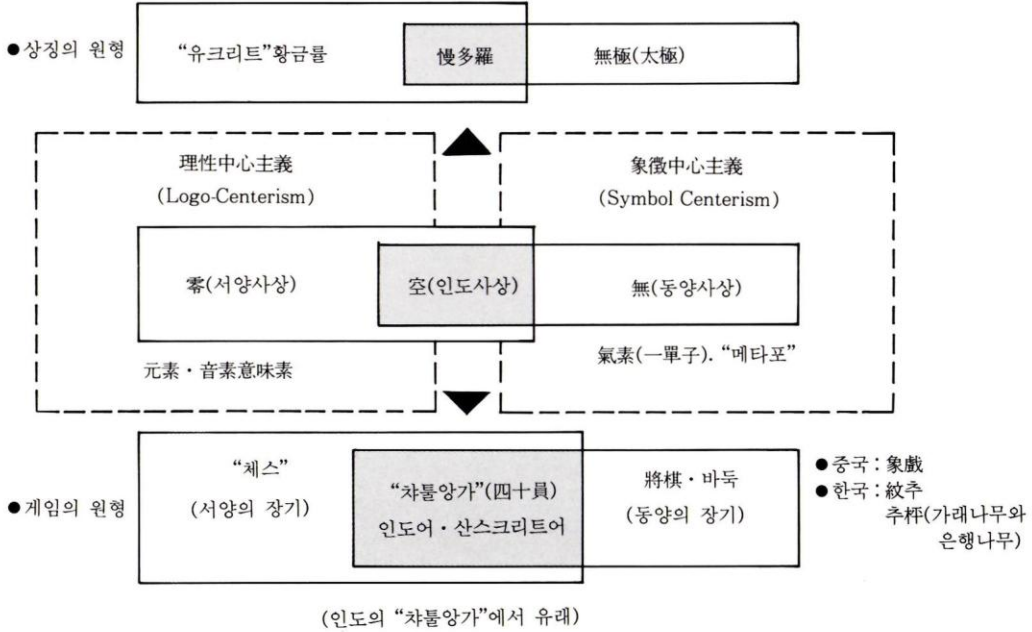
근로형-대개 부업이나, 시간제, 비정규적으로 간단한 근로활동을 하여 소득을 올리거나, 그냥 일이 좋아서 가족의 사업장, 농촌등에서 일을 거들며 소일하는 유형.

●“C크리스터”

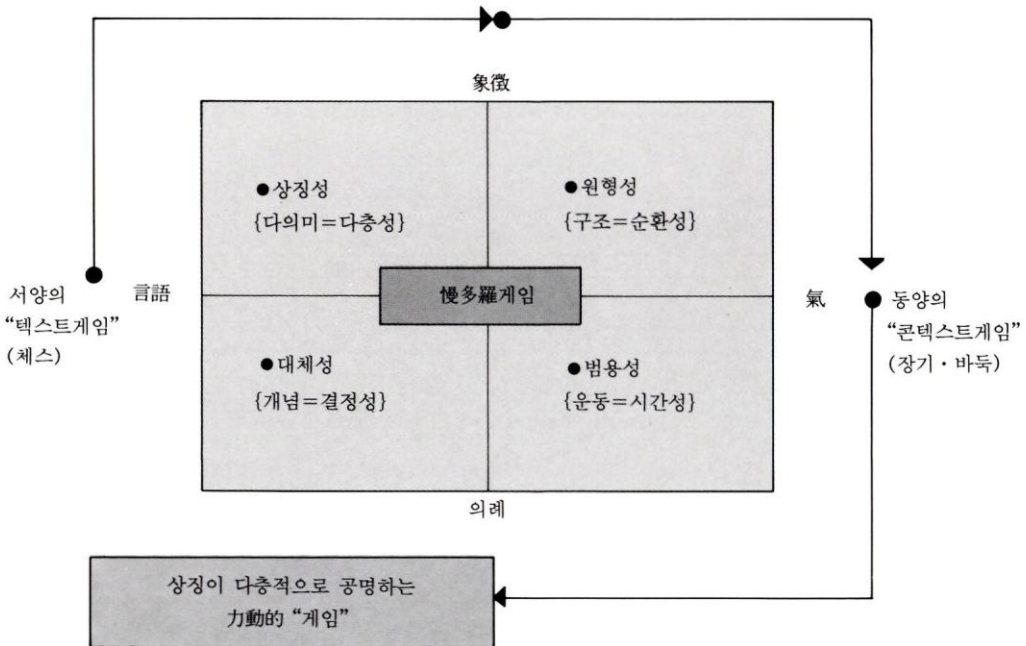
폐쇄형-건강상 활동이 부자연스럽거나, 신체적, 정서적 노화 현상에 대한 수동적 의존형으로 인생을 소일하는 유형.

6-4 개념 설정(CONCEPTION)

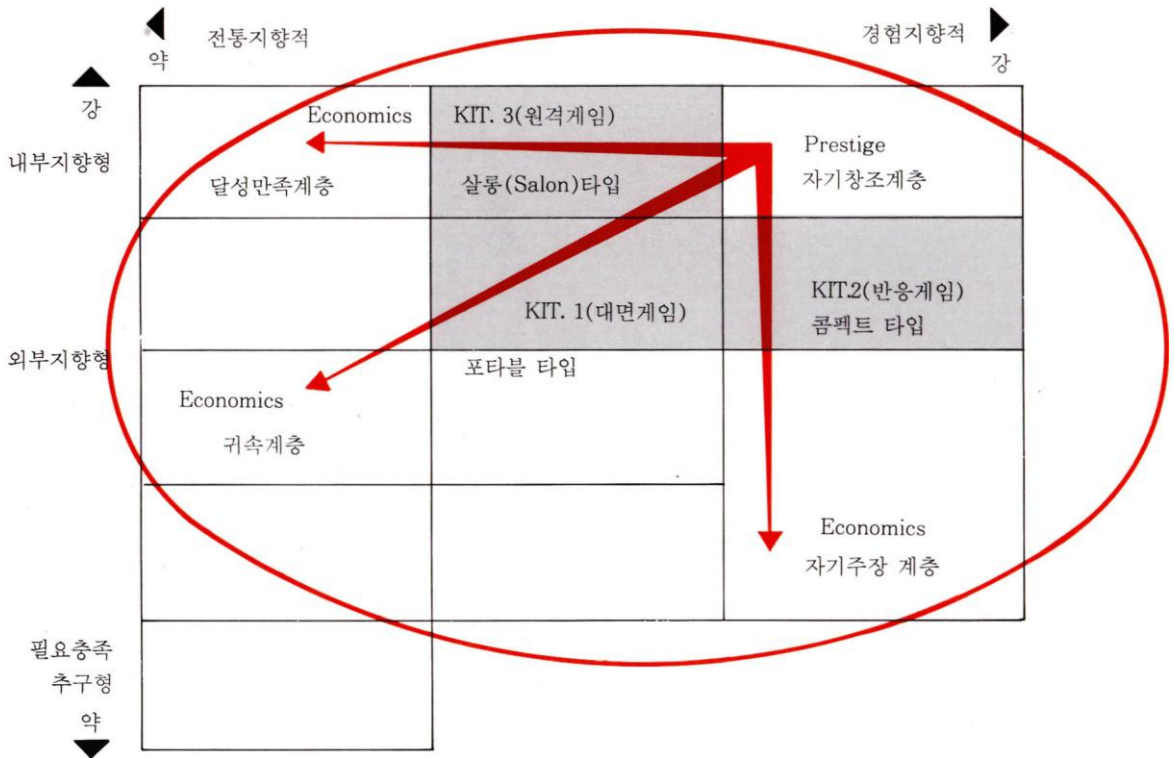
6-4-1 동서 문화의 원형적 상징과 “게임”



6-4-2 디자인 커뮤니케이션으로 본 게임의 구조와 역동성



6-4-3 범용성, 세분화 및 제품 포지셔닝 루트



●컴포넌셜 세크멘테이션

소비자 특성 · 다 세대, 다 준거집단 간, 소구대상층의 범용화

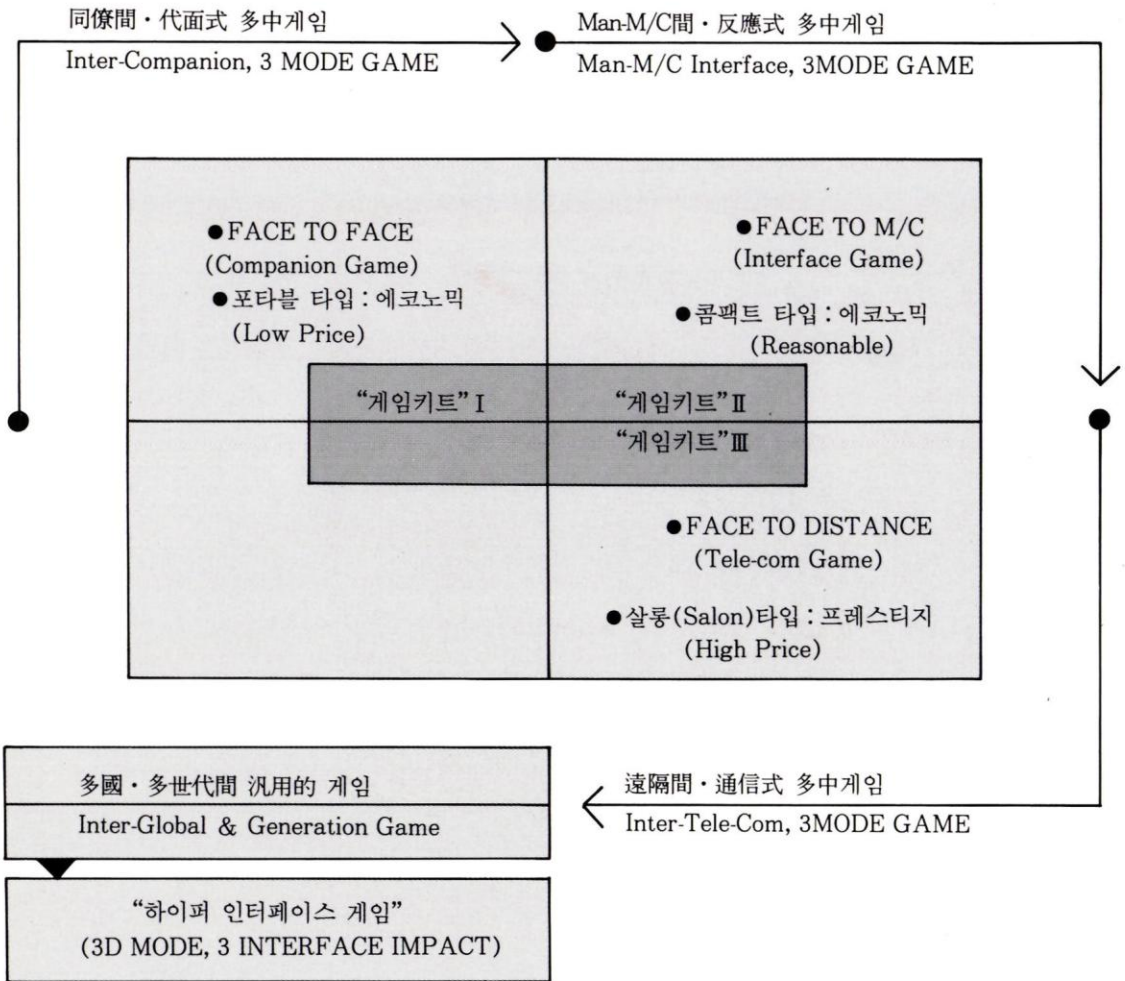
제품 속 성 · 다 세대, 다 준거집단 간, 범용성, 대체속성의 차별화

KIT · 1 : (대면게임) 자기창조계층 ↔ 귀속계층 - 포타블타입 (Economics)

KIT · 2 : (반응게임) 자기창조계층 ↔ 자기주장계층 - 컴팩트 타입 (Economics)

KIT · 3 : (원격게임) 자기창조계층 ↔ 달성만족계층 - 살롱 타입 (Prestige)

6-4-4 디자인 전략으로 본 “게임 키트”의 차별화 방향



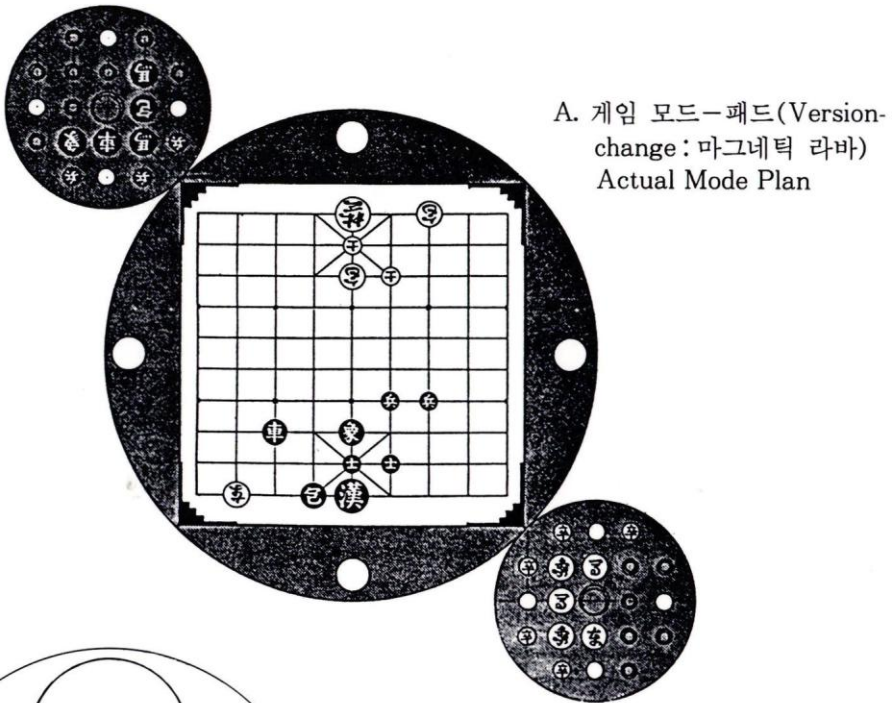
6-5 ALTERNATIVE

6-5-1 동료간 대면식 다중게임

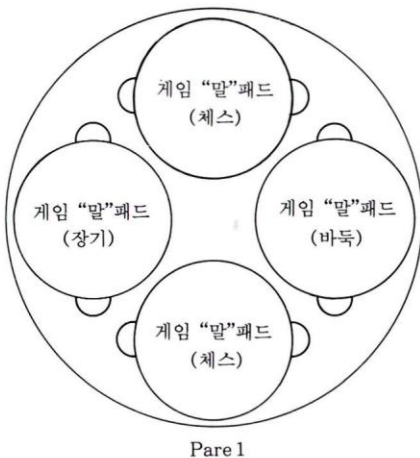
FACE TO FACE (Inter-Companion, 3MODE GAME : 장기 · 바둑 · 체스)

▲PORTABLE TYPE - Pare 1(장기+체스 : Version change)

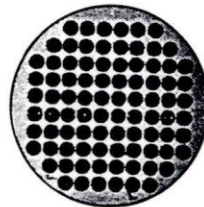
- Pare 2(바둑)



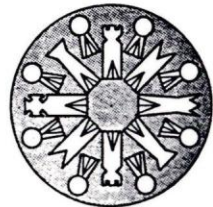
A. 게임 모드-패드 (Version-change : 마그네틱 라바)
Actual Mode Plan



B. 게임 "말"패드(장기, 바둑, 체스 : 마그네틱 라바)
Actual Mode Elev



게임 "말"패드 (장기)



게임 "말"패드 (체스)

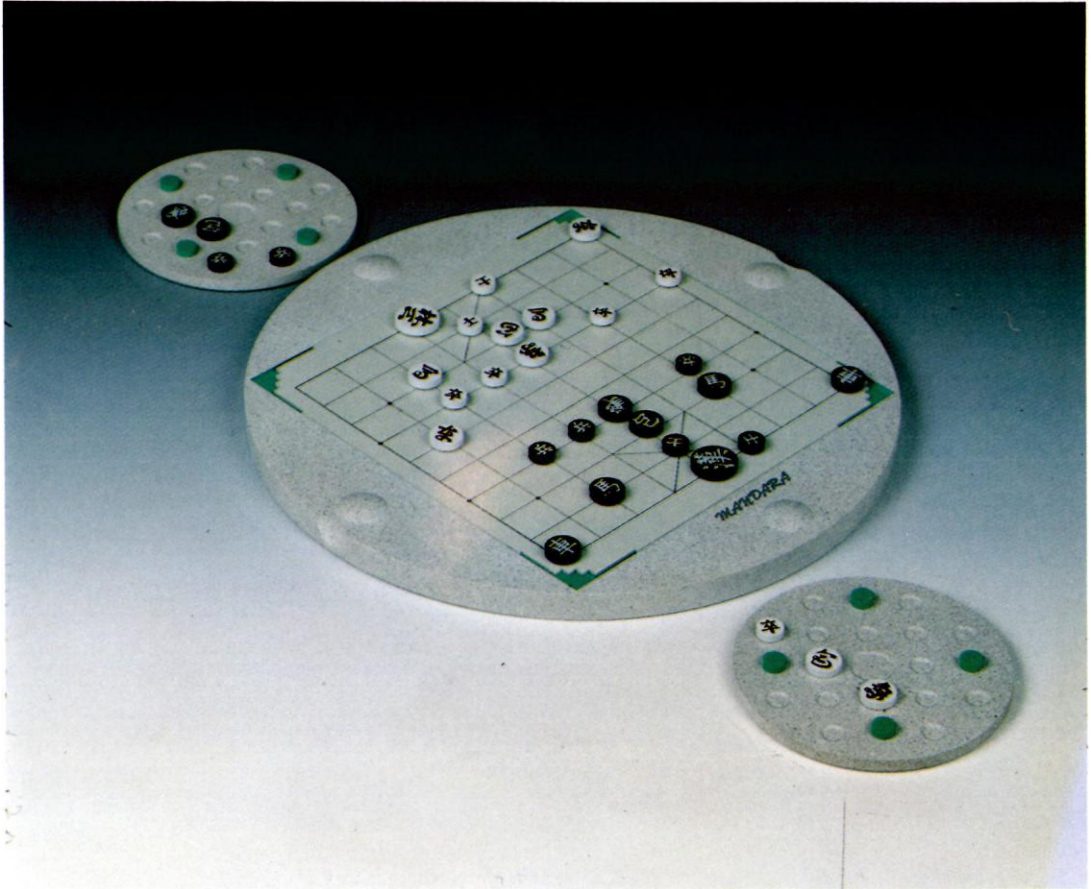


사진22
KIT 1. FACE TO FACE

KIT1 : FACE TO FACE Detail

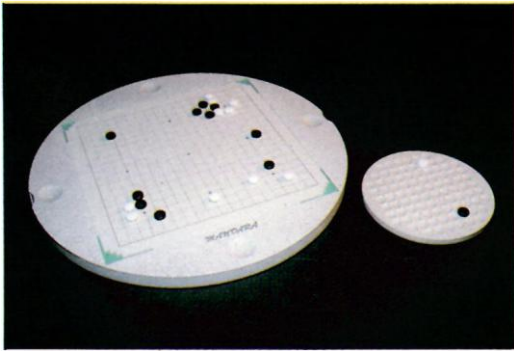


사진23
바둑 Mode Game

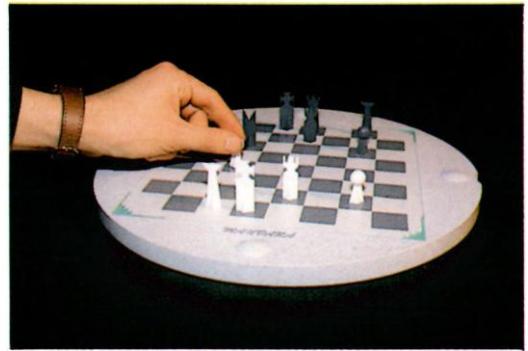


사진24
Chess Mode Game

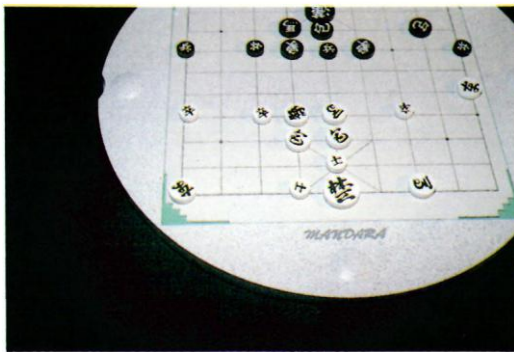


사진25
장기 Mode Game

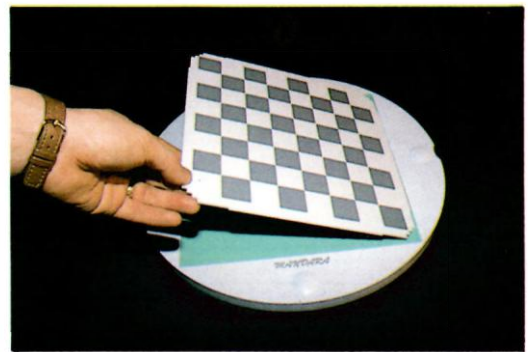


사진26
Mode의 변환 [Magnetic Rubber Plate]

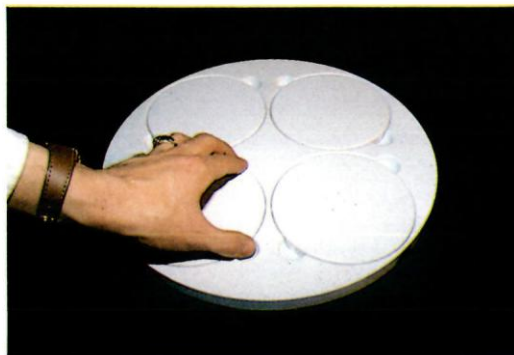


사진27
Pad 의 탈착

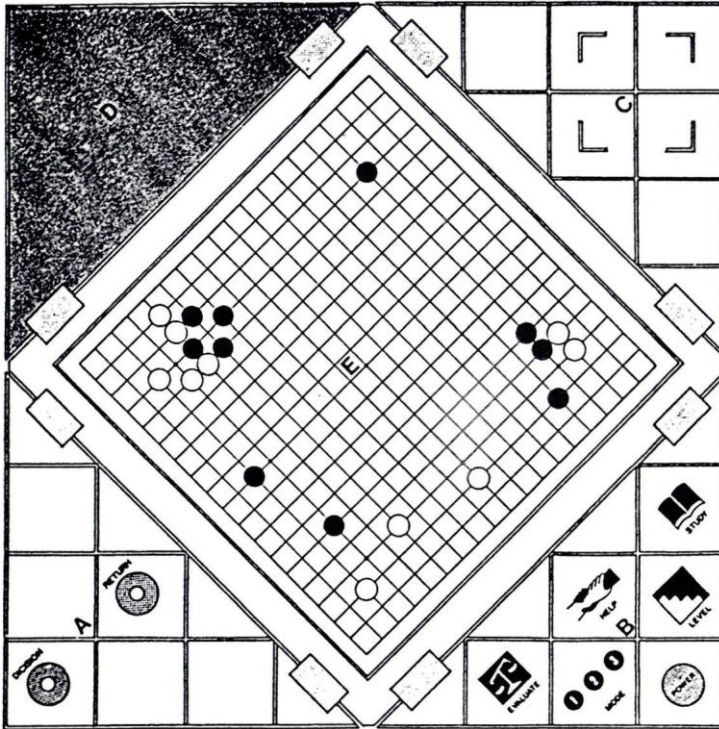


사진28
Pad의 구성

6-5-2 KIT 2-MANM/C간 반응식 다중게임

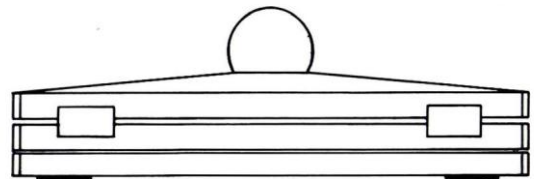
FACE TO MACHINE(Man-M/C, Interface 3MODE GAME : 장기 바둑 체스)

▲COMPACT TYPE



ACTUAL MODE PLAN

- A. 게임 프리세팅-키
Decision-Key
Return(Take back)-Key
- B. 게임 프리세팅-버튼(Tact Push)
Play Function(Mode, Level)
Coach Function(Help, Study, Evaluate)
- C. 게임 프리세팅-키(Tact Push)
Text Arrow-Key
- D. LCD-디스플레이 (Indicate)
- E. LCD-디스플레이 (Game Mode)



FOLDING ELEV

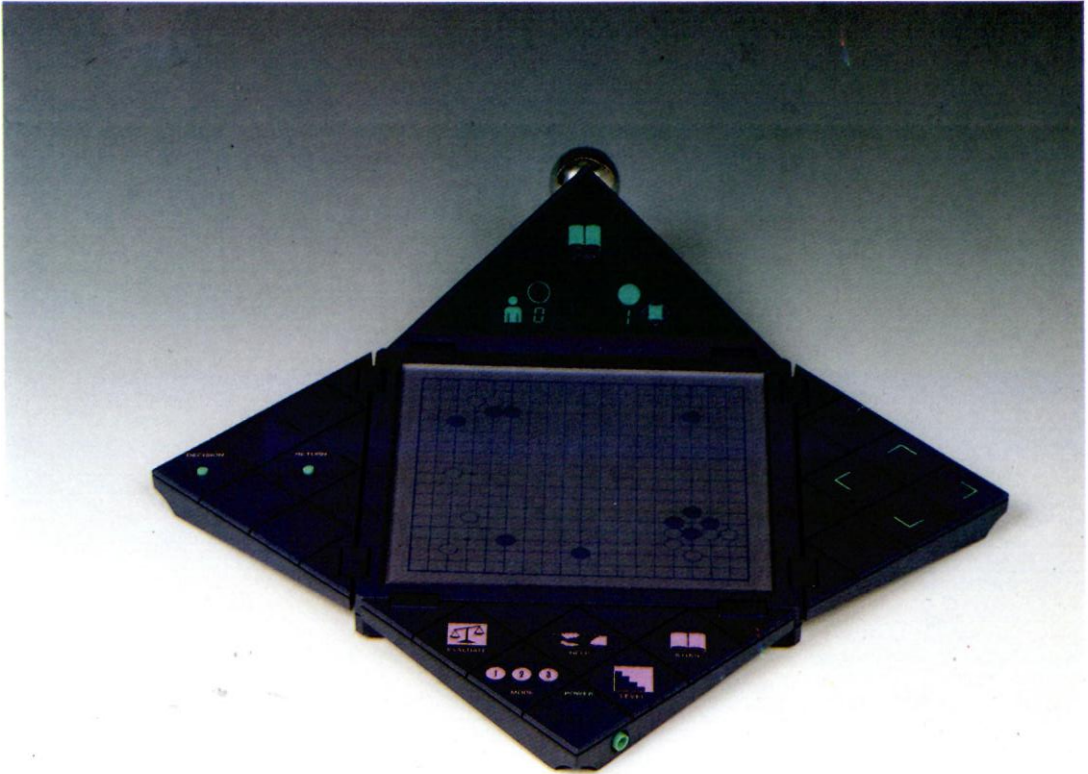


사진29
KIT 2. FACE TO DISTANCE

KIT 2 : FACE TO MACHINE Detail

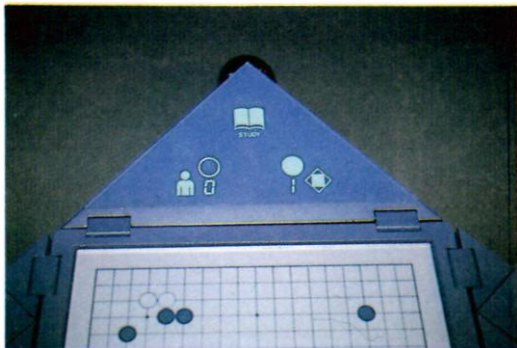


사진30
LCD Display



사진31
Text Arrow Key

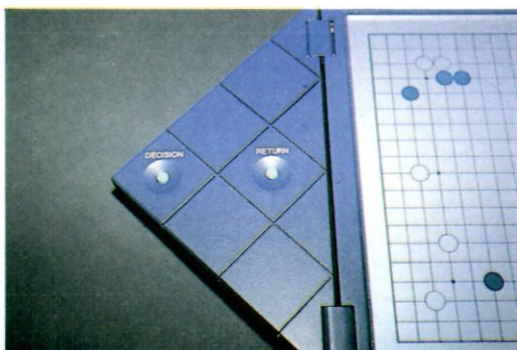


사진32
Game Decision Key

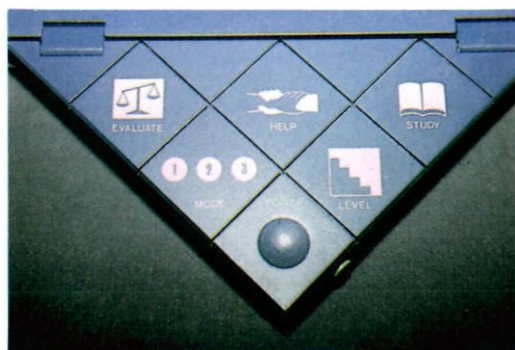


사진33
Play & Coach Function Key

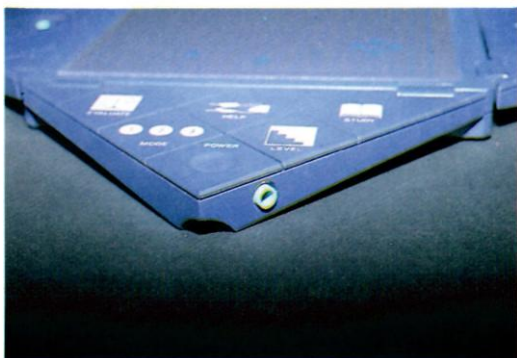


사진34
Power Supply Jack

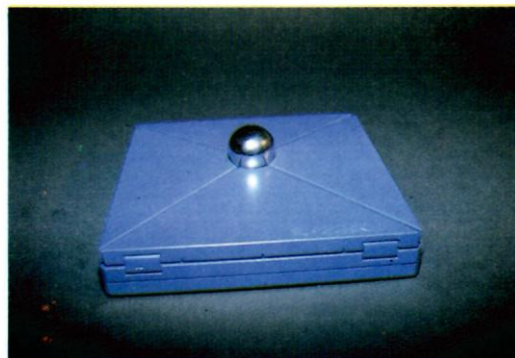
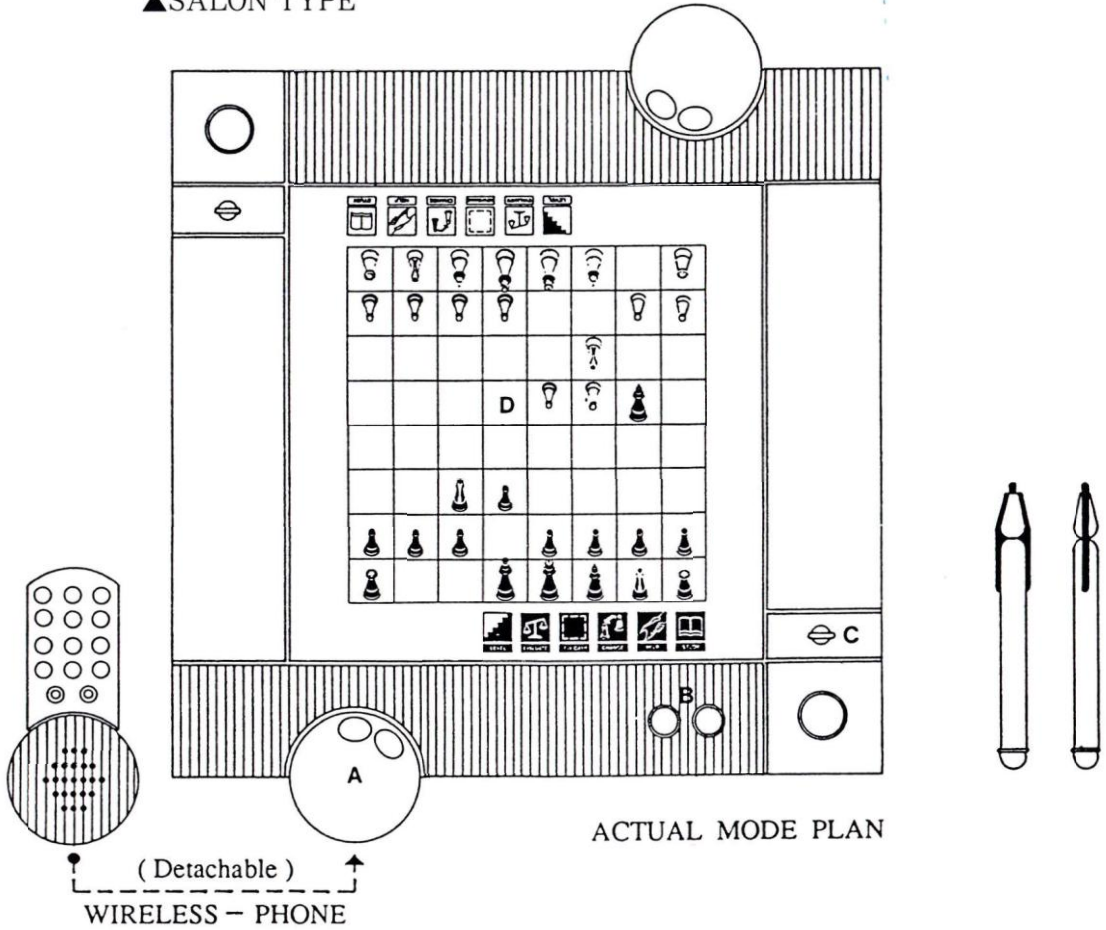


사진35
Folding Elevation

6-5-3 KIT 3-원격간 통신식 다중게임

FACE TO DISTANCE (Inter-Tele, Com. 3MODE GAME : 장기 바둑 체스)

▲SALON TYPE

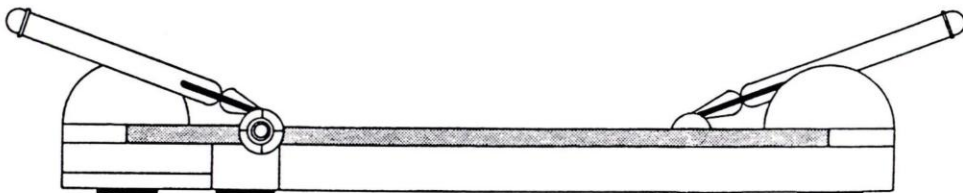


- A. 게임 프러세싱-키
DECISION-KEY
RETURN(Take back)-Key

- B. 게임 프러세싱-버튼(Tact Push)
Power
Mode

- C. 게임 프러세싱-라이트 펜 홀더
Text Decision-LIGHT-PEN

- D. LCD-디스플레이(Game Mode
play Function+Coach
Function+Menu) ON
SCREEN



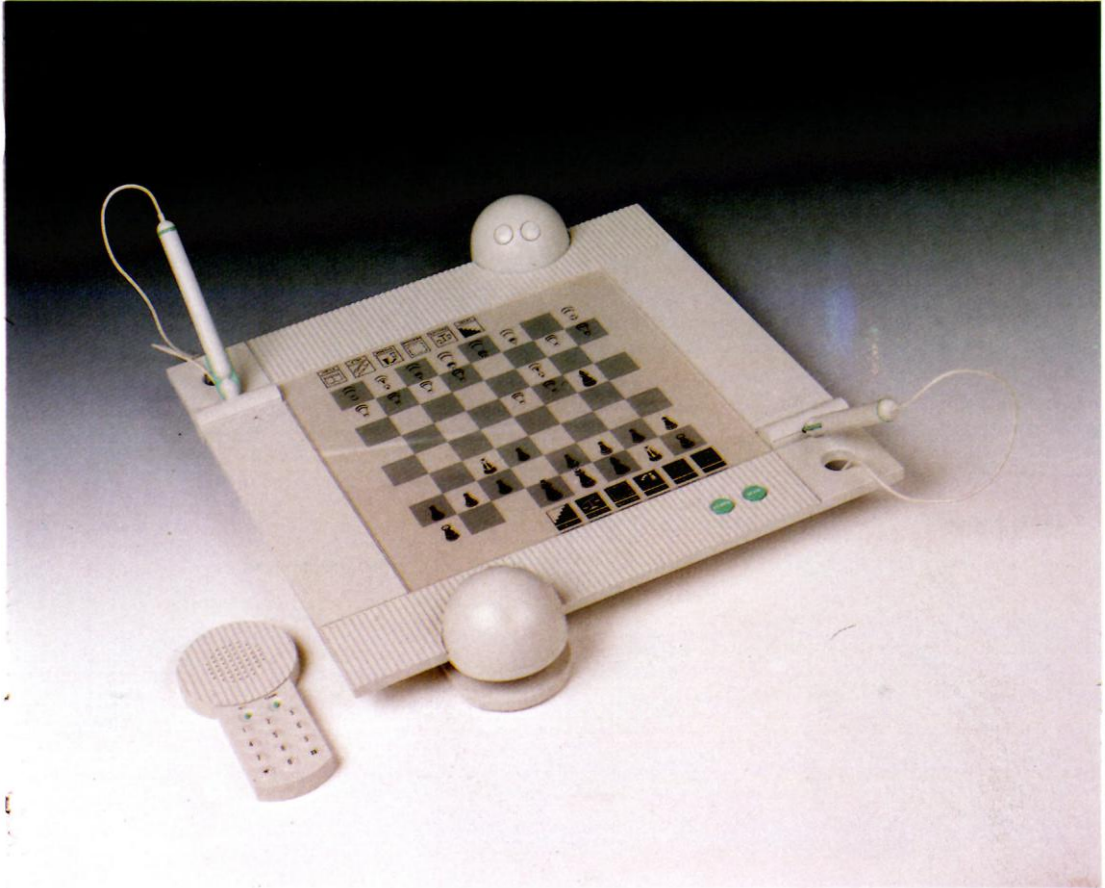


사진36

KIT 3. FACE TO DISTANCE

KIT 3 : MAN TO DISTANCE Detail



사진37
Detachable Wireless Phone

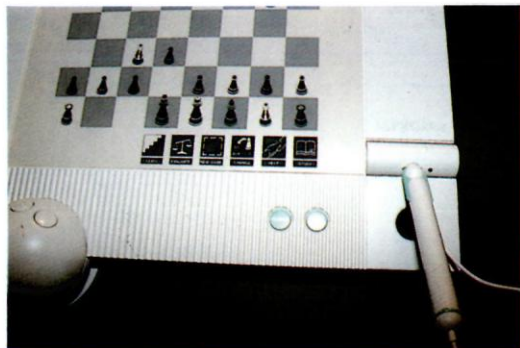


사진38
Power & Mode Button

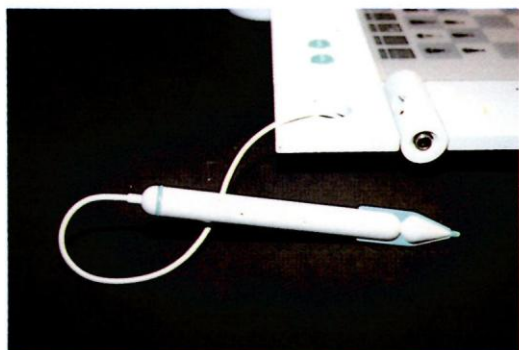


사진39
Light Pen Holder



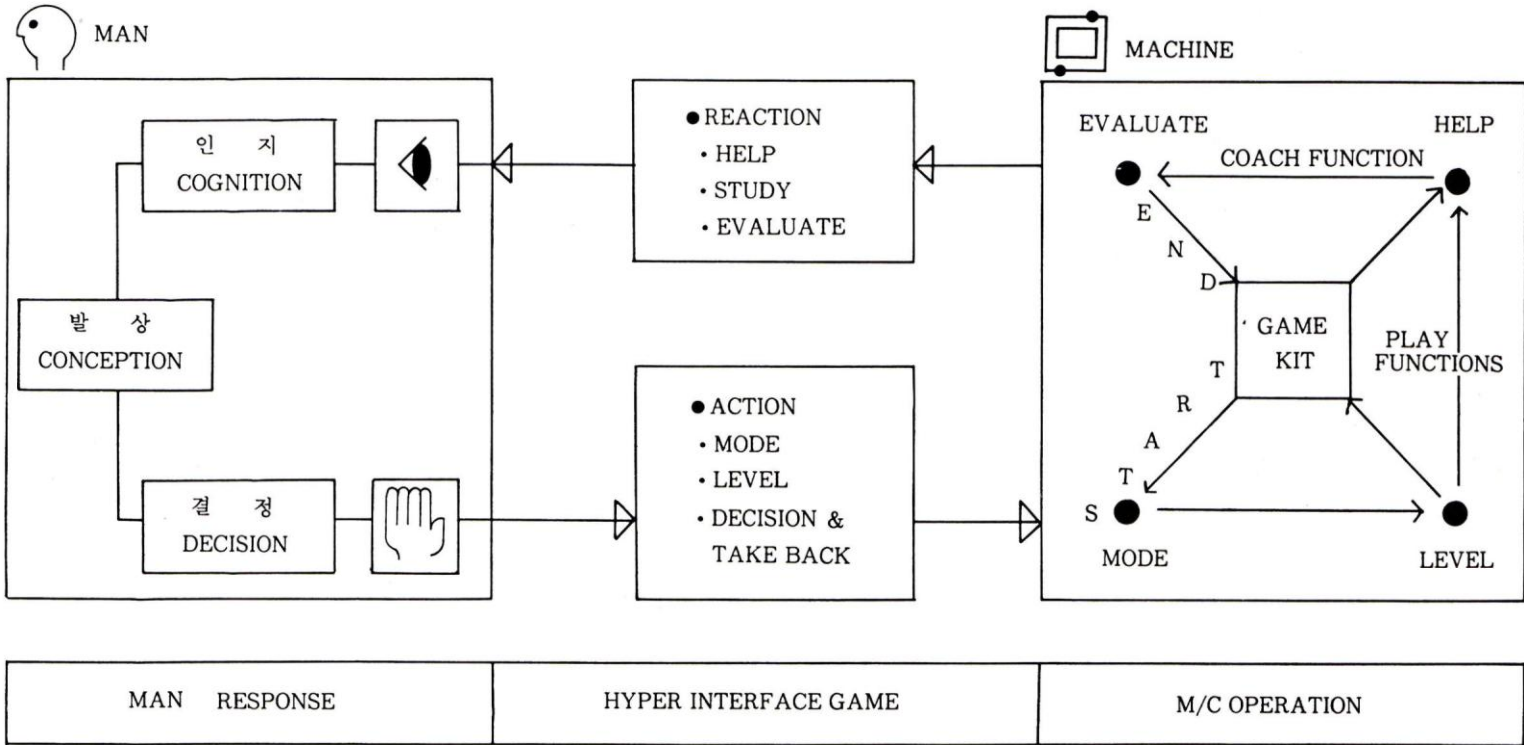
사진40
Wireless Phone



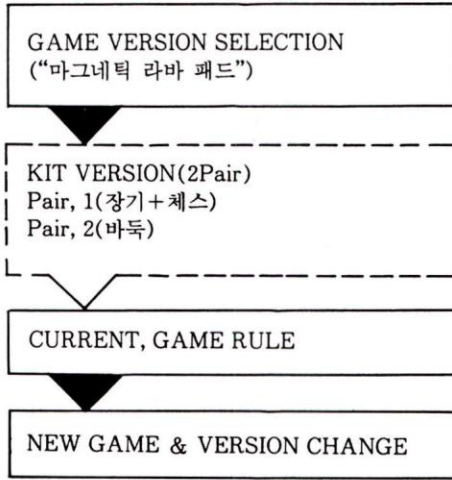
사진41
Game Processing



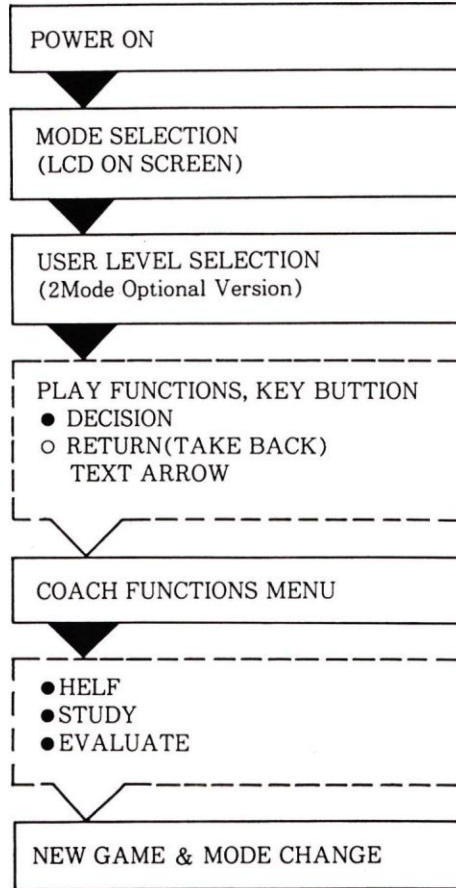
사진42
Cursor 이동



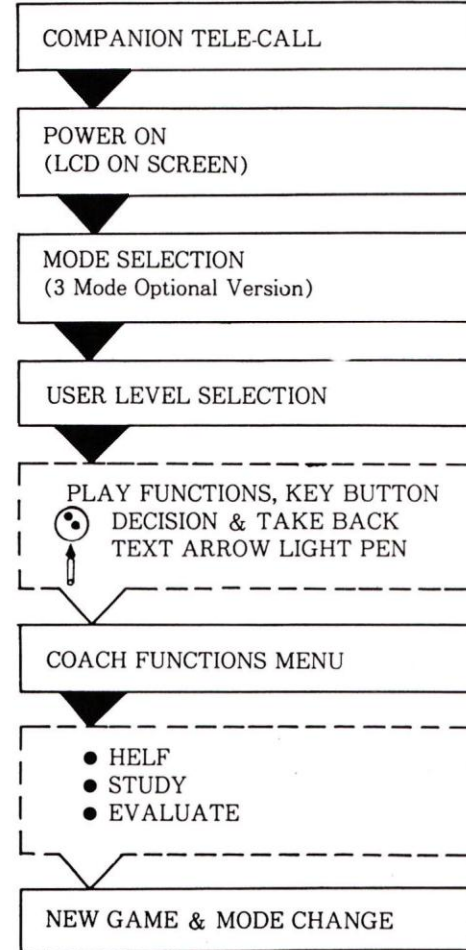
KIT 1-FACE TO FACE
(COMPANION GAME)



KIT 2-FACE TO M/C
(INTERFACE GAME)



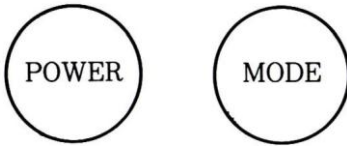
KIT 3-FACE TO DISTANCE
(TELE-COM GAME)



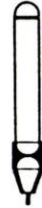
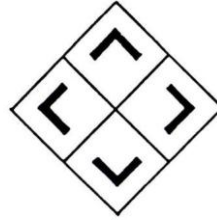
6-5-5 "게임 키트"(Game Kit)별 사용자 "포문세팅"

6-5-6 게임 프로세싱(KEY & MENU)

● 스타트 오퍼레이션-키(KIT. 2, 3)



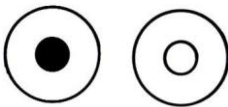
● TEXT ARROW



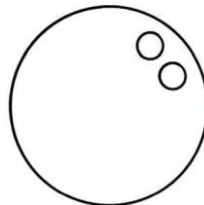
KIT.2 : (Tact Push)

KIT.3(Light-Pen Touch)

● 게임 프로세싱-키 (Decision & Take back)



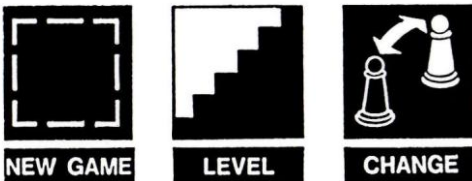
KIT. 2



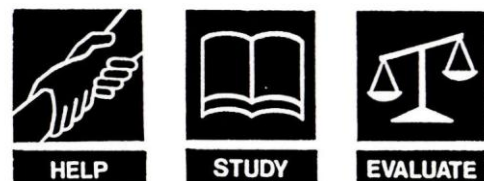
KIT. 3

● 비주얼 프로세싱 라벨(KIT. 3 : LCD-ON SCREEN)

• PLAY FUNCTION MENU

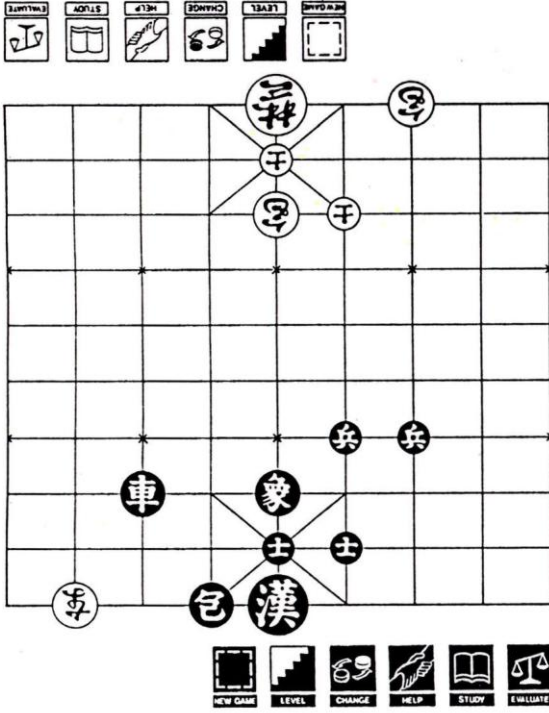


• COACH FUNCTIONS MENU

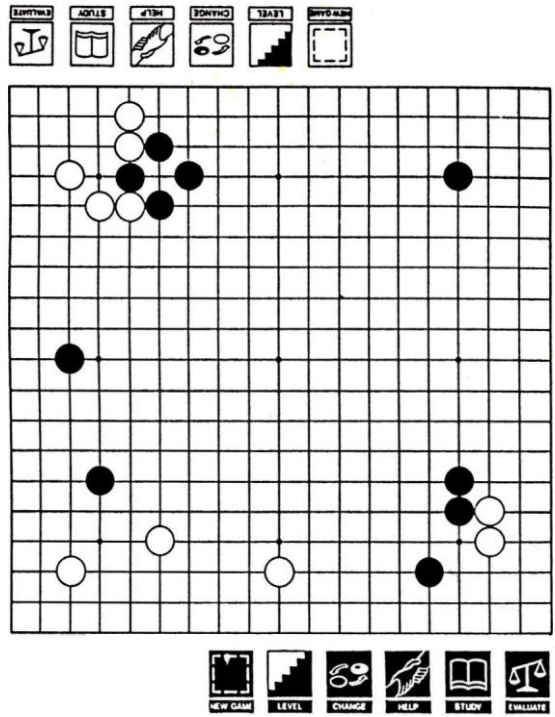


6-5-7 디스플레이 모드 (3 MODE-3 INTERFACE)

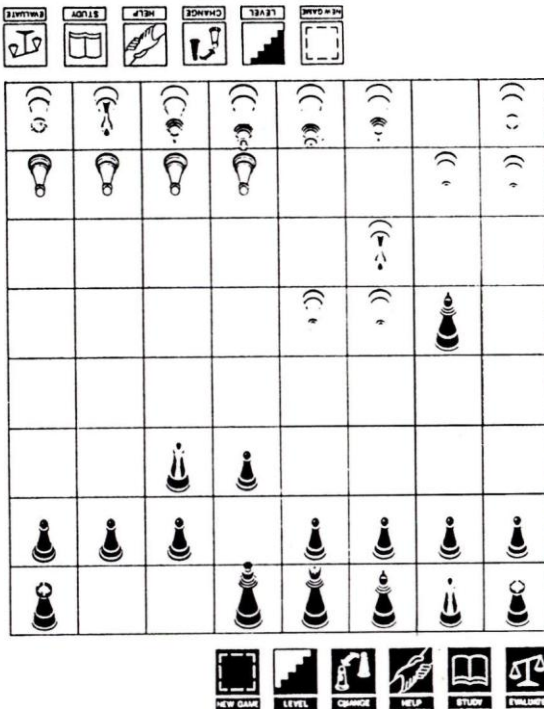
MODE-1 • 장기



MODE-2 • 바둑



MODE-3 • 체스



7. 결언

고령자를 위한 제품환경을 디자인할 때 가장 중요한 국면의 하나는 환경의 일부가 되며 고령자 자신의 활동범위와 개인적인 세계의 일부가 되는 제품류의 명세이다. 그런데 우리들은 고령자 환경을 위한 제품류를 디자인하는데 있어서 언제나 욕구불만이 있었다. 왜냐하면 관련된 상세한 조사라든가 정보의 수집등이 완벽하지 않기 때문이다. 우리들은 노화현상에 관한 지식과 배경이 없이 제품류에 관한 조사를 직접 하지 않으면 안되었으며 디자인과제가 단기간에 완수되지 않으면 안되기 때문에 우리들이 주어진 디자인테마에 관한 영역의 조사를 철저하게 실시하는 것은 불가능에 가까운 일이었다.

고령화에 관한 모든 문제는 디자인프로세스가운데 통합되어야 할 중요한 정보이나 실체로 그것을 시작하려고 하면 실제의 작업과 조사와 출판 등 많은 여러가지 영역에서 생기는 자료, 게다가 디자인프로세스에는 적용되기 힘든 자료를 여과하는 일 부터 시작하지 않으면 안되었다. 경제학은 제품의 구입과 사용의 잠재적 가능성을 인식할 수가 있으며 또 산업계가 흥미를 갖게할 수도 있다. 건축은 고령자를 위한 공공시설적 환경에 관계하면서 고령자의 요구를 어떻게 설계를 프로세스에 주입하는가를 예시하고 있으며, 더우기 사회학자와 행동학자는 「행동의 배경」에 관한 정보의 중요한 부분을 분명히 해주고 있다. 여기서 말하는 배경은 항상 공간과 관계하고 있으며 실내의 형태를 취하고 있거나 제품의 배치이거나 공간에 주입된 조작류이거나 한다. 조사에 뛰어난 전문가들에 의한 이런류의 정보는 현시점 까지 응용미술가로서 교육을 받아 왔기 때문에 조사라고 하는 것에는 익숙치 못한 인터스트리얼디자이너에게는 꼭 응용되지 않으면 안된다는 것을 실감하였다.

현재 우리나라의 30세 이하의 젊은층은 전인구에 대해서 꽤 높은 비율을 보이고 있으며 산업 내지는 디자인의 전문가들도 이른바 젊은층 시장에 관심을 보이고 있다. 이 젊은층 시장도 젊은층의 인구배분그래프가 점점 좁아지고 중간 연령층의 상향화와 60세이상의 고령인구가 전인구에 차지하는 비율이 높아짐에 따라 바뀌어 갈 것이다. 고령인구가 전인구에 차지하는 비율이 높아진다고 하는 것은 그들이 상품과 서비스의 중요한 구매자로서 등장하게 되는 만큼 생리학적인 변화의 견지에서라도 또 심리학과 사회발전의 견지에서라도 그 새롭고 중요한 기능상의 특질에 대해서 인식하지 않으면 안된다.

다음으로 산업과 디자인 Community가 시장분류를 피할 때 고령자는 누구나 다 類似 내지는 같은 필요성과 願望을 가지고 있는 것처럼 취급하기 쉬우나 그 알맹이는 수 많은 다른분자로 구성되어 있다. 사람들은 나이가 들에 따라 서로가 점점 더 달라져 가며 서로 다른 개성을 만들어 내게 된다. 따라서 젊은세대에 비하면 고령자가 훨씬 서로 공통점이 적다. 대부분의 고령자는 특수시설의 도움을 받지 않고 인생을 지내게 되나 생리상의 특징

과 결함을 가지고 있거나 가벼운 병에 걸리기 쉽거나 지각상실을 일으키거나 심리적인 버릇이나 사회적행동상 이제까지와는 다른 모습을 보이거나 한다.

우리들은 고령자에 대해서 스테레오타입화 된 이미지로 설명하거나 특색지우거나 어떠한 정형화를 하려고 하나 고령자층은 그만큼 균형잡힌 연령층이 아니므로 類別化가 어렵다. 실제로 인구분포가운데 구성하고 있는 사람들 상호가 가장 닮아있는것은 젊은층 즉 18세에서 35세까지의 청년들이다.

워싱턴대학의 Karl Eisdorfer박사는 고령자층은 모든 연령층 가운데서 가장 다른성분으로 성립되는 정도가 높은 연령층이라고 지적하고 있다.*

때문에 개개인의 상황을 기반으로해서 고령층을 개관하는 투시도를 현실감있게 그려내는 것은 불가능에 가깝다. 따라서 고령자를 그룹으로서 다루기 위해서 인공적제약을 만들어내고 거기서 편성된 데이터를 가지고 여러가지 의미를 조심스럽게 통계처리해서 분류해 보았다. 그러나 무엇 보다도 가치가 있는 최선의 투시도는 고령자들은 무엇을 얻으려고 노력하고 있는가 혹은 자신의 돈으로 무엇을 사려고 하는가 또 무엇을 유지하려고 싸우고 있는가에 대한 경향, 형식, 습관등의 관찰을 기반으로 하지 않으면 안된다는 것도 본 연구를 진행하면서 인식한 문제의 하나이다. 이러한 이유로 고령자가 사용하는 제품개발에 관련해서 다음의 고려해야 할 사항을 생각 할 수 있다.

- 1) 감각적인식에 있어서 만성적인 장애와 변화가 고령자의 제품에의 Access의 방법을 바꾼다.
- 2) 변화의 다양성과 조합이 사실상 무한하므로 인간인자의 조사나 類別化를 위한 전통적인 수법을 사용해서 특징을 정형화 하는 것은 불가능하다.
- 3) 감각적인식능력과 생리적인 기능의 쇠퇴에 의해서 고령성인은 점점 허약해 가므로 제품의 형태와 색채 등이 미학적 근거에 의해서만 결정되어서는 안된다.

다음으로 디자인의 의사결정의 장애 있어서 형태와 기능과의 사이를 구분짓는 것은 불가능하다. 그것은 함께 하나의 전체이므로 「기능은 형태에 따른다」도 아니며 「형태는 기능에 따른다」도 아니다. 「형태는 기능, 기능은 형태」이다.

종래 기능주의의 「형태는 기능에 따른다」라고 하는 정의가 있었으므로 미학적근거에만 의존하던 응용미술가들은 기능을 중시하지 않으면 디자인의 의사결정에 참가하길 꺼려해왔다. 그러나 사용자의 요구 특히 고령화의 과정에서 높아가는 요구의 종류를 생각하면 실제로 중요한 기능상의 고려는 형태형성의 영역에 있다. 따라서 디자이너들이 이러한 인식

*) Joseph A. Koncelik 著 清水忠男・清水純子 譯 『高齢化と製品環境』1989, 鹿島出版會 p9.

을 근본에 가지지 않는 한 중요한 기능상의 기준은 디자인프로세스에 있어서나 결과로서의 제품에 있어서나 만족되지 않을 것이다. 이것을 이행하기 위해서는 디자이너는 고령화와 노쇠학에 관한 전문지식과 기술을 획득하는 것이 중요하다.

마지막으로 고령자의 생활은 적극적이든 소극적이든 다양한 라이프 스타일을 만들어 내고 있다. 예전에는 이 기간이 짧았기 때문에 그들의 라이프 스타일에 그다지 구애받지 않았다. 그러나 고령화 사회에서는 60세가 되어서도 20년 전후의 여생이 있고 여러가지 기능의 저하에 의해서 다양하게 변화하는 Short Stage가 청·장년에 비해서 자잘하게 나타난다. 그러나 본 제품개발에서는 노인용제품에 상상력을 복잡하게 구사하기 보다는 자연스러운 감정에 맞추어서 진행하였다. 욕구를 축으로 한 고령자층의 집단분류를 통해서 얻어진 몇가지의 유형중에서 Young Old층인 자기개발형, 여가활동형, 성취동기형의 고령자를 대상으로 엔조이라이프를 제시할 수 있는, 그러면서 시장 창조형인 유희도구를 대상으로 선정해서 제품개발을 하였다.

오늘날 도구의 진화의 기초가 되는 기술의 진보는 산업화를 위한 기술에서 정보화를 위한 기술로서 확대되어 가고 있다.

아울러 소비현상도 제품의 유용성에 의해 소유하는 것을 주체로 하는 소비가 성숙되어, 소비자는 자신의 삶의 의미를 창조할 수 있는 기호로서의 가치에 관심을 가지기 시작하고 있다.

따라서 「고령화사회의 도래에 따른 전략적 상품개발 연구」에 있어서도 기능과 성능 등의 요인으로 결정지워지는 상품 Line Up을 계획하는 것이 아니라 「유희의 만다라」의 체험을 통해서 초세대가 공감하는 행복의 「Code」를 연출하는 것을 목적으로 하였다.

종합적인 시스템의 구성에 있어서는 앞으로 기대가 되는 정보기기화의 방향에 맞추어 “知”적 게임으로 유별화 되는 제품전개를 꾀하면서 Traditional한 소프트와 기호성에 가치를 두었다.

고령자에 에너지원을 제공하는 것으로서의 「Static Entertainment」에 타겟을 맞추어서 「놀이」 「유희」를 계기로한 가정의 「행복」이라는 고령자 생득의 원망을 『MANDARA』라고 하는 Concept Word로 응축시켰다.

