

# 마케팅 관점에서 본 유료노인주거의 공간에 관한 연구

## A Study on the Paid Residential Space for the Elder from a Marketing Perspective

서유정\* / Seo, Yu-Jung  
김문덕\*\* / Kim, Moon-Duck

### Abstract

With the development of medical technology, economic growth and increased interests in health in our society nowadays, the male and female average length of life has continued to increase. In response to the rapid aging phenomenon, diverse paid residential facilities for the elder have geometrically emerged in a short period, but compared to their quantitative increase, the kinds of facilities are not diverse and the quality of the facility environment also is not at the desirable level in comparison with the economic and intellectual level.

Accordingly, the purpose of this study was to analyze the residential space from a perspective of marketing and establish the residential environment for the elder in response to the expansion of the market of the paid residential facilities for the elder in the future.

키워드 : 노인, 고령화, 유료노인주거, 마케팅

Keywords : The elder, Aging, paid residential facility for the elder, Marketing

## 1. 서론

### 1.1. 연구의 배경 및 목적

오늘날 우리 사회는 의료기술의 발달과 경제적 성장, 건강에 대한 관심 증대 등으로 남녀 평균수명의 지속적인 상승세를 나타내고 있다. 평균수명은 2005년 77.9세에서 점차 높아져 2050년 83.3세로 상승되고 있으며, 현재 65세 이상의 고령인구는 2005년 67.1%에서 빠르게 진전되어 2050년 81.8%로 높아져서<sup>1)</sup> 선진국에 비해 유례없이 빠른 속도로 고령사회로 진입하고 있다. 급속한 고령화 현상에 대응하여 다양한 유료노인주거시설이 단기간에 기하급수적으로 등장하고 있으나, 그 양적 증가에 비해 시설의 종류가 다양하지 못하며 시설환경의 질 또한 경제적, 지적 수준에 비해 바람직한 수준에 미치지 못하고 있다.<sup>2)</sup> 이는 노인을 위한 주거환경에 대한 체계적인 이해가 절실한 실정이며, 바람직한 노인주거시설의 계획을 수립하기 위한 기반 마련이 필요한 것을 의미하고 있다.

따라서 본 연구의 목적은 향후 유료노인주거시설 시장의 확대에 대응하여 노인 주거시설의 질적 향상과 정착화를 위하여 마케팅

관점으로 공간을 분석, 노인 주거환경을 정립하는데 있다.

### 1.2. 연구의 범위 및 방법

본 연구는 노인 주거시설 중 민간사업 주체인 건설업체의 사업 대상이 될 수 있는 유료노인주거시설, 즉 「노인복지법」 상의 '유료양로시설'과 '유료노인복지주택' 시장(사업)에 초점을 맞추고 있으며, 연구의 범위와 방법은 다음과 같다.

첫째, 연구대상의 형평성을 맞추기 위해 수도권에 위치한 2006년 분양 중인 평당 1300만원선의 고품격 유료노인주거설로 한정하였다. 또한 분양 마케팅의 비교, 분석을 위해 분양중인 모델하우스와 입주 중인 시설 8곳을 방문하여 사례분석 한다.

둘째, 국내. 외 문헌연구를 통해 유료노인주거시설을 이용하는 데 있어 입지별, 사업방식별 분류와 공간 구성을 파악하여 노인주거 시설의 마케팅 전략을 수립한다.

셋째, 국내 사례조사를 통해 마케팅적 관점에서 실내디자인 요소를 포함한 노인주거시설의 실내공간디자인 지침을 제시한다.

1) 통계청, 장래인구특별추계, 2005, pp.5~7

통계청, 2005 인구주택총조사 인구부문 전수집계결과, 2006.

2) 김민수, 노인 주거환경의 개념과 유형화 연구, 한국실내디자인학회지, 제8권 1호, 2006-05, p.1

\* 정회원, 건국대학교 디자인대학원 실내환경디자인 석사과정

\*\* 전임회장, 건국대학교 실내디자인학과 정교수, 건축학 박사

## 2. 이론적 고찰

### 2.1. 유료노인주거의 정의

유료노인주거시설이란 노인전용주택, 유료양로·요양시설, 노인호텔(중·단기 노인주거시설)등과 각종 부대시설로서, 이를 이용하는 노인들이 그 이용 비용 전액 지불을 원칙으로 하는 시설을 의미한다. 수익자 부담을 원칙으로 하기 때문에 그 운영주체는 민간단체가 당연시되고, 시설 또는 운영의 수준도 수익자의 욕구에 따라 다양하다. 이러한 중산층 또는 그 이상의 경제적으로 생활능력이 있는 노인들을 대상으로 하는 유료노인주거시설은 고령화 사회에서의 노인인구의 양적 증가, 공적 연금제도의 확충, 소득의 향상 등으로 인해 세계적으로 그 수요가 날로 증대되는 추세이다.<sup>3)</sup> 이와 같이 노인에 대한 유료주거시설 등의 서비스는 다양한 문제나 욕구에 대처하기 위한 방안 중의 하나라고 할 수 있다.

### 2.2. 유료노인주거의 분류 및 공간 구성

#### (1) 유료노인주거의 분류

유료노인주거시설은 입지유형에 따라 도시형, 도시 근교형, 리조트형 그리고 전원형으로 구분되며 내용은 다음의 <표 1>과 같다.

<표 1> 유료노인주거시설의 입지유형별 특징

입지유형	장점	단점
도시형	· 도시 내 기존의 공공/의료/사업시설 등의 이용가능 · 자녀 및 친지와와의 교류, 생활편의 시설 활용 및 기타 도시기능 활용 가능	· 자가 부담이 크고 부지확보 곤란 · 건물의 고층화가 불가피 · 입주가격 상승 · 자연환경 접촉 불가
도시 근교형	· 도시형보다 비교적 토지 가격이 저렴 · 넓은 면적의 부지확보 가능 · 도시로의 진출입 용이	· 도시 내의 편의시설 이용이 다소 곤란
리조트형	· 자연경관이 수려 · 부지가격 저렴 · 종합개발 시 지역사회발전 기여	· 충분한 도시기능을 누릴 수 없음 · 시설의 고립감 · 부지조성 비용 상승 · 부대서비스시설 설치 부담
전원형	· 전원풍경 만끽 · 화훼단지, 농원 등 경작 활동 참여 가능	· 부대서비스 시설 설치 부담

자료: 노인주거연구소(www.seniorhouse.pe.kr) "노인시설 사업 개요".

사업방식에 따라서는 종신형, 임대형 및 분양형으로 구분되며 내용은 다음의 <표 2>와 같다.

<표 2> 유료노인주거시설의 사업방식별 분류

분류	장점	단점
종신형	이용권형 · 부동산 소유에 따른 세금이나 개보수 등의 번거로움에서 해방 · 입주금+월 사용료의 지불에 따른 생활보장	· 설치주체가 시설운영을 계속할 수 없게 되었을 경우 입주자의 거주권에 대한 법적 보장이 없음 · 임의계약에 불과
	연금형 · 입주 후 추가 비용의 부담이 없음	· 장래 인플레이 등의 변동을 반영할 수 없고, 입주자에게 추가비용의 징수가 불가능하여 사업상 위험이 많음
임대형	· 계약 해제가 자유로움 · 입주초기에 많은 비용부담이 없음	· 입주자의 소득 감소 시 지속적인 입주생활이 어려움
분양형	· 입주자가 부동산이라는 재산 가치를 보유할 수 있으며, 전매도 가능함	· 일반 부동산보다 유동성이 적으므로 상속과 양도의 제한이 있음 · 장래 건물의 개·보수 및 증축시의 문제

자료: 조소영·이창석·김경호 공저, 노인시설관리론, 학문사, 2001, p.72

#### (2) 유료노인주거시설의 공간 구성

유료노인주거시설은 단순 노인시설과 달리 각종 생활관련 서비스가 제공된다. 특히, 공용시설의 비율이 일반 집합주택에 비해 엄청나게 높은 40~50%에 달한다. 국내의 유료노인주거시설에 관한 기존 조사에 따르면, 서비스에 관한 한 의료시설에 대한 선호가 가장 높게 나타나고 있으며, 산책로, 여가활용실 등 취미와 문화활동 관련 욕구가 나타나고 있다. 유료노인주거시설은 크게 개인부문, 서비스부문, 관리부문으로 구성되어 있다.

본 연구에서는 24시간 생활하는 공간으로 거주역할이 강조되는 개인부문, 서비스부문을 중심으로 연구한다.<sup>4)</sup> 내용은 다음의 <표 3>과 같다.

<표 3> 유료노인주거시설의 실내공간 구성

부문		소요실
개인부문	여가	· 침실, 서재, 발코니, 거실
	생활	· 욕실, 주방

3) 국제산업정보연구소 RED컨설팅그룹, 유료노인주거시설의 사업화와 운영방안, 2001, p.2

4) 조소영·이창석·김경호, 노인시설관리론, 학문사, 2001, p.68

부문	소요실
서비스부문	생활 서비스 · 대 식당, 소 식당, 대 욕탕, 소 욕탕, 탈의실 · 이용실, 미용실, 매점, 클리닝점, 메일룸, 트렁크룸
	여가 활동 · 아뜨리에, 도예실, 목공·금속공예실 · 도서실, 음악실, 체육실 · 다목적실, 당구실, 카드실
	커뮤니케이션 · 집회실, 파티실, 로비, 레스토랑 · 게스트룸
	의료 개호 · 진료실, 처치실, 검사실, 약국, 대합실 · 사무실, 당직실, 직원휴게실, 병실, 정장실, 개호욕실, 리하빌리테이션실 · 화장실, 린넨실, 창고
관리부문	사무 관리 · 프런트, 상담실, 사무실, 시설각실, 응접실, 회의실 · 숙직실, 전화 교환실 · 직원식당, 락커룸, 화장실
	주방 · 조리실, 배선실, 조리사무실, 휴게실 · 검수실, 식품창고
	시설 관리 · 방재(防災), 엘리베이터관리실, 수위실 · 보일러실, 기계실, 전기실

자료: 최진호, 미국 노인주택 시장의 현황과 전망, 아주대학교, 연구보고서, 2006, p.36 재구성

### 3. 유료노인주거와 마케팅

#### 3.1. 실버마케팅의 정의

실버마케팅은 일반적으로 실버층의 정신적, 육체적 기능을 향상시키거나 유지시키고 고령자의 영원한 사회활동을 위하여 민간이 시장경쟁에 입각해서 제품이나 서비스의 공급을 행하여 이익을 창출하는 행위이다. 협의의 실버마케팅 대상은 노인을 위한 주거서비스, 입욕서비스, 가사봉사서비스, 가정간호서비스 등 신체적 퇴화에 따른 기능 서비스를 제공하는 것을 지칭하고 있다. 실버마케팅 대상범위는 고령자뿐만 아니라, 노후 생활을 준비하는 중장년층까지를 대상으로 하며 산업분야도 신체적 기능 퇴화에 관한 서비스뿐만 아니라 노후의 일상생활에 필요한 모든 제품과 서비스를 포함하고 있다. 모든 살아있는 생물들은 다른 생물들에게 자신을 표현하고 의사소통을 통해서 교류하며 살아가는데 이러한 행동 수단이 마케팅이라 볼 수 있다.<sup>5)</sup> 결과적으로 실버마케팅은 경제력이 있는 노인 및 노후 대책을 준비하는 예비노인들을 대상으로 그들의 욕구에 적합한 제품과 서비스를 시장원리로 공급하여 욕구충족 뿐 아니라 이익을 창출시키게 하는 행위로 정의 할 수 있다. 내용은 다음의 <표 4>와 같다.

<표 4> 실버시장의 마케팅 개념

전달과정	시점	초점	수단	목적
마케팅	표적시장	고객욕구	통합적 마케팅	고객만족을 통한 이익

자료: 이의훈·김숙용, 21세기 시장선점 실버마케팅, 형성출판사, 2004, p.44

### 3.2. 유료노인주거시설의 마케팅적 전략

2006년 서울 지역 노인 선호도 조사에 따르면 교육수준과 소득이 높은 응답자들이 유료노인주거시설에 대한 높은 관심을 보이고 있었으며, 이는 노인주거시설에 대한 이해가 높고 그 내용을 잘 알고 있기 때문으로 여겨진다. 연령별로는 54세 이하와 65세 이상에서 관심이 높고, 건강한 집단에서 관심이 높은 것으로 나타났다. 또한 의료 서비스가 제공되는 노인주거시설에 거주하기를 희망하였다.<sup>6)</sup> 내용은 다음의 <표 5>와 같다.

<표 5> 실버시장의 마케팅 포인트

분류	마케팅
수요 마케팅	· 노인은 자산과 가처분 소득은 많으나 검소와 절약정신으로 소비에 대한 그릇된 편견이 있으므로 소비문화에 대한 전환의식의 마케팅
3세대거냥 마케팅	· 한정된 목표는 세대 간에도 거부감을 일으키고 커뮤니티의 형성에도 문제가 되며 노인과 더불어 중년층, 청년층의 공통 관심을 가지는 마케팅
소프트화 마케팅	· 사용과 가치, 정보나 관리 등을 프로그래밍 하는 소프트 측면의 마케팅
불안해소형 마케팅	· 건강, 노후생활, 재산관리 등의 노인의 불안심리 해소를 최대한 반영한 마케팅
세분화 마케팅	· 노인의 다양한 욕구, 구매행동에 초점을 맞춰 다품종 소량형 공급에 대응하는 세분화된 마케팅

자료: 오홍경, 디자인마케팅 관점으로 접근한 유료노인집합주거 계획에 관한 연구, 건국대학교 석논, 2005, p.50 재구성

### 4. 현황 및 사례분석을 통한 디자인 지침 제안

#### 4.1. 사례분석 대상 범위 및 방법

사례분석의 대상은 국내 유료노인주거시설 모델하우스와 시설 8곳을 정하여 현황 조사와 분석을 하였다. 대상 범위는 평당 1300만원선의 고품격 유료노인주거시설로 수도권 지역에 위치하고 2006년 분양 중인 주거시설로 한정하였다. 현황조사는 분양중인 시설의 답사를 통해 입주를 희망하는 노인들의 특성에 대해 사회복지사들과의 인터뷰를 통해 실시했다. 8곳의 시설을 비교, 분석한 결과를 바탕으로 유료노인주거시설에 대한 디자인지침을 제안하고자 한다.

5)이문규·박영춘, 디자인&마케팅, 형성출판사, 2004, p.136


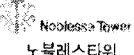





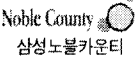
6)한국노인문제연구소(www.kig.or.kr), 노인생활 실태 및 의식 구조 조사

## 4.2. 현황 분석

### (1) 시설의 일반사항

각 시설의 일반사항 내용은 다음의 <표 6>과 같다.

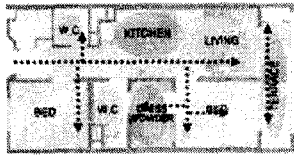
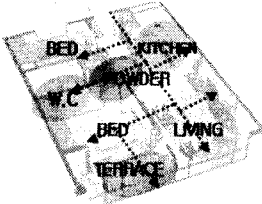
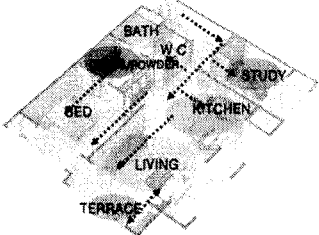
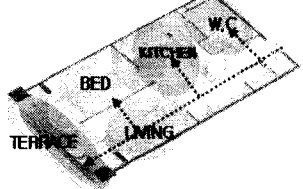
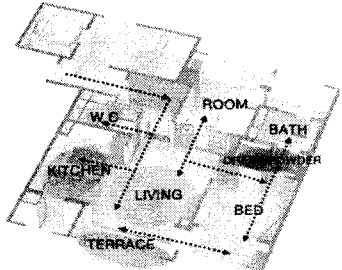
<표 6> 유료노인주거시설 일반사항

분류	시설명	시설 일반사항
평 양 형	 수베갤러리	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 위치: 서울 종로구 평창동 113-1외 18필지</li> <li>· 건축규모: 지하2층 ~ 지상5층</li> <li>· 평형: 1개동 203세대 (28, 38, 54py)</li> <li>· 사업주체: 경희시니어스</li> <li>· 연계병원: 경희한의원</li> <li>· 완공년도: 2008년 2월 경</li> </ul>
	 노블레스타워	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 위치: 서울 성북구 종암2동 3-91외 2필지</li> <li>· 건축규모: 지하2층 ~ 지상14층</li> <li>· 평형: 1개동 280세대 (18, 19, 22, 32py)</li> <li>· 사업주체: 백마씨엔엘(주)</li> <li>· 연계병원: 고대안암병원</li> <li>· 완공년도: 2007년 11월 경</li> </ul>
	 sk 그레이스힐	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 위치: 서울 강서구 등촌동 63-9외 4필지</li> <li>· 건축규모: 지하3층 ~ 지상15층</li> <li>· 평형: 1개동 182세대 (21, 35, 48, 49py)</li> <li>· 사업주체: (주)water tree AMC</li> <li>· 연계병원: (주)메디프랜드 병원</li> <li>· 완공년도: 2006년 11월 경</li> </ul>
	 신성아너스밸리	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 위치: 서울 종로구 평창동 153-3</li> <li>· 건축규모: 지하2층 ~ 지상5층</li> <li>· 평형: 1개동 164세대 (22, 24, 25, 28, 36, 42py)</li> <li>· 사업주체: 서울여자간호대학</li> <li>· 연계병원: 강남성모병원</li> <li>· 완공년도: 2006년 10월 경</li> </ul>
	 명지엘펜하임	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 위치: 경기도 용인시 남동 583번지 외 4필지</li> <li>· 건축규모: 지하1층 ~ 지상9층</li> <li>· 평형: 8개동 336세대 (42, 48, 57py)</li> <li>· 사업주체: 사회복지법인 명지원</li> <li>· 연계병원: 명지병원</li> <li>· 완공년도: 2006년 11월 경</li> </ul>
임 대 형	 시니어스기앙타워	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 위치: 서울 강서구 등촌동 637호외 8필지</li> <li>· 건축규모: 지하2층 ~ 지상15층</li> <li>· 평형: 주거동 2개동 419세대 (11.82~49.64py)</li> <li>· 사업주체: 서울시니어스타워(주)</li> <li>· 연계병원: 송도병원</li> <li>· 완공년도: 2008년 2월 경</li> </ul>
	 클리시온	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 위치: 서울 은평구 녹번동 91-7</li> <li>· 건축규모: 지하4층 ~ 지상12층</li> <li>· 평형: 1개동 137세대 (22, 29, 36, 43py)</li> <li>· 사업주체: 화진복지산업(주)</li> <li>· 연계병원: 세브란스병원</li> <li>· 완공년도: 2006년 1월 입주시작</li> </ul>
	 삼성노블카운티	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 위치: 경기도 용인시 기흥읍 하갈리 467번지</li> <li>· 건축규모: 지하3층 ~ 지상20층</li> <li>· 평형: 주거동 2개동 576세대 (30~72py)</li> <li>· 사업주체: (주)삼성생명</li> <li>· 연계병원: 삼성의료원</li> <li>· 완공년도: 2001년 5월 개원</li> </ul>

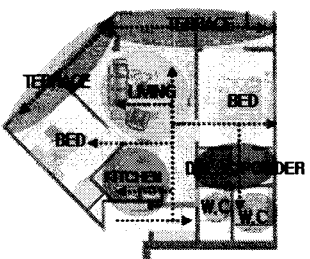
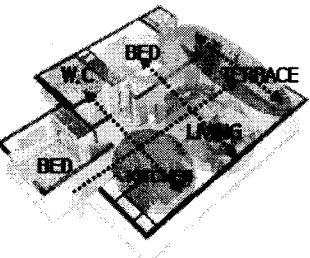
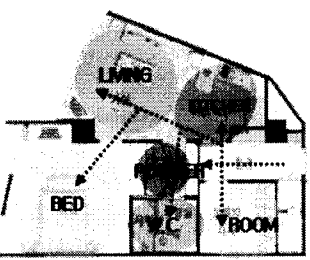
### (2) 시설별 평면 구성

각 시설의 평형 중 분양이 가장 잘 되는 평면의 구성 내용은 다음의 <표 7>과 같다.

<표 7> 유료노인주거시설 평면 구성

분류	시설명	평면 구성
평 양 형	수베갤러리	 <p>(38py) : 2BED - 2TOILET</p>
	노블레스타워	 <p>(32py) : 2BED - 1TOILET</p>
	sk 그레이스힐	 <p>(49py) : 2BED - 1TOILET</p>
	신성아너스밸리	 <p>(42py) : 1BED - 1TOILET</p>
	명지엘펜하임	 <p>(42py) : 2BED - 2TOILET</p>

자료: 정여주, 치매노인 전문요양시설 거주 공간 디자인 지침에 관한 연구, 중앙대학교 석사, 2006, p.65 재구성

분류	시설명	평면 구성
임 대 형	시니어스가양타워	 <p>(34.69py) : 2BED - 2TOILET</p>
	클라시온	 <p>(43py) : 2BED - 1TOILET</p>
	삼성노블카운티	 <p>(46py) : 2BED - 1TOILET</p>

자료: 뽁스 디자인연구소, 실버타운의 유형별 공간분석과 디자인 연구 사례조사를 중심으로, 2004, pp.47~49 재구성

### (3) 마케팅적 공간분석

각 시설별로 지역적인 특성에 맞춰 차별화된 분양마케팅 전략을 세우고 있으며 내용은 다음의 <표 8>과 같다.

<표 8> 마케팅적 차별화 전략 분석

분류	시설명	차별화 전략 분석
분 양 형	수페갤러리	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 특급 자연환경: 북한산, 북악산, 삼청공원 등 맑고 깨끗한 자연환경</li> <li>· 문화예술공간: 가나아트센터 외 많은 미술관, 경복궁, 인사동, 세종문화회관</li> <li>· 특급호텔스위트룸 서비스: 주2회 가사 서비스, 실버마켓, 카운셀링</li> <li>· 한방프로그램: 경희의료원의 양·한방 건강관리, 년2회 건강검진무료, 한방식단</li> </ul>

분류	시설명	차별화 전략 분석
임 대 형	노블레스타워	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 유비쿼터스: 세계적으로 처음 삼성전자의 홈 네트워크 시스템을 도입</li> <li>· 전문운영서비스팀의 Co-Work 시스템: 입주자 맞춤서비스(건강, 운동, 식사, 복지)</li> <li>· 노블레스 투어: 평양관광, 일본실버여행, 동남아관광, 대명콘도 평생VIP회원제공</li> <li>· 고려대학교: 고려대학교 안암병원, 사회교육원, 체육학과와 함께 평생교육</li> <li>· 쾌적한 주거지역의 도심형: 지역민과의 교류 활성화, 편의시설, 문화시설, 대학기관</li> <li>· 온천: 국내최초 도심형 온천 실버타운으로 온천 시유나, 온천 수영장, 아쿠아리움</li> </ul>
	sk 그레이스힐	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 24시간 의료서비스: 주치의 상주</li> <li>· 완벽한 가사서비스</li> <li>· 특급호텔식 식사서비스</li> <li>· 24시간 리셉션 데스크 운영</li> <li>· 1:1 활력충전을 위한 휘트니스센터</li> <li>· 법인 골프회원권을 위한 부킹 및 라운딩</li> </ul>
	신성아너스밸리	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 대한민국 최고의 고급주택 밀집지, 평창동: 북한산 국립공원 산책로와 등산로</li> <li>· 역사문화: 미관지구: 북악파크, 올림피아 호텔, 김홍수 미술관 등 다양한 문화체험</li> <li>· 일반건강검진 년10회, 종합검진 년2회, 월1회 건강 체크 시스템, 강남성모병원의 사전 예약 없이 원스톱 처리 및 입원실 우선 제공</li> <li>· 맞춤형 건강 식사, 실버마트 운영, 셔틀버스 운행, 24시간 전문가 상담 서비스</li> </ul>
	명지엘렌하임	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 학교법인 명지학원: 사회복지법인 명지원, 명지병원, 명지대학교, 명지건설(주)</li> <li>· 아파트형의 노인주거시설: 앞, 뒤 발코니</li> <li>· 단지 내 복지관: 건강증진, 생활만족, 클리닉, 문화공간, 취미생활 공간</li> <li>· 명지병원: 주간보호센터 운영, PET(양전자 단층촬영)검사</li> <li>· 평생교육: 명지대학교의 강의실, 도서실이용</li> </ul>
	시니어스가양타워	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 10년의 노인주거시설의 노하우: 어르신들의 의견을 적극 반영</li> <li>· 전문면적 70%이상: 공용시설의 회사 부담으로 아파트수준의 전용면적</li> <li>· 고령자 전용 주거동: 간병인이 필요하신 분들을 위한 시설</li> <li>· 주간보호센터와 재활치료센터 운영</li> <li>· 쿠폰제 식대: 건강메뉴와, 주문식으로 분류되어 있으며, 식대는 드시는 만큼만 계산</li> </ul>
임 대 형	클라시온	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 클라시온 클리닉: 단지 내 양·한방 병원</li> <li>· 너싱홈 시스템, 24시간 간병서비스</li> <li>· 건강이벤트센터, 원격검침시스템: 입주민의 움직임 감지</li> <li>· 전문영양사 맞춤 식단: 저 염도, 무공해 유기농 야채 등 최고의 재료 엄선</li> <li>· 다양한 특별활동 프로그램</li> </ul>
	삼성노블카운티	<ul style="list-style-type: none"> <li>· 삼성노블카운티 클리닉: 건강검진 클리닉으로 여러 장비를 갖추고 있어 종합검진</li> <li>· 청정한 주거 공간: 한국공기청정협회 외 친환경 지재인증 등급 자재 사용, 3단계 필터링 공조시스템, 정수 시스템</li> <li>· 너싱홈: 종동, 치매 만성질환 전문요양시설·종합스포츠센터: 국내 최고의 시설로 운영</li> </ul>

자료: 손동영, 노인주거정책의 현황과 개선방안-유로노인주거시설의 활성화 방안, 경희대학교 석논, 2005, p.88 재구성

### 4.3. 분석의 종합 및 디자인 지침 제안

<표 9> 체크리스트를 통한 분석의 종합

공간	분석 내용	본 양 형					임 대 형			
		수페겔러리	노블레스타워	SK그레이스힐	신성아너스 벨리	명지엘펜하임	서울시니어스 기양타워	클라시온	삼성노블 카운티	
주 거 대 내 부 시 설	현 관	엘리베이터 콜 버튼		●						
		현관 보조 의자	●	●			●			
		보조 의자 안전핸드레일	●	●			●			
	주 방	싱크대 높이 낮게	●	●	●	●	●	●	●	
		전기 절열형 쿨탑	●	●	●	●	●	●	●	
		가스 차단기	●	●	●	●	●	●	●	
		무선 절수 밸브 수전	●	●						
		중앙 정수 시스템	●		●				●	
		식탁 모서리 안전하게 처리	●				●		●	
		빌트인 드럼세탁기	●	●	●	●	●	●	●	
	빌트인 냉장고	●	●	●	●	●	●	●		
	거 대 내 부 시 설	거 실	홈토 시스템		●		●			
			유비쿼터스 시스템		●					
	시 설	욕 실	매입형 에어컨	●	●		●		●	
			비상 콜 버튼	●	●	●	●	●	●	
			동작감지 센서	●	●	●	●	●	●	
			RU수신기 센서		●		●	●		
			미끄럼방지타일	●		●	●	●	●	
			변기 비데	●	●	●	●	●	●	
			변기 안전핸드레일	●	●	●	●	●	●	
		침 실	세면대 높이 조절	●	●	●	●	●	●	
			좌식 세면대			●		●		
			욕조 주위 안전핸드레일	●	●	●	●	●	●	
			욕조 턱 낮게	●	●	●	●	●	●	
			눈부심 방지 조도 조명	●	●	●	●	●	●	
			공기 청정기	●	●	●	●	●	●	
			동작감지 센서	●	●	●	●	●	●	
부 대 시 설	클 리 닉 시 설	병원	●	●	●	●	●	●		
		주간보호센터		●		●	●	●		
		약국	●	●	●	●	●	●		
		물리치료실	●	●	●	●	●	●		
	스 포 츠 시 설	의무실/ 간호사실	●	●	●	●	●	●		
		수영장		●	●		●	●		
		사우나	●	●	●	●	●	●		
		휘트니스 센터	●	●	●	●	●	●		
		골프장	●	●	●	●	●	●		
		찜질방			●	●	●	●		
		수치료실		●		●	●	●		
		당구장	●	●	●	●	●	●		
		문 화 시 설	동호회실	●		●		●	●	
			컴퓨터실	●	●		●	●	●	
비즈니스센터	●		●		●	●	●			
세미나/ 강당(교육장)	●		●		●	●	●			
커뮤니티홀(휴게실)	●		●		●	●	●			
도서실	●		●		●	●	●			
생 활 편 의 시 설	영화감상실	●	●		●	●	●			
	평생교육 서비스		●		●	●				
	레스토랑 식당	●	●		●	●	●			
	슈퍼마켓	●	●	●	●	●	●			
	실버마켓	●	●	●	●	●	●			
	세탁실	●	●	●	●	●	●			
	이·미용실		●		●	●	●			
야 외 시 설	교육장		●		●	●	●			
	산책로	●	●	●	●	●	●			
	중앙광장 휴게공간	●	●	●	●	●	●			
	퍼딩그린	●	●	●	●	●	●			
게이트볼장	●	●		●	●	●				

자료: 김문덕·유은영, 노인의 형태를 고려한 노인복지시설의 실내환경 현황에 관한 연구, 디자인학연구, 제61호, 2005-05, 재구성

<표 10> 유료노인주거시설의 현황평가 및 디자인지침 제안

분류	시설 명	현황 평가	디자인지침 제안
분 양 형	수페겔러리	·경희의료원의 인지도와 양·한방 의료, 식사 서비스로 노인들의 신뢰도 높음	·노인의 향후를 대비한 장애 공간 디자인 필요  ·노인을 배려한 시스템과 시설 내·외부의 마감재 중요
	노블레스타워	·유비쿼터스 시스템 도입으로 안전과, 생활 편의 앞서감.	
	sk 그레이스힐	·지하철과 가까운 역세권의 위치와 sk 건설의 인지도로 분양 가치로 신뢰도 높음	
	신성아너스밸리	·다양한 문화예술 프로그램 ·최신 스포츠 시설 등의 부대시설	
	명지엘렌하임	·세대내 넓은 앞 뒤 발코니 화단으로 노인들의 취미활동으로 좋음 ·복지관이 별도 동으로 구분되어 다양한 시설 이용	
임 대 형	시니어스기양타워	·아파트 수준의 넓은 전용률 ·10년의 운영 노하우 ·주거보호센터 운영	·대학교와의 연계 교육의 장을 여는 평생 교육 시스템 필요  ·건강한 노인들을 위한 치매예방 등 건강 프로그램 운영
	클라시온	·역세권에 위치 ·문화회관, 사회복지관 다양한 시설이용	
	삼성노블카운티	·단지 내 너싱홈, 주거동으로 체계적 관리 ·건강검진 단지 내에서 실시	

## 5. 결론

유례없이 빠른 고령사회로 진입하고 있는 우리나라는 유료노인주거에 대한 개발이 아직은 발전단계이며 노인주거 환경에 대한 총체적인 노하우가 축적되지 않아 이에 대한 연구가 절실하다고 판단된다.

본 연구는 마케팅적 관점으로 유료노인주거시설에 대하여 분석한 결과, 다음과 같은 결론을 얻었다.

첫째, 유료노인주거의 명확한 개념 확립을 통해 노인의 상황에 적합한 노인주거 계획의 기반과 연구가 필요하다. 60세 이상의 건강한 노인들에게 분양되는 노인주거시설이 추후 거동의 불편함을 요하는 장애 공간디자인이 필요하다.

둘째, 경제적 관점 위주의 분양보다 실제 사용자인 노인의 입장 측면에서 고려된 주거 환경에 대한 접근이 마케팅 전략에도 필요하다. 즉, 분양가에 맞춘 가시적인 서비스와 부대시설 위주보다 주거 공간의 노인을 배려한 시스템과 마감이 필요하다.

셋째, 유료노인주거의 개발 시, 노인주거환경의 기반으로 대학교와 연계된 평생교육 시스템이 필요하다.

넷째, 유료노인주거에서는 대부분 건강한 노인들만을 대상으로 하여 초기 치매환자에 대한 배려가 없는 것이 단점이라고 생각된다. 단지 내에 초기 치매환자를 배려한 공간을 마련 하여 가족 들과 가까이서 생활하게 하면, 조기치료도 가능하다고 본다. 중증 이전의 치매환자들이 같은 단지 내에서 생활할 수 있는 시설의 설치가 마케팅적인 관점에서도 유리하다고 판단된다.

다섯째, 본 연구에서 사용된 문헌고찰과 현황분석, 사례조사를 통해 본 연구자에 의한 디자인 지침 제안은 유료노인주거의 방향성 설정에 도움을 줄 것이라고 생각한다. 앞으로 유료노인주거시설은 사용자 관점과 마케팅 관점을 고려한 공간디자인 지침의 작성을 통한 시설로 발전되어야 할 것이다.

## 참고문헌

1. 조소영·이창석·김경호 공저, 노인시설관리론, 학문사, 2001
2. 이연숙, 유니버설디자인, 연세대학교 출판부, 2005
3. 이인수, 실버타운의 개발전략, 21세기사, 2006
4. 박재간, 노인전용 주거시설의 개발전략, 푸른북, 2006
5. 이의훈·김숙웅 공저, 21세기 시장선점 실버마케팅, 형성출판사, 2004
6. 이문규·박영춘 공저, 디자인&마케팅, 형성출판사, 2004
7. 김민수, 노인주거환경의 개념과 유형화 연구, 한국실내디자인학회지, 제 8권 제1호, 2006-05
8. 최진호, 미국 노인주택 시장의 현황과 전망, 아주대학교, 연구보고서, 2005
9. 오홍경, 디자인마케팅 관점으로 접근한 유료노인집합주거 계획에 관한 연구, 건국대학교 석논, 2005
10. 정여주, 치매노인 전문요양시설 거주 공간 디자인 지침에 관한 연구-수도권지역 사례를 중심으로, 중앙대학교 석논, 2005
11. 손동영, 노인주거정책의 현황과 개선방안-유료노인주거시설의 활성화 방안, 경희대학교 석논, 2005
12. 김문덕·유은영, 노인의 형태를 고려한 노인복지시설의 실내환경 현황에 관한 연구, 디자인학연구, 제61호, 2005-05
13. 웹스디자인연구소, 실버타운의 유형별 공간분석과 디자인 연구 사례 조사를 중심으로, 2004
14. 국제산업정보연구소 RED컨설팅그룹, 유료노인주거시설의 사업화와 운영방안, 2001
15. 통계청, 장애인구특별추계, 2005
16. 한국노인문제연구소(www.kig.or.kr)
17. 노인주거연구소(www.seniorhouse.pe.kr)