

한국에서의 생활환경의 변화에 따른 새로운 생활모습

석 영 기

선문대학교 경영학부 조교수

E-mail : yksuk@sunmoon.ac.kr

우리나라에서는 지난 40여 년 동안 경제의 외형적 성장을 통한 물질적인 풍요에 많은 관심을 기울여왔다. 이러한 과정에서 가족형태의 변화, 소득증가, 평균수명증가, 주5일 근무도입, 환경파괴로 인한 건강과 생명위협 등 생활환경의 변화가 발생하여 사람들은 건강하게 오래 살고자 하는 생활모습으로 변모해가고 있는 실정이다. 즉, 근년에 들어 국민소득 \$20,000의 시대를 향하면서 가정경제생활의 안정을 이루자 삶의 질적 수준향상을 추구하는 경향이 사회 전반적으로 퍼져나가고 있다.

이런 경향은 서구의 생활모습의 영향을 받아 웰빙문화로 나타나고 있다. 웰빙이란 자신과 가족의 건전하고 건강한 삶을 위해 지향하는 의식주 전반에 관련되는 합리적인 소비문화과정이라고 정의할 수 있다. 다시 말해서 Well-Being은 경제력으로 단순히 잘 먹고 잘 사는 인생을 뜻하는 것이 아닌, 정신적으로 풍요롭고 육체적으로 건전한 문화적인 삶으로 이해해야 한다.

따라서 본 논문은 21세기에 들어서 우리나라에서 생활환경의 변화에 따른 새로운 생활모습으로 떠오르는 웰빙문화의 탄생배경, 웰빙현상이 지니고 있는 모호하고 다중적인 모습을 관련 문헌을 통하여 웰빙개념을 보다 구체적으로 올바르게 정리하여, 향후 기업경영에 활용할 수 있는 시사점을 제시하고자 한다.

<색인어> 생활양식변화, 가족형태변화, 소득증가, 고령화사회, 주5일근무제, 환경보전, 웰빙

I. 서 론

우리나라에서는 지난 40여 년 동안 경제의 외형적 성장을 통한 물질적인 풍요에 많은 관심을 기울여왔다. 이러한 과정에서 가족형태의 변화, 소득증가, 평균수명증가, 주5일 근무도입, 환경파괴로 인한 건강과 생명위협 등 생활환경의 변화가 발생하여 사람들은 건강하게 오래 살고자 하는 생활모습으로 변모해가고 있는 실정이다. 즉, 근년에 들어 국민소득

\$20,000의 시대를 향하면서 가정경제생활의 안정을 이루자 삶의 질적 수준향상을 추구하는 경향이 사회 전반적으로 퍼져나가고 있다.

이런 경향은 서구의 생활모습의 영향을 받아 웰빙문화로 나타나고 있다. 웰빙(Well-Being)이라는 말이 우리 사회에 나타난 것은 불과 몇 년 전의 일이지만, 이것은 전혀 새로운 개념의 것이 아니라 이미 오래전부터 우리에게 있어 왔다. 즉, 자기 자신 및 가족의 건강과 편안한 삶을 위해서 노력해온 사람들과 모습은 이전부터 존재해 왔다고 할 수 있다. 단지 그러한 사람들의 차별화된 생활태도와 그 수가 많아지면서 좀 더 나은 삶을 추구하려는 경향이 사회 전반적으로 퍼져나가게 된 것이고, 이것이 웰빙이라는 단어와 접하게 되면서 하나의 생활문화로 자리를 잡게 된 것 뿐이다.

21세기에 들어서면서 우리나라에서도 웰빙은 사회의 독특한 현상이 되고 있다(김상일, 2004; 진병호, 2004; 동아일보, 2005. 1. 11; 한겨레신문, 2005. 1. 5). 특히 2002년도 하반기 이후 그 기세가 특히 더해져서 '웰빙 의류, 웰빙 체조, 웰빙 주택, 웰빙 수면법 등'으로 의식주 전반으로 확장되고 있다. 또 일부에서는 값비싼 유기농 제품을 먹고, 최고급 스파를 즐기는 등의 고급화된 소비를 웰빙으로 표현하기도 한다. 그리고 더 나아가서는, 돈을 지출하는 소비행위 뿐만 아니라, 지역사회를 위해 봉사활동을 펼치는 건전한 시민상을 웰빙의 한 모습으로 받아들이기도 한다. 삼성경제연구소에서는 2004년에 이어 2005년에도 웰빙을 우리나라 10대 트렌드로 명시하고 있다(박중현·이정은, 2005; 황인성, 2004).

이런 웰빙열풍은 영리를 추구하는 기업의 활동에 접목되면서 이 문화 자체가 수익성과 미래성장가능성이 있는 사업기회로 떠오르고 있다. 현재 웰빙 관련 사업이 크게 활성화되고 널리 퍼지면서 침체된 경기 속에서도 큰 인기를 끌고 있다. 그렇기 때문에 우리는 웰빙에 대해 보다 더 바르게 알고 제대로 이용해야 할 필요가 있는 것이다.

요즘의 시대를 살아가는 사람이라면 웰빙에 대해서 다 들어보았거나, 너도 나도 '웰빙(Well-Being)'이라는 단어를 쓰고 말하고 있다. 하지만 정작 Well-Being이 무엇인지 정의를 물어보면 정확한 뜻을 알고 있는 사람은 거의 없고 그 의미를 모른 채 사용을 하거나 다른 해석을 하는 사람들이 태반이다.

따라서 본 논문은 21세기에 들어서 우리나라에서 생활환경의 변화에 따른 새로운 생활모습으로 떠오르는 웰빙현상의 모호하고 다중적인 모습을 관련 문헌 및 기초통계자료, 정기간행물의 기사를 통하여 보다 구체적으로 올바르게 정리하여, 향후 기업경영의 관점에서 활용할 수 있는 시사점들을 제시하고자 한다.

II. 우리나라 생활양식의 변화

1. 가족형태의 변화

김승권의 연구(2001) '40년 사이 가족주기 변화상'에 따르면, 가족의 형성과 해체과정이 최근 40년 사이에 상당히 변화하고 있음을 알 수 있다. 이 보고서는 세계보건기구(World Health Organization; WHO)의 가족주기모형을 토대로 최근 40년 사이(1960년과 2000년)에 가족이 형성되고 해체되는 과정이 어떻게 변했는지를 출산경험이 있는 15~64세 기혼부인 9872명을 대상으로 연구하였다:

① 1단계(가족형성기) = 남녀가 결혼해서 첫 자녀를 낳는 단계로서 그 기간이 점점 짧아지는 추세이다. 즉, 1959년 이전에 결혼한 부부는 첫 자녀를 낳는데 2.4년이 걸렸으나, 1999년에 결혼한 부부의 경우는 1.2년이었다. 과거에는 결혼 후 첫 임신까지 몇 개월의 간격을 두고 신혼을 즐기는 경향이 강했지만, 최근에는 직업을 갖고 늦게 결혼하는 여성이 많아지면서 결혼 후 곧바로 임신을 하거나 혼전임신으로 자녀를 빨리 낳는다고 할 수 있다.

② 2단계(가족확대기) = 첫 자녀의 출생에서 막내가 태어날 때까지의 단계로, 종전에는 11년 정도 걸리던 것이 2.35년으로 줄었다. 기혼 여성의 취업률이 높은데다 육아에 부담을 느껴 자녀를 1~2명만 낳는 가정이 많아져서다.

③ 3단계(가족확대완료기) = 막내가 태어난 뒤 자녀의 첫 결혼까지의 단계로, 40여년 사이에 이기간이 14.8년에서 25.4년으로 늘었다. 자녀의 수가 적어져 막내 출산이 상대적으로 빨라졌으나 자녀의 결혼연령이 높아지면서 나타난 현상이라고 할 수 있다. 부모입장에서는 자녀의 수는 비록 적더라도 젊은 세대의 교육수준이 높아지고 남녀 결혼연령이 높아져 교육과 양육부담으로 많이 힘든 시기이다. 이 단계에서는 단순한 가족의 수에 따른 변화가 아니라 사회적 변화의 성격이 반영되었다고 할 수 있다.

④ 4단계(가족축소기) = 자녀의 첫 결혼에서 모든 자녀를 출가시키기까지로, 기간이 10.9년에서 2.4년으로 줄어들었다.

⑤ 5단계(가족축소완료기) = 자녀를 결혼시켜 모두 떠나보낸 뒤 두 부부만이 남는 '빈둥지 시기'로, 이 기간은 점점 길어지고 있다. 이는 평균수명이 계속 늘어나고 핵가족화로 인하여 노인부부만 사는 가정이 증가하는 것과 같은 맥락이라고 할 수 있다.

⑥ 6단계(가족해체기) = 부부 중 한 사람(남편)이 숨진 뒤 혼자(부인) 남는 기간으로, 86년에서 12.2년으로 늘어났다. 남녀간의 평균수명에서의 차이가 더 커져 21세기에는 여성노

인을 위한 복지서비스 수요가 늘어날 전망이다.

우리 사회에서 가족주기의 변화상을 볼 때, 자녀를 모두 출가시킨 뒤 노인부부만 사는 기간이 길어지는 추세를 고려하여 노후 소득을 확보하고 건강한 삶을 영위할 수 있는 사회 복지개념으로의 전환이 시급함을 알 수 있다.

〈표 1〉 40년세 가족주기 변화상

단 계	명칭 및 정의	1960년 이전	2000년 이전
1단계	가족형성기 (결혼~첫 자녀출산)	2.4년 -신혼 즐기기	1.2년 -혼전임신, -만혼에 의한 즉시임신
2단계	가족확대기 (첫 자녀~막내출산)	11년 -전후 다산	2.35년 -소자녀 선호 -여성취업, 육아부담
3단계	가족확대완료기 (막내출산~첫 결혼)	14.8년	25.4년 -높아진 교육·양육수준 -높아진 결혼연령
4단계	가족축소기 (자녀결혼의 마감)	10.9년	2.4년 -소자녀로 인한 결혼기간 축소
5단계	가족축소완료기 (자녀결혼마감~두 부부)	5.3년	9년 -평균수명연장 -두 부부만의 빈둥지 시기
6단계	가족해체기 (남편사망~부인독거)	8.6년	12.2년 -남녀간 평균수명차이확대

2. 소득증가와 노령화사회

우리나라는 1960년대에 들어와서 경제발전계획을 연차적으로 체계적으로 실행해왔다. 1960년도의 우리나라 1인당 국민소득수준은 \$100에 미치지 못하는 세계 최하위수준이었으나, 경제개발계획으로 소득수준이 증가하여 1980년에는 \$2,000시대에 접어들었고, 1990년에는 \$6,000, 2000년에는 \$10,000 수준에 접하고 있다. 정부에서는 선진국 수준이라고 말할 수 있는 \$20,000시대를 열어보려고 노력을 해오고 있다.

〈표 2〉 년도별 소득 및 노령화추세

	1960	1980	1990	2000	2010*	2020**
65세 이상 인구비중(%)	2.9	3.8	5.1	7.1	10.7	15.1
평균수명(년)	52.4	66.2	71.7	75.9	80.1	???
국민소득(\$)	100	2,000	6,000	10,000	20,000	???

- 통계청, 한국통계연감;
- *, **, 추정치.

최근 우리나라도 2000년을 기점으로 65세 이상의 노령인구가 3백37만 명이 되면서 전체 인구의 7%를 넘게 됨에 따라 ‘고령화 사회(aging society)’로 접어들었으며, 2019년에는 노인인구의 비율이 14%를 넘어 ‘고령 사회(aged society)’가 되리라 예상된다(한경비즈니스, 2004. 5. 9). 고령화 추세 속에 가족가치관의 변화와 핵가족화의 진전에 따라 노후를 자식에게 기대지 않겠다는 노인들이 늘고 있다. 이러한 실버들은 과거와 달리 경제력을 지닌 노인들이 많아질 것이므로, 실버시장의 규모만도 12조원에 이를 것으로 예측하고 있다. 이에 따라 실버세대를 대상으로 한 ‘실버 비즈니스와 서비스’가 급증하리라 예상되고 있다.

전통적으로 노인을 보살피는 일은 가족이 그 역할을 수행해왔으나, 산업화와 도시화에 따라 가족의 노인부양기능이 약화되면서 그 기능을 대신하는 제도가 출현하게 되었는데, 이것이 바로 노인복지제도이다. 인구의 고령화와 사회경제적 여건이 변화하면서 노인복지 제도는 새로운 경향을 나타내기 시작했는데, 이는 노인복지에 있어서 기본적인 최저생활수준은 국가가 책임을 지고 그 이외의 부가적 욕구에 대해서는 민간자본을 동원하여 해결하려는 움직임으로 이것이 바로 실버산업의 등장을 가능하게 하고 있다.

3. 주5일근무제

(1) 주5일근무제의 도입배경

1970년대부터 지속된 경제성장과 소득수준의 상승으로 인하여 1980년대 후반부터 여가 증대 및 생활수준의 질적 향상을 목적으로 한 근로조건 개선 측면에서 근로시간의 단축 문제가 제기되어왔다. 그러나 1997년부터 맞게 된 IMF 경제위기는 고용창출의 문제가 더욱 강조되어 근로시간 단축문제가 제기되었다(신승배, 2001). 즉, 정리해고에 따른 대량실

업, 고용유연화, 임금유연화, 소득불평등에 따른 사회적 양극화의 심화 등을 해소할 수 있는 방안으로서 노동시간의 단축을 통한 고용유지 및 창출의 실현이 중요한 대안으로 떠오르게 되었다.

우리나라 근로자의 연간근로시간은 약2,400시간으로 OECD국가들과 비교해보면 장시간 근로를 하고 있는 실정이다. 1989년부터 법정근로시간을 주당 48시간에서 44시간으로 단축한 이후, 사업장별로 노사협상을 통해 자율적으로 근로시간을 단축해왔으나 그 효과는 미미하였다. 그래서 정부는 노사간 합의를 통한 근로시간단축보다는 입법을 통한 단축을 시도하였다. 이는 근로시간의 단축을 통해서 i)국제기준에 맞는 노동법제의 개선, ii)근로시간의 단축을 통한 고용창출, iii)근로자의 삶의 질 향상, iv)개별적인 근로시간의 실질적 단축을 통한 사회적 비용의 최소화로 표준화된 근로조건의 실현 등을 정책적 목표로 실현하고자 한 것으로 여겨진다(노동부, 2003. 12; 경총, 2004).

그리고 1997년 대통령선거의 출마자들의 근로조건의 개선에 관련된 선거공약을 시작으로, 2000년 10월 노사정위원회에서의 근로시간단축에 관한 합의문 채택과 2001년 7월 김대중 대통령에 의한 국무회의에서의 주5일 근무제 도입지시로 2003년 8월 29일에 근로자의 삶의 질 향상과 기업의 경쟁력강화에 기여하기 위하여 법정근로시간을 단축(주44시간→40시간)하고 근로시간 및 휴가제도를 국제기준에 맞춰 개선하려는 목적의 ‘근로기준법 중 개정법률안’이 통과되어 2003년 9월 15일에 공포됨으로써 근로기준법이 새로이 개정되었다. 근로시간 단축에 관한 논의가 급진전되었다.

현재 우리나라에서의 주5일근무제는 2004년 7년 1월부터 2011년까지 전체적으로 6단계에 걸쳐서 시행되도록 짜여져 있는데, 1단계는 2004년 7월 1일부터 공공부문, 금융·보험업 및 1천명 이상의 사업장이 시행에 들어가고, 이어서 2단계는 2005년 7월 1일부터 300인 이상의 사업장으로 확대시행되고, 3단계는 2006년 7월 1일부터 교육부문과 100인 이상의 사업장에서, 4단계는 2007년 7월 1일부터 50인 이상의 사업장이 실시하고, 5단계는 20명 이상의 사업장에서 2008년 7월 1일부터, 마지막 단계인 20명 미만의 사업장은 2011년 1월 1일부터 적용된다. 단 영세사업장은 주5일근무제의 적용대상에서 예외로 하고 있다(동아일보 2003. 8. 29).

(2) 주5일근무제의 시행에 따른 생활의 변화

주5일근무제의 시행으로 인하여 예상되는 국민경제와 사회 환경의 변화에 따른 기대효과와는 크게 가족중심의 여가문화, 실업문제해결에의 기여 및 새로운 산업문화의 발전을 들 수 있다.

① 정적인 여가활동에서 동적인 여가활동; 주5일근무제의 시행으로 인하여 기존의 실내 중심의 정적인 단순여가활동수준에서 야외활동을 포함하는 보다 동적인 여가활동으로 여가 행태가 변화하고 증가할 것으로 예상된다.

② 가족 지향적인 가치관 형성; 자동차의 대중화와 전업주부의 자유시간 확대 등으로 가족단위의 여행수요의 증대가 보편화될 것이고, 특히 주5일 수업제가 도입되면 시간제약에서 벗어난 가족중심의 여행행태(전원주택, 체험학습 등)가 정착될 것으로 예상된다.

③ 시간소비형 숙박여행; 과거 시간절약형 여행행태에서 증가된 자유시간을 주말에 적극적으로 활용하는 시간소비형의 1박2일 또는 2박3일 숙박여행(주말해외여행)의 증가가 예상된다.

④ 부업활동이나 자기계발; 길어진 주말을 활용한 부업활동(two jobs)을 하거나 독서, 몸 만들기, 자격증 취득, 어학교육 등 자기충전과 계발을 강조하는 직장인들의 활동이 예상된다.

4. 환경보전

우리나라는 1970년대 이후 산업화와 도시화 과정을 통해 자연환경이 많이 파괴되어 있으며, 현재도 많은 지역에서 지역개발이라는 명분 하에 여전히 자연녹지가 파헤쳐져지고 있는 상황에 있다.

근자에 들어서 경제성장에 따른 소득 및 평균수명의 증가로 사람들은 일상생활 속에서 자연환경보전을 통해 보다 건강하고 풍요로운 생활을 즐기려는 경향을 보이고 있다. 나아가 미래에도 지구에서 사람들이 지속적으로 살 수 있도록 경제 및 사회문제뿐만 아니라 환경문제도 동시에 해결해나가야 한다고 강조하고 있다.

환경에 관련하여 인간의 건강과 생명을 위협하는 문제점들로는 대기오염, 수질오염, 토양오염, 질병오염 등을 대표적으로 들 수 있다. 환경오염의 심화는 생명에 치명적 위협을 가하는 괴질로 나타나서 체계적 치료방법을 알 수 없는 광우병, 사스, 조류독감과 같은 괴질을 창궐하게 하고 있다.

따라서 환경보전을 위한 생활실천덕목으로 '아나바다운동'을 전개하고 있다. 가정과 학교 및 공공장소에서 물건을 아껴 쓰고, 쓰다 남은 것은 나눠 쓰고, 서로에게 필요한 것은 바꾸어 쓰고, 모 쓰게 된 것은 고쳐서 다시 쓴다면 그만큼 자원은 적게 소비되고 환경오염 및 파괴는 줄어 들 수 있다는 견지에서 실천하자는 운동이다.

III. 웰빙현상의 올바른 이해

1. 웰빙의 개념

앞에서 살펴본 웰빙에 대한 다양하고 다중적인 모습을 기초로 하여 웰빙에 대한 개념을 먼저 정리해보고, 웰빙현상이 우리 생활에 미치는 영향을 점검하고, 진정으로 우리의 삶의 질적 수준을 향상시키는데 유의한 웰빙에 대한 올바른 태도를 이 단원에서 제시하고자 한다.

요즘은 신문이나 TV를 봐도 백화점이나 마트를 가도 어디에서나 Well-Being이라는 말을 쉽게 접할 수 있다. 그러면 도대체 Well-Being이란 어떤 것이기에 여기저기서 Well-Being을 부르짖고 있는 것일까?

웰빙(Well-Being)이란 사전적으로 볼 때, 'well'과 'being'의 합성어로 '건강함', '건전함', '안락함', '고급스러움' 등의 의미를 갖고 있다. 광의로 보면, 운동을 하며 땀을 흘리는 모습과 집안에 가만히 앉아 명상을 하며 여유로이 쉬는 모습을 함께 포함하고 있어서 '행복', '만족', '안녕', '복지' 등의 뜻으로 확대할 수 있다.

보다 구체적으로 개념정의를 해보면, Well-Being이란 몸과 정신건강을 동시에 추구하는 것, 즉 물질적 가치나 명예를 얻기 위해 달려가는 삶에 매달리지 않고 정신과 신체의 조화를 통한 건강한 삶을 추구하는 것을 행복의 척도로 삼는 생활문화로 표현할 수 있다(김상일, 2004; 홍명호, 2004).

웰빙은 최근에 바쁜 일상과 인스턴트식품에서 벗어나 건강한 육체와 정신을 추가하는 Life-Style이나 문화 코드로 새롭게 해석되고 있다. 이것은 미국에서 건너온 새로운 생활방식으로 자연, 건강, 안정, 여유, 행복 등 정신적인 가치까지 추구하는 Life-Style 이라고 볼 수 있으며, 최근에는 건강한 육체와 건전한 정신을 동시에 추구하는 Life-Style이나 문화코드로 해석되고 있다. 세계보건기구(WHO)는 '육체적인 질병뿐 아니라 정신적 사회적 질병도 없는 상태가 건강하고 행복한 삶이다.' 라고 규정하고 있는데 이렇게 건강하고 행복한 삶이 바로 Well-Being인 것이다.

한편에서는 21세기에 들어서서 2-30대의 젊은이들 사이에서 Well-Being이 웰빙신드롬이라 불릴 정도로 급속히 확산되는 새로운 문화코드로 떠오르면서 물질적 가치나 명예를 얻는 것을 Well-Being 이라고 생각하는 사람들도 있다. 이것은 기업들이 웰빙족의 생활을 집중적으로 파악하여 새로운 웰빙 제품과 서비스를 시장에 도입하며, Well-Being을 지나치게 상품 위주로 다루고 소비를 조장하며, 상품을 명품이란 허울 아래 대부분 고가로 판매하고 있다는 점에서 비판을 받고 있다.

하지만 진정한 Well-Being은 신체와 정신이 건강한 삶을 행복의 척도로 삼는 것을 의미

한다고 공감을 하고 있지만, 전문가들 사이에서는 이 새로운 생활문화에 대해 일치된 견해를 갖고 있지 못하고 있다.

웰빙현상을 우리경제의 외형적 성장을 통한 물질적인 풍요에 많은 관심을 기울여왔던 국민들이 보다 윤택한 삶을 추구하는 바람직한 현상이라고 평가하는가 하면, 다른 한편에서는 상업주의가 만들어낸 허구여서 오히려 개개인이 추구하던 건강한 삶의 양식을 '웰빙족'이란 굴레에 씌워 획일적으로 만들고 있다는 비판도 있다.

일반적으로 웰빙은 물질적 가치에 매달리지 않고 정신과 신체의 조화를 통한 건강한 삶을 추구하는 생활문화로서, 소비자들은 이에 대한 올바른 이해를 하는 것이 중요하다고 할 수 있다.

국내에 Well-Being 개념이 언급되기 시작한 것은 대략 2002년말부터 라고 파악된다. 외국 라이선스 계열의 여성 잡지들의 기사와 언론매체를 통해서 미국 등지에서 불고 있는 이러한 생활양식을 앞서 소개하면서 퍼지기 시작했다. Well-Being의 대표적인 문화적 코드인 요가 붐이나 명상은 60년대와 70년대 초 미국의 히피들에 의해 크게 유행했고, 80년대 여피족과 90년대 보보스(BOBOS)족과 슬로비(Slobbie)족의 Life-Style도 Well-Being개념의 형성에 중요한 요소로 작용하고 있다.

2. 웰빙의 탄생배경

소득수준이 높아짐에 따라 건전하고 건강한 삶을 위한 소비방안을 모색하는 경향은 우리보다 경제적으로 앞선 선진국에서의 생활양식을 살펴서 알 수 있다(김상일, 2004; 이종현, 2004; 진병호, 2004; 홍명호, 2004; 동아일보, 2000. 3. 16; iMBC, 2004. 12. 6-7).

(1) Downshifter

고액의 연봉을 포기하고 한적한 시골로 낙향하여 르네상스적 사고방식을 새롭게 추구하는 사람들로, 불필요한 지출을 줄이고 원하는 일을 하면서 단순하고 여유있는 생활을 만들어 가며, 주로 중산층 전문직에서 많이 나타나고 있으며, 현재 영국을 중심으로 유럽에서 1200만 명 정도로 추산되며 그 숫자는 점증하고 있다.

(2) BOBOS

'부르주아(Bourgeois)'와 '보헤미안(Bohemian)'의 줄임말로 90년대 초반 정보화 시대의 개화된 엘리트들이 보헤미안의 자유로운 정신과 문화적 반역성 및 부르주아 자본주의자들의 물질적인 야망을 함께 지닌 새로운 문화 권력이라 할 수 있다. 보보스(BOBOS)족은 걸

으로 볼 때는 부르주아 같은 삶으로 보이지만 그들의 Life-Style은 걸치레를 중시하는 부르주아와는 달리 물질적으로는 깨어있는 사람들이다.

(3) Slobbie

1990년대 후반 미국에서 나타났으며, 느림의 건강함(slower but better working)을 표방하고 있다. 고액의 연봉을 받을 수 있는 능력을 갖추고도 상대적으로 낮은 소득을 감수한 채 자기직장을 고수하고 가정생활을 소중하게 여기는 특징을 갖고 있다. 슬로비족은 안정적인 직장에서 안정적인 가정생활을 중시하는 경향이다.

(4) LOHAS(Life of Health and Sustainability)

2000년대에 들어 미국에서 관찰되는 웰빙현상으로, 자기 자신과 가족 및 후대에 물려줄 지속가능한 소비기반을 생각하는 소비성향을 갖고 있다. 건강, 환경보전, 사회정의, 개인의 발전과 지속 가능한 삶에 가치를 두고 있으며, 미국 전체 인구의 30%정도(약 6천 3백만명)로 시장규모는 약 \$2,300억이라고 한다. 우리나라에서의 웰빙현상은 미국의 로하스족의 생활방식이 많은 영향을 받고 있는 것 같다.

LOHAS를 추구하는 사람들의 공통된 모습은 친환경적인 제품의 선택을 통하여 소비생활을 하고, 주변에 친환경적 제품의 유익함을 적극 홍보하고, 지속가능한 제품에 20%의 추가비용을 지불할 용의가 있으며, 환경보호에 적극적이고, 지속가능한 기법으로 제조된 상품을 선호하고, 재활용 제품을 적극 사용하고, 사회 전체적 관점의 의식있는 삶을 영위하고, 재사용될 수 있는 원료를 사용하고, 지속가능한 농업기반을 선호하고, LOHAS소비자의 가치를 공유하는 기업이 만든 제품을 선호하고 있다.

3. 웰빙의 다양한 실상

우리나라에서 웰빙족에 대한 특징적 모습을 조사한 것에 따르면, 웰빙은 음식, 패션, 주거양식 및 활동 모든 면에서 찾아볼 수 있다. 웰빙족들이 지향하는 것은 번드르르한 겉모습이 아닌 ‘내적 아름다움(inner beauty)’이다. 이것은 심신의 안정과 균형 및 편안함 등 내적인 건강 밸런스를 잡아 외적 아름다움까지도 가꾸어 나간다는 뜻으로, 다음과 같은 생활행동과 습관을 통해서 이미지를 보여주고 있다(김상일, 2004; 황인성, 2004; 동아일보, 2004. 1. 11).

- ① 이들은 식생활에 있어 확연히 구분된다. 우아한 레스토랑에서 두툼한 스테이크를 썰

거나 걸쭉한 프랑스 정통 코스요리 대신 그 어떤 화학 첨가물을 넣지 않은, 순수 그 자체인 천연 유기농 음식을 먹는 것을 무엇보다 소중히 여긴다. 도심의 공해와 현대인의 바쁜 생활로부터 벗어나 몸의 평화를 추구하고 패스트푸드 보다는 유기농 야채와 곡식으로 만들어진 신선한 건강식을 섭취한다. 또 몇 만원짜리의 값비싼 레스토랑 식사 대신 가볍게 생식을 즐기고 그 값으로는 향긋한 스파 마사지나 발 마사지를 즐기는 것이다.

② 스트레스 해소에 신경을 쓴다. 매일 저녁 이어졌던 술자리 모임을 피하고 퇴근 후 곧바로 헬스클럽을 찾거나 요가 센터를 찾아 하루 동안의 스트레스를 말끔히 날려버리는 것 또한 Well-Being의 일환이다. 바쁜 시간에도 틈틈이 아로마테라피를 즐기는 것도 Well-Being족의 습관이다. 업무에 스트레스 받을 때마다 아로마 스틱을 꺼내 향을 맡는다거나 숙면을 돕기 위한 라벤더 오일, 아침의 피곤함을 날리기 위한 로즈메리 향 같은 아로마테라피는 그들의 필수적인 생활 소품이다. 목욕을 할 때도 은은한 향초를 켜고 욕조에 몸을 담그는 것, 반신욕, 커피 대신 솔내음 가득한 차를 마시는 것은 건강뿐 아니라 마음의 피로를 없애기 위한 그들의 방법이다.

③ 문화 행사를 즐겨 찾는다. 상사의 눈에 들 수 있는 기회인 휴일근무이나 지갑을 쏠쏠하게 해주는 야근수당에 대해선 털끝만치의 미련도 두지 않은 채 Well-Being족은 퇴근 후나 주말이면 자신에 대한 봉사에 소홀히 하지 않는다. 다양한 레포즈, 가족이나 연인과 함께 근교로 떠나는 주말여행 등을 시도한다.

④ 바쁜 시간에도 틈틈이 아로마테라피(Aroma-therapy)를 즐기는 것도 Well-Being족의 습관이다. 업무에 스트레스 받을 때마다 아로마 스틱을 꺼내 향을 맡는다거나 숙면을 돕기 위한 라벤더 오일, 아침의 피곤함을 날리기 위한 로즈메리 향 같은 아로마테라피는 그들의 필수적인 생활 소품이다. 목욕을 할 때도 은은한 향초를 켜고 욕조에 몸을 담그는 것, 커피 대신 솔내음 가득한 차를 마시는 것은 건강뿐 아니라 마음의 피로를 없애기 위한 그들의 방법이다.

⑤ 건강에 좋은 소재로 만든 의류를 선호한다. 사람들의 먹거리 뿐 아니라 입는 것에도 많은 의식 변화를 주었다. 입는 것도 건강에 좋은 것을 입자는 소비자의 생각을 통찰, 여러 업체들에서 Well-Being에 알맞은 섬유, 디자인 등으로 소비자의 요구에 변화에 부응시키고 있다. 그에 관련한 몇 가지 예를 들자면 다음과 같다. '홍삼'을 소재로 한 내의, 시원한 착용감을 주는 '쿨 가공 스타킹', 자외선을 차단해주는 '올리브 가공 스타킹'과 피부 노화를 방지하는 기능을 가진 '비타민E 가공 스타킹', 무더운 여름을 위한 이른바 'Well-Being 스타킹', 쿵을 넣은 '소이비안 실크 스웨터', 등.

소비자들의 이러한 생활태도와 자세를 기업의 사업기회로 삼아서 그 영역을 개척해 나가는 모습은 우리 주변에서 쉽게 접할 수 있다. 운동에 열심이지만 시간이 부족한 회사원

들을 위해 시내 헬스클럽들은 24시간 운영 체제를 갖추었고, 사무실 주변에는 자연산이나 유기농 식재료만을 사용한 레스토랑이 성행한다. 또 심신의 안정을 위한 운동으로 요즘 인기를 끌고 있는 요가 센터는 이제 더 이상 어렵지 않게 찾을 수 있게 됐다. 커리어 우먼을 위한 스파도 빼놓을 수 없다. 점심때와 퇴근 후를 이용해 간단히 받을 수 있는 스파나 마사지는 남성들에게도 낯설지 않은 곳으로 자리 잡아가는 중이다.

또 커피숍 대신 다양한 차(茶)를 구비하고 있는 차 전문점도 흔히 볼 수 있는 풍경. 유행의 메카로 일컬어지는 압구정동이나 청담동 뿐 아니라 샐러리맨들의 중심지로 알려진 여의도, 광화문에서도 쉽게 찾을 수 있는 이 모습들은 Well-Being이 이제 우리의 생활 근처에 다가온 또 하나의 문화임을 알 수 있게 한다.

수백만 원을 호가하는 고급 브랜드의 옷을 입고, 유기농 과일을 갈아 만든 싱싱한 주스를 마신다. 신선한 샐러드로 점심을 대신하고, 기름기를 쫓 빼 가벼운 저녁을 즐긴다. 업무가 끝난 후에는 고급스러운 요가 복을 입고 스트레칭과 명상을 통해 몸과 마음을 다스린다.

지난 한 해 동안 술과 담배에 절었던 중년 남성들이 금연 금주를 다짐하는 신년 벽두. 잘 먹고 잘 사는 법을 부티나게 실천하는 Well-Being족은 좀 더 차별화한 한 단계 수준 높은 Life-Style을 추구한다. 피트니스센터도 운동만 하는 곳이 아니라 건강한 삶을 위한 식생활과 생활 방식까지도 관리해 주는 곳으로 변하고 있다. 요가 뿐 아니라 사이클링과 에어로빅을 결합한 '스피닝', 태국식 격투기와 에어로빅을 결합한 '태보', 요가와 미국의 스트레칭이 결합한 '하타 요가', 아로마테라피와 요가를 결합한 '아로마 요가' 등 재미를 곁들인 신종 운동들이 속속 등장하고 있다. 또 살사댄스, 발리댄스, 재즈댄스 등과 피트니스 트레이닝이 결합된 '피트니스 댄스'가 젊은 남녀들의 새로운 운동법으로 자리잡아가고 있다.

4. 웰빙현상에 대한 올바른 이해

최근의 웰빙열풍을 제대로 이해하고 향후 우리생활에 진정으로 삶의 질적 수준을 향상시키는데 역할을 하기 위해서는 웰빙에 대한 올바른 이해가 우선 되어야 할 것이다. 그렇게 될 때, 기업들(소비자들이 필요로 하는 것을 제공하며 이익을 창출하는 생산주체)도 올바른 생산활동을 할 수 있으리라 기대된다.

① Well-Being에 대한 개념을 정확히 인식하고 있어야 한다. 웰빙은 자기 자신과 가족이 건강하고 건전하게 오래 살기 위한 소비문화현상이다.

② Well-Being은 몸과 정신건강을 동시에 추구하는 것, 즉 물질적 가치나 명예를 얻기 위해 달려가는 삶에 매달리지 않고 정신과 신체의 조화를 통한 건강한 삶을 추구하는 것이다.

③ Well-Being이 상업적으로 악용되지 않게 하기 위해서, 소비자들은 현재 자신이 처해

있는 환경에 따라 맞춤형 건강을 추구하는 것이 필요하다.

④ Well-Being은 기본적으로 우리의 생활이므로 특별히 돈을 들여 차별화된 제품이나 서비스의 사용을 통해서 이뤄지는 것이기 보다는 평소 생활과 밀접한 관계가 있어야 한다. ‘웰빙 = 돈’이란 인식에서 벗어나야 한다.

⑤ Well-Being은 유행이 아니다. 사이버공간에서 ‘얼짱’, ‘몸짱’ 등이 뜨면서 날씬한 몸매 만들기에 관한 열풍이 있었다. 날씬한 몸매는 자신의 건강정보에 맞춘 체계적인 준비와 지속적인 운동으로 되는 것이지 몸에 대한 한두 번의 집중적 투자를 통해서 이뤄지는 것이 아니라는 것이다.

⑥ Well-Being은 조화와 균형에 있다. 육체에 병이 없다고 하여 웰빙족이 되는 것이 아니고, 신체와 정신적 건강을 동시에 추구하는 자세가 무엇보다 중요하다. 그리고 나로 인하여 다른 사람들이 피해를 본다면 이 역시 웰빙족이라 할 수 없다. 인간은 사회적 존재이기 때문이다.

⑦ Well-Being은 자신의 체질과 환경에 맞는 계획을 수립하여 실천하는데 그 의의가 있다. 이를 위해서는 우선 균형잡힌 식사, 규칙적인 운동, 충분한 휴식, 주거 및 직업환경의 변화에 대한 적응노력 등에 관련된 실천계획을 세워야 한다.

VI. 결 론

우리나라에서는 지난 40여 년 동안 경제의 외형적 성장을 통한 물질적인 풍요에 많은 관심을 기울여왔다. 이러한 과정에서 가족형태의 변화, 소득증가, 평균수명증가, 주5일 근무 도입, 환경파괴로 인한 건강과 생명위협 등 생활환경의 변화가 발생하여 사람들은 건강하게 오래 살고자 하는 생활모습으로 변모해가고 있는 실정이다. 즉, 근년에 들어 국민소득 \$20,000의 시대를 향하면서 가정경제생활의 안정을 이루자 삶의 질적 수준향상을 추구하는 경향이 사회 전반적으로 퍼져나가고 있다.

이런 경향은 서구의 생활모습의 영향을 받아 웰빙문화로 나타나고 있다. 21세기에 들어서면서 우리나라에서도 건강과 장수를 표방하는 웰빙은 사회의 독특한 현상이 되고 있다. 특히 2002년도 하반기 이후 그 기세가 특히 더해져서 ‘웰빙 의류, 웰빙 제조, 웰빙 주택, 웰빙 수면법 등’으로 의식주 전반으로 확장되고 있다. 또 일부에서는 값비싼 유기농 제품을 먹고, 최고급 스파를 즐기는 등의 고급화된 소비를 웰빙으로 표현하기도 한다. 그리고 더 나아가서는, 돈을 지출하는 소비행위 뿐만 아니라, 지역사회를 위해 봉사활동을 펼치는 건전한 시민상을 웰빙의 한 모습으로 받아들이기도 한다.

국내에서의 Well-Being 개념의 언급은 외국 라이선스 계열의 여성 잡지들의 기사와 언

론매체를 통해서 미국 등지에서 불고 있는 이러한 생활양식을 앞서 소개하면서 퍼지기 시작했다. Well-Being의 발생배경에는 요가 붐이나 명상, 여피족, 보보스(BOBOS)족, 슬로비(Slobbie)족, Downshifter, LOHAS 의 생활양식을 감안해야 한다. 우리나라에서의 웰빙은 다분히 'LOHAS적'이라고 할 수 있다.

웰빙은 경제적으로 단순히 잘 먹고 잘 사는 인생을 뜻하는 것이 아닌, 정신적으로 풍요롭고 육체적으로 건전한 문화적인 삶으로 이해해야 한다. 우리사회가 소득수준이 높아짐에 따라 건전하고 건강한 삶을 위한 소비방안을 모색하는 경향은, 우리보다 경제적으로 앞선 선진국에서의 생활양식의 변화하는 것을 살펴보면 알 수 있듯이, 고령화 사회로의 진입, 환경오염의 심화, 광우병·조류독감의 창궐 등의 여건을 볼 때 바람직한 것이다.

웰빙현상은 우리생활의 의식주 전반에 걸쳐 반영되고 있는데, 본 연구에서는 제한된 자료를 바탕으로 하여 개괄적 접근을 하는데 그쳤지만, 이후 연구에서는 관련분야의 내용과 범위를 보다 객관적인 자료의 수집을 통해 구체화하여 심층적으로 분석하는 것이 필요하다고 생각된다.

참 고 문 헌

<국내문헌>

- 강경인 외 (2004), 「이제는 집도 웰빙이다」, 서울: 대가.
- 김상일 (2004), 「CEO Report: 웰빙 열풍을 읽는 3개의 코드」, LG주간경제, pp.19-24.
- 김영관 외 5명 (2004), 「9대 IT 신성장동력 산업동향보고서」, 23, IT World.
- 김영한·임희정 (2004), 「웰빙마케팅」, 서울: 다산북스.
- 김태현·이인수 (1996), 「실버산업의 실제」, 서울: 하우.
- 김현주·박재룡 (1992), 「실버산업의 현황과 전망, 삼성경제」, p.10, pp.30-46.
- 노동부 (2003), 개정근로기준법 시행지침.
- 노영섭 (1994), 「건강백세와 실버산업-성·노인의 건강관리」, 서울: 아카데미서적.
- 신승배 (2001), 「한국 비정규직 노동자의 사회적 배제에 관한 연구」, 고려대학교 노동대학원 석사학위논문.
- 신한종합연구소 (1991), 「21세기 실버산업의 전망」, 신한종합연구소.
- 심창섭 (2004), 「레저와 웰빙시대의 생활체육」, 서울: 흥경.
- 유재홍 (1992), 「광고수용자로서의 노인계층 특성연구」, 광고연구, 14, 봄.
- 유봉노 (1998), 「마케팅 사전」, 한국마케팅연구원.
- 장인협·최성재 (1987), 「노인복지학」, 서울: 서울대학교 출판부.
- 전국민주노동조합총연맹 (2003), 개정근로기준법 대응지침.
- 진병호 (2004), 웰빙문화 트렌드와 유통산업의 전망, 유통물류세미나 발표자료, 대한상공회의소.
- 차영란·리대용 (2003), 「부유층의 심리적 특성과 소비자행태의 관계분석」, 광고연구, 59.
- 최경순 외 (2004), 「웰빙생활과 영양」, 서울: 유림문화사.
- 최성재 (1999), 중산층 노인을 위한 지역노인복지산업의 육성방안, 21세기 고령화·지방화 시대 노인복지정책 발전방향, 경기개발연구원, pp.68-103.
- 최인걸 (2004), 「진정한 웰빙」, 서울: 예루살렘.
- 최희갑 (2005), 「2005년 국내 10대 트렌드」, CEO Information, 삼성경제연구소.
- 한국경영자총협회 (2004), 경총신서: 근로시간단축 핵심체크포인트.
- 한국근로기준협회 (2003), 주40시간근무제도 도입 핵심실무과정.
- 한국마케팅연구원 (1998), 「한국 중장년층의 노인에 대한 의식태도와 노인복지에 관한 의견조사」, 실버문화 마케팅에 관한 연구보고서, 한국마케팅연구원. pp.91-98.
- 한국마케팅연구원 (1998), 「한국 중장년층의 노인복지에 대한 의식태도와 변화를 위한 주요

- 제안," 실버문화 마케팅에 관한 연구보고서, 한국마케팅연구원, pp.105-108.
- 홍명호 외 5명 (2004), 「생각을 바꾸면 건강이 보인다」, 서울: 의학문화사.
- 황수관 (2004), 「웰빙 건강법」, 서울: 제네시스21(주).
- 황인성 (2004), 「2004년 국내 10대 트렌드」, CEO Information. 삼성경제연구소.
- 경향신문. 2004. 9. 21(화). "사실 공무원·군인연금부터 개혁하라."
- 동아일보. 2003. 8. 29(금). "주5일제 국회통과"
- 동아일보. 2004. 3. 16(목). "슬로비족 아십니까?"
- 동아일보. 2005. 1. 11(화). "웰빙으로 가는 길."
- 한겨레신문. 2005. 1. 4(화). "대기업들 '로하스 시장' 진입 불붙어."
- 한겨레신문. 2005. 1. 4(화). "로하스 소비자들 추구하는 가치에 걸맞는 상품만 찾아."
- 한겨레신문. 2005. 1. 4(화). "물건 살 때 건강·사회책임·환경 다져요."
- 한경비즈니스. 2004. 5. 9. 커버스토리 "인생 이모작; 고령사회의 환경변화"
- iMBC. 2004. 12. 6(월) - 7(화). "MBC 심야 스페셜; 속도의 시대, 느리게 살기."

<국외문헌>

- Bearden, W. O. & Etzel, M. J. (1982), "Reference Group Influence on Product and Brand Purchase Decisions," *Journal of Consumer Research*, 9(September), pp.183-194.
- Breen, L. Z. (1960), *Handbook of Social Gerontology*, Chicago: University of Chicago Press, pp.147-8.
- Harris, A. (1973), "Program for Aging," *Quarterly Journal of Economics*, 88, pp.14-19.
- Jacobs, Michael (1991), *The Green Economy: Environment, Sustainable Development and the Politics of the Future*, London: Pluto Press.
- Natural Marketing Institute (2003a), *Understanding the LOHAS Consumer Group: A Focus on Foods and Beverages*.
- Natural Marketing Institute (2003b), *Understanding the LOHAS Consumer Reports: A Focus on Green Building*.
- Rokowski, W., Barber, C. E., & Seelbach, W. C. (1983), Perceptions of Parental Health Status and Attitudes Toward Aging, *Family Relations*, 32, pp.93-99.
- Satterthwaite, David et. al (1996), *The Environment For Children*, London:Earthscan.
- Sterns, R. S. & Sterns, H. L. (1995), *Consumer Issues: The Mature Market, The Encyclopedia of Aging*, New York: Springer Publishing Co., pp.222-224.
- Wong, N. Y. C. & Ahuvia, A. C. (1998), *Personal Taste and Family Face: Luxury Consumption in Confucian and Western Societies*, *Psychology and Marketing*, 15(Augu

st), pp.423-441.

Yoo, Jae Hong (1987), *A Descriptive Study of Mass Media in the Lives of an Elderly Population in Seoul, Korea*, Ph. D. Dissertation, University of Oregon.

New Life Style Based on the Changes in Living Conditions in Korea

Yeung-Ki Suk

Abstract

There are several changes of living conditions in Korea during the past 40 years. The changes in living conditions are the change of family type, the increase in income, the aging society, the introduction of five-working day, the protection of environment, etc. These changes bring about a social phenomenon so-called the well-being which seek after the pleasure of healthy life.

This study is based on the limited literature reviews, focusing on the correct understanding these changes and the well-being life style in Korea in order to provide the enterprise with some insights.

〈Key Words〉 change in life-style, change of family type, increase in income, aging society, introduction of five-working day, protection of environment, well-being