

한국인의 장례문화산업 인식과 개발 방안에 대한 융합 연구

송현동¹, 김문준², 조지용³, 장경희⁴, 김광환^{5*}

¹건양대학교 글로벌호텔관광학과 교수, ²건양대학교 휴머니티칼리지 교수, ³건양대학교 사회복지학과 교수,
⁴건양대학교 웰딩 융합 연구소 연구원, ⁵건양대학교 병원경영학과 교수

Convergence Study on Koreans' Recognition of Funeral Culture Industry and Development Plan

Hyun-Dong Song¹, Moon-Joon Kim², Gee-yong Jo³,
Kyung-Hee Chang⁴, Kwang-Hwan Kim^{5*}

¹Professor, Department of Global Hotel & Tourism, Konyang University

²Professor, College of Humanity, Konyang University

³Professor, Department of Social Welfare, Konyang University

⁴Researcher, Welding Convergence Laboratory, Konyang University

⁵Professor, Department of Hospital Management, Konyang University

요약 본 연구의 목적은 연령대에 따른 장례문화인식, 장례문화산업개발, 장례문화교육 내용에 대한 설문조사 결과를 토대로 장례문화산업 개발 방안 제시이다. 본 연구의 설문은 한국갤럽에 의해 실시되었으며, 조사방법은 구조화된 질문지를 이용한 온라인 조사를 실시했다. 조사일시는 2021년 2월 5일~2021년 2월 8일, 추가조사는 2021년 2월 18일~2021년 2월 19일에 실시되었다. 유효 연구대상자는 316명이며, 표본추출방법은 성/연령별 할당 추출이다. 연구결과 전 연령대에서 화장을 선호했으며, 화장한 유골의 안치 장소는 수목장과 납골당이 높았다. 연령대별로 다소 차이는 있지만 대체로 청년에서 노년층으로 갈수록 상조상품 가입, 생전장례식, 이별여행, 이별여행상품구매, 장례보험 가입, 죽음관련 전문가와의 상담에 대해 거부감이 적은 것으로 조사되었다. 본 연구 결과는 장례문화산업 인식과 개발 방안에 대한 학제간 융합 연구에 기여할 것으로 기대된다.

주제어 : 화장, 이별여행, 장례보험, 죽음교육, 융합연구

Abstract This study aims to present a plan to develop the funeral culture industry based on the results of a survey on the contents of funeral culture awareness, funeral culture industry development, and funeral culture education according to age groups. The survey in this study was researched by Gallup Korea, and the survey method was an online research using a structured questionnaire. The survey was conducted twice, from February 5, 2021 to February 8, 2021, and from February 18, 2021 to February 19, 2021. The effective subjects are 316, and the sampling method is allocated by sex and age. As a result of the study, cremation was preferred by all age groups, and the places where cremated remains were placed were high in the natural burials and ossuary hall. Although there are some differences by age groups, it was surveyed that generally, the elderly than the younger were less reluctant to sign up for condolence products, funerals in life, farewell trips, purchase farewell travel products, funeral insurance, and counsel with death-related experts. The results of this study are expected to contribute to interdisciplinary convergence research on the recognition and development of the funeral culture industry.

Key Words : cremation, farewell trip, funeral insurance, death education, convergence study

*This work was supported by the Ministry of Education of the Republic of the Korea and National Research Foundation of Korea(NRF-2020S1A5C2A04092504)

*Corresponding Author : Kwang-Hwan Kim(kkh@konyang.ac.kr)

Received April 12, 2021

Revised May 6, 2021

Accepted July 20, 2021

Published July 28, 2021

1. 서론

본 연구의 목적은 연령대에 따른 장례문화인식, 장례문화산업개발, 장례문화교육 내용에 대한 설문조사 결과를 토대로 장례문화산업 개발 방안을 제시하는 데 있다. 일본의 고령화와 핵가족화 정착은 장례문화의 변화와 장례문화산업 등장 원인으로 작용하였다. 일본 장례문화의 변화는 가장을 중심으로 하는 장례와 조상제사 계승 전통인 이에(家)제도가 약화되는 상황이 전개되고 있다. 다른 한편으로는 다양한 장례문화산업 양상도 나타나게 되었는데 상조회사, 호텔장례식, 생전장례식, 이별여행상품, 생전장례보험 등이 등장했다[1,2].

한국도 고령화 사회 진입과 핵가족화, 급격한 도시화로 장례문화의 변화를 겪고 있다. 한국의 죽음문화는 1990년대 중반 이후 급변하고 있다[3]. 2019년 화장률은 88.4%(1992년 18.49.2%)로 10명중 1명은 화장을 하고 있으며, 2018년에는 생전장례식이 한국 최초로 진행되었다. 웰다잉 문화 확산으로 2018년 2월 연명의료 결정법이 시행된 이래 3년간 '사전연명의료의향서'를 작성한 사람은 총 79만193명(국립연명의료관리기관이 2020년 12월말 기준)이었다[4,5].

또한 한국인들은 고령화 시대를 맞이하여 노화에 순응하며 건강하게 살아가는 것에 대한 중요성을 인식하게 되었다[6]. 이러한 사회적인 상황과 맞물리면서 웰빙과 웰다잉을 넘어 웰에이징에 대한 관심이 높아지고 있다. 웰빙과 웰다잉에 대한 정의는 여러 가지 있겠지만, 웰빙은 육체적인 건강을 위해 어떻게 살 것인가에, 웰다잉은 육체와 정신적인 부분을 고려해서 어떻게 죽을 것인가에 대한 물음과 답변이라고 요약할 수 있다.

한국사회가 웰에이징에 대해 관심을 갖기 시작한 원동력은 의료기술의 발전으로 평균수명이 늘어난 결과이다 [7]. 웰에이징이란 “행복한 인생을 위해 생애주기별 신체적, 정신적 건강과 경제자립을 준비하고 실현해가는 과정”이라고 정의할 수 있다[8].

한국 사회는 웰에이징과 관련해서 웰다잉 실천방법의 하나로 장례문화에 대한 관심과 시대에 맞는 바람직한 장례문화에 대한 요구 또한 높아지고 있다. 아울러 현대 사회에 맞는 장례문화를 뒷받침할 장례문화사업의 방향에 대해서도 사회적인 담론이 제기되고 있다.

한국 사회는 10여 년간 급격한 화장 문화의 증가, 화장한 유골을 안장하는 수목장, 납골당의 등장, 상조회사의 정착, 생전장례식의 등장, 연명의료결정법 시행, 웰다잉 담론의 확산 등 죽음과 장례, 그리고 장례문화사업 등

에서 급격한 변화와 이에 따른 혼란의 양상을 보이고 있기 때문이다. 본 연구는 이러한 문제의식을 기반으로 출발하였다.

본 연구에 도움이 된 논문은 웰다잉 저해 요인 관련성 연구[9], 노인들의 죽음준비도, 죽음불안과 성별과의 관련성에 대한 연구[10,11], 한국의 장례문화 변화와 관련된 논의들이 있다[12]. 이러한 기존 연구는 장례문화, 웰다잉을 넘어 웰에이징에 관한 논의들을 확장 시키는 데에 도움이 되었다. 본 연구는 장례문화에 대한 인식을 토대로 장례문화사업과 장례문화 교육내용을 제시함으로써 향후 이와 관련된 학제적 융합연구에 기여할 것으로 기대된다.

2. 연구방법

2.1 연구대상 조사 설계

본 연구는 한국갤럽에 의해 실시되었으며, 조사방법은 구조화된 질문지를 이용한 온라인 조사를 실시했다. 자료수집 도구는 구조화된 질문지이며 조사일시는 2021년 2월 5일~2021년 2월 8일, 추가조사는 : 2021년 2월 18일~ 2021년 2월 19일에 실시되었다. 연구대상자는 316명이며 G-power program 3.1.9.2 version을 활용하였고 효과크기 0.25, 유의수준 0.05, 검정력 0.95을 유지하였다. 조사지역은 전국이고, 모집단은 만 19세 이상 성인 남녀, 유효 표본 수는 316명, 표본추출방법은 성/연령별 할당 추출이다.

2.2 연구방법

연구내용은 일반적 특성, 웰에이징 관련 장례문화산업 인식, 웰에이징 관련 장례문화산업 개발, 장례문화 사업에 필요한 교육내용을 조사하였다. 일반적 특성은 성별, 연령, 최종학력, 거주지역, 종교, 건강보험종류, 결혼상태, 주거형태, 월평균소득 9분항으로 구성하였다.

장례문화인식 관련 선택형 설문은 ‘선호하는 장례 방식’, ‘매장 선호 이유’, ‘화장 선호 이유 및 화장 후 유골 안치 방법’, ‘상조상품 가입 방송 또는 광고 시청 여부’, ‘상조 상품 가입 필요 여부에 대한 생각’, ‘상조 상품 가입 여부’, ‘상조 상품 가입 이유’이다.

장례문화산업 개발관련 선택형 설문은 ‘가족중심의 장례와 별도의 장소에서 치르는 영결식 의향 여부’, ‘생전장례식 인지 또는 참석 여부’, ‘죽음 예상되는 상황 시,

생전 장례식 의향, '생전 장례식에 참석 의향 여부', '죽음이 예상되는 상황 시, 가족/친한 지인과 이별 여행 의향도', '전문여행사의 이별여행 상품 구매 의사 여부', '장례를 대신 치러줄 장례보험(상품) 가입 의향도', '임종과 이별이 예측되는 상황 시 삶과 죽음 전반에 대한 상담 의향 여부'이다.

장례문화사업에 필요한 교육내용 선택형 설문은 '장례 절차', '장례방식', '장례용품', '장례식장 이용방법', '장례비용', '유언장 작성', '재산상속', '사망신고 작성법', '제사방식'이다.

본 연구의 연령대별 구분 기준은 한국갤럽의 분류방식인 정부24 기준을 채택하였다. 또한 한국의 장례문화가 최근 20여년 사이에 급변하게 되면서 연령대별 장례문화에 대한 인식차이가 있다는 점과 일본의 연구결과도 고려되었다[13,14]. 아울러 연구도구의 타성에 대한 검토는 본 연구의 연구수행 기관인 건양대학교 웰다잉 융합 연구소에서 진행하였으며 한국 갤럽의 의견을 반영해서 구성되었다.

2.3 통계분석

본 연구 분석은 PASW Statistics ver 20.0(IBM Co., Armonk, NY, USA) 통계 프로그램이다. 대상자의 인구학적 특성은 기술통계로 하였고, "웰에이징 관련 장례문화산업인식"은 카이제곱 검정, "웰에이징 관련 장례문화산업개발"은 카이제곱 검정 및 선형대선형 결합, ANOVA, "장례문화 사업에 필요한 교육내용" 카이제곱 검정 및 선형대선형 결합분석을 실시하였다. 통계분석 시 유의수준은 0.05로 하였다.

3. 연구결과

3.1 일반적 특성

조사대상자의 일반적 특성을 보면, 성별로는 '남자' 51.6%, '여자' 48.4%로 여자보다 남자가 높은 분포를 보였다. 연령대로는 50~64세가 32.6%로 가장 높았으며, 65세 이상이 10.4%로 가장 낮은 분포를 보였다. 종교인들은 기타제의 개신교가 가장 높은 분포를 보였다. 월 평균 소득은 3분위와 5분위에서 각각 32.9%, 31.3% 분포를 보였다. Table 1과 같다.

Table 1. General characteristics

	N	%
Gender		
Male	163	51.6
Female	153	48.4
Age		
19~34	87	27.5
35~49	93	29.4
50~64	103	32.6
65~	33	10.4
Married		
Single	116	36.7
Married	186	58.9
Etc.	14	4.5
Final Education		
High school	66	20.8
University	212	67.1
Graduate school	38	12.0
Religion		
Christian	80	25.3
Catholic	32	10.1
Buddhism	31	9.8
Ect. (SGI)	173	54.7
Average monthly income (unit: ten thousand won)		
1st quartile (131)	13	4.1
Second quartile (284)	55	17.4
3rd quartile (414)	104	32.9
Quartile (569)	45	14.2
Quintile (973) more than	99	31.3

3.2 웰에이징 관련 장례문화산업 인식

웰에이징 장례문화산업 인식 중, 장례방식을 보면 '화장'이 87.0%로 '매장' 13.0%보다 화장이 높은 분포를 보였으며, 연령대별로도 비슷한 경향을 보였다. 매장선호 대상자 41명의 매장이유를 보면, '화장거부감'이 48.0%로 가장 높은 분포를 보였고, '전통장례방식' 선호가 17.1%, '조상숭배' 14.6%순으로 나타났으며, 연령대별로도 비슷한 경향을 보였다.

화장선호대상자 275명의 화장이유를 보면, '관리의 편리함'이 45.1%로 가장 높았고, '국토의 효율적 이용'이 23.3%, '환경보전' 17.1%순으로 나타났으며, 연령대별로도 비슷한 경향을 보였다. 화장선호 대상자의 유골관리 방법을 보면, '수목장'이 45.8%로 가장 높았고, '납골장 안장' 25.8%, '가족납골묘 안장'이 18.9%순으로 나타났으며, 연령대별로도 모두 수목장이 높았으나, 19~34세 이하에서는 상대적으로 낮은 분포를 보였으며, 통계적으로 유의한 차이를 보였다(p<0.05). Table 2와 같다.

Table 2. Recognition of the funeral culture industry related to well aging

unit : n(%)

Funeral method	Age group								Total	p	
	19-34		35-49		50-64		65~				
Burial	10	(11.5)	12	(12.9)	15	(14.6)	4	(12.1)	41	(13.0)	0.936
Cremation	77	(88.5)	81	(87.1)	88	(85.4)	29	(87.9)	275	(87.0)	
Burial preference(n=41)											0.495
Ancestor worship	0	(0.0)	1	(8.3)	4	(26.7)	1	(25.0)	6	(14.6)	
Prefer traditional funeral methods	3	(30.0)	3	(25.0)	0	(0.0)	1	(25.0)	7	(17.1)	
Because of family cemetery	0	(0.0)	2	(16.7)	2	(13.3)	1	(25.0)	5	(12.2)	
Pungsusasang	1	(10.0)	0	(0.0)	1	(6.7)	0	(0.0)	2	(4.9)	
Reluctance to cremation	6	(60.0)	5	(41.7)	8	(53.3)	1	(25.0)	20	(48.8)	
etc. (Religious reasons)	0	(0.0)	1	(8.3)	0	(0.0)	0	(0.0)	1	(2.4)	
Cremation preference (n=275)											0.900
Difficulty buying a cemetery	4	(5.2)	5	(6.2)	6	(6.8)	1	(3.4)	16	(5.8)	
Efficient use of the country	21	(27.3)	14	(17.3)	20	(22.7)	9	(31.0)	64	(23.3)	
Environmental conservation	12	(15.6)	13	(16.0)	15	(17.0)	7	(24.1)	47	(17.1)	
Convenience of management	31	(40.3)	41	(50.6)	42	(47.7)	10	(34.5)	124	(45.1)	
Low cost	4	(5.2)	5	(6.2)	3	(3.4)	1	(3.4)	13	(4.7)	
etc.	5	(6.5)	3	(3.7)	2	(2.3)	1	(3.4)	11	(4.0)	
Maintenance of ashes after cremation(n=275)											0.032
Ossuary interment	24	(31.2)	24	(29.6)	19	(21.6)	4	(13.8)	71	(25.8)	
Family crypt interment	16	(20.8)	9	(11.1)	21	(23.9)	6	(20.7)	52	(18.9)	
Tree funeral	26	(33.8)	44	(54.3)	42	(47.7)	14	(48.3)	126	(45.8)	
Mountain funeral	8	(10.4)	1	(1.2)	4	(4.5)	5	(17.2)	18	(6.5)	
Sea funeral	3	(3.9)	3	(3.7)	1	(1.1)	0	(0.0)	7	(2.5)	
etc.(don't want, meaningless etc.)	0	(0.0)	0	(0.0)	1	(1.1)	0	(0.0)	1	(0.4)	
Total	87	(27.5)	93	(29.4)	103	(32.6)	33	(10.4)	316	(100.0)	

p-value: by Chi-square test

1) p-value: by linear vs linear combination

3.3 웰에이징 관련 장례문화산업 인식

웰에이징 장례문화산업 인식 중, 상조상품 가입 광고를 본 경험을 보면 '있다'가 90.5%로 '없다' 9.5%보다 있다가 높은 분포를 보였으며, 연령대별로도 비슷한 경향을 보였다. 상조상품 가입 필요성을 보면 '예'와 '아니오'가 각각 50.%를 보였으며, 연령대별로도 비슷한 경향을 보였다. 상조상품 가입 유무를 보면, '아니오' 78.8%, '예' 21.2%로 '아니오'가 높은 분포를 보였으며, 연령대별로도 연령이 많을수록 가입률이 높은 분포를 보였으며 통계적으로 유의한 차이를 보였다(p<0.01). 상조상품 가입대상자 67명의 가입이유를 보면, '장례서비스 편리성'이 47.8%로 가장 높았고, '기타'가 1.5%로 가장 낮은 분포를 보였으며, 연령대별로도 비슷한 경향을 보였다.

상조상품 미가입대상자 249명의 미가입 이유를 보면, '필요성을 느끼지 못해서'가 48.2%로 가장 높았고, '기

타'가 1.6%로 가장 낮은 분포를 보였으며, 연령대별로도 비슷한 경향을 보였다. Table 3과 같다.

3.4 웰에이징 관련 장례문화산업 개발

웰에이징 장례문화산업 개발 중, 가족중심 장례식과 영결식은 별도진행의 의향을 보면, '예' 80.7%로 '아니오' 19.3%보다 '예'가 높은 분포를 보였으며, 연령대별로도 연령대가 낮을 수 '아니오'가 높은 반면, '예' 응답은 연령이 많을 수 높은 분포를 보였다. 가족중심 장례식과 영결식은 별도진행에 '예'라고 응답한 255명이 영결식 장소로는 장례식장의 영결식장이 87.5%로 다른 장소보다 월등히 높은 분포를 보였으며, 연령대별로도 비슷한 경향을 보였다.

생전 장례식에 대한 인지는 '아니오' 72.8%로 '예' 27.2%보다 '아니오'가 높은 분포를 보였으며 연령대별로

Table 3. Recognition of the funeral culture industry related to well aging

unit : n(%)

	Age Group								Total	p
	19-34		35-49		50-64		65~			
Have you ever watched a broadcast or advertisement to sign up for a mutual aid product?	0.167									
Yes	75	(86.2)	89	(95.7)	93	(90.3)	29	(87.9)	286	(90.5)
No	12	(13.8)	4	(4.3)	10	(9.7)	4	(12.1)	30	(9.5)
Do you think you need to sign up for a mutual aid product?	0.482									
Yes	38	(43.7)	46	(49.5)	56	(54.4)	18	(54.5)	158	(50.0)
No	49	(56.3)	47	(50.5)	47	(45.6)	15	(45.5)	158	(50.0)
Have you signed up for a mutual aid product?¹⁾	0.001									
Yes	8	(9.2)	21	(22.6)	28	(27.2)	10	(30.3)	67	(21.2)
No	79	(90.8)	72	(77.4)	75	(72.8)	23	(69.7)	249	(78.8)
If you signed up for a mutual aid product, what is the biggest reason?(choice 'Yes' : n=67)	0.316									
Provision of funeral expenses	3	(37.5)	4	(19.0)	3	(10.7)	0	(0.0)	10	(14.9)
Convenience of using funeral services	2	(25.0)	11	(52.4)	14	(50.0)	5	(50.0)	32	(47.8)
Preparing for the funeral	2	(25.0)	4	(19.0)	8	(28.6)	4	(40.0)	18	(26.9)
Discount benefits when purchasing goods such as home appliances	1	(12.5)	2	(9.5)	3	(10.7)	0	(0.0)	6	(9.0)
etc.(Child's invitation)	0	(0.0)	0	(0.0)	0	(0.0)	1	(10.0)	1	(1.5)
If you haven't signed up for a mutual aid product, what's the biggest reason?(choice 'No' : n=249)	0.001									
Not feeling the need	51	(64.6)	27	(37.5)	34	(45.3)	8	(34.8)	120	(48.2)
Cost burden	17	(21.5)	20	(27.8)	8	(10.7)	5	(21.7)	50	(20.1)
Risk of bankruptcy of mutual aid companies	4	(5.1)	18	(25.0)	23	(30.7)	7	(30.4)	52	(20.9)
Service dissatisfaction	1	(1.3)	4	(5.6)	7	(9.3)	3	(13.0)	15	(6.0)
still young	5	(6.3)	2	(2.8)	1	(1.3)	0	(0.0)	8	(3.2)
etc. (Support for related services in the workplace)	1	(1.3)	1	(1.4)	2	(2.7)	0	(0.0)	4	(1.6)
Total	87	(27.5)	93	(29.4)	103	(32.6)	33	(10.4)	316	(100.0)

p-value: by Chi-square test

1) p-value: by linear vs linear combination

는 65세 이상에서 다른 연령대군보다 45.5%로 높은 분포를 보였다. 생전 장례식을 치를 의향을 보면 '없다' 42.7%로 높은 분포를 보였으며 '있다'와 '잘 모르겠다'가 각각 26.6%, 30.7%로 비슷한 경향을 보였고 통계적으로 유의한 차이를 보였다. (p<0.01). Table 4와 같다.

3.5 웰에이징 관련 장례문화산업 개발

가족 또는 지인과 이별여행 의향을 보면, 평균 3.52점으로 나타났으며, 연령대별로도 비슷한 점수대를 보였다. 전문여행사의 이별여행 상품 구매의향을 보면, '아니오' 59.8%로 '예' 40.2%보다 '아니오'가 높은 분포를 보였으며, 연령대별로 도 비슷한 분포를 보였다.

장례보험 상품 가입유무를 보면, 평균 3.23점으로 나타났으며, 연령대별로도 비슷한 점수대를 보였다.

웰다잉을 위한 전문가 상담 의향을 보면, '예' 52.2%, '아니오' 47.8%로 '아니오' 보다 '예'가 높은 분포를 보였으며, 연령대별로도 비슷한 경향을 보였다. Table 5와 같다.

3.6 장례문화 사업에 필요한 교육내용

장례문화 사업에 필요한 교육내용 중, 장례절차에 중요하다고 1순위 항목 내용을 보면, '장례절차'가 51.0%로 가장 높은 분포를 보였고, '유언장작성'이 45.6%, '장례방식'은 31.1% 순이었으며, '제사방식'이 9.1%로 가장

Table 4. Well-aging related funeral culture industry development

unit : n(%)

	Age Group				Total	p
	19-34	35-49	50-64	65~		
Are you willing to keep the funeral simple, family-centered, and the ceremony in a separate location?¹⁾						0.014
Yes	59 (67.8)	79 (84.9)	92 (89.3)	25 (75.8)	255 (80.7)	
No	28 (32.2)	14 (15.1)	11 (10.7)	8 (24.2)	61 (19.3)	
What do you think is a suitable place for a ceremony? (choice 'Yes' : n=255)						0.339
Funeral hall	49 (83.1)	66 (83.5)	84 (91.3)	24 (96.0)	223 (87.5)	
hotel	3 (5.1)	2 (2.5)	0 (0.0)	0 (0.0)	5 (2.0)	
Convention center	3 (5.1)	5 (6.3)	4 (4.3)	0 (0.0)	12 (4.7)	
Wedding hall	1 (1.7)	0 (0.0)	1 (1.1)	1 (4.0)	3 (1.2)	
etc.(Religious facilities, nature, houses, etc.)	3 (5.1)	6 (7.6)	3 (3.3)	0 (0.0)	12 (4.7)	
Do you know or have you ever attended a *funeral during your life*?						0.096
Yes	22 (25.3)	22 (23.7)	27 (26.2)	15 (45.5)	86 (27.2)	
No	65 (74.7)	71 (76.3)	76 (73.8)	18 (54.5)	230 (72.8)	
Are you willing to have a funeral during your lifetime?						0.663
Yes	22 (25.3)	28 (30.1)	24 (23.3)	10 (30.3)	84 (26.6)	
No	36 (41.4)	36 (38.7)	46 (44.7)	17 (51.5)	135 (42.7)	
I do not know	29 (33.3)	29 (31.2)	33 (32.0)	6 (18.2)	97 (30.7)	
If you are invited to a funeral during lifetime, are you willing to attend?						0.048
Yes	52 (59.8)	64 (68.8)	48 (46.6)	17 (51.5)	181 (57.3)	
No	35 (40.2)	29 (31.2)	55 (53.4)	16 (48.5)	135 (42.7)	
Total	87 (27.5)	93 (29.4)	103 (32.6)	33 (10.4)	316 (100.0)	

p-value: by Chi-square test

1) p-value: by linear vs linear combination

Table 5. Well-aging related funeral culture industry development

unit :n(%), mean±S.D

	Age Group				Total	p
	19-34	35-49	50-64	65~		
Are you willing to go on a trip for the say goodbye to family or close acquaintances?						0.072
	3.66 : 1.05	3.65 : 1.05	3.35 : 0.93	3.33 : 1.02	3.52 : 1.02	
Are you willing to purchase a Farewell trip product from a professional travel agency?						0.744
Yes	34 (39.1)	38 (40.9)	39 (37.9)	16 (48.5)	127 (40.2)	
No	53 (60.9)	55 (59.1)	64 (62.1)	17 (51.5)	189 (59.8)	
In the reality of increasing single-person households, are you willing to sign up for funeral insurance (product) that will give you a funeral service likewise medical insurance?						0.905
	3.20 : 1.01	3.27 : 1.00	3.19 : 1.02	3.30 : 0.77	3.23 : 0.98	
Are you willing to participate in counseling for well-dying?						0.534
Yes	42 (48.3)	54 (58.1)	51 (49.5)	18 (54.5)	165 (52.2)	
No	45 (51.7)	39 (41.9)	52 (50.5)	15 (45.5)	151 (47.8)	
Total	87 (27.5)	93 (29.4)	103 (32.6)	33 (10.4)	316 (100.0)	

Table 6. Contents of education necessary for funeral culture business

unit : n(%)

		Age Group								Total	p	
		19-34		35-49		50-64		65-				
What do you think is necessary for education about funeral culture? (3 responses in order of importance)												
Funeral procedure	rank1	17	(44.7)	25	(52.1)	30	(54.5)	7	(50.0)	79	(51.0)	0.816
	rank2	13	(34.2)	11	(22.9)	16	(29.1)	3	(21.4)	43	(27.7)	
	rank3	8	(21.1)	12	(25.0)	9	(16.4)	4	(28.6)	33	(21.3)	
	Total	38	(24.5)	48	(31.0)	55	(35.5)	14	(9.0)	155	(100.0)	
Funeral method	rank1	11	(36.7)	8	(23.5)	17	(42.5)	1	(6.7)	37	(31.1)	0.030
	rank2	11	(36.7)	19	(55.9)	10	(25.0)	6	(40.0)	46	(38.7)	
	rank3	8	(26.7)	7	(20.6)	13	(32.5)	8	(53.3)	36	(30.3)	
	Total	30	(25.2)	34	(28.6)	40	(33.6)	15	(12.6)	119	(100.0)	
Funeral supplies	rank1	1	(25.0)	2	(33.3)	1	(7.7)	0	(0.0)	4	(16.7)	0.657
	rank2	0	(0.0)	1	(16.7)	4	(30.8)	0	(0.0)	5	(20.8)	
	rank3	3	(75.0)	3	(50.0)	8	(61.5)	1	(100.0)	15	(62.5)	
	Total	4	(16.7)	6	(25.0)	13	(54.2)	1	(4.2)	24	(100.0)	
How to use the funeral home	rank1	7	(31.8)	2	(20.0)	3	(23.1)	3	(50.0)	15	(29.4)	0.901
	rank2	7	(31.8)	4	(40.0)	5	(38.5)	1	(16.7)	17	(33.3)	
	rank3	8	(36.4)	4	(40.0)	5	(38.5)	2	(33.3)	19	(37.3)	
	Total	22	(43.1)	10	(19.6)	13	(25.5)	6	(11.8)	51	(100.0)	
Funeral expenses	rank1	5	(31.3)	4	(20.0)	3	(11.5)	3	(37.5)	15	(21.4)	0.102
	rank2	5	(31.3)	2	(10.0)	12	(46.2)	2	(25.0)	21	(30.0)	
	rank3	6	(37.5)	14	(70.0)	11	(42.3)	3	(37.5)	34	(48.6)	
	Total	16	(22.9)	20	(28.6)	26	(37.1)	8	(11.4)	70	(100.0)	
Writing a will ¹⁾	rank1	6	(30.0)	17	(51.5)	15	(41.7)	9	(64.3)	47	(45.6)	0.032
	rank2	4	(20.0)	11	(33.3)	10	(27.8)	5	(35.7)	30	(29.1)	
	rank3	10	(50.0)	5	(15.2)	11	(30.6)	0	(0.0)	26	(25.2)	
	Total	20	(19.4)	33	(32.0)	36	(35.0)	14	(13.6)	103	(100.0)	
Property inheritance	rank1	2	(12.5)	6	(21.4)	2	(7.7)	1	(7.7)	11	(13.3)	0.673
	rank2	10	(62.5)	14	(50.0)	15	(57.7)	6	(46.2)	45	(54.2)	
	rank3	4	(25.0)	8	(28.6)	9	(34.6)	6	(46.2)	27	(32.5)	
	Total	16	(19.3)	28	(33.7)	26	(31.3)	13	(15.7)	83	(100.0)	
How to report death	rank1	5	(41.7)	2	(12.5)	4	(26.7)	0	(0.0)	11	(25.0)	0.392
	rank2	3	(25.0)	5	(31.3)	3	(20.0)	1	(100.0)	12	(27.3)	
	rank3	4	(33.3)	9	(56.3)	8	(53.3)	0	(0.0)	21	(47.7)	
	Total	12	(27.3)	16	(36.4)	15	(34.1)	1	(2.3)	44	(100.0)	
Ritual way	rank1	0	(0.0)	1	(16.7)	0	(0.0)	0	(0.0)	1	(9.1)	0.618
	rank2	1	(25.0)	0	(0.0)	0	(0.0)	0	(0.0)	1	(9.1)	
	rank3	3	(75.0)	5	(83.3)	1	(100.0)	0	(0.0)	9	(81.8)	
	Total	4	(36.4)	6	(54.5)	1	(9.1)	0	(0.0)	11	(100.0)	

p-value: by Chi-square test

1) p-value: by linear vs linear combination

낮은 분포를 보였다. 2순위 항목 내용을 보면, '재산상속' 54.2%로 가장 높은 분포를 보였고, '장례방식' 38.7%, '장례비용' 30.0%, 순이었으며, '제사방식'이 9.1%로 가장 낮은 분포를 보였다. Table 6와 같다.

4. 고찰 및 결론

본 연구의 목적은 연령대에 따른 장례문화인식, 장례

문화산업개발, 장례문화교육내용에 대한 설문결과를 토대로 장례문화산업 개발 방안을 제시하는 것이다.

본 연구와 갤럽의 응답자 특성별 분석 결과를 토대로 고찰하면 다음과 같다. 화장은 전 연령대에서 선호하는 것으로 조사되었으며, 중장년층은 수목장을 선호했고, 납골당 안장은 노년층에서 청년층으로 갈수록 응답 비율이 높아지는 경향을 보였다. 또한 최종학력이 높아질수록, 월 평균 가구 소득이 5분위 이상의 가구에서 '매장' 선호율이 가장 높은 것은 기존 연구와 유사한 경향을 보

이고 있다.

상조상품 가입 필요는 노년층, 생애주기별로는 청년층에서 노년층으로 갈수록 상조상품 가입률이 높아지는 경향을 보였다. 또한 상조가입 필요성은 '매장'(58.5%)을 선호하는 응답자가 '화장'(48.7%)보다 높고, 상조상품 방송/광고 경험자의 상조상품 가입 '필요' 응답 비율은 51.4%로 경험이 없다는 사람(36.7%) 대비 높게 나타났다. 상조상품 가입이유에서 여성의 경우 '가전제품 등 물건 구입 시 할인혜택'에 응답한 비율이 21.4%인 것 대비 남성은 0%로 조사되었다.

가족중심의 장례와 별도의 장소에서 치르는 영결식을 진행할 '의향이 있는' 사람은 전체 응답자의 80.7%로 나타났다. 생애주기별로 확인한 결과 중장년층의 별도 영결식 진행 의향률이 87.2%로 청년층(67.8%)과 노년층(75.8%)대비 높았다. 이는 한국의 장례문화의 변화를 예고하고 있는 것으로 조사되었다.

'생전 장례식'에 대해서 알고 있거나 참석해본 경험이 있는 남성의 비율은 28.8%로 여성의 25.5% 대비 높은 것으로 조사되었다. 주목할 점은 청년에서 노년층으로 갈수록 '생전 장례식'에 대해서 알고 있거나 참석해본 경험이 있다는 응답이 높아지는 경향을 보이고 있다는 점이다.

죽음이 예상되는 상황 시, 생전 장례식을 치를 의향이 '있는' 사람은 전체의 26.6%이다. 청년에서 노년층으로 갈수록, 최종학력이 높아질수록 생전 장례식을 치를 '의향률'이 높아지는 경향을 보이고 있다. 생전 장례식에 참석 의향 여부는 생애주기별로 확인한 결과 노년층에서 청년층으로 갈수록 생전 장례식의 '참석 의향률'이 높아지는 경향을 보이고 있다.

죽음이 예상되는 상황 시, 이별 여행을 떠날 의향이 '있는' 사람은 전체 응답자의 55.7%고 노년층에서 청년층으로 갈수록, 최종학력이 높아질수록 높아지는 경향을 보였다.

전문여행사의 이별여행 상품 구매 의사가 '있다'는 사람은 전체 응답자의 40.2%이며 남성(46.0%)이 여성(34.0%)보다 높고 청년층에서 노년층으로 갈수록 '구매 의사 긍정' 응답 비율이 높아지는 경향을 보였다.

장례를 대신 치러줄 장례보험(상품)가입 의향이 '있는' 사람은 전체 응답자의 42.7%이고 청년층의 '장례보험(상품) 가입 의향률'이 47.1%로 중장년층과 노년층의 40.8%, 42.4% 대비 높았다. 월 평균 가구 소득 별로 확인한 결과 소득이 높아질수록 '장례보험(상품) 가입 의향률'이 높아지는 경향을 보였다.

상담전문가와 상담을 받을 의향이 '있는' 사람은 전체 응답자의 52.2%이며 남성의 55.8%가 상담전문가와 상담을 받을 의향이 '있다'고 응답해 여성의 48.4% 대비 높았다. 생애주기별로 살펴본 결과 청년층에서 노년층으로 갈수록 상담전문가와 상담 '의향률'이 높아지는 경향을 보였다.

장례문화 관련 교육 내용 1순위는 장례절차, 유연장작성, 장례방식, 2순위는 재산상속으로 나타났다. 장례절차와 장례방식은 급변하는 장례문화의 현실을 반영한 것으로 판단되며, 유연장작성과 재산상속은 웰다잉 문화의 확산으로 죽음준비교육 과정의 필요성을 인식한 것으로 보인다.

이상과 같은 내용으로 토대로 장례문화산업 인식에 대한 내용을 종합해 보면 다음과 같다.

먼저 화장은 전 연령대에서 선호하고 있으나, 학력이 높고 소득이 높을수록 매장을 선호하는 것으로 나타났다. 상조상품가입은 청년에서 노년층으로 갈수록 높아지고 있으며, 화장보다는 매장을 선호하는 응답자가 가입 필요성 응답이 높았다. 생전장례식을 치를 의향은 노년층, 학력이 높을수록 선호하는 것으로 나타났다. 이별 여행은 여성, 학력이 높을수록, 노년층에서 청년층으로 갈수록 떠날 의향이 높았다. 이별여행 상품은 남성이, 청년에서 노년층으로 갈수록 구매 의사가 높았다. 전문가와의 상담은 남성이, 청년에서 노년층으로 갈수록 높았다.

본 연구의 목적인 장례문화산업 개발 방안은 다음과 같이 제안할 수 있다. 첫째, 화장문화 정착에 따른 화장한 유품을 안장하는 수목장, 납골당 사업이 지속적으로 성장, 확산 될 것으로 예상된다. 대만의 경우 도심부에 납골당이 자리 잡고 있다는 점을 감안 하면 한국도 교외에서 접근성이 좋은 도심이나 주변부에 납골당이 위치할 것으로 예상된다[15].

둘째, 이별여행 문화나 상품이 등장할 것으로 예상된다. 웰다잉 준비과정의 하나로 죽음을 앞두고 용서와 화해, 치유 시간의 필요성을 강조하기 때문에 가족 또는 지인들과 삶을 마무리하는 이별여행이 나타날 것으로 보인다. 이런 차원에서 제2, 제3의 생전 장례식도 등장할 것으로 예상된다.

셋째, 상조상품가입은 상호회사는 안전성이 확인되면 가입자는 늘어날 것으로 예상된다. 핵가족화의 증가와 특히 1인 가구와 독신자들의 증가로 장례를 대신 치러줄 생전 장례보험 가입자들이 늘어날 것으로 예측된다. 상호회사와 생전장례보험은 안정성과 편리성, 필요성의 확보가 가입자 증가와 장례문화산업 성장의 관건이 될 것

이다[16].

넷째, 웰다잉 문화의 확산으로 장례절차, 장례방식, 유언장 작성, 재산상속 등 죽음교육에 대한 수요가 증가할 것으로 예상된다. 한국의 급변하는 죽음문화와 평균 수명의 증가로 삶의 문제뿐만 아니라 존엄한 죽음에 대한 근본적인 물음에 대한 해결방안을 고민하기 때문이다 [17].

다섯째, 죽음관련 상담기관이 늘어날 것으로 보인다. 자신의 죽음이 예상되는 상황에서 또는 가족과 지인의 죽음으로 인한 상실을 경험한 사람들이 상담전문가와 죽음의 문제로 상담을 받을 것으로 보인다. 죽음을 받아들이는 문제는 죽음을 앞둔 사람이거나 죽음의 사건을 경험한 사람들에게 모두 필요한 요인이기 때문이다[18,19].

한국 사회는 노년의 기간이 늘어나면서 건강에 대한 관심과 중요성이 강조되고 있지만, 그만큼 죽음에 대해 생각할 수 있는 기간이 늘어난 것도 사실이다[20,21]. 따라서 향후 죽음관련 장례문화산업은 현재보다 확대될 것으로 보인다.

한국 사회는 지난 10여년 사이 급격한 죽음문화의 변화를 보이고 있다. 지난 500여 년 동안 유지되었던 매장 문화가 화장으로 바뀌었으며, 납골당 문화와 수목장이 등장했다. 장례식은 집이 아닌 장례식장에서 진행된다. 또한 생전 장례식이 등장했으며, 존엄한 죽음을 위한 연병의로 결정법이 시행되고, 상조회사는 TV광고를 통해 죽음준비 상품을 판매하고 있다.

한국인들은 연령대에 따라 다양한 경험을 갖고 있다. 연령대에 따라 일제 강점기의 경험, 6.25전쟁의 경험, 4.19혁명, IMF의 경험을 모두 한사람과 아직 한 번도 경험에 보지 않은 사람이 공존하고 있다. 사람들의 경험은 어떤 대상에 대한 인식과 태도 형성에 영향을 준다.

이와 마찬가지로 죽음과 장례문화의 인식도 연령대에 따라 다양할 수밖에 없다. 따라서 연령대에 따른 장례문화사업에 대한 인식과 태도에 주목하였고, 연구결과에서도 확인되고 있다. 한국의 이러한 경향은 일본과 유사한 경향을 보이고 있다. 따라서 향후 이러한 부분에 대한 구체적인 비교연구가 요구된다.

본 연구는 장례문화산업에 대한 인식을 토대로 장례문화산업 개발 방안을 제시했다는 측면에서 의의가 있다고 할 수 있다. 하지만 구체적인 장례산업 방향에 대한 심층적인 조사와 다른 나라와의 비교 연구가 진행되지 못했다는 한계를 갖고 있다. 이러한 부분은 향후 본 연구결과 토대로 추가적인 설문과 체계적인 분석이 필요하다.

REFERENCES

- [1] K. S. Hwang, H. J. Bae, Y. E. Choi & J. L. Kim. (2015). A Comparative study of the funeral culture according to an aging society between Korea and Japan. *The Journal of the Convergence on Culture Technology*, 1(1), 69-72.
DOI : 10.17703/JCCT.2015.1.1.69
- [2] J. S. No. (2018). The Study of Hotel Funerals in Japanese Society. *Journal of Japanese Language and Literature*, 77, 361-378.
DOI : 10.18631/jalali.2018..77.020
- [3] H. S. Lim & J. S. Yoo. (2020). Factors Affecting on Death Anxiety in Elderly Cancer Survivors : Focusing on Ego Integrity, Depression and Awareness of Good Death. *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, 21(1), 197-207.
DOI : 10.5762/KAIS.2020.21.1.197
- [4] S. U. Park & Y. S. Kang. (2021). The Effect of Cancer Patients' Knowledge of Advanced Directives and Perception of Good Death on Attitude toward Withdrawal of Life-Sustaining Treatment. *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, 22(2), 539-547.
DOI : 10.5762/KAIS.2021.22.2.539
- [5] I. S. Kim & S. H. Jang. (2020). The Effects of Hospice & Palliative Care Education Program on Spiritual Well-Being and Knowledge Regarding Advance Directives of Nursing Students. *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, 21(1), 732-738.
DOI : 10.5762/KAIS.2020.21.1.732
- [6] S. J. Yim, J. H. Lee & C. H. Ryu. (2021). A Study on Job Characteristics, Job Satisfaction, and Life Quality of Aging Workforce: Focusing on the Mediating Effect of Regular and Non-regular Workers. *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, 22(2), 199-211.
DOI : 10.5762/KAIS.2021.22.2.199
- [7] H. R. Shin, S. K. Kim, H. J. Lee, S. W. Wool, S. H. Maeng & Y. S. Kim. (2020). The Moderating Effect of Health Literacy on The Association between Dementia Experience, Social Support and Dementia Attitude. *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, 21(11), 701-714.
DOI : 10.5762/KAIS.2020.21.11.701
- [8] D. R. Kim, K. H. Kang, A. Park, C. H. Lee & K. H. Kim. (2021). An Integrative Review of Well-aging research in Korea. *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, 22(3), 190-198.
DOI : 10.5762/KAIS.2021.22.3.190
- [9] C. H. Lee & S. Y. Ahn & Y. H. Kim & K. H. Kim. (2019). Convergence Research on Relationships among the inhibiting factors of Dying Well. *Journal of the Korea Convergence Society*, 10(8), 37-44.
DOI : 10.15207/JKCS.2019.10.8.037
- [10] Y. S. Kang & E. Y. Hong. (2020). Convergence Study of the Factors Affecting on Death Anxiety in Rural

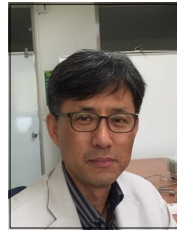
Elderly: Focused on gender and self esteem. *Journal of the Korea Convergence Society*, 11(4), 351-357.
DOI : 10.15207/JKCS.2020.11.4.351

- [11] D. G. Kim & H. S. Lee. (2018). The Effect of Psychosocial Support, Death Preparedness, and Ego Integrity on Death Anxiety in Old People. *Journal of the Korea Convergence Society*, 9(11), 433-441.
DOI : 10.15207/JKCS.2018.9.11.433
- [12] H. W. Kim. (2019). A study on regional gender differences in cremation. *Korean Thought and Culture*, 100, 647-673.
- [13] K. S. Hwang, H. J. Bae, Y. E. Choi & J. L. Kim. (2015). A Comparative study of the funeral culture according to an aging society between Korea and Japan. *The Journal of the Convergence on Culture Technology*, 1(1), 69-72.
DOI : 10.17703/JCCT.2015.1.1.69
- [14] P. D. Lee & H. W. Kim. (2018). Awareness of Funeral Culture and Well-Ending and Policy Implications -Focusing on Seoul Metropolitan City. *The Journal of Convergence on Culture Technology*, 4(4), 67-75.
DOI : 10.17703/JCCT.2018.4.4.67
- [15] Nationalwide Association for Korean Funeral and Cremation Culture Reform. (2001). *Foreign Funeral Culture and Policy : Focusing on Japan, Taiwan, Hong Kong, Singapore*. Seoul : Nationalwide Association for Korean Funeral and Cremation Culture Reform.
- [16] H. S. Ko. (2021). A Study on Change of Mutual Aid Business and Consumer Protection. *Supreme Court of Korea*, 1(55), 617-663.
DOI : 10.22825/juris.2021.1.55.015
- [17] N. Y. Lee & J. Y. Lyu. (2020). Death Education Program by Developmental Stage. *Korean Journal of Educational Research*, 58(1), 187-219.
DOI : 10.30916/KERA.58.1.187
- [18] K. O. Chang. (2020). Effect of Elderly People's Health Promotion Program on Physical, Physiological and Psychological Parameter for in Senior Center Participation of the Elderly. *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, 21(2), 133-144.
DOI : 10.5762/KAIS.2020.21.2.133
- [19] J. H. Jang & Y. S. Shin. (2020). Factors Influencing on Health Promoting Behavior of Community-dwelling Older Adults. *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, 21(2), 460-469.
DOI : 10.5762/KAIS.2020.21.2.460
- [20] H. S. Lim & J. S. Yoo. (2020). Factors Affecting on Death Anxiety in Elderly Cancer Survivors : Focusing on Ego Integrity, Depression and Awareness of Good Death. *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, 21(1), 197-207.
DOI : 10.5762/KAIS.2020.21.1.197
- [21] Y. K. Hong & M. K. Lee. (2020). Impact of Sleep Time on Psychic Symptoms, Suicidal Ideation and Suicide Attempt in Korean Adults : Focus on Gender Difference. *Journal of the Korea Academia-Industrial*

cooperation Society, 21(5), 372-383.
DOI : 10.5762/KAIS.2020.21.5.372

송 현 동(Hyun-Dong Song)

[정회원]



- 1998년 2월 : 한신대학교(학사)
- 2002년 2월 : 한신대학교(석사)
- 2006년 2월 : 한국학중앙연구원(철학 박사)
- 2006년 9월 ~ 현재 : 건양대학교 글로벌호텔관광학과 교수
- 관심분야 : 문화관광산업, 웰니스관광,

죽음학, 웰에이징

· E-Mail : ritual@konyang.ac.kr

김 문 준(Moon-Joon Kim)

[정회원]



- 1995년 8월 : 성균관대 철학박사
- 1998년 3월 ~ 현재 : 건양대학교 휴머니티칼리지 교수
- 관심분야 : 한국철학, 동양철학, 웰에이징
- E-Mail : kmj@konyang.ac.kr

조 지 용(Gee-yong Jo)

[정회원]



- 2006년 3월 숭실대학교 사회사업학과 학사
- 2009년 8월 숭실대학교 대학원 석사(사회복지학)
- 2013년 8월 숭실대학교 대학원 박사(사회복지실천 전공)
- 2017년 3월 ~ 현재 건양대학교 사회

복지학과 조교수

· 관심분야 : 가족복지, 가족치료, 노인복지, 사회적 관계, 웰에이징

· E-Mail : georzi@konyang.ac.kr

장 경 희(Kyung-Hee Chang)

[정회원]



- 2017년 2월 : 한림대학교 학원 생명교육융합학과(문학석사)
- 2018년 4월 현재 : 건국대학교 문학예술치료학과 박사 수료
- 2020년 10월 ~ 현재 : 건양대학교 웰다잉 융합 연구소 전임연구원
- 관심분야 : 죽음교육, 웰다잉, 삶의 질,

문학예술치료, 웰에이징

· E-Mail : 386hee@hanmail.net

김 광 환(Kwang-Hwan Kim)

[종신회원]



- 2001년 2월 : 계명대학교 보건학 박사
- 2006년 3월 ~ 현재 : 건양대학교 병원
경영학과 교수
- 관심분야 : 의무기록정보, 보건관리,
웰다잉, 노인, 삶의 질, 웰에이징
- E-Mail : kkh@konyang.ac.kr