

http://dx.doi.org/10.17703/JCCT.2022.8.6.59

JCCT 2022-11-7

오팔세대의 라이프스타일과 노후준비에 관한 연구

A Study on the Life Style and the Preparation of Old Age in Opal Generation

임미정*, 최규석**

Mi-Jeong Lim*, Gyoo-Seok Choi**

요약 최근에 신중년이라 불리는 1955년에서 1974년 사이에 태어난 베이비붐 세대는 거대 인구 집단을 형성하며 이전의 전통적 노인 세대와는 다른 특성을 보이고 있다. 전체 국가 인구의 33%를 차지하는 이들의 은퇴가 본격화되면서 신세대 노인인구집단의 등장과 이에 따른 정책변화가 요구되고 있다. 오팔세대라고 불리기도 하는 신중년층은 평균수명의 증가로 늘어난 노년기를 생산적이고 자율적으로 보내고 싶어 하며 노후에 해외여행을 즐기는 등 어느 정도 경제적 능력도 지니고 있지만, 다른 한편 여가·취미활동, 대인관계 등 활동적 노년에 대한 준비가 미흡해서 신세대로서의 신중년층을 위한 정책적 관심이 요구되고 있다. 본 논문에서는 베이비붐 세대를 중심으로 오팔세대의 정의, 그들의 소비생활을 비롯한 태도, 사회활동, 여가활동, 건강에 대한 노력 등의 라이프스타일에 대해 알아보고, 오팔세대에 맞는 고용창출, 사회적 재교육, 지역의료시설 구축, 여가문화 생활을 위한 사회적 배려 등 노후준비에 대해 실천적 방안을 제시하고자 한다.

주요어 : 오팔세대, 신중년층, 라이프스타일, 베이비부머, 노후 준비

Abstract The baby boomers born between 1955 and 1974, recently called the new age, form a huge population group and show characteristics different from the previous traditional older generations. With the retirement of those who make up 33% of the nation's population in earnest, the emergence of a new generation of the elderly population and policy changes are required. The new middle age generation, also called the opal generation, want to spend their old age productively and autonomously, which has increased due to the increase in life expectancy, and have some economic ability, such as enjoying overseas travel in old age. As preparation for old age is insufficient, policy attention is required for the younger generation as a new generation. In this paper, focusing on the baby boom generation, the definition of the opal generation, their consumption lifestyle, attitudes, social activities, leisure activities, and lifestyle such as health efforts are investigated, and job creation, social re-education, and local It is intended to present practical measures for preparing for old age, such as the establishment of medical facilities and social consideration for a leisurely cultural life.

Key words : Opal Generation, The new and old age group, Lifestyle, Baby Boomer, Preparation for old age

*정희원, (주)유니디자인경영연구소 대표이사 (제1저자)
인천대학교 일반대학원 디자인학과 디자인학 박사(2020)
**정희원, 청운대학교 컴퓨터학과 교수 (교신저자)
접수일: 2022년 9월 2일, 수정완료일: 2022년 9월 30일
게재확정일: 2022년 10월 15일

Received: September 2, 2022 / Revised: September 30, 2022
Accepted: October 15, 2022
**Corresponding Author: lionel@chungwoon.ac.kr
Dept. of Chungwoon University, Korea

I. 서 론

본 연구는 최근에 신중년이란 이름으로 1955년에서 1963년 사이에 태어난 이들과 1968년에서 1974년 사이에 출생인구가 정점을 찍었던 시기에 태어난 세대까지 확장하여 베이비붐 세대라고 정하고, 이들의 노년기에 대한 라이프스타일에 대해서 알아보고자 한다. 그림 1에서 보여지는 바와 같이 우리나라 인구의 33%를 차지하고 있는 이들의 은퇴가 본격화되면서 신세대 노인 인구집단의 등장과 이에 따른 정책변화가 요구되고 있다.

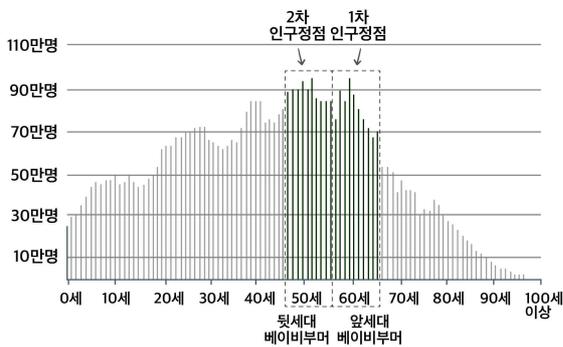


그림 1. 연령별 인구 [통계청]
Figure 1. Population by age [Statistical Office]

‘뉴 시니어’, ‘프리 시니어’, ‘액티브 시니어’ 등으로도 불리어지는 이 신중년층은 전통적인 노인들과는 구별되는 생산적이고 활기찬 젊은 노인 계층을 일컫는 용어로 육체적으로나 정신적으로 건강하고, 전통적인 노인들에 비해 개방적이고 모험적인 성향을 가지고 있으며, 건강과 사회적 삶에 대해 높은 관심을 보인다(정경희 외, 2010).

베이비부머세대를 중심으로 활동적이고 참여적인 노년을 강조하는 신노년학 논의가 본격적으로 제시된 것은 1980년대 이후 미국 맥아더재단이 ‘성공적 노화’라는 타이틀로 묶여지는 일련의 연구를 지원하고 그 결과물이 발표되면서부터라고 할 수 있다. 특히 신중년 세대에 내포되어 있는 긍정성이 성공적 노화로 상징되고 노년학의 새로운 패러다임으로 제시되면서 신노년학은 노년학 연구 분야에서 핵심적 위상을 갖게 되었다(한경혜 외, 2007).

기존 노인층은 현역에서 은퇴를 하여 휴식을 가지거나 죽음을 맞이할 때 까지 보내야 되는 인생의 종말기로

보았다면, 신중년층은 이 시기를 ‘인생 2막’ 이라 여기며, 지속적인 생산적 활동을 하거나, 현역에서 바빠서 못했던 취미생활 등으로 활동적인 노년을 보내고자 한다. 이러한 신중년은 이전 세대에 비해 더 많은 여가와 봉사활동을 통한 품위를 추구하고, 적극적으로 삶의 즐거움을 찾고, 더 오래 일하고 싶어 하는 세대다. 또한 자기 계발과 관리에 힘쓰고, 자립적으로 살아가며, ‘성공적인 노년(SA: Successful Aging)’을 추구한다(박중환, 2009). 신세대가 연령으로 구분되는 젊은 신인류라면, 신중년은 문화·사회적으로 차별화되고 이전의 노인 세대와는 확연히 구별되는 또 다른 신인류인 셈이다. 신중년은 평균수명의 증가로 늘어난 노년기를 생산적이고 자율적으로 보내고 싶어 하며 노후에 해외여행을 즐기는 등 어느 정도 경제적 능력도 지니고 있지만, 다른 한편 여가·취미활동, 대인관계 등 활동적 노년에 대한 준비가 미흡해서 신세대로서의 신중년층을 위한 정책적 관심이 요구되고 있다. 이들을 트렌드 코리아 2020는 오팔세대라고 명명하고 있으며, ‘OPAL’은 ‘활기찬 인생을 살아가는 신노년층 ‘Old People with Active Lives’의 약자로 고령화 사회의 주축으로 떠오른 액티브 시니어를 지칭한다[1].

기존에 나와 있는 신노년층에 대한 문헌조사와 인터넷 블로그 자료, 보도 자료 등을 통하여 이들의 태도, 사회 활동, 여가활동, 건강 등 라이프스타일에 대해 알아본다. 이를 통해 신중년층의 노후준비에 대한 실천적 방안을 찾아본다.

II. 오팔세대의 개념

1. 오팔세대의 정의

출생년도	인구비중	미디어활용	성향
2010 1995~현재 Z세대	MZ세대 15.9%	디지털 네이티브	현실주의, 정의 중시
2000 1980~1994년 밀레니얼 (Y세대)		디지털 유목민	세계화, 경험주의
1980 1965~1979년 X세대	오팔세대 (1,2차 베이비붐세대) 24.5%	디지털 이주민	물질주의, 경쟁사회
1970 1950~1964년 베이비붐세대		아날로그 중심	전후 세대, 이념적
1960	28.9%		
1950			

그림 2. 세대의 구분
Figure 2. Partition of generations

한국전쟁 직후 출생률이 급격히 증가한 1955년에서 1963년에 태어난 사람들을 베이비부머라고 부른다. 한 해에 80만 명이 넘는 사람들이 태어난 이들의 총 인구 규모는 712만 명으로 전체인구의 14.3%를 차지하며(통계청, 2016), 베이비붐 세대 이후로도 높은 출생률이 지속되어, 범위를 조금 넓혀보면 이들을 포함한 5070 세대는 대한민국 인구의 약 33%(2022년 기준)를 차지하는 거대한 집단이다. 그림 2에서 보는 바와 같이 본문에서는 대체로 전쟁이 끝난 후 경제적, 사회적으로 풍요롭고 안정된 상황에서 출산율이 급증하여 그때 태어난 사람들의 집단인 1차 베이비부머부터 1971년에 출생률 정점을 찍으면서 감소하기 시작한 1974년까지 출생한 2차 베이비부머를 포함해서 베이비붐 세대로 적용하였다. 베이비붐을 전쟁, 경제공황 등 사회혼란이나 불안요인으로 인하여 정상적인 가정생활이 불가능해져 출생아수가 급격히 줄었다가 원인이 해소되면서 출산율이 급격히 증가하는 현상으로 정의하기도 한다. 일반적으로 미국의 베이비붐세대는 2차 세계대전 후 출생률이 급격히 상승한 시기인 1946년과 1964년 사이에 태어난 세대를 말하나, 한국뿐 아니라 다른 여러 나라에서도 볼 수 있는 현상으로 각 나라별로 세대의 구분은 그 기간에 약간의 차이를 보이고 있다.

우리나라의 베이비붐세대는 경제성장률 10%대의 고도성장기에 청장년기를 보내고, 인구집단의 크기뿐만 아니라 급격한 경제성장, 외환위기, 구조조정 등의 사회변화 속에서 국가와 자신의 발전을 위해 노력한 경제 성장의 주축으로서 사회에서 중요한 역할을 수행한 세대로 평가된다. 전 연령대 중 가장 많은 자산을 보유하고 있으며 여전히 두 가구 중 한 가구는 성인 자녀를, 열 집 중 여섯 집 이상은 노부모를 부양하며 대한민국의 대들보역할을 해내고 있다.

이들은 대체로 학력과 소득수준의 연관이 컸던 시대적 배경으로 인해 배움에 대한 열망이 크고, 대한민국 산업화의 주역답게 도전 정신이 강하며 성취 지향적이다. 한국전쟁 이후 물자가 귀했던 때에 어린 시절을 보내 절약 정신이 몸에 배어 있으며, 가족 부양을 의무로 생각하는 전통적 가치관을 지녔다.

고령층임에도 불구하고, 그림 3에서 보는 바와 같이 탄탄한 경제력과 안정적인 삶의 기반을 바탕으로 스스로를 위한 투자를 아끼지 않는 5070 세대로, 이들은 더 이상 이전의 베이비부머라는 말로는 설명할 수 없는,

그들만의 독특한 라이프스타일을 유지하고 있다.

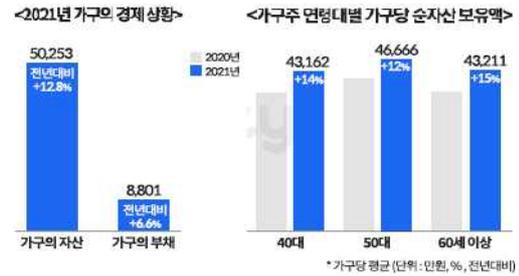


그림 3. 가구주 연령대별 가구당 순자산 보유액 [통계청]
 Figure 3. Net asset holdings per household by age of head of household (National Statistical Office)

‘트렌드코리아 2020(김난도 외, 2019)’에서는 베이비붐 세대를 중심으로 한 액티브 시니어 소비자들이 뽑내는 다채로운 행보가 모든 보석의 색을 담고 있는 ‘오팔’ 보석의 색을 닮았다는 의미에서 이들을 ‘오팔세대’라 명명하고 있다. OPAL은 ‘Old People with Active Lives’의 약자로 고령화 사회의 주축으로 떠오른 액티브 시니어를 지칭한다. 또한 오팔은 베이비부머를 대표하는 ‘58년생 개띠’의 ‘58’과 발음이 같다. 무엇보다 보석의 한 종류인 오팔은 사파이어의 과랑, 에메랄드의 초록, 황옥의 노랑, 루비의 빨강과 자수정의 보라색 등 모든 보석의 색을 품고 있어 가장 완전한 보석이라고 불리며, 보는 방향에 따라 다른 색을 보여주는 독특한 성질을 지니고 있어 예로부터 귀한 보석으로 대접받았다. 오팔세대는 새천년을 지나 비로소 자신의 빛깔을 내뿜는 신중년 새로운 이름이다.

2. 신세대로서의 신중년층 등장

오팔세대는 최근 은퇴했지만 아직 독립하지 못한 자녀들과 준비가 덜 된 노후에 대비하기 위해 다시 경제활동 참여를 준비하고 있다.

수십 년 동안의 직장 생활을 통한 경험과 지식을 바탕으로 제 2의 인생을 살기 위해 국가자격증 시험을 비롯하여 새로운 기술들을 습득하고자 하는 열풍이 세다. 그림 4에서 보는 바와 같이 한국산업인력공단에 따르면 2021년 국가자격을 취득한 50대 이상 인구는 총 116,177명에 달했고, 같은 기간 30대의 102,325명, 40대의 103,025보다 훨씬 많았다. 최근 5년 사이에 50대 이상 장년층이 국가자격증을 취득한 건수는 해마다 전년 대비 30% 이상씩 증가하고 있다[2].

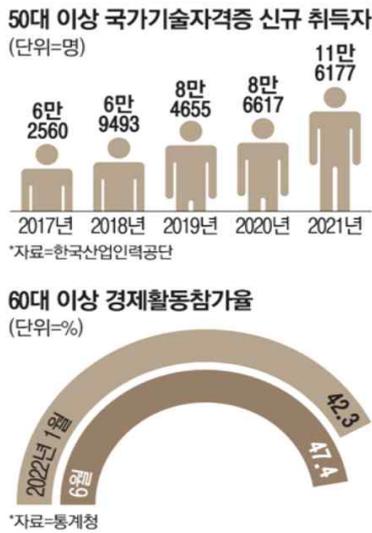


그림 4. 50대 이상 국가기술자격증 신규 취득자 [한국산업인력공단
Figure 4. Newly acquired national technical qualifications in their 50s or older[Human Resources Development Service of Korea]

III. 오팔세대의 라이프 스타일

1. 라이프스타일(lifestyle)의 개념

라이프스타일의 개념은 1960년대 초부터 미국 마케팅 학회(AMA)에 소개도 되었으며, 미국에서는 이때부터 라이프스타일 측정 방법과 소비자 행동연구가 서로 관계를 맺으면서 발전해 왔다(강애량, 2005).

라이프스타일은 사람들이 시간과 돈을 사용하며 살아가는 유형이라고 볼 수 있는데, 그 유형은 소비자들의 동기와 사회 계층, 인구 통계 등 여러 다른 변수에 의해 정해진다. 사회학자인 막스 베버(Max Weber, 1897)와 정신분석학자인 알프레드 아들러(Alfred Adler, 1963)에 의해 유래되었으며 이들은 개인적인 특성을 강조하였으며 개인을 행위의 주체로서 외부자극에 대해 단순하게 반응하는 사람이 아니라 능동적이고 목표 지향적인 자기 통일성을 지닌 존재로 간주하였다. 이러한 라이프스타일은 사회학과 심리학에서 개인집단, 계층의 차이를 표현하는 개념으로 발전해 오다가 윌리엄 레이저(William Lazer, 1963)에 의해 미국 마케팅학회에 소개되면서 마케팅과 소비자 행동 분야에 응용되기 시작하였다. 미국에서는 이때부터 라이프스타일 측정방법과 소비자 행동연구가 서로 관계를 맺으면서 발전해 왔고 시장세분화의 기준으로써 마케팅 관리에 많은 도움을 주고 있다.

2. 오팔세대의 라이프스타일

우리나라의 경우는 1990년대 초부터 노년층 시장의 중요성을 인식하였으며 대부분의 연구들은 의류 마케팅적 관점에서 이루어 졌다. 노인들의 라이프스타일은 각 연구마다 다양하게 유형화되는 것을 볼 수 있다.

1) 태도

오팔세대의 가장 큰 특징은 전통적인 효 가치와 부양의식의 변화, 그리고 생활을 단순히 의식주 위주의 소극적인 활동이 아니라, 안락하고 편안하고 즐거운 생활을 영위하겠다는 삶의 질에 대한 욕구에 많은 변화가 나타나고 있다.

부모를 부양하는 마지막 세대, 자녀에게 부양받지 못하는 처음 세대라는 뜻의 ‘마쳐세대’라는 용어가 생겨났는데, 이 또한 베이비부머세대가 여기에 속한다.

오팔세대가 온라인서 ‘지르는’ 명품 리스트

제품명	가격(원)	전년대비매출상승
발렌시아가 남성용 스피드러너	103만1433	명품 카테고리로 약 41% 증가
골든구스 스니커즈	66만5000	
구찌 머플러	32만3601	제품당 약 10배
아페세 카드지갑	11만7560	
다이슨 에어랩 스타일러	76만	디지털 카테고리 1위
캐스터네츠 책장 캐터워	49만9000	518%
크로노 디럭스 애견유모차	14만8000	약 15배

자료:SSG The JoongAng

그림 5. 오팔세대의 온라인 구매율이 높은 명품 리스트
Figure 5. Luxury list with high online purchase rate of opal generation

그림 5에서 보면 온라인 쇼핑에서도 주요 소비층으로 부상하고 있는데, 100만원이 넘는 명품 주문부터 집안 청소와 같이 기능이 세분화된 모바일 애플리케이션으로도

소비를 즐기고 있다. SSG닷컴(쓱닷컴)이 2021년 3월~2022년 2월 주문 데이터를 분석한 결과 오파 세대인 5070 고객 매출이 전년 대비 40% 늘었고, 전체 주문 건수에서 차지하는 비중으로 따지면 15%에 해당하는 수준이다. 2016년 50대 이상 주문 건수가 약 8%에 불과했던 것에 비하면 5년 만에 두 배 이상 늘어난 셈이다[3].

베이비붐 세대의 생활은 그 동안의 일과 부양에 대한 책임감에서 조금은 벗어나 삶을 즐겁게 보낼 수 있을 것이라고 긍정적으로 생각하고 있다. 더 이상 육체적, 정신적 쇠퇴 및 의존과 관련해 남에게 의존하거나 사회적으로나 경제적으로 부담을 안겨주는 존재가 아니라 개인적인 삶에 대한 긍정적 태도와 의식을 갖고 있다.

2) 사회활동

이전까지의 생애 주기에 따르자면 우리나라의 5070 세대를 대표하는 키워드는 정년과 퇴직이었다. 그러나, 기존의 통념과는 달리 오파세대는 평생직장에서 퇴직한 후에도 제 2의 일자리를 찾는 일을 멈추지 않고 있다. 정보를 추구하는 성향이 비교적 높고 새로운 지식을 배우고 교양을 쌓을 필요가 있다고 생각하며 사회 생활에 도움이 되는 활동에 참석하기를 원하거나 퇴직 후 재취업을 통해서 계속 일을 하고자 하는 욕구를 갖고 있다. 단순한 생계유지를 위한 수단이 아닌, 재택근무나 자원 봉사활동 등으로 사회활동을 하여 자신이 여전히 할 일이 있다는 역할 지속과 자신의 일을 통해 성취감을 지속시키고자 하는 생각을 갖고 있다.



그림 6. 오파세대의 사회활동(예)[4]
 Figure 6. Social activities of the Opal generation(examples)

그림 6처럼 바리스타, 강사, 시니어 모델, 유튜버 등 오파세대는 늘어난 수명에 맞춰 스스로의 삶을 주체적으로 설계하고자 하며, 자신을 위한 투자에 적극적이다. 지속적인 소비를 통한 정체성을 되찾고자 하는 오파 세대의 열정은 취업시장에도 고스란히 이어지고 있다.

3) 여가 활동

생활만족에 대한 관심이 고조됨에 따라 일과 삶의 균형성이 강조되는 올로(You Only Live Once, 인생은 오직 한 번뿐)에 이어 워라벨(Work and Life Balance, 일과 삶의 균형), 워라하(Work-Life Harmony, 일과 삶의 조화) 시대를 거치면서 여가를 즐기하고자 하는 욕구가 더욱 커지고 있다. 이러한 새로운 여가개념은 여가자체가 중요한 인생 관심사로서 인식되며, 노동을 통하지 않고서도 여가활동에 의해 개인의 자아정체성(identity), 자기표현(self-expression)을 성취할 수 있다고 주장한다. 즉, 과거 인류의 삶에서 중요시 되어 왔던 노동의 개념이 개인의 삶의 질에 초점이 맞추어짐으로써 현대사회에서의 여가란 “일에 대한 종속물”로서가 아닌 “그 자체의 목적”이 되어가고 있다고 할 수 있다(안영선, 2009).

오파세대의 여가생활 유형을 볼 때 자녀들이 출가하기 시작하면서부터 활동성의 감소로 인해 집안에서 시간을 보내는 유형이 많아지면서 여가시간을 취미생활로 보내겠다는 생각이 높아지고 있다. 그림 7에서 보는 바와 같이 이들을 위한 여가상품들과 인테리어가 상업적으로 적용되고 있다. 또한 여가시간에 전문적인 지식과 정보를 얻는 활동을 선호 하고, 체력관리에도 소홀해 하지 않는다. 따라서 앞으로의 베이비붐 세대를 위해서는 소극적이라기보다는 적극적으로 사회참여적 여가욕구를 충족시킬 수 있는 시설 확충과 프로그램을 점차 증가 시켜야 할 것이다.



그림 7. 오파세대를 위한 여가활동 및 인테리어(예)[5][6]
 Figure 7. Leisure activities and interiors for the opal generation (example)

4) 건강

다가오는 2025년, 우리나라 국민 5명 중 1명이 65세 이상 노년층이 되는 ‘초고령 사회’ 진입을 앞둔 가운데 건강보험 심사평가원의 ‘노인 우울증 등 정신질환 관련 진료 현황’ 자료에 따르면 60세 이상 노인 중에 공황

장애, 비기질성 수면장애, 식사장애와 우울증을 앓고 있는 환자 수가 2010년 29만여 명에서 2018년 53만여 명으로 81% 증가했다[7].

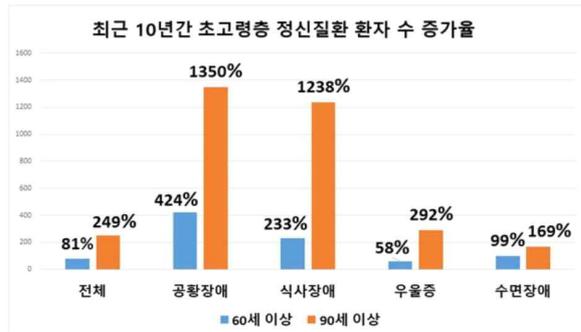


그림 8. 최근 10년간 초고령층 정신질환 환자 수 증가율
Figure 8. The rate of increase in the number of mentally ill patients among the super-aged over the past 10 years

특히 그림 8과 같이 90세 이상 초 고령층의 정신질환 환자 수는 ‘폭증’ 수준이다. 베이비붐세대의 건강관련 삶의 질 점수는 10점 만점에 평균 6.72점이었다(이만영, 2019).

건강관련 삶의 질은 개인적, 정신적, 사회적 전반의 주관적인 다차원적인 개념으로 현재의 시점에서 생애 주기 상 다양한 인생경험이 많았고 현재 생활에 개인적, 정신적, 경제적으로 만족함을 느끼고 주관적인 안녕감에 긍정적인 영향을 미치고 있는 것으로 생각된다.

3. 오팔세대의 노후준비

기존의 노인정책에서는 노인을 변화된 환경에 적응하기 어려운 세대나 비교적 취약한 계층으로 생각하여 단순 일자리 제공이나 보호 차원의 정책을 실행했다. 반면, 신세대로서의 신노년층은 디지털시대에 적응해 가고 사회참여나 여가·취미생활에 대한 욕구가 크며, 자녀세대로부터 독립된 생활을 원하는 등 전통적인 노인정책으로는 한계가 있다. 오팔세대의 등장에 대응해서 진단서비스, 상담서비스, 교육서비스, 관계기관연계 서비스, 사후관리서비스 등 정부차원에서도 ‘노후준비 지원법’을 개정하여 2022년 6월 22일부터 시행하고 있다. 지금까지 살펴본 오팔세대의 성향과 라이프스타일을 토대로 이들의 노후준비에 대해서 고용적인 측면, 교육적인 측면, 건강, 여가에 대한 범주로 나누어 정책 제언을 하고자 한다.

첫째, 이전 세대의 노년층에 비해 교육수준이 높고 전문적인 직업을 가졌던 오팔세대에 맞는 일자리 정책 마련이 필요하다. 사회적인 경험을 토대로 은퇴 후에도 경험과 지식을 활용할 수 있는 컨설팅, 상담, 교육 등 고급화된 고용창출로 경제적으로나 삶의 만족도를 지속적으로 이어갈 수 있도록 정부차원에서의 구체적 노력이 필요하다.

둘째, 지속적인 고용유지를 위해 필요에 따라 재교육을 받을 수 있는 평생교육시스템이 필요하다. 최근 몇 년 간의 코로나19로 인해 사회 전반적인 시스템과 패러다임이 바뀌면서 온라인화, 디지털화된 생활시스템에 직접적인 적응이 어려운 노년들에게 사회에 적응할 수 있도록 평생교육시스템을 지원해야 한다.

셋째, 가족을 잃거나 신체적으로 건강이 나빠지면서 심리적인 정신질환도 증가하는 데 비해 심리건강치료 및 예방을 위한 사회안전망 구축이 필요하다. 자녀 세대들과의 독립으로 가족의 도움을 받기 어렵거나 연금소득이 없는 저소득층도 지역적인 소외 없이 근린의료 기반시설을 이용할 수 있도록하는 보건의료 기반 구축을 적극 지원해야 한다.

넷째, 오팔세대들의 치열했던 경쟁과 직장생활에서 벗어나 자아실현의 기회를 통해 삶의 만족도 향상 및 건강한 사회유지를 위한 개인적 노력 및 사회적 지원이 필요하다.

신중년층 개개인의 노력뿐만 아니라 중앙정부 및 지자체 차원에서도 이런 오팔세대에 대해 집중적인 연구와 보다 실천적인 정책제안이 요구된다.

IV. 결 론

베이비붐 세대 중에 오팔세대는 비교적 경제적인 여유가 있는 층을 말하지만, 일반적으로 베이비붐세대는 부모부양과 함께 자녀양육의 책임을 지며, 노후에 대해서는 자신과 배우자가 준비해야 되므로 노후의 소득수준은 노후생활의 삶의 질을 결정하는 요인이다.

오팔세대라고 해서 모든 면이 긍정적인 부분만 있는 것이 아니라, 학력, 이전 직업, 환경 등에 따라 개인 간의 격차가 크므로 이러한 계층 간의 조화를 이룰 수 있는 정책이 필요하다. 오팔세대에 맞는 양질의 고용창출, 디지털 전환 시대에 쉽게 적응하도록 하는 사회적 재교육, 근린 지역의료시설 구축, 건강한 여가문화

생활을 위한 사회적 배려 등의 정책적 지원이 선행되어야 한다. 오파세대 또한 그 세대가 가진 풍부한 사회적 경험과 폭넓은 지식을 강점으로 교육, 상담, 취미생활 등에 재능을 활용하여, 성공적인 자신을 실현하고 생애를 완성시키는 노력을 아끼지 않아야 할 것이다.

References

- [1] Kim Nan-do et al. (2019). Trend Korea 2020, a window of future, 242.
- [2] Maeil Business Newspaper(2022) "I don't want to touch children"... 5060 Marcher generation who 'work hard' with a certificate <http://vip.mk.co.kr/news/view/21/20/1963001.html>
- [3] The JoongAng(2022), Opal generation who 'buy' online... 40% increase in sales took over <https://www.joongang.co.kr/article/25060111#home>
- [4] Milanonna Youtube Channel(2021), The secret to staying in shape for the rest of your life, Nonna's three meals a day revealed!! <https://www.youtube.com/watch?v=pERZQcnxx-g>
- [5] Polineews(2017), 'Songdo Bar Art Museum' draws attention for its distinctive retro interior <http://www.polineews.co.kr/news/article.html?no=324769>
- [6] Webzine Culture Tourism(2020), Read 'Memories of School Trips' of Baby Boomers http://www.kcti.re.kr/webzine2/webzineView.action?issue_count=112&menu_seq=3&board_seq=3
- [7] Akomnews(2020), old age mental health 'crisis' https://www.akomnews.com/bbs/board.php?bo_table=news&wr_id=41649
- [8] Nan-Young Lee(2019). A Structural Model of Health-Related Quality of Life for Baby Boomers. Gongju University graduate school doctoral thesis.
- [9] Ahn, Young-Sun, (2009; 水落, 2013; 和川, 2013; Osgood, 1994).
- [10]Kang Ae-Rang (2005). A study on tourism information search activities according to life style. Jeju National University graduate school, master's thesis.

※ 본 논문은 2021학년도 청운대학교 학술연구 조성비에 의하여 지원되었음.
