대한민국 시니어 산업

관계·역할·생활 지원 중 어떤 변화를 원하는가?

시니어의 다음 일상

H1 · 퇴직 후 평일이 비었을 때

정기적으로 만날 사람을 만들고 싶다

H2 · 경험을 쓸 기회가 줄었을 때

누군가에게 도움이 되는 역할을 갖고 싶다

H3 · 혼자 새로운 활동을 시작할 때

실패 걱정 없이 배움을 이어가고 싶다

고객별 구매 동기는 미검증 가설 · 인구·산업 통계는 배경 근거

작게 시작한다면 무엇부터 검증할까

문제 근거·결제 주체·기존 대안·검증 비용을 함께 비교했다.

순서·가설	결정 근거	남은 핵심 질문
1 · 정기적인 관계	친목 희망·인접 판매 가격	기존 관계 대신 돈을 내는가
2 · 배움을 지속	학습층은 좁지만 식별 가능	공공 교육 대신 선택하는가
3 · 생활 유지와 도움	큰 실제 지출·높은 운영 부담	비급여 지원을 별도로 구매하는가
4 · 떨어져 있어도 안심	일본 모델·국내 공공 대안	자녀 결제와 부모 사용이 지속되는가
5 · 쓸모 있는 역할	역할 수요와 결제 방향 불일치	기관이 매칭 비용을 내는가

해결하려는 일의 다섯 가설

같은 조사 대상도 상황에 따라 다른 진전을 원할 수 있다.

상황·계기	원하는 변화	현재 대안
퇴직 후 평일이 비었을 때	정기적으로 만날 사람을 만들고 싶다	복지관·기존 지인·종교 모임
경험을 쓸 기회가 줄었을 때	누군가에게 도움이 되는 역할을 갖고 싶다	봉사·가족 돌봄·단기 일자리
혼자 새로운 활동을 시작할 때	실패 걱정 없이 배움을 이어가고 싶다	독학·온라인 강의·문화센터
생활 지원이 필요한 순간	익숙한 생활을 유지하며 도움받고 싶다	가족·공공 돌봄·민간 서비스
가족이 멀리 거주할 때	필요한 때 도움받을 수 있어 안심하고 싶다	전화·이웃·기기·돌봄 기관

친목과 학습의 희망은 같은 크기가 아니다

관계·취미·배움 중 어디에 초점을 둘지 좁히는 근거다.



65세 이상 지역사회 거주자 · 희망 비율 ≠ 유료 수요 · 중복 가능

H1 · 정기적인 관계

정기적으로 만날 사람을 만들고 싶다

비교 항목	근거와 한계
지지	2023 노인실태조사에서 친목단체 활동 참여는 54.2%, 향후 친목활동 희망은 46.2%다. 반복적인 만남의 수요 배경이 있다.
반대·한계	이미 친목활동을 하는 사람이 많아 새 모임이 필요하지 않을 수 있다. 친목 희망은 유료 가입 의사가 아니며 공공·종교·기존 관계가 대안이다.
지불 의사	참가자 본인이 낸다고 가정한다. 시니어 여가 사업자 오뉴의 독서 살롱은 기본 12만 원·회원 10만4천 원을 표시한다. 실제 결제·재등록률은 공개되지 않았다.

H2 · 쓸모 있는 역할

누군가에게 도움이 되는 역할을 갖고 싶다

비교 항목	근거와 한계
지지	서예 활동 액티브 시니어 연구는 학습·성취·사회적 인정과 강의·봉사로 이어지는 경험을 제시한다.
반대·한계	이미 적극적으로 활동하는 참여자의 질적 연구다. 역할을 원하는 사람이 돈을 내기보다 보수를 받기를 원할 수 있어 결제 방향이 불분명하다.
지불 의사	강사나 멘토가 필요한 기관이 비용을 낼지부터 확인한다. 공공 취업 지원과 봉사 활동이 대안이며, 기관의 민간 매칭 수수료 수용 여부는 미확인이다.

H3 · 배움을 지속

실패 걱정 없이 배움을 이어가고 싶다

비교 항목	근거와 한계
지지	2023 조사에서 교육·학습 참여 13.3%, 향후 희망 10.6%다. 적지만 식별 가능한 학습층이 있다.
반대·한계	전체 시니어에게 학습 수요를 일반화할 수 없다. 친목 희망 46.2%보다 낮으며 공공 교육과 기존 취미가 대안이다.
지불 의사	본인. 오뉴 가격은 인접 판매가일 뿐 실패 불안 해소에 대한 추가 지불 의사 증거는 아니다.

H4 · 생활 유지와 도움

익숙한 생활을 유지하며 도움받고 싶다

비교 항목	근거와 한계
지지	2024 장기요양 급여비 16조1,762억 원은 돌봄에 제도적 지출이 존재한다는 강한 근거다.
반대·한계	장기요양보험 지출은 보험 적용 밖의 생활 지원을 자기 돈으로 살 수요와 다르다. 이용 자격·지원 서비스·인력 운영 요건을 갖춰야 하므로 신규 사업의 진입 부담이 크다.
지불 의사	보험자·본인·가족을 분리해야 한다. 신규 비급여 서비스에 대한 가족의 가격 수용성은 미확인.

H5 · 떨어져 있어도 안심

필요한 때 도움받을 수 있어 안심하고 싶다

비교 항목	근거와 한계
지지	일본 조지루시의 미마모리 핫라인은 전기포트 사용 기록으로 가족의 안부를 확인하는 서비스다. 부모가 사용하고 자녀가 계약하는 상품 구조를 참고할 수 있다.
반대·한계	국내 응급안전안심서비스가 대안이다. 기기 사용 기록이 안전 보장이나 돌봄 제공을 뜻하지 않으며 부모의 동의·거부 가능성을 함께 봐야 한다.
지불 의사	성인 자녀 결제 가설. 일본의 가격·운영 사례가 한국 가족의 결제 의사를 증명하지 않는다.

근거 J03 · J04 · S04 | 원문 보기 ↗

시장 지출과 새 상품 결제를 구분한다

같은 시장 범위를 공유하는 가설의 금액을 더하지 않는다.

가설	인접 근거 · 서로 합산 금지	새 상품 지불 의사
정기적인 관계	게시가 12만 / 회원 10.4만	실제 결제 시험 전
쓸모 있는 역할	기관 계약 시장 미산출	실제 결제 시험 전
배움을 지속	학습 희망 10.6%·WTP 아님	실제 결제 시험 전
생활 유지와 도움	2024 보험 급여 16조1,762억	실제 결제 시험 전
떨어져 있어도 안심	국내 유료 거래액 미확인	실제 결제 시험 전

활동·일자리·돌봄은 구매 이유가 다르다

모임 사업은 한 가지 가설이다. 지역의 기존 공급과 지불 주체부터 비교한다.

활동·관계

취향과 배움을 위해 본인이 비용을 내는가

일자리·역할

전문성을 필요로 하는 기업·기관이 있는가

돌봄·안부

본인·가족·기관 중 누가 선택하고 지불하는가

관심에서 실제 반복 결제로 확인을 좁힌다

예약이 없거나 재결제가 끊기면 고정비를 늘리기 전에 원인을 확인한다.

① 최근 구매 사건

지난 대안·지출·불편 확인

② 가격을 건 예약

실제 결제·환불 인원 기록

③ 사용과 재결제

지속 참여·운영 이익 확인

작성자 제안 · 유료 수요의 확인 단계 · 각 단계의 분모를 따로 기록

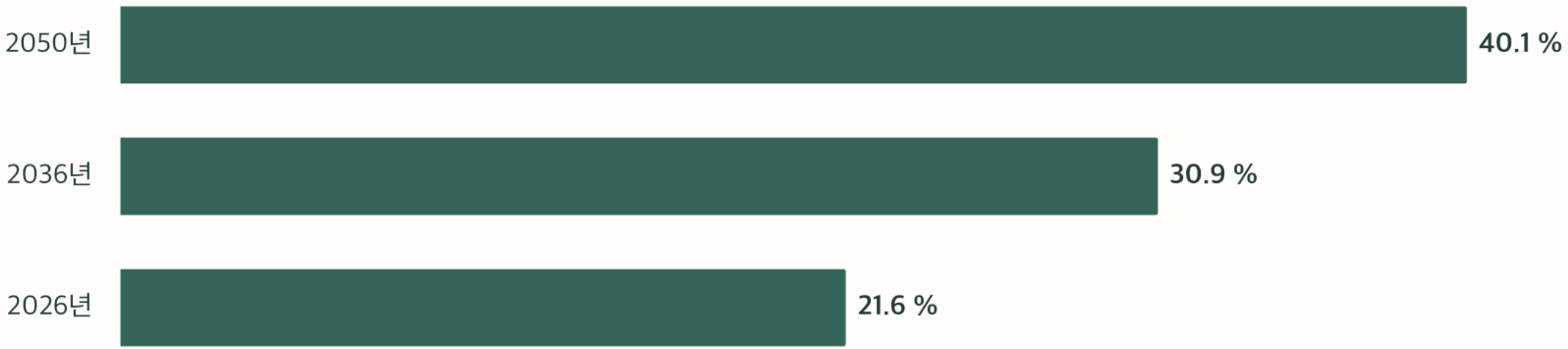
시니어는 연령과 행동을 함께 봐야 한다

액티브·패시브는 모든 연구가 공유하는 단일 연령 기준이 아니다.

구분	뜻 / 이번 자료에서의 사용
50~59세	은퇴 준비·경력 전환 수요를 탐색하는 연령대
60~69세	취업·여가·관계 수요가 겹치는 연령대
70세 이상	건강·이동·경제 여력에 따라 수요가 크게 달라짐
액티브·패시브	연구마다 건강행동·쇼핑성향 등 측정 기준이 다름
중위 시니어	이번 대화의 가설적 표현. 공식 통계집단이나 중위소득 계층으로 단정하지 않음

2026년 65세 이상은 1,112.5만 명

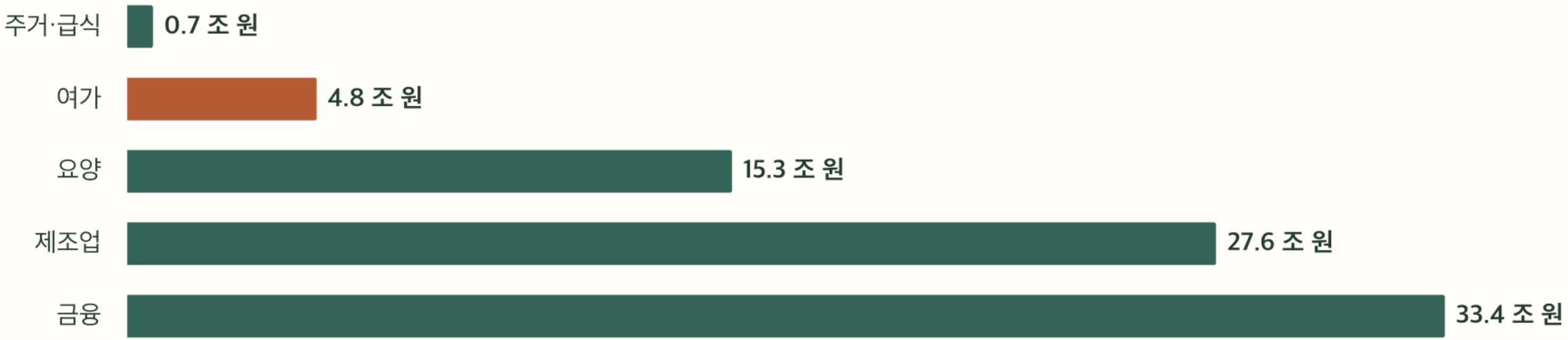
전체 인구의 21.6%. 인구 증가는 수요의 배경이며, 유료 고객 수의 증거는 아니다.



장래인구추계 기반. 2036년 30%, 2050년 40%를 넘어설 전망; 2026년도 확정 인구센서스 값이 아님.

산업 전체와 모임 사업의 시장은 다르다

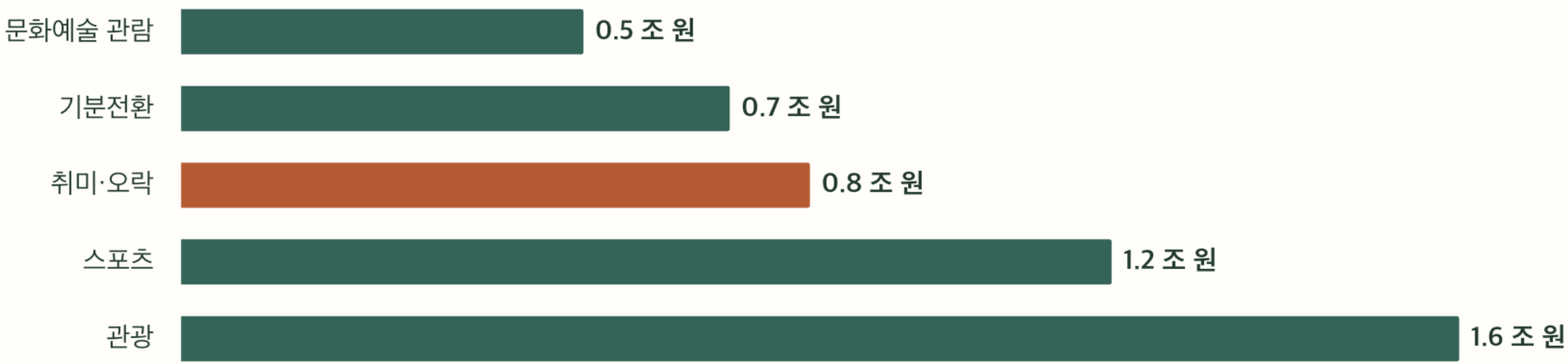
고령친화산업 81.76조 원 중 여가 서비스는 4.80조 원으로 추정된다.



KHIDI 수정 보고서 표 1-1. 금융은 납입·지급금 등으로 산정해 일반 서비스 매출과 정의가 다르다.

여가 4.80조 원에도 관광과 스포츠가 포함된다

독서·전문성 공유 모임의 전국 매출 규모는 별도로 확인되지 않았다.



2024년 추정치. 모산업 매출에 고령자 소비 비중을 적용. 각 항목 전체가 모임 사업의 수요는 아니다.

공공·학술 데이터로 시장조사를 시작할 수 있다

보고서, 집계표, 개인 단위 원자료는 서로 다른 자료다.

자료	알아볼 수 있는 것	접근 조건
노인실태조사	건강·돌봄·사회참여	자료별 이용조건 확인
KLoSA·KReIS	은퇴·소득·자산·노후 준비	차수·가중치·신청 조건 확인
MDIS	가계·생활시간·고용	공개용 무료 / 인가용 별도

3,036명을 조사한 중장년 생활 유형 연구

나이만으로 묶지 않고 활동·디지털·관심·노후준비를 나눴다.

45~69세

서울 거주 응답자 / 전국 시니어 전체 표본이 아님

4개 영역

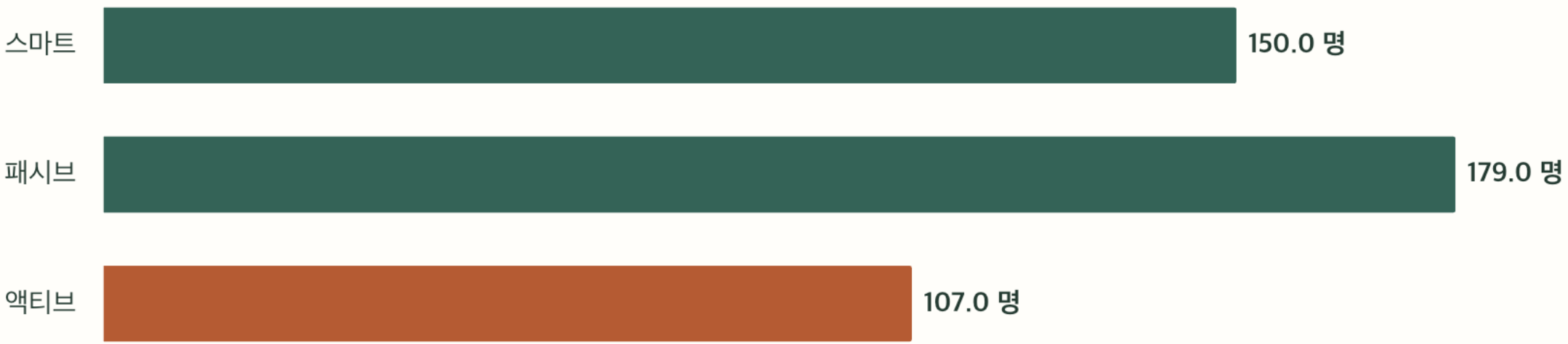
활동, 디지털 역량, 관심·가치관, 노후준비

사업에 적용

생활 조건별 질문을 만들고 지역 고객에게 검증

액티브·패시브·스마트를 구분한 실제 논문

55세 이상 436명의 건강증진 라이프스타일을 분석한 연구다.



권필녀 외(2022)의 연구 표본. 한국 시니어 전체의 구성비가 아니며, 커뮤니티 수요 비중으로 환산할 수 없다.

같은 액티브 시니어 안에도 서로 다른 소비자가 있다

논문에서 가져올 것은 고객을 나누는 질문이며, 전국 시장 점유율이 아니다.

연구 / 확인 범위	표본과 결과	사업에 적용할 것
채진미(2020) / 원문	50·60대 온라인 패널 246명, 쇼핑성향 4군집	유행·가격·편의·브랜드 선호를 따로 질문
김다연·이세림(2025) / 초록	50~70대 12명, 미술감상 10회기	전문 진행자와 충분한 대화시간을 상품에 반영
예비노인 실태조사(2023) / 목차	건강·관계·활동·경제를 분리한 조사 체계	인터뷰 항목을 여러 생활 영역으로 구성

활동 의향과 지출 여력을 별도로 확인한다

돌봄·이동 지원 필요는 이 두 축과 별도의 조건이다.

활동 의향 높음 / 지출 여력 높음

전문 진행자가 있는 취향·배움 모임

활동 의향 높음 / 지출 여력 낮음

저비용 모임, 기관 지원, 소득 기회

활동 의향 낮음 / 지출 여력 높음

첫 방문 동행, 관심 주제 체험

활동 의향 낮음 / 지출 여력 낮음

관계 회복·이동 장벽 파악, 지역 서비스 연계

대화 메모를 세 가지 검증 가능한 고객 가설로

무료함, 지식 공유, 소득 필요는 서로 다른 구매 이유다.

경력 전환형 · 58세 가상 인물

이른 은퇴 후 경험을 나눌 역할을 찾는다. 발표자 역할에 돈을 내는지, 오히려 강사료를 원하는지 확인한다.

배움·관계형 · 66세 가상 인물

정기적으로 만날 동료와 깊은 대화를 원한다. 이동시간과 가격을 제시해 유료 재신청을 확인한다.

생활·소득형 · 72세 가상 인물

낮 시간의 활동과 소득 기회가 필요하다. 비용을 받는 모임보다 취업·공공 서비스가 적합할 수 있다.

오늘 게시 가격은 결제 검증의 기준점이다

‘시니어가 책을 함께 읽는다’만으로는 차별화하기 어렵다.

120,000원

페이지 기본 표시 가격

104,000원

회원 표시 가격

실적 비공개

현재 정상 모집으로 단정하지 않음

유료 살롱·공공 프로그램·취업 지원은 다른 선택지다

고객의 시간과 예산을 놓고 비교해야 한다.

선택지	고객이 얻는 것	우리 가설에서 확인할 점
오뉴	진행자·공간·정기 취향 프로그램	왜 기존 살롱 대신 선택하는가
50플러스 커뮤니티	조건에 맞는 모임의 공간·활동 지원	지원 조건과 유료 서비스의 차이
노인 취업지원	업무능력에 맞는 수요처 연결	일을 찾는 사람에게 모임비를 받을 것인가
독서 동호회·문화센터	저비용 또는 기존 생활권의 배움	동료 구성·진행 품질에 추가 지불하는가

광명 정책은 도입부터 예산까지 연결해 본다

가결·예산 편성·실제 실행을 같은 상태로 표시하지 않는다.

연도	확인된 사건	근거의 단계
2022~2024	문화·체육 Oh!樂	계획→2024 운영비 집행
2024→2026	보청기 조례→1,700만원	가결→예산→신청 안내
2025	낙상사고 예방 조례안	본회의 수정가결
2026	노인위원회 제안 29건	제안 단계 / 실행 미확인

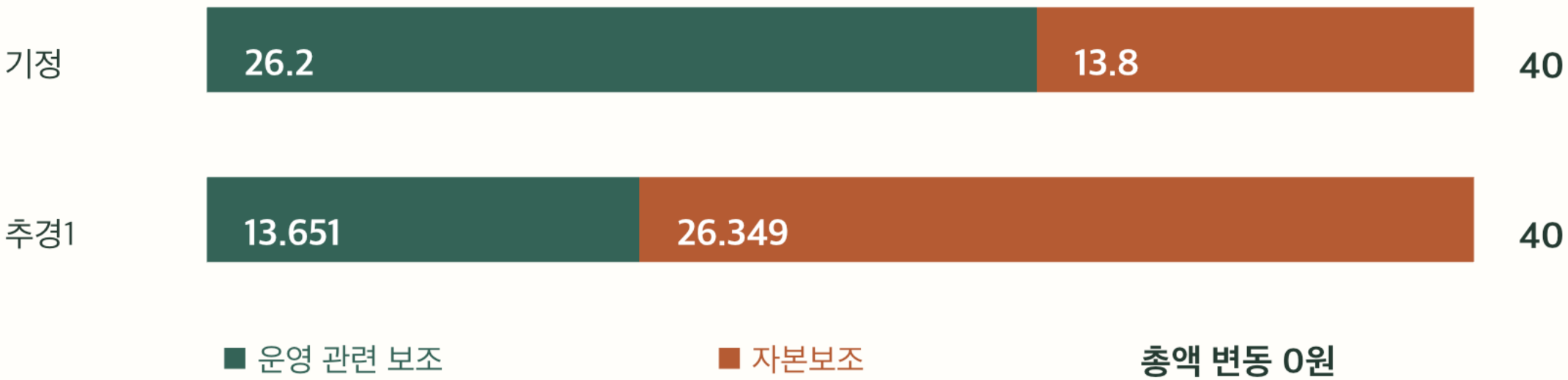
중앙사업이 끝나도 지역 사업은 남을 수 있다

2026년 8명 모집공고까지 확인했다. 실제 채용 인원은 별도 확인이 필요하다.

계획연도	참여 규모	예산·재원
2025	8명	1억8천만원 / 시비100%
2026	8명	2억원 / 시비100%

1,254만9천원 감소, 사업 총액은 그대로

디지털 직업훈련은 운영·자본보조 사이의 편성목 조정이다.



단위 백만원 · 동일한 0~40 척도 · 편성 예산이며 집행액이 아님

새 공간보다 기존·예정 공급을 먼저 확인한다

건립 예산은 현재 이용 가능한 공간이 아니다.

공급	확인한 규모	해석
일직동 행복센터	건립 13억7,800만원	개관·운영 확인 아님
가칭 시니어행복센터	연구용역 6,020만원	일직동과 별도 사업
인생플러스센터 강좌	16시간 / 2만원	저비용 공공 대체재

제안 29건은 실행사업 29개가 아니다

노인위원회 회의록은 분과별 제안 수만 제시한다.

29건

사회안전망9 / 건강10 / 일자리10
 제안

20건

최근5년 발의 의안 확인 / 4개 키
워드 제목 검색

추가 근거 필요

개별 제안의 수용 사유, 종료 결정
, 실제 집행

오!락: 행사 미개최와 사업 폐지는 다르다

운영비 집행은 확인했다. 2025~2026 전체 사업의 존속 여부는 아직 미확인이다.

예산 205 = 집행 200 + 미집행 5



약 97.6% 집행

미개최: 연말 발표회 5

발표회 미개최 ≠ 프로그램 전체 폐지

2024회계연도 · 백만원 · 결산심사에서 정정된 진술액 기준. 원단위 결산표 대조 전.

근거 D19 | 원문 보기 ↗

정책의 존재보다 어디까지 진행됐는가

동일한 기준일에 확보한 증거의 범위를 비교한다. 정책 성과 점수표가 아니다.

	예산	모집·안내	운영·집행	종료·폐지
경력형 일자리 2026	확인	확인	미확인	미확인
보청기 지원 2026	확인	확인	미확인	미확인
오!락 2024	확인	미확인	확인	미확인
인생플러스 2026	미확인	확인	확인	미확인

진한 칸: 해당 단계 근거 있음 · 옅은 칸: 미확인. 공백은 0·폐지·실패가 아니다.

공공 공급은 시설 수보다 활동량으로 본다

인생플러스센터의 상담·교육·사회공헌 실적을 서로 다른 단위로 나눠 읽는다.

상담

515건
상담 제공 실적

교육

81개 과정
1,451명 참여

사회공헌

175명 · 19개 기관
309회 · 1,174시간

D22 · 2026.11.11 기관 발표 · 단위별 활동 실적. 고유 이용자·전환율·효과 추정치가 아님.

근거 D22 | 원문 보기 ↗

보청기 지원: 조례에서 신청 안내까지

승인 전 구입을 전제로 수혜 규모를 계산하면 안 된다.

조례안 가결 2024.12 → 예산 편성 2026 → 신청 안내

① 신청
동 행정복지센터

→

② 승인
광명시 심사

→

③ 구입
승인 후 보청기

→

④ 청구
구입비 지급 신청

신청 기간 2026.9.28~12.5 · 예산 소진 조건 있음 · 지급 완료 여부·인원은 미확인

사용자·지불자·운영자를 분리해서 본다

일본의 안부 서비스와 케어닥의 창업 지원은 다른 고객 관계를 가진다.



공식 서비스 구조를 요약한 관계도 · 화살표는 거래·서비스 방향, 굵기는 금액·시장점유율을 뜻하지 않음

근거 J03 · J04 · K03 | 원문 보기 ↗

영상의 아이디어와 검증된 사실을 나눈다

자동자막 확보는 사실 검증의 시작이다. 수익·지원금을 그대로 사업계획에 넣지 않는다.

영상	확인한 내용	판정·남은 공백
실버창업	40세 이상 기술창업 지원	공식 대조 / 1천만원 미확인
장례식 아이템	현장 반응→사업화 제안	자막 내용 / 제품·실적 미확인
케어닥	자본·공간별 창업 구분	구조 대조 / 수익 우위 미검증
일본 사례	5개 영역·가격·IR 실적	주요 수치 대조 / 전체 검증 아님

일본 사례는 지불자를 나누어 읽는다

같은 시니어 서비스라도 계약자는 본인·가족·기업으로 달라진다.

사례	서비스	국내 검증 질문
조지루시	포트로 안부 확인	가족이 구독할 이유는?
고령사	시니어 인력 파견	기업이 구매할 업무는?
가마쿠라신쇼	종활 정보·상담·연결	상담이 계약으로 이어지는가?
마리쉬	관계·재혼 매칭	가입과 유료 이용의 차이는?

가격·실적·회원 수는 서로 다른 근거다

확인된 일본 수치를 한국의 시장 규모나 성공 확률로 옮기지 않는다.

월 3,300엔

조지루시 안부 확인 / 초기5,500엔
별도·세금 포함

매출 83.35억엔

가마쿠라신쇼 / 2026년1월기·영업
이익11.61억엔

국내 검증

소득·보험·가격·가족 역할·유통 경
로의 차이

케어닥과 오뉴는 다른 필요를 해결한다

취향 모임과 돌봄 서비스의 고객·구매 과정을 구분한다.

영역	해결하는 필요	분석할 구매 주체
오뉴 취향 프로그램	배움·관계·여가	참가자 중심
케어닥 간병·방문케어	생활·돌봄 지원	본인·가족
케어닥 시설·운영대행	주거·시설 운영	가족·시설 사업자

실버 창업에는 두 가지 뜻이 있다

시니어가 창업하는 것과 시니어에게 판매하는 것은 다르다.

시니어가 창업

창업자의 연령·경력·업력·업종을 확인

시니어 대상 창업

고객 필요·지불자·지역 경쟁 공급을 확인

지원사업

센터별 공고와 선정조건 확인 / 자동 현금 지급 아님

공실보다 먼저 반복 방문 가능한 생활권을 고른다

낮은 임대료가 고객 접근성이나 적합한 용도를 보장하지 않는다.

접근성

역에서 실제 보행시간, 환승, 계단, 화장실과 엘리베이터를 확인

사용 가능성

호실의 건축물 용도와 관리규약, 입주 가능 업종을 주소별로 확인

작게 시작

대관으로 같은 요일·시간에 반복 운영하고 장기 임대는 재신청 확인 뒤 검토

근거 space | 원문 보기 ↗

이용자·수혜자·비용을 내는 기관을 구분한다

기관 지원이 종료되어도 남는 유료 수요를 따로 검증한다.

경로	수혜 대상 / 비용 주체	확인할 조건
직접 결제 모임	참가자 / 본인 또는 가족	실제 결제·재신청·환불
공간·커뮤니티 지원	공고 조건에 맞는 모임 / 지원기관	연령·지역·활동 내용·지원 기간
취업 지원	60세 이상 업무역량 보유자 / 제도별 상이	지정 수행기관·구인처 요건
기관 프로그램 납품	참가자 / 계약 기관	계약금액·운영원가·갱신·종료 이후

근거 50plus · jobs | 원문 보기 ↗

운영 가능한 모임 수로 매출을 계산한다

지역 시장규모가 확인되기 전에는 운영 규모에 따른 산식으로 제시한다.

4개 모임 × 8명 × 충원율 75% × 회당 30,000원

× 월 4회 × 12개월

연간 매출 3,456만 원

비용 차감 전 · 모든 입력은 가정 · 웹에서 가정을 바꿔 볼 수 있습니다.

한 회 매출보다 비용을 뺀 결과를 본다

6명 × 3만 원 = 매출 18만 원. 진행비와 공간비를 빼면 여유가 크지 않을 수 있다.

한 회 가정	금액
참가자 6명 × 30,000원	180,000원
진행자 비용	–80,000원
대관 비용	–50,000원
결제·재료 등 변동비	–10,000원
잔액	40,000원

첫 두 가설의 실제 결제부터 비교한다

인원·가격·판정 기준은 실험 제안이다. 결과나 업계 평균이 아니다.

검증 후보	실행과 판정
정기적인 관계	생활권·관심사가 맞는 20명에게 4회 12만 원 과정을 제안한다. 6명 결제, 완주자 절반 재결제, 진행자 인건비 포함 흑자를 모두 확인한다.
배움을 지속	정기 관계 모임과 같은 장소·기간에 초보자 학습 모임을 운영한다. 실제 결제 수와 두 번째 과정 등록 비율을 센다. 재등록 비율이 관계 모임보다 낮으면 학습 모임을 따로 늘리지 않는다.

자료를 모은 뒤, 고객의 판단 시간을 줄인다

무료 근거를 연결해 특정 지역·업종에 필요한 변화만 설명한다.

근거

원문·기준일·정책 단계·단위·이용조건 기록

분석

자격·예산 변화·기존 공급을 연결해 오독 제거

상품 검증

실제 고객 질문으로 절약 시간·재구매 의향 확인

무료 근거를 연결하고, 필요한 판단을 검증한다

모임 사업의 구매 이유와 지역 분석 자료의 지불 의향을 각각 시험한다.

사업 검증

생활권·주제를 좁힌 유료 모임에서 재신청·운영비 확인

데이터 상품

특정 사업자의 질문에 근거를 연결하고 절약 시간 확인

아직 모르는 것

광명 유료 수요, 민간 사업 수익성, 정책 전체 종료·집행 현황