

Aalto EMBA

**Strategy to Revitalize the Reading and
Publishing Industry for Participation and
Capacity Building of Korea's Retired
Population**

Oh, Seo Hyeon

October 2024

Aalto EMBA

한국의 은퇴인구 참여 및 역량 강화를 위한 독서출판 산업 활성화 전략

오 서 현

October 2024

Executive Summary (English)

South Korea is rapidly transitioning into an aging society, which emphasizes the increasing importance of enhancing the social and economic participation and capabilities of the retired population. This paper focuses on exploring how the growing elderly population can be integrated with the publishing and reading industry and proposes strategies for revitalizing this sector to better serve retirees. The goal is to harness the knowledge and experience of retirees to foster social contribution, thereby improving their quality of life while establishing the publishing industry as a new growth driver in the process.

Although retirees withdraw from formal economic activities, they possess vast knowledge and experience, which can be utilized as a valuable social resource. However, current systems and structures fall short of providing sufficient opportunities for retirees to reintegrate their knowledge back into society. Specifically, the publishing industry offers a platform where retirees can articulate their experiences and insights through writing and publishing, thus making significant contributions to society. Despite this potential, there are limited strategic initiatives and collaborative models that effectively leverage this resource.

The objective of this study is to propose a collaborative model that enhances the social participation of retirees through the publishing and reading industry. By enabling retirees to share their knowledge and experience through publishing, this model aims to help retirees achieve personal fulfillment and social contribution while reinvigorating a stagnant publishing market with a new and vital audience.

This paper analyzes the cases of Japan's Halmek and Australia's The Senior magazines, both of which successfully established collaborative models targeting retirees as a key readership demographic. The research methodology employs literature review and case analysis, focusing on in-depth examinations of Japan's Halmek and Australia's The Senior magazines. The Balanced Scorecard (BSC) model is applied to evaluate the performance of each case from multiple perspectives. These examples demonstrate how the publishing industry can create tailored content and utilize a subscription-based model to establish a close collaborative relationship with the retiree population.

Halmek focuses on senior female readers and achieved success through a customized content strategy, incorporating reader feedback and selling related products. The magazine encourages consistent interaction with its readers, fostering ongoing engagement from the senior demographic. The Senior serves a broad retiree readership by offering informational content and has built a sustainable revenue model through free distribution and advertising. This case proves that there is commercial potential in targeting retirees as a core demographic for the publishing industry. These success cases have served as a catalyst for redefining the elderly population not merely as consumers, but as active cultural producers and participants. In particular, their engagement in reading and publishing activities carries significant socio-cultural implications beyond economic value creation.

Retirees' participation in publishing activities transcends mere personal satisfaction, contributing to intergenerational communication and social integration. By publishing their experiences and wisdom, retirees facilitate the transmission of knowledge and play a meaningful role in society. These activities not only enhance retirees' mental well-being but also have the potential to serve as a growth engine for the publishing industry.

This study concludes the following:

1. Improvement in the quality of life for retirees: Engaging in reading and publishing activities provides retirees with opportunities for continuous learning and social interaction, leading to enhanced mental well-being.
2. Growth potential for the publishing industry: By positioning retirees as a new target readership, the industry

can expand its market through the provision of tailored content and the introduction of various formats such as digital publishing and audiobooks.

3. Intergenerational communication and social integration: By documenting and publishing their experiences, retirees contribute to knowledge transmission between generations, which fosters social cohesion.

The study emphasizes the need for expanded support programs such as digital literacy education for retirees. Furthermore, policy support for the publishing industry is essential, facilitated through collaboration between the government and private publishers. Greater opportunities should be provided for retirees to publish their work and share their experiences. By doing so, retirees can continue to play a socially valuable role, and the publishing industry can tap into a new and growing market.

This paper provides an in-depth analysis of the potential collaboration between retirees and the publishing industry and offers a roadmap for achieving sustainability in the publishing sector while creating social value through active engagement of the retired population. This research provides valuable insights for policymakers and industry stakeholders, offering a roadmap for achieving sustainability in the publishing sector while creating social value through active engagement of the retired population.

Executive Summary (Korean)

한국은 빠르게 고령화 사회로 진입하고 있으며, 이에 따라 은퇴인구의 사회적, 경제적 참여와 역량 강화가 중요한 과제로 떠오르고 있다. 본 논문은 이러한 은퇴인구가 독서출판 산업과 어떻게 연계될 수 있으며, 그들을 위한 독서출판 산업 활성화 방안이 무엇인지 모색하는 데 중점을 두고 있다. 은퇴자의 지식과 경험을 활용하여 사회에 기여함으로써, 은퇴인구의 삶의 질을 향상시키고 출판산업의 새로운 성장 동력을 마련하는 것이 목표이다.

은퇴인구는 경제적 활동에서 물러나면서도 여전히 풍부한 지식과 경험을 보유하고 있어, 이들의 역량을 사회적 자원으로 활용하는 방안이 중요해지고 있다. 그러나 현행 제도와 구조는 은퇴자들이 자신의 경험과 지식을 사회적으로 환원할 기회를 충분히 제공하지 못하고 있다. 특히, 출판산업은 은퇴자의 지식과 경험을 글로 표현하고 출판하는 과정에서 사회에 기여할 수 있는 플랫폼을 제공하지만, 이를 효과적으로 활용하는 방안은 부족하다.

본 연구의 목적은 독서출판 산업을 통한 은퇴인구의 사회적 참여를 촉진하고, 그들이 자신의 지식과 경험을 출판을 통해 공유할 수 있는 구체적인 협력 모델을 제시하는 데 있다. 이를 통해 은퇴인구가 사회적 기여와 정신적 성취를 이룰 수 있도록 돕고, 동시에 침체된 출판 시장에 새로운 활력을 불어넣는 것을 목표로 한다.

본 논문은 일본의 하루메쿠(halmeck)와 호주의 The Senior 잡지 사례를 통해 은퇴인구를 독자층으로 삼아 성공적인 협력 모델을 구축한 예를 분석했다. 연구 방법으로는 문헌 연구와 사례 분석을 활용하였다. 특히 일본의 하루메쿠(halmeck)와 호주의 The Senior 잡지를 대상으로 심층 사례 분석을 실시하였다. 균형성과표(BSC) 모델을 적용하여 각 사례의 성과를 다각도로 평가하였다. 이들 사례는 독서출판 산업이 맞춤형 콘텐츠 제공과 정기구독 방식을 통해 은퇴인구와 긴밀한 협력 관계를 구축할 수 있음을 보여준다.

하루메쿠(halmeck)는 시니어 여성 독자층을 중심으로, 독자 피드백을 반영한 맞춤형 콘텐츠와 자체 상품 판매를 통해 성공을 거둔 사례이다. 이 잡지는 단순한 잡지 제공을 넘어, 독자와의 지속적인 상호작용을 통해 시니어 독자층의 참여를 유도했다. The Senior는 정보 제공 중심의 잡지로, 무료 배포와 광고 수익을 통해 은퇴인구를 대상으로 지속 가능한 수익 모델을 구축하였다. 이를 통해 독서출판 산업의 상업적 성공 가능성을 입증했다. 이러한 성공 사례들은 은퇴인구를 단순한 소비자가 아닌 적극적인 문화 생산자이자 참여자로 재조명하는 계기가 되었다. 특히 이들의 독서출판 활동 참여는 경제적 가치 창출을 넘어 사회문화적으로도 중요한 의미를 지닌다.

은퇴인구의 독서출판 활동 참여는 단순한 자기만족을 넘어, 세대 간 소통과 사회적 통합에 기여할 수 있다. 은퇴자들이 자신들의 경험과 지혜를 출판물로 공유하는 것은 지식의 전수를 촉진하고, 사회적으로 유의미한 역할을 할 수 있는 기회를 제공한다. 이러한 활동은 은퇴자들의 정신적 웰빙을 증진시킬 뿐만 아니라, 출판 산업의 성장 동력으로 작용할 수 있다.

본 연구는 다음과 같은 결론을 도출하였다.

1. 은퇴인구의 삶의 질 향상: 독서 및 출판 활동에 참여함으로써 은퇴인구는 지속적인 학습과 사회적 교류의 기회를 얻게 되어, 정신적 웰빙이 향상된다.

2. 독서출판 산업의 성장 가능성: 은퇴인구를 새로운 독자층으로 삼아, 맞춤형 콘텐츠를 제공하고, 디지털 출판 및 오디오북과 같은 다양한 출판물을 통해 시장을 확대할 수 있다.

3. 세대 간 소통과 사회적 통합: 은퇴인구의 경험을 출판물로 기록함으로써, 세대 간 지식의 전수와 소통이 이루어지며, 이는 사회적 통합에도 긍정적인 영향을 미친다.

본 연구는 향후 디지털 리터러시 교육과 같은 은퇴인구를 위한 지원 프로그램이 더욱 확대되어야 함을 강조한다. 또한, 정부 및 민간 출판사 간의 협력을 통해 출판 산업에 대한 정책적 지원이 필요하며, 은퇴자들이 자신의 경험을 출판할 수 있는 기회를 더 많이 제공해야 한다. 이를 통해 은퇴인구는 사회적 역할을 지속적으로 수행할 수 있고, 출판 산업은 새로운 시장을 개척할 수 있을 것이다.

본 논문은 은퇴인구와 독서출판 산업 간의 협력 가능성을 심도 있게 분석하였으며, 이를 통해 출판 산업의 지속 가능성과 사회적 가치를 창출할 수 있는 방향을 제시했다. 향후 연구에서는 은퇴인구의 세부 집단별 특성을 고려한 더 세분화된 전략 개발이 필요하며, 디지털 기술 발전이 은퇴인구의 독서출판 활동에 미치는 영향에 대한 심도 있는 분석이 요구된다.

목차

I. 서론.....	8
1. 연구 동기	8
2. 연구 목적	8
3. 연구의 필요성	9
II. 문헌연구.....	11
1. 중년층의 노후 준비에 영향을 미치는 요인	11
2. 은퇴자의 은퇴만족도에 영향을 미치는 요인	11
3. 은퇴인구를 위한 출판 및 독서 활동의 이점	12
4. 시니어 출판 현황	12
5. 은퇴인구의 독서 및 출판에 대한 요구	13
III. 연구배경	15
1. 독서출판 산업 현황	15
1) 국내 성인 독서 실태 현황	15
2) 출판 산업 현황	16
2. 대한민국 인구 구조 특성	16
1) 국내 인구 추계	16
2) 베이비부머 세대의 본격적인 은퇴시기 도래	17
3) 은퇴인구 동향	18
IV. 연구방법론	20
1. 연구방법	20
2. 연구방법: 사례분석	20
V. 결과.....	22
1. 일본의 하루메쿠 시니어 잡지와 호주의 The Senior 잡지 비교 분석	22
2. 균형성과표(Balanced Scorecard, BSC) 모델 분석	23
3. 사례 분석 확장: Halmek과 The Senior의 전략 분석	24
VI. 결론 및 제언	26
1. 연구 결과 요약	26
2. 독서출판 산업에 대한 시사점	26
3. 협력모델 제안	27

1) 전략적 협력모델을 위한 요건	27
2) 협력 방안.....	30
3) 예상 장애 요인	30
4. 은퇴인구 참여의 장벽과 과제	31
5. 향후 연구 방향 및 제언	32
 참고문헌	 34
 부록	 37
 감사의 글.....	 41

표목차

<표 1> 매체별 독서량 추이	17
<표 2> 하루메쿠 시니어 잡지와 호주의 The Senior 잡지 매트릭스 분석	24
<표 3> 하루메쿠 시니어 잡지와 호주의 The Senior 잡지 BSC 모델 분석	25

그림목차

<그림 1> 독서율 추이	17
<그림 2> 대한민국 총인구 수 및 인구성장률	19

I. 서론

1. 연구 동기

본 연구는 한국 사회의 고령화가 심화됨에 따라 발생하는 사회적 과제를 인식하고, 은퇴 인구의 사회적 재참여와 개인의 역량 강화 필요성을 강조한다. 한국 사회가 빠르게 고령화됨에 따라, 은퇴 인구가 새로운 소비 시장으로 부상하고 있는 것은 다양한 도전과 기회를 제시한다. 이러한 인구 집단의 증가는 그들의 여가 시간과 소비 패턴에 적합한 서비스에 대한 요구로 연결된다. 특히, 독서출판 산업은 은퇴 인구의 지식과 경험을 활용하여 사회적 가치 창출에 기여하고, 그들의 삶의 질도 향상시킬 수 있는 중요한 역할을 할 수 있다.

한국은 급속한 고령화를 겪고 있다. 2018년 기준 65세 이상의 노인 인구는 전체의 14.3%로 738만 1천명에 달했으며, 지속적인 증가세로 2060년에는 전체 인구의 41.0%에 이를 것으로 전망된다(통계청, 2023). 즉, 2060년에는 인구 10명당 4명이 고령자다. 반면 우리나라 전체 인구는 2018년 5,163만 5천명으로 2031년까지 계속 증가 후 감소할 전망이다(김을식, 2019). 한국 사회 인구구조 변화에 따라 중장년층에서 노년층으로 이어지는 세대의 중요도도 높아지고 있다. 은퇴 이후 증가하는 여가 시간을 활용한 지적 활동에 이들의 관심이 높아지고 있다. 본 연구는 이러한 관심을 독서출판 산업과 연계하여 시너지 창출의 가능성을 모색한다. 이는 은퇴 인구에게 그들의 지식과 경험을 공유하고 사회적 가치로 확장할 수 있는 기회를 제공할 것이다.

독서출판 산업과 은퇴 인구의 현재 상황을 분석하고, 기존의 협력 모델 사례를 검토하여, 은퇴 인구의 참여를 독려하는 새로운 협력 모델을 제안한다. 이러한 접근으로 은퇴 인구가 경제적, 사회적 활동에 다시 적극적으로 재참여할 수 있는 기회를 살피고, 동시에 출판 산업에 새로운 활력을 불어넣을 수 있는 방안을 모색한다. 출판 매체는 가치를 전달하기에 이상적인 수단으로 평가되며, 시니어의 문화적 복지 증진에 기여할 수 있는 잠재력을 지니고 있다. 또한, 출판물을 활용하여 나이들을 이해하는 방식을 탐구하는 것은 중요한 연구 주제로 여겨진다(남석순, 2013). 본 연구가 성공적으로 수행되면, 은퇴 인구의 삶의 질을 향상시키고 독서출판 산업의 지속 가능한 성장을 도모하는 데 기여할 것으로 기대된다.

2. 연구 목적

한국 사회의 지속적인 출산율 감소와 이에 따른 인구 고령화로 인해 은퇴 후 여러 가지 과제가 부각되고 있다. 그러나 대부분의 논의가 주로 연금과 복지에 집중되는 반면, 노인 삶의 질 향상을 목표로 하는 문화정책에 대한 연구는 눈에 띄게 부족하다. 인구통계학적 변화를 고려할 때, 빠르게 증가하는 노인 인구를 위한 문화 정책을 개발하는 것이 중요하다(김지영, 2009).

이 연구는 은퇴 인구가 독서출판 산업에 어떻게 기여할 수 있는지와 더불어, 해당 산업이 은퇴자의 삶에 어떻게 긍정적인 영향을 미칠 수 있는지를 분석함으로써, 양자 간 상호 유익한 전략을 모색하는 것을 목표로 한다. 은퇴 인구를 대상으로 한 새로운 출판산업 모델을 개발하고, 이를 통해 사회적 가치와 경제적 가치를 어떻게 창출할 수 있는지 탐구한다. 여러 선행 연구에서도 이미 은퇴 인구의 지출과 참여를 통해 경제에 기여할 수 있는 잠재력을 언급하고 있으며, 이는 경험과 여가 시간을 통해 혜택을 얻을 수 있는 출판과 같은 부문에 매우 중요하다.

철학자이자 사회학자인 하버마스의 구분을 따르면 고령화는 단순 구조의 문제가 아니라 생활체계의 문제로 바라봐야 한다(김두언, 한준, 2022). 세대 내에서 수적으로 우세한 특정 코호트가 있을 경우, 그 코호트¹ 내에서는 인구적 압력과 경쟁이 발생하며, 사회적으로는 사회 구조와 제도의 한계를 드러내는 문제가 발생한다(김영민, 2006; 현진희, 2016 재인용). 이러한 코호트의 수적 우세는 그 구성원이 고령화될수록, 그리고 후속 세대의 코호트 크기가 작을수록 더욱 심각한 문제를 초래한다. 한국의 경우, 2020년부터 베이비붐 세대가 고령 인구로 전환되면서 고령 인구가 급격히 증가하여, 2060년에는 전체 인구 중 약 40.1%가 고령자로 예상되며, 이는 세계에서 두 번째로 높은 수치가 될 것으로 보인다(통계청, 2015). 동시에, 2026년까지 유소년 인구는 184만 명이 감소할 것으로 예측된다(통계청, 2016).

- 연구 질문 1: 한국 출판산업의 침체 원인은 무엇이며, 은퇴인구의 증가와 관련하여 출판산업이 직면한 주요 과제는 무엇인가?
- 연구 질문 2: 은퇴인구의 특성과 요구는 무엇이며, 이들을 출판산업의 주요 독자층으로 유도하기 위한 전략은 무엇인가?
- 연구 질문 3: 국내외에서 은퇴인구를 대상으로 한 독서출판 산업 활성화 사례는 무엇이며, 그로부터 얻을 수 있는 시사점은 무엇인가?
- 연구 질문 4: 은퇴인구의 사회적 참여와 역량 강화를 위해 출판산업과 협력할 수 있는 모델은 무엇이며, 이를 통해 창출될 수 있는 사회적·경제적 가치는 무엇인가?

본고는 이러한 문제의식과 연구 질문을 바탕으로, 은퇴인구를 주요 독자층으로 발굴하고 이들의 참여 촉진을 통해 출판산업의 활성화와 사회적 가치 창출을 동시에 도모할 수 있는 대안을 모색해 나가고자 한다. 갈수록 존재가 강화되는 은퇴인구 및 시니어 세대를 기회요인으로 보고, 독서출판 산업 활성화의 실마리를 ‘지혜로운 노년층의 사회 참여’에서 찾아보고자 한다. 개인은 역량 개발과 사회 관계 유지, 새로운 수익창출로 건강한 노후를 보낼 수 있고, 사회와 관련 산업은 그들의 풍부한 경험과 지식을 활용하여 인적 자원을 증대하고 가치를 창출할 수 있도록 하고자 함이다. 활성화 전략과 관련하여 구체적으로 은퇴 인구를 위한 맞춤형 출판 제품 개발, 접근성 향상, 콘텐츠 맞춤화, 교육 프로그램 제공 및 협력 네트워크 구축에 중점을 두어 연구한다.

3. 연구의 필요성

‘젊다(Young)’는 용어가 그간 30대에 한정되어 있던 인식에서 40, 50대까지 확장되면서 재정의된 연령 패러다임이 등장하였다. 노년층을 설명하기 위해 '노인'이라는 단어 대신 새로운 용어로 대체될 것이며, 전통적으로 각 연령층에 할당된 명확한 역할은 모호해지거나 줄어들 것이다. 이러한 진화하는 맥락과 불확실한 미래 앞에 사회는 젊은 세대보다 노인층의 지혜와 경험을 점점 더 중요하게 여길 수 있다. 문화 정책도 젊은 세대보다 기성 세대의 선호와 요구 사항을 우선시하는 방향으로 바뀔 것으로 보인다(김지영, 2009).

은퇴 인구가 빠르게 증가하고 있으며, 이들의 사회적 및 경제적 역량도 강화되고 있다. 이러한 현실을 고려할 때, 독서출판 산업은 은퇴 인구를 새로운 독자 및 창작자로 포용함으로써 산업의

¹ 코호트(Cohort)란 시점이 같은 상황에서 특정한 사건을 동시에 경험한 사람들의 집단(현진희, 2016)

새로운 성장 동력으로 삼을 수 있다. 또한, 은퇴인구의 지속적인 학습과 참여를 통해 사회적 연대감 및 세대 간 소통을 강화할 수 있는 방안을 모색하는 것도 시급한 과제이다.

한국문화관광연구원에서 실시한 「노인 여가 문화 활성화 방안을 위한 실태조사(윤소영, 2008)」에 따르면 노년층은 '같은 생각과 취미를 가진 친구를 만날 때'가 최근 가장 행복하다고 답했다. 이는 여가 활동과 또래와의 사회적 상호 작용에 참여하는 것이 노인의 삶을 상당히 풍요롭게 할 수 있음을 시사한다. 따라서 독서출판 산업과의 연계로 그들의 사회적 상호작용 욕구를 충족시킬 수 있어 보인다. 본 연구는 은퇴 인구의 삶의 질 향상 및 독서출판 산업의 새로운 시장 기회 창출을 위해 필요하다.

한국의 인구 고령화는 이미 출판 분야를 포함해 다양한 시장 동향에 영향을 미치기 시작했다. 도서 구매자의 평균 연령이 증가한 것은 출판사가 큰 글자 도서, 오디오북, 퇴직자와 관련된 주제 출간 등 은퇴 인구의 관심과 요구를 충족하는 특정 콘텐츠로 타겟팅할 수 있는 잠재적인 시장 부문을 시사한다.

은퇴한 인구를 참여시키는 측면에서 중장년층에게 적합한 콘텐츠와 그들이 편안하게 사용할 수 있는 기술을 통합하는 데 초점을 맞춘 모델을 살펴볼 수 있다. 예를 들어, 오디오북의 생산량을 늘리면 인쇄된 텍스트를 읽는 데 어려움을 겪는 사람들을 위한 서비스가 제공될 수 있다. 또한 <브런치 스토리>²와 같은 플랫폼을 통해 사용자는 덜 공식적인 환경에서 콘텐츠를 게시하고 참여할 수 있으며, 이러한 방식은 퇴직자가 자신의 지식과 이야기를 공유하는 데 적합한 모델이 될 수 있다. 출판 산업이 더욱 디지털화되고 다양한 플랫폼으로 전환되면서 퇴직자를 참여시키기 위한 잠재적 전략이 요구된다. 여기에는 자전적 글쓰기 플랫폼, 건강 및 웰니스 주제, 심지어 학습 속도에 맞춘 디지털 활용 능력 튜토리얼과 같이 노인들이 접근하고 참여할 수 있는 콘텐츠를 만드는 것이 포함된다.

김재현, 정상철(2020)의 연구에 따르면, 독서는 개인의 인적 역량을 강화하고 이를 통해 거시경제 전반에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 해당 연구에서 동태일반균형모형을 활용하여 분석한 결과, 독서율 1%p 상승 시 인적역량은 0.22%, 인적투자는 0.21% 증가하는 것으로 나타났다. 이는 독서 활동이 노동시간을 일부 감소시키더라도 인적 역량 향상을 통해 경제 성장에 기여할 수 있음을 시사한다. 특히 교육 및 학습효과와 독서 활동의 연계가 강화될수록 경제적 파급효과가 확대될 수 있다는 점에서, 은퇴인구의 독서 활동 참여가 개인의 역량 개발뿐 아니라 사회경제적 측면에서도 의의를 갖는다고 볼 수 있다.

² 브런치 스토리는 카카오톡에서 만든 콘텐츠 큐레이션 페이지로 누구나 자유롭게 글을 올릴 수 있고, 출판사를 통한 출간도 지원한다. <https://brunch.co.kr/>

II. 문헌연구

본 연구는 중년층 및 은퇴인구의 독서 및 출판 활동 활성화를 위한 전략 수립을 목적으로 다양한 문헌을 분석하였다. 특히 중년층의 노후 준비, 은퇴자들의 만족도, 그리고 출판 및 독서 활동이 은퇴자들에게 미치는 긍정적 영향에 대해 고찰하였다.

1. 중년층의 노후 준비에 영향을 미치는 요인

중년층의 노후 준비는 경제적, 사회적, 그리고 건강적 요인들에 의해 좌우된다. 중년층의 노후 준비에서 가장 중요한 요인으로서는 경제적 안정성이 꼽힌다. 연구에 따르면, 중년층이 보유한 부동산 자산과 금융 자산의 수준이 노후 준비에 큰 영향을 미친다(김재현 등, 2020). 부동산 자산을 2억 원 이상 보유한 중년층은 그렇지 않은 중년층에 비해 노후 준비가 더 철저하게 이루어지고 있으며, 이는 은퇴 후에도 경제적 안정을 유지하는 데 중요한 역할을 한다(손종철, 2010).

또한, 중년층이 직면하는 건강 문제 역시 노후 준비의 중요한 변수로 작용한다. 건강 상태가 좋지 않은 중년층일수록 의료비 부담과 같은 노후의 불확실한 재정적 문제에 대비하는 경향이 있으며, 이는 경제적 준비와 더불어 건강 관리에 대한 중요성을 강조하게 된다(손종철, 2010).

사회적 관계망도 노후 준비에서 중요한 역할을 한다. 연구에 따르면, 중년층이 자녀나 가족으로부터 충분한 지원을 받을 경우, 노후 준비에 있어 심리적 안정을 느끼는 비율이 높아지며, 노후 준비가 더 잘 이루어진다(손종철, 2010; 황남희, 2018). 반면, 자녀의 교육비 및 결혼 지원 등으로 재정적 부담이 클 경우, 노후 준비가 부족해지는 경향이 나타나, 이에 대한 대비가 필수적이다.

2. 은퇴자의 은퇴만족도에 영향을 미치는 요인

은퇴자의 은퇴만족도는 여러 가지 요인에 의해 결정되며, 특히 경제적 안정성과 건강 상태가 주요한 영향을 미친다. 경제적 안정성은 은퇴자들의 은퇴 후 삶의 질에 있어 결정적인 요소로 나타난다. 은퇴자의 소득과 자산 수준이 높을수록 은퇴 후 만족도가 높아지는 경향을 보인다(손종철, 2010). 특히, 연금과 같은 안정적인 소득원이 있을 때, 은퇴 후 경제적 불안감이 줄어들어 만족도가 높아진다. 연구에 따르면, 은퇴 후에도 안정적인 소득원이 없는 은퇴자들은 더 높은 불안을 느끼며, 이는 삶의 만족도 저하로 이어진다(황남희, 2018).

건강 상태는 은퇴 만족도를 결정짓는 또 다른 중요한 요인이다. 연구에 따르면, 은퇴 후 건강이 좋을수록 더 많은 사회적 활동에 참여할 수 있으며, 이는 삶에 대한 만족도를 높이는 결과를 낳는다(손종철, 2010). 반대로, 건강이 나빠지면 활동의 제약이 생기고, 의료비 부담이 가중되어 만족도가 떨어진다.

또한, 사회적 지지와 배우자의 존재 역시 은퇴만족도에 중요한 영향을 미친다. 배우자가 있는 은퇴자들은 그렇지 않은 경우보다 더 높은 만족도를 나타냈으며, 이는 정서적 안정과 더불어 배우자의 경제활동이 계속될 경우 재정적 안정감을 더 느끼기 때문이다(손종철, 2010).

3. 은퇴인구를 위한 출판 및 독서 활동의 이점

인생 과제론에 따르면, 인간은 일반적으로 인생의 두 군데 시점에서 양성 과제를 다루게 되는데 첫 번째는 부모가 될 때이고 두 번째는 중년이 되어 누군가의 멘토가 될 때다. 이를 후진 양성 과제를 수행한다고 한다. 이 시기에는 베푸는 방식으로 타인을 사랑하는 법을 알리고, 자신이 가진 것을 어떻게 세상에 돌려줄 수 있을까 하는 관심에 초점이 맞춰진다³.

에릭 에릭슨에 따르면 인생의 마지막 과제는 통합감을 성취하는 투쟁 혹은 절망을 견디는 투쟁이다. 통합감은 죽음을 앞 둔 시점에서 자기가 살아온 인생과 타협하는 능력이고, 그 반대편에는 절망감과 후회하는 마음이 자리잡고 있다. 이 시기 사람들은 강렬한 학습 욕구를 지닌다. 세상의 다양한 강의실은 더 많은 지식과 더 큰 지혜를 얻고자 하는 고령자들로 가득 찬다.⁴ 독서와 출판 활동은 그들의 욕구를 만족시킬 수 있다. 자기결정 이론(Self-Determination Theory)⁵에 따르면, 은퇴자들은 독서와 출판 활동을 통해 자율성과 유능감을 경험하며, 이는 삶의 질을 향상시키고 사회적 기여를 가능하게 한다.

은퇴 인구에게 출판과 독서 활동은 심리적 안정과 자아 성찰, 그리고 지적 충족을 제공하는 중요한 역할을 한다. 독서치료에 관한 연구는 이러한 활동이 은퇴 인구에게 미치는 심리적 이점을 강조한다. 임성관(2011)은 치료적 독서활동이 노년기의 내적 갈등과 감정을 치유하고, 상처를 돌아보는 과정에서 자기 치유의 기회를 제공한다고 언급하였다. 공우미, 김현애(2017)는 독서치료 프로그램이 노년기 정서적 안정과 삶의 의미 재인식을 돕고, 나아가 타인과의 관계를 개선시키는 역할을 한다고 보고하였다.

이러한 선행연구들은 독서와 출판 활동이 은퇴자들의 심리사회적 요구를 충족시키고, 노년기 적응을 돕는 데 중요한 도구가 된다는 점을 강조한다. 독서치료 프로그램은 은퇴자들이 자신의 삶을 돌아보고 보다 능동적이고 가치 있게 남은 인생을 살아갈 수 있도록 동기를 부여하며, 노년기 삶의 질을 높이는 데 기여할 수 있는 효과적인 방법으로 제시된다. 따라서 은퇴 인구를 대상으로 한 독서치료 프로그램의 개발과 보급이 성공적 노화를 위한 방안으로 적극 검토될 필요가 있다(김재현 등, 2020).

4. 시니어 출판 현황

시니어 출판 시장은 최근 증가하는 베이비붐 세대의 은퇴와 함께 점차 활성화되고 있다. 연구에 따르면, 시니어 출판물은 은퇴자들의 자기계발과 건강 관리에 대한 요구를 반영한 실용서,

³ 데이비드 브룩스 지음, 이경식 옮김(2024.04), 『사람을 안다는 것』, 웅진지식하우스 p.285

⁴ 데이비드 브룩스 지음, 이경식 옮김(2024.04), 『사람을 안다는 것』, 웅진지식하우스 p.288-289

⁵ 자기결정 이론(Self-Determination Theory, SDT)은 Edward L. Deci와 Richard M. Ryan에 의해 1985년에 제안되었다. 이 이론은 인간의 동기에 대한 연구로, 사람들이 자율성, 유능감, 관계성이라는 세 가지 기본 심리적 욕구를 충족할 때 가장 효과적이고 긍정적으로 행동한다는 것을 강조한다. 이 이론은 교육, 직장, 스포츠 등의 다양한 영역에서 행동 동기를 설명하는 데 적용되며, 개인의 심리적 욕구를 충족시키는 것이 성공적인 학습과 성과를 유도하는 데 중요한 역할을 한다고 본다.

자서전, 그리고 취미 관련 서적을 중심으로 성장하고 있다(김재현 등, 2020; 황남희, 2018).

시니어 출판의 특징은 은퇴 후 삶을 의미 있게 살아가는 방식을 탐구하는 콘텐츠가 많다는 점이다. 시니어 독자들은 기존 출판물 외에도 디지털 플랫폼을 통한 전자책 소비에도 높은 관심을 보이며, 이는 전통적인 출판 시장을 넘어 다양한 콘텐츠 형식의 확장을 요구하고 있다(손종철, 2010). 특히, 베이비붐 세대의 경우 디지털 콘텐츠에 대한 이해도가 높아, 전자책과 같은 새로운 형태의 출판물에 대한 수요가 계속 증가할 것으로 예상된다(김재현 등, 2020)

5. 은퇴인구의 독서 및 출판에 대한 요구

출판은 산업적 활동이지만, 독서는 지극히 개인적이며 문화적 성격을 지닌 활동이다. 독서는 단순한 책 소비가 아닌 지식을 사회적 서비스로 전환하는 활동으로, 개인의 지식 수준 향상, 업무 효율성 강화, 그리고 사회성을 높이는 데 기여한다. 따라서 독서 활동을 지원하는 것은 공공적 성격을 띠며 사회적 투자에 가깝다고 할 수 있다(Canoy, van Ours & Van der Ploeg, 2006). 이와 같은 이유로 세계 각국은 독서를 정책적으로 장려하며, 한국에서도 2006년부터 독서문화진흥법이 시행되어 독서 문화를 확산시키기 위한 여러 정책들이 진행 중이다(김재현 등, 2020).

「독서가 거시경제에 미치는 영향 연구(김재현 등, 2020)」에 따르면, 독서 활동은 개인의 인적 역량을 강화하고 경제적 기여를 증가시키는 효과가 있다. 비록 독서 활동이 노동 시간을 줄이는 효과를 낼 수 있으나, 그로 인해 발생하는 인적 강화 효과가 이 감소분을 상쇄하고도 남는다. 특히 독서를 1% 증가 시 경제의 총요소 생산성은 0.046%p 상승하며, 이는 GDP 0.2%p 상승으로 이어진다. 이러한 결과는 독서의 사회적 가치뿐만 아니라 경제적 기여도 무시할 수 없음을 보여준다(손종철, 2010).

베이비붐 세대 독서 실태에 관한 연구에 따르면, 이 세대는 은퇴 인구 중에서도 독서에 대한 양극화 현상이 두드러진다. 김해인(2022)은 베이비붐 세대의 독서 습관이 습관적 독자와 비독자 간에 큰 차이를 보이며, 습관적 독자는 은퇴 후에도 독서량이 증가하는 반면, 비독자는 독서량이 급감하는 경향이 있다고 분석했다. 이러한 독서 양극화는 은퇴 인구 내에서도 특정 집단에 대한 맞춤형 독서 활성화 전략이 필요함을 시사한다.

또한, 베이비붐 세대는 독서의 가치에 대해 높게 평가하는 경향이 있다. 비독자의 경우에도 독서의 필요성 자체를 부정하지 않고, 오히려 독서 습관을 형성하지 못한 이유가 다양한 여건에서 기인한다고 본다. 이는 독서 활성화를 위한 정책적 지원이 필요하다는 점을 강조하며, 사회문화적 요인이 독서 문화에 미치는 영향도 분석되어야 한다.

특히, 베이비붐 세대는 생애주기별 독서 경험이 이전 세대와는 다르게 나타난다. 이 세대는 청년기에 활발한 독서 활동을 통해 독서량이 정점에 이르렀고, 이는 당시 사회적, 문화적 분위기가 독서 활성화에 기여했음을 보여준다. 이후 세대와 달리 성인기 이후에도 독서 습관을 유지하는 비율이 높으며, 이는 베이비붐 세대가 은퇴 인구 중에서도 독자층 발굴과 독서 활성화의 중요한 잠재력을 가지고 있음을 시사한다.

따라서 은퇴 인구의 독서 및 출판 요구를 충족시키기 위해서는 베이비붐 세대를 중심으로 한 맞춤형 독서 프로그램과 정책적 지원이 필요하다. 과거 독서 증진에 기여했던 사회문화적 요인들을

분석하여, 은퇴 인구의 독서 습관을 지속적으로 유지하고 활성화할 수 있는 방안을 모색해야 할 것이다.

이처럼 은퇴 인구의 독서 및 출판 활동에 대한 요구는 심리적 안정, 자기계발, 그리고 사회적 기여라는 여러 측면에서 중요한 역할을 하며, 이에 대한 맞춤형 정책과 프로그램이 필요하다.

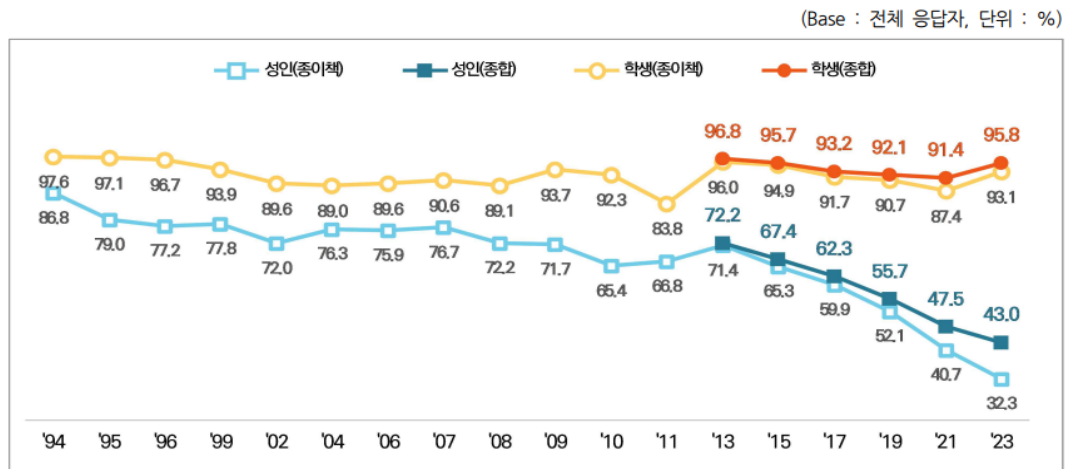
Ⅲ. 연구배경

현재 한국의 출판산업은 디지털화, 시장 세분화, 종이책 독자 감소 등 여러 도전에 직면해 있다. 이 연구에서는 출판산업의 주요 통계와 트렌드, 주요 이슈들을 분석하고, 은퇴인구를 주요 독자층으로 어떻게 확장할 수 있는지 고찰한다.

1. 독서출판 산업 현황

1) 국내 성인 독서 실태 현황

<그림 1> 독서율 추이



출처: 국민독서실태조사, 문화체육관광부, 2023.12

문화체육관광부 『국민독서실태조사(2023)』에 따르면, 성인독서율(종이책, 전자책, 오디오북 포함)은 2013년 이후부터 눈에 띄게 감소한 경향이 있다. 2013년 72.2%이던 독서율(종이책+전자책)은 2021년 47.5% 줄어들었고, 2023년에는 43.0%로 더욱 줄었다. 성인 1인당 연평균 독서량(권수) 또한 2013년 10.2권에서 2021년 4.5권, 2023년 3.9권으로 빠르게 감소되는 추세다.

대한민국 성인의 2023년 연간 평균 독서량은 3.9권으로 2021년 대비 0.6권 감소하였다. 매체별로 살펴보면 종이책 1.7권, 전자책 1.9권, 오디오북 0.3권이다. 2021년 대비 종이책은 증가하였고, 전자책은 감소, 오디오북은 유지되었다(문화체육관광부, 2023).

<표 1> 매체별 독서량 추이

(Base: 전체 응답자, 단위: 권)

	종이책			전자책			종이책+전자책			종이책+전자책+오디오북		
	'19 년	'21 년	'23 년	'19 년	'21 년	'23 년	'19 년	'21 년	'23 년	'19 년	'21 년	'23 년
성인	6.1	2.7	1.7	1.2	1.5	1.9	7.3	4.2	3.6	7.5	4.5	3.9
학생	32.4	24.8	26.2	5.6	8.2	7.8	38.8	33.0	34.0	41.0	34.4	36.0

출처: 국민독서실태조사, 문화체육관광부, 2023.12

2) 출판 산업 현황

최근 한국의 출판산업은 소비자 습관의 변화, 기술 발전, 인구구조 변화 등의 이유로 정체 상태에 직면하고 있다. 특히, 전반적인 독서 인구는 지난 10년간 지속적으로 감소하고 있다. 하지만 고령화라는 인구학적 변화에 주목하면, 고령층을 새로운 잠재 독자층으로 고려할 수 있다.

대한출판문화협회가 2023년 7월 17일에 발표한 <2022년 출판 생산 통계>에 따르면, 국내 출간 도서의 평균 가격은 17,869원으로, 이전해보다 4.4% 상승하였다. 같은 기간 신간의 종수는 61,181종으로 5.4% 감소했으며, 총 발행 부수는 72,910,992부로 8.8% 줄었다. 번역 도서의 종수도 10,472종으로 전년 대비 14.2% 감소했다는 것이 확인됐다. 출판 원가의 상승은 도서 가격의 인상을 초래했으며, 이로 인해 신간 발행에 대한 부담이 증가하였다고 분석된다.

이러한 추세가 지속되면서 국내 출판 시장의 출판 모델도 ‘다품종 소량 생산’에서 ‘소품종 최소량 생산’으로 전환될 가능성이 높아지고 있다. 실제 초판 생산 규모는 평균적으로 2,000부에서 1,000부로 감소하는 추세를 보이고 있으며(2024.01), 출판사의 규모, 업력, 주력 분야에 따라 상이할 수 있으나 전반적인 경향은 이렇다.⁶

『국민독서실태조사(문화체육관광부, 2023)』에 따른 산업 주요 동향은 다음과 같다:

- 전국 독서율은 2010년 65%에서 2020년 55%로 10%p 하락하여, 전통적인 인쇄 매체에 대한 관심이 줄어들고 있음을 보여준다.
- 젊은 세대는 점점 더 디지털 미디어와 시청각 콘텐츠로 전환하는 반면, 60세 이상의 고령층은 이에 상반되는 경향을 보이고 있다. 이들은 인쇄 책에 대한 관심이 최근 5년간 10% 증가한 것으로 나타났다. 이는 고령층이 출판 산업의 새로운 독자층으로 떠오를 가능성을 시사한다.
- 디지털 도서(e-북, 오디오북 등)는 최근 5년간 연평균 20% 증가하고 있으며, 이는 디지털 소비로의 전환을 반영한다. 다만, 고령층은 여전히 디지털 형식에 대한 수용이 낮아, 이 부분에서 도전과 기회가 공존한다.

이와 같이, 전반적인 독서율 하락은 산업에 대한 우려를 낳고 있지만, 은퇴인구는 여전히 활용되지 않은 잠재 시장으로 볼 수 있다. 이들은 인쇄 매체를 선호하며, 평생학습과 개인 출판 프로젝트에 대한 관심이 높아, 출판 산업의 미래 성장에 중요한 역할을 할 가능성이 크다.

2. 대한민국 인구 구조 특성

1) 국내 인구 추계

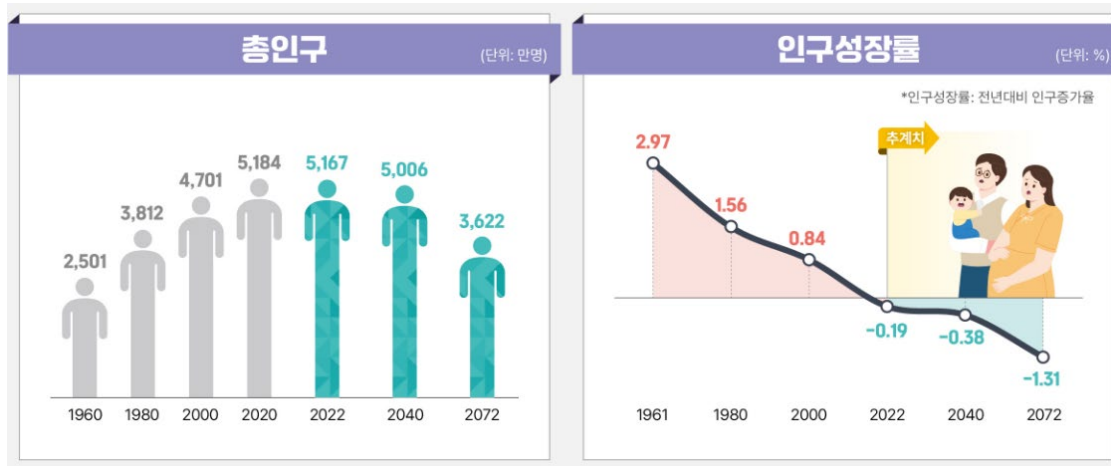
통계청이 발표한 ‘장래인구추계: 2022~2072(2023.12.13)’에 따르면 대한민국 총인구는 2022년 기준 5,167만명에서 2024년 5,175만명 수준으로 증가한 후 감소로 전환될 것으로 보인다. 감소추세로 2030년에는 5,131만명으로 줄어들어 2072년에 다다르면 3,622만명으로 크게 축소될

⁶ <https://nzine.kpipa.or.kr/sub/hotcool.php?ptype=view&idx=818&code=hotcool&category=>, 출판N Vol.52(2024.01.02)

것으로 예상했다. 이는 1977년 수준으로 회귀하는 것과 같다. 2025년 이후 향후 10년간 인구는 연평균 -0.16% 수준에서 감속 속도는 더 빨라져 2072년 -1.31% 수준으로 전망된다.

이에 따라 생산연령 인구는 2022년 3,674만명에서 향후 10년간 332만명이 감소될 것으로 예측되며, 2072년에 다다르면 1,658만명 수준이 될 것이다. 이렇게 되면 생산연령인구 1백명당 부양인구는 2022년 40.6명에서 가파르게 증가하여 2072년 118.5명까지 증가할 것으로 보인다. 노년 인구로 살펴보면 24.4명(2022년)에서 104.2명(2072년)으로 가중도는 더 높아진다. 이는 2022년 기준 OECD 국가 중 가장 낮았던 총부양비가 2072년에 가장 높아진다는 것을 의미한다.

<그림 2> 대한민국 총인구 수 및 인구성장률



출처: 장래인구추계: 2022~2072, 통계청 (2023.12.14)

2) 베이비부머 세대의 본격적인 은퇴시기 도래

고령화 시대를 맞아 새로운 용어들도 등장하고 있다. 'OPAL'⁷과 'APPLE'⁸, '액티브시니어'⁹ 등은 경제적으로 자립하고 풍요로운 은퇴를 주도하는 노인의 현대적 개념을 표현한다. 마찬가지로, 패셔너블한 라이프 스타일을 유지하고 개인적 성장을 추구하는 경제적 여유가 있는 40~50대 중년

⁷ OPAL은 'Old People with Active Lives'의 약자로, 다양한 사회 활동, 취미, 파트타임 일 등을 통해 활발히 활동하는 노인 세대를 가리킨다. 이 개념은 노화의 긍정적인 면을 강조하며, 활기찬 삶을 영위하는 시니어의 역량을 부각시킨다. 출처: 한국경제연구소, 「고령화시대의 시니어세대 특징분석」, 2022, p.45

⁸ APPLE은 'Active People in the Later part of their Life'의 약자로, 나이가 들었지만 건강, 경제적 독립, 지속적인 학습에 중점을 두며 사회에 기여하는 시니어를 의미한다. 은퇴 후에도 활동적이고 생산적인 삶을 유지하는 시니어들이 증가함에 따라 이 용어가 널리 사용되고 있다. 출처: 김영수, 「시니어인구의 경제활동과 사회적역할」, 시니어리서치저널, 제23권, 2021, pp.112-113.

⁹ 액티브 시니어는 경제, 사회, 문화적 활동에 적극적으로 참여하는 노인 세대를 의미하는 포괄적인 용어이다. 이들은 전통적인 은퇴 개념을 거부하고, 고용, 자원봉사, 여가 활동 등을 통해 지속적인 사회 참여를 추구한다. 출처: 박진수, 「액티브시니어의 사회적영향력」, 고령사회연구, 제12권, 2023, p.89.

남성을 대상으로 '골드파파'¹⁰라는 용어로 이들이 문화 소비와 향유에 종사하는 뚜렷한 계층으로 부상하고 있음을 부각하고 있다. 새로운 문화 소비자 계층을 형성하는 중년 남성의 이러한 추세는 주로 우리 사회가 상당한 경제성장과 현대 문화에 대한 깊은 몰입을 경험했던 1960년대 출생자들의 문화적 진화를 반영한다. 이들 개인은 이제 문화적 참여를 삶의 질에 있어 필수적인 요소로 간주한다(최현미, 2009).

1955년에서 1963년 사이에 태어난 베이비붐 세대는 전체 인구 중 대략 14.7%를 차지하는 규모로, 이전 세대와는 구별되는 독특한 코호트적 특성을 보유하고 있다(현진희, 2016). 이 세대는 활동적이고 자부심이 강하며, 안정적인 삶을 추구하고 고급 문화를 선호하는 경제적 능력을 갖춘 노년층으로, '애플세대(APPLE generation)'의 특징과 유사하다. 이들은 '뉴시니어', '액티브 시니어', '프리 시니어' 등의 명칭으로도 불리며(이수진, 허선희, 홍순영, 2011), 한국전쟁 이후 파괴된 경제와 문화를 재건하는 데 중요한 역할을 한 세대로서, 출판 산업의 급속한 성장을 경험한 세대이기도 하다(현진희, 2016).

베이비붐 세대는 이전 세대의 수동적인 올드 미디어 소비와는 대조적으로, 뉴미디어와 스마트 기기를 적극적으로 활용하는 방식으로 여가생활을 즐길 수 있는 능동적이고 참여적인 자질을 갖춘 세대로 평가받는다(김균, 김양은, 2011). 대부분 고학력에 전문가 직종도 많으며, 이러한 新노년층은 독립된 사회 참여 능력을 여전히 보유하고 있다. 이들은 문화예술 콘텐츠, 여가 및 관광 업계에서 주요 소비 계층으로 부상할 것으로 예상된다(이수진 등, 2011). 이로 인해 독서율이 상대적으로 낮은 고령층 중에서도 베이비붐 세대의 독서 확대 가능성을 탐색하는 것이 중요하며, 이들을 출판 수용자로서 주목할 필요가 있다.

개인의 경험과 지식을 공유하고 널리 알리는 매개로 출간은 가장 도움이 되는 수단이다. 또한 베이비붐 세대를 포함한 시니어 세대를 주요 독자층으로 인식하는 것은 침체된 출판 산업에 새로운 활력을 불어일으킬 수 있다. 그들을 위한 커뮤니티, 문화 프로그램, 콘텐츠 개발, 참여 다각화 등의 전환이 필요한 시점이다. 이러한 연결은 노년기 자아실현과 사회적 가치 창출에 재참여시킬 수 있는 전략이 될 수 있다.

3) 은퇴인구 동향

한국 사회는 급속한 고령화로 인해 은퇴인구가 지속적으로 증가하고 있으며, 이는 다양한 산업에 걸쳐 중요한 영향을 미치고 있다. 특히 출판 산업에서 은퇴인구는 잠재적 독자로서 중요한 시장으로 부상하고 있다. 2060년까지 은퇴인구는 전체 인구의 약 41%를 차지할 것으로 예상되며, 이러한 변화는 출판산업에 중요한 기회를 제공한다(통계청, 2023).

은퇴인구의 사회경제적 특성을 살펴보면, 많은 은퇴자들이 평생학습에 대한 관심이 높고, 은퇴 후에도 개인적인 자기계발을 위해 독서를 지속하고 있다. 또한, 은퇴자들의 교육 수준이 점차 높아지면서 출판물 소비에 대한 관심도 함께 증가하고 있다. 예를 들어, 고학력 은퇴자들은 단순한

¹⁰ 골드파파(Gold Papa): 경제적 여유와 패션 감각을 갖춘 40~50대 중년 남성을 일컫는 신조어. '골드'는 경제력을, '파파'는 중년 남성을 의미한다. 이들은 자신을 가꾸는 데 시간과 돈을 아끼지 않으며, 젊은 세대와 달리 자신의 기호와 라이프스타일에 맞춰 까다롭게 제품을 선택하는 특징이 있다. 패션, 화장품, 명품 등 다양한 분야에서 새로운 소비 주체로 부상하고 있으며, 브랜드 충성도가 높아 마케팅 대상으로 주목받고 있다

오락 목적의 출판물보다는 자기계발서, 철학적 에세이, 회고록 등의 지식 기반 콘텐츠에 더 많은 관심을 보인다(김해인, 2022).

이와 함께, 은퇴자들의 소비 패턴 또한 변화하고 있다. 은퇴 후 소득이 줄어들어도 불구하고, 여가 활동에 대한 지출 비중이 높아지고 있으며, 특히 독서 및 문화 활동이 중요한 여가 활동 중 하나로 자리 잡고 있다. 이는 출판 산업이 은퇴인구를 대상으로 한 맞춤형 콘텐츠와 서비스를 제공할 수 있는 가능성을 보여준다. 이러한 은퇴인구의 특성을 고려하여 출판사들은 시니어 독자층을 위한 차별화된 출판물을 기획하고, 인쇄물 및 디지털 콘텐츠를 통해 이들의 요구를 충족시킬 수 있을 것이다(황남희, 2018).

따라서, 은퇴인구의 증가 추세와 이들의 문화적·사회적 참여 욕구는 출판 산업이 새로운 성장 동력을 찾는 데 있어 중요한 기회로 작용할 수 있으며, 이들을 위한 맞춤형 출판 전략이 절실히 요구되고 있다.

IV. 연구방법론

1. 연구방법

본 연구에서는 은퇴인구의 삶의 질 향상과 독서출판 산업 활성화 방안을 모색하기 위해 사례분석 방법을 활용하였다.

사례분석에서는 국내외 은퇴인구 대상 독서출판 산업 활성화 사례를 발굴하고, 각 비즈니스 모델 비교를 통해 성공 요인을 분석하였다. 구체적으로 해외를 포함해 관련 프로그램과 현상들을 살펴보았다. 사례 연구는 특정 사례나 현상을 깊이 있게 조사하는 질적 연구방법의 일환으로(Creswell, 2009), 본 연구에서는 다중사례연구를 수행하였다. 기존 연구문헌, 언론기사, 관련 출판물 등에서 자료를 수집하여 분석에 활용하였다.

이러한 사례분석을 통해 은퇴인구의 삶의 질 향상과 독서출판 산업 활성화를 위한 방안을 다각도로 모색해보고, 실천적 함의를 제시하고자 한다.

2. 연구방법: 사례분석

국내외에서 은퇴인구를 포함한 독서출판 산업 활성화 사례를 조사하고, 그 성공 요인을 분석해보고자 한다. 본 연구에서는 Creswell(2009)이 설명하는 바와 같이, 특정 사례나 현상을 면밀히 분석하는 질적 연구 방법의 일환으로 다중 사례 연구를 실시하였다. 이를 위해 기존의 학술연구, 언론 기사, 관련 출판물 등에서 자료를 수집하여 이를 분석에 활용하였다.

본 연구에서는 일본의 하루메쿠(Halmek, ハルメク) 시니어 잡지와 호주의 The Senior 잡지를 사례 분석 대상으로 선정하였다. 이 두 잡지는 고령화 사회를 선제적으로 경험한 선진국에서 성공적으로 운영되고 있는 시니어 대상 출판물로, 은퇴인구를 주요 독자층으로 하는 효과적인 비즈니스 모델을 구축했다는 점에서 본 연구의 목적에 부합한다. 급속한 고령화를 겪고 있는 한국의 상황을 고려할 때, 이들 국가의 사례로부터 유의미한 시사점을 도출할 수 있을 것으로 판단된다.

하루메쿠와 The Senior는 각각 구독 기반 모델과 무료 배포 및 광고 기반 모델이라는 상이한 비즈니스 모델과 콘텐츠 전략을 채택하고 있다. 이러한 차이는 다양한 비즈니스 전략의 효과성을 비교 분석하는 데 유용한 기반을 제공한다. 두 사례 모두 장기간에 걸쳐 성공적으로 운영되어 온 모델로, 그 지속가능성과 효과성이 검증되었다고 볼 수 있다. 따라서 이들 사례의 분석은 한국의 독서출판 산업에 적용 가능한 실효성 있는 전략을 수립하는 데 중요한 통찰을 제공할 것으로 기대된다.

(1) 일본 시니어 여성 잡지 ‘하루메쿠(Halmek)’

하루메쿠는 일본의 대표적인 시니어 여성 대상 월간지로, 주요 독자는 60대에서 80대에 이르는 중장년층 여성이다. 이 잡지는 기존의 잡지들과 달리 서점 판매 없이 정기구독 방식으로만 판매되며, 현재 50만 명 이상의 정기구독자를 확보하고 있다. 일본 ABC협회의 조사에 따르면, 만화잡지를 제외한 전체 여성 잡지 판매량 1위를 기록하고 있으며, 이는 잡지 시장이 위축되는 시대

에 이루어낸 놀라운 성과라 할 수 있다.¹¹

하루메쿠의 성공은 독자 중심의 콘텐츠 기획에 있다. 매월 2,000~3,000건의 독자 의견을 수집해, 그들의 요구를 반영한 정보를 제공한다. 트렌드보다는 독자의 구체적인 필요를 충족시키는 데 중점을 둔다. 스마트폰 사용법 특집 기사는 독자들의 큰 호응을 얻었다. 이는 독자들이 기초적인 사용법을 모른다는 점을 반영했기 때문이다. 이 방식은 시니어 독자들에게 실질적인 도움을 주어 독자 충성도를 높였다.

하루메쿠의 성공은 잡지 판매에 그치지 않고, 통신 판매 카탈로그로 280여 개의 상품을 판매한다. 그중 80% 이상은 자체 기획 제품이다. 시니어 독자들이 요구한 맞춤형 의류와 당근 주스는 큰 인기를 끌었으며, 부가 사업으로 잡지의 주요 수익원이 되었다.

(2) 호주 시니어 잡지 'The Senior'

The Senior는 호주의 대표적인 시니어 잡지로, 1978년 창간된 이후 50대 이상의 독자층을 대상으로 정보 제공과 커뮤니티 형성에 중점을 두고 있다. 이 잡지는 인쇄본과 디지털 버전 모두에서 매월 약 59만 명의 독자들에게 도달하며, 주로 정부 정책, 건강, 재정 관리, 여가 및 여행에 관한 실질적인 정보를 제공한다.

The Senior 잡지는 호주 전역에 걸쳐 무료로 배포되며, 독자들은 잡지를 통해 시니어 생활의 다양한 측면에 대한 최신 정보를 얻을 수 있다. 특히, 잡지는 시니어 독자들의 실생활에 유용한 정보를 제공하는 데 중점을 두고 있어 사회적 참여와 정신적 건강 유지에 기여하고 있다. 또한, 디지털 플랫폼을 통해 접근성을 높이고 있으며, 시니어 독자층의 디지털 리터러시 향상에도 기여하고 있다.¹²

¹¹ 日 출판계의 구세주 된 '시니어 여성잡지' 기사, 2024, <https://www.lifeline.com/blog/5-proven-benefits-of-reading-for-seniors/>

¹² The Senior 잡지 분석 자료(2024), <https://acm.media/brand/the-senior>

V. 결과

1. 일본의 하루메쿠 시니어 잡지와 호주의 The Senior 잡지 비교 분석

<표 2> 하루메쿠 시니어 잡지와 호주의 The Senior 잡지 매트릭스 분석

구분	일본: Halmek	호주: The Senior
대상 독자층	60~80대 여성 독자	은퇴 인구 전반
비즈니스 모델	· 구독 기반 · 서점에서 판매하지 않음	· 무료 배포 · 광고 수익으로 운영
콘텐츠 전략	매월 2,000~3,000명의 독자 피드백을 반영한 맞춤형 콘텐츠 제공	건강, 여행, 재정 정보 등 정보 중심의 콘텐츠 제공
독자 참여	독자 피드백을 통한 높은 상호작용	정보 중심의 콘텐츠로 독자 충성도 유지
수익 모델	· 구독료 · 관련 상품 판매	· 광고 수익
발행 부수 및 도달 범위	50만명 이상의 정기 구독자, 일본에서 가장 인기있는 여성 잡지	널리 배포되며 상당한 광고 도달 범위를 가짐
주요 성공 요인	· 독자 중심의 접근 · 맞춤형 실용 콘텐츠 제공 · 적극적인 피드백을 통한 신뢰 구축 및 독자 충성도 유지	· 무료 배포 모델 · 은퇴자 관심사에 맞춘 정보 제공
한국 시장에 주는 시사점	· 시니어를 겨냥한 맞춤형 콘텐츠의 중요성 강조 · 구독 서비스 모델의 잠재력 시사	· 광고 기반 수익 모델의 지속 가능성 · 은퇴자 대상 맞춤 정보 콘텐츠 수요 확인

하루메쿠의 성공 요인은 세 가지로 요약될 수 있다. 첫째, 철저한 독자 중심 기획을 통해 시니어 독자들이 원하는 내용을 충족시킨 점이다. 독자의 피드백을 반영한 맞춤형 콘텐츠와 상품을 제공함으로써 잡지와 독자 간의 긴밀한 관계가 형성되었다. 둘째, 서점 판매를 배제하고 정기구독 방식을 통해 독자 데이터를 효과적으로 관리하고 이를 기반으로 독자의 니즈에 맞춘 콘텐츠와 상품을 제공한 점이다. 셋째, 다양한 독자 참여 행사와 오프라인 활동을 통해 독자들과의 지속적인 상호작용을 유지함으로써 잡지가 단순한 매체를 넘어 독자의 일상적 동반자로 자리잡았다는 것이다.

하루메쿠의 성공 사례는 고령화 사회로 접어든 한국에서도 시니어 출판 산업의 가능성을 제시한다. 시니어 독자층에 대한 깊은 이해와 맞춤형 콘텐츠 제공, 독자 참여 중심의 비즈니스 모델은 한국 출판 산업에도 시사하는 바가 크다. 한국 출판 시장에서도 시니어 독자의 특화된 요구를 반영한 출판 및 콘텐츠 전략을 통해 시니어 독자층을 효과적으로 타겟팅할 수 있을 것이다.

하루메쿠와 마찬가지로, The Senior는 시니어 독자층의 특화된 요구를 충족시키기 위해 독자 중심의 콘텐츠를 제작하며, 이를 통해 지속적인 독자 충성도를 유지하고 있다. 잡지는 건강, 여행,

재정 관리 등 시니어 독자들의 관심사에 맞춘 콘텐츠로 독자층을 확장하고 있으며, 잡지에 동봉된 상품 광고나 할인 혜택 등도 독자들로부터 좋은 반응을 얻고 있다.

이 사례는 고령화 사회에 접어든 한국의 출판 산업에도 적용할 수 있는 중요한 전략적 시사점을 제공한다. 시니어 독자층의 구체적인 요구를 반영한 맞춤형 콘텐츠와 참여 활동을 통해 시니어 독자층의 삶의 질을 향상시키는 방법을 모색해야 할 것이다.

2. 균형성과표(Balanced Scorecard, BSC) 모델 분석

두 가지 사례를 5가지 핵심 지표 1) 독자 관점, 2) 수익성, 3) 내부 프로세스, 4) 학습 및 성장, 5) 사회적 영향력을 중심으로 비교 분석해보고자 한다. 본 연구에서 활용된 5가지 핵심 지표(독자 관점, 수익성, 내부 프로세스, 학습 및 성장, 사회적 영향력)는 Kaplan과 Norton(1992)이 제안한 균형성과표(Balanced Scorecard, BSC)¹³ 모델을 기반으로 구성되었다. BSC는 조직의 성과를 다각도로 측정하고 관리하는 전략적 성과관리 도구로, 재무적 지표와 비재무적 지표를 균형 있게 고려하여 조직의 전반적인 성과를 평가한다. 이러한 다면적 접근법은 본 연구에서 분석하고자 하는 시니어 대상 출판물의 성과를 종합적으로 평가하는 데 적합한 프레임워크를 제공한다.

<표 3> 하루메쿠 시니어 잡지와 호주의 The Senior 잡지 BSC 모델 분석

지표	일본: Halmek	호주: The Senior
독자 관점	맞춤형 콘텐츠 제공, 피드백 반영	정보 제공에 중점, 피드백 반영 없음
수익 모델	잡지와 상품 판매를 통합한 모델	광고 수익을 주로 창출
내부 프로세스	독자 피드백을 반영한 통합적 기획	독자 피드백 반영 없이 정보 제공에 집중
학습 및 성장	지속적인 콘텐츠 개발과 상품 혁신	정보 제공에 한정, 새로운 성장 동력 부족
사회적 영향력	시니어 여성의 사회적 역할 증대와 자아 실현 기회 제공	시니어에게 실생활 정보 제공, 사회적 통합에 기여

분석 결과를 바탕으로 주요 시사점을 다음과 같이 정리할 수 있다.

¹³ 균형성과표(BSC)는 조직의 성과를 다각도로 측정하고 관리하기 위한 전략적 성과관리 도구이다. 이 모델은 재무적 관점, 고객 관점, 내부 프로세스 관점, 학습 및 성장 관점의 네 가지 핵심 영역을 균형 있게 고려하여 조직의 전반적인 성과를 평가한다. BSC는 단기적 재무 지표에만 의존하지 않고, 장기적 성공을 위한 비재무적 요소들도 함께 고려함으로써 보다 포괄적이고 균형 잡힌 성과 측정을 가능하게 한다. 이 접근법은 조직의 비전과 전략을 구체적인 목표와 측정 지표로 전환하여 전략 실행의 효과성을 높이는 데 기여한다 (Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992), The balanced scorecard: Measures that drive performance. Harvard Business Review, 70(1), 71-79).

① 독자 관점: Halmek은 맞춤형 콘텐츠 제공과 독자 피드백의 적극적 반응을 통해 독자와의 강한 유대관계를 형성하고 있다. 반면 The Senior는 광범위한 정보 제공에 중점을 두어 다양한 독자층의 요구를 충족시키고 있다.

② 수익 모델: Halmek은 잡지와 상품 판매를 통합한 구독 기반 모델로 안정적인 수익을 창출하는 반면, The Senior는 광고 수익을 주요 수입원으로 하는 무료 배포 모델을 채택하고 있다.

③ 내부 프로세스: Halmek은 독자 피드백을 기반으로 한 통합적 기획 프로세스를 갖추고 있으며, The Senior는 정보 제공에 특화된 효율적인 콘텐츠 생산 체계를 구축하고 있다.

④ 학습 및 성장: Halmek은 지속적인 콘텐츠 개발과 상품 혁신을 통해 성장을 도모하고 있으나, The Senior는 정보 제공에 한정된 접근으로 새로운 성장 동력 발굴에 제한이 있을 수 있다.

⑤ 사회적 영향력: 두 잡지 모두 시니어 독자층의 사회적 참여와 정보 접근성 향상에 기여하고 있으나, Halmek이 보다 적극적으로 시니어 여성의 자아실현과 사회적 역할 증대에 초점을 맞추고 있다.

이러한 분석을 통해 은퇴 인구를 대상으로 한 출판 산업이 다양한 비즈니스 모델과 전략을 통해 지속 가능한 사업으로 발전할 수 있음을 확인할 수 있다. 특히 독자와의 긴밀한 상호작용, 차별화된 콘텐츠 전략, 그리고 사회적 가치 창출이 성공의 핵심 요인으로 작용함을 알 수 있다.

3. 사례 분석 확장: Halmek과 The Senior의 전략 분석

Halmek과 The Senior 잡지는 각각 일본과 호주의 시니어 독자층을 대상으로 독특한 전략을 통해 성공적인 출판 모델을 구축하였다. 이 두 사례는 콘텐츠 제작, 마케팅, 수익 모델 측면에서 독특한 접근 방식을 보여주며, 이를 한국 출판산업에 적용하는 방안을 모색할 수 있다.

① 콘텐츠 제작 전략

Halmek은 철저히 독자 피드백에 기반한 맞춤형 콘텐츠를 제공한다. 매달 2,000~3,000건의 엽서를 통해 독자 의견을 수집하고 이를 바탕으로 시니어 여성들이 관심을 가질 만한 콘텐츠를 기획한다. 이는 독자와의 상호작용을 극대화하며 정서적 공감을 이끌어낸다. 은퇴자들이 정보를 능동적으로 소비하는 이용과 충족 이론(Uses and Gratifications Theory¹⁴)에 따르면, Halmek과 The Senior는 독자의 실질적 요구를 반영한 콘텐츠 제작을 통해 독자의 충족감을 극대화하고 있다. 반면 The Senior는 건강, 재정 관리, 여가 생활 등 실질적인 정보 제공에 중점을 두고, 광범위한

¹⁴ 이용과 충족 이론(Uses and Gratifications Theory)은 Elihu Katz, Jay G. Blumler, Michael Gurevitch에 의해 1973년에 제안되었다. 이 이론은 사람들이 특정한 심리적 혹은 사회적 욕구를 충족시키기 위해 미디어를 능동적으로 선택하고 소비한다고 설명한다. 기존의 수동적 미디어 소비 이론과 달리, 이 이론은 사람들이 정보를 얻고, 정체성을 강화하며, 사회적 상호작용을 추구하거나 오락을 위해 미디어를 이용하는 동기와 과정을 강조한다.

독자층을 겨냥한 콘텐츠를 제작한다. 이러한 정보 중심 콘텐츠는 독자에게 유용성을 높이며 사회적 참여를 촉진하는 효과가 있다.

② 마케팅 및 독자 참여 전략

Halmek의 경우, 구독 기반 모델을 통해 독자층을 꾸준히 유지하며, 독자들이 정기적으로 참여할 수 있는 다양한 오프라인 행사와 독자 참여 프로그램을 운영한다. 독자들은 잡지를 단순히 소비하는 것이 아니라, 이를 통해 자신의 의견을 반영하고, 출판사와의 강한 유대를 형성한다. The Senior는 무료 배포를 통해 광고 기반의 수익 모델을 채택하며, 다양한 정보 제공 외에도 디지털 접근성을 확대해 독자층의 디지털 리터러시를 향상시키고 있다.

③ 수익 모델

Halmek은 통신 판매 카탈로그를 통해 시니어 독자들이 필요로 하는 맞춤형 상품을 판매하며, 출판물뿐만 아니라 관련 상품의 판매로 수익을 극대화한다. 특히, 독자의 의견을 반영한 상품 개발이 수익성에 중요한 역할을 하고 있다. 반면, The Senior는 광고 수익을 기반으로 잡지를 운영하며, 무료 배포 모델을 통해 대규모 독자층을 유지한다. 이러한 차이는 각 잡지가 목표하는 시장 접근 방식과 독자층의 성격에 따른 것이다.

④ 한국에의 적용 방안

한국의 고령화 사회에서는 Halmek의 독자 맞춤형 콘텐츠 전략과 The Senior의 정보 제공 중심 모델을 결합한 접근법을 제안한다. 먼저, 한국 시니어 독자층의 특화된 요구를 반영한 맞춤형 콘텐츠를 제작하고, 디지털 출판 플랫폼을 강화함으로써 독서율을 높일 수 있을 것이다. 또한, 한국 시니어 독자층을 대상으로 교육 프로그램과 커뮤니티 활동을 활성화하여 독자와 출판 산업 간의 상호작용을 촉진할 수 있다. 이를 통해 수익성을 높이고, 시니어 독자층의 사회적 참여를 장려할 수 있을 것이다.

⑤ 시사점

Halmek과 The Senior의 성공 사례는 한국 출판 산업이 시니어 독자층을 효과적으로 타겟팅 할 수 있는 다양한 가능성을 보여준다. 맞춤형 콘텐츠 제공과 정기 구독 모델은 한국 시니어 독자층의 요구를 충족시키는 데 중요한 역할을 할 수 있으며, 이를 통해 출판 산업의 지속 가능성과 성장 잠재력을 극대화할 수 있다.

VI. 결론 및 제언

1. 연구 결과 요약

한국 사회는 급속한 고령화로 인해 은퇴인구가 급증하고 있다. 이러한 변화는 경제적, 사회적 차원에서 큰 영향을 미치고 있지만, 은퇴인구가 사회적, 경제적으로 능동적으로 참여할 기회는 부족한 실정이다. 특히, 독서출판 산업은 은퇴인구의 지식과 경험을 활용할 수 있는 잠재력을 가지고 있음에도 불구하고, 이를 위한 구체적인 전략과 협력 모델은 미비하다. 본 연구는 은퇴인구의 참여와 역량 강화를 위해 독서출판 산업을 연계하고 활성화할 방안을 모색하였다.

주요 분석 결과로, 은퇴인구의 삶의 질 향상이 첫번째로 중요한 요소임이 도출되었다. 독서와 출판 활동에 참여함으로써 은퇴자들은 지속적인 학습 기회와 사회적 교류의 기회를 가지며, 이는 정신적, 사회적 웰빙에 긍정적인 영향을 미친다. 두번째로, 독서출판 산업의 새로운 성장 동력으로서 은퇴인구를 활용할 수 있음을 확인하였다. 은퇴인구가 핵심 독자층으로 자리 잡으면, 침체된 출판 시장에 새로운 활력을 불어넣을 수 있다.

사례분석을 통해 도출된 시사점으로는, 일본의 하루메쿠와 호주의 The Senior 잡지가 은퇴인구와의 협력 모델을 통해 성공을 거둔 점을 들 수 있다. 하루메쿠는 시니어 여성 독자층을 중심으로 정기 구독 방식과 맞춤형 콘텐츠 제공을 통해 독자 참여를 극대화하였으며, The Senior는 광범위한 정보 제공을 통해 경제적 수익 모델을 구축하였다. 이들 사례는 한국의 독서출판 산업이 맞춤형 출판 프로그램과 은퇴인구 맞춤형 콘텐츠 개발을 통해 장기적인 성장 전략을 세울 수 있음을 시사한다.

2. 독서출판 산업에 대한 시사점

은퇴인구 대상 독서출판 산업 활성화의 경제적 효과와 정책적 타당성은 이미 선행 연구들에서도 찾아볼 수 있었다. 독서율 상승은 개인의 인적 투자를 증가시키고 인적 역량을 제고함으로써 은퇴인구의 독서 참여가 이들의 역량 강화에 기여할 수 있다. 예를 들어, 독서 활동은 은퇴인구의 지적 역량을 강화하고, 사회적 관계와 정체성 형성에 긍정적인 영향을 미친다. 또한 독서 활동으로 인해 노동시간이 줄어들고 여가시간이 늘어나더라도 거시경제에 긍정적인 영향을 미친다는 김재현, 정상철(2020) 연구 분석 결과는 은퇴인구의 독서 활동이 단순히 노동을 대체하는 것이 아니라 이를 보완하는 역할을 할 수 있음을 보여준다.

나아가 독서가 인적 역량 제고에 미치는 영향력이 클수록 경제적 파급효과가 확대된다는 점에서 은퇴인구 대상 독서진흥 정책이 교육 및 학습효과 제고와 연계되어 추진될 때 보다 큰 경제적 성과를 거둘 수 있을 것으로 전망된다. 이상의 분석 결과는 독서 확대가 경제 전반에 긍정적인 영향을 미친다는 정책적 시사점으로 이어지는데, 이는 곧 은퇴인구의 독서출판 산업 참여 활성화를 위한 정책적 노력의 경제적 타당성을 뒷받침하는 근거로 활용될 수 있을 것이다.

은퇴인구의 독서 및 출판 활동이 단순한 자기계발에 그치는 것이 아니라, 세대 간 소통을 증진하고 사회적 통합에 기여할 수 있다는 점에서도 중요한 시사점을 제공한다. 사회적 자본 이론

¹⁵(Social Capital Theory)에 따르면, 은퇴자들이 독서와 출판 활동을 통해 새로운 사회적 관계를 형성하고, 세대 간 지식과 경험을 공유하며, 사회적 참여를 강화할 수 있다. 특히, 자서전 쓰기 프로그램과 같은 출판 활동은 은퇴자들이 자신의 이야기를 기록하고, 이를 통해 사회적 기여를 실현할 수 있는 기회를 제공한다.

3. 협력모델 제안

국내 독서 인구는 전반적으로 감소하는 추세이지만, 핵심 독자층에서는 독서량이 오히려 증가하는 양극화 현상이 심화되고 있다. 이러한 현상은 도서 시장의 고령화와 소비자의 세대 간 양극화 때문이다. 새로운 세대의 독자가 독서 시장에 진입하지 않고 있는 상황에서 ‘오십’이라는 주제를 다룬 책들이 인기를 끄는 것은 시장의 빠른 고령화가 주된 원인이다.

경제 상황이 변화하는 것은 근본적으로 변화의 특성을 지니고 있으며, 변화를 효과적으로 관리하는 조직이나 개인은 그에 적응하여 성공할 수 있다. 새로운 기회는 변화를 통해 생겨나며, 변화가 없다면 고정된 상태만 존재하게 된다. 경기 침체기에는 소비자의 소득 감소로 인해 구매력이 줄어들고, 결과적으로 소비자는 더 높은 기준을 적용하여 제품을 선택하게 된다. 이러한 시기에 차별화된 제품을 제공하는 기업만이 선호되며, 이를 통해 성장할 수 있는 기회를 얻게 된다.¹⁶

은퇴자 및 시니어세대를 대상으로 한 독서출판 활성화 전략은 장기적 안목에서 새로운 시장을 개척하고 생태계를 조성하는 일이다. 따라서 단기적인 수익정보보다는 지속가능한 임팩트에 방점을 둔, 공공성과 수익성의 조화로운 비즈니스 모델을 모색할 필요가 있다. 이를 위해서는 출판산업 내부의 역량 결집은 물론, 정부 정책사업, 시민사회 단체 등 다양한 이해관계자들과의 소통과 협력 또한 매우 중요할 것으로 보인다.

1) 전략적 협력모델을 위한 요건

은퇴인구와의 협력을 강화하기 위해서는 우선 이들의 특화된 관심사와 경험을 반영한 맞춤형 콘텐츠 개발이 필수적이다. 은퇴자들은 자신의 삶의 경험과 지식을 바탕으로 자기계발이나 건강 등 실용적인 콘텐츠에 대한 관심이 높다. 이러한 욕구를 반영한 출판물과 프로그램을 제공하는 것은 출판 산업과 은퇴인구 간 협력을 촉진하는 중요한 요소가 될 것이다 (남석순, 2014; 심희준, 이상범, 손인호, 김성영, 2022).

또한, 은퇴인구를 대상으로 한 출판 활동은 지속 가능한 수익 모델의 구축이 핵심이다. 단기적인 수익보다는 장기적인 임팩트에 중점을 두고, 맞춤형 도서 및 오디오북과 같은 다양한 출판물을 제공하여 은퇴자들이 쉽게 접근할 수 있는 환경을 마련해야 한다. 이러한 접근은 출판 산업이 지속적으로 성장할 수 있는 기반을 제공한다(이은호, 2018).

¹⁵ Bourdieu, P. (1986). "The Forms of Capital.", Coleman, J. S. (1988). "Social Capital in the Creation of Human Capital."

¹⁶ <https://nzine.kpipa.or.kr/sub/inside.php?ptype=view&idx=819&code=inside&category=>, 출판N Vol.52(2024.01.02)

더 나아가, 은퇴자들의 독서 및 출판 활동은 단순한 상업적 활동에 그치지 않고 사회적 기여를 목표로 해야 한다. 이를 위해서는 공공성과 수익성의 균형을 고려한 협력 모델이 필요하며, 이는 정부 및 다양한 이해관계자들과의 협력을 통해 달성될 수 있다(남석순, 2014; 김정명, 2018).

(1) 시장 세분화 및 타겟팅

은퇴인구의 다양한 욕구와 관심사를 반영한 세분화 전략이 필요하다. 은퇴인구는 단일 집단이 아니며, 연령, 건강 상태, 경제적 상황, 관심 분야에 따라 세분화가 가능하다. 예를 들어, 초기 은퇴자는 경제 활동을 계속하는 반면, 후기 은퇴자는 주로 자기계발이나 건강에 초점을 맞춘 활동을 선호할 수 있다(김정명, 2018). 이러한 세분화를 통해 각 그룹의 요구에 맞춘 맞춤형 출판 콘텐츠를 제공할 수 있으며, 이는 독서 및 출판 활동의 참여를 높이는 데 중요한 역할을 한다.

특화된 세분화를 기반으로, 출판사는 은퇴인구가 선호하는 특정 분야의 책을 출간하거나, 그들의 삶의 경험을 기록한 자서전 형태의 책을 제작하는 등의 맞춤형 출판 활동을 전개할 수 있다. 이를 통해 은퇴자들은 자신의 경험을 사회에 환원하고, 동시에 출판 산업은 이들의 지식과 경험을 활용한 고부가가치 콘텐츠를 창출할 수 있게 된다(심희준 등, 2022; 이은호, 2018).

본 연구는 일본과 호주의 사례를 바탕으로 은퇴 인구를 독자층으로 삼은 출판 산업의 성공 요인을 분석하였다. 하지만 한국 시장에 대한 보다 직접적인 비교 분석을 추가함으로써 연구의 적용 가능성을 강화할 필요가 있다. 구체적으로, 일본과 호주가 채택한 비즈니스 모델이 한국 시장에서 어떻게 변형될 수 있는지에 대한 논의가 필요하다.

먼저, 일본의 하루메쿠는 정기 구독 모델을 통해 시니어 여성 독자층과 긴밀한 관계를 형성하고 있다. 한국에서는 디지털 콘텐츠에 대한 수요가 증가하고 있는 만큼, 하루메쿠의 전략을 한국 시장에 맞게 디지털 구독 서비스로 전환할 가능성을 고려해볼 수 있다. 특히, 한국의 은퇴 인구는 모바일 기기와 디지털 콘텐츠 소비에 익숙하다는 점을 활용하여, 온라인 기반의 맞춤형 출판물 제공을 제안할 수 있다.

한편, 호주의 The Senior는 무료 배포와 광고 수익 모델을 통해 은퇴 인구의 관심사에 맞춘 정보를 제공하고 있다. 한국 시장에서 이러한 광고 기반 모델을 도입하는 경우, 은퇴 인구를 타겟으로 하는 건강, 재정 관리, 여행 등 다양한 분야의 기업들과의 협업을 통해 수익을 창출할 수 있을 것이다. 이러한 모델은 한국의 광고 시장과 결합하여 독자층의 요구에 맞춘 차별화된 콘텐츠 제공이 가능할 것이다.

한국, 일본, 호주 간의 이러한 비교 분석을 통해 각국의 사례에서 도출된 성공 요인을 한국 시장에 어떻게 적용할 수 있을지 구체적으로 논의함으로써 연구의 실용성을 한층 강화할 수 있을 것이다.

(2) 콘텐츠 및 프로그램 개발

맞춤형 콘텐츠 및 프로그램은 은퇴자들의 지식, 경험, 관심사를 반영하는 것이 중요하다. 은퇴자들이 자신들의 경험을 출판할 수 있는 기회를 제공하는 작가 발굴 프로그램과 멘토링 시스템을 통해 이들의 이야기를 기록하고 출판할 수 있도록 해야 한다(남석순, 2014). 또한, 디지털 리터러시가 부족한 은퇴자를 위해 디지털 출판물에 접근할 수 있는 교육 프로그램을 운영하여, 전자책, 오디오북 등 디지털 콘텐츠 소비를 용이하게 해야 한다(이은호, 2018).

출판 프로그램은 시니어들의 다양한 관심사에 맞추어 개발될 수 있다. 예를 들어, 건강, 경제적 안정, 사회적 역할 수행, 문화적 교양 등과 관련된 주제를 다루는 맞춤형 책들을 기획하여 이들의 욕구를 충족시키는 것이 필요하다. 이를 통해 출판산업은 사회적 가치와 수익성을 동시에 추구할 수 있다(남석순, 2014; 심희준 등, 2022),

(3) 커뮤니티 참여 전략

커뮤니티 중심의 독서 및 출판 활성화 전략은 은퇴인구의 사회적 관계망을 강화하는 데 중요한 역할을 한다. 독서 모임, 출판 워크숍, 은퇴 작가 네트워크 등 다양한 커뮤니티 프로그램을 운영하여 은퇴자들이 서로의 경험을 공유하고, 새로운 배움의 기회를 찾을 수 있는 환경을 제공해야 한다(심희준 등, 2022).

특히, 지역사회 기반의 커뮤니티를 활성화하는 것은 독서출판 산업이 은퇴인구의 적극적인 참여를 유도할 수 있는 중요한 전략이다. 도서관, 문화센터, 노인복지관 등과 협력하여 독서 및 출판 관련 프로그램을 운영함으로써 은퇴자들이 지역 사회에서 지속적인 활동을 이어갈 수 있도록 지원할 필요가 있다. 이러한 커뮤니티 참여는 은퇴인구가 독서와 출판을 통해 사회적 기여를 실현하는 데 기여할 것이다.

(4) 파트너십

정부, 지자체, 출판사, 시민단체 간의 파트너십은 은퇴인구와 출판산업 간의 협력 모델에서 핵심적인 역할을 한다. 정부는 은퇴인구 대상 출판 활동을 촉진하기 위한 정책적 지원과 재정적 지원을 제공해야 하며, 출판사와 협력하여 은퇴 작가 발굴을 위한 기금을 마련할 필요가 있다. 또한, 은퇴인구가 출판 활동을 통해 사회적 역할을 지속할 수 있도록 평생교육 프로그램과 출판 캠페인을 운영해야 한다.

출판사와 정부의 협력을 통해 은퇴인구의 출판 활동을 촉진하는 정책을 마련하고, 이를 통해 은퇴자들이 출판물 제작과 관련된 모든 과정을 쉽게 경험할 수 있도록 해야 한다. 시민사회 단체는 은퇴자들이 독서와 출판 활동에 쉽게 접근할 수 있도록 지원하는 데 있어 중요한 역할을 할 수 있다.

본 연구에서 제안하는 전략적 협력 모델은 은퇴 인구나 출판 산업 간의 상호 이익을 창출하는 데 초점을 맞추고 있다. 그러나 이를 보다 실행 가능하게 만들기 위해서는 출판사와 교육 기관 간의 구체적인 파트너십 전략이 필요하다. 특히, 은퇴 인구를 대상으로 하는 디지털 리터러시 교육 프로그램을 통해 은퇴자들이 디지털 출판물 및 온라인 콘텐츠에 쉽게 접근할 수 있도록 지원하는 것이 중요하다. 이러한 프로그램은 정부의 지원과 교육 기관의 협력을 통해 체계적으로 제공될 수 있으며, 이를 통해 은퇴자들의 출판 참여를 활성화하는 동시에 출판 산업의 디지털 전환을 촉진할 수 있다.

또한, 출판사는 은퇴자들이 자신의 경험을 기록하고 공유할 수 있는 플랫폼을 제공함으로써 그들의 사회적 참여를 유도할 수 있다. 예를 들어, 출판사와 교육 기관이 공동으로 은퇴자들을 위한 자서전 쓰기 워크숍이나 글쓰기 강좌를 운영하고, 이를 통해 은퇴자들이 자신의 삶을 출판물로 남길 수 있도록 지원하는 방식이다. 이러한 프로그램은 은퇴자들에게 자기표현의 기회를 제공함과 동시에 출판사에는 새로운 콘텐츠를 발굴할 수 있는 기회를 제공할 것이다. 따라서 출판사와 교육 기관 간의 파트너십은 본 연구의 제안을 실질적으로 구현할 수 있는 중요한 실행 방안으로 작용할 수 있다.

2) 협력 방안

은퇴인구와 독서출판 산업 간의 협력 방안으로 다음과 같은 전략을 제안한다.

첫째, 은퇴인구의 관심사와 경험을 반영한 맞춤형 출판 프로그램을 개발해야 한다. 이를 위해 은퇴인구 작가 발굴 및 육성 프로그램을 운영하고, 이들이 본인의 경험을 출판물로 만들 수 있도록 멘토링 및 출판 교육을 제공해야 한다. 자서전 출판 프로그램이나 특정 주제에 대한 심층 출판 프로그램을 통해 은퇴자들이 자신의 이야기를 출판할 수 있도록 돕는다. 또한, 세대 간 소통을 촉진하는 출판 프로젝트를 기획하여 은퇴자들이 다른 세대와 상호작용하고, 지식을 공유할 수 있는 장을 마련할 수 있다.

둘째, 은퇴인구의 특성을 반영한 가독성이 높은 도서 및 오디오북과 같은 다양한 형태의 출판 상품을 제공해야 한다. 은퇴자들이 디지털 출판물에 쉽게 접근할 수 있도록 디지털 리터러시 교육을 병행하여 제공하는 것이 필요하다. 이외에도 은퇴자들의 신체적 특성을 고려한 유통 서비스를 개선하여, 배송 및 반품 절차가 원활하게 이루어질 수 있도록 해야 한다.

셋째, 은퇴인구 대상 독서 및 출판 관련 커뮤니티를 활성화해야 한다. 도서관, 문화센터, 노인복지관 등과 연계하여 독서 및 출판 관련 프로그램을 운영하고, 온라인 및 오프라인 독서 모임, 북클럽 등 커뮤니티 활동을 지원할 수 있다. 또한, 은퇴 작가 네트워크를 구축하여 은퇴자들 간의 상호작용을 촉진하고, 이들이 출판 산업에 기여할 수 있는 기회를 제공할 필요가 있다. 이러한 커뮤니티 활동은 은퇴자들이 지식과 경험을 공유하고, 이를 바탕으로 사회적 기여를 실현할 수 있는 환경을 조성하는 데 중요한 역할을 할 것이다.

넷째, 은퇴인구 대상 독서 및 출판 관련 교육 및 캠페인을 전개해야 한다. 평생교육 차원에서 은퇴인구 대상 독서 및 출판 관련 교육 프로그램을 개발해 제공하고, 은퇴인구의 지식과 경험의 가치를 알리는 캠페인 및 홍보 활동을 전개할 수 있다. 아울러, 독서출판 활동의 건강 및 인지 능력 향상 효과 등에 대한 인식을 사회적 차원에서 제고할 필요가 있다. 이를 통해 은퇴자들이 독서와 출판 활동에 보다 적극적으로 참여할 수 있도록 독려할 수 있다.

다섯째, 정부와 지자체, 관련 기관 등과의 협력 체계를 구축해야 한다. 은퇴인구 대상 독서출판 산업 활성화를 위한 정책 및 제도를 마련하고, 은퇴인구의 출판 활동 지원을 위한 기금, 보조금 등 재정 지원 방안을 모색할 필요가 있다. 또한, 관련 연구를 강화하고 통계 자료 구축, 우수 사례 발굴과 확산을 위한 협력 체계를 구축해야 한다.

이러한 협력 방안을 통해 은퇴인구의 독서 및 출판 활동 참여를 활성화하고, 이들의 지식과 경험을 사회적 자원으로 활용할 수 있을 것이다. 나아가 독서출판 산업의 새로운 성장 동력을 확보하고, 세대 간 소통과 이해를 증진시킬 수 있다.

3) 예상 장애 요인

본 연구에서 제안한 은퇴인구와 독서출판 산업 간의 협력 모델은 다양한 이해관계자들의 참여와 지원이 필요한 복합적인 프로젝트이다. 따라서 이 모델의 실행 가능성과 예상되는 장애요인에 대해 다음과 같이 논의할 수 있다.

먼저, 실행 가능성 측면에서 본 협력 모델은 다음과 같은 강점을 가지고 있다.

첫째, 정부의 고령화 대책과 맞물려 정책적 지원을 받을 가능성이 높다. 특히 은퇴인구의 사회 참여 증진과 평생학습 촉진이라는 정책 방향과 일치하여 정부 지원을 기대할 수 있다.

둘째, 출판산업의 새로운 독자층 확보라는 측면에서 업계의 적극적인 참여를 유도할 수 있다. 침체된 출판시장에 새로운 활력을 불어넣을 수 있는 기회로 인식될 수 있기 때문이다.

셋째, 은퇴인구의 지적 욕구와 사회 참여 욕구를 충족시킬 수 있는 프로그램이라는 점에서 참여자들의 높은 관심과 참여율을 기대할 수 있다.

그러나 이러한 협력 모델의 실행에는 다음과 같은 장애요인이 예상된다.

첫째, 재정적 제약이 가장 큰 장애물로 작용할 수 있다. 초기 단계에서 필요한 인프라 구축과 프로그램 개발에 상당한 비용이 소요될 것으로 예상되며, 이를 위한 안정적인 재원 확보가 과제이다.

둘째, 은퇴인구의 디지털 리터러시 격차가 프로그램 참여에 장벽으로 작용할 수 있다. 특히 온라인 플랫폼을 활용한 프로그램의 경우, 디지털 기기 사용에 익숙하지 않은 참여자들의 접근성 문제가 발생할 수 있다.

셋째, 출판업계의 보수적인 관행과 새로운 시도에 대한 저항이 예상된다. 기존의 비즈니스 모델에서 벗어나 은퇴인구를 주요 타겟으로 하는 전략 변화에 대한 업계의 우려와 반발이 있을 수 있다.

넷째, 세대 간 소통의 어려움과 문화적 차이로 인한 갈등이 발생할 수 있다. 은퇴인구와 젊은 세대 간의 가치관 차이, 의사소통 방식의 차이 등이 협력 과정에서 장애요인으로 작용할 수 있다.

다섯째, 지속가능성 확보의 어려움이다. 초기의 관심과 참여도를 유지하면서 장기적으로 프로그램을 운영하고 발전시키는 것이 과제가 될 것이다.

이러한 장애요인들을 극복하기 위해서는 다음과 같은 방안을 고려할 수 있다.

1. 공공-민간 파트너십을 통한 안정적인 재원 확보 및 운영 체계 구축
2. 은퇴인구의 디지털 역량 강화를 위한 교육 프로그램 병행 실시
3. 출판업계를 대상으로 한 인식 개선 캠페인 및 성공 사례 공유
4. 세대 간 소통을 촉진하는 멘토링 프로그램 및 교류 행사 개최
5. 참여자들의 지속적인 동기 부여를 위한 인센티브 제도 도입 및 성과 공유 시스템 구축

이러한 방안들을 종합적으로 고려하여 협력 모델을 단계적으로 구현해 나간다면, 예상되는 장애요인들을 극복하고 실행 가능성을 높일 수 있을 것으로 기대된다.

4. 은퇴인구 참여의 장벽과 과제

본 연구는 은퇴인구의 독서 및 출판 활동 참여를 저해하는 몇 가지 장벽을 확인하였다. 첫째로, 디지털 리터러시 부족이 은퇴인구의 독서 및 출판 참여를 제한하는 주요 요인으로 나타났다. 현대 출판 산업이 디지털화되는 추세 속에서, 은퇴인구는 디지털 기기 사용에 대한 어려움

을 겪고 있다. 이를 해결하기 위해서는 디지털 독서 및 출판 프로그램에 대한 교육과 지원이 필수적이다.

두 번째로, 사회적 인식 부족이 또 다른 장애물로 확인되었다. 은퇴인구의 출판 활동이 단순한 취미 활동이 아니라, 사회적 기여로 인식될 수 있도록 사회적 인식 개선 캠페인이 필요하다. 이러한 캠페인은 은퇴인구의 경험과 지식을 사회적 자원으로 활용하는 것을 장려하는 데 기여할 수 있다.

세 번째로, 수익 모델의 불안정성이 문제로 지적되었다. 은퇴인구 맞춤형 출판물 개발에 따른 초기 투자와 장기적 수익 모델 구축이 어렵다는 점이 과제로 부각되었다. 이를 극복하기 위해 공공기관과 민간 출판사 간의 협력을 통해 출판 산업에 대한 재정 지원과 제도적 뒷받침이 필요하다.

5. 향후 연구 방향 및 제언

본 연구는 일본의 하루메쿠와 호주의 The Senior 사례를 통해 은퇴 인구를 주요 독자층으로 설정한 출판 산업의 성공적인 전략을 분석하였다. 그러나 이러한 외국 사례와 한국 시장 간의 연관성을 보다 명확히 설명함으로써 본 연구의 실용성을 한층 강화할 수 있다. 일본과 호주는 고령화 사회에 이미 진입한 국가로, 은퇴 인구의 사회적·경제적 참여를 유도하는 전략을 실행하고 있다는 공통점이 있다. 하지만 한국은 여전히 독자적인 인구 구조와 사회적 맥락을 가지고 있어, 이러한 해외 사례를 단순히 도입하는 것만으로는 충분하지 않다. 이에 따라 한국 시장의 인구 통계적 특성과 문화적 배경을 고려한 보다 구체적인 적응 전략을 제시할 필요가 있다.

이를 위해, 한국의 은퇴 인구가 일본과 호주와 비교하여 어떠한 독특한 요구와 선호를 가지고 있는지에 대한 분석이 중요하다. 예를 들어, 한국 베이비붐 세대의 특징적 소비 패턴, 높은 디지털 리터러시, 그리고 자기계발에 대한 강한 욕구는 일본 및 호주의 사례와 차별화되는 요소로 작용할 수 있다. 이러한 인구 집단의 특성에 맞춘 맞춤형 콘텐츠 개발 전략을 제안함으로써, 한국 출판 시장에 적합한 구체적 실행 방안을 도출할 수 있다. 이러한 비교 분석을 통해 연구의 결과가 보다 실질적으로 한국 시장에 적용될 수 있음을 강조해야 한다.

본 연구는 은퇴인구의 독서출판 산업 참여를 활성화하기 위해 다양한 연구 방향을 제시하였다. 첫째, 은퇴인구의 연령, 경제적 상태에 따른 세분화된 연구가 필요하다. 이를 통해 맞춤형 프로그램을 개발하고, 은퇴인구의 특성을 반영한 출판 활동을 강화할 수 있다.

둘째, 디지털 리터러시 교육이 필수적이다. 디지털 독서 및 출판 활동에 쉽게 접근할 수 있도록 은퇴인구를 대상으로 한 디지털 교육 프로그램을 개발해야 한다. 이를 통해 은퇴인구가 전자책, 오디오북과 같은 디지털 출판물에 더 많이 참여할 수 있도록 지원해야 한다.

셋째, 출판 산업의 다각화가 필요하다. 오디오북, 전자책 등 다양한 출판 형식을 통해 더 많은 은퇴인구가 출판 활동에 참여할 수 있도록 해야 한다. 이러한 접근은 독서출판 산업의 지속 가능한 성장을 도모할 수 있다.

마지막으로, 정부와 지자체의 정책적 지원이 필수적이다. 은퇴인구의 독서 및 출판 활동을 지원하기 위한 재정 지원과 법적, 제도적 기반을 마련해야 한다. 정부의 적극적인 지원은

은퇴인구의 독서출판 산업 참여를 활성화하는 데 중요한 역할을 할 것이다. 본 연구는 은퇴인구의 독서출판 산업 참여를 통한 역량 강화 방안을 제시하였으나, 다음과 같은 한계점도 가지고 있다.

첫째, 본 연구는 주로 문헌 연구와 사례 분석에 기반하고 있어, 실제 은퇴인구의 목소리를 직접적으로 반영하지 못했다는 한계가 있다. 향후 연구에서는 은퇴인구를 대상으로 한 심층 인터뷰나 설문조사를 통해 그들의 구체적인 요구사항과 독서출판 활동에 대한 인식을 파악할 필요가 있다.

둘째, 제안된 협력 모델의 실효성을 검증하기 위한 실증적 연구가 부족하다. 후속 연구에서는 본 연구에서 제시한 협력 모델을 바탕으로 파일럿 프로그램을 운영하고, 그 효과를 측정하는 실험 연구를 수행할 수 있을 것이다.

셋째, 본 연구는 은퇴인구를 동질적인 집단으로 간주하여 분석하였으나, 실제로는 은퇴인구 내에서도 다양한 하위 집단이 존재할 수 있다. 따라서 향후 연구에서는 은퇴인구의 연령, 성별, 교육 수준, 경제적 상황 등에 따른 세분화된 분석이 필요할 것이다.

넷째, 본 연구는 주로 국내 상황에 초점을 맞추어 진행되었으나, 글로벌 관점에서의 비교 연구가 부족하다. 향후 연구에서는 다양한 국가의 은퇴인구 독서출판 활성화 사례를 비교 분석하여, 한국의 상황에 적용 가능한 글로벌 선진 사례 및 효과적인 전략을 도출할 필요가 있다.

다섯째, 본 연구에서는 디지털 기술의 발전이 은퇴인구의 독서출판 활동에 미치는 영향에 대한 분석이 제한적이었다. 후속 연구에서는 인공지능, 빅데이터, 가상현실 등 최신 기술이 은퇴인구의 독서출판 참여에 어떤 영향을 미칠 수 있는지에 대한 심도 있는 탐구가 필요할 것이다.

이러한 한계점을 극복하고 더욱 발전된 연구 결과를 도출하기 위해, 향후 연구에서는 다학제적 접근법을 통해 노년학, 경영학, 문헌정보학, 심리학 등 다양한 분야의 전문가들이 협력하여 종합적인 연구를 수행할 것을 제안한다. 또한, 장기적인 관점에서 은퇴인구의 독서출판 활동 참여가 그들의 삶의 질과 사회적 기여도에 미치는 영향을 추적 관찰하는 종단 연구의 필요성도 제기된다.

참고문헌

<국내문헌>

공우미, 김현애(2017.12), 노인의 독서치료 프로그램 경험에 대한 현상학적 연구, 독서치료연구, 제 13권.

권두언, 한준(2022), 고령화와 한국사회: 새로운 재론, 지식의지평, 33호.

김균, 김양은(2011.11), 고령화 시대 노인층의 미디어 이용행태 및 지원방안 연구.

김남원, 장선철, 임은실(2016), 은퇴 및 노후생활 인식과 은퇴준비행동 및 은퇴만족도의 관계.

김동혁(2019), 독서치료를 통해 본 시니어 독서 활성화 방안 연구.

김을식(2019), 한국의 인구 고령화와 세대간 경제: 특징 및 전망, 13.

김재현, 정상철(2020), 독서가 거시경제에 미치는 영향 연구, 한국경제통상학회, 제38권 제1호, p.193-213.

김정명(2018), 지역커뮤니티와 책문화생태계 연구.

김지영(2009), 인구 고령화로 인한 사회변화와 문화 정책적 대응 방안: 20~30년 후 차세대 노인층을 중심으로, 2010 문화정책논총, 제23집.

김혜인(2022), 베이비붐 세대 독자 유형에 따른 독서 실태 분석, 독서문화연구, 제21권.

남석순(2013), 시니어 출판의 가능성과 현실성 연구, 한국출판학연구, 제39권 제2호.

남석순(2014), 시니어 대상 출판물에 관한 시니어 세대의 의식조사 연구.

대한출판문화협회(2023.07.17), 2022년 기준 출판 생산 통계.

대한출판문화협회(2024.04), 2023년 출판시장 통계.

데이비드 브룩스 지음, 이경식 옮김(2024.04), 『사람을 안다는 것』, 웅진지식하우스

문화체육관광부 문화정책과(2022), 여가백서.

문화체육관광부(2023.12), 2023년 국민독서실태조사.

서대석(2018), 사회활동과 성공적 노화의 관계에서 노화불안의 매개효과와 사회적지지 조절효과.

손종칠(2010), 중고령자 은퇴 및 은퇴 만족도 결정요인 분석, 노동정책연구, 제10권 제2호, pp.125-153.

심희준, 이상범, 손인호, 김성영(2022), 사용자 소통 활성화를 위한 책 커뮤니티 개발.

윤소영(2008), 「노인 여가 문화 활성화 방안을 위한 실태 조사」, 서울 한국문화관광연구원.

이은호(2018), 출판 오디오북 활성화 방안 연구.

이수진, 허선희, 홍순영(2011.12), 베이비붐세대 은퇴에 따른 여가소비문화 활성화 방안, 경기연구원 기본연구.

이소정 외(2016), 국민 노후준비 실태와 향후 과제, 보건복지부·한국보건사회연구원.

이아영, 조미아(2017), 청소년의 인성과 역량 증진에 미치는 독서프로그램 효과, 청소년정책연구.

이용재(2013), 베이비붐 세대의 노후준비 특성 분석.

임성관(2011), 노인 독서치료 프로그램이 정신적 건강에 미치는 영향, 독서치료연구, 제12권.

임성관(2011.02), 독서치료 효과 증진을 위한 수퍼비전 실행 연구, 한국문헌정보학회지 제45권 제1호.

임순철, 김예란(2015), 노년의 자기 재현으로서의 자서전과 정체성 형성.

조도현, 이문학(2018), 디지털 시대의 출판업 발전 방안에 관한 연구.

조추용, 송미영, 이근선(2009), 중년층의 노후준비에 영향을 미치는 요인.

최현미(2009.1.17), 중년 남성들 '문화 반란' 詩 쓰고, 미술관 찾고, 콘서트장 열광, 「문화일보」.

통계청(2023.12.14), 장래인구추계: 2022~2072.

현진희(2016), 베이비붐 세대의 문화자본과 문화활동 연구. 문화정책논총, 30(2), 112-136.

황남희(2018), 국민 노후준비 실태와 향후 과제, 한국보건사회연구원.

황남희(2018), 노인의 여가활동 유형과 삶의 만족도. 보건사회연구원, 38(2), 271-303.

<외국문헌>

Canoy, M., van Ours, J., & van der Ploeg, F. (2006), The Economics of Books, Journal of Cultural Economics.

Creswell, J.W. (2009), Mapping the field of mixed methods research, Journal of mixed methods research, 3(2), 95-108.

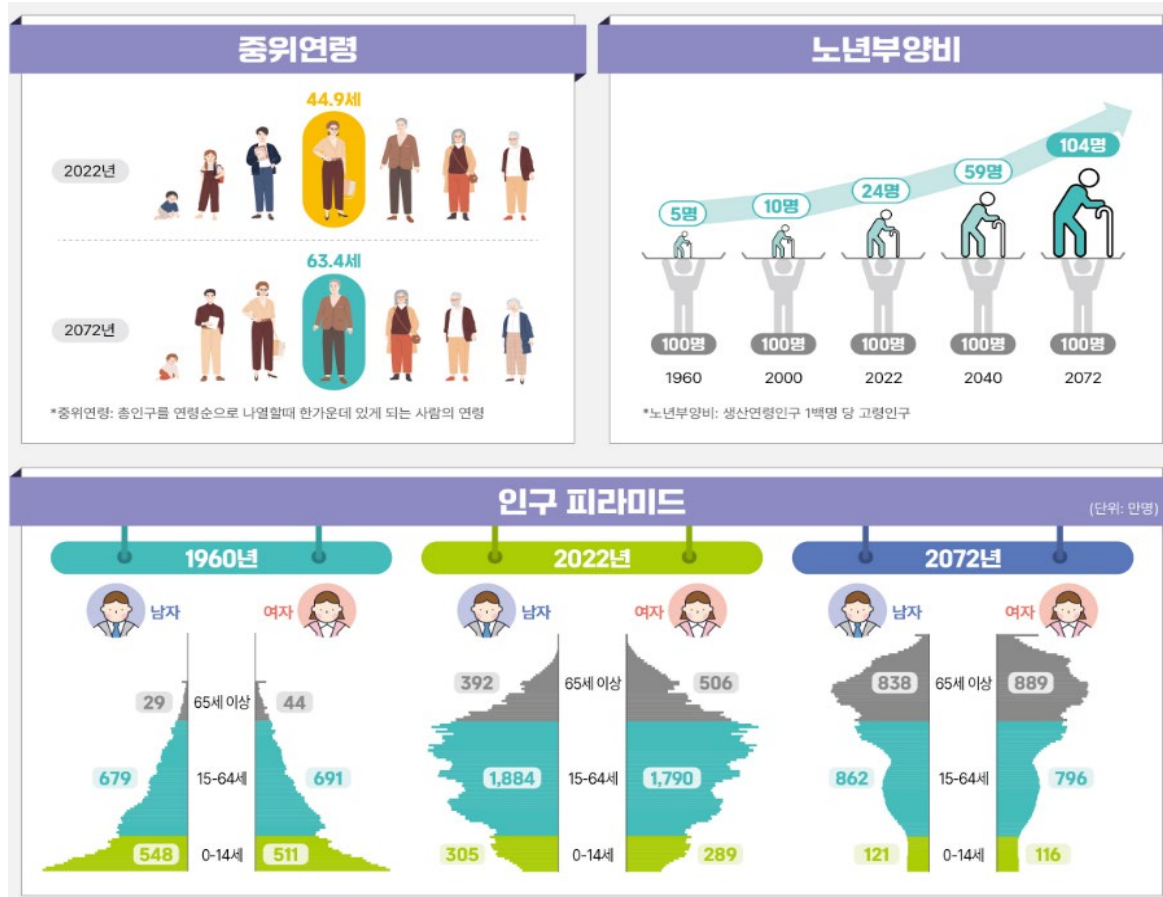
Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985), *Intrinsic Motivation and Self-Determination in Human Behavior*. New York: Plenum Press.

Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992), The balanced scorecard: Measures that drive performance, *Harvard Business Review*, 70(1), 71-79.

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973), *Uses and Gratifications Research*.

부록

<부록 1> 대한민국 인구 피라미드



(출처: 장래인구추계: 2022~2072, 통계청, 2023.12.14)

<부록 2> 대한민국 성인 독서율



(출처: 국민독서실태조사, 문화체육관광부, 2023.12)

<부록 3> 연령 및 학교급별 종합 독서율 추이

(Base: 전체 응답자, 단위: %)

	성인					학생		
	20대	30대	40대	50대	60대 이상	초등학교	중학교	고등학교
2019년	77.8	75.3	60.9	44.9	32.4	96.1	92.2	88.5
2021년	78.1	68.8	49.9	35.7	23.8	95.9	91.9	86.6
2023년	74.5	68.0	47.9	36.9	15.7	99.8	94.7	92.8
Gap('23~' 21)	▽3.6	▽0.8	▽2.0	△1.2	▽8.1	△3.9	△2.8	△6.2

(출처: 국민독서실태조사, 문화체육관광부, 2023.12)

<부록 4> 독서 빈도

(Base: 전체 응답자, 단위: %)

	매일	일주일에 한두 번	한 달에 한두 번	몇 달에 한 번	이용하지 않음
성인	1.3	15.9	14.8	11.0	57.0
학생	17.9	31.0	24.7	22.3	4.2

(출처: 국민독서실태조사, 문화체육관광부, 2023.12)

<부록 5> 독서 시간

(Base: 전체 응답자, 단위: 분)

	성인		학생	
	평일	휴일	평일	휴일
종이책	10.4	15.6	46.3	46.9
전자책	6.8	7.8	31.0	37.0
오디오북	1.3	1.6	5.3	5.1
종합	18.5	25.0	82.6	89.0

(출처: 국민독서실태조사, 문화체육관광부, 2023.12)

<부록 6> 출판사 수 추이(2018~2022년)

(단위: 개, %)

구분	2018	2019	2020	2021	2022
출판사 수	59,306	62,977	67,203	71,181	75,324
전년대비 증감률	6.3	6.2	6.7	5.9	5.8
발행 실적 있는 출판사 수	8,058	7,930	9,120	8,975	9,281
전체 대비 구성비	13.6	12.6	13.6	12.6	12.3

(출처: 한국출판문화산업진흥원(2023), 『KPIPA 출판산업 동향(2022하반기)』, p.40)

<부록 7> 도서출판 시장규모 추이(2010~2022년)

(단위: 억 원, %)

구분	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
도서출판 시장 규모	39,500	40,012	40,057	40,207	40,283	39,977	39,985	40,109	40,057	39,286	50,863	51,199
전년 대비 증감률	1.4	1.3	0.1	0.4	0.2	-0.8	0.0	0.3	-0.1	-1.9	29.5	0.7

(출처: 문화체육관광부, 콘텐츠 산업조사, 2011~2022)

<부록 8> 출판산업의 매출액 현황(2020~2022년)

(단위: 백만 원, %)

산업별	2020	2021	2022	증감률
서적, 신문 및 잡지류 소매업	2,912,879	3,109,650	2,685,621	-13.6
서적, 잡지 및 기타 인쇄물 도매업	3,453,800	3,761,850	3,572,469	-5.0
서적출판업	5,031,227	5,327,330	5,333,649	0.1
일반서적 출판업	2,479,948	2,525,489	2,574,148	1.9
교과서 및 학습서적 출판업	2,073,020	2,313,511	2,154,239	-6.9
만화출판업	478,259	488,330	605,262	23.9

(출처: 서비스업조사, 통계청, 2022)

<부록 9> 출판시장 규모 변화 추이

(단위: 백만 원)

출판 분야	2012년	2015년	2020년	2012/2020
일반단행본	855,817	760,215	715,027	-16.4%
학술/전문서	237,517	212,198	167,775	-29.3%
유아/아동도서	155,747	139,009	136,092	-12.6%
전집	427,858	528,753	519,262	+21.3%
(소계)	1,251,093	1,113,437	1,020,914	-8.27%
교과서 및 학습참고서	952,552	944,155	866,690	-9.0%
학습지	1,617,597	1,443,520	1,335,989	-17.4%
수험서	-	-	132,048	-
(소계)	2,570,149	2,387,675	2,433,472	-9.1%
총계	4,249,100	4,027,850	3,872,883	-8.8%

(출처: 출판산업 실태조사, 한국출판문화산업진흥원, 2013/2016/2021)

<부록 10> 세계 출판시장 규모 변화 추이

(단위: 백만 달러)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2020-25 CAGR
종이책	61,079	61,361	61,525	61,434	60,111	61,173	61,171	61,231	61,169	60,942	0.27%
전문도 서	14,802	14,364	13,899	13,391	11,761	12,276	12,022	11,693	11,340	10,962	-1.40%
일반도 서	46,277	46,997	47,626	48,043	48,350	48,897	49,149	49,538	49,829	49,980	0.67%
전자책	15,862	17,272	18,542	19,724	20,930	21,630	23,198	24,977	25,498	26,554	4.88%
전문도 서	5,659	6,233	6,773	7,290	7,432	7,597	8,762	9,305	9,800	10,269	6.68%
일반도 서	10,203	11,039	11,769	12,434	13,498	14,033	14,436	15,072	15,698	16,285	3.83%
합계	76,941	78,633	80,067	81,158	81,041	82,803	84,369	85,608	86,667	87,496	1.54%

(출처: Global Entertainment & Media Outlook 2021~2025, PwC, 2021)

감사의 글

본 논문을 완성하는 과정에서 아낌없는 지도와 격려를 해주신 최진희 교수님께 깊은 감사를 드립니다. 교수님의 탁월한 학문적 통찰력과 세심한 조언은 저에게 큰 영감이 되었으며, 연구의 전 과정을 이끌어가는 데 큰 힘이 되었습니다. 또한, 이 연구를 위한 기초 자료를 제공해주신 기존 문헌 연구자분들의 노력과 성과에 감사드립니다. 그들의 연구가 이 논문의 중요한 기틀을 마련해 주었으며, 그 덕분에 이 연구를 한층 더 깊이 있게 발전시킬 수 있었습니다. 끝으로, 연구 과정에서 협력해 주신 모든 분들께 감사의 인사를 드리며, 그들의 성원과 노고에 깊은 존경을 표합니다.