지역 상점 대상 고령친화 비즈니스 시범사업의 효과성:

지역사회 이미지와 공동체 의식의 변화를 중심으로*

정은하**

The Effect of Age-friendly Business Pilot Project for Local Stores:

Focusing on Changes of Community Image and Sense of Community*

Eun Ha Jeong**

요약 : 이 연구는 서울시가 2017년 실시한 '고령친화 비즈니스' 시범사업의 효과성을 밝힐 목적으로 주민의 지역사회 이미지와 공동체 의식, 이용상점 수 등을 시범사업 전후 2회에 걸쳐 조사하고, 그 차이를 비교 분석하였다. 더불어 앞으로 구체적 실천 방안에 주는 함의를 얻고자 각 종속변수에 미치는 주민의 인구학적 특성의 영향력에 회귀분석을 실시하고, 지역별·연령대별 응답 차이 분석을 수행하였다. 분석 결과, 주민의 지역사회 이미지, 공동체 의식, 이용상점 수 등은 시범사업 실시 전보다 실시 후에 유의미한 수준에서 증가하여 시범사업의 효과성이 있었다고 말할 수 있다. 한편, 주민 인구학적 특성의 영향력은 각 종속변수에 따라 다르게 확인됐다. 즉, 지역사회 이미지는 나이가 많고 배우자가 없는 경우 긍정적이었고, 공동체 의식은 연령이 높고 가구원이 많으며 주택을 소유한 경우 점수가 높았으며, 이용상점은 여성이면서 연령이 낮고 배우자가 있으며 건강상태가 안 좋은 경우 그 수가 더 많았다. 이러한 영향 요인은 지역별·연령대별로 또 다른 양상을 나타내고 있어, 앞으로 사업 진행 시 지역과 연령별 특성을 고려한 접근이 필요한 것을 알 수 있었다.

주제어 : 고령친화 비즈니스, 지역사회 이미지, 공동체 의식, 사업 효과성

ABSTRACT : This study aims to examine the effect of "2017 Age-Friendly Business Pilot Project" initiated by Seoul City. Dependent variables including community image, sense of community, and number of local store visited were measured twice, by pre and post-project survey and their difference was analyzed. In order to draw implications for future action plan, regression model was used to analyze the effect of demographic characteristics on dependent variables, and ANOVA was performed to examine the difference among the age group and region. The finding shows that there has been a statistically significant increase on the community image, sense of community, and number of stores visited, as the effect of the pilot project. However, the effect of demographic characteristics on dependent variables varied; Community image is more positively rated by older residents and those who have no spouse, sense of community increases with age, number of household, and home ownership. Female, younger individuals, those who have spouse and poor health status are more likely to visit local stores. Further, the result shows that the effect of the project varies among age and regional group, which suggests the need of age and regionally sensitive future approach.

KeyWords : Age-friendly Business, Community Image, Sense of Community, Effect of Project

---

* 이 연구는 서울시복지재단의 "2017 고령친화마을 시범사업 성과연구보고서"의 응답 자료와 일부 내용을 활용하여 작성되었음.

** 서울시복지재단 공공돌봄지원팀 팀장(Team Manager, Public Care Service Supporting Team, Seoul Welfare Foundation), (E-mail: 93eunha@welfare.seoul.kr Tel: 02-6353-0340)

I. 서론

서울시는 인구 고령화에 대응하여 고령친화도시 조성을 목표로 노인복지 수준 향상의 노력을 지속적으로 기울이고 있다. 이러한 노력은 2010년 『2020고령사회마스터플랜』과 2012년 『서울어르신종합계획』 등으로 대변될 수 있다. 그런데 이러한 종합 계획에 제시된 서울시의 정책 과제는 대부분 거시적이고 간접적인 지원을 중심으로 하고 있다.

이에 따라 서울시가 지금까지 추진한 노인복지 수준 향상의 노력을 실제 생활 단위에서 시민이 직접 인지하고 체감하기 어려운 한계가 있을 수밖에 없었다. 이러한 문제로부터 그간의 노력을 가시화할 수 있는 구체적 실천 방안 마련과 실행의 필요성이 인식되었다.

이러한 상황에서 서울시는 고령친화도시를 표방하는 여러 해외 도시[1]에서 최근 진행되고 있는 고령친화 비즈니스(Age-friendly Business)에 주목하였다. 고령친화 비즈니스란 지역 상점에 고령친화적 환경을 조성해 지역 주민이 연령에 상관없이 다양한 상품과 서비스에 더 많이 접근할 수 있도록 하고, 지역 상점은 더 많은 고객층을 확보할 수 있도록 하는 지향을 가진 사업이다(New York, 2014).

이 사업은 인구 고령화 현상에 대한 현실적 대응 방안 마련의 필요성과 지역사회 내 다양한 세대 간 소통과 어울림의 중요성을 인지하는 데서 출발하고 있다. 또한 이러한 과업을 추진하는 데 공공이나 비영리 영역을 넘어서 영리적 민간 차원의 협력을 이끌어내고자 하는 관점을 가지고 있어 매력적인 요인이 많다. 바로 이러한 요소 때문에 인구고령화 현상 대응책 마련에 관심을 갖고 있는 해외 여러 도시의 실천 전략으로 채택되고 있는 것이다.

지역사회 계속 거주(Aging-in-Place)의 실현, 다양한 세대 간 어울림 외에도, 더 다양한 영역의 참여와 협력은 서울시가 최근 추구하고 있는 여러 가지 정책적 방향성과 명확히 합치되는 부분이다. 이에 서울시는 노인복지 수준 향상을 위한 그간의 노력을 가시화하여 시민 체감 수준을 향상할 수 있는 방안으로 고령친화 비즈니스 사업을 시범 시행하게 되었다. 이 시범사업은 서울시 민관 협치 사업의 형태로, 지역사회 상점이 고령친화적으로 변화해 노인이 소비자로서 존중받으며 다른 세대와 어울려 불편이 없이 살아갈 수 있는 분위기가 지역사회에 조성되는 것을 목적으로 하여 추진되었다.

서울시 시범사업은 이 사업의 확대 추진을 목표로 하였다기보다 기존 노인복지 실천에 새로운 시도의 적용 가능성을 타진하고, 서울시를 고령친화도시의 롤 모델로 삼고 있는 국내외 도시에 유용한 선례를 제시하는 데 가치를 둔 측면이 크다.

이러한 사업은 지역 상점의 참여와 협력이 필수적이므로 자치구나 같은 수준의 더 작은 지역 단위에 대한 적용이 더 효과적일 것으로 보며, 향후 초고령사회 도래와 더불어 어떠한 형태로든 확산될 것으로 예측된다. 그러므로 서울시의 시범사업 운영 경험을 다른 도시가 앞으로 사업 계획과 발전

1) 고령친화도시 국제네트워크(Global Network of Age-Friendly Cities &Communities, GNAFCC)는 전 세계적인 고령화와 도시화 추세에 더욱 효과적으로 대응해나가기 위해 세계보건기구(WHO)에 의해 2010년부터 추진되어온 프로젝트이다. 이 네트워크의 회원 규모는 2010년 뉴욕시의 첫 가입 이후 2019년 현재 전 세계 40여 개 국가, 900여 개 도시에 달하는 수준으로 성장하였으며, 국내에서는 2013년 서울시의 첫 가입 이후 11개 도시가 회원 가입하였다(참조: GNAFCC 홈페이지 https://extranet.who.int/agefriendlyworld/).

기반으로 활용하기를 바라며 사업 효과성 연구 결과를 제시하고자 한다.

고령친화 비즈니스 시범사업의 효과성은 사업 실시 전보다 실시 후에 주민의 지역사회 인식에 변화가 있었는지 확인할 수 있다고 보았다. 그렇기 때문에 이 연구는 시범사업 전과 후에 각각 실시된 조사 결과의 비교를 중심으로 진행되었다.

한편, 조사 대상은 노인 외 20대 이상 성인을 모두 포함하였다. 이는 사업 초점이 노인 세대이기는 하지만, 궁극적으로는 모든 세대의 참여와 변화를 기대하기 때문이다. 즉, 사업과 조사 대상은 주민 전체이고, 주민의 지역사회 인식 내용으로는 지역사회 이미지와 공동체 의식을 주요 변수로 선정하여 조사를 진행하였다.

이 연구는 서울시에서 실제 진행된 사업을 대상으로 한 것으로, 사업의 효과성을 알아보고 사업 지속 운영의 필요성을 확인하기 위한 것이다. 나아가 앞으로 이러한 사업을 진행하는 데 고려해야 할 구체적인 내용을 지역사회 인식에 영향을 미치는 요인 분석, 지역별, 연령별 주민 인식의 분석으로 알아보고자 한다. 이는 향후 유사한 사업 운영 시 효과성 측정의 기본 틀로 활용 가능할 뿐만 아니라, 구체적인 운영 방안 제시에도 유용성이 있을 것으로 기대된다.

II. 이론적 배경

1. 고령친화 비즈니스

'고령친화 비즈니스(Age-friendly Business)'는 '고령친화산업(Senior-friendly Industry)'과 비슷한 개념으로 받아들여질 수 있다. 하지만 고령친화산업은 고령친화제품 등을 연구·개발·제조·건축·제공·유통 또는 판매하는 업(고령친화산업 진흥법 제2조 2항)을 말하는 것으로, 노인 육체적·정신적 건강과 편의 및 안전을 도모하는 상품·서비스와 관련된 산업 전반을 말한다, 반면, 고령친화 비즈니스의 사전적·학술적 정의는 부재하지만, 노인 고객을 유인할 수 있는 저비용·무비용 실천 방안들을 상점에 제공하는 교육 캠페인(Eusko Jaurlaritza, 2016)이라고 말할 수 있다.

이렇듯 고령친화 비즈니스란 실천 프로그램을 지칭하는 용어이기 때문에, 우리 사회의 '경로우대제도(Senior citizen discount programs)'와 유사점이 높다고 볼 수 있다. 경로우대제도는 노인복지법[2]에 따르면 노인을 대상으로 한 각종 할인 제도이다. 2017년 조사 결과, 서울시의 11개 자치구가 이러한 제도를 운영 중인데, 자치구별로 제도의 적용 연령 기준과 혜택 수준, 참여 업종 등 운영 내용은 각기 다르지만, 대부분 65세 이상 또는 70세 이상 노인을 대상으로 하여 지역 내 상점이 할인 혜택을 제공하도록 하는 방식으로 운영되고 있는 공통점이 있다(정은하b, 2017).

---

2) 노인복지법 제26조(경로우대) ① 국가 또는 지방자치단체는 65세 이상의 자에 대하여 대통령령이 정하는 바에 의하여 국가 또는 지방자치단체의 수송시설 및 고궁·능원·박물관·공원 등의 공공시설을 무료로 또는 그 이용요금을 할인하여 이용하게 할 수 있다. ② 국가 또는 지방자치단체는 노인의 일상생활에 관련된 사업을 경영하는 자에게 65세 이상의 자에 대하여 그 이용요금을 할인하여 주도록 권유할 수 있다. ③ 국가 또는 지방자치단체는 제2항의 규정에 의하여 노인에게 이용요금을 할인하여 주는 자에 대하여 적절한 지원을 할 수 있다.

이러한 경로우대제도는 노인에게 혜택을 주는 제도로서 지역 상점이 참여한다는 측면에서는 고령친화 비즈니스와 유사성이 있지만, 가격 할인에 초점이 맞추어져있고 인식 개선 등 근본적인 변화에는 크게 관심을 두지 않는다는 점이 고령친화 비즈니스와의 큰 차이점이라고 볼 수 있다. 즉, 고령친화 비즈니스에 경로우대제도의 방식이 포함될 수 있다고 보는 것이 적절할 것이다.

고령친화 비즈니스는 일정 지역사회의 상점을 고령친화적인 조건을 갖춘 곳으로 변화시키는 것이다. 여기에는 노인 고객을 배려한 물리적 환경의 개선도 포함되지만, 상점 점원이 노인에게 더 효율적으로 정보를 제공하고 의사소통하는 방법을 교육하고 훈련하는 등의 인식 개선 활동을 주요 과업으로 한다. 상점을 중심으로 한 이러한 활동과 변화를 통해, 궁극적으로는 지역사회 전체의 노인에 대한 존중 의식을 향상하고, 다양한 세대가 함께 어울려 살아가는 세대 통합의 기반을 마련할 수 있을 것으로 기대하는 것이다.

고령친화 비즈니스는 노인인구 증가에 따라 지역사회 환경 자체가 노인이 살아가기 편안한 곳으로 변화되어야 한다는 전제에서 진행되는 것이다. 그리고 이러한 변화에 있어서 노인이 자주 이용하는 지역사회 상점의 역할에 주목하고, 지역사회 변화의 주요 매개체로 활용하고자 하는 것이다. 그렇기 때문에 사업의 주요 초점은 노인에게 있지만, 직접적인 사업의 실시 대상은 지역사회 상점이 된다. 즉, 우선 상점이 고령친화적으로 변화하도록 지원하여 지역사회 전체의 변화를 유도하고자 하는 것이다.

즉, 지역사회의 개별 상점이 고령친화적인 곳으로 바뀌어나간다면, 그 상점이 위치한 지역사회 내에서 노인 존중 분위기의 확산과 세대 통합이 자연스럽게 이루어질 것으로 기대하는 것이다. 이렇듯 고령친화 비즈니스는 실천적 프로그램 또는 지역사회 전략 수준에서 통용되고 있는 개념이지만, 아직까지 학술적 차원의 접근이 이루어진 것이 없어 이론적 개념 정립이 명확하게 이루어지지는 못한 상태이다. 다만, 해외 도시의 운영 사례로 볼 때, 노인 고객을 대하는 상점의 변화를 통해 지역사회 환경을 고령친화적인 것으로 변화시키고자 하는 사업이라고 정의해볼 수 있다.

고령친화 비즈니스를 고령친화도시 조성 전략으로 채택하여 운영하는 해외 도시 사례를 살펴보면, 세부 내용은 도시별로 대동소이한 측면이 있다. 우선, 지침서 발간(British Columbia, 2011; London Canada, 2016; Ireland, 2013; New York, 2014; Eusko Jaurlaritza, 2016)이 거의 공통적으로 진행되고 있고, 교육 및 훈련 과정이나 상점 인증 제도가 병행되기도 한다.

각 도시에서 발간된 지침서의 내용[3]을 살펴보면, 고령친화 비즈니스가 필요한 이유로 노인 고객의 중요성에 대한 내용과 더불어, 노인의 특성에 대한 이해를 돕는 내용들이 구성되어 있다. 즉, 노화에 따라서 신체적으로는 어떤 변화가 발생하고 어떤 위험이 발생할 가능성이 있는지 설명하고 있

3) 해외 고령친화 비즈니스 지침서의 주요 구성 내용(정은하a, 2017)
- 정보 전달 지침: 홍보물 디자인, 홈페이지 디자인, 상품 안내서 디자인 등
- 직원 태도 훈련 : 존중의 태도, 의사소통 방법 등
- 내부 환경 조성 : 소음, 조명, 안전장치, 접근성, 화장실 및 편의시설 제공 등
- 상점 유형별 개선 방안 제안 : 슈퍼마켓, 약국, 식당, 은행 등

는 것이다. 그리고 노인에 대한 이해를 기반에 두고 노인 고객에게 더 좋은 서비스를 제공할 수 있도록 도와주는 저비용 또는 무비용의 손쉬운 상점의 실천 방안을 제공하는 것을 핵심으로 한다.

2. 지역사회 이미지

이 연구는 고령친화 비즈니스 사업으로 지역사회의 인식 변화가 실제 일어났는지 알아보고자 하는 것이고, 이러한 변화가 곧 사업의 효과성으로 파악될 수 있다고 보았다. 이에 따라 지역사회 인식과 관련된 기존 개념을 살펴보아야 했는데, 사전적 의미의 지역사회는 인간관계에 따라, 또는 지리적·행정적 분할로 나누어진 일정 지역의 사회. 커뮤니티 또는 공동체라는 말과 동의어로 쓰이는 경우가 많다(doopedia 두산백과 홈페이지). 그러므로 지역사회 인식 관련 개념에 대한 이론적 사전 고찰 과정에서는 공동체 용어도 함께 검토하였다.

검토 결과, 지역사회 이미지와 공동체 의식이 주요 종속변수로 선정되었는데, 이 연구에서는 두 가지 종속변수의 개념을 더 명확하게 하기 위해 지역사회 이미지의 '지역사회'는 일정한 지리적 범주에 초점이 맞추어진 개념으로, 공동체 의식의 '공동체'는 구성원 간의 관계 측면에 초점이 맞추어진 개념으로 보고자 한다. 또한, '이미지'는 직관적 느낌과 인상, '인식'은 이를 분별·판단한 결과로 볼 수 있는데, 이렇듯 종속변수 구성에 일련의 인지 과정을 반영하고자 하였다.

우선, 지역사회 이미지 개념을 고찰해보자면, 어떤 지역에 형성되는 이미지란 어떠한 경험이나 인상을 바탕으로(서광영·박진아, 2018) 형성되는 매우 추상적인 내용으로, 이에 대한 평가는 상당히 주관적일 수밖에 없기 때문에 계량 지표로 접근하기에 어려움이 있다.

하지만 기존 도시계획, 건축, 환경 분야 등에서 활용하고 있는 환경의 질 지표(PEQI: Perceived Environmental Quality Indices)가 이러한 내용을 알아보는 데 적절한 도구가 되리라 본다. 인간은 환경 자체를 객관적으로 평가하는 것이 아니라, 환경적 자극을 받아들인 다음 인지한 내용을 바탕으로 평가하고 행동(홍영화, 2013)하는데, 이러한 환경적 인지의 측면을 측정할 수 있는 수단이 환경의 질 지표이기 때문이다.

Rapoport(1977)는 주거지역 환경의 질과 관련된 요소로 조용함, 청결함, 맑은 공기, 유지 관리, 사생활 보호, 낮은 밀도, 공간감, 개방감, 녹지, 조망, 적은 교통량 등을 주요한 항목으로 제시하였다(홍영화, 2013; 재인용).

홍영화(2013)는 이러한 물리적 환경에 대한 내용을 소음, 청결, 유지관리, 프라이버시, 혼잡도, 공간감 등으로 정리하고, 이와 함께 주민에게 스트레스를 유발하는 환경적 자극을 추가하였다. 그리고 사회적 환경에 관한 내용으로 동질성 인식, 낯선 사람에 대한 배타적 분위기, 사교적 분위기 등에 관한 항목을 더한 환경의 질 지표(PEQI)를 구성하여 연구를 진행한 바 있다.

이 지표는 총 12개 문항으로 구성되었으며, 내용을 크게 구분해보면 물리적 환경이 4문항, 스트레스 자극이 5문항, 사회적 환경은 3문항으로 구성되어 있다. 여기에 대한 응답은 부정적인 것과 긍정적인 것 등으로 대별되는 이미지가 문항별로 함께 제시된 7점의 어의분별척도를 통해 진행되었다.

이 연구에서는 이 지표를 주민의 지역사회 이미지 평가에 활용하였는데, 갑의 이미지를 긍정적인 것으로 을의 이미지를 부정적인 것으로 통일하고, 이미지에 대한 표현도 더 알기 쉽고 실제 지역 주민이 공감할 수 있는 내용으로 수정하였다. 그 결과 이 연구에서 사용된 지표는 〈표 1〉과 같이 구성되었다.

이 연구의 응답 대상은 시범사업이 진행된 지역사회 주변에 거주하는 주민으로, 이미지 평가는 사업이 진행된 지역의 지도를 면접원이 응답자에게 제시하고 그 지역에 한정된 이미지에 대해 응답하도록 하였다.

〈표 1〉 지역사회 이미지 평가 지표(홍영화, 2013)

연번	갑	매우 공감	둘다 아님	매우 공감	을
1	편리한	①‥	④	…⑦	불편한
2	안전한	①‥	④	…⑦	위험한
3	활기찬	①‥	④	…⑦	침체된
4	정돈된	①‥	④	…⑦	방치된
5	붐비는	①‥	④	…⑦	한산한
6	흥미로운	①‥	④	…⑦	지루한
7	깨끗한	①‥	④	…⑦	더러운
8	너른	①‥	④	…⑦	좁은
9	개방적인	①‥	④	…⑦	폐쇄적인
10	나와 비슷한 사람들	①‥	④	…⑦	나와 다른 사람들
11	다른 이에 사교적인	①‥	④	…⑦	다른 이에 무관심한
12	낯선 이에게 관대한	①‥	④	…⑦	낯선 이에게 엄격한

3. 공동체 의식

지역사회 이미지 같은 환경적 조건에 대한 평가 외 주민이 지역사회에 대해서 느끼는 감정으로서 공동체 의식(sense of community)에 대한 접근이 필요하다고 본다. 최근 다양한 사회문제의 증가와 관련하여 공동체의 가치가 해결 대안으로 새롭게 조명되고 있으며, 실제 많은 실험과 실행을 거쳐 지역사회 공동체의 중요성을 확인할 수 있었다. 이 연구는 시범사업의 성과를 노인에 대한 이해와 배려를 중심으로 한 주민 간 상호 신뢰와 연대 분위기의 확산으로 보고 있다. 이에 그러한 내용을 포괄하는 공동체 의식의 형성 수준과 시범사업 전후의 변화를 알아보고자 한다.

양덕순·강영순(2008)은 공동체 의식을 McMillan and Chavis(1986)가 내린 정의를 기초로 구성원이 느끼는 소속감, 다른 구성원이나 집단에 관련되어 있다는 느낌, 구성원의 문제를 자신의 문제로 여기고 협력으로 해결하려는 의식, 구성원의 욕구가 자신의 노력으로 충족될 수 있다는 공유된 믿음으로 정의하였다.

Chavis and Wandersman(1990)은 공동체 의식이 충성, 헌신, 사람 사이의 일차적 상호작용에 기초하고 있으며, 개인을 둘러싸고 있는 환경과 환경 속에 속한 사람과의 상호관계와 활동참여에 대한 지역사회 주민의 인식을 뜻하는 것이라고 하였다. 한편, 김경준·김성수(1998)는 지역사회에 소속하여 얻을 수 있는 충만한 느낌, 지역사회 주민과 함께한다는 연대의식, 지역사회와의 일체감, 지역사회와 구성원 상호 간에 중요한 의미를 가지며 영향을 미치고 있다는 의식, 그리고 지역사회와 구성원과 친밀한 느낌을 가지는 것이라고 말한 적이 있다.

이렇듯 공동체 의식에는 수많은 정의가 있고, 공동체 의식을 구성하는 요소에도 다양한 의견이 있다. 〈표 2〉에는 공동체의식의 구성 요소가 연구자별로 제시되어 있다. 그 내용을 살펴보면 소속감, 일체감, 연계, 연대 등 함께 한다는 의미의 요소가 공통적으로 발견되고 있으며, 이를 통해 얻는 충족감, 충만감 등도 중요한 요소로 다루어지고 있음을 알 수 있다. 일반적으로 널리 받아들여지고 있는 Hillery(1955)의 개념 정의를 보면, 공동체는 물리적 공간의 지리적 영역, 사회적 상호작용, 공동의 연대 등 세 차원으로 구성되어 있다고 하였다. 이러한 내용에 기초하여 본다면, 공동체 의식을 충족감과 연대감의 크게 두 요소로 이루어진 개념으로 정리하더라도 큰 문제는 없을 것으로 본다.

〈표 2〉 공동체 의식의 구성 요소(하병규·권영주, 2015)

연구자	구성 요소
McMillan and Chavis(1986)	소속감, 상호영향의식, 욕구와 충족의 통합, 정서적 연계
김경준·김성수 (1998)	충만감, 연대의식, 일체감, 구성원 간 상호중요성, 영향, 친밀감
양덕순·강영순 (2008)	충족감, 연대감, 소속감, 정서친밀감
성희자·전보경 (2006)	유대감, 상호작용
오미영·차동필 (2006)	소속감, 상호영향력, 욕구의 충족, 공유된 유대감

이 연구는 공동체 의식을 측정하는 척도를 구성하기 위해서 박가나(2009), 홍영화(2013), 김근홍 외(2014), 하병규·권영주(2015)의 연구에서 사용하였던 척도를 종합 검토하여 정리하였다. 이 중, 홍영화(2013)의 공동체 의식에 관한 설문은 최열·공윤경(2007), 김필두·윤준희(2005), Kim and Kaplan (2004)의 연구를 바탕으로 아래 상호작용, 애착, 정체성, 영향의식, 정서적 연계로 구분하여 구성되었다.

한편, 김근홍 외(2014)는 McMillan and Chavis (1986), 김경준·김성수(1998)를 바탕으로 공동체 의식을 충족감, 연대감, 소속감·상호영향의식, 정서적 친밀감의 4개 요소로 구성하였다. 실제로 여러 연구의 측정 도구를 자세히 살펴보면 유사한 내용인데도 불구하고 각기 다른 용어로 표현되고 있는 것을 발견할 수 있다. 이러한 상황은 각 연구에서 제시하는 공동체 의식을 구성하는 차원이 명확하게 개념 규정되어 있지 않은 상태이기 때문이라고 본다.

〈표 3〉은 여러 연구에서 제시한 척도의 구성 항목을 정리한 것인데, 3번 공동체 일원이라고 느낀다는 항목은 각기 다른 연구에서 각기 다른 차원(정체성, 구성원의식, 연대감)으로 명명되어 있는 것을 볼 수 있다. 6번 항목도 마찬가지이다.

한편, 연대감으로 표현된 내용도 보상과 충족의 차원에서 이해될 수 있는 경우가 있다. 그러므로 이 연구는 기존 측정 항목의 의미에 집중하며 각 항목이 의미하는 차원을 재구조화하였고, 그 결과 연대감과 충족감이라는 단순한 2개의 차원으로 정리할 수 있었다. 이 연구는 이렇게 구성된 총 10개 항목을 지역주민 대상 5점 척도로 조사하였고, 설문 시 시장이 위치한 시범 지역을 포함한 응답자 본인이 살고 있는 지역사회로 범위를 한정하여 질문하였다.

활동 범위가 제한적인 노후에는 노인이 속해있는 공동체의 의미나 역할이 더욱 중요해질 수밖에 없다. 이러한 측면에서 지역사회 공동체 의식과 노인의 건강이나 삶의 질에 영향에 관한 연구가 다수 진행되고 있다. 관련 연구 결과를 살펴보면, 공동

체 의식이 낮을수록 노인의 고독감이 더욱 크고(오영은·이정화, 2012), 공동체 의식이 높을수록 환경적·심리적, 신체적 건강영역의 삶의 질이 높은 것으로(Pretty et al., 2007; Shields M., 2008; 이현경 외 2014) 확인됐다.

〈표 3〉 공동체의식 측정 척도 구성의 근거

측정 항목	출처	차원	구성
1. 나는 우리 동네 이웃들을 신뢰한다	홍영화(2013)	상호작용	연대감
2. 나는 우리 동네 이웃들을 친근하게 생각한다	홍영화(2013)	애착	
3. 나는 우리 동네 지역공동체의 일원이라고 느낀다	홍영화(2013) 박가나(2009) 김근홍 외(2014)	정체성 구성원의식 연대감	
4. 우리 동네에 닥친 문제는 곧 나의 문제로 이어진다	홍영화(2013)	영향의식	
9. 우리 동네 사람들이 서로를 의지하고 있다는 생각이 든다	박가나(2009) 하병규·권영주(2015)	정서적연계 충족감	
(비채택) 우리 동네가 나에게 중요한 영향을 미치고 있다는 생각이 든다	박가나(2009)	영향의식	
(비채택) 나는 이웃 주민들과 같은 곳에서 함께 살아간다고 느낀다	홍영화(2013)	정서적연계	
5. 우리 동네와 이웃이 잘 되면 나에게도 좋은 일이다	하병규(2015)	연대감	충족감
6. 내가 노력하면 우리 동네가 더 나아질 것이라는 느낌이 든다	박가나(2009) 김근홍 외(2014)	소속감 연대감	
7. 주민이 단결하면 우리 동네의 어떠한 문제도 잘 해결될 것이다	김근홍 외(2014) 하병규(2015)	충족감 연대감	
8. 우리 동네에 살아가면서 만족감과 기쁨을 느낀다	박가나(2009)	구성원보상	
10. 나는 우리 동네가 살기 좋은 곳이라고 생각한다	하병규(2015)	충족감	

Ⅲ. 시범사업 내용

1. 추진 목적과 전략

이 시범사업은 〈표 4〉에 제시된 바와 같이, 서울시 노인복지 시민 체감도 향상과 향후 확산 가능한 서울시 실행 모델 구축을 우선 목적으로 한다. 그리고 궁극적으로는 고령친화도시가 지향하는 활기찬 노년, 거주지 계속 거주, 세대통합 등의 주요 가치를 실현하고자 한다. 추진 전략 측면에서 사업 운영은 민간과 공공 각각의 장점을 살린 민관 협력 체계를 활용하였다.

〈표 4〉 추진 목적 및 전략

추진 목적	○고령친화적 노력에 대한 시민 체감도 향상 ○확산 가능한 고령친화서울 실행 모델 구축 ○고령친화도시 국제네트워크 주요 가치 실현 •활기찬 노년(Active Aging), 거주지 계속 거주(Aging-in-Place), 세대통합(Inter-generation) •노인은 물론 모든 세대가 살기 편한 환경 조성을 위한 지역사회 중심 기반 마련
추진 전략	○민관 협력체계 구축을 통한 현장 중심 사업 운영 ○상점을 중심으로 한 지역사회 변화의 유도 ○마을 단위 지역사회의 고령친화 체감도 향상

2. 운영체계와 진행

시범사업은 서울시와 서울시복지재단 그리고 다양한 민간 기관이 참여한 민관 협치 방식으로 진행되었다. 시범사업 운영은 〈그림 1〉의 내용과 같이 사업 기반 구축 단계와 본격적인 운영 단계를 거쳐 사업 성과를 정리하는 단계로 크게 나누어 진행되었고, 이 과정에서 사업 참여자 간 원활한 의

사소통과 협의, 자문을 위한 각종 회의가 진행되었다. 본격적인 사업 운영 단계에서는 시범사업 성과 측정을 위한 사전조사와 사후조사가 지역 주민을 대상으로 실시되었다.

사업의 직접적 대상은 지역의 상점으로 하지만, 주민의 직접 참여 기회를 마련하여 사업 필요성에 대한 공감대를 형성해나가도록 하였다. 이를 위해서 지역별로 거점기관을 선정하고, 이들 기관을 중심으로 추진위원회와 주민 지역활동가를 조직하여 해당 지역 내 네트워크를 바탕으로 직접 사업을 홍보하고 상점의 참여를 독려하도록 하였다.

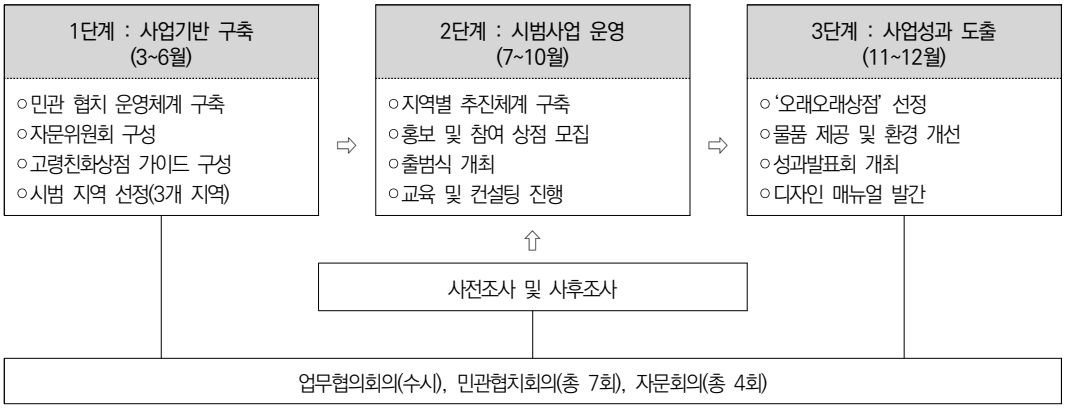
구체적으로는 〈표 5〉와 같이 다양한 지원 체계가 시범지역별로 구성되어 실제 운영되었다. 여기에는 민간 협력 기관에서 운영하는 시니어마케터 교육과정 수료생을 중심으로 준전문활동가 집단도 구성되었는데, 이들은 사업 운영 과정에서 사업을 홍보하고 참여 상점의 변화를 모니터링하는 역할을 수행하도록 하였다.

사업의 마지막 단계로는 교육과 컨설팅 과정에 충실히 참여하였던 상점을 '오래오래상점'(이 사업을 위해 개발된 서울시 고령친화상점 브랜드명)으로 선정하고, 성과발표회를 진행하였다.

〈표 5〉 협력체계 구성

협력체계		구성 및 역할
실행주체	서울시	○사업 총괄(복지본부 어르신복지과)
	서울시 복지재단	○사업 기획 및 운영 전반 관리 ○시범사업 성과 연구
	민간기관	○운영 담당 기관(사업 기반 구축 및 운영, 사업 홍보, 교육 및 컨설팅 진행) ○디자인 담당 기관(브랜드 개발, 디자인 매뉴얼 발간, 고령친화 물품 개발 및 제작, 상점 환경 개선) ○거점 기관(추진위원회 및 지역활동가 구성, 회의 및 교육 장소 협조)
지역별 협력주체	추진 위원회	○구성: 상권 관련 네트워크를 보유한 지역 사회 인사 ○역할: 지역 상점의 사업 참여 독려, 지역 사업 진행 자문, 성과 도출을 위한 상호 협력과 결과물의 공유 및 확산
	지역 활동가	○구성: 해당 지역 거주민 ○역할: 홍보 지원, 상점 운영 모니터링
	전문 활동가	○구성: 노인 고객 관련 전문교육과정(시니어마케터 등)을 이수한 인력 ○역할: 상점 조사, 홍보 협조, 컨설팅 지표 작성 등 모니터활동
	핵심(Key) 상점	○구성: 지역별 3~4개 상점 선정 ○역할: 사업 참여 상점의 롤 모델 형성

〈그림 1〉 사업 운영 체계



3. 운영일정 및 결과

주요 과업에 따른 진행 일정과 진행 내용과 결과는 〈표 6~7〉과 같으며, 각 과업의 진행 및 적용 결과는 세 곳의 시범 지역별로 구분하여 볼 수 있도록 정리되어 있다. 지역사회 기반 구축 과정을 거쳐 본격적으로 홍보 활동을 통해 상점에 개입한 시기는 8월이며, 9월에는 총 74개 상점이 시범사업 관련 교육에 참여하였다.

교육을 이수한 상점 중 원하는 경우 개별적 컨설팅과 모니터링을 진행하였는데, 여기에는 총 38개 상점이 참여하였고, 자문회의를 거쳐 이 컨설팅에 참여하였던 상점을 모두 고령친화상점으로 선정하게 되었다. 그리고 사업 기간 중 개발한 서울시 고령친화상점 브랜드(오래오래상점)를 활용하여 현판과 각종 물품을 제작하여 각 상점에 제공하고, 일부 상점에는 출입구 단차 개선이나 정리 수납 등의 물리적 환경 개선 작업이 진행되었다. 특히, 상점 한 곳에는 상점 내·외부에 어르신이 쉬어갈 수 있는 공간을 마련하는 작업도 진행되었다.

〈표 6〉 주요 추진 일정

일정	사업 추진 내용
3~6월	○고령친화마을 홍보물 및 사업안내서 제작 ○시범지역 선정 및 거점기관 확보(총 3곳) ○협력체계 조직(지역별 추진위원회, 활동가)
7~8월	○지역별 간담회 및 교육: 추진위위원회, 활동가
8월	○시범지역 상점 조사 및 홍보(369곳) ○시범사업 참여 희망 상점 신청 접수 (교육 118곳, 컨설팅 38곳)
8~11월	○디자인 과업 진행 (브랜드 개발, 물품 개발, 디자인매뉴얼 개발)
9월	○시범사업 출범식(09.05, 시청, 약 90명 참석) ○교육 신청 상점 대상 교육(74곳) ○컨설팅 신청 상점 제1차 모니터링(38곳)
10월	○상점별 컨설팅 보고서 작성
11월	○컨설팅 신청 상점 제2차 모니터링(38곳) ○컨설팅 상점 인터뷰 및 욕구 조사(38곳)
12월	○지역별 평가회의(추진위 및 지역활동가 참석) ○성과발표회 개최(12.20, 시청, 약 150명 참석) ○오래오래상점(서울고령친화상점) 38곳 선정 ○혜택 제공(현판, 물품, 환경 개선, 홍보 협조) ○보고서 발간(컨설팅, 디자인매뉴얼, 운영보고서)

〈표 7〉 주요 진행 결과

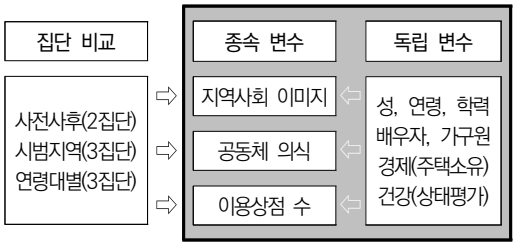
주요과업	진행 일정	진행 내용	진행 결과			
			A구	B구	C구	합계
지역사회 협력체계 구축 (간담회,교육)	6월 ~ 7월	거점기관	1곳	1곳	1곳	60명
		추진위원회	3명	5명	8명	
		지역활동가	10명	7명	9명	
		전문활동가	18명			
상점 조사 및 홍보	8.4 ~ 8.8	상점 조사	113곳	190곳	66곳	369곳
		참여 신청	37곳	72곳	9곳	118곳
상점 교육	8.16 ~ 9.23	개별 및 집합 교육	32곳	35곳	7곳	74곳
개별 컨설팅	9월 ~ 11월	1차모니터	16곳	15곳	7곳	38곳
		2차모니터				
		보고서 제공				
서울시 고령친화 "오래오래" 상점 선정 및 환경 개선	11월 ~ 12월	현판, 선언문 설치	15곳	15곳	7곳	37곳
		고령친화 물품 제공	15곳	15곳	7곳	37곳
		환경개선 (단차개선)	2곳	3곳	1곳	6곳
		환경개선 (정리수납)	2곳	4곳	0곳	6곳

Ⅳ. 연구방법

1. 연구모형과 연구문제

이 연구는 2017년 서울시 고령친화 비즈니스 시범사업의 효과성을 알아보기 위한 것으로, 종속변수는 지역사회 이미지, 공동체 의식, 이용상점 수, 총 세 가지로 구성되었다. 각 종속변수는 시범사업 진행과 관련된 주요 변수(사전사후조사, 시범지역, 연령대)를 구성하는 집단 간 차이에 대한 비교 분석, 응답자의 인구학적 특성이 미치는 영향력에 대한 분석에 활용되었다.

〈그림 2〉 연구 모형



위 〈그림 2〉와 같은 연구 모형에 따라 이 연구의 연구문제는 다음과 같이 정리될 수 있다.

1) 주민의 지역사회 이미지, 공동체 의식, 이용상점 수는 시범사업 전후의 변화가 있을 것이다.
2) 주민의 지역사회 이미지, 공동체 의식, 이용상점 수는 시범지역에 따른 차이가 있을 것이다.
3) 주민의 지역사회 이미지, 공동체 의식, 이용상점 수는 연령대에 따른 차이가 있을 것이다.
4) 주민의 인구학적 특성(성, 연령, 학력, 가족, 경제, 건강 등)은 지역사회 이미지, 공동체 의식, 이용상점 수에 영향을 미칠 것이다.
5) 인구학적 특성의 종속변수에 대한 영향력은 사전사후, 지역별, 연령대별로 상이할 것이다.

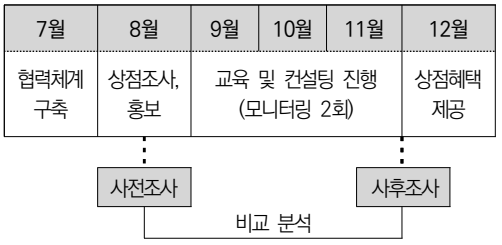
2. 자료수집과 분석방법

이 연구의 자료 수집은 사전조사와 사후조사 총 2회에 걸쳐서 이루어졌으며, 세 곳의 시범지역에 거주하거나 해당 지역을 자주 이용하는 만 19세 이상의 성인 지역주민과 상점상인을 대상으로 진행되었다. 다만, C구는 지역 특성상 거주 가구가 적어, 해당 지역의 직장인을 포함하여 조사하였다. 그 결과 지역 주민과 이용자 총 1,021명이 조사에 응하였다. 이 연구의 설문을 위한 표집 시 사전·사후조사와 3개 지역별로 응답 비율이 동일 배분되도록 하였다. 그리고 19세 이상 성인을 모두 응답 대상으로 하되, 고령친화 비즈니스라는 시범사업의 초점을 반영하여, 사업의 효과성이 가장 민감하게 드러나야 하는 노인 세대 응답 비율이 50% 이상 구성되도록 하였다. 상세 응답 현황은 〈표 8〉에 제시되어 있다.

이러한 자료 수집을 위한 사전조사는 〈그림 3〉의 일정과 같이 8월 4일부터 8월21일까지 진행되었고, 사후조사는 3개월 후인 11월 11일부터 시작되어 12월 6일까지 약 한 달간 진행되었다. 응답자는 사전조사, 사후조사 모두 시범지역의 지정 구역 내에서 무작위 추출 방식으로 선정되었고, 설문진행은 면접원이 설문지를 지참하고 지역에 직접 방문하여 질의하고 응답자가 응답한 내용을 기록하는 방법으로 진행되었다.

최종적으로 수집된 자료는 SPSS 통계 프로그램을 이용해 분석하였다. 자료 분석 과정에서는 응답 현황을 정리하기 위한 기본적인 기술 통계(빈도, 백분율, 평균, 총점 등)를 실시하였고, 특정 개념을 측정하기 위해서 구성된 각 척도에 대해서는 역문항에 대한 역점수 부여 등으로 항목 간 내용의 일관성을 확보한 뒤 Cronbach's α값으로 신뢰도를 확인하였다. 그리고 시범사업 개입과 관련한 사전·사후 변화와 집단 간 차이를 알아보기 위해 T-test와 ANOVA를, 응답자 특성의 종속변수에 미치는 영향력을 알아보기 위해 회귀분석을 실시하였다.

〈그림 3〉 시범사업 진행 및 조사 일정



Ⅴ. 분석 결과

1. 응답자 특성과 인식

이 연구는 사전·사후조사와 지역별 응답자가 동일한 비율로 배분될 수 있도록 하였다. 이에 따라 설문조사를 실시한 결과, 〈표 8〉에 나타난 것처럼 응답자 총 1,021명 중, 사전조사 응답자 50.4 %, 사후조사 응답자 49.6%로 구성되었으며, 지역별로는 A구 33.9%, B구 32.7%, C구 33.4%로 구성되었다. 또한 연령 측면에서는 60세 이상이 절반 이상 포함될 수 있도록 하였는데, 조사 결과에서 보듯이 10세 단위로 구분 시, 연령대별로 10% 내외가 응답하였고, 60세 이상은 50.5%이며, 응답자 평균 연령은 54.1세이다.

성별 구성은 남성과 여성이 거의 동률로 이루어졌으며, 학력은 고졸이 39.0%, 대졸이 35.4%를 차지했다. 응답자의 68.0%가 배우자가 있었고, 미혼이 이혼·사별·별거인 사람보다 많았다. 가구원 수는 대부분 2~3명 수준이었고, 혼자 사는 경우는 14.7%로 확인됐다.

응답자 본인의 경제적 생활 수준은 중 46.0%, 중하 또는 하 47.1%, 중상 또는 상 6.9%로 각각 응답하였으며, 주택 소유 형태 측면에서는 자가가 62.9%, 전세가 23.9%, 월세는 12.6%인 것을 알 수 있다. 본인의 건강 상태 평가는 매우 건강 또는 건강한 편에 73.8%가 응답하였고, 나쁜 편 또는 나쁨에 7.4%가 응답하였다.

마지막으로 해당 지역사회 내에서 월 1회 이상 자주 이용하는 상점 수에 대한 질문에서는 최대 10개로 응답치를 제한하였을 때 평균 3.1개로, 이용상점이 3개 이상이라는 응답자가 57.8%로 절반을 넘는 것으로 나타났다.

〈표 8〉 응답자 특성

항목 구분		사례(명)	비율(%)
전체		(1,021)	100.0
조사시기	사전조사	(515)	50.4
	사후조사	(506)	49.6
지역	A구	(346)	33.9
	B구	(334)	32.7
	C구	(341)	33.4
성별	남성	(504)	49.4
	여성	(517)	50.6

항목 구분		사례(명)	비율(%)
전체		(1,021)	100.0
연령 평균 54.1세	19~29세	(148)	14.5
	30대	(100)	9.8
	40대	(103)	10.1
	50대	(154)	15.1
	60대	(338)	33.1
	70세 이상	(178)	17.4
학력	중학교 이하	(262)	25.7
	고등학교	(398)	39.0
	대학교 이상	(361)	35.4
혼인상태	미혼	(199)	19.5
	유배우	(694)	68.0
	이혼/별거/사별	(128)	12.5
배우자 유무	배우자 있다	(694)	68.0
	배우자 없다	(327)	32.0
가구원수	1명	(150)	14.7
	2명	(271)	26.5
	3명	(250)	24.5
	4명 이상	(350)	34.3
경제적인 생활수준	상	(16)	1.6
	중상	(54)	5.3
	중	(470)	46.0
	중하	(329)	32.2
	하	(152)	14.9
주택 소유형태	자가	(642)	62.9
	전세	(244)	23.9
	월세	(129)	12.6
	기타	(6)	0.6
평소 건강상태	매우 건강하다	(208)	20.4
	건강한 편이다	(545)	53.4
	보통이다	(193)	18.9
	나쁜 편이다	(60)	5.9
	건강이 나쁘다	(15)	1.5
이용상점 개수 평균 3.1개	1개	(196)	19.3
	2개	(233)	22.9
	3개	(197)	19.4
	4개	(185)	18.2
	5개 이상	(205)	20.2

그다음 주민의 지역사회 인식과 관련된 척도인 지역사회 이미지와 공동체 의식에 대한 응답 결과는 아래 〈표 9〉에 나타난 바와 같다. 각 척도의 Chronbach's α값을 살펴보면, 지역사회 이미지 .876, 공동체 의식 .923으로, 각 척도의 신뢰성은 충분히 확보되어 있다고 말할 수 있다.

우선, 지역사회 이미지는 2개의 형용사 쌍으로 이루어진 7점 어의분별척도로 총 12개 문항에 응답하도록 하였는데, 긍정적 이미지에 낮은 점수가 부여되어 있어, 점수가 높을수록 부정적 이미지를 의미한다. 조사 결과, 이 척도에 대해 전체 응답자는 총점 84점 만점 중 42.1점, 항목별 평균 점수 3.5점의 응답 결과를 보였다.

그다음으로 공동체 의식은 연대감, 충족감 등의 개념을 중심으로 총 10개 문항으로 구성되어 있고, 각 문항에 5점 척도로 응답하도록 되어있으며, 점수가 높을수록 공동체의식이 높은 것으로 볼 수 있다. 조사 결과, 50점 만점 중 전체 응답자의 평균 점수는 35.3점, 항목별 평균 점수는 3.5점으로 밝혀졌다.

〈표 9〉 종속변수 응답 결과

척도	구성	총점	총점 평균	항목 평균	α값
지역사회 이미지	7점 척도 12문항	84	42.1	3.5	.876
공동체 의식	5점 척도 10문항	50	35.3	3.5	.923

2. 종속변수별 집단 간 차이 검증

이 연구는 고령친화 비즈니스 시범사업의 효과성을 알아보기 위하여 지역사회 이미지, 공동체 의식, 이용상점 수 등을 종속변수로 선정하였고, 시

범사업 실시 전과 후의 종속변수 변화로 효과성 여부를 판단하고자 한다. 이에 따라 우선 사전조사와 사후조사 각각의 종속변수 응답 결과를 비교하여 유의미한 수준의 응답 차이가 존재하는지 살펴보았다.

사전조사와 사후조사 간 차이 검증 결과, 지역사회 이미지는 사전조사(43.7점)보다 사후조사(40.3점)의 값이 유의미한 수준에서 더 낮게 나타났고, 공동체 의식은 사전조사(34.9점)보다 사후조사(35.7점)의 점수가 유의미한 수준에서 더 높게 조사됐다. 이는 사전조사에 비해 사후조사 응답자의 지역사회 이미지가 더 긍정적이고, 공동체 의식이 더 높은 수준임을 의미한다. 이용하는 상점 수는 사전조사 2.9개, 사후조사 3.4개로 차이가 있었고 이 차이 또한 유의미한 것이었다. 이 같은 결과를 통해 시범사업 개입 후 지역 주민 인식과 지역 상점 이용 행태에 어느 정도의 변화가 발생하였다고 말할 수 있다.

3개 시범 지역별 종속변수 응답 결과의 차이를 검증한 결과, 지역별 차이가 모두 유의미한 것으로 나타났다. 분석 결과를 전체적으로 살펴보면, C구가 지역사회 이미지가 가장 부정적이고, 공동체 의식이 가장 낮으며, 이용상점 수도 가장 적은 것으로 나타났다. 이러한 결과는 C구가 실제 거주 인구보다는 유동 인구가 많은 상업 지역으로서의 특성을 갖기 때문으로 보인다. 그 외 A구와 B구의 지역사회 이미지와 공동체 의식의 양상은 다르게 나타나 지역별로 지역 주민의 인식과 행동 양식이 다르게 형성되어 있을 수 있다는 점을 파악할 수 있다.

연령별 차이 검증 결과에서는 지역사회 이미지와 공동체 의식만이 연령 집단에 따른 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 나이가 많은 집단의 지역사회 이미지가 더 긍정적이었고, 공동체 의식 점수 또한 더 높은 것으로 분석됐다.

〈표 10〉 사전사후 차이 검증 결과(T-test)

종속변수 측정척도	구분	사례(명)	평균	표준편차	t값
지역사회 이미지	사전	515	43.7	12.27211	4.730 ***
	사후	506	40.3	10.99792	
공동체 의식	사전	515	34.9	6.74197	−2.072 *
	사후	506	35.7	6.35517	
이용 상점 수	사전	515	2.9	1.76069	−4.010 ***
	사후	506	3.4	1.81706	

* P<0.05, ** P<0.01, *** P<0.001

〈표 11〉 시범지역 간 차이 검증 결과(Anova)

종속변수 측정척도	구분	사례(명)	평균	표준편차	F값
지역사회 이미지	A구	346	42.0	9.68623	12.714***
	B구	334	39.8	12.48493	
	C구	341	44.3	12.57965	
공동체 의식	A구	346	36.7	5.34792	108.383***
	B구	334	37.8	6.18223	
	C구	341	31.5	6.33270	
이용 상점 수	A구	346	3.9	1.76676	261.736***
	B구	334	3.9	1.57655	
	C구	341	1.7	0.91210	

* P<0.05, ** P<0.01, *** P<0.001

〈표 12〉 연령대별 차이 검증 결과(Anova)

종속변수 측정척도	구분	사례(명)	평균	표준편차	F값
지역사회 이미지	2·30대	248	44.1	11.97251	10.174***
	4·50대	257	43.4	12.78752	
	60이상	516	40.5	10.92676	
공동체 의식	2·30대	248	33.5	6.65075	13.882***
	4·50대	257	35.2	6.50527	
	60이상	516	36.2	6.38842	
이용 상점 수	2·30대	248	3.0	1.86784	1.355
	4·50대	257	3.3	1.86109	
	60이상	516	3.1	1.73766	

* P<0.05, ** P<0.01, *** P<0.001

3. 종속변수 영향 요인 회귀분석

이 연구에서 회귀분석은 사전과 사후조사 2회에 걸친 응답 자료를 통합하여 진행하였다. 통합된 응답 자료로 회귀분석을 실시하기에 앞서, 각 독립변수의 사전조사와 사후조사 차이를 T-test로 확인해보았다. 그 결과, 유의미한 차이가 발견되지는 않았으며 각 조사의 응답자 표집에 우려할만한 편향이 발생하지는 않은 것으로 판단하였다. 종속변수별 회귀모형 내 독립변수의 공차한계는 모두 0.6 이상, VIF값은 3.0 미만으로, 변수 간 다중공선성 문제로 영향관계가 왜곡될 위험성도 적은 것으로 보았다.

〈표 13〉을 보면, 종속변수별 회귀모형이 제시되어 있는데, 각 모형의 설명력은 다소 낮은 편이지만 높은 수준의 유의미성(지역사회 이미지 F=3.743, P〈0.001, 공동체 의식 F=8.628, P〈0.001, 이용상점 수 F=5.124, P〈0.001)을 가지고 있음을 알 수 있다. 각 종속변수에 유의미한 영향을 미치는 독립변수를 중심으로 살펴보면, 각 종속변수에 대한 영향 요인의 구성이 서로 다르다는 것을 알 수 있다. 즉, 지역사회 이미지는 나이가 많고 배우자가 없는 경우 긍정적이고, 공동체 의식은 연령이 높고 가구원 수가 많으며 주택을 소유하고 있는 경우 점수가 높아지며, 이용상점은 여성이면서 연령이 낮고, 배우자가 있으며, 건강상태가 안 좋은 경우 그 수가 많아지는 것을 알 수 있다.

〈표 13〉이 전체 응답자의 응답 결과를 중심으로 독립변수와 종속변수 간 영향관계를 살펴보았다면, 〈표 14〉는 사전조사와 사후조사 응답자를 구분하였고, 〈표 15〉는 3개 시범지역별 응답자를 구분하여 실시한 회귀분석 결과이다. 그리고 여기에 표로 제시되지는 않았지만, 연령대별 3개집단으로 구분한 회귀분석도 수행하였다.

〈표 13〉 종속변수별 회귀분석 결과

변수	전체 응답자 (n=1,021)											
	지역사회 이미지				공동체 의식				이용상점 수			
	B	S.E.	β	t값	B	S.E.	β	t값	B	S.E.	β	t값
(상수)	45.712	3.241		14.102 ***	32.534	1.773		18.347 ***	4.061	.493		8.233 **
성별[d]	-.440	.749	-.019	-.587	-.212	.410	-.016	-.518	-.276	.114	-.077	**-2.422** *
연령	-.098	.034	-.145	**-2.889** **	.043	.019	.114	**2.323** *	-.012	.005	-.119	**-2.389** *
고졸학력[d]	.700	1.030	.026	.679	-.440	.563	-.029	-.781	.001	.157	.000	.008
대졸학력[d]	-.709	.959	-.029	-.739	-.605	.525	-.044	-1.153	-.147	.146	-.039	-1.005
배우자[d]	1.935	.976	.077	**1.981** *	-.011	.534	-.001	-.019	.648	.149	.168	**4.359** ***
가구원수	.483	.420	.044	1.151	.493	.230	.081	**2.148** *	-.009	.064	-.005	-.134
주택소유[d]	-1.306	.825	-.054	-1.583	1.981	.451	.146	**4.391** ***	.214	.126	.058	1.708
건강상태	-.057	.480	-.004	-.118	-.397	.263	-.052	-1.512	-.160	.073	-.076	**-2.193** *
R	.170				.253				.197			
R^2	.029				.064				.039			
F	3.743***				8.628***				5.124***			

* P〈0.05, ** P〈0.01, *** P〈0.001

d. 더미변수: 성별(남성=1), 고졸학력(고졸 이상=1), 대졸학력(대졸 이상=1), 배우자(배우자 있음=1), 주택소유(자가=1)

〈표 14〉 사전사후조사별 회귀분석 결과

변수	사전조사 (n=515)						사후조사 (n=506)					
	지역사회이미지		공동체의식		이용상점수		지역사회이미지		공동체의식		이용상점수	
	β	t값	β	t값	β	t값	β	t값	β	t값	β	t값
(상수)		8.956 ***		11.624 ***		4.176 ***		11.477 ***		14.272 ***		7.250 ***
성별[d]	-.046	-1.015	-.018	-.400	-.068	**-1.511** *	.016	.366	-.022	-.512	-.083	-1.866
연령	-.073	-1.032	.117	1.669	-.076	**-1.078** *	-.240	**-3.372** **	.123	1.778	-.153	**-2.165** *
고졸학력[d]	.026	.477	-.048	-.883	-.058	-1.068	.039	.717	-.017	-.323	.041	.760
대졸학력[d]	.004	.070	-.046	-.827	-.018	-.318	-.097	-1.772	-.031	-.578	-.035	-.651
배우자[d]	.080	1.468	-.069	-1.271	.158	**2.897** **	.044	**.800** *	.079	1.478	.196	**3.597** ***
가구원수	.049	.929	.082	1.575	.012	.225	.045	.813	.082	1.515	-.026	-.464
주택소유[d]	-.101	-2.153	.143	**3.087** **	.032	.689	.005	.104	.141	**2.942** **	.082	1.665
건강상태	.023	.460	.013	.257	.020	.409	-.042	-.838	-.113	**-2.342** *	-.162	**-3.291** **
R	.170		.222		.181		.215		.316		.252	
R^2	.029		.049		.033		.046		.100		.064	
F	1.893		3.290**		2.146*		3.024**		6.913***		4.220***	

* P<0.05, ** P<0.01, *** P<0.001

d. 더미변수: 성별(남성=1), 고졸학력(고졸이상=1), 대졸학력(대졸이상=1), 배우자(배우자있음=1), 주택소유(자가=1)

〈표 15〉 시범지역별 회귀분석 결과

변수	A구 (n=345)						B구 (n=334)						C구 (n=341)					
	지역이미지		공동체의식		이용상점수		지역이미지		공동체의식		이용상점수		지역이미지		공동체의식		이용상점수	
	β	t값	β	t값	β	t값	β	t값	β	t값	β	t값	β	t값	β	t값	β	t값
(상수)		8.910 ***		11.668 **		3.780 ***		7.002 ***		10.894 ***		4.604 **		10.792 ***		8.515 **		5.230 ***
성별[d]	.018	.323	-.082	-1.520	-.216	**-4.001** ***	-.087	-1.609	-.005	-.089	-.037	-.665	.018	.333	-.007	-.122	-.040	-.714
연령	-.057	-.627	.182	**2.100** *	.024	.277	-.150	-1.818	.287	**3.481** **	.046	.535	-.329	**-3.699** ***	.144	1.564	-.120	-1.311
고졸학력[d]	.073	1.116	-.017	-.269	.044	.697	.010	.151	-.058	-.860	.030	.423	-.033	-.509	.033	.499	-.045	-.678
대졸학력[d]	-.010	-.151	.015	.242	.039	.610	.088	1.336	-.011	-.172	-.005	-.077	-.217	**-3.124** **	.000	-.006	.081	1.123
배우자[d]	.046	.674	-.022	-.337	.165	2.520 *	.068	1.075	.019	.304	.043	.655	.132	**1.885** *	-.139	-1.925	.049	.679
가구원수	.033	.526	.114	1.878	-.028	-.460	.073	1.107	.076	1.150	-.058	-.848	.027	.398	-.006	-.090	-.128	-1.807
주택소유[d]	-.111	-1.907	.201	**3.602** ***	-.186	**-3.329** **	-.028	-.497	.046	.826	.080	1.361	.031	.506	.076	1.191	.062	.973
건강상태	-.054	-.836	-.019	-.302	.087	1.411	.093	1.514	.069	1.124	.053	.831	-.192	**-3.261** **	.031	.510	-.063	-1.042
R	.164		.327		.330		.311		.307		.136		.284		.147		.146	
R^2	.027		.107		.109		.097		.094		.019		.081		.022		.021	
F	1.160		5.037***		5.143**		4.356***		4.226***		.769		3.654***		.915		.908	

* P<0.05, ** P<0.01, *** P<0.001

d. 더미변수: 성별(남성=1), 고졸학력(고졸이상=1), 대졸학력(대졸이상=1), 배우자(배우자있음=1), 주택소유(자가=1)

우선, 〈표 14〉를 살펴보면, 종속변수에 유의미한 영향을 미치는 독립변수가 사전조사와 사후조사 집단 각각에서 다르게 나타남을 알 수 있다. 특히, 사후조사 집단의 영향 요인이 앞서 살펴본 전체 응답자 회귀모형과 비슷한 양상을 보이고 있다. 이를 통해 시범사업 개입으로 주민의 지역사회 이미지 및 공동체 의식 등 인식과 상점이용 양상에 대한 인구학적 특성의 영향력이 더욱 분명하게 밝혀졌다고 말할 수 있다.

구체적으로 살펴보면, 지역사회 이미지는 사전조사에서는 회귀모형이 유의미한 수준이 아니었지만, 사후조사에서는 모형이 유의미할 뿐만 아니라, 연령과 배우자 유무의 영향력이 전체 응답자를 대상으로 한 모형과 같은 양상으로 발견되었다. 한편, 공동체의식은 사전조사에서는 주택소유만 영향을 미쳤는데 사후조사에서는 주택소유와 건강상태가 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났고, 이용상점 수는 사전조사에서는 성별, 연령, 배우자 유무에 따른 변화가 있었지만, 사후조사에서는 연령, 배우자 유무, 건강상태에 따른 변화가 있는 것을 알 수 있다.

〈표 15〉는 지역별 응답자에 따른 분석 결과인데, 이 또한 지역별로 종속변수에 대한 영향 요인이 각기 다르고, 그 양상 또한 전체 응답자 대상 분석 결과와도 상이하다는 것을 알 수 있다. 우선, A구는 공동체 의식과 이용상점 수에 각각 연령과 주택소유, 성별과 주택 소유가 영향을 미치는 것으로 나타났다. 한편, B구는 공동체 의식에 대한 연령의 영향력만 유의미한 것으로 조사됐다. C구는 지역사회 이미지에 대한 회귀모형이 유의미하였고, 이 모형에서 연령, 대졸 학력, 배우자 여부, 건강상태가 유의미한 영향력을 가진 독립변수로 밝혀졌다. 구체적으로 이 지역 주민과 이용자는 높은 연령에 대졸 이상 학력이며, 배우자가 없고 건강상태가 좋은 경우 긍정적인 지역사회 이미지를 가지고 있는 것이다.

그리고 여기에 제시되지는 않았지만, 연령대별(2·30대, 4·50대, 60세 이상)로 세 가지 종속변수(지역사회 이미지, 공동체 의식, 이용상점 수) 각각에 대한 인구학적 특성의 영향력을 분석한 결과, 4·50대 집단에서는 유의미한 회귀모형이 발견되지 않았고, 2·30대에서는 이용상점 수($F=2.604$, $P<0.05$)에 대한 회귀모형만 유의미한 것으로 분석됐다. 60세 이상 집단의 공동체 의식($F=5.142$, $P<0.001$)과 이용상점 수($F=3.035$, $P<0.01$)에 대한 회귀모형이 유의미하게 확인됐다.

이들 모형 중 종속변수에 유의미한 영향을 미치는 요인을 살펴본 결과, 2·30대 집단에서는 학력이 높을수록 이용상점 수가 적은 것을 알 수 있었다($\beta=-.039$, $P<0.05$). 60세 이상 집단에서는 주택 소유자($\beta=.216$, $P<0.001$)와 건강 상태가 안 좋은 경우($\beta=-.166$, $P<0.05$) 공동체 의식이 높았고. 이용상점 수 또한 주택을 소유한 경우($\beta=.123$, $P<0.05$)와 건강 상태가 안 좋은 경우($\beta=-.117$, $P<0.05$) 그 수가 더욱 많아지는 것으로 분석됐다.

Ⅵ. 결론

서울시는 인구 고령화 추세에 대비해 노인복지 수준을 높이려고 다양한 노력을 기울이고 있는데, 이러한 노력이 지금까지는 정책적 차원에서 시민에게 간접적으로 전달됐다고 할 수 있다. 이러한

정책적 노력이 가지는 의의가 있기는 하지만, 그동안 시민 차원에서는 이 노력과 그에 따른 변화를 직접 체감하기에 어려움이 있었다. 고령친화 비즈니스 사업은 이러한 한계를 극복하고 지역사회 단위의 시민 생활에서 직접 체감할 수 있는 직접적이고 실천적인 수준으로 접근하고자 시도되었다. 이 연구는 이 시범사업의 효과성을 알아보고자 진행된 것이다.

고령친화 비즈니스 시범사업은 지역사회 소규모 상점에 대한 교육과 훈련, 지원 등의 개입을 통한 상점의 인식과 태도, 물리적 환경 등의 고령친화적 변화를 일차적 목적으로 한다. 이차적으로는 상점에 형성된 노인 존중 분위기를 바탕으로 지역사회 전체의 인식 변화가 일어나도록 하는 것을 목적으로 한다. 즉, 이 사업은 노인을 배려하는 고령친화적 지역사회 환경 구축에 초점을 두는 것으로서, 노인이 주요 대상이다. 하지만 노인 세대만을 위한 것은 아니며, 노인을 포함한 다양한 사회적 약자가 모두 함께 살아가기 편리한 환경을 지향한다. 궁극적으로는 주민 사이에 지역사회에 대한 긍정적 인식과 공동체 의식이 구축되기를 기대하는 것이다.

그러므로 이 연구는 고령친화 비즈니스 시범사업의 효과성을 알아볼 목적으로 지역사회 이미지, 공동체 의식 등을 주요 종속변수로 선정하였고, 상점이 주요 개입 대상이므로 주민이 이용하는 상점 수를 종속변수로 함께 살펴보았다. 그리고 앞으로 사업 운영의 실천적 함의를 찾아보기 위하여 시범지역별, 연령대별 종속변수의 차이와 주민의 인구학적 특성 중 종속변수에 미치는 영향 요인 등을 분석하였다.

연구 서두에 제시한 주요 연구문제는 크게 두 가지로 나누어질 수 있는데, 종속변수의 값이 어떠한 조건에 따라 차이가 있는지 여부와 종속변수에 미치는 주민의 인구학적 특성의 영향력이다. 자료분석에 따른 연구문제에 대한 검증 결과는 〈표 16〉과 같이 요약 정리될 수 있다.

〈표 16〉 연구문제 검증 결과 요약

연구문제		검증결과
1) 시범사업 전후 종속변수의 차이	지역사회 이미지	유의미한 차이
	공동체 의식	유의미한 차이
	이용상점 수	유의미한 차이
2) 시범지역에 따른 종속변수의 차이	지역사회 이미지	유의미한 차이
	공동체 의식	유의미한 차이
	이용상점 수	유의미한 차이
3) 주민연령에 따른 종속변수의 차이	지역사회 이미지	유의미한 차이
	공동체 의식	유의미한 차이
	이용상점 수	-
4) 인구특성 중 종속변수에 영향을 미치는 요인	지역사회 이미지	연령, 배우자 여부
	공동체 의식	연령, 가구원, 주택
	이용상점 수	성별, 연령, 배우자 여부, 건강상태
5) 인구특성 중 종속변수에 영향을 미치는 요인 차이	사전사후조사	차이 있음
	시범지역별	차이 있음
	주민연령대별	차이 있음

우선, 시범사업 효과성을 알아보기 위해 실시한 사전조사와 사후조사의 비교 검증 결과, 사전조사보다 사후조사의 지역사회 이미지와 공동체 의식, 이용상점 수 등이 긍정적인 방향으로 변화한 것을 확인할 수 있었다. 즉, 시범사업을 통한 상점에 대한 개입 활동이 효과가 있었다고 말할 수 있고, 앞으로 이러한 종류의 사업이 진행될 경우 지역사회 파급력과 시민 체감도 향상, 주민 삶의 질 개선 등의 가능성을 기대할 수 있다고 본다.

이러한 사업의 효과성과 가능성 외 시범지역과 연령에 따른 종속변수의 차이 분석이나 주민의 인구학적 특성이 종속변수에 미치는 영향력에 대한 회귀분석에서는 더 실천적인 함의를 얻을 수 있었다. 우선, 이러한 사업을 진행하는 데 해당 지역의 특성 파악과 이해가 무엇보다 중요하다는 점을 알 수 있었다. 또한, 연령대별로 지역사회 인식이나 지역사회 상점을 이용하는 행태도 다르게 나타나고 있으므로, 연령대별로 다른 개입 계획과 접근이 이루어져야 한다는 점도 알 수 있었다. 그리고 더 나아가서는 주민의 다양한 특성을 고려해야 한다고 본다.

예를 들어 다음과 같은 내용을 고려할 수 있다. 첫째, 지역사회 이미지나 공동체 의식은 노인 세대보다 청장년 세대가 낮은 수준으로 볼 수 있으므로, 이들을 대상으로 한 인식 개선을 위해서는 차별화된 전략이 수립되어야 한다. 둘째, 가구원 수가 공동체 의식에 영향을 미치는 결과를 보았을 때, 최근 증가하고 있는 1인 가구에 대한 고려가 필요하다는 점을 알 수 있다. 셋째, 건강상태가 안 좋은 경우 이용상점 수가 증가하는 결과를 볼 때, 신체적 활동이 제한되면 지역상점을 이용하게 되는 것으로 해석할 수 있을 것이다. 그렇다면 지역상점은 더욱 더 신체적 제약이 있는 노인과 사회적 약자인 주민을 배려하는 곳으로 변화해야 하는 것이다.

이 연구는 조사 진행에 몇 가지 한계를 가지고 있어서, 분석 결과에서 드러난 사전조사와 사후조사의 차이가 실제 사업 개입에 따른 차이인지 확신하기 어려운 부분이 있다. 왜냐하면, 완벽한 기초선 상태의 사전조사, 그리고 실천적 개입이 이루어진 후 충분한 시간적 여유를 둔 사후조사가 이루어지지 못했다는 점과 사전조사와 사후조사 모두 동일한 응답자를 대상으로 한 패널 조사 방식이 적용되지 못했다는 점 때문이다.

이러한 한계에도 불구하고 정책적 노력을 실천적으로 적용해보고자 시도하였다는 점은 의미 있는 것으로 본다. 특히, 기존 공공이나 비영리기관을 중심으로 한 것이 아니라 영리 목적의 상점을 대상으로 하여 시민 실제 생활에 더 밀착된 실천을 시도했다는 점과 정책적 실천의 참여 주체를 확장하였다는 점이 시범사업의 중요한 의의라고 본다. 그리고 이러한 시도가 지역사회 내에서 어느 정도의 성과를 실제로 가져올 수 있음을 확인했다는 점 또한 이 연구의 의의라고 말할 수 있다.

그리고 이 사업의 실증적 효과성 여부와 상관없이 이러한 사업이 가지고 있는 근본적 관점과 가치에 대한 정책적, 실천적 차원에서 공감하는 경우를 이 사업의 추진 과정은 물론 완료 후에도 많이 발견할 수 있었다. 그렇기 때문에 이 사업이 서울시 차원에서 본사업으로 이어지지는 못했지만, 시범사업에 참여했던 자치구 차원에서 지속 사업으로 진행하는 경우, 국내 다른 도시에서 관련 내용을 벤치마킹하여 도입 방안을 적극 검토 중인 경우가 발생하고 있다. 실제 최근 뉴스 기사(베타뉴스, 2019)를 보면, 경기도에서는 고령친화비즈니스 인증제 도입에 관한 연구를 진행하고 실행 방안을 타진 중인 것을 알 수 있다.

그렇기 때문에 앞으로도 이러한 유형의 사업이 확산되고 지속되어서 지역사회 공동체 차원에서 인구 고령화 현상에 대응하여 변화할 수 있도록 다양한 방식의 지원이 이루어져야 한다고 본다. 한편, 앞으로 사업이 더 효과적으로 진행되고 더욱 좋은 성과를 도출하려면 고령친화 비즈니스와 관

련된 이론적 근거의 구성, 지침과 측정 도구 등이 더욱 정교하게 마련되고 발전되어야 할 것이다. 그리고 노인과 사회적 약자가 소비자로서 상점을 이용할 때 이들을 이해하고 배려하는 상점의 역할 등에 대한 새로운 관점의 연구가 진행되어야 할 필요가 있다고 본다.

참고문헌

김경준·김성수, 1998, "지역사회 주민의 공동체 의식에 관한 연구", 「지역사회개발연구」, 23(2): 211~232.

김근홍·김효정·신현석·서문진희·송지원, 2014, "중·고령자의 지역사회 참여에 미치는 영향에 관한 연구: 공동체 의식과 생활환경 인식을 중심으로", 「한국지역사회복지학」, 50: 53~91.

김필두·윤준희, 2005, "주민의 공동체 의식이 마을만들기 참여자의 역할인식에 미치는 영향", 「한국정책학회 추계학술발표논문집」.

박가나, 2009, "청소년참여활동이 공동체의식에 미치는 효과", 「청소년학연구」, 16(10): 273~306.

서울시, 2010, 「2020고령사회마스터플랜」.

서울시, 2012, 「서울어르신종합계획」.

서광영·박진아, 2018, "도시재생 붐업사업으로서 거점시설 조성 전·후 지역이미지 변화 및 시설 효과 분석: 플랫폼창동61을 중심으로", 「서울도시연구」, 19(2): 1~19.

성희자·전보경, 2006, "농촌 지역 주민의 공동체 의식에 관한 연구", 「사회복지정책」, 27(1): 149~170.

양덕순·강영순, 2008, "지역공동체의식이 주민참여에 미치는 영향 분석: 제주특별자치도를 중심으로", 「한국지방자치학회보」, 20(1): 71~89.

오미영·차동필, 2006, "케이블TV방송(SO)의 지역사회 공동체의식과 조직 특성이 지역사회 관계 활동에 미치는 영향, 「한국방송학보」, 20(4): 156~197.

오영은·이정화, 2012, "사회적관계망 크기와 지역사회공동체의식이 단독가구 농촌노인의 고독감에 미치는 영향: 독거노인가구와 노인부부가구 비교를 중심으로", 「한국지역사회복지학」, 43: 555~580.

이현경·조성혜·김정희·김윤경·추향임, 2014, "농촌지역 중년과 노인의 자기효능감, 사회적 지지와 지역사회 공동체의식이 건강관련 삶의 질에 미치는 영향", 「대한간호학회지」, 44(6): 608-616.

정은하a, 2017, 「2017 고령친화마을 시범사업 성과연구보고서」, 서울시복지재단.

정은하b, 2017, 「서울시 어르신정책모니터링단 활동연구보고서: 서울시 경로우대제도 활성화 방안」, 서울시복지재단.

최열·공윤경, 2007, "공동주택 단지설계요소 및 거주자 특성이 공동체의식에 미치는 영향에 관한 분석", 「대한건축학회 논문집」, 23(5): 83~90.

하병규·권영주, 2015, "공동체의식이 주민참여에 미치는 영향에 관한 연구, 서울시 마을공동체 사업을 중심으로", 「한국지방정부학회 학술대회자료집」, 205~225.

홍영화, 2013, "근린에서의 상점이용과 환경인식이 주민의 영역태도에 미치는 영향", 서울대학교 석사학위논문.

British Columbia, 2011, *Creating an Age-friendly Business in B.C.*

Chavis, DM, Wandersman, A., 1990, "Sense of community on the urban environment: A catalyst for particiaption and community development", *American Journal of Community Psychological*, 18: 55~81.

Eusko Jaurlaritza, 2016, *Friendliness Guide for Establishments: Shops and Restaurants.*

Hillery, G. A., 1955, *Definitions of community: Areas of agreement,* Rural.

Ireland, 2013, *Age-friendly Business Recognition Scheme.*

Kim, J. and Kaplan R., 2004, *Physical and psycho-logical factors in sense of community: New*

urbanist Kentlands and nearby Orchard Village, Environment and behavior.

London Canada, 2016, *Age-friendly Business Resource Guide*.

McMillan, D. W. and Chavis, D. M., 1986, "Sense of community: A definition and theory", *Journal of Community Psychology*, 14: 623.

New York, 2014, *Age-friendly Business Resource Guide.*

Pretty G., Bishop B., Fisher A., and Sonn C., 2007, "Psychological sense of community and its relevance to well-being and everyday life in Australia", *The Australian Community Psycho -logist*, 19(2): 6~25.

Rapopot, A., 1997, *Human Aspects of Urban Form: Towards a Man-Environment Approach to Urban Form and Design*.

Shields, M., 2008, "Community belonging and self-perceived health", *Health Reports*, 19(2): 51~60.

doopedia 두산백과 홈페이지, http://www.doopedia.co.kr

GNAFCC 홈페이지 https://extranet.who.int/agefriendlyworld

베타뉴스, 2019. 8. 12., "경기도의회, 초고령사회 대비 고령친화비즈니스 인증제 도입 방안".

노인복지법 제26조, 2019. 12. 12., 법률 제15881호.

원 고 접 수 일 : 2019년 1월 15일
1 차 심 사 완 료 일 : 2019년 10월 10일
2 차 심 사 완 료 일 : 2020년 3월 10일
최 종 원 고 채 택 일 : 2020년 3월 30일