

실버 세대를 위한 젊은 비즈니스

베 이비 부머가 실버층에 진입(進筮)하면 새로운 실버 문화가 탄생할 것으로 예상 인구의 1/4을 차지하고 있는 1차(1955~1963년생)와 2차(1968~1974년생) 베이비부머<ㄹ> 세대가 2020년부터 65세 이상 실버층으로 진입할 예정입니다.



이들 베이비부머 세대는 자산과 所得(소득) 수준이 이전 세대보다 높을 것으로 예상되고 능동적인 소비주체로서의 성향도 갖고 있습니다. 따라서, 은퇴세대는 '부유하고 활동적이며 건강하게 장수하는' 소비그룹으로 인식될 것입니다.

⊗ 새로운 실버 문화의 탄생

2) 베이비부머의 5大 트렌드

- ㉠ 건강: 신체활력 + 자존감 유지
- ㉡ 가족: 직접 봉양에서 원거리 효도로
- ㉢ 여가: 문화소외층에서 문화주류층으로
- ㉣ 사회참여: 사회 수혜층을 넘어 사회 기여층으로
- ㉤ 디지털라이프: 디지털 둔감층에서 스마트 실버로

3) 고령화로 인한 비즈니스 기회

- ㉠ 프로액티브 케어 비즈니스 : 육체적, 정신적, 심리적인 안정을 추구하는 사업
- ㉡ 원거리 효(孝) 비즈니스 : 독립적 생활과 건강관리 상품이 주축
- ㉢ 목적지향 휴(休) 비즈니스 : 관찰자에서 주도자로 참여하는 여가상품이 확대
- ㉣ 배품 지원 비즈니스 : 은퇴 후 전문 분야에서 숙련된 기술, 능력, 지식 등을 지역 사회와 나누려는 욕구가 확대되면서 이를 지원하는 사업
- ㉤ 스마트실버 비즈니스 : Digilog의 수요 증가가 예상

※ 기존 실버 세대와 뉴실버 세대의 특성 비교

구분		실버세대	뉴실버세대
세대특성	노년의식	인생의 황혼기	새로운 인생의 시작
	가치관	본인을 노년층으로 인식	본인은 젊다고 생각
소비관	레저관	일 중심, 여가 활용에 미숙	여가 자체의 가치 목적화
	여행	단체여행, 효도여행	부부여행, 자유여행
노후준비	독립성	종속적 자녀에 의지	독립적 배우자/사회시스템에 의지
	보유자산	자녀에게 상속	자신의 노후를 위한 수단