

뉴&액티브 시니어의 웰에이징을 위한 시스템디자인 기반 웰니스 라이프 도큐멘테이션 콘텐츠 연구

A Systemic-Design Approach to Wellness Life Documentation Content for Enhancing the Well-Aging of New and Active Seniors

주 저 자 : 유 금 (Yu, Geum)

한남대학교 미디어영상학과 교수
yougold79@hnu.kr

<https://doi.org/10.46248/kids.2025.4.275>

접수일 2025. 12. 09. / 심사완료일 2025. 12. 15. / 게재확정일 2025. 12. 17. / 게재일 2025. 12. 30.
이 논문은 2025학년도 한남대학교 학술연구비 지원에 의하여 연구되었음

Abstract

South Korea's transition into a super-aged society has positioned New & Active Seniors who seek experience-driven wellness and self-directed well-aging as a major consumer group. Yet current health care services remain treatment-focused and insufficiently address seniors' multidimensional physical, psychological, and social needs. This study proposes a metaverse based wellness life documentation content design using a systemic design methodology to support the recording and sharing of daily experiences. Through the HEXA Systemic Design Process and the HYGGE Atomic Design System, the proposed solution delivers intuitive and inclusive user experiences, enhances emotional communication and inter generational connectivity, and establishes a sustainable senior wellness ecosystem through a phased business model.

Keyword

Super-aged society(초고령화 사회), Systemic Design(시스템믹디자인),
New & Active Senior Well-Aging Contents(뉴&액티브 시니어 웰에이징 콘텐츠)

요약

대한민국은 초고령사회로의 진입과 함께 경험 중심의 웰니스 기반 웰에이징을 추구하는 뉴&액티브 시니어가 핵심 소비층으로 부상하고 있다. 그러나 기존 헬스케어 서비스는 치료 중심 접근으로 인해 시니어의 신체-정신-사회적 복합 욕구를 충분히 반영하지 못하고 있다. 이에 본 연구는 시스템믹디자인 방법론을 바탕으로, 뉴&액티브 시니어의 일상 경험을 기록-공유하는 메타버스 기반 웰니스 라이프 도큐멘테이션 콘텐츠 디자인을 제안한다. 사용자경험, 디지털-시 트랜스포메이션, 브랜드 경험 디자인 코드를 융합한 HEXA 시스템믹디자인 프로세스와 HYGGE 아토믹 디자인시스템을 적용하여 직관적이고 포용적인 사용자 경험 가치를 구현한다. 이를 통해 정서적 소통과 세대 간 초연결을 강화하고, 단계별 비즈니스 모델을 기반으로 지속 가능한 시니어 웰니스 생태계 조성을 실현하고자 한다.

목차

1. 서론

1-1. 연구 배경 및 목적

2. 이론적 배경

- 2-1. 초고령화 사회의 도래
- 2-2. 뉴&액티브 시니어와 웰에이징
- 2-3. 시니어 콘텐츠 비즈니스
- 2-4. 메타버스 기반 라이프 도큐멘테이션

3. 시스템믹디자인 프로세스 전략

3-1. 디자인 패러다임의 확장 and 시스템믹디자인

3-2. 시스템믹디자인 프로세스 설계

4. 뉴&액티브 시니어 웰에이징을 위한 웰니스 라이프 도큐멘테이션 콘텐츠 제안

- 4-1. 콘텐츠 정보설계
- 4-2. 콘텐츠 디자인시스템
- 4-3. 콘텐츠 인터페이스디자인
- 4-4. 콘텐츠 비즈니스모델

5. 결론

참고문헌

1. 서론

1-1. 연구의 배경 및 목적

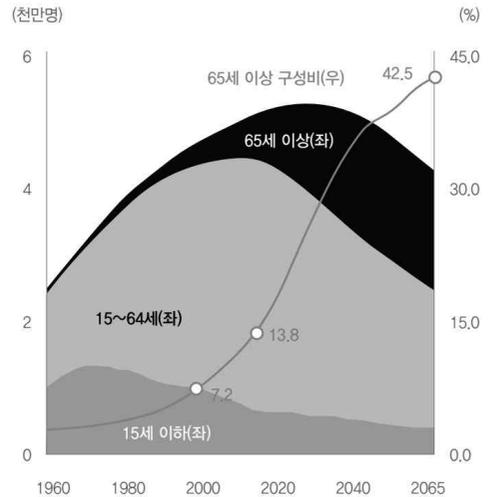
초고령화 사회로 대변되는 대한민국 사회에 있어서, 뉴&액티브 시니어는 과거의 노년층과 비교하여 신체적, 정신적, 사회·문화적 활동성과 웰에이징 니즈가 높고 자기 주도적인 라이프 스타일을 중시하는 세대 특성을 보인다. 이와 같은 시니어 계층의 변인에도 불구하고 이들을 위한 헬스케어 서비스는 주로 치료 목적의 메디컬 케어 영역에 집중되고 있는 현실이다. 뉴&액티브 시니어를 위한 헬스케어 서비스는 기존 메디컬 서비스 뿐만 아니라 신체적, 정신적, 사회적 이슈와 아젠다를 아우르는 포용적 관점의 웰니스 케어 서비스로 확장되어야 한다. 사회문제와 관련된 디자인 산업에 있어서 불확실하고 복잡한 사회, 환경, 조직 등의 시스템적 구조와 상호 관계성을 이해하고 도출된 문제를 시스템사고와 디자인사고를 융합해 접근하는 디자인 방법론인 시스템디자인(Systemic Design)을 주목할 수 있다. 시니어 등 이해관계자의 경험 가치, 사회 저변 구조, 첨단기술 기반 환경 요인 등 초연결을 통한 초고령화 문제를 재구조화하고 새로운 시대의 유기적 질서를 만들기 위한 시스템디자인 방법론을 통해 다차원적 라이프 스타일을 영위하고자 하는 뉴&액티브 시니어의 핵심니즈를 웰니스 콘텐츠 비즈니스와 연계해야 한다. 따라서 본 연구는 수요자 관점의 시스템디자인 방법론 설계를 기반으로 뉴&액티브 시니어 세대의 신체적, 정신적, 사회적 웰에이징 콘텐츠를 구체화하고 각각의 경험 가치를 일상의 기록으로 콘텐츠화하는 세대 간 소통을 통한 새로운 시니어 비즈니스 혁신을 도모하여 뉴노멀 환경의 스마트 시니어 라이프 로깅 콘텐츠 디자인 제안을 목적으로 한다.

2. 이론적 배경

2-1. 초고령화 사회의 도래

대한민국은 세계 최저 수준의 저출산율과 의학 기술의 발달에 따른 평균수명 연장으로 인해, 2018년 65세 이상 인구 비율이 14%를 넘어서며 ‘고령사회’에 진입하였고, 2026년에는 65세 이상 인구가 20%를 초과하는 ‘초고령사회’에 도달할 것으로 전망되고 있다. 고령 인구가 일상에서 가장 크게 인식하는 어려움은 건강 문제이며, 특히 기억력·지능·학습 능력 등 인지 능력이 뚜렷하게 감퇴하고, 신체적·생리적·사회적 노화에 따라 성격과 행동에도 변화가 나타난다. 그럼에도 불구하고

하고 시니어의 욕구는 기본적인 생리적 안정과 안전뿐 아니라 소속감, 애정, 자아실현과 같은 고차원적 욕구까지 지속적으로 확장되고 있으며, 삶에 대한 적극적 참여를 통해 이루어지는 성공적 노화에 대한 관심 또한 증가하고 있다. 이러한 사회적 변화 속에서 과거의 수동적 노년층과 차별화된 뉴&액티브 시니어 계층이 새로운 소비자 집단으로 부상하고 있다.



[그림 1] 대한민국 인구구조의 변화 추이¹⁾

2-2. 뉴&액티브 시니어와 웰에이징

뉴&액티브 시니어는 ‘건강하고 활동적’이라는 의미의 액티브와 ‘연장자’를 의미하는 시니어의 합성어로, 기존의 시니어 계층과 구별되는 새로운 라이프스타일을 지닌 ‘뉴 시니어’ 집단을 지칭한다. 이들은 시니어 비즈니스 시장에서 핵심 소비 주체로 부상할 것으로 전망되며, 경제적 안정성과 자기주도적 소비 성향을 바탕으로 기존 시니어 세대와 차별화된다. 특히 뉴&액티브 시니어는 신체 활동을 기반으로 한 다양한 운동과 취미 활동을 즐기며, 스스로의 삶을 건강하고 가치 있게 꾸기기 위한 웰에이징을 적극적으로 추구하는 특징을 갖는다.

과거 고령 세대는 높은 빈곤율과 낮은 노후 준비 수준으로 인해 경제적 제약이 큰 경우가 많았다. 반면, 현재 초고령사회를 이끌어갈 50대는 보다 높은 소득과 자산을 기반으로 스스로를 부양할 능력을 갖추고 있을 뿐 아니라, 문화, 오락, 취향 기반 활동에 대한 소비

1) 김광석, ‘고령사회 진입과 시니어 비즈니스의 기회’, 삼정KPMG경제연구원, 2017, p.2

여력도 큰 것으로 나타난다. 즉, 기존 시니어 세대가 노후 대비 부족으로 인해 상대적으로 제한된 소비 패턴을 보였다면, 새로운 시니어 세대는 준비된 노후와 높은 소비성향을 바탕으로 뉴&액티브 시니어로서의 특성을 더욱 강하게 드러내고 있다.

[표 1] 뉴&액티브 시니어 특성

구분	기존 시니어	뉴 & 액티브 시니어
세대특성	수동적, 보수적, 동질적	적극적, 다양성, 미래지향적
경제력	·의존적, 경제력 보유층 적음	·독립적 경제력 보유층
노년인식	·인생의 황혼기	·새로운 인생의 시작
가치관	·본인을 노년층으로 인식	·실제 나이보다 젊다고 생각
소비관	·검소함	·합리적 소비 생활
취미활동	·취미 없음, 동일 세대 교류	·다양한 취미, 타 세대 교류
레저관	·일 중심, 여가 활동에 미숙	·여가에 가치를 두며 생활
여행	·단체여행 선호, 효도여행 중심	·여유로운 부부여행, 자유 여행
노후준비	·자녀 세대에 의존	·스스로 노후 준비
보유자산	·자녀에게 상속	·자신의 노후를 위해 사용

이처럼 자기 주도적 소비와 문화생활을 적극적으로 향유하는 뉴&액티브 시니어의 라이프 스타일을 기반으로, 시니어 비즈니스는 향후 혁신적 전환을 맞이할 것으로 예상된다. 초고령사회 진입을 앞둔 현재, 웰에이징을 실현하기 위해서는 신체적, 정서적, 사회적 가치를 균형 있게 확장할 수 있는 혁신적 콘텐츠 개발이 필요한 시점이다. 실제로 디지털 미디어 콘텐츠 활용은 뉴&액티브 시니어의 일상에 자연스럽게 자리 잡았음에도 불구하고, 급변하는 인구구조에 대응한 콘텐츠 정책과 산업적 융합 전략은 아직 충분히 구체화되지 못하고 있다. 현재 고령사회 문제 해결을 위한 연구와 개발은 주로 신체적 치료 중심의 메디컬 서비스에 편중되어 있으며, 이는 시니어의 복합적 욕구를 온전히 반영하지 못하는 한계로 이어지고 있다. 따라서 메디컬 서비스를 넘어, 시니어 세대의 신체적, 정신적, 사회적 경험 가치를 증진할 수 있는 포용적 웰니스 서비스 콘텐츠의 개발과 구체화가 절실히 요구된다.

2-3. 시니어 콘텐츠 비즈니스

초고령화 사회에서 산업 내 주요 소비 주체로서 뉴&액티브 시니어에 대한 관심이 크게 증가함에 따라, 시니어 비즈니스는 거대 소비 시장으로 성장할 것으로

예상된다. 시니어 콘텐츠란 고령층의 심리적·정서적 불안과 사회적 소외감을 완화하고, 정신적 건강과 삶의 활력을 증진할 수 있도록 접근성을 고려하여 제작된 콘텐츠를 의미한다. 이러한 시니어 콘텐츠는 초고령화 사회에서의 적응, 노년 준비, 세대 간 통합, 가족 기능의 변화, 지식정보화 사회에 대한 적응, 자산관리 및 금융상품 활용, 고령 친화 제품·서비스 이용 등과 밀접하게 연관되어 있으며, 향후 다양한 분야로 광범위하게 확장될 것으로 전망된다.

[표 2] 시니어 비즈니스의 확장

소비욕구	소비형태	서비스
건강	건강 유지 및 노화 방지 등	제가요양, 원격진료, 노인 전문 헬스케어 센터, IT융합의료기기, 바이오 테크를 활용한 항노화 화장품 및 식품 등
시간	여행, 레저, 공연, 쇼핑 등	휴양 여행, 엔터테인먼트, 쇼핑+레저 복합물, 노인 대상 디지털 콘텐츠, 요트 유람선 등 고급 선박 제조 등
커뮤니티	사회 활동, 친목 등	커뮤니티형 실버타운, 재혼전문상담, 로봇펫 제조, 노인 레크리에이션 이벤트 서비스 등
자산	자산 관리, 유산 상속 등	종합 개인 자산관리(PB), 개인연금보험, 분양식 실버타운, 상속 관련 수탁 및 세무 서비스 등
사후준비	장례 준비 등	생전 기록(영상 및 음성)서비스, 밝은 분위기의 병실(임종준비), 가족 납골당 분양 등

시니어 비즈니스 혁신을 위한 핵심 접근 방식은 소비자의 관점에서 해결해야 할 근본적 문제를 명확히 정의하고, 이를 해결하기 위한 혁신 요소를 체계적으로 도출하여 궁극적으로 제품·서비스·기술이 유기적으로 융합된 통합적이고 포용적인 솔루션 디자인을 제공하는 데 있다. 뉴&액티브 시니어는 더 이상 돌봄의 대상이 아닌 새로운 산업과 시장을 만들어가는 능동적 주체이자 비즈니스 혁신의 핵심 소비자로 두각 되고 있다. 이들은 기존 시니어 세대와 달리 다양한 삶의 가치와 경험을 적극적으로 소비한다. 이에 따라 유관 산업은 기존 제품과 서비스가 지닌 가치에 시니어 친화적 요소를 세밀하게 재구조화하는 창의적 아이디어와 혁신적 융합을 포용해야 한다. 뉴&액티브 시니어 세대가 신체적, 정신적 건강을 유지하고 사회적 관계 속에서 의미 있는 역할을 지속할 수 있도록 지원하는 유무형의 ‘뉴에이징(new-aging)’ 콘텐츠는 다양한 소비 욕구와 함께 더욱 빠르게 확장될 것으로 전망된다. 이는 시니어의 웰에이징 실현을 돕는 새로운 산업적 기회이자, 향후 시니어 웰니스 생태계의 중요한 성장 동력이 될 것

이다.

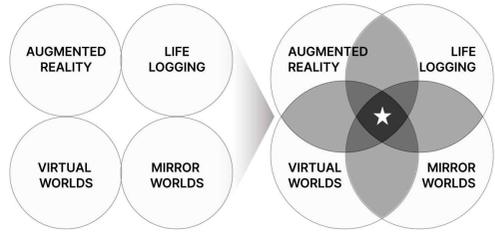
2-4. 메타버스 기반 웰니스 라이프 도큐멘테이션

메타버스는 가상과 현실이 상호 작용하며 공진화하는 환경 속에서 사회, 경제, 문화적 활동이 새로운 가치로 창출되는 확장된 디지털 세계를 의미한다. 용어적 정의로는 ‘초월’을 뜻하는 그리스어 메타(Meta)와 ‘세계, 우주’를 의미하는 유니버스(Universe)의 합성어로, 현실의 경계를 넘어서는 새로운 차원의 세계라는 의미를 내포한다. 메타버스의 초기 형태는 독립적인 게임 서비스에서 출발하였다. 디지털 게임의 등장은 가상 경험의 기반을 마련했으며, 이후 게임 엔진 제작 플랫폼이 보편화되면서 콘텐츠가 2D에서 3D로 진화하여 가상세계(Virtual World)의 주류를 형성하게 되었다. 게임 플랫폼 기반 메타버스의 확산과 함께, PC 환경에서는 Cyworld, Second Life와 같은 가상공간 생활과 소통 중심의 메타버스 플랫폼이 등장하며 많은 주목을 받았다. 이후 모바일 기술의 발전과 함께 페이스북, 인스타그램 등 모바일 기반 소셜 네트워크 서비스가 일상화되면서, 메타버스는 사회적 연결성을 통합하는 방향으로 그 범위가 확장되고 있다. 메타버스의 유형은 크게 증강현실, 라이프로그, 가상세계, 미러월드로 정의할 수 있다.

[표 3] 메타버스의 대표적 유형 구분

유형	특성
AUGMENTED REALITY	현실공간에 그래픽으로 구현한 가상의 사물을 겹쳐 보이게 만들어 상호작용이 가능하도록 구축한 환경
LIFE-LOGGING	시간과 장소에 제약 없이 일상에서 얻는 경험, 정보 등을 온라인 공간에 기록하는 활동
VIRTUAL WORLDS	디지털 데이터로 구축한 3차원 세계로 자신의 정체성이 담긴 아바타를 통해 활동하고 교류
MIRROR WORLDS	현실세계를 최대한 사실적으로 반영하면서 정보를 확장한 가상의 세계를 의미.

확장되는 각 메타버스 유형은 오랜 기간 독립적으로 발전해 왔으나, 최근에는 상호작용을 기반으로 한 융복합적 형태로 빠르게 진화하고 있다. 관련 서비스와 테크놀로지의 고도화가 지속되면서 기존의 유형 간 경계는 점차 의미를 잃어가고 있으며, 메타버스는 초연결 시대를 대표하는 통합적 디지털 플랫폼으로 자리매김하고 있다.



[그림 2] 메타버스의 초연결 융합

메타버스는 라이프스타일과 커뮤니케이션 서비스로의 진화 및 확장을 통해, 콘텐츠 생산과 소비가 선순환적으로 이루어지는 메타버스 생태계 플랫폼으로 발전하고 있으며 사용자 규모 또한 급격히 성장하고 있다. 초기 형태의 게임 기반 메타버스가 경쟁을 통한 목표 달성 중심으로 운영되었다면, 최근 확장되고 있는 메타버스 플랫폼은 사공간의 제약을 뛰어넘는 공간적 확장성, 현실 세계와 유사한 경험을 제공하는 실체감, 다양한 사용자 계층이 쉽게 참여할 수 있는 접근성, 커뮤니티를 기반으로 한 연계성 등을 바탕으로 여러 산업과의 융합을 가속화하고 있다. 이러한 특성은 메타버스가 초연결 사회의 핵심 플랫폼으로 확장하는 것에 있어 중추적 기반이 되고 있다.

[표 4] 메타버스 기반 융합 신산업 분야

산업	내용
교육	[증강 현실 교구 개발] 코딩 스킬 없이 위치 기반 기술을 접목한 게임형 증강현실 교구를 교사가 직접 제작할 수 있도록 지원
문화예술	[시카고 박물관 프로젝트] AR/VR 기술을 활용하여 박물관 전시품들을 역사가 담긴 장소에서 재현함으로써 상호작용과 몰입의 경험을 제공
엔터테인먼트	[아바타와 함께 활동하는 에스파] SM엔터테인먼트는 현실의 아이돌과 가상세계의 아바타가 함께 활동하는 걸그룹 에스파(aespa)가 데뷔
생활	[가구배치 앱 이케아 플레이스] 이케아 제품을 실제 비율과 동일하게 3D로 구현하여 주변 공간에 가구를 배치해 볼 수 있는 증강현실 앱 출시

3. 시스템디자인 프로세스 전략

3-1. 디자인 패러다임 확장과 시스템디자인

인공지능 대전환의 시대, 디자인은 하나의 명확한 실체나 결과물이 아니라, 기존 산업의 기술, 제품서비스를 초연결(Hyper connectivity)하여 새로운 가치를

창출하는 방법이자 수단으로 정의할 수 있다. 디자인과 첨단기술의 융합은 기술 그 자체의 경쟁력에 가치를 두기보다는 인간중심의 혁신적 경험 가치를 창출하는데 목적이 있으며, 인간 삶에 대한 관찰과 이에 따른 통찰을 통해 그 기술을 사용하는 인간의 핵심 욕구를 만족시키고 새로운 사용자 경험 가치를 제공하는 것을 목표로 해야 한다.

디자인 산업은 단순한 산업적 가치뿐 아니라 인간과 사회를 위한 가치와 사회적 책임을 요구받으며 인류(Humanity Centered Design)와 사회를 위한 디자인의 개념으로서 경제, 환경, 사회와 문화 전반에 관련된 가치들을 총체적으로 고려하는 윤리적 디자인의 개념으로 확장되어야 한다.

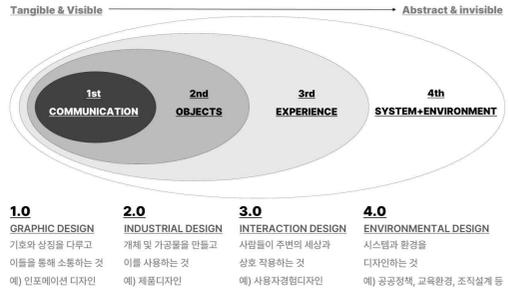
[표 5] 디자인 패러다임

구분	19C Pre Design	20C Design	21C Integrated Design
대상	사물 Things	경험 Experience	사회적 가치 Values
동인	산업 Industry	시장 Market	더 나은 세상 Better World
역량	제작 Doing	사고, 제작 Thinking & Doing	사고, 제작, 연계 Thinking, Doing & Connecting
목표	심미성, 유희성 Beautiful & Enjoyable	사용성 Useful & Usable	의미와 가치 Meaningful & Valuable

디자인과 첨단기술의 혁신적 초연결을 실현하기 위해서는, 사회적 패러다임에 대한 이해를 바탕으로 한 사회적 감수성, 사용자의 잠재적 경험 욕구 발굴 능력, 새로운 혁신에 대한 창조적 접근, 그리고 이를 현실화하기 위한 개발 프로세스 전반에서 전략적 디자인 접근방법론의 활용이 필수적이다.

피터 존스와 게리 K. 판파터는 선행 연구에서 디자인의 영역 모델을 디자인 1.0부터 디자인 4.0까지 단계적으로 제시하였다. 이 모델은 디자인의 활용 범위가 단순한 커뮤니케이션, 제품·서비스를 넘어 확장되며, 사회적 복잡성을 적극 반영하는 디자인의 사회적 책무를 규정하고 있다는 점에서 의미가 있다.²⁾

2) Peter Jones & Gerry K. Vanpatter, 'Understanding Design 1, 2, 3, 4 : The Rise of Visual Sensemaking', Meanings of Designed Spaces, 2013. 01. p.334



[그림 3] 디자인 4.0 패러다임

디자인을 통한 인문과 기술의 생물학적 융합이란 사용자이자 대상인 인간에게 어떤 의미 있는 가치를 줄 수 있는지에 대한 창의와 혁신의 과정이며, 인간 중심의 경험 가치 실현을 목표로 다양한 사회문제를 발견하고 디자인적 사고를 기반으로 이를 해결해 나가는 접근방법론의 변화가 매우 필요하다.

시스템디자인은 불확실하고 복잡한 사회, 환경, 조직 등의 복잡한 시스템의 구조와 관계성을 이해하고 도출된 문제를 디자인사고와 시스템사고를 융합해 접근하는 디자인 방법론이다. 시스템디자인은 더 나은 사회 시스템을 개발하고 복잡한 서비스를 계획하고 구축하며, 시스템 변혁을 불러올 필요성을 바탕으로 나타난 디자인 방법론이다.

시스템디자인은 실용주의에 기반을 두며 다양한 아이디어와 지식을 모으고 시스템 분야의 다양한 수준과 경계를 융합한다. 시스템디자인은 복잡한 다중 이해관계자가 서비스 시스템에 인간 중심의 디자인 접근법을 적용한다.³⁾ 이러한 시스템디자인 패러다임은 뉴&액티브 시니어를 위한 웰니스 콘텐츠 디자인에 직접적으로 정할 수 있다. 초고령화 사회에서 시니어의 삶은 신체적, 정신적, 사회적 영역에서 복합적인 욕구와 경험 가치를 포함하며, 단순한 제품과 서비스의 제공만으로는 이들의 핵심 니즈를 충족시키기 어렵다. 따라서 시니어 웰니스 콘텐츠는 디자인과 첨단기술의 융합을 기반으로, 사용자의 일상과 라이프 스타일을 교감하고 잠재적 니즈를 발굴하며, 사회적, 정서적, 신체적 경험 가치를 동시에 확장할 수 있는 전략적 접근이 요구된다.

시스템디자인과 같은 거시적 관점의 디자인 방법론을 기반할 때, 시니어 개개인의 경험과 사회적 맥락을 반영한 맞춤형 웰니스 콘텐츠를 설계하고, 이를 통

3) 피터 존스, 크리스텔 판아엘, 강예진 역, 『시스템디자인』, 안그래픽스, 2025, p.11-12

해 건강, 자기 주도성, 세대 통합성, 사회적 참여를 동시에 지원하는 혁신적 플랫폼을 구현할 수 있다.

3-2. 시스템디자인 프로세스 설계

뉴&액티브 시니어 비즈니스의 확장과 메타버스 기반 디지털 트윈 라이프 도큐멘테이션 서비스를 융합한, 초고령화 시대의 사회문제 해결형 웰니스 라이프 케어 콘텐츠를 구축하기 위해 본 연구는 디자인씽킹에 기반한 수요자 관점의 심층적 맥락 분석을 통해 실증적 페인포인트를 도출하였다. 이를 토대로 디지털 및 인공지능 트랜스포메이션 테크놀로지 기반의 시스템씽킹을 연계하여, 구체적인 솔루션디자인을 구조화하는 시스템디자인 프로세스를 적용하였다.

[표 6] 시스템디자인 프로세스 설계

구분	디자인 CODE	설계목표	거시전략
디자인 사고	사용자 경험 디자인	수요자 맥락 기반 서비스 디자인	관찰과 공감의 표준화로 직면한 문제와 이해관계자 핵심 니즈 발견에 활용
시스템 사고	디지털&인공지능 트랜스포메이션 디자인	첨단기술 기반 컴퓨테이셔널 디자인	이를 해결하기 위한 방법으로 첨단 시스템 기술 디자인 융합에 활용
시스템 디자인	브랜드 경험 디자인	사회가치 기반 인클루시브 디자인	새로운 사회혁신의 가치를 실현하여 콘텐츠 브랜딩 구체화에 활용

구체적으로 시스템디자인 HEXA DESIGN 프로세스 설계의 핵심 코드는 사용자경험디자인(UX), 디지털 및 인공지능 트랜스포메이션디자인(D&AX), 브랜드경험디자인(BX)의 3단계 핵심 X코드와 각 코드별 23단계의 세부 프로세스가 연계 적용된다. 이를 통하여 뉴&액티브 시니어의 웰니스 케어를 위한 맞춤형 콘텐츠를 설계하고 신체적, 정신적, 사회적 교감을 위한 일상의 기록과 경험 가치 공유를 유기적으로 지원하는 콘텐츠를 구축할 수 있다.



[그림 4] 시스템디자인 HEXA DESIGN 프로세스

본 연구에서 제안한 시스템디자인 HEXA DESIGN 프로세스는 문제 정의 단계의 사용자경험디자인 코드, 문제 해결 단계의 디지털&인공지능 트랜스포메이션 디자인 코드, 지속가능성 확보를 위한 브랜드경험디자인 코드의 3가지 축으로 구성되며, 상호 연계되는 구조를 갖는다. 각 구성 요소의 세부 디자인 방법론은 [표 7]과 같다. 이들 디자인 코드는 수요자 맥락을 기반으로 한 실증적 구조화, 첨단기술 기반의 컴퓨테이셔널 솔루션 설계, 포용적 관점의 사회적 가치 실현을 지향하는 인클루시브 디자인을 핵심 목표로 한다.

[표 7] 콘텐츠 구축을 위한 시스템디자인 HEXA DESIGN 프로세스 설계 구성

디자인 CODE	설계목표	세부전략
문제 정의를 위한 사용자 경험 디자인	수요자 맥락 기반 서비스 디자인	문제정의
		데스크 리서치
		인덱스 인터뷰
		엑스퍼트 인터뷰
		에스노그래피
		퍼소나
		커스터머저니맵
		스테이크홀더맵 & 액터매핑
		어퍼니티 다이어그램
		시스템 프레이밍
센스메이킹		
리치 컨텍스트		
문제 해결을 위한 디지털&인공지능 트랜스포메이션 디자인	첨단기술 기반 컴퓨테이셔널 디자인	로드매핑
		서비스블루프린트
		D&AX 정보설계
		서비스플로우 & CEP / CFP
		솔루션 시스템디자인 매핑
		- 모바일 애플리케이션 솔루션
		- 퍼스널 서비스로봇 솔루션
		- 챗봇 솔루션
		- AI 프로그래밍 솔루션
		- VUX 솔루션
- 웨어러블디바이스 솔루션		
- 메타버스 솔루션		
- IoT 프로그래밍 솔루션		
지속가능성을 위한 브랜드 경험 디자인	사회가치 기반 인클루시브 디자인	미래 예측 서비스시나리오
		서비스브랜딩
		프로세스 애니머그램
		멀티캐피털 모델
		협업 모델
생태계 거버넌스		

4. 뉴&액티브 시니어 웰에이징을 위한 웰니스 라이프 도큐멘테이션 콘텐츠 제안

4-1. 콘텐츠 정보설계

시니어의 일상에서 발생하는 신체적·정신적·사회적 경험 가치를 지속적으로 기록하고 공유, 회상할 수 있는 라이프 도큐멘테이션 웰에이징 콘텐츠를 메타버스 환경 구성 코드에 기반하여 라이프 로깅, 증강현실, 가상 세계, 미러월드의 네 가지 영역으로 체계화하였다. 이를 통해 현실과 가상의 경계를 확장하는 통합적 경험 구조를 제공한다.

[표 8] 시니어 웰에이징 라이프 도큐멘테이션 콘텐츠 구성

구분	콘텐츠 구성
라이프 로깅 기반 시니어 액티브 (Life Logging)	시간 및 공간적 제약 없이 축적되는 이벤트에 기반한 시니어의 일상 경험과 정보를 체계적으로 기록, 관리, 공유할 수 있도록 시니어 액티브 활동을 정보화
증강현실 기반 시니어 액티브 (Augmented Reality)	과거 경험과 감정이 반영된 회상 오브제를 현실 환경 속에 그래픽으로 구현하여, 실제와 가상의 매개를 통한 회상 경험을 활성화하는 시니어 액티브 활동을 정보화
가상 세계 기반 시니어 액티브 (Virtual Worlds)	문화·여가·취미 활동 욕구에 능동적으로 대응할 수 있도록 가상 세계 기반의 소통 및 참여 환경을 구축하여, 세대 간 교류와 자발적 활동을 촉진하는 시니어 액티브 활동을 정보화
미러월드 기반 시니어 액티브 (Mirror Worlds)	일상 경험을 사실적으로 기록하여 콘텐츠의 진정성과 보존 가치를 높이고, 이를 공유·확산하여 후세의 회상 자원으로 활용될 수 있도록 하는 시니어 액티브 활동을 정보화

콘텐츠는 뉴&액티브 시니어의 디지털 라이프를 기반으로 현실 세계와 가상 세계가 가족 구성원을 중심으로 상호 연계·상호 보완적으로 확장되는 메타버스 기반 웰니스 라이프 도큐멘테이션 생태계를 구축하는 데 목적이 있다.

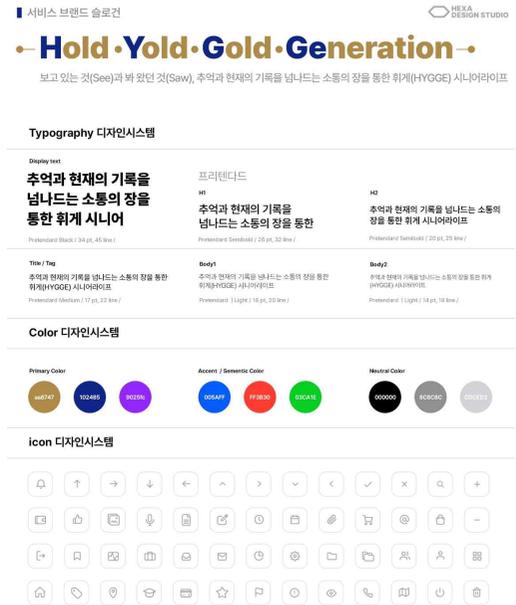
[표 9] 콘텐츠의 CEP(Creative Experience Prototype) CFP(Creative Function Prototype)

CEP	CFP
SOCIAL 뉴&액티브 시니어의 정신적 경험 향상을 위한 커뮤니티 콘텐츠 디자인	스튜디오 데일리 아티클, 데일리 스냅, 오브제의 추억 가족미션 시니어&주니어 가족 세대공감 30일 프로젝트
ACTIVE 뉴&액티브 시니어의 여가, 문화 소비를 위한 엔터테인먼트 콘텐츠 디자인	여가나눔 스토리텔링 기반 휴양, 여행, 레저 큐레이션 소핑 채널 문화산책 스토리텔링 기반 공연, 예술, 영화정보 큐레이션 소핑 채널

콘텐츠는 크게 뉴&액티브 시니어의 정신적 경험 가치를 향상시키는 커뮤니티 기반 콘텐츠 서비스 디자인과 여가문화 소비를 지원하는 엔터테인먼트 콘텐츠 서비스 디자인으로 구성된다. 이를 통해 혼합현실(Mixed Reality) 공간에서 신체적·정신적·사회적 웰니스 가치가 실현될 수 있는 경험 중심 콘텐츠를 설계하고, 세대 간 정서적 연결성과 지속적 성장 경험을 촉진하는 생태계를 구축한다.

4-2. 콘텐츠 디자인시스템

뉴&액티브 시니어 웰에이징 콘텐츠 서비스의 아토믹 디자인 시스템은 Hold, Yold, Gold Generation을 함의하는 HYGGE 디자인 개념을 기반으로 한다. 이 시스템은 타이포그래피, 컬러, 포맷, 레이아웃, 아이콘, 마이크로 인터랙션 등으로 구성된 스타일 가이드를 포함하며, 이를 통해 콘텐츠 서비스 전반의 시각적 언어의 플로우를 정립한다.



[그림 5] HYGGE 디자인시스템

HYGGE 아토믹 디자인시스템의 목적은 콘텐츠 브랜딩의 일관성을 확보하고, 시니어 사용자가 직관적이고 포용적인 사용자 경험을 누릴 수 있도록 하는 데 있다.

[표 10] HYGGE 디자인시스템 Atoms 디자인 규정

계층	구성요소	설계목표
Atoms	타이포그래피	시니어 친화적 가독성을 확보하기 위해 서체 선택과 헤드-서브바디 텍스트의 위계 구분을 적용하고, 적절한 행간 및 자간 조절을 통해 정보 전달의 명료성과 편의성을 제공
	컬러스킴	웰니스, 휴식, 균형, 소통의 의미를 시각적으로 표현하는 정체성 기반 컬러 팔레트를 구축함으로써, 사용자가 안정감과 심리적 편안함을 느낄 수 있는 차분한 감성 환경을 조성. 이는 서비스 사용 과정에서 긍정적 정서 경험을 유도하고 정서적 몰입을 강화하는 데 기여
	아이콘	시니어의 정보 해석 과정에서 발생할 수 있는 인지적 부담을 최소화하고자 단순성과 명확성을 기반으로 한 아이콘 디자인을 적용. 아이콘 간의 일관성, 형태의 규칙성, 의미의 직관성을 강화하여 별도의 학습 없이도 기능을 이해하고 활용할 수 있도록 지원
	그래픽포맷	그라디언트 2.0과 부드러운 곡선형 모서리, 실사 기반 스쿠어모피즘 2.0 디자인을 활용하여 시각적 안정감과 사용자의 정서적 친숙성을 증진한다. 사용자 인터페이스의 몰입감을 높이고, 실제 경험과 유사한 인터랙션 환경을 제공하여 이해도와 사용 편의성을 향상
	마이크로 인터랙션	피드백과 인터랙션 애니메이션을 설계하여 시스템 동작의 가시성을 높이고, 예측 가능성과 통제감을 강화. 사용자는 심리적 안정감과 실제적 상호작용 경험을 느낄 수 있으며, 서비스 활용 과정에서의 자기 효능감을 증진

HYGGE 디자인시스템을 기반으로 시니어의 정신적, 사회적, 신체적 경험 가치를 기록하고 가족 구성 세대 간의 정기적 상호작용을 통해 감성과 정서를 교류 확산·회상하는 라이프 도큐멘테이션 웰에이징 콘텐츠 서비스를 구축한다.

[표 11] HYGGE 디자인시스템 Organism 디자인 규정

계층	구성요소	설계목표
Organisms	버튼셋	시니어 사용자의 감각·인지적 특성을 고려하여 넓은 터치 영역, 고대비 컬러, 명확한 타이포그래피 등 대비 중심의 버튼셋 설계. 조작 편의성과 정보 인지 효율을 개선하고, 사용자 접근성을 향상시키는 인터랙션 환경 구축
	카드 모듈	시니어 사용자의 정보 처리 특성을 고려하여 활동 기록 등 주요 데이터를 카드형 UI로 시각화. 정보 단위를 구분하여 인지 효율을 높이고, 시계열적 배열 방식으로 시간에 따른 변화와 패턴을 직관적으로 이해할 수 있는 구조를 제공
	네비게이션 프레임워크	사용자의 탐색 부담을 줄이기 위해 정보 구간별 명확한 경로 안내 체계를 구축하고, 최소 메뉴 구조 기반의 풀리 커넥티드 네비게이션 방식을 적용. 인터페이스 구조의 복잡성을 줄이고, 원하는 정보에 신속하게 접근할 수 있는 직관적 탐색 환경을 제공

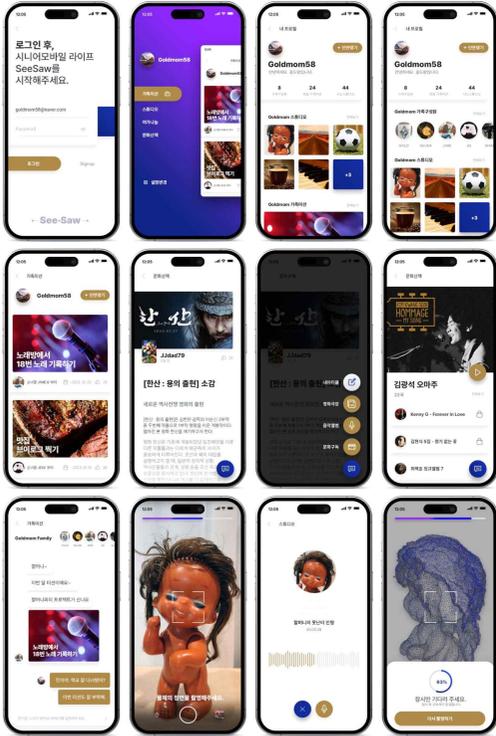
[표 12] HYGGE 디자인시스템 Pages 디자인 규정

계층	구성요소	설계목표
Pages	라이프로그	신체, 정신, 사회 활동을 포함한 일상 데이터를 통합하여 기록하고, 회상 기능을 강화하는 모듈을 구축. 이를 통해 개인의 삶의 경험을 체계적으로 축적하고, 정서적 회상과 의미 재구성을 지원하는 통합적 라이프 아카이빙 환경을 제공
	커뮤니티	감성적 유대 강화를 목적으로 가족, 동료 등 사회적 관계망과 세대 간 상호 교류 기능을 통합한 모듈을 설계. 이를 통해 지속적 인 소통과 정서적 지지 체계를 구축하고, 사회적 연결감 및 심리적 안정성을 증진
	기록·회상	기록 회상 및 정서적 치유 경험을 촉진하기 위해 실감형 콘텐츠 기술을 기반으로 한 도큐멘테이션 통합 모듈을 구축. 이를 통해 개인의 삶의 기록을 감각적·몰입적 경험으로 재구성하여 정서적 안정과 심리적 회복을 지원
	웰니스라이프 도큐멘테이션	웰에이징 관점에서 개인의 일상 경험을 통합적으로 수집·분석하고, 이를 시각화하여 삶의 가치 인식과 자기 성장을 촉진하는 통합 모듈을 구축. 이러한 시각적 표현을 통해 경험의 의미를 재조명하고 긍정적 삶의 방향성을 강화하는 기반을 제공
	사용자프로필	개인의 정체성과 경험을 보다 입체적으로 이해하고 표현할 수 있도록 디지털 트윈 기술을 활용하여 오브제 및 공간 기록 기능을 통합한 모듈을 구축. 이를 통해 현실 공간과 디지털 환경 간의 연계성을 강화하고, 자기 서사 형성과 정서적 몰입을 지원

4-3. 콘텐츠 인터페이스 디자인

뉴&액티브 시니어 웰에이징을 위한 시스템디자인 기반 웰니스 라이프 도큐멘테이션 콘텐츠 SeeSaw는 시니어의 테크스트레스를 최소화하기 위해 최적의 단순성을 원칙으로 한 포맷 디자인을 적용한다. 정보 가독의 우선순위에 따라 불필요한 그래픽 요소를 최소화하여 직관성을 강화하고, 인터페이스 전체에 프라이머리 컬러를 기반으로 하이라이트와 웨도우를 활용한 입체감을 제공하고 배경과 콘텐츠 덩스의 구분을 형성하여 시니어의 어포던스를 유도한다. 또한 정보를 효율적으로 담는 카드 컴포넌트와 둥근 모서리 오브젝트를 활용한 부드러운 레이아웃 구조를 통해, 쉽고 편안한 인지적 정보 처리 및 가독성을 지원한다.





[그림 6] HYGGE 디자인시스템 기반 SeeSaw 인터페이스

4-4. 콘텐츠 비즈니스 모델

뉴&액티브 시니어 웰에이징을 위한 시스템디자인 기반 웰니스 라이프 도큐멘테이션 콘텐츠 기반 사업화의 우선순위와 핵심 비즈니스 모델을 토대로 단계별로 달성해야 할 제품, 콘텐츠, 서비스의 마일스톤을 구체화하고, 제품 및 서비스의 확장 및 고도화를 위한 전략을 수립한다. 또한 주요 사업화 로드맵 달성을 위해 필요한 자금, 인력, 인프라 등 구축 요소별 소요계획을 도출하고, 이에 따른 조달계획을 체계적으로 수립한다.

단계	STEP1 단계, 시장진입	STEP2 중기, 시장확대	STEP3 장기, 고도화, 안정화
사업부문	뉴&액티브 시니어 웰에이징 콘텐츠 서비스 플랫폼 디자인		
목표시장	디지털 & 뉴미디어 콘텐츠 시장		
시장형태	B2C		B2B
시장형태	60세 이상 액티브 시니어	손주 등 가족구성원	전 세대 계층 확장
서비스	소셜 웰에이징 서비스	소셜 웰에이징 서비스	소셜 웰에이징 플랫폼 서비스
제공가치	손주 등 세대간의 장기적·구체적 지속가능한 소통을 통한 일상 행복	가족 간 소통 강화, 만족, 보람	사회적 가치 실현을 위한 시스템디자인 브랜드 플랫폼
전달경로	스마트폰 애플리케이션		스마트폰 애플리케이션
고객관계	바이럴 마케팅, SNS, 커뮤니티 활동		컨퍼런스, 커뮤니티 활동
수익모델	오브젝트 3D스캐닝, 인물 3D스캐닝 등 인앱 결제		B2B2C 플랫폼 서비스

[그림 7] 비즈니스모델

5. 결론

본 연구는 초고령화 사회에서 핵심 소비 주체로 부상한 뉴&액티브 시니어의 다차원적 웰에이징 니즈에 대응하기 위해, 시스템디자인 기반의 메타버스 웰니스 라이프 도큐멘테이션 콘텐츠를 제안하였다. HEXA 시스템디자인 프로세스를 통해 사용자경험, 디지털 및 AI 트랜스포메이션, 브랜드경험의 통합적 디자인 코드 설계 구조를 제시하고, HYGGE 아토믹 디자인시스템을 적용하여 시니어 친화적 UX 및 일관적인 콘텐츠 브랜딩을 구현하였다. 제안된 플랫폼은 라이프 로깅 기반의 기록, 공유, 회상을 통해 세대 간 감성 교류와 디지털 웰니스 경험을 촉진하며, 시니어 웰니스 시장의 지속 가능한 비즈니스 모델로 확장할 것으로 판단된다. 본 연구 결과는 향후 스마트 시니어 웰니스 콘텐츠 산업의 전략적 방향성 및 사회적 가치 확장에 기여할 것으로 기대된다.

[표 13] 연구를 통한 분야별 기대효과

구분	기대효과
산업적 측면	- 뉴&액티브 시니어를 위한 제품서비스의 차별화 전략 구축 - 시니어 웰니스 케어를 위한 시스템디자인 방법론 구축 - D&AX에 따른 첨단기술 기반 제품 콘텐츠 서비스 구축
기술적 측면	- 메타버스·AI 기반 개인 맞춤형 웰니스 기술 고도화 - 디지털 트윈 기반 사용자 경험 설계 기술 고도화 - 공공서비스 영역의 포용적 시스템디자인 고도화
사회적 측면	- 초고령화 시대의 A&X 융합을 통한 사회적 가치 실현 - 사회 가치 중심형 디자인 산업의 패러다임 전환 가치 실현 - 초고령화 사회 문제 해결을 위한 포용적 복지 생태계 실현

참고문헌

1. 피터 존스, 크리스텔 판아엘, 강예진 역, 『시스템디자인』, 안그래픽스, 2025
2. Peter Jones & Gerry K. Vanpatter, 'Understanding Design 1, 2, 3, 4 : The Rise of Visual Sensemaking', Meanings of Designed Spaces, 2013.
3. 김광석, '고령사회 진입과 시니어 비즈니스의 기회', 삼정KPMG경제연구원, 2017