

ASEM Global Ageing Center
ISSN 3022-800X

ISSUE FOCUS

노인인권 증진을 위한 **한국의 모범 사례들**

Best Practices in South Korea for Promoting the Human Rights of Older Persons



Vol. 06 NO. 02
Special Edition 2025

Published by ASEM Global Ageing Center (AGAC)

Copyright © ASEM Global Ageing Center, 2025. All rights reserved.

ASEM Global Ageing Center

13F, Seoul Global Center Building, 38 Jong-ro, Jongno-gu, Seoul, Republic of Korea
+82.(0)2.6263.9800
asemgac@asemgac.org
www.asemgac.org / www.asemgac.or.kr

이슈포커스 스페셜호

노인인권 증진을 위한 한국의 모범 사례들

감사의 글

아셈노인인권정책센터는 2025년 특별기획으로 한국의 노인인권 증진 모범사례를 소개하는 <2025 이슈 포커스 스페셜 호>를 국·영문 합본으로 발간하게 되었습니다.

이번 호에 실린 원고는 2024년에서 2025년 사이 센터 홈페이지에 올린 '노인인권 취재노트' 중 6개를 뽑아 새롭게 다듬은 것입니다.

이번 호 발간과 관련하여, 우리 사회에서 노인인권이 구현되는 실천적 모델을 제공해 주신 러블리페이퍼와 '신이어마켙'의 아립앤위립, 시민이니셔티브의 '효도밥상'을 후원하는 마포구청, 할매래퍼들의 도전을 함께 한 칠곡군청, 고령자의 자립과 사회참여를 지원해 온 시니어금융교육협의회 및 에버영코리아와 그 관계자 분들께 깊이 감사드립니다. 특히 인터뷰에 선뜻 응해주시고, 현장의 경험과 노인인권 관련 시사점을 함께 나누어 주신 '러블리페이퍼'의 기우진 대표님과 '아립앤위립'의 심현보 대표님께 특별한 감사의 말씀을 전합니다.

이번 간행물이 한국의 다양한 실천 사례를 아셈 회원국의 여러 현장과 더욱 폭넓게 공유하는 계기가 되기를 바랍니다. 아울러 노인인권 증진을 위한 새로운 논의와 협력이 국내외에서 확산되는 데에도 작은 보탬이 되기를 기대합니다.



아셈노인인권정책센터 원장

이 혜 경

AGAC 이슈포커스 자문위원단

AGAC 이슈포커스 자문위원단은 국내외 노인인권과 고령화 전문가로 구성되어 이슈포커스가 아시아와 유럽 지역의 주요 노인인권 현안을 다루고 다양한 관점을 제시할 수 있도록 주제 선정과 구성, 내용 전반에 대한 자문을 제공합니다.

자문위원단 소개

- **하정화(Jung-Hwa Ha) 위원**

  하정화 위원은 서울대학교 사회복지학과 교수로, 나이듦과 생애주기, 건강 및 정신건강의 사회·행동적 결정요인, 사회적 지지, 스트레스와 대처, 사별(상실), 임종기 돌봄 계획과 치매 돌봄 등에 대해 연구하고 있다.

- **사비나 헤닝(Sabine Henning) 위원**

  사비나 헤닝 위원은 유엔 아시아태평양경제사회위원회(UNESCAP) 사회개발부 지속가능인구전환 부문의 책임자로서, 나이듦, 청년, 세대 간 관계, 국제 이주, 인구와 개발 및 프로젝트 관리를 총괄하고 있다.

- **이미진(Mijin Lee) 위원**

  이미진 위원은 건국대학교 사회복지학과 교수로, 장기요양시장의 금융화, 노인학대(입소자 간 학대를 포함한 시설 내 학대 등) 문제를 주요 연구 주제로 다루고 있다.

- **실비아 페렐-레빈(Silvia Perel-Levin) 위원**

  실비아 페렐-레빈 위원은 현재 제네바 고령화 NGO 위원회 부의장을 맡고 있으며, 세계노인인권연합(GAROP)의 운영위원회 당연직 위원으로도 활동 중이다. 그녀는 UN에서 INPEA(세계노인학대방지네트워크)와 ILC GA(국제롱제비티센터 글로벌 얼라이언스)를 대표하며, ILC-이스라엘 회장을 맡고 있다. 또한, 인권·나이듦·보건 분야의 독립 컨설턴트로도 활동중이다.

- **마가렛 영(Margaret Young) 위원**

  마가렛 영 위원은 세계노인인권연합(GAROP)의 前 운영위원회 의장(Immediate Past Chair Ex Officio Role)이자, 캐나다의 사회적 기업 Age Knowble의 창립자이다. 현재 그녀의 주요 활동 분야는 노인의 권리와 인간 개발(human development)이며, 사회적 변화와 공익 실현의 핵심 조건으로 부문 간 협력을 강조한다.

노인인권 증진을 위한 한국의 모범 사례들

Best Practices in South Korea for Promoting the Human Rights of Older Persons

ISSUE FOCUS

목 차

	들어가는 글	08
01	폐지수집노인을 지원하는 비영리스타트업 ‘러블리페이퍼’	10
02	어르신들의 손글씨와 그림을 전하는 ‘신이어마켙’	17
03	‘정년 100세’, 고령 친화 IT 기업 ‘에버영코리아’	24
04	서울시 마포구 ‘주민참여 효도밥상’ 사업	28
05	민관협력을 통한 시니어 디지털금융교육 사례	32
06	평균 연령 85세, 칠곡할매래퍼 ‘수니와칠공주’	36

들어가는 글

21세기 들어 인류는 그 어느 때보다 빠른 속도로 진행되는 고령화의 흐름과 마주하고 있습니다. WHO에 따르면, 전 세계 60세 이상 인구는 2030년까지 전체 인구의 6명 중 1명(약 17%)에 이를 것으로 전망됩니다.[1] 고령화는 이제 일부 국가만의 현상이 아니라 아시아와 유럽을 비롯한 전 세계가 함께 대응해야 할 공동의 과제가 되었습니다. 의료기술의 발달은 기대수명의 연장과 전반적인 삶의 질 향상을 가져왔지만, 관련 제도는 아직 미흡하고 사회적 인식이 이러한 변화를 충분히 반영하지 못하고 있습니다. 지금 우리는 고령사회의 미래를 새롭게 설계해야 할 결정적 시점에 서 있습니다.

특히 한국은 세계적으로도 전례를 찾기 어려울 정도로 빠르게 고령화가 진행되고 있는 나라입니다. 한국의 65세 이상 인구 비율은 2018년 14.3%[2]에서 2025년 20.3%[3]로 증가하며, 약 7년 만에 고령사회에서 초고령사회로 진입했습니다. 이는 단순한 인구구조의 변화를 넘어, 노인을 '보호의 대상'이 아니라 경험과 지혜를 지닌 '활동적 주체'로 바라보는 관점 전환이 필요함을 시사하는 변화입니다.

이러한 흐름 속에서, 아셈노인인권정책센터는 2020년부터 정기간행물 <이슈포커스(Issue Focus)>를 발간하여 아셈 회원국의 노인인권 정책 동향과 주요 이슈를 꾸준히 소개해왔습니다. 또한 2021년과 2022년에는 <이슈포커스 스페셜 호>를 통해 대한민국 지방자치단체와 중앙정부의 모범적인 노인인권 증진 사례를 집중 조명하며 국제사회에 한국의 실천적 경험을 공유하였습니다.

이번 2025년 <이슈포커스 스페셜 호>는 그러한 노력의 연장선상에서 노인인권 증진에 기여한 다양한 국내 사례를 다시 한 번 조명하고자 기획되었습니다. 특히 이번 호에서는 정부 및 지자체의 사례뿐 아니라 사회적 기업이나 비영리법인 등 민간의 사례까지 폭넓게 소개함으로써 공공과 민간이 함께 노인인권의 증진을 위해 힘쓰고 있음을 알리고자 하였습니다.

이번 호에 수록된 여섯 가지 사례는 다음과 같습니다.

1) 폐지수거노인 지원 비영리스타트업 '러블리페이퍼'

폐지수거노인을 '자원재생활동가'로 바라보며 노동환경 개선과 인식개선 캠페인을 펼치는 민간단체

- 핵심 이슈 : 비공식 노동, 노인빈곤, 인식개선

2) 취약계층 어르신을 지원하는 사회적기업 브랜드 '신이어마켙'

어르신들의 손글씨와 그림을 활용한 상품 제작을 통해 세대 간 공감을 높이고 노년의 창조적 노동을 재조명한 사례

- 핵심 이슈 : 세대 간 공감, 창조적 노동, 다양성

---

1) WHO (2025), Ageing and health: Fact sheet.

2) 국가데이터처, 「2018 고령자 통계」

3) 국가데이터처, 「2025 고령자 통계」

3) 고령 친화 IT기업 '에버영코리아'

'정년 100세' 라는 철학 아래 시니어 인력에게 안정적인 일자리를 제공하는 기업

- 핵심 이슈 : 고령친화 일자리, IT 분야 고령층 고용기회 확대

4) 서울시 마포구 '주민참여 효도밥상' 사업

1인가구 고령자에게 무료 식사를 제공하며 안부 확인과 만성질환 상담 등 각종 서비스까지 함께 제공하는 지자체 사업

- 핵심 이슈 : 지역사회 돌봄, 사회적 고립 예방, 건강권 보장

5) 민관협력을 통한 시니어 디지털금융교육 사례

공공과 민간이 협력하여 고령층에게 무료로 교육을 제공하고 시니어 강사를 양성함으로써 고령층 금융역량 강화

- 핵심 이슈 : 디지털 금융 포용, 동료 학습(Peer-Learning), 금융소비자 보호

6) 칠곡할매래퍼 '수니와칠공주'

문해교육을 계기로 래퍼 활동을 시작한 여성 노인들의 자존감 회복 사례

- 핵심 이슈 : 문해교육, 연령주의 극복, 노년기 자아실현

위 사례들은 노인인권의 증진이 단순히 전통적 복지급여의 확장만을 의미하지 않음을 보여주고 있습니다. 일자리, 교육, 문화, 복지 등 다양한 영역에서 전하는 공통적인 메시지는, 노인인권은 노인이 주체적으로 참여하고 존중받을 때 실질적으로 구현될 수 있다는 것입니다.

이번 <이슈포커스 스페셜 호>를 통해 독자 여러분께서 노인인권의 현주소를 함께 살펴보고, 우리가 함께 만들어야 할 존엄한 노년의 방향을 모색하는 계기가 되기를 희망합니다.

01 폐지수집노인을 지원하는 비영리스타트업 '러블리페이퍼'

들어가며 – 대한민국의 폐지수집노인들

대한민국에서 폐지를 수거하는 노인들을 거리에서 마주치는 일은 어렵지 않다. 그들은 리어카나 손수레로 하루종일 폐지를 모아 고물상에 내다 팔지만 그 대가로 받는 돈은 많지 않다. 별다른 안전 장비 없이 무거운 짐을 끌며 어두운 새벽이나 깜깜한 저녁에 차도로 이동하는 경우가 많아 자동차와 충돌하는 사고도 잦다.

공영방송사 KBS에서 2022년 3월 방영한 'GPS와 리어카 : 폐지수집노동 실태보고서'는 한국노인인력개발원과 함께 한국 최초로 폐지수집노인의 노동실태를 분석한 다큐멘터리이다. 취재진은 10명의 폐지수집노인들에게 GPS(위치추적기)를 부착하여 노동환경에 대한 정보를 수집하고 분석함으로써 한국의 노인빈곤의 현실을 조망하였으며 그에 대응하기 위한 대안을 제시하였다.

GPS로 드러난 폐지수집 노동 특성은 다음과 같다.[1)]

① 장시간 노동: 노인들은 하루 평균 11시간 20분 일하고, 13km를 걸었다.
② 취약시간 노동: 남들보다 더 많은 폐지를 줍기 위해 새벽에 일을 시작하고, 밤 늦게까지 일했다.
③ 형편없는 노동 대가: 폐지 1kg당 120원 수준.[2)] 멀리 있더라도 폐지값을 더 잘 쳐주는 고물상을 찾는다.
④ 부실한 식사: 제시간에 식사를 못 하거나, 아예 끼니를 거른다. 남들 쉴 때 일하기 위해서다.
⑤ 위험한 노동 환경: 주택가 차도와 인도가 구분 안 된 도로에서 일해 사고 위험이 컸다.

이 다큐멘터리는 방영 이후 폐지수집노인 문제에 대한 많은 사회적 관심을 불러일으켰다. 보건복지부에서는 2023년 '폐지수집 노인 지원대책'을 발표하고 전국 폐지수집노인 1,035명을 대상으로 실태조사 연구에 착수하였다. 실태조사에 따르면 폐지수집노인들은 1회 평균 86.8kg의 폐지와 18.8kg의 재활용품을 납품하지만 그 대가로 받는 돈은 월 평균 약 16만원에 불과했다. 이들의 한 해동안의 개인소득은 평균 74.2만원이지만 월 평균 생활비는 90.8만원이었고, 지출이 소득을 초과한 달도 평균 3.4개월이었다. 또한 83.8%의 응답자가 자신이 주된 생계책임자라고 답하였고, 대부분의 응답자가 주 수입원으로 월 30만원의 기초연금과 폐

1) 출처: KBS뉴스 홈페이지, [GPS와 리어카] ④ GPS가 알려준 진실 "노인들의 폐지 수집은 사회적 기여였다" (https://news.kbs.co.kr/news/pc/view/view.do?ncd=5422719)

2) 2022년 2월 기준. 2025년 기준 폐지 매입가격은 4~60원대로 떨어지기도 하였다.

지수집활동으로 인한 수입을 꼽았다.

장시간의 노동시간, 최저시급에 훨씬 미치지 못하는 벌이와 위험한 노동환경에 내몰려 있는 폐지수집노인 문제에 대해 노인인권의 측면에서 우리는 어떤 식으로 접근해야 하며, 공공과 민간에서는 이들을 어떻게 지원해야 하는가?

‘러블리페이퍼’는 오래 전부터 이러한 고민에 대응하여 폐지수집 어르신들의 열악한 노동환경과 사회적 인식을 개선하기 위해 노력해 왔다. 2017년 설립된 사회적기업 러블리페이퍼는 노인들로부터 폐지를 시세보다 비싼 가격으로 매입하고, 수집한 재료를 ‘새활용(업사이클링)’하여 다양한 제품을 만든다. 제품을 판매하여 얻은 수익으로는 어르신들을 정직원으로 고용하는 한편 폐지수집 어르신들을 위한 다양한 물품을 지원한다.

아셈노인인권정책센터에서는 러블리페이퍼의 기우진 대표를 만나 러블리페이퍼의 현재와 미래, 그리고 폐지수집노인 문제에 대한 자세한 이야기를 들어보았다.

폐지수집 어르신들의 기여를 재평가하는 ‘러블리페이퍼’



사무실과 작업장, 창고 등으로 쓰이는 인천시 부평구의 러블리페이퍼 본사
(사진: 아셈노인인권정책센터 촬영)

러블리페이퍼는 인천시 부평구의 인천테크노밸리U1센터에 사무실과 작업장을 두고 있다. 이곳에서는 대표를 포함한 3명의 청년 직원들과 6명의 어르신들이 함께 일하고 있다. 러블리페이퍼란 이름은 사랑을 뜻하는 'Love'와 재활용을 뜻하는 ‘Recycle’에서 따온 것으로[3], 폐지수집노인에게 더 많은 보상을 제공하면서 버려

3) ‘Recycle’에서 따온 이름이라면 ‘러브리페이퍼’라고 표기하는 것이 맞을 듯하나, ‘러블리’ 라는 단어에서 연상되는 긍정적인 이미지를 더 살리고자 한 것으로 생각된다.

지는 폐지를 친환경적으로 새롭게 활용하고자 하는 러블리페이퍼의 지향점이 잘 드러나 있다.

러블리페이퍼는 폐지를 수집하는 어르신들로부터 폐지를 인근 고물상 시세보다 4~5배 높은 kg당 300원에 매입한다. 러블리페이퍼에서 매입단가를 높게 설정한 이유는 폐지를 수거하는 일이 지역의 환경 미화와 자원 재활용 측면에서 사회적 기여도가 높은데도 그 대가로 받을 수 있는 돈은 너무 적다고 생각하기 때문이다. 또한 회사는 식자재 유통 및 단체급식 업체인 CJ프레시웨이와 그 밖의 급식전문업체 등에서 업사이클링의 원자재인 쌀포대를 제공받기도 한다.

이렇게 수집된 재료는 가공(업사이클링)되어 다양한 물품으로 제작된다. 대표적인 것이 버려지는 쌀포대와 침대시트를 이용하여 만드는 친환경 종이가죽이다. 2022년 특허등록을 마친 종이가죽은 친환경 코팅재로 방수처리가 되어 있으며, 종이의 질감이 살아있으면서도 가죽처럼 튼튼하다. 회사는 종이가죽을 이용해 만든 노트북가방, 피크닉매트, 카드지갑 등 다양한 물품을 판매하며, 종이가죽 제품을 만들고자 하는 타 기업에 종이가죽을 소재 형태로 판매하기도 한다.

또 다른 대표적인 판매물품은 폐지를 이용해 만든 페이퍼캔버스 작품이다. 폐박스에 천을 붙여 만든 페이퍼캔버스는 작가들의 재능기부를 통해 세상에 단 하나뿐인 작품으로 재탄생된다. 작품들은 러블리페이퍼에 매달 일정 금액을 후원하는 정기구독자들에게 보내지거나 자사 온라인 스토어를 통해 일반 소비자들에게 판매된다.

종이가죽 파우치와 페이퍼캔버스를 직접 만들어 볼 수 있는 DIY키트도 판매하고 있다. 기업에서는 키트를 이용하여 제작한 물품을 노인복지관·지역아동센터에 전달하는 등 사회공헌활동에 활용하고, 학교에서는 자원순환교육 프로그램에 활용하는 등 호응도가 높다. 이 밖에 쌀포대로 만든 노트 등 다양한 제품을 판매하며, 택배 발송 시 포장에 사용되는 벌집모양의 친환경 포장재 등도 개발 중이다.

제품의 판매 수익금으로는 어르신들을 정직원으로 고용하여 안전하고 안정적인 노동환경을 제공한다. 어르신들은 주 4일, 1일 4시간을 일하며, 종이가죽 소재 제작·캔버스 제작 등에 참여하여 약 60만원 정도를 월 급여로 받는다. 지역의 폐지수집 어르신들을 지원하기 위해 안전용품, 혹서·혹한 대비 물품 등도 제공하고 있다.





러블리페이퍼에서 판매중인 페이퍼레더 보냉런치백과 카드지갑
(사진: 러블리페이퍼 기업소개서)



러블리페이퍼 작업장에서 페이퍼캔버스 제작 작업중인 어르신들
(사진: 아셈노인인권정책센터 촬영)

대안학교 교사에서 러블리페이퍼 창립까지, 기우진 대표가 걸어온 길

러블리페이퍼를 이끄는 기우진 대표는 대안학교 교사 출신으로, 우리 사회에서 폐지수집노인에 대한 문제인식 자체가 부족했고 관련 연구자료나 정부·단체의 지원도 없었던 시기부터 폐지수집노인 문제에 관심을 갖고 활동해 왔다. 2013년 어느 여름날 그는 손수레도 없이 폐지를 한가득 머리에 이고 또 노끈으로 허리에 둘러메고 오르막길을 힘겹게 오르던 어르신의 모습을 보았고, 그것이 그가 폐지수집 어르신들의 삶에 관심을 갖게 된 계기가 되었다.

그는 2013년 12월 폐지기부를 독려하기 위한 비영리단체 '종이나눔운동본부(Good Paper)'를 설립, 버려지는 종이를 후원받아 고물상에 팔고 그 돈으로 폐지수집 어르신들을 돕는 활동을 시작했다. 학원, 학교, 관공서, 교회 등 많은 곳에서 폐지를 지원하여 종이나눔운동본부의 활동에 참여했고 폐지수집노인 문제에 대한 새로운 인식을 공유했다. 그러나 폐지 가격은 계속 떨어졌고 기우진 대표는 종이나눔 모델에는 한계가 있다고 느꼈다. 폐지를 기부받아 판매한 돈으로 기부금을 만들고 폐지수집노인을 지원한다면 폐지가격 변동에 따라 기부금이 변하는 문제가 있었기 때문이다.

2016년, 기우진 대표는 폐박스를 매입해 제작한 캔버스에 작가들이 재능기부로 그림을 그리고 해당 작품을 판매하여 폐지수집노인을 돕는 새로운 모델을 갖고 단기 프로젝트를 시작했다. 해당 프로젝트는 SNS에 재능기부 작가 모집 글을 올린 지 몇 시간 만에 150명의 지원자가 몰릴 정도로 많은 관심과 호응을 얻었고, 그것이 사회적기업 러블리페이퍼 창업으로 이어졌다.

지역사회의 빈곤노인에서 한국을 대표하는 '자원재생활동가'로

러블리페이퍼에서는 폐지를 수거하는 어르신들을 '자원재생활동가' 라고 부른다. '자원재생활동가'란 이름에는 폐지수집노인을 단순히 생계를 위해 일하는 빈곤노인으로 보지 않고, 우리 사회의 환경 이슈에 기여하고 경제적 가치를 창출하는 존재로 보는 호혜적 관점이 담겨 있다.

폐지를 주워 고물상에 판매한 돈으로 생활하는 노인들을 부르는 호칭은 '폐지수거노인', '재활용품 수집 노인', '폐지수집 어르신' 등으로 다양하다. 이러한 호칭에는 빈곤한 노인, 사회가 도움을 주어야만 하는 취약계층이라는 이미지가 따라붙곤 한다.[4)]

그러나 충분한 자산이 있어도 소일거리 삼아 폐지를 줍는다고 하는 노인들도 존재할 정도로 개인마다 폐지를 주워 파는 이유와 배경은 다양하다. 일각에서는 소위 '생계형' 폐지수집노인만을 지원해야 한다는 목소리도 있다. 그러나 기우진 대표는 폐지수집노인을 단순히 빈곤노인으로 보아 도와야 하는 것이 아니라 현재 폄하되고 있는 그들의 사회적 기여를 정당하게 인정해 주어야 한다고 말한다.

실제로 2022년 한국노인인력개발원의 '폐지수집 노인의 수와 노동실태'[5)] 자료를 보면 단독주택 지역에서 배출되는 폐지 재활용의 약 60.3%(전체 재활용량의 약 16.8%)가 폐지수집 노인에 의해 이루어지고 있음을 알 수 있다. 또한 폐지수집 노인은 연간 약 1,481억에 상당하는 재활용 수거비용 절감에 기여하는 것으로 추정되고 있다. 길을 따라 조깅을 하며 쓰레기를 줍는 플로깅 활동을 트렌디하고 바람직한 것이라 인식하듯, 주변에서 흔히 볼 수 있는 폐지수집노인을 긍정적인 시선으로 바라보며 중요한 사회적 역할을 가진 존재로 인식을 전환하는 '자원재생활동가'란 이 명칭은 그 어떠한 편견없이 폐지수집노인을 권리의 주체인 한 인간으로 바라보게 한다.

통합적·포괄적 관점으로 보아야 하는 폐지수집노인 문제

기우진 대표는 폐지수집노인 문제가 개인의 문제가 아닌 사회시스템의 문제이며, 사회적·경제적·정책적 영역에 전반적으로 걸쳐 있는 문제라는 점을 강조한다.

---

4) 이 글에서는 폐지를 주워 판매한 돈으로 생활하는 노인을 '폐지수집노인' 이라는 단어로 주로 지칭하고 있다. 이 단어는 이들의 사회적 기여나 다양한 배경을 고려하지 못하고, 흔히 빈곤한 취약계층을 연상시켜 시혜적인 어감을 가지고 있다는 지적이 있을 수 있다. 아셈노인인권정책센터는 이들을 부르는 또다른 호칭인 '자원재생활동가'라는 단어에 담긴 의미에 적극 공감하고 있으나, 이 글에서는 독자의 이해를 위해 보건복지부, 언론 등에서 일반적으로 통용되고 있는 단어를 주로 사용하였음을 밝힌다.

5) 한국노인인력개발원, 폐지수집 노인의 수와 노동실태
(https://www.kordi.or.kr/content.do?bid=248&mode=view&page=&cid=439356&sf_category=N107_3&cmsId=176)

사회적 영역의 문제는 폐지수집 어르신들에 대한 인식변화와 사회구성원의 지지에 관한 것이다. 이는 앞서 언급한 ‘자원재생활동가’의 명칭과 연관된다. 러블리페이퍼의 지향점은, 폐지수집노인들은 취약계층으로서 일방적인 도움을 받아야만 하는 존재가 아니라 폐지수집을 통해 환경과 사회에 기여하고 기여에 대한 보상을 얻는 재활용 업계의 이해관계자라는 인식을 확산시키는 것이다. 이러한 맥락에서 기우진 대표는 폐지 줍는 노인이 없는 사회보다 안전한 환경에서 정당한 대가를 받으며 폐지를 줍는 사회를 만들어야 한다고 말한다. 러블리페이퍼는 시세보다 비싼 폐지매입, 업사이클링 물품판매, 강연·교육 등 다양한 활동을 통해 이러한 인식 변화를 느리지만 꾸준히 일으키고 있다.

경제적 영역의 문제는 물론 폐지수집노인의 경제적 어려움과 관련된 것이다. 2023년 전국의 폐지수집노인 14,831명을 대상으로 한 전수조사 결과에 따르면 폐지수집노인들의 월평균 개인소득은 76.6만 원으로 조사되어 2020년 노인실태조사를 통해 조사된 전체 노인의 개인소득 129.8만 원에 비해 낮은 수준임을 알 수 있다. 폐지수집 어르신들의 경제적 어려움을 해결하기 위해, 러블리페이퍼는 즉각적인 변화를 일으킬 수 있도록 어르신들을 고용할 수 있는 사회적기업 형태의 활동을 선택했다. 업사이클링 물품을 만드는 업무를 위해 고용된 어르신들은 보다 안전하고 안정적인 환경에서 근무가 가능하다. 지자체에서 폐지수집노인들에게 적합한 다른 노인일자리를 연계하거나, 재활용사업단 등 시장형 공공일자리를 통해 폐지수집 활동을 제도권 내로 편입하려고 하는 것도 이러한 영역에 속한다.

정책적 영역의 문제는 폐지수집 어르신들을 지원하기 위한 법률안 및 조례안 제정을 포함한다. 2019년 폐지수집노인을 지원하기 위한 ‘재활용품수거노인 지원에 관한 법률 제정안’이 발의된 바 있으나, 심도있는 논의가 이루어지지 못하고 20대 국회 회기 만료로 자동폐기되었다. 당시 보건복지부와 법무부에서는 저소득층이 아닌 노인들 또는 노인이 아닌 자와의 형평성 등을 이유로 법 제정에는 신중한 검토가 필요하다는 의견을 표하였다.

기우진 대표는 정책적 영역의 변화를 위해서는 폐지수집노인 이슈의 공론화가 필요하다는 점을 인식하고, 컨퍼런스 개최, 자원재생활동가 캠페인, 연구기관과의 협력 등 다양한 활동을 전개해 왔다. 비록 2024년 현재까지 폐지수집노인 지원을 위한 개별법은 제정되지 못했지만, 보건복지부에서 실태조사연구 및 전수조사를 실시하고 각 지자체별로 지원사업을 추진하는 등 정책적 영역에서 긍정적인 신호가 다수 나타나고 있다. 대표적으로 서울시는 ‘서울시 폐지수집 어르신 지원계획(2024.7.)’을 수립하여, 폐지수집 어르신이 더 나은 급여와 근로환경을 가진 곳에서 일할 수 있도록 25개 자치구별로 일자리 전환 전담기관을 운영하겠다고 밝혔다. 또한 폐지수집을 계속하고 싶은 어르신들에게는 폐지판매 수익금에 보조금을 추가로 지원하고, 안전용품 지급과 산재보험 가입으로 안전사고에 대비하겠다고도 하였다. 또한 많은 지자체에서 조례로 폐지수집노인 지원에 대한 내용을 규정하고 있으며(전국 17개 시도 중 12개 지자체, 229개 시군구 중 196개 지자체

[6]), 개별상담을 통한 맞춤형일자리 제공, 폐지매입 기준단가와의 차액 보전, 안전용품·생필품 지원 등 다양한 지원사업을 시행하여 폐지수집노인들의 안전과 건강 보호를 위해 노력하고 있다.

자원재생활동가 지원센터와 사단법인 설립, 보다 넓게, 멀리 가기 위한 러블리페이퍼의 노력

러블리페이퍼의 활동은 주 활동지역이었던 인천을 넘어 전국으로 확대되고 있다. 이들은 2024년 서울시를 주무관청으로 하는 비영리사단법인을 설립하고, 사회·경제·정책적 관점의 자원재생활동가 지원활동을 추진하는 한편 민관학 협력의 다양한 사업과 프로젝트를 준비하고 있다.

러블리페이퍼는 폐지수집 어르신들을 위한 일자리 제공, 생계 안정, 정서지원 제공 등 전반적인 지원 활동을 위한 거점으로 2024년 전국 최초로 인천 부평구에 '자원재생활동가 지원센터'를 설립했다. 이들은 여기에 그치지 않고, 5년 안에 '자원재생활동가 지원센터'를 서울을 포함한 6개 광역시로 확산시킴으로써 지역사회 단위로 폐지수집 어르신들을 지원하는 체계를 만들고자 한다. 장기적으로는 현재 각 지자체에서 조례를 근거로 시행되고 있는 폐지수집 노인에 대한 지원을 10년 안에 국가 지원 체계로 제도화하는 것을 목표로 삼고 있다.

또한 자원재생활동가 노인의 안전한 노동환경구축을 위해 안전 경량 손수레를 개발하여 보급하고 있으며, 이를 인천 지역을 넘어 전국적으로 확산시키기 위해 노력하고 있다. 이 외에도 지속적인 자원재생활동가의 노동환경 조사 및 분석, 청년세대와의 캠페인, ESG 사회공헌 프로그램, 다양한 주체와의 협업을 지속할 예정이다.

* * *

2024년 7월 아셈노인인권정책센터에서 개최한 '제4차 아셈 노인인권 현실과 대안 포럼'에서 발표된 동남아시아의 인권기구와 시민사회 측 발표자들의 권고 내용 중에는 노인인권을 통합적이고 포괄적인 관점에서 접근해야 한다는 내용이 있다. 용광로(melting pot)라고도 표현하는 노년기 이슈는 나이가 들면서 생기는 노화를 비롯한 이슈 외에도 인생 전반부의 가정, 사회, 경제, 문화 등의 다양한 이슈들이 축적되어 여러 요소가 복합적으로 구현된다. 이 때문에 노년기 이슈를 단면만 고려해서는 해결할 수 없기에 전체론적(holisitic) 접근이 매우 중요하다.

이러한 관점에서 러블리페이퍼라는 기업은 폐지수집노인을 통합적이고 포괄적인 관점에서 인식하고 다루는, 가히 한국사회에 중요한 노인인권 시민사회기관이라 할 수 있겠다.

---

6) 출처: 보건복지부 폐지수집노인 전수조사 결과 요약(2024.7.)
(https://www.mohw.go.kr/board.es?mid=a10503010100&bid=0027&act=view&list_no=1482212&tag=&nPage=1)

02 어르신들의 손글씨와 그림을 전하는 ‘신이어마켙’



신이어마켙의 제품들: 스티커(맨 위), 손그림 화투(아래 좌측), 절기 달력(아래 우측) (사진 : 아립앤위립 제공)

‘너무 잘하려 하지 말고 적당이 해라’
‘기왕에 태어났으니까 멋지게 살아봐’
‘반드시 해뜰날 온다 젊잔애’

위 문장은 ‘신이어마켙’이 만든 손글씨 응원 스티커에 쓰인 문구들이다. ‘신이어마켙’은 어르신들이 직접 쓴 글씨와 그림을 청년들이 노트, 엽서, 달력 등 굿즈로 개발하는 브랜드다. 삐뚤빼뚤하지만 정성스럽게 눌러 쓴 글씨에는 따스함과 정겨움이 묻어나고, 손주들에게 건네는 듯한 다정한 조언은 치열한 일상을 살아가는 청년 세대에게 응원과 위로의 메시지로 다가온다.

어르신들의 언어는 진솔하고 투박하지만 그 안에는 인생의 지혜가 담겨 있다. ‘돈은 지 맘대로야 우리 말을 너무 안 들어’ ‘다먹으면 당뇨혈압’ 같은 문구에는 위트와 유머가 담겨있고, ‘출근하기 싫으면 사흘을 굶어봐라 짜식아’ ‘팔십이 넘어서도 고민하는데 쓸데없다’ 에서는 촌철살인의 통찰력이 느껴진다.

신이어마켙은 사회적기업 ‘아립앤위립’이 운영하는 브랜드로, 취약계층 어르신들에게 창작 활동과 관련한 일자리를 제공하고 있다. 브랜드명은 ‘시니어’라는 표현을 모르는 어르신들의 발음을 그대로 옮긴 ‘신이어’와, 다양한 물건을 파는 ‘슈퍼마켙’의 ‘마켙’을 합친 이름이다. 신이어마켙은 손그림으로 그린 화투와 달력, 수제 노트, 그림엽서, 스티커 등 다양한 제품에 어르신들의 언어와 삶의 이야기를 담아내고 있다.

아셈노인인권정책센터에서는 ‘아립앤위립’의 심현보 대표를 만나 세대 간 소통과 공감, 지속가능한 시니어 일자리 모델 등에 대한 자세한 이야기를 나누었다.



(위) 아립앤위립 회의실 내부에 신이어마켙 제품들이 전시되어 있다.
(아래) 인터뷰 당시 회의실 모니터에 띄워주신 환영의 메시지.
(사진 : 아셈노인인권정책센터 촬영)



'아립앤위립' 심현보 대표 (사진 : 아립앤위립 제공)

지속가능한 사회적기업 '아립앤위립'의 철학

아립앤위립은 2017년 10월 설립되어 2025년 9년차를 맞이했다. 아립앤위립이란 이름에는 나를 세우고(我立/아립) 우리를 세운다(We立/위립)는 뜻이 담겨 있으며, 개인과 공동체의 성장을 동시에 추구하는 회사의 철학이 반영되어 있다. 심현보 대표는 거리에서 폐지를 주워 몇천 원에 되파는 노인들의 현실을 보고 폐지수거를 대신할 지속가능한 일자리를 만들자는 생각으로 사업을 시작했다. 이러한 문제의식이 어르신들의 창작을 일자리로 연결하는 '신이어마켙'의 출발점이 되었다.

흔히 사회적기업은 정부나 지자체 등 공공의 지원을 받아 운영한다고 생각하기 쉽다. 그러나 아립앤위립은 창업 초기를 제외하고는 정부 지원금 없이 자체 수익만으로 9년째 안정적인 성장을 이어왔다. 이는 신이어마켙이 단순한 윤리적 소비의 대상이 아니라 독자적인 매력을 갖춘 경쟁력 있는 브랜드로 자리잡았음을 보여준다.

청년 세대와 노인 세대가 서로 소통할 수 있도록

신이어마켙이 지향하는 핵심 가치는 세대 간의 소통과 공감이다. 심 대표는 세대 간의 단절은 대부분 오해에서 비롯된다고 말한다. 서로 교류할 기회가 줄어들면서 매스컴에 보도되는 극단적인 사례들이 세대 간 인식을 왜곡하고 있다는 것이다.

신이어마켙은 이러한 간극을 메우기 위해 어르신들의 언어를 통한 세대 간 공감의 경험을 제안한다. “일상에서 마주하는 따뜻한 순간, 신이어마켙” 이라는 슬로건처럼, 청년들은 어르신의 손글씨에서 따스함과 위로를 느끼고, 어르신들은 자신의 말이 세상과 연결되는 경험을 한다. 이러한 교류는 WHO가 연령주의 극복의 핵심 전략으로 제시하는 ‘세대 간 접촉과 이해의 확산’ 과도 맥을 같이한다.

청년 세대와 노년 세대의 공존은 신이어마켙의 제품을 만드는 과정에서도 이루어진다. 신이어마켙을 운영하는 아립앤위립의 구성원 22명 중 절반은 청년, 절반은 시니어다. 청년들은 제품 기획과 홍보를, 시니어들은 글씨와 그림 등 디자인과 만들어진 제품의 포장 업무를 담당하는 방식으로 협업하고 있다. 이들은 나이에 관계없이 서로를 ‘OO님’으로 부르며 존중한다. 또한 모든 구성원이 함께 모여 식사를 나누는 특별한 조직 문화가 있다. 청년과 시니어가 함께 어우러지기 위해서는 일상 속에서 자주 만나는 것이 가장 중요하다는 생각에서다. 어르신이 직접 준비해 온 반찬을 나누며 식사하는 시간은 자연스럽게 대화의 장이 되고, 세대 간 벽을 허무는 순간이 된다.

복지의 대상을 넘어, 노인인권의 주체로

2025년 10월 현재 신이어마켙과 함께 하는 고령자는 총 11명이다. 이 중 정규직 1명을 제외한 대부분의 이들은 자신의 건강과 생활 리듬에 맞춰 파트타임으로 일하고 있다. 초창기에 지역 복지관을 통해 연결된 어르신들은 ‘정예멤바’로 불린다. 이들의 평균 연령은 80대로, 글씨와 그림 작업을 맡는다. 이후에는 지역 시니어 클럽을 통해 평균 연령 70대 정도의 어르신들이 합류해, 완성된 제품의 포장과 마감 업무를 담당하고 있다.

신이어마켙이 창출하는 노인일자리는 제품 제작 시의 저작권료 지급, 포장 일자리, 기술 일자리 등이다. 시니어들이 그린 그림이나 글씨를 활용하여 제품이 만들어지는 경우 일정 금액의 저작권료를 지불한다. 만들어진 제품을 포장하는 업무의 경우 최저임금이 적용되며, 봉제나 프레스 등 기술이 필요한 작업의 경우에는 사전교육을 무상으로 제공한 뒤 서울시 생활임금 기준에 맞춰 임금을 제공한다. 또한 판매수익금의 일부(순이익의 10%)는 지정후원금 형태로 시니어 파트너들에게 전달된다.

신이어마켙에서 고령자는 복지의 대상이 아닌 창작자이자 노동자이다. 이곳은 고령자들의 재능과 경험을 창작의 형태로 사회와 연결하며, 고령자를 일방적으로 도움을 받는 존재가 아니라 세상과 소통하며 새로운 가치를 만들어내는 주체로 바라본다.

신이어마켙의 제품에는 어르신들의 자연스러운 목소리가 그대로 담겨 있다. 맞춤법이 틀린 문구도 있고, 때로는 오타를 X 표시로 정정한 부분도 보인다. 이러한 것들을 고치지 않고 그대로 반영하는 것은 어르신들이 지나온 삶과 있는 그대로의 현재 모습에 대한 존중의 뜻이다.

또한 신이어마켙은 시니어 구성원을 쉽게 충원하지 않는다. 체력이 달리거나 기초생활 수급자가 되는 등의 이유로 시니어 쪽에서 먼저 그만두는 경우 외에는 한 번 맺은 인연을 놓지 않는다는 것이 이들이 추구하는 방향이다. 자율성과 지속가능성을 중심으로 한 이러한 일자리 구조는, 공공 노인일자리가 기간제로 운영되며 보다 많은 사람들에게 기회를 주기 위해 기존 참여자의 연속성을 보장하지 못하는 것과 대비되는 부분이다.

협업을 통한 브랜드 가치 확산

신이어마켙은 다양한 기업 및 브랜드와 협업하여 세대 간 소통과 다양성의 가치를 확산시키고 있다. 기존의 제품에 신이어마켙의 독특한 색깔을 더해 만들어진 컬래버레이션 제품은 주 소비자층인 청년들에게 신선함과 따뜻함이 어우러진 경험을 제공한다.

첫 협업 사례는 SK텔링크의 알뜰폰 브랜드 'SK세븐모바일'의 친환경 배송 패키지였다. 친환경 재생지로 만든 스마트폰 배송박스와 유심봉투에 어르신들의 글과 그림을 담은 것이다. 배송박스에는 손글씨로 '전화 잘 받고 차조심해라' '자주 자주 통화하자' 등의 정감 가는 문구가 쓰였다. 흔히 유심 칩만 떼고 버려지는 플라스틱 유심카드는 네임택으로 다시 쓸 수 있게 디자인하고, '아껴야 잘산다' '절약하는게좋은거야' 등의 문구와 함께 그림을 넣어 의미를 더했다.

이후 2023년 화장품 브랜드 스킨푸드와 협업하여 만든 '당근 패드 기획세트' 디자인 또한 큰 호응을 얻었다. 기존 제품의 패키지 디자인을 어르신들의 손그림과 손글씨로 변경한 이 버전은 열흘 만에 품절되었고, 이후 발매한 홀리데이 에디션 제품도 보름 만에 완판되었다.



'SK세븐모바일' 친환경 배송 패키지.
유심봉투에는 "요 쪼끄만게 뭐시여? 유..심?" 이란 문구가 쓰여 있다.
(사진 : 아립앤위립 제공)



'SK세븐모바일' 유심카드 틀 (사진 : 아립앤위립 제공)



스킨푸드 '당근 패드 기획 세트' 디자인 (사진 : 아립앤위립 제공)

이 밖에 다이소, CU, 카카오, 에어로케이 등 다양한 기업들과 꾸준히 협업을 이어가고 있으며, 최근에는 네이버와 함께 한글날 캠페인 '한글한글 새삼스레' 를 진행하기도 했다. 이 캠페인에서 어린이들과 어르신들은 '눈치', '멋', '서운하다' 등 한글 단어에 대한 서로의 생각을 나누었고, 온라인 참여자들에게는 신이어마켙 어르신들의 답장과 스티커 세트가 전달됐다.

신이어마켙의 폭넓은 협업 사례들은 사회적기업의 경제적 자립뿐 아니라 세대 간 공감의 가치가 시장을 통해 확산될 수 있음을 보여주고 있다.

신이어마켙에 이어, 세대 통합 일자리 모델의 확장

신이어마켙에서 축적된 세대 간 협업의 경험은 아립앤위립의 또 다른 프로젝트로 이어지고 있다. 그 중 하나가 2025년 2월 대구 수성구에 문을 연 베이커리 카페 '할로마켓' 이다. 할로마켓은 생명보험사회공헌재단과 대구 수성구청, 수성구 시니어클럽, SPC 그룹 등이 참여한 프로젝트로, 아립앤위립이 기획을 맡아 고령자들이 음료 제조와 제품 판매를 맡고 청년들은 홍보와 마케팅을 담당하는 방식으로 협업하는 '세대 통합 일자리 및 문화공간'을 선보였다.

신이어마켙에 이은 새로운 세대 통합 일자리 브랜드 또한 준비 중이다. 아립앤위립은 '엄마 아빠 일자리를 만들자' 는 내부 슬로건 아래 65세 이상이면 누구나 일할 수 있는 일자리를 구상하고 있다. 발달장애인을 고용하는 사회적기업 '베어베터'와 '동구밭'을 벤치마킹해, 업무를 표준화하고 규격화함으로써 누구나 쉽게 적응할 수 있는 일자리 모델을 만드는 것이 목표다.

마치며

신이어마켙에서 일하는 어르신들은 갈 곳이 있어 출근이 설레고 기다려진다고 말한다. 그들은 신이어마켙이 '나의 새로운 삶', '내 삶의 터전', '희망과 행복' 이라고 답했다.

그 말처럼, 신이어마켙은 단순한 일터가 아니라 삶을 살아가는 공간이다. 이곳에서 고령자들은 자존감과 소속감을 회복하고 청년 세대와 소통하며 공감한다. 신이어마켙은 고령자의 노동을 단순히 복지 정책의 부속물이 아니라 사회 참여의 한 형태로 확장하고 있다. 또한 시혜적 지원에서 권리 기반 참여로의 전환이 현장에서 실현되고 있는 사례이기도 하다.

신이어마켙이 보여준 변화는 노년기 노동의 의미를 새롭게 정의한다. 신이어마켙에서 고령자들은 보호의 대상이 아니라 사회적 관계를 만들어나가는 주체이다. 이들은 창작자로서, 청년들과 협업하는 동료로서 관계를 맺으며 세대 간 이해와 존중의 문화를 확산시킨다. 이는 연령을 이유로 한 배제나 편견을 줄이는 데 기여하며, "나이 듦"이 곧 "소외됨"을 의미하지 않는 사회의 가능성을 일상 속에서 보여주고 있다.

신이어마켙의 사례는 고령사회를 맞이하는 모든 국가에 시사점을 제공한다. '고령자가 존엄하게 일하고, 자신의 경험과 감성을 사회적 가치로 전환할 수 있는 구조를 어떻게 만들 수 있을까?' 신이어마켙은 이 질문에 대한 하나의 현실적인 해답이자, 연령 통합 사회를 향한 의미 있는 시도로 기억될 것이다.

03 ‘정년 100세’, 고령 친화 IT 기업 ‘에버영코리아’

2025년 현재 한국의 법적 정년은 만 60세이다(고령자고용법 제19조제1항). 그러나 60세 이전에 주된 일자리를 그만두게 되는 경우가 대다수이므로 사람들이 실제 체감하는 평균 은퇴 시기는 그보다 더 빠르다. 많은 사람들은 60세 이후에도 계속 일하고자 한다. 한편 연금 수급 시기는 만 65세로, 60세에 퇴직한다고 해도 5년의 소득 공백이 생긴다. 국민연금만으로는 은퇴 후 여유롭게 생활하기에 충분하지 않아 많은 사람들이 정년퇴직 후에도 계속해서 일할 수 있는 제2의 인생, 제3의 인생을 고민한다.

한국리서치의 ‘퇴직 후 경제활동에 대한 인식 조사’[1]에 따르면 응답자들은 주된 일자리에서의 퇴직 희망 나이를 64세로, 더 이상 경제활동에 참여하지 않는 은퇴 희망 시기를 66세로 답하였다. 또한 응답자의 86%는 ‘주된 일자리에서 퇴직한 후에도 경제활동을 해야 한다’는 데에 동의하였다. 응답자들은 그 이유로 생활비와 부양비용 등 경제적 요인(56%), 자아실현·여가생활·건강유지와 같은 개인 생활 영유(29%), 사회활동 참여(16%) 등을 들었다.

연령	응답자 수(명)	경제적 요인	개인생활 영유	사회생활 참여	계
전체	863	56%	29%	16%	100%
18~29세	138	59%	24%	17%	100%
30대	129	54%	29%	17%	100%
40대	162	62%	22%	15%	100%
50대	170	63%	25%	13%	100%
60대 이상	265	46%	37%	18%	100%

<표1> 주된 일자리에서 퇴직한 후 경제활동을 해야한다고 생각하는 주된 이유

(한국리서치, ‘퇴직 후 경제활동에 대한 인식 조사’)

1) 한국리서치, 두 번째 스무 살? 퇴직 후에도 다시 일해야 할까? – 퇴직 후 경제활동에 대한 인식조사 (2023년 12월 8일~11일 전국 만 18세 이상 남녀 1,000명 대상 조사)
(https://hrcopinion.co.kr/archives/29313)

특히 60세 이상의 경우 다른 연령대보다 개인생활 영유(37%) 및 사회활동 참여(18%)의 동기가 상대적으로 큰 것으로 나타났다. 일과 직장에 커다란 가치를 두는 대한민국에서는 퇴직 후 지역사회나 공동체에서 특정한 활동에 전념하거나 정기적으로 꾸준히 교류하는 인간관계를 쌓는 것이 어렵게 느껴지기 때문일 것이다.

그렇다면 고령자들의 바람처럼 60세 이후에도 자아실현과 사회기여의 경험을 제공할 수 있는 직장은 어떤 형태일까? 그 바람직한 예시로서 일찍이 2014년부터 많은 고령자들을 고용해 온 IT 기업, ‘에버영코리아’ 에 대해 살펴보고자 한다.

＊　＊　＊

에버영코리아는 대형 검색 포털 ‘네이버’의 지도에서 개인정보 보호를 위해 행인 얼굴과 차량번호 등을 삭제하는 지도 블러링 서비스를 맡았던 기업이며, 현재는 네이버 콘텐츠 서비스의 불량 게시물 모니터링을 주로 하고 있다. 직원들은 포털 서비스의 게시물에 광고나 음란물 등 유해한 내용이 있는지 실시간으로 모니터링하고 부적절한 게시물을 차단하여 이용자들이 쾌적하게 정보 서비스를 이용할 수 있도록 돕는다.

에버영코리아의 본사는 서울 종로구 도심에 위치해 있으며, 직원들의 평균 연령은 64.9세이다. 2025년 현재 270여 명의 시니어 직원들은 이곳 사무실로 출근하기도 하지만 업무의 특성 상 재택근무가 가능하므로 자택에서 근무하는 경우가 더 많다. 근무시간은 오전과 오후 중 선택 가능하며, 1일 4시간, 주 5일 근무이다. 이렇게 일하면 약 100만원 내외의 급여를 받을 수 있다. 후생복지 제도로는 사내도서관, 팀별 회식비 지원, 안과검진 비용 지원 등을 운영하고 있으며, 특히 고령 친화적인 복지로서 형제자매 사망 시 조의금, 손주 출산 축하금, 본인 환갑·고희 축하금 지급 등이 돋보인다.

에버영코리아에 채용되기 위해서는 서류전형과 면접전형 외에 디지털 문해력과 인터넷 검색능력 등의 업무능력을 검증하는 실기전형 또한 통과해야 한다. 하지만 직원 채용 시에 나이와 성별, 학력은 물론, 이전 직장이나 경력도 중요하게 고려되지 않는다. 대신 회사는 주변 사람과 잘 어울릴 수 있는 적응력, 새로운 것을 배우고자 하는 자세와 긍정적인 마인드를 요구한다. 지원자격은 이메일과 인터넷 등 컴퓨터를 다룰 줄 알며, 엑셀을 사용할 수 있고, 교정시력이 0.5 이상이면 된다.

에버영코리아는 고령자들이 오래 일하기 좋은 직장이라는 평가를 받고 있다. 나이가 들어도 계속 일할 수 있다는 점은 물론, 고령자 친화적인 복지제도와 사내 분위기, 직장에 다니면서도 취미생활이나 종교활동 등 개인 시간을 충분히 가질 수 있는 점 등이 그 이유로 꼽힌다. 에버영코리아는 직원들의 정년을 100세로 말하고 있는데, 이것은 건강이 허락한다면 직원 본인이 원하는 만큼 계속 일할 수 있다는 뜻을 담고 있다. 대한민국에서는 2025년 현재 60세에서 65세로 정년을 연장하는 방안이 논의되고 있는데, 이러한 논의를 넘어 일하고 싶은 노인이 나이에 관계없이 계속 일할 수 있는 직장이 있다는 사실은 큰 의미가 있다. 노년의 노동은 생

계를 위한 것만이 아니기 때문이다. 고령의 직원들은 회사에서 일하는 것이 살아있다는 느낌을 주며 행복감과 자신감을 얻게 하고, 고독감을 버리게 해주었다고 말한다. 한 직원은 회사를 '시니어들의 정원'이라고 표현하기도 하였다.[2)]

에버영코리아를 이끄는 정은성 대표는 용접 재료·장비 제조업체인 현대종합금속의 대표이사를 역임했다. 전문경영인으로서 바쁘게 지내던 정은성 대표는 10여 년 전 50대에 들어서면서부터 단순히 돈을 버는 비즈니스를 넘어 '소셜 임팩트(Social Impact)', 즉 기업이 사회에 미치는 긍정적인 영향력에 대하여 고민하기 시작하였다. 그가 특히 주목한 것은 한국 사회 내의 각종 차별을 완화하기 위한 방안이었다. 이를 위해 정은성 대표는 고령층도 나이 차별 없이 일할 수 있는 사회적 기업을 만들고자 2013년 에버영코리아를 설립하게 되었다. 돈을 벌기 위해 시작한 일이 아니었다는 것은 처음 5년간 그가 무보수로 일했다는 것으로도 알 수 있다. 그는 '평등', '발전', '공유' 란 핵심 가치를 바탕으로 구성원들에게 '좋은 삶'을 제공하는 '좋은 회사'를 만들기 위해 노력해 왔다. 설립 후 10여 년이 지나 에버영코리아는 연 매출 70억원 대, 직원 수 300여 명의 탄탄한 기업으로 성장함으로써 '좋은 기업'이 지속가능하다는 것 또한 보여주었다.

에버영코리아는 꾸준히 사업 분야를 넓혀 가고 있다. 자회사인 에버영피플에서는 고령자가 필요한 다양한 분야를 발굴하고 필요한 곳에 인력과 서비스를 제공하고 있다. 대표적인 업무는 네이버 클라우드에서 서비스하는 AI 안부전화 서비스 '클로바 케어콜'의 관제업무이다. '클로바 케어콜'은 인공지능이 정해진 시간에 돌봄이 필요한 대상자에게 안부전화를 걸어 식사, 수면, 건강 등의 주제로 말벗 대화를 하며 안부를 확인하는 서비스이다. 관제업무를 담당하는 직원들은 전화가 미수신되었을 경우 직접 전화를 걸어 안부를 확인하거나 AI 통화 내용 중 중요한 부분을 리포팅하는 업무를 맡고 있다. 또한 통화 중 이상 징후가 발견되었을 경우에는 지자체 담당 공무원에게 즉시 해당 사항을 전달하여 필요한 지원서비스가 제공될 수 있도록 한다. 이외에도 에버영피플은 인공지능 서비스를 위한 학습용 데이터를 수집하거나 가공하는 등 다양한 기업에서 필요로 하는 IT 업무를 고령자들에게 연결해 준다. 이러한 업무를 수행하는 고령 직원들의 생산성은 젊은이들과 비교하여도 결코 뒤지지 않으며, 고령자들은 IT 업종에서 일한다는 자부심과 함께 자신의 업무가 사회에 기여한다는 사명감을 지니고 있다.

또한 에버영코리아는 고령자들이 인공지능과 디지털 분야의 IT 업무가 가능하도록 취업과 연계한 교육을 실시한다. 에버영코리아는 한국지능정보사회진흥원 등 관련 기관의 지원을 받아 50대·60대의 고령자들에게 인공지능과 디지털 관련 분야의 이론 및 실습 교육을 무료로 제공하고, 에버영코리아와 자회사인 에버영피플, 그 밖의 관련 기업에 취업할 수 있도록 돕는다. '액티브 시니어'라 불리는 현재 50대·60대의 고령자들은 기본적인 스마트폰과 컴퓨터 활용에 익숙한 경우가 많고, 이에 더하여 새로운 기술을 공부하고 활용하고 싶

2) K-공감, 시니어 전문 고용 기업 에버영코리아 근로자 권선옥 씨 (2017.08.06.)
(https://gonggam.korea.kr/newsContentView.es?mid=a12601000000&news_id=EBC6D400EE144203E0540021F662AC5F)

은 욕구가 큰 세대이다. 고령자들은 교육을 수료하고 IT 분야에서 일함으로써 변화하는 디지털 분야의 트렌드를 자연스럽게 익힐 수 있다. 디지털 활용능력의 격차를 의미하는 ‘디지털 디바이드’란 용어에 이어 AI 기술 활용 능력의 격차를 의미하는 ‘AI 디바이드’라는 용어가 나오고 있는 요즈음, 이와 같은 취업 연계 교육은 고령자들의 경제적 어려움과 사회적 고립을 해소하는 데 도움을 줄 뿐 아니라 정보격차를 줄일 수 있는 좋은 방안이라 생각된다.

＊ ＊ ＊

에버영코리아 홈페이지[3]의 메인화면에는 다음과 같은 문구가 게시되어 있다. “세상을 위해 제일 좋은 사회혁신기업The Best Social Innovation Company for the World” “당신의 인생 3막이 더 아름다울 수 있도록 에버영코리아는 시니어 고용의 새로운 시장확대, 시니어의 사회적 역할을 확산시킵니다.” 이 슬로건대로 에버영코리아는 고령자들에게 일자리를 제공할 뿐만 아니라 고령자들이 자신의 일을 더욱 생산적이고 가치 있는 일로 느끼게 하며, 동료들과의 교류를 통한 사회적 유대감과 사회공헌을 통한 자기효능감을 얻게 한다.

고령자와 IT의 조합, 한때 생소하게 들렸던 이 조합이 성공적으로 정착한 에버영코리아의 사례는 고령자들이 다양한 영역에서 그들의 잠재력을 발휘할 수 있다는 가능성을 보여주었다. 혁신적이며 또한 고령 친화적인 이러한 기업들이 앞으로 더욱 많이 나타나길 기대해 본다.

3) https://www.everyoungkorea.com/

04 서울시 마포구 ‘주민참여 효도밥상’ 사업

영양학적으로 균형잡힌 식사 습관은 건강하게 나이드는 데에 중요한 영향을 미친다. 건강한 식생활은 만성 질환의 발생 및 진행을 억제하고 건강수명과 기대수명을 연장시킨다. 그러나 노화로 인해 거동이 불편해지면 식사를 준비하는 것에 어려움이 늘고 양질의 식재료에 대한 접근성 또한 떨어지게 된다. 특히 고령 1인 가구의 경우 끼니를 거르거나 빵이나 떡 등으로 끼니를 때우는 일이 많아 불량한 식사로 인한 영양 불균형 상태에 이르기 쉽다.

대부분의 지자체에서는 저소득층 노인들의 건강 관리를 위해 복지관 등에서 급식을 제공하는 경로식당 사업, 거동이 불편한 노인을 대상으로 하는 식사배달 사업 등을 실시하고 있다. 그러나 기준 소득 이상의 노인들 또한 양질의 식사를 하는 것에 어려움을 겪고 있다. 보건복지부의 2023년 노인실태조사에 따르면 소득이 낮을수록 영양관리 상태가 나쁜 노인의 비율이 증가하는 경향이 있지만, 중위소득 150% 이상의 경우에도 영양관리에 주의 또는 개선이 필요한 노인의 비율은 30.7%에 달했다.

가파른 고령화 추세와 1인 가구의 증가로 직접 식사를 준비하기 어려운 노인들을 중심으로 질 좋은 식사에 대한 수요는 계속 치솟고 있지만 매 끼니를 외식이나 민간의 식사배달 서비스로 해결하기에는 비용이 만만치 않다. 종교단체 등에서 노인들을 대상으로 점심을 제공하는 무료 급식소나, 상대적으로 저렴한 가격에 식사를 제공하는 노인복지관에 항상 줄이 길게 늘어서 있는 것은 ‘저렴하고 질 좋은 식사’ 에 대한 많은 노인들의 수요를 보여준다. 이에 혼자서 식사를 챙기기 어려운 노인들의 건강권 보호를 위해 정부나 지자체 차원의 식사 지원이 필요하다는 주장이 제기되고 있다.

이러한 가운데, 서울시 마포구[1)]에서 소득에 관계없이 75세 이상 노인을 대상으로 식사를 제공하는 ‘마포구 주민참여 효도밥상’ 사업을 시행하고 있어 주목받고 있다. 2023년부터 실시한 이 사업은 지역 내 식사 지원이 필요한 노인을 대상으로 주 6일 균형 잡힌 점심식사를 제공하여 결식과 고독을 방지하고, 건강체크와 법률·세무 상담 등도 연계해 주는 원스톱 노인복지 사업이다. 사업대상자 1순위는 홀몸 어르신이며, 2순위는 가족이 챙겨줄 여력이 되지 않는 어르신 등이다. 이용자들은 사전에 동주민센터에서 발급받은 이용카드로 출석을 체크하는데, 출석하지 않는 어르신에게는 전화나 방문으로 안부를 확인하기 위해서다.

---

1) 마포구는 서울시 중서부에 위치한 기초자치단체이며, 면적은 23.84㎢로 서울시 전체의 3.93%에 해당한다. 인구는 372,745 명으로 서울시 전체의 3.9%이며(2024년 12월 주민등록 인구통계 기준, 25개구 중 15위), 이 중 65세 이상 인구는 60,009 명으로 서울시 전체의 3.3%이다(25개구 중 19위). 2024년 마포구 예산규모는 8,412 억원이다.

효도밥상 사업은 박강수 마포구청장의 민선8기 공약사업으로, 2022년 9월 기본계획 이후 TF 구성('22.9.), '마포구 노인급식 지원에 관한 조례' 제정('22.12.), 추진계획 수립('23.1.) 등을 거쳐 2023년 4월 24일 서강동 1호점을 포함한 7개 급식기관에서 첫 선을 보였다. 이 사업은 지자체의 예산으로 100% 운영하는 것이 아니라 소요비용의 많은 부분을 후원금으로 마련하였고 자원봉사자들이 힘을 보탰기에 성공할 수 있었다. 마포구는 구청장을 시작으로 효도밥상 1인 1구좌 캠페인을 2022년 11월부터 시작하여 2024년 12월 기준 약 18억원의 후원금을 모았고, 식재료 비용의 대부분을 이 후원금으로 충당하고 있다. 마포구가 구의회 업무보고 시 밝힌 2025년 효도밥상 관련 소요예산은 총 32억원으로, 이 중 마포구 예산으로 부담하는 것은 출연금 및 사업비로 12억원이며, 나머지는 17억원의 후원금과 마포복지재단에서 부담하는 3억원으로 구성되어 있다.



효도밥상 대흥동 1호점에서 분홍색 조끼를 입은 봉사자들이 어르신의 식사 모습을 살피고 있다. (사진 : 마포구)

2025년 현재에는 49개로 늘어난 급식기관에서 하루에 약 2,000여 명의 어르신들이 효도밥상을 이용하고 있다. 이 같은 규모로 사업이 확대될 수 있었던 것은 대규모 조리가 가능한 '반찬공장' 덕분이다. 사업 시행 초기에는 일반 식당과 복지관에서 자체적으로 조리하여 급식을 실시하고 운영비 정도만 지원을 받았다. 이렇다보니 참여 급식기관에서 손해를 감수하는 구조여서 신규 모집에 한계가 있었고, 구에서 직접 급식소를 확충하는 것은 예산과 시간상 어려움이 있었다. 이를 해결하기 위한 방안으로 구는 대규모로 조리한 음식을 각 급식기관으로 배송·공급하는 거점형 이동 급식 시스템을 고안하였고, 급식 조리 센터를 만들기 위해 지역의 빗물펌프장 내 관사를 8억 원의 예산을 들여 리모델링하기로 하였다. 마포구 소재 기업 ㈜한샘도 주방시설과 책상 등 가구를 지원하는 등 힘을 보탰다. 그 후 2024년 4월, 하루에 1,000명 분의 음식을 조리할 수 있는 '반찬공장' 이 완공되어 조리시설을 갖추지 못한 급식기관도 '반찬공장'에서 당일 조리한 신선한 국과 반찬을 공급받아 식사를 제공할 수 있게 되었다. 반찬공장에서는 영양사, 조리원, 조리보조원, 운전원을 포함한 7명의 상시근로자와 자활근로자, 노인 장애인 일자리 근로자 등 9명을 비롯해 총 16명이 근무한다.



'반찬공장' 내부 (사진 : 마포구)

효도밥상 사업은 식사를 매개로 하여 어르신들의 안부와 건강도 관리한다. 마포구 자원봉사센터를 주축으로 모인 약 300명 규모의 주민봉사단은 배식, 말벗 봉사와 함께 식사시간에 오지 않는 어르신을 파악하여 전화나 방문으로 안부를 확인한다. 또한 각 동 주민센터 소속 방문간호사가 정기적으로 효도밥상 식당을 찾아 어르신들의 기초건강을 살피고 당뇨, 고혈압 체크 등 만성질환 상담도 실시하고 있으며, 고령자에게 쉽지 않은 법률·세무 분야의 상담 등 어르신들에게 필요한 행정서비스도 안내한다.



방문간호사가 식사 전 어르신의 혈당을 체크하고 있다. (사진 : 마포구)

마포구 관계자는 조선비즈와의 인터뷰에서 "집에서 효도밥상 급식기관까지 걸어서 왕복하다 보면 운동도 되고, 밖에 나오려면 씻고 옷을 차려 입어야 해 삶의 활력을 돋우는 효과도 있다" 고 설명했다. 또한 "밥을 혼자 먹는 것과 누군가와 같이 먹는 건 큰 차이가 있다. 같이 먹으면 우울감이 줄어들고 고독사가 예방된다" 고

하며 해당 사업이 참여자들의 정신적 건강에도 도움이 된다고 덧붙였다.[2)]

'주민참여 효도밥상' 이라는 이름에서 알 수 있듯이 이 사업은 지역 내 주민들의 적극적인 참여로 이루어지고 있으며 사업비 일부를 개인과 단체 등의 자발적인 후원으로 마련하고 있다. 사업 취지에 공감하고 동참하고자 하는 주민들은 급식기관에 참여하거나 자원봉사자로 활동하고 있으며, 사업 시작 이후 약 1년 6개월 간 각계각층에서 효도밥상 사업을 위해 기부한 후원금은 2024년 12월 현재 약 18억원에 달한다. 이 중에서는 전 재산을 사후 기증하기로 한 지역의 홀몸 어르신도 있어 화제가 되기도 하였다.

마포구는 지속적으로 사업 대상자를 확대하고 급식 서비스의 품질을 향상시키기 위해 노력하고 있다. 2025년 3월, 마포구는 하루 2,000인분의 음식을 조리할 수 있는 반찬공장 2호점을 추가로 조성하였다. 전용면적 250.19㎡ 규모의 2호점은 식자재창고와 식재료 처리를 위한 전처리실, 조리실, 포장·세척실로 구성되었으며, 각 급식기관에 신선하고 건강한 반찬을 제공한다.[3)]

또한 2025년 7월에는 기존에 수기로 운영되던 관리 방식을 스마트관리 체계로 개선하여, 출석 현황과 잔반량 등 주요 데이터를 실시간으로 수집·분석하고 시각화하여 모니터링 가능한 시스템을 구축하였다. 이를 통해 어르신의 출결을 통한 건강 이상 징후를 조기에 감지해 돌봄 기능을 강화하고, 잔반 데이터를 기반으로 기피 반찬과 식단 선호도를 파악해 메뉴에 반영함으로써 어르신의 식사 만족도를 높일 수 있을 것으로 기대된다.[4)]

＊ ＊ ＊

마포구 주민참여 효도밥상 사업은 고령화 시대에 노인 영양 관리의 새로운 모델을 제시하고 있다. 단순한 급식 제공을 넘어 건강관리와 안부 확인 등 일상케어 복지서비스까지 연계함으로써 지역 내 고령층의 신체적·정신적 건강 증진에 기여하고 있다. 특히 소득 기준 없이 연령만으로 지원 대상을 선정함으로써 복지 사각지대를 해소하고, 지역사회 구성원들의 자발적 참여를 통해 사회적 연대를 강화했다는 점에서 의미가 크다. 현재는 1인 고령 가구를 중심으로 운영되고 있으나, 실제로는 자녀와 동거하거나 배우자가 있는 노인들 중에서도 식사 준비에 어려움을 겪는 경우도 있다. 따라서 이 사업이 규모를 확대하여 주거 형태나 가구 구성과 관계없이 결식 우려가 있는 75세 이상 노인이라면 누구나 이용할 수 있게 된다면 그 의미는 더욱 커질 것이다. 특히 초기 단계에서부터 개인과 기관, 단체의 후원으로 상당한 재원을 마련하는 한편 지역 자원봉사자들의 힘을 빌려 사업을 운영한 이 사례는 향후 다른 지자체의 노인 급식 정책에도 중요한 시사점을 제공할 것으로 기대된다.

---

2) 조선비즈, "[르포] 어르신 밥 먹고 외로움도 덜어…마포구의 노인 복지 모델 '효도밥상'은?" (2024.3.25.)
(https://biz.chosun.com/topics/topics_social/2024/03/23/OE33EZISKBBHVLPJSYTULY4BXQ/)

3) 마포구 보도자료, "마포구, '효도밥상' 더 풍성하게! '제2반찬공장' 준공!" (2025.3.10.)
(https://www.mapo.go.kr/site/main/board/press/267472)

4) 마포구 보도자료, "정성에 기술을 더해 더 따뜻하게, 마포가 어르신의 한끼를 챙겨드립니다" (2025.7.31.)
(https://www.mapo.go.kr/site/main/board/press/270388)

05 민관협력을 통한 시니어 디지털금융교육 사례

들어가는 글 : 시니어 금융교육의 필요성

디지털·비대면 금융거래가 빠르게 확산되면서 금융환경은 온라인 중심으로 재편되고 있다. 그러나 이러한 변화는 고령층의 금융접근성을 떨어뜨리는 부작용을 낳았다. 고령층이 금융서비스를 위해 주로 이용하는 오프라인 점포는 지속적으로 줄어들고 있지만, 아직까지 디지털 환경에 익숙지 않은 고령층은 인터넷뱅킹이나 모바일 금융서비스 이용에 어려움을 겪는 경우가 많다. 한국은행의 '2024년 지급수단 및 모바일금융서비스 이용행태 조사 결과'[1]에 따르면, 60대 이상의 모바일 금융서비스 이용비율은 18.7%로 전체 연령대 52.4%에 비해 크게 낮았다. 이에 더해 고령자들은 가족이나 간병인에 의한 경제적 학대(금융착취)에 노출되기 쉽고 보이스피싱과 같은 금융사기의 주요 표적이 되기도 한다. 이러한 현실은 고령층을 대상으로 하는 실천적 금융교육의 중요성을 더욱 부각시키고 있다.

실제로 금융권에서도 이러한 현실을 인지하고, 고령층의 디지털 금융역량과 금융문해력 향상을 위해 많은 노력을 기울이고 있다. 은행, 카드사, 새마을금고 등 전통 금융기관은 물론 카카오페이와 같은 간편결제 사업자까지, 각 금융사들은 시니어 고객을 대상으로 한 디지털 금융교육과 강사양성을 자체적으로 실시하거나, 민간교육기관인 (사)시니어금융교육협의회와 함께 협업하여 교육을 실시하고 있다. 시니어금융교육협의회(이하 협의회)는 2018년부터 시니어금융역량 향상을 위해 활동해 온 비영리사단법인으로. 고령자들이 자주 찾는 노인복지관, 공공도서관 등에 강사를 파견하여 교육을 실시한다.

시니어 금융교육의 특징 : (1) 실습 중심의 맞춤형 교육

교육 내용은 모바일뱅킹 실습, 간편결제 활용, 금융사기 예방 등 실생활에 밀접한 영역으로 구성된다. 이를 통해 모바일뱅킹으로 계좌를 조회하거나 공과금을 납부하는 법, 최신 금융사기 유형과 그 대응법 등을 배울 수 있다. 교육은 각 금융사의 ESG 사업 예산을 후원받아 무료로 진행된다.

---

1) 한국은행, '2024년 지급수단 및 모바일금융서비스 이용행태 조사 결과' (2025.3.)
(https://www.bok.or.kr/portal/bbs/B0000232/view.do?menuNo=200706&nttId=10090464)

교육대상	교육시간	교육내용
50세 이상 시니어 20명	1차시 (2시간)	ㅇ 공동인증서의 이해, 오픈뱅킹서비스 ㅇ 모바일뱅킹 활용법 - 모바일뱅킹 가입, 계좌조회 및 송금하기, 공과금 납부하기 등
	2차시 (2시간)	ㅇ 휴면계좌 조회 및 해지, 카드포인트 현금화하기 등 ㅇ 금융사기 최신 유형, 금융사기예방 및 대응법 등

(표) 2024.9월 동대문구정보화도서관 '시니어를 위한 디지털 금융교육' 내용

(시니어금융교육협의회 주관, KB국민은행 후원)

이러한 교육은 단순한 정보 전달을 넘어 고령자 스스로 금융생활이 가능할 정도의 금융역량과 자신감을 키우기 위해 단순 강의가 아닌 실습 중심의 교육으로 구성되어 있다. 또한 효과적인 교육을 위해 분반 수업, 보조강사 배치, QR코드를 통한 영상 반복학습 등 다양한 보조 수단을 활용하고 있다. 이를 통해 학습자들은 자신의 속도에 맞추어 은행 앱 설치부터 송금, 모바일뱅킹, 간편결제 등을 충분히 따라하며 익힐 수 있다. 이와 같은 맞춤형 교육에 시니어들도 만족스러운 반응을 보이고 있다. 한 60대 학습자는 "자녀들이랑 따로 살아서 뭐든 물어보기가 쉽지 않다"고 말하며, "교육이 정말 만족스러워서 끝날 때까지 계속 다닐 생각"이라고 교육 소감을 밝혔다.[2)]

시니어 금융교육의 특징 : (2) 시니어 강사 양성을 통한 상호 학습 구조

시니어금융교육은 학습자가 시니어일 뿐 아니라 강사 또한 시니어로 구성된다. 고령층이 단순한 교육의 수혜자를 넘어 금융 교육의 주체로 직접 활동할 수 있도록 한 것이다. 카카오임팩트가 협의회 등과 협업하여 운영하고 있는 '찾아가는 시니어 디지털스쿨'[3)4)]이 그 좋은 예이다. '찾아가는 시니어 디지털스쿨' 사업은 협의회를 통해 50대 이상 시니어 티처를 양성하고, 시니어 티처 4명이 1팀이 되어 메인강사 및 보조강사로서 교육기관에 파견되는 사업이다. 교육내용은 카카오페이를 이용한 간편결제 및 송금, 자산관리, 금융사기예방 등이며, 이 밖에 지도서비스나 모바일신분증 이용 등 내용도 포함한다. 교육은 사전에 선정된 전국 노인복지관, 중장년일자리센터 등 시니어 관련기관 50개소에서 이루어지며(2025년 기준), 해당 기관에는 학습

2) 여성경제신문, "[르포] "불안하지 않아서 더 좋아요"…보안부터 짚은 시니어 금융교육" (2025-05-13)
https://www.womaneconomy.co.kr/news/articleView.html?idxno=235390

3) 카카오임팩트, '찾아가는 시니어 디지털스쿨' 홈페이지
https://seniorschool.kakaoimpact.org/

4) 카카오임팩트는 카카오그룹의 기업재단으로 다양한 사회공헌활동을 하고 있다. 카카오임팩트의 '찾아가는 시니어 디지털스쿨' 사업은 간편결제사업자인 카카오페이에서 기존에 실시하던 시니어 금융교육 사업 '사각사각 페이스쿨' 의 커리큘럼을 늘리고 사업 범위를 전국권으로 확대한 것이다.

자들을 위한 맞춤형 교육 교재를 지원하는 한편, 50만원의 교육운영 지원금도 제공한다.

이러한 프로그램은 고령층에게 새로운 사회 참여 기회를 제공하는 동시에 디지털 금융 환경에서 또래 세대 간의 상호 학습(Peer Learning) 구조를 형성할 수 있다는 점에서 주목할 만하다. 이를 통해 강사는 보람과 자아실현, 수강자는 눈높이에 맞는 교육이라는 상호 이점을 얻는다. 단순한 일회성 교육을 넘어 고령층 인적 자원을 활용한 순환형 교육 생태계 조성이라는 측면에서도 의미가 깊다.

시니어 금융교육의 특징 : (3) 금융사기예방을 위한 창의적 접근

한편 고령층을 대상으로 한 금융사기예방을 위해 연극형 교육도 이루어지고 있다. 고령층이 실제로 마주할 수 있는 금융 위험에 대해 유형별 대응법을 소개하여 피해를 예방하고자 하는 교육이다. 2025년 초 협의회 주관, IBK기업은행 후원으로 서울우리마포복지관에서 진행된 '시니어금융소비자 보호를 위한 금융사기예방 마당극: 2025 돌아온 춘향이' 에서는 익숙한 춘향전의 등장인물들을 활용해 가상자산 관련 사기, 보이스피싱, 문자메시지를 이용한 스미싱 사기 등 사례와 그 예방법을 자연스럽게 보여주었다. 공연 중간에는 신나는 노래를 넣어 관객들의 주의를 다시 집중시켰으며, 마지막에는 “의심하고, 확인하고, 전화 끊고”라는 ‘쓰리고’ 구호를 통해 핵심 메시지를 다시 한 번 강조했다. 이러한 실천적인 교육 콘텐츠는 금융사기 피해를 미연에 방지할 수 있게 함과 동시에 고령층의 경제적 자기결정권과 금융 안전을 지키는 기반이 된다.

마치며 : 시니어 금융교육의 인권적 의의

고령층을 위한 금융교육은 단순한 디지털 기술 습득을 넘어, 경제적 자기결정권을 보장하고 존엄한 노후를 가능하게 하는 실천적 수단이다. 빠르게 변화하는 금융 환경 속에서 새로운 사기 수법과 디지털 금융 서비스에 능동적으로 대응할 수 있도록 돕는 교육은 고령층의 디지털 소외와 금융 착취를 예방하는 핵심적인 장치가 된다.

이러한 시니어 금융교육의 기반이 되는 것은 2021년부터 시행된 「금융소비자 보호에 관한 법률」과 정부의 정책적 지원이다. 해당 법률은 금융소비자의 금융교육을 받을 권리 및 금융위원회의 금융교육 제공 의무 등을 명시적으로 규정하였다. 이후 금융위원회는 고령층을 포함한 다양한 계층의 금융역량을 정기적으로 조사할 의무를 지니게 되었으며 고령자의 금융 접근성 확대와 피해 예방을 위한 종합 정책을 마련해 오고 있다. 따라서 2025년 현재 시행되고 있는 시니어 금융교육은 고령층의 금융역량 향상을 위해 정부와 민간이 함께 노력해 온 결과라고 할 수 있을 것이다.

초고령사회에 접어든 지금 금융역량 강화를 위한 교육은 더 이상 선택이 아닌 필수이다. 모든 사람은 나이와

디지털 역량의 차이와 무관하게 금융 시스템과 정보에 동등하게 접근할 권리가 있으며 고령자 역시 예외가 될 수 없다. 특히 은퇴 이후 오랜 시간 스스로의 생계를 책임져야 하는 노인들에게 경제적 자립과 자기결정권을 가능하게 하는 금융지식과 디지털 활용 능력은 삶의 질을 좌우하는 중요한 요소이다.

이러한 맥락에서 금융권과 협의회의 협업을 통해 지속적으로 이루어지고 있는 시니어 대상 금융교육은 디지털시대의 고령자를 디지털금융 배제에서 권리의 주체로 전환시키는 중요한 역할을 수행한다. 앞으로도 이러한 제도적 기반 위에서 시니어 금융교육이 더욱 확산되어 고령층의 디지털금융 소외를 막는 동시에 경제적 자기결정권을 지키는 핵심 수단으로 자리매김하기를 기대한다.

06 평균 연령 85세, 칠곡할매래퍼 '수니와칠공주'



칠곡군의 할머니 래퍼들이 모인 '수니와칠공주' 는 2025년 10월, Mnet 힙합 서바이벌 프로그램 '쇼미더머니12' 오디션에 도전하겠다고 밝혔다. (사진 : 칠곡군)

인생을 노래하는 칠곡군의 할매래퍼들

"죽음이라는 종착역에 가까워질수록 인생은 우울할 것이라고 생각하는 사람이 많지만 우리는 누구보다 즐겁게 랩을 하며 '인생의 황금기'를 보내고 있습니다."

칠곡할매래퍼 그룹 '수니와칠공주'의 리더 박점순(86) 할머니는 세계일보와의 인터뷰(2024.10.11.)[1]에서 건강한 노년의 비결에 대해 위와 같이 말했다. 박 할머니는 요즘 느끼는 행복감을 10점 만점에 10점으로 언급하기도 했다.

'수니와칠공주'는 2023년 8월 칠곡군 지천면 신4리에 사는 할머니들이 모여 결성한 평균 연령 85세의 세계 최고령 래퍼 그룹이다. '수니와칠공주'의 리더는 박점순(87) 할머니이며, 다른 멤버는 정두이(94), 홍순연

1) 세계일보, "평균연령 85세 칠곡 할매래퍼 "지금이 나의 인생 황금기"", 2024-10-11 (https://www.segye.com/newsView/20241009520286)

(82), 장옥금(77), 이필선(89), 이옥자(80), 김태희(80), 이선화(77) 할머니이다. (2025년 기준)[2)]

이들은 문해교육을 통해 뒤늦게 한글을 깨치고, 1년에 한 번 있는 성인문해교실 학예발표회 '2023년 경상북도 문해한마당'에서 랩과 춤을 공연한 것을 계기로 래퍼 활동을 시작했다. 2023년 8월 31일 마을 경로당에서 창단식을 가졌고, 이어 9월에는 며느리와 손주, 주민 등으로 팬클럽도 구성되었다.

'수니와칠공주'의 랩 연습은 매주 화요일과 목요일 오후 2시, 지천면 신4리 마을회관에서 이루어진다. 모든 멤버가 고령으로 체력이 달려 충분한 휴식과 컨디션 조절이 필요할 때도 있지만, 이들은 랩 연습과 공연을 하며 오히려 활력을 찾는다고 말한다.

'수니와칠공주'의 노랫말은 할머니들이 시 형태로 직접 쓴다. 이것을 문해교실 강사이자 그룹 기획자 겸 매니저의 역할도 맡는 정우정 강사가 다듬어서 랩 가사로 만든다. 배움의 기쁨, 여성차별로 인한 서러움 등 진솔한 가사가 눈길을 끈다. 대표곡으로는 가난과 여성차별로 학교에 다니지 못한 아픔을 노래한 '환장하지'와 늦깎이 학생으로 한글을 배우는 기쁨과 과정을 소개하는 '나는 지금 학생이야' 등이 있다. 6·25전쟁 당시 총소리를 폭죽 소리로 오해했다는 '딱꽁 딱꽁'과 북한군을 만난 느낌을 표현한 '빨갱이' 등 전쟁의 아픔을 노래한 곡도 있다.

> *"나 어릴 적 친구들은 학교에 다녔지. 나 담 밑에 쭈그리고 앉아 울고 있었지. 설거지해! 애 보기 해! 내 할 일은 그거지. 환장하지~!"*
>
> *- '환장하지'*

> *"나는 지금 학생이야. 나이가 많은 학생이야. 가방 메고 학교에 가, 얼굴도 몸도 늙은 친구들과 함께, 이게 맞네 저게 맞네, 하하호호 하하호호, 참으로 행복하지"*
>
> *- '나는 지금 학생이야'*

> *"흑잿골~ 아니! 송정골~ 아니! 황학골에 셋째딸로 태어났쓰. 오빠들은 모두 공부를 시켰쓰. 딸이라고 나는 학교 구경 못했쓰. 에이 우라질 우라질 우라질."*
>
> *- '황학골 셋째딸'*

열정 가득한 이들의 활동은 국내외 언론의 주목을 받았으며, 이들은 곧 다양한 방송 프로그램과 광고, 정부 홍보 영상에도 출연했다. 데뷔 공연인 2023년 경상북도 문해한마당 공연을 시작으로, KBS 아침마당과 인간극장(한국), NHK 월드 TV(일본) 등 국내외 방송에 출연하면서 폭발적인 인기를 얻었다. 이들은 이어 2030 부산세계박람

2) 초기 멤버는 8명이었으나, 2024년 10월 서무석(향년 86세) 할머니가 혈액암으로 별세하면서 공석이 생겼다. 이를 채우기 위해 2025년 3월 18일, 칠곡군 지천면사무소에서 공개 오디션이 열렸고, 6명의 지원자 중 77세의 이선화 할머니가 새 멤버로 합류했다.

회 유치 지원 뮤직비디오에 출연하고, 서울 광화문광장에서 열리는 '2024 한글 주간 개막식' 에서 공연을 펼치기도 했다. 또한 중소벤처기업부·국가보훈부·국무총리실 등 다양한 정부 정책 홍보 영상에도 출연했다. 2025년 현재에도 해양 관광 활성화 캠페인 '바다가는 달' 홍보 영상에 출연하는 등 꾸준한 활동을 이어가고 있다.

성인문해교육을 통해 한글을 배우고 인생을 바꾸다

'수니와칠공주'의 성공에는 두 개의 빼놓을 수 없는 배경이 있다. 하나는 성인문해교육 프로그램이고, 다른 하나는 박종석 공보팀장으로 대표되는 칠곡군청의 기여이다.

성인문해교육 프로그램은 저학력·비문해 성인에게 교육기회를 제공하는 전국적인 사업으로, 일상에 필요한 기초적인 읽기, 쓰기, 셈하기부터 초등학교~중학교 수준의 기초 문해능력을 기르는 것을 목표로 한다. 문해교육을 통해 학습자들은 배움의 욕구를 해결하고 일상생활의 어려움을 해소할 수 있다. 이 사업은 기초자치단체를 중심으로 지자체의 소속기관이나 학교, 평생교육시설 등 각 교육기관에서 프로그램을 운영하면 교육부에서 강사비, 체험활동비 등 프로그램 운영비를 지원하는 형태이다. 특히, 읍·면 단위를 포함한 지자체 직영 프로그램은 강사가 경로당, 마을회관, 학습자 가정 등을 직접 찾아가서 교육하기도 한다. 성인문해교육 사업은 2006년부터 시작되어 현재까지 누적 학습자 수가 약 82만 명에 달하며(2024년 기준 누적치), 2024년에도 전국 434개 교육기관에서 약 9만 2천 명의 학습자가 교육을 받았다.[3)]

'수니와칠공주' 할머니들이 칠곡군에서 운영하는 문해교실을 다니며 한글공부를 시작한 건 2015년부터다. 한글을 배운 이후 이들은 은행을 혼자 다니거나 버스를 물어보지 않고 탈 수 있게 되는 등 그동안 경험하지 못했던 일상생활에서의 편리함을 누리게 되었다. 그뿐만 아니라 문해교실에서의 시쓰기, 글짓기를 통해 지나온 세월을 돌아보고 현재를 기록하며 자신의 삶을 글로써 풀어내고 많은 사람과 나누게 되었다. 랩 가사 또한 이렇게 담아낸 할머니들의 인생 그 자체이자, 공간적 제약과 세대를 넘어 소통하고자 하는 시도이다.

성인문해교육은 단순히 문자 해득 능력을 기르는 데 그치지 않는다. 개인의 자존감 회복, 사회 참여 확대, 세대 간 소통 등 다차원적인 효과를 지닌다. '수니와 칠공주'의 할머니들 또한 한글을 통해 자신의 이름을 쓰고, 일상생활에 필요한 일을 스스로 처리하며, 자신이 겪은 삶의 이야기를 시와 노래로 표현할 수 있게 되었다. 이는 문자라는 도구를 통해 자기 삶을 기록하고 세상과 연결되는 수단을 확보한 것이며, 학습자로서의 주체성을 회복하였다는 데 의의가 있다.

3) 교육부, '2025년 성인 문해교육 지원사업 기본계획'

할머니들의 삶을 무대에 올린 주역, 칠곡군 공보팀장

'수니와칠공주'가 탄생할 수 있었던 또 다른 중요한 배경은 칠곡군청이다. 칠곡군은 단순히 문해교실을 운영한 데 그치지 않고, 칠곡할매래퍼 프로젝트를 직접 기획해 지역 홍보와 연결시켰다.

칠곡군은 인구 약 11만 명에 불과한 작은 도시이지만 그 이름이 언론에 자주 등장하게 된 것은 처음이 아니다. 성인문해교육을 통해 자신의 삶을 기록하고 표현하는 할머니들의 이야기를 담은 다큐멘터리 영화 '칠곡 가시나들'이 있었고, 할머니들의 글씨를 모아 만든 '칠곡할매글꼴' 은 대통령 연하장에 활용되기도 했다. 이어 등장한 칠곡할매래퍼 또한 폭발적인 인기를 얻으며, 칠곡군의 이름은 전국적으로 널리 알려졌다.

이는 칠곡군이 꾸준히 지역 주민들의 이야기를 발굴하고 이를 브랜딩하여 지역 홍보를 이어왔기 때문에 가능했는데, 그 중심에 있었던 것이 칠곡군청의 박종석 공보팀장이다. 그는 1998년 해병대 장교로 입대해, 2008년 교육훈련단 공보과장을 끝으로 전역했다. 금융기관 홍보팀을 거쳐, 칠곡군청에서는 2015년부터 홍보를 맡기 시작했다.

박 팀장은 각종 스토리텔링을 통한 지역 홍보에 능하다. 그는 천안함 폭침으로 희생된 장병들을 추모하는 '천안함 챌린지', 6·25 전쟁 당시 실종된 엘리엇 미국 육군 중위 사연 발굴 등 통해 칠곡군을 '호국과 보훈의 고장'으로 각인시켰다. 호국보훈이 일상에서 동떨어진 역사 교과서와 같은 느낌을 주지 않도록 '현재성'을 담은 이야기 중심의 홍보를 펼쳐 성공한 것이다.

'수니와칠공주' 또한 여든이 넘어 한글을 깨우친 할머니들이 자신의 인생을 담은 시를 써 유명해지자 박 팀장이 랩을 해보자고 제안한 것에서 시작되었다. 초반에는 연예인을 꿈꿨던 군청 공무원을 '랩 선생님' 으로 붙여주기도 했다.

이렇게 시작된 칠곡할매래퍼는 2025년 현재 6팀이나 된다. 칠곡할매래퍼의 선두에 선 '수니와칠공주'는 공연 활동을 통해 칠곡군의 이름을 널리 알리는 한편, 뮤직비디오를 통해 지역 농산물 공동 브랜드 '건강담은 칠곡할매'를 홍보하는 등 활발한 지역 홍보 활동을 펼치고 있다. '수니와칠공주'는 할머니들에게도 칠곡군에게도 win-win이 된 셈이다.



지역 농산물 브랜드 '건강담은 칠곡할매' 를 홍보하는 '수니와칠공주'(사진 : 칠곡군)

노인인권의 관점에서 본 '수니와칠공주'

'수니와칠공주' 사례는 노인 인권의 핵심 가치 중 하나인 '존엄성과 자기결정권'을 실현하는 과정이기도 하다. 고령자라는 이유로 주변부로 밀려났던 이들이 문해교육을 통해 사회의 중심에 서고 자신만의 방식으로 삶을 표현하게 된 것은 노인의 사회 참여 권리를 실현한 사례다.

또한 이 프로젝트는 노인을 단순히 돌봄의 대상으로 보는 시각에서 벗어나 잠재력과 창의성을 지닌 사회적 자원으로 인식하도록 전환하는 계기를 마련했다. 칠곡군의 사례는 지역사회가 노인의 인권을 존중하고 그들의 목소리에 귀 기울이는 문화를 만들어가야 함을 강하게 시사한다. 이는 향후 성인문해교육과 지자체의 노인 정책이 나아가야 할 방향을 제시하며, 교육을 통한 인권 증진의 가능성을 잘 보여준다.

'수니와칠공주'의 이야기는 국내를 넘어 세계적으로 확산되고 있다. 이들의 이야기는 폴란드 출신 감독 파트리차 스카프스카에 의해 다큐멘터리로도 제작되었다. 다큐멘터리는 할머니들이 외로움을 극복하고 새로운 삶을 찾아가는 과정을 담고 있다. 2025년 연초에 있었던 매일경제와의 인터뷰에서 멤버인 이필선 할머니 또한 '비행기를 타고 가서 해외 공연 한 번 해보는게 올해의 목표' 라고 말한 바 있어, 이들의 앞으로의 활동이 더욱 주목된다.

'수니와칠공주'는 랩을 통해 자기 삶의 이야기를 직접 쓰고 목소리를 내며, 고정관념을 넘어 지역과 사회를 변화시키는 주체들이다. 이들의 존재는 '노인'이라는 말에 따라붙던 수동성과 의존의 이미지를 벗겨내고 창조와 표현의 가능성을 새로이 입힌다. '수니와칠공주'의 이야기가 앞으로도 노년의 자아실현을 전 세계적으로 환기시키는 계기가 되고, 더 나아가 노인의 권리를 존중하고 지지하는 사회로 나아가는 발판이 되기를 기대해본다.

Issue Focus Special Edition

Best Practices in South Korea for Promoting the Human Rights of Older Persons

Acknowledgements

As part of its 2025 special initiative, the ASEM Global Ageing Center (AGAC) is delighted to present the 2025 Issue Focus Special Edition, a bilingual volume in Korean and English, which features leading practices for advancing the rights of older persons in Korea. The six articles featured in this volume have been newly revised and edited from select pieces originally published on the Center's website between 2024 and 2025 as part of the "Best Practices: Advancing Older Persons' Rights" series.

In bringing this edition to publication, we extend our heartfelt appreciation to LOVERE:PAPER and Arip & Werip—the organizations behind New Year Market—for offering practical, rights-based models for advancing older persons' rights in Korean society. We are also grateful to Mapo District Office, which supports the citizen-led Hyodo Bapsang initiative, and to Chilgok County Office, which accompanied the "granny rappers" in their journey. Our thanks further go to the Senior Financial Education Council and Everyoung Korea, both of which have long worked to promote older adults' independence and social participation. We wish to acknowledge all individuals affiliated with these organizations, whose continued commitment and engagement have made this publication possible. Finally, a special note of thanks is warranted for CEO Ki Woo-jin of LOVERE:PAPER and CEO Shim Hyun-bo of Arip & Werip, who readily took part in interviews and enriched this publication with their first-hand experience and thoughtful insights.

We hope this publication will serve as an occasion to share Korea's diverse practices more widely with counterparts across ASEM partner countries. Above all, we hope it will help spark further dialogue and strengthen collaboration—both in Korea and internationally—toward a more rights-based and dignified later life for all.



HyeKyung Lee

Executive Director, ASEM Global Ageing Center (AGAC)

AGAC ISSUE FOCUS ADVISORY GROUP

The AGAC Issue Focus Advisory Group is a group of experts focused on ageing and the human rights of older persons. They advise on the themes and topics of Issue Focus publications and provide feedback on the volumes. The advisors share their insights and views, bringing to bear expertise from around the world. Issue Focus addresses issues and agendas of ageing that are relevant to all ASEM partners.

Members of the Advisory Group

Jung-Hwa Ha

Jung-Hwa Ha is a professor in the Department of Social Welfare at Seoul National University. Her research interests include ageing and life course, social and behavioral determinants of health and mental health, social support, stress and coping, bereavement, end-of-life care planning, and dementia care.

Sabine Henning

Sabine Henning is chief of the Sustainable Demographic Transition Section, Social Development Division at the United Nations Economic and Social Commission for Asia and the Pacific, leading work on ageing, youth, intergenerational relations, international migration, population and development, and project management.

Mijin Lee

Mijin Lee is a professor in the Department of Social Welfare at Konkuk University. She is interested in the financialization of long-term care, and elder mistreatment, including resident-to-resident and institutional abuse.

Silvia Perel-Levin

Silvia Perel-Levin is vice-chair of the NGO Committee on Ageing in Geneva, and ex-officio member of the steering group of the Global Alliance for the Rights of Older People. She represents at the UN the International Network for the Prevention of Elder Abuse and the International Longevity Centre (ILC) Global Alliance. She also serves as president of ILC-Israel and is an independent consultant on human rights, ageing, and health.

Margaret Young

Margaret Young is the immediate past chair and a steering group member of the Global Alliance for the Rights of Older People and the founder of Age Knowble, a Canadian social good enterprise. Her work centers on older people's rights and human development, and she regards intersectoral collaboration as key to achieving social change and social good.

CONTENTS

	Introduction	45
01	From Waste to Worth: LOVERE:PAPER's Mission for Older Resource Recovery Workers	48
02	New Year Market: A Social Enterprise-Led Brand Giving Voice to Older Hands and Hearts	57
03	Age-Friendly Tech Firm Everyoung Korea: A Vision of Life Without Retirement	66
04	Mapo District's "Hyodo Bapsang" Program with Community Care	71
05	Navigating Finance in Later Life: Real-World Education through Public-Private Partnerships	77
06	Hip-Hop at 85: Chilgok Grannies Drop Beats—and Truths	82

Introduction

Since the turn of the 21st century, humanity has faced an unprecedented pace of population ageing. According to the World Health Organization (WHO), one in six people worldwide—around 17% of the global population—will be aged 60 or over by 2030.[1)]

Population ageing is no longer a challenge faced by only a handful of countries; it has become a shared task that regions across the world—including Asia and Europe—must address together. Advances in medical technology have extended life expectancy and improved overall quality of life, yet institutions have not fully kept pace, and social perceptions still fall short of reflecting this shift. We are now at a pivotal moment—one that calls for a reimagining of what the future of an ageing society should look like.

South Korea, in particular, is ageing at a speed rarely seen anywhere in the world. The share of the population aged 65 or older rose from 14.3%[2)] in 2018 to 20.3%[3)] in 2025, marking a transition from an "aged society" to a "super-aged society" in roughly seven years. This shift is more than a demographic change: it underscores the need for a new perspective—one that views older persons not merely as "recipients of protection," but as "rights holders"—active agents with lived experience and wisdom.

Against this backdrop, the ASEM Global Ageing Center (AGAC) has published its periodical Issue Focus since 2020, consistently introducing key issues and policy trends on the human rights of older persons across ASEM partner countries. In a further step, AGAC released the Issue Focus Special Edition in 2021–2022, showcasing exemplary initiatives by both local and central government and sharing Korea's practical experience with the international community.

The 2025 Issue Focus Special Edition has been planned as an extension of these efforts, once again highlighting diverse Korean practices that have contributed to advancing the rights of older persons. This edition expands the lens to encompass private-sector efforts alongside central and local government initiatives, underscoring the shared commitment of the public and private sectors to advancing the rights of older persons.

The six featured cases in this edition are as follows:

---

1) WHO (2025), Ageing and health: Fact sheet.

2) Ministry of Data and Statistics, 「Statistics on older persons, 2018」

3) Ministry of Data and Statistics, 「Statistics on older persons, 2025」

1. LOVERE:PAPER, a non-profit start-up supporting older waste pickers

A private organization that regards older waste pickers as "resource-recovery workers," while advancing campaigns to improve working conditions and shift public perceptions.

o Focus areas: informal work, old-age poverty, public awareness

2. New Year Market, a social enterprise–led brand supporting older adults in vulnerable situations

Through products featuring older adults' handwriting and artwork, this initiative fosters intergenerational empathy and reframes creative work in later life.

o Focus areas: intergenerational empathy, creative work, diversity

3. Everyoung Korea, an age-friendly tech firm

Guided by its philosophy of a "retirement age of 100," the company provides jobs for senior talent.

o Focus areas: age-friendly employment, expanding job opportunities for older adults in the tech sector

4. Mapo District, Seoul: the "Hyodo Bapsang" program with community care

A local-government initiative that provides free meals to older adults living alone, while also offering a package of services such as check-ins on their well-being and counselling on chronic conditions.

o Focus areas: community-based care, preventing social isolation, safeguarding the right to health

5. Public–private collaboration for senior digital financial education

By offering free training and cultivating senior instructors, this public–private partnership strengthens financial capability among older populations.

o Focus areas: digital financial inclusion, peer learning, financial consumer protection

6. Chilgok's "granny rappers," Suni and the Seven Princesses

A story of older women who began rapping through literacy education and rebuilt self-esteem and confidence.

o Focus areas: literacy education, overcoming ageism, self-actualization in later life

Taken together, these cases demonstrate that advancing the rights of older persons cannot be achieved solely by expanding traditional welfare benefits. Across diverse domains—employment, education, culture, and social welfare—the shared message is clear: the human rights of older persons can be realized in substantive ways only when older persons are respected and enabled to participate as active subjects of their own lives.

With the 2025 Issue Focus Special Edition, we invite readers to take stock of the state of older persons' rights in Korea—and to consider, together, how we can build a dignified later life for all.

01 From Waste to Worth: LOVERE:PAPER's Mission for Older Resource Recovery Workers

The struggles of older waste collectors in Korea

In Korea, it's common to see older waste pickers on the streets. They spend their days collecting enough waste paper to fill a handcart, but the money they earn from selling their day's work at junkyards is minimal. Many are at risk of road accidents, as they often work late at night or in the early morning, navigating car lanes while hauling heavy loads of waste.

In March 2022, a program titled "GPS and Handcarts: The State of Recyclable Paper Collection" aired on the Korean Broadcasting System (KBS). Produced in collaboration with the Korea Labor Force Development Institute for the Aged (KORDI), it was the first documentary to explore the challenges faced by older waste pickers. To shed light on the harsh realities of their lives, the production crew attached GPS trackers to the handcarts of 10 waste collectors, gathering detailed information about their working conditions.

The tracking revealed the following insights[1]:

1. Extensive working hours: On average, waste pickers work 11 hours and 20 minutes per day, walking a distance of 13 kilometers.
2. Graveyard shifts: To maximize their collection, many begin their work early in the morning and continue until late at night.

1) KBS News Webpage, "GPS and Handcarts: the state of recyclable paper collection—4. Contributions of waste collectors revealed by GPS trackers" (https://news.kbs.co.kr/news/pc/view/view.do?ncd=5422719)

3. Unjust compensation: They earn only KRW 120 (USD 0.086)[2] per kilogram of waste paper, forcing them to travel further to find better rates.
4. Inadequate meals: Many skip meals or cannot eat on time, prioritizing work even during meal breaks.
5. High exposure to accidents: They work on both car lanes and sidewalks, placing them at significant risk of road accidents.

The documentary sparked public interest in the hardships faced by waste pickers, prompting the Ministry of Health and Welfare to conduct a nationwide status survey of 1,053 waste collectors later that year. The ministry subsequently announced a "Support Plan for Older Waste Collectors." According to the survey, the collectors sold an average of 86.8 kg of waste paper and 18.8 kg of other recyclables per trip to junkyards, earning a modest monthly income of approximately KRW 160,000 (USD 114.30).

While their average annual income was KRW 742,000 (USD 530), their average monthly living expenses reached KRW 908,000 (USD 648.6), leaving them in deficit for an average of 3.4 months per year. Among the respondents, 83.8% identified as the main breadwinner, most of whom relied on the KRW 300,000 (USD 214.30) basic pension and earnings from waste picking as their primary sources of income.

How should their challenges be addressed from a human rights perspective, and what roles can the public and private sectors play in mitigating them? LOVERE:PAPER has been actively tackling this question by striving to improve both the working conditions and societal perception of older waste pickers. Established in 2017 as a social enterprise, the company supports older waste collectors by purchasing waste paper at above-market prices and repurposing it into upcycled goods. The profits from these sales are reinvested to employ older adults or provide essential goods for waste collectors.

In this issue, AGAC interviewed Mr. Ki Woo-jin, CEO of LOVERE:PAPER, to discuss the company's current initiatives and future vision, as well as to delve into the challenges faced by older

2) As of Feb. 2022. By 2025, purchase prices for waste paper had, in some cases, fallen further to the 40–60 won range.

recyclables collectors.

Reassessing the contributions of waste paper collectors



Located in Bupyeong, Incheon, LOVERE:PAPER's main office also serves as its storage facility and workshop.
(Photo by AGAC)

The main office and workshop of LOVERE:PAPER (LRP from here on out) are located in the Incheon Techno Valley U1 Center in Bupyeong, Incheon City. The company is composed of three younger employees, including its CEO, Mr. Ki, and six older workers. Its name[3] combines "love" and "recycle," reflecting its mission to provide fair compensation for older waste pickers while introducing creative and eco-friendly uses for waste paper.

The company pays KRW 300 (USD 0.20) per kilogram when purchasing waste paper from older waste pickers—four to five times the prevailing market rate. This approach stems from their recognition that market rates significantly undervalue the environmental and social contributions of the pickers. LRP also operates an upcycling business, utilizing secondhand rice sacks donated by catering and food service companies like CJ Freshway.

These materials are repurposed into a range of products, with most iconic creation being eco-friendly paper leather made from waste rice sacks and bed sheets. In 2022, the company

3) The Korean pronunciation should technically be "leov-ri," but they choose to pronounce it as "leo-vli," mirroring the English word "lovely" to evoke the positive connotations associated with the term.

patented this innovative material, which retains the texture of paper while being as durable as real leather, enhanced with an eco-friendly waterproof coating. LRP's paper leather line includes various items such as laptop pouches, picnic mats, and cardholders. Additionally, the company supplies raw paper leather to other businesses interested in producing similar goods.

Another signature product of LRP is its collection of paper canvas paintings, jointly created by volunteer artists and older LRP staff members, who repurpose discarded boxes and fabric into unique, one-of-a-kind artworks. These pieces are either sent to the company's regular subscribers as part of a subscription service or sold to individual consumers through its online store. Additionally, DIY kits for making paper leather pouches and paper canvases are available, allowing customers to enjoy the crafting experience themselves. These kits are popular among both businesses and schools: some companies donate the finished products from these kits to local welfare facilities for the elderly and children, while many schools incorporate them into resource recovery programs. Other notable products include notebooks made from recycled rice sacks. LRP is also currently developing eco-friendly honeycomb packing paper for sustainable packaging.

The company reinvests its sales profits to employ older adults as regular staff, providing them with a safe and stable work environment. These employees typically work four days a week, four hours per day, producing materials for paper leather and assembling canvases, earning around KRW 600,000 (USD 428.63) per month. LRP also supports elderly waste collectors in the community by supplying them with safety equipment and weather-resistant gear.



Paper leather insulated lunch bag and card holder by LOVERE:PAPER



Older staff members at LRP crafting paper canvases (photo by AGAC)

Mr. Ki's journey from teaching to entrepreneurship

Mr. Ki, an alternative-school-teacher-turned-CEO, has shown a keen interest in the realities faced by older recyclers since a time when they attracted little attention or recognition, let alone any support or research effort from the government or relevant institutions. One summer day back in 2013, he realized it was his moment of truth when he saw an elderly paper collector struggling up a hill, balancing a pile of waste paper on his head and another tied around his waist, without even a handcart for assistance.

In December of that year, Mr. Ki established Good Paper, a non-profit organization with a mission to support older paper collectors through funds raised by selling donated recyclables to salvage yards and secondhand shops. Good Paper successfully raised awareness of its mission, inspiring various donors, including schools, tutoring centers, government facilities, and churches, to participate. However, Mr. Ki faced the problem of ever-declining prices for waste paper, which resulted in reduced donation funds.

To address this challenge, he developed a new business model in 2016, centered around selling artworks created by artists who donated their skills to paint on canvases made from discarded boxes. The first social media call for volunteer artists in this initiative received over 150 applications within hours of its posting. This model ultimately laid the foundation for the birth of LOVERE:PAPER.

Resource recovery workers, a new name for older waste collectors

At LRP, older paper collectors are referred to as "resource recovery workers", a term highlighting their environmental and economic contributions to society, challenging the traditional perception of them as seniors merely struggling to make ends meet.

These individuals are often labeled as "elderly cardboard pickers" or "recyclables collectors," terms that tend to evoke an image of vulnerable seniors in need[4]. However, not all share this narrative of poverty. Some older individuals with sufficient means choose to collect recyclables as an active pursuit, indicating the diversity of stories behind this work. This has led to calls for support measures that focus specifically on those engaging in this job out of financial necessity. Addressing this issue, Mr. Ki firmly asserts that older resource recovery workers should no longer be viewed through a lens of charity. Instead, their valuable contributions to society must take center stage.

According to data from KORDI[5], older waste collectors are responsible for approximately 60.3% of paper recycling in residential areas (or 16.8% of total recycling across all categories). This contribution translates to an estimated savings of KRW 148 billion (USD 158.8 million) in recycling expenditures.

The title, "resource recovery worker," aims to shift perceptions of elderly waste paper collectors, encouraging society to view them as valuable contributors with inherent rights, free from prejudice. Just as people recognize and appreciate plogging—jogging while picking up litter—as a positive trend, this term promotes the idea of elderly waste collectors as essential members fulfilling an important social role.

---

4) The conventional terms used to refer to waste collectors may face criticism for lacking appreciation and consideration for resource recovery workers as they tend to highlight social and financial vulnerabilities. While AGAC endorses the adoption of the new term, this article continues to use the conventional terms commonly employed by the media and government to maintain clarity for the public.

5) Korea Labor Force Development Institute for the Aged, The Number and Working Conditions of Older Waste Pickers. (https://www.kordi.or.kr/content.do?bid=248&mode=view&page=&cid=439356&sf_category=N107_3&cmsId=176)

Comprehensive and holistic approaches, the key to tackling their challenges

Mr. Ki maintains that the challenges faced by older waste collectors extend beyond individual circumstances; they stem from systemic issues within society, the economy, and policymaking.

In the societal realm, LRP strives to transform public perceptions of older waste pickers and foster greater societal support for them. The company introduced the term resource recovery worker to that end, reflecting their role as contributors rather than recipients of aid. LRP seeks to redefine waste pickers as stakeholders in the recycling industry, who actively benefit the environment and society through their efforts. Mr. Ki emphasizes that the goal is not to eliminate waste pickers but to create a society where they can work safely and receive fair compensation. LRP is gradually but consistently advancing this mission by purchasing waste paper at above-market prices, selling upcycled goods, and offering lectures and training programs to promote awareness and drive change.

LRP is also actively working to address the financial hardships faced by older waste pickers. A 2023 census survey of 14,831 elderly waste pickers revealed that their average monthly income was approximately KRW 766,000 (about USD 550), significantly lower than the average monthly income of the broader elderly population, which was KRW 1.29 million (about USD 933) according to a 2020 national survey of older Koreans.

To achieve tangible results, the company adopted a social enterprise model, allowing it to directly employ older adults to produce upcycled goods in a safer and more stable working environment. Local authorities are making similar efforts by integrating older waste pickers into the formal job market, such as by connecting them with suitable roles or engaging them in government-operated recycling initiatives.

LRP's work in the policy realm focuses on advocating for laws and ordinances to support waste pickers. In 2019, a proposal for the "Act on Support for Older Recyclable Collectors" was submitted to the 20th National Assembly but was ultimately discarded without substantive discussion when the assembly session ended. At the time, the Ministry of Health and Welfare and the Ministry of Justice expressed that the enactment of such legislation required careful deliberation to ensure equity between older and younger stakeholders, as well as between those in lower and higher income brackets.

Mr. Ki has led various events and initiatives, including conferences, campaigns, and collaborations with research institutes, recognizing the importance of bringing the challenges faced by waste pickers into the public spotlight to achieve tangible outcomes from policy advocacy. While legislative efforts have yet to succeed, they have generated positive ripple effects, such as the status and census surveys of waste pickers conducted by the Ministry of Health and Welfare, as well as support initiatives from local government bodies. Notably, Seoul City announced plans to improve rewards and working conditions for older waste pickers by establishing an organization in each of the city's 25 self-governing districts to facilitate job transitions for older adults.

Additionally, Seoul City has proposed providing subsidies to those who wish to continue collecting waste paper, supplementing their earnings from sales. The plan also includes distributing safety gear and offering coverage under workers' compensation insurance to mitigate potential safety risks. Furthermore, many local governments have outlined support measures for older recyclable collectors in ordinances (12 out of 17 provincial governments and 196 out of 229 municipal governments nationwide)[6]. These measures aim to ensure the health and safety of the collectors through initiatives such as tailored job placements via individual consultations, compensation for price differences relative to the standard purchase rate for waste paper, and the provision of safety equipment and essential goods.

A commitment to wider collaboration and a future-focused vision

LRP's work has expanded beyond its original base in Incheon to reach communities across Korea. In 2024, it formally established a non-profit incorporated association with the Seoul Metropolitan Government as its competent authority. Through this body, LRP is advancing initiatives to support resource recovery workers from social, economic, and policy standpoints, while also preparing a wide array of collaborative projects that bring together public, private, and academic stakeholders.

That same year, LRP launched Korea's first Support Center for Resource Recovery Workers

6) Summary of the census survey of older waste collectors by the Ministry of Health and Welfare (July 2024) (https://www.mohw.go.kr/board.es?mid=a10503010100&bid=0027&act=view&list_no=1482212&tag=&nPage=1)

in Bupyeong District, Incheon, as a local hub for comprehensive assistance to older waste collectors—including job creation, income security, and psychological care. But their ambitions extend far beyond this initial step: over the next five years, they aim to scale this model to six metropolitan cities, including Seoul—building a decentralized community-level support system for older waste collectors across the country. Looking further ahead, LRP's 10-year goal is to transition the current municipal-level support grounded in local ordinances into a fully-fledged national framework under central government policy.

To enhance the safety and working conditions for older resource recovery workers, LRP has also developed and begun distributing lightweight safety carts. Efforts are now underway to extend their use from Incheon to communities nationwide.

These initiatives are just part of the broader agenda LRP is pursuing. The company continues to spearhead diverse collaborative efforts, including analytical research into the working conditions of resource recovery workers, youth engagement campaigns, and ESG-aligned social impact program.

During the 4th ASEM Forum on the Human Rights of Older Persons: Present and Future, AGAC's annual event held in July 2024, participants from National Human Rights Institutions (NHRIs) and civil society organizations in Southeast Asia made a notable recommendation: that the rights of older persons must be addressed through a comprehensive lens. The issues of old age, often compared to a tapestry, demand holistic approaches as they reflect the intricate interplay of various threads from earlier life stages, including family, society, economy, and culture.

In alignment with this perspective, LOVERE:PAPER is addressing the complexities surrounding older waste collectors, positioning itself as a significant advocate for the promotion of older persons' human rights in Korean society.

02 New Year Market: A Social Enterprise-Led Brand Giving Voice to Older Hands and Hearts







Products from New Year Market: Stickers (top), Hand-illustrated Hwatu cards (bottom left), Seasonal Calendar (bottom right) (Photo courtesy of Arip & Werip)

'Try but don't fry'
'You're here anyway, make it cool'
'Hang in there, kiddo—your day will come'

These witty, cheering phrases are taken from a sticker series made by New Year Market, a brand that transforms the voices of older adults into everyday goods. In this unique

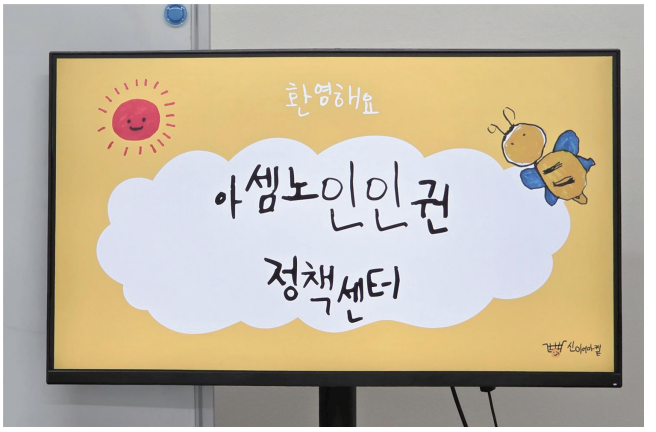
intergenerational collaboration, older staff contribute their own handwriting and drawings, which younger team members turn into products like notebooks, postcards, and calendars. Those genuine squiggles carry the hard-earned wisdom of New Year Market's senior staff. Lines like 'Money's wild—never takes orders,' 'Finish it all and say hi to diabetes and hypertension,' 'No job sounds cute until you're starving,' and 'Still confused at eighty, so stop fussing so much' deliver sharp wit and clear-eyed insight into life.

New Year Market is a brand run by Arip & Werip, a social enterprise that provides creative, arts-based jobs for older adults in vulnerable circumstances. Its name, "New Year Market," is read in Korean as "shinior market"—a playful combination of "shinior," echoing how some older Koreans who are unfamiliar with the English word "senior" pronounce it, and "market," borrowed from "supermarket" to evoke a place filled with all kinds of everyday goods. Through hand-drawn hwatu (traditional Korean playing cards) and calendars, handmade notebooks, illustrated postcards, stickers, and more, New Year Market ("NYM" hereafter) weaves the words and life stories of older people into a wide range of products.

To delve deeper into this unique brand, the ASEM Global Ageing Center sat down with Shim Hyun-bo, Arip & Werip CEO, to discuss intergenerational communication and empathy, as well as sustainable models for senior employment.



NYM products on display in the Arip & Werip meeting room.
(Photo: ASEM Global Ageing Center)



A hand-written welcome message by a senior staff member, thoughtfully displayed on the meeting room screen during the interview; it reads "Welcome, AGAC." (Photo: ASEM Global Ageing Center)



Shim Hyun-bo, CEO of Arip & Werip (Photo courtesy of Arip & Werip)

Standing together: The philosophy behind Arip & Werip

Established in October 2017, Arip & Werip enters its ninth year as a social enterprise committed to both individual and collective empowerment. Its name—a portmanteau of Arip (我立, "I

stand") and Werip (we立, "we stand")—reflects the company's founding belief that personal growth and community well-being go hand in hand.

CEO Shim Hyun-bo was first moved to act after encountering the grim reality of older adults collecting recyclable waste and selling it for just a few thousand won. Determined to offer a more sustainable alternative to this precarious form of labor, he launched a business that connects creative expression with dignified employment—a vision that would eventually take shape as NYM.

Social enterprises are often thought to rely heavily on public funding. However, with the exception of early-stage support, Arip & Werip has operated independently, sustaining stable growth over the past nine years solely through earned income. This financial self-sufficiency demonstrates that NYM is more than a vehicle for ethical consumption; it has established itself as a competitive, standalone brand with a distinct creative identity.

Fostering connection between generations

The core values embodied in Arip & Werip's brand are intergenerational communication and empathy. Shim attributes the current generational divide largely to misunderstanding. As opportunities for cross-generational interaction decline, perceptions of other age groups are increasingly shaped by sensationalized or extreme portrayals in the media.

The growing generational divide is precisely what NYM seeks to bridge—through the heartfelt, handwritten words of its senior staff. Its slogan, "New Year Market, where old words wrap you in warmth," captures this ethos: younger customers find comfort and connection in the creations of senior staff, while the seniors, in turn, experience a renewed sense of relevance and joy as their words and stories reach others. This reciprocal exchange mirrors what the World Health Organization promotes as a core strategy for addressing ageism: expanding intergenerational contact and mutual understanding.

The beauty of intergenerational collaboration at NYM is evident throughout its entire creative and production process. The Arip & Werip team is made up of 22 staff members, evenly split between younger and older employees. Younger team members typically lead product planning and marketing, while senior members contribute handwritten messages, illustrations,

and product packaging. Despite age differences, everyone addresses one another with the respectful Korean honorific "-nim", reflecting a culture of mutual regard. One particularly meaningful aspect of their office life is the shared lunch: all employees eat together, believing that everyday interactions are key to fostering intergenerational harmony. As they enjoy side dishes prepared by the senior staff, these daily meals naturally give rise to conversation, laughter, and a deepening sense of community.

From beneficiaries of welfare to agents of creative work and rights

As of October 2025, New Year Market employs 11 older adults. With the exception of one full-time member, all work part-time, accommodating their individual circumstances and daily rhythms. The earliest members, often affectionately called "the core crew," were first connected through a local welfare center. Now in their 80s on average, they are primarily responsible for handwriting and illustrations. Later, additional older adults in their 70s joined through a local senior club and now oversee product packaging and finishing tasks.

The types of senior jobs created by NYM range from creative work compensated through copyright fees, to packaging roles, to skilled tasks such as sewing and pressing. When products incorporate artwork or handwriting created by seniors, a set amount is paid as a copyright fee. Packaging work is paid at the statutory minimum wage, while skilled tasks receive pre-job training at no cost and are compensated according to the Seoul living wage standard. In addition, 10% of net profits are returned to senior partners in the form of designated sponsorship payments.

NYM's products carry the personalities and unfiltered voices of their senior makers. Some messages include misspellings or words crossed out with hand-drawn "X" marks. NYM leaves these traces intact—a deliberate choice that honors its senior staff not only for the lives they have lived, but also for who they are today.

New senior hires at Arip & Werip are rare, usually only replacing those who leave for health reasons or eligibility for basic livelihood support. For most, it's a long-term gig once they are in. Given the harsh realities of senior employment—where current roles can be insecure due to constant pressure to make room for future participants—NYM's sustainable, autonomy-driven model offers a powerful counterexample.

Amplifying brand value through cross-industry collaborations

New Year Market works with a wide range of companies and brands across industries to champion intergenerational communication and diversity. By adding the distinctive touch of its older creators to partners' existing products, NYM develops collaborative items designed to appeal to its mainly young customer base with a sense of both freshness and nostalgia.

The first such initiative took shape in a sustainable packaging project with SK Telink's budget mobile brand, SK Seven Mobile. The green smartphone delivery box and SIM envelope—both made from recycled paper—featured handwritten messages and illustrations created by NYM seniors. Phrases like 'Look both ways and don't miss the ring,' and 'Call me more often' were printed in warm handwriting on the delivery box, adding a personal, heartwarming touch. The plastic SIM card—typically discarded after the chip is removed—was redesigned as a reusable name tag, complete with illustrations and phrases such as 'Spend smart. Live large' and 'Thrift is power.' These small details brought new life and meaning to everyday packaging.

In 2023, NYM teamed up with skincare brand Skinfood to redesign its Carrot Pad special set—and the response was overwhelmingly positive. The original packaging was redesigned to incorporate handwritten messages and illustrations by older creators, and the product sold out within just ten days, followed by another clean sweep of the subsequent holiday edition in only fifteen days.



Green delivery package for SK Seven Mobile. The SIM envelope reads, 'What in the world is this teeny thing? U… what now? U…SIM?' (Photo courtesy of Arip & Werip)



SK Seven Mobile SIM card frame designed by NYM. (Photo courtesy of Arip & Werip)



Skinfood "Carrot Pad Special Set" packaging design featuring NYM artwork. (Photo courtesy of Arip & Werip)

NYM has been steadily expanding its collaborative footprint, partnering with brands as varied as Daiso (a popular discount variety store chain in Korea), CU (a major convenience store franchise), Kakao, Aero K Airlines, and most recently, Naver. For Hangeul Day, NYM and Naver launched a playful campaign titled "Hangul, Hangul, Discovered Afresh" where children and older adults swapped their personal takes on uniquely Korean words like nunchi (subtle art and ability to listen and gauge others' moods), meot (style), and seounhada (feeling quietly hurt). As part of the initiative, online participants received handwritten reply letters and sticker sets created by NYM's senior contributors.

From skincare sets to phone packaging, these cross-industry collaborations show that the

value of intergenerational empathy can be meaningfully expanded through the market—and that economic sustainability for social enterprises is not only possible, but can thrive through creative partnerships.

Beyond New Year Market: Toward broader models of intergenerational work

The experience of fostering intergenerational collaboration at New Year Market continues to evolve through new projects by Arip & Werip. One such initiative is Hallo Market, a bakery café that opened in Suseong-gu, Daegu in February 2025.

Hallo Market was created through a collaborative effort involving the Life Insurance Social Contribution Foundation, Suseong District Office, Suseong Senior Club, and SPC Group, a food & confectionary conglomerate. Designed and led by Arip & Werip, this "intergenerational job-creation and cultural space" brings seniors and youth together under one roof—seniors take charge of beverage-making and sales, while younger participants lead the café's branding and promotion.

Following the success of NYM, Arip & Werip is also preparing to launch a new intergenerational employment brand. Under the internal motto "Let's create jobs for our moms and dads," the company is envisioning work opportunities open to anyone aged 65 and older. Drawing inspiration from inclusive social enterprises like Bear Better and Donggubat, which employ individuals with developmental disabilities, the new model aims to standardize and systematize work processes, allowing older adults to adjust quickly and confidently to their new roles.

In closing

For many older adults at New Year Market, going to work is something they genuinely look forward to—not out of obligation, but because it gives them a place where they feel seen and valued. Some call it "a new chapter in life," others "an anchor," still others "a source of hope and happiness." And indeed, NYM is more than a workplace; it is a living community where life continues to unfold. Here, older adults rediscover self-worth and a sense of community, connecting with younger generations through daily interaction and shared purpose.

NYM redefines senior labor not as an extension of welfare policy, but as a meaningful form of social participation. It stands as a real-world example of how senior employment can shift from charity-based support to rights-based engagement.

The model it presents challenges conventional assumptions about work in later life. At New Year Market, older adults are not viewed as passive recipients of care, but as active agents in building relationships and shaping culture. As creators and collaborators working alongside younger colleagues, they help foster a culture of intergenerational respect and understanding. In doing so, they chip away at age-based prejudice and exclusion—quietly proving, through everyday interactions, that ageing does not have to mean social isolation.

New Year Market offers a compelling reference point for all societies facing the realities of population ageing. It invites a fundamental question: How can we build systems where older adults work with dignity, turning their experience and emotional insight into shared social value? In this light, New Year Market stands as both a practical response and a hopeful step toward a more age-integrated society—one that embraces older adults as a vital part of our cultural and economic fabric.

03 Age-Friendly Tech Firm Everyoung Korea: A Vision of Life Without Retirement

As of 2024, the legal retirement age in South Korea is 60 (Article 19, Clause 1 of the Act on Prohibition of Age Discrimination in Employment and Elderly Employment Promotion). However, many people leave their primary jobs before reaching this age, making the real average retirement age even earlier. While many wish to continue working beyond 60, the pension eligibility age is 65, which can leave retirees without income for up to five years. Retiring before 60 only widens this income gap. For most, the national pension alone is insufficient to ensure a comfortable life post-retirement, prompting many to consider a second or even third career in later life.

According to a survey on the perceptions of economic activities after retirement by Hankook Research[1)], respondents hoped to retire from their primary jobs at 64 and wished to completely stop economic activities at 66. Moreover, 86% of respondents agreed that they should continue economic activities during retirement. The reasons cited included financial factors such as living expenses and family support costs (56%); sustaining well-being, including personal fulfillment, leisure, and health maintenance (29%); and social participation (16%).

Notably, those aged 60 and above showed relatively higher motivation for sustaining personal well-being (37%) and social participation (18%) compared to other age groups. This may be attributed to the significant value Koreans place on work and career, which makes it challenging for retirees to find meaningful activities outside of work or maintain regular social connections.

1) Hankook Research, "Second Twenties? Should We Work Again After Retirement?" – Public perceptions of economic activity after retirement (nationwide survey of 1,000 men and women aged 18 and over, conducted 8–11 December 2023), available at: https://hrcopinion.co.kr/archives/29313

Age	Respondents No.	Financial reasons	Personal wellbeing	Social Participation	Total
All	863	56%	29%	16%	100%
18~29	138	59%	24%	17%	100%
30s	129	54%	29%	17%	100%
40s	162	62%	22%	15%	100%
50s	170	63%	25%	13%	100%
60+	265	46%	37%	18%	100%

Key reasons for continuing work in retirement

(Hankook Research "Survey on the Perceptions of Economic Activities after Retirement")

The challenge, then, is finding a workplace that offers opportunities for personal fulfillment and social contribution, even in retirement. Everyoung Korea, a tech firm that has been hiring older people since 2014, serves as a prime example of how the desires of most retirees for meaningful work and social engagement can be fulfilled.

Everyoung Korea previously provided map-blurring services for Naver, Korea's leading search engine, focusing on obscuring people's faces and vehicle license plates to protect privacy. Their primary role has since evolved to real-time monitoring of harmful content on Naver, where they block inappropriate material, such as illegal advertisements and sexually explicit content, to ensure a safe and pleasant user experience.

Based in Seoul's Jongno District, Everyoung Korea's headquarters employs approximately 270 senior staff members as of 2025, with an average age of 64.9. Given the nature of their work, most employees have the option to work remotely, with only a few commuting to the office. Working hours are flexible, with morning or afternoon shifts available. Employees typically work 4 hours a day, 5 days a week, earning around KRW 1 million (approximately USD 679) before taxes. Benefits include access to an in-house library, team meal allowances, and sponsorship for eye exams. Unlike typical Korean companies, which provide condolence payments for the death of a parent and congratulatory bonuses for weddings, childbirth, and parents' 60th and 70th birthdays, Everyoung Korea offers senior-friendly benefits, such as bereavement support for the loss of a sibling, life event bonuses for the birth of a grandchild, and milestone rewards for employees' own 60th and 70th birthdays.

To join Everyoung Korea, candidates must pass a series of document and interview screenings, along with practical tests assessing digital literacy and internet search skills. Age, gender, education, and prior work experience are not critical factors. Instead, the company prioritizes sociability, eagerness to learn new things, and a positive mindset. Basic qualifications include proficiency in email and internet usage, knowledge of Excel, and corrected vision of 20/40 or better.

Everyoung Korea is widely recognized as a pioneering workplace for older adults, where age is no obstacle. The opportunity to continue working in retirement—paired with an age-friendly atmosphere, thoughtful benefits, and a healthy work-life balance that allows ample personal time for hobbies or religious activities—underpins the company's enduring appeal. The official retirement age at Everyoung Korea is set at 100, a sincere gesture that enables staff to continue working as long as their health permits. In a country where debate still continues over raising the statutory retirement age from 60 to 65, the firm offers a radically different blueprint: a workplace where age is no longer a barrier and work is not just about income. Employees report feeling alive again, happy, and confident at work, with many stating they no longer experience loneliness. As one employee put it, Everyoung Korea feels like “a garden of the golden years.”[2)]

Chung Eun-sung, CEO of Everyoung Korea and former CEO of Hyundai Welding, a manufacturer of welding materials and equipment, founded Everyoung Korea in 2013 with the ambition to address various forms of discrimination in Korean society. Having turned 50 about a decade ago, he envisioned a company that prioritized more than just profits—a company with a positive social impact, where older adults could work and thrive free from ageism. The fact that he worked unpaid for the first five years reflects that money was not his main focus. Instead, he aimed to build a 'good' company grounded in three core values—equality, development, and sharing—that provides its employees with 'decent' lives. Over the past decade, Everyoung Korea has grown into a thriving company with annual sales of KRW 7 billion (approximately USD 4.75 million) and around 300 employees, proving that a focus on social impact can indeed be sustainable.

2) Interview with Ms. Kwon Seon-ok of Everyoung Korea, K-Gonggam (public policy magazine of Korea’s Ministry of Culture, Sports and Tourism), Aug. 6, 2017 (https://gonggam.korea.kr/newsContentView.es?mid=a12601000000&news_id=EBC6D400EE144203E0540021F662AC5F)

Everyoung Korea continues to expand its business, with its subsidiary Everyoung People identifying areas where older adults can add value and helping match them with suitable jobs. One such area is Clova Care Call, a Naver AI service specifically designed for older individuals. Clova Care Call regularly checks on older adults living alone, calling them at scheduled times to discuss their health, sleep quality, and diet. Staff at Everyoung People supplement the service with human intervention, following up on missed calls, reporting concerns raised during AI conversations, and alerting local authorities to any abnormal signs, ensuring that the necessary support is provided.

Additionally, Everyoung People connects older job seekers with tech companies that assign tasks such as data collection and processing for AI services. The performance of older employees in these roles is regarded as on par with that of their younger counterparts, and they take pride in working in the tech sector, contributing to society.

Everyoung Korea also provides job placement training for older adults to prepare them for work in the tech sector, particularly in AI and other digital technologies. Supported by organizations such as the National Information Society Agency, Everyoung Korea offers both theoretical and practical training in digital technologies, including AI, free of charge. Upon completion, trainees are placed in relevant positions at Everyoung Korea and Everyoung People, or other companies in the tech sector.

People in their 50s and 60s today are often referred to as 'active seniors,' a term that highlights their proficiency with smartphones and PCs, as well as their eagerness to learn and adopt new skills and technologies. The job-placement training, followed by employment in the tech sector, helps participants stay up to date with emerging digital trends. At a time when terms like 'digital divide' and 'AI divide' point to the growing gap in tech literacy, programs like this not only combat social isolation and financial challenges faced by many older adults but also bridge the information gap between them and younger generations.

The main page of Everyoung Korea's website[3] features the following messages: "the premier company driving social innovation for a better world", and "Everyoung Korea broadens opportunities for senior employment and strengthens the social roles of older adults, helping you thrive in your third act of life". True to its slogans, Everyoung Korea proves to be a valuable

3) https://www.everyoungkorea.com/

workplace for older adults, offering not only employment but also a sense of productivity and self-worth, while fostering social bonds and self-efficacy through meaningful social contributions.

Everyoung Korea's success story illustrates how the combination of older adults and technology, a seemingly unconventional business model, can prosper by unlocking the potential of seniors across various fields. Here is hoping that more age-friendly and innovative companies like Everyoung Korea will emerge, continuing to make a lasting impact on society.

04 Mapo District's "Hyodo Bapsang" Program with Community Care

A well-balanced diet is fundamental to healthy ageing, as it helps prevent and slow the progression of chronic diseases while extending both lifespan and healthspan. However, ageing often brings challenges that make meal preparation difficult, such as reduced mobility or restricted access to fresh, high-quality ingredients. Older adults living alone are particularly vulnerable to nutritional imbalances, frequently skipping meals or relying on plain foods like bread or rice cakes that are convenient but lacking essential nutrients.

To support the nutritional well-being of low-income older adults, most local governments provide meal services through congregate dining at welfare centers and meal deliveries for seniors with limited mobility. However, many older adults who exceed the income criteria for these programs also face challenges in accessing quality meals. According to the Ministry of Health and Welfare's 2023 Survey on the Living Conditions of Older Persons, while lower-income individuals were more likely to have poor nutritional status, 30.7% of those with an income at or above 150% of the median still required attention or improvement in their nutrition.

Amid rapid population ageing and the rise of single-person households, the demand for high-quality meals is growing among older adults who struggle with meal preparation. However, with limited financial resources, dining out or ordering in is not a sustainable solution. This unmet need is evident in the long queues of older adults at free meal programs run by religious organizations and welfare centers offering affordable, nutritious meals. In response, there is growing advocacy for government and local-level meal assistance programs to safeguard the right to health for older adults who struggle to prepare their own meals.

The Mapo Hyodo Bapsang Program with Community Care is a Mapo District[1] initiative that provides meal support for adults aged 75 and older across all income levels. Hyodo Bapsang literally means "a table of filial piety." The term reflects the program's aim to honor and care for seniors through warm, communal meals supported by local residents; it serves as a notable example of public efforts to address nutritional gaps among older individuals. Since its launch in 2023, the program has been providing well-balanced meals six days a week to seniors in need of meal assistance. Beyond nutrition and social connection, the program seeks to function as a comprehensive support system, offering free health check-ups, and coordinating easier access to professional services like legal and tax counseling. Its primary beneficiaries are older adults living alone, followed by those without family support. Visitors check in by tagging cards issued by the community service center, a system designed to ensure the well-being of participants. If someone is absent, staff members follow up with phone calls or in-person visits to check on them.

The Mapo Hyodo Bapsang Program with Community Care was launched as a key campaign pledge of Mapo District Mayor Park Kang-soo during the 8th publicly elected administration. Following the establishment of a basic plan in September 2022, the initiative progressed through the formation of a task force (Sep. 2022), the enactment of the "Mapo District Ordinance on Senior Meal Assistance" (Dec. 2022), and the development of an implementation plan (Jan. 2023) before officially launching on April 24, 2023, with its first location in Seogang-dong, alongside six other meal service sites. Unlike fully government-funded programs, this initiative operates with significant financial support from donations rather than relying solely on the district budget. Volunteers have also played a crucial role in its success. To sustain the program, Mayor Park and the district government launched the "One-Person, One-Sponsorship Campaign" in November 2022, which had raised approximately KRW 1.8 billion (USD 1.2 million) in donations as of December 2024. The majority of ingredient costs are covered by these contributions. According to a district council report, the projected budget for the program in 2025 is KRW 3.2 billion (USD 2.1 million), with KRW 1.2 billion (USD 814K) allocated from Mapo District's budget (including contributions and project expenses), while the

1) Mapo District is a local administrative unit located in the central-western part of Seoul. It covers an area of 23.84㎢, accounting for 3.93% of Seoul's total land area. As of December 2024, Mapo's registered population stands at 372,745, representing 3.9% of Seoul's total population, making it the 15th most populous district out of 25. Among its residents, 60,009 individuals (3.3% of Seoul's senior population) are aged 65 and older, ranking 19th among the city's 25 districts. The district's budget for 2024 is set at KRW 841.2 billion (USD 569 million).

remaining costs will be covered by KRW 1.7 billion (USD 1.1 million) in donations and KRW 300 million (USD 203K) from the Mapo Welfare Foundation.



Volunteers in pink vests assist and oversee senior diners at the first dining site of the Mapo Hyodo Bapsang Program with Community Care in Daeheung-dong. (Source: Mapo District)

As of February 2025, the number of dining sites participating in the program has grown to 49, collectively serving around 2,000 visitors daily. This significant expansion was made possible by the launch of "Side Dish Factory," a centralized meal production and distribution facility developed as part of the program. Initially, participating restaurants and welfare centers were individually responsible for both meal preparation and service, receiving only partial financial support from the program. However, as they struggled with operational deficits, recruiting new participants became increasingly difficult. At the same time, establishing a district-run catering facility was not a viable option due to time and budget constraints. To tackle this challenge, the District developed a centralized meal production and distribution system and allocated KRW 800 million (USD 542K) to renovate and repurpose a company housing unit at a rainwater pumping station into a meal production facility. The initiative received additional support from Hanssem, a Mapo-based furniture manufacturer, which donated kitchen equipment and furniture. With the launch of Side Dish Factory in April 2024, the program significantly expanded its capacity, producing 1,000 servings per day and delivering freshly prepared meals to participating dining sites. At the Side Dish Factory, a total of 16 staff members work on-site, including seven full-time employees—a nutritionist, cooks, kitchen assistants, and a driver. Additionally, nine workers are employed through a self-sufficiency program and an employment initiative for seniors and individuals with disabilities.



Inside Side Dish Factory (Source: Mapo District)

As previously mentioned, the meal program goes beyond nutritional support, offering a comprehensive care service that monitors the well-being of senior participants. This effort is driven by approximately 300 resident volunteers, recruited through the Mapo Volunteer Center, who provide companionship and assistance to senior diners and check on them through phone calls or in-person visits. Additionally, nurses from local community service centers visit the dining sites to provide free basic health check-ups and counseling on chronic conditions such as diabetes and hypertension. Beyond medical care, the program also facilitates access to legal and tax counseling, services that are often difficult for older adults to obtain, ensuring they receive the guidance they need.



A visiting nurse checking a senior diner's blood sugar level before the meal. (Source: Mapo District)

An associate of the Mapo District office, in an interview with Chosun Biz, a Korean news outlet, highlighted the physical and emotional benefits of the program, stating, "Traveling to and from the dining site serves as a great form of exercise for older adults. Even the simple act of getting ready to go out gives them a boost of energy." Emphasizing the program's mental health benefits, he added, "Sharing a meal with others helps alleviate feelings of depression and, in the long run, can help prevent solitary deaths."[2)]

As its name suggests, the Mapo Hyodo Bapsang Program with Community Care thrives on active community support, with volunteers assisting at dining sites and financial contributions from individuals and organizations helping cover operational costs. Since its launch, the program has received approximately KRW 1.8 billion (USD 1.2 million) in donations over the past 1.5 years as of December 2024. Notably, one local senior pledged to bequeath his entire estate to the program, an act that drew significant attention within the community.

Mapo District continues to expand its outreach and enhance the quality of its meal services for older adults. In March 2025, the district opened a second side-dish production facility, capable of preparing up to 2,000 meals per day. Spanning a dedicated floor area of 250.19 square meters, the new facility comprises a food storage warehouse, a preprocessing room for ingredient preparation, a main kitchen, and packaging and washing areas. It supplies fresh, nutritious side dishes to participating food service institutions throughout the district.[3)] In July 2025, Mapo further upgraded its operational model by replacing manual oversight with a smart management system. This new system collects, analyzes, and visualizes key data such as attendance records and leftover quantities in real time. By tracking patterns in attendance, the system can help identify early signs of health concerns among older diners, thereby strengthening the district's care functions. Moreover, by analyzing data on leftover food, the district can identify less popular dishes and incorporate user preferences into future menus—ultimately improving meal satisfaction among senior participants.[4)]

2) Chosun Biz, "[Field Report] Sharing meals, easing loneliness: Mapo's senior welfare model 'Hyodo Babsang,'" (March 25, 2024). (Link: https://biz.chosun.com/topics/topics_social/2024/03/23/OE33EZISKBBHVLPJSYTULY4BXQ/)

3) Mapo District Office, "A Heartier Meal for Seniors: Second Side-Dish Factory for the Hyodo Babsang Initiative Completed," press release (March 10, 2025).

4) Mapo District Office, "Tech-enhanced care that nourishes both body and soul: Mapo ensures a nutritious meal for seniors," press release (July 31, 2025).

The Mapo Hyodo Bapsang Program with Community Care is emerging as an innovative model for public meal assistance in an ageing society, integrating meal provision with essential care services such as health check-ups and well-being monitoring. By addressing both physical and mental health needs, the program enhances the overall quality of life for local seniors. What truly sets the program apart is its inclusive approach—providing equal benefits to all seniors who meet the single eligibility criterion of age, ensuring that no one is left behind. Moreover, it fosters social solidarity by encouraging voluntary participation from community members in both financial and operational support. While the initiative currently focuses on older individuals living alone, there are many seniors who, despite living with children or spouses, still struggle with meal preparation. The district's expansion plan could bridge this gap by extending services to those who do not currently qualify due to their living arrangements.

With its successful grassroots-driven approach to funding and manpower mobilization from the very start, the Mapo Hyodo Bapsang Program with Community Care is expected to offer valuable insights for local governments seeking to develop their own nutrition support initiatives for older residents.

05 Navigating Finance in Later Life: Real-World Education through Public-Private Partnerships

Intro: Financial literacy matters to older adults

As digital and non-face-to-face transactions become the new norm, Korea's financial environment is rapidly transitioning to an online-first model. While the digital transition has accelerated, older adults—still dependent on in-person banking—have found themselves at the margins of this new financial landscape. As traditional bank branches continue to close, many still struggle to navigate online and mobile platforms due to limited digital literacy. According to the Bank of Korea's 2024 survey on payment methods and mobile finance usage trends[1], just 18.7% of adults aged 60 and over used mobile financial services—compared to 52.4% across all age groups.

The digital divide is only part of the problem. Older adults are disproportionately vulnerable to financial exploitation, sometimes even by family or caregivers, and remain frequent targets of fraud schemes like voice phishing. These overlapping challenges highlight the urgent need for practical, targeted financial education that reflects the realities older Koreans face.

Recognizing the rising risk of financial exclusion among older adults, both legacy financial institutions and newer fintech platforms are stepping up efforts to improve financial literacy and capability in later life. Banks, credit card companies, and credit cooperatives, as well as digital players like Kakaopay, are rolling out targeted education programs. These include digital finance courses and instructor training initiatives, some of which are implemented in collaboration with the Senior Financial Education Council (hereinafter "the Council").

Established in 2018 as a non-profit organization, the Council focuses on strengthening older adults' financial capabilities. It dispatches trained instructors to conduct sessions at senior welfare centers, public libraries, and other community venues frequented by older adults.

1) The Bank of Korea, "2024 survey on payment methods and mobile finance usage trends" (March 2025) (https://www.bok.or.kr/portal/bbs/B0000232/view.do?menuNo=200706&nttId=10090464)

Key features of senior financial education: (1) Customized, practice-based learning

These programs typically cover practical, everyday topics such as mobile banking, digital wallets, and fraud prevention. Participants learn how to check account balances and pay utility bills using mobile apps, as well as how to recognize and respond to the latest financial scams. The programs are offered free of charge, funded through the ESG budgets of participating financial institutions.

Target Participants	Session Duration	Curriculum
Adults aged 50+ (approx. 20 participants)	Session 1 (2 hrs)	o Understanding the joint authentication certificate, open-banking services o Mobile banking basics: signing-up, account inquiry & fund transfers, paying utility bills
	Session 2 (2 hrs)	o Checking & closing dormant accounts, cashing out card points o Emerging scam tactics, responses and countermeasures

(Table 1) "Digital Finance Education for Seniors" held in September 2024 at Dongdaemun-gu Public Digital Library (Hosted by the Council, sponsored by KB Kookmin Bank)

These programs do more than just pass along information. Designed to build both financial competence and confidence, they emphasize hands-on practice over traditional lectures, enabling older adults to manage their finances independently.

To support more effective learning, providers incorporate a range of instructional tools—including small-group sessions, assistant instructors, and video-based reinforcement via QR codes. By adapting to individual learning speeds and practical needs, the sessions allow participants to follow along comfortably, from installing banking apps to completing money transfers, using mobile banking services, and making digital payments.

Older adults have responded positively to this learner-centered model. One participant in her sixties shared, "I live apart from my children, so I don't have anyone I can easily ask," adding, "I've been so satisfied with the class—I plan to attend every session until the end."[2)]

2) Women's Economic Daily, "[Field Report] 'I Feel More at Ease Now and That Makes All the Difference'—Senior Finance Education Begins with Security First" (May 13, 2025) (https://www.womaneconomy.co.kr/news/articleView.html?idxno=235390)

Key features of senior financial education: (2) Peer-led model through senior instructor training

Another element that sets these programs apart is that older adults are not only learners—they also serve as instructors, taking on active roles in educating their peers. A prime example is Kakao Impact's Senior Digital School[3)4)] project, one of its flagship social contribution initiatives. Operated in partnership with the Council and other supporting organizations, the project trains senior instructors aged 50 and older. These instructors are dispatched in teams of four to provide financial literacy sessions as lead educators or teaching assistants.

The curriculum covers a range of digital finance topics, including how to make payments and transfers using Kakaopay, manage assets, and prevent scams. It also includes practical digital skills such as using map services and mobile identification tools. As of 2025, the program operates at 50 senior-serving institutions nationwide, including senior welfare centers and job matching centers. Each facility receives customized course materials along with a KRW 500,000 (approx. USD 360, as of Aug. 25, 2025) grant to support operations.

These programs are noteworthy in that they offer older adults not only new avenues for social participation, but also opportunities for peer learning in the digital finance space. In this mutually beneficial setup, instructors gain a sense of purpose and fulfillment, while participants receive guidance that is accessible and attuned to their needs. Far from being one-off events, these programs contribute to building a peer-empowered, self-sustaining education ecosystem—one in which older adults take on active, meaningful roles.

Key features of senior financial education: (3) Creative approaches to preventing fraud

Meanwhile, theater has also emerged as an effective tool for guarding older adults against

3) Kakao Impact's Senior Digital School Homepage, https://seniorschool.kakaoimpact.org/

4) Kakao Impact, the corporate foundation of the Kakao Group, leads a range of social contribution initiatives. Its Senior Digital School program builds on Blind Spot Senior Pay School, a financial education initiative previously run by Kakaopay, the group's digital payment affiliate. The new program expands the original curriculum and extends its reach nationwide.

financial scams, with performances now being used to help audiences recognize various types of financial threats and respond appropriately.

One such initiative was presented under the title "Madang-geuk (a form of open-air Korean folk theater blending humor, music, and social commentary) for the Protection of Senior Financial Consumers: The Return of Chunhyang 2025." Held in early 2025 at the Woori Mapo Senior Welfare Center in Seoul, the event was hosted by the Council and sponsored by IBK Industrial Bank of Korea.

The performance reimagined familiar characters from The Tale of Chunhyang—a classic Korean love story about a woman who remains loyal to her lover despite pressure from and imprisonment by a corrupt official—to deliver clear, relatable messages on emerging scams involving virtual assets, voice phishing, and smishing via text messages. Upbeat musical interludes helped sustain audience engagement, and the show concluded with a memorable call to action: the "Three-Step Rule"—Be Suspicious, Verify, and Disconnect.

Interactive, hands-on programs like this play a dual role: shielding older adults from fraud and equipping them to approach digital finance with greater confidence and autonomy.

In closing: Senior financial education as a matter of rights

As explored throughout this coverage, financial education for older adults goes beyond digital skill-building—it serves as a practical vehicle for safeguarding autonomy and, by extension, upholding dignity in later life. In today's fast-changing financial landscape, courses that help older adults spot evolving scams and navigate new digital services are key to preventing exploitation and exclusion.

What laid the groundwork for senior financial education in Korea was the establishment of a legal and policy framework, marked most notably by the enactment of the Act on the Protection of Financial Consumers in 2021. The Act guarantees financial consumers the right to receive essential education to make informed decisions and designates the Financial Services Commission (FSC) as the principal agency responsible for delivering such education. Within this framework, the FSC is tasked with regularly assessing financial literacy across demographic

groups—including older adults—and advancing policies to improve access and protect ageing consumers from financial harm. Progress seen in 2025 reflects close collaboration between stakeholders across both public and private sectors.

In super-aged societies, financial literacy is no longer optional. Equal access to financial services and information must not be contingent on age or digital proficiency. Financial and digital skills are now central to quality of life—especially in later years, which often entail an extended period of post-retirement self-reliance.

Against this backdrop, financial education programs for older adults—offered in partnership between financial institutions and the Senior Financial Education Council—are helping shift older adults from the sidelines of digital finance to active, informed participants. This progress is backed by strong institutional support, including ongoing policy efforts by the Financial Services Commission. To keep moving forward, continued commitment will be essential to expand these programs and cement them as a vital safeguard for older adults' financial inclusion and autonomy.

06 Hip-Hop at 85: Chilgok Grannies Drop Beats—and Truths



‘Suni and the Seven Princesses,’ a granny hip-hop crew from Chilgok, are set to take on Mnet’s rap competition Show Me the Money 12 as they head to auditions in October 2025. (Photo: Chilgok County)

Rapping into the Twilight Years: Meet the world’s oldest rap crew

“People say life gets gloomier as we grow older and near the end,” said Park Jeom-soon, leader of the octogenarian rap group Suni and the Seven Princesses, in an interview with Segye Ilbo[1] when asked about her secret to healthy ageing. “But thanks to our music, we’re living our best lives.” She even rated her current happiness a perfect ten out of ten.

Formed in August 2023 by a group of grandmothers from Sin 4-ri, Jicheon-myeon, Chilgok County, Suni and the Seven Princesses is the world’s oldest rap group, with an average age of 85 (as of 2025). The group is led by 87-year-old Park Jeom-soon, mentioned above, and includes seven other members: Jeong Du-i (94), Hong Sun-yeon (82), Jang Ok-geum (77), Lee

1) Segye Ilbo, “Chilgok Granny Rappers, Average Age 85: ‘This Is the Golden Era of My Life,’” October 11, 2024.

Pil-seon (89), Lee Ok-ja (80), Kim Tae-hee (80), and Lee Sun-hwa (77).[2)]

They first found their voice—not in music, but in learning to read. After mastering Hangul, the Korean alphabets, the group performed a rap and dance routine at the 2023 Gyeongsangbuk-do Literacy Festival—a showcase for adult learners. That performance sparked their transformation into rappers. On August 31, 2023, they officially launched their group at the village senior center—and by September, they even had a fan club, made up of daughters-in-law, grandchildren, and fellow villagers.

The group, Suni and the Seven Princesses, holds practice sessions every Tuesday and Thursday at 2 p.m. at the community hall in Sin 4-ri, Jicheon-myeon. While all the members are advanced in age and often need rest and move at a gentle pace, they say that practicing and performing gives them a new lease on life.

Their lyrics begin as poems, written by the members themselves. Ms. Jung Woo-jung, their manager and literacy instructor, later adapts them to better suit the rap genre. Marked by genuine emotion—ranging from the joy of learning to the pent-up sorrow of gender-based discrimination—their work strikes a deep chord with listeners. Notable tracks include "'Bout to Lose It," which conveys the sorrow of missing out on education due to poverty and social bias against girls, and "Class in Session," which celebrates their late-blooming joy of learning Hangul. War-themed pieces such as "Bang-Bang, Pop," based on a childhood memory of mistaking gunfire for fireworks, and "Ppalgaengi" (The Reds), which recounts an encounter with a North Korean soldier, evoke the confusion and trauma of the Korean War.

> *I'd be weeping my eyes out while my homies hit the school.*
> *Doing dishes, tending babies—that was my daily rule.*
> *No dreams, just chores—I'm 'bout to lose it.*
>
> *('Bout to Lose It)*

2) Originally an eight-member group, they lost a member, Seo Mu-seok (aged 86), to blood cancer in October 2024. To fill the vacancy, an open audition was held on March 18, 2025, at the Jicheon-myeon Community Center. Among six applicants, 77-year-old Lee Sun-hwa was selected to join the group as the newest member.

Class in session! Don't get fooled by my wrinkles.
Got my backpack strapped, heading to class,
With my saggy homies still bringing the sass.
We bicker and laugh—who's right, who's not?
LOL, LOL—this life hits the spot.

(Class in Session)

Heukjaetgol? Nah—maybe Songjeong Hill? Nope! Born the third girl in Hwanghak-gol, still. All my brothers got schooled. But me? School wasn't in the script. Shoot, shoot, shoot!

(The third girl in Hwanghak-gol)

Their passion-fueled venture into self-expression and stage performance attracted media attention both at home and abroad, leading to appearances in various TV programs advertisements, and government publicity content. Since their debut performance at the 2023 Gyeongsangbuk-do Literacy Festival, they have risen to national fame through appearances on Korean shows such as Morning Forum and Screening Humanity (Korea Broadcasting System), as well as NHK World TV in Japan. They also featured in a music video supporting Busan's bid to host the 2030 World Expo, and performed at the opening ceremony of the 2024 Hangul Week held in Gwanghwamun Square, Seoul. In addition, they have taken part in promotional videos for various government agencies, including the Ministry of SMEs and Startups, the Ministry of Patriots and Veterans Affairs, and the Prime Minister's Office. As of 2025, they remain active, with their latest appearance in the "Ocean Escape Month" campaign clip supporting marine tourism.

From illiteracy to agency: Adult Hangul education as a path to transformation

Behind the rise and success of Suni and the Seven Princesses are two essential forces: the national adult literacy program and the support of the Chilgok County Office with Public Relations Team Lead, Mr. Park Jong-seok at its helm. The adult literacy program is a nation-wide initiative aimed at helping low-educated and illiterate adults acquire basic literacy and numeracy skills equivalent to the elementary-to-middle school levels. Through the program, participants of the program experience a sense of fulfilment through learning and become better equipped to navigate everyday challenges.

This program is primarily operated by local governments and implemented through affiliated institutions such as community schools and lifelong education centers. The Ministry of Education supports these programs by providing funding for instructors and experiential learning activities. In particular, some programs directly managed by municipal or township offices offer outreach instruction, where teachers visit learners in places like senior centers, village halls, or even their homes.

Launched in 2006, the adult literacy initiative has reached a cumulative total of approximately 820,000 learners as of 2024. In that year alone, about 92,000 people participated in literacy programs offered by 434 institutions nationwide.[3)]

It all goes back to 2015, when the eight grannies first began learning Hangul through an adult literacy class offered by the county office. Mastering the Korean alphabet empowered them to carry out everyday tasks independently—riding the bus, managing banking services, and regaining control over various parts of daily life. Beyond practical benefits, they began enjoying literary activities like writing poetry, which allowed them to revisit their life journeys and express those experiences in words they could share with others. Their rap lyrics now serve as vessels for their life stories—creative expressions that help bridge generational and physical gaps in pursuit of genuine connection.

The positive ripples of adult literacy education extend far beyond basic reading and writing. It helps rebuild self-esteem, expand social horizons, and foster connections across generations. The true significance of adult literacy education lies in restoring a sense of agency—offering participants the tools to record and recount their lives, and to engage more fully with the world around them. This is best illustrated by the small but powerful steps taken by Suni and the Seven Princesses: learning to write their own names and manage everyday tasks independently, which ultimately blossomed into celebrated literary expressions of their lived experiences.

3) Source: Ministry of Education, “Basic Plan for the 2025 Adult Literacy Education Support Project,” 2025.

Where public service meets humanity: how one county officer built a stage for everyday lives

Another crucial enabler behind the rise of the octogenarian rap group was the steadfast support of the Chilgok County Office, which launched a local branding project (a precursor to Suni and the Seven Princesses) in synergy with its adult literacy class.

For a small town with a population of just 110,000, Chilgok has drawn considerable media attention. It began with a documentary titled Chilgok Gals, which featured the stories of grandmothers who learned to document their lives and express themselves through adult literacy education. This was followed by the release of a new typeface—Chilgok Grannies—based on the handwriting of local Hangul learners. With the rise of Suni and the Seven Princesses as a powerful PR icon, the name Chilgok has since gained nationwide recognition.

At the heart of Chilgok's remarkable community branding—rooted in stories of ordinary lives—stands Mr. Park Jong-seok, who has led the county's publicity efforts since 2015. He first entered public service as a Marine Corps officer in 1998 and retired from the military in 2008 after serving as Public Affairs Director at the Education & Training Corps.

Park is a seasoned storyteller in public promotion, having led multiple branding projects rooted in compelling narratives. He successfully branded Chilgok as a "county of patriotism and remembrance" through campaigns like the Cheonanham Challenge, which honored the sailors lost in the 2010 Cheonan sinking, and by uncovering the story of U.S. Army Lieutenant Elliott, who went missing during the Korean War. Rather than presenting patriotism and remembrance as a distant history lesson, he turned them into living messages through stories that touched ordinary lives.

The birth of Suni and the Seven Princesses also stemmed from one of Park's signature ideas. When a group of Hangul learners in their eighties began writing poetry about their lives and drew public attention, Park proposed they up the ante and try rap. In the early stages, he even paired them with a fellow county official—who once dreamed of becoming an entertainer—to serve as their "rap coach".

As of 2025, Chilgok is now home to six active granny rap groups. Leading the pack is Suni

and the Seven Princesses, who have not only elevated the county's profile through their performances, but also starred in a music video promoting Healthy Chilgok Grannies—a regional agricultural brand. The project has proven to be a clear win-win: a source of pride and joy for the grandmothers, and a uniquely powerful PR asset for the county.



Suni and the Seven Princesses promoting the local agricultural brand Healthy Chilgok Grannies
(Photo: Chilgok County)

A human rights lens on Suni and the Seven Princesses

The rapping grannies of Chilgok offers a compelling illustration of how literacy can empower older adults to reclaim dignity and agency—two pillars of their fundamental human rights. Through learning to read and write, these women—once marginalized by age, gender, and poverty—have found new ways to engage with society and express themselves on their own terms.

More than just a heartwarming success story, the project invites a shift in how we view ageing. It challenges the conventional notion of older people as passive recipients of care, showing instead that they can be active contributors with creative and social potential. The inspiring endeavors of Chilgok underscore the vital role of local governments in fostering environments where the voices and rights of older individuals are truly respected. It suggests where adult literacy and local ageing policies might head next—reminding us that education, at its best, can

serve not only personal growth but also the pursuit of dignity and rights in ageing societies.

Suni and the Seven Princesses are now poised to inspire audiences beyond Korea, with a documentary film about their journey set to premiere in Poland at the end of May. Directed by Polish filmmaker Patrycja Skawska, the film traces the group's path as they overcome loneliness and discover new purpose through music and self-expression. What lies ahead for them remains to be seen—but an overseas performance just might well be on the horizon. As member Lee Pil-seon shared in an interview with Maeil Business Newspaper earlier this year, her New Year's resolution was "to one day take the stage abroad."

These women of Chilgok have emerged as true agents of change—reclaiming their voices and the authorship of their own lives through rap. Their iconoclastic creativity has defied long-standing stereotypes of older adults as passive or dependent, instead highlighting their potential as creative and purposeful individuals. May the story of these remarkable women continue to spark global conversations about self-realization in later life—paving the way for a society where the rights of older adults are more fully respected, supported, and celebrated.

ASEM

The Asia-Europe Meeting (ASEM) is an intergovernmental process established in 1996 to foster dialogue and cooperation between Asia and Europe.

ASEM addresses political, economic, financial, social, cultural and educational issues of common interest in a spirit of mutual respect and equal partnership. Its foremost event, the ASEM Summit, is a biennial meeting between the Heads of State and Government, the President of the European Council, the President of the European Commission, and the Secretary-General of ASEAN. In addition, ASEM Ministers & Senior Officials also meet in their respective sectoral dialogues.

The initial ASEM Partnership in 1996 consisted of 15 EU Member States, 7 ASEAN Member States, China, Japan, Korea and the European Commission. Today, ASEM comprises 53 Partners: 30 European and 21 Asian countries, the European Union and the ASEAN Secretariat.

Through its informal process based on equal partnership and enhancing mutual understanding, ASEM facilitates and stimulates progress but does not seek to duplicate bilateral and other multilateral relationships between Asia and Europe.

For more information, visit the ASEM Info Board website (www.aseminfoboard.org).

ASEM Partners

Partner Organisations



ASEAN Secretariat
Joined 2008



European Union
Joined 1996

Partner Countries



Australia
Joined 2010



Austria
Joined 1996



Bangladesh
Joined 2012



Belgium
Joined 1996



Brunei Darussalam
Joined 1996



Bulgaria
Joined 2008



Cambodia
Joined 2004



China
Joined 1996



Croatia
Joined 2014



Cyprus
Joined 2004



Estonia
Joined 2004



Germany
Joined 1996



India
Joined 2008



Italy
Joined 1996



Korea
Joined 1996



Lithuania
Joined 2004



Malta
Joined 2004



Netherlands
Joined 1996



Pakistan
Joined 2008



Portugal
Joined 1996



Singapore
Joined 1996



Spain
Joined 1996



Thailand
Joined 1996



Czech Republic
Joined 2004



Finland
Joined 1996



Greece
Joined 1996



Indonesia
Joined 1996



Japan
Joined 1996



Lao PDR
Joined 2004



Luxembourg
Joined 1996



Mongolia
Joined 2008



New Zealand
Joined 2010



Philippines
Joined 1996



Romania
Joined 2008



Slovakia
Joined 2004



Sweden
Joined 1996



United Kingdom
Joined 1996



Denmark
Joined 1996



France
Joined 1996



Hungary
Joined 2004



Ireland
Joined 1996



Kazakhstan
Joined 2014



Latvia
Joined 2004



Malaysia
Joined 1996



Myanmar
Joined 2004



Norway
Joined 2012



Poland
Joined 2004



Russian Federation
Joined 2010



Slovenia
Joined 2004

Switzerland
Joined 2012

Viet Nam
Joined 1996



ASEM GLOBAL AGEING CENTER (AGAC)

ASEM Global Ageing Center (AGAC) is a specialized international institution based in Seoul that operates as a global hub for coordinating a wide variety of agendas surrounding the human rights of older persons for ASEM partners. The center aims to address various issues confronted by ASEM partners regarding the human rights of older persons and ultimately contribute to the promotion and protection of human rights of older persons through policy research, cooperation, awareness raising and education, and information sharing.