

김 상 병
 랜드러버스코리아(주) 대표이사, (사)대한실버산업협회 이사
 by Kim Sang-byung

실버(고령친화) 산업의 현황과 전망 위기인가? 기회인가!

A prospect for the "Silver"(aimed for the aged) industry; Crisis? Opportunity!

feature

최근 자주 듣는 낱말 중 고령화사회, 실버산업, 고령친화산업 등이 있다. 정확히 알 수 없으니 절박한 느낌을 주는 그 낱말들의 키워드는 '내 발등의 불'이다. 또 다른 키워드는 '위기는 곧 기회, 위기가 어떻게 기회가 될 것인가'이다.

UN은 국가별 전체 인구 중 65세 이상의 비율에 따라 고령화사회(Aging Society, 7%~14%), 고령사회(Aged Society, 14%~20%), 및 초고령사회(Super-aged Society, 20%이상)로 분류하고 있다. UN의 분류에 따라 우리나라는 이미 2000년도에 65세 이상 인구가 7%(339만 명)를 넘어 고령화사회에 진입하였다. 다가오는 2018년에는 731만 명으로 고령사회, 2026년에는 인구 5명 중 1명이 노인인 총 1,011만 명인 초고령사회에 접어들 전망이다.

우리나라는 전후 급속한 경제성장과 의학의 괄목한 발달로 남자 평균수명이 1991년 67.8세이었으나 2001년에는 5.1세가 연장된 72.8세이며, 여자의 경우도 1991년 75.9세에서 2001년 80.0세로 4.1세가 더 늘어난 것으로 나타났다. 한편 1980년대에는 가임 여성 1명당 2.83명을 출산하였으나 2005년에는 1.08명으로 급격히 감소했다. 이런 연유로 1960년대에는 약 3%씩 증가하던 우리나라 인구증가율은 1980년대 후반에는 1% 증가에 그쳤고, 2025년에는 -0.08%의 인구증가율을 보일 것으로 전망된다. 평균수명의 연장과 출산율의 급격한 감소로 선진국에서는 백 여년에 걸쳐 진행된 고령화가 우리는 26년 만에 도래한다. 세계에서 그 유례를 찾아 볼 수 없을 정도로 빠른 고령화 진행 속도이다.

고령친화산업의 전망은 밝다. 우리사회에도 '돈 있는' 노인들이 급증하고 있기 때문이다.

현재의 노인에 비해 장년층은 교육 수준도 높고 절반 이상이 노후를 대비하고 있다.

이른바 경제력을 갖춘 '신(新)노인층'이 등장하고 있다.

저소득층 복지는 정부가, 중산층 복지는 민간이

고령사회에서는 고령자의 복지서비스에 대한 다양한 요구의 증대는 물론, 시장 내에서 고령자 욕구 충족을 위한 상품이나 서비스에 대한 수요도 지속적으로 확대될 것이다. 그러나 이와 같이 날로 증가하는 노인들의 서비스 욕구를 감당하기에는 정부자원이 너무나 부족한 실정이다. 따라서 정부는 저소득 고령자의 기초생계에 필요한 최소한의 서비스는 국가가 책임지지만 중산층 이상 경제력 있는 고령자의 부가적인 복지서비스욕구는 시장기능을 통해 민간부문이 담당하도록 하는 정부와 민간의 역할 분담에 대한 시책 방향을 설정해 놓고 있다.

우리의 고령친화산업은 아직 초기 단계에 있다. 이는 고령친화산업에 대한 민간의 인식 부족에 일차적 원인이 있다. 그러나 또한 고령친화산업에 참여하고자 하는 민간기업이나 개인은 인·허가 과정의 복잡성과 규제 법규의 엄격성으로 말미암아 사업 추진에 적지 않은 장애를 느끼고 있는 것이 현실이다. 예를 들어 노인주거시설 분야의 경우 정부 금융지원 부족과 사업주체에 대한 높은 자기자본비율 요구, 행정 규제에 의한 경쟁 제한 등이 민간의 고령친화산업 참여를 어렵게 만들고 있다.

고령친화산업을 활성화하기 위해서는 많은 준비와 체계적 정책 지원이 필요하다. 다품종 소량이라는 이 산업의 특성상 공급자의 대부분이 자금력이나 정보력이 취약한 중소기업이기 때문이다. 정부는 R&D투자를 지원함은 물론 상품 수요나 시장의 정확한 정보를 제공해주고, 관련 전문 인력의 양성도 지원해야 한다.

또한 이 산업은 노인주택을 포함 대부분 새로운 분야로 아직까지 상품에 대한 표준화가 이루어지지 않고 있다. 뿐만 아니라 상품의 개발과 상용

화에 법률적 미비점도 많다. 서둘러 상품표준을 마련하고 관련 규제를 정비해야 한다. 또한 소비자가 상대적으로 취약한 고령자라는 점을 고려하여 고령소비자보호를 위한 법적 장치도 마련해야 한다.

다행히 정부는 고령친화산업의 중요성을 인식하고 있다.

저출산·고령화 등 인구구조변화가 미래의 경제·사회에 미치는 영향을 예측하고, 국민의 삶의 질 개선 및 국가경쟁력 확보를 위해 필요한 중장기정책을 수립하기 위해 2004년 2월 대통령자문 '고령화 및 미래사회위원회'를 설립하였다. 구체적으로 '실버를 골드로'라는 슬로건 하에 시장수요나 성장가능성 등을 고려해서 요양·기기·정보·금융·여가·주택·한방·농업 등 8대 고령친화산업과 역모기지제도, 자산관리서비스, 재가요양서비스, 홈케어 등 19개 전략품목을 우선 선정하고 이를 중심으로 관련 산업을 적극 육성해 나간다는 전략을 수립하였다.

정부가 추진중인 고령친화산업 활성화 전략은 양질의 맞춤형 상품을 제공해 건강하고 성공적이며 활력적인 노후를 지원한다는 의미를 지니고 있다. 이로 인해 국가 차세대 성장동력산업으로서 내수를 활성화하고 고용을 창출하는 효과도 거둘 것으로 전망된다.

또한 정부가 오는 9월 시행을 목표로 "고령친화산업진흥법" 제정을 서두르면서 관련 지자체들의 고령친화산업 육성정책이 가속도를 내고있다.

대통령이 직접 위원장이 되는 '저출산·고령사회 위원회'도 지난해 9월에 발족하였다. 고령친화산업의 지원정책은 그 조직에서 심의 확정, 추진될 것이다.



*고령사회에 효과적으로 대처하기 위해서는 앞으로 등장할 노인들은
현재의 노년층과는 전혀 다른 경제력, 건강, 교육수준 등을 지녔다는 점을 인식해야 한다.
이런 대전제 아래 고령친화산업은 모든 면에서 새로운 비즈니스 시각으로 접근해야 할 것이다.*

위기가 곧 기회, 국가 성장 동력될 고령친화산업

고령화 시대에 대비하여 우리사회는 건강하고 활기찬 노후생활 보장정책을 추진해 나갈 때 경제성장도 함께 이루어야 하는 과제를 안고 있다. 고령친화산업은 이 두 가지 과제를 함께 해결해 줄 수 있는 최상의 대안이라 생각한다.

급속한 고령화가 국가의 경제·산업 분야에 커다란 위협요인으로 작용할 것이라는 일부 우려도 있지만 경제발전의 기회요인으로 작용할 것이라는 긍정적 전망도 있다. 일본의 경우 장기 경기 침체에도 불구하고 고령자 관련 재화 및 서비스산업은 최근 연평균 9.4% 이상의 높은 성장률을 보이고 있다. 2003년 현재 고령친화산업 규모는 무려 70조 엔에 이르고, 2025년에는 2배 이상 증가한 155조 엔 정도가 될 것으로 예상하고 있다. 삼성금융연구소에 따르면 2003년 현재 일본의 개인연금 자산 1천2백조 엔 가운데 70%가량을 65세 이상 고령자가 보유하고 있다고 한다. 미국의 경우 고령자가 민간 전체 소비에서 30%, 유럽의 경우는 20~30% 수준을 차지한다.

고령친화산업의 전망은 밝다. 우리사회에도 '돈 있는' 노인들이 급증하고 있기 때문이다. 현재의 노인에 비해 장년층은 교육 수준도 높고 절반 이상이 노후를 대비하고 있다.

정부가 '고령친화산업 개화원년'으로 삼겠다고 한 2008년에는 65세 이상 고령자 비중이 인구 10명당 1명꼴이 된다. 고령자 비중이 10%를 차지하는 2008년이면 공적연금, 국민연금 등 연금수급권자가 약 400만 명에 이를 것으로 내다보고 있다. 경제력을 갖춘 '신(新)노인층'이 등장한다는 의미다. 삼성경제연구소에 따르면 90년대 이후 55세 이상 가구 소득

이 매년 10%씩 성장 하고 있다. 이들이 새로운 소비주체세력으로 등장하면 고령친화산업은 크게 성장할 것이다.

보건복지부는 지난해 7월 1일부터 전국의 시·군 6개 지역을 대상으로 노인요양보험을 실시하고 있다. 시범사업 결과에 따라 2008년 7월 부터 전국적으로 확대한다는 것이 정부의 계획이다. 노인요양보험이 전격 도입되면 국민의 의료이용행태의 변화는 물론이고 의료기관 및 복지시설의 운영태도 다양하게 바뀌고 시설의 수요도 폭발적으로 증가할 것이다. 일본에서는 2000년 비슷한 제도를 도입한 이후 관련 시장이 급팽창하고 있다. 또한 2008년도부터 국민연금 지급이 본격화되고 국민 1인당 소득도 2만달러를 넘어설 것으로 보여 노년층의 구매력이 더욱 높아질 것으로 예상된다.

고령친화산업의 국내 시장규모는 주요 산업부문의 경우 2000년 약 17조원이었으나 2005년 약 27조원, 2010년 약 41조원, 2020년 약 116조원으로 그 중 주거 관련 분야는 전체 시장 규모의 약 25%이상 차지하며 연평균 10%이상 성장할 것으로 전망된다(한국보건사회연구원).

이렇게 여러 가지 상황이 말해주듯이 현재 우리나라의 고령친화산업은 아직 초기 단계이지만 발전 속도는 급류를 타고 있다. 이를 비즈니스로 연결시키기 위한 기업들의 움직임도 빨라지고 있다. 주택산업도 고령친화산업을 준비해야 할 때다.

바짝 앞으로 다가온 고령사회에 효과적으로 대처하기 위한 기본 전제는 앞으로 등장할 노인들은 현재의 노년층과는 전혀 다른 경제력, 건강, 교육수준 등을 지녔다는 점을 인식하는 것이다. 이런 대전제 아래 고령친화산업은 모든 면에서 기존과는 전혀 다른 새로운 비즈니스 시각으로 접근해야 할 것이다. ▣

