

Contents

1. 몸도 마음도 젊어진 한국의 新고령 세대

2. 新고령 세대의 달라진 소비트렌드

3. 진화하는 고령친화산업 - 한·중·일 사례

4. 신 성장동력산업 추진 전략

5. 시사점

빠른 한국의 인구고령화

출산율의 감소로 생산가능인구 줄고 노년인구가 급증하는 고령 사회 진입 전망

- ✓ 2030년을 기점으로 전체인구가 줄어드는 반면 노년인구수는 점차 증가하여 2060년 3배까지 증가할 추세임

(단위 : 만 명)



고령사회 진입 속도

전세계적인 고령화 추세 및 한국의 압축적 고령화

* 한국은 전세계에서 가장 빠른 속도로 고령화가 진행 중

- ✓ 2000년 고령화사회(65세+, 7%) 진입, 이후 2018년 고령사회(14%), 2026년 초고령사회 (20%) 진입 예정

· 급속한 한국의 고령화

(단위 : 전체인구 중 비율 %)



· 주요국가별 인구고령화 속도

	고령화	고령	초고령	소요연수 (고령화>고령>초고령)
한국	2000	2018	2026	26년
일본	1970	1994	2006	36년
프랑스	1864	1979	2018	154년
독일	1932	1972	2009	77년
이탈리아	1927	1988	2006	79년
미국	1942	2015	2036	94년

통계청(2014), 전국 노령화 지수

보건사회연구원(2014), 보건복지포럼

고령사회 진입에 따른 사회경제적 파급 영향

고령사회로의 변화는 기회와 위기의 양면성을 가지고 있어
고령친화산업이 발전할 수 있는 요인으로 기대됨

소비시장 이끄는 주요 동력

- 베이비붐 세대의 고령화
 - 고령친화산업의 주 소비층으로 등장(2020년)
- 생활욕구의 다양화
 - 고령자 대상의 개인 맞춤형 제품 및 서비스 개발
- 의료수요의 증가
 - 건강유지, 관리 와 예방 중요시
- 지속 가능한 혁신에 대한 관심
 - 고령자 복지형 헬스케어 융합 제품 개발

고령친화산업
세부 분야별
개발 및 촉진
필요

경제활력저하 · 성장 약화

- 노동공급 감소
 - 노동력 부족 및 질적 하락
- 경제 활력 저하
 - 저축과 투자 및 소비 위축
- 노인부양비 증가
 - 젊은층의 노인부양 부담 증가
- 건강보험 재정지출 구조 악화
 - 노인의료비 급증

新高령 세대 등장

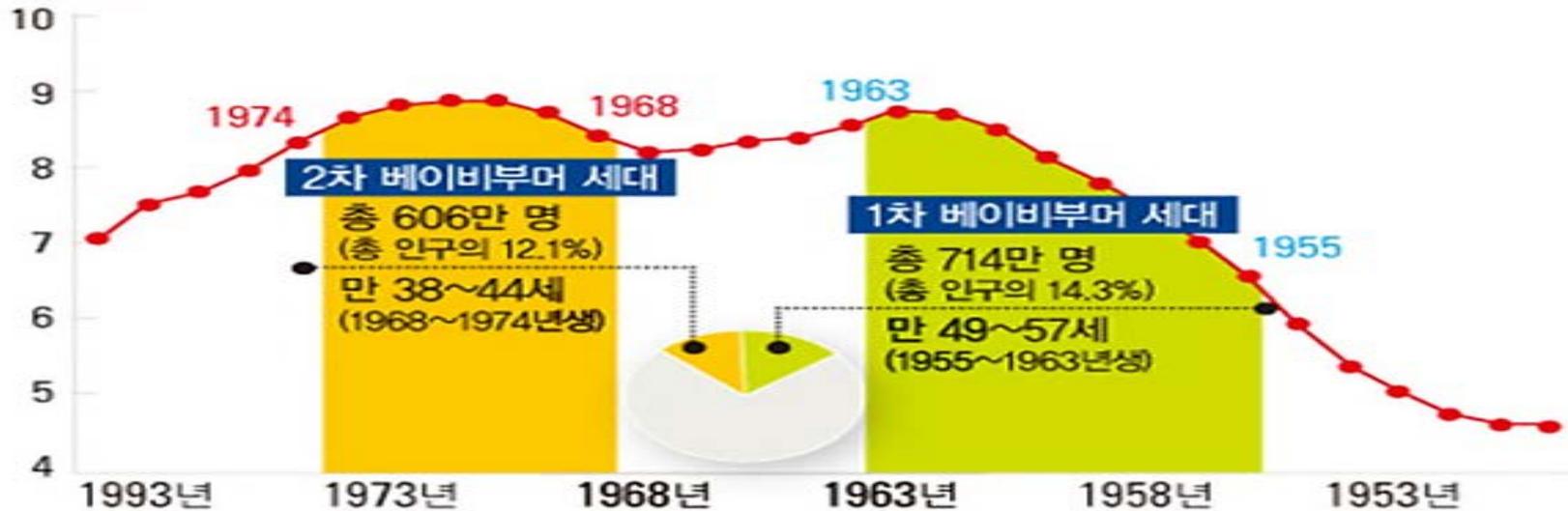
총 인구의 1/4 을 차지하는 1차 베이비부머 세대가 2020년 **新高령 세대(65세 이상)**에 진입할 예정

* 기존의 수동적인 실버 소비자와 다른 '액티브 시니어' 로 불림

- ✓ 적극적인 소비의지를 바탕으로 새로운 라이프스타일을 영위하는 특징을 보여 향후 고령친화산업 발전의 견인 역할을 할 것으로 예상

· 한국 베이비부머 규모 및 분포

(단위 : 10만 명)

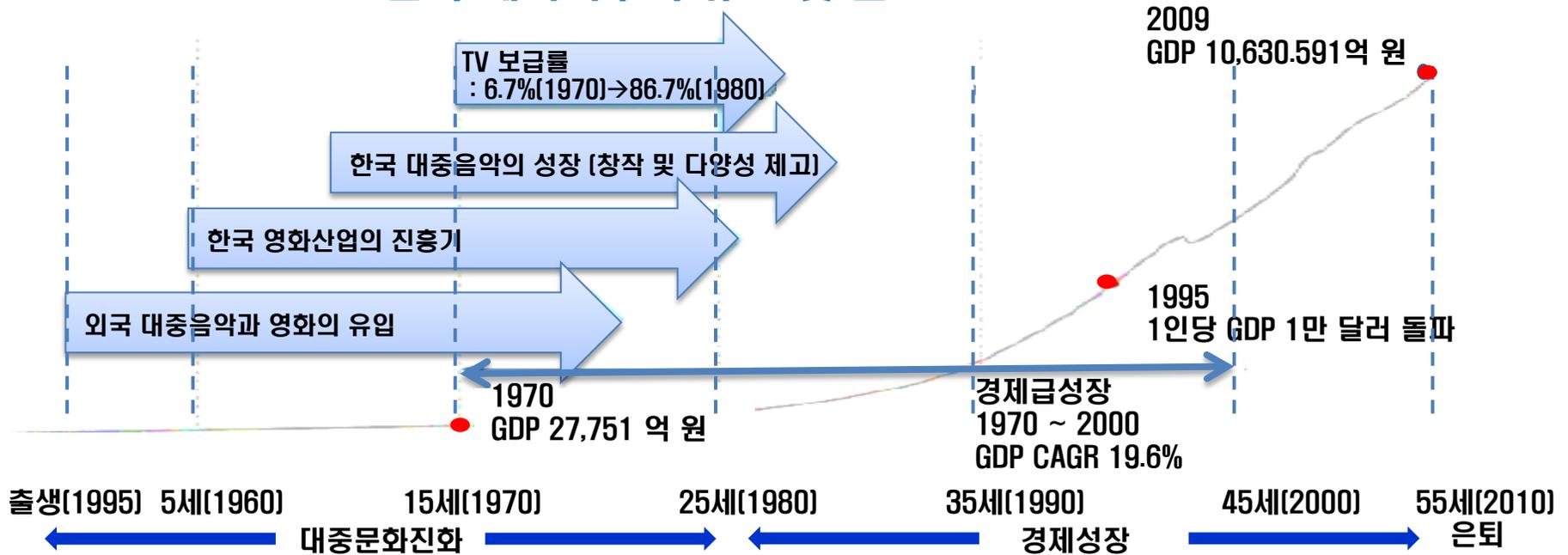


新高령 세대 등장

한국의 베이비부머 세대는 고도경제성장을 바탕으로 높은 문화수준 및 다양한 가치관을 형성하여 과거 고령세대와 차별화된 성향 보임

- ✓ 新高령 세대는 이전 고령층과 비교했을 때, 활동적이고 건강하게 장수하는 소비그룹으로 사회구조 및 소비의 변화를 주도할 것임

· 한국 베이비부머 규모 및 분포



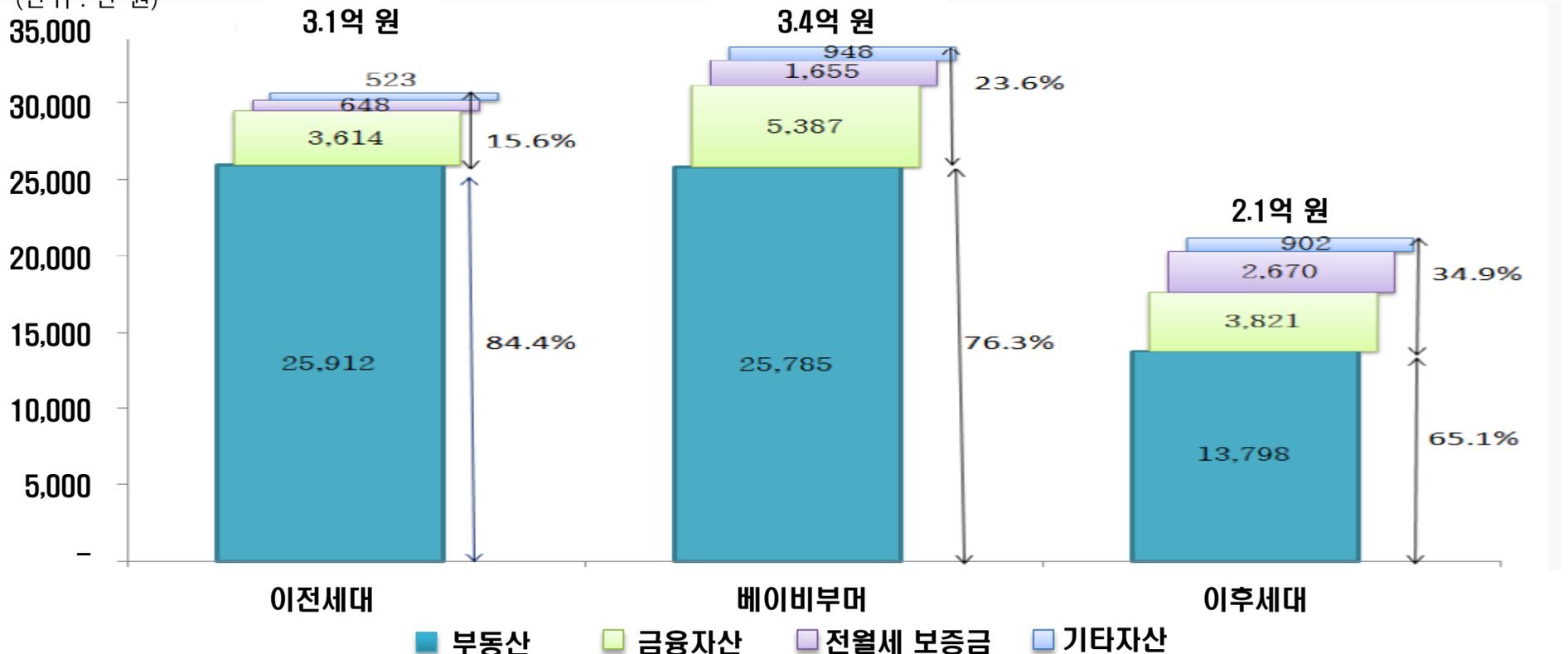
한국은행(2010), 국민소득

소비시장을 주도하는 新고령 세대

베이비부머 세대는 자산과 소득이 높고 능동적인 소비성향으로 고령친화산업 활성화에 영향을 줄 것으로 예상

· 세대별 총자산 규모 비교

(단위 : 만 원)



주 : 기타자산에는 자동차, 회원권, 예술품, 귀금속 등 포함
통계청(2010), 가계금융조사

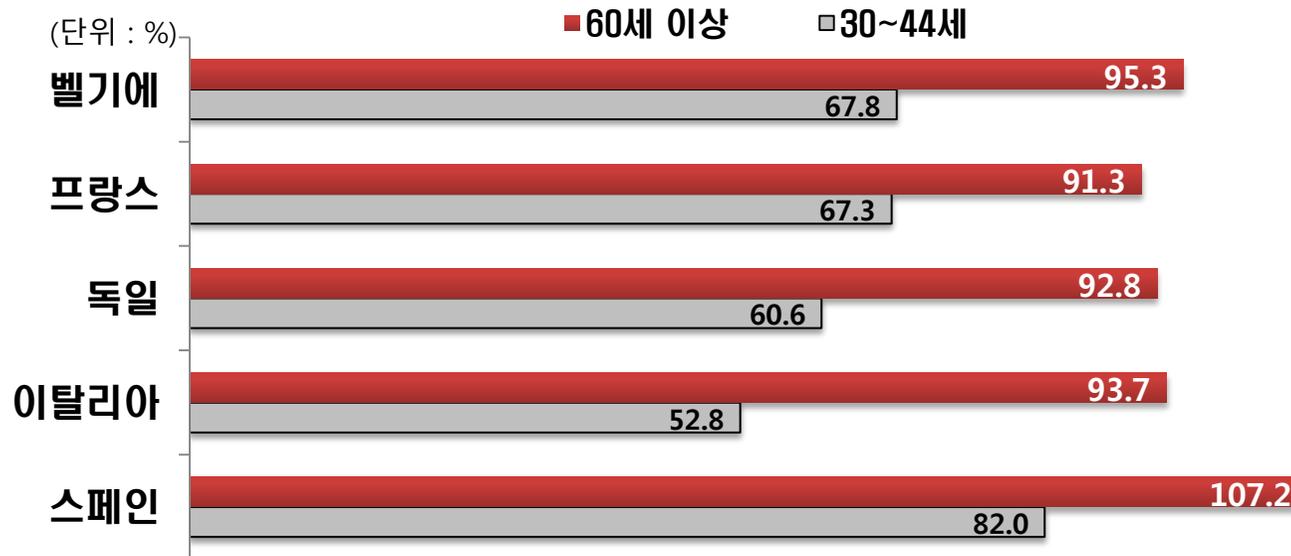
소비시장을 주도하는 新고령 세대

IT 산업의 신성장 동력, 실버서퍼(Silver Surfer)라 불리는 新고령 세대

✓ “50대 이상이 인구의 절반, 부의 80%를 차지하고 있다.
하지만 이들을 위한 브랜드는 아직 없다. 이제 시작이다.”

- 노인 온라인 커뮤니티 ‘silversurfer.com’ 의 대표, 마틴 록

· 급증하는 선진국 고령 세대의 구매력



유로스테트, FT(2014), 1988 ~ 2010년 가구당 연평균 소비증가율, 한국일보

Contents

1. 몸도 마음도 젊어진 한국의 新고령 세대

2. 新고령 세대의 달라진 소비트렌드

3. 진화하는 고령친화산업 - 한·중·일 사례

4. 신 성장동력산업 추진 전략

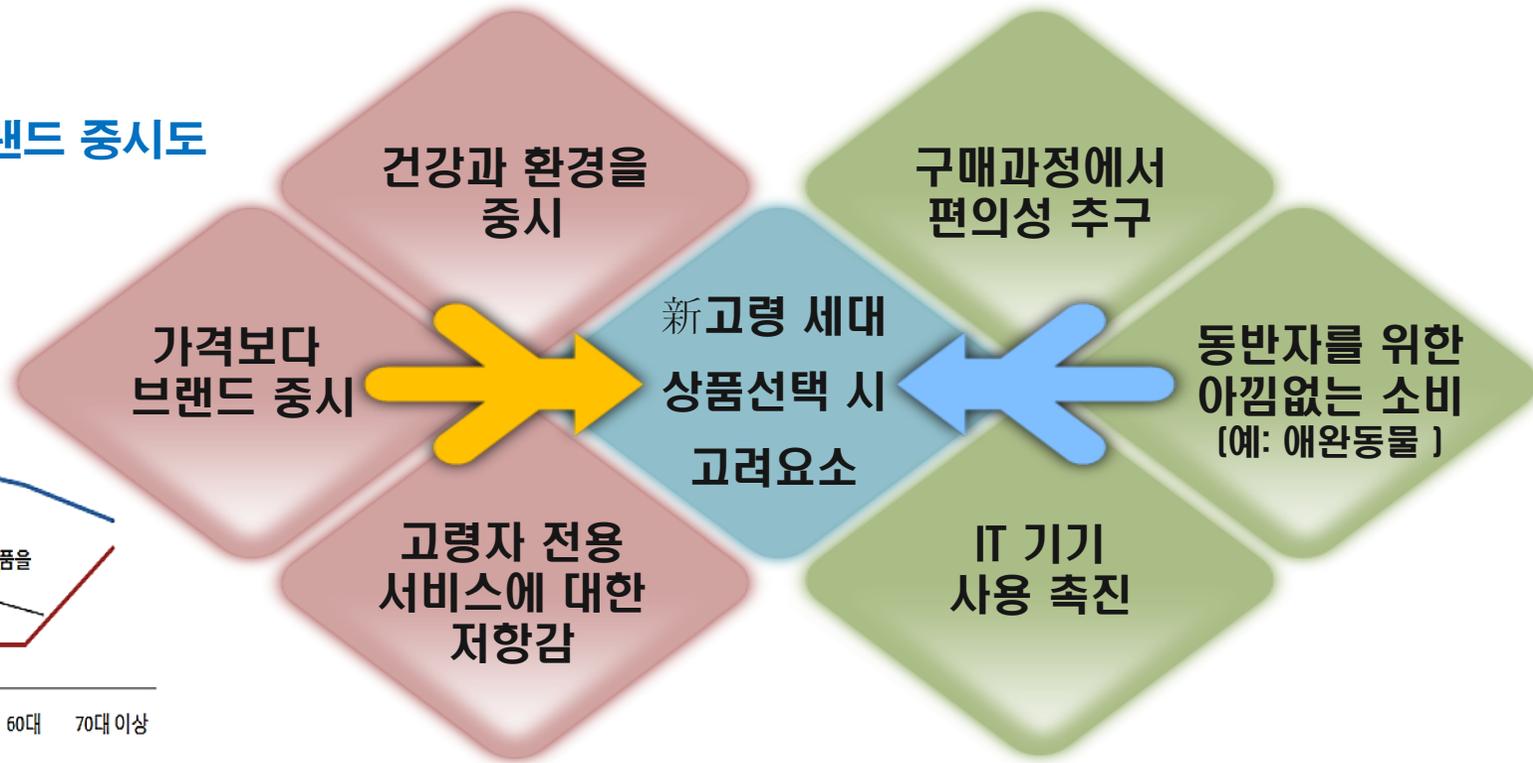
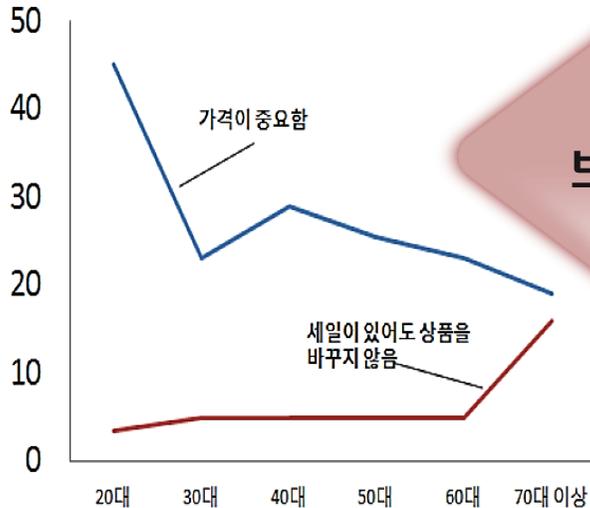
5. 시사점

新高령 세대의 바뀐 소비트렌드

고령친화산업 시장규모는 꾸준히 성장할 전망이며,新高령 세대를 소비주체로 이끌기 위한 의식 및 트렌드 변화에 대한 인지가 필요

·新高령층의 가격, 브랜드 중시도

(단위 : %)



보건산업진흥원(2015), 고령친화산업 소비자 수요현황 분석

新高령 세대의 마음을 사로잡은 상품

기존 공급자 중심 전략에서 벗어나 단순하고 실용적인 기술로 고령화 중심 Health Value를 창출하기 위한 적정상품 관심 증대

편리함+기능+제품이미지, 3박자 갖춘 상품 선호



<여성용 트레이닝 슈즈>

- 패션과 기능을 중요시
- 20~30대 대상 상품이지만 주로 50대 연령층이 제품 다수 구입

편의성과 환경, 건강까지 고려한 에코카



<일본 NISSAN New Mobility CONCEPT>

- 고령자 근거리 이동에 편리
- 전류충전 방식 사용, 모터소리 줄임으로써 고령자 건강 배려

고령자 배려 적정상품 사례



<Mi-Look 스마트폰>

- 건강 관련 정보 정기적 제공
- 조작이 쉽고 위치 알림 기능 등 안전 욕구 충족

고령층의 눈높이에 맞춘 IT 상품 인기



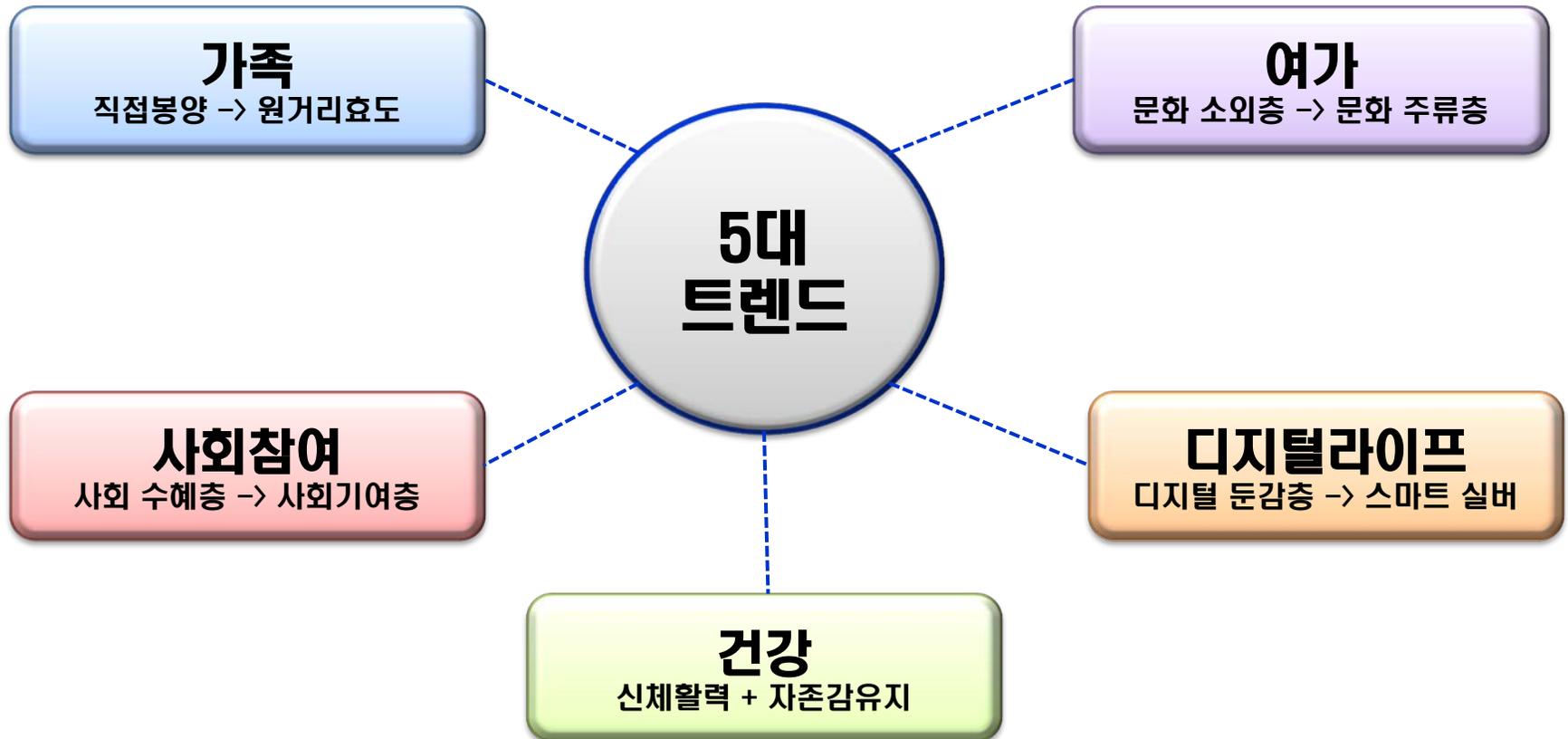
<목욕용품 리플렉>

- 제품 기능을 나타내는 글자를 크게 표시
- 제품 구별 위해 색깔을 달리함

큰 글씨와 색깔로 식별 가능하도록 배려

新高령 세대의 5대 트렌드

기존 고령 세대의 소비형태와 베이비부머 세대의 성장환경, 경험, 경제적 여건, 관심사 등을 근거로 선정



보건산업진흥원(2015), 고령친화산업 소비자 수요현황 분석

트렌드가 반영된 新 비즈니스 5선

프로액티브 케어(Proactive Care) 비즈니스



vibrantBrains®

- 50대 이상을 타겟으로 한 두뇌 헬스클럽
- 신체를 단련하듯 프로그램에 따라 두뇌를 단련하는 정신적 抗 노화 프로그램

육체적 케어는 물론
심리적 안정까지 지원

원거리 孝 비즈니스



- 독거노인의 가스 사용량, 사용시간 등을 IT기술로 체크해 자녀에게 제공

IT기술을 활용해 원거리에서도
부모 봉양이 가능하도록 지원

스마트 실버 비즈니스

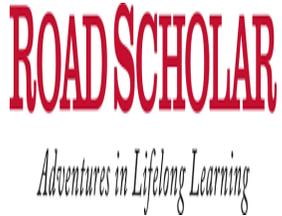


- 新 고령 세대를 위한 온라인 쇼핑몰
- 세련된 디자인과 연령층에 따라 세분화된 맞춤 상품으로 인기

IT기술에 감성을 접목하거나
온라인 쇼핑몰을
맞춤형으로 특화

트렌드가 반영된 新 비즈니스 5선

목적지향 休 비즈니스



- 여행과 교육을 결합한 6,500개의 프로그램을 세계 150개국에서 운영 중



- 테니스, 골프 등을 올림픽처럼 운영하는 스포츠 클럽
- 약 4천만 달러의 경제효과창출(2009)

단순한 휴식이 아닌
전문가들과 함께하는
목적이 분명한 여가상품

나눔 지원 비즈니스



- 평균연령 70.5세의 은퇴한 대기업 간부 160명으로 구성
- 중소기업에 경영 노하우 전수
- 수개월을 예약·대기할 정도로 인기

고령 세대의 숙련된 기술과
지식을 은퇴 후 지역사회와
나눌 수 있도록 지원

Contents

1. 몸도 마음도 젊어진 한국의 新고령 세대

2. 新고령 세대의 달라진 소비트렌드

3. 진화하는 고령친화산업 - 한·중·일 사례

4. 신 성장동력산업 추진 전략

5. 시사점

고령친화산업 개념

노인인구 증가와 더불어 이들을 대상으로 한 일상생활과 관련된 하나의 산업영역

고령자를 대상으로 고령자의 요구를 반영한 제품 개발 및 서비스 제공을 통해 공익을 증진하는 산업

수요대상

- 고령자 (65세 이상)
: 2015년 662만 명
[전체 인구의 13.1%]
- 베이비부머 세대
: 약 711만 명
[전체 인구의 14.1%]

고령친화산업

- 다품종 소량생산
- 중소기업에 적합
- 공익성과 수익성 병존
- 성장과 분배의 선순환

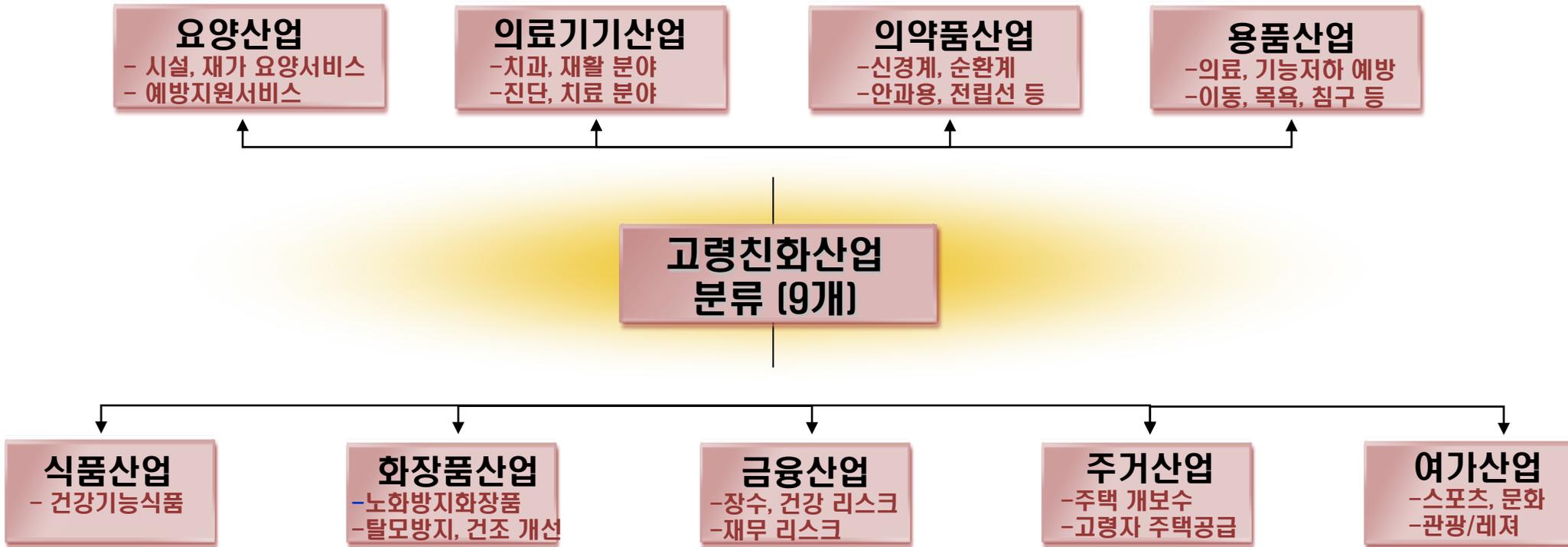
공급분야

- 생물학적 노화
: 실비용품 / 영양 /
보건의료 / 장묘 등
- **사회경제적 능력** 저하
: 주거 / 자산관리 /
여가·문화 / 교육 등

한국 정부의 동향 - 고령친화산업 분류체계

고령친화산업에 대한 통일된 분류체계가 아직 갖추어지지 않은 상태로 정부 산업지원의 한계로 작용됨

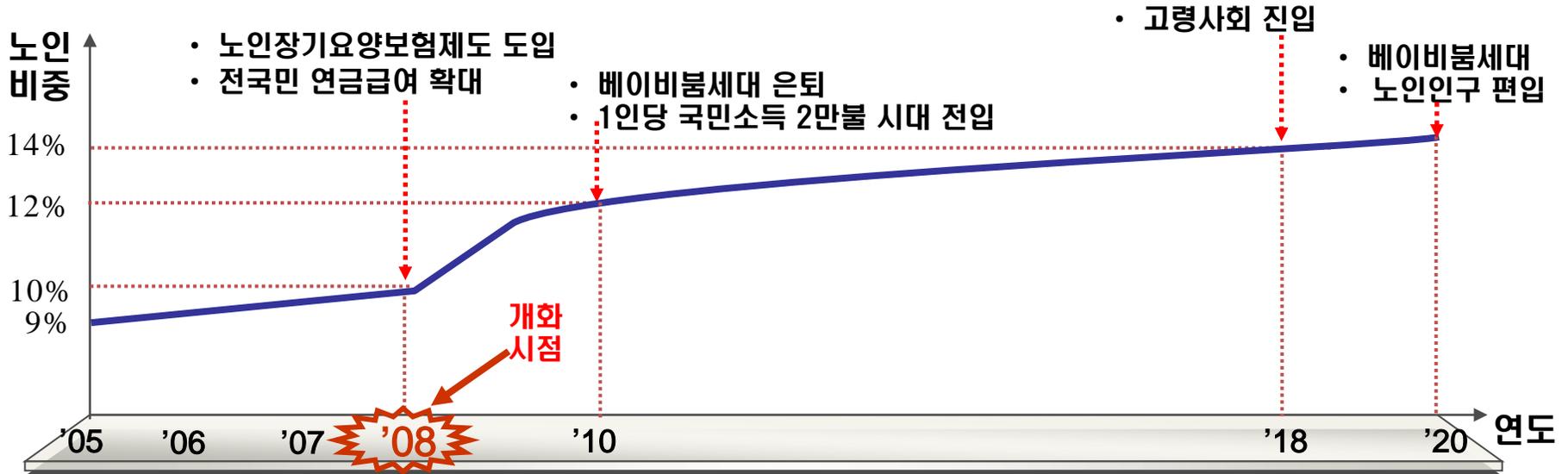
· 고령친화산업별 세부분류



보건산업진흥원(2012), 고령친화산업 현황 및 전망

고령친화산업 발전과정

정책적 측면에서 2008년 이후부터 교육과학기술부, 지식경제부 등 중심으로 고령친화 관련 연구개발 투자규모가 증가함



저출산고령사회위원회(2007), 고령친화산업 현황 및 정책과제

고령친화산업 육성정책

시장의 불확실성 해소 및 잠재적 수요의 가시화를 위해 정부주도의 초기 산업육성 추진

· 고령친화산업 육성정책

정책 및 제도개선

- 고령친화산업진흥법 제정(2006년) 및 개정(안) 마련
- 고령친화산업 발전협의회(가칭)운영
- 고령친화산업 활성화 국제 포럼 개최

시장 활성화 지원

- 지역사회 밀착형 전시체험과 등 국내 판로개척 지원
- 해외박람회 및 유통상담회 등 해외 진출 촉진

산업체 지원 확대

- 고령친화산업 전문기업 육성
- 고령친화우수제품(서비스) 지정제도 활성화
- 평가기관 인증 및 제품개발 연계지원

고령친화 전문인력 양성

- 친고령 특성화대학원 운영 - 2개 대학 지정, 2019년까지 예산지원
- 국가 자격증 타당성 검토 - 고령친화 주택 개조사, 고령자 심리상담원 등

부처별 고령친화산업 지원정책

정부부처 간 고령친화산업 관련 추진 업무의 중복으로 향후 산업의 진흥 위한 범부처 업무추진 컨트롤 타워가 필요함

보건복지부

- 영양서비스
- 의약품, 화장품
- 건강기능식품, 급식서비스
- 주택서비스 (요양시설)

기획재정부, 금융위원회

- 주택서비스 (재무리스크 관리)
- 금융자산관리 서비스

산업통상 자원부

- 정보기기 및 서비스 (의료, 생활, 주거, 여가)

국토해양부

- 영양주택서비스 (고령에 맞는 주거 시설, 요양시설)
- 교통수단 및 시설 서비스

문화체육관광부, 농림수산식품부

- 여가문화 관련 건강서비스
- 영농지원서비스 (고령친화농산품)

범부처 컨트롤 타워

보건복지부 산하기관의 분절적 업무 분담

고령친화산업에 대한 산하기관별 상호 분절적 업무 수행으로 표준화 된 업무 조율 및 진행에 어려움이 있음

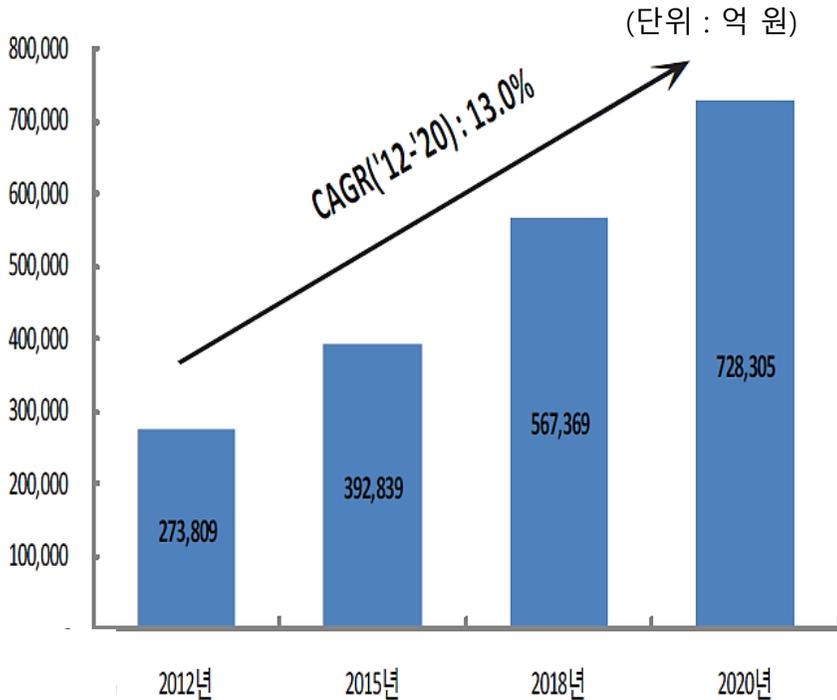
* 보건복지부 산하 기간별 고령친화산업 지원센터설립, 일자리 창출 사업, 우수제품 및 사업자 평가사업 등 개별화 된 업무 추진으로 상호 연계를 통한 시너지 창출의 어려움



고령친화산업 시장규모 - 지속적인 성장 전망

고령친화산업 시장규모는 2012년 27조원에서 2020년 73조원으로 연평균 13.0% 성장할 것으로 전망

고령친화산업 시장규모 전망



세부산업별 시장규모 및 전망

(단위 : 억 원, %)

구분	2012년		2015년		2020년		CAGR (12-20)
	시장규모	비중	시장규모	비중	시장규모	비중	
의약품	37,791	13.8	54,010	13.8	97,937	13.4	12.6
의료기기	12,438	4.5	17,827	4.5	32,479	4.5	12.8
식품	64,016	23.4	93,609	23.8	186,343	24.2	13.5
화장품	6,945	2.5	10,645	2.7	21,690	3.0	15.3
용품	16,689	6.1	18,770	4.8	22,907	3.1	4.0
요양	29,349	10.7	46,533	11.9	100,316	13.8	16.6
주거	13,546	5.0	14,209	3.6	14,301	2.0	0.7
여가	93,034	34.0	137,237	34.9	262,331	36.0	13.8
합계	273,809	100.0	392,839	100.0	728,305	100.0	13.0

✓ 고령친화 9대 산업 중 금융산업을 제외한 시장규모임

보건산업진흥원(2015), 고령친화산업 시장 동향

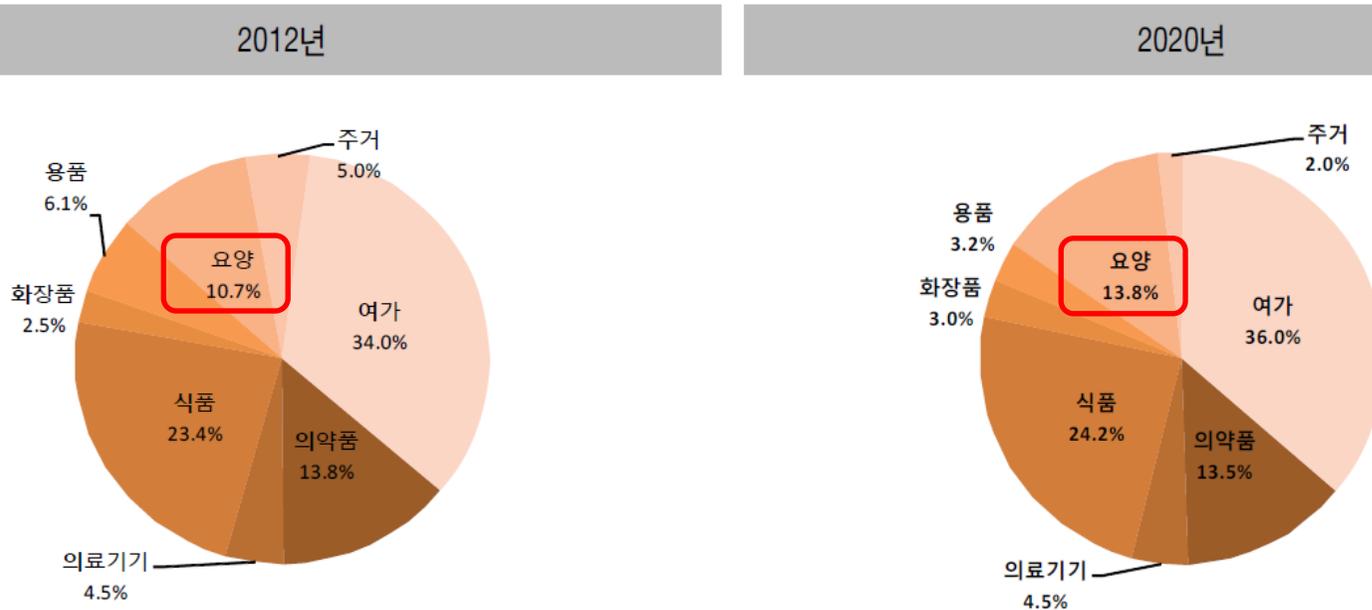
보건산업진흥원(2015), 고령친화산업 시장 동향

고령친화산업 분야별 시장규모

2012년 기준, 가장 큰 비중을 차지하고 있는 산업은 고령친화 여가산업(약 9조 3,000억 원, 34.0%)이고 이어 식품, 의약품 순임

* 특히, 2020년 시장규모 중 가장 큰 비중 변화를 보이는 산업은 영양산업(2012년 10.7% → 2020년 13.8%)으로 연평균 증가율이 16.6% 예측됨

고령친화산업별 비중 변화



보건산업진흥원(2015), 고령친화산업 시장 동향

주요국 동향(일본)

일본 정부와 기업, 피할 수 없는 고령화를 산업발전에 적극 활용

* 新고령 세대의 등장과 소비패턴에 따라 여러 산업분야가 함께 진화



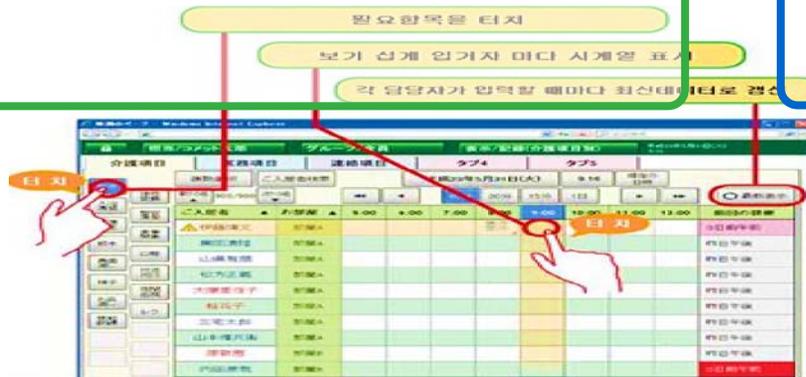
일본의 스마트 간병

IT를 활용한 스마트 간병과 의료 산업 분야에 주목

* 2012년 클라우드 형 간병, IT 간병기록 서비스 등 스마트 폰의 보급이 어우러진 새로운 IT 산업 등장

사례1 : 클라우드 기반 콜센터

- 클라우드를 사용한 저가의 콜센터 시스템 개발
- 휴대전화 GPS와 연동되어 고령자의 위치를 실시간으로 파악 가능
- 통화기록이나 처방약, 연락처 등은 데이터 센터에 보존



사례2 : 간병기록 IT화에 의한 산업화

- Teac System Create 는 IT를 활용한 신산업 주도
- 스마트 폰이나 PDA단말기를 사용하여 실시간 최신 정보 공유 가능
- 정보공유를 통해 균일적인 간병 가능 및 데이터 수집 시간 단축시켜 업무 효율화 도모

< Teac System Create 의 간병 소프트웨어 >

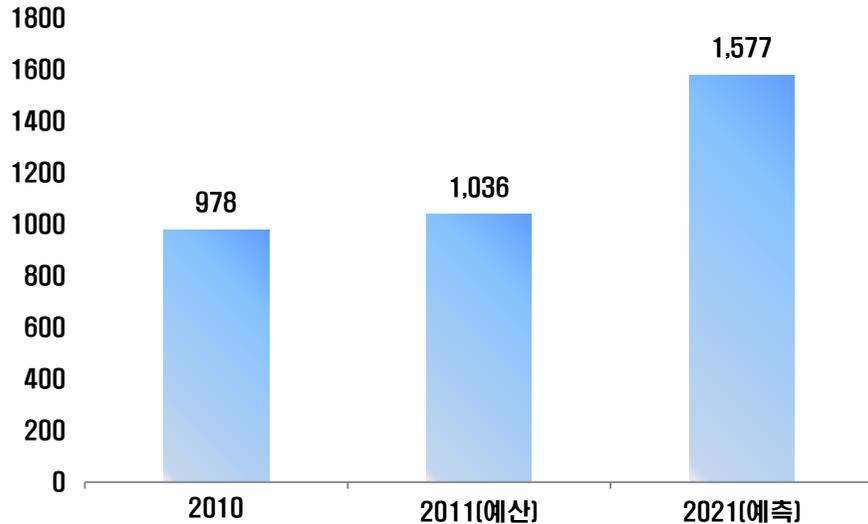
일본의 고령자식품 산업

의료시설에 국한되었던 고령자용 식품개발에서 탈피하여 고령자 개개인의 다양한 수요에 부합하는 식품 개발 개시

- * 미음 · 푸딩 등 유동식품(liquid food)과 젤리 등의 매출이 2011년 연간 1,000억엔 돌파
 - ✓ 병원이나 간병시설 뿐만 아니라 재택 간병의 증가로 수요가 대폭 늘어날 전망
 - ✓ 개호식품 구분 기준 마련하여 표준화를 통한 고령자 식품성장 촉진

일본의 간병 · 고령자 음식 시장규모

(단위 : 억엔)



KOTRA(2012), Global Market Report

일본의 간병 · 고령자 음식 시장규모

섭취에 용이하게 짧은 면 파스타



장어 맛 무스제품



**연하기능
저하된
고령세대를
위한
제품군 확보**

갈아만든 과일



고단백 열량 함유한 푸딩



일본의 고령자특화 소매업

고령세대 생활습관에 맞춘 ‘新실버 소매산업’ 으로 개편

특화 소매점과 PB상품

- ✓ 지역 인구 구조에 맞춘 소매점으로 전환 시도
- ✓ 고령자들이 선호하는 단맛과 부드러움을 강조한 식품을 출시하여 소비층 공략

고령자전용 택배 서비스

- ✓ 조리된 음식을 자택까지 배달해주는 ‘타쿠쇼쿠 [宅食]’ 서비스가 각광
- ✓ 쇼핑이나 조리가 곤란한 고령자를 위한 밸런스 식단이 높은 호응을 얻음
- ✓ 2010년 기준 532억엔에서 2021년까지 1,060억엔의 거대시장으로 성장 예상

소량포장 통신판매의 증가

- ✓ 독신, 2인 세대가 늘어나면서 소량 포장 전략을 구사
- ✓ 30대가 중심이 되고 있는 통신 판매도 고령자를 대상으로 마케팅 확대

일본의 라이프엔딩 산업

新 고령세대를 겨냥한 프리미엄 여행

* 테마별 여행상품 개발의 증가

- ✓ 新고령 세대의 호기심 충족을 위해 취미활동과 여행을 접목시킨 테마 여행상품이 증가
- ✓ 배우자 또는 친구와 일정을 맞추기 힘든 사람을 배려한 '혼자 여행하기' 상품도 증가
- ✓ 일본의 신세대 고령층은 청년문화를 이끌어온 세대로 호기심이 강함

* 라이프 엔딩 산업

- ✓ 경제적 풍요로움보다 궁극적인 행복의 의미와 삶의 질에 주목하기 시작
- ✓ '인연'의 중요성과 가족에 대한 사랑, 인생의 마무리를 생각하게 해주는 계기로 작용
- ✓ 미래에 대한 불안이 가중되면서 '죽음'에 대한 의식도 변화

간병 전문 여행사

고령자의 여행 지원 및
간병 여행 제공

생전계약 서비스

사후 사무 지원으로
가족기능의 외주화

밝은 영정사진 촬영

정신적 부담 완화 및
행복한 라이프 엔딩지원



고령인구의 빠른 증가로 2015년 중국 고령 세대는 2억 명으로 총 인구의 15%, 전 세계 고령화 인구의 1/4을 차지함

- ✓ 2025년 3억 명, 2033년에는 4억 명, 2050년 전후에는 4억 8700만 명으로 늘어나 전체 인구의 34.8%를 차지할 전망

· 2000년 ~ 2050년 중국의 60세 이상 인구 증가 추이

인구 (단위 : 천 명)

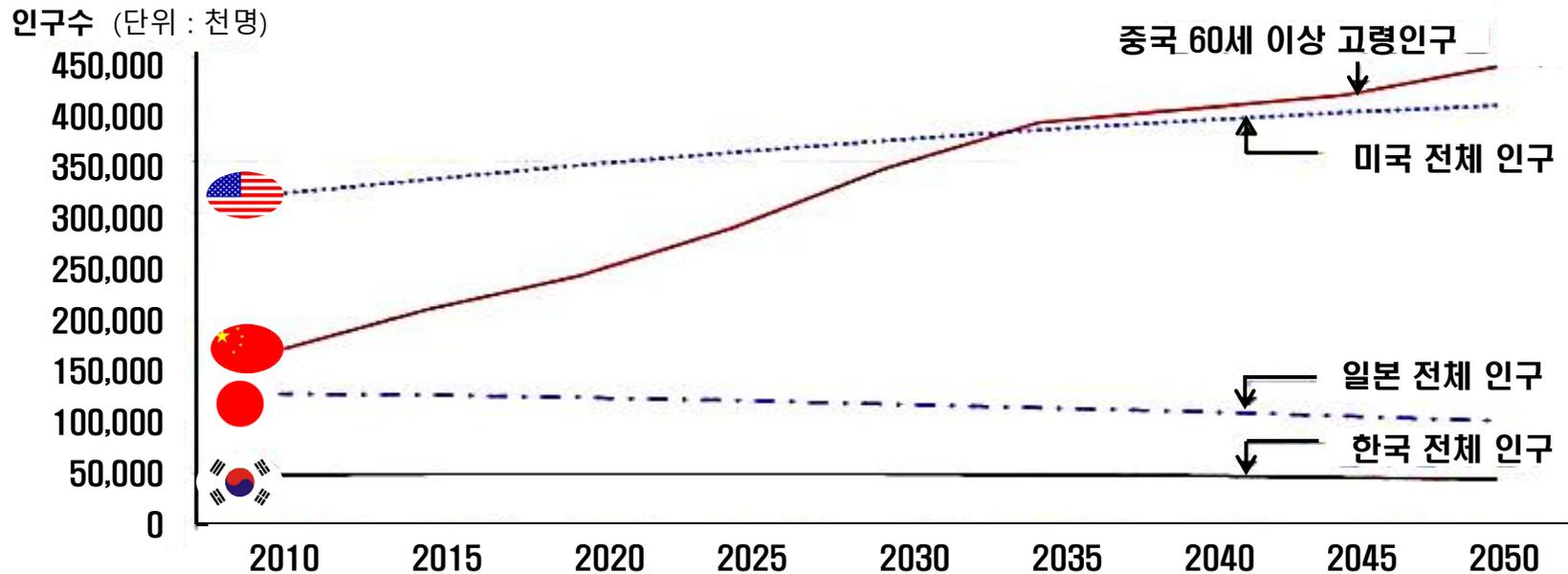


중국 고령화 현황

베이비부머 세대의 은퇴시기와 산아제한정책으로 인한 출산율 감소가 맞물리면서 고령화 추세는 심화될 전망

- ✓ UN은 2030년 중국의 60세 이상 노인 인구가 미국의 총 인구 (약 3억 5000만 명)를 넘어설 것으로 추정

· 노인인구 변화의 국제 비교 (2010~2050년)



중국의 노인인구 잠재 소비력

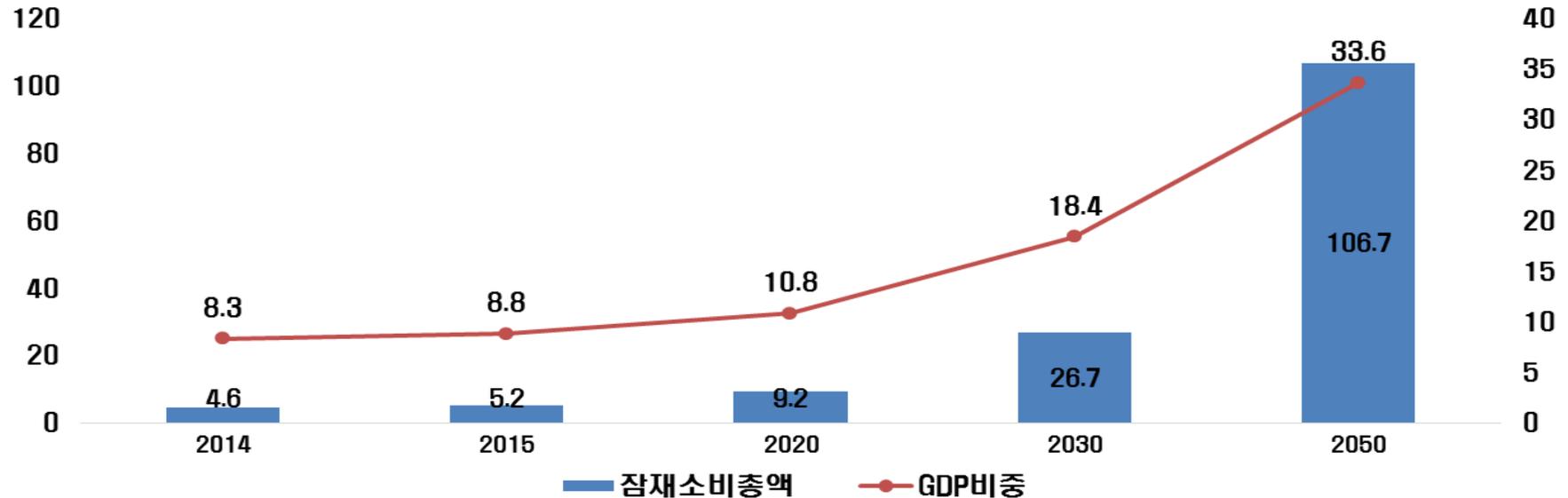
중국노령협회는 중국 노인인구의 잠재소비력을 2014년 4조 위안에서 2050년 106조 위안으로 증가할 것으로 추정

* 중국경제의 지속적인 성장에 따라 퇴직금, 재취업 소득 증가

✓ GDP에서 차지하는 고령 세대 잠재소비 비중이 2014년 8.3%에서 2020년 10.8%, 2050년 33.6% 증가할 것으로 추정

· 중국 노인인구 잠재소비력 추정

(단위 : 조 위안, %)



보건산업진흥원(2015), 고령사회에 대응하는 빅데이터 활용 및 산업화 - 고령친화산업 해외시장 정보

중국의 고령친화산업 현황

잠재 소비력이 있는 고령 세대의 급속한 증가로 보건식품, 간병용품 뿐만 아니라 생활 돌봄, 재활, 정신건강 등 관련 서비스 수요 급증

보건식품

- 노인인구 중 21.9%가 보건식품을 복용하고 있으며 그중 10.5%가 매일 복용하는 것으로 예측
- 2012년 보건식품 위주의 건강산업 시장규모는 5,600억 위안이며, 중국정부가 허가한 보건식품 종류도 11,862종에 달함

간병용품

- 중국 실금노인의 수가 증가하고 있어 성인기저귀, 간병매트 등 간병용품 수요 증가
- 중국노령과학연구중심에 따르면 중국 실금노인은 2015년 1,945만 명에서 2020년 2,240만 명으로 증가할 것으로 추정됨

중국의 구조적 문제

중국은 고령화에 대처할 만한 소득 수준과 사회보장체계를 갖추지 못한 상황에서 급속한 고령화가 진행됨



- 베이비부머 은퇴 시기와 산아제한정책이 복합적으로 작용하여 고령화 추세가 심화됨
- 웨이푸셴라오(未富先老)
 - 선진국들은 1인당 GDP 1만~3만 달러 이상인 시기에 고령화 사회에 진입했으나 2015년 중국 1인당 GDP는 7000달러(4만 위안)임

- 중국의 연금제도는 도시와 농촌이 이원화되어 전국적인 연금제도 구축 안됨
 - 양로보험(국민연금 해당)제도를 개혁해 전국적인 도·농 통합 체계 구축 추진
- 전국민 의료보험 달성 목표를 추진 중이나 아직 농촌 주민은 혜택을 받지 못함

✓ 중국 특유 현상으로 자리잡은 웨이푸셴라오(未富先老) - 부를 쌓기 전에 늙다

초기단계에 있는 중국의 고령친화산업

고령친화산업이 빠르게 성장하고 있으나 아직 초기단계로 관련 상품 종류가 적고 기능, 품질, 디자인 면에서 단조로워 수요를 충족시키지 못함

· 중국 고령친화산업 시장 문제

낮은 산업 집중도

- 노인생활과 직접적인 연관이 있고 노인의 편의를 고려한 제품이 부족하고 질 또한 천차만별임
- 노년층 대상으로 한 제품 및 서비스 부족
 - 아동, 여성을 대상으로 한 시장 세분화 및 다양한 발전

고령친화산업 기업 부족

- 중국 고령친화산업 기업 부족
 - 주로 정부와 사회공인단체 중심으로 민간기업의 참여가 낮음
- 노인용품, 양로서비스 분야 수요 증가에 비해 공급되는 노인용품은 전체 수요의 약 10% 수준에 불과

낮은 기업 브랜드 인지도

- 중국 기업의 낮은 브랜드가치
 - 노인용품 관련 기존 제품들이 저가형이고 범주가 넓지 않음

중국 양로서비스시장에 진출한 미국 일본 기업

향후 중국의 고령친화산업은 정부 대책과 함께 중국 내외 기업 진출이 대폭 확대될 것으로 보임

- ✓ 중국 정부가 100% 외자 형태의 노인요양시설 설립을 허용함으로써 일본계와 미국계 기업이 양로서비스시장에 진출함

· 중국양로서비스시장에 진출한 외국기업 현황

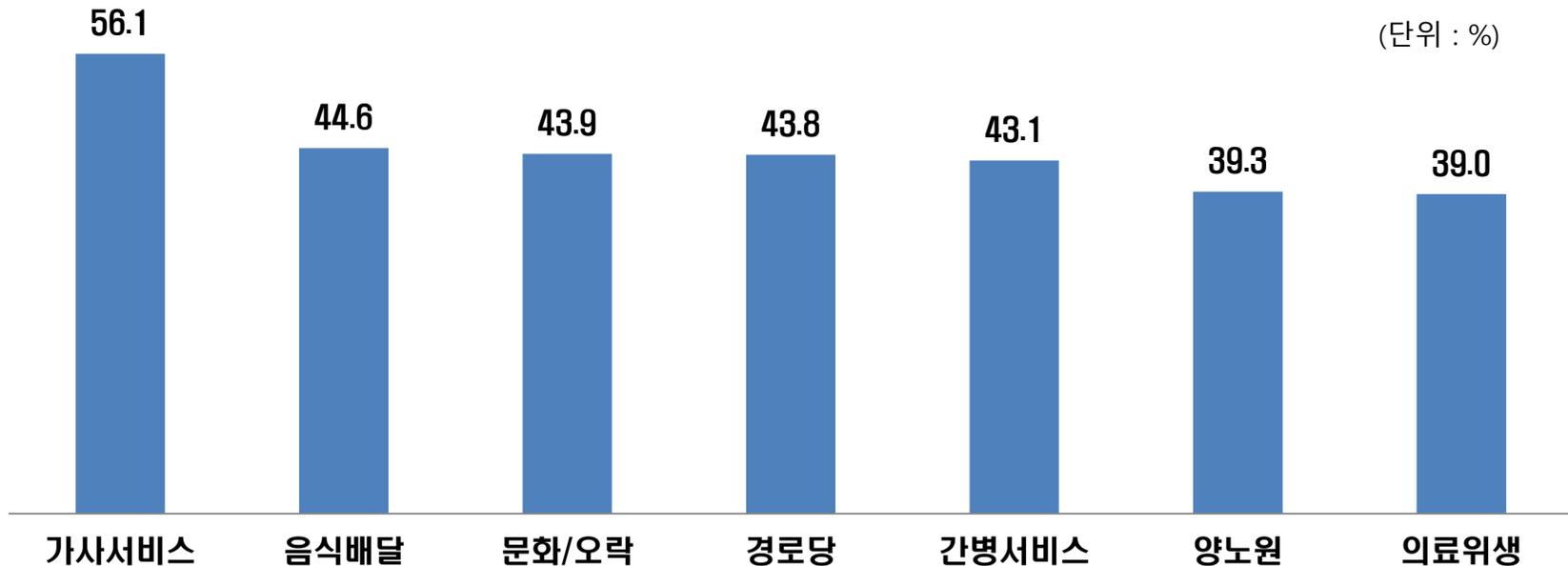
진출 분야	기업	국적	진출 지역
실버주택 및 노인요양시설	RIEI 주식회사	일본	상하이, 베이징
	WIS Net	일본	다렌
	기노시타 카이고	일본	베이징 등 5개 지역
방문간호서비스, 간병인 교육훈련	콜롬비아태평양관리그룹	미국	상하이 등 3개 지역
	Right at Home	미국	베이징, 다렌 등
	Home Instead Senior Care	미국	우한
양로산업관련 시스템 및 노인용품	Guest House	일본	상하이
	日立system	일본	광저우, 상하이
	OG GIKEN	일본	상하이
	Paramount Bed	일본	상하이, 우시

중국정부의 요양서비스 육성이지

1인 노인 가구 증가로 노인들의 수요를 충족시키고 서비스산업 고도화를 달성하기 위해 양로서비스를 강력하게 육성함

- ✓ 2014년 8월 재정부는 서비스 발전을 위한 특별자금 24억 위안을 지린, 산둥 등지의 양로서비스 산업화 시범사업에 지원하기로 발표함

· 북경시 1인 노인가구가 원하는 양로서비스 현황



폭증하는 중국의 고급 실버타운

은퇴 공무원, 기업가, 교수 등 중고소득층을 대상으로 한 최고급 시설을 갖춘 회원제 실버타운이 인기임

- ✓ 친허위안(親和源) : 상하이에 위치하며 가입비는 최대 98만 위안(연회비 7만 4,000 위안)

부동산 기업

- 완커부동산 : 베이징에 1,200여 세대 규모의 실버타운 및 칭다오, 우한, 관둥 실버타운 조성
- 바오리부동산 : 베이징, 상하이, 광저우 등 6개 도시에 7개의 실버타운 건설

보험사

- 중권핑안 보험, 중권생명, 중권타이핑, 타이강생명 & 허중생명 등 7개 보험사 진출, 투자금액 규모는 1,000억 위안에 달함

국영기업

- Sinopec : 쓰촨성 피현에 80억 위안 투자로 1만 병상 이상의 실버타운 개발 계획
- Sinohydro : 충칭시와 합자금으로 80억 위안 투자하여 실버타운 개발 계획

Contents

1. 몸도 마음도 젊어진 한국의 新고령 세대

2. 新고령 세대의 달라진 소비트렌드

3. 진화하는 고령친화산업 - 한·중·일 사례

4. 신 성장동력산업 추진 전략

5. 시사점

고령친화산업 비전

고령친화산업을 차세대 성장동력화하여 산업 활성화와 복지수준 향상의 선순환 유도

비전

고령친화산업을 미래 성장동력산업으로 육성

목표

2020년까지 성장률 15%, GDP 대비 5%로 시장규모 확대

- 고령친화산업의 차세대 성장동력화
- 시장성 확보 및 국제경쟁력 강화
- 공공성 증진으로 노인의 삶의 질 향상

지원체계 강화

- 고령친화산업제도 개선
- 고령친화산업 시장동향 조사분석
- 품질기준 개발 지원

수요기반 창출

- 고령친화산업 홍보강화
- 소비활성화 기반조성
- 고령친화산업 해외진출 지원

산업경쟁력 향상

- 미래 수요에 부합하는 우수 양성
- 고령친화 핵심 전략기술 개발 지원
- 융합산업 활성화 지원

고령친화산업 추진전략

추진전략 1. 기술개발 및 클러스터 구축

✓ UD(Universal Design)

- “노인이 편리하면 모든 사람이 편리하다(Design for all)” 라는 취지에서 노인의 선호(편리성과 안전성)를 우선 고려하여 개발한 범용성 있는 기준
- EU 등 선진국에서는 고령친화제품에 대한 가이드라인으로 활용

고령자를 위해 동선을 고려한 침실



고령자가 사용하기 편리한 욕실



문턱을 없앤 발코니



고령친화산업 추진전략

추진전략 2. 산업체 지원 확대

산업클러스터 구축 및 Star Company 육성

- ✓ 중소기업에 대한 기술개발, 기술지도, 인력양성, 장비활용, 마케팅 등 복합 지원
 - 지역 전략사업과 연계한 고령친화산업 클러스터 활성화(RIS 사업 등)
 - 고령친화용품 산업화 지원센터 기능 강화(부산 산업화지원센터 등)
- ✓ 국제경쟁력이 있는 유망업체를 발굴, 타 업체가 벤치 마킹할 수 있는 모범사례로 제시



우수제품 전시기회 확대

- ✓ 국내 개최 국제박람회 규모 확대 및 내실화
- ✓ 국내 기업의 해외박람회 참가 적극 유도로 해외 마케팅 전략 강구
 - ※ 日) 동경, 오사카 獨) Dusseldorf, 美) Atlanta 등



고령친화산업 추진전략

추진전략 3. 고령친화용품 공적 급여 확대

* '08. 7월부터 노인장기요양보험제도의 주요사업에 포함

✓ 기대효과 : 고령친화용품에 대한 인식 전환 및 수요 진작의 계기 마련

: 장기요양 대상(치매 등 중증환자) 노인에게 편익 제공 및 노인의 삶의 질 향상



급여대상

중증요양노인(1-3등급) 중 재가서비스 대상자 (1-3등급은 노인의 약 3% 추정)

급여한도액

100만원 내외(공적급여 85%, 본인부담 15%)

※ 재가서비스 : 방문요양, 방문간호, 방문목욕, 주·야간보호, 단기보호, 기타 재가

공급분야

15개 품목 내외 (대여와 판매 병행)

※ 판매 : 목욕의자, 간이 변기 등 / 판매 또는 대여 : 휠체어, 침대, 욕창방지용품 등

Contents

1. 몸도 마음도 젊어진 한국의 新고령 세대

2. 新고령 세대의 달라진 소비트렌드

3. 진화하는 고령친화산업 - 한·중·일 사례

4. 신 성장동력산업 추진 전략

5. 시사점

일본 성공요인 VS 국내현황

한번 사용하기 시작하면 재구매 비율이 높은 고령 세대 특성 공략



일본

- 정부 · 지자체 지원으로 2012년 전국 81개 시니어 상설 체험전시장 운영
 - 경험재 특성 지닌 시니어 용품 산업 성장 기폭제 역할 수행 (예 : 오사카 ACT Ageless Center)

한국

- 2007년부터 시니어 상설전시, 체험관 건립 사업 추진
 - 2012년 전국에 3곳(일본의 약 3%) 설치에 그쳐 파급효과 부족
 - 전문 의료기기 품목 위주 전시로 일반 고객 니즈와 상이함

• 체험 가능한
각종 시니어 제품



보건산업진흥원(2013), 일본 시니어산업 성공요인 및 국내현황 비교

일본 성공요인 VS 국내현황

편의점부터 백화점까지 어디서든 구매 가능한 유통망 조성



일본

- 시니어용 PB상품판매장 구비
- 스스로 조리가 어려운 시니어를 위해 건강메뉴 완제품을 집으로 배달 서비스 활성화
 - 도시락 택배회사 와타미타쿠쇼쿠



한국

- 대형유통점, 백화점 등 시니어제품 관련 코너 부재
 - 영유아 130만 명, 시니어 인구 670만명이나 인프라는 역전됨
 - 시니어용품 및 식품 전문 판매장 부재



• 재택 배식 도시락

• 별도 마련된 유아용품 코너

보건산업진흥원(2013), 일본 시니어산업 성공요인 및 국내현황 비교

일본 성공요인 VS 국내현황

규격과 표기법의 표준화로 소비자에게 가장 필요한 제품 선택 지원



일본

- 시니어식품별 생산 규격, 정보 표기법 통일하여 편의성 제고
- 이용자의 신체적 능력에 맞춰 제조된 가공식품인 “유니버설디자인푸드”
 - 생산규격 표준화 / 자체인증마크 / 섭취가능대상 세분화

한국

- 표준화 부재로 제품 구매 시 혼란
 - 고령친화 우수제품 인증제도가 존재하지만 식품에 있어 국가인 증제도 부재
 - 계량적 기준이 부재한 모호한 설명방식

건강경제 기본방향과 주요 관점

건강경제는 기존의 산업 섹터 중심에서 경제 전반으로 관점 확대

보건산업 관점

- 산업 섹터 관점
- 의료서비스, 제약, 의료기기, 기타 건강 관련 산업 포괄
- 보건산업의 성장 중심

✓ 관점

✓ 범위

✓ 포커스

건강경제 관점

- 건강과 경제시스템 전반 관점
- 건강과 관련된 모든 경제활동 포괄
- 건강과 산업의 상생 발전

국민건강경제 2030

IT와 미래의료기술의 활용으로 고령화와 급증하는 의료비에 대응

기존 관점

산업발전과 건강복지의
대립 갈등

제한된 파이 내
Zero-Sum

치료 중심 산업

공급자 주도

개별 기술 중심

High End 기술 중심

기존 기업, 연구소 중심

내수 중심 산업

개별 제품, 서비스 진출

건강경제 패러다임

산업발전과 건강복지의
상생조화

파이를 키우는
Positive-Sum

예방, 건강관리 강조

개인 소비자 참여 강조

플랫폼 기술 활용

적정기술 활용

개인 창의성, 창업 강조

해외시장 적극 진출

시스템 수출

주요 추진 과제

IT Health 빅데이터

고령친화산업

헬스케어 창업

적정의료기술

K-메디 패키지

통합 의료



감사합니다.