

# 현안과 과제

■ 실버 경제의 기회 요인과 시사점  
- 독일, 고령화를 신성장동력으로 활용

## &lt; 요약 &gt;

### ■ 실버 경제(Silver Economy)의 대두

'실버 경제'란, 고령화를 새로운 기회로 인식하고 고령자들에게 새롭고 혁신적인 제품과 서비스를 제공함으로써 새로운 일자리를 창출하고 기업과 국가의 경쟁력을 높이는 것을 말한다. 이미 초고령 사회에 진입한 독일은 국내외 고령관련 시장을 선점하고 성장잠재력을 높이기 위해 실버 경제의 구현에 적극적이다. 반면 한국은 급격한 고령화로 2050년경 세계 2위의 고령 국가가 되지만 고령화를 위협 요인으로만 바라보면서 수요 측면의 기회 요인은 간과되고 있다.

### ■ 독일 실버 경제의 내용

**(고령자가 소비 시장을 주도)** 실버 경제에서는 첫째, 고령층이 최대 소비자로 부상하고 소비 확대를 주도하게 된다. 독일에서 최대 소비 계층으로 부상하는 65세 이상 고령층은 순소득의 80% 이상을 소비하여 청·장년층에 비해 소비 성향이 높다. 이에 독일의 총 소비 중 고령 가구의 비중은 2010년 32%에서 2030년 42%로 10%p 증가될 것으로 전망된다. 또한, 보스턴 컨설팅에 따르면 독일 개인 소비는 2007년 1.2조 달러에서 2030년 1.6조 달러로 확대되는데 55세 이상의 고령자들의 소비가 약 3,000억 달러 늘어나 전체 소비 성장의 약 86%를 기여하며 소비 확대를 주도하게 된다.

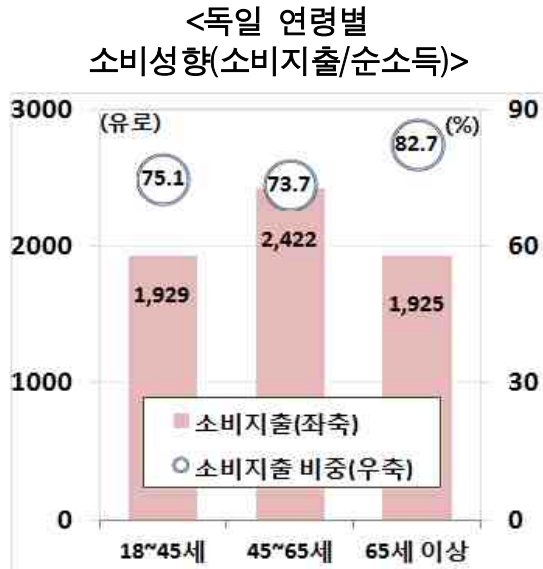
**(고령친화 제조업 확산)** 둘째, 고령친화 제품이 확산되고 고령 기술(Gerontechnology)에 기반을 둔 제조업이 발달한다. 고령친화 제품은 고령자의 요양 용품뿐만 아니라 음식료에서 의류, 가전 등에 이르는 모든 제품을 포괄한다. 고령친화 제조업은 단순한 포장재 변화부터 새로운 상품 개발까지 고령자들의 사용 편리성을 극대화시키게 된다. 이외에도 바이오·로봇 등 고령 기술을 활용하는 새로운 실버 시장도 확대된다.

**(고령관련 서비스업 발달)** 셋째, 원격 의료, 스마트 홈 등 고령관련 서비스업이 빠르게 성장한다. 독일은 건강 관련, 거주지 돌보미 등 사회 복지 서비스업이 성장하면서 고령관련 서비스업의 비중이 1991년 6.0%(부가가치 기준)에서 2011년 8.1%로 확대됐다. 최근에는 고령자의 이용 편의를 위한 서비스 환경 개선, 주거·의료와 ICT 간 융합, 은퇴자를 위한 서드 에이지 교육 등 고령자에 특화된 서비스업이 빠르게 성장하고 있어 고령관련 서비스업의 비중은 더욱 확대될 것으로 보인다.

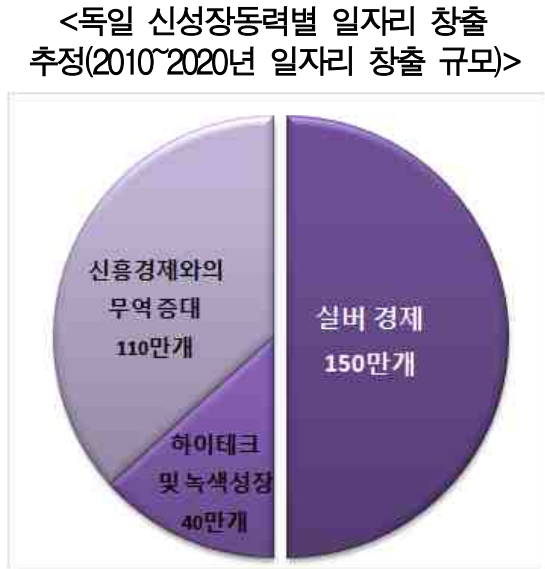
**(고령 기술의 첨단화)** 넷째, 고령 기술이 첨단기술로 인식되어 R&D 투자가 늘어난다. 독일 정부는 고령화를 경제의 기회요인으로 인식하고 '첨단기술전략 2020'에 기반하여 매년 3~4억 유로(약 4,200~5,600억원)를 고령관련 R&D에 지원하고 있다. 또한, EU의 고령자의 독립적 삶을 지원하는 약 7억 유로 규모(2013~2020년)의 AAL 기술 관련 R&D에도 기업과 연구기관들이 적극적으로 참여하고 있다.

**(고령관련 일자리 창출 확대)** 다섯째, 고령관련 산업이 일자리 창출을 이끈다. 독

일의 고령관련 서비스업의 일자리는 1991년 295만명에서 2011년 461만명으로 165만명 증가해 고용 창출력이 매우 높았다. 한편 Oxford Economics에 따르면, 독일은 실버 경제의 구현을 통해 2010년부터 2020년까지 총 150만개의 신규 일자리를 추가할 수 있다고 전망되고 있고 실버 경제가 경제 전반의 고용 창출을 이끌 것으로 예상된다.



자료: 독일 통계청.



자료: Oxford Economics.

■ 시사점

한국도 고령화에 효과적으로 대응하고 해외 실버 시장에서 경쟁력을 갖추기 위해서는 '한국형 실버 경제' 모델을 발전시켜야 한다. 이를 위해 첫째, 고령자 소비 시장을 구축하고 안정된 노후 보장을 통해 이를 활성화해야 한다. 은퇴 후 소득 보전, 의료비 부담 경감 등을 통한 안정된 노후 생활 보장과 고령친화 일자리 발굴로 일자리 유지 기간을 늘려 주는 정책이 보완되어야 한다. 둘째, 해외 실버 시장을 선점할 수 있는 고령친화 제조업을 키워야 한다. 국내외 고령 소비자를 확보할 수 있는 고령친화 제품의 개발을 확대하고 관련 기업의 육성도 필요하다. 셋째, 고령관련 서비스업의 활성화로 국내 내수시장을 키워나가야 한다. 이를 위해 고령자에게 특화된 건강 및 의료, 교육, 금융 등의 서비스 시장을 꾸준히 개발해야 한다. 넷째, 고령화에 특화된 R&D 펀딩을 조성하고 독일, 일본 등과의 연구 개발 협력도 강화해야 한다. 정부의 R&D 자금의 일정 부분을 고령관련 R&D에 특화하여 지원하고 고령관련 기업에 투자하는 민간펀드 조성도 고려할 필요가 있다. 다섯째, 고령관련 일자리에 대한 체계적인 훈련 체계와 자격시스템을 구축할 필요가 있다. 특히 독일과 같이 '고령자 케어 전문 인력 육성 프로그램' 등을 강화할 필요가 있다.

## 1. 실버 경제(Silver Economy)의 대두

- 최근 유럽에서는 고령자를 위한 신 시장 창출, 이에 따른 일자리 확대 등 고령화를 신성장동력으로 보는 '실버 경제'에 주목하고 있음
  - (정의) 실버 경제(Silver Economy)란, 고령화를 새로운 기회로 인식하고 고령자들에게 새롭고 혁신적인 제품과 서비스를 제공함으로써 새로운 일자리를 창출하고 기업과 국가의 경쟁력을 높이자는 것임<sup>1)</sup>
    - 실버 경제는 고령자를 단지 복지 공급의 대상만이 아닌 중요한 소비자로 인식하고 이들을 위한 제품, 서비스 시장을 확대하고 신시장도 창출
    - 보스턴 컨설팅, 액센츄어 등 글로벌 컨설팅 기관들과 다수의 연구자들도 '실버 경제'를 미래의 새로운 성장 동력으로 인식<sup>2)</sup>하고 있음
  - (실버 경제의 확산) EU는 실버 경제를 고령화에 대비하고 지속성장을 위한 전략으로서 회원국들에게 제안했고 각 국 정책에 반영되고 있음
    - EU는 2007년 고령화에 대응하고 성장잠재력을 제고하고자 회원국들에게 실버 경제 구현을 위한 경제 개혁을 제안하였음
    - 이후 EU 차원에서 고령화 관련 연구가 확대되고 독일, 프랑스, 폴란드 등은 '실버 경제 전략(Strategy of Silver Economy)' 마련하고 자국 정책에 반영
  - (실버 경제의 선두 주자, 독일) 이미 초고령 사회에 진입한 독일은 고령관련 시장을 선점하고 성장 잠재력을 높이기 위해 실버 경제에 가장 적극적임
    - 독일의 총 인구 중 65세 이상 인구 비중은 2008년 20%를 넘어 초고령 사회에 진입했고 2050년경에는 33%에 달하며 EU 전체적으로도 고령자는 2010년 1.2억 명에서 2050년 1.9억 명으로 늘어날 것으로 전망됨
    - 최근 독일 정부는 고령자 정책에 있어 '경제 요인으로서 고령화'에 대한 연구를 확대하는 등 실버 경제를 강화
    - 한편, Oxford Economics는 독일이 실버 경제 구현으로 2010년부터 2020년까지 GDP성장률을 연평균 0.2%p 추가적으로 높일 수 있다고 추정

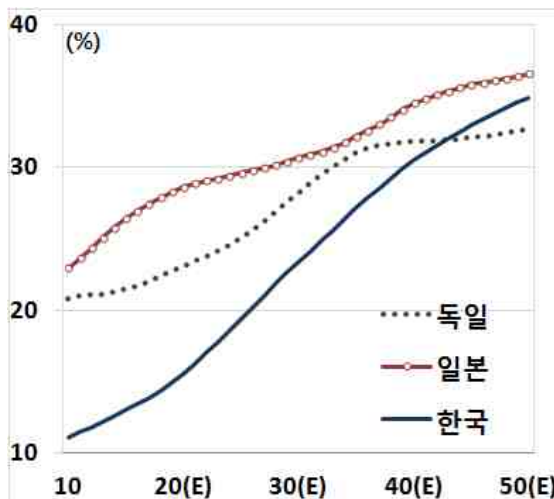
1) 실버 경제는 2005년 독일 본(Bonn)에서 유럽의 삶의 질, 성장과 경쟁력 제고를 위한 컨퍼런스에서 처음 등장.

2) Boston Consulting(2011), Global Aging- How companies can adapt to the new reality?.

Accenture(2011), New waves of Growth-Unlocking opportunity in the multipolar world. 외.

- 한국은 급격한 고령화로 2050년경 세계 2위의 고령 국가가 될 것이나 고령화를 위협 요인으로만 바라보고 수요 측면의 기회 요인은 간과하고 있음
  - 한국은 세계 최저 출산률, 기대수명 증가 등으로 고령화가 빠르게 진행
    - UN 인구추계에 따르면, 한국은 1999년 65세 이상 인구 비중이 7%를 넘어 고령화 사회에 진입했고, 2018년에 14%를 넘어 고령 사회, 이후 8년만인 2026년에는 20%를 넘어 초고령 사회에 진입할 것으로 전망됨
    - 이에 전체 인구를 이등분한 연령인 중위 연령(Median Age)도 2010년 37.8세에서 2050년에는 53.5세로 세계에서 가장 높은 수준으로 상승
  - 그러나 한국은 고령화를 부정적이고 경제의 위협 요인으로만 바라보면서 수요 측면의 기회 요인은 간과하고 있음
    - 60~89세 345명을 대상으로 설문 조사한 결과, 국내 고령자의 약 45.8%가 한번 이상의 노인차별(Ageism)을 경험한 것으로 조사됨<sup>3)</sup>
    - 또한, 경제적으로도 고령화는 과도한 복지부담 증가, 생산성 저하 등 성장 잠재력을 낮추는 요인으로만 평가받고 있고 글로벌 고령화 가속화에 따른 고령 소비자 확대 등 기회 요인에 대한 대응은 미진함
- 이에 본 보고서에서는 독일이 고령화를 신성장동력으로 활용하는 '실버 경제'의 내용에 대해 살펴보고 한국 사회에 주는 시사점을 모색함

<한국의 고령자 비중(65세 이상 인구/총인구)>



자료: UN, 현대경제연구원.

<고령화에 대한 시각차>

	위협 요인으로서 시각	기회 요인으로서 시각
고용	생산가능인구 감소	고령관련 신규 일자리 증가
소비	소비 위축	고령 연령별로 다양한 소비 증대
정부	연금 등 복지지출 확대로 재정여력 약화	소비 세수 확대
투자	투자 감소	고령 기술 등 신기술 투자
기업	생산성 하락	고령친화 제품/서비스의 신시장 창출
성장 잠재력	약화	확대

자료: 국내외 자료를 바탕으로 재구성.

3) 천희란 외(2013), '노인차별(ageism)의 사회경제적 관련요인과 건강영향', 한국노년학 33권 3호.

## 2. 독일 실버 경제의 내용

○ (고령자가 소비 시장 주도) 소비 성향이 높은 고령층이 최대 소비자가 되고 소비 확대를 주도

- 독일의 65세 이상 인구 비중은 2010년 20% 수준에서 2050년 33%로 확대
  - UN 인구 추계에 따르면 독일은 총 인구 감소에도 65세 이상 고령자는 2010년 1,650만명에서 2050년 2,290만명으로 증가하여 총인구의 1/3을 차지하게 됨
  - 특히 독일은 인구 감소에도 가구 수가 2000년 3,816만에서 2012년 4,066만으로 늘어나 소비 위축을 상쇄<sup>4)</sup>시키고 있는데 65세 이상 고령 1인 가구가 2012년 기준 555만 가구로 전체 1인 가구의 33.7%를 차지함
- 독일에서 고령자들은 소득 중 소비지출 비중이 80% 이상으로 청·장년층<sup>5)</sup> 대비 소비 성향이 높게 나타남
  - 독일의 연령별 소비 지출액을 보면 2012년 기준 65세 이상은 평균 1,925 유로로 45~65세의 2,422 유로 보다는 적지만, 18~45세 이하의 1,929 유로와는 비슷함
  - 이에 순소득 중 소비지출 비중이 65세 이상 고령자들은 82.7%로 18~45세의 75.1%, 45~65세 이하의 73.7%보다 높았음

<독일 65세 인구규모와 비중>



자료: UN, 현대경제연구원.

<독일 연령별 소비성향 (소비지출/순소득, 2012년)>



자료: 독일 통계청.

4) Rolf G. Heinze 외, "Silver Economy" in Germany- More than only the 'Economic Factor: Old age', GEROBILM, 2009.  
 5) 인구는 대표적으로 18~35세 에코 부머, 36~47세의 X세대를 청장년층, 48~66세의 베이비부머는 장년층, 65세 이상은 노년층으로 구분하는데 본 보고서에서는 자료 가능여부에 따라 18~45세(금융자산은 16~45세), 45~65세, 65세 이상으로 구분하여 연령별로 비교하였음.



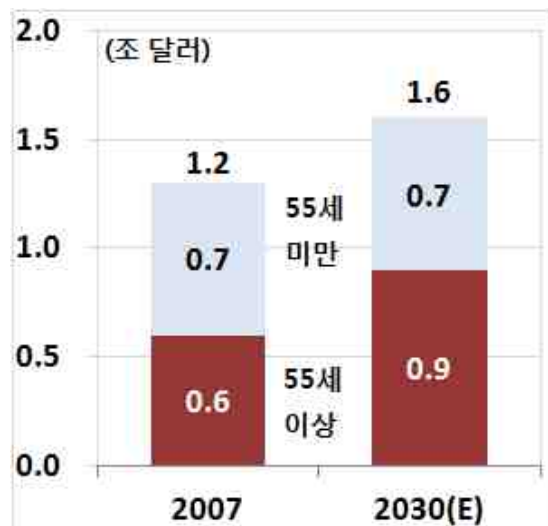
- 고령층이 최대 소비자로 부상하면서 총 소비 중 고령 가구의 소비 비중은 2010년 32%에서 2030년까지 42%로 상승
  - 인구 구조의 변화를 감안한 독일 가구의 소비 비중을 추정한 자료에 따르면, 60세 이상 가구가 총 소비에서 차지하는 비중은 2010년 32.4%에서 2030년 42.0%로 약 10%p 증가되지만 60세 이하 가구는 동기간 67.6%에서 58.0%로 감소
  - 특히, 고령자의 부분별 소비지출 비중은 주거 및 에너지에 대한 비중이 가장 크고 식료품, 건강, 여가 생활 등에 대한 지출도 큰 비중을 차지함
  
- 이에 따라 고령자들의 소비 증가가 2007년 대비 2030년까지 총 개인소비 증가의 약 86%를 차지하는 등 소비 확대를 주도
  - 보스턴 컨설팅에 따르면, 독일 개인소비 시장은 2007년 1.2조 달러에서 2030년 1.6조 달러로 성장할 것으로 전망되는데 55세 이상의 소비가 6,000억 달러에서 9,000억 달러로 증가하면서 전체 소비 성장의 약 86%를 기여<sup>6)</sup>
  - 반면, 55세 이하의 소비는 2007년 대비 2030년 약 1,000억 유로 늘어나는데 그칠 것으로 전망됨

<독일 연령별 가구의 총소비 비중>



자료: NEUJOBS, 'Modelling Economic Potential of Silver Economy', 2013.

<독일 연령별 소비시장 규모 추정>



자료: 보스턴 컨설팅, 'Global aging-How companies adapt to the new reality'.

6) Boston Consulting Group, 'Global Aging- How Companies can adapt to the new reality?', 2011.

○ (고령친화 제조업 확산) 고령친화 제품이 확산되고 바이오·로봇 등 고령 기술에 기반을 둔 실버 시장이 발달

- 고령친화 제조업은 노인 요양 용품뿐만 아니라 음식료에서 의류, 가전, 자동차 등 고령자의 독립적 삶을 지원하는 모든 제품을 포괄
  - 실버 시장<sup>7)</sup>은 독립된 산업이기 보다는 다수의 산업과 연관된 교차 시장 (Cross-Section Market)으로 기존 제품들에 ‘보편적 디자인(Universal design)’ 적용하여 보다 고령자들이 사용하기 편리하도록 변화
  - 즉, 기존 제품의 포장을 변화부터 가구, 가전 등은 고령자의 사용 편리성을 증진시키고 고령자를 위한 식품, 화장품이 개발되는 등 제조업의 전 부문에 적용
  - 예를 들어, 필립스의 치매환자들을 위한 전구, Biozen의 음식을 잘 삼킬 수 없는 고령자를 위한 맞춤형 ‘푸드젯 3D’ 프린터기, 티센크루프의 고령자를 위한 계단 승강기 등 기업들은 기존 제품을 고령 친화적으로 발전시키고 있음
- 또한, 바이오·로봇 등 고령 기술(Gerontechnology)을 활용하는 새로운 실버 시장도 확대
  - 독일 바이오 시장의 약 48%는 의료 분야로 개인 맞춤형 의료, 체외에서 만들어진 세포, 조직 등을 이용하는 재생 의료 등이 빠르게 성장하고 있음
  - 또한, 독일은 고령자에게 생활 보조 서비스를 제공하는 ‘케어 로봇 (Care-O-Bot)’의 상용화도 앞두고 있음<sup>8)</sup>

<고령친화 제조업 적용 분야>		<고령친화 제품 개발 사례>	
구분	제조 분야	구분	기업 예
디자인 및 성능 개선	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 포장 산업</li> <li>▪ 가구와 주방도구</li> <li>▪ 가전 산업 외</li> </ul>	제 품	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>Biozen, 푸드젯 3D프린터:</b> 고령자 맞춤형 음식물 제작</li> <li>▪ <b>GTX 운동화:</b> GPS시스템을 달아 치매 환자 등의 위치 파악</li> <li>▪ <b>필립스, ‘다이나믹 전구’:</b> 치매환자 치료와 거주에 적합</li> <li>▪ <b>티센크루프의 계단승강기:</b> 고령자 집안 계단 이동용</li> </ul>
고령자 제품	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 고령자 맞춤형 식품</li> <li>▪ 안티 에이징 화장품</li> <li>▪ 고령자용 이동 수단 외</li> </ul>		
융합 분야	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 의복, 자동차 등과 ICT 간 결합: 위치전달 및 건강상태 체크</li> </ul>		
신시장	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 로봇 산업</li> <li>▪ 바이오 및 맞춤형 의·약학</li> </ul>	로 봇	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ <b>프라운호퍼의 ‘케어 로봇’:</b> 고령자용 생활보조로봇</li> </ul>

자료: 독일 연방경제기술부의 자료를 활용하여 재정리. 자료: 보도자료 참고.

7) 독일의 실버시장은 고령자 요양 관련 제품/서비스뿐만 아니라 고령자 편의성과 삶의 만족도를 높이는 IT, 로봇, 교육 및 금융 등 총 14가지로 구분하고 있음. P. Enste, G. Naegele, V. Leve, The Discovery and Development of Silver Market in Germany, p.325~339 [in:] F. Kohlbacher, C. Herstatt, The Silver Market Phenomenon-Business Opportunities in an Era of Demographic Change, 2008.

8) 세계 최고령 국가인 일본의 소프트뱅크는 감성을 인식하는 가정용 로봇 페퍼를 2015년 상반기 시판 예정임



○ (고령관련 서비스업 발달) 원격 의료, 스마트 홈, 서드 에이지 교육<sup>9)</sup> 등 고령관련 서비스업이 빠르게 성장

- 고령관련 서비스업<sup>10)</sup>의 비중은 꾸준히 증가되어 왔음

- 독일은 고령친화산업으로 구분되는 보험·연금관련, 건강, 거주지 돌보미 등<sup>11)</sup> 고령관련 서비스업이 차지하는 비중이 1991년 6.0%(부가가치 기준임)에서 2011년 8.1%로 증가
- 특히, 건강 관련(Human Health Activities) 서비스업 비중은 1991년 4.0%에서 2011년 5.4%로 늘었고, 거주지 돌보미 등도 동기간 1.1%에서 2.0%로 증가

- 최근에는 고령자를 위한 서비스 환경 개선, 주거·의료와 ICT 간 융합, 서드 에이지(Third Age) 교육 등 관련 서비스업이 확대되고 있음

- 스마트 주거, 원격 의료 등 고령자의 삶과 건강 상태를 편리하고 지속적으로 관리할 수 있도록 ICT와 융합이 확산되면서 독일의 의료시장 규모는 약 3,000억 유로에서 연간 11% 이상 성장할 것으로 전망되고 있음
- 이외에도 은퇴자에 특화된 교육, 금융, 레저 시장 등도 빠르게 성장하고 있음

<독일의 고령관련 유망 서비스업의 비중>



자료: Eurostat, 현대경제연구원.  
주: 부가가치 기준임.

<고령친화 서비스 개발 사례>

구분	기업 예
서비스 환경 개선	<ul style="list-style-type: none"> <li>카이저 슈퍼마켓: 쇼핑카드, 상품 진열 선반 등에 돌보기와 응급벨 설치</li> <li>올덴버그 주립저축은행: 계단 제거, 근접 주차 등 고령자의 이용 편의성 제고</li> </ul>
ICT	<ul style="list-style-type: none"> <li>스마트 홈: Sensfloor, Sen@home</li> <li>eHealth: 텔레메디슨 등 원격의료</li> </ul>
교육	<ul style="list-style-type: none"> <li>서드 에이지 교육: 울름(Ulm) 대학 등 은퇴자를 위한 맞춤형 교육 제공</li> </ul>
금융	<ul style="list-style-type: none"> <li>Allianz 등은 인구구조 변화에 따라 투자분야를 변경하는 펀드조성</li> </ul>

자료: 보도자료 참고.  
주: Sensfloor, Sen@home은 주택 내 고령자의 움직임을 통해 건강 상태를 체크

9) 서드 에이지는 제 3의 연령으로 중년과 노년 사이 활발히 활동할 수 있는 시기를 일컫음.  
10) 국제적으로 통일된 고령친화 산업 분류는 없지만, 금융, 여가, 요양(보건의료 포함) 분야는 필수적인 산업 분류에 포함되며 그 외에 주거, 일상생활 지원 등이 포함됨. 국가별로는 일본이 1994년 후생노동성에서 고령친화 산업을 개호서비스, 복지기기, 금융, 의료, 레저, 주거, 일상 관련의 7가지 분류로 구분했고, 미국은 노인복지법(1965년)에 따라 요양, 금융, 여가로 프랑스는 고령친화산업을 소득, 보건·의료, 여가문화 및 주거로 구분.  
11) 독일은 실버 시장을 일반 제조업부터 ICT, 문화여가까지 다양하게 규정하고 있으나 국민계정상에서 고령자를 위한 제품과 서비스만으로 별도로 구분할 수 없는바, 보험연금, 건강관리 및 거주지 돌보미만으로 추정.

- (고령 기술의 첨단화) 독일은 의료, 고령자의 독립적 삶을 지원하는 고령 기술에 대한 R&D 지원을 확대
  - 독일 정부는 인구구조 변화 과제를 '고령자의 새로운 미래'로 설정하고 고령자의 사회·경제적 이미지 재구축과 활용에 대해 연구를 확대
    - 고령화 연구는 고령자의 경험과 숙련도 활용, 고령자의 건강 유지, 사회적 통합 및 안전하고 독립적 삶 구축 등이 주요 과제로 설정됨
    - 특히, 고령자의 독립적 삶을 지원하는 AAL(Ambient Assisted Living) 기술과 관련된 53개 프로젝트에 총 8,700만 유로(약 1,220억 원)를 지원하였음
  - 독일은 고령관련 기술을 첨단기술로 인식하고 R&D 지원을 확대
    - 독일 연방정부는 고령화를 경제의 기회요인(Wirtschaftsfactor Alter)으로 인식하고 매년 3~4억 유로를 고령관련 R&D에 체계적으로 지원
    - 주요 분야는 50세 이상을 위한 제품 개발, 의·약학 분야, 고령자의 독립적 삶을 지원하는 ICT 서비스, 원격 의료 등임
  - 또한, EU의 고령화 지원 R&D 프로그램<sup>12)</sup> 등에도 적극적으로 참여
    - EU는 2007~2013년까지 고령자의 독립적 삶을 지원하는 6억 유로 규모의 AAL(Ambient Assisted Living)<sup>13)</sup> 프로그램을 지원했고, 2013~2020년까지 AAL2(Active Assisted Living 2)에 총 7억 유로(약 9,800억 원)를 지원할 계획임

<독일정부의 고령 연구과제>

구 분	내 용
주 제	▪ 고령자의 새로운 미래
주요이슈	▪ 고령자의 경험 및 숙련 활용 ▪ 고령자 건강 유지 ▪ 고령자의 사회적 통합 ▪ 고령자의 안전한 독립적 삶 유지
연구지원 지원규모	▪ AAL(Ambient Assisted Living) 기술 ▪ 53개 프로젝트, 8,700만 유로
연구분야	▪ 고령자의 기존 생활환경을 유지할 수 있는 기술 ▪ 고령자 돌보미 관련 기술 ▪ 고령자의 이동편의 향상 기술 등

자료: 독일 연방교육연구부.

<독일정부의 고령관련 R&D 지원>

구 분	내 용
기 간	2012~2015
규 모	3~4억 유로 (약 4,200~5,600억원)
기 반	첨단기술전략 2020 (5대 분야 중 건강/식량)
프로젝트	▪ 맞춤형 의료를 통한 치료 향상 ▪ 영양 개선을 통한 건강 증진 ▪ 고령자의 독립적 삶 구현
실행계획	▪ 바이오, 게놈 등 맞춤형 의료 ▪ 노령화 연구 ▪ 고령관련 기술연구(Gerontechnology)

자료: 독일 연방교육연구부.

12) P.12 첨부 1. 참조.

13) AAL은 총 19개 유럽 국가, 이스라엘, 노르웨이, 스위스 등이 참여했는데 적어도 각 프로젝트에는 3개국 이상의 중소기업, 연구기관 등의 참여가 요구됨. AAL은 유럽의 산업과 기업(특히, 중소기업)들이 혁신적인 디지털 제품과 서비스를 창조하여 유럽의 고령화에 대응할 수 있도록 지원하는 것을 목적으로 하였음.

○ (고령관련 일자리 창출 확대) 고령관련 제조 및 서비스업이 빠르게 성장하면서 일자리 창출을 주도

- 고령화가 진행되면서 고령관련 서비스업의 일자리 창출력은 매우 높았음
  - 고령관련 서비스업의 일자리는 1991년 295.4만개에서 2011년 460.5만개로 165만개 증가하였음
  - 특히, 총 고용의 연평균 증가율이 2000년부터 2011년까지 0.4%에 그친 반면 건강 관련 1.8%, 거주지 돌보미 등 사회복지 서비스업은 2.2% 증가하여 고령관련 서비스업의 일자리 창출력은 높았음
- 독일은 실버 경제의 구현을 통해 약 150만개의 신규 일자리를 추가적으로 창출할 수 있을 것으로 전망됨
  - Oxford Economics는 독일이 실버 경제 등 신성장동력을 활용할 경우 2010년부터 2020년까지 약 300만개의 일자리를 더 창출할 수 있다고 전망함<sup>14)</sup>. 신성장동력별로 실버 경제로 인한 신규 일자리 창출이 약 150만개로 약 50%를 차지함
  - 특히 독일에서는 2010년 기준 약 240만명의 간호 인력이 일하고 있으나 베이비 부머의 고령화로 2030년까지 약 100만명이 증가된 340만명이 필요할 것으로 전망되고 있음

<독일의 고령 서비스 일자리 추이>



자료: Eurostat, 현대경제연구원.

<독일 신성장동력별 일자리 창출 추정(2010~2020년 일자리 창출 규모)>



자료: Oxford Economics.

14) Oxford Economics는 독일의 2010년부터 2020년까지 현재의 성장 궤도를 유지할 경우 고용이 1% 증가하지만 실버 경제 등 신성장 동력이 확산되면 고용이 8% 증가(약 300만개 일자리 추가)할 수 있다고 전망

### 3. 시사점

- 한국도 고령화에 효과적으로 대응하고 해외 실버 시장에서 경쟁력을 갖 추기 위해서는 ‘한국형 실버 경제’ 모델을 발전시켜 나가야 함

첫째, 고령자 소비 시장을 구축하고 안정된 노후 보장을 통해 이를 활성화해 야 한다.

- 고령자들이 소비 시장의 주축이 될 수 있도록 은퇴 후 소득 보전, 의료비 부담 감소 등을 통해 안정된 노후 생활이 가능하도록 정책 보완이 필요함
- 근로 의욕이 있는 고령자들이 꾸준히 일할 수 있도록 고령친화 일자리를 꾸준히 발굴하고 기업들도 고령 전문인력들의 경험을 공유할 수 있도록 다양한 연령대의 근로자들이 함께 협업할 수 업무 체계를 구축
- 또한, 기대 수명이 지속적으로 늘어나고 있는 만큼 적정 은퇴 시점에 대한 사회적 합의 도출 노력도 필요함
  - 한국의 기대수명은 2012년 기준 81.3세로 독일의 81세보다 높지만 법정 정년은 독일이 65세에서 67세<sup>15)</sup>로 높아지고 있지만 한국은 2016년에서야 60세가 의무화될 예정임

둘째, 해외 실버 시장을 선점할 수 있는 고령친화 제조업을 키워야 한다.

- 국내외 고령 소비자를 확보할 수 있는 고령친화 제품 개발을 확대하고 관련 기업도 체계적으로 육성
  - 독일의 소비시장은 향후 고령자 중심으로 확대되고, 일본의 실버 시장도 약 100조 엔(1,000조원)대로 전망<sup>16)</sup>되고 있음
- 아울러, 세계 실버 시장에 대한 모니터링도 강화할 필요가 있음

15)독일의 법정정년(연금 100%를 수령하는 퇴직 연령)은 2007년 기준 63세에서 65세로 상향 조정 되었고 매년 한달씩 연금 지급 연령이 늦춰져 2029년에는 67세로 조정.

16)AHK(주일독일상공회의소), Silver Business In Japan, 2010.

셋째, 고령관련 서비스업의 활성화로 국내 내수시장도 확대해 나가야 한다.

- 고령자에게 특화된 건강 및 의료, 교육, 레저, 금융 등의 서비스 개발을 통해 국내 내수시장을 확대할 수 있음
- 특히, 고령자의 독립적 삶을 지원하기 위한 의료·주거·교육과 ICT 간 결합이 더욱 중요해 지고 있는 만큼 정부 차원의 육성 방안을 마련할 필요도 있음

넷째, 고령화에 특화된 R&D 펀딩을 조성하고 일본, 독일 등과 고령관련 연구개발 협력도 강화해야 한다.

- 정부 R&D 자금의 일정 부분을 고령관련 R&D에 특화하여 지원함으로써 관련 제품과 서비스를 선진화 시켜야 함
- 고령친화 기업에 투자하는 민간 펀드의 조성을 통한 관련 산업을 성장시키는 노력도 필요
- 또한, 일본, 독일 등 고령관련 기술 선진국들과도 R&D 협력을 강화해야 함

다섯째, 고령관련 일자리에 대한 체계적인 훈련 체계 및 자격시스템도 구축해야 한다.

- 독일과 같이 고령자 케어 인력들이 체계적인 직업교육 훈련을 이수하고 시장에 공급될 수 있도록 '고령자 케어 전문 인력 육성 프로그램'을 강화
- 또한, 고령자의 경우 레저, 여행 등의 활동 시, 건강 문제 등이 발생할 위험이 높은 만큼 관련 기업들이 이러한 상황에 효과적으로 대처할 수 있는 적합한 자격자를 고용하도록 관련 법규를 강화할 필요도 있음

조호정 선임연구원(2072-6217, chjss@hri.co.kr)

## 【별첨 1】 독일 고령자의 소비 여력

○ 독일 고령자는 금융자산이 많고 연금 수급 등으로 소득도 안정되어 있음

- 독일 고령자들은 청·장년층 대비 많은 금융자산을 보유

- 독일의 연령별 금융자산을 보면, 65세 이상이 평균 50,650 유로로 16~45세 22,620 유로보다 2배 이상 많았고 45~65세의 64,345 유로보다는 적었음
- 세부 연령별로도 65~74세 이상이 평균 57,530유로, 75세 이상도 43,770 유로를 보유해 고령자의 소비 여력은 청·장년층 대비 상대적으로 높음

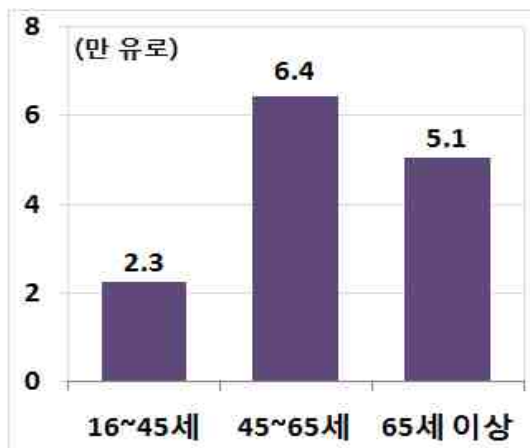
- 고령자들은 연금 수급 등으로 소득도 대체로 안정

- 65세 이상의 총소득은 타 연령층에 비해 낮으나 사회보험 등 비소비 지출이 적어 순소득 기준으로는 월 2,328유로로 18~45세의 2,568유로와 비슷한 수준

- 특히 고령자는 연령별, 신체적 능력, 퇴직 등에 따른 생활 변화에 따라 소비 잠재력이 다양하여 기업에게 시장 확대 기회를 제공

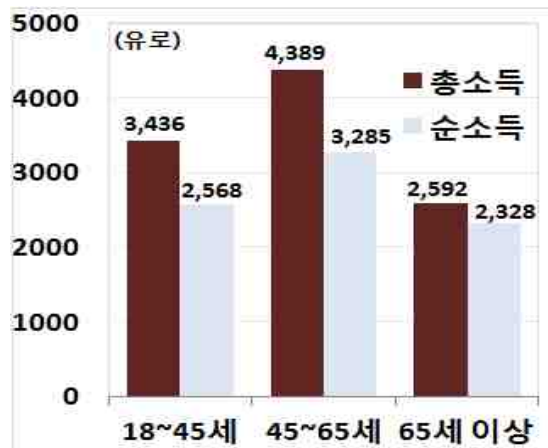
- 독일은 실버 경제의 주요 소비자를 50세 이상, 65세 이상의 활동적 은퇴자 및 80세 이상자 노쇠 노인<sup>17)</sup>으로 구분하는데,
- 이들은 교육 수준, 신체적 능력 및 재정 상황에 따라 요양 서비스부터 금융, 교육, 레저 등에 대한 다양한 소비 잠재력을 지님<sup>18)</sup>

<독일 연령별 금융자산 규모>



자료: 독일 연방은행(Bundesbank).  
주: 2013년 2월 기준임.

<독일 연령별 가구소득 수준>



자료: 독일 통계청.  
주: 월 소득 기준임.

17) 노쇠노인은 65세 이상자로 계속적으로 타인의 도움을 받아야 생활할 수 있고, 매우 허약한 상태의 노인을 지칭.

18) 독일 생산성본부(Rationalisierungs- und Innovationszentrum der Deutschen Wirtschaft e.V., RKW)에 따르면 독일의 65세 이상 고령자의 구매력은 2007년 기준 3,160억 유로(약 442조원)<sup>1)</sup> 정도로 추정됨.



**【별첨 2】 EU의 고령관련 R&D 지원 프로그램**

- EU는 미래 성장 전략인 ‘유럽 2020전략’의 주요 과제 중 하나로 고령화를 선정하고 다양한 R&D 프로그램을 지원하고 있음
- EU는 ‘유럽 2020 전략’을 통해 고령자의 고용률 증대, 재교육 플랫폼 구축, 독립적 삶 지원 등의 실현을 목표로 하고 이의 실현을 위해 ‘Horizon 2020’<sup>19)</sup> R&D 지원 프로그램을 통해 이들 분야를 지원
- EU는 2007~2013년까지 AAL(Ambient Assisted Living)<sup>20)</sup> 프로그램을 통해 고령자의 독립적 삶을 지원하는 R&D 프로젝트에 6억 유로를 지원했고, 2013~2020년까지 AAL2(Active Assisted Living 2) 프로그램을 통해 총 7억 유로(약 9,800억 원)를 고령화 연구에 지원할 예정임
- AAL에서는 고령자의 창업 등에 1.8백만 유로를 지원했고, 유럽간 적극적 이주 고령자 정책(AAMEE, 2008~2010), 고령 유럽인을 위한 서비스 중심의 스마트 환경 조성 (SOPRANO, 2007~2010), 독립적 삶을 위한 ICT 서비스 통합(INDEPENDENT, 2010~2012)등의 프로그램이 진행되었음

<EU의 고령관련 R&D 지원>

	AAL (Ambient Assisted Living)	AAL2 (Active Assisted Living)
기 간	2008~2013	2014~2020
규 모	6억 유로 (약8,400억원)	7억 유로 (약 9,800억원)
기 반	FP7	EU Horizon 2020
자 지 금 원	EU, 회원국 및 관련기업	좌동
지 원 분 야	ICT 결합된 융합제품 및 고령자의 독립적 삶을 지원하는 총 120개의 프로젝트가 수행됨	중소기업의 고령 상품과 서비스 개발 지원 강화

자료: EU.

19) EU 미래성장동력을 확보하기 위한 총 800억 유로 규모의 Horizon 2020 R&D 지원 전략을 통해 보건·고령화 및 웰빙 분야 연구에 2014년부터 2020년까지 총 77.8억 유로(총 800억 유로)를 지원할 계획임.

20) AAL은 총 19개 유럽 국가, 이스라엘, 노르웨이, 스위스 등이 참여했는데 적어도 각 프로젝트에는 3개국 이상의 중소기업, 연구기관 등의 참여가 요구됨. AAL은 유럽의 산업과 기업(특히, 중소기업)들이 혁신적인 디지털 제품과 서비스를 창조하여 유럽의 고령화에 대응할 수 있도록 지원하는 것을 목적으로 하였음.