

2024년 12월 23일!!!

초고령사회 등극(登極)의 날

Vol.15

12Des

2024

Mon Tue Wed Thu Fri Sat Sun

01

02 03 04 05 06 07 08

09 10 11 12 13 14 15

16 17 18 19 20 21 22

✓ 23 24 25 26 27 28 29

30 31 01 02 03 04 05



2024년 12월 23일이 무엇을 의미하는 날인지 아시나요?

대한민국이 초고령사회에 진입한 날입니다. UN이 정한 65세 인구가 대한민국도 20%를 넘어섰다는 것을 전 세계에 공식적으로 알리는 날입니다. 다섯 명이 모여면 그중 한 명은 65세 이상이라는 것을 뜻합니다. 2023년도 UN 인구청(UNPD)이 발표한 2022년 말 기준 초고령사회 국가는 22개국입니다. 이제는 우리나라도 초고령사회 국가 일원이 되었습니다. 일부 언론에서는 2030년에는 대한민국이 세계 최대 고령 국가가 될 수 있다는 기사도 볼 수 있습니다. 행정부 내에 인구 전담 부서를 설치해 근본적이고 체계적인 대책이 필요하다는 근거를 뒷받침합니다. '나이 듦'이란 과거처럼 '돌봄'이라는 의미의 부정적 회색지대만은 아닙니다. 의료 기술 발달로 평균수명이 늘어나는 사회현상을 한 걸음 옆으로 비켜서서 넓고 깊게 들여다보면 비즈니스 기회라는 긍정적인 부분도 발견할 수 있습니다. 2024년도에는 우리나라뿐 아니라 중국 등 동아시아권의 시니어 비즈니스가 다양한 분야에서 움을 틔우고 성장을 위해 뿌리를 튼튼하게 만든 한 해라 할 수 있습니다. 트렌드는 2025년도에도 이어져 오고 있습니다.

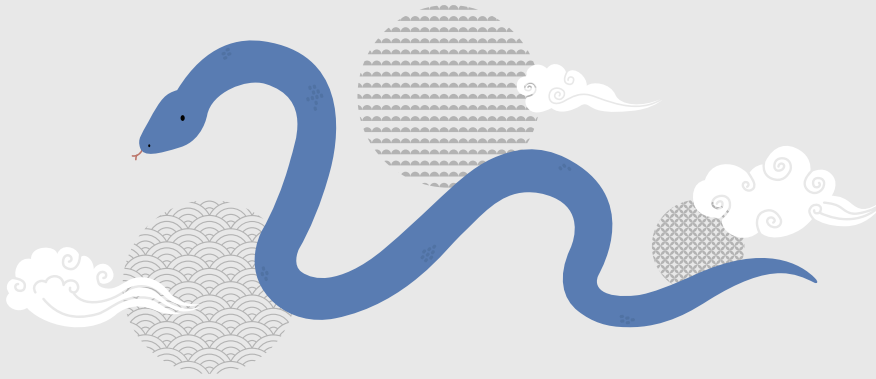


아직은 한 손가락으로 꼽을 수 있을 만큼 드문 사례이지만 돌아가신 분을 추모하는 '사후(死後) 장례식'이 '생전(生前) 장례식'으로 시기가 앞당겨지고 있습니다. 작고하신 분을 '추모'하는 자리의 장례식 개념은, 지나온 삶의 발자취에 대한 '추억 회상'과 수많은 관계의 '정리(整理)와 회고(回顧)'의 시간이 되면서, 웃음과 아쉬움이 버무려지는 엔딩 파티(ending party)로 승화되고 있습니다. '웰다잉 well-dying)'이 사회문화로 뿌리내리는 과정이라 볼 수 있습니다. 사단법인 하이패밀리가 2024년 12월에 온라인 설문조사(전국 성인 353명)를 실시한 결과 10명 중 6명(하고 싶다 40.2%, 매우 하고 싶다 21.8%)이 생전 장례식에 긍정적 답변을 제시했다고 합니다. 소중한 사람들과 생전에 작별 인사를 나눌 수 있다는 것이 엔딩 파티를 원하는 이유라고 합니다. 이와 연관된 비즈니스업에서는 또 하나의 사업 기회가 될 수 있을 것입니다.

[생전 장례식 실행 여부 설문]

2024.12 (전국 성인 353명)



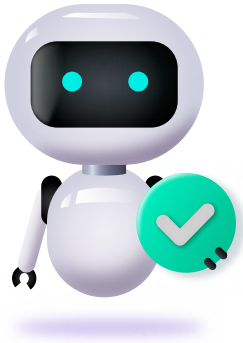


‘푸른 뱀의 해’ 을사년 신년사에서도 시니어 비즈니스에 대한 포부를 밝히는 기업들이 보이기 시작했습니다. 생활금융 리드사를 표방한 삼성생명은 2025년 신년사에서 “고객의 생애 전반, 나아가 사후까지도 연계 관리하는 남들과 차별화되고 트렌디한 서비스를 제공함으로써 생활금융 전반을 리드하는 회사로 도약하자”는 슬로건으로 헬스케어, 신탁에 이어 시니어 비즈니스까지 아우르는 새로운 장을 열겠다는 의지를 피력했습니다. 사회 전체가 나이 들어가는 것을 ‘부담과 한탄’이 아닌 ‘기업 성장의 디딤돌’로 활용하겠다는 방종의 표현일 겁니다. 나훈아 가수의 ‘고장 난 벽시계’에 ‘고장 난 벽시계는 멈추었는데 저 세월은 고장도 없네’라는 노랫말이 있습니다. 생체 나이는 멈추고 싶어도 멈출 수 없는 인간이 할 수 있는 영역 밖의 일입니다. 대한민국이 초고령사회로 진입하는 것을 다소 늦춰 더디게 할 수는 있지만 영원히 막을 수는 없습니다. 이러한 사회현상을 기업들이 새로운 관점에서 바라보고 있음을 알 수 있습니다. 늦었다고 생각할 때가 가장 빠르다고 했습니다. 의료산업과 푸드 산업은 한발 앞서서 열심히 앞서가고 있습니다. 그 뒤를 ‘정주(定住) 문화’가 가쁜 숨을 몰아쉬며 뒤따르고 있습니다. 전국에 고급형 실버타운이 속속 건설되고 있습니다.



중국은 노인 식당을 개소하여 운영하고 있습니다. 60세 이상의 고령자에게 저렴한 가격으로 삼시 세끼를 제공하는 사업입니다.

특히 충칭시는 모든 구와 현에 노인 식당을 개소하여 운영합니다. 노인 식당은 지방정부나 공공기관(국영기업 포함) 등의 소유 건물 일부를 개조하여 활용하고 있습니다. 저출산은 인구 감소로 이어지고, 인구 감소는 유희시설을 만들면서 지방자치단체의 골칫거리이자 뜨거운 감자였으나, 이런 유희시설을 노인 식당으로 재활용함으로써 일석이조의 정책 효과를 거양하고 있습니다. 이용 대상은 인구통계학적 기준으로 만 60세 이상인 고령자입니다. 가격은 이용자가 일부 부담하거나 전액 무료로 이용할 수 있는데, 선정 기준은 경제적 여건을 고려합니다. 우리나라 민간단체가 운영하는 무료 급식소나 음식점을 운영하는 분들이 자발적으로 무료 급식하는 것과 유사한 형태이지만, 일정 공간에서 상시로 운영된다는 점에서 다소 차이점을 찾을 수 있을 뿐 아니라, 새로운 방식의 복지제도로, 지역별로 지방자치단체와 협업하여 운영할 수 있는 틈새가 있을 것으로 보입니다. 지방자치단체는 운영비 일부를 지불하고, 민간단체는 식당을 운영하는 형태의 비즈니스로 말입니다.



2025년도 CES는 첨단기술을 활용해 부모에게 개인비서를 제공하거나 친구를 만들어 주는 비즈니스를 선보였습니다. 금년도에 처음 발표된 신기술은 아닙니다. 이미 저변 확대가 꽤 된 아이템이지만 사용의 편리함이 업그레이드된 새로운 버전이라는 점에서 눈여겨볼 만합니다. 최근 1인 가구가 급증하고 있습니다. 2023년 통계청 발표에 의하면 1인 가구는 783만 가구로 전체 가구의 35.5%를 차지하고 있습니다. 매년 역대 최고치를 경신하면서 신기록을 수립하고 있습니다. 전통적 가구 형태인 4인 가구(370만 가구)보다 두 배 이상 많습니다. 불과 5년 전보다 6.2%p 상승한 수치입니다. 이대로라면 2030년에는 약 40% 수준까지 육박한다는 예측이 설득력을 얻고 있습니다. 그중에서도 사회적 안전망이 필요한 연령대는 60대 이상으로, 60대 이상 1인 가구 비중은 2023년 기준 36.4%입니다. 2018년 대비 3.3%p가 증가했습니다. 2024년도 12월 23일 초고령사회로 진입하면서 60대 이상의 1인 가구 증가율 기울기는 더 가빠질 것으로 보입니다.



1인 가구의 이유는 배우자 사별, 황혼 이혼, 경제 활동 등 다양합니다, 다만, 사회적 돌봄이 필요한 영역은 육체적 건강의 악화입니다. 가족 간 갈등 원인으로 돈이 문제가 아니라 '가구원의 건강(53.81%)'이 꼽혔습니다. 그만큼 개인의 질병은 자신의 고통과 아픔으로 끝나는 것이 아니라, 구성원 전체에게도 힘든 시간을 보내게 되는 요인이라는 점에서 사회가 함께 풀어야 할 숙제입니다. 2025년 CES에서 이 부분을 다뤘습니다. 일본 복합기업인 파나소닉(Panasonic)은 현재 사용자가 사용하는 자연어로 소통할 수 있는 기술을 개선하고 있을 뿐 아니라, 클라우드 채팅 기술을 사용하는 AI 어시스턴트(assistant) '유미'를 공개했습니다. 유미는 디지털 비서입니다. 직업으로 인해 원거리에서 각자 생활하고 있는 가족을 서로 연결하고 돌봄이 필요한 가족을 돌볼 수 있는 4차 산업혁명이 만들어 낸 개인비서입니다. 지방에 홀로 계신 노령 부모의 일상이 궁금할 뿐 아니라 걱정을 덜어 줄 수 있는 디지털 기술 집약체입니다. 비록 몸은 원거리에 떨어져 있지만, 일상생활의 불편함을 점검하고 필요한 일정을 알려 주는 등 간병과 건강한 루틴 생활을 도와주는 똑똑한 비서입니다.

덧셈 방식을 넘어 곱셈 방식의 기하급수적 변화는 좀처럼 따라가기가 버거울 정도입니다. 수직적 조직의 명령과 지시 체계에서는 도저히 이뤄낼 수 없는 수준입니다. 수평적 문화에서 개인의 다름과 차이, 그리고 다양성을 비빔밥처럼 버무려도 보고, 어떨 때는 독보적 존재로 그 가치를 발휘할 수 있도록 기회를 주는 것이 변화무쌍한 4차 산업혁명 시대를 현명하게 살아가는 방법입니다. 제조 시설과 같은 유형자산이 아닌 '아이디어'로 무장한 무형자산이 경제적 부가가치를 창출합니다. 이제는 어떻게 바라보느냐에 달려 있습니다. 안된다는 부정적 성찰은 진일보의 걸림돌입니다. 긍정적 가스라이팅으로 자신을 업그레이드하는 것이 도약의 마중물입니다. 매년 전 세계적으로 빠르게 확산되고 있는 고령화는 분명 비즈니스 지평을 확장할 수 있는 키워드임이 분명합니다. 누가, 무엇을, 어떻게(3不: 불편, 불안, 불만) 받아들이냐에 따라 오늘과 다른 내일이 펼쳐지리라 믿습니다. 우물쭈물 머뭇거릴 시간이 없습니다. 우리 제품은 시니어에 적합하지 않다는 고정관념에서 벗어나야 합니다.

또 하나 신박한 시장이 출판산업입니다. 월별 매출액을 가늠해 볼 수 있는 서적출판업 생산지수는 2020년 기준(100)으로 할 때 2020년 하반기 이후 점진적 하락세를 보이다가 2024년 하반기에 2023년 하반기 대비 2.5p 증가했습니다. 서적 구입비 소비 지수는 월평균 오락·문화비 차지 비율이 2022년도부터 2년 연속 감소하고 있습니다. 인쇄된 책자를 읽는 방법도 있지만, 디지털 발달로 전자책을 활용하거나 듣는 책을 이용하는 등 독서 방법이 다양해진 것도 이유로 볼 수 있지만, 근원적으로 독서 인구가 줄고 있다는 방증이기도 합니다. 최근 출판업계는 구조적 전환기를 맞고 있습니다. 변해야 합니다. 시장의 축은 공급자에서 소비자로 옮겨 간 지가 꽤 오래되었습니다. 소비자의 니즈에 부합하지 않으면 생존하기 어려운 시대입니다. 인구의 20% 이상이 65세 이상이라는 점과 50세 이상을 기준으로 한다면 두 명 중 한 명이라는 전대미문의 세상이 도래했습니다. 산전수전(山戰水戰) 다양한 경험과 지식을 쌓은 시니어의 지혜를 묵힐 수는 없습니다. 암묵지를 형식지로 전환할 때가 되었습니다. 소비자이자 생산자로 충분한 자질을 갖춘 시니어를 출판업계의 구조적 전환기 파이오니아로서, 그리고 동반자로서 인정하면 어떨까요?

한국출판문화산업진흥원의 '2023년도 하반기 KPIPA 출판산업 동향'에 따르면 초판 발행 부수는 기존 2천 부 이상이었으나, 최근 1천 부로 감소했고 매출 또한 하락했습니다. 그렇다고 손 놓고 탄식만 할 때는 아닙니다. 우리나라보다 한발 앞서 초고령사회를 맞이한 일본 출판업계를 보면 희망의 불씨는 여전히 살아 있습니다. 일본은 '잡지 왕국'이라고 할 만큼 정기적으로 발간되는 잡지가 인쇄본 책 매출을 뛰어넘은 지가 1970년대부터 무려 40여 년간 지속되었습니다. 그 현상은 2010년대 중반부터 꺾이기 시작하여 폐간 수순으로 이어졌습니다. 여기에서 극적으로 살아남은 잡지가 '하루메쿠(Halmek)'입니다. 주 구독자는 시니어 여성입니다. 주로 60대에서 80대까지 여성이 주 고객으로 50만 이상의 구독자를 확보해 폐간 직전에서 회생한 잡지입니다. 특별한 내용에 매료되었다기보다 그리운 소녀 시절로 되돌아갈 수 있는 레트로(retro) 감성을 건드렸습니다.



시니어라면 모두가 공감할 수 있는 그런 얘기입니다. 이와 같은 보편 타당성 있는 것일 수도 있고 각자 긴 세월 축적한 다양한 분야에서의 암묵지를 후대에 전달하고자 하는 에릭 에릭슨의 8대 성격 이론에 비춰 보더라도 형식지로 전환할 수 있는 콘텐츠는 충분합니다. 종전 세대와 달리 최근 5060세대로 불리는 왕성한 활동을 갈구하고 체력적으로 젊은이들 못지않은 잠재적 시니어들을 어떻게 소비자이자 생산자로 변신시킬 것인가에 대한 출판업계의 깊은 사려와 성찰이 필요할 때입니다.

‘위기는 기회’라고 했습니다. 단순한 이 한 줄 문장 뒤편에 깊게 드리워진 속내를 들여다 봐야 합니다. 위기가 기회로 전환하는 데에는 시대 흐름을 읽을 줄 알고 트렌드를 반영할 줄 아는 번득임과 이타적 성찰을 버무리는 융복합 역량이 도움 됩니다. 백지장도 맞들면 낫다고 했습니다. 여러 의견을 두루 섭렵하고 ‘선택과 집중’으로 달리는 트렌드에 승차하시면 어떠실까요? 시니어 비즈니스는 터미널을 떠나 서서히 속력을 높이고 있습니다. 일부는 벌써 제한 속도 근처까지 다다른 분야도 있습니다. 아직은 낮은 시속을 보이고 있지만 이종 간 융복합을 하거나, 디지털을 장착하는 순간 타임머신 이동 하듯 시공간을 초월한 모습으로 변신할 수 있습니다. 머뭇거릴 시간이 없습니다.

‘강한 자가 살아남는 것이 아니라, 살아남는 자가 강한 자’라는 찰스 로버트 다윈(Charles Robert Darwin)의 진화론으로 마무리합니다.



박창동

KMA 시니어랩 전문위원
(인적자원개발학 박사)

KMA 시니어랩

초고령시대를 앞둔 우리나라의 시니어 대상 경력개발사업, 시니어 대상 정책 및 비즈니스를 개척하려는 조직을 위한 사업을 진행하고 있으며, 관련 리포트를 정기적으로 발행합니다.