

초고령사회 대책 마련은 시니어 비즈니스 마중물!!!

Vol.18



다소 늦은 감이 없지 않아 있지만 정부와 지방자치단체가 인구 변화에
 발 빠르게 대응하고 있습니다. 일본은 시니어 비즈니스 활성화를 위해
 국가 정책으로 다루고 있으며, 중국은 시니어 비즈니스를
 국가전략산업으로 육성 중에 있습니다. 우리나라도 초고령사회에
 진입하거나 진입을 목전에 둔 국가의 움직임을 예의 주시하면서
 바짝 뒤쫓아 가고 있음을 최근 발표되는 내용에서 알 수 있습니다.
 우리나라는 2025년 3월에 '저출산고령사회위원회'가 3대 분야 12대
 핵심과제로 구성한 'Age-Tech 기반 실버경제 육성전략'을
 제시하였습니다. 서울시는 올해 5월에 '초고령사회 대응 종합계획'인
 '9988 서울 프로젝트'를 발표했습니다. 서울특별시는 우리나라
 인구의 약 1/5이 집중해 있는 곳이며, 올해 7월이면 초고령사회에
 진입이 예상될 뿐 아니라, 국내 소비시장에서 빼놓을 수 없는 곳임을
 고려할 때 서울시가 2040년까지 중장기 프로젝트는 시니어
 비즈니스의 각론이자 방향타라고 할 수 있습니다.

Age-Tech 9988 SEOUL



'9988 서울 프로젝트'란?



'9988 서울 프로젝트'는 4대 분야 10개 핵심과제로 구성되어 있습니다.

4대 분야는 ① 지역 중심 돌봄·건강 체계 강화 ② 경제적으로 안정적인 노후생활 보장

③ 어르신의 사회 참여 및 여가·문화 활성화 ④ 고령 친화적 도시 환경 조성입니다.

4대 분야 10개 핵심과제를 정리하면 <표 1>과 같습니다.

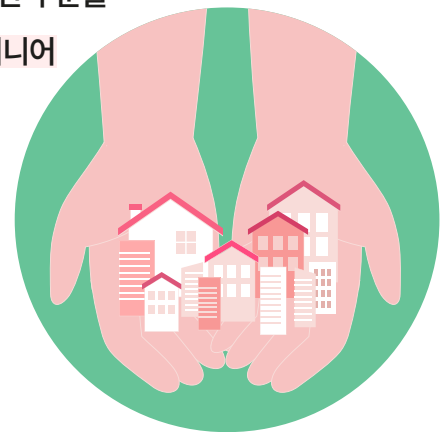
분야	핵심과제
1 지역 돌봄· 건강체계 강화	① 재개발·재건축 시 공공 기여 등으로 공공·민간 실버·데이케어센터 대폭 확충 ② '서울형 통합 돌봄서비스' 제공, 돌봄 상담창구 '30년까지 1천 곳 설치' ③ 예방부터 치료까지 치매 안전망 구축으로 치매 유병률 10% 유지
2 경제적 안정적 노후생활 보장	④ 공공·민간 일자리 33만 개, 취업사관학교·시니어 인력뱅크 운영해 3만 명 취업 ⑤ 시니어 금융 교육으로 어르신 자산관리·보호, 금융사기 피해 어르신 신속 구제
3 사회 참여 및 여가 활성화	⑥ 건강·경제력 갖춘 액티브 시니어 대상 거점별 복합 여가문화 공간 조성 ⑦ 실내외 파크골프장 확대 조성, 시니어 은퇴캠프·동호회 등 사회참여 기회
4 고령친화적 도시 환경 조성	⑧ 다양한 형태 맞춤형 시니어주택 공급, 민간 참여 확대하기 위해 성과급 제공 ⑨ 스마트한 어르신 돌봄 위한 에이지테크 기반 실버경제 활성화에 적극 투자 ⑩ 어르신 전용 콜택시 운영, 안전한 보행 환경 조성 등 고령 친화 도시환경 조성

<표 1> 4대 분야 10개 핵심과제

10가지의 핵심과제가 제시하는 방향을 바라보면 시니어 비즈니스가 어떤 방향으로 갈 것인지 가늠해 볼 수 있습니다. 저출산고령사회위원회가 발표한 전략과도 결이 같다는 것도 알 수 있습니다. 시니어 비즈니스에서 선두 주자인 일본도 크게 다르지 않습니다. 여러 정황을 종합해 보면 지방 소멸을 걱정하는 타 지방자치단체에서도 비슷한 방향으로 정책이 입안되고 추진되리라는 것을 예상할 수 있습니다. 시니어 비즈니스는 반드시 보듬어야 할 시장이라는 것을 확신할 수 있습니다. 이런 국제적 사회적 추세는 우리 기업이 나아가야 할 방향을 뚜렷하게 제시해 주고 있습니다. 덧붙여 콘텐츠도 어느 정도 윤곽이 잡힐 것입니다.

다양한 형태 맞춤형 시니어주택

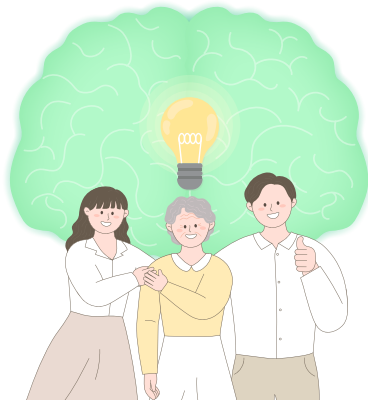
많은 정책 중에 의료 분야 다음으로 빠르게 성장하는 '시니어주택'에 대해 간략하게 살펴보겠습니다. 현재 시니어주택 시장은 고급형 일색입니다. 사회적으로 비즈니스 모델로 일반화하기에는 다소 버거움이 있는 것이 사실입니다. 시니어주택은 의료·여가·커뮤니티 등 인프라를 갖춘 정주(定住) 편리성이 우선되어야 합니다. 또한, 어르신들만 따로 모여 거주하는 개념은 액티브 시니어에게 반감만 불러 올 수 있습니다. 다양한 세대가 한 공간에서 어울려 공존할 수 있는 주택이어야 합니다. 서울시는 이러한 부분을 씨줄과 날줄로 잘 엮어 민간형 시니어주택, 민관 동행형 시니어주택, 3대 거주형 시니어주택, 자가형 시니어주택 등 다양한 유형을 <표 2>와 같이 제시하고 있습니다. 시니어주택은 미래 주택 건설시장의 먹거리로 자리매김 할 가능성이 높습니다. 서울시가 제시한 시니어주택 유형은 미래 주택시장을 개척한다는 부분에서 의미 있게 검토해 볼만한 가치가 있을 것입니다.



유형 / 수량	세부내용
 민간형 시니어주택 7,000호	·어르신 안심주택(3,000호), 도시 정비형 재개발 연계(3,000호), 민간 부지 활용(1,000호) ·인센티브 부여 방안 - '어르신 안심주택' 분양 비율 확대 : 20% > 30% - 커뮤니티 시설 등 추가 확보 시 공공기여 비율 완화 - '노인복지 주택' 민간 부지 사전 협상 시 면적과 주거 비율 기준 완화하고, '도시 정비형 재개발'에도 용적률 인센티브 등 제공
 민관동행형 시니어주택 1,000호	·공공토지 활용 시 우선 도입 ·현재 사업 추진 계획 지역 - 개화산역 공영주차장, 서초 소방학교, 수서 택지 미집행 학교 용지 등
 3대 거주형 시니어주택 5,000호	·3대가 함께 거주하면 독립된 생활을 할 수 있는 분리 구조의 주택 공급
 자가형 시니어주택	·맞춤형 집수리 사업

〈표 2〉 맞춤형 시니어 주택 유형

특히, '3대 거주형 시니어주택'은 고령화와 저출산이라는 두 마리 토끼를 모두 잡는 방안으로 일본에서는 2000년도 초반에 시장에 공급이 되었던 모델입니다. 다만, 일본은 '한 지붕 3가족'의 '동거' 개념보다는 근거리에 3세대가 모여 사는 유형의 주택이었습니다. '공유'와 '분리'가 동시에 존재하지만, 어느 쪽으로 쏠림이 더 있느냐는 것은 개인의 선호도 맞춤형 '3대 거주형 시니어주택'으로 발전하고 있습니다. 예를 들어 현관, 부엌, 욕실 등 공동으로 사용하는 공간을 '공유'할 것인지 '분리'할 것인지가 주택 설계에 큰 관건이라고 할 수 있습니다.



‘치매 안전망 구축’

또 하나 눈여겨볼 만한 영역은 ‘치매 안전망 구축’입니다. 4차 산업혁명의 디지털로 어제와 다른 오늘이 되었지만, 전 세계 의료전문가들이 국가 또는 사회적으로 짊어져야 할 부담스러운 것 중 하나가 ‘치매’라고 한 치의 망설임도 없이 선택합니다. 인생 백세시대가 도래하면서 치매는 더 이상 남의 얘기가 아닙니다. 내 부모의 얘기일 수도 있고, 이웃 얘기일 수 있을 뿐 아니라, 자신도 언젠가는 닥칠 수 있는 질환 중 하나이기 때문입니다. 4차 산업혁명이 디지털을 앞세워 기하급수적 변화를 도모하고 있지만, 치매를 예방하거나 치매 환자 돌봄에 투입되는 인적 부담을 완화하는 데에는 아직 큰 성과를 보이지 못하고 있습니다. 서울시가 추진하고자 하는 내용은 선제적 검진을 통한 예방과 치매 어르신과 가족을 돕는 사후적 방안입니다. 최근에는 어르신 찾는 문자 메시지를 하루에도 여러 통 받아 본 경험이 있을 겁니다. 아직 뚜렷한 대안이 없다는 것을 방증하는 사례이기도 합니다. 대한민국은 IT 강국이자 4차 산업혁명의 파이오니아입니다. 디지털을 활용한 치매 안전망 구축은 전 세계 대상으로 마케팅이 가능한 분야입니다. 일본에서는 치매 어르신이 길 잃었을 때 신고할 수 있는 체계를 연구하고 구축하고 있습니다. 현재 수준은 완벽하지는 않지만, 사회적 협업으로 문제를 해결해 나가고 있습니다. 치매 어르신이 자주 사용하는 물건에 QR코드를 삽입합니다. 만약 치매 어르신이 길을 잃었다는 문자 메시지가 스마트폰에 알림으로 전달되면, 메시지 주소지 인근에 있는 분이 치매 어르신으로 추정되는 분의 QR코드를 스마트폰으로 읽으면 자동으로 가까운 파출소와 보호자 앞으로 전송이 되는 기능입니다. 개인정보도 보호도 하면서 말입니다.

인생 백세시대에 노화(老化)는 피할 수 없는 사회 현상입니다. '늙는다는 것'을 수용할 수 있지만 반기는 사람은 없을 것입니다. 인위적으로 젊어지려고 하는 것 또한 시니어 비즈니스 영역입니다. 노화로 인한 건강함 상실에서부터 일상 전반에 이르기까지 일상 전반이 시니어 비즈니스입니다. 2025년 4월 65세 인구가 20.4%라는 통계청 발표는 사회적 부담감으로 다가올 수 있지만, 또 한편으로는 기회일 수 있습니다. 코엑스에서는 '2025 홈케어·재활·복지 전시회'가 2025년 5월에 개최되었습니다. 일본은 매년 '시니어 인사이트 & HCR 박람회'에서 시니어 비즈니스의 변천사를 보여주고 있습니다. 이제 시니어 비즈니스는 국내에 국한한 것이 아니라 전 세계적 관심사라는 것을 알 수 있을 것입니다. 금년도에 우리나라에서 발표된 두 가지 큰 전략을 비교 분석해 보면 시니어 비즈니스의 방향성과 콘텐츠가 보일 것입니다. 다만, 어르신들에게 국한할 것이 아니라 어떻게 전 세대를 아우를 방안이 있는지 정의와 전략을 고민해 봐야 할 때인 것 같습니다.



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.