

고령친화산업의 현황과 전망



목 차

1 고령친화산업이란

2 고령친화산업 현황

3 고령친화산업 발전방향



1. 고령친화산업이란?



고령친화산업의 정의 (고령친화산업진흥법 제2조)

제2조(정의) 이 법에서 사용하는 용어의 정의는 다음과 같다.

1. "고령친화제품등"이라 함은 노인을 주요 수요자로 하는 제품 또는 서비스로서 다음 각 목의 어느 하나에 해당하는 것을 말한다.

가. 노인이 주로 사용하거나 착용하는 용구·용품 또는 의료기기

나. 노인이 주로 거주 또는 이용하는 주택 그 밖의 시설

다. 노인요양 서비스

라. 노인을 위한 금융·자산관리 서비스

마. 노인을 위한 정보기기 및 서비스

바. 노인을 위한 여가·관광·문화 또는 건강지원서비스

사. 노인에게 적합한 농업용품 또는 영농지원서비스

아. 그 밖에 노인을 대상으로 개발되는 제품 또는 서비스로서 대통령령이 정하는 것

동법 시행령 제2조(정의)

- 노인을 위한 의약품·화장품

- 노인의 이동에 적합한 교통수단·교통시설 및 그 서비스

- 노인을 위한 건강기능식품 및 급식 서비스

2. "고령친화산업"이라 함은 고령친화제품등을 연구·개발·제조·건축·제공·유통 또는 판매하는 업을 말한다.

3. "고령친화사업자"라 함은 고령친화산업을 영위하는 사업자를 말한다.

4. "관계중앙행정기관"이란 고령친화제품등을 관장하는 중앙행정기관으로서 기획재정부·미래창조과학부·문화체육관광부·농림축산식품부·산업통상자원부·보건복지부·고용노동부·국토교통부 그 밖에 대통령령으로 정하는 중앙행정기관을 말한다.

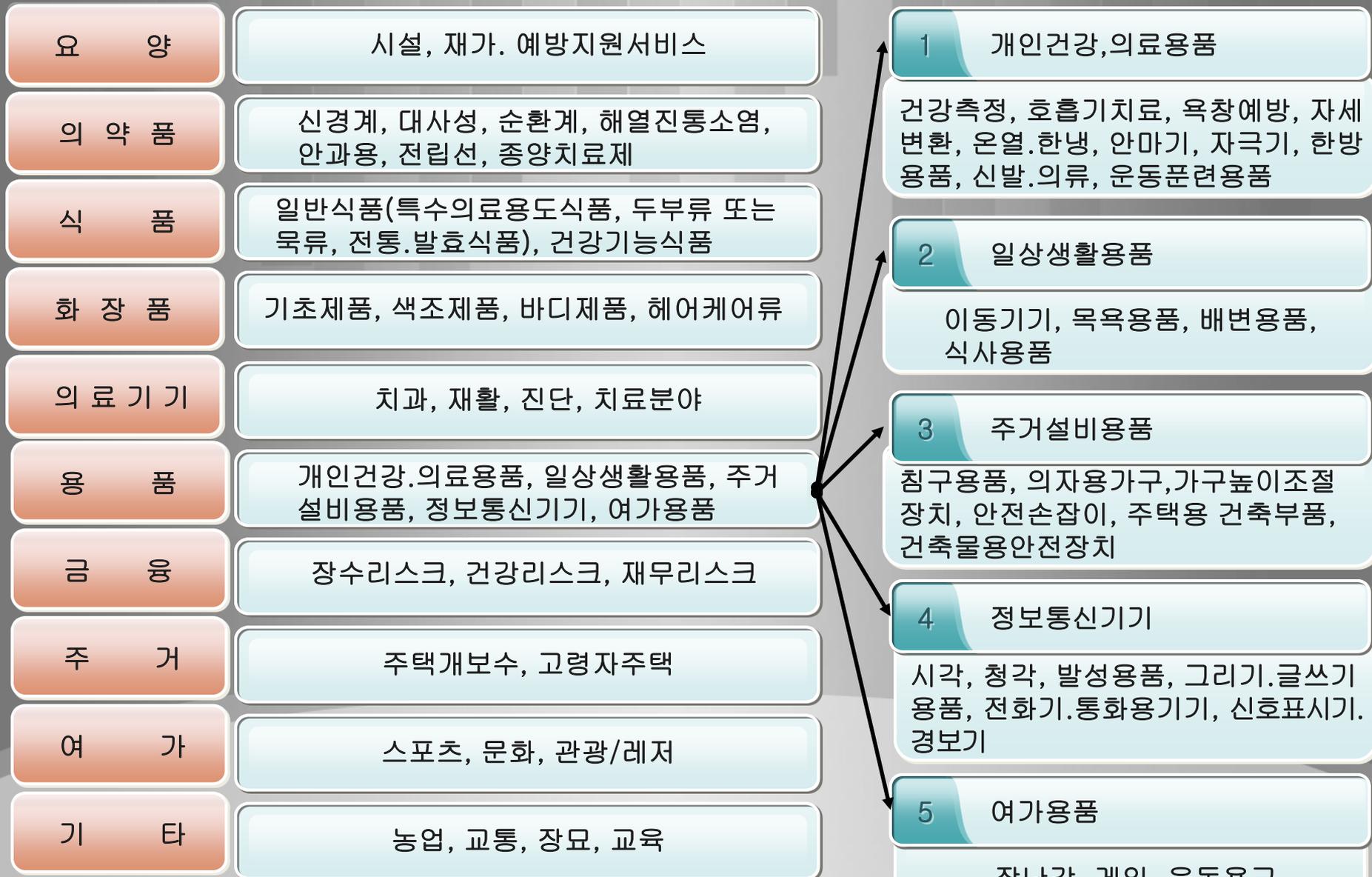


고령친화산업의 범위



9대 고령친화산업

품목분류

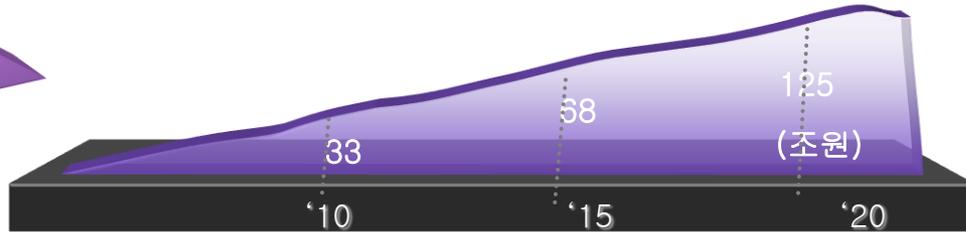


2. 고령친화산업 현황



고령친화산업 시장규모

연평균
14.2%
지속성장



(단위 : 억 원, %)

	2010년		2015년		2020년		CAGR (10-20)
	시장규모	비중	시장규모	비중	시장규모	비중	
요양	25,675	7.7	62,234	9.2	125,188	10.0	17.2
의약품	30,486	9.2	57,464	8.5	108,315	8.7	13.5
의료기기	10,903	3.3	13,516	2.0	16,975	1.4	4.5
화장품	5,109	1.5	11,541	1.7	26,070	2.1	17.7
식품	48,990	14.7	90,128	13.3	165,810	13.3	13.0
여가	76,088	22.9	110,268	16.2	161,917	13.0	7.8
금융	105,663	31.8	301,711	44.4	610,404	48.8	19.2
주거	9,616	2.9	9,073	1.3	6,824	0.5	-3.4
용품	19,711	5.9	23,347	3.4	28,322	2.3	3.7
전체	332,241	100.0	679,281	100.0	1,249,825	100.0	14.2



트렌드

질병 치료 및 재활 중심에서 예방 및 건강관리 중심으로 전환

치료, 재활위주

- 현장방문 건강검진(대형화)
- 치료 및 처방, 재활(획일화)
- 공급자(병원 등) 위주 서비스



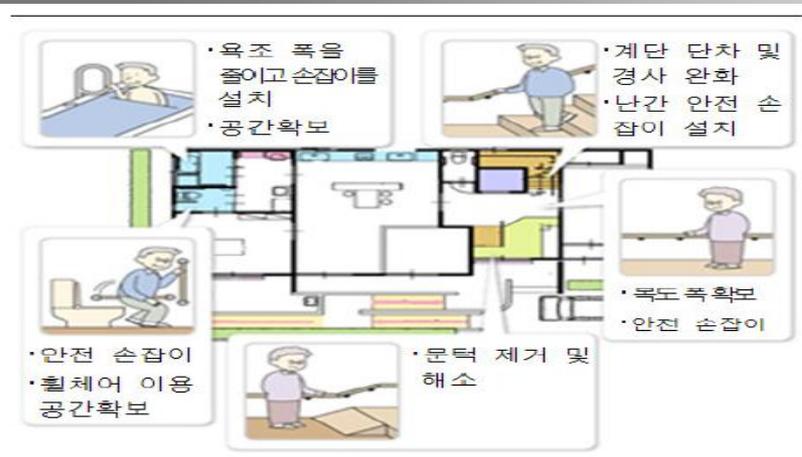
예방, 관리위주

- 개인화·소형화된 측정기술
- 일상생활 모니터링 기술
- 원격 건강관리 서비스

Barrier-Free 중요성 강조

Barrier-Free : 고령자 등 사회구성원 누구나 편리한 생활이 가능한(장애가 없는) 환경 조성

- 제거 : 물리적 장벽 ➤ 문화.정보 장벽 ➤ 차별과 편견
- 적용사례



< 베리어 프리 적용 일반주택 >



혼다 'N-Box+

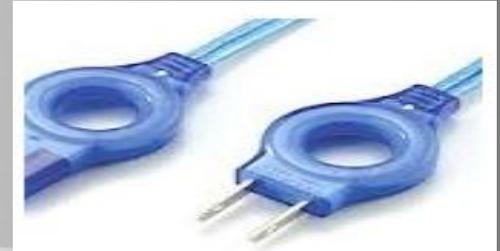


(주)히타치제작소의 ROPITS

< 베리어 프리 적용 제품 >

Universal Design의 대중화

■ Universal Design : 누구나(연령, 성별, 국적, 장애 관련없이)에게나 공평하고 사용하기 편리한 제품, 건축, 환경, 서비스 등의 구현



< 유니버설 디자인 적용사례 >

내 집에서 나이들기(Aging In Place)의 보편화

🏠 Aging In Place : 자신의 거주지에 머물면서 고령으로 진입함으로써 친숙하고 다양한 연령층의 사람들과 인간 관계 및 사회활동 영위

- 주거 : 고령자 친화적
- 금융 : 노후자금+다양한 재무적 니즈 충족(여행, 취미, 건강 등)
- 보건 : 다양한 재가서비스
- 여가 : 자기개발, 교육, 건강관리 등

제품, 서비스의 융복합 활성화

❖ 융복합 : 제품-제품, 제품-서비스, 서비스-서비스, 사업간, 산업간 등 다양하게 융합되고 복합되어 패키지화

● IT와의 융합

- 배회감지기, sos 알림&보행관리가 가능한 지팡이 등

● 제품-서비스

- 센서용 노인용 기저귀(노인별 생리현상 데이터 수집 및 영양서비스와 연계)

● 서비스-서비스

- 의료관광서비스



〈Teac System Create의 간병 소프트웨어〉



〈Silver Cloud for Homecare Alliance의 손목시계형 Vital Sign 기록기〉



수요 측면

1) 고령화 진전 및 현황

노인 비중 증가

• 노인인구 비중 증가

- 세계 : '10년) 7.6%(5.3억명) → '50년) 16.2%(15.5억명)

- 국내 : 12.2%('13년) → 15.7%('20년) → 24.3%('30년) → 32.3%('40년) → 37.4%('50년)

※ 남성 노인 비중도 증가 : 여성노인 대비 82.8% ['50년)

<선진국과 BRICs 고령화율 >

(단위 : %)

	한국	미국	프랑스	영국	독일	일본	브라질	러시아	인도	중국
1990	5.1	12.5	14.1	15.7	15.0	11.9	4.5	10.2	3.9	5.8
2000	7.2	12.4	16.0	15.8	16.3	17.2	5.5	12.4	4.4	6.9
2010	11.0	13.1	16.8	16.6	20.8	23.0	6.9	13.1	5.1	8.4
2020	15.7	16.6	20.3	18.9	23.1	28.6	9.5	14.8	6.3	11.7
2030	24.3	20.1	23.2	21.7	28.2	30.7	13.6	18.1	8.2	16.2
2040	32.3	21.2	25.4	24.0	31.8	34.5	17.6	18.3	10.2	22.1
2040/2010	2.9	1.6	1.5	1.4	1.5	1.5	2.6	1.4	2.0	2.6

자료 : UN(2012), World Population Prospects: The 2012 Revision
통계청(2011), 장래인구추계 : 2010-2060

고령자 가구 및 독거노인 증가

- 고령자 가구는 전체 가구의 17.4%
 - 고령자 가구의 비중은 '00년 173만가구(11.9%)에서, '10년 298만가구(17.4%)로 증가
- 독거노인가구는 전체 가구의 6.0%
 - 독거노인가구의 비중은 '00년 54만가구(3.7%)에서, '10년 102만가구(6.0%)로 증가

< 고령가구 추이 >

(단위 : 가구, %)

	총가구	고령가구 ¹⁾	(구성비)	독거노인가구 ²⁾	(구성비)
2000	14,507,010	1,733,525	11.9	543,522	3.7
2005	15,971,010	2,432,247	15.2	776,996	4.9
2010	17,152,277	2,982,240	17.4	1,021,008	6.0

- 주 : 1) 가구주의 연령이 65세 이상인 가구
 2) 가구주의 연령이 65세 이상이면서 혼자 사는 가구

자료 : 통계청, 「장래가구추계」 2006

현재 노인 소비력 부족

- 연간 평균 소득이 최저생계비 수준

- 65세 이상 노인의 연간 평균 가구소득은 2,161만원, 75세~84세는 1,875만원으로[한국보건사회연구원, 2011년 노인실태조사, 2012], 이는 2013년 2인 가구 최저생계비 수준임[법원적용금액(복지부 적용금액×15배)으로, 1,753만원임]

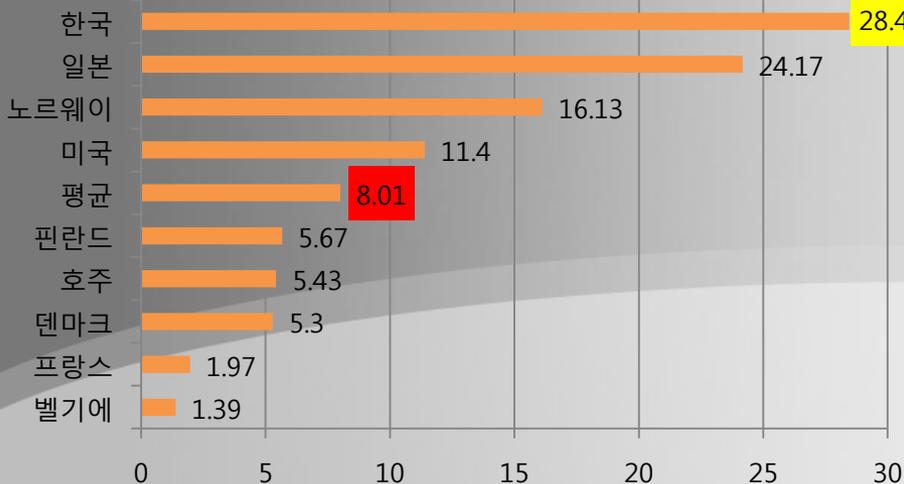
- 고령층(55~79세)의 생계형 취업을 세계 최고

- 고령층(55~79세) 중 취업 희망 비율이 59.9%이고, 일하기 원하는 주된 이유는 '생활비에 보탬이 되어서 [54.8%]' 가 가장 높아, 노인의 경제적 어려움을 반증(통계청, 2013년 고령자 통계)

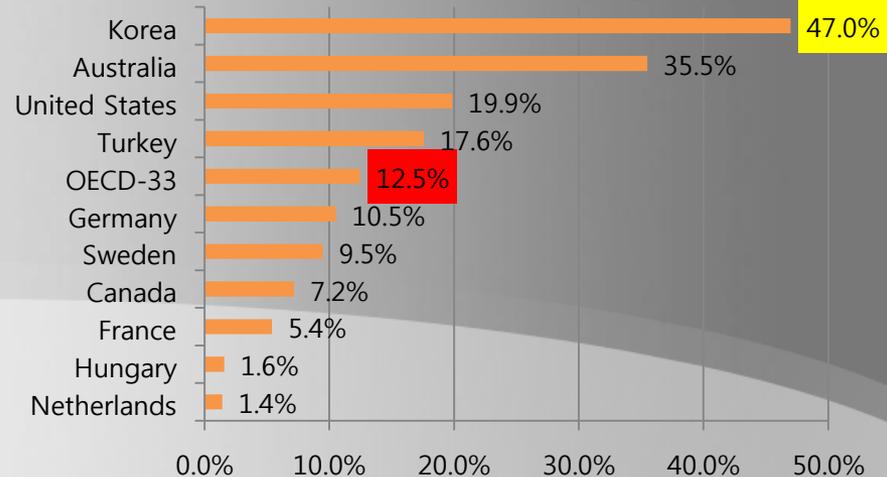
- 노인 빈곤율 세계 최고

- 2010년 기준 47.0%(OECD 33개국 평균 12.5%)

< OECD 20개국 65세 이상 고용률(1990~2010년 평균) >



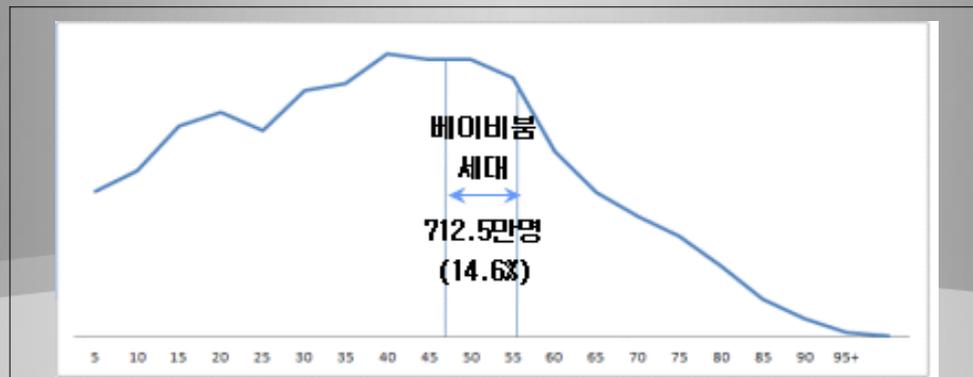
< OECD 33개국 65세 이상 빈곤율(2010) >



경제력 있는 예비 노인 대두

- 경제력을 지닌 베이비붐 세대의 은퇴 본격화, 이들이 65세가 되는 **'20년 고령친화산업의 주 소비층**으로 등장, 거대 시장 형성 전망
 - 베이비붐 세대 : 712.5만명('55년부터 '63년 중에 태어난 세대)
 - 베이비붐 세대의 토지소유, 건물소유, 주식소유 비중은 각각 42.0%, 58.0%, 20.0%로 상당한 경제력을 보유하고 있음
- 위험요소
 - 부동산, 주식 등의 자산가치 하락
 - 실업률(은퇴) 증가 → 창업 증가 → 자영업자 부도의 50%차지(금융결재원) → 부채 증가
- 사회보장체제 수혜의 시작
 - 국민연금, 노령연금 등

< 베이비붐 세대 비중 >



- 약 4,887만명(2010년 기준)
- 베이비붐 세대 : 712.5만명(1955년부터 1963년 기간(52세-60세) 중에 태어난 세대)

자료 : 통계청 KOSIS 국가통계포털(2010), 베이비붐세대의 어제와 오늘

2) 노인의 삶의 변화

건강하고 활기찬 노인의 증가 및 부양의식 변화

- 교육수준의 향상

- 글자모름 36.7%(1994년) → 10.9%(2011), 전문대 이상이 2.7% (1994년) → 6.9%(2011)

- 기능상태 호전

- 일상생활수행능력에 제한이 없는 노인이 49.7%(1994년) → 85.1%(2011년)

- 노인 인식 연령의 증가

- 노인이라고 인식하는 연령이 1994년에는 64세 미만(45.6%)에서 2011년 70세 이상(83.6%)으로 변화

- 인터넷 이용 증가

- 2009년 60세 이상 인구의 37.6%가 이용

- * 이용 목적 : 자료 및 정보 획득, 커뮤니케이션, 여가활동 순임

- 노인의 부양에 대한 사회적 기능 강화

- 수발자가 가족에서 외부서비스로 전환(1994년 0.3%에서 2011년 24.5%로 증가)

- 노인의 생활비는 과반수가 본인(배우자) 부담이나 자녀 지원은 감소한 반면 정부지원 증가

- 노인의 부모부양에 대한 인식은 가족 부양이 감소한 반면 가족과 정부.사회 공동과 정부.사회가 증가

3) 노인을 위한 제품.서비스 요구의 다양화 및 증가

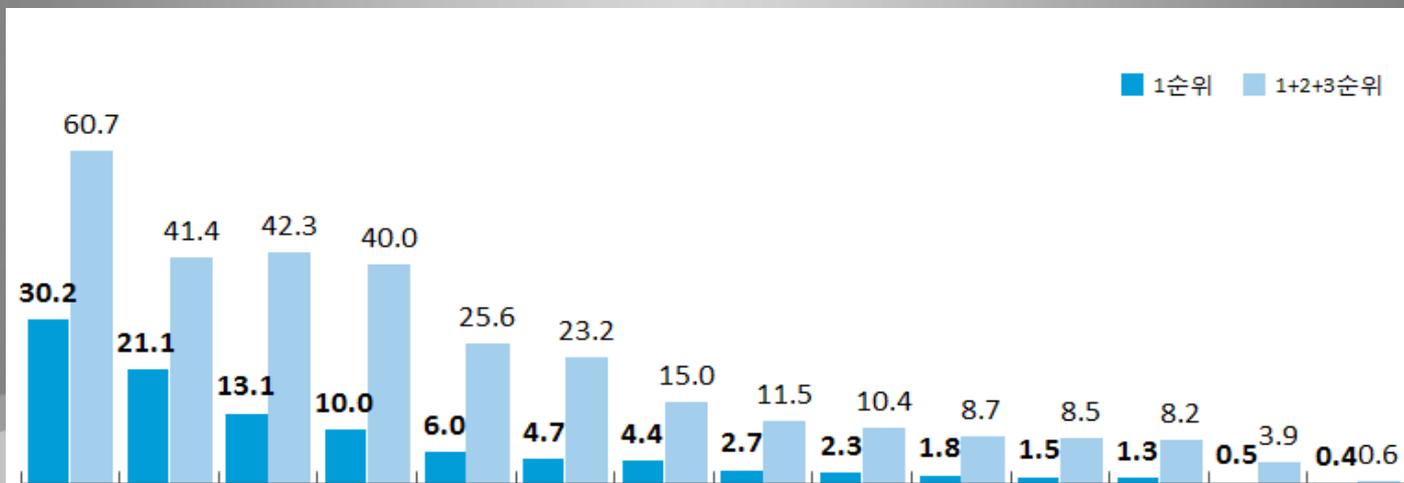
중고령자의 고령친화 관련 제품 및 서비스 수요

• 제품 수요

- 식품(30.2%), 의약품(21.1%), 의료기기(13.1%), 운동/훈련용품' (10.0%) 순임
- * 1인가구는 의약품 수요가 높고, 고소득자는 화장품, 운동용품에 대한 수요가 높음
- 고령친화제품 선택시 고려사항 : 성능, 가격, 사용 및 휴대 편리성 순임

< 고령자를 위해 필요한 제품 >

(N=1,000)(단위 :%)



	사례수	식품	의약품	의료기기	운동/훈련용품	주거설비용품	생활보조용품	화장품	정보통신기기	가전제품	자동차	문화용품	패션용품	농업용품	기타	계
전체	1,000	30.2	21.1	13.1	10.0	6.0	4.7	4.4	2.7	2.3	1.8	1.5	1.3	0.5	0.4	100.0

• 서비스 수요

- 건강지원서비스(24.7%), 일자리지원서비스(23.6%) 순임

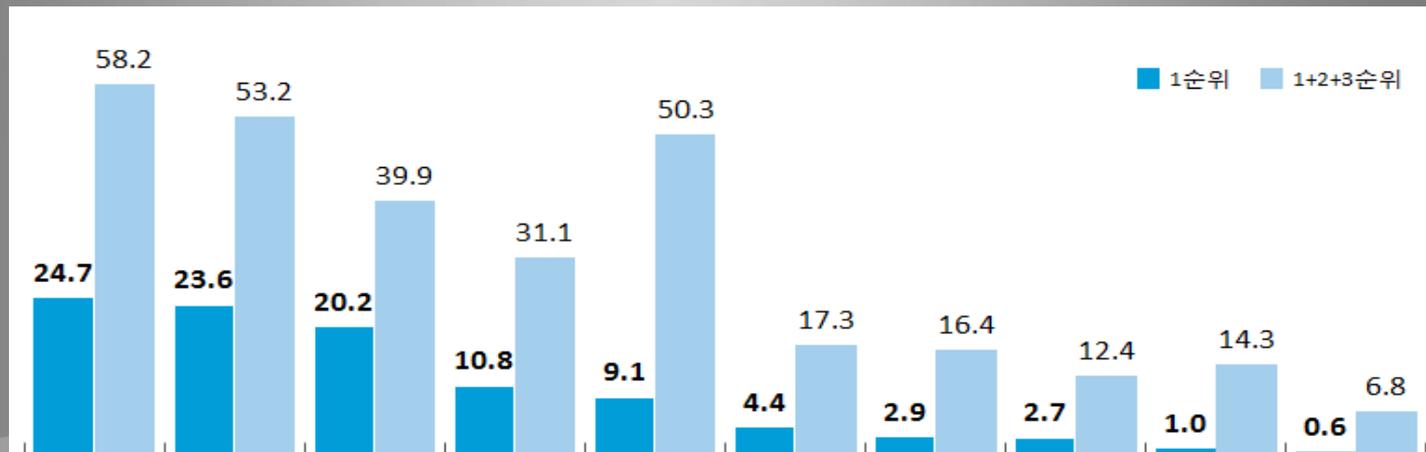
* 일자리지원서비스 : 남성 > 여성, 만55세~64세>65세 이상

* 1인가구의 경우 요양서비스 장묘서비스 수요가 상대적으로 높음

- 고령친화서비스 선택시 고려사항 : 국가나 단체에서 인증하는 마크 및 표시, 가격, 좋은 시설, 서비스의 다양성과 적합성, 전문인력과 친절도 순임

< 고령자를 위해 필요한 서비스 >

(N=1,000)(단위 : %)



	사례수	건강지원서비스	일자리 지원 서비스	요양 서비스	금융 및 자산관리 서비스	문화/여가 활동 지원 서비스	급식 서비스	주거지원 서비스	장묘 서비스	교통지원 서비스	영농지원 서비스	계
전체	1,000	24.7	23.6	20.2	10.8	9.1	4.4	2.9	2.7	1.0	0.6	100.0

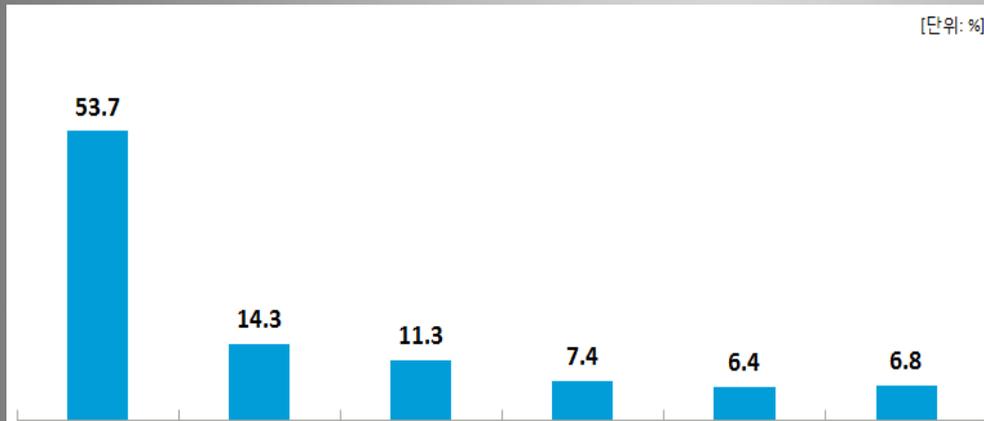
중고령자의 고령친화제품별 수요

• 고령친화의약품

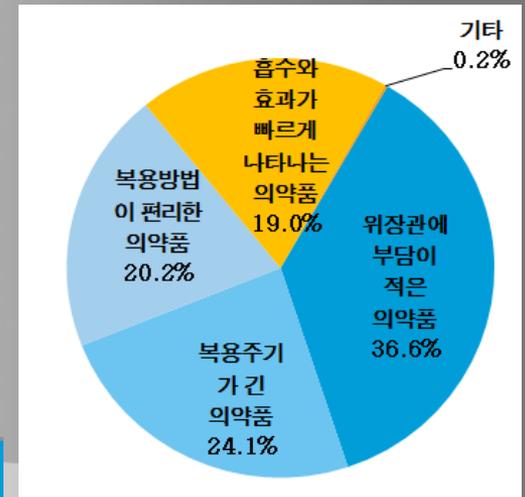
- 약을 시간에 맞춰 챙겨 먹는게 어렵다(53.7%)는 응답이 가장 높음
- 위장관에 부담이 적은 의약품(36.6%)을 가장 선호
- 고령자용 의약품 구매 의향은 82.3%

< 의약품 복용식 불편한 점 >

(N=795)(단위: %)



< 고령자용 의약품 선호 형태 >



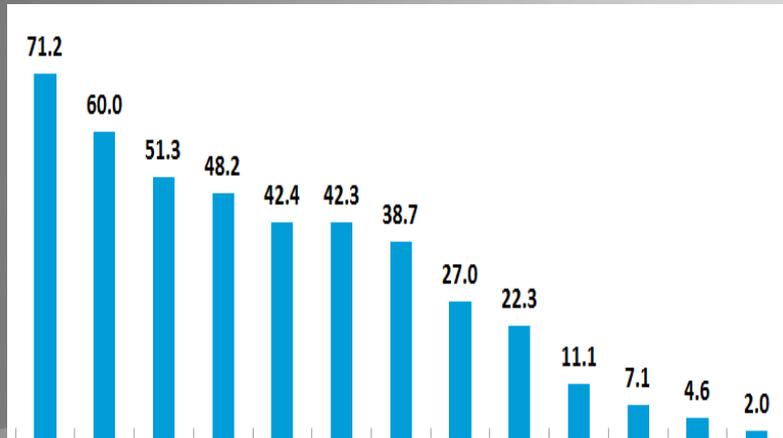
사례수	약을 시간에 맞춰 챙겨 먹는 게 어렵다	먹는 약의 종류가 많아 약 종류를 구분하기 어렵다	약이 너무 커서 먹기가 힘들다	약을 먹고 안 먹은 것 같아서 두 번씩 먹기도 한다	약이 너무 딱딱해서 삼키거나 씹기가 힘들다	기타	계
전체 795	53.7	14.3	11.3	7.4	6.4	6.8	100.0

• 고령친화식품

- 고령자용 식품 구매 의향은 82.8%
- 고령자용 식품으로 영양분이 골고루 갖춰진 식품(61.4%)을 가장 선호
- 향후 영양성분이 잘 갖춰진 건강기능식품, 전통발효식품, 특수용도식품 수요 증가 예상
- * 특수용도식품의 경우 현재에 비해 노후에 수요가 기대되고 고소득자의 수요가 크게 나타남

< 평소 즐겨먹는 식품 >

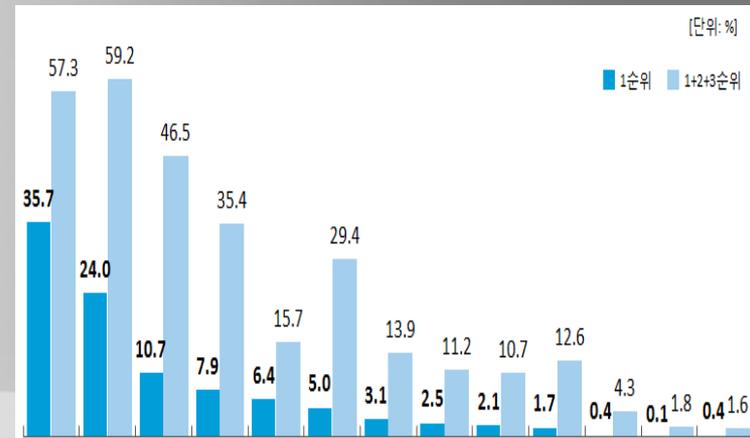
(N=1,000)(단위:%)



식품 유형	비율 (%)
전체	1000
전통 발효 식품	712
두부 류 또는 묵류	600
우유 유제품	513
건강 기능 식품	482
음료 / 사류 제품	424
면류 제품	423
제과 제빵 류	387
어육 제품	270
유기농 가공 식품	223
즉석 섭취 / 편의 식품	111
시리 알류	71
특수용도 식품	46
기타	20

< 노후에 가장 먹고자 하는 식품 >

(N=1,000)(단위:%)



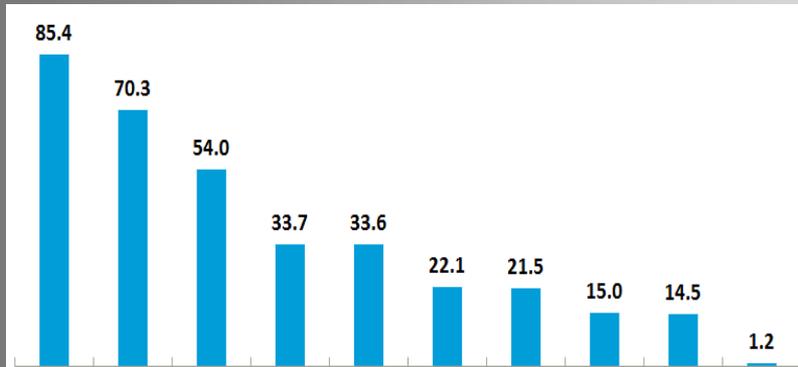
식품 유형	1순위 (%)	1+2+3순위 (%)
전체	1000	1000
건강 기능 식품	357	573
전통 발효 식품	240	592
두부 류 또는 묵류	107	465
우유 유제품	79	354
특수용도 식품	64	157
유기농 가공 식품	50	294
면류 제품	31	139
제과 제빵 류	25	112
어육 제품	21	107
음료 / 사류 제품	17	126
즉석 섭취 편의 식품	04	43
시리 알류	01	18
기타	04	16

• 고령친화화장품

- 고령자용 화장품 구매 의향은 71.5%
- 남성의 고령자용 화장품 구매의향(76.0%)이 여성(67.4%)에 비해 높음
- 고령자용 화장품으로 향후 노화방지 화장품(44.5%)을 가장 선호, 그 다음으로 냄새 제거(14.8%), 미백, 검버섯 완화(13.3%), 피부건조 및 가려움 개선(10.8%)

< 현재 사용 중인 화장품 >

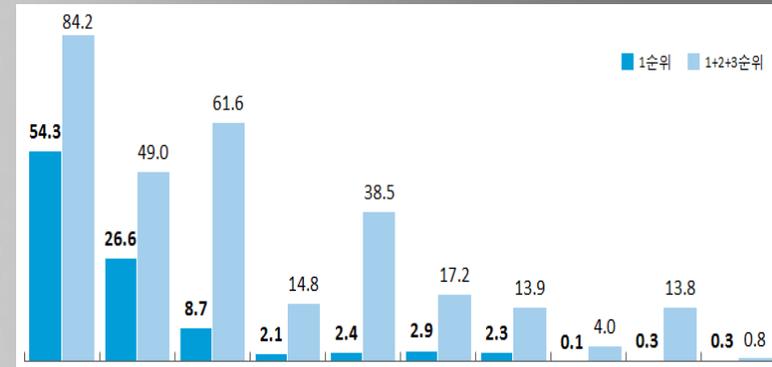
(N=1,000)(단위 :%)



	사례수	기초 화장품	두발용	목욕용제	주름개선 등 기능성 화장품	색조 화장품	염모용	면도용	손발톱용	방향용제	기타
전체	1000	854	703	540	337	336	221	215	150	145	12

< 노후에 주로 사용하고자 하는 화장품 >

(N=1,000)(단위 :%)



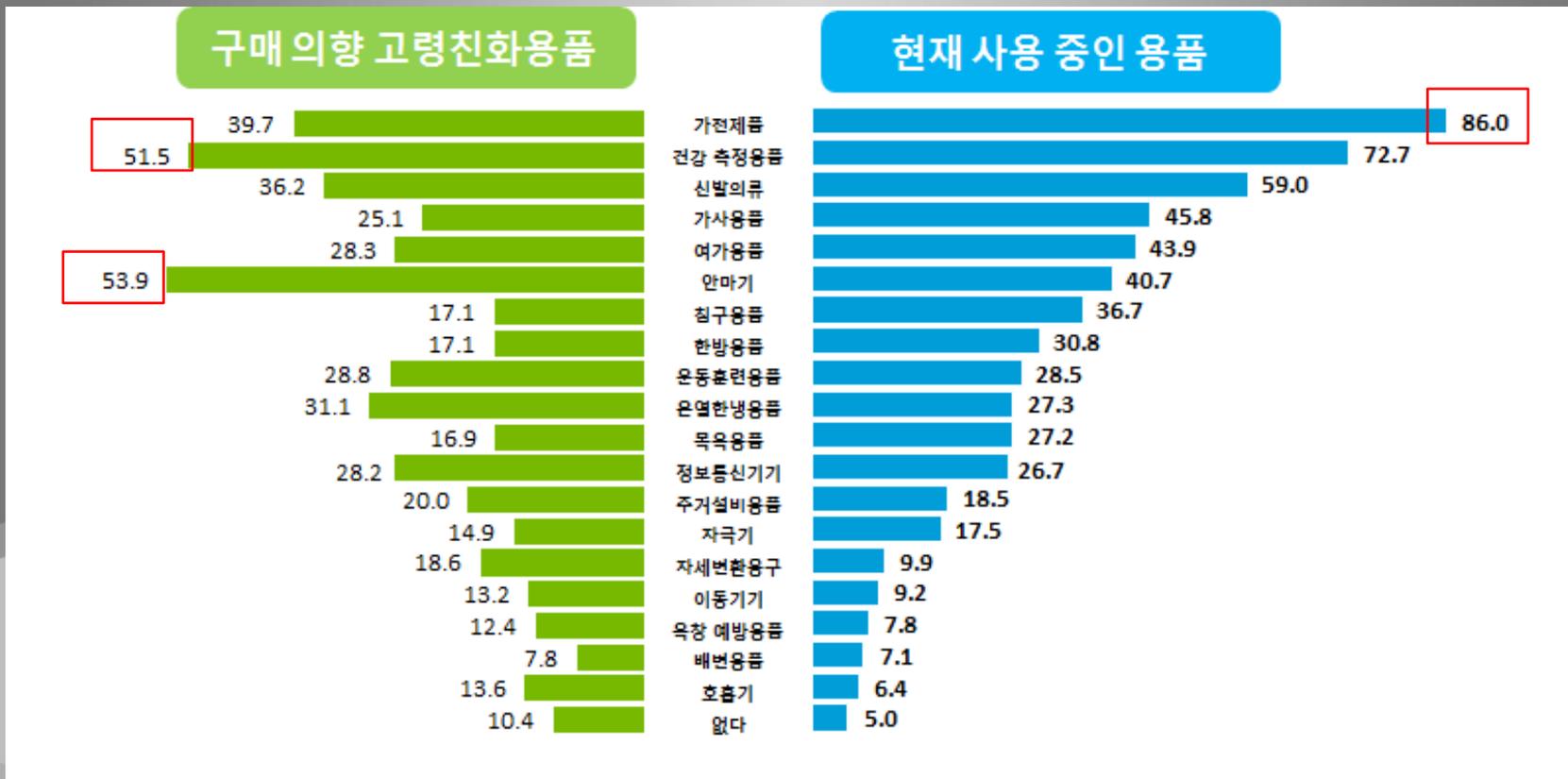
	사례수	기초 화장품	주름개선 등 기능성 화장품	두발용	면도용	목욕용	염모용	방향용제	손발톱용	색조 화장품	기타
전체	1000	543	266	87	21	24	29	23	01	03	03

고령친화용품

- 현재 사용하고 있는 용품은 '가전제품'(86.0%), '건강측정용품' (72.7%)이 가장 많음
- 구매 의향이 있는 고령친화용품은 '안마기' (53.7%), '건강측정용품'(51.5%) 순임
- * 만45세~54세는 안마기와 건강측정용품에 집중
- * 65세 이상은 '신발/의류' (46.3%), '가전제품'(43.4%), '정보통신기기'(36.6%), '온열/한냉 용품'(34.8%), '여가용품' (34.1%), '가사용품'(30.3%), '주거설비용품' (30.3%) 등 다양화
- * 1인 가구의 경우 '건강측정용품' (58.1%), '정보통신기기'(34.9%), '한방용품' (25.6%), '주거설비용품'(23.3%), '목욕용품'(20.9%)의 순임
- 건강측정용품'에 대한 지속적인 수요와 '안마기'에 대한 수요가 상승할 것으로 예상

< 현재 사용 중인 용품과 구매의향 고령친화용품 >

(N=1,000)(단위 :%)



중고령자의 고령친화서비스별 수요

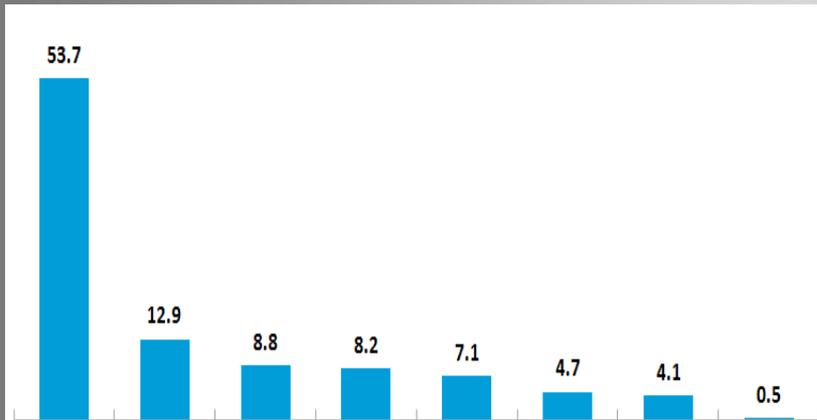
• 요양서비스

- 이용 의향은 73.7%

* 이 중 요양시설(50.5%), 집(49.5%) 선호, 예비고령자일수록 재가서비스 선호

< 집에서 받고 싶은 요양서비스 >

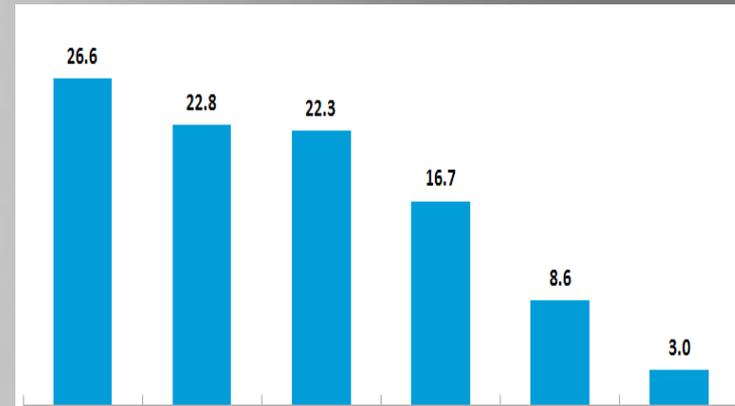
(N=365)(단위:%)



	사례수	가사지원	수발	이동지원	간단한심부름대행	컴퓨터, 외국어 등 교육지원	말벗 및 안부를 확인하는 서비스	배달 서비스	기타
전체	365	53.7	12.9	8.8	8.2	7.1	4.7	4.1	0.5

< 요양시설 선택시 고려사항 >

(N=372)(단위:%)



	사례수	좋은시설	자연환경	전문인력과친절도	저렴한비용	각종프로그램운영	자녀와의거리
전체	372	26.6	22.8	22.3	16.7	8.6	3.0

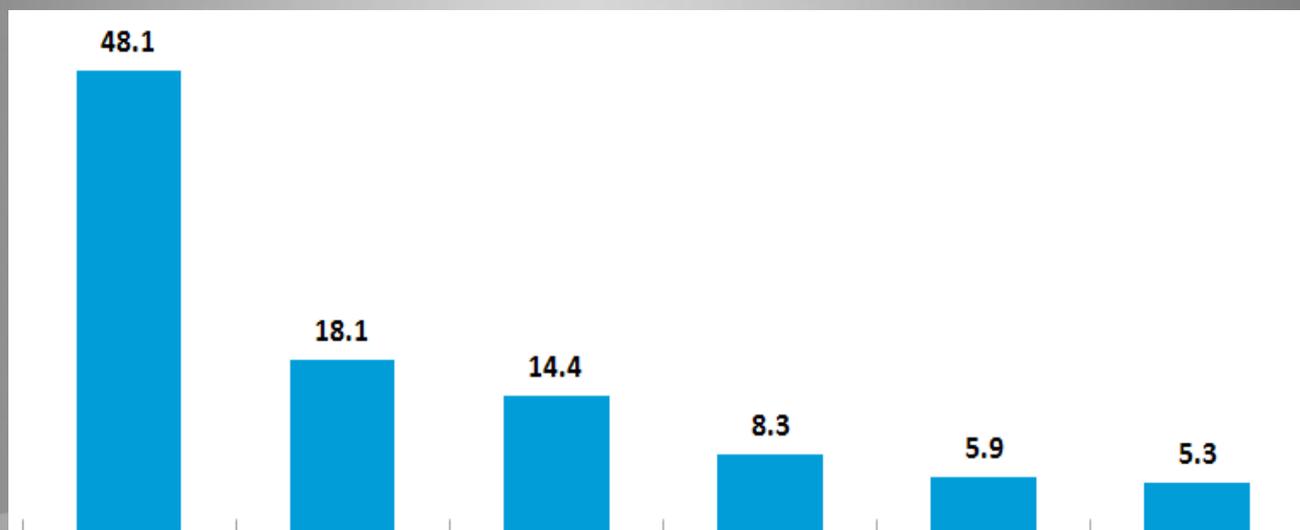
• 건강지원서비스

- 이용의향은 83.4%

* 이 중 정기적 건강검진(48.1%)을 가장 선호, 예비고령자일수록 이용의사 높음

< 받고자 하는 건강지원서비스 >

(N=834)(단위:%)



	사례수	정기적 건강검진	질병상담 및 관리	영양 또는 운동 처방	건강관리를 위한 교육	온라인 건강관리 서비스	정신건강 상담	계
전체	834	48.1	18.1	14.4	8.3	5.9	5.3	100.0

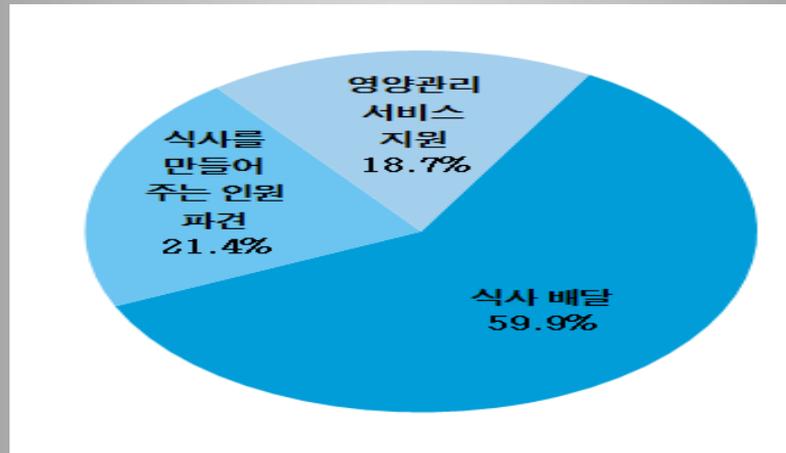
• 급식서비스

- 이용의향은 64.5%

* 제공 장소는 집(76.1%)을 선호, 식사배달 형태(59.9%)를 선호

< 급식서비스 희망 이용 형태 >

(N=491)(단위:%)



		사례수	식사 배달	식사를 만들어 주는 인원 파견	영양관리 서비스 지원	계
전체		491	59.9	21.4	18.7	100.0
성별	남성	227	56.8	19.8	23.3	100.0
	여성	264	62.5	22.7	14.8	100.0
연령	만45세~54세	243	60.9	21.4	17.7	100.0
	만55세~64세	137	58.4	18.2	23.4	100.0
	만65세 이상	111	59.5	25.2	15.3	100.0

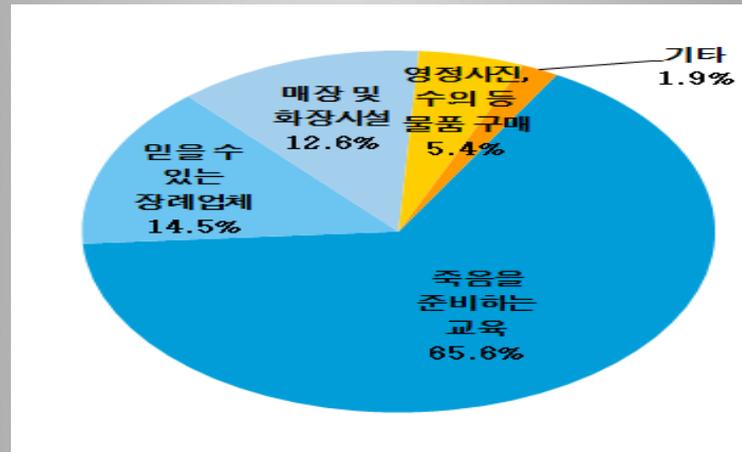
장묘서비스

- 화장을 선호(83.4%)

- 죽음을 대비해 가장 필요한 것으로 죽음 대비 교육(65.6%), 그 다음으로 장례업체, 화장시설 순임

< 죽음을 대비해 가장 필요한 것 >

(N=1000)(단위:%)



		사례수	죽음을 준비하는 교육	믿을 수 있는 장례업체	매장 및 화장시설	영정사진, 수의 등 물품 구매	기타	계
전체		1,000	65.6	14.5	12.6	5.4	1.9	100.0
성별	남성	475	67.2	13.7	14.5	3.8	0.8	100.0
	여성	525	64.2	15.2	10.9	6.9	2.9	100.0
연령	만45세~54세	426	65.3	<u>16.0</u>	12.9	4.5	1.4	100.0
	만55세~64세	284	<u>71.1</u>	13.4	10.6	3.2	1.8	100.0
	만65세 이상	290	60.7	13.4	<u>14.1</u>	<u>9.0</u>	2.8	100.0

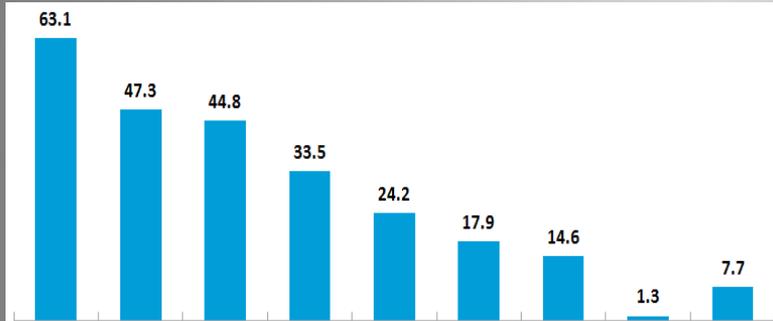
• 금융서비스

- 노후소득을 위한 대비책

- * '현재 살고 있는 집'(63.1%)이 가장 많고, 그 다음으로 '금융자산'(47.3%), 공적연금(44.8%) 순임
- * 예비고령자(만 45세~54세 미만)는 연금 상품' (48.4%), 현재 고령자(만 65세 이상)는 '현재 살고 있는 집'(72.1%)으로 나타남

<노후소득을 위한 대비책>

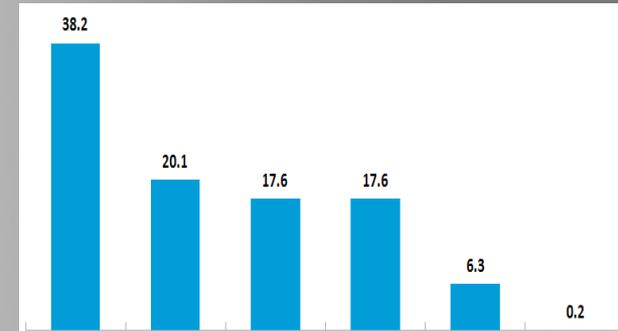
(N=1000)(단위:%)



	사례수	현재 살고 있는 집	적금보험 등 금융자산	공적연금	개인연금 상품	현재 살고 있는 집 이외 부동산	주식 채권 펀드 등 투자	퇴직연금	기타	준비하지 않음	
전체	1000	631	473	448	335	242	179	146	13	77	
성별	남성	475	611	446	520	375	269	215	173	06	57
	여성	525	650	497	383	299	217	147	19	95	
연령	만45세~54세	426	554	495	465	484	235	221	181	02	70
	만55세~64세	284	655	465	514	327	292	204	183	07	49
	만65세이상	290	721	448	359	124	203	93	59	34	114

<노후준비를 위해 가장 필요한 금융서비스>

(N=1000)(단위:%)



	사례수	개인연금 저축 등 연금 상품	건강간병 등에 대비 한 보험 상품	소유한 주식을 활용한 주택연금	적금보험 펀드 등 금융 자산 관리 서비스	퇴직연금 상품 다양화	기타	
전체	1000	382	201	176	176	63	02	
성별	남성	475	400	202	160	164	72	02
	여성	525	366	200	190	187	55	02
연령	만45세~54세	426	460	188	155	129	66	02
	만55세~64세	284	394	215	162	155	70	04
	만65세이상	290	255	207	221	266	52	00

• 여가서비스

- 평소 및 노후 여가활동

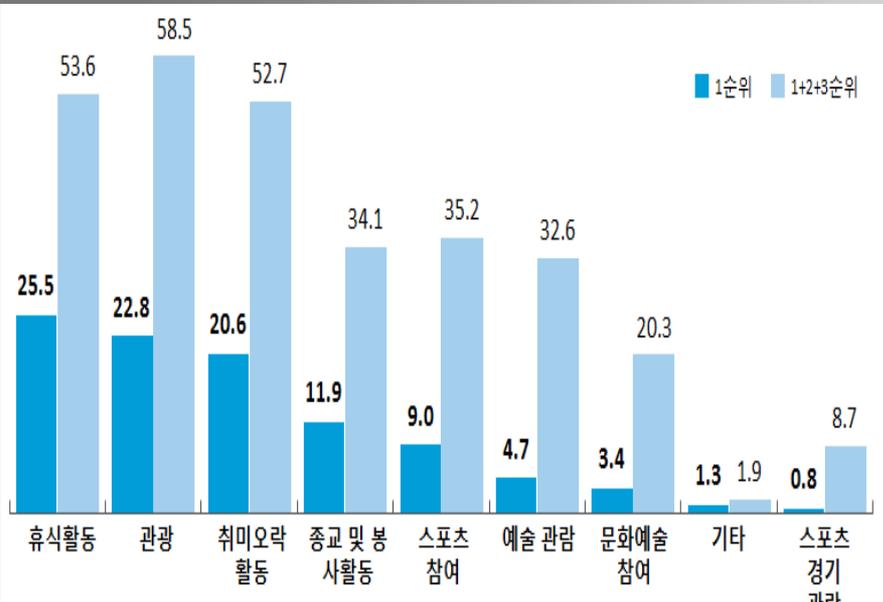
* 현재는 휴식활동이 주, 노후에는 휴식활동, 관광, 취미오락활동으로 다양화

- 노후에 필요한 여가지원서비스

* 고령자용 휴양단지 및 시설, 운동 및 스포츠 활동, 문화콘텐츠, 여행상품, 사회봉사프로그램 등 다양화

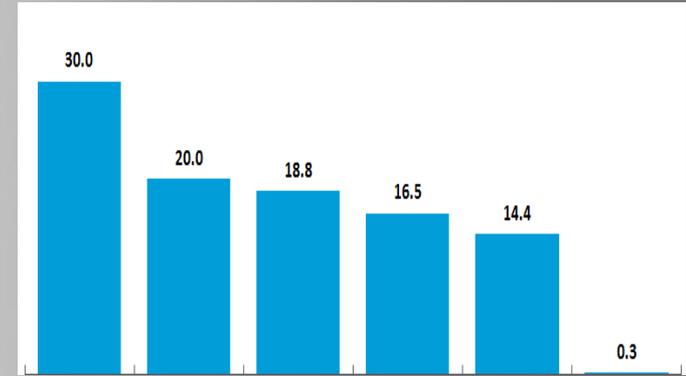
<노후에 하고 싶은 여가활동>

(N=1000)(단위:%)



<노후 가장 필요한 여가지원서비스>

(N=1000)(단위:%)



		사례수	휴양단지 및 시설	운동 및 스포츠 활동	문화콘텐츠	맞춤형 여행상품	사회봉사 활동 프로그램	기타
전체		1,000	300	200	188	165	144	03
성별	남성	475	31.6	19.8	15.6	16.0	16.8	0.2
	여성	525	28.6	20.2	21.7	17.0	12.2	0.4
연령	만45세~54세	426	30.3	20.0	19.0	17.1	13.4	0.2
	만55세~64세	284	23.6	21.8	16.5	18.0	20.1	0.0
	만65세 이상	290	35.9	18.3	20.7	14.1	10.3	0.7

• 주거지원서비스

- 현재 보유 주택에서 노후를 보낼 의향은 57.9%

* 사유 : 생활환경에 적응해서(48.8%)가 가장 높음

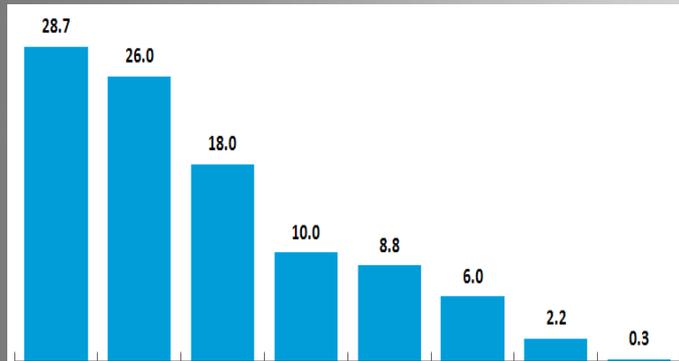
- 노후에 집을 선택시 가장 중요한 고려사항

* 쾌적한 주변환경(28.7%), 경제적 여건(26.0%) 순임

- 노후에 가장 필요한 주거지원서비스 : 노인주거용 복합단지(38.5%)가 가장 높음

<노후에 집을 선택시 중요 고려사항>

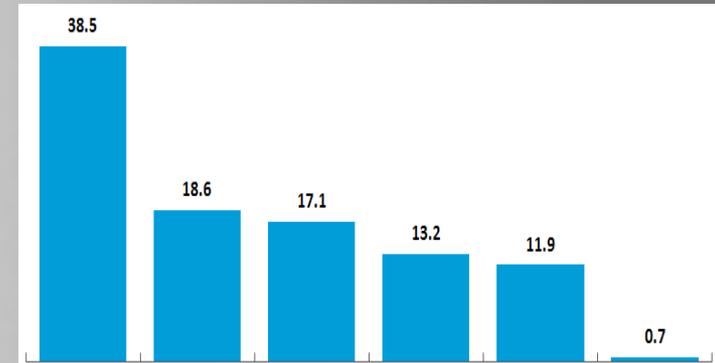
(N=1000)(단위 :%)



사례수	쾌적한 주변환경	생활비용 등 경제 적여건	편의시설이 잘 되어있는 곳	집구조가 편리한 집	부부 중심 의작 은집	교통이 편리한 곳	자녀, 친인척과 가까운 곳	기타	
전체	1,000	28.7	26.0	18.0	10.0	8.8	6.0	2.2	0.3

<노후 가장 필요한 주거지원서비스>

(N=1000)(단위 :%)



		사례수	노인주거용 복합단지	고령자용 주택개조 지원	고령자용 실버타운	고령자용 소규모 공동주택	고령자용 임대주택	기타
전체		1,000	38.5	18.6	17.1	13.2	11.9	0.7
성별	남성	475	39.8	19.6	17.7	10.9	12.0	0.0
	여성	525	37.3	17.7	16.6	15.2	11.8	1.3
연령대	만45세~54세	426	42.3	13.6	19.2	12.4	12.4	0.0
	만55세~64세	284	40.1	15.5	16.5	13.4	14.4	0.0
	만65세 이상	290	31.4	29.0	14.5	14.1	8.6	2.4

- 기타 서비스

- 교통지원서비스

- * 승용차를 교통수단(56.3%)으로 주로 이용, 노후에도 승용차(65.0%)를 이용

- 영농지원서비스

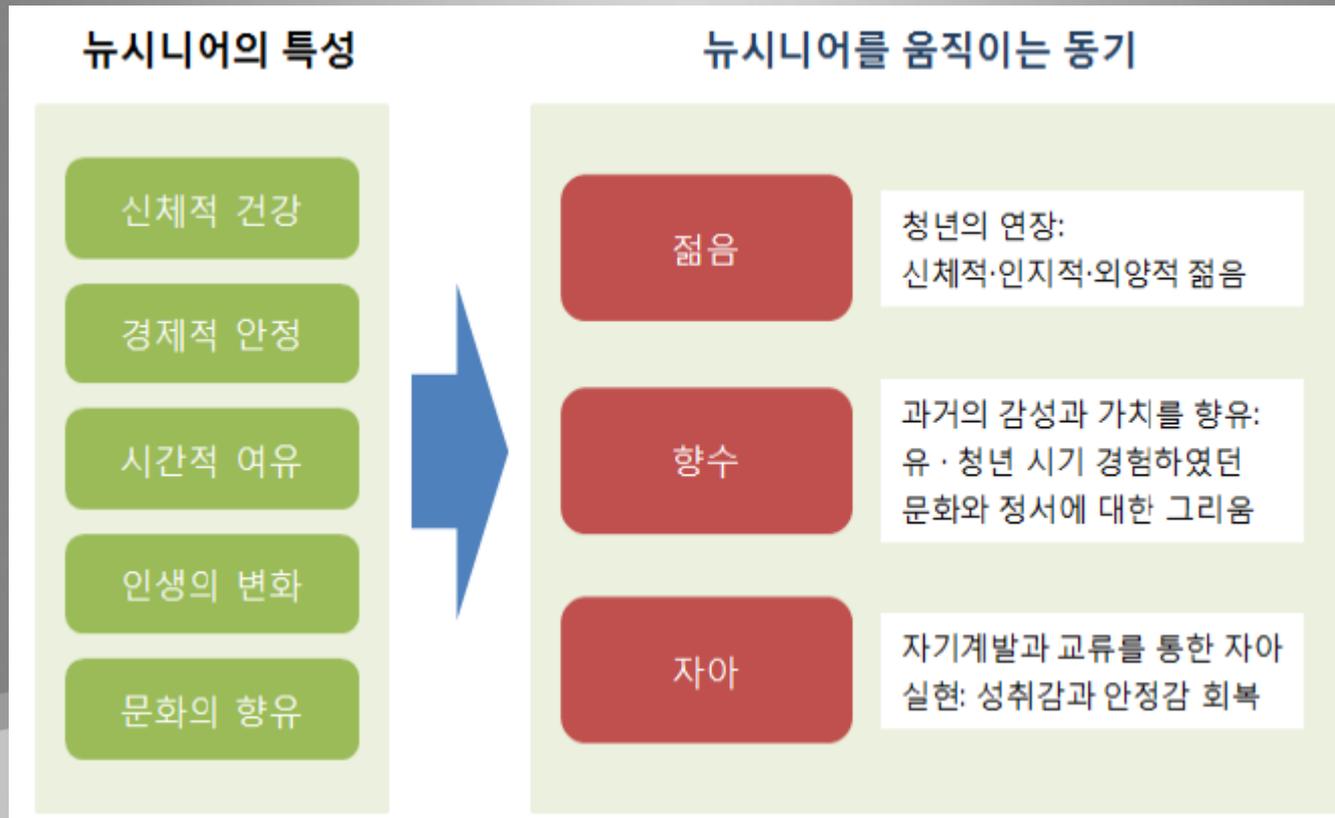
- * 귀농의향 : 44.6%, 연령이 낮을수록 높음

- * 귀농사유: 건강을 위해(59.2%)가 가장 높음

- * 귀농시 고려사항 : 자연환경(37.4%), 편의시설과의 접근성(27.4%) 등

4) 소비경향의 변화

베이비붐세대의 3대 키워드 : 젊음, 향수, 자아





공급 측면

초기 유통중심의 산업구조

- ❖ 초기 시장 형성에 있어서 수입제품 중심의 유통업체 난립(60% 이상)
 - 국내제품 생산기반 저조
- ❖ 장기요양보험공급 제품에 주력
 - 현재 17개 품목(전동침대, 이동변기, 보행기 등), 요양서비스에 국한
 - 타산업(식품, 금융, 여가, 주거 등)은 미흡
- ❖ 해외 제품 단순 카피 수준
 - 고령자 중심의 사용성 평가 자료 부족
- ❖ 민간 내수 시장의 규모 축소로
 - 해외 시장 진출이 어려운 현실



영세한 중소기업 형태

• 자본금

- 평균자본금 8억원 미만, 자기자본비율은 60% 정도

• 인력 현황

- 제조업체 : 평균종사자수는 18.7명, 10인 미만인 업체가 전체의 49.5%를 차지

- 수입업체의 경우 평균종사자수는 17.4명, 10인 미만인 업체가 전체의 50.0%를 차지

〈 고령친화용품 산업체 자본금 및 자기자본비율 〉

구분	제조업체		수입업체	
	평균자본금 (백만원)	평균자기 자본비율(%)	평균자본금 (백만원)	평균자기 자본 비율(%)
전체	803.1	60.3	727.8	64.6
설립근거	개인	417.9	293.8	60.2
	법인	950.2	839.6	65.7
준거법	국내	802.4	685.4	64.6
	국외	928.1	1,929.9	66.0
자본구성	내자회사	803.7	539.8	64.3
	외자회사	1,348.2	2,802.2	75.0
	합작회사	520.8	2,662.6	62.7
다국적여부	다국적 기업	897.1	6,487.0	72.9
	단일국적 기업	802.6	435.0	64.2
상장유무	비상장 외감	1,190.4	1,571.7	71.6
	비상장 기타	680.1	473.5	63.7
	코스닥 상장	12,870.9	10,050.0	64.4
기업형태	일반기업	512.5	738.6	66.2
	벤처기업	1,587.2	615.6	48.2

〈 고령친화용품 산업체 인력 현황 〉

구분		제조업체	수입업체
종사자수	총계	10,385명	2,577명
	평균	18.7명	17.4명
종사자 규모별	5인 미만	23.4%	26.4%
	5~9인	26.1%	23.6%
	10~19인	24.0%	29.7%
	20~49인	18.2%	11.5%
	50인 이상	8.3%	8.8%
고용형태별	정규직	95.9%	96.2%
	비정규직	4.1%	3.8%
직종별	사무직	26.4%	33.9%
	영업직	13.4%	24.4%
	연구직	11.2%	7.1%
	생산직	45.3%	28.9%
	기타직	3.6%	5.7%

산업체 기술경쟁력 미흡

• 인증 현황

- 고령친화용품 제조업체의 40.7%, 수입업체 20.7%만이 인증을 보유

• 기술보유 현황

- 고령친화용품 제조업체의 46.5%, 수입업체 24.7%만이 인증을 보유

• 제품별 기술격차 미미

- 복지용구 급여제품 710개(2013.3.20 기준)로, 기술 격차 없이 유사한 제품이 대다수임

• 해외 수출시장 개척 미미

- 욕창예방매트리스, 안전손잡이, 보행차, 기저귀 업체 일부가 미국, 캐나다 지역에 제한적으로 수출

< 고령친화용품 산업체 인증 현황 >

인증 항목	제조업체	수입업체
벤처기업인증	20.8%	8.1%
이노비즈인증	18.8%	9.5%
기업부설연구소 설립	15.2%	6.1%
해외인증	14.9%	7.6%
기타 인증	22.3%	8.7%
보유 인증 없음	59.3%	79.3%

< 고령친화용품 산업체 기술보유 현황 >

기술 항목	제조업체		수입업체	
	보유율	보유건수	보유율	보유건수
특허취득	34.0%	5.5건	15.0%	5.5건
특허출원	16.8%	4.4건	6.2%	2.3건
의장등록	18.1%	3.7건	6.3%	4.3건
상표출원	20.8%	3.4건	11.9%	3.3건
실용신안	25.6%	4.0건	13.3%	4.5건
품질인증	18.8%	3.7건	10.5%	2.5건
보유 기술 없음	53.5%	-	75.3%	-

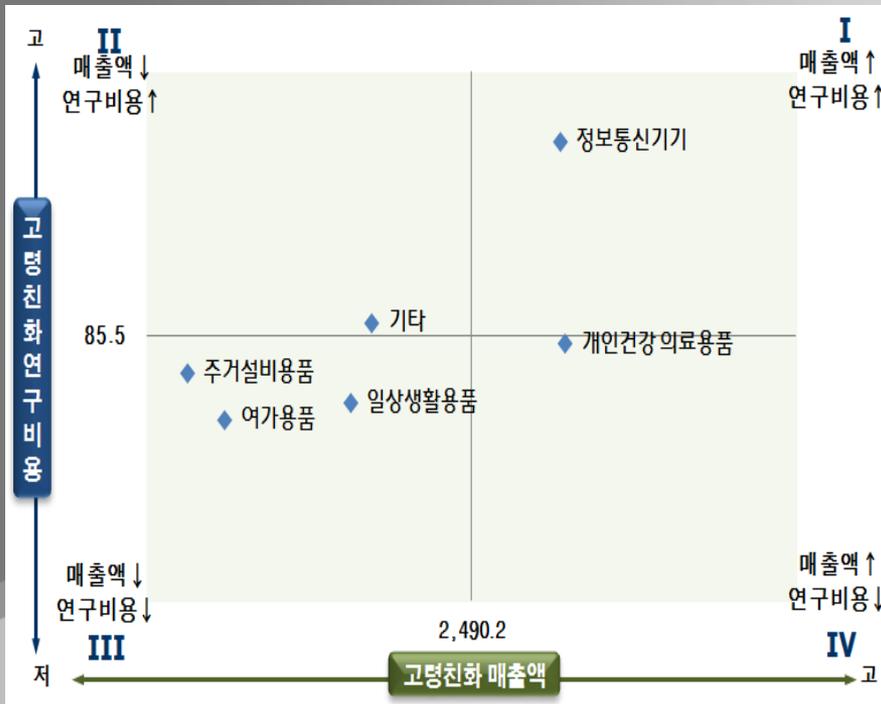
※ 고령친화용품 제조·수입업체의 복수응답 문항으로 집계됨

산업체 연구개발 및 시설투자 여력 부족

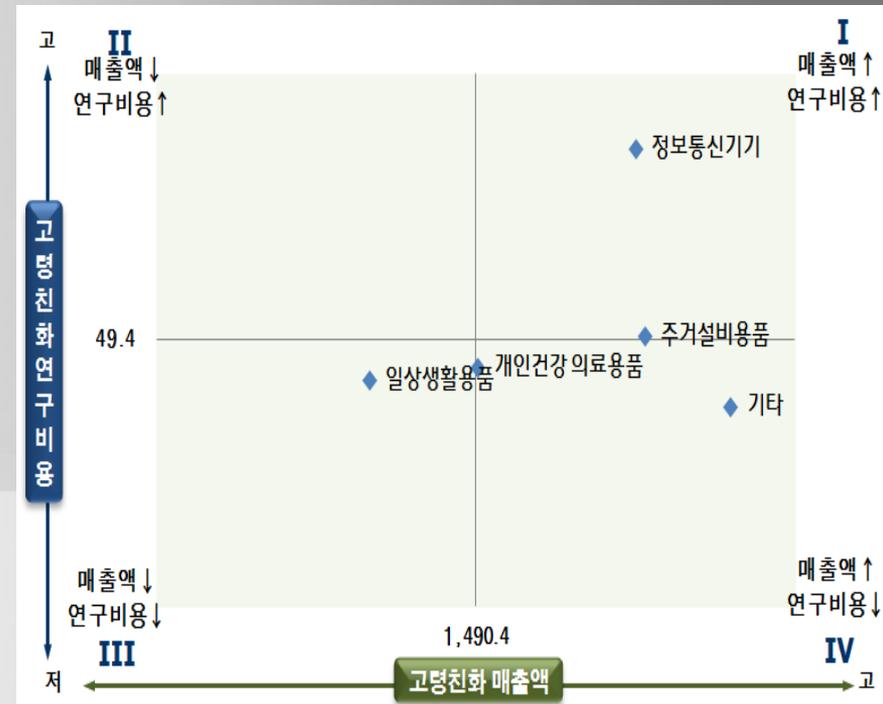
• 매출액 대비 연구 및 시설 투자 현황

- 제조업체 : 45.0%만이 투자, 전체 매출액 대비 2.3%, 고령친화용품 매출액 대비 3.4% 수준
- 수입업체 : 19.8%만이 투자, 전체 매출액 대비 1.6%, 고령친화용품 매출액 대비 3.3% 수준

< 제조업체 >



< 수입업체 >





인프라 측면

고령친화산업 지원을 위한 법.제도 기반 마련

- ❖ 저출산 .고령사회기본법(2005년 제정)
 - 제20조(저출산.고령사회기본계획), 제21조(연도별 시행계획)
- ❖ 고령친화산업진흥법(2006년 제정)
 - 제4조(고령친화산업발전 계획), 제8조(고령친화산업 표준화)
 - 제9조(국제협력 및 해외시장진출 촉진), 제10조(고령친화산업 지원센터 설립.지정)
- ❖ 노인장기요양보험법(2007년 제정)
 - 제6조(장기요양기본계획), 제7조(장기요양보험), 제23조(장기요양급여의 종류)
- ❖ 관련법
 - 산업융합촉진법(2011년 제정) : 제5조(산업융합발전 기본계획의 수립 . 시행 등), 제9조(융합 신산업 관계 법령의 개선 권고 등), 제13조(적합성 인증 등)
 - 국민건강관리서비스 법안 추진중 : 건강관리서비스법안 발의(2010. 2011년)

콘트롤 타워 기관 부재

2008년~

2005년~

2005~2006년

대통령자문
고령화 및
미래사회위원회

노인인력
개발원

고령친화
산업지원
센터
[복지부,
산자부]

고령친화종합
체험관(성남,
대구, 광주)

3. 고통친화산업 발전방향



고령친화산업 발전전략

- 고령친화산업을 미래성장동력산업화
- 국민의 삶의 질 제고

과거 또는 현재

미래

수요 측면

- 노인장기요양보험에 국한
- 취약노인에 대한 지원



- 건강하고 활기찬 노후
- 건강, 소득 등 맞춤형 지원

공급 측면

- 제품, 서비스 단순화
- 산업체 기술경쟁력 미흡



- 제품, 서비스 다양화
- 고령화 사회 대응 고부가가치 산업화

인프라 측면

- 고령친화산업 지원체계 미흡
- 고령친화전문인력 부족



- 고령친화산업 지원체계 강화
- 실무형 고령친화 융복합 전문인력 확충

● 키워드 : 고령화, 건강, 집(나홀로), 융복합, 활기찬 노후, 연대의식



공급 측면

1) 고령친화제품

노인 건강관리 기기

- 일상생활속에서의 건강관리
- 생체정보 모니터링을 통해 영양 및 의료서비스와 연계



< 스마트의류 >

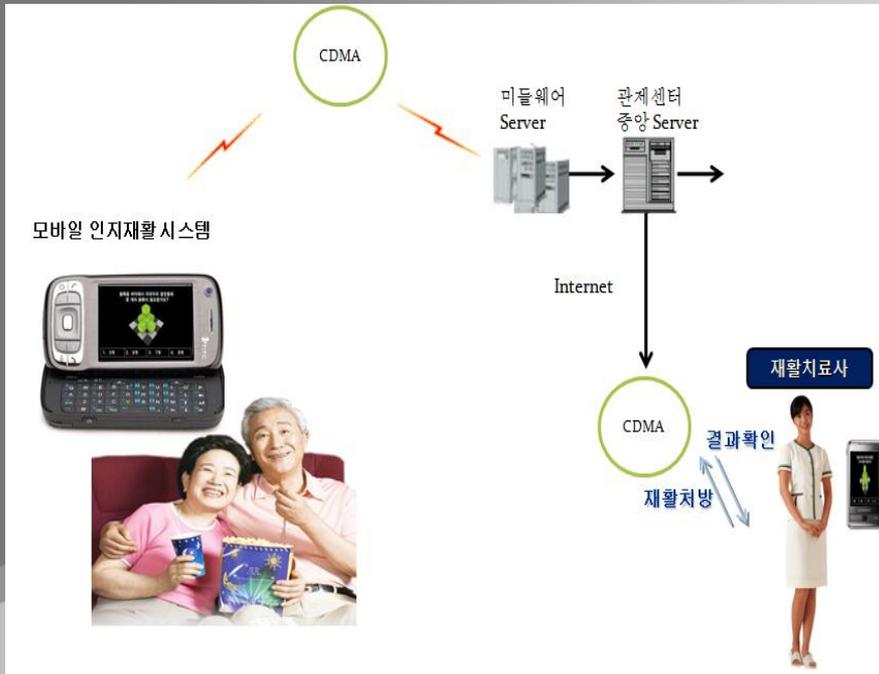


< IPTV/모바일 기반의 건강증진 및 관리 서비스모델 개발 >

커뮤니티 지원시스템

- 지속적인 사회성을 유지시켜주는 기기
- 지적활동을 유지하고 세대간 커뮤니케이션을 유지

< 인지능력 훈련시스템 >



< 실감형 스마트워크 >



고령자 안전정보 시스템

- 낙상방지, 위치확인, 복약지원지도 등 위험요소 제거
- 특히 독거노인의 안전성을 확인하여 관리

< 고령자 유비쿼터스 환경 >



고령자 생활지원 기기

- 재활.보조기기, 가사지원기기, 이동보조기기 등

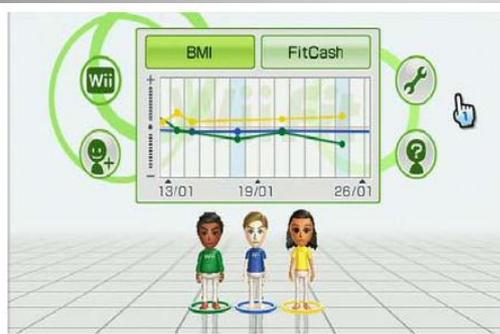
<아바타 맞춤형 콘텐츠를 삽입한 지능형 재활 의료기기 >



< 라이프케어 서비스 로봇 >



< 무인자율주행자동차 >



문화.여가 지원기기

- 즐거운 여가활동 영위
- 실내 및 야외 레저활동을 적극적으로 지원하는 기기

<우주비행사의 반려자 역할의 '키로보'>



<운동을 겸한 기능성 게임기>



<하프물범을 닮은 로봇 '파로' >



<교육용 게임기>



Civilization III



MathBlaster 수학



Phonomena

아이팝 매스 (Ipop Math) : 정신지체아와 지체부자유 어린이를 위한 수학 능력 향상 게임

2) 고령친화서비스

홈케어서비스
- 가사, 말벗 등

취업알선
교육서비스

노후 금융서비스
- 자산관리
- 타서비스와 연계

문화.여가서비스

건강관리서비스
- U-wellness
- U-health

Active aging

주거 개조서비스



인프라 측면

1) 고령친화산업 육성 체계 확충

❖ 법.제도 개선

- 고령친화산업진흥법 개정 및 품목분류 고시안 마련
- 인료법 개정
- 국민건강관리서비스법 제정 추진

❖ 범부처, 민관 등 종합적인 체제 구축

- 타산업(식품, 금융, 여가, 주거 등)은 미흡

❖ 컨트롤타워 역할을 수행할 기관 설립

- 고령친화산업진흥원(가칭) 설립

2) 고령친화 R&D 개발 지원

- ❖ 고령친화연구지원센터 설립
- ❖ 연구개발 지원체계 마련

활기찬 노후

- ◆ 건강한 노년
- ◆ 편의/독립적 생활
- ◆ 사회적 참여
- ◆ 사회통합

기술의 수용성 제고

- ◆ 현장문제 해결에 기여하는 기술
- ◆ 사용자 문화에 대한 이해

증가와 연계

- ◆ 기초-응용-개발 단계의 단절 극복
- ◆ 시장니즈-사회적 니즈-정책니즈의 연계

R&D 성과 확산 촉진

- ◆ 기술과 제품에 대한 신뢰 제고
- ◆ 신기술/신제품 시장 확대
- ◆ 세계시장 진출 활성화

3) 전문인력 양성

- ❖ **고령친화산업 관련 국가 자격증 제도 개발**
 - 복지용구상담원, 노인상담사, 노인영양사, 노인건강관리지도원, 유니버설 디자이너 등 [실무형]의 전문인력 양성
- ❖ **고령친화산업 전문인력 양성**
 - [학위과정] ‘고령친화산업 특성화대학원’ 을 설립
 - * 고령친화적 융복합 지식을 가진 전문인력 양성
 - [비학위과정] 고령친화적 접근이 필요한 분야[R&D, 융복합[산업-산업, 제품-제품, 제품-서비스 등], 인허가 등] 단기과정 지원을 통한 실무형 인재 양성

THANK YOU

