

고령친화산업의 현황과 발전방안

Old-Age Friendly Industry: Current Status and Development Plans

1. 서론

현재 우리나라 인구의 평균 나이는 30대 초반이나 40년 뒤에는 50대가 평균 나이가 된다. 이렇게 우리나라 인구의 평균연령이 10년에 5세씩 늘어나고 있다. 그럴 수도 아닐 수도 있는 것이 아니라 반드시 그렇게 될 것이다. 따라서 이에 대한 대책 수립이 절실하다.

고령화의 위협은 크게 두 가지 범주로 나누어 볼 수 있다.

그 하나가 인구의 상당수가 건강위험, 재무위험 및 생활위험에 떨어 된다는 것이다. 이는 생존의 문제로 정부의 책임에 해당한다. 그러나 정부가 제공하는 공익적 서비스의 질과 양 모두에는 그 한계가 있다. 또한 소비자도 질 낮고 총량이 부족한 공익 서비스에 강한 불만을 갖게 된다. 따라서 경제력이 있는 고령자를 중심으로 수익자부담의 원칙에 따라 보다 질 좋고 충분한 양의 서비스와 재화를 소비할 수 있도록 산업 기반을 확대해 주어야 한다.

다른 하나가 생산가능인구의 감소로 인해 잠재성장률



이 건 직

협성대학교 보건관리학과 조교수

이 크게 떨어져 정부의 재정이 악화되는 것이다. 그런데 그 시기가 제조업 공동화 및 경제의 서비스화, 지식정보화, 세계화와 함께 분배에 대한 요구가 용솨음친다는 1인당 국민소득 2만불의 진통까지 맞물리고 있다. 이미 우리나라는 강한 고용보호 제도 등에 의한 고용없는 성장, 내수·수출산업간 성장을 격차로 인한 경기양극화, 경공업·중화학 공업간, 제조업과 서비스업간 산업양극화, 중소기업·대기업간의 기업양극화와 IMF이후 더욱 심해진 빈부 양극화 등으로 인해 중장기적 경제성장 기반이 잠식되고 있는 상황 속에서 고령화가 불거지고 있다. 단기적인 경제 대응책 마련 속에 그 다음에 다가올 더 큰 위협을 미처 대응하지 못하고 있다.

이는 분명 위협적이다. 그러나 그 속에서도 기회가 있다. 급팽창하는 노인인구의 신규 거대수요를 국가 차세대 성장동력으로 전환할 수 있는 혁신적인 처방이 마련되어야 한다. 이른바 실버산업이라는 '고령친화' 산업이 그것이다. 이는 우리나라 경제성장의 견인차였던 베이비붐세대의 소비력을 차세대 경제성장 동력으로 전환하는 산업이다.

한편, 우리나라가 고령화 사회 진입시점에서 갖는 함의는 문제점을 보다 분명히 한다는 측면에서 큰 의의가 있다. 즉, 우리나라는 중진국으로는 드물게 고령화 사회로 진입하여 고령화의 충격을 흡수하기 위한 방안 마련이 절실한 상황에 처해 있다.¹⁾ 이를 공공측면에서 보면 선진국에 비해 재정, 복지제도 및 인식이 모두 미흡하여 고령화 충격 흡수에 어려움이 있으며, 시장측면에서는 고령소비자 수는 충족되었으나 그 질은 불확실하여 수요기반 파악에 신중함이 요구되며 이에 따라 공급기반을 마련해야 하는 순서를 밝아야 한다.

즉, 공공과 민간의 명확한 역할 분담을 기초로 한 민간 중심의 '고령친화산업'을 적극적으로 육성할 필요가 절대적으로 높다 하겠다. 이는 정부가 제공하는 공익적 서비스의 질적·양적 한계에 대처하기 위해 경제력이 있는 노인을 중심으로 수익자부담의 원칙에 따라 보다 질 좋은 서비스와 재화를 소비할 수 있도록 신산업 기반을 확대하여야 하며 이를 통해, 삶의 질로 대변되는 국가 경쟁력을 강화할 수 있을 것이다. 따라서 고령친화산업 활성화 방안의 마련은 국가 재정악화를 완화하고 복지국가에 근간을 확대하는 최적의 방안이 될 것으로 기대된다.

본 고의 목적은 대통령자문기구인 고령화및미래사회위원회가 2005년 1월 21일

1) 참고로 고령화 사회 진입시점에서의 1인당 국민소득 순위가 일본의 경우 1970년대 6위의 상황이었으나 우리나라의 경우 2000년대에 22위의 순위로 진입하였음.

제57회 국정과제회의에서 대통령께 보고된 고령친화산업 활성화 전략에 대한 세부 내용을 소개함에 있다. 그 구체적인 내용은 다음과 같다. 먼저 고령친화산업에 대한 개념을 정리하고 그 특성을 소개하고자 한다. 이를 바탕으로 고령친화산업의 현황 및 발전가능성을 특히, 시장규모와 고용창출력을 중심으로 살펴보고자 한다. 다음으로 고령친화산업 전반의 활성화 비전, 방향, 목표 및 전략을 설정한 후 마지막으로 고령친화산업의 전략품목을 도출하고 이에 대한 지원방안을 마련, 소개하고자 한다.

2. 고령친화산업 정의 및 활성화 필요성

1) 정의 및 특성

(1) 고령친화산업의 정의 및 대상

고령친화산업이란 고령자의 생물적 노화 및 사회·경제적 능력 저하로 발생한 수요를 충족시키기 위한 산업으로 정의하였다. 여기서 '고령친화'라 함은 실제로 '노인이 편리하면 모든 사람도 편리하다'는 취지 하에 편리성과 안전성에 입각한 노인의 선호를 우선적으로 고려함을 의미한다. 또한 고령자²⁾라 함은 현재의 고령자는 물론 노후를 대비하는 미래의 고령자도 포함하고자 하며 따라서 현재의 중장년층이 향후 고령층으로 편입되었을 때를 대비하여 소비 및 투자하는 제품과 서비스도 고령친화산업 범주에 포함된다 하겠다.

고령친화산업은 기존의 공급자 중심의 산업 분류방식과는 달리 소비자의 특성을 중심으로 재분류된 산업인 관계로 상품 그 자체의 특성에 기인하지 않음이 실체를 파악함에 있어 어려움을 겪는 주 원인이 되고 있다. 따라서 수요자 및 공급자를 나누어 살펴봄을 통해 이해를 돕고자 한다. 먼저 수요자는 현재의 고령자(65세 이상)뿐 아니라 베이비 붐 세대로 대표되는 장래 고령자도 포함되며 특히, 고

2) 우리나라의 경우 실정법상 65세 이상 노년자를 노인으로 규정하고 있으며, 미국 인구통계국에서는 55~64세(the olders), 65~74세(the elders), 75~84세(the aged), 85세 이상(the very old)으로 분류하고 55세 이상을 기준점으로 사용하고 있음. 본 사업에서의 노인은 경제적 활동의 은퇴시점인 60세를 기준으로 분류하였음.

령자의 간병과 일상생활을 지원하기 위한 간병인, 주수발자 및 도우미를 위한 소비 및 투자 제품과 서비스도 본 산업에 포함된다.

고령친화산업의 공급자는 매우 다양한데 크게 생물학적 노화와 관련된 상품을 생산하는 보건 및 요양, 의료기기, 복지용품, 식품, 의약품, 한방, 장묘 등의 산업과 사회경제적 능력 저하와 관련된 상품을 생산하는 금융, 문화 및 여가, 전자 및 정보, 주택, 교육, 교통, 농업, 의류 등이 그 대상이 될 수 있다.

(2) 고령친화산업의 특성

① 산업적 특성

고령친화산업은 국가 차세대 성장동력산업으로써 국제경쟁력 및 시장매력도 등 수익성 외에 진일보한 복지국가차원에서 공공성 제고도 함께 고려하여야 한다. 즉, 신체적·사회적·경제적으로 취약한 고령층을 대상으로 하기 때문에 노인의 안전과 권익도 보장될 수 있도록 정부 관심이 특히 필요하다는 측면에서 기존 산업과 다른 큰 특성이 있다 하겠다. 고령친화산업은 기존 산업에서와 같이 현 수준보다 높은 욕구를 충족시키기 위해 상품을 소비하는 성격과 달리 저하된 각종 능력을 저하 이전 수준으로 회복하려는 욕구를 충족시키는 산업이라 하겠다. 특히, 이들이 신체적, 사회 및 경제적으로 취약한 고령자라는 측면에서 정부의 보호 책무가 있으며 그러한 욕구를 충족시키기 위한 상품을 생산하는 산업이라는 측면에서 정부의 적극적인 관심과 지원이 필요한 산업이기도 하다.

따라서 전반적으로 고령친화산업은 공급의 관계가 수익자 부담을 기초로 하는 시장경제원리를 따른다는 측면에서 노인복지와 차별화되나 노인의 생존권과 복지와 직접적으로 관련된 산업이라는 측면에서 정부의 적극적인 역할이 필요하 하겠다. 즉, 고령친화산업은 시장 기능을 활용한다는 측면이 정부의 재정을 사용하는 노인복지제도와 다를 뿐 궁극적으로 고령자의 삶의 질을 향상시켜야 하는 정부의 책임과 의무를 이행하는 방법이라는 측면에서는 그 맥을 같이 한다 하겠다. 따라서 특히 공적부조대상자들에게는 정부가 우선적으로 제품 및 서비스를 구매하는 형식으로 시장을 활성화시킬 필요도 크다 하겠다.

이상의 노인복지와의 차별적 특성 외에 고령친화산업은 다음과 같은 고유의 산업적 특성을 갖고 있다.

고령친화산업은 큰 시장 규모로 형성될 산업이지만 그 세부 내용은 다양하고 변화에 민감한 '세분화된 소형 시장의 합'으로 구성되어 있다는 특징을 갖는다. 따라서 '소품종 대량생산'에 적합한 대기업에 비해 '다품종 소량생산'에 적합한 중소기업에 적합한 산업으로 내수확산과 고용창출에 크게 기여할 것으로 전망되고 있다. 따라서 정책기획위원회내 경제양극화 대책수립을 위한 TFT와의 협력을 통해 '혁신형 중소기업 육성' 프로그램과 연계할 필요가 높다 하겠다. 이러한 특징은 산업 정책 추진에 있어서도 '규모의 경제성'보다 '범위의 경제성 및 연결의 경제성'을 추구해야 하는 관계로 자원의 공동 활용에 기초한 산업클러스터 형태가 보다 효과적이며 이로 인해 지역균형발전에도 기여할 것으로 전망된다. 따라서 국가균형발전위원회의 '국가균형발전정책'과 유기적 연계가 필요하다.

② 소비자로서의 특성

기업의 입장에서 고령친화산업의 태동과 급속한 성장기를 맞아 최대 수요층인 실버마켓, 이른바 베이비붐세대의 특성을 살펴봄이 대단히 주효하다.

첫 번째로 고령 소비자가 필요한 제품은 신체적 기능을 보완하는 '첨단제품'보다 기능적으로 단순하여 손쉽게 사용할 수 있는 '적합제품'이 보다 중요한 특성을 갖고 있다.

두 번째로 노령화 과정에서 신체적·사회적·심리적 변화를 총체적으로 경험하며 실제 필요한 재화 및 서비스임에도 불구하고 심리적 저항으로 인해 소비되지 않을 수 있는 특성도 갖고 있다. 즉, 노인은 스스로를 평균 15세 정도 더 젊다고 인지하고 있으므로 젊은 층이 선호하는 제품을 선호할 확률이 높다 하겠다.

세 번째로 고령친화 서비스산업의 경우 대상 소비주체가 이동성이 적고 한정된 지역에 거주하며 지속적 서비스를 요구하는 경우가 많은 관계로 지역과의 연관성이 매우 높은 지역밀착적 특성을 가지고 있다. 따라서 수요계층이 지역적으로 확산되어 있어 고객확보가 상대적으로 용이한 도시지역 위주의 사업 전개가 필요하다.

네 번째로 고령자는 수요하기를 원하는 서비스가 융합되어 한번에 제공됨을 선호한다. 예를 들어, 보건+의료+복지+주거+기기+여가, 금융+여가+의료+주거+한방 서비스 등이 편리하게 one-stop으로 제공되어야 한다. 고령친화 제품 및 서비스의 융합화를 통한 클러스터링으로 대고객만족도를 제고해야 산업경쟁력이 강화된다.

다섯 번째로 여성의 평균수명 증가로 독신여성노인 중심의 재화 및 서비스 개발이 더욱 필요할 수 있다. 2002년 통계자료에 의하면 여성의 평균수명이 80세로 남성보다 7년이 더 길다. 또한 노인단독가구가 급속히 증가하고 있다. 따라서 독신여성노인 중심의 재화 및 서비스 개발이 주효하다.

이와 함께, 제품과 서비스 개발시 국가적·문화적 특성이 반영될 필요성이 상대적으로 높은 산업으로도 볼 수 있다.

③ 베이비 붐 세대의 특성

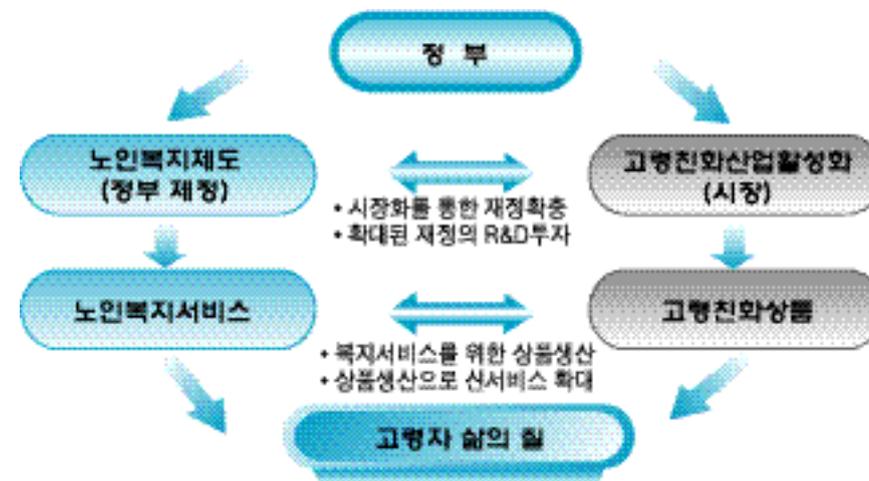
향후 등장할 실버세대는 1953~1965년 사이에 태어난 전후 및 산업화의 베이비 붐 세대로 이전 세대와 질적·양적으로 확연한 차이를 나타내고 있다. 이들은 다양한 소비의 적극적 주체자로 은퇴는 고령친화산업의 활성화에 있어 기폭제로 작용할 것으로 전망되고 있다. 베이비 붐 세대는 50년간 인구구성비가 지속적으로 증가할 유일한 연령군단으로 '단일 최대 소비 주도층'으로 1천만명의 규모를 형성하고 있는데 첫 번째 노후대비 세대이다. 이들은 산업적 측면에서 주택, 자동차, 영화산업의 성장을 이끈 세대이며 이들이 은퇴하는 시점에서 이끌게 될 산업이 고령친화산업이라는 측면에서 그 시사하는 바가 크다 하겠다. 이들은 일정수준 이상의 고등교육을 받고 있는데 2000년 통계청자료에 의하면, 베이비세대의 교육연수는 평균 약 12년으로 50세 이상 세대(약 8년)에 비해 4년이 더 긴 것으로 조사되고 있다. 또한 일정수준 이상의 소득을 축적하였을 뿐만 아니라 공적소득보장정책 등이 더해져 이전 세대에 비해 상당 수준의 구매력을 갖추고 있다. 일례로 미국의 경우 고령자가 민간전체소비에서 차지하는 비중이 30%대에 이르고 있으며 유럽의 경우도 20~30% 수준인 것으로 보고되고 있다. 이와 더불어 베이비붐 세대는 80년대 민주화를 직접 경험한 세대로 높은 사회참여의식을 소유하고 있을 뿐 아니라 개인주의적인 서구적 가치관이 확산되어 자신을 위한 소비가 증가하고 있다. 또한 1~2명의 소 자녀를 두고 있으며 부를 축적하고 주택을 소유하였을 뿐 아니라 금융, 건강의료, 교육, 상거래 등이 온라인으로 처리하는 등 정보통신기술의 이기를 효과적으로 활용할 능력을 갖추고도 있다.

2) 활성화 필요성

고령친화산업의 활성화는 예측된 5대 위험, 즉 정부측면에서 재정위험 및 저성장위험이며 고령층 측면에서 건강위험, 재무위험 및 생활위험을 대응하기 위한 유효한 수단이다. 따라서 정부의 재정 및 저성장 위험을 감소하여 건전 재정운동을 확보하고 지속적인 경제성장을 유인하며, 고령층의 건강, 재무 및 생활위험을 감소시켜 건강하고 성공적이며 활동적인 고령화를 실현하기 위해 고령친화산업이 활성화되어야 할 것이다.

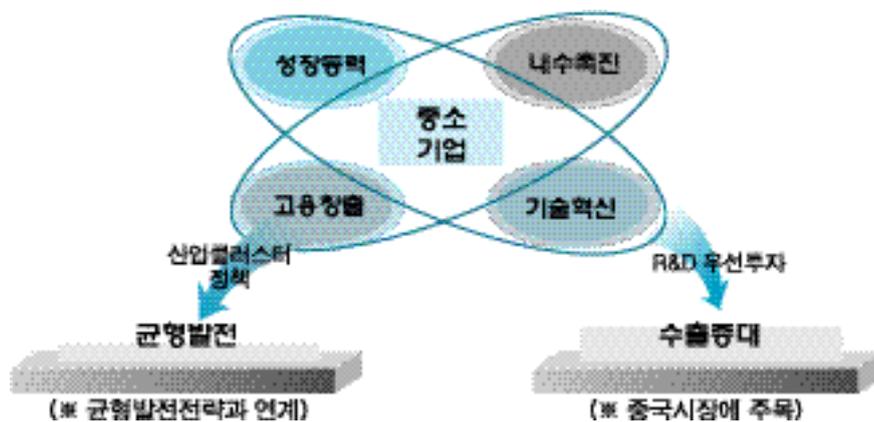
이렇듯 정부가 제공하는 공익적 서비스의 질과 양 모두에 한계가 있으므로 경제력이 있는 고령자를 중심으로 수익자부담의 원칙에 따라 보다 질 좋은 서비스와 재화를 소비할 수 있도록 산업 기반을 확대하여야 한다(그림 1 참조). 고령친화산업이 시장 기능을 활용하여 활성화 될 경우 정부 재정을 확대할 수 있으며 이는 또 다시 고령친화 제품과 서비스의 생산을 위한 연구개발을 확충시킬 것이다. 이렇게 생산된 고령친화 상품은 복지서비스를 위해 사용될 것이며 생산된 상품은 또 다시 새로운 복지 서비스를 창출하고 확대할 것이다. 이렇게 정부가 정부 재정을 통한 노인복지서비스를 확대하고 아울러 시장기능을 살려 고령친화산업을 활성화시킬 경우 고령자의 삶의 질은 보다 확대 강화될 것이다.

그림 1. 고령친화산업과 노인복지제도의 선순환 구조



이와 함께 고령친화산업의 활성화는 '분배와 성장의 선순환 구조 정착'의 실천적 방안을 제공하게 되며 '지역균형발전계획', '중소기업 활성화' 및 '서비스산업 육성'의 구체적 내용을 제공하게 될 것이다(그림 2 참조). 즉, 중소기업에 보다 적합한 고령친화산업의 활성화는 내수촉진과 고용창출을 통해 지역 균형발전을 도모할 수 있으며 기술혁신과 성장동력화로 수출증대에도 기여할 것으로 전망된다. 이렇게 조기 활성화된 고령친화산업은 대외 경쟁력을 확보하여 중국을 포함한 아시아의 고령화 시대에 큰 역할을 수행할 수 있을 것으로 기대된다.

그림 2. 고령친화산업 활성화에 따른 기대효과



3. 고령친화산업 활성화 비전 및 전략

1) 활성화 비전 및 전략

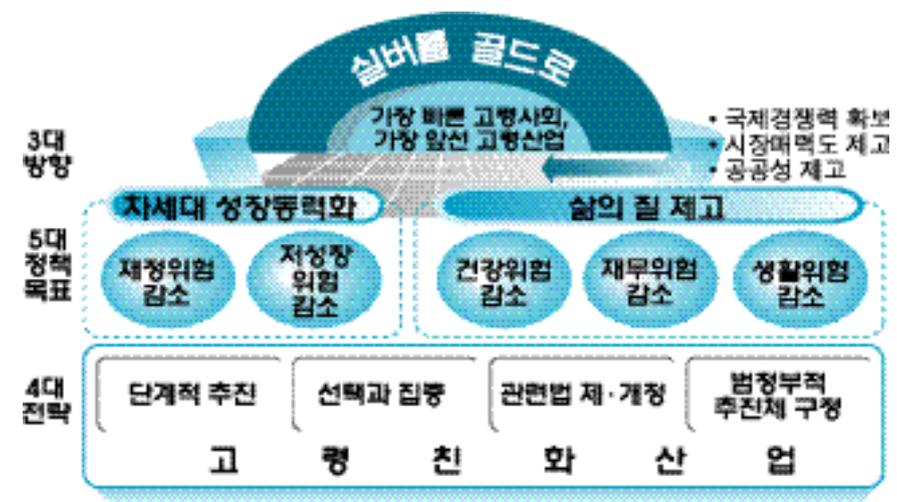
[그림 3]은 고령친화산업 활성화 방향, 목표 그리고 비전을 나타내고 있다. 고령친화산업의 활성화는 첫째, 국제 경쟁력을 확보할 수 있어야 하며, 둘째로는 시장 성장률 및 시장점유율 등으로 구성되는 시장 매력도를 제고해야 하며 마지막으로 공공성을 담보하는 방향에서 추진되어야 한다.

이를 토대로 고령친화산업 활성화의 목표는 첫째, 정부의 재정 및 저성장 위함을 해결할 차세대 성장 동력화와 둘째, 고령세대의 건강·재무·생활 위험 해결을 통한 노인의 삶의 질 제고를 달성해야 한다. 이를 위해 첫째, 외부환경과 내부역량

을 고려한 활성화 전략의 단계적 추진, 둘째로는 전략품목의 발굴과 이를 중심으로 지원정책을 전개하는 선택과 집중에 의한 추진, 셋째는 제품 표준화 및 품질관리를 위한 제도 개선, 안전기준 마련, 고령소비자 보호 및 활성화를 위한 재정과 세제 지원 등을 포함한 관련법 제·개정 및 마지막으로 국가균형발전위원회, 국가과학기술자문회의, 중소기업청 등 관련 국정과제 추진위원회 및 정부기관과 연계하여 추진할 필요성이 크다.

이처럼 3대 방향 하에 5대 목표를 달성하기 위해 4대 전략을 추진할 경우 '실버를 골드로'라는 고령친화산업 활성화 비전을 실현할 수 있을 것으로 전망한다.

그림 3. 고령친화산업 활성화 비전, 목표 및 전략



2) 활성화 시기

고령친화산업이 활성화되는 시점은 크게 수요 및 공급측면으로 나누어 볼 수 있다.

먼저 수요측면에서는 다음과 같은 5대 조건을 만족하는 2008년경에 본격적으로 개화되어 2010년부터 지속적으로 급속한 성장세를 보일 것으로 전망되고 있다. 2008년은 여러모로 고령친화산업적 측면에서도 의미가 있는 해가 될 전망이다. 2008년은 베이비붐세대가 은퇴(53세)하기 시작하는 시점인 동시에 고령자 비중이

10%를 넘어설 것으로 보고 있으며 전국민연금제도의 급여가 지급될 것이며 노인 수발보험제도가 도입될 뿐 아니라 1인당 국민소득도 2만불을 넘어 설 것으로 전망되고 있다. 참고로 외국의 경우, 고령친화산업의 태동은 고령인구가 10%를 넘어 서고 1인당 국민소득이 1만달러를 넘어선 시점으로 미국은 1970년대 말부터, 일본은 1985년부터 시작되었으며 본격적 활황세는 소득수준이 2만달러를 넘어선 시점으로 미국은 1980년대, 일본은 1990년대로 나타나고 있다.

4. 고령친화산업 경제적 파급 효과 및 전략품목³⁾

1) 고령친화산업의 경제적 효과

(1) 시장규모

고령화및미래사회위원회(2005)에 의하면, 2002년 현재 전체 모태산업 대비 16%, 약 6.4조원인 고령친화산업은 2010년에는 4.5%, 약 31조원에서 2020년에는 10.3%, 약 116조원으로 성장할 것으로 전망되고 있다. 모태산업에서 차지하는 고령친화산업의 비중이 점차 확대되고 있음을 볼 수 있다. 한편 2000년 현재 모태산업 대비 고령친화성이 높은 산업으로는 기기산업(33.8%), 한방산업(28.3%)임을 알 수 있다.

(2) 고용창출력

전산업 취업유발효과를 중심으로 살펴본 고령친화산업의 연간 고용창출력이 <표 1>에 나타나 있다. 전산업 취업유발효과는 각 부문에서 10억원을 생산하는 것이 연관효과를 통해 전체 산업에서 유발하는 취업자 수를 말한다.

3) 고령화및미래사회위원회, 『고령친화산업 활성화 전략』, 보건복지부, 2005. 참조.

표 1. 모태산업 및 고령친화산업의 연간고용창출 효과

(단위: 만명, %)

	2002년	2010년		2020년	
	취업자수	취업자수	증가율	취업자수	증가율
모태산업	1,048	850	△2.6	628	△2.8
고령친화산업	17	41	11.3	66	7.7

자료: 고령화및미래사회위원회·보건복지부, 『고령친화산업 활성화 전략』, 2005.

모태산업 전체가 전산업에 미치는 취업유발효과는 2002년 약 1,048만명 정도로 추정되며 전반적으로 산출액은 크게 증가하지만 기술변화 및 업종구조의 변화 등에 기인한 취업계수의 추세적 하락으로 2010년 850만명, 2020년 628만명으로 감소할 것으로 전망된다.

고령친화산업은 2002년에 약 17만명(모태산업 대비 1.6%)에 불과하였으나 2010년에는 41만명(모태산업 대비 4.8%), 2020년에는 66만명(모태산업 대비 10.5%)으로 증가할 것으로 예상된다. 전산업에 미치는 취업유발자수에 대한 연평균 증가율의 경우, 2002년부터 2010년 및 2010년부터 2020년까지 모태산업은 각각 -2.6%와 -2.8%이며 고령친화산업은 각각 11.3%와 7.7%로 두 경우 모두 모태산업에 비해 월등히 높음을 볼 수 있다. 특히, 저출산 고령화가 진전되는 속에서 산업 전반의 고용창출력이 감소할 것이라는 전망속에 도출된 결과라는 측면에서 고령친화산업에 대한 기대를 한층 제고하고 있다. 고령친화산업 육성은 실업난 해소에도 탁월한 효과가 있을 것으로 전망된다 하겠다.

한편, 2010년에 8대 고령친화산업의 경우, 전산업 취업유발이 상대적으로 큰 산업으로는 여가산업(13.9만명), 금융산업(8.5만명), 농업(6.1만명) 순으로 추정되며 그 증가율은 요양산업(89.7%), 정보산업(27.1%), 주택산업(17.5%) 순으로 높을 것으로 전망된다. 취업유발효과 또한 모태산업대비 고령친화산업이 차지하는 비중이 2002년에 1.7%에서 2010년에 4.8%, 2020년에는 10.5%로 크게 증가할 것으로 분석되었다.

2) 고령친화산업의 전략품목

고령친화산업의 전략품목의 도출 기준은 앞에서 제시하였듯이 국제경쟁력, 시장

매력도 및 공공성 등을 우선 선정기준으로 8대 부문 공히 적용하였다. 그 과정에서 부문별 특성을 감안하여 보다 세분된 기준이 적용되기도 하였다. 고령친화산업 자체가 새로이 분류된 측면도 있고 아직 가시화가 되지 않은 특성 등으로 인해 관련 자료를 취득함에는 현실적 문제가 적지 않았다. 따라서 구체적이고 계량적인 자료분석 방법보다 업체, 학계 등의 관련 전문가들의 의견, 공급자 델파이조사 및 수요자 설문조사 등을 통하여 부문별 전략품목을 선정하였다.

특히, 공공 정책측면에서 관련 정부부처 담당자 및 대통령 자문위원회 정책전문가를 대상으로 정책조정회의를 통해 법제도 등 행정적 문제점 등에 관해 상호 의견수렴 과정을 거쳤다. 또한 민간측면에서 노인단체 및 관련 기업체 담당자를 대상으로 수차의 설명회를 통해 수요 파악 및 공급 능력 등 시장 여건에 관해 조사를 하였다.

이상의 전략품목 선정 기준을 토대로 8대 부문에 걸쳐 총 60개의 고령친화 유망품목을 검토하여 다음과 같은 19개의 전략품목을 선정하였다(표 2 참조).

표 2. 고령친화 19개 전략품목

부 문	전략 품목
요양산업	재가요양서비스
기기산업	재택/원격진단/진료 및 휴대형 다기능 건강정보시스템, 한방의료기기, 간호지원 및 실내외 이동지원시스템
정보산업	홈케어, 정보통신 보조기기, 노인용 콘텐츠개발
여가산업	고령친화휴양단지
금융산업	역모기지연금, 자산관리서비스
주택산업	고령자용주택개조, 실비고령자용임대주택
한방산업	한방보건관광, 항노화한방기능성식품, 노인용한방화장품, 노인성질환한약제제개발
농 업	고령친화귀농교육, 전원형고령친화농업테마타운, 은퇴농장

요양산업에서는 재가요양서비스를, 기기산업에서는 재택 등의 건강정보시스템 등 3개 품목을, 정보산업에서는 홈케어 등 3개 품목을, 여가산업에서는 고령친화휴양단지를, 금융산업에서는 역모기지제도 등 2개 품목을, 주택산업에서는 고령자용 주택개조 등 2개 품목을, 한방산업에서는 한방보건관광 등 4개 품목을, 농업에서는 고령친화 귀농교육 등 3개 품목을 선정하였다.

5. 고령친화산업 활성화를 위한 정부의 역할

고령친화산업의 활성화를 위해서는 정부의 지원이 절대적으로 중요하다. 특히, 우리나라와 같이 복지인프라와 관련된 정부 재정이 빈약한 국가가 초고속으로 고령사회로 향하는 경우에는 더욱 그러하다. 즉, 고령친화산업은 민간을 통해 정부의 책임에 해당하는 국민(특히, 고령자)의 건강권 및 생존권을 보다 강화하기 위한 접근이기도 하기 때문에 이는 산업지원 그 이상의 의미를 갖고 있다.

이에 정부는 2005년 1월 제57회 국정과제회의를 통해 고령친화산업 활성화 정책을 국정과제로 설정하고 이에 대한 체계적 정책지원을 천명하고 있다. '저출산 고령사회 위원회' 산하에 '저출산 고령사회 정책본부'를 설치하고 '고령친화산업 팀'을 신설함을 통해 고령친화산업의 지속적 지원 정책을 개발 중에 있으며 이는 범정부적 차원에서 수립되고 있는 '저출산 고령사회 기본계획'의 세부 계획으로 반영될 예정이다.

이와 함께 고령친화산업진흥법(안)을 국회 상정하여 법적 기틀도 마련하고 있으며 고령소비자 보호를 위한 안전기준의 마련, 고령자 관련 제품의 표준화 및 품질관리를 위한 제도적 개선, R&D 투자 확대 및 세제 지원, 산·학·연·관 공동연구기반 마련, 전문인력 양성 프로그램 마련 및 지원, 성공사례의 개발 및 확산 등에 대한 지원체계도 마련하여야 할 것이다. 현재 교통, 식품, 의약품, 장묘, 의류, 교육 등 보다 다양한 고령친화산업을 추가 발굴하고 있어 보다 종합적이고 체계적인 고령친화산업 활성화 로드맵도 마련하여 시장에 내 놓아야 할 것이다.

끝으로 선진국도 이미 고령친화산업의 중요성을 인식하고 이의 활성화를 위해 신시장 창출 및 지원 강화, 관련된 기술인프라 정비와 확충, 전문인력육성, 표준화 개발 및 적절한 규제, 성공사례(best practice) 확산을 골자로 하는 혁신적이고 창의적인 정책 개발에 정부의 역할이 한층 강화되고 있음을 주목해야 한다. 