

연구보고서(수시) 2019-01

시니어 비즈니스 산업 활성화를 위한 근거 기반 통계의 문제점과 과제



고경환

김형수 · 김정근 · 김우선 · 김상호

신지영 · 진재현

【책임연구자】

고경환 한국보건사회연구원 선임연구위원

【주요 저서】

지역주민의 복지향상을 위한 복지지출 연구(I)

한국보건사회연구원, 2018(공저)

복지재정·성과관리 체계 연구

한국보건사회연구원, 2017(공저)

【공동연구진】

김형수 호서대학교 대학원 고령친화산업전공 교수

김정근 강남대학교 실버산업학과 교수

김우선 한국보건산업진흥원 고령친화산업지원센터 수석연구원

김상효 한국농촌경제연구원 부연구위원

신지영 한국보건사회연구원 연구원

진재현 한국보건사회연구원 전문연구원

연구보고서(수시) 2019-01

**시니어 비즈니스 산업 활성화를
위한 근거 기반 통계의 문제점과 과제**

발 행 일 2019년 2월

저 자 고 경 환

발 행 인 조 흥 식

발 행 처 한국보건사회연구원

주 소 [30147]세종특별자치시 시청대로 370
세종국책연구단지 사회정책동(1~5층)

전 화 대표전화: 044)287-8000

홈페이지 <http://www.kihasa.re.kr>

등 록 1994년 7월 1일(제8-142호)

인 쇄 처 삼일기획

내년부터 전체 인구의 25%나 되는 베이비부머가 고령층으로 진입하면서 시니어 비즈니스 산업의 주된 수요층을 형성하게 된다. 또한 현재 50~64세의 중장년층은 예비 시니어들로서 노후 준비를 위한 신규 소비층으로 부상하고 있다.

시니어들은 연령이 동일하더라도 소득이나 건강수준 등에 따라 욕구가 다르다. 이들은 혼자 일상생활이 어려워 돌봄서비스를 받거나, 노년기 일상 활동의 불편함을 용품으로 보충하기도 한다. 또한 고령자들은 식품을 용이하게 섭취할 수 있는 등의 기본 욕구가 충족되어야 한다. 또한 노후 준비는 장기적으로 여러 분야에서 진행된다.

이들 시니어 비즈니스 산업이 활성화되기 위해서는 현실을 담은 통계에서 출발해야 한다. 소비자의 욕구와 공급자의 공급 능력에 대한 통계가 필요하지만 이러한 통계가 부족하거나 부재한 실정이다.

이에 따라 본 연구는 우선 요양, 용품, 식품산업을 중심으로 국내외 통계 현황을 살펴보고 향후 필요 기본통계 등을 알아보았다. 나아가 소비자 욕구와 구매력을 고려한 시장 규모 예측 등을 할 수 있는 통계 생산 활성화 방안 마련에도 노력하였다. 앞으로 본 연구를 토대로 기초통계 생산이 체계적으로 구축되고 그 통계를 활발히 활용함으로써 시니어 비즈니스 산업이 발전하기를 기대한다.

본 연구는 우리 연구원의 고경환 선임연구위원의 책임하에 호서대학교 김형수 교수, 강남대학교 김정근 교수, 한국보건산업진흥원의 김우선 박사,

한국농촌경제연구원의 김상효 박사, 본원의 신지영 연구원, 진재현 전문
연구원의 참여로 이루어졌다. 연구진의 노력에 감사와 격려를 보낸다.

2019년 2월
한국보건사회연구원 원장
조 흥 식

목 차

Abstract	1
요약	3
제1장 서론	15
제1절 연구의 배경 및 목적	17
제2절 연구의 내용 및 방법	22
제2장 시니어 비즈니스 산업의 개관	25
제1절 시니어 비즈니스 산업의 의미와 범주	27
제2절 시니어 비즈니스 산업의 통계 현황	34
제3장 요양산업 통계 현황과 활성화 방안	49
제1절 요양산업의 의의와 범위	51
제2절 요양산업 통계 현황	66
제3절 필요한 기본통계와 생산 체계	79
제4장 용품산업 통계 현황과 활성화 방안	85
제1절 용품산업의 의의와 범위	87
제2절 용품산업 통계 현황	107
제3절 필요한 기본통계와 생산 체계	124
제5장 식품산업 통계 현황과 활성화 방안	133
제1절 식품산업의 의의와 범위	135

제2절 식품산업 통계 현황	145
제3절 필요한 기본통계와 생산 체계	167
제6장 시니어 비즈니스 산업의 과제	171
제1절 정책 측면의 과제	173
제2절 통계 생산 측면의 한계와 과제	175
참고문헌	185
부록	195

표 목차

〈표 2-1〉 장래인구 추계(2016)	29
〈표 2-2〉 고령친화산업별 시장 규모 및 전망	38
〈표 2-3〉 금융산업 시장 규모 및 전망	39
〈표 2-4〉 시니어 연령대별 필요한 제품(1순위 기준)	42
〈표 2-5〉 시니어 연령대별 필요한 서비스(1순위 기준)	44
〈표 3-1〉 요양산업의 개념적 정의	53
〈표 3-2〉 2011년 고령친화산업 중 요양산업 품목분류	54
〈표 3-3〉 고령친화산업 중 요양산업 품목분류 정비(안)	55
〈표 3-4〉 노인장기요양보험 등급외 판정 기준 및 기능 상태	61
〈표 3-5〉 요양산업의 공급자 범위	65
〈표 3-6〉 국내 요양산업 통계 현황 종합	66
〈표 3-7〉 미국 요양산업 통계 현황 종합	70
〈표 3-8〉 일본 요양산업 관련 통계 종합	76
〈표 4-1〉 용품 및 그 혼용 용어와 관련된 법률의 종류	88
〈표 4-2〉 고령친화산업진흥법상 고령친화용품의 개념	90
〈표 4-3〉 용품산업의 포괄적 개념 정의	92
〈표 4-4〉 고령친화용품산업의 품목 범위	93
〈표 4-5〉 재활보조기구 중 고령친화용품산업 품목분류에 포함된 품목	94
〈표 4-6〉 장애인보조기구 중 고령친화용품산업 품목분류에 포함된 품목	94
〈표 4-7〉 장애인·노인보조기구 중 고령친화용품산업 품목분류에 포함된 품목	95
〈표 4-8〉 의료기기1) 중 고령친화용품산업 품목분류에 포함된 품목	96
〈표 4-9〉 복지용품1) 중 고령친화용품산업 품목분류에 포함된 품목	96
〈표 4-10〉 고령친화용품산업 품목분류에 포함된 고령친화우수제품	97
〈표 4-11〉 고령친화용품산업 품목분류(2017년 기준)	97
〈표 4-12〉 시니어 비즈니스 세분화 모형(Gerontographics)과 용품산업의 수요자	100
〈표 4-13〉 시니어 비즈니스 품목분류 시 고려할 수 있는 보조기기 품목	102

〈표 4-14〉 시니어 비즈니스 품목분류 시 고려할 수 있는 개인용 건강관리(웰니스) 제품	103
〈표 4-15〉 시니어 비즈니스 품목분류 시 고려할 수 있는 재활의료기기 범위	105
〈표 4-16〉 시니어 비즈니스 용품으로서 고려할 수 있는 품목 범위	106
〈표 4-17〉 고령친화용품산업 포괄적 품목 범위 산업의 승인통계 현황	107
〈표 4-18〉 고령친화용품산업 조사통계 현황	108
〈표 4-19〉 고령친화산업 가공통계 현황	109
〈표 4-20〉 고령친화용품산업 포괄적 품목 범위 산업의 정책/산업 조사연구 현황	109
〈표 4-21〉 고령친화용품산업 포괄적 품목 범위 산업의 승인통계 현황	111
〈표 4-22〉 고령친화산업 수요자 대상 조사통계 현황	112
〈표 4-23〉 노인장기요양보험 급여 대상 복지용구 수급자 대상 통계 현황	113
〈표 4-24〉 고령친화용품산업 포괄적 품목 범위 산업의 정책/수요연구 현황	114
〈표 4-25〉 고령친화용품산업 포괄적 품목 범위 산업의 조사 현황(정부/기관)	116
〈표 4-26〉 고령친화용품산업 포괄적 품목 범위 산업의 조사 현황(민간)	117
〈표 4-27〉 고령친화용품산업 포괄적 품목 범위 산업의 민간기업 조사 현황(미국)	119
〈표 4-28〉 개호서비스 및 고령 수요자 대상 조사 현황(정부)	120
〈표 4-29〉 시니어 수요자 대상 패널조사 현황	122
〈표 4-30〉 수요자 대상 조사 현황	123
〈표 4-31〉 항노화제조산업 분류체계 및 분류코드	127
〈표 4-32〉 일본 노년학회 고령자 정의 개편 제안	130
〈표 4-33〉 생애주기 이론에 기반한 50~64세 시니어 수요자 구분	131
〈표 4-34〉 산업분류체계에 근거한 수요자 소비행태 조사 사례	132
〈표 5-1〉 고령화로 인한 음식 섭취 능력 변화	136
〈표 5-2〉 특수의료용도등식품(환자식) 주요 생산업체 및 제품	140
〈표 5-3〉 특수의료용도등식품 중 환자식 국내 판매액 추이	142
〈표 5-4〉 고령자 대상 급식서비스 현황	143
〈표 5-5〉 고령자에 대한 배달서비스 유무	144
〈표 5-6〉 식품공전상 특수의료용도등식품 분류체계	145
〈표 5-7〉 식품 및 식품첨가물 생산실적 통계의 개요	146

〈표 5-8〉 시니어식품 관련 자료 수집 여부 및 획득처	148
〈표 5-9〉 가계동향조사 통계의 개요	149
〈표 5-10〉 가계동향조사 식품류 지출 항목	150
〈표 5-11〉 식품소비행태조사 통계의 개요	152
〈표 5-12〉 식품소비행태조사 통계의 내용 구성	152
〈표 5-13〉 가공식품 소비자 태도 조사 통계의 개요	155
〈표 5-14〉 가공식품 소비자 태도 조사 통계의 내용	155
〈표 5-15〉 국민건강영양조사 통계의 개요	157
〈표 5-16〉 국민건강영양조사 통계의 내용	158
〈표 5-17〉 농촌진흥청 농식품 소비자패널 관심 품목	159
〈표 5-18〉 ㈜닐슨코리아의 소비자패널 구성	160

부표 목차

〈부표 1〉 국가승인통계 중 노인, 고령자 관련 통계 현황	195
〈부표 2〉 국가승인통계 중 시니어 비즈니스 연관 통계 현황	197
〈부표 3〉 전체 고령친화산업 조사통계(통계청 비승인통계)	200

그림 목차

[그림 1-1] 시니어 비즈니스의 범위	23
[그림 2-1] 시니어 인구변화 추이	29
[그림 2-2] 시니어 비즈니스의 세분화 모형(Gerontographics)	32
[그림 2-3] 기능 상태 제한 정도에 따른 노인 구성	33
[그림 2-4] 고령친화산업 시장 규모 전망	34
[그림 2-5] 고령친화산업별 비율 변화	35
[그림 2-6] 시니어에게 필요한 제품	41
[그림 2-7] 시니어에게 필요한 서비스	44
[그림 3-1] 요양의 역할	51
[그림 3-2] 요양에 대한 인식의 변화	56
[그림 3-3] 시니어 비즈니스의 세분화 모형(Gerontographics)과 요양산업의 수요자	58
[그림 3-4] 장기요양 등급 체계	59
[그림 3-5] 고령층에게 요양서비스를 제공하는 돌봄제공자의 우선순위: 위계적 보상 모형	63
[그림 3-6] 시니어 비즈니스 관점의 요양통계 생산 체계 구축	83
[그림 5-1] 10년간 국내 식품산업 성장 추이(2006~2016년)	138
[그림 5-2] 형태별 상품 구성 예시	140
[그림 5-3] 일본 개호식품협회 생산실적 통계의 예	163
[그림 5-4] 일본 야노경제연구소 보고서 목차 구성	164
[그림 5-5] 일본 후지경제연구소 보고서 목차 구성	165
[그림 6-1] 시니어 비즈니스 산업 시장	181
[그림 6-2] 수요자·공급자 중심의 실태조사 기반 통계 생산 체계	183
[그림 6-3] 통계와 데이터를 활용한 민간 시니어 비즈니스 협업체계	184

Abstract <<

A Study on the Problems and Improvement of Statistics for Activating the Senior Business Industry

Project Head: Gho, Gyeonghoan

Starting next year, baby boomers, which account for 25 percent of the total population, will enter the elderly and form the main demand for the senior industry. Also, middle-aged people between the ages of 50 and 64 are emerging as new consumers to prepare for retirement as pre-seniors.

Seniors have different needs depending on their income and health levels, even at the same age. They may receive care services alone because they have difficulty in their daily life, or supplement the inconvenience of daily activities in old age with supplies. Elderly people also need to meet their basic needs, such as expecting easy food intake. In addition, retirement preparations are carried out in various fields over the long term.

In order for senior industries to be activated, they must start with statistics that contain reality. It requires consumers' desire and the supplier's ability to supply but those statistics are lacking or absent.

Co-Researchers: Kim, Hyungsoo · Kim, Sanghyo · Kim, Jeungkun · Kim, Wuseon · Shin, Jiyoung · Jin, Jaehyun

2 시니어 비즈니스 산업 활성화를 위한 근거 기반 통계의 문제점과 과제

Therefore, this study first examined domestic and overseas statistics, focusing on care, products, and food industry for those in need, and investigated the basic statistics required in the future. In addition, we tried to stimulate the production of statistics that can predict the market size considering consumer needs and purchasing power. Based on this study, it is expected that the basic industrial production will be systematically constructed and the senior industry will be developed by actively utilizing the statistics.

1. 연구 배경 및 목적

□ 연구 필요성 및 목적

- 2017년 고령사회 진입 후 빠른 속도로 초고령사회로 가고 있는 한국 사회에서 시니어 비즈니스 산업은 유망 산업임.
 - 특히 현재의 중장년층은 은퇴 이후의 삶을 스스로 준비하고 있고 자신에게 투자하겠다는 소비 성향도 높은 집단임.
 - 구매력 있는 액티브 시니어 혹은 베이비부머를 포함하여 ‘시니어’로 통칭하고 있으며, 시니어 비즈니스란 50세 이상 중장년층이 삶을 다하는 날까지 그들의 반평생 삶의 질을 비즈니스 차원에서 지원하고 담보하는 산업이라 할 수 있음.
- 시니어 비즈니스 산업을 활성화하는 정책을 만들고 정책 목표를 달성하기 위해서는 산업체의 업종별 규모별 매출액과 수익 형태, 이용자의 욕구 등 공급자의 공급 능력과 이용자의 수요를 담은 세밀한 통계가 필요함.
- 하지만 현재 시니어 비즈니스 산업 전반의 현황을 파악하는 통계가 제대로 구축되어 있다고 보기 어려우며, 그 이유는 다음의 네 가지 측면에서 설명할 수 있음.
 - 첫째, 통계 생산의 기초가 되는 측정 방법이 표준화되어 있지 못함. 즉, 시장 규모 현황 파악과 추계를 위한 측정 방법이 상이하여 산업별 규모를 비교하거나 미래를 예측하는 데 한계가 존재함.

4 시니어 비즈니스 산업 활성화를 위한 근거 기반 통계의 문제점과 과제

- 둘째, 각종 통계 생산이나 실태조사에서 대상 연령군의 범위에 시니어를 포괄하지 못함.
- 셋째, 다양한 지역사회 시설과 서비스 공급 능력에 대한 현황 자료, 수요통계가 부족함.
- 넷째, 현재의 보고통계는 행정 및 관리의 목적으로만 수집되는 경향이 있음.

○ 본 연구의 목적은 시니어 비즈니스 산업을 제대로 파악하고 분석하기 위해 개별 산업의 개념과 범위 등을 살펴보고 통계 생산의 활성화 방안을 모색하여 궁극적으로 산업 활성화의 기반을 조성하는 데에 있음.

- 이를 위해 시니어 비즈니스 산업의 공급 현황(기업체 실태와 특성), 세분화된 소비제품과 서비스의 공급 현황과 특성, 돌봄이 필요한 수요자 측면의 통계(육구, 생애주기 등), 50~64세 예비 시니어의 수요 현황, 글로벌 시장 실태 등을 파악하고 산업 활성화를 위한 통계 발전 방안을 제시함.

2. 연구 내용 및 방법

□ 연구 내용

○ 국내 시니어 비즈니스 산업 개관

- 시니어 비즈니스 산업의 개념과 범주
- 시니어 비즈니스 관련 통계 현황 파악

○ 주요 시니어 비즈니스 산업의 현황 고찰

- 요양산업과 용품산업, 식품산업을 중심으로 한 의의와 범위, 국내외 통계 현황 고찰
- 외국 통계체계의 분석을 통한 우리나라 발전 방향 모색 및 통계 생산 체계 제언

○ 시니어 비즈니스 산업 활성화를 위한 과제

- 정책 측면의 과제
- 통계 생산 측면의 한계와 과제

□ 연구 방법

○ 국내외 문헌 리뷰

- 국내외 시니어 비즈니스 산업과 통계 관련 선행 연구 고찰

○ 전문가 자문회의

- 시니어 비즈니스 산업에 대한 실제적 지식을 갖춘 전문가와의 인터뷰 및 토론
- 시니어 비즈니스의 수요와 공급 측면의 통계체계의 현황 파악
- 시니어 비즈니스 산업 범주 설정과 분류체계에 관한 자문

○ 외부 전문가와의 공동연구

- 시니어 비즈니스 산업으로 수요가 높은 요양산업, 용품산업, 식품산업을 중심으로 한 공동연구

3. 주요 연구 결과

1) 시니어 비즈니스 산업 개관

- 시니어 비즈니스 산업은 “현재의 노인층과 예비 노인층을 대상으로 그들의 현재 욕구와 잠재적 욕구를 충족시키기 위해 상품과 서비스를 제공하는 영리 목적의 산업”으로 정의함(안예숙, 2009).
- 시니어세대의 높은 경제력과 다양한 욕구, 고령인구 증가에 따른 공적 복지체계의 한계 등으로 시니어 비즈니스가 필요함.
- 현재 시니어 비즈니스 산업에 대한 정부 차원의 관심은 ‘고령친화산업진흥법’의 제정으로 본격화되었으나, 시니어 비즈니스 산업 전체를 포괄하지 못하고 있음.
 - 교육서비스 등 주요 분야가 포함되어 있지 않음.
 - 65세 이상 노인을 대상으로 하는 제품이나 서비스에 국한되어 있어 50세 이상을 포괄하는 시니어 비즈니스 산업의 활성화 지원법이 요구됨.
- 공급자(산업체) 통계 현황을 한국보건산업진흥원의 고령친화산업 실태조사 및 산업분석을 중심으로 살펴본 결과, 의약품, 의료기기, 식품, 화장품, 용품, 요양, 주거, 여가, 금융 등 9개 분야에서 성장 가능성을 가늠할 수 있었으나 다음과 같은 한계가 있음.
 - 시장 규모 현황과 추계는 산업별로 매출액, 생산액 혹은 시장 규모(생산+수입-수출) 등 측정하는 방법이 상이하여 산업별 규모를 비교하고 미래의 규모를 예측하는 일에는 한계가 있음.
 - 산업별 시장 규모를 9개 부문 중심으로 검토하여 우리나라 전체 고령친화산업 시장 규모 추계의 정확성이 의문시됨.

- 산업별로 시장 규모 반영 기준이 상이하여 산업별 비교의 적정성에 문제가 있음.
 - 50~64세 예비 시니어의 수요와 소비행태는 시장 규모 측정에 전혀 반영되지 않음.
- 수요자(소비자) 통계 현황을 한국보건산업진흥원의 고령친화산업 욕구조사를 중심으로 살펴본 결과, 시니어에게 필요한 제품과 서비스를 확인할 수 있었으나 다음과 같은 한계가 있음.
- 소비자가 누구인가에 대한 명확한 조작적 정의와 세분화가 되어 있지 않으며, 시니어 연령대별 고객 특성과 시장 환경에 대한 사전 분석이 결여되어 있음.
 - 예비 시니어를 포함하는 시니어 소비자의 수요를 정기적으로 가늠할 수 있는 시계열적인 조사가 이루어지지 않음.

2) 요양산업 통계 현황과 활성화 방안

- 시니어 비즈니스의 관점에서 요양산업의 수요자는 질병이나 질환으로 인해 장기간 돌봄이 필요한 사람으로, 65세 이상 연령층뿐만 아니라 일상생활에서 도움이 필요한 50세 이상~64세 미만의 연령층도 포함함.
- 수요자 측면에서 시니어 비즈니스 관점의 요양산업 수요자를 정의하면 노인장기요양보험 등급인정자, 노인장기요양보험 등급외자뿐만 아니라 최근 요양산업의 수요자로 관심을 받고 있는 돌봄제공자(caregivers)까지도 포함할 수 있음.
- 공급자 측면에서는 노인장기요양보험 기반의 시설요양서비스, 재가요양서비스와 등급외자에 해당되는 고령층을 위한 예방서비스와 생활지원서비스도 요양산업에 포함할 수 있음.

8 시니어 비즈니스 산업 활성화를 위한 근거 기반 통계의 문제점과 과제

- 현재 시니어 비즈니스 산업 관점의 요양산업과 관련된 전국 단위 국내 통계는 수요 측면에서 노인장기요양보험 등급자 위주로 되어 있으며, 공급 측면에서도 노인장기요양보험에 포함된 산업체 위주로 이루어져 있음.
- 국내 통계와 미국, 일본을 중심으로 한 해외의 국가 단위, 민간 단위 통계 고찰을 통해 향후 시니어 비즈니스 요양산업 분야에 필요한 통계 생산 영역을 제언하였음.
 - 잠재적 수요자의 욕구조사를 통해 이들이 고령층이 되었을 때 요구할 수 있는 신규 요양서비스를 선제적으로 개발하고 발전시키는 것이 필요함.
 - 요양산업의 대상자 범위를 중년층·고령층에서 나아가 이들을 돌보는 가족 및 친지 등으로 확대한다면 돌봄서비스의 질 향상까지도 추구할 수 있을 것임.
 - 지역사회 기반 요양산업의 발전을 도모하고, 소득별, 성별, 학력별로 선호하는 요양상품서비스 자료를 선택할 수 있도록 데이터화하여 욕구별로 안내해 주는 것이 필요함.
- 더불어 시니어 비즈니스의 활성화를 유도하기 위해 요양산업의 통계 생산 체계 구축 방안을 제안함.
 - 제공 방식 측면에서는 공급자 중심에서 수요자 중심으로 전환하는 것이 필요함. 요양업체들 중 소규모 개인업체가 전체의 79%를 차지하여(국민건강보험, 2017), 이들이 수요자 욕구에 맞는 시니어 비즈니스를 개발하지 못하는 상황임.
 - 수집 범주는 행정 및 관리 통계 외에 새로운 시니어 비즈니스 산업 활성화를 위해 미시 단위의 중장년층의 상태 및 욕구까지 확대하여 제공하는 것이 필요함.

- 더불어 내외부 이용자들에게 통계에 대한 접근성을 확대하여 생산된 통계를 다양하게 활용하는 것이 필요함.

3) 용품산업 통계 현황과 활성화 방안

- 시니어 비즈니스의 관점에서 용품산업의 수요자는 기존 고령친화 산업의 주요 대상자였던 65세 이상 건강하지 못한 노인과 그간 고령친화산업에서 소외된 건강한 65세 이상 노인, 법률지원(노인 장기요양보험 등급)을 받지 못한 병약하거나 쇠약한 65세 이상 노인, 뉴시니어(50~64세), 요양산업과 용품산업의 연계 측면에서의 돌봄제공자 등을 포함함.
- 용품산업의 수요자 범위가 확장됨에 따라 공급자의 범위도 함께 확대될 수 있을 것임. 돌봄제공자와 관련된 용품이나 개인용 건강 관리(웰니스) 제품, 재활의료기기, 4차 산업기술을 활용한 용품 등을 고려해 볼 수 있음.
- 현재 공급자 대상 통계는 한국보건산업진흥원의 고령친화용품산업 실태조사가, 수요자 대상 통계는 고령친화산업소비자 수요조사가 유일한 상황이며, 포괄적 품목 범위에 포함되는 복지용구, 장애인보조기구에 대해서는 정책제도 개선 또는 특정 연구 목적을 위해 일회성으로 이루어져 누적 통계로서의 가치를 지니기 어려운 실정임.
- 국내 통계와 일본, 미국 등을 중심으로 해외의 수요자, 공급자 통계를 고찰하고 이를 바탕으로 향후 용품산업 기본통계의 구축 방향을 제시함.
 - 먼저 사회, 경제, 기술적으로 나타나고 있는 거시적 변화를 반영한 새로운 통계 제공 아이템의 발굴이 요구됨.

- 용품산업과 관련하여 수요를 양적, 질적으로 충족하기 위해 먼저 사용자 대상의 통계, 불만 내용, 추가 필요 통계 등 수요에 대한 실태 파악 통계와 이들 중심의 생산 체계 구축이 필요함.
 - 또한 현재 고령친화용품산업에 한정되어 있는 조사 대상의 범위를 법령에서 정한 제조산업(의약품, 의료기기, 식품, 화장품, 용품)과 서비스산업(요양, 주거, 여가, 금융)을 포괄하는 전체 산업으로 확대하여 통계를 구축함으로써 국가통계로서의 기초를 확립할 필요가 있음.
 - 수요자 측면에서도 생애주기, 욕구 등에 따라 시니어 수요자를 세분화하거나 소비자의 욕구가 반영된 통계를 구축하는 것이 필요함.
- 더불어 통계 생산 활성화를 위해 통계 작성에 대한 법률 근거를 확보하고, 용품산업의 분류체계를 시의성과 신뢰성, 다양성을 확보할 수 있는 방향으로 재정비할 필요가 있음.

4) 식품산업 통계 현황과 활성화 방안

- 시니어 비즈니스의 관점에서 식품산업은 고령자나 약자가 원활하게 식품을 섭취할 수 있도록 특별한 가공을 거쳐 생산되는 식품과 관련된 사업으로 볼 수 있음.
- 가공식품은 쉽게 섭취할 수 있는 밥이나 죽, 음료 형태의 제품들이 주를 이루며, 특별한 가공을 거쳐 고령자들(특히 환자들)에게 제공되는 급식 또한 시니어식품산업의 또 다른 한 축을 담당하고 있음.
- 시니어식품산업의 공급자 통계는 식품의약품안전처의 '식품 및 식품첨가물 생산 실적' 통계가 유일한데 세부 데이터를 공개하지

않아 세부적인 시장 분석이나 계량·통계기법에 의한 분석 등 활용 측면에서 제한적임. 또한 산업 측면에서의 실태조사가 부재하여 시장 동향에 대한 구체적인 분석 자료가 미흡한 실정임.

- 식품 관련 수요자 통계는 비교적 다양하게 조사되고 있으나 전 국민을 대표하도록 설계된 통계라는 점에서 고령자 대상 수요 측면 통계로 활용하기에는 표본의 수나 고령자 대표성이라는 측면에서 제약이 존재함.
- 국내 통계와 일본의 시니어식품산업 통계 등을 고찰하여 향후 식품산업의 기본통계 구축 방향을 제시함.
 - 먼저 시니어식품산업의 범위를 명확히 할 필요가 있음. 이를 위해 먼저 건강하고 독립적으로 일상생활을 할 수 있는 건강한 고령자(active seniors)와 돌봄이 필요한 고령자(non-active seniors)를 구분하고 두 집단에 필요한 식품군이나 서비스에 각각 접근하는 방안 등을 생각해 볼 수 있음.
 - 또한 일본의 사례를 참고하여 산업 측면의 통계를 구축하기 위해 기존의 한국식품산업협회를 활용하거나 시니어식품산업협회를 새롭게 신설하여 민간에서의 통계 생산을 활성화할 필요성도 있음.
 - 더불어 가공통계를 적극적으로 활용할 필요가 있고, 이를 위해 통계 구축 단계에서 시니어층에 대한 대표성을 확보할 필요가 있음.

3. 시사점

- 우리나라는 시니어 비즈니스 산업의 분류체계가 표준화되어 있지 않고, 제품이나 서비스의 범위 설정이 명확하지 않아 제대로 된 통계를 생산하기 어려우며, 이로써 산업 규모에 대한 신뢰성 있는 전망이 어려운 실정임.
- 통계 생산을 법적으로 명시하여 국가승인통계의 생산 체계를 구축하여야 할 것이며, 이는 저출산고령사회 기본법(저출산고령사회 기본계획)과 고령친화산업진흥법에서 명시한 고령친화산업 육성 정책의 활용도를 높일 수 있는 방향으로 생산되어야 할 것임. 이를 원활히 수행하기 위해서는 저출산고령사회위원회, 정책담당자, 민간 고령친화산업자, 통계 전문가들 간의 상호 협의체를 구성할 필요가 있음.
- 공공부문뿐만 아니라 민간부문을 모두 포함하면 시니어 비즈니스 산업구조는 더욱 다양하고 복잡해질 수 있음. 시니어 비즈니스 산업 육성을 위한 정부 차원의 종합적인 추진체계가 확립되어야 하며, 시니어 비즈니스 산업 활성화를 위한 민관합동의 통계전담팀을 구성하여 운영할 필요가 있음.
- 시니어 비즈니스 산업 활성화 지원법에 정기적인 조사 실시에 대한 근거 조항 포함 등 제도적 기반을 갖추어야 할 것이며, 시니어 비즈니스의 공급과 수요가 증가함에 따라 조사 대상 영역과 조사 내용도 점차 확대해 나가야 할 것임.
- 해외 주요 국가와 시니어 비즈니스 산업 통계 생산 현황을 분석, 비교하여 국제 간 비교 지표 개발과 미래 유망 시니어 비즈니스 산업의 발굴 그리고 그에 따른 시장 수요 예측을 할 수 있어야 할 것임.

- 현 여건을 개선한 통계 생산 체계의 구축은 우리나라 시니어 비즈니스 산업을 발전시켜 궁극적으로는 삶의 질을 보장할 수 있을 것으로 기대됨.

* 주요 용어: 시니어 비즈니스, 요양산업, 용품산업, 식품산업, 고령친화산업

제 1 장

서론

제1절 연구의 배경 및 목적

제2절 연구의 내용 및 방법

제1절 연구의 배경 및 목적

전체 인구의 25% 이상을 차지하는 1차 및 2차 베이비부머가 2020년부터 고령층으로 진입하게 된다. 이들은 초고령사회의 주축을 형성하면서 주된 소비층으로 부상하고 있다. 특히 현재의 중장년층은 은퇴 이후의 삶을 스스로 준비하고 있고 자신에게 투자하겠다는 소비 성향도 높은 경향이 있다. 이들은 소위 베이비붐세대라 불리는 50~64세의 예비 시니어들로서, 기존의 노인세대와는 달리 젊고 활동적이며 경제적 여유를 기반으로 하여 적극적인 소비활동을 하고 있다(김광석·김수경·차윤지, 2017). 특히 베이비붐세대는 부동산, 주식, 연금 등 자산과 소득을 갖춘 시니어의 증가로 인해 여행, 교육, 여가활동에 대한 지출이 늘어날 것이며, 그 규모는 더욱 커질 것이다. 이에 따라 우리 사회에서 시니어 비즈니스 산업¹⁾은 기대되는 유망 산업으로 부각되고 있다.

하지만 시니어 비즈니스에는 기회만 있는 것은 아니며 한계도 존재한다. 현세대 노인의 자산과 소득이 그리 높지 않아 구매력에 한계가 있으며, 미래 노인층인 베이비붐세대의 자산 역시 유동자산보다는 부동산 비중이 높아 실질적인 구매력으로 연결될지는 확실하지 않다. 또한, 퇴직 이후 장수리스크(longevity risk)로 경제 혹은 건강 불안으로 비롯될 수 있는 소비지출의 한계, 시니어 기업의 영세성과 전략 부재, 시니어 비즈니스

1) 비즈니스 산업이 들어 반복적으로 사용되는 것처럼 보일 수 있다. 하지만 본 연구에서 비즈니스는 요양, 용품, 식품 등과 같은 세부 산업을 지칭하며, 이들의 총칭을 산업으로 부른다.

스 육성 발전을 위한 정책적 지원 부족과 인프라 구축 미약 등의 한계가 있다. 앞으로 우리 사회는 이러한 한계를 돌파하면서 시니어 비즈니스의 활성화에 인구 고령화를 기회로 활용해야 한다.

최근 실버산업이나 고령친화산업이라는 용어를, 구매력 있는 액티브 시니어 혹은 베이비붐세대를 포함하여 시니어 비즈니스로 부르고 있다. 시니어 비즈니스란 50세 이상 중장년층이 삶을 다하는 날까지 그들의 평생 삶의 질을 비즈니스 차원에서 지원하고 담보하는 산업이라 할 수 있다. 그런데 시니어 비즈니스 산업 활성화를 위한 훌륭한 정책 목표와 수단이 있다 하더라도 현실을 담은 통계에서 출발하지 않으면 정책 목적을 달성하는 데 경제적 사회적으로 어려움이 발생한다. 통계는 현실적 속성을 지녀 국가 정책 수립에 반영되어야 할 기초자료이기 때문이다. 작년과 금년에 최저임금 인상과 근로시간 단축을 둘러싼 경제 주체 간 갈등이 발생하였는데 그 이면에는 정책 대상인 중소기업과 소상공인의 현실 반영의 통계 미비가 자리하였다. 최소한 이들의 매출액과 수익구조, 종사자 특성과 근로 형태에 대한 통계만이라도 있었다면 최저임금 인상이라는 선(善)을 달성하는 데 현재보다 부작용이 적었을 것이다. 결국 합리적 정책 수행을 위해 기본적으로 공급자(산업체)와 수요자(이용자)에 대한 자료가 필요하다는 의미이다. 즉, 산업체의 업종별 규모별 매출액과 수익구조, 이용자의 욕구 등 공급자의 공급 능력과 이용자의 수요를 담은 세밀한 통계가 있어야만 정책도 구체적으로 나올 수 있다.

시니어들은 동일한 연령이라도 소득수준, 교육수준, 건강수준 등에 따라 욕구가 다르다. 이들 소비자들은 욕구가 다양하여 그에 맞는 제품과 서비스를 요구한다. 즉, 이들은 혼자 일상생활이 어려워 돌봄서비스를 받거나, 노년기 일상 활동의 불편함을 용품으로 보충하기도 한다. 또한 고령자들은 식품을 용이하게 섭취하는 등의 기본 욕구 충족이 필요하다. 지

금껏 노화에 따른 시니어의 변화에 대해서는 많은 정보들이 있지만 그 정보들을 비즈니스(마케팅)로 활용하기 위해 사용하는 데에는 한계가 있었다. 그 이유는 시니어층을 위한 요양이나 용품, 식품산업의 현황 파악이나 전략 수립을 위한 기초통계가 부족하거나 부재하기 때문이다. 예를 들어 요양 비즈니스의 경우 침대 제조에 관한 통계도 부족하지만 일반침대나 전동침대로 세분화한 통계를 찾아보기 어렵다. 휠체어나 스쿠터 등 노인들이 많이 사용하는 보조기구도 등록 장애인 대상으로만 지원하거나 필요, 소지 여부를 조사하고 있다. 이에 따라 장애인으로 등록되지 않은 거동이 불편한 노인들의 보조기구 사용 현황과 수요 파악이 어렵다. 또한 장년층, 고령층이 많이 이용하는 건강기능식품도 전체 매출액이나 상위 20개 품목, 업체 등에 대한 정보는 있으나 연령대별 이용 현황이나 수요는 세부적으로 확인하기 어렵다.

성공적인 비즈니스를 위해 현황을 파악하고 수요자의 욕구를 탐색하여 적절한 제품과 서비스로 연결하는 과정이 필요하다. 이를 뒷받침하기 위해 요구되는 것이 바로 공급자의 공급 능력과 소비자 욕구 등에 관한 통계이다. 나아가 정책 대상 소비자의 소비실태조사로 수요자의 욕구 파악, 시장 규모 예측 등의 자료를 생산할 수 있는 방법 등을 모색하는 것이 필요하다.

현재 시니어 비즈니스 산업 전반의 현황을 파악한 통계가 부족하다. 그 이유는 크게 네 가지 측면으로 설명할 수 있다. 첫째, 통계 생산의 기초가 되는 측정 방법이 표준화되어 있지 못하다. 고령친화센터로 지정된 한국보건산업진흥원에서 2011년과 2014년 두 차례에 걸쳐 수행한 ‘고령친화산업 실태조사 및 산업분석’을 살펴보면 시장 규모 현황 파악과 추계를 위한 측정 방법이 상이하여 산업별 규모를 비교하거나 미래를 예측하는 데 한계가 있다(유재성 외, 2011a; 이중근 외, 2014b). 또한 산업별 시장 규모도 의약품, 의료기기, 식품, 화장품, 용품, 요양, 주거, 여가 등

9개 부분만을 중점으로 파악하여 전체 시장 규모 추계의 정확성을 담보할 수 없다. 시장 규모 파악을 위한 대상 군에 대한 고려에서도 산업에 따라 65세 이상의 이용 실태와 인구 비율을 동시에 반영하여 시장 규모를 측정하기도 하고 65세 이상 인구 비율만을 고려하기도 하여 산업 간 시장 규모의 수준을 비교하기 어렵다.

둘째, 각종 통계 생산이나 실태조사에서 대상 연령군의 범위가 시니어를 포괄하지 못하였다. 시니어 비즈니스 산업의 ‘시니어’는 50세부터 64세의 예비 시니어와 65세 이상의 시니어를 포괄하는데, 고령친화산업진흥법이나 고령친화산업에서는 65세 이상 노인을 대상으로 하는 제품이나 서비스에 국한하여 예비 시니어의 수요나 소비행태를 파악하기 어렵다. 이들 잠재적 수요자들은 현재의 고령층과는 또 다른 사회적·문화적·경제적 경험을 지녔기 때문에 이들이 고령층이 되었을 때 요구할 수 있는 다양한 제품과 신규 서비스를 함께 고민하고 선제적으로 개발하도록 제안하는 자료가 필요하다. 현재는 이들에 대한 기본적인 통계가 부재하여 빠르게 다가오는 미래를 정책적, 산업적으로 대응하기가 어렵다. 소비자의 욕구는 시대적으로 변화한다는 점을 고려할 때, 예비 시니어를 포함하는 시니어 소비자의 수요를 정기적으로 가늠할 수 있는 통계가 필요하다. 아울러 소비자가 누구인가에 대한 명확한 조작적 정의와 세분화, 시니어의 연령대별 고객 특성, 나아가 시장 환경에 대한 분석을 할 수 있는 통계가 요구된다.

셋째, 다양한 지역사회 시설과 서비스에 대한 현황 자료인 공급 자료뿐만 아니라 수요에 대한 통계도 부족하다. 먼저 공급 자료는, 시니어 비즈니스 산업의 경우 대개 중소기업 중심으로 운영되고 있으나 관련 부처들은 사업체(또는 기업) 조사 시 100인 이하 또는 일정 매출액 이하의 규모에 대해서는 제외하여 통계가 없는 실정이다. 기업의 유형별 현황, 규모

별 시설과 인력 현황, 재정 규모와 추이, 관련 자격증 소지자 수와 활동하는 사람의 비중 등에 대한 통계가 필요하다. 수요 자료는 시니어 인구의 구성과 변화 추세, 구매력 현황과 추이(연령대별, 지역별 성별 등), 소비 형태, 건강 상태, 욕구 현황(연령별, 소득별, 성별, 학력별)과 추이 등에 대한 통계가 없어 구축이 필요하다.

넷째, 현재의 보고통계는 행정 및 관리의 목적으로만 수집되는 경향이 있다. 노인장기요양보험 중심으로 생성되는 요양산업 관련 통계의 경우 노인장기요양보험이라는 제도의 운영관리를 위한 행정적 목적에 중점을 둔다. 또한 만들어진 통계자료에 외부인들이 접근하기 쉽지 않아 다양한 학문 분야에서 활용하거나 정책 개발의 근거를 도출하는 데 한계가 있다. 따라서 개인 식별 및 개인 정보가 포함된 민감한 자료를 제외하고 내외부 이용자들이 쉽게 접근하여 활용할 수 있는 통계자료의 개방화가 필요하다.

본 연구의 목적은 시니어 비즈니스 산업을 제대로 파악하고 분석하기 위해 개별 산업의 개념과 범위 등을 살펴보고 통계 생산의 활성화 방안을 모색하여 궁극적으로 산업 활성화의 기반을 조성하는 데에 있다.

이를 위해 시니어 비즈니스 산업의 공급 현황(기업체 실태와 특성), 세분화된 소비제품과 서비스의 공급 현황과 특성, 돌봄이 필요한 수요자 측면의 통계(욕구, 생애주기 등), 50~64세 예비 시니어의 수요 현황, 글로벌 시장 실태 등을 파악하고 산업 활성화를 위한 통계 발전 방안을 제시하고자 한다.

본 연구를 통하여 주요 국가의 시니어 비즈니스 산업 통계 생산 현황에 대한 분석과 국제 비교를 통해 우리나라 통계 생산 체계 개발과 시니어 비즈니스 산업 육성 정책 마련에 적지 않은 시사점을 제공할 것을 기대한다. 나아가 시니어 비즈니스 통계 생산의 체계적 구축 방안은 시니어 비

즈니스 산업을 발전시켜 결국에는 노후 기본생활보장을 넘어서 풍부한 노후의 삶의 질을 보장할 수 있을 것으로 기대된다.

제2절 연구의 내용 및 방법

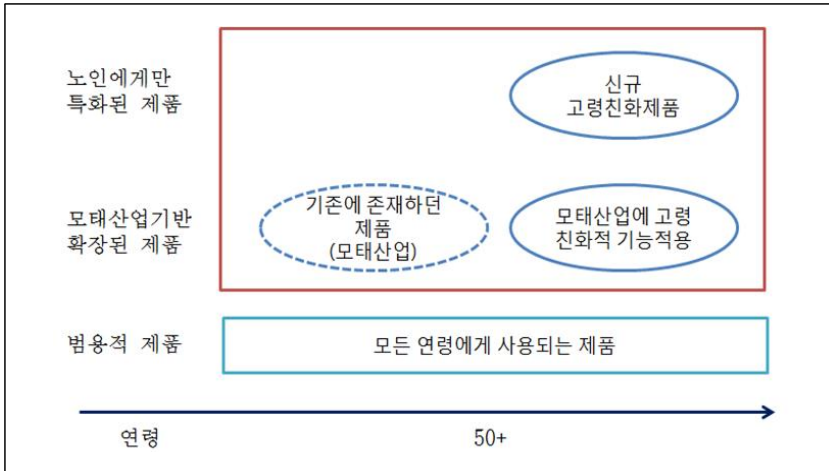
1. 연구 내용

본 연구의 주요 내용은 크게 3가지이다. 먼저 국내 시니어 비즈니스 산업의 개념과 범주, 통계 현황 파악이다. 개념은 최근 고령친화산업 시장의 확대 조류에 따라 정의하며 범주는 고령친화산업진흥법을 살펴보고 추가 분야와 포괄 연령을 제안한다. 통계 현황은 공급자 측면과 수요자 측면으로 접근한다.

다음으로 요양산업과 용품산업, 식품산업을 중심으로 의의와 범위, 국내의 통계 현황뿐만 아니라 외국(미국, 일본, 유럽 중심으로)의 시니어 비즈니스 산업 통계 현황을 살펴본다. 외국 통계체계 분석을 통하여 우리나라 발전 방향을 모색하고 생산 체계를 제안한다.

끝으로 요양, 용품, 식품산업의 대부분 통계는 노인장기요양보험과 관련된 통계로 한정되어 있다. 시니어 비즈니스 산업 통계의 신규 생산 체계를 구축하고 통계 생산을 유도하여 시니어 비즈니스 산업 활성화에 기여하고자 한다. 본 연구에서 [그림 1-1]의 분류체계는 모태산업에 기반한 고령친화 제품과 노인에게만 특화된 제품으로 접근해 볼 수 있지만 선행 연구 부족 등 현실 여건의 한계로 범위 논의에 개념적 범위로 참고하고자 한다.

[그림 1-1] 시니어 비즈니스의 범위



자료: 김정근. (2017). 최근 국내의 고령친화산업 현황과 시사점. 한국복지경영학회 2017년 동계 학술대회자료집. p. 10.(원저: Kohlbacher, F. &Herstatt, C. (2011). 『The silver market phenomenon: Marketing and Innovation in the aging society』, Springer. p. 5)

2. 연구 방법

본 연구의 방법은 크게 3가지이다. 먼저 국내외 문헌 리뷰이다. 국내외 시니어 비즈니스 산업과 통계 관련 선행 연구를 고찰한다. 다음은 전문가 자문회의를 실시한다. 시니어 비즈니스 산업에 관한 실제적 지식을 갖춘 전문가 집단과의 인터뷰와 토론을 통하여 시니어 비즈니스의 수요와 공급 관련 기본통계체계의 문제점과 그 대안에 필요한 정보를 확보하고자 한다. 또한 시니어 비즈니스 산업 범주 설정과 범주별 분류체계 및 그에 따른 개별 통계 항목에 관하여 자문한다.

끝으로 외부 전문가들과의 공동연구이다. 시니어 비즈니스 산업으로 수요가 높은 요양산업, 용품산업, 식품산업을 중심으로 공동연구를 실시한다.

제 2 장

시니어 비즈니스 산업의 개관

제1절 시니어 비즈니스 산업의 의미와 범주

제2절 시니어 비즈니스 산업의 통계 현황

2

시니어 비즈니스 산업의 개관 <<

제1절 시니어 비즈니스 산업의 의미와 범주2)

1. 시니어 비즈니스 산업의 정의

국내에서는 1980년대 중반부터 일본에서 비롯된 실버산업에 대한 논의가 시작되어 베이비부머(1955~1963년생)가 50대가 되기 시작한 2005년을 전후로 하여 새로운 인구구조에 맞는 산업 활성화 논의가 구체화되면서 고령친화산업진흥법 제정(2006년)과 더불어 고령친화산업(senior friendly industry)으로 명명되었다.

최근에는 고령친화산업 시장의 확대 전략 차원에서 액티브 시니어를 포함하는 50대 이상을 주요 소비자층으로 타깃 삼으면서 ‘시니어 비즈니스(senior business)’라고 명명하며 성장을 도모하고 있다(김우선, 2017). 고령친화산업이 65세 이상 고령자를 대상으로 하는 경제·사회·심리·신체적 요구에 대한 것이라면, 시니어 비즈니스 개념은 베이비부머를 포함하는 산업이라 할 수 있다. Cutler 박사는 시니어 비즈니스 또는 시니어 비즈니스 산업을 “고령자에게 판매하기 위해 창조되고 생산되고 시장을 만드는 모든 상품과 서비스 관련 비즈니스”라고 정의했다(Cutler, 2004; 성남고령체험관·을지대학교, 2015). 즉, 고령 인구집단의 수요와 구매력에 초점을 둔 기업의 영리활동을 추구하는 비즈니스이다. 특히, 시니어

2) 본 절은 한국시니어비즈니스학회. (2019). 시니어비즈니스의 이해와 전략(발간 예정). 학지사의 제1장(시니어비즈니스의 이해)의 글을 정리, 보완한 것임.

비즈니스는 현재의 노인뿐만 아니라 미래 노인을 대상으로 하는 모든 제품이나 서비스를 시장경제 원칙에 입각하여 생산하고 공급하는 활동이라 말할 수 있다.

이상과 같은 정의를 종합적으로 고려해 볼 때, 시니어 비즈니스 산업은 “현재의 노인층 및 예비 노인층을 대상으로 그들의 현재 욕구와 잠재적 욕구를 충족하기 위해 상품과 서비스를 제공하는 영리 목적의 산업”이라고 정의될 수 있다(안예숙, 2009).

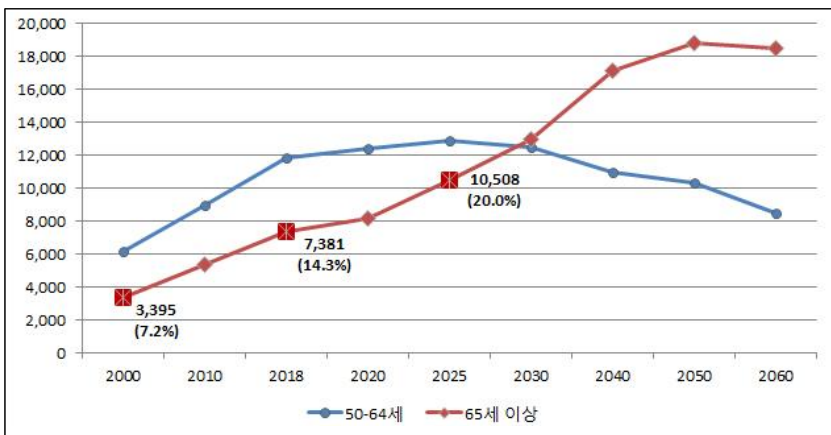
2. 시니어 비즈니스 산업의 필요성

한국은 2000년에 노인이 전체 인구의 7.2%(339만 5000명)로 고령화 사회가 이미 되었으며, 2018년 우리나라 전체 인구에서 고령인구가 차지하는 비율이 14.3%(738만 1000명)를 넘어섬에 따라 고령사회(Aged Society)에 진입했다. 그리고 다가오는 2025년에는 20.0%(1050만 8000명)로 초고령사회(ultra-aged society)가 될 것으로 전망된다. 2060년에는 전체 인구에서 고령인구가 차지하는 비율이 41%(1853만 6000명), 기대 수명은 거의 90세에 이를 것으로 전망된다(통계청, 2016).

초고령사회로 가고 있는 가운데 시니어 비즈니스의 새로운 주체로서 자산과 소득수준이 높은 예비 시니어인 액티브 시니어(active senior)에 주목하고 있다. 통계청 장래인구추계(2016)에 따르면 2018년 현재 예비 시니어인 50~64세 인구가 차지하는 비율은 전체 인구 중 31.6%(1186만 3000명)이며, 이들이 점차 고령화되어 감에 따라 노인인구는 지속적으로 증가할 것이다. 이들 중심에는 1차 베이비부머가 있는데 이들이 한 동안 우리 사회의 주류 구성원으로 활동할 것으로 예상되며, 향후 시니어

시장의 핵심 소비자가 될 것이다. 어찌 보면 예비 시니어를 대상으로 하는 비즈니스가 우리나라에서 본격적인 시니어 비즈니스의 출발점이라 할 수 있다.

[그림 2-1] 시니어 인구변화 추이



자료: 통계청. (2016). 장래인구추계.

〈표 2-1〉 장래인구 추계(2016)

(단위: 천 명, %)

인구종류별		2000	2010	2018	2020	2025	2030	2040	2050	2060
50~64세	인구수	6,189	8,964	11,863	12,402	12,871	12,477	10,949	10,353	8,456
	구성비	18.4	24.8	31.6	33.3	36.0	36.8	37.2	40.0	37.7
65세 이상	인구수	3,395	5,366	7,381	8,134	10,508	12,955	17,120	18,813	18,536
	구성비	7.2	10.8	14.3	15.6	20.0	24.5	32.8	38.1	41.0

자료: 통계청. (2016). 장래인구추계.

향후 시니어세대는 정년퇴직 후에도 연금, 저축, 보험, 자산소득 등의 고정 소득원이 있는바, 구매력을 지닌 시니어세대가 증가할 것이다. 50대 가구주의 월평균 가구소득은 최근 10년 동안 그 어느 연령대 가구보다 가장 빠른 속도로 증가했다. 2016년 기준으로 50대 가구의 월평균 소득

(514만 원)은 다른 연령대보다 높았으며, 2006~2016년의 연평균 증감률도 4.4%로 50대가 가장 높다. 과거나 현세대의 고령층은 빈곤율이 높고 노후 준비가 미흡했던 반면, 고령사회를 주도할 현재의 50대는 스스로를 부양할 능력과 더불어 문화·오락 등에 소비할 여력 또한 높은 것으로 판단된다. 특히, 현재의 50대는 은퇴 이후의 삶에 대한 준비 수준이 높아 소비 성향과 소비 여력이 더 높은 것으로 판단된다(김광석 외, 2017). 그리하여 시니어 비즈니스는 점차 거대한 소비시장이 될 것으로 예상된다.

한편으로 공공부문에서 행하는 노인복지서비스는 노인의 기초적인 생활을 보장하는 것이기 때문에 획일적이고 제한적인 형태로 제공될 수밖에 없다. 그러나 소득이 있는 새로운 시니어는 자신의 수요에 맞지 않는 획일적인 서비스보다는 자신에게 맞는 더 편안하고 만족스러우며 폭넓은 서비스를 추구하게 된다. 그러므로 이러한 수요는 민간 기업이 주도하는 시니어 비즈니스를 통해 효과적으로 충족될 수 있다. 아울러 시니어 비즈니스가 활성화되면 구매력 있는 시니어는 자신의 소득으로 원하는 제품과 서비스를 구매하고, 정부는 저소득층 시니어를 위해 예산을 집중적으로 사용할 수 있어 복지예산의 효율성을 높일 수 있을 것이다(김수영·이의훈·정승진·장수지·신주영, 2016).

이처럼 시니어의 높아진 경제력, 시니어 욕구의 다양화, 고령인구 증가에 따른 공적 복지체계의 한계로 인하여 시니어 비즈니스가 필요하며 또한, 그 속에 시니어 비즈니스의 기회가 담겨 있다고 볼 수 있다.

3. 시니어 비즈니스 산업의 범주

시니어 비즈니스 산업에 대한 정부 차원의 관심은 2006년 ‘고령친화산업진흥법’의 제정으로 본격화되었다. 고령친화산업진흥법은 고령친화산

업을 지원·육성하고 그 발전 기반을 조성함으로써 노인의 삶의 질 향상과 국민경제의 건전한 발전에 이바지함을 목적으로 한다. 이 법에 따르면 "고령친화산업"이라 함은 고령친화제품 등을 연구·개발·제조·건축·제공·유통 또는 판매하는 업을 말한다. 그리고 "고령친화제품 등"이라 함은 노인을 주요 수요자로 하는 제품 또는 서비스로서 다음 각 목의 어느 하나의 범주에 해당하는 것을 말한다(고령친화산업진흥법, 2018).

- ① 노인이 주로 사용하거나 착용하는 용구·용품 또는 의료기기
- ② 노인이 주로 거주 또는 이용하는 주택, 그 밖의 시설
- ③ 노인요양서비스
- ④ 노인을 위한 금융·자산관리서비스
- ⑤ 노인을 위한 정보기기 및 서비스
- ⑥ 노인을 위한 여가·관광·문화 또는 건강지원서비스
- ⑦ 노인에게 적합한 농업용품 또는 영농지원서비스
- ⑧ 그 밖에 노인을 대상으로 개발되는 제품 또는 서비스로서 대통령령이 정하는 것

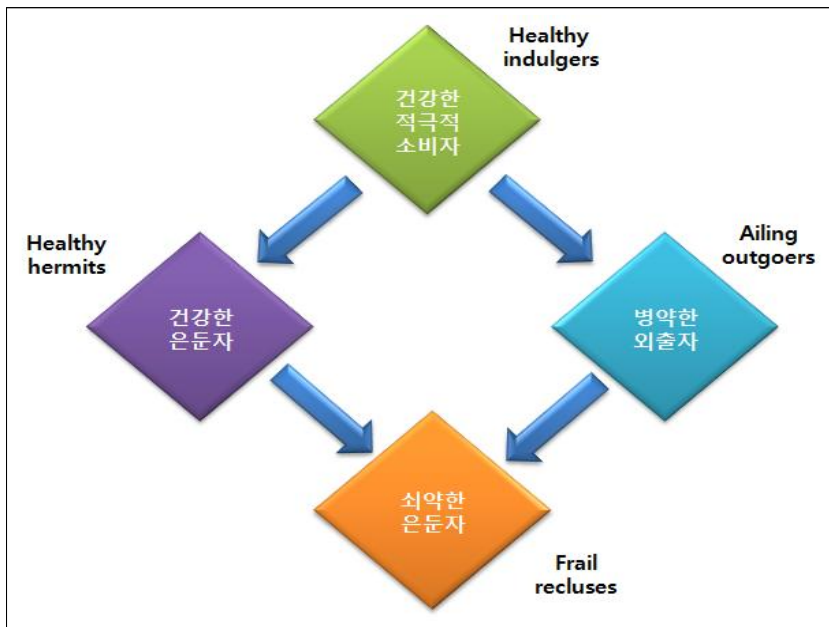
여기에서 "대통령령이 정하는 것"이란 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 것을 말한다(고령친화산업진흥법 시행령, 2018).

- 노인을 위한 의약품·화장품
- 노인의 이동에 적합한 교통수단·교통시설 및 그 서비스
- 노인을 위한 건강기능식품 및 급식서비스

그러나 동법에서는 교육서비스 등 주요 분야가 포함되어 있지 않고, 무엇보다 65세 이상 노인을 대상으로 하는 제품이나 서비스에 국한되어 있어 50

세 이상을 포괄하는 시니어 비즈니스 산업의 활성화 지원법이 요구된다고 할 수 있다. 시니어 비즈니스 산업의 범주는 아래 [그림 2-2]와 같이 불편한 노인뿐만 아니라 건강한 중장년까지 포함한다. 이와 같이 시니어 비즈니스 산업과 고령친화산업의 차이는 크게 연령과 대상의 범위가 다른 것이다.

[그림 2-2] 시니어 비즈니스의 세분화 모형(Gerontographics)



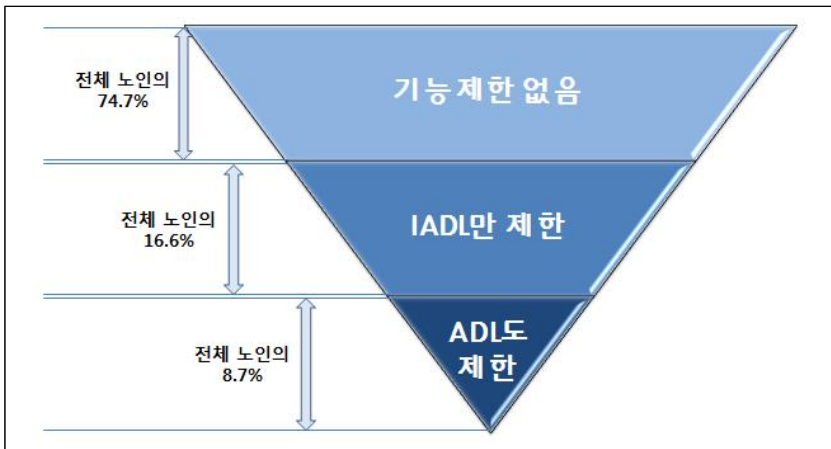
주: 화살표는 연령 증가로 인한 사회적, 심리적, 생물학적 변화로 인해 다음 단계로 이동하는 것을 나타냄. 왼쪽의 화살표 이동은 심리사회학적인 노화를 의미하며, 오른쪽의 화살표 이동은 생물학적·육체적 노화를 의미함.

자료: Moschis, G. P. (1996). Gerontographics. Life-Stage Segmentation for Marketing Strategy Development. Wesport - Connecticut, London.의 내용을 재구성함.

또한 시니어세대들의 건강 상태를 세분화한 모형(Gerontographics)을 활용하여 기능제한이 없는 건강한 자, 일부 기능적 활동이 불편한 자, 대부분의 일상 활동이 불편한 자 등으로 분류하였고, 정책 대상별 집단

현황을 보면 다음과 같다. 2017년도 노인실태조사 결과에 따르면 전체 노인의 74.7%는 기능제한이 없는 건강한 사람이었고, 25.3%는 기능제한이 있는 것으로 나타났다. 기능제한의 수준별로 살펴보면 전체 노인의 16.6%는 몸단장, 집안일, 식사 준비, 빨래, 약 챙겨 먹기, 금전 관리, 근거리 외출, 물건 구매, 전화 걸고 받기, 교통수단 이용하기 등 도구적 일상생활수행능력(Instrumental Activities of Daily Living)에만 제한이 있었으며, 8.7%는 옷 입기, 세수·양치질·머리 감기, 목욕 또는 샤워하기, 차려 놓은 음식 먹기, 누웠다 일어나 방 밖으로 나가기, 화장실 출입과 대소변 후 닦고 옷 입기, 대소변 조절하기 등 일상생활수행능력(Activities of Daily Living)에까지도 제한이 있었다(정경희 외, 2017).

[그림 2-3] 기능 상태 제한 정도에 따른 노인 구성



주: 1) 65세 이상을 노인으로 정의함.

2) IADL(Instrumental Activities of Daily Living)은 도구적 일상생활수행능력으로 몸단장, 집안일, 식사 준비, 빨래, 약 챙겨 먹기, 금전 관리, 근거리 외출, 물건 구매, 전화 걸고 받기, 교통수단 이용하기의 10개 항목으로 구성됨.

3) ADL(Activities of Daily Living)은 일상생활수행능력으로 옷 입기, 세수·양치질·머리 감기, 목욕 또는 샤워하기, 차려 놓은 음식 먹기, 누웠다 일어나 방 밖으로 나가기, 화장실 출입과 대소변 후 닦고 옷 입기, 대소변 조절하기의 7개 항목으로 구성됨.

자료: 정경희 외. (2017). 2017년도 노인실태조사. 한국보건사회연구원.

제2절 시니어 비즈니스 산업의 통계 현황

1. 공급자(산업체) 통계 현황³⁾

2014년 한국보건산업진흥원이 발표한 보고서 『고령친화산업 실태조사 및 산업분석』을 통해서도 우리나라 시니어 비즈니스 산업의 현황과 성장 가능성을 가늠할 수 있다. 산업의 범위는 의약품, 의료기기, 식품, 화장품, 용품, 요양, 주거, 여가, 금융 등 9개이다.

보고서에 따르면 국내 고령친화산업의 시장 규모를 2012년 기준으로 27조 3809억 원에서, 2015년 39조 2839억 원, 2020년 72조 8305억 원으로 성장하여, 연평균 13.01%의 성장률을 보일 것으로 전망했다(이중근 외, 2014b). 다만, 가장 규모가 클 것으로 예상되는 금융산업의 경우 당해 연도에 매출이 발생하는 다른 산업과는 달리, 누적과 거치 등의 특성을 지니며 고령사회 대비 은퇴자산의 개념으로 이해되어, 고령친화산업 전체 시장 추계에서는 제외되어 있다.

[그림 2-4] 고령친화산업 시장 규모 전망

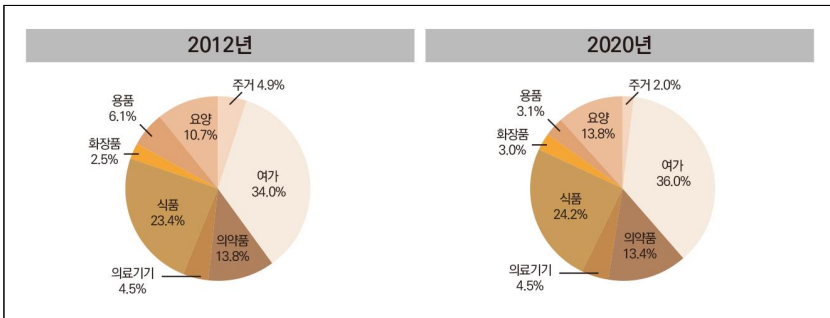


자료: 이중근 외. (2014b). 고령친화산업 실태조사 및 산업분석. 한국보건산업진흥원, p. 13.

3) 이중근 외. (2014b). 고령친화산업 실태조사 및 산업분석. 한국보건산업진흥원을 요약, 재정리한 것임.

금융산업을 제외하고 우리나라 고령친화산업 중 여가산업(34.0%)이 가장 높은 비율을 차지하고 있으며, 그다음으로 식품산업(23.4%)이 차지하고 있다. 2020년 시장 규모 중 2012년 대비 가장 큰 비율 변화를 보일 것으로 예상되는 산업은 요양산업으로, 2012년 10.7%에서 2020년 13.8%를 차지할 것으로 전망된다.

[그림 2-5] 고령친화산업별 비율 변화



자료: 이증근 외. (2014b). 고령친화산업 실태조사 및 산업분석. 한국보건산업진흥원.

구체적으로 산업부문별로 살펴보면 다음과 같다. 가장 높은 성장세를 보이고 있는 고령친화 요양산업 시장 규모는 2012년 2조 9349억 원에서 2020년 10조 316억 원으로 늘어날 것이라 전망한다. 연평균 성장률은 16.61%로 예상하고 있다. 이는 요양산업이 향후 노인장기요양보험제도를 바탕으로 한 재가서비스와 시설요양서비스가 포함되어 그 시장이 점차 커질 것이라는 판단에 기인한다.

고령친화 의료산업은 노인을 주 대상으로 하는 의료산업 분야라고 말할 수 있다. 고령친화 의료산업의 범위에는 노인의 질병을 치료하는 것에 더해 노인의 건강한 삶을 유지하기 위한 예방적인 의료 분야까지 포함된다. 의료산업의 주요 3대 분야로는 의약품, 의료기기, 의료서비스가 있

다. 고령친화 의약품산업의 경우, 2012년 시장 규모는 3조 7791억 원, 2020년에는 9조 7937억 원으로 증가할 것으로 전망하며, 연평균 성장률은 12.64%로 추정하고 있다. 고령친화 의료기기산업은 2012년 시장 규모 1조 2438억 원에서 2020년에는 3조 2479억 원으로 커질 전망이며, 연평균 성장률은 12.75%로 보고 있다.

의료서비스는 요양서비스, 예방지원서비스 등과 중첩되어 시장 규모 추정이 어려워 제외되어 있으며, 고령친화산업 범위에도 포함되어 있지 않다.

고령친화 화장품산업의 경우는 2012년 시장 규모는 6945억 원에서 2020년에는 2조1690억 원으로 연평균 성장률이 15.3%에 달할 것으로 전망한다. 화장품 시장은 노화 방지용 화장품과 체취 방지용 화장품 등의 분야가 커질 전망이다. 아름다움을 추구하는 성향은 나이나 건강과 무관하게 지속될 것이므로, 화장품은 시니어가 현재에도 지출을 많이 하고 있지만 계속 소비가 늘어날 것이라 보고 있다.

고령친화 식품산업은 2012년 6조 4016억 원이었던 시장 규모가 2020년 17조 6343억 원으로 연평균 성장률이 13.5%에 이를 것으로 예상된다. 이러한 성장 가능성의 근거는, 식품이란 인간의 생명 유지와 성장에 필요한 영양성분을 제공함과 동시에 포만감 등으로 즐거움을 부여하는데, 이는 저작이나 소화 능력이 감퇴하는 등의 노화 과정을 경험하는 시니어에게도 예외가 될 수 없기 때문이다.

고령친화 여가산업은 2012년 시장 규모 9조 3034억 원에서 2020년에는 26조 2331억 원으로 커질 전망이고, 연평균 성장률은 13.84%로 보고 있다. 여가산업은 문화콘텐츠산업, 스포츠산업, 여행관광산업으로 구분되어 있다. 최근에 삶의 질을 높이기 위한 방편으로 적극적인 여가활동에 대한 노인들의 인식이 높아지고 있으며, 동시에 공적연금의 수혜 등

로 인해 구매력도 점점 증가하고 있다. 따라서 시니어의 여가시간을 더 의미 있게 보낼 수 있도록 지원하는 시니어 비즈니스 분야는 향후에도 지속적으로 성장할 것으로 보인다.

고령자용 주택이나 요양시설 또는 주택 개조사업을 포함하는 고령친화 주거산업은 초고령사회에 필요한 산업 분야 중 하나이다. 고령친화 주거산업은 2012년 1조 3546억 원에서 2020년 1조 4301억 원으로 늘어날 것으로 예상된다. 연평균 성장률은 0.68%로 타 분야 산업에 비해 변화가 미미할 것으로 전망된다. 하지만 기존에 살고 있는 집에서 오래 살려는 경향(Aging in Place)으로 인해 새집보다는 주택 리모델링 시장에서 그 성장 가능성을 기대할 수 있을 것이다.

고령친화 용품산업의 시장 규모는 2012년 1조 6689억 원에서 2020년 2조 2907억 원으로 성장할 전망이고, 연평균 성장률은 4.04%로 예상된다. 고령친화 용품산업에는 침구·목욕·배변·가사·주거설비·수발용품 및 정보통신기기, 이동기기, 여가용품, 개인건강·의료용품 등 의존성이 높은 노인의 일상생활과 관련된 다양한 분야가 포함된다. 고령친화 용품산업은 유니버설 디자인(universal design)의 관점에서 모든 산업부문과 직·간접적으로 관련되어 있어서 향후에 그 수요가 뚜렷하게 증가할 것으로 전망된다.

〈표 2-2〉 고령친화산업별 시장 규모 및 전망

(단위: 억 원, %)

구분		2012년	2015년	2018년	2020년	CAGR (2012-2020)
전체	고령친화	273,809	392,839	567,369	728,305	13.01
	비율	8.71	11.25	13.04	14.36	-
	모태산업	3,142,548	3,491,821	4,352,621	5,072,833	6.17
요양	고령친화	29,349	46,533	73,778	100,316	16.61
	비율	93.90	93.92	93.94	93.96	-
	모태산업	31,256	49,545	78,536	106,769	16.60
용품	고령친화	16,689	18,770	20,957	22,907	4.04
	비율	100.00	100.00	100.00	100.00	-
	모태산업	16,689	18,770	20,957	22,907	4.04
식품	고령친화	64,016	93,609	136,880	176,343	13.50
	비율	14.70	16.39	18.27	19.64	-
	모태산업	435,561	571,267	749,255	897,752	9.46
의약품	고령친화	37,791	54,010	77,190	97,937	12.64
	비율	27.92	35.02	42.86	48.31	-
	모태산업	135,354	154,218	180,114	202,713	5.18
의료 기기	고령친화	12,438	17,827	25,550	32,479	12.75
	비율	32.08	32.88	33.70	34.26	-
	모태산업	38,774	54,216	75,808	94,793	11.82
화장품	고령친화	6,945	10,645	16,316	21,690	15.30
	비율	9.75	10.69	11.72	12.46	-
	모태산업	71,227	99,594	139,258	174,133	11.82
주거	고령친화	13,546	14,209	14,257	14,301	0.68
	비율	1.47	2.32	2.33	2.33	-
	모태산업	918,512	612,532	613,078	613,441	-4.92
여가	고령친화	93,034	137,237	202,441	262,331	13.84
	비율	6.22	7.10	8.11	8.86	-
	모태산업	1,495,176	1,931,679	2,495,615	2,960,325	8.91

자료: 이준근 외. (2014b). 고령친화산업 실태조사 및 산업분석. 한국보건산업진흥원.

고령친화 금융산업은 2014년 산업 실태조사에서 제외되어, 2011년 보고서를 기준으로 하면, 2010년 10조 5663억 원에서 2020년 61조 404억 원으로 가장 큰 규모로 성장할 것으로 전망한다(유재성 외, 2011a). 이는 공적 연금제도 및 민간 금융기관에서 출시하는 각종 퇴직 연금, 개인연금, 민영의료보험, 주택연금, 금융자산 등 노후생활의 경제적 안정을 담보할 수 있는 금융상품에 대한 수요와 공급이 매우 높을 것이라는 추정에 기인한다.

〈표 2-3〉 금융산업 시장 규모 및 전망

(단위: 억 원, %)

구분		2010년	2015년	2020년	CAGR (‘10-’20)
금융	고령친화 금융산업	105,663	301,711	610,404	19.2
	모태산업 대비 비율	4.8	6.4	7.1	-
	모태산업	2,183,113	4,741,535	8,627,149	14.7

자료: 유재성 외. (2011a). 고령친화산업 실태조사 및 산업분석. 보건복지부, 한국보건산업진흥원.

그러나 한국보건산업진흥원에서 수행한 고령친화산업 시장 규모 현황과 추계는 산업별로 매출액, 생산액 혹은 시장 규모(생산+수입-수출) 등 측정하는 방법이 상이하여 산업별 규모를 비교하고 미래의 규모를 예측하는 일에는 한계가 있다. 또한 산업별 시장 규모를 9개 부문 중심으로 검토하여 우리나라 전체 고령친화산업 시장 규모 추계의 정확성은 여전히 의문시된다. 아울러 어떤 산업의 시장 규모에는 단순히 65세 이상 인구 비율을 감안하고, 다른 산업의 시장 규모에는 65세 이상의 이용 실태와 인구 비율을 동시에 반영하여 시장 규모 수준 비교의 적정성에 문제의 여지가 있다. 무엇보다 50~64세 예비 시니어의 수요와 소비행태는 시장 규모 측정에 전혀 반영되지 않은 문제가 있다.

2. 수요자(소비자) 통계 현황⁴⁾

국내에서는 오랫동안 시니어란 용어 대신 법률상으로는 학술적으로 65세 이상의 인구층을 지칭하는 말로 노인, 실버, 고령자라는 용어를 사용하여 왔다. 하지만 최근에는 부정적인 의미가 내포되어 있는 개념보다는 서구에서 일반적으로 사용되는 더 긍정적이고 연령 중립적인 개념인

4) 최원석, 안진경, 김보람, 이마라. (2012a). 2012년 고령친화산업 욕구조사. 보건복지부, 한국보건산업진흥원 보고서를 요약, 재정리한 것임.

시니어라는 개념을 사용하고 있다. 무엇보다 시니어를 비즈니스 관점에서 50세를 기점으로 구분하는 것이 타당하리라 본다. 시니어는 50~64세까지의 예비 시니어(pre-senior), 65~74세의 전기 시니어(young-senior), 75~84세의 중기 시니어(middle-senior), 85세 이상의 후기 시니어(old-senior)로 세분하여 그 특성을 이해하면 좋을 것이다(한국시니어비즈니스학회, 2019). 특히, 50~64세의 예비 시니어 연령층에는 사회적으로 출생률이 높아진 시기에 태어난 베이비붐세대가 포함되어 있으며, 이들은 사고방식과 체력, 라이프스타일 등이 젊고 활동적이며, 경제적 여유를 가지고 적극적으로 소비활동을 한다는 점에서 액티브 시니어(active senior) 또는 새로운 시니어(new senior)라 불리기도 한다(김우선, 2017). 이들은 기존의 노인세대와 달리 앞으로 시니어 비즈니스의 핵심 소비 주체 역할을 할 것으로 기대되는 층이다(김광석 외, 2017).

2012년 한국보건산업진흥원이 발표한 보고서 고령친화산업육구조사를 통해서 우리나라 시니어 비즈니스의 이용 실태와 수요 정도를 파악할 수 있다.⁵⁾ 이 보고서는 만 45세 이상 중년·고령소비자(예비 고령자, 베이비붐세대 포함) 대상의 고령친화산업 제품(의약품, 식품, 화장품, 용품) 및 서비스(요양, 건강지원, 급식, 장묘, 금융자산관리, 일자리지원, 문화여가, 주거지원, 교통지원, 영농지원)에 대한 수요조사를 실시하였다.⁶⁾ 이를 통해 총 14개 부문의 고령친화제품 및 서비스에 대한 욕구를 파악하여 유망 제품 및 서비스를 도출하였다.

조사 결과에 의하면 고령자에게 가장 필요한 제품은 1순위 응답 기준

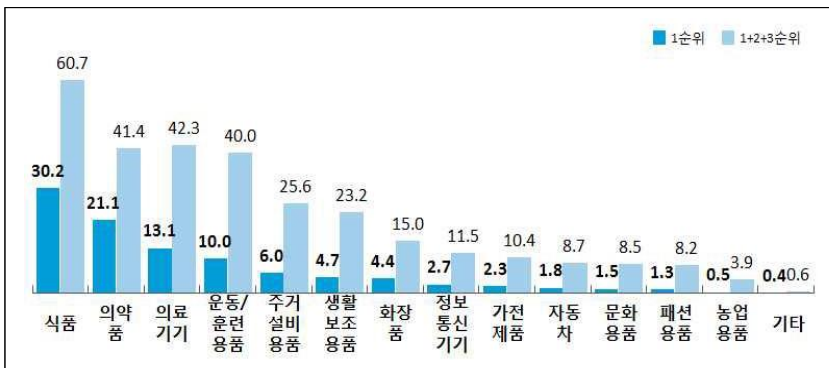
5) 2012년 발표된 고령친화산업 육구조사(최원석 외, 2012a)에서는 조사 대상자를 만 65세 이상으로 국한하였기 때문에 예비 노인층을 포괄하는 시니어 비즈니스 산업의 전반적인 수요를 파악하기는 어려움.

6) 본 장에서는 50세 이상을 시니어 비즈니스의 대상으로 정의하며, 수요조사의 결과는 공 급자 통계 현황에서 제시한 9개 분야를 중심으로 서술함.

시, ‘노인을 위해 먹기 좋고 영양이 풍부한 식품’이 30.2%로 나타났다. 3 순위까지의 모든 응답을 분석한 결과(복수 응답 허용), ‘노인의 건강 진단 및 치료를 위한 가정용 의료기기’가 42.3%, ‘노인을 위해 먹기 좋고 먹는 방법 등이 잘 보이는 노인용 의약품’이 41.4%, ‘노인의 건강을 유지하기 위한 운동·훈련용품’이 40.0%를 차지하여 식품과 더불어 건강 유지에 필요한 의약품과 의료기기 및 운동·훈련용품에 대한 욕구가 높은 것으로 파악되었다. 고령친화 제품에 대한 수요는 만 65세 이상의 시니어의 경우 ‘의약품’(28.3%)이 필요하다고 응답한 비율이 예비 시니어에 비해 상대적으로 높았다.

[그림 2-6] 시니어에게 필요한 제품

(N=1,000, 단위: %)



자료: 최원석, 안진경, 김보람, 이미라. (2012a). 2012년 고령친화산업 욕구조사. 보건복지부, 한국보건산업진흥원.

〈표 2-4〉 시니어 연령대별 필요한 제품(1순위 기준)

(N=1,000, 단위: %)

구분		사례 수	식품	의약품	의료 기기	운동·훈련용품	주거설비용품	생활보조용품	화장품	정보통신기기	가전제품	자동차	문화용품	패션용품	농업용품	기타	계
연령	만 45세~54세	426	31.9	17.8	12.7	9.4	7.5	6.8	4.7	1.4	2.3	2.8	1.2	0.5	0.2	0.7	100.0
	만 55세~64세	284	29.6	18.7	12.3	12.7	5.6	3.2	3.9	4.2	3.2	1.8	2.1	1.8	1.1	0.0	100.0
	만 65세 이상	290	28.3	28.3	14.5	8.3	4.1	3.1	4.5	3.1	1.4	0.3	1.4	2.1	0.3	0.3	100.0
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

자료: 최원석 외. (2012a). 2012년 고령친화산업 욕구조사. 보건복지부, 한국보건산업진흥원.

제품 조사 결과는 다음과 같다. 현재 복용하고 있는 의약품은 대사성 의약품-비타민제가 47.5%, 순환계 의약품이 32.7% 순으로 높게 나타났으며, 고령자용 의약품 구매 의향은 82.3%를 차지하여 대다수의 시니어들이 고령자용 의약품 구매 의사가 있는 것으로 나타났다. 전반적으로 시니어 연령대가 높을수록 복용하고 있는 의약품이 많았으며, 연령이 높을수록 신경계 의약품, 당뇨병 치료제, 순환계 의약품 복용률이 높은 경향을 보인 반면, 연령대가 낮을수록 대사성 의약품-비타민제 복용률이 높은 경향을 보였다. 평소 즐겨 먹는 식품은 전통·발효식품이 71.2%, 두부류 또는 묵류가 60.0%로 한국 고유의 전통식품 섭취 비율이 높게 나타났으며, 즉석 섭취 편의식품이나 시리얼류, 특수용도식품 섭취 비율은 상대적으로 낮게 나타났다. 시니어 연령대가 높을수록 특수용도식품, 두부류 또는 묵류와 같은 부드러운 제품을, 연령대가 낮을수록 제과 제빵류, 면류 제품과 같은 밀가루 제품을 상대적으로 많이 섭취하는 것으로 나타났다. 시니어 연령대가 높을수록 소화가 잘되고 씹기 편하고 넘기기 좋은 부드러운 식품을 선호하는 것으로 나타났다. 향후에 가장 많이 먹고자 하는

식품으로는 현재 즐겨 먹고 있는 전통·발효식품과 더불어 건강기능식품도 57.3%를 차지하여 고령자들의 건강 유지에 대한 욕구가 파악되었으며, 고령자용 식품 구매 의향이 있다는 응답자가 82.8%로 나타나 대부분의 시니어 응답자가 고령자용 식품 구매 의향이 있는 것으로 나타났다. 현재 사용 중인 화장품은 기초화장품이 85.4%로 가장 높았고, 두발용 제품이 70.3%, 목욕용 제품이 54.0% 순으로 나타났다. 향후에도 사용하고자 하는 화장품으로는 54.3%가 기초화장품을 1순위로 꼽아 기본적으로 원하는 제품으로 파악되었고, 그다음으로는 주름 개선 등의 기능성 화장품이 26.6%, 두발용 제품이 8.7%로 나타났다. 향후에 사용하고자 하는 화장품 종류를 3순위 응답까지 분석하였는데 두발용 제품이 61.6%로 수요가 높게 나타났다. 고령자용 화장품 구매 의향은 71.5%로 나타나 대다수의 시니어 응답자가 고령자용 화장품 구매 의향을 나타내었다. 시니어 연령별로 보면 만 45~54세의 예비 시니어의 경우에는 주름 개선 등 기능성 화장품을 노후에 사용하겠다고 응답한 비율이 30.5%로 상대적으로 높게 나타났다. 현재 사용하고 있는 용품은 가전제품이 86.0%로 가장 많았으며, 고령자의 안전과 편리성 등을 고려한 고령친화용품이 나올 경우 구매하고 싶은 고령친화용품으로는 안마기가 53.9%, 건강측정용품이 51.5%로 상대적으로 높게 나타났다. 시니어 연령별로 보면 운동·훈련용품, 건강측정용품, 저주파 자극기는 연령대가 낮을수록, 목욕용품, 정보통신기기는 연령대가 높을수록 상대적으로 많이 사용하는 것으로 나타났다.

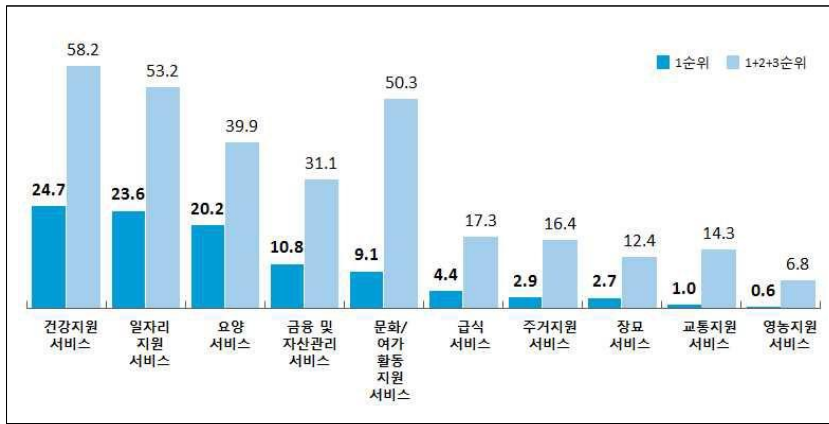
고령자를 위해 가장 필요한 서비스는 ‘건강지원서비스’(24.7%), ‘일하고 싶어 하는 노인을 위한 일자리지원서비스’(23.6%), ‘간병, 목욕, 간호지원 등 요양서비스’(20.2%) 순으로 나타났다. 3순위까지의 모든 응답을 분석한 결과(복수 응답 허용) 건강지원 및 일자리지원서비스 그리고 요양서비스 이외에도 ‘활기찬 노후 생활을 위한 문화·여가활동지원서비스’

44 시니어 비즈니스 산업 활성화를 위한 근거 기반 통계의 문제점과 과제

(50.3%)에 대한 수요가 높게 나타났다. 또한 시니어 연령이 높을수록 ‘건강지원서비스’, 만 55~64세 예비 시니어 응답자의 경우 ‘일자리지원서비스’(각각 25.4%, 30.6%)에 대한 수요가 상대적으로 높았다.

[그림 2-7] 시니어에게 필요한 서비스

(N=1,000, 단위: %)



자료: 최원석 외. (2012a). 2012년 고령친화산업 욕구조사. 보건복지부, 한국보건산업진흥원.

<표 2-5> 시니어 연령대별 필요한 서비스(1순위 기준)

(N=1,000, 단위: %)

구분		사례 수	건강 지원 서비스	일자리지원 서비스	요양 서비스	금융 및 자산 관리 서비스	문화/여가 활동 지원 서비스	급식 서비스	주거 지원 서비스	장묘 서비스	교통 지원 서비스	영농 지원 서비스	계
연령	만 45세 ~54세	426	22.1	25.1	22.1	11.0	8.2	4.2	3.1	2.8	0.7	0.7	100.0
	만 55세 ~64세	284	25.4	30.6	15.8	12.7	7.7	2.5	2.8	1.8	0.4	0.4	100.0
	만 65세 이상	290	27.9	14.5	21.7	8.6	11.7	6.6	2.8	3.4	2.1	0.7	100.0
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

자료: 최원석 외. (2012a). 2012년 고령친화산업 욕구조사. 보건복지부, 한국보건산업진흥원.

서비스의 구체적인 조사 결과는 다음과 같다. 요양서비스 이용 의향은 73.7%로 나타나 대다수의 시니어 응답자들이 요양서비스 이용 의향이 있는 것으로 나타났으며, 요양서비스 이용 의향이 있는 응답자가 서비스를 받고자 하는 장소는 요양시설이 50.5%, 집이 49.5%로 요양시설과 집의 선호도에는 큰 차이가 없는 것으로 파악되었다. 요양서비스 이용 의향에는 시니어 연령대가 낮을수록 요양서비스 이용 의향이 높은 경향을 보인다. 시니어 연령이 높을수록 집을, 연령이 낮을수록 요양시설을 선호하는 경향이 있는 것으로 나타났다. 건강지원서비스 이용 의향이 있다는 시니어 응답자는 전체의 83.4%로 대다수의 응답자가 건강지원서비스 이용 의향이 있는 것으로 나타났으며, 건강지원서비스 이용 의향이 있는 응답자가 받고자 하는 서비스는 정기적 건강검진이 48.1%로 나타났다. 시니어 연령대가 낮을수록 건강지원서비스 이용 의향이 높은 경향이 있는 것으로 나타났다. 시니어 연령대가 높을수록 정기적 건강검진 및 질병 상담 및 관리, 연령대가 낮을수록 영양 또는 운동 처방 서비스에 대한 욕구가 상대적으로 높은 것으로 파악되었다. 급식서비스 이용 의향은 64.5%로 전체 시니어 응답자의 절반 이상이 급식서비스 이용 의향이 있는 것으로 드러났다. 시니어 연령대가 낮을수록 급식서비스 이용 의향이 높은 경향을 보인다. 급식서비스 이용 의향이 있는 응답자가 희망하는 급식서비스 제공 장소는 집이 76.1%, 식당 등 외부 급식업체가 23.9%로 대다수의 응답자가 집을 선호하는 것으로 나타났다. 노후 소득을 위한 대책으로는 현재 살고 있는 집(63.1%), 적금, 보험 등 금융자산(47.4%), 공적연금(44.8%) 순으로 나타났으며, 노후 준비를 위해 가장 필요하다고 생각하는 금융서비스는 개인연금, 연금저축 등 연금 상품이 38.2%, 건강, 간병 등에 대비한 보험 상품이 20.1%로 나타나 연금을 중심으로 아플 때를 대비하는 보험에 대한 수요가 높은 것으로 나타났다. 시니어 연령대가 높을

수록 현재 살고 있는 집을, 연령대가 낮을수록 적금, 보험 등 금융자산과 주식, 채권, 펀드 등 투자, 그리고 개인연금 등 연금 상품 등 금융상품을 통해 노후를 대비하는 경향을 보였다. 즉, 시니어 연령대가 높을수록 주택을 활용한 주택연금과 적금, 보험, 펀드 등 금융자산관리서비스, 연령대가 낮을수록 개인연금, 연금저축 등 연금 상품이 필요하다는 응답이 상대적으로 높았다. 평소 가장 즐겨 하는 여가활동은 TV 시청, 음악 감상, 산책 등 단순 여가활동이 56.4%로 나타났으며, 향후 노후에 가장 하고 싶은 여가활동으로는 TV 시청, 음악 감상, 산책 등 단순 여가활동(25.5%)으로 나타났고, 3순위까지의 모든 응답을 살펴보면, 휴식활동 이외에도 온천·해수욕, 드라이브, 여행 등 관광이 58.5%로 노후에 가치 지향적 여가활동을 즐기고 싶다는 응답자가 절반 이상으로 나타났다. 상대적으로 시니어 연령이 높은 고령자일수록 노후에 비용 절약적인 단순 여가활동을 원하는 비율이 높았고, 연령이 낮은 고령자일수록 취미·오락활동이나 스포츠 참여 그리고 여행 등을 원한다는 응답이 상대적으로 높게 나타났다. 필요로 하는 여가지원서비스에는 만 65세 이상 시니어를 위한 휴양단지 및 시설(35.9%), 예비 시니어 응답자의 경우 사회 봉사활동 프로그램(20.1%)이 상대적으로 높았다. 노후에 가장 필요하다고 생각하는 주거지원서비스로는 예비 시니어의 경우 노인주거용 복합단지(42.3%)에 대한 수요가, 현재 만 65세 이상 시니어의 경우 고령자용 주택 개조 지원(29.0%)에 대한 수요가 상대적으로 높았다. 현재 보유 주택에서 노후를 보내고자 하는 만 65세 이상의 시니어를 위해서는 주택 개조 지원이 필요하고, 예비 시니어는 쾌적한 환경 및 실비 가격으로 이용할 수 있는 노인 주거용 복합단지 형태에 대한 수요가 높을 것으로 예상된다.

그러나 한국보건산업진흥원에서 수행한 고령친화산업 욕구조사는 소비자가 누구인가에 대한 명확한 조작적 정의와 세분화가 되어 있지 않으

며, 시니어 연령대별 고객 특성과 시장 환경에 대한 사전 분석이 결여되어 있다. 또한 소비자 욕구조사가 2012년과 2014년 두 차례 수행되었는데, 2012년도 조사에서는 45세 이상의 예비 시니어부터 조사 대상으로 하였지만, 2014년도 조사에서는 65세 이상의 시니어만을 대상으로 하여 조사하였다(최원석 외, 2012a; 이중근 외, 2014b). 소비자의 욕구는 시대적으로 변화되기 마련이고, 무엇보다 초고령사회에서 미래 노인층인 예비 시니어의 수요 파악은 실로 중요하다. 하지만 예비 시니어를 포함하는 시니어 소비자의 수요를 정기적으로 가늠할 수 있는 시계열적인 조사가 부재한 실정이다. 향후 시니어 비즈니스 산업 소비자 수요조사에서는 4차산업혁명 시대에 걸맞은 시니어 비즈니스의 새로운 산업 분야에 대한 추가 실태조사가 요망된다.

제 3 장

요양산업 통계 현황과 활성화 방안

제1절 요양산업의 의의와 범위

제2절 요양산업 통계 현황

제3절 필요한 기본통계와 생산 체계

3

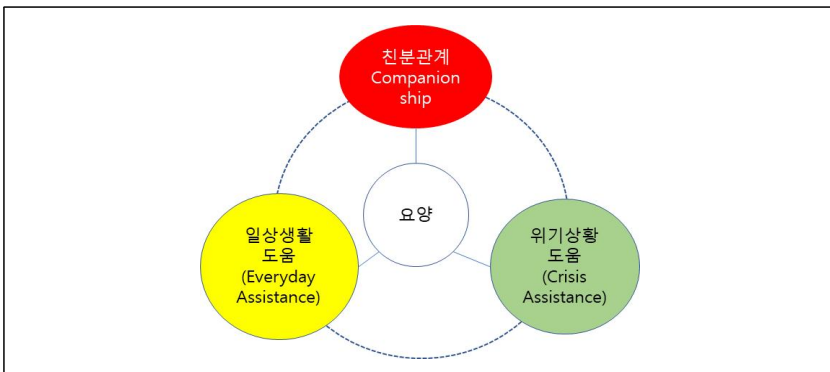
요양산업 통계 현황과 << 활성화 방안

제1절 요양산업의 의의와 범위

1. 요양산업의 정의

요양산업이라는 말은 요양(caregiving)이라는 용어와 산업(industry)라는 용어가 결합된 것으로 먼저 각각의 의미를 살펴보고자 한다. 기본적으로 요양이란 질병이나 특정 이유로 일상생활을 혼자서 수행하기 어려운 대상자들에게 제공하는 신체적, 정서적 지원, 발달적 지원 등의 다양한 돌봄 관련 재화와 서비스를 제공하는 것을 의미한다. 일반적으로 요양은 세 가지 필요한 욕구를 충족하는 것이 필요한데, 첫째는 친분관계(companionship), 둘째는 일상생활 도움, 셋째는 위기상황 도움이다(Cantor & Little, 1985).

[그림 3-1] 요양의 역할



자료: Cantor, M. & Little, V. (1985). Aging and social care. In R.H. Binstock and E. Shanas (eds.), Handbook of aging and the social sciences, 2nd edn. New York: Van Nostrand Reinhold. pp. 745-781의 내용을 재구성함.

친분관계는 말동무, 여가활동 등을 통한 정서적 지원과 함께 사회적 포용성 증진하는 것을 의미하는 것이며, 일상생활 도움은 식사, 목욕, 금융 자문, 교통편의 등의 가사지원 및 생활지원서비스를, 위기상황 도움은 치매, 파킨슨병 등과 같은 치명적 질병으로부터의 건강보호 등을 의미한다(Cantor & Little, 1985).

요양산업의 수요자와 공급자 측면을 살펴보면 다음과 같다. 먼저, 요양이 필요한 대상자, 즉 시니어 비즈니스의 관점에서 요양산업의 수요자는 질병이나 질환으로 인해 장기간 돌봄이 필요한 사람으로 65세 이상 연령층뿐만 아니라 65세 미만의 연령층도 포함한다. 예를 들면 40~50대 중장년층과 30대 청년층에서도 최근에 치매, 뇌혈관질환, 파킨슨병 등의 노인성 질환으로 진료받는 사람들이 증가하는 추세이다(이승철, 2012). 40~50대 근로자가 업무상 부상으로 치료를 받는 경우나 그 치료 비용을 사용자가 지급하는 경우를 우리나라 근로기준법에서는 요양보상이라고 한다.⁷⁾ 따라서 시니어 비즈니스에 해당되는 요양산업 수요자는 일상생활 도움이 필요한 50대 이상으로 제한하고자 한다.

둘째로, 요양산업의 공급자 측면을 분석하기 위해서는 먼저 산업에 대한 정의가 필요하다. 통계청 고시 제2017-13호 한국표준산업분류에 의하면 ‘산업’이란 “유사한 성질을 갖는 산업활동에 주로 종사하는 생산단위(사업체단위, 기업체단위 등)의 집합(통계청, 2017, p. 13)”이라고 정의하였다. 여기서 사업체란 공장, 상점, 사무소 등과 같은 물리적 장소를 의미한다. 산업활동이란 “각 생산단위가 노동, 자본, 원료 등 자원을 투입하여, 재화 또는 서비스를 생산 또는 제공하는 일련의 활동 과정(통계청, 2017, p. 13)”이라고 정의하였다. 산업활동은 기술 개발, 생산뿐만 아니

7) 「근로기준법」 제78조 제1항은 “근로자가 업무상 부상 또는 질병에 걸리면 사용자는 그 비용으로 필요한 요양을 행하거나 필요한 요양비를 부담하여야 한다.”라고 규정함(근로기준법, 2019).

라 회계, 창고, 운송, 구매, 판매 촉진, 수리서비스 등을 포함하며 영리적 활동뿐만 아니라 비영리적 활동까지도 포함하는 개념이다(통계청, 2017, p. 13). 또한 고령친화산업진흥법에서 고령친화산업을 “고령친화제품 등을 연구·개발·제조·건축·제공·유통 또는 판매하는 업”이라고 정의하여(제2조 2항), 요양산업도 요양 관련 제품과 서비스를 연구·개발·제조·건축·제공·유통 또는 판매 하는 업으로 정의할 수 있다. 따라서 ‘요양’과 ‘산업’을 종합한 ‘요양산업’이란 ‘질병이나 특정 이유로 일상생활을 혼자서 수행하기 어려운 대상자를 대상으로 신체적, 정서적 지원, 발달적 지원 등의 다양한 요양 관련 재화와 서비스를 제공하기 위한 산업활동에 종사하는 생산단위’와, 이와 연계된 ‘연구·개발·제조·건축·제공·유통 또는 판매 하는’ 영리적 또는 비영리적 활동을 포함한다. 요양산업이 비영리적 활동뿐만 아니라 영리적 활동을 포함하게 된 것은 ‘요양에 책임을 누가 지는가?’에 대한 사회적 합의에 기반을 두며, 상호 보완적인 역할을 통해 시니어 비즈니스 산업 활성화에 기여할 수 있을 것으로 기대된다.

〈표 3-1〉 요양산업의 개념적 정의

- | |
|---|
| <p>□ 요양산업의 정의: 질병이나 특정 이유로 일상생활을 혼자서 수행하기 어려운 대상자를 대상으로 신체적, 정서적 지원, 발달적 지원 등의 다양한 요양 관련 재화와 서비스를 제공하기 위한 산업활동에 종사하는 생산단위의 집합</p> <p>□ 요양산업활동: 요양산업 관련 연구·개발·제조·건축·제공·유통 또는 판매하는 영리적 또는 비영리적 활동을 포함함.</p> |
|---|

2. 요양산업의 범위

가. 고령친화산업과 요양산업

기존 고령친화산업 분류는 2011년(유재성 외, 2011a)과 2017년(김기향 외, 2017)에 이루어졌는데 이를 근거로 요양산업에 대한 범위를 우선 살펴보고자 한다. 2011년 고령친화산업 실태조사 보고서에서는 요양산업을 시설요양서비스, 재가요양서비스, 예방지원서비스 등 총 3개의 대분류로 구분하였다(유재성 외, 2011a). 이 중 시설요양서비스와 재가요양서비스는 노인장기요양보험법에 근거하여 요양산업의 범위를 장기요양보험등급을 받은 자로 제한하였다는 한계가 있다.

〈표 3-2〉 2011년 고령친화산업 중 요양산업 품목분류

대분류	중분류
시설요양서비스	노인요양시설, 노인요양공동생활가정
재가요양서비스	방문요양서비스, 방문목욕서비스, 방문간호서비스, 주야간보호서비스, 단기보호서비스, 복지용구 제공 및 지원 서비스
예방지원서비스	건강검진서비스, 질병 상담 및 관리 서비스, 영양개발서비스, 운동기능 향상 서비스

자료: 김기향, 심우창, 김동철, 김우선, 박인숙, 이경신, ... 이강연. (2017). 2017년도 고령친화산업 육성 사업. 보건복지부, 한국보건산업진흥원.

2017년 고령친화산업 품목분류 정비(안)는 2011년과는 달리 요양산업을 의료용품·일상생활용품 중심의 제조산업과 돌봄서비스 중심의 서비스산업으로 구분하였다. 이 중 서비스산업 분야를 살펴보면 2017년 요양산업 품목분류는 기존 2011년의 대분류를 그대로 유지하였으나 중분류에서 최근 사회 및 산업 변화를 반영해 유사한 서비스를 동일한 항목으로 그룹화하였다. 예를 들면 예방지원서비스의 건강검진서비스와 질병 상담

및 관리 서비스를 동일한 중분류 항목에 포함하였다.

하지만 기존 고령친화산업 관점의 요양산업의 범위는 65세 이상 고령층이므로 본 연구에서 포함하고자 하는 50세 이상 중장년층까지 포함하지 못하는 실정이다. 따라서 본 연구에서는 고령친화산업 관점뿐만 아니라 50세 이상 중장년층도 포함하는 시니어 비즈니스 관점에서 요양산업의 범위 재구조화를 시도한다.

〈표 3-3〉 고령친화산업 중 요양산업 품목분류 정비(안)

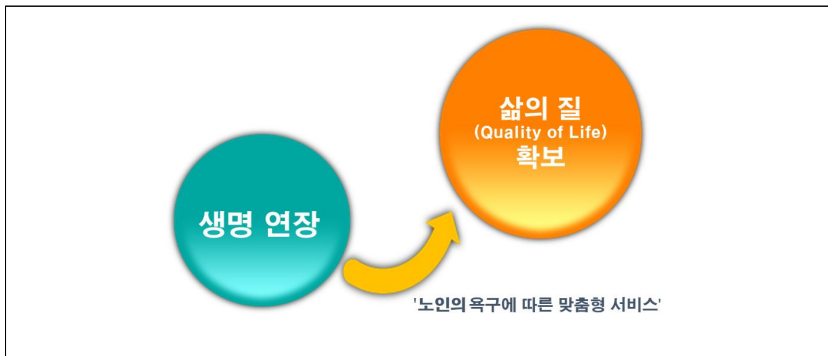
대분류	중분류	제안 근거
시설 요양 서비스	노인요양시설, 노인요양공동 생활가정	고령자의 외부 활동 격려를 통한 신체 활력 및 행복감 증대, 사회 활동 촉진, 사회 지지 체계 증진, 복지관과 정신보건센터 등의 지역 사회 기반 네트워크 구축, 심리적 안정감 보완, 고독사 방지 프로그램 활성화, 1인 저소득 고령자 가구 관리 강화, 주거 불안정 해소 지원
	방문요양 서비스, 방문간호 서비스	고령자의 가족지지체계 증진, 복지관과 정신보건센터 등의 지역 사회 기반 네트워크 구축, 심리적 안정감 보완, 고독사 방지 프로그램 활성화, 1인 저소득 고령자 가구 관리 강화 지원
재가 요양 서비스	주야간보호 서비스, 단기 보호서비스	고령자의 통증 치료, 가족지지체계 증진, 복지관과 정신보건 센터 등의 지역 사회 기반 네트워크 구축, 심리적 안정감 보완, 고독사 방지 프로그램 활성화, 1인 저소득 고령자 가구 관리 강화 지원
	방문목욕 서비스	고령자의 수면 위생 개선, 피부 보습 등의 주기적 피부 관리, 가족 지지체계 증진, 사회지지체계 증진, 복지관과 정신보건센터 등의 지역 사회 기반 네트워크 구축 지원
예방 지원 서비스	운동기능 향상 서비스	고령자의 운동기능 유지(근력, 지구력, 유연성, 민첩성, 순발력), 약력 약화 보완 및 개선, 수영과 평지 걷기 등과 같이 무릎 등 체중 부하를 고려한 운동 치료, 골반근육운동, 건강한 생활 습관 지원
	건강검진서 비스, 질병 상담 및 관리 서비스	고령자의 영양 상태 측정, 비뇨기계 질환 진단 관리, 신장 관련 질환 진단, 금연 유지 및 흡연 예방, 청력 기능 진단 및 주기적 관찰, 우울증 진단 및 평가, 뇌기능 평가 및 정기 검사를 통한 추적 관찰, 심혈관 기능 평가 및 진단, 금주, 스트레스 관리, 위장관 질환 진단(주기적 내시경 및 추적 관찰), 내분비계 질환 진단, 혈당 관리, 당뇨 관리, 폐기능 평가 및 진단, 치아 상태 관리, 건강한 생활 습관 지원
	영양 개선 서비스	고령자의 나트륨 함량 조절 및 식이 관리, 약물 오남용 개선, 식사 요법 지원

자료: 김기향, 심우창, 김동철, 김우선, 박인숙, 이정신, . . . 이강연. (2017). 2017년도 고령친화산업 육성 사업. 보건복지부, 한국보건산업진흥원.

나. '시니어 비즈니스'와 요양산업

50세 이상 중장년을 포함하는 시니어 비즈니스 관점에서 요양산업은 앞에서 언급한 노인장기요양보험 중심의 요양산업만을 포함하지 않는다. 최근 요양산업의 변화를 두 가지로 요약할 수 있는데, 첫째는 요양산업에 대한 인식의 변화이다. 요양산업의 가치(value)가 기존의 생명 연장의 관점에서 노후의 삶의 질(Quality of life in the later life) 관점으로 전환되면서 시니어 비즈니스가 추구하는 요양산업도 기존의 노인장기요양보험이 제공하는 서비스를 넘어선 다양한 형태를 포함한다(Feasley, 1996).

[그림 3-2] 요양에 대한 인식의 변화



자료: Feasley, J. C. (1996). Best at home: Assuring quality long-term care in home and community-based settings. National Academies.의 내용을 재구성함.

예를 들면 혼자서 독립적인 생활이 어려운 경우 기존의 노인장기요양보험은 생명 연장을 위한 일상생활지원에 중점을 두었다면 시니어 비즈니스 관점의 요양산업에서는 쾌적한 삶과 외출이동지원, 쇼핑지원, 여행 등도 포함할 수 있다. 또한 건강하지만 약간의 돌봄이 필요한 50~60대들

이나, 6개월 미만의 단기간 돌봄이 필요한 경우에 제공되는 생활지원, 오락 및 여가활동 등도 요양산업의 범위에 포함될 수 있을 것이다.

둘째는 요양산업 수요자의 확대이다. 요양산업 수요자의 범위가 고령층 또는 요양서비스를 받는 대상자 중심에서 돌봄제공자(가족, 요양보호사 등)에게까지 확대되고 있다. 부모님과 멀리 떨어져 거주하는 경우 자녀들이 요양산업의 수요자가 되어 부모님의 안부 확인이나 원거리 응급 대응 서비스를 필요로 할 수 있다. 또한 요양원에 거주하는 고령층을 위해 자녀나 법적 대리인이 금융지원서비스 또는 여가활동서비스를 요구할 수 있다. 이와 같은 서비스는 현재 노인장기요양보험에는 포함되지 않지만, 시니어 비즈니스 관점의 요양산업에는 포함된다.

따라서 최근 요양산업의 변화를 고려하여 시니어 비즈니스 관점에서의 요양산업의 범위를 수요자와 공급자 관점에서 더욱 면밀히 검토할 필요가 있다.

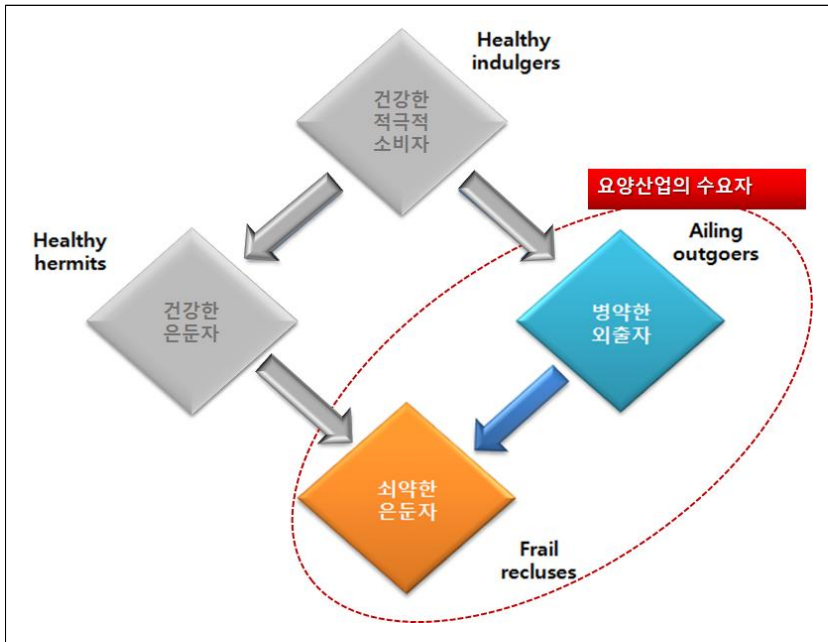
1) 수요자 측면

시니어 비즈니스는 중장년층과 고령층을 하나의 동일한 집단으로 간주하지 않고, 다양한 세분화된 집단으로 인식한다. 이 중 Mochis(1996)의 시니어 비즈니스 세분화 모형(Gerontographics)은 시니어 비즈니스의 수요자 다양성을 구분하는 데 널리 사용되고 있다. Mochis의 세분화 모형은 연령보다는 수요자의 생리적·심리적·사회적 상황의 일반적·개인적 변화 차이를 반영한 소비자의 행동에 따라 대상자를 네 가지 형태로 구분하였다.

이를 바탕으로 시니어 비즈니스 관점의 요양산업 중년·고령층을 살펴보면 병약한 외출자(Ailing outgoers)와 쇠약한 은둔자(Frail recluses)가 해당된다. 이는 연령을 기준으로 65세 이상을 대상으로 인식하는 고

령친화산업보다는 사회적, 심리적, 생물학적 변화에 의해 중년·고령소비자를 구분하는 것임을 알 수 있다. 즉, 출생 연도에 기반을 둔 생물학적 연령보다는 중년·고령소비자의 요양 욕구에 기반을 둔다. 따라서 시니어 비즈니스에 속하는 요양산업 주요 수요자는 기존 장기요양보험등급 판정 인정자뿐만 아니라 등급 판정을 받지 못했으나 요양이 필요한 중년·고령층까지 포함한다.

[그림 3-3] 시니어 비즈니스의 세분화 모형(Gerontographics)과 요양산업의 수요자



주: 화살표는 연령 증가로 인한 사회적, 심리적, 생물학적 변화로 인해 다음 단계로 이동하는 것을 나타냄. 왼쪽의 화살표 이동은 심리사회학적인 노화를 의미하며, 오른쪽의 화살표 이동은 생물학적·육체적 노화를 의미함.

자료: Moschis, G. P. (1996). Gerontographics. Life-Stage Segmentation for Marketing Strategy Development. Wesport - Connecticut, London.의 내용을 재구성함.

따라서 시니어 비즈니스 관점에서 요양산업 수요자를 정의하면 노인장기요양보험 등급인정자, 노인장기요양보험 등급외자뿐만 아니라 최근 요양산업의 수요자로 관심을 받는 돌봄제공자(caregivers)까지도 포함할 수 있다.

① 노인장기요양보험 등급인정자

노인장기요양보험에서 제공하는 시설요양서비스와 재가요양서비스는, 대상을 장기요양등급(1~5등급, 인지지원등급)인정자로 한정한다(보건복지부 보도자료, 2017). 노인장기요양보험은 사회보험으로, 고령이나 노인성 질병 등의 이유로 혼자서 생활하기 어려운 시기를 대비하여 젊은 시기에 내는 보험료를 통해 대비하는 것이다. 따라서 6개월 이상 일상생활 수행이 어려운 65세 이상 노인 및 노인성 질병(치매, 중풍, 파킨슨병 등)이 있는 64세 이하 국민으로, 등급판정위원회에서 판정을 받은 자로 제한한다.

[그림 3-4] 장기요양 등급 체계

2008~2013년	1등급	2등급	3등급	등급외 A~C	
↓	95		75	60	51
2014~2017년	1등급	2등급	3등급	4등급	등급외 A~C(非치매)
					5등급 (치매특별등급)
					등급외B~C (치매)
↓	95		75	60	51
					45(요양인정점수)
2018년	1등급	2등급	3등급	4등급	등급외 A~C(非치매)
					5등급
					인지지원등급

자료: 보건복지부 요양보험제도과. (2017. 11. 7.). 본인부담 경감대상 확대, 경증치매 대상 인정지원 등급 신설 등 장기요양보험 보장성이 강화된다. 보건복지부 보도자료. http://www.mohw.go.kr/react/al/sal0301vw.jsp?PAR_MENU_ID=04&MENU_ID=0403&page=1&CONT_SEQ=342741에서 2019. 2. 10. 인출함.

우리나라 노인장기요양보험 등급은 2008년 노인장기요양보험 도입 당시에는 3등급으로 시작하였으나, 2014~2017년에는 1~5등급으로 대상자가 세분화, 확대되었다. 특히, 2014년에 일상생활 수행에 어려움을 경험하는 치매환자를 위한 ‘치매특별등급(5등급)’이 신설되었다. 2018년부터는 치매가 확인된 고령층에게는 신체기능과 상관없이 ‘인지지원등급’을 부여하였고, 재가요양서비스기관의 주야간보호서비스를 통해 치매증상 악화 지연 프로그램을 제공받는다.

② 노인장기요양보험 등급외자

시니어 비즈니스 관점의 요양산업 수요자는 노인장기요양보험 등급인정을 받을 만큼의 돌봄이 필요하지는 않지만, 일상생활 유지를 위한 최소한의 돌봄이 필요한 자들도 포함한다. 예를 들면 노인장기요양보험에서는 6개월 이상 일상생활의 도움이 필요한 대상자를 인정자로 선정하나, 6개월 미만의 일상생활 돌봄이 요구되는 대상자들도 요양산업이 필요하다. 또한 일상생활 어려움의 정도가 노인장기요양보험 등급을 받을 만큼 심각하지는 않지만 다양한 형태의 돌봄이 필요한 경우들도 요양산업에서 제공하는 서비스가 필요하다.

〈표 3-4〉 노인장기요양보험 등급의 판정 기준 및 기능 상태

등급 기준	기능 상태	요양점수
등급외 A	- 이동은 지팡이를 이용해서 자립함 - 목욕하기, 화장실 이용하기 등 어려운 항목에서 약간의 도움이 필요함 - 수발자 없이 장시간 혼자 집 안에 머무는 것이 가능함 - 종이접기 등의 프로그램 참여 등 복지관 이용이 가능함 - 단기기억 장애나 판단력 장애 등 인지력이 떨어져 있음	45점 이상 51점 미만
등급외 B	- 실내 이동은 자립, 실외 이동도 자립 비율이 높음 - 일상생활은 목욕하기 등에서 약간의 도움을 받고, 대부분은 자립함 - 만성관절염 호소, 복지관 이용 가능함 - 단기기억 장애나 판단력 장애 등 인지력이 약간 떨어져 있음 - 문제행동도 거의 나타나지 않음 - 목욕하기 등의 어려운 항목에서 약간 도움이 필요하나, 복지관 이용이 가능함	40점 이상 45점 미만
등급외 C	- 신체기능이나 인지기능에 문제가 없는 분으로 혼자서 일상생활이 가능하여 건강증진 등이 필요한 대상임	40점 미만

자료: 보건복지부 국립재활원 사회복귀지원과. (2017). 퇴원준비가이드북: 노인장기요양보험 활용하기. 국립재활원.

현재 인지지원등급을 받지 않고 요양점수 51점 미만인 경우 장기요양보험 등급외로 구분한다. 대상자를 요양점수로 나누어 등급외 A, B, C로 구분하는데 이들도 시니어 비즈니스 산업 관점의 요양산업 수요자에 해당된다.

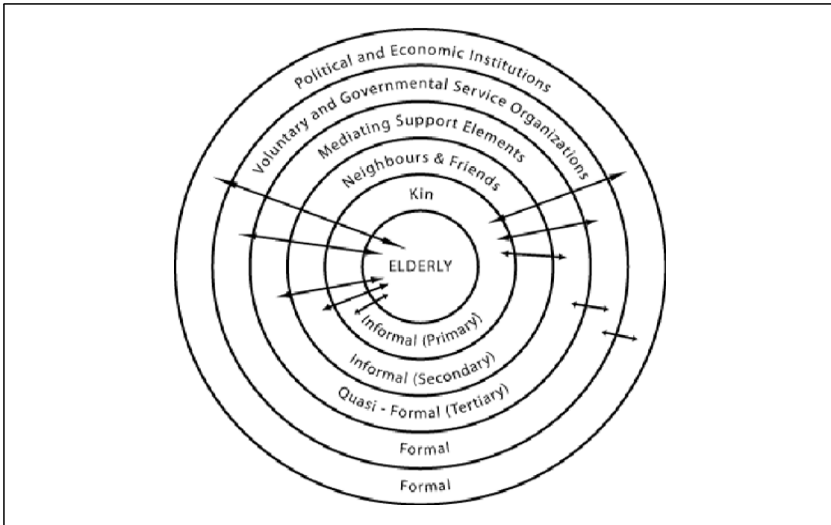
③ 돌봄제공자(Caregivers)

우리나라의 요양산업에서 상대적으로 관심이 적은 분야가 돌봄제공자이다. 미국 및 유럽 등 서구권 국가에서는 고령층에게 돌봄을 제공하는 가족과 친족, 친구, 요양보호사 등의 돌봄제공자(케어기버, caregiver)를 요양산업의 중요한 수요자로 인식하여 이들을 위한 다양한 제품과 서비스를 공급하고 있다. 돌봄제공자는 요양서비스 수요자가 거주하는 주택 또는 시설에서 정서적·육체적 돌봄서비스를 공급하는 자를 의미한다

(Scharlach et al., 2001). 만성질환이나 장애를 가진 요양서비스 수요자들에게는 돌봄제공자가 장기간의 요양서비스를 제공하지만, 급성질환이나 질병, 사고 등으로 인한 경우에는 단기적인 요양서비스가 제공될 수도 있다. 돌봄제공자는 크게 세 형태로 분류되는데, 첫째는 요양서비스 수요자를 전적으로 책임지고 혼자서 돌보는 주 돌봄제공자(primary caregivers), 둘째는 비공식적 또는 공식적 도움을 제공하는 보조돌봄제공자와 함께하는 주 돌봄제공자, 셋째는 요양서비스 수요자에 대해 전적으로 책임지지 않고 돌봄을 제공하는 2차 돌봄제공자(secondary caregivers)이다(Stone·Cafferata·Sangl, 1987).

그렇다면 누가 돌봄제공자의 역할을 수행할 것인가? Cantor(1979)의 위계적 보상 모형(hierarchical compensatory model)은 일상생활 도움이 필요한 대상자에게 돌봄을 제공하는 자가 누구인가를 순서적으로 설명하였다. 우선 가족과 친족, 친구와 같은 비공식적인 돌봄체계가 돌봄제공자 역할을 수행하게 되고, 이후에 공식적인 돌봄이 이웃, 지역사회, 국가단위의 기관으로 확대된다고 설명한다(Cantor, 1979). 예를 들면 미국은 고령층뿐만 아니라 장애인이나 질병으로 혼자 일상생활을 하기 불편한 대상자들에게 요양서비스를 제공하는 중요한 대상자인 가족과 친족, 친구 등 비공식적 돌봄제공자의 역할을 강조한다. 돌봄제공자를 위한 다양한 휴식서비스 등이 돌봄수요자의 삶의 질(Quality of life) 향상에 도움을 주기 때문이다. 우리나라의 요양산업에서도 비공식적·공식적 돌봄제공자에 대한 역할의 중요성을 인식하고, 이에 대한 통계자료들을 마련할 필요가 있다.

[그림 3-5] 고령층에게 요양서비스를 제공하는 돌봄제공자의 우선순위: 위계적 보상 모형



자료: Cantor, M. H. (1979). Neighbors and friends: An overlooked resource in the informal support system. *Research on aging*, 1(4), pp. 434-463.

2) 공급자 측면

과거 국내에서의 요양은 전적으로 가족구성원 특히, 여성의 책임으로 이루어졌다. 국가 차원의 서비스를 받을 수 있는 대상자는 저소득층으로 제한되어 산업 측면보다는 복지 측면으로 인식되어 비영리적 성격이 강하게 나타났다. 하지만 급속한 고령화와 가족구조의 변화 및 여성의 경제활동 참여 증가로 인해 노인요양에 대한 사회적 역할의 확대 및 영리적 측면의 도입이 요구되었고, 2008년 7월 노인장기요양보험제도의 도입으로 이어졌다. 2008년 이후 노인장기요양보험 급여가 지급되는 분야를 중심으로 요양산업의 공급은 서비스와 재화 중심으로 확대되기 시작하였다. 또한 요양산업이 제공되는 공간이 시설인지 대상자의 주택인지에 따라 시설요양서비스와 재가요양서비스로 구분되었다. 시설요양서비스는

노인요양시설과 노인요양공동생활가정 중심으로 제공된다. 노인복지법 제34조 1항에 따르면 노인요양시설은 “치매·중풍 등 노인성질환 등으로 심신에 상당한 장애가 발생하여 도움이 필요한 노인을 입소시켜 급식·요양과 그 밖에 일상생활에 필요한 편의를 제공함을 목적으로 하는 시설”이며, 노인요양공동생활가정은 “치매·중풍 등 노인성질환 등으로 심신에 상당한 장애가 발생하여 도움이 필요한 노인에게 가정과 같은 주거 여건과 급식·요양, 그 밖에 일상생활에 필요한 편의를 제공함을 목적으로 하는 시설”이라고 정의된다(노인복지법, 2018).

재가요양서비스⁸⁾는 방문요양, 방문목욕, 방문간호, 주야간보호, 단기보호, 복지용구 등을 중심으로 제공된다. 방문요양은 고령자의 집으로 요양보호사가 방문하여 신체활동 및 가사활동 등을 지원한다. 복지용구 제공 및 지원 서비스는 노인장기요양 등급자 중 시설급여를 제공하는 장기요양기관에 입소하지 않은 자, 즉 재가서비스를 받는 자에게 연간 160만원 한도 내에서 일상생활과 신체활동 지원에 필요한 용품(18개 품목)을 제공한다(보건복지부·국민건강보험공단, 2018).⁹⁾ 이를 제공하는 기관인 복지용구사업소는 용품 공급을 위한 상담, 수리, 설치, 소독 등을 함께 병행한다.

하지만 앞에서 언급한 노인장기요양보험 기반 요양서비스 이외에도 노인장기요양보험 등급외자에 해당되는 고령층을 위한 예방서비스와 생활지원서비스도 요양산업에 포함된다. 고령층의 건강 상태가 과거에 비해 상대적으로 좋아지고, 고령층의 규모도 확대되면서 ‘예방 및 생활지원 서

8) 노인장기요양보험의 내용을 참고하여 작성함(www.longtermcare.or.kr에서 2019. 2. 10. 인출).

9) 구입(10개 품목): 이동변기, 목욕의자, 성인용보행기, 안전손잡이, 미끄럼방지용품, 간이변기, 지팡이, 욕창예방방석, 자세변환용구, 요실금팬티 대여(7개 품목): 수동휠체어, 전동침대, 수동침대, 이동욕조, 목욕리프트, 경사로, 배회감지기 구입 또는 대여(1개 품목): 욕창예방매트리스

비스'에 대한 고령층의 욕구도 증가하고 있다. 노인장기요양보험의 급여(Benefits)를 받지 못해 자기부담금 100%를 지불해야 하지만, 건강검진 서비스, 질병상담관리, 영양 개선 관련 서비스 및 건강식품 등을 제공하는 산업도 확대되는 추세이다(유재성 외, 2011a).

〈표 3-5〉 요양산업의 공급자 범위

구분		종류
노인장기 요양보험	시설요양 서비스기관	노인요양시설
		노인요양공동생활가정
	재가요양 서비스기관	방문요양서비스
		방문목욕서비스
		방문간호서비스
		주야간보호서비스
		단기보호서비스
		복지용구 제공 및 지원 서비스
비(非) 노인장기 요양보험	예방 및 생활지원 재화 및 서비스	건강검진서비스, 질병상담관리, 영양 개선 관련 서비스 제공 및 지원 서비스(예: 요양식품, 요양 관련 기기, 송영서비스 등)

자료: 유재성 외. (2011a). 고령친화산업 실태조사 및 산업분석. 보건복지부, 한국보건산업진흥원.

제2절 요양산업 통계 현황

1. 국내 통계 현황

현재 시니어 비즈니스 산업 관점의 요양산업과 관련된 전국 단위 국내 통계는 수요 측면에서 노인장기요양보험 등급자 위주로 되어 있으며, 공급 측면에서도 노인장기요양보험에 포함된 산업체 위주로 이루어져 있다. 이 통계들은 시니어 비즈니스 활성화를 위해 필요한 요양산업 관련 통계라기보다는 노인장기요양보험제도를 운영하기 위한 통계자료들이다. 국내 관련 통계는 모두 정부 부처 및 관련 기관에서 작성하는 통계만이 존재한다.

〈표 3-6〉 국내 요양산업 통계 현황 종합

통계명(수행 기관, 통계 주기)	수요자 측면			공급자 측면	
	노인장기 요양 등급자	노인장기 요양 등급외자	돌봄 제공자	노인장기 요양보험	비(非) 노인장기 요양보험
· 고령친화산업 실태조사 및 산업분석[한국 보건산업진흥원, 비정기(2011, 2014)] - 요양산업 규모 추정	●			●	
· 노인장기요양보험통계(국민건강보험공단, 1년) - 적용 인구, 장기요양신청인정, 장기요양 기관 수 및 인력	●			●	
· 건강보험통계(국민건강보험공단, 1년) - 60세 이상 연령대 질병분류별		●			●
· 노인실태조사(보건복지부, 3년) - 만 65세 이상 고령층의 건강 상태	●	●			
· 고령화연구패널조사(한국고용정보원, 2년) - 50대 이상의 건강 상태 및 의료비지출	●	●			

주: 1) 최근 10년간(2008년 이후) 통계를 포함하며 의료법에 해당되는 노인전문병원 또는 요양 병원은 제외함(2011. 12. 8. 노인복지법 개정. 노인전문병원을 노인복지시설에서 제외하여 「의료법」에 따른 요양병원으로 일원화함).

2) 노인복지시설 중 노인의료복지시설(노인요양시설, 노인요양공동생활가정)만 포함함.

자료: 저자 작성.

① 고령친화산업 실태조사 및 산업분석(비정기적)

한국보건산업진흥원에서 노인장기요양보험통계를 기반으로 하여, 수요자는 노인장기요양보험인정자 중심으로, 공급자는 재가요양서비스와 시설용서비스로 구분하여 현황을 기술한다. 요양산업 규모를 장기요양보험통계에 나타난 총요양비 중 만 65세 이상 인정자에 해당되는 요양비만을 추출하여 정의하였다. 고령친화산업 실태조사 및 산업분석은 비정기적으로 고령친화산업별 시장 규모를 추정하기 위해 원데이터인 건강보험공단의 노인장기요양보험통계를 사용하였다는 한계를 지닌다(유재성 외, 2011a; 이중근 외, 2014b).

② 노인장기요양보험통계¹⁰⁾(정기적)

국민건강보험공단에서 1년 단위로 작성하는 노인장기요양보험통계는 노인장기요양보험제도 전반과 관련한 정보를 파악하기 위한 통계자료로, 대상 인구(신청 및 인정 현황), 급여실적, 장기요양기관 수 및 인력 현황, 장기요양재정 현황 등을 포함한다. 급여실적은 장기요양보험에 근거하여 재가서비스 종류별(방문요양, 방문목욕, 방문간호, 주야간보호, 단기보호), 시설급여별로 작성된다. 노인장기요양보험통계는 시니어 비즈니스 관점의 요양산업에 필요한 수요자와 공급자 측면의 통계들이 일부 포함되어 있으나, 노인장기요양보험 등급외자, 돌봄제공자, 비(非) 노인장기요양보험의 재화와 서비스에 대한 자료는 제공하지 않는다.

10) 국민건강보험공단의 노인장기요양보험통계연보 각 연도 자료를 참고하여 작성함.

③ 건강보험통계¹¹⁾(정기적)

건강보험통계는 1년 단위로 국민건강보험공단에서 작성하는 자료로 건강보험제도와 사회보장 분야의 정책자료 도출을 위한 기초자료로 활용된다. 의료보장 중 의료급여를 제외한 건강보험 적용 대상자를 모두 포함하여 2015년 기준 5049만 157명이 포함되어 있다. 요양산업 공급자 측면에서 건강보험통계는 노인장기요양보험에서 포함하지 않는 병원, 보건소, 의료원, 약국, 한의원 등의 현황과 인력 현황 등을 포함한다. 수요자 측면에서는 건강보험통계가 우리나라 인구의 대부분의 진료 형태 및 의료비 지출 등을 포함하나, 대상자가 요양서비스의 대상자인지 아니면 돌봄제공자인지는 구별할 수 없다.

④ 노인실태조사(정기적)

보건복지부에서 3년 단위로 실시하는 노인실태조사는 만 65세 이상 고령층 약 1만 299명(2017년 기준)을 대상으로 노인의 가구 형태, 자녀와 배우자와의 관계, 이웃과의 관계, 건강 상태, 신체기능, 일상생활수행 능력과 요양 수급 여부, 경제 상태, 경제활동, 여가 및 사회참여, 노인복지서비스, 노후 생활과 삶의 질, 생활환경, 인지기능, 정책적 이슈에 대한 노인의 의식(신설) 등에 대한 197개 문항으로 조사한다. 예를 들면 “귀하께서는 만약 거동이 불편해지신다면 어디에서 거주할 생각입니까?”라는 질문은 65세 이상 고령층 대상자의 노인요양시설 입소 가능성을 파악하는 데 도움을 줄 수 있다. 특히, 다른 통계와 달리 노인실태조사에는 주요 돌봄제공자가 누구이며, 어떤 도움을 어느 정도 받았는지에 대한 설문이었다. 하지만 이 부분은 설문의 대상이 돌봄제공자가 아닌 돌봄수요자인 65세 이상 고령층이기 때문에 돌봄제공자의 현황과 상태를 파악할 수 없

11) 국민건강보험공단의 건강보험통계연보 각 연도 자료를 참고하여 작성함.

다는 한계가 있다(박명화 외, 2009; 정경희 외, 2012, 2014, 2017).

⑤ 고령화연구패널조사(정기적)¹²⁾

한국고용정보원이 2년 주기로 실시하는 고령화연구패널조사는 고령화로 인한 사회적 변화를 다양한 측면에서 다각도로 포착하는 데 중점을 둔다. 2016년 조사 당시 총 7893명이 가족상황, 건강 및 의료, 고용, 소득 및 소비, 자산 등에 대한 설문조사에 응답하였다. 설문조사 대상은 2006년 시작 당시 만 45세 이상(1941년 이전 출생자)이었으며, 2014년 조사에서는 51~52세에 해당되는 1962~1963년생 중심으로 920명을 충원하여 50대 조사 대상자 부족을 보완하였다. 고령화연구패널조사는 건강과 의료 부분에서 만성질환 현황, 신체적 기능 상태(ADL, IADL), 인지기능 점수 및 치매 의심 등 50대 이상 응답자들의 육체적·정신적 건강 상태를 측정하였다. 이는 요양산업의 수요자 측면에서 시설 이외의 주택에 거주하는 노인장기요양보험 등급자 및 노인장기요양보험 등급외자를 모두 포함하는 것이다.

2. 해외 통계 현황

가. 미국

우리나라가 단일한 노인장기요양제도를 운용하는 것과 달리 미국은 복지제도와 의료보험이 혼합된 형태를 취한다. 사회보장 차원에서의 메디케어(Medicare)는 단기병상과 의료, 가정간호서비스를 제공하고, 저소

12) 한국고용정보원을 참고하여 작성함(<https://survey.keis.or.kr/klosa/klosa01.jsp>에서 2019. 2. 5. 인출).

특층을 대상으로 하는 메디케이드(Medicaid)는 시설요양과 일부 재가요양서비스를 제공한다. 그리고 미국 노인법(Older American Act)에 의한 가정간호서비스, 도시락 배달, 휴식 보호, 가정위탁 보호 등 등 다양한 재가서비스들이 제공된다(강민희, 2008).

〈표 3-7〉 미국 요양산업 통계 현황 종합

구분	통계명(수행 기관, 통계 주기)	수요자 측면			공급자 측면	
		노인장기 요양 대상자	노인장기 요양 제외자	돌봄 제공자	노인장기 요양기관	비(非) 노인장기 요양기관
정 부	National Study of Long-Term Care Providers(CDC/NCHS, 2년)				●	
	Home and Hospice Care Providers(CDC/NCHS, 1992-1994, 1996, 1998, 2000, 2007)				●	
	National Survey of Residential Care Facilities(NSRCF, 2010)				●	
	National Health and Nutrition Examination Survey(NHANES, 2년)	●	●			
	National Health Interview Survey(CDC/NCHS, 매년)	●	●			
	National Long-Term Care Survey(National Institute on Aging, 1982, 1984, 1989, 1994, 1999, 2004)	●	●	●		
	American Time Use Survey (Bureau of Labor Statistics: Eldercare Module Results, 매년)			●		
민 간	Caregiving in the U.S.(AARP, National Alliance for Caregiving, 1997, 2004, 2009, 2015)			●		
	National Study of Employers (Families and Work Institute, 약 3년)			●		
	MetLife Study of Working Caregivers and Employer Health Care Cost(MetLife Mature Market Institute, 2010)			●		

자료: 저자 작성.

미국 내 장기요양서비스를 받을 수 있는 대상자는, 주마다 다양한 기준과 방법을 사용하나, 일반적으로 의료와 간병이 필요한 정도, 신체장애, 인지장애 그리고 일상생활수행 및 수단적 일상생활수행 정도에 의해 결정된다.

1) 국가 단위

① National Study of Long-Term Care Providers¹³⁾

격년으로 이루어지는 전국장기요양공급자 연구(NSLTCP: National Study of Long-Term Care Providers)는 급여를 받는 정부 규제 대상 장기요양서비스 부분 공급자들과 서비스 사용자들에 대한 조사이다. 조사 기관은 미국의 질병관리본부(CDC: Center for Disease Control and Prevention)의 국립보건통계센터(National Center for Health Statistics)이다. NSLTCP는 미국 전역의 요양시설 중 샘플링을 통하여 서비스, 직원, 고객을 대상으로 한 조사였던 NNHS(National Nursing Home Survey, 1974, 1977, 2004)를 이어 2012년부터 격년으로 통계 조사를 실시하고 있다. NSLTCP는 지역 내 돌봄시설, 노인주간보호시설, 재가서비스 및 요양원, 호스피스 관련 자료들을 포함한다. 현재 2012, 2014, 2016, 2018년도 조사가 완료되었다.

13) 미국 질병관리본부의 National Study of Long-Term Care Providers 내용을 참고하여 작성함(https://www.cdc.gov/nchs/nsltcp/nsltcp_questionnaires.htm에서 2019. 2. 5. 인출).

National Study of Long-Term Care Providers(NSLTCP)는 National Health Care Survey의 네 가지 조사(National Ambulatory Medical Care Survey, National Hospital Ambulatory Medical Care Survey, National Hospital Care Survey, National Study of Long-term Care Providers) 중 1개로 관련 설문 내용은 위 사이트를 참조할 것.

② National Home and Hospice Care Survey(NHHCS)¹⁴⁾

미국의 질병관리본부(CDC)의 국립보건통계센터에서 1992-1994, 1996, 1998, 2000, 2007년에 진행했던 설문조사로 미국 내 메디케어와 메디케이드에 의해 승인을 받은 재가서비스와 호스피스서비스 업체에 대한 조사이다. 확률샘플법에 의해 선정된 기관들을 대상으로 하여 기관의 특징과 운영 규모, 종사자 수 및 규모 등을 설문을 통해 조사하였다.

③ National Survey of Residential Care Facilities(NSRCF)¹⁵⁾

NSRCF는 미국 내 주거 기반 요양보호 장소에 대한 최초의 전국 조사로 재가서비스기관, 주거보조시설(Assisted living residences), 세어하우징 등 주정부가 인증 또는 규제하는 공유 주택 시설 기반 요양서비스를 제공하는 기관들에 대한 조사이다. 국가 단위의 주거 기반 서비스 규모를 파악하기 위해 실시되었으나, 2010년 1회 조사만 진행되었다.

④ National Health and Nutrition Examination Survey(NHANES)¹⁶⁾

NHANES는 미국 내 성인과 아동들의 건강 상태와 영양 상태를 측정하기 위한 조사로 격년으로 실시되어, 1999년부터 2016년까지 진행되었다. 매년 국가를 대표하는 샘플 5000명을 선정하여 실시하고 있으며 연령별로 질병 상황, 건강 상태 등을 설문을 통해 파악한다. 60세 이상 고령층도 이 조사에 포함되는데, 건강 상태와 질병 여부를 파악하여 고령층의 돌봄에 대한 욕구와 필요들을 분석할 수 있다.

14) 미국 질병관리본부의 National Home and Hospice Care Survey 내용을 참고하여 작성함(<https://www.cdc.gov/nchs/nhhcs/index.htm>에서 2019. 2. 5. 인출).

15) 미국 질병관리본부의 National Survey of Residential Care Facilities 내용을 참고하여 작성함(<https://www.cdc.gov/nchs/nsrcf/index.htm>에서 2019. 2. 5. 인출).

16) 미국 질병관리본부의 National Health and Nutrition Examination Survey 내용을 참고하여 작성함(<https://www.cdc.gov/nchs/nhanes/index.htm>에서 2019. 2. 5. 인출).

⑤ National Health Interview Survey(NHIS)¹⁷⁾

NHIS는 시설이 아닌 지역사회에 거주하는 미국 내 시민들의 건강에 관한 정보를 얻기 위한 주요 데이터 수집 프로그램 중 하나이다. 미국 질병관리본부(CDC)의 국립보건통계센터가 진행하는 전국 조사로 1956년 국민 건강 조사법(National Health Survey Act of 1956)에 따라 매년 지속적으로 수행되고 있다. 주요 내용은 건강 상태와 보건서비스 사용에 대한 질문들이며 질병 유무 및 의사 방문 횟수 등을 주로 포함한다. 인종별, 성별, 연령별 샘플의 대표성을 확보하기 위해 최근에 65세 이상 고령층의 비중이 증가하는 추세이다.

⑥ National Long-Term Care Survey(NLTCS)¹⁸⁾

전국 장기요양조사(NLTCS)는 미국국립고령화연구소(National Institute on Aging)에서 1982, 1984, 1989, 1994, 1999, 2004년까지 총 6번 진행하였다. NLTCS는 지역 사회와 시설에 거주하는 65세 이상 고령층을 대상으로 하며, 미국의 대표적인 국가 단위의 장기요양 관련 통계자료이다. 패널데이터로, 장애가 있으면서 지역사회에 거주하는 고령층과 시설에 거주하는 고령층을 모두 조사하였다. 특히 1989, 1999, 2004년에는 비공식적 돌봄제공자(informal caregiver)들의 정신적, 신체적 어려움과 근로 상태 등에 대한 질문을 추가하였다.

17) 미국 질병관리본부의 National Health Interview Survey 내용을 참고하여 작성함 (<https://www.cdc.gov/nchs/nhis/index.htm>에서 2019. 2. 5. 인출).

18) 미국국립고령화연구소의 National Long-Term Care Survey 내용을 참고하여 작성함 (<https://www.nia.nih.gov/research/resource/national-long-term-care-survey-nltcs>에서 2019. 2. 5. 인출).

⑦ American Time Use Survey(ATUS)¹⁹⁾

ATUS는 미국 노동통계국[Bureau of Labor Statistics(BLS)]에서 매년 시행하는 통계자료로 미국 내 15세 이상 성인들의 1년간 시간 사용을 설문한 것이다. 2003년에 선정된 샘플들로 시작하여 2017년에는 약 1만 200명이 인터뷰에 참여하였다. 특히, 2011년에는 응답자 중에 비공식적으로 노인부양(eldercare)에 참여하는 경우를 돌봄제공자(caregiver)로 인정하여 어떤 돌봄을 제공하는지를 물어보았다. 본 설문에서 노인돌봄은 고령화로 인해 몸이 불편한 65세 이상 고령층을 위해 도움을 제공하는 경우로 제한하였으며, 이 돌봄제공은 요양원과 같은 시설 또는 주거 형태를 모두 포함하였다.

2) 민간 단위

노인돌봄, 장기요양과 관련한 민간 단위의 통계자료는 모두 노인돌봄제공자(elder caregiver)들에 대한 조사 자료들이다.

① Caregiving in the U.S.²⁰⁾

미국은퇴자협회(AARP: American Association of Retired Persons)와 National Alliance for Caregiving(NAC)이 함께 미국 내 노인돌봄을 제공하는 가족 및 친구 등 비공식적 노인돌봄제공자에 대한 데이터를 수집하고 있다. 1997년에 시작하여 2004, 2009, 2015년 총 4번의 조사가 진행되었다. 2015년의 경우 1248명의 대상자에게 지난 12개월간 18세 이상 성인을 대상으로 하여 돌봄서비스를 제공하였는가

19) 미국 노동통계국의 American Time Use Survey 내용을 참고하여 작성함(<https://www.bls.gov/tus/>에서 2019. 2. 5. 인출).

20) American Association of Retired Persons의 Caregiving in the U.S. 각 연도 보고서를 참고하여 작성함.

를 온라인 인터뷰를 통해 설문하였다. 조사 자료를 가지고 모수를 추정한 결과 미국 내 4350만 명이 비공식적인 돌봄서비스를 제공하는 것으로 나타났다으며, 이 중 32%가 50세 이상 고령층을 대상으로 돌봄서비스를 제공하는 것으로 나타났다. 본 조사에 의하면 고령자 돌봄제공자 6명 중 1명은 일을 하면서 노인돌봄서비스를 제공하는 것으로 나타나 일과 노인부양에 대한 이중 부담을 경험하는 노인돌봄제공자에 대한 정책적 지원이 요구되었다.

② National Study of Employers(NSE)²¹⁾

NSE는 기업체의 인사 관련 단체인 the Society for Human Resource Management(SHRM)와 비영리조직인 Families and Work Institute(FWI)가 함께 직장 내 근로자들을 위한 정책 및 프로그램을 개발하기 위해 실시한 조사이다. 2016년 조사의 경우 50명 이상의 종업원을 둔 920개 기업이 참여하여 응답하였다. 이 설문에는 근로자들이 경험하고 있는 가족부양(자녀부양과 부모부양)에 대한 설문을 포함하여 근로자들이 가족부양으로 인해 업무에 어려움이 없도록 다양한 사내복지제도 및 인사제도 개발에 적용하고 있다.

③ MetLife Study of Working Caregivers and Employer Health Care Cost²²⁾

2010년 Metlife Mature Market Institute가 미국 피츠버그대학 노

21) the Society for Human Resource Management의 National Study of Employers 내용을 참고하여 작성함.

(<https://www.shrm.org/hr-today/trends-and-forecasting/research-and-surveys/pages/national-study-of-employers.aspx>에서 2019. 2. 5. 인출.)

22) Metlife Mature Market Institute(2010)와 National Alliance for Caregiving의 (<https://www.caregiving.org/wp-content/uploads/2011/06/mmi-caregiving-costs-working-caregivers.pdf>에서 2019. 2. 5. 인출) 보고서 내용을 참고하여 작성함.

년학연구소(University of Pittsburgh Institute on Aging)와 함께 직장인들 대상으로 진행한 설문조사로 미국 내 1만 7097명의 근로자들이 응답하였다. 응답자 중 12%가 부모님을 돌보면서 일을 하는 것으로 조사되었고, 이들의 건강 상태가 부모님을 돌보지 않은 근로자들에 비해 나쁜 것으로 나타나 돌봄제공자에 대한 사회적 관심을 증대하는 데 기여하였다.

나. 일본

일본의 요양산업 관련 통계는 2000년 4월 도입된 개호보험을 중심으로 하여, 우리나라와 마찬가지로 정부 차원에서 개호보험 관련 통계자료를 행정적 목적하에 주기적으로 작성하고 있다. 하지만 일본의 요양산업은 개호보험으로 구성된 공적인 부문과 함께 민간부문의 참여도 꾸준히 증가하면서 민간부문의 통계도 빠르게 확대되고 있다.

〈표 3-8〉 일본 요양산업 관련 통계 종합

구분	통계명(수행 기관, 통계 주기)	수요자 측면			공급자 측면	
		노인장기 요양 대상자	노인장기 요양 제외자	돌봄 제공자	노인장기 요양기관	비(非) 노인장기 요양기관
국가	개호서비스시설 및 사업소 조사 (일본후생노동성 통계정보부, 1년)	●			●	
	개호급부비 실태조사 (일본후생노동성 통계정보부, 월)	●			●	
	개호사업경영 실태조사 (일본후생노동성 노건국, 3년)				●	
	개호보험사업현황 조사 (일본후생노동성 노건국, 1년)				●	
민간	2009년판 개호노동의 현상 (개호노동안정센터,			●		

자료: 장현숙 외. (2008). 고령친화산업 통계지표 개발. 한국보건산업진흥원.

1) 국가 단위²³⁾

① 개호서비스시설 및 사업소 조사

일본후생노동성 통계정보부 사회통계과가 매년 단위로 전국의 개호보험시설과 사업소의 규모와 개호노동자 수를 조사한다. 개호서비스를 담당하는 공급자들의 시설 기반과 인력 현황을 파악하여 개호보험의 기반 자료를 구성하고, 정책적 대안 및 제도 개선을 위한 자료로 활용된다.

② 개호급부비 실태조사

개호보험에 사용된 비용(개호급부비)은 매월 작성되는데 일본 도도부현에 설치되어 있는 국민건강보험단체연합회(國民健康保險團體聯合會)에 지불이 완료된 모든 개호급부비명세서를 기반으로 하여 작성된다. 이 자료는 일본후생노동성 통계정보부 사회통계과에서 담당한다.

③ 개호사업경영 실태조사

일본후생노동성 노건국(老健局) 노인보건과는 개호보험수가 설정을 위해 3년마다 개호서비스 비용 등에 관한 실태조사 목적으로 개호사업경영 실태조사를 실시하고 있다. 조사 대상이 되는 시설 및 사업소는 대표성을 지니도록 일본 내 전국 개호보험시설 중에서 지역별, 경영 주체별로 층화하여 표본을 무작위 추출로 선정하여 수익, 비용, 손익 등의 결과표를 작성한다.

④ 개호보험사업현황 조사

일본후생노동성 노건국(老健局) 개호보험과가 개호보험의 서비스 비용

23) 국가 단위의 자료는 장현숙 외. (2008). 고령친화산업 통계지표 개발. 한국보건산업진흥원 보고서를 참조하였음.

실태를 파악하기 위해 매년 경영 주체별 사업소 수와 시설 및 재가사업소의 손익 등을 파악한다. 조사 결과는 개호보수 설정을 위한 기초자료로 사용한다.

2) 민간 단위

① 2009년판 개호노동의 현상

2009년 민간 재단법인 개호노동안정센터가 발표한 개호노동실태조사이다. 개호노동자의 고용 및 임금 현황 등에 대한 자료가 수집되어 있다. 조사 대상은 독립행정법인복지의료기구의 WAMNET 「개호보험사업자 명부」에 기재된 개호서비스 사업체 중 유의추출과 임의추출을 통해 선정한 총 1만 7350개 사업소이다. 조사는 법인 및 사업소 현황, 고용관리 상황, 방문개호원·개호 직원에 대한 교육 및 연수 상황, 방문개호원·개호 직원에 대한 복리후생 실시 상황, 운영상의 과제, 노동자의 개별 상황 등 총 여섯 가지로 구성되었다(김명중, 2010).

제3절 필요한 기본통계와 생산 체계

1. 시니어 비즈니스 활성화를 위한 추가적 요양산업 통계 생산

가. 요양서비스 잠재적 수요자의 욕구조사

현재 노인장기요양보험 서비스를 사용하는 고령층뿐만 아니라, 장기요양등급을 받을 만큼 몸이 불편하지는 않지만 단기적 요양서비스가 필요한 수요자를 대상으로 한 요양서비스 욕구조사를 실시한다. 이들 잠재적 수요자의 욕구조사는 향후 장기요양보험 및 민간요양산업에 필요한 새로운 제품과 서비스 개발에 활용될 수 있을 것이다. 특히 우리나라의 고령화를 주도할 베이비부머(1955~1963년생)는 현재의 고령층과는 다른 사회적·문화적·경제적 경험을 지녔기 때문에 이들이 고령층이 되었을 때 요구할 수 있는 신규 요양서비스를 선제적으로 개발하고 발전시키는 것이 필요하다.

〈노후 여가를 요양서비스에 결합한 요양여행상품〉

- 몸이 불편하더라도 새로운 곳을 여행하거나 과거에 자신이 즐겨 가던 장소를 방문하고자 하는 욕구가 빠르게 증가하는 추세임
- 고령 고객의 건강을 반영한 식단과 여행 숙박 장소의 접근성 등을 고려한 상품을 개발함
- 일본 여행사 JTB는 요양보호사 자격증이 있는 여행보조원과 함께하는 '고령 부모를 위한 여행' 상품을 개발함

자료: 김동엽. (2012). 일본의 베리어프리 인기 왜?. 고령자여행. 주간동아 847호. pp. 26-27.

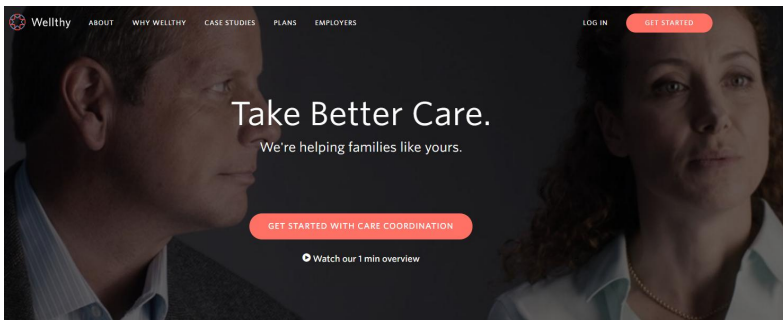
나. 돌봄제공자 실태조사

우리나라는 다른 나라들에 비해 돌봄제공자에 대한 현황, 근로 현황, 돌봄 내용, 연령, 고령자와의 관계, 직면한 어려움 등에 대한 실태조사가 부족한 실정이다. 요양산업의 대상자를 단순히 고령층으로만 인식하지 말고, 이들을 돌보는 가족 및 친지 등도 포함하여 돌봄서비스의 질 향상을 추구할 수 있을 것이다. 미국의 경우, 일하는 돌봄제공자가 경험하는 직장 일과 부모 부양의 이중 부담에 대한 실태조사 결과가 일하는 노인돌봄제공자를 위한 새로운 민간 요양산업을 창출하게 하였다.

〈직장 일과 부모 부양의 이중 부담을 해결하는 기업: 웰시(Wellthy)〉

- 부모님을 돌보면서 직장 생활을 하는 근로자들을 위해 이들의 이중 부담을 경감하고, 직장 생활과 부모 부양에서의 균형 있는 삶을 설계해 주는 요양서비스 지원업체 웰시(Wellthy)가 2015년에 창업함
- 웰시(Wellthy)의 비즈니스 모델은 여섯 가지로 구성됨: 부모 부양 관련 법률상담, 금융상담, 주택 이주 및 최적화된 요양원 소개, 건강 및 의료서비스 컨설팅, 재가서비스 컨설팅, 사회적 지원 관련 컨설팅
- 2018년 직장 일과 부모 부양의 이중 부담을 경험하는 근로자들의 생산성 감소에 주목한 400개의 기업들이 웰시(Wellthy)의 고객으로 참여함

〈웰시(Wellthy) 홈페이지〉



자료: 웰시(Wellthy) <https://wellthy.com/>에서 2019. 2. 5. 인출.

다. 지역 기반 요양시설 및 서비스 통계개발 및 배포

고령자들은 가능한 한 오래 자신의 주거지역에서 거주하기를 원하기 때문에 시설보다는 자신의 주택을 선호한다. 몸이 불편하므로 요양서비스가 필요하지만, 자신의 집에서 다양한 요양서비스를 받을 수 있는 것을 선호할 것이다. 특히 지역사회 기반 요양산업의 발전을 도모하고 ‘커뮤니티케어’가 국내에 시행된다면 다양한 요양시설과 서비스 현황 및 자료 현황과 사용 방법들을 공적으로 제시할 필요가 있다. 소득별, 성별, 학력별로 선호하는 요양상품서비스 자료를 선택할 수 있도록 데이터화하여 욕구별로 안내해 주는 것이 필요하다. “구슬이 서 말이라도 꿰어야 보배”라는 속담처럼 다양한 요양 관련 통계의 생성과 더불어 통계가 필요한 대상자들이 활용할 수 있는 방법을 극대화하는 것이 필요하다.

〈지역별 요양기관 및 요양원들을 소개해 주는 지역 책자〉

- 미국의 지역 슈퍼마켓에서는 지역별 요양원과 노인주거에 대한 다양한 통계정보들이 누구나 볼 수 있도록 책자로 만들어져 무료로 배포됨
- 고령층의 건강 상태 및 소득 상황에 따라 다양한 요양서비스와 요양시설을 선택할 수 있음



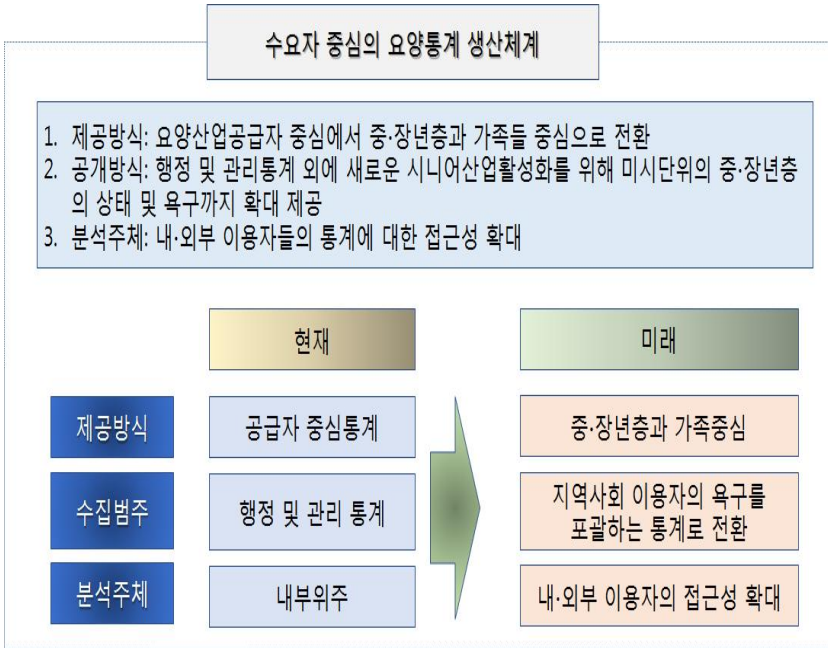
2. 시니어 비즈니스 관점의 요양통계 생산 체계 구축

시니어 비즈니스의 활성화를 유도하기 위해서는 우선적으로 기존의 요양산업의 통계 생산 체계가 공급자 중심에서 수요자 중심으로 변화하는 것이 필요하다. 왜냐하면 대부분의 고령친화 요양업체들은 법인보다는 소규모 개인업체로, 그 비율이 전체의 79%를 차지하는데(국민건강보험, 2017), 이들은 수요자의 특징과 욕구에 대한 자체적 조사가 어려워 수요자 욕구에 맞는 시니어 비즈니스를 개발하지 못하고 있는 상황이다.

둘째는 행정 및 관리 용도로 만들어진 현재의 통계체계를 수요자의 개인 단위 욕구로 확대한다면 시니어 비즈니스 산업 활성화에 기여할 것이다. 현재 노인장기요양보험 중심으로 생성되는 요양산업 관련 통계는 노인장기요양보험이라는 제도의 운영·관리를 위한 행정적 목적에 중점을 두고 있어 산업의 발전과 활성화에 활용하기에는 많은 한계가 있다. 요양산업 수요자인 중장년층의 상태별 요양서비스 욕구들을 포함하는 지역 기반 미시데이터의 제공은 다양한 신규 요양상품의 개발과 요양산업시장의 확대를 촉진할 것이다.

마지막으로, 작성된 요양 관련 통계의 활용 주체를 내부와 외부기관 및 내외부 전문가로 확대하여 통계자료의 활용성을 증대하고 통계를 활용한 요양 분야 시니어 비즈니스의 확대를 유도할 수 있다. 현재는 만들어진 통계자료를 기관 내부 직원들만 활용할 수 있고 외부 전문가들은 접근하기 어려워 다양한 학문 분야에서 활용, 분석하기가 힘든 상황이다. 개인 식별 및 개인정보가 포함된 민감한 자료를 제외한 통계자료들은 내외부 전문가가 쉽게 접근하여 활용할 수 있도록 통계자료의 분석 주체의 개방화도 필요하다.

[그림 3-6] 시니어 비즈니스 관점의 요양통계 생산 체계 구축



제 4 장

용품산업 통계 현황과 활성화 방안

제1절 용품산업의 의의와 범위

제2절 용품산업 통계 현황

제3절 필요한 기본통계와 생산 체계

4

용품산업 통계 현황과 << 활성화 방안

제1절 용품산업의 의의와 범위

1. 용품산업의 의의와 범주

가. 용품산업의 개념

‘용품(用品)’이란 용어의 사전적 의미는 “어떤 일이나 목적과 관련하여 쓰이는 물품”인데(국립국어원 표준국어대사전, 2019), 다수의 선행 연구에서는, “용품(用品)의 영어 표기는 ‘supplies or an article’로, 인간에게 필요한 식품(food), 기구(equipment), 기타 필수품(necessities)이고, 기기(機器, 器械)는 ‘machinery and tools’, ‘an instrument’로, 과학적인 일을 할 때 사용하는 도구(tool)나 장치(device)를 말하며, 용구(用具)는 공구(a tool), 기구(an instrument), 연장(implements), 물품(goods), 장치(an appliance)를 의미한다(김이순 외, 2006; 김수봉·이태범·김경래·이윤경·김영아, 2009; 양영애 외, 2011; 김기향, 2013). 한 자로는 물품(物品),²⁴⁾ 필요(必要)한 물품으로 사용 주체가 사람인 여러 가지 물건을 의미한다.”라고 언급한 바 있다.

이러한 ‘용품’이란 용어는 현재까지 기구(器具),²⁵⁾ 기계(機械, 器械)²⁶⁾

24) 일정하게 쓸 만한 값어치가 있는 물건. 국립국어원 표준국어대사전(<https://ko.dict.naver.com>)에서 2019. 2. 5. 인출.

25) 여러 부품들이 서로 조합되어 있지만, 유용한 기계적인 일은 하지 못하고 인간의 지각을 도와주는 보조역할을 하는 것(예시: 저울, 측량기 등)(식품의약품안전처, 2015, p. 2).

를 통칭하는 ‘기기(機器, 器械)’와 무엇을 하거나 만드는 데 쓰는 여러 가지 도구를 의미하는 ‘용구(用具)’(국립국어원 표준국어대사전, 2019) 등과 혼용하여 사용되고 있다.

법률적으로는 의료기기법, 장애인복지법, 고령친화산업진흥법, 노인장기요양보험법, 산업표준화법, 산업재해보상보험법 및 장애인·노인 등을 위한 보조기기 지원 및 활용촉진에 관한 법률과 관련 고시에서 ‘용품(用品)’, ‘기기(機器, 器械)’, ‘용구(用具)’에 대해 언급하였지만, 용어를 정의하지는 않았다. 사용자는 법률에 따라 사람 또는 동물, 장애인, 노인, 산재근로자로 범위가 다양하지만, 사실상 ‘용품’이란 용어가 언급되어 있는 의료기기법상 ‘기기(기구·기계)’ 및 ‘의료용품’의 사용자는 의료인에 한정된다.

〈표 4-1〉 용품 및 그 혼용 용어와 관련된 법률의 종류

용어명	법률명	관계 부처	제정 연도
재활보조기구	산업재해보상보험법(1963) 제11조에 의한 산업재해보상보험 요양급여 산정 기준	고용노동부 고시	1995
장애인보조기구	장애인복지법(1981) 제65조에 의한 장애인보조기구 품목의 지정 등에 관한 규정	보건복지부 고시	2002
기구·기계, 의료용품	의료기기법(2003) 제3조, 시행규칙 제2조에 의한 의료기기 품목 및 품목별 등급 규정	식품의약품안전처 고시	2005
용구·용품 또는 의료기기	고령친화산업진흥법(2006) 제2조 제1호 가목	보건복지부법령	2006
복지용구	노인장기요양보험법(2007) 시행령 제9조, 시행규칙 제19조 제2항에 의한 복지용구 급여범위 및 급여기준 등에 관한 고시	보건복지부 고시	2008

26) 여러 부품들이 서로 조합·조립되어 에너지를 가하여 기계적으로 유용한 일을 할 수 있는 것(식품의약품안전처, 2015, p. 2).

용어명	법률명	관계 부처	제정 연도
장애인·노인 보조기구	산업표준화법(1961) 제5조 제1항, 시행령 제16조에 의한 한국산업 규격 KS P ISO 9999: 장애인· 노인 보조기구 분류 및 용어	산업통상자원부 국가기술표준원 고시	2008
보조기기	장애인·노인 등을 위한 보조기기 지원 및 활용촉진에 관한 법률 (2015) 제3조 제2호, 시행규칙 제2조	보건복지부 법령	2015

자료: 저자 작성.

반면, 학술적으로는 ‘용품’을 “일반인 자신이 생활편리나 건강 목적의 개인용도로 사용하는 물품”이라고 정의한 바 있으며(김이순 외, 2006), 이후 ‘고령친화용품’에 대해서는 “고령자를 대상으로 하여 건강관리, 요양, 일상생활, 여가활동의 편의를 위하여 사용되는 고령자의 정신적, 신체적 특성을 배려한 제품”이라고 정의한 바 있다(문인혁·이명준·천정실, 2007). ‘고령친화산업진흥법(제2조)’에서 ‘고령친화용품’과 관련된 것은 제1호 가목인 “노인이 주로 사용하거나 착용하는 용구·용품 또는 의료기기”라고 할 수 있다.

〈표 4-2〉 고령친화산업진흥법상 고령친화용품의 개념

‘고령친화산업’이라 함은 고령친화제품 등을 연구·개발·제조·건축·제공·유통 또는 판매 하는 업을 말한다. 1. ‘고령친화제품 등’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 이용 하는 주택, 그 밖의 시설 다. 노인요양서비스 라. 노인을 위한 금융·자산관리서비스 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 - 노인을 위한 의약품·화장품 - 노인의 이동에 적합한 교통수단·교통시설 및 그 서비스 - 노인을 위한 건강기능식품 및 급식서비스

자료: 보건복지부. (2007). 고령친화산업진흥법 제2조(정의).

‘산업(産業)’이란 용어의 사전적 의미는 “인간이 생계를 유지하기 위하여 일상적으로 종사하는 생산적(生産的) 활동”(두산백과, 2019), “인간의 생활을 경제적으로 풍요롭게 하기 위하여 재화나 서비스를 생산하는 활동, 또 재화를 생산하는 경제 활동 조직”(위키백과, 2019)이다. 학술적으로는 영국의 경제학자 콜린클라크(Colin Clark, 1940)가 1차, 2차, 3차 산업으로 최초로 분류한 이후 정보, 지식, 산업의 진전과 더불어 4차, 5차, 6차 산업으로 확장되고 있다. 법률적으로는 통계법 제22조에 의한 통계청 고시 제2017-13호 한국표준산업분류에 따라 ‘산업’이란 “유사한 성질을 갖는 산업활동에 주로 종사하는 생산단위의 집합”이며, ‘산업활동(産業活動)’이란 “각 생산단위가 노동, 자본, 원료 등 자원을 투입하여, 재화 또는 서비스를 생산 또는 제공 하는 일련의 활동 과정”으로 가정 내 가사 활동을 제외한 영리적, 비영리적 활동을 모두 포함한다고 정의된다(통계청, 2017, p. 13).

이러한 ‘산업’이란 용어는 앞서 언급한 법적 근거를 가진 다양한 ‘용품’

관련 용어와 합성되어 의료기기산업, 재활보조기구산업, 장애인보조기구산업, 복지용구산업, 고령친화용품산업 등으로 불리며, 이 중 다양한 유사 용품을 포괄하고 있는 ‘고령친화용품산업’은 용품 외 8개 세부 산업과 합쳐져 별도의 법령 산업인 ‘고령친화산업’의 일부로 포함되어 있다.

한국의 고령친화산업은 2005년 이후 인구구조 변화에 따른 산업활성화 논의의 결과로 65세 이상 노인을 대상으로 하는 고령친화산업진흥법(2006) 및 노인장기요양보험법(2007) 도입과 함께 정부 주도로 시작되었다. 이 중 9개 세부 산업의 하나인 ‘고령친화용품산업’에 대해서는 문인혁 외(2007)의 연구를 근간으로 하여 한국보건산업진흥원(최원석·안진경·김보람·이미라, 2012b; 2015, 김기향·김우선, 2017a)이 “노인을 대상으로 건강관리, 수발, 일상생활, 여가문화생활의 편의를 도모하기 위하여 고령자의 정신적, 신체적 특성을 배려한 재화를 생산하는 산업”이라고 정의하고, 법에 포함된 개념을 구체화하였다.

그러나 산업적 측면에서 고령친화용품산업은 현재까지 국가의 공적자금(보험)에 의존하여 안정적으로 성장해 온 시장으로 평가받으면서, 향후 지속적인 고령인구 증가에 따른 공적자금의 한계, 베이비붐세대²⁷⁾가 포함된 뉴시니어(New Senior)로 불리는 50~64세 연령층의 다양한 욕구에 대한 대응력 부족, 민간기업의 참여 부족 등 타 산업에 비해 혁신이 부족하다는 지적과 함께 새로운 시장 전개에 대한 전환이 요구되는 실정이다.

우리나라보다 30년 앞서 1970년대 고령화 사회에 진입한 일본도 초기에는 민간부문에 의해 노인을 ‘은백의 기품’으로 비유한 ‘실버’의 비즈니스 용어인 ‘실버산업(Silver Industry)’으로 출발하였으나(김낙봉, 1991), 개호보험법(1996) 제정 이후 사회복지법인, 의료법인 등이 중심이 된 공익

27) 어떤 시기에 공통된 사회적 경향(전쟁 후 또는 혹독한 불경기)으로 출생률이 급격하게 증가하는 현상으로 태어난 세대: 미국(1946~1965년), 일본(1947~1949년, 일명 단카이(團塊世代) 세대) 한국(1955~1963년) 등으로 세대는 국가별로 차이가 있음. 네이버 시사상식사전 (<https://terms.naver.com>)에서 2019. 2. 5. 인출.

(복지) 차원의 사업이 전개되면서 시장 확대에 난항을 겪은 바 있으며, 2013년 이후 현재는 민간부문 중심으로 50대 이상을 주요 소비자층으로 한 ‘시니어 비즈니스(Senior Business)’를 전개하며 성장을 도모하고 있다(일본·수상관, 2013).

이상의 내용을 근거로 하여 ‘용품산업’이란 개념을 포괄적으로 정리해 보면, “개인의 건강한 일상생활, 사회생활, 여가문화생활 등의 편의 도모, 수발 등을 위하여 나이에 따른 신체적·심리적·사회적·경제적 변화 특성에 따라 요구되는 기능이 반영된 재화를 생산하는 산업으로, 이와 연계된 연구·개발·제조·건축·제공·유통 또는 판매하는 업”이라고 볼 수 있다.

〈표 4-3〉 용품산업의 포괄적 개념 정의

- 용품산업이란? 개인의 건강한 일상생활, 사회생활, 여가문화생활 등의 편의 도모, 수발 등을 위하여 나이에 따른 신체적·심리적·사회적·경제적 변화 특성에 따라 요구되는 기능이 반영된 재화를 생산하는 산업
- 용품산업활동이란? 용품산업과 연계된 연구·개발·제조·건축·제공·유통 또는 판매하는 영리적·비영리적 활동

이러한 용품산업을 시니어 비즈니스의 측면에서 보면 주요 타깃층은 기존 고령친화용품산업에서 소외된 건강한 65세 이상 시니어와 새로운 시장 참여자인 뉴시니어 또는 액티브 시니어로 불리는 50~64세가 될 것이며, 나이에 따라 변화하는 특성을 타깃층의 건강 또는 활동성 여부에 따라 구분하여, 해당 시니어 라이프스타일에 맞는 생활지원 등 다양한 욕구를 충족할 수 있는 용품을 생산하는 산업이라고 할 수 있다.

향후 시니어 대상 용품산업이 활성화된다면, 산업적으로는 시장경제원리에 맞는 신시장의 창출로 기존 보험의존형 시장에서 탈피하고, 국가적으로는 공적자금의 효율성을 높이며, 수요자 측면에서는 선택권의 확장으로 활기찬 생활 여건을 조성하여 궁극적으로 시니어 삶의 질 향상에 기여할 것이란 점에서 의미가 있다.

나. 용품산업의 범위

다양한 유사 ‘용품’을 포괄하는 ‘고령친화용품산업’은 법령 산업인 ‘고령친화산업’의 일부로 포함되어 있으나, 포괄적 의미의 범위만 있을 뿐 세부 범위는 정해져 있지 않다. 현재 제시되는 품목 범위에 대한 논의의 시작은 학술적 측면에서 문인혁 외(2007)가 제안한 10대 분류²⁸⁾를 근간으로 하여 한국보건산업진흥원이 실태조사적 측면에서 개인건강·의료용품, 일상생활용품, 주거설비용품, 정보통신기기, 여가용품의 5대 분류로 1차로 체계화하였으며(유재성 외, 2011b), 2017년에는 문헌리뷰와 내외부 전문가를 통해 고령자의 신체적, 심리·사회적, 경제적 주요 변화 내용을 반영한 핵심요구기능을 중심으로 2차로 재정비하였다(김기향·김우선, 2017b).

〈표 4-4〉 고령친화용품산업의 품목 범위

구분	주요 내용	관련 법/고시
장애인 보조기구	장애인 보조기구 중 거동이 불편한 고령자 편의를 위해 사용될 수 있는 용품	장애인복지법(1981) 제65조에 의한 장애인보조기구 품목의 지정 등에 관한 규정(2002)
의료기기	의료기기 중 전문가가 아닌 개인 생활관리나 건강 목적으로 사용할 수 있는 용품	의료기기법(2003) 제3조, 시행규칙 제2조에 의한 의료기기 품목 및 품목별 등급 규정(2005)
고령친화 우수제품	한국산업표준, 단체표준, 전기용품 및 생활용품 안전관리법에 의한 안전인증 등 공인 기준규격에 의해 인증을 획득한 고령친화제품	고령친화산업진흥법(2006) 제2조 제1호 가목

28) 개인건강·의료용품/기능저하예방용품/이동기기/목욕용품/배변용품/침구용품/가사용품/주거설비용품/정보통신기기/여가용품

94 시니어 비즈니스 산업 활성화를 위한 근거 기반 통계의 문제점과 과제

구분	주요 내용	관련 법/고시
복지용구	심신기능이 저하되어 일상생활을 영위하는 데 지장이 있는 노인장기요양보험 대상자에게 필요한 일상생활 또는 신체활동지원에 필요한 용구	노인장기요양보험법(2007) 시행령 제9조, 시행규칙 제19조 제2항에 의한 복지용구 급여범위 및 급여기준 등에 관한 고시(2008)
장애인·노인보조기구	고령자를 위한 보조기구	산업표준화법(1961) 제5조 제1항, 시행령 제16조에 의한 한국산업규격 KS P ISO 9999: 장애인·노인 보조기구 분류 및 용어(2008)
재활보조기구	산재근로자의 해당 신체 부위 또는 기능 상실에 대한 보조기구	산업재해보상보험법(1963) 제11조에 의한 산업재해보상보험 요양급여 산정기준(1995)

자료: 저자 작성.

〈표 4-5〉 재활보조기구¹⁾ 중 고령친화용품산업 품목분류에 포함된 품목

• 휠체어(수동·전동) • 가발 • 욕창매트리스 • 집뇨기 • 설치형 전동리프트
--

주: 1) 고용노동부고시(제2018-95호). 산업재해보상보험법 제11조에 의한 산업재해보상보험 요양급여 산정기준.

자료: 김기향, 김우선. (2017b). 2017 고령친화용품 품목분류 정비. 보건복지부, 한국보건산업진흥원.

〈표 4-6〉 장애인보조기구¹⁾ 중 고령친화용품산업 품목분류에 포함된 품목

• 04 03 호흡용 보조기구 • 04 27 자극장치 • 04 33 욕창 예방용 보조기구 • 09 30 대소변 흡수용 보조기구 • 09 33 씻기, 목욕, 샤워용 보조기구 • 09 48 체온, 체중 등 신체상태 측정 용구 • 12 03 한팔 조작형 보행용 보조기구(지팡이 등) • 12 06 양팔 조작형 보행용 보조기구(보행기 등) • 12 22 수동휠체어 • 12 23 전동휠체어 • 12 31 이동 및 회전용 보조기구

- 12 36 들어올리기 보조기구
- 15 09 식사용 보조기구
- 18 12 침대
- 18 18 지지대 및 손잡이
- 18 30 승강용 보조기구
- 18 33 가정, 주택용 안전 장비
- 22 03 시각 보조기구
- 22 06 청각 보조기구
- 22 12 그리기 및 쓰기 보조기구
- 22 24 전화 및 무선 정보 전달용 보조기구
- 22 27 경보, 표시, 기억, 신호전달용 보조기구
- 30 03 놀이용 보조기구
- 30 09 스포츠용 보조기구

주: 1) 보건복지부고시(제2016-15호). 장애인보조기구 품목의 지정 등에 관한 규정.

자료: 김기향, 김우선. (2017b). 2017 고령친화산업 품목분류 정비. 보건복지부, 한국보건산업진흥원.

〈표 4-7〉 장애인노인보조기구¹⁾ 중 고령친화용품산업 품목분류에 포함된 품목

- 04 03 호흡용 보조기구
- 04 30 열 또는 냉 치료용 보조기구
- 04 33 욕창 예방용 보조기구
- 04 48 운동, 근력, 균형 훈련용 장비
- 04 90 안마기
- 04 93 한방기기
- 09 03 의류 및 신발
- 09 12 화장실용 보조기구
- 09 24 소변 처리용구
- 09 30 대소변 흡수용 보조기구
- 09 33 씻기, 목욕, 샤워용 보조기구
- 09 48 체온, 체중 등 신체상태 측정 용구
- 12 03 한팔 조작형 보행용 보조기구(지팡이 등)
- 12 06 양팔 조작형 보행용 보조기구(보행기 등)
- 12 22 수동휠체어
- 12 23 전동휠체어
- 12 31 이동 및 회전용 보조기구
- 12 36 들어올리기 보조기구
- 15 09 식사용 보조기구
- 18 09 자세보조용구
- 18 12 침대
- 18 15 가구 높이 조절용 보조기구
- 18 18 지지대 및 손잡이
- 18 33 가정, 주택용 안전 장비
- 22 03 시각 보조기구
- 22 06 청각 보조기구

• 22 09 발성용 보조기구 • 22 12 그리기 및 쓰기 보조기구 • 22 27 경보, 표시, 기억, 신호전달용 보조기구 • 30 03 놀이용 보조기구 • 30 06 게임 • 30 09 스포츠용 보조기구

주: 1) 한국산업규격 KS P ISO 9999. (2008).
자료: 김기향, 김우선. (2017b). 2017 고령친화산업 품목분류 정비. 보건복지부, 한국보건산업진흥원.

〈표 4-8〉 의료기기¹⁾ 중 고령친화용품산업 품목분류에 포함된 품목

• A02000 의료용침대 • A07010.02 개인용인공호흡기 • A16010.01 저주파자극기 • A19000 환자운반차 • A212000 체온 측정용 기구 • A22030.02 개인용혈당측정기 • A23000 혈압검사 또는 맥파검사용기기 • A78000 보청기 • A83000 개인용전기자극기 • A84000 침 또는 구용기구

주: 1) 식약처고시(제2018-83호). 의료기기 품목 및 품목별 등급에 관한 규정.
자료: 김기향, 김우선. (2017b). 2017 고령친화산업 품목분류 정비. 보건복지부, 한국보건산업진흥원.

〈표 4-9〉 복지용품¹⁾ 중 고령친화용품산업 품목분류에 포함된 품목

구입 품목	대여 품목	구입 또는 대여 품목
• 이동변기 • 목욕의자 • 성인용 보행기 • 안전손잡이 • 미끄럼방지용품(미끄럼방지매트, 미끄럼방지액, 미끄럼방지양말) • 간이변기(대변기·소변기) • 지팡이 • 욕창예방방석 • 자세변환용구 • 요실금팬티	• 수동휠체어 • 전동침대 • 수동침대 • 이동욕조 • 목욕리프트 • 배회감지기 • 경사로	• 욕창예방매트리스

주: 1) 보건복지부고시(제2018-89호). 복지용품 급여범위 및 급여기준 등에 관한 고시.
자료: 김기향, 김우선. (2017b). 2017 고령친화산업 품목분류 정비. 보건복지부, 한국보건산업진흥원.

〈표 4-10〉 고령친화용품산업 품목분류에 포함된 고령친화우수제품

1. 이동변기	2. 목욕의자	3. 보행차	4. 보행보조차	5. 안전손잡이	6. 간이변기	7. 지팡이	8. 욕창예방방석	9. 자세변환용구	10. 수동휠체어	11. 전동침대	12. 수동침대	13. 욕창예방 매트리스	14. 이동욕조	15. 목욕리프트	16. 머리세발기	17. 노인용신발	18. 자동배변처리기	19. 고령자(성인)용 기저귀	20. 배회감지기	21. 단차해소기	22. 고령자용 의류(요양복)	23. 가정용미끄럼방지용품	24. 욕창예방방석(비공개패드형)	25. 고령자용 에이프런	26. 낮낮이 조절 세면기	27. 고령자용 침대 매트리스(요양용)
---------	---------	--------	----------	----------	---------	--------	-----------	-----------	-----------	----------	----------	---------------	----------	-----------	-----------	-----------	-------------	------------------	-----------	-----------	------------------	----------------	--------------------	---------------	----------------	-----------------------

자료: 한국보건산업진흥원. (2011). 고령친화우수제품 지정 및 관리지침.

〈표 4-11〉 고령친화용품산업 품목분류(2017년 기준)

대분류	중분류	소분류
개인건강·의료용품	건강측정용품	혈압계; 혈당측정기 및 혈당측정검사자; 체온계; 체중계; 운동기능측정기기
	호흡기 치료용품	흡기장치-분사기, 자동흡입기, 입력식 호흡마스크, 초음파분무기 및 에어로졸 투여기의 필터와 분무기 포함; 산소공급기; 흡인식 이물질제거기-탁상용 흡인기, 수동용 흡인기
	욕창예방용품	욕창예방 방식; 욕창예방 매트리스; 욕창예방 쿠션 및 패드; 자세변환용 벨트; 자세변환용 전동매트; 자세보조용구
	온열·한랭용품	온열치료기; 한랭치료기; 온냉겸용치료용품
	안마기	손안마기; 발안마기; 의자형 안마기; 침대형 안마기; 진동기
	자극기	개인용 저주파자극기; 개인용 적외선조사기; 개인용 초음파자극기; 개인용 자외선조사기
	한방용품	침·압봉; 온구기; 부항기
	신발·의류	고령자용 의류; 고령자용 신발; 기능성 양말
	운동·훈련용품	훈련 및 에르고미터 자전거; 유산소 운동용품-걷기·달리기용 운동기기, 계단 오르기용 운동기기, 능동식 전신 운동기기, 수동식 운동기기; 운동기능 및 평형유지 훈련기기; 손가락 및 손 훈련기기; 운동 치료용 훈련기기, 구강 근육 훈련기기
	금연보조제	
일상생활용품	투약용품	인슐린 펌프; 에어로졸 타입의 인슐린 흡입기
	이동기기	지팡이; 일반보행기; 보행차; 보행보조차; 수동휠체어; 전동휠체어; 전동스쿠터; 이동기기 리프트; 단차해소기

대분류	중분류	소분류
	목욕용품	욕조; 욕조 고정용 손잡이; 목욕의자; 목욕 리프트; 욕조의 길이나 깊이를 조절하는 용구; 자동목욕기; 목욕보조대; 머리세발기
	배변용품	이동변기; 간이변기; 풍선행 소변줄; 배출 소변줄; 남성용 신체착용 수노기; 여성용 신체착용 수노기; 자동배변처리기; 성인용 기저귀; 기저귀용 고정장치
	식사용품	음식 섭취 용구-고령자가 먹기 쉽도록 고안된 숟가락, 젓가락, 포크; 식기류-고령자가 이용하기 쉽도록 그릇의 길이와 각도를 조절할 수 있는 그릇, 접시, 컵; 음식 섭취 보조장치; 음식 섭취 탐침; 식사용 보조도구-취거나 잡기 쉽도록 고안된 숟가락, 젓가락, 포크
	가발	
	구강용품	향균 치약, 전동칫솔
주거설비용품	침구용품	고정침대; 수동침대; 전동침대; 침대용 리프트; 침대 낙상방지 턱; 침구-보온 매트리스, 보온 모포, 위생용 깔개, 소변·체액 흡수용 깔개, 향균 매트리스, 향균 모포, 향균 베개
	의자용 가구	의자; 의자용 리프트
	안전손잡이	안전손잡이 및 지지난간; 파지난간 및 손잡이
	주택용 건축부품	단차극복슬로프; 바닥·천정 고정식 호이스트; 온돌; 외풍방지용품
	건축물용 안전장치	미끄럼 방지용품; 조명기구
	청소용품	향균 탈취제; 세척제; 가벼운 청소기; 청소용 이동식 바퀴의자
	기타 주거설비용품	가구높이조절장치; 문·창·커튼 개폐장치; 신체보호용품
정보통신기기	시각용품	확대용 안경 및 렌즈; 시야확대 및 각도조절용구; 영상 확대용 비디오; 문자 및 그림 확장용 소프트웨어
	청각용품	귀속형 보청기; 귀걸이용 보청기; 안경형 보청기
	발성용품	발성기; 개인 음성증폭기; 헤드폰
	그리기·글쓰기 용품	필기구; 글쓰기판·제도판·화판; 서명 스탬프 및 쓰기용 틀; 그리기 및 칠하기 소프트웨어
	전화기·통화용 기기	가정용 전화기; 다이얼 조작 보조구; 전화기용 증폭장치
	신호표시기·경보기	개인용 응급경보장치; 환경 응급경보장치; 감시 및 위치 추적 장치; 배회감지기
여가용품	운동용구	
	취미용품	완구; 게임용품; 악기; 사진용품
	애완용품	

자료: 김기향, 김우선. (2017b). 2017 고령친화산업 품목분류 정비. 보건복지부, 한국보건산업진흥원.

1) 시니어 비즈니스 용품의 수요 범위

현재, 고령친화용품의 많은 수가 장애인보조기구나 복지용구와 중복되는데, 이는 고령친화산업이 정부 주도로 출발하면서 법률에 기반한 품목이 우선적으로 선정, 포함되었고, 건강약자를 보호하는 법률의 특성상 자연스럽게 장애가 있거나 신체적, 정신적 활동이 저하된 고령자가 고령친화용품의 주요 대상자가 되어 왔기 때문이라고 볼 수 있다.

반면, 시니어 비즈니스의 핵심 수요자층으로 생각하는 뉴시니어(50~64세)는 기존 실버세대와 달리 젊고 활동적이며, 경제적 여유를 기반으로 적극적으로 소비활동을 하는 장밋빛 소비자일 것이라고 예상하고 있지만, 최근 KT경제경영연구소의 형준희(2018)는 “뉴시니어는 재력을 지니고 다양한 문화와 가치를 경험한 까다롭고 신중하며 합리적인 소비를 지향하는 소비층으로, 소비 패턴도 신체적·재정적 환경에 따라 다양한 부류가 나타날 것” 즉, 이들에 대한 면밀한 분석 없이는 소비나 시장은 활성화되지 않을 것이라는 점을 언급하였다.

학술적으로도 이미 Mochis(1996)가 시니어 비즈니스 시장의 수요자를 개인의 신체·심리·사회적 변화에 따른 소비행동에 따라 병약한 외출자(Ailing outgoers), 쇠약한 은둔자(Frail recluses), 건강한 적극적 소비자(Healthy indulgers), 건강한 은둔자(Healthy hermits)의 네 가지 형태로 제시한 바 있다. 이 분류에 따라 기존 산업을 매칭해 보면 병약한 외출자와 쇠약한 은둔자는 앞서 살펴본 바와 같이 법률 근거 수혜자인 65세 이상 건강하지 못한 노인이 중심인 고령친화산업과 매칭되며, 건강한 적극적 소비자, 건강한 은둔자는 적극적 소비활동이 예상되는 시니어 비즈니스 산업과 매칭해 볼 수 있는데, 여기에는 뉴시니어(50~64세)를 포함한, 그간 고령친화산업에서 소외된 건강한 65세 이상 노인과 법률지원(노인장기요양보험 등급)을 받지 못한 병약하거나 쇠약한 65세 이상 노인

이 포함된다 하겠다.

또한 현 제도의 특성상 고령친화용품산업은 법률지원 대상자(돌봄수혜자)의 권리와 선택권에 맞춰져 온 측면이 있다. 그러나 학계에서 돌봄수혜자뿐 아니라 돌봄제공자에게도 복지와 선택권의 균형 유지가 필요하며(최희경, 2011), 특히 가족 돌봄제공자의 신체적(불안정한 수면, 불규칙적인 식사, 만성 근골격계질환 등), 정신적(우울증 등) 어려움을 도와줄 수 있는 건강지원이 필요함(이선형, 조막래, 이지혜, 2015)을 강조하고 있다는 점을 고려할 때, 요양산업과 용품산업의 연계 측면에서 돌봄제공자 또한 용품산업의 수요자가 될 수 있으며, 법률지원 대상자가 아니라는 측면에서 시니어 비즈니스의 수요자로 포함하는 것을 고려할 필요가 있다.

〈표 4-12〉 시니어 비즈니스 세분화 모형(Gerontographics)과 용품산업의 수요자

시니어 비즈니스 세분화 모형 [Moschis(1996), Gerontographics]		핵심 수요자	관련 산업
건강한 은둔자 (Healthy hermits)	건강한 적극적 소비자 (Healthy indulgers)	• 50~64세 • 65세 이상 • 돌봄제공자	시니어(용품)산업
취약한 은둔자 (Frail recluses)	병약한 외출자 (Ailing outgoers)	• 65세 이상 (법률지원 미대상자) • 돌봄제공자	시니어(용품)산업
취약한 은둔자 (Frail recluses)	병약한 외출자 (Ailing outgoers)	• 65세 이상 (법률지원 대상자)	고령친화(용품)산업

2) 시니어 비즈니스 용품의 공급 범위

고령친화용품산업에 포함된 품목은 4개 부처(보건복지부, 산업통상자원부, 고용노동부, 식약처), 6가지 법령에 포함된 용품(장애인보조기구, 장애인노인보조기구, 의료기기, 복지용구, 재활보조기구, 고령친화우수제품)으로 구성되어 있다. 그러나 언급한 바와 같이 시니어 비즈니스의 주요 타깃층이 뉴시니어(50~64세)와 건강한 65세 이상 노인, 법률지원(장기요양보험 등급)을 받지 못한 병약하거나 쇠약한 65세 이상 노인 및 돌봄제공자까지 포함된다고 본다면 시니어 비즈니스 용품의 공급 범위는 현 제도상 신규로 제안되었거나 변화하고 있는 부분을 반영하여 가능한 범위를 확대하여 검토할 필요가 있다.

첫째, 장애인·노인 등을 위한 보조기기 지원 및 활용촉진에 관한 법률(보건복지부, 2015)에서 정한 ‘보조기기’ 즉, “장애인 등(장애인, 노인, 국가유공자 등)의 신체적·정신적 기능을 향상·보완하고 일상 활동의 편의를 돕기 위하여 사용하는 각종 기계·기구·장비” 등은 특히, 시니어 비즈니스의 수요 대상자인 ‘돌봄제공자’에 대한 용품으로 지원할 수 있는 영역이 있을 수 있으며, 이러한 측면에서 시니어 비즈니스 용품 가능성에 대한 검토가 필요하다고 할 수 있다.

〈표 4-13〉 시니어 비즈니스 품목분류 시 고려할 수 있는 보조기기 품목

- 개인 치료용 보조기기
- 기술 훈련용 보조기기
- 보조기 및 의지(義肢)
- 개인 관리 및 보호용 보조기기
- 개인 이동용 보조기기
- 가사용 보조기기
- 가정·주택용 가구 및 개조용품
- 의사소통 및 정보전달용 보조기기
- 물건 및 기구 조작용 보조기기
- 환경 개선 및 측정용 보조기기
- 고용 및 직업훈련용 보조기기
- 레크리에이션용 보조기기

자료: 보건복지부. (2015). 장애인·노인 등을 위한 보조기기 지원 및 활용촉진에 관한 법률 제3조 제2호, 시행규칙 제2조.

둘째, 최근 융복합·신개념 제품이 등장하면서 의료기기와 구분이 모호한 웰니스 제품이 개발·시판됨에 따라 식품의약품안전처(2015)에서는 의료기기와, 개인용 건강관리제품인 비의료기기에 대한 판단 기준을 제시한 바 있다. 이에 따라 ‘개인용 건강관리(웰니스) 제품’은 일상적 건강관리용²⁹⁾과 만성질환자 자가관리용³⁰⁾으로 구분되고, 사용 목적과 위해도에 따라 질병의 진단·치료 등을 사용 목적으로 하는 의료기기와는 구분되는 기준을 갖게 되었다. 사용 대상자 측면에서 개인용 건강관리(웰니스) 제품은 일상적으로 자가 건강관리를 하는 일반인과 만성질환자를 포함하는 개인으로 대상이 가장 넓다. 따라서 시니어 비즈니스 활성화 측면에서 개인용 건강관리(웰니스) 제품을 용품의 범위로 고려할 수 있을 것이다.

29) 일반적인 건강 상태 또는 건강한 활동의 유지·향상을 목적으로 하는 것(생체 현상 측정·분석용, 신체기능 향상용, 일상 건강관리 의료 정보 제공용 및 운동·레저용).

30) 건강한 생활방식·습관을 유도하여 만성질환 또는 그 상태의 위험이나 영향을 줄이거나 유지할 목적으로 하는 것(만성질환 현상 관리용 및 만성질환 의료 정보 제공용).

〈표 4-14〉 시니어 비즈니스 품목분류 시 고려할 수 있는 개인용 건강관리(웰니스) 제품

• 일상적 건강관리용 제품	• 생체 현상 측정분석용	• 신체 상태에 맞는 음식 레시피 제공에 도움을 주기 위하여 심전도 등 생체리듬 등을 자가 측정 하는 제품 • 다이어트 등 건강관리에 도움을 주기 위하여 체지방을 자가 측정 하는 제품 • 스트레스 정도를 알기 위하여 심박수 변화 등을 자가 측정하는 제품 • 수면의 질을 파악하는 등 수면 관리를 위하여 수면 중 움직임 정도를 자가 측정 하는 제품 • 개인의 건강 정도 확인을 위하여 스마트폰 등을 이용하여 호흡량을 자가 측정 하는 제품 • 매일 에너지 소비에 대한 자가 모니터 및 기록을 하고 심혈관 건강을 위한 유산소 운동 응용프로그램을 제공하는 제품 • 자가 건강관리를 위하여 여러 가지 의료기기로부터 측정된 데이터를 전송받아 단순히 표시, 저장, 분석하는 앱 • 가정에서 실시간으로 신생아의 호흡, 체온, 몸의 자세 및 활동 정도 등을 체크할 수 있는 센서가 부착된 아기 옷 및 모바일 앱 • 휴대폰 카메라에 렌즈를 부착하여 피부를 확대해서 건조 상태를 확인하거나, 센서를 이용하여 수분 정도를 자가 측정 하기 위한 제품 • 단순히 시력을 자가 테스트 하기 위한 시력표를 보여 주는 앱 • 단순히 청력을 자가 테스트 하기 위한 앱
	• 신체기능 향상용	• 정신적 안정을 통한 스트레스 관리, 집중력 향상에 도움을 주기 위한 목적으로 소리(음악 등)나 빛을 제공하는 제품 • 기 흐름 향상을 위해 비침습적으로 개인이 스스로 자신의 경혈을 자극하는 제품 • 운동 효과 향상을 위해 운동 시 근육에 저주파 자극을 하는 제품 • 피부미용 목적으로 초음파 자극 등으로 자가 박리를 하는 제품 • 소음을 감소하여 청력을 증대하는 제품 • 고령자의 낙상위험도 측정을 통해 보행교정이 가능하도록 도와주는 제품
	• 일상 건강 관리 의료 정보 제공용	• 의학도서나 의료정보 관련 자료 접근성 향상을 위해 일반적 의료정보를 제공하는 앱 • 환자 맞춤형 진단·치료법 제공 없이 스스로 질병이나 상태를 자가 관리 할 수 있도록 돕는 앱
	• 운동·레저용	• 운동이나 레저 활동 시 사용자 심(맥)박수, 산소포화도를 모니터링하는 제품
• 만성질환자 자가관리용 제품	• 만성질환 현상 관리용	• 만성질환 자가관리용 앱(운동, 식생활 정보 등) • 당뇨 자가관리용 앱(혈당값을 전송받아 표시하고 분석함) • 혈압 자가관리용 앱(혈압값을 전송받아 표시하고 분석함)
	• 만성질환 의료정보 제공용	• 고혈압, 비만, 당뇨 환자들의 영양섭취, 체중조절, 운동량 등을 안내하는 앱

자료: 식품의약품안전처. (2015). 의료기기와 개인용 건강관리(웰니스) 제품 판단기준(공무원 지침서).

셋째, 한국이 고령사회에 진입한 2017년을 전후해서 ‘재활산업’이라는 새로운 산업이 대두되었다. 아직 법적 근거는 없으나, 김성진(2017)은 ‘재활산업’을 “고령자, 장애인 등 노약자의 독립적 일상생활을 보장하고 장애 예방 및 보조, 신체기능 향상을 도모하여 삶의 질과 생산성을 높여 주는 제품과 서비스를 공급하는 산업”이라 개념화하였으며, 고령자와 장애인의 신체기능 보조라는 전통 재활산업의 범위에서 나아가 이들의 삶의 질을 높이는 새로운 제품과 서비스까지로 범위를 확장하였다. 포함되는 품목은 고령친화용품물을 포함하여 의료기기, 장애인보조기구, 재활의료기기, 웰니스 제품이다.

이 중 대표 품목이라 할 수 있는 ‘재활의료기기’는 산업통상자원부(2018)의 산업기술분류체계(바이오·의료) 6개 분류 중 치료기기 및 진단기기, 기능복원·보조 및 복지기기, 의료정보 및 시스템에 포함되며, 이를 근거로 하여 재활의료기기는 이동 및 생활지원기기 및 신체기능 복원기기로 분류한다. 신체기능 복원기기 기술 중에는 재활치료, 신체활동 보조로봇기술 포함되며, 이러한 재활의료기술은 고령화로 줄어드는 노동인구를 대신해 늘어나는 간병, 재활치료 등이 필요한 고령인구의 신체기능회복 및 삶의 질 향상에 기여할 것으로 기대되면서 사회적 관심이 증가하고 있다. 그러나 공공부문 기반 기술에 해당하는 재활의료기술은 민간의 노력만으로는 어렵고 국가 주도의 대규모 연구·개발 지원이 요구되는바, 국내에서도 1차(2009~2013), 2차(2014~2018) 지능형로봇 지원 기본계획을 통해 노인과 장애인을 위한 근력로봇, 의료재활로봇 등을 개발하고 있다(중소기업청·중소기업기술정보진흥원·㈜웍스·NICE평가정보㈜, 2017). 아직 상용화된 것은 없으나, 본 연구가 주목하는 시니어 비즈니스 대상자인 ‘돌봄수혜자’ 및 ‘돌봄제공자’에 대한 용품으로서 지원할 수 있는 영역이 있을 수 있으며, 이러한 측면에서 시니어 비즈니스 용품 가능성에 대한 검토가 필요하다고 할 수 있다.

〈표 4-15〉 시니어 비즈니스 품목분류 시 고려할 수 있는 재활의료기기 범위

• 이동 및 생활지원 기기	• 이동지원 기기	• 첨단전동휠체어 기술	전동, 전기로 구동되는 노약자 및 장애인용 이동 수단 및 휠체어
		• 근력보조 슈트 기술	근력보조를 위한 외골격 근육 슈트
		• 생활영역 간 자율주행 지원기술	환자를 위해 근거리 이동 경로를 저장하여 자율주행하는 휠체어 및 이동수단
	• 생활지원 기기	• 통합가정 간병기술	욕창예방 제품, 인공호흡장치, 배변처리장치, 배뇨처리장치, 간병로봇, 목욕침대, 환자감시장치 등
		• 일상생활보조 지원기술	생활보조 이송장치, 리프트, 호이스트, 기립지원장치, 탈퇴의자, 의자용 리프트, 치매노인 배회감시장치 등
		• 작업기기 조작편의성 향상기술	작업지원의자, 장애인 운전보조장치, 작업훈련기구, 작업치료훈련시스템 등
		• 장애인 스마트 홈 관련 기술	홈 오토메이션, 주차제어, 원격제어, 가정용 로봇, 유비쿼터스 환경에 관한 기술
	• 고령자 인지 감각 기능 지원 기기	• 뇌파를 이용한 치매 조기진단 및 예방기술	뇌질환, 알츠하이머, 노인성치매, 초로기치매, 퇴행성뇌질환, 파킨슨병 등으로 야기된 감각 기능상실을 복원하기 위한 기술
		• 치매노인용 기억 보조장치 기술	치매노인을 위한 기억보조장치 기술
		• 극저시력 보조 및 훈련기술	극저시력 보조 및 훈련기술
• 신체기능 복원기기	• Bionic-Limb	• Bionic Hand, Articial Arm, Power leg 기술	단순 인공관절을 제외하고, 전동, 모터 등에 의해 구동되는 관절, 의족, 수족
		• 생체이식형 신경 신호센싱 기술	생체에 이식되거나 삽입되어 신경신호를 센싱하는 이식형 신경신호 디텍터
	• 재활 훈련 기기	• 전기자극기	마비환자 근력보조, 재활에 목적을 둔 체외형 및 체내형 전기자극기
		• 지능형 wearable 재활훈련 시스템	재활 및 보행 보조를 위하여 의복 형태로 착용할 수 있는 재활 훈련 시스템
		• 가상현실기반 재활치료 시스템	가상현실을 통한 재활 치료를 목적으로 하는 시스템

자료: 허영, 박지훈, 박경환, 류제청. (2012). 재활의료기기 기술 동향 및 전망. 한국산업기술평가관리원 PD이슈리포트. 12(4). p. 14.

마지막으로 최근 논의되고 있는 4차산업혁명의 핵심기술(인공지능, 사물인터넷, 3D프린팅, 자율주행차, 빅데이터, 지능형로봇, 클라우드 등)의 연계 제품이 검토되어야 할 것이다. 4차산업기술은 저출산 고령화에 따른 돌봄 문제 해결, 1인 시니어 증가에 따른 자립, 신체, 위험 등의 관리, 심리적 안정 지원 등 향후 초고령화시대 시니어 삶의 질 향상에 크게 기여할 것으로 예측된다. 그러나 시니어 삶의 질 향상이라는 목표를 달성하기 위해서 선행되어야 할 것은, 기술의 혁신이 시니어 욕구가 반영된 제품으로 연결될 수 있도록 시니어를 대상으로 한 다양한 수요자 통계의 생산이 뒷받침되는 것이다.

〈표 4-16〉 시니어 비즈니스 용품으로서 고려할 수 있는 품목 범위

산업명	장애인 보조 기구	의료 기기 (개인용)	고령 친화 우수 제품	복지 용구	장애인· 노인 보조 기구	재활 보조 기구	보조 기기	개인용 건강 관리 (웰니스) 제품	재활 의료 기기
고령친화 (용품) 산업	○	○	○	○	○	○	-	-	-
시니어 비즈니스 (용품) 산업	○	○	○	○	○	○	○	○	○

주: 4차 산업기술 연계제품은 각 품목에서 정한 개별 규정에 따름.

제2절 용품산업 통계 현황

1. 용품산업 국내 통계 현황 분석

가. 공급자(산업체) 통계 현황 및 문제점

1) 정부통계

2019년 1월 기준, 고령친화용품산업 관련 통계청 승인통계에 포함된 통계는 존재하지 않았지만, 고령친화용품산업의 포괄적 품목 범위에 포함되는 의료기기산업의 경우 산업구조, 가치사슬, 시장 규모 등을 파악하기 위하여 의료기기 생산실적(식품의약품안전처) 및 의료기기 제조·유통조사(한국보건산업진흥원)가 이루어지고 있다.

〈표 4-17〉 고령친화용품산업 포괄적 품목 범위 산업의 승인통계 현황

통계명	주요 내용	생산 기관	종류	작성 방법	통계 주기
의료기기 제조·유통 조사	의료기기 제조, 수입 및 판매업체의 현황	한국보건산업진흥원 산업통계팀	일반	조사 (표본)	2010~ (1년)
의료기기 생산실적	품목 수, 생산·수출수입 품목 수, 연간 생산·수출수입 금액 등	식품의약품안전처 의료기기안전국 의료기기관리과	일반	보고	2004~ (1년)

자료: 저자 작성.

2) 조사통계

통계청 승인통계에는 포함되지 않았으나, 기관·협회·단체·대학 등이 별도의 목적으로 작성한 산업체 표본 조사통계는 2007년부터 2년 주기

로 한국보건산업진흥원이 고령친화용품산업의 품목 범위를 통합적으로 포괄하여 산업체 현황 파악 목적으로 수행하고 있는 고령친화용품산업 실태조사가 유일하다. 이 외에 2015년 제정된 ‘장애인·노인 등을 위한 보조기기 지원 및 활용촉진에 관한 법률’에 근거하여 국립재활원 중앙보조기기센터가 수행한 ‘2017 보조기기산업 실태조사’가 있다.

〈표 4-18〉 고령친화용품산업 조사통계 현황

조사명	주요 내용	수행 기관	수행 연도
고령친화용품산업 실태조사	사업체 현황(기술 보유, 시장 현황 등)	한국고령친화용품산업협회	2007
고령친화용품산업 실태조사	업체별, 품목별 현황 (생산액, 수입액, 종사자 수 등)	부산테크노파크	2010
고령친화용품산업 실태조사	제조업체 및 수입업체 현황 (일반 현황, 생산 및 판매, 연구개발, 재무 현황, 지원정책)	한국보건산업진흥원	2012
고령친화용품산업 실태조사	제조업체 및 수입업체 현황 (일반 현황, 생산 및 판매, 연구개발, 재무 현황, 지원정책)	한국보건산업진흥원	2015
고령친화용품산업 실태조사	사업체 일반 현황 (조직, 기술보유, 매출, 인력, 수출입, 연구개발, 투자계획, 지원정책)	한국보건산업진흥원	2017
보조기기산업 실태조사	국내 보조기기 산업 실태에 관한 현황, 규모 등	국립재활원 중앙보조기기센터	2017

자료: 저자 작성.

3) 가공통계

고령친화용품산업 포함, 고령친화산업 전반(의약품, 의료기기, 식품, 화장품, 용품, 요양, 주거, 여가, 금융)에 대한 모태산업 통계자료에 연산을 이용하여 얻은 가공통계는 2011년, 2014년 한국보건산업진흥원에서 2차례 작성하였다.

〈표 4-19〉 고령친화산업 가공통계 현황

조사명	주요 내용	수행 기관	수행 연도
고령친화산업 실태조사 및 산업분석	고령친화 9대 산업별 시장 규모 추계 (모태산업 기반)	한국보건산업진흥원	2011
고령친화산업 실태조사 및 산업분석	고령친화 9대 산업별 시장 규모 추계 (모태산업 기반)	한국보건산업진흥원	2014

자료: 저자 작성.

4) 기타(조사연구)

고령친화용품산업의 포괄적 품목 범위에 포함되는 품목 중 과제 중심의 연구조사 내용을 살펴보면, 대부분 노인장기요양보험제도 관련 복지용구의 정책·제도 개선 의견 수렴 조사연구가 가장 많았고, 이 외 재활보조기구, 장애인보조기구의 순이었다. 산업체 대상 실태조사를 포함한 경우는 2012년 한국보건사회연구원이 수행한 복지용구 시장추계와 활성화 방안 연구가 있다.

〈표 4-20〉 고령친화용품산업 포괄적 품목 범위 산업의 정책/산업 조사연구 현황

구분	과제명	주요 내용	수행 기관	수행 연도
재활보조기구	재활보조기구 산업활성화 방안 연구	전국 단위 산업실태조사 실시 (의지보조기 업체/휠체어/보청기/ 기타)	한국보건산업진흥원	2001
	재활보조기구 품질관리, 서비스 전달체계, 산업활성화 연구	재활보조기구 산업활성화 품질관리 및 서비스 전달체계 활성화 방안 제시	재활공학연구소	2008
장애인보조기구	장애인보조기구 산업 실태조사 연구	산업체 일반사항, 기업 형태, 자본금, 판매·기술 개발·사업 현황 정책 수요 등	한국장애인고용공단	2012

구분	과제명	주요 내용	수행 기관	수행 연도
복지 용구	고령친화 복지용구산업 선진화 전략개발 연구	복지용구산업 환경분석 복지용구산업 지원 현황 복지용구산업 선진화전략	한국보건 산업진흥원	2009
	노인장기요양보험 기타 재가급여 복지용구 대여 활성화 방안	복지용구 대여제도 운영 현황 일본 복지용구 대여제도 분석 복지용구 대여서비스 실태조사 제도개선 주요 사항 검토 복지용구 대여 제도 개선방안 제시	한국보건 산업진흥원	2010
	IT 융합 및 다기능 고령친화용품 복지용구 활성화 방안	복지용구 현황 파악 기존의 해외 사례 분석 다기능 복지용구 개발 촉진을 위한 방안 분석 및 활성화 방안 제시	인제대학교	2011
	고령소비자보호 시각에서 본 고령친화 복지용구사업 현황 분석	복지용구사업의 개요 정책시행 현황 시사점	한국 소비자원	2012
	복지용구 시장 규모 추계와 활성화 방안	복지용구제도 현황 주요국 제도·산업 현황 복지용구산업체 실태조사 및 시장 규모 추계 복지용구 산업 활성화를 위한 산업체 의견조사	한국보건 사회연구원	2012

자료: 저자 작성.

이상 살펴본 바에 의하면, 산업체 대상으로 이루어진 고령친화용품산업 통계는 한국보건산업진흥원이 지속적으로 진행해 온 고령친화용품산업 실태조사가 유일한 상황이며, 포괄적 품목 범위에 포함되는 복지용구, 장애인보조기구에 대해서는 정책제도 개선 또는 특정 연구 목적을 위해 단회성으로 이루어진 경우로 누적 통계로서의 가치를 지니기 어려운 실정이다.

또한 법령에서 정한 고령친화산업의 범위는 용품뿐 아니라 의약품, 의료기기, 식품, 화장품, 용품, 요양, 주거, 여가, 금융까지 매우 광범위한데

용품산업 외에는 실태조사에 근거한 시장 파악이 이루어진 바 없고, 전반적인 전체 시장 규모 파악은 행정통계 기반의 시장추계로 진행되고 있으나, 모태 시장 규모에 노인인구 비율과 이용률을 곱하는 방식으로 인해 시장 규모의 과대계상 우려가 있어 추계 방식에 검토가 필요하다는 의견이 제기된 바 있다(국회입법조사처, 2016). 이러한 통계 생산 체계는 현장의 의견을 반영한 정책지원 측면에 한계가 있을 수 있다. 따라서 향후에는 체계적인 조사 설계를 통해 산업 전반에 대한 정기적인 실태조사를 실시하고, 이를 근간으로 하여 실질적으로 정책지원을 할 수 있는 국가통계로서의 기반을 확립해 나갈 필요가 있다.

나. 수요자 대상 통계 현황 및 문제점

1) 정부통계

2019년 1월 기준, 고령친화용품산업 관련 통계청 승인통계에 포함된 수요자 통계는 1990년부터 한국보건사회연구원 주관으로 실시되고 있는 장애인복지법(제18조, 제19조)에 근거한 장애인 실태조사가 있다. 통계청장이 통계 작성 기관을 지정한 지정통계이며, 장애인 일반 현황과 장애인보조기구 현황 등에 대한 정보가 제공된다.

〈표 4-21〉 고령친화용품산업 포괄적 품목 범위 산업의 승인통계 현황

통계 구분	통계명	주요 내용	생산 기관	종류	작성 방법	통계 주기
보건·복지	장애인 실태조사	장애인 일반특성, 장애특성, 보건의료, 일상생활지원, 장애인보조기구 등	보건복지부 장애인정책국 장애인정책과	지정	조사 (표본)	1990~ (3년)

자료: 저자 작성.

2) 조사통계

기관·협회·단체·대학 등이 별도의 목적으로 작성한 소비자 조사통계는 용품산업뿐 아니라 고령친화 9대 산업 전반에 대한 욕구 파악을 목적으로 2012년, 2014년 2차례 진행된 한국보건산업진흥원의 고령친화산업 소비자 수요조사와 2015년 고령친화우수제품 확대를 위한 산업체 욕구 파악을 위한 수요조사가 있다. 고령친화용품 포괄적 품목 범위에 포함되는 복지용구와 장애인보조기구 조사통계는 2009년 한국보건사회연구원의 재가노인요양서비스 이용 가구 대상 소비 실태조사 및 2015년 전동보장구 유경험자를 대상으로 한 한국소비자보호원의 수요조사가 있다.

〈표 4-22〉 고령친화산업 수요자 대상 조사통계 현황

조사명		주요 내용	수행 기관	수행 연도
고령친화용품	고령친화용품 소비 실태조사 및 만족도 연구	복지용구 및 고령친화용품 이용 실태, 만족도 조사 (재가노인요양서비스 1200가구 대상)	한국보건사회연구원	2009
	고령친화산업 욕구조사	고령친화산업 제품·서비스에 대한 욕구조사(45세 이상 중년, 고령자 1,000명 대상)	보건복지부, 한국보건산업진흥원	2012
	고령친화산업 소비자수요조사	고령친화산업 제품·서비스에 대한 욕구조사(65세 이상 고령자 1,000명 대상)	한국보건산업진흥원	2014
고령친화우수제품	고령친화 우수제품 품목 확대를 위한 수요조사	고령친화용품산업체 대상 (일반 현황, 정책 요구 사항 등)	한국보건산업진흥원	2015
장애인보조기구	전동보장구 (전동휠체어, 전동스쿠터) 이용 실태조사	전동보장구 사용 현황, 만족도, 수리 실태 등(18세 이상 전동보장구 이용 유경험자 대상)	한국소비자보호원	2015

자료: 저자 작성.

3) 보고통계

고령친화용품산업의 포괄적 품목 범위에 포함되는 복지용구, 의료기기, 장애인보조기구 중 행정 통계자료에 기반한 수요자 보고통계는 국민건강보험공단이 노인장기요양보험제도와 관련하여 제공하고 있는 복지용구 품목별 이용 현황 및 노인장기요양보험통계가 있으며, 이를 통해 복지용구 월별 이용 현황, 급여비 현황, 이용자 수, 이용자 등급별 현황, 이용자 급여종류별 요양급여비 현황 등을 파악할 수 있다.

〈표 4-23〉 노인장기요양보험 급여 대상 복지용구 수급자 대상 통계 현황

과제명		주요 내용	수행 기관	수행 연도 (주기)
복지 용구	복지용구 품목별 이용 현황	복지용구 급여제품 중 장기요양등급에 따른 월별 이용 현황 및 사용 인원	국민건강 보험공단	2010~ (월)
보험 수급자	노인장기 요양보험 통계	65세 이상 적용 인구 현황 장기요양 신청·인정 현황 장기요양 급여실적 장기요양기관 수 및 인력 현황 장기요양 재정 현황	국민건강 보험공단	2008 (1년)

자료: 저자 작성.

4) 기타(조사연구)

고령친화용품산업의 포괄적 품목 범위에 포함되는 품목 중 과제 중심의 조사연구는 법률지원제도와 연계된 재활보조기구, 장애인보조기구에 대한 이용자 실태 및 욕구 조사에 그친다. 시니어 비즈니스 용품산업의 수요자로 생각하는 ‘돌봄제공자’를 대상으로 한 조사는 서울시여성가족재단에서 수행한 바 있으나, 현재까지는 돌봄제공자 실태와 환경(스트레스 등) 연구 목적에 제한되어 진행되고 있을 뿐 이들이 필요로 하는 제품

에 대한 욕구 조사는 진행된 바 없다. 학계에서는 ‘돌봄수혜자’와 ‘돌봄제공자’의 권리와 선택권의 균형(최희경, 2011), 돌봄으로 인한 신체적, 정신적 스트레스 완화 지원 프로그램 개발(김지연, 김홍수, 2016; 이선형 외, 2015)의 필요성을 강조하고 있는바, 시니어 비즈니스 활성화 측면에서 이들의 실태와 더불어 상세한 욕구조사들이 체계적으로 이루어질 필요가 있다.

〈표 4-24〉 고령친화용품산업 포괄적 품목 범위 산업의 정책/수요연구 현황

구분	과제명	주요 내용	수행 기관	수행 연도
재활 보조 기구	한국·미국·일본의 정보통신 보조공학의 산업동향 연구	정보통신 보조공학 중심의 산업동향 이용자 실태 및 욕구 조사	한국정보화진흥원	2006
장애인 보조 기구	장애인보조기구 인프라 구축사업 보조기구·서비스 기초실태 및 수요체계 연구	이용자 실태 및 욕구 조사 지원이 필요한 유망품목 선정	한국장애인개발원	2010
돌봄 제공자	가족 내 다양한 돌봄 지원을 위한 기초조사 및 방안 마련 연구	돌봄 실태, 일·생활균형 상태, 돌봄스트레스 및 가족갈등, 돌봄서비스 이용 실태, 인구통계적 특성(서울시 거주 가족 돌봄 경험자 500명)	서울시 여성가족재단	2015

자료: 저자 작성.

이상 살펴본 바에 의하면, 수요자를 대상으로 하는 고령친화용품산업 통계는 한국보건산업진흥원이 지속적으로 진행해 온 고령친화산업소비자 수요조사가 유일한 상황이며, 포괄적 품목 범위에 포함되는 복지용구, 장애인보조기구에 대해서는 노인장기요양보험제도에 따른 행정통계 기반의 보고통계와 필요 목적에 의한 단회성 조사가 대부분이다.

그러나 본 연구가 주목하는 시니어 비즈니스 시장은, 노화로 인해 나타나는 신체적, 심리·사회적, 경제적 변화가 연령기에 따라 다양하게 존재

하는 시장이므로(김우선, 2017), 이미 언급한 바와 같이 시니어 비즈니스 용품산업의 주요 수요자인 뉴시니어(50~64세), 건강한 65세 이상 노인, 법률지원(노인장기요양보험 등급)을 받지 못한 병약하거나 쇠약한 65세 이상 노인 및 돌봄 대상자에 대한 면밀한 요구분석과 세분화를 통해 소비자 욕구에 맞는 제품·서비스 시장을 창출해 나가야 필요가 있다. 특히, 서비스 시장은 복잡·다양해지고 있는바, 시장 활성화를 위해서는 소비자 욕구 대응을 위한 수요자 기반의 체계적인 통계 생산이 뒷받침되어야 할 것이다.

2. 용품산업 해외 통계 현황 분석

가. 공급자(산업체) 대상 통계 현황

1) 일본³¹⁾

국내 ‘고령친화용품산업 또는 용품산업’의 포괄적 품목 범위에 포함되는 복지용구, 의료기기, 장애인보조기구와 비교할 수 있는 정도의 통계자료는 존재하지 않는다. 다만, 복지용구만으로 본다면 경제산업성, JASPA(Japan Assistive Products Association: 일본복지용구생활지원용구협회)에서 시장 규모를 추계하여 발간하고 있으며, NEDO(신에너지산업기술종합개발기구)에서는 복지용구 유통업자 대상으로 복지용구 개발을 위한 기반조사를 수행하고 있다. 이와 관련하여 (재)일본테크노에

31) 일본 복지용구생활지원용구협회(<http://www.jaspa.gr.jp/>)에서 2019. 2. 10. 인출)와 (재)일본테크노에이드협회 복지용구 정보시스템(<http://www.techno-aids.or.jp/system/index.shtml>)에서 2019. 2. 10. 인출), 그리고 일본 야노경제연구소(<http://www.yano.co.jp/>)에서 2019. 2. 10. 인출)을 참고하여 작성함.

이드협회는 복지용구 정보시스템(TAIS)을 갖추고 전국에 흩어져 있는 복지용구에 관한 정보를 수집, 분류, 체계화하여 복지용구의 적절한 이용을 지원하고 있다.

〈표 4-25〉 고령친화용품산업 포괄적 품목 범위 산업의 조사 현황(정부/기관)

조사명	주요 내용	수행 기관	수행 연도
복지용구 산업 시장 규모 조사	복지용구 시장 규모 산업정책 방향성 국제화 동향 등	경제산업성	1993~ 2001
	사업능력, 자본금, 고령자용품과의 관계, 매출액, 시장 동향, 수출입 동향, 직원 수 등	JASPA (일본복지용구·생활 지원용구협회)	2002~
복지용구개발 보급을 위한 산업 기반 조사	복지용구 유통업자 대상 (자본금, 매출, 시장 규모 등)	NEDO (신에너지산업기술 종합개발기구)	2014~

자료: 저자 작성.

민간 통계로서는 야노경제연구소의 ‘복지용구 대여 시장 규모(2013년~)’, ‘개호 복지용구·용품 판매 시장 규모(2014년~)’ 보고서가 있다. 민간 통계이지만 1~2년 주기로 시장 규모, 향후 예측, 기업 분석, 점유율, 방향 등에 대한 정보를 제공하여 산업 통계로서 가치가 있다. 또한 본 연구의 주요 타깃인 시니어 관련 시장보고서로 ‘시니어 관련 시장 마케팅 연감’이 발간(2013년~)되고 있다. 시니어 수요를 적극 확보하려는 기업에 초점을 맞추어 시장 동향, 소비 실태, 대응 동향 등 ‘용품’뿐 아니라 다양한 분야에 대한 종합적인 정보가 제공되어 기업의 마케팅 활동과 고객 전략 수립의 기초자료가 된다.

〈표 4-26〉 고령친화용품산업 포괄적 품목 범위 산업의 조사 현황(민간)

조사명	주요 품목	수행 기관	수행연도 (주기)
복지용구 대여 및 판매시장 현황과 방향	▶ 복지용구 대여 시장의 개요 ▶ 복지용구 대여 참가 기업의 거점 전략 ▶ 복지용구 대여·지역별 동향 ▶ 복지용구 대여 관련 시장 참가 기업의 항목별 분석	YANO	2014~ (1~2년)
개호 복지용구 용품시장 현황과 방향	▶ 개호 복지용구 용품 시장 동향 ▶ 개호 복지용구 용품 제품 분류별 동향 ▶ 개호 복지용구 용품 시장 참가 기업 동향	YANO	2007~ (2년)
시니어관련 시장 마케팅 연감	▶ 시니어 관련 마켓의 동향 ▶ 시니어 관련 마켓 분야별 동향 - 개호·재활훈련 시장 - 주택 시장 - 택배 시장 - 각종 지원서비스 시장 - 여행 시장 - 스포츠 시장 - 오락 시장 - 취미·학습시장 - 식품·외식 시장 - 의료품·일용품 시장 - 가전·정보기기 시장 - 유통 ▶ 주요 시니어 관련 기업의 동향 - 개호서비스·고령자주택·개호 복지기기 - 여행·관광 - 스포츠·오락·학습·외식 - 유통 ▶ 시니어 관련 기업 리스트	YANO	2013~ (1년)

자료: 저자 작성.

2) 미국³²⁾

미국 산업 통계는 북미산업분류시스템(NAICS: North American Industry Classification System) 산업 코드 분류에 따라 미국 상무성 센서스국의 전체 ‘제조업 연간생산량 조사(ASM: Annual Survey of Manufactures)’가 수행되고, 생산품목과 기업에 대한 세부 시장자료는 민간기업을 중심으로 다양한 자료가 생산된다. 산업제도가 시장문화가 다른 서구권에서는 한국의 ‘고령친화산업’, 일본의 ‘실버산업’과 같이 기존 산업의 융합으로 생성된 산업인 경우, ‘산업(industry)’ 대신 ‘시장(market)’이라는 단어를 사용하여 노인시장(senior market, elderly market, mature market, retired market, boomer’s market)이라는 용어를 사용한다(박영란, 2010). 따라서 국내 ‘고령친화용품산업’과 같이 기존 산업의 다양한 품목이 융합된 경우, 비교할 수 있는 정부 통계자료를 찾기는 어렵고, 관련 품목이 포함된 개별 산업코드를 더하여 전체 생산 규모를 추정할 수밖에 없다. 예를 들어, 통계 사용자 임의대로 ‘용품’ 산업과 연관 있다고 생각되는 산업이 ‘의료보조기기 및 측정기기산업(NACIS 325620), 의료기기 및 관련 부속품 산업(NACIS 334512)’이라고 생각되면 2개 산업 코드의 전체 생산량을 더하는 방식으로 사용할 수 있으나, 단순 추산일 뿐 과대계상 등 오류 범위가 커서 데이터로서 의미를 지니기 어렵다. 따라서 해당 분야의 민간 기업이 관련시장 중심으로 생산한 민간통계를 사용하게 된다. 한국보건산업진흥원이 제공하는 대륙별·국가별 ‘의료기기산업’ 통계정보도 BMI Espicom, Worldwide Medical Devices Factbook 2017 datapack을 사용하고 있다. 현재,

32) 미국 상무성 센서스국(<https://www.census.gov/programs-surveys/asm.html>)에서 2019. 2. 10. 인출)과 영국 Technavio(<https://www.technavio.com/>)에서 2019. 2. 10. 인출), 그리고 미국 Coherent Market Insights(<https://www.coherentmarketinsights.com>)에서 2019. 2. 10. 인출)을 참고하여 작성함.

본 연구 주요 타깃인 시니어 관련 시장보고서로는 2015년부터 2년 단위로 생산되는 영국 TechNavio사의 세계 노인용품케어시장(Global Geriatric Care Devices Market)이 있는데, 세계 고령자 케어용품 시장 개요와 구조, 제품별·지역별 시장 규모 예측, 시장 성장 촉진·억제 요인과 그 영향, 주요 기업 개요 등의 정보를 제공하고 있다. 이 외에 연관 품목인 ‘보조기기’ 시장자료로 미국 Coherent Market Insights사의 ‘세계 고령자 및 장애인용 보조기기 시장(Global Elderly and Disabled Assistive Devices Market)’이 있다.

〈표 4-27〉 고령친화용품산업 포괄적 품목 범위 산업의 민간기업 조사 현황(미국)

조사명	주요 품목	수행 기관	수행 연도 (주기)
세계 노인용품케어시장 (Global Geriatric Care Devices Market)	▶ 상위 5대 공급사별 분석 자료 제시 ▶ 분석 지역: 미주(미국/캐나다), 유럽, 중동, 아프리카, 아태지역, 중국 ▶ 품목: - 이동보조기기[보행보조기(워커) 보행차 및 액세서리 휠체어 및 액세서리, 의료용 침대 및 액세서리, 전동, 수동] - 홈케어보조기구(목욕 안전용품, 일상활동 보조기구, 지팡이 및 목발, 개인케어용품) - 성인용 기저귀	TechNavio (Infiniti Research Ltd.)	2015~ (2년)
세계 고령자 및 장애인용 보조기기 시장: (Global Elderly and Disabled Assistive Devices Market 2014 - 2024)	▶ 공급사별 분석 자료 제시 ▶ 분석 지역: 북미, 유럽, 라틴아메리카, 중동, 아프리카, 아시아태평양 ▶ 품목: - 의료용 운동 지원 및 보행 기기 - 의료용 가구 및 욕실 안전 제품 - 보청기 - 시각 및 독해 지원 기기	Coherent Market Insights	2017

자료: 저자 작성.

나. 수요자 대상 통계 현황

1) 일본³³⁾

개호보험제도하에 복지용구와 관련된 기초 수요조사가 이루어지고 있다. ‘개호서비스 세대조사’는 후생노동성이 재택서비스 정책 기획을 위해 개호보험수혜자 대상으로 실시한 조사이나, 2000년 1회 조사 이후로는 실시되지 않았다. 그러나 개호서비스 제공 기관을 대상으로 실시한 ‘개호서비스 급부 실태조사’는 개호보수 개정 등 개호보험제도의 원활한 운영 및 정책수립 기초자료 제공 목적으로 2001년부터 월 단위로 지속적으로 생산되고 있다.

이 외에 시니어 시장 활성화 관점에서 광범위하지만 수요자의 일반 현황 자료로 참고할 수 있는 전국 단위 소비 기초통계는 총무성 통계국과 후생노동성 산하단체인 국립사회보장인구문제연구소에서 실시하는 ‘전국가정동향조사’ 및 ‘전국소비실태조사’가 있으며, 50세 이상 중년·고령자를 대상으로 하는 ‘중노년자 중단조사’와 ‘단카이세대 취업과 생활에 관한 의식조사’도 기초통계자료로서 활용할 수 있는 통계로 사료된다.

〈표 4-28〉 개호서비스 및 고령 수요자 대상 조사 현황(정부)

조사명		주요 내용	수행 기관	수행 연도 (주기)
개호 보험	개호서비스 세대조사	▶ 40세 이상(단, 65세 미만은 개호보험제도의 요개호 인정 신청을 한 자) 대상, 국민생활기초 조사에 설정된 조사 지역(2500지구) 해당자 및 그 세대의 세대원	후생노동성	2000 (1회)

33) 일본 후생노동성(<https://www.mhlw.go.jp>)에서 2019. 2. 10. 인출)과 일본 총무성 통계국(<https://www.stat.go.jp>)에서 2019. 2. 10. 인출), 그리고 일본 국립사회보장·인구문제연구소(<http://www.ipss.go.jp>)에서 2019. 2. 10. 인출)을 참고하여 작성함.

조사명		주요 내용	수행 기관	수행 연도 (주기)
		▶ 도움과 관찰 필요 원인, 심신 상황, 가족·친족 등의 개호 상황, 재택서비스 이용 현황 및 이용 요망, 복지용구 이용 상황 및 이용 요망, 주거 상황 등		
	개호서비스 급부 실태 조사	▶ 개호서비스 제공 기관 ▶ 개호 급부비 명세서, 개호예방·일상생활지원 종합 사업비 명세서 및 급부 관리표 ▶ 개호예방 복지용구대여비	후생노동성	2001~ (월)
기초 수요	전국 가정 동향조사	▶ 모든 시 및 약 460개 읍촌 2명 이상의 일반세대와 단신자 세대 약 6만 가구 ▶ 출산, 육아, 노부모의 부양, 개호를 시작으로 하는 가정의 기능 실태, 변화 요인 파악 등	국립사회보장인구문제연구소	1993~ (5년)
	전국소비 실태조사	▶ 모든 시 및 약 460개 읍촌 2명 이상의 일반세대 포함 약 6만 가구 ▶ 소비재, 가계수지, 저축부채, 가계자산 등	총무성 통계국	1993~ (5년)
	중노년자 종단조사	▶ 중노년자 생활 조사 ▶ 전국 50~59세 남녀, 약 2,500지역 내의 약 32,000명	후생노동성 대신관방 통계정보부	2005~ (1년)
	단카이세대 취업과 생활에 관한 의식조사	▶ 1947~1949년도 출생 단카이세대 ▶ 취업과 생활 상황 실태, 향후 전망에 관한 의식 조사	독립행정법인 고령·장애인 고용지원 기구	2006~ (1년)

자료: 저자 작성.

2) 미국, 유럽 등³⁴⁾

미국은 한국의 ‘노인장기요양보험’이나 일본의 ‘개호보험’과 같은 제도

34) 미국 고령자 패널조사(<https://hrs.isr.umich.edu>에서 2019. 2. 10. 인출), 영국 고령자 패널조사(<http://www.elsa-project.ac.uk/>에서 2019. 2. 10. 인출), 유럽 고령자 패널조사(<http://www.share-project.org/>에서 2019. 2. 10. 인출), Euromonitor(<https://www.euromonitor.com/>에서 2019. 2. 10. 인출), 그리고 OECD(http://stats.oecd.org/index.aspx?DataSetCode=HEALTH_STAT에서 2019. 2. 10. 인출)을 참고하여 작성함.

가 없기 때문에 이와 관련하여 정부가 공식적으로 제공하는 통계자료는 없다. 그러나 시니어 시장 활성화 관점에서 광범위하지만 수요자의 일반 현황 자료로 참고할 수 있는 자료로는 미국 내 50세 이상 장노년층의 활동 양상의 변화를 추적한 패널조사(Health and Retirement Study, HRS)가 있다. 이러한 고령자 패널조사는 영국과 유럽 27개국에서도 이루어지고 있으며, 국가 간 비교할 수 있도록 설계되어 있다. 한국의 고령화연구패널조사 또는 노후보장패널과도 비교할 수 있다.

〈표 4-29〉 시니어 수요자 대상 패널조사 현황

조사명	주요 내용	수행 기관	수행 연도 (주기)
Health and Retirement Study(HRS)	▶ 미국 내 장년 및 노년층의 활동 양상의 변화를 추적한 패널조사 ▶ 미국 내 50세 이상 장노년(약 3만 7000명) ▶ 건강, 정신건강, 병력, 사회관계, 소득, 재산, 노동시장 참여 및 은퇴계획, 일상생활수행능력(ADL/IADL), 돌봄서비스 이용 여부 등	미국 미시건 대학교 Institute for Social Research(ISR)	1992~ (2년)
English Longitudinal Study of Ageing(ELSA)	▶ 영국 내 장년 및 노년층의 활동 양상의 변화를 추적한 패널조사 ▶ 영국 내 50세 이상 장노년 (약 1만 명) ▶ 건강, 정신건강, 병력, 사회관계, 소득, 재산, 노동시장 참여 및 은퇴계획, 일상생활수행능력(ADL/IADL), 돌봄서비스 이용 여부 등	영국 The Institute for Fiscal Studies	2002- 2015 (2년)
Survey of Health, Ageing and Retirement in Europe(SHARE)	▶ 유럽 내 국가를 대상으로 장년 및 노년층의 활동 양상의 변화를 추적한 패널조사 ▶ 유럽 내 27개국 ▶ 건강, 정신건강, 병력, 사회관계, 소득, 재산, 노동시장 참여 및 은퇴계획, 일상생활수행능력(ADL/IADL), 돌봄서비스 이용 여부 등	유럽 SHARE-ERIC	2004- 2017 (2년)

자료: 저자 작성.

세계 소비재 시장을 조사하는 Euromonitor사에서는 소비자 대상별 (유아~고령자) 소비지출 영향 요인(노동, 소득, 건강, 웰니스, 뷰티, 패션, 교육, 식습관, 음주 습관, 쇼핑 습관, 레저·여행·관광 등)을 분석한 ‘소비자 라이프스타일’ 국가 분석 자료를 제공하고 있어, 타깃 소비자층의 소비 성향을 파악하는 기초자료로 활용할 수 있다. 이 외에 OECD 35개국 보건시스템 관련 약 1200개 지표자료는 장기요양 등 용품산업과 연관된 동향 등을 파악할 수 있다.

〈표 4-30〉 수요자 대상 조사 현황

조사명	주요 내용	수행 기관	수행 연도
Consumer Lifestyles	▶ 산업, 국가, 소비자별 비즈니스, 소비재 시장 분석 자료 제공 ▶ 전 세계 ▶ 노동, 소득, 건강, 웰니스, 뷰티, 패션, 교육, 식습관, 음주 습관, 쇼핑 습관, 레저·여행·관광 등	Euromonitor International	2010~(1년)
OECD Health Statistics	▶ OECD 국가의 보건시스템과 관련된 약 1200개 지표에 관한 자료 제공 ▶ OECD 35 개국 ▶ 의료보건 지출 및 재원조달, 건강 상태, 건강의 비의료적 결정 요인, 의료보건 자원, 의료보건의 질 지표, 장기요양 등	OECD	2000-2014 (1년)

자료: 저자 작성.

제3절 필요한 기본통계와 생산 체계

1. 용품산업 기본통계 구축 방향

가. 거시 환경 변화를 반영한 통계 구축

용품 산업과 관련된 거시 환경 변화는 다음의 4가지 측면으로 살펴볼 수 있다. 첫째, 정책적 측면에서는 고령사회 대응체계 마련을 위한 고령친화산업진흥법(2006) 제정, 고령친화산업 육성을 통한 사회적 약자의 삶의 질 향상을 위한 제2차 저출산·고령사회 기본계획(2010~2015), 제3차 저출산·고령사회 기본계획(2016~2020), 미래성장 산업으로 육성하기 위한 18대 정부 140대 국정과제(2013) 포함 등 정부의 고령화산업 육성을 위한 지속적인 정책 발표로 고령자와 관련된 산업은 중요하고 필요한 산업으로 인식하고 있다는 점이다.

둘째, 경제적 측면에서는 경제력과 적극적 소비 성향을 갖춘 1차 베이비부머(1955~1963년생)의 노인(65세 이상) 인구 편입 및 2차 베이비부머(1968~1974년생)의 뉴시니어(50~64세) 진입 등으로 고령친화산업 및 시니어 비즈니스에 대한 시장 수요는 확대될 것으로 전망된다.

셋째, 사회적 측면에서는 급속한 고령화에 따른 노인장기요양보험제도의 실시로 돌봄수혜자에 대해서는 맞춤형 서비스(의료, 복지, 재활 등), 만성질환 관리, 독립생활 등에 대한 지원이 이루어졌으나, 다수의 건강한 고령자(시니어)와 돌봄제공자에 대해서는 삶의 질 향상 등 많은 욕구에 대응하지 못하고 있는 실정이다. 이에 따라, 시니어 관련 시장은 수요자 측면에서 많은 변화가 예측되므로 복지 중심의 산업에서 벗어나 수요자 욕구에 대응하는 가치 제공 산업으로 전환되어야 한다는 필요성이 대두되고 있다.

넷째, 기술적 측면에서는 4차 산업기술(IoT, 인공지능, 빅데이터 등) 기반의 다양한 서비스 개발 및 산업 간 융합을 통한 기술혁신 등으로 고령친화산업 및 시니어 비즈니스 분야에 새로운 가능성을 제시하고 있다는 점이다.

이러한 거시적 변화에 필요한 시니어 비즈니스의 활성화를 위해서는 용품산업 분야의 통계도 앞서 언급한 거시 환경 변화를 반영하여 새로운 통계 제공 아이템을 발굴하고 추진하기 위한 패러다임의 전환이 요구된다.

나. 통계 구축 기본 방향

1) 공급자 측면

통계는 산업의 전후방에 미치는 효과가 큰 산업이나, 민간이 생산하기 어려운 공공재적 성격을 지녀 현재까지는 정부 주도의 통계 생산이 주류를 이루었다. 정부가 제공하는 공공재적 성격의 기초통계는 각종 패널조사를 통한 가족관계, 사회관계, 가치관, 경제 상태, 경제활동, 건강, 사회참여활동, 생활편리 등과 관련된 수요자 기초정보라고 할 수 있으며, 국가승인통계로 포함되어 주기적으로 정보가 제공되고 있다.

고령친화산업도 법률에 근거한 산업으로 공공기관을 중심으로 산업 통계가 생산되고 있으나, 법적 범위가 매우 넓은에 따라 시장 상황을 정확하게 판단하는 데 어려움이 있다. 외국은 시장 현황 조사가 대부분 민간 주도로 이루어지고 있으나, 조사 업체의 90%가 영세 규모³⁵⁾인 국내 기업 환경에서는 민간 주도의 시장 현황 자료를 찾기 어려운 실정이다.

35) 문성제·윤정욱·김가원. (2017)에 따르면, 소득신고를 한 시장조사 및 여론조사업 등록업체 271개소 중 90%가 소기업 또는 소상공인 업체임.

사용할 수 있는 통계도 정부, 공공, 민간 등 각 기관에서 산발적으로 조
사된 것이고, 단회성으로 끝난 경우가 많아 시계열적 연결성을 지니기 어
려우며, 고령인구 증가에 따른 전망, 타 산업과의 연관 분석 등도 필요하
나 이에 대한 자료도 찾기 어려운 실정이다. 현재 양적, 질적인 측면에서
수요를 충족하지 못하는 용품산업 관련 통계를 개선하기 위해서는, 첫째,
기존 통계와의 중복 제거, 신규 통계 생산을 위한 개선 사항 파악 및 수요
조사가 선행되어야 할 필요가 있다. 즉, 사용자 대상으로 주로 사용하는
통계, 불만 사항, 추가로 필요한 통계 등 수요에 대한 실태 파악을 통해 체
제적인 통계를 구축할 필요가 있다.

둘째, 부족한 통계를 정비하는 것 이상으로 산업의 실태를 전반적으로
파악하는 작업이 필요하다. 현재 고령친화용품산업에 한정되어 있는 조사
대상의 범위를 법령에서 정한 제조산업(의약품, 의료기기, 식품, 화장품,
용품)과 서비스산업(요양, 주거, 여가, 금융)을 포괄하는 전체 산업으로 확
대하여 통계를 구축함으로써 국가통계로서의 기초를 확립할 필요가 있다.

고령화 이후 부담해야 할 사회적 비용 완화, 건강수명 최대화 및 경제
활성화에 기여할 수 있는 국가 차원의 선제적 대응 체계를 마련할 목적으로
2014년부터 보건복지부가 국정과제로 수행해 온 ‘항노화산업(Healthy-
aging)³⁶⁾의 경우, 산업의 개념 정립, 지속적인 분류체계 정비 및 실태조
사를 기반으로 산업 분류에 따른 품목과 코드를 매칭하여, 2018년 12월
‘항노화제조산업 실태조사’를 국가승인통계로 등록한 바 있다. 이러한 사
례를 벤치마킹하여 시니어 비즈니스 활성화를 위한 새로운 통계체계 구축
작업을 수행해 가야 할 것이다.

36) 항노화는 노화와 관련된 습관, 증상 및 질환의 적극적 진단, 예방, 관리, 치료 등을 통
해 나이가 들에 따른 기능 손실과 노화현상을 지연하여 건강한 삶을 유지할 수 있도록
하는 것이며, 항노화산업은 항노화를 위한 의료·비의료 기술, 제품 및 서비스 등을 개발
하여 제공하는 융복합 산업을 말한다(김초일 외, 2014).

〈표 4-31〉 항노화제조산업 분류체계 및 분류코드

20000. 항노화 의료기기 제조업	노화를 지연하고, 노화에 의한 장애를 해소하는 의료기기 (또는 기계, 기구)를 제조하는 산업
20100. 혈압 및 혈관 건강 측정 의료기기 제조업	혈액이 혈관벽에 미치는 압력이 어느 정도인지, 혈관에 이상이 있는지 확인하기 위한 의료기기를 제조하는 업종 [관련 의료기기 품목: 식품의약품안전처 의료기기 품목코드 기준 인용] · 혈압 검사 또는 맥파 검사용 기기, 혈압계, 혈관내혈압계, 맥파계, 혈압검사용커프
20200. 혈당 측정용 의료기기 제조업	혈액 속의 포도당이 항상 일정한 양으로 유지되는지 확인할 목적으로 혈당을 측정하기 위한 의료기기를 제조하는 업종 [관련 의료기기 품목: 식품의약품안전처 의료기기 품목코드 기준 인용] · 혈당측정기, 채혈기, 혈당측정검사지
20300. 운동량(활동량, 열량 소모 등) 측정 의료기기 제조업	신체의 활동량, 소모되는 열량을 측정하여 체내 축적되는 칼로리가 어느 정도인지 살펴보고, 이로 인해 발생할 수 있는 질병을 예방, 관리, 치료하기 위한 의료기기를 제조하는 업종 [관련 의료기기 품목: 식품의약품안전처 의료기기 품목코드 기준 인용] · 보행분석계, 운동성시험평가장치
20400. 체성분(체중, 체지방 등) 측정 의료기기 제조업	체질량지수, 체지방률, 복부지방률, 내장지방, 신체균형, 부종 등을 평가해 비만과 같은 질병을 예방, 관리, 치료하기 위한 의료기기를 제조하는 업종 [관련 의료기기 품목: 식품의약품안전처 의료기기 품목코드 기준 인용] · 체지방 측정기
20500. 균형감각 및 신체 밸런스 유지 기능 의료기기 제조업	신체 좌우 불균형과 그로 인해 발생할 수 있는 부상, 척추 측만증을 예방, 관리, 치료하기 위한 의료기기를 제조하는 업종 [관련 의료기기 품목: 식품의약품안전처 의료기기 품목코드 기준 인용] · 시력보정용안경, 의료용풀입소독기, 건열멸균기
20600. 피부질환 예방, 치료 의료기기 제조업	외부의 유해한 자극으로 인해 피부에 질환 또는 질병이 생겼을 경우, 그것이 발생하기 이전 상태로 되돌리는 치료 기능을 지닌 의료기기를 제조하는 업종 [관련 의료기기 품목: 식품의약품안전처 의료기기 품목코드 기준 인용] · 자외선조사기 및 D제, 광선조사기
29000. 기타	상기 이외의 기타 항노화 의료기기 제조업
30000. 항노화 화장품 제조업	노화를 지연하고, 노화 촉진 요소 억제 기능이 있는 성분을 함유한 화장품을 제조하는 산업
30100. 미백 기능 화장품 제조업	피부를 아름답고 희게 하는 기능을 지닌 화장품을 제조하는 업종 [관련 화장품 품목: 대한화장품협회 화장품 품목코드 기준 인용] · 미백 기능 화장품

30200. 주름 개선 화장품 제조업	주름을 완화하여 젊고 탄력 있는 피부로 바꾸어 주는 기능을 지닌 화장품을 제조하는 업종 [관련 화장품 품목: 대한화장품협회 화장품 품목코드 기준 인용] · 주름 개선 기능 화장품
30300. 자외선 차단용 화장품 제조업	피부를 햇빛에 최소한으로 노출하거나, 자외선이 피부에 침투하는 것을 막기 위한 일련의 행위 [관련 화장품 품목: 대한화장품협회 화장품 품목코드 기준 인용] · 자외선 차단 기능 화장품
30400. 복합유형 화장품 제조업 (미백+주름 개선, 미백+자외선 차단+주름 개선+자외선 차단, 미백+주름 개선+자외선 차단)	미백, 주름 개선, 자외선 차단 기능을 복합적으로 지닌 화장품을 제조하는 업종 [관련 화장품 품목: 대한화장품협회 화장품 품목코드 기준 인용] · 미백+주름 개선 기능 화장품 · 미백+자외선 차단 기능 화장품 · 주름 개선+자외선 차단 기능 화장품 · 미백+주름 개선+자외선 차단 기능 화장품
30500. 모발용제 화장품 제조업	발모, 염모 또는 양모 효과를 지니거나 탈모를 막는 효과가 있는 화장품을 제조하는 업종 [관련 화장품 품목: 대한화장품협회 화장품 품목코드 기준 인용] · 발모·염모·양모 기능, 탈모 방지 기능 화장품
39000. 기타	상기 이외의 기타 향노화 화장품 제조업
40000. 향노화 건강기능식품 제조업	노화를 지연하고, 노화 촉진 요소 억제 기능이 있는 성분을 함유한 식품을 제조하는 산업
40100. 혈압 관리 기능식품 제조업	혈액의 압력을 개선하여 심혈관질환을 예방, 관리, 치료하기 위한 식품을 제조하는 업종 [관련 식품 성분 품목: 식품의약품안전처 식품공전 품목코드 기준 인용] · HK 나토배양물, 감마리놀레산 함유유지 제품, 나토균배양분말, 메론추출물, 영지버섯자실체추출물, 은행잎 추출물, 정어리펩타이드, 카제인 가수분해물
40200. 혈중 지질 조절 기능 식품 제조업	혈액 속의 지방질을 조절하여 혈류 장애를 예방, 관리, 치료하기 위한 식품을 제조하는 업종 [관련 식품 성분 품목: 식품의약품안전처 식품공전 품목코드 기준 인용] · 녹차추출물, 대두단백, 레시틴, 보리 베타글루칸 추출물, 비타민/녹차추출물, 사탕수수왁스알코올, 시폴리놀 감태주정추출물, 알로에추출물분말, 오메가3 지방산 함유유지 제품, 식물스테롤에스테르, 키토산/키토올리고당 제품, 홍국

40300. 혈당 관리 기능 식품 제조업	인슐린이 정상적으로 분비되어 혈관 속 적정량의 포도당이 존재하게 하여, 당뇨병과 그로 인한 질환을 예방, 관리, 치료하기 위한 식품을 제조하는 업종 [관련 식품 성분 품목: 식품의약품안전처 식품공전 품목코드 기준 인용] · 구아바인 추출물, 귀리식이섬유, 달맞이꽃종자 추출물, 솔잎증류농축액, 쥐눈이콩 펩타이드 복합물, 피니톨
40400. 면역기능 강화 기능 식품 제조업	각종 감염과 종양 등의 질환으로부터 신체를 방어하는 기능을 강화하여, 걸릴 수 있는 질환·질병을 예방, 관리, 치료하기 위한 식품을 제조하는 업종 [관련 식품 성분 품목: 식품의약품안전처 식품공전 품목코드 기준 인용] · 게르마늄(효모), 금사상황버섯, 다래추출물, 당귀혼합추출물, 동충하초주정추출물, 알곡시글리세롤 함유 상여간유, 인삼, 클로렐라, 홍삼, 표고버섯균사체
40500. 뼈 건강 증진 기능 식품 제조업	뼈의 무기질 함량을 일정 수준 이상 유지하게 하여 골밀도를 높이고, 골다공증과 같은 뼈 질환을 예방, 관리, 치료하기 위한 식품을 제조하는 업종 [관련 식품 성분 품목: 식품의약품안전처 식품공전 품목코드 기준 인용] · N-아세틸글루코사민, 글루코사민, 대두이소플라본, 디메틸설펜(Methyl sulfonylmethane, MSM)
40600. 혈행 개선 기능 식품 제조업	혈액의 흐름을 개선하여 심혈관질환을 예방, 관리, 치료하기 위한 식품을 제조하는 업종 [관련 식품 성분 품목: 식품의약품안전처 식품공전 품목코드 기준 인용] · 로즈힙분말, 전칠삼추출물 등 복합물, 지방산복합물 FAC(Fatty Acid Complex), 초록입홍합추출오일복합물, 폴리감마글루탐산, 황금물추출물 등 복합물
40700. 항산화 기능 식품 제조업	산화를 억제하여, 세포의 노화를 예방하는 기능을 지닌 식품을 제조하는 업종 [관련 식품 성분 품목: 식품의약품안전처 식품공전 품목코드 기준 인용] · 스피루리나, 스쿠알렌, 코엔자임Q10, 토마토추출물, 프랑스해안송 껍질주정추출물, 프로폴리스추출물
40800. 배뇨기능 개선 기능 식품 제조업	신장에서 생성된 소변이 원활하게 배설될 수 있도록, 그 기능을 개선하는 기능을 지닌 식품을 제조하는 업종 [관련 식품 성분 품목: 식품의약품안전처 식품공전 품목코드 기준 인용] · 라피노스, 크랜베리 추출물(Cran-Max)
49000. 기타	상기 이외에 기타 항노화 건강기능식품 제조업

주: 통계청 승인통계 승인(2018. 12.). 지면 관계 상 분류체계 및 분류코드의 일부만 제시함.

자료: 김우선·김수범. (2017). 항노화 제조·서비스업 실태조사 및 소비자 인식요구도 조사. 보건복지부, 한국보건산업진흥원.

2) 수요자 측면

2005년 65세 이상 인구가 20%를 넘어 초고령사회에 돌입한 일본은, 70세 이상 인구도 20%(2018)를 넘어서면서 고령자 연령 기준 및 고령자 구분에 대한 논의가 진행되고 있다.³⁷⁾ 일본내각부(2016)에서는 고령자 연령을 현재 65세에서 70세로 조정하는 방안을 제안하였고, 일본 노년학회·일본 노년의학회(2017)에서는 65세 이상 고령자를 3단계로 구분하고, 고령자를 75세 이상으로 개정할 것을 제안하였다.³⁸⁾

〈표 4-32〉 일본 노년학회 고령자 정의 개편 제안

연령	명칭	시기
65~74세	준고령자	준고령기(pre-old)
75~89세	고령자	고령기(old)
90세 이상	초고령자	초고령기(oldest-old, super-old)

자료: 일본내각부. (2016. 12.). 경제자문회의에 '고령자 정의 재검토'에 대한 의견을 제출함.
일본 노년학회·일본 노년의학회. (2017. 1. 5.). '노인의 정의 및 구분에 관한 정의 검토'에 대한 워킹그룹' 제언 요약.

이를 근거로 하여, 향후 수요자 측면에서 통계자료 구축 시 고려할 만한 사항을 제안하면, 첫째, 고령자(65세 이상)를 대상으로 하는 국내 고령 친화용품산업도 현재 65세 이상을 하나의 고령기로 묶는 분류 방식에서, 우리와 인체 생물학적 조건이 유사한 일본의 사례를 참고하여, 고령기 단계를 65~74세, 75~89세, 90세 이상으로 구분하는 방식을 취하여, 길어진 기대여명과 고령기에 따른 신체적, 심리·사회적 변화와 다양한 욕구를 파악할 수 있는 연구나 조사 자료 생산 체계를 갖출 필요가 있다.

37) 일본 총무성 통계국 인구추계(<https://www.stat.go.jp/>)에서 2019. 2. 10. 인출.

38) 일본 노년학회·일본 노년의학회(<https://www.jpn-geriat-soc.or.jp/>)에서 2019. 2. 10. 인출.

둘째, 본 연구의 초점인 시니어 비즈니스의 타깃인 50~64세의 경우, 2~3단계로 수요자를 구분할 수 있다. 전통적으로는 ‘레빈슨 생애주기’ 이론에 따라 크게 성인중기(50~60세)와 성인후기(61~64세) 2단계로 나눌 수도 있으나, 최근 한국보건산업진흥원 연구(2018)에서는 더 세분화되는 소비자 욕구를 반영하기 위해 ‘라이프케어산업’³⁹⁾에 대한 수요자 대상 FGI 결과를 토대로 하여 50~64세 수요자를 욕구에 따라 50대 케어 전환기(50~55세), 고령기케어 발아기(56~60세), 고령기케어 전환기(61~64세)의 3단계로 구분하여 제안한 바 있다. 광의의 라이프케어산업 범위에 포함되는 시니어 비즈니스의 활성화를 위한 수요자 측면의 통계 구축 시에는 이를 벤치마킹하여 연구와 조사를 진행하는 방향을 검토해 볼 수 있다.

〈표 4-33〉 생애주기 이론에 기반한 50~64세 시니어 수요자 구분

연령	생애주기		욕구에 따른 시니어 수요자 구분
50~55세	성인 중기	50세 전환기	50대 케어 전환기
56~60세		성인 중기 절정기	고령기케어 발아기
61~64세	성인 후기	성인 후기 전환기	고령기케어 전환기

자료: 1) Levinson, D. J. (1978). The Seasons of a Man's Life. Random House Digital, Inc.

2) 한국보건산업진흥원. (2018). 라이프케어산업 정책수요 도출 및 통계기반 구축.

셋째, 최근 등장한 ‘웰니스산업’, ‘항노화산업’, ‘라이프케어산업’ 등은 전통적인 공급자 중심의 ‘재화산업’과는 달리 소비자 욕구에 대응하는 ‘욕구 대응형’ 산업으로, 부가가치 생성은 제품과 서비스의 공급 과정이 아닌 소비 과정에서 발생하는 특징을 지닌다(김우선·이중근·문주석,

39) ‘라이프케어산업’이란 사람의 생애주기에 맞추어 신체적, 심리·사회적 및 경제적 차원의 삶의 질을 제고하기 위한 제품과 서비스를 제공하는 산업이며, 라이프케어산업의 범위는 일상관리(자가 건강관리, 생활환경관리, 레포츠 힐링관리 등)와 관련된 영역에 집중하여, IT 기술을 활용하여 스스로 건강 단계부터 질병의 예방과 질병 후 관리 단계를 지원하기 위한 제품과 서비스를 말한다(이행신·김우선, 2018).

2014). 특히, 본 연구에서 관심을 둔 시니어 비즈니스에서 ‘시니어’는 더 이상 ‘케어의 대상’이 아닌 ‘비즈니스의 주체’로 간주된다. 따라서 시장의 주체로 변한 시니어는 다양한 가치를 소비하게 되므로, 성공적인 비즈니스를 위해서는 수요자가 추구하는 가치를 발굴하여, 이를 적절한 제품과 서비스로 연결하는 과정이 필요하다. 이를 뒷받침하기 위해 요구되는 것은 소비자 욕구가 파악된 통계자료이며, 타깃 소비자 대상 소비실태조사에 근거한 수요자 인사이트 파악, 시장 규모 예측 등의 자료를 체계적으로 생산할 수 있는 방법 등에 대한 검토이다. 참고로 현재, 국내 융합산업 중에서 산업분류체계에 근거하여 전국 16개 시도 25~65세 성인 남녀를 대상으로 인지도·수요도 조사를 수행하고 있는 사례는 ‘항노화산업 소비자 인지도 및 수요도 조사’가 유일하다. 물론, 시니어에만 중점을 둔 것은 아니지만, 50~64세 연령을 포함하여서 시니어 비즈니스 활성화 차원에서 참고할 수 있다.

〈표 4-34〉 산업분류체계에 근거한 수요자 소비행태 조사 사례

조사명	주요 내용	수행 기관	수행 연도
항노화산업 소비자 인지도 및 수요도 조사	▶ 항노화산업 인지도: 항노화산업 인지 여부, 항노화산업 인지 경로 ▶ 항노화산업 수요도: 항노화 제품 기능별/서비스별 구매행태 등 - 항노화 제품 기능별 구매 여부, 구매 빈도, 구매 비용, 구매처, 구매 목적, 브랜드 선호 국가, 제품 만족도, 불만족 이유 - 항노화 서비스별 이용 여부, 이용 빈도, 이용 금액, 이용 장소, 서비스 만족도, 불만족 이유	한국보건산업진흥원	2015 2017

자료: 김우선·김수범. (2017). 항노화 제조·서비스업 실태조사 및 소비자 인식요구도 조사. 보건복지부, 한국보건산업진흥원.

제 5 장

식품산업 통계 현황과 활성화 방안

제1절 식품산업의 의의와 범위

제2절 식품산업 통계 현황

제3절 필요한 기본통계와 생산 체계

제1절 식품산업의 의의와 범위

1. 시니어식품산업의 필요성

고령자는 신체적으로도, 생리적으로도 많은 변화를 겪게 되며 식품 섭취기능 또한 예외가 아니다. 고령화가 진행될수록 통상적으로 타액이 감소하여 충치가 발생하고, 치아 상실과 치아 상태의 악화가 초래된다. 또한 위·췌장에서 분비되는 소화효소가 감소하고 침 분비도 줄어들며 위장 기능도 퇴화되어 간다. 고령자의 이러한 일련의 섭취기능 저하로 인한 문제들 중 흔히 발견되는 대표적인 증상을 일컬어 ‘고령자의 3대 섭식장애’라고 부르는데, 이는 (1) 저작장애(dysmasesis), (2) 연하장애(dysphagia), (3) 소화장애(digestive disorder)이다(김상효·이용선·허성윤, 2017).⁴⁰⁾

40) 이를 조금 더 쉬운 표현으로 정리하자면, 저작장애는 씹기 장애, 연하장애는 삼키기 장애로 표현할 수 있으며 연하장애는 생소한 개념이지만 음식이 식도가 아닌 기도로 잘못 들어가 심각한 문제를 초래할 수 있다는 점에서 더욱 주의를 요하는 부분이다(김상효·이용선·허성윤, 2017).

〈표 5-1〉 고령화로 인한 음식 섭취 능력 변화

원인	결과
타액 감소, 충치 증가, 치아 상실 및 치아 상태 악화	저작기능 저하, 음식 섭취량 감소, 영양 불균형
위·췌장의 소화효소 분비량 감소, 침 분비량 감소, 타액 속 소화효소량 부족	저작·연하기능 저하, 탄수화물의 불충분한 소화
식도/위장에서의 연동운동 저하	연하·소화기능 저하, 변비
갈증감각 감소	수분 섭취량 감소
미뢰 수 감소	강한 맛 위주로 감지, 쓴맛 및 신맛에 대한 감지도 증가, 단맛 감지도 저하
미각 변화	식욕 변화
후각 기능 저하	식욕 부진
시력 저하	식사 및 요리 시 장애 유발
우울증	음식에 대한 흥미 감소
치매	끼니를 거르거나 여러 번 식사하는 등의 문제 발생, 연하장애 유발
다수 약물 복용	식욕 부진, 위장기능 저하, 변비 등 부작용
불충분한 수입	고품질의 육류, 채소, 과일의 충분한 섭취 불가
과음	식욕 부진, 비타민 대사 방해, 영양 장애
골다공증, 빈혈, 욕창, 유당불내성	영양 상태 악화
배우자와의 사별 (남성 노인의 경우)	식사 준비 불가

자료: 김상효·이용선·허성운. (2017). 고령친화식품 시장 현황 및 활성화 방안. 한국농촌경제연구원.

시니어식품은 바로 이러한 배경에서 고령자의 원활한 식품 섭취를 보장하기 위해 특별한 가공을 거쳐 생산되는 식품의 종류로 볼 수 있을 것이며, 최근에 사용되고 있는 용어인 ‘고령친화식품’을 포괄하는 개념으로 정의될 것이다. 참고로 “고령친화식품은 섭취 능력(삼킴, 씹기, 소화)이 저하된 고령자가 쉽게 섭취할 수 있도록 특별히 제조, 가공, 조리된 식품 및 식사 또는 고령자에게 부족하기 쉬운 영양소를 함유하도록 특별히 제

조, 가공, 조리된 식품 및 식사를 의미하며, 유형별로는 일반가공식품과 급식, 배달식까지를 포함한다(김상효 외, 2017).⁴¹⁾

우리나라보다 먼저 인구 고령화에 직면한 일본에서는 ‘개호식품’이라는 고령자용 식품 시장이 지속적으로 성장하고 있다. 고령사회를 맞이한 우리나라도 점차 시니어식품에 대한 관심과 기대가 커져 가는 상황이며, 고령자들이 평가한 가장 필요한 고령친화제품으로 시니어식품이 꼽힌 바 있다.⁴²⁾

2. 시니어식품산업 현황

가. 식품산업의 범주

식품산업의 범주는 협의의 개념으로 음식료품제조업(가공)과 외식산업(음식점업)을 통칭하여 부르는 말이나, 흔히 농림축수산업까지를 포함하여 먹거리 산업을 아우르는 경우가 많고, 경우에 따라서는 광의의 개념으로 식품유통업(도소매업)까지를 포함하는 경우도 있다. 식품산업의 진흥을 담당하는 농림축산식품부는 주로 음식료품제조업(가공)과 외식산업을 식품산업의 범주로 보며, 농림축수산업까지를 포함한다는 의미로 ‘농식품 산업’이라는 표현도 사용된다. 한편, 학교, 직장 등의 단체급식과 관련하여서는 외식산업의 일부로서 광의의 식품산업에 포함되는 경우가 많

41) 고령친화산업의 육성 전반을 담당하는 한국보건산업진흥원 고령친화산업지원센터에서는 고령친화식품을 특수의료용도 식품, 두부류 또는 목류, 전통·발효식품(장류, 김치류, 젓갈류, 절임식품 포함)과 건강기능식품으로 분류하였으며(이중근·문주석·김우선·우희동·하용근, 2011), 「고령친화산업진흥법 시행령」에는 “노인을 위한 건강기능식품 및 급식 서비스”로 다소 모호하게 정의되어 있다.

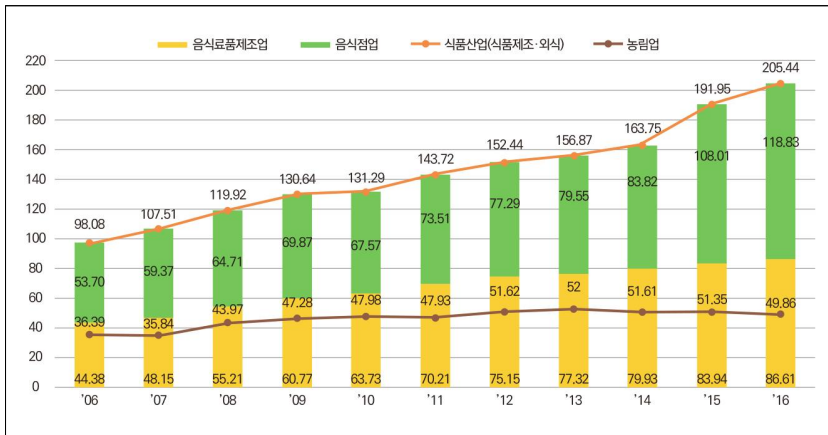
42) 고령자를 대상으로 가장 필요한 고령친화제품을 평가하는 조사를 실시한 결과, 식품이 34.8%로 비율이 가장 높았으며, 그다음으로는 의약품(24.1%), 가정용 의료기기(10.0%) 순이었다(이중근 외, 2014a).

으나, 식품산업의 시장 규모를 산출할 때는 식품유통업(도소매업) 등과 같이 보통 단체급식을 포함하지는 않는다.

농림축산식품부의 식품산업 주요 통계에 따르면 2016년도 기준 식품산업의 규모는 205조 4000억 원으로 2015년 대비 7.0% 증가한 것으로 나타났다.

[그림 5-1] 10년간 국내 식품산업 성장 추이(2006~2016년)

(단위: 조 원)



자료: 농림축산식품부·한국농수산식품유통공사. (2018). 2018년도 식품산업 주요통계. p. 1.

다음에서는 시니어식품산업과 관련하여 광의의 식품산업 중, 고령자의 식생활과 밀접한 관련이 있는 가공식품과 급식서비스업을 대상으로 산업의 현황을 살펴본다.⁴³⁾

43) 「고령친화산업진흥법 시행령」에서는 “노인을 위한 건강기능식품 및 급식서비스”로 고령 친화식품을 정의하는 등 급식서비스의 중요성을 인정하였다.

나. 시니어식품산업 현황

지금까지의 시니어식품시장은 가공식품과 급식 시장 중심으로 형성되어 왔다. 가공식품은 쉽게 섭취할 수 있는 밥이나 죽 그리고 음료 형태의 제품들이 주를 이루며, 특별한 가공을 거쳐 고령자들(특히 환자들)에게 제공되는 급식 또한 시니어식품산업의 또 다른 한 축을 담당하고 있다.

1) 가공식품

현재 우리나라에서 시판하는 ‘시니어가공식품’은 환자식 또는 치료식 중심이며, 이렇다 보니, 식품기업뿐만 아니라 제약회사들도 시니어식품 산업에 속해 있다. 대부분의 제품이 고령자가 아닌 일반 환자도 수요자이기에는 하나 고령자일수록 관련 질환이나 병증이 많다는 점에서 가공식품이 시니어식품으로 분류되는 것이다.

제품 형태별로 유동식과 분말식, 점도증진제, 젤리식, 영양죽, 연하식이 출시되고 있으며, 주요 생산기업은 한국메디칼푸드(메디푸드), 한국엔테랄푸드(케어웰), 대상웰라이프(뉴케어), 정식품(그린비아), 매일유업/대웅생명과학(엠디웰아이엔시, 메디웰) 등이다. 또한 시니어식품 중소전문 기업으로는 연하식 제품을 생산하는 복지유니온(효반)과 레오스푸드(비스코업) 등이 있다(김상효 외, 2017).

[그림 5-2] 형태별 상품 구성 예시



자료: 김상효 외. (2017). 고령친화식품 시장 현황 및 활성화 방안. 한국농촌경제연구원.

<표 5-2> 특수의료용도등식품(환자식) 주요 생산업체 및 제품

구분	한국메디칼푸드	한국엔테랄푸드	대상 웰라이프	정식품	매일유업/대웅생명과학
고유 브랜드	메디푸드	케어웰	뉴케어	그린비아	엠디웨이아이엔시/메디웰
일반 환자용 균형영양식	- 미니웰 - 메디에프 스마일 - 엘디 - 1.5 - 이엔 - 고단백 VHP - 스탠더드 - 무스웰밸런스	- 스탠더드 티에프 - 어드밴스 - 1.5플러스	- (G)뉴케어 - 오메가 - 하이프로틴 - 화이바 - 300TF - 칼로리1.5 - 큐랙트	- 마일드케어 - 플러스케어 - 이문포르테 - 화이바 - 티에프 - 요오드제한식 - 고단백슬루션 - 프로틴플러스	- 화이바플러스 - 프로틴1.5 - 뉴트리웰 화이바 - 테트라 TF 1000 - 뉴트리웰 화이바팩
당뇨환자용 식품	- 당뇨식 글루트롤 - 이엔당뇨식	- 디엠 - 당뇨식	- 당플랜 - 당뇨식	- 디엠 - 플러스케어 당뇨식 - 당뇨설루션	- 당뇨식 - 테트라당뇨식 1000 - 뉴트리웰 당뇨식팩
신장질환자용 식품			- 뉴케어KD(+)	- 알디	

구분	한국메디칼푸드	한국엔테랄푸드	대상 웰라이프	정식품	매일유업/ 대웅생명과학
장질환자용 가수분해 식품	- 모노웰			- 장설루션	
열량 및 영양 공급용 의료용도식품	- 멀티칼 - MCT 오일 - 하이칼	- 프로	- MCT파우더 - MCT오일 - 프로틴퍼펙트 - 푸딩 - 망고젤 - 복숭아젤		
연하곤란환자용 점도증진식품	- 토로미파워스마일 - 토로미업 에이 - 티크앤이지	- 연하케어	- 토로미퍼펙트 - 하이비스코		

자료: 김상효 외. (2017). 고령친화식품 시장 현황 및 활성화 방안. 한국농촌경제연구원.

한편, 시니어가공식품은 식품공전에서 특수의료용도등식품 중 ‘환자용 식품’과 ‘열량 및 영양 공급용 의료용도식품’으로 분류되거나 경우에 따라 즉석섭취식품으로 분류된다. 식품의약품안전처의 식품 및 식품첨가물 생산 실적에 따르면 2017년 환자식 국내 시장 규모는 약 600억 원으로 2010년 273억 원 수준에서 2배 이상 성장하였다. 환자식 중 일반 환자용 균형영양식이 424억 원 수준으로 큰 비중을 차지하는데, 이는 2016년까지 300억 내외였던 판매액이 2017년 크게 증가한 것이다.

〈표 5-3〉 특수의료용도등식품 중 환자식 국내 판매액 추이

(단위: 백만 원)

구분	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
일반 환자용 균형영양식	20,281	22,094	25,630	30,100	33,225	30,530	29,118	42,463
당뇨환자용 식품	2,678	4,848	5,530	6,185	7,276	10,987	14,318	10,023
신장질환자용 식품	578	901	879	952	1,121	1,021	1,225	1,449
장질환자용 가수분해 식품	95	98	93	115	163	163	106	91
열량 및 영양 공급용 의료용도식품	3,670	962	1,117	1,233	1,762	4,420	4,565	4,720
연하곤란 환자용 점도증진식품	-	16	44	23	106	104	226	495
합계	27,302	28,918	33,293	38,608	43,653	47,225	49,558	59,241

자료: 식품의약품안전처. (2018). 2017년 식품 및 식품첨가물 생산실적.

2) 급식서비스

시니어 급식서비스는 각 시설마다 고령자들의 섭취 능력 차이를 고려하여 급식하므로, 시장을 대표해서 보여 줄 만한 근거 자료는 현재 없는 상황이다. 다만, 비교적 최근에 수행된 연구인 김상호 외(2017)의 고령자 급식서비스 실태조사를 참고할 만하다.⁴⁴⁾ 조사 결과 일반식이 71.6%로 가장 비율이 높고, 그다음으로 부드럽게 잘게 썬 다짐식 및 간 음식(11.1%), 죽이나 미음(6.9%), 환자식(4.2%), 경관급식(3.7%) 순이다. 이 용시설의 95.8%는 일반식으로 특별한 조리 과정을 거치지 않는 경우가 매우 많은 반면, 생활시설은 건강이나 섭취기능상 문제가 있는 고령자가

44) 김상호 외(2017)의 고령자 급식서비스 실태조사는 고령자 급식시설 영양사 120명을 대상으로 하여 2017년 9월 26일부터 10월 13일까지 실시하였다.

상대적으로 많아 48.1%만이 일반식이고, 부드럽게 잘게 썬 다짐식 및 간 음식(20.2%), 죽이나 미음(13.4%)을 급식하는 경우가 많았다. 또한 생활 시설의 급식자가 많을수록 환자식, 경관급식, 연하식 등의 비율이 높은 특징이 있었다.

〈표 5-4〉 고령자 대상 급식서비스 현황

(단위: %)

구분	전체	생활시설			이용시설		
		전체	300인 미만	300인 이상	전체	300인 미만	300인 이상
일반식	71.6	48.1	55.9	42.0	95.8	93.3	98.6
부드럽게 잘게 썬 다짐식 및 간 음식	11.1	20.2	20.7	19.8	1.8	2.9	0.5
환자식(당뇨, 고혈압 등)	4.2	7.7	4.0	10.6	0.5	0.4	0.6
죽, 미음	6.9	13.4	13.0	13.7	0.2	0.2	0.2
연하식(점도증진식)	2.6	3.4	1.1	5.1	1.7	3.2	0.0
경관급식	3.7	7.2	5.3	8.8	0.0	0.0	0.0

주: 1) 생활시설은 양로시설 등의 주거시설과 요양병원 등의 의료시설처럼 고령자가 거주하고 생활하는 시설.

2) 이용시설은 복지관, 경로당 등 여가시설로서 고령자가 거주하지 않는 시설.

자료: 김상효 외. (2017). 고령친화식품 시장 현황 및 활성화 방안. 한국농촌경제연구원.

한편, 전문적으로 고령자용 식품을 고령자에게 배달하여 제공하는 사례는 국내에서 찾기 어렵다. 같은 조사에서 응답 시설의 65.8%는 고령자에게 배달서비스는 하지 않고, 34.2%는 배달도 하는 것으로 나타났다. 이용시설에서 배달서비스를 한다는 응답이 66.1%로 높았으며, 밥을 포함한 식사를 모두 제공한다는 응답이 반찬만 배달한다는 응답에 비해 많았다.

〈표 5-5〉 고령자에 대한 배달서비스 유무

(단위: %)

구분		배달은 하지 않음	배달도 함	반찬만 배달	식사 모두 배달 (밥 포함)
전체		65.8	34.2	15.8	18.3
생활 시설	전체	96.7	3.3	3.3	0.0
	300인 미만	96.3	3.7	3.7	0.0
	300인 이상	97.1	2.9	2.9	0.0
이용 시설	전체	33.9	66.1	28.8	37.3
	300인 미만	32.3	67.7	25.8	41.9
	300인 이상	35.7	64.3	32.1	32.1

자료: 김상효 외. (2017). 고령친화식품 시장 현황 및 활성화 방안. 한국농촌경제연구원.

제2절 식품산업 통계 현황

1. 시니어식품산업 국내 통계 현황 분석

가. 산업 통계 현황 및 문제점

1) 산업 통계 현황

시니어식품산업의 공급 측면의 통계 즉, 산업 통계는 식품의약품안전처의 ‘식품 및 식품첨가물 생산실적’ 통계가 유일하며, 고령친화산업지원센터 발간 자료 또한 해당 통계를 근거로 작성되고 있다.

〈표 5-6〉 식품공전상 특수의료용도등식품 분류체계

식품군	식품종	식품 유형
특수용도식품	영아용 조제식	영아용 조제식
	성장기용 조제식	성장기용 조제식
	영·유아용 곡류조제식	영·유아용 곡류조제식
	기타 영·유아식	기타 영·유아식
	특수의료용도등식품	환자용 균형영양식
		당뇨환자용 식품
		신장질환자용 식품
		장질환자용가수분해식품
		연하곤란환자용 점도증진식품
		열량 및 영양공급용 의료용도식품
		선천성 대사질환자용식품
		유단백알레르기 영·유아용 특수조제식품
		영·유아용 특수조제식품
	체중조절용 조제식품	체중조절용 조제식품
	임산수유부용식품	임산수유부용식품

자료: 식품의약품안전처. (2016). 식품공전.

식품의약품안전처의 ‘식품 및 식품첨가물 생산실적’은 「식품위생법」 제42조 제2항 및 동법 시행규칙 제56조(생산실적 등의 보고)에 따라 매년 실시되는 보고통계이며, 1998년 통계청 승인통계로 지정되었다(승인 번호 제14053호).

〈표 5-7〉 식품 및 식품첨가물 생산실적 통계의 개요

통계의 명칭	식품 및 식품첨가물 생산실적
통계 생산 기관	식품의약품안전처
조사 목적	식품업체의 생산 및 판매 현황을 조사함으로써 우리나라 식품제조산업의 구조와 분포 및 생산 활동 실태를 종합적으로 파악하고, 식품 관련 정책 수립 및 식품제조산업의 국제 비교 등에 필요한 기초자료를 제공함
실시 근거	「식품위생법」 제42조 제2항 및 동법 시행규칙 제56조(생산실적 등의 보고)
공표 주기	1년
조사 기간	매년 1월 1일~12월 31일
조사 기준일	매년 말일(12월 31일)
조사 범위	식품위생법(제37조 제1항)의 영업자 중 식품, 식품첨가물, 기구·용가·포장지 및 용기류를 제조 또는 가공하는 업체 및 식품조사처리 업체
조사 방법	식품 및 식품첨가물을 제조·가공하는 영업자가 직접 생산실적보고 시스템(www.foodsafetykorea.go.kr)에 접속하여 당해 연도 종료 후 1개월 이내에 식품의약품안전처장에게 보고함

자료: 식품의약품안전처, (2018). 2017년 식품 및 식품첨가물 생산실적.

2) 산업 통계의 문제점

‘식품 및 식품첨가물 생산실적’의 장점은 거의 전수에 가까운 업체가 해당 법률에 의거하여 직접 실적을 보고하기 때문에 적은 비용으로 대표성 있는 통계를 수집할 수 있다는 점이다. 또한 식품공전을 기준으로 하여 식품 분류상의 오류에서도 자유롭다. 그러나 해당통계는 식품의약품안전처의 통계집을 통해서만 확인할 수 있으며 세부 데이터를 공개하지

않아 세부적인 시장 분석이나 계량·통계기법에 의한 분석은 불가능한 상황이다.

시니어식품산업은 그 중요성이 인정됨에도 불구하고 아직까지 산업 측면에서의 대대적인 실태조사가 한 번도 이루어진 적이 없다. 한국보건산업진흥원의 고령친화산업지원센터는 범위를 시니어식품으로 한정하여 자료를 발간하고 있는, 현재로서는 유일한 기관이다. 그러나 고령친화산업지원센터의 발간 자료는 식품의약품안전처의 ‘식품 및 식품첨가물 생산실태’ 통계 기반으로 시니어식품의 범위에 건강기능식품을 모두 포함한다거나, 일반식품을 고령인구 비율로 나누는 식으로 시장 규모만 추계하여 적절치 않다는 지적이 있다(김상호 외, 2017). 현대경제연구원(2014)은 고령친화산업 시장 동향에 관한 구체적인 분석 자료가 미흡함을 문제점으로 제시하였으며, 국회입법조사처(2016)도 실태 파악의 필요성과 문제를 제기하였다.

김상호 외(2017)에서 수행한 식품제조업 연구소 대상 조사 결과에 따르면, 응답 기업의 38.1%는 시니어식품 관련 자료를 수집하고 있으며, 관련 사업을 추진한 경험이 있거나 추진 중인 기업일수록 자료를 수집한다는 응답이 많았다.⁴⁵⁾

이 조사에서 눈여겨볼 점은 이들 기업의 자료 획득처별 비율에서 자체 연구조사(50.0%)가 오히려 정부 및 기관 간행물(31.3%)보다 비율이 높다는 점이다. 현재 관련 사업을 추진 중인 기업은 비율이 더 높았는데(66.7%), 이와 같은 결과는 현재 정부와 기관에서 기업에 필요한 정확하고 충분한 통계를 제공하지 못하기 때문인 것으로 사료된다.

45) 시니어식품은 식품 물성조절 등 기술과 관련이 깊어, 국내 식품제조기업체 식품연구소 소속 시니어식품 담당자 대상으로 웹서베이 방식으로 조사하였다. 유효 리스트 71곳 중 최종 42명의 담당자가 응답하여 회수율은 59.2%를 기록하였다. 시니어식품과 관련한 사업을 추진한 경험이 없는 기업이 20곳이었으며, 과거에는 추진했으나 조사 시점에서 중단된 기업이 8곳, 조사 시점에도 추진 중인 곳이 14곳이었다.

〈표 5-8〉 시니어식품 관련 자료 수집 여부 및 획득처

(단위: %)

구분		아니요	예	획득처				
				자체 연구 조사	정부 및 기관 간행물	동종 업계 간담회	시장조사 전문기관	기타
전체		61.9	38.1	50.0	31.3	6.3	6.3	6.3
사업 추진	없음	85.0	15.0	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0
	과거 있으나 현재 없음	50.0	50.0	25.0	50.0	25.0	0.0	0.0
	현재 추진 중 (계획 중)	35.7	64.3	66.7	22.2	0.0	0.0	11.1
매출액	1500억 원 미만	62.5	37.5	33.3	33.3	33.3	0.0	0.0
	1500억~ 3천억 원 미만	75.0	25.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	3천억~ 1조 원 미만	80.0	20.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0
	1조 원 이상	56.3	43.7	44.4	33.3	0.0	11.1	11.1

자료: 김상효 외. (2017). 고령친화식품 시장 현황 및 활성화 방안. 한국농촌경제연구원.

나. 수요통계 현황 및 문제점

고령자 통계는 인구의 연령집단의 문제가 우선시되기 때문에 수요 측면의 통계는 공급 측면의 산업 통계에 비해 ‘간접적으로’ 이용할 수 있는 통계가 비교적 많은 편이다. 수요자(소비자)의 관점에서 식품의 소비(지출/섭취)와 관련한 정보를 제공하는 통계는 통계청의 ‘가계동향조사’와 한국농촌경제연구원의 ‘식품소비행태조사’, 농림축산식품부의 ‘가공식품 소비자 태도 조사’, 질병관리본부의 ‘국민건강영양조사’, 농촌진흥청의 ‘농식품 소비자패널 조사’ 등이 있다.

1) 가계동향조사⁴⁶⁾

‘가계동향조사(HIES: Household Income and Expenditure Survey)’는 우리나라 국가승인통계로서 통계청이 조사를 담당하며 가구의 생활수준 실태와 그 변동 사항을 파악하기 위해서 가계의 수입과 지출을 조사하고 있다. 2017년도 조사부터는 지출부문과 소득부문으로 구분하여 실시되고 있는데, 식품소비와 관련하여서는 지출부문 조사를 활용해야 하며, 지출부문은 연간조사로 공표된다.

가계동향조사는 품목류별 연간 월평균 가계 지출액에 대해 조사가 이루어져 연령대별, 품목별로 활용할 수 있으나, 지출액 조사이므로 양적인 측면을 설명하기에는 한계가 있다. 또한 가구 단위 지출액 조사로서, 고령자가 가구주이거나 고령자가 가구원으로 속한 가구인 경우에 대한 지출액 분석은 가능하겠으나 좀 더 구체적인 개별 고령자의 식품소비는 파악이 불가하다.

〈표 5-9〉 가계동향조사 통계의 개요

통계 명칭	가계동향조사(지출부문)
통계 생산 기관	통계청 사회통계국 복지통계과
조사 목적	가구의 생활수준 실태와 그 변동 사항을 파악하기 위해서 가계의 수입과 지출을 조사함
공표 주기	1년
조사 기간	매년 1월 1일~12월 31일
조사 기준일	조사 당월
조사 범위	전국에 거주하는 일반가구로서, 월 1,000가구, 연간 12,000가구 목표
조사 방법	면접조사

자료: 국가통계포털(kosis.kr)에서 2019. 2. 10. 인출.

46) 가계동향조사(<http://kostat.go.kr/portal/eng/pressReleases/6/2/index.board>)에서 2019. 2. 10. 인출.

〈표 5-10〉 가계동향조사 식품류 지출 항목

식료품 및 비주류음료	연체동물류	과일 및 과일가공품	오이	고추장
곡물	갑각류	사과	풋고추	카레
멥쌀	조개류	배	호박	식초
참쌀	기타 수산동물	복숭아	가지	케첩
맥류	염건수산동물	포도	토마토	드레싱
두류	복어	밤	파	혼합조미료
기타 곡물	굴비	감	양파	기타 조미식품
곡물가공품	마른멸치	감귤류	마늘	기타 식품
밀가루	마른오징어	참외	기타 채소	죽 및 스프
국수류	간고등어	수박	채소가공품	이유식
라면류	기타 염건수산동물	딸기	해조 및 해조가공품	김치
당면	기타 수산동물가공	바나나	김	반찬류
두부	어묵	기타 과일	미역	즉석동결식품
기타 곡물가공품	맛살	과일가공품	기타 해조류	기타 미분류식품
빵 및 떡류	수산동물통조림	채소 및 채소가공품	당류 및 과자류	커피 및 차
케이크	젓갈	배추	설탕	커피
식빵 및 기타빵	기타 수산동물가공	상추	잼, 꿀, 조청	차
떡	유제품 및 알	시금치	초콜릿	주스 및 기타 음료
육류	우유	양배추	사탕 및 젤리	과일 및 야채주스
쇠고기	분유	미나리	껌	생수
돼지고기	치즈	깻잎	아이스크림	기타 음료수
닭고기	요구르트	부추	한과 및 기타 과자	주류 및 담배
기타 생육	두유	무	조미식품	주류
육류가공품	기타 우유가공품	당근	말린고추	소주
소시지	알 및 알가공품	감자	참깨 및 들깨	와인 및 과일주
햄 및 베이컨	유지류	고구마	생강	맥주
기타육류가공품	참기름 및 들기름	도라지	소금	막걸리
신선수산동물	기타 식물성식용유	콩나물	간장	양주
바다어류	버터 및 기타 유지류	버섯	된장	기타 주류

자료: 국가통계포털(kosis.kr)에서 2019. 2. 10. 인출함.

2) 식품소비행태조사⁴⁷⁾

한국농촌경제연구원은 사회적 여건 변화에 대응하여 식품소비행태를 구체적으로 파악하고 대표성 있는 식품소비조사 표본을 구축하여 주기적으로 식품소비행태에 대한 조사·분석을 실시하기 위해 2013년부터 ‘식품소비행태조사(CBSF: Consumer Behavior Survey for Foods)’를 수행하고 있다. 식품 구입행태, 외식 및 배달·테이크아웃, 식생활 및 라이프스타일, 식품 안전성, 식품 표시사항 및 정보, 식품 관련 교육 및 피해구제 등 소비자들의 식품소비행태 전반에 대한 내용과 식품 관련 소비정책에 대한 다양한 내용을 포함하고 있어 활용도가 높은 조사로 여겨진다.

전국을 대표하는 3천여 주 구입자 조사와 6천여 명의 성인 가구원, 1천 명가량의 청소년 가구원을 대상으로 매년 가구 방문조사를 실시하고 있으며, 표본의 대표성이 확보되어 조사 결과의 신뢰성이 담보된 조사이다. 또한 홈페이지를 통해 통계원시자료와 분석 자료를 무료로 공개하므로 세부 분석을 위한 추가적 비용도 발생하지 않는다. 조사 대상자 연령은 주 구입자 조사는 20~69세, 가구원 조사는 14~74세이다.

그러나 식품소비행태조사는 식품소비행태와 식생활 현황 파악에는 무리가 없으나 고령자에 특화된 내용은 다루지 않아 식품소비에 관한 전반적인 내용을 파악하는 용도로 활용 가치가 있을 것으로 생각한다. 한 가지 참고할 부분은 고령 소비자의 비율이 낮지는 않아 지난 연도들(2013~2018)의 조사 자료를 통합(pooling)한다면 상당히 많은 수의 고령자 표본을 확보할 수 있을 것이라는 점이다.

47) 식품소비행태조사(<http://www.krei.re.kr/foodSurvey/index.do>에서 2019. 2. 10. 인출) 내용을 참고하여 작성함.

〈표 5-11〉 식품소비행태조사 통계의 개요

통계 명칭	식품소비행태조사
통계 생산 기관	한국농촌경제연구원 농림산업정책연구본부
조사 목적	식품산업 발전과 농식품 생산의 경쟁력 제고, 소비자의 식품에 대한 만족도를 향상하기 위한 식품소비행태 조사·분석
공표 주기	1년
조사 기간	매년 6월~8월
조사 기준일	조사 시점
조사 범위	전국에 거주하는 일반가구로서, 3,000가구 3,000명의 주 구입자 및 6,000명의 가구원
조사 방법	면접조사(CAPI 활용)

자료: 직접 작성.

〈표 5-12〉 식품소비행태조사 통계의 내용 구성

항목	내용
식품구매행태 관련 조사 항목	- 식품 구입 장소 및 이유 - 식품 선택 기준 - 식품 구입 특성 - 식품 구입 단위 - 식품 구입 주기 - 식품 관련 정보 획득처 - 브랜드식품 구매행태
식품소비 동향 관련 조사 항목	- 최근 소비지출 증감 - 향후 소비지출 전망 - 전통식품 조달 방법과 이유 - 식품 종류별 선호도(육류, 과일, 식용유, 음료, 설탕류, 소금류 등 대체할 수 있는 식품류 중 사용 중이거나 선호하는 식품 조사) - 식품 유형별 선호도(신선/가공, 외식 등) - 음식물 쓰레기 배출 및 절감 노력
식품안전 관련 조사 항목	- 전반적인 식품 안전에 대한 소비자 행동과 의식 - 국내산/수입 식품 안전에 대한 소비자 행동과 의식 - 친환경식품 안전에 대한 소비자 행동과 의식 - 안전성 만족도 평가 - 안전성 신뢰 수준 - 안전관리 수준 평가(단계별/주체별) - 안전식품 가격 지불 의향 - 식품안전 관련 정보 획득처

항목	내용
식품표시 관련 조사 항목	- 표시 확인 여부[원산지, 생산지(가공식품 제조업체), 식품성분/첨가물, 영양성분, 유통기한, GMO 여부 등] - 식품 표시 신뢰도 - 식품표시 신뢰 정도 추세 - 식품인증제도 인지도(유기인증, GAP, HACCP, 전통식품인증 등) - 인증품 구입 여부/구입 의향 - 식품 표시 관련 정보 획득처
식생활 관련 조사 항목	- 밥(쌀, 잡곡, 죽 등 밥류) 먹는 횟수 변화 - 아침/점심/저녁 식사 결식률 - 아침 식사 주된 메뉴 - 아침/점심/저녁 식사 가족 동반 식사율 - 간식 섭취 빈도와 유형 - 식생활 만족도 - 학교급식 식생활 기여 평가 - 건강보조제 섭취 여부 - 음식조절(다이어트) 여부와 유형
식품 관련 홍보 및 교육에 대한 조사 항목	- 소비자 대상 식품 관련 교육 참가 경험과 평가 - 소비자 대상 식품 관련 정부 홍보 경험과 평가 - 소비자단체가 주최하는 활동 참여 경험과 평가
식품 관련 피해구제에 대한 조사 항목	- 식품 관련 피해 경험 - 식품 피해 발생 시 처리 방법 - 식품 피해 처리 결과에 대한 만족도 - 식품 관련 소비자 피해 구제를 위해 개선할 사항 - 식품 관련 피해 구제를 위한 담당 주체별 중요도
식품 관련 정책만족도에 대한 조사 항목	- 식품 관련 정책에 대한 전반적인 만족도 평가 - 식품 관련 제도별 만족도 평가 - 식품 관련 소비자 정책 조정, 집행에서의 각 기관의 중요성 - 대상 정책: 식품거래, 식품안전, 식품표시, 식생활, 교육 및 홍보, 피해구제 - 가구의 특성
농식품 소비자 역량지수 항목	- 농식품 구매 역량(표시 이용, 정보 활용, 구매 환경) 인지도 및 실천도 - 식생활 역량(건강한 식생활, 안전한 식생활, 전통 식생활) 인지도 및 실천도 - 소비자 시민 역량(소비자의 권익, 책임의식, 문제 해결) 인지도 및 실천

자료: 직접 작성.

3) 가공식품 소비자 태도 조사⁴⁸⁾

농림축산식품부에서 생산·제공하는 ‘가공식품 소비자 태도 조사(CASPF: Consumer Attitude Survey for Processed Foods)’는 가공식품에 대한 소비자의 인식, 구입행태, 라이프스타일 등을 체계적으로 조사하여 기업의 소비자 트렌드 정보 수요에 부응하고 관련 업계에 마케팅 전략 수립을 위한 기초자료를 제공할 목적으로 추진하고 있으며, 농림축산식품부의 식품산업 정보분석 전문기관으로 선정된 한국농촌경제연구원이 조사와 기초분석 및 심층분석을 수행한다.

전국 2000가구 식품류 주 구입자를 대상으로 가구방문조사가 실시되며, 조사 대상자 연령은 주 구입자는 20~69세, 가구원 조사는 14~74세이다.

가공식품 소비자 태도 조사의 가구원 조사는 온라인으로 이루어지고 있어 표본의 대표성 측면에서는 다소 한계가 있는 상태이며, 고령자와 관련하여서는 식품소비행태조사가 지닌 한계점과 같은 문제를 안고 있다.

48) 가공식품 소비자 태도 조사(<http://www.krei.re.kr/foodInfo/contents.do?key=741>)에서 2019. 2. 10. 인출 내용을 참고하여 작성함.

〈표 5-13〉 가공식품 소비자 태도 조사 통계의 개요

통계의 명칭	가공식품 소비자 태도 조사
통계 생산 기관	작성 부서: 농림축산식품부 식품산업정책관 식품산업정책과 생산 기관: 한국농촌경제연구원 농림산업정책연구본부
조사 근거	「통계법」 제17조(지정통계의 지정 및 지정취소)에 의한 국가승인 지정통계로 「식품산업진흥법」 제9조(식품산업 통계의 조사) 및 동법 시행규칙 제2조(통계조사의 범위)에 근거하여 실시함
조사 목적	인구구조와 경제·유통 환경 변화에 따라 식품소비의 다양성 추구, 편리화, 소량화, 건강 및 안전 추구 등 소비자들의 식품소비 태도가 변하고 있음. 변화하는 소비자의 식품 소비태도와 욕구변화를 파악하는 것이 식품정책과 식품기업 마케팅 전략 수립에 필수 요소가 되고 있음. 이에 따라 소비자의 라이프스타일과 식품소비 태도에 대한 기초자료가 필요함
공표 주기	1년
조사 기간	매년 7월~8월
조사 기준일	조사 시점 및 조사 시점에서 최근 1년간
조사 범위	전국에 거주하는 일반가구로서, 전국 2,000가구 내 식품 주 구입자 2,000명
조사 방법	면접조사

자료: 직접 작성.

〈표 5-14〉 가공식품 소비자 태도 조사 통계의 내용

구분	내용
조사 항목 구성	가공식품 구입 및 소비행태 일반, 가공식품 품목별 구입 현황, 간편식(HMR) 구입 현황, 건강기능식품 및 건강식품 구입 현황, 유기가공식품 구입 현황, 식품소비 라이프스타일 및 인식
가공식품 분류	25대 분류 육류가공품, 알가공품, 조미수산가공품, 건조수산가공품, 과일채소가공품, 김치류, 절임류, 드레싱/소스류, 장류, 유지류, 유가공품, 빵/떡, 과자, 초콜릿/코코아 제품, 면류, 연식품, 전분/분말류, 당류, 조미식품, 커피류, 다류, 음료류, 주류, 간편식(HMR), 건강기능식품 및 건강식품
	88세 분류 식육가공품, 축산물조림, 알가공품, 어육가공품, 수산물통조림, 젓갈류, 건조수산가공품, 과일채소가공품, 김치류, 절임류, 드레싱/소스류, 간장, 된장, 고추장, 기타 장류, 식물성기름, 식용유, 우유, 발효유, 치즈, 버터, 분유, 빵류, 떡류, 과자, 한과, 캔디/추잉껌, 초콜릿·코코아가공품, 라면류, 국수류, 두부류, 목류, 밀가루류, 전분, 분말류, 설탕, 기타 당류, 식염류, 식초, 고춧가루/양념류, 향신·조미료, 원두/조제/액상커피, 침출차/액상차/고형차, 탄산음료, 과일채소음료, 기능성음료, 생수, 두유류, 커피

구분	내용
	피, 차음료, 기타 음료, 맥주, 소주, 청주, 탁약주, 와인, 양주, 기타 주류, HMR밥류, HMR면류, HMR국류, HMR찌개/탕류, HMR 죽/스프류, HMR육류, HMR수산물, HMR만두/피자류, HMR소스류, HMR양념류, HMR샐러드, HMR도시락, HMR김밥류, HMR샌드위치/햄버거류, HMR 반찬류, HMR신선편의채소, HMR신선편의과일, 비타민 및 무기질, 식이 섬유, 아미노산 및 단백질, 필수지방산, 클로렐라/엽록소, 인삼류, 페놀류, 당 및 탄수화물, 발효미생물류, 건강즙/엑기스, 건강환/분말, 동물성 원료건강식품, 기타 원료

자료: 직접 작성.

4) 국민건강영양조사⁴⁹⁾

‘국민건강영양조사(NHANES: National Health and Nutrition Examination Survey)’는 건강에 취약한 집단을 선별하고 효과적인 보건정책 및 사업을 추진하기 위해 국민의 건강 상태 및 영양 상태를 조사하는 통계로서, 보건복지부 질병관리본부에서 생산한다.

매년 192개 지역의 23가구를 확률표본으로 추출하여 만 1세 이상 가구원 약 1만 명을 조사하며, 조사 분야는 (1) 검진조사, (2) 건강설문조사, (3) 영양조사 세 가지로 구성된다. 이 중 고령자의 식품소비와 관련 있는 분야는 영양조사이며, 이 조사에서는 다시 (1) 식품 및 영양소 섭취 현황, (2) 식생활 실태, (3) 식이보충제, (4) 영양지식, (5) 식품안전성, (6) 수유 현황, (7) 이유보충식, (8) 식품 섭취 빈도에 대한 세부조사가 실시되고 있다.

국민건강영양조사는 고령자의 영양 실태와 식품별 섭취 현황, 섭취 빈도 식품 등을 파악하는 데에 매우 유용한 통계이며 검진조사 및 건강설문조사의 결과와 연계분석도 할 수 있다는 점에서 활용도가 높은 통계이다. 더불어 고령자 식품 섭취 및 영양 상태를 확인하여 시니어식품에 포

49) 국민건강영양조사(<https://knhanes.cdc.go.kr/knhanes/main.do>에서 2019. 2. 10. 인출) 내용을 참고하여 작성함.

합되어야 할 영양소를 판단하는 등 시니어식품의 개발 과정에서 참고자료로 활용할 가치도 높다고 판단된다.

그러나 24시간 회상조사의 문제점을 다루지 않는다 하더라도, 국민건강영양조사는 현황 파악 측면에서는 유용하지만, 이를 통해 고령자의 식품에 대한 수요를 파악하는 것은 쉽지 않다. 특히 고령자는 현재 섭취하는 식품을 스스로가 원해서 섭취하는 것인지 또는 구강기능이나 건강의 악화로 인한 대안으로서 섭취하는 것인지 구분해 내기 어렵기 때문에 국민건강영양조사 역시 2차 자료의 한계를 고스란히 보여 준다고 하겠다.

〈표 5-15〉 국민건강영양조사 통계의 개요

통계 명칭	국민건강영양조사
통계 생산 기관	작성 부서: 보건복지부 생산 기관: 질병관리본부
조사 근거	「국민건강증진법」 제16조, 「통계법」 제17조에 근거한 정부 지정통계(승인번호 117002호)
조사 목적	국민의 건강 및 영양 상태에 관한 현황 및 추이를 파악하여 정책적 우선순위를 두어야 할 건강취약집단을 선별하고, 보건 정책과 사업이 효과적으로 전달되고 있는지를 평가하는 데 필요한 통계를 산출함. 또한 세계보건기구(WHO)와 경제협력개발기구(OECD) 등에서 요청하는 흡연, 음주, 신체활동, 비만 관련 통계자료를 제공함
공표 주기	1년
조사 기간	한 지역(조사구)마다 3일간 조사
조사 범위	192개 지역의 23가구를 확률표본으로 추출하여 만 1세 이상 가구원 약 1만 명을 조사함
조사 방법	면접조사(영양조사)

자료: 국민건강영양조사(knhanes.cdc.go.kr)에서 2019. 2. 10. 인출.

〈표 5-16〉 국민건강영양조사 통계의 내용

구분	내용
식생활 조사	- 끼니별 식사 빈도 - 외식 빈도 - 끼니별 동반 식사 여부 및 동반 대상 - 식이보충제 복용 경험 여부
	- 영양교육 및 상담 수혜 여부 - 영양표시 인지 및 이용 여부, 영양표시 관심영양소, 영양표시 영향 여부
	- 모유 수유 여부, 수유 기간 - 조제분유 수유 여부, 수유 기간 - 이유보충식, 시판 우유 섭취 시작 시기 - 영아기 영양제 복용 여부 및 복용 영양제 종류
식품 섭취 조사	- 조사 1일 전 하루 동안 섭취한 음식의 종류 및 섭취량 - 조리 방법
식품 섭취 빈도 조사	- 에너지 및 영양소 섭취량에 기여 수준이 높은 112 항목의 음식별 섭취 빈도와 1회 섭취량 ※ 밥류(5), 면·만두류(6), 빵·떡류(8), 국·찌개류(12), 콩·달걀·고기·생선류(23), 채소·해조·서류(27), 우유류(4), 과일류(13), 음료류(5), 과자류(6), 주류(3)
식품안전성 조사	- 식품안전성 확보 여부

자료: 국민건강영양조사(knhanes.cdc.go.kr)에서 2019. 2. 10. 인출.

5) 농식품 소비자패널 조사

농촌진흥청 ‘농식품 소비자패널 조사’는 서울과 수도권 및 광역시에 거주하는 가구 총 1528가구(2015년 말 기준)를 패널로 구축하여 가구마다의 농식품 구매 패턴을 수집·조사하고 있으며, 이를 위해 일 단위 구입 영수증 첨부과 기장조사 등의 방식으로 결과를 매일 수집하고 있다(농촌진흥청, 2016).

구입할 수 있는 약 45만 개 먹거리 모두를 조사 대상으로 하며 쌀, 배추, 수박, 고추, 쇠고기 등 관심품목 26개를 선정하여 연 단위로 발표해 왔는데(농촌진흥청, 2015), 최근에는 주기적으로 공표하지는 않고 있다. 농촌진흥청 농식품 소비자패널 조사는 품목별, 월별 기장조사로서 면접

조사에 의한 진술 선호에 비해서는 신뢰도가 높다고 볼 수 있어 현황 파악에 유용할 것으로 기대된다. 그러나 기관 협조를 통해 무료로 사용할 수 있는 가능성이 전혀 없는 것은 아니지만, 원시자료를 활용하는 데에 고가의 비용이 소요될 우려가 있으며, 아직까지 관심품목 이외의 품목은 데이터가 체계적으로 관리되지 않은 상황이라 분석 및 활용 가능성은 미지수이다.

한편, 소비자패널 조사로는 ㈜닐슨코리아가 생산·서비스하는 ‘소비자패널 조사(CPS: Consumer Panel Survey)’⁵⁰⁾도 있는데, 이는 완전히 민간에서 유료로 서비스하는 통계여서 많은 비용이 소요될 우려가 있으며, 패널조사는 방대한 식품코드의 분류·작성·입력 등에 시간과 노력이 많이 투입되기 때문에 쉽사리 활용 가능성을 예단할 수 없는 단점이 있다.⁵⁰⁾

〈표 5-17〉 농촌진흥청 농식품 소비자패널 관심 품목

품목류	세부 품목	품목류	세부 품목
식량작물	쌀	과일류	사과
	두류		배
	잡곡		복숭아
엽채류	배추		포도
	상추		감귤
	수박		감
과채류	딸기	축산물	쇠고기
	토마토		돼지고기
	참외		닭고기
	오이		계란
조미채류	고추		우유
	마늘	기타	버섯
	양파		장류

자료: 농촌진흥청. (2015). 2015 농식품 소비자패널 자료 통계연보.

50) ㈜닐슨코리아의 소비자패널 조사는 전국 3000여 가구를 소비자패널로 등록하여 운영하는 조사로, 각 가구에 식료품점에서 구입한 농식품의 바코드를 스캔할 수 있는 스캐너를 배부하고 스캐너와 자동송신 통신장치를 통해 주 단위로 실제로 구입한 농식품에 대한 정보를 수집하여 집계·분석한다.

(www.nielsen.com/kr/ko/about-us/nielsen-korea.html에서 2019. 2. 10. 인출.)

〈표 5-18〉 (주)닐슨코리아의 소비자패널 구성

구분		모집단(명)	가구 샘플 수(가구)
연령	20대	1,366,176	214
	30대	3,185,756	499
	40대	4,413,651	692
	50대	4,616,298	724
	60대 이상	5,556,343	871
가구원 수	1~2인 가구	10,341,368	1,621
	3인 가구	4,106,031	643
	4인 가구	3,512,788	551
	5인 이상 가구	1,178,037	185
합계		19,138,224	3,000

자료: 닐슨코리아 내부 자료.

6) 소비자 대상 통계의 문제점

앞서 설명한 바와 같이 소비 주체로서의 고령자 통계는 특정 연령집단의 문제로서 기존 통계의 활용이 비교적 자유로우며, 이미 영역별로 상당 부분 신뢰도 높은 통계가 존재한다. 그러나 이러한 통계들은 모두 고령자만을 대상으로 설계된 조사가 아니라 전 국민을 대표하도록 설계된 통계라는 점에서 고령자 대상 수요 측면 통계로 활용하기에는 표본의 수나 고령자 대표성이라는 측면에서 분명한 제약이 존재한다. 조사별로 고령자 비중을 파악하여 별도로 분석할 수 있으나 고령자에 대한 충분한 표본 수를 보유하였다고 보기는 어려울 것이다. 또한, 이는 모두 2차 자료의 이용으로서 인구집단의 기본 현황을 파악하는 데는 도움이 될 수 있으나, 고령자의 식품에 대한 수요를 심층적으로 파악해 내기는 어렵다는 한계도 상존한다.

2. 일본의 시니어식품산업 통계 현황과 시사점

일본 사람은 우리나라 사람과 신체구조가 매우 유사하고 식생활도 상당히 유사한 부분이 있다. 또한, 일본의 식품정책은 우리나라 정책을 개발하는 데에 수시로 참고하는 벤치마킹의 대상이다. 더군다나, 일본은 우리나라보다 더 일찍 고령화를 경험하였기 때문에, 고령자 관련 정책 및 통계 또한 우리나라보다 체계화되어 있는 것으로 보인다. 이에 따라 일본의 시니어식품산업 통계의 현황을 검토하고 시사점을 도출하고자 한다.⁵¹⁾

가. 일본의 시니어식품산업 통계 현황

일본의 시니어식품은 영어 ‘케어(care)’의 일본식 표현으로 ‘개호식품’(또는 ‘개호식’)으로 지칭된다. 1980년대에 병원 또는 노인시설 중심으로 생산되기 시작하였으며, 1990년대 시설용 개호식품이 기업체를 통해 생산되기 시작하였다. 2000년대에는 개호보험제도 시행의 효과로 식품기업들의 시장 진입이 크게 증가했으며, 협회 차원의 자체 규격인 ‘유니버설디자인푸드(UDF: Universal Design Food)’를 제정·운용하였다. 이후 농림수산성은 산업 육성을 위해 신개호식품이란 의미를 담아 ‘스마일케어식(Smile-Care Diet)’이란 표시제도를 정책적으로 도입하였다(김상호 외, 2017).

일본의 시니어식품과 관련한 통계는 총무성 통계국에서 조사하는 ‘전

51) 미국, 독일 등 유럽 주요국의 시니어식품산업 통계를 검토하였으나, 시니어식품산업만을 대상으로 하여 구축되어 있는 산업 통계가 전무한 상황이다. 고령 소비자 대상 통계도 마찬가지인데, 고령자만을 대상으로 한, 식품소비, 식품 섭취, 영양 섭취, 식품 구입 및 선호 등에 대한 조사 및 통계는 존재하지 않는다. 따라서 일본 사례를 검토하는 것으로 가늠하고자 한다.

국소비실태조사'와 '가계조사'가 있으나, 이는 우리나라의 가계동향조사에 해당하는 것으로서 시니어식품산업 통계라고 보기에는 무리가 있다. 또한 농림수산성이 2013년도에 발간한 “개호식품을 둘러싼 사정에 대해”나 2017년 “스마일케어 식품 대전에 대해” 자료, 후지경제연구소, 야노경제연구소 등 민간연구소가 발간하는 시장분석 보고서 등을 통해 시니어식품산업의 단면을 파악할 수 있으나, 이는 모두 비정기적인 보고서로서 통계적 구성 요건이 갖추어져 있지는 않다.

‘유니버설디자인푸드(UDF)’를 시장에 선보인 개호식품협회는 협회 회원사들의 동정 및 실적을 통계 형태로 공표한다. 물론 이는 개호식품 협회 회원사들만의 실적이므로 시장 전체를 포괄하는 것은 아니나, 산업적 측면을 주기적으로 관찰할 수 있는 중요한 자료로 생각된다.

일본 개호식품협회의 통계는 주로 생산품목류별 생산실적을 중심으로 매년 공표한다. 이에 따르면 2016년 일본에서는 UDF가 총 1만 9285톤 생산되었으며, 금액으로는 225억 엔에 달하는 것으로 나타났다. UDF 단계별로는 3단계가 가장 많고, 유형별로는 냉동제품이, 판매처별로는 시중에 판매되는 시판용에 비해 시설 등 업무용이 더 많이 생산됨을 볼 수 있다.

[그림 5-3] 일본 개호식품협회 생산실적 통계의 예

		헤세이 24 (2012) 년		헤세이 25 (2013) 년		헤세이 26 (2014) 년		헤세이 27 (2015) 년		헤세이 28 (2016) 년	
		수량 (톤)	금액 (백만 엔)	수량 (톤)	금액 (백만 엔)	수량 (톤)	금액 (백만 엔)	수량 (톤)	금액 (백만 엔)	수량 (톤)	금액 (백만 엔)
구분	1	1,251	1,111	2,106	1,854	2,856	2,393	3,943	3,285	5,047	3,947
	2	995	789	1,180	1,049	1,247	1,167	1,683	1,940	2,255	2,166
	3	3,887	4,170	5,014	5,205	5,279	5,401	5,610	5,931	6,526	6,680
	4	1,693	1,423	1,843	1,565	1,047	1,078	1,942	1,765	2,246	2,079
겉쪽한 조절 식품		1,411	3,333	1,543	3,809	2,688	6,681	2,840	7,186	3,211	7,703
총		9,237	10,825	11,686	13,481	13,117	16,719	16,018	20,107	19,285	22,575
유형별	건조	1,445	3,437	1,601	3,924	2,617	6,573	2,873	7,283	3,238	7,790
	냉동	3,541	3,629	4,522	4,654	5,725	5,662	7,204	7,482	9,194	8,914
	상온	4,252	3,759	5,564	4,903	4,775	4,484	5,941	5,328	6,852	5,871
총		9,237	10,825	11,686	13,481	13,117	16,719	16,018	20,093	19,285	22,575
판매처 별	시판	2,271	2,480	2,641	3,242	3,220	5,800	4,068	6,795	4,569	7,402
	업무	6,966	8,345	9,046	10,239	9,898	10,920	11,951	13,313	14,716	15,174
총		9,237	10,825	11,686	13,481	13,117	16,719	16,018	20,107	19,285	22,575

자료: 일본개호식품협회(<https://www.udf.jp/statistics/production.html>)에서 2019. 2. 10. 인출.

후지경제연구소나 야노경제연구소에서 발간하는 시장분석 보고서 또한 비정기적인 통계라는 제약은 있으나 시장의 현황을 파악하기에 요긴한 자료로 활용되고 있다.

야노경제연구소 보고서(2016)는 2016년 7월부터 9월까지 대표적인 시니어 급식서비스 기업, 재택배식서비스 기업, 가공식품 제조업체 70개사 대상 조사와 기존에 보유하고 있는 다양한 기업자료 분석을 통해 시장 동향, 참가 기업 동향, 제품 동향, 시장 규모 추이 및 전망을 내놓았다. 고령자 대상 식품을 크게 개호식, 고령자식, 치료식으로 구분하였으며, 개호식은 다시 저작곤란자식, 연하식, 농후유동식으로, 고령자식은 건강밸런스식, 예방식으로, 치료식은 에너지 컨트롤식, 지방질 컨트롤식, 단백질 컨트롤식으로 각각 세분화하였다. 이 보고서는 이렇게 세분화된 시니

어 식품류에 대해 시장 동향, 참가 기업 동향, 제품 동향, 시장 점유 비중을 파악하였을 뿐 아니라, 시장 규모에 대한 추산 및 전망을 포함하여 비록 비정기 민간보고서이기는 하나 통계적인 가치를 지닌다고 볼 수 있다. 특히 가공식품 제조기업 39개 사의 동향과 급식 및 재택배식 기업 31개 사의 동향을 파악하여 소개함으로써 산업 통계의 기초자료를 제공한 것으로 판단된다.

[그림 5-4] 일본 야노경제연구소 보고서 목차 구성

제Ⅰ 장	주목 시장 동향
제Ⅱ 장	개호식 시장 분석
제Ⅲ 장	고령자 식품 시장 분석
제Ⅳ 장	치료식의 시장 분석
제Ⅴ 장	유력 개호식/고령자식/치료식 기업의 개별 실태(70개 사)
	〈가공식품 메이커〉(39개 사)
	〈급식 재택배식 기업〉(31개 사)

자료: 矢野經濟研究所. (2016). 介護食、高齢者食、治療食の市場実態と展望.

후지경제연구소 보고서(富士經濟, 2015)는 2015년 4월부터 6월까지 일본 유력의 급식서비스 기업, 기업·재택배식서비스 기업, 가공식품 제조업체 40개 사 대상 조사를 통해 시장 동향, 기업 동향, 시장 규모 및 전망을 내놓았다. 이 보고서에서는 고령자 대상 식품을 크게 의료급식, 고령자 대상 시설 급식, 재택배식, 개호식, 치료식으로 구분하였으며, 각각의 영역에 대하여 시장 개황, 참가 기업 동향, 시장 규모 추이 및 전망, 시장 구성비, 제품개발/생산/판매 동향 등을 파악하였다. 참고할 만한 부분은 병원, 양로원, 노인시설에서 식사 실태를 조사한 부분인데, 각 시설의 종류별로 식사 제공 방법, 식사 제공 비용, 식사 준비를 위한 위탁 현황, 식사 메뉴, 식사 애로사항 및 문제점에 대한 조사 내용을 담았다. 야노경제연구소(矢野經濟研究所, 2016)의 경우와 같이 유력기업 동향을 심층적으

로 파악하여 소개하였으며, 이 보고서가 제공하는 정보는 정기적인 국가 통계는 아니지만 시장이나 산업에 대한 기초자료와 통찰력을 제공하는 데 의의가 있다고 판단된다.

[그림 5-5] 일본 후지경제연구소 보고서 목차 구성

제Ⅰ장 총괄
제Ⅱ장 시장 현황
제Ⅲ장 배달서비스 시장
제Ⅳ장 노인시설 급식
제Ⅴ장 노인시설
제Ⅵ장 노인시설 업무용 도매편
제Ⅶ장 주목 채널 식품

자료: 富士経済. (2015). 高齢者向け食品市場の将来展望.

나. 일본의 시니어식품산업 통계 시사점

일본의 시니어식품산업 통계는 시니어식품의 정의와 범위를 ‘유니버설 디자인푸드(UDF)’, ‘스마일케어식(Smile-Care Diet)’ 또는 유동식, 치료식 등으로 범위를 먼저 명확하게 설정하였기에 가능한 일이다. 시장 및 산업의 범위가 먼저 규정되어야 통계 조사의 범위를 설정할 수 있기 때문이다.

또한 일본은 개호식품협회가 중심이 되어 협회 회원사들의 실적 보고를 토대로 통계를 공표하는데, 이는 통계의 성격으로 볼 때, 행정통계적인 것으로서 매우 쉽고 빠르게 통계를 작성할 수 있는 동시에 추가적인 비용이 소요되지 않는 신뢰도 높은 통계에 해당한다.

한편, 농림수산성 및 민간연구소들의 보고서는 정기적으로 공표되는 통계가 아니기 때문에 통계의 시의성이나 신뢰성은 다소 부족하다고 여겨지나, 참가 기업의 동향이나 시니어식품의 세분화된 분류까지 접근하

여 시장 상황을 구체적으로 보여 준다는 점에서 충분히 의의가 있다고 생각된다.

통계의 생산은 생산의 주체가 누구인지, 소요되는 비용은 어떻게 마련할지, 어떤 매체를 통해 공표하며, 품질관리를 어떻게 해야 할지 등 많은 고민이 필요하다. 민간 중심의 통계 생산 및 시장 보고서 발간이라는 일본 사례에서 살펴본 이러한 특징은 시니어식품산업의 통계 작성에 있어, 과연 반드시 세금을 이용한 국가 주도의 정기적 생산만이 해법인지, 반드시 필요한지 다시 한번 고민해 봐야 할 부분으로 생각된다.

제3절 필요한 기본통계와 생산 체계

1. 시니어식품산업 범위 명확화

시니어식품산업 관련 통계를 확충하기 위해서는 시니어식품산업의 범위를 명확히 하는 것에서부터 시작해야 할 것이다. 우리나라에서 생산되고 있는 연구, 조사마다 시니어(고령친화)식품에 대한 정의가 제각각이며, 추산하는 시장 규모도 다 다르다. 십억 원대부터 몇십조 원에 이르기까지 연구자의 보는 시각에 따라 시장 규모가 다르다는 점은 통계, 그중에서도 산업 통계를 생산하는 데에 분명히 장애물이 될 것이다.⁵²⁾

‘시니어식품’이라는 용어 정리 방법으로 다음과 같은 방법을 제시한다. 건강하고 독립적으로 일상생활을 할 수 있는 건강한 고령자(active seniors)가 식생활에서 특히 선호하는 식품과, 돌봄이 필요한 고령자(non-active seniors)에게 필요한 식품군이나 서비스를 다르게 명명하는 것이 바람직할 것이다. 전자에 속하는 식품(예: 고령자용 식품)은 건강기능식품이나 건강보조식품 등을 포함하면, 후자에 속하는 식품(예: 고령친화식품)이 필요한 영역의 급식이나 재택, 배달서비스 산업을 시니어식품산업으로 명명하는 등 두 고령자 집단을 분리하는 방안이다.

2. 국가통계 구축을 위한 선택과 집중

우리나라에는 이미 수많은 국가 통계가 작성되어 공표되고 있다. 통계의 생산 및 제공으로부터 얻어지는 사회적 편익과 비용이 분명히 존재할

52) 식품에서만큼은 ‘고령친화’ 식품산업이라는 표현이 매우 큰 혼란을 야기할 수 있다. 따라서 이 용어부터 정비해야 할 필요가 있다. 아직 ‘시장’이 정의한 고령친화식품의 기준 및 산업의 명확한 범위는 존재하지 않는 상황이다.

것이므로 정확한 비용-편익 분석을 통해 통계의 도입을 검토해야 할 것이다. 그럼에도 국가가 반드시 생산해야 하는 정기통계는 선택과 집중 전략이 필요할 것으로 보인다. 국가가 대표성 있게 생산하는 통계나, 민간이나 연구소, 협회 등에서 비정기적인 보고서 형태로 생산하는 조사 중 어떤 방식이 바람직할 것인지에 대한 판단이 필요하다. 일본의 경우, 국가가 직접 생산하는 통계보다는 협회나 민간이 생산해 내는 산업 통계 및 고령자 대상 통계가 존재하므로 이를 참고할 만하다.

먼저, 산업에 대한 통계는 보고통계로서 우선하여 추진할 필요가 있다. 특히 앞에서 언급한 대로 시니어식품산업에 대한 범위가 명확해지면, 해당 식품군을 생산하거나 서비스하는 업체들의 생산실적 자료는 반드시 구비되어 있어야 할 것이다. 산업에 대한 규모나 구조 파악은 정책 담당자가 효과적인 정책을 설계·추진하는 데에 반드시 필요한 정보가 된다. 이러한 이유로 우리나라에서도 산업 측면에서의 보고통계가 가장 먼저 구축되고 있는 실정이다. 가공식품 생산업체의 생산실적 자료를 최우선적으로 구축할 필요가 있으며, 급식·배달서비스 산업의 경우에도 매출액이나 고용, R&D, 경영실적, 식재료 구매현황 등에 대한 통계가 먼저 구축될 필요가 있다.

산업 측면의 통계를 구축하는 데에는 기존의 한국식품산업협회를 활용하거나 시니어식품산업협회를 새롭게 신설하여 민간에서의 통계 생산을 활성화할 필요도 있다. 이 부분에서도 일본의 사례를 참고할 수 있다. 일본의 개호식품협회에서는 협회 소속 기업들의 생산 및 판매실적 자료를 수집하여 통계로 공표하고, 이를 일본 정부나 업체뿐 아니라 우리나라 업체에서도 활발하게 활용하고 있음을 참고해야 할 것이다.

3. 가공통계의 적극적 활용

고령 소비자 대상 통계는 수요-공급의 한 축을 이루는 수요자에 대한 통계이기 때문에 업체나 정부정책 입안자 모두에게 매우 중요한 정보가 됨은 주지의 사실이다. 하지만 현존하는 다양한 식품 수요 측면의 통계를 감안할 때 필요 불가결의 통계로 보기는 어렵다. 이미 대표성 있는 식품 소비 통계가 다양하게 생산되고 있으며, 시계열도 상당 부분 길게 축적되어 있으므로 이를 참고하면 고령 소비자의 선호, 필요, 평가를 상당 부분 파악할 수 있을 것이다.

현존하는 통계를 활용하여 가공통계를 생산하면 적은 비용으로 좋은 효과를 산출할 수 있을 것이다. 달리 말해서 통계의 가성비가 증가할 것으로 판단된다. 우리나라에서 생산되는 소비자 통계들의 경우 가공통계 활용률이 높은 통계가 많지 않은 실정이다. 생산되고 있는 소비자 대상 통계 중 고령자만 추출하여 별도로 통계를 생산하고 분석한다면, 시장과 정책 담당자에게 매우 유용한 정보와 시사점을 제공할 수 있을 것으로 판단된다.

4. 통계 대표성 확보

통계에서 대표성을 확보하는 것은 그 어떤 통계 품질보다 중요하다. 아무리 설문지가 잘 설계되고, 조사 과정이 엄격하다 할지라도 해당 통계의 대표성이 떨어지면 통계의 신뢰도가 떨어지고 활용도 또한 낮을 것임이 분명하다.

시니어식품산업 통계 중 산업 통계의 경우, 시니어식품을 생산, 서비스하는 업체들 중 대표성 있는 표본을 선정하여 조사를 진행할 필요가 있다. 가공식품의 경우 시니어식품을 생산하는 업체가 많지 않을 것으로 예

상되기 때문에 큰 어려움이 없을 수도 있으나, 급식·배달서비스 업체의 경우 소규모 업체가 시장에 많이 존재할 수 있으므로, 이들 중 대표성 있는 표본을 추출하기에는 상당한 제약이 따를 것이다. 시니어식품 중 급식·배달서비스의 경우 식품안전이나 위생 측면에서 엄격하게 관리될 필요성이 제기되므로 이러한 서비스를 제공하는 업체들은 보고통계 방식으로 의무적으로 서비스 매출액이나, 위생/안전관리 등에 대해 보고하는 방식으로 통계를 수집하는 것이 바람직할 것으로 판단된다.

고령 소비자 대상 통계의 경우 고령자를 더 세분화할 필요가 있을 것으로 판단된다. 65세 이상의 고령자들도 식품소비행태나 선호, 평가 등은 제각각일 수 있으므로, 65세 이상의 고령자들을 65~69세, 70~74세, 75~79세, 80~84세, 85세 이상 집단으로 세분화하여 통계조사를 대표성 있게 추진할 필요가 있다. 현존하는 고령 소비자 대상 식품소비 통계는 고령자 세부 연령별 표본추출을 바탕으로 하여 추진되지는 않았다.

5. 노인실태조사 개편

우리나라에서 고령자만을 대상으로 하여 실시하는 조사로는 노인실태 조사가 있다. 그러나 이 조사에서는 식품소비, 영양섭취에 대한 심도 있는 정보를 제공해 주지 못한다. 노인실태조사가 구축해 놓은 양질의 통계 시스템을 활용하면서 식품산업 및 식품소비와 관련한 유용한 정보를 도출하기 위해서는 노인실태조사를 적극 활용해야 할 것이다.

예를 들면, 노인실태조사를 3년마다 하는 것이 아니라, 매년 추진하되 연차별로 시니어 비즈니스 산업의 각 영역을 조사에 포함할 수도 있을 것이다. 예를 들면 시니어 ‘식품산업’에 대해서는 2020년, 2023년, 2026년에 추진하는 등의 방법이 있다.

제 6 장

시니어 비즈니스 산업의 과제

제1절 정책 측면의 과제

제2절 통계 생산 측면의 한계와 과제

6

시니어 비즈니스 산업의 과제 <<

제1절 정책 측면의 과제⁵³⁾

우리나라 노인복지정책은 시니어 비즈니스 산업 발전에 중요한 전인차 역할을 하고 있다. 노후 소득보장정책으로서 연금이라는 공적자금이 시니어에게 적정 수준으로 지급되면 시니어의 구매력이 확보되어 시니어 비즈니스의 주요 소비자로 등장할 것이다. 마찬가지로 정년 연장과 계속 고용제도 등과 같은 노후 고용보장정책이 내실 있게 추진되면 시니어 근로소득의 지속적인 창출을 통한 소비 진작이 곧 시니어 비즈니스 산업 발전으로 연결될 수 있을 것이다. 따라서 정부는 복지와 시니어 비즈니스 성장의 선순환이 일어날 수 있는 정책적 지원을 강구할 필요가 있다. 아울러 자가 등 부동산을 소유하고 있는 50+시니어를 위한 역모기지론(reverse mortgage) 시장을 촉진할 필요가 있다. 왜냐하면 역모기지론의 발달은 현금의 유동성을 안정적으로 확보하여 시니어 비즈니스 제품이나 서비스를 구매할 가능성이 더욱 높아지기 때문이다.

사물인터넷(IoT), 빅데이터(Big Data), 인공지능(AI), 가상현실(VR), 증강현실(AR), 클라우드(Cloud) 등과 같은 4차 산업혁명 과학기술이 점차 우리 생활세계의 주된 영역을 자리매김할 것이다. 이로 인하여 시니어

53) 한국시니어비즈니스학회. (2019). 시니어비즈니스의 이해와 전략(발간예정). 학지사의 1장을 참고하여 작성함.

의 소비 욕구 충족이 다양한 방식으로 가능해지고, 서비스 이용의 편의성이 증가함에 따라 시니어서비스 이용이 활성화될 것이다. 초고령사회와 4차산업혁명 시대에 즈음하여 우리 사회에서도 시니어를 위한 스마트 플랫폼(smart platform)을 구축하여 그들의 재취업, 교육, 의료, 여가정보 등 다양한 서비스를 제공할 필요가 있다. 하지만 우리나라는 일본이나 미국에 비해서 시니어 비즈니스를 통하여 시니어에게 양질의 혁신적인 서비스를 제공할 만한 기술 발전이 아직 이루어지지 않았다. 따라서 정부는 시니어 비즈니스 발전을 위한 혁신 과학기술(일상지원 로봇, 센서가 내장된 스마트 홈, 웨어러블 디바이스와 VR기기, 원격의료서비스, 스마트 플랫폼 등)의 연구·개발에 적극적으로 투자하여야 할 것이다.

고령친화산업진흥법(2006년)이 제정된 지 이미 10년이 넘었지만, 지금까지 실질적인 개정 없이 구체적인 실행 방안이 미흡하고, 예산과 인력 등이 상당히 제한적으로 운영되어 그 실효성은 여전히 의문이다. 2020년은 베이비부머가 65세 고령자로 진입되는 해이고, 2021년은 ‘제4차 저출산·고령사회 기본계획’이 시작되는 해이다. 2021년을 시니어 비즈니스 육성의 원년으로 만들어야 한다. 그리하여 시니어 비즈니스 육성의 법적 제도적 근거로서 2021년에 ‘시니어 비즈니스 활성화 지원법(가칭)’을 제정하여 시행할 필요가 있다. 활성화 지원법에는 시니어 비즈니스 산업의 시장 동향 조사 및 분석, 시니어를 위한 제품과 서비스의 KS 제정 및 인증 S마크 시행, 소비 활성화의 기반 조성, 핵심기술의 개발 지원 등이 명시될 필요가 있다. 그리고 시니어 비즈니스 인증 기업으로 선정된 해당 기업에게는 투자금 일부를 지원하며, 제품 개발 및 연구에 대한 세액공제 확대 등 세제상의 혜택 혹은 해당 재화나 서비스의 공급에 대해 부가가치세 세율을 낮추어 주는 방안을 강구할 필요가 있다. 아울러 상기 업무를 총괄하고 세부적으로 지원할 수 있는 ‘시니어 비즈니스 지원센터(가칭)’를 중

양과 광역자치단체별로 하나씩 설치하는 방안을 강구하여야 할 것이다.

이상과 같은 향후 과제들을 제대로 수행할 때 비로소 우리 사회에서 시니어 비즈니스 산업이 초고령사회의 위기에 대응하는 새로운 성장동력으로 작용할 것이고, 무엇보다 시니어의 삶의 질이 더욱 높아지는 계기가 될 것이다.

제2절 통계 생산 측면의 한계와 과제

시니어 비즈니스 산업(고령친화산업) 육성 정책을 체계적으로 추진하기 위해서는 시니어 비즈니스 산업의 분류와 통계가 먼저 확충되어야 한다. 그러나 우리나라의 경우, 시니어 비즈니스 산업의 분류체계가 산발적으로 경우에 따라 상이하게 적용되고 있으며, 그에 따라 제품이나 서비스의 범위 설정이 명확하지 않다. 그리하여 제대로 된 시니어 비즈니스 산업 통계를 생산하기 어려우며, 신뢰성 있는 산업 규모의 추정도 어려운 실정이다. 시니어 비즈니스 산업의 통일되고 표준화된 분류체계 작업이 필요하다.

우리나라는 아직 시니어 비즈니스 산업과 관련하여 국가에서 승인한 기본통계조차 제대로 갖추지 못한 실정이다. 그러므로 주기적 통계 생산을 법적으로 명시하여 국가에서 승인하는 통계의 생산 체계를 구축하여야 한다. 앞으로 요망되는 통계지표와 기본통계는 저출산고령사회 기본법(저출산고령사회 기본계획)과 고령친화산업진흥법에서 명시한 고령친화산업 육성 정책의 활용도를 높일 수 있는 방향으로 생산되어야 할 것이다. 이를 원활히 수행하기 위해서는 저출산고령사회위원회, 정책 담당자, 민간 고령친화산업자 그리고 통계전문가들 간의 상호 협의체를 구성할

필요가 있다.

우리나라에서 시니어 비즈니스 산업의 제품이나 서비스를 관장하는 중앙행정기관은 보건복지부, 기획재정부, 과학기술정보통신부, 문화체육관광부, 농림축산식품부, 산업통상자원부, 고용노동부, 국토교통부 등이다(고령친화산업진흥법, 2018). 공공부문뿐만 아니라 민간부문을 모두 포함할 경우 시니어 비즈니스 산업구조는 더욱 다양하고 복잡해진다. 그리하여 시니어 비즈니스 산업 관련 통계자료를 생산하는 기관도 다양하게 존재할 수 있어서 통일되고 종합적인 시니어 비즈니스 통계를 산출하는 작업은 그리 쉽지 않다. 시니어 비즈니스 산업 육성을 위한 정부 차원의 종합적인 추진체계가 조속히 확립되어야 한다. 현재는 시니어 비즈니스 산업 육성을 위한 정부 차원의 전담부서 없이 보건복지부 요양보호제도 과에서 여러 업무 중 하나로 이 업무를 수행하고 있다. 하지만 시니어 비즈니스 산업 활성화의 중요성을 감안하여 시니어 비즈니스 활성화 지원법의 일환으로 보건복지부에 시니어 비즈니스 전담과를 신설하고 시니어 비즈니스 산업 활성화를 위한 민관합동의 통계전담팀을 구성·운영해야 할 것이다.

따라서 주무부처인 보건복지부 시니어 비즈니스 담당 부서에 시니어 비즈니스 통계팀을 설치하여 개별 통계의 생산 주체가 일관된 목표로 통계 생산 활동을 할 수 있도록 관련 통계의 생산을 기획하고 관리하는 방안을 고려할 필요가 있다. 아울러 시니어 비즈니스 통계팀이 주축이 되어 다양한 통계자료원(〈부표 1〉, 〈부표 2〉 참고)⁵⁴⁾을 활용하여 확보된 시니어 비즈니스 자료들을 중심으로 하여 시니어 비즈니스 산업 현황에 대한 총괄 통계자료집과 보고서를 정기적으로 발간하는 것이 필요하다.

54) 시니어 집단의 특성과 시니어 비즈니스의 기본 수요를 추정할 수 있는 기초통계와 시니어 비즈니스 산업의 시장 동향을 직간접적으로 파악할 수 있는 산업 통계로 활용 가능하다.

우리나라 공공기관에서 실시한, 전체 고령친화산업 대상 전국 단위의 조사는 현재까지는 보건복지부에서 고령친화지원센터로 지정한 한국보건산업진흥원에서 네 차례 실태조사를 하여 도출한 통계자료가 유일하다(〈부표 3〉 참고). 그러나 이 조사는 주기적인 조사 수행에 대한 법적 근거가 없기 때문에 앞으로 자료원의 확보가 확실하지 않다. 그러므로 시니어 비즈니스 산업 활성화 지원법에 정기적인 조사 실시에 대한 근거 조항을 포함하도록 제도적 기반을 갖추어야 할 것이다.

또한, 급속한 고령화와 더불어 시니어 비즈니스의 공급과 수요가 증가함에 따라 조사 대상 영역과 조사 내용을 점차 확대해 나가야 할 것이다. 특히, 제대로 된 시니어 비즈니스 시장 동향 분석을 위하여 예비 시니어(pre-senior)를 아우르는 산업체 및 소비자 대상 통계 생산이 요망된다. 조사 대상에 있어서 현세대 노인층뿐만 아니라 미래 노인층인 장년층(베이비부머층)도 포함하여 시니어 비즈니스 산업의 공급 실태(국내 기업체 실태와 특성 및 글로벌 시장 실태)와 수요 실태(세분화된 소비자의 시니어 비즈니스 제품과 서비스에 대한 니즈와 수요 특성)를 파악할 필요가 있고, 조사 내용에 있어서도 소비자행태조사를 통하여 시니어 비즈니스 제품이나 서비스에 관한 만족도나 평가에 대한 항목도 포함되어야 할 것이다. 한편으로 시니어 비즈니스 산업 시장 규모 예측도 산업별로 자의적으로 측정되고 있어 시장 규모 비교가 적절하지 않다. 측정 방법의 표준화와 통일화가 요구된다.

고령사회를 경험하고 있는 선진 외국들의 시니어 비즈니스 산업 통계의 생산 현황에 대한 분석과 비교는 우리나라의 시니어 비즈니스 통계 생산 체계의 발전이나 시니어 비즈니스 육성 정책 마련에도 적지 않은 시사점을 제공할 것이다. 하지만 시니어 비즈니스 산업의 현황이나 소비행태 그리고 정책에 대한 국제 비교는 극히 산발적으로 이루어지고 있다. 따라

서 국제 비교가 가능한 시니어 비즈니스통계의 생산이 이루어질 수 있도록 다른 선진 국가의 관련 통계 항목 및 자료원을 수시로 파악하고 또 자료 수집 방법을 표준화할 수 있도록 그들과의 학문적, 행정적 교류를 지속적으로 확대해 나가야 할 것이다.

이상과 같은 우리나라 통계체계의 문제점과 외국의 통계 현황을 토대로 하여 한국 시니어 비즈니스 산업의 통계지표를 개발하고 기본통계자료를 생산해야 할 것이다. 또한 주요 국가와 시니어 비즈니스 산업 통계 생산 현황을 분석, 비교하여 국제 간 비교 지표 개발(국제 통계 생산 기반 조성)과 미래 유망한 시니어 비즈니스 산업의 발굴 그리고 그에 따른 시장 수요를 예측할 수 있어야 할 것이다. 이러한 시니어 비즈니스 통계 생산의 체계적 구축은 우리나라의 시니어 비즈니스 산업을 발전시켜 결국에는 노후 기본생활보장을 넘어서 노후의 높은 삶의 질을 보장할 것으로 기대된다.

1. 통계의 조사작성에 대한 법률 근거 확보

국가 정책·발전계획의 수립 및 예측의 근간이 되는 ‘통계’는 “정부 정책의 수립·평가 또는 경제·사회 현상의 연구·분석 등에 활용할 목적으로 산업, 인구, 주택 등의 특정 집단이나 대상 등에 관하여 직접 또는 다른 기관이나 법인 또는 단체 등에 위임·위탁하여 작성하는 수량적 정보를 말한다.”라고 통계법(2017) 제3조에 정의되어 있다. 또한 산업융합 촉진법(2018) 제7조(산업융합 관련 통계의 조사·작성), 저출산·고령사회기본법(2014) 제29조(조사 및 연구), 노인장기요양보험법(2018) 제6조의2(실태조사) 등 각 ‘산업’을 다루는 여러 법령에서도 이러한 통계의 중요성을 인정하여 ‘통계의 조사·작성’에 대한 근거 조항을 두었다.

그러나 시니어 비즈니스 산업의 근간이 되는 현행 ‘고령친화산업진흥법’에는 고령친화산업 통계 조사·작성에 관한 근거 조항이 없다. 특히, 고령친화용품과 같이 다양한 품목이 섞여 있는 산업은 연계된 기반산업의 실태 파악을 위해 관계 기관의 자료 협조[사업체명부, 원자료(raw data)의 이용 등]가 필수적이나, 법률 근거가 없는 경우 자료의 협조가 용이하지 않다. 따라서 정확한 산업 현황 파악 및 다양한 통계 생산을 활성화하기 위해 고령친화산업진흥법 내 ‘고령친화산업 통계 조사·작성’에 관한 법률 조항을 신설하여 생산과 분석이 가능하도록 해야 한다.

2. 시니어 비즈니스 산업 통계 구축을 위한 중장기 계획 수립

통계 구축에는 분명한 편익이 존재하지만 그에 상응하는 비용이 발생하게 마련이다. 따라서 우선순위와 중장기 계획을 수립하고 그 계획하에서 순차적으로 통계를 구축해 나가야 할 것이다.

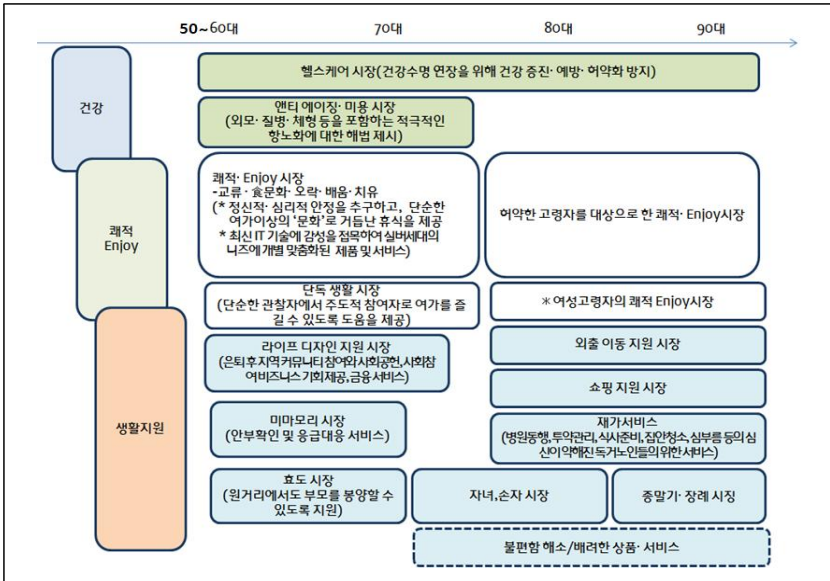
가장 먼저 구축할 통계는 산업 통계이다. 산업 통계는 현재로서는 전무한 상황이지만, 이미 기존 업체들을 대상으로 한 통계는 생산되고 있다. 따라서 시니어 비즈니스 산업의 범주를 분명히 하고, 해당 업체들로부터 생산실적이나 매출액에 대한 정보를 제출받아 체계적으로 통계를 구축해야 할 것이다.

다음으로 고령 소비자 대상 통계이다. 이들 통계도 이미 생산되고 있는 많은 통계들을 가공하여 대체할 수 있을 것이다. 고령자 대상의 제품별로 생산-소비-결과에 이르기까지 단계별로 구축한다. 나아가 통계 생산 여건이 더 개선되어 통계를 세부 연령대별이나 품목수준별로 구축할 수 있게 되면 이용자에게 유용한 정보가 될 것이다.

3. 시니어 비즈니스 산업의 범위 재정립을 통한 신규 통계 생산 유도

초고령사회를 맞이하여 시니어 비즈니스 산업 분야에 다양한 변화가 요구되고 있다. 요양, 용품, 식품산업 등의 범위를 명확히 함으로써 통계 생산을 유도하고, 생산된 통계 활용을 통해 현황을 파악하고 신규 산업의 창출 및 관련 분야의 활성화를 추진할 수 있다.

[그림 6-1] 시니어 비즈니스 산업 시장



자료: 닛세이기초연구소. (2011). 성장형 장수사회와 실버 이노베이션. Gerontology Journal No.11-004 04 November.

닛세이기초연구소(2011)에 의하면 시니어 비즈니스는 연령대에 따라 다양하게 분포되어 있어 산업의 범위를 허약한 고령자를 대상으로 한 생활지원으로 한정하지 않고 확대할 수 있다. 산업 범위를 각 연령별·부문별(건강, 쾌적, 생활지원)로 확대한다면 새로운 산업 관련 통계 생산이 필요하게 될 것이다. 예를 들면 현재 요양산업의 경우 노인장기요양보험 범위 내의 몸이 불편한 70대 후반 이후 고령층을 위한 생활지원에 집중되어 있지만, 이들을 위한 돌봄여행과 같은 'Enjoy' 시장이 요양산업에 포함된다면 관련 통계에 대한 욕구는 빠르게 증가할 것이다. 몸이 불편한 고령층들의 연령과 성별, 몸의 불편 정도에 따라 가고 싶은 여행에 대한 욕구 및 선호의 차이가 있을 것이며, 이에 따라 관련 서비스 제공 기관의 정보 등이 추가로 필요하게 될 것이다.

4. 융합산업에 적절한 통계 생산 방법 확립

시니어 비즈니스와 같은 융합 분야의 통계 생산은 기존 한국표준산업 분류에 의한 통계조사를 적용하게 되면 체계성과 연계성 측면에서 오류가 발생할 수 있다. 이로 인해 시장 규모 추정에 한계가 있다. 또한 한국은행의 ‘산업연관분석’의 경우도 체계성과 연계성 측면에서 다소 한계가 있다. 이러한 오류를 극복하기 위해 현행 한국은행 산업연관표를 기본으로 하되, 한계를 해소하려면 산업체 조사 병행, 최신 기술 동향 반영 등 융합산업에 대한 적합한 통계조사와 추정 방법의 탐색 등을 통해 적절한 방법론을 확립해야 한다.

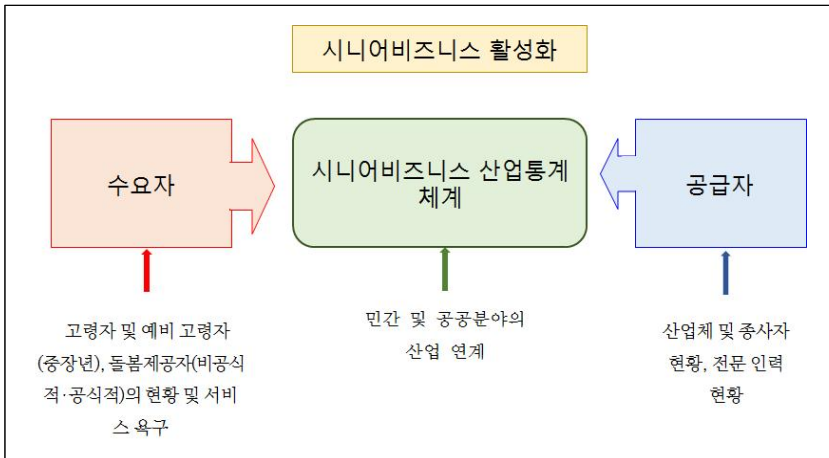
5. 수요자 및 공급자를 아우르는 통계 생산 체계 구축

기존 시니어 비즈니스 산업 관련 통계는 산업과 제도 운영을 위한 행정적·관리적 측면이 강했다. 앞으로 시니어 비즈니스 활성화를 위한 통계 생산은 수요자와 공급자 관점을 포괄하는 재구조화가 필요하다. 시니어 비즈니스 산업 관점의 수요자는 단순히 65세 이상 고령층만을 포함하는 것이 아니라 50세 이상 중장년층 및 돌봄제공자(공식적·비공식적)를 포함한다. 수요자의 연령·지역·성별·근로 형태별 현황과 더불어 이들이 직면한 상황에 따른 서비스 욕구를 통계 생산 체계에 포함하는 것이다. 공급자 측면에서는 시니어층에 서비스를 제공하는 업체들의 현황(업종별 규모, 종사자 수, 매출액 등) 등을 포함한다. 더불어 정성지표 개발과 조사를 통해 산업 이슈 분석, 트렌드 파악, 전망 분석 등 다양한 정보 제공의 기반을 마련할 필요가 있다.

수요자와 공급자들의 실태를 포함하는 시니어 비즈니스 산업 관련 통

계체제는 민간 및 공공 분야가 어떻게 연계되는가를 보여 줌으로써 새로운 비즈니스 기회를 창출할 수 있을 것이다. 또한 신시장 분석, 파급효과 분석, 빅데이터를 활용한 비즈니스 모델 개발 지원 등 다양한 가공통계 생산을 위해 기업(공급기관, 수요기관) 간 협력과 연구를 통해 데이터 활용, 분석모형 등을 개발하고, 산업정책지원 및 활성화를 위한 정보 생산 체계를 갖추어 가야 할 것이다.

[그림 6-2] 수요자·공급자 중심의 실태조사 기반 통계 생산 체계



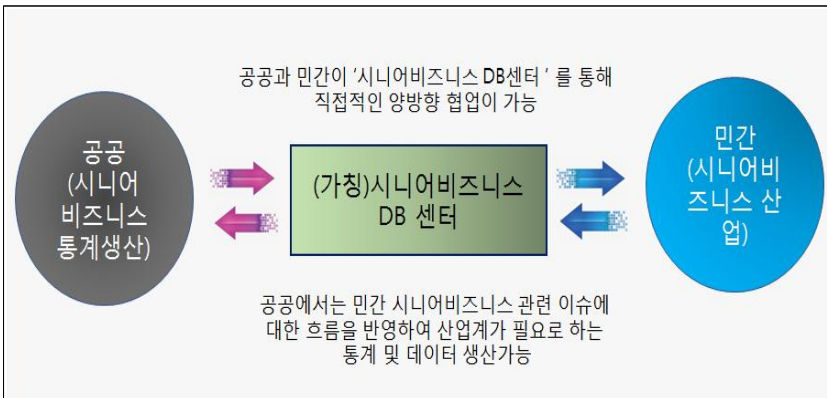
6. 통계와 데이터를 활용한 민·관 시니어 비즈니스 협업체계 구축

4차산업혁명시대에 맞는 시니어 비즈니스 창업을 확산시키기 위해서는 통계와 데이터를 활용하는 생태계 조성이 무엇보다도 중요하다. 이를 위해서는 정부 주도로 수집된 통계와 데이터를 민간과 협업하여 시니어 비즈니스를 창업하거나 발전시키는 데 활용하도록 지원하는 시스템이 필요하다.

이를 위해서는 정부가 ‘(가칭)시니어 비즈니스 DB 센터’를 중심에 두어 민관 협업이 상시적으로 이루어질 수 있도록 유도할 수 있다. 공공과 민간의 협업은 크게 두 가지로 구분된다. 첫째는 ‘시니어 비즈니스 DB센터’를 민관이 직접적으로 협업의 장소로 사용하는 것이다. 민간이 공공으로부터 받은 통계 및 데이터를 적극 활용하여 시니어 비즈니스의 창업 및 신사업 개발을 구상하고 발전시키는 데 사용하는 것이다. 둘째는 간접적인 협업으로, 공공이 민간 산업 분야에서 제공하는 사회·경제적 최근 트렌드 및 이슈를 통계 수집 및 조사에 반영하여 필요한 통계 및 데이터를 생산하는 것이다. 민관이 상호 도움을 주고받는 협업관계는 모두가 윈윈(win-win)할 수 있는 모델로 지속가능성을 담보할 수 있다.

특히 고령화로 인해 앞으로 더 다양한 형태의 고령층이 시니어 비즈니스 산업의 대상자가 될 것으로 예상되기 때문에 시니어 비즈니스의 활성화를 위한 통계와 데이터의 역할이 더욱 중요할 것이다.

[그림 6-3] 통계와 데이터를 활용한 민관 시니어 비즈니스 협업체계



- 강민희. (2008). OECD 국가들의 장기요양보장제도. **국제사회보장동향**, 32-41.
- 고령친화산업진흥법. (2018).
- 고령친화산업진흥법 시행령. (2018).
- 고용노동부고시(제2018-95호). 산업재해보상보험법 제11조에 의한 산업재해보상보험 요양급여 산정기준.
- 국민건강보험공단. (2017). **2016년 노인장기요양보험통계**.
- 국민건강보험공단. **건강보험통계연보**. 각 연도.
- 국민건강보험공단. **노인장기요양보험통계연보**. 각 연도.
- 국회입법조사처. (2016). 「고령친화산업진흥법」 제8조(고령친화산업 표준화) 및 제12조(우수제품 등의 지정·표시)의 입법영향분석.
- 근로기준법, 법률 제16270호 (2019).
- 김광석, 김수경, 차윤지. (2017). **고령사회 진입과 시니어 비즈니스의 기회**. 삼정 KPMG 경제연구원.
- 김기향. (2013). 고령친화용품산업 현황 및 활성화방안. **한국보건산업진흥원 고령친화산업 REPORT 2013-1**.
- 김기향, 김우선. (2017a). **2017 고령친화용품산업 실태조사**. 보건복지부, 한국보건산업진흥원.
- 김기향, 김우선. (2017b). **2017 고령친화산업 품목분류 정비**. 보건복지부, 한국보건산업진흥원.
- 김기향, 심우창, 김동철, 김우선, 박인숙, 이경신, ... 이강연. (2017). **2017년도 고령친화산업 육성 사업**. 보건복지부, 한국보건산업진흥원.
- 김낙봉. (1991). 실버(Silver)산업을 주시한다. **월간 애드저널**.
- 김동엽. (2012). 일본의 베리어프리 인기 왜?. **고령자여행. 주간동아 847호**, 26-27.
- 김명중. (2010). 일본의 개호노동현황과 정부대책에 대해서. **국제노동브리프 4월호**, 22-41.

- 김상효, 이용선, 허성운. (2017). **고령친화식품 시장 현황 및 활성화 방안**. 한국 농촌경제연구원.
- 김성진. (2017). 신성장산업으로서 재활산업의 현황과 과제. **산업연구원 산업경제분석**.
- 김수봉, 이태범, 김경래, 이윤경, 김영아. (2009). **고령친화용품 소비실태 및 만족도에 관한 연구**. 한국보건사회연구원.
- 김수영, 이의훈, 정승진, 장수지, 신주영. (2016). **실버산업의 이해(2판)**. 학지사.
- 김우선, 이종근, 문주석. (2014). **웰니스 향노화 식품산업 비즈니스모델 개발 및 제도화**. 한국보건산업진흥원.
- 김우선. (2017). 시니어 시프트(Senior Shift)에 대응하는 국내·외 시니어 비즈니스 혁신 사례. **한국보건산업진흥원 고령친화산업 REPORT 2017-6**.
- 김우선, 김수범. (2017). **향노화 제조·서비스업 실태조사 및 소비자 인식요구도 조사**. 보건복지부, 한국보건산업진흥원.
- 김이순, 권자연, 김경철, 신순식, 문인혁, 황이철. (2006). 고령친화용품 표준화를 위한 분류. **동의생리병리학회지**, 20(2), 1-5.
- 김정근. (2017). 최근 국내외 고령친화산업 현황과 시사점. **한국복지경영학회 2017년 동계 학술대회자료집**.
- 김지연, 김홍수. (2016). 재가 장기요양 서비스 이용과 노인 가족돌봄제공자의 돌봄 스트레스: 방문간호 서비스의 영향. **대한간호학회지** 46(6).
- 김초일, 이종근, 김우선, 조양희, 백현욱, 김소영, 이지은. (2014). **2014 향노화 산업육성사업(part 1. 개념정립, 실태조사 및 모니터링)**. 보건복지부, 한국보건산업진흥원.
- 노인복지법, 법률 제15880호 (2018).
- 노인장기요양보험법, 법률 제15881호 (2018).
- 농림축산식품부·한국농수산식품유통공사. (2018). **2018년도 식품산업 주요통계**.
- 농촌진흥청. (2015). **2015 농식품 소비자패널 자료 통계연보**.
- 농촌진흥청. (2016). **2016 농식품 소비자패널 자료 통계연보**.
- 닐슨코리아. 내부자료.

- 닛세이기초연구소. (2011). 성장형 장수사회와 실버 이노베이션. *Gerontology Journal No.11-004* 04 November.
- 문성제, 윤정옥, 김가원. (2017). **민간통계 품질관리 제도화 방안**. 한국능률협회 컨설팅.
- 문인혁, 이명준, 천정실. (2007). **고령친화용품 표준화 실태조사 및 품목선정 연구**. 보건복지부·동의대학교 산학협력단.
- 박명화, 하정철, 신임희, 김한곤, 이신영, 조준행, ... 송준아. (2009). **2008년도 노인실태조사 - 전국 노인생활실태 및 복지욕구조사 -**. 보건복지가족부, 계명대학교 산학협력단.
- 박영란. (2010). **제4차 저출산고령사회 포럼자료집(고령친화산업 발전을 위한 정책방향)**. 한국보건사회연구원 저출산고령사회연구실.
- 보건복지부. (2007). 고령친화산업진흥법 제2조(정의).
- 보건복지부. (2015). 장애인·노인 등을 위한 보조기기 지원 및 활용촉진에 관한 법률 제3조 제2호, 시행규칙 제2조.
- 보건복지부. **노인실태조사**. 각 연도.
- 보건복지부고시(제2018-89호). 복지용구 급여범위 및 급여기준 등에 관한 고시.
- 보건복지부 국립재활원 사회복귀지원과. (2017). **퇴원준비가이드북: 노인장기요양보험활용하기**. 국립재활원.
- 보건복지부, 국민건강보험공단. (2018). **복지용구급여제품안내**. 보건복지부.
- 보건복지부, 한국보건산업진흥원. (2015). **2014년도 고령친화용품산업 실태조사**.
- 富士経済. (2015). **高齢者向け食品市場の将来展望**.
- 산업융합 촉진법, 법률 제15828호 (2018).
- 산업통상자원부. (2018). 「산업기술혁신사업 공통 운영요령」 제16조(산업기술 분류체계) (바이오·의료).
- 성남고령체험관, 을지대학교. (2015). **한국의 시니어 그리고 시니어 비즈니스**. 성남시.
- 식약처고시(제2018-83호). 의료기기 품목 및 품목별 등급에 관한 규정.
- 식품의약품안전처. (2015). **의료기기와 개인용 건강관리(웰니스) 제품 판단기준** (공무원 지침서).

- 식품의약품안전처.(2016). **식품공전**.
- 식품의약품안전처. (2018). **2017년 식품 및 식품첨가물 생산실적**.
- 안예숙. (2009). **베이비붐 세대의 라이프스타일에 따른 실버산업 인지도 및 이용 의사 분석**. 상명대학교 대학원 석사학위 논문.
- 양영애, 조종만, 정의정, 박수희, 박수정. (2011). **IT 융합 및 다기능 고령친화용품 복지용구 활성화 방안**. 보건복지부·인제대학교 산학협력단.
- 유재성, 김기향, 임달오, 박종숙, 장현숙, 박조원. (2011a). **고령친화산업 실태조사 및 산업분석**. 보건복지부, 한국보건산업진흥원.
- 유재성, 김기향, 박태선, 이경신, 진영란, 홍은정. (2011b). **2011년 고령친화산업 육성 사업**. 보건복지부, 한국보건산업진흥원.
- 이선형, 조막래, 이지혜. (2015). **가족 내 다양한 돌봄 지원을 위한 기초조사 및 방안마련 연구**. 서울시여성가족재단.
- 이승철. (2012). 노인성질환 동향과 시사점. 삼성경제연구소. **SERI 경제포커스 391**.
- 이중근, 문주석, 김우선, 우희동, 하용근. (2011). **고령친화 식품산업 활성화 지원**. 한국보건산업진흥원.
- 이중근, 김기향, 민경민, 문명국, 양형근, 이경신, . . . 홍은정. (2014a). **2014년 고령친화산업 소비자 수요조사**. 보건복지부, 한국보건산업진흥원.
- 이중근, 김기향, 민경민, 서건석, 박종숙, 윤주영, . . . 홍은정. (2014b). **고령친화산업 실태조사 및 산업분석**. 한국보건산업진흥원.
- 이행신, 김우선. (2018). **라이프케어산업 정책수요도출 및 통계기반 구축**. 한국보건산업진흥원.
- 일본, 수상관. (2013). **일본재흥전략**.
- 일본내각부. (2016.12). **경제자문회의에 ‘고령자정의재검토’에 대한 의견제출**.
- 일본 노년학회·일본 노년의학회. (2017). ‘노인의 정의 및 구분에 관한 정의 검토’에 대한 워킹그룹’ 제언.
- 장현숙, 유재성, 진영란, 홍은정, 박태선, 황윤경, . . . 김은주. (2008). **고령친화산업 통계지표 개발**. 보건복지가족부, 한국보건산업진흥원.

- 저출산·고령사회기본법, 법률 제12449호 (2014).
- 정경희, 오영희, 이윤경, 손창균, 박보미, 이수연, ... 김소영. (2012). **2011년도 노인실태조사**. 보건복지부, 한국보건사회연구원.
- 정경희, 오영희, 강은나, 김재호, 선우덕, 오미애, ... 이금룡. (2014). **2014년도 노인실태조사**. 한국보건사회연구원.
- 정경희, 오영희, 이윤경, 오미애, 강은나, 김경래, ... 홍송이. (2017). **2017년도 노인실태조사**. 한국보건사회연구원.
- 중소기업청, 중소기업기술정보진흥원, (주)윙스, NICE평가정보(주). (2017). **중소 중견기업 기술로드맵(2017-2019) -로봇-**.
- 최원석, 안진경, 김보람, 이미라. (2012a). **2012년 고령친화산업 육구조사**. 보건복지부, 한국보건산업진흥원.
- 최원석, 안진경, 김보람, 이미라. (2012b). **2011년도 고령친화용품산업 실태조사**. 보건복지부, 한국보건산업진흥원.
- 최희경. (2011). 노인 돌봄과 노동의 양립을 위한 가족 지원 정책 연구. **한국사회 정책, 18**(4).
- 통계법, 법률 제14843호 (2017).
- 통계청. (2016). **장래인구추계**.
- 통계청. (2017). 한국표준산업분류(통계청 고시 제2017-13호).
- 한국고용정보원. **고령화연구패널조사**. 각 연도.
- 한국보건산업진흥원. (2011). **고령친화우수제품 지정 및 관리지침**.
- 한국시니어비즈니스학회. (2019). **시니어비즈니스의 이해와 전략**(발간예정). 학지사.
- 허영, 박지훈, 박경환, 류제청. (2012). 재활의료기기 기술 동향 및 전망. **한국산업기술평가관리원 PD이슈리포트 12-04호**.
- 현대경제연구원. (2014). 고령친화산업 현황과 활성화 과제. **경제와 노후생활. 14-15(통권 114호)**. 현대증권, 현대경제연구원.
- 형준희. (2018). **4차 산업혁명이 열어줄 시니어 비즈니스 시대**. KT경제경영연구소.
- 矢野經濟研究所. (2016). **介護食、高齢者食、治療食の市場実態と展望**.

- American Association of Retired Persons. *Caregiving in the U.S.* 각 연도.
- Cantor, M. & Little, V. (1985). *Aging and social care*. In R.H. Binstock and E. Shanas (eds.), *Handbook of aging and the social sciences*, 2nd edn. New York: Van Nostrand Reinhold.
- Cantor, M. H. (1979). Neighbors and friends: An overlooked resource in the informal support system. *Research on aging*, 1(4), 434-463.
- Colin Clark. (1940). *The Conditions of Economic Progress*. MacMillan and Co Limited(1st ed.).
- Cutler, N. (2004). Silver Industries : Introduction. *Generations*, 28(4), 6-7.
- Feasley, J. C. (1996). Best at home: Assuring quality long-term care in home and community-based settings. *National Academies*.
- Kohlbacher, F. & Herstatt, C. (2011). *The silver market phenomenon: Marketing and Innovation in the aging society*. Springer.
- Levinson, D. J. (1978). *The Seasons of a Man's Life*. Random House Digital, Inc.
- Metlife Mature Market Institute. (2010). MetLife Study of Working Caregivers and Employer Health Care Cost.
- Moschis, G. P. (1996). *Gerontographics. Life-Stage Segmentation for Marketing Strategy Development*. Wesport - Connecticut, London.
- Scharlach, A., Dal Santo, T., Greenlee, J., Whittier, S., Coon, D., Kietzman, K. & Aaker, J. (2001). *Family caregivers in California: Needs, interventions and model programs*. Center for the Advanced Study of Aging Services, University of California: Berkeley.
- Stone, R., Cafferata, G., & Sangl, J. (1987). Caregivers of the frail elderly: A national profile. *The Gerontologist*, 27, 616-626.

- 가계동향조사(<http://kostat.go.kr/portal/eng/pressReleases/6/2/index.board>)에서 2019. 2. 10. 인출.
- 가공식품소비자태도조사(<http://www.krei.re.kr/foodInfo/contents.do?key=741>)에서 2019. 2. 10. 인출.
- 국가통계포털(www.kosis.kr)에서 2019. 2. 10. 인출.
- 국립국어원 표준국어대사전(<https://ko.dict.naver.com>)에서 2019. 2. 5. 인출.
- 국민건강영양조사(knhanes.cdc.go.kr)에서 2019. 2. 10. 인출.
- 네이버시사상식사전(<https://terms.naver.com>)에서 2019. 2. 5. 인출.
- 노인장기요양보험(www.longtermcare.or.kr)에서 2019.2.10. 인출.
- 미국 고령자 패널조사(<https://hrs.isr.umich.edu>)에서 2019. 2. 10. 인출.
- 미국 상무성 센서스국(<https://www.census.gov/programs-surveys/asm.html>)에서 2019. 2. 10. 인출.
- 미국 Coherent Market Insights(<https://www.coherentmarketinsights.com>)에서 2019. 2. 10. 인출.
- 보건복지부 요양보험제도과. (2017. 11. 7.). 본인부담 경감대상 확대, 경증치매대상 인정지원 등급 신설 등 장기요양보험 보장성 강화된다. 보건복지부 보도자료. (http://www.mohw.go.kr/react/al/sal0301vw.jsp?PAR_MENU_ID=04&MENU_ID=0403&page=1&CONT_SEQ=342741)에서 2019. 2. 10. 인출.
- 식품소비행태조사(<http://www.krei.re.kr/foodSurvey/index.do>)에서 2019. 2. 10. 인출.
- 영국 고령자 패널조사(<http://www.elsa-project.ac.uk/>)에서 2019. 2. 10. 인출.
- 영국 Technavio(<https://www.technavio.com/>)에서 2019. 2. 10. 인출.
- 웰씨(Wellthy)(<https://wellthy.com/>)에서 2019. 2. 5. 인출.
- 위키백과(<https://ko.wikipedia.org>)에서 2019. 2. 5. 인출.
- 유럽 고령자 패널조사(<http://www.share-project.org/>)에서 2019. 2. 10. 인출.
- 일본개호식품협회(<https://www.udf.jp/statistics/production.html>)에서 2019. 2. 10. 인출.
- 일본 국립사회보장·인구문제연구소(<http://www.ipss.go.jp/>)에서 2019. 2. 10. 인출.

일본 노년학회, 일본 노년의학회(<https://www.jpn-geriat-soc.or.jp>)에서 2019.

2. 10. 인출.

일본 복지용구생활지원용구협회(<http://www.jaspa.gr.jp/>)에서 2019. 2. 10.

인출.

일본 야노경제연구소(<http://www.yano.co.jp/>)에서 2019. 2. 10. 인출.

일본 총무성 통계국(<https://www.stat.go.jp/>)에서 2019. 2. 10. 인출.

일본 후생노동성(<https://www.mhlw.go.jp/>)에서 2019. 2. 10. 인출.

(재)일본테크노에이드협회 복지용구 정보시스템(<http://www.techno-aids.or.jp/system/index.shtml>)에서 2019. 2. 10. 인출.

한국고용정보원(<https://ko.wikipedia.org>)에서 2019. 2. 5. 인출.

American Time Use Survey(<https://www.bls.gov/tus/>)에서 2019. 2. 5. 인출.

Euromonitor(<https://www.euromonitor.com/>)에서 2019. 2. 10. 인출.

National Alliance for Caregiving (<https://www.caregiving.org/wp-content/uploads/2011/06/mmi-caregiving-costs-working-caregivers.pdf>)에서 2019. 2. 5. 인출.

National Health and Nutrition Examination Survey (<https://www.cdc.gov/nchs/nhanes/index.htm>)에서 2019. 2. 5. 인출.

National Health Interview Survey (<https://www.cdc.gov/nchs/nhis/index.htm>)에서 2019. 2. 5. 인출.

National Home and Hospice Care Survey (<https://www.cdc.gov/nchs/nhhcs/index.htm>)에서 2019. 2. 5. 인출.

National Long-Term Care Survey (<https://www.nia.nih.gov/research/resource/national-long-term-care-survey-nltcs>)에서 2019. 2. 5. 인출.

National Study of Employers (<https://www.shrm.org/hr-today/trends-and-forecasting/research-and-surveys/pages/national-study-of-employers.aspx>)에서 2019. 2. 5. 인출.

National Study of Long-Term Care Providers (https://www.cdc.gov/nchs/nsltcp/nsltcp_questionnaires.htm)에서 2019. 2. 5. 인출.

National Survey of Residential Care Facilities (<https://www.cdc.gov/nchs/nsrcf/index.htm>)에서 2019. 2. 5. 인출.

OECD(http://stats.oecd.org/index.aspx?DataSetCode=HEALTH_STAT)에서 2019. 2. 10. 인출.

부록 <<

〈부표 1〉 국가승인통계 중 노인, 고령자 관련 통계 현황

통계 구분	통계명	주요 내용	생산 기관	종류	작성 방법	통계 주기
고용·임금	경제활동 인구조사	55세 이상 고령층 부가조사	통계청 고용통계과	지정	조사 (표본)	1962~ (월)
	고령자 고용현황	전체근로자수, 55세 이상 근로자 현황, 고령자고용률	고용노동부 고령자고용팀	일반	보고 (사업체)	2006~ (1년)
보건·복지	고령화 연구패널 조사	45세 이상 가족, 건강, 고용, 소득/소비, 자산, 삶의 질	한국고용정보원 고용정보분석센터 고용통계 조사팀	일반	조사 (표본)	2006~ (2년)
	국민노후 보장패널 조사	50세 이상 중년, 고령자 가구의 실질가계소득, 고용률, 경제적 노후 준비 방법, 노후생활비 마련 방법, 적정노후생활비	국민연금공단 국민연금연구원 연금제도연구실 패널조사팀	일반	조사 (표본)	2005~ (2년)
	노인복지 시설 현황	노인복지시설, 생활 현황(수용자 및 종사자 현황)	보건복지부 인구정책실 노인정책과	일반	보고 (시설)	1996~ (1년)
	노인실태 조사	65세 이상 노인 가구 형태, 가족, 주변, 건강, 환경, 경제, 활동, 여가 사회참여, 복지, 삶의 질, 인지기능 등 197개 문항	보건복지부 인구정책실 노인정책과	일반	조사 (표본)	2008~ (3년)
	노인장기 요양보험 통계	적용인구 현황, 신청·인정 현황, 급여실적, 장기요양기관 수 및 인력 현황, 장기요양 재정 현황 등	국민건강보험공단 빅데이터운영실	일반	보고 (개인)	2011~ (1년)

196 시니어 비즈니스 산업 활성화를 위한 근거 기반 통계의 문제점과 과제

통계 구분	통계명	주요 내용	생산 기관	종류	작성 방법	통계 주기
사회	가족 실태조사	돌봄노동(2)노인 및 기타 가족원의 돌봄	여성가족부 청소년가족정책실 가족정책관 가족정책과	일반	조사 (표본)	2005~ (5년)
인구· 가구	인구 총조사	고령자, 고령자 가구의 성명, 성별, 나이, 가구주와의 관계, 국적, 입국 연월, 1년 전 거주지, 국적 취득 연도, 가구 구분, 주택 종류, 면적 건축 연도	통계청 조사관리국 인구총조사과	지정	가공 (전수)	1962~ (1년)

자료: 저자 작성.

〈부표 2〉 국가승인통계 중 시니어 비즈니스 연관 통계 현황

통계 구분	통계명	주요 내용	생산 기관	종류	작성 방법	통계 주기
과학·환경	국내바이오 산업 실태조사	국내 지역별 바이오클러스터 관련 기업 및 한국바이오협회 등록 기업현황 분석	산업통상자원부 성장동력실 신산업정책관 바이오헬스과	일반	조사 (전수)	2003~ (1년)
광공업·에너지	로봇산업 실태조사	로봇 관련 제품 및 부품 생산업체 또는 이와 관련된 서비스를 판매, 유통하는 기업 현황	한국로봇산업협회 전략기획팀	일반	조사 (표본)	2006~ (1년)
교육·문화	국민생활 체육참여 실태조사	10세 이상 국민 생활체육활동 참여 실태 파악	문화체육관광부 체육국 체육진흥과	일반	조사 (표본)	1991~ (1년)
	국민여가 활동조사	만 15세 이상 국민 평일·휴일 여가활동, 여가공간, 여가인식, 다양한 여가활동, 만족도 등)	문화체육관광부 지역문화정책과 문화체육관광부	일반	조사 (표본)	2007~ (2년)
	국민여행 실태조사	15세 이상 국민 여행 실태 종합적 파악	문화체육관광부 관광정책국 문화체육관광부 관광정책과	일반	조사 (표본)	1976~ (1년)
	국민체력 실태조사	15세 이상 국민 체력 파악 ▶ 체격(신장/체중/ 신체질량지수 등 5개 영역) ▶ 체력검사(성인/노인)	문화체육관광부 체육국 문화체육관광부 체육진흥과	일반	조사 (표본)	1992~ (2년)
보건·복지	국민건강 영양조사	1세 이상 국민 ▶ 설문(질병이환, 의료 이용 등 18개 영역) ▶ 검진(혈압, 맥박 등 9개 영역) ▶ 영양(음식, 식품 섭취 등 3개 영역)	보건복지부 질병관리본부 건강영양조사과	지정	조사 (표본)	1973~ (1년)

통계 구분	통계명	주요 내용	생산 기관	종류	작성 방법	통계 주기
	국민 보건계정	국민보건의료비를 기능별, 재원별 및 공급자별로 작성함	보건복지부 기획조정실 정책통계담당관	일반	가공 (전국)	2007~ (1년)
	국민보건 의료실태 통계	전국 보건의료기관 및 약국 시설, 인력, 장비 현황	보건복지부 보건의료정책관 의료자원정책과	일반	조사 (표본)	2001~ (5년)
	국민생활 실태조사	기초생활보장수급권자, 수급자 및 차상위 계층 등의 규모 및 생활 실태, 최저생계비 계층	보건복지부 사회복지정책실 기초생활보장과	일반	조사 (표본)	2016~ (3년)
	국민연금 통계	가입자 현황, 징수 현황, 급여 현황, 심사청구 현황, 기금 현황	국민연금공단	일반	보고 (전국)	2006~ (1년)
	건강보험 주요수술 통계	연령별 성별 수술 현황 등	국민건강보험공단 빅데이터운영실 통계부	일반	보고 (개인)	2007~ (1년)
	건강보험 환자진료 비실태 조사	전국 요양기관(보건 기관 및 조산소 제외) 중 최근 3개월간 진료비 청구 실적 있는 기관의 환자정보, 입퇴원정보, 상병명, 진료비 등	국민건강보험공단 건강보험정책 연구원 의료비분석실	일반	조사 (표본)	2008~ (1년)
	건강보험 통계	건강보험 급여 및 진료자료, 의료급여 청구서 등	국민건강보험공단 빅데이터운영실 통계부	일반	보고 (전국)	1996~ (1년)
	한국복지 패널조사	국내 거주 모든 개인의 복지 실태와 욕구 현황	한국보건사회 연구원 정보통계연구실 사회조사팀	일반	조사 (표본)	2006~ (1년)
	식품 및 식품첨가물 생산실적	식품/식품첨가물업체 생산·출하 현황 생산량 기준 국민 다소비 식품 및 식품첨가물 순위 등	식품의약품안전처 식품안전국 식품안전정책과	일반	보고 (사업체)	1998~ (1년)

통계 구분	통계명	주요 내용	생산 기관	종류	작성 방법	통계 주기
	의약품 생산실적 및 수입실적	의약품 생산 및 수입 제품명, 포장 단위, 소량 포장 생산, 포장 형태, 생산실적	식품의약품안전처 의약품안전국 의약품관리과	일반	보고 (사업체)	2016~ (1년)
	의료기기 제조·유통 조사	의료기기 제조, 수입 및 판매업체의 현황	한국보건산업 진흥원 산업통계팀	일반	조사 (표본)	2010~ (1년)
	의료기기 생산실적	품목 수, 생산·수출·수입 품목 수, 연간 생산·수출수입 금액 등	식품의약품안전처 의료기기안전국 의료기기관리과	일반	조사 (표본)	2014~ (1년)
	화장품 제조유통 조사	화장품제조판매 업체의 현황	한국보건산업 진흥원 산업통계팀	일반	보고 (사업체)	2015~ (1년)
	화장품 산업 현황	화장품제조판매 업체의 생산, 수입 금액	식품의약품안전처 바이오생약국 화장품정책과	일반	보고 (사업체)	2017~ (1년)
	항노화 제조산업 실태조사	항노화제조업체 취급 품목, 사업체, 재무, 매출, 인력 현황 등	한국보건산업 진흥원 산업통계팀	일반	조사 (표본)	2018~ (1년)
재정·금융	전 국민 금융이해력 조사	18~79세 국민 금융지식, 금융행위, 금융태도, 금융거래, 금융교육 및 인구 통계정보 등	한국은행 경제교육실 경제교육기획팀	일반	조사 (표본)	2016~ (2년)
	생명보험 성향조사	가입 상황, 납입보험료, 생명보험 지식, 홍보, 최근 경험, 장래 가입 의향 등	생명보험협회 기획부	일반	조사 (표본)	1976~ (3년)
	주택금융 및 보금자리론 실태조사	20~59세 가구주, 한국주택 금융공사 보금자리론 이용자 대상 현황	한국주택금융공사 주택금융연구원 통계분석팀	일반	조사 (표본)	2006~ (1년)

200 시니어 비즈니스 산업 활성화를 위한 근거 기반 통계의 문제점과 과제

통계 구분	통계명	주요 내용	생산 기관	종류	작성 방법	통계 주기
고용·임금	산업기술 인력수급 실태조사	한국표준산업분류 기준 12대 산업 사업체의 규모 및 연구인력, 채용 계획, 학력, 전공, 고용 형태별, 연령별 현원 및 부족 인원, 퇴사인력, 구인인력 등	산업통상자원부 산업정책국 산업일자리혁신과	일반	조사 (표본)	2004~ (3년)
	지역별 고용조사	15세 이상 지역별 경제활동/ 비경제활동인구, 취업/실업인구 등	통계청 고용통계과	지정	조사 (표본)	2006~ (반기)
	한국노동패널조사	15세 이상 개인 경제활동 상태, 건강과 은퇴, 중년, 고령자, 장년층 등	한국노동연구원 노동패널팀	일반	조사 (표본)	1998~ (1년)
인구·가구	인구 총조사	정보통신기기 보유현황별 가구	통계청 조사관리국 인구총조사과	지정	가공 (전수)	1962~ (1년)
교통·정보 통신	인터넷 이용 실태조사	3세 이상 국민 인터넷, 이메일, 인스턴트메신저, SNS, 도메인, 정보통신기기, 클라우드서비스, 인터넷쇼핑, बैं킹, 웨어러블기기, 스마트폰 사용 현황	과학기술 정보통신부 인터넷융합정책관 인터넷제도혁신과	지정	조사 (표본)	2003~ (1년)

자료: 저자 작성.

〈부표 3〉 전체 고령친화산업 조사통계(통계청 비승인통계)

과제명	주요 내용	수행 기관	수행 연도
고령친화산업 실태조사 및 산업분석	9대 고령친화산업별 시장 규모 및 추계	한국보건산업진흥원	2011
고령친화산업 수요조사	4개 제품 영역 및 10대 서비스 영역 이용 실태 및 수요조사	한국보건산업진흥원	2012
고령친화산업 소비자 수요조사	4개 제품 영역 및 10대 서비스 영역 이용 실태 및 수요조사	한국보건산업진흥원	2014
고령친화산업 실태조사 및 산업분석	8대 고령친화산업별과 은퇴준비 자산 시장 규모 및 추계	한국보건산업진흥원	2014

자료: 저자 작성.

간행물 회원제 안내

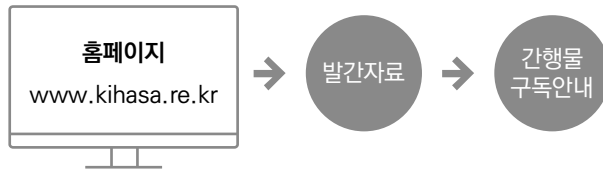
회원제에 대한 특전

- 본 연구원이 발행하는 판매용 보고서는 물론 「보건복지포럼」, 「보건사회연구」도 무료로 받아보실 수 있으며 일반 서점에서 구입할 수 없는 비매용 간행물은 실비로 제공합니다.
- 가입기간 중 회비가 인상되는 경우라도 추가 부담이 없습니다.

회원 종류

전체 간행물 회원	보건 분야 간행물 회원
120,000원	75,000원
사회 분야 간행물 회원	정기 간행물 회원
75,000원	35,000원

가입방법



문의처

- (30147) 세종특별자치시 시청대로 370 세종국책연구단지
사회정책동 1~5F
간행물 담당자 (Tel: 044-287-8157)

KIHASA 도서 판매처

- | | |
|---|---|
| ▪ 한국경제서적(총판) 737-7498 | ▪ 교보문고(광화문점) 1544-1900 |
| ▪ 영풍문고(종로점) 399-5600 | ▪ 서울문고(종로점) 2198-2307 |
| ▪ Yes24 http://www.yes24.com | ▪ 알라딘 http://www.aladdin.co.kr |