

실버산업개론

제1장 시니어 개념

목차

01

정의

02

기준

03

분류 및 특성



01

정의

정의

SILVER
어르신
노인



은발의 노인



'부정적 인식'

정의

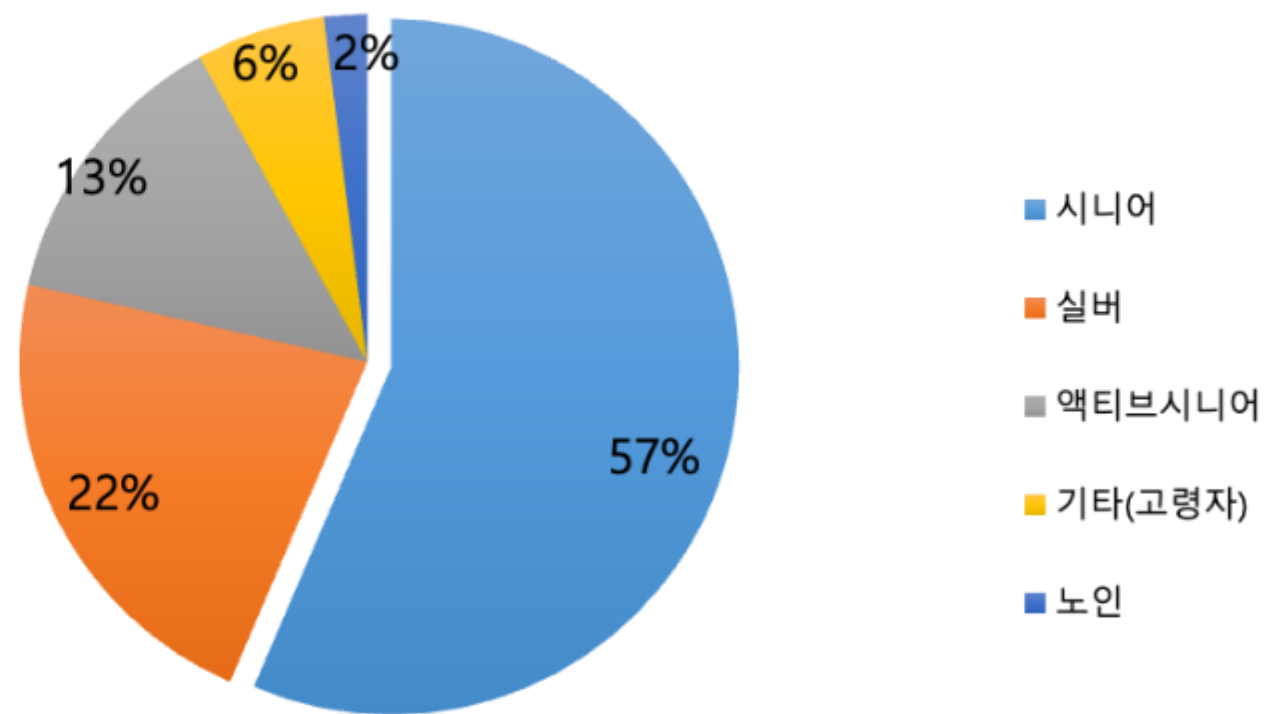
〈 실버산업마케팅연구회의 시니어 정의 〉

- ① 사용에 긍정적으로 받아들여 짐
- ② 다른 용어와 혼동되지 않음
- ③ 세계적으로 통용되는 용어

- 시니어 연령기준을 통상의 연금 수급 기준으로 잡는 것이 아니라,
직장에서 은퇴하고 자녀의 독립 등 생활환경의 급격한 변화를 보이는 50세로 규정
- 또한, 시니어 시기를 세분화해 4단계로 나누어 각 산업마다 각 단계별로 나누어 살펴볼 것

쉬어가기 - 시니어는 어떠한 호칭을 선호할까?

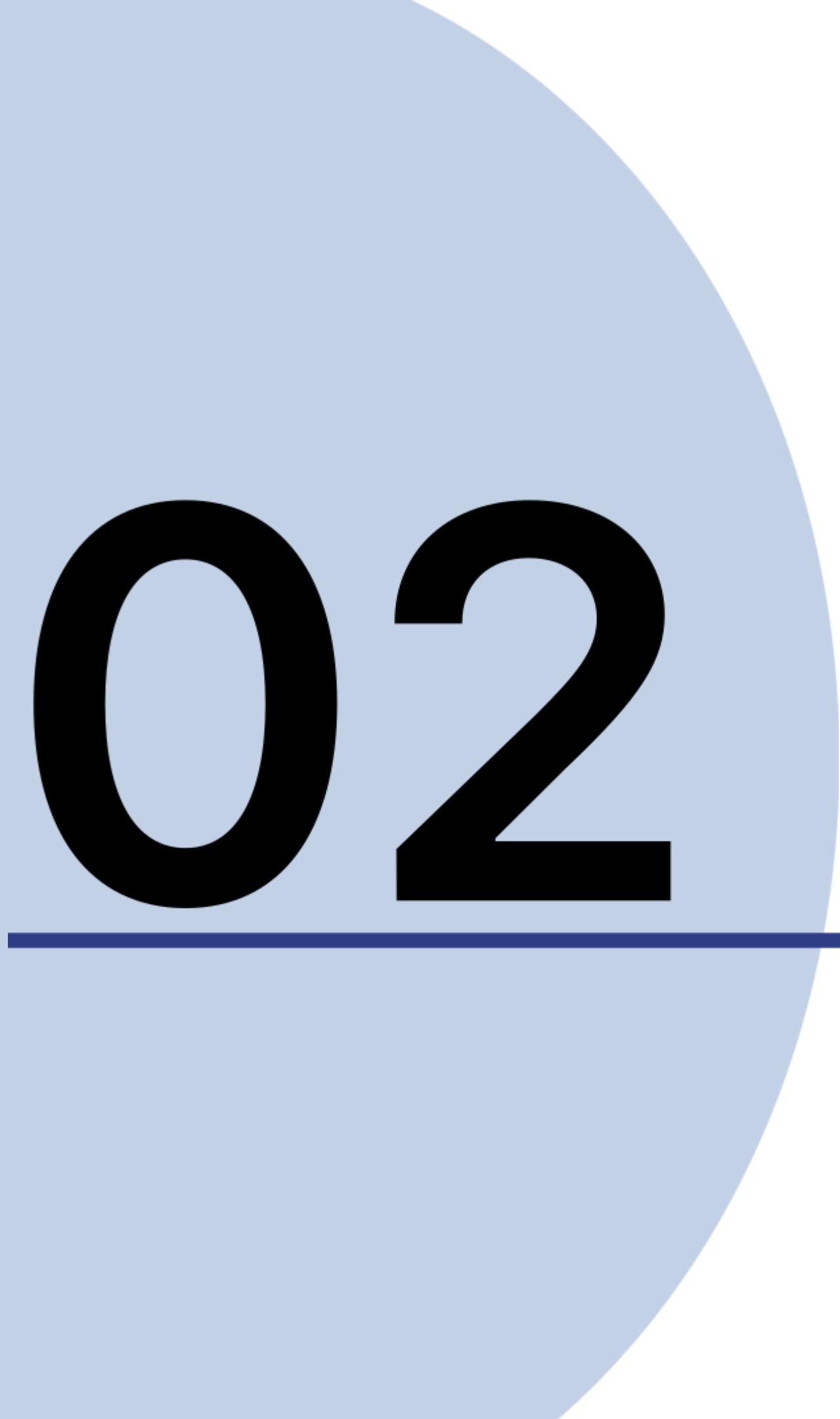
시니어가 선호하는 호칭 설문조사



– 시니어들은 시니어로 불리기를 가장 선호(57%)

– 실버, 액티브 시니어 순으로 조사됨

출처 : 교보생명, 시니어파트너스



02

기준

기준

연령으로 적용되는 시니어 관련 법률	
연령	법률
55세	고령자촉진법
60세	기초생활보장법 국민연금법 노인복지회관, 노인교실 출입
64세 이하	공공근로
65세	기초노령연금법 노인장기요양법 노인일자리 사업 대상

- 우리나라에서 통용된 기준이 마련되어 있지 않음
- 세계적으로 통용되는 기준은 65세이나, 그때와 지금의 평균수명과 사회환경이 변화되었기 때문에 적절치 않음
- 10년 훨씬 이상의 차이를 보이는 시니어를 동질의 집단으로 간주하는 오류를 범하고 있음

쉬어가기 - 비스마르크와 시니어의 기준



〈 비스마르크 〉

비스마르크는 사고·질병·양로보험·정년제도 등의 사회복지정책 추진

전 세계적으로 통용되는 시니어 연령 기준인 65세도 비스마르크의 사회보험제도를 시행할 당시 연금을 받는 기준인 65세가 사용되고 있음

시니어 연령 기준에 대한 비판: 과거에 비하여 늘어난 평균 수명
시니어의 건강 수준을 고려하지 못함

▶ 시니어에 대한 새로운 역 연령 기준 필요성이 제기

시니어의 분류 및 특성

심리적 특징

심리성적
발달이론

성년의 심리적 변화를 무시, 유년기의 경험이 성년 전반은 물론 시니어 시기까지 영향을 미친다고 보았다.

심리사회
발달이론

개인의 능력과 사회 문화권의 요구 간의 접점에 따라 총 여덟 단계로 발달이 진행된다.

성년 이후의 발달을 강조했다는 점에서 진화된 이론

노년기를 하나로 분류하고 있다는 점에서 현재 세분화된 시니어의 니즈와 욕구를 대변하기에는 한계점이 있다.

사회감성
선택이론

인간은 나이가 들어가면서 삶에서 남은 시간을 제한적이라고 지각함에 따라 현재의 정서적 만족과 행복을 추구하려는 정서조절의 동기가 활성화된다.

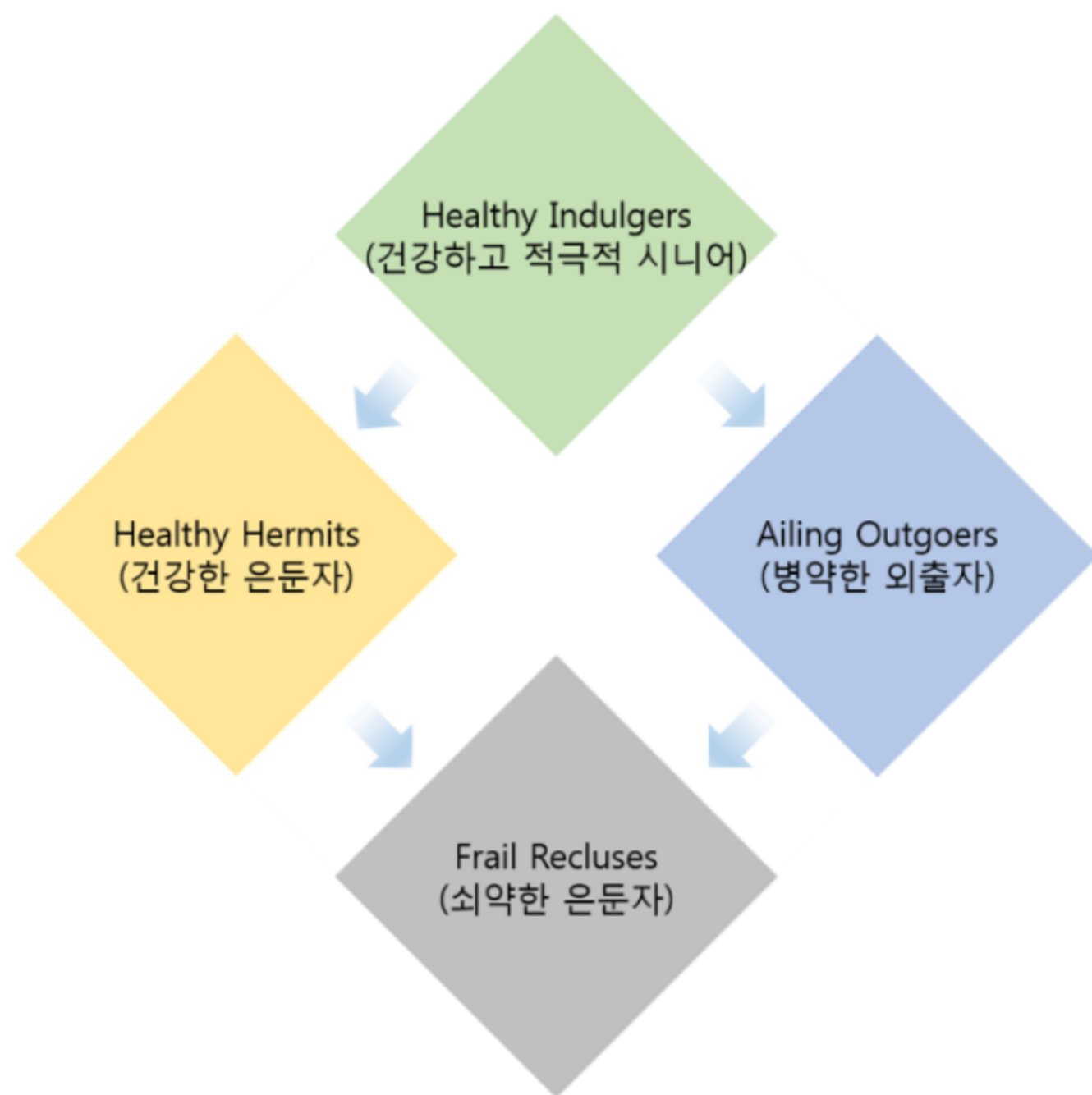
시니어는 현재 지향적이고 더 풍부한 감정을 얻는 것을 목표로 하며, 친숙한 다른 사람들과 만족스러운 정서적 상호작용을 추구한다고 본다.

03

분류 및 특성

시니어의 분류 및 특성

시니어 세분화 – Gerontograpics



① Healthy Indulgers(건강하고 적극적인 시니어)

비교적 부유하고 건강한 상태에서 독립적이고 활동적인 행동양식을 보임
사회활동에 지속적으로 참여하며 여가활동을 추구하는 경향
저축과 신용카드 사용에 호의적인 태도

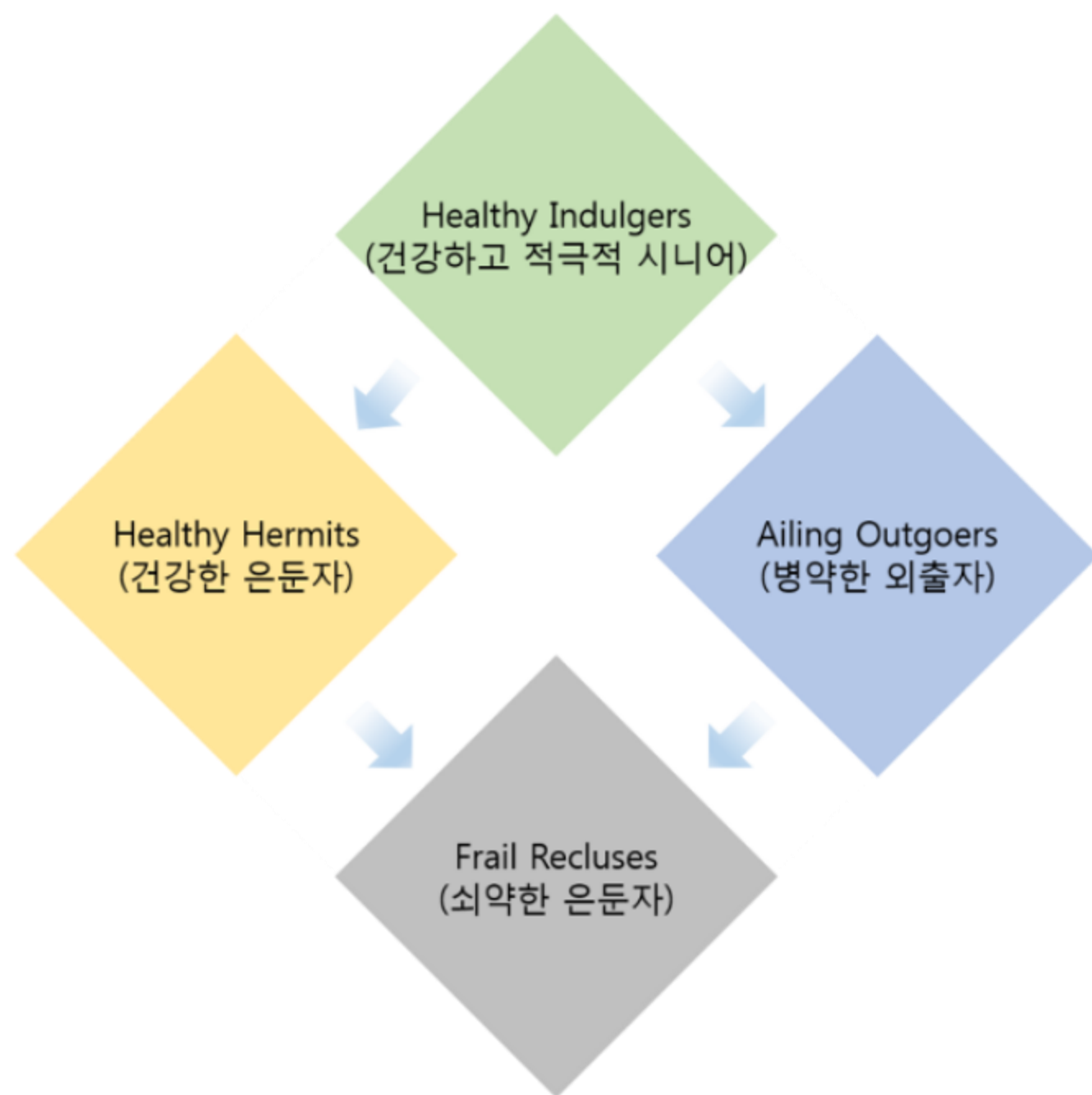
② Healthy Hermits(건강한 은둔자)

양호한 건강상태에도 불구하고 심리적으로 사회에서 물러나 있는 상태
활동적인 경험에 관심이 낮고 욕구 파악이 어렵다 것이 특징

〈 Gerontograpics 〉

시니어의 분류 및 특성

시니어 세분화 – Gerontograpics



〈 Gerontograpics 〉

③ Ailing Outgoers(병약한 외출자)

악화된 건강상태임에도 사회적인 활동을 끊임없이 지속
건강에 의해 변화하는 생활방식을 거부하고 새로운 경험에 관심이 많음
안정에 대한 관심이 높은 것이 특징

④ Frail Recluses(쇠약한 은둔자)

활동적이지 않으며 사회에서도 고립되어있는 상태
안정에 많은 관심을 쏟고 있으며 주로 육체적인 보호에 중점

Gerontographics 모델의 한계점

1996년 미국 시니어를 대상으로 진행된 연구를 바탕으로 도출된 모델
현 시점의 한국 시니어에게도 적용 가능할 것인가 의문

시니어의 분류 및 특성

새로운 시니어 세분화

기준	용어	의미
시니어	도약기 (50~64세)	- 개인에 따라 차이는 있지만 은퇴 등 갑작스러운 생활환경의 변화가 이루어져 적응을 못하고 무력감이나 우울감을 느끼는 경향이 큼 - 하지만 점점 바뀐 생활에 익숙해지고 새로운 삶, 제2의 삶을 살기 위해 여러 준비를 하게 되는 시기
	도전기 (65~74세)	- 대부분 이 시기에는 이미 은퇴를 완료하였고, 도약기에서부터 시작된 변화를 받아들이고 새로운 생활을 위해 도약기에 한 준비를 바탕으로 여러 방면에서 다양한 도전을 시작하는 시기
	안정기 (75~85세)	- 새로운 것에 대한 도전 보다는 지금까지 이루고 성취한 것들을 바탕으로 삶을 영위
	정리기 (85세 이상)	- 인생에 대한 자아 통합을 이루어 가는 시기으로써, 인생이 마지막을 결정하는 중요한 시기

시니어의 분류 및 특성

새로운 시니어 세분화

신체기관	신체적 변화
소화기계	미각 둔화 / 치아의 탈락 발생 / 식욕저하 현상 / 음식물의 통과시간이 길어짐 / 60대 이상 시니어의 위산 분비량은 20대의 40~50%까지 감소
체조직	60세 이후 체중 감소 시작 / 체단백질 및 세포내 수분의 저하 / 단위 체표면적당 기초대사량이 감소 / 신장과 체중이 감소하여 체표면적이 감소
간	간 중량은 60대 이후에는 급격히 감소하여 약 1.6~2.0%가 됨 / 간장 기능 저항이 저하 / 혈당치 증가가 높음 / 높아진 혈당이 정상치로 회복되는데 걸리는 시간이 길어짐
심장	혈압 상승으로 심장에 부담 / 60세가 지나면 현저하게 심장 박동이나 박출이 감퇴 / 혈관벽 내에 콜레스테롤 및 칼슘 침착 / 혈관 수축성의 저하가 나타남
뇌 및 신경 조절	뇌 조직에서 구조적, 생화학적 변화 발생 / 일부 신경 전달 물질 감소
내분기계	성 호르몬 분비에 대한 억제 현상이 나타남 / 무기력증 / 기초대사가 저하 / 저체온증 / 포도당 내성도 감소
호흡계	폐활량이 저하 / 폐기종, 기관지협착, 노인성 천식

시니어의 분류 및 특성

심리적 특징 – 에릭슨의 심리사회적 이론

1단계 (영아기)	신뢰 vs 불신
2단계 (유아기)	자율성 vs 수치
3단계 (초기 아동기)	주도성 vs 죄의식
4단계 (후기 아동기)	근면성 vs 열등감
5단계 (청소년기)	정체감 vs 역할 혼미
6단계 (성인 초기)	친밀감 vs 고립감
7단계 (중년기)	생산성 vs 자기 침체
8단계 (노년기)	자아통합 vs 절망

시니어의 분류 및 특성

심리적 특징

도약기

건강에 대한 불안감의 시작
사회적 변화가 심리에 작용됨

도전기

도약기에서 일어났던 변화에 수긍하며
새로운 도전을 모색함

자녀 등 가족 관계로부터의 변화에서
오는 심리적 변화 발생

안정기

심리적으로 안정되는 시기

죽음에 대한 준비도에 따라 불안감을
느끼기도 함

정리기

삶에 대한 정리와 고민이 깊어짐

시니어의 분류 및 특성

사회활동 특성

도약기

사회활동 중 일의 비중이 가장 큰 시기이며 은퇴를 준비하는 시기로 사회활동에 변화가 예고된 시기

도전기

도약기의 준비성에 따라 상이. 경제활동을 유지할 수 있는 시니어의 경우 최대한 일을 하며 교육과 여가활동을 통해 사회활동의 밸런스를 조정하는 시기

안정기

일을 통한 사회활동이 어려워지는 경우가 많아지며 신체, 정신적 변화가 교육 여가의 종류와 참여도에 영향을 미침

정리기

사회활동이 가장 감소되는 시기



쉬어가기 - 미국 시니어의 은퇴 후 사회생활



미국의 베이비부머

- 자식들에게 의존하지 않음
- 젊을 때부터 계획적으로 은퇴를 준비
- ▶ 적극적으로 막강한 소비 집단으로 군림
건강과 교육, 여가활동에 투자
일자리에 적극적

미국인들이 나름대로 행복한 노후생활을 보낼 수 있는 이유

- ① 젊은 시절부터 전문가의 도움을 받아 체계적인 은퇴플랜 준비
- ② 은퇴 후의 삶을 제2의 인생이라는 긍정적인 마인드

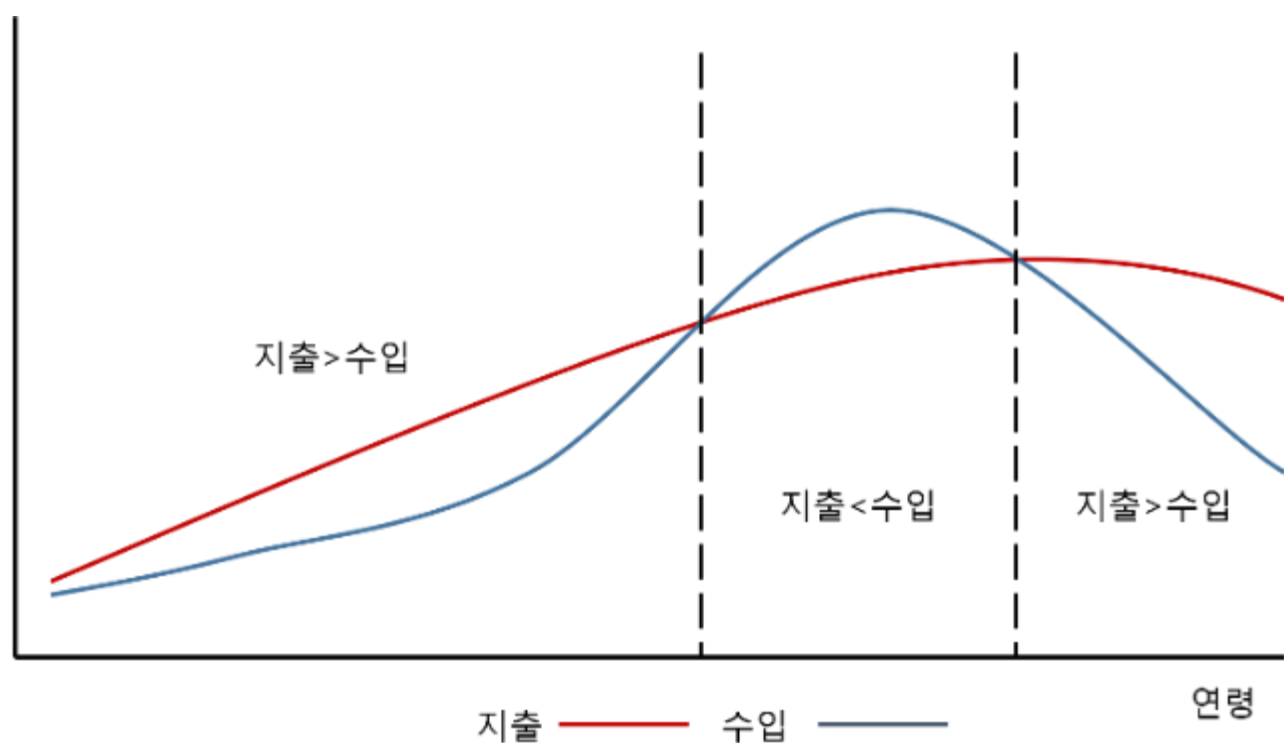
시장규모

〈시니어산업의 시장규모〉

- **고령친화산업진흥법** 제 2조에서 시니어산업 범위를 정의하고 있음
시니어가 주로 사용하거나 착용하는 용구, 의료기기, 주택, 노인요양서비스, 금융자산관리서비스, 정보기기 및 서비스, 의약품 및 화장품, 교통수단 및 관련 서비스, 건강기능식품 등 다양한 제품과 서비스산업을 포함하고 있음
- 다양한 제품 및 서비스 중에서 데이터 생산 여부, 최근 정책 수요 등을 반영한 8대 산업을 선정하여
고령친화산업 시장규모를 추정함
8대 산업 종류: 의약품, 의료기기, 식품, 화장품, 용품, 요양서비스, 주거산업, 여가산업

시니어의 분류 및 특성

경제적 특성



지출 < 수입 기간의 단축 : 학업과 불경기로 인한 늦은 취업
구조조정 등으로 당겨진 은퇴시점

지출 > 수입 기간의 연장 : 수명 증가로 은퇴 후 소비 기간 증가
늦은 출산으로 자녀 교육비 부담 연장

▶ 재취업, 연금을 통한 생활비 마련으로 경제 위기 극복해야 함

실버산업개론

제1-2장 시니어 산업 개념

목차

01

정의

02

필요성

03

기대효과

04

분류 및 현황

05

시장 규모

03

해외 시장



01

정의

정의

〈시니어산업〉

– 우리나라 연구진의 시니어 산업 정의는 "고령층의 정신적, 육체적 기능을 향상시키거나 유지시키고 고령자의 완전한 사회활동을 위하여 민간이 시장경제에 입각하여 상품이나 서비스를 공급하는 산업" 이라고 규정하였으나, 이 정의에는 많은 한계가 있음

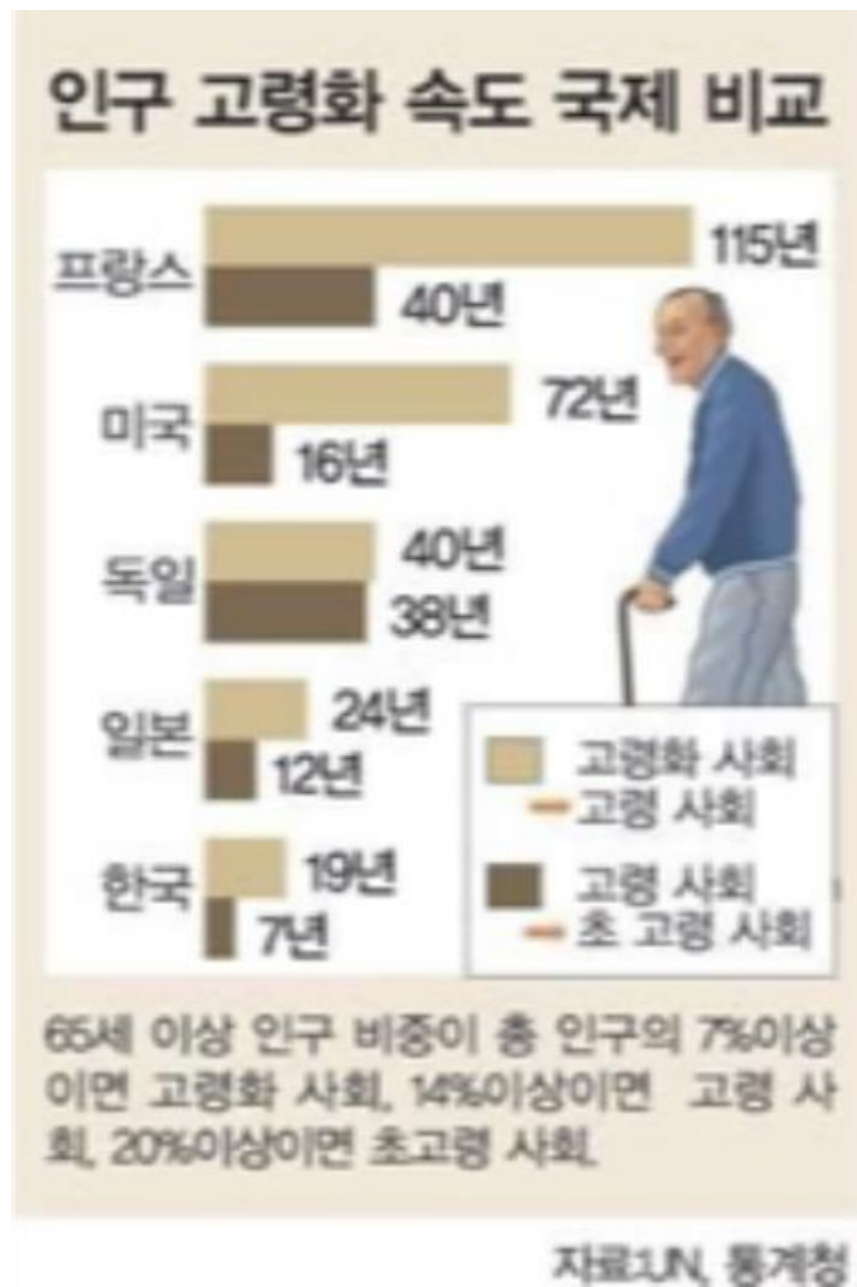


– 시니어산업을 "**영리를 추구**하는 모든 비즈니스에서 직·간접적으로 시니어와 관련된 제품 및 서비스를 생산하는 활동"라고 정의

– 트렌드를 반영하고 시니어산업의 대상 역시 시니어 및 예비 시니어, 그 가족들과 산업 종사자까지 포함시킴

정의

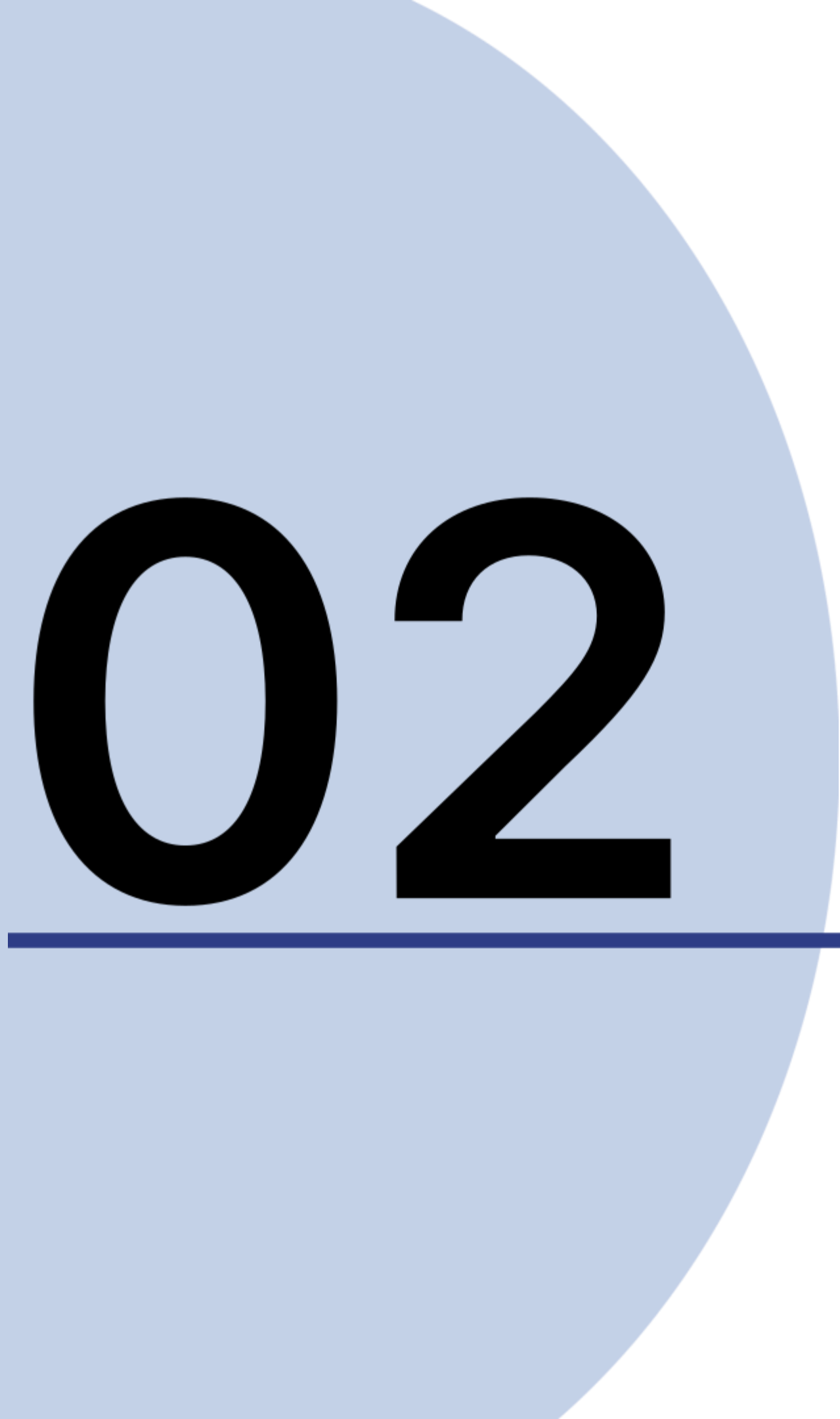
〈시니어산업〉



급속한 고령화로 사회적으로 시니어를 받아들일 수 있는 기간이 짧음

시니어를 위한 법이나 제도 등 사회적 여건 조성 부족

사회적으로 노인의 역할을 찾지 못하고 생산성이 떨어진다는 인식 팽배



02

필요성

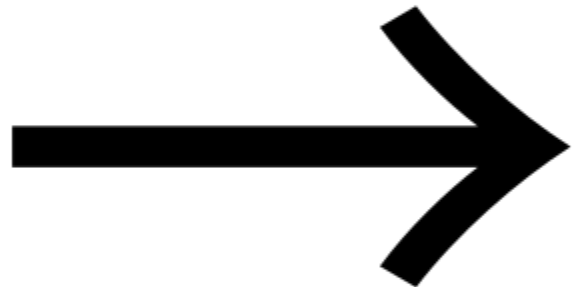
필요성

〈시니어산업 정의 필요성〉

- ① 우리나라는 시니어산업에 대한 명칭 미확립으로 각 명칭마다 의미하는 바가 달라 많은 사람이 어떤 용어를 사용해야 하는지 혼란스러워하는 문제점이 발생
- ② 실버산업의 용어는 은발의 시니어라는 '늙음'이 연상되는 단어로 산업에 대한 부정적 인식이 야기되어 시니어산업 성장을 저해하는 요인으로 작용하는 문제점 발생 (특정 용어에 대한 반감이 주된 문제임)
- ③ 기존 시니어산업의 정의는 시니어만으로 대상 한정 문제가 있으며 최근 시니어산업의 대상은 예비 시니어, 그리고 시니어를 위해 자녀들이 구매하는 상품 및 서비스가 확산되고 있으나, 기존 시니어산업은 이를 미반영하고 있음
- ④ 시니어산업의 정의는 용품, 의료기기, 케어 등의 특정 산업 군에 한정되어 있으며 시니어 시장이 커지기 전에는 한정된 정의에 대해 문제가 되지 않았지만 최근에 들어와서 각종 소비재, 서비스는 물론 교육, 일자리, 은퇴 후 생애설계 등의 시장이 확대되면서 새로운 정의가 요구되고 있음

필요성

〈시니어산업 정의 필요성〉



시니어산업 용어 및 정의에
대한 문제를 해결하고
시대적 트렌드
반영을 위하여
'시니어산업'이라는
용어 확립



03

기대효과

기대효과

〈시니어산업 용어 재정비로 얻을 수 있는 기대효과〉

- ① 정확한 구분을 통해 혼란 잠재울 수 있음
- ② 현재 '시니어비즈니스'라는 용어로도 사용되고 있지만 비즈니스 사업이라는 뜻으로 협의의 개념
- ③ 시장은 최신 트렌드에 민감하게 반응하여 소비자 욕구에 적합한 제품 및 서비스를 제공해야하나 기존 협의한 정의로 인하여 미반영 문제 해결
- ④ 과거 제품에 집중된 시니어 시장이었단면 최근 서비스 형태의 다양한 상품이 쏟아져 나오고 있으며 이는 소비자가 선택할 수 있는 폭이 넓어질 수 있기에 옳은 방향으로의 성장이라고 봄



04

분류 및 현황

분류 및 현황

〈시니어산업 분류〉

- 기존 산업 분류 한계점 ▶ 대개 실버 산업을 노인 산업이라 생각하나, 노인 산업은 복지의 영역임

- (1) 한 분야에 치우쳐진 세분화 ▶ 의료
- (2) 산업분류 기준 불명확 ▶ 무엇이 시니어 산업인가?
- (3) 새로운 성장산업 미제시

▼ 기존 상업 분류를 보완한 새로운 분류

시니어주거&요양산업/시니어용품산업/ 시니어여가산업/시니어건강관리산업/시니어산업 최신트렌드

쉬어가기 - 시니어 시프트



'시니어 시프트'

-시니어의 증가로 사회 모든 것이 시니어를 초점으로 움직임

일본 유통기업인 이온(AEON)에서 처음 사용한 단어

노동자와 소비자가 시니어로 움직이면서 기업의 제품 및 서비스를 시니어 중심으로 움직임

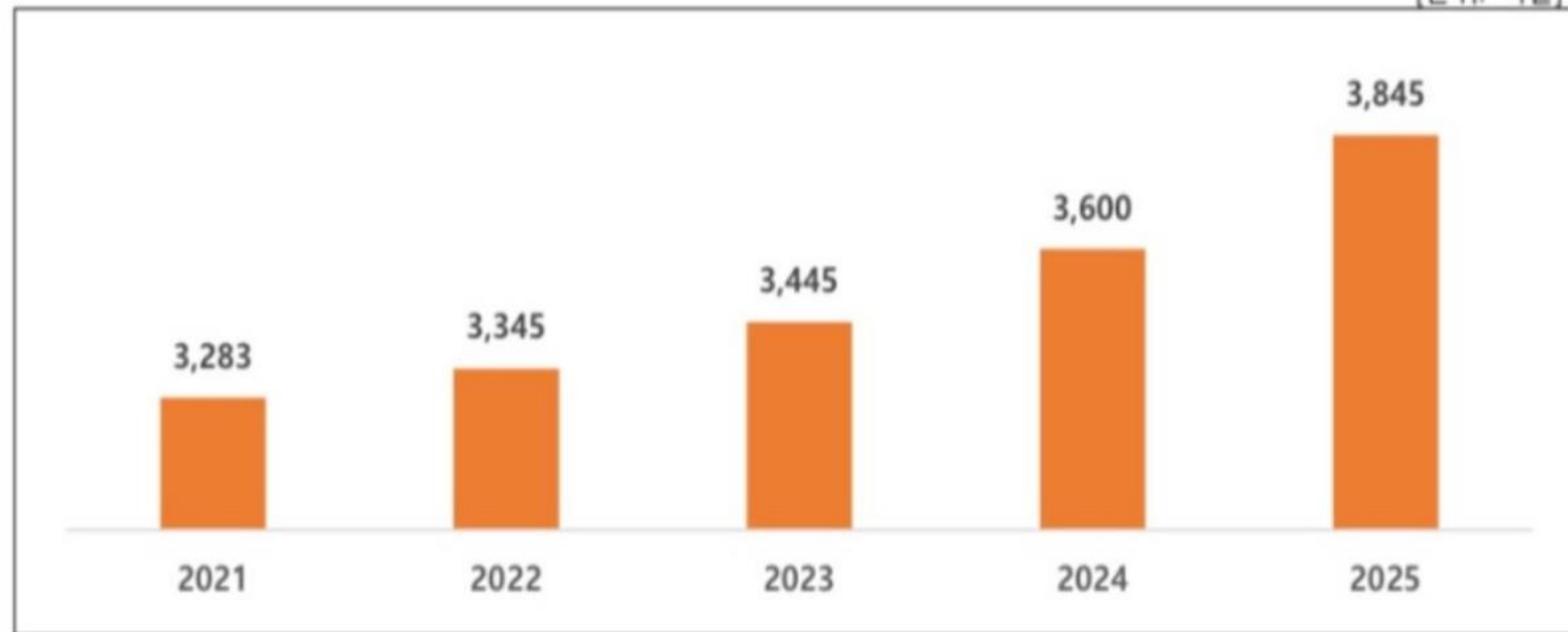
분류 및 현황

〈시니어산업 현황〉

한국보건산업진흥원, 고령친화산업 제조·서비스업 실태조사 및 분석(2021)

고령자 케어 제품 시장 성장전망(글로벌 기준)

[단위: 억불]



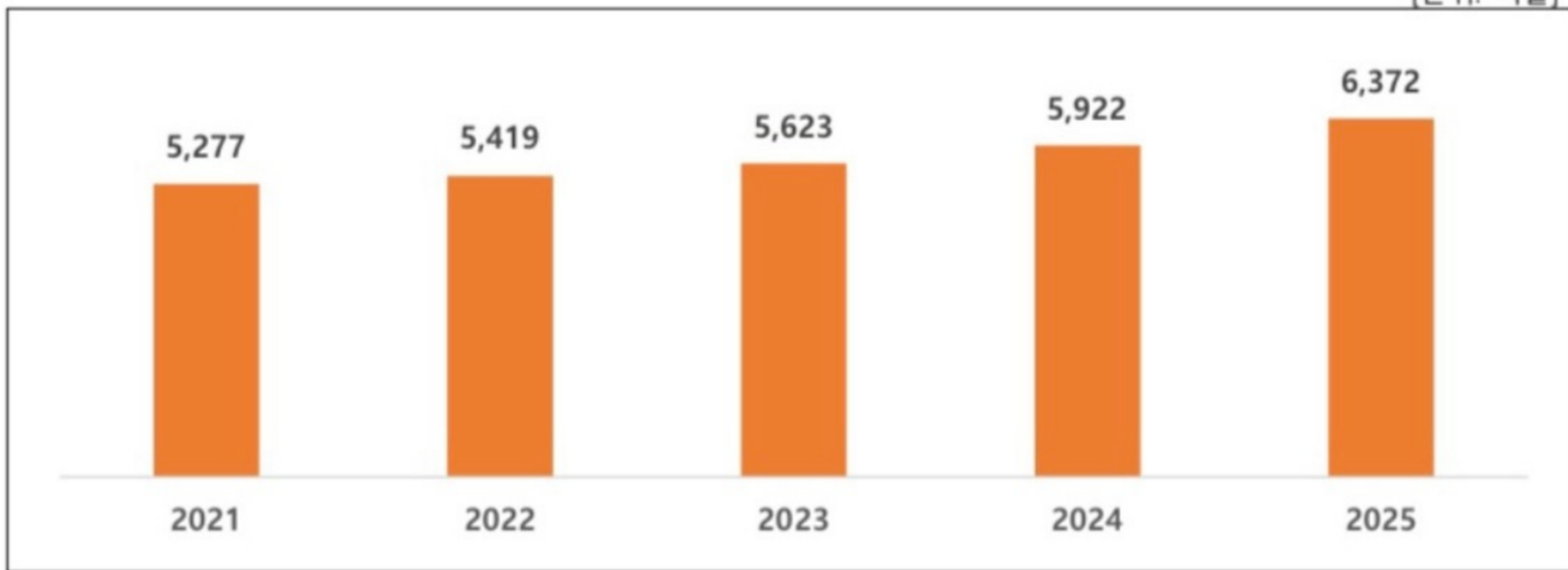
분류 및 현황

〈시니어산업 현황〉

한국보건산업진흥원, 고령친화산업 제조·서비스업 실태조사 및 분석(2021)

고령자 케어 서비스 시장 성장전망(글로벌 기준)

[단위: 억불]

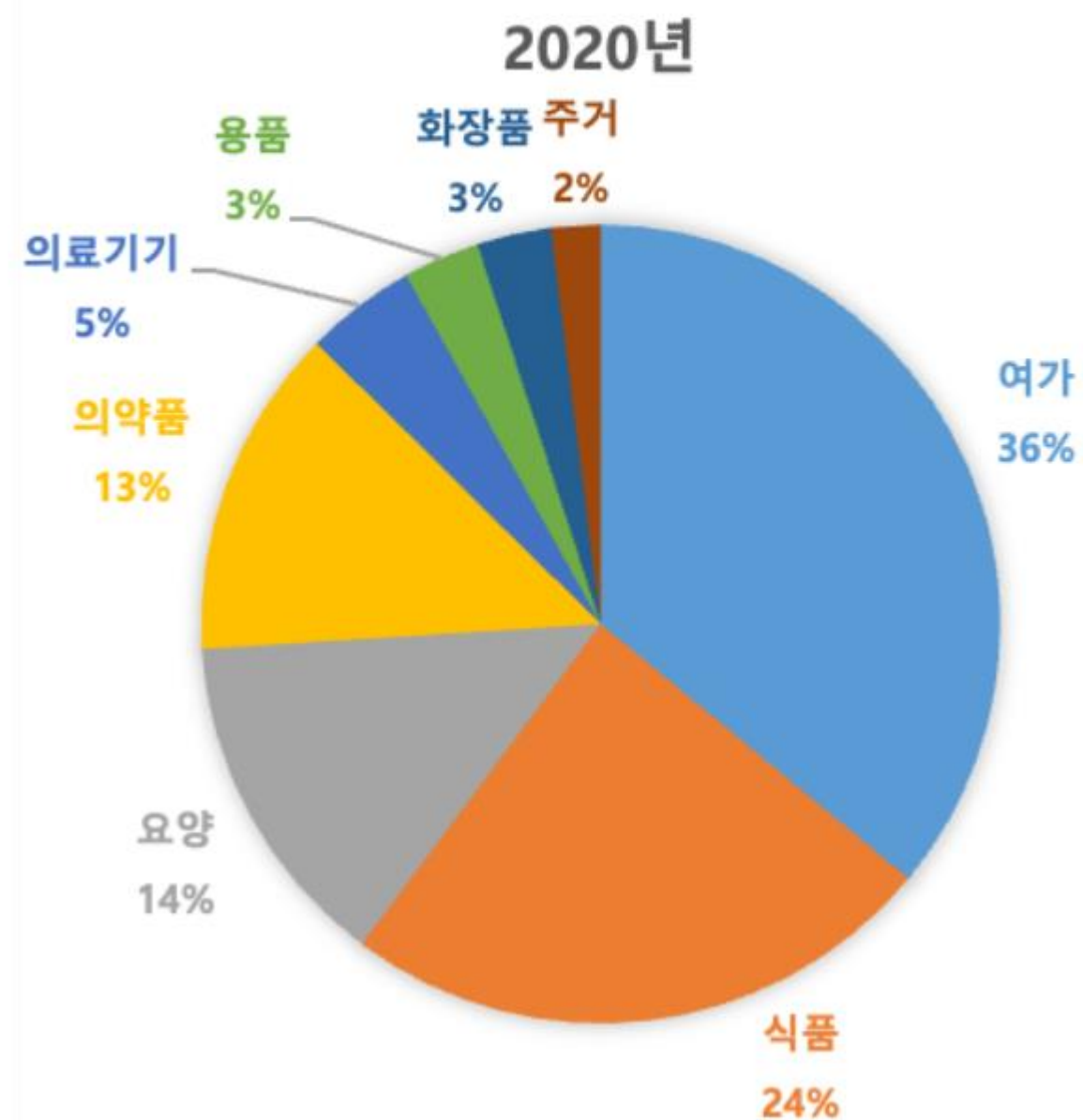
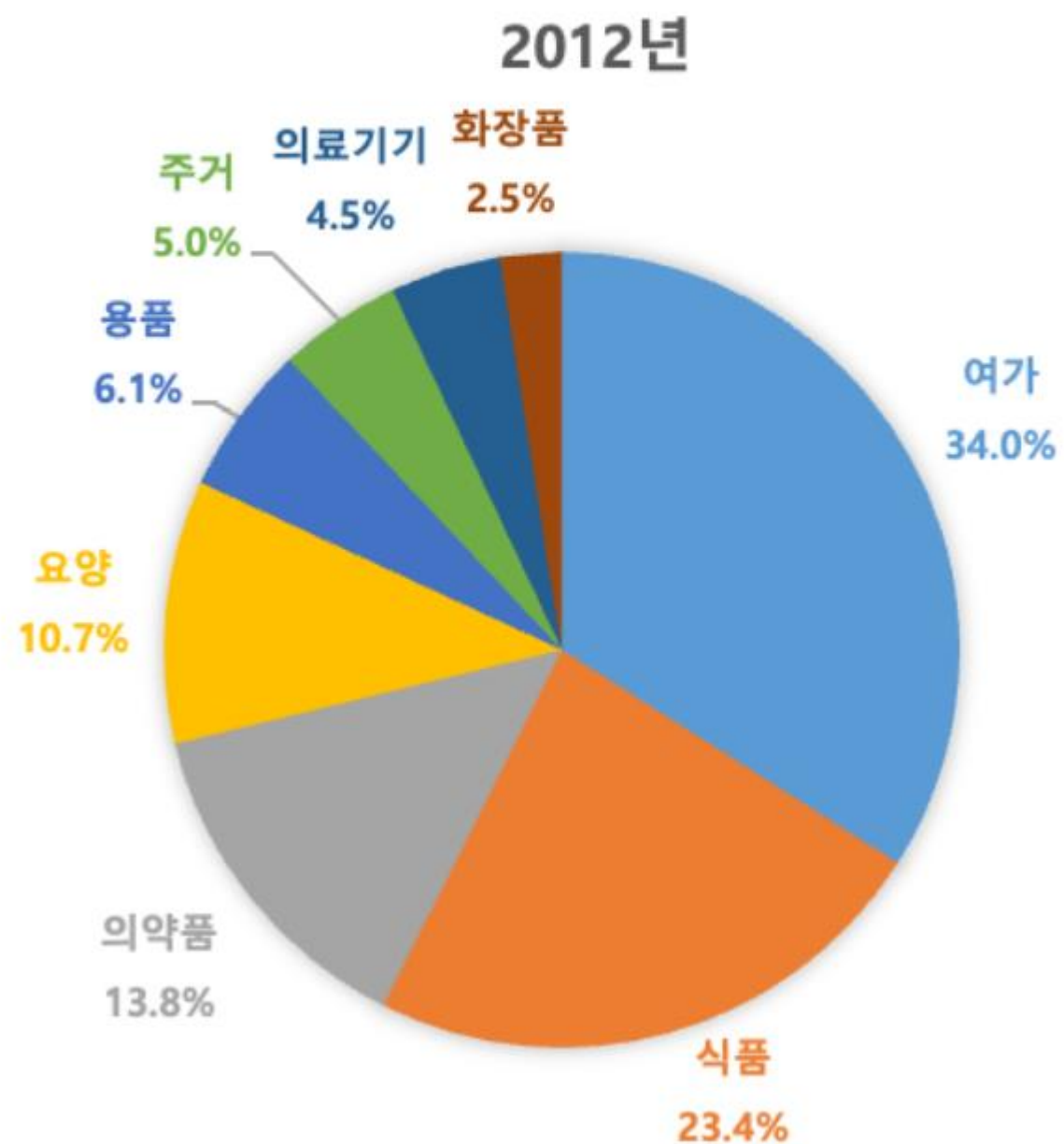


분류 및 현황

〈시니어산업 현황〉

시니어 산업의 현재와 전망

한국보건산업진흥원(단위 : 억원, %)



05

시장규모

시장규모

〈시니어산업의 주 타격〉

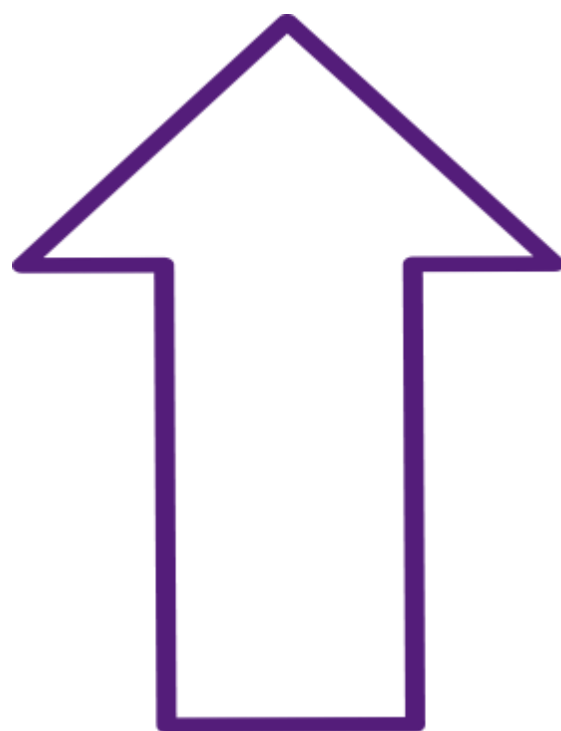
시니어 산업의 주요 성장 동력과 성장기점은 베이비 부머의 은퇴를 기점으로 함



경제력이 있는 **시니어**를 대상으로 하는
기업에서 다양한 제품 및 서비스를 제공함

시장규모

〈베이비부머 세대의 경제력〉



다른 세대에 비해 소유한 부동산, 재산 등이 많고 사회경제적 지위차이가 있음
소비지출 패턴이 안정적임

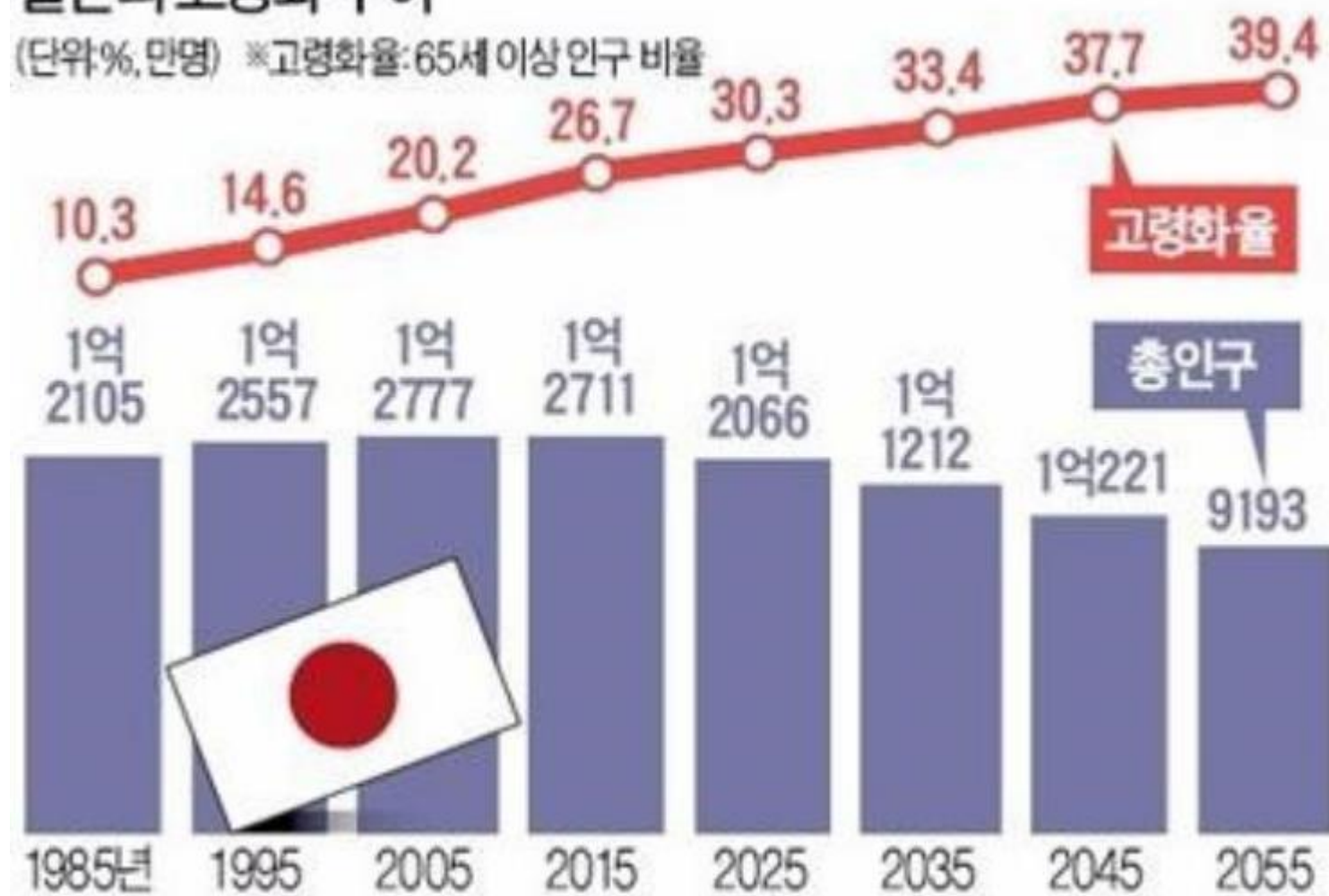
06

해외시장

일본

일본의 고령화 추이

(단위: %, 만명) *고령화율: 65세 이상 인구 비율



〈1980년 대〉 – 노인 복지 활성화 정책으로 산업 고도 성장

– 1985년: '실버서비스진흥 지도실' 설립

– 1989년: 장기 복지저책 '골든플랜' 발표/

복지 서지스와 시설 확대/ 민간사업자의 진출 허용

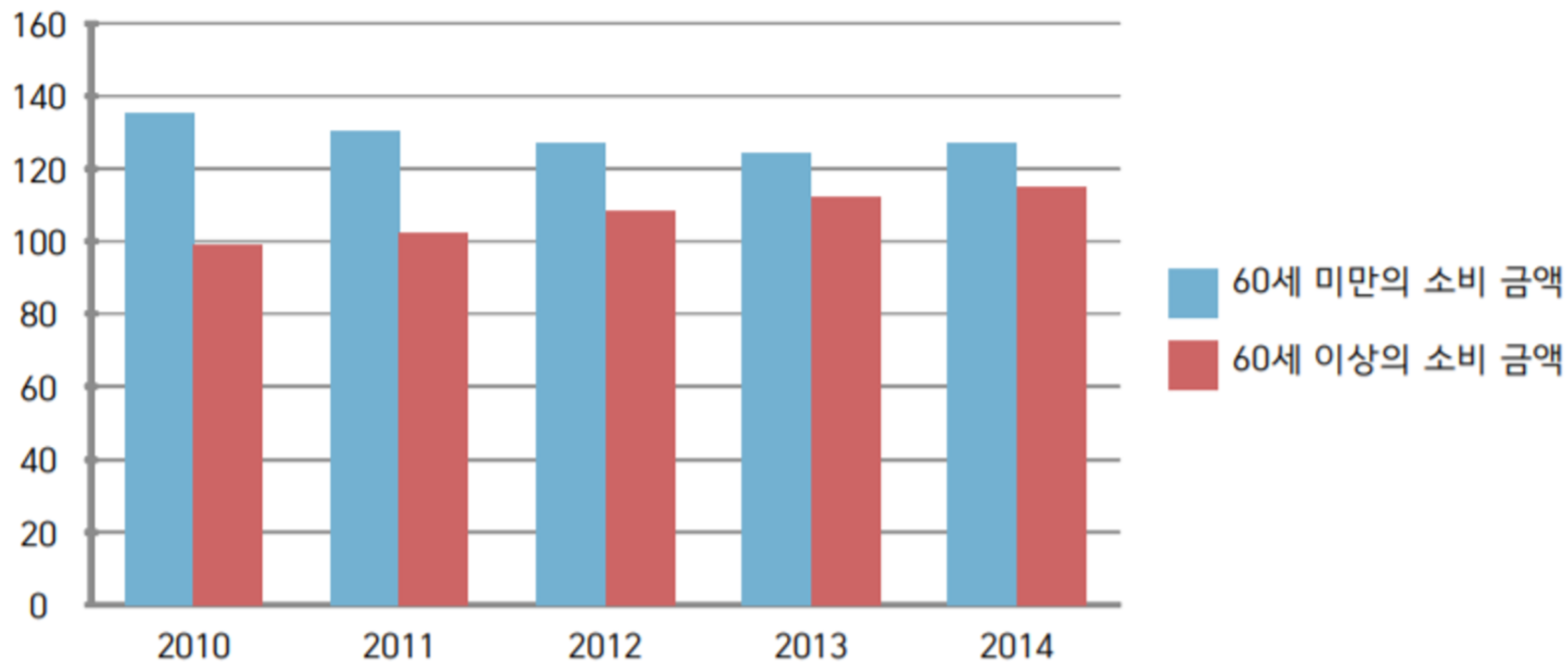
〈1990년〉 – 시니어산업 규모 33조 엔

〈2005년〉 – 정부의 적극적 주도 하에 양적 성장 거듭

〈2006년〉 – 개호보험 제도 정비로 민간기업 참여 증가,
질적 성숙 단계 돌입

일본

〈60세 이상 인구 연간 소비지출 현황〉

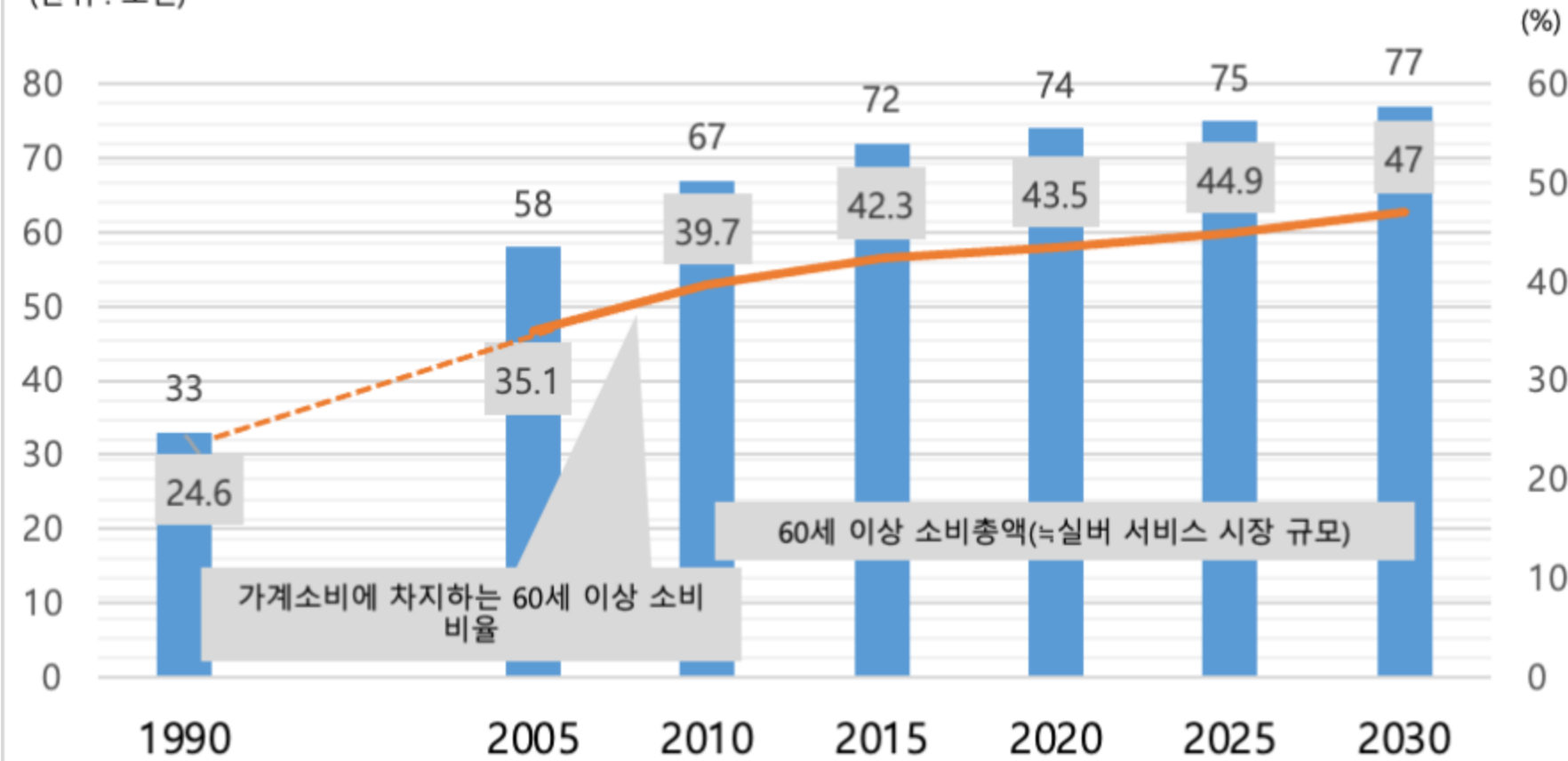


일본

일본 실버산업 추정 규모

자료원 : 일본 닛세이키초 연구소, 일본 실버서비스 진흥회

(단위 : 조엔)



〈일본 시니어산업 전망〉

- 베이비붐 세대(단카이 세대) 은퇴
 - ▶ 구매력이 높고 활동적인 소비층 확대
- 65세 이상 인구는 전체인구의 28.4% (2020년 기준) 차지
- 60세 이상 연간 소비 지출액 2011년 기준 100조엔
- 공적 개호보험 제도 확대로 기존 정부 주도형에서 민간기업, NPO 등 다양한 사업자진출 가능해짐

일본

〈단카이세대 – 시니어 시장 특징〉

- 기존 고령층처럼 돌봄 부양 대상이 아닌 소비 주도하고 문화를 창조하는 단카이 세대가 액티브 시니어로서 시장에서 중요한 연령 계층으로 분리됨
- 단카이 세대가 정년 퇴직하는 2007년부터 시니어 시장이 급격하게 성장할 것으로 기대되었으나, 자산 및 소득이 곧바로 소비로 연결되지는 않았으며 2012년부터 본격적으로 내수시장을 주도하기 시작
- 이들은 노인으로 분류되기를 거부하고 '근사함'을 중시하는 경향이 커 GG(Grand Generation), Successful Aging 등의 용어로 성장

일본

〈시니어 시장 현황〉

- 실버 시장의 확대로 기존 소비자의 구분 및 재정 의하는 등 시장을 보다 미시적으로 바라보는 시야가 필요
- 시니어 소비자 행동 패턴을 분석한 결과 '세컨드 라이프 모라토리움' 타입의 경우 잠재적 소비 가능성이 높기 때문에, 이들의 소비를 짐작하기 위한 마케팅 전략 수립 필요

일본

〈시니어 소비자 타입〉

분류	비중	특징
세컨드 라이프 모라토리움	26.8%	돈, 시간, 의욕, 체력은 충분하나, 젊은 시절 일에 치중하였기 때문에 일 외에 무엇을 즐겨야할지 모르고 있다. 따라서 변화와 자극을 추구하지만 흥미 있는 것에 쉽게 다가서지 못한다.
담담한 보수주의자	24.6%	현재 생활에 불만이 없으며, 담담히 평온한 생활을 유지하는 경향
안분지족하는 리얼리스트	16.8%	'돈이 없다'고 자주 말하고 소비 욕구가 낮음.
액티브한 트래디셔널	14.6%	소비 행동은 적극적이나 변화 자극을 바라지 않음
러브 마이 라이프	8.8%	새로운 물건을 좋아하는 정보통으로, 유행에 민감하고 안티 에이징에도 관심이 높음.
사회파 인디펜던트	8.3%	인맥 형성 및 세대를 뛰어넘은 교류에 의욕적

일본

〈시니어 산업 – 유니버설디자인(Universal design)의 확대〉



상품명	무선 스팀다리미
제조사	파나소닉
제품설명	- 자동 전원 차단 기능 - 간단한 조작법 - 정리, 수납의 용이성 - 더블헤드디자인으로 방향 전환 용이 - 코드를 신경 쓰지 않고 사용할 수 있는 무선 설계 - 발열 부분에 손이 닿기 어려운 안정성 높은 디자인

일본

〈시니어 산업 – 정보통신 관련 IT 상품〉



상품명	전자 서적 리더 /PRS-T2
제조사	SONY
제품설명	– 조작이 간편하고 글자 사이즈 조절 가능 – 메모삽입 – 삭제/단어 검색 등 – 고령자를 위한 기능 탑재

일본

〈시니어 산업 – 베리어 프리(Barrier Free)를 위한 로봇〉



상품명	HAL
제조사	사이버다인
제품설명	– 몸에 장착해 신체 기능 확장 및 증폭할 수 있는 로봇 – 신체 기능에 장애가 있는 사람의 자립동작 지원 – 공장의 중 작업 지원 등 폭넓은 활용이 기대됨 – 덴마크에도 진출함

일본

〈시니어 시장 – 식품〉

〈식품시장〉 – 보건기능식품, 고령자 타겟 요양식 비즈니스 확대

세븐일레븐 – 고령자가 선호하는 단맛과 부드러움을 강조한 PB 제품 출시

모리가나유업 – 2001년 매출액 88억 엔 ▶ 2008년 235억 엔 (약 400% 증가)

마라 하니치로 – 씹는 힘과 삼키는 힘이 약한 시니어를 위해 쉽게 으깨지는 개호식 제품 판매

–시니어를 타겟으로 한 도시락 택배 사업 활성화

와 탐미 타쿠 쇼 – 와타리 그룹 산하의 식재료, 도시락 택배 회사

2008년 삼성 에버랜드와 도시락 택배 서비스 사업 제휴

일본

〈시니어 산업 – 시사점〉

- 일본의 시니어 산업 시장은 앞으로도 지속적으로 성장해 거대 시장을 형성할 것임
- 장기 불황 속 일보 소비시장에서 시니어는 소비자의 큰 축으로 자리매김
- 우리나라 역시 시니어가 소비의 큰 축으로 성장하고 있으므로 일본을 통해 시니어 공략에 대한 학습 필요
- 꾸준한 일본의 선진 트렌드 분석을 통해 우리나라 시니어 산업의 질적 수준을 향상해야 함

중국

〈시니어 인구 및 시장 동향〉



중국은 2020년 기준으로 고령사회 진입을 앞두고 있는 상황
평균수명 연장으로 80세 올드 시니어 비중도 급증세를 타고 있음

중국

〈시니어 시장 현황〉

- 2020 시니어 지출 구조를 분석한 결과 중국 시니어들이 건강, 레저와 문화 콘텐츠 관련 소비 수요가 급증
- 향후 정부 지원과 소비 수요 다원화에 의해 원격 카메라, 원격 의료, 스마트 웨어러블 등 스마트 설비, 독거노인을 대상으로 한 노인용 스마트홈 시설, 문화콘텐츠, 실버관광 등 신흥 산업이 황금기를 맞이할 전망
- 전통적 풍습과 가치관 영향으로 양로시설보다 재택양로를 선호하는 중국의 경우 양로시스템과 올드시니어를 중심으로 산업 및 주요 시장이 활성화됨

중국

〈시니어 시장 현황〉

- 시니어 용품 : 중국 시니어들의 생활수준 향상과 소비관념 변화로 보건식품, 의약, 재활보조기구, 간병용품, 의료기기 등 인기
- 시니어 주거요양 : 핵가족화, 1인 시니어 가구 증가 등 인구구조 변화에 따라 가사서비스, 헬스케어(의료 위생), 간병 및 문화·여행·오락서비스
자녀에게 의지하지 않으려는 중고소득층 시니어 및 직장 때문에 부모를 모실 수 없는
고소득자를 대상으로 실버타운 인기

중국

〈한국 – 중국 시니어 시장에 어떤 것을 할 수 있나?〉

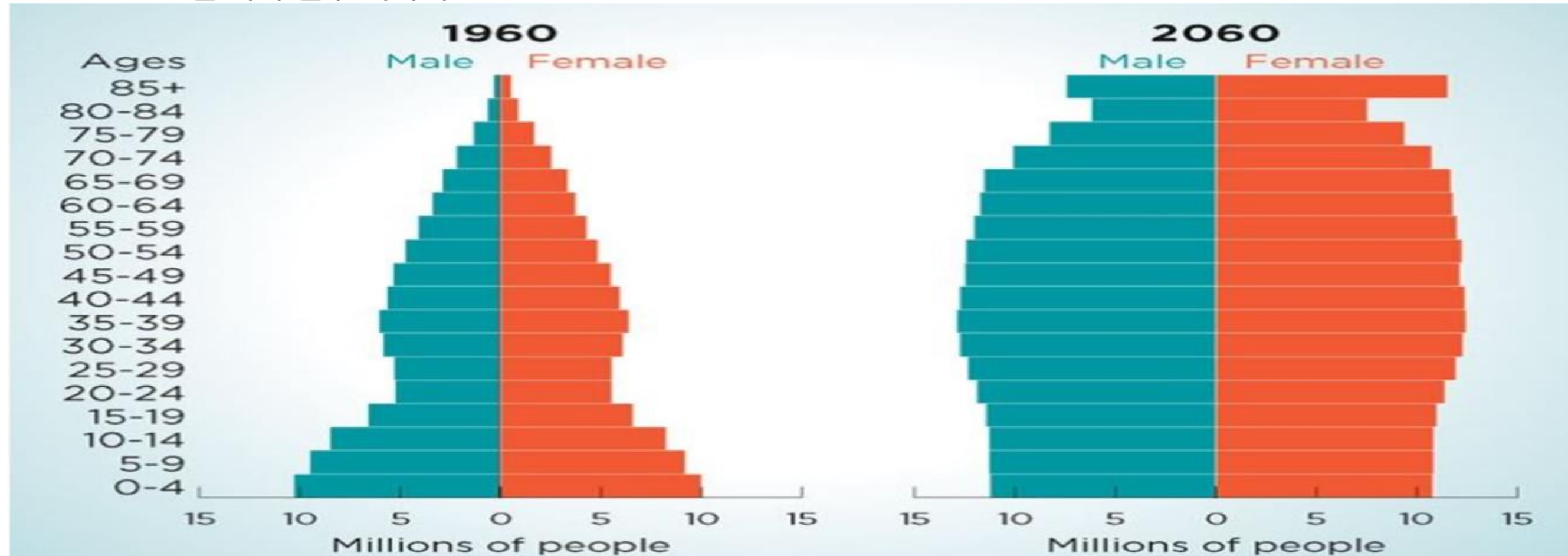
- 재택양로를 겨냥한 ICT 기반 프리미엄 제품 + 서비스로 중국 시니어 시장을 공략
 - 우수한 제품과 서비스 프리미엄 틈새 시장을 공략할 수 있으며 한국은 후발주자로서 IT 기술을 활용한 혁신 아이디어 제품 등 선진국이 점하고 있는 고급 제품 시장과 로컬 기업이 점하고 있는 범용 제품 사이의 틈새 시장을 공략해야 함
- ex) 웨어러블 기기, 휴대용 셀프 건강검진 기기, 스마트 간호기기



미국

〈시니어 인구 및 시장 동향〉

2016~2060년 미국 인구 피라미드



미국의 65세 이상 인구는 과거에 비해 학력이 높고, 저소득층 비율이 낮음
미국의 베이비 부머는 미국 소비 지출의 51%를 차지할 정도로 높은 소비력을 자랑하는 인구집단임

미국

〈시니어 시장 현황〉

– 고령화와 비즈니스 간 상호연계를 통한 시너지 효과 / 시장경제 이념에 기초한 복지체계 구축 및 유지

1930년대 – 공공부조와 사회복지서비스에 비중을 둔 정부 중심의 사회복지 시작

1970년대 후반 – 사회복지지출 감소, 사회복지 체계 민영화 실시

현재 – 지역사회 각 참여 주체에 기반을 둔 프로그램, 은퇴자 커뮤니티를 민영기업에 주관에 두는 등 다양한 연계활동을 펼치고 있음

– 민간부문이 주체가 되어 복지서비스 담당해왔기 때문에 시니어 산업 발전이 가능

미국

〈시니어 산업 – 주거〉

선시티 - 55세 이상 은퇴자들을 위한 시니어 촌락(4만 명 이상 수용 가능한 주거 단지)

어베니다스(Avenidas) - 노인복지관, 경로당 역할을 하는 시니어 센터

온락(ONLOK) - 주거,요양,여가가 잘 어우러진 커뮤니티

– 미국 전역에 약 3,000여 개의 CCRC 조성, 그 중 80%는 민간기업이 운영

CCRC: (연속보호은퇴주거단지-Continuing Care Retirement Community & Life Care Facility)

미국

〈시니어 산업 – IT〉

실버 라이드 - 위급 시 의사와 병원에 바로 연락을 취할 수 있는 시스템 개발

24에이트 - 기울기 인식 기술을 적용한 슬리퍼 개발 → 시니어들의 걸음걸이 데이터 분석 및 이상 신호

감지되면 가족과 의사에게 알려줌

너스 봇(Nursebot) - 시니어 도우미 로봇, 집에서 기초 의료지식 알려주고 약 복용 및 의사와 의사소통 기능 제공

필 펫(Pill pets) - 약 복용 시간, 병원 갈 시간, 운동시간, 식단 등 정보 제공

IBM - 웹페이지 내용을 읽어주고 글자 입력 시 오류를 자동으로 잡아주는 소프트웨어 개발

미국

〈시니어 산업 – 건강관리〉

2007년을 기점으로 50~64세 인원 대상으로 예방서비스 지속적으로 장려
다양한 질병에 대한 임상예방 서비스 진행

Medicare - 건강관리 프로그램 , 재정은 세금, 보험료, 정부 예산 등으로 충당



미국

〈시니어 시장에 대한 미국 기업 동향〉

- 인구 고령화가 진행되면서 미국 기업들이 노년층 소비자를 겨냥한 제품과 서비스 개발에 적극적으로 나서고 있음
한국, 중국과는 다르게 올드시니어보다 액티브 시니어를 중심으로 하는 시니어 시장이 활성화 되어 있음
- 시니어층의 라이프스타일, 소비 습관 등을 고려한 맞춤형 제품 및 서비스는 헬스케어뿐만 아니라 일반 소비재, 금융 상품까지 그 종류가 다양함
→ ex) 스마트 신발 E-본(E-Vone), 올드시니어용 면도기 트레오(Treo)



출처: 질레트 트레오

미국

〈시니어 시장으로 가기 위한 전략〉

- 미국 시니어 고객층은 서비스에 비용을 지불할 준비가 되어 있는 소비자임
그러나 쇼핑 채널이 광범위한 청장년층에 비해 특정 브랜드와 제품에 대한 충성도가 높은 경향을 보이고 있어 ODM(제조사 개발생산) 방식을 통해 미국 시장에 진출하는 방법도 고려해야 함
- 막 은퇴를 하거나 은퇴를 앞둔 베이비부머 세대는 미국에서 노년층을 지칭하는 '시니어 시티즌(Senior Citizen)' 단어 사용을 부정적으로 받아들이는 경향이 있음
실버(Silver) 또한 한국과 일본에서만 통용되는 표현이므로 미국 노년층 시장을 타겟으로 진출하는 우리 기업은 제품 및 서비스 홍보와 패키징, 브랜드 네이밍 사에 단어 사용에 주의를 기울여야 함

수고하셨습니다