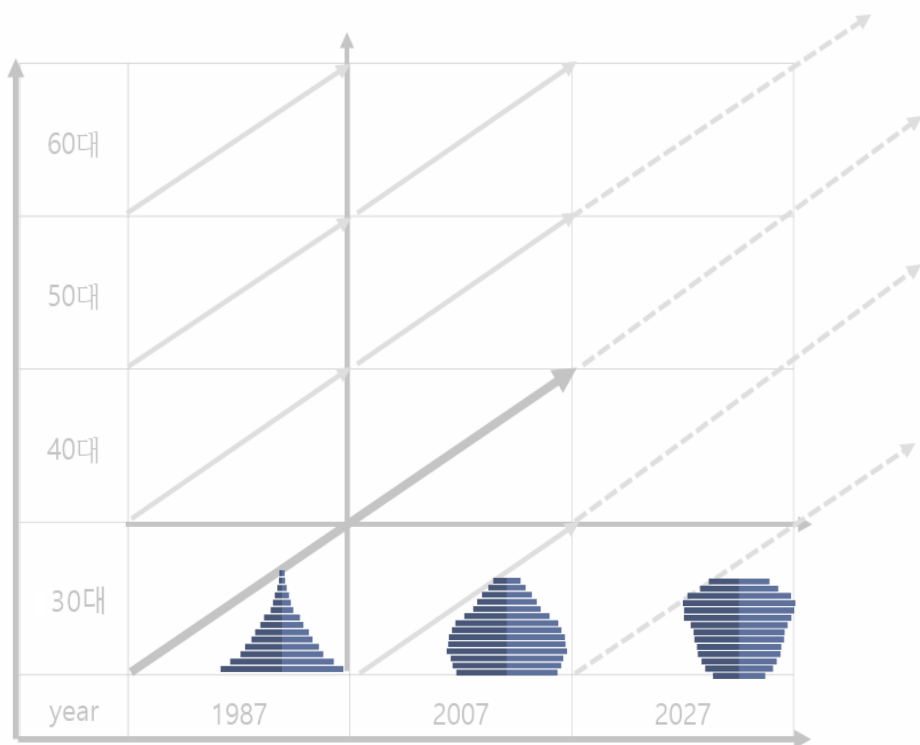


정해진 미래 시장의 기회

10년 뒤 시장에서 기회를 찾는 기술 - 인구학



조영태

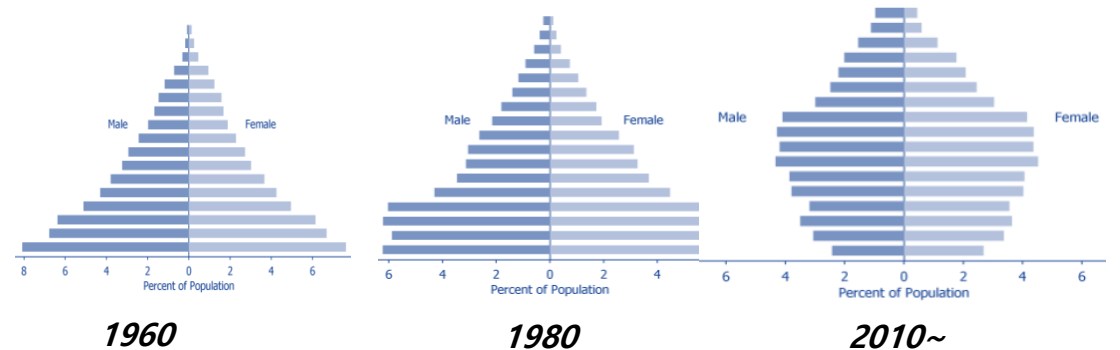
서울대학교 교수, 인구학

베트남정부 인구정책자문



왜 인구가 중요 한가 ?

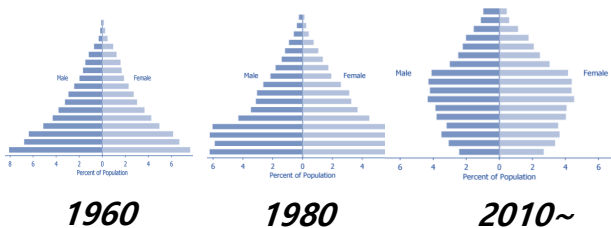
- > **시장**(재화, 노동, 금융 등)의 가장 중요한 Player
- > 거의 정확한 **미래 예측**이 가능함 → 중장기 전략 수립 필수 요소
- > 어느 국가/사회에도 적용 가능함 → **해외 진출 전략** 수립에 절대적 도움



해외 시장 개척에

왜 인구가 중요한가?

- > 해외시장도 인구로 구성됨
- > 시장을 예측하는데 매우 유용함
- > 지금까지 해외 진출 전략 수립에 활용해 오지 않음



- > 대부분 개발도상국가는 인구를 개발의 가장 중요한 요소로 여기고 있음
- > 인구통계에 대한 접근성이 쉽지 않음

해외 시장을 변화시킬 주요 인구 변동은?

동유럽, 젊은이가 없다!
(심각한 고령화 진전)

미국의 주인이 바뀐다!
(시장의 주된 player의 변화)

젊은 이슬람 인구,
유럽의 노동시장을 결정한다!
(갈등 증폭)

중국, 절대로 간과해서는 안 된다!
(년 간 1700만 명, 여전히 출생 중)



남북한 정전협정!
(남한이 북한 시장 접수한다고?)

베트남, 생산기지가 아니라 '시장'이다!
(고령화된 대한민국의 젊은 파트너)

세계 인구는 성장 중!
(피임, 영유아 건강 관련 산업의 성장)

[초저출산]

여성 1명 평균 1.0명 자녀 낳기
연평균 30만 명대 출산

[비혼]

40-44세 미혼 비율(2015)
전 국 > 남성: 22%, 여성: 11%
서울시 > 남성: 26%, 여성: 18%

[만혼]

초혼 연령
(여성 30.2세, 남성 33세)



[가구의 축소]

서울시 4인 가구
2000년: 32% 2010년: 20%
2020년: 15% 2025년: 12%

[수명 연장]

백세인증가추세
2000년: 934명, 2005년: 961명
2010년: 1836명, 2015년: 3159명

[인구의 도시 집중]

전국도시인구
82% (20-54세: 85%)
20-49세수도권인구: 52%

한국 미래 연표

(조선일보 2018년 3월 26일자 1면)

2020년

예상 출생아 수

30만6000명

> 영·유아 시장 비상.

> 시장 규모

2016년(40만6000명)

대비 1/4 축소

2021년

61년생 은퇴자 수

90만명 육박

> 교육 수준 높은 세대

> 창업 인구 급증 예상

2023년

18세 인구

약 43만명

> 대학(50만명 모집)들,

신입생 충원 위해 등록금

인하 경쟁

2024~25년

> 어린 자녀 둔 젊은 층

줄면서 지방 대형마트

철수 도미노

2025년

> 65세 이상 고령자 중

75세 이상 비율 41%

웃돌아

2027년

큰손 고객

‘50대 사모님’

고령화로

지방 백화점 중심의

상권 몰락 시작

2028년

90대 인구

50만명 돌파

2030년

생산과 소비 시작인

20대 인구

500만명 이하로

2035년

> 여성 3명중 1명이

65세 이상인

‘할머니 전성시대’

2039년

> 20~24세

남성 41%

입대해야.

> 정상 사회

유지 어려워

2040년 이후

> 인구 4명 중 1명

75세 넘어

사회 보장 비용

人口

市場



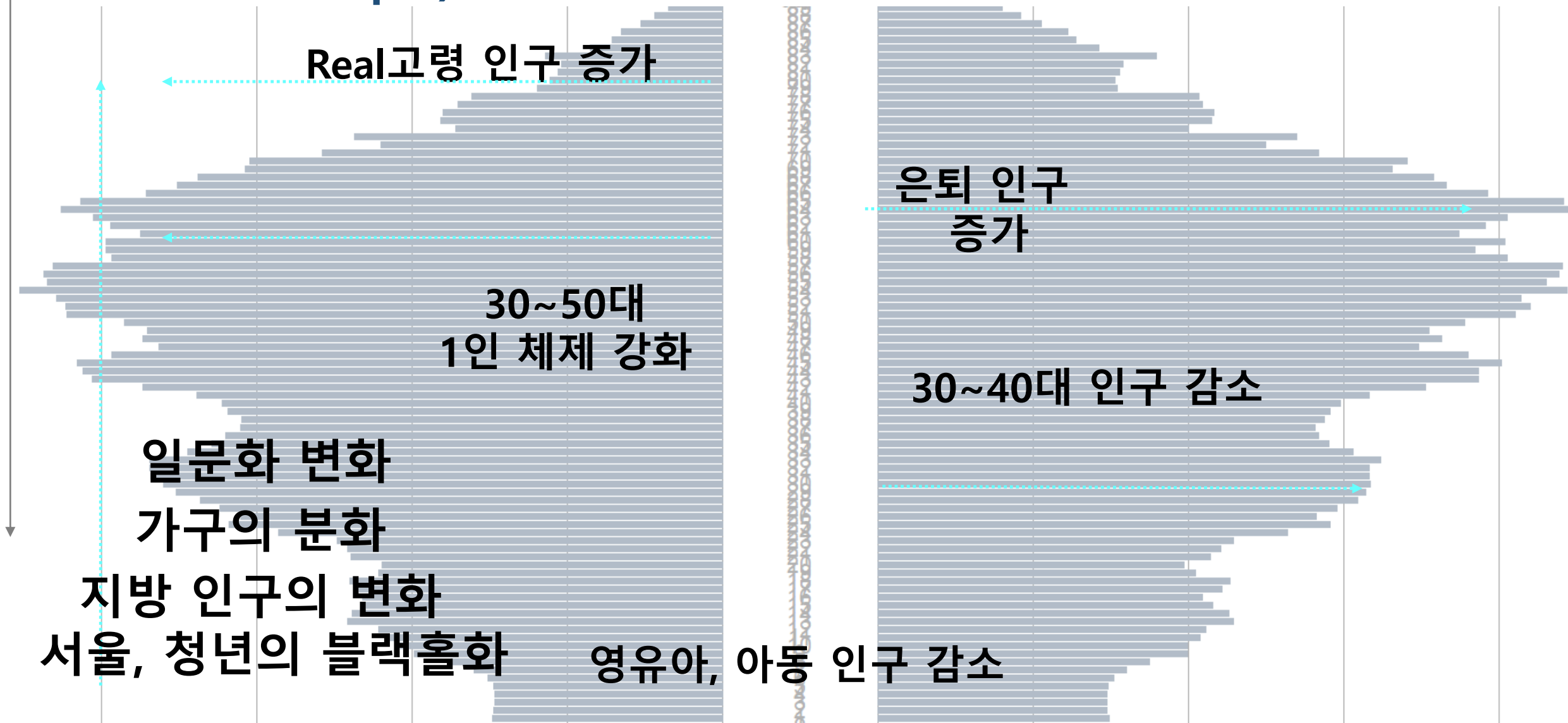
인구학적 관점에서 본 해양 자원의 정해진 미래 시장의 기회

“새로운 관행을 만들자”



해양 자원의 미래를 결정할 인구 현상

Example) 수산업



“새로운 관행을 만들자”

Real 고령인구 증가

고령자 규모의 경제

고령에 따른 소득 감소

소비의 관성, 반드시 유지

소득 감소에 따른 수산물 대체재 시장

수산업 인구 급감 및 수협의 위기

“새로운 관행을 만들자”

은퇴인구 증가

다 같은 은퇴자가 아니다!
연금생활자 vs. 임금근로자 vs. 사업소득자

30~40대 인구 감소

30대 인구 수 변화
2018: 약 712만 → 2024: 약 635만

40대 인구 수 변화
2018: 약 830만 → 2024: 약 750만

은퇴 후 삶의 궤적 변화
규모의 경제 축소
고가(高價)의 수산물 시장 축소

“새로운 관행을 만들자”

영유아 아동인구 감소

30~50대 1인 체제 강화

일 문화의 변화

Entry인구 급감
시간 및 소비 지출의 자유로움
주거 공간 및 지역에 대한 욕구 변화

30~50대 대상, 수산물 시장 변화

Fresh → 가공
‘변두리’ 상권의 변화

“새로운 관행을 만들자”

가구의 분화

서울, 청년의 블랙홀

가구 전체의 수 증가
1~2 가구 중심
지방 청년인구 급감

수산업 종사자 절대 수 감소

지방 상권의 축소

청년의 소득 감소

인구학적 관점에서 본 수산물 시장의 정해진 미래 시장의 기회

“새로운 관행을 만들자”

Fresh 수산업 → 가공 수산업 → **R & D 확대**

가족 감소, 소비인구 감소, 지방인구 감소
→ 시장 축소 → 해외 시장 개척



어떻게 미래를

준비해야 하는가?



어떻게 미래를 준비해야 하는가?



1. 판단의 기준을 **미래**로 놓자

2. **인구 변동(메가트렌드)**에 관심을 갖자 !

3. **소비의 관성**에 주목해라 !

정해진 미래

시장의 기회는
무한(無限)하다