

인구와 사회

11주차

인구, 가구, 세대

렉시스 다이어그램[도표2-11]

가로축 - 연도

세로축 - 연령

대각선 - 코호트

장점: 세대별 코호트의 대각선을 따라가다 보면 소비의 관성이 어디까지 지속될지 예측할 수 있으며, 나아가 그 규모도 알 수 있다.

세그먼트 변화[도표2-12]

1인 가구 – 밀레니얼과 젊은 X세대가 오랜 기간 소비 시장에서 큰손으로 작용할 것

다인 가구 – 여전히 가장 빈도가 높은 가구 형태. 1인 가구에 비해 소비지출 많고, 트렌드에 민감하기보다는 꾸준함.

부부 가구 – 베이비붐 세대: 자녀 분가 이후 소비형태, 주거지 등 변화 가능성

인구변화를 수로만 본다면 미래에 필요한 전략을 마련
할 수 없음

인구집단마다의 정성적 특성과 가구변동에 대한 이해
가 필요

초저출산에 대한 불안

인구소멸, 한국 붕괴 – 700년 뒤 일.

비현실적, 비합리적 우려

인구 감소로 인한 경제 악화에 대한 두려움

- 좀 더 타당한 불안

인구배당

인구오너스(demographic onus) – 자원의 양은 일정한데 자원을 소비하는 사람이 너무 많아서 인구가 경제에 부담이 되는 상황

인구보너스(demographic bonus) – 자원을 만들어내는 사람이 많아서 경제에 도움이 되는 상황

인구배당(demographic dividend) – 인구의 질이 좋아서 부가가치의 양이 크게 늘어나서 발생하는 경제성장. 교육과 건강 등 인적자원 개발에 잘 투자한 결과로 받는 혜택.

인구보너스 vs 인구배당

- 보너스는 인구의 양적인 측면 강조
- 배당은 인구가 건강하고 교육을 잘 받았다는 인적자원으로서의 측면 강조
- 때 되면 받는 보너스보다는 성공 투자로 얻게 되는 배당의 액수가 훨씬 큼. 한국의 경제 성장은 배당률 높은 인구 투자에 성공한 덕분.

두 번의 인구배당

- 모든 통계분석에서 1인당 GDP를 높인 것으로 나타난 변수: 주요 생산인구의 비율과 그들의 평균 교육기간
- 1997년까지 고등교육을 받은 고급인력이 경제발전을 견인하고 부양인구는 줄어드는 인구배당 - 1차 인구배당. But 보너스의 측면도 강함
- 외환위기의 역설 - 베이비붐 세대가 1980년대부터 생산인구로 들어오기 시작해서 1997년 즈음 생산가능인구가 매우 커짐. 단기간에 외환위기를 극복했던 이유 중 하나.
- 외환위기 이후 경제는 재성장. 동시에 부양 대상인 고령인구 비중 급증. 그럼에도 삶의 질이 1990년대보다 좋아진 이유는 2차 인구배당 때문

2차 인구배당

- 교육열과 교육에 대한 사적인 투자는 양질의 인적자원을 양성하게 됨
- 인구의 크기(양, 수)보다는 질이 자본축적을 이끔
- 2020년대 말까지는 인구감소에도 불구하고 배당의 효과가 지속될 것으로 예측
- 일하고 소비하는 사람은 줄어드는 와중에 부양 받아야 할 고령인구가 빠르게 늘어나는 것은 사실이지만, 지금까지 교육을 통해 투자해둔 인구의 질적인 특성이 양적 축소가 경제에 가져올 부정적인 효과를 충분히 상쇄할 것

인구배당 지속 근거?

- 2020년대까지 노동시장에서 활동할 50대들의 높은 교육수준
- 교육수준은 노동생산성, 건강 수준, 합리적인 의사결정 등 인구의 질적인 측면과 두루 관련
- 2020년 55~59세 인구 414만. 전문대졸 이상 학력 59.4%, 4년제 대졸 이상 30%
- 2025년 55~59세 인구 420만. 전문대졸 이상 74%, 4년제 대졸 이상 36%
- 2030년 55~59세 인구 415만. 전문대졸 이상 89%, 4년제 대졸 이상 42%
- 퇴직 직전 인구의 수는 거의 변화가 없는데 교육수준은 지금보다 크게 높을 것은 이미 정해진 사실 – 2차 배당 지속의 근거

인구오너스의 위험과 공존의 전략

- 인구배당이 끝나는 2030년 이후 경제활동 인구가 대거 축소하고 고령인구 증가 - 인구오너스 위험
- 인구감소는 정해진 미래이지만, 어떤 인구가 있느냐가 더욱 중요.
- 공존의 전략 - 서로 다른 인구집단이 자원을 활용해야 하는 시기를 달리 해서 서로의 생존 가능성을 극대화하는 것. 서로 양보하며 자원을 동시간에 함께, 그러나 나눠서 적게 쓰는, 상생의 개념과는 다른 것
- 실버산업의 예