

## 일본의 실버 시장

### - 고령자 대상으로 다양한 상품을 릴리스하고 있어

일본의 고령자 대상 실버(silver) 시장에 2010년 추동절에도 여러 가지 새로운 상품이 릴리스(release)되고 있다. 메이커들이 보여주는 제안은 예전의 ‘몸져누운 사람 지원(支援)’에서 수발 예방이나 라이프 스타일 쪽으로 확대되고 있다. 일반 의류나 학생복 판매와 같은, 다른 분야에서도 끼어들어 업적을 늘리고 있는 기업도 나타났다.

도쿄의 헬스 & 케어 상품 제조자 도매상(health & care 商品 製造者 都賣商)인 카인드웨어 프라나(Kind Ware PURANA, Kindware Corp.) 본사의 쇼룸에 고령자 대상의 2010년 가을 신상품이 진열되었다. 고상한 색깔의 캐주얼웨어(casual-wear : 손쉽게 입을 수 있는 略式 服裝) 여기저기에 독자적인 내용들이 집중되어 있다.

예를 들면 약간 커 보이는 단추와 비스듬이 경사진 단추 구멍은 옷을 입고 벗기가 쉽게 되어 있으며, 셔츠의 등 길이를 좀 길게 디자인하여 등이 굽은 사람도 뒤에서 피부가 보이지 않게 되어 있다.

이 회사 테마(Thema : theme)는 건강 추진(健康 推進)과 생활 자립으로 되어 있다. 수발 관련 옷(wear)이나 생활용품 잡화 등을 폭넓게 만들어 오고 있는데, 2006년에 법이 개정되어 수발 예방에 대한 관심이 높아지자, 멋이나 취미를 즐기는 포지티브한 고령자에게 적극적으로 발신하고 있다.

수요가 큰 것은 보행 지원으로, 이 회사의 오리지널 패셔너블 스틱(original fashionable stick)이나 경량 실버 카(輕量 Silver Car, 일종의 步行補助 車), 구두 등이 판매의 60%를 차지하고 있다.

이 회사의 전신은 정장 제조자(正裝 製造者)인 카인드웨어가 1994년에 신설한 헬스 케어 사업부(Health & Care 事業部)였다. 스스로 고령자를 직접 수발해 본 경험도 가지고 있는 사장은 ‘고령자 수발을 위해서 필요한 것을 모두 한 곳에서 구입할 수 있는 점포가

적고 패션성도 낮다.’는 생각에서부터 이 사업을 시작하게 되었다.

일본 국내에서 처음으로 백화점에 수발 전문부(專門部)를 만들었으며 현재는 북쪽 끝의 호카이도(北海道)에서 남쪽 끝인 오키나와(沖繩)로까지 판로를 넓히고 있다. 카인드 웨어 프라나 사장은 “수발 상품이 필요한데 처음에 어디서 무엇을 사야 되는지 모르는 경우에는, 백화점의 친절한 대면(對面) 판매를 활용할 수 있을 것이다.”고 말하였다.

이용자 의견을 듣기 위하여 판매장(販賣場) 24곳에 사원을 파견하고 있을 뿐만 아니라 2010년 4월에는 도쿄도(東京都) 다마시(多摩市)에 수발 지원 서비스 사업소인 ‘생기·활기 실버 스테이션 다마(生氣·活氣 silver station 多摩)’를 오픈하였다. “앞으로는 재택 수발의 이용, 지방에서의 수요가 많아질 것으로 예측하며, 이제까지의 판로뿐만 아니라 직접 손으로 넘겨주는 방식이 필요하다.”고 이 회사는 내다보고 있다.

또, 한 가지 상품 판매를 강화하는 기업도 있다. “냄새 감소율 99%를 주장하는 급속 분해 소취 섬유인 ‘브리드 브론즈(Breathe Bronze : BB)’를 제조하여 판매하는 도쿄도 신주쿠구(東京都 新宿區)의 라이프 링(Life Ring)은 BB를 ‘도쿄 인터내셔널 기프트 쇼(Tokyo International Gift Show)’, ‘에도(江戸 : 東京의 옛 이름)·도쿄의 기술과 테크노(techno) 융합전’ 그리고 일본 국내 최대 규모의 수발 관련 전시회인 ‘국제 복지 기기전(國際 福祉 器機展, Home Care and Rehabilitation Exhibition : HCR)’에 출품하고 있다.

BB는 땀(汗)이나 뇨(尿) 등 체취의 원인이 되는 성분을 이온화 결합으로 분해하여 소취한다. 2004년부터 타월이나 셔츠, 욕창 방지 매트를 판매하고 있다. 수발용으로 BB를 주장해 왔는데 기능성과 품질이 높게 인정되어 유저 층은 일반 소비자로부터 자위대(自衛隊 : 일본 방위 조직 명칭)까지 퍼져나갔다.

이 회사의 모체는 양품점이었다. 그 후로는 작업복이나 학생복을 판매하였는데 저출산, 고령화 추세에 따라 라이프 링을 설립하고 수발 분야로 진출하였다. 예상하였던 목표가 잘 맞아 떨어져 현재 BB의 판매 업적은 이제까지의 의류 제품 수준을 웃돌면서 계속 커지고 있다.

현재는 타월이나 양말 등의 오리지널(original) 제품군, 헬멧-이너(helmet-inner : 철모의 안감)나 작업용 타월(作業用 towel) 등의 터프니스(toughness) 제품군과 수발용의 화이트 클로버(white clover) 제품군으로 나누어 판매하고 있으며 신상품 개발도 강화하고 있다.♣