

북미지역

■ 캐나다의 실버산업 현황 및 진출방안

□ 확장일로의 캐나다 실버산업

- 2004. 11월 현재 캐나다 통계청에 따르면, 캐나다 전체인구 중 약 13%가 65세 이상의 노령인구로 분류되어 있어 이미 캐나다는 「고령화 사회(Aged Society)」의 단계를 넘어섰으며, 이러한 추세가 지속될 경우, 2011년경에는 「고령사회(Aged Society)」가 될 것으로 예측하고 있음.
- 비공식적인 통계에 따르면 최근 캐나다인 100명중 1명꼴로 1백만불 이상의 유동자산을 보유하고 있으며, 이들의 대부분은 이미 퇴직한 Baby boomer세대 이거나 향후 5년 내에 퇴직을 앞둔 세대인 것으로 파악됨. (자료원 : Globe and Mail)
- Baby boomer는 1947년부터 1966년 사이 출생자들로서 2004년 10월 현재 약 1천만명으로 추산되고 있으며, 캐나다 전체인구가 3천만임을 감안하면 캐나다 전체 소비의 약 40%를 차지하는 것으로 유추해 볼 수 있음.
- Baby boomer들은 전세대와 달리 세계대전 및 경제공황을 거치지 않은 일명 "Me Generation"으로서, 자기관리에 대한 높은 집착을 보이는 것은 물론 젊어지고 싶은 욕망 또한 강한 것이 특징으로 나타남.

□ 캐나다의 실버시장 현황

- 캐나다 통계청의 보고서에 따르면, baby boomer와 노년층이 주요 소비 대상으로 인식되는 의료 보조제품, 건강보조식품, 스킨케어제품들의 산업규모는 2002년 현재 약 US\$169.5억으로 추산되고 있음.

< 최근 4년간 관련산업 현황 >

(단위 : US\$ 억)

산업명 (NAICS 코드)	1999년	2000년	2001년	2002년
제약 및 의약품 산업 (325410)	56.1	64.3	74.4	82.8
의료보조기기 및 측정기기산업 (325620)	10.9	11.2	11.3	11.9
의료기기 및 관련 부속품 산업 (334512)	48.0	51.6	48.4	44.9
스킨케어용품 산업 (339110)	23.5	25.8	27.6	29.7
합계	138.5	153.1	161.7	169.5

(자료원 : 캐나다 통계청)

* 주 : NAICS(북미산업분류시스템) : North American Industry Classification System

- Baby boomer들중 남성들의 소비가 꾸준히 늘어나고 있음에도 불구하고 아직까지는 여성들의 소비가 전체적인 소비를 주도하고 있는 것으로 나타남. 특히 baby boomer 여성들의 경우 직장 1세대로서 다른 계층에 비해 교육수준이 높을뿐더러 피부미용과 노화 방지에 많은 관심을 보이고 있어 Anti-aging cream이 필수용품으로 꼽히고 있음.

□ 향후 전망

- 현재까지 Baby boomer의 소비에서 여성이 차지하는 비율은 남성에 비해 현저히 높은 것으로 파악되고 있으며, 향후에도 이들 여성의 구매력은 지속 상승세를 이어갈 전망이다.
- 특히 이들은 사회진출 여성 1세대라는 점에서 높은 교육수준을 바탕으로 고가품 및 사치품에 대한 관심이 다른 연령층에 비해 높기 때문에 향후 이들을 대상으로 한 마케팅에 있어서는 가격과 품질의 적절한 조화는 물론 브랜드 인지도가 결정적인 성공요인이 될 것으로 예상됨.
- 의료기술의 발달로 인한 평균수명 연장에 따라 최근 각국에서는 노인문제 및 연금부담에 대한 논의가 활발히 진행중에 있으며, 캐나다 또한 이러한 문제 해결을 위한 각종 방안을 강구하고 있음.
- 이에 따라 최근 캐나다 경제의 40%를 차지하는 온타리오 주정부는 퇴직연령을 현재의 65세에서 70세로 연장할 수 있도록 법안상정을 추진중이며, 만약 동 법안이 채택될 경우 다른 주들 또한 퇴직연령을 연장할 가능성이 클 것으로 예상됨에 따라 이들의 구매력은 지속 확대될 것으로 예상됨.
- 여행과 여가생활에 익숙한 캐나다인들의 특성상, baby boomer들 또한 레저생활에 대한 관심이 더욱 높아질 것으로 예상됨.
- 또한 유산상속에 대한 부담을 전혀 갖지 않는 baby boomer들은 현재까지 다져놓은 경제기반아래 소비위주의 생활을 영위할 것이 확실하며, 이에 따라 자기관리를 위한 지출 증대는 물론 스포츠 용품, 고급세단 및 홈데코나 최신 가전제품 구입을 위한 지출을 늘릴 것으로 예상

[유망산업]

□ 단기적인 관점에서의 유망산업 (향후 10~15년)

- 향후 15년 내 baby boomer로 인해 가장 큰 변화가 예상되는 분야는 여행산업, 홈데코 및 레노베이션이 대표적임
 - 여행산업 : 각종 여행 패키지 개발 및 여행용 가방 등
 - 홈데코 및 레노베이션 : 가구, 가전제품, 최신 모델의 제품
- 이 외에도 유망 상품으로 개발 가능한 분야는 아래와 같음.
 - 다중렌즈(선이 보이지 않는 렌즈로서, 2배 혹은 3배 확대 가능)
 - 화장용품(각피제거용, 각종 링클프리 크림, 염색약)
 - 식품(영양제 및 각종 저칼로리 건강 보조식품)
 - 정보장치 및 보안장비
 - 고가의 골프용품

- 정원관리장비
- 요가 관련 용품
- 향수를 자극하는 40-50년대의 장난감
- 기능성 내의 및 속옷
- 약재 및 당뇨병 환자용 관련제품
- 콜레스테롤이 적게 함유된 식품
- 관절염 치료제 등

□ 장기적인 관점에서의 유망산업(향후 20~25년)

- baby boomer들이 본격적으로 쇠퇴기에 접어드는 20년 이후에는 이들의 소비패턴이 캐나다 전체 경제에 직접적인 영향을 미칠 것으로 예상되며, 동 시점에서도 현재와 같이 독립적인 생활을 영위하려는 욕구에는 변함이 없을 것으로 판단됨.
- 단 생활패턴에 있어서는 친자연적, 친도시적인 형태로 이원화 될것으로 예상됨.
- 장기적인 관점에서의 유망제품 및 산업은 아래와 같음
 - 각종 편리한 기능이 부가된 욕실용품(양변기, 샤워기 등)
 - 간단한 설명과 사용이 가능한 가전제품
 - 승강기, 에스컬레이터 및 관련 부품
 - 노년층을 위한 고품격 세단(SUV는 승차하기 불편한 이유로 현재도 노년층으로부터 각광받지 못하고 있음.)
 - 휠체어, 전동휠체어
 - 알츠하이머, 파킨슨씨 병, 암, 당뇨병, 심장질환, 골다공증, 관절염 억제제 및 치료제

[국내기업의 진출전략]

□ 품질과 브랜드 이미지에 기초한 제품 개발

- baby boomer들의 가장 큰 특징은 고가품과 사치품에 대한 높은 관심, 그리고 가급적 브랜드 이미지와 품질에 기초한 제품구매라는 점에서 브랜드의 지속적인 관리와 향상은 향후 시장진출에 필수적인 요소가 될 것으로 예상됨.
- 또한 이들은 우리의 인식과 달리 최신 유행 및 제품의 기능향상에 대해 상당히 민감한 바, 사용이 간편한 제품 개발과 더불어 가급적 최신기술이 접합된 제품 개발이 필요할 것으로 사료됨.

□ ‘노인’이 아닌 ‘baby boomer’라는 인식 전환 필요

- 위에서도 언급한 바와 같이 이들 baby boomer들의 젊음에 대한 욕구는 다른 연령층에 비해 훨씬 강하기 때문에 이들을 ‘노인’으로 인식하기 보다는 baby boomer라는 하나의 새로운 소비층으로 인식의 전환이 필요함.
- 즉, baby boomer의 퇴직은 ‘신체적/정신적 쇠약으로 인한 업무능력 상실’이 아닌 ‘직장으로부터의 해방’을 의미하기 때문에 이들의 소비욕구는 증대될 수 밖에 없으며, 이들의 퇴직생활에 즐거움을 배가시킬 수 있는 제품개발과 마케팅 전략수립이 선행되어야 할 것으로 판단됨.

[성공사례 및 실패사례]

□ 성공사례

- Costco
 - 멤버십 제도를 통해 고객의 차별화 관리
 - 양극화 전략에 따른 상품의 이원화 추구 (소비재 : 가격중심, 고가품 : 품질 및 브랜드)
 - 노년층에 맞는 각종 이벤트 마련 및 마케팅 전략 수립
- LG전자
 - LCD 스크린 냉장고 발매 후, 노년층의 구입 지속 증가
(최신 유행과 기술을 접목시킨 우수 사례로 꼽히고 있으며 예상과 달리 젊은층 보다는 baby boomer들의 선호가 높다고 함)

□ 실패사례

- Eaton's, Bay(대형백화점)
 - 뚜렷한 타겟층이 없이 어중간한 제품의 취급으로 인해 노년층은 물론 중장년층의 관심도 저하 (최근 수익실적은 바닥권)
- GM의 Oldsmobile
 - 성능과 가격에 있어서 고급형 혹은 일반형으로 분류하기가 상당히 애매한 모델의 대표적인 사례로 꼽히고 있으며 현재 단종됨.

(문의처 : 토론토무역관 김종현 raycool@kotra.or.kr)