

차원이 다른 브라보 일본 시니어비즈니스

기업탐방안내서

“초고령사회 새로운 산업 기회를 찾다”

일본 5대 기업 인사이트 투어 코스

투어 핵심

- 첫 번째 | 국내에서 접근이 어려운 일본 기업 5곳 방문
- 두 번째 | 일본 시니어비즈니스 성공기업 노하우 현장 체험
- 세 번째 | 국내형 비즈니스 설계 컨설팅 지원 (별도 토론프로그램 진행)

일정 3박4일 | 5월 27~30일

비용 ~~299만원~~ → 269만원 (VAT 별도)

문의 02-799-2670



브라보 일본 시니어비즈니스 기업 탐방

시니어 전문미디어 <브라보마이라이프>가 기존 시니어비즈니스 기업 탐방 투어와는 차원이 다른 프로그램을 마련했습니다. 단순한 견학 프로그램이 아닌 초고령사회에서 **새로운 산업 기회를 찾기 위한 전략적 현장 연구 프로젝트**입니다.

국내에서는 접근이 어려운 **도쿄에 위치한 일본 기업 5곳을 방문**해 시니어 비즈니스 시장에서 성공한 그들의 노하우를 **직접 듣고, 관찰하고, 체험하며 한국 실정에 맞는 비즈니스 설계의 인사이트를 얻을 수 있는 자리**입니다.

초고령사회, 더 이상 고령자는 복지 대상이 아닌 소비 주체입니다. 본 프로그램은 단순한 기업 방문이 아닌 시니어비즈니스 시장 구조 이해, 제품·서비스 설계 방식 분석, 고객 경험 관찰, 수익 모델 및 확장 가능성 점검을 목적으로 합니다. **일본 선도 사례의 본질을 분석하고, 한국형 시니어 비즈니스 모델로 발전시키는 구체적인 실행 전략을 도출**하고자 합니다.

이를 위해 투어 일정에 참여하신 분들과 **시니어 산업에 대한 고민을 나누고 해법을 찾는 별도의 토론 시간**도 마련했습니다. 시니어 비즈니스 산업에 관심 있는 국내기업 경영자, 투자자, 관계기관 책임자 분들이 프로그램에 참여하시어 한국형 시니어 비즈니스의 방향성을 모색하는데 많은 도움을 받으셨으면 합니다.

기업 탐방 가격

구분	대상	비용
특별 상품	1법인(기관) 1인 (국내기업 경영자, 투자자, 관계기관 책임자)	총 269만 원(VAT별도) 항공료, 숙박료(4성급), 식사(조식,중식,석식) 차량이동비 포함

※ 객실은 2인 1실 기준. 1인 1객실 사용 시 추가요금 발생.

기본 개요

프로그램명	브라보 일본 시니어비즈니스 기업 탐방
주최·주관	(주)이투데이피엔씨(브라보마이라이프)
후원·지원여행사	디엠씨트립스
일정	3박4일(5월27~30일)
참여대상	국내기업 경영자, 투자자, 관계기관 책임자
모집인원	20명
방문지역	도쿄
방문기업	5개 사(하루메쿠 가구라자카 매장, 미라이스피커, 개호미용연구소, 개호스마일관, 나스 마치즈쿠리 광장, 해당 기업 상세 설명은 페이지4 참고)
참가비	269만 원(VAT별도)

문의·신청 02-799-2760

프로그램 일정

1일차 | 5월 27일(수요일)

“잘 팔리는 여성 시니어제품은 무엇인가?!”

오전 인천공항 출국→ 나리타공항 도착

점심

오후 하루메쿠(ハルメク)가구라자카 매장 방문

- 일본 최대 판매, 매출 1위 시니어 전문 매거진 <하루메쿠>가 운영하는 오프라인 매장
- 콘텐츠로 쌓은 신뢰가 생산·유통·소비로 이어지는 여성 시니어 전문 매장
- 하루메쿠는 가구라자카 본점을 포함해 백화점 21곳에 점포 운영
- 경쟁력 높은 화장품, 패션, 구두, 속옷 등 실생활 니즈에 특화된 상품 전시, 판매

저녁 호텔 체크인/식사/휴식

2일차 | 5월 28일(목요일)

“언더스탠딩 에이지테크!, 언더스탠딩 직업 교육의 시사점”

아침 호텔 조식

오전 미라이 스피커(ミライスピーカー)방문

- 고령자나 난청인을 위해 개발된 특수 스피커
- TV 및 일상 대화 음성을 또렷하게 전달하는 기술을 보유하고 있으며, 누계 판매량 약 40만 대

점심

오후 개호미용연구소(介護美容研究所)방문

- 시니어 ‘개호(돌봄) 미용’이라는 신규 직업·교육시장 창출
- 헤어커트, 메이크업, 네일, 에스테틱 등 다양한 미용 기술 제공, ‘케어뷰티스트’ 양성
- 현재 전국 8개 교실 운영

호텔 도착 후 ‘한국 맞춤형 시니어비즈니스 모델’ 토론(1시간)

저녁 식사/휴식





3일차 | 5월 29일(금요일)

“커뮤니티로 지역 경제를 일으키다”

아침 호텔 조식
체크아웃 후 이동(도쿄-사이타마)

오전 **개호 스마일관(介護スマイル館)방문**
- 동일본 최대 규모 복지기기 전시장(약 1,300점 전시)
- 복지 관련 용구, 개호 로봇 등
- 전문상담원 상주, 복지용구 상담

점심

오후 **나스 마치즈쿠리 광장(那須街づくり広場)방문**
- 폐교가 된 초등학교 부지를 리노베이션해서 만든 다세대 교류 거점이자 공생형 커뮤니티
- 데이케어센터, 유료 노인홈(실버타운), 건강한 시니어들에게 일자리 제공
- 해외에서도 시찰이 많은 곳(광장 2 건설 중)

저녁 **나스 온천 체크인/저녁/ 온천에서 휴식**

- 약 1370년 전으로 전해지는 온천, 고원 리조트 온천지이자 종합 온천 관광지
- 7개의 다른 성질을 가진 온천수 보유

4일차 | 5월 30일(토요일)

아침 호텔 조식

오전 체크아웃 후 나리타 공항 이동

※ 신청 후 추가 상세일정(항공/숙박) 안내

기업 소개 및 핵심 관찰 포인트

① 하루메쿠(ハルメク) 콘텐츠 기반 시니어 라이프스타일 플랫폼 모델

하루메쿠는 단순한 잡지사가 아니라, 잡지(콘텐츠)와 실물 소비(상품·매장 경험)를 연결하는 시니어 전문 라이프스타일 플랫폼이다. 가구라자카 본점을 포함해 백화점 21곳에 점포를 입점·운영하며, 화장품·패션·구두·속옷 등 시니어 실생활 니즈에 특화된 상품을 전개하고 있다.



핵심 관찰 포인트

- 콘텐츠→소비 전환 구조 잡지 독자를 오프라인 매장 고객으로 연결하는 브랜드 신뢰 기반 구매 전환 메커니즘 분석
 - 시니어 전용 상품 기획 전략 착용 편의성, 체형 변화 반영 디자인, 심리적 자신감 회복 요소
 - 매장 동선 설계와 체험 중심 판매 전략
 - 한국 시장 적용 가능성 여성 타겟 전문 플랫폼 부재, 콘텐츠 기반 커머스 모델의 확장, 오프라인 체험 매장의 역할
- 하루메쿠는 “고령자 시장은 복지 대상이 아니라 소비 주체”라는 점을 가장 선명하게 보여주는 사례로, 이번 탐방의 전략적 출발점이다.

② 미라이 스피커(ミライスピーカー) Age-Tech 제품 상용화 사례

고령자의 청력 저하 특성을 반영해 개발한 스피커로, TV 및 일상 음성을 보다 또렷하게 전달하는 기술을 보유하고 있다. 누계 판매량 약 40만 대를 기록하며, 고령자 맞춤형 하드웨어 시장의 가능성을 보여준다.

핵심 관찰 포인트

- 고령자 특화 음향 기술
- 홈쇼핑·TV 중심 판매 구조
- 제품 단순화 전략
- 한국 고령 가구 적용 가능성





③ 개호미용연구소(介護美容研究所)

시니어 대상 직업교육·개호미용 시장 창출 모델

‘개호미용’이라는 새로운 직업 영역을 만들어 전국 8개 교실을 운영 중이다. 고령자를 ‘돌봄의 대상’이 아니라 ‘아름다움을 유지할 권리가 있는 소비자’로 바라보는 관점 전환이 특징이다.

핵심 관찰 포인트

- 시니어 뷰티 시장의 성장 가능성
- 직업 재교육 모델
- 한국 시니어 뷰티 산업과의 접점

④ 개호 스마일관(介護スマイル館) 고령산업 전반을 한눈에 조망하는 복지기기 전시장

약 1,300점 이상의 복지용구와 개호 로봇을 전시하는 동일본 최대 규모의 시설이다.

핵심 관찰 포인트

- 복지용구 상업화 수준
- 고령자 주거환경 개선 제품
- 로봇·보조기술의 현실 적용 수준
- 한국 시장 도입 가능 기술



⑤ 나스 마치즈쿠리 광장(那須街づくり広場) 폐교 활용 지역재생 + 시니어 일자리 모델



폐교를 리모델링해 데이케어센터, 유료 노인홈, 지역 커뮤니티 공간으로 운영 중이다. 건강한 시니어에게 일자리를 제공하며 지역 순환형 고령자 경제 모델을 구현하고 있다.

핵심 관찰 포인트

- 지역 기반 고령자 경제 구조
- 주거·돌봄·일자리 통합 모델
- 지방 소멸 대응 전략
- 한국 지방자치단체 적용 가능성

본 탐방의 기대 효과

- 일본 초고령사회 비즈니스 모델의 구조적 이해
- 한국 시니어 시장에서 즉시 적용 가능한 파일럿 사업 모델 도출
- 투자 가능 분야 도출
- 한·일 고령산업 협력 네트워크 구축
- 향후 공동 프로젝트 및 사업화 가능성 모색