

書評/影評

無所不在的銀髮商機

王靜儀¹



作者：村田裕之

譯者：詹慕如、蔡昭儀

出版社：先覺

出版日期：2013/09/30

內政部統計資料公告，台灣自 1993 年邁入高齡化社會，就在不久的三年後台灣即將邁入超高齡社會，或許數據無法帶來直接的感覺，但從我們的生活的周遭不難發現高齡者的比例似乎越來越高，從平常最普遍的大眾運輸工具搭乘情形就可見一斑，車廂裡來來往往、熙熙攘攘的旅客，不論是背影佝僂的老年人、成群結伴出遊的爺爺奶奶、或者是三代出遊的家庭，車廂放眼望去，這樣的族群在近年來更是明顯且直接觀察到的，而未來這樣的銀髮族群也會持續攀升。

台灣高齡產業的發展現況，相較於與我們息息相關、卻早已邁入高齡社會的日本，仍可謂處在萌芽階段，普遍社會的既定價值觀認為高齡者是手頭不闊綽、

¹國立成功大學醫學院老年學研究所碩士生。

又不願意消費的一群人，這群年長者並不是一個有意義的消費族群，然而因為社會對於高齡產業的不重視，使的高齡者業發展的基礎三不-「不安、不滿意、不方便」應運而生，而此「三不」所帶來的需求，就是帶動高齡產業發展的主要趨使力，宏碁集團創辦人施振榮先生在接受雜誌專訪更表示：「華人的銀髮市場因為文化的不同，歐美國家很難搶進，但華人的總人口數足以支撐完善的銀髮市場，在華人銀髮人口數比歐美多的情況下，如果現在就將眼光放遠到 20 年後，台灣有機會在這塊領域取得領先的地位」，目前台灣的相關產業已逐漸意識到銀髮商機的無可限量，同樣面臨人口高齡化的日本經驗更值得我們仿效臨摹。

由日本銀髮商務的第一把交椅、高齡社會研究權威-村田裕之先生所撰寫的《無所不在的銀髮商機》一書中，真實列舉出日本現正蓬勃發展且無可限量的高齡產業，讓我們發現高齡者的消費力與消費動機並不如社會既定價值所限定，從書中的介紹，讓我們能將現有的知識奠基於日本的產業發展經驗之上，未來因為社會及高齡族群的增加，許多現有的現象與普世價值觀將逐漸被顛覆甚至打破，以村田先生此著為例，作者先由「席捲全球的銀髮商機趨勢」切入，由目前銀髮商機的發展背景談起，例如：日本的老年人到電玩中心，不僅僅是打發時間，更可以在蒐集完滿滿的獎勵代幣之後，在自己的孫子面前驕傲地大肆宣傳一番「戰績」，近年來老年人使用的成人紙尿布數量甚至已經遠遠超越兒童紙尿布的使用量，這些數據與情節聽起來雖然驚人，卻是在你我的生活中上演的真實故事。

此書接下來則以「正確掌握銀髮商機、搶攻市場版圖」作為軸線，將銀髮商機的內容繼續做介紹與擴張，對於目前有心要進攻銀髮商機的產業，其心中感到疑惑、或是普遍覺得「這是不可能做的生意」的想法，透過村田裕之先生詳實詼諧的筆觸，拋出問題、解決辦法，看到許多的不可能所帶來的可能，例如：村田先生曾介紹過的福岡市博多區一家相當受熟齡族群歡迎的小型超市，相較店裡只有販賣豬裡脊、雞胸肉等四種肉品，醃菜類商品卻足足高達五十種以上，像是低鹽或是口感較軟的，這家超市特別的地方在於，除了醃菜之外只要是客人想要的東西，超市一定會想辦法調貨，縱使客人只有買一包，這家超市也會進貨，對於顧客各式各樣的要求要全部回應其實相當辛苦，但它們仍堅持提供此項服務，原因在於客人訂購這類想要的調貨商品、再向其他人推薦，有可能最後成為熱賣商

品！從這樣反向思考的角度出發，或許更能抓住顧客的心，由顧客的口耳相傳，更能幫超市營造良好的形象與帶來更多的生意。

在《無所不在的銀髮商機》一書最後章節則是強調「下一波的銀髮趨勢，將使市場繼續轉變」，以本書提供的案例，英文 age-friendly 意思就是要親切對待高齡者，不論是高齡友善的商品、服務、公共建設相關推廣活動，對於未來持續性的社會高齡化對策，應該敞開雙手歡迎，但只著重親切對待高齡者可能會陷入窘境，日本 NTT DoCoMo 的樂樂手機是高齡友善手機的先驅，從最初推出的款式演變至今已銷售超過兩千萬隻，雖然看起來數量不少，實際上初期銷售量並不理想，此原因在於雖然手機的設計方便高齡者使用，但對於高齡者而言，他們堅持的想法是：「我才不想用什麼樂樂手機！」最大的理由在於產品設計太老氣、拿在手上會被當成老人，高齡者並不想被旁人歸類為「老人」，也討厭被當成老人，因此 NTT 經過多次改良，不僅加強高齡友善的機能，設計上也做得更為時髦，其中一款樂樂手機更成為中堅款式，每個月的銷售量都在排行榜十名內，相當受到歡迎！

村田先生在書中所提供的實際案例，讓我們深刻感受到提供給高齡者的產品與服務不僅要著重機能，更要從不同角度來考量與設計，日本較台灣早進入高齡化社會，其產業發展的優點與建議，透過村田先生一書的介紹，不僅可以帶給台灣的人民省思、引人入勝，也提供台灣借鏡與學習的機會，台灣對於高齡產業需要有更多的創意與發展性，誠如「樂齡網」張慶光總經理所言：「許多人忽視銀髮族的消費能力，對銀髮族的需求視而不見；有些人以為銀髮商機等同於醫療照護商機，而忽略一般長者的生活需要」，懂得選擇藍海策略的產業及企業，將是台灣未來的明日之星。