

# 성인용 기저귀 시장 300억원 형성

2000년 이후 연평균 20% 성장 ... LG·유한·대한펄프 3파전

성인용 기저귀 시장을 잡기 위한 경쟁이 본격화되고 있다.

한국도 2000년 60세 이상의 노인인구 비율이 7% 선을 넘어서며 UN이 정한 고령화사회 대열에 진입하면서 관련시장이 커지고 있기 때문이다.

관련업체에 따르면, LG생활건강을 비롯해 유한킴벌리, 대한펄프 등은 국내 성인용 기저귀 시장이 2002년 300억원대로 커질 것으로 보고 시장 선점경쟁을 벌이고 있다.

LG생활건강은 최근 주력제품인 “세이퍼”에 각종 신기술을 적용해 “기능성 기저귀”라는 점을 강조하고 있다. 기저귀 흡수층에 항균 및 냄새방지 성분을 넣어 거동이 불편한 성인환자에게 발생하기 쉬운 짓무름(욕창) 예방 기능을 높였다.

유한킴벌리는 최근 자사제품 “디펜드” 구입시 부가세가 면제되는 부가가치세 영세율(零稅率)을 적용받게 됨에 따라 부가세 감면에 따른 가격인하 효과를 활용해 용도 및 가격대에 따른 다양한 새 상품을 출시했다.

대한펄프도 제품(테나) 구입 때 견본 제공 등 판촉활동을 펼치며 공세에 나섰다.

LG생활건강은 성인용 기저귀 시장이 최근 2-3년간 매년 20%씩 성장하고 있어 시장쟁탈을 위한 경쟁이 더욱 치열해질 것으로 예상하고 있다.

<Chemical Daily News 2002/ 04/ 12>