

한류가 국내 화장품산업에 미치는 영향

이승근

보령생활건강(주) 부사장

e-mail : mud366@yahoo.co.kr

Research on Korea-Wave Impact on the Domestic Cosmetics Industry

Thomas Lee

MERMETE Boryeong Mud

요 약

한국을 찾는 외국인에게 한류는 무형의 문화상품이며 새로운 자극을 원하는 외국인 수용자에게 지속적인 한류상품 개발이 요구되고 있다. 화장품 산업이 한류라는 문화적 현상을 긍정적으로 수용하고 산업적으로 재해석 하여 해외 현지에 성공적으로 안착하는 과정을 살펴보고 방향성을 진단하려는 의도에서 시작되었다. 한류가 화장품 산업에 미치는 영향과 실제로 구현되는 사례를 통하여 한류의 모델이 브랜드 확장의 한 축으로 영향력을 보여주고 브랜드 자산을 키우고 있다는 것을 알 수 있다. 문화가 성공적으로 입성한 곳에 산업이 무혈입성하는 과정을 화장품 산업은 선두에서 보여주고 있다.

1. 서론

한류는 문화 흐름을 넘어서서 전세계적인 문화코드로 진화하고 있다. 한국을 찾는 외국인에게 한류는 무형의 문화상품이며 새로운 자극을 원하는 외국인 수용자에게 지속적인 한류상품 개발이 요구되고 있다. 초기에 준비되지 않은 상황에서 맞이한 한류라는 에너지는 소극적인 문화상품이었으나 현 시점에서 한류는 관광자원으로 인식되어 효과적이고 지속적인 문화상품을 개발이 필요한 시점이 되었다.

본 연구는 화장품 산업이 한류라는 문화적 현상을 긍정적으로 수용하고 산업적으로 재해석 하여 해외 현지에 성공적으로 안착하는 과정을 살펴보고 방향성을 진단하려는 의도에서 시작되었다.

2. 한류의 브랜드화에 대한 이해

2.1 한류의 브랜드화

한류는 한국의 음악, 드라마, 패션, 게임, 음식, 헤어스타일 등 대중문화와 한국의 인기 연예인을 동경하고 추종하며 배우려고 하는 문화현상을 일컫는다. 특히 2000년 이후 드라마, 가요, 영화 등의 대중문화만이 아니라 김치, 고추장, 라면, 가전제품 등 한국 관련 제품의 이상적인 성호현상까지 나타났는데 포

괄적인 의미에서는 이러한 모든 현상을 가리켜 '한류'라고 한다(차동영, 2004)

[그림 1]은 드라마 한류의 대표작이라고 할 수 있는 겨울연가와 대장금의 한 장면이다. 드라마의 인기연예인은 한국을 상징하는 대표이미지가 되었고 그 저변은 문화적코드에서 산업적 코드로 넘어갔다. 이렇게 해서 대표적으로 관광상품부터 시작하여 전 산업에서 한류는 산업적인 브랜드 가치를 양산하고 있다.



[그림 1] 드라마 겨울연가와 대장금

그림은 드라마 한류 이후에 나타난 한국의 인기 아이돌 그룹의 유행과 더불어 나타난 K-pop 열풍이다. 매력적인 한국 아이돌 그룹의 한국가요는 한류의 대상이 과거보다 젊은 세대로 자연스럽게 넘어가는 긍정적인 양상을 보이고 있다[그림 2].



[그림 2] K-pop 열풍

자료 : 박애경 2012-01-25(blog.daum.net/cmin21)



[그림 3] 일본 관광객 방한 추이

자료 : 서울경제 2012-05-02

그림은 화장품의 국내 소비판매액 추이이다. 화장품은 내수불황에도 불구하고 상승곡선을 그리고 있다. 그리고 그 저변에는 명동을 중심으로 해외관광객의 한국화장품 소비가 시장의 큰 영향력을 행사하는 것으로 보고 있다[그림 3].



[그림 4] 화장품 국내 소비판매액 추이

자료 : 한겨레 2012-02-13

[그림 4]를 보면 한류 열풍에 따라 화장품 수출도 늘고 있다. 관세청 집계를 보면, 지난해 화장품 수출액은 8억6104만달러로 2010년(8억2490만달러)에 견줘 4.3% 늘었다. 대한화장품협회 관계자는 중국과

일본이 화장품 수출의 절반 이상을 차지한다고 추정한다.(한겨레 2012-02-13, 조기원)

2.2 한류 브랜드화의 실제

그림은 필리핀에 오픈한 더페이스샵 화장품 매장이다. 미백에 관심이 많은 동남아시아 사람들에게 한국의 화장품은 인기가 높은 관광상품이었다. 그리고 지금은 현지에 진출하여 한국 화장품 산업의 브랜드 파워를 보여주고 있다[그림 5].



[그림 5] 필리핀 더페이스샵 매장

자료 : 파이낸셜뉴스 2012-03-27

아모레퍼시픽은 한국에서 설화수의 성공으로 고가 화장품 시장에 성공적으로 진입한 기업이다. 이러한 자신감을 바탕으로 미국 현지에 상위 소수자 들에게 고급 화장품 서비스를 제공함으로써 한국화장품이 저변확대를 넘어서 고급화, 전문화 시대에 진입하고 있다는 신호를 보이고 있다[그림 6].



[그림 6] 아모레퍼시픽 화장품 마니아로 알려진 시에나밀러

자료 : 이데일리 2012-04-17

3. 연구 조사와 결과 분석

한국의 화장품산업에 나타난 한류의 경향을 조사하여 분석하였다. 연구결과, 아이돌그룹을 광고모델로 적극 활용하여 연예인 팬덤을 화장품 브랜드 팬덤으로 자연스럽게 확장시키고 있다.

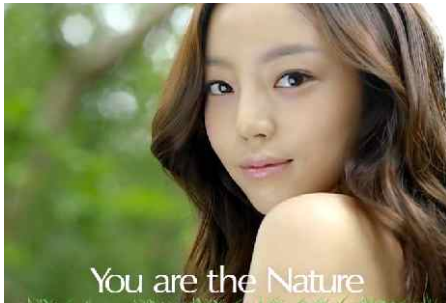
그림을 보면 더페이스샵은 인기 아이돌 그룹

SS501의 가수이자 텔런트인 김현중을 모델로 과거 자연주의 컨셉을 모델 위주의 브랜드 정책을 실시하고 있다[그림 7].



[그림 7] 더페이스샵 모델 '김현중'
자료 : www.thefaceshop.com

네이처리퍼블릭은 인기 아이돌 그룹 카라의 멤버를 모델로 기용하여 네이처라는 화장품 컨셉을 확장하고 있다[그림 8].



[그림 8] 네이처리퍼블릭 모델 '그룹 카라'
자료 : www.naturerepublic.co.kr

그림과 같이 토니모리 화장품은 인기 아이돌 그룹 티아라를 모델로 활용하여 동양적이고 젊고 아름다운 이미지를 확장하고 있다[그림 9].



[그림 9] 토니모리 모델 '그룹 티아라'
자료 : www.tonymoly.com



[그림 10] 보령머드화장품 베트남박람회 참가

보령머드화장품은 베트남전시에서 국영방송국에서 직업 취재를 나와 한국 화장품에 대한 기대가 높다는 것을 알 수 있었다[그림 10].

준비된 노하우를 통하여 약국과 건강전문점에 입점하는 등 한류를 직접적인 매출로 연결시키는 성과를 보였다. 문화가 성공적으로 입성한 곳에 산업은 무혈입성한다는 교훈을 몸소 체험하였고, 보령머드의 그간의 노력의 결실이였다.

4. 결론

본 연구는 한류가 화장품 산업에 미치는 영향과 실제로 구현되는 사례를 통하여 한류의 모델이 브랜드 확장의 한 축으로 영향력을 보여주고 브랜드 자산을 키우고 있다는 것을 알 수 있다. 특히, 광고모델로 채택하여 한류를 적극적으로 활용하여 문화적 코드를 산업적 코드로 전환시키는 자연스러운 현상을 볼 수 있다.

문화가 성공적으로 입성한 곳에 산업은 무혈입성한다는 과정을 화장품 산업은 선두주자로 보여주고 있다.

참고문헌

- [1] 차동영(2004) 한류가 한국 관광산업에 미치는 영향, 서강대 공공정책 대학원 pp.5-26
- [2] 우도강(2007) 한류 브랜드 개성과 자아 이미지 일치성이 지각된 품질, 소비자-브랜드 관계 및 브랜드 충성도에 미치는 영향에 관한 연구, 부산대학교 대학원 pp.6-56