

# 경제위기시대의 화장품 포장방향

안재형 / (주)태평양 화장품디자인팀

화장품은 모든 사람들에게 아름다움을 제공하는 상품에서 이제는 아름다움 뿐 아니라 만족감과 풍요로움을 주는 상품으로 변화되었다.

또한 개인 기호성이 강한 이미지상품으로 라이프사이클이 짧고 스피디한 신제품 개발이 이루어지는 특성을 갖고 있다.

화장품 산업은 다품종 소량생산의 고부가가치 창출 산업으로 모든 과학의 종합적 응용이 필요한 정밀화학공업에 속한다.

화장품은 인체에 직접 사용되므로 안전성이 중요시되고 있어 일반 공산품과 달리 별도로 약사법 규정에 따라 보건복지부의 제조품질, 표시광고 등 모든 규제를 받고 있다.

우리나라의 화장품산업은 해방 이전 가내수공업 형태에서 해방 이후 근대적인 기업 형태로 변모하기 시작 하였으며 70년대에 들어서 국내 경제의 발전과 더불어 양적, 질적으로 크게 발전하였다. 70~75년 사이에는 생산량이 8배 증가되는 등 비약적인 발전을 보였으며 80년대에도 여성의 사회진출이 증가됨에 따라 수요가 급속히 확대되어 왔으나, 수입자유화에 따른 수입증가와 국내 화장품산업의 증가 등에 따라 최근 국내 화장품산업은 공급 물량 포화로 성장세가 완화되고 있다. 또, 유통업 개방 등으로 외국 유명회사의 국내 상륙과 선진화된 마케팅 전략으로 국제시장 점유율이 높아짐에 따라 더욱 어려움을

겪고 있다.

또한 지구환경의 급속한 악화 위협으로 인해 환경 문제가 크게 대두되어 화장품 산업에서도 일련의 변화가 시도되고 있다.

이러한 시점에서 국내 화장품 시장의 변화와 이에 대응하여 노력되고 있는 화장품 포장 경향에 대해 살펴보기로 한다.

## 1. 국내 화장품 시장 변화에 따른 포장의 경향

첫번째는 고객의 사회적 요구의 변화이다. 전 세계의 급속한 변화로 우리 사회의 기본 가치관들이 바뀌고 있으며 그동안 지켜온 사회의 전통이 허물어지고 있다.

21세기의 고객은 개성이 강하고 정의하기 곤란하며 개인주의적이고 다양한 성향을 소유하고 있으며 합리적인 소비성향이 뚜렷이 나타날 것이다. 특히 이제 고객은 화장품 자체의 품질에 대한 선택도 합리화될 뿐 아니라 제품 사용 후의 처리 문제도 제품 선택에 커다란 영향을 미칠 것이다.

두번째로는 기업 경영형태의 변화이다.

대기업들이 규모의 경쟁에서 이익을 얻어 호황을 누릴 수 있었으나 급속히 변화하는 시장에서 더 이상 큰 것이 반드시 유리하지는 않게 되었다. 고객 취향의 급속한 변화와 이러한 새로운 요구에 신속히 적용하며, 유연하게 고객 지향

적이 되어야 할 것이다. 또한 기업은 창의력을 갖고 무조건적인 생산성 증대보다는 재생, 재활용에 정책적 관심을 지속시켜 경제의 한 주체로서 책임을 다해야 할 것이다.

세번째로 정부 역할의 변화이다. 현재까지 정부가 관리자와 규제자의 역할에서 조정자의 역할로 변화될 것이며 또한 국제화, 세계화의 추진에 따라 각종 정부의 규제도 한 국가의 차원에서가 아니라 글로벌화된 규제가 추진될 것이다.

다음은 이러한 화장품 산업의 변화와 더불어 변모되고 있는 포장디자인의 경향에 대해 언급하기로 한다.

## 2. 국내 화장품 포장디자인의 경향

우선 재질적인 측면에서 보면 화장품 용기의 1차 포장재로 가장 보편적인 것으로 초자를 들 수 있다. 초자는 가공 및 성형성이 매우 양호하여 외관의 미려함이 우수하고 투명성이나 화학적 내구성이 강하여 화장품 용기에는 가장 적합한 재질이다.

그러나 파손 위험이 있고 고가이며 다른 주요 재질인 플라스틱과의 분리 수거가 번거로운 것 등이 단점이다. 이를 보완하기 위해 근래에는 화장품의 초자 용기를 플라스틱 재질로 대체하려는 노력이 활발히 진행되고 있다.

플라스틱 용기는 사출 및 블로우 성형 방법으로 생산성이 매우 우수하고 가격도 저렴하며 폐기물 처리도 용이하다. 또한 파손 위험이 적어 2차 포장에서 완충재가 필요하지 않으므로 포장재 감량에도 커다란 역할을 한다.

외관상으로도 플라스틱 표면 처리 기술이 발달하여 초자 못지 않은 미려함을 보장할 수 있다.

## 3. 폐기물 재활용 측면에서의 디자인의 역할

다음은 디자인적 측면에서 살펴보기로 한다.

폐기물의 재생, 재활용을 극대화하기 위한 디자이너의 역할은 매우 중요하다. 우선 재질의 오염을 최소화하여 디자인의 완성도를 높이는 작업은 재생 및 재활용을 위해 필수적이다.

즉, 초자 용기에 직접 인쇄를 배제하고 표기문안을 스티커에 표시하면 스티커 박리 후 100% 초자로 재생이 가능하며 유색초자 및 착색, 코팅 등을 배제하고 투명한 초자의 장점을 최대한 디자인에 부각시키는 것이다.

폐기물량을 극소화하기 위한 노력으로 완충재 및 2차 포장재의 감량 노력도 필요하다.

특히, 외국에 비해 다량의 판매량을 갖고 있는 선물 세트에서의 포장재 감량을 위해 당사에서는 구체적인 실천을 하고 있다.

우선 제품과 세트 상자 사이에 완충재 역할을 하고 있는 PVC 선대의 성형 두께를 기존 0.8mm에서 0.55mm로 슬림화했고 PVC 원료의 30%는 재생 원료를 첨가하도록 하고 있다. 또한 궁극적으로는 플라스틱 완충재보다 환경친화적 재질의 완충재 개발이 상당히 진행되어 있다. 또한 2차 포장재의 감량은 정부에서도 특별한 관심을 보여 제품 체적대비 세트 상자의 필요완충 여유공간 비율을 25% 이내로 규제하고 있다.

마지막으로 폐기물 재생, 재활용의 최대 효용가치는 기본적으로 최초 제품 설계 단계에서 Refill 제품을 도입하는 것이다. 화장품은 앞서 언급했듯이 트렌드에 민감한 이미지 상품이어서 Refill을 개발하여 1회성의 포장이 아닌, 제품과 함께 이미지까지도 Refill하려는 디자이너의 노력이 진행되고 있다. 