

# 청소년 기초화장품 패키지디자인 특성화에 관한 연구 II

Reviewing the trend of basic cosmetic package design for being specialized for teenagers

본 논문은  
홍익대학교 대학원  
산업디자인전공  
포장디자인세부전공  
졸업논문으로,  
본 지에서는 이 중  
부분 발췌해 지난 호에  
이어 연재합니다.

- 편집자 주 -



김 곡 미

LG생활건강디자인연구소  
생활용품팀 과장

## 6. 외국 청소년 화장품 패키지 디자인 사례 분석

외국의 경우 국내와 비교해 볼 때 청소년과 성인층을 명확히 구분하지 않기 때문에 별도로 분석하기가 어려웠다.

내추럴 이미지를 중심으로 로맨틱(Romantic)과 클리어(Clear)함이 주류를 이루고 모던(Modern)함과 클래식(Classic)한 분위기가 병존하고 있었다.

특히 미국과 유럽의 디자인은 이미지상에 있어 어느 한 부분에 몰려 있지 않고 병사형으로 이미지상 어느 그룹에서든지 디자인의 장점을 극대화시킬 수 있는 디자인이라 할 수 있다.

일본 디자인의 이미지는 소프트하고 로맨틱한 조형성과 클리어한 분위기가 주류를 이루고 있다.

[사진 1]은 프랑스 제품 비오템의 이드라 데톡스이다.

수분 공급과 피부 정화 작용을 결합시킨 새로운 개념의 모이스처 라이징으로 지친 피부의 독소 및 노폐물 등을 먼저 제거시킴으로써 수분 공급의 기능을 강화시켜 주고 있다.

10대의 신진대사를 극대화시키고 있는 제품으로 용기의 형태는 일반적인 펌프 타입으로 사용하기에 편리하고 연한 파스텔 Blue를 사용하여 깔끔하고 깨끗한 느낌을 주고 있다.

외캡을 만들어 주어 휴대용이 간편한 장점이 있으며 물결무늬가 동적인 느낌을 주고 생동감을 유발시켜 주고 있다.

이와 유사한 제품으로 [사진 4]의 비져블 디퍼런스 매트 모이스처 로션이 있는데 장시간 동안 지성 피부의 번들거림을 막아 주는 제품으로 Elizabeth Arden 브랜드를 사용하고 있다.

디스펜스 부분에 은장식을 주어 다소 고급감을 부여하고 있고 그래픽에서는 브랜드만을 강조하여 멋있는 느낌이 들지만 기능성 제품이라는 면을 부

각시켜 주고 있다.

비저블 디퍼런스(Visible Difference)는 식물성 구굴리피드 추출 성분으로 만들어진 아덴의 피부과학 제품이지만 식물성에 대한 언급은 전혀 나타나 있지 않다. 연한 Blue 칼라로 마일드한 면을 주려고 하였다.

[사진 2]의 LANCOME에서 개발된 스킨은 무알코올 개념을 표현하려고 했는데 칼라가 너무 강하여 성인 화장품과 혼동이 오며, 순수성을 격감시키고 있다.

브랜드 이미지를 강하게 주려고 캡과 용기의 양면에 LAMCOME을 삽입하려다 보니 너무 복잡해 보일 수 있다.

[사진 3]은 샤넬의 '에끌라 드 주르'와 '에끌라 드 뒤'이다. 샤넬은 모든 상품에 있어 강한 로고 타입을 사용하고 있고, 용기와 캡의 Contrast를 강하게 주고 있는 특징을 가지고 있다.

이러한 사실로 보아 일본이나 한국 등 아시아 국가에 비해 유럽에서는 강하면서도 색상의 대비를 주는 디자인 제작을 많이 하는 경향이 있다. 캡의 Black 색상이 강하고 다소 무거워보인다.

[사진 5]의 클리닉은 '제안, 각질제거, 그리고 수분 공급'이라는 간단하고도 효과적인 3-스텝 스킨케어 시스템을 강조하고 있다.

즉 전 제품이 알러지 테스트를 거치고 무향으로 설계되었고, 모든 연령의 여성에게, 모든 피부 타입에 맞는 제품을 개발, 선사하기 위한 목적을 가지고 있다.

C의 이니셜을 강하게 부각시켰고 서체가 다른 CLINIQUE 로고타입을 사용하여 강하면서도 소프트한 양면을 강조하고 있다.

디자인은 심플하면서도 기억의 연상에 오래 남는 특징이 있고 전제품의 패키지 디자인을 통일화하여 Identity가 잘 이루어진 제품이라고 볼 수

있다.

[사진 6]은 스위스의 라프레리 제품이다.

이 제품을 개발한 라프레리 연구소는 스위스 몽트류에 위치한 세계적인 클리닉 라프레리의 명성에서 비롯되었으며 지난 반세기동안 피부세포, 조화방지 분야에서 그 놀라운 효과를 보여주었다.

아름다운 피부를 위한 끊임없는 연구를 통해 마침내 셀루나 제품을 탄생시켰고 건강과 생명력을 위해 피부에 꼭 필요한 영양분을 공급해 주고 있다.

즉 현대 생활에서 오는 스트레스, 유해 환경요소, 조기 노화 등의 문제점에 적극 대응하는 제품이라고 볼 수 있다.

용기나 캡은 아주 평범하다고 볼 수 있는데 은색 캡의 느낌이 차갑고 이지적이라는 느낌을 주고 있다.

용기 윗부분에 은색 스티커를 둘러 주어 깨끗하면서도 의약품이라는 연상을 주고 있다.

라프레리의 심볼은 균청 바탕에 연구소의 형태를 실루엣으로 표현하고 있는데 다소 복잡한 느낌이 드는 경향이 있다.

[사진 7]은 에스페 라우더의 피부 리후레쉬를 위한 토닝과 클리어 디퍼런스 로션이다.

피부의 '리-프로그래밍' 기법에 의해 유분 생성을 실제적으로 줄여 줌으로써 피부를 항상 투명하게 유지시켜 준다.

용기 칼라는 연한 핑크, 연한 그린, 화이트의 마일드한 디자인에 캡은 동일한 그린 칼라를 적용하여 통일감을 주고자 하였다.

에스페 라우더의 심볼은 상단 부분에 삽입하고 캡의 하단 부분에는 금박 라인으로 고급감을 주고 있다.



(사진 1) 「비오템」 이드레 테톡스 이오 (프랑스)



(사진 2) 랑콤 「토닉」 (프랑스)



(사진 3) 「샤넬」 에끌라 드 주르, 에끌라 드 뉘 (프랑스)



(사진 4) 「엘리자베스 아덴」 비저블 디퍼런스 매트 모이스처 로션



(사진 5) 클리닉 스킨/로션



(사진 6) 「라프레리」 ① 셀룰라 리하이닝 로션 ② 셀룰라 퓨리화잉 로션 ③ 타임 매니지먼트 모이스처라이저 SPF15(스위스)

[사진 8]은 '오드 끌레'와 '오드 블랑' 제품으로 용기가 독특한 형태이다.

긴 주둥이 밑으로 원형의 용기로 이루어진 형태는 지금까지 나온 형태와는 다른 차별화된 형태라고 볼 수 있다.

원형 부분에 인쇄가 불가능하기 때문에 캡의 라인에 브랜드를 넣어주었다.

칼라는 연한 그린으로 파스텔 톤을 강조하고 있다. '오드 끌레'는 디스펜서 타입으로 사용성에 편리함을 주고 있다.

[사진 9]는 크리스찬디올의 이드라스타 제품이다. 프랑스 제품으로 피부 유연감과 피부의 투명함을 살려 주는 기초 제품이다.

용기의 형태는 넓적하며 오른쪽 끝에 나와 있는 '레쥘땅프 로씨옹 페르메떼'의 용기에는 일정

한 간격의 스트라이프를 주어 손으로 잡기에 편리한 감을 주고 있다.

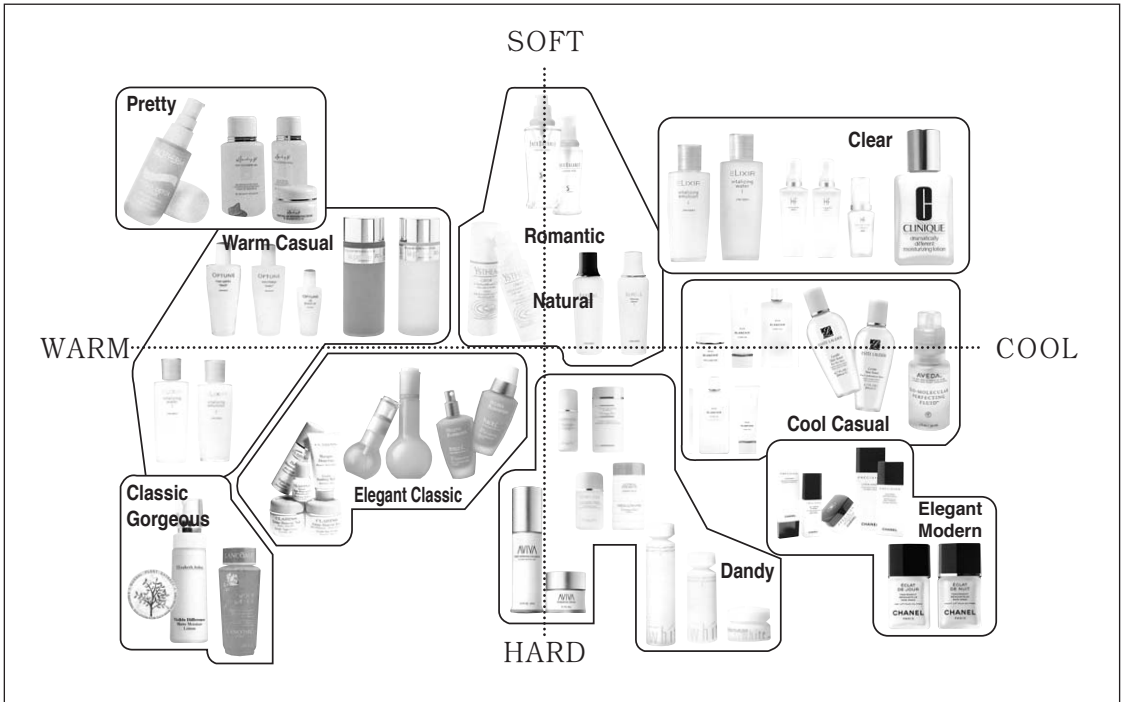
금박 스트라이프는 고급감과 정적인 Identity를 이루고 있다.

튜브의 경우에도 금박 라인을 주어 고급감을 주고 있으며 세련되고 현대적인 느낌을 주고 있다.

전체적인 칼라는 핑크톤으로 여성이 선호하는 칼라를 사용하였고 연핑크, 연살구색 등 제품의 성격에 따라 다른 느낌을 주고 있다.

[사진 11]은 일본제품 가네보의 '브란실' 제품이다. 일본 제품은 비교적 화이트 칼라를 많이 사용하고 깨끗하고 청순한 이미지를 강조하기 때문에 전반적으로 모든 제품의 분위기가 비슷하다.

[표 1] 외국제품 분류에 따른 이미지 맵





(사진 7) 「에스떼라우더」 리후레쉬를 위한 토닝, 클리어 디퍼런스



(사진 8) 'eau de clair', 'eau de blanc'



(사진 9) 「이드라스타」 (프랑스)



(사진 10) 「샤넬」 프레시지움



(사진 11) 「브란실」 (일본)



(사진 12) 「HF비오스키너지」 (일본)

[사진 11]과 [사진 12]의 HF 비오스키너지의 느낌은 비슷해 보인다.

HF 비오스키너지는 HF를 금박 이니셜로 만들어 고급감을 주고 있다.

[사진 13]는 SOFINA의 웨이스 블랑세이다. 18~20세가 주로 사용하는 이 제품은 내용물이 무향료, 무착색으로 투명하기 때문에 맑고 깨끗한 이미지를 주고 있으며 청소년 제품에 어울리는 이미지를 나타내고 있다.

[사진 14]의 AVEDA의 제품은 천연 식물 에센스와 비타민의 이상적인 결합이 지성 및 여드름 피부의 피지와 피부 트러블을 조절해 주며, 살리실산이 이미 생긴 여드름, 뾰루지 및 이로 인한 자극을 효과적으로 치료하고 넓어진 모공을 축소시켜 주고 여드름 자극을 완화해 주는 기능을 가

지고 있다.

용기, 캡 모두 내추럴 재질을 이용하여 부드러운 촉감을 주고 있으며, AVEDA의 A부분에 점을 찍은 타이포그래피가 조형미를 이루고 있다.

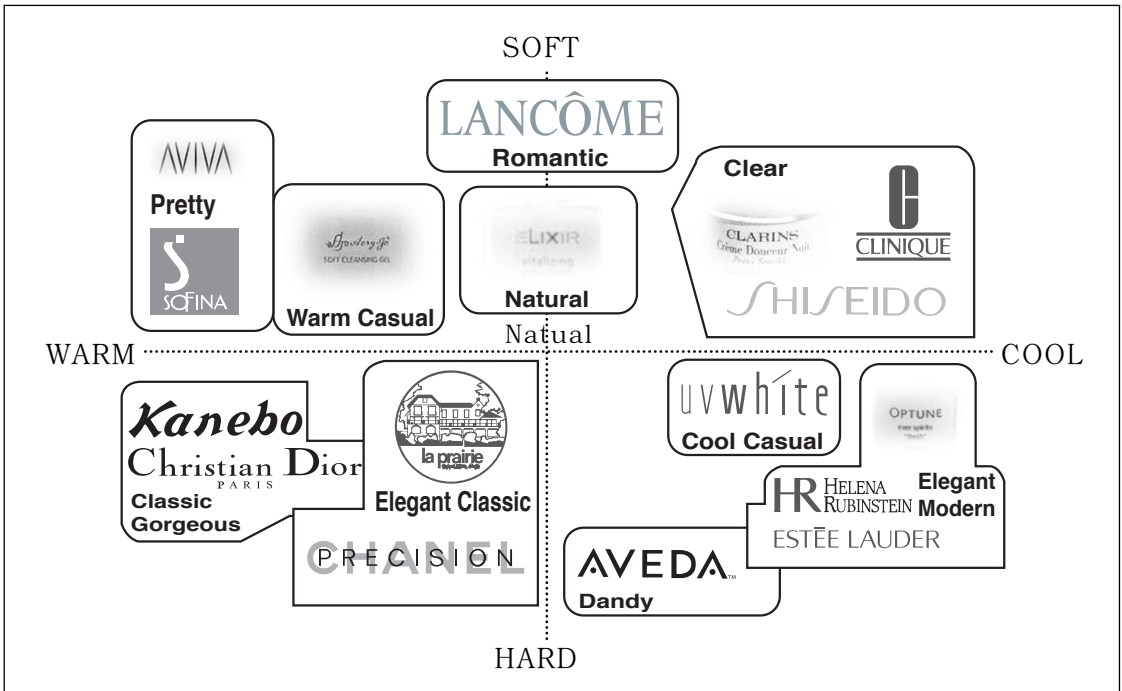
[사진 15]는 시세이도의 리바이탈 제품으로 피부에 수분조절과 탄력을 주는 제품이다. 용기와 캡은 화이트 & 블랙으로 심플하게 이루어진 특징을 가지고 있다.

REVITAL의 타이포그래피는 화장품에서 많이 사용하는 세리프가 강조된 서체를 이용하여 조형적으로 디자인 제작되었다.

[사진 16]과 [사진 18]은 시세이도의 엘릭실 제품이다.

용기와 캡에 특색이 별로 없는 평범한 형태로 청소년부터 성인에 이르기까지 보편적으로 사용

[표 2] 브랜드 분류에 따른 이미지 맵





(사진 13) 「FACE BALANCE」



(사진 14) 「AVEDA」



(사진 15) 「리바이탈」 트리트먼트 소프너 I, II,  
트리트먼트 에멀전 I, II (일본)



(사진 16) 「엘릭실」 바이탈라이징 워터 I, II, III  
바이탈라이징 에멀전 I, II, III (일본)



(사진 17) 「UV White」 (일본)



(사진 18) 「엘릭실」 바이탈라이징 에멀전 (일본)





(사진 19) 「옵툰」 OPTUNE (일본)



(사진 20) 「클라랑스」 민감성라인 (프랑스)



(사진 21) 「크리스찬 디올」 이드라 르플레 뒤 플르, 시선레브, 이스떼알



(사진 22) 「AVIVA」 딥 하이드레이팅 에멀전 후레쉬 하이드레이팅 (독일)



(사진 23) 「에리조」 기초, 색조, 크림



(사진 24) 「헤레나 루빈스타인」 포스 씨 플루이드



하고 있다.

제품의 특징으로 바이탈 라이징 기능의 강화와 후리래디칼트랩 기능이 피부 속으로부터 축적함과 탄력을 되살려 피부를 밝고 환하게 가꾸어 준다.

[사진 17]는 시세이도의 UV White 제품이다. 시세이도 제품은 전반적으로 유백색의 칼라를 선호하고 특징은 깨끗하고 산뜻한 이미지로 표현되었다는 점이다.

기능을 연상시키는 용기와 캡에서 조형미가 느껴지며 용기 밑부분에 원형으로 회색 로고를 인쇄하고 상단부분에도 같은 느낌으로 통일성을 이루고 있다.

[사진 19]은 시세이도의 옴턴으로 완만한 곡선 라인의 부드러움을 강조해 주었고 캡의 윗 부분에 청색의 포인트를 주었다.

[사진 21]의 크리스찬 디올의 이스떼알은 자유곡선을 달팽이 형태로 일러스트화하여 독특함을 느끼게 해 준다.

특징은 '레틴 알레하이드'라는 성분을 안정화시켜 피부 노화에 탁월한 효과를 주고 있다는 점이다.

주로 10대가 사용하는 전형적인 청소년 제품으로 마일드한 이미지를 주었다.

[사진 22]는 '에이비바'로 독일의 세계적인 스킨 & 메이크업 브랜드 랑케스터와 프랑스의 유명한 메이크업 전문 브랜드 아캅실을 수입, 판매하고 있는 지인 인터내셔널에서 연구와 노력 끝에 완성한 브랜드이다.

유해 환경으로부터 보호한다는 차원에서 만들어졌으며 모공컨트롤 기능이 있는 10대 제품이다.

AVIVA의 로고 타입은 기하학적으로 제작되었

으며 용기와 캡은 원기둥의 형태로 단순하게 제작되었다.

[사진 23]는 스위스에서 만든 애리조 제품으로 무알코올의 기초 제품이다.

용기와 캡의 디자인이 성인 화장품처럼 느껴지고 특징이 없어 보이는데 청소년 전용을 강조한 체계화된 제품구성이 필요하다고 볼 수 있다.

[사진 24]은 HR의 제품으로 비타민을 강조한 화장품이며 피로를 없애주는 역할을 한다. 옐로우 색 용기 색상이 비타민을 잘 표현해 주고 있고 상큼한 느낌을 주고 있다.

전체적으로 유럽과 미국의 제품 이미지는 내츄럴 이미지를 중심으로 맑고 깨끗함을 강조해 준 점으로 미루어 보아 자연으로 돌아가고 싶은 인간의 강한 의지가 반영된 점을 알 수 있다.

전반적으로 성인 제품에 비해 마일드한 느낌을 주려고 하였으며 모던함과 클래식한 분위기로 디자인의 장점을 극대화시켜주고 있다.

일본 제품은 전반적으로 이미지를 강조하였고 소프트하고 로맨틱한 조형미와 깨끗한 이미지가 주류를 이루고 있다.

각 부분마다 장식을 사용하여 재질표현을 달리 하여 주었고 후가공의 첨단기술로 제품을 깔끔하게 정리하고 있다.

외국 제품은 전반적으로 제품에 비해 더욱 더 다양하고 차별화된 전략으로 청소년 제품을 개발하고 있는 실정이다.

전체적인 깨끗한 이미지에 파스텔톤의 색상이나 무채색으로 안정감을 주었고 타이포그래피로 조형미를 주었으며 부분적으로 장식을 사용하여 고급감을 주고 있다.

이미지 맵을 보면 어느 한 곳에 치우치지 않고 고루 분포되어 있는 점을 알 수 있다. [K]