



화장품 용기 혁신기술 사례

Innovations in techniques of Cosmetic Containers

정 해 원 / 태평양 포장재연구팀 과장

I. 서론

화장품 용기는 내용물의 보호, 정보전달, 사용의 편리함, 판매촉진성, 물류적성 등 용기로서의 기본적인 특성이 있는데 기술의 진보에 따라 기본적인 특성을 넘어선 다양한 상품이 연구개발 되어지고 있다.

하지만 대다수의 상품들이 글로벌사의 혁신상품을 답습한 미투(Me-Too) 상품으로 소비자에게 크게 어필하지 못하는 것이 현실이며 혁신적인 기술이 담긴 상품만이 소비자의 선택을 받을 수 있게 되었다는 것은 누구도 부인하지 못할 것이다.

수많은 브랜드의 상품이 쏟아지는 화장품 시장에서 이제, 기본적인 특성만을 갖춘 용기는 소비자의 선택을 받기가 점점 더 어려워졌고 차별화된 혁신기술이 담겨 있는 상품이어야 소비자에게 선택 받을 수 있게 되었다.

이에 화장품 용기 시장 현황을 살펴봄으로 요구되어지는 혁신기술 필요성을 알아보고 최근 히트 상품으로 각광(脚光) 받고있는 자사 화장

품 용기의 혁신기술 적용 사례를 통해 혁신 기술의 중요성을 함께 공감하고자 한다.

1. 화장품 용기 시장 현황

한국의 소비자는 품질에 대해서 세계에서 가장 엄격한 눈을 가지고 있는 것으로 인정받고 있어 세계적인 글로벌사들이 신제품의 성공여부를 판가름하는 시험기준으로 삼고있다. 이러한 소비자의 눈에 맞는 용기 개발은 기술의 혁신을 요구한다. 이러한 기술들이 소비자로 하여금 품질에 만족을 느끼게 하고 수많은 상품 가운데 다시찾는 상품을 만들게 하는 것이다.

2004년 전문리서치 기관인 AC닐슨코리아의 조사에 의하면 화장품시판시장(전문점)에 새로 등장한 브랜드의 수가 1,094개이지만 이들 브랜드의 시장점유율은 14.3%이고 1~10위 브랜드가 36.4%를 차지했다고 한다.

이와 같은 사실은 신규상품의 시장집입이 얼마나 어려운가를 반증해주는 증거이며 확실하게 잘 팔리는 상품, 즉 확실히 차별화된 품질과

기술을 인지시켜주는 상품이 높은 재구매율로 살아 남게 된다는 것을 보여준다.

세계적인 글로벌사들은 화장품 용기에 대한 기술개발력을 통하여 차별화된 상품을 끊임없이 창출하고 이에 대한 지적재산권 설정하고 이를 바탕으로 타사의 경쟁제품 출현에 대한 진입장벽을 구축, 시장을 선점하고 있다. 이러한 세계적인 글로벌사와 어깨를 같이 하기위해선 친환경적 용기, 신소재 신구조 연구, 유니버설 패키징설계 등의 기술혁신을 이루어야 하는데 가장 큰 혁신은 기술의 컨버전스(Convergence)라 할 수 있다.

6T라 하는 정보기술(IT), 생명공학기술(BT), 나노기술(NT), 환경공학기술(ET), 우주항공기술(ST), 문화콘텐츠기술(CT)의 기술들을 기존 패키징기술과 융합시켜 새로운 차별화된 패키징을 만들 수 있는데 이를 통하여 탄생한 상품은 다른 기술혁신에 비해 파급효과가 매우 크다.

수많은 브랜드의 상품 속에서 차별화를 통하여 소비자로 하여금 선택을 받을 수 있게 하며 컨버전스 기술의 높은 난이도를 통해 고품질을 인지하고 그 브랜드 가치를 높여주게 된다.

한 브랜드에서의 혁신상품의 출현은 브랜드내 타상품의 품질과 기술의 수준을 동일시 시켜 주기 때문이다. 일례로 IT 디자인 기능과 화장품 용기와 접목을 시킨 자사의 라네즈 슬라이딩 팩트, 정밀 모터를 이용 자동으로 회전하여 마스크라 화장을 하게 해주는 자사의 헤라 마스크라 오토매직 등을 들 수 있다.

이같이 새로운 시장 현황은 화장품 용기 연구 개발을 더욱 강하게 요구하고 있으며 이러한 소비자들의 요구에 부응하여 지금까지 불가능했던

새로운 용기 형태, 사용감을 지닌 화장품 용기, 화장 용구 등이 끊임없이 개발되어지고 있다.

2. 새로운 용기 적용 기술사례

2-1. 라네즈 슬라이딩 팩트

최근의 트렌드인 IT업계에서의 디자인 열풍을 화장품에도 연결하기 위해 두 분야가 가진 공통점을 도출해냈다. 앞서 언급한 기술의 컨버전스의 일례라 할 수 있다. 핸드폰의 슬라이딩 기능을 화장품 용기에 접목시킨 것이다.

타깃 고객이 가지고 있는 '모던함'을 용기 디자인에 그대로 실고 제품의 사용감인 매끄러운 입자가 피부에 미끄러지듯 가볍게 발리는 것을 강조하기 위해 제품의 상용기가 핸드폰처럼 스트루크 미끄러지듯 열리게 제작했다.

용기 색상도 실버핑크, 실버블루 등으로 디지털 기기 분위기를 한껏 냈다. 라네즈 슬라이딩 팩트는 이전까지의 화장품 용기의 이미지를 완

[사진 1] 라네즈 슬라이딩 팩트





전히 전환시키는 계기가 되었으며 라네즈 브랜드의 새로운 얼굴이 되었다.

우수한 디자인이라도 이를 실제로 구현하는 데는 많은 어려움이 따르는데 라네즈 슬라이딩 팩트의 성공은 자사 연구개발 기술의 귀중한 소산이라 할 수 있을 것이다.

라네즈 슬라이딩 팩트는 출시 5개월 만에 18만개의 판매를 기록하며 2005년 최대의 히트상품으로 인정받고 있다[사진 1].

2-2. 헤라 마스크라 오토매직

‘현재 사용하고 있는 제품에 대해 어떤 점이 불만인가’, ‘좀더 편리하고 즐겁게 화장할 순 없을까’ 등 여러 가지 상황들을 철저하게 조사하고 제품 개발 설계를 하여 얻어낸 결과품이다.

스스로 회전하는 자동 브러시가 마술 같은 컬링(Curling) 효과를 주는 자사의 최신 히트상품 ‘헤라 마스크라 오토 매직’은 브러시가 전동으

로 돌아가면서 속눈썹을 올려줘 뷰러없이 간편하게 사용할 수 있다.

눈썹이 뺏뺏하거나 짧아서 잘 올라가지 않는 여성도 고대를 사용한 것처럼 자연스런 곡선 형태로 속눈썹을 올릴 수 있다. 내장된 배터리로 브러시를 자동으로 돌리므로 마스크라 사용에 익숙하지 않은 초보자도 쉽게 사용할 수 있도록 했다. 배터리는 버튼 셀 타입으로 시중에서도 손쉽게 구입하여 교환하여 쓸 수 있도록 했다. 회전 방향을 조절할 수 있어 원하는 대로 사용 가능하다. 왼손잡이든 오른손잡이든 상관없다. 속눈썹 길이보다 슬림한 Groove형 브러시를 사용하면 구석구석 섬세하게 사용할 수 있는데 Groove의 구조개발시 3개월이 넘는 소비자 품평을 걸쳐 고객 만족도를 최고화 했다.

정밀모터를 이용한 이 제품의 컨버전스 기술은 세계최초이며 이와 관련된 지적재산권으로 국내실용신안 4건, 국제특허 1건을 이미 출원했



◀ 헤라 마스크라 오토매직

다. 또한 신규 국제특허출원 3건을 진행 중에 있다. '헤라 마스크라 오토 매직'은 비수기인 겨울철임에도 불구하고 출시 2주일 만에 1차 판매량 전망매진을 기록하고 2차 판매중인 현재도 기록적인 판매로 마스크라 시장의 새로운 기록을 세우고 있다.

3. 향후 계획

라네즈 슬라이딩 팩트, 헤라 마스크라 오토매직과 같은 혁신제품은 더욱 슬림하게 그리고 더 좋은 글립감(Grip feel)을 위해 인체공학적인 구조설계가 뒤따를 것이며 기능강화를 위해서 더욱 고정밀도의 부속품을 적용하고 사용중 소비자의 실수에 의해 발생할 수 있는 문제를 해결하기 위한 폴프루프(Fool proof) 구조 설계가 이루어 질것이다. 이러한 혁신제품의 개발에는 화장품 용기기술 뿐만 아니라 타 산업부분의 기술이 필요로 하며 특히 IT, 식품, 완구, 문구 등의 산

업분야의 기술들이 매우 중요하다 하겠다. 이러한 컨버전스는 향후 화장품 용기 기술 발전의 큰 흐름이 될 것이다.

II. 결론

화장품 용기는 앞으로도 지금까지의 역할에 추가하여 환경대응과 기술의 컨버전스, 유니버설 패키징개발 등의 시점을 강화하여 한층 더 사회와 소비자에 대한 가치를 높여 나아가지 않으면 안된다. 창의적인 아이디어를 통해 고객에게 좀 더 편리한 제품개발을 끊임없이 개발하여 차별화된 혁신 상품을 통한 브랜드력을 강화시켜야만 한다. 양극화 현상이 심화된 화장품 시장에서는 거스를 수 없는 선택이다. 앞선 사례와 같은 한발 앞선 포장기술 혁신이 세계적인 수준에 도달하도록 연구개발에 노력하고 있으며 앞으로 그 성과는 자사 상품을 세계 최고의 가치를 갖는 상품으로 만들어 갈 것이다. ☐

사단법인 한국포장협회 회원가입 안내

물의 흐름이 자연스러운 것은 물길이 나아있기 때문입니다.

포장산업이 강건하려면 미래를 내다보는 안목이 필요합니다.

포장업계의 발전이 기업을 성장시킵니다.

더 나은 앞날을 위해 본 협회에 가입하여 친목도모는 물론 애로사항을 협의하여

새로운 기술과 정보를 제공받아야 합니다.

포장업계에서 성장하기 원하시면 (사)한국포장협회로 오십시오.

(사)한국포장협회
 TEL. 02)2026-8655~9
 E-mail : kopac@chollian.net