

국내 화장품 패키지 동향

환경친화적 심플한 디자인의 패키지로

1. 시대적 흐름을 주도하는 화장품 패키지

60~70년대 근대화의 과정을 거치면서 삶을 영위하는데 필요한 기본적인 의·식·주 문제가 해결되고 생활이 윤택해졌다. 생활이 윤택해짐에 따라 우리의 관심사는 얼마큼 배를 채우고 어떻게 계절에 맞는 옷을 입고, 몸을 누일만한 집을 한채 갖는 것이 아니라 얼마큼 맛있는 음식을 먹으며 우리의 미각을 즐겁게 할 것인가와 얼마나 예쁘고 될 수 있는 이름답고 좋은 옷을 입을 것인가, 그리고 작은 방이라도 얼마나 예쁘고 분위기 있는 인테리어를 할 것인가에 관심을 가지게 되었다.

그만큼 국민의 경제·문화적인 수준이 높아

졌다는 얘기가.

이렇게 근대화가 진행되고 경제적인 수준이 높아지면서 흔해진 말 중에 하나가 '유행'이라는 단어일 것이다.

최근 유행을 주도하는 것은 패션과 헤어스타일, 그리고 화장품의 색상 등인데 이 중 우리가 거의 매일 쓰다시피 하는 화장품은 기초에서부터 색조화장에 이르기까지 그 종류가 다양하다. 최근 외국화장품의 유입으로 종류와 경쟁이 더욱 다양하고 치열해진 화장품 업계에서도 환경문제와 관련해 패키지의 경향이 변화하고 있는데 본 고에서는 각 사들의 대표적인 화장품을 중심으로 디자인상의 특징과 패키지의 경향에 대해 알아보려고 한다.

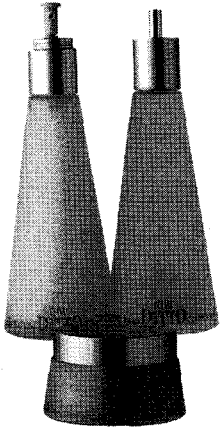
2. 국내에 유통중인 화장품의 패키지 성향

국내 화장품 업계의 20% 이상을 점유하고 있는 태평양은 DESIGN R&D CENTER를 두고 패키지디자인 및 포장의 차별화전략에 박차를 가하고 있다. 라네즈, 마몽드, 레세, 헤라 등 다양한 브랜드로 소비자를 확보하고 있는 태평양은 각 브랜드를 선정함에 있어 연령별 차별화 전략을 세우고 있다.

레세의 경우 갓 사회에 나온 20대 초반의 신세대 여성들을 대상으로 하고 있는데 신세대의



▲ 태평양 아모레 라네즈 기초 화장품



◀ 태평양 '레세'의 기초제품인 '레세 디토'

취향에 맞도록 패키지디자인의 경우 슬립한 경향을 띠고 있고 작은 병에 안정감있는 디자인이 특징이다. 또한 몸체인 병과 펌프가 달린 뚜껑 부분 장식 이외에는 다른 장식을 넣지 않아 최대한 심플한 디자인을 추구했다. 라네즈의 경우 20대 중반의 여성을 대상으로 한 브랜드인데 세련되고 안정감 있는 색상으로 레세에 비해 조금은 두툼한 듯한 느낌의 안정감있는 패키지를 선보이고 있다. 기초제품의 경우 전체적으로 곡선을 기본으로 하되 용기는 타원형을, 캡은 원형으로 해 전체적으로 부드러운 이미지를 살렸다.

이외 최근 태평양의 전략상품으로 등장한 방문판매 및 백화점용 헤라 제품은 검정색과 금색의 조화로 단조로우면서도 고급스러운 제품의 이미지를 한껏 살린 특징을 가지고 있다. 또한 기초제품의 경우, 스탠드용 용기에 내용물에 담긴 리필제품을 갈아 끼워 쓸 수 있으며 용기와 리필의 색상과 디자인이 일치감을 주어 리필제품을 갈아끼워 써도 어색하지 않다.

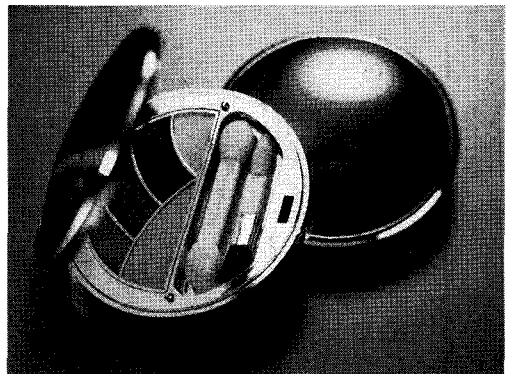
화장품업계에서 등장한 지 얼마 되지 않았지만 고급스러운 제품의 이미지로 소비자들에게 인

정받고 있는 코리아나 화장품은 최근 메르베 브랜드를 중심으로 소비자 사로잡기 전략을 펼치고 있다.

제품의 고급스러운 이미지에 맞도록 브랜드 명도 불어를 선택, '아름다운 바다'라는 의미의 메르베로 정하고 우주를 상징하는 곡선미가 두드러지는 원형에 시원한 바다를 상징하는 무늬를 더했고 금색과 은색을 조화시켜 고급스러운 이미지의 최대화를 꾀했다. 또 한가지 2레주 제품 역시 밀려드는 수입품에 대한 대안제품으로 생산되어 제품의 질과 패키지디자인 측면에서도 고급스러운 이미지를 최대화한 제품이다.

특히 2레주제품의 용기소재는 국내 최초로 재활용이 가능한 플라스틱제품을 화장품 용기에 도입한 것으로서 환경을 생각하는 코리아나의 기업정신이 반영된 제품이라고 할 수 있다.

많은 제품은 아니지만 한 제품마다의 확고한 이미지를 구축해 가고 있는 한불화장품의 두앤비 제품은 플라스틱의 이미지를 최대한 살리고 단순한 느낌으로 파스텔톤의 차분한 이미지와 귀여운 이미지를 함께 배합시켜 20대 중반의 여성들을 중심으로 사랑받고 있다. 또한 타제품에 비해 피부조건에 맞는 다양한 제품들을 선보



▲ 코리아나 화장품의 '메르베' 메이크업



◀ 한불화장품의 '바센' 기초 세트

이고 있는 한불화장품이 최근 복합성 피부를 위해 출시한 바센제품은 붉은 빛이 도는 금속캡과 병제품의 단조로운 이미지가 돋보이는 제품이다. 바센은 아름다운 진보라는 로고를 바탕으로 고급스러운 이미지 굳히기에 돌입할 예정이다. 한불은 파스텔톤의 차분하면서도 단조로움 속에 고급감을 더한 이미지가 강한 제품들을 선보이고 있으며 겉포장의 경우 그 크기를 본제품에 맞도록 하고 파우더제품의 경우 여러 용도로 재사용이 가능한 미니백의 형태로 담아내고 있다.

이지업이라 외치는 한 외국모델의 이미지로 떠오르는 LG생활건강 드봉의 이지업제품은 파스텔톤이 섞인 오렌지색으로 그 이미지를 굳혀가고 있다. 이 제품 역시 필요없는 장식을 뺐으며 다른 제품과 차별화하기 위해 캡부분을 사선으로 처리, 단조로움을 탈피했다. 최근 복합아미노산화장품으로 선보인 라끄베르는 촉촉하고 상큼한 느낌의 피부로 돌아간다는 제품의 이미지를 패키지디자인에 한껏 담고 있다. 푸른색을 띤 단순한 플라스틱병에 무광택의 쇼울더와 캡으로 고급감을 더한 라끄베르는 제품의 이미지를 패키지로 표현한 센스가 돋보이는 제품이다.

피어리스는 오베론이라는 제품이 대표적인데

이 제품은 전체적으로 겉포장까지 같은 색에 금박장식과 부드러운 곡선으로 통일감을 주어 처리했다. 이 제품은 메이크업 색조화장품을 중심으로 생산되고 있는데 타원형의 납작한 이미지가 안정감을 더해주고 있다.

외국에서 유입된 제품 중 국내 소비자들이 가장 선호하는 제품 중의 하나인 유니코스의 피에르가르탱은 검정색 본체에 하얀색 장식, 그리고 그 위를 수놓는 빨간색 꽃의 이미지로 소비자들에게 기억되고 있다. 대부분의 화장품들이 여성스러운 곡선을 중심으로 디자인되어 있는 것에 비해 피에르가르탱 제품은 곡선과 직선, 즉 원형과 사각형의 조화로움 속에서 독창성을 살린 독특한 디자인을 선보이고 있다. 국내에 리필의 개념이 미비했던 유입 당시부터 모든 메이크업 제품에 리필을 도입해 왔던 피에르가르탱은 현재 고급제품의 이미지에 비해 저렴한 가격과 다양한 색상, 밀착도가 뛰어난 고품질로 국내시장의 잠식을 내다보고 있다.

일본의 POLA 제품 국내 판매처인 한국 POLA의 비사트 제품은 전 품목에 리필이 도입된 제품으로 원통형의 플라스틱병에 하얀색의 캡을 부착, 깨끗한 이미지로 소비자들의 시선을 끌고 있다.

한국 POLA의 특징이라면 기초화장품에서



▲ 피어리스의 '오베론' 메이크업 시리즈

립스틱에 이르기까지 전제품에 리필을 도입했다는 것인데 다른 제품들이 리필을 사용할 경우 유리나 알루미늄재질을 사용하는 반면 한국 POLA의 리필은 수지로 제작되어 편리하며 리필제품 자체에도 심플한 디자인을 도입, 제품전체의 이미지를 하나로 통일해 가고 있다. 지금까지는 한국 POLA 전용매장에서 할인없이 판매해 왔지만 매년 2~3배씩 증가하는 소비자들의 선호성향과 시장의 확산에 주력하기 위해 일반 화장품매장에 부분적으로 20~30%의 할인 판매를 실시하고 있다.

3. 화장품패키지의 성향을 돌아보며...

국내 업체는 물론 외국제품의 유입으로 그 종류가 다양해진 화장품 업계는 다양하고 감각적인 소비자들의 요구에 따라 각 사의 개성을 충분히 살리고 슬림한 용기와 미려한 색상이 결합된 감각적인 디자인의 제품을 앞다투어 선보이고 있다.

이처럼 감각적인 디자인의 경향을 따라가고



▲ DeBon(LG생활건강)의 '라끄베르' 기초화장품

있는 화장품패키지 디자인의 난점은 소비자의 요구는 다양해지고 있지만 최근 모든 분야에 강력하게 적용되고 있는 환경친화적 포장재와 맞물려 용기의 소재와 장식용품에 대한 규제가 많다는 점일 것이다.

규제가 시작되고 얼마 후부터 심플한 디자인의 경향을 보이면서 처음 출시되었던 쇼울더캡이 없는 화장품패키지디자인을 보며 낯설어했던 기억이 얼마 지나지 않았지만 이제는 다양한 소재와 색상, 그리고 제품의 이미지를 한껏 살리는 동시에 각 사의 통일된 이미지를 담아낼 수 있는 디자인으로 쟁점이 모아지고 있다.

용기의 경우 유리병과 알루미늄캡을 중심으로 포장재가 구성되어 있었고 쇼울더캡을 기본을 하여 화려함을 추구하던 경향에서 벗어나 화장품 포장재를 수지재질로 교환하고 심플한 디자인을 지향하고 있다.

겉포장 역시 본 제품과 크기에서 큰 차이를 보이지 않게 적정화되어 가고 있고 완충포장의 역할을 하던 골판지도 재사용이 가능한 작은 가방의 형태로 변화되어 가고 있기도 하다.

환경문제와 관련해 각종 규제가 가해지고 있고 포장재는 물론 패키지디자인에도 많은 어려움이 따르는 것이 사실이다. 이럴 때 환경과 관련된 규제에 얽매이기 보다는 환경친화적인 포장재의 개발과 새로운 디자인의 시도로 리필제품에 대한 디자인의 통일성과 기능성을 고려한 패키지디자인, 그리고 기초화장품을 중심으로 리필제품의 생산은 물론, 충전의 개념을 도입한 리필 등 생산적이고 기능적인 패키지의 도입을 고려해야 할 것이다. ☐

윤지은 기자