



# 13 · 18세대를 위한 주니어화장품 '센스'

김곡미 / LG생활건강 디자인센터 과장

## 1. 개발배경

### 1-1. 디자인 배경

#### 1-1-1. 시장현황

- ▲ 청소년층의 외모에 대한 관심 증가
- ▲ 주니어층이 새로운 소비계층으로 대두
- ▲ 유아용 화장품 전문회사의 참여로 시장 활성화
- ▲ 기존 Skincare 제품들에의 불만족 등의 요건과 함께 3백억원 정도의 국내 시장규모가 예상되며, 국내외 경쟁사들의 활동

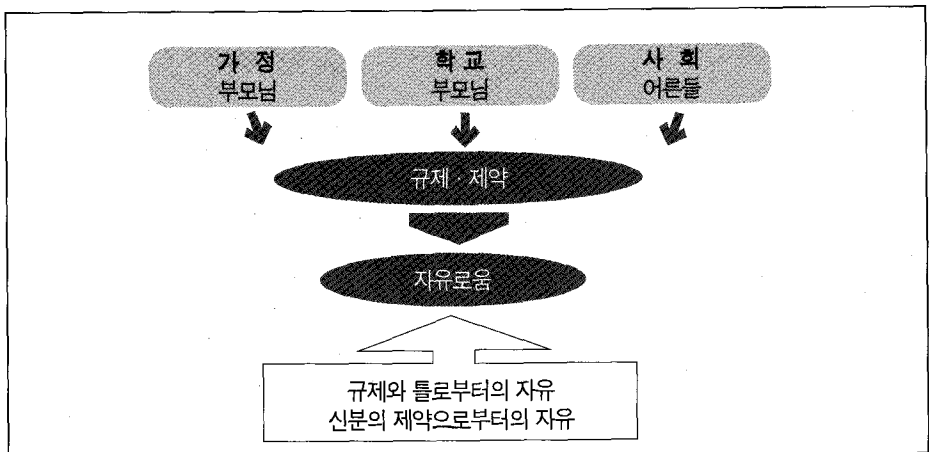
이 활발하게 이루어지고 있다.

이에 LG생활건강은 생활용품 리더회사로서 주니어 전용제품의 개발 필요성이 절실했다.

#### 1-1-2. 기본 목표

주니어층의 라이프 스타일 및 니즈 분석을 통해 개성과 유행을 동시에 추구하는 그들만의 욕구를 충족, 기능적 요소와 감성적 요소의 조화를 통해 보다 세련되고 차별화된 디자인을 제안한다.

[표 1] 주니어 감성 특성





◀ 토탈 브랜드 '센스'

## 2. 디자인 개발과정

약들이고, 그러한 틀로부터의 '자유'가 가장 중요하게 요구되는 감성이다.

### 2-1. 타겟분석

### 2-2. 디자인 컨셉 ((표 2))

#### 2-1-1. 주니어 감성 특성 파악((표 1))

스타이그픈 나, 숙녀이그픈 나

가장 불만스러운 요소는 지나친 규제와 제

ko

[표 2] 디자인 컨셉

