논문접수일 : 2012.01.06 심사일 : 2012.01.10 게재확정일 : 2012.01.21

중소기업 화장품 패키지 디자인 개발 제안

- 씨엘지 화장품 개발을 중심으로 -

Proposal of Developing Package Designs for Cosmetics by Small and Medium-sized Enterprises

- Mainly for Developing Sealgae Cosmetics -

주저자 : 박영주

인천가톨릭대학교 조형대학 시각디자인과 교수

Park young-joo

Incheon catholic university

공동저자 : 노아름

인천가톨릭대학교 조형대학 대학원 시각디자인과

Roh ah-reum

Incheon catholic university

1. 서 론

1.1. 비너스 프로젝트의 개요

2. 인천 내 화장품 업체의 현황

3. 중소기업 화장품 디자인의 문제점

4. 씨엘지 화장품 개발의 디자인 개발

4.1. 화장품 성분의 특이성
4.2. 씨엘지 화장품 기존 디자인 분석
4.3. 디자인 컨셉
4.4 차별화 전략
4.4.1 네이밍 및 로고 타입 디자인
4.4.2 용기 형태
4.4.3 컬러

5. 최종 제안

6. 의미와 문제점

7. 결론

참고문헌

논문요약

인천 경제의 규모를 고려한다면 인천지역에서 화장품산업의 특화도는 다른 업종에 비해 3배 이상이다. 화장품산업은 노동집약적 산업이면서 에너지 소비량과 환경오염물질 배출량이 비교적 적은 대표적인 녹색산업의 특성을 갖고 있어 최근 글로벌 경제위기 이후 경제 활성화 정책으로 자주 거론되는 녹색 성장과 일자리 창출에 유리한 산업으로 인식되고 있다. 현재 한류 열풍으로 인해 우리나라 화장품 산업은 외국 시장에서 인정받을 수 있는 기회를 맞고 있으며 기술력도 충분히 축적되어 있다. 이에 인천시는 지역 입지를 살려 일명 '비너스(Venus) 프로젝트' 사업을 시작하여 화장품 산업을 시의 주력 업종으로 육성하기로 하였다. 본 논문은 RIS 센터의 씨엘지 화장품 디자인 개발 프로젝트를 수행한 과정이며 또한 인천 내 중소기업의 화장품 디자인 실태에 대해 분석하고 그 문제점과 해결과제에 대한 제시하기 위한 것이다.

주제어
뷰티도시 계획, 비너스 프로젝트, 화장품 패키지 디자인

Abstract

Considering the size of Incheon economy, specialization of cosmetic industry in Incheon is 3 times greater than that of other industries. Cosmetic industry is recognized as being a business having advantages on job creation and Green Growth which has frequently been raised as an economy vitalizing strategy since the current global financial crisis as it is a labor-intensive industry and also carries the feature of representative Green Industry where the emission of environmental contaminants and energy consumption are comparatively insignificant. Furthermore, with Korean waves weeping all over the world, Korean cosmetic business gained an opportunity to be recognized by overseas markets and has also sufficiently accumulated technical skills. Therefore, Incheon city determined to raise cosmetic industry as its main industry with starting 'Venus Project' by bringing out its regional position. This thesis contain the processes of project on developing Sealgae cosmetics designs performed by UI marine cosmetics RIS of Incheon University and intended to analyze the reality of cosmetic design of small and medium-sized enterprises in Incheon and to present the problems and assignments to settle such.

Keyword
Beauty City Plan, Venus Project, Cosmetic Package Design

1. 서 론

1.1. 비너스 프로젝트의 개요

인천지역은 화장품산업의 비중이 사업체수 및 종사자수 기준 모두 전국대비 16.7%에 이르고 있어 (2008년 기준) 인천 경제의 규모를 고려한다면 인천지역에서 화장품산업의 특화도는 다른 업종에 비해 3배 이상이다.

이를 기화로 인천시는 시의 주력 생산품으로서 'Venus city "계획을 선포하고 관내 화장품 산업을 육성하기로 하였다. 인천은 지리적으로 바다에 임한 항구도시로 외국으로의 수출입이 왕성하고 수도 서울에 근접한 고로 물류가 용이하며 풍부한 해산물 자원을 이용한 산업의 발전가능성이 기대된다.

시는 국내에서 가장 많은 화장품기업과 갯벌 · 해조류 · 인삼 등 뷰티원료 시장이 조성돼 있는 지역 입지를 살리는 일명 '비너스(Venus) 프로젝트' 사업을 펼쳐 '아시아 뷰티 메카'로 발돋움할 계획이라고 13일 밝혔다. 시는 이에 따라 구도심, 재래시장, 사업단의 활성화와 청년 · 여성 일자리 창출을 목표로 뷰티도시 조성사업을 추진할 방침이다. 시는 우선 일자리 창출효과가 높고 예산이 적게 드는 사업으로 시작해 오는 2014년까지 단계적으로 사업을 추진해 나가기로 했다. 전체 예산 규모는 기본 시 · 구비 200억원에 국비와 민자를 유치할 방침이다. 오는 2012년까지 진행되는 1단계 사업은 '뷰티산업 지원체계 구축'이다. 해당 업체에 기술과 자금을 알선하는 뷰티산업지원센터를 경제통상진흥원에 위탁해 운영할 예정이다.(헤럴드 경제 2011-04-13)

인천 화장품산업은 다른 제조업종과 마찬가지로 소규모의 화장품업체들이 많고 대기업의 비중은 적은 편이어서 R&D 투자가 미흡하고 기술경쟁력이 취약하며, 브랜드 가치도 미약한 사정이다. 본 논문은 인천대학교 RIS 사업단의 사업목표인 '해조류를 이용한 블루 신산업 산업화' 프로젝트의 일환인 해조류를 이용한 화장품 개발 프로젝트로서 본인이 디자인 자문으로 한 디자인 개발과정이다. 본 프로젝트는 향후 인천 화장품산업의 구조를 고도화하고 지역경제를 활성화하는 데에 크게 기여할 수 있을 것으로 기대된다.

2. 인천 내 화장품 업체의 현황

현재 인천에는 전국 화장품 제조업체의 17%인 85개사에 1800명이 종사하고 있으며 원료 · 용기 · 포장 · 디자인 업체까지 포함한 화장품 관련 생산액은 연 1조원에 이른다. 얼마 전 KT&G가 '꽃을 든 남자'로 널리 알려진 인천의 중견 화장품업체인 소망화장품을 인수, 본격적으로 화장품 시장에 진출한 것도 이 프로젝트 추진에 한몫했다. 개항장 인천은 신문물의 상징이라 할 수 있는 화장품을 일찍 받아들인 곳이다. 예전에는 화장비누도 크림과 백분처럼 화장품으로 분류되었다. 일설에 의하면 인천서 비누를 처음 만든 때는 1895년경이라고 전해진다. (조선닷컴2011.09.14)

단위: 개, 명

		2003	2004	2005	2006	2007	2008
사업	인천	46	53	62	65	73	80
체수	전국	345	360	392	430	446	482
종사	인천	1,198	1,684	1,473	1,511	1,526	1,741
자수	전국	12,809	12,702	11,948	12,743	10,192	10,402

[표 1] 화장품 제조업의 사업체수 및 종사자수 추이 (2003~08)

인천은 화장품산업 관련 제조 · 생산시설 및 지원기관과 IT, BT, 물류 등 연관 산업이 집적되어 있으며 지역특산물과 해양자원 등 화장품 신소재를 개발할 수 있는 천연자원이 풍부한 곳이다. 또한 인천국제공항과 인천항으로의 접근성이 좋아 화장품원료 및 완제품의 수출입뿐만 아니라 우수한 인적자원의 교류가 용이하고, 국내 최대 소비시장인 서울지역과 해외 최대소비시장으로 부상하고 있는 중국이 지리적으로 가까워 향후 판로 확대에도 유리한 특성을 갖고 있다.(한태준, 2011). 이에 따라 인천광역시는 화장품산업을 인천의 새로운 성장 동력 산업으로 육성하는 한편 일자리 창출 정책에도 적극적으로 활용하고 있음 그러나 남동구 고잔동의 소망화장품, 중구 신흥동의 엔프라니를 제외한 대부분의 업체는 이름이 알려지지 않은 영세 브랜드로서 제품의 기술력이 있다고 해도 패키지 디자인이 열악하고 브랜드 이미지 구축이 매우 미흡한 실정이다. 국내의 기초화장품 제조기술은 이미 세계적인 수준이며 인천 내 화장품 제조업체는 자체 브랜드는 물론 유명 메이커에 원료를 납품하고 수출도 하고 있어 기술력은 인정받은 셈이나 자체 브랜드를 소비자에게 인정받기에는 역부족인 면이 많다. 화장품 산업이란 고도의 이미지 전략이 있어야 하는 분야로서 광고와 브랜드 홍보 및 고도의 미려한 패키지 디자인이 수반되지 않으면 안 되는 가장 심미적인 산업 분야이기 때문이다. 때문에 막대한 광고비용을 투자하여 다각적인 마케팅 전략을 구사하는 다국적 화장품 브랜드가 유리할 수밖에 없다. 일례로 유명 브랜드의 화장품과 중소 브랜드의 화장품을 가지고 블라인드 테스트를 했을 때 오히려 중소

브랜드의 제품이 훨씬 효과가 좋았다는 사례를 종종 접하게 된다. 유명 브랜드의 화장품을 사용하였을 때 피부가 좋아지는 것으로 느껴지는 이유는 물론 뛰어난 제품력에도 있겠지만 막대한 광고비용을 투자하여 신비하고 심미적인 이미지를 소비자에게 전달함으로써 제품에 대한 강한 기대와 믿음을 가지게 하여 사용 시에 반드시 효과가 좋을 것이라는 확신을 서게 하는 플라시보 효과(placebo effect)도 무시할 수 없다. 이것으로 미루어 보아 화장품에 있어서 브랜드이미지와 패키지 디자인을 좌우하는 디자인이라는 것이 얼마나 큰 영향을 끼치는 분야인가를 미루어 짐작할 수 있다. 때문에 브랜드 이미지와 패키지 디자인이 열악한 국내의 영세 업체들은 좋은 제품을 개발하고도 시장에서 인정을 받기가 매우 어려운 실정이다.

강점(Strength)	약점(Weakness)
● 국내 대기업의 화장품 시장 진출로 인한 시너지 효과 ● 외모지상주의의 사회분위기 고조 ● 한국인의 손재주	● 공급시장의 영세화 ● 고유 브랜드 미형성으로 인한 대외적 인지도 취약 ● 소비자 권익 및 선택권 부재 ● 산업통계 부재
기회요인(Opportunity)	위협요인(Threat)
● 소비자의 다양한 수요 증가 ● 한류산업화의 잠재성장 가능성 ● 소비자의 획일적 서비스 회피	● 해외 기업의 국내 진출 ● 아시아 국가의 뷰티 및 건강 관련 산업의 급속한 성장 ● 외국산 용품 기자재의 국내시장 잠식

[표 2] 자료: 원종욱 외(2009).

3. 중소기업 화장품 디자인의 문제점

중소기업의 화장품 디자인이 대기업이나 외국 브랜드에 비해 열악할 수밖에 없는 이유는 다음과 같이 열거 할 수 있다.

첫째 전략적 체계의 부재이다.

둘째 전문 인력이 투입되지 않은 디자인이라는 점이다. 인천 내에 600여개의 화장품 메이커가 있다고 하나 전문적인 디자이너를 고용하는 있는 업체는 미미한 숫자이며 고용하고 있는 경우에도 화장품 전문 디자인을 전공한 자가 아닌 유사 디자인계열의 졸업자인 경우가 많다. 따라서 디자이너가 부재한 영세 업체의 경우 제품 개발 시기에 프리랜서 디자이너를 고용하거나 제작업체의 디자이너에게 의존함으로써 자체적인 브랜드 이미지의 구축이 불가능한 것이다.

셋째 이론적 연구의 부족을 들 수 있다.

현재 국내 화장품 브랜드는 한류열풍에 힘입어 중국과 동남아는 물론 세계시장에서 소비자들에 호감을 얻을 수 있는 호기를 맞고 있음에도 불구하고 현지사정에 맞는 디자인 기호를 파악하지 못함으로써 수출에 어려움을 겪고 있다. 한 예로 중국 시장에 수출하는 제품이라고 해서 반드시 레드와 골드의 조합만을 선호하는 것이 아니라는 것은 선행 연구를 통해서도 파악할 수 있었다. 단편적인 지식과 근시안적인 미래 예측으로는 치열한 수출경쟁에서 우위를 차지하기 힘들다.

넷째로 R&D비용의 부족으로 인해 디자인 비용을 삭감해야 하며 수억원의 비용이 드는 자체몰드 생산은 생각하기 어려운 실정이다. 따라서 화장품 용기업체가 생산하는 프리 몰드를 이용하여 천편일률적인 형태에 머무를 수밖에 없으며 후가공 또한 영세한 가공업체를 상대함으로써 정교한 가공을 기대하기 힘들다. 후가공은 화장품 디자인에 있어서 거의 절반을 차지한다고 봐야할 만큼 정교하고 세심하게 처리되어야 할 분야로서 매우 중요한데 노하우를 가지고 있는 규모가 있는 업체와 일을 함으로써 좋은 퀄리티를 보장받을 수 있지만 영세 화장품 메이커로서는 이마저도 쉽지 않은 실정이다. 가공기술이 뛰어난 후가공업체는 여러 대기업의 주문을 소화하기도 힘든 상황에 소량 작업에 머무르는 영세기업의 주문을 받기를 꺼려하기 때문이다.

4. 씨엘지 화장품 개발

4.1. 화장품 성분의 특이성

천연, 유기농, 자연 친화, 윤리적 화장품 개발에 대한 요구 증가되고 있는 가운데 해조 추출물을 사용한 씨엘지 화장품은 세계적 추세에 부합된 제품이라 할 수 있다.

씨엘지 화장품은 인천 장봉도에서 채취한 홍조류를 이용한 화장품이다. 홍조유래 원료는 천연 자외선 차단 물질을 함유하고 있어 피부 미백 효과가 뛰어나 국내 대형 화장품 업체에서도 원료의 독점을 희망한 바 있었다. 해초를 원료로 한 화장품은 피부에 부담을 주지 않는 천연물질이며 자외선 차단효과가 뛰어나 피부 미용에 효과적이고 지역경제 활성화에 도움을 줄 수 있을 것으로 평가된다. 일반적인 자외선 차단제가 100% 화학물질로 이루어진 반면 씨엘지 크림은 수용성 자외선 차단 소재인 P-7를 10%나 함

유하여 피부에 자극을 주지 않는 안전성이 뛰어난 화장품이다.

[그림 1]홍조류

4.2. 씨엘지 화장품 기존 디자인 분석

씨엘지 화장품은 당초 외국 전시회에 선보이기 위해 그린색을 주조로 한 1차 디자인을 발표한 적이 있는데 제품의 고급화 전략에 부합되지 않는다고 판단하여 2차 디자인에 착수하게 되었다.

[그림 2] 씨엘지 화장품 1차 디자인

디자인의 문제점은 크게 4가지로 지적할 수 있는데 고액의 비용이 드는 자체 몰드 제작은 포기하고 프리 몰드를 사용하기로 결정한 이상, 컬러 전략의 부재를 가장 큰 결함 요인으로 판단할 수 있다. 첫째, 컬러를 통한 고급화 전략부재를 들 수 있고 둘째, 제품이 원료비를 아끼지 않은 매우 고가의 제품임에도 이를 적절하게 표현해 주지 못하고 있으며 셋째, 제품 원료인 홍조류의 특성을 나타내지 못하고 있고 넷째, 여타 브랜드와의 차별성이 부족하며 다섯째, 외국 바이어, 특히 인천을 방문하는 중국 바이어에게 어필할만한 존재감 있고 고급스런 컬러가 아님을 지적할 수 있다.

씨엘지 화장품의 디자인 개발에 있어서 가장 역점을 둔 것은 세 가지이다. 우선 첫째는 해조 추출물을 이용한 천연유래 화장품임을 강조하는 것이고 두 번째는 피부에 안전한 믿을 수 있는 화장품임을 알리는 것이고 세 번째는 차별화된 디자인으로 소비자의 뇌리에 각인 될 수 있을만한 디자인을 전개하는 것이었다.

4.3. 디자인 컨셉

씨엘지 화장품의 새로운 컨셉은 첫째, 컬러로서 여타 브랜드와의 확실한 차별감을 나타내게 하고 특히 외국에서도 어필할 만한 컬러를 연구하며 둘째, 경제성을 위해 용기는 프리 몰드를 사용하되 고급스럽고 위생적인 에어리스 펌프 용기를 사용하는 것을 전제로 하고 셋째, 세부적인 디자인 및 후가공에서 심플함과 정교함을 지향하여 오랫동안 봐도 질리지 않는 보편적인 고급스러움을 추구하는 것이 목표였다.

4.4. 차별화 전략

4.4.1 네이밍 및 로고

네이밍은 원료의 특이성을 강조하기 위해 Sea+algae를 합성하여 Sealgea로 선정하였다. 씨엘지 화장품의 로고타입은 장식성을 최대한 배제한 미니멀한 디자인을 추구하여 세계적인 추세인 심플하면서도 고급스러운 디자인을 지향하였다. 볼드한 세리프체를 사용하여 권위 있으면서도 우아한 느낌을 자아내도록 하였고 획수를 최대한 적게 한 것도 특징이다.

SEALGAE

4.4.2 용기 형태

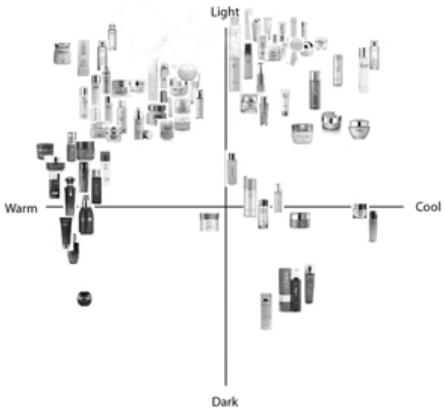
씨엘지 화장품의 용기는 위에서 언급한 바와 같이 고액이 소요되는 자체 몰드 제작을 포기하고 프리 몰드를 사용하기로 하였다. 프리 몰드를 공급한 (주)연우는 인천은 물론 세계적으로도 기술력과 규모를 인정받는 세계 10대 화장품 용기 제조업체로서 용기가 정교함은 물론 세계 유수의 화장품 메이커에 납품하는 오랜 후가공의 노하우를 가지고 있어 우수한 품질을 담보할 수 있었으며 인천 내의 인프라를 활용한다는 점에서도 의미가 있었다.

4.4.3 컬러

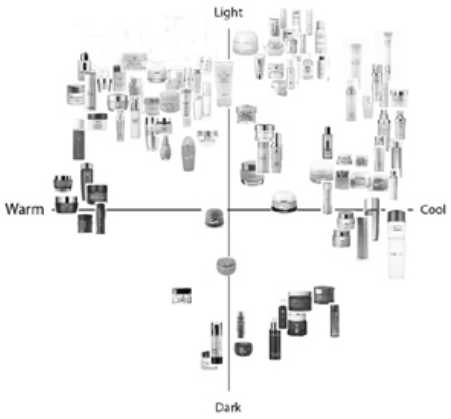
씨엘지 화장품은 1차 디자인에서 사용하였던 그

린색 용기가 위에서 언급한 바와 같이 제품 컨셉에 부합되지 않는다고 판단하여 여러 전문가와 협의 하에 새로운 컬러 전략을 수립하게 되었다. 그린색은 최근의 자연주의 화장품 트렌드에 부합되는 친환경적인 컬러임에는 분명하나 존재감이 부족하고 화장품 컬러 중 매우 흔한 색채이어서 본 사업과 같은 소규모의 사업체에서 생산하는 브랜드의 경우 광고비용이 적기 때문에 존재를 각인시키는데 어려움이 크다고 판단된다. 또한 씨엘지 화장품은 외국 수출도 목표로 한 제품이기 때문에 해외 소비자의 취향도 고려해야만 한다. 특히 인천과 가까운 중으로의 수출이 많을 것으로 예상된다. 따라서 새로운 색채 전략을 세우기 위해서 기존의 내수용, 중국화장품, 미국, 유럽산 수입 화장품의 컬러 분포도에 대해서 조사하였다.

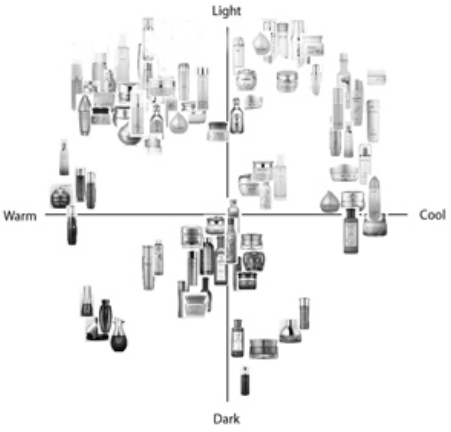
다음은 선행 연구논문인 중국 수출용 기초화장품 패키지 디자인의 색채에 관한 연구 중에서 발췌한 내용으로 중국 내수화장품, 해외화장품, 국내화장품 패키지 컬러들의 단색 이미지스케일을 활용한 분석표이다. (그림 3,4,5,6, 표3 인용)



[그림 3]중국화장품 패키지 단색 이미지 스케일



[그림 4]해외화장품 패키지 단색 이미지 스케일



[그림 5]국내화장품 패키지 단색 이미지 스케일

중국 내수화장품 패키지들을 단색이미지 스케일로 분석해 본 결과 대부분 패키지들이 따뜻하고 밝은 색의 경향을 띠고 있었다. 2차적으로는 밝고 시원한 컬러들의 밀집현상도 보인다.

해외화장품의 패키지들은 대부분 중국 내수화장품 컬러들과 비슷하게 따뜻하고 밝은 쪽의 컬러도 많았다. 또한 중국 내수 화장품 패키지에 비해 시원한 컬러들도 눈에 많이 띈다. 반면 [그림 5]의 국내화장품 패키지의 컬러들을 살펴보면 중국 내수 화장품 컬러에서 잘 나타나지 않은 어둡고 따뜻한 계열의 컬러들도 나타나고 있다. X,Y축이 교차하는 중간부분에 위치한 색이 많은 것도 중국화장품, 수입 화장품과는 다른 특징이다.

중국과 수입화장품 모두 맑은 순색계열의 색채를 선호하고 있으며 중국이라고 해서 반드시 붉은 색만을 선호하는 것이 아님을 알 수 있다. 따라서 세계적

인 화장품 컬러의 추세인 순색계열의 색채를 사용하면서 기존의 유명 화장품 브랜드와 중복되지 않는 컬러를 생각해 보았다.

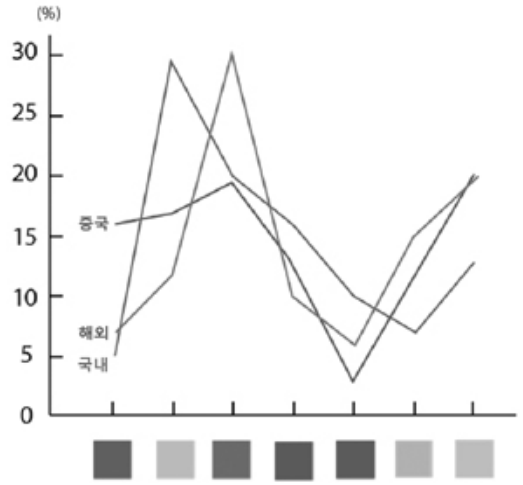
다음은 선행연구 중국 수출용 기초화장품 패키지 디자인의 색채에 관한 연구 중 선호색상계열을 재분류해 본 도표이다.

색상 계열	중국	수입	국산
Red	16%	7%	5%
Yellow 또는 Gold	17%	12%	29%
Blue	19%	30%	20%
Green	13%	10%	16%
Violet	3%	6%	10%
Pink	12%	15%	7%
Silver 또는 White	20%	20%	13%

[표 3] 선호색상 분류표

위의 표는 중국화장품, 수입화장품, 내수화장품의 색상 분포도를 알기 위하여 백분율로 분석해 놓은 것이다. 각각의 시장이 어떤 색을 가장 선호하는지 또 차별화할 수 있는 컬러는 어떤 것이 좋을지를 판별하기 위한 자료이다. 중국인이 선호하는 컬러는 silver-blue-yellow 또는 gold 였으며 선입견과는 달리 red계열은 4위에 그쳤다. 수입화장품은 blue-silver-pink의 순이며 국내 화장품은 한방 화장품의 강세를 반영하여 yellow 또는 gold-blue -green의 순으로 각각 선호도의 차이가 나타났다.

컬러 최종 선정에 있어서 씨엘지 화장품의 원료인 홍조류의 특성을 살려야 한다는 점은 매우 중요한 고려 요인 중 하나였다. 붉은 느낌을 살리기 위해서는



[그림 6] 중국, 해외, 국내 패키지 컬러별 분석표

Red를 우선 생각하게 되는데 중국에서 선호하는 컬러이긴 하나 기존의 SK-Ⅱ화장품이나 국내 참존 화장품에서 사용해온 wine red 컬러가 소비자에게 매우 강렬하게 각인돼 있어 차별화 전략이 필요했다. 따라서 red에 가까우면서도 흔하지 않고 서구에서도 선호하는 pink 계열의 컬러를 최종적으로 사용하기로 결정하였다. 씨엘지 화장품은 천연원료의 함유율이 높은 안전성 있는 제품으로 유럽 시장에도 적합한 제품으로 수출이 기대되기 때문이다.

5. 최종 제안

에센스, 크림과 bb 크림, 자외선 차단제 4품목을 생산하기로 최종적으로 결정하여 용기는 (주)연우의 주력 품목인 airless pump를 사용하기로 하였다. 후가공은 4품목 모두 연우에서 가공하여 튜브와 용기에서 나올 수 있는 재질의 차이에 의한 색상의 차이를 최소화하였으며 pink에서 wine red 로 이어지는 그라데이션 처리로 차별화된 컬러감을 표현하는데 주력하였다.

[그림 7]씨엘지 화장품 최종 시안

6. 의미와 문제점

본 프로젝트는 재정적 지원이 열악한 가운데 관내 디자인과 교수들의 자문과 유관 기관, 생산업체들 간의 협조로 이루어낸 의미 있는 결과물이다. 특히 화장품학과와 시각디자인학과의 교수들이 자문역할을 하여 디자인 개발 프로세스가 비교적 전문성 있게 이루어졌다고 자평한다. 인천시 혹은 다른 지자체에서 이와 같은 화장품 개발 사례가 있으면 참고가 될 수 있을 것이다. 그러나 전문적인 마케팅의 부재로 인해 판매 전략 수립이 어려웠고 화장품 판촉에 있어서 필수적인 광고비용의 확보도 시급한 문제이다.

7. 결론

여러 가지 열악한 상황에도 불구하고 인천시 경제 활성화 및 도시 이미지 재고를 위해서 뷰티 도시 조성계획은 바람직한 것으로 본다. 예컨대 화장품 산업이 매우 발달한 프랑스의 경우 그것이 국가적 이미지의 재고에도 크게 영향을 미치고 있는 것처럼 인천이 뷰티 도시로서 자리매김하는 것은 공업도시의 어두운 이미지가 강했던 인천에 밝고 세련된 이미지를 부여할 수 있는 방안이라 사료된다. 뷰티 도시 활성화를 위한 디자인으로서 지원할 수 있는 구체적인 방법으로 다음의 사항을 강구하였다.

첫째, 민관 협동 체제를 구축하는 것이다. 관내 영세한 화장품 생산업체의 브랜드 이미지 구축을 위하여 인천시와 유관기관의 경제적, 제도적 뒷받침이 따라야 할 것이다.

둘째, 인천 시내 디자인 업체들의 적극적인 협조가 필요할 것이다. 디자인 업체는 재능 기부의 일환으로써 영세 업체에게 디자인을 무상으로 제공하고 손익분기점을 넘어서면 수익의 일정 부분을 가져가게 하는 방안도 고려할 수 있을 것이다.

셋째, 관내 디자인 계열 학교들의 산학협동 프로젝트를 활성화하여 학생들에게는 생생한 화장품 디자인의 프로세스를 체험하게 하고 업체는 최소비용으로 최대의 효과를 기대할 수 있을 것이다. 이는 또한 뷰티 시티 계획의 당초 목표 중 의 하나인 인력 양성과 취업으로도 이어질 수 있을 것이다.

금번 디자인 제안을 통해서 앞으로 해결해야 할 과제라고 느낀 점은 컬러 전략이 선행 연구를 통해서 검증된 것을 사용했다고 하나 그것이 정말로 국내 소비자나 외국 바이어들에게 어필할 만한 것인가를 검증하는 후속연구가 필요하다는 점이다. 만족스러웠던 부분은 주문 수량이 크지 않았음에도 불구하고 용기와 후가공 부분을 세계적인 업체가 담당하여 그 퀄리티가 높았다는 점이다.

[그림 8] 씨엘지 화장품 최종 목업

참고문헌

- 김민경(2006). 기초화장품 용기개발을 위한 광택도에 따른 색채연구. 홍익대학교 산업대학원
- 김민서.(2008). 기초화장품 패키지디자인에 나타난 브랜드색채 차별화 전략에 관한 연구. 조선대학교 대학원.
- 김수연.(2007). 화장품 유형별 용기 외관에 관한 여성 소비자들의 색채 선호도 연구. 중앙대학교 외약식품대학원.
- 김영욱.(2009). 국내 여성 기초화장품 브랜드 자산 구축을 위한 패키지디자인 연구. 한양대 산업경영디자인대학원.
- 김정아(2005), 선호도 높은 화장품 포장디자인의 시각디자인 요소에 관한 연구, 세종대학교 디자인대학원
- 박영주, 노아름(2011). 중국 수출용 기초화장품 패키지 디자인의 색채에 관한 연구. 한국디자인포럼, p141-143
- 최문희(2011). 브랜드 역량강화를 위한 보령머드 화장품의 브랜드 포트폴리오 전략. 한국산학기술학회 춘계 학술발표논문집
-한태준(2011). 인천화장품산업 현황과 지원과제. 인천대학교 해양 RIS사업단 보고서,p3-4
-뉴스핌.http://www.newspim.com/view.jsp?newsId=20100330000659

-연합뉴스.http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&sid1=102&oid=001&aid=0002843288
-조선닷컴.http://news.chosun.com/site/data/html_dir/2011/09/13/2011091301319.html
-코스메틱코리아.http://cafe.naver.com/cosmetickorea.cafe?iframe_url=/ArticleRead.nhn%3Farticleid=155&
-프라임경제.http://www.newsprime.co.kr/news/articleView.html?idxno=116895
-헤럴드경제.http://biz.heraldm.com/common/Detail.jsp?newsMLId=2011 0413000527