

K-코스메틱 기린아, ‘토너패드’ 名家로 우뚝



내추럴엔도텍 ‘니들리’
토너패드 부문

최근 화장품 업계에 ‘간편함의 끝판왕’으로 통하는 패드 화장품이 꾸준한 인기를 누리고 있다.

패드 화장품은 면이나 거즈가 토너에 적셔져 있어 스킨케어 단계에서 토너 대용으로 사용하는 제품이 주를 이룬다. 패드 한 장으로 바로 나타나는 수분 충전 효과와 각질 등 피부결을 정돈할 수 있는 장점으로 소비자들의 선택을 받고 있다.

특히 코로나 확산이 시작된 2020년 이후 패드 화장품은 간편한 휴대가 제품으로 폭발적인 인기를 얻고 있다.

이에 따라 국내외 화장품사들은 잇달아 패드 관련 제품을 출시 중이며 품목도 다양해져 처음으로 도입된 클렌징부터 팩류, 토너, 각질 관리, 톤업, 프라이머 등 선택폭이 넓어지고 있는 추세다. 그 중심에는 ㈜내추럴엔도텍(대표 김희도)이 론칭한 화장품 브랜드 니들리의 ‘데일리 토너 패드’가 있다. 출시와 함께 큰 인기를 얻으면서 다양한 어워드에서 1위를 기록하고 출시 1년만에 올리브영에 입점하는 성과를 거두기도 했다.

니들리는 어떤 브랜드?

니들리는 2001년 생약호르몬연구소를 시작으로 기능성 식품 원료 연구와 이를 기반으로 한 건강기능식품사업을 집중적으로 연구해 온 내추럴엔도텍이 ‘건강한 아름다움에는 먹는 것도 있지만 바르는 것도 중요하다’는 생각으로 론칭한 화장품 브랜드다.

화장품은 내추럴엔도텍이 지난 20년간 B2B 사업과 해외 수출을 중점적으로 이어오다 소비자의 니즈에 따라 빠르게 변화하는 트렌드를 접하며 결국 ‘시장은 소비자가 이끈다’라는 철학을 통해 소비자들에 찾는 제품 개발로 사업 확장에 나서며 뛰어든 분야다.

니들리는 우리 내면의 진정한 아름다움이 드러날 수 있도록 도와주는 뷰티&라이프스타일 브랜드를 표방한다. 또한 ‘우리의 아름다움을 위해 불필요한 회생을 지양하며, 지속 가능한 제품을 만드는 것을 목표’로 하고 있다. 그

과정에서 과도한 디자인이 아닌 환경까지 생각한 미니멀 패키징을 활용하고 있는 것도 니들리의 강점이다.

실제로 니들리는 탄생 당시부터 소비자 니즈를 만족시키는 제품으로 개발했다. 처음 론칭할 때도 편딩 플랫폼인 와디즈를 선택했다.

제품 역시 소비자들이 원하는 간편한 화장, 합리적인 화장품 사용을 위해 패드류 제품으로 선택했다. 이 제품은 꾸준한 인기를 얻으면서 현재 니들리의 주력 제품이 됐다.

니들리의 최대 장점은 소비자 니즈에 부합되는 우수한 제품력이다. 제품 개발 단계부터 ‘철저하게 소비자들이 원하는 제품을, 합리적인 가격에 편하게 쓸 수 있도록 해야 한다’는 김희도 대표의 경영 방침에 따라 제품력에 최선을 다해왔다.

또한 제품력뿐 아니라 고객들에게 배송하는 서비스 시스템, 철저한 CS 관리에도 많은 신경을 썼다. 제품 라인업도 지속적으로 확장하는 추세다. 당분간 스킨케어 위주로 사업을 전개할 예정이며 향후에는 제품 종류도 다양화할 예정이다.

니들리 대표 명사 ‘데일리 토너 패드’

니들리 성장의 일등 공신은 ‘데일리 토너 패드’다. 이 제품은 원단부터가 다르다. 원단 사이즈가 80mm로 일반적인 패드보다 크고, 에센스의 양도 넉넉해 출시 직후부터 지금까지 꾸준한 사랑을 받고 있다.

임상 시험을 통해 피부 모공 관리에 효과가 좋다는 것을 입증한 제품으로 각질 관리, 피부결 정돈 등에도 효과가 좋은 제품으로 알려져 있다.

최근 데일리 토너 패드의 뒤를 이어 출시된 ‘시카치드 칠링패드’도 출시와 함께 큰 인기를 누리고 있다. 태국 수출을 확장한 것은 물론 차별화된 제품력을 인정 받고 있다. 니들리의 시카치드 라인인 사람들이 스트레스를 받을 때 팽백함을 거닐면서 힐링을 하는 것에 착안해 만든 제품들이다. 총 4종으로 칠링패드와 함께 수딩앰플, 릴리프 크림, 릴렉싱 미스트로 구성됐다.

또한 시카치드 라인 제품들은 니들리 독자적으로 개발한 ‘시카치드’ 콤플렉스가 함유되어 진정에 특히 효과가 좋다. 이 중에서도 칠링패드는 데일리 토너 패드와 동일한 80mm 사이즈의 대형 원단으로, 생분해되는 비건 소재로 이뤄져 있어 기존 니들리 제품력에서 한 발 더 나아가 사회적인 이슈인 제로 웨이스트까지 담은 제품으로 평



일반적인 패드보다 크고, 에센스의 양도 넉넉
‘데일리 토너 패드’ 이어 ‘시카치드 칠링패드’ 출시
‘시카치드’ 콤플렉스 함유 진정에 탁월
펜트하우스 한지현 모델 기용... 마케팅 확대
라인 확장, 수출 다각화로 2022년 준비

가받고 있다. 이렇게 실용적인 제품을 개발할 수 있었던 것은 내추럴엔도텍이 오랜 시간 구축해 온 마이크로 니들 패치 기술이 있었기 때문이다.

마이크로 니들을 활용한 패치 제품의 경우, 연구소의 오랜 연구 끝에 특허 받은 기술력을 활용해 내추럴엔도텍 공장에서 직접 제품을 제조하고 있기 때문에 타사와 비교해 강력한 경쟁력을 갖는다. 또한 스킨케어의 경우 소비자의 니즈를 파악해, 현재 가장 필요로 하는 것을 충족시켜주기 위한 제품들을 만들다 보니 소비자 만족도도 높다.

미니멀리즘을 추구하면서도 미학적인 디자인 역시도 니들리만의 트레이드마크이자 강점이라고 할 수 있다.

최근에는 드라마 ‘펜트하우스’에서 인상적인 연기를 선보인 대세 배우 한지현을 모델로 기용, 다양한 마케팅을 전개하면서 제품 판매에 큰 시너지가 되고 있다.

‘소비자 만족주의’

니들리는 첫 탄생부터 소비자 만족을 목표로 했다. ‘고객을 위한 브랜드, 고객에게 다가가는 브랜드, 고객에게 귀를 기울이는 브랜드로 기억되고 싶다’는 기치로 늘 고객들이 필요로 하는 제품을 개발해야 한다는 경영철학이 제품 개발에 영향을 주고 있기 때문이다. 실제로 이미 니들리는 젊은 세대를 공략하기 위해 SNS를 중심으로 다양한 마케팅을 전개하며 높은 브랜드 인지도를 확보하고 있다. 유명 인플루언서와 함께 하는 방송은 물론 최근 중국 왕송 방송까지 성공적으로 진행했다.

브랜드 론칭 1년 만에 다양한 유통에서 제품 문의가 들어오고 있으며 최근에는 올리브영에도 입점해 가시적인 성과를 보이고 있다.

해외에서도 제품력에 대한 좋은 반응을 얻으면서 다양한 글로벌 온라인 유통 입점을 현재 검토 중이다.

니들리는 2022년에도 스킨케어뿐 아니라 헤어케어, 바디케어는 물론 라이프스타일을 위한 다양한 제품을 출시해 갈 예정이다. 또한 고객들의 후기와 피부 고민을 적극적으로 경청하고 꼭 필요한 제품을 개발하기 위해 적극적으로 나설 방침이다. 유통 역시 올리브영 입점 제품을 계속해서 늘려가고 다양한 제품 라인업을 확장할 계획이다.

해외 시장의 경우도 현재 운영 중인 태국 왓슨스를 시작으로 수출 다각화를 추진하고 모델 한지현을 통한 마케팅도 늘려갈 예정이다.

홍성인 기자 hsi0404@meconomynews.com

내 피부에 촉촉이 내리는 진정

니들리 시카치드



칠링 패드



수딩 앰플



릴리프 크림



릴렉싱 미스트



니들리 브랜드 모델
한지현