



[금융] 손태승 우리금융 회장 금융종가 부활 해외진출-디지털 총력 06



Life

[라이프] 롯데마트 금천점 미래형 쇼핑공간 오피 채널 성과 나



4면 결착 뚜껑으로 '잠그고 또 잠근다' '딸깍딸깍' 국민 반찬통 넘어 지구촌 식품용기 '리더'

메가이트 브랜드 탄생스토리

락앤락 밀폐용기

'밀폐용기' 하면 자동으로 연상되는 브랜드, 바로 락앤락(LOCK&LOCK)이다. 어느 가정집 주방이라면 락앤락 용기 하나쯤은 가지고 있을 만큼 국민 브랜드로 자리하고 있다. 1998년에 탄생한 락앤락 밀폐용기는 국내 주방생활문화의 혁신을 이끌었으며, 이제는 세계 120여개국에 수출되는 글로벌 제품으로 우뚝 섰다.

◆세계 최초 4면 결착 밀폐용기

지금은 낯선 풍경이지만 과거 학교에 도시락을 싸다니던 시절이 있었다. 1990년대 초반까지만 해도 도시락에서 반찬 국물이 새 난감한 경우는 빈번했다. 당시 용기 시장을 주도하던 것은 '실링(Sealing) 방식'으로, 흡이 파인 뚜껑을 용기에 맞춰 단순히 꼭 눌러 닫는 방식이었다. 사용은 간편했지만 음식물의 신선도가 오래 가지 못했고 특히 국물이 자주 샌다는 문제가 있었다.

락앤락의 첫 밀폐용기, '락앤락 클래식'은 이 같은 불편함에 착안해 세상에 나왔다. 어떻게 하면 내용물이 쉽게 새지 않고, 신선함을 오래 유지할 수 있을지 고민한 결과물인 것이다. 핵심은 밀폐력이다. 락앤락은 밀폐력을 높이기 위해 뚜껑에 밀폐날개(결착고리)를 단 새로운 형태의 용기를 고안했다. 그리고 수년간의 연구 끝에 부드럽으면서도 쉽게 부러지지 않는 밀폐날개 개발에 성공, 1998년 '4면 결착 방식'을 적용한 새지 않는 신개념 밀폐용기를 출시했다. 국내 최초이자 세계 최초였다. 브랜드명 '락앤락(LOCK&LOCK)'은 딸깍딸깍, '잠그고 또 잠근다'는 의미에서 붙여진 이름이다.

◆락앤락의 숨은 기술

'4면 결착'은 뚜껑 네 면에 날개를 적용해 뚜껑과 몸체를 완벽하게 결합시키는 방법이다. 몸체와 뚜껑이 꼭 맞물리도록 설계해, 몸체 테두리에 장착된 실리콘에 균일한 압력이 가해지도록 했다. 뚜껑 안쪽에는 특수 개발한 '중공형 실리콘'을 적용해 실리콘 내부에 공기 구멍이 들어가도록 함으로써 저항력을 높였다. 밀폐력을 한층 강화한 것이다.

락앤락 밀폐용기의 숨은 기술은 또 있다. 수천 번의 실험을 통해 뚜껑 날개와 용기를 연결하는 부분인 '힌지'의 두께를 0.4mm로 구현해, 결합력을 최상으로 끌어올렸다. 힌지 중앙에는 '흐름차단공'이라는 얇은 흡을 적용해 날개의 내구성도 향상시켰다. 이는 세계 50여개국에서 특히



락앤락 스페셜 시리즈

1998년 '4면 결착방식' 적용해 새지 않는 신개념 밀폐용기 출시

TV 흡쇼핑 집중 공략해 큰 인기 주방생활문화 업그레이드 시켜

다양한 음식·식재료 맞춤 제품 개발 수박·김 등 실용적인 보관용기도 2030 여성들에 '투웨이 용기' 인기

받은 기술로, 락앤락 뚜껑은 300만번을 열었다 닫았다 해도 잘 끊어지지 않을 만큼 견고하다.

어디에서도 본 적 없는 신개념 용기였지만, 출시 초기 시장의 반응은 예상과 달리 시큰둥했다. 당시 락앤락은 국내에서 덜 알려진 기업이었으며, 소비자들은 제품을 쉽게 신뢰하지 못했다.

회사는 전략을 변경했다. 주부들이 직접 제품을 써볼 수 있도록 경쟁행사를 확대하고, 태동기이자 전성기로 접어들고 있었던 TV 흡쇼핑을 집중 공략했다. 특히 세계 최대의 흡쇼핑 채널인 미국 QVC 방송을 통해 해외에서 먼저 큰 인기를 누리며, 역으로 국내시장에 안착하게 됐다.

◆진화하는 락앤락

락앤락 플라스틱 밀폐용기는 2017년 산업통상자원부가 선정한 '자랑스러운 우리나라 세계 최초 발명품'으로 손꼽혔다. 올해로 출시 21주년을 맞이한 락앤락 용기는 현재까지도 밀폐용기의 대명사로 꾸준히 사랑 받고 있다. 국내 플라스틱 밀폐용기 시장에서 락앤락 제품이 차지하는 비중은 60%를 넘는다.

'락앤락 클래식'으로 주방생활문화를 한 단계 업그레이드 시킨 락앤락은 소비자들의 니즈에 발맞춰 소재와 기능을 다양화하며 지속적으로 진화하고 있다.

2009년 론칭한 '비스프리'는 친환경 소재 트라이탄을 적용한 브랜드다. 유리처럼 맑고 투명하면서도 깨지지 않는 점이 특징으로, 특히 영·유아 자녀를 둔 엄마들에게 안전한 식기로 인정받으며 큰 인기를 얻었다. 락앤락 밀폐용기 제품군 중 최단기간에 매출 100억 원을 돌파하며 플라스틱 밀폐용기의 새로운 포문을 열었다. 이후 항균 실리콘을 적용한 '항균 비스프리(2016)'를 출시하며 주부들의 고민거리였던 실리콘 위생 걱정을 덜어 주기도 했다.

2017년에는 적응 기능을 향상시킨 '비스프리 모듈러 시리즈'도 선보였다. '모듈러 시리즈'는 친환경 소재를 사용한 비스프리 브랜드만의 특징에, 블록형 디

자인으로 공간 활용도까지 높은 4세대 밀폐용기다. 기능뿐 아니라 뛰어난 디자인으로 독일 'iF 디자인 어워드'를 비롯해 미국 'IDEA 디자인 어워드' 등 세계 유수의 디자인상을 석권하기도 했다.

'플라스틱 밀폐용기=락앤락'이라는 공식이 일반화돼 있기도 하지만, 플라스틱에만 국한된 것은 아니다. 2007년 락앤락은 유리 밀폐용기, '오브글라스'를 내놨다. 전자레인지와 오븐 사용이 대중화되던 때로, 영하 40도의 저온부터 영상 400도 고온에서도 안전하게 사용할 수 있는 내열유리를 소재로 사용한 것이 핵심이다.

◆식재료에 최적화된 용기

락앤락 밀폐용기라고 하면 대부분 네모난 반찬통 이미지를 떠올린다. 하지만 락앤락의 고민은 반찬에만 그치지 않았다. 다양한 식재료와 음식을 보다 제대로 보관할 수 있도록, 맞춤 제품을 꾸준히 개발했다.

락앤락 '스페셜 시리즈'는 보관이 어려운 식재료를 보다 신선하고 손쉽게 관리하도록 돕는 제품이다. 변화하는 식생활이나 소비 트렌드를 반영해 다양한 아이디어 용기를 선보이고 있다.

대표적으로 여름철 인기 과일인 수박을 깔끔하게 보관할 수 있는 '수박전용 보관용기(2016)'를 비롯해 김의 바삭한 식

감을 유지해주는 '김 보관용기(2017)', 명절에 남기 일쑤인 전을 실용적으로 보관할 수 있는 '전 보관용기(2017)' 등 종류도 광범위하다.

지난해에는 건강한 식습관을 위해 셀러드나 다이어트 음식을 즐기는 소비자들을 겨냥해 '런치박스'와 '샌드위치 보관용기', 칸칸이 나눠 보관하는 '4칸 나눔 찬통', '투웨이 용기' 등을 출시했다.

그 중 두 가지 음식을 한번에 담기 유용한 '투웨이 용기'는 2030 여성들에게 큰 호응을 얻고 있다. 가운데 뚜껑을 기준으로 위아래 모두 여닫을 수 있도록 제작해 활용도를 두 배로 높였다. 상단에 있는 용기에는 시리얼, 과일 등 각종 토핑을 넣고 하단에는 샐러드나 요거트, 우유 등을 나눠 담아 외출 시에도 간편히 챙길 수 있다. 재료를 보다 신선하게 보관할 수 있어 아이디어 제품으로 관심을 받고 있다.

락앤락 관계자는 "세계 최초 4면 결착 밀폐용기에서부터 소비자들의 생활습관을 토대로 한 신개념 용기까지 계속해서 스펙트럼을 넓혀가고 있다"며 "앞으로도 변화하는 라이프 스타일을 반영해 다채로운 용기를 개발하며, 세계 식품용기 브랜드의 리더로 성장해 나갈 것"이라고 말했다.

※박인용 기자 parkiu7854@metroseoul.co.kr

/사진=락앤락



락앤락 2018 스페셜 시리즈.



락앤락 투웨이 용기.



락앤락 간편식 글라스 시리즈.



락앤락 수박 전용 보관용기.