



[산업]
SK이노
고성능 배터리 선점
10조 규모 양극재 공급
08



Life

[풍성한 한가위]
거리는 멀어도
마음은 풍성하게
'센스만점' 추석선물
L4·L5·L6



초스피드 손상모케어 '스펙터클'

해외진출 흥행행진 '미라클'



메가히트 브랜드 탄생스토리 세화피앤씨 '모레모 트리트먼트'

세화피앤씨의 '모레모'는 일본을 비롯해 동남아시아, 남성용 제품까지 영역을 넓히며 헤어케어 부문을 중흥무진하고 있는 브랜드다. 모레모 중에서도 '물미역 트리트먼트'같은 별칭으로도 인기가 많은 헤어 트리트먼트 '미라클' 시리즈는 베스트셀러 제품이며 2년 연속 화해 뷰티 어워드 1위, 2년 연속 올리브영 어워즈 수상을 기록한 바 있다.

뿐만 아니라 아시아의 아마존과 같은 일본 큐텐 재팬 헤어케어 부문 1위, 홍콩 최대 H&B스토어 매닝스 전 매장 입점, 싱가포르 및 말레이시아 대표 H&B스토어 가디언 매장에 입점 등 기적과 같은 신화를 이뤄냈다.

◆단백질 성분으로 단시간 내 회복 도와

모레모에서 가장 사랑받는 제품 톱3에는 '워터 트리트먼트 미라클10', '모레모 헤어트리트먼트 미라클2X' 등 미라클 시리즈가 2개나 올라 있다.

먼저 '모레모 워터 트리트먼트 미라클10'은 빠른 순간 모발에 영양을 빠르게 침투시키는 실리콘 프리의 워터 제형 트리트먼트다. 다량의 보습제와 흡수가 용이한 가수분해된 단백질 성분이 손상된 큐티클 사이로 미열과 함께 즉각적으로 흡수되는 것이 특징이다. 실리콘 사용 없이 특허 성분 외 식물성 단백질을 고농축 함유해 10초 만에 초스피드로 부드러움을 선사한다.

'모레모 헤어 트리트먼트 미라클 2X'는 극손상도 전용 프리미엄 트리트먼트로, 맞춤형 3단계 케어 시스템을 제공한다. 3단계는 단백질을 채우고, 수분 활력을 부여하고, 오일 코팅으로 꼭 잡아주는 과정으로 이뤄진다. 자연유래 식물성 성분 중 손상모 개선 효과가 입증된 옥수수, 콩, 밀 등의 단백질 프로틴이 함유됐다. 손상된 큐티클에 빠르게 침투해 잦은 스타일링과 외부 자극 등에 노출된 모발을 관리해준다. 피부자극 인체 적용시험을 완료했다.

이어 모레모는 올해 3월 미라클 시리즈의 '엠펙 워터 트리트먼트'도 내놨다. 정제수 없는 고농



충청북도 진천군에 위치한 세화피앤씨 공장.

영양 빠르게 침투시키는 워터트리트먼트 실리콘 없이 고농축 식물성 단백질 함유

日 '메가세일전' 하루 매출 1.4억 돌파 제품성 인정... 글로벌 유통 채널 확대

축 제형이며 탈모 관리까지 가능한 멀티 제품이다. 극강의 부드러운 모발을 추구하는 고객층을 타겟으로 하는 동시에 '워터 트리트먼트 미라클 10'의 명성을 잇기 위한 새로운 워터 트리트먼트 시리즈 제품으로 나왔다. 탈모 완화 기능성 식약처 보고, 실리콘 불검출 테스트, 피부자극 인체적용시험 등을 완료했다.

◆일본 내 한국 헤어 아이템 흥행의 주역

모레모는 일본 4대 해외직구물 큐텐재팬이 9월 1일부터 9일까지 진행하는 연중 최대 행사 '메가세일'전에서 첫 날 하루만에 매출 1억4300만 원을 돌파했다고 밝혔다.

큐텐재팬은 '아시아의 아마존'이라 불리는 연 매출 1조원 해외직구 오픈마켓 큐텐의 일본지사인 라쿠텐, 아마존재팬, 야후쇼핑과 함께 일본 4대 오픈마켓으로 자리했다. 메가세일은 2019년부터 개최된 연중 최대 할인전으로, 이번 행사는 9월 1일부터 9일까지 9일간 진행되며 헤어 부문에서만 25만여 개 제품이 참여했다.

세화피앤씨에 따르면 메가세일 첫날 모레모 시그니처 상품인 '워터트리트먼트 미라클10'이 큰 인기를 끌었다. 미라클10은 '2021 WWD 재팬

상반기 베스트 코스메'와 '2020 올리브영 어워즈', '2020 WWD 재팬 뷰티 베스트 코스메', '2020 립스 베스트 코스메' 2관왕에 등극했다.

모레모 마케팅 담당자는 "전체 헤어제품 25만여 개 중 하루만에 1억4000만원의 매출을 달성한 것은 일본 시장에서 차별성과 제품력을 인정받은 성과"라며 "앞으로도 고객으로부터 사랑받는 모레모 제품을 선보이기 위해 연구 개발에 매진할 것"이라고 말했다.

일본 미라클 트리트먼트 열풍을 넘어 많은 소비자들 이 모레모 제품을 직접 체험할 수 있도록 세화피앤씨는 글로벌 유통 채널을 꾸준히 확대한다는 방침이다.

◆직원 다수 모발 관심도 ↑...지식도 풍부

모레모를 운영하는 세화피앤씨 관계자에 따르면, 예전부터 회사 내 직원들의 머리는 염색모, 탈색모, 파마모 등으로 자유스러운 분위기다. 여직원은 물론, 남직원도 장발이 상당수를 차지한다. 한마디로 말해 헤어 제품에 대해서 대다수가 해박한 편이다.

한 관계자는 "헤어 제품을 전문으로 개발해온 다수의 상품 기획자와 헤어 제품 연구만 오랜 기간 매진한 회사 소속 연구원들의 협력으로 좋은 헤어케어 제품이 나오는 건 어찌보면 당연한 수순이었다고 생각한다"고 말했다.

세화피앤씨는 국내뿐 아니라 해외 다수의 헤어 제품들을 모두 비교 테스트를 진행하고 있으며, 자사 제품 개발 시에도 꼼꼼한 과정을 거친다. 미라클 트리트먼트 시리즈도 품평→피드백→연구 과정을 생략 없이 반복해 개발해냈다.

그 결과 한국과 일본에서 입소문을 통해 모레모의 제품력이 알려지기 시작하면서 성장해 나가고 있다. 세화피앤씨 측은 결국 내용물의 품질에 답이 있다고 생각하고, 현재도 계속해서 헤어케어 제품 연구에 역량을 집중하고 있다.

/원은미 기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr

바스타비 TV와 함께하는 메트로 뉴스



▲ 英매체, "손흥민, 부상으로 주말 팰리스전 출전 불투명" /사진 뉴시스
▲ 이탈리아, 37경기 째 무패...역대 A매치 연속무패 신기록

▲ KBO, 13일 신인 드래프트 개최...10라운드까지
▲ '불혹' 웨인라이트, 다저스 상대 완투급 역투 '시즌 15승'



▲ '직지 원본'... 내일 다큐멘터리로 공개 /사진 뉴시스
▲ 6·25 중공군 미화 논란 '1953 금성대전투' 국내 상영 철회