



[공기업] 엔저에 日 수출 위기 aT, MZ 공략 나서 L6



Life

매일 아침 내 손안의 친구 메트로 창간 20년

노인일자리 만들기과 정보나눔의 길을 계속 가겠습니다.



# 형형색색 물결·황홀한 향기 피로 녹이는 욕조 속 '은하수'



## 메가히트 브랜드 탄생스토리

### 러쉬 '배쓰 밤'

하루의 피로를 씻어내는 기분 좋은 입욕시간, 욕조에 넣으면 황홀한 향기와 함께 눈까지 즐거워지는 입욕제가 있다.

영국 프레시 핸드메이드 코스메틱 브랜드 '러쉬(Lush)'의 배쓰 밤(Bath Bomb)은 1989년 러쉬 공동 창립자이자 제품 개발자인 모 콘스탄틴(Mo Constantine)이 아이들을 위해 개발한 것이다.

자연에서 얻은 과일 껍질, 꽃잎, 질 좋은 버터와 에센셜 오일을 활용해 누구나 즐길 수 있는 입욕 제품을 만든 것. 기포를 내는 발포 비타민에 영감을 받아 물에 닿으면 아름답게 녹는 입욕제인 배쓰 밤이 탄생했다.

입욕할 때 그윽한 향기를 전해줘 기분 전환에 효과적이며, 에센셜 오일이 물을 부드럽게 하여 몸의 악취를 제거하고 피부 보습을 도와준다.

1990년 4월 27일, 러쉬는 배쓰 밤에 대한 첫 상표권을 획득하고, 2018년 기준 전세계적으로 약 3220만 개의 배쓰밤이 판매됐다. 그리고 2021년 배쓰 밤이라는 단어 자체가 영국 케임브리지 사전에 등재되기도 했다.



러쉬 1호점과 러쉬 창업 초창기 공동 창립자들.

발포비타민에 영감 받아 입욕제 개발 자연서 얻은 재료에 에센셜 오일 활용 향기로운 향·아름다운 색에 기분전환

동물실험 반대, 포장 최소화 등 다양한 캠페인 통해 기업 신념 알려 공병 반납시 할인혜택...선순환 앞장

현재까지 모 콘스탄틴은 그의 아들인 잭 콘스탄틴(Jack Constantine, 현 러쉬 디지털 디렉터 겸 제품 개발자)과 함께 새로운 배쓰 밤을 선보이기 위해 연구하고 있다.

대표 상품으로는 '인터갈락틱(INTERGALACTIC)', '섹스밤(SEX BOMB)', '트와일라잇(TWILIGHT)'이 있다.

'인터갈락틱'은 욕조에 넣자마자 층층으로 겹쳐진 아름다운 색들이 펼쳐지며, 마치 밤하늘의 은하수를 보는 듯한 장관을 연출해준다. 활력을 불어넣는 상쾌한 페퍼민트와 자몽 오일을 사용했다.

'섹스밤'은 이름에서 유추할 수 있듯이 섹시하고 화끈한 에센셜 오일이 아낌없이 들어간 제품이다. 진분홍빛으로 변하는 욕조 물과 연분홍 장미 1송이는 배쓰 타임을 즐겁게 해준다. 자스민과 클라리 세이지, 일랑일랑 오일을 바탕으로 했으며, 함께 사용된 두유는 피부를 촉촉하고 부드럽게 만들어 준다.

깊은 잠에 빠져들고 싶다면 '트와일라잇'을 추천한다. 라벤더와 일랑일랑, 통가의 달콤하고 부드러운 향기가 지친 몸과 마음을 편안하게 달래준다.

러쉬는 동물실험을 하지 않으며, 자연에서 유래한 정직한 재료를 사용하는 코스메틱 브랜드다. 공정거래, 인권보호, 포장 최소화 등 다양한 캠페인 활동을 통해 기업 윤리와 신념을 알리고 있다.

러쉬의 시작은 '콘스탄틴&위어(Constantine and Weir)'라는 작은 제조 업체로 거슬러 올라간다. 같은 헤어&뷰티 샵 통에서 근무하며 만나게 된 모발학자 마크 콘스탄틴과 뷰티 테라피스트 리즈 위어는 1977년 작은 작업실을 마련해 독창적인 제품을 생산하기 시작했다. 조류 관찰자이기도 했던 마크는 인근에 있는 풀 하버(Poole Harbour)의 환경오염을 목격한 이후 환경친화적인 제품을 만들겠다는 결심을 하게 된다. 하지만 사업 초기, 혁신적이며 안전하고 믿을 만한 품질이었지만 기성 제품과는 너무 다르다는 이유로 별다른 반응을 보이지 못했다.

그 시기에 그들의 브랜드 가치에 공감을 표한 사업 파트너를 만나며 제품을 공급하는 주력 업체가 되었고, 협력업체로 성장하게 된다.

이후 1995년 '신선한 화장품을 만들어 착하게 판다'는 비전



러쉬에 진열돼 있는 배쓰 밤과 배쓰 밤을 제조하고 있는 러쉬 직원들.

과 함께 러쉬(Lush)를 창업, 그동안의 노하우를 기반으로 사업을 펼쳤다.

현재 러쉬는 47개국에서 930여 개 매장을 운영하고 있다. 한국은 러쉬의 네 번째 해외 진출 국가다. 2002년 12월 24일 크리스마스 이브에 첫 선을 보였으며, 현재 전국 70여 개 매장을 운영하고 있다.

한편, 러쉬는 공병 회수 캠페인 '블랙 팻의 환생' 정책을 운영하고 있다.

2013년 런칭한 러쉬의 '블랙 팻의 환생' 캠페인은 자사 제품 공병 5개를 매장에 일괄 반환하면 베스트 셀러 제품 '프레시 마스크 정품 1개(75g)'를 제공하는 식이다. 하지만 2022년 8월부터 캠페인 정책을 확대하여 공병 1개당 1000원 즉시 할인을 제공하는 제도가 새롭게 추가됐다. 이에 따라 공병 5개를 일괄 반납하는 고객들은 기존처럼 프레시 마스크 정품 1개를 수령하거나 결제 시 5000원 즉시 할인을 받을 수 있다. '블랙 팻의 환생'은 무분별한 플라스틱 쓰레기를 줄이기 위한 것이다.

러쉬코리아의 브랜드 매니지먼트팀 박정숙 팀장은 "블랙 팻의 환생 캠페인 정책 확대를 통해 고객들이 러쉬의 선순환 프로젝트에 관심을 두고 동참하여 많은 블랙 팻들이 새로운 블랙 팻으로 재탄생할 수 있기를 바란다"며 본 캠페인의 취지를 설명하고 참여를 독려했다. /신원선 기자 tree6834@metroseoul.co.kr

## 바스타비 TV와 함께하는 메트로 뉴스



▲ 투어 챔피언십 준우승 임성재, 타이거우즈 초청 받아 /사진 뉴시스  
▲尹 "청년 아이디어를 '지식재산'으로...정부도 적극 지원"

▲ 코요태, 11월 단독 콘서트... "전국 돌며 팬들 만나고파"  
▲ 부산국제영화제서 1952년 제작 '낙동강' 리마스터링 첫 공개



▲ 오타니, 2년 연속 30홈런... 日타자 최초 /사진 뉴시스  
▲ 월드컵 준비하는 '벨호' 여자축구, 자메이카와 3일 평가전