

# 글로벌 디자인 인사이드

Vol\_13

영국 소비 트렌드 키워드로 본 디자인 및 서비스 성공 사례\_2010.4

Global Design Insight 2010

본 보고서는 지식경제부에서 시행한 디자인기반구축사업 중 디자인전략정보개발사업의 결과물입니다.

주관기관 : 한국디자인진흥원 전략연구실

참여기관 : (주)와이즈유엑스 글로벌

본 보고서의 내용은 한국디자인진흥원이 운영하는 디자인디비([designdb.com](http://designdb.com)) 사이트에서 다운로드 받으실 수 있습니다.

# 목차

## 1. 최우선 가치 나의 삶

1.1. 웰루킹(Well looking)과 자기 만족

## 2. 불경기 새로운 절약 소비

2.1. 최대의 효용을 추구하는 가치소비

2.2. 지출을 줄이는 근검소비

2.3. 코쿰(cocoon) 소비

## 3. 일상화된 윤리적 소비

3.1. 기업에 요구되는 윤리성, 공정무역

3.2. 친환경 생활, 친환경 소비

## 1. 최우선 가치 나의 삶

### 1.1. 웰루킹(Well looking)과 자기 만족

#### Men's Beauty \_Perfume



[그림 1] Tom ford Italian Cypress, £250.00

#### Independent지 선정 2009 top 10 남성용 향수

- Lanvin L' Homme Sport
- Tom Ford Italian Cypress
- Creed Millsime
- Terre D' Hermes
- Byredo Parfumes Fantastic man
- Prada Milano
- Diptyque
- Dominique Ropion Geranium pour monsieur
- Paul Smith Man
- D&G La Bateleur

#### 화장품 산업의메인 타겟: 16-24세의싱글 남성

- 신제품에 대한 실험적 구매 성향
- 30대에 비해 외모에 높은 관심
- 45세 이상은 젊어 보이고자 하지만 신제품에 대한 관심 및 구매는 저조. 그러나 전체 화장품 시장의 38%를 차지하여 무시할 수 없는 시장을 형성

#### 남성들이선호하는아이템

- 향수에 대한 선호가 강하여 전체 제품 구매액의 44%를 지속적으로 유지
- 스킨케어의 경우 판매율이 21%에 달하는 등 수요가 급증하기 시작

#### Women's Beauty \_ Lingerie

##### 가능성슬리밍 웨어,스칼라(Scala)

- 2009년 영국의 존루이스 백화점 히트상품으로 등극한 지방 분해용 란제리
- 섬유 속에 포함된 Active bio crystals 성분이 피부와 접촉해서 원적외선을 방출하며 열을 발생시킴

- 착용시 발생하는 열이 체내의 혈액순환을 촉진하여 셀룰라이트의 원인이 되는 피하지방과 독소를 배출. 동시에 신축성 있는 소재로 바디 웨이프를 정돈
- 임상 실험 결과 하루 6시간 1달 이상 착용시 실험참여 여성의 82%가 3~5cm 가량 사이즈가 감소
- 스칼라 란제리는 서양 여성들의 고민인 엉덩이와 복부 비만에 효과적인 것으로 알려지면서 프랑스, 그리스 등에서도 선풍적 인기를 끌고 있음



[그림 2] Scala short, £25.00~£30.00

#### 포장된 샐러드를 고르는 법

- 최근 독신 가정의 증가로 '아침사양족(Hungry Morning)', 식품업체 막스앤스펜서의 소용량 포장 음식을 자주 사먹는 'M&S족'이라는 바쁜 젊은 직장인 소비자 그룹이 부상
- Which에서 이들이 자주 사먹는 소포장 음식 중 웰빙과 가장 많이 연관되는 샐러드에 대한 조연을 제공한 것은 유의미한 현상
- 이는 젊은 직장인 소비자 그룹이 바쁜 일상 속에서도 자신의 건강과 미용을 챙기고자 하는 욕구가 크다고 볼 수 있음



[그림 3]  
 (좌) Healthy Choices로 소개된 Sainsbury's Rainbow Salad(215g, £2.20)  
 (우) Less healthy options으로 소개된 Asda Chicken Caesar Pasta Salad (297g, £2)

#### Food Advice \_ Which? Advice

Which와 'Which? Advice'

- which는 소비자시장조사에서 공신력을 인정받고 있으며 매우 많은 가정이 잡지의 형태로 구독 중임. Which의 온라인 사이트도 매우 인기이며 which에서 리뷰 되는 것 자체로 프로모션이 될 정도
- 'Which? Advice' 는 Which의 전문가진이 제공하는 일종의 조언 코너로서 소비자들이 관심을 갖는 다양한 분야의 조언들이 있음

#### Sports & Energy Drinks \_ Lucozade Energy

스포츠 에너지 음료 시장은 경기 침체에도 불구하고 매출 호조

- 2008년의 경우 전년 대비 10% 성장하여 9억 4100만 파운드가 소비되었고 2009년에는 10억 파운드를 초과
- 시장의 우위를 점령하고 있는 소수의 기업이 지속적인 혁신을 통하여 성장을 유도하는 시장의 특성이 있음

주요 구매층은 젊은 남성과 10대

- 영국은 EU내 업무량이 많은 나라임. 야근이 잦은 영국의 젊은 남성은 스포츠&에너지 음료를 통해 피로회복과 신체 기능 향상을 도모하고, 에너지 섭취를 하고자 함
- 코트라(Kotra)의 분석에 의하면 스포츠&에너지 음료 시장은 10대들과 청년 성인의 구매가 지배적인 시장
- 프리미어 리그를 비롯하여 광범위한 스포츠 분야에 스폰서 활동을 펼침으로써 스포츠 에너지 음료의 대표적인 브랜드로 포지셔닝

Lucozade Energy

- Lucozade Energy는 포도당이 함유되어 있어 운동 후 마시는 음료로 포지셔닝 되어 있음. 이는 웰루킹과 관계된 전략적인 포지셔닝이라고 할 수 있음



[그림 4] Lucozade Energy

## 2. 불경기 새로운 절약 소비

### 2.1. 최대의 호응을 추구하는 가치소비

#### Collaboration \_ Jimmy Choo for H&M

여성들의 꿈의 대명사, Jimmy Choo

- 지미 추 브랜드는 미국의 인기 드라마 '섹스 앤 더 시티(Sex and the city)'의 주인공 캐리가 열광하는 구두 브랜드로 나온 뒤 세계적인 인지도를 구축
- 디자이너 지미 추는 고객의 성향에 맞춰 구두를 디자인 하는 것으로 유명
- “좋은 구두는 가는 길을 인도할 뿐만 아니라 자신을 바꾸어 주고 심지어는 기분도 바꾸어 준다.” -지미 추

Fast Fashion의 성공 신화, H&M

- H&M은 스웨덴의 거대 유통 패션업체로 '합리적 가격의 패션'을 모토로 함. 한국을 포함한 36개국에서 2,000개가 넘는 매장을 운영 중
- 2004년 칼 라거펠트와의 콜레보레이션을 시작으로 빅터&롤프, 마돈나 등 다양한 명사와 콜레보레이션을 진행해옴



[그림 5] Jimmy Choo for H&M lookbook

지미 추와 H&M

- 지미추의 구두 가격은 £450~£2000이지만 H&M과의 콜레보레이션 라인은 £40~£180으로 책정하여 여성들의 명품 동경 심리를 자극
- 오픈 당일 H&M 매장 앞에 길게 줄은 선 인파는 뉴스에 보도될 정도였음

Valued PB \_ George

성숙 단계의 PB (Private Brand)

- 영국은 주요 선진국에 비해 대형 유통업체들을 중심으로 한 PB가 매우 발달
- 경기 침체로 PB가 더욱 각광받으며 발전을 거듭. 매우 저렴한 가격 대비 뛰어난 품질로 승부했던 초기의 단계에서 유명제조업자 브랜드(National Brand; NB) 못지 않은 품질과 NB보다 약간 저렴한 수준의 가격대로 진화 중

PB에 대한 소비자의 인식 변화

- 일상소비재 부문의 PB는 대중화에 성공했으나 Fashion 부문에서는 대중적 선호도가 미비했음. 그러나 최근 PB의 발전 전략과 경기 침체가 맞물려 PB Fashion에 대한 선호가 형성됨

ASDA의 PB Fashion, George

- 영국 내 최대 규모의 패션 리테일러로 성장 (10.1%의 시장 점유율)
- £2에서 £25에 이르는 다양한 가격대 상품과 kids, Men, Women, 학교 유니폼, 란제리, 슈즈 등 광범위한 라인업이 특징적



[그림 6] Tesco의 PB 맥주 중 프리미엄 맥주(좌)와 저가 맥주(우)



[그림 7] George at Asda

Music Phone \_Nokia 5310 XpressMusic

Music phone 개요

- 뮤직폰이란 인터넷에서 음악을 다운로드 받을 수 있는 오디오 기능을 갖춘 휴대폰을 의미
- Music Phone의 선발 업체는 소니에릭슨과 노키아로 고급 사양의 뮤직폰 시장의 선도 기업
- 소니에릭슨은 고가 프리미엄 라인에서 중저가 라인으로 제품군을 확대하는 전략을 채택한 반면 노키아는 '서비스'와 '콘텐츠' 중심의 전략을 채택

T3 Online이 선정한 2010 Best music phone에 Nokia 5310 XpressMusic 선정됨

- 디자인 컨셉: Small in Size, Big on Music



특징 및 가격

- Music tunes에서 음악을 무료로 다운로드 가능
- 9.9mm, 71g의 슬림한 bar형 디자인
- 4GB까지 지원되는 외부 microSD 카드
- 2백만 화소 카메라
- 2인치 16만 화소 QVGA 화면 내장
- £95



[그림 8] Nokia 5310 XpressMusic on JBL 5310

- 1000대의 차량을 대상으로 연료효율성을 테스트한 결과 Vaxia의 Econav를 장착한 벤츠의 'CLK'는 26%, 미니의 'John Works Cooper'는 33%, 현대의 'Tucson'은 20% 가량 연료가 절약되어 연료소비량이 최대 1/3분 가량 감소
- 자신의 차종과 연료 형태, 탑승자 수를 입력하면 가장 효과적인 방법으로 연료 사용을 감소할 수 있는 정보를 제공
- Econav report 기능을 이용해서 일, 주, 월 단위로 연료 사용 정도를 확인할 수 있음



[그림 9] Econav Vexia, £169.99

2.2. 지출을 줄이는 근검소비

Navigation \_ Econav Vexia

현재 영국 내 네비게이션 소비 증가 중

- Mintel의 조사에 의하면 2008년 판매된 네비게이션은 300만 대이며 2014년에는 740만대가 판매될 것으로 예상

네비게이션의 주 구매층

- 20, 30대의 젊은 층
- 제품의 성능 못지 않게 디자인을 중시

경제적인 루트와 연료효율성을 위한 정보를 제공하는 네비게이션의 등장과 성공

Freenomics \_ Last.fm

10대가 즐기는 음악 스트리밍 서비스의 선두 주자

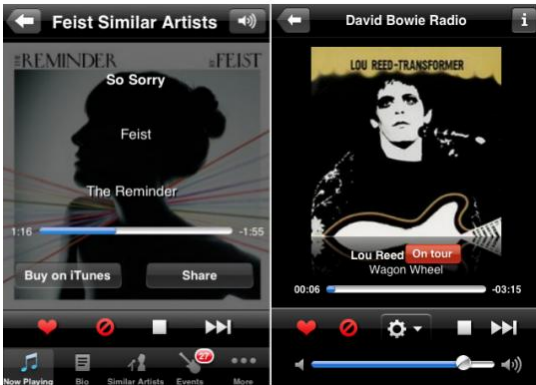
Last.fm의 특징

- 여타 음악 스트리밍 사이트와 달리 전용 애플리케이션이 있음. 아이폰용 애플리케이션도 제공
- 선호하는 아티스트를 입력하면 유사한 장르의 노래를 자동 선곡(collaborative filter)해주는 소셜 기반 사이트
- 2008년부터 원하는 곡을 검색해서 재생하는 On-Demand 방식을 도입



떠오르는 경쟁자, Spotify.com

- 사용자 편의를 고려한 깔끔한 인터페이스가 돋보이는 전용 플레이어를 내세우며 무료로 음악을 들을 수 있도록 한 스트리밍 사이트로 최근 인기가 상승 중
- 자신의 플레이리스트를 타인과 공유할 수 있는 것이 특징
- 휴대폰 전용 애플리케이션도 있음



[그림 10] last.fm의 아이폰 전용 애플리케이션



[그림 11] Spotify.com의 휴대폰용 애플리케이션

**PB's Price Promotion \_ Boots**

시장 우위를 유지하기 위한 가격 프로모션 마케팅

- 영국 내 PB가 성숙화 됨에 따라 시장에서 우위적인 입지를 구축하고 있는 일부 PB는 파격적인 가격 프로모션 마케팅을 전개

Boots의 No7

- Boots는 영국 내 가장 큰 제약회사이자 유통업체
- Boots의 화장품 라인인 No7은 2개를 구입하면 1개를 더 주는 파격적인 가격 프로모션 마케팅을 전개하여 통계상 4초에 1개가 팔릴 정도로 인기
- No7은 여성용 화장품은 메이크업, 스킨케어, 프로텍트&퍼펙트 라인이 있으며 이 외에 남성용 라인, 바디라인, 선크어 라인, 시즌에 따른 한정판 라인이 있음



[그림 12] No7 at Boots

**Voucher \_ myvouchercodes.co.uk**

Independent지에서 소개

- 2010년 Independent지는 일상생활에서 절약하는데 도움이 될 수 있는 사이트를 선정하여 발표

myvouchercodes.co.uk

- 'Never Pay Full Price Again!' 을 모토로 막스앤스펜서(Marks & Spencer)에서부터 리복(Reebok)에 이르기 까지 각종 다양한 바우처를 제공하는 사이트
- 프로모션 바우처, e바우처, 할인 바우처 등 제공하는 형태도 다양



[그림 13] myvouchercodes.co.uk의 메인화면



[그림 14] Panasonic SD-255WXC

## 2.3. 코쿤(Conoon) 소비

### Eating in \_ Breadmaker

Which의 Most Popular reviews 상품군

- 영국에서 Which는 소비자시장조사에서 공신력을 인정받고 있으며 매우 많은 가정이 집지의 형태로 구독, 온라인 사이트도 매우 인기로 which에서 리뷰 되는 것 자체로 프로모션이 될 정도
- Breadmaker는 Which의 Food & Drink 부문에 Most Popular Reviews 섹션에 소속되어 매우 많은 관심을 받고 있는 상품 군임을 확인 가능

Panasonic SD-255WXC

- 현재 소비자 평점 4.5/5개로 매우 만족스럽다고 평가되고 있는 제품
- 기능을 살펴보면 '초고속 요리 옵션', '너트 디스펜서', '프렌치 도우 옵션', '디지털 타이머', '조리법 조언' 등 사용자가 쉽고 편하게 요리할 수 있도록 돕는 기능이 많음
- 계량컵, 계량스푼, 100가지가 넘는 빵과 도우 만드는 법이 들어있는 레시피북 등을 함께 증정

### Home Entertainment \_Game

T3 Online이 선정한 2010 Best Gadget 중 홈엔터테인먼트 제품이 상당수 차지 (순위, 제조사)

- Project Natal(3, MS)
- PlayStation Move(15, Sony)
- Wand+ (28, Nyko)
- Wii(34, Nintendo)
- DSi XL(36, Nintendo)
- PS3 Slim 250GB(38, Sony)
- Xbox 360 Elite(69, MS)
- DJ Hero(75, ActiVision)
- Rock Band(76, Harmonix)
- A.R. Drone(88, Parrot)
- Robotis Bioloid(93, Tribotix)

경기침체로 인한 홈엔터테인먼트 산업의 부흥

- 레저나 야외활동에 관심이 많은 영국인들이 경기침체를 계기로 홈엔터테인먼트로 눈을 돌리게 됨



[그림 15] ActiVision의 DJ Hero

### Netbook for Entertainment \_ Sony VAIO SR41M/P

경가침체의 여파와 노트북 가격의 하락으로 저가형 노트북이 확산됨

- 2009년 중반만 하더라도 15인치 이상의 저가형 노트북이 인기를 끌었으나 2010년 4월 현재 13인치 정도의 TFT 모니터의 넷북이 강세를 보이고 있음
- 일반적으로 10인치 이내 LCD에 보급형 CPU를 사용한 제품을 넷북으로 통칭. 13인치 정도의 모니터가 장착된 제품은 현재 넷북의 '사이즈의 확대' 트렌드가 적용된 것으로 분석됨
- 13인치 가량의 넷북은 기존의 노트북에 비해 이동성이 높으면서 실용성과 엔터테인먼트 기능을 만족시키는 형태
- 따라서 13인치 넷북의 인기는 온라인 게임, 위성 TV 시청 등의 컴퓨터를 이용한 전통적 선호 활동과 실용성을 중시하는 영국 소비자의 성향에 기인하는 것으로 분석됨



[그림 16] Sony VAIO SR

### Sony VAIO SR41M/P

- 2010년 4월 kelkoo.co.uk 기준 현재 영국에서 인기 있는 제품
- 31.5cm x 23.4 cm x 3.4 cm 의 사이즈에 1.9kg의 무게
- Intel Core 2 Duo T6400 / 2 GHz (Dual-Core) 장착

### Improve Broadband Speed \_ 'Which? Advice'

Which Advice에서 가장 많이 본 Advice

- Which는 'Which? Advice' 코너를 통해 소비자에게 현재 소비자들이 관심을 갖는 다양한 분야에 대한 전문가들의 각종 조언을 제공
- 2010년 4월 현재 Which? Advice에서 가장 많이 본 조언은 '브로드밴드의 속도를 높이는 방법' 임
- 이는 현재 영국 소비자들이 브로드밴드의 속도에 불만족한다는 것을 암시하며 동시에 브로드밴드에 대한 소비자의 몰입도가 높음을 시사

**In this section**

- Boost your broadband speed
- Boost your broadband speed
- Boost your broadband speed
- Boost your broadband speed

**Boost your broadband speed**  
Improve your broadband speed

Does your broadband connection seem sluggish? If so, try these tips for getting the most from your available online speed.

**Change your broadband router**  
If you access the internet via a wireless network, you may get a slower broadband connection than if you were connected to your broadband router or modem directly. Connecting via ethernet or upgrading your wireless broadband router (routers can differ in performance levels and ease of use) could make a real difference to the speed of your broadband connection.

**To find out the Best Buy wireless routers which will offer the best router speed, have a look at the Which? review of wireless routers.**

**Try the BT Broadband Accelerator**  
The BT Broadband Accelerator (formerly known as the BT 1-Phone) includes a small plate that broadband customers who have more than one phone socket can insert into their main telephone socket to reduce the impact on their broadband service of electrical interference from equipment like microwave ovens, electrical light fittings and televisions. BT says fitting a BT Broadband Accelerator may increase broadband speed by up to 1.3Mbps - though it doesn't guarantee this.

Some BT phone sockets aren't compatible and you need to have more than one phone socket in your house for the Accelerator to have any effect. It doesn't work on Virgin Media cable phone lines.

The BT Broadband Accelerator is free for BT Total Broadband customers who order it online, but non-BT customers can also get the BT Broadband Accelerator for around £10.

**Secure your wireless broadband network**  
If your wireless broadband network isn't secure, your neighbours may be logging onto it and sharing your broadband connection. This will decrease your own broadband speeds. You can [secure your network](#) by accessing the security settings within your router's browser.

It's important to set a password, so that only people who know the password can access your broadband connection.

**Spring clean your online browser**  
Every time you access a web page through your web browser, the browser stores or 'caches' it. Periodically cleaning out your browser's cache will help it to function more efficiently.

Here's how to do this for the browser you are using:

[그림 17] Which? Advice 코너의 Boost your broadband speed

### 3. 일상화된 윤리적 소비

#### 3.1. 기업에 요구되는 윤리성, 공정무역

##### Fairtrade \_ the Co-operative Group

영국의 협동조합그룹(the Co-operative Group)

- 전국 4,500여 개의 소속 점포에 공정무역 제품을 제공
- 연간 425만개가 소요되는 신선 식품의 비닐봉투를 완전히 생분해 되는 비닐 봉투로 대체하고 조합원들에게 에너지 절약형 생활양식(Low Carbon Lifestyle)을 제안하는 등 윤리적 소비 행동의 변화를 촉구

협동조합그룹의 Fairtrade 상품군

- 피넛, 설탕, 티, 초콜릿, 커피, 와인, 바나나, 코튼, 꿀 등 주로 식품군이며 이와 함께 건강 요리법도 함께 제공



[그림 18] Ethical mineral water :  
The Co-operative Fairbourne Springs

##### Fairtrade \_ Fairtrade Fortnight

공정무역 축제

- 영국 공정무역 재단(the Fairtrade Foundation)의 주도로 매년 2월에서 3월 중에 약 2주 정도 공정무역 캠페인 'Fairtrade Fortnight' 을 진행

- 2010년 Fortnight의 주제는 평소 쓰는 물품을 공정무역 제품으로 바꾸자는 의미의 'Big Swap'이었음
- <http://www.fairtrade.org.uk/thebigswap> 에 접속하면 축제 기간 동안 판매된 공정무역 제품 현황을 볼 수 있음
- 영국의 스타벅스는 2008년 11월 '원두와 에스프레소가 들어가는 커피 제품에 공정무역 커피를 사용하겠다' 고 발표한 이후로 공정무역을 적극 지지하고 있으며 Fortnight 기간 동안에도 적극적인 홍보를 펼침



[그림 19] Fortnight 기간 동안 전시된 스타벅스의 매장 앞 홍보물 / 사진출처: 아름다운 가게

#### 3.2. 친환경 생활, 친환경 소비

##### Public Transport \_ Double Decker

저탄소, 친환경의 지속 가능한 교통체계 구축 선언

- 영국은 런던 올림픽이 열리는 2012년을 대비해서 실용적이고 지속가능한 친환경 교통정책을 추진하겠다고 선언
- 2012년까지 런던의 2층 버스(Double Decker) 8300대 중 상당수가 하이브리드-전기 버스로 교체 예정. 2008년 7월부터 지멘스에서 개발한 하이브리드 버스가 시범 운영을 시작

- 이와 함께 4만 4000대의 전기 소형택시도 도입할 예정으로 정부 차원에서 적극적으로 친환경 대중교통 사업을 추진 중



[그림 20] Volvo Hybrid Double decker bus at London

### Eco Cleanser \_Ecover

권위 있는 다양한 기관의 인증을 받은 친환경 세제

- 2010 European Business Award의 환경 분야 수상
- 다양한 실험을 통해 OECD가 입증한 친환경 세제

### Ecover의 특징

- 식물성 미네랄 원료를 사용하여 빠르고 완벽하게 생물학적으로 분해되기 때문에 수중 생물에 미치는 영향이 미미 (OECD 실험 후 인증)
- 제품 개발 실험 때 동물 테스트를 하지 않는 것이 기본원칙
- 세제가 완전 분해되기 때문에 세제 성분이 잔류할 걱정이 없으며 형광증백제를 사용하지 않음
- 분말세탁세제, 섬유유연제, 울 세탁 세제, 얼룩 제거제 등으로 구성



[그림 21] Ecover

Global Design Insight 2010

기획 / 지식경제부, 한국디자인진흥원

연구 / (주)와이즈유엑스 글로벌  
서울특별시 서초구 잠원동 23-3  
(T) 02-3442-4198 (F) 02-3471-3361

사업 총괄책임 윤다연

연구책임 정미라 책임 연구원  
연구참여 정훈실 선임 연구원  
문영곤 연구원  
엄혜미 사원

발행인 / 김현태

발행처 / 한국디자인진흥원  
경기도 성남시 분당구 야탑동 344-1 코리아디자인센터  
(T) 031-780-2035 (F) 031-780-2040

총괄책임 김혜찬  
실무책임 손동범  
발간진행 조동천  
이은선  
유영선  
박미주  
신성은

본 보고서의 내용은 필자의 주관적인 의견이며 활용의 책임은 이용자들에게 있습니다.

Copyright © WiseUX Global Co., Ltd. 2010 All rights reserved

# 글로벌 디자인 인사이트

Vol\_13

영국 소비 트렌드 키워드로 본 디자인 및 서비스 성공 사례 2010.4

본 보고서는 지식경제부에서 시행한 디자인기반구축사업 중 디자인전략정보개발사업의 결과물입니다.  
본 보고서의 내용은 한국디자인진흥원이 운영하는 [designdb.com](http://designdb.com)에서 다운로드 받으실 수 있습니다.