



회사소개

태평양(아모레 퍼시픽)이 저가 화장품 시장을 공략하기 위해 런칭한 로드샵 브랜드. 요즘엔 로드샵 가격 같진 않지만 과거 로드샵 매출 순위에서 꼴찌(5위)로 같은 아모레 퍼시픽 로드샵 브랜드인 에뛰드 하우스에 비해 입지가 약한 편이었으나, 제주도를 내세운 마케팅의 대성공과 중국 관광객들의 주목을 받기 시작하며 2014년부터 더페이스샵과 양강구도가 펼쳐지더니 2015년에는 영업이익을 넘어서면서 로드샵 1위 브랜드가 되었다. 같은 모회사인 에뛰드는 일찌감치 매출에서 따라잡은 상황. 괜찮은 제품력은 물론이고 아모레 마케팅의 승리라 할 수 있다. 특이하게 허브를 테마로 한 라인들을 출시하였고, 이를 넘어서 다양한 라인들을 선보이고 있다. 제주도 홍보대사라고 생각될 정도로 자 브랜드 화장품과 제주도의 관련성에 목숨을 건다(...) 최근 런칭된 라인에는 심지어 케이스에까지 돌하르방을 집어넣었다! 제주성애자 제주스프리 브랜드가 섬 이름이라 그런가 보다

이니스프리라는 이름은 윌리엄 버틀러 예이츠의 시에 나오는 섬 이름(Innesfree)에서 따왔다. 브랜드계의 미다스의 손이라 불리는 손혜원이 브랜드 이름 작명부터 이미지 메이킹까지 총괄하였다고 한다.

기업개요

AMOREPACIFIC

우리만이 창조할 수 있는 아름다움으로 새로운 미(美)의 역사를 써 내려가며, 더 아름다운 세상을 향한 원대한 여정을 이어가고 있습니다.

동사는 화장품의 제조 및 판매, 생활용품의 제조 및 판매, 식품(녹차류, 건강기능식품 포함)의 제조, 가공 및 판매사업을 영위하며, 화장품과 MCandS(Mass Cosmetic and Sulloc)사업부문으로 구분

화장품사업에서 럭셔리 사업부는 차별화된 브랜드 역량을 바탕으로 럭셔리 시장을 선도하는 한편 신수요를 발굴하기 위해 노력하였으며, 면세점 경로는 외국인 관광객 증가 및 온라인과 글로벌 면세 확장으로 성장세를 이어감

프리미엄 사업부는 혁신적인 신제품과 차별화된 디지털 마케팅 활동을 바탕으로 젊은 고객층을 확대하였으며, 매스 사업부는 브랜드 및 제품의 프리미엄화와 유통 채널 다변화에 집중하였음

오설록 사업부는 오설록 삼다연 삼(杉) 병차가 2016년 시즈오카 세계 녹차 콘테스트에서 금상을 수상, 녹차 우전이 2016 북미 차 챔피언십 덕음차 부문 1등을 차지하는 등 글로벌 명차 브랜드로 위상을 높이고 있음

소명 (Our Vocation) : 우리는 아름다움으로 세상을 변화시킵니다.

Service to Humanity
인류봉사

아름답고 건강하게 살고자 하는 인류의 영원한 꿈을 실현합니다.
Respecting for Individuals
인간존중

서로의 다양성을 존중하고 일을 통해 성장할 수 있도록 돕습니다.
Creating the Future
미래창조

내면과 외면이 조화를 이루는 아름다움으로 미의 영역을 혁신합니다.
세상은 우리를
Asian Beauty Creator로 기억할 것입니다.

가치 (Our Value) : 우리가 반드시 품고 있어야 하는 특성이자 덕목입니다.

Openness 개방
세상을 향해 우리의 생각과 마음을 활짝 엽니다.

Integrity 정직
모든 일에 진심을 다합니다.

Innovation 혁신
끊임없이 새로운 방법을 찾아나갑니다.

Proximity 친밀
고객의 마음을 헤아리고 늘 그 곁에 있습니다.

Challenge 도전
안주하지 않고 한계를 뛰어 넘습니다.

AMOREPACIFIC History

현재	2015 포브스, 100대 혁신기업에 아모레퍼시픽 선정 Ranked by Forbes.
	2014 중국 생산 연구 물류 통합 허브 상하이 뷰티사업장 준공 Amorepacific further invests in Shanghai.
	상하이 뷰티사업장
	2013 원대한 기업(Great Global Brand Company)
	2020 비전 선포 Amorepacific announces its 2020 vision.

	<p>2013 화장품에 대한 불필요한 동물실험 금지 선언 Amorepacific declares a ban on unnecessary animal testing for cosmetics.</p> <p>2012 통합 생산 물류기지 뷰티사업장 준공 (오산) Osan Beauty Campus opens.</p> <p>2010 기술연구원 제2연구동 미지움 건립 MIZIUM, the second complex of R&D center, is established. 기술연구원 제2연구동 미지움 2010 국내 화장품업계 최초 다우존스지속가능경영지수 (DJSI) 편입 Cherishing sustainability, Amorepacific joins hands with DJSI. Member of dow jones sustainability indices In collaboration with RobecoSAM 2010 아리따운 구매 시작 Initiated Beautiful Fair Trade, a unique raw materials procurement program.</p>
2000	<p>2009 자연, 사람, 기업의 아름다운 공존을 추구하는 '지속가능경영' 비전 선포 Amorepacific announces Sustainable Management Commitment. 에어쿠션</p> <p>2008 최초의 쿠션 화장품 아이오페 에어쿠션 (Air Cushion®) 출시 Creation of revolutionary the Cushion Compact. 아이오페 에어쿠션 최초 구상도</p> <p>2008 AP Way 선포 (소명, 가치, 믿음) Amorepacific announces “AP Way.” AP Way 선포식 메이크업 유어 라이프 캠페인</p> <p>2008 여성 암환자 자존감 회복을 위한 메이크업 유어 라이프 캠페인 (Makeup Your Life) 시작 Launch of the “Makeup Your Life” campaign.</p> <p>2007 국내 화장품업계 최초 유엔글로벌콤팩트(UNGC) 가입 Amorepacific joins the UN Global Compact. UNGC 가입</p> <p>2006 아모레퍼시픽그룹 지주회사 체제 출범 Initiation of holding company Amorepacific Group. 2006 아시안 뷰티 크리에이터 (Asian Beauty Creator) 소명 선포</p>

	<p>The “Asian Beauty Creator” mission is named.</p> <p>아모레퍼시픽 심볼</p> <p>아모레퍼시픽 희망가게</p> <p>2003</p> <p>서성한 선대회장의 아름다운 세상 기금 조성 (저소득 한부모 여성 가장을 위한 희망가게 지원)</p> <p>Beautiful World Fund for Heemang Store is established.</p> <p>2002</p> <p>‘아모레퍼시픽(AMOREPACIFIC)’</p> <p>으로 사명 변경</p> <p>The company’s name changes to Amorepacific.</p> <p>2001</p> <p>국내 최초 차 박물관 오설록 뮤지엄 개관</p> <p>(현 오설록 티뮤지엄)</p> <p>Opening of Osulloc Tea Museum.</p> <p>2000</p> <p>한국유방건강재단 설립 및</p> <p>유방 건강 의식 향상을 위한</p> <p>핑크리본캠페인 실시</p> <p>Korea Breast Cancer Foundation is established.</p> <p>핑크리본캠페인</p> <p>2000</p> <p>자연주의 브랜드 이니스프리 출시</p> <p>Innisfree, one of the company’s Global Champion Brands, launches.</p> <p>이니스프리</p>
1990	<p>1997</p> <p>한방화장품 브랜드 설화수 출시</p> <p>Sulwhasoo, one of the company’s Global Champion Brands, the brand launches.</p> <p>1995</p> <p>에뛰드하우스 출시</p> <p>Etude House, one of the company’s Global Champion Brands, launches.</p> <p>에뛰드하우스 디어 마이 블루밍 립스 톡 쉬폰</p> <p>1994</p> <p>라네즈 출시</p> <p>Laneige, one of the company’s Global Champion Brands, launches.</p> <p>1993</p> <p>(주)태평양으로 상호 변경</p> <p>The company name changes to Taepyeongyang(Pacific) Co., Ltd.</p> <p>주식회사태평양 CI</p> <p>1993</p> <p>무한 책임주의 선언</p> <p>(서비스, 품질, 환경)</p> <p>The company’s customer-focused “Unlimited Liability” campaign introduced.</p> <p>태평양 49년 무한책임주의 1년. 해온 일보다 해야할 일을 생각합니다.</p> <p>경영이념</p> <p>1992</p>

	<p>경영 이념 ‘인류봉사, 인간존중, 미래창조’ 선포 Amorepacific’s Management Philosophy is issued.</p> <p>1992</p> <p>중국 지사 설립 Amorepacific expands into China.</p> <p>심양태평양 보암화장품 유한공사 계약식</p> <p>1992</p> <p>태평양중앙연구소 건립 (현, 기술연구원 제1연구동 성지관) Opening of Research Institute.</p> <p>태평양중앙연구소</p> <p>1991</p> <p>마몽드 출시 Mamonde, one of the company’s Global Champion Brands, launches.</p> <p>1990</p> <p>프랑스 현지법인 설립 및 사르트르 공장 준공 Amorepacific’s first European factory opens.</p> <p>프랑스 현지법인 설립 Pacific Group - Parfums Beaute de SUH 외관</p>
1980	<p>1989</p> <p>세계 최초 녹차 화장품 미로 출시 Miro brand launches.</p> <p>미로 녹차화장품</p> <p>1982</p> <p>태평양복지재단 설립 (현 아모레퍼시픽복지재단) Pacific Welfare Foundation is established.</p> <p>사단복지법인 아모레퍼시픽복지재단(Amorepacific Welfare Foundation) 로고</p>
1970	<p>1979</p> <p>서성환 전대회장 녹차 사업 공표 및 제주 녹차밭 개간 Green tea farms in Jeju Island are cultivated as key beauty ingredient source.</p> <p>1979</p> <p>아시아 최초의 화장품·장신구 박물관인 태평양 화장사관 개관 (현 아모레퍼시픽 미술관) Museum of Cosmetics History opens for the first time in Asia.</p> <p>태평양화장사관 전경</p> <p>1973</p> <p>태평양장학문화재단 설립 (현 아모레퍼시픽재단) Pacific Scholarship and Cultural Foundation is established.</p> <p>장학재단 논문집</p> <p>오 마이 러브 캠페인 행사</p> <p>1971</p> <p>국내 최초의 메이크업 캠페인</p>

	<p>오 마이 러브(Oh My Love) 전개 Amorepacific develops Korea's first makeup campaign.</p>
1960	<p>1966 세계 최초 한방 화장품 ABC인삼크림 (ABC Ginseng Cream) 출시 Creation of ABC Ginseng Cream, the secret ingredient to propel the company into infamy. ABC인삼크림</p> <p>1964 한국 최초로 화장품 수출 Oscar cosmetics created and exported. 한국 최초 화장품 수출 오스카</p> <p>1964 방문 판매 전용 아모레(Amore) 브랜드 출시 및 방문판매제도 도입 Launch of Amore brand and establishes women entrepreneurship program. 방문판매원</p> <p>1962 국내 최대 화장품 자동화 시설 영등포공장 준공 Yeondeungpo automated factory is opened to support and spearhead mass manufacturing. 영등포공장</p> <p>1961 국내 최초 미용상담실 개설 Helps define and create beauty through opening Beauty Counseling Center. 미용상담실 서성환 선대회장 해외시찰</p> <p>1960 창업자 서성환 선대회장 해외 장업계 시찰 Suh Sungwhan expands horizons after visit to European cosmetic markets.</p>
1950	<p>1958 국내 최초 월간 미용 정보지 화장계 창간 Hwajanggye, the first beauty magazine, is published by the company. 화장계</p> <p>1958 아시아 최초로 유럽의 최신 설비 에어스푼 도입 Installation of new advanced equipment developed with Germany. 에어스푼 화장품 연구실</p> <p>1954 한국 최초 화장품 연구실 개설 Amorepacific builds first cosmetic research laboratory for in-house R&D.</p> <p>1951 국내 최초 순식물성 ABC포마드발매 ABC Pomade is developed specifically for men.</p>
1940	<p>1948 최초 브랜드 제품 메로디크림 발매</p>

	<p>Launch of the company's first brand product Melody Cream.</p> <p>1945</p> <p>태평양화학공업사 창립</p> <p>From the camellia hair oil's success, a new company emerges.</p>
1930	<p>1932</p> <p>윤독정 여사 (창업자 서성환 선대회장의 어머니)</p> <p>화장품 제조, 판매 시작</p> <p>Amorepacific's humble beginnings start with its artisanal camellia hair oil.</p>

BRAND HISTORY

이니스프리, 깨끗한 제주를 담다

2016	베트남 진출
1조 매출 돌파	
중국 플레이 그린 페스티벌	
2015	
이니스프리 탄생 15주년	
태국 진출	
상해 플래그십 스토어 OPEN	
2014	
플레이 그린 페스티벌	
대만, 말레이시아 진출	
중국 100호 매장 돌파	
2013	
제주하우스 브랜드 체험관 OPEN	
내몽고 나무 심기 캠페인	
홍콩, 싱가포르, 인도 진출	
2012	
그린 프라미스 선포	
Fresh Product 출시	
꽃자왈 공유화 재단 후원	
글로벌 진출 1호점 중국 상해 난징시루점 오픈	
포레스트포맨 라인 출시	
2011	
클린 제주 캠페인 시작	
에코 사이언스 라인 출시	
2010	
이니스프리 탄생 10주년	
'Natural Benefits from JEJU' 브랜드 슬로건 정립	
더 그린티 씨드 세럼 출시	
제주 화산송이 라인 출시	
마이 그린티 투어	
에코 손수건 캠페인	
명동 플래그십 스토어 OPEN	
그린 크리스마스 캠페인	

2010~현재

2000	2009
	제주 올레길 후원 시작
	2008
	제주 녹차 그린티 라인 출시
	2007
	로드샵 100호점 OPEN
	2006
	올리브 라인 출시
	2005
	단독 브랜드 로드샵 OPEN
	2003
	공병 수거 캠페인 시작
	2000
	국내 최초 자연주의 브랜드 이니스프리 탄생

깨끗한 자연과 건강한 아름다움이
 행복하게 공존하는 깨끗한 섬,
 이니스프리

이니스프리는 깨끗한 섬이 주는 자연의 혜택을 담아
 고객에게 건강한 아름다움을 선사하고,
 건강함을 지키기 위해 친환경 그린 라이프를 실천하는
 자연주의 브랜드입니다.

CI

아모레퍼시픽의 핵심 가치와 역사를 시각적으로 표현하고 있는 디자인 자산입니다.



SYMBOL

Innisfree (주)이니스프리

<목차>

1. 기업개요

이니스프리(Innisfree)는 아모레 퍼시픽에서 출시된 대한민국의 화장품 브랜드.(출처 위키백과)
자연주의 화장품 브랜드 / 스킨, 헤어, 바디케어, 메이크업 등 화장품 제작 및 도·소매업체



* 그린에너지 제주와 함께하는 이니스프리 / JEJU HERITAGE OF INNISFREE

- 제주...맑고 신선한 공기 부드럽고 따스한 햇살, 비옥하고 건강한 토양 그리고 순수한 물
자연과 피부가 함께 설 수 있는 공간, 이니스프리가 만들어 갑니다.

- 깨끗한 자연의 4대 에너지가 숨쉬는 제주는 이니스프리가 고객 여러분께 드리고자 하는 정직하고
순수한 아름다움이 가득 담겨있습니다. 깨끗한 제주의 그린에너지를 맘껏 누릴 수 있도록
자연과 피부가 함께 설 수 있는 공간 이니스프리가 만들어 갑니다.

- 숲, 대지, 바다 등 모든 자연의 순수함을 간직한 제주에서 나는 좋은 재료로 제품을 만듭니다.
그렇기에 한국은 물론 아시아 각국의 고객들에게 큰 신뢰와 사랑을 받고 있습니다.

#1 제주 무농약 녹차밭 정직한 원료의 시작

- 3년간 제주도 장원 서광다원에서 유기 토양을 먹고
자란 건강한 무농약 녹차

#2 제주 동백마을과 비자마을 공정무역 이니스프리의 착한 나눔 실천

- 공정무역 공정구매

#3 꽃자왈, 제주의 비밀스러운 깨끗한 숲

- 자연의 신비를 보존하는 환경 지킴이 / 제주 꽃자왈



<자연과 하나되는 공간 이니스프리 제주하우스>

- 이니스프리 제주하우스는 제주 자연 속에서 오감을 만족시
키는 다양한 체험과 제주 자연의 편안한 휴식을 즐길 수 있는
브랜드 체험관입니다. 제주에서 얻은 좋은 원료로 만든 에코

화장품과 오가닉 요리등 오직 제주에서만 느낄 수 있는 다양한 즐거움이 있습니다. 복잡한 일상을 벗어나 자연 속에서 소중한 휴식을 누릴 수 있는 곳 입니다.

2. 연혁

- 2000년 : 국내 최초 자연주의 브랜드 이니스프리 탄생
- 2003년 : 공병 수거 캠페인 시작
- 2005년 : 단독 브랜드 로드샵 OPEN
- 2006년 : 올리브라인 출시
- 2007년 : 로드샵 100호점 OPEN
- 2008년 : 제주 녹차 그린티 라인 출시
- 2009년 : 제주 올레길 후원 시작
- 2010년 : 이니스프리 탄생 10주년

'Natural Benefits from JEJU' 브랜드 슬로건 정립

더 그린티 씨드 세럼 출시, 제주 화산송이 라인 출시, 마이 그린티 투어, 에코 손수건 캠페인

명동 플래그십 스토어 OPEN, 그린 크리스마스 캠페인

- 2011년 : 클린 제주 캠페인 시작 / 에코 사이언스 라인 출시
- 2012년 : 그린 프라미스 선포, Fresh Product 출시, 꽃자왈 공유화 재단 후원
글로벌 진출 1호점 중국 상해 난징시루점 오픈, 포레스트포맨 라인 출시
- 2013년 : 제주하우스 브랜드 체험관 OPEN, 내몽고 나무 심기 캠페인 / 홍콩, 싱가포르, 인도 진출
- 2014년 : 플레이 그린 페스티벌 / 대만, 말레이시아 진출, 중국 100호 매장 돌파
- 2015년 : 이니스프리 탄생 15주년, 태국 진출, 상해 플래그십 스토어 OPEN
- 2016년 : 베트남 진출, 1조 매출 돌파, 중국 플레이 그린 페스티벌



‘Asian Beauty Creator’의 의미를 나타내는 ABC마크는 역사와 전통을 담고 있으며, 하트모양에 엄지 손가락을 세우고 있는 모습으로 보여 ‘아름다움과 사랑의 으뜸’을 뜻하기도 합니다.

BRAND CONCEPT

이니스프리, 깨끗한 제주를 담다

이니스프리 심볼

깨끗한 섬의 원료를 찾고 믿을 수 있는 연구 개발을 통해건강한 아름다움을 친환경 용기에 담고자 하는 이니스프리의 마음입니다.



INNISFREE'S

이니스프리의 5가지 약속



1. 믿을 수 있는 천연원료를 통해 건강한 아름다움을 추구합니다.
2. 다양하고 좋은 품질의 제품을 합리적인 가격으로 제공하여 착한 소비를 추구합니다.
3. 자연의 혜택을 담은 친환경 그린 디자인을 지속 확대합니다.
4. 자연의 건강함을 지키기 위해 친환경 그린 라이프를 실천합니다.
5. 깨끗한 자연의 다채로움을 담아 오감이 즐거워지는 체험을 전해드립니다.

주력 제품

기존의 유명한 라인, 시즌별 리뉴얼되거나 새로 나오는 신제품 두 종류로 나뉜다. 후자의 신제품 중 인기 라인은 기존의 유명한 라인에 편입되어 단종되지 않으나, 안 팔리는 신제품은 다시 만날 기회가 없다.

기초군은 올리브 리얼 라인, 그린티 라인, 동백 라인 보습 제품(2012년 이후 단종), 화산송이 모공 토너와 그린티 시드 세럼 등이 있다. 주름 기능성으로는 링클 스팟 에센스가 꽤 쓸만하다.

메이크업군은 피팅 파운데이션, 미네랄 파우더 & 팩트, 이니스브릴이라 불리는 하이라이터 등이 유명하다. 로즈 마블 링 하이라이터는 아주 없어서 못 팔고, 노세범 미네랄 파우더는 지성들의 빛과 소금 같은 존재로 단숨에 부상해 팩트 형태로도 출시되었다. 팩군은 화산송이 모공 팩과 올리브 히팅 마사지 팩 등이 있다. 클렌징군은 애플쥬이시 클렌징 오일 등이 있다.

2011년 10월에는 유채꿀 라인을 런칭했고, 2012년 2월에는 봄철 미백을 겨냥한 감귤피를 테마로 한 화이트C 라인을 출시했다. 이 때 나온 두 줄 짜리 에센스가 로레알 파리의 에센스 제품 카피라는 혐의가 상당히 짙다.

그린티 라인

이니스프리하면 떠오르는 대표적인 라인. 기본적으로 정제수(물)을 베이스로 하고 있는 제품이 아니라, 그린티, 즉 녹차 추출물을 베이스로 하고 있는 제품이다. 이니스프리 제품 특성상 순한 데다가 향기도 산뜻하다. 현재 이니스프리에서 가장 많이 팔리는 제품 중 상당수가 이 라인업에 속해있다. 워낙 잘 팔리다보니, 기본적으로 중성적 피부를 위한 밸런싱 라인부터 지성 피부들을 위한 프레시 라인, 건성 피부들을 위한 모이스처 라인으로 세부적으로 나뉘며, 크림 종류만 3종류가 포함된 씨드(씨앗) 라인까지 있다. 그외 잡다한 미스트까지 꾸준히 팔리는 편이어서 이니스프리엔 최고의 효자 품목. 이니스프리의 멤버십의 최고 레벨 단계 이름도 '그린티클럽' 일 정도이다.

- 그린티 프레시 스킨 200ml 14000
- 그린티 프레시 에센스 50ml 16000
- 그린티 프레시 크림 50ml 15000
- 그린티 프레시 클렌징 오일 150ml 18000
- 그린티 모이스처 스킨 200ml 14000
- 그린티 모이스처 에센스 50ml 16000
- 그린티 모이스처 크림 50ml 15000
- 그린티 모이스처 클렌징 오일 150ml 18000
- 그린티 밸런싱 스킨 200ml 14000
- 그린티 밸런싱 스킨 10ml 1000
- 그린티 밸런싱 로션 160ml 14000
- 그린티 밸런싱 로션 10ml 1000
- 그린티 밸런싱 크림 50ml 15000
- 그린티 밸런싱 크림 5ml 1500
- 그린티 밸런싱 크림 (온라인 전용 대용량) 100ml 25000
- 그린티 밸런싱 클렌징 오일 150ml 18000
- 더 그린티 씨드 세럼 80ml 22000
- 더 그린티 씨드 세럼 5ml 1500
- 더 그린티 씨드 아이크림 30ml 20000
- 더 그린티 씨드 크림 50ml 20000
- 더 그린티 씨드 크림 5ml 1500
- 더 그린티 씨드 딥 크림 50ml 22000
- 더 그린티 씨드 오일 30ml 35000
- 그린티 미네랄 미스트 150ml 11000
- 그린티 미네랄 미스트 50ml 5000
- 그린티 미스트(안개) 120ml 14000
- 그린티 클렌징 워터 300ml 12000
- 그린티 클렌징바 7000
- 그린티 슬리핑팩 80ml 13000
- 그린티 퓨어 바디 클렌저 300ml 10000
- 그린티 퓨어 바디 스크럽 150ml 8000
- 그린티 퓨어 바디로션 300ml 12000
- 그린티 퓨어 젤 핸드크림 50ml 6000
- 그린티 민트 스칼프 스케일러 25ml*3
- 그린티 민트 샴푸 300ml 7000
- 그린티 민트 스칼프 컨디셔너 200ml 8000



innisfree



그린티 민트 스칼프 토닉 에센스 100ml

그린티 라인업 중에서도 베스트 오브 베스트는 그린티 씨드 세럼. 이니스프리에서 에센스 품목 뿐만이 아니라, 전 품목을 통틀어서 가장 많이 팔리는 제품이다. 가격은 2만2천원에 80ml로 다른 에센스 제형의 제품들 중에서도 가격 대비 성능이 아주 좋은 편이다.

기타제품

화산송이 워시오프 팩, 클렌저

제주 용암송이를 컨셉으로 잡고 나온 제품이며, 주요 기능은 모공 조임에 있겠다. 그린티 씨드 세럼과 더불어서 가장 많이 팔리는 제품이며, 이니스프리에서 출시한 팩류의 제품들 중에서 이 화산송이 팩을 제외하면 치킨 없는 치킨 박스이다. 뷰티 관련 잡지를 보면 가끔 나오기도 하며, 화산송이 팩이 인기가 많다보니 기초 라인까지 출시되었는데, 팩에 비해서 상대적으로 인기는 많지 않은 것으로 보인다.

화산송이 클렌저 또한 이니스프리에서 가장 많이 팔리는 폼 클렌저.

innisfree



슈퍼푸드 라인

기존에 심플하던 디자인에 심플함을 더한 패키지 결과물. 다만 실 구매시 사진처럼 짝짝 채워져 있지 않다.

'느리지만, 더 좋게', 'EWG 그린등급', '천연 에센셜 오일'을 표방한 대규모 저가 라인업. 브로콜리 - 레드비트 - 블루베리 - 케일 - 오트 이렇게 다섯가지 종류로 출시되었으며, 2016년 6월에 남성 라인으로 블랙베리 라인이 추가된다.

이니스프리가 추구하는 다섯가지 약속 중 믿을 수 있는 천연 원료[6], 합리적인 가격을 제공하는 착한 소비 추구에 가장 부합하는 제품이라고 볼 수 있겠다. 클렌징 계열 100ml 5000원, 토너 계열 150ml 8000원, 모이스처라이저 계열 8000원으로 양은 조금 적지만 확실히 저렴한 편이다. 애초에 저가 라인업이라서, 한 달에 한 번 하는 멤버십데이 할인 품목에는 제외된다. EWG 등급 1~2단계의 성분으로만 구성되어 있어 순하다는 느낌을 받기 쉬운데 이 라인의 모든 토너는 에탄올이 듬뿍포함되어 있다. 물론 에탄올이 포함된 토너는 굉장히 흔하지만 에탄올에 자극을 느끼는 사람은 주의하도록 하자. 참고로 오트라인은 크림과 로션만 영유아도 사용 가능하다. 6월부터 블루베리 토너는 리뉴얼돼서 에탄올이 제외됐다.

런칭하자마자 이니스프리가 굉장히 푸쉬하는 것으로 보이는 라인인데, 제품 수도 굉장히 많고 출시된 지 얼마 되지 않

아 새롭게 블랙베리 라인을 추가하고 선크림, 앰플 등을 내놓는 중. 한 라인만 구입해서 쓰지 말고 그날 그날 피부 상태에 따라 다른 제품을 적용하라고 소개하고 있다.



비자 라인

여드름 같은 피부 트러블이 심한 피부를 위한 라인업이다. 피부 보호력을 지닌 비자 오일을 베이스로 하고 있으며, 라인업은 클렌징 젤, 웨이셜 폼, 스킨, 로션, 에센스, 스팟 패치, 스팟 클리어 등 총 8가지 제품으로 이루어져 있다. 비자 트러블 로션의 경우 용량이 100ml로 보통 용량이 150ml~160ml 정도인 이니스프리의 다른 라인업의 로션들보다 양이 적다. 또 트러블성 피부를 위한 라인업이다 보니 유분감이 적다는 특징도 있으며, 폼클렌징이나 스킨의 경우 사용시 향이 알코올 혹은 박하향과 비슷한 향이 난다고 하니 호불호가 갈리는 편이다.

- 비자 트러블 스킨 200ml 15000원
- 비자 트러블 로션 100ml 13000원
- 비자 트러블 스팟 에센스 15ml 15000원
- 비자 트러블 클렌징 젤 150ml 12000원
- 비자 트러블 웨이셜 폼 150ml 8000원
- 비자 시카 밤 40ml 22000원
- 비자 트러블 스팟 패치 2500원

비자 트러블 클리어 스틱 + 패치 9000원



용암해수 라인

녹차잎수, 탄산수 등에 이은 또하나의 정제수 이외의 베이스.
용암해수!



경쟁사 분석

MISSHA



타임 레볼루션 더 퍼스트 트리트먼트 에센스

퍼스트 트리트먼트 에센스'는 발효 효모액이 80% 함유된 부스터 겸용 에센스로 지난 2011년 10월 출시 후 2년 10개월만에 판매량 300만명을 넘어섰다. 앞서 1년 10개월간 200만병이 판매됐었다. 불과 1년만에 100만병이 넘게 판매된 것이다. 이 제품은 출시 당시 SK2 피테라에센스의 미투제품으로 유명했다.

OLIVE  YOUNG



키스미 히로인 롱앤컬 마스카라

바르면 바를수록 길어진다! 5mm 긴 섬유질 함유로 밤까지 지속되는 글러머러스한 컬링을 선사합니다 -속눈썹 영양제 성분함유로 건강하고 아름다운 눈썹 연출 -처음 바른 상태 그대로 속눈썹을 짹 잡아주는자물쇠 마스카라 -히로인 메이크 사상 가장 긴 5mm 섬유질 함유


ETUDE
HOUSE

◆ ETUDE HOUSE ◆



진주알 맑은 비비크림 코튼 핏

진주 추출물로 화사하게 그리고 매끄러운 피부표현을하고

확실한 피팅력으로 메이크업을 지속시키며

피부톤과 잡티 커버력을 가진

에뛰드 진주알 맑은 BB크림 코튼 핏으로

올 봄 2013년 핫 트렌드 메이크업 해보세요!!!



아리따움
모디 네일 컬러 젤

모디 네일 컬러 젤

다이아몬드와 같은 광택과 젤 특유의 도톰한 질감이 특징이며 젤 네일 시술 후 긴 건조 시간 없이 빠르게 완성되기 때문에 찍힘이나 표면 긁힘 없이 2주 이상 오랜 시간 유지가 가능하다.



치아씨드 피지잡는 수분 크림

핵심성분인 '수분씨앗(치아씨)'은 자기 무게의 약 10배 이상의 물을 흡수하는 강력한 수분 보유력이 특징이다. 또 '코튼씨앗(목화씨)' 성분이 과잉 피지 생성을 억제하고 피지를 흡착한다.

치아씨드 피지 잡는 수분크림은 제조과정 중에 열을 가하지 않는 저탄소 친환경 공법을 적용해 원료의 효능 성분은 유지하면서도 이산화탄소 배출을 최소화한 제품이다.

그 밖에도 7無첨가(파라벤, 벤조페논, 인공색소, 설페이트, 광물유, 동물성원료, 트리에탄올아민 無첨가) 안심처방을 통해 자극 없이 사용할 수 있다.



블랙슈가 퍼펙트 첫세럼 2X(120ml, 2만4000원)'는 기존 제품에 비해 블랙슈가 추출물을 2배, 약술로도 잘 알려진 청주(淸酒)와 블랙슈가를 숙성시킨 Bio-Tone up™ 성분을 더해 각질관리, 미백, 주름개선, 수분공급, 피부톤 개선 등에 도움을 주는 제품이다.



순수광채 씨씨 크림

메이크업 기능 외에도 미백, 주름개선, 자외선 차단까지 가능한 3중 기능성 제품으로, 바르는 순간 컬러 캡슐이 내 피부 톤에 맞게 컬러 체인지(CC=Color Change)된다.

매끄럽고 촉촉한 피부 결을 만들어줘 일명 반전 크림이라고도 불리는 '토니모리 루미너스 순수광채 CC크림'



NATURE REPUBLIC

수딩 앤 모이스처 알로에베라 92 수딩젤



네이처리퍼블릭 ‘수딩 앤 모이스처 알로에베라 92% 수딩젤’은 캘리포니아 CCOF 인증을 받은 유기농 알로에를 사용해 마일드하고 촉촉하게 전신에 사용 가능한 멀티 수딩젤이다. 피부 진정 효과가 뛰어난 알로에베라잎 추출물이 함유돼 끈적임 없이 피부에 빠르게 흡수된다.



젬 미라클 블랙펠 오투 버블 마스크

해외 소비자들에게 인기 있는 품목으로는 베스트셀러 하라케케라인과 함께 스테디셀러로 국내외 꾸준한 인기를 끌고 있는 '젬 미라클 블랙펠 오투 버블 마스크'가 있다. 이 두 제품은 해외에서도 재구매율이 높은 품목으로 뽑힌다.

It'S SKIN

프레스티지 크림 데스까르고



전 세계 6초에 하나 판매,

브랜드샵 최초 달팽이크림, 2014 몽드셀렉션 최고금상 수상

▶ 경쟁사 분석

1. 올리브영



모공은 흑, 잡아주고
피지는 쏘~옥 빼주는진짜 슈렉팩



브라이트닝과 쿨링감을 한번에
놀라운 쿵푸팬더 화이트 팩
브라이트닝 / 청정 모공 / 모공 타이트
라이스 추출물이 함유되어 쿵푸팬더와 같이
뽀얀 얼굴로 가꿔주는 워시오프 마스크

2. 에뛰드 하우스



디어달링 워터젤 틴트
촉촉하고 선명하게 물드는 워터젤 틴트

3. 아리따움 모노 아이즈

Mono Eyes

다양한 컬러와 텍스처로 구성된 트렌디 아이 컬러



4. 미샤

<p>피부까지 개선되는 진짜 펠링젤</p> <p>갈끔한 젤 타입</p> <p>펠링강도 ★★★★★</p>	<p>연약한 피부도 OK! 마일드한 펠링젤</p> <p>마일드한 에센스 젤 타입</p> <p>펠링강도 ★★★★</p>	<p>젖은 얼굴에도 OK! 버블로 초간편 펠링</p> <p>촉촉한 산소 버블 타입</p> <p>펠링강도 ★★★</p>
--	--	--

5. 더페이스샵



망고씨드

천연 식물성 망고씨드 버터와 망고 추출물을 함유,
피부의 보습을 충분히 채워 매끄럽고
윤기 있는 실크보습 피부로 바꾸어줍니다.
유전자 변형을 하지 않은 망고씨드를 사용하여
자연의 신선한 효능을 피부에 그대로 전해줍니다.

[제품 보러 가기](#)

6. 스킨푸드

7. 토니모리



210g

FEATURES

Black Sugar Perfect Essential Scrub 2X

블랙슈가 퍼펙트 에센셜 스크럽 2X

후석하고 칙칙한 피부 SOS!

각질 제거 + 피부결 개선 + 혈액 개선 + 보습 + 맑은 피부 5 in 1 맑은 청주와 촉촉한 블랙슈가의 만남으로 "매끈 맑은결" 완성!

5가지 효과를 한번에 누릴 수 있는 멀티 스크럽으로 피부 컨디션을 올려주고 보드랍고 매끈한 아기 피부처럼 가꾸어 주는 동안 스크럽

* 블랙슈가 마스크 워시오프의 2배 이상 대용량!

* 블랙슈가 마스크 워시오프 대비 고운 입자감



history

2016

2015

1월 2X퍼스트에센스 출시

슈어 뷰티어워드-셀링 파워 브랜드 대상 수상
2015 & 어워드 디지털 광고 부문 WINNER 수상
(TONYMOLY 메이크업 컬렉션 The Stage 편)

2월 2X퍼스트에센스 매출액 최단기 10억 돌파

중국 상해 플래그십 스토어 직영 1호점 오픈

3월 스페인 마드리드, 사라고사 브랜드 단독상 오픈

4월 토니모리 한국화장품 브랜드샵 최초, 유럽 세포라 단독 진출

쎄시 케이뷰티 어워드 젤 아이라이너 부문
- 토니모리 백젤 아이라이너 1위 (10관왕 등극)

5월 프랑스 세포라 본사 초청 현지 프레스컨퍼런스 진행

세포라 유럽 본사, 프랑스 포함 총 15개국 825개 매장 입점
토니모리 10주년 프레스컨퍼런스 개최

9월 더 블랙티 런던 클래식 세럼 출시

1월 디지털조선일보 2015 소비자가 뽑은

가장 신뢰하는 브랜드 대상 '화장품 브랜드샵' 부문 수상

4월 2015 대한민국 글로벌리더 선정 - 글로벌 코스메틱 부문 수상

6월 국회 주관 우리 상품 세계 명품화 추진위원회 공동 주최

'2015년 글로벌 럭셔리 어워드' - TOP 브랜드 대상

7월 토니모리 미국 뉴욕 맨하탄 플래그십 스토어 오픈

8월 토니모리 미국 샌프란시스코 초대형 규모(약 70평) 단독매장 오픈

9월 얼투어 뷰티 어워드

BASE - CC크림 부문 워너

: 내추럴스 산양유 맑은 씨씨크림 01 퓨어밀크

LIP - 핑크 라퀴드 립 워너 '퍼펙트 립스 쇼킹립 01 핑크쇼킹'

LIP - 레드 립스틱 에디터스 픽 선정 '립글러 M05 레드벨벳'

동아일보 2015 한국의 최고경영인상 글로벌경영 부문 대상 수상

Brand identity



심볼마크

시대와 트렌드에 구애 받지 않고 토니모리만의 유틸리티와 센스로 트렌드를 리딩하는 매력을 담고 있는 심볼.

진정한 트렌드와 아름다움을 읽는 눈, 도시의 끊이지 않는 에너지를 상징하는 '원형'을 토니모리의 'T자'와 결합하여, 상상력을 자극하는 다양한 스토리와 뷰티 정보로 가득 채워진 도시의 모습을 모던하면서도 안정적인 형태의 심볼 마크로 완성하였다.

TONYMOLY



TONYMOLY

타이포그래피

브랜드 네임인 '토-니-모-리'는 비슷한 어감이 리듬감 있게 연결된 단어이다.

이 리듬감 있는 각각의 단어를 기하학적이고 유쾌한 느낌의 도형으로 재해석하였고 타이포그래피의 모티브로 차용하였다.

타이포그래피의 모티브를 바탕으로 토니모리를 구성하는 단어의 기본 도형을 도출하여 타이포그래피의 개발을 진행하였다.

브랜드 타이포그래피를 구성하는 기본 도형을 정중하면서도 깨끗한 느낌의 폰트 디자인으로 재구성하였고,

세련되고 도도한 느낌의 엷지 커팅으로 마무리 함으로써 어감의 독립성과 그래픽의 가독성, 주목도를 개선하였다.

이중 보습 및 72시간 보습 지속력 테스트 완료

아이슬란드 빙하수
밀착 보습으로 꽉 찬 새로운 수분크림

아이슬란드 퍼밍 수분크림

아이슬란드 빙하수 52.8% 함유

청태전을 한 피부로

주름개선 기능성 화장품




햇살, 바람, 자연이 4계절 빛은
자연 발효 녹차 청태전 수분 크림

따스한 남해의 자연이 빛은 발효 녹차

온화한 기후의 전라남도 장흥에서 자라는 아생 녹차를 4월 중순~6월 말 수확하여 1년 동안 자연 발효시킨 순도 100% 발효 녹차 '청태전'은 생녹차보다 우수한 항산화 & 수분 저장 효과를 전달하여 더 촉촉하고 더 건강한 피부로 바꾸어 줍니다.

EWG Green 100% 안심 처방

제품 성분의 안전도가 EWG 1~2등급에 해당하는 그린 등급 성분만을 엄선하여 민감하고 예민한 피부에도 순하게 적용합니다.

촉촉한 수분 젤 타입 크림

수분 가득 덮고 촉촉한 피부로 바꿔주는 수분 크림으로 피부에 매끄럽게 흡수되는 젤 타입 크림이 수분막을 형성하여 맑고 생기있는 피부로 바꾸어 줍니다.



9. 더샘

어반 에코 하라케케 프레쉬 토너
Urban Eco Harakeke Fresh Toner

뉴질랜드 하라케케 추출물의 맑고
순수한 보습 성분이 촉촉한 피부결로
정돈해 주는 산뜻한 토너

피부자극 테스트 완료

01 착하고 순한 보습. 뉴질랜드 하라케케 추출물 함유

원료 배합시 사용되는 물 대신 하라케케 추출물 91% 함유!
깊은 보습과 촉촉한 수분감을 피부 가득 전달해 줍니다

02 산뜻한 워터 타입으로 피부결 정돈과 수분 공급

청량한 워터 제형으로 모공을 수렴하고 불필요한 각질을 케어하며,
과도한 유분과 피지분비를 조절하여 유·수분의 균형을 잡아 줍니다

03 뉴질랜드 카렌둘라꽃 추출물과 마누카 꿀 함유

청정 뉴질랜드의 카렌둘라꽃 추출물과 마누카 꿀 성분이
피부를 차분하게 가꾸어 주고, 수분 보유력을 향상시켜 줍니다

04 자일리톨과 그린프로폴리스 추출물 함유

자작나무의 자일리톨 성분이 피부 베리어 강화로 수분 손실을 막아주고,
플라보노이드가 풍부한 그린프로폴리스로 피부의 힘을 키워 줍니다



10. 잇츠스킨

파워10 포뮬라 라인

POWER10 FORMULA LINE

그날 그날 당신의 피부에 필요한 고농축 에센스



▶ 미샤 추가

보랏빛 에너지로 달라지는
／ 탄력있고 건강한 피부 ／

나이트 리페어
보랏빛 앰플 3세대



TIME REVOLUTION

타임 레볼루션

경쟁사분석

기사참조

* 에뛰드하우스 베스트상품 - <http://www.kyeonggi.com/news/articleView.html?idxno=662784>

에뛰드하우스 로고분석



◆ ETUDE HOUSE ◆

소녀의 달콤한 꿈과 아름다운 세상을 향한 동경을 형상화.

1. Sweet star - 삶의 반짝이는 주인공이고픈 소녀의 꿈
2. Sweet heart - 세상을 향한 순수하고 아름다운마음과
진실된 사랑에 대한 동경
3. Sweet dream - 달콤한 상상이 가득한 꿈의 궁전 에뛰드로
이끌어줄 마법의 호박마차



아리따움 로고분석

아리따움 베스트상품 '모노아이즈'

<http://view.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2017040309495> 914624



기사참조 - 미샤 '슈퍼아쿠아 필링젤'

http://bntnews.hankyung.com/apps/news?popup=0&nid=05&c1=05&c2=05&c3=00&nkey=201109221137003&mode=sub_view



MISSHA 

