

เทรนด์เครื่องสำอาง Clean Beauty ในเกาหลีใต้

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาในหลายๆประเทศ เมื่อพูดถึงเครื่องสำอางแล้ว ผู้คนให้ความสนใจในเรื่อง Eco-friendly, organic, vegan กันมากขึ้น ซึ่งเทรนด์ต่างๆ ได้มารวมกันเป็นแนวคิดที่ครอบคลุมของ 'Clean Beauty' แนวคิดของ Clean Beauty เช่น การต่อต้านการทดลองในสัตว์ การไม่เติมสารที่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อมและสุขภาพ ตลอดจนแพ็คเกจที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมโดย Clean Beauty ได้เจาะกลุ่มเป้าหมายที่มีไลฟ์สไตล์เน้นด้านความยั่งยืน (Sustainable life style)



ตามมาตรฐานเครื่องสำอางออร์แกนิกและธรรมชาติที่เผยแพร่โดยกระทรวง ความปลอดภัยอาหารและยาของเกาหลี ในเดือนมกราคม 2564 กล่าวว่าผลิตภัณฑ์ Clean Beauty ต้องเป็นไปตามอย่างน้อยหนึ่งในสามคุณลักษณะ ได้แก่ ไม่มีส่วนผสมที่เป็นอันตรายใดๆ ไม่ทดลองกับสัตว์ (Animal friendly) และการใช้บรรจุภัณฑ์ที่รีไซเคิลได้หรือย่อยสลายได้ทางชีวภาพ โดยเทรนด์ Clean Beauty ได้กลายเป็นอีกหนึ่งประเด็นสำคัญ เมื่อพูดถึง K-beauty ซึ่งกระแสนี้ได้รับอิทธิพลมาจากคนรุ่น MZ ที่เกิดในปี 2523 - 2547 ซึ่งคิดเป็น 34% ของประเทศเกาหลี โดยคนกลุ่มนี้มักจะให้ความสำคัญกับการบริโภคอย่างคุ้มค่า (Value consumption) ซึ่งรสนิยมและความต้องการของคนกลุ่มนี้ได้กลายเป็นการบริโภคกระแสหลัก นอกจากนี้คนรุ่น MZ ยังใช้เสียงของตนเองในการแบนผลิตภัณฑ์ที่ผิดจรรยาบรรณและไม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ด้วยเหตุนี้ บริษัทเครื่องสำอางหลายแห่งในเกาหลีจึงเปิดตัวสินค้าในกลุ่ม Clean Beauty ของตนเอง และเปลี่ยนวัสดุบรรจุภัณฑ์เป็นวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม มากขึ้นเรื่อยๆ



AmorePacific's Enuf proj

นอกจากนี้ ยังได้รับการยืนยันทางสถิติที่จัดทำโดย Olive Young ในปี 2563 จากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคเพศหญิง 2,000 คน เกี่ยวกับปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง หากผลิตภัณฑ์นั้นอยู่ในระดับราคาเดียวกัน โดยสิ่งที่สำคัญที่สุดได้แก่ ส่วนผสม (71.1%) และการผลิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (48.3%) ตามลำดับ

3 องค์ประกอบในการเป็น Clean Beauty



ส่วนผสมที่ไม่เป็นอันตราย (Harm-free Ingredient)

ผลิตภัณฑ์ Clean Beauty ต้องไม่มีส่วนผสมที่เป็นอันตราย เช่น พาราเบน มิเนอรัลออยล์ น้ำหอมสังเคราะห์ ซัลเฟต ซิลิกา และสารประกอบอะลูมิเนียม ซึ่งมีการวิเคราะห์ว่าจุดเริ่มต้นของการไม่ใส่ส่วนผสมที่เป็นอันตราย เช่น พาราเบน เนื่องมาจากการศึกษาพบว่าเป็นสารที่ก่อให้เกิดมะเร็งเต้านม ซึ่งมีผลกระทบต่อผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับส่วนผสมเครื่องสำอาง โดยพาราเบนมักใช้เป็นส่วนผสมในเครื่องสำอางเพื่อทำหน้าที่เป็นสารกันบูด

เป็นมิตรกับสัตว์ (Animal Friendly)

การทดลองในสัตว์ ถือเป็นปัจจัยหนึ่งในการเลือกเครื่องสำอางในปัจจุบัน ผู้บริโภคส่วนใหญ่ไม่เห็นด้วยกับการทดสอบกับสัตว์ เนื่องจากการทดสอบในสัตว์เป็นการทดลองทางวิทยาศาสตร์ที่สัตว์ที่มีชีวิตถูกบังคับให้ต้องผ่านการทดลองที่มีแนวโน้มว่าจะทำให้เกิดความเจ็บปวดทุกข์ทรมานหรืออันตรายระยะยาว โดยการต่อต้านการทดลองกับสัตว์ ได้ถูกตั้งเป็นหัวข้อคำร้องแห่งชาติของสภาเกาหลีใต้เช่นกัน

บรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Eco friendly packaging)

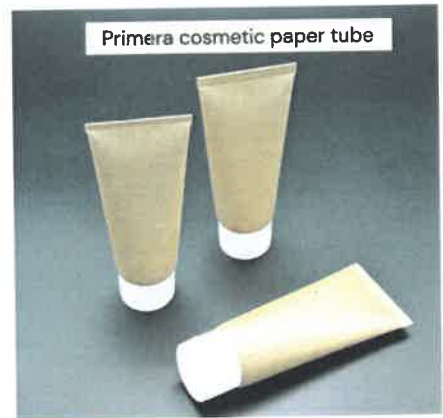
เมื่อเร็วๆ นี้ อุตสาหกรรมเครื่องสำอางยังคงโต้เถียงเกี่ยวกับบรรจุภัณฑ์พลาสติก แม้ว่ารัฐบาลจะแนะนำให้ใช้บรรจุภัณฑ์รีไซเคิลหรือบรรจุภัณฑ์ที่นำกลับมาใช้ใหม่ได้ หากแต่ก็มีปัญหามากมายในการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ แต่อุตสาหกรรมเครื่องสำอางยังคงเดินหน้าพยายามเปิดตัวผลิตภัณฑ์ Clean Beauty และใช้วัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยแบรนด์ชั้นนำต่างๆ ซึ่งรวมถึง Amore Pacific ก็กำลังเปิดตัวผลิตภัณฑ์ที่มีแพ็คเกจเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ตลาดสบู่อ่อนและเครื่องสำอางแบบรีฟิล



AmorePacific refill station

ก็กำลังขยายตัวเช่นกัน

บริษัท Amore Pacific ค่อยๆ เพิ่มจำนวนบรรจุภัณฑ์ที่ไม่มีบีเอ็มโลหะหรือมีฉลากที่สามารถถอดออกได้ง่ายเพื่ออำนวยความสะดวกในการรีไซเคิล ซึ่งทางบริษัทได้นำบรรจุภัณฑ์ที่ใช้วัสดุดิบจากพืช เช่น ข้าวโพดและอ้อยมาใช้มากขึ้น นอกจากนี้ การพัฒนาเทคโนโลยีบรรจุภัณฑ์กระดาษที่ลดปริมาณการใช้พลาสติก ยังเป็นหัวข้อที่ได้รับความสนใจในอุตสาหกรรมเครื่องสำอาง เนื่องจากสามารถลดปริมาณการใช้พลาสติกได้ถึง 70% เมื่อเทียบกับบรรจุภัณฑ์ที่มีอยู่ และใช้งานได้นานถึง 36 เดือน ซึ่งหลอดกระดาษที่พัฒนาแล้วจะถูกนำไปใช้กับผลิตภัณฑ์ของ Primera



แบรนด์เครื่องสำอางรายใหญ่ในเกาหลีอย่าง Amore Pacific ก็ได้ออกไลน์ผลิตภัณฑ์ Clean Beauty ในชื่อ 'Enough Project' ซึ่งเข้าวางขายที่ร้าน Olive Young และร้าน H&B ซึ่งเป็นร้านขายผลิตภัณฑ์เสริมความงามอันดับต้นๆ ในประเทศเกาหลี จะเห็นได้ว่าเมื่อการเติบโตของตลาด Clean Beauty เพิ่มขึ้น ไลน์ผลิตภัณฑ์ของแบรนด์ที่เกี่ยวข้องก็ขยายออกไปด้วยเช่นกัน

ตัวอย่างผลิตภัณฑ์

1. Innisfree ได้เปิดตัว Bija Trouble Skin Care Set ซึ่งเป็นชุดบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม โดยใช้แม่พิมพ์เยื่อกระดาษเพื่อลดขยะพลาสติก โดยแม่พิมพ์เยื่อกระดาษเป็นวัสดุที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมง่ายต่อการรีไซเคิล และย่อยสลายทางชีวภาพ ซึ่งวัสดุชนิดนี้ถูกทำขึ้นโดยการนำเยื่อกระดาษธรรมชาติมาดูดซับน้ำขึ้นรูปทรงที่ต้องการและทำให้แห้ง

Innisfree pulp mold packaging



2. Skinfood ได้เปิดตัว Carrot Carotene เป็น ผลิตภัณฑ์ vegan ไลน์แรก โดยทำจากแครอทปลอดสารกำจัดศัตรูพืชที่คัดสรรมาอย่างดี และได้รับการรับรองว่าเป็นสินค้าเกษตรอินทรีย์ในเกาหลี ซึ่งประกอบด้วย เบต้าแคโรทีนที่ได้จากน้ำมันเมล็ดแครอทมาใช้ในการปลอมประโลมผิวที่ระคายเคือง นอกจากนี้ ยังได้รับการรับรองส่วนผสมทั้งหมดแล้ว ทั้งโดย Vegan Society องค์กรมังสวิรัติของอังกฤษและ Korea Vegan Certification Institute ซึ่งเป็นหน่วยงานรับรองผลิตภัณฑ์มังสวิรัติแห่งแรกในเกาหลี



3. Aromatica ได้ออกสบู่ก้อน 4 ประเภทที่นำทั้งวัตถุดิบของผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์มาผลิตแบบ Upcycling ซึ่งในบรรดาสบู่ก้อนของ Aromatica มีลักษณะเด่นคือ การนำวัตถุดิบเช่น ต้นชาและโรสแมรี่ที่ผ่านการ Upcycling มาใช้ นอกจากนี้ แบรินด์ยังคงยึดหลัก Zero waste โดยการใช้บรรจุภัณฑ์จากกระดาษรีไซเคิลที่ผลิตจากกากอ้อยโดยไม่ต้องใช้ไม้



ช่องทางการจัดจำหน่าย

เมื่อความต้องการของผลิตภัณฑ์ Clean Beauty เพิ่มขึ้น อุตสาหกรรมเครื่องสำอางก็พัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อนำเข้าสู่ตลาดที่เกี่ยวข้องอย่างเข้มข้น โดยมีกระจายสินค้าทั้งช่องทาง offline และช่องทาง online

ยกตัวอย่าง ช่องทาง offline เช่น เมื่อเร็วๆ นี้ Olive Young ได้โปรโมท Clean Beauty ให้เป็นมูมพิเศษทั้งหน้าร้านและออนไลน์ โดย Olive Young ได้จำหน่ายผลิตภัณฑ์แบรนด์คลีนบิวตี้ต่างๆ มากมาย เช่น แบรินด์ Round Around และ Abib และทาง Olive young ตั้งเป้าหมายยอดขาย 1 แสนล้านบาท ในหมวด Clean Beauty ในปี 2564 อีกด้วย นอกจากนี้ Olive Young ซึ่งเป็นร้านเครื่องสำอางและยาอันดับ 1 ของเกาหลี ซึ่งมีสาขามากกว่า 1300 แห่งทั่วประเทศแล้ว ยังมี Lalavla มีทั้งหมด 140 สาขา และ LOHBS ซึ่งมีทั้งหมด 88 สาขาทั่วประเทศ เป็นต้น ที่นำ Clean Beauty มาจัดจำหน่าย

ยกตัวอย่าง ช่องทาง online กล่าวคือ ผลิตภัณฑ์ Clean Beauty ได้เข้าสู่แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซที่สำคัญของเกาหลี เช่น Coupang และ Kakao gifts และยังได้เข้าสู่ร้านค้าออนไลน์ระดับโลก เช่น Amazon, Rakuten และ Qoo 10 ซึ่งการขยายช่องทางการขายนั้นจะสามารถเพิ่มการรับรู้เกี่ยวกับแบรนด์และอุตสาหกรรมได้



Olive young's Clean beauty corner

ความเห็นสำนักงานฯ อุตสาหกรรม Clean Beauty เป็นอุตสาหกรรมที่มีโอกาสเติบโตได้อีกมาก เนื่องจาก คนรุ่นใหม่หันมาสนใจผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น โดยตลาด Clean Beauty ที่ประเทศเกาหลีเองก็เริ่มเป็นที่รู้จักในวงกว้างมากขึ้น ซึ่งส่งผลให้มีการแข่งขันและพัฒนาอยู่ตลอด สำนักงานฯ จึงเห็นว่าเป็นโอกาสที่ดี หากผู้ประกอบการไทยได้เริ่มพัฒนาสินค้าเพื่อตอบรับเทรนด์ Clean Beauty ที่กำลังเติบโตไม่เพียงแต่ในเกาหลีแต่ยังรวมถึงตลาดอเมริกาและยุโรป นอกจากนี้ ประเทศไทยเองยังมีสินค้าด้านความงามต่างๆที่สามารถพัฒนาเป็น Clean Beauty ได้ และมีความสามารถในการส่งออก เช่น เครื่องสำอางสมุนไพรไทย เป็นต้น

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ ณ กรุงโซล

16 กันยายน 2564

ที่มาข้อมูล:

- 1) บทความจาก Market Economy news website, <https://www.meconomynews.com/news/articleView.html?idxno=51351>
- 2) บทความจาก News1 Korea website, <https://www.news1.kr/articles/?4267218>
- 3) บทความจาก DongA website, <https://www.donga.com/news/Culture/article/all/20200716/102008820/1>
- 4) บทความจาก Allure website, <https://www.allurekorea.com/2021/03/27/클린-뷰티의-기준>
- 5) ข้อมูลจาก Oliveyoung website, <https://www.oliveyoung.co.kr/store/planshop/getPlanShopDetail.do?dispCatNo=500000101010065>