

- ◆ 교육일시: 2021. 5. 7.(금), 9:30 a.m.~ 12:30 p.m.
- ◆ 교육대상 및 인원: 약 70명
- ◆ 교육방식: 온라인 플랫폼(웨비나)을 통한 실시간 영상 송출
- ◆ 사전등록 : 2021. 4. 23 까지

[https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc8-mAINziT\\_93\\_HaMjjCaz2nZJZ-KAowlL0pfxaKoaoaFHQ/viewform?vc=0&c=0&w=1&flr=0](https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSc8-mAINziT_93_HaMjjCaz2nZJZ-KAowlL0pfxaKoaoaFHQ/viewform?vc=0&c=0&w=1&flr=0)

## < 연사 >

### 웨비나 목차

#### 주제발표 1 : 디지털라이제이션와 뷰티 테크의 미래

- 맞춤화(customization) 및 개인화(personalization) 등 디지털화로 인해 재정의되고 있는 뷰티 소비자 경험의 다양한 측면
- 실시간 Q&A

#### 주제발표 2 : 맞춤형 화장품 안전성 관리 실례

- 맞춤형화장품판매업자 준수사항
- 맞춤형화장품의 설계시 안전성 고려 사항 및 평가
- 맞춤형화장품의 설계시 미생물 품질 고려 사항 및 평가
- 맞춤형화장품의 영업장 위생관리 방법 실례 등
- 실시간 Q&A



#### 주제발표 1

**Kayla Villena**

뷰티&패션 부문 총괄연구원  
유로모니터 인터내셔널 USA



#### 주제발표 2

**안수선 랩장**

안전성랩 (Safety and  
Microbiology Lab)  
아모레퍼시픽

## 주제 발표 1 연사



**Kayla Villena**

뷰티&패션 부문 총괄연구원  
유로모니터 인터내셔널 USA

### 디지털라이제이션과 뷰티 테크의 미래

코로나19로 인해 디지털이 뷰티 산업 참여의 주요 수단으로 빠르게 부상하면서 뷰티 및 퍼스널 케어 분야의 디지털 혁신(digital disruption)은 계속해서 전 세계로 확산될 전망이다.

본 발표에서는 최근 급부상한 디지털 뷰티 컨슈머에 대해 다루고자 한다.

유로모니터 뷰티 서베이 내의 소비자 타입 분류 중 하나인 디지털 뷰티 컨슈머는 뷰티 소비자들의 브랜드 참여에 대한 기대를 바꾸는 한 요소로, 발표에서는 디지털 뷰티 컨슈머의 핵심 가치에 대해 분석할 예정이다.

또한 하이퍼 로컬 제품 풀필먼트 서비스, 변화하는 뷰티 조연자의 역할, 그리고 뷰티 테크가 개척한 새로운 두 분야인 개인화(personalization) 및 맞춤화(customization) 등 디지털화로 인해 재정의되고 있는 뷰티 소비자 경험의 다양한 측면을 들여다 보고자 한다. 서베이와 사례들을 살펴본 이후, 핵심 내용과 더불어 디지털 뷰티 분야가 직면한 난관을 어떻게 극복할 수 있을지에 관한 핵심 포인트와 조언으로 마무리 하고자 한다

## 주제 발표 2 연사



**안수선 랩장**

**아모레퍼시픽 안전성랩**

### 맞춤형 화장품 안전성 관리 실례

- 맞춤형화장품판매업자 준수사항
- 맞춤형화장품의 설계시 안전성 고려 사항 및 평가
- 맞춤형화장품의 설계시 미생물 품질 고려 사항 및 평가
- 맞춤형화장품의 영업장 위생관리 방법 실례 등

#### <학 력>

- 1989년 ~ 1993년 연세대학교 생물학과 (학사)  
1993년 ~ 1995년 연세대학교 대학원 생물학과 미생물학 전공 (석사)  
2006년 ~ 2009년 서울대학교 대학원 의학과 피부과학 전공 (박사)

#### <경 력>

- 1995년 (주)태평양 입사  
1995년 ~ 2011년 아모레퍼시픽 기술연구원  
2011년 ~ 2013년 아모레퍼시픽 상하이 R&I 센터 Sr. Manager (팀장)  
2014년 ~ 현 재 아모레퍼시픽 R&D Unit)