



콘택트렌즈 기업 쿠퍼비전 에드 노스업 아·태 대표

“한국인에겐 덜 건조한 렌즈가 딱”

한국에서 쿠퍼비전이라는 콘택트렌즈 브랜드를 아는 사람은 많지 않다. 아큐브, 바슈롬 등 일부 브랜드가 공격적 마케팅으로 시장을 장악하고 있기도 하지만 몇을 위해, 안경 대용품으로 렌즈를 착용하는 한국인들에게 기능성을 강조한 쿠퍼비전 제품 수요는 지금까지 많지 않았다.

하지만 쿠퍼비전은 2011년 기준 전 세계 콘택트렌즈의 17%를 생산한 세계 3대 기업이다.

“한국은 아시아 중에서도 가장 빠르게 콘택트렌즈 시장이 성장하는 국가입니다. 공격적인 투자로 인지도와 매출을 늘릴 계획입니다.”

시장 조사를 위해 최근 한국을 방문한 에드 노스업 쿠퍼비전 아시아·태평양 대표는 매일경제와 인터뷰하면서 기능성을 강조한 제품으로 한국 콘택트렌즈 시장을 주도하겠다는 포부를 밝혔다.

쿠퍼비전 제품의 가장 큰 경쟁력은 기능성이다. 특히 난시교정용(토릭) 렌즈의 경우 2012년 1분기 기준 세계시장 점유율 28.5%로 1위다.

노스업 대표는 “토릭 렌즈는 눈을 깜빡거릴 때마다 렌즈가 돌아



가는 현상을 잡아주는 것이 핵심 기술”이라며 “사람마다 각기 다른 각막 환경에서도 최적의 성능을 내는 제품”이라고 설명했다.

고객 라이프사이클에 맞춘 근시용 렌즈 ‘프로클리어’ 시리즈도 쿠퍼비전의 간판 제품이다. 프로클리어는 사용자 연령대별 맞춤형 제품으로 구성돼 노안에 따른 시력 변화를 자연스럽게 교정할 수 있다.

콘택트렌즈를 착용하는 사람들이 느끼는 가장 큰 불편함은 뒀니 뒀니 해도 건조감이다. 특히 일회

용렌즈는 한번에 10시간 이상 착용하는 경우가 많아 안구건조증 원인이 되고 있다.

프로클리어 렌즈는 소재가 인체 세포조직과 유사해 착용 시 부작용이 작고 수분 보존 기능(친수성)이 뛰어나다. 덜 건조하다는 뜻이다.

노스업 대표는 “우리는 콘택트렌즈 기업 중 유일하게 건조감 개선 기능으로 미국 식품의약국(FDA) 승인을 받았다”며 “휴대폰, 컴퓨터 등 전자기기 사용이 많은 한국인에게 특히 유용한 제품”이라고 말했다.

쿠퍼비전은 한국 시장을 다양한 신제품의 시험 무대로 활용할 방침이다. 한국 콘택트렌즈 시장은 지난해 소매판매액 기준 3000억원을 기록했으며 매년 12% 정도 성장하고 있다. 특히 일회용렌즈 시장의 성장률은 25%에 달할 정도로 높다. 노스업 대표는 “우리의 기술을 집약한 컬러렌즈, 서클렌즈 등 패션렌즈 제품을 내년쯤 한국에서 1순위로 출시할 예정”이라며 “본사 차원에서 한국에 보다 많은 인력과 제품을 지원하도록 유도할 것”이라고 말했다.

정순우 기자·사진/이충우 기자



For Koreans, a less dehydrated lens is ideal

In Korea, CooperVision, a contact lens brand, is not widely known. This is partly because the Korean contact lens market is dominated by ACUVUE and B+L with their heavy marketing. But, it's also because most Koreans' wear lens preference leans toward fashion needs or an alternative to eyeglasses. CooperVision is recognized for its specialty lenses.

However, CooperVision is one of the top three global contact lens manufacturers, having produced 17% of the total contact lenses sold in 2011.

"Korea is the fastest growing market among Asian countries and we are going to aggressively invest in the market to increase both brand awareness and sales revenue," said Ed Northup, President of CooperVision Asia Pacific, who visited Korea to investigate the market opportunities. He also revealed his ambition to lead the market with specialized products in which CooperVision has its core competency. CooperVision contributed 28.5% of the global toric lens market in Q1 2012, making it the number one player in the segment.

Mr. Northup emphasized, "The very core technology with toric lenses is how to stabilize them in the right position in the eyes. Toric lenses tend to be out-positioned each time a lens wearer blinks. Therefore, stabilizing the lens at the right position is critical for vision correction. Our toric product shows superior performance in every different eye condition of each person."

Proclear is another flagship model of CooperVision. Proclear provides a full range of lenses that fulfill vision correction needs at different stages of life from sphere to multifocal.

The most common complaint for contact lenses is dryness. It is even worse when it comes to disposable contact lenses as most people wear lenses more than 10 hours a day, sometimes resulting in dry eye. Proclear is made of a material that is similar to human body cell structure, which causes less discomfort and has more water content. This means it will be less dehydrated.

Northup highlighted, "Proclear is the only contact lens with U.S. FDA approval on its claim that may provide improved comfort for contact lens wearers who experience mild discomfort or symptoms related to dryness during lens wear. This product is especially good for Korean people who use lots of electronic devices such as smartphones or computers for a long time."

CooperVision is going to test some new products in Korea, which reached up to KRW 300 billion market in retail value last year and grows 12% every year. The disposable lens segment grows even faster, showing 25% of annual growth.

He said, "We are launching LRE with advanced technology next year in Korea first before other countries, and I'll secure more resources from global HQ to support the Korean market."