

## 한방 화장품의 현황 및 전망

김 주 덕

숙명여자대학교 원격대학원 향장미용 전공 주임교수

### I. 서 론

최근 자연주의와 자연성분을 선호하는 소비자들의 욕구와 맞아 떨어지면서 다양한 한방 성분을 원료로 한 화장품의 개발이 잇따르고 있다.

대한화장품협회에 따르면 2004년 국내 한방 화장품 생산 금액 기준은 4천5백억 원으로 전체 화장품 시장의 13.1%를 차지했으며, 2005년에는 30% 이상의 성장을 거두며 7~8천억 원대에 이르는 시장을 형성하고 있다.

1997년 태평양은 전통한의학을 바탕으로 한 한방 화장품 '설화수'로 본격적인 마케팅을 전개한 이후, 매해 급성장하여 2005년에는 매출 4000억 원대를 기록하였으며 이를 기념해 고가 제품인 '진설'을 출시하였다. 한편, LG생활건강은 백화점 및 방문 판매 브랜드 '후'의 최고급 명품 크림인 '후 환유고'를 3년간의 연구개발을 통하여 출시하였다. 이와 같이 초고가 한방화장품의 등장으로 국내 고가화장품 시장을 주도하던 수입 브랜드와의 경쟁은 더욱 치열해 질 것으로 보인다. 화장품 업체에서 앞 다투어 고가 제품을 선보이는 이유는 일반 화장품에 비해 차이가 크고, 비싼 만큼 제값을 할 거라는 소비자의 기대 심리와 남들보다 우월하다는 자기 만족감을 갖게 하기 때문이다. 즉, 업체로서는 특정 고객을 겨냥해 '희소성'이라는 브랜드 가치를 부여하면서 사용자도 특별하다는 인식을 주는 동시에 기업 이미지를 높이기 위한 상징적인 마케팅 전략인 것이다. 이러한 국내 업체와 수입 브랜드와의 명품을 향한 고가 화장품 경쟁은 앞으로도 지속될 전망이다.

한방 화장품 시장 형성 초기 주로 40~50대 중심이던 사용 연령층이 30대는 물론 20대까지 보다 넓은 연령층으로 확대되고 이들의 요구에 맞게 초

고가에서 초저가에 이르기까지 다양한 가격대의 브랜드가 출시되고 있으며, 유통에 있어서도 초저가 브랜드 샵, 전문점, 백화점 등의 다양한 경로를 활용함으로써 지속적인 성장 가능성을 보여주고 있다. 또한 최근 몇 년간 계속되고 있는 '한류' 열풍에 힘입어 해외시장에서도 한방 화장품의 선전이 기대되는 등 국내 화장품 시장 성장의 견인차 역할을 지속할 것으로 예상된다. 그러나 현재 엄청난 속도로 급성장 중인 한방 화장품 시장 규모와 소비자의 요구 및 기대에 부응하기 위해서는 기존 원료와 처방, 컨셉만으로는 소비자를 만족시키는데 분명히 한계가 있다. 즉, 국내 업체들이 획기적이고 새로운 천연물 소재에 대한 소비자의 요구에는 빠르게 대처하지 못하고 있으며, 한방 천연물 소재의 색상이나 원료 자체 냄새 등으로 제품화에 어려움을 겪고 있다고 지적된 바 있다. 또한 천연물 소재의 물리 화학적 안정성이 낮아 화장품 제조 시 발생하는 변색과 변취 등의 문제는 시급히 해결해야 할 과제로 남아있다. 한방 화장품 연구는 다양하고 우수한 효과의 천연 한방 화장품 소재 개발과 한방 천연 소재의 피부 활성 평가, 집중 기술 확보, 한방 천연물 소재에 함유된 유효 성분의 고순도 분리·정제와 대량 생산 기술 확보, 화장품 응용에서의 안전성, 유효성을 고려한 원료와 기술 확보에 그 초점을 맞춰야 한다.

본고에서는 최근 크게 성장하고 있는 한방 화장품의 현황과 향후 전망에 대하여 간략히 살펴보고자 한다.

### II. 한방 화장품의 현황

#### 1. 한방 화장품의 정의

한방 화장품은 아직껏 그 기준이 명확히 규정되

어 있지는 않지만 약사법에 규정된 기성한의사 11종에 수재된 원료를 사용해 제조한 화장품을 한방 화장품이라는 포괄적인 개념으로 사용하고 있다. 일부 회사에서는 한방 화장품을 ‘과거 오랫동안 민간 치료약 같은 경험적으로 사용되어 온 자연에서 유래한 천연 한방 약재들을 과학적인 방법으로 피부에 적용할 때 효능·효과를 검증한 후 각각의 한방 약재들이 최대의 상승효과를 나타내도록 여러 가지 약재들의 함량을 조절, 처방된 한방 약재들을 다양한 기술적인 방법으로 안정화 시킨 화장품’이라고 정의한다. 또 일부에서는 ‘전담물질’ 즉, 원하는 효능·효과 목표에 따라 적절한 한약재를 처방하고, 가공과정을 거침으로써 얻어내는 정보 물질을 만들어낼 수 있는가 하는 가능성을 두고 한방 화장품의 정통성에 대한 의문을 제기하기도 한다. 그러나 현재까지 한방 화장품을 표방해 시장에 출시된 화장품들은 산학공동 연구를 통해 이루어진 것으로 피부의 노화방지 및 건강증진 차원에서 한방 화장품, 한방팩 등 한방 피부 미용의 프로그램화에 대한 연구가 지금도 활발히 진행되고 있다.

## 2. 국내 시장 현황

2006년 현재 주요 업체에서 출시되고 있는 한방 화장품의 종류는 30여개 업체 120여개 브랜드인 것으로 파악된다. 최근 태평양이 조사 발표한 자료에 의하면 2005년 국내 한방 화장품 시장이 7800억 원에 이르는 것으로 보고됐다. 전체 화장품 시장규모가 감소했던 2003년과 2004년에도 두 자릿수의 성장을 지속해 온 한방 화장품은 2005년 화장품 시장 전체 규모인 5조 3,500억 원의 14.8%를 차지하여 해마다 10%이상의 고성장을 기록하고 있는 것으로 조사됐다. 이는 한방에 대한 다양한 산학 공동연구가 계속되면서 특화된 제품의 출시가 잇따라 소비자들의 관심이 집중되고 있고, 한방

화장품의 선발 주자이자 대표 주자인 태평양의 ‘설화수’가 성공을 거두자 한방 화장품 시장에 뛰어드는 브랜드들이 점차 많아지면서 업계의 황금 시장으로 부각되고 있다. 게다가 식약청 등 정부 차원에서도 한방 화장품을 국책 사업 차원에서 지원·육성해야 하는 분야로 채택함에 따라 업계 관계자들은 향후 수입 화장품과의 경쟁에서 국가 경쟁력을 확보할 수 있는 분야로 확고히 자리매김할 것으로 내다보고 있다. 특히 최근 들어 기능성 제품을 선호하는 소비자들이 많아지면서 이에 부합하는 기능성 한방 화장품이 인기를 끌 것으로 예상되어진다. 이처럼 한방 화장품의 출시가 활발해지는 이유는 자연주의와 자연성분을 선호하는 소비자 욕구와 동양적 정서인 오리엔탈리즘에 대한 소비 문화적 표현도 한 몫을 하고 있는 것으로 보인다. <표 1>에는 최근 한방 화장품 시장규모에 관하여 설명하고 있고, <표 2>에는 최근 각 회사별 인기 있는 한방 화장품의 주요 성분과 특징에 관하여 설명 하고 있다.

## 3. 한방 화장품기술 현황

### 1) 한방화장품 연구개발

#### (1) 태평양

평양은 경희대학교 한의학 대학과 협력해 한방 미용 센터를 설립하고 먹고 바르는 토털 뷰티 케어를 위한 한방 미용 건강 연구 개발을 시작한다. 한방 미용 연구센터는 2011년 3월까지 5년간 20억 원 이상을 투입, 한방 이론과 원료를 이용해 ‘설화수’ 화장품 및 건강식품을 포함한 피부미용과 건강 부분의 연구 및 제품 개발을 목적으로 공동 연구를 수행할 계획이다. 태평양과 경희대는 이번 연구를 통해 그동안 간헐적인 진행으로 산재되어 있던 한방 미용 이론을 집대성해 체계적으로 정립

<표 1> 전체 화장품 시장 규모와 한방 화장품 시장 규모 (2002년-2005년)

연도	한방화장품 시장규모	성장률	화장품 시장규모	성장률
2002년	3800억 원	11%	5조 7000억 원	8.40%
2003년	4200억 원	11.70%	5조 2800억 원	-7.40%
2004년	4800억 원	13.80%	5조 1400억 원	-2.50%
2005년	7800억 원	14.80%	5조 3500억 원	4.10%

자료 : 태평양(2005)

<표 2> 각 사별 제품의 특징

업체명	브랜드명	주요성분	제품특징
태평양	설화수	▶ 자음단(옥죽, 연꽃, 지황 등) ▶ 자음보위단(인동, 행인, 차전호 등) ▶ 진설(적송추출물)	▶ 무색소, 저알콜 천연유래 계면활성 안전성테스트 통과
	스텝난	▶ 황음진 (당귀, 숙지황, 두충, 산사자, 홍화 등)	▶ ‘활음진약 추출법’으로 우려낸 퓨전 한방 성분
LG생활건강	본	▶ 미려단 (황정, 오가피 등)	▶ 초미립 콤플렉스화
	더히스토리 오브후	▶ 공진단(녹용, 당귀, 산수유 등) ▶ 천기단(대추 천궁 등) ▶ 환유고(35년근 산삼, 설련화 등)	▶ 원료를 나노 입자화하여 효능 확대 ▶ 군신좌사의 배합술로 피부순환 최적화
	수려한	▶ 옥용단(녹두, 백지, 고본 등) ▶ 홍옥단(백지, 행인, 장뇌 등)	▶ ‘옥용서시산’과 ‘홍옥산’을 한국한의학연구원과 공동연구 현대과학으로 승화
코리아나 화장품	자인	▶ 천정기보단(인산, 복령, 산수유 등) ▶ 빈랑자 추출물	▶ 초미세 나노테크놀로지 천연 유효 기술적용
	한방미인	▶ 사상단(18개 생약성분)	▶ 체질별 피부개선
	비취가인	▶ 보려단(녹용감초 등) ▶ 백윤(천궁 추출물) ▶ 특히 출원된 참숯 추출물	▶ 음양의 조화, 미백 기능성인증 ▶ 주원료 나노 리포솜 기술 적용
한국화장품	산삼	▶ 산삼배양근 추출물 등 12가지	▶ MME미세나노중 유효기법 적용 ▶ 산삼부정근 추출물 일본특허 출원
	명방	▶ 옥정수와 경옥고	▶ 경옥고를 나노테크놀로지로 초미립화
한불화장품	미색연	▶ 회유단+백합·인삼·호박·황금가지 추출물	▶ 회유단을 사이클로 텍스트린을 이용하여 안정화
로제화장품	십장생	▶ 십장생 복합체 (영지버섯, 홍삼, 월귤나무 등)	▶ 나노캡슐레이션기법적용(특허)
	천심	▶ 오기단 복합체	▶ 초입계추출기법으로 피부 친화력 상승
소망화장품	다나한	▶ 삼심홍보단	▶ 30가지한약재와 순금 함유
	다나한 수	▶ 홍보조윤단 (30가지약재, 로열젤리, 해양심층수 등)	▶ 고품질 합리적인 가격대
	다나한 영	▶ 화이트플로랄 계열의 은은한 향, ▶ 화사한 진주빛 패키지	▶ 20대의 불균형한 지복합성 피부를 위한 제품

할 계획이다. 구체적으로 한방 이론에 입각한 피부 항노화 및 미백 이론 연구, 한방 제품차별화를 위한 소재 발굴 및 제품 개발 자문, 한방 병원의 한 의학적 피부 임상 연구를 통해 항노화 및 미백의 한의학적 기초 및 심화 연구 발판을 마련할 계획이다.

(2) 나드리 화장품

2005년 강원도 정선군 농업기술센터와 정선군의 농·특산물 자원의 상업적 활용에 대한 업무제휴를 체결하고, 우리 농·특산물을 활용한 친환경 원료를 연구개발하고 있다. 강원도는 아직도 사람의 손길이 닿지 않은 청정 지역이 많아 풍부한 천

연식물자원을 보유하고 있고, ‘바이오 코스메틱 밸리’가 조성될 정도로 대내외적으로 천연 자원의 보고로 알려져 있다. 나드리 화장품은 정선군 관내에 풍부하게 자생하는 친환경 토종 농·특산물과 천연생약자원을 화장품원료로 사용해 친환경 인증마크를 획득한 친환경 제품 개발에 노력하고 있다. 값비싼 외국 화장품 원료와 출처가 불분명한 성분을 바탕으로 한 화장품이 범람하고 있는 가운데, 나드리 화장품의 이러한 노력은 새로운 트렌드로 자리 잡을 전망이다. 현재 나드리 화장품은 정선군이 강원도 보건 환경 연구원과 공동 연구한 ‘황기’, ‘가시오가피’, ‘생열귀 나무’, ‘노루 궁뎅이 버섯’, ‘쥐눈이 콩’ 등을 포함한 다양한 친환경 천

연 식물과 생약 자원을 화장품 원료로 사용하기 위해 적극적인 연구를 하고 있다. 이처럼 나드리 화장품이 무공해 천연 자원을 화장품 원료로 사용하려는 노력은 깨끗한 화장품 원료를 사용할 수 있다는 이점 이외에도 정선 지역 농민들의 천연 원료를 사용하기 때문에 농민의 수익 증대에도 일조할 수 있다는 장점이 있다. 또한 서강대학교와 나드리 화장품이 공동 개발한 초임계 대나무추출물을 이용한 ‘뉴 메소니에’ 브랜드를 탄생시키고, 우수대 약학대학과의 업무협약, 서울대학교 나노 하이브리드와 나드리 화장품이 공동 개발한 순수 비타민C를 이용한 기능성 트윈 케익 개발, 성균관대학교 벤처사와 나드리 화장품이 공동 개발한 ‘옥타썸’ 라인 발매 등 이루 헤아릴 수 없을 정도로 많은 대학 명문 연구 기관들과의 협력 관계를 통해 뛰어난 제품 개발에 많은 노력을 하고 있다. 최근에는 전남대학교와 합성 유래 미백제를 탈피한 천연 성분을 활용한 미백제 개발에도 박차를 가하고 있어 주목을 받고 있다.

### (3) 생명과학기업 STC그룹

STC그룹은 최근 상심자와 꿀풀, 금은화 추출물 등의 조성물이 모노아민산화효소 저해 활성을 갖는다는 특허를 냈다. 차세대 항암 물질 특허인 신규의 백금착제 및 제조방법과 피부재생 및 노화를 지연시켜주는 콤포차 발효 배양액과 조성물, 피부주름 및 탄력 개선용 조성물에 관한 감쪽지 추출물 등에 대한 국내 특허와 일본, 미국에서도 다수의 특허등록이 된 상태다. 상심자와 꿀풀, 금은화 추출물을 함유한 조성물은 우울증 발생과 매우 높은 연관성을 가지는 모노아민산화효소에 저해 활성을 갖고 있어 각종 스트레스를 해소하고 질환을 예방, 치료하는데 우수하다. 또 피로회복용으로 활용이 가능해 다양한 분야에서 활용될 것으로 보인다.

### (4) 사임당 화장품

사임당 화장품은 한방 산업 육성에 대한 국가적 관심과 산업 자원부의 산업 클러스터 활성화 정책 추진에 따른 지역 혁신 특성화 사업에 뛰어 들었다. 제천의 한방 산업 육성과 함께 한방 화장품 전문업체로서 제천의 친환경 청정 약재를 사용해 품질이 향상된 화장품을 개발할 수 있는 좋은 기회가 되고 있다. 제천 한방산업 육성사업은 약초의 생산

(GAP), 관리(GMP), 유통(GSP) 확립, 인력양성, 지역 인프라의 네트워크와 기술개발을 주요사업으로 국제규격 도입을 통한 제천 청정 약초의 브랜드화와 약초유래 제품소재 개발, 건강 기능성 식품과 한방 화장품 제품화 계획을 갖고 있다. 사업 기간은 2005년부터 3년이며 총 사업비는 38억원이다. 사업 총괄 책임자는 세명대학교 한의학대학 한의학 연구소장인 김정범 교수가 맡았고, 제천시가지방자치단체로 참여한다. 주요사업을 수행할 기관은 충북 전통의약산업센터, 제천시 농업기술센터이며, 사임당 화장품을 비롯해 제천시 약초번영회, 태경식품 등이 참여기업으로 나선다. 사임당 화장품은 화장품 원료로 사용할 수 있도록 연구할 예정이며, 사업을 통해 기능성 한방소재 2건 이상과 이를 이용한 기능성 화장품을 청정 약재에 대한 모델 화장품으로 개발할 예정이다.

### (5) 그외 연구 개발

화장품 과학의 메카임을 내세운 코스메카코리아는 최근 천연 혼합 추출물을 함유하는 피부 트러블 개선용 화장료에 대한 특허를 취득하였다. 코스메카가 이번에 취득한 피부 트러블 개선용 화장료는 천문동의 여러 유용한 추출물을 일정비율로 혼합 사용한 것으로 항균, 항염, 자극 완화, 미백 효과 등이 탁월한 효과를 나타내는 것으로 알려졌다.

이에 따라 여드름과 화장품 알러지, 자극 등과 같은 피부 트러블의 치유에 도움을 줄 것으로 기대하며, 특히 천연 재료를 사용, 화학제품에 민감한 피부를 지닌 이들에게 유용할 것으로 보고 있다.

화장품·의약품 연구개발, 제조전문기업인 한국콜마가 ‘나노사이즈의 인지질 리포솜 화장료 및 그 제조방법’에 대한 특허를 획득했다. 민감한 피부에 자극을 유발하기 쉬운 화학적 유효제를 사용하지 않고, 대두에서 추출한 천연의 인지질을 유효제로 이용, 피부에 전혀 자극이 없고, 제형화가 어려웠던 고기능 성분들을 나노 사이즈로 캡슐화해 안정하게 피부 깊숙이 빠르게 전달해 주도록 새롭게 구성한 나노 천연 신물질 및 제조 신기술이다. ‘나노 천연 신물질 및 신기술’은 종래의 방법인 비타민, 단백질 등의 다양한 생리 활성 물질들이 다른 성분들과 다량 함유될 때 시간의 경과 및 보관 온도에 따라 색상, 점도, pH 등 물성의 경시 변화가 심하게 나타나는 문제점을 보완한 것이 특징이

다. 특히 대두에서 추출한 천연 인지질(Phospholipid)을 이용, 피부 친화력이 높아 민감한 피부에도 자극이 없으며 온도 변화, 빛, 공기 등에 의해 색상, 점도, pH 등의 경시변화가 심해 제형화가 어려웠던 비타민 등 다량의 생리활성물질들을 나노 사이즈로 캡슐화해 보다 안정하게 피부로 흡수 되도록 했다. 여기에 나노 사이즈의 인지질 리포솜은 피부의 지질 간극보다 작은 나노 사이즈를 형성하고 있어 피부로의 침투가 빠르고, 용이해 생리 활성 물질의 피부 적용 효과를 높였다는 특징이 있다.

2) 최근 한방 화장품에 이용되는 신소재

<표 3>에는 최근 한방 화장품에 주로 사용되고 있는 신소재의 특징에 관하여 설명하고 있다.

III. 한방 화장품의 시장 전망

조선시대 3대 의서인 ‘동의보감’을 비롯해 ‘의방유취’, ‘향약집성방’과 같은 의학 이론을 토대로 한방의학의 중요한 근간을 이루는 생의학, 음양오

행설 및 재혈·경락 작용을 통한 피부효과·효능 등이 상품적 가치로 적용되면서 글로벌 경쟁력 제고를 위한 수출 중점 육성품목으로 한방 브랜드가 주목받고 있다.

식품의약품안전청 등 정부가 산·학·연을 연계한 ‘한방 신원료 개발 추진단’을 구성, 운영할 방침을 발표한 것과 함께 한방 화장품 촉진 및 한방 신원료 등록을 위한 심사관련 규정을 획기적으로 개선하겠다는 의지를 밝혀 한방 브랜드의 잠재적 수요창출을 고조시키고 있다.

한방 제품이 글로벌 브랜드로써 충분한 경쟁요소를 갖췄다고 인정받는 부분은 화학 광물성 원료를 배제하고 천연 약재의 복합처방으로 기와 혈의 흐름을 원활하게 촉진시켜 피부를 곱게 활성화시키는 한의학의 본질을 담고 있기 때문이다. 여기에 정통 한의학과 한의서를 바탕으로 피부 본연의 근본적인 아름다움을 추구하는 한방이론이 결합되면서 기품 있고 은은한 멋을 지닌 정적인 여성상을 추구, 한국적 감성을 기반으로 하여 독특한 브랜드 가치를 창조했다는 것이다.

이처럼 한방 화장품에 대한 관심이 집중되면서

<표 3> 한방 신소재 현황

신소재명	주요성분	특징
모이스틴 (MOISTIN)	▶ 백년초(제주도선인장열매)의 식이섬유 ▶ 맥아에서 추출한 뮤코다당체 성분	▶ 칼슘과 비타민 C, 폐놀성 물질 ▶ 플라보노이드 성분 다량 함유 ▶ 주름 개선 효능 뛰어난
옥용산 (OKYONGSAN)	▶ 조각, 송마, 저실자, 백지, 백급, 천화분, 녹두분, 감송, 측사, 백정향, 참쌀 ▶ 동의보감 생약처방	▶ 피부 음양 밸런스를 조절 ▶ 특수 추출 방법으로 피부 개선 ▶ 효능·효과를 극대화시킴
케라스젠 (Kerasgen TM)	▶ 작두콩(학명:Canavalita gladiata)으로부터 추출한 단백질	▶ 피부단백질인 케라틴, 콜라겐, 엘라스틴과 유사한 피부에 마일드하게 작용해 어느 처방에도 적용이 우수한 소재로 특허출원 및 국제 화장품 규격집(CTFA) 허가를 받은 신소재
화이트 플라워 콤플렉스 (White Flower Complex)	▶ 로터스(백연꽃), 아이리스(흰 붓꽃), 에델바이스(송다리), 화이트릴리(백합), 자스민, 프리지아, 화이트로즈(백장미)의 7가지 백색 꽃이 주원료	▶ 초임계 추출법으로 꽃잎속의 성분을 고농축하여 얻은 다음 나노졸화 해서 어느 제형에도 안정성 있게 처방할 수 있는 소재
피토헤라틴 (Phytokeratin)	▶ 작두콩에서 추출한 효소 가수 분해 단백질	▶ 피부와 모발에 흡수가 용이하도록 분자량을 조절한 신소재 ▶ 케라틴(아미노산이 6-7개 붙은 케라틴)이나 아미노산 형태로 분해해 모발에 흡착·흡수가 용이함
프로폴리스의 수용화	▶ 벌집에서 추출한 자연의 기능성 물질	▶ 과도한 활성산소 제거 ▶ 강력한 항산화 효과
화이트센스 (WHITENSE)	▶ 본초강목에서 피부미백에 좋은 한방 소재를 인용한 한방 복합 소재	▶ 티로시나아제 활성 억제 효과

한방 원료 개발과 제품 출시가 잇따르고 있지만 아직까지는 일정수준에 머물고 있다는 게 업계 관계자들의 증언이다. 이를 해결하기 위한 가장 시급하고도 중요한 당면과제는 관련 전문가의 육성이다. 한방 화장품 전문가가 거의 없기 때문에 한방 화장품 회사 대부분은 동의보감이나 사상의학 등 관련서적에서 언급된 소재와 처방을 우선시하고 있지만 기본적인 화장품 제조기법에 한방의 성분을 첨가하는 정도에 그치고 있다는 지적이다. 이에 업계 관계자들은 최근 붐이 일어나고 있는 한방전문벤처기업체나 협회, 한의사, 한의대 등과의 산학협동 연구를 더욱 활성화시켜 나가야 한다고 보고 있다. 또, 한방 추출물의 가격이 비싸 일반 화장품보다 2~3배 비싼 가격에 판매되고 있는데 좀 더 많은 소비자들에게 저렴하게 보급할 수 있도록 힘써야 하지만 한편으로 관계자들은 각 업체의 한방 화장품이 위축되어 있는 화장품 전문점 시장 활성화에도 기여할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

한방 화장품을 국내 고유의 특성화된 브랜드로 개발하면 국내 화장품 산업 발전 도모와 국내 시장에서의 수출 교두보를 마련할 수 있을 것으로 기대된다. 특히 중국이나 동남아시아 등에 수출이 늘어날 것으로 전망하고 있다.

한방 브랜드가 붐을 이루면서 소비자 인지도를 높이고 효자 브랜드로 자리 잡고 있는 가운데, 한편으로는 공급과잉으로 인한 부작용이 발생할 수도 있다는 우려의 목소리도 조심스럽게 제기되고 있다. 특히 업계 전문가들은 대부분의 국내 제조사에서 브랜드력을 제대로 키운다는 것은 대형 제조사를 제외하고 힘든 것이 현실이라며 선두 업체나 대형 업체에서 형성해 놓은 한방 브랜드의 긍정적인 이미지를 훼손하지 말아야 한방 브랜드가 통련할 수 있을 것이라고 충고하고 있다.

이처럼 한편에서는 업체 간의 지나친 출혈경쟁으로 소비자 피해를 가중시킬 수 있고 품질의 저하를 가져올 수 있다는 우려도 나오고 있지만 앞으로 상당기간 한방 화장품에 대한 인기는 지속될 것으로 보이며 업체 간의 사활을 건 경쟁전도 가속화될 것으로 보인다.

#### IV. 결 론

기존 화장품 시장에서 한방 화장품은 한의학에

대한 소비자 신뢰도가 높아지면서 선진 기업과 동등하게 경쟁할 수 있는 우리나라만의 독특한 기술·제품으로 급부상하고 있다. 따라서 한방 화장품은 미래 한국의 중요한 산업으로 자리 잡아야 할 분야지만, 한방 성분의 단순 첨가 등만으로 많은 제품들이 시장에 난립하면서 기존 제품으로서의 이미지 유지가 불확실한 상황이다. 따라서 한방 화장품의 경쟁력을 확보할 수 있는 가장 중요한 효능효과 평가기술·성분추출 및 분석기술 확보 및 표준화를 통해 산업체에 전파함으로써 고급 제품으로서 이미지를 지속적으로 유지할 필요가 있다. 한방 화장품 연구자들과 한의사·약사·천연물 연구자들이 함께하는 정기적인 학술대회 등 개최를 통해 한방기술의 전파가 용이하도록 유도하고 특히, 한약성분 정보의 데이터베이스화, 규격화를 통해 체계적 관리가 이루어질 수 있도록 하여야 하며, 이와 더불어 제품 개발과정에서 얻어진 기술은 사업 재산권 확보를 통해 보호·육성될 수 있도록 함으로써 더욱 집중적인 연구가 이루어질 수 있을 것이라 생각된다. 이와 같은 첨단기 기반기술을 효율적으로 수행하기 위해서는 업체마다 특정분야에서의 핵심기술에 대한 집중 연구가 이루어져야 할 것이며, 산학공동연구나 outsourcing을 통하여 특화된 최고 기술을 만들어 나아감으로써 세계 속에서 당당히 경쟁할 수 있을 것이다. 또 국내 업계는 서로간의 친목을 더욱 돈독히 하고 정보나 기술을 상호 교환하여 국내 장업계 전체의 기술을 세계 수준으로 도약시키기 위한 노력이 절실하다 하겠다. 이를 위해 현재 일반제품에 비해 기능성 제품 도입이 어려운 한방 제품들에 대한 제도적 개선이 선행되어야 하며 이것은 한방 화장품을 국내산업 경쟁력 강화 및 국민 피부건강에 기여할 수 있도록 하는 방향으로 이루어져야 한다.

웰빙 상품은 무엇보다도 소비자로 하여금 안심하고 믿을 수 있도록 상품에 대한 신뢰성이 바탕이 되어야 한다. 피부과학에 대한 보다 정확한 지식을 바탕으로 바르는 것에 의한 주름, 탄력, 지방분해 등의 효능에 대해 그 메커니즘을 제대로 이해하고 이에 맞게 설계된 상품이 개발되어야 할 것이다. 아울러 천연 또는 천연유래 기능성 성분에 대한 효능 증대 기술, 안정화 기술, 피부 자극을 줄이기 위한 노력 등이 필요하다.

## 참고문헌

- 1) 장업신문(2003). 떠오르는 시장 -한방 화장품-. 8, 25.
- 2) 이은미(2002). 한방 화장품의 활용. 제1차 한방피부미용사 워크샵. p.83.
- 3) 주간 CMN(2003). 전성기 한방 화장품 마케팅전략분석. 10. 22.
- 4) 경향 신문사(2005). 한방 화장품 시장 현황 및 연구 동향. 보건 산업기술동향 통권 21호. pp.114-125.
- 5) 엄정녀(2004). 한방 화장품 구매행동에 관한 실증적 연구. 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문.
- 6) 이범교(2005). 한방 화장품의 현황과 발전방향. 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문.
- 7) 최윤정(2006). 한방 화장품의 소비성향에 관한 연구. 숙명여자대학교 원격대학원 석사학위논문.
- 8) 화장품 신문 홈페이지 (<http://www.hjp.co.kr>)

- 9) 장업신보 홈페이지 (<http://www.janup.com>)
- 10) 주간 CMN 홈페이지 (<http://www.cmn.co.kr>)



성균관대학교 화학공학과  
학사, 석사, 박사  
(현)숙명여자대학교 원격대학원  
향장미용 전공 주임교수  
(현)식약청 화장품 심의위원  
(현)보건복지부 화장품 산업발전  
협의회 위원장  
(현)산업자원부 산업 표준 심의위원  
(정밀화학 분과 위원장)  
(현)기능성화장품 연구회 회장

Tel. 02)710-9626

E-mail. [jdkim303@sookmyung.ac.kr](mailto:jdkim303@sookmyung.ac.kr)