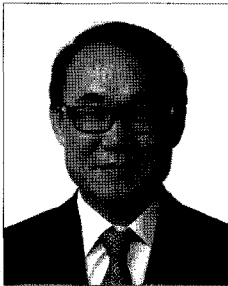


국내 화장품 업계의 동향



아모레퍼시픽 기술원장 (CTO)
강학희
 E-mail : leekjoon@amorepasific.com

최근 몇 년간 지속되고 있는 세계 경제위기에도 불구하고 국내 화장품 산업은 경기 침체에 의한 영향을 덜 받으며 성장하고 있다. 특히 화장품 산업은 고부가가치 지식기반 산업으로서 향후 지속성장 가능한 산업분야로 손꼽히고 있다. 실제로 국내 화장품 산업은 해방 이후 계속해서 성장해왔다. 1960년대 초반 생산총액 1억원이었던 한국 화장품 시장은 2008년도에 43억 달러로 세계 14위의 규모로 성장하였고, 수출 4,093억원을 달성하였다. 또한, 아모레퍼시픽 (20위), LG생활건강 (34위), 에이블 C&C (88위) 등 국내 3개 화장품 기업은 미국의 뷰티·패션 전문 일간지 'WWD (Women's Wear Daily) 紙가 2009년 매출액 기준으로 집계 발표한 '2010 세계 100대 화장품 기업'에 이름을 올려, 국내 화장품 시장은 규모로나 질적으로 이미 세계수준에 이르렀다고 볼 수 있다.

또 현재 화장품산업은 고령화, 여성 소득 증대, 웰빙 등에 힘입어 수요가 증가하고 있다. 지구 온난화 등 환경 문제에 대한 관심이 커지면서 친환경적인 제품에 대한 중요성이 증대 되고 소비자들의 화장품에 대한 안전성 요구가 커지고 있다. 이에 따라 유기농·천연 성분을 함유한 화장품이 각광을 받고 있으며 향후 이에 대한 수요가 크게 증가할 것으로 전망된다. 유통채널 별로도 다양한 브랜드의 로드샵 등이 꾸준히 확장하고 있고, 인터넷의 급속한 확산에 따라 온라인 판매가 급증하였고, 여성들 위주로 형성되던 화장품 시장은 남성들에게까지 확장되고 있다.

이러한 국내 상황과 함께 지속적으로 화두가 되는 이슈는 글로벌화이다. 최근 EU와의 FTA 협약이 결정되었으며, 한국은 앞으로 거의 모든 주요 교역 대상국과 FTA 체결을 체결하여 완전한 시장 개발에 진입하게 될 것이다. 따라서 글로벌화는 이제 화장품산업의 발전을 위한 준비는 물론, 세계화 시장에서 생존하기 위한 핵심 전략이 될 것이다. 글

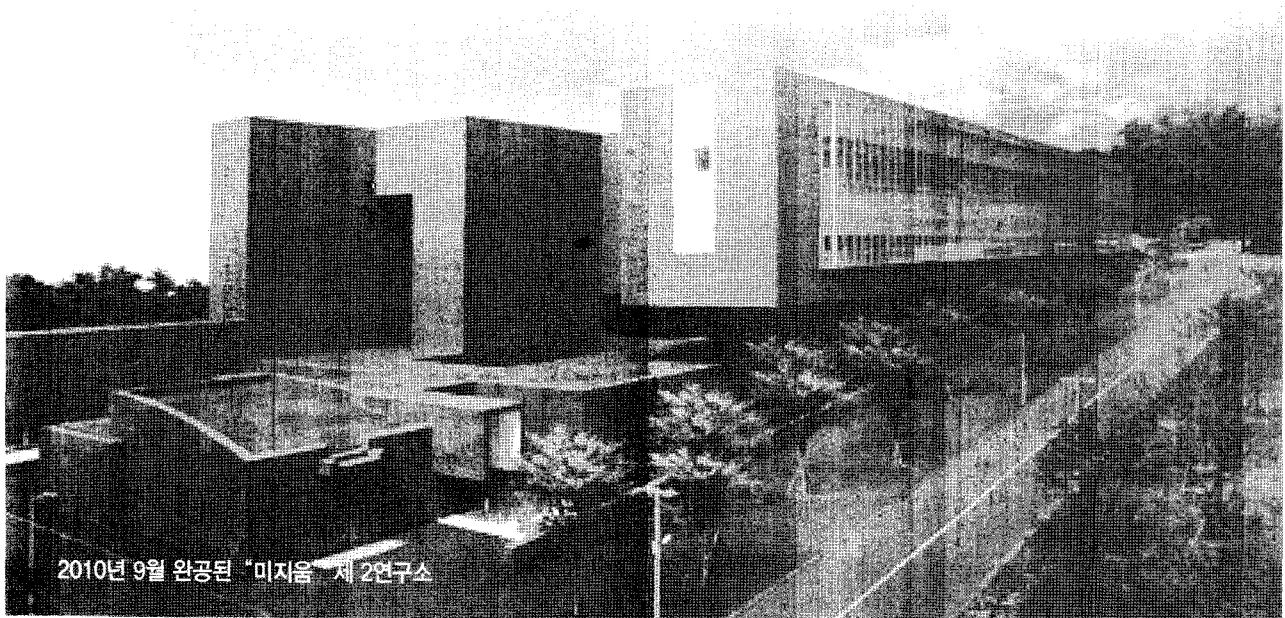
로벌 기업은 규모의 우위, 세계 곳곳에서 개발되는 제품의 다양한 기능과 디자인, 브랜드 파워 등을 내세워 로컬 시장을 지속적으로 공략하고 있다. 우수 글로벌 기업들은 해외의 우수한 R&D 인력을 확보하여 전략적으로 활용한 결과, 혁신적인 제품을 개발하여 수익성을 올리고 있다. 국내 화장품 산업의 글로벌화는 현지 공장을 건설하고, 제품을 현지화하여 판매하는 단계까지 올라왔다고 볼 수 있다. 국내 화장품 기업이 글로벌화를 완성시키고, R&D를 현지화하는 단계를 실현하기 위해서는 국제영업, 생산, 그리고 R&D 부문의 많은 노력이 필요할 것으로 보인다. 앞으로는 적극적인 글로벌화가 없이 내수시장을 지키는 것이 거의 불가능해 보인다. 국내 화장품 기업들이 내수시장에서의 탄탄한 시장점유율을 바탕으로 한번 더 앞서가는 글로벌 기업으로 도약하기 위해 적극적으로 활동해야 할 시기이다.

1. 아모레퍼시픽 기술연구소 소개

아모레퍼시픽 기술연구소는 1954년 장업계 최초로 화장품연구실을 설립하여 화장품산업의 불모지에서 과학적인 연구를 통한 화장품 개발을 시작한 이래로 끊임없이 품질 향상에 몰두해왔다. 1980년대 이후부터는 피부과학연구에 집중적으로 투자하여 제품 개발의 토대를 구축하였고, 동시에 의약 및 건강식품 연구를 바탕으로 미

와 건강의 토탈케어를 제공하고자 노력해왔다. 최근에는 사회 구성원들의 친환경에 대한 관심이 증가함에 따라 역사적으로 안전하고 효능이 높다고 알려진 인삼, 약콩, 녹차 등 천연물 소재에 대한 프로그램을 강화하였고, 미백, 보습, 항주름, 복부비만, 바이오 기술, 인접영역 연구 등을 망라하는 프로젝트를 추진하고 있다. 그 결과, 한방 연구를 바탕으로 개발한 전통 한방화장품 설화수, 한국의 대표적인 기능성 화장품 아이오페, 나노기술이 집약된 글로벌 화장품 아모레퍼시픽, 셀 사이언스의 산실 헤라, 그리고 라네즈, 마몽드, 베리메, 러, 미장센, 해피바스 등 우수한 품질의 제품을 개발하여 국내 화장품 품질 향상에 앞장서왔다. 또한, 의약분야에서는 세계최초로 붙이는 관절염 치료제인 케토톱을 개발하였고, 신약개발에 착수한지 10여년 만에 신약 기술수출을 하였다. 현재의 기술에만 머물러서는 앞서갈 수 없다는 생각을 바탕으로 국내외 우수대학 및 연구기관들과 폭넓은 연구 네트워크를 구축해 시장의 트렌드에 빠르게 대응하고 있다. 또한, 해외 현지 의과 대학 및 병원 피부과의 공동 연구를 통해 현지여성의 피부특징, 현지 지역 및 기후 특성을 고려한 특화제품을 개발하는 등 글로벌 시장으로 뻗어나가기 위한 연구 개발도 확대하고 있다.

2010년 9월, 아모레퍼시픽은 연구에 보다 창의성을 불어넣고 글로벌 고객의 니즈와 아시안뷰티에 대한 연구를 강화하고자, 제 1연구동인 '성지관' 옆에 제 2연구동인 '미



2010년 9월 완공된 "미지움" 제 2연구소

지움(美智움, Mizium)'을 준공하였다. “아름다움을 추구하는 지혜의 장”이라는 의미인 ‘미지움’은 지하 2층, 지상 3층 총 2만 5천m² 규모로 총 500억 원이 투입되었으며, 포르투갈의 세계적인 건축가 ‘알바로 시자(Alvaro Siza)’가 그 설계를 맡아 글로벌 수준의 최첨단 연구공간으로 완성되었다. (주)아모레퍼시픽은 미지움 준공을 통해 2015년까지 현 330명 수준의 연구원을 500명까지 증원하고, 글로벌 TOP 10 으로의 도약에 집중할 계획이다.

2. 아모레퍼시픽 연구 및 전략 소개

“자연 (Natural)”, “친환경 (Echo)”, “첨단기술 융합제품”

“그린슈머 (Greensumer)”라고 지칭되는 녹색소비자들을 중심으로 유기농, 에코, 오가닉, 그린 등으로 상징되는 ‘친환경’에 대한 관심이 지속적으로 증폭되고 있다. 친환경적 소재를 확보하고, 이들 소재를 친환경적으로 가공하여 제품을 개발할 수 있는 기술을 획득하는 기업이 소비자로부터 좋은 호응을 얻을 수 있고, 무역규제를 벗어나 지속적인 경쟁력을 가질 수 있게 되었다.

아모레퍼시픽도 이러한 인식을 바탕으로 제천시 전통 의약산업센터, 강원대 농업생명과학대학, 한국한의학연구원 등과 협력하여 국산 한방자원을 확보하고, 화장품에 대한 활용방안을 연구하고 있으며, 국내뿐만 아니라 해외에서도 시베리아, 아마존, 극지의 식물 등 세계 천연자원을 연구하고 있다. 그 일례로, 2009년에는 화학적인 합성기술이 아닌 효소를 활용한 친환경 대량제조기술 이용하여 홍삼으로부터 “희귀 홍삼사포닌”을 개발하고 이 희귀 홍삼사포닌의 피부에 대한 효능을 과학적으로 밝힌 공로를 인정받아 2009년 대한민국 기술대상(국무총리상)을 수상하고 동시에 대한민국 10대 신기술에 선정되는 영광을 가질 수 있었다. 또한, 고온공정이 환경친화적인 공법이 되지 못한다는데 착안하여 고온용해가 필요한 원료균을 별도의 제조탱크에서 제조하는 방식으로 분리하여 해피바스, 미장센 제품에 적용하였고, 한국환경산업기술원으로부터 환경표지인증, 탄소표지인증 등을 획득하였다. 그 외에도 이니스프리 에코레시피 라인인은 국내 업계 최초로 에코서트 유기농 인증을 받은바 있다.

또한, 소비자의 다양한 요구를 충족하고, 소비자 자신

도 인지하지 못하고 있는 니즈를 발굴하고자 물리화학, 기계공학 등 다양한 영역의 첨단기술을 융합한 제품을 개발하고 있다. 지난해에는 미 하버드대 물리학과 웨이츠 교수팀과 공동연구를 통해 모양뿐만 아니라 기능까지 거의 세포와 유사한 ‘피부세포모사체’ 화장품원료 앱셀 TM을 개발하였고, IT기술을 적용하여 초음파와 이온, 원적외선, 그리고 진동을 소형의 미용기구에 접목시킨 첨단 미용기기를 개발하였다. 또한, 화장품 전문매장에서 고객의 피부 상태를 정확히 진단하고 피부관리 및 미용법을 제시하여 고객의 피부에 맞는 제품을 추천할 수 있도록 한 피부진단기 “스킨터치”를 개발하여 자사의 브랜드샵인 ‘아리따움(ARITAUUM)’에 배치함으로써 제품뿐만 아니라 서비스에 있어서도 질적인 향상을 꾀하였다.

“바이오연구 강화”

최근 국내 화장품 시장에 새로운 이슈로 바이오 화장품이 등장했으며, 시장이 급속도로 성장하고 있다. 바이오 화장품이란 바이오 기술을 통한 공정을 통하여 생산된 효능 성분을 함유한 기능성 화장품을 의미한다. 일반적으로 화학적으로 합성한 물질을 함유한 일반 화장품과는 달리 생물이 자연적으로 만들어내는 물질을 응용한 것이기 때문에 안정성과 효능에서 요구도가 높은 고객들의 관심이 증가하고 있다.

아모레퍼시픽은 앞으로 연구소 내에 2015년까지 바이오 전문 연구 인력을 확충하여 바이오 기술에 대한 연구를 강화, 2020년까지는 글로벌 수준의 바이오 연구 인력을 보유해 나갈 계획이다. 특히 바이오 소재 중에서 제일 화제인 스템셀에 대한 연구를 포함하여, 개인의 유전적 다형성에 대한 연구를 통해 아시아인의 유전자와 피부 특성에 대한 연관성을 바탕으로 고객 맞춤형 제품을 제공하는 기술도 큰 관심 중의 하나이다. 또한 바이오와 IT 등 타 기술과의 융합을 통하여, 혁신적인 가치를 창출하고, 미래 신성장 동력을 지속적으로 찾아 나아갈 계획이다.

“외부기술 학습을 통한 C&D로 SPEED있는 연구 개발”

좋은 제품을 만들기 위해서는 좋은 기술과 아이디어가 필요하다. 요즘과 같이 경쟁이 심하고, 변화가 빠른 시장 상황에서는 좋은 기술과 아이디어를 신속하게 찾아내

는 '발 빠른 기업'이 성공한다. 그런데 이러한 좋은 기술과 아이디어가 자사의 R&D 내에서만 발굴되리라는 법은 없다. 핵심 기술은 자체 역량화하되, 그 외의 좋은 기술은 신속히 발굴하여 배우고, 흡수하는 것도 연구원들의 역량이다. 이것이 바로 C&D (Connect & Development)이다.

기존의 R&D는 보안을 이유로 폐쇄적으로 진행되어 왔다. 그러나 현재는 누군가 회사의 기밀을 훔쳐갈 것을 고민하기보다는, 얼마나 빠르게 혁신적인 제품을 창출하느냐를 걱정해야 할 때이다. C&D활동 또는 개방적 혁신 (Open Innovation)을 통해 외부의 우수기술을 습득하고 활용할 때, 연구원들이 그보다 몇 배나 많은 역량을 발휘할 수 있다.

이러한 C&D활동의 일례로, 아모레퍼시픽 기술연구원은 'Microfluidics'라는 새로운 학문을 창시한 하버드대학교 물리학과 웨이트 (Weitz) 교수와 3년간 공동 연구 개발한 끝에 세계 최초의 피부세포모사체 화장품 원료인 '네오셀(NeoCell)'을 개발하였다. '네오셀 (NeoCell)'을 개발하는데 바로 첨단 미래 기술인 마이크로플루이드스 (Microfluidics)기술이 적용되었다. 특히, 이번 '네오셀 (NeoCell)'의 개발은 단순한 기술도입이 아닌 화장품 원료 개발부터 상용화 전 과정에 있어 세계적으로 저명한 과학자와 어깨를 나란히 하여 공동 연구한 결과라는데 의의가 있다. 이 새로운 화장품 원료는 자사 브랜드의 주름 및 미백 제품에 적용되었다.

3. 아모레퍼시픽 연구원 양성 및 포상제도

연구원 연수 제도

아모레퍼시픽 기술연구원에서는 연구원들이 연간 업무와 관련된 학습을 이수하도록 하고 있으며, 사내에서 제공하고 있지 않은 교육에 대해서는 외부 기관에서 교육을 받을 수 있도록 개인의 성장을 지원하고 있다. 또한, 매년 정기적으로 사내 장학생을 선발 하여 회사업무 및 연구분야와 관련된 분야에 대해 국내 또는 국외 대학에서 석사 이상의 학위취득을 할 수 있도록 등록금을 지

원하여 개인경력개발과 연구능력의 질적인 향상을 도모하고 있다. 또한 세미나, 학술회의, 포럼참가와 선진기업의 제품이나 기술, 경영방식 등을 습득하기 위한 기업체나 교육기관의 벤치마킹 프로그램의 참가를 지원하여 지속적으로 직무수행능력을 향상시키도록 하고 있다. 그리고 글로벌인재 육성체계에 따라 해외관련 업무를 담당할 실무인력 양성을 목적으로 일정기간의 현지업무를 체험시키기 위해 해외 법인의 업무지원 및 지역별 연구과제를 수행할 연구원을 파견함으로써 현지 비즈니스 이해와 글로벌 커뮤니케이션 역량 향상을 도모하고 있다.

직무 교육

전사적으로 제공되는 연수지원 외에 기술연구원 자체적으로 연구능력을 향상시키기 위해 다양한 직무 교육을 진행하고 있다. 처음 입사하게 되면 빠른 현업 적응을 통해 직무를 원활히 수행할 수 있도록 제품개발에 관련된 입문교육과 심화교육을 필수적으로 이수하게 된다. 그 외에도 필요에 따라 연구분야별로 진행되는 직무교육이 있으며, 외부강사를 초청하여 외국어강좌를 개설함으로써 국제적인 업무도 원활하게 수행할 수 있는 능력을 갖출 수 있도록 다각적인 측면에서 연구원의 직무교육을 수행하고 있다.

연구원 포상 제도

우수한 성과를 이루는 연구원들을 대상으로 자체 기술상 및 우수연구원 표창을 매년 실시하고 있다. 기술상 표창은 매년 우수기술에 대한 내부 시상을 하여 팀과 연구원의 사기진작을 도모하고, 우수기술개발을 장려한다는 취지 하에 시행되고 있다. 또한 매년 발행 논문, 기술홍보 부문에 대해 우수 연구원을 선발한다. 우수 논문은 학술적으로 우수한 논문을 학술지에 게재한 연구원에게 수여되는 상이며, 기술홍보는 외부 기술상 수상을 통해 자사 우수기술에 대한 대외홍보에 기여한 연구원에게 수여되는 상이다. 우수연구원에게는 상장과 시상금이 주어지는 의미 있는 시상제도이다.