

RDA Interrobang (84호)  
인터넷([www.rda.go.kr](http://www.rda.go.kr))에서  
컬러판으로 보실 수 있습니다.

집필 : 이상원 박사(043-871-5611)  
김승유, 김영옥, 김형돈, 손상현

# 화장품산업의 새로운 동력, 농업

- 농산업의 블루오션, 프리미엄 화장품 -

**2012. 10. 24.** (제84호)

본지의 내용을 인용할 때에는  
반드시 출처를 명시하여 주시기 바랍니다

## 목 차

### 요 약

I. 화장(化粧)의 역사 .....	1
II. 진화하는 화장품산업(香粧産業) .....	6
III. 시사점 .....	19



RDA 인테러뱅 제84호 화장품산업의 새로운 동력, 농업 2012. 10. 24. 발간

이상원	농촌진흥청 국립원예특작과학원	swlee1004@korea.kr
김승유	농촌진흥청 국립원예특작과학원	kimsyu@korea.kr
김영옥	농촌진흥청 국립원예특작과학원	kyo9128@korea.kr
김형돈	농촌진흥청 국립원예특작과학원	radioleg@korea.kr
손상현	농촌진흥청 국립원예특작과학원	herbsohn@korea.kr

## 《 요 약 》

### ① 피부보호, 종교의식, 계급표시에서 시작된 화장

남에게 아름다운 모습과 좋은 인상을 주기 위한 화장은 깨끗한 피부에서 시작되어 향기로 마무리 된다는 것이 정설이며, 이를 위해 겉모습이나 향기를 향상시키는데 쓰이는 물질을 화장품이라고 한다. 화장품은 바디, 두발, 기초, 색조, 향수의 다섯 가지로 분류한다.

### ② 자연주의 바람과 함께 진화하는 화장품 산업

피부미화, 청결 등을 위한 화장품이 이제는 자연주의 바람과 함께 노화 예방과 질병 치유의 개념으로 확대되어 이용되고 있다. 지속가능성이라는 맥락에서 그린 뷰티(green beauty)를 표방한 제품생산과 마케팅을 통해 이익을 창출하려는 노력이 진행되고 있으며, 화장품 업체들은 모두 안전성, 공통된 표준, 표시기준 등 규제화된 환경에 직면하고 있다.

### ③ 우리 화장품 산업의 경쟁력, 한방 화장품

한방화장품은 약사법에 규정한 전통 한의서 11종에 기재된 약재로 만든 화장품을 지칭하며, '10년 한방 화장품 산업은 전체 화장품 시장의 23.6%를 차지하며, 1조 3,642억 원 규모로 성장하였다. 한방 화장품의 무기는 비방(秘方)과 원료(原料)로, 이는 농가에도 긍정적인 영향을 미쳐 원료의 산지 직거래가 증가하고 있으며, 지자체 차원에서는 지역경제 활성화와 지속적인 소득원확보라는 측면에서 특산 화장품을 직접 개발하는 사례도 증가하고 있다.

### ④ 농업에 대한 선입견을 깰 때 새로운 시장이 탄생

농업을 단순히 식량생산 중심의 산업으로 단정 짓는 선입견을 깨고, 공격적인 마인드로 식량생산, 식의약 소재 개발, 산업소재 개발 등으로 우리 농산업의 외연을 확대할 필요가 있다. 또한, 오천년 이상 민족이 사용해온 차별화된 전통지식을 발전시킨 우리 전래의 처방을 응용한 연구 개발이 시급하며, 전통지식의 상품화를 지원하는 원료의 인증, 감독기능의 일원화, 국산 농산물 사용기업의 인센티브 제공 등에 대한 정책을 고려해야 할 시점이다.



## I. 화장(化粧)의 역사

### 화장과 화장품이란?

- 화장품은 인체의 겉모습이나 향기를 향상시키는데 쓰이는 물질이며, 화장은 이러한 화장품을 바르는 행위
  - 화장품을 뜻하는 단어 ‘Cosmetics’의 어원은 그리스어 ‘Kosmetickos’에서 유래한 것으로 잘 정리하다, 잘 감싸다는 의미
    - Kosmetikos의 어원인 Kosmos(우주의 질서)라는 의미도 포함하고 있어 결국 화장은 우주의 질서를 지키기 위해 가꾸는 기술을 의미
- 남에게 아름다운 모습과 좋은 인상을 주기 위한 화장은 깨끗한 피부에서 시작되어 향기로 마무리 된다는 것이 정설
  - 화장품도 바디(Body), 두발(頭髮), 기초, 색조(make-up), 향수의 다섯 가지로 분류
    - 바디화장품은 일반적으로 목욕 시와 목욕 후에 사용하는 제품
    - 두발화장품은 모발과 두피의 더러움과 때를 제거하는 제품
    - 기초화장품은 피부를 가꾸어주는 제품으로 스킨케어(skin care) 제품이라고도 하며 최근 가장 중요한 제품으로 부상
    - 색조화장품은 기초화장 후 아름답게 꾸미는 화장품
    - 향수는 은연중에 사람의 이미지를 결정하는 특이한 기능의 화장품



## 피부보호, 종교의식, 계급표시에서 시작

- 화장이 시작된 정확한 시기는 알 수 없으나 기원전 7,500년경의 이집트 제1왕조 무덤에서 발견된 유물이 최고(最古)의 것
  - 신분상징의 일부로 의복, 가발과 함께 발달하였으며, 독특한 눈 화장은 주술적인 의미가 있으며, 태양빛으로부터 눈을 보호
    - \* 독특한 이집트식 눈화장과 계급표시를 위해 매니큐어도 사용했으며, 목동과 사냥꾼들은 피부보호를 위해 캐스터(Castor, 피마자)나무 기름을 이용
  - **클레오파트라**는 당시의 화장술을 집대성하여 목욕, 기초, 색조로 세분화하였으며 그 당시 사용한 재료는 지금도 원료로 이용
    - \* 메소포타미아의 수메르인들도 화장을 하였다는 것이 유물과 벽화발굴을 통해 보고(BC 3,000년경)



- 이집트의 영향을 받은 고대 그리스에서는 여성을 중심으로 화장 술이 발달하였으며 이후 유럽 전역에 영향
  - 헤타이라(직업접대부, hetaira)를 중심으로 전신, 진한 색조화장이 유행하였으며 후기에는 상류층까지 확산

### 그리스의 최상류 여성계층이었던 헤타이라

- ▷ 직업여성인 헤타이라는 손님들 음악, 무용, 문학 등의 높은 소양을 가졌으며 미모와 예절, 품위에 있어서 차별화된 특수계층
  - 주요 고객은 그리스 사회를 지배하던 정치가, 군인, 문인, 예술가 등으로 알렉산더 대왕의 첩 타이스, 정치가 페리클레스의 첩 아스파시아 등도 헤타이라
  - 주 활동지인 코린트시(市)로 ‘아무나 코린트에 가나?’라는 말이 있었으며 그리스 시인 판다로스는 찬미하는 시를 남겼을 정도로 상류 남성에게는 교제하는 것이 명예

- 주변국과의 교류가 많았던 로마는 화장을 학문적으로 정리하였고 상류사회를 중심으로 목욕, 마사지, 화장이 매우 발달
  - 약초학과 임상학의 대부로 불리는 갈레노스(Claudius Galen 130~200)와 학자 데모크리토스(Democritus)에 의해 체계적으로 기록
    - 로마의 귀족들 사이에서는 올리브 오일과 허브(Herb) 마사지, 건식·습식 사우나, 헤나(Hena) 나무를 이용한 염색이 유행
      - \* 갈레노스는 피부의 수분증발을 막아주고 햇빛으로부터 보호하는 오늘날의 콜드크림(Cold cream)을 제조
- 16세기말부터 바로크 양식의 유행으로 화장술과 화장품이 크게 발전하였으나 사회분위기, 건강상의 이유로 자연스러움 추구로 이행
  - 사치스러운 문화가 발달하면서 남성과 여성들 모두 과도한 장식과 화장을 하게 된 시기
    - 가발, 백납분, 색조화장품, 애교점을 만드는 패치(patch) 등이 발달했으며 영국의 엘리자베스 1세가 매우 화장을 즐긴 것도 특징
  - 바로크의 뒤를 이은 로코코 시대에는 우아하고 여성적이며 인공을 가미한 아름다움을 추구
    - 프랑스 루이15세의 첩 풍파두르의 스타일이 크게 유행하여 여성용 가발, 장식, 창백하고 하얀 피부를 위한 화장이 발달
  - 프랑스 대혁명이후로 귀족의 상징과 같았던 가발 등의 착용은 사라지고 자연스런 머리모양과 자연스러운 화장이 정착

#### 백옥같은 피부와 뛰어난 미모의 풍파두르 부인

- ▷ 피부와 혈색에 세심한 주의를 기울인 그녀는 얼굴과 목덜미에 자신만을 위해 제조된 새 하얀 화장품을 사용
  - 루이 15세의 애첩으로 왕궁에 기거하면서 매년 걸치레에 5십만 프랑을 사용할 정도로 상류층 패션 리더 역할
  - 화장품은 계란 흰자와 꿀, 고무, 달팽이를 뺀 가루 등을 혼합한 것 혹은 창연(bismuth)과 진주층 등을 섞어 만든 가루



마담 풍파두르



## 우리나라의 화장 발달사

- 우리나라 화장의 역사도 상당히 오래되었을 것으로 추측되나 선사시대의 유물은 없고 삼국시대의 기록에서 처음 발견
- 마한과 변한에서는 원시화장 형태로 문신이 유행하였으며 장식과 신분구분의 의미가 있었다고 함
  - \* 고조선 시대 만주지방에 살았던 읍루인들은 겨울에 동상을 막고 피부를 보호할 목적으로 돼지기름을 몸에 발랐다는 기록이 존재
- 고구려시대 벽화에서는 머리치장과 볼 화장의 흔적이 발견되며 백제는 일본에 분(粉) 제조 기법을 전해주었다는 기록이 있음
  - 신라의 화장 문화는 두 나라에 비해 늦었으나 현저한 발전을 이루어 남성의 화장, 향낭, 장신구 등이 크게 발달
    - \* 잇꽃(홍화)를 이용해 연지를 만들고 백분이외에도 산단(山丹, 백합꽃의 붉은 수술)로 색분을 만들었으며 일본에 백분제조기술도 전수(화한삼재도회(和漢三才圖會))



- 고려시대에는 옅은 화장이 일반적이었으며 직업에 따라 짙은 화장을 하는 '분대화장(粉黛化粧)'도 발달하기 시작
- 중국 문헌에 고려에는 화장을 즐기지 않아 분은 바르나 연지를 쓰지 않는다는 기록이 있으며 검소한 불교문화의 영향으로 추정
- 고려 초부터 제도화된 기생계층에는 분대화장이라 하여 짙은 색조와 향을 이용한 화장이 발달



- 발달된 도자기 기술로 만들어진 화장품 보관용기 등이 현존하며 특히 향을 많이 이용한 것도 특징(고려가요 **만전춘별사**)
  - \* 고려시대의 머릿기름인 향유는 이웃 중국과 일본에 수출을 했을 정도
- 조선시대에도 검약에 근거한 옅은 화장이 주를 이루었으나 특별한 시기나 모임에 따라 화장에 세분화되기 시작
  - 평소에는 거의 화장을 하지 않거나 옅은 화장을 하였으나 명절, 결혼식 등에는 짙은 화장을 하기도 하였음
    - 기생을 중심으로 한 분대화장은 더욱 발달하여 분위기, 장소에 따라 색조와 향을 달리하는 방법이 세분화
  - 조선 중기 이후에는 화장품의 생산, 판매를 위한 관청의 설치와 유통조직이 등장할 정도로 화장품산업이 발달
    - 궁중에 필요한 화장품을 생산, 공급하는 관청인 보염서(補艷署)(1505, 연산군), 전국에 방문판매 조직인 매분구(賣粉媧)가 등장(1690, 숙종)
- 일제 강점기에 10여명의 장업자는 백분과 크림류 등을 공장수공업 형태로 제조 판매하며 국내 화장품산업의 기틀을 마련
  - 일제 총독부가 공산품으로 제조 허가한 박가분(朴家粉 또는 朴家張粉)의 관허 1호 화장품 생산 및 판매(1916, 박승직)
  - 1930년대 동방화학의 에레나 화장품, 동보화학의 동보 구리무 등 한국 사람들이 설립한 회사에서 대규모 화장품 생산

#### 우리나라 화장품사에 전설을 남긴 제품들

- ▷ 우리나라 화장품 1호로 알려진 ‘박가분’은 가내수공업 형태로 생산을 했음에도 하루 5만 갑을 팔았다는 전설적인 이야기가 있음
  - 잡화점을 운영하던 윤독정(아모레퍼시픽 서경배 사장의 할머니)이 개발하여 1932년부터 창성상점에서 판매한 머릿기름 역시 전국을 휩쓴 전설적인 제품
  - 1947년 락희화학공업사(현 LG)에서 만든 럭키크림은 크림의 일본어 ‘구리무(クリーム)’와 북을 동동 치며 팔러 다녔다하여 ‘동동구리무’로 불린 추억의 상품

## II. 진화하는 화장품산업(香粧産業)

### 화장품의 최근 트렌드

- 피부미화, 청결 등을 위한 화장품이 이제는 자연주의 바람과 함께 노화예방과 질병 치유의 개념까지 확대되어 이용
- 2000년대 들어서면서 ‘웰빙’이 화장품업계에도 많은 영향을 미쳐 기능성 화장품의 수요가 급속도로 증가하는 추세
  - 웰빙을 컨셉으로 하는 주름개선, 미백, 자외선 차단 등 기능성을 강조한 제품군의 소비가 증가
    - \* 다양한 원료와 과학기술이 접목되어 치료 의미가 가미된 코스메슈티컬(Cosmeceutical), 힐링 코스메틱스(Healing cosmetics) 등 새로운 영역이 발전
  - 화장품 소비자층도 성인 여성 중심에서 노년층, 중장년층, 남성 그리고 청소년 등으로 확대
    - \* 국내 남성 화장품 시장은 4,700억 원(2006)에서 9,000억 원(2011)으로 5년간 2배 성장하였고, 2012년에 1조 원을 넘을 것으로 전망(LG생활건강)
  - 사용방법도 피부 또는 모발에 도찰, 살포하는 방법에서 최근에는 먹는 화장품까지 등장

#### 외모를 중시하는 새로운 남성 종족의 탄생!

- ▷ 그루밍족: 패션과 미용에 아낌없이 투자하는 남성들
- ▷ 노무족: 아저씨가 아닌 청년이나 오빠를 지향하는 중년 남성들
- ▷ 신레옹족: 사회에서 멋진 패션 신사로 변신하는 아버지를 일컬음
- ▷ 로엘족: 자신만의 스타일로 패션과 스타일의 변화를 추구



- 2005년부터 생얼 열풍과 바쁜 일상에 화장 시간 단축이 필요한 소비자들의 니즈에 부합되어 비비크림이 개발
  - 원래 독일 피부과에서 치료의 목적으로 개발된 블레미시 밤(Blemish Balm)의 약자인 ‘BB크림’이 기능성 화장품의 시초

- 최근에는 커버력이 높은 비비크림이 개발되었고, 자외선차단, 미백, 주름개선 등의 기능을 더한 기능성 비비크림도 판매
- \* 최단 기간 100만개 판매 돌파 신기록을 세운 미샤의 'M 시그너처 리얼 컴플릿 비비크림'은 관광객의 선호로 '한류 비비'라는 신조어까지 탄생
- 향후 화장품 산업의 변화 방향으로 바이오기술 기반 연구, 융복합 솔루션 상품 개발, 기술/성분 마케팅을 제시(2012, SERI)

#### 화장은 남자를 속이는 죄악 '화장 금지법'!

- ▷ 1770년 영국에서는 '화장이나 장신구 등으로 왕국의 신하를 유혹하여 결혼에 성공한 여성은 마녀 행위 및 유사행위로 처벌한다'라는 법률을 공포
- ▷ 여성들의 화장이 금지되자 남성용 화장품이 품귀현상을 보일 정도로 대 유행을 하였고, 여성들은 의상으로 눈을 돌려서 야한 옷이 유행하게 되었으며 이로 인해 폐렴과 기관지염 여성 환자가 급증했다는 기록도 있음

### 트렌드의 핵심, 친환경 · 자연주의 · 기능성

- 전 세계적으로 안전성이 확보된 천연과 고기능성(Cosmeceutical) 화장품에 대한 고객의 요구가 지속적으로 강세
- 고품질을 확보한 천연 · 유기농 화장품이 항노화와 함께 화장품 시장의 성장을 쌍끌이 하는 양대 트렌드로 부각
  - 지속가능성이라는 맥락에서 그린 뷰티(green beauty)를 표방한 제품생산과 마케팅을 통해 이익을 창출하려는 노력이 진행
  - \* 천연 · 유기농 원료를 찾는 수요가 크게 늘어나고, 지속가능성을 담보한 계면활성제, 친환경 용제(溶劑), 파라벤 대체물질 등이 강조
- 천연과 고기능성 화장품 업체들은 모두 안전성, 공통된 표준, 표시기준 등 규제화 된 환경에 직면
  - \* 미국(화장품 안전성법)과 유럽(소비자안전성과학위원회)에서 화장품에 함유된 유해물질들과 관련한 규제 수위를 상향조정하는 움직임이 활발

### 아시아의 애매한 천연·유기농 화장품 인증!

- ▷ 아시아 천연 화장품 시장의 성장에도 불구하고, 잘못된 마케팅 정보와 인증기준 부재를 지적(2012, 영국 오가닉 모니터社)
  - 인증기준을 제정에 비용이 많이 들고, 서구의 인증기준을 적용할 경우 이를 감당할 업체들이 많지 않다는 고민도 피력
- ▷ 천연·유기농 화장품 분야의 소비자 신뢰도 및 충성도와 관련한 모범사례로 (주)아모레 퍼시픽을 꼽음



한방 샴푸

□ 뷰티·퍼스널 케어 시장은 브릭스 등의 이머징 마켓을 중심으로 빠른 성장을 보이고 있으며, 천연물 원료 소재 비율이 확대

○ 이머징 마켓들이 유럽과 북미 뷰티·퍼스널 케어 시장의 수요 감소를 상쇄하면서 성장을 견인할 전망(2012, 유로모니터)

- 이머징 마켓인 브릭스(브라질, 러시아, 인도, 중국) 국가들의 시장 성장률은 2008~2011년 기간 동안 선진국 시장의 10배

\* 브라질 퍼스널 케어 시장은 2011년 10.2억 달러에서 2018년 16.2억 달러로 확대되고, 또한 천연물 원료 소재 제품의 선호도도 갈수록 부각될 전망

- 추후 멕시코, 아르헨티나, 인도네시아, 태국, 터키 등 차상위권 마켓들이 뷰티시장의 성장에 보탬 힘의 크기에 주목할 필요

○ 프랑스는 천연·유기농 화장품 시장 규모가 작년에 비해 30~40% 증가하여 유럽 내 성장률 1위이며, 신제품도 260개를 출시

- 유기농 인증을 획득한 유기농 남성용·유아용 제품의 성장세가 두드러지는 추세

### 이슬람권 ‘할랄’ 화장품의 막강한 잠재력!

- ▷ 이슬람 문화권에서 엄격한 율법에 의해 인증되는 천연·유기농 ‘할랄’ 제품이 세계시장에서 열풍을 일으키고 있는 중
  - 할랄 인증을 받은 재료에서 추출한 성분을 활용해 할랄 기준을 적용한 콜라겐 등 동물성 성분과 알코올이 첨가되지 않는 특징



## 기능성의 시작은 신뢰도 높은 원료

- 생활수준이 향상되면서 노화예방, 미백, 자외선차단 등에 관심이 증가하고, 이에 도움을 주는 기능성화장품이 발전
  - 선진국에서는 1980년대 후반부터 수요가 높았던 기능성화장품은 국내에서도 몇 년 사이 급격한 성장세를 보이고 있음
  - 기능성화장품은 특정 부위별 전문화된 제품이 출시되고, 소비자 층도 점점 세분화되면서 새로운 기능성 원료의 개발이 전개
    - 현재 기능성화장품으로 인정되고 있는 범위는 노화예방, 피부 미백, 자외선차단, 손상된 피부의 복원 등(식의약청)
    - \* 여드름치료, 각질제거, 아토피 감소 등도 기능성 화장품에 포함
- 식물, 동물 등 천연물 소재 중심의 기능성화장품에 이제는 바이오, 광학, 발효 등 첨단 기술들이 접목되는 추세
  - 감초, 민들레 등 약초 추출물을 이용한 기능성 화장품이 주를 이루며, 최근에는 해양생물의 성분을 이용한 제품도 출시
    - 식물의 화장품 원료로 빈랑자, 마치현, 감초, 민들레, 유근피, 인삼, 고삼 등이 대표적으로 이용
    - 산호, 클로렐라, 다시마 등 다양한 해양생물에서 추출한 필수 아미노산, 미네랄, 콜라겐 성분이 포함된 제품도 출시
  - 동물성분 화장품의 안전성이 검증되면서 달팽이, 봉독, 뱀독 등 독특한 동물성분의 제품들이 활발히 개발



- 화장품 개발이 나노기술 등 첨단 기술을 이용해 피부관리에서 세포 수명 연장, 대사활동 촉진 등으로 기능성이 확대
- 화장품 성분의 피부 흡수율을 높이기 위한 나노기술, 자연정화 능력을 가진 발효미생물을 이용한 자연발효 화장품 등이 출시



□ 최근 빙하수, 해양심층수, 식물수, 이온수 등 피부에 바르는 물이 기능성화장품으로 등장하면서 좋은 물 확보 경쟁이 한창

- 가장 인기가 많은 빙하수는 인간의 손이 닿지 않은 청정지역의 깨끗한 이미지와 풍부한 미네랄이 장점
  - 프랑스의 디올은 올해 초 4500년 전 대형 화산 폭발 때 형성된 아이슬란드 빙하수(Glacial water)를 사용한 ‘디올 스노’를 출시
- 해양심층수는 미네랄이나 필수 미량원소를 많이 함유하고 있고 인체에 흡수가 빨라 화장수, 수면팩, 바디젤로 활용
  - 2012년 아모레퍼시픽은 강원도 고성인 해양심층수를 이용하여 클렌징, 토너, 에센스, 미스트, 크림 등 스킨케어 라인을 출시
    - \* 해양심층수는 수심 200m 이상의 깊은 곳에 존재하여 유기물이나 병원균 등이 거의 없고, 물 분자가 작아 쉽게 피부에 흡수
- 식물 내부의 관을 타고 흐르는 수액을 추출하거나 꽃잎을 찢어 얻은 증류수를 이용하여 만든 화장품 브랜드도 증가하는 추세
  - \* 고대부터 사용되어온 장미수(薔薇水)는 증류방식을 그대로 이용



## 바르는 화장의 진화, 먹는 화장품(Inner Beauty)

- 아름다움이라는 콘셉트가 화장품과 식품 시장의 범주를 넘나들면서, 두 시장의 특성을 모두 가진 먹는 화장품이 탄생
- 먹는 화장품과 바르는 화장품은 상호 대체재가 아닌 보완재로서의 역할을 수행
  - 일반 화장품이 해줄 수 없는 부분을 먹는 화장품이 해결해주어 화장품의 범위와 시장이 커지고, 힐링(healing)의 개념도 도입
    - \* 먹는 화장품은 화장품이 닿기 어려운 진피층(眞皮)에 침투하여 나이가 들수록 소실되는 이로운 구성성분을 보충하는 역할
    - \* 화장품의 범주로는 어려웠던 성인여드름, 아토피, 알러지 등의 면역관련 피부질환 등을 먹는 화장품으로 해결을 도모
  - ‘기능성 식품’ 수준으로만 분류되던 한약재 등의 피부와 관련한 다양한 효과가 입증되고 사용되면서 고객층과 시장이 확대
    - \* 기존의 한약재 등은 원기회복, 질병의 치료를 목적으로 장년, 노년층을 중심으로 시장이 형성되는 반면 먹는 화장품의 고객은 젊은 층까지 공략

### 중동에서는 화장품이 의약품의 범주에 들어간다?

- ▷ 아랍의 위대한 현인(賢人), 의사로 알려지는 Abu al-Qssum al-Zahrawi 또는 Abulcasis가 10세기경 쓴 의료백과사전인 Al-Tasrif에서 화장품을 언급
  - 총 24권의 백과사전 중 19권 짜에서 화장품을 의술의 한 분야로 생각하여 ‘아름다움의 의술(Medicine of Beauty, Adwiyat al-Zinah)’라고 표현
  - 세부적으로 향수, 아로마, 현대의 립스틱에 해당하는 화장품, 고체형태의 냄새 제거제에 대해 기술하였고, 치료와 미용목적의 Adhan 이라는 오일을 자세히 설명
  - \* 자료: 위키피디아(화장품의 역사, History of cosmetics)

- 관련 업체가 추산하는 우리나라의 ‘먹는 화장품’ 시장은 매년 13~15%씩 성장하고 있으며, ‘11년 최대 4조원으로 추산
- 미용에 직접적인 도움을 주는 건강보조식품 시장의 경우는 1조원, 여기에 비타민을 포함하면 4조원에 육박



- 우리나라에서 먹는 화장품 시장이 태생된 계기는 '10년 CJ 제일제당의 '이너비'가 탄생하면서 부터로 최근부터 시작

**‘먹는 화장품’의 범위는 ‘어디서부터 어디까지’?**

▷ 피부에 직접 바르지 않고 마시거나 먹음으로써 피부의 상태를 개선, 보전하는 목적을 가진 모든 대상을 포함하는 제품

- 성분으로는 히알루론산, 콜라겐, 각종 비타민뿐만 아니라 코엔자임Q10, 달팽이 추출물, 석류추출물, 단백질 음료 등이 포함되며, 한방재료까지를 총망라

○ 역사가 매우 짧음에도 불구하고, 매우 빠른 속도로 제품 구성이 다양화되고 경쟁도 보다 심화

- 휴대가 간편한 제품에 대한 수요가 증가하면서 간편한 제형과 소형 포장재로 제품군들이 변모하는 과정

\* 젤리 제형으로 만들어 식감을 좋게 하거나, 음료형태로 제조하여 손쉽게 먹을 수 있게 만드는 것이 특징

- '10년만 해도 2~3개에 불과하던 관련 제품들이 화장품, 제약, 식품회사까지 가세하면서 시장경쟁도 점차 치열

\* 아모레퍼시픽은 콜라겐, LG생활건강은 피크노 제놀이 함유된 제품을 출시해 각각 '10년 2,000억 원, 650억원의 매출을 달성

\* CJ 제일제당은 히알루론산이라는 보습성분이 함유된 제품군을 필두로 하여 '12년 400억 원의 매출을 목표

- 중국은 시장이 형성되는 태동기이나, 향후 5년간 성장률이 35% 이상을 기록할 것으로 알려질 만큼 많은 기회가 존재

\* 전체 화장품 시장의 30%인 200억 위안 이상(3.5조 원)의 시장을 형성할 것으로 예상(2010, KOTRA)

		
슈퍼콜라겐(아모레퍼시픽)	피크노스킨(LG생활건강)	이너비(CJ 제일제당)

## 재료의 질도 중요, 유기농 화장품

□ 인공향이나 염료를 넣지 않거나 최대한 줄여, 천연성분을 주재료로 만든 화장품들이 인기를 구가

○ 유기농으로 재배된 원료를 사용하고, 방부제를 사용하지 않아 피부가 받는 스트레스의 완화를 목적

\* '90년 **Estee Lauder**의 origin 화장품들이 출시되면서 다시 역사에 출현

○ 천연·유기농 제품의 공급망 확대와 신제품 발매로 슈퍼마켓  
에서부터 약국, 대형마트, 클럽스토어에 이르기까지 깊숙이 침투

- 존슨&존슨社나 에스티 로더社와 같은 다국적 기업과, 자연주의를 표방한 신규 브랜드의 증가로 시장 세분화는 가속

\* 2017년도 80억 달러 시장이 예상되는 천연·유기농화장품은 북미 시장에만 600종이 넘는 브랜드들이 군웅할거하고 있을 정도

- 국내에서도 백화점이나 온라인 쇼핑몰에서 구매가 증가하고 있으나 국내시장에서 유통되는 제품의 95%는 수입산

\* 유기농 원료란 '친환경 농업 육성법'과 식약청이 공지하는 국가별 유기농 인증기관 또는 IFOAM에 등록된 기관으로부터 인증받은 원료를 지칭

- 선진국에서는 다양한 인증제도가 운영되고, 시장규모도 매년 확대되고 있으나 국내에서는 인증기관이나 제도가 부족한 현실

\* 국내에 인증기관이 없기 때문에 반드시 해외 기관의 인증을 받아야 하는데 프랑스의 ECOCERT의 경우, 1년 인증비용이 150만원 수준

				
ECOCERT(佛)	BIO(佛)	BDIH(獨)	Soil Association(英)	ICEA(伊)

## 농산업을 주목할 만한 신시장, 헬스케어

□ 건강과 미용을 한꺼번에 해결하고 싶은 소비자의 욕구 증가에 발맞추어 다양한 서비스 분야가 성장

○ 스파, 뷰티살롱, 메디컬 케어 채널 등이 현대화된 시설과 소셜 네트워킹 등을 통해 소비자들의 발걸음을 유도(2012, 클라인&컴퍼니社)

- 스파, 요가 및 명상, 마사지, 체형관리, 미용 경락, 메디칼 스킨케어, 코스메테라피, 하이드로테라피 등의 서비스가 발전

\* 호텔을 정할 때 웰빙 시설을 가장 중요한 요인으로 꼽으며, 여행자들의 69%가 호텔 숙박 시 스파를 찾음(2011, 힐튼 블루페이퍼)

### 좋은 향기가 긍정적인 행동을 유발한다?

- ▷ 아로마테라피의 효능으로 '선행의 향기, 상콤한 향기가 상호이익과 자선을 매개'한다는 학술 근거 제시('12, 미국 심리학회)
- ▷ 아로마테라피를 일상적으로 즐길 수 있는 방법이 목욕법으로 천연 에센셜 오일이 함유된 샴푸와 바디케어를 이용



○ 뷰티 타운 조성을 통해 화장품 연구개발, 브랜드 업체 입주, 다양한 뷰티 서비스가 종합적으로 가능한 특구 조성이 진행

\* 프랑스 샤르트르시 **코스메틱밸리**는 화장품 전후방산업이 밀집해있는 산업의 메카이며 국내에서도 인천, 제주, 충북 등의 지자체에서 특구조성이 추진중

○ 건강 증진과 미용 분야의 고용이 창출되어 2011년 세계 화장품 업계 10대 뉴스에 이·미용 전문인이 화제로 등장

\* 영국에서는 25만여 명의 이·미용 전문인 고용이 창출, 미국에서는 마사지 테라피스트 인원이 30만여 명에 육박할 정도

### 미용·건강 목적의 비타민 주사 과연?

- ▷ 최근 일본에서는 비타민 정맥주사를 맞는 여성들이 갈수록 증가하고 있으며, 심지어 'IV 카페'라는 전용 카페도 개설
- ▷ 일각에서는 의학적 검증이 부재한 형편이라는 문제를 제기하는 일들도 적지 않은 편으로, 철저한 의사 처방이 필요



## 우리 화장품 산업의 경쟁력, 한방 화장품

□ 우리나라의 화장품 산업은 경기침체와 관련 없이 지속적인 성장세를 바탕으로 '11년 6조 3,865억 원(생산액)시장을 형성(2012, KFDA)

○ 화장품 산업은 불경기에도 성장을 지속하며, 투자대비 높은 부가가치를 만들어내는 것으로 손꼽힘(2011, KHIDI)

\* 경제 불황에도 불구하고, 세계 화장품 시장 규모는 '07년 2,162억에서 '11년 2,518억, '15년 2,931억 달러까지 성장이 예상(2011, Datamonitor)

○ '11년 6.2%로 다소 둔화되기는 하였으나 거의 매년 10% 이상의 생산액 성장률을 보이는 고성장 산업

□ '10년 한방 화장품 산업은 전체 화장품 시장의 23.6%를 차지하며, 1조 3,642억 원 규모로 성장

○ 한방화장품의 명확한 규정은 없으나 포괄적인 개념으로 약사법에 규정한 전통 한의서 11종에 수재된 약재로 만든 화장품을 지칭

\* 전통 한의서 11종 : 방약합편, 동의보감, 향약집성방, 광제비급, 제중신편, 약성가, 동의수세보원, 의학입문, 경약전서, 수세보원, 본초강목

○ '10년 전체 화장품 시장의 전년 대비 성장률이 16%였던 것에 비해 한방 화장품은 23% 이상 고성장

\* 소비자들은 장점으로 효과가 뛰어나고 부작용이 적다고 인식하고 있으며 한방의 이미지를 높게 평가(2008, 더 데일리 코스메틱)

### 한방 화장품의 주 타깃, 기능성 화장품 시장의 흐름은?!

▷ 과거 자외선 차단, 주름개선, 미백 효과 등 하나의 장점만을 살린 제품들이 주를 이루던 것이 2011년에는 복합기능성을 가진 제품 위주로 변화

- 예를 들어, 주름개선과 미백의 기능을 동시에 낼 수 있는 복합기능성 제품의 생산액은 전체 기능성 화장품의 36.2%를 차지하고, 자외선 차단 25.2%, 주름개선 19.7%, 미백화장품 19%의 순(2012, KFDA)

## 한방 화장품의 무기는 비방(秘方)과 원료(原料)

- 시장 잠재력의 증가로, 대기업과 중소기업에서 한방 제품 개발과 전방위적 마케팅이 이루어지면서 농가에도 긍정적인 영향
  - 대기업은 기존 고객의 범위를 확장하기 위해 노력하고 있으며, 이에 맞추어진 다양한 한방 브랜드 제품을 출시
    - 기존의 40~50대의 중년여성만을 대상으로 하던 브랜드의 이미지를 젊은 여성뿐만 아니라 남성까지도 확대
      - \* 과거 광고모델을 중년 여성 탤런트로 하던 것을 젊은 여성과 남성으로 교체하는 비율이 증가
    - 생산액 상위 10대에 속하는 기업들은 관련 고서(古書)를 기반으로 해 고유의 한약재 조합을 만들고 제품에 적용
      - \* 아모레퍼시픽은 '설화수', LG 생활건강은 '수려한', 애경산업은 '쉬림 미단', 소망화장품은 '다나한', 참존화장품은 '보화선'이라는 브랜드를 구축
  - 더 페이스샵, 미샤, 네이처리퍼블릭, 그리고 잇츠스킨 등 중저가의 브랜드숍들도 한방관련 제품을 갖추고 있는 중



- 연간 7~8만 톤으로 예상되는 한약재 시장을 더 키우는 역할을 하고 생산농가의 소득과 자급률 향상에도 긍정적인 영향
  - 국내 생산되는 약용작물의 30%는 한약재로, 70%는 식품 및 산업용으로 이용되므로 화장품 원료의 수요는 시장 확대에 기여
  - 소비자들의 원료 원산지에 대한 민감도가 높아져, 약용작물의 48%(2010년)에 달하는 수입의존도를 낮추는 역할도 기대

## 회사도 살리고 농가도 살리는 상생관계가 탄생

- 한방 화장품에 대한 수요가 높아짐에 따라 기업의 원료구매방식이 달라지고 그 효과가 기업과 농가의 이익으로 직결
  - 도매상을 거치는 경우, 원산지와 이력관리에 한계가 있어 산지 직거래가 증가
  - 국산 원재료의 사용이 높아짐에 따라 소비자의 제품에 대한 신뢰도가 높아지고 이는 기업의 이윤 상승으로 이어짐
  - 아모레퍼시픽의 ‘자음생크림’은 2012년 1~5월의 누적판매가 전년 동기 대비 16.5%, ‘동백윤모오일’도 62.9%가 상승
    - \* 자음생크림은 전북 진안 인삼농협, 충남 태안 백합수출영농조합법인, 동백윤모오일은 제주 서귀포시 신흥2리 동백마을의 국내산 원료를 이용
  - 농가의 입장에서, 직거래가 활성화되어 수확량에 따른 가격 변동이 줄어들고 과거 비상품에 속하던 물량의 처리도 수월
  - 국내산 유기농 한약재에 대한 수요가 높아 수확량이 변동해도 기업들이 계약한 가격이 유지되므로 농가의 부담이 감소
  - 원료용으로 사용되므로, 유효성분에 차이만 없다면 모양이 좋지 않더라도 납품하는데 문제가 되지 않음
  - \* 진안 인삼농협은 아모레퍼시픽에 연간 50억 원의 물량을 납품하는데, 수확량과 모양에 관계없이 적정가격을 보장받음(2012. 7. 14, 중앙일보)



전북 진안 인삼



충남 태안 백합(구근 이용)



제주 동백(씨앗 이용)



- 지자체 차원에서 지역경제 활성화와 지속적인 소득원 확보라는 측면에서 특산 화장품을 직접 개발하는 사례도 증가
- 최근 화장품 관련 산업을 지역의 전략산업으로 선정하여 육성하는 지자체들이 증가하는 추세
  - 제주시, 인천시, 경기도 오산시, 경북 경산시, 충북 오송시, 충남 보령시, 부산시 등 10여 곳이 전략 산업으로 육성 중
  - \* 지역 특화소재와 화장품 개발 등 관련 업무를 포함하면 20여 곳에 달함
  - 초기에는 소재 개발 등의 R&D에 사업을 맞추었다면, 현재는 화장품 산업단지 조성, 뷰티 도시 구축 등으로 확대
- 지역에서 생산되는 한약재뿐만 아니라 각종 농산물의 유효성분을 활용하는 상품화 전략을 추진
  - 인천시는 강화인삼, 약쑥, 복분자, 세계 5대 갯벌과 해조류를 이용한 뷰티도시를 만들기 위한 기반을 만드는 중
  - 제주는 제주테크노파크를 통해, 섬오가피, 동백오일, 비자오일, 조릿대, 백수오 등 향토자원과 용암해수를 상품개발에 연계
  - 한약재의 30%를 생산하는 경북은 대구경북한방산업진흥원을 설립하고 우방자, 차조기, 상백피 등을 이용하는 화장품을 개발
  - \* 중부대학교는 학교기업 로하스생명과학연구소를 통해 한방 화장품 ‘한수단’을 개발·생산해 33억 5천만 원 상당의 물량을 영국, 폴란드에 수출

#### 화장품의 범주에 이런 것도 들어간다고?!

- ▷ 인체의 아름다움을 가꾸는데 들어가는 로션, 크림 등의 피부용, 메이크업용 제품만이 아니라 헤어제품, 향수, 남성용 세면도구, 유아용품 등이 총망라
- 통상적으로는 화장품과는 거리가 있다고 보이는 비누, 샴푸, 린스, 헤어왁스, 목욕용품, 면도용 크림, 인체용 오일 등도 포함(Datamonitor)
- \* 주: 앞에서 다룬 ‘먹는 화장품(Inner Beauty)’은 일반적인 화장품에 포함하지 않음



### Ⅲ. 시사점

#### 견고한 선입견을 깨 때 새로운 시장과 가능성이 탄생

- 농업을 단순히 식량생산 중심의 산업으로 단정 짓는 선입견을 농업인 스스로 깨고 나와야 미래형 농업으로 발전이 가능
- 공격적인 마인드로 식량생산, 식의약 소재 개발, 산업소재 개발 등으로 우리 농산업의 외연을 확대할 필요가 있음
  - \* 전략상품의 다목적 활용(One source multi use)은 일본 문화상품계의 성공 전략으로, 만화책 하나를 가지고 영화, 인형, 학용품, 장난감 등 다양한 시장에 접근함으로써 상품의 인지도와 부가가치를 극대화

#### 전통지식에 대한 체계적인 R&D와 정책적 지원도 시급

- 5,000년 이상 민족이 사용해왔으며 중국과 차별화된 의학으로 발전시킨 우리 전래의 처방과 원료에 대한 연구 개발이 시급
- 세계의 선진국은 자국의 전통지식은 지키고, 저개발국의 전통지식을 확보하여 자국의 상품으로 만드는 전략을 구사
  - 이미 동의보감 등은 영어, 일본어 등으로 번역되어 다른 나라에서도 일부 연구가 이루어지고 있는 추세
  - \* 중국의 경우는 동북공정을 통해 고구려, 발해를 자신의 역사에 편입시키려 했으며 아리랑에 대한 주권을 주장한 바도 있음
- 민간요법 등 검증되지 않는 지식이 가지는 보건적 위험도 높기 때문에 바른 지식을 연구하고 알리는 것은 사회적으로도 중요
- 전통지식의 상품화를 지원하는 원료의 인증, 감독기능의 일원화, 국산농산물 사용기업의 인센티브 등도 고려할 만한 정책

## [부록] 건강과 피부미용에 도움이 되는 한방 차(茶)



### 여드름과 기미에 좋은 인삼

- ▷ 거친 피부를 부드럽고 탄력 있게 해주며 항균작용이 있어 여드름과 기미, 피부노화 지연에 효과가 있음
  - 피부의 모세혈관을 확장시켜 혈액순환을 촉진하고, 피부의 탄력성을 증가시킴
- 수삼 5뿌리와 대추 10개를 깨끗이 씻어 약한 불에 한두 시간 가량 푹 달여 마심



### 모발을 검게 하는 국화

- ▷ 국화는 풍열을 제거하여 눈을 밝게 하고 해독하며, 노화를 방지하고, 얼굴에 화색이 돌게 하며, 모발을 검게 함
  - 우려내거나 달인 것 모두 항균작용을 하여 뽀루지, 백발증, 비듬에 효과가 있고, 혈압을 저하시키는 효과도 있음
- 뜨거운 물 한잔에 말린 국화꽃잎 2~3개를 띄워 마시거나 말린 국화꽃과 꿀을 버무려 밀봉해 두었다가 타서 마심



### 피부를 윤택하게 하는 당귀

- ▷ 주름, 얼굴의 여드름, 백반증, 비듬, 피부의 노폐물을 제거하고, 모발을 튼튼하게 하며, 미백작용 효과도 있음
  - 혈액을 보충하고, 혈액순환을 잘 시켜주고, 대장에 영향을 주어 배변을 원활하게 하고 피부를 윤택하게 함
- 당귀 10g에 물을 부어 끓이다가 약한 불에 오랫동안 달여 꿀이나 설탕을 타서 마심. 대추나 감초를 첨가하면 더욱 좋음



### 피부주름 개선에 좋은 오미자

- ▷ 자양강장을 하여 허로로 몸이 여윈 것을 치료하고, 피부를 윤택하게 하며 허열을 없앴, 뇌의 활동도 활발하게 도움
  - 오미자씨 오일은 항산화 효능이 높으며 콜라겐 합성 능력도 높아 피부주름개선에 효과
- 오미자를 잘 씻어 색이 우려날 때까지 끓인 뒤, 꿀을 넣어 마시거나, 계피나 대추를 함께 넣어 끓여도 좋음



### 피부보습과 피부암 억제를 돕는 귤피

- ▷ 귤피는 지방분해와 항산화 작용 효과가 알려져 있으며, 피부 표면에 얇은 막을 형성해 윤기와 보습 효과가 있음
  - 가슴에 문친 것을 치료하고 소화 작용을 도와주며, 피지분비 억제 작용도 있음
- 귤껍질을 잘게 썰어 그늘에 말린 다음 생강이나 대추와 함께 달여 마심

**RDA 인터러뱅  
INTERROBANG**

2011. 1. 12. 창간

---

**발행인:** 박현출

**편집인:** 이병서, 조우석, 강방훈, 이동현

**발행처:** 농촌진흥청

경기도 수원시 권선구 수인로 126(서둔동)

전화 031-299-1066      전송 031-299-2899

**인쇄처:** 신생용사춘인쇄정보(주) 02-426-4415

**ISSN:** 2233-5056

**발간등록번호:** 11-1390000-002866-03

---

\* 본지에 게재된 내용은 필자 개인의 견해이며 농촌진흥청의 공식 입장과 일치하지 않을 수도 있습니다.

\* 본지의 내용을 인용할 때에는 반드시 출처를 명시하여 주시기 바랍니다.