# 피부에 과학을 입혀라… 더마화장품 '열국지'

'피브가하'

### 더마코스메틱 시장 매년 15% 성장 제품력 중요시하는 소비자 늘어나

'의약품 효과'를 콘셉트로 내세우는 더 마화장품 수요가 늘고 있다. 올리브영, 롭스(LOHBS) 등 H&B스토어에서 더마화 장품을 구매한 소비자들의 재구매가 이어지면서 국내 화장품기업도 '더마코스 메틱(Derma cosmetic)' 사업을 본격 확대하기 시작했다.

더마코스메틱은 피부과학을 뜻하는 더 마톨로지(Dermatology)와 화장품(Cos metic)의 합성어다.

#### ◆H&B스토어 더마화장품 인기

20일 업계에 따르면 현재 국내 더마코 스메틱 시장 규모는 약 5000억 원대 규모 로 매년 약 15% 이상 성장하며 가파른 성 장세를 보이고 있다. 특히 올리브영, 랄 라블라, 롭스 등 화장품 매출 비중이 55% 인 H&B스토어의 약진이 눈에 띈다.



고객들이 올리브영에서 쇼핑을 즐기고 있다.

최근 화장품 편집매장이 늘어나면서 브랜드보다 제품력을 따지는 소비자들이 /CJ올리브네트웍스

증가, 더마화장품의 수요를 끌어올렸다 는 분석이다. 최근 미세먼지, 황사 등 환 경문제의 심각성이 대두되면서 피부를 보호하려는 소비자 니즈도 한 몫 했다.

국내 대표 H&B스토어 올리브영에서는 지난 3년간 더마 제품군의 판매량이 30% 이상 성장했다. 롯데쇼핑이 운영하는 롭스에서도 관련 제품 매출이 전년보다 30.4%나 늘어났다.

늘어나는 소비자 니즈에 힘입어 H&B 스토어 업계에서는 더마화장품 단독 입 점도 치열한 것으로 전해진다.

업계 관계자는 "더마화장품 수요가 점점 증가하면서 H&B스토어의 더마화장품 단독 입점 또한 중요해졌다"며 "입점 브랜드 이름이 비슷하면 매출이 더 높은 브랜드가 경쟁사 입점을 저지한기도 한다"고 전했다.

### ◆대기업도 더마코스메틱에 가세

최근 국내 화장품 대기업도 더마코스 메틱 시장 확장에 본격 나섰다.

애경산업은 화장품 비즈니스 영역 확 대를 위해 2분기 출시를 목표로 두 가지 신규 브랜드 론칭을 준비하고 있다.

이 중 플로우(FFLOW)라는 신규 브랜드는 친환경 코스메틱 브랜드다. 콘텐츠 중심의 감각적인 UX(사용자 경험), UI (사용자 환경)로 소비자들의 간편한 브랜드 진입을 유도할 계획이다.

제약사와의 업무협업을 통해 새로운 더마브랜드도 내놓을 예정이다.

LG생활건강은 지난해 11월 태극제약을 인수, 더마코스메틱 기술력을 높이는데 집중하고 있다. 앞서 LG생활건강은 CNP 차앤박화장품, CNP Rx, 케어존, 더마리프트 등 4개의 코스메슈티컬 브랜드를 운영 중이다.

이 외에도 토니모리는 30억원을 투자 해 바이오 벤처기업 에이투젠을 자회사 로 편입했다. 최근 프로바이오틱스 유산 균을 활용한 기술 개발 및 특허출원도 마 쳤다. 잇츠한불은 2015년 더마코스메틱 업체인 네오팜을 인수했었다.

/김유진 기자 ujin6326@metroseoul.co.kr



홈플러스 "허니꿀블랑의 달콤함에 빠져보세요"

20일 오전 서울 홈플러스 강서점에서 모델들이 베이커리 신상품 2종을 선

보이고 있다. 홈플러스는 100% 국내산 꿀을 사용한 허니마스카포네고구마 케이크와 허니꿀블랑을 출시해 판매한다. /홈플러스

### 〈회수 대상 제품 리스트〉

구분	제품명	제조번호 (로트)	사용기한
아리따움	아리따움 풀 커버 스틱 컨실러 1호 라이트베이지	AAH	2021.01.12
		ВАН	2021.01.30
		CBH	2021.02.11
	아리따움 풀 커버 스틱 컨실러 2호 내추럴 베이지	ELG	2020.12.17
	아리따움 풀 커버 크림 컨실러 1호	GLG	2020.12.14
		AAH	2021.01.30
	아리따움 풀 커버 크림 컨실러 2호	AAH	2021.01.14
에뛰드	에뛰드하우스 AC 클린업 마일드 컨실러	AAH	2021.01.08
	에뛰드하우스 드로잉 아이브라우 듀오 3호 그레이브라운	GLG	2020.12.17

※ 위 제조번호(로트)와 사용기한에 해당하는 제품만 교환/환불 가능하며, 상기 제품들은 모두 2018년 1 월부터 판매됨.

※ '드로잉 아이브라우 듀오 3호 그레이브라운'은 고객 판매 이전에 모두 회수 조치 완료됨. /자료=아모레퍼시픽

### 아모레퍼시픽, 13개 품목 리콜

### 중금속 '안티몬' 허용 기준 위반 식약처, 회수 명령… 판매 중단

아모레퍼시픽은 식품의약품안전처에 서 회수 조치를 명령한 자사 제품들의 교 환·환불을 실시한다고 20일 밝혔다.

앞서 지난 19일 식품의약품안전처는 화장품 ODM 전문업체인 화성코스메틱 이 제조해 8개 업체로 납품한 13개 품목 에 대해 중금속 '안티몬'의 허용 기준 위 반을 이유로 판매 중단과 회수 조치를 명 령했다.

이에 아모레퍼시픽은화성코스메틱에서 2018년 1월 이후 납품받은 '아리따움' 4종 과 '에뛰드하우스' 2종 가운데 일부 로트(1 ot)의 제품에 대해 교환·환불 조치를 실시 한다. 교환·환불 방법은 아리따움과 에뛰드의 홈페이지에서 안내받을 수 있다.

아모레퍼시픽관계자는 "제조판매업체 로서 모든 판매 제품에 대한 품질 관리에 만전을 기해야 함에도 불구하고 이러한 문제로 고객 여러분께 불편을 끼쳐드려 대단히 송구스럽게 생각한다"며 "회수 진 행 과정에서 고객님의 불편을 최소화할 수 있도록 모든 노력을 기울일 것"이라고 말했다.

현재 올리브영도 식약처에서 문제를 제기한 상품에 대해 교환·환불 조치를 논의 중에 있다.

# '천녹' 출시 3년만에 매출 1000억 돌파

### KGC인삼공사

브랜드 론칭 이후 연평균 76% 성장 까다롭고 엄격한 관리로 품질 고급화

KGC인삼공사는 프리미엄 녹용브 랜드 '천녹' 매출이 1000억원을 돌파했 다고 20일 밝혔다.

지난 2014년 12월 녹용브랜드 '천녹'을 출시한 이후 연평균 성장률 76%를 기록하면서 만 3년 만에 1000억원을 돌 파했다. KGC인삼공사는 녹용에 대한 소비자들의 관심과 수요 확대가 '천녹' 매출로 이어진 결과라고 보고 있다.

'천녹(天鹿)'은 '하늘이 내려준 귀한 녹용'이라는 뜻으로 청정 환경에서 자 란 건강한 사슴의 뿔만을 엄선하여 전 통원료를 배합한 프리미엄 녹용브랜드 다. KGC인삼공사의 철저한 원료 관리 노하우를 '천녹'에도 그대로 적용하여 소비자가 믿고 섭취할 수 있다.

'천녹'에 사용한 녹용은 뉴질랜드 정 부기관을 통해 약 60가지 질병 확인 안 전성 검사를 거친다. 이후 총 8단계에



KGC인삼공사 천녹이 출시 3년 만에 매출 1000억원을 돌파했다.

/KGC인삼공

이르는 까다롭고 엄격한 정관장 만의 관리를 통해 녹용제품의 품질을 고급 화 한다.

'천녹'의대표제품으로는 '천녹정', '천 녹정에브리타임', '천녹톤' 등이있다.

'천녹정'은 녹용 뿐만 아니라 홍삼을 함유하고 있는 농축액 타입의 제품이 며, '천녹정 에브리타임'은 '천녹정'을 간편하고 편리하게 섭취할 수 있도록 스틱 형태로 만든 제품이다. '천녹톤' 은 녹용과 홍삼을 주원료로 숙지황, 구 기자, 당귀 등을 더해 피로 회복에 도움 을 줄 수 있는 다양한 생약성분을 담아 낸 파우치 타입의 제품이다. /박인용기자

## 홍콩 란콰이펑에 '하이트진로펍' 오픈

### 하이트진로

### '진로포차' 이어 두번째 해외매장

하이트진로가 홍콩에 하이트진로 브랜 드 전문매장을 열었다. 하이트진로는 지 난 1일부터 현지 거래처와 손 잡고 홍콩 젊은이들의 거리인 란콰이펑에 '하이트 진로펍'을 오픈했다고 20일 밝혔다.

하이트진로펍은 하이트진로가 지난해 10월 베트남 하노이에 오픈한 '진로포차'에 이은 두 번째 해외매장이자 홍콩에 진출한 세계주류업체 중 처음으로 여는 브랜드 전문매장이다. 이 곳은 전용면적 102㎡의 복층 구조로 하이트와 맥스 생맥주를 비롯해 참이슬, 자몽에이슬 등 하이트진로의 주력제품들을 판매한다.

펍의 운영은 홍콩시장 내 하이트진로의 맥주 성장을 돕고 있는 현지거래처가 전 담하여 운영한다. 지난 5년간 홍콩 맥주시



홍콩 란콰이펑에 위치한 하이트진로펍에서 소비자들이 하이트진로의 제품을 즐기고 있다. /하이트진로

장 확대에 나섰던 하이트진로는 펍 운영을 통해 현지 마케팅을 더욱 강화한다는 계획이다. 홍콩에서도 가장 핫한 거리로 알려진 란콰이펑은 트랜디한 레스토랑과 바, 클럽 등이 몰려있어 관광객과 젊은이들이 넘쳐나는 등 항상 축제분위기가 연출되는 곳이다. 하이트진로펍은 이런 트렌디한 이미지에 어울리는 내부인테리어와 분위기를 연출해 홍콩 소비자와 관광객들에게 하이트진로의 소주, 맥주 브랜드의 홍보관 역할을 하게 된다. /박인용기자

### 풀무원건강생활

### '아미오 그레인 프리' 3종

풀무원건강생활이 반려묘시장에 진출 한다. 풀무원건강생활은 아미오가'아미 오 그레인 프리' 3종을 출시했다고 20일 밝혔다.

'아미오 그레인 프리'는 육식동물인 고 양이의 특성과 필요 영양 성분을 고려한 반려묘 전용 프리미엄 주식이다. 전 연령 의 반려묘가 섭취 가능한 '키튼&어덜트', 요로계 건강관리용 '유리너리', 체중조절 용 '슬림업' 등 2종의 기능성 제품을 포함 해 총 3종으로 출시됐다. 키튼&어덜트는 전 연령에서 섭취 가능하며 유리너리와 슬림업은 1세 이상의 성묘에게 권장된다.

아미오 그레인 프리는 육식을 통해 영양을 섭취하는 고양이의 생리적 특성에 맞춰 육류 함량을 높였다. 생육을 포함해 전체육류 함량이 80%로 소화흡수율이 높은 질좋은 육류 원료를 사용한 것이 특징이다.

/박인웅 기자