

피부부터 네일·헤어까지... 집에서 이빠진다

홈케어·뷰티 디바이스 '대세'

집에서 관리하는 '셀프뷰티족' ↑
올해 디바이스 시장 5000억 전망
LED 마스크·리프팅 밴드 인기
'가심비' 기반으로 성장세 이어질 듯



메디앤서 콜라겐 리프트업 밴드. /어바웃미

'셀프 뷰티족'이 해마다 늘어나면서 뷰티 홈케어 시장의 규모가 확대되고 있다. 화장품을 넘어, 홈케어에 특화된 기능성 제품, 뷰티 디바이스의 인기도 상승했다. 1일 업계에 따르면 국내 뷰티 디바이스 시장 규모는 2016년 3000억 원, 2017년 4500억 원으로, 최근 수년간 꾸준히 10% 이상 성장하고 있다.

'셀프 뷰티족'이 화장품에서 관리 기기로 관심의 폭을 확대하면서 국내 뷰티 디바이스 시장도 고속 성장을 거듭하고 있다. 올해 국내 뷰티 디바이스 시장 규모는 5000억 원 규모에 이를 것으로 전망된다. 피부샵에서나 볼 수 있었던 뷰티 전문 기기들이 소비자들의 안방을 차츰 점령해가는 가운데, 소비자들의 취향을 겨냥한 제품들도 빠르게 늘어나고 있다. 가격 대비 성능과 기능 등이 천차만별인 만큼 제품 간 경쟁도 더욱 치열해졌다.

◆안방이 피부숍으로

집에서 가장 간단히 할 수 있는 피부 관리는 '팩'을 이용하는 것이다. 얼굴에 간단히 씌우면 되는 마스크팩부터 피부에 직접 바른 뒤 씻어내는 팩까지 종류는 다양하다.

팩의 인기는 여전히 식을 줄 모른다. 그러나 최근에는 단순히 화장품을 이용해 관리하는 것을 넘어 전문 기기, 기능성 제품에 관심을 갖는 소비자들도 늘었다. 전문 기기를 통해 집에서 피부 탄력과 근육 등에 대한 체계적인 관리가 가능해진 것이다.

대표 인기 제품은 LED(발광 다이오드) 마스크다. 의료용 LED 광선 미용 기기에 비해 효과는 적지만, 집에서 전문적으로 피부 관리를 할 수 있다는 점에서 주

목 받고 있다.

LED 마스크는 LED가 피부에서 생화학적 반응을 촉진하는 원리를 이용해 손상된 피부를 치료하는 광선요법을 사용한 미용기기다. LG전자의 프라엘 '더마 LED마스크', 셀리턴 LED마스크 등 100만원이 넘는 고가의 제품부터 중저가 제품까지 쉽게 찾아볼 수 있다.

최근 LED 마스크를 10만원 대에 구매해 사용하고 있다는 이모(29) 씨는 "집에서 피부과, 피부숍 보다 저렴한 가격으로 전문적인 관리를 할 수 있다는 점에서 만족한다"고 전했다.

마스크형 외에도 다양한 형태의 제품들이 소비자들의 구매 욕구를 자극한다. 온라인 상에서는 LED, 고주파, 레이저 조사 원리 등을 적용한 제품을 사용해 피부 탄력 케어에 효과를 봤다는 후기들을 볼 수 있다.

간단히 붙이는 것만으로 고기능 스킨케어의 효과를 내거나, 마스크팩에 지압 효과를 담는 기능성 제품도 인기다. 어바웃미의 더마케어 라인 메디앤서 '콜라겐 리프트업 밴드'의 경우, 탄성·복원력이

우수한 ESB 밴드를 적용해 턱에 분이기만 하면 리프팅 효과를 볼 수 있다고 알려져 있다.

이밖에도 눈가, 입가 등 얼굴 부위별로 제품들이 출시되면서 제품을 비교·구매하는 '셀프 뷰티족'들의 손길은 더욱 바빠졌다.

◆네일·헤어도 '셀프 관리'가 대세

최근 H&B 매장에서 빠질 수 없는 인기 품목이 있다면 바로 붙이는 네일제품이다. '데심디바'를 주축으로 다양한 브랜드의 제품들이 소비자들의 구매욕을 자극하고 있다. 톱스에 따르면 '데심디바', '젤라포팩토리', '다이애나 젤탑' 등 3가지 브랜드의 올해 1분기 매출은 전년 동기 대비 48% 증가했다.

네일숍 보다 저렴한 가격, 붙였다 떼기만 하면 되는 간단한 이용법이 붙이는 네일 제품의 인기 요인이다. 통상 네일숍에서 관리를 받을 때, 한 번에 4~5만 원 가량이 소비되는 데 비해 붙이는 네일은 1만원 안팎에 구매가 가능하다.

탈모 치료에 효과적인 헤어빔 의료기기 등 두피·모발 등을 겨냥한 디바이스들도 점차 다양화되는 추세다.

홈케어를 위한 가정용 뷰티 디바이스들이 점차 다양화되는 가운데, 부작용에 대한 우려도 뒤따른다. 그럼에도 국내 뷰티 홈케어, 디바이스 시장은 장기 경기 침체, '가심비'의 유행 등을 업고 성장세를 지속할 것으로 보인다.

업계 관계자는 "장기 불황과 가성비, 가심비를 앞세운 소비 심리가 활발한 만큼 비교적 저렴한 가격으로 관리하고자 하는 소비자들은 계속 늘어날 것으로 보인다."고 내다봤다.

/김민서 기자 min0812@metroseoul.co.kr



▶LG전자의 LG 프라엘 더마 LED 마스크

▶원텍 가정용 탈모치료기 헤어빔 에어



(앞줄 왼쪽부터)군산대 이승헌 교수(한국세라믹학회 시멘트부회 회장), 윤동희 한국철도공사 물류사업본부장, 광의영 한일시멘트 대표, 이현준 협회장, 강경성 산업통상자원부 소재부품산업정책관, 강병호 유니온 대표이사, 황동철 전 한국시멘트협회장, 김재하 한국시멘트협회 상무이사 등 관계자들이 기념촬영을 하고 있다. /한국시멘트협회

'창립 55주년'... "한 뜻으로 뭉쳐 난국 타개"

한국시멘트협회

한국시멘트협회는 국내 9개 시멘트회사 임직원을 비롯해 관련 전문가 등 약 300여명이 참가한 가운데 지난달 28일부터 29일까지 이틀간 강원도 강릉 라카이 샌드파인에서 협회 창립 제55주년 기념식 및 제45회 시멘트 심포지엄 행사를 개최했다고 1일 밝혔다.

최근 협회장에 취임한 이현준 상용양회공업 대표는 환영사에서 "시멘트산업의 경영환경이 더욱 어려워질 것으로 보이는 만큼 모든 시멘트인들이 지혜를 모으고 한마음, 한뜻으로 뭉쳐 난국을 타개하기 위한 노력을 기울여 나가야 한다"고 강조했다.

/김승호 기자 bada@

공기업 최초 大-中企 임금격차 해소 동참

남동발전 동반성장위원회와 상생 협약

한국남동발전이 공기업 최초로 임금격차 해소 운동에 동참했다. 동반성장위원회는 남동발전과 '중소기업간 임금격차 해소 및 동반성장을 위한 상생협력 협약'을 체결했다고 1일 밝혔다.

이번 협약에 따라 남동발전은 향후 3년간 협력 중소기업과 종업원들에게 총 500억원 규모의 격차해소형 상생 프로그램을 시행해 나갈 예정이다.

▲종업원 인건비 지원·내일채움공제 등 직접 지원(50억원) ▲공공기술개발 지원(260억원) ▲Test Bed 지원(15억



한국남동발전 유한열 사장과 동반성장위원회 권기홍 위원장, 신호시스템 경원현 대표(왼쪽부터)가 '중소기업간 임금격차 해소 및 동반성장을 위한 상생협력 협약'에서 사인을 하고 있다. /동반위

원) ▲창업기업 육성(30억원) ▲글로벌 육성사업(24억원) ▲생산성 향상 및 해외진출 지원 등이 대표적이다. /김승호 기자

코웨이, '대한민국 일자리 으뜸기업' 선정

코웨이는 고용노동부로부터 일자리 창출 및 개선에 대한 노력을 인정받아 '대한민국 일자리 으뜸기업'으로 선정됐다고 1일 밝혔다.

올해 처음 시행된 대한민국 일자리 으뜸기업은 정부가 일자리를 늘리거나 질을 개선하는 기업의 노력을 인정하고 격려하기 위해 마련됐다. 고용부가 고용보험 데이터베이스 분석, 지방고용노동관서 발굴 및 국민 추천을 통해 후보기업을 발굴하고 현장조사와 노사 의견 수렴을 거쳐 최종 100개 기업을 선정 발표한다.

뛰어난 기업은 신용평가금리 우대, 세무조사 유예 등 150여 개의 다양한 지원을 받을 수 있다.

코웨이는 ▲일과 삶의 균형을 위한 다양한 가족 친화프로그램 운영 ▲모성보호 관련 제도 활성화(출산 축하금 지원, 임신 기간 근로 시간 단축, 태아 검진 시간 사용 등) ▲청년 창업 지원을 통한 사회적 가치 창출 도입 등에서 높은 평가를 받았다. /김승호 기자

aT, 남아공서 韓 농식품·떡볶이 알린다

농림축산식품부와 한국농수산식품유통공사(aT)는 우리 농식품 수출시장 다변화를 위해 지난 달 20일부터 28일까지 남아프리카공화국의 케이프타운과 요하네스버그에서 '남아공 농식품 세일즈 로드쇼'를 개최했다고 1일 밝혔다.

aT는 지난해부터 농식품 수출시장 다변화를 위한 20개 전략국가를 목표로 5개 권역을 대상으로 세일즈 로드쇼를 진행하고 있다. 아프리카에서는 남아공을 최우선 전략국가로 선정해 한국 농식품 수출기반 확대를 위한 노력을 하고 있다.

이번 남아공 로드쇼에서는 신선배, 유자차, 김치, 흑마늘, 알로에음료, 떡볶이



남아공 케이프타운 세일즈 로드쇼 현장 모습. /aT

등의 전략품목으로 도전장을 내민 시장 다변화 프런티어 업체 6개사가 참여했으며 한국 식품 취급에 관심 있는 현지 수입·유통업체 등 유망바이어 26개사가 참여해 730만 달러 상당의 수출액을 상담했다. /세종=최신용 기자 grandtrust@

대웅제약 보톡스 '나보타', 글로벌 리딩의약품 도전

"美 등 글로벌시장 허가 순조로워"
치료목적 적응증 확대·임상 진행

대웅제약의 보툴리눔 독신 나보타가 빠른 글로벌 시장 확장을 바탕으로 글로벌 리딩 의약품으로 도약을 모색하고 있다.

지난 5월 17일 대웅제약 전승호 대표이사는 서울 신라호텔에서 개최된 '제 15회 삼성 글로벌 인베스터즈 컨퍼런스 2018'에 참석해 대웅제약의 미래 성장 동력을 알리고, 나보타를 글로벌 보툴리눔 독신으로 성장할 수 있는 경쟁력 있는 품목으로 소개했다.

전 대표는 이 자리에서 대웅제약의 차세대 성장동력으로 삼고 있는 나보타의 최신 임상 결과 및 미국 식품의약



나보타공장. /대웅제약

국(FDA) 나보타 제조처 승인 획득 성과를 알렸다. 또 나보타의 글로벌 경쟁력과 미래 성장 비전을 제시했다. 또한 현재 약 4조 5000억원 수준으로 추산되는 전 세계 보툴리눔 독신 시장에서 나보타가 빠른 확장세를 보이고 있다고 전하며, "나보타의 우수한 품질을 바탕으로 미국 등 선진국 허가가 순조롭게 진행되고 있다. 글로벌 시장 입지 강화를 위해 다양한 임상을 진행해 효과와 안전성을 입증했다"고 했다.

◆세계 최고 수준 특허 받은 고순도 보툴리눔 독신

대웅제약은 특허 받은 공법과 '우수 화장품 제조 및 품질관리 기준(cGMP)' 인증을 받은 우수한 공정, 철저한 안전 관리 등 우수한 기술력과 첨단 생산 시설을 기반으로 나보타를 글로벌 보툴리눔 독신 제품으로 육성한다는 계획이다.

◆보툴리눔 독신 치료 목적 사용 확대

대웅제약은 미국을 비롯한 글로벌 보툴리눔 독신 시장의 최근 트렌드인 치료 목적 적응증 확대에 나서며 다양한 임상을 진행 중이다. 해외의 경우 치료 용 보툴리눔 독신 시장이 국내와 비교하면 더 비중이 높으며, 특히 최대 시장인 미국의 경우 현재 치료 용도와 미용 용도가 각각 절반씩을 차지하고 있다.

대웅제약박성수 나보타사업본부장은 "이미 해외에서는 다양한 질환에 보툴리눔 독신이 치료 목적으로 사용되고 있어 미용시술에만 국한돼 있던 국내 보툴리눔 독신 시장도 점차 점차 영역이 넓어지고 있다"고 전했다.

/신원선 기자 tree6834@

