

“비듬·탈모 고민 확 날려요”... 기능성 샴푸시장 커진다

장마에 이어 본격적인 무더위가 시작되면서 두피, 모발 관리에 대한 소비자들의 관심이 높아지고 있다. 국내의 뷰티 업계는 소비자의 눈높이에 맞춰 제품의 기능, 제형을 세분화하고, 두피 타입별 제품을 출시하는 등 헤어 카테고리 강화에 힘쓰며 고객 사로잡기에 나섰다.

샴푸에 대한 인식은 점차 변화하고 있다. 단순히 머리를 감는 용도에 그쳤던 때를 지나, 두피와 모발을 케어하는 기능성 제품으로 자리매김하는 추세다. 피부 타입, 톤에 따라 골라 쓰는 화장품처럼 두피 타입, 모발의 상태 등을 고려해 알맞은 제품을 골라 쓰는 소비자들이 증가하고 있기 때문이다.

최근에는 제품의 제형별 변화도 눈에 띄게 늘었다. 액체 형태를 벗어나 고체, 스프레이형 샴푸들이 잇따라 출시되면서 소비자들의 선택 폭은 더욱 넓어졌다.

◆**여름철 두피, 각질·모공 잡는 제품으로**
두피는 다른 피부 부위보다 피지선과 땀샘이 더욱 많은 데다가, 모공의 크기 역시 다른 부위의 모공 대비 2배 가량 크다. 또한 두피 상태는 얼굴 피부의 상태와도 직결되기 때문에 여름철에는 더욱 꼼꼼한 관리가 필요하다.

두피 관리의 시작은 각질 제거부터다. 제대로 제거되지 않은 각질이나 노폐물들이 피부 표면을 막을 경우, 헤어제품의 성분이 제대로 흡수되지 않기 때문이다. 특히 여름철에는 피지가 과다 분비되기 때문에 주의해야 한다.

두피 타입·제형·기능 등 라인 세분화 제품별 사용법 제각각 “잘 알고 써야”
여름철, 노폐물 제거 스크럽샴푸 권장

각질 제거를 위해선 스크럽 기능이 있는 샴푸를 사용하는 것이 좋다. 스크럽을 하면 비듬 등이 제거돼 두피를 깨끗하게 관리할 수 있고, 유수분 균형까지 알맞게 맞출 수 있다.

모공 속에 쌓인 피지, 노폐물까지 잡아주는 고밀도 클렌징 제품도 있다. 여름철에는 민감한 피부를 진정시키고, 영양 공급 기능까지 더한 제품들이 출시되는 만큼, 제품별 기능을 비교·구매하는 것이 용이하다.

‘제로톡스’ 4종은 고밀도 흡착 딥클렌징 기능을 강조한 제품으로 유칼립투스, 퀴노아, 케일&사과, 라즈베리&크렌베리 등 4가지 슈퍼 성분을 이용해 두피, 모발 상태에 따라 사용할 수 있도록 제품군을 다양화한 것이 특징이다.

아윤채의 ‘스칼프 퓨어니스 씨솔트 스크럽 샴푸’는 씨솔트를 23.2% 함유하고 있는 딥 클렌징 스페셜 제



사진/픽스타



프레시랩 제로톡스 샴푸 4종. /아모레퍼시픽

품이다. 씨솔트 성분이 모공 속에 있는 두피의 묵은 피지와 노폐물을 깨끗하게 제거해주며, 해양심층수의 보습 효과로 촉촉한 두피 상태를 유지하게 해준다.

◆**기능성 샴푸, 알고 써야**

비듬, 탈모, 얇은 모발 등을 위한 맞춤형 제품도 점차 다양화되고 있다. 집에서 스스로 관리하는 ‘홈케어’가 각광받으면서, 기능성 샴푸 제품들도 몇 년 전에 비해 급증했다. 그러나 사용법을 제대로 알



▶러쉬의 ‘샴푸바’

고 쓰지 않으면, 아무리 좋은 제품이라도 무용지물이 되고 만다. 최근 출시된 제품들이 제품의 효과 만큼이나 사용법을 강조하고 있는 이유다.

지성 두피의 경우 매일 머리를 감는 것이 중요하지만, 지성 전용 샴푸의 경우 매일 사용하기 보다 주 2~3회 사용하는 것이 권장된다. 듀크레이의 ‘스쿠아눔 지성 비듬 샴푸’의 경우에도 주 2~3회 사용을 권장하고 있으며 첫 번째 샴푸에서 두피와 모발을 깨끗이 씻어낸 뒤, 두 번째 샴푸에서 3분간 가볍게 두피 마사지를 한 후 헹궈내는 것을 추천하고 있다.

탈모와 건조한 모발, 비듬 등에 최적화된 제품도 쏟아진다. 최근에는 탈모의 증상에 따른 세분화된 제품군을 출시하거나, 두피나 모발 상태에 따라 전문화된 처방을 강조하는 제품들이 두각을 드러내고 있다.

닥터그루트의 ‘더마솔루션’이 대표적이다. 최근 출시된 ‘더마솔루션’ 리뉴얼 제품은 탈모, 건조한 모발, 두피 비듬 관리에 보다 전문적인 해결책을 제시하고 있다. 더마솔루션의 경우 샴푸와 트리트먼트를 동시에 사용하면 더 높은 효과를 얻을 수 있다고 강조하고 있다.

예로, 주력 상품인 ‘힘없는 모발용 샴푸/트리트먼트’의 경우 식품의약품안전처에 탈모 증상 완화 기능을 ‘보고 완료’한 기능성 제품으로, 동시 사용 시 끊어짐에 의한 모발 감소를 약 75% 개선해준다.

◆**고체·스프레이·취향따라 선택 가능**

액체형 샴푸가 아닌 고체, 스프레이형 제품들도 속속 시장에 발을 들이고 있다. 고체형 샴푸는 기존의 액상형 제품 형태를 벗어난 제품으로 주목 받는다. 특히 액체 형태의 제품이 제한되는 여행시에 편리한 휴대성으로 인기를 얻고 있다. 고체형 제품으로는 러쉬의 고체형 샴푸인 ‘샴푸바’나 샴푸, 세안, 보디까지 한 번에 클렌징 할 수 있는 올인원 클렌징 제품 비오빔 토탈 액션 클렌징바 등이 있다.

드라이 샴푸는 스프레이 방식으로 머리에 미세한 파우더를 분사해 뽕뽕송송한 머릿결을 유지해주는 제품이다.

클로란의 ‘네클 드라이 샴푸’의 경우, 두피 피지를 강력 흡착해 모발의 기름기를 완화해준다. 드라이 샴푸의 경우 외출 중에도 수시로 뿌릴 수 있다는 편리함 때문에 꾸준한 판매율 성장을 보이고 있다.

/김민서 기자 min0812@metroseoul.co.kr



월드서포터즈 ‘테이스트-K’ 2기 단체사진. /aT

aT 월드서포터즈 ‘테이스트-K’ 2기 발대식

한국농수산식품유통공사(aT)는 우리 농식품 수출시장 다변화 지원을 위해 재한외국인으로 구성된 월드 서포터즈 ‘테이스트-K’ 2기 서포터즈를 발대했다고 15일 밝혔다.

월드서포터즈 테이스트-K는 브라질, 카자흐스탄, 남아공, 폴란드 등 20여개 시장다변화 대상 국가에서 온 유학생, 주재원, 셰프, 통역사 등 한국 식품 및 식문화에 애정이 많은 다양한 주한 외국인 200여명으로 구성됐다.

aT는 국내에 거주하는 세계인들에게

눈을 돌려 이들로 하여금 수출업체들의 시장개척을 위한 테이스트-K 네트워크를 구성하고 찾아가는 서비스를 통해 글로벌 상품을 만들어 가는 것이 좋겠다는 작은 아이디어에서 시작됐다.

한국에서 서포터즈 활동을 통해 체험한 이들이 다시 고국으로 돌아갔을 때 한국 식품과 식문화에 대한 긍정적인 이미지와 친근함을 바탕으로 한국 식품 소비 중심점 역할을 하게 될 것으로도 기대하고 있다.

/세종=최신웅 기자 grandtrust@

中企 CEO들의 휴가 추천도서 1위 ‘아메바 경영’

경제·경영분야 도서 추천 높아
80% “여름휴가 국내서 보낼 것”

중소기업 최고경영자(CEO)들이 여름 휴가 추천도서로 ‘아메바경영’, ‘한권으로 정리하는 4차산업혁명’, ‘위기를 경영하라’ 등 경제·경영서를 주로 꼽았다.

이들 중기 CEO들은 10명 중 8명 가량은 여름 휴가를 국내에서 보낼 계획인 것으로 나타났다.

중소기업중앙회가 중소기업 CEO 300명을 대상으로 ‘2018 중소기업 CEO 여름 휴가계획’을 조사해 15일 내놓은 결과에 따르면 10명 중 7명(73.3%)이 여름 휴가를 계획하고 있는 것으로 조사됐다. 26.7%는 ‘없다’고 답했다.

‘없다’고 한 이유는 전반적으로 ‘업무 때문에’가 52.6%로 가장 많았다. 또 휴가를 ‘연중 수시로 사용해 정기 휴가가 특별히 필요가 없다’는 이유로 46.3%로 나타났다.

휴가는 ‘명소·휴양지 방문’이 65%로 가장 많았다. ‘독서·사색 등 집에서 휴식’(19.5%), ‘고향·친지 방문’(6.5%) 등이 뒤를 이었다.

휴가는 84.1%가 국내를 택했다. 휴가 기간은 평균 3.9일로 나타난 가운데 3일을 쉬겠다는 답변이 42.7%로 가장 많았다.

응답자의 93.7%는 여름 휴가를 통해 연중 정기적인 휴식을 취하는 것이 CEO의 기업경영 또는 임직원의 업무 집중도 향상에 도움이 된다고 응답했다.

휴가 중 읽을 만한 도서로는 ‘경제·경영분야’의 도서를 가장 많이 추천(45.6%)했다.

인문·교양의 경우엔 ‘인간의 품격’, ‘말의 품격’, ‘시민의 교양’ 등을 추천했다.

또 CEO들은 ‘국내에서 휴가 보내기’에 대해 응답자의 59.0%가 내수진작에 긍정적인 효과가 있다고 답했다. 그러나 ‘내수진작에 별다른 효과 없을 것’이라는 답변도 41.0%에 달했다.

/김승호 기자 bada@

《휴가 시 읽을 만한 도서 추천》		
분야	추천도서(추천인 수)	발행연도
경제 경영	아메바경영(6)	2017
	한권으로 정리하는 4차 산업혁명(5)	2018
	위기를 경영하라(4)	2015
	틈새경제(4)	2018
	행동하는 용기(4)	2015
	경영의 모험(3)	2015
	play! 회계카페(2)	2014
	거래의 기술(2)	2016
	경영자의 역할(2)	2009
	기업이 원하는 변화의 리더(2)	2007
	머니(2)	2018
	미래의 속도(2)	2016
불타는 투혼(2)	2014	
외환관련 여신(2)	2018	
초유량 기업의 조건(2)	2005	

2인 이상 추천 도서, 자료=중기중앙회·사진=픽스타

건강보험 거짓청구 요양기관 34곳 명단 공표

보건복지부는 오는 16일 보건복지부 홈페이지 등에 건강보험 요양급여비용을 거짓으로 청구한 요양기관의 명단을 공표한다.

이번에 공표된 요양기관은 총 34개 기관으로 병원 1개, 의원 13개, 한의원 12개, 요양병원 2개, 치과의원 6개이다. 요양기관 명칭, 주소, 대표자 성명(법인의

경우 의료기관의 장), 위반행위 등이다. 건강보험 거짓청구 요양기관은 보건복지부, 건강보험심사평가원, 국민건강보험공단, 관할 특별시·광역시·도·특별자치도와 시·군·자치구 및 보건소 홈페이지에 2018년 7월 16일부터 2019년 1월 15일까지 6개월 동안 공고한다.

/박인용 기자 parku7854@

청호나이스 “에어컨도 렌탈하고 관리받으세요”

스탠드형 ‘청호 하이파 F1800’

청호나이스가 에어컨 렌탈을 시작했다. 청호나이스는 지난 4월 에어컨을 첫 출시하고 관련 시장에 본격 뛰어들어 이후 스탠드형 모델 ‘청호 하이파 에어컨 F1800’ (사진)을 렌탈한다고 15일 밝혔다. 이 제품은 약 18평형 면적에 사용할 수

있는 제품으로 냉방, 난방, 제습, 송풍의 ‘4 in 1 멀티기능’, 세균번식을 억제하는 셀프클린 자동건조 기능, 실내온도와 설정온도간 차이를 자동으로 감지해 바람 세기를 조절하는 기능 등을 갖추고 있다.

월 렌탈료는 등록비 10만원 기준으로 1년차가 8만5900원, 2년차 7만5900원, 3~4년차 6만5900원(의무사용기간 사용보



장 특별규정)으로의무사용기간 및 소유권 이전은 40개월이다.

또한 렌탈 사용 고객은 연 1회씩 에어컨 케어서비스도 제공받을 수 있다. /김승호 기자