

‘K뷰티 강자’ 코스맥스-콜마, 불붙은 건강기능식품 경쟁

코스맥스 연구·개발·생산 강화
젤리명가 지위 유지 전략 펼쳐
초소형 정제기술로 멀티팩 제품 집중

한국콜마 신소재 부가가치 극대화
제주 천연 자원 통해 제품 차별화



콜마비엔에이치 식품과학연구소 연구원이 소재, 원료 등을 비롯한 제품 품질 개발을 진행하고 있다. /콜마비엔에이치

국내 대표 화장품 제조 기업인 한국콜마와 코스맥스그룹이 올해 화장품 사업에서 연 매출 2조원 돌파를 눈앞에 두고 ‘K뷰티’ 강자로 입지를 다지면서, 건강기능식품 제조 분야에서도 경쟁을 이어나가고 있다.

9일 관련 업계에 따르면 코스맥스그룹은 코스맥스바이오와 코스맥스엔비티 2개 회사를 통해 건강기능식품 연구·개발·생산(ODM) 사업을 강화하고 있다. 코스맥스바이오는 국내 건강기능식품 시장에서 다양한 제형의 제품을 생산하며 경쟁력을 높이고, 코스맥스엔비티는 국내뿐 아니라 미국, 호주 등 해외 시장에서 입지를 다진다.

특히 코스맥스바이오는 국내 건강기능식품 시장에서 ‘젤리명가’ 지위를 유지하기 위한 전략을 펼치고 있다. 코스맥스바이오는 지난 11월 말 총복 제천

공장에 젤리 특화 설비로 구축한 ‘젤리스’를 본격 가동하기 시작했다.

코스맥스바이오에 따르면 젤리스는 5분만에 젤리 냉각이 가능한 특허 시설로, 연간 생산량은 젤리 형태로 된 건강기능식품 1억2000만포에 달한다. 이는 국내 건강기능식품 업계에서 최대 수준이라는 것이 코스맥스바이오 측의 설명이다.

코스맥스바이오는 지난 2010년 국내에서 처음으로 젤리 제형의 건강기능식품을 선보였다. 이후 코스맥스바이오는 2019년 기준 100억원의 젤리 매출을 올

렸고, 올해는 300억원의 젤리 매출을 기록할 것으로 전망하고 있다.

코스맥스엔비티는 후발주자로 건강기능식품 시장에 등장했지만 전문 기술을 성장 기반으로 마련해 미래 건강기능식품 시장을 선도한다는 방침이다.

코스맥스엔비티의 초소형 정제 기술 ‘아담’의 경우, 지난 10월 중국 난징에서 열린 세계적인 건강기능식품 원료 박람회 AAES에서 ‘기술 돌파상’을 수상하며 글로벌 시장에서 기술력을 인정받기도 했다.

아담은 제형 소형화를 구현한 기술

로, 핵심 기능과 무관한 부형제 양은 최대 87%까지 줄이고 제형의 안정성과 기능 성분 함량은 그대로 유지하는 것이 특징이다. 코스맥스엔비티는 해당 기술을 활용해 여러 종류의 건기식을 한 번에 섭취하는 멀티팩 제품 개발에 집중하고 있다.

이와 함께 코스맥스바이오와 코스맥스엔비티는 올해 3분기 연결기준, 각각 355억원, 858억원의 매출을 냈다. 지난 2023년 동기 대비 코스맥스바이오는 22.4%, 코스맥스엔비티는 5.6% 역성장했다. 이에 대해 코스맥스그룹 측은 소비심리 위축과 해당 시장 경쟁 심화가 부정적인 영향을 미쳤다는 분석을 내놨다.

한국콜마의 건강기능식품 ODM(제조개발생산) 기업 콜마비엔에이치도 실적 개선에 나선다.

콜마비엔에이치는 올해 3분기 연결 기준 매출은 전년 동기 대비 5.8% 증가한 1474억원, 영업이익은 40.1% 감소한 41억원을 기록했다.

콜마비엔에이치는 강점을 구축해 온 기능성 신소재 개발에 이어 신소재의 부가가치를 극대화하기 위한 완제품 사업으로도 영향력을 넓히고 있다. 건강기능식품과 화장품 제조에 특화된 기

술력을 활용해 독창적인 제품 개발을 추진하는 것이 핵심이다.

최근에는 제주테크노파크와 함께 ‘제주 천연원료를 활용한 제품 개발 및 사업화’를 목표로 업무협약을 체결하기도 했다. 콜마비엔에이치는 제주 천연 자원을 도입해 제품 차별화를 위한 방안을 모색할 뿐 아니라 지역 경제 활성화, 지속가능한 비즈니스 모델 구축 등까지 이뤄낼 계획이다.

콜마비엔에이치는 일찍이 지난 2006년 국내 천연기능성 1호 개별인정형 원료 ‘헤모힘’을 개발해 연구 역량, 제조 능력 등을 입증한 바 있다. 헤모힘은 현재 호주, 미국, 태국, 러시아를 포함해 중앙아시아, 남아메리카 등 20여 개 지역에 수출되고 있다.

한 업계 관계자는 “국내 건기식 시장은 포화 상태로 많은 기업들이 플레이어로 선전하고 있어, 향후 글로벌 시장으로 확대하려는 움직임은 더 커질 것”이라며 “K건기식은 원료의 다양성, 편리성 등으로 국내의 소비자 흥미를 유발하고 있는 부분이 있어 향후 발전시킬 수 있는 잠재 요소가 많다고 생각된다”고 설명했다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

“올리브영 어워즈, K뷰티 대표행사 만들 것” LG생활건강 ‘벨먼’, 바디워시 선택 폭 넓혀

CJ올리브영, 137개 상품 선정
글로벌 트렌드 부문도 신설

CJ올리브영은 10주년을 맞이한 ‘올리브영 어워즈’를 세계인들이 즐기는 K뷰티 대표 행사로서 발전시키겠다고 9일 밝혔다.

올해 어워즈 수상을 위해 올리브영이 집계한 고객 구매 건수는 1억6000만 건에 이른다. 10년 전 수치인 1000만 건과 비교했을 때 16배 이상 커진 규모다. 올리브영은 양질의 데이터를 통해 총 33개 부문에서 137개 상품을 선정했다고 설명했다.

특히 올리브영은 K컬처 열풍과 함께 글로벌 메가 트렌드로 부상 중인 K뷰티의 인기를 반영해 ‘글로벌 트렌드’ 부문

도 신설했다. 미국, 일본, 유럽 등 전세계 150여 국가에서 서비스 중인 올리브영 글로벌몰의 구매 데이터 58만 건을 집계해 19개 상품을 추가 선정했다.

이와 함께 올리브영 어워즈가 10회차를 맞는 동안 올리브영이 시상한 중소인디 브랜드 상품의 누적 수는 1300여 개 수준이다. 이 기간 올리브영은 장차 뷰티&헬스 시장을 주도하게 될 트렌드를 제시해오며 입점 브랜드와 고객 간 접점을 지속 확대해 왔다.

이에 따라 올해 어워즈 행사의 백미인 ‘명예의 전당’ 팝업 전시는 전국 올리브영 매장에서 선보여진다. 서울 강남타운, 흥대타운을 비롯해 광주타운, 대구타운, 대전타운, 서면타운, 제주타운 등 지역 거점 매장, 한옥 매장 경주황

남점 등에서 운영함으로써 고객 접점을 확대한다는 취지다. 해당 매장에서는 2024 올리브영 어워즈 1위 수상 상품과 명예의 전당에 오른 브랜드 관련 현장 체험 행사를 즐길 수 있다.

올리브영은 외국인 고객을 위한 특별 프로모션도 준비했다. 서울 명동타운 등 글로벌 관광특화 매장을 포함한 전국 매장에 별도의 진열 공간을 조성해 올리브영 국내 매장에서 찾아보기 힘든 수출 전용 상품을 소개한다.

글로벌몰을 통해 해외에서도 인기를 끌고 있는 상품을 구매할 수 있다. 이 기간 글로벌몰에서는 북미, 일본, 유럽 등 해외에서 접속하는 고객을 대상으로 국 가별 맞춤형 할인 혜택도 제공한다.

/이청하 기자

내추럴 스파 퍼퓸 에디션 2종 출시



벨먼 ‘내추럴 스파 퍼퓸 에디션’ 바디워시 2종. /LG생활건강

LG생활건강은 고급 스킨케어 브랜드 벨먼에서 ‘내추럴 스파 퍼퓸 에디션’ 바디워시 2종을 새롭게 출시했다고 9일 밝혔다.

LG생활건강에 따르면 이번 신제품 2종은 브랜드 대표 향을 재단장한 ‘블랙 로즈’와 추가로 선보여지는 ‘화이트 머스크’ 2가지로 구성됐다.

LG생활건강은 블랙 로즈는 싱그러운 장미와 갓 채집한 블랙커런트 향을 조합해 기존 향보다 1.5배 더 깊어졌다고 설명했다. 또 화이트 머스크 향을 더해 소비자 선택의 폭이 넓어졌다.

특히 두 제품 모두 이스라엘 사해 소금, 살구 씨, 가문비 나무 등 식물에서 유래한 각질 제거 성분을 함유하고 있다. 1회 사용만으로도 묵은 각질을

92.9% 제거 가능하다는 것이 LG생활건강 측의 설명이다. 뿐만 아니라 베르가모트 오일, 스피어민트잎 오일 등 6가지 에센셜 오일 성분까지 갖춰 피부 모 습과 피부 광채도 관리할 수 있다.

클렌징과 각질 제거 기능을 겸비한 벨먼 ‘내추럴 스파’ 제품군은 브랜드 대표 제품으로, 지난 2022년 첫 출시 후 2400만 개 이상 판매됐다. /이청하 기자

대상웰라이프 ‘갯시스’
면역강화·체중관리
젤리로 쉽고 맛있게

대상웰라이프의 장 건강을 위한 브랜드 ‘갯시스’가 면역력 강화와 체중 관리를 돕는 젤리형 건강기능식품 2종을 출시했다.

신제품은 ▲비타면역젤리 엘더베리 맛과 ▲하이바 다이어트젤리 애플사이다비니거맛 2종으로, 각각 면역력 강화와 체중 관리를 목표로 하는 소비자에게 적합한 건강기능식품이다.

두 제품 모두 하루 1포 섭취로 건강을 관리할 수 있으며, 개별 포장으로 간편한 휴대가 가능하다.

/신원선 기자 tree6834@

JW중외제약, 여성 소염진통제 제형 크기 축소

페인엔젤 레이디, 복용 편의성 높여

JW중외제약은 여성용 소염진통제 ‘페인엔젤 레이디’의 제형 크기를 축소해 재출시한다고 9일 밝혔다.

이번에 재단장된 페인엔젤 레이디는 기존 가로 19.7mm, 세로 9.2mm에서 가로 14.8mm, 세로 10.8mm로 줄었다. 총 중량은 1285mg에서 1050mg으로 약 18% 감소했다.

JW중외제약은 생리통 등을 겪으며 1일 2회 이상 다회 복용하는 경우가 많은 여성 복용자들의 특성을 반영해 편의성을 높였다고 설명했다.

JW중외제약에 따르면 ‘페인엔젤 레

이디’는 액상형 소염진통제로, 여성 생리통을 포함한 각종 통증을 완화하는 효과를 갖췄다.

주성분인 이부프로펜은 복통, 구토 등 위장장애 부작용과 간독성 위험이 적은 안전한 성분으로 알려졌다. 또 페인엔젤 레이디는 여성 월경 주기에 따라 몸이 붓는 증상을 개선하는 데 도움을 주는 ‘파마브롬’ 성분도 함유하고 있다.

이와 함께 제품 포장도 가로형 디자인에서 세로형 디자인으로 변경해 차별점을 더했다.

/이청하 기자



애경산업 “피부고민, 마스크팩으로 해결”

닷솔루션, 마스크팩 3종 선택

생활뷰티기업 애경산업은 기능성 비건 화장품 브랜드 ‘닷솔루션’에서 다양한 피부 고민에 맞춘 ‘마스크팩’을 출시한다고 9일 밝혔다.

애경산업에 따르면 닷솔루션 마스크팩은 피부 트러블로 인한 울긋불긋한 흔적부터 수분이 부족한 건조함과 당김, 피부 모공 및 탄력 등을 관리할 수 있는 것이 특징이다. 특히 바쁜 일상 속에서 1분 만에 빠른 효과를 제공하는 ‘퀵솔루션’ 제품이다.

닷솔루션 마스크팩은 피부 고민별로

선택할 수 있도록 트러블용 ‘에이솔루션 어성초 바하 트러블 마스크’, 수분 보충 및 피부 진정을 위한 ‘씨솔루션 히알루론 시카수딩 마스크’, 모공 탄력용 ‘피솔루션 민트 바쿠치올 모공 마스크’ 등 3종으로 구성됐다.

이들 제품 모두 비건 성분해 젤리 시트가 에센스를 머금고 있어, 피부 밀착력 높은 젤리 시트가 각각의 핵심 성분을 피부에 효과적으로 전달해 준다.

또 닷솔루션 마스크팩은 제조 과정에서 동물성 원료를 배제한 비건 처방을 적용해 한국비건인증원의 비건 인증을 획득했다. /이청하 기자