

기능성 화장품 국내외 산업 동향 연구

장민아^{1,†} · 이정민²

¹건국대학교 화장품공학과, 학생

²(주)네이처블루, 대표

(2021년 4월 2일 접수: 2021년 4월 30일 수정: 2021년 4월 30일 채택)

Research on domestic and international industrial trends of functional cosmetics

Min Ah Jang^{1,†} · Jung Min Lee²

¹Department of Cosmetics engineering, Konkuk University,
120, Neungdong-ro, Gwangjin-gu, Seoul, 05029, Korea

²Nature Blue Inc., 13-18, Songdongwahak-ro, 16beon-gil, Yeonsu-gu Incheon, 21984, Korea
(Received April 2, 2021; Revised April 30, 2021; Accepted April 30, 2021)

요약 : 기능성 화장품이라 함은 피부미백, 주름개선, 자외선차단 등 특정한 기능을 가지고 피부에 효과를 주는 화장품을 말한다. 그런데 2017년 이후 기능성 화장품의 품목이 확대되었다. 대한민국의 기능성 화장품 산업은 미백, 주름, 자외선 차단 제품에 머물고 새로운 기능성 제품의 개발은 미비한 상태이다. 또한 코스메슈티컬과 메디컬 화장품을 비롯한 고기능성 화장품도 아직 정립되지 않은 상태이다. 그리고 국외에 수출실적 순위는 프랑스가 가장 높았고 미국, 독일 순으로 나타났다. 프랑스는 화장품 산업 업계 1위 국가답게 바이오 공업과 기능성 소재에서 메커니즘 중심의 기능성 화장품을 강조하고 있고 미국은 럭셔리 프리미엄 제품에 수요도가 높았으며 독일은 바이오 하이테크 기술에 주목하고 있다. 이처럼 한국도 신항 산업에 적용할 수 있는 기능성 화장품들의 새로운 소재들을 개발하고 정치와 경제가 뒷받침 되어 연구에 더 집중할 수 있는 환경이 갖춰져 다양한 기능성 화장품 산업 등을 발전시켜 나아가야 할 것이다.

주제어 : 기능성 화장품, 기능성화장품 시장연구, 코스메슈티컬 화장품, 메디컬 화장품, 글로벌 화장품 산업트렌드

Abstract : Functional cosmetics are products that help emphasize certain functions such as skin whitening, wrinkle reduction and UV protection. Functional cosmetic items have expanded since 2017. Korea's functional cosmetics industry has focused on skin whitening, wrinkle reduction, UV protection, and high-performance items including medical cosmetics that are in the research and development stage. France leads the international export performance rankings followed by the United

[†]Corresponding author
(E-mail: Jungmin-Lee@skinbutak.com)

states and Germany. France's cosmetic industry is renowned for emphasizing mechanism driven functional cosmetics in bio-industrial and functional materials, while the United states cosmetic industry is in high demand for luxury premium products. The German cosmetic industry is showing growing strength in bio high tech functional cosmetics. For the Korean cosmetic industry to challenge the top 3, it will also have to develop new material of various functional cosmetics that can be applied to emerging industries, and develop a variety of industry equipment in an environment where politics and economy are backed by more focus on research.

Keywords : Functional cosmetics, Functional cosmetic market research, Cosmeceutical cosmetics, Medical cosmetics, Global cosmetics industry trends

1. 서론

1.1. 연구 배경과 목적

높은 경제수준과 생활습관의 변화에 따라 건강한 삶이 중요시되고 있는 시점에 의학과 과학이 이를 뒷받침하고 있다[1]. 또한 미세먼지 등의 환경오염으로 피부질환 및 트러블에 대한 문제가 다양화 되면서 나만의 화장품을 찾는 스마트한 소비자도 늘고 있는 추세이다. 이를 바탕으로 기능성 화장품은 증가하는 추세이고 소비패턴 또한 온라인 채널이 활성화 되고 있다[2]. 기능성 화장품의 좋은 효능을 제품에서 찾는 특정 구매 행동을 보이는데 아름답게 나이 들고 싶다는 욕구가 나타나면서 적극적으로 색조 화장품 등을 활용하고 있다[3]. 그리고 소비자 니즈에 맞게 화장품의 다양한 종류 및 효능을 가진 기능성 화장품의 시장으로 팽창하였고 여성의 소비 능력의 확산과 노화 지연의 관심은 스트레스로 인한 피부 트러블과 환경오염 등이 기능성 화장품의 치료적 기능을 추가한 화장품의 코스메슈티컬 영역으로 확대되었다[4]. 이러한 피부 노화 개선을 위한 소비자의 욕구가 늘어나고 특정한 효능 원료 연구개발이 활발해지며 기능성 화장품 법 시행 후 임상학적 효능 및 안전성이 있는 기능성 화장품 개발은 주요 관심 문제로 화장품 산업에서 대두되었다. 그리고 사용감을 중시하던 화장품에서 70년대 이후에는 화장품의 안전성과 유효성을 중요시하는 흐름으로 옮겨가고, 2000년대 이후에는 IT 기술발전을 바탕으로 생리 활성 조절하는 기능성 화장품인 코스메슈티컬 화장품으로 변화되었다[5][6].

독일의 피부과학자 Albert M. Kligman 박사가 Cosmeceutical(코스메슈티컬) 용어를 처음 제시하

였고, 코스메슈티컬의 의미는 코스메틱(화장품)과 파마슈티컬(의약품)의 뜻이 합쳐진 신조어로 화장품의 안전성과 의약품의 효과성을 같이 볼 수 있는 화장품을 의미한다[7]. 그리고 기능성 화장품 성분에 기능성 화장품 성분을 혼합해야만 특정한 효능을 발휘하는 2중 기능성 화장품들이 최근에 활성화되고 있고, 기능성 화장품 사용 시 다양한 소비자들의 고민에 대한 솔루션과 편리성을 만족시킬 수 있는 기능성 화장품 개발 및 용기 개발도 필요성이 확인되었다[8]. 최근 코스메슈티컬의 효능에 대한 문제가 대두되고 소비자들의 문제 제기 및 과대광고 등이 부작용으로 발생해 화장품 시장을 리드하고 있는 반면 현재 코스메슈티컬 시장의 한계로 지적되고 있다[9].

이처럼 기존 기능성화장품과 관련된 선행연구를 살펴보면 송지성 외(2009)의 국내 기능성 화장품 산업의 향후 시장 전망에 관한 연구, 고운실 외(2010)의 한국적 코스메슈티컬 시장 개발 방안에 관한 연구, 권혜진(2018)의 국내 기능성 화장품 범위 확대 방안에 대한 소비자들의 인식에 관한 연구가 수행되어 왔지만 기능성 화장품의 국내외 산업 동향 연구는 미비한 실정으로 연구의 필요성이 있다고 본다. 따라서 본 연구는 국내 기능성 화장품 시장 외에도 나와 있는 선진국 기술력과 시대적 변화의 트렌드를 연구하고자 한다.

1.2. 연구방법과 범위

본 연구에서는 기능성 화장품에 관련된 기사와 논문 및 식품의약품안전처에 소개된 기능성 화장품의 관련 글 등을 수집하여 국내와 해외의 기능성 화장품 유형 및 사례를 조사하고 분석하였다. 2019년 수출실적이 5위안에 있는 해외 주요 국

가들 위주로 조사하였고, 가장 수출실적이 많은 국가는 프랑스였고 미국과 독일 순으로 나타났다. 한국은 4위의 수출실적을 기록하였다. 본 연구는 국내외 사례 조사를 통해서 화장품 분야의 다양한 기능을 갖는 화장품 산업을 알려 우리나라의 앞으로의 기능성 화장품 산업 발전에 요구되는 진보된 기술력과 글로벌 화장품 시장 변화에 올바른 발전 방안을 위해 제시하는 것을 목적으로 한다.

2. 기능성 화장품 산업의 발전 배경

전 세계적으로 확산되는 고령화 문제는 선진국들의 문제만이 아니고 이제는 국내의 65세 이상 고령자 인구 비율이 37.4% 예상되며 같은 해 60세 이상 선진국 고령자 비율 예측인 32% 보다 높은 수준으로 예상되고 있다. 그리고 노화 지연을 위한 고부가가치의 기능성 제품의 생산과 서비스를 제공하는 글로벌 항 노화에 대한 사업은 매년 10% 평균 성장률을 보이고 있다. 이는 고령화로 확대되고 있는 실버층 구매력이 확산되고 안티에이징 제품 및 서비스 시장이 건강한 노년을 위한 젊은 세대의 수요가 증가하며 높은 경제수준이 외모에 대한 관심으로 이어지고 있다 [10].

피부 노화에 대한 관심은 근본적으로 예방 및 치료하는 바이오 기술 기반 연구로 생명현상과 관련한 인간 유전자 지도 해독 등의 이해가 깊어지면서 활성화되고, 다양한 학문 분야를 통한 피부연구를 진행하며 기업과 대학은 뇌과학, 유전자, 단백질학, 신경과학, 생물정보학 등을 세포 연구를 바탕으로 피부 노화의 원인을 약 10년에서 20년에 걸친 장기간의 임상연구로 선진국 기업들은 규명하고 있다. 이러한 피부 노화 연구의 종합적 메커니즘 조절의 관점이 전환되어 각질 제거 및 콜라겐 합성 등 일차원적 증상 완화에서 세포수명, 대사 활동 등으로 새롭게 변화되고 있다.

바이오테크놀로지를 기반으로 단품에서 벗어나 전자 기기, 스마트폰, 건강식품 등의 산업과 복합 뷰티 솔루션의 만남으로 화장품에 의료기술 등 다양한 산업분야와 효능 및 효과를 보다 더 강화하기 위한 기술을 적극적으로 결합하기 시작했다. 이처럼 빠르게 진화하고 있는 기능성 화장품의 국내에 최초로 도입되는 기능성 화장품 원료에 관해

안정성·유효성 심사 및 원료 성분에 대한 규격 및 안전성 심사를 식품의약품안전처에서 받도록 규정하였으며 현실적으로 신소재의 기능성 화장품의 개발을 위한 정책은 부족한 것으로 나타났다[11].

3. 기능성 화장품 정의 및 유형

화장품이란 인체를 청결·미화하여 매력을 더하고 용모를 밝게 변화시키거나 피부·모발의 건강을 유지 또는 증진하기 위하여 인체에 바르고 문지르거나 뿌리는 등 이와 유사한 방법으로 사용되는 인체에 대한 작용이 경미한 것을 말한다. 약사법 제2조 제4호는 의약품에 해당하는 물품은 제외하고, 국내 화장품 산업의 경쟁력을 높이고자 약사법 중 화장품과 관련된 법규를 분리하여 “화장품 법”을 제정하여 시행 중이며, 화장품 중에서 기능성 화장품의 범위는 총리령에서 정하는 기능성 화장품을 말한다.

기능성 화장품이란 피부에 멜라닌 색소가 침착하는 것을 방지하여 피부 미백에 도움을 주는 제품, 피부에 탄력을 주어 피부의 주름을 완화하는 제품, 피부를 곱게 태워주는 제품, 자외선을 차단 및 산란시켜 자외선으로부터 보호하는 제품, 모발의 색상을 변화[탈염(脫染)·탈색(脫色)]을 포함한다]시키는 제품, 체모를 제거하는 제품, 탈모 증상의 완화에 도움을 주는 제품, 피부 장벽의 기능을 회복하여 가려움 등의 개선에 도움을 주는 화장품을 말한다<개정 2013. 3. 23., 2017. 1. 12., 2020. 8. 5>[12].

기능성 화장품에 대한 선행연구에서는 기능성 화장품의 기능을 미백, 주름개선, 자외선 차단으로 크게 세 가지로 나눌 수 있고[13], 국내 화장품 시장은 주름개선, 미백제, 자외선 차단제가 주된 제품 유형을 이루고 그 중요성이 부각되고 있다[14].

4. 국내 기능성 화장품 시장 현황 및 사례분석

2019년 화장품 생산실적은 16조 2,633억 원으로 18년(15조 5,028억 원) 대비 4.9% 증가하여 성장세가 꾸준히 보이고 있고, 기능성 화장품은 2015년부터 2019년까지 평균 8.5%로 5년 동안

지속적인 성장률이 나타났다. 그리고 기능성 화장품 2019년 생산실적은 5조 3,448억 원으로 전년대비 7.3% 늘어난 것으로 확인되었다.

단일 기능을 나타내는 미백·주름·자외선 차단 제품의 생산실적은 3조 1,022억 원으로 2018년 대비 15.2%인 2조 6,930억 원이 증가하였고, 두 가지 이상의 기능을 가진 제품의 생산실적은 전년 대비 2.0% 감소하였다.

국내 생산실적의 화장품 유형별로는 기초화장용이 9조 8,123억 원(60.33%)으로 가장 많았고, 색조 화장용(2조 1,338억 원, 13.12%), 두발용(1조 8,800억 원, 11.56%), 인체 세정용(1조 5,786억 원, 9.71%) 등의 순으로 비중이 크게 나타났다[15]. 하지만 온오프라인으로 판매되는 알부틴이 함유된 미백 기능성 화장품 40건을 대상으로 히드로퀴논과 살균 보존제 21종에 대하여 함량 및 신태조사의 선행연구 결과 살균 보존제는 40건 중 20건이 검출되었으며 히드로퀴논은 9건이 검출되었다. 그리고 살균 보존제는 독성 및 피부 자극 등의 안정성 문제가 제기되고 있고, 화장품을 장기간 사용 및 보관 시 미생물의 오염을 방지하기 위해 필수적이다. 그리고 피부질환 및 발암물질로 알려진 히드로퀴논을 생성하는 알부틴은 기능성 화장품의 미백 성분이다[16].

우리나라가 화장품을 가장 많이 수입한 국가는 프랑스(3억 7,636만 달러, 4,389억 원)였고 미국, 일본, 태국, 독일 등의 순으로 나타났다. Cosmeceutical에 대한 국내 선행연구에서 메디컬 화장품은 코스메슈티컬 화장품의 일종으로 현재까지 완벽한 개념이 정립되어 있지 않았다. 코스메슈티컬 화장품의 시장은 꾸준히 증가하는 반면 용어에 대한 인지도가 낮고 코스메슈티컬 화장품과 메디컬 화장품의 기대 효과로 모두 보습 효과의 비중이 가장 크게 확인되었다[17].

또한 한국적 코스메슈티컬 시장 개발을 위한 선행연구에서 기존 한방화장품의 특징적 인식을 벗어난 IT(Information Technology), NT(Nano Technology), BT(Bio Technology)의 시장 기술력을 바탕으로 브랜드화를 확장하고 비대면 서비스인 온라인을 위한 앱 개발을 통해 중요한 마케팅의 요소로 활용되어야 하며 해외 진출을 위해 외국인을 위한 진단 방법 개발 및 임상 적용을 수집한 사례가 필요하다고 하였다[18].

기능성 화장품 신규 심사 및 보고 현황에서는 국내 기능성 화장품의 보고제는 2008년 9월 11일자로 신설되어 운용 중이며 기능성 화장품 범위가 확대되어 17년은 의약외품에서 기능성 화장품으로 전환된 품목(2,386건)이 심사 건수(1,235)에 포함된다[19].

5. 해외 기능성 화장품 시장 현황 및 사례분석

미백화장품을 국내에서는 ‘기능성 화장품’으로 분류하고, 미국과 EU 경우에는 코스메슈티컬(Cosmeceutical)로 인정하지 않고 일반 화장품에 포함하지만 중국의 경우에는 특수용도 화장품으로 분류하고 있으며, 일본은 약용 화장품으로 분류하고 있다. 그리고 서양에서는 20세기 중반부터 건강하고 아름다움의 상징으로 그을린 갈색 피부가 경제적 여유를 의미하고, 동양권인 한국 및 일본, 중국에서는 희고 고운 피부가 옛날부터 미인을 구분하는 하나의 기준이 되었다[20].

국가별로 2019년 화장품 수출 규모를 비교해 보면 프랑스는 171억 2,493만 달러이고 미국은 103억 6,045만 달러, 독일 83억 7,304달러의 순으로 나타났다. 우리나라 수출 규모는 65억 달

Table 1. Production of cosmetics performance in Korea

Year	2015	2016	2017	2018	2019
Cosmetics production amounted	10,7328 trillion won	13,0514 trillion won	13,5155 trillion won	15,5028 trillion won	16,2633 trillion won
Functional cosmetics production amounted	3,8559 trillion won	4,4439 trillion won	4,8556 trillion won	4,9803 trillion won	5,3448 trillion won

Source : Ministry of Food and Drug Safety(2020. 06.17)

Table 2. Number of new evaluated and reported functional cosmetics by year: 2011-2019

Classification	Manufacturing		Import	
	Evaluated	Reported	Evaluated	Reported
2011	801	6,811	248	415
2012	615	3,324	219	86
2013	1,161	20,336	206	1,137
2014	633	11,514	218	321
2015	509	13,266	269	446
2016	629	13,313	219	391
2017	1,955	18,608	1,666	2,495
2018	1,015	15,463	328	1,683
2019	741	14,842	255	1,567

Source : NIFDS, Cosmetics Evaluation Division(2011-2019).

Table 3. Export performance by country.

Country	France	The United States	Germany	Korea	Japan
Export performance	\$17,12493 billion	\$10,36045 billion	\$8,37304 billion	\$6,52479 billion	\$5,327,53 billion
CAGR(%)	15.9	2.6	13.0	4.2	17.2

Source : Korea Cosmetic Association /Country ranking in 2019.

러 2,479로 4위로 확인되었다. 그리고 2018년 유럽 화장품 시장규모는 963.7억 유로로 전년대비 3.2% 증가율을 보였고, 2022년에는 1,101.9억 유로로 전망되었다. 이처럼 서유럽이 3%대, 동유럽은 4% 후반의 고 성장세를 지속할 전망이고 제품별로는 스킨케어 제품이 높은 비율을 차지할 것으로 예상되었다.

이와 같이 유럽이 고령화 사회에 접어들면서 스킨케어 화장품 중에서도 코스메슈티컬(Cosmeceutical) 화장품의 중심으로 성장세가 본격화되고, 젊은 외모를 유지하려는 소비자들이 늘어난 서유럽 중심으로 노화 방지(안티에이징) 제품 수요가 급증하는 추세이며, 코스메슈티컬 시장은 동유럽(12%) 대비 서유럽(88%) 시장이 활성화되고 있다. 노화 방지 제품인 안티에이징은 코스메슈티컬의 대표 제품으로 전체 코스메슈티컬 시장 매출의 30%로 나타나며 코스메슈티컬 중 큰 비중을 차지하고 있음이 확인되었다[21].

5.1. 프랑스

프랑스의 화장품(le cosmétique)의 발전은 피부를 아름답게 하는 것이 화장품의 궁극적인 목표

였고 아름답고 투명한 피부를 선호하게 되었다. 사람들은 화장품 le cosmétique이란 단어를 더 광범위한 의미로 이해하고 19세기 후반기는 화장(maquillage)이라는 행위가 미적, 철학적으로 논의가 되었다. 이처럼 같은 시기에 화학 지식들과 과학을 바탕으로 시대의 다양한 지식들이 보급되며 독립된 연구의 장으로 연구소(laboratories)들이 만들어진 본격적인 시기이다[22].

글로벌 1위 프랑스 화장품 기업인 1909년 화학자 유젠 슈엘러(Eugene Schuller)에 의해 설립된 로레알 그룹(L'oreal Group)은 설립된 초기에는 염색제 제조업체를 시작으로 최근에는 스킨케어, 바디케어, 헤어케어, 향수 등의 관련 브랜드를 500여개 이상 소유한 다국적 기업이다. 그리고 꾸준한 성장을 거듭하여 이후 그 성장률은 전세계 화장품 시장의 약 15% 이상을 점유하고 화장품 업계의 신화로 여겨지고 있다. 이러한 배경에는 17개의 연구소를 전 세계에 두고 매년 총 매출액의 3% 이상을 화장품 연구개발에 대한 투자로 과감하게 진행하고 있으므로 알 수 있다[23].

Euromonitor 2018년 7월 조사에서 유럽시장 점유율은 스킨케어(20%), 헤어케어(13.9%), 색조 화장품(13.1%) 순이었고 스킨케어 제품 중 코스메슈티컬 제품 선호가 가장 높고 유럽 내 코스메슈티컬 제품 매출액은 88%를 차지하였다. 또한 2018년 글로벌 화장품 산업 트렌드에서 바이오 원료 및 기능성 소재에서 메커니즘 중심 바이오 공법 발전으로 화장품 상표 표기 시 바이오기술을 대표하는 바이오(Bio), 셀(Cell), 더마(Derma), 메디(Medi), 닥터(Dr) 등 기능성 제품을 강조하는 추세이다. 그리고 베타글루칸, 히알루론산과 기능성 소재의 레티놀, 비타민 C, EGCG의 원료 중심 및 줄기세포, Epigenetics, 기미 유전자, TRX, Cell Bio로의 메커니즘이 기능성 화장품의 새로운 가치로 진화하고 있다.

이러한 프리미엄 원료 및 기능성 효과를 내세운 제품 프리미엄화로 화장품 제조과정뿐만 아니라 유통과정, R&D 시 동물 임상실험 제한 등 친환경을 부각하며 기존 화장품에 미백, 주름 및 피부질환 개선의 의료적인 기능을 추가로 고가격 정책을 유도하여 프리미엄 화장품을 시행하고 있다.

5.2. 미국

2015부터 2020년까지 코스메슈티컬 미국 시장의 규모는 5년 연평균이 6.4%로 지속적으로 성장률을 보였고 2019년에 약 81억 달러를 달성할 것으로 예측되었으며 노화 방지에 좋은 효과가 있는 코스메슈티컬 제품이 미국의 인구 통계 중 가장 많은 비중을 차지하는 50세 이상의 소비자들에게 영향을 미친 것으로 분석된다[24].

제품의 활성 성분을 미국 식품의약국(FDA)에서 일반의약품(Over The Counter)으로 규제하는 성분 포함 시 OTC 등록이 필수적이고 대표적인 자외선 차단제와 같은 기능성 화장품이 OTC에 해당하는 제품이다. 그리고 피부미용 관련 천연 자외선 차단 소재 선행연구에서 자외선 차단제는 미국 시장이 전 세계의 약 21%를 차지하는 가장 큰 시장이며 중국 시장이 급격하게 성장하고 있다[25].

미국 식품 의약국(FDA)은 1938년도에 개정된 The Federal Food, Drug, and Cosmetic Act에 의해 화장품 라벨링을 규제하고 있고, 미국 FDA는 엄격하게 화장품 성분과 제품 라벨링에 대한 법률을 갖고 있으며, 의약품으로 일부 화장품을 규제하는 경우도 있어 주의해야 된다.

시장조사업체 NPD 그룹이 발표한 소비자 동향 보고서에 따르면 미국 소비자의 약 50%가 스킨케어 화장품 제품 성분을 구매 결정의 중요한 요소로 보고, 민감성 피부를 소유한 소비자 증가와 더불어 질병이나 호르몬 교란을 일으키는 유해 성분에 대한 위험성을 인지한 똑똑한 소비자가 많아진 것이 요인으로 분석되었다. 그리고 자신의 피부가 민감성이라고 스킨케어 소비자의 48%가 응답해 2년 전 기록 대비 44% 증가했다. 또한 NPD가 2017년 8월을 기점으로 지난 1년간 프레스티지 스킨케어 제품의 판매 데이터를 분석한 결과 웰니스와 자연 성분을 강조한 제품의 매출이 전년 동기 대비 13% 증가해 전체 성장률인 6% 보다 크게 확인되었다[26].

고품질·프리미엄 제품에 대한 수요가 증가함에 따라 미국 주요 화장품 제조사들은 미국산 제품으로 관심을 전환하기 위해 기존 중국, 인도 등의 생산국가로부터 저비용 소싱을 지양하기 시작했다. 그리고 미국은 고용을 확대하여 경기 호조세를 유지 등의 영향으로 럭셔리 프리미엄 제품에 대한 미국 소비자들의 수요가 높아지고 있고, 2022년까지 화장품 및 미용 프리미엄 시장 성장은 5% 대를 기록할 전망이다. 이처럼 프리미엄 제품 선호 현상은 새로운 패키징 기술 및 다양한 제품 라인 수요 증가로 이어져 북미지역 1인 당 평균 미용 지출은 2022년까지 현재보다 7천 달러 이상 인상될 것으로 나타났다[27].

5.3. 독일

독일 화장품 관련 정책은 EU 차원의 화장품 규제와 연계하여 2017년 7월 유럽 화장품 등록 포털 CPNP(Cosmetic Products Notification Portal) 의무화를 통해 전 유럽 내 화장품 제품의 필수 요구 사항과 의무사항을 표준화하였다. 그리고 최신 기술 동향으로 지난 약 3년 전부터 천연 및 비건 화장품 주목으로 Back to nature(자연으로 회귀)라는 슬로건을 내세운 천연화장품과 함께 비건(Vegan)이라는 동물성 성분을 전혀 포함하지 않은 화장품 인기로 비건 트렌드는 식품, 의류, 화장품 등에서 확대되며 독일 내 라이프스타일로 정착되었다.

색조화장품과 스킨케어 제품이 2013~2017년까지 평균 각각 4.6%, 3.8% 증가하고, 독일 국제 천연화장품 전시회(Vivaness)에서 독일 천연화장품시장은 유럽 내 최대 규모로서 2017년 총매출은 12억 유로로 증가하였으며, 화장품 시장 성

장의 신흥 강세로 천연, 비건, 할랄 화장품의 트렌드가 지속되고 있다.

전통적인 성분을 활용한 바이오 하이테크 기술에 주목하고 있고 이러한 조제 방법을 최적화하여 자연에 대한 지식과 치유력에 대한 화장품 효과의 신뢰가 과학적 테스트를 통해 확인되면서 더욱 높아지는 추세이다. 또한 코로나19 확산으로 독일 안에서 록다운(Lockdown) 시행 및 비대면 서비스의 증가세로 온라인 판매시장에서도 화장품의 수요는 증가세를 나타낼 것으로 확인되었다.

2020년 10월 5일 독일 Tagesschau는 독일연방 통계청을 인용해 온라인 유통을 코로나 위기의 해결방안으로 주목하고 전년 동기 대비 4월에서 6월까지 매출이 32% 상승한 데 이어 8월 매출이 22.9% 증가하였다. 그리고 독일 시장에서는 주요 유럽과 미국 기업이 경쟁을 벌이는 가운데 독일 화장품 시장 내 가장 높은 시장 점유율을 갖는 기업은 프랑스의 로레알(L'oréal)로 수년에 걸쳐 부동의 1위를 차지하며 11.5%의 시장 점유율을 보였다. 이어 독일의 바이어스도르프(Beiersdorf)가 7.5%, 미국의 프로cter앤드갬블(Procter & Gamble)과 코티(Coty)가 각각 6.3%, 6.1% 등의 순으로 나타났다.

2019년 독일 화장품 산업의 총 매출 중 스킨케어는 총 약 44억 유로(25.2%)로 가장 큰 비중을 차지하고 헤어케어(18.2%), 향수류(13.2%), 색조화장품(11.6%), 구강케어 용품(10.6%) 등의 순이었고 특히 스킨케어, 구강케어, 색조화장품이 지난 5년간 각각 15.9%, 13.6%, 11.4% 증가하는 성장률이 확인되었다[28].

5.4. 일본

2019년에서 2020년까지 주요 15개 화장품 업체의 매출액은 2조 2,805억 엔(한화 약 24조 1,733억 원) 규모이다. 이 중 2019년 품목별 출하액 유형으로는 화장수와 유액 등 스킨케어가 50%로 전체의 절반을 차지하고, 파운데이션이나 치크 등 마무리용 화장품과 샴푸와 린스 등의 모발용 화장품이 각각 20%로 나타났다. 그리고 자외선 차단제, 향수 등이 차지하였고, 특히 2010년 이후 화장수의 수요가 확대되고 있으며 미용액도 해마다 증가하여 스킨케어의 수요가 높아지고 있음을 알 수 있다[29].

선행연구에서 일본 화장품 산업의 다양한 요인들이 국제화를 일으켰다고 분석하였고, 글로벌 시

장에 대한 경영자의 비전과 전략, 외국 소비자의 일본 화장품에 대한 인식 등이 일본 화장품 산업의 국제화를 만든 결과로 나타났다. 전 세계의 아시아 시장에서 일본 화장품 산업이 진출한 원인을 시세이도 화장품 같은 경우 높은 브랜드 인지도와 지리적 접근성 등을 바탕으로 설명하였다[30].

유기농 친환경 화장품과 안티에이징의 고부가가치 화장품에 대한 꾸준한 상승세는 방일 외국인의 인바운드 화장품 수요가 급속히 확대되었고, 일본 화장품 시장의 핵심 키워드는 고부가가치 제품으로 안티에이징 유형에 관련해 주목하고 있다. 또한 인바운드 수요 증가로 화장품 업계의 과거 최고 매출액을 경신하고 시세이도는 창업 이래 처음으로 매출 1조 엔을 달성하였으며 코세, 플라 오르비스가 2, 3위 순위로 최고치 매출 실적을 나타내었다[31].

5.5. 동남아

국외여행자의 약 27%가 동남아 국가를 여행자로 선택하고 해당 지역 여행자 수는 비중이 크게 증가하는 추세이고, 동남아 5개국(베트남, 태국, 필리핀, 말레이시아, 인도네시아)에서 판매하는 식품 및 화장품 32개 중 10개 제품(31.3%)에서 기준을 초과하는 금속성 이물(씻가루), 히드록시 메틸푸르푸탈(HMF), 세균이 검출되었다. 또한 국내에서는 사용이 금지된 원료(센카, 통캣 알리, 인태반)가 포함된 식품 및 화장품 4개 제품이 판매되고 있음을 확인하였다[32].

6. 결론 및 제언

IT(Information Technology) & BT(Bio Technology)의 과학적 기술과 의학의 발전을 바탕으로 소비자의 니즈를 다양하게 충족시킬 수 있는 기능성 화장품의 산업은 앞으로도 꾸준히 성장할 가능성이 높다. 하지만 여전히 국내 기업은 미백, 주름, 자외선 차단 같은 특정 성분 기술에만 주목하고 화장품 업종 내에서도 특정 성분에만 의존하고 있는 현실이다.

선진국들의 성공 사례를 통해 코스메슈티컬 화장품의 전문성과 메디컬 화장품의 안전성 등의 장점 및 특징을 좀 더 강조하여 일반 화장품과의 차별성 있는 제품 개발과 마케팅 전략을 수립한다면 국내 화장품 시장에서의 코스메슈티컬 화장

품의 영역은 좀 더 확대될 것으로 보인다.

우리나라도 65세 이상의 고령자 인구 비율이 높아지고 있어 국내 기능성 화장품 산업도 이러한 문제에 대비하기 위한 연구와 다양성을 추구해야 할 시점이고 한국은 한해 4000억 원이 넘는 프랑스 화장품을 수입하고 있는 실정이며 이런 상황은 한국인 피부 유형에 맞는 한국형 기능성 화장품의 연구 개발이 지속적으로 이루어져야 함을 말해주고 있다.

또한 미래의 국내 화장품 산업 발전을 위해 선진국 화장품의 의존도를 낮추고, 국내 기능성 화장품 산업의 경쟁력을 육성하기 위한 정부와 기업의 연구 및 투자도 필요하다. 이처럼 과학적 기술과 새로운 기능성 성분의 소재 개발 등 다양한 산업과의 밀접한 연계로 기능성 화장품의 안전은 신뢰되고 새로운 기술의 향노화 화장품들이 정부와 함께 발전해 나아가야 된다.

본 연구는 국내외 기능성 화장품의 시장 현황을 조사하였으나 신홍 산업들의 트렌드를 완벽히 파악하기엔 부족하고 이를 바탕으로 향후에는 선진 기술들이 도입된 기능성 화장품을 이용하는 실버 컨슈머들의 소비자 행동에 대한 다양한 연구가 필요할 것이다. 마지막으로 기능성 화장품 산업의 시장을 파악할 수 있는 기초 자료로 활용될 바라고 한국의 K-Beauty가 세계 향노화(안티에이징) 시장과 코스메슈티컬 화장품, 메디컬 화장품 등을 선도할 수 있는 미래를 기대해본다.

References

1. J. E. Lee, S. Y. Park, "Review of the Usability of Cyclodextrin as a Cosmetic Ingredient", *Asian Beauty Cosmetol*, Vol.17, No.4, pp. 545-553, (2019).
2. K. A. Park, "The Effects of Active Senior Consumption Orientation on the Intention of Cosmeceutical Purchasing", *Daejeon University*, (2021).
3. S. Y. Jo, "A study on the attitude and purchase behaviors for silver generation toward makeup and cosmetics", *sookmyung women's University*, (2009).
4. H. S. Lim, J. W. Shin, "A study of logotypes on Packages of Cosmeceutical Products", *The treatise on the plastic media*, Vol.19, No.3, pp. 313-320, (2016).
5. U. D. Son, J. S. Hwang, I. S. Chang, "Approach of Antiaging Care in Cosmetics", *Journal of the Society of Cosmetics Scientists of Korea*, Vol.31, No.3, pp. 213-218, (2005).
6. U. D. Son, J. S. Hwang, I. S. Chang, "Functional Anti-wrinkle Research and Development", *NICE(News & Information for Chemical Engineers)*, Vol.25, No.2, pp. 133-138, (2007).
7. Y. H. Hwang, "Factors of Purchasing Decisions for the Consumers Buying Clinics-Supplied Cosmetics", *Chung-Ang University*, (2009).
8. S. Y. Lee, "The Patent Technology Structural Analysis on Cosmetic Mixing Container - with Focus on Blister and Dual Pump Container -", *Design Forum*, Vol.23, No.3, pp. 195-204, (2018).
9. E. K. Lee, H. S. Jeong, S. H. Jeong, "Research for Marketing Strategy for Cosmeceutical Cosmetics", *Journal of Beauty Industry*, Vol.14, No.2, pp. 71-87, (2020).
10. B. J. Lee, "Functional Cosmetics Market Trend", *Korean Industrial Chemistry News*, Vol.20, No.3, pp. 46-47, (2017).
11. K. Y. Kim, M. H. Park, "Fullerene Materials for Functional Cosmetics", *Technology Management*, Vol.4, No.1, pp. 91-110, (2019).
12. Ministry of Food and Drug Safety, Enforcement Rules of the Cosmetics Act, cited 2021 March 01, available from, <https://www.law.go.kr/%EB%B2%95%EB%A0%B9/%ED%99%94%EC%9E%A5%ED%92%88%EB%B2%95%EC%8B%9C%ED%96%89%EA%B7%9C%EC%B9%99>
13. Y. A. Kim, H. J. Kim, U. P. JO, H. C. Jeong, "Quantitative Analysis of Adenosine and Niacinamide in Functional Cosmetics", *The Korean Society of Analytical Sciences*, Vol.2019, No.11, pp.226-226, (2019).
14. M. H. Kim, C. S. Hwang, "The Difference of the Satisfaction Level According to the

- Shopping Orientation of Cosmeceuticals – focusing to whitening, sun screen, anti-aging cosmetics–”, *Korean Journal of aesthetics and cosmetics society*, Vol.9, No.4, pp. 1–14, (2011).
15. Ministry of Food and Drug Safety, Korea's trade surplus in cosmetic products hit an all-time high of 6 trillion won(Press release, Jun 17, 2020), cited 2021 March 20, available from, https://www.mfds.go.kr/eng/brd/m_61/view.do?seq=25
 16. J. H. Cho, J. H. Kim, S. A. Eom, M. J. Kang, Y. S. Han and M. J. Hur, “Investigation on the Safety of Hydroquinone and Preservatives among Whitening Functional Cosmetics Containing Albutin in Korea”, *Journal of the society of cosmetic scientists of Korea*, Vol.45, No.4, pp. 399–408, (2019).
 17. H. K. Lee, S. H. Li, “A Comparative Study on the Recognition and Purchasing Behavior of Cosmeceutical Cosmetics and Medical Cosmetics”, *Journal of the Korean Applied Science and Technology*, Vol.36, No.1, pp. 73–83, (2019).
 18. U. S. Ko, E. J. Jang, Y. J. Choi, “A Basic Research on Cosmeceutical Market Development in South Korea”, *Academic Society of Global Business Administration*, Vol.15, No.1, pp. 83–106, (2018).
 19. Ministry of Food and Drug Safety, Number of new evaluated and reported functional cosmetics by year : 2011–2019, cited 2021 March 30, available from, https://www.mfds.go.kr/wpge/m_317/de01060310001.do
 20. J. S. Park, H. G. Kim, “The Research of the Way to Gain Domestic and Foreign Market Economy Force Whitening Cosmetics”, *International Area Studies Review*, Vol.21, No.2, pp. 121–141, (2017).
 21. J. Y. O, “A Comparative Study of Cosmeceutical Cosmetics Brand Identity : Domestic & Foreign brands sold in H&B Stores”, Ewha Womans University, The Graduate school of Design, (2019).
 22. C. Y. Lee, “A Study on the Development of the French Cosmetics Industry in the First Half of the 19th Century”, *French Literature Education Association*, Vol.57, pp. 309–340, (2017).
 23. S. J. Jeoung, “An Activation Methods of Beauty Industry through the Analysis of Customizing CASE –With Beauty Companies Home and Abroad”, *The Korean Society of Design Culture*, Vol.25, No.3, pp.377–391. (2019).
 24. J. Y. O, “A Comparative Study of Cosmeceutical Cosmetics Brand Identity : Domestic & Foreign brands sold in H&B Stores”, Ewha Womans University, The Graduate school of Design, (2019).
 25. H. S. Kim, “A Study on the Trends of the Natural UV Protection Material Related to Skin Beauty”, *Journal of the Korean Science and Technology*, Vol.38, No.1, pp.107–117, (2021).
 26. 2018 Global Cosmetic Industry reported, KOTRA, cited (2018.12.23.) <http://news.kotra.or.kr/user/reports/kotranews/20/usrReportsView.do?reportsIdx=9682>
 27. J. M. Lee, “Packaging Market Trends for Cosmetics and Beauty in the U.S”, *The montly packaging world*, Vol.323, pp. 48–53, (2020).
 28. S. Y. Park, German cosmetic industry, Korea Trade investment promotion Agency, <https://news.kotra.or.kr/user/globalAllBbs/kotranews/album/781/globalBbsDataAllView.do?dataIdx=185287&>, (2020.10.20.).
 29. Japanese cosmetics industry trends in 2020, Cosmetic Insight, (2020.12.29.), <https://www.cosinkorea.com/mobile/article.html?no=37891>
 30. Umemura, M and S. Slater, “Reaching for Global in the Japanese Cosmetics Industry, 1951 to 2015: The Case of Shiseido”, *Business History*, Vol.59, No.6, pp. 877–903, (2017).

31. 2018 Global Cosmetic Industry reported, KOTRA, Euromonitor Global Trade Atlas, cited (2018.12.23.)
<http://news.kotra.or.kr/user/reports/kotranews/20/usrReportsView.do?reportsIdx=9682>
32. Package overseas travel sales food and cosmetics safety survey, *Korean Consumer Agency*, pp. 1-28, (2019).
http://www.kca.go.kr/webzine/board/view?menuId=MENU00307&linkId=129&div=kca_2001