

손세정제, 신종플루 타고 “급팽창”

이마트, 관련매출 189% 증가 … LG·애경 시장 참여로 경쟁 본격화

신종플루가 최근 맹위를 떨치는 가운데 백신 접종을 제외한 거의 유일한 예방책으로 손 씻기의 중요성이 높아지면서 손 세정제 시장이 급격히 팽창하고 있다.

최근까지도 외국 브랜드의 점유율이 압도적이었으나 국내 생활용품 생산기업들이 잇따라 신제품을 출시하면서 경쟁이 본격화하고 있다.

11월6일 신세계 이마트에 따르면, 10월 비누·핸드워시(물비누)·손소독청결제 등 손 세정제 매출은 전년동기 대비 189% 증가한 것으로 나타났다.

특히, 알코올 성분이 들어 있어 물에 씻지 않고 손에 문혀 문지르기만 해도 세척 효과가 있는 손 소독·청결제 매출은 무려 961% 늘었다.

손 소독·청결제는 이마트에서 2008년 10월에만 해도 글로벌 생활용품 생산기업 옥시레킷벤키저의 향균 브랜드 <데틀> 브랜드 밖에 판매되지 않았지만, 지금은 중소기업 과루의 <플루>, 유한킴벌리의 <킴케어> 등 10종이 넘고 있다.

핸드워시 시장은 2003년 국내에 시장이 처음 형성된 이후 매년 50% 이상 꾸준한 성장을 보여왔으며, 시장 규모는 2007년 56억원에서 2008년에는 85억원으로 증가하고 2009년에는 2배 이상으로 확대될 것으로 예상되고 있다.

이에 따라 국내 대기업들도 최근 향균 성분을 함유한 손 소독제, 핸드워시 신제품을 잇달아 출시하고 있다.

LG생활건강은 10월 살균·향균 전문 브랜드 <플로닉>으로 손 세정제와 핸드워시 등 13종을 출시했으며, 썬, 녹차 성분을 함유한 <비온드 디톡스 핸드 새니타이저>도 선보였다.

애경 역시 최근 <향균 핸드 클렌저>와 <살균 핸드 젤>을 동시에 출시하고 본격적인 판촉을 시작했다. <저작권자 연합뉴스 - 무단전재·재배포 금지>

<화학저널 2009/11/06>