

# Bio-나노 이용 기능성 화장품 개발

의학적 효과 입증돼야 소비자 반응 ... 2006년까지 연평균 15% 성장

신개념의 기능성 화장품이 속속 등장하면서 화장품 시장에 새로운 변화의 바람이 불고 있다.

최근 개발되고 있는 기능성 화장품은 기존 제품에 비해 더욱 확실한 효능을 보유하고 있어 피부질환 치료에 쓰이는 의약품과 구분이 어려운 제품들도 있는데 Cosmeceutical, Dermocosmetic 등은 기능성 화장품의 개념을 좀 더 엄격하게 규정짓고 있다.

이미 선진국에서는 기능성 화장품이 1980년대 후반부터 폭발적인 수요 증가와 함께 인기를 누려 왔다.

Datamonitor에 따르면, 전세계 기능성 화장품 시장은 2001년 28억달러 규모에서 연평균 15% 성장해 2006년 약 57억달러에 달할 것으로 예상된다. 전체 화장품 시장이 연평균 2-3% 성장에 머물 것이라는 전망과 비교하면 매우 괄목할 만한 것으로 현재 약 20%에 달하는 기능성 화장품의 비중 역시 지속적으로 높아질 전망이다.

의학적 효능을 표방한 화장품들이 지속적으로 개발되어 폭발적인 인기를 끌고 있는 배경에는 생명공학, 나노 등 첨단기술이 기여한 바가 매우 큰데 각질제거 기능을 하는 AHA(Alpha Hydroxy Acid), 주름개선 효과가 있는 레티놀(Retinol), 피부미백 효과가 있는 알부틴(Arbutin) 등 몇 가지에 국한됐던 기능성 화장품 성분은 최근 몇 년 사이 수십-수백 종으로 다양화되고 있다.

이와 함께 캡슐화(encapsulation) 등 성분을 제대로 흡수·유지할 수 있게 해주는 전달기술 또한 급속히 발전하고 있어 과학과 의학적 진보를 잘 접목시킨다면 뛰어난 효능을 가진 블록버스터급 기능성 화장품의 탄생도 멀지 않은 것으로 예상된다.

그러나 기능성 제품의 성패여부는 무엇보다도 제품이 소비자들에게 인정받을 만한 효능을 갖고 있는지에 달려 있으며, 이에 따라 화장품 기업들에게도 R&D투자가 매우 중요해졌다.

R&D의 중요성을 일찍 인식한 선진 화장품 기업들은 이미 수십년 전부터 각계의 전문인력으로 구성된 연구소를 세우고 기초연구에 몰두한 결과, 신소재를 확보하기 위해 세계 각지를 돌며 천연물을 채집하기도 하며 나노테크와 같은 첨단 신기술 적용을 위해 필요한 부분은 다양한 네트워크를 활용하는 등 연구개발에 있어 제약기업에 준하는 노력을 해 오고 있다.

국내에서는 2001년 2월 기능성 화장품이 공식 승인된 후 시장이 본격적으로 성장해 2001년 기준으로 국내 전체 화장품 시장의 7.9%인 2700억원에 달하고 있으며, 가파른 성장세를 거듭해 2003년에는 6000억원 규모를 돌파할 것으로 예상되고 있다.

국내에서는 기능성 화장품의 높은 성장세에 따라 각 기업들이 제품 개발에 적극적으로 나서고 있으나 아직 몇몇 대기업들을 제외하고는 R&D투자는 극히 미미한 실정이며, 갈수록 치열해질 것으로 예상되는 기능성 화장품 시장에서 경쟁력을 확보하기 위해서는 더욱 많은 노력을 기울여야 할 것으로 지적된다.

이미 많은 기업들이 해외기업들과 차별화할 수 있는 한방 등 천연물질을 이용한 신소재 개발에 나서고 있는 만큼 독자적인 천연물 DB를 체계적으로 구축해야 할 뿐만 아니라 첨단 전달기술 등에 특화하고 있는 바이오 테크기업이나 나노테크 전문기업 등과의 기술 제휴도 활성화해야 할 전망이다.

또 일반제품에 비해 고가인 기능성 화장품을 소비자들이 선택 구매토록 하기 위해서는 끊임없이 쏟아지는 신제품들의 틈새에서 독자적인 경쟁력을 확보하기 위한 마케팅력이 중요한 요소로 손꼽힌다.

결론적으로 브랜드 면에서 취약한 국내기업의 현실 상 뛰어난 기술력을 접목시킨 기능성 화장품의 개발은 국내시장 방어는 물론 글로벌 시장 진출을 위한 무기가 될 수 있다는 점에서 기대를 모으고 있다.

<Chemical Journal 2003/04/22>