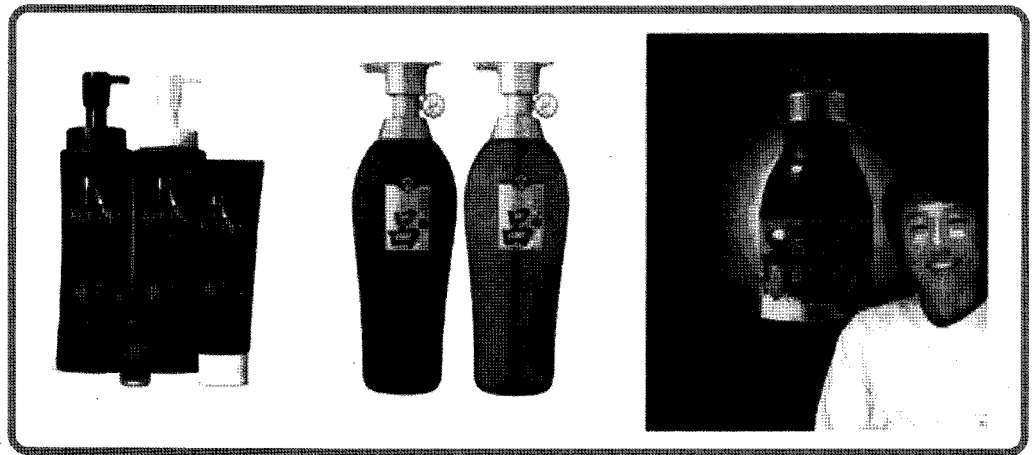


# 샴푸의 웰빙(well-being), 한방샴푸

**요**즘은 그야말로 웰빙(well-being)시대다. 채소, 과일 등과 같은 농산물뿐만 아니라 슈퍼에 서 볼 수 있는 과자에서도 ‘무농약’, ‘친환경’, ‘유기농’ 등과 같은 표시는 어색하지 않다. 이 같은 웰빙 열풍 대상은 샴푸(shampoo)도 예외는 아니어서 마트에 가면 40여 종의 각종 한방샴푸를 볼 수 있다. 소비자들 사이에서 높은 인기를 끌며 생활 속에 자리 잡고 있는 한방샴푸. 일반 샴푸보다 더 비싼 가격에 팔리는 한방샴푸의 포장지에서 쉽게 볼 수 있는 문구가 있다. “특허 받은 한방 성분 포함”

기업들은 한방샴푸의 성분과 효능에 특허를 받고 한방샴푸가 특허 받았음을 내세워 소비자에게 특허에 기재된 효능과 함께 한방샴푸를 광고한다. 하지만 기업들이 내세우는 샴푸의 효능에 대해 소비자가 만족할 수 있는지는 의문이다.



다양한 한방샴푸들 (그림 출처 The daily cosmetic)

일반적인 샴푸는 물 35~40%, 모발과 두피의 피지와 오염물질을 세정하는 세정성분이 45~55%, 윤기, 보습 등을 위한 각종 기능성 첨가제가 5~8%, 방부제와 색소 그리고 향료 등이 1%로 이루어져 있다. 여기서 물과 세정제를 제외한 기능성 첨가제가 어떤 것인지에 따라 샴푸의 기능과 종류가 달라진다. 그렇다면 한방샴푸에서는 어떤 특허 받은 기능성 성분을 포함하고 있는지 기업들이 광고하는 한방샴푸들에 대한 특허들을 살펴보자.

**[DOORI] 땀기머리 기골드 샴푸**

각종 소비자 평가 및 시장점유율에서 우수한 순위를 선점하고 있는 땀기머리 샴푸는 샴푸 용기에 발명 특허를 취득하였음을 기재하여 이를 일종의 품질 홍보로 이용하고 있다. 용기에 기재된 등록특허 제10-0469658호는 2001년 6월 18일 출원되어 2005년 2월 독립청구항 제 1 항과 이의 종속청구항 제 3 항의 총 2 항으로 등록되었다.

본 특허의 특징은 탈모를 방지하고 두피와 모발에 영양을 공급하며 비듬과 가려움증을 예방하는 한방성분을 함유함에 있다. 본 한방성분은 물 800kg에 썩 100~400kg, 인삼 1~10kg을 넣고 남은 용액이 500~700kg으로 되도록 가열하여 1차 용액을 제조하고, 상기한 1차 용액을 300~500kg으로 되도록 다시 가열한다. 그 후 샴푸원료에 상기 약초액 조성물을 9:1~6:4의 비율로 혼합하여 샴푸를 제조하게 된다.

또한 당귀, 감초, 천궁, 백지, 대추, 창포, 산수유 중에서 하나 이상의 약초를 선정하여 각각 1~5kg을 더 첨가하여 제조하면 더 우수한 효능을 발현할 수 있다.

본 특허 이외에도 (주)두리화장품의 이병수(충청남도 금산군 복수면 다복리 159-1)는 등록특허 제10-0802192호는 한약재를 이용한 발모제 조성물에 대하여 권리 화하였다. 본 특허는 또한 유럽, 일본, 미국 등에도 우선권 주장 출원되었다.

제10-0802192호의 특허는 발모촉진 및 탈모방지 효과뿐만 아니라 가려움증을 덜어주며 모발에 영양을 공급하고 두피를 개선하는 것이 가능한 성분을 특징으로 한다.

본 특허에 따른 성분은 다음 성분을 포함한다. 물에 인삼과 구절초의 한약재를 넣고 가열하여 추출한 한약재 추출액 10~40중량%, 점도 조절제 0.1~15중량%, 계면활성제 30~80중량%, 오일 0.1~15중량%를 혼합하여 이루어지는 한약재가 그것이다. 여기서 한약재 추출물은 물 800kg에 인삼과 구절초의 한약재를 30~70kg을 넣고,



100℃에서 3~8시간 예비 가열하고, 달인 다음 짜낸 중간 추출액이 600~700kg 정도 얻어지도록 48시간 이상 1차 가열하고, 최종 농축액이 400~500kg 정도로 되도록 중간 추출액을 다시 2차 가열하여 제조될 수 있다.

상기 성분에 따른 한약재 조성물을 성인이 아침, 저녁 하루 2회씩 사용하는 경우 다음과 같은 효능이 있다고 기재되어 있다.

1개월	두피의 가려움증이 진정된
2개월	두피의 솜털형의 모발이 소생함
3개월	소생한 모발이 성장함에 따라 검은색을 띠
4개월	검은색을 띤 모발의 굵기가 증가함

상기 제10-0802192호 특허의 실시 예에 따른 효능

상기 특허 제10-0802192호는 발모제 조성물에 대한 특허로서, 샴푸로 제조될 수 있으나, 별도의 발모제 상품으로도 제조 가능할 것이다.

[LG생활건강] 리엔 한방클로스 클리닉 자하진 샴푸



다음은 5가지 특허 받은 한방 성분(고삼추출물, 세신추출물, 황련추출물, 작약추출물, 영지추출물)을 포함하는 특징을 갖는 LG 생활건강의 리엔의 자하진 샴푸라인이다.

특히 세신추출물은 탈모방지 및 모발성장 촉진과 관련된 모발 성장기 유도 촉진 작용이 우수한 특성이 있다. 고삼추출물은 남성형 탈모증과 밀접한 관계가 있는 것으로 알려진 5알파-리덕타제의 활성을 억제하는 성분을 포함한다. 이 같은 한방 성분에 대하여 (주)엘지생활건강의 등록 특허 제10-0750473호는 청구항 제 1 항에서, 세신추출물이 조성물 전체중량에 대하여 0.01~10중량%, 고삼추출물은 0.001~10중량%의 함량을 갖는 세정 조성물을 권리범위로 특정하고 있다.

세신추출물의 모발 성장기 유도 촉진 작용 평가 결과

세신추출물 농도	0.001%	0.01%	0.1%	1%	10%	대조약
면적비(%)	24.8	42.4	60.2	68.8	72.4	12.0

특허 명세서 내 기재된 세신추출물 유도촉진 작용의 실험 예

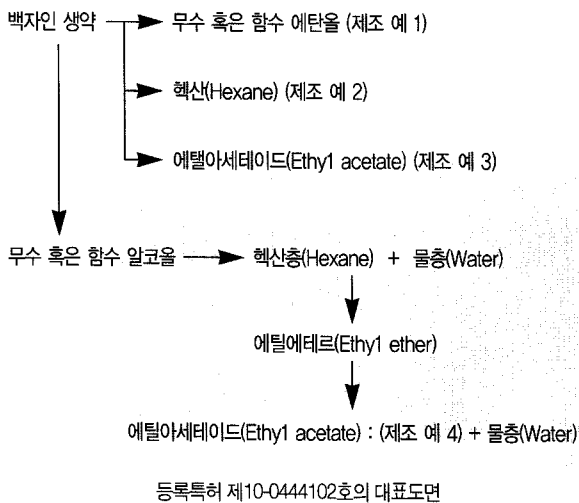
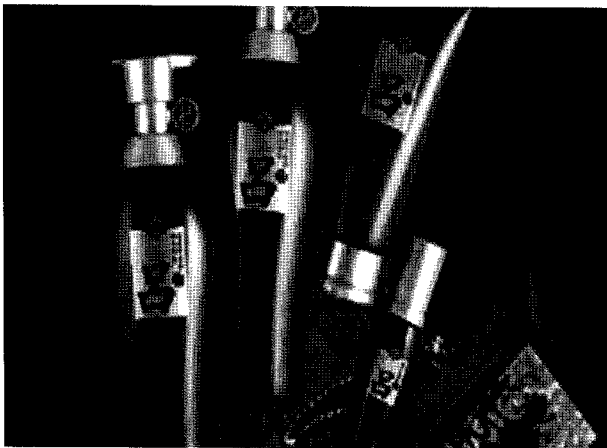
상기 결과에 따르면 세신추출물의 농도가 커짐에 따라 대조군의 종래 기술보다 유도 촉진 작용이 더 효과적이 됨을 알 수 있다.

또한 출원번호 제2004-0049049호로 출원되어 심사 진행 중에 있는 본 특허는 상기 한방 성분 중 황련추출물에 대한 권리화로 보인다. 황련추출물로부터 추출 가능한 베르바민 성분은 두피의 가려움증을 억제하는 효능이 있다.

[아모레퍼시픽] 려(몬)

다음은 백자인 추출물을 함유하여 탈모를 방지하는 컨셉의 아모레 퍼시픽 '려' 제품이다. 본 제품 또한 특허 받은 한방 성분을 함유하였음을 광고하여 소비자에게 우수한 품질을 어필하고 있다.

특허 성분은 등록 번호 제10-0444102호의 '백자인 추출물 함유 발모촉진용 화장품 조성물로 (주)태평양이 특허권자이다. 본 발명은 백자인의 유기용매 추출물이 탈모를 유발하는 활성 남성호르몬인 디하이드로테스토스테론의 생성을 촉진하는 5알파-환원효소를 저해하는 효과가 있음을 밝히고, 이러한 백자인 추출물을 유효성분으로 함유함으로써 탈모를 예방하고 발모를 촉진하는 효과가 있는 화장품 조성물에 관한 것이다. 본 기능성 성분은 다음과 같은 방법으로 제조될 수 있다.



[소망화장품] 다나한 머치모

다음은 소망화장품에서 시판하고 있는 다나한 머치모 제품이다. 본 제품도 역시 모발 및 두피 건강을 위하여 특허 받은 7가지 한방재료를 첨가하였음을 홍보하고 있다.

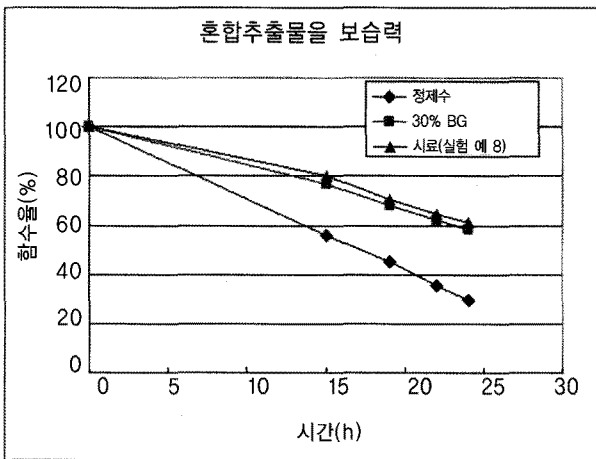
홍보 대상 특허는 소망화장품의 명의로 2003년 9월 5일 출원되어 2005년 10월에 등록된 등록 특허 제10-0524291호다. 특허 명칭은 '흑미, 검정콩, 검정참깨, 익모초, 창포, 도엽 및 마치현의 혼합 추출물을 함유하는 화장품 조성물'로서, 본 성분이 항균작용, 항염증작용, 보습작용이 뛰어나, 우수한 피부 개선 효과를 가짐을 기재한다.

본 한방 성분은 흑미, 검정콩, 검정참깨, 익모초, 창포, 도엽 및 마치현의 혼합 추출물을 함유하고(청구항 제 1 항), 추출물의 함량이 1 내지 30중량% 범위로 함유(청구항 제 3 항)하는 것을 특징으로 한다.



상기 화장료 조성물의 제조방법에 있어서 일례는 다음과 같다.

- 1) 흑미, 검정콩, 검정참깨, 익모초, 창포, 도엽 및 마치현의 혼합 원료에 대해, 물, 에탄올, 메탄올, 프로판올, 부탄올, 글리세린, 프로필렌글리콜, 부틸렌글리콜로 이루어진 군 중에서 하나 이상의 용매를 선택하여 상기 식물들의 총 부피의 1~20배량을 가한 후,
- 2) 50~95°C에서 4~20시간 가열하거나, 5~37°C에서 1~15일간 침적시켜 추출물을 얻는다. (청구항 제 9 항)



등록 특허 제10-0524291호의 대표도면

상기 대표 도면의 실험 예는 본 특허의 한방 추출물이 종래의 조성물보다 더 높은 보습력이 있음을 보여준다.

이처럼 시판되고 있는 한방샴푸는 저마다 특색을 강조하며 청포, 동백유, 대나무, 인삼, 버섯, 블랙푸드 등 다양한 특허 받은 천연 한방 성분을 포함하고 있다. 기업들은 다양한 종류의 한방 성분을 포함한 한방샴푸를 출시하고, 출시된 한방샴푸가 특허 받은 것이므로 기존의 샴푸보다 효능이 탁월함을 소비자에게 광고하고 있다.

특허는 자연법칙을 이용한 기술적 사상의 창작으로서 고도한 것(특허법 제2조)이고, 당업자가 용이하게 창작할 수 없는 진보성을 갖춰야만 특허로 등록 가능하다. 따라서 등록 특허는 소비자로 하여금 종래 기술에 비하여 효능이 우수하다는 관념을 가지게 한다. 따라서 기업들은 특허 받은 성분을 포함하였음을 용기 등에 표시하여 홍보하고 소비자

는 이를 신뢰하는 것이다.

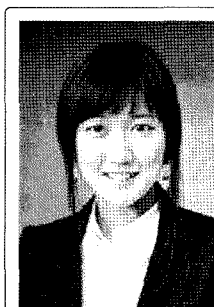
하지만 기업들이 광고하는 내용과는 달리, 한방샴푸의 효능에 대한 소비자의 만족도는 예상보다 높지 않은 것으로 나타났다.

한국소비자원의 2009년 조사에 따르면 21명의 패널단을 선정해 한 달간 국내에 판매 중인 한방샴푸인 땡기머리, 다나한, 러, 리엔의 4개 제품에 대하여 블라인드 테스트 결과는 5점을 만족으로 할 때 2.3점(다나한) 내지 2.5(땡기머리)에 그쳤다.

기업들은 한방 성분들 및 그 효능에 대해 특허를 받고 이를 광고하지만, 기업이 특허를 내세워 광고하는 한방샴푸의 효능과 이에 대한 소비자의 만족에는 괴리가 있다.

특허성분의 함량이 너무 적게 포함되거나, 특허의 내용이 소비자의 성향과 일치하지 않는다는 등의 외적 요인이거나, 소비자에게 이유를 돌릴 수도 있겠지만, 이러한 결과는 특허를 내세워 한방샴푸를 광고하는 기업에게도 고민하지 않을 수 없는 결과이다.

기업은 특허와 기술을 보유하고 있어도 꾸준한 임상실험을 통하여 제품의 효과를 입증하기 위해 노력하여야 하며, 새로운 추가 기술을 개발하여 제품의 질을 향상시키기 위한 노력을 지속해야 할 것이다. 단순히 특허 받은 것만을 광고할 게 아니라, 제대로 된 특허제품을 만들어야 한다. 성분의 효과에 대한 과학적인 자료가 뒷받침되고 소비자의 오랜 신뢰를 얻는 제품만이 명품 한방샴푸로 거듭날 수 있지 않을까?



김규연

현 한국발명진흥회 특허평가거래팀 전문위원  
기업기술가치평가사  
한국과학기술원(KAIST) 화학과 학사  
제45회 변리사 시험합격  
전 21세기 특허법률사무소 재직