

글로벌생산네트워크 상에서의 산업경쟁력 강화 프로세스: 한국화장품산업을 중심으로

이경진*

Building Industrial Competitiveness in the Global Production Network: A Case Study on the Cosmetics Industry in Korea

Kyung Jin Lee*

요약 : 본 연구는 글로벌생산네트워크 상에서 산업경쟁력강화과정을 살펴보는 것을 목적으로 한다. 본 연구를 위하여 지난 10년간 급속한 산업구조변화를 겪은 한국화장품산업을 연구대상으로 선정하였다. 보건산업통계자료, 신문기사, 선행연구, 기업보고서와 심층인터뷰를 통해 연구를 진행하였다. 본 연구의 결과는 다음과 같다. IMF 경제위기 이후 대기업 중소기업에서 OEM기업과 브랜드샵의 수평적 협력관계의 생산구조로 재편된 화장품산업구조는 연구개발기능이 강화된 ODM기업과 판매기능에 중점을 두고 있는 브랜드샵의 협력을 통하여 산업조직이 유연적으로 변화하였다. 공간적으로 수도권에 집중되는 경향을 보이고 있다. 산업구조재편과정에서 한국화장품산업은 혁신능력을 강화하였으며, 글로벌생산네트워크 상에서 한국화장품산업의 위상이 향상되었다.

주요어 : 산업구조재편, 화장품산업, 산업경쟁력, 지역자산

Abstract : The purpose of this paper is to examine the building process of industrial competitiveness of the Korean cosmetics industry in the global production network. For this study, cosmetics industry in Korea is selected as a research subject. Secondary data and the Korea Health Industry Statistics are analyzed to examine the overall changes of the cosmetics firms under the changes of global economy overtime. In-depth interviews of the case firms are also conducted to understand the old and new corporate strategies which locate with the sustainability and competitive advantages under an uncertain environment. As a result of the restructuring processes, the Korea cosmetics industry has upgraded its position as an innovative power in the world cosmetics industry. In addition, during the restructuring processes, cosmetics industry is overwhelmingly concentrated in the Capital Region, reflecting intensification of agglomeration economies.

Key Words : industrial restructuring, cosmetics industry, industrial competitiveness, regional asset.

이 논문은 2012년 정부(교육부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2012S1A5B5A01025200)

* 서울대학교 국토문제연구소 객원연구원(Visiting researcher, The Institute for Korean Regional Studies, kjlee1@gmail.com)

1. 문제의 제기

세계화에 흐름에 따라 지역이 경제활동의 주체로 부상하면서, 기업활동을 위한 지역환경조성이 지역발전에 중요한 이슈가 되고 있다. 경제지리학자들과 지역연구자들은 세계화 과정 속에서의 지역발전 패턴과 프로세스를 밝히고, 지역발전에 관한 다양한 논의를 진행하고 있다. 클러스터(Porter, 1998), 혁신환경(Camagni, 1991), 학습경제(Lundvall and Johnson, 1994), 학습지역(Morgan, 1997), 국가혁신체계(National Innovation System, NIS)(Lundvall, 1988; Freeman, 1995; Nelson, 1993), 지역혁신체계(Regional Innovation System, RIS)(Cooke *et al.*, 1997; Cooke, 2001) 등이 논의되었으며 제도적 환경, 비공식적 네트워크와 제도적·조직적 학습의 중요성이 특히 강조되었다. 이와 같은 영역적 기반의 논의들과 함께 다양한 공간범위를 아우르는 논의가 진행되고 있는데, 대표적인 논의가 글로벌생산네트워크(Global Production Network)·글로벌상품사슬(Global Commodity Chain)·글로벌가치사슬(Global Value Chain)(Gereffi, 1994, Gereffi and Korzeniewicz, 1994; Humphery and Schmitz, 2002; Hess and Yeung, 2006, Coe *et al.*, 2008)이다. 기존의 지역중심의 클러스터, 혁신체계론과 글로벌생산네트워크 논의는 공간적 범위를 인식하는 방법에 차이가 있다. 클러스터와 혁신체계는 공간적 범위를 지역중심으로 논의한 반면, 글로벌생산네트워크·글로벌가치사슬은 지역외부와의 관계 속에서 여러 공간적 범위에 중심을 둔다. 점차 두 가지 관점은 점차 통합되어 진행되고 있다. Bathelt *et al.*(2004)은 로컬버즈(local buzz)¹⁾뿐만 아니라 글로벌파이프라인(global pipeline)의 중요성을 제시, 클러스터의 내부뿐만 아니라 외부연계의 중요성을 제시하였다. 클러스터 접근의 공간적 한계와 글로벌생산네트워크·글로벌상품사슬·글로벌가치사슬의

통합을 통해, 공간경제를 이해하기 위한 논의가 진행되고 있으며, 동시에 지역외부의 광역수준, 국가수준, 세계수준에서 공간경제를 이해하기 위한 연구들에 대한 논의와 이에 대한 실증적 연구가 진행되고 있다. 한편에서는, 진화론적인 측면에서 연구들이 활발히 논의되고 있는데(Boschma and Frenken, 2006; Frenken and Boschma, 2007; Martin and Sunley, 2007; Boschma and Martin, 2010), 이는 진화론적 경제지리학(Evolutionary economic geography)이라고 불린다. 이는 지역에 형성된 자원과 특정 경로의 중요성을 강조한다. 이와 같이 다양한 논의가 진행되는 가운데, Mackinnon(2012)은 글로벌생산네트워크·글로벌상품사슬·글로벌가치사슬 논의와 진화론적 경제지리학 논의를 통합하려고 시도하였다. 경제공간에 대한 최근의 논의를 살펴보면 지역이나 국가 등 한 지역적 스케일에 중점을 두고, 동시에 지역외부의 연계와 타 지역 간의 공간적 경합과 조정까지 연구범위가 확대되고 있다. 즉, 이는 경제공간의 연결 흐름을 세계적 공간 상에서 다양한 지리적 스케일 고려하여 살펴보고자 하는 것이다. 이러한 연구흐름은 지역의 경쟁력을 논의할 때, 지역내부와 함께 지역외부와의 연계를 동시에 고려하며, 지역 및 산업의 경쟁력을 세계적 네트워크 상에서 이해할 필요가 있음을 보여준다.

본 연구는 글로벌생산네트워크 상에서 산업경쟁력 강화 프로세스를 살펴보는 것을 목적으로 한다. 본 연구에서는 한국화장품산업을 연구대상으로 한다. 글로벌생산네트워크·글로벌가치사슬과 연계하여 한국화장품산업의 경제지리를 살펴보고, 한국화장품산업의 경쟁력강화 프로세스를 살펴본다. 한국화장품산업은 지난 10년 동안 산업구조가 급변하였고 세계적 수준에서의 산업경쟁력이 강화되었다. 본 연구에서는 산업구조재편이 진행된 경제사회적 맥락과, 이 과정에서 국가수준뿐만 아니라 지역 수준에 미친 영향을 살펴본다. 본 연구목적을 위하여 보건산업통계, 신문기사, 기업

연차보고서, 선행연구 등의 2차 자료를 검토하였으며, 2013년 2월부터 6월에 걸쳐, 대한화장품산업협회 및 화장품원료, 연구개발, 제조·생산, 지원기업을 대상으로 면담조사를 시행하였다.

2. 글로벌생산네트워크 상에서의 산업경쟁력 강화

국가 또는 지역의 산업경쟁력은 글로벌생산네트워크와 분리하여 이해하기 어렵다. 클러스터, 혁신 시스템의 논의와 글로벌가치사슬·글로벌생산네트워크 논의를 연결하려는 연구(Humphery and Schmiz, 2002; Sturgeon *et al.*, 2008; Rietrobelli and Rabellotti, 2010)가 출현하였다. Humphery and Schmiz(2002)는 클러스터 논의와 가치사슬 논의에서 이해하는 지역 내 거버넌스, 외부세계와의 관계, 개선 및 업그레이딩, 과제 차이를 기반으로, 글로벌생산네트워크 상에서의 지역 내 거버넌스를 이해하였다. Rietrobelli and Rabellotti(2010)의 연구에서는 혁신시스템과 글로벌가치사슬의 관계를 서로 상호작용하고 공진화하는 관계로 정의하고 있다. Sturgeon *et al.*(2008)은 글로벌가치사슬의 영역성, 거버넌스, 제도적 틀에 기반하여 세계적인 자동차 산업의 집중과 분산을 설명하였다. 글로벌생산네트워크·글로벌가치사슬은 다양한 스케일에서 작용하는 산업의 역동적인 경제지리를 이해하는데 유용한 분석틀이다. 글로벌가치사슬논의에서는 정적인 네트워크 개념이 아닌 동적인 네트워크 개념을 도입함으로써, 다양한 지리적 스케일과 시간의 흐름에 따라 변화하는 동태성을 이해할 수 있다.

맨체스터 지리학자에 의해 개발된 글로벌생산네트워크 분석틀은(Coe *et al.*, 2008), 글로벌생산네트워크 상에서 지역이 어떻게 연계되는가를 설명하는 데 유용하다²⁾. 이들은 글로벌생산네트워

크 상에서 지역제도의 상호작용 속에서 지역을 이해하는 것에 중점을 두었다. 지역발전은 기업과 지역의 전략적 결합의 연속된 과정에 의해 나타난다.

지역발전은 지역에 형성된 관계적 네트워크와 글로벌생산네트워크 간의 복잡한 상호작용의 결과이다(Coe *et al.*, 2004; 469). 지역발전과정을 이해하기 위해서는 ‘지역자산(regional asset)’을 이해할 필요가 있다. 지역경제는 지역에 축적된 관계적 자산으로 표현될 수 있다(Stoper, 1997). Coe *et al.*(2004)는 지역자산을 Stoper(1997)의 3요소-기술, 조직, 영역-으로 규정한다. 기술, 조직, 영역은 범위와 규모의 경제의 영향을 받는다. 규모의 경제는 전문화된 지식, 기술, 전문가들이 집적되어 있는 곳에서 얻을 수 있다. 범위의 경제는 학습과 협력분위기가 존재하는 지역에서 나타난다. 학습과 협력은 광범위한 범위의 생산과 기업활동을 촉진하는 경향이 있기 때문에 지역 내에서 다양한 고부가가치활동을 발전시킬 수 있다. 특정지역에 착근되어 있는 범위와 규모의 경제는 글로벌 생산네트워크에 위치한 글로벌-로컬 행위자들의 전략적 요구를 보완할 수 있다. 이 과정에서는 그림1과 같이, 글로벌생산네트워크 상 행위자의 전략적 요구와 지역의 상대적 우위의 결합과정이 나타난다. 지역발전은 급격하게 변화하는 글로벌생산네트워크 상 행위자들의 전략적 요구와 상대적으로 천천히 변화하는 지역의 규모와 범위의 경제의 결합과정에 따라 달라진다. 글로벌 생산 네트워크는 상품과 서비스의 생산과 분배과정에서 나타나는 세계적으로 상호 연계된 기업들과 제도들의 기능과 활동의 연계망이다. 글로벌생산네트워크는 자본과 비자본 관계의 다양한 형태로 발전하여 전통적인 기업조직의 경계를 흐리게 하고, 지역 및 국가 경제를 통합한다. 지역의 제도는 글로벌생산네트워크의 전략적 요구와 지역자산을 전략적으로 결합함으로써 지역발전을 이끌 수 있다(Coe *et al.*, 2004; 474). 글로벌생산네트워크의 전략적 요구

와 지역자산의 결합을 이끌기 위해서는 지역의 장점을 강화하고 글로벌생산네트워크가 지역 내에서 생성되는 것을 지원하는 지역의 제도의 역할이 중요하다. 지역의 제도들은 세계 자본을 지역 내에 묶어두고 지역의 잠재력을 촉진하는 접착제의 역할을 한다. 제도들은 가치의 창출, 강화, 포획에 매우 중요한 역할을 한다.

Lee and Saxenian(2008)은 Stroper(1997)의 삼위일체와 Saxenian(1994)의 산업시스템을 활용하여, 중간수준(meso-level)을 제시하였다. 지역의 기술, 조직, 영역은 기술공간, 조직공간, 영역공간의 중첩점인 중간수준에서 공진화되어, 새로운 특성의 산업으로 발현되고, 이는 궁극적으로 산업의 경쟁력을 향상시킨다. 한편, 지역수준의 자원은 산업의 형성과 성장, 회복과정에서 중요한 역할을 한다. 지역에 축적된 자원은 클러스터의 출현에 중요한 요인이 된다(이경진, 2011, 2013). 지역자산을 이용하기 위한 신생기업의 출현, 지역 외부기업의 지역 내 입지, 대기업의 입지가 나타날 수 있다. 클러스터 기업으로 하여금 클러스터

내에서만 유용 가능한 자원을 제공한다(Wilk and Fensterseifer, 2003). 클러스터 내 기업은 클러스터 밖의 기업에 비해 생산적·혁신적이며(Martin and Sunley, 2003), 유연성을 제공하며(Østergaard and Park, 2013), 외부 충격에 대한 저항력이 높다(Wrobel, 2013). 지역은 세계적인 경쟁에 노출되어 있으며, 세계적인 생산네트워크와 연결되는 동시에, 지역의 전문화된 자산을 축적하고 있다. 성공적으로 자산을 축적한 지역은 클러스터의 형성과 성장, 또는 외부 충격에의 회복이 빠르며, 이는 지역의 경쟁력으로 작용할 수 있다.

본 연구에서는 글로벌생산네트워크상에서 지역 또는 국가 수준에서 산업이 재편하면서 산업경쟁력을 강화하는 과정을 살펴보고자 하였다. 글로벌생산네트워크 상에서 지역의 기술, 조직, 영역의 공간들이 지역 또는 국가 수준에서 어떻게 조직되어 발현되는지, 어떠한 과정을 통해 경쟁력을 향상시키는지에 중점을 두어 분석하였다.

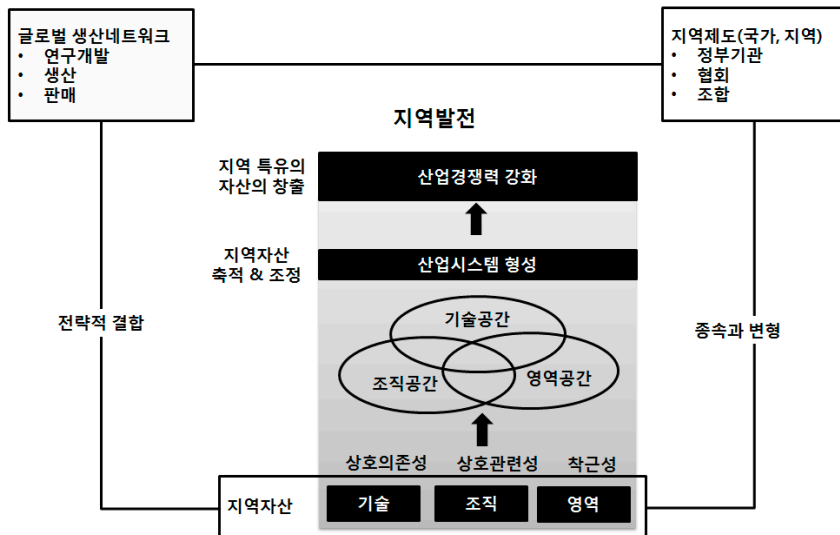


그림 1. 글로벌생산네트워크 상의 지역 및 산업경쟁력 강화 프로세스

자료: Coe et al.(2004), Lee and Saxenian(2008) 수정

3. 화장품산업의 성장과 구조재편

1900년대 초반에도 박가분 등의 화장품이 있었지만, 화장품산업이 산업화된 것은 1945년 이후이다(대한화장품협회, 2010). 1954년 아모레퍼시픽의 전신인 태평양이 본격적으로 설립하여 화장품 제조가 시작된다. 1950년대까지는 주로 외국 밀수품이 유통되고, 이를 모방한 제품이 주로 생산되었다. 1960년대 외산 화장품수입이 금지되면서, 화장품산업의 기반이 마련되었다. 1970년대 한국 경제의 고도성장과 함께 화장품산업이 성장하기 시작하였다. 이 시기에 안전성, 사용감 등의 다양한 기술들이 접목되었으며 그 결과 새로운 유형의 화장품이 개발되어 등장하였다. 1980대는 금지되

었던 수입화장품이 개방되면서, 국내외의 경쟁이 심화되는 시기로 국내 화장품산업의 질적·양적 성장이 나타났다. 이 시기는 아모레퍼시픽((구) 태평양) 등의 선도기업에 의해 화장품산업이 발전한 시기이다.

1990년대는 대기업과 중견기업 주도의 산업구조가 지속되는 가운데, 새로운 조직 형태인 OEM 기업이 출현하였으며, 이후 OEM기업과 브랜드 샵의 성공적인 협력관계는 화장품산업을 변화시켰다. IMF 경제위기 이전까지 화장품산업은 대기업과 중견화장품기업이 중심이 되어 왔다. 그러나 IMF 경제위기를 겪으면서 화장품제조업체들이 유연성을 확보하여 내실있는 경영체계를 확립하고자 하였고, 기업활동 중 마케팅과 연구개발활동을 제외한 나머지는 아웃소싱을 통해 이루어졌다

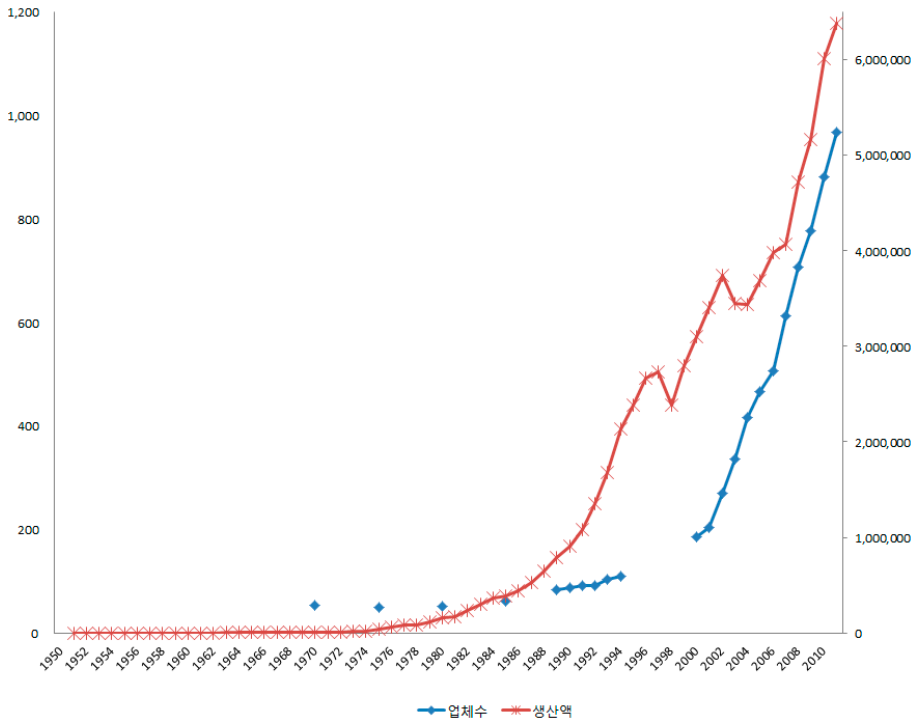


그림 2. 화장품제조업체수와 생산액의 변화 (단위: 개, 백만원)

자료: [제조업체수] 한국장업50년사(70~94년), 한국장업60년사(2000~2005년), 보건산업통계(2005년 이후), [생산액] 한국장업60년사(1951~2004년), 보건산업통계(2005년 이후)

(화장품산업 60년사, 2010).

1990년대 후반부터 화장품산업의 변화가 나타나기 시작하였다. 기업수와 생산액 측면에서 살펴보면, 화장품 기업 수는 1970년 51개에서 80년 51개, 90년 98개, 2000년대 186개, 2010년 882개로 크게 증가하였으며, 생산액 측면에서도 1950년 8백만 원, 1970년 44억 원, 1980년 1,624억 원, 1991년 1조 979억 원, 2011년 6조 3,856억 원으로 크게 성장하였다(그림 2). IMF 경제위기 과정에서, 기존의 중견화장품 기업은구조조정을 통해 도산하거나 어려움을 겪었다. 이 과정에서 경영에 어려움을 느낀 많은 브랜드들이 로드샵이나 홈쇼핑을 통해 제품을 할인하여 판매하였다. 이 과정에서 소비자들은 중견업체들이 판매하던 제품의 가격 거품을 깨닫고, 보다 실속있는 소비를 추구하게 된다. 이 과정에서 브랜드샵 '미샤'가 등장하였고, 이후 많은 브랜드샵이 출현하였다. 최초의 브랜드샵 미샤는 ODM기업을 통해 다양한 제품을 낮은 비용으로 생산하여 판매하였는데, 전체 공급물량의 15%만 자체생산을 하였고, 나머지는 ODM을 이용하였다(엄대성, 2005). 또한 미샤는 시장 진입 초기에 코스맥스와 협력하여 다양한 제품을 저렴하게 시장에 판매하였다³⁾. 좋은 품질은 1990년대부터 시작된 OEM기업들이 자체 기술력을 확보하게 된 시기였기 때문에 가능하였다. 2000년에 출현한 새로운 유형의 기업인 브랜드샵과 OEM/ODM기업의 새로운 협력관계는 한국화장품산업을 크게 변화시켰다. 2012년 12월 기준 브랜드샵의 종류는 30개⁴⁾이며, 각 브랜드샵의 점포는 전국에 걸쳐 분포하고 있다⁵⁾. 그 결과 OEM/ODM에 참여하는 제조기업도 크게 증가하였다. 이와 같이, 2000년대 이후 브랜드샵이 성공적으로 정착하고, 한국산업구조가 변화하게 된 것은 1990년대 OEM기업이 등장하고, 이들이 높은 연구개발역량을 축적하고 있었기 때문에 가능하였다.

4. 글로벌생산네트워크 상에서의 산업경쟁력강화 프로세스

1) 기술과 기술공간

한국화장품산업이 기술경쟁력을 축적하게 된 것은 기존 화장품산업을 주도하는 대기업들의 연구개발성과도 있었지만, 1990년대 OEM기업이 출현하고 ODM기업으로 전환되었기 때문으로 볼 수 있다. 1990년대 초반 한국콜마와 코스맥스가 설립되었다. 한국콜마는 1990년 5월 설립된 한국 최초의 OEM기업이다. 대웅제약 부사장으로 근무하던 윤동한 회장이 일본콜마와의 합작기업으로 설립하였다⁶⁾. 일본콜마는 1912년 설립된, 오사카에 본사를 두고 있는 기업으로, 미국, 캐나다, 일본, 태국, 중국에 자회사를 두고 있다⁷⁾. 한국콜마는 일본 기술을 도입하는 가운데에서도 자체 기술 경쟁력을 향상시켰다(고영희·이준호, 2009). 한편, 코스맥스는 한국콜마가 설립된 지 2년 뒤인 1992년 11월에 설립되었다. 설립초기에는 일본 화장품 기업인 미로토의 OEM기업이었다. 설립 이후, 기업 내에서 새로운 제품을 개발하려고 시도하자 일본 미로토 측이 반대하였다. 이를 계기로 한국 미로토는 1994년에 코스맥스로 상호를 변경하고, 본격적인 연구개발활동을 시작하였다.⁸⁾ 한국콜마와 코스맥스를 살펴보면 몇 가지 유사한 점을 발견할 수 있다. 첫째는 설립자가 제약회사인 대웅제약에 근무했던 경험이 있다는 것이다. 한국콜마 설립자 윤동한 회장은 영남대 경영학과를 졸업하고 1974년 대웅제약에 입사하여, 기획실장, 공장장, 영업담당상무, 부사장을 역임하였다(고영희·이준호, 2009). 한편, 코스맥스의 설립자 이경수 대표는 서울대 약대를 졸업하여 1981년부터 1992년까지 대웅제약에서 마케팅 업무를 담당하였다⁹⁾. 둘째는 한국콜마와 코스맥스 두 업체 모두 일본 화장품 기업의 합작기업으로 출범하였다는

점이다. 한국콜마가 설립된 후 초기에는 일본 콜마와 콜마 네트워크를 기반으로 성장하였으며(고영희·이준호, 2009), 한국 미로토의 제품 생산을 위해 출범하였다. 셋째는 한국콜마와 코스맥스 두 업체는 OEM에 머무르지 않고, 독립적으로 연구개발이 가능한 시스템을 구축했다는 점이다. 한국콜마는 OEM기업 최초로 ODM으로 전환하였으며(김성엽, 2000), 코스맥스 역시 자체 상품을 개발할 수 있는 ODM업체로 발전하였다. 이와 같이, 해외기술의 국내도입을 통한 OEM기업의 출현, OEM업체의 ODM전환은 이후에 설명할 화장품 브랜드샵 출현에 성공적인 기반이 되었으며,

화장품산업의 성공적인 구조재편을 가능케 하였다.

화장품산업의 연구개발비가 증가하고 있다. 전체 화장품산업 매출액 대비 R&D비중이 2003년 2.5에서 2011년 3.9%로 증가하였으며, 연구개발비 총액은 2003년 598억 원에서 2011년에는 2,737억 원으로 증가하였다(표 1). 연구개발재원을 살펴보면(표 2), 화장품산업에의 연구개발투입은 기업이 높은 비중을 차지하고 있지만 정부부문의 투입 역시 증가하고 있는 것으로 나타났다. 기업의 연구개발투자는 2003년 583억 원(전체 연구개발비의 98%)에서, 2011년에는 2,602억 원(전체 연구

표 1. 화장품산업의 연구개발 지표

구분		2003	2011
R&D 지출	R&D 지출(백만 원)	59,836	273,736
	매출액 대비 R&D 비중	2.5%	3.9%
R&D 연구인력(명)	전체	752	2,002
	박사	46	123
	석사	437	1,000
	학사	259	817
	기타	10	62

자료: 보건산업통계, 2003, 2011

표 2. 화장품산업 연구개발투자 자원

(단위: 백만 원, %)

구분	기업체	정부재원	공공재원	민간재원	외국재원	합계
2002	77,637 (98.0)	1,512 (1.9)	87 (0.1)	0 (0.0)	0 (0.0)	79,236 (100.0)
2003	58,300 (97.4)	1,105 (1.8)	371 (0.6)	10 (0.0)	50 (0.1)	59,836 (100.0)
2004	59,426 (93.2)	3,154 (4.9)	1,200 (1.9)	0 (0.0)	0 (0.0)	63,780 (100.0)
2005	61,659 (93.4)	3,330 (5.0)	0 (0.0)	36 (0.1)	1,014 (1.5)	66,039 (100.0)
2006	95,164 (94.1)	5,063 (5.0)	0 (0.0)	0 (0.0)	950 (0.9)	101,177 (100.0)
2007	103,684 (94.5)	4,387 (4.0)	28 (0.0)	60 (0.1)	1,519 (1.4)	109,687 (100.0)
2008	114,658 (87.6)	16,055 (12.3)	49 (0.0)	124 (0.1)	0 (0.0)	130,886 (100.0)
2009	146,723 (94.5)	8,405 (5.4)	0 (0.0)	20 (0.0)	73 (0.0)	155,221 (100.0)
2010	228,084 (95.2)	11,263 (4.7)	104 (0.0)	257 (0.1)	0 (0.0)	239,708 (100.0)
2011	260,296 (95.1)	13,110 (4.8)	102 (0.0)	228 (0.1)	0 (0.0)	273,736 (100.0)

자료: 과학기술부, 「과학기술연구활동조사보고서」, 각 연도, 한국보건산업진흥원, 「보건산업 연구개발실태 조사·분석」, 각 연도

개발비의 95%)으로, 정부의 연구개발투자는 2011년 15억 원에서 2013년 131억 원으로 증가하였다.

연구개발비뿐만 아니라 화장품산업 내 종사하는 연구개발인력이 증가하였다(표 1). 화장품 연구개발인력은 2003년도 752명에서 2011년 2002명으로 약 2.7배 증가한 것으로 나타났다. 석·박사급 인력의 비중은 2003년 64%에서 2011년 54%로 감소하였는데, 이는 한국보건산업진흥원(2013)이 화장품산업 내 고급인력 공급이 필요한 것으로 평가한 것으로 미루어 볼 때, 필요한 연구개발인력은 증가하는 반면, 석박사 인력 공급이 부족하였기 때문임을 추측해 볼 수 있다.

화장품 기술부문에서 주목할 만한 것은, 기술변화를 주도하는 연구개발주체가 다변화되었다는 점이다. 2001년부터 2010년까지 특허 수의 변화를 살펴보면 2001년 15건에서 2010년 758건으로 증가하였다. 2001년 기업 9건, 개인 5건에 불과하였으나, 2010년의 특허건수는 전체 758건 중, 기업 473건, 개인 182건, 대학 82건, 공공기관 21

건으로 나타나, 기업 및 개인의 주도 하에, 대학과 공공기관의 참여가 증가한 것을 볼 수 있었다(그림 3). 이와 같이, 지난 10년간 한국화장품산업에 연구개발비의 투입이 증가하였으며, 더불어 매출액대비 R&D비중이 상승하고, 연구개발인력 및 특허수가 증가하면서, 화장품산업의 기술수준이 향상되고 있는 것을 확인할 수 있다.

화장품기업들은 세계적인 연구개발네트워크를 통하여 화장품산업의 연구개발활동 범위를 점차 확장시키고 있는 것으로 나타났다. 아모레퍼시픽은 화장품시장 트렌트의 빠른 변화와 제품수명주기가 단축되는 시장상황에 대응하기 위하여, 자체 R&D역량을 강화하고 세계적인 연구개발네트워크를 구축하고 있다. 삼성경제연구소(2012)에 따르면, 아모레퍼시픽은 상하이연구소를 설치하여 베이징대, 푸단대, 쓰촨대와 공동으로 연구를 수행하면서 중국인의 피부특징을 연구하는 등 지역 특성에 맞는 제품을 연구하고 있으며, 싱가포르 국가과학연구기관인 A*STAR 산하의 메디컬연구

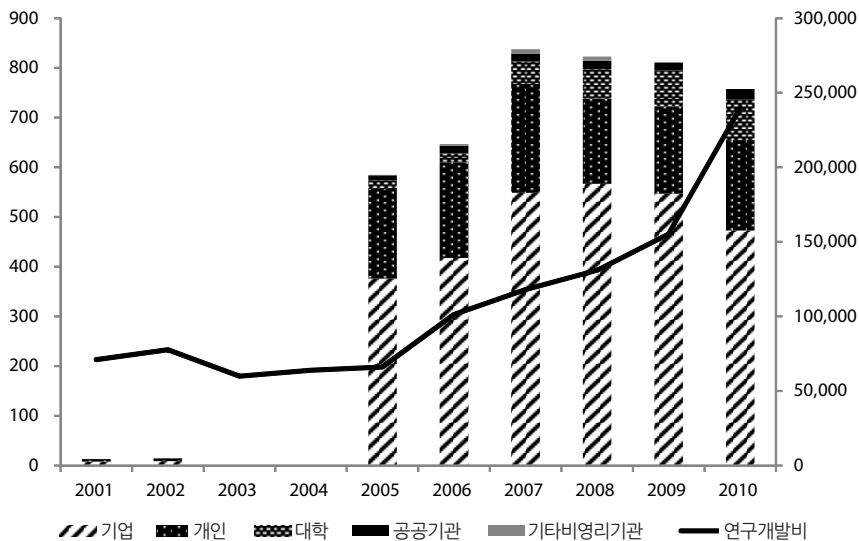


그림 3. 화장품산업 연구주체별 특허건 수와 연구개발비

자료: 보건산업통계, 2001~2010

소와 협력하여 첨단 화장품 원료를 공동으로 개발하고, 하버드대학 응용물리학과 David Weitz 교수 연구팀과 화장품용 세모모사체의 기술을 공동으로 개발하기도 하였다(삼성경제연구소, 2012). 이와 같이 한국화장품산업의 연구개발활동의 공간적 범위가 세계적으로 확장되고 있다.

2) 조직과 조직공간

OEM업체와 브랜드샵의 새로운 협력시스템은 한국화장품산업을 변화시켰다. 한국화장품산업은 수직적으로 통합된 대량생산시스템에서 유연성과 전문성에 기반하여 규모의 경계를 추구하는 시스템으로 변화되었다. 브랜드샵의 출현과 성공은 OEM/ODM기업의 성장을 유도하였으며, 화장품산업구조를 성공적으로 재편시켰다. 온라인 기반 브랜드 '미샤'가 오프라인에 성공적으로 정착하게 되면서, 유사한 많은 브랜드샵들이 출현하게 된다. 2002년 시작된 미샤의 브랜드샵을 시초로 하여 2005년 이전까지, 2003년 더페이스샵, 스킨푸드 2004년 휴플레이스, 뷰티플렉스, 뷰티크레딧 등의 브랜드샵이 출현하였다. 브랜드샵들은 기술력을 보유한 생산전문업체를 필요로 하였고, 자체 제품개발능력이 있는 ODM기업들과 연계되었다. 브랜드샵의 출현이 지속되면서 새로운 화장품 시장, 저가제품시장인 매스(mass) 마켓이 형성되었다. 브랜드 '미샤'의 출현 이전에는 없었던 새로운 시장이 형성된 것이다. 브랜드샵을 지속적인 출현을 통해 많은 매스(mass)제품이 나타나 새로운 상품군으로 자리잡으면서, 화장품 시장이 프레스티지(prestige), 매스티지(masstige), 매스(mass)로 분화되었다.

2005년부터는 대기업 역시 저가시장에 참여하였다. 2000년대 중반까지도 고급 상품에 주력했던 아모레퍼시픽 및 LG생활건강은 프레스티지 시장에 중점을 두고, 저가 시장에 대한 평가를 두었다¹⁰⁾. 실제로 이들 기업의 매스시장 진출은 상당히

늦은 편이었다. 2000년대 중반에 들어서야, 대기업들이 저가시장에 뛰어드는데, 아모레퍼시픽은 자사 브랜드 중 하나인 에뛰드를 저가시장 브랜드샵으로 전환하고, 2005년에 에뛰드하우스를 오픈하였다. LG생활건강은 저가시장에 뛰어들지 못하다가 2009년 더페이스샵을 인수하여 저가시장에 참여하게 된다. 2005년 이후 에뛰드하우스, 이니스프리, 잇츠스킨, 네이처리퍼블릭, 더샘 등 브랜드샵의 설립이 지속되고 있으며, 2012년 12월 기준 30여개의 브랜드샵이 출현하였다.

한편, 국내화장품시장의 경쟁과 해외시장에서의 경쟁력 강화로 화장품산업공간이 확대된다. 1990년 중반부터 한국화장품기업들의 본격적인 해외진출이 시작된다. 1990년대 중반, 아모레퍼시픽, 엘지생활건강 등이 해외 판매를 시작하였다. 2000년대 이후 OEM 기업의 해외진출이 나타난다. 까다로운 제도적 한계를 극복하기 위해, 현지에 직접 생산공장을 설립하였다. 코스맥스, 한국콜마, 제닉 등이 현지에 진출하였으며, 이미 진출한 동종기업들과 협력하고 있다. (주)제닉은 피부 온도에 반응하는 수용성 젤 형태의 마스크 팩을 개발하였고, 이는 국내 마스크팩 시장 점유율의 30%에 달한다. 해당 기술에 대한 특허를 가지고 있기 때문에, 국내의 세분화된 마켓(매스, 매스티지, 프리스티지)에 모두 접근이 가능하다. 에스티로더, 암웨이도 해당 기술을 (주)제닉과 협력하고 있다. (주)제닉은 중국에 생산공장을 설립하여, 단독 브랜드로도 시판하고 있을 뿐만 아니라, 현지에 진출한 국내 브랜드 및 현지 브랜드와 협력하여 다양한 마스크팩을 생산하고 있다. 코스맥스는 역시 로레알의 100대 협력회사로 선정될 만큼¹¹⁾, 세계적인 기술력을 인정받고 있다. 전 세계 150여개 거래업체가 연계되어 있으며, 로레알, 존슨앤존슨의 글로벌브랜드뿐만 아니라, 아모레퍼시픽, LG생활건강, 더페이스샵 등이 연계되어 있다. 1990년대 이후 OEM기업의 출현은 국내화장품 생산조직뿐만 아니라, 해외에서의 생산 및 산

업조직을 변화시키고 있다.

지난 10년간 나타난 화장품산업의 생산네트워크의 특성을 정리하면 다음과 같다. 첫째, 유연성이 증가하였다. 기존에 화장품 시장의 주도권을 가지고 있던 대기업들은 고가 제품은 직접 생산하는 방식을 취하나, 매스시장 제품은 OEM/ODM 생산방식을 취하고 있다. 둘째, 브랜드샵의 성공은 ODM기업과 협력이 있었기에 가능하였다. 제품을 생산하기 전에 ODM기업과 만나서 신제품에 대한 아이디어를 교환하는데, 이 과정에서 브랜드샵-ODM기업의 협력을 통한 다양한 제품이 나타났다. 브랜드샵의 제품라인을 통일하기 위해 특정 원료를 요청하거나 원료를 직접 제공하는 방식으로 이루어진다.

3) 영역과 영역공간

2000년대 이후, 화장품 제조업체 수는 급증하였고, 이 중 약 60%에 해당하는 업체가 수도권에 집적하고 있다. 1980년에 51개에 불과했던 화장품 제조업 수는 1990년도에 87개, 2003년에 337개, 2011년에 968개로 증가하였다. 2011년 기준 업체

의 약 60%에 해당하는 574개 업체가 수도권에 입지하고 있다. 시기별 화장품 제조기업의 지역별 분포의 변화를 살펴보면, 제조업 수의 변화에 비해, 비중이 변화는 크지 않은 것으로 나타났다. 지역별 비중은 2003년 62.3%에서 2011년 59.3%로 약간 감소한 정도이다(표 3).

기업활동별 공간분포를 살펴보기 위하여, 본사 및 공장 위치가 기록되어 있는 화장품산업협회 회원 목록 총 128개사(2012년 회원사)를 대상으로 하여 기업본사입지, 본사-공장 공동입지, 본사 단독입지, 공장 단독입지 현황을 살펴보았다(표 4). 본사는 서울과 경기도 입지 비율이 높게 나타났으며, 본사와 공장의 공동입지는 경기도와 인천 비중이 높았다. 기업의 75%인 96개사가 수도권에 본사를 두고 있으며, 본사단독입지의 경우 전체 중 61개사(전체의 82.4%)가 수도권에 입지하고 있다. 비수도권지역을 살펴보면, 타지역에 비해 충청도의 본사-공장 공동입지 비중이 높은 것으로 나타났다. 18개사(14.1%)의 본사가 충청권에 입지하고 있고, 이 중 11개사가 본사와 공장을 함께 설치하고 있다.

화장품산업의 기업활동이 대부분 수도권에 집

표 3. 화장품산업의 지역적 분포

(단위: 개, %)

지역별	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
전국	337 (100.0)	417 (100.0)	466 (100.0)	506 (100.0)	612 (100.0)	708 (100.0)	777 (100.0)	882 (100.0)	968 (100.0)
수도권	210 (62.3)	252 (60.4)	275 (59.0)	293 (57.9)	352 (57.5)	415 (58.6)	443 (57.0)	504 (57.1)	574 (59.3)
서울	19 (5.6)	27 (6.5)	34 (7.3)	32 (6.3)	44 (7.2)	65 (9.2)	54 (6.9)	61 (6.9)	81 (8.4)
인천	47 (13.9)	56 (13.4)	65 (13.9)	70 (13.8)	82 (13.4)	93 (13.1)	101 (13.0)	116 (13.2)	128 (13.2)
경기	144 (42.7)	169 (40.5)	176 (37.8)	191 (37.7)	226 (36.9)	257 (36.3)	288 (37.1)	327 (37.1)	365 (37.7)
충청권	47 (13.9)	58 (13.9)	56 (12.0)	70 (13.8)	82 (13.4)	94 (13.3)	113 (14.5)	127 (14.4)	138 (14.3)
호남권	28 (8.3)	35 (8.4)	45 (9.7)	44 (8.7)	54 (8.8)	66 (9.3)	82 (10.6)	90 (10.2)	92 (9.5)
영남권	39 (11.6)	57 (13.7)	72 (15.5)	83 (16.4)	97 (15.8)	98 (13.8)	106 (13.6)	116 (13.2)	114 (11.8)
강원·제주	13 (3.9)	15 (3.6)	18 (3.9)	16 (3.2)	27 (4.4)	35 (4.9)	33 (4.2)	45 (5.1)	50 (5.2)

자료: 보건산업통계, 2010

표 4. 화장품산업의 기업활동별 입지

(단위: 개, %)

구분	본사 입지	본사 단독입지	공장 단독입지	본사-공장 공동입지
전국	128 (100.0)	74 (100.0)	43 (100.0)	51
수도권	96 (75.0)	61 (82.4)	18 (41.9)	32
서울	45 (35.2)	43 (58.1)	1 (2.3)	2
인천	16 (12.5)	3 (4.1)	5 (11.6)	13
경기	35 (27.3)	15 (20.3)	12 (27.9)	16
충청권	18 (14.1)	7 (9.5)	15 (34.9)	11
호남권	6 (4.7)	0 (0.0)	3 (7.0)	6
영남권	6 (4.7)	5 (6.8)	4 (9.3)	1
강원·제주	2 (1.6)	1 (1.4)	3 (7.0)	1

자료: 화장품산업협회, 2013

증하는 경향이 나타나는 한편, 비표준기술이나 지역특성을 반영한 연구개발이 중요해지면서 연구개발활동이 지역수준에서도 진행되고 있는 것으로 나타났다. 1995년 지방자치제가 시행되면서 지역 수준에서의 새로운 산업자원의 이용노력이 화장품산업과 연계된다. 지역자원을 활용한 산업의 중요성이 높아지게 되면서, 지역수준에서 지역자원을 이용한 천연원료 기술개발이 이루어지고 있다(표 5). 아모레퍼시픽은 인삼을 소재로 하여 천연원료를 이용한 상품개발에 성공하여 고부가가치 상품을 개발에 앞서나가고 있다. 코스맥스는 제주 바이오테크랩을 설치, 천연물 화장품소재 연구에 주력하고 있다. 아모레퍼시픽, 코스맥스와 같은 기업뿐만 아니라, 중소기업의 기업 역시, 지자체와 협력하여 지역자원을 이용한 상품개발에 뛰어들고 있다. 경상북도는 천연물 물질은행 구축 사업 진행하고 있으며, 경북 경산에 위치한 한국한방산업진흥원은 천연약재를 활용하여 화장품 원료를 개발하고 있다. 제주도는 코스메틱 클러스터 활성화 사업을 진행하는 과정에서 이니스프리, 제이크리에이션, 유씨엘, 바이오스펙트럼의 기업이 제주도로 이전했거나 이전할 예정이며, 인천대

해양RIS사업단 역시 지역 내 김에서 자외산 차단 물질을 추출하는 등의 성과를 보이고 있다¹²⁾. 이 밖에도 보령시의 머드, 제주도의 자생식물, 충청북도의 고기능성화장품 개발 사업, 강원지역 해양심층수 등 다양한 지역의 특화자원이 화장품원료로 개발되면서 지역수준에서 중요한 산업이 되고 있다.

기업 간의 협력을 위해서 다양한 제도가 구축되고 있다. 대한화장품협회는 1945년 창설 이래, 화장품산업 지원을 위한 다양한 활동을 하고 있다. 2010년 현재 장협회보, CGMP운영위원회, 대한민국화장품원료집(KCID), 화장품종별허가제, 화장품관련규정 해설서 발간 등 화장품산업에 기업들을 지원하기 위한 정보수집 및 교류회를 운영하고 있다. 대한화장품협회는 화장품제도 위원회, 홍보위원회, 우수화장품 화장품 제조 및 품질관리 기준(CGMP) 위원회, 광고자문위원회, 방문판매 위원회, 소비자위원회, 시판마케팅활성화위원회, 수출진흥위원회, PL센터운영회 등 12개 위원회가 조직되어 운영되고 있다(대한화장품협회, 2010) 대한화장품학회는 1968년 10월에 시작되었다. 화장품학회는 화장품제조기술자들의 지식을 교류하

표 5. 지역특화 화장품원료 현황

지역	지역 - 소재
수도권	인천 - 김
충청권	충북 계천 - 황기, 옥죽 충남 보령 - 갯벌(머드), 충남 청양 - 고추, 구기자
영남권	경북 울진, 울릉도 - 해양심층수 경남 통영 - 동백기름
호남권	전북 고창 - 복분자, 전남 - 편백나무추출물(피톤치드) 전남 남원 - 허브, 전남 신안 - 갯벌, 전남 나주 - 신선초, 전남 광양 - 매실
강원·제주	강원 고성·속초·강릉 - 해양심층수, 강원 정선 - 농특산물 제주 - 감귤(껍질), 한라봉, 유채, 유채꽃(꿀), 개민들레, 문주란

자료: 화장품산업60년사(2010) 수정·보완

는 역할을 하였다. 한국화장품화학기술자회로 출발하여 이후 대한화장품화학자회, 대한화장품학회로 이름이 변경되어 왔듯이, 연구개발 인력이 중심이 되어 이끌어왔으며, 한국화장품 제조기술 향상과 품질 강화에 기여하였다(대한화장품협회, 2010). 해당 학회에는 아모레퍼시픽, 한국콜마, 바이오랜드 등 현재 화장품산업을 이끌고 있는 선두기업 소속의 임원진과 서울산업대학교, 테크사이언스 등 대학 및 산업체 역시 소속되어 있다. 한국화장품공업협동조합은 1995년 12월 창립총회가 개최되고, 1996년 3월에 설립되었다. 한국화장품공업협동조합은 공동구매사업, 공동판매사업, 공동상표사업 등 중소화장품회사 간 협력을 위해 조직되었다. 또한 2000년대 중반 이후, 화장품산업의 세계 경쟁력을 강화하기 위하여 중앙정부는 기업들과 협력하여 (재)대한화장품산업연구원 설립하고 화장품산업의 발전을 지원하고 있다.

4) 종합

이상에서 살펴본 것과 같이, 한국화장품산업은 성공적으로 재편되면서, 새로운 산업구조로 변모하였다. 이 과정에서 화장품산업은 기능별로 전문

화되었을 뿐만 아니라, 세계적인 수준의 역량도 확보하게 되었다. 태평양과 LG생활건강 등의 대기업뿐만 아니라, 한국콜마, 코스맥스, 제닉 등 화장품 전문 생산기업들은 그동안 진행되었던 한국 경제의 저성장기조안에서 화장품산업에 요구되고 있는 유동성에 적극적으로 대응, 성공으로 새로운 산업구조를 생성하였다고 평가할 수 있다.

지난 10년간 화장품산업의 경쟁력 강화 원인은 다음과 같다. 첫째, IMF 경제위기에 효과적인 산업구조로 재편되었다. 이 과정에서 수직적 통합에서 수평적 분화가 나타났으며, 브랜드샵의 등장으로 화장품산업시장이 세분화되면서 유연적인 산업조직이 안정적으로 정착하였다. 이러한 산업조직은 전문화와 유연성을 함께 증가시켰다고 평가할 수 있다. 수평구조로 전환된 산업구조는 세계적인 경제위기에 적절히 대응할 수 있었으며, 적응 탄력성(adaptive resilience)이 증가된다(Martin, 2012; Wrobel, 2013). 탄력성은 외부충격에의 취약성과 회복되는 시스템이자, 역동적 과정으로 이해될 수 있다(Martin and Sunley, 2011; Wroble, 2013). 적응탄력성은 내부 또는 외부충격에 지속적으로 반응하는 시스템 역량으로 설명된다(Martin, 2012)¹³⁾. 한국화장품산업은 한국경제 유연화

된 생산 체계로 산업이 재편되어 적응회복성이 증가된 것으로 분석할 수 있다. 둘째, 타 산업과의 관련 다양성이 발현된 산업이다. 제약산업에서 분기하여 새롭게 형성된 산업이다. 화장품산업은 제약산업과 유사한 속성을 가지고 있어, 제약업체에서 스핀오프된 기업이 많다. 또한 기존 제약기업이 화장품부문으로, 화장품부문에서 제약부문으로 이전하는 경우가 많다. 셋째, 기업과 정부의 지속적인 협력이 나타난다. 기업과 정부가 협력하여 다양한 제도적 기반을 마련하고 있다. 대한화장품공업협회가 설립된 지 60년이 넘었으며, 2008년에는 (재)대한화장품산업연구원이 설립되어 화장품산업부문을 지원하고 있다. 연구개발투자활동이 증가함에 따라 지속적으로 요구되는 연구개발 인력을 교육하고, 화장품산업에 관련된 동향 및 정보를 업체들에게 제공해주고 있다.

5. 결론

본 연구는 글로벌생산네트워크 상에서 산업경쟁력강화과정을 살펴보고자 하였다. 이를 위하여 지난 10년간 급속한 산업구조변화를 겪은 한국화장품산업을 중심으로 살펴보았다.

지난 10년간 화장품산업은 새로운 기술, 상호연계된 조직적인 생태계, 타 산업과 연계되어 지속적으로 공진화하며 발전하는 모습을 보이고 있다. 한국화장품산업은 기술의 축적, 영역의 확장, 시장의 변화, 조직의 재편을 통해 완전히 새로운 산업구조를 형성하였다. 국내 기존의 성장기업뿐만 아니라 1990년대 이후 진행된 제약산업으로부터의 분기, 다국적 기업의 세계적인 생산 네트워크에의 편입을 통해 세계적 가치사슬에 편입되었고, 한국지역의 세계적 위상이 연구개발중심으로 향상되었다. 국내 OEM기업들은 지역수준의 제품을 생산하기도 하지만, 독자적인 기술을 통해

다국적기업의 공급업체로서 역할을 수행한다. 이들 기업은 다국적기업의 생산네트워크에 편입되었다. 이와 같이, 화장품산업구조는 IMF 경제위기 이후 대기업 중심에서 OEM기업과 브랜드샵의 수평적 협력관계의 생산구조로 재편되었다. 산업구조재편과정에서 한국화장품산업은 혁신능력을 강화하였으며, 글로벌생산네트워크 상에서 한국화장품산업의 위상이 향상되었다.

이에 더하여, 한국화장품산업 경쟁력 향상은 지역수준의 기회를 제공하고 있다. 지역수준의 새로운 원료를 이용하여 고부가가치화장품을 만들어 내고 있다는 것이 그것이다. 이와 같이 한국화장품산업이 구조재편과 그 과정에서 만들어낸 세계적인 경쟁력 향상은 한국 국가수준뿐만 아니라 지역수준의 기업에게도 새로운 기회를 제공하고 있다. 즉, 화장품산업의 구조재편과정에서 국제경쟁력이 강화된 동시에, 지역수준의 화장품산업 연구개발활동을 이끌어 내고 있다. 이러한 점에서 화장품 산업은 향후 국가 및 지역경제를 이끄는 핵심산업으로서의 역할을 기대할 수 있다.

주

- 1) 로컬 버즈(local buzz)는 동일 산업 또는 지역 내에서 기업(또는 개인)이 함께 입지(또는 출현)함으로써 면대면접촉으로 인해 생성되는 지속적이고 유동적인 정보통신생태계를 의미한다(Bathelt *et al.*, 2004:38).
- 2) 글로벌생산네트워크라는 용어는 Erust를 중심으로 한 네트워크 조직 연구(Erust and Kim, 2002 등)이 있으나, Coe *et al.* (2008)은 본인들이 사용한 글로벌생산네트워크는 Erust가 사용한 글로벌생산네트워크와 독립적인 의미를 가진다고 설명하고 있다(p.1). Erust 등의 글로벌생산네트워크는 세계적인 기업 네트워크 상에서 선도기업의 역할, 지식의 흐름 등 네트워크 내 거버넌스에 초점을 두고 있다. 한편, 맨체스터 학파의 글로벌생산네트워크는 세계적인 생산 네트워크 또는 생산 시스템 속에서 지역과 지역의 생산시스템의 위상에 중점을 두고 있다.
- 3) 화장품 원가에 대한 지식과 제품을 보관할 수 있는 화장품

- 용기에 대한 지식을 가지고 있었던 미샤의 서영필 대표는 당시 자체 화장품 생산능력을 가지고 있는 ODM업체와 연계하였으며, 그 결과 3300원이라는 낮은 가격에 판매할 수 있었다.
- 4) 화장품산업협회 내부자료(2012년 12월 말 기준)
- 5) 브랜드샵의 출현은 (주)에이블씨앤씨의 브랜드샵 '미샤'로부터 촉발되었다. (주)에이블씨앤씨는 성균관대학교 화학공학과 출신의 서영필에 의해 설립되었다. 그는 (주)피죤에서 연구원으로 근무한 적이 있다. 1998년 (주)엘트리를 설립하였다. 그는 브랜드 '잇스'를 출시하였다(염대성, 2005). 당시 새로운 유통채널이었던 인터넷을 통해, 그는 배송료만 지불하면 정품을 고객들에게 보내주고 후기를 받게 된다. 이후 브랜드 '잇스'를 매각하고, (주)에이블씨앤씨를 설립하였다. 그는 고객들이 배송비에 해당하는 3300원에化妆품을 획득하는 소비자의 구매행동에 착목하고, 화장품 원가를 3,300원에 맞출 수 있도록 제품을 출시하였다. 동시에 2000년 여성뷰티포털 '뷰티넷(www.beaunet.co.kr)'이라는 사이트를 오픈하여 사람들이 가상공간에서 화장품에 대한 이야기를 주고 받을 수 있는 공간을 제공하였고, 뷰티넷과 연계하여 브랜드 '미샤'의 전 제품을 배송료를 포함하여 3300원에 판매하였다. 가격은 여타 브랜드에 비해 현저히 저렴한 수준이었지만, 뷰티넷의 입소문에서 품질에 대한 좋은 평판을 얻게 되었고, 이를 통해 급속도로 성장, 2002년 5월 이화여대 앞에 오프라인 상점을 오픈하게 된다. 이는 국내 첫 브랜드샵이며, 저가제품을 판매함에도 불구하고 고급스런 실내인테리어와 점원들의 서비스는 해외에서 국내에 유입된 바디샵과 같은 브랜드를 연상케 하였다. 고객은 오프라인 매장을 통하여 제품을 직접 테스트할 수 있었고, 온라인 제품에 대한 불신을 해소할 수 있는 통로가 되었다. 판매 2년만에 200호점 오픈, 2013년 6월에 기준 국내 552개의 매장과 미국, 일본, 중국을 포함한 해외에 1021개 매장을 보유하고 있다. 현재는 (주)에이블씨앤씨는 아모레퍼시픽, LG생활건강과 함께 2012년 세계 100대 화장품 기업에 포함된다.
- 6) IR담당자 심층면담자료, 2013년 3월,
- 7) 일본콜마 홈페이지 <http://www.kolmar.co.jp/english/feature/international.html>
- 8) IR담당자 심층면담자료, 2012년 8월
- 9) 이경수 코스맥스 대표이사, 한국경제매거진, 2006.
- 10) LG 생활건강 IR담당자 심층면담, 2013년 3월
- 11) 로레알 협력사의 OEM업체는 이탈리아, 일본, 한국의 각 1개 업체가 선정되었는데, 한국 업체가 바로 코스맥스이다. [코스맥스, '로레알 서플라이어스 데이' 초청], 한국장

업신문, 2012. 6. 25.

- 12) 화장품 원료 국산화 "지자체가 선봉 선다", 경북 '한방원료', 제주 '자생식물', 인천 '해양원료', 뷰티한국, 2013.09.11.
- 13) Wrobel(2013)은 독일 기계산업이 세계경제위기에 대응하는 양식에서 클러스터 내의 기업이 클러스터 외부의 기업에 비해 적응 탄력성이 높다는 것을 증명하였다.

참고문헌

- 고영희·이준호, 2009, "한국콜마(주)의 전략적 진화: 또 다른 100년을 향하여," 경영교육연구 12(3), pp. 1-50.
- 공정거래위원회, 2011, 화장품산업과 경쟁정책.
- 김성엽, 2000, "(주)한국콜마의 화장품시장 신규진입 성공사례에 관한 연구," 마케팅관리연구 5(3), pp.121-142.
- 김영찬·황순옥·김대중, "화장품산업의 현황과 발전방안," 대한화장품학회지 30(1), pp.1-6.
- 대한화장품공업협회, 1996, 한국장업50년사.
- 대한화장품협회, 2010, 한국화장품60년사.
- 보건산업진흥원, 2013, 화장품산업 전문인력 수급 전망, 보건산업브리프 63, 2013.3.4.
- 삼성경제연구소, 2012, 한국기업의 Open&Global R&D 추진현황과 선도사례분석, SERI 연구보고서.
- 염대성, 2005, "혁신적 사고를 통한 시장 개척 - 미샤 성공 사례," 한국전문대학교교육연구학회논문집 6(2), pp.151-158.
- 이경진, 2011, "지역자원기반산업의 산업집적지형성과 정과 성공요인: 순창 장류산업을 사례로," 한국경제지리학회지 14(3), pp.342-357.
- 이경진, 2013, "순창 장류산업 네트워크의 변화와 조정," 한국경제지리학회지 16(1), pp.17-36.
- 이용학·한상린·나준희·윤동한, 2008, "공급업자 역할이 공급업자와 구매업자의 장기지향적 거래관계에 미치는 영향: K화장품 기업을 중심으로," 유통연구 13(4), pp.71-95.
- 조재국, 2007, "우리나라 화장품산업의 발전방안," 보건경제와 정책연구 13(2), pp.119-136.

- 한국콜마, 2006, “화장품·의약품 연구개발 전문기업 한국콜마,” 한국혁신학회지 1(1), pp.97-113.
- Bathelt, H., Malmberg, A., and Maskell, P., 2004, “Clusters and knowledge: local buzz, global pipelines and the process of knowledge creation,” *Progress in human geography* 28(1), pp.31-56.
- Boschma, R. A., and Frenken, K., 2006, “Why is economic geography not an evolutionary science? Towards an evolutionary economic geography,” *Journal of economic geography*, 6(3), pp.273-302.
- Boschma, R. A., and Martin, R. L.(Eds.), 2010, *The handbook of evolutionary economic geography*, Edward Elgar Publishing.
- Camagni, R., 1991, *Innovation networks*. John Wiley & Sons, Inc..
- Coe, N. M., Dicken, P., and Hess, M., 2008, “Introduction: global production networks—debates and challenges,” *Journal of Economic Geography*, 8(3), pp.267-269.
- Coe, N. M., Hess, M., Yeung, H. W. C., Dicken, P., and Henderson, J., 2004, “‘Globalizing’ regional development: a global production networks perspective,” *Transactions of the Institute of British Geographers* 29(4), pp.468-484.
- Cooke, P., 2001, “Regional innovation systems, clusters, and the knowledge economy,” *Industrial and corporate change* 10(4), pp.945-974.
- Cooke, P., Gomez Uranga, M., and Etxebarria, G., 1997, “Regional innovation systems: Institutional and organisational dimensions,” *Research policy* 26(4), pp.475-491.
- Ernst, D., and Kim, L., 2002, “Global production networks, knowledge diffusion, and local capability formation,” *Research Policy* 31, pp.1417-1429.
- Freeman, C., 1995, “The ‘National System of Innovation’ in historical perspective,” *Journal of economics* 19(1), pp.5-24.
- Frenken, K., and Boschma, R. A., 2007, “A theoretical framework for evolutionary economic geography: industrial dynamics and urban growth as a branching process,” *Journal of Economic Geography*, 7(5), pp.635-649.
- Gereffi, G., 1994, “The organization of buyer-driven global commodity chains: how US retailers shape overseas production networks,” *Contributions in Economics and Economic History*, pp.95-95.
- Gereffi, G., and Korzeniewicz, M. (Eds.), 1994, *Commodity Chains and Global Capitalism* (No. 149), ABC-CLIO.
- Gereffi, G., Humphrey, J., and Sturgeon, T., 2005, “The governance of global value chains,” *Review of international political economy* 12(1), pp.78-104.
- Henderson, J., Dicken, P., Hess, M., Coe, N., and Yeung, H. W. C., 2002, “Global production networks and the analysis of economic development,” *Review of international political economy*, 9(3), pp.436-464.
- Hess, M., and Yeung, H. W. C., 2006, “Whither global production networks in economic geography? Past, present and future,” *Environment and Planning A* 38(6), pp.1193-1204.
- Humphrey, J., and Schmitz, H., 2002, “How does insertion in global value chains affect upgrading in industrial clusters?,” *Regional studies*, 36(9), pp.1017-1027.
- Lall, S., 2004, *Reinventing industrial strategy: the role of government policy in building industrial competitiveness* (Vol. 28), UN.
- Lee, C. K., and Saxenian, A., 2008, “Coevolution and coordination: a systemic analysis of the Taiwanese information technology industry,” *Journal of Economic Geography* 8(2), pp.157-180.
- Lundvall, B. Ä., 1988, “Innovation as an Interactive Process: From User-Producer Interaction to the National System of Innovation,” in Dosi, G., Freeman, C., Nelson, R., Silverberg, G. and Soete, L.(eds.), *Technical Change and Economic Theory*, London: Pinter.
- Lundvall, B. Ä., and Johnson, B., 1994, “The learning economy,” *Journal of industry studies* 1(2), pp.23-

- 42.
- MacKinnon, D., 2012, "Beyond strategic coupling: reassessing the firm-region nexus in global production networks," *Journal of Economic Geography* 12(1), pp.227-245.
- MacKinnon, D., and Derickson, K. D., 2013, "From resilience to resourcefulness A critique of resilience policy and activism," *Progress in Human Geography* 37(2), pp.253-270.
- Martin, R., 2012, "Regional economic resilience, hysteresis and recessionary shocks," *Journal of Economic Geography* 12(1), pp.1-32.
- Martin, R., and Sunley, P., 2003, "Deconstructing clusters: chaotic concept or policy panacea?," *Journal of economic geography* 3(1), pp.5-35.
- Martin, R., and Sunley, P., 2007, "Complexity thinking and evolutionary economic geography," *Journal of Economic Geography*, 7(5), pp. 573-601.
- Martin, R., and Sunley, P., 2011, "Conceptualizing cluster evolution: beyond the life cycle model?," *Regional Studies* 45(10), pp.1299-1318.
- Morgan, K., 2007, "The learning region: institutions, innovation and regional renewal," *Regional studies* 41(S1), pp.S147-S159.
- Nelson, R., 1993, *National Innovation Systems: a Comparative Analysis*, Oxford: Oxford University Press.
- Oh, C. H., and Rugman, A. M., 2007, "Regional multinationals and the Korean cosmetics industry," *Asia Pacific Journal of Management* 24(1), pp.27-42.
- Østergaard, C., and Park, E. K., 2013, "Cluster decline and resilience-The case of the wireless communication cluster in North Jutland, Denmark," Available at SSRN: <http://ssrn.com/abstract=2196445>
- Pietrobelli, C., and Rabellotti, R., 2009, "The global dimension of innovation systems: linking innovation systems and global value chains," B. Lunvall, KJ Joseph, C. Chaminade, J. Vang(eds.), *Handbook of innovation systems and developing countries*, Edward Elgar, pp.214-240.
- Piore, M. J. and Sable, C. F., 1984, *The Second Industrial Divide*, New York: Basic Books.
- Porter, M. E., 1998, "Clusters and the new economics of competition," *Harvard Business Review* 76(6), pp.77-90.
- Stoper, M., 1997, *The regional world: Territorial development in a global economy*, New York: The Guilford Press.
- Sturgeon, T., Van Biesebroeck, J., and Gereffi, G., 2008, "Value chains, networks and clusters: reframing the global automotive industry," *Journal of economic geography*, 8(3), pp.297-321.
- Wilk, E., and Fensterseifer, J. E., 2003, "Use of resource-based view in industrial cluster strategic analysis," *International Journal of Operations and Production Management* 23(9), pp.995-1009.
- Wrobel, M., 2013, "'One for all and all for one': Cluster, employment, and the global economic crisis. Evidence from the German mechanical engineering industry," *Papers in Regional Science*. doi: 10.1111/pirs.12065
- Yang, C., 2009, "Strategic coupling of regional development in global production networks: redistribution of Taiwanese personal computer investment from the Pearl River Delta to the Yangtze River Delta, China," *Regional Studies* 43(3), pp.385-407.
- 교신: 이경진, 151-742, 서울 관악구 관악로 1 서울대학교 220동 501호 국토문제연구소, 전화: 02-880-6358, 이메일: kjlee1@gmail.com
- Correspondence: Kyung Jin Lee, The Institute for Korean Regional Studies Rm.501, Bldg.220, Seoul National University, Gwanak_1 Gwanak-ro, Gwanak-gu, Seoul 151-742, Korea, Tel: +82-2-880-6358, E-mail: kjlee1@gmail.com
- 최초투고일 2013년 10월 11일
수정일 2013년 11월 20일
최종접수일 2013년 11월 25일