



성공기업사례 01

글로벌 기업으로의 성장, '인증'으로부터

(주)씨에이치하모니 | 화장품

(주)씨에이치하모니 최성철 대표이사

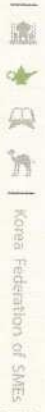
중동지역 진출의 필수 인증인 ESMA HALAL(연방표준측량청 할랄인증)은 물론, 까다롭기로 소문난 BDIH COSMOS ORGANIC(유럽 유기농 생산품 인증)까지 취득하며 유기농 화장품의 품질을 세계적으로 공인받은 (주)씨에이치하모니, 품질에 대한 확고한 신념을 바탕으로 글로벌 진출에 성공한 최성철 대표이사는 “인증서에서 기업의 자신감과 고객의 신뢰, 그리고 홍보 마케팅이 창출된다”라고 강조했다.

회사소개

대표 최성철
주소 경기도 안양시 동안구 별말로 126, 222호(관양동, 평촌오비스타워)
전화 070-8670-1900
홈페이지 <http://www.chharmony.co.kr>
사업분야 유기농 화장품 제품군
매출액 2016년 39억 원(수출액 \$55,694)
인증내역 ISO22716(CGMP), BDIH COSMOS-ORGANIC 12종, BDIH COSMOS-NATURAL 12종, Vegan Trademark Certificate 24종, United Arab Emirates ESMA HALAL 22종
수상내역 2014년 대한민국소비문화 대상(환경친화 부문), 2015 환경보전 유공 표창 수상, 2017 한국품질만족도 1위 화장품

연혁

2006.5 씨에이치트레이딩 / CH Trading Corp. 설립
 2013.1 '자연으로 비파 헤어 칼라크림 염모제' 특허출원(10-2013-0051131)
 2013.6 주식회사 씨에이치하모니로 법인 전환
 2013.9 ㈜씨에이치하모니 기업부설 연구소 설립(인정번호 제2013113945호)
 2014.4 수출역량강화사업 업체에 선정
 2015.1 비파추출물을 함유한 염모제용 조성물 및 그에 의해 제조된 염모제 특허등록(제10-1482616호)
 2015.8 CGMP에 준한 화장품 제조공장 확장 이전
 2016.8 미국 FDA 승인 (여성청결제-CHOBS Mild Mousse Feminine Cleanser)
 2017.3 아시아 최초 유기농 화장품 ESMA HALAL 인증 획득
 2017.10 2017 한국품질만족도 1위 화장품(유기농 화장품)



ESMA 할랄인증패



할랄시장에 수출 중인 마스크팩

시장 공략의 열쇠, 문화의 이해

전 세계적으로 무슬림 인구가 급증하고 있는 현재, 할랄 시장의 규모 또한 날로 거대해지고 있다. 세계할랄포럼(World Halal Forum, WHF)의 통계에 따르면 2010년 661억 달러에 불과하던 할랄식품 시장의 규모가 2013년에는 1조 달러를 넘어섰고, 2019년엔 2조 5000억 달러를 돌파할 것으로 전망하고 있다. 국내뿐 아니라 세계 주요 경제전문가들은 할랄 관련 시장 중에서도 가장 큰 규모를 자랑하는 식품시장의 성장 폭이 단연 압도적일 것이라 예측하고 있지만 (주)씨에이치하모니의 최성철 대표이사는 할랄시장의 속을 면밀히 살펴보면 다른 품목 또한 성공 가능성이 활짝 열려 있다고 말했다.

“인간의 가장 기본적인 욕구인 ‘먹는 것’에서 가장 민감하게 반응할 것은 자명합니다. 하지만 이외에도 사람의

생활에 직접적인 영향을 끼치는 생활용품, 특히 화장품의 수요도 할랄시장의 큰 축을 담당하게 될 것입니다.”

최성철 대표이사는 무슬림 여성도 피부를 가꾸고 아름답게 화장하고 싶은 욕구를 가진 일반적인 여성과 마찬가지로 강조한다. 각종 매체에서 보이는 무슬림 여성은 온몸에 부르카(burka), 차도르(chador), 히잡(hijab)과 같은 베일을 두르고 있지만 그 속에는 ‘여성’이 있다는 것이다.

“보수적인 국가일수록 여성의 신체가 드러나지는 않지만 그렇지 않은 국가가 훨씬 많습니다. 심지어 그렇게 보수적인 국가라 하더라도 스스로를 가꾸려는 여성의 마음은 같습니다. 누가 알아봐주지 못하더라도 모두들 화

장을 합니다. 오히려 드러나는 곳이 적은 만큼 강렬한 컬러의 색조화장이 무척 각광을 받고 있습니다.”

그렇다면 (주)씨에이치하모니의 주력제품인 유기농 기초 화장품은 할랄시장에서 어떤 경쟁가치를 찾을 수 있을까. 최성철 대표이사는 이슬람 종교의 풍습에서 무한한 시장잠재력을 발견할 수 있었다고 말했다.

“신앙이 깊은 무슬림들은 하루에 총 다섯 번의 살라트 (salat, 코란에 규정된 예배의식)를 드리는데, 반드시 사전에 몸을 정갈하게 씻어야 합니다. 코란에는 방법까지 명확하게 명시가 되어 있어요. 저는 그 구절 중에서 ‘손과 얼굴을 씻는다’에 주목했습니다.”

우두(wudu)라고도 불리는 이 의식을 지키려면 반드시 세안을 해야 하고, 살라트를 마친 후에는 지워진 화장을 다시 바를 수밖에 없다. 즉 무슬림 여성들은 다른 이들에 비해 화장품을 5배 이상 사용하는 만큼 시장가치도

높은 것이다. 게다가 이 의식을 가장 철저히 지키는 중동지역은 자국에서 생산하는 화장품이 거의 없어 대부분의 제품을 수입에 의존하기 때문에 더욱 매력적이다.

“이슬람 문화권도 K-Beauty나 K-Pop의 영향으로 우리나라의 문화가 넓게 퍼져 있어 ‘made in Korea’에 대한 신뢰도가 높습니다. 이슬람 문화를 공부하면서 느낀 것 중 가장 큰 깨달음은, 무슬림이라고 해서 색안경을 끼 필요 없다는 것이었습니다. 이슬람이라는 낯선 종교에 가려져 있지만 결국 이들도 우리와 별반 다르지 않은 사람들입니다. 맛있는 음식을 먹고 싶고, 좋은 화장품을 바르고 싶은 욕구는 어디든 같습니다.”

인증서는 가장 효과적인 광고

2006년도에 설립해 올해까지 천연 유기농 화장품을 생산·수출해온 (주)씨에이치하모니는 세계 경제상황과 최근 불거진 사드(THAAD) 사태에도 아랑곳하지 않고 해외로의 진출을 성공적으로 이뤄내며 꾸준히 성장했다.



유기농 화장품 연구실

유기농 화장품
생산설비



“화장품은 식음료처럼 제품에 대한 안전성이 매우 중요합니다. 안전에 대한 기준은 지역과 문화에 따라 다르지만 큰 틀에서는 친환경적이면서도 인체에 무해해야 한다는 공통점을 가지고 있습니다. 종교적인 관점으로 안전성을 검증하는 할랄인증도 마찬가지입니다.”

최성철 대표이사는 이미 독일을 시작으로 유럽 각국의 유기농 생산 인증을 받은 만큼 할랄인증 취득도 비교적 수월하게 받았다고 설명했다. 다만 각 국가별로 인증을 받으려면 그만큼 비용과 시간이 많이 소요되기 때문에 세계적으로 가장 신뢰를 받는 ESMA 할랄인증을 받았으며 말을 이었다.

“ESMA 할랄인증은 아랍에미리트 연합의 인증이지만 카타르를 포함해 총 7개 중동국가에 통용되어 규모와 시

장성 면에서 가장 유리합니다. 소비자 인지도도 가장 높죠. 또한 국민소득이 매우 높은 편이기 때문에 뛰어난 품질을 가진 중고가 제품이 조금 더 쉽게 진입할 수 있다는 장점도 있습니다.”

유기농 화장품의 특성상 생산단가가 높기 때문에 가격과 시장 가능성을 모두 고려해 ESMA 할랄인증을 취득하게 되었다는 최성철 대표이사. 그는 그간 수십 종의 인증서를 취득하며 노하우를 쌓았지만 할랄인증의 경우 예상외의 난관들이 많았으며 취득 과정의 초기를 회상했다.

“ESMA 할랄은 국내 인증기관이 없을뿐더러 진행을 돕는 에이전시도 적습니다. 그래서 전문가는커녕 대략적인 인증절차도 알기 어렵죠. 전문가들이 많은 유수의 인증서와는 접근 방법부터 다릅니다. 말 그대로 기업이 직접



인증기관, 혹은 인증 에이전시를 찾는 것부터 생각해야 합니다.”

그는 ESMA 할랄인증을 취득하려면 강한 인내심이 필요하다고 강조했다. 필요한 서류를 일괄적으로 알려주지 않아 하나하나 물어야 하고 답변 기간도 오래 걸린다고 한다. 현지 심사원을 생산현장으로 초청해 실사 검증을 받아야 하기 때문에 비용도 만만찮게 들었다는 최성철 대표이사. 국내 실정상 아직까지는 취급 제품에 맞춰 일일이 공부하고 부딪히며 취득하는 것이 가장 최선이라며 현실적인 조언을 덧붙였다.

“심사원 두 명의 국내 체류 비용을 포함해서 약 2천 5백만 원 정도가 필요했습니다. 굉장히 비싸다고 생각될 수 있지만, ESMA 할랄인증의 위력을 고려하면 충분히 감내할 만한 비용입니다.”

ESMA 할랄인증은 우리나라 유기농 인증처럼 정부가 직접 관리하는 제도이기 때문에 다른 국가·협회의 인증보다 더욱 공신력을 가진다. 세부적인 인증 내역도 복잡한

데, 그만큼 중동지역 전체 소비자에게 가장 폭넓은 신뢰를 받게 되는 것이다. 대기업에 비해 마케팅 비용에 투자하기 어려운 중소기업에게 할랄인증은 효과적인 마케팅 수단이자 소비자에게 믿음을 주는 확실한 홍보수단인 셈이다.

“물론 인증은 필수요건이 아닙니다. 하지만 저희 같은 중소기업 입장에서 보면 대기업의 브랜드 인지도에 맞서 비교우위를 가질 수 있는 무기라고 생각합니다. 그런 의미에서 저는 제품을 브랜드화시키는 대신 인증서 취득에 투자하는 것이 좋다고 판단했습니다. 좋은 제품에 인증마크까지 붙으면 소비자들은 즉각 반응하게 됩니다. 인증서가 많은 만큼 대기업 브랜드 인지도 못지않은 광고 효과를 낼 수 있다고 봅니다.”

최성철 대표이사는 취득 이후의 품질 관리도 무척 중요하다며 말을 이었다. 중동지역은 제품 관리가 엄격해 WTO 규정에 위반되지 않더라도 인증 받은 할랄제품의 성분이나 제조 과정이 조금이라도 달라지면 국민들에게 공식적으로 알리고 수입을 금지해버린다고 한다.



한 번의 실수로 한국 제품에 대한 신뢰성을 잃어버릴 수 있는 만큼 중동 할랄시장에 진출하는 모든 기업들이 품질 관리를 잘해야 한다고 당부했다. 아울러 이런 핵심적인 부분을 국가적 차원에서 지원하면 좋겠다는 바람을 전했다.

“현재 (사)한국할랄수출협회 회장직을 맡으며 중소기업 대표님들과 함께 다양한 수출 노하우와 절차를 고민하고 있습니다. 지난 7월 개최된 2017 대한민국 할랄 수출상담회에도 참석해 우리나라 중소기업인들의 뜨거운 관심도 확인할 수 있었죠. 앞으로는 무슬림 국민이 많은 국가, 특히 유럽 지역의 바이어도 초청해 더 많은 계약 체결이 이뤄지면 좋겠습니다.”

성장하는 할랄시장에 발맞춰 고급 친환경 유기농 화장품 생산과 판매를 증대시키겠다는 ㈜씨에이치하모니 최성철 대표이사. 면세점에 자사 화장품이 소개될 때까지 세계 시장 공략에 박차를 가하겠다는 그의 목표가 실현되길 기대해본다.

할랄시장 진출을 위한 Tip.

수출에 대한 깊은 이해가 우선

ESMA 할랄인증이 없다면 중동시장 진출이 매우 어렵다. 하지만 수출과 할랄인증은 다르다는 것을 염두에 두어야 한다. 수출은 말 그대로 수출, 할랄은 마케팅에서 비교우위를 점할 수 있는, 신뢰도를 쌓기 위한 인증이다. 보통 인증만 받으면 수출할 수 있다고 오해하는데 절대 아니다. 수출은 WTO나 ASEAN, NATO 협정에 적합해야 한다.

중동에 수출하려면 각 국가별 안정성 평가도 받아야 하고 ECA라는 무역 인증까지 통과해야 한다. 거래조건도 특이한데, 제품이 마음에 들어도 절대로 원하는 만큼의 물량을 구매하지 않는다. 현지에 소량만 출시하거나 소비자에게 체험용 시제품만을 가지고 면밀히 분석한 다음에야 계약을 맺는다. 이 과정도 바이어마다 다르고 굉장히 복잡하다. 우리나라의 경우 비교적 쉽기 때문에 이 사실을 인지하지 못하는 경우가 있지만 수출은 다르다. 해당 국가의 시장성과 정치, 외교 등 내부 사정을 속속들이 공부한 다음에 도전하는 것이 현명하다.

