

# 화장품 · 건강기능식품 · 의약품 분야 사업 영위

코스맥스그룹은 글로벌 뷰티산업의 대표주자로, 건강기능식품 및 의약품 전문생산, 화장품 분야 사업을 영위하는 글로벌 연구·개발·생산·기업이다.

이에 전북특별자치도는 코스맥스와 업무 협약을 체결하는 등 의약품, 건강기능식품, 화장품 등과 바이오 산업 육성을 위한 외연 확장에 적극 나서고 있다.



## ▲글로벌 뷰티산업 대표주자 '코스맥스그룹'

코스맥스그룹은 글로벌 화장품, 건강기능식품, 의약품 연구·개발·생산(ODM)기업이다. 1992년 11월 12일 설립돼 30년 이상의 역사를 자랑하고 있다.

본사 소재지는 경기 성남시 분당구 판교이며, 2023년 말 기준 그룹 전체 임직원 수는 약 6,900명 이상이다. 2023년 연결기준 그룹 전체 매출은 약 2조6,000억원이다.

글로벌 1위 화장품 연구·개발·생산(ODM)기업인 코스맥스를 중심으로 화장품 제조 기업, 설비 및 특수용기 개발·생산 기업에 이르기까지 분야별 집중과 통합으로 연결돼 있다.

지주사인 코스맥스비티아이와 건강기능식품 연구·개발·생산(ODM)기업 코스맥스엔비티와 코스맥스바이오, 의약품 및 의료기기 전문생산 기업 코스맥스 파마 등으로 구성돼 있다.

국내에는 경기도 화성, 평택에 화장품 공장을 보유하고 있으며 경기도 이전, 충청북도 제천·오송 등에 건강기능식품 및 의약품 제조 공장을 보유하고 있다.

이외에 중국 상하이, 광저우, 미국 뉴저지, 인도네시아 자카르타, 태국 방콕, 호주 빅토리아 등을 포함해 국내외 총 27개 생산기지를 보유하고 있다. 각 생산기지에서 세계 최고 수준의 연구시설과 생산시설을 가동하고 높은 품질의 제품을 연구·개발·생산해 고객사에 신속하게 제공하고 있다.

코스맥스그룹은 화장품 및 건강기능식품의 기획, 연구, 개발에서 생산, 품질관리, 마케팅 지원까지 글로벌 시장에서 다양한 파트너들과 협업하고 있다. 화장품 부문 사업체인 코스맥스가 연간 생산하는 화장품 수는 약 28억개, 고객사 수는 약 1,300개 이상이다.

코스맥스그룹은 2024년 경영 키워드로 △인디브랜드와 동반성장으로 이익을 실현하자 △고객과 소비자에게 최고·최초를 선사하자 △건기식 글로벌 사업을 확대하자 등을 선정했다. 인디브랜드 동반성장 전략으로 올해 두 자릿수 성장 기조를 이어갈 계획이다.

회사는 올해 역시 화장품과 건기식 분야에서 많은 인디브랜드사가 나올

것으로 내다보고 소비자데이터 분석을 바탕으로 '디지털 R&I(Research & Innovation)' 실현에 나설 계획이다. 코스맥스는 향후 소비자와 고객사에 가장 빠르고 가치 있는 제품을 공급하는 서비스 기업으로 거듭나기 위한 다양한 시스템 개선 및 구축을 진행한다.

연구와 생산 분야에서 '초격차' 시스템을 갖추는 것 역시 올해 중점 과제다. 코스맥스그룹은 연구 분야에서 특허로 보호받는 세계 최초의 처방용, 생산 분야에선 소분용 대량생산과 다 품종 소량생산의 원가 동등화 실현을 장기 목표로 두고 있다. 이를 실현하기 위해 개방형 연구와 외부와의 제휴를 적극적으로 추진할 계획이다.

## ▲바이오 특화단지 유치를 꿈꾸는 전북자치도와와의 협업

이러한 움직임의 일환으로 코스맥스는 지난 5월 20일 전북특별자치도와 전북 바이오 산업 육성을 위한 업무협약을 체결했다. 업무 협약식에는 김관영 전북자치도지사와 최경 코스맥스 대표이사, 백형희 한국식품연구원장, 박성태 원광대 총장, 이규택 전북테크노파크 원장, 이은미 전북바이오융합산업진흥원장, 최경식 남원시바이오산업연구원 이사장(남원시장) 등이 참석했다.

이번 협약은 △바이오 분야 연구개발 조성을 위한 공동협력 △국내 외 주요 바이오 기업 기술동향 공유 △바이오 산업 육성을 위한 인재 양성 협력 및 전문가 교류 등을 골자로 한다.

코스맥스는 4월 경기도 성남에서 진행된 '2024 오가노이드 개발자 컨퍼런스(2024 ODC)'에서 전북바이오특화단지 내 오가노이드 전문기업인 오가노이드사이언스와 공동연구 성과를 발표해 학계의 주목을 받았다. 한편, 오가노이드사이언스는 올해 2월 오가노이드 연구개발 및 사업화 강화를 위해 전북특별자치도와 국가첨단전략산업 특화단지 협약을 체결한 바 있다.

오가노이드란 줄기세포를 배양하거나 재조합한 유사체로 인체 모사도가 뛰어나 세포구성, 구조 및 기능적 특이성을 재현할 수 있는 점이 특징이다. 코스맥스는 배아줄기세포와 역분화줄기세포에 성장인자를 주입해 두피 모사체를 만들어내는 연구성과를 발표해서 크게 호평을 받았다.

또한 모사체에 남성 호르몬을 적용



경기도 성남시 분당구 판교에 위치한 코스맥스 본사.

해 실제로 안드로젠성 탈모 증상이 발생하는 것을 확인해 남성형 탈모 평가 모델을 개발하고, 코스맥스 독자 소재인 '소이액트(SOYACT)'의 남성형 탈모 억제 효과까지 검증했다.

코스맥스는 앞으로 바이오특화단지와 연구개발 및 관련 사업 교류를 확대하며 바이오 부문 연구개발을 고도화해 나갈 예정이다.

최경 코스맥스 대표이사는 "코스맥스는 전북바이오특화단지와 협업을 통해 화장품 및 바이오 부문 연구 개발 및 관련 사업을 고도화하고, 바이오 산업 생태계 구축을 위해 적극 노력하겠다"고 밝혔다.

## ▲코스맥스 연구개발, 인증 내역, 기술 우수

코스맥스비티아이 R&I(Research & Innovation) 센터와 코스맥스 R&I 센터를 중심으로 해외 R&I 센터들이 협업하고 특화하여 각각 현지에서 최적화된 제품을 연구·개발하고 있다.

코스맥스가 업계 선두주자로 성장할 수 있었던 비결은 품질 우선주의를 강조한 덕분이다.

철저한 품질관리를 1998년 CGMP 인증을 획득했고, 이후 ISO 22716(국제 화장품 GMP), ISO 9001(품질경영), ISO 14001(환경경영), OHSAS 18001(보건안전경영)과 ECO-CERTI(유기농 화장품 인증) 등 국제 인증을 획득하고 글로벌 스탠더드 연구개발 시스템을 갖추고 있다.

또한, 연구개발(R&D) 역량 강화를 위해 외부와의 협업으로 혁신적인 아이디어를 창출하는 오픈 이노베이션을 적극 도입하고 있다. /이만호 기자

2023년 연결기준 그룹 전체 매출 2조6000억원  
전북 바이오산업 육성 나선 전북자치도와 협업  
품질 우선주의의 강제로 업계 선두주자로 성장해와

## ▶ 코스맥스그룹 주요 연혁

- ▶ 1992 - 코스맥스 설립
- ▶ 1996 - 향남공단 신규공장
- ▶ 2002 - 코스닥 상장
- ▶ 2004 - 코스맥스차이나 설립
- ▶ 2006 - 코스피 이전 상장
- ▶ 2007 - 일진제약 인수 (現. 코스맥스바이오)
- ▶ 2010 - 코스맥스광저우 설립
- ▶ 2011 - 코스맥스 인도네시아 설립, R&I센터 판교 이전
- ▶ 2013 - 코스맥스USA 설립
- ▶ 2014 - 뉴트리바이오텍 인수 (現. 코스맥스엔비티)
- ▶ 2014 - 5000만 불 수출의 탑 수상
- ▶ 2016 - 1억 불 수출의 탑 수상
- ▶ 2017 - 코스맥스 아일랜드 설립
- ▶ 2018 - 투원피마 인수 (現. 코스맥스파마)
- ▶ 2020 - 코스맥스 광저우-이센 JV 설립
- ▶ 2021 - 코스맥스 재팬 설립
- ▶ 2022 - 코스맥스 펫 설립
- ▶ 2023 - 코스맥스 BF(Bio Foundry) 발족



## ▶ 최경 코스맥스 대표이사

### 국내 ODM 업계 최초 중국 진출 1등공신

최경 코스맥스 대표이사(사진)는 코스맥스의 국내 ODM 업계 최초 중국 진출의 1등 공신으로 꼽힌다. 2004년 법인 설립과 동시에 코스맥스 차이나 총경리로 20여 년 간 중국 사업을 진두지휘했다. 올해 3월 코스맥스 대표이사로 선임됐다.



14억 소비자에 맞춘 제품 개발·생산  
가성비 앞세운 中 화장품 시장 공략  
3개 법인으로 확장 중국 내 업계 1위에

현재 코스맥스 중국 사업은 △코스맥스 차이나(상하이) △코스맥스 광저우(광저우) △이센생물과기유한공사(광저우) 등 3개 법인으로 확장해 중국 내 업계 1위 기업으로 성장했다.

진출 초기였던 2006년 매출은 15억원에 불과했지만, 코로나 19 시기

였던 2021년에는 매출 6,310억원(연결 기준)을 기록했다.(2023년 중국 법인 연결 매출 5,500억원)

중국 화장품 시장은 글로벌 브랜드의 강세 속에서도 가성비 앞세운 현지 브랜드의 약진이 돋보이는 시장이다.

최경 대표이사는 중국 시장의 14억 소비자의 취향을 만족시키는 제품을 개발·생산할 수 있도록 '속도의 DNA'를 강조했다.

이를 토대로 급변하는 한국 화장품 시장 상황에 대응할 수 있는 고객사 토탈서비스를 제공할 계획이 다.