한의약人

한의약의 지혜가 세계인의 일상으로
전 세계 욕실에 놓일 K-웰니스 뷰티 브랜드 '리솔츠'

(주)히즈 대표 권윤정

한의약을 현대적으로 재해석하는 다양한 시도들이 세계 무대에서 새로운 가능성을 만들어 내고 있다. 주식회사 히즈는 그러한 흐름을 이끌어가고 있는 대표적인 기업 중 하나이다. (주)히즈의 권윤정 대표는 브랜드 전략가로서의 혜안과 한의약에 대한 깊은 이해를 바탕으로 웰니스 뷰티 브랜드 '리솔츠(ReSaltZ)'를 선보이며 국내외의 주목을 받고 있다. 전통과 혁신, 그리고 한국의 아름다움을 세계에 전하고 있는 그의 여정을 따라가 보자.

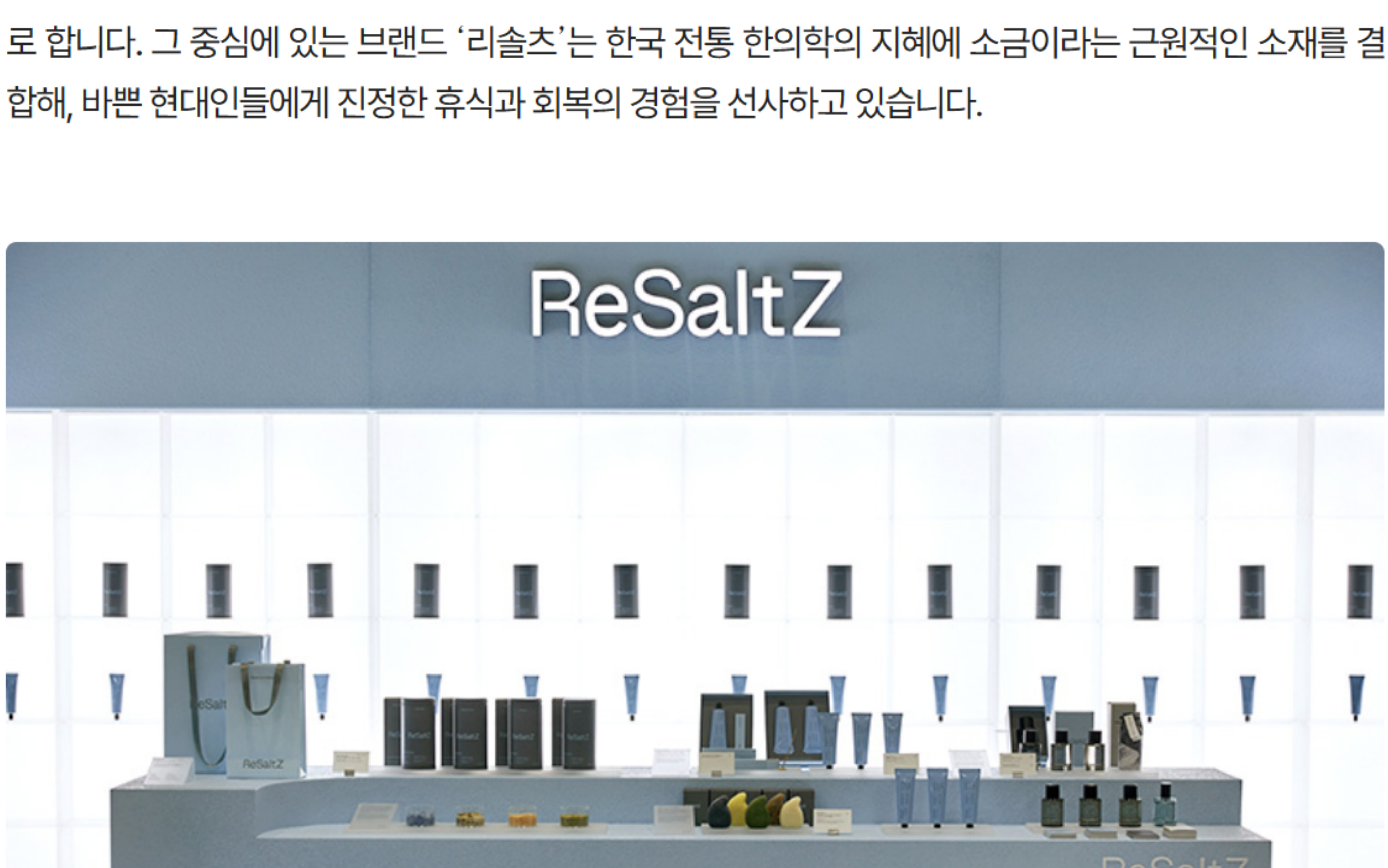
안녕하세요. 자기소개 부탁드립니다.

(주)히즈의 대표이자, 웰니스 뷰티 브랜드 '리솔츠(ReSaltZ)'의 창업자 권윤정입니다. 20년 가까이 브랜드 기획자로 활동하며 하이엔드 뷰티 브랜드를 기획했습니다. 이후 히즈를 설립하고 법인화한 후, 글로벌 시장을 목표로 웰니스 뷰티 브랜드 리솔츠를 제작하게 되었습니다.

(주)히즈는 어떤 기업인가요?

히즈(HIZ)는 '사람들(his)의 가능성(Z)을 증명하는 회사'라는 의미를 담고 있습니다. 출발은 브랜딩 전문 기업이었습니다. CJ, 아모레퍼시픽, 네슬레, NC소프트, 하이네켄 등 국내외 유수 기업들의 브랜드 리뉴얼과 마케팅 전략 수립에 약 15년간 참여하며 다양한 경험을 쌓았습니다. 여러 해외 프로젝트에 참여하면서 한국 문화에 대한 남다른 소명의식을 갖게 되었고, 이러한 경험이 언젠가 자체 브랜드를 직접 기획하고 성장시키고 싶다는 열망으로 이어졌습니다.

히즈는 브랜드 비즈니스를 통해 사람들의 삶을 더 건강하고 풍요로운 웰니스 라이프로 이끄는 것을 목표로 합니다. 그 중심에 있는 브랜드 '리솔츠'는 한국 전통 한의학의 지혜에 소금이라는 근원적인 소재를 결합해, 바쁜 현대인들에게 진정한 휴식과 회복의 경험을 선사하고 있습니다.



브랜드 전략가에서 웰니스 뷰티 브랜드 창업자로 전향하게 된 계기가 궁금합니다.

개인적으로 한의약을 반드시 세계에 알리고 싶다는 강한 소명 의식이 있었습니다. 제가 잘 알고 가장 신뢰하는 재료이기 때문입니다. 저의 할아버지는 약초꾼이자 한의사셨습니다. 어린 시절 할아버지가 약재를 말리거나 환자를 돌보는 모습을 자연스럽게 보며 자랐습니다.

다리를 다치면 응급실 대신 할아버지께 치료를 받았고, 할아버지는 생리통에는 당귀차를, 피부 질환에는 쑥과 천궁, 감초를 사용했습니다. 그렇게 체득한 한의약의 기억과 경험이 제 안에 축적되어 있어 지금의 리솔츠를 가능하게 했다고 생각합니다.

'리솔츠'라는 이름에는 어떤 의미가 담겨 있나요?

'리솔츠(ReSaltZ)'는 다시(Re) 소금(Salt)을 통해 삶의 가능성(Z)을 찾겠다는 의지를 담고 있습니다. 한국의 최상급 천일염에 한의약 소재를 더해 현대적인 '웰니스 레시피'를 구현하고 있습니다. 소금의 삼투압 작용을 활용해 피부 노폐물을 제거하고, 그 자리에 한의약 성분의 영양을 채워 넣는 방식이죠. 한의약을 단순한 원료가 아닌 현대인의 라이프스타일에 어울리는 감각적인 뷰티 경험으로 재정립하는 데 집중하고 있습니다.

리솔츠 제품 중 한의약 소재의 매력이 특히 돋보이는 대표 제품은 무엇인가요?

'리솔츠 솔트 페이셜 클렌저'와 '리솔츠 클렌징 바' 시리즈를 꼽고 싶습니다. 특히 클렌징 바에는 어성초, 자소엽, 녹차 등 피부와 두피 진정에 탁월한 성분들을 풍부하게 담았습니다. 합성 계면활성제 대신 한의약 원료의 유효 성분을 고체화하여 담아냈는데, 이는 환경을 고려한 가치 소비와 한의약의 약성이 만나 시너지를 이룬 사례라고 생각합니다.

최근 발효 한의약 소재 연구에 집중하고 계신 이유는 무엇인가요?

일본이 유자 하나로 세계적 산업을 만들어 낸 것처럼 우리에게 친숙한 '진피' 역시 무궁무진한 가능성이 있다고 봅니다. 오래 숙성된 진피는 훌륭한 약재이지만 특유의 향 때문에 산업화에 한계가 있습니다. 저희는 이 지점을 연구해 진피의 약성은 살리되 현대적인 향과 제형으로 개선하는 작업을 진행 중입니다. 전통 한의약 소재를 '옛것'에 머무르게 하지 않고 가장 트렌디한 원료로 변모시키는 과정입니다.

미국과 일본 등 해외 시장에서도 리솔츠에 대한 반응이 뜨겁다고 들었습니다. 현지 고객들을 사로잡은 비결이 무엇이라고 보시나요?

핵심은 '스토리텔링'과 '제품력'입니다. 특히 미국 시장에서는 기능성만큼이나 원료가 가진 문화적 맥락을 중요하게 평가합니다. K-푸드의 확산 덕분에 한국의 식재료와 한의약 소재에 대한 신뢰도 역시 높아졌습니다. 저희는 단순히 '좋은 성분'을 강조하기보다 한의약이 현대인의 스트레스와 피부 고민을 어떻게 해결할 수 있는지를 과학적이면서도 감성적으로 전달하고자 노력했습니다. 그 결과 미국 최대 뷰티 박람회인 코스모프로프 북아메리카(Cosmoprof North America)에서 2023년과 2025년에 수상하는 쾌거를 이루었습니다. 두 제품 모두 천연 원료와 한의약 소재를 사용한 제품으로, 특히 천연·오가닉 성분과 전성분에 매우 민감한 미국 시장에서 수상했다는 점에서 의미 있는 성과라고 생각합니다. 현재는 미국과 일본의 프리미엄 마켓 입점을 중심으로 본격적인 확장을 준비하고 있습니다.

COSMOPROF NORTH AMERICA
Awards
IN PARTNERSHIP WITH
BEAUTYSTREAMS
The Cosmoprof and Cosmopack North America Awards formally recognize the best in beauty from the Miami and Las Vegas shows, celebrating innovation in products, packaging, and formulation

2025년 미국 코스모프로프 참여 당시 모습

뉴욕 헤이데이스킨케어 행사

뉴욕행사에서 제품을 설명하는 권윤정 대표

한의약 산업의 미래를 이끄는 기업가로서 최종 목표는 무엇인가요?

리솔츠가 전 세계인의 욕실에 놓여, 하루의 시작과 끝에서 자연스럽게 한의약을 경험하게 하는 것입니다. K-뷰티가 색조와 트렌드를 중심으로 성장해 왔다면 이제는 내면의 건강과 삶의 균형을 돌보는 'K-웰니스'가 이어가야 한다고 생각합니다. 한의약의 가치를 현대적으로 증명해 전 세계인이 신뢰하고 사랑하는 글로벌 메가 브랜드로 성장시키는 것이 목표입니다.

마지막으로 독자에게 전하고 싶은 말씀 부탁드립니다.

한의약은 우리 민족이 오랜 시간 축적해 온 가장 위대한 지혜이자 데이터베이스입니다. 이 소중한 자산이 현대적인 디자인과 기술, 그리고 진정성 있는 브랜드 스토리를 만날 때 얼마나 강력한 힘을 발휘하는지 지켜봐 주시길 바랍니다. 우리 곁의 익숙한 한의약 소재가 세계인의 일상을 치유하는 그날까지, 히즈와 리솔츠가 멈추지 않고 도전하겠습니다. 감사합니다.