

# 패션·뷰티업계, 앞다퉈 日 진출... “K브랜드로 Z세대 공략”

**애경산업 ‘AGE 20’s’ 오픈 판매 안다르 공식 온라인 스토어 론칭 LG생건 현지 자회사로 시장 공략**

한국 패션·뷰티 브랜드가 너도나도 일본으로 향하고 있다. 일본 내 한국 문화에 대한 호응이 커지면서 한국발 패션과 뷰티로 일본 Z세대를 공략한다는 방침이다.

12일 업계에 따르면, 대표 여성 패션 앱 브랜드가 일본 도쿄 번화가 시부야의 마루이 모디 쇼핑몰에서 첫 팝업 스토어를 오픈했다. 마루이 모디는 일본 쇼핑의 중심 시부야에 위치한 대형 쇼핑몰로 2030 젊은 고객층이 많이 방문하는 대표적인 랜드마크로 꼽힌다.

최근 젊은층을 중심으로 K-패션에 대한 선호 현상이 불어 엔데믹 시기를 맞이해 일본 Z세대들이 오프라인 매장에서 K-패션에 대한 경험을 확대할 수 있도록 팝업 스토어를 열었다.

애경산업도 대표 화장품 브랜드 AG



브랜드 일본 팝업스토어 매장 앞에서 일본인 고객들이 줄을 서고 있다. /브랜드

E 20’s(에이지투웨니스)를 필두로 일본 전역 오프라인 채널에 진출했다.

일본 오프라인 시장에서 AGE 20’s의 주요 제품인 ‘에센스 커버팩트’와 ‘시그니처 에센스 커버 톤업 베이스’ 등을 판매한다. 대표 제품 등을 일본 오프라인 시장에 선보임으로써 차별화된 제품력을 바탕으로 인지도를 확대한다는 계획이다. 판매 채널은 일본 최대 쇼핑몰인 이온몰, 멀티브랜드숍 로프트, 도큐멘츠 등 일본 주요 10개

채널이며, 향후 판매 채널을 넓혀나갈 계획이다.

일본 시장에 본격적인 진출을 피하기 전에 온라인 판로를 통해 가능성을 확인하는 업체도 늘고 있다.

K-에슬레저 브랜드 안다르가 지난 3월부터 일본 공식 온라인 스토어를 론칭하고 일본 에슬레저 시장 진출을 본격화했다. 안다르는 일본 최대 오픈마켓 플랫폼인 라쿠텐에서 테스트 마케팅 만으로도 입점 1년도 채 되지 않아

레깅스 부문 1위를 기록, 이외에도 상의류, 팬츠, 아우터, 홈트 용품 등 다양한 카테고리에서 인기 랭킹에 진입하는 등 유의미한 실적을 거뒀다.

이번 공식몰 론칭을 통해 안다르는 다양한 프로모션을 실시하며 고객 유치에 총력을 다하고 있다. 일본 공식 온라인 스토어 가입 고객을 대상으로 10% 할인을 제공하며, 메신저 앱 라인에서 안다르 계정을 친구로 등록한 소비자에게 쿠폰을 발급한다.

안다르 관계자는 “테스트 마케팅 만으로도 긍정적인 성과를 확인한 만큼 올해 일본 시장에 대한 기대가 크다”며 “국내에서 검증받은 안다르의 우수한 제품들을 선보이며 에슬레저의 본질인 편안한 패션의 가치를 일본 소비자들에게 전달할 계획”이라고 밝혔다.

이밖에 LG생활건강이 일본 자회사인 에버라이프와 긴자스테파니의 쿠션 파운데이션이 현지 시장조사기관인 후지경제가 최근 발표한 ‘2021 화장품 마케팅 요람’에서 일본 내 판매 1, 2위를

차지했다. 긴자스테파니와 에버라이프는 LG생활건강이 각각 지난 12, 13년에 지분 100%를 인수한 화장품 회사이다.

지난해 일본 쿠션 파운데이션 시장에서 에버라이프가 16.6%, 긴자스테파니가 13.6%를 차지해 나란히 1, 2위에 이름을 올려 두 회사를 합친 LG생활건강의 시장 점유율은 30.2%이다.

K-패션과 뷰티는 과거 ‘N차 한류’ 같은 일시적 유행을 넘어 하나의 독자적 스타일로 자리 잡고 있다.

업계 관계자는 “일본 오프라인 현장에는 현지 인플루언서 수십명이 찾아오고 수천명의 Z세대 고객들이 방문하며 일부 상품은 완판을 기록하는 등 한국 브랜드에 대한 관심을 확인하고 있다”고 말했다.

한 글로벌 브랜드는 한국에 관해 “세계 트렌드를 창조하고 글로벌 시장에서 커다란 존재감을 발휘하고 있는 한국 브랜드가 북아시아(한·중·일) 핵심 지역이 되었다”고 말한 바 있다.

/원은미 기자 silverbeauty@metroseoul.co.kr

## 코스맥스엔비티 모발 기능성 원료 개발 가속

에브라사 ‘아누카사과’ 원료 공급 협약

건강기능식품 연구개발생산(ODM) 기업 코스맥스엔비티는 이탈리아 원료 기업 에브라(EVRA)사와 아누카사과 원료 독점 공급 협약을 맺었다고 12일 밝혔다.

코스맥스엔비티는 지난 11일(현지시간) 스위스 제네바에서 열린 유럽 최대 건강식품 전시회인 비타푸드에 참가해 이번 협약을 진행했다.

아누카사과는 ‘사과의 여왕’이라는

별명을 가지고 있다. 이탈리아 남부에 자생하며 모발 생성 활성화에 효과가 있고 부작용이 없는 천연 원료로 각광받고 있다. 유럽 건식 시장에서 식품 형태부터 바르는 화장품, 모발 기능성 샴푸에도 많이 사용된다.

코스맥스엔비티는 이번 국내 독점 계약으로 모발 기능성 원료 개발에 박차를 가할 계획이다. 아누카사과에서 모발 성장기 유도, 모발 형성 단백질 생성 촉진 효과를 기대하고 있다.

/원은미 기자

## 쿠팡, 순손실 2억弗... 상장 이래 최소치

쿠팡의 순손실이 상장 이래 최소치를 기록했다.

쿠팡이 12일 미국 증권거래위원회(SEC)에 1분기 매출 51억1668만달러(약 6조1653억원)를 기록, 전년 동기 대비 32% 상승했다고 밝혔다. 역대 최대 분기 매출액인 지난해 4분기 50억7669만달러를 넘어 분기 매출 최고치를 달성했다.

당기 순손실은 2억929만달러(2521억원)로 전년 동기 대비 29.1%(2억9503만달러) 줄었다. 직전 분기 4억497만달러와 대비해서는 48% 줄었다.

매출 총이익은 10억4000만달러로 전년 동기 대비 42% 상승했고 이익률은 20% 이상을 달성하는 데 성공했다.

/김서현 기자 seoh@

## SK바이오팜, 뇌전증 신약 성과에도 적자 전환

1분기 매출 411억, 영업손실 371억  
오픈 이노베이션 통해 재도약 모색

SK바이오팜이 연결재무제표 기준으로 2022년 1분기 매출 411억원, 영업손실 371억원을 기록했다고 12일 밝혔다. 뇌전증 혁신 신약 ‘세노바메이트’의 미국 매출 및 파트너링 수익(유럽 판매 로열티, 제품 매출 등)은 지속적으로 증가하고 있으나 기술수출과 같은 일회성 요인이 제외되면서 영업이익 및 순이익은 전년 동기 대비 적자로 전환됐다.

SK바이오팜은 남미·메나(MENA) 등 다양한 지역으로 기술수출을 적극 추진 중이며, 국내외 유망 기업과 오픈 이노베이션을 확대해 혁신 기술을 도입하는 등 고속 성장에 드라이브를 걸었다.

세노바메이트(제품명: 엑스코프리, XCOPRI)는 올해 1분기 미국에서 317억원의 매출을 달성하며 전년 동기 대비 3배 가까이 성장했다. 특히 3월의 경

우 처방건수가 1만2000건대로 상승해 최근 10년간 발매된 경쟁 약물들의 출시 23개월차 평균의 약 2배에 달했다.

미국에서 코로나19 방역조치 완화에 리오프닝(경제활동 재개) 기대감이 높아지면서 2분기부터는 세노바메이트의 영업·마케팅이 보다 활성화될 것으로 보인다. 대면 활동이 정상화되고 있으며, 광고 채널의 경우 커넥티드TV에서 케이블 방송까지 확대하기 위해 준비 중이다.

유럽 지역의 경우, 파트너사 안젤리니파마가 오스트리아에서 세노바메이트(제품명: 온투즈리, ONTOZRY)를 출시했다. 세노바메이트는 연내 네덜란드, 스위스, 이탈리아, 스페인, 프랑스, 체코, 벨기에 등에서 발매될 예정이다.

SK바이오팜은 자체 신약 개발을 통해 중추신경계 분야 리더십을 지속적으로 강화해 나가고 있다. 세노바메이트와 카리스바메이트(레녹스-가스도 증

후군 치료제)는 각각 아시아(중국·일본·한국) 임상 3상과 글로벌 임상 3상이 순항 중이며, 차세대 뇌전증 신약 SKL 24741, 조현병 신약 SKL20540은 연내 임상 2상 진입을 앞두고 있다. 또, SK바이오팜의 첫 표적항암 신약 ‘SKL 27969’가 IND 승인을 획득해 미국 임상 1상에 진입했다.

이와 더불어 SK바이오팜은 오픈 이노베이션도 적극 추진하고 있다. 국내외 유망 제약·바이오 기업들로부터 신규 파이프라인 및 혁신 기술을 도입하거나 공동 연구 협약을 체결하는 등 전략적 관계를 구축하며 R&D 경쟁력을 높여가고 있다.

SK바이오팜은 최근 디지털 헬스케어 분야로 비즈니스를 확장했다. 자체 디바이스 개발과 함께 직접 투자, 기술 제휴 등 다양한 협업 방식을 모색하며 시너지를 창출해나갈 계획이다.

/원은미 기자

## 체험 프로그램 초 단위 마감... ‘가나 초콜릿 하우스’ 인기몰이

롯데제과 29일까지 운영 기간 연장

롯데제과가 지난달 서울 성수동에 오픈한 가나초콜릿의 팝업스토어 ‘가나 초콜릿 하우스’의 인기가 뜨겁다.

현재까지 누적 방문객이 1만명을 훌쩍 넘었고 온라인에는 수천 개의 방문 후기가 줄을 잇고 있다. 사전 예약제로 운영하는 체험 프로그램은 오픈과 동시에 수초 내로 마감된다. 주말, 평일 할 것 없이 항상 방문객으로 가득 차 있으며 특히 몰릴 때에는 대기자가 200명에 달할 정도로 큰 인기를 얻고 있다. 이에 롯데제과는 당초 이달 12일까지였던 운영 기간을 5월 29일까지로



스토어 외부까지 이어진 대기라인 /롯데제과

연장했다.

이 팝업스토어는 초콜릿을 주제로 한 디저트 카페 컨셉이다. 이곳에서는 초콜릿뿐만 아니라 가나초콜릿을 활용한 이색적인 디저트, 음료를 맛볼 수 있으며 다양한 체험 프로그램을 통해 초

콜릿에 대한 즐거운 경험을 제공한다.

주요 프로그램인 ‘디저트 페어링 바’는 유명 디저트 파티셰 및 전문가로부터 자문을 받아 개발된 5가지 코스의 초콜릿 디저트와 음료를 즐길 수 있다. ‘DIY 클래스’에서는 직접 초콜릿을 만들어 볼 수 있다. 전문 쇼콜라티에의 도움을 받아 세상에 하나뿐인 나만의 가나 초콜릿을 만들 수 있으며 이 또한 사전 예약제로 운영된다.

이외에도 ‘가나 초콜릿 하우스’에는 가나초콜릿의 역사를 소개하는 공간과 기념 사진촬영을 위한 포토 부스 등이 있으며 30여종의 가나 굿즈도 판매한다.

/신원선 기자 tree6834@

**오늘의 날씨**

5월 13일 (금)  
음력 : 4월 13일

수도권 날씨  
16~25°C

운동 지수 ██████████  
빨래 지수 ██████████  
세차 지수 ██████████  
외출 지수 ██████████

해돋이 / 05:25 | 해질 / 19:32

연천 11/22, 동두천 12/24, 가평 12/21, 파주 11/23, 서울 16/25, 양평 15/23, 인천 14/22, 수원 16/23, 용인 12/23, 평택 14/24, 백령도 11/16

·자료제공 : Kweather 케이웨더(주) www.kweather.co.kr