

아모레퍼시픽, 3분기 마이너스 '늘' 美·유럽 등 글로벌 시장 '새판' 짬다

중 등 아시아 시장 매출 하락
주요 자회사 마케팅 투자 확대
"브랜드 코어 강화 작업 매진"

〈아모레퍼시픽 분기 실적〉

구분	22년 3분기	23년 3분기
매출액	10,218	9,633
영업이익	330	288
당기순이익	323	417

단위 : 억원 /아모레퍼시픽그룹

아모레퍼시픽이 국내와 중국에서 부진한 실적을 해외사업 다각화로 만회하겠다는 전략을 본격화하고 있다.

31일 아모레퍼시픽그룹에 따르면 아모레퍼시픽은 올해 3분기 연결 기준 9633억원의 매출액과 288억원의 영업이익을 기록해 전년 동기 대비 매출은 5.7%, 영업이익은 12.7% 각각 감소했다고 밝혔다.

특히 아모레퍼시픽의 해외 사업은 미주, 유럽·중동(EMEA), 일본 등 해외 시장에서 매출 성장세를 보였으나 중국을 비롯한 아시아 시장에서 매출이 하락하며 전년 대비 4% 감소한 3177억원의 매출을 기록했다.

아모레퍼시픽에 따르면 35%의 매출이 성장한 미주 지역에서는 설화수와 이니스프리 등 핵심 브랜드가 선전했다. 설화수는 '6세대 윤조에센스'를 출시했고, 이니스프리는 멀티브랜드 슝 채널을 통해 고객과의 접점을 확대했다.

유럽·중동(EMEA) 지역에서는 라

네즈를 중심으로 매출이 41% 증가했다. 라네즈는 '위터뱅크'를 주제로 글로벌 캠페인을 진행해 인지도를 높였다.

라네즈는 글로벌 캠페인을 통해 한국, 미국, 중국, 베트남, 인도네시아, 태국 등 6개국 인플루언서와의 인터뷰 등 다양한 콘텐츠를 선보인 바 있다. 또 멕시코 세포라에 론칭하며 중남미 시장 진출을 위한 교두보를 마련하기도 했다.

이밖에 일본에서도 라네즈와 이니스프리의 매출이 확대되고 헤라와 에스트라 등 새로운 브랜드가 출시되면서 현지화 기준 전체 매출이 30% 이상 성장했다.

헤라는 앞서 지난 8월 일본 도쿄 대형 쇼핑몰 '스퀘어'에서 브랜드 팝업 스토어를 운영해 현장을 방문하는 고객들이 브랜드 대표 제품을 체험하도록 했다. 지난 9월에는 일본 최대 규모

뷰티 정보 플랫폼이자 멀티브랜드숍 '아토코스메'에 공식 입점했다.

아모레퍼시픽 관계자는 "추가로 브랜드 팝업 스토어를 운영할 계획이고 온라인 채널 입점도 확장할 예정이다"라며 "일본 현지에서 뉴 럭셔리 메이크업 브랜드로 자리매김해 나갈 계획이다"라고 말했다.

한편 이니스프리·에뛰드·에스쁘아·아모스프로페셔널·오설록 등 주요 자회사들도 신제품 출시 및 마케팅 투자 등 미래 성장동력 확보에 주력할 방침이다.

에뛰드는 신제품 '베어꾸 컬렉션' 출시와 함께 '컬픽스 마스크라' 등 핵심 제품의 판매 호조로 전체 매출이 성장했다. 매출 확대 및 채널 수의 구조 개선으로 영업이익도 3배 성장했다.

오설록은 제주 티뮤지엄 및 티하우스의 방문객이 증가하며 오프라인 매출이 성장했다.

아모레퍼시픽 관계자는 "각 브랜드의 핵심 가치를 분명하게 하는 브랜드 코어 강화 작업에 매진하고 있다"며 "나아가 고객 공감 콘텐츠를 개발하고 엔진 상품을 강화해 브랜드 가치를 만들어 나가겠다"고 말했다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr



KT&G가 인도네시아 자카르타에 위치한 UNTAR 대학교에서 '상상 창업스쿨'의 최종 결선 행사인 IR 피칭데이를 지난 28일(현지시간) 개최했다. 사진은 본선에 진출한 참가자들이 최종 행사를 마치고 기념 촬영을 하는 모습 /KT&G

KT&G, 인니 등서 글로벌 'CSR' 활동

UNTAR 대학서 IR 피칭데이

KT&G가 한국과 인도네시아 수교 50주년을 기념해 대학생 창업지원 및 문화축제 개최, 교육환경 개선 등 다양한 글로벌 CSR 활동을 전개했다.

KT&G는 인도네시아 자카르타에 위치한 UNTAR 대학교에서 '상상 창업스쿨'의 최종 결선 행사인 IR 피칭데이를 지난 28일 개최했다고 31일 밝혔다.

'상상 창업스쿨'은 KT&G의 현지 대학생 대외활동 커뮤니티인 'KT&G 상상유니브 인도네시아'가 운영하는 대학생 창업지원 프로그램으로 그동안 대학생 아이디어 공모전을 통해 예선에 진출하는 91개 팀을 선발했다. IR 피칭데이에서는 91개 팀 중 최종 선정된 15개 팀이 각자의 창업 아이디어를

발표했으며, 이들에게는 전문가의 피드백과 상금이 주어졌다.

앞서 전날에는 현지 대학생들에게 K-콘텐츠를 소개하는 '상상페스타'를 27일 열었다. 자카르타 주립대에서 열린 이번 행사는 현지 인기 가수의 라이브 콘서트를 비롯해 K-팝 보컬과 댄스, 전통무용 등 '상상유니브' 클래스 참가자들의 다채로운 공연들로 구성됐다. 한국문화 체험부스도 마련됐으며, 약 1000명이 넘는 현지 대학생이 방문해 한국문화 축제를 즐겼다.

'상상페스타' 행사장 내외부에는 '2030 부산세계박람회' 유치를 응원하는 현수막과 배너 등이 설치됐다. 또, 행사 도중 부산세계박람회 홍보 영상이 상영되는 등 인도네시아 대학생들도 부산세계박람회 유치 응원에 동참했다. /신원선 기자

hy, 변경구 대표 선임... 종합유통기업 '젠걸음'

변 신임 대표, 영업부문장 등 역임
다수 전략제품 기여... 기대감 고조



휘 하에 종합유통기업으로 한걸음 더 나아갈 방침이다.

우선 유통 물류망을 강화하고 다양한 서비스를 론칭해 배송 카테고리를 확장할 것으로 보인다. 전국 곳곳에 뻗어있는 1만1000명 규모의 '프레시매니저'와 메쉬코리아의 라이스마일 배송이 기대되는 지점이다.

또한, 다수의 전략 제품을 선보인 만큼 향후 기능성 제품 출시에도 힘을 쏟을 것으로 보인다. hy는 지난 2월 스트레스로 인한 긴장 완화에 도움을 줄 수 있는 '스트레스케어 씬'을 출시했다. 이후 8월에는 후속 제품인 '수면케어 씬'을 공개하는 등 케어 제품에 공을 들이는

모습이다. 글로벌 제품 판매에도 열을 올릴 전망이다. hy는 2021년 출시한 B2B(기업 간 거래) 전문 브랜드 에치와이랩스를 통해 해외 기능성 프로바이오틱스 시장 진출을 위한 절차를 밟고 있다. 에치와이랩스 론칭 이후 미국 식품의약국 신규 기능성 소재 등록을 하는 등 해외 진출을 지속적으로 준비한 것으로 알려졌다.

'에치와이랩스 팻슬립'과 '에치와이랩스 스킨케어'의 로고와 상표 등을 한국 미국 캐나다 유럽 등 총 11개 국가에 최근 등록했다.

한편, 2018년부터 hy를 이끌어온 김병진 대표이사는 6년간의 임기를 끝으로 대표이사직에서 물러났다.

/신원선 기자 tree6834@

브릿지바이오, 'BBT-207' 첫 환자 투약

〈4세대 폐암 치료제 후보물질〉

임상 1/2상 돌입... 3단계 진행

비소세포폐암 치료 영역에서 전 세계적으로 차세대 치료제 개발에 대한 수요가 높아지고 있는 가운데 브릿지바이오테라퓨틱스가 자체 발굴한 'BBT-207'이 환자 대상 임상에 진입한다.

혁신신약 연구개발 전문 기업 브릿지바이오테라퓨틱스는 4세대 폐암 표적치료제 후보물질 'BBT-207'의 임상 1/2상 첫 환자 투약을 국내 삼성서울병원에서 개시했다고 31일 밝혔다.

브릿지바이오는 'BBT-207'을 4세대 표적성장인자수용체(EGFR) 티로신 인산화효소 억제제로 개발 중이다. 'BBT-207'은 비소세포폐암 환자에서 3세대 EGFR 저해제 치료 이후 내성으로 나타나는 C797S 양성 이중 돌연변이 등 다양한 돌연변이를 선택적으로 저해하는 기전을 갖는다.

이번 임상에서 브릿지바이오는 미국

과 한국의 비소세포폐암 환자 중 3세대 EGFR 저해제 중 하나 이상으로 치료 후 질병이 진행된 환자 92명을 대상으로 약물의 효능과 안전성을 최초로 탐색한다.

무엇보다 BBT-207의 임상 1/2상은 총 3단계로 진행된다. 임상 1a상에 해당하는 용량상승시험을 통해 약물의 효력, 안전성 등을 평가해 '권장 용량 범위'를 결정한다.

임상 1b상에서는 '제2상 권장 용량'을 결정한다. 이후 임상 2상 단계의 용량확장시험에 진입하면 약물의 객관적 반응률 등을 측정해 약물의 항종양 활성을 탐색할 예정이다.

아울러 브릿지바이오는 혈액 속 종양 유전자를 통해 종양세포의 돌연변이 정보를 분석하는 액체생검 절차 등을 적용해 돌연변이별 환자군 데이터도 파악할 계획이다.

/이청하 기자

셀트리온, '정보보호 관리' 국제표준 인증

GMP 전반 'ISO 27001' 획득

셀트리온이 기술 유출을 방지하기 위해 정보보안 수준을 높이고 있다.

셀트리온은 핵심 기술 경쟁력을 취급하는 우수약품제조품질관리기준(GMP) 전반에 대해 국제표준 인증 'ISO 27001'을 획득했다고 31일 밝혔다.

'ISO 27001'은 국제표준화기구(ISO)에서 제정한 정보보호 관리체계 관

련 국제 인증이다. 정보보호 관리 영역 11개 분야와 133개 통제 항목에 대한 심사와 검증을 통과해야 한다.

셀트리온은 이번 'ISO 27001' 획득을 계기로 ▲국가핵심기술 보호 ▲ESG 경영기반 확보 ▲정보보안 신뢰성 증대 및 기업이미지 제고 ▲국내·외 규제기반 및 외부감사 대응력 확보 등의 효과를 기대하고 있다.

/이청하 기자 mlee236@



지난 30일 인천 송도 셀트리온 본사에서 열린 'ISO 27001 인증 수여 행사'에서 (왼쪽)김상욱 셀트리온 정보보호담당장과 (오른쪽)임성한 영국왕립표준협회 코리아 대표이사가 기념사진을 촬영하고 있다. /셀트리온

GC녹십자웰빙, 'PNT 혈당케어' 출시

바나바잎 추출물 1.3mg 포함

불규칙한 생활습관, 과도한 당 섭취, 과식 등으로 인해 식후 혈당관리가 필요한 현대인들을 위해 GC녹십자웰빙이 신제품 'PNT 혈당케어'를 출시한다고 31일 밝혔다.

'PNT 혈당케어'는 식후 혈당 상승을 억제하는 기능을 한다. 특히 바나바잎 추출물 일일 섭취량 최대 권장량인

1.3mg을 포함했다. 바나바잎은 식후 혈당상승 억제에 도움을 줄 수 있는 코로솔산을 함유하고 있다.

또 GC녹십자웰빙에 따르면 'PNT 혈당케어'는 셀렌, 크롬, 엽산, 아연, 비타민B6 등 6종의 기능성 원료도 배합되어 있어 면역 기능 유지와 체내 대사에도 효과적이다. 정제 사이즈를 작게 설계해 목넘김이 편한 것도 특징이다. /이청하 기자