

# 만원이면 화장품 한가득... 다이소, '뷰티 성지' 부상

입점 화장품 250여종 달해  
균일가 적용... 가성비 장점  
"향후 존재감 더 커질 것"

다이소가 새로운 '뷰티 성지'로 소비자들의 주목을 받고 있다.

31일 유통업계에 따르면 최근 다이소에서 판매하는 화장품의 제품군이 다양해지고 있다. 이에 따라 업계에서는 뷰티 전문몰로 자리를 잡은 CJ올리브영의 자리를 위협할 수 있다는 관측을 내놓고 있다.

다이소는 지난 2021년 10월부터 화장품 판매를 시작한 데 이어 2022년 4월 네이처리퍼블릭과 협업해 '식물원'을 출시했다. 이후 제품을 지속적으로 확장한 결과, 지난 2023년 10월 기준 다이소에 입점한 화장품 품목은 총 250여종에 이른다.

아울러 다이소의 기초화장품과 색조화장품을 포함한 전체 화장품의 지난 2023년 1~10월 매출도 전년 동기 대비 약 180% 증가했다.



서울시내 한 다이소 매장에서 시민들이 화장품들을 살펴보고 있다. /뉴시스

특히 지난해 10월부터 판매하기 시작한 브이티코스메틱의 앰플 '리들샷'은 초도 물량이 2주 만에 완판되기도 했다. 브이티코스메틱을 통해 공급량을 늘리고 있지만 여전히 '품절템'이라는 것이 다이소의 설명이다.

이에 따라 다이소 공식 온라인몰인 다이소몰에서도 구매 가능 수량은 '리들샷 100' 2개, '리들샷 300' 2개로 한정됐다.

무엇보다 가격 면에서 장점이 있다. 2ml가 6개 들어있는 구성으로 제품 가

격은 3000원이다. 다이소는 다른 상품군과 마찬가지로 화장품에도 500원, 1000원, 1500원, 2000원, 3000원, 5000원 등의 균일가를 적용하고 있다.

이와 달리 CJ올리브영은 'VT 리들샷 100 에센스'를 50ml 기준 3만2000원에, 'VT 리들샷 300 에센스'는 50ml 기준 4만3000원에 판매하고 있다.

다만 다이소에서 판매하는 브이티코스메틱의 '리들샷'은 다이소 전용 상품이다. 다른 채널에서 판매하는 제품과 주요 성분은 같지만 배합 비율을 달리

해 가격을 낮췄다.

이밖에 다이소가 판매하고 있는 화장품에는 애경산업의 '스니키', 더샘의 '드롭비', 클리오의 '트윙클팝', 동국제약의 '마테카21' 등이 있다.

화장품 분야에서 다이소의 약진에 대해 한 업계 관계자는 "고물가 시대에 다이소는 저렴한 가격과 균일가 정책으로 경쟁력을 높이고 있다"며 "향후 뷰티 시장에서 다이소는 존재감이 더 커질 것"이라고 전망했다.

다이소 측은 "다이소의 매장에서 판매되고 있는 화장품이 다양화되면서 주 고객층이 10대 학생으로 한정되었던 것에서 나아가 최근에는 2030 고객들도 늘어나는 추세"라고 설명했다.

뷰티 업계에서는 다이소가 접근성 측면에서도 경쟁력을 갖추고 있다는 분석이 나온다. 지난 2023년 기준 다이소는 전국 1450여개 매장을 보유하고 있다. 이에 비해 국내 대표 뷰티 멀티브랜드숍인 CJ올리브영은 2022년 말 기준 1300여 개의 매장을 운영 중이다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

## 현대이지웰

### 농·축·수산물 할인 행사

현대백화점그룹 계열 토털 복지솔루션기업 현대이지웰은 농림축산부·해양수산부와 손잡고 '농할쿠폰(농식품부 할인지원)'과 '대한민국 수산대전 상품권' 행사를 연다고 31일 밝혔다.

농할쿠폰은 농림축산식품부와 한국농수산식품유통공사(aT)가 소상공인 지원과 물가안정을 위해 진행하는 농축산물 할인 사업으로, 고객이 현대이지웰이 운영하는 전통시장 및 소상공인 상품 전문몰인 '온누리전통시장몰'에 접속하면 농할쿠폰을 발행 받아 사용할 수 있다.

대한민국 수산대전 상품권은 해양수산부가 설 민생 안정과 수산물 소비 활성화를 위해 추진하는 할인 행사다. 토스·제로페이온·신한솔·우리WON뱅킹 등에서 매월 최대 20만원의 모바일 상품권을 20% 할인된 가격으로 구매할 수 있다.

/최빛나 기자 vitna@

## 유통·바이오업계 신제품

# 나트륨 낮추고 맛품질 살리고... CJ, '웰니스' 포트폴리오 확대

장류·탕국 연이어 출시  
소비자, 리뷰작성 등 호응

CJ제일제당이 나트륨 함량을 줄인 제품을 잇따라 선보이며 '웰니스(Wellness)' 포트폴리오 확대에 나섰다.

CJ제일제당은 '해찬들 나트륨을 줄인 가정식 집된장', '비비고 저나트륨 사골곰탕'을 출시했다고 31일 밝혔다.

'해찬들 나트륨을 줄인 가정식 집된장'은 지난해 11월 출시한 '우리잡쌀 태양초 고추장'에 이은 '웰니스 장류'로, 나트륨 함량을 약 25% 낮추면서도 구수한 가정식 된장의 맛을 그대로 살린 것이 특징이다.

CJ제일제당은 나트륨을 낮추면서도 기존 된장과 동일한 맛 품질을 구현하기 위해 안테스 소금과 고유의 'NFT



CJ제일제당의 '해찬들 나트륨을 줄인 가정식 집된장'과 '비비고 저나트륨 사골곰탕' 신제품 /CJ제일제당

발효 공법'을 적용했다. 이 기술은 된장의 원재료인 대두, 양파, 마늘을 동시에 발효시켜 비교적 낮은 염도에서도 구수하고 자연스러운 장맛을 낸다.

앞서 같은 공법으로 선보인 '해찬들 나트륨을 줄인 우리잡쌀 태양초 고추



장'도 좋은 반응을 얻고 있다. 이 제품은 나트륨 함량을 약 25% 낮추면서 '100% 태양초 고추장'의 깔끔한 매운 맛을 살렸다.

나트륨을 낮추고 깊은 사골 맛은 그대로 유지한 '비비고 저나트륨 사

골곰탕'도 새롭게 출시했다. 이 제품은 한 봉지(500g)당 나트륨 함량이 500mg으로 기존 '비비고 사골곰탕'보다 50%가량 낮다. 또한 사골 농축액 함량을 1.95%로 비비고 사골곰탕 대비 15% 늘리고, 한우사골 엑기스를 추가해 깊고 진한 사골 육수의 감칠맛을 살렸다.

사골곰탕은 떡만둣국, 볶음국, 황태국 등 다양한 요리의 밑국물로도 활용도가 높다. 이 때문에 '비비고 저나트륨 사골곰탕'은 국물요리를 저염으로 즐기거나 하는 소비자들로부터 좋은 반응이 이어지고 있다. 이 제품은 지난 주 진행된 기획전을 통해 B마트에 단독 출시했으며, 출시 7일만에 300개가 넘는 리뷰를 생성하는 등 인기를 끌고 있다.

/신원선 기자 tree6834@

## 롯데칠성음료

### '크러시' 라인업 확대

롯데칠성음료가 맥주 '크러시(KRUSH)'의 캔 제품을 출시하며 라인업을 확대한다.

롯데칠성음료가 지난해 11월 젊은 세대를 위해 선보인 '크러시'는 분리추출한 유리피판 흡과 흡 버스팅 기법을 통해 극대화된 시원함과 청량함이 특징인 맥주로 특히 20대 초중반의 젊은 소비자를 중심으로 저변이 확대되고 있다.

2월 중에 새롭게 선보이는 '크러시' 캔 제품은 355ml, 470ml, 500ml의 세 가지이며 대형마트, 편의점 등 유통 채널을 통해 선보일 예정이다.

/신원선 기자



'조인트 뮤코다당단백(콘드로이친) 1200' /GC녹십자

## 한미사이언스, 건기식 시장 본격 진출

신제품 5종 출시... 온라인 중심 판매  
이중제형 멀티비타민 등 신제품 추가

한미사이언스가 건강기능식품 시장 진출을 본격화한다.

한미사이언스는 최근 건강기능식품 신제품 5종을 출시하고 온라인 마켓을 중심으로 판매에 나섰다고 31일 밝혔다.

특히 한미사이언스는 네이버스마트스토어에 공식 온라인몰 '한미컨슈머헬스'를 선보여 건기식 신제품 5종을 비롯해 프리미엄 듀유 제품 '완전듀유', 어린이 영양주스 '마시는 텐텐 플러스', '한미 면역 흡삼정진', '한미 백년근 천중산삼 배양근' 등을 판매한다.



건강기능식품 신제품 5종. /한미사이언스

한미사이언스는 오는 2월 정제와 액상을 한번에 섭취할 수 있는 이중제형 형태의 멀티비타민 등을 추가로 출시할 계획이다. 아울러 판매 채널도 올리브영, 트레이더스, 코스트코 등으로 확장해 브랜드 경쟁력을 강화한다는 계획이다.

/이청하 기자 mlee236@

## 대웅펫, 日 반려동물 시장공략 가속

'코스메윅 도교'서 8종 제품 선봬

반려동물 헬스케어 전문기업 대웅펫이 일본 반려동물 시장 진출을 본격화했다.

대웅제약은 대웅펫이 지난 17일부터 19일까지 일본에서 열린 '코스메윅 도교 2024'에 처음 참가해 반려동물 제품 8종을 선보였다고 31일 밝혔다.

대웅펫은 ▲임팩타민펫 강아지·고양이 ▲애니웰 식물성 rTG 오메가3 ▲애니웰 프로바이오틱스 이분 ▲애니웰 루테인아스타잔틴 ▲동물병원 전용 처방 효소 보조제 '에피클' 등 반려동물 영양제 5종부터 애니웰 큰곰스틱 고구

마·연어 등 고단백 영양 간식 2종까지 다양한 제품을 소개했다.

대웅제약에 따르면 대웅펫은 이번 전시회를 통해 오프라인 수입 및 유통 대리상을 발굴하는 등 일본은 물론 아시아태평양 시장 진출의 발판을 마련했다. 242곳 이상의 유통 대리상과 교류해 비즈니스 기회를 확대했다.

대웅펫은 제품에 대한 일본 시장 반응을 점검해 이를 기반으로 현지화 전략을 수립할 계획이다.

대웅펫은 앞서 지난 2023년 10월 대웅제약과 전략적 파트너십을 맺고 일본 최대 이커머스 플랫폼인 '쿠팡재팬'에서 주요 제품의 온라인 판매를 시작했다.

/이청하 기자

## GC녹십자

### 연골·관절 건기식 선봬

GC녹십자가 연골 건강을 위한 효과적 제품을 선보인다.

GC녹십자는 '조인트 뮤코다당단백(콘드로이친) 1200(사진)'을 출시했다고 31일 밝혔다.

이번 출시된 제품은 건강기능식품으로 뮤코다당단백(콘드로이친) 1200mg을 함유했다. 뮤코다당단백은 관절 및 연골에 도움을 줄 수 있는 기능성 원료다. 식약처로부터 관절, 연골 건강 기능성을 인정받은 성분으로 섭취를 통해 콘드로이친 황산 보충이 가능하다.

/이청하 기자