

뷰티업계, 콘서트 등 'K컬처' 융합... 혁신성장 시너지 창출

CJ그룹 내달 11월 '마마 어워즈' 아모레퍼시픽 내달 'K컬처 트렌드' 포럼 개최 **LG생건** 김지원 등 앰버서더 선정



오는 11월 '올리브영N 성수' 개점을 앞두고 '팩토리얼 성수' 빌딩 외부에 디자인 가림막이 설치됐다. /CJ올리브영.

최근 K뷰티와 K컬처의 융합이 글로벌 시장에서 주목받으면서 국내 뷰티 업계가 'K' 열풍 확산에 집중하고 있다.

27일 업계에 따르면 CJ올리브영은 국내외 K뷰티 시장에서 새로운 청사진을 그리고 있다. 이날 올리브영은 오는 11월 22일 서울 성수역 4번 출구 인근 '팩토리얼 성수'에 글로벌 K뷰티 랜드마크로 자리매김할 올리브영 혁신매장 1호점을 공개한다고 밝혔다.

특히 해당 매장 이름은 '올리브영N(엔) 성수'로, 올리브영이 지향하는 핵심 가치가 담겼다. 알파벳 엔(N)은 뉴(New), 넥스트(Next), 네스트(Nest), 네트워크(Network) 등의 영어 단어에서 가져왔다는 것이 올리브영 측의 설명이다.

구체적으로 살펴보면, 뉴와 넥스트는 각각 새로움과 다음이라는 뜻으로, 올리브영의 미래 지향성을 함축한다. 네스트는 둥지라는 의미인데, 올리브영은 기존에 없던 브랜드를 지속 발굴해 차세대 K뷰티 주자로 탄생시킨다는 계획이다. 관계를 뜻하는 네트워크는 고객 및 협력사와의 소통을 강화한다는 의지를 표현한다.

이번 신규 매장은 총 5층 규모인데 각 층별로 팝업 현장, 해당 지점에서만

체험할 수 있는 소품을 선보이는 '올리브영 브랜드링 굿즈샵', 올리브영 멤버스 고객을 위한 라운지, 입점 협력사에게 제공하는 네트워킹 공간 등으로 조성된다.

이처럼 서울 성수에 거대 전진 기지를 마련하고 있는 올리브영은 올해 국내 필수 여행지인 서울 명동, 부산, 광주, 전주 등에서도 K뷰티 특화 매장을 재단장하거나 추가했다.

이와 함께 올리브영은 최근에는 서울 용산에 위치한 본사에서 '올영라이브 전용 스튜디오'를 꾸미는 등 온라인 사업도 강화하고 있다.

CJ그룹은 식품&식품서비스, 생명공학, 물류&신유통, 엔터테인먼트&미디어 등 4대 핵심 사업군간의 시너지를 극대화해 혁신 성장을 이룬다는 전략을 펼치고 있다.

CJ ENM의 경우 오는 11월 21일 미

국 LA 돌비씨어터에서, 11월 22일과 23일 일본 교세라 돔 오사카에서 '2024 마마 어워즈'를 개최한다. K팝 시상식으로는 최초로 세계 음악시장 1위인 미국 현지로 진출하는 것이다.

CJ ENM은 앞서 지난 9월에는 독일에서 처음으로 '케이콘 절머니 2024'를 열고 유럽 K팝 팬덤의 중심지에서 K뷰티, K푸드, K-패션 등을 함께 선보이기도 했다.

국내 대표 뷰티 기업 아모레퍼시픽도 K뷰티를 비롯한 K컬처를 심도 있게 다룰 예정이다.

아모레퍼시픽은 오는 11월 7일 서울 용산 소재 아모레퍼시픽 본사 2층 아모레홀에서 '2025 K컬처 트렌드 포럼'을 진행한다. 올해 3회째 열리는 이번 포럼은 아모레퍼시픽재단이 주최하는 것으로, 대중음악, 드라마&예능, 웹툰, 영화 등 각 분야 전문가들의 강연으로

이뤄진다.

아모레퍼시픽은 이미 대중문화 전반을 다양한 관점으로 해석하며 글로벌 K뷰티 소비자를 정조준해 왔다. 아모레퍼시픽의 글로벌 뷰티 브랜드 라네즈는 이달부터 방탄소년단 멤버 진과 함께 '크림 스킨' 캠페인에 집중하고 있다. 방탄소년단 진과 라네즈 '크림 스킨'은 대중문화와 뷰티 각 분야에서 독보적인 상징성을 갖춰 글로벌 시장을 이끌고 있다는 것이 라네즈 측의 설명이다.

LG생활건강도 K뷰티 사업을 전개하며 K컬처에 기반한 성장동력을 얻고 있다. LG생활건강은 주요 브랜드에서 글로벌 인기를 입증하고 있는 앰버서더들을 선정하고, 그들의 영향력을 활용한 마케팅 전략을 확대하고 있다.

LG생활건강의 궁중 피부과학 고급 화장품 브랜드 '더후'는 글로벌 앰버서더로 배우 김지원을 발탁해 '덕셔리 K뷰티'에 힘을 주고 있다. 배우 김지원은 최근 종영한 드라마 '눈물의 여왕'에서 호소력 있는 연기로 휘몰아치는 감정선을 표현하며 국내외 인기를 끌고 있다.

또 더마 뷰티 브랜드 피지오겔과 구강관리 브랜드 유시몰 모두 인기 배우 변우석과 협업 중이다. 배우 변우석이 주인공으로 등장한 드라마 '전재 업고 튀어'는 드라마 인기로 OST, 원작 웹툰까지 화제를 모으고 있다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

광동제약

'비타500' 구매 이벤트

추첨 통해 순금 골드바 등 증정

광동제약은 '비타500' 구매고객을 대상으로 총 75명의 당첨자에게 순금 골드바를 증정하는 행사를 진행한다 27일 밝혔다.

이번 행사는 비타500 오리지널 20개입 제품을 오프라인 슈퍼에서 구매하거나 50개입 제품을 광동제약 자사몰 광동상회를 비롯한 온라인 스토어에서 구입하면 참여할 수 있다.

오프라인 이벤트 기간은 올해 마지막 날인 12월 31일까지, 온라인 이벤트는 오는 11월 30일까지다.

당첨자에게는 등수에 따라 순금 골드바 5g~500mg을 차등 지급한다. 또 비타500제로 스프클링 20개입, 비타500 오리지널 20개입 등 푸짐한 경품도 준비됐다.

/이청하 기자

이랜드월드

스파오 강남 2호점 오픈

이랜드월드의 제조·유통 일괄(SPA) 브랜드 '스파오'가 강남 2호점을 새롭게 오픈했다고 27일 밝혔다.

전체 면적 190평 규모로 강남역과 신논현역 사이에 자리한 스파오 강남 2호점은 젊은 층을 타겟으로 컬래버레이션 상품을 전면에 내세운 것이 특징이다. 아울러 최신 인테리어와 확장된 피팅룸도 선보인다.

이랜드 스파오 관계자는 "이번 신규 매장은 캐릭터, 아티스트, 웹툰, 영화 등 다양한 IP 협업을 통해 트렌드를 선도하는 스파오만의 강점을 잘 살린 매장"이라며 "1호점과의 시너지를 통해 강남 상권을 방문하는 전 연령층의 고객 니즈를 충족시키고자 한다"고 전했다.

/안재선 기자 wotjs4187@

데브시스터즈

쿠키런: 오븐브레이크 8주년 기념 업데이트

데브시스터즈가 모바일 러닝 게임 '쿠키런: 오븐브레이크'의 8주년을 기념해 '8주년! 우리만의 파이 파티!' 업데이트를 실시했다고 27일 밝혔다.

이번 업데이트에서는 호박보름달이 뜨는 밤에만 구울 수 있다는 파이 레시피를 발견한 캔디콘맛 쿠키가 제빵사 키친싱크파이맛 쿠키와 함께 파이를 만드는 이야기가 소개된다.

두 쿠키 캐릭터의 여정은 타이틀 이벤트 모드 '최고의 파티 음식 서바이벌'에서 만나볼 수 있다.

이외에도 ▲설레는 파이 배달부 캔디콘맛 쿠키 ▲까마귀 마법사 탐험가 맛 쿠키 ▲꿈나라로의 행진 마시멜로 맛 쿠키 등 신규 쿠키와 게임 배경, 신규 젤리 테마인 '파이파티 캔디콘 젤리 세트'가 추가됐다.

/안재선 기자

2024 ESG 평가

동아쏘시오홀딩스, '가마솥 정신' 빛났다... 통합 'A+'

동아쏘시오그룹, 제주·계열사 등급 ↑ "사회적 책임 노력이 긍정적 결과로"

동아쏘시오그룹은 제주사인 동아쏘시오홀딩스가 한국ESG기준원의 '2024년 ESG(환경·사회·지배구조) 평가'에서 처음으로 A+ 통합 등급을 획득했다고 27일 밝혔다.

동아쏘시오그룹 계열사 전문의약품 기업 동아에스티와 원료의약품 기업 에스티팜도 A 통합 등급을 받았다.

우선 동아쏘시오홀딩스는 통합 등급에서 전년 대비 한 단계 높은 A+를



동아쏘시오홀딩스 사옥 전경. /동아쏘시오그룹

받았다. 환경 부문 등급은 B+에서 A로, 지배구조 부문은 A에서 A+로 각

각 향상됐다. 사회 부문은 A+ 등급을 받았다.

동아쏘시오홀딩스는 환경경영시스템 ISO 14001 인증을 획득하며 친환경을 실천하는 경영 체계를 구축했고, 지배구조 부문에서는 주주환원정책 수립, ESG위원회 설립 등으로 ESG 활동을 강화했다.

동아에스티는 4년 연속으로 통합 A 등급을 획득했는데, 환경 부문 등급이 B+에서 A로 한 등급 상승했다. 사회와 지배구조 부문은 각각 A+와 A 등급을 받았다.

에스티팜은 작년에 이어 2년 연

속 통합 A 등급을 획득했다. 사회 부문에서는 지난해 A에서 A+로 한 단계 올랐다. 에스티팜은 인권경영 중장기 목표 수립 및 인권영향평가를 실시해 기업 경영 관련 인권이슈를 식별하고, 이를 해결하기 위한 방안을 모색했다. 환경 부문은 A 등급을, 지배구조 부문은 B+ 등급을 받았다.

동아쏘시오그룹은 '가마솥 정신'과 정도경영을 기반으로 사회적 책임을 다하기 위한 노력이 긍정적인 결과로 이어졌다고 설명했다.

/이청하 기자

애경산업, 지속가능경영 체계 우수성 입증... 통합 'A'

4년 연속 통합 A 등급 기록

생활뷰티기업 애경산업이 한국ESG기준원에서 실시한 '2024년 ESG 평가'에서 '통합 A 등급'을 획득하며 지속가능경영 체계의 우수성을 인정받았다고 27일 밝혔다.

올해 애경산업은 ESG(환경·사회·지배구조) 평가 부문인 환경과 지배

구조에서 각각 A를, 사회에서 A+를 받아 지난 2021년부터 4년 연속으로 통합 A 등급을 기록하게 됐다. 각 부문별 등급은 지난해 평가와 동일했지만 환경과 지배구조 점수가 전년 대비 향상됐다.

애경산업에 따르면 환경 부문에서 환경친화적 제품 출시, 화학물질 저감을 위한 기술 개발 등이 높은 평가

를 받았다. 자원 선순환에 중점을 두고 기후변화 및 환경오염에 대응하기 위해 노력한 결과라는 것이 애경산업 측의 설명이다.

이와 함께 애경산업은 사회 부문에서는 이해관계자와 함께 성장하기 위한 협력사 지원 프로그램, 사회 공헌 등 상생 경영을 실천하고 있다. 지배구조 부문에서는 전문성

과 독립성을 높이기 위한 전담 조직 운영, ESG위원회 활성화 등에서 점수를 얻었다.

이밖에 애경산업은 지난 13년간 서울시 취약계층을 위해 누적 483억원 상당의 자사 제품을 기부하는 등 나눔 문화를 조성하는 데 앞장서고 있으며, 올해 100억원 규모의 자사주 매입, 중장기 배당 정책 수립 등을 통해 주주가치 제고도 강화하고 있다.

/이청하 기자