

# CJ올리브영, 'K뷰티 게이트웨이' 구축... 관광객 적극 공략

오프라인 매장 경쟁력 강화  
여행사·호텔 등 제휴 확대  
'K쇼핑' 통해 기업가치 제고

CJ올리브영은 방한 관광객을 적극 공략하기 위한 오프라인 매장 전략을 펼친다.

24일 국내 뷰티 업계에 따르면, CJ올리브영은 국내 중소 인디 브랜드와 함께 'K뷰티 글로벌 게이트웨이'를 구축하고 있다. 외국인 관광객 맞춤형 서비스와 행사를 통해 중소 인디 브랜드를 선보이는데 중점을 둔다.

그동안 올리브영은 국내 중소기업의 뷰티 브랜드와 상생하며 화장품 시장에서 'K뷰티 등용문'으로 자리매김했다. 이제는 'K쇼핑'을 완성하는 환경을 조성해 기업 경쟁력을 높인다는 방침이다.

우선 올리브영은 외국인 관광객의 방문수가 많고 매출에서 차지하는 비중이 높은 매장을 '글로벌 관광 상권'으로 분류해 관리한다는 방침이다.

2010년대 중반 10~20개였던 올리브영 글로벌 관광 상권 매장은 현재 110여개로 늘었다. 서울에서는 명동을 비롯해 강남, 홍대 등으로 확대했고, 서울 외



올리브영이 오프라인 매장에서 외국인 고객을 대상으로 'K뷰티 도슨트 투어'를 진행한 바 있다. /CJ올리브영

지역으로는 부산, 경주, 전주, 제주 등을 추가했다.

해당 매장에 외국어가 가능한 직원을 배치하고 외국어 안내문을 곳곳에 부착하는 등 관광객의 편의성을 높이고 있다. 상품 정보는 국문과 영문으로 병기된 전자라벨로 제공하며, 관광객 전용 행사도 수시로 기획하고 있다. 올리브영 대표 정기 행사인 올영세일의 경우, 행사 기간 내 알리페이로 일정 금액 이상 결제하면 추가 할인을 적용하는 등 관광객만의 혜택을 제공한다.

올리브영은 지난 2015년부터 글로벌

관광 상권의 주요 매장을 통해 문화체육관광부가 주최하고, 한국방문의해위원회가 주관하는 '코리아그랜드세일'에 동참해 왔다. 이달에는 서울 명동 지역 5개 지점(명동 타운, 명동점, 명동역점, 명동타임워크점, 명동중앙점)과 서울 성수에 위치한 '올리브영엔(N) 성수'에서 코리아그랜드세일 할인쿠폰을 사용할 수 있다.

여행사, 호텔 등과 제휴도 맺어 서비스를 세분화한다. 올해 6월까지 글로벌 여행 플랫폼 트립닷컴에서 올리브영 패키지를 판매하고 올리브영 할인 쿠폰복

을 배포한다.

오는 3월 31일까지 코트야드 메리어트 서울 남대문 호텔에서는 올리브영 기프트 카드를 포함한 서울 뷰티 트래블 패키지를 운영한다. 해당 패키지는 관광 명소인 서울 명동에 대한 접근성을 높일 것으로 예상된다.

같은 기간 서울 강남권 대표 매장인 올리브영 강남 타운에서는 '올리브영 퍼스널 쇼퍼'를 시범 운영한다.

올리브영 퍼스널 쇼퍼는 뷰티 상품에 대한 개인의 관심사에 따라 한국어, 영어, 일본어, 중국어 등 4개 언어로 맞춤형 상담을 진행하는 서비스다. 웰컴 키트 파우치, 구매 금액대별로 구성된 VIP 선물, 호텔 무료 배송 서비스 등도 마련됐다.

올리브영은 이번에 사용자후기와 반응을 점검해 향후 이 서비스를 본격화할 계획이다. 특히 강남역에서 삼성역으로 이어지는 구간은 인근 호텔에 투숙하는 관광객과 해외 의료관광객이 자주 찾는 상권이다. 이들은 주로 피부과, 성형외과 등을 이용하기 때문에 피부 진정, 선풍기 등 의료관광과 연계된 미용에 대한 수요가 높은 상황이다.

이와 관련 올리브영 측은 "올리브영

이 내국인은 물론 외국인에게도 K뷰티 전문 유통 채널로 인식되고 있다"며 "중소 뷰티 브랜드의 해외 진출을 뒷받침하는 창구가 되도록 글로벌 고객의 오프라인 쇼핑 편의성을 꾸준히 개선하겠다"고 설명했다.

실제로 올리브영에서 판매하는 상품의 80% 이상이 국내 중소기업 브랜드 제품인 가운데, 2024년 3분기 기준 올리브영의 누적 매출은 3조5214억원으로 전년 동기 대비 25.9% 증가했다.

구체적으로 살펴보면, 지난해 3분기 오프라인 매출은 전년 동기 대비 21% 늘었고 전체 방한 관광객 수 증가를 상회하는 외국인 매출이 확대됐다. 또 온라인 매출은 전년 동기 대비 31% 증가했고 해당 매출이 전체 매출에서 차지하는 비중은 27.6%로 전년 동기 대비 1.6%p 커졌다.

이러한 호실적에 대해 올리브영은 K뷰티 쇼핑 효과가 글로벌 매출 증가까지 견인하고 있다는 분석도 내놨다. 올리브영에 따르면, 전 세계 150개 국에서 접속 가능한 '올리브영 글로벌몰'의 지난해 글로벌 회원 수도 전년 대비 2배 이상으로 증가한 것으로 집계됐다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

## 신제품

### 아모레퍼시픽 '헤라' 센슈얼 틴티드 샤인스틱

아모레퍼시픽은 뷰티 브랜드 헤라가 새로운 립스틱으로 '센슈얼 틴티드 샤인스틱(샤인)'을 선보인다고 24일 밝혔다. 이번 신제품은 처음 바른 발색 그대로 지속되는 것이 특징이다. 아모레퍼시픽의 특허 기술을 적용해 맑고 선명한 색상이 12시간 유지된다. 인체적용시험을 통해 방수 기능과 보습 효과도 확인됐다.

색상은 총 8가지로 구성됐는데, 분홍빛의 '보이시'는 생동감을 표현한다. '투베이지'는 차분하고 안정감 있는 분위기를 연출하며 '엔젤스 키스'는 브라운 계열로 세련미를 더해준다. 이외에 카카오 선물 채널 전용 색상 '로지 레이스' 등이 있다.

/이청하 기자

## 한국콜마, 세계최초 '복합 자외선 차단제' 기술 확보

무-유기자차 성분 결합... 장점 집약  
차세대 선풍제 제품 개발 '청신호'

한국콜마가 '선풍제' 기술력을 앞세워 신성장동력을 마련하고 있다.

한국콜마는 세계 최초로 무기자차와 유기자차 성분을 결합한 '복합 자외선 차단제'를 개발하기 위한 기술을 구현하는 데 성공했다고 24일 밝혔다.

자외선 차단력이 뛰어난 무기자차의 장점과 발림성이 높은 유기자차의 장점을 한데 집약할 수 있는 기술이다. 자외선 차단제는 자외선을 차단하는 방식에 따라 유기자차와 무기자차로 구분한다. 각각의 방식은 서로 다른 장단점과 메커니즘을 갖췄는데, 두 성분을 혼합하는 경우 오히려 다양한 한계점이 발

생하기도 한다.

특히 유기자차 성분이 오일 성분과 응집되는 현상이 발생하는 경우, 자외선 차단 성분은 피부를 촘촘히 감싸지 못해 자외선이 투과되는 빈 공간이 생긴다.

한국콜마는 이를 해결하기 위해 유기자차 성분으로 무기자차 성분을 감싸는 형태의 새로운 복합체 원료를 도입하고, 이 신규 원료를 고르게 분산시키는 '유브이-듀오 플러스 기술'을 적용했다.

한국콜마는 응집 현상을 막는 최적의 배합뿐 아니라 해당 원료를 선풍제 제형 내에서 안정화하는 '유브이-듀오 플러스' 기술을 개발한 것이다.

유브이-듀오 플러스 기술은 광노화

를 유발하는 '장파장'까지 차단하는 것도 특징이다. 인체 피부실험 결과 기존 제품(유기자차·무기자차 단일제)에 비해 400nm대의 장파장 자외선 차단율이 24.8%나 개선됐다.

한국콜마는 복합 자외선 차단제라는 혁신 시장에 선제적으로 대응하기 위해 '유무기 복합체로 이루어진 자외선 차단 물질'을 포함하는 자외선 차단용 화장품 조성물' 특허 등록도 완료했다. 해외시장을 공략하기 위한 국제특허출원(PCT)도 진행하고 있다.

실제로 한국콜마는 국내외 자외선 차단제 시장에서 기술력으로 기업 입지를 꾸준히 다져왔다.

지난 2022년 국내 업계 최초로 'UV 테크노노베이션연구소'를 신설했고

/이청하 기자

## 셀트리온, '엡토즈마' 유럽 품목허가 획득

〈자가면역질환 치료제〉

오리지널 의약품 주요 적응증 통과

셀트리온은 유럽연합집행위원회(EC)로부터 '엡토즈마(유럽 브랜드명: 로악템라)' 바이오시밀러 '엡토즈마'의 품목허가를 획득했다고 24일 밝혔다.

이번 엡토즈마의 품목허가는 류마티스 관절염, 거대세포종양 등 오리지널 의약품의 주요 적응증을 대상으로 이뤄졌다.

셀트리온은 지난해 말 국내에서, 지난달 미국에서도 각각 엡토즈마의 품목허가를 획득하며 상업화에 속도를 내고 있다.

엡토즈마는 인터루킨 억제제로, 체

내 염증 유발에 관여하는 인터루킨-6 단백질을 억제해 염증을 감소시키는 기전을 갖췄다. 이에 따라 셀트리온은 그동안 강점을 보여 온 자가면역질환 치료제 분야에서 영향력을 넓힐 수 있을 것으로 내다보고 있다.

셀트리온 관계자는 "주요 시장 중 하나인 유럽에서도 잇따른 제품 허가를 통해 '2025년 11종 제품군 구축' 목표를 차질 없이 달성하는 동시에, 자체 의약품 개발 역량을 시장에 다시 한번 입증하게 됐다"라며 "남은 허가 절차와 상업화에 집중해 글로벌 시장 진출을 가속화하고 성장에 속도를 올릴 수 있도록 최선을 다할 것"이라고 말했다. /이청하 기자

## 대웅제약, 보툴리눔 A형 균주 발견

상업용 특신 생산 가능성 확인

대웅제약은 노아바이오텍과 수행한 토양 유용 미생물 발굴 프로젝트를 통해 보툴리눔 A형 균주를 발견하고 이를 분리동정하였으며, 상업용 특신 생산 가능성을 확인했다고 24일 밝혔다.

노아바이오텍 연구진은 오염이 심하거나 폐사 등으로 보툴리눔 발병 의심이 되는 국내 축사를 중심으로 시료채취를 했고 그 중 한 샘플에서 보툴리눔 A형 균주를 분리하고 동정하는 데 성공해 질병관리청과 산업통상자원부에 신고를 완료했다.

대웅제약은 노아바이오텍이 확보한

균주의 유전자 분석을 통해 기존 미국, 유럽 균주의 서열과 독소 유전자 부위의 서열이 완전히 동일한 것을 확인했으며, 상업용 이용이 충분히 가능한 수준으로 독소를 생성함도 확인했다.

대웅제약은 "국내외에서 보툴리눔 균주 7종을 확보하게 되었으며, 앞으로 보툴리눔 전문 기업으로 활발하게 균주 및 공정에 대한 연구를 지속할 계획"이라며 "국내 보툴리눔 기초 연구 발전에 기여하고 기업간의 협업을 활성화하기 위해 해당 균주의 활용을 원하는 연구기관이 있다면 관계 기관 승인 하에 자유롭게 분양을 해 주는 방안을 검토중"이라고 말했다. /이세경 기자 seilee@

## 유한양행 '마그비' '마그비엑스' 출시

유한양행은 마그네슘 영양제 브랜드 '마그비'에서 국내 최초로 4종 마그네슘과 전통 한방 성분을 결합한 '마그비엑스'를 출시했다고 24일 밝혔다.

유한양행은 산화마그네슘, 구연산마그네슘, 글리세로인산마그네슘, 아스파르트산마그네슘 등을 독자 배합해 마그네슘의 흡수율과 지속성을 높였다.

이와 함께 작약과 감초 성분을 더해 양한방 복합 처방을 구현했다. 작약은 근육 이완과 경련 완화에 도움을 주고, 감초는 염증 조절과 면역력 강화에 효과적이다. /이청하 기자