

K-뷰티, 美·日 등 유통망 확대... 글로벌 성장세 이어간다

코스맥스 이베이지재팬 통해 日 공략 한국콜마 아마존 협력체계 구축 CJ올리브영 美·日 현지 법인 설립

K뷰티가 해외 유통 업체와 협력하며 글로벌 성장세를 유지해 나가기 위한 방안을 마련하고 있다. 미국, 일본 등 국외 화장품 시장에서 유통망을 확보하고 차세대 K뷰티 브랜드의 현지 시장 진입을 지원한다는 전략이다.

16일 국내 뷰티 업계에 따르면, 글로벌 화장품 연구·개발·생산(ODM) 기업인 코스맥스는 글로벌 이커머스 기업 이베이지재팬을 통해 일본 시장을 공략한다.

코스맥스는 국내 인디 브랜드들과 함께 일본 현지 맞춤형 제품을 연구개발해 생산하고, 이베이지재팬의 유통 플랫폼 큐텐재팬을 적극 활용한다. 큐텐재팬은 입점 브랜드와 소비자를 연결해주는 오픈 마켓으로, 일본 이커머스 시장의 K뷰티 부문에서 점유율 1위를 기록하고 있다.

코스맥스는 일본 화장품 시장에서 유행하는 소비자 취향뿐 아니라 기후, 소비 행태, 관련 규제 등을 분석하고 있다. 고온다습한 일본 기후, 고령화된 소비 사회, 가성비 등 일본 시장 특수성에



지난 14일 그랜드 인터컨티넨탈 서울 파르나스에서 열린 '2025 큐텐재팬 K뷰티 메가 컨퍼런스'에서 코스맥스는 단독 부스를 마련하고 자사의 글로벌 영향력을 소개했다. /코스맥스

중점을 둔다.

이러한 접근 방식에는 코스맥스의 기술력이 뒷받침된다. 코스맥스는 차별화된 기술을 적용해 일본 소비자에 적합한 쿠션 파운데이션, 립, 크림, 에센스 등을 선보일 예정이다.

코스맥스 측은 "미래 뷰티 시장은 브랜드 중심에서 소비자가 주도하는 체제로 점차 변화해 갈 것"이라며 "세계적 수준의 기술력과 공급망을 기반으로 브랜드사와 동반성장하며 소비자가 원하는 제품을 내놓겠다"고 설명했다.

또 코스맥스는 지난 2022년부터 운영하고 있는 일본 현지 법인과 연계한 시너지 효과도 높인다. 코스맥스는 일본 수요 확대를 대비해 올해 생산가능 수량도 약 30억 개 이상으로 늘렸다. 코스맥스가 최근 3년간 일본으로 직접 수출한 규모는 연평균 약 22% 증가한 것으로 알려졌다.

한국콜마는 국내 화장품 제조 기업으로는 처음으로 지난해부터 세계 최대 이커머스 플랫폼인 아마존과 협력 체계를 구축하고 있다.

한국콜마는 K뷰티가 아마존에서 크게 인기를 얻으며 매출 성과를 내고 있는 가운데, 앞으로도 아마존을 통해 다양한 국가의 소비자와 접점을 늘릴 계획이다. 아마존은 2억 명 이상의 유료 프라임 회원과 600만 명 이상의 비즈니스 고객을 보유하고 있다.

실제로 지난해 아마존 '프라임 데이'에서 K뷰티 브랜드들은 역대 최대 규모의 판매고를 올렸다. 프라임 데이는 프라임 회원을 대상으로 하는 아마존 대표 행사 중 하나인데, 지난해 프라임

데이의 K뷰티 매출은 2023년 대비 2.2배 이상 증가했다. 이틀에 걸쳐 진행된 2024 프라임 데이 기간에 아마존 미국과 일본 스토어 일일 매출은 평소 일일 매출 대비 20배 이상 급증하기도 했다.

국내 대표 K뷰티 유통 업체인 CJ올리브영은 '직접 진출'을 추진하며 국내외 유통 시장의 변화에 대응하고 있다.

올리브영은 지난해 상반기 일본 법인을 세웠고, 올해 2월에는 미국 법인을 설립했다. 국내 뷰티 시장에서 '중소브랜드 전용문'으로 입지를 쌓아 온 올리브영은 미국에서도 오프라인 1호점을 개점하는 계획을 밝힌 바 있고, 향후 CJ대한통운 미국법인과 협업하는 물류망을 완성한다는 방침이다.

국내 뷰티 브랜드사 관계자는 "제조, 유통 등 서로 다른 분야에서 K뷰티 산업을 이끌고 있는 국내 기업들이 해외 시장을 개척하는 주체가 되고 있다"며 "소비자와 가장 맞닿아 있는 브랜드 입장에서, 마케팅이나 고객 서비스 외에도 물류 공급, 시장 등록 등 절차적 과제도 많은데 일련의 과정에서 협력이 가능하면 보다 활발하게 해외 시장을 탐색할 수 있을 것으로 보고 있다"고 설명했다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

오가노이드사이언스, 암 연구 활용 사례 공유

19일 '최첨단 기술 세미나' 개최 정밀의학분야 등 활용 가능성 조망

오가노이드사이언스가 삼성서울병원과 다섯 번째 첨단 기술 세미나를 연다.

오가노이드사이언스는 오는 19일 삼성서울병원 암병원에서 '최첨단 기술 세미나 시리즈 V: 오가노이드: 연구 및 정밀 의학의 발전'을 주제로 세미나 시리즈를 이어간다고 밝혔다. 다섯 번째로 열리는 이번 세미나에서는 삼성서울병원과 공동 주최되며 오가노이드 기술의 최신 연구 성과와 정밀의학에서의 활용 가능성을 조망할 예정이다.

오가노이드는 환자의 조직에서 배양된 3차원 미니 장기로, 개인 맞춤형 치료와 질병 연구에 혁신적인 플랫폼을 제공하고 있다. 이번 세미나에서는 오가노이드 기술의 최신 동향과 함께 다



양한 암 연구에 활용된 사례들이 소개될 예정이다.

첫 번째 세션에서는 대장암, 폐암, 위암 등 다양한 암 오가노이드의 임상 응용을 다룬다.

삼성서울병원 정밀의학혁신연구소 박준오 소장과 삼성서울병원 조용범 교수 등 국내 유수의 교수들이 연자로 참석한다. 유종만 오가노이드사이언스 대표 역시 오가노이드 기술의 최신 동향을 공유할 예정이다.

두 번째 세션에서는 다중 조직 이미징 기술, 공간 전사체학, 홀로토포그래피와 인공지능을 활용한 3D 이미징 기술 등 첨단 분석 방법들이 소개될 예정

이다.

서울대학교 김은나 교수와 삼성서울병원 안수민·황인우 교수가 연자로 나선다. 이와 함께 세라트젠, 포도테라퓨틱스, 토모큐브, 지니너스 등 바이오 기업의 전문가들도 참여해 바이오테크놀로지와 정밀의학의 미래를 함께 탐색할 예정이다.

오가노이드사이언스 관계자는 "이번 세미나에서는 대장암과 폐암 등 다양한 질환에서 환자 유래 오가노이드를 활용한 모델링과 치료 적용, 다중 면역조직화학 분석 및 공간 전사체 분석 기법, 그리고 인공지능 기반 3D 세포 영상화 기술까지 폭넓은 주제를 다룰 예정"이라며 "정밀의료와 재생의학 분야에서 오가노이드 기술이 어떻게 혁신적인 변화를 이끌어가고 있는지 살펴볼 수 있는 기회가 될 것"이라고 말했다. /이세경 기자 seilee@

동국제약, '마데카 원료' 뷰티 신제품 출시

마데카파마시아 테카플러스포뮬러 3종

동국제약은 약국전용 더마 제품으로 '마데카파마시아 테카플러스포뮬러 3종'을 출시했다고 16일 밝혔다.

이번 신제품은 동국제약이 독자 구축한 '테카플러스포뮬러' 성분을 함유한다. 해당 성분은 셀룰라아시타가 정량추출물과 텍스판테놀을 조합해 민감하고 건조한 피부에 적합하다.

제품별로 살펴보면, '페이셜리페어 크림'은 아데노신 성분이 더해져 피부 보습은 물론, 피부 윤기까지 개선해 준다.

'멜라타치크림'은 트라넥사믹 애씨드, 글루타치온, 복령추출물, 녹두추출물 등을 복합한 성분을 포함해 피부 미백 기능을 갖췄다. 인체적용시험을 통해 기미, 잡티 면적을 20% 이상, 개수는 24% 이상 감소시키는 효과를 입증했다.



'마데카파마시아 테카플러스포뮬러 3종'
/동국제약

'핸드우레아크림'은 9만5000ppm의 우레아 성분으로 설계돼 피부 각질을 관리할 수 있다. 인체적용시험에서 2주 사용 후 피부 각질과 거칠기가 15% 이상 개선됐다.

동국제약은 피부과학 노하우를 집약한 동국제약만의 마데카 원료를 활용해 다양한 피부 고민별 제품을 선보인다는 방침이다. /이청하 기자

GC녹십자, 티맵 백신 'GC3111B' 임상

1/2상 IND 식약처 승인

GC녹십자가 '국산 백신' 개발에 속도를 낸다. 16일 국내 제약 업계에 따르면, GC녹십자는 지난 12일 국내 식품의약품안전처에서 'GC3111B' 임상 1/2상에 대한 임상시험계획(IND)을 승인 받았다.

GC3111B는 성인용 파상풍·디프테리아·백일해 예방 혼합백신(티맵, Tdap) 후보물질이다. 이번 임상에서 GC녹십자는 만 19세 이상 64세 이하의 건강

한 성인 120명을 대상으로 GC3111B 접종에 따른 안전성, 면역원성 등을 평가한다.

GC녹십자는 해당 임상을 오는 2026년 말까지 완료해 티맵 백신을 국산화한다는 방침이다.

원료의약품 측면에서도 GC3111B 개발은 경쟁력을 갖추고 있다. GC녹십자는 원료 물질부터 완제의약품까지 모든 공정에 자체 기술을 적용하고 있다. 백일해 백신 제조 공정 특허도 확보했다. 앞서 지난 2018년에는 국내 최초

로 파상풍·디프테리아 혼합백신(티디, Td) 자국화에도 우선 성공했다.

GC녹십자는 향후 GC3111B에 대해 세계보건기구(WHO)의 사전적격심사(PQ) 인증을 획득하는 등 국제 기구로 국산 티맵 백신을 공급하기 위한 절차도 추진할 예정이다. 백신 자급화와 함께 수출을 확대해 국제 보건 시장에서 국가 경쟁력을 높인다는 전략이다.

GC녹십자 측은 "GC녹십자의 백신 개발은 온전한 백신 자급화를 달성하는데 중점을 두고 있다"며 "앞으로도 지속적인 백신 연구개발로 미래 감염병을 대응하고 매출 성장 기반을 마련하겠다"고 설명했다. /이청하 기자

이랜드월드 스파오

'취업 치어 업' 캠페인

이랜드월드의 제조·유통 일괄(SPA) 브랜드 스파오가 이달 17일부터 23일까지 취업 준비생을 위한 '첫 시작을 응원해! 취업 치어 업' 캠페인을 진행한다고 16일 밝혔다.

스파오는 이번 캠페인을 통해 전국 스파오 오프라인 매장에서 슬랙스를 구매하는 고객에게 남성용 드레스 셔츠 또는 여성용 블라우스를 추가 증정한다. 단, 슬랙스를 여러 벌 구매하더라도 증정품은 1개만 제공되며, 한정

수량이 소진되면 행사는 종료된다.

이랜드월드에 따르면, 슬랙스 구매 시 증정되는 남성용 '레귤러핏 드레스 셔츠'와 여성용 '블라우스'는 구김이 적고 관리가 쉬운 구김 방지 소재와 탄력이 좋은 신축성 소재로 제작됐다.

이랜드 스파오 관계자는 "25년 취업 및 꿈을 향해 나아가는 취업생의 첫 시작을 응원하는 마음으로 이번 대규모 오프라인 캠페인을 준비했다"며 "앞으로도 스파오는 국민 삶에 기여하는 패션 아이템과 마케팅 캠페인을 지속 선보일 예정"이라고 밝혔다.

/안재선 기자 wotjs4187@