



한국콜마 유에스에이의 미국 펜실베이니아 제2공장 전경.

/한국콜마



오티씨엠 신공장 전경.

/선진뷰티사이언스

“기획부터 생산·품질까지”… 브랜드 주도하는 ‘제조업’

K뷰티 기술로 판 바꾸다

③ 한국콜마·오티씨엠 코스메카코리아 <끝>

국내 뷰티 브랜드사의 흥행은 화장품 제조 및 생산 회사의 경쟁력을 바탕으로 하고 있다. 브랜드사의 위상이 높아 질수록 제조·생산 회사의 가치도 재평가 받고 있다.

14일 국내 뷰티 업계에 따르면, 국내 대표 화장품 제조개발생산(ODM) 기업 한국콜마는 올해 국내외 모두에서 성장 동력을 다지고 있다.

올해 1분기 기준 국내법인 매출은 2743억원, 영업이익은 339억원이다. 전년 동기 대비 매출은 11%, 영업이익은 49% 증가했다. 영업이익률은 12.4% 수준이다. 매출액, 영업이익, 영업이익률 모두 사상 최대 분기 실적이다.

한국콜마에 따르면 고객사의 K뷰티 수출 물량 증가가 호실적에 주요했다. 특히 1분기 국내 매출에서 선크어 매출이 차지하는 비중이 27%에 달했다. 해당 제품군이 2분기를 비롯해 성수기를 맞는 경우, 한국콜마는

주요 브랜드 고객사의 주문이 늘면서 수익성이 보다 확대될 것으로 내다보고 있다.

한국콜마는 올해 1분기, 미국에서도 실적 개선을 이뤄냈다.

국내 생산기지, 수요 대응 전면에 할랄 인증 확보, 무슬림 시장 공략 ODM 산업, 브랜드 대신 앞세워

선진뷰티, FDA 맞춤 공장 장항에 준공 기능성 화장품 중심 수출 확대 가시화

미국 매출은 전년 동기 대비 211% 급증해 217억원이다. 영업이익은 15억원으로 전년 동기 영업손실 25억원에서 흑자 전환했다. 미국 펜실베이니아에 위치한 제1공장은 단독으로 33억원의 영업이익을 올렸다.

이와 함께 한국콜마는 펜실베이니아의 제2공장을 기반으로 미국에서 성장세를 지속해 나갈 계획이다. 미국 정부의 고관세 정책으로 인해 글로벌 고객사의 생산 전적 문의가 증가하고 있어, 미

국 현지 생산을 본격화한다는 방침이다. 일부 고객사 제품에 대해서는 이미 올해 하반기부터 생산에 돌입했다. 주요 고객사는 북미 소재 파트너사들로 향후 중남미 시장으로 파트너십을 넓힐 계획이다.

화장품 원료 전문 기업인 선진뷰티사이언스도 미국 화장품 시장을 정조준하며 국내에 글로벌 생산 시설을 마련했다.

선진뷰티사이언스는 지난 1일 충남 장항국가생태산업단지에서 신공장 ‘오티씨엠’과 신규 사업부를 공개했다. 오티씨엠은 국내 최초 일반의약품(OTC) 화장품 전용 시설이며, 새롭게 출범한 사업부는 화장품 제조개발생산(ODM) 및 주문자 상표 부착생산(OEM) 사업을 맡는다.

오티씨엠은 미국 식품의약품(FDA)의 OTC 생산 기준에 따라 설계됐다. 미국은 자외선 차단제를 비롯해 자외선 차단 지수가 포함된 기능성 화장품에 일반의약품(OTC)과 동등한 규제를 적용한다.

미국 FDA에 OTC 제조사로 정식 등록된 오티씨엠은 선진뷰티사이언스가

구축한 독자 소재를 활용해 자외선 차단제, 자외선 차단 기능을 갖춘 메이크업 제품 등을 주력으로 생산할 계획이다. 생산 규모는 월 210만 개의 정품 생산이 가능한 수준이다.

코스메카코리아, 코스피 이전 추진 美·中·인니 거점 구축, 수출 다변화

한국콜마, 1분기 영업이익 49% 급증 선크어 수출 덕에 분기 최대 실적 美 공장 흑자 전환, 북미 수주 본격화

선진뷰티사이언스 측은 “이번 신공장 준공 전부터 이미 전 세계 각지에서 수주가 발생했고, 미국 규제 기관의 기준에 부합하는 생산 시설과 역량이 글로벌 시장 진출에 유리하게 작용하고 있다”고 설명했다.

코스메카코리아는 올해 들어 기업 외형 확장에 속도를 낸다. 지난달 30일 한 국거래소에 코스피 이전상장을 위한 예비 심사청구서를 접수했고, 이는 2016년 코스닥 상장 후 8년 만의 행보다.

코스메카코리아는 코스피 이전상장을 통해 국내외 시장에서 기업 영향력과 인지도를 강화한다는 방침이다. 코스메카코리아는 국내뿐 아니라 미국 등에서 생산과 연구개발을 이뤄내고 있어 글로벌 화장품 ODM 사업 측면에서 지속가능한 가능성을 갖췄다는 분석을 내놨다.

실제로 코스메카코리아는 미국 뉴저지에 본사를 둔 잉글우드랩을 미국 자회사로 두고 있다.

또 중국에서는 현지법인 코스메카차이나 등을 운영하고, 인도네시아에서는 할랄 인증 기관인 ‘무이’에서 할랄 인증을 확보하는 등 글로벌 사업을 다각화해 왔다.

아울러 코스메카코리아는 올해부터 중장기 경영 계획으로 1조원 매출 달성을 제시하고 있다.

지난해에는 창사 이래 최대 연간 실적을 경신하기도 했다. 2024년 매출은 5243억원으로 전년 대비 11.4% 늘었다. 영업이익과 당기순이익은 각각 604억원, 537억원이다. 전년 대비 영업이익은 22.8%, 당기순이익 58.6% 커졌다. /이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

CJ올리브영, K뷰티 수출길 넓혔다… 온오프라인 유통망 강화

상반기 글로벌물 매출 70% ↑ 美 비중 절반, 英 300% 급증 입점 브랜드 1200개로 확대

CJ올리브영이 온오프라인 유통망을 강화하며 글로벌 시장 공략에 박차를 가하고 있다.

올리브영은 지난 1일(현지 시간) 미국 테네시주 멤피스 페덱스 월드 허브에서 글로벌 특송 기업 페더럴 익스프레스 코퍼레이션(페덱스)와 ‘한·미 특송 및 미국 내 물류 서비스에 대한 업무협약(MOU)’을 체결했다고 14일 밝혔다.

양사는 K뷰티 물류를 전 세계 유통 시장에서 안정적이고 효율적으로 공급하기 위해 협력한다. 올리브영은 현재 해외 여러 나라에서 K뷰티 수요가 늘어나고 있는 점을 적극 반영해 향후 미국 외 국가별 현지 물류 체계를 강화한다



미국인 탄비(오른쪽)씨와 라셀(왼쪽)씨가 서울 명동에 위치한 올리브영 명동타운점에서 글로벌물 가입 자판기에서 신규 가입을 진행하고 있다.

/CJ올리브영

는 방침이다.

올리브영에 따르면, 올해 상반기 ‘올리브영 글로벌물’ 매출은 전년 동기 대비 70% 증가했다. 같은 기간 글로벌물 주문 건수는 60%가량 늘었다. 회원수는 335만 명을 기록해 처음으로 300만

명 대에 진입했다.

‘올리브영 글로벌물’은 올리브영이 자체 구축한 온라인 채널로, 최신 K뷰티를 비롯해 K팝, 웰니스 등 1만 종 이상의 상품을 취급한다.

특히 미국 매출이 올리브영 글로벌물

전체 실적을 견인하고 있다. 미국 매출이 전체 매출에서 차지하는 비중은 절반 이상이다. 또 올해 상반기 국가별 매출 증가폭을 살펴보면, 영국에서 전년 동기 대비 무려 300% 이상의 증가세가 나타났다. 일본에서는 180% 커졌다. 동남아 권역에서는 말레이시아 256%, 싱가포르 191%, 필리핀 138% 등으로 매출 성장세가 이어졌다.

올리브영은 올리브영 글로벌물이 K뷰티 대표 역직구 창구가 될 것으로 내다보고 있다. 올리브영 글로벌물이 국내 중소·인디 브랜드와 해외 K뷰티 소비자들 중간에서 점점을 늘리고 있다는 분석이다.

실제로 올리브영은 일본 3900엔, 미국 등 그 외 지역 60달러 등 낮은 무료 배송 기준을 유지하는 등 차별화된 전략을 펼치고 있다. 또 안드로이드, 애플 등 여러 운영체제에서 주요 메신저

‘라인’을 통한 간편 가입 서비스를 제공하는 등 올리브영 글로벌물 접근성과 편의성도 고도화한다. 방한 외국인 을 대상으로는 국내 주요 올리브영 매장에서 글로벌물 가입 자판기도 운영한다.

그 결과, 해외 진출을 희망하는 중소 K뷰티 브랜드와 올리브영의 파트너십도 지속 확대되고 있다. 6월 말 기준 올리브영 글로벌물 입점 브랜드는 약 1200개에 달한다. 이는 지난 2019년 초기 130개에서 9배 이상 증가한 규모다.

올리브영 관계자는 “온오프라인 유통 인프라는 글로벌 경쟁력의 핵심 요소”라며 “매출 성과는 물론, 유망 K뷰티 브랜드가 해외 고객과 적극 소통해 K뷰티 위상을 높이는 데 기여하도록 노력하겠다”고 말했다.

/이청하 기자