

# K-뷰티, 美·日 등 유통망 확장... 글로벌 성장 이어간다

오프라인 경험 통해 신시장 개척  
에이피알 美 '얼타 뷰티' 입점  
스킨1004 인도 등 신흥 국가 공략  
토니모리 홍콩 18호점 매장 공개

K뷰티가 글로벌 시장에서 생존 전략을 바꾸고 있다. 온라인 중심으로 성장해온 인디 브랜드들이 이제는 미국, 일본, 유럽 등 주요 시장에서 오프라인 유통망 확보에 본격적으로 나서며 글로벌 입지를 견고히 하고 있다.

16일 국내 뷰티 업계에 따르면, 에이피알은 글로벌 시장에서 성장세를 지속하기 위해 현지에서 브랜드 활동에 속도를 낸다.

올해 상반기 기준 에이피알의 해외 매출은 4438억원으로 전체 매출 5938억원에서 차지하는 비중은 75%에 달한다. 지역별로 살펴보면, 미국에서 1671억원, 일본 732억원, 중국·홍콩·대만 등 중화권 631억원 등의 판매고를 올렸다.

이러한 호실적에는 유통망 확장을 통한 브랜드 인지도 제고 전략이 주효했다. 에이피알은 최근 미국 최대 규모 화장품 유통 업체 얼타 뷰티에 입점했다. 에이피알 대표 화장품 브랜드 '메디큐브', 핵심 뷰티 디바이스 브랜드 '에이지알' 등 총 22종을 얼타 뷰티 전 지점에서 선보이고 있다. 얼타 뷰티는 미국판 울



지난 6월 23일~7월 6일 홍콩에서 열린 '메디큐브' 단독 팝업 스토어 행사장 전경. /에이피알

리브영으로 불리는 등 현지 소비자들 사이에서 대중성을 갖춘 것이 특징이다. 에이피알은 이번 오프라인 채널 확장이 올해 하반기에도 미국에서 고성장을 기록하기 위한 성장동력이 될 것으로 내다보고 있다.

일본, 중국 등에서도 해당 국가 전체 지역으로 진출 범위를 넓힌다. 유동 인구가 많은 대형 상권에서 팝업 스토어를 운영하는 등 소비자 접점을 늘렸다. 홍콩에서의 경우 몽콕, 침사추이 등 유명 쇼핑 명소에서 행사를 마련하고 현지 인플루언서를 초대해 관심을 모았다.

인디 브랜드 스킨1004는 올해 들어 아프리카, 인도, 인도네시아, 호주 등 다양한 K뷰티 신흥 국가를 적극 개척해 성과를 거뒀다.

스킨1004는 올해 상반기에만 매출 2820억원을 돌파하며 전년도 연간 매출을 조기 달성했다. 이 중 서구권 매출은 1220억원으로 전체 매출의 43% 수준이다. 또 아프리카 매출은 전년 동기 대비 512%, 남미 매출은 711% 등으로 급증하기도 했다.

아프리카 지역에서는 케냐, 카자흐스탄 등에서 열린 뷰티 박람회에 연달아 참여했다. 향후 우즈베키스탄, 키르기스스탄, 몽골 등 인접 국가로 진출하기 위한 거점을 다지고 있다.

인도에서는 올해 1월부터 7월까지 전년 동기 대비 345%의 매출 성장세가 나타났다. 같은 기간 월평균 62%에 달하는 가파른 상승세가 이어졌고, 7월에는 16억원의 매출액을 기록하며 전월 대비



스킨1004가 인도 최대 뷰티 플랫폼 '나이카'를 통해 인플루언서 이벤트를 열고 있다. /스킨1004

124%의 성장을 보였다.

스킨1004는 새로운 K뷰티 격전지를 선제적으로 공략한다는 방침이다. 오는 하반기에도 오프라인 이벤트를 열 예정이다. 특히 현지 트렌드를 주도하는 뷰티 인플루언서들과 협업할 계획이다. 1세대 로드숍으로 알려진 토니모리도 해외에서 매장을 추가하고 있다.

토니모리는 지난달 홍콩 정관오의 로하스 파크 주거단지 중심에 위치한 '로하스 몰'에서 홍콩 18호점 매장을 새롭게 공개했다. 십수 년에 걸쳐 고객 유입이 확보되는 우수 상권을 파악해 왔고 이번에는 젊은 소비자층에 중점을 뒀다. 신규 매장은 홍콩 소비자 수요에 따른 제품군을 중심으로 총 850여 제품을 판매한다.

북미 시장에서도 미국을 비롯해 캐나다, 멕시코 등으로 시장을 확대했다. 특히 얼타 뷰티 '멕시코 1호점'에 신규 입점해 브랜드 경쟁력을 입증하고 있다. 지난 8월말 멕시코 시티의 복합 문화 공간 안타라 패션 홀에서 문을 연 멕시코 1호점은 얼타 뷰티가 미국 이외의 글로벌 시장에서 처음 내놓은 오프라인 매장이다. 향후에도 멕시코 내에서 얼타 뷰티 매장이 추가될 것으로 전망되는 가운데, 토니모리도 이에 발맞춰 입점을 추진한다.

이러한 판로 다각화와 함께 토니모리는 브랜드 포트폴리오도 다양하게 구축한다. 국내 균일가 생활용품점 다이소 전용 브랜드로 설치한 '본셀'의 해외 진출을 준비하고 있다. 글로벌 시장에서 성장세를 지속하기 위한 새로운 캐시카우를 창출한다는 전략이다.

토니모리 수출 매출은 2023년 361억원, 2024년 407억원 등으로 증가했고 올해 상반기에는 238억원을 기록했다.

국내 뷰티 업계 관계자는 "오프라인에서 제품을 직접 체험하고자 하는 소비자 요구는 브랜드 성장에 중요하다"며 "K뷰티가 K문화나 K콘텐츠에 대한 관심이 커지면서 같이 주목받고 있기 때문에 여러 요소를 결합해 소비자 눈높이에 맞는 깊이 있는 경험을 제공할 계획"이라고 말했다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr

## 대웅제약, AI 헬스케어 생태계 활성화 '앞장'

광주시·광주 동구 등 업무협약  
'AI 헬스케어 센터' 조성사업 참여

대웅제약이 광주광역시, 광주 동구 등과 함께 '인공지능 및 디지털 헬스케어 융합 산업 생태계 활성화'를 추진하기 위한 업무협약을 체결했다고 16일 밝혔다.

광주시는 기업을 위한 행정 지원, 산학연 협력 체계 등을 구축하며 인공지능 산업에 특화된 환경을 조성한다. 광주 동구는 인공지능 헬스케어 서비스 실증 사업을 운영한다. 대웅제약은 인공지능 기반 헬스케어를 연구개발하며 지역 사회 스타트업에 발굴하고 육성한다.

대웅제약은 광주 동구가 전개하고 있는 '인공지능 헬스케어 스타트업 콤플렉스 센터' 조성사업에 참여한다. 이 센터는 기업 창업, 주민 건강검진 서비스 등을 제공하는 복합 시설이다. 대웅제약은 누구나 첨단 디지털 헬스케어 기기를 직



지난 15일 광주광역시청 비즈니스룸에서 강기정 광주광역시시장(왼쪽부터), 이창재 대웅제약 대표, 임택 광주 동구청장이 업무협약을 기념하며 사진촬영을 하고 있다. /대웅제약

접 경험할 수 있도록 지원할 계획이다.

대웅제약은 센터에서 건강 데이터를 축적해 스마트병원, 정밀의료 등을 고도화할 수 있을 것으로 내다보고 있다. 나아가 예방, 진단, 관리 등을 통합한 의료 서비스를 강화해 국민 건강 증진에 기여한다는 방침이다. 인공지능과 스타트업을 연계한 신규 디지털 헬스케어 사업도

구상하고 있다.

이창재 대웅제약 대표는 "광주가 가진 인프라와 실증 환경은 기업 혁신을 위한 최적의 여건"이라며 "이번 협약을 통해 광주의 우수한 인공지능 인프라와 결합해 지역 산업 발전과 시민 건강 증진을 도모하고 국가 경쟁력을 높이겠다"고 말했다.

/이청하 기자

## HLB웹, 1개월 영업정지... "품질문제 아냐"

"품질평가 보고서 미작성으로 행정처분"

HLB그룹 내 웹타이드 소제 전문기업 HLB웹이 1개월 영업정지 행정처분을 받았다. 이번 기회를 통해 생산 품질 향상 재점검에 나선다는 방침이다.

16일 국내 제약·바이오 업계에 따르면, HLB웹은 지난 15일 광주지방식품의약품안전청으로부터 원료의약품 제

스모프레신아세트산염 및 류프로렐린아세트산염' 제조 업무에 대해 1개월 영업정지 통지를 받았다.

영업정지 기간은 오는 9월 25일부터 10월 24일까지다. 영업정지 규모는 13억원 수준으로 지난해 매출 62억원 대비 약 22%에 해당한다. 영업정지사유는 서류 및 기록 절차상의 위반 건으로, 약사법 제38조제1항, 의약품 등의 안전에 관

한 규칙 제48조제9호, 제95조 등과 관련된다. 다만, 제품 품질 관련 문제는 아닌 것으로 알려졌다. 이번 행정처분 기간 동안에도 이전에 제조되어 출하된 제품에 대해서는 유통과 판매가 가능하다.

HLB 측은 "지난 2022년, 2023년 해당 품목에 대한 연간 품질평가 보고서를 작성하지 않아 발생한 일"이며 "이후 2024년부터는 원료의약품 제조 및 품질관리 기준에 의거해 제조 중인 모든 품목에 연간 품질평가 보고서를 작성하고 있다"고 말했다.

/이청하 기자

## 교촌에프앤비, 미드윌셔점 리뉴얼 오픈

'교촌家' 콘셉트... 자동화 기술 도입

국내 대표 치킨 프랜차이즈 교촌치킨을 운영하는 교촌에프앤비(주)는 미국 로스앤젤레스(LA)에 위치한 '미드윌셔(Mid-Wilshire) 점'이 약 7개월간의 리뉴얼을 마치고 15일(현지시간) 새롭게 문을 열었다고 16일 밝혔다.

새 단장한 미드윌셔점은 2007년 미국에 첫 진출해 글로벌 사업 시작을 알린 교촌이 오픈한 첫 해외 매장이다. 브랜드의 해외 확장의 시작점으로 의미가 깊은 곳이다.

교촌은 이번 리뉴얼을 통해 ▲한국 전통미를 가미한 인테리어와 ▲자동화 기술 기반의 운영 시스템을 도입해 브랜드 정체성과 매장 경쟁력을 강화했다.



미국 LA '미드윌셔점' 전경 /교촌에프앤비

'교촌家'라는 콘셉트를 중심으로 한국의 전통적인 미감과 현대적 기술을 융합해 매장을 새롭게 꾸몄다. 운영 시스템에도 변화가 이뤄졌다. 교촌은 매장 효율화를 위해 검증된 주방 자동화 기술을 전면 도입했다.

/신원선 기자 tree6834@

## 동아에스티, 면역·염증질환 신약개발 추진

사이러스 테라퓨틱스 공동연구 계약

동아에스티는 '사이러스 테라퓨틱스'와 면역 및 염증 질환 치료제 개발 공동연구 계약을 체결했다고 16일 밝혔다.

양사는 동아에스티의 전임상 및 임상 역량과 사이러스 테라퓨틱스의 기술력을 결합해 신약개발을 추진한다는 방침이다.

사이러스 테라퓨틱스는 저분자 신약 개발 전문 바이오벤처이다. 차세대 단백질 분해 기술을 활용해 분자접착분해제 라이브러리, 분자접착분해제 스크리닝 시

스템 등을 독자 구축했다.

동아에스티 김미경 연구본부장은 "이번 공동연구 계약은 동아에스티의 핵심 치료 영역인 면역·염증 파이프라인을 강화하고 저분자 화합물 중심의 신약 개발 전략을 표적단백질분해제(TPD), 바이오의약품, 항체·약물결합체(ADC), 유전자 치료제 등으로 확장한다는 중요한 의미가 있다"며 "양사의 역량을 결합해 면역 및 염증 질환 분야에서 베스트 인클래스 표적단백질분해제를 도출하겠다"고 말했다.

/이청하 기자