

무신사, 中·日 등 해외사업 확대 ‘10조 패션 기업’ IPO 판 키운다

팝업스토어 중심 소비자 점점 확대
내년 기업공개 예정… 10조 전망
글로벌 성장성 등 가치입증 관건

최근 무신사가 중국, 일본 등 해외 사업을 적극적으로 확장하는 모습을 보이고 있다. 내년 다가올 기업공개(IPO)를 앞두고 글로벌 패션 기업으로서 존재감을 각인하려는 모습으로 풀이된다.

무신사가 지난 10월 도쿄 시부야에서 연 팝업 스토어엔 8만2000명이 방문하며 성황을 이뤘다. 팝업 행사 이후 10월 무신사글로벌스토어의 일본지역 거래액은 지난해 같은 기간과 비교해 5배 이상 급증했다. 일본 현지에선 로우클래식 Lc, 론론, 유희, 크랭크, 페넥 등 국내 디자이너 브랜드를 인큐베이팅하며 10월 한 달 거래액에 세 자릿수에 달하는 증가율을 보였다.

무신사는 최근 일본 법인 무신사 재팬(MUSINSA JAPAN) 신임 대표로 이케다 마이크(Ikeda Mike)씨를 선임했다. 이케다 대표는 닥터마틴 제팬 대표 등을 역임한 25년 경력의 현지 전문가다. 팝업 스토어 중심의 단기전에서 벗어나 장기적인 현지화 기반을 다지겠다는 포석이다.

일본뿐만 아니라 중국 시장에서도 성장세다. 지난 8월 안타스포츠와 합작법인 ‘무신사 차이나’를 세우고, 엔하이픈



무신사가 올해 도쿄에서 진행한 ‘무신사 도쿄 팝업스토어 2025’가 성황리에 진행됐다. /무신사

‘성훈’을 앰배서더로 발탁했다. 지난달 27일 티몰에서 진행한 ‘동관(같은 스타일)’ 캠페인은 1시간 만에 거래액 5억원을 돌파했다

무신사 스탠다드 역시 티몰 오픈 2주 만에 거래액 5억원을 넘어서며 큰 호응을 얻고 있다. 다음달에는 상하이 화이하이루에 첫 해외 오프라인 매장을 열며 해외 시장 공략에 나선다.

무신사의 전략은 단순 상품 판매에 그치지 않는다. K-패션 브랜드의 글로벌 진출 허브 역할을 자처하고 나선 것이다. 중국 시장 진출의 큰 장벽으로 꼽히는 ‘GB인증’과 상표권 등록 등 복잡한 규제 대응을 FITI시험연구원 등과 협력해 지원한다. 현지 왕홍(중국 인플루언서)과 협업하는 라이브 커머스도 예고하며 K-브랜드의 현지 안착을 돕는다는 계획이다.

무신사의 이 같은 광폭 행보는 박준모 대표가 공언한 ‘5년 내 글로벌 거래액 3조원’ 목표와 맞닿아 있다. 내수 1위를 넘어 K-패션 브랜드를 아우르는 글로벌 패션 기업으로의 전환이 본격화됐다는 분석이다.

다만 기업가치 10조원이 가능할 지에 대해선 현실성이 지적된다. 10조원의 기업가치는 지난해 순이익(698억원) 기준 주가수익비율(PER) 140배를 훌쩍 넘는다. 동일 선상에서 비교하긴 어렵지만, 국내 패션·의류 상장사의 평균 PER이 5배에서 10배 수준임을 감안하면 괴리가 크다는 지적이다.

결국 팝업스토어를 통한 이벤트성 성과를 넘어 해외 시장에서 지속 가능한 수익을 증명하는 것이 10조 몸값을 설득할 열쇠라는 전망이 나온다.

/손종욱 기자 handbell@metroseoul.co.kr

광동제약, 박상영 경영총괄 사장 선임

임원 인사단행… 지속가능경영 방침

광동제약은 박상영 부사장(사진)을 경영총괄 사장으로 승진하는 임원 인사를 단행했다고 13일 밝혔다. 배기룡 상무이사를 전무이사로 승진시키고, 정대석 인사기획부문장을 상무이사로 신규 선임했다.

이번 인사는 안정적 경영기반을 바탕으로 지속발전 가능한 신성장동력을 확보하고, 주주 가치 및 대외 신인도 제고에 역량을 집중하기 위한 전략적 결정으로 풀이된다. 특히 연구개발(R&D) 신약 개발 파이프라인 확대와 인적자원 관리 체계 고도화를 통해 조직 경쟁력을 한층 강화한다는 방침이다.

박상영 사장은 경영총괄을 맡아 회사의 전반적인 경영 활동을 이끌게 된다. 박 사장은 그동안 최고안전환경책임자



(CSEO) 및 커뮤니케이션실장을 역임해 언론, ESG, 법무, 감사 업무를 총괄하면서 안전환경 관리와 대내외 커뮤니케이션

을 강화해왔다. 앞으로 지속가능경영 체계 구축과 함께 경영 안정성 확보를 통해 회사의 장기 성장 기반을 다지게 된다.

배기룡 전무이사는 의약연구개발본부장으로서 R&D 혁신을 가속화하며 신약 개발 파이프라인을 지속확대해 나간다.

정대석 상무이사는 인사기획부문장으로서 처음 임원에 선임됐으며, 인사 전략 총괄 책임자로서 조직 역량 강화와 인적자원 관리 체계 고도화를 이끌게 된다.

/이세경 기자 seille@

hy, 프로바이오틱스 등 원료 B2B 사업 호조

누적 판매량 50t 돌파… 매출 150억

hy는 원료 B2B(기업 간 거래) 사업 누적 판매량이 50t을 넘었다고 13일 밝혔다. 올해 판매량은 18t으로 사업 시작 이후 가장 많다. 매출액 또한 약 150억원으로 전년 대비 약 29% 증가했다. 35억 원의 실적을 올린 첫해보다 네 배 높은 수준이다.

사업 시작에 앞서 B2B 전담팀을 꾸린 hy는 2021년, 전문 브랜드 ‘hyLabs’를 론칭하며 시장에 진출했다. 프로바이오틱스, 천연물 연구부터 대량 생산, 판매까지 원스톱으로 가능한 국내 유일 식품 업체라는 점을 내세웠다.

특허와 논문으로 인정받은 소재 기술력과 과학성도 영향을 미쳤다. 2025년 기준 특허 124건을 보유 중이다. 국내외에 등록된 논문도 150건이 넘는다.

대표 소재로는 식약처 인정 개별인정형 원료인 ‘제지방 감소 기능성 프로바이오틱스’와 ‘피부 프로바이오틱스’가 있으며 숙취해소, 관절건강, 발효홍삼, 발효녹용 등 기능성을 확인한 천연물 원료도 연이어 선보이고 있다.

양준호 hy 연구기획팀장은 “기능성과 과학성을 겸비한 원료에 대한 시장의 관심이 높아지는 만큼 지속적인 투자와 연구개발을 이어갈 것”이라고 말했다.

/신원선 기자 tree6834@

셀트리온, ‘바이오시밀러 3종’ 유럽 처방 1위

(렘시마·유플라이마·베그젤마)

유플라이마 점유율 26%… 첫 처방 1위
처방실적 기반 주력제품 입지 강화 추세

셀트리온이 글로벌 핵심 제약 시장인 유럽에서 처방 실적을 기반으로 주력 제품 입지를 확립하고 있다.

셀트리온은 유럽에서 자가면역질환 치료제부터 항암제까지 자사 대표 바이오시밀러 3종이 처방 1위를 기록했다고 13일 밝혔다.

의약품 시장조사기관인 아이큐비아에 따르면, 올해 2분기 기준 유럽에서 자가면역질환 치료제 ‘렘시마 IV(정맥주사제)’와 ‘렘시마 SC(피하주사제)’의 점유

율은 69% 수준이다. 유럽 주요 5개국인 영국, 스페인 등에서는 각각 87%, 80%에 달하는 높은 처방량이 나타났다.

‘렘시마 SC’ 단독으로도 프랑스 34%, 독일 29% 등의 성과를 거뒀다.

또 다른 주요 자가면역질환 치료제 ‘유플라이마’는 유럽에서 26%의 점유율로 출시 이후 처음 처방 1위에 올라섰다.

전이성 직결장암 및 유방암 치료제 ‘베그젤마’는 영국 55%, 프랑스 34% 등 주요국 성과를 바탕으로 유럽에서 24%의 점유율을 기록하며 처방 1위를 유지하고 있다.

유방암 및 위암 치료제 ‘허쥬마’와 혈

액암 치료제 ‘트룩시마’ 처방도 이어지고 있다. 각각 32%, 30%의 점유율로 선두권에 있다.

셀트리온은 이러한 성과에 대해 올해 초 이탈리아, 스페인 등 유럽 주요 국가에서 입찰 수주가 이뤄진 후 제품 처방으로 실질적으로 이어지면서 지표에 반영된 결과라는 분석을 내놨다.

특히 셀트리온이 독자 구축한 직접 판매 체제를 통해 현지 병원, 약국 등과 파트너십을 강화하고 유통망을 확대하는 등의 판매 전략이 시장 점유율 상승에 주효했다.

/이청하 기자 mlee236@

롯데 “슈퍼 마리오와 모험 떠나세요”

닌텐도와 대규모 오프라인 행사

롯데가 5개 계열사와 함께 닌텐도 주식회사의 ‘슈퍼 마리오’ 대규모 협업을 개최한다.

롯데는 이달 19일부터 2026년 1월 11일까지 잠실 롯데월드몰에서 닌텐도 주식회사와 대형 오프라인 행사 조이풀홀리데이인 롯데월드몰을 국내 최초로 개최한다고 13일 밝혔다.

롯데백화점은 닌텐도의 공식 팝업스토어인 닌텐도 팝업스토어 인 서울을 선

보인다. 롯데월드몰 1층 아트rium 100 평 규모의 스토어에서 일본 닌텐도 직영 공식 상품과 슈퍼 마리오, 동물의 숲 등 인기 지식재산권(IP) 상품을 국내 단독·선공개로 만날 수 있다.

롯데GRS는 전국 롯데리아 매장에서 슈퍼 마리오 MD 출시를 기획 중이며, 엔젤리너스 잠실 롯데월드몰 B1 매장은 슈퍼 마리오 포토존으로 장식한다. 유니클로는 커스터마이징 서비스 UTme!와 슈퍼 마리오 오리지널 그래픽 협업 상품을 판매한다.

/손종욱 기자

SK바이오팜-서울바이오허브, 오픈 이노베이션 업무협약

항암 분야 등 바이오기업 발굴·육성

SK바이오팜은 서울특별시가 조성한 바이오·의료 창업지원 플랫폼 ‘서울바이오허브’와 오픈 이노베이션 프로그램을 운영하기 위한 전략적 업무협약을 체결했다고 13일 밝혔다.

이번 협약을 통해 SK바이오팜은 국내 바이오·의료 창업 기업과 협업망을 구축하며 상호간 연구개발 역량을 강화한다는 방침이다. 특히 중추신경계뿐

아니라 항암, 방사성의약품 등 신규 모달리티 분야에서 차세대 기술 수요에 부합하는 유망 바이오 창업 기업을 발굴해 육성한다.

SK바이오팜은 심사로 선정한 기업에게 자사의 글로벌 신약 개발 경험을 공유하며 성과 기반 연구 진단 및 연구 계획 수립을 위한 전문 R&D 컨설팅을 제공할 계획이다. 또 1년간 서울바이오허브 입주 임대료를 지원한다.

서울바이오허브는 입주 공간 및 연구

인프라를 지원해 안정적인 협업 환경을 조성해 왔다. 기업의 투자유치 및 홍보, 글로벌 진출, 국내외 제약사와의 사업 교류 등 서울바이오허브 창업 지원 프로그램 참여에 대해서도 우선 혜택을 제공한다.

SK바이오팜과 서울바이오허브는 오는 2026년 2월 창업기업 모집 공고를 게시하고 서면 및 대면 평가를 거쳐 2026년 3월까지 2개 기업을 선정할 계획이다.

/이청하 기자

스타벅스, 크리스마스 케이크 사전예약

스타벅스 코리아가 14일부터 12월 15일까지 약 한 달간 공식 앱에서 크리스마스 홀케이크 예약 주문을 진행하고, 주문 고객에게는 할인, 증정품 제공 등 다양한 혜택을 제공한다.

스타벅스가 올해 준비한 케이크는 매장 픽업 전용 프리미엄 케이크 5종과 온라인 스토어에서 택배로 간편하게 받아볼 수 있는 배송 전용 홀케이크 14종 등 총 19종으로 구성됐다.

/신원선 기자



스타벅스 크리스마스 홀케이크. /스타벅스 코리아