

# CJ올리브영, ‘K-뷰티·웰니스’ 결합해 글로벌 경쟁력 키운다

## ‘2026 트렌드 키워드’ 발표

피부관리 중심 K-뷰티 소비 확산  
스킨케어·메이크업·웰니스 결합  
내년 5월 美 1호 매장 개점 계획

CJ올리브영이 독자 데이터를 기반으로 K뷰티의 핵심 가치를 재정의하며 2026년 글로벌 뷰티 시장 주도 전략을 제시했다.

올리브영은 지난 19일 ‘2026 올리브영 트렌드 키워드’ 보고서를 발표하며 K뷰티 영역은 특정 히트 상품에서 일상을 뒷받침하는 생활밀착형 소비재로 확장하고 있다고 21일 밝혔다.

우선 기초 스킨케어에 스페셜 케어가 더해지고 있다. 피부 상태별 집중 관리가 활성화되면서 데일리 케어, 전문 시술, 시술 후 애프터 케어 등과 연관된 제품이 성장세를 보였다. 시술 연관 제품은 전문 시술 원리 혹은 성분을 처방한 고기능성 제품이다.

올리브영이 10대~50대 2796명을 대상으로 진행한 자체 조사에 따르면, 연령대 관계없이 시술 연관 제품 경험률은 74%로 집계됐다. 현재 추세 반영 시 2026년 ‘시술 연관 제품’ 구매는 30% 이상 성장할 것으로 전망된다.

피부 관리 기능을 갖춘 스킨케어링 메이크업 제품군도 커진다. 메이크업이



글로벌 특화 매장 ‘올리브영 명동 타운’ 전경.

/CJ올리브영

피부 결점을 가리는 도구에서 피부를 개선하는 제품으로 인식되고 있음을 의미한다.

카테고리별 데이터를 살펴보면, 전년 동기 대비 스킨케어링 블러셔는 2831%, 컬러 립세럼은 727% 각각 폭증했다.

스킨케어링 BB크림 구매 고객도 171% 급증했다. 올리브영은 2026년 ‘스킨케어링 메이크업 제품’ 구매는 20% 이상 늘어날 것으로 내다보고 있다.

실제로 메이크업 제품에서 성분이 최우선 고려 요소로 작용하고 있다. 올해 메이크업 카테고리에서 피부 진정, 피부 장벽 등의 검색량이 전년 동기 대비 150% 이상 증가했다. 민감성, 문제성 피부에 적합한 ‘더마 색조’, 시술 직후 사

용 가능한 ‘메디컬 메이크업’ 등이 지속 등장할 것으로 기대된다.

이러한 뷰티 소비 변화는 웰니스 시장을 견인한다. 올리브영은 외면뿐 아니라 피부 고민 본질과 내면을 통합 관리하기 위한 소비가 확산되고 있다는 분석을 내놴다.

올리브영 측은 “식습관, 영양, 수면 등을 포함하는 건강기능식품, 스낵, 용품 등에서 판매 호조가 증대하고 있다”며 “그 흐름은 국내는 물론, 미국, 물론 영국, 중국 등에서도 확인됐고 그 결과, 글로벌 시장에서 K뷰티 구매 유형이 ‘단품’에서 ‘조합’으로 확대 구축되고 있다”고 설명했다.

올해 기준 올리브영 글로벌별 구매 현황에서 2개 이상 카테고리 구매 사례

의 증가율은 59%에 달한다. 1개 카테고리 구매 사례의 증가율은 45% 수준이다. 해당 현황 조사에서 올리브영은 총 카테고리를 기초화장품, 색조화장품, 퍼스널케어, 헬시푸드, 위생·건강·구강용품, 라이프스타일 등 총 6개로 분류했다.

올리브영은 이러한 K뷰티 고도화에 힘입어 내년부터 해외 현지 공략을 보다 강화한다.

오는 2026년 5월 미국 캘리포니아 패서디나에 미국 1호 매장을 개점한다고 밝힌 가운데, 특히 400여 개 K뷰티 브랜드를 비롯해 글로벌 브랜드 입점을 추진하고 있다. 향후 다양한 뷰티·웰니스 카테고리 상품을 폭넓게 추가해 소비자 접점을 확보해 나간다는 방침이다. 국내 브랜드부터 해외 유망 브랜드까지 아우르는 글로벌 뷰티·웰니스 유통 플랫폼으로 등극하는 것을 목표로 한다.

올리브영 관계자는 “K뷰티와 웰니스에서 새로운 유행이 발생하는 동시에 초개인화된 가치 소비 성향도 점차 심화되고 있는 변화에 발맞춰 유통 생태계 전반에서 적극 대응할 것”이라며 “앞으로도 글로벌 인사이트를 지속적으로 발굴하고 제시해 리딩 플랫폼으로서의 역할을 다할 것”이라고 말했다.

/이청하 기자 mlee236@metroseoul.co.kr



지난 19일 서울 국회의원회관에서 열린 ‘2025년 제3차 소비자 ESG혁신대상’에서 애경산업 박찬영 지속가능경영부문장(오른쪽)과 사회민주당 한창민 국회의원(왼쪽)이 기념 사진을 촬영하고 있다.

/애경산업

## 애경산업

### 소비자 ESG혁신대상

### 친환경 경영 성과 인정

애경산업이 지난 19일 서울 국회의원회관에서 열린 ‘2025년 제3차 소비자 ESG혁신대상’에서 제로웨이스트 부문 ‘환경혁신상’을 수상했다고 21일 밝혔다.

소비자ESG혁신대상은 미래소비자 행동, 소비자권익포럼 등이 공동 운영하는 행사로 ESG(환경·사회·지배구조) 관련 전문 심사위원과 소비자단의 엄정한 평가를 거친다.

이번 수상으로 애경산업은 환경친화적 기업 경영을 강화해 사업장 폐기물 감량, 자원 순환 촉진 등을 실천한 공을 인정받았다.

특히 내부 친환경 지표인 ‘애경 그린 인덱스(AKGI)’를 마련하고 적극 활용해 왔다. 플라스틱 사용을 줄이고 재활용 가능한 제품을 개발하는 데 중점을 둔다.

/이청하 기자

# GC녹십자, 국산 코로나 백신 첫 단계 통과

mRNA 백신 ‘GC4006A’ 임상 1상 승인  
건강한 성인 대상 안전성·면역 평가  
백신 주권 강화 목표, 2026년 2상

GC녹십자가 지난 18일 국내 식품의약품안전처에서 코로나19 mRNA 백신 후보 물질인 ‘GC4006A’에 대한 임상 1상 시험계획서(IND)를 승인받았다고 21일 밝혔다.

해당 임상은 GC4006A의 안전성, 면역원성 등을 평가하며 국내 의료기관에서 19~64세 건강한 성인 대상 무작위 배

정, 이중 눈가림, 용량 증량, 위약 대조 방식으로 진행된다.

GC녹십자에 따르면, 이번 승인은 지난 9월 IND 제출 이후 빠르게 이뤄졌다. 또 GC녹십자는 최근 질병관리청이 주관하는 ‘팬데믹 대비 mRNA 백신 개발 지원사업’에서도 임상 1상 연구 지원 기업으로 선정됐다.

GC녹십자는 ‘GC4006A’ 개발에 속도를 내며 국산 mRNA 백신 자급화 기반을 본격 구축한다는 방침이다. 특히 오는 2026년 하반기 ‘GC4006A’ 임

상 2상 IND 제출을 목표로 하고 있다.

mRNA 백신 플랫폼은 특정 감염병에 국한된 기술이 아니라, 차기 팬데믹 발생 시 새로운 병원체와 변이에 신속하게 대응할 수 있는 범용 기술이라는 점에서 그 중요성이 크다. 이 때문에 mRNA 백신을 국내에서 자체적으로 개발·생산할 수 있는 역량을 갖추는 것은 향후 글로벌 공급망 불안정 상황에서도 백신을 안정적으로 확보할 수 있는 ‘백신 주권’ 실현의 핵심 요소로 평가된다.

GC녹십자 이재우 개발본부장은 “GC



GC녹십자 본사 전경.

/GC녹십자

녹십자의 mRNA 플랫폼 역량을 기반으로 안전하고 효과적인 백신을 개발할 것”이라며 “지속적인 연구 개발을 통해 백신 주권 강화와 공중보건 안전망 확보에 적극 기여하겠다”고 말했다.

/이청하 기자

## 에이피알 “K-뷰티테크 입지 넓힌다”

CES서 메디큐브 부스 운영

글로벌 뷰티 기업 에이피알은 오는 2026년 1월 7일~10일 미국 라스베이거스에서 열리는 ‘CES 2026’에 참가한다고 21일 밝혔다.

CES는 세계 최대 IT·가전 전시회로 글로벌 시장에서 활약하고 있는 다수의 테크 기업이 대거 모인다.

에이피알도 지난 2024년부터 3년 연속으로 참여해 전 세계 관계자들에게 K뷰티테크를 알리고 있다. 화장품과 뷰티 디바이스를 활용하는 K뷰티 혁신성과 기술력을 소개하는 데 중점을 둔다.

CES는 라스베이거스컨벤션센터뿐만 아니라 도심 곳곳에서 진행되는 가운데 에이피알은 베네시안 캠퍼스 내 라이프

스타일관에 대표 스킨케어 브랜드 ‘메디큐브’를 주제로 한 부스를 마련한다.

이번 부스는 그간 에이피알이 운영했던 부스 중 가장 크게 설계됐다. 또 전시와 체험, 상담 공간을 구분해 보다 편리하고 집중된 환경에서 K뷰티테크 우수성을 선보이고 구체적 사업 협력도 논의한다.

우선 미국 시장에서 판매 호조를 보이고 제품력을 입증하고 있는 ‘부스터 프로’와 ‘부스터 프로 미니 플러스’를 전시한다. 글로벌 진출을 계획하고 있는 부스터 진동 클렌저 헤드, 부스터 브이 롤러 헤드 등 신제품도 공개한다.

특히 해당 신제품을 통해 차별화된 ‘결합형 디바이스’ 제품군을 구축해 에이피알만의 경쟁력을 높인다.

/이청하 기자

## HLB에너지, 소각열 활용 스팀·전력 생산

부산 ‘그린에너지파크’ 준공

HLB생명과학회사HLB에너지는 지난 18일 부산 사하구에 위치한 친환경 자원순환시설 ‘그린에너지파크’의 준공식을 개최했다고 21일 밝혔다. 친환경 소각장 기획과 설계를 시작한지 5년, 착공한지 2년만이다.

HLB에너지는 이번 준공을 통해 산업폐기물 처리 효율을 대폭 끌어올리는 동시에 에너지 회수를 통한 수익 구조를 강화한다는 전략이다.

그린에너지파크는 연면적 1845㎡ 규모로, 산업폐기물 중간처리(소각)와 보관, 발전 시설을 갖췄다. 일일 소각 처리량은 기존 48톤에서 90톤으로 확대됐고 설비 가동률과 단위 면적당 처리 효율이

크게 개선됐다.

소각 과정에서 발생하는 열원을 활용한 스팀 생산 및 전력 발전 설비도 새롭게 구축됐다. 자체 전력 생산이 가능해지면서 에너지 비용은 절감하고 외부 공급을 통한 추가 수익은 창출한다. 특히 생산된 스팀을 인근 CJ제일제당에 공급, 양사는 이와 관련 10년 장기 공급 계약을 체결했다.

환경관리 수준도 높다. 신설 설비도 입으로 유해물질 발생량을 기존 대비 최대 50~400%까지 줄인다. 소음·악취·배연 방지 설비, 먼지 저감 장치 등을 추가해 환경 규제에도 대응한다. 또 스팀 열을 재활용해 석유연료 사용을 개선해 연간 약 3만5000t의 이산화탄소 저감 효과가 가능할 것으로 기대된다.

/이청하 기자

## 롯데백화점

### 분당점 영업종료 결정

### 점포 구조조정 본격화

롯데백화점이 분당점 영업을 종료한다. 저효율 점포를 정리하고 핵심 상권에 집중하는 전략이 본격화되는 가운데, 롯데그룹 유통군 수장을 전면 교체하는 초강수 인사까지 맞물리며 대대적인 체질 개편에 속도가 붙는 모습이다.

롯데백화점은 최근 분당점 임대인과 영업 종료에 합의했다고 밝혔다. 임대인은 자산가치 제고를 위해 해당 건물을 오피스 중심으로 리모델링할 계획이며, 롯데백화점과 임대인은 상호 발전을 위한 방향이라는 공감대 아래 충분한 사전 협의를 거쳐 영업 종료를 결정했다. 분당점은 오는 3월 말 영업을 종료한다.

롯데백화점은 영업 종료에 앞서 임직원과 파트너사, 고객 등 이해관계자들과 소통에 나설 방침이다. 점포 근무 직원들은 희망에 따라 인근 점포로 이동할 수 있도록 하고, 용역 직원들에 대해서도 인근 점포 재배치와 지자체 협의를 통한 재취업 지원 등 후속 대책을 마련할 계획이다.

/신원선 기자 tree6834@