

# 화장품 넘어 의료·헬스케어로... K-뷰티, 외연 확장 나선다

정기 주총 앞두고 사업 전략 강화 에이피알, 사업 목적에 분야 추가 아모레, 더마 브랜드 적극 육성



에이피알(AGE-R) 결합형 디바이스 제품군. /에이피알

3월 정기 주주총회를 앞두고 주요 K 뷰티 기업들이 사업 목적 확대와 이사회 개편 등을 통해 사업 영토 확장에 나서고 있다.

16일 국내 뷰티 업계에 따르면, 에이피알은 중장기 사업 추진을 강화하기 위한 제도적 기반을 마련한다.

에이피알은 오는 31일 열리는 정기 주주총회에서 사업 목적에 의료기기 부문을 추가하는 안건을 다룬다. 해당 안건은 의료기기 소모품 개발·제조·판매업, 의료용구 개발·제조·판매업, 의료기기 수리업 등을 포함한다.

실제로 에이피알은 올해 안에 국내에서 에너지 기반 디바이스(EBD) 의료기기 1종을 새롭게 출시할 계획이다. 자체 생산이며 현재 관련 전임상, 임상, 인증 절차를 진행 중인 단계에 있다. '뷰티테

크' 경쟁력을 고도화해 뷰티 디바이스에서 미용의료 영역으로 기업 입지를 넓히기 위한 포석으로 풀이된다.

앞서 에이피알은 뷰티 디바이스 사업에서 지속 성과를 내 왔다. 뷰티 디바이스 사업 매출은 2023년 2162억원, 2024년 3126억원, 2025년 4070억원 등으로

매년 커졌다. 다만 뷰티 디바이스 매출이 전체 매출에서 차지하는 비중은 2023년 41%, 2024년 43%에서 2025년 27%로 기록됐다. 뷰티 디바이스 판매 호조와 스킨케어 화장품 인기가 맞물린 결과다.

에이피알 측은 "특정 신규 사업을 즉각적으로 개시한다는 의미는 아니고, 앞으로도 혁신적인 기술이 뒷받침된 뷰티 디바이스로 소비자 접점을 꾸준히 확보해 나가겠다는 취지"라고 설명했다.

아모레퍼시픽은 더마 브랜드를 중심으로 한 '뉴 뷰티' 전략에 대한 기대감을 높인다.

오는 26일 개최되는 아모레퍼시픽 정기 주주총회에서 임운섭 더마뷰티 유닛장을 신규 사내이사로 선임하는 안건이 상정된다. 임운섭 유닛장은 태평양약품 메디컬뷰티사업(MB) 담당, 태평양약품 대표 등을 거쳐 아모레퍼시픽에서 더마 화장품 브랜드 에스트라를 총괄한 바 있다.

이번 신규 사내이사 선임을 통해 아모레퍼시픽의 더마 사업이 더욱 확대될

것으로 전망되는 상황이다.

특히 에스트라의 경우, 최근 들어 국내외 더마 시장을 적극 공략해 왔다. 미국, 중국에 이어 올해는 유럽 시장으로 진출국을 늘렸다. 프랑스, 독일, 이탈리아, 스페인 등 유럽 17개 국가에서 약 680개에 달하는 글로벌 뷰티 전문 편집숍 '세포라' 매장에 순차 입점했다. 지난해부터는 미국 세포라, 중국 티몰 등 글로벌 핵심 국가의 주요 온라인몰에서도 판매되고 있다.

그 결과, 에스트라 브랜드 제품 '아토 베리어365 크림'이 올해 1월 누적 판매량 1000만 개를 달성했다. 이는 지난해 5월 누적 판매량 700만 개를 넘어선 후 가파른 성장세를 입증한 것.

아모레퍼시픽은 지난해 유럽및중동·아프리카(EMEA), 미주, 기타 아시아, 중국 등 해외 사업 전반에서 외형 성장을 이뤄낸 가운데, 각 지역에서 에스트라를 신성장동력으로 육성한다는 방침이다.

태광그룹으로 인수되는 애경산업도

브랜드 포트폴리오를 다각화한다.

오는 26일 정기 주총을 통해 김상준 애경산업 대표, 안정태 애경산업 생활용품 사업부 부문장 등을 재선임할 예정이다. 박진우 애경산업 경영지원부문 부문장은 신규 사내이사 후보로 이름을 올렸다.

박진우 부문장의 경우 애경산업에서 생활용품사업부 직접영업팀장, 경영지원부문 경영기획팀장, 미래전략실 실장 등으로 경력을 쌓아 온 것으로 알려졌다.

애경산업은 지난해 실적 개선을 위한 방안으로 올해 들어 브랜드 현지화에 착수한 상황이다. 미국 최대 유통 채널인 '월마트'를 중심으로 바디케어 브랜드 럽센트와 샤워메이트, 헤어케어 브랜드 케라시스를 현지에서 출시하기 시작했다.

국내 뷰티 업계 관계자는 "화장품에서 벗어나 의료·헬스케어·웰니스 등으로의 영역 확장 흐름이라고 볼 수 있다" 덧붙였다.

/이청하 기자

mlee236@metroseoul.co.kr



metro

## 삼바에피스, 비만치료제 개발 출사표

에피스넥스랩-지투지바이오 공동연구 장기지속형 약물전달 기술 플랫폼 구축

삼성바이오에피스가 전 세계적으로 급성장하고 있는 비만치료제 시장에 본격 뛰어들었다. 장기 지속형 약물 전달 기술 플랫폼을 구축해 비만치료제 경쟁력을 확보할 계획이다.

삼성에피스홀딩스 자회사 삼성바이오에피스와 에피스넥스랩이 지투지바이오와 비만치료제 개발을 위한 공동 연구 및 라이선스 계약을 체결했다고 16일 밝혔다. 이는 바이오의약품 개발사 삼성바이오에피스와 바이오 기술 플랫폼 개발사 에피스넥스랩이 지투지바이오가 보유한 미세구체(microsphere) 기반 약물전달 기술을 활용해, 장기 약효 지속형 비만치료제 개발 및 플랫폼 기술

확보를 위해 체결한 3자 계약이다.

이번 계약에 따라, 삼성바이오에피스는 지투지바이오가 보유한 파이프라인에 대한 개발 및 상업화 권리를 도입(license-in)해 제품화 개발을 추진하며, 에피스넥스랩은 지투지바이오와 장기 약효 지속형 약물전달 기술 플랫폼 구축을 위한 공동 연구를 수행한다.

이를 위해, 삼성바이오에피스는 지투지바이오와 장기 지속형 세마글루타이드 성분 비만치료제를 포함한 후보물질 2종에 대한 독점적 개발권을 갖고 계약금 및 마일스톤을 지급하는 라이선스 계약을 체결했다. 에피스넥스랩은 지투지바이오와 장기 약효 지속형 약물전달 기술 플랫폼 구축을 위한 공동 연구개발 계약을 체결했다. 삼성바이오에피스와 지투지바이오는 이후 신약 후보물질

을 포함한 3종을 추가로 개발할 수 있는 우선협상권 보유 조건에도 합의했다. 다만, 구체적인 계약 금액 및 조건은 공개하지 않았다.

같은 날, 삼성에피스홀딩스는 지투지바이오가 발행하는 200억원 규모의 전환사채(CB)에 투자하는 계약을 체결하며, 이를 통해 재무적 투자 형태의 협력 관계도 구축했다.

삼성에피스홀딩스 김경아 사장은 "이번 계약은 환자 미충족 의료 수요 해소 위한 다양한 분야의 신약 개발을 통해 당사가 종합 바이오 기업으로 한층 더 발돋움할 수 있는 계기가 될 것"이라며 "지투지회사 체제에서 각 사의 사업 시너지를 극대화한 오픈 이노베이션 전략의 대표적 사례라 할 수 있다"고 설명했다.

/이세경 기자 seilee@

## 셀트리온 항암제, 일본 점유율 1위

'베그젤마' 작년 9월부터 성장세

셀트리온에서 판매 중인 항암 제품들이 일본 시장에서 1위를 점하고 있다.

16일 의약품 시장조사기관인 아이큐비아(IQVIA) 및 현지 데이터에 따르면, 지난해 12월 기준 전이성 직결장암 및 유방암 치료제 '베그젤마(사진)'가 일본에서 58%의 점유율을 기록해 작년 9월 50% 점유율 돌파 이후 성장세를 지속한 것으로 확인됐다.

특히, 베그젤마는 오리지널(아바스틴)을 포함해 5개 제품이 출시된 치열한 경쟁 속에서 압도적인 처방 성과를 거뒀다. 베그젤마가 성공할 수 있었던 배경에는 그보다 앞서 일본에 출시된 유방암 및 위암 치료제 '허쭈마' 성과가 자리하고 있다. 같은 기간 허쭈마는 일본에서 76%의 점유율을 기록했다.

2019년 일본에 처음 출시된 허쭈마는 그해 8월 투약 주기를 늘린 '3주 요

법' 허가를 획득한 이후 처방량이 꾸준히 증가해왔다. 2021년 2분기 처음으로 오리지널(허셉틴)의 점유율을 넘어서며 처방 1위 자리에 올라선 이후 약 4년 반 동안 이를 유지하고 있으며, 현재도 일본 트라스투주맙 시장의 4분의 3 이상을 차지하고 있다.

셀트리온은 바이오시밀러에 우호적인 일본 항암 제도 특성을 적극 활용해 판매 성과를 높여 왔다. 일본에서 항암제는 '일본식 포괄수거제'(DPC 제도)가 적용돼 암 치료에 쓰이는 비용 전체를 일본 정부에서 정하게 된다. 이때 의료기관에서는 책정된 의료비를 기준으로 약가가 낮은 의약품 사용 시 절감된 금액만큼 수익을 얻을 수 있다.

/이세경 기자



## HLB이노베이션, 리드프레임 사업 성장세

영업익·순이익 동반 흑자

HLB이노베이션이 핵심사업인 반도체 부품 분야에서 성장 모멘텀을 확보했다고 16일 밝혔다.

HLB이노베이션의 2025년 별도기준 매출은 322억원으로 전년 253억원 대비 약 27% 증가했다. 같은 기간 영업이익은 약 8000만원을 기록하며 전년 영업손실 32억원에서 흑자 전환했다.

당기순이익은 약 29억원으로 전년 당기순손실 37억원에서 흑자 전환을 달성했다.

이번 호실적은 '리드프레임' 사업 성장과 함께 원가 구조 개선 및 비용 효율화 노력이 맞물리며 나타난 성과다. 리드프레임은 반도체 칩을 고정하고 전기 신호를 외부로 전달하는 부품이다.

HLB이노베이션은 우선신규고객사를 확보하며 생산 물량 증가에 적극 대응했다. 또 생산 공정 효율성을 높이기 위해선 설비·장비 투자와 인적 역량 강화를 지속 추진했다. 반도체 업황 회복도 긍정적인 영향을 미쳤다.

HLB이노베이션은 대외 환경 변화에 발맞춰 공정 자동화와 생산 고도화에 속도를 낸다는 방침이다. 자동차 센서 및 전력반도체 파워모듈 등 전장용 리드프레임 제품군을 확대하며 올해도 반도체 사업의 성장세와 실적 개선 흐름을 이어간다는 전략이다.

HLB이노베이션 관계자는 "앞으로도 기존 사업의 수익성을 지속적으로 높이는 한편 미래 성장동력 확보를 통해 안정적인 성장 기반을 구축해 나갈 계획"이라고 말했다.

/이청하 기자

## 한미사이언스 '텐텐 어린이 음료' 선봬

한미사이언스는 전국 이마트 트레이더스에서 어린이용 균형 영양 음료 '텐텐 키즈영양식'을 출시했다고 16일 밝혔다.

텐텐 키즈영양식은 어린이 성장에 필요한 탄수화물·단백질·지방 등 3대 영양소와 19종 비타민, 미네랄을 함유했다. 두뇌 구성 성분인 EPA·DHA는 1일 권장량의 10% 수준으로 담았다.

또 저당 2g, 완전 단백질 7g, 포스트바이오틱스 100억 셀 등을 처방해 간식은 물론, 영양 보충용으로도 섭취 가능하다. 코코아 분말을 사용해 초코맛을 구현, 아이들 기호성과 접근성을 높였다.

한미사이언스는 이번 신제품과 함께 자체 캐릭터 '텐둥이'도 공개한다.

/이청하 기자

## '아이디얼 포 맨', 끈적임 없는 선키어 출시

CJ올리브영, 피지 흡착 성분 함유

CJ올리브영은 맨스케어 브랜드 '아이디얼 포 맨'에서 선키어 신제품 '프레시 오일 컷 선 스틱(사진)'과 '프레시 선 올인원'을 출시했다고 16일 밝혔다.

프레시 오일 컷 선 스틱은 손에 묻히지 않고 사용할 수 있는 막대형 제품이다. 간편하게 바를 수 있는 형태이며 여러 번 덧발라도 끈적임 없이 산뜻하게 마무리되는 것이 특징이다. 피지 흡착 성분을 함유해 번들거림을 최소화하며 초저분자 히알루론산을 더해 유수분 균형을 유지해 준다.

이와 함께 프레시 선 올인원은 스킨케어와 자외선 차단 기능을 하나에 담은 제품이다. 가벼운 수분 에센스 제형을 처방해 피부에 빠르게 흡수된다. 또 인체적용시험을 통해 세안의 번거로움을 줄여주는 이지워셔블 효과까지 확인했다.

아이디얼 포 맨 관계자는 "남성들은 자외선 차단의 필요성은 인지하고 있지만 끈적임, 번들거림, 답답한 사용감 등으로 선키어를 꾸준히 사용하지 않는 경우가 많다"며 "이번 신제품은 선키어를 일상 속 자연스러운 습관으로 만들고자 기획했다"고 말했다.

/이청하 기자

