

K-팝이 키우고 기술력이 완성한 K-헤어... 해외서 고공행진

북미 소비자 맞춤 기능성 제품 인기
큐텐재팬 전년비 판매량 115% ↑
카자흐스탄 등 신흥시장 성장세

K뷰티가 스킨케어와 메이크업에 이어 헤어 시장을 빠르게 공략하고 있다. K팝 아이돌처럼 유행이 나는 머릿결과 세련된 스타일을 선망하는 글로벌 팬덤의 K컬처 수요, 국내 브랜드만의 기술력 등이 복합 작용하면서 'K헤어'가 강화되는 모습이다.

7일 국내 뷰티 업계에 따르면, K뷰티 주요 시장인 북미 지역에서는 맞춤형 고 기능성 제품이 인기를 끌고 있다.

LG생활건강의 고급 두피관리 브랜드 '닥터그루트'는 지난달 미국 유명 이커머스 아마존에서 열린 대형 세일 행사 프라임 데이에서 성과를 냈다. 이번 행사 내 닥터그루트 매출은 전년 대비 45.9% 증가했다. 특히 탈모 부문에서 브랜드 대표 제품인 '헤어 시크닝 샴푸'와 '미라클 인 사워 모이스처라이징 트리트먼트'가 매출 2위를 차지했다.

LG생활건강은 글로벌 소비자 고민에



LG생활건강 '닥터그루트' 스칼프 리바이탈라이징 솔루션.

발맞춰 '문제 해결형 제품'을 지속 내놓을 계획이다. 회사 관계자는 "시장을 세분화해 분석하는 한편 소비 데이터를 꾸준히 확보해 상품 구성을 고도화할 것"이라고 설명했다.

K뷰티 최대 격전지 중 하나인 일본의 헤어 시장에서도 국내 제품들이 성장세를 기록하고 있다.

글로벌 이커머스 기업 아베이재팬에 따르면 올해 5월 한 달간 일본 온라인몰 큐

텐재팬에서 K헤어 관련 제품 전체 판매량은 전년 동기 대비 115% 늘었다.

브러시, 고데기 등 스타일링 제품군은 267%, 컬러 제품군은 219% 급증했다. K팝 아이돌의 스타일링을 직접 연출하려는 일본 Z세대의 수요가 맞물렸다는 분석이다. 또 잦은 열 처리와 탈색으로 손상된 모발을 개선해 주는 기능을 갖춘 샴푸, 트리트먼트 등도 경쟁력을 높인다.

아베이재팬 측은 "한국 제품 특유의 한

방 소재, 효소 성분 등은 독보적 강점"이라며 "일본 소비자들 사이에서 샴푸를 비롯한 기초 제품부터 스타일링, 컬러링 등에 이르기까지 다양한 제품군과 다채로운 브랜드들이 인기를 얻고 있다"고 밝혔다.

강력한 신흥 K뷰티 시장인 카자흐스탄, 우즈베키스탄 등 독립국가연합(CIS) 지역 역시 K헤어 핵심 기지다.

애경산업의 경우, K팝 행사를 통해 현지 팬덤을 고급 헤어케어 브랜드 '캐라시스' 인지도로 연결시켰다.

애경산업은 2020년부터 2025년까지 CIS 지역에서 연평균 18.4%의 캐라시스 매출 성장률을 올렸다. 이어 올해 5월 누적 캐라시스 매출 성장률은 전년 동기 대비 37%로 커졌다.

애경산업은 글로벌 소비자 접점을 확대하며 캐라시스 성장 전략에 속도를 낸다는 방침이다.

글로벌 무대에서 전개되는 K헤어 열풍은 국내 기업들의 '기술 혁신'이 뒷받침되고 있다.

실제로 기능성 헤어케어 브랜드 '그라

비티'의 경우 과학 혁신 기반 스타트업 폴리페놀팩토리가 개발한 브랜드다. 폴리페놀팩토리는 세계 최초로 샴푸 시장에서 해양 미세조류 유래 비건 PDRN(폴리데옥시리보뉴클레오타이드)를 처방하는 데 성공해 최근 그라비티 신제품을 선보였다.

해당 제품은 30대~40대부터 일찍이 두피를 관리하기 시작하는 젊은 소비자층을 정조준하고 있다. 지난 4일 국내 롯데홈쇼핑 기간 프로그램 '최유리쇼'에서 첫 방송만으로 약 2만6000명의 판매고를 올렸다. 총 주문액은 6억8000만원 수준이며 분당 최고 주문액은 1686만원까지 치솟았다. 초도 물량 구매자의 절반 이상이 30대 전후인 것으로 집계됐다.

그라비티 측은 "바이오 기술력이 유행에 민감하면서도 두피 건강에 관심이 높은 젊은 세대의 신뢰도를 얻은 결과"라며 "특히 최근 비만치료제 복용 등으로 탈모 우려가 발생하고 있는 가운데 헬스케어 시장에서도 제품력을 입증할 수 있을 것으로 전망된다"고 덧붙였다.

/이청하 기자
mlee236@metroseoul.co.kr



베그젤마, 美 대형 PBM 2곳 처방집 등재

셀트리온, 안정적인 처방 기반 마련
출시 후 처음으로 두 자릿수 점유율

셀트리온이 미국 바이오시밀러 시장에서 베그젤마 경쟁력 강화에 박차를 가한다.

셀트리온은 전이성 직결장암 및 유방암 치료제 베그젤마(성분명: 베바시주맙)가 미국 대형 처방약급여관리업체(PBM) 두 곳의 처방집에 등재됐다고 7일 밝혔다.

미국 3대 PBM 중 하나인 '익스프레스 스크립츠'의 공보보험 처방집과 또 다른 대형 PBM인 '옵팀'의 공보보험 처방집에 우선 처방이 가능한 선호의약품으로 등록됐다. 익스프레스 스크립츠 공보보험과 옵팀은 이달 1일부터 이미 환급 적용이 시작됐고 익스프레스 스크립츠 사보보험은 오는 2027년 1월부터 환급 적용이 이뤄질 예정이다.

미국 의약품 시장에서는 PBM 처방집



베그젤마 /셀트리온

에 의약품이 등재되지 않으면 환자는 비용 환급 없이 제품 가격 그대로 구매해야 하고 고가 치료제에 대한 접근은 어려워진다.

이번 PBM 등재를 통해 베그젤마는 미국 보험 시장에서 약 35% 이상의 환급 커버리지를 확보하며 안정적인 처방 기반을 마련하게 됐다. 셀트리온은 향후 점유율 확장에 더욱 속도를 낸다는 방침이다.

현재 미국에서 베그젤마는 시장 후발주

자로 출발해 미국 오픈마켓을 중심으로 제품 입지를 다지고 있다. 오픈마켓은 미국 정부의 지원 하에 의료 기관과 제약사를 직접 연결하는 구조를 갖췄다. 제품 경쟁력, 제약사 영업력 등이 주요하게 작용한다.

그 결과 베그젤마는 최근 출시 이후 처음으로 두 자릿수 점유율을 돌파했다. 의약품 시장조사기관 아이큐비에 따르면 올해 5월 기준 미국에서 베그젤마 시장점유율은 약 10.6%로 집계됐다.

셀트리온 관계자는 "베그젤마 처방세가 한층 가팔라질 것으로 예상된다"며 "다른 대형 PBM들과도 베그젤마 등재 협상을 추진해 성과를 늘려가는 동시에 이를 포함한 셀트리온 제품군 전반에서 판매를 확대해 미국 시장에서 셀트리온 영향력이 커질 수 있도록 최선을 다할 것"이라고 말했다.

/이청하 기자

조아제약, 주식병합 가결... 기업가치 높인다

중장기 성장 전략 박차

조아제약이 올해 하반기 기업가치 제고에 본격적인 속도를 내고 있다.

조아제약은 지난 6일 열린 임시주주총회에서 주식병합 안건이 원안대로 가결됐다고 7일 밝혔다. 주식병합 목적은 적정 유통주식수 유지와 주가 안정화다. 조아제약은 중장기 성장 전략에 박차를 가한다는 방침이다.

특히 신사업 육성, 브랜드 가치 강화 등에 주력하고 있다. 우선 글로벌 영토 확장으로 성과를 낸다. 과테말라에 이어 콩고 민주공화국 등으로 수출국을 늘렸다. 철분제 '뉴헴시럽'과 '뉴헴포르테시럽'의 경우 아프리카, 동남아 등 철결핍성 빈혈 유행률이 높은 신흥 시장을 공략한다.

조아제약은 '뉴헴' 제품군을 중심으로 해외 사업 기반을 다질 계획이다. 해당 제품군은 2023년 4개 국가에서 7억여 원의

수출 실적을 기록했다. 이어 2026년 6개 국가 22억원, 2027년 7개 국가 25억원 등이 목표다.

이와 함께 조아제약은 주력 제품의 시장 입지를 보다 확대해 안정적인 수익 구조를 구축하고 있다. 올해 출시 20주년을 맞은 어린이 영양식품 브랜드 '잘크톤'은 지난 6월 말 기준, 누적 판매량 1045만 개를 돌파하기도 했다.

아울러 조아제약은 유통채널을 다각화하고 소비자 접점을 확보하기 위한 디지털 마케팅 등도 전방위적으로 펼치며 시장 변화에 적극 대응하고 있다.

조아제약 관계자는 "핵심 사업의 경쟁력을 높이고 새로운 성장 동력을 발굴하기 위해 다양한 노력을 지속하고 있다"며 "실질적인 경영 성과를 창출해 기업가치 제고와 주주 가치 향상이 이어질 수 있도록 최선을 다하겠다"고 말했다.

/이청하 기자

JW신약, 여성 소비자와 두피 고민 나눠

탈모 전문의와 뷰티 클래스 진행

JW신약이 두피와 모발에 관심이 있는 여성 소비자들과 적극 교류하며 두피 고민 해소를 위한 관리법을 확산하고 있다.

JW신약은 '듀크레이 네오타이드 엑스퍼트' 뷰티 클래스를 개최했다고 7일 밝혔다.

이번 행사에는 뷰티 인플루언서 20여 명이 참석해 20~30대 여성의 모발 고민을 나누고 올바른 두피 및 모발 관리 정보를 공유했다. 특히 탈모 치료 분야 전문가가 연자로 함께해 전문 정보를 전달했다.

이와 함께 JW신약은 '듀크레이 네오타이드 엑스퍼트' 체험 프로그램을 운영했다. 제품 주요 성분과 특징을 설명하며 직접 사용해 보는 기회를 제공했다.

듀크레이 네오타이드 엑스퍼트는 JW



'듀크레이 네오타이드 엑스퍼트' 뷰티 클래스가 열리고 있다. /JW신약

신약이 국내에 독점 공급하는 프랑스 피에르파브르의 모발 관리 화장품이다. 가늘고 힘없는 모발 등을 개선하는 기능을 갖췄다. 최근에는 한국을 포함한 13개 국가 소비자 1676명을 대상으로 진행된 글로벌 관찰 연구에서 해당 제품 사용 후 모발의 볼륨감, 윤기, 밀도감 등에 대한 개선 만족도가 확인됐다. /이청하 기자

지그재그 교환도 '직진 배송'

키카오스타일이 운영하는 스타일 커머스 플랫폼 지그재그가 '직진교환' 서비스 운영을 시작했다고 7일 밝혔다.

기존 직진배송은 별도의 교환 기능이 없어 상품 교환을 원하는 고객은 환불 후 상품을 재주문해야 했다. 이번 서비스 론칭으로 직진배송 상품 수령 후 7일 안에 교환 신청을 하면 반품, 재구매의 번거로움 없이 보다 빠른 상품 교환이 가능해졌다. 기존 구매 시 적용했던 쿠폰, 마일리지 등의 혜택도 그대로 유지 가능하다.

지그재그는 올해 1월 교환 서비스 시범 운영 시작 이래 교환 리드타임 단축을 위한 고도화를 지속해 왔다. 그 결과 1월 평균 4.5일에서, 지난 6월 기준 평균 3.5일로 약 22% 이상 더 빠른 상품 교환이 가능해졌다. /김서현 기자 seoh@

오가노이드 국제 컨퍼런스, 9월 판교서 개최

바이오의약품·KHID 함께 진행

차세대 생체 모델의 핵심 기술로 전 세계 주목을 받는 오가노이드 분야의 전문가들이 올해 9월 처음으로 한국에 모인다.

오가노이드사이언스는 오는 9월 17~18일 경기 성남에 위치한 판교 차바이오컴플렉스에서 국제 컨퍼런스 'ODC26 Mirrors: The Reflective Turn(성찰적 전환)'을 개최한다고 7일 밝혔다.

ODC는 오가노이드를 주제로 한 국제 학술 행사다. 지난 2018년 한국에서 처음 시작해 현재는 전 세계 1000개 이상의 기관이 참여하고 있다.

올해 행사는 K-오가노이드 컨소시엄(한국바이오의약품협회)과 한국보건산업진흥원(KHIDI)이 함께 진행한다. 또 Or



지난해 열린 'ODC25' 전경 /오가노이드사이언스

ganoids Are Us, 한국줄기세포학회(KS SCR), 한국생명공학연구원(KRIBB) 등이 대거 참여해 전문성을 높인다.

오가노이드를 비롯한 차세대 생체 모델 기술을 조명한다. 생명을 관찰하는 도구의 진화는 물론, 인체 작동 방식을 스스로 증명하는 새로운 변화를 살펴본다. 나아가 과학적 발견과 기술 혁신이 사회에 미치는 의미를 함께 짚어본다. /이청하 기자