

‘반도체·바이오 기술’ 딥테크로 K-뷰티 초격차 굳힌다

에이피알, 뷰티기기에 반도체 적용
2029년까지 76억 프로젝트 수행

HLB생건 뷰티 브랜드 ‘미인실록’
HLB펩 협업, 펩타이드 소재 결합

K뷰티가 반도체, 바이오 등 첨단 기술을 직접 흡수하고 있다. K뷰티 영역을 딥테크 영역으로 확장하기 위해 핵심 부품을 내재화하고 신소재를 적용하는 등 K뷰티만의 경쟁력을 높이는 전략이 펼쳐진다.

26일 국내 뷰티 업계에 따르면, 에이피알은 주력 사업인 뷰티기기 부문에서 반도체 기술을 융합한다. 특히 외부 부품을 수급해 조립하던 기존 방식에서 벗어나 뷰티 전용 반도체 설계에 적극 참여하기 위한 포석을 놓는다.

에이피알은 ‘2026년 산업통상부 반도체 첨단산업기술개발 사업 과제’ 주관기관으로 선정됐다. 오는 2029년까지 총 76억원 규모의 국책 프로젝트를 수행한다. 에이



지난 23일 열린 ‘2026 산업통상부 반도체첨단산업기술개발 사업 과제 선정’ 킥오프 미팅에서 에이피알 신재우 R&D센터장이 발표하고 있다. /에이피알

피알은 뷰티기기에 적용 가능한 부품 확보, 제품 소형화 등에 중점을 둔다.

또 시스템 개발도 진행한다. 뷰티기기의 에너지 출력 안정화, 전력 효율, 인공 지능 기반 제어 기능, 제품 안전성 등을 개선하기 위한 기술력이다.

에이피알은 향후, 이번 개발 성과를 바

탕으로 기존 가정용 뷰티기기에서 전문가용 기기, 모듈 사업 등으로 사업을 확장할 계획이다.

에이피알 관계자는 “산업통상부 과제 주관 선정으로 에이피알이 2021년부터 쌓은 뷰티기기 전문성을 입증한 만큼 앞으로 K뷰티테크를 차별화하는 데 기여하

겠다”고 말했다.

K뷰티 산업에는 바이오 기술도 적극 도입된다. HLB생활건강의 뷰티 브랜드 ‘미인실록’은 HLB펩과 협업하고 있다. 미인실록은 썬지메이수 등을 활용하는 자연주의 제품을 선보여 왔고 최근 들어 HLB펩의 펩타이드 소재를 더해 글로벌 웰니스 시장 공략에 나섰다.

HLB펩이 개발한 ‘커큐민 핵사펩타이드’, ‘카퍼 트라이펩타이드’ 등을 함유한 샴푸, 트리트먼트, 바디워시 등을 내놓은 것이다. 해당 제품들은 루마니아 등으로 수출됐고 현지 약국 체인점 알마 파머시에서 초도 물량 완판을 기록하기도 했다.

HLB그룹 측은 미인실록의 한국 전통 뷰티법과 HLB펩의 고기능성 바이오 기술이 맞물리면서 글로벌 소비자들을 사로잡았다는 분석을 내놨다. 특히 커큐민 핵사펩타이드는 항염증 및 항산화 성분으로 두피 스트레스 등을 완화해 준다. 또 카퍼 트라이펩타이드는 천연 펩타이드 성분으로 콜라겐 생성 등에 관여한다.

HLB펩은 특허 원료를 앞세워 스킨케어 등을 지속 개발한다는 방침이다. 실제로 펩타이드 전문성을 집약해 독자적인 더마 사이언스 브랜드 ‘뎀센’을 추가로 공개했다. 기업과 기업 간 거래(B2B)를 중심으로 그룹 내 원료 공급사에 그치지 않고 기업과 소비자 간 거래(B2C) 시장으로 진출함으로써 그룹 성장동력을 강화한다는 복안이다.

국내 뷰티 업계 관계자는 “K뷰티 성장축이 원천 기술 경쟁으로 이동하고 있다”며 “K뷰티 위상이 높아지고 있는 가운데 소비자 눈길을 끌기 위한 유행과 합리적인 가격만으로는 한계가 있을 것으로 전망되고 있기 때문”이라고 설명했다. 이어 이 관계자는 “중장기적으로는 단순 모방을 따돌리고 초격차를 유지하기 위해서라도 뷰티를 소비재로 다루기보다는 기업 밸류체인 전체를 바꾸는 접근법에 집중하고 있는 것으로 보인다”고 덧붙였다.

/이청하 기자

mlee236@metroseoul.co.kr



metro

日 2030세대 홀린 ‘더현대’… 방문객 5배 ↑

도쿄에 플래그십 정규매장 열어
준비 물량 완판… K-팬덤 흥행도

현대백화점은 더현대글로벌의 첫 플래그십 정규 매장 ‘더현대(THE HYUNDAI)’가 들어선 복합 쇼핑몰 도큐 플라자 오모카도 2030세대 방문객이 더현대 오픈 이전과 비교해 5배 이상 증가했다고 26일 밝혔다.

앞서 현대백화점은 지난 10일 도쿄 오모테산도 거리의 복합 쇼핑몰 도큐 플라자 오모카도 3층에 플래그십 정규 매장 더현대(THE HYUNDAI)를 오픈했다.

일부 상품들의 완판 행진도 이어지고 있다. 더현대(THE HYUNDAI)가 브랜드와 협업해 선보인 ‘코이세이오038’ 펌킨 스커트는 신상 컬러를 단독 공개한 후 준비했던 물량이 오픈 첫 주말 모두 완판됐다. K팝 아이돌 창작으로 유명세를 탄 ‘더블러버스’의 선글라스, ‘히에타’의 타일라



오모테산도 더현대글로벌 플래그십스토어 고객들 줄서는 모습. /현대백화점그룹

백, ‘스탠드오일’의 미오 버킷백 등 주요 K패션 아이템들도 준비한 물량이 모두 팔렸다.

K팬덤 또한 주목 하고 있다. 일본 더현대 공식 앰버서더 ‘TWS(투어스)’ 포토카드 증정 이벤트 당일 오픈런이 섰고, 현대백화점은 기세를 몰아 다음 달 2차 증정 행사도 진행할 예정이다. 또 캐릭터 및 팬덤 IP 콘텐츠 플랫폼 ‘위드뮤’에서 판매한 투

어스 굿즈는 일부 상품이 조기 소진됐다. 더현대(THE HYUNDAI)매장에는 일본뿐 아니라 중국, 대만 등 아시아 주요 유통사 60여 곳의 관계자들이 방문하기도 했다

현대백화점은 오는 2030년까지 일본, 대만, 홍콩 등 아시아 주요 거점에 10여 개의 플래그십 매장 구축을 목표로 하고 있다.

/김서현 기자 seoh@

동아제약 ‘듀오버스터’ 이중정 구조 적용 구강유산균 선택

동아제약의 구강케어 브랜드 듀오버스터가 이중정 설계로 안전성과 섭취 편의성을 모두 잡은 구강 유산균을 선보인다.

동아제약은 국내 구강유산균 최초 이중정 구조를 적용한 ‘듀오버스터 오랄밸런스 구강유산균’을 출시했다고 26일 밝혔다.

듀오버스터 구강유산균은 민트층과 흰색층의 이중 구조로 유산균이 민감한 성분과 접촉하지 않도록 설계했다. 유산균과 기능성 부원료를 분리해 유산균 본연의 효과를 살렸다.

균주는 한국인 치은에서 분리한 특허균주 ‘S.SALIVARIUS G7’를 사용했다. 국내 연구를 통해 개발된 균주로, 한국인의 구강 환경에 맞춰 설계된 것이 특징이다.

/김수정 수습기자 kcrystal@

폴무원, 美 김치사업 매출 12.3% 늘어

(전년비)

비건김치 등 제품군 확대해 수요 대응

미국 내 김치 소비가 확대되는 가운데 폴무원이 한국산 김치를 앞세워 현지 사업을 키우고 있다. 미국 정부의 식단 가이드라인에 김치가 포함된 이후 수요가 늘면서 상반기 매출도 두 자릿수 증가했다.

폴무원은 미국 김치 사업의 올해 상반기 매출이 지난해 같은 기간보다 12.3% 증가했다고 26일 밝혔다. 미국법인의 김치 카테고리 매출은 2023년부터 2025년까지 연평균 7.5% 성장했다.

회사는 전북 익산 공장에서 생산한 한국산 김치를 미국으로 수출하는 방식을 적용하고 있다. 비건 포기김치 외에도 전통 젓갈 김치, 푸드서비스용 제품, 현지 유통업체 PB 제품 등으로 제품군을 확대하며 시장 수요에 대응하고 있다.

마케팅도 강화하고 있다. 지난 3월 미국



지난 5월 미국 앨라배마주 몽고메리 비스킷츠 야구장을 방문한 관광객이 경기장 내부에 설치된 폴무원USA의 김치 홍보 부스에서 폴무원 김치로 만든 소스를 시식하고 있다. /폴무원

자연식품박람회(Natural Products Expo West 2026)에서 김치와 두부를 중심으로 제품을 소개했으며, 미국 마이네리그 야구단 ‘몽고메리 비스킷츠’와 협업한 한국 문화유산의 밤’ 행사도 이어가고 있다.

/신원선 기자 tree6834@

신세계百貨, 장마철 맞이 언더웨어 행사

코데즈컴바인, 오얏 등 팝업

신세계백화점이 장마철을 맞아 노와이어·심리스 등 편안한 착용감을 앞세운 언더웨어 팝업스토어와 기획전전을 선보인다.

신세계백화점 강남점 1층 오픈스테이지에서는 오는 30일까지 ‘젤리샵 by 코데즈컴바인’ 팝업스토어를 운영한다. 코데즈컴바인 이너웨어의 ‘젤리 브라’를 백화점 팝업 형태로 처음 선보인다. 서포트 밴드에 탄성 소재를 적용해 노와이어 제품의 편안함과 보정 기능을 함께 구현한 제품이다.

팝업 매장은 젤리빈을 연상시키는 색상과 레트로 분위기로 구성했으며, 포토존

도 마련했다. 여성 브라 세트와 남성 드로즈, 이지웨어 등을 판매한다.

강남점 지하 1층 선권 행사장에서는 오는 31일까지 ‘여름 란제리 특집전’을 연다. 비비안, 비너스, 바비라, 와코루 등 언더웨어 브랜드가 참여한다.

센텀시티점 지하 2층에서는 다음 달 6일까지 신규 언더웨어 브랜드 ‘오얏’ 팝업스토어를 운영한다. 심리스 언더웨어 브랜드 ‘감탄브라’가 새롭게 선보인 브랜드로, 백화점 단독 팝업은 이번이 처음이다.

오얏은 순면 소재와 오얏꽃을 모티프로 한 시그니처 패턴을 적용한 언더웨어와 의류를 선보인다. 대표 상품은 리즈 블라썸 티셔츠와 체크 숏팬츠 등이다.

/김서현 기자

지누스, ‘에어 매트리스’ 할인·사은 혜택

내달 2일까지 ‘에어 쿨슬립 페스타’ 냉방 배개커버·모바일 상품권 등 제공

지누스는 공식 온라인몰 지누스몰에서 다음달 2일까지 ‘에어 쿨슬립 페스타’를 진행한다.

이번 행사에서는 여름철 통기성과 열배출 성능을 강화한 ‘에어(Air)’ 매트리스 시리즈 구매 고객을 대상으로 할인과 사은 혜택을 제공한다. 지누스 에어 매트리스는 미세한 공기 통로를 갖춘 오픈셀(Op

en Cell) 구조의 에어 메모리폼을 적용해 체온과 습기 배출을 돕는 것이 특징이다.

행사 대상은 그린티·얼티마·클라우드 등 에어 매트리스 5종과 에어젤 메모리폼 필로우를 포함한 총 6종이다.

행사 기간 에어 매트리스를 구매한 고객에게는 베네페딩 냉방 배개커버를 증정한다. 제품 수령 후 지누스몰에 포토리뷰를 작성한 고객에게는 배달의민족 모바일 상품권을 제공하는 이벤트도 진행한다.

/김서현 기자

LG생활건강, 美 월마트에 ‘더페이스샵’ 입점

‘미감수’ 비룻 스킨케어 5종 선택

LG생활건강이 북미 유통 시장에서 고객 접점을 확보하며 브랜드 입지를 적극 늘리고 있다.

LG생활건강은 미국 월마트 매장 1600여 곳에 클린뷰티 브랜드 더페이스샵이 입점한다고 26일 밝혔다. 2024년 캐나다 월마트에 진출하고 2년 만에 미국 월마트

로 오프라인 거점을 확장하게 됐다.

더페이스샵은 클렌징 제품군 ‘라이스 워터 브라이트(미감수)’를 비롯해 주요 스킨케어 5종을 선보인다. 특히 미감수의 글로벌 흥행을 이어가는 데 중점을 둔다.

더페이스샵 ‘라이스 워터 브라이트(미감수)’는 한국 전통 미용 비법인 ‘쌀뜨물 세안’을 LG생활건강의 기술력으로 재해석한 제품들로 구성됐다.

/이청하 기자