K-뷰티, 일시적 유행 넘어 美 시장 정착 박차

CJ올리브영, 美 매장 확대

내년 상반기까지 총 7개 매장 목표
LA·샌디에이고 프리미엄 상권 진입

한국식 스킨케어 학습 공간 주력
맞춤형 피부 진단 '스킨스캔' 통해
첨단 뷰티테크 영역서 입지 다져



CJ올리브영 미국 1호 '패서디나점'.

국내 헬스앤뷰티(H&B) 시장의 절대강자인 CJ올리브영이 성공적인 미국 시장 안착을 바탕으로 오프라인 영토 확장에 대대적으로 나선다. 기존 LA 거점을 넘어 캘리포니아 남부 최대 상권인 샌디에이고까지 전진 배치하며, 한국 중소·인디 뷰티 브랜드의 세계화에 속도를 낸다는 구상이다.

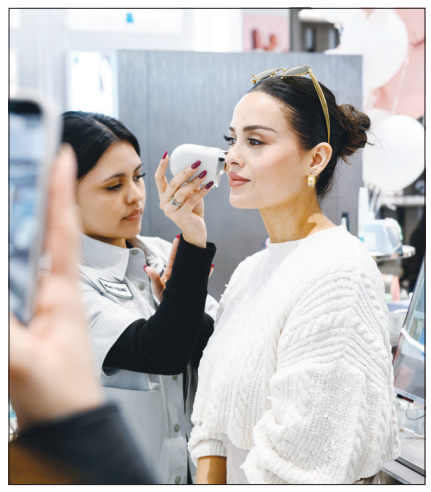
CJ올리브영은 오는 2027년 상반기까지 미국 캘리포니아주에 5개 매장을 추가 출점해 총 7개까지 오프라인 매장을 확대한다고 9일 밝혔다. 특히 신규 매장은 미국 서부의 유행과 소비를 주도하는 LA 광역권과 캘리포니아 남부 핵심 도시인 샌디에이고의 대표 프리미엄 상권에 들어선다.

LA 광역권에서는 어바인의 라이프스타일 쇼핑센터 '스펙트럼 센터'를 비롯해 사우스베이 '텔 아모 패션 센터', LA 도심 파머스마켓 인근 복합쇼핑몰 '블룸 온 서드', 오렌지카운티 중심부의 '브레아 몰'에 개점을 추진한다. 샌디에이고 대표 고급 쇼핑몰 '패션 밸리'에도 입점해 현지 오프라인 접점을 다각화한다.

이번 출점 지역에는 미국 최대 리테일 부동산 기업인 사이먼 프로퍼티 그룹이 운영하는 주요 쇼핑몰이 대거 포함됐다. 올리브영은 현지 유동인구가 몰리는 핵심 거점을 늘려 한국 중소 K뷰티 브랜드의 대중적 인지도를 획기적으로 강화한다는 복안이다.

국내외에서 인디 브랜드의 시장 안착을 돕는 '플랫폼' 역할을 하고 있는 만큼, 올리브영은 현지 소비자가 한국식 스킨케어를 경험하고 학습할 수 있는 공간 확보에 주력한다. 선스틱, 선쿠션, 토너패드 등 생소한 제형을 소개한다.

이와 함께 맞춤형 피부 진단 서비스인 '스킨스캔'을 제공해 신개념 K뷰티 입지를 첨단 뷰티테크 영역에서도 다진다. 실제로 스킨스캔 서비스는 올해 올리브영이 미국에서 선보인 오프라인 매장에서


올리브영 미국 패서디나점에 방문한 해외 고객이 맞춤형 피부 진단 서비스인 '스킨스캔'을 받고 있다. /CJ올리브영

개점 약 5개월 만에 누적 이용 고객 2만 7000명을 넘어설 정도로 현지에서 폭발적인 인기를 입증했다.

아울러 올리브영이 성숙기에 접어든 국내 시장을 넘어 북미를 새로운 성장 동력으로 삼아 '글로벌 뷰티 플랫폼'으로 체질 전환에 나섰다는 분석이다. 지난해 연매출 5조 8335억원, 영업이익 7447억원을 기록하며 역대 최대 실적을 올린 가운데, 올해 역시 성장세는 가파르다. 전년 동기 대비 24% 늘었다

올리브영의 올해 상반기 누적 매출은 3조3349억원으로 전년 동기 대비 전년 동기 대비 24% 증가했다. 상반기 실적으로 3조원 대 매출을 기록하면서 올해 연 매출 6조원 돌파 가능성도 높였다.

이러한 호실적에는 방한 외국인 관광객 증가에 따른 오프라인 매출 급증이 주효했으며 온라인 매출 역시 신규 포인트 제도 도입과 오늘드림 주문 증가로 성장했다. 특히 올해 들어 미국 매장을 2개점까지 가동하며 북미 타깃 B2B 사업 및 오프라인 테스트를 마친 올리브영은, 이번 5개점 추가 출점을 통해 본격적인 글로벌 확장 국면에 접어들게 된다는 분석이다.

올리브영 관계자는 "올리브영의 미국 오프라인 매장은 K뷰티의 우수성을 현지에 전파하는 전략적 통로이자 신진 브랜드들의 주류 시장 안착을 돕는 가교 역할을 하고 있다"면서 "K뷰티가 글로벌 무대에서 전례 없는 호황기를 맞이한 만큼, 이를 일시적 유행을 넘어선 뷰티 시장의 메인스트림으로 정착시키기 위해 브랜드사와 함께 지속가능한 글로벌 성장 기틀을 마련해 나갈 것"이라고 말했다./이청하 기자

mlee236@metroseoul.co.kr



KT&G
플렉스·페임 4종 카자흐 시장 진출

KT&G가 카자흐스탄 궐련형 전자담배 시장에 진출하며 글로벌 차세대 제품(NGP) 사업 확대에 나섰다.

KT&G는 지난 10월 카자흐스탄에 궐련형 전자담배 디바이스 'FLEX(플렉스)'와 전용 스틱 'FAIIM(페임)' 4종(사진)을 출시했다고 9일 밝혔다.

FLEX와 FAIIM은 국내에서 판매 중인 '릴 에이블'과 '에임'을 현지 시장에 맞춰 재브랜딩한 제품이다. 현재 카자흐스탄 최대 도시인 알마티에 한정해 공급하고 있으며, 향후 현지 유통망을 단계적으로 확대할 계획이다.

현지 소비자와의 접점 확대를 위해 알마티 대형 쇼핑몰 포럼몰(Forum Mall)에는 FLEX 플래그십스토어도 운영한다. 매장에서는 브랜드 홍보와 제품 상담 등을 통해 소비자에게 제품 정보를 제공할 예정이다.

이번 출시는 KT&G가 NGP 해외사업에서 일부 제품의 독자 상업화 기반을 확보한 이후 추진하는 글로벌 사업 확장 전략의 일환이다. KT&G는 카자흐스탄 현지 법인을 중심으로 생산공장 구축과 유통망 확대 등을 통해 사업 기반을 강화해 왔다. /신원선 기자 tree6834@

삼성바이오에피스 "SB27, 오리지널 의약품과 동등성 확인"

〈키트루다 바이오시밀러 후보물질〉

美면역항암학회 연례 학술대회서
글로벌 임상 3상 연구 결과 발표
중화항체 단 한 건도 발생 안 해

삼성바이오에피스가 지난 4~8일 미국 애리조나주 피닉스에서 열린 미국면역항암학회(SITC) 2026년 연례 학술대회에서 키트루다 바이오시밀러 후보물질 'SB27'의 글로벌 임상 3상 연구 결과를 발표했다.

SB27의 오리지널 의약품인 키트루다는 미국의 다국적 제약사 MSD가 개발한 면역항암제로, 지난해 글로벌 매출 약 46조원(317억 달러)에 달하는 전 세계 1위 블록버스터 의약품이다.


삼성바이오에피스 발표 현장 사진.

삼성바이오에피스는 2024년부터 글로벌 14개국에서 전이성 비편평 비소세포폐암 환자 555명을 대상으로 표준 화학요법과 병용 투여하는 방식으로 SB27과 오리지널 의약품을 비교하는 무작위 배정, 이중맹검 임상 3상을 진행했다.

임상시험 분석 결과, SB27의 1차 평가변수인 '24주 시점의 객관적 반응률(ORR)'이 사전 정의한 규제기관의 동등성 마진을 충족하며 오리지널 의약품과의 임상의학적 동등성을 확인했다. 또한 암이 더 이상 진행되지 않는 기간을 나타내는 무진행생존기간(PFS), 약물에 대한 반응 상태가 유지되는 반응지속기간(DOR), 환자의 전체생존기간(OS) 등 주요 2차 유효성 평가 변수에서도 오리지널 의약품과 유사한 결과를 보였다.

안전성 측면에서도 전체 치료 후 이상반응과 중대한 이상반응 발생 비율이 오리지널 의약품과 유사했으며, 특히 체내에서 약효를 무력화할 수 있는 중화항체(NAb)는 단 한 건도 발생하지 않았다.

삼성바이오에피스 임상의학본부장 신동훈 부사장은 "이번 SITC 발표를 통해 글로벌 대규모 임상 3상에서 1차 평가 변수를 성공적으로 입증하며 오리지널 의약품 대비 SB27의 임상의학적 동등성과 일관된 안전성을 입증했으며, 고품질 항암 바이오의약품의 환자 접근성을 높이고 치료 혜택을 넓혀갈 수 있도록 개발 역량을 지속 집중하겠다"고 말했다.

/이세경 기자 seilee@



오설록
"카페인 걱정 없이 밤에도 차 즐겨요"

아모레퍼시픽의 고급 차(茶) 브랜드 오설록이 독자 기술력으로 밤에도 즐길 수 있는 취향 맞춤형 티타임을 완성했다.

오설록은 2년간의 연구 끝에 카페인을 97% 이상 덜어낸 무카페인·디카페인 신제품 4종(사진)을 출시했다고 9일 밝혔다.

무카페인 음료는 과일의 풍미를 갖춘 루이보스 2종이다. '삼다 꿀배 루이보스'는 달콤한 배와 꿀의 부드러운 잔향을, '제주 영귤 루이보스'는 제주 영귤 특유의 산뜻하고 상큼한 향을 담았다.

디카페인으로 선보이는 홍차도 총 2종이다. '디카페인 제주 동백꽃 티'는 홍차를 바탕으로 동백꽃과 열대과일이 조화를 이룬다. '디카페인 피치 블랙티'는 홍자와 함께 잘 익은 복숭아가 깊이를 더한다.

오설록 관계자는 "자체 기술력으로 카페인을 줄이면서도 홍차 본연의 진한 바디감은 그대로 지켜, 꾸준히 사랑받아 온 브랜드 대표 블렌디드 티를 이번에는 카페인 부담 없이 즐기실 수 있을 것"이라며 "앞으로도 고객 일상과 취향에 스며드는 다채로운 차 경험을 제공하겠다"고 말했다. /이청하 기자

대웅제약
약물전달기술 강화

대웅제약이 계열사들과 손잡고 정맥주사(IV)의 피하주사(SC) 전환과 붙이는 패치형 의약품 상용화를 이끌 독자 약물전달기술을 강화한다.

대웅제약은 대웅테라퓨틱스가 개발한 고농도 피하주사 제형 플랫폼 '써미크라'와 용해성 마이크로니들 플랫폼 '클로팜'을 활용해 신규 의약품을 발굴하고 제품화를 추진하는 공동개발 계약을 각각 체결했다고 9일 밝혔다. 써미크라는 대웅제약·대웅테라퓨틱스·대웅바이오 3사가, 클로팜은 대웅제약과 대웅테라퓨틱스가 함께 개발한다.

이번 협력은 특정 품목에 한정하지 않고 다양한 의약품으로 개발 범위를 넓히는 데 초점을 맞췄다. /이청하 기자

셀트리온 '스테키마', 유럽서 처방범위 확대

소아 크론병·궤양성 대장염 적응증
추가에 대한 변경허가 '승인 권고'

셀트리온은 자가면역질환 치료제 스텔라라 바이오시밀러 '스테키마'가 유럽의약품청(EMA) 산하 약물사용자문위원회(CHMP)로부터 소아 크론병 및 소아 궤양성 대장염 적응증 추가에 대한 변경허가 '승인 권고' 의견을 받았다고 9일 밝혔다.

이번 승인 권고로 셀트리온은 유럽 내 스테키마의 처방 대상을 2세 이상 소아 환자까지 넓히며 처방 범위를 확대할 전망이다.

셀트리온은 이미 유럽에서 성인 및 소아 판상 건선(PsO), 성인 건선성 관절염(PsA), 성인 크론병(CD), 40kg 이상 소아 크론병 및 성인 궤양성 대장염(UC) 등의 적응증에 대해 스테키마의 허가를 획득하고, 현재 유럽 각지에 해당 제품을 공급하고 있다. 여기에 이번 2세 이상 소아 장질환 적응증에 대한 유럽연합 집행위원회(EC)의 최종 승인이 이뤄지면, 유럽 내 우스테키누맙 시장 지배력을 한층 공고히 할 전망이다.

스테키마는 지난해부터 유럽을 포함해 미국, 일본, 호주 등 주요 국가에서 순차적으로 출시되며 글로벌 우스테키누맙 시장에 순조롭게 안착하고 있다. 특히 올해 2분기 유럽에서 자동주사제(AI) 제형을 공급한 이후 투여 편의성을 앞세워 매출 성장세를 이어가고 있다. 약 20조원 규모의 미국 우스테키누맙 시장에서도 출시 약 1년 만인 올해 2월 점유율 10.2%를 달성한 데 이어, 지난 7월 16.2%로 5개월 만에 6%p를 끌어올렸다.

오리지널 의약품인 스텔라라는 지난해 약 60억7800만 달러(약 8조5092억원)의 글로벌 매출을 기록한 블록버스터 의약품이다. 의약품 시장조사기관인 아이큐비아(IQVIA)에 따르면 2025년 기준 우스테키누맙 글로벌 시장 규모는 약 186억6538만 달러(약 26조1315억원)로 추산된다.

셀트리온 관계자는 "이번 적응증 추가 승인 권고를 바탕으로 향후 유럽 내 소아 환자들의 치료 기회 확대에 기여할 것으로 기대한다"며 "남은 허가 절차도 차질 없이 진행해 치료 범위를 보다 넓히는 한편 기존 주력 제품군에 이어 인터루킨 억제제 후속 라인업도 지속 확대해 글로벌 자가면역질환 시장 내 입지를 더욱 공고히 해 나가겠다"고 말했다. /이세경 기자