



보도자료

담당부서 : 경제정책실 뷰티패션산업과 서울경제진흥원 뷰티산업본부	뷰티패션산업과장	권소현	02-2133-8761
	뷰티산업팀장	김정묵	02-2133-5232
	담 당 자	석수현	02-2133-5257
	서울경제진흥원 뷰티산업본부장	기정구	02-2222-3760
	뷰티기업육성팀장	이승제	02-2222-3770
	담당자	김재남	02-2222-3722

사진없음 사진있음 쪽수 : 3쪽

오세훈 시장, 세계 3위 뷰티시장 일본에서 K-뷰티 유통망 확보 위해 '맞손'

- SBA-이베이재팬(eBay Japan), 26일(월) K-뷰티 중소기업 온라인 입점 지원을 위한 협약 체결
- 세계 3위 규모 일본시장에 K-뷰티 유통망 확대...한국 제품의 시장점유율 강화할 것
- 오 시장, 일본 진출 성공 기업과 간담회 갖고 애로사항 청취 및 성장 지원정책 모색

- 오세훈 서울시장이 국내 뷰티 기업의 해외 진출을 돕기 위해 미국·중국에 이어 세계 3대 화장품 시장으로 꼽히는 일본 유통업계와 협력에 나섰다. 일본의 젊은 20대 소비자 구매율이 높은 유통채널에서 서울 유망 중소기업 제품을 모아 '서울기획관'을 선보인다.
- 서울시는 26일(월) 일본 오모테산도 뮤지엄에서 오세훈 시장, 김현우 서울경제진흥원 대표이사, 아라이 히데키 이베이재팬 본부장 등이 참석한 가운데 서울시 뷰티분야의 우수 중소기업 발굴, 육성 및 일본 온라인 판로개척 지원을 위한 업무협약을 체결했다고 밝혔다.

- 서울시 중소브랜드 육성을 총괄하고 있는 서울경제진흥원(SBA)과 이베이 제팬(eBay Japan)이 업무 협약(MOU)을 체결했다.
- 이베이재팬(큐텐)은 라쿠텐, 야후쇼핑과 함께 일본의 대표 전자상거래 기업으로, 중소 브랜드의 온라인 등용문이다. 특히, K-뷰티 카테고리는 매년 100% 이상의 성장률을 기록하고 있으며 상당수의 한국 중소형 브랜드가 큐텐을 일본 진출의 첫 채널로 삼고 있다.
- 이번 협약은 K-콘텐츠의 인기에 따라 일본 현지에서 K-뷰티 또한 뜨거운 반응을 얻게 되면서 ‘한국’ 화장품이 일본 화장품 시장 내 전체 수입 순위 1위 * 를 차지한 가운데, 양 기관의 교류를 통해 서울 유망 중소기업들의 일본 수출 판로를 넓히고 업계 종사자 간의 협력 기반을 조성하기 위한 목적으로 마련됐다.
- 엔데믹 전환에 발맞춰 해외 시장 진출이 본격화 되고 있으나, 중소기업 자체적으로 진행하기에는 유무형 자산(거점, 네트워크)의 부족으로 해결이 어려운 애로사항이 많은 상황이다.
- 일본 화장품 수입액 3.1조 중 한국 비중은 23.4%, 약 7,254억 원 수준이다.
- *KOTRA 도쿄 무역관 2022년 기준 발표, 재무성 통계
- 주요 협력 내용은 △서울 유망 중소기업 발굴 및 일본시장 판로 개척 지원 △서울 뷰티산업 활성화를 위한 다양한 온·오프라인 프로모션 기획 및 운영 등이다.
- 온라인 플랫폼 입점 절차 및 현지 시장정보 제공, 다양한 인증과 인플루언서를 활용한 마케팅 지원 등을 통해 현지 진출의 문턱을 대폭 낮춘다.
- 또한, 서울의 유망중소 브랜드를 모아놓은 ‘서울기획관’ 페이지에서는 소비자를 사로잡는 트렌디한 서울의 대표 제품들을 한꺼번에 만나볼 수 있다.

- 이번 협약에 따라 올해 하반기부터는 서울의 유망 중소기업 제품들이 일본의 주요 온라인 유통망에 보다 적극적으로 입점하여 일본 소비자 대상으로 세일즈를 펼치며, 매출성과를 토대로 향후 드럭스토어 등 오프라인 유통채널로도 확장할 수 있는 발판을 마련할 수 있게 됐다.

<일본 현지 진출에 성공한 기업인과의 간담회 개최·성공사례 및 애로사항 청취>

- 업무협약에 이어 오 시장은 일본 현지 진출에 성공한 주요 뷰티기업 13개사와 함께하는 ‘K-뷰티 일본진출 성공 기업 간담회’에 참석해, 현지 뷰티 기업들의 일본 진출 성공사례와 애로사항을 청취했다. 간담회에 참석한 기업들은 오 시장에게 뷰티산업의 해외 진출과 성장을 위한 다양한 정책적 지원을 요청했다.
- 금번 간담회에 참여한 메디쿼터스(대표 이두진), 아이패밀리SC(대표 김태욱), 비모뉴먼트(대표 반성연), 브이티지엠티(대표 정철), 포컴퍼니(김민우 대표), 데이지크(대표 연정미), 어뮤즈(대표 이승민), 7개사의 '22년 매출액은 약5,800억원으로 글로벌 시장에서 K-뷰티의 위상을 높이고 있다.
- 이날 간담회에서 라이프스타일 뷰티 브랜드 ‘달바’를 운영 중인 비모뉴먼트 반성연 대표는 “경쟁력을 갖춘 서울의 중소 뷰티기업으로서도 해외 진출에는 많은 비용과 장벽이 존재한다”며, “서울시 및 서울경제진흥원 등 중소기업 지원 정책을 마련하는 공공 측면에서 서울의 뷰티기업 브랜드 인지도를 높일 수 있는 다양한 정책 개발에 힘써달라”고 요청했다.

○ 어뮤즈

- 어뮤즈의 22년 하반기 기준으로 일본 한정판 립 제품 ‘듀 틴트 도쿄모모’는 일본 최대 오픈마켓 플랫폼 큐텐 재팬에서 포인트 메이크업·립 부문 1위를 달성했다. 이를 발판으로 앞으로 K-뷰티를 대표하는 글로벌 라이프스타일 비건 뷰티브랜드로 자리매김 할 계획이라고 밝혔다.

○ 비모뉴먼트(달바)

- 비모뉴먼트의 대표 화장품 브랜드 달바가 글로벌 시장 수출 다각화에 성공하며 지난 연간 최대 매출액 1,452억원 달성했다. 달바의 ‘22년 해외 수출액은 전년도 60억원에서 217% 증가한 190억원을 기록했다. 달바는 최근 ‘비거너리’ 제품을 론칭하여 영역확장에 박차를 가하고 있다고 밝혔다.

○ 아이패밀리SC(롬앤)

- 아이패밀리SC의 뷰티 브랜드 롬앤은 ‘23년 일본 여성 소비자가 뽑은 ‘23년 한국 코스메틱 브랜드 순위로 3위를 차지하는 등 색조부문에서 일본 시장에서 이미 큰 성공을 거두고 있으며, 미주 및 유럽 등 글로벌 시장 확대를 본격적으로 준비하고 있다고 밝혔다.

○ 브이티코스메틱

- 브이티코스메틱은 일본 최대 온라인 패션 플랫폼인 조조타운의 23년 상반기 베스트 어워드에 선정되었으며, 매출액 및 일본 내 유명 인플루언서에게 받은 득표를 점수화 순위별로 시상하는 행사로 ‘시카 데일리 수딩마스크’가 베스트 코스메 어워드에 당당히 수상되었다. 일본에서 오프라인 채널을 지속 확장 중이며, 7월 신제품 리틀샷 출시를 앞두고 있어 성장세가 지속될 것이라고 전망했다.

○ 메디쿼터스(아닐로)

- 메디쿼터스의 라이프스타일 브랜드 아닐로는 일본의 유명 뷰티버라이어티숍 “코스메키친”에 입점하는 등 K-뷰티의 일본 시장 진출을 본격화한다. 올해 예상 매출은 400억원으로 기대하고 있다.

○ 데이지크

- 데이지크는 한국브랜드로서는 이례적으로 한국과 동시에 새도우, 치크 등 100 SKU 이상제품을 일본내 이세탄 백화점 외 PLAZA, LOFT 등 드럭스토어 전 유통채널에서 판매중이며, 한국 화장품 최초로 일본 화장품 리뷰 플랫폼 LIPS 내 아이새도우 제품으로 명예의 전당을 수상하였다. 23년에는 치크부문 수상과 더불어 LDK, 조조 코스메에서 색조부문 다양한 카테고리에서 어워드를 수상하며 일본 내 토탈 색조 메이크업 브랜드로서 입지를 굳히고 있다.

○ 포컴퍼니(아비브)

- 토탈 스킨케어 브랜드 아비브는 일본시장에서 23년 1,2분기에 전년 대비 약 82%의 매출 성장으로 일본 내 마켓쉐어를 확대하고 있다. 기존 로프트, 도큐핸즈 등 버라이어티샵은 물론, 일본 최대 드럭스토어인 마츠모토 키요시, 돈키호테에서도 입점 매장수를 늘리며 빠르게 오프라인 유통망을 확장하고 있다.