

2023. 12. 13.(수) 조간용

이 보도자료는 2023년 12월 12일 오전 11:15부터 보도할 수 있습니다.



보도자료

담당부서 : 경제정책실 뷰티패션산업과

뷰티패션산업과장

권소현

02-2133-8761

사진없음  사진있음  쪽수 : 4쪽

뷰티산업팀장

안미진

02-2133-5232

(다중 채널 네트워크 : Multi Channel Network)

## 서울시, 국내 뷰티 1위 MCN 기업과 손잡고 우리 뷰티제품 해외 노출 기회 높인다

- 서울시-레페리(Leferi), 12일(화) 서울뷰티산업 활성화 위한 업무협약 체결
- 인플루언서 연계한 서울뷰티위크, 수출상담회 및 뷰티 전문가 육성·인재 발굴방안 모색
- 트렌드에 맞는 콘텐츠 확산 기대...서울뷰티기업 경쟁력 강화, 글로벌 시장 도약 지원

- 밀착력 좋은 색조 화장품, 피부 트러블에 효과가 탁월한 기초 화장품 등 서울의 우수 뷰티 제품이 인플루언서와의 협업을 통해 전 세계인이 사용하는 유튜브, 인스타그램, 틱톡 등에서 확산이 가속화된다.
- 서울시가 국내 뷰티 부문 1위 MCN(Multi Channel Network) 기업인 레페리(Leferi)와 12월 12일(화), 업무 협약을 체결하였다고 밝혔다. 서울뷰티산업 활성화를 위해 행사·마케팅·교육·거점활성화 등을 위한 민관 협력을 강화하는 것이 이번 협약의 목적이다.
  - 레페리(Leferi)는 2013년 설립되어, 레오제이, 민스코, 에바 등 인플루언서 400여명이 소속된 국내 1위 뷰티 MCN 기업이다.
  - MCN은 다중 채널 네트워크(Multi Channel Network)로, 온라인 플랫폼에서 활동하는 크리에이터를 지원, 관리하는 회사를 말한다.

- 서울시는 내년부터 추진되는 서울뷰티위크, 수출상담회 등 사업 현장에서 기업과 인플루언서를 연계하고, 크리에이터·메이크업·마케팅·제조전문가 등 인재 발굴을 위한 협력방안을 모색한다. 또한, K-뷰티 기업의 글로벌 사업확장을 위한 투자유치 및 마케팅 지원과 거점별 K-뷰티 활성화를 위해 상호 협력하기로 합의했다.
  - 협약내용은 ▲뷰티박람회-수출상담회-컨벤션-페스티벌 행사 추진
    - ▲뷰티크리에이터·메이크업·마케팅·제조 전문가 등 인재 발굴 및 양성
    - ▲K-뷰티 기업 국내외 판로구축을 위한 투자유치 및 마케팅 지원
    - ▲K-뷰티 관광·소비·문화 특화 상권 지역 조성 및 활성화
  - 인플루언서를 활용한 세계 마케팅 시장 규모는 2016년 17억 달러(약 2조 2000억 원)에서 지난해 164억 달러(약 21조 7000억 원)로 증가했다. 2023년에는 211억 달러(약 28조원)를 상회할 것으로 예상된다. (출처 : 글로벌 마케팅 분석기업 ‘인플루언서마케팅허브’)
- 인플루언서 마케팅은 유튜브(Youtube), 인스타그램(Instagram) 등 다양한 플랫폼에 적용될 수 있다. 틱톡 등 숏폼(Short form)과 같은 플랫폼을 통해 트렌드에 맞는 콘텐츠 확산 효과를 기대하고 있다.
  - 숏폼(Short form)은 평균 15~60초, 최대 10분을 넘기지 않는 짧은 동영상으로 제작된 콘텐츠로, 정보 습득은 물론 재미까지도 빠른 시간안에 즐기고자 하는 MZ세대들에게서 큰 인기를 얻고 있다.
  - 틱톡이 대표적이며 인스타그램, 유튜브 등 글로벌 플랫폼들은 각각 릴스, 유튜브 숏츠 등의 자체 숏폼 콘텐츠를 빠르게 키워가고 있다.
- 김태균 서울시 경제정책실장은 “이번 업무협약은 레페리의 우수한 크리에이터 풀(Pool)을 바탕으로 서울뷰티산업을 견인할 수 있는

좋은 기회”라며, “KOC(Key opinion consumer)로 대변되는 인플루언서 영향력을 행정과 융합한다면 서울 뷰티산업 발전에 큰 시너지를 창출할 수 있을 것 ”이라고 말했다.

## □ (주)레페리 개요

- 설립일 : 2013.07.17.      ○ 사원수 : 75명('22년)
- 매출 : 245억('22년)      ○ 의 장 : 최인석 (창업자)
- 사업분야 : 뷰티&라이프스타일 인플루언서 비즈니스 (MCN)
- 주 소 : 서울 강남구 영동대로 417(대치동, 오토웨이타워) 2층



## □ 기업현황

- 국내 MCN중 4위 랭크 (매출액, 유튜브 구독자, 인스타/틱톡 팔로워수 기준)
  - 1위 다이아TV (CJ ENM 자회사), 2위 샌드박스 네트워크 (아프리카 TV 자회사), 3위 트레저헌터
  - 다또아, 김습습, 에바, 레오제이 등 약 300명 소속
- 뷰티전문 MCN중 1위 랭크
  - '22년 연매출 기준(245억) 1위로, 240억의 2위 디밀('19년설립)과 경쟁중
  - ※ 디퍼런트밀리언즈(디밀) : '20년 현대홈쇼핑과 아모레로부터 150억 투자 받으며 급속 성장. 롯데백화점 내 편집샵 꾸려 입점하는 등 공격적 확장중
- 아모레퍼시픽, LG생활건강, 클리오, 랑콤, 어뮤즈 등 400여개 브랜드와 협업
- 2015년 프리A 25억, 2016 시리즈A 26억, 2019 시리즈B 100억 등 151억 유치
  - (주요투자자) KB증권, GS홈쇼핑, 신한금융투자, 카카오인베스트먼트 등