



아름다운
라이프스타일,
서울

아름다운 라이프스타일, 서울

목차

한눈에 보는 서울의 뷰티·패션 산업 02

세계시장 3위의 뷰티·패션 산업을 주도하는 도시, 서울 03

국내 뷰티·패션 기업의 가치를 알아본 해외 투자자들 10

서울 뷰티·패션 산업 트렌드 11

1. 뷰티 패션 플랫폼
2. 중고 패션
3. 뷰티 디바이스
4. 더마 화장품
5. 이너뷰티

올해보다 더 기대되는 내년, 이 기업들에 주목하세요 19

해외투자유치 성공사례
유망 기업

인베스트서울이 함께 합니다 21

주목해야 할 뷰티·패션 기업 22

한 눈에 보는 서울의 뷰티·패션 산업

P.I.C.K M.E U.P



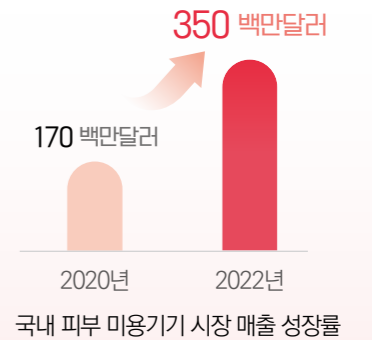
이너뷰티



더마 화장품



뷰티 디바이스



뷰티·패션 플랫폼

한국인 5명 중 1명



전체 매출 중 21%



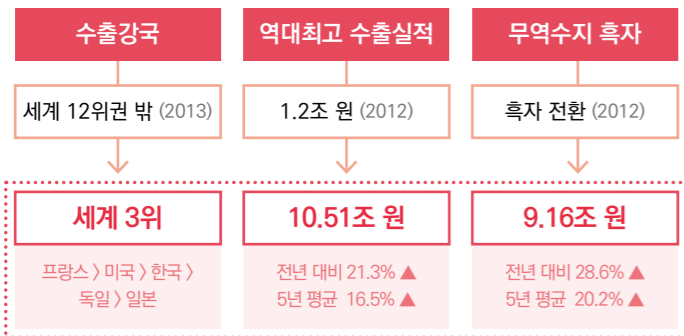
트렌드 분야

- 개인을 분석하여 개인에게 맞는 스타일 및 제품을 추천하는 '패션 및 뷰티테크 플랫폼' 활성화
- 피부트러블 회복에 대한 관심 및 효과적인 회복, 신뢰성 높은 성분에 대한 니즈 증대. '더마 화장품'과 같은 고기능의 안정성이 보장된 상품에 대한 수요 증가
- 노화예방 및 건강유지에 시너지를 일으킬 수 있는 '이너뷰티', 건강기능식품에 대한 소비가 늘어남
- 시간 제약 없이 쓸 수 있고, 장소의 구애가 없는 장점으로 코로나 이후 급성장한 '뷰티 디바이스'

세계시장 3위의 뷰티·패션 산업을 주도하는 도시, 서울

대한민국 대표산업

한국 화장품은 'K-뷰티'를 대표하는 분야 중 성장 잠재력이 가장 높은 것으로 평가되며 2021년 기준 수출액 91억 8,357달러로 전 세계 3위를 기록하였다. 1)



출처: 식물의약품안전처 '화장품 생산·수입·수출 통계자료' 재구성

2021

• 2020년 3위로 올라선 이후 순위를 유지 중으로 이는 화장품 선진국이라고 할 수 있는 독일과 일본을 넘어선 순위로서 한국은 동양을 대표하는 화장품 강국으로서의 입지를 강화해나가고 있다. 또한, 2위인 미국의 연평균증가율 (1.3%)에 비해 우리나라의 연평균증가율 (14%) 이 약 11배 이상임을 비교했을 때 그 성장 가능성 또한 매우 높다.

• 특히 코로나19로 마스크 착용이 장기화 되면서 색조화장보다는 피부 건강을 되찾고 본연의 아름다움을 가꾸고자 하는 경향이 강화되었다. 세계 경제 불황과 환경문제가 부각되면서 메이크업 미니멀리즘*이 소비자의 지지를 받아 가벼운 화장, 가성비 높은 다성능 화장품*에 대한 수요가 높아졌다. 한국의 기초화장품 성능과 합리적인 가격이 이러한 글로벌 뷰티 트렌드와 부합하며 다량의 소비로 이어졌다.

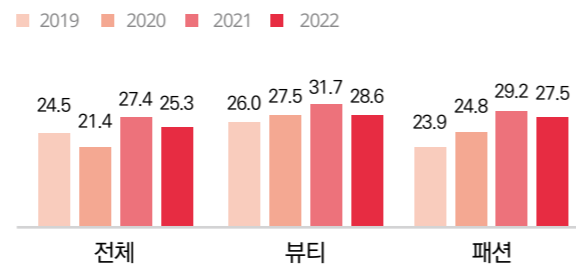
* 다성능 화장품 예시: 톤업 선크림, 여드름 피부용 젤 크림 등

• 이러한 수요증가에 힘입어 한국 화장품 수출은 중국 이외에도 최대 무역수지 흑자국인 베트남을 포함하여 러시아, 체코, 남아공 등으로 해외 시장을 넓혀가는 중이다.

K-콘텐츠 수출 유발 효과로 뷰티 선호도 급증

한류가 전 세계로 퍼지며 음악·방송 등의 문화콘텐츠 수출이 확대된 것은 물론, 국가 브랜드 가치 제고로 이어져 2017~2021년 동안 화장품(K-뷰티)·가공식품(K-푸드)과 같은 한류와 밀접한 소비재 수출이 큰 폭으로 상승했다 (각 16.6%, 7.8%) 2)

외국인 관광객의 뷰티·패션 소비 비중

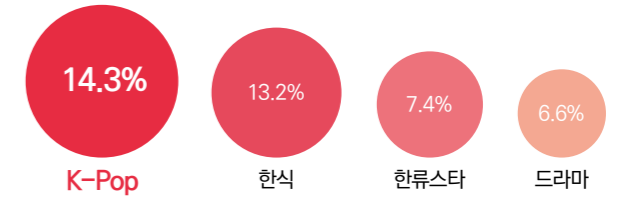


출처: 문화체육관광부 (2023)

1) Statista(2020.12.) "Cosmetics Report 2020", Statista Consumer Market Outlook
2) 한국무역협회, K-콘텐츠, 수출 유발 효과 얼마나, 2023

• 문화체육관광부에서 시행한 2023 해외 한류 실태조사에 따르면 외국인들은 한국하면 K-POP을 가장 먼저 떠올렸으며(14.3%), 소비지출로는 웹툰과 뷰티에 대한 소비 비중이 가장 높았다(28.6%).

K-POP을 가장 먼저 떠올리는 외국인



• 일례로 2023년 1분기 동안 해외 명품 앰버서더로 BTS 지민, 뉴진스 하니와 헤인, 김연아 등 20명 중 17명의 국내 유명인들이 선정되었으며, 패션 분야에서도 K-콘텐츠의 파급력이 커졌음을 알 수 있다.

• 뷰티 제품과 마찬가지로, 해외에서는 한국의 K-POP 아이돌이나 배우, 유명인이 입었던 옷은 물론 K-콘텐츠를 통해 접했던 한국의 뷰티, 패션 스타일 자체에도 관심 갖기 시작했다.

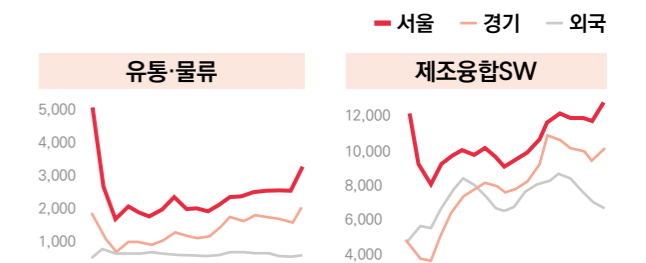


• 글로벌 시장조사기관 스태티스타에 의하면 K-패션을 선호하는 이유는 주로 ▲가방, 의류, 신발 등 다양한 상품군 및 스타일 보유 ▲합리적인 가격에 고품질 제품 ▲K-스타들이 광고하는 상품인 것으로 나타났다. 3)

• 최근 소셜앱 틱톡에서 K-POP 아이돌 가수 '장원영 메이크업 챌린지'가 유행했다. 다양한 국적의 사람들이 K-POP 아이돌의 화장법을 따라 하는 것이 하나의 숏폼 콘텐츠가 되었으며, 이를 본 사람들이 한국 뷰티 제품을 구매하여 사용하는 것도 쉽게 볼 수 있다.

뷰티·패션테크의 중심지

서울은 지난 20년간 제조융합SW, 유통·물류, 콘텐츠 분야에서 특히·출원 분야 상위권을 안정적으로 유지하며 서울의 국내외 대비 독보적인 기술을 보유하고 있다.



• 글로벌 화장품산업의 기술경쟁 패러다임이 타 산업의 기술들과 융합하면서 뷰티산업의 범위가 화장품, 이·미용 등 전통적인 뷰티산업은 물론 패션, 뷰티테크 분야까지 확장돼 기술 융합(뷰티와 기술), 장르 융합(뷰티와 패션), 산업 융합(바이오·의료기기 등)으로 융합되어 발전하고 있다.

• 이러한 추세에서 서울은 '기획-생산-유통'이 모두 가능한 산업생태계를 보유했을 뿐만 아니라 향후 다차원적으로 변화할 뷰티산업에서도 산업 잠재력을 십분 활용할 수 있다는 것을 의미한다.

3) FASHION POST, https://fpost.co.kr/board/bbs/board.php?bo_table=newsinnews&w_r_id=5341, 2023

서울 뷰티 트렌드 6대 거점

지역	주력 프로그램 및 콘셉트
동대문	서울형 뷰티·패션산업을 모두 아우르는 서울 뷰티 트렌드 체험의 메인 거점으로 일반대중 대상의 행사 및 전시 진행
홍대	MZ세대를 타겟으로 소비자 개성을 중시하는 퍼스널 케어 제품 체험 및 이벤트 진행, 홍대 걷고 싶은 거리 힙합 패션쇼, 스마트폰 패션쇼 행사 진행
종로	풍부한 문화유산 기반으로, 관광객을 타겟으로 패션·화장품 등 관광+쇼핑 마케팅 및 비즈니스 교류의 장 형성, 2023 서울 패션위크, 2022 패션코드 행사 진행
신도림	젊은 층 중심의 높은 유동인구 기반 신제품 시연, 런칭행사 등
가로수길	디자인 편집샵, 팝업스토어 등 개성있는 브랜드 매장, 성형·피부미용 밀집, 뷰티의료·건강·스파 등 지역 서비스업 홍보, 2022 가로수길 디자인 워크, 2023 '이탈리아가 트렌드다' 패션 전시회 등
잠실 (코엑스)	잠실 운동장 및 코엑스에서 박람회, 전시회로 풍부한 정보 제공. 뷰티 체험과 소비의 융합. 기업인들의 교류, 지식 공유, 전시, 체험 제공. 2023 서울국제화장품미용산업박람회, 2022 트렌드페어 행사 진행

• 서울은 뷰티·패션 관련 문화자원과 관광 자원이 풍부한 융복합 콘텐츠 산업의 주요 입지로서 시대환경의 변화에 따라 다양하게 변화하는 뷰티 서비스 수요에 대응 가능한 도시이다. 실제로「2021 서울시 외래관광객 실태조사」에서 외국 관광객들은 서울에 대해 '기술적으로 발전된 도시' 이미지와 대중문화콘텐츠와 현지 패션 스타일 등으로 인해 '패셔너블하고 트렌디한 도시' 이미지를 모두 갖고 있기도 했다.*

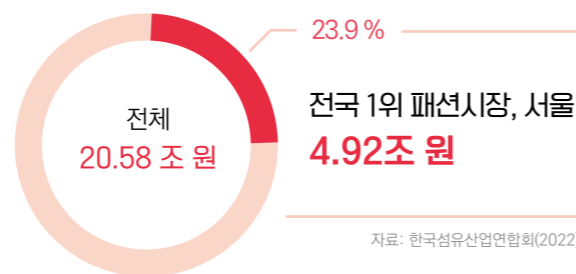
* 유럽과 아메리카의 응답자는 한국이 K-POP은 물론 영화/드라마 인지도도 높아짐에 따라 서울에 대해 'Super cultural(초문화적인)', '트렌디한/패셔너블한', '에너자이징한' 이미지를 연상하기도 한다.

• 이처럼 서울은 현재 과학과 최신 기술의 중심이면서 서울에서만 할 수 있는 한류스타와 연관된 체험이나 패션상품 구입 등 특색 있는 체험이 가능한 곳이다.

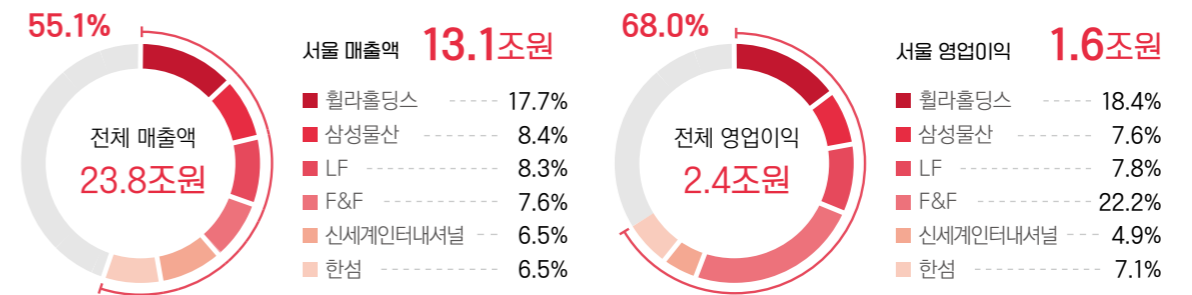
국내 매출의 절반 이상을 차지하는 뷰티·패션 주요 기업의 거점도시

국내 전체 패션 산업 매출의 55.1%, 영업이익의 68.0%를 차지하는 **힐라홀딩스, 삼성물산, LF, F&F, 신세계인터내셔널**과 같은 **국내 주요 패션 기업**과 2022년 **세계 100대 뷰티 기업**으로 지정된 **아모레퍼시픽**과 **LG생활건강**, 2021년과 2020년에 지정되었던 **에이블씨엔씨**와 **(주)클리오** 기업들이 서울에 소재하고 있다.

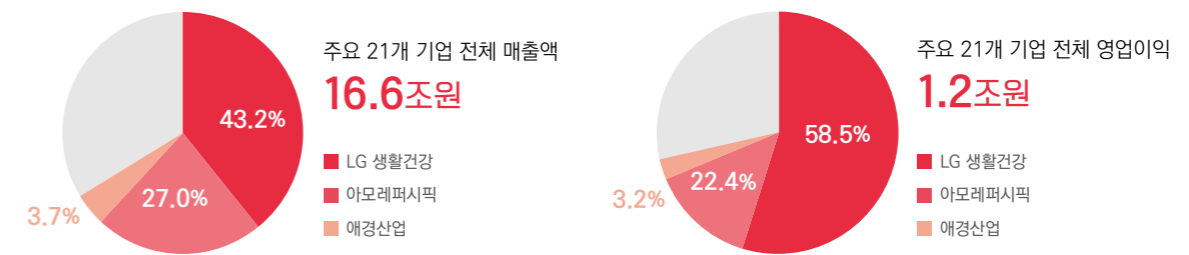
• 서울시가 뷰티·패션 거점을 지정하고 뷰티·패션을 주요 산업으로 삼을 수 있었던 이유는 기존에 형성되어있던 뷰티·패션 인프라와 더불어 서울에 있는 주요 기업들의 영향력으로 인해 전국 대비 **서울의 패션 및 뷰티시장의 규모(매출액 기준)가 월등히 크기** 때문이다.



국내 산업의 대부분을 차지하는 서울 기업



자료: 한국성유신문(2023) *F&F는 8개월 실적(2021.05.01.-2021.12.31.)과 비교한 수치



자료: 팍뉴스, 21개 국내 주요 기업

• 이번만 아니라 서울은 대한민국 전체 인구의 1/5이 거주하고 있으며 이 중 10~30대가 타 지역 대비 두 번째로 가장 높은 비율(37.6%, 지역 내 연령비)을 차지하고 있다. 4)

• 1위는 세종특별자치시이나 총인구수가 약 40만인 것을 고려하면 서울에 대부분의 젊은 세대의 인구가 밀집해 있으며, 그만큼 서울이 글로벌 및 한국의 MZ세대 트렌드*가 빠르게 나타나면서 유행을 주도하고 있음을 알 수 있다.

* MZ세대: 본래는 1980년부터 1994년 사이에 태어난 M세대와 1995년부터 2004년대 초 출생 Z세대를 이르는 말이나, 주로 2030 트렌드를 이르는 말로 사용됨

• 이처럼 서울은 유행에 민감하고 새로운 것을 추구하는 경향이 있는데, 일례로 서울의 주요한 백화점 중 하나인 '더현대'*나 패션의 거리 '성수' 등에 '공간력'을 강조한 팝업스토어가 자주 열리는 것을 들 수 있다.

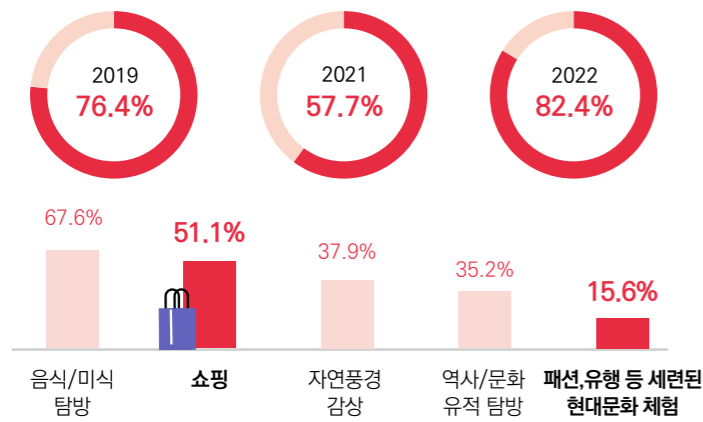
* 서울 더현대에서 2년간 열린 팝업스토어는 총 321개로 백화점 내 특정 공간에 매번 다른 콘셉트와 테마로 열렸으며, 이 기간에 서울 인구의 1/2인 약 460만 명이 방문했다.

서울의 매력적인 라이프스타일에 주목하는 세계

문화체육관광부에서 진행한 '2022 외래관광객조사'에 따르면 **서울에 방문하는 관광객**은 2022년 기준 전체의 **81.7%**이며 방문 고려요인 중 쇼핑의 비중이 51.1%로 늘어났다(21년 기준 33.6%).

4) 행정안전부, <https://jumin.mois.go.kr/>, 2023

서울에 방문한 외국인 관광객 비율 및 외국인 관광객이 서울에 방문하고 싶은 이유 자료: 외래관광객조사(2022)



이중 패션, 유행 등 세련된 현대 문화를 체험하기 위한 목적으로 방문하는 비중도 2021년 11.7%에 비해 15.6%로 늘었다. 이러한 현상은 뷰티, 패션, 푸드를 포함한 서울의 라이프스타일에 관심을 보이는 세계인이 늘어나면서 나타난 수치이다.

세계 4위 AI 기술력, 서울

이렇듯 세계적으로 주목받고 있는 뷰티·패션 산업이 성장을 지속할 수 있는 이유는 근간이 되는 기술 산업이 탄탄하기 때문이다. 서울은 국내 전체 AI 기업 중 73.5%가 모여 있는 도시로 한국의 AI 수준을 반영한다고 볼 수 있으며, AI 자연어 처리 부문에 있어서 미·중 다음으로 세계 3위, 컴퓨터 비전 분야*에 있어서 세계 8위로 높은 기술 수준을 보유하고 있다.

* 패션 플랫폼에서 이미지 내 상품을 찾을 때 주로 활용되는 기술

서울 각 분야별 AI 기술 수준

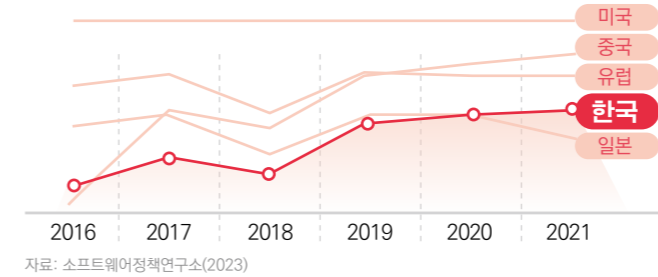
자연어 처리 분야		컴퓨터 비전 분야	
1	베이징 (중국)	1	광둥성 (중국)
2	캘리포니아 (미국)	2	베이징 (중국)
3위	서울 (대한민국)	
4	뉴욕 (미국)	8위	서울 (대한민국)



자료: 서울연구원 정책리포트(2022)

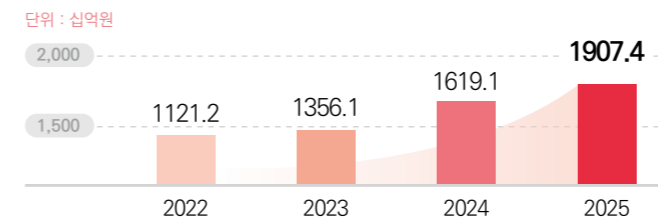
- 세계적으로 다양한 산업에 4차산업 기술이 적용되고 기술 수준이 높아지면서 국내 인공지능(AI)시장도 점점 커지고 있다. 국내 AI 기술은 정부 차원의 지속적인 개발 지원으로 AI 강대국과의 기술격차를 줄이고 2025년까지 1조 9천억까지 확장될 것으로 전망하고 있다.
- 다양한 산업이 융합되고 산업 간 경계가 흐려지면서 AI 기술도 여러 산업 분야에 광범위하게 사용되고 있다. 뷰티·패션 산업도 마찬가지로, 주로 리뷰와 개인의 취향을 분석하는 기능, 이용자의 체형이나 피부 정보를 바탕으로 상품을 추천하는 기능, 특정 이미지를 분석하여 해당 제품을 찾아주는 기능으로 활용되고 있다.

주요국들 사이 한국 AI 기술 수준



자료: 소프트웨어정책연구소(2023)

빠르게 성장하는 국내 AI 시장 전망



자료: IDC Semiannual Artificial intelligence Tracker(2021)

- 데이터 활용도를 높이고 빠른 의사결정을 돕는 등 강력한 이점을 가진 AI 산업을 육성하기 위해 정부는 2023년 1월 AI 개발에 5년간 2,600억을 투입할 계획을 밝혔다. 서울시에서는 AI를 유망 신산업*으로 지정하여 AI 원천기술 오픈소스를 제공하고 중소기업 기술 R&D 자금을 과제당 최대 2억까지 지원하는 등 적극적인 지원이 이뤄지고 있다.

* 인공지능, 로봇, 바이오, 헬스, 모빌리티

양재시미래융합혁신지구 위치 및 AI허브 소속기업 현황



- 서울의 AI 양재 허브는 양재 R&D캠퍼스, AI 지원센터 등이 조성되어 고성능 컴퓨팅 인프라를 형성하고 교육 프로그램을 지원하며 기업이 활용할 수 있는 공간을 제공하고 있다.
- 또한 AI 분야의 마케팅 활성화와 전문인재 양성을 지원하는 프로그램을 지원하고 있으며, 스타트업이 자금을 유치할 수 있도록 연계를 돕고 사업역량을 강화하도록 촉진한다.

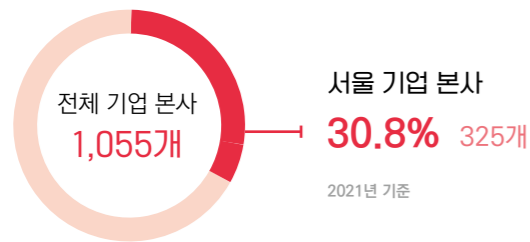
입주기업 수	멤버십기업 수	졸업기업 수	전체
77	135	80	292

자료: 서초구청 홈페이지

바이오산업의 30.8%를 이끄는 도시

서울은 국내 바이오산업 사업체 본사* 30.8%(전체: 1,055개)가 모인 도시이며, 바이오 관련 기업부설 연구소가 2017년부터 꾸준히 증가하여 타 지역대비 가장 많은 비율(18.4%)이 모여 있다.

* 바이오산업: 바이오의약품, 바이오식품산업, 바이오의료기기산업, 바이오장비 및 기기산업 등



자료: 산업통상자원부, 한국산업기술진흥협회(KOITA)

• 최근 자원 고갈과 기후위기로 인한 환경문제에 전 세계적 경각심이 높아지면서 제품의 지속가능성 문제가 대두되었다. 이에 따라 제품의 성능은 물론 원료, 성분 및 공정에 관심을 더 기울이는 소비자들이 많아지고 있다.

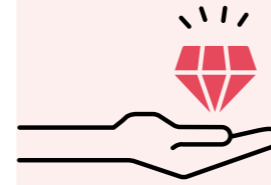
• 이에 바이오산업은 이해할 수 있는 과학적 공정을 거쳐 신뢰감을 더하고, 팜유나 동물실험과 같이 생명을 위협하여 얻는 성분 및 안전성에 의문이 제기된 성분을 대체하기도 하며, 제품에 사용되는 식물성 원료들을 개발하는 등 적극적으로 활용되고 있다.

• 바이오산업은 서울시 주요 전략산업 중 하나로써 사업화 지원을 받기 위한 기업들이 홍릉 바이오 클러스터에 입주하여 인프라를 형성하고, 5,200여 명의 박사급 연구 인력이 모여 관련 기업과 인력이 풍부하다. 특히 '글로벌 뷰티산업 허브, 서울'의 기본 계획으로 '글로벌 뷰티산업 클러스터'를 조성하고 이를 완성시키기 위해 홍릉과 G밸리를 중심으로 '뷰티융복합 R&D거점'을 활성화할 예정이다.

서울 홍릉 바이오 클러스터

자료: 산업통상자원부(2022)

서울바이오허브	성신여자대학교
서울 바이오 산학협력센터	한국외국어대학교
서울 바이오 혁신커뮤니티 센터	삼육보건대학교
BT-IT 융합센터	경희대의료원
첨단의료기기개발센터	고려대 안암병원
경희대학교	고등과학원(KIAS)
고려대학교	국립산림과학원(NIFoS)
서울시립대학교	한국과학기술연구원(KIST)
KAIST 경영대학	한국과학기술정보연구원(KISTI)
동덕여자대학교	한국국방연구원(KIDA)



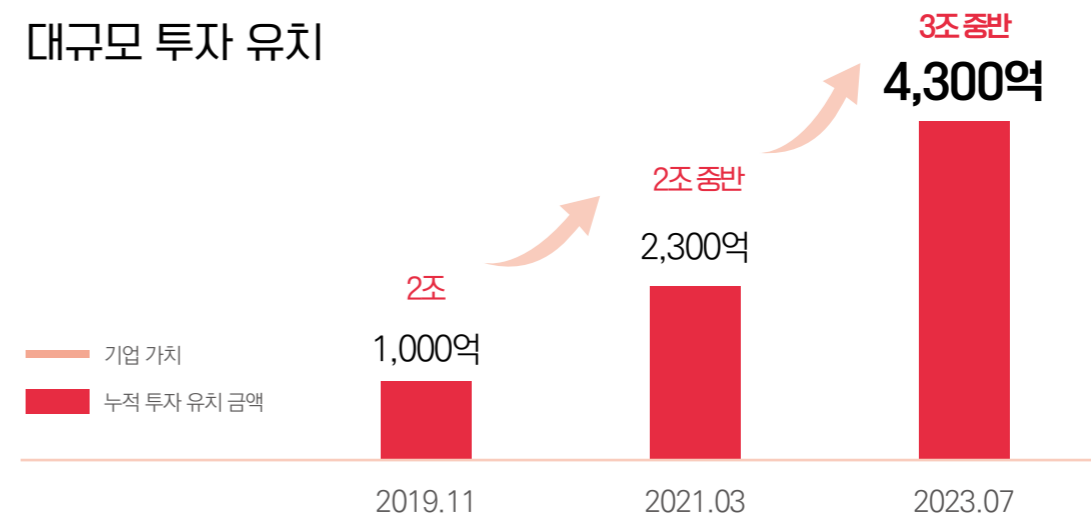
국내 뷰티·패션 기업의 가치를 알아본 해외 투자자들

미국 투자사, 무신사에 2,400억 원 규모 신규 투자

무신사는 한국 패션 기업 최초 유니콘 기업으로, 해외 유명 펀드와 자산운용사를 통해 2,400억 원 규모의 투자유치에 성공했다.

- 2023년 미국의 글로벌 투자회사 콜버그크래비스로버츠 (KKR)가 주도하고 미국 자산운용사 웰링턴 매니지먼트 (Wellington Management)가 참가한 Series C 라운드에서 1억 9,000만 달러의 투자를 유치하며 현재는 기업가치 3조 원 중반으로 예측된다.

무신사 해외 우수 펀드로부터 대규모 투자 유치



자료: 무신사 자료 재가공

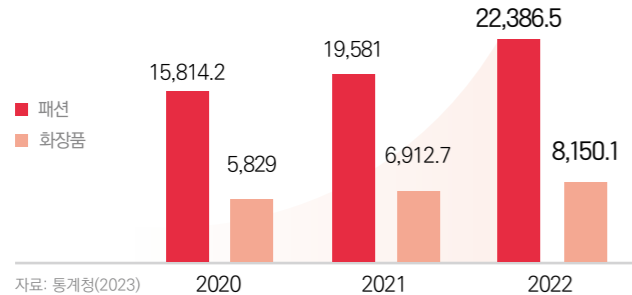
- 투자사들은 한국 온라인 패션 시장의 성장성과 국내 온라인 패션 플랫폼 운영 역량 및 브랜드 육성 노하우를 특히 높게 평가한 것으로 보인다. 무신사는 과거에도 2021년 3월 미국 세콰이어캐피탈이 참여한 1,300억 원 규모 Series B 라운드의 투자를, 2019년 11월 세콰이어캐피탈로부터 1,000억 원가량의 첫 외부 투자 Series A 라운드를 성공한 경험이 있다.
- 클린뷰티·리빙 브랜드 심플리오는 2021년 기존의 미국 벤처기업 스트롱벤처스와 싱가포르 소재의 가디언펀드가 참여하면서 Series A 투자유치에 성공한 사례이다.
- 친환경 용기 사용, 제로웨이스트 제품 출시, 비건 포물러 인증 확보 등 사회적으로 의식 있는 소비를 장려하는 브랜드로, ESG 경영 측면을 높이 평가받아 성분과 품질, 가격에 대한 소비자 친화적인 브랜드라고 판단해 투자한 것으로 알려져 있다.
- 심플리오는 2020년에도 미국 스트롱벤처스의 리드로 pre-A 라운드 투자를 유치한 경험도 있다.

01 서울 뷰티·패션 산업 트렌드 뷰티·패션 플랫폼

31조 규모로 늘어난 모바일 뷰티·패션 시장

커져가는 모바일 뷰티·패션 시장

단위: 십억원



자료: 통계청(2023)

코로나19 팬데믹으로 매장을 직접 방문하여 제품을 구입하는 활동이 어렵게 되자, 비대면 서비스의 수요가 높아지면서 온라인, 모바일 거래가 늘어났다.

사회적 거리두기가 해제되면서 매장 방문이 가능하게 되었음에도 뷰티·패션 소비자들의 **모바일 쇼핑시장 거래액이 31조**까지 늘어나면서 여전히 비대면 거래를 선호하고 있는 것을 확인할 수 있다.

스타티스타에 의하면 **국내 이커머스 매출이 가장 큰 분야는 '패션'이며, 3위가 '뷰티'**다. 2022년 기준 전체 매출의 약 37%, 17%를 차지, 2025년도에는 41%, 19%까지 성장할 것으로 예상하면서 국내 이커머스 시장은 뷰티·패션을 중심으로 더욱 확장되고 있음을 알 수 있다.

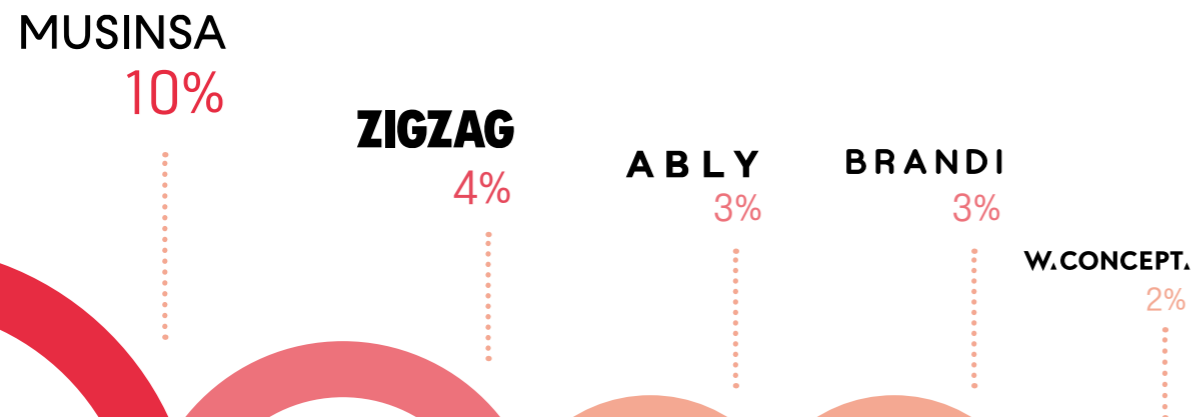
비대면의 편리성과 개인의 개성을 표출하고자 하는 니즈, 단일 브랜드보다는 성능을 중시하는 트렌드로 인해 한 가지 계정으로 여러 매장의 제품을 비교할 수 있는 모바일 플랫폼에 가입한 사람이 증가하였다.

대표적인 사례로, 국내 뷰티·패션의 대표 플랫폼으로 꼽히는 무신사와 화해는 각각 2021년, 2022년 말을 기점으로 가입자 수 1000만 명을 넘어 한국인 **5명 중 1명은 뷰티·패션 플랫폼을 이용했다.**

서울, 뷰티·패션 플랫폼 매출 21%를 차지하는 상위 5개사의 소재

서울의 뷰티·패션 플랫폼 규모를 파악할 수 있는 공식적인 집계자료는 확인되지 않으나 화해, 무신사, 지그재그(카카오택스타일), 에이블리, 브랜디 등 국내 **뷰티·패션 플랫폼 매출의 약 21%를 차지하는 주요 기업들이 서울에 있다.** 이뿐만 아니라 온라인 매장을 운영하고 있어, 확인되지 않은 서울의 뷰티·패션 플랫폼 매출은 이보다 많을 것으로 추정된다.

자료: 각 사 통계청, NH투자증권



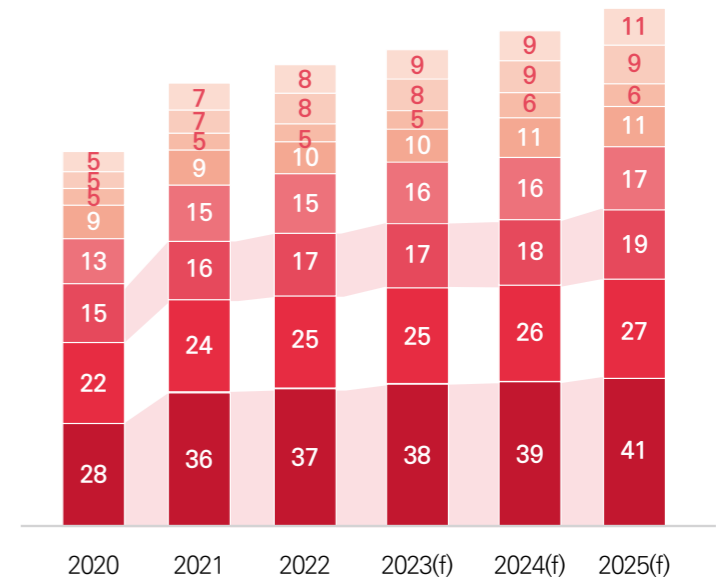
AI, AR 등의 기술발전으로 플랫폼에서 개인화된 패션 스타일, 메이크업 루틴, 제품 추천 등의 기능을 제공하면서 이전보다는 다원화된 스타일을 충족시키기 수월해졌다.

AI 기술은 컴퓨터 비전을 통해 이미지 내의 패션상품을 찾아내거나 초개인화된 알고리즘을 통해 이미 구매한 제품을 바탕으로 유사한 상품을 추천하는 기능으로 활용되고 있다.

예를 들어, 버드뷰 화해는 사용자에게 핵심 리뷰를 요약하여 보여주는 '리뷰 톱픽' 기능으로 제품을 소개하고, 리뷰를 바탕으로 피피타입에 맞는 제품 추천, 성분 및 쇼핑 정보를 모아볼 수 있도록 맞춤형 정보를 제공하고 있다.

한국 이커머스 매출의 절반 이상을 차지하는 뷰티·패션

■ 식품 ■ 음료 ■ 미디어 ■ 가구 ■ 장난감,취미,DIT
■ 뷰티,퍼스널케어, 헬스케어 ■ 전자제품 ■ 패션



자료: Statista (2021)

02 서울 뷰티·패션 산업 트렌드 중고패션

24조 원까지 확대된 중고시장

패션 산업의 규모가 커지는 만큼 의류 쓰레기와 환경문제의 심각성도 커지고 있다. 버려진 옷으로 인한 전 세계 탄소 배출량은 연간 120억 톤으로 전 세계 온실가스 배출량의 10%에 달하며⁵⁾, 국내에서 버려지는 의류 폐기물 발생량도 심각한 수준으로 연 8만 톤을 넘고 있다.⁶⁾

이에 따라 의류 폐기물을 줄이는 착한 패션 산업에 대한 관심도 커지고 있다. 패션기업들은 ESG 경영을 실천하기 위해 중고 거래 플랫폼을 오픈하거나 잠재력이 큰 중고 플랫폼에 투자하고 있다.

미국 글로벌 패션 중고 거래 위탁 플랫폼 스레드업(ThredUp)에 의하면 글로벌 중고의류 시장규모는 2022년 **1,770억 달러**였고, 2027년에 **3,500억 달러**까지 성장할 것으로 전망했다.

이러한 세계적 현상과 마찬가지로 국내 중고 거래 시장 역시 날로 커지고 있다. **국내 중고 거래 시장이 2008년 4조 원에서 2021년 24조 원으로 약 6배 성장했다.**⁷⁾



5) UN Alliance for Sustainable Fashion, 지속 가능한 패션을 위한 UN 동맹, 2019

6) 환경부, 환경통계포털, 2021

7) 한국인터넷진흥원(KISA)

905억 매출의 중고 의류 3대 기업 소재, 서울

당근마켓, 번개장터, 중고나라 등 중고의류 재판매 매출액은 약 905억으로 94.3%, 22.1%, 16.7%의 높은 성장률을 보인다. 이들은 중고의류 재판매 시장의 강자로 모두 서울에 있는 기업이다.

특히 번개장터는 2023 상반기 **중고패션 상품**의 거래액 5,200억 원을 달성하면서 전체 중고 거래 비중의 41%를 차지했다.

플랫폼	2021	2022	성장률
중고나라	8.66 십억원	10.20 십억원	16.7%
번개장터	24.96 십억원	30.48 십억원	22.1%
당근마켓	25.67 십억원	49.87 십억원	94.3%

2021년 3월 롯데쇼핑은 중고의류의 가능성을 보고 중고나라에 약 300억 원을 투자하며 지분의 93.9%를 공동인수하는 사모펀드 유진자산운용에 전략적투자자로 참여했다. 그 외에도 네이버는 북미 1위 패션 중고 거래 플랫폼 '포시마크'를 14억 7,000만 달러에 인수했고, 신세계도 '번개장터'에 820억 원을 투자하는 등 국내 투자자들 또한 확장되는 중고시장에 발을 들이고 있다.

자료: 금융감독원

03 서울 뷰티·패션 산업 트렌드 뷰티 디바이스

뷰티 디바이스, 수출 3.5억 달러의 거대한 시장

코로나19 시기 마스크 착용으로 인해 생겨난 트러블을 케어하고 피부를 회복하는데 관심이 늘면서 피부 본연의 건강과 자연스러움이 유행했고, 피부과에 직접 방문하지 않고도 뷰티·미용을 집에서 해결할 수 있는 '셀프케어'하는 사람들이 늘었다.

과거에는 뷰티라 하면 화장품을 떠올리는 데 그쳤지만, 현재는 다양한 기술이 융합되면서 뷰티시장이 다변화되어 화장품뿐만 아니라 디바이스까지 그 영역이 확장됐다.

LED 마스크 및 LED 고주파 마사지기

LG전자 자료, 아이리 갈바닉 자료



간헐적 맥박, 흡수율을 효율적으로 증가
간헐적으로 슈퍼 펄스 전류를 방출하여 근육 마사지 효과를 낼 수 있다.



EMS 미세전류로 근육자극
미세전류로 근육을 자극하고 성능향상으로 얼굴라인을 들어올릴 수 있다.

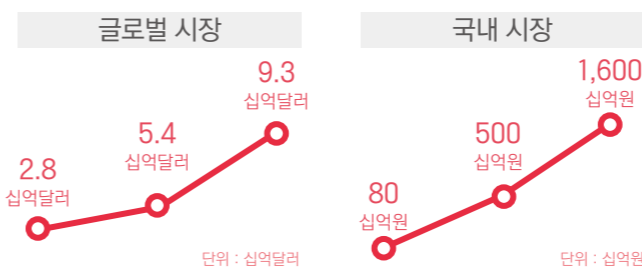


3가지 LED조명, 피부재생을 위한 콜라겐
피부트러블 개선, 스킨케어 제품 흡수, 콜라겐 재생 촉진 및 탄력을 개선한다.



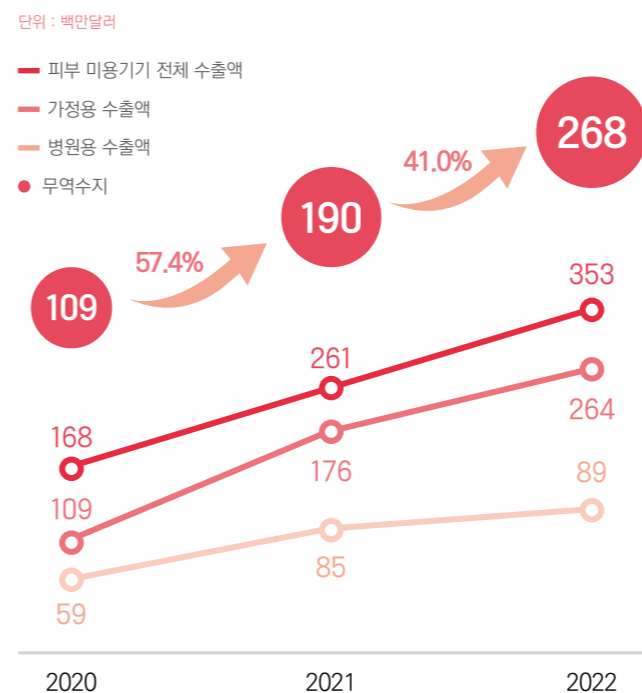
점점 커지는 국내외 홈뷰티 기기 시장

자료: 피앤씨마켓리서치, LG경제연구원 자료



해외로 뿔어 나가는 국내 피부 미용기기

자료: 관세청



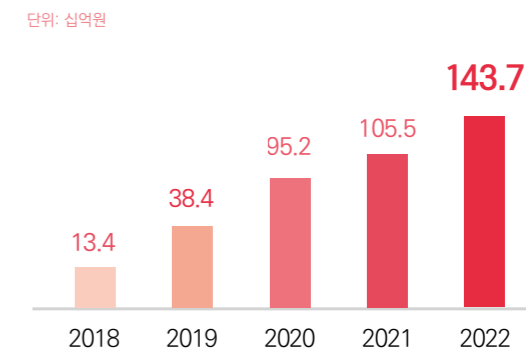
코로나19 이후 뷰티 디바이스 시장은 병원 기기가 1.7억 달러에서 2.6억 달러까지 증가하였고, 코로나19가 종식되면서는 **병원용 기기의 수출이 가정용에 비해 더 크게 증가하면서 전체 수출 3.5억 달러까지 성장하였다.** 무역수지 또한 2022년 기준 전년 대비 약 **41%가량** 증가하였다.

국내 뷰티 디바이스 시장을 주도하고 있는 기업 APR은 서울에 있으며, 헤일리 비버의 틱톡 '촬영날 피부 관리'(Skin prep for a shoot day)를 통해 알려지면서 아마존 프라임데이 매출 30만 달러를 기록하며 미국 뷰티 디바이스 시장에서의 가능성을 입증했다.

세계 100대 화장품 기업인 LG생활건강과 아모레퍼시픽도 커지는 뷰티 디바이스 시장을 공략하고자 관련 연구조직의 신설을 검토 중이다.

에이피알 해외매출 변화

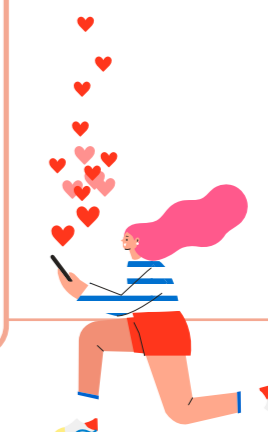
자료: APR



헤일리 비버의 틱톡 콘텐츠



'촬영날 피부 관리'



04 서울 뷰티·패션 산업 트렌드 더마 화장품

더마 화장품 서울 주요 화장품 기업, 93조 원 시장을 공략한다

코로나19와 미세먼지 문제가 심각해지면서 사람들은 질병을 예방하기 위해 마스크를 착용하는 시간이 길어졌다. 이로 인해 손상된 피부를 회복하고 건강한 피부를 유지하기 위해 기초화장품에 더 집중하는 소비 형태로 변화했다.

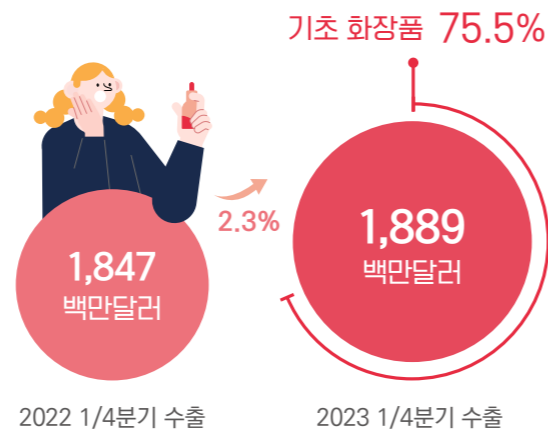
또한 독일, 베트남, 일본 등에서 자연스러운 피부를 강조한 화장이 인기를 얻는 추세에 따라 **한국 기초화장품 수출은 2022년 1/4분기에 비해 2.3% 증가**하였다. 이러한 수출 증가에는 한국 기초화장품은 **가격대비 성능이 훌륭하다는 인식이 작용**한 것으로 이해할 수 있다.

더마 화장품은 자극이 적고 순하다는 인식과 더불어 제약사 및 병의원도 적극적으로 진입하고 있는 시장으로 일반화장품보다 안전성과 기능적인 측면이 강조되어 성분에 있어서 **신뢰가 높고 성능이 강조돼 기초제품으로서 판매가 높다.**

한국의 기초화장품 수출은 2019~2021년까지 꾸준한 성장세를 보였으나, 2022년 주춤했다. 이는 중국, 미국, 일본을 포함한 주요 화장품 수출국이 역성장한 점과 정치적 지형 변화*에 따라 중국으로의 수출이 줄어든 점을 감안하여 볼 필요가 있다.

* THAAD 배치, 귀차오(애국 소비)

국내 화장품 수출의 대부분을 차지하는 기초화장품



자료: 한국보건산업진흥원, 한국무역통계진흥원 무역통계(2023)

한국의 기초화장품 제품 수출

	2019	2020	2021	2022
수출액	2859.9 백만불	3647.4 백만불	4709.4 백만불	3547.4 백만불
성장률	43.7%	46.9%	51.3%	45.8%
증감율	▲ 17.8%	▲ 24.0%	▲ 32.8%	▼ 22.6%

자료: 대한화장품산업연구원(2023), ※ 전년대비 증감율(%)은 소수점 3째자리에서 반올림한 수치 ※ 점유율은 0.05 이상의 경우 소수점 2째자리에서 반올림한 수치

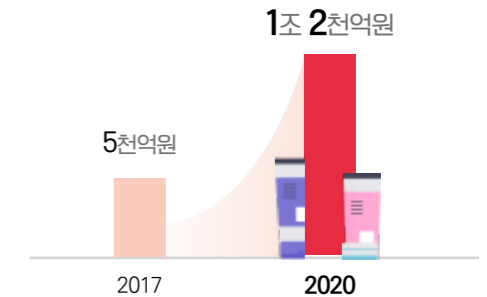
더마 화장품 시장은 기초화장품이 아닌 그 자체로 국내외에서 모두 성장하고 있다.

한국코스메슈티컬교육연구소에서 **글로벌 더마 화장품 시장 규모는 2025년까지 93조 원대로 확대될 것으로 전망**했으며, P&S인텔리전스의 자료도 2022년도 기준 **글로벌 더마 화장품 시장이 연평균 6.5% 성장하여 2024년에는 약 93조 원까지 클 것으로 예상**하면서 글로벌 더마 화장품 시장이 더욱 확장될 것으로 전망했다.

국내 더마 화장품 시장규모는 2017년 5,000억 원 규모에서 2020년 **1조 2,000억 원 규모로 큰 성장을 겪고**8), 한국의 뷰티시장 트렌드를 반영한다고 볼 수 있는 **CJ올리브영의 2019~2021년 더마 화장품 매출액은 2012~2014년도 대비 260% 성장**했다.

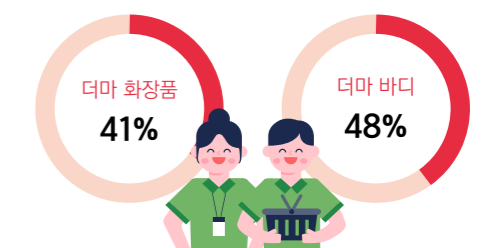
2022년도 더마 화장품 매출은 2021년도 동기 대비 26%가량 증가했으며9), 2022년도 1~5월 더마화장품 및 더마 바디 제품 매출 신장률이 각각 40% 넘게 증가하면서 한국의 더마 화장품 시장이 확장세에 있음을 알 수 있다.

국내 더마 화장품 매출액



자료: 한국코스메슈티컬교육연구소

2022년 1~5월 올리브영 매출 (전년대비)



자료: CJ 올리브영

더마 화장품 경쟁력을 높이는 세계 100대 국내 화장품 기업

이러한 성장세를 인지하고 있는 서울 소재 세계 100대 화장품 기업 **LG생활건강**과 **아모레퍼시픽**은 코로나19 전후로 더마 화장품의 경쟁력을 확보하고 있다.

회사명	내용
LG 생활건강	<ul style="list-style-type: none"> • 2014년 씨앤피코스메틱스(CNP 차앤박화장품) 지분 인수 • 2017년 태극제약 인수 ⇒ 2022년 1분기 보유 지분 6.59% 확장 (지분율 99.3%) • 2020년 5월 영국 기업 '스티펠 헬스케어'로부터 피지오겔 브랜드의 아시아·북미지역 사업권 취득
아모레퍼시픽	<ul style="list-style-type: none"> • 2021년 '에스트라' 자회사로 흡수합병 • 2021년 '코스알엑스(COSRX)' 투자 계약 • 자체 제약·바이오 분야 연구개발(R&D) 강화하여 아토피피부염신약 등 개발 • 2016년~2022년 병원화장품 부문 1위, 한국 소비자 브랜드 위원회 올해의 브랜드 대상

8) 한국마케팅신문, <http://www.mknews.kr/view?no=35997>, 2022

9) CJ 올리브영, 2022

05 서울 뷰티·패션 산업 트렌드 이너뷰티

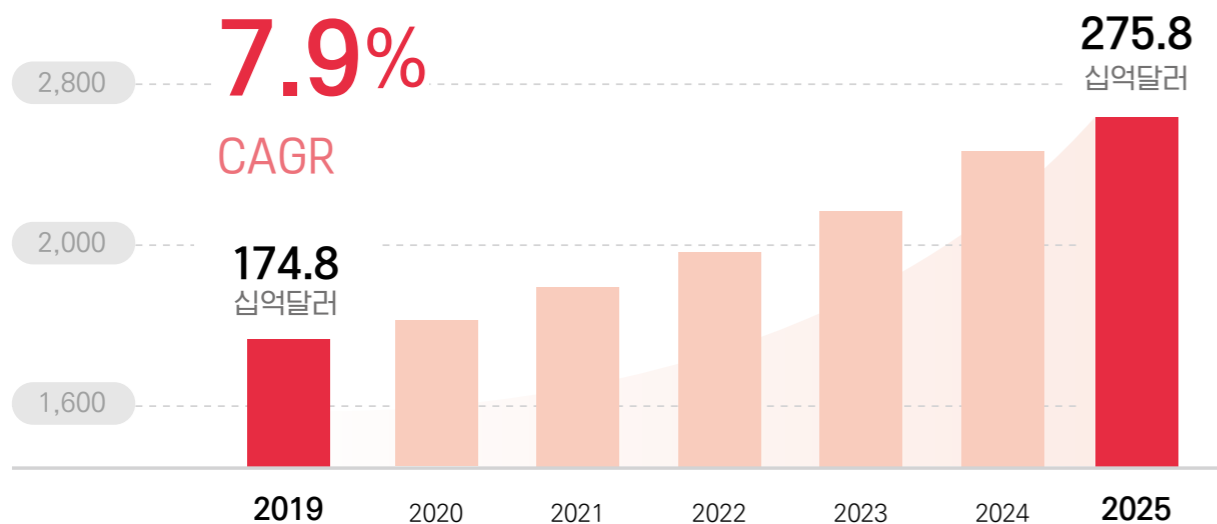
이너뷰티는 건강기능식품의 일종으로 콜라겐 등 피부미용에 좋은 소재를 활용한 식음료 또는 건강보조제품이다. 이너뷰티는 건강과 질병 예방에 대한 관심이 높아지면서 내적인 건강 밸런스를 통해 외적인 건강과 더불어 아름다움까지 지키고자 하는 심리가 확산되었고, 중장년층을 넘어 젊은 세대로 확장되면서 강력한 소비시장을 형성하게 되었다.

올바른 생활습관과 운동, 건강기능식품 등으로 스스로 건강을 관리하려는 '셀프메디케이션'이 젊은 층 중심으로 번지면서, 과거의 관리는 '참는 것'이라는 인식에서 이제는 관리 속에서도 '즐거움'을 추구하면서 지속성을 유지하는 방향으로 변화했다.

이러한 트렌드가 자리잡으면서 글로벌 건강기능식품 시장규모는 연평균 7.9%씩 성장하여 2025년까지 2,758억 달러 규모로 성장할 것으로 예상된다. 국내 시장규모는 2019년부터 2025년까지 연평균 7.9%씩 성장하여 2022년에는 6조 1,400억 원 규모로 성장하였다. 10)

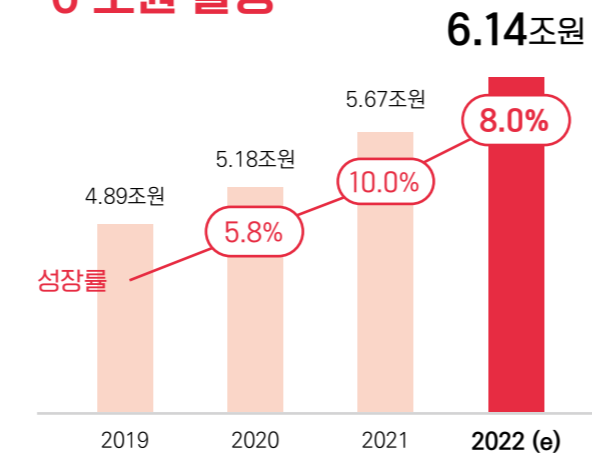
글로벌 건강기능식품 시장 규모

자료: Technavio, Statista, 케이프투자증권



10) 한국건강기능식품협회, 한눈에 보는 2022 건강기능식품 시장 통계, 2022

매년 확장을 거듭하며
6 조원 달성



자료: 한국건강기능식품협회(2022)

이후 2025년에는 10조 7,800억 원, 2030년에는 25조 원에 이르는 수준으로 성장할 것으로 전망중이다.11)

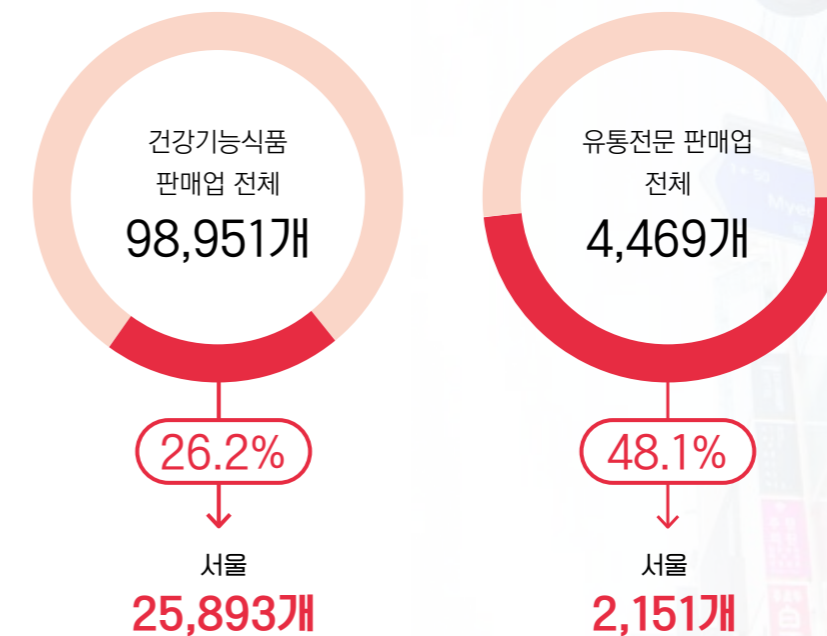
국내는 중장년층의 기존 건강기능식품에 대한 관심에 더해 2030의 건강기능식품 구매 비중이 기존 전체대비 32%로 소비가 늘어나면서12) 글로벌 시장보다 높은 성장률을 보이고 있다.

이너뷰티 시장은 2019년 7,216억 원 수준이었으나, 2022년도에 1조 1,900억 원 규모로 성장했으며, 2025년도에는 1조 9,000억 규모로 성장할 전망이다. 13)

국내 이너뷰티 주요 핵심 기업 4개사인 KGC인삼공사, CJ제일제당, 매일유업, 종근당건강이 서울에 있다.

건강기능식품 유통판매업 전체 4,469개사 중 2,151개사 (48.1%)가 서울에 집적하여 판매와 유통에 최적화된 인프라를 형성하고 있다. 14)

자료: 통계청(2022)



11) 카톨릭대학교 생명공학과, 건강기능성 식품, 2022

12) 식품음료신문, 건기식 2030세대 겨냥 대용량·정기 배송, 2022

13) 신한금융투자, 리서치센터 보고서, 2023

14) KOSIS, 건강기능식품 관련 업체 현황, 2022

올해보다 더 기대되는 내년,

이 기업들에 주목하세요.

해외투자유치 성공사례 | 마인이스

차란

제2의 쿠팡을 찾고 계시다면 저희를 꼭 보셔야 합니다.

환경오염으로 인한 업사이클, 리사이클 트렌드에 부합하는 패션 플랫폼 기업



김해성 대표

- 시카고대학 경제학과
- 2012년 애드테크 스타트업 프리엔터스(Freenters) 창업
- 국내 VC 투자 심사역



마인이스는 어떤 기업인가요?

저희는 '차란'이라는 중고의류 위탁 판매 서비스를 운영하고 있습니다. 옷장에 많은 옷이 쉽게 버려지는 것을 보고 이 서비스를 운영하게 되었습니다. 저희 서비스는 아침에 옷을 수거해서 파손이 심한 옷은 돌려드리거나 기부해드리고, 판매 가능한 제품들은 선별·상품화하여 판매합니다. 이렇게 판매한 상품의 수수료를 고객과 나눠 갖는 구조이며, 버려진 옷들에 대해 인식의 변화를 일으키고 중고 쇼핑의 대중화를 만든 팀이라고 봐주시면 될 것 같습니다.

해외 투자자들은 어떤 면을 보고 투자한다고 생각하세요?

해외에서는 '제2의 쿠팡'을 찾고 있을 겁니다. 쿠팡은 대한민국의 중산층 커머스 시장이 가능성 있다는 것을 보여준 대표적인 사례입니다. 오프라인 시장에서 온라인 시장으로 빠르게 변화를 주고, 중산층 커머스 시장을 큰 파이로 차지했습니다. 해외에서는 아예 없는 시장을 만들기보다는 쿠팡처럼 원래 있었던 오프라인 시장을 온라인으로 가져왔을 때, 시장의 파이를 가져와 줄 수 있는, 이점이 클 것 같은 팀에 투자하지 않을까 생각합니다.

해외 투자 유치에 성공하게 된 요인이 무엇이라고 생각하세요?

저희에게 투자한 '굿워터캐피탈'은 한국의 '당근마켓'에 초기 투자자로 참여해서 시장이 커지는 것을 이미 확인했습니다. 그때 한국의 중고시장이 빠르게 성장할 수 있다는 가능성을 본 것 같습니다. 해외사례에서 중고 거래 C2C와 중고 거래 위탁모델이 공존할 수 있다는 점이 입증되었기 때문에, 한국 중고 C2C인 당근마켓과 공존할 위탁모델을 찾던 시기에 저희 '마인이스(차란)'의 가능성을 보고 투자하게 됐다고 생각합니다.

해외투자유치를 받고자 하는 기업에 조언해주실 수 있을까요?

초기 단계에는 대표, 팀원 등 팀구성력이 좋은 팀이 제일 중요한 것 같습니다. 좋은 팀을 잘 모으는 대표가 있으면 투자자들이 관심을 가지는 것은 당연하다고 생각합니다. 저희 회사는 빠르고 실행력이 좋은 각 분야의 전문가들이 많이 모여 있습니다. 예를 들어, '네이버 쇼핑'에서 여성 쇼핑물을 만들었던 분이나, '아마존'에서 근무하시던 물류 전문가, '마이크로소프트'에서 근무하다가 오신 디자이너분이 함께 일하고 있습니다. 그러니 초기에 인력을 모을 때 좋은 인력을 모으기 위한 노력을 아끼지 않아야 하는 것 같습니다.

패션 분야의 서울시 지원정책에 대해 한 말씀 부탁드립니다

패션 산업이 고도화될수록 환경 오염도 심화되고 있다는 걸 서울시 차원에서도 인지하고, '패션 리사이클'과 '리셀'을 담당하는 업체들에게도 투자 및 홍보와 같이 지원이나 보상받을 기회를 많이 주신다면 선순환 시스템의 패션 문화를 만들 수 있을 것 같습니다.

유망 기업 | 플코스킨



'인공피부'로 '환자들의 안전하고 건강한 일상'으로의 복귀'를 돕고 있습니다.

환자들의 안전하고 건강한 일상 복귀'를 목표로 유방, 피부 등 연부 조직용 인공 임플란트, 항노화 및 첨단 재생 의료를 연구하는 기업



백우열 대표

- 연세대학교 의과대학 성형외과학교실 조교수
- 연세 세브란스 병원 성형외과 의료진



플코스킨은 어떤 기업인가요?

플코스킨은 의료기기 연구·제조 기업으로, 유방, 피부와 같은 조직용 인공 임플란트, 항노화 첨단 재생 의료를 연구하고 있습니다. 유방암 환자의 삶의 질을 높이기 위해 연구개발을 시작하였고, 현재는 '환자들의 안전하고 건강한 일상 복귀'를 목표로 화장품 브랜드 '유리프'를 운영하고 있습니다.

어떤 제품 및 서비스를 제공하고 계신가요?

의료기기 품목허가를 받은 저희 '티슈덤'은 '인공피부'로 개발되었습니다. 3D프린터를 이용하여 콜라겐 시트와 폴리카프로락톤(PCL, Polycaprolactone) 메쉬(mesh)를 결합시킨 하이브리드형 인공망으로, 근육이나 복벽 같은 연조직 보강이나 재건에 활용할 수 있도록 허가를 받았습니다. 향후 유방이나 림프부종 재건술, 요실금 치료용까지 시장을 확장해 나갈 계획으로 제품 개발을 이어가고 있습니다.

해외 진출 계획이 있으신가요?

미국의 경우 FDA 승인을 거쳐 세브란스 병원을 통해 Johns Hopkins, NYU Langone Health, 시카고 대학병원과 같은 대학 병원이나 Justin Sacks, Amir Dorafshar, 최미혜 유방 재건 전문의를 중심으로 영업하여 고객군을 확장할 예정입니다. 또한, Johnson & Johnson, Medtronic, Stryker, Baxter와 같은 글로벌 의료기기 공급·유통 업체를 활용하여 판매를 확장하고 이후 기술이전 또는 조인트벤처를 검토할 예정입니다.

다른 기업과 차별되는 특징 혹은 장점이 있다면 어떤 것인가요?

플코스킨의 제품은 국내 최초로 개발된 제형의 인체삽입물로, PCL과 이중 Collagen이 결합된 제품입니다. 3D 프린팅 기술을 이용해 다품종 소량생산, 고부가가치 금형 제작이 가능하기 때문에, 앞으로는 고객 맞춤형 제품을 선보일 예정입니다. 자사 제품은 제품 개발 시 국내외 의료진이 참여하고, 다양한 판매 채널을 확보하고 있으며, 외과, 산부인과, 신경외과 등 협력사와 마케팅 협업 중입니다.

투자유치에 성공한다면 향후 기대되는 바는 무엇인가요?

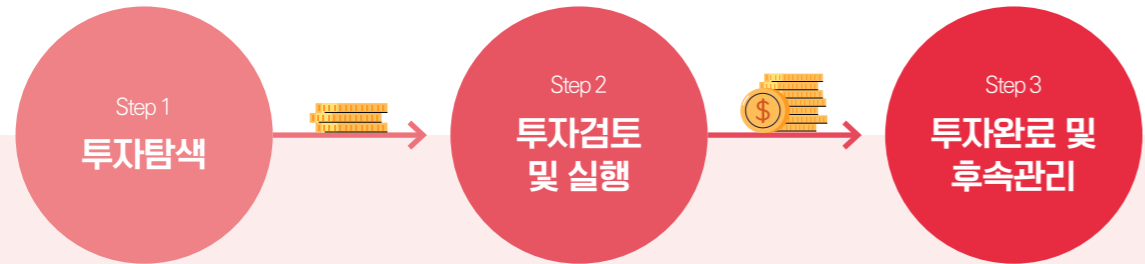
의료기기 4등급 치료재료로 3D 프린팅 기법을 이용한 PCL+Collagen 복합체 허가절차가 복잡하기 때문에 해외수출 허가를 받는 데 오랜 시간이 필요할 것으로 예상합니다. 투자를 받는다면 파이프라인을 확대하면서 해외수출을 위한 허가절차를 진행할 예정입니다. 또한, 임상 연구, 국내·외 학회, 전시회, 해외 마케팅에 필요한 비용 문제를 해결하고 다양한 활동에 참여할 수 있을 것입니다.



인베스트서울이 함께 합니다

인베스트서울은 투자하기 좋은 매력적인 글로벌 도시, 서울을 목표로 서울시가 설립한 외국인투자유치 촉진기관입니다. 새로운 투자 기회를 찾는 글로벌 기업을 서울에 유치하여 혁신과 경제 성장의 선순환구조를 만들고, 서울의 투자유망 기업과 해외투자자를 연결하여 보다 큰 성장의 기회를 지원합니다. 외국인투자 관련 풍부한 지식과 다양한 경험을 바탕으로 산업별 전문기관, 분야별 민간 전문가, 중앙정부 등과 협력하여 외국인 투자자와 기업의 니즈에 최적화된 서비스를 제공하는 등 투자자와 기업의 혁신과 성공을 위해 함께 달리고 있습니다.

인베스트서울 단계별 지원 서비스



- Step 1 투자탐색**
 - 서울의 투자환경 홍보
 - 투자정보 제공
 - 외국인투자 절차/방법/인센티브 안내
 - 서울의 전략산업, 산업별 투자 트렌드 및 산업 클러스터 홍보
 - 산업별 투자유망 기업 소개
 - 글로벌 기업의 서울진출을 위한 시장조사비용 지원
- Step 2 투자검토 및 실행**
 - 해외투자자와 투자유망 서울기업 투자 매칭 지원
 - 투자의향 확정 해외투자자와 기업 대상 1:1 투자심의, 실사 비용 지원
 - 투자계약 시 법률 자문 비용 지원
 - 글로벌 기업의 법인 설립 비용 및 투자/경영/정착 지원
- Step 3 투자완료 및 후속관리**
 - 글로벌투자자 초청 네트워킹 행사 개최 (Seoul Investors Forum)
 - 외국인투자기업의 증액투자 시 법무비용 지원
 - 외국인투자기업 경영지원 (법률, 세무회계, 노무, 구인, 지적권, 비자 등)

투자 인센티브

현금지원	첨단기술 및 첨단제품 사업을 위한 공장(또는 사업장)의 신증설을 대상으로 토지 또는 건물의 매입비, 임대료나 건축비, 자본재 및 연구기자재의 구입비, 기반시설의 설치비, 고용 보조금 및 교육훈련보조금 등을 지원한다.
조세감면	외국인투자자가 공장 또는 사업장의 신설을 하거나 미화 2백만 달러 이상 투자를 하는 경우 부동산에 대한 취득세 및 재산세 감면과 관세, 개별소비세, 부가가치세를 면제받을 수 있다.
고용보조금 및 교육훈련보조금	서울시 8대 신성장동력산업 분야인 IT·융합, 녹색산업, 디지털 콘텐츠, 비즈니스 서비스, 패션·디자인, 금융, 관광·컨벤션, 바이오에 투자하는 외국인 투자기업과 외국인투자유치 사업 MOU 체결 등을 통해 서울시에서 직접 유치한 기업을 대상으로 고용보조금 및 교육훈련보조금을 지급한다.

- ☎ 02 6361 4120
- ✉ investseoul@sba.seoul.kr
- 📍 서울시 종로구 종로 38(서울글로벌센터빌딩) 6층



주목해야 할 뷰티·패션 기업



기업명	대표자명	대표 서비스/제품	투자단계	기업 홈페이지 링크
1 무신사	한문일	뷰티 패션 전자상거래	Series C	https://about.musinsa.com/en/service
2 마인이스	김혜성	중고패션, 패션테크	Seed	https://charan.ai/
3 알타바그룹	구준희	글로벌 패션 NFT 플랫폼	-	https://altava.com/
4 컬리	김슬아	새벽배송, 물류, 뷰티	pre-IPO	https://www.kurly.com/main/beauty
5 미미박스	하형석	뷰티 정기구독 서비스	Series D	https://memebox.com/
6 블루프린트랩	신승식	얼굴인식과 시기술 활용 제품 추천 및 가상 피팅	pre-A	https://www.blueprint-lab.com/
7 옴니아스	전재영	AI 기반 이커머스	Series B	https://omnicommerce.ai/ko-kr/
8 클로버추얼패션	오승우·부정혁	3D 의상 소프트웨어 개발	Series C	https://www.clovirtualfashion.com/
9 에이블리	강석훈	스타일 커머스 플랫폼	Series C	https://m.a-bly.com/
10 메디퀴터스	이두진	건강기능 식품 및 패션브랜드	Series B	https://mediquitous.com/
11 플코스킨	백우열	재생의학 바이오 기술 기반 스킨케어 브랜드	Series A	https://plcoskin.com/
12 APR	김병훈	뷰티 디바이스	pre-IPO	https://www.apr-in.com/
13 바람인터내셔널	박래현(Ray Park)	비건 화장품 디어달리아	Series B	https://deardahlia.kr/
14 메이크미업	김소연	개인 맞춤형 뷰티 데이터 수집 및 분석	M&A	http://www.makemeup.co.kr/
15 버드뷰	이웅	화장품 정보 제공 및 판매, 플랫폼 화해	pre-IPO	https://www.hwahae.co.kr/
16 작당모의	윤정하	국내 유일 동영상 중심 뷰티 플랫폼 잼페이스	Series A	https://www.zamface.co.kr/

2023 서울 산업 보고서

아름다운 라이프스타일, 서울



invest
Seoul