

Session 3. Industry Hot Sector M&A 전략

K-컬쳐: 뷰티산업의 Value Chain 및 시사점

홍성표 K-뷰티 섹터 담당

1



Agenda

1	K-뷰티 성장 및 Value Chain	03
2	K-뷰티 M&A 사례	08
3	시사점	14

1

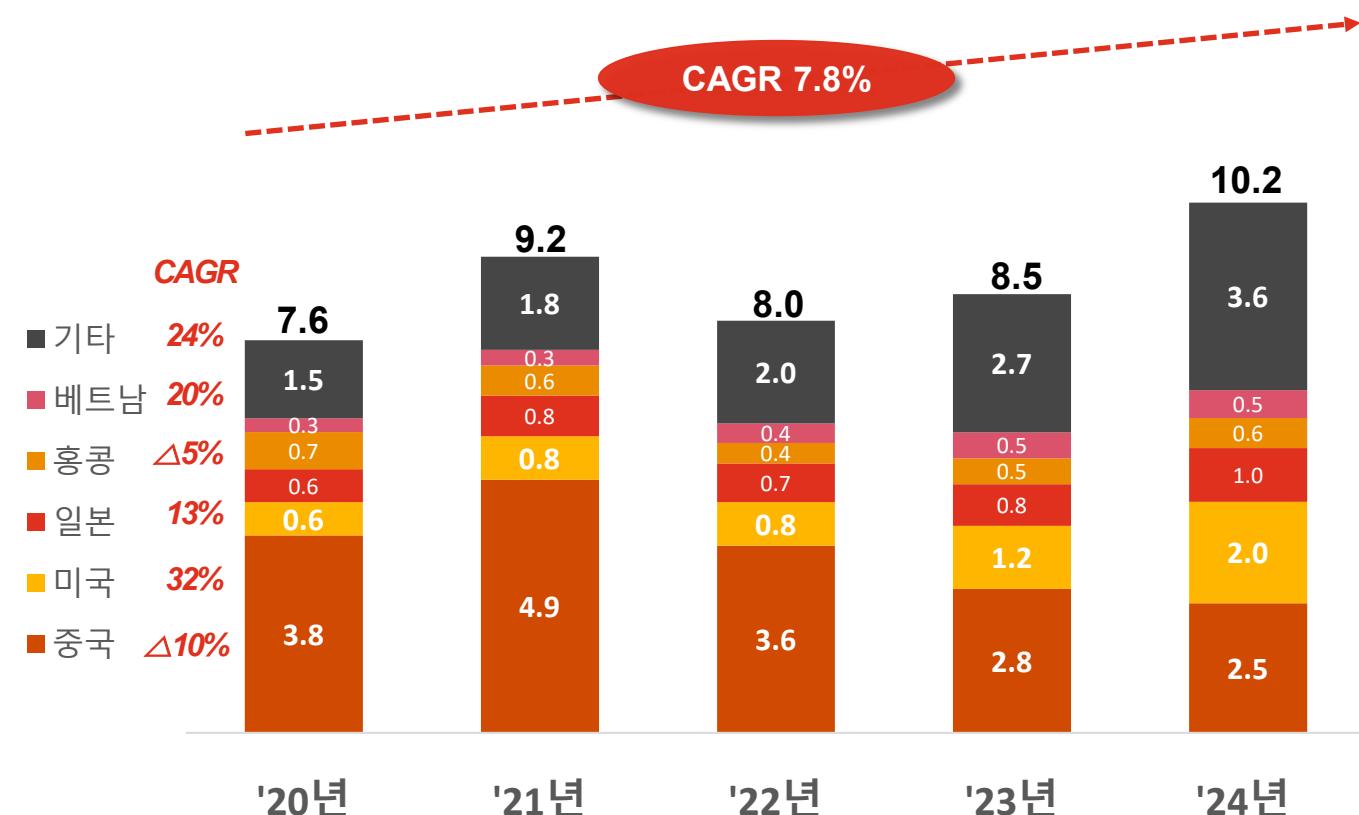
K-뷰티의 성장 및 Value Chain



1 K-뷰티의 성장

화장품 시장은 최근 4년 간 7.8%^{20-24년} 성장하였으며, 중국 의존 탈피 후 미국 및 일본에서 높은 성장 중

K-뷰티 국가별 수출 Trend (단위: B USD)



Source: 식품의약안전처, 한국경제, PwC Analysis

한국경제 / 2025년 1월 6일

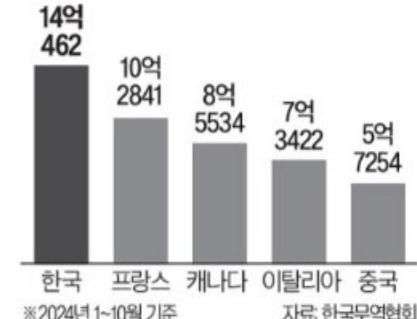
K뷰티, 美 수입시장 점유율 첫 1위 로레알·샤넬 보유한 프랑스 추월

일본에서는 4년 연속 1위 유력

K뷰티가 지난해 세계 최대 화장품 수입시장인 미국에서 글로벌 럭셔리 브랜드를 다수 보유한 프랑스를 제치고 사상 처음으로 1위에 올랐다.

5일 한국무역협회 무역통계에 따르면 지난해 1~10월 미국의 한국산 화장품 수입액은 14억462만달러(약 2조676억원)로 세계 국가 중 가장 많았다. 프랑스산 화장품 수입액은 10억2841만달러로 2위였다.

미국 내 국가별 화장품 수입액 (단위:만달러)

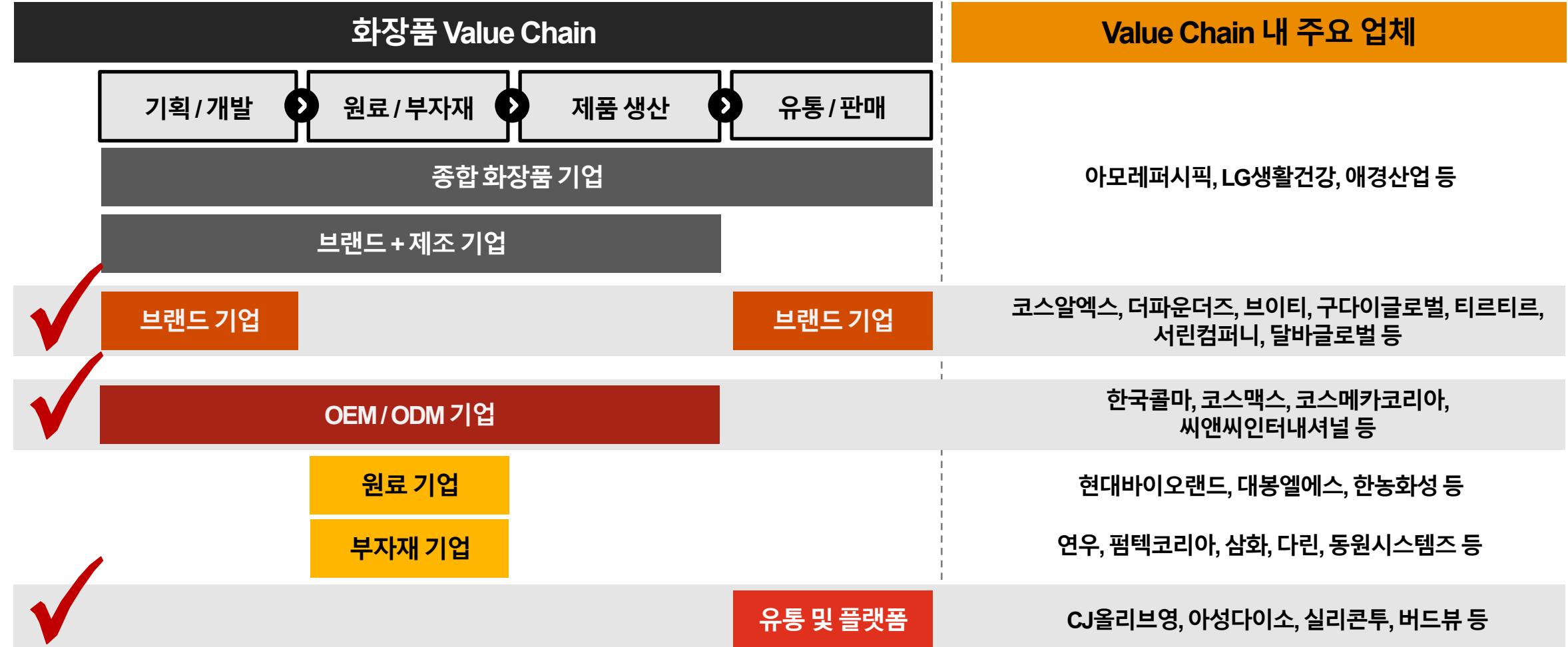


*2024년 1~10월 기준 자료: 한국무역협회

성공했다.

2 K-뷰티 Value Chain

K-뷰티 성장은 전체 Value Chain의 조화에 기인. 특히 브랜드, OEM/ODM, 유통 Side의 약진이 두드러짐

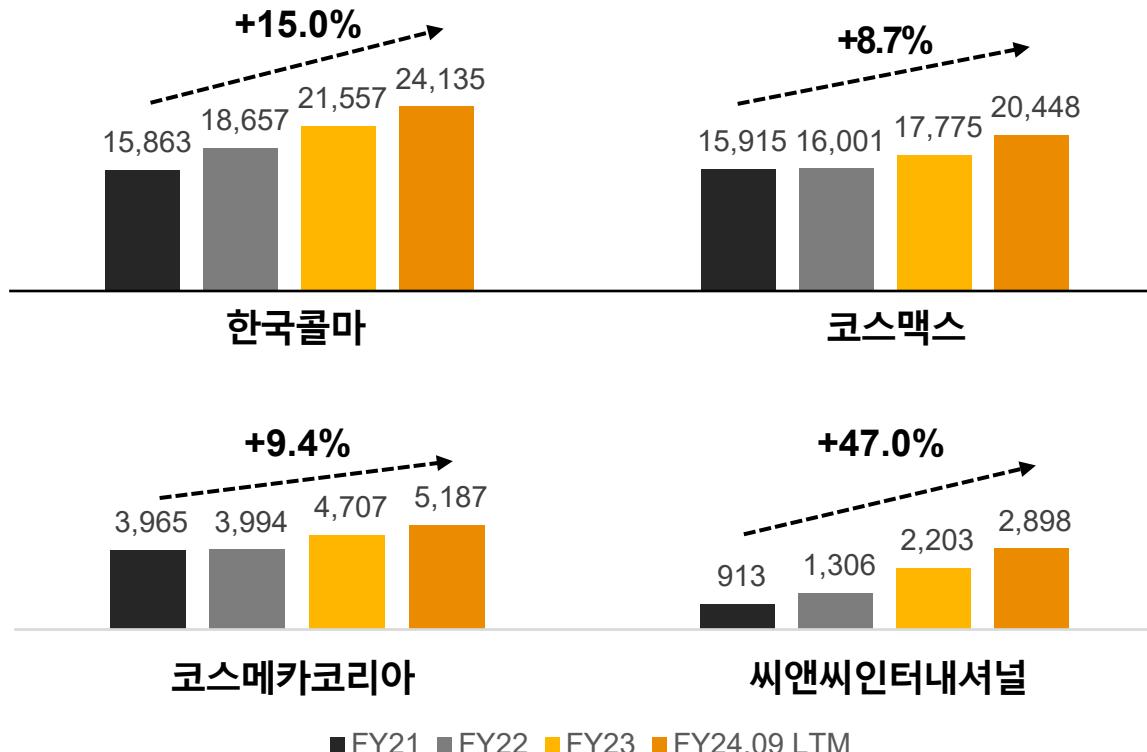


Source: 삼일PwC경영연구소, PwC Analysis

3 K-뷰티 시장 성장 배경: OEM/ODM 경쟁력

제조 Recipe 및 기술, 설비 및 인증, 세계 최고 수준의 품질 등 보유한 OEM / ODM업체는 창업자들의 “Idea”를 “제품”으로 만들며 K-뷰티 성장의 배경이 되었음

국내 주요 OEM/ODM 업체 4개년 매출 Trend(연결 기준, 단위: 억원)



Source: Dart, PwC Analysis

K-뷰티 시장 성장의 근간에는 “OEM/ODM” 경쟁력 바탕

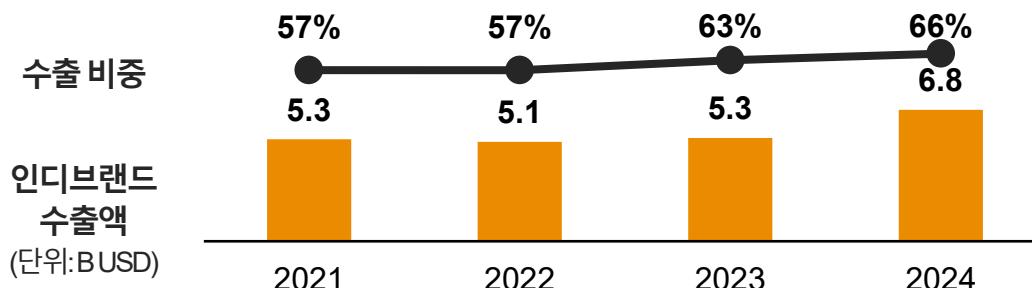


4 K-뷰티 시장 성장 배경: 인디 브랜드와 유통 채널

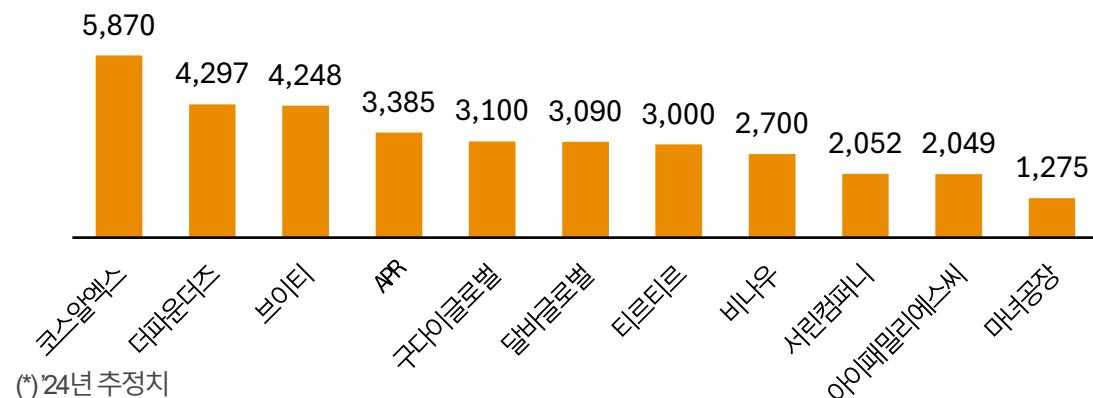
인디 브랜드는 수출 중심의 성과를 통해 다수 업체가 매출 1,000억원 이상 달성

인디 브랜드 성장에 따라 유통 채널은 오프라인 다변화 및 온라인 Vertical Commerce화 진행 중

수출 중심의 인디 브랜드 성장



■ 국내 주요 브랜드 업체 FY24 부문 매출 전망 (단위: 억원)



유통: 오프라인 다변화 및 온라인 Vertical Commerce화 진행 중

■ 오프라인 유통 채널

전통 / 고가

백화점

명품 브랜드들의 고가 화장품 판매

브랜드샵

각 사의 매장 설립하여 고가 화장품 판매

올리브영

국내 1,300여 개의 전문 매장 주력
(온라인 주문도 가능)

다이소

제조업체와 협업으로 가성비 제품 출시

최근 / 저가

편의점

GS25, CU, 세븐일레븐, 이마트24 등
주요 편의점에서 화장품 판매 개시

■ 온라인 유통 채널

쿠팡

네이버

컬리

무신사

아마존

틱톡

인스타그램

큐텐 등

Source: 삼일PwC경영연구소, 매일경제, Dart, 식품의약안전처, PwC Analysis

2

K-뷰티 M&A 사례



1 K-뷰티 M&A 사례 Overview

※ 범례: 연도 및 인수자 / 대상회사 / Deal Value(지분율) 순 기재

인수자	~'19	~'23
글로벌	<ul style="list-style-type: none"> ▪ '17 유니레버 ▪ 카비코리아 ▪ 3조(100%) <ul style="list-style-type: none"> ▪ '18 미그로스 ▪ 고운세상코스메틱 ▪ 300억(51%) <ul style="list-style-type: none"> ▪ '18 로레알 ▪ 스타일난다 ▪ 6,000억(100%) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ '25 로레알그룹 ▪ 고운세상코스메틱 ▪ 발표 전(100%)
대기업	<p>글로벌 뷰티 회사의 국내 브랜드 인수</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ '19 에스티로더 ▪ 해브앤비 ▪ 1.3조(100%) 	<p>대기업의 인디브랜드 인수</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ '23 LG생활건강 ▪ 비바웨이브 ▪ 425억(75%) <ul style="list-style-type: none"> ▪ '24 신세계인터내셔널 ▪ 어뮤즈 ▪ 713억(100%)
FI	<ul style="list-style-type: none"> ▪ '19 어펄마캐피탈 ▪ 화성코스메틱 ▪ 1,600억(70%) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ '21 아모레퍼시픽 ▪ 코스알엑스 ▪ 1,800억(38%) <ul style="list-style-type: none"> ▪ '23 아모레퍼시픽 ▪ 코스알엑스 ▪ 7,551억(57%) <ul style="list-style-type: none"> ▪ '24 모건스탠리PE ▪ 스키이데아 ▪ 990억(66%) <ul style="list-style-type: none"> ▪ '25 케이엘앤파트너스 ▪ 마녀공장 ▪ 1,900억(52%)
인디 브랜드	<p>FI의 투자 Rationale에 부합, 다수 FI 투자 사례</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ '21 JKLP파트너스 ▪ 페렌벨 ▪ 2,600억 <ul style="list-style-type: none"> ▪ '22 어펄마캐피탈 ▪ 나우코스 ▪ 200억(50%) <ul style="list-style-type: none"> ▪ '23 더함파트너스 ▪ 티르티르 ▪ 890억(50%) 	<p>인디브랜드의 군집화</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ '24 구다이글로벌 ▪ 라카코스메틱스 ▪ 393억(88%) <ul style="list-style-type: none"> ▪ '25 구다이글로벌 ▪ 크레이버코퍼 ▪ 2,460억(55%)

Source: Dart, Press Released, PwC Analysis

Samil PwC

Strictly Private and Confidential – S2

2 K-뷰티 M&A 사례 (1/4)

과거 글로벌 뷰티 회사가 선도 브랜드 확보 및 시장 확장을 위해 국내 브랜드 인수, 그 이후 6년만의 M&A 재개

해외 Major 화장품 社, 국내 브랜드 인수

에스티로더, 해브앤비 인수

- ✓ **에스티로더 그룹**은 15년 **해브앤비** 지분 33% 인수 및 19년 잔여지분 인수
- ✓ **닥터자르트(Dr. Jart+)** 브랜드 보유 및 더마코스메틱 강점

유니레버, 카버코리아 인수

- ✓ **유니레버**는 17년 **카버코리아** 지분 100% 3조원에 인수
- ✓ 기능성 스킨케어 브랜드 **AHC** 보유

로레알, 스타일난다 인수

- ✓ **로레알**은 18년 **난다(스타일난다)** 지분 100% 6,000억원에 인수
- ✓ 난다(스타일난다)는 패션 및 화장품 사업 영위, 색조화장품 브랜드 **3CE** 보유

로레알, 고운세상 인수

- ✓ **미그로스**는 '18년 **고운세상코스메틱**을 인수
- ✓ **로레알** '25년 지분 100%인수
- ✓ 더마코스메틱 브랜드 **닥터지** 등 보유

선도 브랜드 확보 통한 아시아 및 글로벌 시장 진출

Source: Mergermarket, Press Released, PwC Analysis

2 K-뷰티 M&A 사례 (2/4)

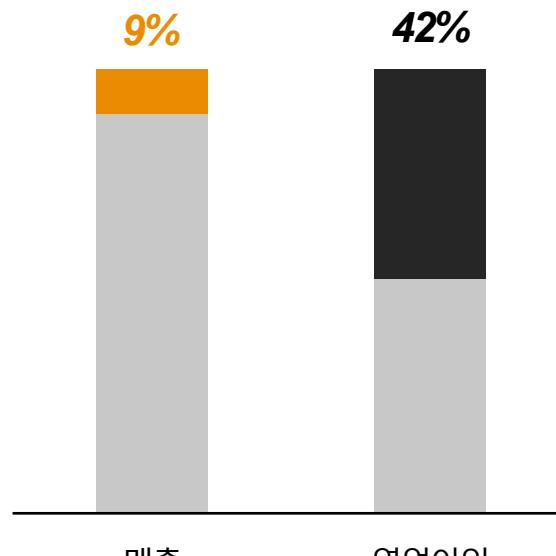
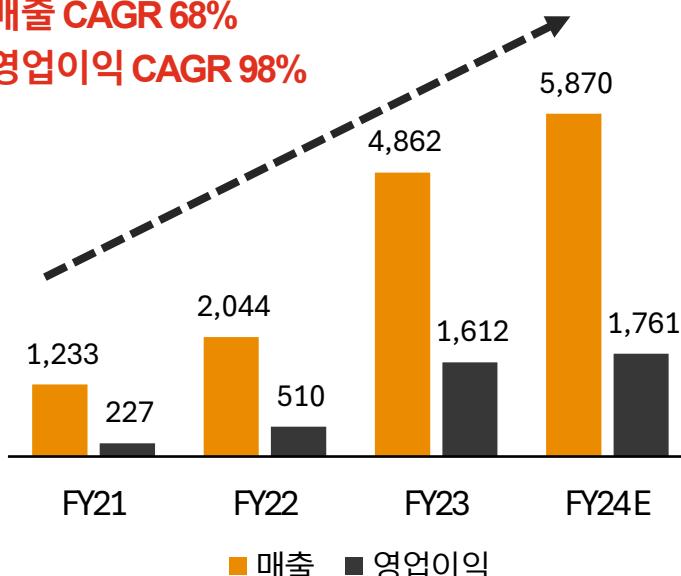
“코스알엑스” 사례 이후, 국내 대기업의 인디 브랜드 인수 Trend, 구다이글로벌은 인디 브랜드 군집화

코스알엑스 매출 추이 및 2024년 AP 연결 실적 내 비중

'21-'24년 코스알엑스

매출 CAGR 68%

영업이익 CAGR 98%



*코스알엑스 실적은 연결 편입(24.05) 이후 실적만 포함

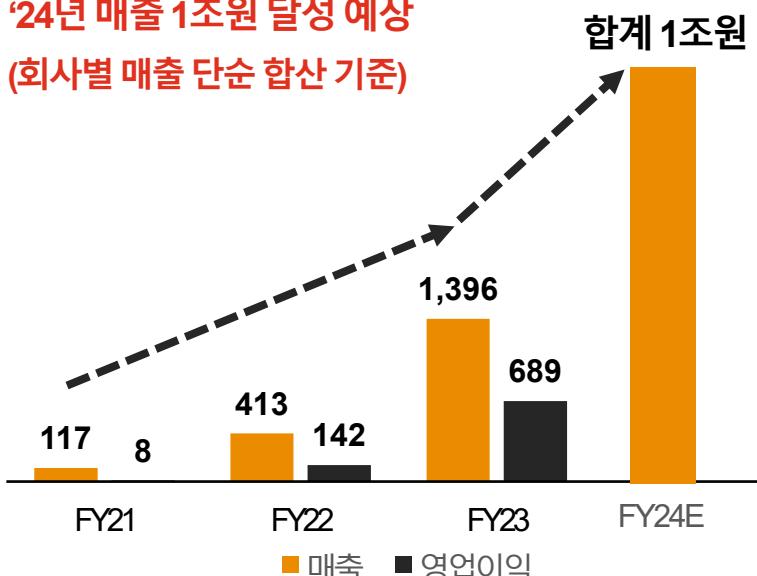
아모레퍼시픽의 인디브랜드 코스알엑스 인수를 통한 양적/질적 성장 달성

구다이글로벌 매출 추이

인디브랜드 인수로

'24년 매출 1조원 달성 예상

(회사별 매출 단순 합산 기준)



인디브랜드의 “성장 + 군집화”

Source: Dart, Press Released, PwC Analysis, 증권사 Report

2 K-뷰티 M&A 사례 (3/4)

시장 성장 가능성이 높고, 브랜드 Reference 및 기술력을 보유하기 때문에, K-뷰티 업체들은 재무적 투자자들에게도 높은 매력을 가지고 있음

FI 투자 Rationale

1

시장의 성장가능성



2

빠른 매출 성장 및 현금창출능력



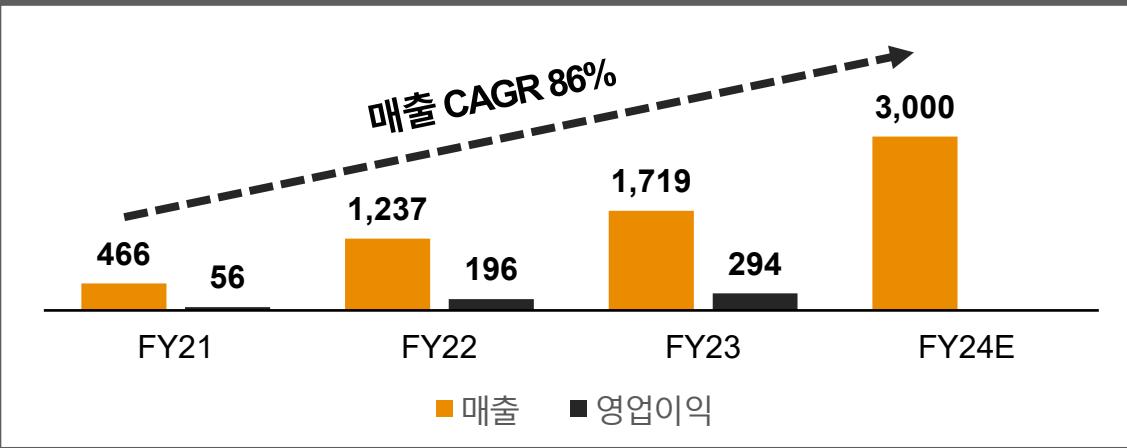
3

차별화된 브랜드 Positioning

더함파트너스의 티르티르 인수/매각 사례

TIRTIR

- ✓ 색조 및 스킨케어 전문
- ✓ 더함 인수 시('23년) 100% 기업가치 1,400억원
→ 매각 시('24년) 약 3,000억원



Source: Mergermarket, Press Released, PwC Analysis

2 K-뷰티 M&A 사례 (4/4)

원부자재 및 OEM/ODM 업체의 인수를 통한 수직계열화 및 Value Chain 공고화 사례

수직계열화 및 Value Chain 공고화

기술력 중심 부자재 및 OEM/ODM 업체 거래

- ✓ 한국콜마(Kolmar)는 '22년 화장품 용기업체 연우의 지분 55%를 약 2,860억원에 인수
- ✓ 연우(Yonwoo)는 화장품 등 기능성 용기 제조, 개발에 높은 전문성을 띠고 있으며, 특히 펌프형 용기에 대해 높은 시장 점유율을 지니고 있어, 피인수 이후 한국 콜마와의 시너지 기대

Source:Press Released, PwC Analysis

3

시사점



1

브랜드 관련
Life Cycle 고려 필요

- **브랜드의 Life Cycle을 고려한 Deal value**
가파른 성장 뿐만 아니라, Down-side risk를 고려
- **산업 특성을 고려한 매각 전략의 필요성**
신생 브랜드와 성숙한 브랜드의 차이를 고려한 매각 전략 수립
성장 잠재력이 있을 때 이를 키워 줄 인수자를 사전에 고려

2

OEM / ODM에 대한
높은 인기

- **상대적으로 Life Cycle에서 자유로움**
설비, 인증, 원가 경쟁력, 제조 기술 등 비교적 높은 진입장벽

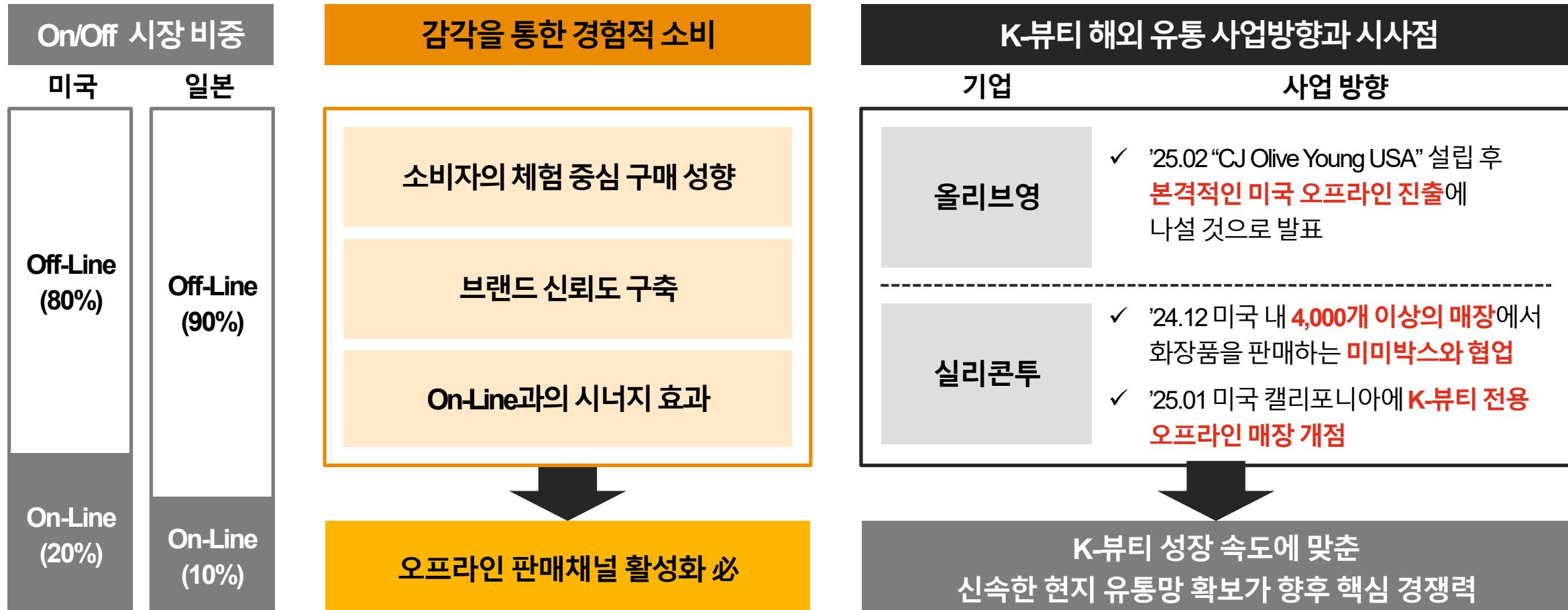
3

오프라인(해외)
판매 채널 확대

- **K-뷰티 해외 유통 사업방향**
미국 / 일본 등 주요 수출국에서 오프라인 위주 화장품 유통
현지 전문 유통망 확보를 통한 추가 성장 모색

[참고] 오프라인 유통망 확보의 중요성

주요 수출국인 미국·일본 화장품 시장의 80~90%가 오프라인에 집중 현지 전문 유통망 확보 없이는 제한적 성장 예상



Source: '23.'22년도 Press Released, PwC Analysis

Thank you

www.samil.com

© 2025 Samil PwC. All rights reserved.



삼일PwC 뷰티 섹터

김종석 파트너

02-709-8192

Jong-seok.kim@pwc.com



홍성표 파트너

02-709-0983

sungpyo.hong@pwc.com



▪ Beauty & Cosmetics Deal 전문

- 티르티르(더함파트너스, 구다이글로벌) 매각자문, 라카코스메틱(구다이글로벌) 인수자문, 스킨앤스킨(코스닥) 매각 자문, 코코스팩(용기) 매각 자문, H사 (ODM) 매각 자문 등 다수

심양규 파트너

02-709-0540

Yang-kyu.shim@pwc.com



이승훈 파트너

02-3781-1787

seung-hun.lee@pwc.com



▪ Beauty & Cosmetics Deal 전문

- 코스알엑스(구다이글로벌) 매각자문, 리봄화장품(ODM, 동국제약) 매각자문, 아이유닉(구다이글로벌) 매각자문, 상장 C사(코스닥) 매각자문 등 다수

▪ Healthcare, Beauty & Cosmetics Deal 전문, K뷰티 섹터 리더

- 한국콜마 의약품CDMO 및 콜마파마(IMM PE) 매각자문, 연우(화장품용기, 한국콜마) 인수자문, 라카코스메틱(구다이글로벌) 매각자문, 화장품 ODM社 및 브랜드社 인수 자문 등 다수

- 한국콜마 의약품CDMO 및 콜마파마(IMM PE) 매각자문, 연우(화장품용기, 한국콜마) 인수자문, 쿤달(퍼스널케어) 매각자문, 라카코스메틱(구다이글로벌) 매각자문 등