

2014년 세계 메이크업(Make-up) 화장품 시장 동향

산업통계팀
박종숙

I 개요

2014년 세계 메이크업(Make-up) 화장품 시장규모는 392억 달러로 전년대비 3.89% 증가함. 이는 향후에도 지속되어 2019년 489억 달러로 꾸준한 증가세를 보일 것으로 전망됨 -한편 우리나라 2014년 메이크업 화장품 시장규모는 11억 달러로 10위를 차지했으며, 국내 화장품 시장에서 차지하는 메이크업 화장품 시장 비중은 2014년 14.56%에서 2019년 16.10%에 이를 것으로 전망됨

분석 결과 세계 메이크업 화장품 시장은 미국, 일본 등의 점유율이 높지만, 브라질 및 중국 등 메이크업 화장품 시장 성장세가 눈에 띄는 국가들도 있음. 개별 국가마다 시장 증가세 및 주요 판매 채널이 달리 나타나는 상황에서 세계적인 메이크업 화장품 브랜드와 경쟁하기 위해 국내 기업의 보다 적극적인 노력과 정부의 투자 및 지원 확대가 필요할 것으로 사료됨

- 최근 발표된 화장품 생산실적 자료에 따르면, 2014년 메이크업(Make-up) 화장품¹⁾ 생산규모는 1조 6,936억원으로 전년대비 25.6% 증가했으며, 특히 색조 화장품 제품류 및 눈화장용 제품류의 국내 생산이 빠르게 증가하는 양상임. 이에 따라 전체 화장품 생산에서 차지하는 메이크업 화장품 비중도 꾸준히 증가하여 2014년 18.9%에 달함. 이는 전체 화장품 생산규모가 2013년 대비 12.5% 증가한 것을 감안했을 때 상대적으로 높은 증가세임
 - 과거 메이크업 화장품은 인지도가 높은 해외 브랜드의 선호도가 높았으나, 최근 국내 브랜드의 합리적 가격과 다양한 제형, 제품 차별화 등을 강점으로 국내외 고객을 공략하고 있음. 특히 유행에 민감하고 정보를 빨리 받아들이는 한국 고객의 특성을 빠르게 파악하고, 상품으로 개발해 출시하는 국내 브랜드의 대응력은 해외 브랜드와 비교했을 때 강점으로 작용함

〈표 1〉 연도별 메이크업 화장품 생산 현황

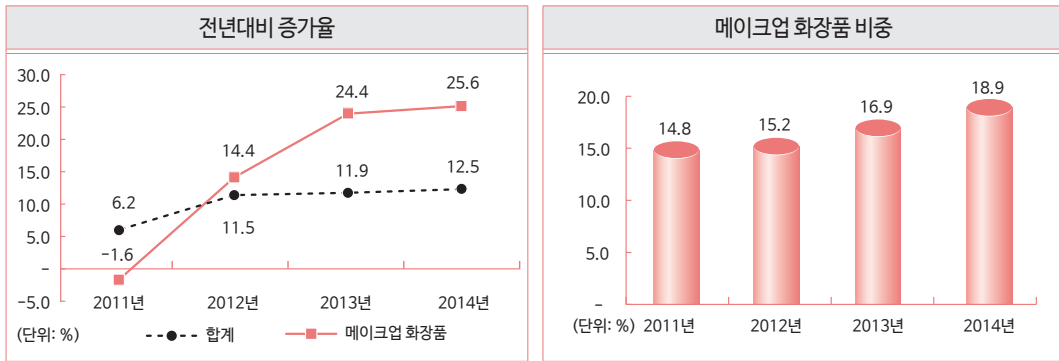
(단위: 억원, %)

구분	계			색조 화장품 제품류			눈 화장용 제품류			손발톱용 제품류		
	2012년	2013년	2014년	2012년	2013년	2014년	2012년	2013년	2014년	2012년	2013년	2014년
생산액	10,836	13,481	16,936	8,883	11,202	14,264	1,445	1,639	2,088	508	641	583
YoY	14.4	24.4	25.6	19.0	26.1	27.3	-12.0	13.4	27.4	38.6	26.3	-9.1

자료: 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

- 이렇듯 메이크업 화장품에 대한 국내 업계의 관심은 날로 증대되고 있으나, 이와 관련된 최근 동향 자료는 부재한 상황임. 따라서 본고는 최근 발표된 데이터모니터 자료를 이용하여 글로벌 메이크업 화장품 시장 동향을 세부적으로(국가별, 유형별) 파악함으로써 관련 업계 전략수립과 정부의 정책수립 및 수출지원을 위한 참고자료로 제공하고자 함

1) 우리나라 화장품 유형(12개) 중 색조 화장품 제품류, 눈 화장용 제품류, 손발톱용 제품류가 포함됨



〈그림 1〉 연도별 메이크업 화장품 생산 현황

자료: 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

II 자료원 및 분석방법

- Datamonitor Personal Care Market Data(2015년, 10월) 유형 중 Make-up에 해당하는 것을 메이크업(Make-up) 화장품으로 선정했으며, 지역별(유럽, 아시아/태평양, 북미/중남미, 중동/아프리카), 유형별, 국가별(Datamonitor 제공 국가 : 47개)로 시장 현황(시장규모 및 판매채널 등)을 분석함
 - 메이크업 화장품은 페이스 메이크업(Face make-up), 아이 메이크업(Eye make-up), 립 메이크업(Lip make-up), 네일 메이크업(Nail make-up)으로 구분됨²⁾

〈표 2〉 메이크업 화장품 유형

유형	세부 유형	유형	세부 유형
Skincare	Facial care	Make-up	Feminine Care (Internal Cleansers)
	▪ Exfoliating scrubs		Male Toiletries
	Body care		Baby personal care ³⁾
	Suncare		Face make-up
	Hand care		▪ Foundation
	Make-up remover		▪ Other face make-up
	▪ Nail varnish remover		▪ Face powder
	▪ Eye make-up remover		▪ Blusher
▪ Face make-up remover	Eye make-up		
Haircare	Shampoo		▪ Mascara
	▪ Baby shampoo	▪ Eyeshadow	
	Styling agents	▪ Eyeliner	
	Hair colorants	▪ Other eye make-up	
	Conditioner	Lip make-up	
	Perms & relaxers	▪ Lipstick	
Personal hygiene	Deodorants	▪ Lip gloss	
	Soap ⁴⁾	▪ Lipliner	
	Bath & shower products	▪ Other lip make-up	
Fragrances		Nail make-up	

2) 메이크업 화장품은 우리나라 화장품 유형 중 색조 화장품 제품류, 눈 화장용 제품류, 손발톱용 제품류 등이 포함되며, 메이크업 리무버는 Skincare에 포함되어 있어 분석에서는 제외됨

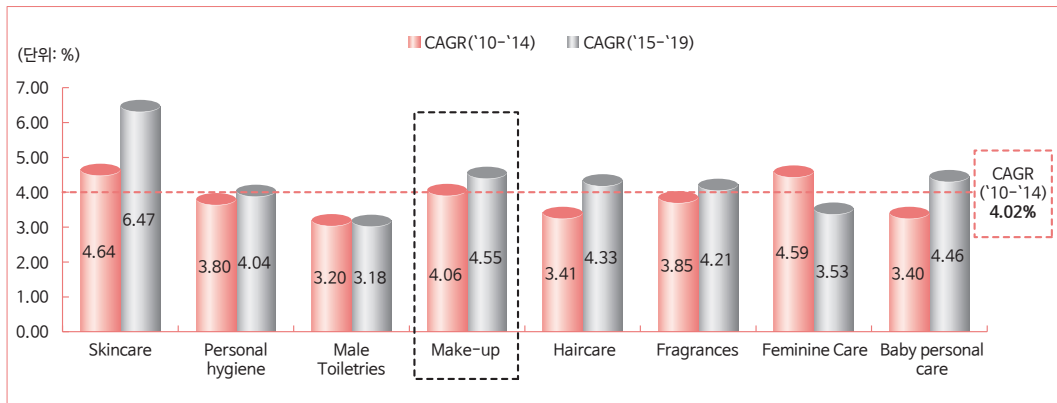
III 분석내용

- Datamonitor Personal Care Market Data를 분석한 결과, 2014년 세계 메이크업(Make-up) 화장품 시장규모(mkt. value)는 392억 달러로 전체 화장품 시장(2,598억 달러)에서 차지하는 비중이 15.10%에 달함. 이는 향후에도 지속되어 2019년 489억 달러로 꾸준한 증가세를 보일 것으로 전망됨
- ※ 한편 연평균 증가율(2010~14)이 가장 큰 화장품 유형은 스킨케어(Skincare)로 연평균(2010~14) 4.64% 증가했으며, 향후 증가율(2015~19)도 6.47%로 가장 높게 나타남. 그다음은 메이크업 화장품으로 연평균 4.06% 증가했으며, 향후 증가율은 그보다 높은 4.55% 수준으로 성장잠재력이 있는 시장임

〈표 3〉 연도별 메이크업 화장품 시장규모(mkt. value) 추이

(단위: 백만 달러, %)

구분	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년(E)	2016년(E)	2017년(E)	2018년(E)	2019년(E)
전체	시장규모(A)	221,878	230,896	239,658	249,034	259,772	271,568	284,702	298,709	313,832
	YoY	3.85	4.06	3.79	3.91	4.31	4.54	4.84	4.92	5.06
메이크업 화장품	시장규모(B)	33,448	35,015	36,220	37,756	39,224	40,895	42,682	44,625	46,717
	YoY	4.45	4.68	3.44	4.24	3.89	4.26	4.37	4.55	4.69
	비중(B/A×100)	15.07	15.16	15.11	15.16	15.10	15.06	14.99	14.94	14.89

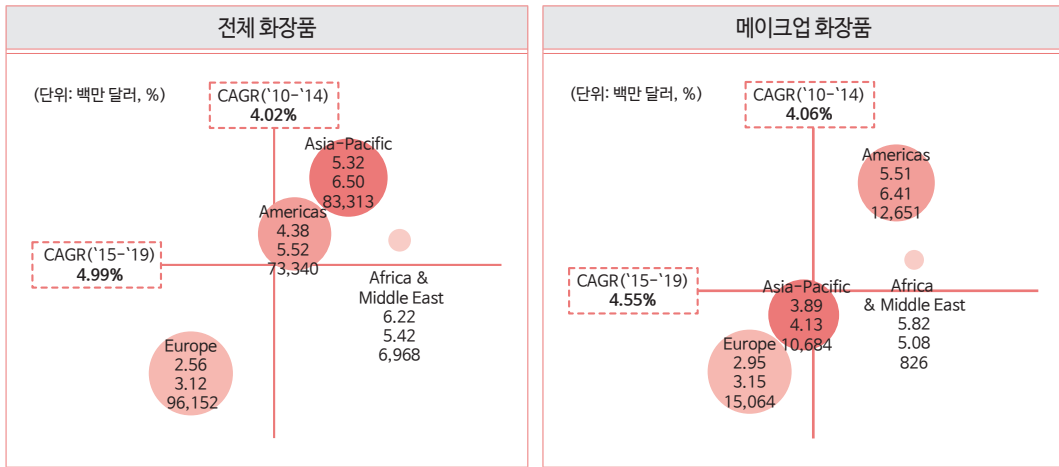


〈그림 2〉 화장품 유형별 연평균 증가율(CAGR)

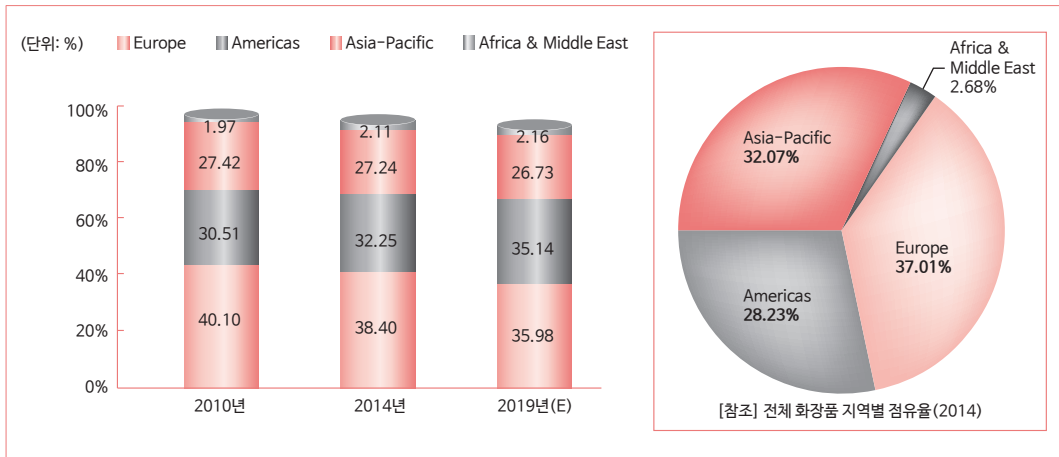
■ 지역 및 국가별 시장규모

- 메이크업 화장품 지역별 시장규모는 유럽이 151억 달러로 가장 크며, 이어서 북미/중남미 127억 달러, 아시아/태평양 107억 달러, 중동/아프리카 8억 달러 순으로 규모가 큼
- ※ 2014년 전체 화장품 시장의 지역별 비중은 유럽(37.01%), 아시아/태평양(32.07%), 북미/중남미(28.23%), 중동/아프리카(2.68%) 순으로 나타남
 - 한편 최근 5년간 연평균 증가율(2010~14)이 가장 큰 지역은 중동/아프리카로 5.82% 증가했으며, 향후 증가율(2015~19)이 가장 큰 지역은 북미/중남미로 6.41% 증가할 것으로 예상됨. 따라서 북미/중남미 메이크업 화장품 시장이 세계 시장에서 차지하는 비중도 2019년 35.14%에 이를 것으로 전망됨

3) Baby personal care에 Powder 포함
4) Soap에는 Bar soap 포함



〈그림 3〉 2014년 지역별 메이크업 화장품 시장규모 추이



〈그림 4〉 메이크업 화장품 지역별 점유율 추이

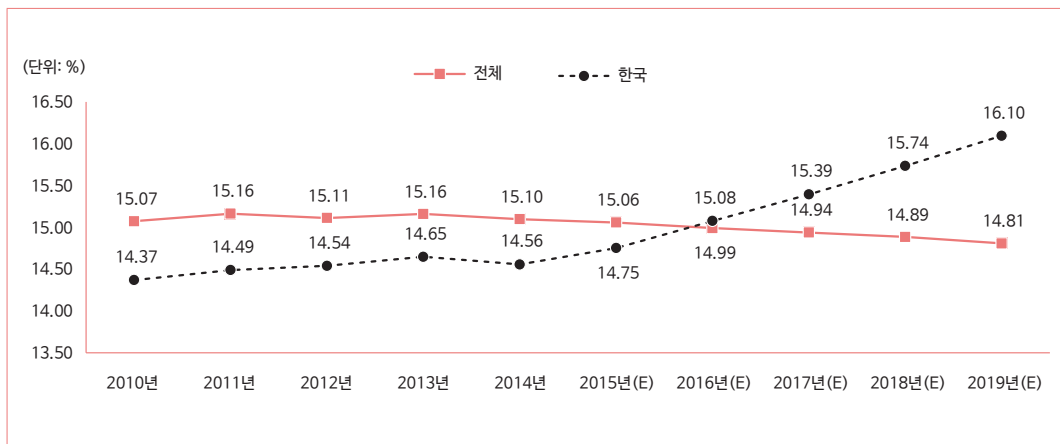
- 2014년 메이크업 화장품 시장규모는 미국이 72억 달러(18.29%)로 개별국가 기준 세계에서 가장 큰 시장이며, 이어서 일본(45억 달러, 11.58%), 브라질(29억 달러, 7.47%), 영국(23억 달러, 5.81%), 독일(22억 달러, 5.50%) 등 순으로 규모가 큼

 - 전통적 화장품 강국인 미국, 일본, 영국, 독일 등이 메이크업 화장품 시장에서도 여전히 높은 시장점유율을 보임. 하지만 최근 브라질(11.75%) 및 중국(8.53%)의 메이크업 화장품 시장 증가율이 전체 증가율(3.89%)을 크게 상회하고, 앞으로도 지속적인 성장이 예상되어 향후 국가별 판도는 변할 것으로 예상됨
 - 한편 우리나라 2014년 메이크업 화장품 시장규모는 11억 달러로 이탈리아에 이어 10위를 차지했으며, 세계 메이크업 화장품 시장에서 차지하는 비중은 2.76% 수준임. 또한 우리나라 전체 화장품 향후 증가율(2015~19)(4.9%)과 비교해 메이크업 화장품 시장 향후 증가율(7.2%)은 상당히 높은 수치이며, 따라서 국내 화장품 시장에서 차지하는 메이크업 화장품 시장 비중도 2014년 14.56%에서 2019년 16.10%에 이를 것으로 보임

〈표 4〉 주요국의 메이크업 화장품 시장규모

(단위: 백만 달러, %)

전체 화장품					메이크업 화장품				
순위	국가명	2014년	점유율	YoY	순위	국가명	2014년	점유율	YoY
1	미국	38,773	14.93	2.15	1	미국	7,176	18.29	2.42
2	중국	26,742	10.29	10.10	2	일본	4,541	11.58	1.49
3	일본	23,464	9.03	0.80	3	브라질	2,931	7.47	11.75
4	독일	15,497	5.97	2.39	4	영국	2,278	5.81	4.14
5	브라질	15,229	5.86	8.12	5	독일	2,156	5.50	4.96
6	프랑스	14,252	5.49	1.93	6	중국	1,990	5.07	8.53
7	영국	11,969	4.61	3.34	7	프랑스	1,989	5.07	2.64
8	이탈리아	10,414	4.01	2.01	8	러시아	1,787	4.56	3.55
9	러시아	8,111	3.12	5.76	9	이탈리아	1,367	3.49	0.34
10	한국	7,427	2.86	4.57	10	한국	1,081	2.76	3.92
11	스페인	6,859	2.64	1.21	11	멕시코	1,000	2.55	4.28
12	인도	6,749	2.60	12.08	12	호주	917	2.34	2.72
13	멕시코	6,475	2.49	5.22	13	캐나다	839	2.14	3.32
14	캐나다	5,802	2.23	3.20	14	스페인	659	1.68	-1.06
15	호주	4,209	1.62	2.52	15	스웨덴	638	1.63	4.61
Total		259,772	100.00	4.31	Total		39,224	100.00	3.89



〈그림 5〉 전체 화장품 대비 메이크업 화장품 비중 추이(세계 및 한국)

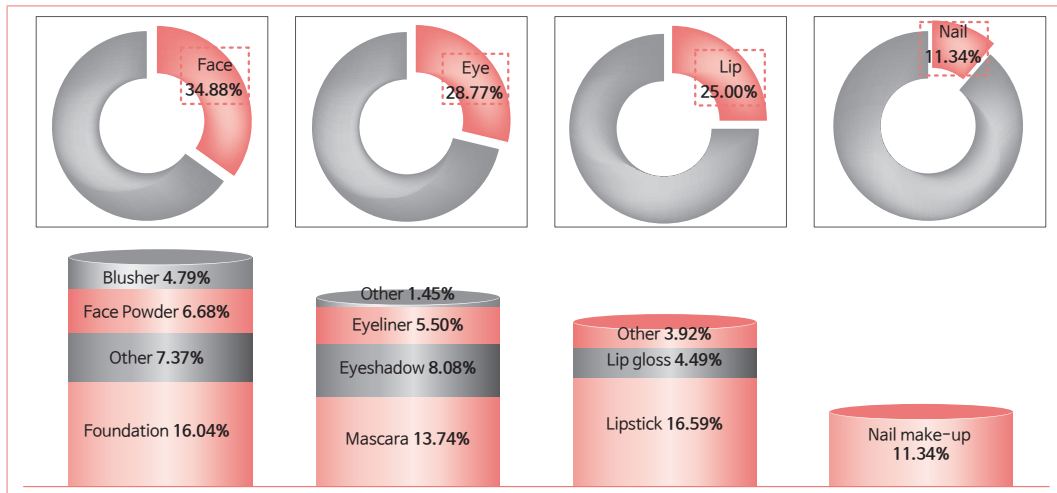
■ 메이크업 화장품 유형별 시장규모

- 2014년 메이크업 화장품 유형별 시장규모(mkt. value)를 살펴보면, 페이스 메이크업(Face make-up)이 137억 달러(전체 메이크업 시장의 34.88%)로 가장 크며, 이어서 아이 메이크업(Eye make-up)(28.77%), 립 메이크업(Lip make-up)(25.00%), 네일 메이크업(Nail make-up)(11.34%) 순으로 규모가 큼. 세부 유형별로는 립 메이크업 중 립스틱(Lipstick)이 16.59%로 가장 큰 시장을 형성했고, 파운데이션(Foundation)과 마스크라(Mascara)가 각각 16.04%, 13.74%로 그 뒤를 이음
 - 전년대비 증가율이 가장 큰 유형은 네일 메이크업으로 4.14% 증가했으며, 그다음은 아이 메이크업(4.07%), 립 메이크업(3.84%), 페이스 메이크업(3.69%) 등 순으로 나타남

〈표 5〉 메이크업 화장품 유형별 시장규모

(단위: 백만 달러, %)

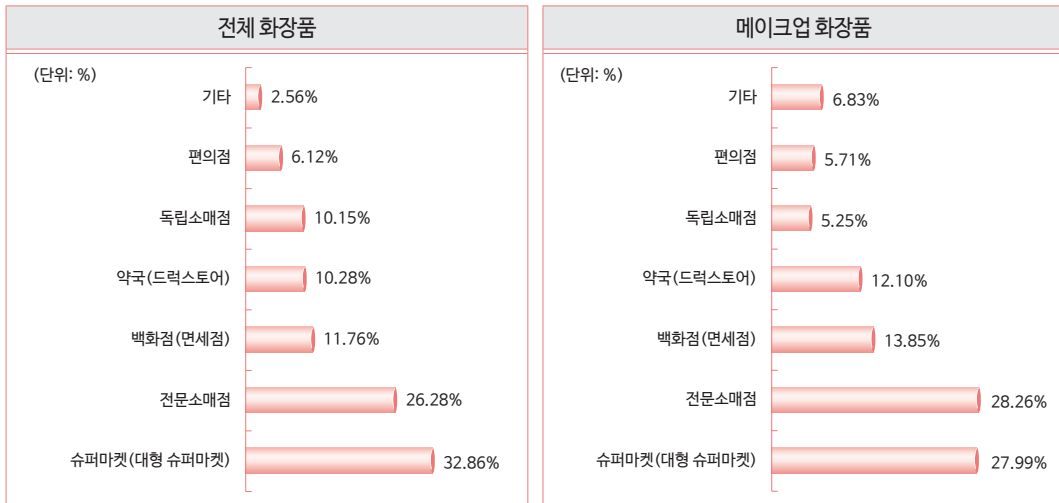
구분	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	YoY	CAGR ('10-'14)	CAGR ('15-'19)
Face make-up	11,916	12,362	12,750	13,196	13,683	3.69	3.52	3.76
Foundation	5,516	5,706	5,878	6,078	6,290	3.49	3.34	3.48
Other face make-up	2,553	2,645	2,723	2,806	2,892	3.10	3.17	3.17
Face powder	2,246	2,338	2,415	2,510	2,621	4.45	3.94	4.53
Blusher	1,602	1,672	1,733	1,802	1,879	4.25	4.07	4.49
Eye make-up	9,648	10,090	10,439	10,843	11,284	4.07	3.99	4.53
Mascara	4,643	4,843	5,002	5,185	5,389	3.93	3.80	4.46
Eyeshadow	2,683	2,814	2,920	3,039	3,168	4.24	4.24	4.81
Eyeliner	1,846	1,930	1,995	2,071	2,157	4.15	3.98	4.30
Other eye make-up	476	503	523	547	569	4.09	4.56	4.54
Lip make-up	8,469	8,817	9,102	9,445	9,808	3.84	3.74	4.94
Lipstick	5,564	5,798	6,004	6,250	6,509	4.14	4.00	5.24
Lip gloss	1,542	1,607	1,652	1,703	1,760	3.37	3.36	4.45
Lipliner	989	1,020	1,044	1,076	1,106	2.79	2.84	3.68
Other lip make-up	374	391	402	416	433	4.04	3.71	5.45
Nail make-up	3,415	3,746	3,930	4,273	4,450	4.14	6.84	6.10
Total	33,448	35,015	36,220	37,756	39,224	3.89	4.06	4.55



〈그림 6〉 메이크업 화장품 유형별 시장규모 비중(2014년)

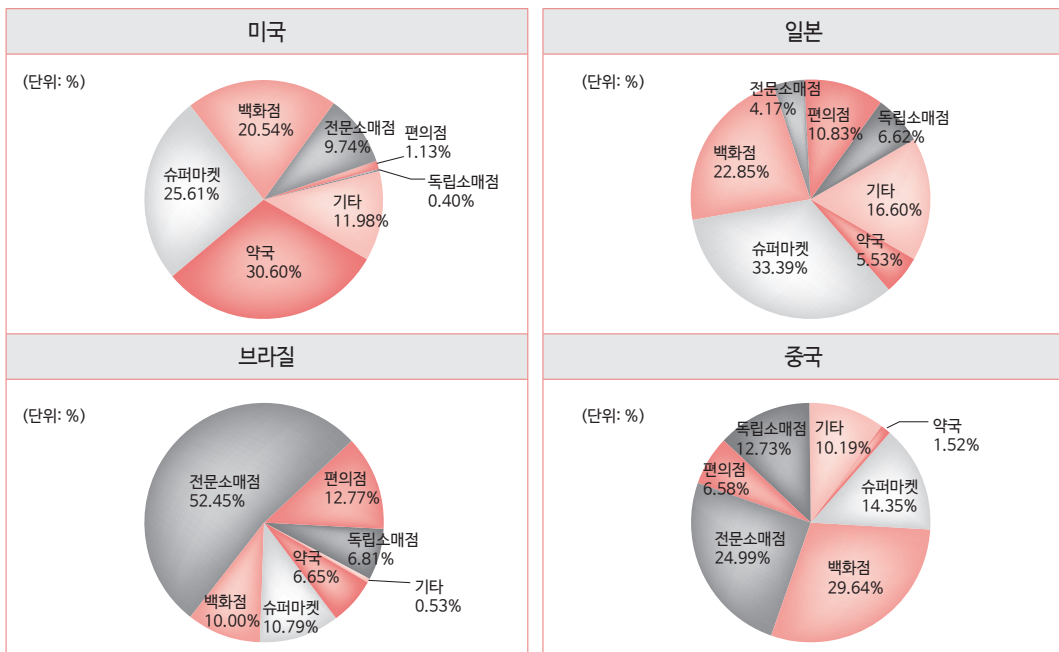
■ 메이크업(Make-up) 화장품 판매채널

- 2014년 전 세계 메이크업 화장품 판매는 전문소매점(Specialist Retailers)(28.26%) 및 슈퍼마켓(Supermarkets/hypermarkets)(27.99%) 등 소매 중심의 유통망을 통해 절반 이상이 유통됨. 그다음은 백화점(13.85%), 약국(Pharmacies/drugstores)(12.10%), 편의점(Convenience Stores)(5.71%) 등 순으로 판매 비중이 높음. 이는 전체 화장품 유통망과 비교해 전문소매점, 약국, 백화점 등의 채널 비중이 상대적으로 높은 양상임



〈그림 7〉 메이크업 화장품 판매채널 현황(2014년)

- 2014년 기준 주요국⁵⁾ 메이크업 화장품 판매채널을 살펴보면, 메이크업 화장품 점유율 1위국인 미국은 드럭스토어를 포함한 약국에서의 화장품 판매(30.60%)가 가장 많으며, 슈퍼마켓이 25.61%로 그 뒤를 이음. 이는 소비자들의 화장품에 대한 인식이 사치재에서 필수소비재로 전환되면서 약국 및 슈퍼마켓 등 접근성 높은 채널의 선호도가 상대적으로 높아졌기 때문임
 - 메이크업 화장품 세계 시장 점유율 2위국인 일본은 슈퍼마켓(33.39%)과 백화점(22.85%)의 판매 비중이 상대적으로 높으며, 3위국인 브라질은 전문소매점의 판매 비율이 절반 이상으로 나타남
 - 한편, 향후 메이크업 화장품 시장 성장이 기대되는 중국은 백화점(29.64%)의 판매 비중이 가장 높으며, 이어서 전문소매점(24.99%), 슈퍼마켓(14.35%)을 통한 판매 비중이 높은 양상임



〈그림 8〉 주요국 메이크업 화장품 판매채널 현황(2014년)

5) 2014년 기준 세계 메이크업 화장품 시장 점유율이 높은 상위 3개국과 최근 성장이 기대되는 중국을 대상으로 함

IV 요약 및 시사점

- Datamonitor Personal Care Market Data를 분석한 결과, 2014년 세계 메이크업(Make-up) 화장품 시장규모(mkt. value)는 392억 달러로 전체 화장품 시장에서 차지하는 비중이 15.10%에 달함. 이는 향후에도 지속되어 2019년 489억 달러로 꾸준한 증가세를 보일 것으로 전망됨
- 지역별 시장규모는 유럽이 151억 달러로 가장 크며, 이어서 북미/중남미 127억 달러, 아시아/태평양 107억 달러, 중동/아프리카 8억 달러 순으로 규모가 큼. 한편 향후 증가율(2015~19)이 가장 큰 지역은 북미/중남미로 연평균 6.41% 증가할 것으로 예상됨에 따라 북미/중남미 메이크업 화장품 시장이 세계 시장에서 차지하는 비중도 2019년 35.14%에 이를 것으로 보임
- 미국이 72억 달러(18.29%)로 개별국가 기준 세계에서 가장 큰 시장이며, 이어서 일본(45억 달러), 브라질(29억 달러), 영국(23억 달러), 독일(22억 달러) 등 순으로 규모가 큼. 최근 브라질(11.75%) 및 중국(8.53%)의 메이크업 화장품 시장 증가율이 전체 증가율을 크게 상회하고, 앞으로도 지속적인 성장이 예상되어 향후 국가별 판도는 변할 것으로 예상됨
 - 한편 우리나라 2014년 메이크업 화장품 시장규모는 11억 달러로 10위를 차지했으며, 세계 메이크업 화장품 시장에서 차지하는 비중은 2.76% 수준임. 또한 국내 화장품 시장에서 차지하는 메이크업 화장품 시장 비중은 2014년 14.56%에서 2019년 16.10%에 이를 것으로 전망됨
- 유형별로는 페이스 메이크업이 137억 달러(34.88%)로 가장 크며, 이어서 아이 메이크업(28.77%), 립 메이크업(25.00%), 네일 메이크업(11.34%) 순으로 규모가 큼. 세부 유형별로는 립스틱이 16.59%로 가장 큰 시장을 형성했고, 파운데이션과 마스크라가 뒤를 이음
- 전문소매점(28.26%) 및 슈퍼마켓(27.99%) 등 소매 중심의 유통망을 통해 절반 이상이 판매되며, 이어서 백화점, 약국, 편의점 등 순으로 판매 비중이 높게 나타남
 - 메이크업 화장품 점유율 1위국인 미국은 약국에서의 화장품 판매(30.60%)가 가장 많으며, 슈퍼마켓이 25.61%로 그 뒤를 이음. 점유율 2위국인 일본은 슈퍼마켓과 백화점의 판매 비중이 상대적으로 높으며, 3위국인 브라질은 전문소매점의 판매 비율이 절반 이상임
 - 한편, 향후 메이크업 화장품 시장 성장이 기대되는 중국은 백화점(29.64%)의 판매 비중이 가장 높으며, 이어서 전문소매점(24.99%), 슈퍼마켓(14.35%)을 통한 판매 비중이 높은 양상임
- 분석 결과 세계 메이크업 화장품 시장은 전통적 화장품 강국인 미국, 일본 등의 점유율이 높지만, 브라질 및 중국의 메이크업 화장품 시장 성장세가 높은 상황에서 국가마다 시장 증가세 및 주요 판매 채널이 달라 나타나고 있음. 이에 비해 국내 화장품 업계는 대부분 기초화장품에 기반을 두고 메이크업 화장품을 겸하고 있는 상황이며, 세계적 메이크업 브랜드로 각인된 국내브랜드는 없는 실정임
 - 따라서 세계적인 메이크업 화장품 브랜드와 경쟁하기 위해서는 국내 기업의 보다 적극적인 노력(트렌드에 맞는 제품 개발, 국가별 차별화된 상표이미지 전략 및 판촉진 등 마케팅 전략 수립)과 정부의 투자 및 지원 확대가 필요할 것으로 사료됨

- 집필자 : 산업통계팀 박종숙
- 문의 : 043-713-8456
- 본 내용은 연구자의 개인적인 의견이 반영되어 있으며, 한국보건산업진흥원의 공식견해가 아님을 밝혀둡니다.
- 본 간행물은 보건산업통계포털(<http://www.khiss.go.kr>)에 주간단위로 게시되며 PDF 파일로 다운로드 가능합니다.



KHISS
 보건산업통계시스템
www.khiss.go.kr