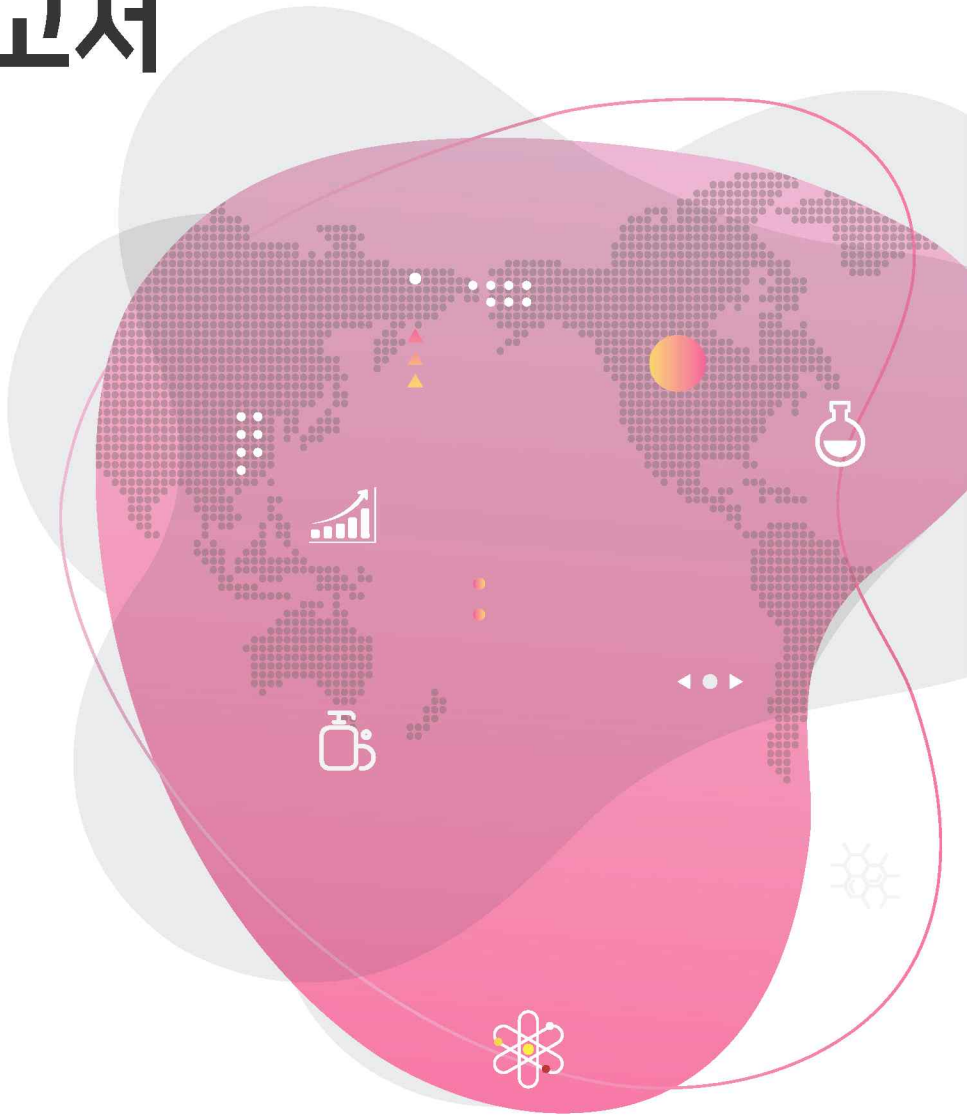


2020년 화장품산업 분석 보고서





2020년 화장품산업 분석 보고서

2020 · 12

제 출 문

본 보고서는 한국보건산업진흥원 2020년 자체사업인 『고부가가치 보건의료 미래형 신산업 통계 개발』 사업의 최종보고서입니다.

2020. 12

한국보건산업진흥원
원장 권 덕 철

- 주관연구기관명 : 한국보건산업진흥원
- 주관연구책임자 : 신 유 원 (보건산업혁신기획단 산업통계팀)
- 연 구 자 : 신 민 선 (보건산업혁신기획단 산업통계팀)
조 홍 미 (보건산업혁신기획단 산업통계팀)
김 미 희 (의료기기화장품산업단 뷰티화장품산업팀)
김 태 은 (의료기기화장품산업단 뷰티화장품산업팀)

차 례

요약문 / 1

제1장 연구 개요 / 9

- 1. 2020년 국내외 거시 환경 9
- 2. 국내 화장품산업 주요 정책 동향 10
- 3. 2020년 국내외 산업 트렌드 14
- 4. 주요 정책 제도 개선 변화 21

제2장 세계 화장품산업 시장 동향 / 31

- 1. 개요 31
- 2. 세계 시장 동향 35
- 3. 유형별 시장 동향 39
- 4. 국가별 시장 동향 41
- 5. 주요 기업 동향 51

제3장 국내 화장품산업 시장 동향 / 54

- 1. 국내 산업 환경 54
- 2. 일반 현황 55
- 3. 생산 현황 57
- 4. 수출입 현황 73

제4장 국내 화장품산업 연구개발 동향 / 80

- 1. 개요 80
- 2. 화장품산업 기업체 연구개발 현황 81

참고문헌 / 91

표차례

표 1-1	화장품산업 정책 제도 개선 변화(최근 5년)	21
표 2-1	화장품 유형 분류	32
표 2-2	지역별 화장품 시장규모	36
표 2-3	주요국의 화장품 시장규모	38
표 2-4	유형별 화장품 시장규모	40
표 2-5	미국의 유형별 화장품 시장규모	42
표 2-6	중국의 유형별 화장품 시장규모	44
표 2-7	일본의 유형별 화장품 시장규모	46
표 2-8	프랑스의 화장품 유형별 시장규모	48
표 2-9	한국의 화장품 유형별 시장규모	50
표 2-10	매출액 기준 세계 100대 화장품 기업 현황(2019)	52
표 2-11	국가별 화장품 100대 기업 보유 및 매출 현황(2019)	53
표 3-1	국내 총생산액 대비 화장품산업 총생산 비중	54
표 3-2	국내 화장품 시장규모	56
표 3-3	화장품 제조업소 및 책임판매업소 수 현황	56
표 3-4	화장품 유형별 생산실적 추이	58
표 3-5	화장품 업체별 생산실적 추이	59
표 3-6	화장품 품목별 2019년 기준 생산실적 추이	60
표 3-7	기초 화장용 제품류 연도별 생산추이	61
표 3-8	두발용 제품류 연도별 생산추이	62
표 3-9	색조 화장용(구 메이크업) 제품류 연도별 생산추이	63
표 3-10	인체 세정용 제품류 연도별 생산추이	64
표 3-11	눈 화장용 제품류 연도별 생산추이	65
표 3-12	면도용 제품류 연도별 생산추이	66
표 3-13	영·유아용(구 어린이용) 제품류 연도별 생산추이	67

표 3-14	손발톱용(구 매니큐어용) 제품류 연도별 생산추이	68
표 3-15	방향용 제품류 연도별 생산추이	69
표 3-16	두발 염색용(구 염모용) 제품류 연도별 생산추이	70
표 3-17	목욕용 제품류 연도별 생산추이	71
표 3-18	체취 방지용 제품류 연도별 생산추이	71
표 3-19	체모 제거용 제품류 연도별 생산추이	72
표 3-20	연도별 화장품 수출입 실적	73
표 3-21	화장품 주요 수출국 현황	75
표 3-22	화장품 주요 수입국 현황	76
표 3-23	화장품 주요 수출 품목 현황	78
표 3-24	화장품 주요 수입 품목 현황	79
표 4-1	한국표준산업분류(KSIC-10) 기준 화장품산업 분석 범위	80
표 4-2	화장품산업 기업체 연구개발비의 재원별 분포 추이	83
표 4-3	화장품산업 기업체 연구개발비의 지출별 분포 추이	84
표 4-4	화장품산업 연구원 1인당 연구개발비 추이	85
표 4-5	화장품 기업체 자체사용 연구비의 사용단계 및 용도별 분포 추이	87
표 4-6	화장품 기업체 기업체 연구원의 학위별·전공별 분포 추이	90

그림차례

그림 1-1	K-뷰티 혁신 종합전략	13
그림 2-1	세계 화장품 시장규모 및 증가율	35
그림 2-2	지역별 화장품 시장규모 비중	36
그림 2-3	2019년 지역별 화장품 시장규모	37
그림 2-4	상위 화장품 유형의 지역별 비중(2019년)	39
그림 2-5	미국 화장품 유형별 연평균 증가율	41
그림 2-6	중국 화장품 유형별 연평균 증가율	43
그림 2-7	일본 화장품 유형별 연평균 증가율	45
그림 2-8	프랑스 화장품 유형별 연평균 증가율	47
그림 2-9	한국 화장품 유형별 연평균 증가율	49
그림 3-1	화장품 생산액 전년대비 증가율	55
그림 3-2	생산실적 상위 화장품 유형별 비중 추이	57
그림 3-3	연도별 화장품 국내 자급도	74
그림 4-1	화장품산업 기업체 규모별 분포 현황(2019)	81
그림 4-2	화장품산업 기업체 매출액 추이	82
그림 4-3	화장품산업 기업체 종사자 수 추이	82
그림 4-4	화장품산업 기업체 연구개발비 투자 추이	83
그림 4-5	화장품산업 기업체 매출액 대비 연구개발비 비중 추이	84
그림 4-6	화장품산업 기업체 외부지출 연구비의 구성비 추이	85
그림 4-7	화장품산업 기업체 자체사용 연구비의 비목별 분포(2019)	86
그림 4-8	화장품산업 기업체 자체사용 연구비의 사용단계 및 용도별 분포(2019)	87
그림 4-9	화장품산업 기업체 자체사용 연구원 수 추이	88
그림 4-10	화장품산업 기업체 연구원의 성비 추이	88
그림 4-11	화장품산업 기업체 연구원의 연령별 분포(2019)	89
그림 4-12	화장품산업 기업체 연구원의 학위 및 전공별 분포(2019)	89

요 약 문

1. 세계 화장품산업 동향

글로벌 화장품산업은 전 세계적 불황에도 불구하고 수요를 지속적으로 창출해내는 미래 유망산업으로 위상을 넓혀가고 있다. 특히 새로운 소비 트렌드 부상과 유통 채널의 다양한 발전가능성으로 앞으로의 성장이 더욱 기대되는 분야이다.

Euromonitor 자료에 의하면 2019년 세계 화장품 시장규모는 4,203억 달러로 전년 대비 4.5% 증가했다. 2020년 코로나19로 인한 세계경제 수요 및 공급 악화로 화장품 산업 성장에 큰 제약이 따를 것으로 예측되며, 특히, 중국, 한국을 제외한 대부분의 국가에서 시장규모가 둔화되는 양상을 나타낼 것으로 전망했다. 향후 유통시장의 디지털 전환, 라이브 커머스 등의 활용으로 2021년 세계 화장품 시장규모는 반등할 것으로 예상되며 2024년(5,263억 달러)까지 꾸준한 증가세를 보일 것으로 내다보고 있다.



그림 1 세계 화장품 시장규모 및 증가율

- 주 : 1. Euromonitor 자료를 이용하여 우리나라 화장품 유형 위주로 자료를 분석함
2. 2020년 이후 연도의 시장규모는 Euromonitor에서 추정된 값임

자료 : Euromonitor International, 2021(Feb)

2 | 2020년 화장품산업 분석 보고서

지역별 시장규모는 아시아/태평양¹⁾이 1,587억 달러(전년대비 +7.4%)로 가장 크며, 이어서 아메리카 지역이 1,381억 달러, 유럽 1,049억 달러 순으로 나타났다.

표 1 지역별 화장품 시장규모

(단위: 백만 달러, %)

지역	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년		CAGR (‘15~’19)
					시장규모	YoY	
Asia Pacific	122,495	129,169	137,610	147,716	158,707	7.4	6.7
Americas	118,632	123,790	128,758	134,038	138,074	3.0	3.9
Europe	95,159	97,490	100,140	102,599	104,868	2.2	2.5
Middle East and Africa	15,403	16,286	16,908	17,826	18,668	4.7	4.9
합계	351,688	366,735	383,415	402,180	420,317	4.5	4.6

자료 : Euromonitor International, 2021(Feb)

2019년 화장품 시장규모는 미국이 804억 달러(19.1%)로 개별국가 기준 세계에서 가장 큰 시장이며, 다음으로 중국(619억 달러, 14.7%)이 가파르게 성장하고 있다. 이어서 일본(357억 달러, 8.5%), 브라질(257억 달러, 6.1%), 독일(165억 달러, 3.9%) 등 순으로 나타났다. 한편 우리나라 2019년 화장품 시장규모는 123억 달러로 프랑스에 이어 8위를 차지했으며, 세계 화장품 시장에서 차지하는 비중은 2.9% 수준이다.

표 2 주요국의 화장품 시장규모

(단위: 백만 달러, %)

순위	국가명	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년		
							점유율	YoY
1	미국	69,826	72,941	75,937	78,770	80,429	19.1	2.1
2	중국	41,115	43,590	48,088	54,208	61,940	14.7	14.3
3	일본	32,862	33,433	34,364	35,160	35,677	8.5	1.5
4	브라질	21,981	22,766	23,536	24,688	25,714	6.1	4.2
5	독일	15,163	15,448	15,832	16,185	16,540	3.9	2.2
6	영국	13,512	13,916	14,343	14,600	14,636	3.5	0.2

1) Australia, New Zealand 등 Australasia 국가가 포함되어 있음

순위	국가명	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년		
							점유율	YoY
7	프랑스	13,032	12,830	12,727	12,652	12,553	3.0	-0.8
8	한국	11,068	11,988	12,134	12,170	12,281	2.9	0.9
9	인도	8,554	9,359	10,200	11,180	12,113	2.9	8.3
10	이탈리아	9,277	9,310	9,483	9,624	9,743	2.3	1.2
11	멕시코	7,124	7,710	8,321	8,756	9,108	2.2	4.0
13	러시아	7,782	8,468	8,730	8,864	9,015	2.1	1.7
12	스페인	6,976	7,153	7,313	7,493	7,681	1.8	2.5
14	캐나다	6,350	6,497	6,624	6,772	6,919	1.6	2.2
15	태국	4,763	5,073	5,416	5,794	6,182	1.5	6.7
16	호주	4,970	5,241	5,506	5,792	6,094	1.4	5.2
17	인도네시아	3,726	4,141	4,552	5,037	5,503	1.3	9.2
18	사우디아라비아	4,983	5,027	4,801	4,839	4,792	1.1	-1.0
19	폴란드	3,693	3,854	4,022	4,221	4,450	1.1	5.4
20	대만	3,350	3,595	3,731	3,827	3,919	0.9	2.4
상위 20개국 합계		290,105	302,340	315,659	330,630	345,287	82.1	4.4
합계(80개국)		351,688	366,735	383,415	402,180	420,317	100.0	4.5

자료 : Euromonitor International, 2021(Feb)

2. 국내 화장품산업 동향

2019년 국내 화장품 생산 및 수출입 현황 자료를 이용하여 산출한 시장규모(생산-수출+수입)는 전년대비 4.0% 증가한 10조 5,347억 원으로 나타났으며, 연평균성장률(2015~19) 또한 4.0%로 꾸준한 성장세를 보이고 있다.

국내 화장품산업 총생산규모는 16조 2,633억 원으로 전년대비 14.7% 증가했다. 최근 5년 연평균(2015~19) 증가율이 10.9%로 매년 10% 이상 지속 성장하는 것으로 나타났다.

화장품 수출은 해마다 빠른 속도로 증가하여 2019년 7조 6,359억 원으로 전년대비 4.2% 증가했으며, 수입(1조 9,073억 원)은 전년대비 2.3% 감소했다. 국내 화장품의 뚜렷한 수출 성장세와 수입의 감소에 따라 2019년 무역수지는 2014년 흑자전환 이후로 흑자규모가 매년 크게 벌어지고 있다.

표 3 국내 화장품 시장규모

(단위: 백만원, %)

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	YoY	CAGR ('15~'19)
시장규모	9,005,079	9,898,726	9,585,993	10,128,876	10,534,735	4.0	4.0
(백만 달러)	7,722	8,489	8,220	8,686	9,034		
생산	10,732,853	13,051,262	13,515,507	15,502,849	16,263,316	4.9	10.9
(백만 달러)	9,204	11,192	11,590	13,294	13,947		
수출 ²⁾	3,428,769	4,900,311	5,791,641	7,325,924	7,635,909	4.2	22.2
(백만 달러)	2,940	4,202	4,967	6,282	6,548		
수입 ²⁾	1,700,995	1,747,775	1,862,127	1,951,951	1,907,328	-2.3	2.9
(백만 달러)	1,459	1,499	1,597	1,674	1,636		
무역수지	1,727,774	3,152,536	3,929,514	5,373,973	5,728,581	-	-
(백만 달러)	1,482	2,703	3,370	4,608	4,913		

주 : 1. 시장규모는 생산-수출+수입

2. 생산 및 수출입에 대한 환율 적용은 한국은행의 2019년 연평균 기준 환율(1,166.11원)을 사용함

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도
한국무역통계진흥원 무역통계, 한국보건산업진흥원 재가공

2) 화장품 수출입 금액은 2020년 기준 화장품 상품분류코드(HS Code) 기준임

2019년 국내 화장품 생산규모는 16조 2,633억 원으로 전년대비 4.9% 증가했다. 향후 이 같은 증가세는 지속적 수출 성장세 등에 힘입을 것으로 보인다.

화장품 유형별로는 기초 화장용 제품류가 9조 8,123억 원으로 전년대비 4.7% 증가하면서 선두를 지킨 가운데, 전년대비 감소세를 보였지만 2위를 유지한 색조 화장용 제품류가 2조 1,338억 원(Δ 10.9%) 기록하였다. 그 다음으로 두발용 제품류 1조 8,800억 원(+18.9%), 인체 세정용 제품류 1조 5,786억 원(+17.1%)으로 그 뒤를 이었다.

표 4 화장품 유형별 생산실적 추이

(단위: 백만원, %)

유형 \ 연도	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년		CAGR (15~19)
					생산금액	YoY	
기초 화장용 제품류	6,201,569	7,585,806	7,617,757	9,370,437	9,812,343	4.7	12.2
색조 화장용 제품류	1,722,511	2,291,895	2,141,653	2,395,833	2,133,750	-10.9	5.5
두발용 제품류	1,394,249	1,409,841	1,529,838	1,581,748	1,880,006	18.9	7.8
인체 세정용 제품류	824,714	1,163,731	1,260,100	1,348,113	1,578,579	17.1	17.6
눈 화장용 제품류	257,267	295,221	263,655	285,661	294,985	3.3	3.5
두발 염색용 제품류	16,527	16,385	421,339	258,310	292,931	13.4	105.2
면도용 제품류	147,854	120,874	119,930	121,263	128,276	5.8	-3.5
영·유아용 제품류	57,443	65,155	74,608	56,805	49,693	-12.5	-3.6
방향용 제품류	28,579	38,227	35,459	37,652	46,505	23.5	12.9
손발톱용 제품류	73,857	56,079	40,746	34,106	32,332	-5.2	-18.7
목욕용 제품류	4,768	5,153	4,902	8,985	9,953	10.8	20.2
체모제거용 제품류	-	-	2,331	1,556	2,352	51.1	-
체취 방지용 제품류	3,516	2,893	3,189	2,381	1,569	-34.1	-18.3
합계	10,732,853	13,051,262	13,515,507	15,502,849	16,263,274	4.9	10.9

주 : 1. 2015년 「화장품법」 시행규칙의 개정에 따른 화장품 유형이 확대됨에 따라 ‘물휴지’가 인체 세정용 제품류로 추가됨

2. 2017년 「화장품법」시행규칙에 따라 ‘염모제’, ‘탈염·탈색용 제품’이 두발 염색용 제품에 포함되었으며, ‘체모 제거용제품류’가 기능성화장품으로 추가(분류)됨

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

2019년 화장품 수출은 2018년 대비 4.2% 증가한 65억 4,819만 달러, 수입은 2.3% 감소한 16억 3,563만 달러를 기록하였다. 화장품 수출의 최근 5년간('15-'19) 고성장을 유지하였고 특히 수입은 2019년 처음으로 역신장함에 따라 무역수지 흑자폭이 크게 개선, 2019년 49억 1,256만 달러 규모의 흑자를 달성하였다.

新한류와 더불어 K-뷰티의 품질과 인지도 향상으로 기존 중화권 중심의 수출에서 미주, 유럽 등 선진시장으로의 진출, 동남아/신남·북방 등 신흥시장으로의 수출국 다변화로 화장품 수출이 지속적으로 증가한 것으로 분석된다.

표 5 연도별 화장품 수출입³⁾ 실적

(단위: 천 달러, %)

연도	수입		수출		무역수지
	수입금액	YoY	수출금액	YoY	
2015년	1,458,692	3.4	2,940,348	55.2	1,481,656
2016년	1,498,808	2.8	4,202,272	42.9	2,703,464
2017년	1,596,871	6.5	4,966,634	18.2	3,369,763
2018년	1,673,900	4.8	6,282,361	26.5	4,608,461
2019년	1,635,633	-2.3	6,548,190	4.2	4,912,557

자료 : 한국무역통계진흥원 무역통계, 한국보건산업진흥원 재가공

3) 2015~19년 화장품 수출입 금액은 2020년 자체 분류한 34개 화장품 상품분류코드(Hs Code) 기준으로 작성됨

3. 국내 화장품산업 연구개발 동향

2019년도 화장품 제조기업의 연구개발 투자액은 5,229억 원으로 전년대비 13.9% 증가했으나, 기업 수 증가에 따른 효과로 보이며 이에 따라 기업당 평균 연구개발비는 8.1억 원으로 전년대비 0.5억 원 감소한 것으로 나타났다.

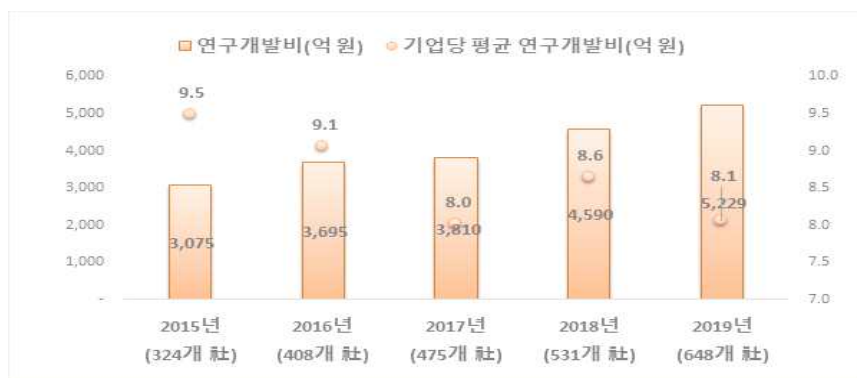


그림 2 화장품산업 기업체 연구개발비 투자 추이

자료 : 과학기술정보통신부·한국과학기술기획평가원, 연구개발활동조사, 각 연도

기업체 연구개발비 재원은 자체부담 금액이 4,957억 원으로 전체의 94.8%를 차지했고, 그 다음으로는 정부재원이 4.9%(255억 원)로 나타났다. 전년도와 비교했을 때 민간재원이 110.0% 증가하고, 자체부담은 14.7% 증가한 것으로 나타났다.

표 6 화장품산업 기업체 연구개발비의 재원별 분포 추이

(단위: 억 원, %)

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	비중	YoY
자체부담	2,898	3,457	3,504	4,321	4,957	94.8	14.7
정부재원	175	209	291	247	255	4.9	3.2
민간재원	1	18	7	7	15	0.3	110.0
공공재원	2	2	3	3	2	0.0	-26.4
외국재원	-	8	5	11	0	0.0	-99.8
합계	3,075	3,695	3,810	4,590	5,229	100.0	13.9

자료 : 과학기술정보통신부·한국과학기술기획평가원, 연구개발활동조사, 각 연도

2019년 화장품 제조업체 연구개발비 5,229억 원 중 공동 및 위탁연구 등의 외부 지출 연구비를 제외하고 순수하게 기업 내부에서 수행한 연구과제에 투자한 연구개발비는 4,887억 원으로 전체 연구비의 93.5% 비중을 차지했다.

표 7 화장품산업 기업체 연구개발비의 지출별 분포 추이

(단위: 억 원, %)

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년		
						비중	YoY
자체사용	2,804	3,406	3,501	4,284	4,887	93.5	14.1
민간지출	97	60	56	71	184	3.5	158.3
외국지출	5	4	9	14	83	1.6	516.5
정부지출	165	217	238	212	38	0.7	-82.1
공공지출	4	7	6	9	36	0.7	307.2
합계	3,075	3,695	3,810	4,590	5,229	100.0	13.9

자료 : 과학기술정보통신부·한국과학기술기획평가원, 연구개발활동조사, 각 년도

2019년 화장품산업 매출액 대비 연구개발비 비중은 전년대비 0.17%p 증가한 2.93%로 나타났으며 전체적으로 자체사용 연구비 비중 추이와 유사한 패턴 양상을 보인다.



그림 3 화장품산업 기업체 매출액 대비 연구개발비 비중 추이

자료 : 과학기술정보통신부·한국과학기술기획평가원, 연구개발활동조사, 각 년도

제1장 연구 개요

1. 2020년 국내외 거시 환경⁴⁾

코로나19 확산으로 인해 전 세계는 국가 봉쇄 조치, 공급망 붕괴 등의 영향으로 기업과 소비자의 신뢰가 무너지고 나아가 금융시장에 큰 영향을 미쳤다. 특히 경제의 공급 및 수요 측면에서 심각한 영향을 끼쳤으며 동시에 글로벌 금융위기의 회복이 늦어지면서 통화 정책 도구는 거의 고갈되었다. 금리가 회복되지 않은 상태에서 중앙은행은 양적 완화(QE)에 의존해야하지만 양적 완화 정책은 노동시장, 소비자 지출 및 기타 실물 경제 측면 등에서 제한적인 영향을 끼친다. 이에 전 세계 국가들은 재정 부양책으로 전환을 시도하고 있지만 코로나19 대유행을 둘러싼 불확실성이 여전히 존재하고 있어 향후 세계 경제는 변동성이 지속될 것으로 전망하고 있다.

화장품산업은 2021년까지 점진적으로 회복할 것으로 예상되나 여전히 코로나19 상황 속 비관적 시나리오와 결과에 대한 불확실성이 크게 나타나고 있다. 아름다움에 대한 욕구는 상대적으로 지속되어 왔지만 코로나19 이후 새롭게 형성된 일상생활 습관과 경기 침체로 인한 소비지출 감소로 중장기적으로 화장품산업의 반등을 방해할 가능성이 높다. 또한 코로나19 영향으로 화장품 유형별로도 다양한 영향을 미쳤다. 향수 및 색조화장품과 같은 유형이 가장 큰 타격을 입은 반면, 위생 관련 필수품

4) Euromonitor International, 2021.

은 큰 탄력성을 보였다. 특히 일상생활에서 셀프케어의 수요가 높아졌고 전반적으로 신체적/정서적 웰빙 등의 관심이 높아짐에 따라 기초화장용 유형의 제품이 코로나19의 가장 큰 수혜 품목으로 자리매김하였다.

또한 코로나19 장기화에 따라 외부 활동이 제한되면서 화장품 등 소비재 시장에서의 비대면식 디지털화 전략이 매우 중요해졌다. AR/VR, 라이브 커머스 및 소셜 미디어 등을 활용한 디지털 방식은 제품의 유통을 원활히 하고 소비를 촉진하는 역할을 한다. 특히 '뉴노멀(New Normal)'시대가 전개됨에 따라 다양한 브랜드와 유통채널에 구매 받지 않는 소비자를 포착하고 끌어들이 수 있는 전략이 중요해지고 있다.

2. 국내 화장품산업 주요 정책 동향

코로나19 확산에도 화장품은 한국의 대표적인 수출효자 산업으로 입지를 굳건히 다지면서 2019년 정부는 화장품산업을 대한민국 신성장 수출 주력사업으로 육성하기 위해 세계 3대 화장품 수출국 도약을 목표로 "(K-뷰티) 미래 화장품 육성 방안"을 발표하였다. 기술개발, 규제혁신, 브랜드 제고, 산업 인프라 조성 등 산업 전주기 지원을 위한 핵심과제를 선정하였다.

< K-뷰티 미래화장품 육성방안 주요대책('19.12.5) >

- ① (연구개발) 화장품산업 기초소재 및 신기술 연구개발(R&D) 확대 추진
 - (기대효과) 세계 기술수준 대비 '18년 86.8% → '22년 90% → '30년 95% 달성
 - * 일본 원료수입 비중을 23.5%('18년) → 18%('22년)로 감소
- ② (규제혁신) 제조사 표기 의무 삭제, 맞춤형화장품 신설 및 지식재산권 침해 대응 강화
 - (기대효과) 중소기업 상품(브랜드) 경쟁력 제고, 맞춤형화장품을 통한 신규 일자리 5,000명 창출, 한류 편승기업 해산 및 확산 방지
- ③ (브랜드제고) 신남방 진출지원, 국내 K-뷰티 홍보관 및 대규모 박람회 신설 등
 - (기대효과) 신남방 국가 수출 비중 증가 및 K-POP 연계 브랜드 고급화
 - * 화장품 수출시장 다변화: ('18) 신남방(11%) → ('22) 신남방(20%)
- ④ (산업인프라) 생산(공장), 연구개발(연구소·R&D), 전문 인재양성 및 전시관 운영
 - (기대효과) K-뷰티 산업 육성을 위한 대표 거점 기반(K-뷰티 클러스터) 마련

K-뷰티는 혁신적 제품 개발과 한류의 확산을 토대로 글로벌 트렌드를 선도하며 우리는 화장품 수출 4위 국가로 성장하였고, 신종 코로나바이러스감염증(코로나19) 상황 속에서도 75억 달러(약 8조2920억 원) 규모의 연간 최대 수출 실적을 기록했다.

2020년 정부는‘(K-뷰티) 미래 화장품산업 육성방안’에 이어 기술 개발과 산업 인프라 구축, 규제 개선, 수출에 이르기까지 ‘맞춤형 지원’을 골자로 한 ‘K-뷰티 혁신 종합전략’을 관계부처 합동으로 마련해 발표했다. 2024년까지 세계 100대 기업 내 국내 뷰티 기업 7개사 진입과 신규 일자리 9만여개의 창출을 목표로 개별 기업이 시도하기 어려운 대규모 연구개발 투자를 비롯해 산업 인프라 구축 등을 지원하기로 했다. 주요 4대 혁신과제로 ‘지속 가능한 K뷰티 혁신기술 개발’, ‘규제개선을 통한 기업 활동 제고’, ‘전략적 해외진출 지원’, ‘K뷰티 산업생태계 조성’을 제시하였다.

주요 4대 혁신과제에 대한 세부 추진내용은 다음과 같다.

첫 번째, 현장에서 우선순위가 높았던 화장품 기초소재 및 신기술 연구개발을 확대하는 것이다. 수입 의존도가 높은 기초소재 등 천연 생물자원을 이용하여 소재를 국산화 추진을 하고, 유전체 분석 결과를 활용한 개인별 맞춤형 화장품, 수출국 맞춤형 소재와 제형에 초점 및 3차원(3D) 인공피부 등 동물 실험 대체 평가기술 개발 등 글로벌 시장 선도를 위한 신기술 개발을 추진할 계획이다.

두 번째, 국내 규제 시스템을 국제기준에 맞춰 개선하는 것이다. 이에 제조자 표기 의무를 삭제해 추진함으로써 혁신 기술을 보호하고 기존 유사제품의 증가 및 경쟁력 약화의 문제점을 해결할 것이다. 또한, 국내 화장품 모방판매로 지식재산권 침해에 대해서도 범부처 합동으로 적극적으로 대응할 계획이며, 이에 국제화장품 규제조화 협의체(ICCR)에 가입을 추진하여 화장품 국제기준 수립 시 입장을 반영 할 수 있도록 할 계획이다.

세 번째, K-뷰티 브랜드의 글로벌 입지를 강화하는 것이다. 수출시장을 다변화하기 위해 신남방 신흥국가에 K-뷰티 홍보관과 대규모 박람회를 신설, K-POP 연계를 통한 글로벌 한류행사 및 한류 콘텐츠 채널 등 한류 플랫폼을 활용하여 K-뷰티 상품가치(브랜드) 경쟁력을 높일 계획이다.

네 번째, 민·관(국가·지자체) 협의를 통한 화장품 생산, 신기술 연구개발, 뷰티서비스, 전문교육, 중소기업 홍보 등이 한 곳에서 이루어질 수 있는 K-뷰티 클러스터를 구축하는 것이다. 이에 연구개발(R&D)을 우선적으로 참여 할 수 있도록 기회를 부여하며, 스마트공장 구축 및 시설개선 자금, 뷰티서비스 교육·연수 프로그램 등 각종 지원 방안을 마련할 것이다.

「K-뷰티 혁신 종합전략」 발표 ('20.1.27)

·2024년까지 세계 100대 기업 4개 → 7개, 일자리 9만 개 창출 목표

산업주기	주요과제
기술개발	- 피부·유전체 분석센터 설립('21~), 국가별 피부·유전체 데이터 수집 * '20년 시범사업 추진(베트남 200명) → '21~'25년 본사업 추진(9개국 8,200명) - 화장품산업 기초소재 및 정보통신기술 융합기술 등 연구개발 확대 추진
산업 인프라	- 'K-뷰티 종합지원센터' 운영을 통한 온라인·원스탑 기업 컨설팅 제공 - 국제 K-뷰티 스쿨 설립('21~) 및 화장품 전문인력 양성과정 확대 - 화장품산업의 체계적 육성지원을 위한 '화장품산업육성법' 제정 추진
규제개선	- 맞춤형화장품 제도 활성화를 위한 임시매장 신고절차 간소화 등 운영 규제개선 - 화장품의 고유 특성을 고려한 표시·기재 사항의 유연한 적용 등 규제 합리화
해외진출	- 수출 국가별 맞춤형 진출 지원 강화 * ('20) 판매장 3개국, 팝업부스 4개국 → ('21) 판매장 4개국, 팝업부스 5개국 - K-뷰티 체험·홍보관 상설 운영('21.9~, 연간 600개 기업·3,000개 제품 전시 예정)

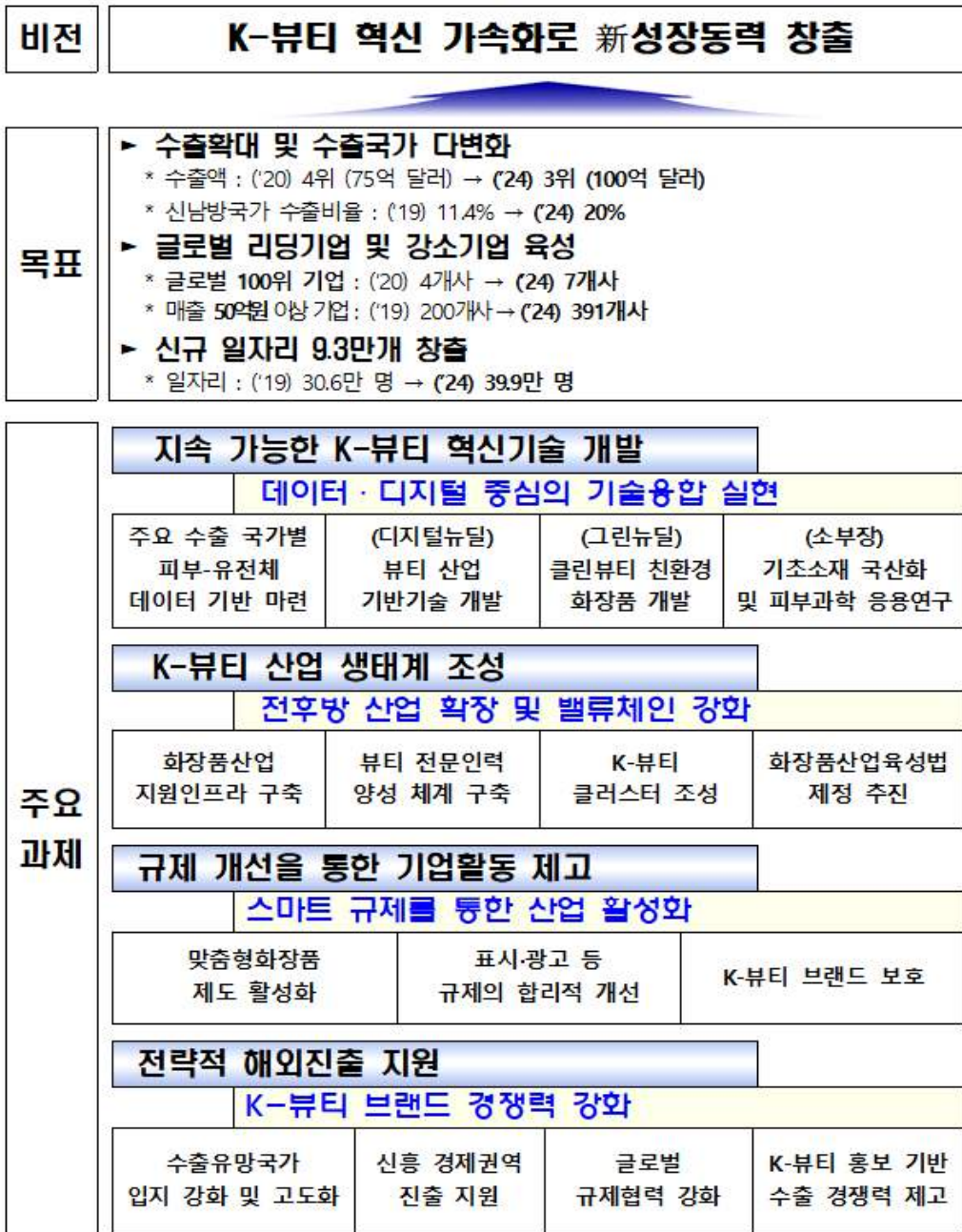


그림 1-1 K-뷰티 혁신 종합전략

자료 : 관계부처합동, K-뷰티 미래 화장품산업 육성방안 보도자료, 2019.12.5.

3. 2020년 국내외 산업 트렌드

3.1 COVID-19과 화장품 소비패턴 변화

코로나19 장기화로 인한 국경봉쇄, 입국제한 등의 이동금지와 사회적 거리두기 등의 시행으로 비대면 문화 확산되면서 화장품산업에도 큰 변화를 가져왔다. 전 세계적으로 디지털 기반 비대면 채널의 활성화로 우선 온라인 플랫폼으로의 이동이 급증하였다. 면세점, 백화점, 방문판매 등 오프라인 채널에서의 매출 하락이 지속되면서 업계에서는 이를 극복하기 위해 온라인과 비대면 중심 사업구조로 신속히 전환하여 새로운 유통구조를 확립하고 있다. 온라인 커머스 플랫폼의 등장, 온라인쇼핑 이용이 크게 증가하였다.

화장품 유통의 변화뿐만 아니라 세균과 바이러스, 환경 문제 등이 거론되면서 기업의 사회적 책임이 중요하게 인식되면서 "가치소비"가 확산되고 있다. 이에 따라 기업들의 사회공헌 활동과 브랜드들의 기업 철학, 그리고 친환경 제품에 대한 소비자들의 인식 변화로 가치 소비문화가 정착되고 있는 모습이다.

또한 재택근무가 늘어나고 외출이 줄어들면서 집에서 머무는 시간이 길어져 자연스럽게 홈케어, 셀프케어 시장의 확대로 이어졌다. 특히 '집콕족'이 늘면서 피부과, 에스테틱 등을 방문하기 어렵게 되면서 이들을 겨냥한 대용량, 피부 진정 상품, 홈케어를 할 수 있는 뷰티 디바이스의 인기상승과 함께 매출이 크게 늘고 있다.

신종 코로나바이러스 감염증 확산 이후 마스크 장기 착용에 따른 피부 트러블이 증가하면서 유해한 화학 성분이 배제된 기초 화장품을 찾는 소비자의 수요가 증가하여 자연스럽게 클린 뷰티에 대한 관심이 높아졌다. 이미 선진국에서는 클린뷰티에 대한 인기가 높았지만, 최근 국내에서 환경 보호를 생각하고 성분을 꼼꼼히 따지는 소비자가 증가하면서 친환경, 식물성, 업사이클링 등 클린뷰티가 새로운 트렌드로 부상하고 있다. 클린뷰티는 인체에 유해한 성분이 없는 깨끗한 화장품, 동물성 성분을 사용하지 않거나 동물 실험을 하지 않는 화장품으로 코로나19로 방역, 위생, 건강이 중요해지면서 업계에서도 클린뷰티에 특화된 화장품을 개발하는 데 앞장서고 있다.

최근에는 집에 머무는 시간이 많아지면서 집에서 모든 경제 활동을 즐기는 것을 뜻하는 ‘홈코노미(Home + Economy)’ 시장이 급부상하면서 화장품 분야뿐 아니라 요리, 운동, 공연, 예술 분야로 비대면 트렌드가 확산되고 있다. 홈코노믹 트렌드에 맞춰 화장품 업계에서 가심비의 프리미엄 제품, 자연유래 성분을 포함한 안전하고 믿을 수 있는 화장품에 대한 수요와 니즈가 늘어나고 있고, 비대면 온라인 소비가 급증되고 있어 국내뿐 아니라 해외 시장 진출 기업들은 비즈니스 트렌드에 맞춰 제품개발과 서비스를 제공해야 할 것으로 보인다.

3.2 맞춤형화장품 시대 개막

2019년 정부는 K-뷰티를 새로운 신성장동력으로 육성하고, 수출 3위 국가로의 도약을 위한 “(K-뷰티)미래화장품 발전방안”을 발표하였다. 이에 2020년 3월 정부가 화장품 시장의 새로운 성장동력으로 육성 중인 ‘맞춤형화장품’ 시대가 본격화됐다. 맞춤형화장품은 개인의 피부 타입이나 선호도에 맞춰 매장에서 즉석으로 재료를 혼합하거나 소분한 화장품을 뜻한다. 개인의 취향과 개성을 중시하는 소비자들의 요구가 날로 세밀해지고 관련 업체들은 최첨단 기술을 활용한 제품의 세분화, 전문화 등으로 소비자의 요구에 부응하면서 생겨났다. 특히 개별 소비자의 피부 특성에 맞춰 매장에서 화장품을 만들 수 있게 되는 것으로 국내 화장품 기업은 물론 로레알, 랑콤, 에스티로더 등 글로벌 기업도 관심을 갖고 맞춤형 화장품에 대한 연구개발이 활발하다.

국내에서는 지난해 맞춤형 화장품 제도가 본격 시행되면서 3D 프린팅 기술을 활용해 맞춤형 마스크팩을 만들어주는 서비스, 전문 기기로 측정된 피부 상태에 따라 성분을 즉석에서 배합해 만드는 맞춤 세럼 등 피부 측정부터 진단, 제품 제조까지 원스톱으로 맞춤형 피부솔루션을 제공하고 있어 글로벌 시장에서 입지를 다지는데 효과적인 역할을 할 것으로 판단된다.

글로벌 화장품기업인 로레알은 세계 최대의 소비자 가전 및 기술 전시회인 CES(Consumer Electronics Show) 2021에서 ‘맞춤형 립 메이크업 제조 시스템’, ‘즉석 토너 패드 제조 장치’ 등을 선보였다. 이 밖에도 로레알은 환경 혁신기업과 공

동 개발한 지속가능한 헤어케어 시스템 ‘로레알 워터 세이버’, 로레알 테크놀로지 인큐베이터(Technology Incubator)가 개발한 인공지능 기반의 가정용 개인 맞춤형 화장품 디바이스인 ‘페르소’(PeSrso)등을 선보였다. 에스티로더의 ‘아이매치 셰이드 엑스퍼트’는 카메라로 피부톤을 분석해 맞춤형 셰이드를 찾아주는 동시에 피부보다 어둡거나 밝거나, 또는 쿨톤이거나 웜톤이길 원하는 취향별 셰이드를 실패 없는 범위 내에서 골라준다. 랑콤은 혁신적인 뷰티 테크놀로지를 경험할 수 있는 과학적인 피부 진단기기 서비스를 제공하고 있다. 매장 내에서 ‘스킨스크린(SKIN SCREEN)’, ‘유스 파인더(YOUTH-FINDER)’ 서비스, AI, 클라우드 서비스, 사물인터넷(IoT)을 접목한 기술을 통해 소비자들의 맞춤 피부 진단과 니즈에 맞는 제품을 추천해준다. 글로벌 색조화장품기업으로 알려진 맥은 ‘TRY IT ON’ AR 체험 서비스를 통해 200여 가지 이상의 컬러 및 텍스처 조합을 립이나 아이 메이크업에 적용할 수 있는 사실적 시뮬레이션이 가능한 서비스를 제공한다. 또한 스마트폰 앱(App)을 통해 색조 화장을 테스트하고 온라인 매장에서 쉽게 구매까지 할 수 있다.

세계 100대 화장품 기업 12위인 국내 아모레퍼시픽도 맞춤형화장품과 IT 결합에 속도를 내고 있다. CES 2021에서 인공지능을 활용해 고객의 피부 톤에 적합한 입술 색깔을 추천하고 현장에서 즉시 립 메이크업 제품을 제조해주는 “립 팩토리 바이 컬러 테일러”로 혁신상을 수상했다.

3.3 화장품 비대면 온라인 시장 성장 가속화

코로나19는 이전과 이후로 나뉘질 정도로 우리 사회 전체에 많은 변화를 가져왔다. 코로나 영향으로 비대면, 비접촉 소비가 확대되고 언택트 소비가 일상화되면서 온라인 쇼핑 트렌드를 가속화 시켰다. 오프라인 시장이 감소하면서 비대면 언택트 시장이 크게 성장하는 추세로 온라인 플랫폼을 활용한 유통방식으로 업계에서 살아남기 위해 외부 환경에 대한 발 빠른 대응을 하고 있다.

코로나19 확산으로 화장품 유통채널이 오프라인에서 온라인으로 급속히 변하면서 언택트 디지털 시장은 크게 성장하였다. 통계청 발표에 따르면 2020년 화장품 온라인 쇼핑 거래액은 1월부터 11월까지 누적 11조 3,933억 원을 기록했다. 전년도인

2019년 1월부터 11월까지 누적인 11조 1,917억 원 보다 1.8% 많은 수치다. 이에 온라인 시장이 부각 되면서 업계에서는 새로운 플랫폼 입점 전략 강화 등 디지털 채널 투자에 더욱 집중하고 있고, 최근에는 화장품을 배달앱을 통해 구입하는 서비스를 제공하고 있다. 또한 온라인 쇼핑몰과 스마트폰 앱에서 구매한 제품을 최대 3시간 안에 배송하는 서비스도 잇따라 진행하고 있다.

글로벌 시장에서도 코로나 19 팬데믹으로 화장품 유통채널과 마케팅을 온라인 중심으로 전환시키고 있다. 전 세계 화장품 시장은 이미 온라인, 모바일 등 디지털 시장으로 방향을 잡아가고 있다. 미국은 AR/VR 등 첨단기술을 도입해 매장에 가지 않아도 상품을 실제로 보는 것 같은 효과를 주고 AI 기술을 적용해 실시간으로 고객을 대응하고 있다. 중국도 오프라인 채널 위주의 브랜드들이 온라인 전자상거래 플랫폼에 진출하면서 온라인 화장품 판매 규모가 급성장했다. 이는 외부활동이 줄면서 왕홍과 같은 인플루언서의 방송을 시청하고 온라인에서 구매하는 소비자가 증가하고 있기 때문이다. 이러한 변화는 소비자들이 온라인에서 다양한 채널을 오가며 제품 정보를 수집할 수 있고, 온·오프라인 경계를 허물고 원하는 시점, 원하는 장소에서 제품 구매가 가능해졌기 때문이라고 분석된다. 또한 온라인의 편리성을 경험한 판매자들과 소비자들이 코로나19 이후에도 꾸준히 이용할 것으로 예상돼 온라인 전자상거래 시장 성장세는 계속될 것으로 보인다.

3.4 가치소비 트렌드: 클린뷰티 열풍

코로나19 이전부터 클린뷰티는 유해물질 이슈 등으로 안전한 원료에 대한 소비자 니즈와 함께 초미세먼지와 기후변화 등 건강에 대한 소비자들의 관심이 급증하면서 전 세계적으로 주목을 받아 왔다. 특히 최근 신종 코로나19 확산 이후 마스크 장기 착용에 따른 피부 트러블이 증가하면서 유해한 화학 성분이 배제된 기초 화장품을 찾는 소비자가 수요가 증가하면서 자연스럽게 클린 뷰티에 대한 관심이 높아지고 있다.

미국, 유럽 등에서는 이미 클린뷰티에 대한 관심이 높아 성분에 대한 중요성이 부각되면서 파라벤·실리콘·황산염 등 유해 성분을 배제한 제품이 각광받고 있다. 최근

에는 성분뿐만 아니라 포장재까지 확대되고 있어 재활용 가능한 포장재와 식물성 잉크 사용 제품들이 소비자들의 호응을 얻고 있다. 특히 제품의 용기를 플라스틱이 아닌 친환경 소재로 개발하거나 용기 및 포장재를 재활용하는 브랜드들도 늘고 있다. 한번 쓰고 버리는 화장품 용기와 포장재에 대한 문제를 인식하고 이를 줄이기 위해 노력하고 있다. 소비자들 또한 불필요한 포장을 없애고 재활용 가능한 환경 친화적 포장재나 용기를 사용하며 환경보호에 대한 사회적 관심이 늘면서 친환경 제품을 선호하는 '그린슈머'가 늘어나고 있다.

자신의 신념과 가치관에 따라 소비하는 '미닝아웃(Meaning Out)'이 새로운 트렌드로 자리를 잡으면서 밀레니얼세대와 Z세대(MZ세대)를 중심으로 소신소비, 윤리소비, 착한소비 등에 대한 소비자 인식이 확산되면서 클린뷰티에 대한 관심이 날로 높아지고 있다. 업계에서도 이러한 신 소비 트렌드를 반영하여 '비건 뷰티', 자연 유래 성분을 함유한 '클린 뷰티', 재활용이 가능한 포장재를 사용한 '에코 패키지' 등을 통해 미닝아웃 소비 트렌드에 적극적으로 반응하고 있다. 국내 대표 화장품 기업들은 이러한 흐름에 맞춰 친환경 소재 개발과 재활용이 어려운 화장품 용기에 대한 업사이클링 협업 등 다양한 노력을 진행하고 있다.

3.5 화장품산업의 화두: 코스메슈티컬(Cosmeceutical)의 진화

코스메슈티컬은 법적인 용어는 아니지만 화장품(Cosmetic)과 의약품(Pharmaceutical)의 합성어로 의학적으로 검증된 성분을 함유한 기능성화장품을 의미한다. 주로 화장품에 치료의 목적을 접목하여 의학적으로 검증된 치료 목적의 화장품이며, 피부재생, 미백, 여드름, 안티에이징, 피부질환 등에 효과가 있는 기능성을 강조한 제품이다. 안전성을 우선시하는 일반 화장품에 비해 코스메슈티컬은 안정성 이외에도 유효성에 초점을 두고 있다.

코로나 19 사태가 장기화되면서 코스메슈티컬 시장은 최근 소비자들의 수요가 급증함에 따라 매년 빠른 속도로 성장하고 있다. 코스메슈티컬 시장은 2020년 기준 554억 달러로 추정되며, 2025년까지 700억 달러에 이를 것으로 전망하고 있다. 코로나 19 사태가 장기화되면서 코스메슈티컬 시장은 최근 소비자들의 수요가 급증함에 따라 매년 빠른 속도로 성장할 것으로 내다보고 있다.

코스메슈티컬의 주요성장 요인은 환경오염과 기후변화 등의 환경적 요인에 의한 피부트러블이 유발되어 이를 관리할 수 있는 화장품의 요구도가 높아지고 노년 인구의 증가와 함께 안티에이징에 대한 관심이 높아지고, 안티폴루션, 광케어, 마이크로바이옴 함유 화장품 등 신기술을 접목한 화장품들이 출시되면서 새로운 소비 형태로 자리를 잡을 것으로 예상된다.

최근 제약기업의 경우 신약개발에 천문학적인 비용과 시간이 소요되는 것을 감안했을 때 신약개발로 쌓인 기술력과 원료를 활용한 화장품 등 신사업을 통해 새로운 수익창출을 하고 있다. 이미 다수의 제약기업이 신약개발 자금으로 활용 가능한 캐시카우 확보를 위해 화장품 사업에 뛰어들면서 코스메슈티컬 시장 경쟁이 치열해지고 있다.

환경오염과 기후변화 등으로 염증과 알레르기 등 피부트러블이 유발되면서 유해성분이 배제된 순한 화장품, 안전한 화장품을 찾는 소비자들이 늘면서 코스메슈티컬 화장품에 대한 수요가 증가하고 있다. 2026년에는 65세 노인인구가 20%로 급증해 초고령사회에 도달할 것으로 전망하고 있으며, 노인인구의 증가는 피부관리에 대한 항노화 수요와 연결되어지므로 코스메슈티컬 시장은 꾸준히 증가할 것으로 보인다.

3.6 인공지능과 증강현실을 앞세운 뷰티테크

4차 산업혁명이 전 세계적인 화두로 떠오르면서 화장품 업계에서도 AI(인공지능), IoT(사물인터넷) 등을 적용하여 새로운 가치 창출을 하고 있다. 스마트 패키징, 3D를 이용한 색조 화장품, 마스크팩 등 첨단 기술을 이용한 제품을 출시하고 있고 글로벌 기업을 중심으로 IT기술 기반으로 한 개인용 피부 관리 제품 및 기기 개발 등 다양한 노력을 하고 있다.

글로벌 뷰티테크 시장규모는 2018년 기준 391억 달러(약 48조 2298억 원)로 2024년까지 연평균 18.4% 성장, 약 1072억 달러(약 132조 2312억 원)로 성장할 것으로 전망하고 있다. 뷰티테크란 뷰티(Beauty)와 기술(Technology)의 합성어로 뷰티와 IT의 융합을 의미하며, 전자기기뿐만 아니라 빅데이터, 모바일, 클라우드, 나노기술, 인공지능(AI), 사물인터넷(IoT) 등 융합할 수 있는 분야가 다양하다.

뷰티디바이스의 인기상승과 더불어 코로나19 사태가 진정될 때까지 다양한 방면으로 뷰티 산업과 첨단기술의 융합이 이루어질 것으로 예상되며, 소비자들이 이러한 뷰티 기술을 접하고 점차 편리함을 느끼게 되면서 앞으로도 뷰티 기술에 대한 수요는 높아질 것으로 전망된다.

미국소비자기술협회(Consumer Technology Association, CTA)가 개최 및 주관하는 CES 2020에서 아모레퍼시픽은 3D 프린터와 연결된 휴대 전화로 얼굴을 측정 한 뒤 실시간으로 도안을 디자인해 5분 안에 마스크팩이 완성되는 ‘3D 프린팅 맞춤형 마스크팩’을 선보였으며, 이외에도 3D 프린팅, 인공지능(AI), 스마트홈, 가상현실·증강현실(VR/AR), 사물인터넷(IoT) 등 다양한 분야에서 혁신상을 수상한 올해의 첨단 기술과 장비들이 전시했다.

인공지능 기술을 활용한 개인맞춤형 제품이 화장품뿐만 아니라 뷰티테크에서도 소비자가 세분화, 개인맞춤화 되고 있어 빅데이터는 더욱 중요해지고 있다. 빅데이터를 기반으로 한 피부진단과 개인맞춤형 솔루션을 제공하고, 최적화된 제품을 추천하기도 한다.



▲ 아모레퍼시픽 “3D 프린팅 맞춤형 마스크팩”



▲ 로레알 “페르소”



▲ 룰루랩, 비대면 AI 피부 측정 스마트 미러 “루미니 키오스크 V2”

4. 주요 정책 제도 개선 변화

2020년 주요 정책·제도 변화에는 영유아 또는 어린이 사용 화장품의 연령 기준, 실태조사, 위해요소 저감화 계획(총리령 제1592호), 맞춤형화장품판매업의 신고 및 변경신고 요건·절차·방법, 준수사항 및 행정처분 기준, 맞춤형화장품조제관리사 자격시험의 시기·절차·방법(총리령 제1603호), 맞춤형화장품의 범위, 맞춤형화장품판매업자의 행정처분 기준(총리령 제1627호), 기능성화장품의 아토피성 표현 수정(총리령 제1636호)들이 일부 개정이 되었다.

그 밖에도 맞춤형화장품의 판매업자의 준수사항, 조제관리사 자격시험 운영기관 지정, 화장품 원료 사용기준 지정 및 변경 심사, 화장품 안전성 정보관리, 화장품 색조 종류와 기준 및 시험방법, 영유아 또는 어린이 사용 화장품 안전성 자료의 작성·보관, 기능성화장품 심사, 기준 및 시험방법 관련된 규정이 일부 개정고시 및 제정고시가 되었다.

표 1-1 화장품산업 정책 제도 개선 변화(최근 5년)

일자	구분	주요 개정 내용
2016.02.24	화장품의 색소 종류와 기준 및 시험방법 일부개정고시 (제2016-17호)	• 화장품에 사용할 수 있는 타르색소 2종(적색 2호, 적색 102호)에 대해 영유아용 제품류에 사용금지 • 재검토 기한의 주기적 재검토 방식 전환 - 「훈령·예규 등의 발령 및 관리에 관한 규정」(대통령 훈령 제334호)에 따라 재검토기한을 재설정함에 있어 특정일자 방식에서 일정시점을 기준으로 하는 주기적 재검토 방식으로 전환하려는 것임
2016.04.08	화장품 가격표시제 실시요령 일부개정고시 (제2016-25호)	• 재검토기한 도래에 따른 재검토기한 재설정 - 재검토기한 도래로 존속 유지에 대하여 검토한 결과, 동 고시는 가격표시제를 유지함으로써 소비자 보호와 공정 거래를 도모하기 위하여 지속 유지가 필요한 바, 재검토기한을 재설정할 필요가 있음 - 이에 특정일자로 설정된 재검토기한을 일정 시점 기준의 주기적 방식으로 재검토기한을 재설정하고자 함 - 재검토기한 설정방식 변경으로 입법 효율성 개선

일자	구분	주요 개정 내용
2016.05.17	화장품 바코드 표시 및 관리요령 일부개정고시 (제2016-41호)	• 제품의 크기 등 특성에 따라 바코드 위치를 결정할 수 있도록 개선 - 바코드의 위치를 업체가 제품의 특성에 맞게 정할수 있도록 인쇄 위치 규정 수정 - 바코드 위치를 제품의 크기나 디자인에 맞추어 표시가능 • 재검토기한 도래에 따른 재검토기한 재설정
2016.06.24	화장품의 색소 종류와 기준 및 시험방법 일부개정고시 (제2016-49호)	• 화장품에 사용할 수 있는 색소 목록에 일시적 염모용 화장품 등에 사용할 수 있는 25종의 색소를 신규로 추가 • 타르색소와 별표 2 타르색소 이외의 색소를 통합 • 화장품의 타르색소의 기준 및 시험방법과 별표 4 화장품의 타르색소 이외의 색소의 기준 및 시험방법을 통합
2016.07.28	화장품 안전기준 등에 관한 규정 일부개정고시 (제2016-74호)	• 사용금지 원료인 ‘메탄올’ 및 ‘프탈레이트류’ 시험법 추가 - 물휴지가 화장품으로 전환됨에 따라(‘15.7.1.) 비의도적으로 검출될 수 있는 메탄올에 대한 시험법을 추가하고, 프탈레이트류에 대해 미량의 정밀한 검출이 요구될 경우 사용할 수 있도록 기체크로마토그래프-질량분석기를 이용한 방법을 추가함으로써 제조업체 및 제조판매업체에서 보다 효율적으로 품질관리를 할 수 있도록 하기 위함
2016.09.07	기능성화장품 심사에 관한 규정 일부개정고시 (제2016-98호)	• 높은 자외선A 차단지수 측정방법을 위한 시험법 추가 - 흑화된 피부 부위의 흑화 상태가 4시간 이상 24시간까지는 차이가 없어 피험자의 편의 등을 고려하여 판정이 가능한 시간 범위를 ‘2~4시간 범위 내에서 ‘2~24시간 범위 내’로 확대함 - 자외선A 차단등급에 ‘PA++++’를 추가하기 위하여 높은 자외선A 차단지수 측정을 위한 표준시료(S2)를 별도로 마련하여 시험결과의 신뢰성을 확보함
2016.09.12	화장품 사용 시의 주의사항 표시에 관한 규정 일부개정고시 (제2016-100호)	• 화장품 주의사항 표시 문구 신설 • 사용 시 주의사항 표시 일부 기재사항 문구 조정
2017.01.11	화장품 안전기준 등에 관한 규정 일부개정고시 (제2017-3호)	• 미세플라스틱 사용금지 - 미세플라스틱에 따른 환경오염 등의 우려 및 제외국(미국, 캐나다 등) 규제 현황을 고려하였을 때, 국내에서도 세정, 각질제거 등의 제품에 남아있는 5mm 크기 이하의 고체플라스틱의 사용을 금지하여 환경 보호 및 국제 조화를 도모하고자 함

일자	구분	주요 개정 내용
2017.01.25	화장품 법령 제도 등 교육실시기관 지정 및 교육에 관한 규정 일부개정고시 (제2017-008호)	• 교육대상자에 「화장품법 시행규칙」제14조제5항에 따른 책임자 추가(안 제7조제3항) - 「화장품법」 제5조제6항 및 같은 법 시행규칙 제14조제5항에서 둘 이상의 장소에서 제조 또는 제조판매를 하는 경우 교육 이수책임자를 대신 지정할 수 있도록 규정한 바, 지정 책임자를 교육 대상자 범위에 포함
2017.02.23	화장품 안전기준 등에 관한 규정 일부개정고시 (제2017-12호)	• 화장품의 제조에 사용할 수 있는 살균보존제 성분 ‘비페닐-2-올(o-페닐페놀) 및 그 염류’, ‘클림바졸’, ‘메칠이소치아졸리논’, ‘폴리(1-헥사메칠렌바이구아니드)에이치씨엘’, ‘페닐살리실레이트’의 사용기준 변경
2017.05.15	화장품 표시·광고를 위한 인증·보증기관의 신뢰성 인정에 관한 규정 제정고시 (제2017-38호)	• 심의위원회 구성 및 운영 등에 관한 사항 • 인증·보증기관의 신뢰성 인정 신청, 검토 및 공고 등에 관한 사항 - 할랄유기농화장품 또는 그 밖의 화장품에 대해 식품의약품안전처장이 정하는 인증기관이 인증·보증한 사실을 화장품의 표시·광고에 사용할 수 있도록 명시적으로 허용하는 내용으로 「화장품법 시행규칙」이 개정(총리령 제1357호)됨에 따라, 이에 따른 화장품의 인증·보증기관에 대한 신뢰성 인정에 필요한 사항을 정하려는 것임
2017.05.23	화장품 안전기준 등에 관한 규정 일부개정고시 (제2017-41호)	• 염모제가 화장품으로 전환됨에 따라 현재 배합금지로 지정되어 있는 표준제조기준 <구분> 삭제 및 자구 수정 • 사용금지 중 염모제 성분에 대해 단서조항 신설 • 염모용에 사용되는 원료의 사용기준 신설 • 신규 기능성화장품에 사용할 수 있는 성분에 대한 사용기준 신설, 추가 및 자구 수정 • 살균·보존제 성분 등 염류 기준 명확화 및 자구수정 - 기능성화장품 범위 확대를 내용으로 하는 화장품법 개정(법률 제14264호, 2016.5.29. 공포, 2017.5.30. 시행) 및 같은 법 시행규칙 개정(총리령 제1357호, 2017.1.12. 공포, 2017.5.30. 시행)에 따라 염모제, 제모제 등 의약외품에서 기능성화장품으로 전환되는 품목군 및 신규지정 기능성 화장품의 주요 성분들에 대해 사용한도를 지정하거나 배합금지성분을 조정하여 화장품의 품질 및 안전성을 확보하고 국민건강 보호 및 화장품산업의 경쟁력을 강화하려는 것임

일자	구분	주요 개정 내용
2017.05.23	기능성화장품 심사에 관한 규정 일부개정고시 (제2017-42호)	• 염모 효력 평가와 관련된 자료의 범위·요건 추가 • 아토피성 피부 기능성화장품의 인체적용시험자료 요건 신설 • 안전성, 유효성 또는 기능성 입증자료 면제요건에 아토피성 피부 및 트살 기능성화장품에 관한 사항 추가 • 제출하는 근거자료의 신뢰성 확보를 위해 기준 및 시험방법 자료요건 명확화 • 시험방법 인정 공정서 고시명 수정, 제모제 함량기준 및 염모제 함량시험법 추가 • 자료제출이 생략되는 기능성화장품의 종류에 염모제 및 제모제 추가 • 자구 수정 및 기타
2017.05.23	기능성화장품 기준 및 시험방법 일부개정고시 (제2017-43호)	• 신설되는 기능성화장품의 종류, 원료·제제에 대한 시험법 추가 및 이에 필요한 시약·시액 기준 신설 • 통칙에 침적마스크제 등 제형의 정의 추가 • 제제의 일반시험법 중 '염모력시험' 추가 • 기타 자구 수정 등
2017.06.13	화장품 안전기준 등에 관한 규정 일부개정고시 (제2017-50호)	• 의약품(아토피, 여드름, 탈모치료제 등) 주성분 등으로 사용되는 11개 원료 금지성분 추가
2017.12.29	화장품 안전성 정보관리 규정 일부개정고시 (제2017-115호)	• 재검토 기한의 주기적 재검토 방식 전환 - 재검토기한이 도래함에 따라 재검토기한을 재설정함에 있어 특정일자 방식에서 일정시점을 기준으로 하는 주기적 재검토 방식으로 전환
2017.12.29	화장품 안전기준 등에 관한 규정 일부개정고시 (제2017-114호)	• 사용금지 원료인 '니켈'에 대해 제조공정 중 비의도로 함유되는 경우에 한해 검출허용 한도 및 시험법 신설 • 기존에 위해평가결과 등을 반영하여 살균·보존제 성분에서 삭제된 원료를 사용금지 성분에 추가 • '세트리모늄 클로라이드, 스테아트리모늄 클로라이드' 및 '베헨트리모늄 클로라이드'의 사용한도 신설 • '에티드로닉애씨드 및 그 염류'의 사용한도 변경 • 퍼머넌트웨이브 및 헤어스트레이트너 제품에 대한 시험법 추가

일자	구분	주요 개정 내용
2018.03.15	「화장품 바코드 표시 및 관리요령」 일부개정고시 (제2018-17호)	• 바코드 유형에 2차원 바코드 추가 신설(안 제2조 관련) - 바코드 유형에 화장품코드(GTIN)만을 부여할 수 있는 1차원 바코드 외에 사용기간, 제조번호 등과 같은 부가정보를 입력할 수 있는 2차원 바코드(데이터 매트릭스) 추가 • 바코드 명칭 등 현행화(안 제5조 및 별표 관련) - 국제표준바코드 명칭이 EAN/UCC 체계에서 GS1 체계로 변경됨에 따라 바코드 명칭 수정
2018.12.26	기능성화장품 기준 및 시험방법 일부 개정고시 (제2018-111호)	• 나이아신아마이드, 아데노신을 각각 유효성분으로 하는 기능성화장품의 정량법을 두 성분 동시 함유 이중 기능성화장품의 정량법으로 단일화 • 나이아신아마이드 로션제, 액제, 크림제, 침적 마스크 및 아데노신 로션제, 액제, 크림제, 침적 마스크의 유효성분 정량법의 액체크로마토그래프법 조작조건 변경 • ‘탈모 증상의 완화에 도움을 주는 기능성화장품’ 원료 규격 신설 - 덱스판테놀, 비오틴, 엘-멘톨, 징크피리치온, 징크피리치온 액(50%) • ‘모발의 색상을 변화시키는 데 도움을 주는 기능성화장품’ 각조 중 ‘과산화수소수 50%’의 기준(비중) 변경 • ‘모발의 색상을 변화시키는 데 도움을 주는 기능성화장품’ 각조에 원료 및 제제 각1종 추가 - 페닐메칠피라졸론, 과황산나트륨·과황산암모늄·과황산칼륨 분말에 대한 기준 및 시험방법 신설 • 기타 자구 수정 및 용어 정비 ‘과붕산나트륨’을 ‘과붕산나트륨일수화물’로 명확하게 하고, ‘산화형 염모제’를 화장품법 시행규칙상의 용어인 ‘산화 염모제’로 하며, 기타 ‘살리실산’을 ‘살리실릭애씨드’로, ‘성상’을 ‘제형’으로, ‘크림’을 ‘크림제’로 각각 수정
2019.03.12	「소비자화장품안전관리감시원 운영 규정」 제정고시 (제2019-17호)	• 소비자화장품안전관리감시원의 위촉 절차 등 마련(제3조) • 소비자화장품안전관리감시원 임기 연장 기준 등 마련(제4조) • 소비자화장품안전관리감시원 교육 실시 내용 등 마련(제5조) • 소비자화장품안전관리감시원 직무수행의 범위 등 마련(제6조) • 소비자화장품안전관리감시원 수당지급 등 마련(제7조) • 소비자화장품안전관리감시원 현황 보고 등 마련(제8조)

일자	구분	주요 개정 내용
2019.03.13	「화장품 생산·수입실적 및 원료목록 보고에 관한 규정」 일부 개정고시 (제2019-18호)	• 화장품 제조과정 중 사용된 원료목록의 유통판매 전 보고에 필요한 사항을 정함 - 화장품 제조과정 중 사용된 원료목록을 유통판매 전에 보고토록 화장품법 개정에 따라 관련서식 및 제출기관을 정함 • 화장품 유형을 화장품법 시행규칙의 유형과 일치 - 화장품 유형을 화장품법 시행규칙 별표3 화장품 유형과 사용 시의 주의사항 중 1. 화장품의 유형으로 대체 • 화장품법 개정에 따른 용어 현행화 - 화장품법 개정에 따라 '제조판매업'을 '책임판매업'으로 수정
2019.03.14	「천연화장품 및 유기농화장품 인증기관 지정 및 인증 등에 관한 규정」 제정 고시 (제2019-20호)	• 천연화장품 및 유기농화장품 인증기관 지정 - 천연화장품 및 유기농화장품 인증기관 지정 신청 등 - 인증기관 지정사항 변경 - 인증기관의 준수사항 - 인증기관 지정 철회 • 천연화장품 및 유기농화장품 인증 - 인증 신청 등 - 인증 변경보고 등 - 인증의 유효기간 연장 - 인증서의 재발급 - 인증제품 사후관리 - 재검토 기한
2019.04.01	「화장품 안전기준 등에 관한 규정」 일부개정고시 (제2019-27호)	• 자체 위해평가 결과 안전역이 확보되지 않은 '니트로메탄', 자체 위해평가 결과 안전역이 확보되지 않고 유럽에서 사용을 금지한 향료성분 3종 등 및 「화학물질의 등록 및 평가 등에 관한 법률」 제2조제9호 및 제27조에 따라 지정하고 있는 '금지물질'을 화장품에 사용 금지 원료에 추가 • 유통화장품 안전관리 시험방법을 개선함 • 용어 정비 - 화장품법 제8조의 '살균·보존제'가 '보존제'로 개정된 사항(개정일 2018. 3. 13. 시행일 2019. 3. 14.) 등을 반영하여 용어 정비
2019.06.17	「기능성화장품 심사에 관한 규정」 일부 개정 고시 (제2019-47호)	• 제출자료의 요건 • 제출자료의 면제 등 • 규제의 재검토 • 자료제출이 생략되는 기능성화장품의 종류

일자	구분	주요 개정 내용
2019.06.28	「화장품 법령·제도 등 교육실시기관 지정 및 교육에 관한 규정」 일부 개정 고시 (제2019-54호)	• 교육내용 및 방법 등 - 교육실시기관의 장은 제1항에 따른 교육을 집합교육 또는 정보통신망을 이용한 온라인 교육 과정으로 운영할 수 있음 • 교육 대상자 등 - 교육실시기관에서 교육을 이수하여야 하는 대상자는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 자로 함 - 다만, 최초 교육을 받으려는 자는 집합교육 과정을 이수하여야 함 - 교육이수 명령 이후 6개월 이내에 4시간 이상, 8시간 이하의 집합교육 과정을 이수하여야 함 • 책임판매관리자 자격기준 인정을 위한 전문교육 운영 등 • 책임판매관리자 자격기준 인정 품목 - 화장 비누, 흑채, 제모왁스 • 전문 교육과정의 운영 등
2019.07.29	유기농화장품의 기준에 관한 규정 일부개정고시 (제2019-66호)	• 천연화장품 및 유기농화장품의 기준에 관한 규정 - 용어의 정의, 사용할 수 있는 원료, 제조공정, 작업장 및 제조설비, 포장, 원료조성, 자료의 보존, 재검토기한 등 내용을 담은 개정고시
2019.08.29	「화장품의 색소 종류와 기준 및 시험 방법」 일부 개정 고시 (제2019-73호)	• 타르색소 등으로 인한 화장품 색소 사용제한 - 영유아용 제품류 또는 만 13세 이하 어린이가 사용할 수 있음을 특정하여 표시하는 제품에 사용할 수 없거나 눈 주위 사용 할 수 없음
2019.10.15	「화장품 영업 구분 및 화장품제조업자의 준수할 사항」 일부 개정 고시 (총리령 제1566호)	• 화장품 영업을 화장품제조업, 화장품책임판매업 및 맞춤형화장품판매업으로 구분하여 영업의 세부 종류와 범위를 구분 • 화장품제조업자의 준수 사항을 이행하지 않을 시 행정처분에 관한 세부 기준 규정
2019.10.17	「화장품 안전기준 등에 관한 규정」 일부 개정 고시 (제2019-93호)	• 제1조 중 ‘제8조의 규정’을 ‘제2조 제3호의2에 따라 맞춤형화장품에 사용할 수 있는 원료를 지정 • ‘유통화장품 안전관리 기준’을 ‘맞춤형화장품에 사용할 수 있는 원료’로 수정 • 맞춤형화장품에 사용 가능한 원료에 대한 조항 신설

일자	구분	주요 개정 내용
2019.12.12	「회수가 필요한 화장품의 위해성 등급 및 분류기준에 관한 시행규칙」 일부 개정고시 (총리령 제1577호)	• 화장품 회수 대상 위해성 등급 구분 • 화장품 회수 대상 위해성 등급별 분류기준 세분화 • 회수 대상 화장품에 대한 행정처분 세부 기준 마련 • 자외선차단 성분 등과 주름개선 또는 미백 성분 등이 혼합된 기능성화장품, 화장비누에 관한 성분 표시 개정
2019.12.16	「화장품 사용 시의 주의사항 표시에 관한 규정」 일부 개정고시 (제2019-129호)	• 화장품 사용 시의 주의사항 표시에 관한 규정을 화장품 사용 시의 주의사항 및 알레르기 유발성분 표시에 관한 규정으로 수정
2019.12.30	「화장품 법령·제도 등 교육실시기관 지정 및 교육에 관한 규정」 일부 개정고시 (제2019-144호)	• 교육 이수 대상자 추가 - 맞춤형화장품판매업자와 맞춤형화장품조제관리사 추가 • 책임판매관리자 자격기준 인정 품목 지정 - 상시근로자수가 2인 이하인 화장품책임판매업자가 직접 제조하여 판매하는 화장 비누를 지정
2020.01.22	「영유아 또는 어린이 사용 화장품 관한 시행규칙」 일부 개정고시 (총리령 제1592호)	• 영유아 또는 어린이 사용 화장품의 연령 기준 등 수정 - 영유아는 만 3세 이하, 어린이는 만 4세 이상부터 만 13세 이하까지 - 화장품의 1차 포장 또는 2차 포장에 표시하거나 신문·방송 또는 잡지 등의 매체·수단에 광고하려는 경우에는 제품별 안전성 자료를 작성·보관하여야 함 • 영유아 또는 어린이 사용 화장품의 실태조사 • 영유아 또는 어린이 사용 화장품의 위해요소 저감화계획
2020.02.20	「맞춤형화장품조제관리사 자격시험 운영기관 지정에 관한 규정」 제정고시 (제2020-11호)	• 맞춤형화장품조제관리사 자격시험 운영기관 - 기관명 : 한국생산성본부 - 위탁업무 : 맞춤형화장품조제관리사 자격시험 운영
2020.03.14	「맞춤형화장품판매업 및 맞춤형화장품조제관리사 자격시험의 시·절차·방법 관한 시행규칙」 일부개정고시 (총리령 제1603호)	• 맞춤형화장품판매업 신고 및 변경신고의 요건·절차·방법 등 마련 • 맞춤형화장품조제관리사 자격시험의 시·절차·방법 등 마련 • 맞춤형화장품판매업자의 준수사항 및 위반 시 행정처분 기준 마련 - 판매장의 시설·기구를 정기적으로 점검, 화장품 내용물을 혼합·소분 안전관리 기준 준수, 판매내역서를 5가지 유형의 준수항에 맞게 작성·보관

일자	구분	주요 개정 내용
2020.06.15	화장품 원료 사용기준 지정 및 변경 심사에 관한 규정 제정고시 (제2020-51호)	- 지정·고시되지 않은 원료의 지정 또는 지정·고시된 원료의 사용기준에 대한 변경 신청 시 갖춰야 할 제출자료의 범위, 자료 요건 등에 관한 세부 사항 명시 - 심사 대상 - 제출자료의 종류 및 요건 - 자료보완 절차 - 부적합 통보 및 이의신청에 관한 사항 - 전문가 자문 절차 - 원료의 공고 절차
2020.06.23	「화장품 안전성 정보관리 규정」 일부 개정 고시 (제2020-53호)	- 시행규칙 제11조제10호를 제12조제10호로 상위 법령 개정 ‘화장품 제조판매업자’를 ‘화장품책임판매업자’로 용어 변경 - 화장품 안전성 정보 정기보고 의무 완화 - 상시근로자수가 2인 이하로 직접 제조한 화장비누만을 판매하는 화장품책임판매업자를 화장품 안전성 정보 정기보고 대상에서 제외함
2020.06.30	맞춤형화장품의 범위 및 맞춤형화장품 판 매업자의 행정처분 기준 정비 (총리령 제1627호)	- 화장비누의 내용물을 단순 소분한 것에 대해서는 맞춤형 화장품의 범위에서 제외하도록 함 - 현행 제도의 운영상 나타난 일부 미비점을 개선·보완하기 위하여 화장품의 안전용기 또는 포장 기준 등의 위반에 대한 맞춤형화장품판매업자의 행정처분 기준 정비
2020.07.20	「화장품의 색소 종류와 기준 및 시험방법」 일부 개정 고시 (제2020-64호)	- 타르색소 종류 신설(화장비누에만 사용) - 피그먼트 자색 23호(Pigment Violet 23) CI 51319 - 피그먼트 녹색 7호(Pigment Green 7) CI 74260 「대한민국약전외 의약품 기준」(식품의약품안전처 고시)를 「기능성화장품 기준 및 시험방법(식품의약품안전처 고시) 및 의약품외품에 관한 기준 및 시험방법(식품의약품안전처 고시)」로 함 - 일반시험법 제35호의 글리세린, 플루오레세인나트륨 및 활성탄 중 「대한약전의약품각조」를 「대한민국약전 의약품 각조」로 함
2020.07.24	「영유아 또는 어린이 사용 화장품 안전성 자료의 작성·보관에 관한 규정」 제정 고시 (제2020-66호)	- 제품별 안전성 자료의 작성방법 및 절차 - 제7호의 문서 및 기록의 관리 절차에 따라 작성·개정·승인 등 관리하여야 함 - 제품별 안전성 자료의 보관방법 및 절차 - 인쇄본 또는 전자매체를 이용하여 안전하게 보관하여야 함(자료의 훼손 또는 소실에 대비하기 위해 사본, 백업 자료 등을 생성·유지할 수 있음)

일자	구분	주요 개정 내용
2020.08.05	「기능성화장품의 아토피 명칭의 사용 표현 정비」 (총리령 제1636호)	• 아토피 명칭의 사용으로 인한 기능성화장품의 의약품 오인 소지를 없애기 위하여 ‘아토피성 피부로 인한 건조함 등을 완화하는 데 도움을 주는 화장품’을 앞으로는 ‘피부장벽의 기능을 회복하여 가려움 등의 개선에 도움을 주는 화장품’으로 표현 정비
2020.10.29	「맞춤형화장품판매업자의 준수사항에 관한 규정」 (제2020-106호)	• 맞춤형화장품판매업자가 혼합·소분 등의 안전을 위해 준수하여야할 세부 사항을 정함
2020.12.30	「기능성화장품 심사에 관한 규정」 일부 개정 고시 (제2020-131호)	• 인체적용시험 제출자료 요건 개정 - 의약품 임상시험실시기관에서 수행하도록 하는 단서조항 삭제 - 인체적용시험의 실시기준 및 자료의 작성방법 명확하게 규정 • 기타 인용조항 및 용어 정비 - 영업자의 명칭 정비, ‘천연첨가물’ 구분 삭제에 따른 타규정 인용조문 정비
2020.12.30	「기능성화장품 기준 및 시험방법」 일부 개정 고시 (제2020-132호)	• 피부의 미백 및 주름개선에 도움을 주는 규격 신설 - 에칠아스코빌에텔 : 아데노신 액제, 아데노신 로션제, 아데노신 크림제, 아데노신 침적마스크 • 모발의 색상을 변화시키는데 도움을 주는 규격 신설 - 과황산나트륨분말제,
2020.12.30	「화장품의 색소 종류와 기준 및 시험방법」 일부 개정 고시 (제2020-133호)	• 글로벌 규제조화를 위해 라이코펜의 종류에 합성 및 미생물 기원을 추가하여 화장품의 색소로 사용가능 하도록 허용 • ‘마이카’ 색소에 대한 확인시험 중 불명확한 시험법을 제외 • 기타 오기 정정 및 시약 추가 - (정정) 등색 201호의 CI, 황색 403호의 (1) - (추가) 베타카로틴의 CI, 페리시안화칼륨, 페리시안화칼륨시액, 페로시안화칼륨, 페로시안화칼륨시액

자료 : 식품의약품안전처(www.mfds.go.kr)

제2장 세계 화장품산업 시장 동향

1. 개요

1.1 분석방법

Euromonitor International BEAUTY AND PERSONAL CARE 유형 중 우리나라 화장품 유형에 해당하는 것을 전문가 조사(자문회의, e-mail)를 통해 선정했다. Baby and Child-Specific Products에서 Baby and Child-Specific Sun Care는 제외했으며, 대분류 Sun Care에 포함했다. Skin Care, Fragrances, Colour Cosmetics에는 Sets/Kits가 포함되어 있으며, Hair Removers/bleaches, Women's Pre-Shave(Depilatories), Men's Shaving(Men's Grooming) 등은 Others로 구분했다.

위에서 선정된 화장품 카테고리별 자료를 지역별(Asia Pacific(Australasia 포함), Europe(Eastern Europe, Western Europe), Americas(Latin America, North America), Middle East and Africa/국가별(약 80개 국가)로 시장 현황을 분석했다.

표 2-1 화장품 유형 분류

Euromonitor			분석 대상
대분류	중분류		
Bath and Shower	Liquid Soap		○
	Bar Soap		○
	Bath Additives		○
	Body Wash/ Shower Gel		○
	Intimate Hygiene(Intimate Washes, Intimate Wipes)		○
	Talcum Powder		X
Deodorants	Deodorant Sprays		○
	Deodorant Pumps		○
	Deodorant Roll-Ons		○
	Deodorant Sticks		○
	Deodorant Creams		○
	Deodorant Wipes		○
Hair Care	Salon Professional Hair Care		○
	Hair Loss Treatments		○
	Perms and Relaxants		○
	Shampoos	Medicated Shampoos	○
		Standard Shampoos	○
	2-in-1 Products		○
	Colourants		○
	Conditioners and treatments		○
Styling Agents		○	
Colour Cosmetics	Facial Make-Up	BB/CC Creams	○
		Foundation/Concealer	○
		Blusher/Bronzer/Highlighter	○
		Powder	○
		Other Facial Make-Up	○
	Eye Make-Up	Mascara	○
		Eye Shadow	○
		Eye Liner/Pencil	○
		Other Lash and Brow Make-Up	○

Euromonitor			분석 대상
대분류	중분류		
	Lip Products	Lipstick	○
		Lip Gloss	○
		Lip Liner/Pencil	○
		Other Lip Products	○
	Nail Products	Nail Polish	○
		Nail Treatments/Strengtheners	○
		Polish Remover	○
		Other Nail Products	○
	Colour Cosmetics Sets/Kits		○
	Oral Care		X
Fragrances	Premium Fragrances	Premium Men's Fragrances	○
		Premium Women's Fragrances	○
		Premium Unisex Fragrances	○
		Premium Fragrance Sets/Kits	○
	Mass Fragrances	Mass Men's Fragrances	○
		Mass Women's Fragrances	○
		Mass Unisex Fragrances	○
		Mass Fragrance Sets/Kits	○
Skin Care	Body Care	Firming/Anti-Cellulite Body Care	○
		General Purpose Body Care	○
	Facial Care	Acne Treatments	○
		Face Masks	○
		Facial Cleansers	○
		Moisturisers and Treatments	○
		Lip Care	○
		Toners	○
	Hand Care		○
	Skin Care Sets/kits		○
Sun Care	Adult Sun Care	Sun Protection	○
		Aftersun	○
		Self-Tanning	○
	Baby and Child-Specific Sun Care		○

Euromonitor			분석 대상
대분류	중분류		
Baby and Child-Specific Products	Baby and Child-Specific Sun Care		중복
	Baby and Child-Specific Hair Care		○
	Baby and Child-Specific Skin Care		○
	Baby and Child-Specific Toiletries		○
	Baby Wipes		○
	Medicated Baby and Child-Specific Products		X
	Nappy(Diaper) Rash Treatments		X
Depilatories	Women's Pre-Shave		○
	Women's Razors and Blades		X
	Hair Removers/Bleaches		○
Men'sGrooming	Men's Shaving	Men's Pre-Shave	○
		Men's Razors and Blades	X
		Men's Post-Shave	○
	Men's Toiletries		중복
	Men's Fragrances		중복

2. 세계 시장 동향

글로벌 화장품산업은 전 세계적 불황에도 불구하고 수요를 지속적으로 창출해내는 미래 유망산업으로 위상을 넓혀가고 있다. 특히 새로운 소비 트렌드 부상과 유통 채널의 다양한 발전가능성으로 앞으로의 성장이 더욱 기대되는 분야이다.

Euromonitor 자료에 의하면 2019년 세계 화장품 시장규모는 4,203억 달러로 전년대비 4.5% 증가했다. 2020년 코로나19로 인한 세계경제 수요 및 공급 악화로 화장품산업 성장에 큰 제약이 따를 것으로 예측되며, 특히, 중국, 한국을 제외한 대부분의 국가에서 시장규모가 둔화되는 양상을 나타낼 것으로 전망했다. 향후 유통시장의 디지털 전환, 라이브 커머스 등의 활용으로 2021년 세계 화장품 시장규모는 반등할 것으로 예상되며 2024년(5,263억 달러)까지 꾸준한 증가세를 보일 것으로 내다보고 있다.



그림 2-1 세계 화장품 시장규모 및 증가율

주 : 1. Euromonitor 자료를 이용하여 우리나라 화장품 유형 위주로 자료를 분석함

2. 2020년 이후 연도의 시장규모는 Euromonitor에서 추정된 값임

자료 : Euromonitor International, 2021(Feb)

지역별 시장규모는 아시아/태평양⁵⁾이 1,587억 달러(전년대비 +7.4%)로 가장 크며, 이어서 아메리카 지역이 1,381억 달러, 유럽 1,049억 달러 순으로 나타났다.

표 2-2 지역별 화장품 시장규모

(단위: 백만 달러, %)

지역	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년		CAGR (‘15~’19)
					시장규모	YoY	
Asia Pacific	122,495	129,169	137,610	147,716	158,707	7.4	6.7
Americas	118,632	123,790	128,758	134,038	138,074	3.0	3.9
Europe	95,159	97,490	100,140	102,599	104,868	2.2	2.5
Middle East and Africa	15,403	16,286	16,908	17,826	18,668	4.7	4.9
합계	351,688	366,735	383,415	402,180	420,317	4.5	4.6

자료 : Euromonitor International, 2021(Feb)

2015년과 2019년 지역별 시장규모를 비교해보면 화장품 선진시장인 아메리카(‘15년 33.7% → ‘19년 32.8%) 및 유럽(‘15년 27.1% → ‘19년 24.9%)지역에서는 전체 세계 시장 대비 점유율이 하락한 반면, 아시아/태평양(‘15년 34.8% → ‘19년 37.8%)과 중동 및 아프리카(‘15년 4.38% → ‘19년 4.44%) 지역은 경제적 수준의 향상과 미(美)의 대한 관심 증가로 화장품 소비가 늘면서 전체 세계 시장 대비 점유율이 상승하였다.

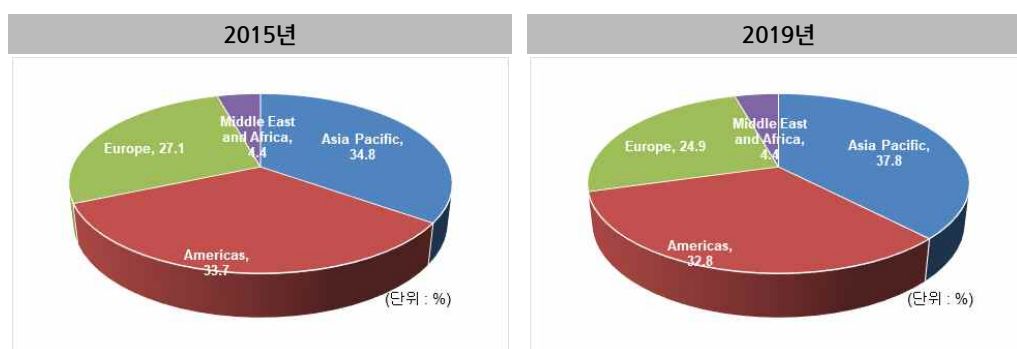


그림 2-2 지역별 화장품 시장규모 비중

자료 : Euromonitor International, 2021(Feb)

5) Australia, New Zealand 등 Australasia 국가가 포함되어 있음

4개 지역별 화장품 유형 점유율을 살펴보면, 아시아/태평양 지역은 Skin Care가 절반가량(47.8%)을 차지했으며, 유럽은 Skin Care(25.9%), Hair care(17.9%), Fragrances(16.7%), Colour Cosmetics(16.1%) 순으로 고른 비중을 나타냈다. 아메리카 지역은 Skin care가 22.6%로 가장 컸고, Hair care(18.6%) 및 Colour Cosmetics(18.4%)가 비슷한 수준의 비중을 차지하였다. 중동 및 아프리카 지역은 Fragrances 시장이 22.2%로 가장 큰 비중을 차지하는 것으로 나타났다.

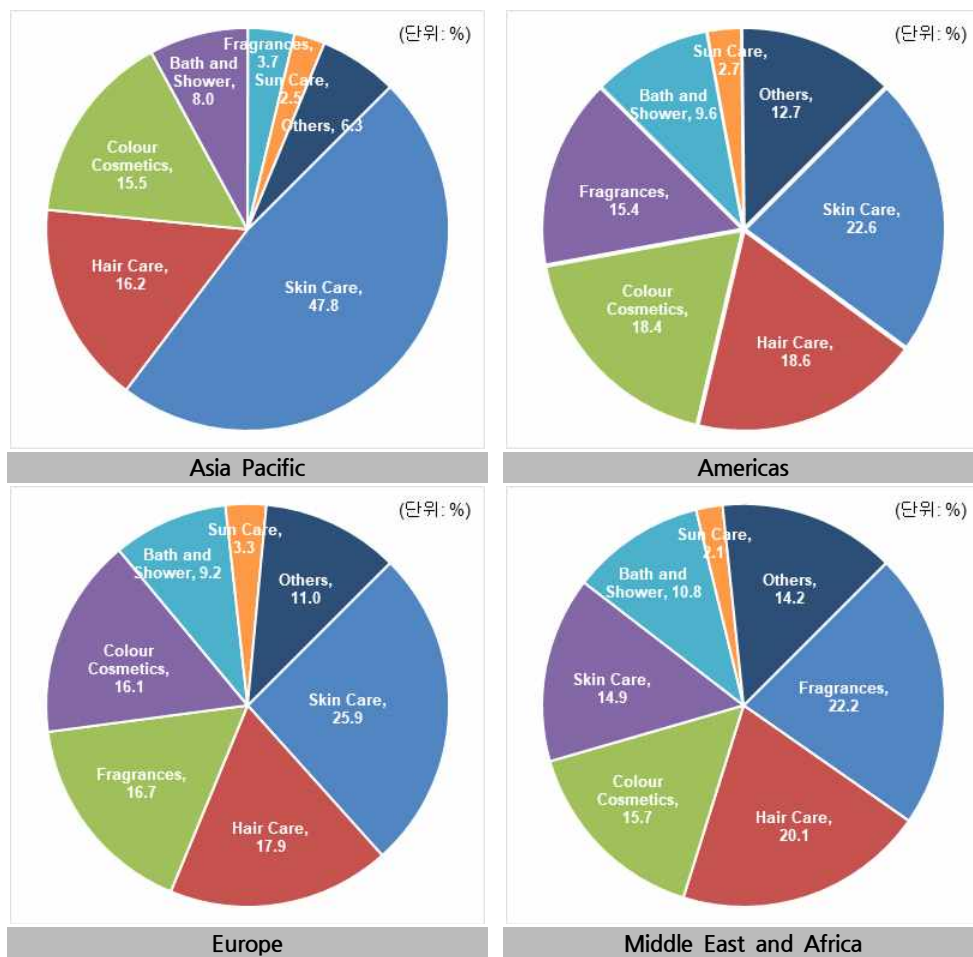


그림 2-3 2019년 지역별 화장품 시장규모

자료 : Euromonitor International, 2021(Feb)

2019년 화장품 시장규모는 미국이 804억 달러(19.1%)로 개별국가 기준 세계에서 가장 큰 시장이며, 다음으로 중국(619억 달러, 14.7%)이 가파르게 성장하고 있다. 이어서 일본(357억 달러, 8.5%), 브라질(257억 달러, 6.1%), 독일(165억 달러, 3.9%) 등 순으로 나타났다. 한편 우리나라 2019년 화장품 시장규모는 123억 달러로 프랑스에 이어 8위를 차지했으며, 세계 화장품 시장에서 차지하는 비중은 2.9% 수준이다.

전통적 화장품 강국인 미국, 일본, 독일, 프랑스 등이 여전히 높은 시장점유율을 보이고 있으나 중국, 인도, 태국 등의 화장품 신흥국가들의 성장률이 전 세계 평균성장률(4.6%)을 크게 상회하고 있어 앞으로도 지속적인 성장이 예상된다.

표 2-3 주요국의 화장품 시장규모

(단위: 백만 달러, %)

순위	국가명	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년		
							점유율	YoY
1	미국	69,826	72,941	75,937	78,770	80,429	19.1	2.1
2	중국	41,115	43,590	48,088	54,208	61,940	14.7	14.3
3	일본	32,862	33,433	34,364	35,160	35,677	8.5	1.5
4	브라질	21,981	22,766	23,536	24,688	25,714	6.1	4.2
5	독일	15,163	15,448	15,832	16,185	16,540	3.9	2.2
6	영국	13,512	13,916	14,343	14,600	14,636	3.5	0.2
7	프랑스	13,032	12,830	12,727	12,652	12,553	3.0	-0.8
8	한국	11,068	11,988	12,134	12,170	12,281	2.9	0.9
9	인도	8,554	9,359	10,200	11,180	12,113	2.9	8.3
10	이탈리아	9,277	9,310	9,483	9,624	9,743	2.3	1.2
11	멕시코	7,124	7,710	8,321	8,756	9,108	2.2	4.0
13	러시아	7,782	8,468	8,730	8,864	9,015	2.1	1.7
12	스페인	6,976	7,153	7,313	7,493	7,681	1.8	2.5
14	캐나다	6,350	6,497	6,624	6,772	6,919	1.6	2.2
15	태국	4,763	5,073	5,416	5,794	6,182	1.5	6.7
16	호주	4,970	5,241	5,506	5,792	6,094	1.4	5.2
17	인도네시아	3,726	4,141	4,552	5,037	5,503	1.3	9.2
18	사우디아라비아	4,983	5,027	4,801	4,839	4,792	1.1	-1.0
19	폴란드	3,693	3,854	4,022	4,221	4,450	1.1	5.4
20	대만	3,350	3,595	3,731	3,827	3,919	0.9	2.4
상위 20개국 합계		290,105	302,340	315,659	330,630	345,287	82.1	4.4
합계(80개국)		351,688	366,735	383,415	402,180	420,317	100.0	4.5

자료 : Euromonitor International, 2021(Feb)

3. 유형별 시장 동향

2019년 화장품 유형별 시장규모를 살펴보면, Skin Care가 1,369억 달러(32.6%)로 가장 큰 시장을 형성했고, Hair Care(17.6%)와 Colour Cosmetics(16.6%)가 그 뒤를 이었다. 세부 유형별로는 Skin Care 중 Facial Care(25.5%) 시장이 가장 크며, 그 다음은 Premium Fragrances(7.1%), Shampoos(6.6%), Facial Make-Up(6.5%) 등 순으로 나타났다.

전년대비 증가율이 가장 큰 유형은 Salon Professional Hair Care로 7.4% 증가했으며, 그 다음은 Facial Care(6.8%), Lip Products(6.2%)등 순으로 증가율이 높았다.

Skin Care는 절반 이상이 아시아/태평양(55.4%)지역에 집중되어 있으며, Hair Care, Colour Cosmetics, Bath and Shower는 아메리카 지역과 아시아/태평양 지역 비중이 높게 나타났다. 한편 Fragrances는 아메리카 지역 및 유럽 지역 비중이 각각 43.5%, 35.9%로 상대적으로 높은 편이다.



그림 2-4 상위 화장품 유형의 지역별 비중(2019년)

자료 : Euromonitor International, 2021(Feb)

표 2-4 유형별 화장품 시장규모

(단위: 백만 달러, %)

유형	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년		YoY
					시장규모	비중	
Skin Care	109,256	114,231	120,895	128,877	136,944	32.6	6.3
Facial Care	84,774	88,523	93,894	100,423	107,289	25.5	6.8
Body Care	14,704	15,191	15,705	16,363	16,931	4.0	3.5
Skin Care Sets/Kits	7,250	7,868	8,506	9,153	9,646	2.3	5.4
Hand Care	2,528	2,650	2,789	2,939	3,078	0.7	4.7
Hair Care	66,187	67,582	69,025	71,432	73,989	17.6	3.6
Shampoos	24,213	25,001	25,744	26,659	27,622	6.6	3.6
Conditioners and Treatments	14,226	14,578	14,894	15,688	16,392	3.9	4.5
Colourants	10,151	10,216	10,359	10,574	10,839	2.6	2.5
Styling Agents	7,998	7,951	7,892	7,915	7,954	1.9	0.5
Salon Professional Hair Care	5,902	6,077	6,322	6,695	7,188	1.7	7.4
2-in-1 Products	2,255	2,282	2,320	2,380	2,435	0.6	2.3
Hair Loss Treatments	804	826	853	876	908	0.2	3.6
Perms and Relaxants	637	651	640	645	652	0.2	1.1
Colour Cosmetics	56,558	60,885	64,839	67,611	69,859	16.6	3.3
Facial Make-Up	21,363	23,203	24,927	26,272	27,363	6.5	4.2
Eye Make-Up	15,149	16,121	16,854	17,208	17,401	4.1	1.1
Lip Products	12,067	13,429	14,773	15,825	16,813	4.0	6.2
Nail Products	5,136	5,177	5,196	5,161	5,137	1.2	-0.5
Colour Cosmetics Sets/Kits	2,844	2,955	3,089	3,144	3,145	0.7	0.0
Fragrances	41,602	43,155	45,045	47,078	48,740	11.6	3.5
Premium Fragrances	25,484	26,385	27,407	28,740	29,886	7.1	4.0
Mass Fragrances	16,118	16,769	17,638	18,338	18,854	4.5	2.8
Bath and Shower	32,827	34,023	35,049	36,367	37,621	9.0	3.4
Body Wash/Shower Gel	11,522	11,984	12,409	12,958	13,447	3.2	3.8
Bar Soap	11,990	12,399	12,628	12,983	13,348	3.2	2.8
Liquid Soap	4,359	4,528	4,725	4,960	5,163	1.2	4.1
Bath Additives	3,107	3,203	3,314	3,421	3,526	0.8	3.1
Intimate Hygiene	1,849	1,909	1,973	2,046	2,138	0.5	4.5
Deodorants	18,204	18,770	19,314	20,206	20,995	5.0	3.9
Baby and Child-Specific Products	12,245	12,892	13,598	14,453	15,362	3.7	6.3
Sun Care	9,817	10,143	10,527	10,966	11,524	2.7	5.1
Adult Sun Care	9,066	9,369	9,732	10,151	10,685	2.5	5.3
Baby and Child-specific Sun Care	751	774	795	815	839	0.2	2.9
Others	4,993	5,054	5,125	5,190	5,285	1.3	1.8
합계	351,688	366,735	383,415	402,180	420,317	100.0	4.5

주 : Others는 Men's Grooming(Post-Shave, Pre-Shave), Depilatories(Women's Pre-Shave, Hair Removers/Bleaches) 등이 포함되어 있음

자료 : Euromonitor International, 2021(Feb)

4. 국가별 시장 동향

4.1 미국

2020년 미국의 화장품시장은 안전성과 위생에 관심이 더욱 높아짐에 따라 ‘클린 뷰티·가치소비’가 업계 표준으로 변모하고 있다. 특히 생강, 쏻, 코코넛 오일 등 천연 성분을 활용한 식물성 제품의 수요가 증가했으며, 플라스틱이 없는 생분해성 화장품 포장·용기를 활용하는 등 가치 있는 소비에 대한 관심이 지속적으로 확대됨에 따라 향후에도 미국 화장품 시장의 주요 트렌드로 자리매김할 것으로 전망된다.

2019년 미국 화장품 시장 규모는 804억 달러로 개별국가 기준 세계에서 가장 큰 시장이며, 전년대비 2.1% 증가했다. 시장 자체는 계속 성장하고 있으나 시장 점유율은 전년대비 소폭 감소한 것으로 나타났다. Skin Care 유형이 211억 달러로 규모가 가장 컸으며, 그 다음은 Colour Cosmetics 180억 달러(22.4%), Hair Care 135억 달러(16.7%), Fragrances 87억 달러(10.8%) 순이다. 세부 유형으로 Facial Care(17.1%) 시장이 가장 크며, Premium Fragrances (9.6%), Facial Make-Up(8.7%), Eye Make-Up(6.3%)이 뒤를 이었다.

연평균 증가율(2015~19)이 가장 큰 유형은 Skin Care로 연평균 5.9% 증가했으며, 향후 증가율(2020~24)은 Sun Care가 3.8%로 가장 높았다.

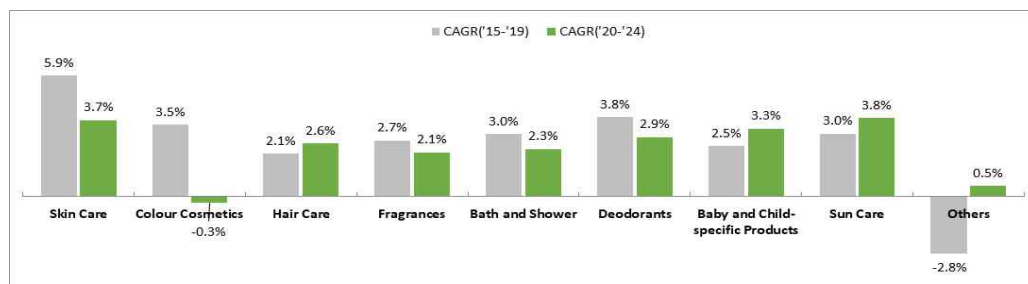


그림 2-5 미국 화장품 유형별 연평균 증가율

주 : Others는 Men's Grooming(Post-Shave, Pre-Shave), Depilatories(Women's Pre-Shave, Hair Removers/Bleaches) 등이 포함되어 있음

자료 : Euromonitor International, 2021(Feb)

표 2-5 미국의 유형별 화장품 시장규모

(단위: 백만 달러, %)

유형	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년		YoY
					시장규모	비중	
Skin Care	16,760	17,721	18,724	20,160	21,062	26.2	4.5
Facial Care	10,756	11,337	12,016	13,033	13,781	17.1	5.7
Body Care	3,315	3,398	3,450	3,688	3,769	4.7	2.2
Skin Care Sets/Kits	2,494	2,787	3,056	3,218	3,284	4.1	2.1
Hand Care	195	199	202	221	229	0.3	3.7
Colour Cosmetics	15,699	17,019	18,177	18,424	18,002	22.4	-2.3
Facial Make-Up	5,766	6,304	6,874	7,088	6,978	8.7	-1.6
Eye Make-Up	4,678	5,085	5,313	5,274	5,088	6.3	-3.5
Lip Products	3,050	3,437	3,780	3,890	3,837	4.8	-1.4
Colour Cosmetics Sets/Kits	1,073	1,141	1,228	1,234	1,183	1.5	-4.2
Nail Products	1,133	1,053	983	938	917	1.1	-2.2
Hair Care	12,392	12,529	12,655	13,000	13,452	16.7	3.5
Salon Professional Hair Care	2,633	2,718	2,829	2,999	3,301	4.1	10.1
Shampoos	2,663	2,695	2,738	2,826	2,882	3.6	2.0
Conditioners and Treatments	2,314	2,375	2,422	2,530	2,607	3.2	3.0
Styling Agents	2,117	2,089	2,033	2,020	2,018	2.5	-0.1
Colourants	1,806	1,773	1,737	1,714	1,727	2.1	0.8
2-in-1 Products	625	653	675	698	712	0.9	2.0
Hair Loss Treatments	124	123	125	123	123	0.2	-0.1
Perms and Relaxants	109	103	97	90	83	0.1	-7.8
Fragrances	7,821	8,042	8,300	8,572	8,706	10.8	1.6
Premium Fragrances	6,624	6,890	7,205	7,537	7,727	9.6	2.5
Mass Fragrances	1,197	1,151	1,095	1,035	979	1.2	-5.4
Bath and Shower	7,543	7,722	7,918	8,239	8,499	10.6	3.2
Body Wash/Shower Gel	2,999	3,064	3,141	3,309	3,446	4.3	4.1
Liquid Soap	1,644	1,698	1,774	1,869	1,932	2.4	3.3
Bar Soap	1,716	1,694	1,669	1,645	1,625	2.0	-1.2
Bath Additives	851	925	990	1,064	1,137	1.4	6.8
Intimate Hygiene	333	340	344	351	360	0.4	2.6
Deodorants	4,262	4,437	4,597	4,735	4,957	6.2	4.7
Baby and Child-Specific Products	2,503	2,578	2,642	2,709	2,757	3.4	1.8
Sun Care	1,929	1,992	2,057	2,100	2,174	2.7	3.5
Adult Sun Care	1,715	1,772	1,832	1,875	1,948	2.4	3.9
Baby and Child-specific Sun Care	213	220	225	225	227	0.3	0.8
Others	917	901	867	833	819	1.0	-1.7
미국 합계(A)	69,826	72,941	75,937	78,770	80,429	100.0	2.1
전체 화장품(B)	351,688	366,735	383,415	402,180	420,317	-	4.5
비중(A/B×100)	19.9	19.9	19.8	19.6	19.1	-	-

자료 : Euromonitor International, 2021(Feb)

4.2 중국

중국의 화장품 시장은 코로나19 확산에도 불구하고 2020년 2분기부터 빠르게 회복되고 있다. 특히 개인위생·방역에 필수품인 액체 및 고체 비누 뿐 만 아니라 중국의 큰 시장을 형성하고 있는 기초화장용제품류 등이 전년대비 크게 증가했다. 중국 화장품시장이 빠르게 회복될 수 있었던 이유는 대부분의 브랜드가 전자상거래를 통해 새로운 마케팅 전략과 공격적인 프로모션으로 소비자와 소통했기 때문이다. 전자상거래는 중국 화장품시장에서의 38%를 차지하고 있어 향후 성장가능성이 매우 높은 유통채널이다.

매년 큰 폭으로 성장하고 있는 중국의 2019년 화장품 시장규모는 619억 달러로 전년대비 14.3% 증가했다. 중국 화장품 시장은 소득수준 향상과 함께 미(美)에 대한 관심도 높아져 시장이 가파르게 성장하고 있으며, 세계 시장에서 차지하는 비중도 매년 증가하고 있다. 유형별로는 Skin Care 유형이 354억 달러(57.1%)로 절반 이상을 차지했고, 그다음은 Hair Care 82억 달러(13.3%), Colour Cosmetics 80억 달러(12.9%) 순으로 나타났다. 세부 유형으로 Facial Care의 비중이 49.8%로 가장 높았고, Shampoos(9.4%)와 Facial Make-Up(6.1%)의 비중이 뒤를 잇고 있다.

연평균 증가율(2015~19)이 가장 큰 유형은 Colour Cosmetics으로 21.5% 증가했으며, 향후 증가율(2020~24) 또한 18.8%로 높았다. 중국 시장에서 대부분의 유형의 연평균 성장률이 다른 국가의 평균보다 크게 상회하고 있는 것으로 나타났다.

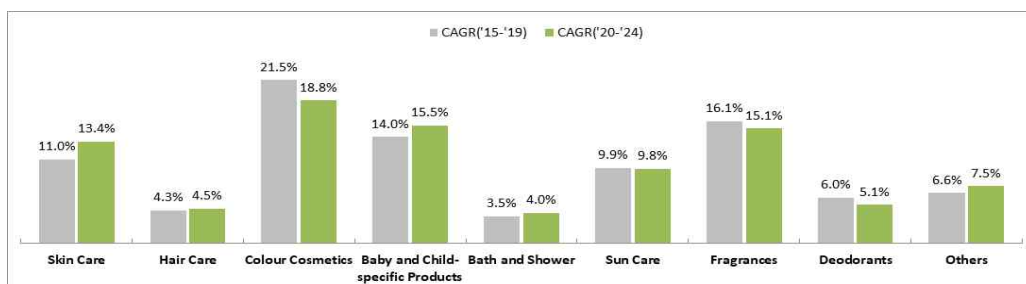


그림 2-6 중국 화장품 유형별 연평균 증가율

주 : Others는 Men's Grooming(Post-Shave, Pre-Shave), Depilatories(Women's Pre-Shave, Hair Removers/Bleaches) 등이 포함되어 있음

자료 : Euromonitor International, 2021(Feb)

표 2-6 중국의 유형별 화장품 시장규모

(단위: 백만 달러, %)

유형	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년		YoY
					시장규모	비중	
Skin Care	23,301	24,586	27,233	30,843	35,379	57.1	14.7
Facial Care	20,527	21,459	23,697	26,788	30,831	49.8	15.1
Skin Care Sets/Kits	1,569	1,833	2,130	2,531	2,894	4.7	14.4
Hand Care	611	675	749	826	908	1.5	10.0
Body Care	595	619	657	699	746	1.2	6.8
Hair Care	6,953	7,188	7,450	7,822	8,233	13.3	5.3
Shampoos	5,153	5,284	5,400	5,600	5,816	9.4	3.8
Conditioners and Treatments	1,076	1,133	1,218	1,323	1,447	2.3	9.3
Colourants	366	401	444	491	541	0.9	10.2
Styling Agents	246	251	254	258	260	0.4	1.1
Salon Professional Hair Care	61	69	81	96	115	0.2	19.0
Hair Loss Treatments	29	32	35	38	42	0.1	10.0
2-in-1 Products	22	20	17	15	13	0.0	-13.7
Colour Cosmetics	3,664	4,119	5,003	6,271	7,989	12.9	27.4
Facial Make-Up	1,788	1,984	2,365	2,931	3,790	6.1	29.3
Lip Products	915	1,114	1,507	2,052	2,741	4.4	33.6
Eye Make-Up	785	835	925	1,052	1,180	1.9	12.2
Colour Cosmetics Sets/Kits	110	119	137	162	201	0.3	23.9
Nail Products	67	67	70	74	77	0.1	4.1
Baby and Child-Specific Products	2,113	2,357	2,663	3,079	3,570	5.8	15.9
Bath and Shower	2,886	3,006	3,130	3,224	3,317	5.4	2.9
Body Wash/Shower Gel	1,542	1,644	1,745	1,815	1,877	3.0	3.5
Bar Soap	972	950	925	898	869	1.4	-3.2
Liquid Soap	200	222	247	274	305	0.5	11.3
Intimate Hygiene	172	191	213	237	265	0.4	11.7
Sun Care	1,231	1,346	1,473	1,618	1,797	2.9	11.1
Adult Sun Care	1,208	1,320	1,444	1,586	1,761	2.8	11.0
Baby and Child-specific Sun Care	23	26	29	32	37	0.1	13.9
Fragrances	784	797	932	1,133	1,424	2.3	25.7
Premium Fragrances	553	574	728	943	1,247	2.0	32.2
Mass Fragrances	232	223	204	191	178	0.3	-6.8
Deodorants	125	131	140	149	158	0.3	5.6
Others	56	60	64	68	72	0.1	6.3
중국 합계(A)	41,115	43,590	48,088	54,208	61,940	100.0	14.3
전체 화장품(B)	351,688	366,735	383,415	402,180	420,317	-	4.5
비중(A/B×100)	11.7	11.9	12.5	13.5	14.7	-	-

자료 : Euromonitor International, 2021(Feb)

4.3 일본

2020년 일본의 화장품시장은 기존 프리미엄(고가·고기능성) 화장품 위주의 성장에서 일상 필수품으로의 성장으로 전환되었다. 코로나19 확산을 제한하기 위한 조치의 일환으로 백화점 및 멀티숍의 운영제한에 따라 색조 화장품 및 향수 등과 같은 프리미엄 화장품은 감소한 반면, 손 세정제 및 목욕용 제품의 수요가 크게 증가했다. 손 씻기 등 예방적 생활 수칙에 대한 인식이 높아지는 가운데 코로나19 확산세가 줄어든다 하더라도 건강과 직결된 제품의 수요는 지속적으로 증가할 것으로 전망된다.

2019년 일본의 화장품 시장규모는 357억 달러로 개별국가 기준 세계에서 세 번째로 큰 시장이며, 전년대비 1.5% 증가했다. Skin Care가 179억 달러로 절반(50.2%)을 차지하고 있으며, 그 뒤를 Colour Cosmetics와 Hair Care가 각각 72억 달러(20.3%), 60억 달러(16.9%)로 잇고 있다. 세부 유형으로 Facial Care(44.8%) 시장이 가장 크며, 그 다음은 Facial Make-Up(10.8%), Shampoos(5.6%), Conditioners and Treatments(5.0%) 등 순으로 나타났다.

연평균 증가율(2015~19)이 가장 큰 유형은 Fragrances로 5.5% 증가했으며, 향후 증가율(2020~24) 또한 6.5%로 가장 높게 나타났다. 일본의 Colour Cosmetics의 성장이 커지고 있는 만큼 향후 증가율(2020~24)이 6.4%로 상대적으로 높게 나타났다.

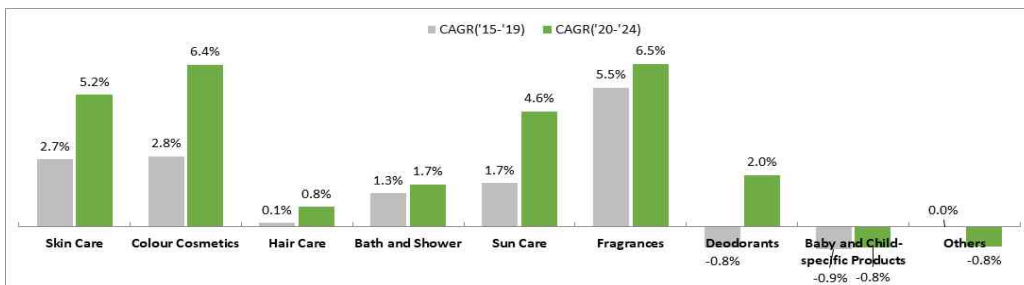


그림 2-7 일본 화장품 유형별 연평균 증가율

주 : Others는 Men's Grooming(Post-Shave, Pre-Shave), Depilatories(Women's Pre-Shave, Hair Removers/Bleaches) 등이 포함되어 있음

자료 : Euromonitor International, 2021(Feb)

표 2-7 일본의 유형별 화장품 시장규모

(단위: 백만 달러, %)

유형	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년		YoY
					시장규모	비중	
Skin Care	16,116	16,363	17,016	17,517	17,900	50.2	2.2
Facial Care	14,278	14,511	15,149	15,634	16,001	44.8	2.3
Skin Care Sets/Kits	871	879	888	898	907	2.5	1.0
Body Care	772	777	780	784	788	2.2	0.6
Hand Care	195	197	200	202	204	0.6	1.0
Colour Cosmetics	6,495	6,715	6,940	7,165	7,249	20.3	1.2
Facial Make-Up	3,465	3,575	3,675	3,800	3,836	10.8	1.0
Lip Products	1,119	1,196	1,264	1,314	1,342	3.8	2.1
Eye Make-Up	1,046	1,081	1,136	1,186	1,209	3.4	1.9
Colour Cosmetics Sets/Kits	670	667	666	663	659	1.8	-0.7
Nail Products	194	197	199	201	203	0.6	1.0
Hair Care	6,004	6,043	6,027	6,013	6,034	16.9	0.3
Shampoos	1,944	2,008	2,018	1,997	2,000	5.6	0.1
Conditioners and Treatments	1,687	1,696	1,704	1,746	1,794	5.0	2.8
Styling Agents	852	833	813	790	765	2.1	-3.1
Colourants	822	805	787	771	756	2.1	-1.9
Hair Loss Treatments	339	344	348	352	360	1.0	2.5
Salon Professional Hair Care	287	285	286	287	289	0.8	0.5
2-in-1 Products	59	59	58	58	57	0.2	-1.0
Perms and Relaxants	15	14	14	14	13	0.0	-2.9
Bath and Shower	1,972	2,011	2,023	2,048	2,077	5.8	1.4
Body Wash/Shower Gel	616	649	667	704	745	2.1	5.8
Bath Additives	675	682	689	693	697	2.0	0.5
Bar Soap	426	420	402	385	367	1.0	-4.6
Liquid Soap	243	248	255	256	258	0.7	0.6
Intimate Hygiene	11	11	11	11	11	0.0	-1.9
Sun Care	652	660	676	700	698	2.0	-0.3
Adult Sun Care	641	649	665	688	686	1.9	-0.3
Baby and Child-Specific Sun Care	11	11	11	12	12	0.0	2.6
Fragrances	531	547	585	630	658	1.8	4.5
Premium Fragrances	374	388	417	454	475	1.3	4.5
Mass Fragrances	157	159	168	176	183	0.5	4.4
Deodorants	550	551	555	552	531	1.5	-3.8
Baby and Child-Specific Products	364	362	360	354	350	1.0	-1.1
Others	180	183	182	181	180	0.5	-0.5
일본 합계(A)	32,862	33,433	34,364	35,160	35,677	100.0	1.5
전체 화장품(B)	351,688	366,735	383,415	402,180	420,317	-	4.5
비중(A/B×100)	9.3	9.1	9.0	8.7	8.5	-	-

자료 : Euromonitor International, 2021(Feb)

4.4 프랑스

2020년 프랑스 화장품시장은 코로나19로 큰 타격을 입었다. 코로나19 이전에도 프랑스는 ‘노 메이크업’ 또는 자연스러운 화장으로의 전환 추세에 따라 색조화장용 제품의 수요가 크게 줄어든 상황이다. 또한 집에 머무르는 시간이 길어짐에 따라 선풍기 및 향수 제품 감소가 뚜렷하게 나타난 반면, 홈·셀프케어 가능한 염색 및 제모 제품류의 시장규모가 증가했다. 한편, 프랑스를 포함한 유럽의 화장품시장의 주요 관심사는 ‘가치소비’로 동물 실험을 하지 않거나 플라스틱 사용 절감과 같은 이슈들이 더욱 보편화될 것으로 전망된다.

2019년 프랑스 화장품 시장규모는 126억 달러로 전년대비 0.8% 감소했으며, 세계 시장에서 차지하는 비중은 3.0%로 2015년 이후 매년 감소 추세이다. Skin Care 시장이 38억 달러(30.0%)로 가장 크며, 그다음은 Fragrances 24억 달러(19.3%), Hair Care 18억 달러(14.0%), Colour Cosmetics 16억 달러(12.6%) 순이다. 세부 유형으로 Facial Care(22.6%) 시장이 가장 크며, Premium Fragrances(16.7%), Body Wash/Shower Gel(6.3%) 등이 뒤를 이었다.

한편 프랑스 화장품의 연평균 성장률이 대체적으로 마이너스(-)성장을 나타내고 있는데 그 중에서 Bath and Shower와 Sun Care의 연평균 증가율(2015~19)이 각각 0.3%, 0.4%로 유일하게 성장하였다. 향후 증가율(2020~24)은 대체로 긍정적이며 특히 Sun Care가 3.9%로 시장잠재력이 높게 나타났다.

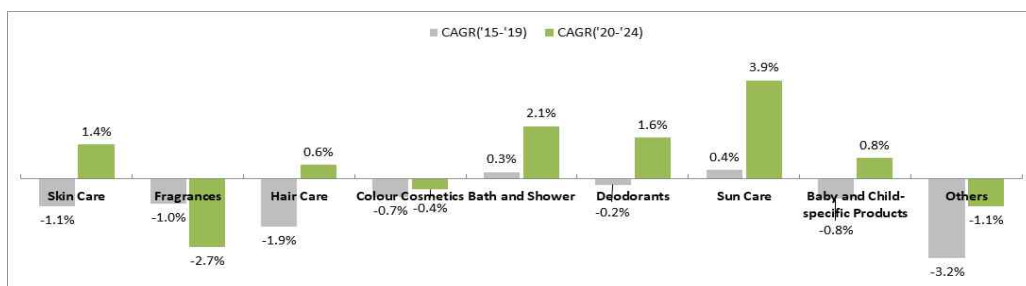


그림 2-8 프랑스 화장품 유형별 연평균 증가율

주 : Others는 Men's Grooming(Post-Shave, Pre-Shave), Depilatories(Women's Pre-Shave, Hair Removers/Bleaches) 등이 포함되어 있음

자료 : Euromonitor International, 2021(Feb)

표 2-8 프랑스의 화장품 유형별 시장규모

(단위: 백만 달러, %)

유형	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년		YoY
					시장규모	비중	
Skin Care	3,934	3,849	3,811	3,779	3,768	30.0	-0.3
Facial Care	2,917	2,857	2,839	2,832	2,841	22.6	0.3
Body Care	636	612	591	561	537	4.3	-4.3
Skin Care Sets/Kits	250	252	256	261	265	2.1	1.5
Hand Care	132	128	125	125	125	1.0	0.1
Fragrances	2,523	2,479	2,472	2,448	2,427	19.3	-0.9
Premium Fragrances	2,171	2,129	2,126	2,107	2,092	16.7	-0.7
Mass Fragrances	353	350	346	341	335	2.7	-1.9
Hair Care	1,898	1,842	1,787	1,774	1,759	14.0	-0.8
Shampoos	574	573	572	579	582	4.6	0.6
Colourants	465	451	437	424	415	3.3	-2.2
Conditioners and Treatments	365	351	338	348	354	2.8	1.9
Styling Agents	313	292	270	256	244	1.9	-4.9
2-in-1 Products	84	81	79	78	76	0.6	-2.2
Salon Professional Hair Care	41	39	38	37	36	0.3	-2.2
Perms and Relaxants	40	38	37	35	34	0.3	-3.7
Hair Loss Treatments	17	17	17	17	18	0.1	2.3
Colour Cosmetics	1,626	1,629	1,632	1,608	1,580	12.6	-1.7
Facial Make-Up	572	576	580	578	576	4.6	-0.5
Eye Make-Up	531	520	512	492	474	3.8	-3.7
Lip Products	237	248	256	259	261	2.1	0.8
Nail Products	176	174	172	164	156	1.2	-5.2
Colour Cosmetics Sets/Kits	111	112	113	114	114	0.9	0.3
Bath and Shower	1,237	1,245	1,251	1,262	1,250	10.0	-0.9
Body Wash/Shower Gel	775	786	793	802	789	6.3	-1.6
Intimate Hygiene	155	155	156	159	161	1.3	1.3
Liquid Soap	142	144	146	149	151	1.2	1.3
Bar Soap	115	114	114	115	116	0.9	0.7
Bath Additives	51	46	41	37	34	0.3	-9.1
Deodorants	732	728	725	730	725	5.8	-0.6
Sun Care	441	426	431	444	447	3.6	0.8
Adult Sun Care	424	410	414	427	430	3.4	0.8
Baby and Child-specific Sun Care	16	16	17	17	18	0.1	2.3
Baby and Child-Specific Products	371	367	361	360	359	2.9	-0.3
Others	270	264	258	248	238	1.9	-4.0
프랑스 합계(A)	13,032	12,830	12,727	12,652	12,553	100.0	-0.8
전체 화장품(B)	351,688	366,735	383,415	402,180	420,317	-	4.5
비중(A/B×100)	3.7	3.5	3.3	3.1	3.0	-	-

자료 : Euromonitor International, 2021(Feb)

4.5 한국⁶⁾

2020년 한국의 화장품시장은 장기간 마스크 착용으로 눈 화장용을 제외한 페이스 메이크업, 립 제품 등이 크게 감소하는 등 전반적으로 한국의 색조화장용 제품에 대한 수요가 감소한 것으로 나타났다. 반면, 대부분의 국가들과 마찬가지로 개인위생에 대한 관심이 증가로 손세정제를 포함한 액체 비누, 목욕용, 탈취제 등의 판매는 지속적으로 증가하였다.

2019년 한국의 화장품 시장규모는 123억 달러로 전년대비 0.9% 증가했으며, 시장규모 자체는 계속 증가하고 있지만 세계 시장에서 차지하는 비중은 2.9%로 2016년 이후 둔화되고 있다. Skin Care 시장이 63억 달러(51.4%)로 화장품 시장의 절반 이상을 차지하고 있으며, 그 다음은 Colour Cosmetics 25억 달러(20.1%), Hair Care 12억 달러(9.7%), Sun Care 7억 달러(5.9%) 순이다. 세부 유형으로 Facial Care(44.4%) 시장이 가장 크며, Facial Make-up(12.2%), Adult Sun Care(5.8%) 등이 뒤를 이었다.

한편 한국 화장품의 연평균 성장률은 대체적으로 긍정적으로 나타나고 있는데 그 중에서 Baby and Child-specific Product 연평균 증가율(2015~19)이 8.2%로 가장 높은 성장을 하였다. 향후 증가율(2020~24)도 전반적으로 높은 성장률이 예상되며, 그 중 Deodorants(3.3%)와 Bath and Shower(3.0%)가 시장잠재력이 높게 나타났다.

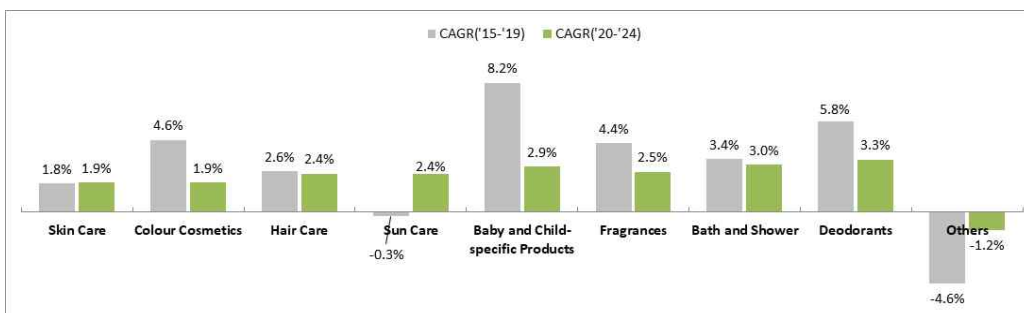


그림 2-9 한국 화장품 유형별 연평균 증가율

주 : Others는 Men's Grooming(Post-Shave, Pre-Shave), Depilatories(Women's Pre-Shave, Hair Removers/Bleaches) 등이 포함되어 있음

자료 : Euromonitor International, 2021(Feb)

6) 동 데이터는 Euromonitor 자료로, 제3장에 제시한 '국내 시장규모(생산+수입-수출)'와 상이할 수 있음

표 2-9 한국의 화장품 유형별 시장규모

(단위: 백만 달러, %)

유형	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년		YoY
					시장규모	비중	
Skin Care	5,874	6,295	6,286	6,284	6,309	51.4	0.4
Facial Care	5,038	5,466	5,433	5,440	5,457	44.4	0.3
Skin Care Sets/Kits	428	407	411	408	408	3.3	-0.0
Body Care	328	337	352	342	348	2.8	1.8
Hand Care	80	86	91	94	96	0.8	2.2
Colour Cosmetics	2,065	2,371	2,459	2,468	2,470	20.1	0.1
Facial Make-Up	1,142	1,371	1,464	1,493	1,497	12.2	0.3
Lip Products	458	501	514	507	508	4.1	0.3
Eye Make-Up	386	418	404	397	399	3.2	0.4
Nail Products	71	73	69	62	58	0.5	-7.0
Colour Cosmetics Sets/Kits	8	8	8	8	8	0.1	1.2
Hair Care	1,077	1,127	1,155	1,155	1,193	9.7	3.3
Shampoos	437	470	498	493	512	4.2	3.9
Conditioners and Treatments	262	280	281	289	302	2.5	4.4
Colourants	161	166	168	166	169	1.4	1.9
Styling Agents	108	111	110	108	107	0.9	-0.6
Salon Professional Hair Care	66	68	72	78	83	0.7	6.7
Hair Loss Treatments	10	10	10	10	10	0.1	-
2-in-1 Products	31	21	14	10	9	0.1	-10.4
Perms and Relaxants	2	2	2	2	2	0.0	-
Sun Care	730	756	731	723	721	5.9	-0.3
Adult Sun Care	718	744	718	710	707	5.8	-0.3
Baby and Child-specific SunCare	12	13	13	13	14	0.1	3.0
Baby and Child-specific Products	388	444	482	505	532	4.3	5.4
Fragrances	434	464	490	505	516	4.2	2.2
Premium Fragrances	370	399	426	443	453	3.7	2.3
Mass Fragrances	65	65	63	63	64	0.5	1.6
Bath and Shower	338	366	368	372	386	3.1	3.7
Body Wash/Shower Gel	208	230	232	233	241	2.0	3.4
Bar Soap	90	90	85	79	80	0.7	1.0
Liquid Soap	22	23	24	26	28	0.2	8.8
Bath Additives	10	15	18	23	25	0.2	10.1
Intimate Hygiene	7	8	10	11	11	0.1	3.7
Deodorants	43	47	51	53	54	0.4	2.7
Others	119	117	113	105	98	0.8	-6.6
한국 합계(A)	11,068	11,988	12,134	12,170	12,281	100.0	0.9
전체 화장품(B)	351,688	366,735	383,415	402,180	420,317	-	4.5
비중(A/B×100)	3.1	3.3	3.2	3.0	2.9	-	-

자료 : Euromonitor International, 2021(Feb)

5. 주요 기업 동향

미국의 뷰티·패션 전문 일간지 WWD(Women's Wear Daily)는 매년 화장품 전문 기업의 매출액을 기준으로 화장품 기업 순위를 발표한다. 이에 따르면 L'OREAL(로레알)의 2019년 매출액은 전년대비 10.9% 증가한 334억 달러로 전체의 약 14.7%를 차지하며 2018년에 이어 세계 1위를 고수하고 있다. UNILEVER(유니레버)는 매출이 전년대비 6.0% 증가한 225억 달러로 2위에 올랐다. 그 다음은 THE ESTÉE LAUDER(에스티로더, 159억 달러), P&G(프록터앤갬블, 139억 달러), SHISEIDO(시세이도, 101억 달러) 등의 순으로 나타났다.

상위 10개 화장품 기업 중 COTY(△4.5%)를 제외한 나머지 기업의 매출액 기준 전년대비 증가율이 모두 증가한 것으로 나타났다. 새롭게 10위에 등극한 L BRANDS의 2019년 매출액은 65억 달러로 전체의 약 2.9%로 차지하는 것으로 나타났다.

세계 100대 기업에 우리나라 화장품 기업은 4개가 있으며, 그 중 국내 상위 업체 AMOREPACIFIC GROUP(아모레퍼시픽)의 매출액은 전년대비 3.7% 증가한 52억 달러로 12위를 차지하였으며, LG HOUSEHOLD & HEALTH CARE(LG생활건강)는 전년대비 20.4% 증가한 44억 달러로 14위를 기록했다(2018년 15위). ABLE C&C(에이블씨엔씨)는 전년대비 22.2% 증가한 4억 달러로 나타났으며, 작년 대비 7단계 상승한 71위를 기록했다. 새롭게 100위 안에 순위를 올린 CLIO COSMETICS(클리오)는 2억 달러로 95위를 차지하였다.

표 2-10 매출액 기준 세계 100대 화장품 기업 현황(2019)

(단위: 억 달러, %)

순위	기업명	국가명	매출액	점유율	증가율
1	L'ORÉAL	프랑스	334.3	14.7	10.9
2	UNILEVER	네덜란드	224.9	9.9	6.0
3	THE ESTÉE LAUDER COS.	미국	159.0	7.0	12.0
4	PROCTER & GAMBLE	미국	139.0	6.1	5.1
5	SHISEIDO CO.	일본	100.9	4.4	3.5
6	COTY INC.	미국	86.5	3.8	-4.5
7	LVMH MOËT HENNESSY LOUIS VUITTON	프랑스	76.5	3.4	12.2
8	BEIERSDORF	독일	67.1	2.9	6.5
9	CHANEL LIMITED	영국	66.6	2.9	8.0
10	L BRANDS	미국	65.0	2.9	9.0
11	KAO CORP.	일본	58.9	2.6	3.4
12	AMOREPACIFIC GROUP	한국	51.9	2.3	3.7
13	JOHNSON & JOHNSON	미국	45.9	2.0	4.8
14	LG HOUSEHOLD & HEALTH CARE	한국	43.6	1.9	20.4
:					
71	ABLE C&C	한국	3.6	0.2	22.2
:					
95	CLIO COSMETICS CO.LTD	한국	2.1	0.1	33.6
합계(100개사)			2,280	100.0	-

주 : 1) 100대 화장품 기업의 향수, 메이크업, 스킨케어, 선크어, 헤어케어 및 데오도란트 제품류의 매출 실적을 바탕으로 순위를 매겼으며 비누, 면도기, 치약, 식이요법 제품, 의약품, 비타민 또는 세척제는 순위 집계에서 제외됨

2) 매출액은 12월 결산법인 기준이며, 그 외 결산법인은 1월~12월까지의 기간으로 조정하여 추정함

자료 : Women's Wear Daily, WWD Beauty Report, 2020, 한국보건산업진흥원 재가공

세계 100대 화장품 기업에 이름을 올린 국가는 미국, 프랑스, 네덜란드, 미국, 일본, 독일, 한국 등 17개 국가이다. 이 중 34개 기업을 순위권에 올린 미국 기업의 매출 합계가 740억 달러로 전체 100대 기업 매출의 32.5%를 차지하는 것으로 나타났다.

우리나라는 국가별 매출액 순위에서 7위를 차지했으며, 매출액은 101억 달러로 첫 100억 달러 돌파하였다. 이는 전체 100대 기업 매출의 4.4%에 해당된다.

표 2-11 국가별 화장품 100대 기업 보유 및 매출 현황(2019)

(단위: 개소, 억 달러, %)

국가	기업 수	매출액	점유율	한국대비매출규모(배)
미국	34	740.2	32.5	7.3
프랑스	12	504.9	22.1	5.0
일본	11	244.1	10.7	2.4
네덜란드	2	230.2	10.1	2.3
영국	6	123.4	5.4	1.2
독일	5	118.1	5.2	1.2
한국	4	101.3	4.4	1.0
브라질	3	54.9	2.4	0.5
스위스	4	45.0	2.0	0.4
인도	4	25.4	1.1	0.3
이탈리아	5	25.3	1.1	0.2
중국	4	21.7	1.0	0.2
에스파냐	1	20.3	0.9	0.2
페루	2	17.4	0.8	0.2
홍콩	1	3.1	0.1	0.0
두바이	1	2.5	0.1	0.0
러시아	1	2.5	0.1	0.0
합계	100	2,280.1	100.0	-

주 : 1) 100대 화장품 기업의 향수, 메이크업, 스킨케어, 선크어, 헤어케어 및 데오도란트 제품류의 매출 실적을 바탕으로 순위를 매겼으며 비누, 면도기, 치약, 식이요법 제품, 의약품, 비타민 또는 세척제는 순위 집계에서 제외됨

2) 매출액은 12월 결산법인 기준이며, 그 외 결산법인은 1월~12월까지의 기간으로 조정하여 추정함

자료 : Women's Wear Daily, WWD Beauty Report, 2020, 한국보건산업진흥원 재가공

제3장 국내 화장품산업 시장 동향

1. 국내 산업 환경

2019년 국내 화장품산업 총 생산규모는 16조 2,633억 원으로 전년대비 4.9% 증가했으며, 이는 국내 GDP 증가율(1.1%) 및 제조업 GDP 증가율(△3.9%)보다 높은 수준이다. 국내 화장품산업 총 생산은 국내 GDP 대비 0.85%, 제조업 GDP 대비 3.35%이며, 그 비중이 전년대비 각각 0.03%p, 0.28%p 증가했다.

표 3-1 국내 총생산액 대비 화장품산업 총생산 비중

(단위: 억 원, %)

구분		2015년	2016년	2017년	2018년	2019년
국내총생산(GDP)		16,580,204	17,407,796	18,356,982	18,981,926	19,190,399
제조업 총생산		4,411,335	4,588,306	4,946,449	5,056,502	4,859,456
화장품산업 총생산		107,329	130,513	135,155	155,028	162,633
화장품 산업 비중	국내총생산 대비	0.65	0.75	0.74	0.82	0.85
	제조업 총생산 대비	2.43	2.84	2.73	3.07	3.35

주 : 국내총생산 GDP는 해당 연도 종료 후 3개월 이내 연간 잠정치가 발표되고, 익익년 3월에 확정됨

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

한국은행, 경제통계시스템(ECOS)



그림 3-1 화장품 생산액 전년대비 증가율

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도
한국은행, 경제통계시스템(ECOS)

2. 일반 현황

2019년 국내 화장품 생산 및 수출입 현황 자료를 이용하여 산출한 시장규모(생산-수출+수입)는 전년대비 4.0% 증가한 10조 5,347억 원으로 나타났으며, 연평균성장률(2015~19) 또한 4.0%로 꾸준한 성장세를 보이고 있다.

국내 화장품산업 총생산규모는 16조 2,633억 원으로 전년대비 14.7% 증가했다. 최근 5년 연평균(2015~19) 증가율이 10.9%로 매년 10% 이상 지속 성장하는 것으로 나타났다.

화장품 수출은 해마다 빠른 속도로 증가하여 2019년 7조 6,359억 원으로 전년대비 4.2% 증가했으며, 수입(1조 9,073억 원)은 전년대비 2.3% 감소했다. 국내 화장품의 뚜렷한 수출 성장세와 수입의 감소에 따라 2019년 무역수지는 2014년 흑자전환 이후로 흑자규모가 매년 크게 벌어지고 있다.

표 3-2 국내 화장품 시장규모

(단위: 백만원, %)

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	YoY	CAGR ('15~'19)
시장규모	9,005,079	9,898,726	9,585,993	10,128,876	10,534,735	4.0	4.0
(백만 달러)	7,722	8,489	8,220	8,686	9,034		
생산	10,732,853	13,051,262	13,515,507	15,502,849	16,263,316	4.9	10.9
(백만 달러)	9,204	11,192	11,590	13,294	13,947		
수출 ⁷⁾	3,428,769	4,900,311	5,791,641	7,325,924	7,635,909	4.2	22.2
(백만 달러)	2,940	4,202	4,967	6,282	6,548		
수입 ⁷⁾	1,700,995	1,747,775	1,862,127	1,951,951	1,907,328	-2.3	2.9
(백만 달러)	1,459	1,499	1,597	1,674	1,636		
무역수지	1,727,774	3,152,536	3,929,514	5,373,973	5,728,581	-	-
(백만 달러)	1,482	2,703	3,370	4,608	4,913		

주 : 1. 시장규모는 생산-수출+수입

2. 생산 및 수출입에 대한 환율 적용은 한국은행의 2019년 연평균 기준 환율(1,166.11원)을 사용함

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

한국무역통계진흥원 무역통계, 한국보건산업진흥원 재가공

2019년 식품의약품안전처에 등록된 국내 책임판매업소 수는 15,707개소이며, 전년대비 3,034개소가 증가했다. 그 중 생산실적이 있는 업소 수는 7,580개소로 전년대비 1,093개소가 증가했다. 최근 『화장품법』 개정으로 기존 의약품으로 분류되던 일부 품목, 화장비누 등 화장품 전환에 따라 향후 제조·책임판매업소 수가 꾸준히 증가할 것으로 내다보고 있다.

표 3-3 화장품 제조업소 및 책임판매업소⁸⁾ 수 현황

(단위: 개소, 개, %)

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	CAGR ('15~'19)
제조업소 수	2,017	2,033	2,069	2,328	2,911	9.6
책임판매업소 수	6,422	8,175	11,834	12,673	15,707	25.1
생산업소 수	3,840	4,961	5,829	6,487	7,580	18.5
품목 수	105,318	119,051	125,766	124,560	119,443	3.2

자료 : 식품의약품안전처, 식품의약품통계연보, 각 연도

식품의약품안전처, 화장품 생산실적 및 수출입 보도자료, 2020.06.17

대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

7) 화장품 수출입 금액은 2020년 기준 화장품 상품분류코드(HS Code) 기준임

8) 개정된 『화장품법』에 따라 2019년 제조판매업체에서 책임판매업체로 명칭이 변경됨

3. 생산 현황

2019년 국내 화장품 생산규모는 16조 2,633억 원으로 전년대비 4.9% 증가했다. 향후 이 같은 증가세는 지속적 수출 성장세 등에 힘입을 것으로 보인다.

화장품 유형별로는 기초 화장용 제품류가 9조 8,123억 원으로 전년대비 4.7% 증가하면서 선두를 지킨 가운데, 전년대비 감소세를 보였지만 2위를 유지한 색조 화장용 제품류가 2조 1,338억 원(△10.9%) 기록하였다. 그 다음으로 두발용 제품류 1조 8,800억 원(+18.9%), 인체 세정용 제품류 1조 5,786억 원(+17.1%)으로 그 뒤를 이었다.

연평균 증가율(2015~19)이 가장 큰 유형은 두발 염색용 제품류로 105.2% 증가했으며, 그 다음은 목욕용 제품류(20.2%), 인체 세정용 제품류(17.6%), 기초 화장용 제품류(12.2%) 등 순이다. 특히 이들 모두는 전체 화장품 연평균성장률(10.9%)을 상회하는 것으로 나타났다.

생산액 기준 상위 5개 유형의 비중 변화를 살펴보면, 기초 화장용 제품류가 전체 생산액 기준에서 60% 이상으로 가장 많은 비중을 차지하였다. 최근 5년간 색조 화장용 제품류는 지속적인 감소세를 보였고, 인체 세정용 제품류는 2018년을 제외하고 꾸준히 증가했다.

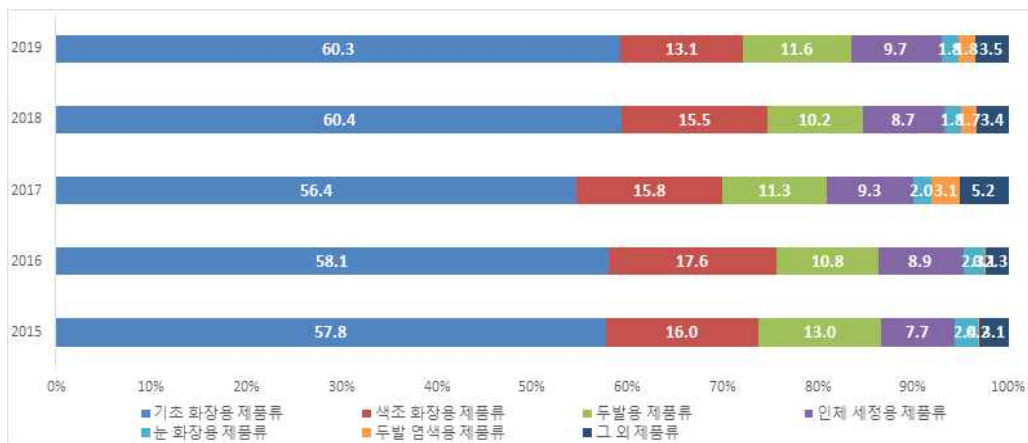


그림 3-2 생산실적 상위 화장품 유형별 비중 추이

자료 : 식품의약품안전처, 화장품 생산실적 및 수출입 보도자료, 2020.6.17.
대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

표 3-4 화장품 유형별 생산실적 추이

(단위: 백만원, %)

유형 \ 연도	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년		CAGR (‘15~’19)
					생산금액	YoY	
기초 화장용 제품류	6,201,569	7,585,806	7,617,757	9,370,437	9,812,343	4.7	12.2
색조 화장용 제품류	1,722,511	2,291,895	2,141,653	2,395,833	2,133,750	-10.9	5.5
두발용 제품류	1,394,249	1,409,841	1,529,838	1,581,748	1,880,006	18.9	7.8
인체 세정용 제품류	824,714	1,163,731	1,260,100	1,348,113	1,578,579	17.1	17.6
눈 화장용 제품류	257,267	295,221	263,655	285,661	294,985	3.3	3.5
두발 염색용 제품류	16,527	16,385	421,339	258,310	292,931	13.4	105.2
면도용 제품류	147,854	120,874	119,930	121,263	128,276	5.8	-3.5
영·유아용 제품류	57,443	65,155	74,608	56,805	49,693	-12.5	-3.6
방향용 제품류	28,579	38,227	35,459	37,652	46,505	23.5	12.9
손발톱용 제품류	73,857	56,079	40,746	34,106	32,332	-5.2	-18.7
목욕용 제품류	4,768	5,153	4,902	8,985	9,953	10.8	20.2
체모제거용 제품류	-	-	2,331	1,556	2,352	51.1	-
체취 방지용 제품류	3,516	2,893	3,189	2,381	1,569	-34.1	-18.3
합계	10,732,853	13,051,262	13,515,507	15,502,849	16,263,274	4.9	10.9

주 : 1. 2015년 「화장품법」 시행규칙의 개정에 따른 화장품 유형이 확대됨에 따라 ‘물휴지’가 인체 세정용 제품류로 추가됨

2. 2017년 「화장품법」시행규칙에 따라 ‘염모제’, ‘탈염·탈색용 제품’이 두발 염색용 제품에 포함되었으며, ‘체모 제거용제품류’가 기능성화장품으로 추가(분류)됨

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

3.1 업체별 생산 현황

식품의약품안전처에 따르면, 업체별로 ‘(주)엘지생활건강’이 4조 9,603억 원(30.50%)으로 2018년 대비 한 단계 상승하여 1위를 기록하였으며, 그 뒤로 ‘(주)아모레퍼시픽’ 4조 9,154억 원(30.22%), ‘애경산업(주)’ 3,751억 원(2.31%), ‘(주)코리어나 화장품’ 2,332억 원(1.43%), ‘(주)카버코리아’ 2,162억 원(1.33%)의 순이다.

상위 10개 기업의 총 생산금액은 12조 1,705억 원으로 전체 생산금액의 약 75% 차지하였다. 2019년 기준 (주)코스토리와 해브앤비(주)가 상위 10개 기업에 새롭게 오르면서 각 8위, 10위를 차지하였다.

표 3-5 화장품 업체별 생산실적 추이

(단위: 억 원, %)

순 위	책임판매업자	2018년		2019년	
		생산금액	점유율	생산금액	점유율
1	(주)엘지생활건강	45,005	29.03	49,603	30.50
2	(주)아모레퍼시픽	45,558	29.39	49,154	30.22
3	애경산업(주)	4,817	3.11	3,751	2.31
4	(주)코리어나 화장품	2,312	1.49	2,332	1.43
5	(주)카버코리아	2,157	1.39	2,162	1.33
6	(주)지피클럽	3,085	1.99	1,844	1.13
7	이니스프리	1,655	1.07	1,636	1.01
8	(주)코스토리	794	0.51	1,516	0.93
9	에이블씨엔씨	2,018	1.30	1,454	0.89
10	해브앤비(주)	1,057	0.68	1,410	0.87
소계(상위 10위)		117,099	75.53	121,705	74.83
총 계		155,028	100.00	162,633	100.00

자료 : 식품의약품안전처, 화장품 생산실적 및 수출입 보도자료, 2020.6.17.

3.2 품목별 생산 현황

품목별로 ‘(주)엘지생활건강’, ‘(주)아모레퍼시픽’ 2개 기업에서 생산하는 제품이 화장품 전체 상위 10개 품목을 차지하고 있다. ‘(주)엘지생활건강’의 ‘더히스토리오브후천기단화현로션’이 4,378억 원으로 2018년에 이어 가장 많이 생산되었다. 상위 10개 품목 중 ‘(주)엘지생활건강’의 ‘더히스토리오브후’ 6개 제품으로 가장 많이 차지하였으며, 나머지는 ‘(주)아모레퍼시픽’의 4개 제품으로 나타났다.

특히, ‘(주)엘지생활건강’의 ‘더히스토리오브후천기단화현로션’과 ‘더히스토리오브후천기단화현밸런스’가 전년대비 약 50%대로 큰 폭으로 증가하였지만, 유일하게 상위 10위 품목 중 ‘(주)엘지생활건강’의 ‘더히스토리오브후비첨자생에센스’가 전년대비 7.74%의 감소로 나타났다.

표 3-6 화장품 품목별 2019년 기준 생산실적 추이

(단위: 억 원)

순 위	책임판매업자	제품명	생산금액
1	(주)엘지생활건강	더히스토리오브후천기단화현로션	4,378
2	(주)엘지생활건강	더히스토리오브후천기단화현밸런스	3,862
3	(주)아모레퍼시픽	설화수윤조에센스	2,974
4	(주)아모레퍼시픽	설화수자음유액	1,990
5	(주)아모레퍼시픽	설화수자음수	1,933
6	(주)엘지생활건강	더히스토리오브후천기단화현크림	1,772
7	(주)엘지생활건강	더히스토리오브후비첨자생에센스	1,746
8	(주)엘지생활건강	더히스토리오브후공진향인양로션	1,093
9	(주)아모레퍼시픽	라네즈스킨베일베이스40호	1,066
10	(주)엘지생활건강	더히스토리오브후공진향인양밸런스	970
소계(상위 10위)			21,784

자료 : 식품의약품안전처, 화장품 생산실적 및 수출입 보도자료, 2020.6.17.

3.3 유형별 생산 현황

1) 기초 화장품 제품류

2019년 기초 화장품 제품류 생산액은 9조 8,123억 원으로 전년대비 4.7% 증가했다. 세부 유형별로는 로션과 크림(3조 6,865억 원)의 생산이 가장 많았고, 그 다음은 수렴·유연·영양 화장수, 에센스·오일이 각각 1조 8,023억 원, 1조 7,185억 원 생산되었다.

전반적으로 기초 화장품 제품의 세부 유형의 순위 변동이 있었다. 그 중 수렴·유연·영양 화장수가 전년 동기대비 15.4%로 높은 증가율을 보이면서 생산액 2위(전년 4위)로 올랐다. 이 외 로션·크림(+11.1%), 에센스·오일(+6.8%)등 순으로 증가율이 높게 나타났다.

표 3-7 기초 화장품 제품류 연도별 생산추이

(단위: 백만 원, %)

품목명	연도	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년		CAGR (15~19)
						생산금액	YoY	
로션·크림		2,296,545	2,740,397	2,657,726	3,319,628	3,686,476	11.1	12.6
수렴·유연·영양 화장수		908,113	1,190,527	1,157,392	1,561,986	1,802,336	15.4	18.7
에센스·오일		1,200,871	1,378,523	1,321,985	1,608,714	1,718,535	6.8	9.4
팩·마스크		921,358	1,385,222	1,558,050	1,671,772	1,505,408	-10.0	13.1
눈 주위 제품		324,007	297,585	302,198	335,774	276,871	-17.5	-3.9
바디 제품		145,300	156,310	186,565	216,604	218,192	0.7	10.7
클렌징 제품		194,466	226,882	184,605	220,261	195,927	-11.0	0.2
손·발의 피부연화 제품		60,131	58,388	71,668	74,396	72,384	-2.7	4.7
마사지 크림		30,446	28,668	26,360	28,107	25,500	-9.3	-4.3
파우더		12,724	14,154	14,232	26,835	22,904	-14.7	15.8
그 밖의 기초 화장품 제품류		107,607	109,150	136,974	306,360	287,812	-6.1	27.9
합계		6,201,569	7,585,806	7,617,757	9,370,437	9,812,343	4.7	12.2

주 : 클렌징 제품은 클렌징워터, 클렌징오일, 클렌징로션, 클렌징크림, 메이크업리무버임

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

2) 두발용 제품류

2019년 두발용 제품류 생산액은 1조 8,800억 원으로 전년대비 18.9% 증가했다. 세부 유형별로는 샴푸·린스가 1조 3,182억 원으로 전체 두발용 제품의 70.1%를 차지했고, 헤어 컨디셔너(2,277억 원), 헤어 오일(1,224억 원), 헤어스프레이·무스·왁스·젤(703억 원) 등이 뒤를 이었다.

전년대비 증가율이 가장 높은 세부 유형은 헤어 오일(+216.9%), 헤어스프레이·무스·왁스·젤(+83.8%)로 2019년 전체 두발용 제품류의 생산을 견인하였다.

표 3-8 두발용 제품류 연도별 생산추이

(단위: 백만 원, %)

품목명	연도	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년		CAGR (15~19)
						생산금액	YoY	
샴푸·린스		995,806	993,153	1,011,854	1,067,498	1,318,204	23.5	7.3
헤어 컨디셔너		99,112	121,423	232,427	230,255	227,744	-1.1	23.1
헤어오일		88,426	50,876	31,814	38,632	122,410	216.9	8.5
헤어스프레이무스왁스젤		50,354	44,364	43,042	38,252	70,289	83.8	8.7
헤어 그루밍 에이드		91,592	117,542	128,725	123,521	45,094	-63.5	-16.2
퍼머넌트 웨이브		29,961	28,246	34,289	29,498	29,442	-0.2	-0.4
헤어 토닉		11,560	14,574	15,316	17,973	23,649	31.6	19.6
헤어 크림·로션		9,788	13,064	9,525	9,954	11,461	15.1	4.0
헤어 스트레이트너		9,215	10,658	10,068	9,321	9,594	2.9	1.0
포마드		1,185	2,262	1,378	1,068	1,099	3.0	-1.9
그 밖의 두발용 제품류		7,250	13,680	11,401	15,777	21,020	33.2	30.5
합계		1,394,249	1,409,841	1,529,838	1,581,748	1,880,006	18.9	7.8

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

3) 색조 화장용(구 메이크업) 제품류

2019년 색조 화장용 제품류 생산액은 2조 1,338억 원으로 전년대비 10.9% 감소했다. 세부 유형별로는 리퀴드·크림·케이크 파운데이션이 1조 477억 원으로 49.1%를 차지했고, 메이크업 베이스(3,480억 원), 립스틱·립라이너(2,688억 원)순으로 나타났다.

전년 대비 증가율이 가장 높은 세부 유형은 바디페인팅·분장용 제품으로 62.0% 성장을 기록한 반면 메이크업 픽서티브 제품은 전년대비 41.9% 감소하였다.

표 3-9 색조 화장용(구 메이크업) 제품류 연도별 생산추이

(단위: 백만 원, %)

품목명 \ 연도	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년		CAGR (15~19)
					생산금액	YoY	
리퀴드·크림·케이크 파운데이션	1,012,420	1,348,888	1,222,025	1,352,216	1,047,680	-22.5	0.9
메이크업 베이스	106,134	186,763	209,989	315,910	348,008	10.2	34.6
립스틱·립라이너	188,296	276,823	265,330	244,244	268,794	10.1	9.3
립글로스·립밤	123,257	142,258	156,433	174,514	197,955	13.4	12.6
페이스 파우더·페이스 케이크	119,828	117,957	114,449	110,750	96,111	-13.2	-5.4
볼연지	29,687	39,261	35,311	46,320	42,215	-8.9	9.2
바디페인팅·분장용 제품	749	19,040	5,958	4,163	6,742	62.0	73.2
메이크업 픽서티브	3,193	3,115	5,982	3,820	2,221	-41.9	-8.7
그 밖의 색조 화장용 제품류	138,946	157,791	126,175	143,895	124,023	-13.8	-2.8
합계	1,722,511	2,291,895	2,141,653	2,395,833	2,133,750	-10.9	5.5

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

4) 인체 세정용 제품류

2019년 인체 세정용 제품류 생산액은 1조 5,786억 원으로 전년대비 17.1% 증가했다. 세부 유형별로는 폼 클렌저가 5,326억 원으로 가장 많이 생산된 것으로 나타났다으며, 그 다음은 물휴지(4,343억 원), 바디 클렌저(4,269억 원)등 순 이었다.

전반적으로 인체세정용 제품의 세부 유형 모두 증가하고 있는 추세이며, 그 중에 그 밖의 인체 세정용 제품류(+65.9%), 폼 클렌저(+26.9%)이 전년대비 높은 증가율을 나타냈다.

표 3-10 인체 세정용 제품류 연도별 생산추이

(단위: 백만 원, %)

품목명	연도	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년		CAGR (15~19)
						생산금액	YoY	
폼 클렌저		281,130	333,432	366,325	419,830	532,643	26.9	17.3
물휴지		158,185	338,571	394,197	374,109	434,300	16.1	28.7
바디 클렌저		307,314	396,671	385,811	408,608	426,939	4.5	8.6
외음부 세정제		24,351	26,291	31,806	51,740	59,946	15.9	25.3
액상비누		19,958	25,148	44,396	52,451	56,093	6.9	29.5
그 밖의 인체 세정용 제품류		33,776	43,619	37,565	41,376	68,658	65.9	19.4
합계		824,714	1,163,731	1,260,100	1,348,113	1,578,579	17.1	17.6

주 : 2015년 「화장품법」 시행규칙의 개정에 따른 화장품 유형이 확대됨에 따라 ‘물휴지’가 인체 세정용 제품류로 추가됨

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

5) 눈 화장용 제품류

2019년 눈 화장용 제품류 생산액은 2,950억 원으로 전년대비 3.3% 증가했다. 그 중 아이 섀도 생산액이 1,126억 원으로 가장 큰 것으로 나타났으며, 아이브로 펜슬(642억 원), 아이 라이너(463억 원) 등 순이었다.

전년대비 증가율이 가장 높은 유형은 아이 섀도로 36.4% 증가했으며, 그 다음으로는 아이 메이크업 리무버(+34.1%)등 순으로 증가율이 높았다.

표 3-11 눈 화장용 제품류 연도별 생산추이

(단위: 백만 원, %)

품목명 \ 연도	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년		CAGR (‘15~’19)
					생산금액	YoY	
아이 섀도	69,264	84,348	79,282	82,548	112,586	36.4	12.9
아이브로 펜슬	56,203	63,564	66,318	76,986	64,161	-16.7	3.4
아이 라이너	57,101	63,675	52,072	48,722	46,262	-5.0	-5.1
마스카라	54,299	49,640	39,833	51,976	41,825	-19.5	-6.3
아이 메이크업 리무버	11,064	12,039	12,576	12,478	16,730	34.1	10.9
그 밖의 눈 화장용 제품류	9,336	21,955	13,575	12,951	13,420	3.6	9.5
합계	257,267	295,221	263,655	285,661	294,985	3.3	3.5

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

6) 면도용 제품류

2019년 면도용 제품류 생산액은 1,283억 원으로 전년대비 5.8% 증가했다. 세부 유형별로는 애프터셰이브 로션 생산액이 1,146억 원으로 면도용 제품류 생산액의 90%를 차지했으며, 그 다음은 셰이빙 폼(12억 원), 셰이빙 크림(11억 원) 순으로 나타났다.

국내 면도용 제품 생산의 연평균 성장률('15-'19)은 3.5% 감소한 것으로 나타났으며 5년 연속 비슷한 수준을 유지하고 있다.

표 3-12 면도용 제품류 연도별 생산추이

(단위: 백만 원, %)

품목명	연도	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년		CAGR (15~19)
						생산금액	YoY	
애프터셰이브 로션		134,943	108,659	107,014	108,866	114,589	5.3	-4.0
셰이빙 폼		1,148	1,105	1,279	937	1,195	27.5	1.0
셰이빙 크림		577	850	1,177	86	1,100	1,186.1	17.5
프리셰이브 로션		-	29	83	189	350	85.6	-
남성용 토크		3	-	-	-	-	-	-
그 밖의 면도용 제품류		11,183	10,231	10,377	11,186	11,042	-1.3	-0.3
합계		147,854	120,874	119,930	121,263	128,276	5.8	-3.5

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

7) 영·유아용(구 어린이용) 제품류

2019년 영·유아용 제품류 생산액은 497억 원으로 전년대비 12.5% 감소했다. 세부 유형별로는 영·유아용 로션·크림이 310억 원으로 절반 이상을 차지했고, 영·유아용 인체 세정용 제품(97억 원)과 영·유아용 목욕용 제품(39억 원)이 뒤를 이었다.

전반적으로 세부 유형 모두 전년대비 감소한 것으로 나타났으며, 특히, 영·유아용 오일 제품이 41.7% 크게 감소한 것으로 나타났다.

표 3-13 영·유아용(구 어린이용) 제품류 연도별 생산추이

(단위: 백만 원, %)

품목명 \ 연도	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년		CAGR (‘15~’19)
					생산금액	YoY	
영·유아용로션·크림	33,937	38,123	38,827	32,146	30,966	-3.7	-2.3
영·유아용 인체세정용 제품	10,872	15,280	21,381	11,565	9,693	-16.2	-2.8
영·유아용 목욕용 제품	6,380	6,648	5,985	4,622	3,894	-15.7	-11.6
영·유아용 샴푸·린스	4,322	3,469	6,944	6,302	3,875	-38.5	-2.7
영·유아용 오일	1,932	1,636	1,472	2,171	1,265	-41.7	-10.0
합계	57,443	65,155	74,608	56,805	49,693	-12.5	-3.6

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

8) 손발톱용(구 매니큐어용) 제품류

2019년 손발톱용 제품류 생산액은 323억 원으로 전년대비 5.2% 감소했다. 세부 유형별로 네일폴리시·네일에나멜 생산액이 225억 원으로 가장 크며, 네일폴리시·네일에나멜 리무버가 30억 원으로 두 번째로 생산액이 많았다.

네일 크림·로션·에센스 제품류(11억 원)은 전년대비 33.6%로 증가한 반면, 네일폴리시·네일에나멜 리무버 제품류(30억 원)는 전년대비 21.5% 감소세를 보였다.

표 3-14 손발톱용(구 매니큐어용) 제품류 연도별 생산추이

(단위: 백만 원, %)

품목명	연도	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년		CAGR (‘15~’19)
						생산금액	YoY	
네일폴리시·네일에나멜		49,422	39,609	29,484	24,128	22,451	-6.9	-17.9
네일폴리시·네일에나멜 리무버		6,002	5,936	4,121	3,817	2,995	-21.5	-16.0
탑코트		3,500	4,090	2,368	2,760	2,631	-4.7	-6.9
베이스코트·언더코트		1,933	2,039	1,587	1,381	1,461	5.8	-6.8
네일 크림·로션·에센스		1,129	895	1,199	812	1,084	33.6	-1.0
그 밖의 손발톱용 제품류		11,871	3,510	1,987	1,208	1,710	41.6	-38.4
합계		73,857	56,079	40,746	34,106	32,332	-5.2	-18.7

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

9) 방향용 제품류

2019년 방향용 제품류 생산액은 465억 원으로 전년대비 23.5% 증가했다. 세부 유형별로는 향수가 310억 원으로 가장 많이 생산되었으며, 그 다음은 콜롱 133억 원으로 전년대비 12.6% 감소하였다.

세부 유형별로 향수가 전년대비 58.6% 증가하며 전체 방향용 제품류의 생산을 견인한 것으로 나타났다.

표 3-15 방향용 제품류 연도별 생산추이

(단위: 백만 원, %)

품목명 \ 연도	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년		CAGR (15~19)
					생산금액	YoY	
향수	9,861	13,351	19,544	19,541	30,993	58.6	33.1
콜롱	16,309	21,836	14,481	15,260	13,337	-12.6	-4.9
향낭	3	-	2	188	-	-	-
분말향	-	-	3	3	-	-	-
그 밖의 방향용 제품류	2,406	3,040	1,429	2,661	2,175	-18.3	-2.5
합계	28,579	38,227	35,459	37,652	46,505	23.5	12.9

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

10) 두발 염색용(구 염모용) 제품류

2019년 두발 염색용 제품류 생산액은 2,929억 원으로 전년대비 13.4% 증가했다. 세부 품목별로는 염모제가 2,415억 원으로 생산액이 가장 컸으며, 그 다음은 헤어 틴트(221억 원) 순 이었다.

세부 유형별로 헤어 컬러스프레이가 전년대비 98.5% 증가하였으며 그 다음으로 염모제 21.2%, 탈염·탈색용 제품 13.9% 순으로 나타났다.

표 3-16 두발 염색용(구 염모용) 제품류 연도별 생산추이

(단위: 백만 원, %)

품목명	연도	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년		CAGR (‘15~’19)
						생산금액	YoY	
염모제		-	-	381,913	199,160	241,475	21.2	-
헤어틴트		15,314	14,558	21,731	19,585	22,050	12.6	9.5
탈염·탈색용 제품		-	-	4,172	5,322	6,061	13.9	-
헤어 컬러스프레이		343	301	219	56	110	98.5	-24.7
그 밖의 두발 염색용 제품류		870	1,525	13,304	34,188	23,235	-32.0	127.3
합계		16,527	16,385	421,339	258,310	292,931	13.4	105.2

주 : 2017년 「화장품법」 개정에 따라 ‘염모제’, ‘탈염·탈색용제품’이 화장품에 포함됨

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

11) 목욕용 제품류

2019년 목욕용 제품류 생산액은 100억 원으로 전년대비 10.8% 증가했다. 세부 품목별로는 버블 배스가 39억 원으로 가장 많이 생산되었으며, 그 다음은 목욕용 소금류(24억 원) 순으로 나타났다.

목욕용 제품류 세부 유형 중 전년대비 높은 증가율을 보인 품목은 버블 배스로 35.7% 증가한 것으로 나타났다.

표 3-17 목욕용 제품류 연도별 생산추이

(단위: 백만 원, %)

품목명 \ 연도	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년		CAGR (‘15~’19)
					생산금액	YoY	
버블 배스	960	1,850	2,028	2,871	3,897	35.7	41.9
목욕용 소금류	1,001	984	894	2,538	2,367	-6.8	24.0
목욕용 오일, 정제, 캡슐	1,280	1,037	1,161	1,624	1,194	-26.4	-1.7
그 밖의 목욕용 제품류	1,526	1,283	819	1,951	2,495	27.8	13.1
합계	4,768	5,153	4,902	8,985	9,953	10.8	20.2

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

12) 체취 방지용 제품류

2019년도 체취 방지용 제품류 생산액은 16억 원으로 전년대비 34.1% 감소했으며, 특히 데오도란트(5억 원)가 전년대비 70.8% 크게 감소한 것으로 나타났다.

표 3-18 체취 방지용 제품류 연도별 생산추이

(단위: 백만 원, %)

품목명 \ 연도	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년		CAGR (‘15~’19)
					생산금액	YoY	
데오도란트	1,643	1,535	1,720	1,611	470	-70.8	-26.9
그 밖의 체취 방지용 제품류	1,874	1,358	1,469	769	1,099	42.9	-12.5
합계	3,516	2,893	3,189	2,381	1,569	-34.1	-18.3

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

13) 체모 제거용 제품류

2019년도 체모 제거용 제품류 생산액은 24억 원으로 전년대비 51.1% 증가했으며, 세부 품목으로는 제모제(24억 원)가 유일하게 포함되어있다.

표 3-19 체모 제거용 제품류 연도별 생산추이

(단위: 백만 원, %)

품목명 \ 연도	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년		CAGR (’15~’19)
					생산금액	YoY	
제모제	-	-	2,331	1,554	2,352	51.4	-
그 밖의 체모 제거용 제품류	-	-	-	2	-	-	-
합계	-	-	2,331	1,556	2,352	51.1	-

주 : 2017년 「화장품법」 개정에 따라 ‘체모제거용제품류’가 화장품에 포함됨

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

4. 수출입 현황

4.1 수출입 총괄

2019년 화장품 수출은 2018년 대비 4.2% 증가한 65억 4,819만 달러, 수입은 2.3% 감소한 16억 3,563만 달러를 기록하였다. 화장품 수출의 최근 5년간('15-'19) 고성장을 유지하였고 특히 수입은 2019년 처음으로 역신장함에 따라 무역수지 흑자폭이 크게 개선, 2019년 49억 1,256만 달러 규모의 흑자를 달성하였다.

新한류와 더불어 K-뷰티의 품질과 인지도 향상으로 기존 중화권 중심의 수출에서 미주, 유럽 등 선진시장으로의 진출, 동남아/신남·북방 등 신흥시장으로의 수출국 다변화로 화장품 수출이 지속적으로 증가한 것으로 분석된다.

표 3-20 연도별 화장품 수출입⁹⁾ 실적

(단위: 천 달러, %)

연도	수입		수출		무역수지
	수입금액	YoY	수출금액	YoY	
2005년	530,795	9.2	286,130	30.6	-244,665
2006년	601,883	13.4	304,595	6.5	-297,288
2007년	652,195	8.4	348,111	14.3	-304,084
2008년	719,936	10.4	371,204	6.6	-348,732
2009년	702,434	-2.4	416,002	12.1	-286,432
2010년	851,085	21.2	596,934	43.5	-254,151
2011년	988,763	16.2	804,503	34.8	-184,260
2012년	1,260,993	27.5	990,523	23.1	-270,470
2013년	1,295,619	2.7	1,242,754	25.5	-52,865
2014년	1,410,932	8.9	1,894,850	52.5	483,919
2015년	1,458,692	3.4	2,940,348	55.2	1,481,656
2016년	1,498,808	2.8	4,202,272	42.9	2,703,464
2017년	1,596,871	6.5	4,966,634	18.2	3,369,763
2018년	1,673,900	4.8	6,282,361	26.5	4,608,461
2019년	1,635,633	-2.3	6,548,190	4.2	4,912,557

자료 : 한국의약품수출입협회, Facts & Survey Report, 각 연도(2004~2011)

한국무역통계진흥원 무역통계, 한국보건산업진흥원 재가공(2012~2019)

9) 2015~19년 화장품 수출입 금액은 2020년 자체 분류한 34개 화장품 상품분류코드(Hs Code) 기준으로 작성됨

화장품 국내 자급도는 2009년 85.9%로 가장 높았으며 이후 2012년까지 감소세가 지속되었다. 이후 2016년 82.3%로 개선되는 듯 보였으나 2017년 기준 최근 10년간 80.6%로 가장 낮은 수치로 기록되었다. 2019년 국내 자급도는 81.9%로 전년 대비 1.2%p 소폭 상승하며 점차 개선되는 양상을 나타내고 있다.

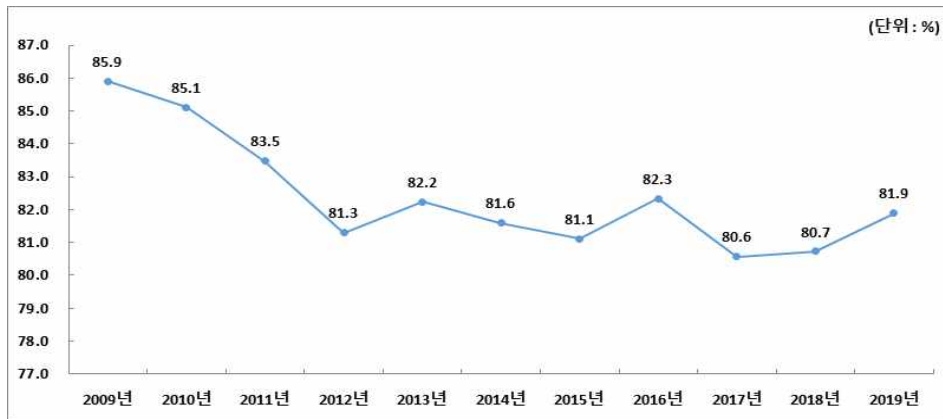


그림 3-3 연도별 화장품 국내 자급도

주 : 1. 생산 및 수출입에 대한 환율 적용은 한국은행의 2019년 연평균 기준 환율(1,166.11원)을 사용함

2. 국내자급도(%)=(생산-수출)/(생산-수출+수입)×100

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

한국의약품수출입협회, Facts & Survey Report, 2009-2011

한국무역통계진흥원 무역통계, 한국보건산업진흥원 재가공, 2012-2019

4.2 국가별 수출입 현황

<표 3-21>은 2019년 기준 화장품 수출액 상위 20개국에 대한 현황을 정리한 것이다. 상위 20개국 수출은 62억 5,499만 달러로 전체 수출의 95.5%에 달한다.

전년도에 이어 對중국 수출이 30억 7,236만 달러(전년대비 +15.3%)로 가장 많으며, 이어서 홍콩(9억 2,629만 달러), 미국(5억 3,026만 달러), 일본(4억 241만 달러), 베트남(2억 2,376만 달러) 등 순으로 수출규모가 컸다. 화장품 수출 2위국인 홍콩은 국제 정세불안 등에 따라 수출 하락세가 지속되었으며, 전체 화장품 수출 둔화의 주요 요인으로 작용하였다. 반면, 對일본 화장품 수출은 지난해 수출 규제 등 이슈에도 불구하고 전년대비 32.5% 증가했으며, 2015년 이후부터 매년 두 자릿수 증가율을 나타내고 있다.

이 외에도 화장품 신흥국가인 베트남(+32.4%), 러시아(+33.7%)에서도 수출 성장세가 뚜렷하게 나타났다.

표 3-21 화장품 주요 수출국 현황

(단위: 천 달러, %)

순위	국가명	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	YoY
1	중국	1,192,610	1,582,923	1,943,364	2,665,470	3,072,362	15.3
2	홍콩	688,135	1,245,416	1,222,437	1,315,468	926,286	-29.6
3	미국	240,806	350,538	450,238	543,317	530,263	-2.4
4	일본	139,002	184,030	226,755	303,658	402,412	32.5
5	베트남	54,047	71,798	141,045	169,007	223,760	32.4
6	러시아	36,029	48,358	97,268	158,833	212,291	33.7
7	대만	139,999	136,478	155,052	158,563	154,871	-2.3
8	타이	94,165	118,700	151,877	165,663	140,266	-15.3
9	싱가포르	65,895	94,036	104,484	131,802	128,012	-2.9
10	말레이시아	48,888	61,478	67,224	87,768	89,485	2.0
11	인도네시아	13,214	15,110	24,245	51,085	60,871	19.2
12	프랑스	14,494	33,019	46,265	67,532	47,735	-29.3
13	필리핀	13,072	22,675	31,174	40,312	46,133	14.4
14	영국	9,082	12,482	23,952	40,817	44,319	8.6
15	호주	31,672	25,105	26,303	34,853	42,797	22.8
16	캐나다	11,161	16,249	26,449	30,202	32,677	8.2
17	우크라이나	1,547	3,978	6,847	14,172	30,706	116.7
18	카자흐스탄	10,569	9,398	11,887	22,739	23,943	5.3
19	키르기스스탄	1,119	2,635	6,822	11,324	23,926	111.3
20	폴란드	4,478	6,528	13,122	19,872	21,877	10.1
상위 20개국 합계(A)		2,809,984	4,040,933	4,776,812	6,032,458	6,254,992	3.7
전체 수출액(B)		2,940,348	4,202,272	4,966,634	6,282,361	6,548,190	4.2
비중(A/B×100)		95.6	96.2	96.2	96.0	95.5	-

주 : 2019년 수출액 규모 기준으로 순위를 부여함

자료 : 한국무역통계진흥원 무역통계, 한국보건산업진흥원 재가공

2019년 우리나라의 수입 상위 20개국에 대한 수입액은 15억 9,727만 달러로 총 수입의 97.7%에 해당한다.

국가별로 對프랑스 수입액이 4억 6,385만 달러로 가장 많고, 이어서 미국(3억 7,668만 달러), 일본(2억 967만 달러)순으로 나타났다. 수입 상위 20개국 대부분이 전년대비 감소한 가운데 對호주 화장품의 전년대비 증가율이 61.6%로 가장 높게 증가했다. 반면 전년대비 가장 많이 감소한 국가는 인도로 40.2% 감소했으며, 이스라엘(Δ 28.2%) 및 일본(Δ 18.8%)에서의 수입도 큰 폭으로 감소한 것으로 나타났다.

국산 화장품 기술의 선진화된 공법과 고급원료 사용으로 선진시장의 수입산 화장품 등의 수입의존도가 점차 낮아지고 있으며 특히 전년대비 처음으로 수입이 감소하였다.

표 3-22 화장품 주요 수입국 현황

(단위: 천 달러, %)

순위	국가명	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	YoY
1	프랑스	341,493	369,388	407,323	453,877	463,845	2.2
2	미국	455,337	406,785	387,073	384,106	376,680	-1.9
3	일본	171,506	210,551	225,030	258,248	209,668	-18.8
4	이탈리아	63,400	70,404	81,760	81,696	87,976	7.7
5	중국	34,766	44,716	48,040	57,518	72,747	26.5
6	타이	56,146	48,690	56,993	62,272	58,415	-6.2
7	독일	48,223	54,910	53,634	57,127	53,588	-6.2
8	영국	56,340	57,188	58,795	48,671	45,490	-6.5
9	캐나다	37,366	35,059	41,052	30,636	34,918	14.0
10	호주	10,748	12,070	14,466	21,486	34,716	61.6
11	아일랜드	26,400	24,416	36,654	28,652	26,541	-7.4
12	스페인	18,067	16,394	22,917	24,414	23,055	-5.6
13	말레이시아	26,673	23,922	24,607	25,136	21,761	-13.4
14	이스라엘	16,694	17,672	25,440	27,125	19,480	-28.2

순위	국가명	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	YoY
15	스위스	16,888	16,241	16,407	19,382	18,749	-3.3
16	벨기에	13,115	13,305	14,291	14,870	18,082	21.6
17	싱가포르	1,668	6,098	9,442	9,201	9,742	5.9
18	인도네시아	9,756	12,694	10,977	8,857	8,535	-3.6
19	인도	6,842	13,156	9,159	11,604	6,938	-40.2
20	홍콩	5,564	5,975	7,668	7,475	6,345	-15.1
상위 20개국 합계(A)		1,416,994	1,459,635	1,551,727	1,632,351	1,597,271	-2.1
전체 수입액(B)		1,458,692	1,498,808	1,596,871	1,673,900	1,635,633	-2.3
비중(A/B×100)		97.1	97.4	97.2	97.5	97.7	-

주 : 2019년 수입액 규모 기준으로 순위를 부여함

자료 : 한국무역통계진흥원 무역통계, 한국보건산업진흥원 재가공

4.3 품목별 수출입 현황

2019년 화장품 상위 10개 수출 품목은 62억 9,212만 달러로 화장품 총 수출의 약 96.1%를 차지하고 있다. 그 중 ‘기초화장용제품류’가 전년대비 17.8% 증가한 28억 5,991만 달러로 전체 화장품 수출의 43.7%를 차지하였고, 그 다음으로 ‘기타 인체세정용제품류’(15억 1,343만 달러, △7.5%), ‘기타 기초화장용제품류’(6억 5,825만 달러, △29.0%) 순으로 나타났다.

전년대비 증가율이 높았던 품목으로는 ‘피부세척용 유기계면활성제품’과 ‘기타 두발용제품류’로 전년대비 각각 24.7%, 23.3% 증가했다.

표 3-23 화장품 주요 수출 품목 현황

(단위: 천 달러, %)

순위	품목명 (HSK)	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	YoY
1	기초화장용제품류 (3304991000)	1,223,235	1,678,324	1,989,471	2,426,804	2,859,911	17.8
2	기타 인체세정용제품류 (3304999000)	776,506	1,144,406	1,228,277	1,636,539	1,513,425	-7.5
3	기타 기초화장용제품류 (3307909000)	197,734	395,033	693,054	926,744	658,245	-29.0
4	메이크업용제품류 (3304992000)	244,483	341,910	371,840	463,077	526,246	13.6
5	샴푸 (3305100000)	97,466	120,439	118,152	137,602	156,224	13.5
6	유기계면활성제제품과조제품 (3401300000)	69,437	96,911	89,292	125,177	156,122	24.7
7	기타 눈화장용제품류 (3304209000)	95,501	121,254	119,561	154,539	127,963	-17.2
8	기타 두발용제품류 (3305909000)	64,207	82,429	88,108	102,255	126,123	23.3
9	기타 색조화장용제품류 (3304109000)	27,757	55,144	62,425	86,447	105,171	21.7
10	립스틱 (3304101000)	18,532	31,479	63,764	62,017	62,687	1.1
상위 10개 품목 합계(A)		2,814,859	4,067,328	4,823,943	6,121,200	6,292,116	2.8
전체 수출액(B)		2,940,348	4,202,272	4,966,634	6,282,361	6,548,190	4.2
비중(A/B×100)		95.7	96.8	97.1	97.4	96.1	-

주 1) HS CODE 10단위 기준 34개 품목 대상임

2) 기존 '기타 기초화장용제품류(3307909000)' 에 있던 마스크팩은 2019년 신규 코드(3307904000)(위 순위에 없음)로 추가 분리됨

자료 : 한국무역통계진흥원 무역통계, 한국보건산업진흥원 재가공

2019년 화장품 상위 10개 수입 품목은 13억 9,545만 달러로 화장품 총 수입의 약 85.3%를 차지하고 있다. 그 중 '기초화장용제품류'가 전년대비 6.4% 감소한 5억 2,549만 달러로 전체 화장품 수입의 32.1%를 차지하였고, 그 다음으로 '기타 인체세정용제품류'(1억 9,506만 달러, 17.0%), '향수'(1억 7,044만 달러, 2.4%) 순으로 나타났다.

전반적으로 수입 상위 10개 품목이 전년대비 감소한 가운데 ‘기타 인체세정용제품류(17.0%)’, ‘메이크업용제품류(7.4%)’, ‘향수(2.4%)’ 품목이 유일하게 증가한 것으로 나타났다.

표 3-24 화장품 주요 수입 품목 현황

(단위: 천 달러, %)

순위	품목명 (HSK)	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	YoY
1	기초화장용제품류 (3304991000)	584,088	549,164	558,333	561,510	525,485	-6.4
2	기타 인체세정용제품류 (3304999000)	115,718	134,014	144,565	166,721	195,062	17.0
3	향수 (3303001000)	137,727	153,872	165,682	166,432	170,441	2.4
4	기타 두발용제품류 (3305909000)	104,571	110,615	121,245	127,617	123,109	-3.5
5	메이크업용제품류 (3304992000)	59,473	67,642	75,892	86,427	92,801	7.4
6	립스틱 (3304101000)	43,312	57,087	67,219	72,528	69,765	-3.8
7	샴푸 (3305100000)	66,510	62,446	67,165	74,792	67,544	-9.7
8	유기계면활성제품과조제품 (3401300000)	54,849	54,584	58,079	61,366	60,842	-0.9
9	기타 눈화장용제품류 (3304209000)	37,142	44,073	46,143	64,584	52,069	-19.4
10	기타 색조화장용제품류 (3304109000)	32,256	37,638	43,405	43,712	38,334	-12.3
상위 10개 품목 합계(A)		1,235,645	1,271,135	1,347,728	1,425,688	1,395,452	-2.1
전체 수입액(B)		1,458,692	1,498,808	1,596,871	1,673,900	1,635,633	-2.3
비중(A/B×100)		84.7	84.8	84.4	85.2	85.3	-

주 1) HS CODE 10단위 기준 34개 품목 대상임

2) 기존 ‘기타 기초화장용제품류(3307909000)’에 있던 마스크팩은 2019년 신규 코드(3307904000)(위 순위에 없음)로 추가 분리됨

자료 : 한국무역통계진흥원 무역통계, 한국보건산업진흥원 재가공

제4장 국내 화장품산업 연구개발 동향

1. 개요

1.1 분석 대상

화장품산업 기업체의 연구개발 투자 기초 데이터는 한국과학기술기획평가원(KISTEP)에서 우리나라의 연구개발활동(연구개발비 및 연구인력 등) 현황에 대해 조사한 자료를 활용하였으며, 화장품산업 분야에 해당하는 산업분류(KSIC-10)만 추출하여 데이터를 가공·분석하였다.

※ 제한점 :

- 해당 데이터는 한국표준산업분류에 근거하여 분석한 자료로, 대기업 등 주업종이 화장품산업이 아닌 경우 보건산업 분야에서 차지하는 매출이나 생산 실적 비중이 클지라도 분석대상에서 누락될 수 있다. 또한 분석에서 활용한 연구비는 기업 전체 연구비로 실질적으로 화장품산업 개발에 투자한 연구비와는 차이가 있을 수 있다.
- 최근 5개년(2015년~19년) 연구개발활동조사 결과를 중심으로 분석하였으며, 각 년도의 연구개발활동조사 결과를 활용한 것으로 매년 분석대상에 포함되는 기업체 수가 다르기 때문에 연도별 수치 비교 및 해석에 유의해야 한다.

표 4-1 한국표준산업분류(KSIC-10) 기준 화장품산업 분석 범위

산업분류코드	산업분류명
C20423	화장품 제조업

2. 화장품산업 기업체 연구개발 현황

2.1 기업체 일반 현황

2019년 화장품산업 분석 대상에 해당하는 기업체 수는 648개사로 대기업 0.5%(3개사), 중견기업 1.5%(10개사), 중소기업 47.8%(310개사), 벤처기업 50.2%(325개사)로 구성되어있으며, 대부분의 화장품제조업은 벤처·중소기업에 분포되어있다.

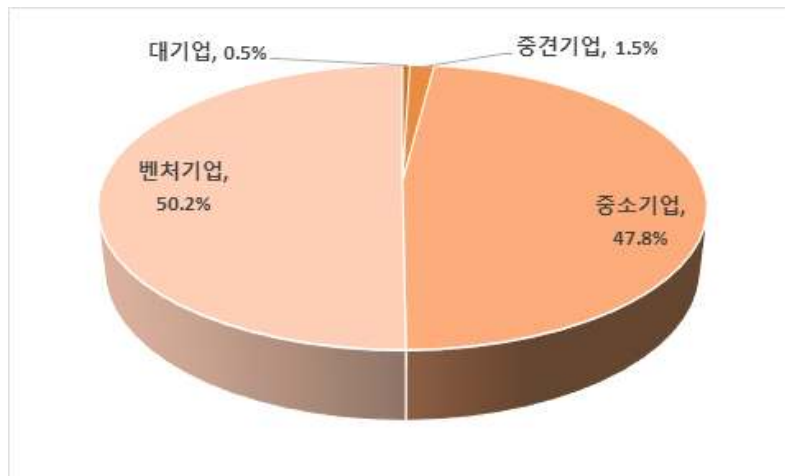


그림 4-1 화장품산업 기업체 규모별 분포 현황(2019)

자료 : 과학기술정보통신부·한국과학기술기획평가원, 2019년도 연구개발활동조사, 2020

2019년 화장품기업 매출액은 17조 8,707억 원으로 '18년(16조 6,432억 원) 대비 7.4% 증가한 반면, 기업당 평균 매출액은 276억 원으로 전년대비 38억 원 감소한 것으로 나타났다.

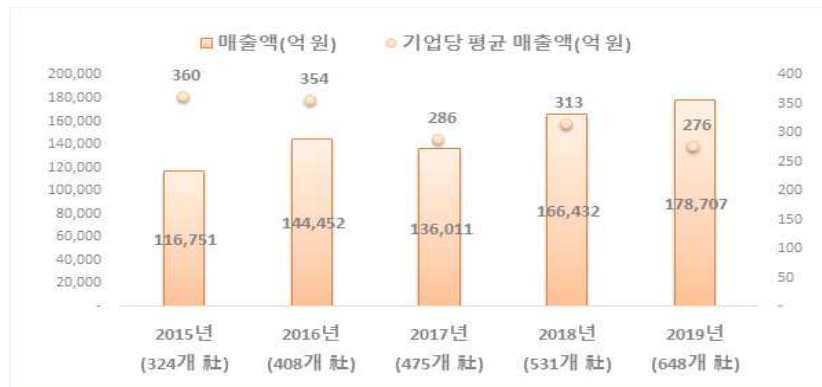


그림 4-2 화장품산업 기업체 매출액 추이

자료 : 과학기술정보통신부·한국과학기술기획평가원, 연구개발활동조사, 각 연도

2019년 화장품기업 종사자 수는 3만 6,331명으로 '18년(3만 3,176명)보다 9.5% 증가하였으며, 종사자 1인당 매출액은 4.9억 원으로 전년(5.0억 원)보다 소폭 감소하였다.



그림 4-3 화장품산업 기업체 종사자 수 추이

자료 : 과학기술정보통신부·한국과학기술기획평가원, 연구개발활동조사, 각 연도

2.2 화장품산업 기업체 연구개발비 현황

2019년도 화장품 제조기업의 연구개발 투자액은 5,229억 원으로 전년대비 13.9% 증가했으나, 기업 수 증가에 따른 효과로 보이며 이에 따라 기업당 평균 연구개발비는 8.1억 원으로 전년대비 0.5억 원 감소한 것으로 나타났다.

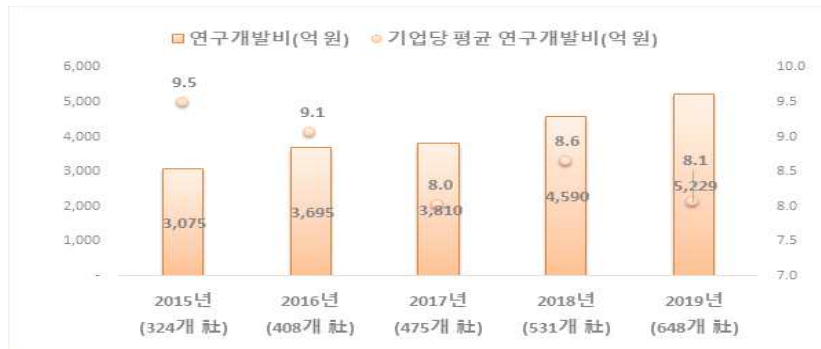


그림 4-4 화장품산업 기업체 연구개발비 투자 추이

자료 : 과학기술정보통신부·한국과학기술기획평가원, 연구개발활동조사, 각 연도

기업체 연구개발비 재원은 자체부담 금액이 4,957억 원으로 전체의 94.8%를 차지했고, 그 다음으로는 정부재원이 4.9%(255억 원)로 나타났다. 전년도와 비교했을 때 민간재원이 110.0% 증가하고, 자체부담은 14.7% 증가한 것으로 나타났다.

표 4-2 화장품산업 기업체 연구개발비의 재원별 분포 추이

(단위: 억 원, %)

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	비중	YoY
자체부담	2,898	3,457	3,504	4,321	4,957	94.8	14.7
정부재원	175	209	291	247	255	4.9	3.2
민간재원	1	18	7	7	15	0.3	110.0
공공재원	2	2	3	3	2	0.0	-26.4
외국재원	-	8	5	11	0	0.0	-99.8
합계	3,075	3,695	3,810	4,590	5,229	100.0	13.9

자료 : 과학기술정보통신부·한국과학기술기획평가원, 연구개발활동조사, 각 연도

2019년 화장품 제조업체 연구개발비 5,229억 원 중 공동 및 위탁연구 등의 외부 지출 연구비를 제외하고 순수하게 기업 내부에서 수행한 연구과제에 투자한 연구개발비는 4,887억 원으로 전체 연구비의 93.5% 비중을 차지했다.

표 4-3 화장품산업 기업체 연구개발비의 지출별 분포 추이

(단위: 억 원, %)

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년		
						비중	YoY
자체사용	2,804	3,406	3,501	4,284	4,887	93.5	14.1
민간지출	97	60	56	71	184	3.5	158.3
외국지출	5	4	9	14	83	1.6	516.5
정부지출	165	217	238	212	38	0.7	-82.1
공공지출	4	7	6	9	36	0.7	307.2
합계	3,075	3,695	3,810	4,590	5,229	100.0	13.9

자료 : 과학기술정보통신부·한국과학기술기획평가원, 연구개발활동조사, 각 년도

2019년 화장품산업 매출액 대비 연구개발비 비중은 전년대비 0.17%p 증가한 2.93%로 나타났으며 전체적으로 자체사용 연구비 비중 추이와 유사한 패턴 양상을 보인다.

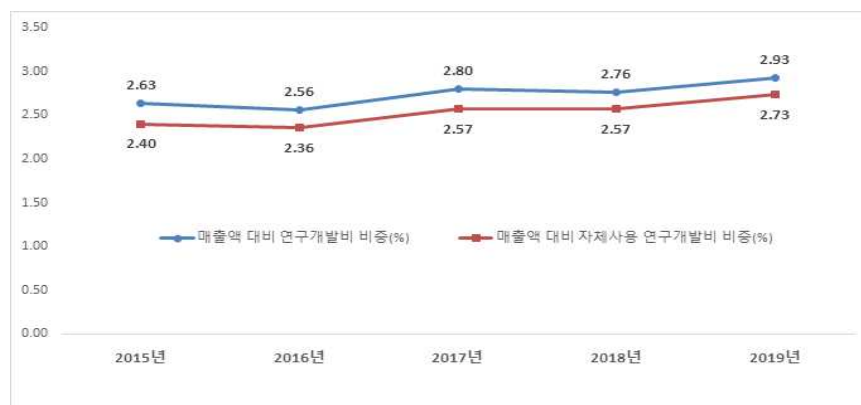


그림 4-5 화장품산업 기업체 매출액 대비 연구개발비 비중 추이

자료 : 과학기술정보통신부·한국과학기술기획평가원, 연구개발활동조사, 각 연도

화장품 제조업체의 자체사용 연구비를 연구원 수로 나눈 연구원 1인당 연구비는 1억 원으로, 2018년부터 증가세를 보이고 있다.

표 4-4 화장품산업 연구원 1인당 연구개발비 추이

(단위: 백만 원, %)

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년
화장품 제조업체	97	102	93	96	100
전년 대비 증가율	-	5.5	-8.3	2.8	4.0

주 : 연구원 1인당 연구개발비는 기업 자체사용 연구비를 기준으로 산출함

자료 : 과학기술정보통신부·한국과학기술기획평가원, 연구개발활동조사, 각 년도

화장품 제조업체가 공동 및 위탁연구 등의 목적으로 기업 외부로 지출한 연구개발비는 342억 원으로, 그 중 국내 다른 기업 등에 지출한 민간지출이 53.9%(184억 원)로 가장 컸고, 외국지출 24.4%(83억 원), 정부지출 11.1%(38억 원), 공공지출 10.7%(36억 원) 순이었으며, 정부지출이 전년대비 58.2%p 감소하면서 외부지출 연구비 중 감소폭이 가장 컸다.

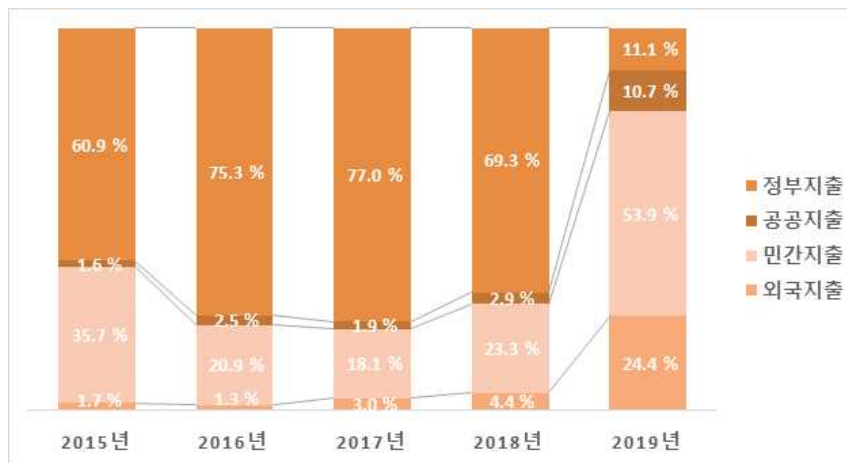


그림 4-6 화장품산업 기업체 외부지출 연구비의 구성비 추이

자료 : 과학기술정보통신부·한국과학기술기획평가원, 연구개발활동조사, 각 연도

2019년 화장품 제조업체 자체사용 연구개발비의 비목별¹⁰⁾ 분포는 경상비가 96.1%, 자본적 지출이 3.9%였으며, 세부 비목별로는 인건비 비중이 62.1%로 가장 컸고, 기타경상비가 34.0%를 차지했다. 자본적 지출은 기계장치 3.0%, 기타 지식재산물 0.4%, 토지 0.2%, 건물 0.2%, 컴퓨터소프트웨어 0.1%를 차지했다.

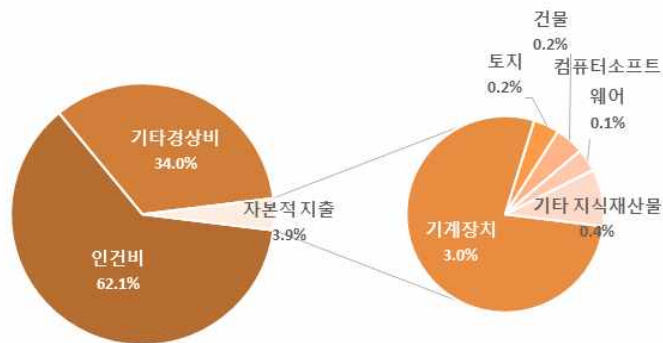


그림 4-7 화장품산업 기업체 자체사용 연구비의 비목별 분포(2019)

자료 : 과학기술정보통신부·한국과학기술기획평가원, 2019년도 연구개발활동조사, 2020

10) 기업체의 자체사용 연구개발비는 경상비와 자본적 지출로 구분하며, 경상비는 인건비, 기타 경상비(경상비 중 인건비를 제외한 모든 비용으로 원재료비, 직접경비, 간접경비를 포함)로 구성되고, 자본적 지출은 기계장치, 컴퓨터 소프트웨어, 토지, 건물, 기타 지식재산물로 구성된다.

2019년 자체사용 연구비의 사용단계별 분포는 개발(65.8%), 기초(17.9%), 응용(16.4%) 순으로 나타났다. 개발단계 연구비 비중은 2015년부터 50% 이상의 높은 투자 비중을 유지하고 있고, 반면 응용단계 연구비는 2015년부터 그 비중이 점차 감소하여 2019년 16.4%로 상대적으로 낮은 투자 비중을 보였다.

2019년 용도별 연구비 분포는 신제품 개발이 64.3%로 가장 큰 비중을 차지했고, 기존제품 개선 22.5%, 신공정 개발 7.6%, 기존공정 개선 5.5% 순으로 나타났다.



그림 4-8 화장품산업 기업체 자체사용 연구비의 사용단계 및 용도별 분포(2019)

자료 : 과학기술정보통신부·한국과학기술기획평가원, 2019년도 연구개발활동조사, 2020

표 4-5 화장품 기업체 자체사용 연구비의 사용단계 및 용도별 분포 추이

(단위: 억 원, %)

구분		2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	비중	YoY
전체		2,804	3,406	3,501	4,284	4,887	100.0	14.1
사용 단계별	기초	546	569	640	725	873	17.9	20.4
	응용	612	857	817	723	799	16.4	10.5
	개발	1,646	1,980	2,043	2,836	3,215	65.8	13.4
용도별	신제품 개발	1,469	1,935	2,288	2,820	3,144	64.3	11.5
	기존제품 개선	1,020	1,141	838	1,001	1,101	22.5	9.9
	신공정 개발	184	186	203	272	372	7.6	36.6
	기존공정 개선	132	145	172	190	271	5.5	42.6

자료 : 과학기술정보통신부·한국과학기술기획평가원, 연구개발활동조사, 각 년도

2.3 화장품산업 기업체 연구인력 현황

2019년 화장품 제조업체의 연구원 수는 4,889명, 실제 연구참여 비율을 고려한 상근상당 연구원 수는 4,551명 이었으며, 기업당 평균 연구원 수는 7.5명으로 전년 대비 약 0.8명 감소하였다.



그림 4-9 화장품산업 기업체 자체사용 연구원 수 추이

자료 : 과학기술정보통신부·한국과학기술기획평가원, 연구개발활동조사, 각 연도

연구원 성비는 남성이 41.4%(2,025명), 여성이 58.6%(2,864명)로 나타났으며, 그 중 2015년부터 여성 연구원 비중이 지속적으로 커지고 있다. 최근 5년간 ('15-'19)여성 연구원 수의 연평균 성장률은 17.9%, 남성은 9.3%로 여성 연구원이 빠르게 증가하는 추세이다.



그림 4-10 화장품산업 기업체 연구원의 성비 추이

자료 : 과학기술정보통신부·한국과학기술기획평가원, 연구개발활동조사, 각 연도

연령대별로는 30대가 45.1%로 가장 큰 비중을 차지하였고, 20대 32.7%, 40대 15.1% 등 순이며 50대 이상(60대 포함) 연구원 비중은 7.0%였다.

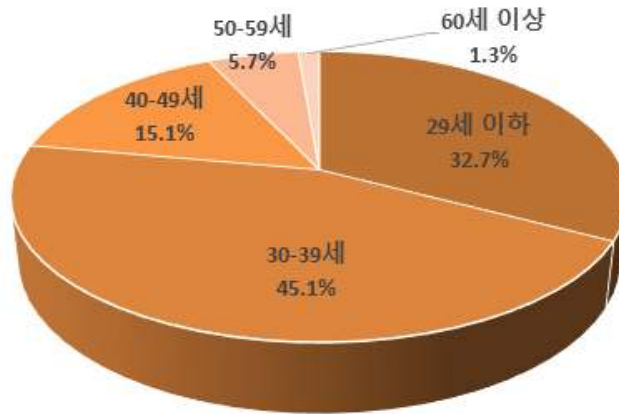


그림 4-11 화장품산업 기업체 연구원의 연령별 분포(2019)

자료 : 과학기술정보통신부·한국과학기술기획평가원, 2019년도 연구개발활동조사, 2020

학위별로는 학사학위 연구원이 51.5%로 연구원의 절반이 학사학위 연구원이었으며, 석사 연구원 38.1%, 박사 연구원 7.1% 순으로 나타났다.

전공별로는 이학(41.4%) 및 공학(40.1%) 분야 전공자 비중 대부분을 차지했으며, 인문학 8.4%, 의·약·보건학 6.5% 등의 순이었다.

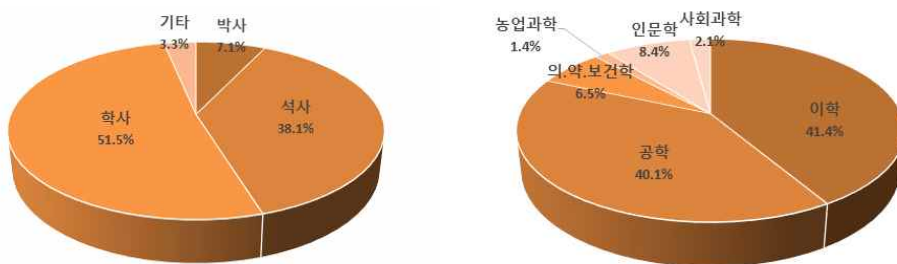


그림 4-12 화장품산업 기업체 연구원의 학위 및 전공별 분포(2019)

자료 : 과학기술정보통신부·한국과학기술기획평가원, 2019년도 연구개발활동조사, 2020

표 4-6 화장품 기업체 기업체 연구원의 학위별·전공별 분포 추이

(단위: 명, %)

구분		2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	비중	YoY
전 체		2,899	3,339	3,744	4,457	4,889	100.0	9.7
학위별	박사	198	300	301	298	349	7.1	17.1
	석사	1,249	1,445	1,604	1,852	1,861	38.1	0.5
	학사	1,338	1,471	1,709	2,153	2,518	51.5	17.0
	기타	114	123	130	154	161	3.3	4.5
전공별	이학	1,389	1,330	1,758	1,880	2,024	41.4	7.7
	공학	1,057	1,462	1,354	1,776	1,961	40.1	10.4
	의약보건학	178	247	281	301	319	6.5	6.0
	농업과학	44	77	83	60	69	1.4	15.0
	인문학	208	186	214	379	413	8.4	9.0
	사회과학	23	37	54	61	103	2.1	68.9

자료 : 과학기술정보통신부·한국과학기술기획평가원, 연구개발활동조사, 각 연도

참 고 문 헌

- 과학기술정보통신부·한국과학기술기획평가원, 2019년 연구개발 활동조사, 2020.
- 관계부처합동, K-뷰티 미래 화장품산업 육성방안 보도자료, 2019.12.5.
- 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도.
- 식품의약품안전처, 식품의약품통계연보, 각 연도.
- 식품의약품안전처, 화장품 생산실적 및 수출입 보도자료, 2020.6.17.
- 에스티로더 공식홈페이지, <https://www.estelauder.co.kr>
- 통계청, <http://kostat.go.kr>
- 한국무역통계진흥원, 무역통계서비스 www.trass.or.kr
- 한국은행, 경제통계시스템 <http://ecos.bok.or.kr>
- 한국의약품수출입협회, Facts & Survey Report, 각 연도.
- Euromonitor International, 2021.
- Women's Wear Daily, WWD Beauty Report, 2020.

2020년 화장품산업 분석 보고서

발행처 / 한국보건산업진흥원

발행인 / 권 덕 철

발행일 / 2020년 12월

인쇄처 / 도서출판 한학문화

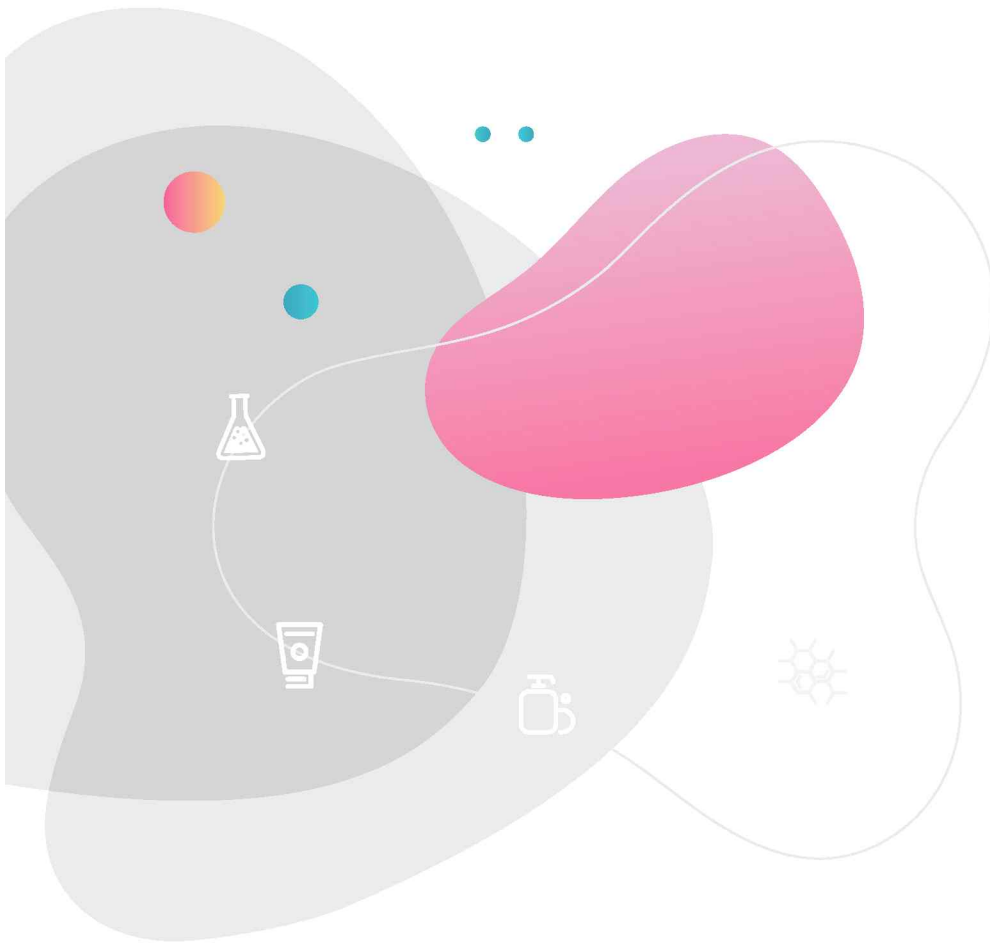
전화 : 02-313-7593

KOREA HEALTH INDUSTRY

DEVELOPMENT INSTITUTE

www.khidi.or.kr

2020년 화장품산업 분석 보고서



KHIDI 한국보건산업진흥원
Korea Health Industry Development Institute

28159 충청북도 청주시 흥덕구 오송읍 오송생명2로 187 오송보건의료행정타운
TEL : 043-713-8000(代) FAX : 043-713-8902 www.khidi.or.kr

KHISS 보건산업통계
www.khiss.go.kr