

Market Intelligence

- 화장품산업 동향 및 경쟁력 제고 방안 -

1. 최근 수출 동향
2. 화장품산업의 경쟁력
3. 프랑스 지원 정책 및 선도기업 성장전략
4. 경쟁력 제고방안



◆ 정부는 수출 부진 대응방안의 일환으로 5대 유망소비재(화장품, 식품, 의약품, 패션·의류, 생활용품) 수출 활성화를 추진하고 있어 한국 화장품 산업의 경쟁력 및 경쟁력 제고 방안을 모색하고자 함.

1. 최근 수출 동향

□ 화장품 수출은 규모는 작으나 세계 경기 둔화에도 고속성장

- 지난 5년간 화장품 수출은 연평균 44% 증가한 42억 달러이며 중국(38%), 홍콩(30%) 등 중화권 수출 비중이 높음

< 화장품 수출 추이 >



< 주요국 수출 비중('16) >



□ '16년 4분기 화장품 수출증가율은 둔화되었으나 성장세를 유지

- '16년 4분기부터 중국의 한국산 화장품 통관 거부 건수가 급증하자 중국 의존도가 높은 화장품 수출에 대한 우려 급증

* 한국 화장품 통관불허 건수: ('14)31→('15)33→('16.1/4~3/4)19→(4/4)32

- 4분기 화장품 수출은 전년동기대비 34%, 전분기 대비 4% 증가하였으며 중국향 수출증가율은 둔화되었으나 성장세를 유지

* 화장품 수출증가율(%): ('16.1/4)48.2→(2/4)78.6→(3/4)65.0→(4/4)34.0

* 對중국 수출증가율(%): ('16.8) 46.9→(10) 49.1→(11) △2.4→(12) 20.8→('17.1) 33.8

- 중국의 비관세 장벽 강화로 수출 및 유통인프라가 취약한 중소기업은 일부 타격을 받음

* 4분기 중국 매출증가율(%): 아모레퍼시픽 40%, 잇츠스킨 △22.8

□ 중국의 화장품 규제 강화는 경제보복보다는 자국 산업 육성 목적이 큰 것으로 보이며 파급효과는 제한적

- 중국내 글로벌 상위 12개사의 시장점유율은 41% 수준이며 로컬

기업이 빠르게 성장하고 있으나 1위 기업의 점유율이 3% 미만

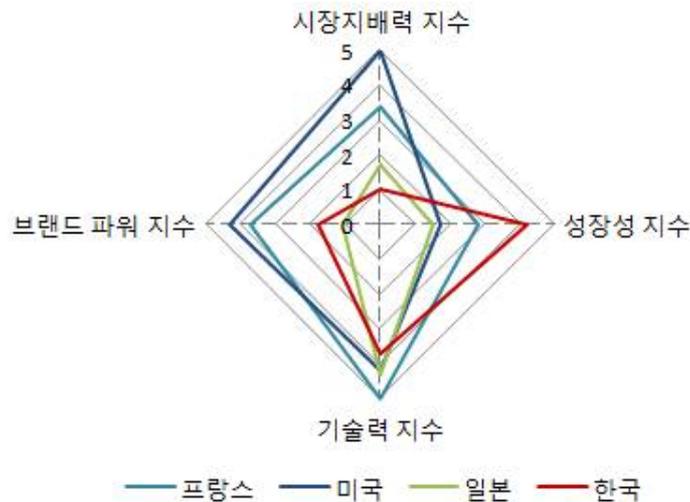
- 중국에서 제품 생산시 식품약품관리감독총국 허가 없이 지방정부 신고만으로 판매 가능
- 경제보복이 확대되더라도 화장품 산업에 미치는 영향은 단기적
 - 일본이 중국과 영유권 분쟁이 있던 센카쿠 열도를 국유화('12)하자 일본 화장품 수입은 약 2년간 감소하였으나 이후 성장세로 전환
 - * 일본화장품 수입증가율: ('12)△0.4% → ('13)△15% → ('14)38% → ('15)45%
 - 수요가 아니라 공급측면의 문제로 중국내에서 한국 화장품에 대한 수요는 여전히 견고함

2. 화장품산업의 경쟁력

- 한국 화장품산업은 경쟁력 있는 기술력, 높은 성장잠재력을 보유하고 있으나 브랜드파워가 약하고 시장지배력이 낮음
 - (기술력) 한국의 기술력은 프랑스 대비 낮으나 미국·일본 수준 근접
 - 한국의 기술수준은 선도국과 경쟁할 수 있는 수준으로 향상되었으며 한국 대표기업의 R&D 집중도가 높아져 기술력이 제고될 전망
 - * R&D 집중도('13~15, %): 로레알 3.3, 에스티로더 1.6, 시세이도 1.9, 아모레퍼시픽 2.2
 - (성장성) 한국은 해외진출 초기 단계로 중국을 중심으로 고속 성장하고 있으나 선도기업들의 성장률은 둔화됨
 - 선도기업들은 경기둔화, 중국사업 정체로 성장률이 둔화되었으며 한국기업은 선도기업 대비 해외매출 비중이 낮아 성장잠재력 풍부
 - * 매출증가율('13~'15, %): 로레알 6.8, 에스티로더 1.3, 시세이도 △0.9, 아모레 24.0
 - * 해외사업 비중(15, %): 로레알 86, 에스티로더(미주 外) 58, 시세이도 61, 아모레 25

- (브랜드파워) 한국 브랜드 가치는 미국, 프랑스 브랜드 대비 7~8% 수준이나 브랜드 가치가 빠르게 상승하고 있음
 - 50대 브랜드의 국가별 가치는 미국 502억 달러(22개), 프랑스 412억 달러(11개), 일본 51억 달러(3개)이나 한국은 35억 달러(4개)
 - 전년대비 브랜드 가치증가율은 미국·프랑스는 둔화, 일본은 하락했으나 한국은 152% 급증
 - * 50대 브랜드중 한국 브랜드 수: (15) 2 → (16) 4(설화수, 라네즈, 헤라, 마몽드)
- (시장지배력) 세계 최대 시장을 보유한 미국, 세계 1위 수출국인 프랑스 대비 한국의 시장지배력은 열세
 - 한국의 세계 시장점유율은 3.6%로 미국(33.9%), 프랑스(22.1%), 일본(9.0%)과 격차가 큼

< 주요국 화장품산업 경쟁력 >



< 화장품산업 경쟁력 평가방법 >

항목		평가방법
대상국가		프랑스, 미국, 일본, 한국
평가 항목	시장지배력	10대 기업 매출액 기준 국가별 시장점유율
	성장성	국가별 대표기업의 매출증가율(80%)과 해외매출비중(20%)
	기술력	국가별 기술수준(80%)과 국가별 대표기업의 R&D집중도(20%)
	브랜드파워	50대 브랜드의 국가별 브랜드 가치(80%)와 전년대비 증가율(20%)
평가점수		선형 보간법을 적용하여 5점 척도로 평가

3. 프랑스 지원 정책 및 선도기업 성장전략

- (지원 정책) 프랑스는 세계 최대 화장품 클러스터 'La Cosmetic Valley'를 조성하고 R&D를 지원
 - 지자체의 화장품 공장 유치(산업용지 제공, 세금감면 등)로 '90년대에 샤흐트르 지역에 화장품 클러스터가 조성됨
 - 화장품산업의 80%를 차지하는 중소기업 경쟁력 제고를 위해 정부 지원으로 '05~'15년에 175개 R&D 프로젝트를 지원
- (기업 전략) 선도기업들은 과감한 R&D 투자로 혁신적인 제품을 출시하고 전략적 M&A와 현지화를 통해 신시장을 개척
 - 선도기업은 매출의 3~4%를 R&D에 투자하며 제품수명주기 단축, 복합기술 필요성 증가에 따라 개방형 혁신을 활용
 - 로레알은 약 20개의 중소 브랜드 M&A후 자사 역량과 플랫폼을 활용하여 브랜드 전략을 고도화하며 신시장 진출 기반을 구축
 - 미국 사업 확대를 위해 메이블린을 인수하고 세련된 색조 화장품으로 포지셔닝했으며 미국 흑인 모발회사 인수후 아프리카 공략

4. 경쟁력 제고방안

- (브랜드 가치 제고) 모조품 범람으로 인한 브랜드 가치 훼손 방지를 위해 브랜드 지식재산권 보호 노력 및 한류 지속성 제고 필요
 - 기업은 현지 상표출원 확대, 모조품 단속 활동을 강화하고 정부는 이를 지원하기 위해 'K-Brand 보호'사업 확대 필요
 - 국내기업의 중국내 상표출원은 미국, 일본 대비 21~44% 수준이며 모조품 유통이 중국에서 동남아로 확산되나 지원은 중국 중심
 - 한류를 대중문화에서 문화·예술분야로 확장하고 지역 다변화를 통해 소비자층을 확대

□ (산업고도화) 우수화장품 제조 및 품질관리기준(CGMP)*의 단계적 의무화로 신뢰도를 제고하고 한국적 원료 발굴 필요

* 원료구매부터 제조, 포장, 출하 등 전단계를 표준화된 기준에 따라 관리하는 기준

- 국내에서 GMP 인증을 득한 곳은 전체 화장품 제조사의 6%
 - EU는 생산·수입되는 모든 화장품에 대해 ISO 기준을 적용한 GMP를 의무화하고 있으며 미국, 일본 등도 GMP 준수를 권장
- 천연원료 선호, 기능성 원료 사용 증가로 원료의 중요성이 부각되고 있으나 원료의 약 70%를 수입에 의존

□ (전략고도화) 진출 전략 차별화 및 지역 다각화가 요구됨

- 다수 기업들은 한류에 관심이 높은 중국, 동남아의 35세 이하 여성을 타겟으로 선정하여 해외에서 국내기업간 경쟁 심화
- 프리미엄 화장품, 남성용 화장품 등으로 고객군과 브랜드아이덴티티를 차별화하고, 미국, 동남아 등으로 지역 다각화 필요

* 연평균 수출증가율('14~'16): 미국 50%, 싱가포르 40%, 베트남 27%

- 단기간에 필요 역량 확보, 현지화 전략 강화를 위해 M&A 활용 확대도 필요

확인자	팀 장 이 재 우
작성자	선임연구원 이 미 혜

(참고자료 1)

< 주요 국가별 화장품 수출 현황 >

(단위: 백만달러, %)

순위	국가	2014		2015		2016		연평균 증가율
		수출액	비중	수출액	비중	수출액	비중	
1	중국	582	31.0	1,172	40.3	1,570	37.5	64.3
2	홍콩	411	21.9	687	23.6	1,248	29.8	74.3
3	미국	154	8.2	238	8.2	347	8.3	50.1
4	일본	145	7.7	138	4.7	183	4.4	12.2
5	대만	125	6.7	139	4.8	136	3.3	4.3
6	태국	87	4.6	93	3.2	118	2.8	16.7
7	싱가포르	48	2.6	66	2.3	94	2.2	39.9
8	베트남	44	2.3	54	1.8	71	1.7	27.4
9	말레이시아	45	2.4	48	1.6	61	1.5	16.4
10	러시아	38	2.0	36	1.2	48	1.1	12.2
합계		1,678	89.6	2,671	91.7	3,877	92.6	52.0

자료: 대한화장품산업연구원

(참고자료 2)

< 사드배치 공식발표 이후 경제보복 현황 >

일자	주요 사건
'16. 7월	사드배치 공식 발표
'16. 10월	한국행 저가여행 규제
'16. 11월	한한령(한류금지령)으로 한국 드라마, 예능 등 한류 콘텐츠의 방송 및 온라인 유통 규제 강화
'16. 12월	중국 롯데 세무조사
'17. 1월	국내 항공사가 신청한 중국항 전세기 운항 금지

(참고자료 3)

< 중국의 한국산 화장품 통관 거부 건수 >

	2014	2015	2016				
			1~9월	10월	11월	12월	합계
통관거부 건수	31	33 ¹⁾	19	1	19 ²⁾	12 ^{1,3)}	51

주: 1) 중국질검총국이 발표한 통관거부 건수는 총 26건이나 오피 제품 7건은 '15.9월 자료가 '16.12월에 반영되어 조정함

2) 19건중 13건이 이아소 제품으로 불허 사유는 서류미비, 애경은 등록시 신청했던 성분이 아닌 타 성분으로 제조하여 통관이 불허되었으나 문제 시정후 수출이 재개됨

3) 이아소(10건) 등이 규정이 요구하는 증서 또는 합격증명 자료 미비로 불허됨

자료: 중국질검총국

(참고자료 4)

< 주요국 화장품산업 경쟁력 >

항목	세부항목	프랑스	미국	일본	한국
기술력	현 기술수준 ¹⁾	5.0	5.0	5.0	4.0
	지속가능성 ²⁾	5.0	1.0	1.7	2.6
	기술력 지수	5.0	4.2	4.3	3.7
성장성	매출증가율 ¹⁾	2.3	1.4	1.0	5.0
	해외매출 비중 ²⁾	5.0	3.1	3.3	1.0
	성장성 지수	2.8	1.7	1.5	4.2
브랜드파워	브랜드가치 ¹⁾	4.2	5.0	1.1	1.0
	브랜드가치증가율 ²⁾	1.5	1.5	1.0	5.0
	브랜드파워 지수	3.7	4.3	1.1	1.8
시장지배력	시장점유율	22.1%	33.9%	9.0%	3.6%
	시장지배력 지수	3.4	5.0	1.7	1.0

주: 지수 평가시 항목별 비중은 1)80%, 2)20%