

화장품 산업 & 기업분석

<1> 화장품 산업 동향

[1] 화장품 산업의 일반적인 특징

1. 정밀화학공업으로서 고부가가치를 지님
2. 인종에 따른 피부특성 및 화장습관의 차이로 인해 국가 내수중심산업으로 발전해 옴
3. 라이프사이클이 짧기 때문에 다품종 소량생산체제를 갖추고 신제품 개발이 빈번하게 이루어 짐

<1> 화장품 산업 동향

[2] 세계 화장품 산업의 동향

- 2015년 세계 화장품 시장규모는 3516억 달러로 전년 대비 4.8% 증가
- 지역별 시장규모는 전년 대비 4.5%증가한 아메리카 지역이 1997억 달러로 가장 크며 이어서 아시아태평양, 유럽, 순이
- 중동 및 아프리카는 세계사 연평균 10.8%의 증가로 미로 기대

표 1 지역별 화장품 시장규모

(단위: 백만 달러, %)

지역	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년		CAGR (‘11~’15)
					시장규모	YoY	
Americas	96,723	103,102	108,766	114,513	119,690	4.5	5.5
Asia Pacific	91,991	98,096	104,481	110,781	116,971	5.6	6.2
Europe	87,298	88,653	89,733	91,431	94,156	3.0	1.9
Middle East and Africa	13,828	15,403	17,141	18,945	20,828	9.9	10.8
합계	289,840	305,254	320,121	335,670	351,645	4.8	5.0

<1> 화장품 산업 동향

[2] 세계 화장품 산업의 동향

- Skin Care 시장이 1105억 달러 (31.4%)로 가장 큰 시장을 형성했고 그 다음으로 Hair Care, Color Cosmetics가 뒤를 이었다.
- 세부적으로 Skin Care 중 Facial 시장이 가장 크며 다음으로 Premium Fragrances, Shampoos, Facial Make-up 등 순으로 나타났다
- 전년 대비 증가율이 가장 큰 유형은 Lip Products 로 8.55 증가했으며 그 다음은 Skin Care Sets/Kits, Baby and Child-Specific Products, Premium Fragrances 등 순으로 증가율이 높았다

<1> 화장품 산업 동향

[3] 국내 화장품 산업의 동향

표 2-3 주요국의 화장품 시장규모

(단위: 백만 달러, %)

순위	국가명	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년		
							점유율	YoY
1	미국	57,953	60,289	61,917	63,279	65,825	18.7	4.0
2	중국	31,756	34,931	38,202	41,212	44,024	12.5	6.8
3	일본	27,757	27,906	28,198	28,474	28,609	8.1	0.5
4	브라질	16,854	19,182	21,551	24,070	23,586	6.7	-2.0
5	영국	13,606	13,898	14,334	14,768	15,117	4.3	2.4
6	독일	12,825	13,052	13,170	13,472	13,690	3.9	1.6
7	프랑스	12,038	12,177	12,208	12,264	12,292	3.5	0.2
8	한국	8,336	8,995	9,530	10,057	10,659	3.0	6.0

- 2015년 기준 세계 시장에서 화장품 시장의 규모 8위
- 2015년 기준 국내 화장품 산업 총 생산규모는 10조 7329억원 으로 전년 대비 19.6% 증가
(이는 국내 GDP 증가율 및 제조업 GDP 증가율 보다 상당히 높은 수준)

<1> 화장품 산업 동향

[3] 국내 화장품 산업의 동향

- 모바일 시장의 성장
- 다양한 형태의 로드숍, 멀티 브랜드숍, 패밀리 브랜드숍
- 사후면세점 즉시환급제도 도입
- 해외소비자 대상으로 한 역 직구 열풍
- 컨버전스 기술 도입→코스메슈티컬

<2> 화장품 기업 동향

[1] 세계 시장에서 주요 화장품 기업의 동향

- L'OREAL의 2015년 매출액은 전년 대비 12.1% 증가한 280억 달러 (14.3%) 로 2014년에 이어 여전히 세계 1위를 고수
- UNILEVER는 매출이 전년 대비 13.2% 증가한 205억 달러로 2위에 오름

표 2-12 2015년 매출액 기준 세계 100대 화장품 기업 현황

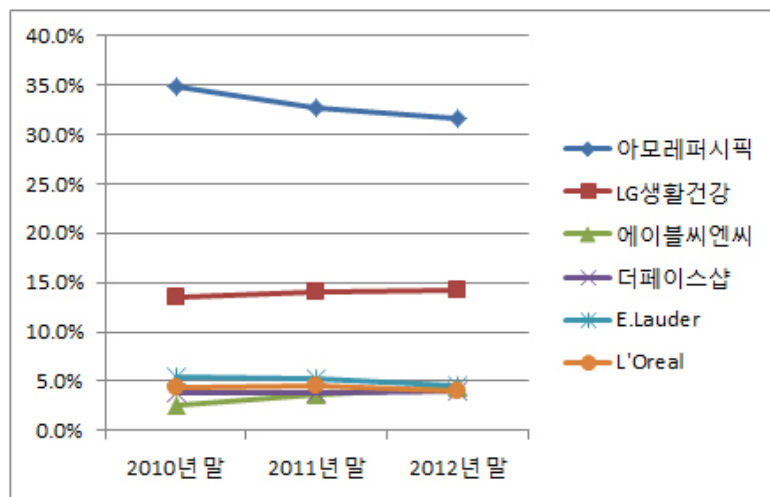
(단위: 억 달러, %)

순위	기업명	국가명	매출액	점유율	증가율
1	L'ORÉAL	프랑스	280.2	14.3	12.1
2	UNILEVER	영국, 네덜란드	204.7	10.5	13.2
3	PROCTER & GAMBLE	미국	176.0	9.0	-11.1
4	THE ESTÉE LAUDER COS.	미국	111.0	5.7	1.0
5	SHISEIDO CO.	일본	71.1	3.6	10.4
6	BEIERSDORF	독일	58.9	3.0	7.1
7	JOHNSON & JOHNSON	미국	55.7	2.8	-7.0
8	CHANEL	프랑스	52.4	2.7	1.0
9	AVON PRODUCTS	미국	52.0	2.7	-17.5
10	KAO CORP.	일본	50.4	2.6	3.0
11	LVMH MOËT HENNESSY LOUIS VUITTON	프랑스	50.1	2.6	15.3
12	AMOREPACIFIC CORP.	한국	49.4	2.5	22.8
13	LIMITED BRANDS	미국	46.0	2.4	3.4
14	COTY	미국	42.8	2.2	-4.7
15	HENKEL	독일	40.4	2.1	8.0

- 그 다음은 P&G, ELCA, 그리고 SHI
- 특히 AMOREPACIFIC 과 LVMH 의 높게 나타남
- AVON Products. P&G등 4개 사의 나타났다

<2> 화장품 기업 동향

[2] 국내 시장에서 주요 화장품 기업의 동향



<국내 화장품시장 점유율>

구분	2010년 말	2011년 말	2012년 말
아모레퍼시픽	34.9%	32.7%	31.6%
LG생활건강	13.5%	14.0%	14.2%
더페이스샵	3.9%	3.8%	4.0%
에이블씨엔씨	2.6%	3.7%	4.3%
E.Lauder	5.4%	5.3%	4.5%
L'Oreal	4.4%	4.5%	4.0%
기타	35.3%	36.0%	37.4%
계	100%	100%	100%

<3> 기업 소개 LOREAL Korea

LOREAL Korea

로레알 코리아는 프랑스에 본사를 둔 세계 최대 화장품 기업인 로레알 그룹의 한국 법인으로 1993년 설립

[1] 사업 분야

화장품, 뷰티 업종의 화장품, 향수, 위생용품, 도소매, 무역, 오파, 통신판매 사업을 하는 중소기업이며

[2] 사업 규모

자본금은 30억원, 매출액은 3202억, 사원수는 1466명

[3] 사업 브랜드

과학적 혁신에 기반한 25 개 브랜드 - 랑콤, 키엘, 비오템, 슈에무라, 조르지오 아르마니, 입생로랑 뷰티, 어반디케이, 클라리소닉, 로레알파리, 메이블린 뉴욕, 로레알 프로페셔널 파리, 케라스타즈, 비쉬, 라로슈포제, 스킨수티컬즈 등 하위 500개의 브랜드

<3> 기업 소개 L'OREAL Korea

LOREAL Korea

[4] 수익 구조

- 순매출은 서유럽 (43.6 %), 북미 (24.4 %) 및 기타 (32 %)와 같이 지리적으로 분산 (2015기준 순매출 한국 15%)
- 백화점, 대형 할인매장, 약국, 병원, 헤어 살롱 등 다양한 유통채널을 통해 제공
- 대량 판매 및 우편 판매 (매출의 52.6 %), 선택 판매 (25.1 %), 미용실 (14.7 %) 및 약국 (7.6 %)을 통해 판매
- 피부과 제품 (2,8 %): Laboratoires Galderma를 통해 수술
- 나머지 매출 (4.2 %)은 2,550 개의 매장 (1,461 개 프랜차이즈 포함)의 네트워크를 통해 2009 년 말 판매 된 천연 화장품 (The Body Shop 브랜드)에서 나온 것
- 랑콤, 비오템, 슈에무라, 키엘, 칼프로렌, 조지오아르마니 브랜드가 백화점 사업
- 메이블린과 로레알 파리가 할인점 주력 사업
- 로슈와 비취 브랜드가 약국 사업

<3> 기업 소개 LOREAL Korea

LOREAL Korea

[4] 수익 구조

- 국내 점유율은 낮지만 성장률, 성장 가능성은 높음

Cf) 로레알코리아 클라우스 파스벤더 사장(42)은 21일 삼성동 아셈타워 내 본사에서 기자간담회를 갖고 이같이 밝혔다.

“한국 내 로레알의 시장점유율이 5%정도로 태평양, LG생활건강에 이어 3위이지만, 전세계 점유율은 15%로 잠재적 성장가능성이 충분하다”

“이를 위해 미국, 프랑스, 일본에 이어 전세계에서 네 번째로 한국에 ‘R&D테스트 센터’를 설립, 한국 고객들의 취향을 분석하고 있다”

“지난 2월 기준으로 로레알의 ‘랑콤’은 백화점 브랜드 가운데 매출액 1위를 차지했다.”

<3> 기업 소개 LOREAL Korea

LOREAL Korea

[5] 조직 구조

- 사업부제 조직구조

- : 사업부 별 독자적인 생산, 재무, 마케팅, 인사 권한 행사 가능

- : 각 부서가 하나의 독립회사처럼 자주적이고 독립채산적 경영을 하는 조직 시스템을 유지

<3> 기업 소개 LOREAL Korea

LOREAL Korea

[6] SWOT 분석

Strength	Weakness
<ul style="list-style-type: none">➤ Continuous R&D➤ Fantastic product and brand portfolio➤ High quality of products➤ Strong integrated marketing communication➤ Really good stars in the brand portfolio➤ Widespread Distribution➤ Natural and Organic in Nature➤ 윤리적 기업 / 서번트, 변혁적 리더십	<ul style="list-style-type: none">➤ Too many subdivisions➤ Hair care is a degrowing segment➤ Profit margins are lower

<3> 기업 소개 LOREAL Korea

LOREAL Korea

[7] 관련 이슈

➤ 워킹맘 재취업 지원 프로그램

<http://sports.chosun.com/news/utype.htm?id=201708090100090370006405&ServiceDate=20170809>

➤ 로레알 코리아 그룹홈 청소년들과 특별한 만남

http://www.cmn.co.kr/sub/news/news_view.asp?news_idx=24136

➤ SK 플래닛, 로레알 코리아와 중장기 공동 마케팅 추진

<http://www.ddaily.co.kr/news/article.html?no=157217>

➤ 뷰티 트렌드

<http://www.yakup.com/news/index.html?mode=view&nid=208488>