

2020년 화장품산업 G7 국가 도약 목표

상품개발 역량 확대하고 글로벌 브랜드 인지도 강화해야

글_한국보건산업진흥원 뷰티화장품정책팀 임수진 · 장준은 연구원

화장품 산업 현황 및 시장 동향

시장현황

화장품 산업은 국가브랜드와 이미지를 상징하는 대표적인 문화산업이자 소득증가 및 고령화에 따라 세계적으로 지속적인 고성장이 전망되는 유망산업이다. 특히 한류를 활용한 수출 확대 가능성이 높은 산업으로 각광 받고 있으며, 관세청에서는 2011년 新한류에 따른 수출 유망 5대 품목 중 하나로 화장품산업을 선정하였다.

2013년 기준 국내 화장품산업의 총생산 규모는 7조 9,700억원으로 전년대비 11.9% 증가했으며, 국내총생산(GDP)의 0.56%를 차지했다. 화장품 수출은 1조 4,100억원으로 전년대비 17.5%가 증가하였으며 연평균 27.7%라는 높은 성장세를 기록했다. 화장품 수입액은 전년대비 3.64% 감소한 1조 600억원으로 나타났으며 수입액의 연평균 증가율은 4.18%로 수출에 비하여 낮은 증가속도를 보이고 있다. 이에 화장품 산업의 무역수지는 2011년도 적자(-2,100억원)에서 2012년 흑자(1,000억원), 2013년 흑자(3,500억원)로 전환되었다.

화장품 생산 및 수출입 현황 자료를 이용하여 산출한 2013년 우리나라 화장품 산업의 시장규모는 7조 6,200억원으로 전년 대비 8.55% 증가했으며, 최근 5년간 연평균성장률(2009 ~ 2013)은 8.34%로 시장규모가 계속 증가하고 있는 추세이다.

〈표 1〉 국내 화장품 시장규모(2009~2013)

화장품	생산액	수출액		수입액		시장규모
	(조원)	(조원)	(억\$)	(조원)	(억\$)	(조원)
2009	5.17	0.53	4.16	0.90	7.02	5.53
2010	6.01	0.69	5.97	0.98	8.51	6.31
2011	6.39	0.89	8.05	1.10	9.89	6.59
2012	7.12	1.20	10.67	1.10	9.78	7.02
2013	7.97	1.41	12.88	1.06	9.68	7.62
전년대비 증가율	11.94%	17.50%	20.68%	-3.64%	-1.02%	8.55%
연평균 성장률	11.43%	27.71%	32.64%	4.18%	8.36%	8.34%

자료 : KHISS 보건산업통계(www.khiss.go.kr), 산업분석정보 자료, 식품의약품안전처, 2014 식품의약품통계연보(제16호), 2014년 10월



수출입 실적

현재 화장품은 한류열풍에 힘입은 수출품목 중의 하나로 한류 국가로의 수출이 급속히 상승하고 있으며, 기존의 동남아시아 중심에서 중동·중남미·유럽 등의 지역으로 수출 다변화가 이루어지고 있다.

화장품 수출입 시장에서 뚜렷한 수출 성장세가 지속되어 화장품 무역수지 적자는 지속적으로 감소했고 2012년, 2013년 흑자전환에 성공했다.

이는 화장품산업 발전과 함께 '한류' 열풍이 화장품 수출에 직간접적으로 영향을 미쳤으며, 특히 한류의 인기가 높은 중국, 일본, 동남아 지역이 화장품 수출성장을 견인했다고 본다.

〈표 2〉 화장품 수출입 현황(2009~2013)

(단위 : 천 달러,%)

연도	수입		수출		무역수지
	수입금액	증감	수출금액	증감	
2009	702,434	-2.4	416,002	12.1	-286,432
2010	851,085	21.2	596,934	43.5	-254,151
2011	988,763	16.2	804,503	34.8	-184,260
2012	977,739	-1.1	1,067,002	32.6	89,263
2013	993,526	1.6	1,289,660	20.9	296,134

자료 : KHISS 보건산업통계(www.khiss.go.kr), 산업분석정보 자료, 한국의약품수출입협회, 의약품 등 수출입 실적, 각 연도

〈표 3〉 화장품 상위 20개국 수출입 현황(2013)

(단위 : 천 달러,%)

수출국(가('12년 순위))		수출			수입국(가('12년 순위))		수입		
		금액	비중	YoY			금액	비중	YoY
1	중국(2)	287,438	22.3	37.1	1	미국(1)	285,432	28.7	5.7
2	홍콩(3)	266,918	20.7	41.5	2	프랑스(2)	257,715	25.9	5.4
3	일본(1)	220,199	17.1	-11.9	3	일본(1)	134,527	13.5	-25.4
4	미국(4)	92,790	7.2	32.2	4	이탈리아(4)	57,107	5.7	29.2
5	대만(6)	84,180	6.5	43.2	5	영국(5)	46,075	4.6	9.8
6	태국(5)	72,671	5.6	11.5	6	태국(6)	35,541	3.6	-11.4
7	싱가포르(7)	42,117	3.3	3.8	7	캐나다(7)	31,806	3.2	1.1
8	베트남(9)	36,608	2.8	43.6	8	호주(15)	30,213	3.0	423.3
9	말레이시아(8)	35,011	2.7	6.8	9	독일(8)	28,904	2.9	4.9
10	러시아(10)	20,945	1.6	33.8	10	아일랜드(9)	14,682	1.5	-1.9
11	호주(11)	12,791	1.0	20.6	11	중국(10)	13,103	1.3	16.5
12	몽골(13)	11,879	0.9	22.5	12	스위스(11)	10,691	1.1	-2.4
13	필리핀(14)	9,617	0.7	19.2	13	스페인(12)	8,464	0.9	7.0
14	인도네시아(12)	9,055	0.7	-8.8	14	벨기에(13)	6,641	0.7	-11.1
15	아랍에미리트연합(15)	7,621	0.6	7.7	15	이스라엘(18)	5,636	0.6	102.7
16	캐나다(19)	7,436	0.6	91.2	16	말레이시아(14)	4,886	0.5	-32.6
17	이란(17)	6,443	0.5	-3.2	17	스웨덴(16)	4,666	0.5	-17.3
18	영국(16)	5,949	0.5	-11.1	18	인도네시아(21)	2,066	0.2	4.4
19	미얀마(22)	4,703	0.4	50.2	19	필리핀(20)	2,060	0.2	1.4
20	프랑스(20)	3,980	0.3	8.4	20	남아프리카공화국(24)	1,697	0.2	50.1
상위 20개국		1,238,351	96.0	20.7	상위 20개국		981,913	98.8	2.4
총 수출액		1,289,660	100.0	20.9	총 수입액		993,526	100.0	1.6

자료 : KHISS 보건산업통계(www.khiss.go.kr), 산업분석정보 자료, 한국의약품수출입협회, 의약품 등 수출입 실적, 각 연도

2013년 상위 10개국의 수출은 11억 5,888만 달러로 전체 수출의 89.9%에 해당한다. 상위 10개국에 대한 수출의존도 증가율은 -2.8%로 소폭 하락하였다. 2013년 수출을 가장 많이 한 국가는 중국으로 전년대비 37.1% 증가한 2억 8,744만 달러이다. 그다음은 홍콩(2억 6,692만 달러), 일본(2억 2,020만 달러), 미국(9,279만 달러) 순으로 나타났다.

2013년 우리나라의 수입 상위 10개국에 대한 수입액은 9억 2,200만 달러로 총수입의 92.8%에 해당한다. 상위 10개국에 대한 수입의존도 증가율은 0.1% 소폭 증가했다. 2012년에 이어 대미국 수입액이 2억 8,543만 달러로 가장 많고, 수입 증가율은 5.7%로 전년도보다 증가했다.

미국 다음으로 수입을 많이 한 국가는 프랑스와 일본으로 각각 2억 5,772만 달러, 1억 3,453만 달러였다. 2012년과 비교해 프랑스는 5.4% 증가했고, 일본은 25.4%로 감소했다.

세계 100대 화장품 기업 순위

미국의 뷰티·패션 전문 일간지 WWD(Women's Wear Daily)는 매년 화장품 전문 기업의 매출액을 기준으로 화장품 기업 순위를 발표한다. 이에 따르면 L'OREAL의 2013년 매출액은 전년대비 2.3% 증가한 305억 달러로 2012년에 이어 여전히 세계 1위를 고수하고 있다.

L'OREAL 다음으로는 UNILEVER(약 213억 달러), P&G(약 205억 달러), THE ESTEE LAUDER COS.(약 104억 달러), SHISEIDO(약 77억 달러)가 그 뒤를 이었으며, 10위권 안에서 일본기업 KAO CORP.가 3단계 하락해 10위로 기록하였고 BEIERSDORF, JOHNSON&JOHNSON, CHANEL이 1단계씩 상승하여 각각 7위, 8위, 9위를 기록했다.

세계 100대 화장품 순위에서 한국 기업으로 아모레퍼시픽이 17위(약 33억 달러, 2012년 17위), LG생활건강이 26위(약 18억 달러, 2012년 28위), 에이블씨앤씨가 56위(약 4억 달러, 2012년 56위)를 기록했다. 특히 전년대비 매출 신장률이 아모레퍼시픽은 15.1%, LG생활건강은 14.7% 각 상승하면서 높은 성장을 나타냈다.

〈표 4〉 세계 주요 화장품 기업별 매출액 현황

(단위 : 억 달러,%)

순위	회사명	국가명	매출액	증감율	점유율
1	L'OREAL	프랑스	305.2	2.3	14.9
2	UNILEVER	영국	213.3	-0.3	10.5
3	P&G	미국	205.0	-1.0	10.0
4	THE ESTEE LAUDER COS.	미국	103.9	4.1	5.1
5	SHISEIDO	일본	77.0	13.6	3.8
6	AVON PRODUCTS	미국	71.0	-7.1	3.5
7	BEIERSDORF	독일	64.4	1.3	3.1
8	JOHNSON&JOHNSON	미국	60.0	2.2	2.9
9	CHANEL	프랑스	58.4	6.0	2.9
10	KAO CORP.	일본	58.2	6.0	2.8
...					
17	아모레퍼시픽	한국	33.2	15.1	1.6
26	LG생활건강	한국	17.6	14.7	0.9
56	에이블씨앤씨	한국	4.0	-2.2	0.2
	합계(100개사)		2,046.9	1.9	100.0



국내기업의 해외진출 동향

주요 국가별 해외진출 현황

앞서 수출입 동향에서 언급한 것처럼 화장품산업의 발전과 함께 한류의 인기가 높은 중국, 일본, 동남아 지역이 화장품 수출성장을 견인하고 있고 지속적인 수출 증가로 무역수지가 흑자전환 되었으나, 현재까지 우리나라 화장품의 주요 수출국은 중국, 일본 등 상위 몇 개국에 편중되어 있다.

특히 대부분의 무역수지 흑자국은 중국, 대만을 비롯한 아시아 국가에 집중되어 있으며, 적자국은 미국, 프랑스, 이탈리아 등 유럽국가에 집중되어 있다. 또한, 상위 10개국(중국, 미국, 일본, 말레이시아, 태국, 베트남, 대만, 싱가포르, 러시아)에 대한 수출액이 전체 수출액 중 약 90%를 차지할 정도이다.

〈표 5〉 주요 국가별 해외진출 현황

진출국	회사명(브랜드)
중국	아모레퍼시픽, LG 생활건강, 코리아나화장품, 한국화장품, 한불화장품, 참존, 나드리화장품, 토니모리, 로제화장품, 엔프라니, 웰코스, 소망화장품, 코스맥스, 잇스코스메틱, 네수라화장품, 보령메디앙스 등
미국	아모레퍼시픽, 미샤, 닥터자르트, 소망화장품, 알마스디오네 등
일본	아모레퍼시픽, 에뛰드하우스, 미샤, 더페이스샵, 스킨푸드, 네이처리퍼블릭 등
말레이시아	에뛰드, 토니모리, 더페이스샵, 스킨푸드, 잇츠스킨, 코스맥스, 네이처리퍼블릭 등
태국	라네즈, 에뛰드, 더페이스샵, 미샤, 소망화장품 등
베트남	라네즈, 코리아나, 에뛰드, 한불, 더페이스샵, 미샤, 토니모리, 네이처리퍼블릭 등
인도네시아	에뛰드, 스킨푸드, 라네즈, 보브, 미샤, 토니모리, 이니스프리, 코스맥스 등

국내기업의 해외진출 성과

기존에는 아모레퍼시픽과 LG생활건강 2개 대기업을 중심으로 해외진출이 이루어지고 있었으나 현재 토니모리, 네이처리퍼블릭 등 강소기업의 해외진출이 확대·활성화되고 있다.

〈표 6〉 국내기업의 해외진출 성과

회사(브랜드)	해외매출액	진출현황
아모레퍼시픽	7,760억원 ('13년)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 아모레퍼시픽 <ul style="list-style-type: none"> · '03년 뉴욕 럭셔리 백화점 버그도프 굿맨 입점, 뉴욕 소호에 AMOREPACIFIC BEAUTY GALLERY & SPA 오픈 · '05년 워싱턴 D.C. 니먼 마커스 백화점 입점 · '06년 도쿄 신주쿠 이세탄 백화점 및 니혼바시 미쯔코시 본점 입점, 일본 타카시마야 백화점(요코하마, JPN고야, 신주쿠, 오사카점) 입점 · '10년 미국 세포라 입점 · '12년 캐나다 세포라 입점, 미국 노드스트롬 백화점 입점
		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 라네즈 <ul style="list-style-type: none"> · '02년 중국, 홍콩 진출 · '13년 해외 매출이 전체 매출의 51.5% 비중 차지, 중국 시장 매출이 해외 매출의 67% 차지
		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 이니스프리 <ul style="list-style-type: none"> · '12년 글로벌 1호점 오픈(중국 상해) · '13년 홍콩, 일본 진출, 홍콩에 2개 매장 동시 오픈, 중국 5호점 (베이징) 오픈, '14년 싱가포르 1호점 오픈
		<ul style="list-style-type: none"> ▶ 에뛰드하우스 <ul style="list-style-type: none"> · '07년 제 44회 무역의 날 수출 1,000만불 탑 수상 · '09년 대만, 싱가포르, 필리핀 진출, 해외 50호점 오픈 · '10년 미얀마, 브루나이 진출, 해외 100호점 오픈(태국) · '11년 일본 진출, '13년 상해 1호점 오픈

LG생활건강	7,070억원 (13년) *단, 차약 등 생활용품 일부 포함	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 드봉화장품으로 미국, 싱가포르 등에 최초 진출, 이후 중국, 베트남, 대만, 일본, 중동 등 진출. · '10년 더페이스샵 인수 후 해외진출 활성화 ▶ 더페이스샵 · '04년 대만, 싱가포르, 인도네시아 등 해외시장 진출 · '06년 해외 100호점, '08년 해외 200호점, '09년 20여개국 250여개 매장 운영(중국, 말레이시아, 요르단, 미국, 일본 등) · '13년 해외매출액 1,284억원
에이블씨앤씨 (미샤)	567억원 (13년)	<ul style="list-style-type: none"> · '05년 뉴욕 단독 브랜드숍 개점, MISSHA JAPAN 온라인몰 오픈 · '06년 중국 진출, 대련 1호점 오픈, 일본 현지 법인 설립, 유럽 진출, 슬리마 1호점 오픈, 중국 현지 법인 설립, 중동 첫 매장 오픈 · '08년 일본 '돈키호테' 9개점 입점, 일본 드럭스토어 '마츠모토키오시' 60개점 입점, 북경 롯데백화점 입점, 중동 두바이몰 입점 · '09년 루마니아 진출, 사우디아라비아 진출, 일본공항 면세점 입점 · '10년 베네수엘라 1호점 오픈, 뉴질랜드 1호점 오픈, 파라과이 1호점 오픈, 중국 360개 매장 오픈, '11년 러시아, 멕시코 진출 · '12년 미얀마, 브루나이, 러시아, 멕시코 1호점 진출, 2천만불 수출의 탑 수상 · '13년 체코 프라하 1,2호점 진출, 몽골 1, 2호점 동시 진출, 캐나다 1호점 오픈, '14년 싱가포르 9, 10호점 동시 오픈
토니모리	300억원 (12년)	<ul style="list-style-type: none"> · '08년 일본 F.Beauty사와 기술제휴 계약체결, 베트남, 미얀마 수출 계약체결 · '09년 대만, 홍콩, 중국 수출계약 체결, 일본, 대만, 홍콩, 중국, 베트남, 미얀마 현지 매장 오픈 및 유명 백화점 입점 · '10년 싱가포르, 말레이시아, 호주 수출 계약 완료 · '12년 태국 1호점 오픈, 홍콩 침사추이에 8호점 오픈 · '13년 베트남 10호점 오픈, 러시아 단독 매장 2개 오픈, 인도네시아 10호점 오픈, 일본 '엠즈'사와 브랜드숍 총판 계약 체결, 중국 상해 유통전문업체인 SUIT와 중국 총판계약 체결 · '14년 일본에 단독매장 3개 오픈, 라오스 1호점 오픈
네이처 리퍼블릭	100억원 (12년)	<ul style="list-style-type: none"> · '09년 대만, 태국 1호점 오픈, '10년 말레이시아 1호점 오픈 · '11년 캄보디아, 일본, 필리핀 1호점 오픈 · '12년 몽골, 인도네시아, 마카오 1호점 오픈, 미국 1호점 하와이 플라그시 매장 오픈, 미국 2호점 뉴저지 오픈 · '13년 베트남 1, 2호점 동시 오픈(호치민, 하노이), 미국 3호점 플러싱 오픈, 미얀마 양곤 1호점 오픈, 캄보디아 6, 7호점 오픈, 미국 4~7호점 오픈, '14년 홍콩 1호점 오픈
코스맥스	822억원 이상 (13년, 중국)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ ODM/OEM 전문 · '04년 코스맥스(상해) 유한공사 계열회사 설립 · '10년 중국 광저우코스맥스 유한공사 설립, 코스맥스차이나 (상해) 부자재 참고 완공, 수출 이천만불 탑 수상 · '11년 코스맥스차이나 생산설비 증축(1억개), 광저우 신공장 신축 공장 개시 · '12년 코스맥스인도네시아 법인 설립 · '13년 코스맥스인도네시아 공장 가동, 광저우코스맥스 공장 가동, 코스맥스 USA 설립, 중국 평타그룹과 MOU 체결, 미국 에 위치한 로레알 공장 인수 계약 체결, 말레이시아 아칸사와 MOU 체결
코리아나 화장품	50억원 (13년)	<ul style="list-style-type: none"> · '04년 코리아나 천진 유한공사 설립 · '07년 미플 중국 1호점 오픈 (대련) · '12년 중국 천진법인 ODM사업 출범 · '13년 상하이리바이지사와 4,000만달러 수출계약 체결, 중국 베이징시얼메이사와 2,700만달러 추가 수출계약 체결, '제니스웰' 홍콩 1호점 오픈

최근 정책동향 및 발전방향

화장품 산업은 고용·부가가치 창출효과가 크고, 경기에 대한 민감도가 낮아 국가 기간산업으로 육성이 용이하며 최근 우리기업의 국제경쟁력 상승, 한류, 국내의 높은 바이오·IT 기술력 등을 감안 시, 적절한 정책지원으로 세계시장 선도 및 융·복합을 통한 창조경제 달성에 기여할 가장 적합한 산업으로 각광받고 있다.

그러나 현재 한국 화장품 산업은 취약한 산업 생태계, 해외 시장에서 낮은 국내 브랜드 인지도, 대외 환경 변화에 따른 불확실성 고조, 소비자의 요구 증대에 따른 안전 관리 강화, 수출 저해 국내외 규제 요인 등 극복해야 할 과제들이 있다. 이에 정부는 화장품 수출 "명품 브랜드" 창출을 위한 화장품산업 글로벌화 강화전략을 발표하고('13년 9월) 2020년까지 화장품 산업 G7국가로의 도약을 목표로 다양한 정책을 수립하고 있다.

중장기 발전계획의 주요내용을 보면 2020년까지 생산 15조, 수출 60억 달러, 수출비중 40%를 달성하여 화장품산업 세계 7대 강국으로 도약하는 비전을 수립하고, 이를 달성하기 위해 4대 중점 추진과제, 14개 세부과제를 선정했다. 4대 중점 추진과제는 ①글로벌 제품 및 창조기술 개발 ②산업육성 인프라 확충 ③해외시장 진출 활성화 ④규제 제도 선진화로 각 과제별 내용은 다음과 같다.



- ① (글로벌 제품 및 창조기술 개발) R&D 투자 비율을 생산규모 대비 4%로 확대 유도하고, 정부 R&D 투자의 점진적인 확대를 통해 기술수준을 선진국 대비 '18년까지 90%로 격상하여 글로벌 Top 브랜드 제품 개발 지원
- ② (산업육성 인프라 확충) 맞춤형 수출 전문인력 양성을 통한 글로벌 경쟁력을 제고하고, GMP 시설 및 원료 안전성·규제 정보 시스템 구축 지원
- ③ (해외시장 진출 활성화) 니치 마켓(Niche Market)을 겨냥한 해외 수출 마케팅 지원 강화, 수출산업화 지원을 위한 글로벌 협력과 다양한 해외 정보를 수집, 산업계 제공
- ④ (규제 제도 선진화) 화장품 유형의 국제 조화 및 제도의 합리화로 수출 활성화 지원

<표 7> 세계 주요 화장품 기업별 매출액 현황

비전	2020년까지 화장품 산업 G7국가로의 도약		
목표	2020년, 수출 60억달러, 수출비중 40% 달성		
	'10년	'15년	'20년
	<ul style="list-style-type: none"> - 생산액 : 6조 - 수출액 : 8억달러 - 수출비중 : 14% - 세계100대 기업 : 3개 	<ul style="list-style-type: none"> - 생산액 : 9조 - 수출액 : 20억달러 - 수출비중 : 21% - 세계100대 기업 : 5개 	<ul style="list-style-type: none"> - 생산액 : 15조 - 수출액 : 60억달러 - 수출비중 : 40% - 세계100대 기업 : 10개
추진 전략	<ol style="list-style-type: none"> <li style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px;">1 글로벌 제품 및 창조기술 개발 <ul style="list-style-type: none"> • R&D 투자 확대 및 효율화 • 선진국 대비 90% 기술 수준 확보 • 세계시장 선도형 글로벌 TOP 브랜드 개발 <li style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px;">2 산업육성 인프라 확충 <ul style="list-style-type: none"> • 맞춤형 수출 전문인력 양성 • GMP 시설 구축 지원 • 원료 안전성·규제 정보 시스템 구축·대외환경 변화 대응체계 구축 <li style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px;">3 해외시장 진출 활성화 <ul style="list-style-type: none"> • 수출 마케팅 지원 강화 • 글로벌 협력·해외 정보 수집 강화 <li style="background-color: #0070c0; color: white; padding: 2px;">4 규제 제도 선진화 <ul style="list-style-type: none"> • 화장품 유형의 확대 • 광고·표시제도 개선 • 기능성화장품 제도 개선 • 수출 제품 예외 규정 확대 • 제조판매관리자 자격기준 합리적 조정 		

화장품 산업 G7국가로의 도약을 목표로한 다양한 정책 수립은 소득 및 고용을 창출하고 선진 문화국가로의 국가가치 상승, 미래 창조경제 실현에 기여할 것으로 기대된다. 더불어 정부는 국가 이미지 개선, 한국문화 상품 육성에 대한 전략적 지원을 하고 기업은 상품개발 역량확대, 문화 마케팅 활성화, 현지 사회 공헌 활동 등으로 브랜드 인지도를 높이고, 소비자들은 규모 있는 소비를 통하여 우리 화장품산업의 자생력을 키운다면 화장품산업은 국가경제의 큰 축으로 자리매김하여 국가경쟁력을 높일 것이다.