

청결한 세상

2019

화장품산업 분석보고서

Korea Health Industry Development Institute



KhIDI 한국보건산업진흥원
Korea Health Industry Development Institute



2019년 화장품산업 분석 보고서

2019 . 11

제 출 문

본 보고서는 한국보건산업진흥원 2019년 자체사업인 『고부가가치 보건의료 미래형 신산업 통계 개발』 사업의 최종보고서입니다.

2019. 11

한국보건산업진흥원
원장 권 덕 철

- 주관연구기관명 : 한국보건산업진흥원
- 주관연구책임자 : 신 유 원 (미래산업기획단 산업통계팀)
- 연 구 자 : 신 민 선 (미래산업기획단 산업통계팀)

차 례

제1장 연구 개요 / 1

- 1. 국내 산업 환경 1
- 2. 2019년 국내외 산업 트렌드 2
- 3. 주요 산업 정책 및 제도 개선 변화 6

제2장 세계 화장품산업 동향 분석 / 20

- 1. 분석방법 20
- 2. 세계 시장 동향 24
- 3. 유형별 시장 동향 28
- 4. 국가별 시장 동향 30
- 5. 주요 기업 동향 38

제3장 국내 화장품산업 동향 분석 / 41

- 1. 일반 현황 41
- 2. 생산 현황 43
- 3. 수출입 현황 57

● 참고문헌 / 62

표차례

| | | |
|--------|----------------------------------|----|
| 표 1-1 | 국내 총생산액 대비 화장품산업 총생산 비중 | 1 |
| 표 1-2 | 주요 화장품산업 정책 및 제도 개선 변화 | 6 |
| 표 2-1 | 화장품 유형 분류 | 21 |
| 표 2-2 | 지역별 화장품 시장규모 | 25 |
| 표 2-3 | 주요국의 화장품 시장규모 | 27 |
| 표 2-4 | 유형별 화장품 시장규모 | 29 |
| 표 2-5 | 미국의 화장품 유형별 시장규모 | 31 |
| 표 2-6 | 미중국의 유형별 화장품 시장규모 | 33 |
| 표 2-7 | 일본의 유형별 화장품 시장규모 | 35 |
| 표 2-8 | 프랑스의 유형별 화장품 시장규모 | 37 |
| 표 2-9 | 2018년 매출액 기준 세계 100대 화장품 기업 현황 | 39 |
| 표 2-10 | 국가별 화장품 100대 기업 보유 및 매출 현황(2018) | 40 |
| 표 3-1 | 국내 화장품 시장규모 | 42 |
| 표 3-2 | 화장품 제조업소 및 판매업소 수 현황 | 42 |
| 표 3-3 | 화장품 유형별 생산실적 추이 | 44 |
| 표 3-4 | 기초 화장용 제품류 연도별 생산추이 | 45 |
| 표 3-5 | 두발용 제품류 연도별 생산추이 | 46 |
| 표 3-6 | 색조 화장용(구 메이크업) 제품류 연도별 생산추이 | 47 |
| 표 3-7 | 인체 세정용 제품류 연도별 생산추이 | 48 |
| 표 3-8 | 눈 화장용 제품류 연도별 생산추이 | 49 |
| 표 3-9 | 면도용 제품류 연도별 생산추이 | 50 |
| 표 3-10 | 영·유아용(구 어린이용) 제품류 연도별 생산추이 | 51 |
| 표 3-11 | 손발톱용(구 매니큐어용) 제품류 연도별 생산추이 | 52 |
| 표 3-12 | 방향용 제품류 연도별 생산추이 | 53 |
| 표 3-13 | 두발 염색용(구 염모용) 제품류 연도별 생산추이 | 54 |
| 표 3-14 | 목욕용 제품류 연도별 생산추이 | 55 |
| 표 3-15 | 체취 방지용 제품류 연도별 생산추이 | 55 |
| 표 3-16 | 체모 제거용 제품류 연도별 생산추이 | 56 |
| 표 3-17 | 연도별 화장품 수출입 실적 | 57 |
| 표 3-18 | 화장품 주요 수출국 현황 | 59 |
| 표 3-19 | 화장품 주요 수입국 현황 | 60 |

그림차례

| | | |
|--------|--------------------------------|----|
| 그림 1-1 | 화장품 생산액 전년대비 증가율 | 2 |
| 그림 2-1 | 세계 화장품 시장규모 및 증가율 | 24 |
| 그림 2-2 | 지역별 화장품 시장규모 | 25 |
| 그림 2-3 | 2017년 지역별 화장품 시장규모 | 26 |
| 그림 2-4 | 상위 화장품 유형의 지역별 비중(2017년) | 28 |
| 그림 2-5 | 미국 화장품 유형별 연평균 증가율 | 30 |
| 그림 2-6 | 중국 화장품 유형별 연평균 증가율 | 32 |
| 그림 2-7 | 일본 화장품 유형별 연평균 증가율 | 34 |
| 그림 2-8 | 프랑스 화장품 유형별 연평균 증가율 | 36 |
| 그림 3-1 | 생산실적 상위 화장품 유형별 비중 추이 | 43 |
| 그림 3-2 | 연도별 화장품 국내 자급도 | 58 |

제1장 연구 개요

1. 국내 산업 환경

2018년 국내 화장품산업 총생산규모는 15조 5,028억 원으로 전년대비 14.7% 증가했으며, 이는 국내 GDP 증가율(3.0%) 및 제조업 GDP 증가율(1.7%)보다 상당히 높은 수준이다. 국내 화장품산업 총 생산은 국내 GDP 대비 0.87%, 제조업 GDP 대비 3.19%이며, 그 비중이 전년대비 각각 0.09%p, 0.36%p 증가했다.

표 1-1 국내 총생산액 대비 화장품산업 총생산 비중

(단위: 억 원, %)

| 구분 | | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 |
|--------------|------------|------------|------------|------------|------------|------------|
| 국내총생산(GDP) | | 14,860,793 | 15,641,239 | 16,417,860 | 17,303,985 | 17,822,689 |
| 제조업 총생산 | | 4,085,102 | 4,236,517 | 4,397,003 | 4,771,121 | 4,852,812 |
| 화장품산업 총생산 | | 89,704 | 107,329 | 130,513 | 135,155 | 155,028 |
| 화장품 산업 비중 | 국내총생산 대비 | 0.60 | 0.69 | 0.79 | 0.78 | 0.87 |
| | 제조업 총생산 대비 | 2.20 | 2.53 | 2.97 | 2.83 | 3.19 |

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)

2 | 2019년 화장품산업 분석 보고서

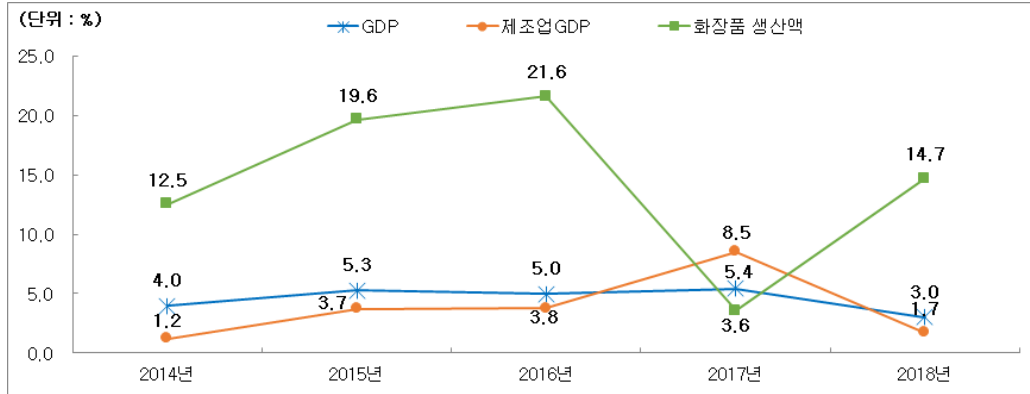


그림 1-1 화장품 생산액 전년대비 증가율

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

2. 2019년 국내외 산업 트렌드

2.1 맞춤형화장품¹⁾ 도입 본격화

식품의약품안전처는 지난 3월 화장품법 일부개정안을 시행하면서 2020년부터 맞춤형화장품 제도를 실시한다고 밝혔다.

이에 따라 2020년 3월부터 화장품을 덜어 팔거나 섞어 팔 수 있는 맞춤형 화장품 판매업이 본격적으로 도입된다. 개인의 피부타입·특성 등에 맞는 다양한 형태의 맞춤형 화장품으로 소비자의 니즈를 충족할 수 있을 것으로 내다봤다.

식약처는 지난 8월 맞춤형화장품 판매업에 대한 세부 운영방안 등을 주요 내용으로 하는 화장품법 개정안을 입법예고하였으며 앞으로 원료의 품질 관리와 안전성 강화를 위한 가이드라인을 세운다는 계획이다.

또한 맞춤형화장품 도입으로 새로운 일자리 창출 등 국내 화장품산업의 긍정적인

1) 맞춤형화장품이란 소비자 요구에 따라 화장품의 내용물과 원료를 혼합하여 제공하거나 내용물을 소분하여 제공하는 화장품

역할을 견인 할 것으로 기대한다고 밝혔다.

2.2 화장품 유통채널 트렌드 변화

2000년대 초반 국내 화장품 유통 전성기였던 원브랜드숍은 동시다발적인 유통 환경과 소비패턴의 변화에 따라 최근 점포수가 급격히 줄어들고 있다. 최대 경쟁자인 헬스앤뷰티(H&B)스토어 시장 잠식이 가장 큰 요인으로 관측된다. 올리브영, 띠라블라, 시코르, 룩스 등 대기업이 주도하는 H&B 스토어들은 꾸준히 성장하고 있으며 이와 비슷한 오프라인 멀티화 추세가 지속되고 있다. 현재 H&B스토어 3사 매장 총 수는 1512개로 2017년(1356개), 2018년(1490개)에 이어 3년 연속 성장하고 있다.

온라인에서도 유통시장의 변화가 일어나고 있다. 온라인으로 구매할 수 있는 화장품 브랜드가 많아진 것도 로드숍의 성장세가 꺾인 주요 원인 중 하나다. 특히 국내 화장품 업계는 소셜네트워크서비스(SNS)를 사업의 핵심도구로 활용하고 있다. 단순히 제품 홍보 차원에서 끝나는 것이 아니라 제품의 개발 단계부터 판매까지 SNS 중심으로 운영해 실제 매출과 고객 유입률에도 긍정적 효과를 보고 있다.

하지만 원브랜드숍의 전성시대를 보냈듯이 H&B스토어나 온라인 시장 역시 계속 호황 일 수만은 없다. 최근 글로벌 화장품 편집매장인 세포라가 한국에 상륙하면서 H&B스토어 간 경쟁이 더욱 치열해질 전망이다. 화장품 업계에서는 유통채널에 대한 다각화 모색과 함께 소비자 트렌드에 빠르게 대응할 수 있는 전략을 마련해야 할 때이다.

2.3 OEM·ODM²⁾업체 지속 성장

최근 글로벌 무역환경 불확실성 등 대외 여건 악화로 화장품산업도 침체된 분위기인 가운데 국내 화장품 OEM·ODM업체가 비교적 선전한 것으로 나타났다.

2) ODM(Original Design Manufacturing): 제조자가 제품 개발·품질을 책임지고 납품

OEM(Original Equipment Manufacturing): 주문자가 제품 개발·품질을 책임지고 제조기업은 단순히 요구사항에 맞는 제품을 생산하여 납품

2018년 국내 상장 화장품 기업 34개소의 경영성과 분석 결과, 전체 매출액은 전년 대비 8.4% 증가한 13.2조 원으로 나타났으나, 영업이익(1.5조 원)이 전년대비 4.8% 감소하면서 수익성이 다소 하락했다.

반면, 국내 대표 OEM/ODM업체인 한국콜마, 코스맥스社의 매출액(개별기준)은 각각 8,917억 원(전년대비 +30.8%), 6,794억 원(전년대비 +28.6%)으로 유일하게 두 자릿수 성장률을 보이면서 전체 상장 화장품 업계의 성장을 견인한 것으로 나타났다. 특히 한국콜마는 LG생활건강, 아모레퍼시픽과 함께 매출 100대 제조업 기업에 포함됐다.

최근 화장품의 판매채널이 다양해짐에 따라 중소 화장품 업체의 시장진출이 용이해졌으나 대부분은 자체 생산시설을 갖추고 있지 않아 국내 OEM·ODM 업체에 위탁 생산을 하고 있다. 이처럼 화장품산업에서의 유통채널의 변화와 브랜드 다양화로 위탁생산업체의 필요성은 점점 늘어날 전망이다.

2.4 글로벌 착한가치·착한소비 시대

글로벌 화장품산업에서 피부와 환경 모두를 생각하는 착한가치·착한소비가 부상하고 있다. 제품에 들어가는 성분부터 브랜드가 추구하는 가치가 올바른지를 따지는 소비자들이 늘고 있기 때문이다.

특히 동물 실험을 하지 않는 비건 뷰티 제품들이 뜨고 있다. 비건 화장품이란 동물 실험을 하지 않고 동물에서 채취한 성분을 사용하지 않은 제품을 의미한다. 글로벌 비건 화장품 시장은 연평균 8%씩 성장해 지난해 33억 달러에서 2025년에는 208억 달러 규모에 이를 것으로 전망된다.

그 밖에도 제품의 용기를 플라스틱이 아닌 친환경 소재로 개발하거나 공병을 모아 재활용하는 브랜드들도 늘고 있다. 한번 쓰고 버리는 화장품 용기와 포장재에 대한 문제를 인식하고 이를 줄이기 위해 노력하고 있다.

하지만 국내에서는 친환경 성분을 사용하거나 친환경 소재로 제품을 만드는 일은 추가적인 비용이 소요되는 만큼 기본 단가를 낮추기 위해서는 많은 브랜드들의 ‘착한

경영'에 동참이 필요할 것으로 보인다.

또한 정부 차원에서도 화장품 포장재의 효율성 개선을 위한 보완 방안을 강구하여야 할 것으로 판단된다.

2.5 할랄화장품 시장 부상

세계 무역환경 변화에 따른 불확실성으로 최근 화장품산업에서는 새로운 시장에 대한 열망으로 '할랄' 시장이 부상하기 시작했다. '할랄'은 이슬람 국가에 거주하고 있는 무슬림의 소비재의 대상 제품을 표현하는 단어로 '허용되는 것'을 뜻한다.

최근 한류 열풍과 함께 이슬람권에서는 한국 화장품에 대한 관심이 상당히 높다. 2018년 對인도네시아 화장품 수출은 5천만 달러로 금액적으로는 미미하나 전년대비 110.9% 크게 상승하였으며, 對말레이시아(9천만 달러, +30.6%) 수출 또한 매년 큰 성장률을 보이고 있다.

이러한 수출 호황 가운데 국내 화장품 기업들의 할랄인증을 통해(강력한 율법을 지키는 이슬람 문화권에서 식품이나 화장품 사업을 하려면 할랄 인증이 반드시 필요하다) 화장품 시장에 적극 진출하고 있는 것 또한 고무적이다.

현재 무슬림 인구는 약 20억 명 수준이며, 할랄 시장규모도 2조 달러로 전망하고 있다. 무슬림 인구증가율과 경제성장률을 고려해보았을 때 앞으로의 할랄 시장은 향후 밝을 것으로 기대하고 있으며, 국내 화장품산업계는 할랄화장품을 적극 수출하는 등 다변화의 길을 모색해야할 것으로 보인다.

3. 주요 산업 정책 및 제도 개선 변화

표 1-2 주요 화장품산업 정책 및 제도 개선 변화

| 일자 | 구분 | 주요 개정 내용 |
|---|-------------------------------------|--|
| 2008.02.19, 개정고시 | 화장품원료지정에 관한 규정 개정고시 | <ul style="list-style-type: none"> • 화장품 안전성에 우려가 있는 성분을 화장품에 배합금지하거나 배합한도를 제한하기 위해 '화장품 원료지정에 관한 규정' 개정 |
| 2008.03.03, 개정공포 | 화장품법 시행규칙 일부개정 | <ul style="list-style-type: none"> • 용기 등의 기재사항 표시 생략에 대한 규정(2008.09.11.) 기준 명확화 |
| 2008.04.03, 개정고시 | 기능성 화장품 심사 및 전 성분 표시 제도에 관한 일부개정 고시 | <ul style="list-style-type: none"> • 화장품 전 성분 표시제 시행(2008.10.18.)에 따른 일부 화장품 성분의 명칭을 정비 <ul style="list-style-type: none"> - 기능성 화장품 기준 및 시험 방법, 기능성 화장품 등의 심사에 관한 규정, 사용기한 표시대상 화장품 지정, 자외선차단 효과 측정 방법 및 기준 지정, 화장품 원료 지정에 관한 규정 |
| 2008.08.25, 개정고시 | 기능성 화장품 등의 심사에 관한 규정 일부개정 고시 | <ul style="list-style-type: none"> • 기능성 화장품 심사 규정의 효율화 <ul style="list-style-type: none"> - 안전성·유효성이 확보된 기능성 화장품을 심사 할 때 주성분 및 배합한도 지정원료의 명칭, 규격 등만을 작성·제출토록 함 |
| 2008.09.11, 개정공포 | 화장품법 시행규칙 일부개정 | <ul style="list-style-type: none"> • 기능성 화장품에 대한 품목별 심사의 일부 면제 |
| | | <ul style="list-style-type: none"> • 화장품 제조에 사용된 일정한 성분의 기재·표시 생략 <ul style="list-style-type: none"> - 제조과정 중에 제거되어 최종 제품에는 남아 있지 않은 성분, 원료 자체에 들어 있는 부수 성분으로 그 효과를 나타내게 하는 양보다 적은 양이 들어 있는 성분, 내용량이 50밀리리터 이하 또는 50그램 이하인 제품의 용기 또는 포장에는 타르색소, 금박, 과일산 등 일정한 성분을 제외한 성분으로 정함 |
| 2008.12.08, 개정공포 ↓ 2009.01.02, 시행 | 화장품법 시행규칙 일부개정 | <ul style="list-style-type: none"> • 병행 수입자의 제조국 제조 및 판매 증명서 비치 의무 완화 <ul style="list-style-type: none"> - 화장품을 병행으로 수입하고자 하는 자는 기존에 수입한 화장품과 동일함을 확인받고 규격기준에 관한 검사를 받아 시험성적서를 비치하면 '제조국의 제조 및 판매증명서' 비치를 생략 가능 • 가중처분 기간 단축 <ul style="list-style-type: none"> - 법령을 반복적으로 위반하는 경우 가중 처분되는 기준 기간을 현행 2년에서 1년으로 단축 |

| 일자 | 구분 | 주요 개정 내용 |
|-------------|---------------------------------------|---|
| 2009.03.10. | 화장품 기준 및 시험 방법 (제2009-8호) | <ul style="list-style-type: none"> • 유형 및 용어 변경 <ul style="list-style-type: none"> - 2008년 9월 11일에 '화장품법 시행규칙'의 개정에 따라 화장품 유형이 변경됨에 따라 유형 및 용어 변경 |
| 2009.07.10. | 화장품 원료 지정에 관한 규정 (제2009-52호) | <ul style="list-style-type: none"> • 탭크 기준안 마련 <ul style="list-style-type: none"> - 탭크를 원료로 사용하는 베이비파우더에서 석면이 검출됨에 따라 '대한약전' '탭크' 항 중 석면기준에 적합하지 않은 '탭크' 추가 |
| 2009.08.24. | 우수 화장품 제조 및 품질관리기준 제정안 (제2009-70호) | <ul style="list-style-type: none"> • 우수화장품 제조 및 품질관리기준 제정고시 <ul style="list-style-type: none"> - 품질이 우수한 화장품을 제조·공급하기 위해 화장품 제조업자가 이행토록 권장하는 화장품 제조소의 구조·설비 기준과 화장품의 제조·공정관리, 위생 및 품질관리 등에 관한 사항을 제정 |
| 2009.10.07. | 화장품 기준 및 시험 방법 (제2009-158호) | <ul style="list-style-type: none"> • 납, 비소의 기준 설정 <ul style="list-style-type: none"> - 황토팩의 중금속 함유 여부 등 안전성 문제가 대두되어 점토 원료를 사용한 제품에 대해 납, 비소의 기준을 설정하는 것으로 개정 |
| 2009.11.05. | 기능성 화장품 기준 및 시험방법 (제2009-165호) | <ul style="list-style-type: none"> • 기능성 화장품(미백)의 성분 및 제형의 기준, 시험방법 신설 <ul style="list-style-type: none"> - 피부 미백에 도움을 주는 기능성 화장품 중 24개 성분에 대해서 성분 및 제형의 기준 및 시험방법을 신설하여 기능성 화장품 심사의뢰 시 제출해야하는 서류 면제 - 알부틴 제품에 대해 히드로퀴논의 시험항목을 추가하여 안전성을 강화하였으며, 기준 및 시험 방법에 대해서 색조화장품까지 확대 |
| 2009.11.06. | 기능성화장품 등의 심사에 관한 규정 (제2009-166호) | <ul style="list-style-type: none"> • 안전성 및 유효성의 자료 제출이 생략 가능한 기능성 화장품의 종류를 추가로 신설 <ul style="list-style-type: none"> - 자외선 차단 성분인 '디에틸아니노하이드록시벤조일헥실벤조에이트'와 피부 미백에 도움을 주는 성분인 '나이아신아마이드', '알파-비사보롤' 및 '아스코빌테트라소팔미테이트' 등을 추가 |
| 2009.12.30. | 유기농 화장품 표시·광고 가이드라인 | <ul style="list-style-type: none"> • 유기농 화장품 기준안 마련 <ul style="list-style-type: none"> - 유기농 화장품은 95% 이상이 합성원료를 제외한 성분으로 구성되어야 하며, 전체 구성성분에서 10% 이상이 유기농 원료로 구성되어야 함 - 제품명에 유기농을 표시하고자 하면 유기농원료가 물과 소금을 제외한 전체 구성성분 중 95% 이상 포함되어 있어야 함 |
| 2010.03.12. | 화장품 원료지정에 관한 규정 일부개정 (제2010-13호) | <ul style="list-style-type: none"> • '우레아'의 배합한도 조정 및 '에탄올·붕사·라우릴황산나트륨(4:1:1)혼합물'의 배합한도 신설 |

| 일자 | 구분 | 주요 개정 내용 |
|-------------|------------------------------------|---|
| 2010.04.30. | 화장품 원료지정에 관한 규정 일부개정 (제2010-24호) | <ul style="list-style-type: none"> • 비의도적 생성 유해물질에 대한 검출 한도 설정 <ul style="list-style-type: none"> - 제조과정 중 또는 유통 중 유해물질이 생성되는 경우가 있어 이들 성분에 대한 안전기준 내에서 검출한도를 설정할 필요성이 제기되었음 - 디옥산, 포름알데히드 및 p-포름알데히드, 프탈레이트류의 비의도적 생성으로 인한 검출한도 기준을 마련함 • 카본블랙의 사용기준 마련 <ul style="list-style-type: none"> - 카본블랙의 사용기준을 마련하고 이에 적합하면 화장품 원료로 사용할 수 있도록 함 |
| 2010.06.03. | 화장품 원료지정에 관한 규정 일부개정 (제2010-38호) | <ul style="list-style-type: none"> • 화장품 원료로 안전성이 확보되지 않은 물질을 배합금지원료로 설정 <ul style="list-style-type: none"> - 화장품 원료기준 및 사용 가능한 원료에서 페놀 및 디히드로아비에틸알코올을 삭제함 - 화장품 배합한도가 지정되어 있는 원료에 페루발삼(Myroxylon pereirae의 수지) 추출물(extracts), 증류물(distillates)을 추가함 - 화장품의 배합금지원료에 벤조(a)피렌 등 58개 성분군을 추가함 |
| 2010.10.26. | 사용기한 표시 대상 화장품 지정 일부개정 (제2010-73호) | <ul style="list-style-type: none"> • 제명을 '화장품 사용기한 및 사용상의 주의사항 표시에 관한 규정'으로 개정 • 화장품 안전정보 관련 사용상의 주의사항 기재·표시대상 및 내용 설정 <ul style="list-style-type: none"> - 최근 화장품 관련 위해정보 등이 급증하여 소비자의 불안감이 가중됨에 따라 소비자에게 안전 정보를 제공할 필요가 있음 - 포름알데히드 등 12개 성분 함유 제품에 대하여 사용상의 주의사항을 마련함 - 화장품의 안전 정보와 관련한 사용상의 주의사항을 화장품 용기 또는 포장에 기재하도록하여 소비자의 경각심을 제고하고 위해 발생을 차단함 |
| 2010.12.31. | 화장품 원료지정에 관한 규정 일부개정 (제2010-99호) | <ul style="list-style-type: none"> • 화장품 원료로 안전성이 확보되지 않은 물질을 배합한도 지정 및 배합금지 원료로 신설·변경 <ul style="list-style-type: none"> - 화장품에 사용할 수 없는 원료로 안전성이 확보되지 않은 '석면, 인체 세포·조직 및 그 배양액' 등 463개 성분군을 배합금지 원료로 추가 - '암모니아' 등 51개 성분군을 배합한도 원료로 지정 • 인체 세포·조직 배양액 안전기준 마련 |

| 일자 | 구분 | 주요 개정 내용 |
|-------------|--|--|
| 2011.03.08. | 화장품 안전성 정보관리 규정 (제2011-10호) | <ul style="list-style-type: none"> •화장품 제조업자 등의 안전성 정보 보고절차 마련 •화장품 안전성 정보 검토·평가 방법 및 후속조치 설정 |
| 2011.03.24. | 우수화장품 제조 및 품질관리 기준 (제2011-14호) | <ul style="list-style-type: none"> •품질보증 책임자가 품질에 관련된 문서와 절차의 검토·승인, 적합 제품의 출고 승인 등을 수행하도록 책임을 구체화 •직원 위생관리를 위한 기준 및 절차 마련 및 작업소 시설기준 구체화 •기준서 등에 기록·작성해야 할 기본사항 명시 •우수화장품 제조 및 품질관리기준 적합판정을 받은 제조업소에 위탁제조하도록 권장함 |
| 2011.04.21. | 화장품 타르색소 종류와 기준 및 시험방법 제정고시 (제2011-18호) | <ul style="list-style-type: none"> •타르색소 종류를 사용부위별 세분화, 안정성이 우려되는 일부 타르색소 삭제, 일부 타르색소의 사용부위별 배합한도 정함 •화장품의 타르색소 기준 및 시험방법을 정함 |
| 2012.07.04. | 화장품 사용기한 및 사용상의 주의사항 표시에 관한 규정 일부 개정고시 (제2012-43호) | <ul style="list-style-type: none"> •제명을 화장품 사용 시의 주의사항 표시에 관한 규정으로 개정 •사용기한 기재·표시 관련 내용 삭제 <ul style="list-style-type: none"> - 사용기한 또는 개봉 후 사용기간 표기가 의무화, 안정성 시험대상 및 시험자료 보존에 관련된 사항은 「화장품법 시행규칙」(보건복지부령 제110호, 2012.2.24.)에 이미 반영됨 |
| 2012.07.04. | 화장품 안전성 정보 관리 규정 일부 개정고시 (제2012-44호) | <ul style="list-style-type: none"> •화장품법과 시행규칙 개정에 따른 관련 용어 정비 •안전성 정보 보고 방법을 개선, 보고 및 전파 주체 변경 •안전성 정보의 보고 및 신속보고 사항에 따른 서식 명확화 •유해사례 보고서 서식 선진화 및 현행화 |
| 2012.08.22. | 기능성 화장품 기준 및 시험방법 전부개정고시 (제2012-51호) | <ul style="list-style-type: none"> •시험 결과에 대한 최종 판정 기준 명시, 계량 단위 기호, 온도 및 pH 범위 지정 등 15개 조항을 신설 •피부의 미백·주름개선, 피부의 미백 및 주름개선에 도움을 주는 기능성화장품 등 세항목에 대한 개정 •기능성화장품 품질확보의 원활한 활용을 위한 일반 시험법 신설 (원료 51개 항목, 제제 7개 항목) |
| 2012.08.24. | 기능성 화장품 등의 심사에 관한 규정 일부개정 (제2012-59호) | <ul style="list-style-type: none"> •기능성 화장품 등의 심사에 관한 규정 (식품의약품안전청 고시 제2009-166호, 2009.11.5.) |
| 2012.08.24. | 자외선 차단효과 측정방법 및 기준 (제2012-88호) | <ul style="list-style-type: none"> •자외선 차단효과 측정방법 및 기준 (식품의약품안전청 고시 제2009-130호, 2009.8.24.) |

| 일자 | 구분 | 주요 개정 내용 |
|-------------|--|---|
| 2012.09.04. | 수입화장품 품질 검사 면제에 관한 규정 일부개정고시 (제2012-99호) | <ul style="list-style-type: none"> • 화장품법 전부개정에 따라 ‘수입자’를 ‘제조판매업자’로 용어 변경 • 수입화장품 품질검사 면제를 위한 제조판매업자 제출서류 요건 변경 • 수입자 영문 표기 ‘Importer’를 제조판매업자 영문 표기 ‘Marketing authorization holder’로 변경 |
| 2012.10.16. | 우수화장품 제조 및 품질관리기준 일부개정고시 (제2012-106호) | <ul style="list-style-type: none"> • 화장품법 전면개정에 따른 회수 개정사항 • 행정자료 제출 요건 감축 • 적합 평가 절차, 식품의약품안전청으로 일원화 |
| 2012.11.27. | 화장품 표시·광고 실증에 관한 규정 제정고시 (제2012-116호) | <ul style="list-style-type: none"> • 과학적이고 객관적인 표시·광고 실증방법을 제시함으로써 제조 판매업자·제조업자·판매자가 적정한 표시·광고를 할 수 있도록 유도 • 제조판매업자 등이 시험자료로 표시·광고 실증 시 이에 필요한 기본사항 규정 • 제조판매업자 등이 조사결과로 표시·광고 실증 시 합리적인 근거로 인정될 수 있는 자료 요건 규정 |
| 2012.11.27. | 화장품 심의위원회 규정 폐지 (예규 254호) | <ul style="list-style-type: none"> • 화장품법 전부개정에 따른 화장품심의위원회 규정 삭제로 「화장품 심의위원회 규정」(식품의약품안전청 예규 제197호, 2009. 8. 24.) 폐지 |
| 2013.01.16. | 화장품 원료지정에 관한 규정 전부개정고시 (제2013-2호) | <ul style="list-style-type: none"> • 제명을 “화장품 안전기준 등에 관한 규정”으로 함 • ‘화장품 원료기준’ 및 ‘화장품 제조(수입)에 사용가능한 원료’를 삭제하고, ‘화장품에 사용할 수 없는 원료’를 규정함 • 화장품에 사용상의 제한이 필요한 원료 및 그 사용기준을 규정함 • 유통화장품의 안전관리 기준을 정함 |
| 2013.03.20. | 화장품의 타르색소 종류와 기준 및 시험방법 일부개정고시 (제2013-13호) | <ul style="list-style-type: none"> • 「화장품의 색소 종류와 기준 및 시험방법」으로 제명 변경 • 타르색소의 정의 이외에 화장품 색소의 정의를 추가 신설하고, 화장품 원료관리체계 변경사항을 반영 • 안나토 등 신규 색소 45종을 추가하고, 그 기준 및 시험방법을 신설함 • 화장품 색소의 컬러인덱스(Color Index)코드 추가 및 일반시험법 추가 신설함 |
| 2013.04.29. | 화장품 법령·제도 등 교육실시기관 지정 등에 관한 규정 일부개정고시 (제2013-180호) | <ul style="list-style-type: none"> • 화장품 교육실시기관을 (사)대한화장품협회 등 4개 기관으로 지정·고시하고자 함 <ul style="list-style-type: none"> - 제조교육시설 및 장비, 교육인력 및 교육과정 등이 「화장품 법령·제도 등 교육실시기관 지정 등에 관한 규정」에 적합한 화장품 교육실시기관을 지정·고시하고자 함 - 교육실시기관 지정기준에 적합한 기관을 지정·고시함으로써 |

| 일자 | 구분 | 주요 개정 내용 |
|-------------|--|---|
| | | 교육수요에 따른 원활한 운영이 가능하도록 하여 제조판매관리자 등 화장품 교육 의무화 제도의 안정적 정착을 기대할 수 있음 |
| 2013.06.26. | 기능성화장품 등의 심사에 관한 규정 일부개정고시 (제2013-190호) | <ul style="list-style-type: none"> • 「기능성화장품 심사에 관한 규정」으로 제명 변경 • 기능성화장품의 안전성·유효성 심사 면제 대상 조항 삭제 • 화장품의 신원료 심사조항 삭제 • 「자외선 차단효과 측정방법 및 기준」 추가 • 성상, 제조방법, 사용기간 및 저장방법 작성 삭제 |
| 2013.12.10. | 화장품 사용 시의 주의사항 표시에 관한 규정 일부개정고시 (제2013-243호) | <ul style="list-style-type: none"> • 재검토키한 도래에 따른 재검토키한 연장 <ul style="list-style-type: none"> - “2013년 10월 26일”을 “2016년 10월 26일”로 함 |
| 2013.12.31. | 기능성화장품 심사에 관한 규정 일부개정고시 (제2013-263호) | <ul style="list-style-type: none"> • 동물대체시험법 인정 명문화 • 중금속 및 내용량 시험항목 삭제 • 자외선 차단성분 2종 삭제 |
| 2014.03.21. | 화장품 안전성 정보관리 규정 일부 개정고시 (제2014-103호) | <ul style="list-style-type: none"> • 재검토키한 도래에 따른 재검토키한 연장(안 제 13조) <ul style="list-style-type: none"> - “2014년 3월 8일”을 “2017년 3월 8일”로 함 |
| 2014.03.21. | 우수화장품 제조 및 품질관리기준 일부개정고시 (제2014-104호) | <ul style="list-style-type: none"> • 재검토키한 도래에 따른 재검토키한 연장(안 제 33조) <ul style="list-style-type: none"> - “2014년 3월 24일”을 “2017년 3월 24일”로 함 |
| 2014.03.21. | 화장품의 색소 종류와 기준 및 시험 방법 일부개정고시 (제2014-105호) | <ul style="list-style-type: none"> • 재검토키한 도래에 따른 재검토키한 연장(안 제 6조) <ul style="list-style-type: none"> - “2014년 4월 21일”을 “2017년 4월 21일”로 함 • ‘황색산화철’의 ‘납’함 기준치 오기 정정 <ul style="list-style-type: none"> - 고시 개정 시 잘못 기재된 오류를 바로 잡아 화장품 원료기준(장원기, 제2000-11호)에 수재되었던 ‘황색산화철’의 규격과 동일하게 수정할 필요가 있음 - “25. 황색산화철”의 ‘납’함 기준치를 ‘4ppm 이하’에서 ‘40ppm 이하’로 정정 |
| 2014.05.30. | 「화장품 가격표시제 실시요령」 일부개정고시 (제2014-121호) | <ul style="list-style-type: none"> • 화장품 가격표시 방법 개선 <ul style="list-style-type: none"> - 화장품 가격표시는 개별상품에 스티커 등을 부착하도록 하고 있음 - 전자상거래 활성화, 화장품 유통경로 다양화 등을 고려하여 개 |

| 일자 | 구분 | 주요 개정 내용 |
|-------------|--|---|
| | | <p>별상품뿐만 아니라 판매의 업태나 취급제품의 종류, 내부 진열 상태 등에 따라 소비자가 가장 쉽게 알아볼 수 있는 방법으로 가격정보를 제공할 수 있도록 가격 표시방법을 합리적으로 개선함</p> <p>- 가격 표시방법을 합리적으로 개선함으로써 화장품 판매자 부담이 경감될 것으로 기대 됨</p> |
| 2014.05.30. | 화장품 안전기준 등에 관한 규정 일부개정고시 (제2014-118호) | <ul style="list-style-type: none"> • 일부 사용금지 제형의 용어를 명확화 • 검출허용한도가 설정되지 않은 '사용할 수 없는 원료'가 비의도적으로 검출된 경우 위해평가 근거 마련 • 유통화장품의 미생물한도시험법 개정 |
| 2014.09.05. | 화장품 생산·수입실적 및 원료목록 보고에 관한 규정 일부개정고시 (제2014-157호) | <ul style="list-style-type: none"> • 생산실적 등 보고서 제출 기한 연장(안 제2조제1항) <ul style="list-style-type: none"> - 화장품 제조판매업자는 지난해의 화장품 생산·수입실적 및 화장품의 제조과정에 사용된 원료의 목록을 매년 1월 말까지 제출하도록 하고 있음 - 보고자료의 양이 방대하나 보고서 제출 기한이 짧아 제조판매업자에게 부담으로 작용하고 있어 이를 개선하기 위하여 보고서 제출 기한을 매년 2월 말까지로 연장하고자 함 - 보고서 제출 기한 연장을 통해 제조판매업자의 부담을 경감하고, 작성된 자료의 검증 등을 통해 자료의 정확성을 높일 수 있을 것으로 기대됨 |
| 2014.12.23. | 화장품 안전기준 등에 관한 규정 일부개정고시 (제2014-199호) | <ul style="list-style-type: none"> • 페닐파라벤 및 클로로아세타미드에 대해 화장품 제조 등에 사용할 수 없도록 살균·보존제 성분 표에서 삭제 • 150g(ml)초과 제품에 대한 내용량 기준 변경 |
| 2014.12.24. | 유기농화장품의 기준에 관한 규정 제정고시 (제2014-200호) | <ul style="list-style-type: none"> • 이 고시에서 사용되는 용어를 정의함(안 제2조) <ul style="list-style-type: none"> - '유기농 원료', '식물 원료' 등 사용되는 용어를 정의함 • 유기농화장품의 기준을 정함(안 제3조부터 제8조까지) <ul style="list-style-type: none"> - '유기농화장품' 및 '사용되는 원료'의 종류, 제조공정, 작업장 및 제조설비, 포장, 보관 등의 기준을 정함 • 유기농화장품임을 입증하는 자료의 보존 기준을 정함 • 위 사항들을 통해 유기농화장품의 기준을 명확히 제시함으로써, 무분별한 유기농화장품의 범람을 막고, 소비자 입장에서는 이에 대한 기준을 확인하고 구매할 수 있는 등 국민 보건 향상과 양질의 유기농 화장품 공급에 이바지할 것으로 기대됨 |
| 2014.12.30. | 수입화장품 품질 검사 면제에 관한 | <ul style="list-style-type: none"> • 품질검사 면제 평가인정 취소 조항 삭제 - 「수입화장품 품질검사 면제에 관한 규정」(식약처 고시)에서 사 |

| 일자 | 구분 | 주요 개정 내용 |
|-------------|---|--|
| | 규정 일부개정고시 (제2014-205호) | <p>후관리 부적합인 경우 평가인정 취소 등에 대하여 정하고 있으나 피규제자의 권리와 관련된 취소 제도를 고시로 운영하는 것은 법령체계상 적절하지 않아 이를 정비할 필요가 있음</p> <ul style="list-style-type: none"> - 사후관리 결과 부적합인 경우 보완하도록 할 수 있도록 정하고 취소 조항은 삭제하도록 함 - 이를 통해 법령 체계 정비 및 행정 투명성 확보 |
| 2014.12.30. | 「우수화장품 제조 및 품질관리기준」 일부개정고시 (제2014-202호) | <ul style="list-style-type: none"> • 위해화장품 회수, 제조의 정의 등에 대해 개정 화장품법 반영 • 우수화장품 제조 및 품질관리기준 운영 및 평가방식 개선 • 우수화장품 제조 및 품질관리기준 인증마크 변경 |
| 2015.03.25. | 「기능성화장품 심사에 관한 규정」 일부개정고시 (제2015-14호) | <ul style="list-style-type: none"> • 기능성화장품 심사 시 인정되는 효력시험 자료의 범위 확대(안 제5조) • 미생물허용 시험항목 삭제 (안 별표 2) • 자외선 차단성분 1종 함량기준 변경 (안 별표 4) |
| 2015.03.25. | 「기능성화장품 기준 및 시험방법」 일부개정고시 (제2015-15호) | <ul style="list-style-type: none"> • 피부의 미백 및 주름개선에 도움을 주는 기능성화장품 중 다음 내용 신설 및 정량법 개선(안 별표 2, 3, 5) • 중금속, 메탄올 및 내용량 시험항목 삭제 (안 별표 2, 3, 5) • 자외선 차단성분 2종 삭제 (안 별표 4) • 재검토기한 도래에 따른 재검토기한 연장(안 제3조 신설) |
| 2015.07.10. | 화장품 안전기준 등에 관한 규정 일부개정고시 (제2015-43호) | <ul style="list-style-type: none"> • 메칠클로로이소치아졸리논과 메칠이소치아졸리논 혼합물 및 트리클로산에 대해 사용기준 변경 (안 별표 2) • ‘물휴지’에 대하여 ‘메탄올’, ‘포름알데히드’, ‘미생물한도’ 기준 신설(안 제5조) • ‘물휴지’의 기존 안전관리 기준 등을 반영하여 ‘화장품의 제조에 사용할 수 없는 원료’에 ‘자일렌’, ‘형광증백제’항 신설(안 별표 1) |
| 2015.09.03. | 「우수화장품 제조 및 품질관리기준」 일부개정고시 (제2015-58호) | <ul style="list-style-type: none"> • 현행 우수화장품 제조 및 품질관리기준(화장품GMP) 실시상황 평가신청에 따른 처리기간을 120일로 정하고 있으나, 화장품 GMP의 확산을 위하여 실시상황 평가신청에 따른 처리기간을 90일로 단축하려는 것임 |
| 2015.11.30. | 「수입화장품 품질검사 면제에 관한 규정」 일부개정고시 (제2015-88호) | <ul style="list-style-type: none"> • 수입화장품 품질검사 면제 인정취소에 대한 세부사항을 정하고, 수입화장품 제조업자 현지실사 신청서평가인정서의 생산제품 군 삭제 |
| 2015.12.14. | 화장품 생산수입실적 및 | <ul style="list-style-type: none"> • 화장품 생산·수입실적 및 원료보고에 관한 규정의 재검토기한 재설정 필요성 등을 검토한 결과, 동 고시는 화장품의 유통현황을 |

| 일자 | 구분 | 주요 개정 내용 |
|-------------|--|---|
| | 원료목록 보고에 관한 규정 일부개정고시 (제2015-92호) | 파악하고 위해 화장품 발생 시 제품 추적에 기초자료로 사용하는 등 국민 보건 상 위해 방지를 위해 지속 유지가 필요한 바, 재검토 기한을 연장하려는 것임 |
| 2015.12.29. | 화장품 안전기준 등에 관한 규정 일부개정고시 (제2015-110호) | <ul style="list-style-type: none"> • 사용금지 원료인 '자일렌'에 대해 잔류용매 기준 변경 • 화장품의 제조에 사용할 수 있는 살균보존제에 '세틸피리디늄클로라이드'항 신설 및 자외선차단제 '드로메트리졸' 사용기준 변경 • 화장품 원료인 '인체 세포·조직 배양액'의 안전기준 변경 • 유통화장품 안전관리 시험방법의 명확화 |
| 2016.02.24 | 화장품의 색소 종류와 기준 및 시험방법 일부개정고시 (제2016-17호) | <ul style="list-style-type: none"> • 화장품에 사용할 수 있는 타르색소 2종(적색 2호, 적색 102호)에 대해 영유아용 제품류에 사용금지 • 재검토 기한의 주기적 재검토 방식 전환 <ul style="list-style-type: none"> - 「훈령·예규 등의 발령 및 관리에 관한 규정」(대통령 훈령 제 334호)에 따라 재검토기한을 재설정함에 있어 특정일자 방식에서 일정시점을 기준으로 하는 주기적 재검토 방식으로 전환하려는 것임 |
| 2016.04.08 | 화장품 가격표시제 실시요령 일부개정고시 (제2016-25호) | <ul style="list-style-type: none"> • 재검토기한 도래에 따른 재검토기한 재설정 <ul style="list-style-type: none"> - 재검토기한 도래로 존속 유지에 대하여 검토한 결과, 동 고시는 가격표시제를 유지함으로써 소비자 보호와 공정거래를 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 |
| 2016.05.17 | 화장품 바코드 표시 및 관리요령 일부개정고시 (제2016-41호) | <ul style="list-style-type: none"> • 제품의 크기 등 특성에 따라 바코드 위치를 결정할 수 있도록 개선 <ul style="list-style-type: none"> - 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) | <ul style="list-style-type: none"> • 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 | | <ul style="list-style-type: none"> • 사용금지 원료인 '메탄올' 및 '프탈레이트류' 시험법 추가 |

| 일자 | 구분 | 주요 개정 내용 |
|------------|---|---|
| | 화장품 안전기준 등에 관한 규정 일부개정고시 (제2016-74호) | - 물휴지가 화장품으로 전환됨에 따라(‘15.7.1.) 비의도적으로 검출될 수 있는 메탄올에 대한 시험법을 추가하고, 프탈레이트 류에 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) | <ul style="list-style-type: none"> • 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 내’에서 ‘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) | <ul style="list-style-type: none"> • 화장품 주의사항 표시 문구 신설 • 사용 시 주의사항 표시 일부 기재사항 문구 조정 |
| 2017.01.11 | 화장품 안전기준 등에 관한 규정 일부개정고시 (제2017-3호) | <ul style="list-style-type: none"> • 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 국제조화를 도모하고자 함 |
| 2017.01.25 | 화장품 법령 제도 등 교육실시기관 지정 및 교육에 관한 규정 일부개정고시 (제2017-008호) | <ul style="list-style-type: none"> • 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 이수 책임자를 대신 지정할 수 있도록 규정한 바, 지정 책임자를 교육 대상자 범위에 포함 |
| 2017.02.23 | 화장품 안전기준 등에 관한 규정 일부개정고시 (제2017-12호) | <ul style="list-style-type: none"> • 화장품의 제조에 사용할 수 있는 살균보존제 성분 ‘비페닐-2-올(o-페닐페놀) 및 그 염류’, ‘글림바졸’, ‘메칠이소치아졸리논’, ‘폴리(1-헥사메칠렌바이구아니드)에이치씨엘’, ‘페닐살리실레이트’의 사용기준 변경 |
| 2017.05.15 | 화장품 표시·광고를 위한 인증·보증기관의 | <ul style="list-style-type: none"> • 심의위원회 구성 및 운영 등에 관한 사항 • 인증·보증기관의 신뢰성 인정 신청, 검토 및 공고 등에 관한 사항 - 할랄·유기농화장품 또는 그 밖의 화장품에 대해 식품의약품안 |

| 일자 | 구분 | 주요 개정 내용 |
|------------|--------------------------------------|--|
| | 신뢰성 인정에 관한 규정 제정고시 (제2017-38호) | 전처장이 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) | <ul style="list-style-type: none"> • 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 <ul style="list-style-type: none"> - 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 화장품 산업의 경쟁력을 강화하려는 것임 |
| 2017.05.23 | 기능성화장품 심사에 관한 규정 일부개정고시 (제2017-42호) | <ul style="list-style-type: none"> • 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 자료 요건 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) | <ul style="list-style-type: none"> • 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 |

| 일자 | 구분 | 주요 개정 내용 |
|------------|--|--|
| 2017.06.13 | 화장품 안전기준 등에 관한 규정 일부개정고시 (제2017-50호) | <ul style="list-style-type: none"> • 의약품(아토피, 여드름, 탈모치료제 등) 주성분 등으로 사용되는 11개 원료 금지성분 추가 |
| 2017.12.29 | 화장품 안전성 정보관리 규정 일부개정고시 (제2017-115호) | <ul style="list-style-type: none"> • 재검토 기한의 주기적 재검토 방식 전환 <ul style="list-style-type: none"> - 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) | <ul style="list-style-type: none"> • 사용금지 원료인 '니켈'에 대해 제조과정 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 |
| 2018.03.15 | 「화장품 바코드 표시 및 관리요령」 일부개정고시 (제2018-17호) | <ul style="list-style-type: none"> • 바코드 유형에 2차원 바코드 추가 신설(안 제2조 관련) <ul style="list-style-type: none"> - 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) <ul style="list-style-type: none"> - 국제표준바코드 명칭이 EAN/UCC 체계에서 GS1 체계로 변경됨에 따라 바코드 명칭 수정 |
| 2018.12.26 | 기능성화장품 기준 및 시험방법 일부 개정고시 (제2018-111호) | <ul style="list-style-type: none"> • 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 <ul style="list-style-type: none"> • 텍스판테놀, 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 <ul style="list-style-type: none"> • 페닐메칠피라졸론, 과황산나트륨·과황산암모늄·과황산칼륨 분말 |

| 일자 | 구분 | 주요 개정 내용 |
|------------|--|--|
| | | <p>에 대한 기준 및 시험방법 신설</p> <ul style="list-style-type: none"> • 기타 자구 수정 및 용어 정비 <p>‘과봉산나트륨’을 ‘과봉산나트륨일수화물’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</p> |
| 2019.03.12 | 「소비자화장품안전관리감시원 운영 규정」 제정고시 (제2019-17호) | <ul style="list-style-type: none"> • 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) |
| 2019.03.13 | 「화장품 생산,수입실적 및 원료목록 보고에 관한 규정」 일부 개정고시 (제2019-18호) | <ul style="list-style-type: none"> • 화장품 제조과정 중 사용된 원료목록의 유통판매 전 보고에 필요한 사항을 정함 <ul style="list-style-type: none"> - 화장품 제조과정 중 사용된 원료목록을 유통판매 전에 보고토록 화장품법 개정에 따라 관련서식 및 제출기관을 정함 • 화장품 유형을 화장품법 시행규칙의 유형과 일치 <ul style="list-style-type: none"> - 화장품 유형을 화장품 시행규칙 별표3 화장품 유형과 사용 시의 주의사항 중 1. 화장품의 유형으로 대체 • 화장품법 개정에 따른 용어 현행화 <ul style="list-style-type: none"> - 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) | <ul style="list-style-type: none"> • 천연화장품 및 유기농화장품 인증기관 지정 <ul style="list-style-type: none"> - 천연화장품 및 유기농화장품 인증기관 지정 신청 등 - 인증기관 지정사항 변경 - 인증기관의 준수사항 - 인증기관 지정 철회 • 천연화장품 및 유기농화장품 인증 <ul style="list-style-type: none"> - 인증 신청 등 - 인증 변경보고 등 - 인증의 유효기간 연장 - 인증서의 재발급 - 인증제품 사후관리 - 재검토 기한 |
| 2019.04.01 | 「화장품 | <ul style="list-style-type: none"> • 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」 |

| 일자 | 구분 | 주요 개정 내용 |
|------------|---|---|
| | 안전기준 등에 관한 규정 일부개정고시 (제2019-27호) | 제2조제9호 및 제27조에 따라 지정하고 있는 '금지물질'을 화장품에 사용 금지 원료에 추가 <ul style="list-style-type: none"> 유통화장품 안전관리 시험방법을 개선함 용어 정비 <ul style="list-style-type: none"> 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) | <ul style="list-style-type: none"> 제출자료의 요건 제출자료의 면제 등 규제의 재검토 자료제출이 생략되는 기능성화장품의 종류 |
| 2019.06.28 | 「화장품 법령·제도 등 교육실시기관 지정 및 교육에 관한 규정」 일부 개정 고시 (제2019-54호) | <ul style="list-style-type: none"> 교육내용 및 방법 등 <ul style="list-style-type: none"> 교육실시기관의 장은 제1항에 따른 교육을 집합교육 또는 정보통신망을 이용한 온라인 교육 과정으로 운영할 수 있음 교육 대상자 등 <ul style="list-style-type: none"> 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 <ul style="list-style-type: none"> 화장 비누, 흑채, 제모왁스 전문 교육과정의 운영 등 |
| 2019.07.29 | 유기농화장품의 기준에 관한 규정 일부개정고시 (제2019-66호) | <ul style="list-style-type: none"> 천연화장품 및 유기농화장품의 기준에 관한 규정 <ul style="list-style-type: none"> 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) | <ul style="list-style-type: none"> 타르색소 등으로 인한 화장품 색소 사용제한 <ul style="list-style-type: none"> 영유아용 제품류 또는 만 13세 이하 어린이가 사용할 수 있음을 특정하여 표시하는 제품에 사용할 수 없거나 눈 주위 사용할 수 없음 |

제2장 세계 화장품산업 동향 분석

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 | ○ | |
| Deodorants | Deodorant Sprays | ○ | |
| | Deodorant Pumps | ○ | |
| | Deodorant Roll-Ons | ○ | |
| | Deodorant Sticks | ○ | |
| | Deodorant Creams | ○ | |
| | Deodorant Wipes | ○ | |
| Hair Care | Salon 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 Eye Make-Up | ○ |
| | Lip Products | Lipstick | ○ |
| | | Lip Gloss | ○ |
| | | Lip Liner/Pencil | ○ |
| | | Other Lip Products | ○ |

| Euromonitor | | | 분석 대상 |
|----------------------------------|--|----------------------------------|-------|
| 대분류 | 중분류 | | |
| | 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 | ○ |
| | | Facial Moisturisers | ○ |
| | | Lip Care | ○ |
| | | Anti-Agers | ○ |
| | | Toners | ○ |
| | Hand Care | | ○ |
| | Skin Care Sets/kits | | ○ |
| Sun Care | Adult Sun Care | Sun Protection | ○ |
| | | Aftersun | ○ |
| | | Self-Tanning | ○ |
| | Baby and Child-Specific Sun Care | | ○ |
| 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 |

| Euromonitor | | 분석 대상 | |
|----------------|---------------------------|-------------------------|---|
| 대분류 | 중분류 | | |
| Depilatories | Women's Pre-Shave | ○ | |
| | Women's Razors and Blades | X | |
| | Hair Removers/Bleaches | ○ | |
| Men's Grooming | Men's Shaving | Men's Pre-Shave | ○ |
| | | Men's Razors and Blades | X |
| | | Men's Post-Shave | ○ |
| | Men's Toiletries | 중복 | |
| | Men's Frangrances | 중복 | |

2. 세계 시장 동향

글로벌 화장품 산업은 전 세계적 불황에도 불구하고 수요를 지속적으로 창출해내는 미래 유망산업으로 위상을 넓혀가고 있다. 특히 새로운 소비 트렌드 부상과 신흥 시장의 발전가능성으로 앞으로의 성장이 더욱 기대되는 분야이다.

Euromonitor 자료에 의하면 2017년 세계 화장품 시장규모는 3,918억 달러로 전년대비 1.1% 증가했다. 화장품 선진시장인 북미·유럽에서의 재정위기 등으로 2016년 화장품 산업의 성장이 다소 둔화되었지만 2017년을 기점으로 다시 반등하는 추세이다. 향후 2022년 세계 화장품 시장규모는 4,487억 달러로 꾸준한 증가세를 보일 것으로 전망된다.

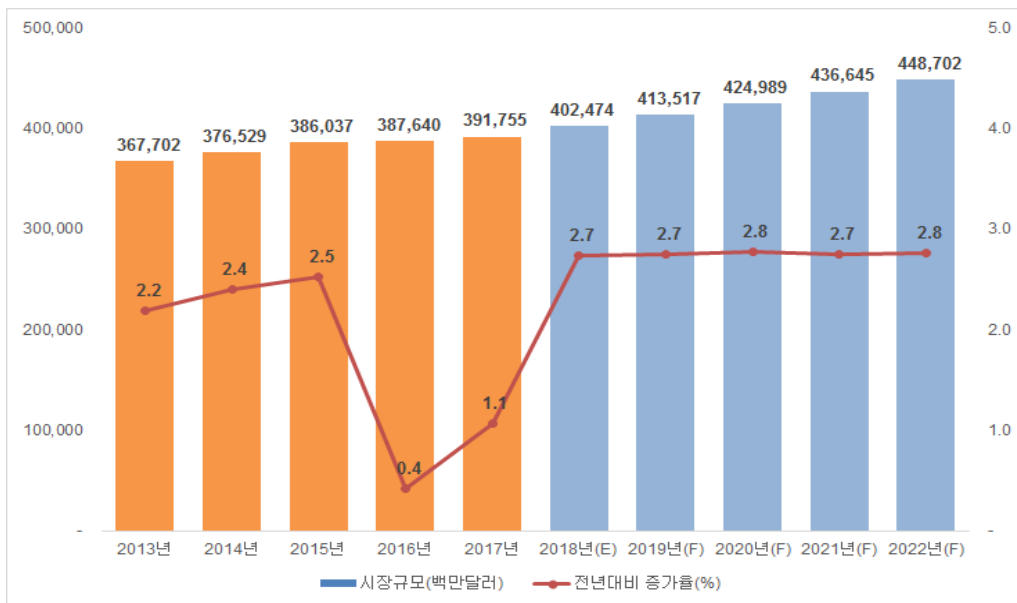


그림 2-1 세계 화장품 시장규모 및 증가율

주 : 1. Euromonitor 자료를 이용하여 우리나라 화장품 유형 위주로 자료를 분석함
 2. 2018년 이후 연도의 시장규모는 Euromonitor에서 추정한 값임
 자료 : Euromonitor International, 2019(Mar)

지역별 시장규모는 아시아/태평양³⁾이 1,363억 달러(전년대비 +4.5%)로 가장 크며, 이어서 아메리카 지역이 1,352억 달러, 유럽 1,016억 달러 순으로 나타났다.

2013년과 2017년 지역별 시장규모를 비교해보면 화장품 선진시장인 아메리카('13년 36.6% → '17년 34.5%) 및 유럽('13년 26.9% → '17년 25.9%)지역에서는 전체 세계 시장 대비 점유율이 하락한 반면, 아시아/태평양과 중동 및 아프리카 지역은 경제적 수준의 향상과 미(美)의 대한 관심 증가로 화장품 소비가 늘면서 전체 세계 시장 대비 점유율이 상승하였다.

표 2-2 지역별 화장품 시장규모

(단위: 백만 달러, %)

| 지역 | 2013년 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | | CAGR ('13~'17) |
|------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|------|-------------------|
| | | | | | 시장규모 | YoY | |
| Asia Pacific | 117,375 | 121,110 | 126,111 | 130,472 | 136,286 | 4.5 | 3.8 |
| Americas | 134,454 | 138,348 | 141,048 | 136,924 | 135,209 | -1.3 | 0.1 |
| Europe | 98,806 | 99,052 | 100,124 | 101,406 | 101,566 | 0.2 | 0.7 |
| Middle East and Africa | 17,067 | 18,020 | 18,753 | 18,837 | 18,694 | -0.8 | 2.3 |
| 합계 | 367,702 | 376,529 | 386,037 | 387,640 | 391,755 | 1.1 | 1.6 |

자료 : Euromonitor International, 2019(Mar)

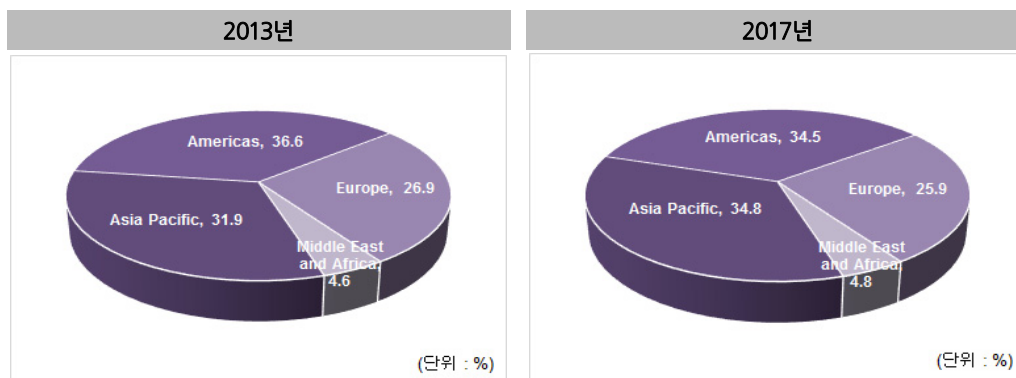


그림 2-2 지역별 화장품 시장규모

자료 : Euromonitor International, 2019(Mar)

3) Australia, NewZealand 등 Australasia 국가가 포함되어 있음

4개 지역별 화장품 유형 점유율을 살펴보면, 아시아/태평양 지역은 Skin Care가 절반가량(47.4%)을 차지했으며, 유럽은 Skin Care(25.3%), Hair care(17.6%), Fragrances(16.7%), Colour Cosmetics(16.4%) 순으로 고른 비중을 나타냈다. 아메리카 지역은 Skin care가 21.2%로 가장 컸고, Colour Cosmetics(18.1%) 시장이 타 지역에 비해 큰 비중을 차지했으며, 중동 및 아프리카 지역은 Fragrances 시장이 22.3%로 가장 큰 비중을 차지하는 것으로 나타났다.

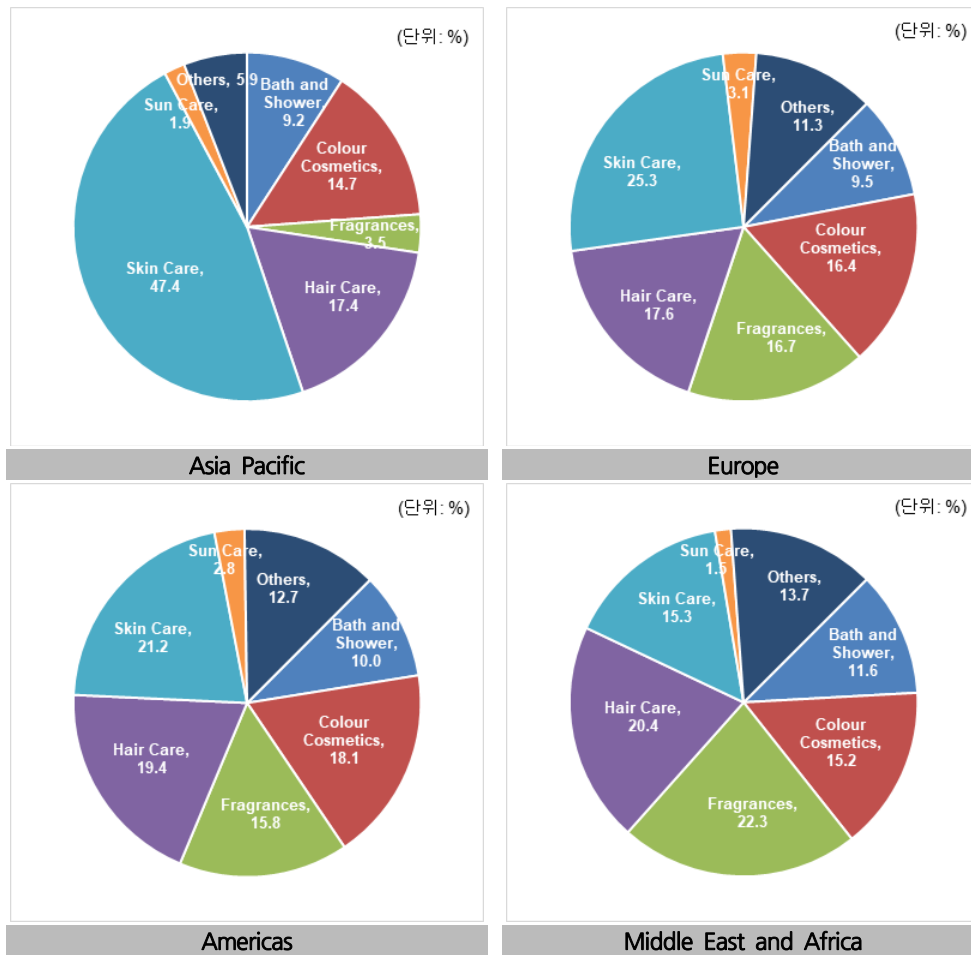


그림 2-3 2017년 지역별 화장품 시장규모

자료 : Euromonitor International, 2019(Mar)

표 2-3 주요국의 화장품 시장규모

(단위: 백만 달러, %)

| 순위 | 국가명 | 2013년 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2017년 | |
|----------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|-------|------|
| | | | | | | | 점유율 | YoY |
| 1 | 미국 | 67,376 | 67,982 | 70,936 | 72,703 | 74,132 | 12.2 | 2.0 |
| 2 | 중국 | 38,554 | 40,727 | 42,720 | 44,304 | 47,899 | 7.2 | 8.1 |
| 3 | 브라질 | 31,915 | 33,378 | 30,264 | 28,500 | 28,199 | 8.4 | -1.1 |
| 4 | 일본 | 31,735 | 31,167 | 31,642 | 32,209 | 32,763 | 4.1 | 1.7 |
| 5 | 독일 | 15,243 | 15,427 | 15,689 | 15,902 | 15,879 | 3.6 | -0.1 |
| 6 | 영국 | 13,414 | 13,613 | 13,949 | 14,265 | 14,268 | 2.8 | 0.0 |
| 7 | 인도 | 8,989 | 9,625 | 10,070 | 10,494 | 11,148 | 3.2 | 6.2 |
| 8 | 프랑스 | 13,071 | 13,089 | 13,134 | 12,900 | 12,662 | 3.0 | 1.8 |
| 9 | 한국 | 10,097 | 10,604 | 11,177 | 11,784 | 11,646 | 2.4 | -1.2 |
| 10 | 이탈리아 | 9,307 | 9,189 | 9,334 | 9,376 | 9,371 | 2.4 | -0.1 |
| 11 | 러시아 | 9,725 | 9,372 | 9,209 | 9,354 | 9,296 | 2.1 | -0.6 |
| 13 | 멕시코 | 7,576 | 7,613 | 7,823 | 8,218 | 8,353 | 1.8 | 1.6 |
| 12 | 스페인 | 6,945 | 6,904 | 7,037 | 7,229 | 7,235 | 1.7 | 0.1 |
| 14 | 캐나다 | 6,586 | 6,575 | 6,662 | 6,709 | 6,767 | 1.5 | 0.9 |
| 15 | 호주 | 5,337 | 5,411 | 5,641 | 5,875 | 6,056 | 1.3 | 3.1 |
| 16 | 태국 | 3,954 | 4,164 | 4,541 | 4,824 | 5,124 | 1.1 | 6.2 |
| 17 | 인도네시아 | 3,405 | 3,710 | 3,982 | 4,251 | 4,442 | 1.2 | 4.5 |
| 18 | 아르헨티나 | 4,426 | 4,851 | 5,359 | 4,925 | 4,755 | 1.0 | -3.5 |
| 19 | 폴란드 | 3,458 | 3,566 | 3,732 | 3,922 | 4,052 | 1.1 | 3.3 |
| 20 | 사우디아라비아 | 4,256 | 4,694 | 4,861 | 4,740 | 4,501 | 0.9 | -5.1 |
| 합계(80개국) | | 367,702 | 376,529 | 386,037 | 387,640 | 391,755 | 100.0 | 1.1 |

자료 : Euromonitor International, 2019(Mar)

2017년 화장품 시장규모는 미국이 741억 달러(12.2%)로 개별국가 기준 세계에서 가장 큰 시장이며, 이어서 중국(479억 달러, 7.2%), 브라질(282억 달러, 8.4%), 일본(328억 달러, 4.1%), 독일(159억 달러, 3.6%) 등 순으로 나타났다. 한편 우리나라 2017년 화장품 시장규모는 116억 달러로 프랑스에 이어 9위를 차지했으며, 세계 화장품 시장에서 차지하는 비중은 2.4% 수준이다.

전통적 화장품 강국 미국, 일본, 독일, 프랑스 등이 여전히 높은 시장점유율을 보이고 있으나 중국, 인도, 태국 등의 화장품 신흥국가들의 성장률이 전 세계 평균성장률(1.1%)을 크게 상회하고 있어 앞으로도 지속적인 성장이 예상된다.

3. 유형별 시장 동향

2017년 화장품 유형별 시장규모를 살펴보면, Skin Care가 1,218억 달러(31.1%)로 가장 큰 시장을 형성했고, Hair Care(18.3%)와 Colour Cosmetics(16.3%)가 그 뒤를 이었다. 세부 유형별로는 Skin Care 중 Facial Care(23.9%) 시장이 가장 크며, 그다음은 Premium Fragrances(7.1%), Shampoos(6.7%), Facial Make-Up(6.1%) 등 순으로 나타났다.

전년대비 증가율이 가장 큰 유형은 Skin Care Sets/Kits로 6.5% 증가했으며, 그다음은 Facial Make-Up(4.1%), Lip Products(4.0%)등 순으로 증가율이 높았다.

Skin Care는 절반 이상이 아시아/태평양(53.0%)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 상대적으로 높은 편이다.

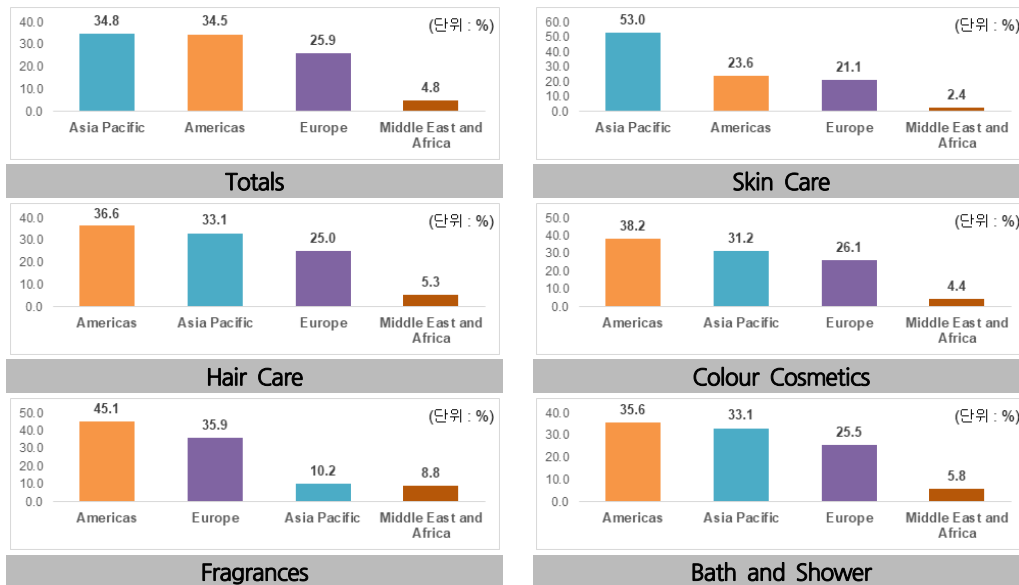


그림 2-4 상위 화장품 유형의 지역별 비중(2017년)

자료 : Euromonitor International, 2019(Mar)

표 2-4 유형별 화장품 시장규모

(단위: 백만 달러, %)

| 유형 | 2013년 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | | YoY |
|----------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|-------|------|
| | | | | | 시장규모 | 비중 | |
| Skin Care | 109,677 | 112,224 | 116,299 | 118,815 | 121,792 | 31.1 | 2.5 |
| Facial Care | 83,931 | 86,029 | 89,329 | 91,082 | 93,611 | 23.9 | 2.8 |
| Body Care | 16,368 | 16,523 | 16,747 | 16,894 | 16,779 | 4.3 | -0.7 |
| Skin Care Sets/Kits | 6,811 | 7,057 | 7,502 | 8,075 | 8,596 | 2.2 | 6.5 |
| Hand Care | 2,568 | 2,615 | 2,721 | 2,765 | 2,807 | 0.7 | 1.5 |
| Hair Care | 72,081 | 73,017 | 73,305 | 72,308 | 71,732 | 18.3 | -0.8 |
| Shampoos | 25,853 | 26,198 | 26,221 | 26,336 | 26,418 | 6.7 | 0.3 |
| Conditioners and Treatments | 15,803 | 16,501 | 16,423 | 16,102 | 15,936 | 4.1 | -1.0 |
| Colourants | 11,936 | 11,860 | 11,770 | 11,172 | 10,992 | 2.8 | -1.6 |
| Styling Agents | 8,543 | 8,584 | 8,896 | 8,673 | 8,362 | 2.1 | -3.6 |
| Salon Professional Hair Care | 5,602 | 5,592 | 5,698 | 5,745 | 5,844 | 1.5 | 1.7 |
| 2-in-1 Products | 2,553 | 2,508 | 2,570 | 2,567 | 2,512 | 0.6 | -2.2 |
| Hair Loss Treatments | 760 | 790 | 818 | 833 | 844 | 0.2 | 1.3 |
| Perm and Relaxants | 1,032 | 984 | 910 | 880 | 825 | 0.2 | -6.3 |
| Colour Cosmetics | 55,662 | 57,828 | 61,020 | 62,307 | 63,950 | 16.3 | 2.6 |
| Facial Make-Up | 19,827 | 20,531 | 21,889 | 22,843 | 23,788 | 6.1 | 4.1 |
| Eye Make-Up | 14,749 | 15,273 | 15,838 | 16,088 | 16,281 | 4.2 | 1.2 |
| Lip Products | 11,958 | 12,545 | 13,773 | 14,382 | 14,953 | 3.8 | 4.0 |
| Nail Products | 6,243 | 6,543 | 6,532 | 5,918 | 5,765 | 1.5 | -2.6 |
| Colour Cosmetics Sets/Kits | 2,885 | 2,936 | 2,988 | 3,076 | 3,162 | 0.8 | 2.8 |
| Fragrances | 45,229 | 47,160 | 48,108 | 47,197 | 47,345 | 12.1 | 0.3 |
| Premium Fragrances | 25,900 | 26,724 | 27,967 | 27,673 | 27,847 | 7.1 | 0.6 |
| Mass Fragrances | 19,329 | 20,437 | 20,141 | 19,524 | 19,498 | 5.0 | -0.1 |
| Bath and Shower | 36,375 | 36,798 | 37,607 | 37,752 | 37,763 | 9.6 | 0.0 |
| Bar Soap | 14,376 | 14,404 | 14,283 | 14,107 | 13,913 | 3.6 | -1.4 |
| Body Wash/Shower Gel | 11,015 | 11,317 | 11,815 | 12,122 | 12,300 | 3.1 | 1.5 |
| Liquid Soap | 4,522 | 4,623 | 4,778 | 4,869 | 4,941 | 1.3 | 1.5 |
| Bath Additives | 3,215 | 3,168 | 3,213 | 3,279 | 3,315 | 0.8 | 1.1 |
| Intimate Hygiene | 1,915 | 1,953 | 2,096 | 2,092 | 2,061 | 0.5 | -1.5 |
| Talcum Powder | 1,333 | 1,332 | 1,423 | 1,282 | 1,233 | 0.3 | -3.9 |
| Deodorants | 20,553 | 21,167 | 20,946 | 20,570 | 20,137 | 5.1 | -2.1 |
| Baby and Child-Specific Products | 12,611 | 13,006 | 13,379 | 13,531 | 13,817 | 3.5 | 2.1 |
| Sun Care | 9,727 | 9,642 | 9,745 | 9,684 | 9,829 | 2.5 | 1.5 |
| Adult Sun Care | 8,997 | 8,914 | 8,999 | 8,930 | 9,076 | 2.3 | 1.6 |
| Baby and Child-specific Sun Care | 730 | 728 | 746 | 755 | 753 | 0.2 | -0.2 |
| Others | 5,785 | 5,689 | 5,628 | 5,478 | 5,390 | 1.4 | -1.6 |
| 합계 | 367,702 | 376,529 | 386,037 | 387,640 | 391,755 | 100.0 | 1.1 |

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

자료 : Euromonitor International, 2019(Mar)

4. 국가별 시장 동향

4.1 미국

2017년 미국 화장품 시장 규모는 741억 달러로 개별국가 기준 세계에서 가장 큰 시장이며, 전년대비 2.0% 증가했다. 시장 자체는 계속 성장하고 있으나 시장 점유율은 5년 내내 비슷한 수준을 유지하고 있다.

Skin Care 유형이 184억 달러로 규모가 가장 컸으며, 그다음은 Colour Cosmetics 168억 달러(22.7%), Hair Care 127억 달러(17.1%), Fragrances 82억 달러(11.0%) 순이다. 세부적으로 Skin Care 중 Facial Care(15.8%) 시장이 가장 크며, Premium Fragrances(9.6%), Facial Make-Up(8.3%), Eye Make-Up(6.3%)이 뒤를 이었다.

연평균 증가율(2013~17)이 가장 큰 유형은 Colour Cosmetics로 연평균 5.0% 증가했으며, 향후 증가율(2018~22) 또한 Colour Cosmetics이 2.8%로 가장 높았다.

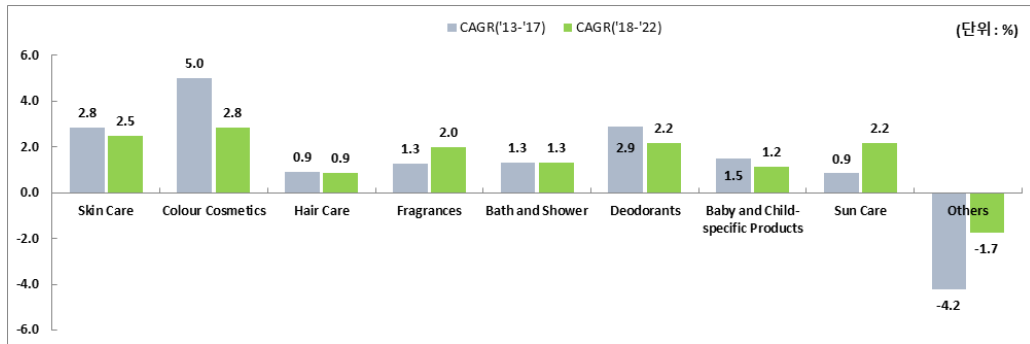


그림 2-5 미국 화장품 유형별 연평균 증가율

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

자료 : Euromonitor International, 2019(Mar)

표 2-5 미국의 유형별 화장품 시장규모

(단위: 백만 달러, %)

| 유형 | 2013년 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | | YoY |
|----------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|-------|------|
| | | | | | 시장규모 | 비중 | |
| Skin Care | 16,419 | 16,514 | 17,138 | 17,755 | 18,368 | 24.8 | 3.5 |
| Facial Care | 10,510 | 10,571 | 11,009 | 11,318 | 11,729 | 15.8 | 3.6 |
| Body Care | 3,299 | 3,327 | 3,366 | 3,406 | 3,393 | 4.6 | -0.4 |
| Skin Care Sets/Kits | 2,419 | 2,431 | 2,574 | 2,840 | 3,056 | 4.1 | 7.6 |
| Hand Care | 191 | 186 | 189 | 191 | 190 | 0.3 | -0.4 |
| Colour Cosmetics | 13,812 | 14,166 | 15,245 | 16,028 | 16,794 | 22.7 | 4.8 |
| Facial Make-Up | 4,882 | 5,011 | 5,461 | 5,784 | 6,157 | 8.3 | 6.5 |
| Eye Make-Up | 3,983 | 4,110 | 4,388 | 4,570 | 4,683 | 6.3 | 2.5 |
| Lip Products | 2,519 | 2,652 | 2,992 | 3,313 | 3,581 | 4.8 | 8.1 |
| Colour Cosmetics Sets/Kits | 1,039 | 1,070 | 1,107 | 1,162 | 1,227 | 1.7 | 5.6 |
| Nail Products | 1,388 | 1,322 | 1,297 | 1,199 | 1,145 | 1.5 | -4.5 |
| Hair Care | 12,197 | 12,334 | 12,764 | 12,766 | 12,659 | 17.1 | -0.8 |
| Salon Professional Hair Care | 2,642 | 2,630 | 2,717 | 2,770 | 2,834 | 3.8 | 2.3 |
| Shampoos | 2,603 | 2,683 | 2,726 | 2,746 | 2,739 | 3.7 | -0.3 |
| Conditioners and Treatments | 2,175 | 2,271 | 2,387 | 2,419 | 2,422 | 3.3 | 0.1 |
| Styling Agents | 1,947 | 2,034 | 2,184 | 2,129 | 2,033 | 2.7 | -4.5 |
| Colourants | 1,966 | 1,892 | 1,863 | 1,806 | 1,737 | 2.3 | -3.8 |
| 2-in-1 Products | 602 | 577 | 645 | 666 | 675 | 0.9 | 1.4 |
| Hair Loss Treatments | 124 | 124 | 128 | 125 | 123 | 0.2 | -1.4 |
| Perms and Relaxants | 138 | 123 | 113 | 105 | 97 | 0.1 | -8.0 |
| Fragrances | 7,762 | 7,728 | 7,969 | 8,075 | 8,165 | 11.0 | 1.1 |
| Premium Fragrances | 6,510 | 6,535 | 6,814 | 6,979 | 7,145 | 9.6 | 2.4 |
| Mass Fragrances | 1,252 | 1,194 | 1,155 | 1,096 | 1,020 | 1.4 | -7.0 |
| Bath and Shower | 7,635 | 7,677 | 7,918 | 7,998 | 8,048 | 10.9 | 0.6 |
| Body Wash/Shower Gel | 2,880 | 2,938 | 3,094 | 3,122 | 3,141 | 4.2 | 0.6 |
| Liquid Soap | 1,621 | 1,635 | 1,696 | 1,730 | 1,774 | 2.4 | 2.5 |
| Bar Soap | 1,859 | 1,800 | 1,771 | 1,726 | 1,670 | 2.3 | -3.2 |
| Bath Additives | 805 | 828 | 878 | 942 | 990 | 1.3 | 5.0 |
| Intimate Hygiene | 329 | 337 | 344 | 346 | 344 | 0.5 | -0.6 |
| Talcum Powder | 142 | 137 | 135 | 130 | 128 | 0.2 | -1.5 |
| Deodorants | 4,039 | 4,188 | 4,398 | 4,521 | 4,524 | 6.1 | 0.1 |
| Baby and Child-Specific Products | 2,497 | 2,494 | 2,582 | 2,627 | 2,651 | 3.6 | 0.9 |
| Sun Care | 1,996 | 1,929 | 1,986 | 2,024 | 2,065 | 2.8 | 2.0 |
| Adult Sun Care | 1,781 | 1,717 | 1,765 | 1,800 | 1,840 | 2.5 | 2.2 |
| Baby and Child-specific Sun Care | 215 | 212 | 220 | 224 | 225 | 0.3 | 0.1 |
| Others | 1,019 | 953 | 937 | 908 | 858 | 1.2 | -5.6 |
| 미국 합계(A) | 67,376 | 67,982 | 70,936 | 72,703 | 74,132 | 100.0 | 2.0 |
| 전체 화장품(B) | 367,702 | 376,529 | 386,037 | 387,640 | 391,755 | - | 1.1 |
| 비중(A/B×100) | 18.3 | 18.1 | 18.4 | 18.8 | 18.9 | - | - |

자료 : Euromonitor International, 2019(Mar)

4.2 중국

매년 큰 폭으로 성장하고 있는 중국의 2017년 화장품 시장규모는 479억 달러로 전년대비 8.1% 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 276억 달러(57.7%)로 절반 이상을 차지했고, 그다음은 Hair Care 76억 달러(15.8%), Colour Cosmetics 51억 달러(10.6%) 순으로 나타났다. 세부적으로 Facial Care의 비중이 50.2%로 가장 높았고, Shampoos(11.5%)와 Skin Care Sets/Kits(4.5%)의 비중이 뒤를 잇고 있다.

연평균 증가율(2013~17)이 가장 큰 유형은 Colour Cosmetics으로 11.8% 증가했으며, 향후 증가율(2018~22)이 높은 유형은 Baby and Child-Specific Products 이 12.6%로 성장잠재력이 큰 시장임을 알 수 있다. 중국 시장에서 대부분의 유형의 연평균 성장률이 다른 국가의 평균보다 크게 상회하고 있는 것으로 나타났다.

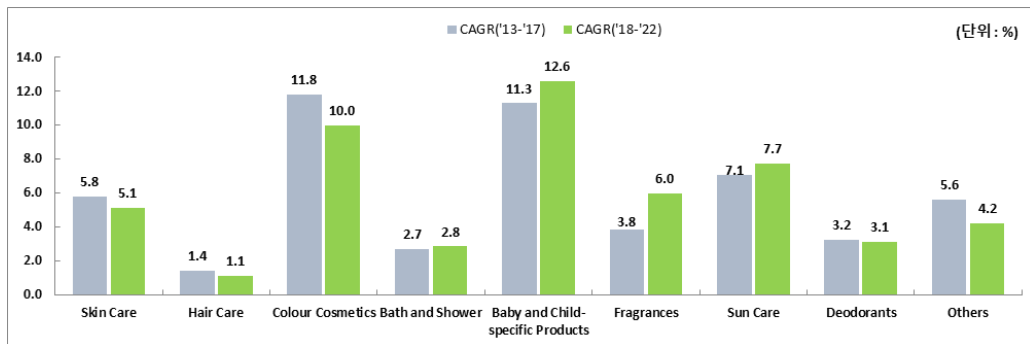


그림 2-6 중국 화장품 유형별 연평균 증가율

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

자료 : Euromonitor International, 2019(Mar)

표 2-6 중국의 유형별 화장품 시장규모

(단위: 백만 달러, %)

| 유형 | 2013년 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | | YoY |
|----------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|-------|-------|
| | | | | | 시장규모 | 비중 | |
| Skin Care | 22,050 | 23,451 | 24,640 | 25,462 | 27,616 | 57.7 | 8.5 |
| Facial Care | 19,762 | 20,887 | 21,722 | 22,237 | 24,040 | 50.2 | 8.1 |
| Skin Care Sets/Kits | 1,193 | 1,393 | 1,663 | 1,905 | 2,167 | 4.5 | 13.8 |
| Hand Care | 499 | 559 | 625 | 676 | 735 | 1.5 | 8.6 |
| Body Care | 596 | 612 | 630 | 643 | 675 | 1.4 | 4.9 |
| Hair Care | 7,144 | 7,231 | 7,365 | 7,431 | 7,556 | 15.8 | 1.7 |
| Shampoos | 5,346 | 5,378 | 5,462 | 5,491 | 5,532 | 11.5 | 0.7 |
| Conditioners and Treatments | 1,096 | 1,124 | 1,138 | 1,144 | 1,186 | 2.5 | 3.7 |
| Colourants | 332 | 357 | 388 | 417 | 454 | 0.9 | 9.0 |
| Styling Agents | 259 | 260 | 261 | 260 | 260 | 0.5 | -0.2 |
| Salon Professional Hair Care | 55 | 58 | 62 | 66 | 71 | 0.1 | 7.3 |
| Hair Loss Treatments | 26 | 28 | 30 | 33 | 36 | 0.1 | 9.2 |
| 2-in-1 Products | 30 | 26 | 23 | 20 | 18 | 0.0 | -13.4 |
| Colour Cosmetics | 3,257 | 3,523 | 3,866 | 4,266 | 5,092 | 10.6 | 19.4 |
| Facial Make-Up | 1,552 | 1,694 | 1,877 | 2,047 | 2,395 | 3.7 | 4.4 |
| Lip Products | 811 | 880 | 969 | 1,158 | 1,540 | 2.0 | -4.2 |
| Eye Make-Up | 726 | 773 | 832 | 868 | 946 | 0.5 | 9.7 |
| Colour Cosmetics Sets/Kits | 98 | 106 | 116 | 124 | 140 | 0.5 | 9.7 |
| Nail Products | 70 | 70 | 71 | 70 | 72 | 0.1 | 5.0 |
| Bath and Shower | 2,928 | 3,029 | 3,112 | 3,179 | 3,257 | 6.8 | 2.5 |
| Body Wash/Shower Gel | 1,463 | 1,552 | 1,634 | 1,708 | 1,783 | 3.7 | 4.4 |
| Bar Soap | 1,093 | 1,067 | 1,031 | 987 | 946 | 2.0 | -4.2 |
| Liquid Soap | 172 | 192 | 212 | 230 | 253 | 0.5 | 9.7 |
| Intimate Hygiene | 148 | 165 | 183 | 199 | 218 | 0.5 | 9.7 |
| Talcum Powder | 52 | 53 | 53 | 55 | 57 | 0.1 | 5.0 |
| Baby and Child-Specific Products | 1,561 | 1,792 | 1,976 | 2,157 | 2,395 | 5.0 | 11.0 |
| Fragrances | 783 | 819 | 820 | 807 | 911 | 1.9 | 12.9 |
| Premium Fragrances | 535 | 562 | 574 | 575 | 708 | 1.5 | 23.1 |
| Mass Fragrances | 248 | 257 | 246 | 232 | 203 | 0.4 | -12.6 |
| Sun Care | 682 | 725 | 778 | 833 | 897 | 1.9 | 7.7 |
| Adult Sun Care | 662 | 703 | 753 | 807 | 868 | 1.8 | 7.6 |
| Baby and Child-specific Sun Care | 20 | 23 | 24 | 26 | 29 | 0.1 | 10.0 |
| Deodorants | 97 | 101 | 105 | 107 | 111 | 0.2 | 3.5 |
| Others | 52 | 56 | 59 | 62 | 65 | 0.1 | 4.9 |
| 중국 합계(A) | 38,554 | 40,727 | 42,720 | 44,304 | 47,899 | 100.0 | 8.1 |
| 전체 화장품(B) | 367,702 | 376,529 | 386,037 | 387,640 | 391,755 | - | 1.1 |
| 비중(A/B×100) | 10.5 | 10.8 | 11.1 | 11.4 | 12.2 | - | - |

자료 : Euromonitor International, 2019(Mar)

4.3 일본

2017년 일본의 화장품 시장규모는 328억 달러로 개별국가 기준 세계에서 네 번째로 큰 시장이며, 전년대비 1.7% 증가했다.

Skin Care가 163억 달러로 절반(49.9%)을 차지하고 있으며, 그 뒤를 Colour Cosmetics와 Hair Care가 각각 67억 달러(20.3%), 58억 달러(17.8%)로 잇고 있다. 세부적으로 Skin Care 중 Facial Care(44.3%) 시장이 가장 크며, 그다음은 Facial Make-Up(10.9%), Shampoos(6.1%), Conditioners and Treatments(5.0%) 등 순으로 나타났다.

연평균 증가율(2013~17)이 가장 큰 유형은 Fragrances로 3.5% 증가했으며, 향후 증가율(2018~22) 또한 2.4%로 가장 높게 나타났다. 일본의 Colour Cosmetics의 성장이 커지고 있는 만큼 연평균 증가율(2013~17)과 향후 증가율(2018~22)도 각각 1.6%, 1.9%로 상대적으로 높게 나타났다.

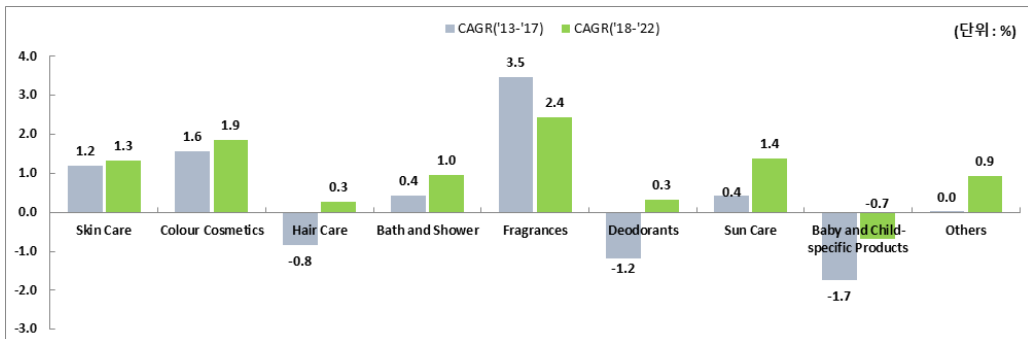


그림 2-7 일본 화장품 유형별 연평균 증가율

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

자료 : Euromonitor International, 2019(Mar)

표 2-7 일본의 유형별 화장품 시장규모

(단위: 백만 달러, %)

| 유형 | 2013년 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | | YoY |
|----------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|-------|------|
| | | | | | 시장규모 | 비중 | |
| Skin Care | 15,577 | 15,316 | 15,705 | 15,967 | 16,336 | 49.9 | 2.3 |
| Facial Care | 13,783 | 13,528 | 13,914 | 14,160 | 14,519 | 44.3 | 2.5 |
| Skin Care Sets/Kits | 846 | 846 | 849 | 857 | 863 | 2.6 | 0.7 |
| Body Care | 760 | 753 | 753 | 758 | 760 | 2.3 | 0.3 |
| Hand Care | 187 | 189 | 190 | 192 | 194 | 0.6 | 0.9 |
| Colour Cosmetics | 6,251 | 6,208 | 6,318 | 6,520 | 6,655 | 20.3 | 2.1 |
| Facial Make-Up | 3,311 | 3,302 | 3,377 | 3,488 | 3,574 | 10.9 | 2.5 |
| Lip Products | 1,068 | 1,059 | 1,091 | 1,167 | 1,211 | 3.7 | 3.8 |
| Eye Make-Up | 1,011 | 997 | 1,009 | 1,023 | 1,030 | 3.1 | 0.7 |
| Colour Cosmetics Sets/Kits | 664 | 662 | 652 | 651 | 647 | 2.0 | -0.6 |
| Nail Products | 197 | 188 | 189 | 192 | 193 | 0.6 | 0.7 |
| Hair Care | 6,030 | 5,841 | 5,787 | 5,831 | 5,832 | 17.8 | 0.0 |
| Shampoos | 1,935 | 1,901 | 1,894 | 1,959 | 1,995 | 6.1 | 6.1 |
| Conditioners and Treatments | 1,683 | 1,647 | 1,644 | 1,654 | 1,653 | 5.0 | 5.0 |
| Styling Agents | 903 | 858 | 830 | 813 | 793 | 2.4 | 2.4 |
| Colourants | 889 | 826 | 801 | 785 | 770 | 2.4 | 2.4 |
| Hair Loss Treatments | 320 | 317 | 331 | 335 | 338 | 1.0 | 1.0 |
| Salon Professional Hair Care | 224 | 218 | 215 | 214 | 212 | 0.6 | 0.6 |
| 2-in-1 Products | 61 | 58 | 57 | 57 | 56 | 0.2 | 0.2 |
| Perms and Relaxants | 15 | 15 | 14 | 14 | 14 | 0.0 | 0.0 |
| Bath and Shower | 1,979 | 1,937 | 1,938 | 1,979 | 2,013 | 6.1 | 1.7 |
| Bath Additives | 692 | 658 | 658 | 666 | 668 | 2.0 | 0.3 |
| Body Wash/ShowerGel | 564 | 576 | 600 | 634 | 667 | 2.0 | 5.3 |
| Bar Soap | 462 | 439 | 415 | 410 | 403 | 1.2 | -1.6 |
| Liquid Soap | 231 | 235 | 237 | 242 | 247 | 0.8 | 2.2 |
| Talcum Powder | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 | 0.1 | -0.5 |
| Intimate Hygiene | 12 | 11 | 11 | 11 | 11 | 0.0 | -2.0 |
| Fragrances | 470 | 474 | 509 | 524 | 539 | 1.6 | 2.8 |
| Premium Fragrances | 320 | 326 | 356 | 369 | 381 | 1.2 | 3.4 |
| Mass Fragrances | 150 | 148 | 153 | 155 | 157 | 0.5 | 1.4 |
| Deodorants | 468 | 455 | 450 | 449 | 446 | 1.4 | -0.6 |
| Sun Care | 406 | 400 | 405 | 409 | 413 | 1.3 | 1.0 |
| Adult Sun Care | 395 | 390 | 395 | 398 | 402 | 1.2 | 1.0 |
| Baby and Child-specific Sun Care | 11 | 10 | 10 | 11 | 11 | 0.0 | 2.1 |
| Baby and Child-Specific Products | 375 | 360 | 354 | 353 | 349 | 1.1 | -1.1 |
| Others | 180 | 175 | 176 | 178 | 180 | 0.5 | 1.0 |
| 일본 합계(A) | 31,735 | 31,167 | 31,642 | 32,209 | 32,763 | 100.0 | 1.7 |
| 전체 화장품(B) | 367,702 | 376,529 | 386,037 | 387,640 | 391,755 | - | 1.1 |
| 비중(A/B×100) | 8.6 | 8.3 | 8.2 | 8.3 | 8.4 | - | - |

자료 : Euromonitor International, 2019(Mar)

4.4 프랑스

2017년 프랑스 화장품 시장규모는 127억 달러로 전년대비 1.8% 감소했으며, 세계 시장에서 차지하는 비중은 3.2%로 2013년 이후 매년 감소하고 있다.

Skin Care 시장이 38억 달러(30.2%)로 가장 크며, 그다음은 Fragrances 25억 달러(19.7%), Hair Care 18억 달러(14.2%), Colour Cosmetics 16억 달러(13.0%) 순이다. 세부적으로 Skin Care 중 Facial Care(22.5%) 시장이 가장 크며, Premium Fragrances(16.9%), Body Wash/Shower Gel(5.2%), Body Care(4.7%) 등이 뒤를 이었다.

한편 연평균 증가율(2013~17)이 가장 큰 유형은 Bath and Shower로 연평균 0.5%씩 증가했으며, 향후 증가율(2018~22)또한 1.4%로 가장 높았다.

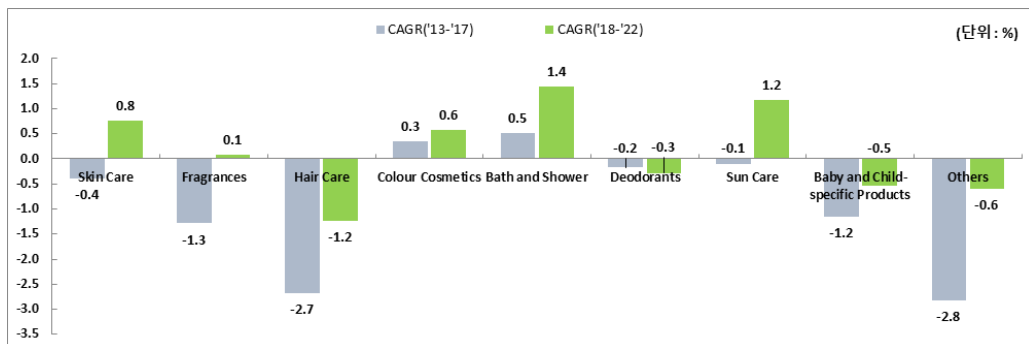


그림 2-8 프랑스 화장품 유형별 연평균 증가율

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

자료 : Euromonitor International, 2019(Mar)

표 2-8 프랑스의 화장품 유형별 시장규모

단위: 백만 달러, %)

| 유형 | 2013년 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | | YoY |
|----------------------------------|---------|---------|---------|---------|---------|-------|-------|
| | | | | | 시장규모 | 비중 | |
| Skin Care | 3,886 | 3,940 | 4,002 | 3,907 | 3,827 | 30.2 | -2.1 |
| Facial Care | 2,870 | 2,916 | 2,966 | 2,898 | 2,849 | 22.5 | -1.7 |
| Body Care | 634 | 642 | 648 | 622 | 595 | 4.7 | -4.5 |
| Skin Care Sets/Kits | 250 | 251 | 254 | 256 | 258 | 2.0 | 0.5 |
| Hand Care | 133 | 132 | 134 | 130 | 126 | 1.0 | -3.6 |
| Fragrances | 2,621 | 2,611 | 2,570 | 2,521 | 2,489 | 19.7 | -1.3 |
| Premium Fragrances | 2,258 | 2,250 | 2,211 | 2,165 | 2,141 | 16.9 | -1.1 |
| Mass Fragrances | 363 | 361 | 359 | 356 | 348 | 2.7 | -2.1 |
| Hair Care | 2,006 | 1,981 | 1,934 | 1,873 | 1,799 | 14.2 | -4.0 |
| Shampoos | 598 | 598 | 585 | 583 | 575 | 4.5 | -1.3 |
| Colourants | 491 | 483 | 473 | 459 | 441 | 3.5 | -4.0 |
| Conditioners and Treatments | 363 | 370 | 372 | 357 | 339 | 2.7 | -5.0 |
| Styling Agents | 357 | 340 | 319 | 297 | 273 | 2.2 | -8.1 |
| 2-in-1 Products | 89 | 88 | 85 | 82 | 80 | 0.6 | -3.5 |
| Salon Professional Hair Care | 45 | 43 | 41 | 40 | 38 | 0.3 | -4.7 |
| Perms and Relaxants | 45 | 42 | 41 | 39 | 37 | 0.3 | -5.1 |
| Hair Loss Treatments | 17 | 17 | 17 | 17 | 17 | 0.1 | 0.2 |
| Colour Cosmetics | 1,618 | 1,633 | 1,657 | 1,656 | 1,641 | 13.0 | -1.0 |
| Facial Make-Up | 566 | 570 | 582 | 586 | 584 | 4.6 | -0.3 |
| Eye Make-Up | 531 | 536 | 541 | 528 | 512 | 4.0 | -3.1 |
| Lip Products | 238 | 236 | 241 | 252 | 258 | 2.0 | 2.5 |
| Nail Products | 171 | 178 | 179 | 177 | 173 | 1.4 | -2.2 |
| Colour Cosmetics Sets/Kits | 112 | 112 | 113 | 114 | 113 | 0.9 | -0.1 |
| Bath and Shower | 1,101 | 1,111 | 1,126 | 1,130 | 1,124 | 8.9 | -0.5 |
| Body Wash/ShowerGel | 620 | 632 | 651 | 659 | 660 | 5.2 | 0.2 |
| Intimate Hygiene | 152 | 154 | 157 | 158 | 157 | 1.2 | -0.3 |
| Liquid Soap | 141 | 143 | 145 | 147 | 147 | 1.2 | 0.4 |
| Bar Soap | 120 | 119 | 117 | 116 | 114 | 0.9 | -1.3 |
| Bath Additives | 64 | 59 | 52 | 46 | 41 | 0.3 | -11.0 |
| Talcum Powder | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 0.0 | -5.2 |
| Deodorants | 733 | 732 | 745 | 739 | 727 | 5.7 | -1.6 |
| Sun Care | 434 | 419 | 448 | 432 | 432 | 3.4 | -0.0 |
| Adult Sun Care | 418 | 402 | 431 | 416 | 416 | 3.3 | -0.0 |
| Baby and Child-specific Sun Care | 16 | 16 | 17 | 17 | 17 | 0.1 | 0.1 |
| Baby and Child-Specific Products | 381 | 379 | 378 | 373 | 363 | 2.9 | -2.7 |
| Others | 292 | 283 | 276 | 268 | 260 | 2.1 | -3.0 |
| 프랑스 합계(A) | 13,071 | 13,089 | 13,134 | 12,900 | 12,662 | 100.0 | -1.8 |
| 전체 화장품(B) | 367,702 | 376,529 | 386,037 | 387,640 | 391,755 | - | 1.1 |
| 비중(A/B×100) | 3.6 | 3.5 | 3.4 | 3.3 | 3.2 | - | - |

자료 : Euromonitor International, 2019(Mar)

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'OREAL의 2018년 매출액은 전년대비 3.5% 증가한 318억 달러(14.3%)로 2017년에 이어 세계 1위를 고수하고 있다. UNILEVER는 매출이 전년대비 0.3% 감소한 224억 달러로 2위에 올랐다. 그 다음은 ESTÉE LAUDER(142억 달러), P&G(132억 달러), SHISEIDO(97억 달러) 등의 순으로 나타났다.

상위 화장품 기업 중 UNILEVER($\Delta 0.3\%$), COTY($\Delta 1.0\%$)를 제외하고 전반적으로 매출액의 전년대비 증가율이 소폭 증가한 것으로 나타난 한편 LG HOUSEHOLD & HEALTH CARE(16.5%)의 증가율이 상대적으로 부각을 나타냈다.

세계 100대 기업에 우리나라 화장품 기업은 4개가 있으며, 이들 기업은 2016년부터 꾸준히 순위에 이름을 올리고 있다. 국내 상위 업체 AMOREPACIFIC GROUP(아모레퍼시픽)의 매출액은 전년대비 0.4% 증가한 53억 달러로 12위를 차지하였으며, LG HOUSEHOLD & HEALTH CARE(LG생활건강)는 39억 달러로 15위를 기록했다(2017년 17위). 닥터자르트 등을 생산하는 HAVE&BE(헤브앤비)는 5억 달러로 작년과 비교하여 9단계 상승하며 62위를 차지하였다. 한편, ABLE C&C(에이블씨엔씨)는 전년대비 7.4% 감소한 3억 달러로 나타났으며, 순위에서도 10단계 하락한 78위를 기록했다.

표 2-9 2018년 매출액 기준 세계 100대 화장품 기업 현황

(단위: 억 달러, %)

| 순위 | 기업명 | 국가명 | 매출액 | 점유율 | 증가율 |
|-----------|----------------------------------|------|---------|-------|------|
| 1 | L'ORÉAL | 프랑스 | 318.1 | 14.3 | 3.5 |
| 2 | UNILEVER | 네덜란드 | 223.9 | 10.0 | -0.3 |
| 3 | THE ESTÉE LAUDER COS. | 미국 | 142.0 | 6.4 | 11.0 |
| 4 | PROCTER & GAMBLE | 미국 | 132.0 | 5.9 | 6.4 |
| 5 | SHISEIDO CO. | 일본 | 96.6 | 4.3 | 7.6 |
| 6 | COTY INC. | 미국 | 90.6 | 4.1 | -1.0 |
| 7 | LVMH MOËT HENNESSY LOUIS VUITTON | 프랑스 | 71.9 | 3.2 | 9.6 |
| 8 | BEIERSDORF | 독일 | 66.5 | 3.0 | 1.6 |
| 9 | CHANEL LIMITED | 영국 | 65.1 | 2.9 | 7.0 |
| 10 | KAO CORP. | 일본 | 56.3 | 2.5 | 3.7 |
| 11 | L BRANDS | 미국 | 56.0 | 2.5 | 3.7 |
| 12 | AMOREPACIFIC GROUP | 한국 | 53.1 | 2.4 | 0.4 |
| 13 | HENKEL | 독일 | 44.3 | 2.0 | 2.1 |
| 14 | JOHNSON & JOHNSON | 미국 | 43.8 | 2.0 | 4.3 |
| 15 | LG HOUSEHOLD & HEALTH CARE | 한국 | 38.5 | 1.7 | 16.5 |
| : | | | | | |
| 62 | HAVE & BE CO. | 한국 | 4.5 | 0.2 | 28.2 |
| : | | | | | |
| 78 | ABLE C&C | 한국 | 3.1 | 0.1 | -7.4 |
| 합계(100개사) | | | 2,231.6 | 100.0 | - |

주 : 1) 100대 화장품 기업의 향수, 메이크업, 스킨케어, 선케어, 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, 2019, 한국보건산업진흥원 재가공

세계 100대 화장품 기업에 이름을 올린 국가는 미국, 프랑스, 일본, 네덜란드, 영국, 독일, 한국 등 16개 국가이다. 이 중 31개 기업을 순위에 올린 미국 기업의 매출 합계가 713억 달러로 전체 100대 기업 매출의 31.9%를 차지하는 것으로 나타났다.

우리나라는 국가별 매출액 순위에서 7위를 차지했으며, 매출액은 99억 달러로 전체 100대 기업 매출의 4.4%에 해당된다.

표 2-10 국가별 화장품 100대 기업 보유 및 매출 현황(2018)

(단위: 개소, 억 달러, %)

| 국가 | 기업 수 | 매출액 | 점유율 | 한국대비매출규모(배) |
|------|------|---------|-------|-------------|
| 미국 | 31 | 712.6 | 31.9 | 7.2 |
| 프랑스 | 13 | 484.6 | 21.7 | 4.9 |
| 일본 | 12 | 240.4 | 10.8 | 2.4 |
| 네덜란드 | 2 | 229.0 | 10.3 | 2.3 |
| 영국 | 6 | 128.0 | 5.7 | 1.3 |
| 독일 | 6 | 123.3 | 5.5 | 1.2 |
| 한국 | 4 | 99.2 | 4.4 | 1.0 |
| 브라질 | 3 | 54.0 | 2.4 | 0.5 |
| 스위스 | 4 | 43.8 | 2.0 | 0.4 |
| 이탈리아 | 6 | 27.5 | 1.2 | 0.3 |
| 인도 | 4 | 24.9 | 1.1 | 0.3 |
| 에스파냐 | 1 | 20.8 | 0.9 | 0.2 |
| 중국 | 4 | 19.9 | 0.9 | 0.2 |
| 페루 | 2 | 17.9 | 0.8 | 0.2 |
| 홍콩 | 1 | 3.1 | 0.1 | 0.0 |
| 러시아 | 1 | 2.6 | 0.1 | 0.0 |
| 합계 | 100 | 2,231.6 | 100.0 | - |

주 : 1) 100대 화장품 기업의 향수, 메이크업, 스킨케어, 선케어, 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, 2019, 한국보건산업진흥원 재가공

제3장 국내 화장품산업 동향 분석

1. 일반 현황

2018년 국내 화장품 생산 및 수출입 현황 자료를 이용하여 산출한 시장규모(생산+수입-수출)는 전년대비 6.5% 증가한 10조 4,011억 원으로 나타났으며, 연평균성장률(2014~18) 또한 5.4%로 꾸준한 성장세를 보이고 있다.

국내 화장품산업 총생산규모는 15조 5,028억 원으로 전년대비 14.7% 증가했다. 최근 5년 연평균(2014~18) 증가율이 14.7%로 매년 10% 이상 지속 성장하는 것으로 나타났다.

화장품 수출은 해마다 빠른 속도로 증가하여 2018년 6조 9,081억 원으로 전년대비 26.5% 증가했으며, 수입(1조 8,064억 원)도 전년대비 5.4% 증가했다. 국내 화장품의 뚜렷한 수출 성장세가 지속되고 있으며, 2018년 무역수지는 2014년 흑자전환 이후 4년 새 약 10배 증가한 것으로 나타났다.

표 3-1 국내 화장품 시장규모

(단위: 백만원, %)

| 구분 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 | YoY | CAGR ('14~'18) |
|------------------|-----------|------------|------------|------------|------------|------|----------------|
| 시장규모 | 8,437,779 | 9,072,037 | 10,042,139 | 9,769,267 | 10,401,144 | 6.5 | 5.4 |
| (백만 달러) | 7,667 | 8,243 | 9,124 | 8,876 | 9,451 | | |
| 생산 | 8,970,370 | 10,732,853 | 13,051,262 | 13,515,507 | 15,502,849 | 14.7 | 14.7 |
| (백만 달러) | 8,151 | 9,752 | 11,859 | 12,280 | 14,086 | | |
| 수출 ⁴⁾ | 2,085,435 | 3,225,267 | 4,615,410 | 5,459,384 | 6,908,101 | 26.5 | 34.9 |
| (백만 달러) | 1,895 | 2,931 | 4,194 | 4,960 | 6,277 | | |
| 수입 ²⁾ | 1,552,843 | 1,564,450 | 1,606,287 | 1,713,144 | 1,806,396 | 5.4 | 3.9 |
| (백만 달러) | 1,411 | 1,421 | 1,459 | 1,557 | 1,641 | | |
| 무역수지 | 532,591 | 1,660,817 | 3,009,123 | 3,746,241 | 5,101,705 | - | - |
| (백만 달러) | 484 | 1,509 | 2,734 | 3,404 | 4,635 | | |

주 : 1. 시장규모는 생산-수출+수입
 2. 생산 및 수출입에 대한 환율 적용은 한국은행의 2018년 연평균 기준 환율(1,100.58원)을 사용함
 자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도
 한국무역통계진흥원 무역통계, 한국보건산업진흥원 재가공

2018년 식품의약품안전처에 등록된 국내 책임판매업소 수는 12,673개소이며, 전년 대비 839개소가 증가했다. 그 중 생산실적이 있는 업소 수는 6,487개소로 전년 대비 658개소가 증가했다. 최근 『화장품법』 개정으로 기존 의약외품으로 분류되던 일부 품목, 화장비누 등 화장품 전환에 따라 향후 제조·책임판매업소 수가 꾸준히 증가할 것으로 내다보고 있다.

표 3-2 화장품 제조업소 및 판매업소⁵⁾ 수 현황

(단위: 개소, 개, %)

| 구분 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 | CAGR ('14~'18) |
|----------|---------|---------|---------|---------|---------|----------------|
| 제조업소 수 | 1,750 | 2,017 | 2,033 | 2,069 | - | - |
| 책임판매업소 수 | 4,853 | 6,422 | 8,175 | 11,834 | 12,673 | 27.1 |
| 생산업소 수 | 2,735 | 3,840 | 4,961 | 5,829 | 6,487 | 24.1 |
| 품목 수 | 101,362 | 105,318 | 119,051 | 125,766 | 124,560 | 5.3 |

자료 : 식품의약품안전처, 식품의약품통계연보, 각 연도
 식품의약품안전처, 화장품 생산실적 및 수출입 보도자료, 2019.10.1
 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

4) 본 보고서에 수록되어있는 화장품 수출입은 화장품 상품분류코드(HS Code)에 따른 자료로 「2017년 화장품 분석보고서」의 값과 상이할 수 있음
 5) 개정된 『화장품법』에 따라 2019년 제조판매업체에서 책임판매업체로 명칭이 변경됨

2. 생산 현황

2018년 국내 화장품 생산규모는 15조 5,028억 원으로 전년대비 14.7% 증가했다. 향후 이 같은 증가세는 지속적 수출 증가와 기능성화장품 성장세 등에 힘입을 것으로 보인다.

화장품 유형별로는 기초 화장용 제품류가 9조 3,704억 원으로 전년대비 23.0% 증가하면서 선두를 지킨 가운데, 색조 화장용 제품류가 2조 3,958억원(+11.9%)으로 2위를 기록했다. 그 다음으로 두발용 제품류 1조 5,817억원(+3.4%), 인체 세정용 제품류 1조 3,481억원(+7.0%)으로 그 뒤를 이었다.

연평균 증가율(2014~18)이 가장 큰 유형은 두발 염색용 제품류로 88.3% 증가했으며, 그 다음은 인체 세정용 제품류(20.3%), 목욕용 제품류(18.4%), 기초 화장용 제품류(16.5%) 등 순이다. 특히 이들 모두 전체 화장품 연평균성장률(14.7%)을 상회하는 것으로 나타났다.

생산액 기준 상위 5개 유형의 비중 변화를 살펴보면, 기초 화장용 제품류의 비중은 지속적으로 증가한 반면, 두발용 제품류, 눈 화장용 제품류의 비중은 4년 연속 감소한 것으로 나타났다.

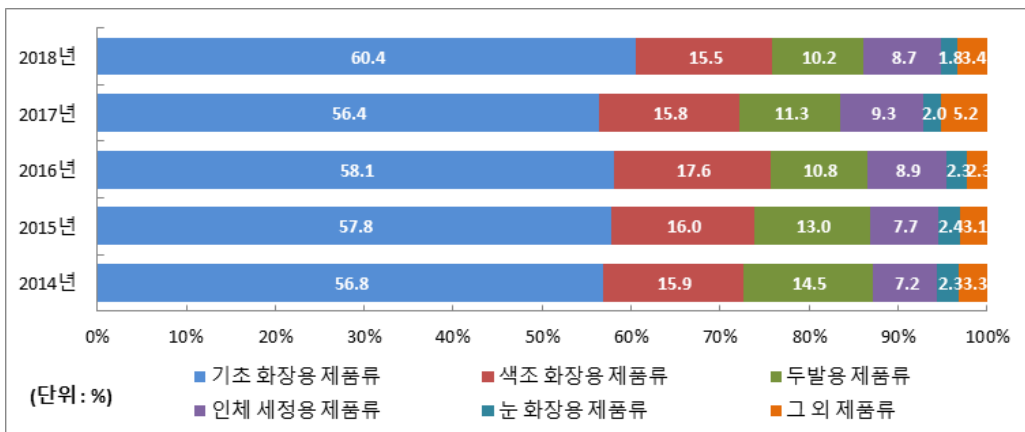


그림 3-1 생산실적 상위 화장품 유형별 비중 추이

자료 : 식품의약품안전처, 화장품 생산실적 및 수출입 보도자료, 2019.10.1

대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

표 3-3 화장품 유형별 생산실적 추이

(단위: 백만원, %)

| 유형 | 연도 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 | | CAGR (14~'18) |
|------------|----|-----------|------------|------------|------------|------------|-------|------------------|
| | | | | | | 생산금액 | YoY | |
| 기초 화장용 제품류 | | 5,092,904 | 6,201,569 | 7,585,806 | 7,617,757 | 9,370,437 | 23.0 | 16.5 |
| 색조 화장용 제품류 | | 1,426,407 | 1,722,511 | 2,291,895 | 2,141,653 | 2,395,833 | 11.9 | 13.8 |
| 두발용 제품류 | | 1,304,703 | 1,394,249 | 1,409,841 | 1,529,838 | 1,581,748 | 3.4 | 4.9 |
| 인체 세정용 제품류 | | 644,718 | 824,714 | 1,163,731 | 1,260,100 | 1,348,113 | 7.0 | 20.3 |
| 눈 화장용 제품류 | | 208,827 | 257,267 | 295,221 | 263,655 | 285,661 | 8.3 | 8.1 |
| 두발 염색용 제품류 | | 20,526 | 16,527 | 16,385 | 421,339 | 258,310 | -38.7 | 88.3 |
| 면도용 제품류 | | 123,747 | 147,854 | 120,874 | 119,930 | 121,263 | 1.1 | -0.5 |
| 영·유아용 제품류 | | 55,183 | 57,443 | 65,155 | 74,608 | 56,805 | -23.9 | 0.7 |
| 방향용 제품류 | | 27,306 | 28,579 | 38,227 | 35,459 | 37,652 | 6.2 | 8.4 |
| 손발톱용 제품류 | | 58,327 | 73,857 | 56,079 | 40,746 | 34,106 | -16.3 | -12.6 |
| 목욕용 제품류 | | 4,572 | 4,768 | 5,153 | 4,902 | 8,985 | 83.3 | 18.4 |
| 체취 방지용 제품류 | | 3,150 | 3,516 | 2,893 | 3,189 | 2,381 | -25.4 | -6.8 |
| 체모제거용제품류 | | - | - | - | 2,331 | 1,556 | -33.2 | - |
| 합계 | | 8,970,370 | 10,732,853 | 13,051,262 | 13,515,507 | 15,502,849 | 14.7 | 14.7 |

주 : 1. 2015년 '화장품법 시행규칙'의 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, '체모제거용제품류'가 기능성화장품으로 추가(분류)됨

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

2.1 기초 화장품 제품류

2018년 기초 화장품 제품류 생산액은 9조 3,704억 원으로 전년 대비 23.0% 증가했다. 세부 유형별로는 로션과 크림(3조 3,196억 원)의 생산이 가장 많았고, 그 다음은 팩/마스크, 에센스/오일이 각각 1조 6,718억 원, 1조 6,087억 원 생산되었다.

전반적으로 기초 화장품 제품의 세부 유형 모두 증가하고 있는 추세이다. 그 중 파우더는 전년 동기 대비 증가율이 88.5%로 가장 높게 나타났으며, 수렴·유연·영양 화장수(35.0%), 로션/크림(24.9%) 등 순으로 증가율이 높게 나타났다.

표 3-4 기초 화장품 제품류 연도별 생산추이

(단위: 백만원, %)

| 품목명 | 연도 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 | | CAGR ('14~'18) |
|-----------------|----|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------|-------------------|
| | | | | | | 생산금액 | YoY | |
| 로션, 크림 | | 1,951,975 | 2,296,545 | 2,740,397 | 2,657,726 | 3,319,628 | 24.9 | 14.2 |
| 팩, 마스크 | | 545,414 | 921,358 | 1,385,222 | 1,558,050 | 1,671,772 | 7.3 | 32.3 |
| 에센스, 오일 | | 1,046,461 | 1,200,871 | 1,378,523 | 1,321,985 | 1,608,714 | 21.7 | 11.3 |
| 수렴·유연·영양 화장수 | | 722,995 | 908,113 | 1,190,527 | 1,157,392 | 1,561,986 | 35.0 | 21.2 |
| 눈 주위 제품 | | 248,820 | 324,007 | 297,585 | 302,198 | 335,774 | 11.1 | 7.8 |
| 클렌징 제품 | | 210,312 | 194,466 | 226,882 | 184,605 | 220,261 | 19.3 | 1.2 |
| 바디 제품 | | 167,536 | 145,300 | 156,310 | 186,565 | 216,604 | 16.1 | 6.6 |
| 손·발의 피부연화 제품 | | 62,184 | 60,131 | 58,388 | 71,668 | 74,396 | 3.8 | 4.6 |
| 마사지 크림 | | 26,910 | 30,446 | 28,668 | 26,360 | 28,107 | 6.6 | 1.1 |
| 파우더 | | 5,676 | 12,724 | 14,154 | 14,232 | 26,835 | 88.5 | 47.5 |
| 그 밖의 기초 화장품 제품류 | | 104,621 | 107,607 | 109,150 | 136,974 | 306,360 | 123.7 | 30.8 |
| 합계 | | 5,092,904 | 6,201,569 | 7,585,806 | 7,617,757 | 9,370,437 | 23.0 | 16.5 |

주 : 클렌징 제품은 클렌징워터, 클렌징오일, 클렌징로션, 클렌징크림, 메이크업리무버임
 자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

2.2 두발용 제품류

2018년 두발용 제품류 생산액은 1조 5,817억 원으로 전년대비 3.4% 증가했다. 세부 유형별로는 샴푸, 린스가 1조 675억 원으로 전체 두발용 제품의 67.5%를 차지했고, 헤어 컨디셔너(2,303억 원), 헤어 그루밍 에이드(1,235억 원), 헤어 오일(386억 원) 등이 뒤를 이었다.

전반적으로 세부 유형들의 전년대비 증가율이 감소하는 추세인 가운데, 헤어 오일(+21.4%), 헤어 토닉(+17.3%)이 상대적으로 높은 증가율을 나타냈다.

표 3-5 두발용 제품류 연도별 생산추이

(단위: 백만원, %)

| 품목명 | 연도 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 | | CAGR (*14~*18) |
|-------------------|----|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------|-------------------|
| | | | | | | 생산금액 | YoY | |
| 샴푸, 린스 | | 937,963 | 995,806 | 993,153 | 1,011,854 | 1,067,498 | 5.5 | 3.3 |
| 헤어 컨디셔너 | | 83,363 | 99,112 | 121,423 | 232,427 | 230,255 | -0.9 | 28.9 |
| 헤어 그루밍 에이드 | | 77,637 | 91,592 | 117,542 | 128,725 | 123,521 | -4.0 | 12.3 |
| 헤어오일 | | 81,473 | 88,426 | 50,876 | 31,814 | 38,632 | 21.4 | -17.0 |
| 헤어스프레이, 무스, 왁스, 젤 | | 52,157 | 50,354 | 44,364 | 43,042 | 38,252 | -11.1 | -7.5 |
| 퍼머넨트 웨이브 | | 30,918 | 29,961 | 28,246 | 34,289 | 29,498 | -14.0 | -1.2 |
| 헤어 토닉 | | 12,177 | 11,560 | 14,574 | 15,316 | 17,973 | 17.3 | 10.2 |
| 헤어 크림, 로션 | | 9,430 | 9,788 | 13,064 | 9,525 | 9,954 | 4.5 | 1.4 |
| 헤어 스트레이트너 | | 12,323 | 9,215 | 10,658 | 10,068 | 9,321 | -7.4 | -6.7 |
| 포마드 | | 960 | 1,185 | 2,262 | 1,378 | 1,068 | -22.5 | 2.7 |
| 그 밖의 두발용 제품류 | | 6,302 | 7,250 | 13,680 | 11,401 | 15,777 | 38.4 | 25.8 |
| 합계 | | 1,304,703 | 1,394,249 | 1,409,841 | 1,529,838 | 1,581,748 | 3.4 | 4.9 |

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

2.3 색조 화장용(구 메이크업) 제품류

2018년 색조 화장용 제품류 생산액은 2조 3,958억원으로 전년대비 11.9% 증가했다. 세부 유형별로는 리퀴드·크림·케이크 파운데이션이 1조 3,522억 원으로 절반 이상(56.4%)을 차지했고, 메이크업 베이스(3,159억 원), 립스틱/립라이너(2,442억 원)순으로 나타났다.

전년 대비 증가율이 가장 높은 세부 유형은 메이크업 베이스(+50.4%)로 2018년 색조 화장용 제품의 성장을 견인한 것으로 나타났다.

표 3-6 색조 화장용(구 메이크업) 제품류 연도별 생산추이

(단위: 백만원, %)

| 품목명 | 연도 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 | | CAGR (14~18) |
|--------------------|----|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------|-----------------|
| | | | | | | 생산금액 | YoY | |
| 리퀴드, 크림, 케이크 파운데이션 | | 754,872 | 1,012,420 | 1,348,888 | 1,222,025 | 1,352,216 | 10.7 | 15.7 |
| 메이크업 베이스 | | 87,577 | 106,134 | 186,763 | 209,989 | 315,910 | 50.4 | 37.8 |
| 립스틱, 립라이너 | | 164,197 | 188,296 | 276,823 | 265,330 | 244,244 | -7.9 | 10.4 |
| 립글로스, 립밤 | | 74,334 | 123,257 | 142,258 | 156,433 | 174,514 | 11.6 | 23.8 |
| 페이스 파우더, 페이스 케이크 | | 149,984 | 119,828 | 117,957 | 114,449 | 110,750 | -3.2 | -7.3 |
| 블렌지 | | 25,017 | 29,687 | 39,261 | 35,311 | 46,320 | 31.2 | 16.6 |
| 바디페인팅, 분장용 제품 | | 782 | 749 | 19,040 | 5,958 | 4,163 | -30.1 | 51.9 |
| 메이크업 픽서티브 | | 2,107 | 3,193 | 3,115 | 5,982 | 3,820 | -36.1 | 16.0 |
| 그 밖의 색조 화장용 제품류 | | 167,537 | 138,946 | 157,791 | 126,175 | 143,895 | 14.0 | -3.7 |
| 합계 | | 1,426,407 | 1,722,511 | 2,291,895 | 2,141,653 | 2,395,833 | 11.9 | 13.8 |

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

2.4 인체 세정용 제품류

2018년 인체 세정용 제품류 생산액은 1조 3,481억 원으로 전년대비 7.0% 증가했다. 세부 유형별로는 폼 클렌저가 4,198억 원으로 가장 많이 생산된 것으로 나타났다. 그 다음은 바디클렌저(4,086억 원), 물휴지(3,741억 원)등 순 이었다.

전년 대비 증가율이 가장 높은 세부 유형은 외음부 세정제로 지난해 대비 62.7% 증가했고 연평균 증가율('14-'18) 또한 21.5%로 높게 나타났다.

표 3-7 인체 세정용 제품류 연도별 생산추이

(단위: 백만원, %)

| 품목명 | 연도 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 | | CAGR ('14~'18) |
|-----------------|----|---------|---------|-----------|-----------|-----------|------|-------------------|
| | | | | | | 생산금액 | YoY | |
| 폼 클렌저 | | 271,698 | 281,130 | 333,432 | 366,325 | 419,830 | 14.6 | 11.5 |
| 바디 클렌저 | | 302,997 | 307,314 | 396,671 | 385,811 | 408,608 | 5.9 | 7.8 |
| 물휴지 | | - | 158,185 | 338,571 | 394,197 | 374,109 | -5.1 | - |
| 액상비누 | | 15,012 | 19,958 | 25,148 | 44,396 | 52,451 | 18.1 | 36.7 |
| 외음부 세정제 | | 23,734 | 24,351 | 26,291 | 31,806 | 51,740 | 62.7 | 21.5 |
| 그 밖의 인체 세정용 제품류 | | 31,276 | 33,776 | 43,619 | 37,565 | 41,376 | 10.1 | 7.2 |
| 합계 | | 644,718 | 824,714 | 1,163,731 | 1,260,100 | 1,348,113 | 7.0 | 20.3 |

주 : 2015년 '화장품법 시행규칙'의 개정에 따른 화장품 유형이 확대됨에 따라 '물휴지'가 인체 세정용 제품류로 추가됨

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

2.5 눈 화장용 제품류

2018년 눈 화장용 제품류 생산액은 2,857억 원으로 전년대비 8.3% 증가했다. 그 중 아이 새도 생산액이 825억 원으로 가장 큰 것으로 나타났으며, 아이브로 펜슬(770억원), 마스크라(520억원) 등 순이었다.

전년대비 증가율이 가장 높은 유형은 마스크라로 30.5% 증가했으며, 그 다음으로는 아이브로 펜슬(16.1%)등 순으로 증가율이 높았다. 반면, 아이 라이너의 생산액은 2016년 이래로 지속적으로 감소하였으며 전년대비 증가율(△6.4%)과 연평균성장률(△4.3%) 모두 마이너스 성장을 한 것으로 나타났다.

표 3-8 눈 화장용 제품류 연도별 생산추이

(단위: 백만원, %)

| 품목명 | 연도 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 | | CAGR (14~18) |
|----------------|----|---------|---------|---------|---------|---------|------|-----------------|
| | | | | | | 생산금액 | YoY | |
| 아이 새도 | | 47,658 | 69,264 | 84,348 | 79,282 | 82,548 | 4.1 | 14.7 |
| 아이브로 펜슬 | | 33,129 | 56,203 | 63,564 | 66,318 | 76,986 | 16.1 | 23.5 |
| 마스크라 | | 55,005 | 54,299 | 49,640 | 39,833 | 51,976 | 30.5 | -1.4 |
| 아이 라이너 | | 58,202 | 57,101 | 63,675 | 52,072 | 48,722 | -6.4 | -4.3 |
| 아이 메이크업 리무버 | | 9,790 | 11,064 | 12,039 | 12,576 | 12,478 | -0.8 | 6.3 |
| 그 밖의 눈 화장용 제품류 | | 5,044 | 9,336 | 21,955 | 13,575 | 12,951 | -4.6 | 26.6 |
| 합계 | | 208,827 | 257,267 | 295,221 | 263,655 | 285,661 | 8.3 | 8.1 |

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

2.6 면도용 제품류

2018년 면도용 제품류 생산액은 1,213억 원으로 전년대비 1.1% 증가했다. 세부 유형별로는 애프터셰이브 로션 생산액이 1,089억 원으로 면도용 제품류 생산액의 90%를 차지했으며, 그 다음은 셰이빙 폼(9억 원), 프리셰이브 로션(2억 원) 순으로 나타났다.

국내 면도용 제품 생산의 연평균 성장률('14-'18)은 0.5% 감소한 것으로 나타났으며 5년 연속 비슷한 수준을 유지하고 있다.

표 3-9 면도용 제품류 연도별 생산추이

(단위: 백만원, %)

| 품목명 | 연도 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 | | CAGR ('14~'18) |
|--------------|----|---------|---------|---------|---------|---------|-------|-------------------|
| | | | | | | 생산금액 | YoY | |
| 애프터셰이브 로션 | | 115,690 | 134,943 | 108,659 | 107,014 | 108,866 | 1.7 | -1.5 |
| 셰이빙 폼 | | 443 | 1,148 | 1,105 | 1,279 | 937 | -26.7 | 20.6 |
| 프리셰이브 로션 | | 21 | - | 29 | 83 | 189 | 127.5 | 74.0 |
| 셰이빙 크림 | | 112 | 577 | 850 | 1,177 | 86 | -92.7 | -6.6 |
| 남성용 탈کم | | - | 3 | - | - | - | - | - |
| 그 밖의 면도용 제품류 | | 7,482 | 11,183 | 10,231 | 10,377 | 11,186 | 7.8 | 10.6 |
| 합계 | | 123,747 | 147,854 | 120,874 | 119,930 | 121,263 | 1.1 | -0.5 |

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

2.7 영·유아용(구 어린이용) 제품류

2018년 영·유아용 제품류 생산액은 568억 원으로 전년대비 23.9% 감소했다. 세부 유형별로는 영·유아용 로션, 크림이 321억 원으로 절반 이상(56.6%)을 차지했고, 영·유아용 인체 세정용 제품(116억 원)과 영·유아용 샴푸/린스(63억 원)이 뒤를 이었다.

영·유아용 오일 제품류를 제외하고 세부 유형 모두 전년대비 감소한 것으로 나타났으며, 특히, 영·유아용 인체세정용 제품이 45.9% 크게 감소한 것으로 나타났다.

표 3-10 영·유아용(구 어린이용) 제품류 연도별 생산추이

(단위: 백만원, %)

| 품목명 | 연도 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 | | CAGR (14~18) |
|----------------|----|--------|--------|--------|--------|--------|-------|-----------------|
| | | | | | | 생산금액 | YoY | |
| 영·유아용로션, 크림 | | 34,718 | 33,937 | 38,123 | 38,827 | 32,146 | -17.2 | -1.9 |
| 영·유아용 인체세정용 제품 | | 7,395 | 10,872 | 15,280 | 21,381 | 11,565 | -45.9 | 11.8 |
| 영·유아용 샴푸, 린스 | | 4,246 | 4,322 | 3,469 | 6,944 | 6,302 | -9.2 | 10.4 |
| 영·유아용 목욕용 제품 | | 6,765 | 6,380 | 6,648 | 5,985 | 4,622 | -22.8 | -9.1 |
| 영·유아용 오일 | | 2,060 | 1,932 | 1,636 | 1,472 | 2,171 | 47.5 | 1.3 |
| 합계 | | 55,183 | 57,443 | 65,155 | 74,608 | 56,805 | -23.9 | 0.7 |

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

2.8 손발톱용(구 매니큐어용) 제품류

2018년 손발톱용 제품류 생산액은 341억 원으로 전년대비 16.3% 감소했다. 세부 유형별로 네일폴리시/네일에나멜 생산액이 241억 원으로 가장 크며, 네일폴리시/네일에나멜 리무버가 38억 원으로 두 번째로 생산액이 많았다.

탑코트 제품류(28억 원)는 2017년 생산액이 크게 감소했지만 2018년 전년대비 16.6% 증가하며 세부 유형 중 유일하게 증가세로 돌아선 것으로 나타났다.

표 3-11 손발톱용(구 매니큐어용) 제품류 연도별 생산추이

(단위: 백만원, %)

| 품목명 | 연도 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 | | CAGR (14~18) |
|-----------------|----|--------|--------|--------|--------|--------|-------|-----------------|
| | | | | | | 생산금액 | YoY | |
| 네일폴리시, 네일에나멜 | | 43,502 | 49,422 | 39,609 | 29,484 | 24,128 | -18.2 | -13.7 |
| 네일폴리시·네일에나멜 리무버 | | 6,962 | 6,002 | 5,936 | 4,121 | 3,817 | -7.4 | -14.0 |
| 탑코트 | | 3,045 | 3,500 | 4,090 | 2,368 | 2,760 | 16.6 | -2.4 |
| 베이스코트, 언더코트 | | 1,707 | 1,933 | 2,039 | 1,587 | 1,381 | -13.0 | -5.2 |
| 네일 크림·로션·에센스 | | 891 | 1,129 | 895 | 1,199 | 812 | -32.3 | -2.3 |
| 그 밖의 손발톱용 제품류 | | 2,220 | 11,871 | 3,510 | 1,987 | 1,208 | -39.2 | -14.1 |
| 합계 | | 58,327 | 73,857 | 56,079 | 40,746 | 34,106 | -16.3 | -12.6 |

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

2.9 방향용 제품류

2018년 방향용 제품류 생산액은 377억 원으로 전년대비 6.2% 증가했다. 세부 유형별로는 향수가 195억 원으로 가장 많이 생산되었으며, 콜롱 또한 높은 비중(153억 원, 40.5%)을 차지하며 방향용 제품류 시장을 이끌었다.

표 3-12 방향용 제품류 연도별 생산추이

(단위: 백만원, %)

| 품목명 | 연도 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 | | CAGR (*14~'18) |
|--------------|----|--------|--------|--------|--------|--------|----------|-------------------|
| | | | | | | 생산금액 | YoY | |
| 향수 | | 10,245 | 9,861 | 13,351 | 19,544 | 19,541 | -0.0 | 17.5 |
| 콜롱 | | 14,027 | 16,309 | 21,836 | 14,481 | 15,260 | 5.4 | 2.1 |
| 향낭 | | - | 3 | - | 2 | 188 | 11,553.0 | - |
| 분말향 | | - | - | - | 3 | 3 | -13.6 | - |
| 그 밖의 방향용 제품류 | | 3,034 | 2,406 | 3,040 | 1,429 | 2,661 | 86.2 | -3.2 |
| 합계 | | 27,306 | 28,579 | 38,227 | 35,459 | 37,652 | 6.2 | 8.4 |

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

2.10 두발 염색용(구 염모용) 제품류

2018년 두발 염색용 제품류 생산액은 2,583억 원으로 전년대비 38.7% 감소했다. 2017년 기능성 화장품 관련한 화장품법이 개정되면서 염모제 시장이 새롭게 포함되었으며 이로 인하여 두발 염색용 제품류가 2017년 한 해 큰 폭으로 상승했다.

세부 품목별로는 염모제가 1,992억 원으로 생산액이 가장 컸으며, 그 다음은 헤어틴트로 생산액이 196억 원 이었다.

표 3-13 두발 염색용(구 염모용) 제품류 연도별 생산추이

(단위: 백만원, %)

| 품목명 | 연도 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 | | CAGR (14~18) |
|-----------------|----|--------|--------|--------|---------|---------|-------|-----------------|
| | | | | | | 생산금액 | YoY | |
| 염모제 | | - | - | - | 381,913 | 199,160 | -47.9 | - |
| 헤어틴트 | | 18,038 | 15,314 | 14,558 | 21,731 | 19,585 | -9.9 | 2.1 |
| 탈염·탈색용 제품 | | - | - | - | 4,172 | 5,322 | 27.6 | - |
| 헤어 컬러스프레이 | | 111 | 343 | 301 | 219 | 56 | -74.6 | -15.9 |
| 그 밖의 두발 염색용 제품류 | | 2,376 | 870 | 1,525 | 13,304 | 34,188 | 157.0 | 94.8 |
| 합계 | | 20,526 | 16,527 | 16,385 | 421,339 | 258,310 | -38.7 | 88.3 |

주 : 2017년 화장품법 개정에 따라 '염모제', '탈염·탈색용제품'이 화장품에 포함됨

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

2.11 목욕용 제품류

2018년 목욕용 제품류 생산액은 90억 원으로 전년대비 83.3% 증가했다. 세부 품목별로는 버블 배스가 29억 원으로 가장 많이 생산되었으며, 그 다음은 목욕용 소금류(25억 원) 순으로 나타났다.

목욕용 제품류 세부 유형 모두 전년대비 높은 증가율을 보였는데 그 중 목욕용 소금류가 지난해 대비 183.9% 크게 증가한 것으로 나타났다.

표 3-14 목욕용 제품류 연도별 생산추이

(단위: 백만원, %)

| 품목명 | 연도 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 | | CAGR (14~18) |
|----------------|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-----------------|
| | | | | | | 생산금액 | YoY | |
| 버블 배스 | | 1,355 | 960 | 1,850 | 2,028 | 2,871 | 41.6 | 20.6 |
| 목욕용 소금류 | | 1,060 | 1,001 | 984 | 894 | 2,538 | 183.9 | 24.4 |
| 목욕용 오일, 정제, 캡슐 | | 1,094 | 1,280 | 1,037 | 1,161 | 1,624 | 39.8 | 10.4 |
| 그 밖의 목욕용 제품류 | | 1,062 | 1,526 | 1,283 | 819 | 1,951 | 138.3 | 16.4 |
| 합계 | | 4,572 | 4,768 | 5,153 | 4,902 | 8,985 | 83.3 | 18.4 |

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

2.12 체취 방지용 제품류

2018년도 체취 방지용 제품류 생산액은 24억 원으로 전년대비 25.4% 감소했으며, 데오도란트 생산액은 16억 원으로 전년대비 6.3% 감소한 것으로 나타났다.

표 3-15 체취 방지용 제품류 연도별 생산추이

(단위: 백만원, %)

| 품목명 | 연도 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 | | CAGR (14~18) |
|-----------------|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-----------------|
| | | | | | | 생산금액 | YoY | |
| 데오도란트 | | 2,190 | 1,643 | 1,535 | 1,720 | 1,611 | -6.3 | -7.4 |
| 그 밖의 체취 방지용 제품류 | | 960 | 1,874 | 1,358 | 1,469 | 769 | -47.6 | -5.4 |
| 합계 | | 3,150 | 3,516 | 2,893 | 3,189 | 2,381 | -25.4 | -6.8 |

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

2.13 체모 제거용 제품류

2018년도 체모 제거용 제품류 생산액은 16억 원으로 전년대비 33.2% 감소했으며, 그 중 대부분을 차지하는 제모제가 16억 원으로 전년대비 33.3% 감소한 것으로 나타났다.

표 3-16 체모 제거용 제품류 연도별 생산추이

(단위: 백만원, %)

| 품목명 | 연도 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 | | CAGR (*14~*18) |
|-----------------|----|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------------------|
| | | | | | | 생산금액 | YoY | |
| 제모제 | | - | - | - | 2,331 | 1,554 | -33.3 | - |
| 그 밖의 체모 제거용 제품류 | | - | - | - | - | 2 | - | - |
| 합계 | | - | - | - | 2,331 | 1,556 | -33.2 | - |

주 : 2017년 화장품법 개정에 따라 '체모제거용제품류'가 화장품에 포함됨

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도

3. 수출입 현황

2018년 화장품 수출은 2017년 대비 26.5% 증가한 62억 7,678만 달러, 수입은 5.4% 증가한 16억 4,131만 달러를 기록하였다. 화장품 수출의 최근 5년간('14-'18) 연평균 증가율이 34.9% 고성장함에 따라 무역수지 흑자폭이 크게 개선되었으며 2018년에는 46억 3,547만 달러 규모의 흑자를 달성하였다.

K-뷰티의 품질과 인지도 향상으로 기존 중화권 중심의 수출에서 미주, 유럽 등 선진시장으로의 진출 확대로 화장품 수출이 지속적으로 증가한 것으로 분석된다.

표 3-17 연도별 화장품 수출입⁶⁾ 실적

(단위: 천 달러, %)

| 연도 | 수입 | | 수출 | | 무역수지 |
|-------|-----------|------|-----------|------|-----------|
| | 수입금액 | YoY | 수출금액 | YoY | |
| 2004년 | 485,871 | -2.7 | 219,010 | 45.4 | -266,861 |
| 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 | 1,421,478 | 0.7 | 2,930,516 | 54.7 | 1,509,038 |
| 2016년 | 1,459,492 | 2.7 | 4,193,616 | 43.1 | 2,734,125 |
| 2017년 | 1,556,583 | 6.7 | 4,960,461 | 18.3 | 3,403,878 |
| 2018년 | 1,641,313 | 5.4 | 6,276,783 | 26.5 | 4,635,470 |

자료 : 의약품수출입협회, Facts & Survey Report, 각 연도
한국무역통계진흥원 무역통계, 한국보건산업진흥원 재가공

6) 2012~18년 화장품 수출입 금액은 화장품 상품분류코드(Hs Code)에 따른 실적자료로서 2004~11년 의약품 수출입협회 수출금액과 상이할 수 있음

화장품 국내 자급도는 2009년 85.9%로 가장 높았으며 그 이후 지속 감소하여 2012년 81.3%로 가장 낮았다. 이후 2016년 84.0%로 개선되는 듯 보였으나 2017년(82.5%), 2018년(82.6%)들어 다소 둔화된 추세를 나타냈다.

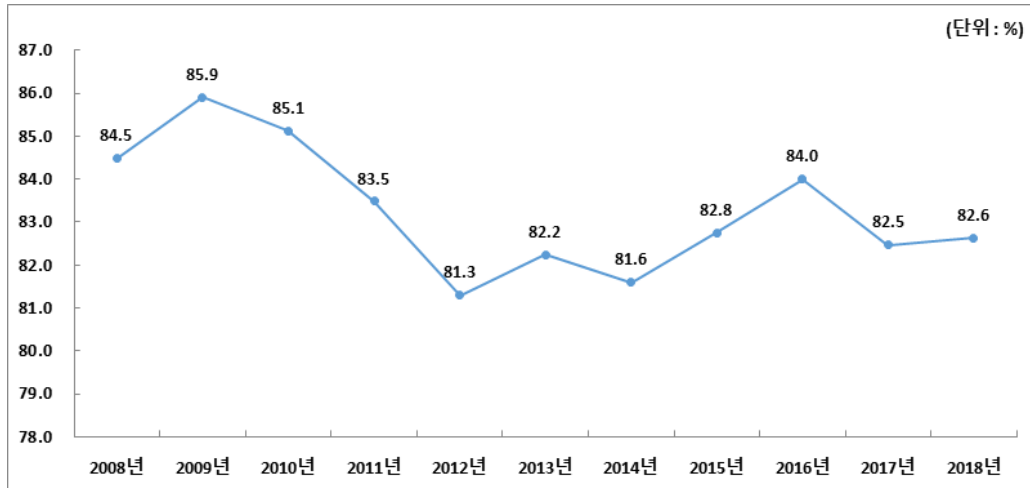


그림 3-2 연도별 화장품 국내 자급도

주 : 1. 생산 및 수출입에 대한 환율 적용은 한국은행의 2018년 연평균 기준 환율(1,100.58원)을 사용함
 2. 국내자급도(%)=(생산-수출)/(생산-수출+수입)×100

자료 : 대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도
 한국의약품수출입협회, Facts & Survey Report, 2008-2011
 한국무역통계진흥원 무역통계, 한국보건산업진흥원 재가공, 2012-2018

<표 3-18>은 2018년 기준 화장품 수출액 상위 20개국에 대한 현황을 정리한 것이다. 상위 20개국 수출은 60억 3,680만 달러로 전체 수출의 96.2%에 달한다.

전년도에 이어 對중국 수출이 26억 6,244만 달러(전년대비 +37.3%)로 가장 많으며, 이어서 홍콩(13억 1,536만 달러), 미국(5억 4,272만 달러), 일본(3억 330만 달러), 베트남(1억 6,862만 달러) 등 순으로 수출규모가 컸다.

2018년 화장품 수출 호황이라고 할 만큼 상위 20개 수출국 대부분이 전년대비 수출 증가율이 높게 나타났다. 특히 프랑스(0.7억 달러, +45.9%), 영국(0.4억 달러, +70.4%) 등 화장품 선진시장 뿐만 아니라 러시아·카자흐스탄, 말레이시아·인도네시아 등 新남방·新북방 지역7)에서도 수출 성장세가 뚜렷하게 나타났다.

표 3-18 화장품 주요 수출국 현황

(단위: 천 달러, %)

| 순위 | 국가명 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 | YoY |
|---------------|-------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------|
| 1 | 중국 | 595,456 | 1,185,877 | 1,577,023 | 1,939,480 | 2,662,437 | 37.3 |
| 2 | 홍콩 | 411,463 | 687,746 | 1,245,118 | 1,222,202 | 1,315,362 | 7.6 |
| 3 | 미국 | 155,952 | 240,669 | 350,367 | 449,801 | 542,717 | 20.7 |
| 4 | 일본 | 145,113 | 138,181 | 183,137 | 226,208 | 303,301 | 34.1 |
| 5 | 베트남 | 43,992 | 53,849 | 71,620 | 140,781 | 168,618 | 19.8 |
| 6 | 태국 | 87,875 | 94,079 | 118,566 | 151,817 | 165,647 | 9.1 |
| 7 | 러시아 | 37,880 | 35,772 | 48,277 | 97,158 | 158,678 | 63.3 |
| 8 | 대만 | 126,020 | 139,839 | 136,362 | 154,917 | 158,515 | 2.3 |
| 9 | 싱가포르 | 48,122 | 65,841 | 93,975 | 104,475 | 131,796 | 26.2 |
| 10 | 말레이시아 | 46,252 | 48,704 | 61,141 | 67,213 | 87,753 | 30.6 |
| 11 | 프랑스 | 5,597 | 14,494 | 33,019 | 46,265 | 67,516 | 45.9 |
| 12 | 인도네시아 | 12,685 | 13,145 | 15,024 | 24,166 | 50,955 | 110.9 |
| 13 | 영국 | 7,296 | 9,082 | 12,481 | 23,949 | 40,814 | 70.4 |
| 14 | 필리핀 | 11,892 | 13,046 | 22,661 | 31,153 | 40,261 | 29.2 |
| 15 | 호주 | 29,664 | 31,601 | 25,089 | 26,298 | 34,799 | 32.3 |
| 16 | 캐나다 | 11,464 | 11,152 | 16,248 | 26,378 | 30,163 | 14.3 |
| 17 | 카자흐스탄 | 5,688 | 10,559 | 9,393 | 11,877 | 22,699 | 91.1 |
| 18 | 폴란드 | 2,754 | 4,478 | 6,526 | 13,114 | 19,872 | 51.5 |
| 19 | 독일 | 7,845 | 9,083 | 7,968 | 13,698 | 18,077 | 32.0 |
| 20 | 캄보디아 | 3,930 | 6,206 | 9,391 | 11,126 | 16,821 | 51.2 |
| 상위 20개국 합계(A) | | 1,796,941 | 2,813,403 | 4,043,388 | 4,782,076 | 6,036,802 | 26.2 |
| 전체 수출액(B) | | 1,894,850 | 2,930,516 | 4,193,616 | 4,960,461 | 6,276,783 | 26.5 |
| 비중(A/B×100) | | 94.8 | 96.0 | 96.4 | 96.4 | 96.2 | - |

주 : 2018년 수출액 규모 기준으로 순위를 부여함

자료 : 한국무역통계진흥원 무역통계, 한국보건산업진흥원 재가공

7) 신남방·신북방 국가 수출 증가율(% , 전년대비) : 인도네시아(110.9), 카자흐스탄(91.1), 러시아(63.3), 말레이시아(30.6)

2018년 우리나라의 수입 상위 20개국에 대한 수입액은 16억 194만 달러로 총수입의 97.6%에 해당한다.

對프랑스 수입액이 4억 5,349만 달러로 가장 많고, 이어서 미국(3억 8,011만 달러), 일본(2억 5,739만 달러)순으로 나타났다.

화장품 수입 상위 20개국 중 전년대비 가장 많이 감소한 국가는 캐나다로 전년대비 25.4% 감소했으며, 아일랜드(Δ 21.8%) 및 영국(Δ 17.4%)에서의 수입도 감소한 것으로 나타났다.

선진시장으로부터의 수입 감소 주요 요인은 국산 화장품 기술의 선진화된 공법과 고급원료 사용으로 수입산 화장품의 수요를 대체하고 있기 때문인 것으로 풀이된다.

표 3-19 화장품 주요 수입국 현황

(단위: 천 달러, %)

| 순위 | 국가명 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 | YoY |
|----|------|---------|---------|---------|---------|---------|-------|
| 1 | 프랑스 | 349,520 | 339,982 | 368,338 | 406,702 | 453,487 | 11.5 |
| 2 | 미국 | 463,282 | 448,756 | 398,415 | 378,030 | 380,110 | 0.6 |
| 3 | 일본 | 162,925 | 170,979 | 209,834 | 224,338 | 257,386 | 14.7 |
| 4 | 이탈리아 | 65,037 | 63,026 | 70,167 | 81,508 | 81,510 | 0.0 |
| 5 | 태국 | 47,052 | 55,923 | 48,625 | 56,833 | 61,983 | 9.1 |
| 6 | 독일 | 43,578 | 48,059 | 54,774 | 53,484 | 56,971 | 6.5 |
| 7 | 중국 | 30,511 | 33,478 | 43,787 | 45,958 | 55,742 | 21.3 |
| 8 | 영국 | 63,054 | 55,801 | 56,377 | 58,657 | 48,471 | -17.4 |
| 9 | 캐나다 | 34,962 | 37,267 | 34,527 | 40,973 | 30,570 | -25.4 |
| 10 | 아일랜드 | 17,514 | 26,400 | 24,415 | 36,654 | 28,652 | -21.8 |
| 11 | 이스라엘 | 15,309 | 16,297 | 16,990 | 24,504 | 26,410 | 7.8 |
| 12 | 스페인 | 15,799 | 17,854 | 15,399 | 22,911 | 24,398 | 6.5 |
| 13 | 호주 | 9,880 | 10,250 | 11,642 | 14,267 | 21,390 | 49.9 |
| 14 | 스위스 | 14,991 | 16,887 | 16,237 | 16,407 | 19,367 | 18.0 |
| 15 | 벨기에 | 10,917 | 13,047 | 13,244 | 14,200 | 14,735 | 3.8 |

| 순위 | 국가명 | 2014년 | 2015년 | 2016년 | 2017년 | 2018년 | YoY |
|---------------|-------|-----------|-----------|-----------|-----------|-----------|------|
| 16 | 인도 | 3,355 | 6,802 | 12,968 | 8,968 | 11,247 | 25.4 |
| 17 | 싱가포르 | 1,546 | 1,646 | 6,095 | 9,434 | 9,199 | -2.5 |
| 18 | 홍콩 | 4,847 | 5,559 | 5,974 | 7,665 | 7,471 | -2.5 |
| 19 | 말레이시아 | 5,444 | 6,754 | 7,835 | 6,485 | 7,252 | 11.8 |
| 20 | 폴란드 | 1,054 | 2,615 | 4,160 | 4,766 | 5,586 | 17.2 |
| 상위 20개국 합계(A) | | 1,360,578 | 1,377,382 | 1,419,805 | 1,512,745 | 1,601,935 | 5.9 |
| 전체 수입액(B) | | 1,410,932 | 1,421,478 | 1,459,492 | 1,556,583 | 1,641,313 | 5.4 |
| 비중(A/B×100) | | 96.4 | 96.9 | 97.3 | 97.2 | 97.6 | - |

주 : 2018년 수입액 규모 기준으로 순위를 부여함

자료 : 한국무역통계진흥원 무역통계, 한국보건산업진흥원 재가공

참 고 문 헌

대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도.

식품의약품안전처, 식품의약품통계연보, 각 연도.

식품의약품안전처, 화장품 생산실적 및 수출입 보도자료, 2019.10.1

한국무역통계진흥원, 무역통계서비스 www.trass.or.kr

한국은행, 경제통계시스템 <http://ecos.bok.or.kr>

한국의약품수출입협회, Facts & Survey Report, 각 연도.

Euromonitor International, 2019.

Women's Wear Daily, WWD Beauty Report, 2019.

2019년 화장품산업 분석 보고서

발행처 / 한국보건산업진흥원

발행인 / 권 덕 철

발행일 / 2019년 11월

인쇄처 / 도서출판 한학문화

전화 : 02-313-7593

KOREA HEALTH INDUSTRY

DEVELOPMENT INSTITUTE

www.khidi.or.kr

2019

화장품산업 분석보고서

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