유니레버, 보디클렌저 시장 독주!

2003년 전체시장 15% 신장 예상 … 2위는 LG생활건강은 16.8%

여성들의 마음을 사로잡아야 하는 보디클렌저 시장이 슈퍼마켓에서 매년 30% 이상 성장하고 있다.

2002년 화장품 채널과 합친 국내 보디클렌저 시장 규모는 900억원대이며 2003년에도 2002년보다 15% 이상 커질 것으로 전망된다.

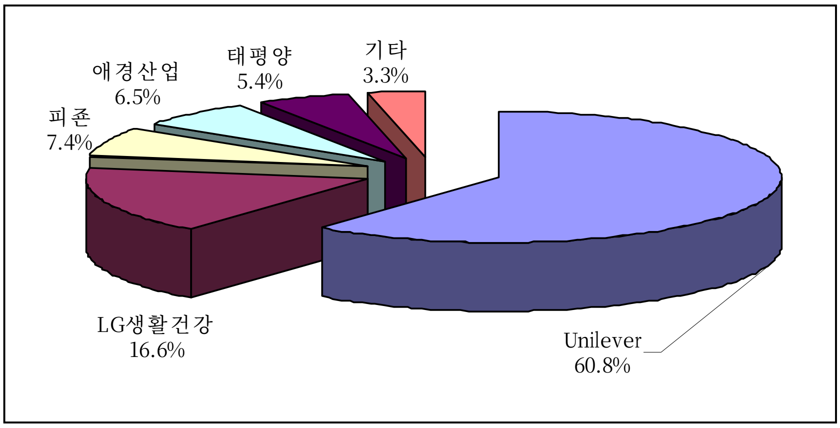
마케팅 솔루션 제공 기업 CMS에 따르면, 보디클렌저 시장에서는 유니레버가 2002년 12월 60.8%의 점유율로 독주하고 그 뒤를 LG생활건강(16.6%)이 쫓고 있다.

3위권에서는 피죤, 애경, 태평양 등이 5-8%대에서 혈투를 벌이고 있다.

브랜드별로는 <도브>가 52.2%로 시장의 절반을 차지하고 있다. 2002년 5월 새로 런칭한 <커레스>도 8.5%로 출발이 좋은 편이다.

조사전문회사 AC닐슨이 파악한 시장점유율도 CMS 점유율과 유사하다.

보디클렌저 시장점유율(2002.12)



2002년 10월 점유율은 <도브>가 42.1%이고 그 다음은 LG생활건강의 <세이>와 <세쏘>가 16.6%, 피죤의 <마프러스>가 7.4% 순이다.

<도브> 보디클렌저는 피부 타입에 따라 다양하게 골라 쓸 수 있는 보습 포트폴리오를 갖추고 있는 것이 돋보인다. <커레스>는 아로마향 컨셉트를 강조하면서 소비자의 취향을 폭넓게 공략하고 있다.

유니레버는 현재 도브의 점유율은 40-50%로 파악된다며 2003년에는 점유율을 60%대로 끌어올릴 계획이다.

<Chemical Journal 2003/04/22>