

화장품, 안정성장으로 돌파구

상위 21개사 96년 평균19.1% 성장목표 ... 과당경쟁 자제

국내 화장품기업의 매출목표(1996)			
(단위: 억원, %)			
회사명	1995	1996	성장률
태평양	53,300	5,900	10.7
LG화학	4,047	4,650	15.1
한국화장품	1,498	1,800	20.2
코리아나	1,436	1,800	25.3
한불화장품	1,008	1,300	29.0
나드리화장품	971	1,200	23.6
쥬리아	900	1,100	22.2
피어리스	774	891	15.1
에바스	726	1,000	37.7
라미화장품	650	750	15.4
애경산업	575	747	29.9
한국폴라	360	400	11.1
로제화장품	350	460	31.4
유니코스	303	369	21.8
한국존슨&존슨	299	350	17.1
오리리화장품	272	380	39.7
참존화장품	250	300	200.0
네슈라	200	300	50.0
오스카	190	250	31.6
샤몽화장품	176	220	25.0
푸른화장품	172	220	27.9
합 계	20,487	24,397	19.1

국내 화장품업계가 96년 가격안정을 통한 내실경영기반 확충에 전력투구할 방침을 천명하고 안정성장에 나설 움직임을 보이고 있다.

특히 시판시장에서 두자리수의 고율성장이 어려울 것이라는 판단아래 주력제품의 시가안정화를 통한 내실경영에 치중하는 한편 유통의 다각화로 방판, 직판 등의 새경로에서 성장의 돌파구를 찾는다는 전략이다.

상위 21개기업의 96년 매출목표를 보면 95년도실적 대비 평균 19.1%의 매출성장을 계획하고 있으나 대다수 상위 기업들은 시판부문에서 10%가량의 안정성장을 제시한 것으로 나타났다.

태평양이 10.7%, LG화학은 15.1%로 상위 2대사가 평균 성장률 19.1%에 비해 목표치를 낮게 책정했으며 한국화장품도 시판부문에서는 10%의 매출성장을 계획하고 있다. 특히 주요메이커들이 과잉생산을 자제하고 덤지급을 축소하는 등 물량통제로 재고부담을 크게 줄이는 동시에 밀어내기식의 무리한 영업은 배제할 것으로 예상되고 있다.

<화학저널 1996/3/4>

