

<화장품>

외국 브랜드와 경쟁 불가피 21세기대비 자생력 확보“ 시급”

최근 우리나라의 화장품기업은 전면적인 수입자유화와 시장개방이 본격화되면서 자생력 확보를 위한 경쟁기반 강화가 시급한 것으로 지적되고 있다.

화장품 생산추이(품목별) (단위 : 1000만원, %)									
구 분	1985		1989		1992		1993		연평균 증감률 (85~92)
	생산액	구성비	생산액	구성비	생산액	구성비	생산액	구성비	
어 린 이 용	581	1.77	1,767	2.21	2,181	1.77	3,002	1.79	18.1
목 욕 용	7	0.02	18	0.02	66	0.05	180	0.11	37.0
눈 화 장 용	1,184	3.07	2,828	3.54	5,348	4.33	6,918	4.13	24.0
방 향 용	376	0.98	1,414	1.77	3,217	2.61	3,566	2.13	35.9
두 발 용	7,720	20.03	16,732	20.95	19,619	16.06	25,313	15.10	14.4
염 모 용	-	-	10	0.01	167	0.14	252	0.15	-
메 이 컵 용	5,324	13.82	10,786	13.50	18,977	15.38	25,502	15.21	20.0
메니큐어용	6.5	1.69	928	1.16	926	0.75	1,058	0.63	5.2
면 도 용	655	1.70	5,764	7.22	10,282	8.33	7,774	4.64	48.2
기초화장품	21,272	55.21	38,890	48.68	57,528	46.63	85,269	50.85	15.3
일소방지용	598	1.55	737	0.92	4,868	3.95	8,847	5.28	35.0
기 타	58	0.15	9	0.01	-	-	-	-	-
합 계	38,526	100.00	79,883	100.00	123,381	100.00	167,679	100.00	18.1

화장품 생산실적 추이(기업별) (단위 : 1000개, 100만원, %)									
기 업 명	1991		1992			1993			증감률
	수 량	금 액	수 량	금 액	증감률	수 량	금 액	증감률	
태 평 양	260,719	327,310	264,698	358,949	9.7	263,977	475,992	20.6	
력 키	195,417	212,332	207,242	233,345	9.9	189,931	316,078	23.1	
한 국 화 장 품	61,685	114,533	51,841	129,046	12.7	55,054	137,255	▽3.3	
피 어 리 스	49,442	65,805	32,947	62,580	▽4.9	30,782	79,045	14.8	
쥬 리 아	65,523	63,979	67,106	59,281	▽7.3	84,466	85,362	30.9	
라 미 화 장 품	47,318	53,452	38,455	38,458	9.4	30,680	62,248	▽3.2	
가 양	27,767	36,920	32,583	45,689	23.8	33,935	54,901	9.2	
애 경 산 업	43,403	32,907	38,914	39,821	21.3	26,000	35,865	▽18.1	
에 바 스	33,502	29,435	36,550	3,829	30.1	31,274	54,194	28.7	
코리아나화장품	9,377	9,795	18,105	16,922	72.8	31,743	51,335	175.8	
제 일 제 당	-	-	15,261	16,909	-	9,215	18,465	▽0.7	
한 볼 화 장 품	-	-	6,407	16,348	-	13,050	39,109	117.5	
동 성 제 약	2,819	9,733	3,593	15,374	58.0	10,978	24,359	44.0	
부 한 화 장 품	25,180	18,039	38,352	15,396	▽14.8	-	-	-	
남 양 알 로 에	1,249	4,388	15,243	14,504	230.5	26,642	19,284	20.9	
오 스 카	19,805	11,726	18,702	13,183	12.4	20,244	18,685	28.9	
존슨앤드존슨	12,502	15,576	10,384	12,212	▽21.6	9,446	14,671	9.2	
진 양 화 장 품	17,018	9,010	16,712	11,305	25.5	-	-	-	
유 미 코스 메 틱	9,142	11,839	7,347	9,747	▽17.7	6,112	10,208	▽4.8	
정 산 실 업	1,895	9,183	1,978	9,117	▽0.7	1,981	10,523	4.9	

현재 화장품산업은 80년대 중반이후 중위권 기업들의 급부상으로 과점적 시장 구조가 완화되는 추세이며 국내기업이 신규참여와 시장 개방에 따른 외국 브랜드 진출로 점차 경쟁이 격화, 다양한 유통경로를 형성하고 있다.

또 화장품산업은 제품수요 측면에서 기호성·유행성이 강해 제품의 라이프 싸이클이 짧고, 소득탄력성이 비교적 큰 상품으로서 소득수준 향상과 함께 수요가 증대되고 있다.

수급 현황

국내 화장품 시장은 93년 기준 1조5209억원 규모이며, 이 중 국내판매가 1조4585억원으로 95.7%를 차지하고 수입품이 624억원으로 4.3%의 시장을 점유하고 있다.

화장품의 총수요는 국민소득 증대, 여성취업 인구의 증가, 화장의 생활필수화 경향으로 80년대 이후 지속적인 증가세를 유지하여 85~92년 기간동안 연평균 18% 증가하였다.

이에따라 93년말 현재 화장품 총수요 규모는 1조7392억원으로 85년에 비해 4.1배 증가하였다.

93년 화장품의 총공급 1조7392억원중 국내생산은 1조6768억원으로 총공급에서 국내생산이 차지하는 비중이 96.3%에 이르고 있다.

화장품 수급현황 (단위 : 억원, %)					
구 분	공 급		합 계	수 요	
	생 산	수 입		내 수	수 출
1985	3,852 (99.9)	2 (0.1)	3,854 (100.0)	3,852 (99.9)	2 (0.1)
1987	5,291 (99.7)	15 (0.3)	5,306 (100.0)	4,945 (93.2)	91 (6.8)
1989	7,988 (99.3)	53 (0.7)	8,041 (100.0)	7,960 (99.0)	81 (1.0)
1991	10,798 (98.6)	147 (1.4)	10,945 (100.0)	10,819 (98.8)	126 (1.2)
1992	12,338 (97.3)	343 (2.7)	12,681 (100.0)	12,558 (99.0)	124 (1.0)
1993	16,768 (96.3)	624 (3.7)	17,392 (100.0)	16,613 (98.9)	155 (1.1)

주) 재고는 내수에 포함됨

화장품의 수출입 실적 (단위 : 1000달러, %)					
구 분	수 출(A)		수 입(B)		수출입차 (A-B)
	금 액	증감률	금 액	증감률	
1990	13,115	-	15,820	-	▽2,705
1991	16,596	26.5	19,356	22.4	▽2,760
1992	15,676	▽5.6	43,549	125.0	▽27,873
1993	19,391	23.7	78,037	79.19	▽58,646

이에반해 공급원중 수입은 국내생산 규모에 비해 매우 적은 비중을 차지하고 있지만 지속적으로 증가해 85~92년 기간동안 106.3%의 높은 증가율을 나타내고 있다.

또한 화장품의 총공급중 약 99% 정도를 국내에서 소비하고 있으며, 수출은 85~92년 기간동안 연평균 76%의 높은 신장세를 보였으나 국내수요 규모에 비해서는 아직도 미미한 수준에 있다.

생활수준의 향상과 문화패턴의 변화에 따른 화장품 품종별 수요의 변화를 살펴보면 면도용, 방향용, 일소 및 일소방지용 등의 제품은 85~92년 기간동안 연평균 35% 이상의 매우 높은 증가율을 보였으며, 눈화장용 및 메이크업 제품은 동기기간동안 20% 이상의 비교적 높은 증가율을 보인 반면 기초화장품, 두발용, 메니큐어용등의 제품은 20% 이하의 낮은 증가율을 보이고 있다.

품종별 생산구성비의 변화를 살펴보면 전체 생산구성비에서 기초화장품, 두발용, 메니큐어용등의 제품은 감소하는 추세를 보인 반면 면도용, 방향용, 일소 및 일소방지용, 순화장용등의 제품은 꾸준히 증가하는 추세를 나타내고 있다.

반면 면도용, 방향용, 일소 및 일소방지용 눈화장용 등의 제품은 꾸준히 증가하는 추세를 나타내고 있다.

화장품수입은 83년 완전 자유화됨에 따라 매년 큰폭으로 증가하여 90년대에 접어들면서 수출을 크게 초과하는 무역역조 현상이 초래되었다.

93년 수출입실적을 살펴보면 수출은 전년대비 23.7% 증가, 수입은 전년대비 79.1% 증가로 상대적으로 높은 증가율을 보인 것으로 나타났다.

93년 국산화장품 수출액은 1939만달러를 기록한데 반해 외국화장품의 수입액은 수출액의 4배가 넘는 7803만달러에 이르고 있다.

화장품의 국가별 수출실적을 살펴보면 수출량의 대부분이 미국·싱가폴·홍콩·말레이시아 등 4개국에 편중돼 있는 것으로 나타났다.

이들 4개국의 수출점유율은 86년에 73.4%였으며 89년에는 55%를 나타내 감소추세를 보였으나 93년 71.1%로 다시 증가하였다.

주요 수출국 8개국을 제외한 기타지역의 수출점유율은 86년 이후 꾸준히 증가하는 추세를 보이고는 있으나 아직도 미약한 수준에 머물고 있어 이들 지역에 대한 수출확대로 수출시장 다변화가 시급한 과제로 부각되고 있다.

연구개발 투자비(매출액대비) 비교 (단위 : 100만원, %)			
구 분	한 국 (1992)	프랑스(92) Roreal	일 본 Shiseido
매 출 액 (A)	1,029,510	5,375,429	2,447,529
연구개발투자비(B)	19,561	285,884	81,258
비 중 (B / A)	1.9	5.3	3.3

주) 한국의 경우 상위 10개 기업 평균임

일본의 화장품 수출입액 추이(단위 : 100만엔, %)				
구 분	수 출		수 입	
	금 액	증감률	금 액	증감률
1985	15,510	9	20,630	10
1986	15,184	▽2	20,404	▽1
1987	17,338	14	24,285	19
1988	16,910	▽3	28,487	17
1989	17,691	5	36,534	28
1990	22,142	25	47,690	31
1991	24,012	8	53,962	13
1992	27,083	13	51,406	▽5

또한 90년 이후 화장품의 도매업 개방과 소매업의 부분적 개방이 이루어졌으며 95년부터는 화장품 소매업에 대한 외국인의 전면투자 개방이 실시될 예정이다.

이와같이 국제화 되고 있는 화장품산업은 외국 브랜드와의 경쟁이 불가피한 상황에 직면하고 있다. 국내 화장품기업의 시장점유형태를 살펴보면 92년말 현재 화장품 제조기업 전체의 6.3%를 차지하고 있는 상위 7개 기업의 시장점유율이 77.6%로 나타나 83년의 95.9%에 비해 과점적 시장구조가 크게 완화되는 추세를 보이고 있는 것으로 나타났다.

이같은 현상은 80년대 이후 시장점유율이 큰 대기업보다는 중위권 기업이 상대적으로 높은 신장률을 보임으로써 시장구조가 점차 경쟁적 시장구조로 전환돼 가고 있기 때문인 것으로 분석되고 있다. 또한 향후 시장개방에 따른 외국 브랜드의 국내시장 진출과 제품차별화를 통한 중소기업의 성장이 두드러질 경우 국내 화장품기업은 경쟁적 시장구조로의 전환이 더욱 가속화될 것으로 전망되고 있다.

국내 화장품 생산현황을 보면 92년 1조2338억원을 생산, 전년대비 14.3% 증가했고 93년에는 1조6768억원을 기록, 전년대비 23.5% 신장했다.

기업별로는 태평양이 93년 4759억9000만원을 생산해 92년(3589억5000만원)대비 20.6% 증가, 91년에 이어 계속 선두자리를 고수하고 있다.

럭키가 92년 2333억4000만원을 생산, 93년 3160억8000만원으로 23.1% 증가했다.

이외 한국화장품이 92년 1290억5000만원, 93년 1372억6000만원을 생산했고, 주리아와 피어리스는 93년 853억6000만원 790억4000만원으로 전년대비 각각 30.9%, 14.8% 증가했다.

국내 화장품 유통에 있어서는 62년 처음 시작된 방문판매가 80년대 중반까지 주경로였으나 83년 이래 급격히 증가한 종합할인코너의 영향으로 그 비중이 크게 축소돼 88년에 44%에서 92년에는 23%로 크게 감소하는 현상을 보이고 있다.

할인코너점은 92년을 기준으로 전국에 2만여개가 분포돼 있는데, 이 중 5평미만의 중소형점의 비중이 86.2%를 차지하고 있으며 이들 업소의 월평균 매출액은 약 400만원 정도에 불과한 것으로 나타났다.

국내 화장품기업들의 원·부자재 공급 실태를 보면 수입의존도가 28.6%에 그쳐 전체적으로 수입비

중이 높지 않아 큰 문제가 없는 것으로 분석되고 있으나, 원재료의 경우는 83.4%나 수입에 의존하고 있는 것으로 나타났다.

원재료 공급중 규모가 가장 큰 일반원료는 83.6%를 수입에 의존하고 있고, 색소는 72.9%, 향료는 89.1%로 수입의존도가 높은 것으로 분석되고 있다.

부자재의 경우는 원·부자재 전체 공급중 66.7%로 높은 비중을 점하고 있으며, 특히 화장품 용기는 전체에서의 비중이 48.1%를 차지하고 있어 국내시장 판매전략에 시사하는 바가 큰것으로 분석되고 있다.

특히 색소나 향료는 연관공업상의 문제라 하더라도 일반원료의 경우 개발과 함께 원료수입관세를 점차 하향 조정, 무관세화하는 것이 국제 경쟁력 향상에 도움이 될 것으로 보인다,

한편, 총매출액에서 연구개발 투자비가 차지하는 비중은 주요 선진국의 경우 프랑스 Roreal은 5.3%, 일본 Shiseido는 3.3% 수준을 보이고 있는 것으로 나타났으며 반면, 우리나라 선발 대기업의 경우 최근 지속적 투자의 확대로 1.9% 수준을 보였으나 선진국에 비해 아직도 낮은 수준을 나타내고 있다.

전 망

화장품기업의 경쟁기반 구축을 위해서는 제품의 품질을 고급화하는 것이 중요한 과제로 지적되고 있다.

먼저 연구개발의 확대로 신제품개발을 위한 신원료 개발, 효능·효과 측정을 위한 평가시스템 개발, 피부응용 연구 등이 체계적으로 이뤄져야 할 것으로 보인다.

그 다음으로 화장품관계 전문인력의 양성·확보와 우수화장품 제조 및 품질관리기준(CGMP)에 적합하도록 효율적인 품질관리를 전개해 나가야 할 것으로 지적되고 있다.

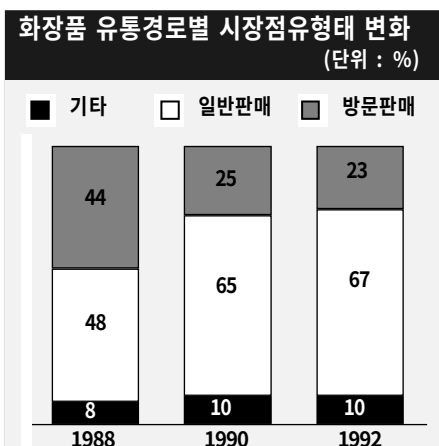
이와함께 제품개발측면에서 노화방지를 위한 세포분열 제어기능을 갖는 화장품, 피부주름 방지기능을 갖는 화장품, 미백·육포 등 고품질의 기능성 제품을 개발해 나가야 할 것으로 지적되고 있다.

또 미미하고 편중된 수출선을 다변화하는 노력이 경주되어야 하며 국내기업간의 과당경쟁을 지양, 덤핑 및 염가수출을 사전에 방지하고 기업 입수정보의 상호교환 등 기업의 수출공조체제를 구축하여 서로 협조하는 풍토를 하루빨리 조성해야 한다는 지적이다.

이와함께 유통질서 확립을 위해 화장품기업은 판매가격 모니터링제도를 조기에 도입, 실시해야 한다는 목소리가 높다.

이와같은 모니터링제도의 강력한 실시로 가격정찰제를 정착시켜야 함은 물론 물류의 합리화를 기해 유통가격을 절감시키는 길이 내수시장 방어력을 강화시키는 첩경이 될것으로 보인다.

이밖에 우리 기업은 생산설비 확충을 통한 생산성제고가 시급한 문제인바, 생산설비 투자확대로 노동장비율을 제고하고, 특히 노후설비를 최신설비로 개선 제품의 다양화에 대응, 다품종소량 생산체제에 적합한 설비시스템을 구축하여 나가야 할 것으로 보인다.



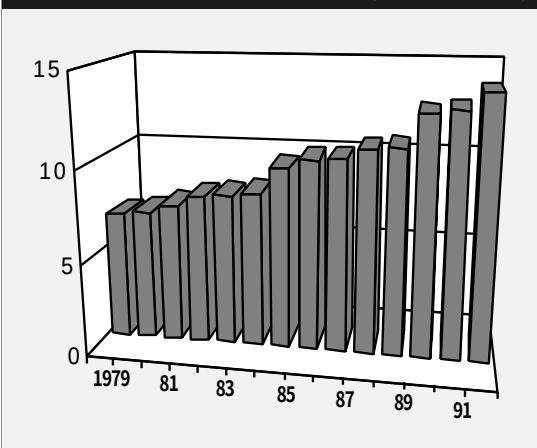
일본의 화장품 출하액 (단위 : 100만엔, %)					
품 종	1991		1992		전년대비 증감률
	금 액	점유율	금 액	점유율	
향수·오데코롱류	18,729	1.4	18,527	1.3	▽1.1
모 발 용 화 장 품	441,690	33.3	482,328	35.4	9.2
피 부 용 화 장 품	509,785	38.5	519,394	38.1	1.9
사 상 용 화 장 품	318,040	24.0	302,744	22.2	▽4.8
특 수 용 화 장 품	37,504	2.8	40,965	3.0	9.2
합 계	1,325,748	100.0	1,363,958	100.0	2.9

일본

일본의 화장품 시장은 일상생활의 필수품으로 경기변동에 큰 영향을 받지 않는 산업으로 알려져 왔으나, 92년을 고비로 마무리용 화장품·향수 등 고급화장품이 91년대비 마이너스성장을 기록했다. 그러나 샴푸·린스 등 모발용 화장품은 10% 가까운 신장을 보이는 등 품종에 따라 심한 차이가 보여지고 있다.

일본 통산성에 따르면 92년 전국 화장품 출하액은 1조3639억엔으로 91년에 비해 2.9%의 증가를 나타냈다.

일본의 화장품 출하액 변화 (단위 : 1000억엔)



92년 용도별 출하를 보면 전년에 비해 성장이 두드러진 것은 모발용 화장품으로 9.2% 증가를 보였고 시장점유도 2.1포인트 상승해서 35.4%가 되었다. 피부용 화장품도 1.9%의 신장을 보였으나 시장점유는 0.4포인트 하락, 38.1%를 나타냈다.

특수용 화장품도 9.2% 증가를 보여 0.2포인트 상승한 3% 점유율을 나타냈으나 기타용·향수·마무리용 화장품들은 각각 감소세를 보였고 특히 마무리용은 4.8% 감소를 보여 시장점유도 2포인트 가깝게 하락한 22.2%를 기록했다.

품목별 출하현황을 보면 92년에 고신장률을 보인 것은 헤어트리트먼트 26.7%, 자외선 차단제·흡수제용 35.3%, 액체모발용 11.8%, 헤

어스프레이 11.7%, 면도용 화장품 0.4% 등이고, 반대로 감소율을 보인 것은 눈썹·속눈썹 화장품 12.9%, 볼연지용 11.4%, 모이스춰크림용 11.1% 등으로 전년대비 2자리수의 감소를 나타냈다.

92년의 수출액은 약 270억8000만엔으로 13% 증가를 보였다. 총출하액에서 점하는 비율은 2% 정도로 작지만 두발용과 메이크업용 등을 중심으로 수출은 꾸준히 증가하고 있다.

주요 수출대상국은 대만이 전체의 25%를 점하고 있고 미국 18%, 홍콩 11%, 싱가포르 7%, 말레이시아 5%를 보여 5개국이 전체의 70%를 차지하고 있다.

특히 최근의 동향으로는 미국·독일·이태리·스페인 등 유럽·미국지역이 감소를 보이고 있고 대만·한국·홍콩 등이 증가하고 있다.

한편, 화장품의 수입은 미국, 프랑스, 영국의 3개국이 압도적으로 많고 특히 향수·립스틱 등 고급제품이 중심을 이루고 있다.

92년 총수입액은 514억6000만엔으로 5% 감소를 보였으며 수입액이 마이너스를 보인 것은 86년 이후 6년만의 일이다.

국가별로는 프랑스가 전체의 50%를 점했고, 제품중에는 향수가 압도적으로 많았다. 미국은 24%의 감소를 보였지만 샴푸·메이크업용 크림·오일 등을 중심으로 20%를 차지하고 있다.

수출입 품목과 내수출하의 비율은 수출 2%에 비해 수입은 3.7%로 여전히 수입품 초과현상이 지속되고 있다.