

화장 · 생활용품 이머징마켓 경향...

미국, 2002년 매출성장률 호전 ... 색조화장품 및 기능성제품 두드러져

미국은 2002년 경기침체가 장기화되고 환경오염 논쟁이 거세졌지만 화장품 및 생활용품 시장은 강세를 보인 것으로 나타났다. 2001년 저조한 실적을 보인 후 2002년 매출규모가 2-4% 증가해 230억~240억달러에 달하면서 서서히 회복세로 돌아섰다.

Market Studies에 따르면, 2002년 화장품 및 생활용품 개인지출은 2.8% 반등해 1999년 이래로 최대 증가율을 기록했지만 높은 매출규모에도 불구하고 유통시장이 대형화되고 소비자들이 저가 제품을 선호하게 되면서 가격은 고작 0.7% 올랐다.

2002년 전체 성장률도 둔화돼 Kline & Company의 Cosmetics & Toiletries USA에 따르면 2000년 3.9%, 2001년 2.9%와 비교해 2.4%를 기록했는데 장기화된 경기침체로 소매업 거래가 줄었기 때문으로 풀이된다. 하지만 전체적으로 매출액 및 성장률이 호전되고 있다고 지적했다.

Information Resources(IRD)는 2002년 12월1일까지 52주 동안 슈퍼마켓, 약국, 대형매장(Wal Mart 제외)의 개인 생활용품 매출액은 2001년 195억달러와 비교해 2% 증가한 200억달러로 집계됐다고 밝혔다. 치약, 피부관리 용품, 헤어 스타일링 젤/무스가 높은 실적을 자랑해 매출신장률 5-8%를 기록했지만 목욕용품, 방취제, 여성용 향수, 비누는 매출실적이 각각 3%, 2.4%, 5%, 1.7% 떨어졌다.

미국의 화장품 · 생활용품 품목 출시

(단위: 가지)

구 분	2000	2001	2002
색조화장품	3,034	4,160	6,458
방취제	58	78	152
향 수	123	300	441
헤어용품	539	841	1,137
구강위생용품	41	54	89
피부관리용품	1,009	1,721	2,689
비누/목욕용품	586	1,093	1,309

자료) Mintel International Group Ltd.

IRI에 따르면, 색조화장품 매출액은 2001년 24억6000만달러보다 4.3% 증가한 25억7000만달러에 달했고 입술 색조화장은 2001년의 소매매출액 6억3000만달러에서 11% 증가한 7억달러에 달해 최고실적을 기록했고 2001년 눈화장 중 소매매출액은 5%, 얼굴화장은 1.5% 증가했다.

색조화장품은 헤어 및 스킨케어 제품과 함께 화장품과 생활용품 부문에서 빠르게 성장하고 있다. Mintel International에 따르면, 미국에서 색조화장품 신제품 출시가 2002년보다 55% 늘었고 입술색조화장품은 2001년 1500가지보다 1000가지 늘어난 2500가지를 기록하며 신제품 출시건수에서 압도적인 증가율을 보였다.

2002년 스킨케어 출시는 56% 증가했고 헤어케어는 35% 증가했다.

Mintel은 화장품과 스킨케어제품 출시가 지난 몇년 동안 가장 높은 성장률을 보였으며 노화방지와 같은 건강 관련제품이나 기능성 제품이 선보이고 있고 천연원료 및 남성용도 2002년 강세를 나타냈다고 강조했다.

기술혁신과 신제품 출시, 생산라인 증설로 2003년 화장품 및 생활용품 시장이 급성장해 Mature Industry의 성장률을 추월할 것으로 전망했다.

<Chemical Journal 2003/10/07>