3456789 2012.3.9 8:46 PM 페이지 1

KOREA BEST COSMETICS

2012 대한민국 베스트 화장품 – 본지 · 칸타월드패널 공동 조사

시판-아이오페, 전체-설화수 '최강 브랜드' 과시

시판채널 브랜드 경쟁 치열 11개 부문서 자리바꿈

본지와 다국적 조사전문기업 칸타월드패널이 공동 진행하는 '2012 대한민국 베스트 화장품' 조사 결과 지난해에 이어 올해도 아이오페, 설화수, 헤라 3개 브랜드가 건재함을 과시했다.

아이오페는 시판채널에서 7개 부문을 휩쓸었고 설화수와 헤라는 전체 채널에서 각각 6개 부문과 5개 부문 1위 자리를 꿰찼다. 아이오페와 설화수는 기초 시장에서 강력한 우위를 점했고 헤라는 색조 시장에서 선전했다.

아이오페는 시판채널에서 토탈기초, 스킨&로션, 영양크림, 에센스, 트윈케익, 자외선차단제, 여드름 부문 1위에 올랐다. 설화수는 전체 채널의 토탈기초, 스킨&로션, 영양크림, 에센스, 트윈케익, 한방 부문 1위에 등극했고 헤라는 토탈색조, 립스틱, 비비크림, 자외선차단제, 메이크업베이스를 석권했다.

시판채널에서는 아이오페를 제외하면 브랜드숍이 시장 수성에 성공한 것으로 나타났다. 미샤와 더페이스샵이 각각 3개 부문, 이니스프리가 2개 부문에서 1위 자리를 차지했고 바닐라코, 에뛰드, 토니모리가 각각 1개 부문씩을 점령했다. 모두 11개 부문을 브랜드숍이 선점했다.

한편 시판채널의 톱 자리 변화가 무려 11개 부문에서 일어났다. 그중에서도 클렌징, 메이크업베이스, 파운데이션, 모공, 바디보습 부문에서는 지난해 톱5에 진입도 못했던 브랜드가 단숨에 톱 자리에 오르는 이변을 연출해 눈길을 끌었다.

클렌징에서는 오제끄가 더페이스샵을 제쳤고 메이크업베이스에서는 바닐라코가 아이오페를 눌렀다. 이니스프리도 아이오페를 2위로 따돌리며 파운데이션 1위 자리를 차지했다. 이니스프리는 모공에서도 스킨푸드를 제치고 1위에 올랐다. 세타필은 바디보습에서 뉴트로지나를 꺾고 1위의 영예를 누렸다.

2012 대한민국 베스트 화장품 특집 28면~48면

2012 대한민국 베스트 화장품 시상식
3월 29일 오전 11시 이앤씨드림타워 세미나실

2012 대한민국 베스트 화장품

부문	수상 브랜드	
	시판 채널	전체 채널
대상	아이오페	–
특별상	코스메카코리아	–
기초 total	아이오페	설화수
색조 total	미샤	헤라
스킨&로션	아이오페	설화수
영양크림	아이오페	설화수
에센스	아이오페	설화수
클렌징	오제끄	오제끄
팩	제닉	제닉
메이크업베이스	바닐라코	헤라
아이섀도	에뛰드	바비브라운
립글로스	더페이스샵	랑콤
립스틱	미샤	헤라
파우더팩트	마몽드	크리스챤디올

부문	수상 브랜드	
	시판 채널	전체 채널
트윈케익	아이오페	설화수
파운데이션	이니스프리	SK-II
마스카라	미샤	랑콤
아이라이너	토니모리	토니모리
네일	더페이스샵	더페이스샵
자외선차단제	아이오페	헤라
여드름	아이오페	아이오페
모공	이니스프리	이니스프리
샴푸&린스	려	려
염모제	미장센	미장센
바디(세정)	해피바스	해피바스
바디(보습)	세타필	세타필
한방	수려한	설화수
비비크림	더페이스샵	헤라

전체 채널에서는 작년과 비교해 7개 부문에서 톱이 바뀌었다. 특히 아이라이너와 모공에서 토니모리와 이니스프리가 각각 1위를 차지했는데 토니모리는 바비브라운을, 이니스프리는 에스티로더를 각각 제치고 1위에 올랐다.

한편 시판 채널과 전체 채널 공통으로 1위 자리를 놓치지 않은 브랜드는 모두 9개였다. 오제끄-클렌징, 제닉-팩, 토니모리-아이라이너, 더페이스샵-네일, 아이오페-여드름, 이니스프리-모공, 려-샴푸&린스, 미장센-염모제, 해피바스-바디세정, 세타필-바디보습 부문에서 소비자들의 사랑을 듬뿍 받은 것으로 나타났다.

〈 → 4면으로 계속〉

名品지함

◀접이식 지함의 특징
• 초간편 조립과 포장의 Detail 향상
• 매장의 좁은 Space 활용의 극대화

싸바리(지함)
Package제작 전문
• 자사 디자인 Lab 운영
• 자동부터 접이식 지함까지!
• EP175 (전자동 지함기)

Taeshin Inpack
주식회사 태신인팩
153-803 대한민국 서울특별시 금천구 가산동 703번지
T 02.853.6574 T 010.5394.4606 / 010.3380.0537

3456789 2012.3.9 8:46 PM 페이지2

2012 대한민국 베스트 화장품 – 시판채널

9년 연속 대상 '아이오페' 7개 부문 석권

브랜드숍 11개 부문서 맹활약 색조 시장 주도

실제 소비자 접점에서의 정확한 구매활동 파악을 위해 지난해 확장한 시판채널 범위를 올해도 동일하게 적용한 결과 시판 최강 브랜드의 영예는 아이오페에 돌아갔다.

본지와 칸타월드패널이 공동 조사해 발표하는 '2012 대한민국 베스트 화장품'에서 아이오페가 7개 부문을 석권한 것. 아이오페는 토탈기초, 스킨&로션, 영양크림, 에센스 등 기초 부문에서 확실한 우위를 보였고 트윈케익, 자외선차단제, 여드름 부문에서도 당당히 1위에 올랐다.

미샤와 더페이스샵은 각각 3개 부문을 석권했다. 미샤는 토탈색조, 립스틱, 마스카라에서 선전했고 더페이스샵은 비비크림, 네일, 립글로스 부문에서 1위 자리를 차지했다. 이니스프리도 파운데이션, 모공 부문의 새로운 강자로 부상했다. 브랜드숍의 활약은 지난해와 마찬가지로 색조 부문에서 두드러졌다.

미샤, 더페이스샵 외에 바닐라코가 메이크업베이스, 에뛰드가 아이섀도, 토니모리가 아이라이너 부문에서 높은 점유율을 보였다. 특히 바닐라코는 아이오페, 이자녹스, 마몽드가 모두 순위권 밖으로 밀리는 등 자리바꿈이 극심했던 메이크업베이스 시장에서 두자릿수 점유율을 보이며 1위에 등극했다.

클렌징 부문에서도 이변이 연출됐다. 올해 톱5에 첫 진입한 오제끄 산소마스크 클렌저가 산소 기포를 만들어내는 독특한 사용감으로 여심을 홀리며 단숨에 1위에 올랐다. 염모제에서는 미장센이, 바디보습에서는 세타필이 새로운 강자로 이름을 올렸다.

한방에서는 수려한의 독주가 계속됐고 제닉도 작년에 이어 20%대 점유율을 기록하며 승승장구했다. 해피바스는 바디세정에서 1위를, 려 브랜드 역시 샴푸&린스 강자로서의 여전한 면모를 입증했다.

기초 total

톱5 브랜드 전년과 변화 없어

기초 부문 톱5 브랜드에 큰 변화는 없었다. 1위 자리는 전년과 동일한 아이오페의 차지였다. 점유율도 9.1%로 전년 보다 0.4%P 올랐다. 더페이스샵은 지난해에 이어 올해도 2위를 지켰다. 이자녹스도 3위를 유지했다. 더페이스샵은 6.2%, 이자녹스는 6.0%의 점유율을 기록했다. 4, 5위권은 자리 변화가 있었다. 지난해 4위였던 수려한이 올해 미샤에 자리를 내주고 5위로 물러앉았다. 지난해 점유율 4.7%였던 미샤는 올해 5.7%의 점유율을 보였다. 톱5 브랜드의 시장점유율은 32.4%로 집계됐다.

색조 total

톱5 브랜드 시장점유율 증가

색조 부문 톱5 브랜드도 전년과 동일한 것으로 조사됐다. 올해 1~5위 순위도 전년도와 똑같은 미샤, 더페이스샵, 에뛰드, 라네즈, 스킨푸드 순 그대로였다. 하지만 각 브랜드의 시장점유율에는 변화가 있었다. 미샤와 더페이스샵이 두자릿수로 올라섰다. 각 10.2%와 10.0%를 나타냈다. 에뛰드도 7.6%에서 9.2%로 점유율을 끌어올리는데 성공했다. 톱5 브랜드의 시장점유율은 지난해 35.0%에서 37.8%로 증가했다. 특히 색조 total 부문은 톱3 브랜드의 점유율이 29.4%로 30%에 육박하는 것으로 나타났다.

스킨&로션

아모레 · LG 각축전 미샤 선전

스킨&로션은 아이오페가 앞선 가운데 이자녹스와 수려한이 2, 3위 밀착경쟁을 벌인 것으로 나타났다. 아이오페의 시장점유율은 9.8%였다. 지난해 9.1%에서 0.7%P 늘었다. 이자녹스와 수려한은 각각 7.4%와 7.2%를 기록, 근소한 차이를 보였다. 더페이스샵은 전년도와 비슷한 수준에서 4위 자리를 지켰고 지난해 톱5에 들었던 한율은 미샤에 밀려 5위권에 이름을 올리지 못했다. 미샤의 점유율은 5.3%였다. 스킨&로션 부문에서 톱5 브랜드의 점유율은 36.3%로 집계됐다.

영양크림

아이오페 1위, 이자녹스 톱5 진입

영양크림에서도 1위 자리를 놓치지 않는 아이오페였다. 아이오페의 시장점유율은 7.3%로 나타났다. 작년에 3위였던 더페이스샵은 올해 미샤를 누르고 2위에 올랐다. 더페이스샵의 점유율은 6.4%, 미샤는 5.9%였다. 5.8%인 이자녹스가 안타깝게 미샤에 밀렸다. 수려한도 5.6%로 근소한 차이를 극복하지 못한 채 5위에 머물렀다. 이자녹스가 올해 톱5에 들어오면서 마몽드가 톱5에 이름을 올리지 못했다. 톱5 브랜드의 시장점유율은 작년에 비해 거의 변화가 없었다.

에센스

아이오페 두자릿수 점유율 건재

에센스 부문에서도 아이오페의 브랜드 파워는 건재했다. 지난해와 마찬가지로 두자릿수 점유율을 기록하며 톱 자리를 지켰다. 아이오페의 점유율은 12.0%로 집계됐다. 그 뒤를 이어 이자녹스와 미샤가 7.8%,

2012 화장품 시판채널 톱5

기초 total

순위	브랜드	점유율
1	아이오페	9.1
2	더페이스샵	6.2
3	이자녹스	6.0
4	미샤	5.7
5	수려한	5.4

색조 total

순위	브랜드	점유율
1	미샤	10.2
2	더페이스샵	10.0
3	에뛰드	9.2
4	라네즈	4.6
5	스킨푸드	3.8

스킨&로션

순위	브랜드	점유율
1	아이오페	9.8
2	이자녹스	7.4
3	수려한	7.2
4	더페이스샵	6.6
5	미샤	5.3

영양크림

순위	브랜드	점유율
1	아이오페	7.3
2	더페이스샵	6.4
3	미샤	5.9
4	이자녹스	5.8
5	수려한	5.6

에센스

순위	브랜드	점유율
1	아이오페	12.0
2	이자녹스	7.8
3	미샤	7.6
4	한율	6.9
5	수려한	6.5

클렌징

순위	브랜드	점유율
1	오제끄	12.8
2	더페이스샵	8.0
3	뉴트로지나	5.4
4	미샤	5.2
5	해피바스	4.3

팩

순위	브랜드	점유율
1	제닉	20.5
2	이니스프리	6.0
3	더페이스샵	4.8
4	스킨푸드	4.3
5	미샤	3.9

Verstatil SL
Dermosoft 688eco
Dermosoft 700B
Dermosoft GMCY
- ECO certified natural ingredients
- Cream, Lotion, Skin, Make up, toiletry
- 천연 무방부시스템 문의 주시면 감사 드리겠습니다.
하나무역 031-216-5700

3456789 2012.3.9 8:46 PM 페이지3

7.6%로 순위다툼을 벌였고 한율과 수려한이 각각 6.9%와 6.5%로 톱5 진입에 성공했다. 특히 미샤의 선전이 돋보였다. 지난해 순위권 밖이었던 미샤가 올해 3위에 등극한 것. 톱5 브랜드의 점유율도 증가했다. 지난해 38.9%에서 40.8%로 장악력을 높였다.

클렌징

오제끄 톱5 첫 진입, 압승 '이변'

클렌징 부문에서는 올해 톱5에 첫 진입한 오제끄 산소마스크 클렌저가 단숨에 1위에 오르는 이변을 연출했다. 산소 기포를 만들어내는 독특한 사용감으로 여심을 홀린 이 제품은 입소문을 통한 재구매와 신규 구매가 크게 늘어 지난해 홈쇼핑 1위 제품에 올랐다. 이번 조사에서 12.8%의 시장점유율을 기록하며 1위 자리를 꿰찼다. 반면 작년에 6.2% 점유율을 보이며 3위에 올랐던 DHC가 순위권 밖으로 밀렸다.

팩

제닉, 팩 시장 절대강자 입증

제닉이 팩 부문에서 절대강자임을 입증했다. 홈쇼핑을 휩쓸고 있는 하유미팩을 비롯해 다양한 채널로 시장을 확대한 결과다. 지난해 19.3%의 높은 시장점유율을 기록한 바 있는 제닉은 올해 마침내 20.5%로 점유율을 끌어올리며 20%대 점유율을 달성했다. 팩 부문 톱5 브랜드의 변화는 없었다. 이니스프리, 더페이스샵, 스킨푸드, 미샤가 지난해와 마찬가지로 2~5위권을 나눠가졌다. 이들 5개 브랜드의 시장점유율은 39.5%인 것으로 나타났다.

메이크업베이스

바닐라코 1위 등극 자리바꿈 극심

자리바꿈이 극심했다. 지난해 톱3에 들었던 아이오페, 이자녹스, 마몽드가 모두 순위권 밖으로 밀렸고 이 자리를 바닐라코, 미샤, 에뛰드가 채웠다. 바닐라코는 두자릿수 점유율을 보이며 1위에 등극해 눈길을 모았다. 10.5%의 점유율을 기록했다. 이어 미샤와 에뛰드가 7.8%, 7.5%의 점유율을 각각 보였다. 4, 5위권을 그대로 고수한 라네즈와 더페이스샵도 지난해보다 점유율을 끌어올렸다. 라네즈가 5.4%에서 6.9%로 더페이스샵이 5.5%에서 6.4%로 점유율을 높였다. 톱5 브랜드의 점유율 역시 39.1%로 지난해보다 높아졌다.

메이크업베이스

순위	브랜드	점유율
1	바닐라코	10.5
2	미샤	7.8
3	에뛰드	7.5
4	라네즈	6.9
5	더페이스샵	6.4

아이섀도

순위	브랜드	점유율
1	에뛰드	14.0
2	더페이스샵	12.0
3	미샤	10.4
4	라네즈	8.0
5	스킨푸드	5.8

립글로스

순위	브랜드	점유율
1	더페이스샵	16.2
2	미샤	15.2
3	에뛰드	9.9
4	라네즈	7.4
5	아이오페	5.6

립스틱

순위	브랜드	점유율
1	미샤	11.8
2	더페이스샵	10.9
3	라네즈	10.4
4	에뛰드	9.5
5	아이오페	6.4

파우더팩트

순위	브랜드	점유율
1	마몽드	12.2
2	입큰	7.3
3	라네즈	6.2
4	더페이스샵	4.7
5	클리오	4.1

〈 → 6면으로 계속〉

OLIVEM®1000 Crystal Skin™
The first emulsifying active ingredient
EVERYTHING SKIN NEEDS™
WWW.OLIVEM1000.COM
Hana Trading Co. Tel: 031-216-5700

3456789 2012.3.9 8:47 PM 페이지4

〈 → 5면에서 계속〉

아이섀도

에뛰드 · 더페이스샵 · 미샤 3파전

에뛰드, 더페이스샵, 미샤의 3파전이 지난해에 이어 올해도 뚜렷했다. 지난해 더페이스샵이 승리했으나 올해는 에뛰드에 1위의 영광이 돌아갔다. 에뛰드의 시장점유율은 14.0%였다. 더페이스샵이 그 뒤를 이어 12.0%를 차지했고 미샤가 10.4%로 역시 두자릿수 점유율을 기록했다. 이들 톱3 브랜드의 시장점유율은 36.4%로 지난해보다 0.3%P 증가했다. 라네즈는 8.0%의 점유율로 4위에 올랐고 스킨푸드는 작년과 비슷한 점유율을 나타내며 5위에 진입했다. 스킨푸드의 점유율은 5.8%였다.

립글로스

더페이스샵, 16.2%로 1위 마크

더페이스샵이 16.2%의 점유율로 1위의 영예를 거머쥐었다. 2위에 랭크된 미샤는 15.2%의 점유율을 기록했다. 3위는 에뛰드로 점유율은 9.9%. 1위부터 3위까지는 브랜드숍 제품들이 강세를 나타냈다. 그 뒤를 이어 라네즈가 7.4%의 점유율로 4위, 아이오페가 5.6%의 점유율로 5위에 랭크되는 등 아모레퍼시픽은 2개의 브랜드를 톱5에 올렸다. 톱5 브랜드의 점유율 합계는 54.3%로 립글로스 전체 시장의 절반 이상을 차지하는 것으로 파악됐다.

립스틱

미샤 · 더페이스샵, 1위 다툼 치열

미샤가 11.8%의 점유율로 1위를 차지했다. 2위는 더페이스샵으로 점유율은 10.9%. 1위와는 1.1%p 차이다. 3위는 라네즈로 10.4%의 점유율을 나타냈다. 0.5%p 차이로 아깝게 2위 자리를 놓쳤다. 4위는 9.5%의 점유율을 기록한 에뛰드. 그 뒤를 이어 아이오페가 6.4%의 점유율을 기록하며 5위에 턱걸이했다. 상위 5개 브랜드의 점유율 합계는 49%로 이들 5개 브랜드가 립스틱 전체 시장을 리드하고 있는 것으로 나타났다.

파우더팩트

마몽드, 파우더팩트 최강 브랜드

마몽드가 12.2%의 점유율로 1위 브랜드의 명성을 지켰다. 2위는 이넬화장품의 입큰으로 7.3%의 점유율을 나타내 1, 2위 간의 격차가 큰 것으로 파악됐다. 3위는 라네즈로 6.2%의 점유율을 기록했다. 4위 자리를 두고 더페이스샵과 클리오가 치열한 접전을 펼쳤다.

더페이스샵이 4.7%의 점유율로 4위를 차지했고 클리오는 4.1%의 점유율을 기록해 더페이스샵에게 4위 자리를 내줬다. 톱5 브랜드의 점유율 합계는 34.5%인 것으로 나타나 타 부문에 비해 다양한 브랜드가 경쟁하고 있는 것으로 조사됐다.

트윈케익

아이오페 1위, 미샤 · 더페이스샵 추격

아이오페, 미샤, 더페이스샵이 1위를 놓고 치열한 경쟁을 벌이며 시장을 리드하고 있는 것으로 파악됐다. 1위는 14.6%의 점유율을 기록한 아이오페가 차지했고 미샤가 불과 0.5%p 낮은 14.1%의 점유율로 아깝게 1위를 놓쳤다.

또한 더페이스샵은 2위와 불과 0.6%p 차이인 13.5%의 점유율로 미샤의 뒤를 바짝 추격했다. 4위와 5위는 LG생활건강의 브랜드가 나란히 차지했다. 11.9%의 점유율을 기록한 이자녹스가 4위, 5위는 수려한으로 8.2%의 점유율을 나타냈다. 상위 5개 브랜드의 점유율 합계는 62.3%로 이들 5개 브랜드 트윈케익 전체 시장을 리드하고 있는 것으로 조사됐다.

파운데이션

이니스프리 선두, 순위 다툼 치열

이니스프리가 1위를 차지했다. 점유율은 8.9%. 2위는 3위와 근소한 차이로 미샤가 차지했다. 점유율은 7.5%인 것으로 나타났다. 3위와 4위는 나란히 아모레퍼시픽의 브랜드가 차지해 파운데이션에 강한 회사임을 입증했다. 3위 아이오페는 6.1%의 점유율을 기록했고 4위 라네즈는 5.1%의 점유율을 나타냈다. 5위는 더페이스샵으로 점유율은 3.9%인 것으로 파악됐다. 상위 5개 브랜드의 점유율 합계는 31.5%였다.

마스카라

미샤 1위, 2 · 3위 다툼 치열

미샤가 18.3%라는 압도적인 점유율로 최강 브랜드로 등극했다. 2위는 메이블린과 에뛰드가 치열한 순위 다툼을 벌여 간발의 차로 메이블린이 2위를 차지했다. 점유율은 10.5%. 에뛰드는 0.4%p 차이로 3위에 머물렀다. 그 뒤를 이어 더페이스샵이 8.5%로 4위, 로레알파리가 6.0%의 점유율로 5위에 랭크됐다. 마스카라 부문 TOP5 브랜드의 점유율 합계는 53.4%로 시판 마스카라 시장의 절반 이상을 이들 5개 브랜드가 차지하는 것으로 조사됐다.

아이라이너

토니모리, 압도적 차이로 1위

토니모리가 압도적인 차이로 1위 브랜드의 영예를 안았다. 점유율은 15.5%. 2위부터 5위까지는 근소한 차이로 순위가 결정됐다. 2위를 차지한 더페이스샵은 10.5%의 점유율을 얻었다. 3위를 놓고 클리오와 에뛰드가 치열한 접전을 벌였다. 0.1%p의 차이로 순위가 갈렸다. 3위를 차지한 클리오는 9.8%, 에뛰드는 9.7%의 점유율을 얻어 4위에 그쳤다. 미샤는 9.0%의 점유율로 5위에 랭크돼 아이라이너 부문 톱5 대열에 합류했다. 톱5 브랜드의 점유율 합계는 54.5%인 것으로 집계됐다.

네일

더페이스샵, 네일 최강 브랜드 등극

더페이스샵이 19.9%의 점유율을 기록하며 다른 브랜드들을 일찌감치 따돌려 최강 브랜드 자리에 올랐다. 2위는 14.2%의 점유율로 에뛰드가 차지했다. 그 뒤를 이어 스킨푸드가 근소한 차이로 미샤를 따돌리며 3위를 기록했다. 점유율은 11.9%. 미샤는 11.1%의 점유율을 얻는데 그쳐 4위에 랭크됐다. 5위는 아리따움으로 7.5%의 점유율을 나타냈다. 톱5 브랜드의 점유율은 64.6%로 이들 브랜드가 네일 전체 시장을 리드하고 있는 것으로 조사됐다.

자외선 차단제

아이오페, 압도적 점유율로 1위

트윈케익

순위	브랜드	점유율
1	아이오페	14.6
2	미샤	14.1
3	더페이스샵	13.5
4	이자녹스	11.9
5	수려한	8.2

자외선차단제

순위	브랜드	점유율
1	아이오페	22.2
2	이자녹스	11.3
3	미샤	6.5
	더페이스샵	
5	스킨푸드	2.6

파운데이션

순위	브랜드	점유율
1	이니스프리	8.9
2	미샤	7.5
3	아이오페	6.1
4	라네즈	5.1
5	더페이스샵	3.9

여드름

순위	브랜드	점유율
1	아이오페	20.7
2	케어존	9.5
3	클린앤클리어	9.2
4	티엔	5.6
5	에뛰드	5.0

마스카라

순위	브랜드	점유율
1	미샤	18.3
2	메이블린	10.5
3	에뛰드	10.1
4	더페이스샵	8.5
5	로레알파리	6.0

모공

순위	브랜드	점유율
1	이니스프리	16.4
2	뉴트로지나	14.8
3	DHC	10.7
4	에뛰드	6.2
5	미샤	5.3

아이라이너

순위	브랜드	점유율
1	토니모리	15.5
2	더페이스샵	10.5
3	클리오	9.8
4	에뛰드	9.7
5	미샤	9.0

샴푸&린스

순위	브랜드	점유율
1	려	17.0
2	엘라스틴	14.1
3	미장센	12.4
4	리엔	11.8
5	케라시스	8.1

네일

순위	브랜드	점유율
1	더페이스샵	19.9
2	에뛰드	14.2
3	스킨푸드	11.9
4	미샤	11.1
5	아리따움	7.5

염모제

순위	브랜드	점유율
1	미장센	16.5
2	리체나	12.6
3	꽃을든남자	12.2
4	더블리치	9.2
5	더페이스샵	4.9

3456789 2012.3.9 8:47 PM 페이지5

아이오페가 22.2%라는 압도적인 점유율을 기록하며 최강 브랜드의 자리를 지켰다. 2위를 차지한 이자녹스와는 두배 가까운 점유율 차이를 나타냈다. 2위를 차지한 이자녹스의 점유율은 11.3%. 이어서 미샤와 더페이스샵이 나란히 6.5%의 점유율을 기록해 공동 3위를 차지했다. 5위는 스킨푸드가 2.6%의 점유율로 5위에 턱걸이했다. 상위 5개 브랜드의 점유율은 49.1%였다.

여드름

아이오페 1위, 경쟁 브랜드 압도

아이오페가 20.7%의 점유율로 1위에 오르며 경쟁 브랜드를 압도했다. 케어존이 9.5%의 점유율로 뒤를 이었다. 이어 클린앤드클리어가 9.2%의 점유율로 3위를 차지했다. 이밖에 티엔(5.6%)과 에뛰드(5.0%)가 5위권에 들었다. 무엇보다 아이오페가 2위보다 두배 이상 점유율을 앞서며 압도적인 1위에 오른 것이 눈길을 끈다. 아이오페는 2위와 3위를 더한 점유율보다도 높게 나타났다. 톱5 브랜드의 점유율은 50.0%였다.

모공

브랜드숍 vs 수입 브랜드 구도

바디(세정)

순위	브랜드	점유율
1	해피바스	23.1
2	세이	8.2
3	온더바디	6.7
4	도브	6.1
5	존슨즈베이비	3.9

바디(보습)

순위	브랜드	점유율
1	세타필	7.6
2	해피바스	7.0
3	존슨즈베이비	5.9
4	뉴트로지나	5.0
5	그린핑거	4.7

한방

순위	브랜드	점유율
1	수려한	39.8
2	한율	28.9
3	미샤	8.5
4	더페이스샵	7.5
5	다나한	5.1

비비크림

순위	브랜드	점유율
1	더페이스샵	13.0
2	미샤	12.1
3	에뛰드	8.7
4	한스킨	7.3
5	스킨79	6.4

이니스프리가 16.4%의 점유율로 1위에 오르며 강세를 보였다. 뉴트로지나가 14.8%라는 근소한 차이의 점유율로 뒤를 이었다. 이어 DHC(10.7%)와 에뛰드(6.2%), 미샤(5.3%) 순으로 5위권에 올랐다. 전체적으로 브랜드숍 브랜드와 외국계 브랜드간 경쟁으로 압축된 것으로 평가된다. 브랜드숍 브랜드는 이니스프리와 에뛰드, 미샤 세 개 브랜드가 상위에 랭크됐고 이들의 점유율만 27.9%였다. 외국계 브랜드는 뉴트로지나와 DHC가 올랐고 이들의 점유율은 25.5%였다. 전체 톱5 브랜드의 점유율은 53.4%였다.

샴푸&린스

려 17.0% 점유율로 1위 수성

아모레퍼시픽의 려가 17.0%의 점유율로 1위를 수성했다. LG생활건강의 엘라스틴이 14.1%의 점유율로 뒤를 이었다. 이어 미쟝센(12.4%)과 리엔(11.8%), 케라시스(8.1%) 순으로 상위 5위권에 올랐다. 전체적으로 국내 기업간 경쟁으로 나타났다. 무엇보다 전통적인 강세 기업인 아모레퍼시픽과 LG생활건강, 애경이 저력을 보여준 것으로 평가됐다. 아모레가 려와 미쟝센, LG가 엘라스틴과 리엔 등 각각 2개 브랜드씩 상위권에 올렸다. 점유율도 각각 29.4%, 25.9%를 보였다. 전체 톱5 브랜드의 점유율은 63.4%로 높았다.

염모제

미쟝센 · 리체나 · 꽃남 3파전

미쟝센이 16.5%의 점유율로 1위에 올랐다. 세화피앤씨의 리체나가 12.6%의 점유율로 뒤를 이었다. 이어 소망화장품의 꽃을 든 남자가 근소한 차이의 점유율(12.2%)로 3위를 차지했다. 이밖에 더블리치(9.2%)와 더페이스샵(4.9%) 순으로 상위 5위권에 들었다. 염모제 부문은 전통적인 강세 기업인 아모레퍼시픽과 소망화장품에 세화피앤씨가 가세한 삼파전 양상으로 경쟁이 전개됐다. 톱 5 브랜드의 점유율은 55.4%였다.

바디(세정)

해피바스 22.2% 점유율로 압도

아모레퍼시픽의 해피바스가 23.1%의 점유율로 압도적인 우위를 차지한 것으로 나타났다. LG생활건강의 세이가 8.2%의 점유율로 뒤를 이었다. 이밖에 온더바디(6.7%)와 도브(6.1%), 존슨즈베이비(3.9%) 순으로 상위 5위권 구도를 형성했다. 무엇보다 1, 2위간 점유율 격차만 14.9%p에 이를 정도로 절대 비중을 차지한 것으로 분석됐다. 또 아모레퍼시픽과 LG생활건강 빅2기업과 유니레버코리아와 한국존슨앤드존슨 등 외국계 브랜드간 경쟁구도로 전개됐다. 톱 5 브랜드의 점유율은 48.0%였다.

바디(보습)

세타필 7.6%로 1위 등극 강세

갈더마코리아의 세타필이 7.6%의 점유율로 1위에 올라 주목을 끌었다. 세타필은 시판 채널뿐만 아니라 전체 채널에서도 6.6%의 점유율로 1위에 올라 강세를 보였다. 해피바스가 7.0%의 점유율로 뒤를 이었다. 이어 존슨즈 베이비(5.9%)와 뉴트로지나(5.0%), 그린핑거(4.7%) 순이었다. 갈더마코리아와 한국존슨앤드존슨(존슨즈 베이비, 뉴트로지나) 등 외국계 기업과 아모레퍼시픽, 유한킴벌리 등 국내 기업간 각축이 치열한 부문으로 평가됐다. 톱 5 브랜드의 점유율은 30.2%였다.

한방

수려한 40% 점유율로 압도적 우위

LG생활건강의 수려한이 39.8%의 높은 점유율로 1위에 올라 강세를 이어갔다. 아모레퍼시픽의 한율이 28.9%의 점유율로 뒤를 이었다. 이어 미샤(8.5%)와 더페이스샵(7.5%), 다나한(5.1%) 순으로 상위 5위권을 형성했다. 무엇보다 수려한과 한율의 강세 속에서 브랜드숍 브랜드와 소망화장품의 다나한이 추격하는 양상을 보인 것으로 평가됐다. 수려한과 한율 상위 두 브랜드의 점유율만 68.7%에 달할 정도로 시장을 주도했다. 톱 5 브랜드의 점유율도 89.8%로 절대 비중을 나타냈다.

비비크림

브랜드숍 브랜드간 경쟁 치열

더페이스샵이 13.0%의 점유율로 1위에 올랐다. 미샤가 12.1%의 점유율로 뒤를 이었다. 이어 에뛰드(8.7%)와 한스킨(7.3%), 스킨79(6.4%) 순으로 상위 5위권 브랜드를 형성했다. 무엇보다 브랜드숍 브랜드의 강세가 두드러진 것으로 평가된다. 더페이스샵과 미샤, 에뛰드 상위 3개 브랜드의 점유율만 봐도 33.8%라는 높은 점유율로 시장을 주도했다. 전체 톱 5 브랜드의 점유율은 56.2%로 높은 비중을 나타냈다.

이정아 기자 leeah@cmn.co.kr
심재영 기자 jysim@cmn.co.kr
신대욱 기자 woogi@cmn.co.kr

2012 대한민국 베스트 화장품 어떻게 선정했나?

전국 여성 9천명(만 14~54세) 화장품 다이어리 구매조사 분석

2012 대한민국 베스트화장품은 국제적인 신뢰도와 명성이 높은 다국적 조사 전문기업인 칸타월드패널이 제공하는 데이터에 근거해 선정했다.

지난 2011년 1월부터 12월까지 칸타월드패널 9천명(도시에 거주하는 만 14~54세 여성)의 화장품 구매조사를 바탕으로 했다.

주간 단위로 작성된 칸타월드패널의 다이어리 구매 기록을 분석, 동일 소비자 구매 행위 관련 정보를 산출해 제품 구매 채널, 구매액 등을 집계함으로써 유형별 판매액 기준 1위 화장품을 선정했다. 이번 조사에서는 본인이 사용할 목적으로 직접 구매한 결과와 함께 선물용 구매까지 모두 포함했다.

2012 대한민국 베스트 화장품 선정에서 시판 채널은 화장품전문점, 멀티 브랜드숍(아리따움, 뷰티플렉스, 뷰티크레딧, 토다코사), 원브랜드숍, 드럭스토어, 대형 할인마트, 슈퍼마켓, 아울렛, TV홈쇼핑, 카탈로그, 인터넷 쇼핑몰까지 아우르는 광범위한 의미를 적용했다.

제품 유형은 ▲기초 total ▲색조 total ▲스킨&로션 ▲영양크림 ▲에센스 ▲클렌징 ▲팩 ▲메이크업베이스 ▲아이섀도 ▲립글로스 ▲립스틱 ▲파우더팩트 ▲트윈케익 ▲파운데이션 ▲마스카라 ▲아이라이너 ▲네일 ▲자외선차단제 ▲여드름 ▲모공 ▲샴푸&린스 ▲염모제 ▲바디(세정) ▲바디(보습) ▲한방 ▲비비크림 등 총 26개로 구분했다.

3456789 2012.3.9 8:47 PM 페이지6

KOREA BEST COSMETICS

2012 대한민국 베스트 화장품 – 전체 채널

20개 부문 국산 브랜드가 '석권'

색조 랑콤 · 바비브라운 · SK-II 수입 브랜드 강세

2012 화장품 전체채널 톱5

화장품 구매가 가능한 전 유통에서 여성 소비자들의 사랑을 많이 받은 브랜드는 '설화수'와 '헤라'였다.

본지가 국제적인 신뢰도와 명성이 높은 다국적 조사 전문기업인 칸타월드패널과 공동으로 실시한 '2012 대한민국 베스트 화장품' 전체 채널 조사에서 작년과 마찬가지로 이 2개 브랜드가 파워를 과시했다.

2011년 1월부터 12월까지 칸타월드패널 9천명(도시에 거주하는 만 14~54세 사이의 여성)의 화장품 구매조사를 바탕으로 유형별 판매액 기준 1위 화장품을 선정한 결과 설화수가 6개 부문에서 헤라가 5개 부문에서 1위를 차지했다.

설화수는 토탈기초, 스킨&로션, 영양크림, 에센스, 한방, 트윈케익 부문을, 헤라는 토탈색조, 립스틱, 비비크림, 자외선차단제, 메이크업베이스 부문을 휩쓸었다. 설화수는 특히 스킨&로션, 영양크림, 에센스에서 각각 11.7%, 14.1%, 13.4%의 시장점유율을 기록하며 핵심 기초 제품에서 강한 면모를 보였다.

기초토탈에서도 11.5%의 높은 점유율을 기록했다. 기초토탈에서 2위는 5.9%를 차지한 헤라였고 SK-II가 4.9%로 그 뒤를 이었다. 스킨&로션에서는 설화수, 아이오페, 헤라가 1~3위권을 휩쓸어 아모레퍼시픽이 단연 앞섰다. 영양크림에서는 키엘이 작년과 마찬가지로 2위를 마크했다. 에센스에서는 설화수, SK-II, 에스티로더 브랜드의 3파전이었다.

헤라는 색조토탈에서 5.2% 점유율을 보인 크리스챤디올을 제쳤고 립스틱에서도 10.3%의 점유율을 기록한 크리스챤디올을 누르고 12.4% 점유율로 1위에 등극했다. 특히 헤라는 립스틱에서 크리스챤디올, 맥, 샤넬, 에스티로더 등 유명 수입 브랜드 틈새에서도 소비자들의 사랑을 이끌어내며 선전했다.

마스카라와 립글로스는 랑콤의 아성을 무너뜨리는 브랜드가 나타나지 않았다. 작년에 이어 올해도 랑콤이 석권했다. 마스카라에서는 헤라와 미샤가 각각 10.0%, 9.9%의 시장점유율로 랑콤을 위협하고 있는 것으로 나타났다. 립글로스는 수입 브랜드의 압승이었다. 랑콤을 비롯해 샤넬, 에스티로더, 크리스챤디올이 톱5를 휩쓸었다. 헤라만이 3위를 마크하며 7.2%의 점유율을 지켰다.

파운데이션과 파우더팩트 1위 자리도 SK-II와 크리스챤디올의 차지였다. 특히

기초 total

순위	브랜드	점유율
1	설화수	11.5
2	헤라	5.9
3	SK-II	4.9
4	아이오페	3.6
5	오휘	3.2

색조 total

순위	브랜드	점유율
1	헤라	7.3
2	크리스챤디올	5.2
3	미샤	4.1
	더페이스샵	
5	맥	3.9
	베네피트	

스킨&로션

순위	브랜드	점유율
1	설화수	11.7
2	아이오페	4.7
3	헤라	4.5
4	이자녹스	3.6
5	수려한	3.5

팩

순위	브랜드	점유율
1	제닉	13.2
2	설화수	4.3
3	이니스프리	3.9
4	숨	3.6
5	SK-II	3.5

립스틱

순위	브랜드	점유율
1	헤라	12.4
2	크리스챤디올	10.3
3	맥	9.6
4	샤넬	7.3
5	에스티로더	5.4

마스카라

순위	브랜드	점유율
1	랑콤	10.9
2	헤라	10.0
3	미샤	9.9
4	메이블린	5.8
5	에뛰드	5.5

영양크림

순위	브랜드	점유율
1	설화수	14.1
2	키엘	6.9
3	헤라	5.5
4	SK-II	3.3
5	비오템	2.9

메이크업베이스

순위	브랜드	점유율
1	헤라	6.3
2	베네피트	6.2
3	바닐라코	5.4
4	맥	5.2
5	슈에무라	4.6

파우더팩트

순위	브랜드	점유율
1	크리스챤디올	15.4
2	헤라	5.7
3	후	4.9
	맥	
5	샤넬	4.2

아이라이너

순위	브랜드	점유율
1	토니모리	10.5
2	더페이스샵	6.9
3	에뛰드	6.5
	클리오	
5	헤라	6.1

에센스

순위	브랜드	점유율
1	설화수	13.4
2	SK-II	10.3
3	에스티로더	7.6
4	헤라	6.1
5	오휘	3.8

아이섀도

순위	브랜드	점유율
1	바비브라운	10.1
2	샤넬	9.2
3	맥	6.9
4	헤라	6.3
5	에뛰드	5.5

트윈케익

순위	브랜드	점유율
1	설화수	16.6
2	헤라	11.6
3	아이오페	7.6
4	미샤	7.3
5	더페이스샵	7.0

네일

순위	브랜드	점유율
1	더페이스샵	17.0
2	에뛰드	11.9
3	스킨푸드	10.1
4	미샤	9.4
5	아리따움	6.3

클렌징

순위	브랜드	점유율
1	오제끄	8.1
2	설화수	5.5
3	더페이스샵	5.2
4	슈에무라	4.1
5	헤라	4.0

립글로스

순위	브랜드	점유율
1	랑콤	11.4
2	샤넬	7.6
3	헤라	7.2
4	에스티로더	7.0
5	크리스챤디올	6.3

파운데이션

순위	브랜드	점유율
1	SK-II	9.0
2	에스티로더	8.5
3	설화수	8.4
4	바비브라운	5.8
5	헤라	5.2

자외선차단제

순위	브랜드	점유율
1	헤라	15.4
2	아이오페	9.5
3	랑콤	8.9
4	오휘	7.4
5	이자녹스	4.8

3456789 2012.3.9 8:47 PM 페이지7

파우더팩트 부문에서 1위에 오른 크리스챤디올의 시장점유율은 15.4%였다. 2위와 3위를 기록한 헤라와 후 브랜드의 점유율을 합한 것(10.6%) 보다 높았다. 아이섀도 부문 역시 수입 브랜드가 강세였다. 바비브라운이 10.1% 점유율로 1위에 랭크됐고 샤넬이 9.2%로 그 뒤를 이었다. 맥은 6.9%로 3위 자리를 가져갔다.

한편 아이라이너와 모공 부문에서는 바비브라운과 에스티로더를 제친 토니모리

이니스프리 · 토니모리, 새로운 강자 두각
헤라, 립스틱 · 립글로스 부문서 선전

와 이니스프리가 새로운 강자로 두각을 나타냈다. 작년에 5.9%의 시장점유율로 톱3에 올랐던 토니모리가 10.5%로 점유율을 높이며 올해 1위에 등극했다. 아이라이너에서는 토니모리를 필두로 더페이스샵, 에뛰드, 클리오, 헤라 등이 톱5 자리를 꿰차며 국내 브랜드의 높은 선호도를 실감케 했다.

모공에서도 순위변화가 두드러졌다. 작년에 17.9%의 점유율을 자랑했던 에스티로더가 이니스프리에 1위 자리를 내주고 순위권 밖으로 밀렸다. 이니스프리는 12.4%의 점유율을 보이며 당당히 톱 자리를 확보했다. 뉴트로지나, DHC, 에뛰드 3개 브랜드로 새롭게 톱5에 진입했다. 미샤까지 포함한 톱5 모공 브랜드의 시장점유율은 40.6%로 나타났다.

여드름 부문에서는 톱5 브랜드가 전년도와 일치했다. 순위는 아이오페가 1위 자리를 그대로 유지한 반면 작년에 3위였던 키엘이 올해 2위로 한단계 상승했다. 아이오페의 시장점유율은 9.7%에서 15.6%로 눈에 띄게 늘어났다. 키엘도 7.0%에서 9.2%로 점유율을 높였다.

팩은 제닉의 승리였다. 지난해에도 두자릿수 점유율을 기록하며 1위에 오른 제닉은 올해도 그 여세를 몰아갔다. 13.2%로 점유율을 더 끌어올리며 변함없는 톱 브랜드의 면모를 과시했다. 한편 제닉을 제외한 톱4 브랜드의 점유율은 15.3%였다.

샴푸&린스는 려, 염모제는 미장센, 바디세정은 해피바스, 바디보습은 세타필이 각각 1위에 올랐다. 려와 해피바스는 작년에 이어 1위 자리를 고수했고 염모제와 바디보습은 1위 자리바꿈이 있었다. 미장센은 작년 10.5%에서 올해 13.4%로 시장점유율을 높였고, 5위권 밖에 이었던 세타필은 바디보습 부문에서 올해 단숨에 1위로 급부상했다. 세타필의 시장점유율은 6.6%로 나타났다.

이정아 기자 leeah@cmn.co.kr

여드름

순위	브랜드	점유율
1	아이오페	15.6
2	키엘	9.2
3	케어존	7.1
	클린앤클리어	
5	크리니크	6.7

바디(세정)

순위	브랜드	점유율
1	해피바스	21.4
2	세이	7.6
3	온더바디	6.1
4	도브	5.6
5	존슨즈베이비	3.6

모공

순위	브랜드	점유율
1	이니스프리	12.4
2	뉴트로지나	11.4
3	DHC	8.1
4	에뛰드	4.7
5	미샤	4.0

바디(보습)

순위	브랜드	점유율
1	세타필	6.6
2	해피바스	6.1
3	존슨즈베이비	5.3
4	뉴트로지나	4.6
5	그린핑거	4.1

샴푸&린스

순위	브랜드	점유율
1	려	16.2
2	엘라스틴	12.9
3	미장센	11.5
4	리엔	10.9
5	케라시스	7.6

한방

순위	브랜드	점유율
1	설화수	55.9
2	후	15.1
3	수려한	10.4
4	한율	7.6
5	미샤	2.2

염모제

순위	브랜드	점유율
1	미장센	13.4
2	꽃을든남자	11.3
3	리체나	9.7
4	더블리치	7.2
5	비겐	5.6

비비크림

순위	브랜드	점유율
1	헤라	9.3
2	더페이스샵	8.5
3	미샤	7.8
4	에뛰드	5.5
5	설화수	4.7