34567 2013.3.15 9:29 PM 페이지1

KOREA BEST COSMETICS

본지 · 칸타월드패널 공동 조사

2013 대한민국 베스트 화장품 – 시판 채널

소비자가 선택한 시판 최고 브랜드 '아이오페'

에뛰드 · 이니스프리 눈부신 활약 6개 부문 석권

2013 대한민국 베스트화장품 대상은 변함없는 고객 사랑을 입증한 '아이오페'에 돌아갔다. 시판 채널 5개 부문에서 1위 자리를 놓치지 않았다.

전년도 7개 부문과 비교하면 줄어들긴 했지만 total 기초, total 색조를 비롯해 스킨&로션, 영양크림 등 핵심 카테고리에서 아이오페는 우월한 지위를 이어갔다.

전년도 아이섀도 부문에서만 1위를 차지했던 에뛰드는 이번에 아이섀도 뿐만 아니라 메이크업베이스, 마스카라, 그리고 수분크림까지 톱 자리의 영역을 넓혔다. 에뛰드는 모두 4개 부문에서 1위에 올랐다.

특히 이번에 처음 새로운 카테고리로 추가한 수분크림 부문에서 에뛰드는 17.7%의 높은 점유율을 기록하며 눈길을 끌었다. 수분가득 콜라겐 크림을 앞세워 '국민 수분크림'의 명성을 입증한 셈이다.

수분크림과 함께 프라이머, 미스트 부문도 이번에 새롭게 추가한 영역이다. 프라이머는 바닐라코, 미스트는 이니스프리에 각각 그 영예가 돌아갔다.

미샤는 에센스, 립글로스, 비비크림 3개 부문을 석권했다. 그럼에도 전체적인 분위기는 주춤한 양상을 보였다. 에센스 부문에서는 선전했지만 전년도 색조 total에서 1위에 올랐던 미샤는 이번에 4위로 떨어졌고 스킨&로션, 영양크림 부문에서도 5위권 밖으로 밀려났다.

립글로스와 비비크림 부문에서 다행히 1위 자리를 지키긴 했으나 위협적인 2위의 공격을 받고 있는 것으로 나타났다. 그중에서도 립글로스는 미샤 14.8%, 에뛰드 14.3%로 격차가 아주 미미한 것으로 집계됐다.

반면 이니스프리의 눈부신 활약이 돋보였다. 모공과 미스트 두 개 부문을 석권한 이니스프리는 기초와 색조를 넘나들며 다양한 카테고리에서 톱5에 이름을 올렸다.

모공과 미스트 뿐 아니라 기초 total에서는 4위, 색조 total에서는 5위를 마크했고 스킨&로션 부문에서도 톱5에 꼽혔다. 수분크림과 에센스 부문에서는 각각 3위에 랭크됐다.

이밖에도 여드름, 자외선차단제, 메이크업베이스, 파운데이션, 립글로스, 네일, 클렌징, 팩 등에서 순위권에 들며 맹활약했다.

한편 전년도에 이어 1위의 장악력을 그대로 이어간 브랜드들도 꽤 많았다. 수려한은 한방에서, 마몽드는 파우더팩트에서, 제닉 바이오더마는 팩에서, 오제끄는 클렌징에서, 토니모리는 아이라이너에서, 아리따움은 네일에서 톱 자리를 지켰다. 그중에서도 수려한은 한방 부문에서 압도적인 시장 점유율을 지켜가고 있는 것으로 나타났다. 수려한의 점유율은 39.0%다.

또 려는 샴푸&린스에서, 미쟝센은 염모제에서, 세타필은 바디보습에서, 해피바스는 바디세정에서 시장 지위를 이어갔다.

세타필은 온 가족 피부 건강을 위한 최적의 솔루션을 제시하며 3년 연속 바디보습 부문 1위 브랜드로 이번에도 이름을 떨쳤다. 자외선차단제, 립스틱, 트윈케익, 여드름은 1위 자리가 바뀌면서 새로운 강자가 등장했다.

2013 대한민국 베스트 화장품(시판 채널)

부문	수상 브랜드	부문	수상 브랜드
대상	아이오페		
특별상	나우코스	파우더팩트	마몽드
기초 total	아이오페	트윈케익	더페이스샵
색조 total	아이오페	립글로스	미샤
스킨&로션	아이오페	립스틱	라네즈
영양크림	아이오페	아이섀도	에뛰드
수분크림	에뛰드	마스카라	에뛰드
에센스	미샤	아이라이너	토니모리
한방	수려한	네일	아리따움
여드름	아톰미	클렌징	오제끄
모공	이니스프리	팩	셀더마
자외선차단제	이자녹스	미스트	이니스프리
프라이머	바닐라코	바디(세정)	해피바스
비비크림	미샤	바디(보습)	세타필
메이크업베이스	에뛰드	샴푸&린스	려
파운데이션	아이오페	염모제	미쟝센

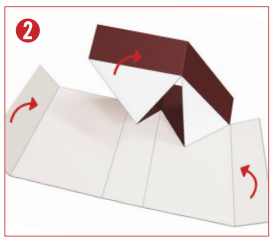
자외선차단제 부문은 이자녹스가 아이오페를 제쳤고 립스틱은 라네즈가 미샤를 눌렀다. 트윈케익은 더페이스샵이, 여드름은 아톰미가 넘버원 브랜드로 등극했다.

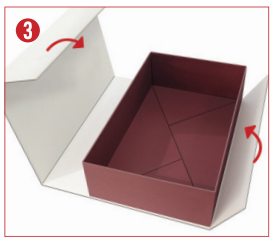
〈 → 4면으로 계속〉

2013 대한민국
베스트 화장품 특집
26면~44면

2013 대한민국
베스트 화장품 시상식
3월 26일 오전 11시 이앤씨드림타워 세미나실

名品인쇄 · 名品지함





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

싸바리(지함)
Package제작 전문
• 자사 디자인센터 운영
• 자동부터 접이식 지함까지!
생산품목: 화장품세트(Gift Box), 식품세트(건강식품, 한과 Box) 등

전자동 지함기

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

34567 2013.3.15 9:30 PM 페이지2

〈 → 3면에서 계속〉

기초 total

아이오페 '부동' 이니스프리 '약진'

기초 부문을 통틀어 최고 브랜드는 아이오페였다. 이변은 없었다. 8.1%의 점유율을 기록하며 아이오페는 전년의 영광을 이어갔다. 2위 자리는 미샤의 분발이 돋보였다. 5.7%의 점유율을 7.5%로 끌어올리며 4위에서 두 계단 올라섰다. 더페이스샵은 시장 점유율이 0.6%p 상승했으나 순위는 한칸 밀렸다.

이니스프리는 약진했다. 올해 기초 부문에서 톱5에 당당히 이름을 올렸다. 점유율도 6.0%로 높았다. 기초 부문 total에서 톱5 브랜드의 시장 점유율은 34.3%였다. 전년도 32.4%에서 톱5 점유율은 1.9%p 올랐다.

색조 total

아이오페 · 에뛰드 점유율 경쟁 '박빙'

색조 total에서는 시장 점유율을 놓고 아이오페와 에뛰드의 치열한 박빙이 벌어졌다. 결국 아이오페가 10.6%로 1위, 에뛰드가 10.5%로 2위를 각각 차지했다. 더페이스샵이 그 뒤를 바짝 추격하고 있다.

미샤도 선전하며 8.5%의 점유율을 챙겼지만 전년도와 비교해 색조 장악력이 많이 떨어졌다. 미샤는 전년도에 10.2%의 시장 점유율로 1위에 올랐으나 이번에는 아이오페와 에뛰드에 자리를 내줬다.

반면 이니스프리는 기초 total에서와 마찬가지로 색조 total에서도 5위권 내에 이름을 올리며 승승장구하는 면모를 과시했다. 톱3의 시장 점유율은 31.0%, 톱5의 점유율은 44.6%로 집계됐다.

스킨&로션

이니스프리 웃고 미샤 울고 톱5 변동

스킨&로션 부문 1위는 부동의 아이오페에 돌아갔다. 전년과 다름없는 시장 장악력을 보여줬다. 이자녹스도 전년과 마찬가지로 2위 자리를 지켰다.

이자녹스는 시장 점유율이 더 높아졌다. 7.4%에서 이번에 8.9%로 1.5%p 상승했다. 3위는 더페이스샵에 돌아갔다. 이들 톱3 브랜드의 점유율은 26.5%에 이르는 것으로 나타났다.

이번에 기초 total과 색조 total에서 톱5에 모두 진입해 눈길을 끈 이니스프리는 스킨&로션 부문에서도 톱5에 이름을 올렸다. 이니스프리의 시장 점유율은 6.2%였다. 이니스프리가 순위권 내로 올라온 반면 미샤는 전년도 톱5 자리를 내놓고 물러섰다.

영양크림

미샤 탈락, 다나한 순위권 진입 '눈길'

아이오페가 전년도와 마찬가지로 1위 자리를 지키기는 했으나 더페이스샵의 추격이 더욱 거세졌다. 근소한 차이로 순위가 갈렸다. 전년도 3위였던 미샤는 이번에 순위권 밖으로 탈락했다. 3위 자리는 이자녹스가 챙겼다. 이자녹스의 시장 점유율은 6.4%였다. 수려한이 5위에서 4위로 한계단 올라섰다.

이번에 5위권에 새로 진입하며 부상한 영양크림 브랜드는 다나한이다. 5.1%의 점유율을 기록하며 5.9%인 수려한을 위협하고 있다. 다나한과 미샤를 제외한 나머지 4개 브랜드의 시장 점유율은 전년도 25.1%였고 이번에는 26.4%로 집계됐다.

수분크림

에뛰드 점유율 17.7% 시장 '주도'

수분크림 부문은 올해 처음 조사했다. 최근 몇 년 사이 수분크림에 대한 소비자 욕구가 눈에 띄게 높아지고 신제품 출시도 빈번해지면서 하나의 제품 카테고리로 그만큼 비중이 커졌기 때문.

작년에 시판 채널에서 소비자들의 가장 큰 사랑을 받은 수분크림은 에뛰드였다. 시장 점유율이 무려 17.7%에 육박했다. 네이처리퍼블릭이 10.6%로 그 뒤를 이었다. 이니스프리도 10.2%의 점유율을 가져갔다.

이들 톱3 브랜드는 각각 두자릿수 점유율을 기록하며 시장 점유율 38.5%로 수분크림 시장을 주도하고 있는 것으로 나타났다. 더페이스샵과 라네즈도 5위권 내 이름을 올렸다.

에센스

아이오페 따돌린 미샤 압도적 1위

스킨&로션, 영양크림 부문에서 씁쓸한 결과를 맛본 미샤가 에센스 부문에서는 압도적인 승리를 만끽했다. 에센스의 강자 아이오페를 제치고 1위 자리를 탈환한 것. 미샤의 시장 점유율은 17.3%였다.

아이오페는 전년도 12.0%에서 12.9%로 점유율을 0.9%p 올렸지만 미샤의 활약에 손을 들 수 밖에 없었다. 이니스프리는 에센스 부문에서도 거침없이 순위권을 치고 들어왔다. 6.6%의 시장 점유율로 3위 자리를 마크했다. 이니스프리의 맹공에 이자녹스가 5위권 밖으로 사라졌다. 이자녹스는 전년도 7.8%의 시장 점유율을 기록하며 에센스 부문 2위 자리에 있었으나 이번에는 이름을 찾아 볼 수 없었다.

한방

수려한 · 한율 한방 톱2 점유율 66%

한방 부문에서는 큰 변화가 없었다. 수려한이 39.0%의 점유율을 기록, 여전히 시장 주도권을 가지고 있는 것으로 나타났다. 한율이 27.4%로 그 뒤를 이었다. 수려한과 한율 두 개 한방 브랜드의 점유율만도 무려 66.4%였다. 전년도에도 수려한과 한율은 68.7%의 장악력을 보인 바 있다.

한편 3~5위권은 미샤→더페이스샵→다나한 순에서 더페이스샵→미샤→다나한 순으로 바뀌었다. 미샤와 더페이스샵이 자리바꿈 했다. 미샤는 8.5%에서 7.7%로 점유율이 떨어졌고 더페이스샵은 7.5%에서 8.7%로 점유율을 높였다. 다나한도 5.1%에서 7.4%로 2.3%p 점유율이 높아졌다.

여드름

아톰미 여드름 화장품 새로운 강자 부상

여드름 부문 1위는 아톰미에 돌아갔다. 시장 점유율은 12.9%였다. 아톰미는 작년 상반기 본지와 칸타월드 패널의 공동 조사에서부터 두각을 나타냈다. 상반기 조사에서 10.8%의 점유율을 기록하며 3위에 이름을 올린 것. 상반기 여세를 몰아 결국 이번에 1위 자리를 꿰찼다.

11.6%의 점유율을 보인 아이오페는 2위 자리에 만족해야 했다. 티엔이 8.6%의 점유율로 3위에 랭크됐다. 이들 톱3 브랜드의 시장 점유율은 33.1%로 집계됐다. 여드름 화장품의 대명사로 불렸던 클린앤클리어

2013 화장품 시판채널 톱5

기초 total

순위	브랜드	점유율
1	아이오페	8.1
2	미샤	7.5
3	더페이스샵	6.8
4	이니스프리	6.0
5	이자녹스	5.9

색조 total

순위	브랜드	점유율
1	아이오페	10.6
2	에뛰드	10.5
3	더페이스샵	9.9
4	미샤	8.5
5	이니스프리	5.1

스킨&로션

순위	브랜드	점유율
1	아이오페	9.7
2	이자녹스	8.9
3	더페이스샵	7.9
4	수려한	7.2
5	이니스프리	6.2

영양크림

순위	브랜드	점유율
1	아이오페	7.1
2	더페이스샵	7.0
3	이자녹스	6.4
4	수려한	5.9
5	다나한	5.1

수분크림

순위	브랜드	점유율
1	에뛰드	17.7
2	네이처리퍼블릭	10.6
3	이니스프리	10.2
4	더페이스샵	8.7
5	라네즈	8.3

에센스

순위	브랜드	점유율
1	미샤	17.3
2	아이오페	12.9
3	이니스프리	6.6
4	한율	5.6
5	수려한	5.5

한방

순위	브랜드	점유율
1	수려한	39.0
2	한율	27.4
3	더페이스샵	8.7
4	미샤	7.7
5	다나한	7.4

SOLASTAY® S1
Full-Spectrum Photostability
기존 광안정제 보다 1000 배 이상 빠르게 작용하여 자외선 차단제의
UV 흡수 손실을 4배까지 개선하며, 이전에는 없었던 수준의
SPF 및 UVA 차단 효과의 SUN제품을 선사해 드립니다.
www.hallstar.com/solastay
Hana Trading Co. tel 031 216 5700

34567 2013.3.15 9:30 PM 페이지3

는 4위에 머물렀다. 이니스프리와 에뛰드는 각각 7.0%의 시장 점유율을 확보하며 5위권에 진입했다.

모공

이니스프리 · 뉴트로지나 · 에뛰드 '3파전'

모공 부문은 이니스프리, 뉴트로지나, 에뛰드의 3파전이었다. 이니스프리가 14.7%로 1위 자리를 지켰지만 뉴트로지나와 에뛰드가 각각 12.4%, 10.5%로 이니스프리를 뒤쫓고 있다. 이들 톱3 브랜드의 시장 점유율은 37.6%였다.

전년도와 비교하면 톱3 브랜드에는 에뛰드가 새로 진입했고 DHC가 5위로 밀려났다. 또 전년도 5위에 이름을 올렸던 미샤는 이번에 스킨푸드에 자리를 내주고 순위권 밖으로 사라졌다.

새롭게 톱5에 든 스킨푸드의 시장 점유율은 7.9%였다. 모공 부문 톱5 브랜드의 전체 점유율은 전년도 53.4%에서 이번에 52.5%로 0.9%p 낮아졌다.

자외선차단제

이자녹스 1위, 더페이스샵 추격

이자녹스가 8.3%의 점유율을 기록하며 자외선 차단제 부문 1위 브랜드 자리를 거머쥐었다. 그 뒤를 이어 더페이스샵이 7.8%의 점유율로 2위에 머물렀다.

3위부터 5위까지는 브랜드 간 치열한 각축전이 벌어졌다. 3위는 아이오페로 5.8%의 점유율을 나타냈고 미샤는 0.5%p 낮은 5.3%의 점유율로 4위에 머물렀다. 5위는 5.0%의 점유율을 기록한 이니스프리에게 돌아갔다. 5위권 브랜드의 점유율 합계는 32.2% 였다.

프라이머

바닐라코, 점유율 21.1%로 1위

바닐라코가 21.1%의 점유율로 프라이머 부문 최고 브랜드의 영예를 차지했다. 프라이머는 5위권 브랜드 간의 점유율 차이가 타 부문과 비교해 큰 것으로 집계됐다. 2위는 17.8%의 점유율을 기록한 더페이스샵이 차지했고 3위는 점유율 12.7%의 에뛰드에게 돌아갔다. 뒤를 이어 미샤가 8.4% 점유율로 4위에, 라네즈가 5.0%의 점유율로 5위에 랭크됐다.

톱5 브랜드의 점유율 합계는 65.0%로 시장 장악력이 큰 것으로 나타났다.

비비크림

미샤, 비비크림 최강 브랜드 등극

미샤가 13.2%의 점유율로 비비크림의 최강 브랜드 임을 과시했다. 2위부터 4위까지는 순위 다툼이 치열했다. 1%p 미만의 점유율 차이로 순위가 결정됐다.

2위는 10.1%의 점유율을 기록한 에뛰드가 차지했고 더페이스샵은 9.7%의 점유율로 3위에 머물렀다. 그 뒤를 이어 한스킨이 9.0%의 점유율로 4위를 차지했다. 마몽드는 점유율 4.3%로 5위에 랭크됐다. 톱5 브랜드의 점유율 합계는 46.3%로 집계됐다.

메이크업베이스

아모레퍼시픽 주도, LG생활건강 추격전

아모레퍼시픽이 시장을 주도하는 가운데 LG생활건강이 추격하는 양상이 벌어졌다. 아모레퍼시픽은 1위부터 4위까지를 차지하며 메이크업베이스에 강한 회사임을 나타냈다.

1위는 13.0%의 점유율을 나타낸 에뛰드가 차지했고 2위는 점유율 10.0%의 이니스프리에게 돌아갔다. 그 뒤를 이어 아이오페가 9.8%로 3위, 라네즈가 7.7%로 4위에 랭크됐다. LG생활건강의 더페이스샵은 6.2%의 점유율로 5위에 머물렀다. 5위권 브랜드의 총 점유율은 47.3%였다.

파운데이션

아이오페, 점유율 44.0% 압도적 1위

아이오페가 44.0%라는 압도적인 점유율을 기록하며 파운데이션 최강 브랜드로 자리매김했다. 아이오페의 점유율은 2위부터 5위까지 점유율을 합친 것보다 많았다.

2위부터 5위까지의 브랜드들은 한자릿수 점유율을 나타냈다. 입큰은 9.3%의 점유율로 2위를 차지했으며 엔프라니는 7.5%의 점유율로 3위에 랭크됐다. 4위는 6.9%의 점유율을 기록한 이니스프리, 그 뒤를 이어 이자녹스가 4.0%의 점유율로 5위권에 진입했다.

톱5 브랜드의 점유율은 71.7%로 이들 5개 브랜드가 시장 전체를 리드하고 있음이 나타났다.

파우더팩트

1~3위 박빙 승부, 순위 다툼 치열

파우더팩트 1위 자리를 놓고 마몽드, 입큰, 더페이스샵이 박빙 승부를 벌였다. 마몽드가 0.1%p 차이로 입큰을 따돌리고 1위 자리에 올랐다. 점유율은 8.5%. 입큰은 8.4%의 점유율로 아쉽게 1위 자리를 내줬다. 3위를 기록한 더페이스샵은 8.0%의 점유율을 나타냈다.

4위 자리를 놓고도 접전이 펼쳐졌다. 수려한이 5.8%의 점유율로 4위에 랭크됐고 토니모리는 5.0%의 점유율로 5위에 머물렀다. 톱5 브랜드의 점유율 합계는 35.7%로 집계됐다.

트윈케익

더페이스샵, 17.2% 점유율로 1위 마크

더페이스샵이 17.2%의 점유율로 타 브랜드를 일찌감치 따돌리고 트윈케익 1위 브랜드 자리에 올랐다.

2위 자리를 놓고는 미샤와 아이오페가 박빙 승부를 펼쳤다. 15.8%의 점유율을 기록한 미샤가 2위, 15.1%의 점유율을 나타낸 아이오페는 아쉽게도 3위에 머물렀다. 그 뒤를 이어 수려한이 9.5%의 점유율로 4위, 토니모리가 5.0%의 점유율로 5위권에 랭크됐다.

전체적으로는 LG생활건강이 더페이스샵을 포함한 3개 브랜드를 5위권에 랭크시키며 트윈케익에 강한 회사임을 나타냈다. 톱5 브랜드의 점유율 합계는 65.6%.

〈 → 6면으로 계속〉

여드름

순위	브랜드	점유율
1	아톰미	12.9
2	아이오페	11.6
3	티엔	8.6
4	클린앤클리어	7.7
5	이니스프리 에뛰드	7.0

비비크림

순위	브랜드	점유율
1	미샤	13.2
2	에뛰드	10.1
3	더페이스샵	9.7
4	한스킨	9.0
5	마몽드	4.3

모공

순위	브랜드	점유율
1	이니스프리	14.7
2	뉴트로지나	12.4
3	에뛰드	10.5
4	스킨푸드	7.9
5	DHC	7.0

메이크업베이스

순위	브랜드	점유율
1	에뛰드	13.0
2	이니스프리	10.6
3	아이오페	9.8
4	라네즈	7.7
5	더페이스샵	6.2

자외선차단제

순위	브랜드	점유율
1	이자녹스	8.3
2	더페이스샵	7.8
3	아이오페	5.8
4	미샤	5.3
5	이니스프리	5.0

파운데이션

순위	브랜드	점유율
1	아이오페	44.0
2	입큰	9.3
3	엔프라니	7.5
4	이니스프리	6.9
5	이자녹스	4.0

프라이머

순위	브랜드	점유율
1	바닐라코	21.1
2	더페이스샵	17.8
3	에뛰드	12.7
4	미샤	8.4
5	라네즈	5.0

파우더팩트

순위	브랜드	점유율
1	마몽드	8.5
2	입큰	8.4
3	더페이스샵	8.0
4	수려한	5.8
5	토니모리	5.0

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

34567 2013.3.15 9:30 PM 페이지4

〈 → 5면에서 계속〉

립글로스

미샤 · 에뛰드 · 더페이스샵, 각축전

립글로스 1위 브랜드 자리를 놓고 미샤, 에뛰드, 더페이스샵이 치열한 각축전을 벌였다.

1위는 14.8%의 점유율을 기록한 미샤에게 돌아갔고 에뛰드는 14.3%를 기록해 2위에 그쳤다. 3위는 더페이스샵으로 13.6%의 점유율을 나타냈다.

4위 자리를 놓고도 접전이 펼쳐졌다. 이니스프리가 5.9%로 4위를 마크했고 아이오페가 5.2%로 5위에 머물렀다.

아이섀도

에뛰드 점유율 18.9%, 1위 자리 수성

에뛰드가 타 브랜드와 점유율 격차를 벌이며 지난해에 이어 2년 연속 아이섀도 부문 1위 자리를 지켰다. 점유율은 18.9%로 지난해 14.0%보다 높아졌다.

2위는 13.7%의 점유율을 기록한 아리따움에게 돌아갔고 3위는 10.7%의 미샤가 차지했다. 더페이스샵은 8.0%의 점유율로 4위, 캐시캣이 5.2%의 점유율로 5위를 기록했다. 톱5 브랜드의 시장 점유율은 56.5%로 집계됐다.

아이라이너

토니모리 강세 지속

토니모리가 전체 14.4%의 점유율로 수위에 올랐다. 이어 에뛰드가 13.9%의 점유율로 2위를 차지했다.

클리오(12.1%)와 더페이스샵(11.9%)도 10%가 넘는 점유율로 강세를 보였다. 이밖에 미샤가 7.8%의 점유율로 톱5 브랜드에 이름을 올렸다.

마스카라와 마찬가지로 아이라이너 부문도 브랜드숍 브랜드의 강세가 두드러졌다. 톱5 브랜드중 4개 브랜드가 브랜드숍 브랜드였다. 4개 브랜드의 점유율만 48.0%였다. 전체 톱5 브랜드의 점유율은 60.1%였다.

클렌징

오제끄 10.1%로 1위 차지

송학의 오제끄가 10.1%의 점유율로 1위에 올라 강세를 이어갔다. 더페이스샵이 8.8%의 점유율로 뒤를 이었고 이니스프리(6.6%)와 에뛰드(5.7%), 뉴트로지나(5.3%) 순으로 톱5 브랜드로 꼽혔다.

전체적으로는 더페이스샵과 이니스프리, 에뛰드 등 3개 브랜드숍이 상위에 올라 눈길을 끌었다. 이들 3개 브랜드숍 브랜드의 점유율만 21.1%였다. 전체 톱5 브랜드의 점유율은 36.5%였다.

립스틱

라네즈 · 더페이스샵 · 에뛰드, 박빙 승부

립스틱 최강 브랜드 자리를 놓고 라네즈, 더페이스샵, 에뛰드가 그야 말로 초박빙 승부를 펼쳤다. 0.1~0.2%p 차이로 1부터 3위까지가 결정됐다. 1위는 라네즈로 10.3%의 점유율을 나타냈고 10.1%의 더페이스샵이 2위, 10.0%의 에뛰드는 3위에 그쳤다.

그 뒤를 이어 미샤가 8.9%의 점유율을 기록하며 4위에 랭크됐고 아이오페는 6.3%의 점유율로 5위를 차지했다. 5위권 브랜드의 점유율 합계는 45.6%였다.

마스카라

에뛰드 · 미샤 각축

에뛰드가 15.7%의 점유율로 1위를 차지했다. 미샤가 15.4%의 근소한 차이로 뒤를 이었다. 더페이스샵(10.4%)과 메이블린 뉴욕(8.6%), 라네즈(6.5%)가 톱5 브랜드로 이름을 올렸다.

전체적으로 보면 브랜드숍 브랜드의 강세가 두드러졌다. 1위부터 3위까지 브랜드숍 상위 업체가 차지하면서 저력을 보였다. 상위 3개 브랜드의 점유율만 41.5%였다. 전체 톱5 브랜드의 점유율은 56.6%였다.

네일

아리따움 20% 점유율로 수위

아리따움이 19.7%의 높은 점유율로 1위를 차지했다. 아리따움 네일은 트렌디한 컬러, 우수한 제품력으로 여성 소비자들의 사랑을 받았다. 2012 대한민국 베스트 화장품 네일 부문에서도 1위였다.

에뛰드도 17.5%의 점유율로 뒤를 이었다. 더페이스샵이 16.8%의 점유율로 3위에 올랐다. 이밖에 스킨푸드(10.9%)와 이니스프리(8.5%)가 톱5 브랜드로 꼽혔다.

네일부문은 톱5 브랜드 모두 브랜드숍 브랜드로 선정됐고 아리따움을 제외한 4개 브랜드가 원브랜드숍으로 강세를 보였다. 전체 톱5 브랜드의 점유율은 73.4%로 절대 비중을 나타냈다.

팩

제닉 팩부문 강자 확인

제닉의 셀더마가 14.0%의 점유율로 경쟁 브랜드를 크게 앞섰다. 제닉은 일명 '하유미팩'이란 애칭으로 불리면서 인기를 이어가고 있는 셀더마 하이드로겔 마스크로 입지를 확고히 다지고 있다.

이어 이니스프리가 8.1%의 점유율로 2위를 차지했고 더페이스샵(4.7%)과 스킨푸드(4.5%), 미샤(4.2%) 순으로 상위 톱5 브랜드에 이름을 올렸다. 전체 톱5 브랜드의 점유율은 35.5%였다.

미스트

이니스프리 15% 점유율로 강세

이니스프리가 14.9%의 점유율로 1위에

트윈케익

순위	브랜드	점유율
1	더페이스샵	17.2
2	미샤	15.8
3	아이오페	15.1
4	수려한	9.5
5	이자녹스	8.0

마스카라

순위	브랜드	점유율
1	에뛰드	15.7
2	미샤	15.4
3	더페이스샵	10.4
4	메이블린	8.6
5	라네즈	6.5

립글로스

순위	브랜드	점유율
1	미샤	14.8
2	에뛰드	14.3
3	더페이스샵	13.6
4	이니스프리	5.9
5	아이오페	5.2

아이라이너

순위	브랜드	점유율
1	토니모리	14.4
2	에뛰드	13.9
3	클리오	12.1
4	더페이스샵	11.9
5	미샤	7.8

팩

순위	브랜드	점유율
1	셀더마	14.0
2	이니스프리	8.1
3	더페이스샵	4.7
4	스킨푸드	4.5
5	미샤	4.2

바디(보습)

순위	브랜드	점유율
1	세타필	8.0
2	뉴트로지나	6.2
3	아비노	5.8
4	해피바스	5.4
	존슨즈베이비	

립스틱

순위	브랜드	점유율
1	라네즈	10.3
2	더페이스샵	10.1
3	에뛰드	10.0
4	미샤	8.9
5	아이오페	6.3

네일

순위	브랜드	점유율
1	아리따움	19.7
2	에뛰드	17.5
3	더페이스샵	16.8
4	스킨푸드	10.9
5	이니스프리	8.5

미스트

순위	브랜드	점유율
1	이니스프리	14.9
2	더페이스샵	10.2
3	뉴스킨	8.4
4	에뛰드	6.8
5	아리따움	4.2

샴푸&린스

순위	브랜드	점유율
1	려	15.5
2	엘라스틴	14.4
3	리엔	13.8
4	미쟝센	11.2
5	댕기머리	9.1

아이섀도

순위	브랜드	점유율
1	에뛰드	18.9
2	아리따움	13.7
3	미샤	10.7
4	더페이스샵	8.0
5	캐시캣	5.2

클렌징

순위	브랜드	점유율
1	오제끄	10.1
2	더페이스샵	8.8
3	이니스프리	6.6
4	에뛰드	5.7
5	뉴트로지나	5.3

바디(세정)

순위	브랜드	점유율
1	해피바스	23.0
2	온더바디	12.8
3	도브	5.1
4	세이	4.2
5	아비노	3.6

염모제

순위	브랜드	점유율
1	미쟝센	20.2
2	꽃을든남자	10.3
	리체나	
4	리엔	7.6
5	엑셀랑스	5.4

34567 2013.3.15 9:30 PM 페이지5

올랐다. 이니스프리는 밀리언셀러를 넘어선 그린티 미네랄 마스트를 비롯해 다양한 마스트가 인기를 얻으면서 마스트 부문에서 입지를 굳히고 있다.

이어 더페이스샵이 10.2%의 점유율로 2위에 올랐다. 이밖에 뉴스킨(8.4%)과 에뛰드(6.8%), 아리따움(4.2%) 순으로 상위 톱5 브랜드로 꼽혔다. 전체 톱5 브랜드의 점유율은 44.5%였다.

바디(세정)

해피바스 23%로 경쟁 브랜드 압도

아모레퍼시픽 해피바스가 23.0%의 점유율로 경쟁 브랜드를 압도했다. LG생활건강의 온더바디가 12.8%의 점유율로 뒤를 이었는데 1위와 점유율 차이만 10.2%p에 달했다. 이밖에 도브(5.1%)와 세이(4.2%), 아비노(3.6%) 순으로 톱5 브랜드에 진입했다.

전체적으로 보면 아모레퍼시픽의 해피바스가 압도한 가운데 LG생활건강이 2개 브랜드(온더바디, 세이)를 톱5에 진입시켰고 수입 브랜드인 도브와 아비노가 경쟁을 펼치는 구도로 나타났다.

전체 톱5 브랜드의 점유율은 48.7%였고 빅2 기업인 아모레퍼시픽과 LG생활건강의 점유율만 40.0%에 달했다.

바디(보습)

세타필 연속 1위로 입지 확인

세타필이 지난해에 이어 바디(보습) 부문 1위에 올라 입지를 굳히고 있는 것으로 나타났다. 세타필은 8.0%의 점유율로 1위를 기록했고 뉴트로지나가 6.2%의 점유율로 뒤를 이었다. 이밖에 아비노(5.8%)와 해피바스(5.4%), 존슨즈 베이비(5.4%) 순으로 톱5에 진입했다.

전체적으로 보면 수입 브랜드가 강세를 보였다. 해피바스를 제외한 4개 브랜드가 수입 브랜드였고 이중 한국존슨앤드존슨이 뉴트로지나와 아비노, 존슨즈 베이비 3개 브랜드를 올려 눈길을 끌었다. 이들 3개 브랜드의 점유율만 17.4%였고 전체 톱5 브랜드의 점유율은 30.8%였다.

샴푸&린스

빅2 기업 브랜드 경쟁 치열

아모레퍼시픽의 려가 15.5%의 점유율로 수위를 차지했다. LG생활건강의 엘라스틴이 14.4%의 근소한 차이로 뒤를 이었다.

또 리엔(13.8%)과 미쟝센(11.2%)도 10%가 넘는 점유율로 상위권에 포진했다. 이밖에 댕기머리(9.1%)가 톱5 브랜드에 이름을 올렸다.

전체적으로 보면 아모레퍼시픽과 LG생활건강 빅2 기업의 경쟁 구도로 나타났다. 아모레퍼시픽이 려와 미쟝센, LG생활건강이 엘라스틴과 리엔 각각 2개 브랜드를 상위권에 올렸다. 이와 함께 려와 리엔, 댕기머리 등 한방 브랜드가 강세를 보인 것도 눈에 띄었다. 전체 톱5 브랜드의 점유율은 64.0%였다.

2013 대한민국 베스트 화장품 어떻게 선정하나?

전국 여성 9천명(만14~54세) 화장품 다이어리 구매조사 분석

2013 대한민국 베스트 화장품은 국제적인 신뢰도를 갖춘 다국적 조사 전문기업 칸타월드패널(前 TNS월드패널)이 제공하는 데이터에 근거해 선정된다. 지난 2012년 1월부터 12월까지 칸타월드패널 9천명(도시에 거주하는 만 14~54세 사이의 여성)의 화장품 구매조사를 바탕으로 한다.

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 선정한다. 본인이 사용할 목적으로 직접 구매한 결과와 함께 선물용 구매까지 모두 포함한다.

2013 대한민국 베스트 화장품 시판 채널은 화장품전문점, 멀티 브랜드숍(아리따움, 뷰티플렉스, 뷰티크레딧, 토다코사), 브랜드숍, 드럭스토어, 대형 할인마트, 슈퍼마켓, 아울렛, TV홈쇼핑, 카탈로그, 인터넷 쇼핑몰을 아우르는 광범위한 의미에서의 시판 유통으로 정의한다.

제품 유형은 ▲기초 total ▲색조 total ▲스킨&로션 ▲영양크림 ▲수분크림 ▲에센스 ▲한방▲여드름 ▲모공 ▲자외선차단제 ▲프라이머 ▲비비크림 ▲메이크업베이스 ▲파운데이션 ▲파우더팩트 ▲트윈케익 ▲립글로스 ▲립스틱 ▲아이섀도 ▲마스카라 ▲아이라이너 ▲네일 ▲클렌징 ▲팩 ▲미스트 ▲바디(세정) ▲바디(보습) ▲샴푸&린스 ▲염모제 등 총 29개로 구분한다.

염모제

미쟝센 20%로 시장 리드

아모레퍼시픽의 미쟝센이 20.2%의 점유율로 경쟁 브랜드를 크게 앞서며 1위에 올랐다.

이어 소망화장품의 꽃을든남자와 세화피앤씨의 리체나가 10.3%의 동일 점유율로 공동 2위를 차지했다. 이밖에 리엔(7.6%)과 로레알파리 엑셀랑스(5.4%)순으로 상위 톱5 브랜드에 꼽혔다.

염모제 부문은 아모레퍼시픽과 소망화장품, 세화피앤씨, LG생활건강, 로레알 등 전통적 강세를 보이고 있는 기업간 경쟁구도로 진행된 것으로 나타났다. 전체 톱5 브랜드의 점유율은 53.8%였다.

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

CMN Cosmetic Mania News
www.cmn.co.kr 에 오시면
실시간 뉴스를 스마트폰으로도 볼 수 있습니다.

www.cmn.co.kr
CMN QR코드를 스캔하시면
귀사의 뉴스를 모니터 할 수 있습니다.

cmn Creative Media Networks