

2006. 8. 11.

# 멕시코의 화장품 시장 동향

목차

1. 멕시코의 화장품 시장 개요
2. 멕시코의 화장품 시장 동향

내용문의

한국보건산업진흥원 수출통상팀

(02-2194-7453, shinilgi@khidi.or.kr)

## □ 멕시코의 화장품 시장 개요

- 멕시코 통계청(INEGI)에 따르면, 최근 4년간 멕시코 화장품산업이 평균 6.5%의 성장률을 보인 것으로 나타남
  - 멕시코 화장품협회는 2004년 화장품 판매액이 37억 달러 규모였으며, 화장품산업에 2004년 8,800만 달러, 2003년에는 7,500만 달러 규모가 투자됐다고 밝힘
- 멕시코 화장품산업은 금년에도 5% 이상의 성장세가 예상되고 있으며, 특히 헤어관리제품, 색조화장품, 향수 및 데오드란트의 경우 8% 이상의 높은 성장률이 예상됨
  - 헤어 관련 제품이 전체 화장품 시장의 23%를 차지하고 있을 정도로 소비량이 많은 편
  - 특히, 멕시코시티 남성들 사이에서 젤, 무스 등 헤어제품 소비가 높은 편임
  - 또한, 향수 및 데오드란트도 전체 화장품 판매의 18%를 차지할 정도로 많이 소비되고 있음
- 멕시코 화장품협회(Canipeco)에 따르면, 화장품, 향수 등 미용제품 제조업체가 200개 이상이며, 27,000명의 직접고용을 창출하고 있음
  - 또한 카탈로그 방문 판매 등 직판을 통해서 창출되는 수천 명의 고용 인원을 합하면, 고용창출 효과가 매우 큰 분야라 할 수 있음
- 멕시코 여성들은 평균적으로 중남미에서 가장 화장을 진하게 하는 편이며, 특히 색조화장을 매우 진하게 함. 또한, 최근 전세계적인 메트로섹슈얼 트렌드에 맞춰, 멕시코 남성들의 화장품 소비도 증가세를 보이고 있음
- 최근 카탈로그를 통한 방문 판매가 화장품 판매 증가에 큰 기여를 하고 있는데, 화장품 업계는 카탈로그 방문 판매가 전체 화장품 판매 시장의 70%를 점유하고 있는 것으로 보고 있음
  - 멕시코 직판협회(AMVD)에 따르면, 멕시코 방문 판매 시장은 연간 20%대 성장을 기록하고 있는 것으로 나타남
  - 카탈로그를 통해서 주로 구입하는 제품은 화장품과 향수로, 전체 판매 중 63% 차지

- 멕시코에서 활동하는 대표적인 카탈로그 방문 판매 회사로는 Avon, Tupper- ware, Mary Kay, Fuller, Ebel, Herbalife, Jafra, Arabela 등을 들 수 있음
- 멕시코 샴푸 시장 규모는 5.5억 달러 규모로 국내 생산 제품이 전체 판매의 77%를 차지하고 있음
- 다국적기업 및 Grisi 등 멕시코 기업들이 샴푸를 국내에서 생산·수출하고 있음
- 특히, Crece, Verde Natural 등 탈모방지 비누·샴푸 제품 이용도 증가세를 보이는데, 멕시코 40대 이상 남성 10명 중 7명이 탈모 증상으로 고민하고 있을 정도로 남성들 사이에 탈모가 심각한 문제이므로 탈모 치료 시장의 성장 가능성이 매우 큰 것으로 나타남

## □ 멕시코의 화장품 시장 동향

### ○ 수요 동향

- 멕시코 화장품협회는 15세 이상 멕시코 여성들의 월 평균 미용제품 소비액을 140~180달러 수준으로 보고 있으며, 남성들의 소비액은 45~55달러 수준이라고 밝힘
- Procter & Gamble사는 멕시코 여성들의 월 평균 미용 관련 제품 소비액을 150달러, Avon은 100달러 수준으로 조사
- 그러나, 주요 유명브랜드의 실소비 계층인 상류층만을 대상으로 볼 경우, 여성들의 경우 월 평균 화장품 소비액이 900~1,100달러 수준, 남성들은 450~550달러 수준으로 높게 나타남
- 멕시코 여성들은 색조화장을 진하게 하는 편이므로, 기초화장품은 물론 각종 색조화장품, 향수에 대한 수요가 높음
- 또한, 손톱·발톱 관리가 일상화되어 있어, 여성들의 매니큐어·페디큐어 전문점 이용이 잦으므로, 매니큐어 및 관련 제품에 대한 수요 상존

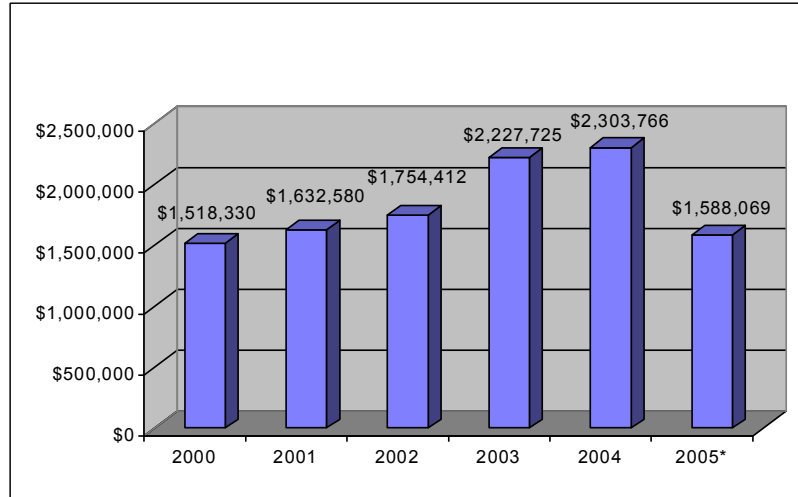
- 멕시코시티 內에만 매니큐어·페디큐어 전문점이 150개 이상 운영되고 있으며, 매니큐어 외에도 발 맞사지 등 다양한 서비스 제공
- 멕시코 남성들 사이에서 헤어크림 및 젤, 무스 이용이 일반화되어 있고, 머리 전체를 헤어제품으로 고정시키는 스타일이 유행이므로, 헤어제품에 대한 수요가 높음
- 멕시코 연간 비누 시장 규모는 5만 톤 정도로 보고 있으며, 비누 제품은 고체 형태가 주를 이뤘으나, 최근 액체형 비누도 증가하고 있으며, 독일 Henkel이 적극적으로 액체비누 제품으로 시장 공략에 노력하고 있음

#### ○ 생산 동향

- 멕시코에는 다수의 다국적 화장품기업들이 제조 공장을 보유하고 있으며, 2004년 화장품 생산 규모는 23억 달러 기록
- 멕시코 기업으로 규모가 큰 생산업체는 Grisi Hermanos를 들 수 있는데, 국내 판매는 물론 미국 히스패닉 시장을 타겟으로 수출 성장 기록
- 일반 화장품은 물론 샴푸제품 제조가 활발하며, 특히, 사과, 알로에, 금가루 샴푸 제품을 한국으로도 수출 중

(화장품 및 향수 생산 규모)

(단위 : 1천 US\$)



\* : 1~8월

자료원 : INEGI

○ 유통 구조

- 멕시코 화장품 시장은 크게 백화점, 대형 유통마트 등과 직판으로 나누어 볼 수 있음
  - 백화점에는 주로 세계적인 유명 브랜드 제품이 진출하며, 대형 유통마트는 화장품 전문 디스트리뷰터를 통해 공급 가능
  - 최근 소비자들 사이에서 대형 유통마트를 통한 화장품 구입이 급증하고 있어, 대형 유통마트를 통한 시장 진출 유망
  - 직판의 경우, 각 주요 직판 회사의 구매 부서와 접촉해야 하나, 업체간 경쟁이 치열하고 가격 조건에 민감하므로 가격 경쟁력이 높아야 직판 시장에 공급 가능
- 샴푸, 헤어제품, 비누, 메니큐어 등의 제품은 대형 유통마트, 약국, 정부 상점 및 소규모 상점 등 다양한 판로 개척이 가능
  - 화장품 수입시, NOM 충족, 위생 검사 등 과정이 복잡하므로, 전문 화장품 수입 에이전트를 통해 제품 공급 추진시 유리

## ○ 경쟁 품목

- 멕시코에서는 L'Oreal, Jafra, Avon, Mary Kay 등이 시장 점유율을 높이기 위해서 치열한 경쟁을 벌이고 있음
  - 특히, Avon, Mary Kay, Tupperware, Fuller, Ebel, Herbalife, Jafra, Arabela 등이 카탈로그 판매 시장 주요 업체임
  - 멕시코 화장품 시장의 경우, 전체 판매의 75% 이상이 15개 내외의 대기업에 집중되어 있으며, 그 중 80% 이상이 다국적 기업인 상황
  - 그 외에 멕시코 내에 150개사 정도의 중소 규모의 제조업체들이 종사하고 있음
- L'Oreal은 Biotherm, Lancome, Maybelline, Fructis, Giorgio Armani, Cacharel, Helena Rubinstein 등의 브랜드를 판매하는 그룹인데, 동사의 전세계 판매 성장을 대비 멕시코 성장율이 2배 이상을 기록한 것으로 밝힘. 同사는 2004년 멕시코에서 전년 대비 12.6%의 성장 기록
- Avon사의 경우, 전세계 170개 진출국 중 멕시코가 미국에 이어 두번째로 비중있는 시장이며, 연간 6억 달러 규모의 판매 기록
  - 카탈로그 판매는 유행에 민감한 경향이 있어 각 회사들은 신제품 도입에 힘쓰고 있으며 제품 주기도 짧게 잡고 있는데, Avon은 3주마다 카탈로그에 제품을 교체하고 있으며, 주문 후 3일 이내 배달 등 신속한 서비스 제공에 노력
- Procter & Gamble사는 멕시코에서 Pantene, Herbal Essence, Head and Shoulders, Camay, Hugo Boss, Wella 등의 브랜드를 판매하고 있는데, 전체 판매량의 70%를 멕시코에서 생산하고 있으며, 나머지는 수입 판매
- 비록 멕시코 화장품 시장이 지속적인 성장세를 보이고 있으나, 브랜드 인지도가 높은 다국적 기업이 주로 시장을 지배하고 있어, 브랜드 인지도가 낮은 한국 제품의 시장 진입이 쉽지 않은 상황임
  - 따라서, 멕시코 젊은 층을 공략할 수 있는 참신하고 독특한 디자인의 화장품 등 기존에 멕시코 시장에 선보이지 않은 아이디어 제품 위주로 시장 진입을 시도하는 것도 바람직할 것으로 보임
- AC Nielsen에 따르면, 샴푸제품의 경우, Colgate-Palmolive, Procter&Gamble, Unilever 3개사가 샴푸 시장의 70.5%를 차지하고 있으며, 멕시코 기업으로는

- 유일하게 Grupo Grisi가 8.1%의 시장 점유율 기록
- 특히, 미국 회사 Procter & Gamble이 전체 시장의 40% 점유
  - Grupo Grisi는 사과 샴푸, 어린이용 샴푸 등 독특한 기능성 샴푸로 인기를 끌고 있음
  - 그 외에 샴푸 시장의 주요 업체로는 Johnson & Johnson, Menem, Helene Curtis, Naturella de Mexico, Industrias Comerciales Latinas, Sabormex 등을 들 수 있음
- 헤어 제품의 경우, Unilever가 높은 시장 점유율을 보이고 있는데, 헤어크림과 헤어젤이 각각 15%, 30%의 시장 점유율을 보임
- 헤어제품 시장의 주요 업체로는 Propeshia, Regaine, Procter & Gamble, Colgate-Palmolive, Unilever, Grisi, Johnson & Johnson, Helene Curtis, Naturella de Mexico 등이 있음