

Packaging Market Trends for Cosmetics and Beauty in the U.S.

미국 화장품 및 미용 포장 용기 시장 동향

Writer

이정민
미국 워싱턴무역관

Contents

- I. 화장품 및 미용 포장 용기 시장규모 및 시장동향
 - 1. 화장품 및 미용 포장 용기의 세계 시장
 - 2. 미국 화장품 및 미용 포장 용기 시장
- III. 화장품 및 미용 용기 시장 트렌드
 - 1. 맞춤형 주문생산
 - 2. 프리미엄 제품 선호
 - 3. 휴대성 · 친환경성 증시
 - 4. 리쇼어링(Reshoring) 증가
- IV. 화장품 및 미용 용기 관련 유통
- V. 화장품 및 미용 패키징 라벨 표기법
- VI. 결론

※ KOTRA 글로벌원도우

(<http://news.kotra.or.kr/kotranews/index.do>) 자료
제공

I. 화장품 및 미용 포장 용기 시장규모 및 시장동향

1. 화장품 및 미용 포장 용기의 세계 시장

Passport GMID 시장보고서에 따르면, 2018년도 기준 전 세계적으로 화장품 및 미용 용기(Beauty and Personal Care Packaging) 관련 제품은 약 1,521억 개가 판매됐다.

제품유형별 분류에 따르면, 플라스틱형(Rigid Plastic) 제품은 659억 개가 판매돼 전체 판매에서 가장 높은 43%를 차지했고, 그 외에 연포장형(Flexible Packaging)는 전체의 29%에 해당하는 446억 개(29%), 종이형은 18%, 278억 개 이상이 판매됐다.

최근 5년에 걸쳐 전 세계 화장품 및 미용 용기 시장은 연평균 1.9%의 성장을 기록해 왔다. 이 중에서 전체 판매의 40%대로 가장 높은 비중을 차지하는 플라스틱류 제품의 성장은 전체 시장의 성장률보다 높은 연평균 2.8%의 양호한 성장세를 유지

[표 1] 전 세계 화장품 및 미용 용기 시장 판매 현황 (2018년) (단위: 백만 개)

구분	판매 제품 수	비중
전 세계 시장	152,117	100%
플라스틱류(Rigid Plastic)	65,926	43%
연포장류(Flexible Packaging)	44,584	29%
종이류(Paper based)	27,798	18%
유리류(Glass)	7,572	5%
철제류(Steel based)	6,237	4%
기타	1	0%

[자료원 : Passport GMID]

[표 2] 전 세계 플라스틱(Rigid Plastic) 미용 용기 판매 현황 (2013~2018년) (단위 : 백만 개)

구분	2013년	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	성장률	연평균 성장률
HDPE병형	22,516	23,019	23,186	23,273	23,655	24,141	7.2%	1.4%
튜브형	16,649	17,828	18,988	18,206	18,802	20,715	24.4%	4.5%
PET병형	6,512	6,726	6,951	7,115	7,333	7,544	15.8%	3.0%
특수형	3,894	4,006	4,149	4,343	4,517	4,635	19.0%	3.5%
기타 병형	3,219	3,316	3,323	3,355	3,389	3,460	7.5%	1.5%
기타 단지형	2,570	2,680	2,744	2,866	3,007	3,166	23.2%	4.3%
기타	1,743	1,769	1,778	1,784	1,806	1,817	4.2%	0.8%
PET단지형	325	333	342	347	364	366	12.6%	2.4%
쟁반형	7	19	40	60	70	78	984%	61.1%
박형 플라스틱 용기	1.4	1.8	1.8	2.2	2.8	3.0	114%	16.5%

[자료원 : Passport GMID]

해은 것으로 조사된다. 플라스틱 용기 중에서는 HDPE병형 제품이 과거 5년 동안 약 7%의 성장을 보이는 데 그쳤으나 PET병형은 16%, 튜브형은 24%로 판매율이 가파르게 상승하고 있다.

전 세계적으로 인도 시장의 판매량이 222억 개로 가장 많으며, 중국, 브라질, 미국에서

도 각각 168억 개, 150억 개, 149억 개가 판매되고 있다. 2013~2018년 동안 인도와 중국 시장은 각각 연평균 3.4%, 3.0%의 성장세를 보였으나 미국 시장 성장률은 -0.1%를 기록했다.

용도별로 보면, 전체 시장에서 목욕, 모발, 구강 관련 개인 청결 관련 제품이 전 세계적

으로 95억 달러의 시장을 형성하고 있다. 2022년까지 유아용 제품이 6.2%, 탈모 관련 제품이 5.6%의 상대적으로 높은 성장률을 보일 것으로 기대되며, 그 외에도 자외선 차단제류와 기타 피부관리제품 시장도 꾸준한 성장세를 보일 것으로 예측된다.

시장조사 기관 마켓리서치퓨

[표 3] 플라스틱류 품목별 미국 시장 전망(2018~2023년) (단위 : 백만 개)

구분	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	연평균 성장률
HDPE병류	2,115	2,131	2,150	2,168	2,188	2,202	0.8%
PET병류	1,809	1,842	1,875	1,907	1,943	1,972	1.7%
PET 단지류	58	56	57	56	56	56	-0.7%
쟁반류	74	80	86	87	90	91	4.2%
특수 화장품 용기	1,240	1,253	1,265	1,281	1,299	1,317	1.2%
튜브류	1,519	1,531	1,527	1,585	1,604	1,622	1.3%
기타 병류	158	160	161	144	140	137	-2.9%
기타 단지류	59	59	66	59	59	60	0.4%
기타 용기	860	871	884	891	902	915	1.3%

[자료원 : Passport GMID]

[표 4] 최근 3년 미국의 화장품 용기(HS코드 392390) 수입 현황

수입국	수입액(천 달러)			비중(%)			증감(%)
	2016년	2017년	2018년	2016년	2017년	2018년	2018년/2017년
전 세계	1,419,370	1,490,793	1,644,536	100.00	100.00	100.00	10.31
중국	481,375	521,590	548,795	33.91	34.99	33.37	5.22
캐나다	396,687	409,407	447,453	27.95	27.46	27.21	9.29
멕시코	183,312	201,686	224,090	12.92	13.53	13.63	11.11
대만	66,527	59,002	64,693	4.69	3.96	3.93	9.65
이스라엘	4,357	10,973	55,915	0.31	0.74	3.40	409.55
대한민국	39,436	41,045	43,012	2.78	2.75	2.62	4.79
독일	24,668	26,678	23,159	1.74	1.79	1.41	-13.19
일본	23,150	18,967	21,852	1.63	1.27	1.33	15.21
베트남	23,257	20,551	21,558	1.64	1.38	1.31	4.90
호주	18,327	14,962	17,071	1.29	1.00	1.04	14.09

[자료원 : World Trade Atlas]

처(Market Research Future)에 따르면, 2019~2023년 까지 전 세계 화장품 및 미용 용기시장은 연평균 5.2% 성장하여 356억 달러 규모에 달할 것으로 전망된다. 이러한 성장의 배경에는 개발도상국의 생활수준이 향상되고, 미용 청결에 대한 관심과 수요가 높아진 영향이 크며, 선진국 지역에서는 소형, 휴대용, 편리성, 친환경 등 기능에 대한 수요와 새로운 패키징 기술 혁신이 결합하면서 향후 전체 시장 성장을 견인하는 신 동력이 될 것이라고 분석했다.

2. 미국 화장품 및 미용 포장 용기 시장

2018년 기준 미국 내 화장품

및 미용 용기 제품의 판매는 전체 149억 개로 집계된다. 이 가운데 플라스틱류 판매가 79억 개로 전체의 50% 이상을 차지해 이 분야 최대 시장을 형성했다.

그밖에 튜브류(19%), 특수 화장품류(15%), 기타 용기류(11%)가 높은 시장 비중을 차지하고 있다.

미국 내 화장품 및 미용 용기 시장 규모는 2023년까지 약 153억 달러로 성장, 연평균 0.5% 정도의 성장률이 예상된다.

미국에서 남성용 제품, 친환경, 색조화장 제품 시장이 각광받으면서 플라스틱 용기 제품에 대한 수요도 지속적으로 증가하고 있다.

특히 특수 용기 제품은 지난

5년 동안 14% 가량 성장(연평균 2.6%)하였고, 향후에도 가장 빠르게 성장할 품목 중 하나로 보인다.

II. 미국 화장품 및 미용 포장 용기 수입 현황

2018년 미국의 전체 화장품 용기 수입은 16.5억 달러로 전년 대비 10%가 증가했다. 대중 수입은 5.5억 달러로 미국 전체 수입의 33%를 차지하고, 대캐나다 수입은 4.5억 달러, 대멕시코 수입은 2.2억 달러로 추산된다. 지난해 대중 수입은 5% 수준에 그친 반면, 대캐나다와 대멕시코 수입은 10% 이상 증가해 북미지역 내 서플라이체인이 공공화되는 추세가 포착됐다.

[표 5] 주요 경쟁기업

기업명	기업 정보
Albea Group	세계 최대 화장품·미용 용기 제조사. 플라스틱, 래미네이트 튜브, 마스크라, 립스틱, 펌프형 등 광범위한 라인업 보유. 60여 개국에 걸쳐 고객 보유. 유럽, 아시아, 미국 등 38개 생산시설 운영.
HCP Packaging	유명 화장품 제조사를 고객으로 보유한 용기 디자인, 개발, 제작 전문기업. 콤팩트, 립스틱, 향수 등 용기 주문제작서비스 제공.
RPC Group	1991년 영국에서 설립된 이후 매출 20억 파운드 기업으로 성장. 폴리머 패키징 제품시장의 최강자로 자리매김함.
Gerresheimer Holdings	독일계 의약품 패키징 전문기업. 전 세계 40개 이상의 생산시설 운영. 제품 안정성과 기술을 바탕으로 화장품 미용 시장에서도 성공을 거둠.
Silgan Holdings	연 매출 40억 달러의 식품, 생활소비재 패키징 전문기업. 특히 금속성, 합성수지 용기 분야에서 글로벌 전문기업으로 도약. 미국, 유럽, 아시아 등에 88개 제조시설 운영.
ABC Packaging	영국 소재 최대 화장품, 미용 용기 제조사. 미용, 화장품, 피부관리 제품을 위한 박스형 제품 생산에 전문성 보유.
Aptargroup	미용, 개인 관리 용품 등의 디스펜싱, 봉합, 패키징 기술에 특화. 18개국에 걸쳐 1.3만 명의 종업원을 고용하는 등 현지화 전략 구사.
Bemis	유연형, 진공형 패키징 기술의 선두주자로 250개 이상의 특허 보유.

[자료원 : Technavio]

대한 수입은 약 4300만 달러 규모로 전년 대비 약 4.8% 증가했다. 미국 전체 수입 중 한국이 차지하는 비중은 약 2.6%로 전체 수입국 중 6위 수준을 유지하고 있다.

III. 화장품 및 미용 용기 시장 트렌드

1. 맞춤형 주문생산 증가

과거에는 유명 브랜드 업체가 화장품 업계를 좌우했다면, 최근에는 브랜드보다는 제품의 이미지와 품질에 집중하는 다양한 화장품 제조사들이 생겨나고 있다. 브랜드 광고에 막대한 비용을 투자하는 것보다 제품 품질 향상에 투자하는 소

규모 전문 기업들이 속속 성공하면서 용기 및 포장 업계도 소규모 맞춤형 주문생산 시스템을 적극 도입하고 있다.

2. 프리미엄 제품 선호

경기 호조세 유지, 고용 확대 등의 영향으로 미국 소비자들 사이에서 럭셔리 프리미엄 제품에 대한 수요가 높아지고 있다. 2022년까지 화장품 및 미용 프리미엄 시장 성장은 5% 대를 기록할 전망이다. 프리미엄 제품 선호 현상은 새로운 패키징 기술 및 다양한 제품 라인 수요 증가로 이어져 2022년까지 북미지역 1인당 평균 미용 지출은 현재보다 7천 달러 이상 인상될 것으로 예상된다.

3. 휴대성·친환경성 중시

미국인들 사이에 아웃도어 레저 활동과 빈번한 비즈니스 출장이 일상화됨에 따라 휴대가 용이한 제품에 대한 수요가 꾸준히 증가 중이다. 또한 환경에 대한 관심이 높아지면서 재활용 친환경 플라스틱 소재 수요가 높아지고 있다.

항공 여행자들이 기내에 반입할 수 있는 용량의 제품에 대한 수요가 빠르게 증가하여, 소형 용기 판매가 현재 660만 개에서 2022년까지는 800만 개에 이를 것으로 전망된다. 또한 각광받고 있는 재활용 제품과 함께, 바이오 플라스틱 사용이 급증하고 있으며, 업체들은 포장지 경량화, 최소화 등을 통해 소비자들의

친환경 수요를 따라가고 있는 추세이다.

4. 리쇼어링(Reshoring) 증가

고품질, 프리미엄 제품에 대한 수요가 증가함에 따라, 미국 주요 화장품 제조사들은 기존 중국, 인도 등 저비용 생산국가로부터의 소싱을 지양하고 미국산 제품으로 관심을 전환하기 시작했다.

중국산 등이 가진 가격 경쟁력 보다는 품질, 디자인, 납기, 현지화의 장점이 보다 부각되는 상황에서 미국 또는 외국기업들도 미국으로 생산기지를 이전하는 전략을 적극 활용 중인 것으로 알려졌다.

IV. 화장품 및 미용 용기 관련 유통

화장품 및 미용 용기 관련 유통 시장에는 제조업체 (manufacturer), 유통업체 (Distributor), 화장품 위탁제조업체, 화장품 제조기업이 참여하고 있다. 브랜드 화장품 제조기업의 경우 해당 제조업체에 의뢰하여 제품 디자인, 용도, 기능 등에 맞는 제품을 주문하여 생산

케 하고 있다. 중견 중소 화장품 제조사나 위탁제조기업은 가운데 용기 유통업체를 통해 제조기업으로부터 구매하는 것이 대부분이다.

HS 3923.90 관련 미국의 일반 수입 관세는 세부 품목에 따라 다르며, 한국의 경우 FTA가 적용돼 무관세 제품 및 일반 관세 보다 낮은 관세를 부과하는 제품으로 나뉜다. 일반관세율은 3%, FTA 적용 관세율은 1.5%이다.

V. 화장품 및 미용 용기 라벨 표기법

1938년도에 개정된 The Federal Food, Drug, and Cosmetic Act에 의해 미국 식품의약처(FDA)는 화장품 라벨링을 규제하고 있다. 즉, 미국 FDA는 제품 라벨링 및 화장품 성분에 관한 엄격한 법률을 갖고 있으며, 일부 화장품은 의약품으로 규제하는 경우도 있어 주의가 요망된다.

FDA의 화장품 규정은 화장품 제조업체, 포장업체, 유통업체, 수입업체, 광고주, 리셀러 및 기타 공급업체에게도 동일하게 적용된다. FDA는 화장품 라벨링 관련 가이드라인(www.fda.gov/media/88234/download)을

제시하며, 화장품 제조업체 또는 프라이빗 라벨을 이용하는 화장품 회사는 관련 법률을 반드시 준수해야 할 책임이 있다.

VI. 결론

미국 시장에서 친환경 및 소용량 패키징 제품을 선호하는 소비자가 증가함에 따라 관련 수요를 충족시킬 수 있는 기업들은 적극적인 홍보와 마케팅을 통해 시장 진출을 고려해볼 수 있다.

화장품 용기 업체는 제품 차별화에 중점을 두고 있는 주요 화장품 업체와의 제휴를 통해 화장품 패키징 혁신에 공동 노력함으로써 고부가가치 제품 시장에 눈을 돌려야 할 것이다.

또한 미국 화장품 및 미용 시장은 업계 종사자 간에 끈끈한 네트워크가 구축되어 있는 바, 기업들은 지속적인 마케팅과 전문 전시회 참가를 통해 현지 네트워크에 대한 접근성을 높이는 것이 관건이라 할 수 있다.

더욱이 기업들은 소셜네트워크를 활용하여 미국 내 현지 소비자들의 기호와 수요를 예측함으로써 새로운 제품 기획을 위

[표 6] 화장품 외부용기 라벨링 적시 필수내용

구분	필수정보	참고 조항
Principal Display Panel(PDP)	상품명, 상품 종류 및 분류	21 CFR 701.11
	순수량(Net Quantity)	21 CFR 701.13
	§ 740.10 경고*	
Information Panel	제조업체, 포장업체 혹은 유통업체의 회사명, 사업장 이름과 주소가 제조업체의 이름과 주소가 아닌 경우 'Manufactured for..' 또는 'Distributed by..' 라고 표기	21 CFR 701.12
	안전한 사용법의 예와 같은 물성(Material Facts)	
	경고문구	
	성분(성분이 많은 것부터 나열)	21 CFR 701.3 & 701.30

[자료원 : KOTRA 달라스무역관 정리 인용]

주) 제품에 안전성이 충분히 입증되지 않은 성분이 포함돼 있는 경우 'Warning – The safety of this product has not been determined.'와 같은 경고 표시


한 중요한 참고자료로 삼을 수 있다.

한국의 K Beauty는 미국 내에서 큰 열풍을 일으키고 있으며, 한국 제품을 홍보하는 파워 블로거가 대거 활동 중이기 때문에 이들을 활용하면 보다 큰 홍보 효과를 기대할 수 있다.

국내 기업들도 미국 현지화 전

략을 통해 Made-in-USA가 가진 장점을 십분 활용해 볼 수 있다는 의견이 제기되고 있다.

미국 소재 관련 업체 Kurz Transfer Products사의 부사장 존 킨(John Keane)은 “최근 업계에서는 애국심, 자국산에 대한 신뢰, 고객 접근성, 정부 정책 등에 따라 미국산 구매에

대한 압력이 높아지고 있다”고 밝혔다. 미국 화장품 제조사들은 빠른 납기, 원활한 협력과 소통, 신속한 디자인 개발 등을 위해 미국 소재 용기 제조사들과 거래를 선호하는 추세인 바, 국내 기업들도 미국시장 공략을 위해 현지생산 전략을 고려해야 할 것이다. 

서적 안내

포장이란 무엇인가?



(사)한국포장협회

· 가격 : 12,000원
· 구입 문의

TEL: (02)2026-8655

E-mail : kopac@chollian.net

