INVEST KOREA

INVESTMENT
OPPORTUNITIES
IN KOREA

패션·뷰티

목 차

【패션】

1. 산업동향 • 1

1.1 국내 시장 동향 • 1
1.2 산업경쟁력 • 4
1.3 국내 유망분야 • 4

2. 외국인직접투자 동향 • 6

2.1 외국인직접투자 현황 • 6
2.2 주요 외투기업 성공사례 • 7

3. 정책·입지 • 8

3.1 주요 정책 및 인센티브 • 8
3.2 주요 입지 • 9

4. 잠재파트너 • 10

4.1 관련 기업리스트 • 10
4.2 관련 협회 • 12

【뷰티】

1. 산업동향 • 14

1.1 국내 시장동향 • 14
1.2 산업 경쟁력 • 16
1.3 국내 유망분야 • 18

2. 외국인직접투자 동향 • 18

2.1 외국인직접투자 현황 • 18
2.2 주요 외투기업 성공사례 • 19

3. 정책·입지 • 20

3.1 정부 정책 및 인센티브 • 20
3.2 주요 입지 • 22

4. 잠재파트너 • 24

4.1 관련 기업리스트 • 24
4.2 관련 협회 • 25

* 동 보고서 상 수치는 원화(KRW))에서 달러화(USD))로 연도별 평균 환율을 기준으로 변환되었음. 단, 연평균 성장률을 설명하는 경우, 성장률 왜곡 방지를 위해 최근년도 평균환율로 환산됨.

* 환산한 금액은 반올림하여 표시하였으나, 합계금액과 일치하지 않는 경우, 올림이나 버림을 적용

INVESTMENT OPPORTUNITIES IN KOREA

01

1 산업동향

산업 정의 및 특성

- (패션의 정의) 패션은 라틴어 '팩티오(factio)'에 어원을 두고 있으며 '행위·행동'을 의미, 국어사전에서는 특정 의복이나 상품 따위가 집단적으로 일정한 기간에 널리 유행하는 것으로 정의
  - (협의의 개념) 유행현상이 현저하게 나타나는 의류분야의 트렌드를 지칭
  - (광의의 개념) 삶의 질이 고도화될수록 하나의 생활양식으로서 자리잡아 인간생활에 관련된 모든 분야의 트렌드를 지칭하는 보다 넓은 의미로 사용
- (패션산업의 정의) 섬유를 주원료로 하여 생산된 완제품으로서의 원사, 편·직물, 염색 가공, 의류 제조, 액세사리, 의류 부자재 등 의류상품과 관련된 산업을 포함하는 제조업
  - 패션산업은 한국표준산업분류(KSIC) 기준으로는 C14(의복, 의복 액세서리 및 모피제품 제조업), 한국 품목코드 기준으로는 MTI 44(섬유제품)를 포함
- (패션산업의 특징) 패션 디자인과 브랜드 가치를 바탕으로 높은 부가가치를 창출하는 산업
  - 기획·디자인-패션 제조(봉제, 패턴/샘플)-마케팅으로 구성된 패션산업은 패션소재 및 도소매 유통과 같은 전후방 산업과의 유기적인 협업, 소비자들의 감성을 패션 디자인으로 승화시키고 브랜드 가치의 결합을 통해 고부가가치를 창출
  - 봉제, 패턴, 샘플과 같은 패션제조업, 디자인, 머천다이저와 같은 지식서비스업, 패션 소재업, 물류·유통업 등 전후방 연관산업의 고용창출에도 기여도가 높은 산업

1.1 국내 시장 동향

해외 SPA 브랜드*들의 국내 시장 점유율 확대에도 불구하고 토종 패션 브랜드들의 다양한 상품군 기획, 가격대비 높은 품질, 트렌드를 반영한 마케팅 전략 등으로 고객흡수 가속화

* Speciality retailer of Private label Apparel(자가상표부착제 유통방식): 자체적으로 생산과 소매를 겸하는 유통방식

- 2017년도 패션산업 매출액은 386억 달러로 전년대비 5.7% 상승

섬유소재 및 패션제품 매출액

구 분	2015	2016	2017
섬유소재(억 달러)	233	233	230
패션제품(억 달러)	365	365	386

자료: 한국은행 기업경영분석
주: 섬유소재는 KSIC C13, 패션제품은 C14를 포함

패션산업의 매출액 대비 매출원가 비중

구 분	2015	2016	2017
섬유소재(%)	83.2	82.4	82.7
패션제품(%)	67.1	67.1	67.9

자료: 한국은행 기업경영분석
주: 섬유소재는 KSIC C13, 패션제품은 C14를 포함

패션산업 사업체수와 고용은 소폭 증가 또는 감소세를 유지하고 있으나, 국내 생산(10인 이상 사업체 기준)은 다소 위축

- 국내 시장의 패션화 진전, SPA 브랜드의 지속 성장, 한류 강세국가로의 수출 증대 등은 국내 생산에 긍정적 요인으로 작용하나, 내수시장 수요 확대를 국내 생산제품보다는 수입제품으로 대응하는 비중이 더욱 높아지면서 국내 생산은 다소 위축

패션산업 사업체수, 고용 및 생산 추이

구분 \ 연도	2013	2014	2015	2016	2017
사업체 수(개)	23,806	24,793	25,166	24,937	25,118
고용(명)	138,344	140,776	140,109	140,013	140,164
생산(억 달러)	157	156	149	149	144

자료: 1. (업체 수, 종사자 수) 통계청 전국사업체조사(1인 이상 사업체 조사자료)
2. (생산) 통계청 광업·제조업조사(10인 이상 사업체 조사자료)
주: 패션산업은 표준산업분류 KSIC C14(의복, 의복 액세서리 및 모피제품 제조업)를 포함

패션산업 수출은 2009년 이후 베트남, 미얀마 등 아세안 후발 개도국을 중심으로 증가세로 반전되었다가, 2014년 이후 글로벌 경기부진에 따른 소비심리 위축으로 감소세로 전환

- 그간 해외로 생산기지를 이전한 업체 생산분의 역수입 증가 및 고급 명품 브랜드 의류의 수입 증가로 인해 무역수지 적자가 확대

패션산업 수출입 추이

(단위: 백만 달러)

구분 \ 연도	2009	2011	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019. 1~7월
수출	2,503	2,702	3,379	3,556	3,322	3,333	3,275	3,356	1,851
수입	4,060	7,121	8,656	9,714	9,799	10,044	10,818	12,466	6,702

자료: 한국무역협회 무역통계(섬유제품 수출(MTI 44))
주: 패션산업은 표준산업분류 KSIC C14(의복, 의복 액세서리 및 모피제품 제조업)를 포함

국내 패션시장은 글로벌 경기부진에 따른 소비심리 위축 등에 기인한 저성장 구간(2014년~2017년)에서 탈피해 2018년부터 소폭 성장세를 유지

- 2018년 한국 패션시장 규모는 전년 마이너스 성장에서 다소 회복세를 보이면서 1.8% 성장한 392억 달러를 기록
  - 패션경기에 미치는 여러 가지 변수를 고려하였을 때 2019년 2.7% 성장한 403억 달러, 2020년 3.1% 성장한 415억 달러 수준으로 지속 성장할 것으로 전망
  - 2020년에는 침체되었던 부동산 경기 회복, 고용 증가 등으로 소비심리가 확대될 전망이나, 환율 변동에 의한 수입물가 상승 등이 변수로 작용할 것으로 예상

국내 패션시장 세분시장별 매출액 규모

(단위: 억 달러, 전동기대비 %)

구분	2017년	2018년	2019년					
			상반기		하반기		연간	
			(실적)	증감률	(전망)	증감률	(전망)	증감률
남성복	39	38	15	1.5	23	0.3	38	0.8
여성복	29	31	15	△0.8	16	△2.2	31	△1.5
캐주얼복	137	140	62	3.5	84	5.4	146	4.6
스포츠복	65	68	26	3.7	44	1.7	69	2.4
내의	19	20	9	3.6	13	11.3	22	8.1
아동복	11	11	4	2.8	7	5.2	12	4.3
의류시장	300	308	131	2.8	187	3.5	318	3.2
신발	60	58	25	△3.2	33	1.9	58	△0.3
가방	26	26	10	2.8	17	3.7	27	3.4
패션시장	386	392	166	1.8	237	3.3	403	2.7

자료: 한국섬유산업연합회 KFI Research(전국 16개 시·도 남녀 1,400명 대상 면접조사)

- 2018년 스포츠복과 여성복 시장이 성장을 주도한 반면, 2019년에는 캐주얼복 시장이 성장 주도
  - 스포츠복은 아웃도어 시장의 침체로 지난 2년간 하락세에 있었으나, 최근 복고풍 스포츠 트렌드와 1020세대의 소비 회복으로 2018년 5.1% 성장세로 전환되었고, 2019년에도 2.4% 수준의 안정적 성장을 지속할 전망
  - 그동안 초성장세를 유지하였던 캐주얼복 시장이 2017년 3.8% 성장에 이어 2018년 2.1% 성장에 그치며 잠시 소강상태를 보이는 상황. 그러나 2019년에는 스포츠복과의 콜라보레이션 확대, 스트리트 캐주얼의 시장 확장 등으로 인해 4.6%의 고성장세를 기록할 전망
  - 신발시장은 제화와 스니커즈 시장의 침체로 지난 2016년부터 하락세를 지속하는 추세이나, 글로벌 스포츠 브랜드의 스포츠 헤리티지 마케팅의 성공에 따라 급성장하는 스포츠 운동화 시장(8.2%, 가죽레자운동화)이 그나마 높은 하락세를 저지하였음

패션시장의 세분시장별 매출액 규모 및 증감률 트렌드 분석

(단위: 백만 달러)

세분시장	2017 실적	전년비 증감률	2018 실적	전년비 증감률	2019 전망	전년비 증감률
캐주얼복	13,700	3.8%	13,983	2.1%	14,620	4.6%
스포츠복	6,464	△ 5.4%	6,791	5.1%	6,956	2.4%
신 발	6,030	3.4%	5,824	△ 3.4%	5,805	△ 0.3%
남 성 복	3,874	△ 7.0%	3,818	△ 1.4%	3,848	0.8%
여 성 복	2,909	△ 15.1%	3,128	7.5%	3,080	△ 1.5%
가 방	2,551	6.6%	2,619	2.6%	2,707	3.4%
내 의	1,948	△ 11.6%	2,006	3.0%	2,168	8.1%
아 동 복	1,122	△ 5.7%	1,109	△ 1.1%	1,157	4.3%
패션시장	38,598	△ 1.6%	39,278	1.8%	40,341	2.7%

자료: 한국섬유산업연합회 KFI Research

1.2 산업경쟁력

(디자인·기술역량) 우리나라는 전문대학 이상을 졸업한 디자이너가 매년 5,000여 명 배출되는 등 풍부한 디자인 인력 보유

- 신진 디자이너들은 파리, 뉴욕, 상하이, 홍콩 등 해외 패션위크 및 쇼룸 참가 등을 통해 국제 무대에서의 활동경험을 넓히고 국제적인 감각을 높이는 등의 노력을 강화
- 20년 이상 풍부한 경험을 가진 봉제기술사, 패턴·샘플사 등 고급 패션제조 인력을 충분히 보유하고 있어 세계 최고 수준의 품질관리 능력과 제조기술을 융합한 고급 패션의류 생산 가능

(균형잡힌 생산역량) 업-미들-다운스트림으로 이어지는 모든 섬유패션스트림이 균형있게 발전해 조달비용 절감 가능

- 패션기업들이 패션의류 생산에 필요한 섬유사, 직물 및 의류 부자재를 국내에서 안정적으로 조달할 수 있어, 비용 절감에 효과적

(시장창출 역량) 국내 패션의류시장은 '00년대 중반 K-pop을 중심으로 시작된 신한류의 영향으로 지속적으로 증가

- 특히 동대문 패션시장은 자기 완결형 산업집적지 구축을 통해 소비자들의 유행을 곧바로 반영한 패스트패션이 가능해 소비를 유인
  - 원단·부자재 조달 - 기획·디자인 - 시제품(패턴·샘플) 제작 - 재단·봉제 - 도·소매 유통으로 연결되는 모든 패션관련 가치사슬이 집적화된 클러스터로 물류·유통 시간 최소화 및 비용 절감으로 패스트 패션시장 창출이 가능
    * 반경 5km 이내에서 패션관련 모든 생산공정 및 물류·유통이 이루어짐으로써 생산과 물류·유통단계에서 발생하는 비용절감을 통해 제품가격을 낮게 유지 가능
  - 또한 시장 내 완결형 산업집적화 및 제조업체-도소매업자간의 밀접한 협력 및 신뢰관계로 인해 신속대응(Quick Response)이 가능하고 스팟오더에 유연하게 대응 가능

(기회요인) K-POP 중심의 한류, 우수한 ICT 기반 및 기술보유, 후발 개도국 내수시장 확대 등

- 드라마와 K-POP을 통한 한류의 영향으로 우리나라 브랜드 이미지 제고 및 메이드 인 코리아 제품 인지도와 선호도 향상으로 글로벌 시장진출에 기여
- 세계 최고 수준의 ICT 기술을 바탕으로 스마트 의류개발이 가능하고 AI, VR, AR 등 4차 산업혁명 기술의 활용을 통한 물류·유통의 혁신이 가능할 것으로 기대
- 중국 등 후발 개도국의 내수시장 확대와 생산인력 조달의 어려움, 임금 상승 등에 따른 가격경쟁력 약화가 우리 패션업계에 기회요인으로 작용할 전망

1.3 국내 유망분야

온라인 쇼핑 시장 성장에 따른 패션기업들의 온라인 채널강화는 선택이 아닌 필수

- 통계청에 따르면, 패션부문 온라인 쇼핑거래액은 2017년 159억 달러 규모에서 2018년에는 185억 달러로 증가했고, 2019년 이후 지속 성장 전망

- 이러한 온라인 채널은 오프라인보다 유지비용이 적게 들어 제품가격을 낮출 수 있고, 소비자들의 반응에 빠르게 대응해 트렌디한 제품을 선보일 수 있다는 장점이 있어 특히 20~30대 소비자를 공략하기에 적절함

O2O(Offline To Online) 맞춤형 서비스의 등장

- 온라인 채널의 급격한 성장과 함께 오프라인 채널 역시 플래그십 스토어 등 체험형 매장형태로 특화해 브랜드 정체성을 극대화하는 방안을 강구하는 추세
- 향후 주요 패션브랜드 업체들은 주요 상권에서 핵심매장을 운영하면서 실질적인 제품 판매를 위한 온라인 사업 강화를 추진할 것으로 예상

- 매장 체험이 가능한 오프라인 채널과 상품 검색 및 구매가 편리한 온라인 채널의 연결 및 일원화
  - 온·오프라인 간 차별 없이 동일 가격과 프로모션으로 제품을 구매할 수 있는 옴니채널 유통 전략으로 소비자 편익 및 매출 증대
    * 옴니채널 소비자들이 단일채널 고객보다 매장에서 4%, 온라인에서 10% 더 소비하며, 이용채널 수가 증가할수록 소비액도 비례해 증가(하버드비즈니스스쿨)

AI, AR, VR 등 4차 산업혁명과 밀접한 연관이 있는 기술이 패션산업에 적용되면서 소비자들의 제품 구매과정과 기업들의 제품 생산과정에 많은 영향을 미치고 있음

- AI를 활용해 소비자 맞춤형 서비스를 제공하고, 소비자들은 AI가 추천한 제품을 AR가상 피팅룸에서 착용해본 후 VR 쇼핑몰에서 구매하는 새로운 비즈니스 모델 등장
  - 이러한 IT 기술과 패션산업의 융합은 오프라인 쇼핑의 접근성 문제와 온라인 쇼핑의 품질 만족도 저하 문제를 해결하는데 긍정적인 수단으로 작용
  - AI, VR 및 AR 기술을 통해 고객은 새로운 쇼핑 경험을 할 수 있으며, 기업은 개인의 취향을 분석하고 새로운 디자인을 창조하는 등 고객에게 최적의 패션 아이템을 제안
- 패션기업들은 자체 브랜드 충성도가 높은 고객층을 확보하고 매출 증대를 꾀할 수 있어 다양한 패션기업이 AI를 활용해 사업범위를 확장하는 추세
  - IT 기업이 패션산업으로 진출하는 사례도 증가

IT 기술을 활용한 고객 사이즈 측정과 사이즈의 데이터 분석 등을 통하여 개인별 수요 반영한 맞춤형(customizing) 상품 제작

- 3D 스캐닝 및 360° 촬영에 의한 신체 측정, 3D 패턴 제작 및 3D 프린팅을 통한 맞춤형 상품 생산시대가 도래하고 있으며, 신기술 개발 및 소재 발전 등으로 급성장 예상
  * '20년 시장성장률(CAGR)은 3D 스캐너 13.3%, 3D프린팅 27.6%, 3D CAD 5.8%으로 전망(Grand View Research 보고서)
- 3D 기술을 활용한 의류제조 및 유통기술은 전통 제조산업인 패션시장을 고부가가치化
  - 3D 기술 활용은 수직적 가치사슬을 방사형으로 변화시켜 소비자가 기획·생산·유통에 개입하게 해 소비자와 생산자간 경계 붕괴
    * 3D 프린팅 상용화 시 온라인 도면 구입 후 프린트하면 소비자가 생산자가 되는 '소셜 제조업' 실현
  - 제품·서비스를 판매하는 기존 수익모델에서 탈피해 소통, 표현, 체험 등의 가치를 제공하는 新비즈니스 모델 창출 가능

패션 관련 주요 3D 기술

- (3D 스캐너) 대상 물체의 3차원 형상 정보를 획득하여 디지털화하고 이를 용도에 맞게 분석·가공할 수 있도록 도와주는 장치
- (3D 디자인 및 패턴제작) 시뮬레이션을 이용한 디자인 기술 및 3D 인체 혹은 의상으로부터 2D 패턴을 추출하는 입체패턴 제작 기술
- (3D 프린팅) 디지털 설계 데이터를 바탕으로 레이어를 연속적으로 적층하면서 3차원 제품을 제조하는 생산방식
- (3D 솔루션 관련 가상기술) 가상 패션쇼, 3D 아바타를 이용한 가상의류착용, 디지털 매장 매직미러·모바일을 활용한 의류쇼핑 등

국내 사례

- 남성패션 전문 큐레이션 서비스업체인 「스누픽」은 1:1 맞춤형 퍼스널 스타일링 서비스 제공
  - 고객이 스누픽 사이트에서 노출된 상품을 선택하는 것이 아니라 자신이 좋아하는 색, 가격대, 취향 및 직업 등 개인정보를 제공하면 스누픽은 고객의 프로필 정보를 분석해 상품을 추천
- 삼성물산은 인공지능 기반의 패션 스타트업인 「알리나(Alina)」에 투자해 인공지능과 패션산업 접목을 시도
  - 알리나는 스타일리스트가 소비자들의 요청에 따라 옷을 추천하는 과정에 인공지능을 반영
    * 고객들이 소개팅에 나갈 때 입을 수 있는 옷 추천을 요청하면 스타일리스트는 해당 고객의 설문결과와 이전의 구매 내용 등을 고려, AI를 활용해 5개의 옷을 추천

2 외국인직접투자 동향

2.1 외국인직접투자 현황

패션산업은 꾸준한 외국인투자가 유입되는 분야로 글로벌 경기에 따른 영향에 민감

- 우리나라 패션산업(섬유·직물포함)의 외국인직접투자는 2013년부터 다소 둔화된 상태에서 꾸준히 유입되고는 있으나, 2017년 말 이후 글로벌 외국인직접투자의 하락세 영향으로 일부 감소
  - 해외 글로벌 패션기업들이 아시아시장 진출 거점으로 일본 또는 홍콩을 선호했던 과거와는 달리 최근에는 중국 소비자 및 한국 소비자를 겨냥한 한국시장 직접 진출 등을 선호

패션산업(섬유·직물·의류)의 외국인투자 추이

(단위: 건, 백만 달러)

구분	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019上
신고건수	17	29	16	15	15	13	14	6	4
신고금액	10	316	51	35	363	72	72	1	3

자료: 산업통상자원부, 외국인직접투자 통계

- 외국인투자는 의류 제조보다는 글로벌 패션브랜드의 유통부문에 집중되는 경향이 있으며, 대표적으로 유니클로, 자라 등 글로벌 SPA 브랜드의 합작투자 형태로 진행
- 국내 명품 시장 규모는 2018년 4.6% 성장하여 세계 8위 규모

- 국내 패션업계의 지속적인 성장성 및 트렌드에 민감한 국내 소비자를 겨냥하여 유통업체와 계약 종료 후 직접 진출로 전환하는 명품 기업 수 증가
- 국내 수입, 유통업체를 통하지 않고 한국 소비자를 직접 공략하겠다는 전략
  * (멀버리) 국내 멀버리 제품 수입, 유통을 맡아온 협력사 SHK로부터 멀버리코리아 지분 40%를 사들여 지분 100% 확보함으로써 한국 시장 직접 경영에 나섬
  * (지방시) 신세계인터내셔날과 계약을 종료하고 2018년 초 지방시코리아를 설립하여 2019년부터 사업 본격화
  * (돌채앤가바나) 신세계인터내셔날과의 계약 종료 후 돌채앤가바나코리아 설립

2.2 주요 외투기업 성공사례

자라리테일코리아

- 2007년 롯데쇼핑은 세계적인 패션브랜드 「ZARA」와 국내 출점 및 운영을 위한 합작법인 '자라리테일코리아'를 설립키로 결정
  - 당시 자라리테일코리아의 자본금은 59만 달러로, 롯데쇼핑과 「ZARA」를 전개하는 인디텍스(Inditex)사간 지분율은 80:20. 스페인 인디텍스가 80%인 47만 달러, 롯데가 20%인 12만 달러의 지분을 투자
- 자라리테일코리아의 2018년도 매출과 영업이익은(1월 결산법인) 334백만 달러, 15만 달러로 전년 동기대비 3.6%, 43.4% 증가했으며, 당기순이익은 12만 달러로 전년 동기보다 49.1% 성장
  - 2007년 국내진출 이후 꾸준히 외형 성장을 이뤄오다가 한때 매출 181백만 달러대 규모에서 한동안 벗어나지 못했지만 2016년 처음으로 272백만 달러대 상회한 이후 안정적인 성장세 유지
    * 연도별 매출액/영업이익(백만 달러): ('12) 185/9 → ('13) 206/10 → ('14) 206/-7 → ('15) 264/7 → ('16) 313/23 → ('17) 322/10 → ('18) 334/15
  - 의류뿐만 아니라 홈퍼니싱 브랜드 자라홈까지 론칭하며 매장을 확대한 전략이 주효

패션의류의 주요 외국인투자기업 현황

기업명	진출분야	외투최초등록	대표투자국가	2018년 매출 (백만 달러)
에프알엘코리아 (유니클로)	셔츠 및 외의 도매업 (46413)	2004년	일본	1,248 (17.9-18.8)
자라리테일코리아	셔츠 및 외의 도매업 (46413)	2008년	스페인	334 (18.2-19.1)
H&M헤네스앤모리츠 코리아	셔츠 및 기타 의복 소매업 (47416)	2009년	스웨덴	226 (17.12-18.11)
구찌코리아(유)	상품 종합 도매업 (46800)	1998년	네덜란드	220 (2013년)
버버리코리아	셔츠 및 외의 도매업 (46413)	2002년	영국	238 (14.4-19.3)

자료: 산업통상자원부, 금융감독원 전자공시시스템

제이디스포츠패션 코리아

- 영국 멀티숍인 제이디스포츠는 동북아 최초로 2018년 4월 한국에 론칭하여 1년여 만에 매출 90백만 달러 달성을 목전에 두고 있음

3 정책·입지

3.1 주요 정책 및 인센티브

▸ 他 제조업 대비 높은 고용 및 부가가치 창출 산업으로, 제조 선진국 중 유일하게 균형 잡힌 숏스트림 기반 보유, 이를 활용을 위한 다양한 정책을 수립해 시행

동대문의 글로벌 패션허브화를 위한 「동대문 패션시장 활성화 방안」 수립

- 산업부와 서울시는 동대문 패션시장 활성화를 위해, ① 개인맞춤의류 新산업 창출 및 선도, ② 동대문 생태계의 디지털·프리미엄化, ③ 문화·관광이 어우러진 동대문 Playground 조성을 적극 추진할 계획
  - 동 대책을 통해 청년 창업 및 양질의 일자리 확대, 국산소재 소비증진 효과와 더불어 동대문 패션시장이 생태계 변화를 통한 동북아 패션허브로 부상할 것으로 기대

① (양질의 일자리확대) 저가의류 봉제(일명 시장봉제)에서 고급맞춤 봉제로 전환, 고령 봉제업 종사자의 일감확대 및 젊은 인력 유입 증가

② (청년 창업확대) 맞춤형 디자인, 빠른 디자인 순환 주기를 통해 창의적인 신진디자이너 유입 및 다양한 유통·마케팅 스타트업 탄생

③ (국산소재 소비증진) 24시간 Lead time, 고급원단에 대한 수요증가로 국내 소재 産地(대구, 경기북부 등) 매출증가 및 신제품 개발 견인

④ (동대문 생태계 변화) 기존 도매상 중심에서 디자인, 제조, 유통이 디지털로 연결되어 협업이 활성화되는 구조로 개선

동대문 패션시장

- 패션의류 생산 및 유통이 집적된 국내 최대 패션의류 특화 클러스터로 국내 섬유패션 매출의 17%(136억 달러) 차지
- 국내 섬유패션 수출의 21%(30억 달러), 기업의 11%(25,000개), 고용의 26%(18만 명) 차지, 1日 유동인구는 100만 명 수준(방문선호도 2위)
- 혁신기업 창업 인큐베이터*이자 국내 생산 원단의 최대 소비지(대구, 경기북부 생산량의 20% 소비), 전국 도소매 의류의 공급처(10억 달러/일)
  * 동대문 기반으로 IT 스타트업(일명 동타트업) 3천여 개 출현

섬유의류 혁신역량 강화사업

- 사업목적
  - 제조경쟁력 향상이 가능한 지능형 섬유제조공정기술 개발과 他산업과의 융합제품 개발을 통해 국내 섬유기업의 혁신역량 강화 지원
- 지원대상분야
  - (스마트제조 시스템) 국내 섬유제조 기업이 가격, 생산성, 품질 등에서 시장 경쟁력을 가질 수 있는 스마트제조 시스템 및 공정기술 개발

- (산업융합 섬유제품) 섬유-IT, 섬유-수송 등 산업 간 융합기술개발을 추진하여 미래 유망 산업 분야의 시장 선점 계기 마련

고급의류 제작 인력양성 확대 및 패션 분야 청년 창업 지원

- 고급 의류제작기술 교육, 우수업체 연계 현장실습을 통한 고급 의류제작 기술자 양성 확대로 신규인력 유입 지원
- 고급의류 제작 인력양성 과정 우수 수료자를 대상으로 창업공간 및 장비 무상지원, 지속적인 일감제공 등을 통한 창업 지원(패션제작 마이크로팩토리)

해외 마케팅 지원

- 해외 지역 패션전문가를 마케팅디렉터(MD)로 활용, 국내 섬유패션 전시회 확대*, 한류와 K-fashion 연계 행사 개최 등

  * 국내 섬유패션 전시회 개최 횟수: ('18) 14회 → ('19) 16회

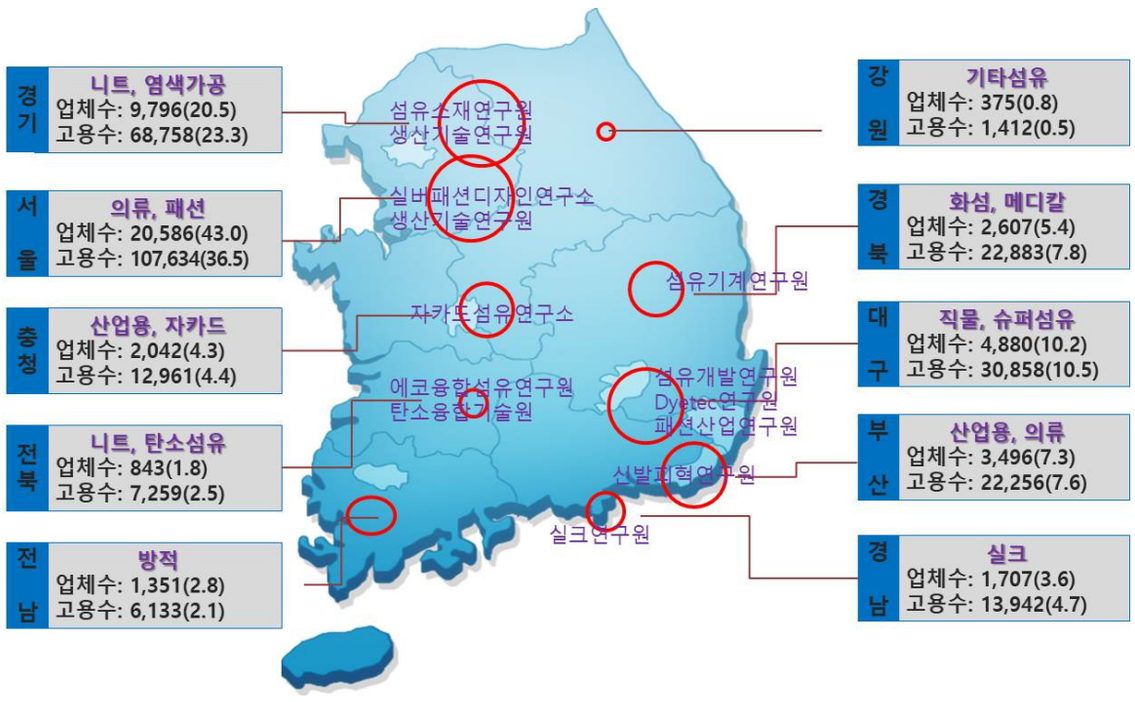
3.2 주요 입지

수도권은 트렌드와 유통을 주도하는 패션산업의 최대 집적지로 국내 최대의 소비시장이 형성되어 있으면 각 지역별로 특색 있는 품목을 생산하는 집적지가 형성

- (니트 산업) 경기북부와 전북에 집중
  - 경기북부는 세계 최고의 니트 생산 지역으로 국내 니트 생산의 약 90%가 경기북부에 밀집
  - 세계 유일의 단기 납기(1주일 이내) 생산시스템이 구축되어 있으며 지역 내에 원사부터 후 가공에 이르는 모든 생산 공정이 구축되어 있어 신제품 개발 및 상품화에 유리한 산업기반을 보유
  - 전북은 제사 및 방적업에서부터 봉제의복 제조업까지 다양한 스트림 기반을 보유하고 있으며, 면을 이용한 천연섬유 위주의 내의류, 유아·아동 의류를 중심으로 한 니트류가 주축
- 충남은 자카드*를 이용한 패션, 홈인테리어 제품 등 생활용 섬유를 개발하는 업체 밀집

  * 여러 색의 실을 사용하여 무늬를 짜낸 원단
- 부산에서는 파크랜드, 인디안, 콜핑, 그린조이 등 대형 의류 브랜드업체가 자동화 설비를 보유한 봉제공장을 가동하고 있으며, OEM 업체는 부산시 반경 50km내에 분포
  - 지역적 특성상 해양, 항만 및 국제공항을 보유하고 있어 국제적인 트렌드의 유입속도가 빠르며, 물류 경쟁력과 국제 수요에 빠른 대응 가능한 특징을 지니고 있음
- 대구·경북은 우리나라 최대의 직물 및 화학섬유 중심지로서, 다양한 연구 인프라를 기반으로 기업과의 활발한 공동 R&D를 진행하면서 신기술/신제품 개발을 위한 투자가 활발
- 경남·진주지역은 국내 실크생산의 80%를 차지하고 있으며 내수시장의 70% 이상을 점유
  - 과거 OEM 방식에서 ODM 방식의 직접생산방식으로 전환하여 내수중심 시장구조에서 수출 중심으로 활로를 개척하고, 다양한 용도의 고감성 소재로 제품분야를 확대

지역별 주요생산 품목 및 기업현황



자료: 통계청 「국가통계포털」전국사업체조사(1인 이상 사업체 조사자료)

4 잠재파트너

4.1 관련 기업리스트

패션의류 관련기업 리스트

기업명	주요품목	웹사이트	위치
남영비비안	여성 란제리	www.namyeung.co.kr	서울 용산구
㈜BYC	메리야스, 란제리, 티셔츠	www.byc.co.kr	전북 전주시
보끄레머천다이징	여성의류	www.ibeaucre.co.kr/	서울 금천구
이랜드그룹	아동복, 캐주얼, SPA	www.elandretail.com	서울 마포구
LF그룹	기성복 및 패션 잡화	www.lfcorp.com	서울 강남구
삼성물산 패션부문	캐주얼, 신사복	samsungcnt.com	서울 서초구
코오롱인더스트리	아웃도어, 골프, 여성복 등	kolonindustries.com	경기 과천시
에프알엘코리아	캐주얼의류 도소매	www.uniqlo.com	서울 중구
아디다스코리아	스포츠의류	www.adidas.co.kr	서울 서초구
형지그룹	여성 캐주얼	www.hyungji.co.kr	서울 강남구
나이키코리아	스포츠의류	www.nike.co.kr	서울 강남구
세정그룹	남성/여성복, 아웃도어, 스포츠	www.sejung.co.kr	부산 금정구
신성통상	남성캐주얼, 남성정장, SPA	www.ssts.co.kr	서울 강동구
데상트코리아	스포츠의류, 골프	www.descentekorea.co.kr	서울 강남구

기업명	주요품목	웹사이트	위치
케이투코리아	아웃도어	www.k2.co.kr	서울 성동구
블랙야크	아웃도어	www.blackyak.com	서울 서초구
파크랜드	신사복	www.parkland.co.kr	부산 금정구
성주디앤디	캐주얼	www.sungjoogroup.com	서울 강남구
LS네트웍스	스포츠	www.lsnetworks.co.kr	서울 용산구
영원아웃도어	아웃도어	www.yooutdoor.co.kr	경남 창원시
휠라코리아	스포츠의류	www.fila.co.kr/	서울 서초구
자라리테일코리아	SPA	www.zara.com/kr	서울 강남구
신원	여성정장	www.sw.co.kr	서울 마포구
엠케이트렌드	캐주얼	www.mktrend.co.kr	서울 강남구
밀레	아웃도어, 등산복	www.millet.co.kr	서울 마포구
아이올리	여성 캐주얼, 여성 정장	www.aioli.co.kr	서울 강남구
바바패션	여성정장	www.babafashion.com	서울 서초구
지오다노	캐주얼	www.giordano.co.kr	서울 서초구
한섬	여성복	www.thehandsome.com	서울 강남구
와이케이038	여성복	www.ykblack.com/	서울 서초구
GSGM	캐주얼	www.gsgm.co.kr	서울 강남구
빌트모아	남성정장	www.ibiltmore.com	서울 강동구
더베이직하우스	캐주얼, 아동복	www.basichouse.co.kr	서울 강남구
데무	여성복	www.demoo.com	서울 강남구
발렌시아	여성복	www.valencia.co.kr	서울 성동구
샤트렌	여성복	www.chatelaine.co.kr	서울 강남구
아가방앤컴퍼니	아동복	www.agabangncompany.com	서울 강남구

섬유소재 관련기업 리스트

기업명	주요품목	웹사이트	위치
㈜효성	장섬유사	www.hyosung.co.kr	서울 마포
㈜휴비스	PSF	www.huvis.com	서울 강남
태광산업(주)	스판덱스, 나일론직물	www.taekwang.co.kr	서울 중구
㈜티케이케미칼	PF, DTY, 스판덱스	www.tkchemi.co.kr	대구 북구
성안합섬(주)	폴리에스터장섬유	www.sasyn.co.kr	경북 구미
㈜대농	코튼 모달, 텐셀, 모달	www.daenong21.com	충북 청주
㈜SG충남방적	면사, 혼방사	www.sgchoongbang.com	경기 성남
대한화섬(주)	폴리에스터	www.daehansf.co.kr	울산시 남구
㈜삼양사	폴리에스터 고강력사	www.samyangcorp.com	서울 종로구
㈜케이피켐텍	나일론사	www.kpchemtech.co.kr	울산 남구
도레이케미칼	폴리에스터 장단섬유	www.toray-tck.com	경북 구미시
㈜삼흥	PP 장섬유	www.maxlon.co.kr	경기 포천시
신원합섬	폴리에스터 DTY	www.chewon.co.kr	경북 구미시
동일방직(주)	면사, 면직물 등	www.dong-il.com	서울 강남구
㈜자영	소모, 방모, 순모&혼방 복지	www.daewon.co.kr	충북 청주시
대한방직㈜	면직물, 니트원단, 면사 등	www.thtc.co.kr/	서울 영등포구

기업명	주요품목	웹사이트	위치
㈜성안	폴레에스터직물	www.startex.co.kr	대구 북구
㈜덕우실업	폴리에스터직물	www.duckwoo.kr	경북 칠곡군
웅진텍스타일(주)	2way stretch(PET, NYLON 등)	www.tcktextiles.com	경북 구미시
㈜을화	차도르용 원단	www.peacetex.co.kr	경북 구미시
전방(주)	순면직물, 면혼방직물	www.chonbang.co.kr	서울 서대문구
㈜청산인터내셔널	라미네이트직물	www.jeongsan.com	부산 강서구
㈜신한방	환편직물	www.sinhan.net	서울 구로구
덕산엔터프라이즈(주)	기모 면 니트원단	www.ducksanbj.co.kr	경기 포천시
세창상사(주)	경편직물	www.saechang.co.kr	경기 이천시
모계염직(주)	폴리에스터 편직물	www.mogaetextile.com	부산 사하구
영신물산	원단염색가공	www.youngst.com	경기 양주시
보명실업(주)	폴리혼방제품/날염제품	www.bomyung.co.kr	경기 안산시
현대모직(주)	소모사 및 방모사 제품	www.hyundaitex.co.kr	경남 양산시
아즈텍더블유비이	울 100% 직물 염색	www.aztechwb.co.kr	부산 사하구
㈜현대특수나염	나염물	www.specialprint.co.kr	경기 시흥시
㈜부광	메시 소재	www.bukwang.com	부산 사하구
성광	폴리에스터 소재 원단	www.sunggwang.co.kr	서울 중구
성안	폴리에스터 강연사물	www.startex.co.kr	서울 송파구
부천	경편 니트 및 환편	www.pucheon.co.kr	서울 강남구
비전랜드	천연섬유, 화섬사	www.visionland.co.kr	서울 강북구
영풍필텍스	스킨플러스 가공	www.filltex.com	서울 구로구
덕산엔터프라이즈	아웃도어/캐주얼 니트소재	www.ducksanbj.co.kr	서울 성동구
신흥	연섬유 교직물	www.monotex.co.kr	서울 강남구
알파섬유	COTTON NYLON 교직물,	www.alphafabric.co.kr	서울 강남구
영텍스타일	교직물 제직	www.youngtex.com	서울 강남구

4.2 관련 협회

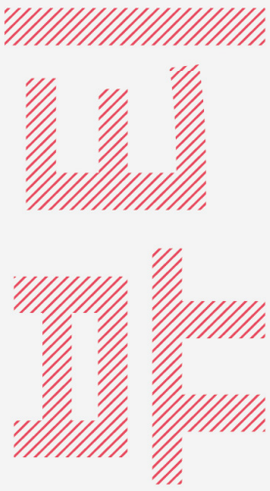
패션산업관련 협회 리스트

기업명	웹사이트	주요 역할
한국섬유산업연합회	www.kofoti.or.kr	섬유산업 경쟁력 강화방안을 모색하여 섬유산업의 성장 및 발전을 도모
한국화학섬유협회	www.kcfa.or.kr	화학섬유 기술개발, 품질향상, 생산성향상 및 국제경쟁력 강화
한국섬유수출입협회	www.textra.or.kr	섬유직물 수출입 무역의 건전한 발전과 회원사의 공동이익 증진을 도모
대한방직협회	www.swak.org	면방제품의 수요확대, 부품 및 소재의 공동구매, 설비의 공동보전, 국내외 산업동향 조사 및 자료제공
한국섬유개발연구원	www.textopia.or.kr	우리나라 기업들이 트렌드 변화에 대비하고 R&D개발을 통해 섬유업계의 경쟁력을 높일 수 있도록 지원
한국패션산업협회	www.kaia.or.kr	의류패션 수출업계의 해외시장 개척 및 수출상품의 해외홍보, 해외시장 조사, 대정부 건의 등

기업명	웹사이트	주요 역할
한국패션산업연구원	www.krifi.re.kr	패션업계의 역량강화, 연구개발, 기업지원
대한니트협동조합연합회	www.knit.or.kr	니트업계의 경쟁력 강화 지원
ECO융합섬유연구원	www.knitcenter.re.kr	니트산업의 발전을 위한 중소기업의 연구개발, 시제품 생산, 패션·디자인 개발, 마케팅, 창업육성 지원
한국섬유기계협회	www.kotma.org	핵심소재개발, 자동화시스템개발 등 협력연구 기반체제를 구축, 중소 섬유기계업체의 기술개발 지원
한국섬유기계융합연구원	www.kotmi.re.kr	섬유기계 산업 인프라 구축과 연구수행을 통해 섬유기계 및 핵심부품 기술의 자립화 추구
KOTITI 시험연구원	www.kotiti.re.kr	섬유제품, 환경위생 및 산업 자재 등을 대상으로 시험분석, 품질검사, R&D 등의 업무를 수행
한국섬유소재연구원	www.koteri.re.kr	첨단핵심 기술개발, 전문생산 및 기능 인력의 양성, 시제품 제작지원, 기술정보 분석 및 보급 등
DYETEC연구원	www.dyetec.or.kr	염색가공분야의 첨단 가공기술 개발 및 원천기술 확보, 기업 밀착형 연구개발 지원
FITI 시험연구원	www.fiti.re.kr	패션의류 및 소비재 분야 중심으로 시험, 검사, 인증, 심사, 교육 등 종합 컨설팅을 제공
한국의류시험연구원	www.katri.re.kr	섬유패션 시험분야의 시험, 검사, 인증 수행
한국패션유통정보연구원	www.cft.or.kr	국제적인 컬러정보의 수집, 분석 및 보급, 디자인 및 라이프스타일 등 다양한 데이터를 체계적으로 축적하여 제품개발에 필요한 핵심정보 제공
한국피복공업협동조합	www.uniform.or.kr	피복업계의 공동판매 및 구매, 자급지원, 신제품 개발사업, 정부건의 등 수행

INVESTMENT OPPORTUNITIES IN KOREA

02



1 산업동향

산업 정의 및 범위

- (정의) 화장품이란 인체를 청결·미화하여 매력을 더하고, 용모를 밝게 변화시키거나, 피부·모발의 건강을 유지 또는 증진하기 위하여 인체에 바르고 문지르거나 뿌리는 등 기타 유사한 방법으로 사용되는 물품으로서 인체에 대한 작용이 경미한 것을 말함(식약처)
  - 화장품은 짧은 기간 뚜렷한 치료적 효과를 기대하기 어려운 제품이라는 측면에서 의약품, 의약외품과 구분되며, 우리나라는 1999년 화장품법을 제정하여 의약품과 화장품으로 분리하여 관리
- (범위) 최근 기능성화장품의 범주에 염모, 제모, 여드름, 탈모방지, 아토피 등에 적용되는 제품이 포함되었으며, 화장비누, 흑채, 제모왁스 등도 화장품에 포함

1.1 국내 시장동향

시장 현황

- 국내 화장품 시장은 세계 시장에서 8~9위권 규모로 꾸준히 성장세를 이어가고 있으며, 2010년 이후 내수시장 중심 산업에서 수출중심 산업으로 변모하고 있음

우리나라 화장품 시장규모 및 세계시장 점유율

(단위: 10억 달러, %)

국가명	2015년		2016년		2017년(E)		2018년(E)	
	금액	점유율	금액	점유율	금액	점유율	금액	점유율
대한민국	10.4	3.0	10.9	3.0	11.5	3.0	12.1	2.9

자료: 한국보건산업진흥원(2018)

- 국내 화장품 관련 산업은 꾸준히 성장하여 화장품 제조업체 및 책임판매업체 수가 매년 증가
  - 생산설비를 갖춘 제조업체는 최근 5년간 연평균 13%로 증가해 2019년 8월 2,367개사에 육박
  - 브랜드 권한과 유통을 책임지는 책임판매업체는 최근 K-뷰티 수출 성장으로 각광받는 중
  - 특히 OEM 제품 생산 등의 요인으로 대기업 및 중소기업의 산업 진입 장벽이 타 산업에 비해 상대적으로 낮아 최근 5년간 연평균 성장률이 27%에 달해 2019년 8월 기준 책임판매업체는 14,000개사를 돌파

화장품 산업 기업 현황

('19.8.12 기준, 단위: 개소)

구 분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	연평균 증가율
제조업체 (Manufacturer)	1,455	1,655	1,877	2,179	2,367	12.9% ('15~'19)
책임판매업체 (Brand Holder)	5,403	7,210	9,394	12,106	14,070	27.0% ('15~'19)

자료: 식품의약품안전처(2019)

- 국내 화장품 생산은 지속적인 수출 확대와 내수 시장의 급격한 성장에 힘입어 14% 이상의 높은 성장세를 기록
  - 기초화장품류의 발달을 기반으로 성장한 K-뷰티는 기초화장품 생산이 전체의 56%를 웃돌아 가장 높고, 그 뒤를 색조 화장품과 두발용 제품이 뒤를 잇고 있음

화장품산업의 생산 추이

(단위: 억 달러, %)

	2014	2015	2016	2017	2018	연평균 성장률
화장품 생산	81.5	97.5	118.6	122.8	140.9	14.6('14~'18)

자료: 식품의약품안전처(2018), 생산실적 자료, 각 연도

- 화장품은 K-뷰티 등의 한류 영향으로 연평균 28.6%의 높은 성장세를 기록한 반면, 수입은 내수 경기침체로 줄면서 2014년부터 화장품 수입국에서 순수출국으로 전환
  - 최근 5년 간 화장품 수출의 연평균 증가율은 35.2%로 세계 주요 수출국 중 1위를 기록하였으며, 최근에는 중국, 홍콩, 대만 등 중화권 수출뿐만 아니라 미국, 유럽 및 아세안 지역으로의 수출이 성장의 주요인으로 평가됨

화장품 수출입 추이

(단위: 백만 달러, %)

연도	수출		수입		무역수지
	수출금액	전년대비 증가율	수입금액	전년대비 증가율	
2014년	1,873	52.2	1,386	8.7	487
2015년	2,910	55.3	1,397	0.8	1,513
2016년	4,183	43.7	1,433	2.6	2,750
2017년	4,952	18.4	1,523	6.3	3,429
2018년	6,263	26.7	1,615	5.5	4,648

자료: 관세청, 대한화장품산업연구원(2018, 우리나라 화장품 분류 기준 적용)
주: 최근 5년간('14년~'18년) 연평균 증가율(CAGR) - 수출: 35.2% / 수입: 3.9%

시장 트렌드

- (기능성 제품류 시장 확대) 의약품과 화장품의 중간적 성격을 가지는 기능성화장품 성장이 두드러지는데, 복합 기능성 화장품이 14.7%로 가장 높은 비중과 성장세를 기록하고 있으며, 단일 기능 제품은 소폭 하락하는 추세임
  - 2017년 새롭게 기능성 화장품에 추가된 염모, 탈모, 여드름, 제모, 아토피 관련 제품들의 생산실적 중에서는 2018년 생산 기준 염모제가 1.4%로 가장 높은 비중을 보였으며, 탈모 관련 제품이 1.1%로 뒤를 이었고, 나머지 품목들은 미미한 비중을 보임
- (화장품 유통 트렌드 변화) 화장품업계의 최근 유통은 오프라인 매장을 중심으로 하는 단일 브랜드숍 매출이 감소하고, 다양한 브랜드를 판매하는 화장품 전문 멀티 브랜드숍, H&B 매장이 젊은 소비자층의 지지를 얻어 오프라인 시장이 재편되는 추세

- 국내 최대 H&B 스토어 올리브영(Olive Young), 드럭스토어인 왓슨스(Watsons)는 스킨케어 카테고리를 강화하여 랄라블라(Lalavvla)라는 스토어 브랜드로 변화를 꾀했으며, 시코르의 경우 색조화장품 카테고리를 특화시켜 경쟁력을 확보했고, 2019년 10월에는 글로벌 화장품 유통 체인 세포라(Sephora)가 온·오프라인 매장 오픈
- 온라인 및 모바일 시장의 폭발적 성장으로 이들 유통채널의 주 고객인 10~30대 소비자들에게 맞춘 제품 개발 및 플랫폼이 지속적으로 성장
- 다양한 모바일 페이시스템 개발 및 도입은 시장 성장의 촉매제 역할
- 애경, 엘엔피코스메틱, 카버코리아 등은 홈쇼핑 채널을 통하여 성장한 '히트상품'을 중심으로 해외 시장 진출에 집중하고 있으며, 최근에는 면세점이나 해외 시장에서 먼저 인기가 시작된 역(逆)수출 히트상품의 사례도 다수 조사됨

1.2 산업 경쟁력

세계 시장 점유율

- 화장품 세계 시장규모는 2018년 4,088억 달러로 전년 대비 5.9% 증가(자료: Euromonitor Beauty & Personal Care Data, 2018)
  - 국가별로는 미국이 전체시장의 18.9%, 중국이 12.4%, 일본 8.4%, 브라질 6.9%, 독일 3.9%, 영국 3.8%, 프랑스 3.1%를 차지하며 한국은 2.9%로 8위를 차지
  - 한국 화장품의 시장규모는 2014년 이후 연평균 34.8% 성장하여 세계시장에서 비중도 증가
    * 한국 화장품 세계시장 순위: ('14) 세계 10위 → ('17) 세계 9위 → ('18) 세계 8위

2014~2018년 세계 국가별 화장품 수출 실적

(단위: 천 달러)

순위	국가	수 출 액					연평균 증가율 ('14~'18)
		2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	
1	프랑스	14,816,607	12,951,571	13,212,297	15,162,672	16,881,744	3.3%
2	미국	9,005,262	9,152,411	9,285,810	9,935,240	10,516,994	4.0%
3	독일	9,049,037	7,883,344	8,078,082	8,520,813	9,346,556	0.8%
4	싱가포르	3,385,433	3,381,847	3,994,998	5,190,548	6,712,688	18.7%
5	대한민국	1,901,801	2,938,060	4,204,127	4,974,619	6,285,391	34.8%
6	이탈리아	4,095,474	3,928,384	4,489,307	5,013,152	5,498,122	7.6%
7	일본	1,548,014	1,860,350	2,682,113	3,668,412	5,201,097	35.4%
8	영국	5,069,962	4,472,852	4,446,148	4,625,347	4,704,285	-1.9%

자료: ITC(2019)
주: 세계 국가별 화장품 수출 실적, 국내 화장품 기준에 따라 분류

- 2018년 수출액 기준 1위 프랑스, 미국, 독일, 싱가포르에 이어 세계 5대 수출국 등극
  - 화장품 제조보다는 중개무역을 주로 하는 싱가포르를 제외하면 실질적인 4대 화장품 수출국이라는 평가를 받고 있음
  - 주요국 수출 성장률에서 일본과 함께 압도적인 성장을 보여주고 있어 향후 2~3년 수출 추이에 따라 2020년 초 3위 등극을 목표로 하고 있음

기술 및 제품개발

- 한국 화장품은 리딩 기업의 제품 혁신, OEM/ODM社의 생산 기술 개발투자 등으로 최근 세계적 기술력에 근접했다는 평을 받고 있음
  - 한국콜마, 코스맥스와 같은 국내 ODM업체도 글로벌 화장품 브랜드들의 한국 ODM 주문 확대, 글로벌 시장 선도형 제품 개발, 중국 로컬시장의 성장 및 한국 오더 확대 등을 기반으로 급성장
  - K-뷰티의 주요 품목인 기초화장품 제품류 및 시트마스크 제품 부문에서는 세계 시장에서 기술과 제품 개발을 선도하고 있으며, BB크림이나 쿠션 팩트 등 주요 품목의 기술력도 세계적으로 인정받아 국내 기업들 외에도 글로벌 브랜드 제품 생산도 확대되고 있음
  - 쿠션파운데이션 제품의 경우 프랑스 크리스챤 디올(Christian Dior) 브랜드 제품 개발 및 생산에 아모레퍼시픽社와 기술 제휴 협약을 맺기도 하는 등 기술 수준을 인정받고 있음
- 한국 화장품 기업의 원료 소재 개발 노력도 확대
  - 최근 SK그룹 등 대기업 등이 화장품 소재개발에도 적극적으로 뛰어들면서 미백, 주름개선 등과 관련된 신 원료 개발이나 국산 천연 추출물 개발에도 투자가 지속되고 있음
  - 아모레퍼시픽은 자체 기술연구원을 통해 미백 기능성 원료인 멜라솔브(MelaSolv), 닥나무추출물, 유용성감초추출물, 셀레티노이드, 흰감국추출물, 삼백초추출물, 백화사설초추출물 등을 개발하여 식품의약품안전처(KFDA) 미백 소재로 등재
  - 코스맥스는 자체 연구소를 통해 화장품 핵심 소재를 개발하였으며 최근에는 노화와 관련된 마이크로바이옴(Microbiome)을 세계 최초로 발견하였고, 티타늄옥사이드, 산화아연 제조에 필요한 독자적 기술을 확보
  - 한국콜마는 곡물 발효 성분, 이산화티타늄 분말 등을 대체할 수 있는 징크옥사이드 성분 자체 개발
- 글로벌 히트 상품은 스킨케어류 및 BB크림, CC크림, 파운데이션 쿠션 등의 색조제품
  - K-뷰티의 주요 제품으로는 슬리핑 마스크, 시트 마스크를 포함하는 스킨케어류를 꼽을 수 있으며, 전체 품목의 50% 이상을 차지함
  - 색조제품 또한 BB크림, CC크림, 파운데이션 쿠션 등이 K-뷰티를 대표 품목으로 수출됨
- 글로벌 브랜드 제품 개발의 테스트 베드(Test-Bed)로서의 영향력 확대
  - 샤넬(CHANEL), 조르지오 아르마니(GIORGIO ARMANI) 등 글로벌 럭셔리 브랜드 등은 한국에서 가장 먼저 신제품을 내놓는 등 한국 시장을 테스트베드로 활용함
  - 록시땅(L'Occitane), SK-Ⅱ, 라프레리(La Prairie), 라메르(La Mer), 톰포드(TOM FORD) 등 주요 19개 글로벌 럭셔리 브랜드는 한국 면세점 단독 상품을 판매 중임
  - 이는 한국 시장이 중국 관광객 등에 따른 다른 시장으로의 확장성이 큰 것으로 평가받고 있기 때문임

- 세계 1위 남성 뷰티 시장
  - 남자 화장품 시장에서의 한국의 영향력은 더욱 크다고 할 수 있는데, 유로모니터 발표에 따르면 2018년에만 10.9억 달러의 남자 화장품을 소비하며 세계 1위로 평가됨
  - 세계 1위 남성 스킨케어 브랜드인 비오템 옴므(Biotherm Homme), SK-Ⅱ MEN 등은 제품 개발 및 신제품 출시를 한국에서 진행하고 있음

1.3 국내 유망분야

- 천연 제품 트렌드
  - 소비자들의 제품 안전성에 대한 우려로 천연 화장품 수요 지속 확대
  - 국내 천연·유기농 화장품에 대한 기준 마련되어 합법적 제품 유통 가능
- 효능·효과에 대한 수요 확대
  - (코스메슈티컬) 의약품 개발을 목표로 한 소재를 활용해 치료 효과 컨셉을 가미한 제품으로, 제약 및 바이오 기업들의 화장품 시장 진출과 함께 유망 시장으로 주목받고 있음
  - (맞춤형 화장품) 개인별 피부 상태와 특성에 따른 제품 제조 및 판매가 규정이 마련되어 시행 중이며, 향후 관련된 주요 기업들의 서비스 및 소비자들의 관심도 커질 것으로 전망
  - (마이크로바이옴) 피부 노화 관련 연구와 함께 유망분야로 분류되며, 우리나라 주요 기업들에서도 관련된 제품을 선도적으로 개발
- 화장품 원료 개발
  - (나노 소재) 국내로 수입되는 주요 원료들 중 나노 화장품 원료들은 국내 조달이 어려워 관련한 원료 생산 및 기술 개발이 가속화될 것으로 예측됨
  - (한국 유래 원료) 나고야 의정서* 발효 이후 국내 유래 (신)원료에 대한 수요가 커지고 있으며, 수출의 활성화를 위하여 한국적인 원료 개발이 시급한 시점
    * 나고야 의정서: 생물자원의 다양성을 보존하고 지속가능한 이용을 위하여 2010년 일본 나고야에서 체결된 국제협약으로, 다른 나라의 생물자원을 이용해 제품을 연구하거나 개발하는 경우 그 이익을 해당 국가에 제공해야 함
  - (대체 기능성 원료) 기존의 미백, 주름개선 등과 관련한 주요 기능성 원료를 대체할 자연유래 성분 혹은 더 효과적인 성분 개발에 투자가 커질 것으로 예상

2 외국인직접투자 동향

2.1 외국인직접투자 현황

- 글로벌 기업들의 직접 투자 사례 증가
  - 비상장사의 주식과 기업의 성장에도 해외 투자자들의 관심은 커지고 있으며, 대표적으로 에스티로더사가 2015년 해브앤비 지분 33.3% 투자 이후 지속적으로 성장
  - 2016년 글로벌 화장품 기업 유니레버는 카버코리아(Carver Korea)를 약 26억 달러에 인수하였으며, 2018년에는 글로벌 기업 로레알이 스타일난다(Stylenanda)를 약 5.4억 달러에 인수하며 한국 및 중국 시장에서 매출 확대 추진
  - 이 외에도 외국 기업들의 직접 투자가 이어지고 있음

주요 외국기업의 국내 투자 현황

국가	모기업명	국내기업명	소재지	생산품목	국내 종업원 수
이탈리아	INTERCOS GROUP	신세계인터내셔널	경기 오산	화장품	131 ('18.12월 기준)
싱가포르	ARDMORE MEDICAL GROUP	튜링겐코리아	대구	화장품, 필러	32 ('19.7월 기준)
중국	안정패션그룹	제로투세븐	서울/중국	화장품	242 ('19.6월 기준)
스위스	크레디트스위스(CS)	엘앤피코스메틱	서울	화장품	250 ('19.4월 기준)
미국	에스티로더	해브앤비	서울	화장품	411 ('18.12월 기준)
네덜란드	유니레버	카버코리아	서울	화장품	240 ('19.4월 기준)
프랑스	로레알	난다(주)	서울	패션, 화장품	300 ('18.4월 기준)
일본	일본콜마	한국콜마	서울/세종	화장품, 제약	1,178 ('19.6월 기준)

자료: 각 회사 보도자료 등

2.2 주요 외투기업 성공사례

한국콜마

- 1990년 5월 15일 일본콜마(주)와 합작으로 한국KM(주)을 설립한 뒤, 12월 현재의 상호로 변경하였고, 1991년 1월 외국인 투자기업으로 등록
  - 일본콜마와 합작으로 기술력을 제고하고 매년 매출액의 6% 가량을 R&D에 투자하는 한편, 미국, 일본 생산기지와 지속적인 기술 공유를 통해 기술력을 세계적 수준으로 끌어올림.
- 한국 콜마는 OEM 생산이 어느 정도 정착된 후 단순 하청 업체에서 벗어나 제조업자 개발생산(ODM: Original Development Manufacturing) 방식으로 화장품 제조 시작
  - 연구개발, 설계, 디자인 등에서 경쟁력을 갖춘 것으로 평가
  - 주력 사업 분야는 화장품과 제약으로, LG생활건강, 미국 존슨앤존슨, 허벌라이프 등 국내외 유수의 160여 개 기업들에 화장품을 공급 중

신세계-인터코스 코리아

- 2014년 8월 (주)인터코스코리아 법인 설립 후 2015년 합작 기업 설립 협의 후 (주)신세계인터코스코리아로 법인 등기 변경 후 공장 설립
  - 40년 OEM 기업인 이탈리아의 인터코스 그룹(INTERCOS GROUP)이 제품 개발 및 기술력을 제공하고 신세계인터내셔널은 유통 및 마케팅 부문 지원을 극대화하여 한국 시장뿐만 아니라 향후 단기간 내 세계적 경쟁력 확보를 위한 토대 마련
  - 2017년 경기도 오산시에 공장 설립을 완료하고 자체 생산 및 R&D 등 본격 업무 개시

- 한국 내 유통 채널 판매를 기반으로 한 색조 시장 선도
  - 2016년 처음 론칭한 시코르(CHICOR) 채널을 중심으로 안정적 제품 공급 및 판매
  - 스킨케어가 중심인 기존 K-뷰티 기업 및 브랜드에 비해 색조 제품이 강조된 것으로 평가됨
  - 비디비치(VIDIVICI), 우드버리(WOODBURY), 어뮤즈(AMUSE) 등 다양한 립제품 중심의 색조브랜드 출시로 다양한 소비자 및 해외 시장에도 어필하고자 함

스타일난다(Stylenanda)

- 당초 의류 브랜드였던 스타일난다는 2009년 코스메틱브랜드 3CE(3 Concept eyes) 출시 후 해외 시장 진출 본격화
  - 코스메틱사업부 개설, 코스맥스 생산 계약 완료 후 화장품 본격 유통
- 국내외 주요 대형 쇼핑몰 진출 및 중화권 시장 본격 진출
  - 2013년 국내, 일본, 대만 시장을 시작으로 이후 싱가포르, 중국 등 진출
- 글로벌 기업 로레알의 3CE 인수 후 국내 유통망 및 중화권 시장 유통 다각화
  - 글로벌 1위 화장품 기업 로레알이 2018년 스타일난다를 운영하는 주식회사 난다 지분을 100% 인수
  - 국가별 마케팅 전략 차별화로 브랜드 현지화 및 프로모션 진행으로 향후 매출 신장 기대

해브앤비(HAVE&BE)

- 브랜드 닥터자르트(Dr.Jart+) 론칭 이후 해외 시장 진출 타진
  - 2009년 미국 FDA 제품 등록 이후 미국 시장 본격 진출, 일본 드럭스토어 진출 등
  - 중국 등 해외 시장 매출이 본격화되고, 미국 시장에서 독특한 디자인 및 컨셉 제품으로 현지 소비자들의 호평
- 수출 매출 본격 확장, 에스티로더의 지분 투자 이후 국제 경쟁력 상승세 뚜렷
  - 2013년 1000만 달러 수출의 탑 수상, 2017년 3000만 달러 수출의 탑 수상, 2018년 5000만 달러 수출의 탑 수상하였으며, 전체 매출 또한 2017년 3.2억 달러에서 2018년 4.3억 달러로 견고한 흐름을 유지
  - 글로벌 화장품 기업 에스티로더社가 2015년 해브앤비 지분 33.3% 투자 후 WWD 선정 세계 100대 뷰티기업 92위(2016년) → 71위(2017년) → 62위(2018년) 등 상승세 뚜렷

3 정책·입지

3.1 정부 정책 및 인센티브

화장품산업 종합발전계획

- (목적) 국정과제로 화장품산업 육성을 포함시켜 미래 수출 주력 산업으로 전환하여 집중 육성
  - 주요 내용으로 2022년까지 화장품 수출액 119억 달러 및 화장품 산업 일자리 6만 명 달성하고 화장품산업 세계 3대 강국으로 도약하는 비전을 수립

- 4대 목표 및 11대 추진 전략
  - (목표1, 연구개발) 피부과학응용·4차산업혁명 선도기술 활용 유망기술 개발
  - (목표2, 기반조성) 화장품산업의 체계적인 지원·육성 시스템 구축
  - (목표3, 수출촉진) 한국 화장품 잠재수출시장 개척지원을 통한 수출 다변화
  - (목표4, 제도개선) 합리적인 화장품 규제개선을 통한 화장품산업 활성화
  - (11대 추진 전략) 피부과학 응용연구, 화장품공통기발기술 개발, 미래형 기술 개발, 화장품컨트롤타워 구축, 전문 인력 양성, 기업자원 인프라 구축, 해외시장 개척 지원, K-화장품 브랜드 지원, 원료 및 패키징 규제 개선, 화장품산업육성위원회 운영, 화장품산업진흥법 제정 등

2016년 3월부터 새로운 화장품 판매형태인 "맞춤형화장품 판매" 시범 사업을 실시

- (배경) 개성과 다양성을 중시하는 개별 소비자의 요구에 부응하여 화장품 매장에서 제조 또는 수입한 화장품 등을 혼합 판매하는 새로운 판매 방식이 등장
- (내용) '맞춤형화장품'의 개념을 명확히 하고, 사후 안전성 확인 및 점검 등을 통해 제도화 방안을 마련
- (적용 대상) 제조판매업자 직영매장, 면세점내 화장품 매장, 전국 30개 관광특구 내 화장품 매장(명동, 제주 등)
- (판매 대상) 맞춤형 화장품 판매 대상은 향수, 콜롱 등 4개 방향용 제품류, 로션, 크림 등 10개 기초화장용 제품류, 립스틱 등 8개 색조 화장품 제품류 등이며, 매장에서 기존 화장품 간 혼합하거나 기존 화장품과 원료를 혼합하여 판매 가능

화장품산업 규제 프리존 도입

- (개념) 시도별 지역전략사업 관련 핵심규제가 철폐되어 자유로운 기업 활동이 보장되는 지역을 선정(27개 전략사업을 14개 시도별로 2개씩 지정하였고, 화장품산업은 충북이 선정)
- (목적) 최소·필요 이외의 규제는 전면 또는 부분 철폐하여 입주 기업의 자유로운 기업 활동 보장
- (규제 완화 내용) 제조업/제조판매업 등록의무 완화, 생산실적·원료목록 보고 의무 완화, 기능성 심사 청구권 확대, 의무표시사항 완화, 제조판매관리자 고용의무 완화 등
- (관리) 식약처와 해당 지자체 공동으로 화장품의 안전성과 품질을 보증 및 관리

해당 산업 진출 시 적용 법규

- 화장품법: 화장품의 제조·수입 및 판매 등에 관한 사항을 규정
- 화학물질관리법
  - 화학물질로 인한 국민건강 및 환경상의 위해(危害)를 예방하고 화학물질을 적절하게 관리하는 한편, 화학물질로 인하여 발생하는 사고에 신속히 대응함으로써 화학물질로부터 모든 국민의 생명과 재산 또는 환경을 보호하는 것을 목적
- 화학물질의 등록 및 평가 등에 관한 법률(화평법, 2015.1.1. 시행)
  - 화학물질의 등록, 화학물질 및 유해화학물질 함유제품의 유해성(有害性)·위해성(危害性)에 관한 심사·평가, 유해화학물질 지정에 관한 사항을 규정하고, 화학물질에 대한 정보를 생산·활용하도록 함으로써 국민건강 및 환경을 보호하는 것을 목적

- 기타 화장품관련 규정
  - 화장품 표시·광고 실증에 관한 규정(2019년 개정)
  - 기능성화장품 심사에 관한 규정(2019년 개정)
  - 화장품 안전성 정보관리 규정
  - 우수화장품 제조 및 품질관리 기준
  - 화장품 가격표시제 실시요령
  - 화장품 생산수입실적 및 원료 목록 보고에 관한 규정
  - 화장품책임판매업의 등록 등에 관한 규정(2019년 개정)
  - 천연화장품 및 유기농화장품의 인증기관의 지정(2019년 신설)

3.2 주요 입지

화장품산업 주요 입지 현황

- 화장품산업의 주요 집적지는 시장 및 유통인프라가 집적된 수도권으로, 전체 사업체 수의 57.9%, 종사자 수의 57.1%가 입지하고 있음(통계청, 2018)
  - 수도권 중 경기지역의 사업체 수와 종사자 수가 각각 36.2%, 38.1% 정도로 가장 많이 분포
  - 2014년 기준 경기도의 화장품 제조업체 수는 675개로 가장 높았고, 2017년 이는 1,003개로 증가하였으나, 같은 기간 제조업체 증가율은 광주광역시가 가장 높게 나타남
  - 최근에는 정부 및 지자체들의 지역별 화장품 특성화 사업 등을 추진하여 제주, 충북, 경북 등 증가하고 있는 화장품 기업들을 유치하여 전국적으로 사업체 확대가 늘어나는 추세

클러스터 개요 및 현황

- 지자체 9개(광역자체단체 7개, 기초자치단체 2개) 시도를 조사한 결과, 충청북도, 제주특별자치도, 경산시(경상북도), 경기도 등 4개 시도를 중심으로 산업 지원이 활발하게 진행

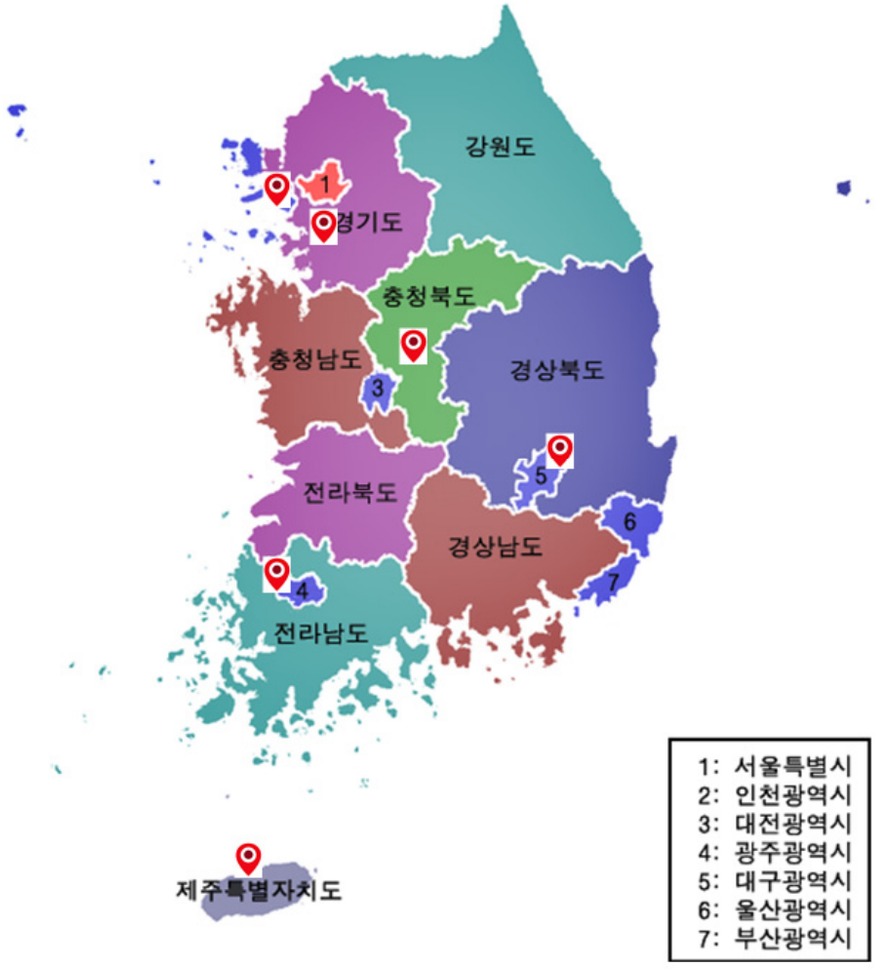
한국 화장품 산업 지역별 클러스터 지원 현황

구분	주요 사업 내용	비고
1. 경기도 (오산 가장산업단지)	- 뷰티박람회 개최 - 뷰티코스메틱 밸리 조성 추진	- 코스메틱밸리·박람회 등 인프라 구축 중심
2. 인천광역시 (인천 남동산업단지)	- 뷰티도시 이미지 구축 추진 - 뷰티서비스업 컨설팅 및 교육	- 뷰티서비스 산업(이미용) 중심 - 뷰티클러스터와 같은 인프라 구축 및 수출 지원 중심
3. 충청북도 (오송 화장품산업단지)	- 오송 화장품뷰티박람회 개최 - 글로벌 코스메슈티컬 및 화장품진흥센터 건립 추진 - 오송바이오밸리 조성 추진	- 글로벌 수준 박람회 개최 - 체계적인 산업 단지 조성 및 융복합 산업 발전 추구 - 화장품산업 관련 인프라 구축, 인력양성, 마케팅 활동 지원 사업 등
4. 제주특별자치도 (제주 화장품·식품 국가 혁신클러스터-추진 중)	- 코스메틱 클러스터 활성화 - 천연화장품 인증시스템 운영 - 화장품 허브도시 구축	- 코스메틱밸리 조성 - 향장산업, 천연원료개발 지원 - 육성기반 조성 등 인프라, 수출 지원, 브랜드 마케팅 활동 등

구분	주요 사업 내용	비고
5. 대구광역시 (대구한의대 화장품특화단지)	- 대구뷰티엑스포 개최 - 뷰티투어, 뷰티센터 추진	- 패션, 이미용 뷰티 산업 중심 - 뷰티센터 등 인프라 영역 중심
6. 광주광역시 (광주 첨단과학국가산업단지)	- 뷰티스트리트 조성 - 컨설팅, 아카데미 운영	- 뷰티산업 육성 추진 - 인프라 부문을 중심
7. 대전광역시 (대전 산업단지)	- 뷰티페스티벌 개최 계획 중	- 연구 단지 중심 - 인프라 구축
8. 경상북도 (경산 화장품특화단지)	- 해외 시장 진출 지원 - 화장품산업 네트워킹 사업	- 코스메틱단지 등 인프라 구축, 수출·마케팅 지원 - 제품개발(R&D)에 대한 지원 사업 추진
9. 전라북도 (남원 화장품집적화단지)	- 친환경클러스터, 친환경화장품제조시설 구축 - 허브밸리 조성 및 허브축제	- 친환경테마와 클러스터 조성 - 친환경화장품 육성 위한 기반시설 조성

자료: 대한화장품산업연구원(2018)

우리나라 주요 화장품 산업 클러스터 위치



4 잠재파트너

4.1 관련 기업리스트

화장품 산업 관련 주요 기업

기업명	주요품목	웹사이트	위치
㈜아모레퍼시픽	토탈 화장품	www.amorepacific.com	서울 중구
㈜LG생활건강	토탈 화장품	www.lgcare.co.kr	서울 종로구
㈜더페이스샵	토탈 화장품	www.thefaceshop.com	서울 종로구
㈜이니스프리	토탈 화장품	www.innisfree.co.kr	서울 용산구
한국콜마(주)	화장품 OEM/제약	www.kolmar.co.kr	서울 서초구
㈜애경산업	토탈 화장품	www.aekyung.co.kr	서울 구로구
㈜에이블씨앤씨	토탈 화장품	www.able-cnc.co.kr	서울 금천구
씨제이올리브네트웍스(주)	화장품 유통	www.cjolivenetworks.co.kr	경기 성남시
애터미(주)	토탈 화장품	www.atomy.kr	충남 공주시
뉴스킨코리아	토탈 화장품	www.nuskinkorea.co.kr	서울 강남구
㈜에뛰드	토탈 화장품	www.etude.co.kr	서울 중구
㈜네이처리퍼블릭	토탈 화장품	www.naturerepublic.com	서울 강남구
코스맥스(주)	화장품 OEM	www.cosmax.com	경기 성남시
㈜잇츠한불	토탈 화장품	www.itshanbul.com	서울 강남구
㈜토니모리	토탈 화장품	www.etonymoly.com	서울 서초구
㈜스킨푸드	토탈 화장품	www.theskinfood.co.kr	서울 서초구
㈜신세계인터코스코리아	토탈 화장품/화장품 유통	www.shinsegaeintercos.com	경기 성남시
㈜해브앤비	토탈 화장품	www.drjart.com/	서울 강남구
㈜코스메카코리아	화장품 OEM	www.cosmecca.com	충북 음성군

화장품 유통업체 리스트

구분	기업명	웹사이트	위치
백화점	롯데	www.lotte.com	서울 중구
	신세계	www.shinsegae.com	서울 중구
	현대	www.ehyundai.com	서울 강남구
대형마트	이마트	www.emartcompany.com	서울 성동구
	홈플러스	corporate.homeplus.co.kr	서울 강서구
	롯데마트	company.lottemart.com	서울 송파구
쇼핑센터	세이브존	www.savezone.co.kr	서울 노원구
	센트럴시티	/www.centralcityseoul.co.kr	서울 중구
	타임스퀘어	www.timessquare.co.kr	서울 영등포구
	IFC몰	www.ifcmallseoul.com	서울 영등포구
	가든파이브	www.garden5.com	서울 송파구
	테크노마트	www.tm21.com	서울 광진구

구분	기업명	웹사이트	위치
화장품 편집숍	올리브영	www.oliveyoung.co.kr	서울 용산구
	랄라블라	lalavla.gsretail.com	서울 강남구
	부츠	www.boots.ssg.com	서울 중구
	롭스	lohbs.co.kr	서울 송파구
	시코르	chicor.com	서울 중구
오픈마켓	G마켓	www.gmarket.co.kr	서울 강남구
	옥션	www.auction.co.kr	서울 강남구
	11번가	www.11st.co.kr	경기 성남
	인터파크	www.interpark.com	서울 강남구
소셜커머스	위메프	www.wemakeprice.com	서울 강남구
	쿠팡	www.coupang.com	서울 강남구
	티몬	www.ticketmonster.co.kr	서울 강남구
종합쇼핑몰	GS SHOP	www.gsshop.com	서울 영등포구
	롯데닷컴	www.lotte.com	서울 중구
	CJmall	www.cjmall.com	서울 서초구
	현대Hmall	www.hyundaihmall.com	서울 강동구
	신세계몰	shinsegaemall.ssg.com	서울 중구
	AK몰	www.akmall.com	경기 성남
	홈앤쇼핑	www.hnsmall.com	서울 마포구

4.2 관련 협회

화장품 산업 관련 주요 협회·단체

기업명	웹사이트	주요 역할
대한화장품산업연구원	www.kcii.re.kr	화장품산업의 국제경쟁력 제고와 국민보건 향상을 도모하기 위해 해외화장품산업 조사, 화장품 안전성 연구, 화장품 원료 및 제품 연구개발, 화장품 품질 검사, 전문인력 양성 등 지원
대한화장품협회	www.kcia.or.kr	화장품산업의 발전을 위한 조사연구, 법규 및 제도 개선, 화장품 관련기술 및 국제경쟁력 배양 지원
한국보건산업진흥원	www.khidi.or.kr	보건산업의 육성 발전과 보건서비스의 향상을 위한 지원사업을 전문적·체계적으로 수행함으로써 보건산업의 국제 경쟁력을 높이고 국민보건 향상 지원

KOTRA 20-013

Investment Opportunities in Korea

패션·뷰티

발 행 인	권평오	작 성	KOTRA 투자홍보팀
발 행 처	KOTRA	협 조	한국섬유산업연합회 임성채
발 행 일	2020년 1월		대한화장품산업연구원 손성민
주 소	서울시 서초구 헌릉로 13 (06792)		(www.kofoti.or.kr / www. kcii.re.kr)
전 화	02-1600-7119 (대표)	문 의 처	투자홍보팀 김소선 (02-3460-7840)
홈페이지	www.kotra.or.kr www.investkorea.org	I S B N	979-11-6490-158-6 (95320)

Copyright ⓒ 2020 by KOTRA. All rights reserved. 이 자료의 저작권은 KOTRA에 있습니다.