

## [미국]스킨케어 시장 동향

### 언제나 새로운 제품을 시도하기 원하는 미국 뷰티 소비자

#### 미국 소비자는 언제나 새로운 화장품을 시도하기 원한다

조사에 따르면 미국 소비자들은 사용 중인 제품에 만족하더라도 새롭고 품질 좋은 스킨케어 제품을 찾는다고 합니다. 89%가 언제나 새로운 스킨케어 제품을 찾고 있고 80%는 현재 사용하는 제품이 마음에 들더라도 새로운 제품을 찾는다고 합니다. 대부분의 소비자들은 새로운 스킨케어 제품을 사용해보고 싶다고 답했고 89%가 품질이 좋은 제품에 더 많은 비용을 지불할 의사가 있다고 답변했습니다.

#### 미국 스킨케어 소비자들의 큰 고민은 여드름과 잔주름!

대다수의 미국 소비자들은 매일 3-5 개의 스킨케어 제품을 사용합니다. 미국인들의 피부 고민은 뭘까요? 젊은 세대(18-38 세)들은 '여드름'을, 40-50 대 이상은 '잔주름'과 '주름'을 가장 큰 피부 고민으로 꼽았습니다. 모든 세대가 피부 고민이라고 꼽은 건 '다크써클'입니다.

미국 소비자들의 연령대별 피부 고민

순위	전체	Z 세대(18-24)	밀레니얼(25-38)	X 세대(39-53)	베이비부머(54+)
1	여드름	여드름	여드름	잔주름·주름	잔주름·주름
2	다크써클	다크써클	다크써클	다크써클	다크써클
3	잔주름·주름	불균형한 피부톤	불균형한 피부톤	불균형한 피부톤	쳐진 피부
4	불균형한 피부톤	지성 피부	모공	눈밑지방	눈밑지방
5	모공	모공	잔주름·주름	여드름	깊은주름

#### 미국 소비자들이 가장 많이 이용하는 스킨케어 제품은?

미국 뷰티 소비자들이 가장 많이 이용하는 제품은 페이스클렌저(72%), 아이크림 (55%), 메이크업 리무버 물티슈(54%), 안티에이징 제품(53%)입니다.

## 미국 세대별 스킨케어 제품 사용 순위

순위	전체	Z 세대(18-24)	밀레니얼(25-38)	X 세대(39-53)	베이비부머(54+)
1	페이셜클렌저(72)	페이셜클렌저(71)	페이셜클렌저(74)	페이셜클렌저(71)	안티에이징 제품(69)
2	아이크림(55)	모이스처라이저(66)	메이크업 리무버 물티슈(58)	안티에이징 제품(67)	페이셜클렌저(68)
3	메이크업 리무버 물티슈(54)	메이크업 리무버 물티슈(59)	스크럽(55)	아이크림(65)	아이크림(63)
4	안티에이징 제품(53)	스크럽(56)	모이스처라이저(55)	메이크업 리무버 물티슈(52)	안티에이징 데이 모이스처라이저(61)
5	스크럽(52)	여드름 제품(54)	아이크림(52)	안티에이징 나이트 모이스처라이저(51)	안티에이징 나이트 모이스처라이저(59)

주: () 안의 단위는 %

### 미국 소비자들이 사용해보기 원하는 화장품은?

미국 스킨케어 소비자들이 현재 사용하지 않지만 시도해 보기 원하는 제품으로는 클렌징밤, 디톡스 제품, 뷰티 디바이스 등이 있습니다. 이 중 18 세부터 53 세까지 모든 연령대의 소비자들이 '클렌징 밤'을 가장 사용해보기 원하는 제품으로 꼽았습니다.

## 미국 세대별 사용하기 원하는 스킨케어 제품 순위

순위	전체	Z 세대(18-24)	밀레니얼(25-38)	X 세대(39-53)	베이비부머(54+)
1	클렌징밤(67)	클렌징밤(67)	클렌징밤(68)	클렌징밤(67)	디톡스 제품(64)
2	디톡스제품(61)	뷰티 디바이스· 목 관리 제품(60)	목 관리 제품(59)	디톡스 제품(64)	클렌징밤(62)
3	뷰티 디바이스· 목 관리 제품(56)	눈 관리·디톡스 제품(58)	디톡스 제품(58)	뷰티 디바이스(55)	미스트·에센스(54)
4	미백·모공 관리(50)	안티에이징 나이트 모이스처라이저(55)	뷰티 디바이스(57)	목 관리·미스트 ·에센스(54)	뷰티 디바이스(53)
5	미스트·에센스(52)	안티에이징 데이 모이스처라이저·모공 관리(52)	미스트·에센스(51)	미백 제품(51)	미백 제품(50)

주: () 안의 단위는 %

## 미국 스킨케어 시장 시사점은?

71%의 미국 소비자들이 사용 중인 스킨케어 제품에 만족하지 않는다고 합니다. **여전히 미국 스킨케어 시장에 한국 화장품의 진출 기회가 있음을 시사하는데요**, 미국 소비자들에게 새로운 형태의 제품으로 소비자들의 호기심을 자극하면 좋을 것 같습니다. 한국의 화장품 셀러 여러분께서는 미국 뷰티 시장 진출 기회를 놓치지 마시기 바랍니다!

이 때 SNS 는 중요한 홍보 수단입니다. 미국 뷰티 소비자들의 88%가 스킨케어 정보를 가족 또는 친구들과 공유한다고 합니다. 따라서 현재 미국 내 브랜드 인지도가 낮더라도 SNS 마케팅과 바이럴 마케팅을 이용한다면 좋은 성과를 거둘 수 있습니다. 현재 미국의 뷰티 시장에서 인플루언서는 매우 파급력이 커 아주 중요한 홍보 수단으로 활용할 수 있습니다.

미국 소비자들의 스킨케어 패턴과 피부 고민에 따라 제품 별로 적절한 타겟 소비층 공략이 필요합니다.

- 밀레니얼(25-38 세) 이하 연령대의 소비자의 경우 사용이 편리한 메이크업 리무버 물티슈를 많이 사용하고 뷰티 디바이스에 대한 관심이 높습니다.
- 최근 클렌징밤은 모든 연령층이 높은 관심을 갖고 있어 미국 뷰티 시장에서 시장성이 좋은 제품입니다.
- 최근 유해 화학성분이 없는 '클린 레이블' 제품이 인기를 끌고 있어 미국의 천연/유기농 뷰티 시장이 지속적인 성장을 하고 있는 것으로 보입니다.

한국의 화장품 셀러 여러분께서는 미국 뷰티 시장 진출 기회를 놓치지 마시기 바랍니다!

"이 글은 [KOTRA 해외시장뉴스 자료](#)를 참고해 작성했습니다."