

## [일본] 립 메이크업 제품 시장 트렌드 및 시사점

안녕하세요, 아마존코리아입니다. 최근 K-pop 을 중심으로 한 한류 열풍이 일본 열도를 강타하면서 K-뷰티도 많은 인기를 끌고 있는데요, 일본 화장품 시장에서 특히 한국산 틴트류가 경쟁력 있고, 메이크업 제품 중 유망하다고 합니다.



일본에서 뷰티 아이콘으로 떠오르고 있는 한국인 인플루언서

### 지속적인 성장세인 립 메이크업 제품 시장 및 한국 제품

최근 일본과의 무역 분쟁 때문에 한류가 휘청거릴 위기를 맞고 있지만 일본 시장은 한국 립 메이크업 제품의 주요 수출시장 가운데 하나입니다. 일본은 한국 립 메이크업 제품의 2 위 수출시장으로서 2018년에는 1 위 중국과 근소한 차이로 2 위를 기록하였습니다. 특히 엔터테인먼트와 음식을 중심으로 한 제 3 차 한류\*의 영향으로 한국 립 메이크업 제품은 2016 년 약 96 억원에서 2018 년 312 억 5,000 만원으로 지난해 폭발적인 성장을 보였습니다.

*\* 3 차 한류붐은 10,20 대들이 주 소비층으로 씬씬이는 1,2 차 한류팬보다 작지만 한일 관계에 영향을 별로 받지 않아 '충성도'가 높은 소비층입니다.*

순위	국가명	2016	2017	2018	2019.5월	2018/2017 성장률
-	전 세계	137,105	178,459	196,720	88,075	10.23
1	프랑스	72,941	103,306	103,377	43,445	0.07
2	대한민국	11,276	11,843	22,173	12,436	87.23
3	미국	15,565	17,321	17,348	8,373	0.15
4	중국	17,125	18,725	16,375	7,297	-12.55
5	태국	582	3,232	9,885	2,716	205.85
6	벨기에	7,280	8,033	9,202	4,528	14.56
7	캐나다	3,928	5,918	7,651	3,859	29.29
8	이탈리아	3,258	5,326	4,926	3,130	-7.50
9	대만	1,020	1,531	2,205	951	43.98
10	독일	2,074	1,737	2,170	982	24.95

일본의 최근 3년간 국가별 립 메이크업 제품 수입 현황 (단위: 천 달러, %)

또한 일본 립 메이크업 제품 시장도 전체 화장품 시장 규모에서 지속적인 성장세를 보이고 있습니다. 립 메이크업 제품을 포함한 색조화장품 시장의 경우 약 2조 9,000억 원 규모(전체 화장품 시장의 9.6% 비중)이며, 전체 성장률 대비 2배 가까이 높은 5.8%의 성장률을 보여 유망분야로 손꼽히고 있습니다. 최근 SNS를 많이 이용하는 10, 20대 소비자층을 중심으로 다채로운 컬러 메이크업이 유행하고 있어 색조화장품 시장은 2020년까지 3조 2,000억 원 규모에 도달할 것으로 예상됩니다.

## 립 틴트가 큰 특징인 얼짱 메이크업으로 인기몰이

한국산 립 메이크업 제품이 인기를 끄는 요인은 또 있습니다. 립 틴트를 가장 큰 특징으로 하는 '얼짱 메이크업'이 유튜브 등에서 큰 반향을 일으켰습니다. 일본에서는 촉촉한 재질과 자연스러운 발색 효과를 내는 립 메이크업 제품이 주를 이뤘으나 높은 지속력과 선명한 발색을 특징으로 하는 립 틴트가 일본 시장에서 신선한 충격을 던졌다고 합니다. 이 때문에 최근 캔메이크, 오페라 등 일본 화장품 브랜드도 뒤따라 립 틴트를 출시했지만 일본 소비자들 사이에서는 립 틴트 제품은 한국이 '원조'라는 인식이 저변에 깔려있습니다.



일본 유튜버가 소개하는 얼짱 메이크업 방법

이런 일본에서 아마존은 가장 많은 고객들이 방문하는 이커머스 사이트입니다. 특히 한국 제품은 2017년 기준 수입액 4위일 정도로 일본에서는 한국 제품이 많은 사랑을 받고 있습니다. 또한 아마존 FBA 서비스로 FBA 전체 물량의 98%를 일본 전역에 당일 배송하고 있습니다.

## 시사점은?

일본 립 메이크업 제품 시장은 경쟁이 과열되어 있으며, 프랑스(수입 시장 점유율 53%) 혹은 일본 자국 브랜드 대비 우위를 점하기 어렵습니다. 하지만 립 틴트는 일본 소비자가 한국이 '원조'라고 인식하고 있기 때문에 유망할 것으로 보입니다. 특히 여름에 고온다습한 일본 시장의 경우 땀을 많이 흘리거나 물놀이를 하더라도 수정 메이크업 없이도 색을 유지할 수 있다는 점을 홍보하는 것이 효과적일 것으로 보입니다.

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