

## 発刊の辞

化粧品産業はその特性上、景気の影響を直接的に受ける産業の一つであり、その消費、生産及び市場は景気と似た動向を示してきた。国内景気の沈滞により家計所得が減った2004～2005年に超低価格化粧品が新しい市場を形成し始め、2006年に入って景気が回復して消費が増加すると主力業者を中心に高価なプレミアム級化粧品の消費が増え、2006年の韓国化粧品市場はデパート販売および訪問販売によるプレミアム級化粧品とブランドショップ中心の超低価格化粧品市場を中心に両極化が進んだ一年と評価されている。また、ここ何年間か成長の勢いが鈍化したOEM・ODM企業等の場合、ブランドショップの拡大および割引店、ホームショッピングなどの新流通チャンネルの成長および輸出市場の改善などによって成長傾向にある。

韓国化粧品の輸出は最近5年間年平均14%の成長をとげた。国内の化粧品輸入市場の萎縮により貿易収支の赤字は年平均7%ずつ減少した。このような化粧品の輸出増加傾向は、年平均10%以上の高成長が持続している中国化粧品市場に韓国の主要化粧品企業が積極的に進出したことに起因している。

2007年の韓国化粧品市場は、2006年対比4.1%成長の5兆7400億規模と展望され、市場全体はほぼ2002年水準に回復すると見られるが、化粧品業者の両極化現象は持続するだろう。上位化粧品会社は営業利益率の改善が期待されるが、中位圏業者の実績は停滞すると予想されている。今後、高齢化と女性の結婚年齢が上がり、中壮年層の経済力が向上することによって、しわ改善機能性製品と自然主義製品や漢方製品などが脚光を浴びると予想されています。

このように目まぐるしく変化している市場状況の中で、本書は21世紀の化粧品産業の新しい一ページを開く媒介体の役割をはたし、化粧品産業界の発展に少しでも助けになれば幸である。

最後に、資料協力をしてくださった業界関係者の皆さんに感謝致します。

2008年 8月

Daco D&S

PM キム・ソンヨブ

