

Insight Deep MininG

인사이트코리아

2019 Cosmetic Trend Report

즐기세포 화장품

2019. 01

Prepared by **Insight Korea Deep MininG**



INTRODUCTION

“사람들은 줄기세포 화장품에 대해 어떤 생각을 할까?”

2010년 식품의약품안전처로부터 줄기세포 배양액이 화장품 원료로 인정되면서 국내에 줄기세포 화장품이 잇따라 출시하였습니다. 화장품 회사뿐만 아니라, 제약, 바이오회사에서도 사업을 확장하여 경쟁이 치열해지고 있습니다. 그러나 지금까지 출시된 줄기세포 화장품은 배양액이나 활성화제로만 이루어져 있으며, 일각에서는 여전히 피부 재생과 노화 방지 효과에 대한 논란과 안전성 우려의 목소리가 있습니다. 현재 소비자는 줄기세포 화장품을 어떻게 인식하고 있을까요? 인사이트코리아에서 빅데이터 분석으로 알아보았습니다.

인사이트코리아는 빅데이터 분석을 통한 트렌드 보고서를 시리즈로 선보이고 있습니다.

『줄기세포 화장품 트렌드』 보고서는 인사이트 코리아만의 자체 분석으로 발간되는 화장품 보고서 시리즈입니다.

소비자 심리와 빅데이터와 마케팅 인사이트에 대해 좀 더 많은 내용이 궁금하신 분은 저희 인사이트 코리아에게 문의해주시기 바랍니다.

인사이트 코리아만의 축적된 노하우로 방대한 양의 소셜 빅데이터를 정제해 인사이트를 제공하고 있습니다.

자체 빅데이터 분석 기술과 깊이 있는 소비자 리서치 결과를 통해 경쟁사 대비 정교한 성장 전략을 수립할 수 있도록 도와드리겠습니다.

문의: 안수현 이사

shahn@insight-korea.com / 02-3483-0586

Methodology

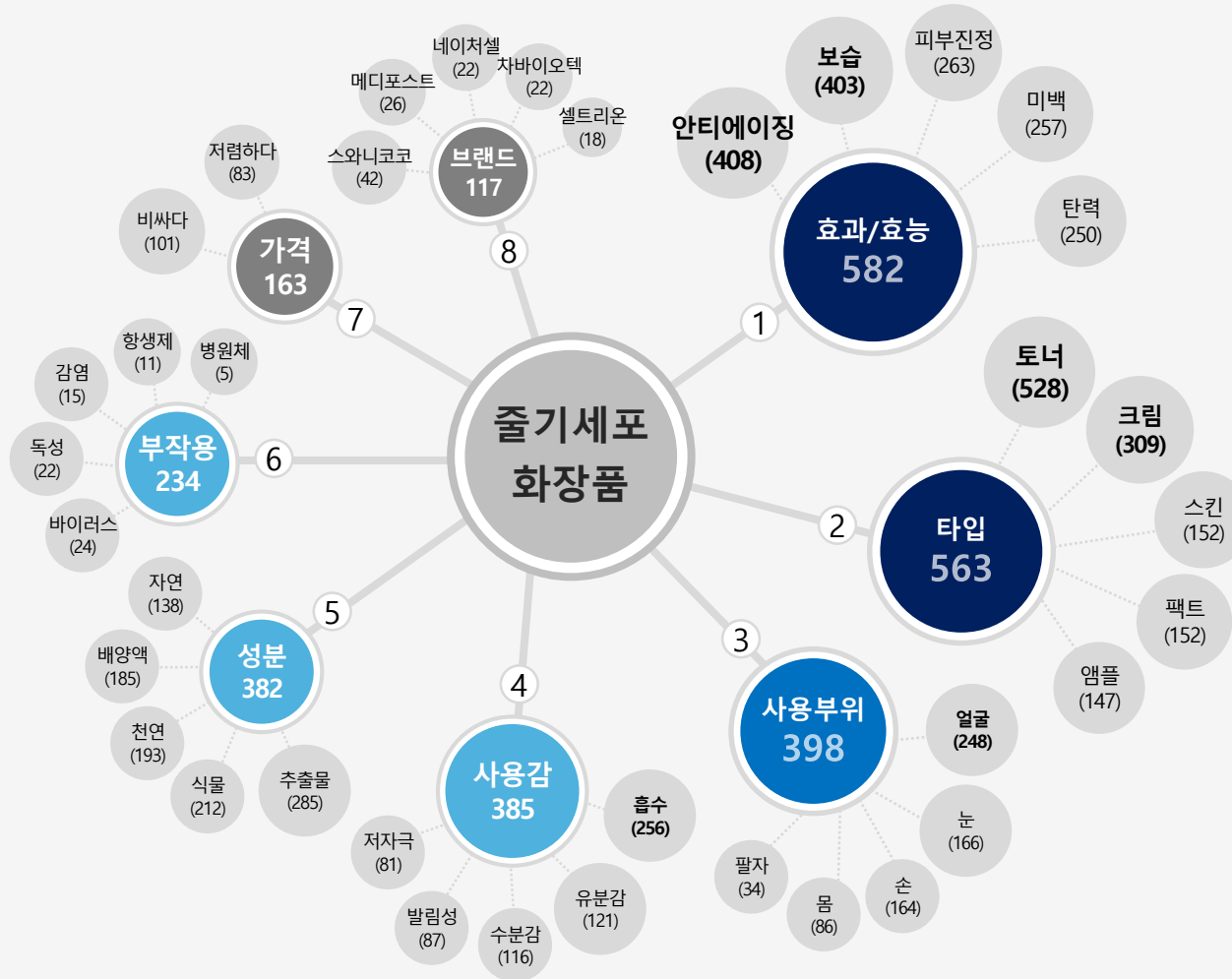
본 줄기세포 화장품 트렌드 보고서는 인사이트코리아의 빅데이터 분석 서비스인 Deep MininG 자체 기획분석으로, 2017년 12월 1일부터 2018년 11월 30일까지의 소셜 빅데이터를 가지고 분석한 결과 및 인사이트입니다.

※ 본 보고서의 모든 저작권은 인사이트코리아에 있습니다. 보고서의 내용을 부분적으로 발췌하거나 인용할 시에는 반드시 인사이트코리아 Deep MininG의 자료임을 명시하시기 바랍니다.

※ Home Page: <http://http://www.insightdeepmining.com/> Tel +82 2-3483-0500

CONTENTS

1. 줄기세포 화장품의 연관 키워드
2. 줄기세포 화장품의 관심 효능/효과, 부작용 및 성분
3. 줄기세포 화장품에 대한 소비자 인식
4. 줄기세포 화장품 브랜드

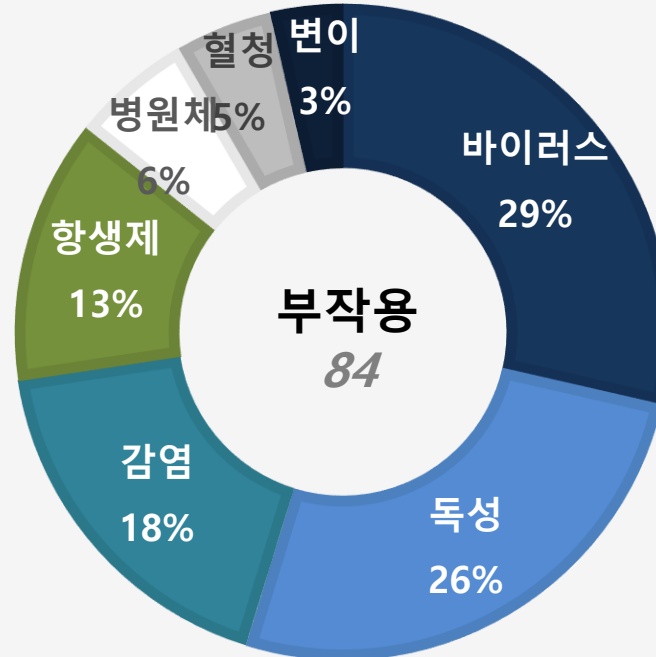
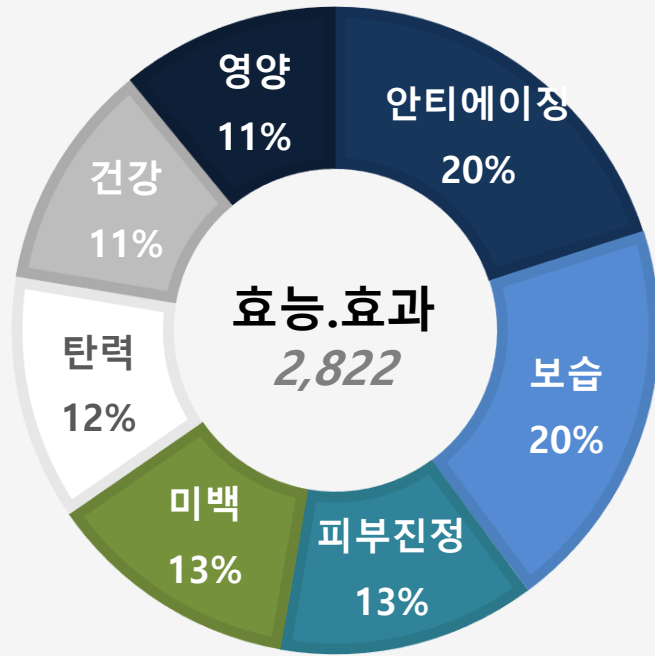


- 줄기세포 관련하여 효과/효능, 제형, 사용부위, 사용감, 성분, 부작용, 가격, 브랜드 순으로 언급량이 나타남. 효과/효능에 중점적으로 관심을 두는 것으로 보이며, 브랜드에 대한 언급이 적음
- 줄기세포 화장품은 '안티에이징', '보습' 효과를, 제형으로는 '토너', '크림', '스킨' 순으로 기초라인으로 접한 경험이 있거나 관심이 나타남

(Base: 블로그, 2017.12~2018.11, 604건)

Note: 효과/효능과 제형 등 하위 키워드의 합산 개념이 아닌 언급된 문서의 건수를 의미함.





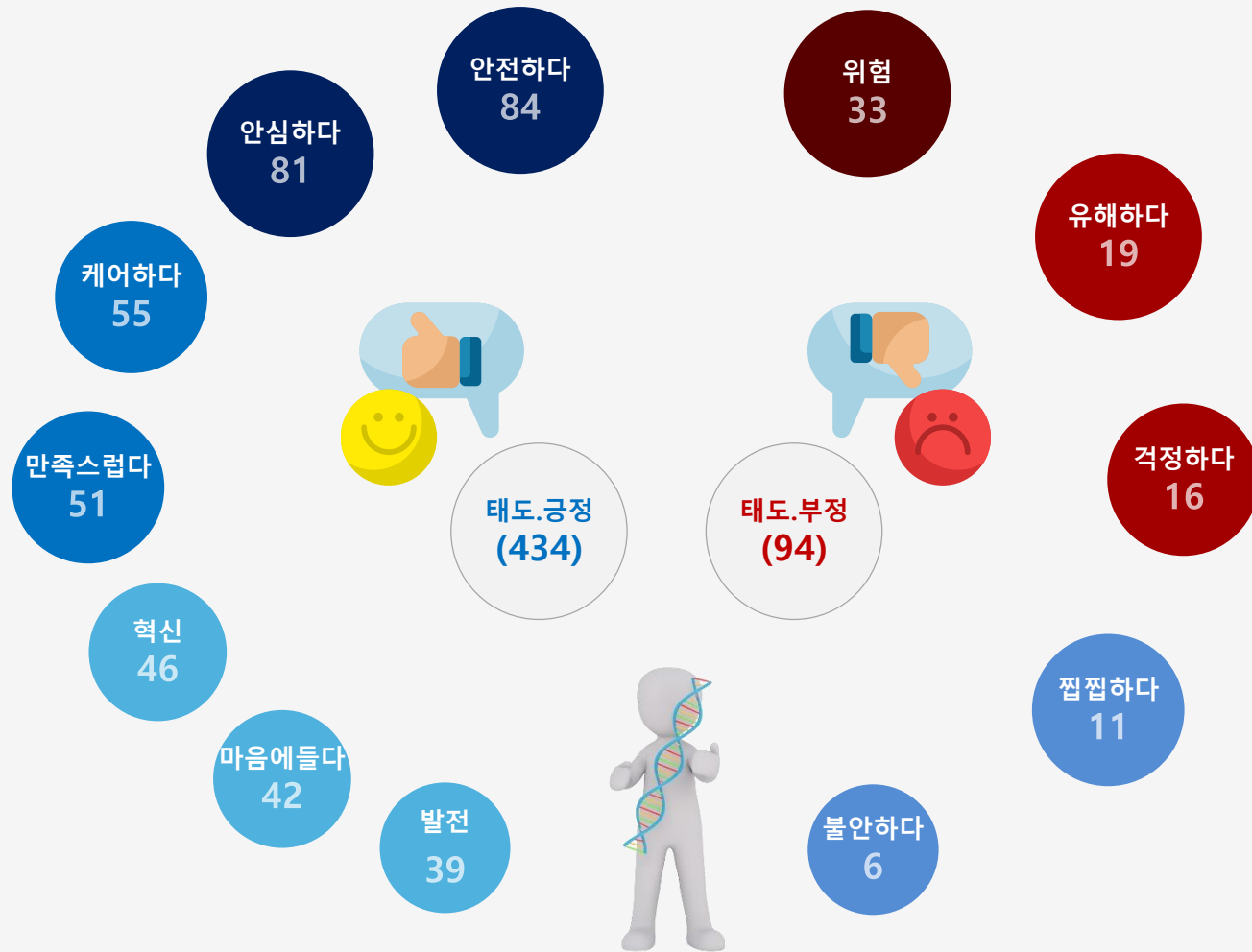
- 안티에이징, 보습뿐만 아니라 피부진정, 미백, 탄력에 대한 효과도 기대하고 있음
- 반면, 부작용으로 바이러스 전염균과 독성 물질에 대한 우려하는 목소리가 있음
- 주로 식물, 천연, 자연 등과 같은 순한 성분 추출된 제품을 언급하였음

성분

추출물	285	비타민	87	약산성	60
식물	212	콜라겐	82	정제수	60
천연	193	단백질	74	석류	52
배양액	185	병풀	74		
자연	138	녹차	70		
펩타이드	130	전성분	68		

(Base: 블로그, 2017.12~2018.11, 604건)

Note) 각 항목의 수치는 항목별 점유율이며, 효능.효과/부작용 언급량은 하위 속성의 합산으로 키워드간 중복 언급을 포함함.



- 소비자 인식으로 위험/유해의 부정적 언급보다 안전/안심에 대한 언급이 주로 있으며 혁신/발전 언급이 있음. 부정적 인식보다 긍정적 인식이 있는 것으로 보임

(Base: 블로그, 2017.12~2018.11, 604건)

Note) 긍정/부정의 언급량은 하위 속성들의 합산으로 키워드간 중복 언급을 포함함.

브랜드



브랜드

155

스와니코코

42

메디포스트

26

네이처셀

22

차바이오텍

22

셀트리온

18

파미셀

14

동구바이오제약

7



- 천연 화장품 회사인 스와니코코 외에도 메디포스트, 네이처셀, 차바이오텍, 셀트리온 등과 같은 바이오/제약 회사 언급이 있으나, 줄기세포 화장품 브랜드에 대한 적극적인 언급은 보이지 않는 것으로 나타남

(Base: 블로그, 2017.12~2018.11, 604건)

Note) 브랜드 언급량은 하위 속성들의 합산으로 키워드간 중복 언급을 포함함.

SEE BIG INSIGHT!

REVOLUTIONARY,

This word pretty much describes data analysis era in which we live.

Big data analysis is a do-or-die requirement for today's businesses.

You will experience big insights that you have not seen through 'Deep MininG', which is the big data service of Insight Korea.

We are much different with traditional marketing researchers or data scientists who are only based on statistics.

Our research-based data scientists can turn big data into real big insights.

You will get more than you expected from our big data service.

[Insight Korea Homepage: new.insight-korea.com](http://new.insight-korea.com)

[Insight Korea Deep MininG Homepage: www.insightdeepmining.com](http://www.insightdeepmining.com)

[Tel: +82 2-3483-0500](tel:+82234830500)

