

Insight Deep MininG

인사이트코리아

2019 Cosmetic Trend Report

# 남성 화장품

2019. 02

Prepared by **Insight Korea Deep MininG**



# INTRODUCTION

패션과 외모에 아낌없이 투자하는 남성들을 뜻하는 '그루밍족'이 증가하면서 남성 화장품에 대한 성장 가능성은 더욱 커지고 있습니다.

글로벌 시장조사 업체인 '유로모니터'에 따르면 국내 남성 화장품 시장의 규모는 약 1조 2000억원이며 2020년에는 1조 4000억원으로 남성 뷰티 시장은 지속적으로 성장할 것이라고 전망하였습니다. 과거에는 남자들의 화장품이 단순히 스킨, 로션 단계로 그쳤다면 최근에는 외모 관리를 위해 과감히 투자를 아끼지 않고, 남성 전문 뷰티 블로그나 유튜브를 통해 화장에 대한 정보를 얻고 메이크업 제품을 소비하는 것에도 적극적입니다. 이러한 열기에 국내외 기업들도 남성 화장품에 대한 새로운 라인을 출시하고 있습니다. 남성 화장품에 대한 소비자들의 니즈는 어떨까요? 인사이트 코리아에서 빅데이터 분석으로 알아보았습니다.

인사이트코리아는 빅데이터 분석을 통한 트렌드 보고서를 시리즈로 선보이고 있습니다.

『남성 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

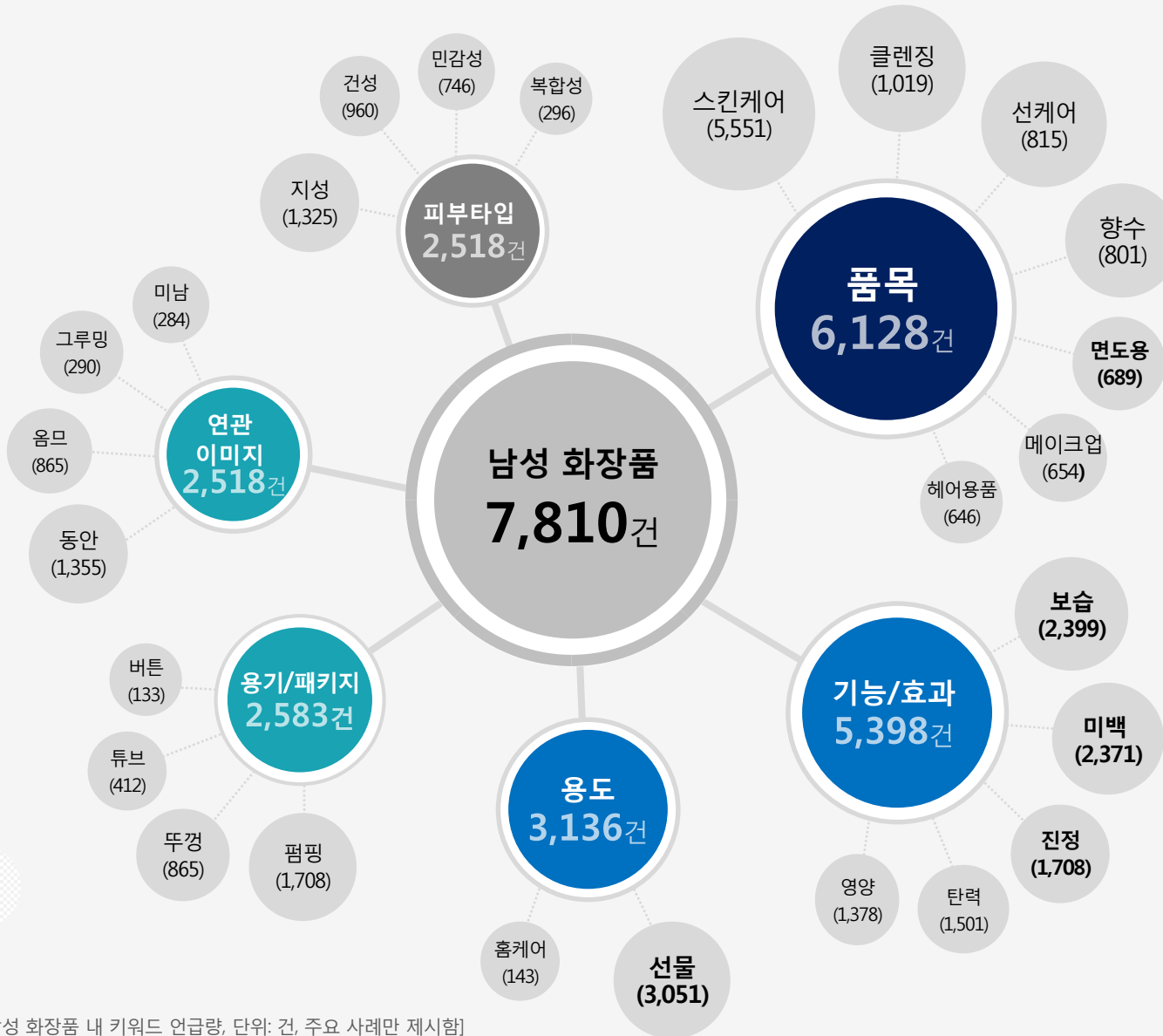
본 남성 화장품 트렌드 보고서는 인사이트코리아의 빅데이터 분석 서비스인 Deep MininG 자체 기획분석으로, 2018년 1월 1일부터 2018년 12월 31일까지의 소셜 빅데이터를 가지고 분석한 결과 및 인사이트입니다.

※ 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

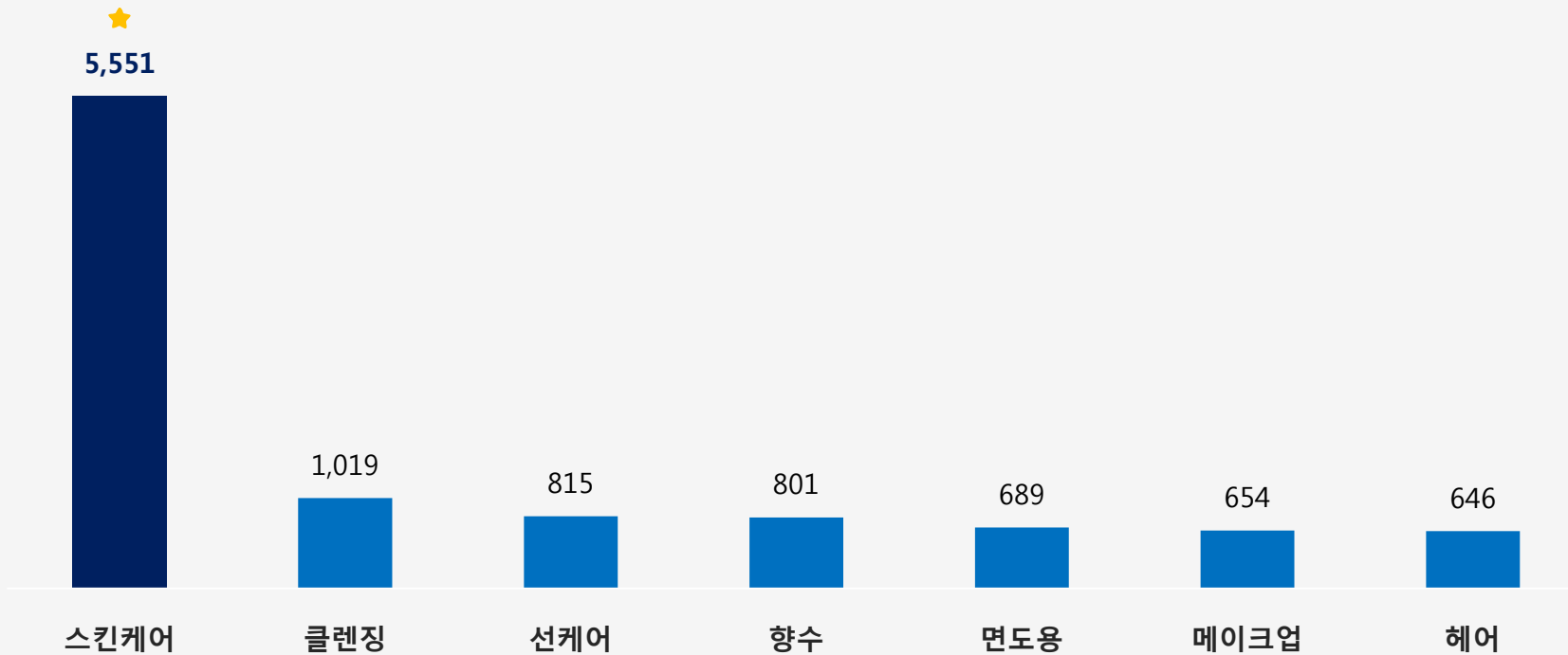
# CONTENTS

1. 남성 화장품의 연관 키워드
2. 남성 화장품 언급 품목
3. 남성 화장품 스킨케어 제품
4. 남성 화장품 선물 대상자
5. 남성 화장품에 대한 소비자 인식



- 남성 화장품과 관련하여 품목과 관련된 언급량이 가장 많으며, '스킨케어'가 주요 관심 품목으로 보여짐
- 기능/효과 카테고리에서 '보습' '미백' '진정'에 대한 언급량이 높다는 결과를 통해 피부 관리를 위해 스킨케어나, 클렌징 제품을 사용하는 것 이외에 면도시 자극을 최소화 시키는 면도 케어 제품으로 깨끗한 피부 관리를 하고 있다는 것을 알 수 있음
- 남성 화장품의 경우 '홈케어' 보다는 '스킨케어'나 '향수'를 선물하는 용도로 사용되고 있는 것으로 보여짐

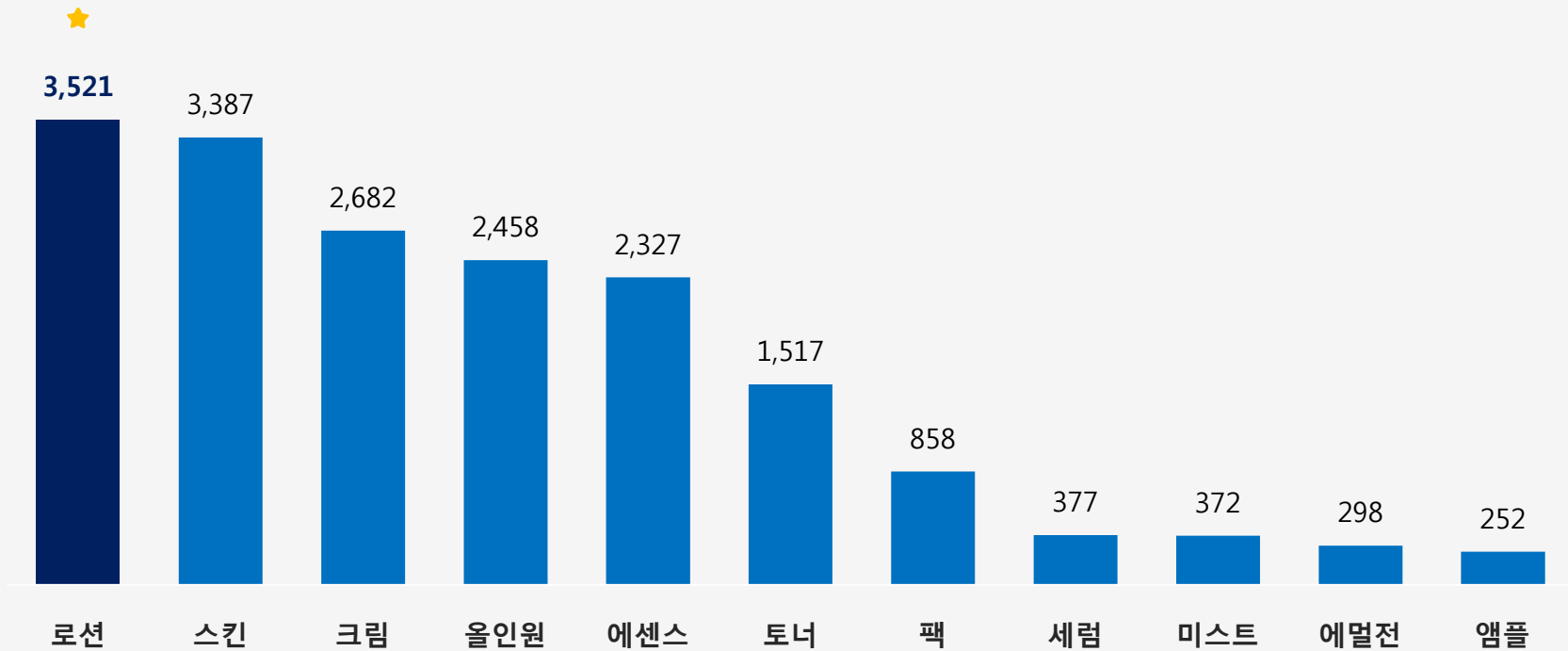
## 남성 화장품 언급 품목



"남성지성피부라 아침에 말끔히 세수하고 나왔는데  
이른 오후부터 불쑥불쑥 피부 위로 모습의 피지들...TT"

- 남성 화장품 품목 언급량을 살펴보면 스킨케어가 가장 많았으며 클렌징, 선케어, 향수, 면도용, 메이크업, 헤어 순서임
- '클렌징'에 대한 관심은 지성 피부 타입이 높을 것으로 보이며, 기름진 얼굴을 효과적으로 관리하기 위해 피지·모공을 관리하는 세안제를 사용해 청결을 유지하는 것으로 보여짐
- 남성 화장품의 경우, '면도용'도 화장품의 품목으로 인식되고 있음

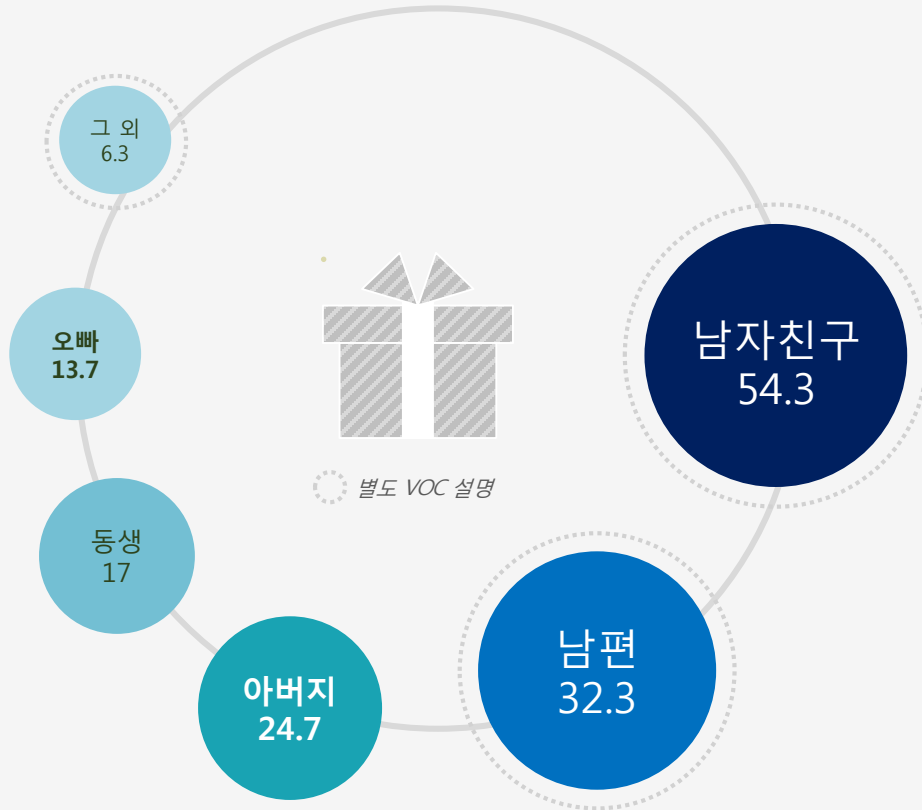
남성 화장품 스킨케어 제품



"집에서 편하게 마스크팩을 하면서..."  
...관리하는 남자라면 꼭 써보세요!!"

- 일반적인 스킨 케어인 '로션' '스킨' '크림' 외에도 하나로 합쳐진 '올인원'에 대한 관심도 높음
- 남성들도 '마스크팩'을 이용해 자기 관리를 하는 것으로 보이며, 팩을 이용한 홈케어가 남성들의 셀프 관리법으로 더욱 확대될 것으로 보임

## 남성 화장품 선물 대상자



## ▶남자친구 VOC 1



"처음 선물을 해주니 엄청 좋아하더라고요 남친이 ㅎㅎ 자기 스트레스 받는거 때문에 사준거냐며... 잘 바르겠다고 인사를 몇번이나 하네요"

## ▶남편 VOC 2



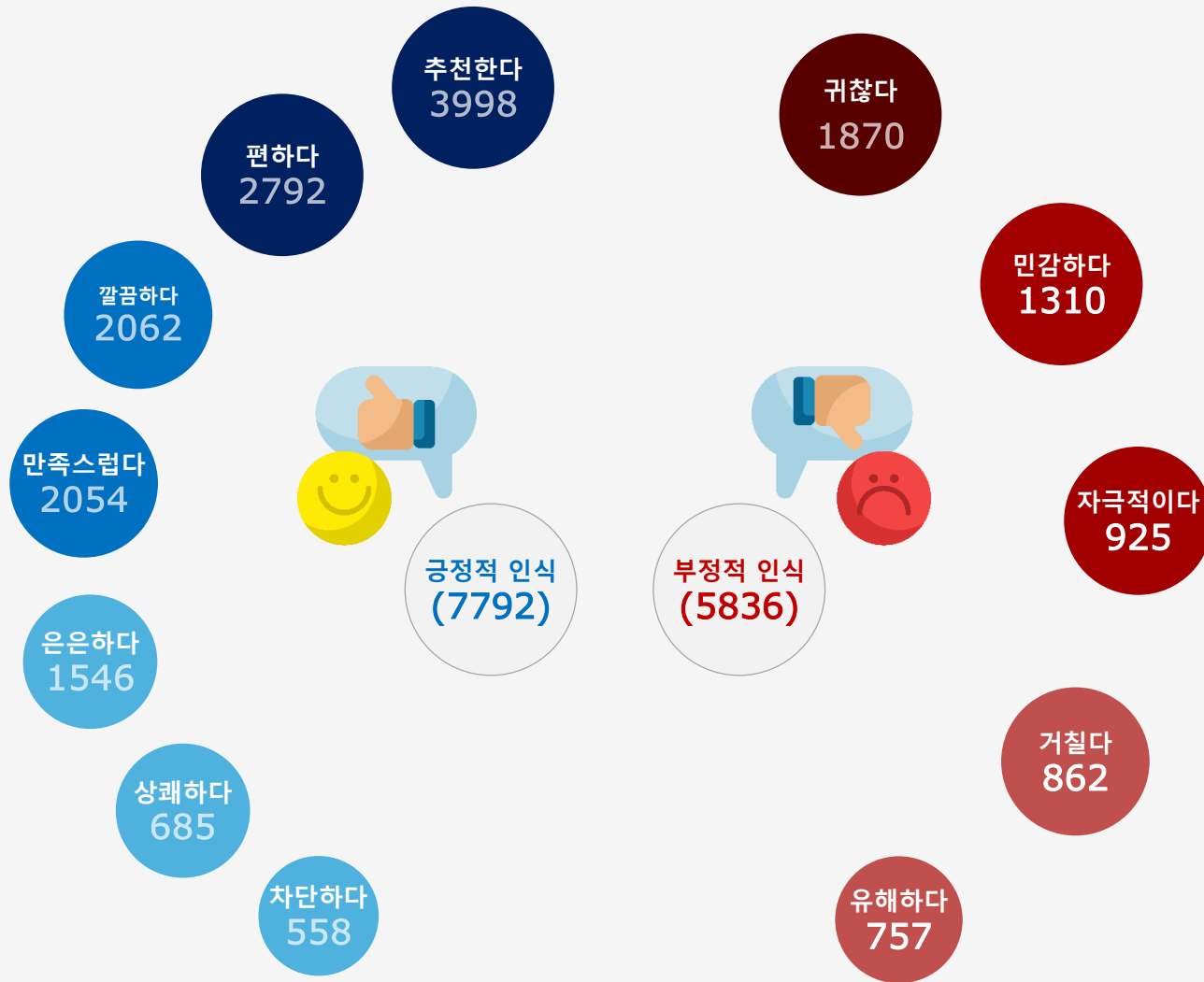
"괜찮은 남자 화장품 알아보고 선물해줬는데 이번엔 성공한 것 같아요~ 남편 피부타입은 복합성인데 딱 맞는 화장품을 찾은 것 같아 뿌듯하네요!"

## ▶그 외(군인) VOC 3



"저번에도 면회를 갔는데 요즘 뭐 필요한 거 없냐고 물어 봤더니 스킨로션이 다 떨어졌다고 말하더라고요 "원래 쓰고 있던 것도 제가 선물해줬던 건데 그게 너무 맘에 든다고 이번에도 그 제품으로 찾으면 좋겠다고 하더라고요 ㅎㅎ"

- 남자친구, 남편에 대한 언급량이 많은 것으로 보아 남성 화장품에 대한 언급의 많은 부분이 여성임을 알 수 있음
- 여자친구나 가족이 남성 화장품을 대신 구매를 해주는 경우가 많기 때문에 여성을 타겟으로 마케팅하는 것을 고려해 볼 수 있음



- 소비자 인식으로 부정적 인식보다 긍정적인 인식이 있는 것으로 보임
- '추천하다', '만족스럽다' 등 '만족감' 측면 긍정 연관어가 나타남
- '편하다'라는 긍정적인 언급과 '귀찮다'라는 부정적 언급의 결과를 통해 간편성을 추구하는 남성 소비자들의 기호에 맞춰진 제품이 지속적으로 출시될 것으로 보임
- 부정 연관어로는 '자극적이다', '거칠다' 등의 '사용감' 측면의 부정어와 '유해하다' 등의 성분과 관련된 부정어가 나타남

(Base: 블로그, 2018.01~2018.12, 7810건, 단위:건)

Note) 긍정/부정의 언급량은 하위 속성들의 합산 개념이 아닌 언급된 문서의 건수를 의미함.



## 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)

