남아프리카공화국 (I)

- 화장품 시장(Beauty and Personal Care) -

Ⅰ. 시장현황 및 주요 트렌드

□ 2014년 남아공 전체 화장품 시장 규모는 약 398억 랜드(ZAR)

* 2016.2.15. 환율 기준 약 3조 374억원(1랜드=76.27원)

○ '14년 남아공 뷰티시장은 전년 대비 10.8% 성장하였으며 5년간 CAGR이 8.4%를 기록하며 매우 높은 성장률을 보임

* 2009～2014년 5년간 매출액 총액 기준 총 시장 규모가 49.8% 성장함

- 향수 부문이 약 90억 랜드(ZAR)로 전체 화장품 시장의 약 22.6% 차지
  · 2009~2014년 향수 부문의 연평균성장율(CAGR)은 12.3%를 기록
  · 최근에 이르러 성장률이 하락하는 추세를 보이며, 17.4% → 15.0% → 14.4% 성장률 기록
- 스킨케어 부문은 약 58억 9천만 랜드(ZAR)로 전체 시장의 약 15%를 차지하며 부문별 2위를 기록
  · 2009~2014년 CAGR이 8.1%를 기록하며 높은 성장률 기록
  · 최근 2013-14년 성장률도 10%대를 기록하며 해당 부문 성장은 당분간 지속될 것으로 보임
- 부문별 매출 규모는 3위 헤어케어, 4위 데오도란트, 5위 샤워제품 순으로 40~50억대 랜드(ZAR) 규모임

< 남아공 전체 화장품 시장 규모>

(단위 : 백만 랜드, ZAR)

유 형	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년
Beauty and Personal Care	23,548.8	26,580.4	29,363.7	32,475.3	35,950.3	39,824.3
Premium Beauty and Personal Care	4,581.3	5,184.1	5,820.5	6,501.2	7,308.4	8,240.6
Mass Beauty and Personal Care	16,259.6	18,437.7	20,326.7	22,471.7	24,831.9	27,435.3
Baby and Child-specific Products	573.5	626.6	675.9	739.9	820.9	907.3
Bath and Shower	2,488.5	2,926.2	3,204.8	3,550.5	3,944.7	4,391.1
Colour Cosmetics	2,145.6	2,383.6	2,652.1	2,979.0	3,357.1	3,802.0
Deodorants	2,996.0	3,297.0	3,515.4	3,790.8	4,115.9	4,484.0
Depilatories	166.8	184.5	203.6	224.1	246.5	271.2
Fragrances	4,179.8	5,043.4	5,918.9	6,842.3	7,865.5	8,995.3
Hair Care	3,833.1	4,192.5	4,514.1	4,825.0	5,157.3	5,506.9
Men's Grooming	1,777.5	2,007.3	2,231.8	2,432.8	2,690.0	2,898.2
Oral Care	2,028.0	2,201.8	2,385.5	2,590.8	2,810.5	3,051.5
Oral Care Excl Power Toothbrushes	1,901.3	2,064.9	2,236.5	2,428.1	2,632.4	2,855.3
Skin Care	3,569.0	3,998.5	4,395.6	4,854.4	5,346.4	5,891.9
Sun Care	234.5	261.5	288.7	318.8	353.3	393.2
Sets/Kits	820.9	892.4	981.7	1,072.1	1,179.2	1,304.3

*자료원 : Euromonitor International

< 남아공 화장품 시장 성장률 추이 >

(단위 : %)

유 형	2013/14	2009-2014 CAGR	2009/14 Total
Beauty and Personal Care	10.8	11.1	69.1
Premium Beauty and Personal Care	12.8	12.5	79.9
Mass Beauty and Personal Care	10.5	11.0	68.7
Baby and Child-specific Products	10.5	9.6	58.2
Bath and Shower	11.3	12.0	76.5
Colour Cosmetics	13.3	12.1	77.2
Deodorants	8.9	8.4	49.7
Depilatories	10.0	10.2	62.6
Fragrances	14.4	16.6	115.2
Hair Care	6.8	7.5	43.7
Men's Grooming	7.7	10.3	63.0
Oral Care	8.6	8.5	50.5
Oral Care Excl Power Toothbrushes	8.5	8.5	50.2
Skin Care	10.2	10.5	65.1
Sun Care	11.3	10.9	67.7
Sets/Kits	10.3	9.7	58.9

*자료원 : Euromonitor International

□ 남아공 경제 대내외 악재에도 화장품 시장 성장 지속

○ 2014년 화장품 시장, 두 자릿수 성장하며 시장의 독립성 나타내

- 2014년, 남아공 경제는 연중 내내 위기 요인으로 불안정

· 지속적인 노동시장 불안감 확대
· 공공요금 및 원유 값 상승
· 환율 불안 및 수출 실적 부진
· 취업률 저하 등 구조적 제약이 경제 성장을 제한
· 소득이 줄면서 소비자들은 매스제품 중 가격대비 만족스러운 제품을 찾는 성향이 강해짐

- 남아공 내 확대되는 '밸류 포 머니(Value for Money)' 트렌드

· 수출 실적이 부진하면서 제조사나 소매상들이 내수 시장 판매에 주력함
· 특히 매스 제품의 경우 고용량 제품 출시를 늘리는 등 공격적인 프로모션을 진행함
· 약국이나 드럭스토어에서는 온라인 판매망을 확대하고 매장 내의 뷰티 영역을 확장함
· PB제품 출시가 확대되고 가성비가 좋은 제품 출시를 갈망하는 소비자들을 위한 대용량 제품들 선보임

< PB(자체 브랜드)의 품목별 점유율 >

(단위 : %)

유 형	2009년	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년
Beauty and Personal Care	2.6	2.6	2.5	2.5	2.5	2.4
Mass Beauty and Personal Care	3.3	3.2	3.1	3.0	3.0	3.0
Baby and Child-specific Products	11.2	11.6	11.3	13.3	13.5	13.6
Bath and Shower	9.2	8.6	7.3	6.4	6.4	6.4
Colour Cosmetics	0.4	0.4	0.5	0.4	0.4	0.4
Deodorants	2.2	2.2	2.3	2.5	2.6	2.6

Depilatories	1.3	1.5	2.1	2.3	2.3	2.4
Fragrances	1.4	1.2	1.1	1.0	1.0	1.0
Hair Care	-	-	-	-	-	-
Men's Grooming	4.0	4.3	4.3	4.3	4.3	4.2
Oral Care	0.2	0.3	0.4	0.4	0.4	0.4
Oral Care Excl Power Toothbrushes	0.9	1.0	1.1	1.2	1.3	1.3
Skin Care	0.9	1.0	1.1	1.2	1.3	1.3
Sun Care	-	-	-	-	-	-
Sets/Kits	9.4	10.1	10.8	10.4	10.4	10.1

*자료원 : Euromonitor International

· 특히 Bath & Shower 카테고리 제품들의 대용량 출시가 두드러짐
· Click Group은 플라스틱재질 파우치 제품과 리필제품 판매에서 꾸준히 시장 점유율 선도
· '믹스 앤 매치(Mix & Match)' 전략(2개 제품 구매 시 한 개 제품 무료 증정)으로 좋은 반응 얻음

○ 가계 긴축재정 탓에 제조사-판매자-소비자 간 소통 중요해져

- 지속적인 가계 재정 압박과 가성비 높은 제품 요구 지속
· 제조사발 프로모션은 연중 판매자 통해 계속 펼쳐나감
· 특히 리딩 브랜드기업들의 경우 특정 판매 타깃 그룹과의 직접 소통을 확대함
· 예를 들어 유니레버사의 브랜드 Axe는 충성고객들과의 대화로 다른 PB제품으로의 이탈을 방지함

○ '카테고리 융합' 제품이 시장 견인

- 격해진 매출 경쟁에서 살아남기 위한 자구책으로 기존 제품에 다양한 기능 추가
· 다양한 카테고리의 기능이 합쳐진 제품은 제품 혁신의 기회가 됨
· 이렇게 더해진 기능은 기타 브랜드와의 차별성을 둘 수 있음
· 특히 스킨케어 기능과 선케어 기능의 융합은 이러한 트렌드를 잘 반영해줌(cf. 자외선차단 데이크림)
· 메이크업 제품 중 BB크림, CC크림의 개발에서도 이러한 다기능성 제품의 판매가 지속될 것으로 보임

사진 1. 스킨케어+피부보정+자외선 차단 기능이 결합된
BB크림 제품. 최근 다양한 피부톤 개발로 주목 받고 있음.

- 사용이 간편하고 사용시간을 줄일 수 있는 제품에 대한 소비자 요구 증가
· 이러한 제품 트렌드는 특히 매스 제품류에서 두드러짐
· 바디 제품, 제모제 및 스킨케어 제품에서 이러한 경향을 확인할 수 있음
· 바디 제품의 경우 바디+샴푸+페이스 3중 기능의 올인원 제품도 등장

○ 피부별 맞춤 제품이 뜬다

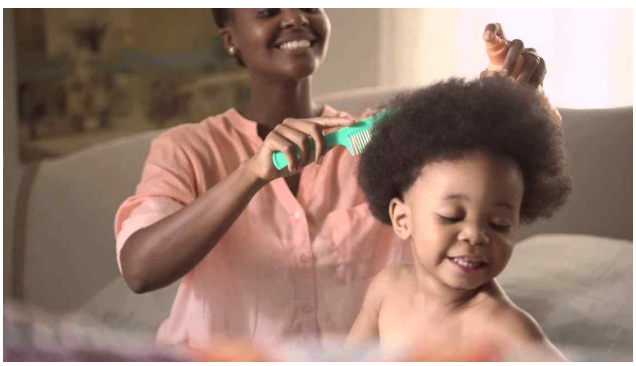
- 소비자 **피부 특성별 고민해결 제품(solution-oriented products)** 인기 높아져
· 최근 글로벌 화장품 트렌드 중 하나인 **개인화(Personalisation)**의 영향
· 제조사들도 다른 제품들과의 경쟁력 제고를 위해 '맞춤형' 제품 개발에 집중

사진 2. 흑인전용 컬러 및 제품 홍보 파워블로거 사진

- 기존 백인 피부 기준 개발 제품에서 **흑인 전용 제품 개발** 주목
  · 최근 5년간은 피부톤별 제품 개발이 두드러짐(cf. 흑인 피부용 스킨케어 제품)
  · 흑인 피부용 제품의 성공적인 시장 진입 결과를 보았을 때, 이러한 시장 요구는 강했다고 판단함
  · 기존의 선두 기업들은 기존의 제품 라인에 흑인 피부용 제품을 추가함
  · 특히 색조 제품들 중 매스 제품, 프리미엄 제품 모두에서 흑인 전용 컬러제품 출시 증가

- 유아용 전용 카테고리 제품도 눈여겨봐야
  · 흑인 특성상 머리카락이 곱슬거리고 뻣뻣한 문제 해결 제품 연구
  · 이러한 문제해결을 위해 Johnson & Johnson에서 '3-스텝 베이비 헤어케어' 라인을 출시
  · 유아 때부터 충분한 영양공급과 윤기를 부여해 부드럽고 빛나는 모발 유지 기능 제품

Johnson&Johnson



△ 흑인 소비자들의 평생 고민거리로 대표되는 머리카락 특성을 보여주는 Johnson & Johnson 홍보영상(左), 흑인 어린이용 헤어케어 전용제품인 3-step baby hair care 라인(右)

< '14년 남아공 화장품 유통채널별 점유율 >

(단위 : %)

구 분	점유율
▣ **Store-Based Retailing**	87.7
◉ Grocery Retailers	39.2
- Modern Grocery Retailers	38.4
• Convenience Stores	2.0
• Discounters	0.2
• Forecourt Retailers	-
• Hypermarkets	3.8
• Supermarkets	32.4
- Traditional Grocery Retailers	0.8
• Food/drink/tobacco specialists	-
• Independent Small Grocers	0.8
• Other Grocery Retailers	-
◉ Non-Grocery Retailers	33.3
- Apparel specialist retailers	-
- Electronics and Appliance Specialist Retailers	0.0
- Health and Beauty Specialist Retailers	31.6
• Beauty Specialist Retailers	6.6
• Chemists/Pharmacies	2.8
• Parapharmacies/Drugstores	21.2
• Other BPC Health and Beauty Specialist Retailers	1.0
- Home and Garden Specialist Retailers	-
• Furniture and Homewares Stores	-
- Mixed Retailers	1.7
• Department Stores	0.9
• Mass Merchandisers	0.8
• Variety Stores	15.2
• Warehouse Clubs	15.1
- Other Non-Grocery Retailers	0.1
- Outdoor Markets	-
• Other BPC Non-Grocery Retailers	-
▣ **Non-Store Retailing**	10.4
◉ Direct Selling	8.4
◉ Homeshopping	0.6
◉ Internet Retailing	1.4
◉ Vending	-
▣ **Non-retail channels**	1.9
◉ Hair Salons	1.9
전체	100.0

*자료원 : Euromonitor International

○ 글로벌 브랜드가 로컬 브랜드 압도

- 화장품 시장 점유율 상위 1위~7위까지 모두 글로벌 기업이 차지
  - · **1위인 Procter & Gamble Tukeim Mallari Sanayi Ltd Skt**를 비롯, **로컬 기업 1위는 Evyap Sabun Yag Gliserin San ve Tic AS**로 2014년 전체 8위를 차지
  - · 글로벌 브랜드의 잘 구축된 기존 브랜드 이미지에다 공격적인 홍보에 대한 투자의 결과로 보임
  - · 로컬 기업의 경우 다국적 기업과의 경쟁 우위에 있는 것은 가격뿐

< 남아공 주요 화장품 기업별 점유율(글로벌 기업) >

(단위 : %)

회사명	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년
Unilever Group	**16.0**	**15.0**	**14.5**	**14.6**	**14.2**
Procter & Gamble Co, The	7.8	7.8	7.7	7.7	7.4
Avon Products Inc	6.1	7.1	7.1	7.4	6.7
L'Oréal Groupe	6.5	6.5	6.4	6.3	6.4
Colgate-Palmolive Co	6.1	6.5	6.3	6.2	6.2
Revlon Inc	5.2	5.0	4.8	4.9	4.9
Beiersdorf AG	3.2	3.2	3.2	3.2	3.2
Amka Products Ltd	2.7	2.7	2.8	3.0	3.0
Estee Lauder Cos Inc	3.4	3.3	3.1	2.9	2.8
Tiger Brands Ltd	2.6	3.0	2.9	2.8	2.8
Johnson & Johnson Inc	3.1	2.9	2.9	2.5	2.4
AVI Ltd	2.8	2.2	2.2	2.2	2.3
Coty Inc	2.0	2.1	2.1	2.1	2.0
Reckitt Benckiser Plc	1.9	1.9	2.0	2.0	2.0
Clarins SA	1.2	1.2	1.2	1.3	1.3
Chanel SA	1.0	1.2	1.1	1.2	1.2
GlaxoSmithKline Plc	1.1	1.1	1.1	1.1	1.1
Elizabeth Arden Inc	1.0	1.0	0.9	0.9	1.0
Shiseido Co Ltd	0.3	0.4	0.6	0.7	0.7
Incolabs Ltd	0.6	0.6	0.6	0.6	0.6
LVMH Moet Hennessy Louis Vuitton SA	0.4	0.5	0.6	0.6	0.6
Cosnova GmbH	0.3	0.3	0.4	0.4	0.5
Puig SL	0.2	0.3	0.4	0.5	0.5
Energizer Holdings Inc	0.3	0.4	0.4	0.4	0.3
Nativa Ltd	0.1	0.2	0.2	0.2	0.2
Godrej Group	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Carson Mfg Ltd	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Lion Match Co	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Kao Corp	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2
Rohto Pharmaceutical Co Ltd	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
Private Label	2.6	2.5	2.5	2.5	2.4
Others	20.3	20.1	21.1	21.2	22.3
Total	**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**	**100.0**

*자료원 : Euromonitor International

Unilever

L'ORÉAL
SOUTH AFRICA

△ (上) 흑인 소비자들의 주요 관심사인 '붙임머리' 시술 중인 현지인 모습
△ (下) 급격하게 성장 중인 아프리카 헤어케어 시장 진출을 적극적으로 추진 중인 주요 기업 로고

< 남아공 주요 화장품 브랜드별 점유율 >

(단위 : %)

브랜드	회사	2011년	2012년	2013년	2014년
Shield	**Unilever South Africa**	**2.4**	**2.3**	**2.2**	**2.2**
Protex	Colgate-Palmilive Ltd	2.1	2.0	2.0	1.9
Colgate	Colgate-Palmilive Ltd	1.9	1.8	1.8	1.8
Revlon	Revlon SA Ltd	2.0	1.8	1.8	1.7
Dettol	Reckitt Benckiser South	1.7	1.7	1.7	1.7
Avon Justine South Africa	Africa Ltd	1.7	1.9	2.1	1.6
Lux	Avon Justine Ltd	1.6	1.6	1.6	1.6
Axe	Unilever South Africa Ltd	1.6	1.6	1.5	1.6
Dark & Lovely	L'Oréal South Africa	1.5	1.5	1.4	1.4
Dawn	Unilever South Africa Ltd	1.4	1.3	1.3	1.3
Dove	Unilever South Africa Ltd	1.1	1.1	1.1	1.1
Maybelline	L'Oréal South Africa	0.9	0.9	1.0	1.0
AVON Color	Avon Justine Ltd	0.9	0.9	0.9	1.0
Sunsilk	Unilever South Africa Ltd	1.2	1.1	1.1	1.0
Pond's	Unilever South Africa Ltd	0.9	0.9	0.9	1.0
Aquafresh	GlaxoSmithKline South Africa Ltd	1.0	1.0	1.0	1.0
Clicks	Clicks Group Ltd	1.0	0.9	0.9	0.9
Pantene	Proctor & Gamble Ltd	1.1	1.0	1.0	0.9
Johnson's	Johnson & Johnson Ltd	1.0	0.9	0.9	0.9
Johnson's Baby	Johnson & Johnson Ltd	1.1	1.0	1.0	0.9
Yardley	Indigo Brands Ltd	0.8	0.8	0.9	0.9
Vaseline Intensive Care	Unilever South Africa Ltd	0.9	0.9	0.9	0.9
Braun Oral-B	Procter & Gamble Ltd	0.9	0.9	0.9	0.9
Sunlight	Unilever South Africa	0.8	0.8	0.8	0.8
Sof 'n' Free	Amka Products Ltd	0.9	0.8	0.8	0.8
Panache	Indigo Brands Ltd	0.8	0.7	0.7	0.8
Charlie	Revlon SA Ltd	0.7	0.7	0.7	0.7
Nivea Deodorant	Beiersdorf Consumer Products Ltd	0.7	0.7	0.7	0.7
Fire & Ice	Revlon SA Ltd	0.7	0.7	0.7	0.7
Ingrams	Tiger Consumer Brands Ltd	0.8	0.7	0.7	0.7
Other Private Label		0.4	0.5	0.5	0.5
Others		63.5	64.1	64.3	64.9
Total		100.0	100.0	100.0	100.0

* 자료원 : Euromonitor International

Ⅱ. 시장 전망

□ 남아공 경제 성장 전망에 빨간불

○ 2015년 2.0% 성장 전망... 실제로는 1%대 성장

- 지난해 경제 성장률 2.0%로 예측(IMF)되었으나, 하반기 1.4% 수정되는 등 성장 둔화
- 미국의 연방준비제도(Fed)가 금리 인상을 단행하면서 신흥국 경제 위기 심화
- 특히 신흥국에 대한 투자자금 회수 등으로 인해 국가부도 위험 증가
- '신용부도스와프(CDS) 프리미엄'이 2.738로 브라질, 러시아에 이어 세계 3번째(IMF)
- 주요 신용평가사(Fitch, S&P, 무디스) 국가신용등급 하향 조정(2015.12)

○ 2016년에는 더 암울... **0%대 성장 예측**

- IMF(1.3% → 0.7%), 세계은행(1.4% → 0.8%), 남아공 중앙은행(1.6% → 0.9%) 모두 하향조정

- 주요 광물 등 원자재 가격 하락, 중국 경기 침체, 미국 금리인상 → 자본 유출 및 화폐가치 하락
- 재정 및 경상수지 악화, 불안정한 정부 정책, 상품가격 하락, 가뭄 등 영향
- 7년 전 경제불황 이래 최저 성장추세 기록하며 투자 및 일자리 창출에 어려움 겪을 듯

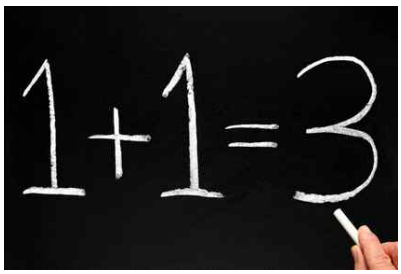
□ 대용량 제품 혹은 '1+1' 제품 유행 지속

○ 남아공 경제의 둔화로 인하여 소비자들의 구매력 위축 영향

○ 매스 제품 시장의 성장 눈여겨봐야

- **저가PB 제품과 대용량 패키지** 등 모두 매스 품목이 강세일 것
- 수출량 감소로 인해 품목별로 흥망이 갈릴 것으로 예상됨
- PB 제품의 경우 기존 인기 브랜드보다 적극적인 전략 펼칠 것

□ '올인원 제품'에 대한 관심 증대



○ 기능 융합 제품 인기 구가할 것... 특히 **남성 시장 주목**해야

- 제품 사용이 편리한 제품에 대한 관심은 지속될 것
- 빠른 시간 내에 피부 관리할 수 있는 제품 판매 증가
- '귀차니즘' 소비자의 해결책을 위한 '바디+헤어' 제품이나 '멀티 스킨케어' 품목군 제조사 관심

□ 특정 피부 고민 해결을 위한 제품 개발 성행할 듯

○ 특정 피부 고민, 피부톤, 주름, 탄력 등 소비자들의 주요 고민거리 관리 제품혁신 가속화될 것

○ 위 현상은 특히 프리미엄 제품에서 더 두드러지게 나타나며 여러 품목 중 **세럼**을 주목해야

○ 제품 초이스가 늘어나고 경쟁이 심화되어 제품의 기능이 세분화되는 경향이 나타날 것임

○ 유색인종 소비자들은 신제품에 대하여 매우 기민하게 반응하는데, 이는 중산층이 성장하며 제품의 **프리미엄화**에 따라 좀 더 세련된 제품에 대한 욕구가 커지는 것으로 분석됨

○ 산업 선두기업들은 타깃 소비자층에 대한 마케팅 및 홍보에 막대한 투자를 지속해나갈 것으로 보이며 **SNS 등 온라인 플랫폼을 활용**이 이러한 도구 중 하나로 중요성이 커질 것임

< 남아공 화장품 시장 성장 전망 >

(단위 : 남아공 랜드, ZAR)

유 형	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년
Beauty and Personal Care	39824.3	41293.2	42696.5	44115.7	45557.2	47066.9
Premium Beauty and Personal Care	8240.6	8697.4	9112.7	9509.4	9923.8	10367.9
Mass Beauty and Personal Care	27435.3	28363.4	29279.2	30231.5	31197.1	32200.3
Baby and Child-specific Products	907.3	950.6	988.3	1023.9	1058.9	1093.6
Bath and Shower	4391.1	4579.7	4751.5	4950.2	5174.5	5406.0
Colour Cosmetics	3802.0	4051.6	4312.4	4575.8	4847.9	5159.3
Deodorants	4484.0	4589.1	4700.4	4825.5	4955.6	5085.5
Depilatories	271.2	280.2	289.2	297.6	305.3	313.4
Fragrances	8995.3	9568.0	10118.4	10627.9	11133.0	11651.0
Hair Care	5506.9	5496.9	5475.3	5485.7	5500.8	5519.5
Men's Grooming	2898.2	2978.5	3071.2	3174.3	3280.0	3390.4
Oral Care	3051.5	3104.6	3149.3	3193.8	3232.5	3271.2
Oral Care Excl Power Toothbrushes	2855.3	2902.2	2941.2	2979.2	3010.5	3040.6
Skin Care	5891.9	6058.8	6210.5	6346.6	6468.4	6585.7
Sun Care	393.2	408.8	423.3	440.9	459.6	479.1
Sets/Kits	1304.3	1357.2	1411.6	1464.5	1522.3	1588.4

*자료원 : Euromonitor International

< 남아공 전체 화장품 시장 성장률 추이 >

(단위 : %)

유 형	2014/15	2014-2019 CAGR	2014/19 Total
Beauty and Personal Care	3.3	3.4	18.2
Premium Beauty and Personal Care	4.5	4.7	25.8
Mass Beauty and Personal Care	3.2	3.3	17.4
Baby and Child-specific Products	3.3	3.8	20.5
Bath and Shower	4.5	4.2	23.1
Colour Cosmetics	6.4	6.3	35.7
Deodorants	2.6	2.5	13.4
Depilatories	2.6	2.9	15.6
Fragrances	4.7	5.3	29.5
Hair Care	0.3	0.0	0.2
Men's Grooming	3.4	3.2	17.0
Oral Care	1.2	1.4	7.2
Oral Care Excl Power Toothbrushes	1.0	1.3	6.5
Skin Care	1.8	2.3	11.8
Sun Care	4.3	4.0	21.9
Sets/Kits	4.3	4.0	21.8

*자료원 : Euromonitor International

< 남아공 프리미엄 화장품 시장 성장 예측 >

(단위 : 남아공 랜드, ZAR)

유 형	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년
Premium Beauty and Personal Care	8240.6	8697.4	9112.7	9509.4	9923.8	10367.9
Premium Baby and Child-specific Products	4.5	4.8	4.9	5.1	5.2	5.4
Premium Bath and Shower	101.0	100.8	99.8	99.0	103.5	108.1
Premium Colour Cosmetics	715.9	765.7	819.4	874.0	927.4	987.0

Premium Deodorants	44.8	50.5	51.7	53.1	54.5	55.9
Premium Fragrances	5185.2	5523.8	5848.4	6163.5	6483.3	6819.5
Premium Hair Care	1140.5	1165.6	1166.6	1158.3	1161.7	1167.2
Premium Skin Care	697.0	721.0	742.6	762.3	780.6	798.8
Premium Sun Care	58.2	59.9	60.3	61.7	62.0	64.7
Premium Sets/Kits	293.5	305.4	319.0	332.4	345.6	361.4

*자료원 : Euromonitor International

< 남아공 프리미엄 화장품 시장 성장 추이 예측 >

(단위 : %)

유 형	2014/15	2014-2019 CAGR	2014/19 Total
Premium Beauty and Personal Care	3.3	3.4	18.1
Premium Baby and Child-specific Products	4.5	1.4	7.1
Premium Bath and Shower	6.4	6.6	37.9
Premium Colour Cosmetics	2.6	4.5	24.8
Premium Deodorants	5.2	5.6	31.5
Premium Fragrances	0.5	0.5	2.3
Premium Hair Care	2.3	2.8	14.6
Premium Skin Care	4.3	2.1	11.2
Premium Sun Care	4.6	4.2	23.1
Premium Sets/Kits	4.5	4.7	25.8

*자료원 : Euromonitor International

■ 출처

- Regional Economic Outlook(Sub-Saharan Africa), 2015sus 10월
- KOTRA 보고서
- Euromonitor International “Passport : Beauty and Personal Care in South Africa” (2015년 5월)
- 관련 회사 홈페이지

■ 작성자 : 손성민 연구원 (mike@kcii.re.kr)