

모바일인덱스HD 모바일 앱 업종 분석 리포트

메이크업/화장품 앱 시장 분석

igaworks



MOBILE INDEX

HD

빈틈없는 데이터 완벽한 인사이트

Mobile Index HD는 모바일 앱 분석에 필요한 모든 데이터와 고도화된 분석 툴을 제공함으로써 성공적인 마케팅 전략을 지원합니다.

이제 Mobile Index HD가 제공하는 강력하고 정밀한 이용성 지표를 통해 진정한 당신의 Audience를 찾고, 분석하고, 만나보세요.

모바일인덱스 HD 바로가기

순위 분석

- 사용자 수 순위
- 누적 설치 순위
- 신규 설치 순위
- 총 사용시간 순위
- 동시 사용앱 순위

앱 기본사용량 분석

- 사용량 분석
- 업종 분석
- 업종 점유율
- 사용자 인구통계

유입·신규 사용자 분석

- 신규 설치 기기
- 누적 설치 기기
- 유입률
- 경쟁앱에서의 유입

활성 사용자 분석

- 사용자 수
- 사용률
- 총 사용시간
- 1인당 평균 사용시간
- 경쟁앱 중 중복 사용

잔존 사용자 분석

- 유지율
- 고착도(Stickiness)
- 신규 사용자 재사용률

이탈·삭제자 분석

- 이탈자
- 이탈자 성향 분석
- 경쟁앱으로의 이탈
- 유입자
- 신규 설치자 삭제율

Info

본 리포트는 IGAWorks의 모바일 데이터 인텔리전스 서비스인 '모바일인덱스HD'를 기반으로 작성되었습니다.

'모바일인덱스'는 Google Play , Apple App Store, One Store에 공개된 정보와 IGAWorks가 제공하는 DMP 데이터를 기반으로 모바일 앱 이용성 지표 서비스를 구축했습니다.

본 리포트에 인용된 '모바일 사용량 데이터'는 국내 안드로이드 스마트폰 사용자 기준입니다.

본 리포트에 쓰인 모든 데이터는 Mobile Index의 고유 알고리즘을 통해 산출된 추정치입니다. 이는 실제와 차이가 있을 수 있으며, 이로 인해 발생한 어떠한 손해도 책임지지 않습니다.

Index

전체 시장 현황

- **MARKET** 월 사용자 220만 명, 30대 여성이 주도하는 '메이크업/화장품' 앱 시장

주요 앱 상세 분석

- **ACTIVITY** '올리브영', 전체 '메이크업/화장품' 앱 사용자 수 1위
- **ACQUISITION** '할인·한정' 프로모션에 몰리는 신규 사용자
- **RETENTION** 주요 '메이크업/화장품' 앱 유지율 및 신규 설치자 재방문율 비교
- **DROP-OFF** 주요 '메이크업/화장품' 앱 이탈률 및 신규 설치자 삭제율 비교

메이크업/화장품 앱 시장 현황

igaworks



MOBILE INDEX

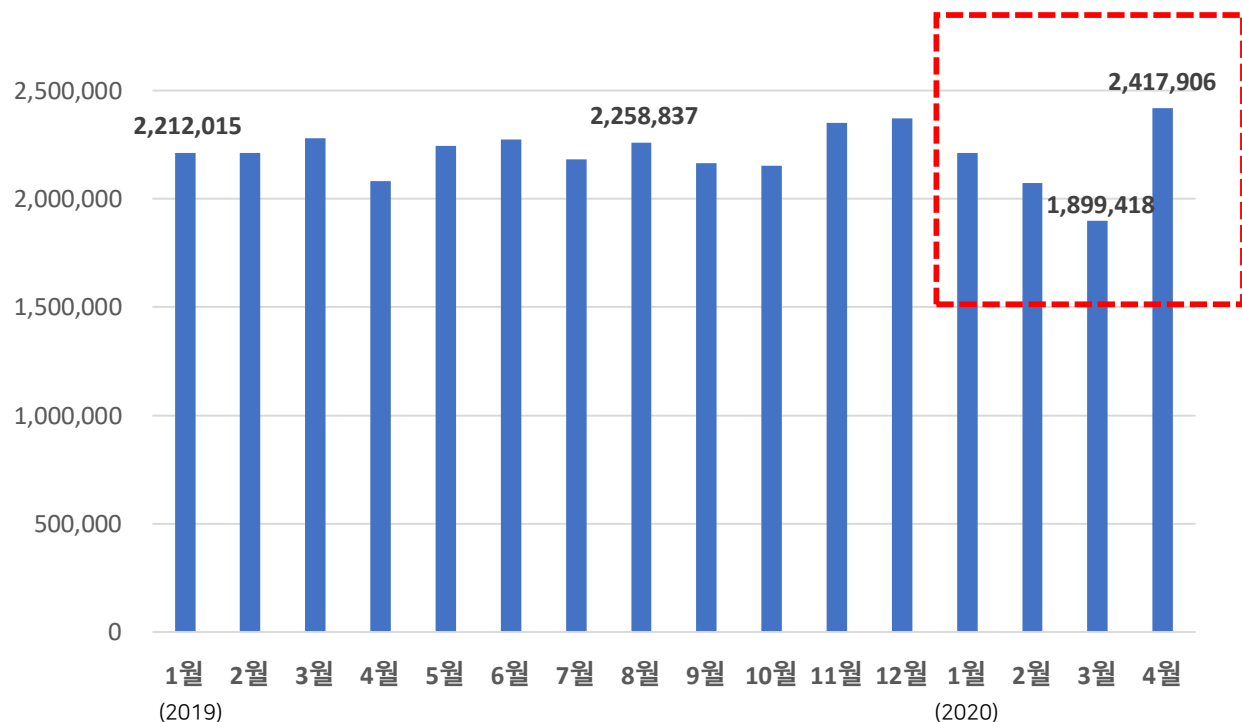
HD

*안드로이드OS 데이터 기준

월 사용자 220만 명, 30대 여성이 주도하는 '메이크업/화장품' 앱 시장

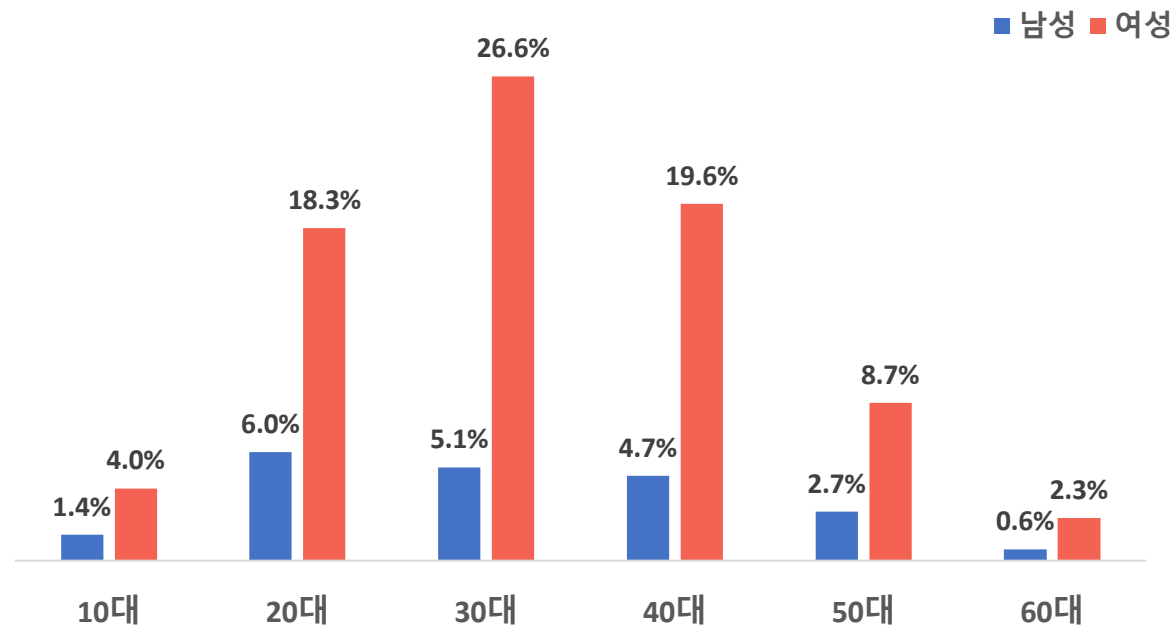
- ▶ 전체 '메이크업/화장품' 카테고리 앱 사용자는 월 평균 220만 명 수준, 올해 초 '코로나19'의 영향으로 사용자 감소 추세를 보이다 4월에 크게 반등
- ▶ 사용자 구성은 남녀 비율이 2:8(남:여)로 나타났으며, 특히 30대 여성의 비율이 가장 높은 것으로 나타남

전체 메이크업/화장품 카테고리 월 사용자 현황



전체 메이크업/화장품 카테고리 사용자 구성

(4월 MAU 기준)



*안드로이드OS 데이터 기준

월 평균 1.35개, 5.22일, 45분 사용되는 '메이크업/화장품' 앱

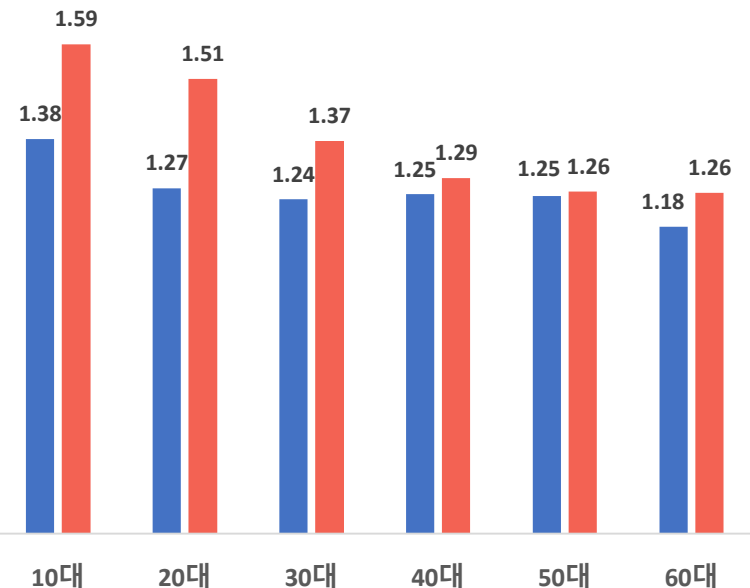
- ▶ '메이크업/화장품' 카테고리 앱의 월 평균 실행 개수, 실행일 수, 사용시간 모두 상대적으로 여성 사용자가 남성보다 높은 것으로 확인
- ▶ 앱 실행 개수는 저연령 여성 사용자일수록 많았으며, 앱 실행일 수는 20대 여성, 사용시간은 50대 여성이 가장 높은 것으로 나타남

메이크업/화장품 카테고리 사용자 앱 실행 개수

(4월 MAU 기준)

전체 사용자 평균: 1.35개

● 남성 ● 여성

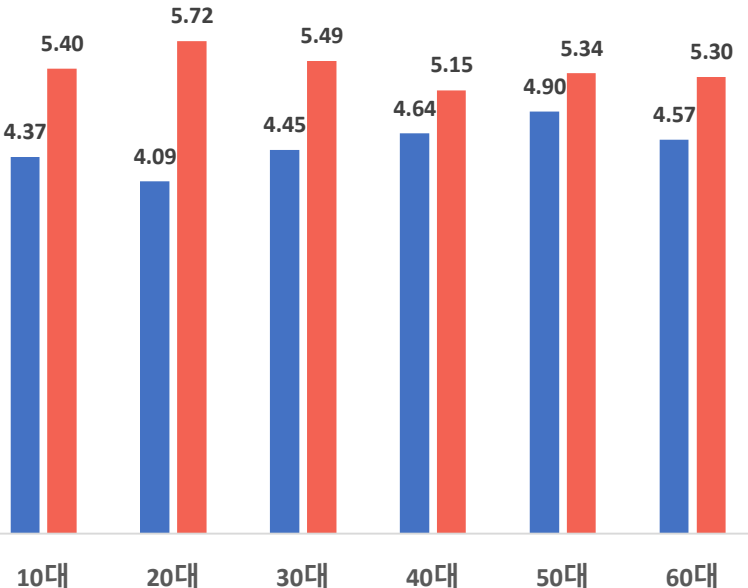


메이크업/화장품 카테고리 사용자 앱 실행일 수

(4월 MAU 기준)

전체 사용자 평균: 5.22일

● 남성 ● 여성

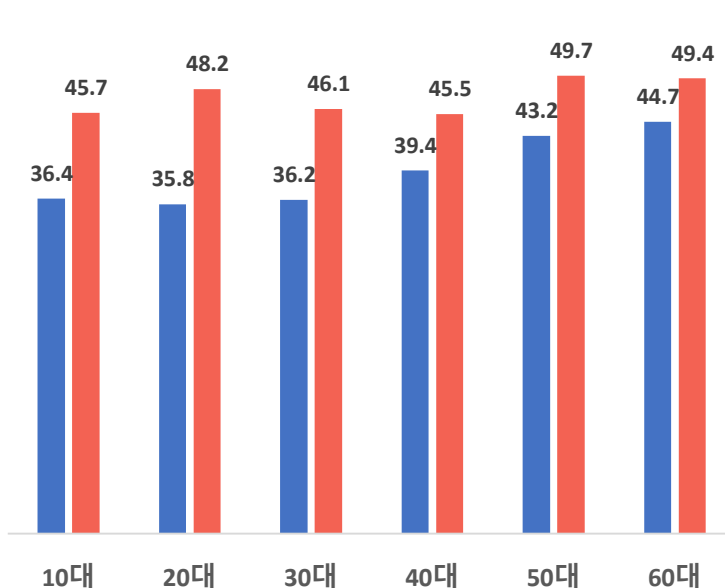


메이크업/화장품 카테고리 사용자 앱 사용시간

(4월 MAU 기준, 단위: 분)

전체 사용자 평균: 45분

● 남성 ● 여성



*안드로이드OS 데이터 기준

'메이크업/화장품' 앱 사용자 관심사 현황

- ▶ '메이크업/화장품' 카테고리 앱 사용자는 '동영상스트리밍'(96.6%), '소셜커머스/오픈마켓'(80.1%), '여성의류'(49.5%) 카테고리를 대부분 함께 사용 중
- ▶ 앱으로는 '카카오톡'(96.7%), '유튜브'(94.8%), '네이버'(86.4%), '쿠팡'(66.2%)등을 주로 사용

메이크업/화장품 카테고리 사용자의 주요 관심 카테고리 사용 현황

(4월 MAU 기준, 일부 카테고리 선정)

엔터테인먼트

| 세부카테고리 | 중복사용 비율 |
|---------|---------|
| 동영상스트리밍 | 96.6% |
| 음악 | 75.4% |
| 영화 | 22.2% |
| 개인방송 | 19.0% |
| 라디오 | 11.6% |
| 운세/점 | 8.9% |

쇼핑

| 세부카테고리 | 중복사용 비율 |
|------------|---------|
| 소셜커머스/오픈마켓 | 80.1% |
| 마트 | 57.7% |
| 종합쇼핑/홈쇼핑 | 46.9% |
| 중고거래 | 31.5% |
| 백화점 | 11.2% |
| 면세점 | 3.2% |

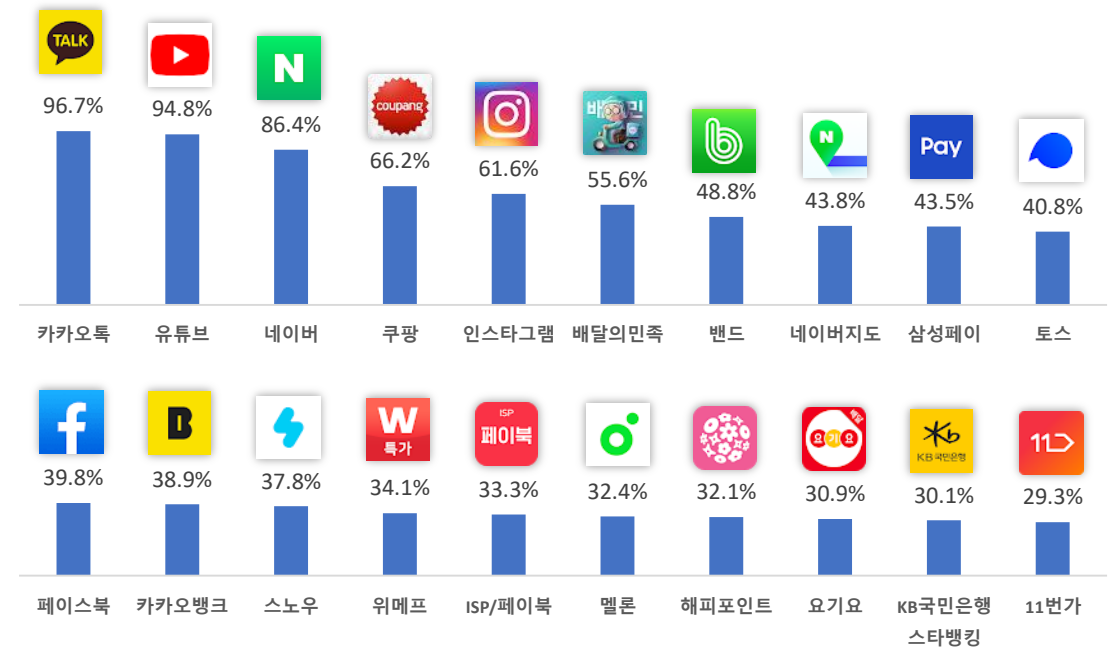
패션/의류

| 세부카테고리 | 중복사용 비율 |
|--------|---------|
| 여성의류 | 49.5% |
| 종합패션몰 | 30.5% |
| 패션잡화 | 7.4% |
| 유아동의류 | 3.5% |
| 남성의류 | 2.5% |
| 보석/귀금속 | 0.8% |

*중복사용 비율: 메이크업/화장품 카테고리 사용자 중 해당 카테고리 사용자 비율

메이크업/화장품 카테고리 사용자의 주 사용앱 현황

(4월 MAU 기준, 일부 embedded 앱 제외)



주요 메이크업/화장품 앱 상세 분석

igaworks



MOBILE INDEX

HD

*안드로이드OS 데이터 기준

사용자 수는 '올리브영', 앱 개수는 '아모레퍼시픽'

- ▶ '올리브영' 앱의 월 사용자는 약 100만 명으로 '메이크업/화장품' 카테고리 앱 중 가장 많았고, 이어 화해(80만 명), 이니스프리(18만 명) 순으로 나타남
- ▶ 총 설치기기 수 또한 '올리브영'이 가장 많았으며, 사용자 수 TOP10 앱의 절반은 '아모레퍼시픽 그룹사' 앱(이니스프리, 아리따움, 아모레퍼시픽물, 룩스, 농크, 뷰티포인트, 뷰티엔젤)으로 확인

메이크업/화장품 카테고리 앱 사용자 수 TOP10
(4월 MAU 기준)

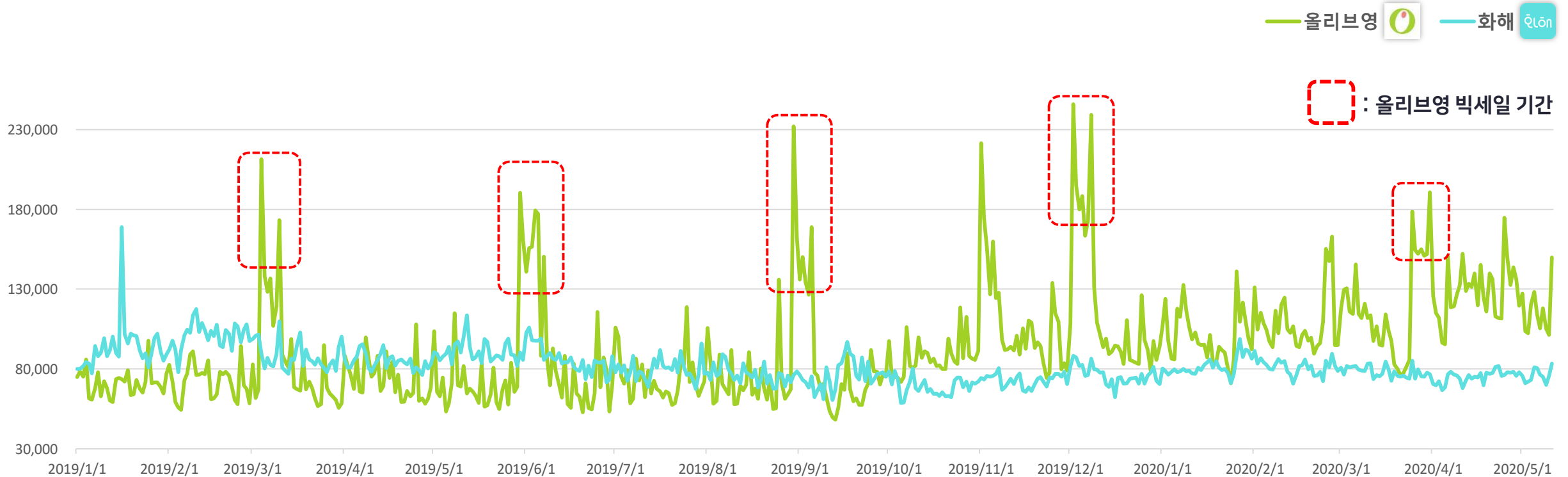


*안드로이드OS 데이터 기준

'올리브영', '화해' 넘고 '메이크업/화장품' 앱 사용자 수 1위

- ▶ 매달 진행되는 '올리브영데이'와 연 4회 진행되는 '빅세일 프로모션'으로 사용자를 끌어모았던 '올리브영', 지난해 10월 이후 '메이크업/화장품앱' 분야 1위
- ▶ 화장품 리뷰, 랭킹, 성분 정보 콘텐츠와 판매까지 겸하는 '화해'의 경우 지난해 6월부터 사용자 감소 추세

올리브영, 화해 앱 일 사용자 현황

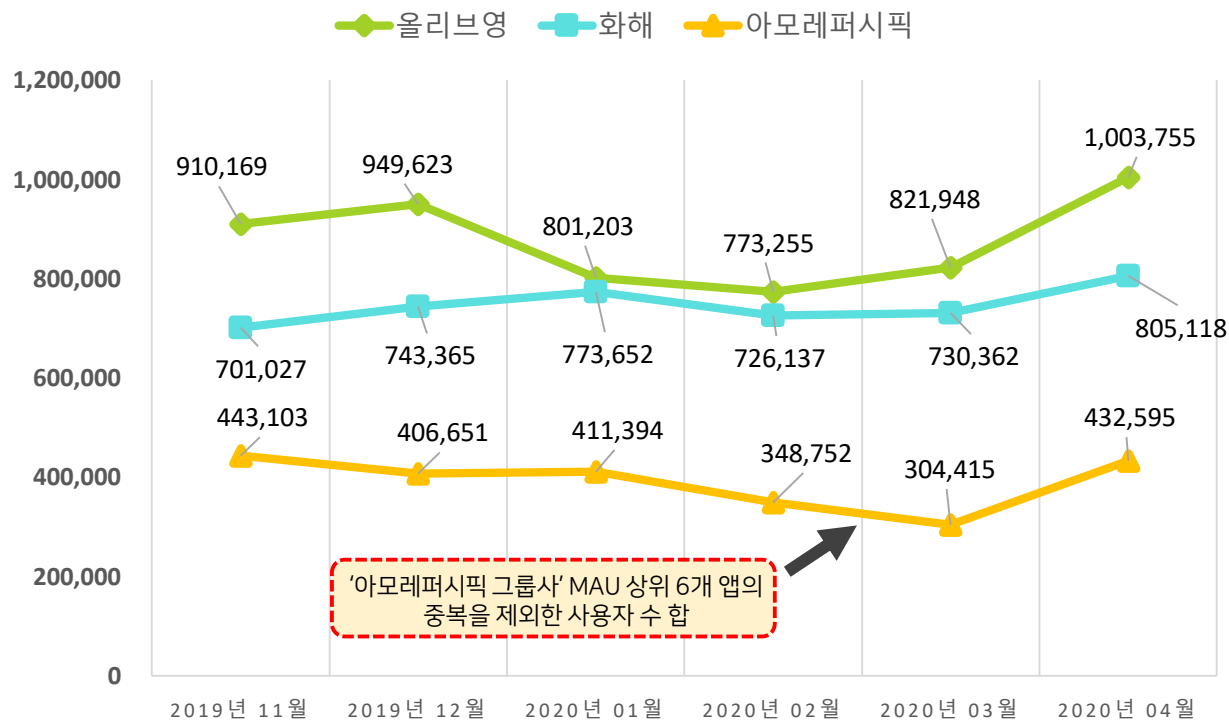


*안드로이드OS 데이터 기준

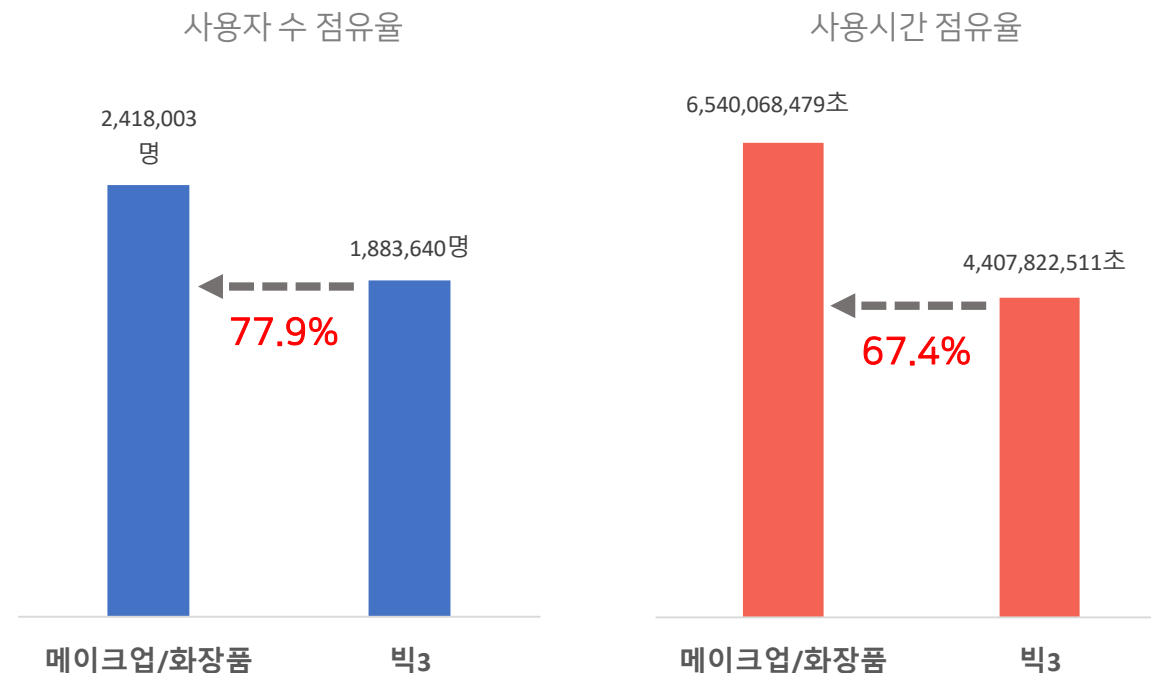
빅 3가 주도하는 '메이크업/화장품' 앱 시장

- ▶ '메이크업/화장품' 앱 시장은 올리브영(월 100만 명), 화해(월 80만 명), 아모레퍼시픽(월 43만 명)이 시장 전체를 주도
- ▶ 빅3의 앱 사용자 수(중복 제외)는 전체 '메이크업/화장품' 카테고리의 사용자의 77.9%를 차지, 총 사용시간의 경우 67.4%를 차지하는 것으로 나타남

올리브영, 화해, 아모레퍼시픽 앱 사용자 수 현황



빅 3의 카테고리내 사용자 수, 사용시간 점유율 현황
(4월 MAU 기준)




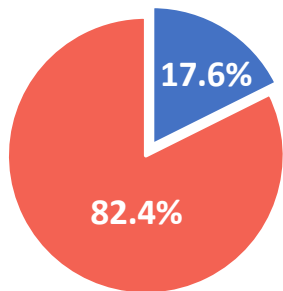
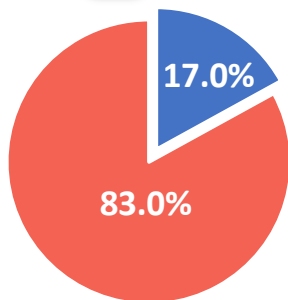

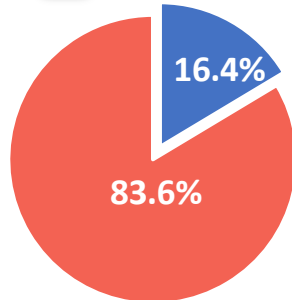

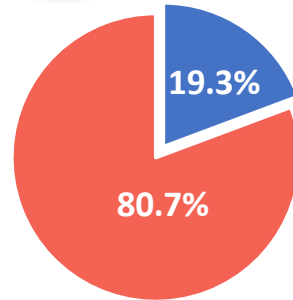

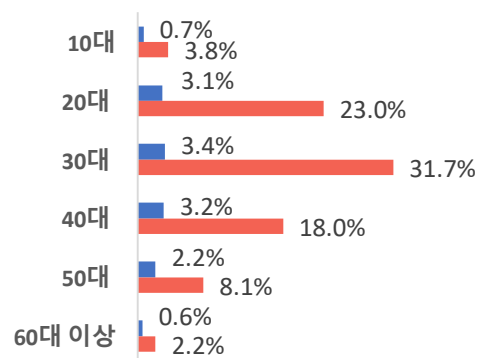
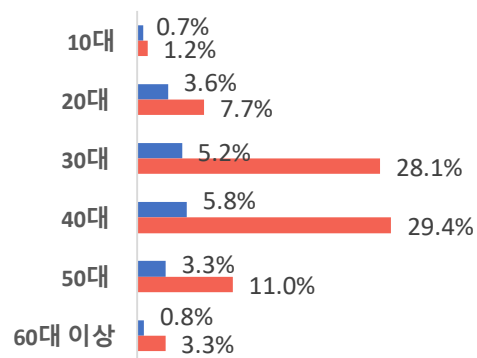
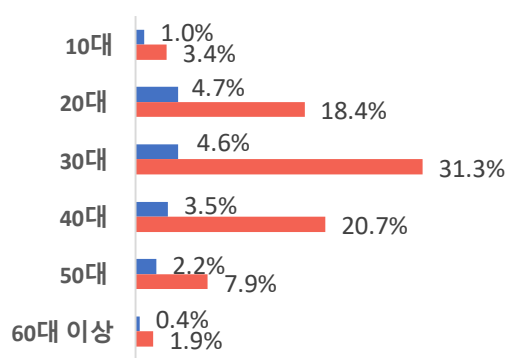
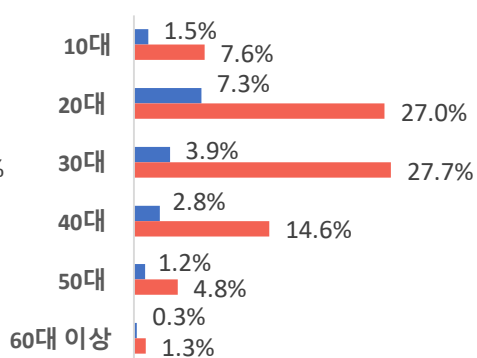
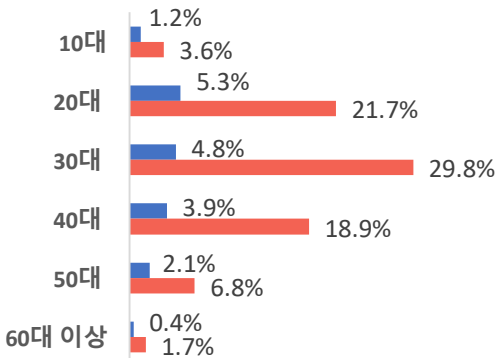
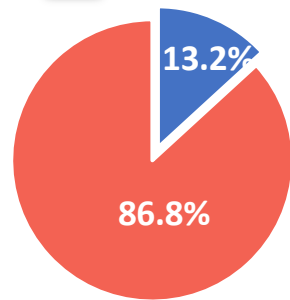
*안드로이드OS 데이터 기준

주요 '메이크업/화장품' 앱 사용자 구성

- ▶ 주요 '메이크업/화장품' 카테고리 앱 **모두 여성의 비율이 80%이상**, 대부분 앱에서 30대 여성 비율이 가장 높은 것으로 확인
- ▶ 상대적으로 '화해'와 '아리따움'은 20대, '뉴스킨몰'은 40대 비중이 높은 특징이 나타남

주요 메이크업/화장품 앱 사용자 구성 현황
(4월 MAU 기준)

● 남성 ● 여성

 올리브영

 화해

 이니스프리

 뉴스킨몰

 아리따움


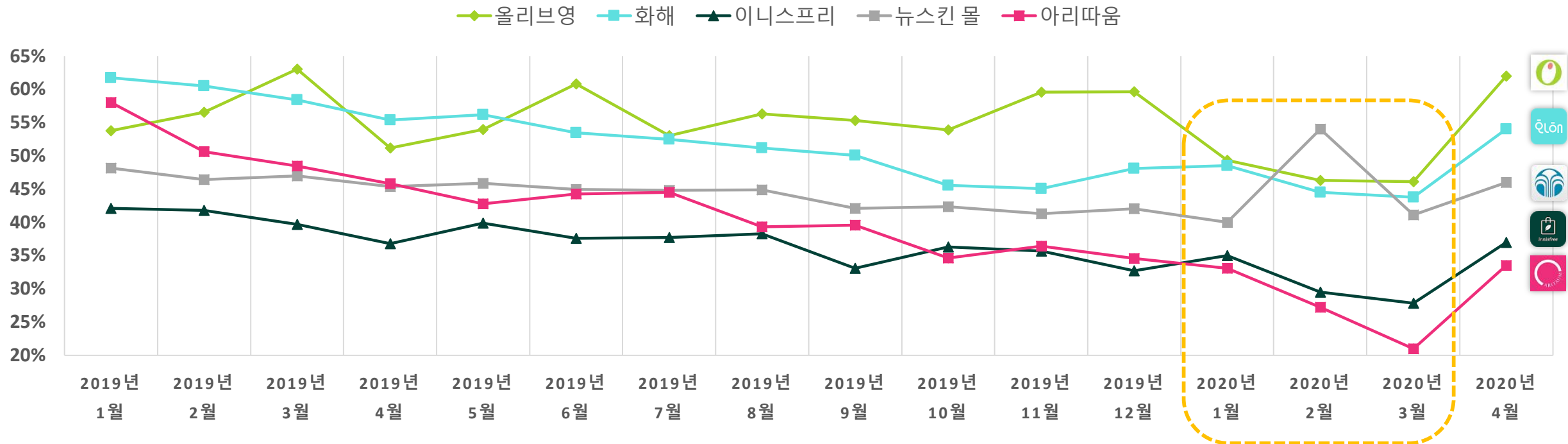
*안드로이드OS 데이터 기준

코로나19, '메이크업/화장품' 업계에도 영향

- ▶ 코로나19 영향으로 올해 초 주요 '메이크업/화장품' 카테고리 앱 사용률 일제히 하락, 나들이가 많아지고 코로나19 감염이 수그러든 4월부터는 회복세
- ▶ 마스크판매 프로모션으로 2월 앱 사용률을 반짝 크게 끌어올렸던 '뉴스킨몰'

주요 메이크업/화장품 앱 사용률 현황

(사용률: 사용자 수/총 설치 기기 수)








*안드로이드OS 데이터 기준

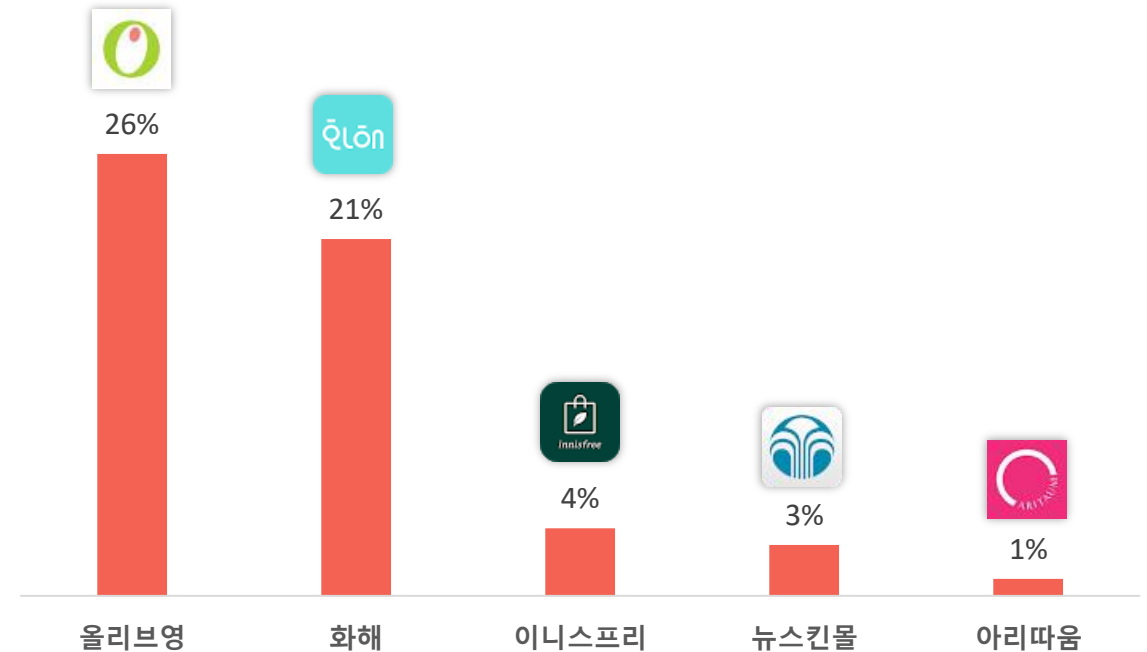
‘올리브영·화해’, 중복과 단독 사용률 모두 가장 높아

- ▶ ‘메이크업/화장품’ 카테고리 앱 사용자는 주로 ‘올리브영’, ‘화해’ 앱을 중복 사용하는 경향이 나타남
- ▶ ‘메이크업/화장품’ 카테고리내 앱 단독 사용률 또한 ‘올리브영’과 ‘화해’ 앱이 가장 높은 것으로 확인

주요 메이크업/화장품 앱간 중복 사용률 현황
(4월 MAU 기준)

|  | 올리브영 | → | <table> <tr> <th>화해</th><th>이니스프리</th><th>뉴스킨몰</th><th>아리따움</th></tr> <tr> <td>18.6%</td><td>5.6%</td><td>0.8%</td><td>4.3%</td></tr> </table> | 화해 | 이니스프리 | 뉴스킨몰 | 아리따움 | 18.6% | 5.6% | 0.8% | 4.3% |
|--|-------|-------|--|------|-------|-------|------|-------|-------|-------|------|
| 화해 | 이니스프리 | 뉴스킨몰 | 아리따움 | | | | | | | | |
| 18.6% | 5.6% | 0.8% | 4.3% | | | | | | | | |
|  | 화해 | → | <table> <tr> <th>올리브영</th><th>이니스프리</th><th>뉴스킨몰</th><th>아리따움</th></tr> <tr> <td>23.2%</td><td>3.9%</td><td>0.8%</td><td>2.5%</td></tr> </table> | 올리브영 | 이니스프리 | 뉴스킨몰 | 아리따움 | 23.2% | 3.9% | 0.8% | 2.5% |
| 올리브영 | 이니스프리 | 뉴스킨몰 | 아리따움 | | | | | | | | |
| 23.2% | 3.9% | 0.8% | 2.5% | | | | | | | | |
|  | 이니스프리 | → | <table> <tr> <th>올리브영</th><th>화해</th><th>뉴스킨몰</th><th>아리따움</th></tr> <tr> <td>31.1%</td><td>17.2%</td><td>0.6%</td><td>8.7%</td></tr> </table> | 올리브영 | 화해 | 뉴스킨몰 | 아리따움 | 31.1% | 17.2% | 0.6% | 8.7% |
| 올리브영 | 화해 | 뉴스킨몰 | 아리따움 | | | | | | | | |
| 31.1% | 17.2% | 0.6% | 8.7% | | | | | | | | |
|  | 뉴스킨몰 | → | <table> <tr> <th>올리브영</th><th>화해</th><th>이니스프리</th><th>아리따움</th></tr> <tr> <td>7.5%</td><td>5.6%</td><td>1.1%</td><td>0.6%</td></tr> </table> | 올리브영 | 화해 | 이니스프리 | 아리따움 | 7.5% | 5.6% | 1.1% | 0.6% |
| 올리브영 | 화해 | 이니스프리 | 아리따움 | | | | | | | | |
| 7.5% | 5.6% | 1.1% | 0.6% | | | | | | | | |
|  | 아리따움 | → | <table> <tr> <th>올리브영</th><th>화해</th><th>이니스프리</th><th>뉴스킨몰</th></tr> <tr> <td>44.6%</td><td>20.9%</td><td>16.2%</td><td>0.7%</td></tr> </table> | 올리브영 | 화해 | 이니스프리 | 뉴스킨몰 | 44.6% | 20.9% | 16.2% | 0.7% |
| 올리브영 | 화해 | 이니스프리 | 뉴스킨몰 | | | | | | | | |
| 44.6% | 20.9% | 16.2% | 0.7% | | | | | | | | |

메이크업/화장품 카테고리내 주요 앱 단독 사용률 현황
(4월 MAU 기준)

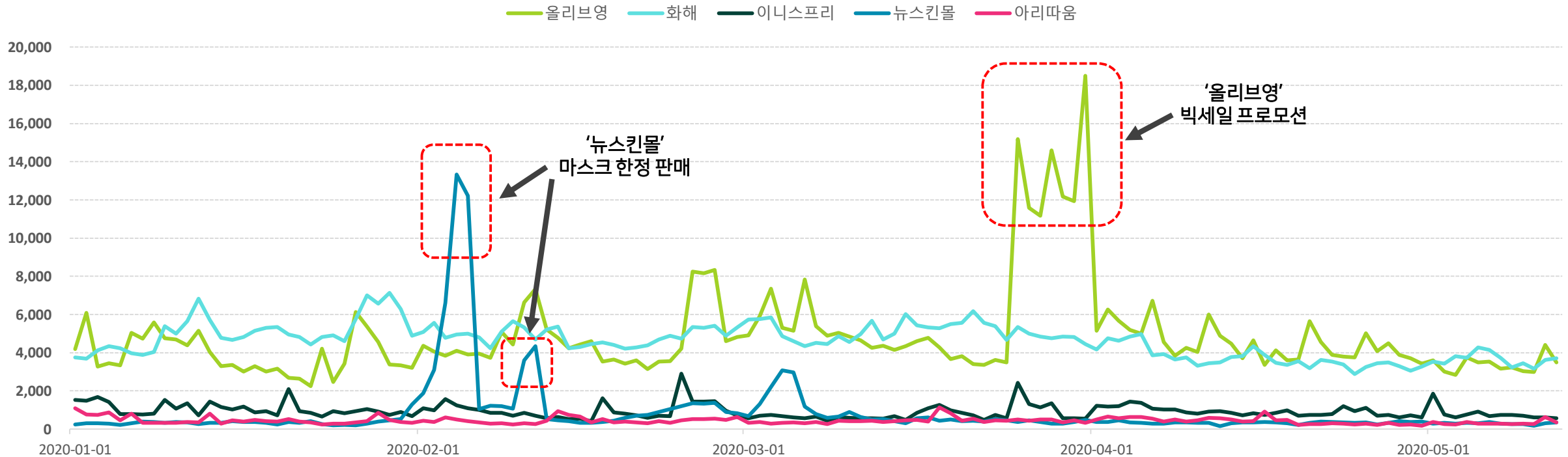


*안드로이드OS 데이터 기준

'할인·한정' 프로모션에 몰리는 신규 사용자

- ▶ 대체로 '메이크업/화장품' 카테고리 앱의 신규 사용자는 '대대적인 할인·한정 프로모션'에 급격히 유입되는 경향이 나타남
- ▶ '올리브영'은 '빅세일 프로모션' 기간 가장 많은 신규 사용자를 모았으며, '뉴스킨몰'은 2월 초 '마스크 한정 판매'를 활용하여 많은 신규 사용자를 확보

주요 메이크업/화장품 앱 일일 신규 설치기기 수 현황

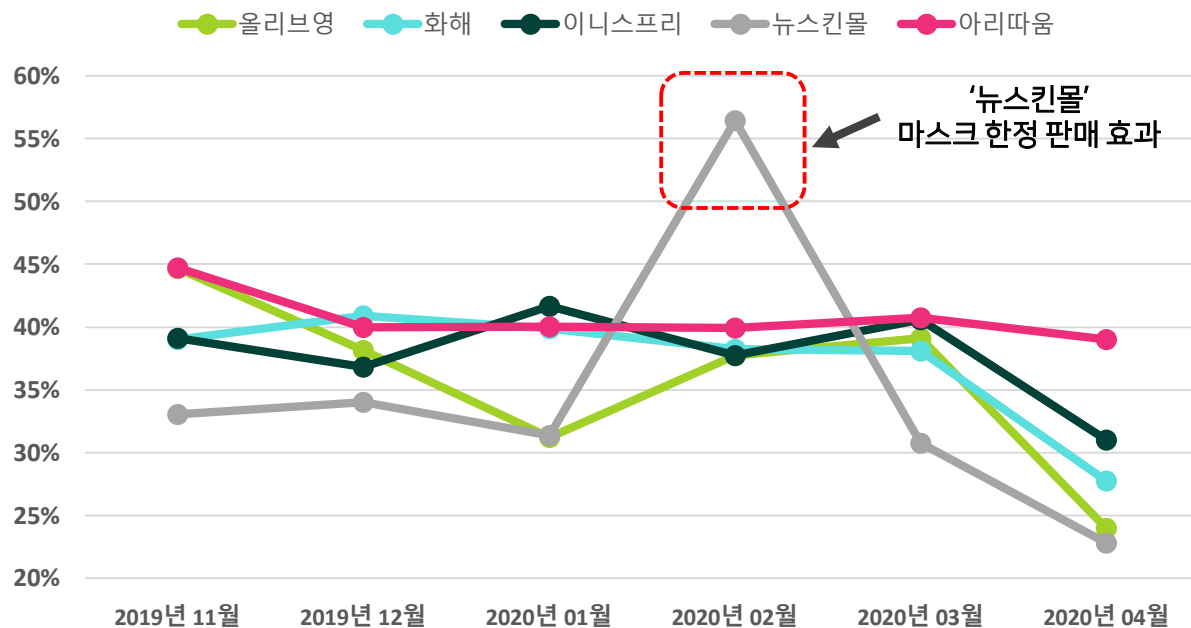


*안드로이드OS 데이터 기준

유입률 및 경쟁앱으로의 사용자 이동 현황

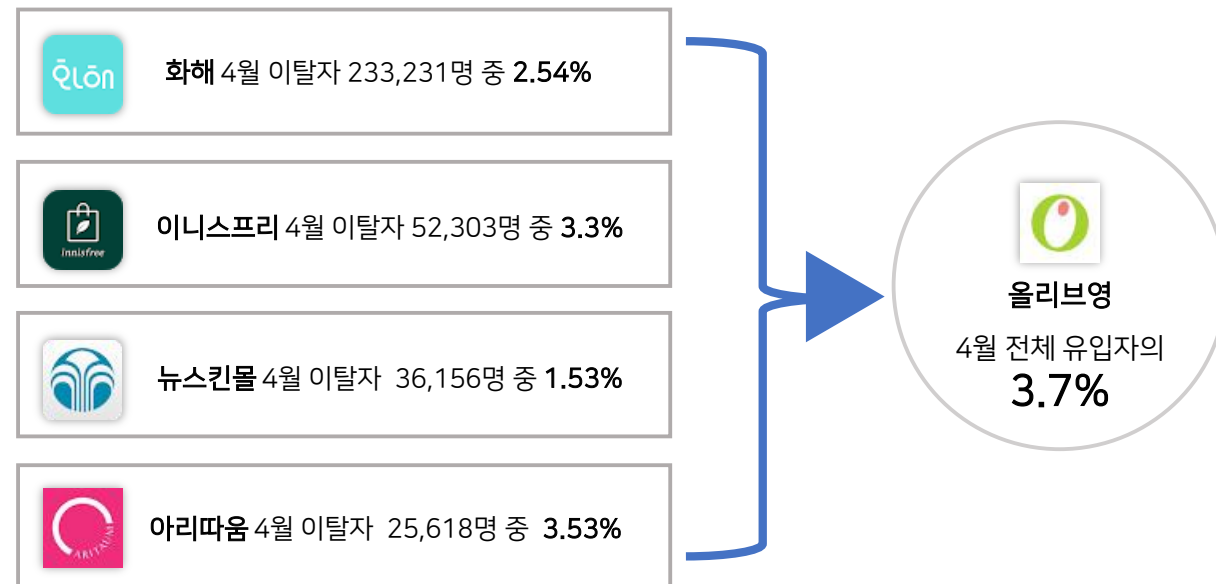
- ▶ 주요 '메이크업/화장품' 카테고리 앱의 월평균 사용자 유입률은 37%, 사용자가 많아진 4월에는 *유입자 비중이 소폭 하락
- ▶ 주요 경쟁앱을 이탈하여 '올리브영' 앱으로 이동한 사용자는 전체 올리브영 유입자의 3.7%에 불과, 이는 앱간 높은 중복 사용 때문으로 추정

주요 메이크업/화장품 앱 월별 사용자 유입률 현황
(4월 MAU 기준, 유입률: 해당월의 *유입자/월 사용자)



※ 유입자: 지난월 사용 이력이 없고, 이번월만 사용 이력이 있는 사용자

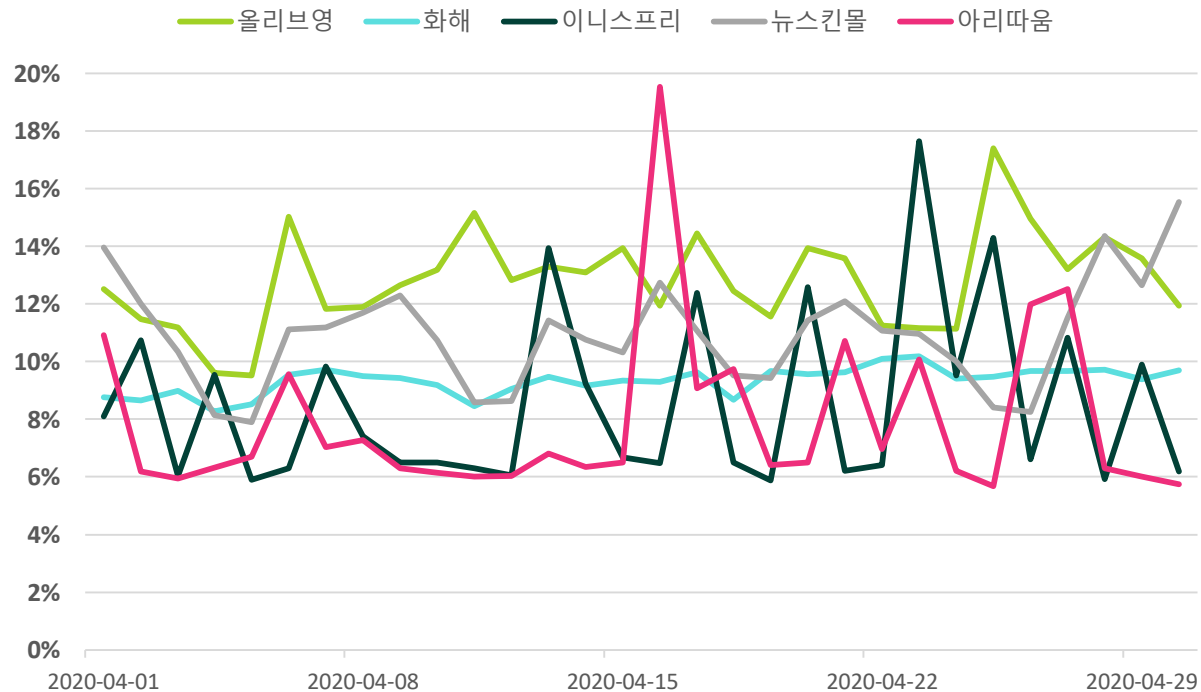
올리브영 앱으로의 이탈자 이동 현황
(4월 MAU 기준)



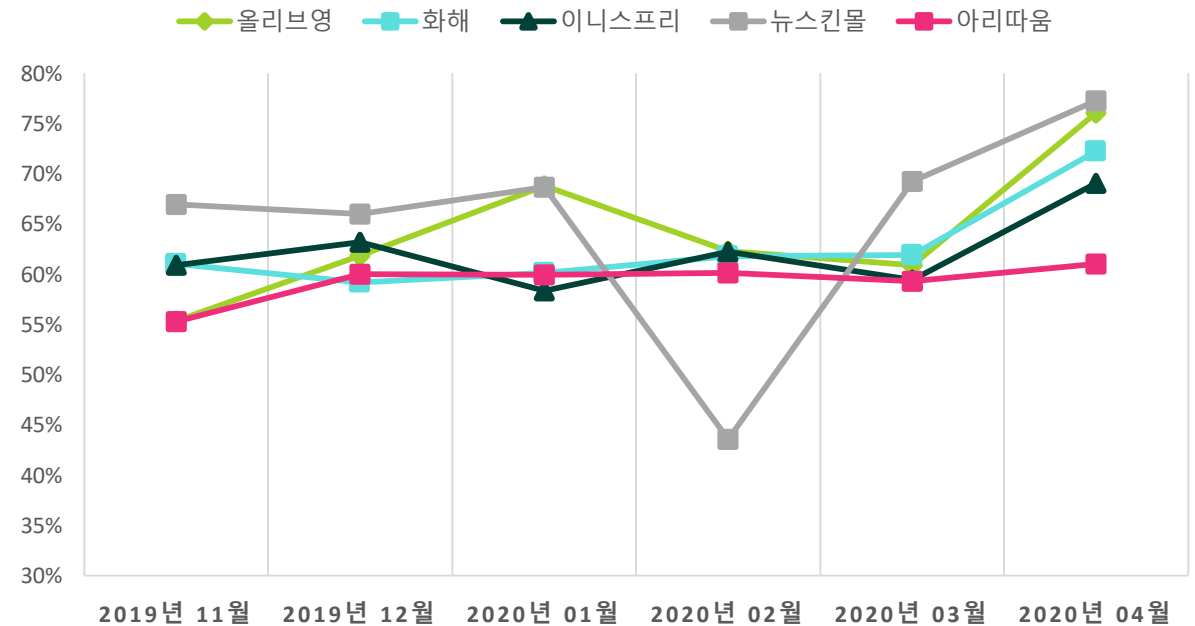
앱 사용자의 고착도 및 유지율 현황

- ▶ 월 사용자 대비 일 사용자 비중을 나타내는 **고착도는 평균적으로 '올리브영' 앱이 가장 높았고, 각 앱의 프로모션 일정에 따라 급증을 반복**하는 것으로 나타남
- ▶ 주요 앱의 **평균 유지율은 63%로 나타났으며, 4월부터는 모든 앱이 상승 추세**

주요 메이크업/화장품 앱 4월 고착도 현황
(고착도: 해당월의 일 사용자/월 사용자)



주요 메이크업/화장품 앱 유지율 현황
(유지율: 해당월의 *유지자/월 사용자)

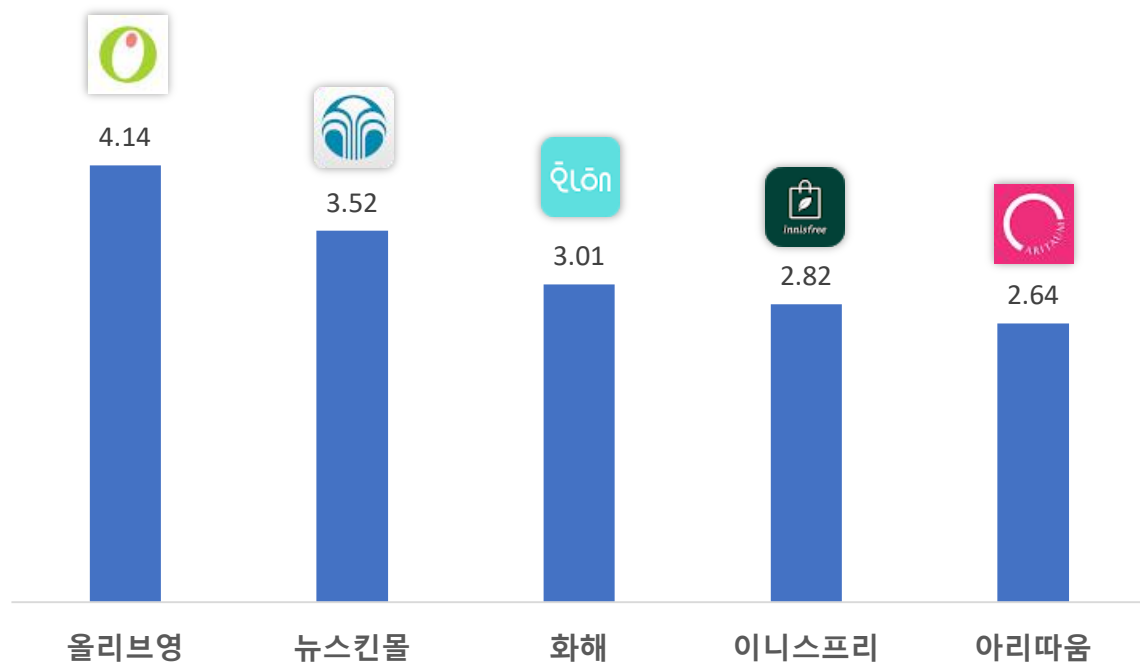


※ 유지자: 지난월, 이번월 모두 사용 이력이 있는 사용자

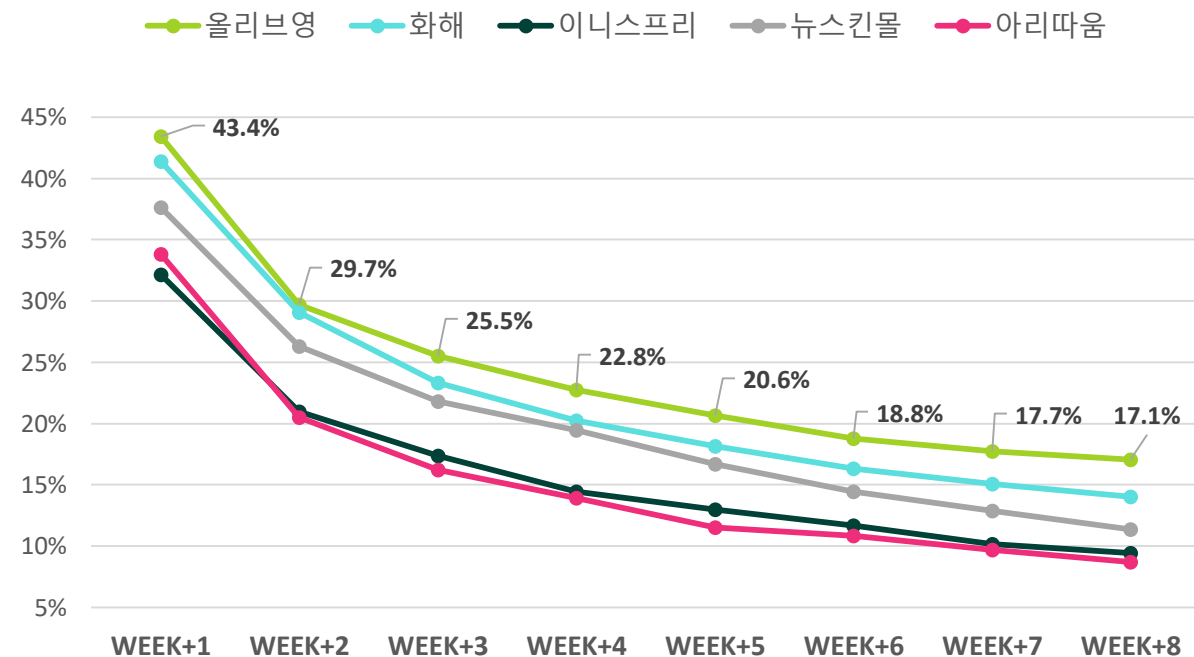
‘올리브영’, 앱 실행일 수·신규 사용자 재방문을 모두 가장 높아

- ▶ 1인당 월 평균 앱 실행일 수는 ‘올리브영’이 4.14일로 주요 ‘메이크업/화장품’ 앱 가운데 **가장 높은 것**으로 확인
- ▶ 신규 앱 설치자의 8주간 재방문율은 ‘올리브영’, ‘화해’, ‘뉴스킨몰’ 순으로 높게 나타남

주요 메이크업/화장품 앱 1인당 월평균 앱 실행일 수 현황
(4월 MAU 기준, 단위: 일)



주요 메이크업/화장품 앱 주차별 신규설치자 재방문율 현황
(2019.12.30~2020.05.17 평균)

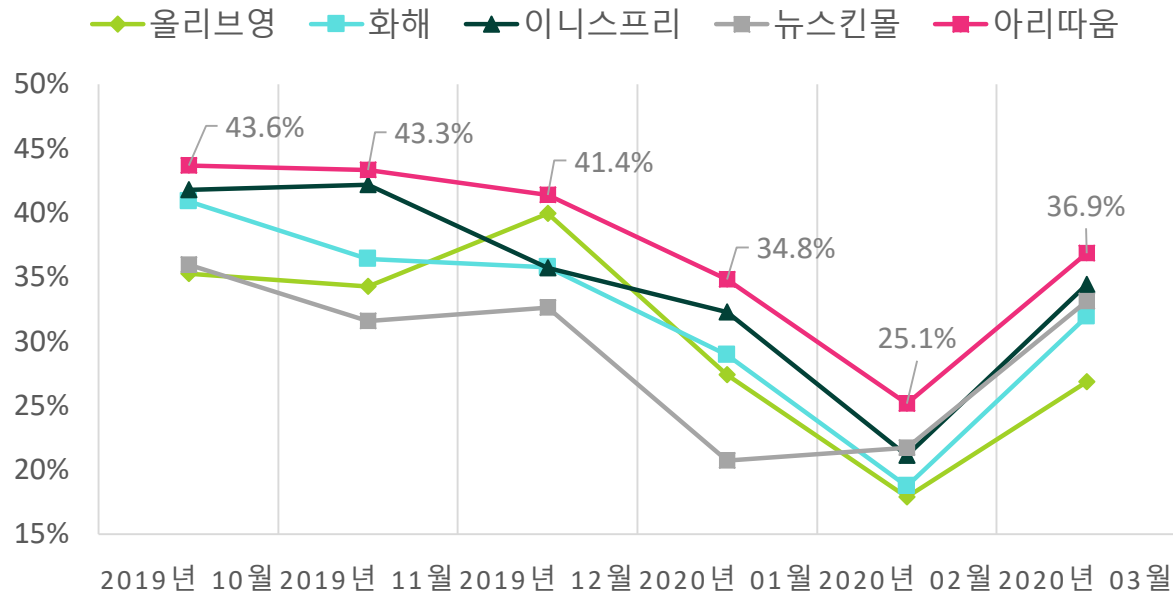


사용자 이탈률은 '아리따움', 신규설치자 삭제율은 '화해'가 가장 높아

- ▶ 월별 이탈률은 '아리따움'이 가장 높았으며, 월평균 37%의 사용자가 앱을 이탈하는 것으로 확인
- ▶ 신규 설치자의 앱 삭제율은 '화해'가 첫날부터 30일째까지 평균적으로 가장 높은 것으로 나타남

주요 메이크업/화장품 앱 이탈률 현황

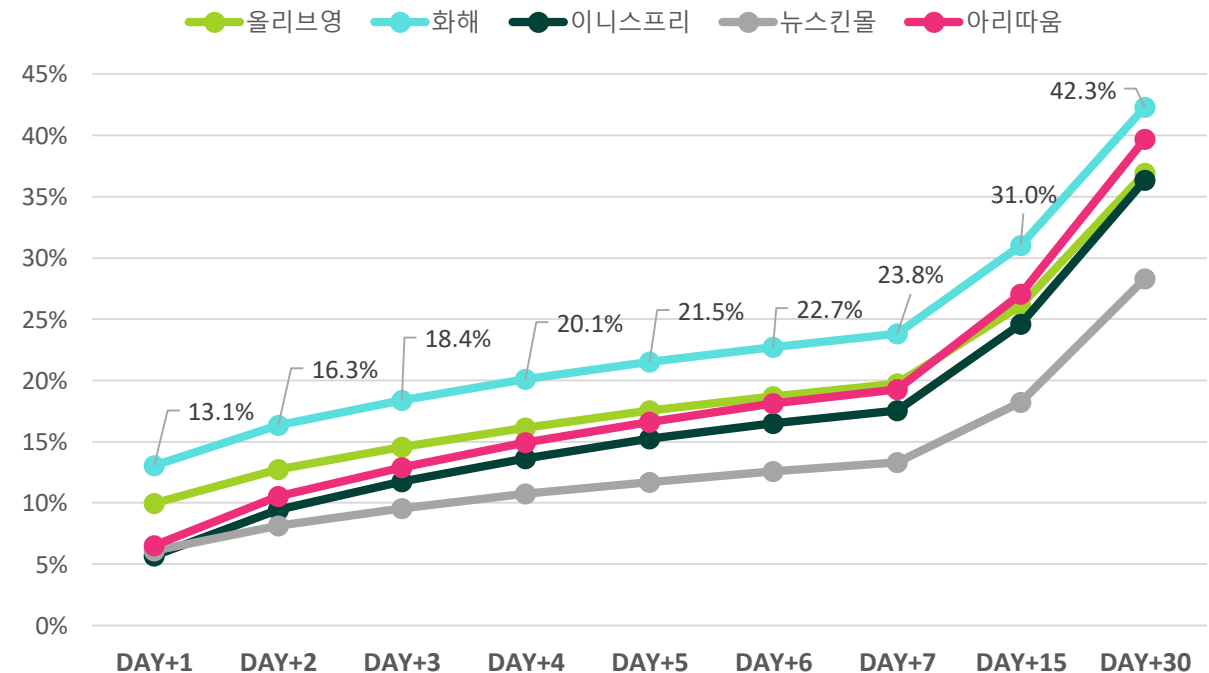
(이탈률: 해당월의 *이탈자/월 사용자)



※ 이탈자: 지난월 사용 이력이 있지만, 이번월 사용 이력이 없는 사용자

주요 메이크업/화장품 앱 신규설치자 삭제율 현황

(2020.01.01~2020.05.17 평균)



모바일인덱스HD를 통해 더 많은 데이터를 지금 바로 확인하세요.

대한민국 마케터분들께 앱 데이터를 확인할 수 있는 **ESSENTIAL 이용권을 무료**로 드리고
있으니 많은 참여 부탁드립니다~!

무료 ESSENTIAL 이용권 신청 바로가기

서비스 이용 문의

MI_Help@igaworks.com

www.mobileindex.com

www.facebook.com/mobileindex.kr

www.igaworks.com

