

COSMETIC REPORT

발행처 (사)대한화장품협회

발행월 2021년 7월 넷째주

주 소 서울특별시 영등포구 국회대로
750, 907호(여의도동, 금산빌딩)

문 의 Tel : 02-785-7985

Fax : 02-782-6659

E-mail : jacklbs@kcia.or.kr



(사)대한화장품협회

Korea Cosmetic Association

CONTENTS

화장품 정보 03

- 상반기 중소기업 화장품수출액 27억달러, 역대 최고[CNC뉴스] ----- 04
美 소비자 "K뷰티=안티에이징·깨끗하다" [코스모닝] ----- 05
화장품산업 전반 비대면 트렌드 확산 추세 [주간코스메틱] ----- 05
(해외화장품시장동향)인도네시아의 스킨케어 화장품 현황 [코트라 해외시장뉴스] ----- 06

법령 정보 20

- [식품의약품안전처] 「화장품 안전기준 등에 관한 규정」 준수 협조 요청 안내 ----- 21

협회 업무추진현황 22

- 미국 OTC Drug 제도 및 인허가 절차 웨비나 사전등록 안내 ----- 23
2021년도 세계일류상품 및 세계일류상품생산기업 선정 신청 안내 ----- 24
주요 수출대상국 웨비나 녹화 영상 접속 링크 안내 ----- 25
「중국 화장품 신규 규정 시행일 및 FAQ」 ----- 26
「맞춤형화장품조제관리사 자격시험 대비 교육과정」 온라인 강의 실시 안내 ----- 27

행사 소식 36

- 2021 바이오헬스 일자리 박람회 참가안내 ----- 37
(말레이시아 대외무역개발공사) 말레이시아 국제 할랄 전시회 (가상 온라인 전시자 모집) 안내 ----- 38
(한국할랄산업연구원) 2021년 할랄화장품 교육 실시 안내_식약처 위탁 무료교육 ----- 39
(한국지식재산보호원) 국제 지재권분쟁 대응전략 지원사업 (상표디자인) 6차 공고 안내 ----- 40
(한국보건복지인력개발원) "천연유기능 화장품전략과정", "화장품 제형기술 이해과정",
"맞춤형화장품 제조관리 이해과정" 교육 안내 (7-8월) ----- 42

회원사 뉴스 45

화장품 정보

**K o r e a
C o s m e t i c
A s s o c i a t i o n**

○ **국내 화장품 산업계 동향**

中企 상반기 수출 사상 최대... 화장품·진단 키트·반도체가 효자('21.7.21)

- 올해 상반기 중소기업 수출이 지난해 동기보다 21.5% 증가한 565억달러(약 65조원)를 기록, 반기 기준 역대 최고치를 찍었음
- 품목별로 보면 올해 상반기 화장품 수출 규모는 27억1000만달러(약 3조1000억원)로 지난해 상반기보다 17.1% 늘었음

- 관련링크:
https://biz.chosun.com/industry/company/2021/07/21/DS6FSAZBQNERTIT27PUXXD54VQ/?utm_source=naver&utm_medium=original&utm_campaign=biz

화장품 인체실험 결과 없으면 '샤넬●에스티 로더'처럼 된다('21.7.21)

- 지난 5월1일부터 본격 시행에 들어간 중국 약감국의 화장품 규정이 드디어 파장을 일으키기 시작했음
- 이번 규정 개정은 전반적인 기존의 시장 질서에 영향을 주고 있다. 특히 관심을 받고 있는 규정은 화장품의 효능과 효과를 표시하기 위해서는 반드시 인체실험의 데이터를 구비토록 한 것임

- 관련링크:
<https://www.cncnews.co.kr/news/article.html?no=6101>

상반기 중소기업 화장품수출액 27억달러, 역대 최고('21.7.21)

- 중소기업의 화장품 수출액이 상반기에 역대 최고 실적을 달성했다. 21일 중기벤처부에 따르면 화장품 중소기업은 27.1억달러(+17.1%)를 수출, 글로벌 시장에서 K-뷰티 수출을 견인한 것으로 나타났음

- 화장품 수출액은 코로나19 이전 '19년 대비 18.9% 증가하는 등 호조를 보였다. 이는 ①기 초화장품을 중심으로 중·미·일 등에서 수요 증가 ②신흥국(베트남·러시아) 수출 확대 때문이라고 중기벤처부는 분석했음

- 관련링크:
<http://www.cncnews.co.kr/news/article.html?no=6109>

쇼피 인기상품 발표 'K-뷰티' 동남아 지속적 강세('21.7.15)

- 동남아와 대만 최대의 이커머스 플랫폼 쇼피(지사장 권윤아, Shopee)가 2021년 상반기 동남아 시장에서 높은 인기를 얻은 한국 제품군 TOP 5를 발표했다
- 쇼피가 진출해 있는 동남아 6개국과 대만 전 지역에서 한국 제품이 가장 많은 판매를 보인 부문은 '뷰티'였으며, 'K팝 기획상품', '푸드', '헬스', '리빙' 순으로 그 뒤를 이었음

- 관련링크:
<http://www.jangup.com/news/articleView.html?idxno=83656>

[중남미 리포트] 브라질, 코로나 팬데믹 시대 향수시장 성장('21.7.16)

- 브라질은 달러화 강세, 해외 여행 제한과 국내 제품 품질에 대한 투자로 2020년 향수 카테고리 매출이 8.4% 증가했음
- 브라질화장품협회조어웅 카를로스 바질리오 회장은 “브라질 사람들은 매우 높은 품질을 제공할 뿐 아니라 최근 몇 년간 혁신에 대한 지속적인 투자를 받고 있는 향수의 국가적 제안에 점점 더 놀라고 있다”고 말했음

- 관련링크:

<https://www.cosinkorea.com/news/article.html?no=39855>

美 소비자 “K뷰티=안티에이징·깨끗하다 (‘21.7.15)

- 미국 소비자들은 한국 화장품에 대해 △ 안티에이징 △ 트렌디 △ 구매 가능한 가격 △ 빛난다 △ 깨끗하다 등으로 인식했음
- 코트라 미국 워싱턴무역관 측은 “미국 소비자가 한국 화장품을 바라보는 시각은 클린뷰티 제품을 보는 인식과 일치한다. 한국 화장품의 긍정적인 이미지를 검색어로 활용해 온라인 마케팅을 강화할 시점이다”고 밝혔음

- 관련링크:

<https://cosmorning.com/news/article.html?no=40623>

화장품산업 전반 비대면 트렌드 확산 추세 (‘21.7.21)

- 포스트 코로나 시대 화장품 산업 전반에 비대면 트렌드가 확산되는 가운데 혁신기술 중심의 미래 화장품 개발을 지원해야 한다는 설문조사 결과가 나왔음
- 진흥원에 따르면 코로나19 극복을 위해 가장 효과적인 전략으로 ‘온라인 수출상담회 참여로 바이어 발굴’ (33.9%)이라고 가장 많이 응답했으며, ‘온라인 유통채널 발굴’ 30.6%, ‘온라인 및 비대면 마케팅 활성화’ 14.5%, ‘신제품 개발’ 12.9%, ‘품목 변경’ 4.8% 순으로 답했다.

- 관련링크:

<http://www.geniepark.co.kr/news/articleView.html?idxno=47845>

말레이시아-자외선 차단, 필리핀-여드름 피부 관리 '관심집중' (‘21.7.16)

- 한국에서 트렌드가 되면, 말레이시아에서도 트렌드가 됨. 말레이시아 소비자들이 인식하는 K뷰티는 깨끗하고 세련됐음
- 필리핀에서도 한국인의 매끈한 피부에 관심이 높음. 한국 화장품뿐 아니라 K뷰티 컨셉 로컬 제품까지 인기를 얻고 있음. 지성이나 여드름 성 피부가 많은 필리핀 여성들 사이에 모공과 여드름 관리 부문에 대한 수요가 상당함

- 관련링크:

https://www.cmn.co.kr/sub/news/news_view.asp?news_idx=36508&flag=h

성장세 탄 중하이난 면세시장을 공략하라 (‘21.7.16)

- 현재 주목받고 있는 중국 하이난 면세점은 중국의 적극적인 지원으로 무섭게 성장하고 있음. 중국 정부는 코로나19 확산에 따른 경기 침체 극복과 내수 소비 진작을 위해 지난해 7월 1일부터 하이난 방문 내국인의 1인당 면세품 구매 한도를 3만 위안(약 531만 원)에서 10만 위안(약 1770만 원)으로 확대하고 단일 품목 면세한도(8000위안)도 없앴음
- 이에 따라 중국 하이난 면세점에 입점하고자 하는 기업들이 늘어나고 있음. 이 같은 기업들을 위해 한국무역협회는 중국의 대표적인 면세점 기업인 하이요우면세점(HTDF)과 공동으로 하이난섬 면세점 입점 온라인 상담회를 지난 13일 개최하기도 했음

- 관련링크:

<https://www.beautynury.com/news/view/93902/cat/10>

○ 해외화장품 시장 동향

인도네시아의 스킨케어 화장품 현황

2021-03-02 인도네시아 자카르타무역관 이창현

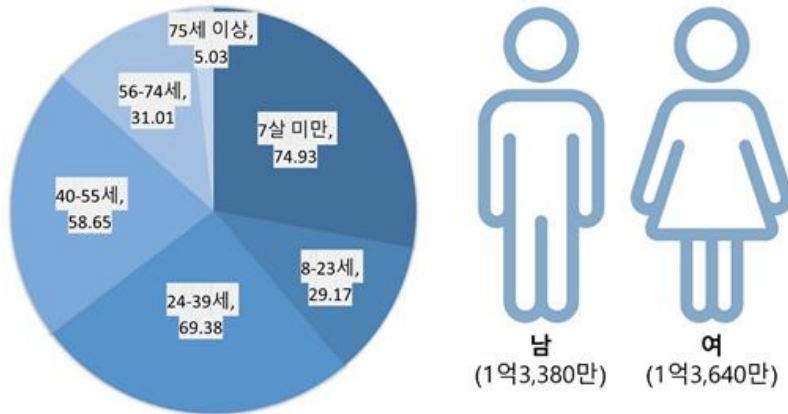
- 2025년까지 연평균 6.5% 성장 전망 -
- 고급스런 브랜드 인지도 및 선호도 확보가 진출 관건 -
- 2026년까지 할랄인증을 받아야 -

인도네시아 얼굴 스킨케어 시장 개요

인도네시아는 인구 2억7,020만 명의 세계 4위 인구대국이며, 생산 가능연령(15~64세)이 전체 인구의 70.7%에 달하다. 또한 OECD 자료에 따르면 인도네시아의 15세 이하의 청소년층 구성비는 26.6%로 주요 55개국 중 가장 낮은 일본(12.2%), 두번째로 낮은 한국(12.9%) 등에 비해 2배 이상 높아 동남아시아에서 최고 수준의 젊은 국가이며, 남아프리카, 이스라엘, 인도에 이은 4위의 높은 출생률을 자랑하는 화장품 산업의 중요한 잠재 시장이자 미래 시장이 되고 있다.

인도네시아는 중산층의 급격한 증가뿐만 아니라, 스마트 폰 등 개인 미디어의 활용 증가에 따라 다양한 정보를 획득하면서 선진국 사람들의 행동에 대한 정보 획득과 광고 등의 노출에 따른 피부에 대한 관심도도 높아지고 있다. 특히 스킨케어는 피부를 건강하게 관리하고 싶어하는 젊은 연령층의 기본적인 욕구의 하나가 되었다. 여성 소비자뿐만 아니라, 남성들도 얼굴 스킨케어에 관심이 증대하고 있으며 남성 전용 브랜드들도 증가하고 있다.

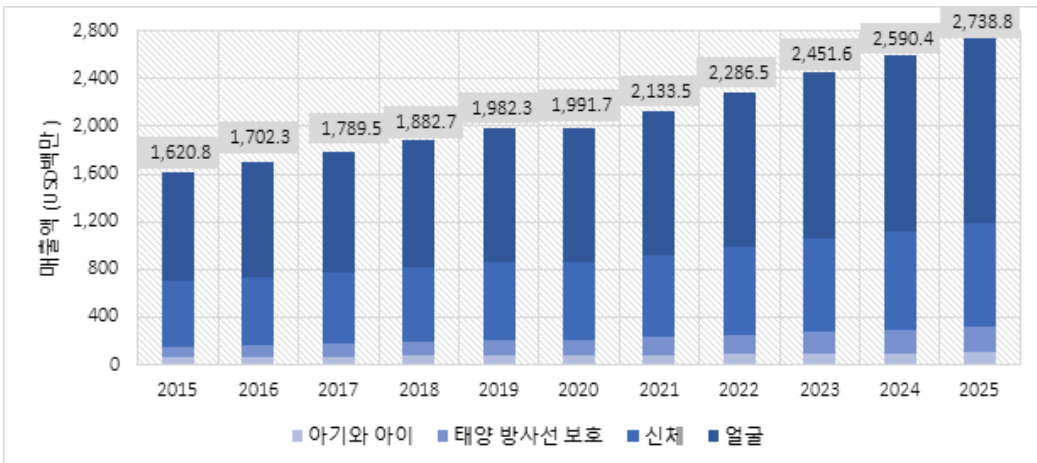
연령대 및 성별별 인도네시아 인구
(단위(좌): 백만 명)



자료: 인도네시아 중앙통계국(2020년), KOTRA 자카르타 무역관

일반적으로 스킨케어는 신체 부위에 따라 여러 종류가 있는데, 얼굴, 바디, 두피 등으로 나뉜다. 본 기사는 얼굴 스킨케어를 중심으로 작성한다. 유로모니터에 따르면 인도네시아는 얼굴 스킨케어 분야의 2019년도에 매출이 가장 높았으며 대부분의 소비자에게 얼굴 스킨케어가 최고 관심사였다. 2020년 얼굴 스킨케어 제품의 총 매출액은 11억3000만 달러로 2019년과 큰 변화를 보이지 않았으나 2021년부터 2025년까지의 CAGR이 6.5%가 될 것으로 예상된다. 대부분의 여성 소비자들은 자신의 피부 타입에 맞는 스킨케어를 선호하고, 성분을 잘 이해하려고 노력하고 있다. 또한 많은 여성들이 천연, 유기농, 피부관리형 화장품 브랜드에 더 많은 매력을 느낀다. 이와는 대조적으로, 남성들은 이미 신뢰받는 유명 브랜드 구매를 선호한다.

인도네시아 스킨케어 시장 매출



주: 코로나19의 영향을 반영하여 조정한 예측치. 크림, 로션, 선크림, 아이크림, 핸드크림, 유아 및 아동 피부 관리 등은 포함.

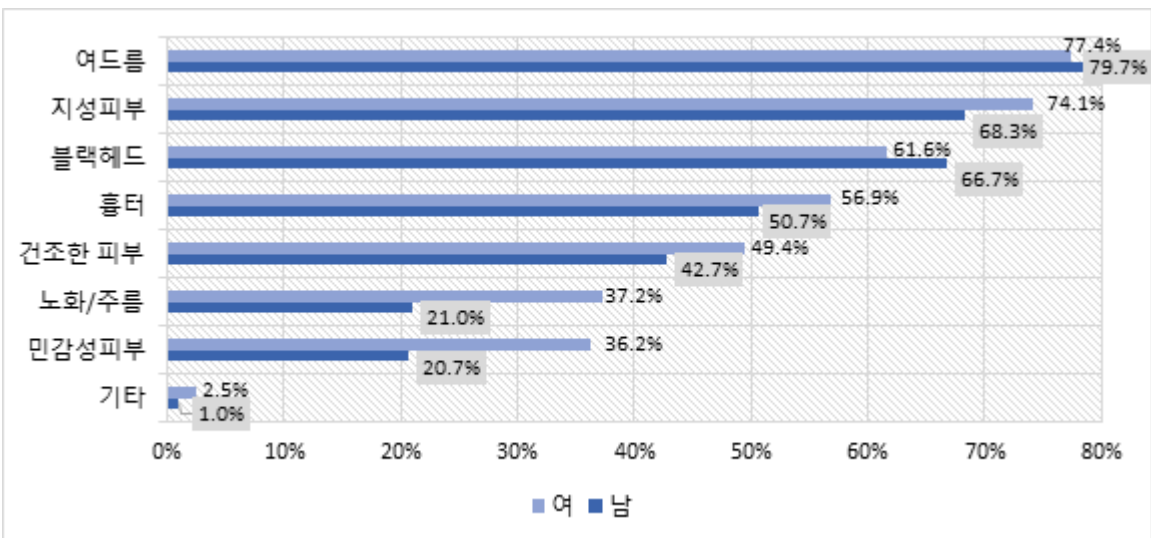
단 색조 화장품, 피부 마사지 샵용 전문 제품 및 서비스, 피부 치료 제품(즉, 여드름 치료)은 제외

코로나19 팬데믹은 얼굴 피부관리에 큰 영향을 미치고 있다. 사람들의 생활방식이 대부분 "stay at home"로 바뀌면 집에서 얼굴 피부 관리를 할 수 있는 시간이 더 많아졌다. 또한 야외 활동 시 마스크를 사용하는 것은 특히 습도가 높은 열대성 기후를 가진 인도네시아 지역에서 쉽게 피부 문제를 일으키는 것으로 알려져 있다. Tokopedia의 뷰티·헬스·개인관리 카테고리 담당 수석대표인 Jessica Gunawan에 따르면 2020년 4분기에 Tokopedia의 뷰티 카테고리에서 거래가 2019년 4분기에 비해 두 배 가까이 증가했다. 코로나19 기간 로레알 인도네시아(L'Oréal Indonesia)는 얼굴 마스크 팩 및 눈 피부 관리로 아이크림 등을 포함하며, 색조 제외)와 같은 집에서 할 수 있는 피부 관리(beauty treatment)에서 괄목할 만한 성장을 기록했다고 밝혔다.

인도네시아 피부타입과 얼굴 피부관리 선택 시 고려사항

인도네시아인은 다른 아시아인과 피부타입이 비슷하다. 유럽인보다 지방질 많고, 각질층이 얇으며, 탈수되기 쉽다. 상대적으로 두꺼운 진피층에 콜라겐과 엘라스틴이 더 많이 함유돼 있어 유럽인들에 비해 늦은 나이에 주름이 생긴다. 유럽인과는 다르고 다른 동아시아인들과 유사한 피부 특성을 가지고 있긴하지만, 높은 습도의 열대 기후로 인해 인도네시아인이 느끼는 피부 문제는 다른 동아시아인들에 비해 상당히 다르다. Jakpat의 스킨케어 제품 관련 설문조사 보고서를 보면 젊은 인도네시아인(16~35세)의 대다수는 블랙헤드나 여드름 문제가 있는 지성 피부 타입이다. 피부과 의사 Aida 씨는 인도네시아 얼굴 피부 문제는 대부분 여드름, 블랙헤드, 큰 모공, 그리고 주름이라고 설명했다. 이 때문에 많은 인도네시아인이 피부과를 방문해 얼굴 피부 문제에 대해 상담을 받거나 치료를 받고 있다.

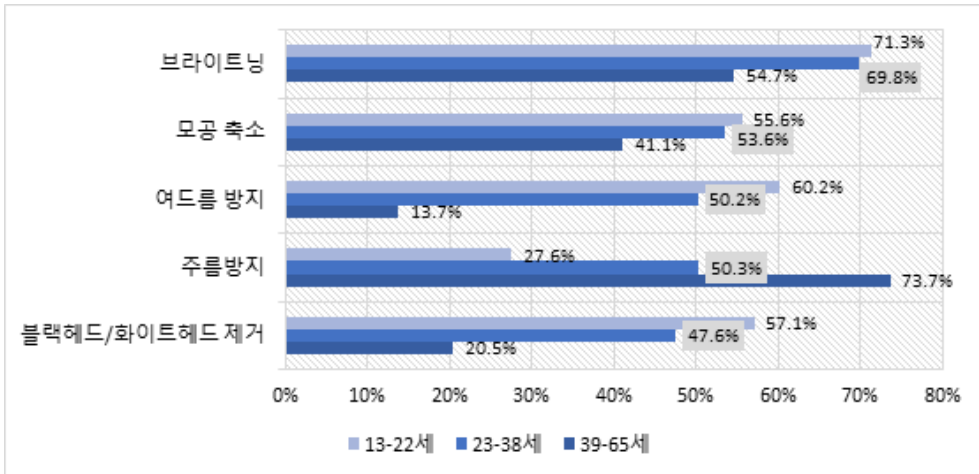
인도네시아인 얼굴 피부 문제



자료: Jakpat 조사 보고서 2018, KOTRA 자카르타 무역관 재가공

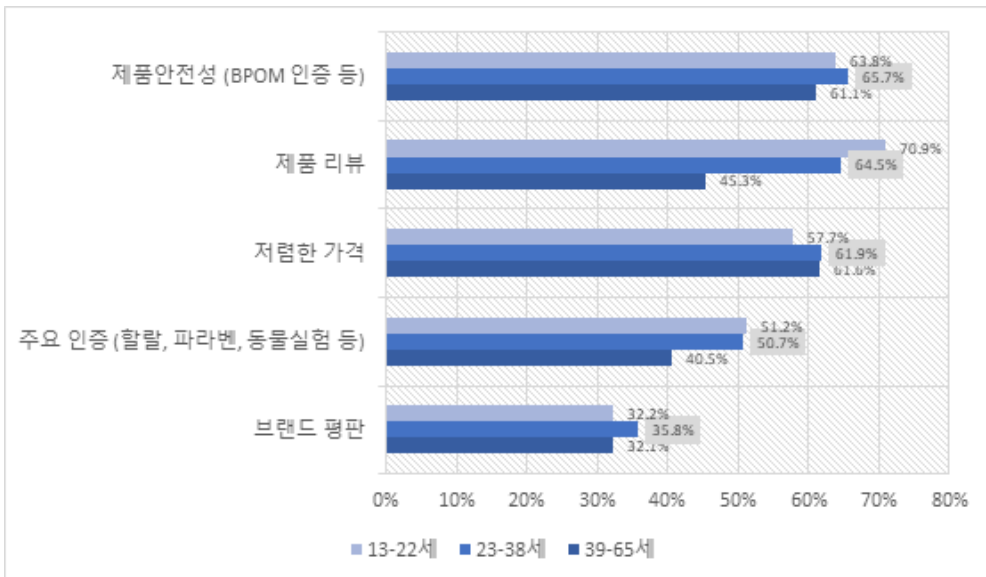
ZAP Beauty Index 2020에 따르면 인도네시아 여성의 연령대별 필요한 얼굴 피부 관리 제품이 다르다. 만 13~22세 여성은 여드름 방지와 브라이트닝 스킨케어를 가장 선호한다. 만 23~28세 여성은 피부 속 모공을 밝게 하고 크기를 줄일 수 있는 얼굴 스킨케어 제품을 선호한다. 한편, 39~65세 사이의 여성들이 가장 많이 찾는 것은 피부를 밝게 할 수 있는 노화방지용 안티에이징 제품이다. 제품 효능 외에도 얼굴 피부 관리 제품을 구입할 때 고려해야 할 몇 가지 중요한 사항이 있다. 대체적으로 인도네시아 여성들은 인도네시아 정부인 식약청(BPOM)의 공식 인증 획득 여부를 확인하는데, 인도네시아의 인증에 대해 소비자들은 해당 제품이 사용하는데 안전하다고 믿는다.

인도네시아 얼굴 피부관리 제품 선호도



자료: ZAP Beauty Index 2020년 8월

인도네시아인의 얼굴 피부관리를 위한 상품 구매 시 주 고려사항



자료: ZAP Beauty Index(2020년 8월), KOTRA 자카르타 무역관 재가공

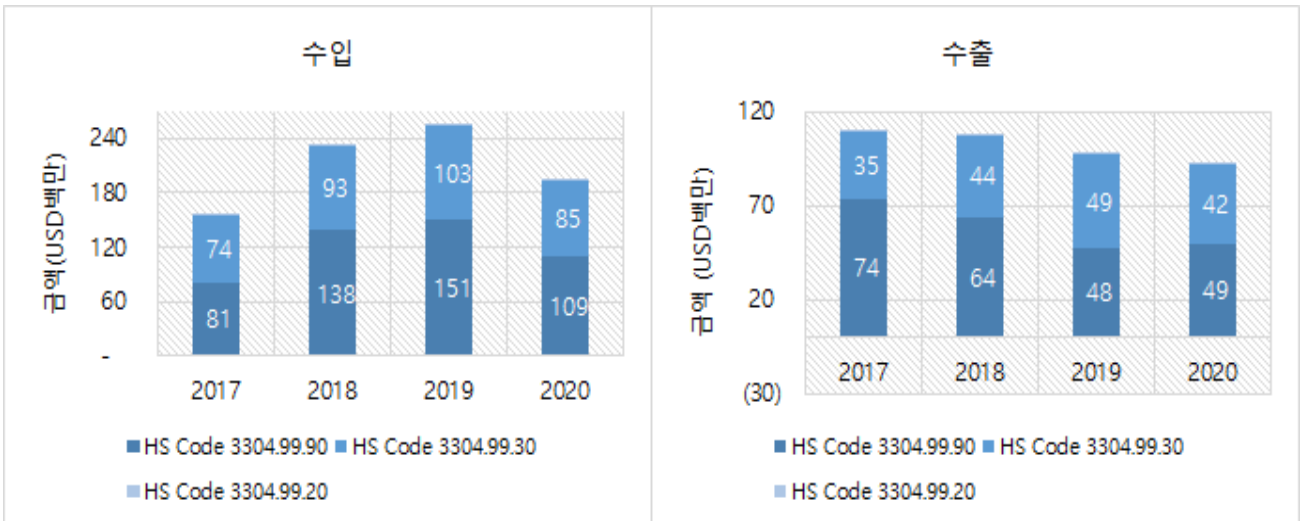
스킨케어 제품의 수출입 동향

이 보고서는 얼굴 피부관리제품(스킨케어 제품)을 중점적으로 다루고 있으나 얼굴 스킨케어 제품만을 분리한 수출입 자료가 없다. 따라서 본 보고서에 제시된 수출입 동향은 HS Code 3304.99에 따른 제품을 포함한다. 스킨케어 제품의 인도네시아 수입액은 2017~2019년까지 매년 증가해왔다. 반면 인도네시아산 스킨케어의 수출액은 2017~2019년 이후 소폭 감소한 것으로 나타났다. 2020년은 코로나19가 화장품 전체 수출입에 영향을 미쳤는데, 수입이 대폭 감소하고 수출도 감소했다.

한국은 2017년부터 2020년까지 인도네시아의 최대 스킨케어 수출국이었다. 이 기간의 총 수입액은 1억800만 달러였다. 그 뒤를 프랑스(1억100만 달러)와 미국(9600만 달러)이었다. 한국의 스킨케어는 인도네시아를 포함한 아시아인의 피부타입에 적합하다고 알려져 있다. 미디어 등에 등장하는 한국인들의 건강한 피부로 인해 한국의 스킨케어 화장품이 인도네시아인들에게 잘 브랜딩돼 있다. 여드름 방지 제품(HS 코드 3304.99.20)에 특화된 말레이시아 산의 수입액은 2020년에 큰 폭의 증가를 보였다.

인도네시아 화장품의 주요 수출 상대국으로는 싱가포르가 2017~2020년 전체 수출액의 1억1200만 달러로 최대 수출 대상국이었다. 그 다음으로 태국(1억1600만 달러)과 말레이시아(2800만 달러)가 뒤를 이었다. 동남아시아 사람들의 기후, 사회문화, 구매력의 유사성과 가까운 지리적 이점으로 인해 이 지역들에 인도네시아산 스킨케어 제품이 쉽게 접근할 수 있었던 것으로 보인다

인도네시아 스킨케어 수출입 동향



자료: Global Trade Atlas

인도네시아 스킨케어 수입액

(단위: US\$)

제품 분류(HS code)	동업자 국가	2017년	2018년	2019년	2020년*
여드름 예방 (3304.99.20)	말레이시아	160	2,683	2,210	712,980
	한국	83,683	107,576	311,129	186,703
	미국	95,270	141,720	215,051	117,441
	일본	4,295	17,017	14,010	7,493
	영국	11,650	6,276	8,102	5,070
얼굴 또는 피부 크림 & 로션 (3304.99.30)	한국	4,523,329	12,036,607	13,927,890	13,888,782
	태국	8,134,774	11,354,040	12,706,239	10,512,885
	말레이시아	2,849,055	6,665,687	8,997,252	10,407,490
	미국	10,892,659	10,199,261	11,024,573	9,456,902
	중국	2,368,656	5,966,546	9,361,361	6,373,728
기타 (3304.99.90)	한국	3,878,120	12,841,616	20,076,064	26,338,396
	싱가포르	8,292,766	1,425,105	28,593,132	12,893,344
	미국	11,698,998	17,355,674	14,475,669	10,750,505
	France	12,235,583	28,302,018	20,886,424	10,559,415
	일본	13,851,974	14,378,176	15,404,720	9,582,907

주*: 2020년의 수입액 기준 정렬

자료: Global Trade Atlas

수입관세 및 제한

인도네시아로 스킨케어 화장품(HS 코드 3304.99)을 수입하려면 인도네시아 국립 의약품 및 식품 통제청 BPOM - Indonesia's National Agency of Drug and Food Control)의 인증을 받아야 하는데, 수입제품은 반드시 BPOM에 등록해야 한다는 BPOM의 규정 (30호2017년) 따른 것이다.

스킨케어 제품의 수입관세 및 제한

제품 설명 (HS 코드)	수입 제한	수입 관세*		VAT
		MFN	AKFTA	
여드름 예방(3304.99.20)	수입 승인 인증서**	15%	0%	10%
얼굴 또는 피부 크림 & 로션(3304.99.30)	수입 승인 인증서	15%	0%	10%
기타(3304.99.90)	수입 승인 인증서	15%	0%	10%

주*: MFN(수입품에 부과되는 일반적인 비차별관세), AKFTA(아세안-한 자유무역협정)

주** : BPOM 규정 (30호2017년)

자료: Indonesia National Trade Repository 웹사이트, KOTRA 자카르타 무역관

할랄 스킨케어의 부상

세계적에서 이슬람교도가 가장 많은 나라인 인도네시아는 약 2억2,500만 명의 신자가 있으며, 이슬람의 율법에 따른 할랄 인증은 인도네시아 소비자들의 큰 관심사다. 할랄 인증을 받기 위해서는 알코올을 함유하거나, 동물 실험을 하거나, 동물 특히 돼지고기의 성분을 함유해서는 안 된다. 할랄 인증은 좋은 성분만 사용한다는 믿기 때문에 안전성과 품질 보증의 표시로도 인식되고 있어 매출 확대에도 유리하다.

세계적으로도 할랄 시장이 계속 확대되면서 공장과 제품에 대한 할랄 인증을 받으려는 스킨케어 브랜드가 많다. 예를 들어 인도네시아에서 할랄 인증을 받은 화장품 선두주자는 PT Paragon Technology and Innovation (PTI)과 L'Oréal Indonesia로 현지 시장과 동남아 지역을 공급하는 공장에 대해 할랄 인증을 취득했다. 한국 화장품 제조업체인 코스메카(Cosmecca)도 할랄 인증을 취득하여 중동과 동남아시아로 제품을 수출했다. 2016년에는 인도네시아 국내 스킨케어, 화장품 제조업체 코스맥스 인도네시아(Cosmax Indonesia)도 할랄 인증을 받았다.

할랄 화장품 시장 공략을 희망하는 글로벌 파트너와도 협력한다. State of the Global Economy Report 20/21에 따르면 Cosmax Indonesia는 인도네시아 굴지의 대학인 Bandung Institute of Technology (ITB)와 인도네시아산 원료와 한국 화장품 기술을 통합하기 위한 연구개발용 MOU도 체결했다.

인도네시아 정부는 2019년 인도네시아에서 판매되는 모든 수입 화장품 브랜드는 2026년까지 인도네시아 또는 해외 공인기관에서 할랄 인증을 받아야 한다는 내용의 할랄규제(규정 31호 2019년)를 새로 발표했다. 할랄의 인증은 인도네시아 울레마 위원회(무이 MUI: Majelis Ulama Indonesia - Indonesian Ulema Council)는 인도네시아 이슬람 율법학자 평의회, 인도네시아 울레마위원회, 인도네시아 무슬림 평의회 등 다양한 호칭으로 번역돼 사용된다)의 산하단체인 LPPOM MUI 담당한다. LPPOM MUI(Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia)는 인도네시아 식품, 의약품, 화장품에 대한 할랄인증기관이다.

인도네시아 내에서는 LPPOM MUI를 통해 인증을 받으면 되지만, 인도네시아 이외의 외국 지역에서는 현지에 있는 HCB (Halal Certificate Bodies)라는 LLPOM MUI의 인증을 받을 현지 기관에서 인증을 받게된다. 다만 이때 단서조항이 있는 HCB는 제외된다.

2020년 11월 현재 26개국 45곳에 LPPOM MUI가 승인한 HCB가 있다. 이 HCB 목록은 <http://www.halalmui.org/>에서 확인할 수 있다. 유럽 미국 등 구미선진국과 싱가포르, 베트남, 태국 등 동남아시아에 있으며, 동아시아의 경우 일본(3개소), 대만(1개소)이 유치해 있으나 한국은 현재까지 LPPOM MUI가 승인한 할랄인증기관 HCB가 이 없어 수출기업들이 할랄 인증을 받기 위해서는 인도네시아의 관련 전문가를 한국으로 초대해야 한다. 아래는 인도네시아의 할랄 인증 프로세스에 대한 개요이다.

인도네시아의 할랄 인증 절차

실행자	사업가	BPJPH	BPJPH	LPH	BPJPH	MUI	BPJPH
과정	할랄인증신청 서제출	응용 프로그램 문서 검토	LPH 지정	제품의 할랄성 검사 및/또는 테스트	검사 결과 문서 및/또는 LPH 테스트 승인 및 확인	제품의 할랄성 규정	할랄 인증서 게시
기간 (근무일)		10	5	40 (인도네시아) 60 (해외)	5	30	5

주: BPJPH (할랄제품보증기구/Badan Penanggulangan jaminan Produk Halal), LPH (할랄검진기관/ Lembaga Pemeriksa Halal), MUI (인도네시아 올레마 위원회/Majelis Ulama Indonesia)

자료: <https://cosmetic.chemlinked.com/>

제품 트렌드

코로나19 는 사람들이 집에 더 많이 머물게 하여 얼굴 피부를 관리할 기회를 갖게 했는데, 마스크 팩 와 같은 피부 관리를 위한 제품들이 수요가 많았다. 인도네시아 화장품 회사의 개발담당 전문가인 WH씨는2021년에는 야외 활동이 증가할 것으로 예상하며 보습제, 자외선 차단제 등 얼굴 피부 관 리 및 보호용 제품 수요가 증가할 것으로 전망했다.

이외에도 다양한 스킨케어 브랜드의 제품 개발 혁신이 인도네시아의 얼굴 스킨케어 트렌드에 큰 영 향을 미쳤다. 2020년에는 Avoskin, Lacoco, Somethinc 등 다양한 현지 인도네시아 화장품 브랜 드가 얼굴 피부 관리 부문에서 집중 조명을 받기도 했다. 인도네시아 유력 화장품 소비자 리뷰 사이 트의 하나인 Female Daily 공동창업자 Affi Assegaf에 따르면 인도네시아 소비자들의 피부 활성 성분에 대한 인식이 높아져 단일 활성 성분 스킨케어에 대한 수요가 증가할 것으로 예상된다. 2020 년 부터 인도네시아에서 유행하기 시작했으며 2021년도에 더욱 성장할 것으로 예상되는 세 가지 얼 굴 피부 관리 동향은 1) 피부 활성 제품 및 성분명 마케팅 2) 단말기 청광색 방지, 3) 생화 활용 으로 예상된다.

주름 개선 등 피부 활성 제품과 성분명 마케팅 강화

피부 개선(안티 에이징 등) 제품은 얼굴 피부 층의 상태를 개선할 수 있다고 주장하는 성분이 함유된 스킨케어 제품이다. 2020년에 유행한 주요 스킨케어 성분으로는 세라마이드, 히알루론산, 니아신아미드(니코틴아미드), 레티놀, 펩타이드 등이 있다. 인도네시아의 한 화장품회사 개발자는 2021년에는 레티놀 대체품으로서 바쿠치올 함유량이 있는 제품이 소비자들에게 어필할 것으로 보인다고 밝혔다. 캐나다 원산인The Ordinary뿐만 아니라 인도네시아 원산인 Somethinc, Avoskin 등 여러 스킨케어 브랜드들이 활성 물질의 핵심 성분을 직접 거론하면서 제품을 출시했고, 소비자들이 스킨케어에 있는 활성 물질의 이름을 알게 되었다. 이런 성분 마케팅은 더욱 강화될 전망이다.

2020년에 유행했던 니아신아미드 포함제품의 예



자료: reviews.femaledaily.com

성분명 마케팅의 예시

<p>All Product, Anti Aging, Brightening, Moisturizing</p> <p>Your Skin Bae Ultimate Hyaluron Marine Collagen 5% + Hyacross 2% + Galactomyces</p> <p>☆☆☆☆☆</p> <p>Rp 149.000</p>	<p>Anti Aging, Miraculous, Retinol Series</p> <p>Miraculous Retinol Sheet Mask</p> <p>☆☆☆☆☆</p> <p>Rp 35.000</p>	<p>All Product, Anti Aging, Brightening</p> <p>Your Skin Bae Alpha Arbutin 3% + Grapeseed</p> <p>☆☆☆☆☆</p> <p>Rp 139.000</p>	<p>All Product, Anti Aging, Moisturizing</p> <p>Your Skin Bae Marine Collagen 10% + Ginseng Root</p> <p>☆☆☆☆☆</p> <p>Rp 139.000</p>
---	--	--	---

자료: avoskinbeauty.com

청광 방사선(blue-light radiation)으로부터 피부 보호제품

코로나19 재택근무(work at home) 기간에 소비자들이 컴퓨터나 TV화면 앞에서 보내는 시간이 늘어났다. 이때 화면에서 방출되는 청색광 방사선에 의해 과다 색소침착 등과 같은 부작용이 발생할

수 있다고 우려한다. 이에 따라 청색광 방사제 성분이 함유된 얼굴 스킨케어에 대한 수요가 증가할 전망이다. 일례로 Wardah Indonesia사는 2020년에 니아신아마이드 성분이 함유된 얼굴용 데이 크림(day cream)을 출시해 청색광 방사로부터 피부를 보호한다고 주장했다.

생화가 함유된 스킨케어

꽃은 피부 미용에 좋다하다는 인식이 있어 오랫동안 스킨케어 제품의 재료로 사용되어 왔다. 장미, 자스민, 라벤더, 칼렌둘라, 히비스커스, 카모마일과 같은 꽃들로 부터 에센스 오일을 채취하거나, 수액 채취, 방향물 포집 등으로 활용한다. 실제 꽃잎이 함유된 얼굴용 스킨 토너가 인도네시아 소비자들에게 큰 호응을 얻고 있으며 2021년에도 중요한 트렌드가 될 전망이다. 꽃잎은 화장품의 주원료로 활용될 뿐만 아니라 제품의 포장을 아름답고 독특하게 표현할 수 있다. 2020년 Wardah Indonesia사는 아발란스 로즈(Alavanche rose)가 포함된 히드라 로즈 시리즈(Hydra Roses Series)를 출시했으며, Aubree사도 식물칼렌둘라 토너를 출시해 2020년 Tokopedia의 뷰티 어워드에서 최고의 토너 후보에 올랐다.

2020년에 유행하던 꽃잎 함유 인도네시아 제품



Wardah – Hydra Rose Series



The Aubree – Botanical Calendula Toner

자료: 공식 인스타그램 계정 @wardahbeauty와 @aubree.skin

유통 채널 및 마케팅

일반적으로 화장품의 유통과 마케팅은 오프라인과 온라인 채널을 통해 이루어진다. 오프라인 채널을 통해 소비자가 직접 제품 포장을 보고 제품 테스터까지 해볼 수 있게 하며, 온라인 채널을 통해 편리하게 거래할 수 있다. 다른 많은 나라들과 마찬가지로 코로나19는 많은 오프라인 상점에 큰 영향을 미쳤고, 특히 미용실에서 피부 관련 처치를 받지 않도록 많은 제한하였다. 그 여파로 인해 온라인 판매의 증가했으며, 온라인 채널은 코로나19 기간 제품을 홍보하고 판매하는 데 매우 중요한 역할을 한다.

온라인 미디어는 스킨케어 구매에 있어 소비자의 선호도에 큰 영향을 미치고 있다. 소셜 미디어는 브랜드 인지도를 높이는 매우 영향력 있는 마케팅 채널이 되었다. 제품 리뷰와 홍보를 제공하는 소셜 미디어의 뷰티 인플루언서는 스킨케어 제품 구매에 대한 소비자의 선호도에 큰 영향을 미친다. 영향력이 큰 인플루언서의 역할도 크지만, 다수의 인플루언스의 숫자도 영향을 미친다. 스킨케어 제품 리뷰의 프로모션 채널로 가장 널리 사용되는 소셜 미디어는 인스타그램, 유튜브이며, 틱톡은 최근 인기가 높아지고 있다.

소셜 미디어와는 별도로 인도네시아에서 스킨케어 사용 트렌드를 형성하는 데도 전자상거래가 중요한 역할을 하고 있다. 전자상거래를 통해 스킨케어 제조·판매자는 배송비 할인 혜택을 받아 제품을 판매한다. 또한, 판매자는 구매자를 유치하기 위해 전자 상거래 홈페이지에 상품을 광고할 수 있다. 현재 Shopee 등 몇몇 온라인 마켓플레이스에는 스킨케어를 포함한 남성용 제품을 판매하는 'Shopee Man Sale'이라는 하위 사이트까지 개설했다.

한편 인도네시아에서는 Beauty Journal by Sociolla과 Female Daily 등 소비자 리뷰 플랫폼이 큰 인기를 끌고 있다. 이 채널을 통해 잠재 구매자들은 이러한 제품을 사용한 사람들의 제품 리뷰를 볼 수 있다. 이 채널은 브랜드를 홍보하기 위해 지불되었을지도 모르는 뷰티 인플루언서와 블로거들의 리뷰에 비해 구매자들의 더 솔직하고 신뢰할 수 있는 리뷰를 포함하고 있기 때문에 더욱 인기를 끌고 있다

인도네시아의 스킨케어 마케팅 및 유통 채널

오프라인	공식 매장 - 매장 혹은 브랜드숍(예: Wardah, The Body Shop, 이니스프리 등)
	소매유통 - 편의점: Alfamart, Indomaret 등 - 슈퍼마켓: Hero, Carrefour, Transmart, Lotte Mart 등 - 백화점: METRO, SOGO 등 - 건강 및 미용 전문점: Sociolla, Watson, Guardian, Century, Shepora 등
온라인	공식 웹사이트 - 브랜드 또는 회사의 공식 웹 사이트(예: Wardah 공식 웹사이트, The Body Shop 공식 웹사이트, 이니스프리 웹사이트 등)
	시장 및 뷰티 전자상거래 - 온라인 시장: Tokopedia, Shopee, BliBli, Bukalapak, Lazada 등 - 뷰티 전자상거래: Sociolla, Beautyhaul
	소셜 미디어 - 브랜드 또는 회사의 소셜 미디어 - 소비자 리뷰 플랫폼: Beauty Journal by Socioll, Female Daily

자료: KOTRA 자카르타 무역관

얼굴 스킨케어 관련 기업

2019년 인도네시아 정부는 얼굴 스킨케어 업체를 포함해 인도네시아 내 797개 대형·중소형 화장품 업체가 있다. 2018년 760개 업체에 비해 37개가 늘어난 수치다. 797개 기업 중 인도네시아 투자조정위원회(Badan Kordinasi Penanaman Modal - BKPM)에 등록된 기업 294개는 해외에서 투자한 기업으로 전체 화장품 기업의 37%가 해외에서 들어온 기업인 셈이다. 아래는 2019년 시장점유율 기준 인도네시아 10대 스킨케어 기업 리스트입니다.

인도네시아 10대 스킨케어 기업

순위	회사명	주요 브랜드	2019년 시장점유율(%)	브랜드 원산국
1	PT Unilever Indonesia Tbk	Pond's, Fair & Lovely, Citra, Vaseline, Nameera	24.9	영국
2	PT Procter & Gamble Home Products Indonesia	Olay, SK-II	7.9	미국
3	PT L'Oréal Indonesia	Garnier, Lancôme, Biotherm, L'Oréal	6.9	프랑스
4	PT Paragon Technology and Innovation	Wardah, Emina, Make Over, Kahf	5.7	인도네시아

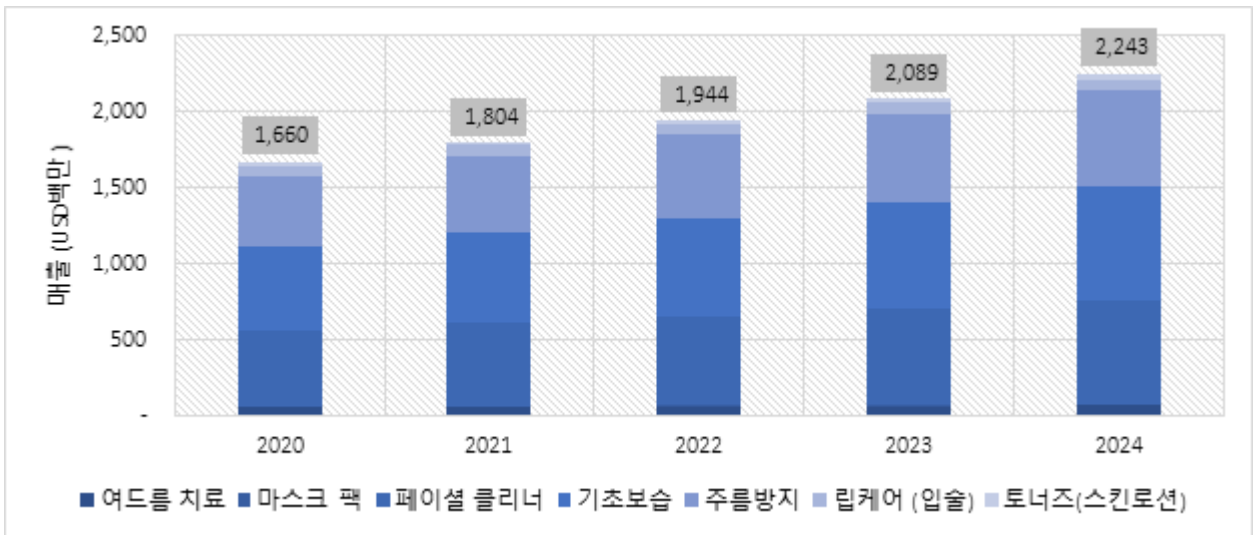
5	PT Beiersdorf Indonesia	Nivea	3.0	독일
6	PT Kao Indonesia	Bioré	2.4	일본
7	PT Vitapharm	Viva	2.1	인도네시아
8	PT Monica Hijau Lestari	The Body Shop	1.9	인도네시아
9	Martha Tilaar Group	Biokos, Sariayu	1.4	인도네시아
10	PT Mandom Indonesia Tbk	Pixy	1.3	인도네시아

자료: 유로모니터(2020), KOTRA 자카르타 무역관

기회와 도전

70% 이상이 생산연령층인 데다가 젊은 인도네시아의 많은 인구는 스킨케어 산업에 커다란 시장 잠재력을 창출한다. 유로모니터는 인도네시아의 얼굴 스킨케어 매출이 CAGR(2021~2024년) 7.5% 성장할 것으로 전망한다. 코로나19는 얼굴 피부관리 시장의 성장에 영향을 미쳤다. 많은 사람이 코로나19의 전염을 막기 위해 이전보다 더 자주 세안을 하고, 세안 후에 보습제와 트리트먼트를 포함한 스킨케어 제품을 사용하기 때문에 매출 증가로 이어지기도 한다. 감염병 방지용 안면 마스크는 이 유행병이 완화된 후에도 새로운 습관의 하나로 계속 착용될 가능성이 있다. 마스크 착용은 여드름과 같은 피부 문제를 일으키는 것으로 잘 알려져 있어 피부관리에 대한 또 다른 관심도 높아질 것으로 보인다.

카테고리별 스킨케어 매출 예측



자료: 유로모니터, 2020

코로나19 상황에도 남성의 얼굴 피부 관리에 대한 수요는 증가할 것으로 예상된다. 인도네시아에는 남성용 얼굴 피부관리 브랜드가 몇 개 되지 않으며, 대부분 다국적 기업 제품이다. 최근까지 대부분의 인도네시아 남성들은 세안제만 사용했다. 향후 남성용 시장도 증가할 것으로 전망된다.

제언

1. 인도네시아의 기후와 문화에 대한 이해를 바탕으로 화장품을 개발하고 판매하라.

인도네시아의 열대성 기후와 높은 습도, 이슬람교도들을 위한 일일 기도활동으로 많은 소비자가 SPF 보호와 방수 기능이 포함된 얼굴 스킨케어 제품과 메이크업을 선호한다. 이슬람교도들은 오후 기도를 하기 전에 항상 세수를 하고 자외선 차단제나 SPF가 함유된 화장을 다시 바른다.

2. 할랄인증 전략을 세워라. 이제부터는 선택이 아닌 필수다.

한국은 인도네시아로 스킨케어를 수출하는 주요 국가 중 하나이다. 다만 수입 화장품/스킨케어 제품의 할랄 인증에 관한 규정이 있다. 한국내에는 LPPOM MUI(Indonesia Ulema Council)가 승인한 할랄인증기관(Halal Certification Bodies - HCB)이 없기 때문에 인도네시아에 제품을 수입하려는 국내 기업들은 2026년 이전에 할랄인증 전략을 세워야 한다.

3. 인도네시아 소비자들의 구매행태를 이해하라.

인도네시아인에게 화장품의 브랜드는 구매하기 위한 중요한 요소 중 일부이다. 특히 중년 소비자들은 한 브랜드에 충성하는 경향이 있다. 한꺼번에 하나의 브랜드의 스킨케어 제품 한 세트를 구매해 사용하는 경향이 있다. 따라서 인도네시아 시장에 진출하고자 하는 모든 새로운 스킨케어 브랜드들에게 처음에는 좋은 브랜드 이미지를 구축하는 것이 매우 중요하다.

자료: Euromonitor, Statista, Global Trade Atlas, Central Bureau of Statistics, Indonesia National Trade Repository Website, <https://www.antaranews.com>, State of The Global Islamic Economy Report 20/21, ZAP Beauty Index 2020, Direct interview with WHP (a product specialist of Indonesia's beauty company), Skincare product: The Trend & Usage Experience (Jakpat Survey Report 2018), Direct interview with dr. Aida (dermatologist), <https://www.cosmeticsdesign-asia.com>, <http://www.halalmui.org>, <https://cosmetic.chemlinked.com>, OECD 홈페이지

법령 정보

K o r e a
C o s m e t i c
A s s o c i a t i o n

◆ 국내 법령 정보

○ [식품의약품안전처] 「화장품 안전기준 등에 관한 규정」 준수 협조 요청 안내

식품의약품안전처에서는 위해평가 결과 및 규제동향 등을 고려하여 화장품 사용금지 원료를 신규 지정하는 내용으로 「화장품 안전기준 등에 관한 규정」을 '19.4.1.자로 개정한 바 있으며, 종전 규정에 따라 제조 또는 수입된 화장품은 고시 시행일부터 2년이 경과한 날까지만 판매하거나 판매의 목적으로 진열 또는 보관할 수 있습니다.

이에 [별표 1]에 추가된 메칠렌글라이콜 등 사용할 수 없는 원료가 포함된 화장품은 개정 규정 시행일 ('19.10.2.) 이후 2년이 경과한 날부터는 판매하거나 판매의 목적으로 진열 또는 보관할 수 없음을 안내하오니 업무에 참고하시기 바랍니다.

붙임: 「화장품 안전기준 등에 관한 규정」 일부 개정고시 1부. 끝.

- 관련링크:

https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=13944&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

협회 업무추진현황

**K o r e a
C o s m e t i c
A s s o c i a t i o n**

◆ 예정 행사

○ 미국 OTC Drug 제도 및 인허가 절차 웨비나 사전등록 안내

우리 협회에서는 미국의 OTC Drug 제도 및 인허가 절차에 대한 무료 웨비나를 아래와 같이 개최할 예정이오니, 관심있는 분들은 사전등록링크를 통해 신청하여 주시기 바랍니다.

※ 참고로 OTC Drug는 FDA 등록 대상 제품이며, **자외선차단제**, 비듬 샴푸, 여드름 제품, 제한제, Astringent 효과가 있는 Skin Protectant(Salicylic acid가 들어간 제품) 등이 이에 해당합니다.

- 아래 -

가. 일시: 2021. 8. 3(화), 10:00 ~ 12:00 a.m.

나. 참석대상: 미국 수출에 관심이 있는 모든 분

다. 참가비: 무료

라. 참석방법: 온라인 플랫폼(웨비나)을 통한 실시간 영상 송출

마. 주요내용: 미국의 OTC Drug 제도 및 인허가 절차

※ 세부 사항은 붙임의 웨비나 프로그램 참고

바. 참가신청: 아래 사전등록 링크를 통해 신청

- 참가신청자 대상으로 cisco webex 접속 링크 발송 예정

- 사전등록링크: <https://forms.gle/fsgQpDrSeZStiTgA6>

사. 신청기간: 붙임 자료 참조

※ 본 웨비나는 신청기간 내 **사전등록하신 분에 한하여** 진행됨을 알려 드립니다.

※ **참가 신청은 선착순 마감이며**, 참석 신청자가 많은 경우 안내된 신청기간보다 조기 마감될 수 있습니다.

아. 참석방법: **사전 신청자를 대상으로 웨비나 개최 1일 전에 URL링크가 메일로 발송될 예정이며, URL링크를 통해 cisco webex 웨비나 접속**

자. 언어: 영어 → 한국어 순차통역

※ 문의:

대한화장품협회 김경옥 부장(070-8709-8614, a007@kcia.or.kr)

붙임: 웨비나 프로그램 1부. 끝.

- 관련링크:

https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=13902&ss=page%3D1%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

◆ 추진 현황

○ 2021년도 세계일류상품 및 세계일류상품생산기업 선정 신청 안내

산업통상자원부에서는 수출 품목의 다양화·고급화와 미래 수출동력 확충을 위해 2001년부터 ‘세계일류상품 육성사업’을 추진하고 있습니다.

이와 관련, 2021년 세계일류상품 및 세계일류상품생산기업 선정에 신청을 희망하시는 회사는 별지 양식 1호, 2호 및 구비서류를 작성하시어 **8/30(월) 오후 6시까지** 우리협회로 우편 제출 및 파일 송부(담당자 : 이병수 대리, Tel: 02-785-7985, E-mail: jacklbs@kcia.or.kr)하여 주시기 바랍니다.

특히, 차세대 세계일류상품의 경우 품목을 세분화(예, 마스크팩, 달팽이크림, 수딩젤 등)하여 신청할 수 있으니 많은 신청 바랍니다.

- 관련링크:

https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=13912&ss=page%3D%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

〈 세계일류상품 선정기준_제조업, 서비스업 통합 〉

구분	선정 기준
현재 세계일류상품	(해당 상품 생산액의 국가점유율 기준) 세계시장 점유율 5위 이내 및 5% 이상에 들고 다음 각 호 중 하나를 충족 1. 세계시장규모가 연간 5천만불 이상이고 국내시장규모의 2배 이상 2. 수출규모가 연간 5백만불 이상 단, 서비스업 품목은 점유율과 상관없이 수출규모 기준(5백만불 이상)만 충족해도 가능
차세대 세계일류상품	다음 각 호 중 하나를 충족하고 추천위원회 심의를 통해 시장성 및 성장성을 평가하여, 향후 7년 이내 현재 세계일류상품으로 전환될 가능성을 인정받은 품목 1. 최근 3개년 연평균 수출증가율이 동기간 국가 전체의 연평균 수출증가율보다 높은 제품 또는 서비스 상품* 2. 최근 3년 이내에 신기술·신제품 인증을 받은 상품 3. 정부로부터 성장성을 인정받아 육성 대상으로 지정된 제품 또는 서비스 상품** 단, 대내외 환경 변화로 수출 실적이 급증하는 상품은 심의를 통해 그 특수성을 인정 받을시 선정 가능***

* 차세대 세계일류상품 품목의 국가수출액 산출이 어려운 경우 기업의 해당 품목 수출액으로 대체 가능. 2018-2020년 연평균 수출증가율(CAGR)은 -7.95%임

** 예시: 미래성장동력산업, 7대 유망서비스산업 등

*** 예시: 코로나19로 인한 수요 확대로 수출이 폭증하는 상품

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

◦ 주요 수출대상국 웨비나 녹화 영상 접속 링크 안내

우리협회에서 2021년에 개최한 주요 수출대상국의 화장품 제도 및 인허가 절차에 대한 웨비나 녹화 영상 접속 링크를 아래와 같이 안내해 드립니다.

(강사님이 강의 녹화 영상 공유를 허용하신 경우에 한하여 게시하였습니다.)

아래 강의 녹화영상은 협회 Youtube 계정에서 보실 수 있습니다.

<https://www.youtube.com/channel/UCJft58am1esE4J-BwOR7utw>

브라질 화장품 제도 및 인허가 절차 웨비나

<https://www.youtube.com/watch?v=rQb1d7lj8Gg>

화장품 **영국(브렉시트)** 수출 웨비나

<https://www.youtube.com/watch?v=026NEAacxU>

중동 화장품 제도 및 인허가 웨비나

<https://www.youtube.com/watch?v=6Y20Jc5fJfA>

러시아 화장품 제도 및 인허가 절차 웨비나

<https://www.youtube.com/watch?v=ZmmGHrfNNt0>

위 강의의 강의자료 PDF 파일은 아래 링크에서 다운로드 받으실 수 있습니다.

"화장품 글로벌 규제조화 지원센터" 웹사이트 => "교육" => "교육 자료실"

<http://helpcosmetic.or.kr/pc/edu/edu03.php>

◦ 「중국 화장품 신규 규정 시행일 및 FAQ」

구분	2021년		2022년		2023년		2024년
	5월 1일	1월 1일	5월 1일 전 까지	5월 1일	1월 1일	5월 1일 전 까지	5월 1일
원료 정보 등록	신규 허가등록 제품	원료 제조사 및 성분명 정보 등록 (원 원료 안전성 관련 정보 등록 플랫폼 오픈 시기 미정)	병부, 자외선차단, 착색, 향료, 기미제거 미백 기능이 있는 원료 안전성 관련 정보 등록		모든 원료의 안전성 관련 정보 등록		
	기존 허가등록 제품					제품 처방 중 모든 원료의 안전성 관련 정보 등록	
제품 분류코드 제출	신규 허가등록 제품	"화장품 분류규칙 및 분류목록"에 따라 제품 분류코드 입력					
	기존 허가등록 제품			2021년 5월 1일 이전에 허가 등록 제품의 제품 분류코드 보완			
제품 안전성 평가 자료 제출	신규 허가등록 제품		안전성평가자료 간소화 버전 또는 전체 버전 제출				제품 안전성평가자료 전체 버전 제출
	기존 허가등록 제품						
기미제거 미백 및 탈모방지 제품 인체효능 평가보고서 제출	신규 허가등록 제품		신규 제품의 인체효능평가보고서 제출	2021년 5월 1일~12월 31일 사이에 신청하여 허가를 취득한 제품의 인체효능평가보고서 제출			
	기존 허가등록 제품					2021년 5월 1일 이전에 신청하여 허가를 취득한 제품의 인체효능평가보고서 제출	
제품 효능 클레임 평가 개요 제출 및 공개	신규 허가등록 제품		효능 클레임 평가 개요 제출 및 공개	2021년 5월 1일~2021년 12월 31일 사이에 허가 등록 제품의 효능 클레임 평가개요 제출			
	기존 허가등록 제품					2021년 5월 1일 이전에 허가 등록 제품의 효능 클레임 평가개요 제출 및 공개	
화장품 라벨 신규 규정 적용	신규 허가등록 제품			신규 규정에 부합해야 함			
	기존 허가등록 제품					그 전에 허가 등록 제품은 신규 규정에 부합하도록 제품 라벨의 경신을 완료해야 함	

FAQ

품질안전책임자 지정 및 품질안전관리 체계 개요 제출 관련

Q. 화장품 허가인/등록인이란 무엇인가요?

- ▶ 화장품 허가인/등록인은 제품 허가를 신청하거나 등록하는 주체를 말합니다. 화장품 허가인/등록인은 품질안전책임자를 지정하고, 품질관리체계를 갖춰야 합니다.

Q. 품질안전책임자의 자격 요건은 무엇인가요?

- ▶ "화장품감독관리조례" 제32조에 따라 품질안전책임자는 반드시 화장품 품질안전 관련 전문지식을 갖춰야 하고, 5년 이상의 화장품 생산 또는 품질안전관리 경력을 갖춰야 합니다.

- 관련링크:

https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=13922&ss=page%3D%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

○ 「맞춤형화장품조제관리사 자격시험 대비 교육과정」 온라인 강의 실시 안내

우리 협회에서는 맞춤형화장품 제도에 대한 이해도를 높이고 신규 사업 진출을 원하는 영업자 및 맞춤형화장품조제관리사 자격 취득을 희망하는 분들에게 도움을 주고자 맞춤형 화장품 조제관리사 자격시험 대비를 위한 교육 콘텐츠를 개발 하였습니다.

이에 「[맞춤형화장품조제관리사 자격시험 대비 교육과정](#)」을 온라인 강의로 개설하여 6월 25일부터 운영함에 따라 불임과 같이 공지하오니 맞춤형화장품조제관리사 자격증 취득을 준비하는 관계자분들의 많은 관심과 참여 바랍니다.

해당 교육과정은 교육대상에 따라 아래와 같이 분리 운영되며 협회 온라인 교육센터에서 참여하실 수 있습니다.

-아 래-

· [회원사대상] 맞춤형화장품조제관리사 자격시험 대비 교육과정 : 10만원

***회원사란? 협회 정관 제6조에 의거 이사회 심의를 거쳐 승인된 회사로서 매달 회비를 납부하고 협회 서비스를 제공받는 회사입니다.

(회원사 확인 : https://kcia.or.kr/home/inst/inst_company_list.php)

· 맞춤형화장품조제관리사 자격시험 대비 교육과정_일반 : 20만원

→→→ 맞춤형화장품조제관리사 자격시험 대비교육 신청하러

바로가기 : <http://edu.helpcosmetic.or.kr/main/index.jsp>

※ 해당 교육은 매년 받는 법정교육과 무관함을 알려 드립니다.

◦ 주요국 수출시 주의사항 보고서 다운로드 안내

대한화장품협회에서 조사한 주요국가의 수출시 주의사항 보고서 파일을 아래 링크에서 다운로드 받으실 수 있습니다. 각국의 화장품 관련 제도, 수출 절차 개요에 대한 내용으로 구성되어 있습니다.

러시아(유라시아) 화장품 수출시 주의사항(2021년 개정판)

https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=13766&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

아세안 수출시 주의사항

https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=13766&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

미국 수출시 주의사항

http://helpcosmetic.or.kr/pc/license/license03.php?ptype=view&idx=5143&page=1&code=law_notice

미국 OTC 모노그래프 개혁 관련

http://helpcosmetic.or.kr/pc/license/license03.php?ptype=view&idx=5207&page=1&code=law_notice

호주 수출시 주의사항

http://helpcosmetic.or.kr/pc/license/license03.php?ptype=view&idx=5142&page=1&code=law_notice

EU(유럽) 수출시 주의사항

http://helpcosmetic.or.kr/pc/license/license03.php?ptype=view&idx=5141&page=1&code=law_notice

일본 수출시 주의사항

http://helpcosmetic.or.kr/pc/license/license03.php?ptype=view&idx=5140&page=1&code=law_notice

러시아(유라시아) 수출시 주의사항

http://helpcosmetic.or.kr/pc/license/license03.php?ptype=view&idx=5139&page=1&code=law_notice

중동(GCC) 수출시 주의사항 : 사우디, UAE, 쿠웨이트, 카타르, 오만

http://helpcosmetic.or.kr/pc/license/license03.php?ptype=view&idx=5148&page=1&code=law_notice

브라질 수출시 주의사항 (2021년 개정판)

https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=13717&ss=page%3D%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

브렉시트로 인한 영국 수출시 주의사항 (2021년 개정판)

https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=13718&ss=page%3D%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

인도 수출시 주의사항

http://helpcosmetic.or.kr/pc/license/license03.php?ptype=view&idx=5176&page=1&code=law_notice

○ 「2021 화장품 관련 법령집」 발간 안내

우리 협회에서는 화장품 영업자의 화장품법 이해와 준수를 위하여 화장품 관련 규정을 정리하여 「2021 화장품 관련 법령집」을 발간하였습니다.

※ 구매를 원하시는 경우 우리협회 홈페이지 [협회 소개]-[발간물 구매 안내] 메뉴를 참조하여 주시기 바랍니다.

본 자료는 인쇄책자입니다.

※ 책자 사이즈(12.5*18.5cm)



(인쇄책자 판매) 2021 화장품 관련 법령집

발간일 2021-03-17

비회원 30,000 원

회원사 15,000 원

자세히 보기

바로 구매하기

- 관련링크:

https://kcia.or.kr/home/inst/inst_book_list.php

◦ "화장품 대만 수출 절차 안내서" 발간 안내

협회에서는 '19년 7월 1일부터 전면 개정된 대만의 화장품 법규에 대한 이해를 돕고자 對 대만 화장품 수출절차를 자세히 소개한 “화장품 대만 수출 절차 안내서”를 발간하였습니다. 세부내용 확인 및 책자 구매는 아래의 링크를 통하여 진행하시기 바랍니다.

관련링크 : https://kcia.or.kr/home/inst/inst_book_view.php?no=33



○ [한국소비자원-화장품사업자정례협의체] 「올바른 염모제 사용을 위해 '염모 전 피부 테스트 잊지 마세요」

한국소비자원과 화장품사업자정례협의체에서는

「올바른 염모제 사용을 위해 '염모 전 피부 테스트 잊지 마세요」 자료를 아래와 같이 제작 배포하였습니다.

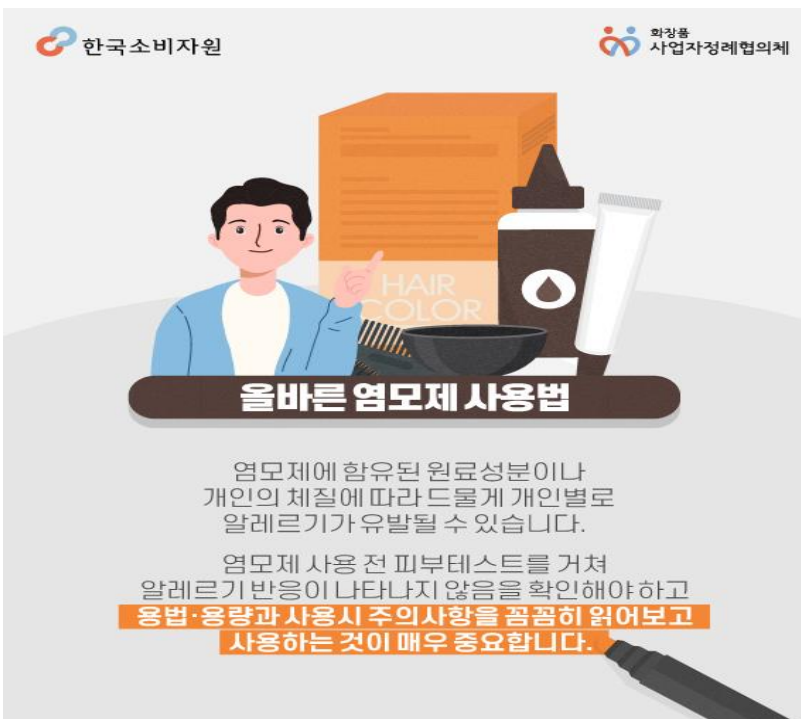
자료는 SNS 게재 및 매장 방문 고객 안내 등 다양한 부문에 활용할 수 있도록 제작되었으니 활용하시어 올바른 염모제 사용방법을 소비자에게 안내할 수 있도록 도움 주시기 바랍니다.

<매장 POP>



**첨부파일에는 세로버전과 가로버전이 각각 업로드 되어 있습니다.

<카드뉴스>



- 관련링크:

https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=13778&ss=page%3D%26skin%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

○ [한국소비자원-화장품사업자정례협의체] 코로나19 상황 속 안전한 화장품 사용법

한국소비자원과 화장품사업자정례협의체에서는

「코로나19 예방을 위한 개인 위생 실천을 위해, 화장품 이렇게 사용해요!」 자료를 아래와 같이 제작 배포하였습니다.

자료는 SNS 게재 및 매장 방문 고객 안내 등 활용할 수 있도록 제작되었으니 활용하시어 코로나19 예방 및 건강한 화장품 사용에 도움 주시기 바랍니다.

「코로나19 예방을 위한 개인 위생 실천을 위해, 화장품 이렇게 사용해요!」




코로나19 예방 개인위생 실천을 위해

화장품 이렇게 사용해요!



+ 내 화장품 청결하게 사용



내 화장품은 나만



사용 전 손 씻기



용기는 청결하게



미용 도구 자주 세척

+ 마스크 착용으로 지친 피부 관리



마스크 안 피부 환기



충분한 보습, 자외선차단제



자극 없이 꼼꼼한 클렌징



얼굴 만지지 않기



오염된 마스크 재사용하지 않기



+ 매장 내 에티켓



매장 방문 시 반드시 마스크 착용하기



테스트 제품 이용 전/후 손 소독제 사용하기



테스트는 입술, 눈이 아닌 손목, 손등에 하기



테스트는 손이 아닌 꼭! 도구 활용하기




○ "대한화장품협회"와 카카오톡 플러스 친구 맺는 방법 안내

"대한화장품협회"와 카카오톡 플러스 친구 맺는 방법을 알기 쉽게 동영상으로 제작하였습니다.
카카오톡 플러스 친구 맺고 실시간으로 화장품 최신 정보를 공유하세요!

<https://youtu.be/aw-TudxC4ss>

▶ 카카오톡 친구에게 드리는 혜택

- 1. 화장품의 법령, 정책 정보
- 2. 화장품과 관련된 교육 정보
- 3. 해외 수출 정보



세상에서 가장 쉬운 성공하는 습관

대한화장품협회 플러스 친구 맺기

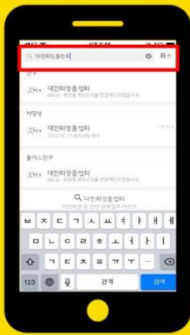
화장품 관련 정보를 실시간으로 제공합니다.

언제 어디서든 확인할 수 있습니다.

대한화장품협회랑 친구맺기



카카오톡에 접속한 후
더보기 클릭



검색창에
대한화장품협회 검색



대한화장품협회
친구 추가

행사 소식

**K o r e a
C o s m e t i c
A s s o c i a t i o n**

○ 2021 바이오헬스 일자리 박람회 참가안내

바이오헬스 산업 등 특성에 맞는 일자리 박람회를 개최하여 채용기업과 구직자간 현장 소통 및 채용 연계 지원을 위해 맞춤형 인재를 매칭시켜드릴 예정이오니 관심 있으신 기업들의 적극적인 참여를 요청드립니다

□ 행사개요

○ 일 시 : (오프라인) 2021년 09월 14일(화) ~ 09월 15(수) 10:00 ~ 17:00 / 2일간
(온라인) 2021년 09월 1일(수) ~ 09월 30(목)

○ 장 소 : 서울 세텍(SETEC) 제3전시실 / www.biojobfair.co.kr

○ 주 최 : 한국보건산업진흥원

○ 주 관 : (협회) 한국제약바이오협회, 한국바이오의약품협회,

한국글로벌의약산업협회, 한국의료기기공업협동조합, 한국의료기기산업협회, 대한화장품협회,
한국건강기능식품협회

(공공기관) 한국보건복지인력개발원

○ 후 원 : 보건복지부, 식품의약품안전처, 고용노동부, 일자리위원회

○ 주요 프로그램 : 채용 상담 및 면접, 기업설명회, 직무 멘토링, 취업 특강 등

□ 참가방법

○ 참가신청서 작성 후 기업 로고(ai)와 함께 이메일 제출

- 바이오헬스일자리박람회 운영사무국 이메일 주소 : bio_jobfair@naver.com

○ 신청마감일 : 8월 18일(수), 17:00 까지 메일 도착분

※ 참가신청서를 제출 후, 박람회 담당자가 별도 연락드려 향후 절차를 안내드릴 예정

□ 안내 및 문의

○ 문의 : '2021 바이오헬스 일자리 박람회' 운영사무국

- 전 화 : 070-4848-4115 / 이메일 : bio_jobfair@naver.com

- 관련링크:

https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=13960&ss=page%3D%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

○ (말레이시아 대외무역개발공사) 말레이시아 국제 할랄 전시회 (가상 온라인 전시자 모집) 안내

말레이시아 정부 수출진흥기관인 말레이시아 대외무역개발공사(MATRADE)는 제17회 말레이시아 국제할랄전시회 (MIHAS 2021) 를 하이브리드 전시회 (가상 온라인 전시회 (2021년 9월 9일 -12월 31일)와 기존 전시회 (2021년 9월 9-12일))로 병행하여 개최한다고 합니다. 관심있으신 업계 관계자 분들은 아래 내용을 참고하시기 바랍니다.

- 아 래 -

말레이시아 정부 수출진흥기관인 말레이시아 대외무역개발공사(MATRADE)는 제17회 말레이시아 국제할랄전시회 (MIHAS 2021) 를 하이브리드 전시회 (가상 온라인 전시회 (2021년 9월 9일 -12월 31일)와 기존 전시회 (2021년 9월 9-12일))로 병행하여 개최합니다 세계최대의 할랄 전시회인 MIHAS 2021에 한국 업체들을 초청합니다. 이번 가상 온라인 전시회에 전시자로 참가를 희망하시는 업체께서는 신청서를 작성하시어 마감일인 7월 30일 이전까지 아래 접수처로 신청하여 주시기 바랍니다. 업체 참가비 (온라인 부스비 포함) 는 미화 1,500달러 이오나 특별히 아래 말레이시아 대외 무역개발공사 (MATRADE) 접수처를 통해 신청하시면 참가비를 미화 300달러로 저렴하게 제공하여 드립니다.

전시 품목

식음료, 교육, 의약품, 서비스, 검소한 패션, 프랜차이즈, 미디어 및 레크리에이션, 무슬림 친화 여행/관광, 전자 상거래, 식품 기술, 이슬람 금융, 화장품

신청 마감일: 2021년 7월 30일

신청 접수처 (문의처): 말레이시아 대외무역개발공사 (MATRADE)

윤민권 마케팅담당관

Tel: 02-739-6813, 6814

Fax: 02-739-6815

Email: seoul.my@matrade.gov.my

가상온라인 전시회 동영상 보기 클릭:

<https://bubble.matrade.gov.my/index.php/s/LY2k7zCQ8WQ4Mq6>

○ (한국할랄산업연구원) 2021년 할랄화장품 교육 실시 안내_ 식약처 위탁 무료교육

(사)한국할랄산업연구원은 2016년부터 식품의약품안전처의 위탁을 받아 국내 화장품 업계를 대상으로 수행해오고 있는 사업을 운영하고 있습니다.

2021년 교육은 2020년에 이어 올해도 온라인 동영상 강좌로 실시되오니 관심있는 분들께서는 많은 참여바랍니다.

-아래-

- 교육명: 2021년 할랄화장품 교육
- 교육대상: 화장품 업계 관계자 및 대학 화장품(뷰티)학과 재학생
- 교육비: 무료
- 교육방법: 인터넷 동영상 강좌. 하루 24시간 장소에 구애없이 반복 수강가능(PC 및 모바일 모두 사용가능)
- 신청방법: <http://www.edwith.org/halalcos2021> 에 접속하여 수강신청
- 교육시한: 2021년 11월 25일까지

성큼 다가온 할랄화장품 시대!

- 인도네시아 화장품 할랄인증 의무화 어떻게 준비하나
- 판 커지는 중동 화장품 시장
- 그래도 일본이 벤치마킹 대상?

- 식품의약품안전처가 지원하는 전설의 교육 since 2016
2021년 할랄화장품 교육이 사이버 공간에서 여러분을 기다립니다!



수강신청 및 수강

<https://www.edwith.org/halalcos2021>

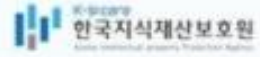
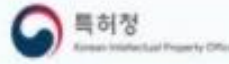
수료 기업 특전!!!



+ 할랄인증 희망 제조기업 무료 방문 자문

- 🔔 교육시간: 8과목 16강좌 총 8시간
- 🔔 수강방법: 웹과 모바일 모두 가능
- 🔔 교육주관: (사)한국할랄산업연구원
- 🔔 부대사업: 국제할랄화장품웨비나(9월)
- 🔔 사업기간: 2021년 11월 25일
- 🔔 교육문의: 02-3275-1125/ 1165

○ (한국지식재산보호원) 국제 지재권분쟁 대응전략 지원사업(상표디자인) 6차 공고 안내



2021년 국제 지재권분쟁 대응전략 지원사업 6차 공고(상표·디자인)

지원대상 수출 중소기업이 전문가(특허법인 등)를 통해 해외 기업과의 지식재산권에 대응·대비할 수 있는 전략 제공

지원대상 수출 중이거나 수출예정인 국내 중소기업

* 「중소기업기본법」제2조 또는 「중견기업 성장촉진 및 경쟁력 강화에 관한 특별법」제2조 제1호 규정에 따른 중소기업(개인사업자 포함) 또는 중견기업

지원내용 기업규모 및 설립연도에 따라 총 사업비의 70~50% 지원

지원유형	지원내용	총사업비 (최대)	신청요건 [첨부서]	모집기간	
해외 현지 권리화	국내 출원·등록된 선권리의 해외 현지화 단계 발생 가능한 분쟁소지를 검토하는 회피전략 제공	10백만원	국내외 판매자료	정기	
무단 권리 선점**	상표브로커, 특수거래 관계인 등의 해외 현지 우리기업의 권리 선점에 대한 대응전략(법적대응, 협상 등) 제공	40백만원	무단선점증빙	수시 (Fast-track)	
상표피해 대응전략	온라인외 오프라인에서의 행정단속 및 민사소송 청구를 위한 대응전략 제공	40백만원	피침해 증빙	정기	
	O2O 전략*	온라인외 오프라인에서의 침해현장조사, 행정단속 및 민사소송 청구를 위한 대응 전략 제공	46백만원		모니터링 보고서
형태모방 대응전략	권태모방 전략	디자인 등의 형태모방 사례에 대한 행정 단속, 소송 제기 등 권리행사 대응전략	31백만원	피침해 증빙	정기
	소송대응전략	디자인 등의 형태모방 사례에 대한 소송 대응 전략	39백만원	소장	

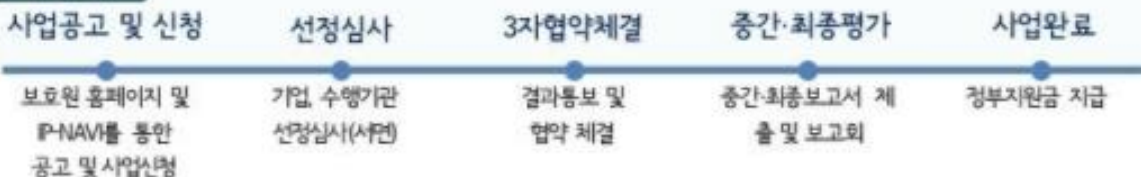
* O2O전략 : 해외 온라인 위조상품 유통차단 지원사업 수혜기업 대상 신청가능

** 무단권리선점 유형 관련 세부사항은 [별첨2] Fast-track 지원 공고 참고

신청기간 (정기모집) '21.7.20(화) ~ 8.9(월) 18:00 까지
(수시모집) '21.3.1(월) ~ 예산 소진 시까지

신청방법 지식재산보호 종합포털(www.ip-navi.or.kr)에서 회원가입 후 신청

추진절차



설명회

온라인 사업설명회 : 상시 게재 중

* 한국지식재산보호원 유튜브 : <https://www.youtube.com/user/kipracafe>

유의사항

(기업 신청요건) 기업의 신청 관련하여 다음의 요건을 만족하지 못하는 경우 해당신청의 반려 또는 심사탈락 처리함

- 대응전략 분석 대상인 해외기업은 외국 자본만으로 설립·운영되고 외국에 소재할 것
- 대응전략 분석 대상이 개인인 경우 국적이 외국일 것
- 지원사업을 신청한 기업(이하 '신청기업')의 지원 대상 제품·서비스가 타사의 모방품에 해당하지 않을 것
- 기업이 해외기업 대상으로 권리 행사 하는 경우 해당 지식재산 관련 제품·서비스를 실시한 실적이 있을 것

※ 아래 사항에 해당되는 기업의 경우 신청이 제외됨

① 휴폐업기업

② 금융기관으로부터 불량거래처로 규제중이거나 국세·지방세를 체납중인 자기업

* 단 산회회복위원회의 프리워터아웃 개인워터아웃 제도에서 채무조정합의서를 체결한 경우 법원의 개인회생제도에서 변제계획인가를 받거나 파산면책 신고자, 회생인가를 받은 기업 중소기업진흥공단 등으로부터 재창업자금을 지원받은 기업 등 정부공공기관으로부터 재지원 필요성을 인정 받은 자기업은 참여 가능

③ 기타 사유로 사업 참여가 제한된 기업

(수행기관 선정요건) 다음의 요건을 충족하지 못하는 경우 해당 신청을 반려하거나 심사에서 탈락 처리함

- 협약시 인력/투입물이 신청시 인력/투입물과 상이하게 된 경우 인력변경신청 승인이 필요하며 무단 변경시 경고조치
- 경고 3회 누적시 사업참여 제한 조치
- 과제별 연구보조원 인건비는 총 인건비율의 20% 이내로 구성
- 동일 수행인력의 주관기관 해외 지적권보호 지원사업 참여율은 동일 기간내 100% 이내 구성
- 과제를 직접 수행하는 해외 수행기관은 한국어 의사소통 및 보고서 제출 가능한 인력참여 필요

(선정 결과 등보) 최종 결과는 IP-NAV를 통해 결과 확인 가능

(협약방식) 시스템을 통한 전자협약 방식으로, 기업 및 수행기관은 각 사업자 명의로 발급한 공인인증서로 전자서명 진행

(수행 인력 변경) 수행인력 변경사유 발생 시에는 한국지식재산보호원에 즉시 보고하고 해당내용의 승인을 받아야 함

* 과제에 투입되는 기업의 현물인력, 수행기관의 연구원 모두 해당

(위탁정산) 수행기관은 보호원이 지정한 위탁정산 기관을 통해서 정산 진행 및 정산비용 납부

* 위탁정산비용은 각 과제별 90,000원(VAT 미포함)으로 경비에 필수 포함, 위탁정산 기관은 협약 후 별도 안내 예정

(자료 제출 거부시 제재조치) 보호원의 지원사업 결과물의 평가 시 주요자료의 공개를 거부하는 경우 사업비 정산내역 불인정 및 향후 해당 기업 또는 수행기관에 대한 사업참여 제한 등의 제재 가능

(부정행위 및 부정신청 제한) 부정행위 또는 부정신청을 한 경우 정부지원금 등 환수 및 민형사상 제재가 이루어질 수 있으며 해당 기업 및 수행기관은 향후 보호원 사업에 참여가 제한됨

- 지원 비용 지급 후에도 사후적으로 부정행위 적발시 환수조치

▶ 자세한 내용은 첨부한 [공고문] 파일 참조

※ 본 사업의 취지에 반하는 부당거래, 부정신청, 기타 부정행위시 손해배상, 부당이득반환, 기타 민법상 청구 및 형사조치, 정부기관(국회, 감사원, 특허청, 변리사징계위원회 등)에의 부정행위 적발사실 통보 등 가능

○ (한국보건복지인력개발원) "천연유기농 화장품전략과정", "화장품 제형기술 이해과정", "맞춤형화장품 제조관리 이해과정" 교육 안내 (7-8월)



2021 천연·유기농화장품 전략과정



한국보건복지인력개발원은 보건복지부 산하 준정부기관으로 병원, 제약, 의료기기, 화장품, 디지털헬스케어 분야 전문가를 양성합니다



교육 안내

- ▶ 과 정 명 : 천연유기농화장품 전략과정
- ▶ 교육목표 : 천연·유기농화장품의 개발 전략을 습득하여 제조 품질관리 및 인증 절차를 수행할 수 있다.
- ▶ 교육대상 : 화장품 연구개발 및 품질관리 실무자
 - *고용보험기금 지원사업으로 고용보험 납부자에 한함(비대상자는 개별문의)
- ▶ 일 정 : 2021. 8. 10.(화) ~ 8. 11.(수), 09:00~18:00 (2일 16시간)
- ▶ 장 소 : 실시간 원격 훈련(Zoom 활용)
- ▶ 교 육 비 : 무료(국비지원) *국비지원사업으로서 80% 이상 수강 필수, 대규모 기업의 경우 20% 자기부담금 발생
- ▶ 모집인원 : 선착순 25명(*18년 사업제도 변경으로 정원외 추가 참여 불가)
- ▶ 시 간 표 ※ 강의시간 및 강사는 변동 가능

시간	1교시	2교시	3교시	4교시	점심	5교시	6교시	7교시	8교시	1일 시간	누적 시간
일자	09:00~ 9:50	10:00~ 10:50	11:00~ 11:50	12:00~ 12:50	13:00~ 13:50	14:00~ 14:50	15:00~ 15:50	16:00~ 16:50	17:00~ 17:50		
1일차	천연·유기농화장품 관련 법규 및 시장 현황				중식	천연·유기농 화장품 원료				8	8
2일차	천연·유기농화장품 인증비교 및 프로세스			중식	천연·유기농화장품 개발 및 제조프로세스					8	16

- ▶ 교육 특전 : 교육참여 우수 기업 표창 및 교육생 수료증/인증서 발급
 - ※ 기 업 : 참여도(수료) 우수기업 인력개발원 표창, 유관기관 연계 정책지원(연중)
 - ※ 교육생 : 한국보건복지인력개발원장 명의의 수료증 발급, 연간 3과정(온라인, 집합) 이상 수료자는 **보건의료마스터 인증서** 추가 발급
- ▶ 찾아가는 교육 : 20명 이상 단체 수강 기업에는 방문교육 및 교육체계 컨설팅 지원
- ▶ 교육신청 : <https://hie.kohi.or.kr> *협약 미체결 기업은 온라인 협약신청(간단한 기업정보 입력) 후 수강신청
- ▶ 교육문의 : 보건산업교육본부 박근영 주임 (02-3299-1431, smileky@kohi.or.kr)



2021 화장품 제형기술 이해과정



한국보건복지인력개발원은 보건복지부 산하 준정부기관으로 병원, 제약, 의리기기, 화장품, 디지털헬스케어 분야 전문가를 양성합니다

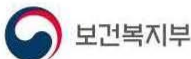


교육 안내

- ▶ 과정명 : 화장품 제형기술 이해과정
- ▶ 교육목표 : 화장품 제형 연구의 개념을 바탕으로 기초·색조 화장품 제형 및 원료의 원리를 이해할 수 있다.
- ▶ 교육대상 : 화장품 연구개발 및 생산제조 실무자
 *고용보험기금 지원사업으로 고용보험 납부자에 한함(비대상자는 개별문의)
- ▶ 일정 : 2021. 7. 27.(화) ~ 7. 28.(수), 09:00~18:00 (2일 16시간)
- ▶ 장소 : 실시간 원격 강의(Zoom 활용)
- ▶ 교육비 : 무료(국비지원) *국비지원사업으로서 80% 이상 수강 필수, 대규모 기업의 경우 20% 자기부담금 발생
- ▶ 모집인원 : 선착순 30명(18년 사업제도 변경으로 정원외 추가 참여 불가)
- ▶ 시간표 ※ 강의시간 및 강사는 변동 가능

시간 일자	1교시	2교시	3교시	4교시	점심	5교시	6교시	7교시	8교시	1일 시간	누적 시간
	09:00~ 09:50	10:00~ 10:50	11:00~ 11:50	12:00~ 12:50	13:00~ 13:50	14:00~ 14:50	15:00~ 15:50	16:00~ 16:50	17:00~ 17:50		
1일차	화장품 연구 계획 수립			중식	화장품 제형연구 개념					8	8
2일차	기초화장품 제형 이해			중식	색조 화장품 제형 이해					8	16

- ▶ 교육특전 : 교육참여 우수 기업 표창 및 교육생 수료증/인증서 발급
 ※ 기업 : 참여도(수료) 우수기업 인력개발원 표창, 유관기관 연계 정책지원(연중)
 ※ 교육생 : 한국보건복지인력개발원장 명의의 수료증 발급,
 연간 3과정(온라인 집합) 이상 수료자는 **보건의료마스터 인증서** 추가 발급
- ▶ 찾아가는 교육 : 20명 이상 단체 수강 기업에는 방문교육 및 교육체계 컨설팅 지원
- ▶ 교육신청 : <https://hie.kohi.or.kr> *협약 미체결 기업은 온라인 협약신청(간단한 기업정보 입력) 후 수강신청
- ▶ 교육문의 : 보건산업교육본부 박도영 대리 (02-3299-1428 / briti@kohi.or.kr)





2021 맞춤형 화장품 제조관리 이해과정



한국보건복지인력개발원은 보건복지부 산하 준정부기관으로 병원, 제약, 의료기기, 화장품, 디지털헬스케어 분야 전문가를 양성합니다



교육 안내

- ▶ 과정명 : 맞춤형 화장품 제조관리 이해과정
- ▶ 교육목표 : 맞춤형 화장품의 특징을 이해하고, 소비자 특성에 맞는 맞춤형 화장품을 안전하게 제조하여 사업에 적용할 수 있다.
- ▶ 교육대상 : 화장품 산업 종사자
*고용보험기금 지원사업으로 고용보험 납부자에 한함(비대상자는 개별문의)
- ▶ 일 정 : 2021. 8. 24.(화) ~ 8. 25.(수), 09:00 ~ 18:00 (2일 16시간)
- ▶ 장 소 : 실시간 원격교육(Zoom) 활용
- ▶ 교육비 : 무료(국비지원) *국비지원사업으로서 80% 이상 수강 필수, 대규모 기업의 경우 20% 자기부담금 발생
- ▶ 모집인원 : 선착순 30명('18년 사업제도 변경으로 정원외 추가 참여 불가)
- ▶ 시간표 ※ 강의시간 및 강사는 변동 가능

일자	시간	1교시	2교시	3교시	4교시	점심	5교시	6교시	7교시	8교시	1일 시간	누적 시간
		09:00~09:50	10:00~10:50	11:00~11:50	12:00~12:50	13:00~13:50	14:00~14:50	15:00~15:50	16:00~16:50	17:00~17:50		
1일차		화장품 범규의 이해			중식	화장품 제조 및 품질관리 기준			8	8		
2일차		유통화장품 안전관리			중식	맞춤형 화장품의 이해			8	16		

- ▶ 교육특전 : 교육참여 우수 기업 표창 및 교육생 수료증/인증서 발급
※ 기 업 : **참여도(수료) 우수기업 인력개발원 표창**, 유관기관 연계 정책지원(연중)
※ 교육생 : 한국보건복지인력개발원장 명의의 수료증 발급
연간 3과점(온라인, 집합) 이상 수료자는 **보건의료마스터 인증서** 추가 발급(22년 2월)
- ▶ 찾아가는 교육 : 20명 이상 단체 수강 기업에는 방문교육 및 교육체계 컨설팅 지원
- ▶ 교육신청 : <https://hie.kohi.or.kr> *협약 미체결 기업은 온라인 협약신청(간단한 기업정보 입력) 후 수강신청
- ▶ 교육문의 : 보건산업교육본부 박근영 주임, 02-3299-1431 / smileky@kohi.or.kr



보건복지부



고용노동부



한국보건복지인력개발원
KOREAN RESEARCH INSTITUTE OF CHEMICAL TECHNOLOGY
KOREAN HEALTH & WELFARE HUMAN RESOURCE DEVELOPMENT INSTITUTE FOR HEALTH & WELFARE

회원사 뉴스

K o r e a
C o s m e t i c
A s s o c i a t i o n

○ [회원사] 중국 수출 최신 정보 알림 신청 안내

1. 우리 협회는 협회 회원사를 상대로 아래와 같이 중국 수출에 필요한 최신 정보를 이메일로 안내해 드리고 있습니다.

- 중국 화장품 관련 최신 법령
- 중국 수입 화장품 등록 신청 동향
- 중국 수출교육/세미나 일정 안내
- 중국 수출, 법령 관련 세미나 내용 요약
- 중국 수출 지원사업 안내
- 기타 중국 수출에 도움되는 정보

2. 관련 정보를 받아보시고자 하는 대한화장품협회 회원사의 중국 업무 담당자께서는 첨부파일을 확인하여 이메일 주소를 등록하여 주시기 바랍니다.

3. 협회 회원사 가입 여부 확인 방법:

대한화장품협회(www.kcia.or.kr) 홈페이지 접속 → 협회소개 → 회원사 소개 → 회사명 입력 및 검색

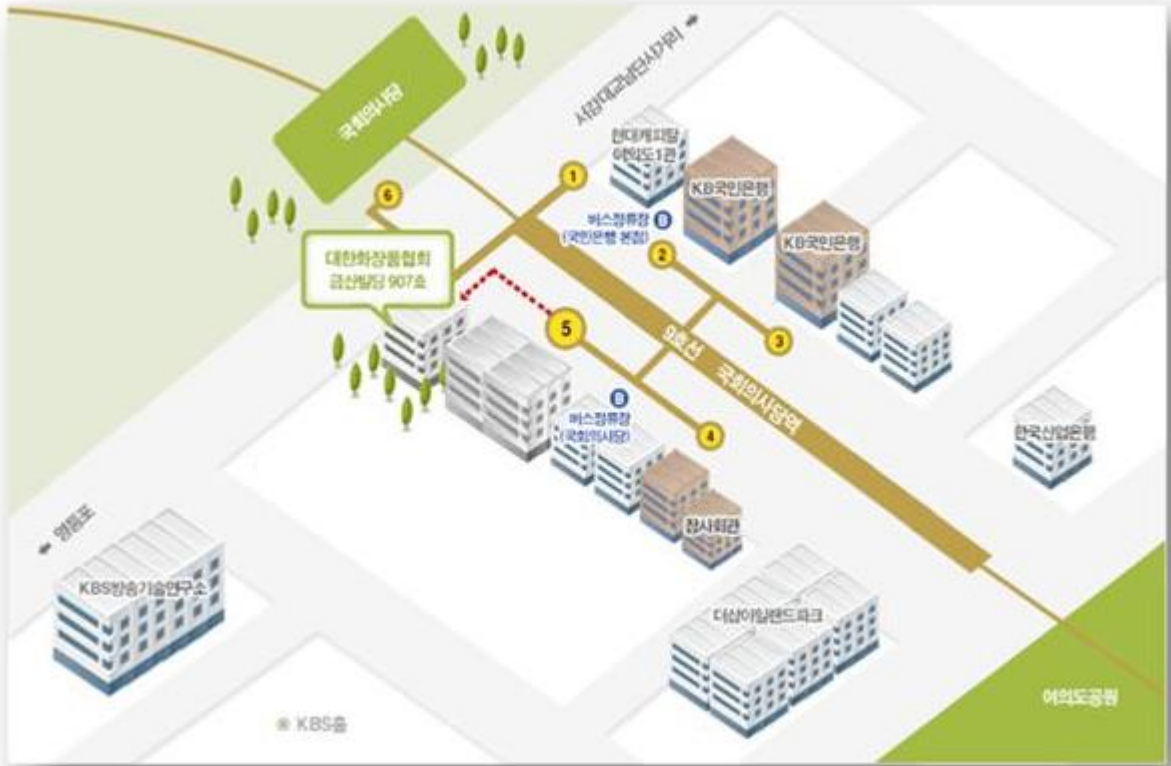
※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

○ 회원 가입 안내

회원 가입 안내

구비서류	① 대표자 이력서 ② 회사소개 ③ 회사연혁 ④ 사업전개방향 ⑤ 제조판매업등록증(제조업등록증) 사본 ※가입신청서양식은 협회 홈페이지(www.kcia.or.kr)에서 다운로드 받으실 수 있습니다.	1부 1부 1부 1부 1부
회원의 자격	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 정회원 - 화장품 제조업 또는 제조판매업을 하는 법인 또는 개인 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 준회원 - 화장품 판매자, 원료제조·공급자, 화장품연구기관, 화장용구 제조업자
회비	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 정회원 - 입회비 : 월회비 × 12월 - 월회비 : 매출액에 따른 차등 적용(매출액이 30억원 이상인 경우) ※ 전년도 매출액이 30억원 미만인 경우 입회비 1,800,000원, 월회비 150,000원 임 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 준회원 - 입회비 : 500,000원(정액) - 월회비 : 정회원의 2/3 적용
회원가입시 혜택	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 총회 의결권 ▪ 회원사 애로 사항 대정부 건의 ▪ 해외마케팅 지원(중국 상해, 중국 광주, 홍콩, 인코스메틱글로벌 전시회 한국관 참가지원) ▪ 영문증명서 발급 ▪ GMP 컨설팅 ▪ 해외 수출에 필요한 정보 제공 ▪ 국내 변화정보(법령, 시장 통계, 해외 인허가 대행 명단)제공 ▪ 성분사전(온라인) 정보 제공 ▪ 화장품 관련 정부 실시간 제공(홈페이지, SNS, 코스메틱리포트) ▪ 중국 수출관련 심층자료 제공 ▪ 중소기업 포상 확대 ▪ 회원사 친목 도모를 위한 정보교류 강화(조찬간담회, 정기총회) ▪ 협회 주최 교육(세미나) 등록비 할인 <p>수수료 우대 혜택(발간물, 영문증명수수료, 광고자문, 성분사전) 회원사 홍보(신규회원, 경조사등 홈페이지에 홍보)</p>	
회원가입절차		
문의	대한화장품협회 경영지원팀 Tel 070-7858-0564	

○ 협회 주소 및 연락처



Tel 02-785-7984 Fax 02-782-6659

주소 서울특별시 영등포구 국회대로 750, 907호(여의도동, 금산빌딩)

홈페이지 www.kcia.or.kr

협회 SNS를 통해서도 함께해요~!



www.facebook.com/hikca



(사)대한화장품협회
Korea Cosmetic Association