

COSMETIC REPORT

발행처 (사)대한화장품협회
발행월 2026년 1월 셋째주
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

- 'K-뷰티' 무등 탄 中企 수출, 그 다음은? [아시아경제] -----04
- 2026년 K-뷰티의 글로벌 위상과 지속가능한 미래 전략 [뷰티경제] -----04
- 복지부, 의료기기 화장품산업과 신설 [주간코스메틱] -----05
- 〈국내외정보〉중국 국가시장감독관리총국 「라이브커머스 감독관리 방법」 -----06
- 중국NMPA, 「눈 부위 화장품, 입술 화장품 및 어린이 화장품 중 총균수 한도」 등
18개 표준 제정·수정 프로젝트를 「화장품안전기술규범(2015년판)」에 편입하는 것에 관한 공고 -----07
- FDA Form 483 1월호 (한국 후지쯔 자료 제공) -----08
- [산업부] 미국 IEEPA 관세환급 기업안내 자료 등 -----09
- [기고문]라벨링을 잘해도 FDA는 나온다 - 그리고 그 순간, 대응 구조가 결과를 바꾼다 -----10
- 〈해외화장품 시장동향〉크로아티아 기초화장품 시장동향 [코트라 해외시장뉴스] -----14

법령 정보 28

- 「화장품 안전기준 등에 관한 규정」 일부개정고시(안) 입법예고 안내의 건 -----29
- 식품의약품안전처, 「약사법」 일부개정법률안(김상훈 의원 대표 발의, 15642 등) 의견조회 의 건 -----30
- 「「화장품산업 육성 및 지원에 관한 법률」 일부개정법률안(이수진의원 대표발의) 입법예고 안내의 건 -----31
- 「화장품법」 일부개정법률안(서미화 의원 대표발의) 입법예고 안내의 건 -----32

협회 업무추진현황 33

- ‘22년~’25년 교육 미이수자 재교육 과정 실시 안내 (~3.31까지) -----34
- 2026년도 화장품용 전분류에 대한 시장접근물량 양허관세적용 소요량 조사 -----35
- 2025년 화장품 생산실적 보고 안내 (~2/28) -----36
- 2025년 맞춤형화장품 원료목록 보고 안내 (~2026.2.28) -----38

행사 소식 52

- [(한국무역협회) 美 IEEPA 관세 소송 및 환급대응 2차 설명회(1/16, 금) -----53
- 식품의약품안전처, 공무원 경력경쟁채용시험(약무, 의료기술, 연구, 일반임기제) 안내 -----54
- [TIPA] K뷰티 기업 대상「AI기반 위조품 판독지원 시범사업 참여
기업 모집설명회(1.22)」 개최(신청 ~1.19) -----55

회원사 뉴스 56

- 〈신규 회원사 소개〉(주)원스킨화장품 -----57

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

'K-뷰티' 무등 탄 中企 수출, 그 다음은? ('26.1.13)

- 13일 관련 업계에 따르면 올해 중소기업계의 수출 실적은 화장품을 중심으로 호조세를 이어갈 것으로 관측됨. 화장품이 지난해 사상 처음으로 국내 수출 상위 품목 10위권에 이름을 올렸는데, 올해도 이변이 없는 한 비슷한 흐름이 이어질 것이란 전망이다
- 노민선 중소벤처기업연구원 연구위원은 "화장품 시장은 이미 경쟁이 치열해지고 있고 해외 우수 기업들의 성장세도 돋보이고 있어, 한 품목으로의 쏠림이 계속될 경우 중소기업의 마진 구조는 취약해질 수 있다"며 "우리 국가적 브랜드를 활용한 K-뷰티 산업을 적극적으로 육성하되 변화에 대한 대응은 필요해 보인다"고 말했음

- 관련링크:
<https://view.asiae.co.kr/article/2026011307161165599>

⑥2026년 K-뷰티의 글로벌 위상과 지속가능한 미래 전략('26.1.13)

- 한국의 뷰티가 세계 각국으로 진출하면서 글로벌 뷰티 시장에 활력을 주고 있음. 또 세계 각국 뷰티의 건강한 성장을 유발시키고 있음. 따라서 세계 각국의 화장품협회와 인터뷰를 통해 글로벌 뷰티 시장의 지속성장과 K뷰티의 국제사회의 역할과 책임을 인터뷰했음
- 연재호 대한화장품협회 부회장은 K-뷰티가 세계 9위 시장 규모, 수출 3위를 기록하며 글로벌 뷰티 산업의 핵심 축으로 자리 잡았다고 평가했음. 빠른 제품 출시, 품질·가격 경쟁력, 브랜드 - 제조 - 유통 간 협력 생태계가 K-뷰티의 강점이며, 향후 협회는 국제 규제 조화와 글로벌 공조를 주도해 영향력을 더욱 확대할 계획이라고 밝혔음

- 관련링크:
<https://www.thebk.co.kr/news/articleView.html?idxno=305638>

'25년 위조화장품 급증... 국민의 건강과 안전 위협('26.1.15)

- 지난해 위조 화장품 단속 결과 화장품 류가 1만 601점, 정품가액 19.6억원으로 나타났음. 여기에는 지난해 5월 위조 화장품 4만6천여 점(정품가액 20억원) 적발 사건이 포함됨. 가장 많은 압수물품 수는 장신구류로 전체의 27.5%였으며, 이어 화장품류(7.4%), 의류(6.7%)가 뒤를 이었음
- 지식재산처 신상곤 지식재산보호협력국장은 “위조상품 판매행위가 국민의 건강과 안전에 직결되는 제품까지 확산되고 있어, 소비자에게 심각한 위협이 되고 있다”고 밝히면서, “지식재산처는 건강기능식품·화장품 등 위해 우려가 큰 위조상품에 대해서는 집중 단속을 실시하고, 무관용 원칙에 따라 엄정한 법 집행을 추진해 나가겠다”고 강조했다

- 관련링크:
<http://www.cncnews.co.kr/news/article.html?no=10653>

2026 오송화장품뷰티엑스포 참가기업 및 공식후원사 모집('26.1.16)

- 충북도와 청주시는 1월 14일부터 화장품·뷰티산업의 트렌드를 선도하고, 국내 화장품 기업의 판로 개척을 지원하는 ‘2026 오송화장품뷰티엑스포’의 참가기업 및 공식후원사 모집을 시작함
- 올해로 13회를 맞는 이번 엑스포는 ‘K-뷰티 중심지 오송, 세계와 함께 성장하다’라는 주제로 10월 22일(목)부터 24일(토)까지 3일간 충북의 글로벌 비즈니스 전시전문관 청주 오스코에서 열린다

- 관련링크:
<https://www.jangup.com/news/articleView.html?idxno=97772>



2026년 글로벌 전시회 첫 개막 테이프 커팅!('26.1.16)

- 세계 화장품·뷰티 산업을 바라보는 관점에 따라 차이는 있을 수 있지만 미국·중국 등과 함께 규모·기술·트렌드 등 모든 부문에서 3강으로 꼽히기에 충분한 일본. 일본 최대 규모 B2B 전문 화장품·미용 전시회 ‘코스메 위크 도쿄’가 지난 14일 도쿄 빅사이트 전시장에서 개막, 오늘(16일)까지 사흘 간의 일정을 소화한다
- 주최사 RX 재팬은 K-뷰티에 눈돌리고 있는 일본 소비자들의 뜨거운 관심을 즉각 반영, 이번 전시회부터 K-뷰티 페어를 새롭게 론칭했음. RX 재팬 측은 “한국 참가 기업과 일본·아시아권 바이어 간 일 대 일 수출 상담을 중심으로 단순 전시를 넘어 실질성을 확보한 비즈니스 논의가 이뤄지도록 기획했다”고 밝혔음

- 관련링크:

<https://cosmorning.com/news/article.html?no=52009>

복지부, 의료기기 화장품산업과 신설('26.1.14)

- 화장품 관련 정부 조직은 그동안 규제기관인 식약처가 유일했으나 복지부에 '의료기기 화장품산업과'가 전격 신설됨에 따라 K-뷰티 수출 경쟁력 강화를 정책적으로 지원하는 결정적 계기가 될 전망이다
- 정은경 보건복지부 장관은 “이번 조직개편은 새 정부 보건복지 분야 핵심 국정과제를 차질 없이 이행하기 위한 조직적 기반을 강화하는 데 의미가 있다”라며 “앞으로도 지역·필수·공공의료 강화 등 국정과제 수요와 업무 증가에 충실히 대응할 수 있도록 필요한 정원을 지속적으로 확보해 나가겠다”라고 밝혔음

- 관련링크:

<https://www.geniepark.co.kr/news/articleView.html?idxno=60396>

2026 해외 인허가·디지털 마케팅 참여기업 모집('26.1.15)

- 대한화장품산업연구원(원장 조신행)은 2026년도 ‘해외 화장품 인허가 컨설팅’과 ‘글로벌 유통 플랫폼 디지털 마케팅’ 지원 사업을 본격 추진하며 참여기업을 모집한다고 지난 14일 밝혔음. ‘해외 화장품 인허가 획득 지원’ 사업은 국내 중소 화장품 기업이 수출 시 반드시 받아야 하는 국가별 화장품 인허가를 받을 수 있도록 지원하는 사업임
- 이번 지원 사업의 자세한 내용은 대한화장품산업연구원 올코스[(www.allcos.biz) → 교육/행사 서비스]에서 확인할 수 있으며, 각 지원 사업에 대한 안내/신청란을 선택해 신청할 수 있음

- 관련링크:

https://www.cmn.co.kr/sub/news/news_view.asp?news_idx=48932

日 여성 48.3% “스킨케어, 안 해도 된다면 하고 싶지 않다”('26.1.16)

- 일본 여성 다수에게 스킨케어는 여전히 ‘하고 싶어서 하는 행위’라기보다 ‘하지 않으면 불안한 관리’에 가까운 것으로 나타났다. 연령대에 따라 스킨케어를 대하는 태도와 중시하는 단계 역시 뚜렷하게 갈리며, 스킨케어가 세대별로 다른 의미를 지니고 있음이 확인됐음
- 주식회사 스즈키 허브 연구소가 일본의 10대부터 60대까지 여성 600명을 대상으로 실시한 ‘클렌징과 스킨케어에 관한 조사’에 따르면, 전체 응답자의 48.3%는 스킨케어를 ‘귀찮은 것’으로 인식하는 쪽에 가까웠음. 세부적으로 보면 ‘귀찮다’는 응답이 16.3%, ‘다소 귀찮다’는 응답이 32.0%였음

- 관련링크:

<https://www.beautynury.com/news/view/110390/cat/10>

◦ 국내외 정보

중국 국가시장감독관리총국 「라이브커머스 감독관리 방법」

2025년 12월 18일 중국국가시장감독관리총국에서는 “라이브커머스 감독관리 방법”을 발표하였습니다. 이에 해당 내용의 원문과 국문 번역본을 유첨하오니, 상세 내용은 첨부 파일을 참조하시기 바랍니다.

붙임1: 라이브커머스 감독관리 방법(국문)

붙임2: 라이브커머스 감독관리 방법(원문)

- 관련링크:
https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17165&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

중국NMPA , 「눈 부위 화장품, 입술 화장품 및 어린이 화장품 중 총균수 한도」 등 18개 표준 제정·수정 프로젝트를 「화장품안전기술규범(2015년판)」에 편입하는 것에 관한 공고

2026년 1월 12일 중국 국가약품감독관리국에서는 「눈 부위 화장품, 입술 화장품 및 어린이 화장품 중 총균수 한도」 등 18개 표준 제정·수정 프로젝트를 「화장품안전기술규범(2015년판)」에 편입하는 것에 관한 공고를 발표하였습니다. 상세 내용은 첨부 파일을 참조하시기 바랍니다.

- 붙임1. 「눈 부위 화장품, 입술 화장품 및 어린이 화장품 중 총균수 한도」 등 18개 표준 제정·수정 프로젝트를 「화장품안전기술규범(2015년판)」에 편입하는 것에 관한 공고(국문)
- 붙임2. 「눈 부위 화장품, 입술 화장품 및 어린이 화장품 중 총균수 한도」 등 18개 표준 제정·수정 프로젝트를 「화장품안전기술규범(2015년판)」에 편입하는 것에 관한 공고(원문)
- 붙임3. 부록(국문)
- 붙임4. 부록(원문)

- 관련링크:
https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17177&ss=page%3D1%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

FDA Form 483 1월호 (한국 후지쯔 자료 제공)

첨부파일은 한국후지쯔에서 FDA 웹사이트에서 제공되는 내용을 서치/정리하여 가공한 자료입니다.

첨부파일의 자료에 대해 추가 문의가 있으신 경우 아래 연락처를 참조해 주시기 바랍니다.
※ 본 자료는 후지쯔가 공식적으로 제공하는 자료가 아닙니다. 해당 자료는 법적인 책임이 없습니다.

한국후지쯔(주) 강준석 수석매니저
Tel : 02-3787-5809
Mobile : 010-6366-4381
Junseok.kang@Fujitsu.com

〈참고 사항〉
FDA의 실사는 실사 일정 및 장소(Site)를 통보하는 문서인 FORM 482가 해당 기업에 전달되면서 시작됩니다.
공장 규모에 따라 상이하지만, FDA의 실사는 3~5일 정도 진행됩니다.
실사 동안의 관찰사항(Observation) 을 기재한 FORM 483 문서가 실사 마지막날 발행되며, 약 30일 이후에 실사 보고서(EIR)을 받게 됩니다.
FORM 483은 FDA의 실사(inspection) 이후 지적 사항이 발생했을 때 FDA가 회사에 발부하는 문서입니다.

FORM 483 을 받으면 15 영업일 이내에 FDA에 답변서를 제출해야 합니다.
답변서를 제출하면 FDA는 실사 중 관찰된 사항과 답변서를 종합적으로 검토하여 실사 등급이 포함된 최종 실사 보고서(EIR, Establishment Inspection Report)를 발부합니다.
EIR에는 실사 내용과 실사 등급(NAI, VAI, OAI)이 기재돼 있으며, 실사 완료 후 30일 안으로 작성됩니다. 만약 FDA가 실사보고서상 OAI(Official Action Indicated) 등급을 주게 될 경우, 경고장(Warning Letter)이 이어서 발부됩니다.
더 상세한 사항은 아래 링크를 참조해 주시기 바랍니다.
[24.09.24] 미국 자외선차단제 규정 웨비나 강의자료
https://helpecosmetic.or.kr/pc/edu/edu03.php?ptype=view&idx=5826&page=1&code=edu_data

[24.09.24] 미국 자외선차단제 FDA 실사 사례 웨비나 강의자료
https://helpecosmetic.or.kr/pc/edu/edu03.php?ptype=view&idx=5830&page=1&code=edu_data

- 관련링크:
https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17165&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

[산업부] 미국 IEEPA 관세환급 기업안내 자료 등

산업부에서 미국 IEEPA 판결에 따른 관세환급을 위한 기업자료를 붙임과 같이 공유해주셨습니다. 각 사에서는 관세 환급 해당 사항과, 필수 요건을 확인하시어 사전에 대비할 수 있도록 각별한 주의 부탁드립니다.

산업부 안내 사항 :

첨부1. IEEPA 관세환급 관련 기업 안내 자료 (작년 기준 자료)

첨부2. IEEPA 관세환급 관련 부속서한 표준문안(안)

계약서상 관세 환급 가능성에 관한 별도의 규정이 없는 경우, 향후 발생할 수 있는 관세 환급에 대한 권리 귀속을 명확히 하고 이를 보장받기 위해, 수입업자와 협의하실 수 있도록 부속서한(side letter) 형식의 표준문안(안)을 마련하였습니다.

동 표준문안은 DDP 조건(수출자가 관세를 부담하는 거래조건)으로 수출한 기업에 한하여 참고하실 사항으로 판단됩니다.

아울러 본 문안은 법적 구속력을 갖는 최종안이 아니며, 수출기업이 수입업자와의 협의를 위한 기초 자료로 활용하기 위한 참고용 자료임을 알려드립니다.

- 관련링크:

https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17162&ss=page%3D1%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

라벨링을 잘해도 FDA는 나온다 - 그리고 그 순간, 대응 구조가 결과를 바꾼다

한국외국어대학교 경영대학 교수/ 닷스프링 USA 대표이사
정상욱 교수(dotspring.inc@gmail.com)

한국 화장품 기업들은 이제 미국 수출을 위한 라벨링 규정을 상당히 잘 알고 있다. INCI 성분 표기, 기능성 표현, 경고 문구 등 기본적인 사항들은 이미 업계 전반에 충분히 공유되어 있으며, 실제로 미국 기준에 맞춰 라벨링을 수정해 수출을 진행하는 사례도 흔해졌다.

그럼에도 불구하고 현장에서는 여전히 같은 질문이 반복된다. “라벨링은 다 맞췄는데, 왜 FDA가 hold를 걸고 실사까지 나오는 걸까?”

이 질문에 답하려면 먼저 한 가지를 분명히 할 필요가 있다. FDA 관점에서 라벨링은 ‘문제가 없음을 보장하는 면허증’이 아니다. 오히려 검토의 출발선에 가깝다.

특히 기능성 화장품의 경우, 표현 하나가 drug claim으로 해석될 여지는 없는지, 실제 제품 구성과 라벨 내용이 일치하는지, 보관·유통 과정에서 규정 위반 소지는 없는지 등은 서류 검토만으로 끝나지 않고 현장 확인으로 이어지는 경우가 적지 않다. 즉, 라벨링을 미국 기준에 맞춰 정확히 했다고 해도 FDA가 hold를 걸고 실사에 나오는 것 자체는 결코 이례적인 일이 아니다.

최근 FDA 실사 과정에서 담당자로부터 직접 들은 이야기가 있다. 과거에는 LA로 입항하는 제품의 경우, 해당 지역과 제품 유형에 익숙한 인력이 검토를 맡는 경우가 많았지만, 최근에는 수입 제품에 대한 판단과 hold 결정이 특정 항만이나 지역에 고정되지 않는 구조로 바뀌고 있다는 설명이었다.

실제로 LA로 들어오는 물건임에도 불구하고, 다른 지역(예: 마이애미 등)을 기반으로 한 인력이 검토와 판단을 맡는 사례가 늘고 있다. 이 변화 자체가 문제라기보다는, 그 결과 특정 국가 제품이나 화장품·기능성 제품에 익숙하지 않은 담당자가 보다 보수적으로 판단해 일단 hold를 거는 사례가 체감상 증가하고 있다는 점이 중요하다.

FDA 입장에서 hold는 “문제가 확정되었다”는 의미가 아니다. “일단 멈추고 더 확인하자”는 가장 안전한 행정적 선택에 가깝다. 특히 담당자가 해당 제품군에 익숙하지 않다면, hold는 매우 자연스러운 판단이 된다.

여기에 시기적 요인도 겹친다. 연초에는 내부 기준 정비, 연간 목표 설정, 미처리 건(backlog) 정리가 동시에 이루어지며, 이 과정에서 애매한 사안에 대해 보다 보수적인 판단이 이루어지는 경향이 있다는 설명도 직접 들었다. 그래서 연초에 유독 hold가 늘어난다고 느끼는 기업들이 많은 것도 우연은 아니다.

이 지점에서 많은 기업들이 사용하는 아마존 FBA 구조의 한계도 함께 짚어볼 필요가 있다. 아마존은 매우 효율적인 물류·판매 플랫폼이지만, FDA 실사나 규제 이슈에 대해 제조사나 브랜드를 대신해 즉각적으로 대응해주는 구조는 아니다.

제품이 아마존 물류망에 들어간 이후 FDA hold나 inspection 이슈가 발생할 경우, 제조사 입장에서는 현장 접근이 제한되고, 커뮤니케이션이 간접화되며, 상황을 주도적으로 설명하고 조율하는 데 시간이 걸릴 수 있다. 이는 아마존의 문제라기보다, 플랫폼 중심 물류 구조가 갖는 구조적 특성에 가깝다.

최근 나는 기능성 화장품 라벨링과 관련한 FDA 실사를 직접 경험했다. 라벨링은 이미 미국 기준에 맞춰 준비된 상태였고, 그럼에도 불구하고 FDA는 hold 이후 현장 확인을 진행했다.

결과적으로 실사는 비교적 차분하고 빠르게 마무리되었다. 그 이유는 명확했다. 미국 현지에서 FDA 대응 경험이 풍부하고, 규정을 조문이 아니라 실제 운용 방식으로 이해하는 로컬 3PL이 대응을 맡고 있었기 때문이다.

어떤 질문에 어디까지 답해야 하는지, 어떤 부분은 굳이 확대 해석되지 않도록 선을 지켜야 하는지, 어떤 자료를 어떤 순서로 제시하는 것이 적절한지에 대한 판단이 현장에서 자연스럽게 이루어졌다.

만약 이 대응을 단순히 해외 물류를 연결해주는 포워더나, 현지 규제 경험이 없는 창고 운영사가 맡았다면 상황은 전혀 달라졌을 것이다. 사소한 라벨링 이슈 하나가 문제로 확대 되고, 추가 자료 요청이나 장기 hold로 이어졌을 가능성도 충분했다.

이 경험을 통해 분명한 점은 이것이다. 미국 수출에서 진짜 리스크는 규정 그 자체가 아니라, 문제가 발생했을 때 현지에서 즉시 대응할 수 있느냐의 문제라는 점이다.

미국 수출에서 필요한 3PL은 단순히 물건을 보관하고 출고하는 창고가 아니다. FDA와 세관의 실제 업무 흐름을 이해하고, hold나 실사 상황에서 현장에서 직접 설명하고 소통 할 수 있으며, 필요할 경우 inspection 대응, 재작업, 보관 방식 조정까지 판단할 수 있는

‘로컬 대응 역량’을 갖춘 파트너여야 한다.

이런 역량은 원격으로 관리되는 해외 물류 구조나, 미국 현지 규제 경험이 없는 업체로는 대체하기 어렵다.

한국 기업들은 이제 미국 라벨링을 모르는 단계는 이미 지났다. 그러나 최근처럼 FDA 판단 구조가 중앙화되고, 담당자의 지역적 익숙함이 달라지는 환경에서는 현지에서 바로 설명하고 대응할 수 있는 구조를 갖추는 것이 무엇보다 중요해지고 있다.

라벨링을 잘해도 FDA는 나온다.

그리고 이 문제는 아마존을 쓰느냐의 문제가 아니라,

미국 현지에서 누가 대응해주느냐의 문제다.

이제 기업이 스스로에게 던져야 할 질문은 이것이다.

“문제가 생겼을 때, 미국 현지에서 바로 움직여줄 수 있는 파트너가 있는가?”

◦ 해외화장품 시장 동향

크로아티아 기초화장품 시장동향

2025-08-29 자그레브무역관 윤태웅

- K-뷰티, 크로아티아 시장에서 싹틔운 성장 동력으로 부상 -
- 프리미엄·옴니채널 전략이 시장 확대의 핵심 -

상품명 및 HS코드

상품명	HS코드 (6단위)
화장품 및 기초 스킨케어 제품(자외선 차단제 포함)	330499- 기타 메이크업용 제품 및 기초화장품

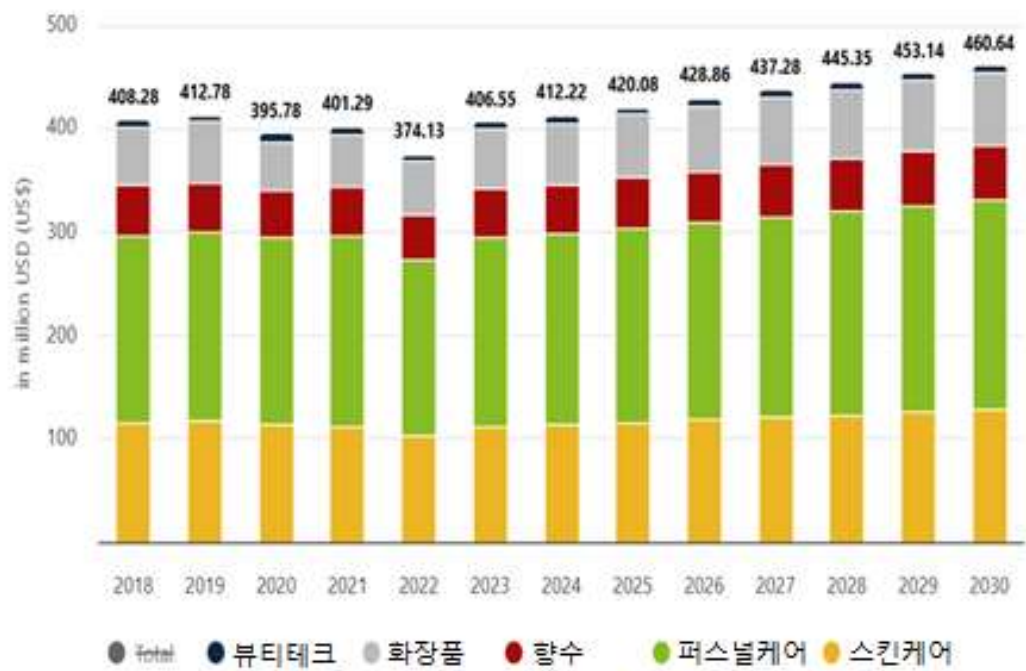
시장동향

Statista 자료에 따르면, 크로아티아의 미용·퍼스널케어 시장은 2022년까지 일시적 감소세를 보였지만, 2023년부터 반등세에 진입하고 있다. 2022년 약 3억7413만 달러였던 시장은 2023년 4억655만 달러로 회복했고, 2030년에는 4억6064만 달러까지 확대될 것으로 전망된다. 이는 연평균 성장률(CAGR) 약 1.9% 수준으로, 시장 전반이 안정적이고 지속적인 성장 기조에 접어들었음을 보여준다.

스킨케어와 퍼스널케어는 전체 시장의 60% 이상을 차지하는 핵심 부문이다. 스킨케어는 꾸준한 성장세를 이어가며 2030년까지 안정적인 점유율을 유지할 것으로 보이며, 퍼스널케어는 가격 경쟁력과 일상 소비재로서의 특성으로 인해 소비 기반이 넓은 편이다. 반면, 화장품(Cosmetics)과 향수(Fragrances) 부문은 상대적으로 정체되거나 미세한 성장세를 보인다. 뷰티테크 부문은 아직 전체 시장에서 비중은 작지만, 2030년까지 점진적인 성장 추세를 보일 것으로 예상돼 미래 성장 가능성을 시사하고 있다.

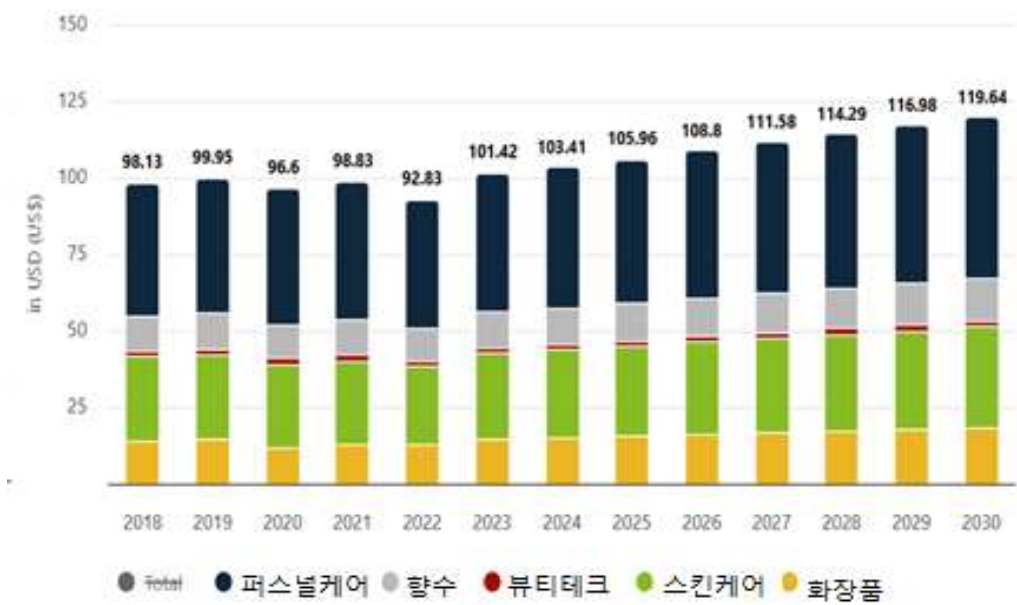
1인당 미용·퍼스널케어 소비는 2018년 98달러에서 2023년 101달러까지 늘어났으며, 2030년에는 119달러까지 증가할 것으로 전망된다. 특히 2025년부터는 1인당 100달러를 안정적으로 초과할 것으로 보이는데, 이는 미용·퍼스널케어 제품이 고정 소비재로 자리 잡고 있음을 시사한다. 이러한 변화는 국민의 소비 여력 상승, 웰빙 및 외모에 대한 인식 변화, 고기능성 제품에 대한 수요 증가 등의 요인을 반영한다. 특히 스킨케어와 퍼스널케어 항목 소비가 꾸준히 증가하고 있는 점을 고려할 때, 기초 화장품 및 생활밀착형 화장품의 안정적인 수요가 앞으로도 지속될 것으로 예상된다.

〈크로아티아 미용·퍼스널케어 시장 규모〉
(단위: US\$ 백만)



[자료: Statista(2025.7.)]

〈크로아티아 미용·퍼스널케어 시장 1인당 매출액〉
(단위: US\$)



[자료: Statista(2025.7.)]

주재국 수입동향 및 대한 수입규모

크로아티아 화장품 산업은 OLIVAL, Skintegra, L’Adria 등 자국 브랜드가 꾸준히 성장하고 있음에도 불구하고 여전히 높은 수입 의존 구조를 보인다. 특히 2024년에는 수입액이 사상 최고치를 기록하며, 해외 브랜드에 대한 수요가 지속적으로 확대되는 추세다.

글로벌 트레이드 아틀라스(GTA)에 따르면 2024년 크로아티아의 화장품 수입액은 약 2억1624만 달러로, 전년 대비 33% 증가하며 처음으로 2억 달러를 돌파했다. 이는 10년 전인 2015년 수입액과 비교했을 때 약 4배로 증가한 수준이다. 2025년 상반기(1~6월) 수입액도 이미 1억509만 달러를 기록해 하반기까지의 수치를 고려하면 전년 수준 유지 또는 소폭 증가가 유력하다. 이는 최근 10년간 이어진 크로아티아 국민의 프리미엄 소비재 선호, 뷰티·웰니스 트렌드 확산, 관광산업 회복에 따른 소비 증가 등 복합 요인이 반영된 결과로 분석된다.

국가별로는 프랑스와 독일이 시장을 견고하게 주도하고 있다. 프랑스는 2024년 기준 약 5304만 달러를 기록하며 전체의 24.5%를 차지했다. 이는 전년 대비 13.4% 증가한 수치다. 독일 역시 같은 해 4300만 달러로 2위를 유지했으며, 전년 대비 22.3% 증가했다. 이 외에도 인접 유럽 국가들이 상위권에 고르게 분포했다. 헝가리(2139만 달러), 슬로베니아(1741만 달러), 이탈리아(959만 달러), 네덜란드(940만 달러), 폴란드(765만 달러), 스페인(740만 달러) 등이 1000만 달러 안팎의 수출을 유지하며 지역 강자로 자리매김하고 있다. 특히 네덜란드는 2015년 대비 약 13배, 이탈리아는 약 3.8배, 폴란드는 약 4배 이상 성장한 것으로 나타났다.

한편, 2024년에는 아일랜드가 화장품 수입 상위국으로 급부상한 점도 주목된다. 아일랜드의 수입액은 2023년 64만 달러에 불과했지만 2024년에는 2198만 달러를 기록하며 전년 대비 약 33배로 증가했다. 이는 독일, 프랑스에 이어 전체 3위에 해당하는 수치다. 이는 글로벌 브랜드의 물류 거점 또는 생산기지 이동 등 실제 제품 원산지와 별개로 수입경로의 변화가 통계상 급등을 일으켰을 가능성을 추측해 볼 수 있다.

가장 눈에 띄는 국가는 한국으로, 크로아티아 내 한국산 화장품 수입은 최근 들어 가파른 상승 곡선을 그리고 있다. 2014년까지는 0에 가까웠고 2022년까지는 수출입 실적이 연간 수십만 달러 수준에 머물며 정체 상태를 보였지만, 2023년을 기점으로 반등세가 본격화됐다. GTA 통계자료에 따르면, 2023년 한국산 화장품 수입액은 85만 달러에 머물렀지만 2024년에는 175만 달러, 2025년 상반기에는 168만 달러까지 큰 폭으로 증가했다. 2023년 이후부터는 2년 연속 두 자릿수 성장세를 기록한 셈이며 2020년 팬데믹 이후 회복 초기였던 시기(23만 달러)와 비교하면 7배 이상 증가한 규모다.

KITA의 통계에서도 유사한 추세를 확인할 수 있다. 2022년 수입액 29만 달러 수준에서 2023년에는 약 80만 달러로 약 2.8배로 증가했고 2024년에는 162만 달러로 또다시 두 배 이상 증가했다. 특히 2025년 상반기(1~6월)에는 이미 244만 달러를 기록해서 전년도 연간 수치(162만 달러)의 1.5배, 2023년 대비로는 3배 이상 증가한 수준에 도달하며 폭발적인 성장세를 입증했다. 이와 같은 추세가 이어질 경우, 2025년 연간 수입 규모는 전년 대비 2배 이상도 가능할 것으로 전망되며 크로아티아 시장 내 K-뷰티의 영향력이 본격적으로 자리 잡는 전환점이 될 수 있다.

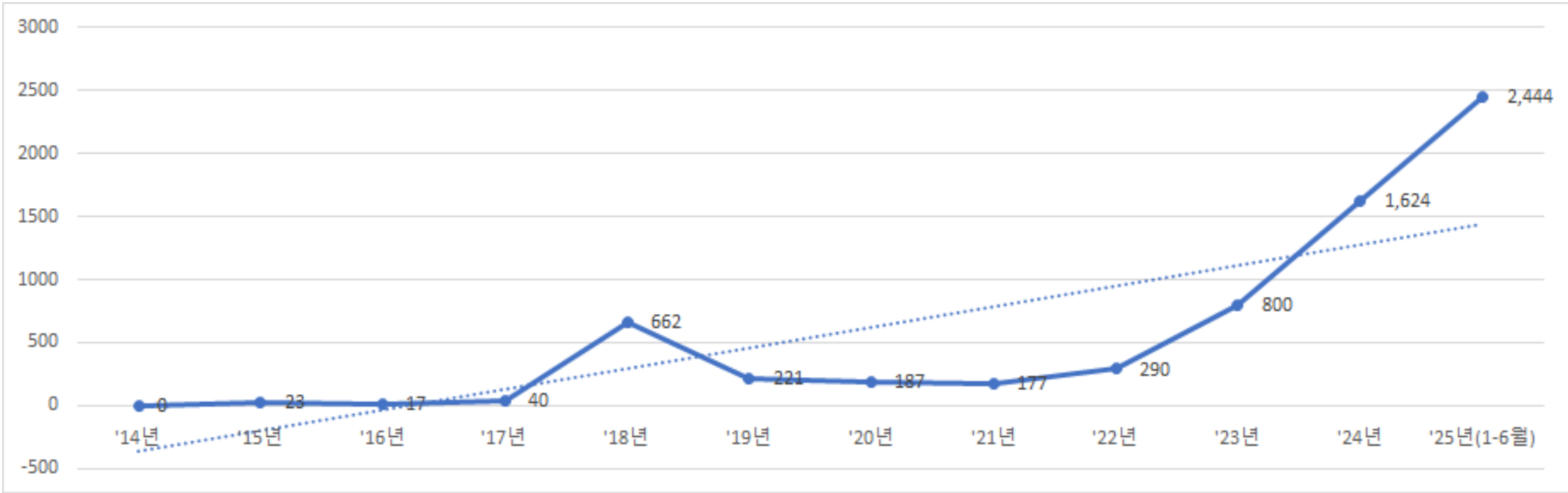
전문 유통업체 관계자는 “K-뷰티 브랜드의 기능성 중심 제품력, 가격 대비 품질, 그리고 트렌디한 브랜드 경험이 크로아티아 현지 소비자에게 매력적으로 다가가고 있다”라고 분석하며 “현지 온라인 유통 채널 진출 확대와 SNS 인플루언서 협업이 향후 시장 확대의 핵심 전략이 될 것”이라고 전망했다.

〈2022~2025년(1~6월) 크로아티아 화장품 수입 추이〉
(단위: US\$ 천, %)

순위	국가/지역	수입액				점유율 (’24 기준)	증감률 (’24/’23)
		2022년	2023년	2024년	2025년(1~6월)		
	전체	130,698	162,839	216,242	105,096		
1	프랑스	32,664	46,775	53,044	23,400	24.5	13.4
2	독일	27,155	35,154	43,001	20,116	19.8	22.3
3	아일랜드	296	642	21,980	16,985	10.2	3,323.7
4	헝가리	14,921	19,664	21,390	9,691	9.9	8.8
5	슬로베니아	13,910	15,975	17,409	7,035	8.1	8.9
6	이탈리아	4,193	7,047	9,599	3,946	4.5	36.2
7	네덜란드	4,360	5,457	9,406	3,435	4.4	72.4
8	폴란드	4,283	6,649	7,652	3,608	3.5	15.1
9	스페인	4,361	6,316	7,405	2,908	3.4	17.3
10	슬로바키아	3,660	4,779	5,925	3,350	2.7	23.9
14	한국	391	856	1,756	1,680	0.8	105.1

[자료 : GTA 2025.8.29.]

〈2014~2025.6. 크로아티아의 대한민국 수입 동향〉
(단위: US\$ 천)



[자료: 한국무역협회 K-stat, HS코드 330499]

경쟁동향

크로아티아 화장품 시장은 유럽산 브랜드에 대한 소비자 선호와 글로벌 브랜드의 강세 속에 프라이빗 브랜드(PB) 및 K-뷰티의 확산이 더해지며 고도로 경쟁적인 구조를 형성하고 있다. 2024년 기준 L'Oréal Adria, Garnier, Vichy, La Roche-Posay, Maybelline 등 폭넓은 브랜드 포트폴리오로 구성돼 있어 저렴한 제품부터 프리미엄까지 다양한 가격대를 아우르고 있다. Beiersdorf, Procter & Gamble, Unilever도 주요 브랜드들이다. 특히 독일계 드럭스토어 체인 DM의 프라이빗 브랜드 'Balea'는 물가 상승 속에서 합리적 가격을 무기로 빠르게 성장했다. 시장 전체에서 기타 브랜드가 차지하는 점유율은 57.1%에 달해 진입 장벽은 낮지만, 경쟁 강도는 매우 높다.

브랜드별 주요 제품을 보면, L'Oréal Paris는 Revitalift Laser Renew 데일리 크림(50ml, 17.1유로)과 아이크림(15ml, 19.2유로) 등을 중심으로 고기능 안티에이징 제품군을 앞세우고 있으며, Avène은 히알루론 활성 세럼(30ml, 48.8유로)과 B-protect SPF50+ 선크림(30ml, 24.9유로) 등을 통해 고급 스킨케어 이미지를 강화하고 있다. Nivea는 Cellular Expert Lift 크림(50ml, 16.6유로) 및 Luminous630 다크서클 크림(15ml, 20.7유로) 등 제품으로 광범위한 시장을 겨냥하면서 동시에 자체적으로도 프리미엄 라인을 확장하고 있다. DM의 Alverde는 천연 유래 데일리 크림(50ml, 5.0유로), 세럼(30ml, 4.4유로) 등 저가 천연 화장품군을 통해 가격 민감형 소비자층을 공략하고 있다.

이러한 환경 속에서 K-뷰티는 코로나19 이후 빠르게 확산되며 입지를 넓히고 있다. 2025년 기준 DM 매장 내 아시아 화장품 진열대 중 5개를 K-뷰티가 차지할 만큼 브랜드 다양성과 점유 공간이 확대됐다. 주요 유통사인 Heson, Rondo Mondo, Festinus 등은 온·오프라인을 병행하며 판매를 전개하고 있으나, 높은 물류비와 유통 마진 부담은 일부 브랜드 도입의 걸림돌로 작용한다.

K-뷰티 브랜드인 Beauty of Joseon, Cosrx, Jumiso, Anua 등은 다이너스티 크림(50ml, 28.9유로), 스네일 크림 및 세럼(100g/150ml, 25~35유로), 진정 토너(250ml, 25.9유로) 등 기능성 기초 제품 중심으로 유통되고 있다. 이들은 DM 및 BIPA 매장에서 온라인과 병행 유통되는데 특히 안티에이징, 진정, 비건·천연 성분 중심의 제품이 현지 소비자 사이에서 좋은 반응을 얻고 있다.

크로아티아 시장은 현재 가격 민감형 소비자와 프리미엄 지향 소비자가 동시에 존재하는 이중 구조이므로, 브랜드별 차별화 전략이 요구된다. PB 제품과 유럽산 브랜드가 저가 시장을 장악하고 있는 가운데 K-뷰티는 고기능·고품질 제품과 SNS 마케팅을 통한 브랜드 경험으로 프리미엄 수요층을 공략해 시장 내 입지를 더 확대해 나가고 있다.





















〈주요 화장품 유통매장 내 아시안 브랜드 디스플레이〉



[자료: DM, BIPA 매장, KOTRA 자그레브무역관 직접 촬영]

〈상위 브랜드별 대표 제품〉

카 테 고 리	브랜드명	제품명 및 용량	이미지	판매 가격 (Euro)	카 테 고 리	브랜드명	제품명 및 용량	이미지	판매 가격 (Euro)
페 이 스 크 림	Beauty of Joseon	dynasty cream, 50ml		28.9	페 이 스 크 림	Nivea	Cellular Expert Lift daily Cream, 50 ml		16.6
	Cosrx	All in one advanced cream snail 92, 100g		25.9		Afrodita	Collagen lift cream for dry skin, 50ml		16.6
	Nikel	Hyaluron+C+E Vitamin cream, 50ml		25.9		Olival	Professional Peptide cream P, 50ml		11.3
	Avène	Cold cream face and body cream, 100ml		21.9		Mixa	Hyalurogel Rich Face Cream, 50 ml		7.9

	L'Oreal Paris Skin Expert	Revitalift laser renew daily cream, 50ml		17.1		Alverde	Natural expert daily cream, bisabolol, 50ml		5.0
세럼 · 앰플	Avène	Hyaluron activ b3 concentrated face serum, 30ml		48.8	아이 크림	Avène	Hyaluron active B3 eye cream, 15ml		37.9
	Cosrx	The 6 peptide skin booster face serum, 150ml		34.9		Afrodita	5 peptide eye cream, 15ml		26.8
	Afrodita	Skin specialist anti-age serum vitamin C, 30ml		24.6		Nivea	Cellular Luminous630 Dark Circle Cream, 15 ml		20.7
	Beauty of Joseon	Eye serum, ginseng+retinol, 30ml		21.9		L'ORÉA L PARIS Skin Expert	Revitalift Laser Renew Eye Cream, 15 ml		19.2
	Alverde	Serum Hyaluron, 30 ml		4.4		Alverde	Hydro eye - hydrating roll on 20ml		3.6
클렌징 제품	Beauty of Joseon	Ginseng cleansing oil, 210ml		23.9	토너	Anua	Heartleaf 77% soothing tonic, 250ml		25.9
	Anua	Heartleaf pore control face cleansing oil, 200ml		22.9		Nikel	Energy tonic with plant stem cells, 125ml.		18.9
	Avène	Clearance face and body cleansing gel, 200ml		15.9		Afrodita	Clean phase collagen solution hidraing tonic, 100ml		10.8
	Cosrx	gel cleanser, low pH Good morning, 150ml		15.9		Nivea	Derma Skin Clear Tonic, 200 ml		6.2

	Nikel	Face wash gel with hama melis, 200ml		10.0		Olival	hydrating face tonic, smilje 150ml		5.9
마스크	Olival	Nurturing mask cream, smilje, 75ml		5.4	각질 제거제	Olival	Professional Mikroeksfoliant 25g.		9.9
	Nivea	infused sheet mask, 1 pc.		3.7		Nivea	Derma Skin Clear Peeling, 150 ml		6.5
	7th Heaven	Panda face mask, coconut and banana, 1pc.		2.6		Alverde	Natural Expert peeling for face cleaning - AHA, 125ml		3.9
에센스	Jumiso	Snail Mucin 95+ peptide essence, 140ml		25.4	자외선 차단제	Avène	B-protect face cream, spf 50+, 30ml		24.9
	Beauty of Jeoson	Ginseng Essence hydrating face essence, 150ml		21.9		L'ORÉAL PARIS Skin Expert	Revitalift Laser Renew cream with protective, 50ml		17.1
	Alverde	rose water, 100ml		2.4		Olival	Professional Fluid for face, SPF 30, 50ml.		11.3

[자료: DM, KOTRA 자그레브무역관 재편집]

유통구조

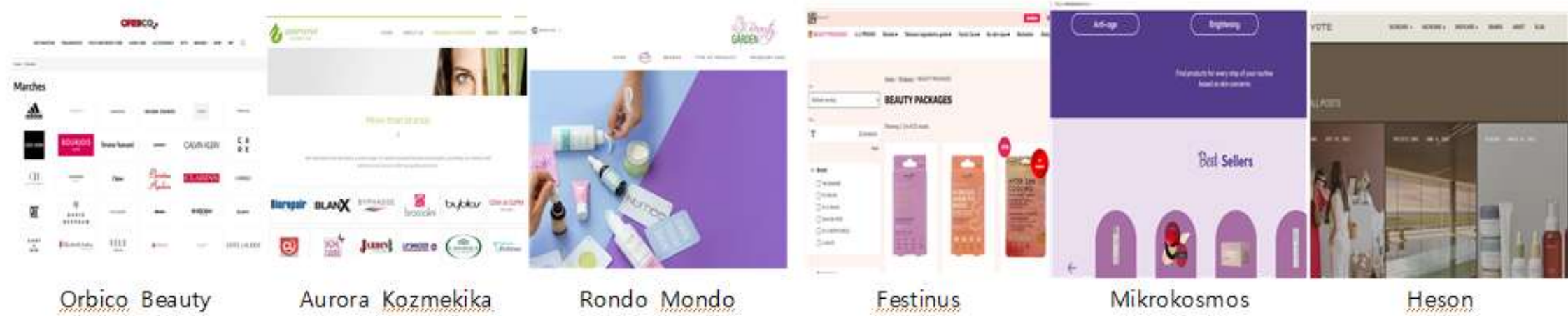
크로아티아의 화장품 유통 구조는 오프라인 드럭스토어 중심의 전통적 체계를 기반으로 하면서도, 최근에는 온라인 채널의 고속 성장과 전문 유통업체 확대에 따라 점차 다채로운 분포를 보이고 있다. 드럭스토어는 여전히 주요 유통 채널로 기능하고 있는데 그중 독일의 DM(Drogerie Markt)은 크로아티아 전국에 178개 매장을 보유한 최대 규모의 유통망으로 중저가부터 프리미엄 브랜드까지 다양한 제품을 취급한다. 최근에는 자체 프라이빗 브랜드인 Balea의 인기를 바탕으로 시장 점유율을 빠르게 확대하고 있고, K-뷰티 브랜드의 매장 입점도 확대 중이다. 대표적으로 2025년에 TirTir 쿠션 파운데이션이 DM 전 매장에 입점해 현지 소비자들에게 큰 인기를 끌며 성공 사례로 부상했다.

경쟁사인 BIPA는 약 145개 매장을 보유하고 있으며, K-뷰티를 포함한 아시아 화장품 매대를 별도로 구성하고 있어 다양한 브랜드의 진출 통로로 주목된다. Müller는 프리미엄 및 중가 브랜드 중심의 제품군을 구성하고 자체 브랜드도 운영하고 있다. Douglas는 고급 향수와 스킨케어 브랜드 중심의 프리미엄 전문 유통채널로 자리 잡고 있다. 이 외에도 더모 코스메틱 브랜드는 약국을 통해 유통하고 있고 지역 기반의 소규모 뷰티숍들도 일정 소비자층을 유지하고 있다.

온라인 유통 채널은 코로나19 이후 급성장하며 주요 유통망으로 자리 잡고 있다. 대표 플랫폼으로는 Notino가 있다. 체코에 본사를 둔 Notino는 2004년 시작 이후 현재는 유럽 전역으로 확장했고 2025년에는 크로아티아 내 첫 오프라인 매장도 개설하면서 옴니채널 전략을 본격화하고 있다. 그 외에도 Divote, Beauty Garden, Mikrokosmos.hr 등 현지 플랫폼이 활성화돼 있다. 한편, SNS 및 인플루언서 마케팅과 결합된 브랜드 공식몰, 리셀러 기반의 D2C 유통도 확대되고 있다. 이는 젊은 소비자층을 중심으로 디지털 기반 유통 채널 선호도가 높아지면서 온라인 구매 편의성과 다양한 브랜드 접근성이 주요 구매 요인으로 작용한다.

K-뷰티 브랜드들은 시장 특성상 전문 유통업체를 통해 현지 시장에 본격적으로 진출하고 있다. 아직 많이 전문화돼 있지 않지만, 브랜드별로 전문 유통업체의 시장 진출이 눈에 띄게 증가하고 있다. 현재 유통되고 있는 제품군은 Dr. Jart+, Tony Moly, TirTir, COSRX, TFIT, Medicube, Nacific, Round Lab, SKIN1004, ANUA, It's Skin, SOME BY MI, CELIMAX, numbuzin, Dear Doer, Black Rouge, Innisfree, AESTURA, Arencia 등 매우 다양한 편이다. 최근에는 BEIGIC, Mixsoon, HaruHaru Wonder, Axis-Y 등으로 신규 라인을 강화하고 있다. 전문 유통업체는 공급과 판매를 맡고 있으며, 온라인 플랫폼 및 드럭스토어와 협업해 유통 채널을 다변화하고 있다.

〈한국제품 전문 유통업체 현황〉



[자료: 각사 온라인 판매 홈페이지]

이처럼 크로아티아의 화장품 유통은 오프라인 드럭스토어 기반에서 온라인 채널과 전문 수입사를 통한 브랜드 전략까지 아우르는 복합적이고 점차 전문화된 구조로 진화하고 있다. 시장 내에서는 가격 민감형 소비자층과 프리미엄 제품 지향 소비자층이 공존하고 있어, 유통사와 브랜드 모두 차별화된 제품군과 채널 전략을 갖추는 것이 필수적인 상황이다.

관세율

크로아티아는 EU 회원국이므로, 화장품(HS코드 330499 -기타 미용 또는 메이크업용 제품 및 피부보호용 준비품) 수입 시 대외공통관세(Common External Tariff)가 적용된다. 한국은 한-EU FTA 체결국으로 해당 품목에 대해서는 관세가 전면 면제(0%)된다. 다만, 크로아티아 내 소비 단계에서는 부가가치세(VAT) 25%가 부과된다. 이 세율은 EU 회원국 가운데 비교적 높은 수준으로, 유통 마진과 함께 수입 화장품 최종 소비자가격 상승의 주요 요인으로 작용한다. 예를 들어, 소비자가격 책정 시 관세는 면제되지만, CIF 가격 + 통관 비용 + 마진 + 25% VAT가 더해지므로 경쟁국 대비 가격 경쟁력 확보가 중요하다.

인증

크로아티아에化妆품을 수출하기 위해서는 EU 공통 규정을 충족해야 하는데, 그 핵심은 CPNP (Cosmetic Products Notification Portal) 등록이다. 제품을 시장에 출시하기 전에 제조사나 수입업자는 성분 정보, 안전성 평가서, 라벨링, 책임자 지정 등의 자료를 EU 화장품 통지 포털에 사전 등록해야 한다. 이는 의무 절차이기 때문에 미등록 시 판매가 불가능하다. 또한 제품 라벨에는 성분 (INCI 명칭), 제조국, 사용기한, 배치번호, 사용상 주의 사항 등을 반드시 크로아티아어를 포함한 현지 언어로 표기해야 한다. 한편, 비건 (Vegan), 크루엘티프리 (Cruelty Free), 유기농 (ECOCERT, COSMOS) 등은 법적으로 의무는 아니지만, 현지 소비자들 사이에서 친환경·윤리적 소비 트렌드가 확산하면서 마케팅 및 경쟁력 확보를 위한 중요한 선택 요소로 부상하고 있다. 특히 젊은 세대를 중심으로 이러한 인증 마크가 구매 결정에 직접적인 영향을 미치고 있기에 브랜드 이미지 제고와 차별화를 위해 임의 인증을 전략적으로 활용하는 사례가 늘고 있다.

시사점

크로아티아 화장품 시장은 2022년 일시적 둔화 이후 다시 성장세로 전환하며 2030년까지 안정적 확대가 예상된다. 1인당 소비도 2025년 이후 100달러를 안정적으로 웃돌 전망으로, 화장품은 단순 사치재가 아닌 생활 밀착형 고정 소비재로 자리 잡아 가고 있다. 특히 스킨케어와 퍼스널케어가 전체 시장의 60% 이상을 차지하는 구조는 한국산 기초 화장품의 성장 잠재력을 뒷받침하는 요인이다.

프랑스와 독일이 여전히 확고한 1·2위를 유지하고 있지만, 한국은 2023년 이후 두 자릿수 성장세를 이어가고 있다. 2025년 상반기에 이미 전년도 전체 수입액을 초과하는 성과를 기록하면서 아직은 수입 규모가 적지만 신흥 성장 국가로 부상할 가능성이 높다. 이는 단기적 유행이 아니라 기능성·고품질 중심 K-뷰티에 대한 지속 수요가 형성되고 있음을 의미한다.

글로벌 기업과 PB 브랜드가 시장을 주도하면서도 기타 브랜드가 차지하는 비율이 57%에 이를 정도로 구성이 다채로운 것은 우리 기업에 유리한 상황으로 작용한다. L’Oréal, Beiersdorf, Unilever 등 글로벌 강자와 DM의 Balea 같은 PB 브랜드가 가격·유통력을 무기로 점유율을 높이고 있지만, K-뷰티는 기능성·비건·천연 성분을 기반으로 프리미엄 세그먼트에서 차별화를 시도하며 틈새시장을 공략하고 있다. 이 과정에서 DM, BIPA, Müller, Douglas 등 오프라인 대형 채널과 Notino, Beauty Garden, Mikrokosmos 등 온라인 플랫폼의 옴니채널 전략 활용이 필수적이라 분석된다. 실제로 TirTir, COSRX, Beauty of Joseon 등은 현지 전문 유통사와 협력해 매장 입점과 온라인 병행 유통을 성공적으로 확산시켰다.

다만 높은 부가가치세(25%)와 물류비·유통마진은 가격 경쟁력 확보의 걸림돌로 작용할 수 있다. 따라서 현지 전문 유통사와의 긴밀한 협업, 물류 최적화, 유럽 내 거점 활용 등이 병행돼야 한다. 또한 CPNP 등록, 라벨링, EU 내 책임자 지정 등 EU 공통 규제 준수가 필수적이며, 비건·크루엘티 프리 인증 등은 필수는 아니어도 젊은 세대 소비자의 브랜드 선택에 직접적인 영향을 미치는 만큼 적극적으로 활용할 필요가 있다.

종합하자면, 크로아티아 시장은 유럽산 브랜드의 전통적 강세와 PB 제품의 가격 공세 속에서도 기능성·프리미엄 수요층이 성장 중인 구조적으로 양극화된 시장이다. K-뷰티 기업은 고기능 기초화장품·천연 성분·프리미엄 라인업을 중심으로 브랜드 경험을 강화하고, SNS·인플루언서 마케팅을 적극 활용해 젊은 소비자층을 공략할 필요가 있다. 동시에 오프라인 대형 드럭스토어 입점으로 신뢰를 확보하면서 온라인 플랫폼을 통해 판매를 확대하는 이중 전략이 요구된다. 이러한 종합적 접근을 통해 K-뷰티가 크로아티아 시장에서 중장기적 입지 강화를 지속하다 보면 조만간 프리미엄 세그먼트 주도권 확보까지 도전할 수 있을 것으로 보인다.

자료: Statista, Global Trade Atlas, 한국무역협회 K-Stat, DM, 유통업체 각사 홈페이지, KOTRA 자그레브무역관 종합

〈저작권자 : © KOTRA & KOTRA 해외시장뉴스 2025-08-29〉

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

◦ 「화장품 안전기준 등에 관한 규정」 일부개정고시(안) 입법예고 안내의 건

식품의약품안전처 화장품정책과-191호(2026.01.12.) 관련입니다.

「화장품 안전기준 등에 관한 규정」에서는 「화장품법」제8조에 따라 화장품에 사용할 수 있는 원료 등을 규정하고 있는 바, 기 지정 성분 중 염모제 성분의 목록 정비, 자외선차단 원료 신규 지정등을 하는 내용으로 「화장품 안전기준 등에 관한 규정」일부개정고시(안)을 붙임과 같이 행정예고함을 알려드립니다.

동 개정고시안에 대해 의견이 있는 경우, 붙임의 양식에 따라 의견을 작성하여 2026년 01월 30일(금)까지 담당자에게 회신하여 주시기 바랍니다.

※ 정책연구실 서지윤 (02-761-4204, daisyoon@kcia.or.kr)

붙임1: 화장품 안전기준 등에 관한 규정 일부개정고시(안). 1부.

붙임2: 검토의견서. 1부. 끝.

- 관련링크:

https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17160&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

◦ 식품의약품안전처, 「약사법」 일부개정법률안(김상훈 의원 대표 발의, 15642 등) 의견조회의 건

식품의약품안전처 의약품정책과-32호(2026.01.02.) 관련입니다.

의원 입법 발의된 「약사법」 일부개정 법률안(김상훈 의원 대표발의 등)에 대하여 「법제업무 운영규정」에 따라 기업의 의견을 듣고자 하오니, 이와 관련하여 검토의견이 있을 경우 붙임 양식으로 작성 후 2026년 01월 14일(수)까지 하기 담당자에게 회신하여 주시기 바랍니다.

※ 정책연구실 서지윤 (02-761-4204, daisyoon@kcia.or.kr)

- 붙임1: 약사법 일부개정법률안(김상훈 의원 대표발의). 1부.
- 붙임2: 약사법 일부개정법률안(이주영 의원 대표발의). 1부.
- 붙임3: 약사법 일부개정법률안(김남희 의원 대표발의). 1부.
- 붙임4: 검토서. 1부. 끝.

- 관련링크:

https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17132&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

◦ 「화장품산업 육성 및 지원에 관한 법률안」 일부개정법률안(이수진의원 대표발의) 입법예고 안내의 건

화장품 영업자 등 화장품산업 전체 사업자를 포괄하여 지원·육성 체계를 마련하고, 범정부 차원의 화장품산업 육성지원 종합계획 수립, 혁신형 화장품 기업 인증제도 도입 등의 지원사업, 화장품산업 종합지원센터·정보구축시스템 구축 등 국가 차원의 지원방안을 내용으로 「화장품산업 육성 및 지원에 관한 법률안」 일부개정법률안이 붙임1과 같이 입법예고 되었습니다.

이와 관련하여 동 일부개정법률(안)에 대하여 의견을 수렴하고자 하오니, 의견이 있으신 경우 붙임2의 검토서 양식에 의견 작성하시어 2026년 1월 14일(수)까지 우리 협회(이메일 : hyoung@kcia.or.kr, 02-782-0367)로 회신하여 주시기 바랍니다.

붙임1: 「화장품산업 육성 및 지원에 관한 법률안」 일부개정법률안(이수진의원 대표발의) 1부.

붙임2: 검토서 1부. 끝.

- 관련링크:

https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17138&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

◦ 「화장품법」 일부개정법률안(서미화 의원 대표발의) 입법예고 안내의 건

식품의약품안전처 화장품정책과-157호(2026.1.8.) 관련입니다.

화장품 법정 의무교육 대상을 화장품 영업자(책임판매업자 및 맞춤형화장품판매업자)로 변경하고, 영업등록 전 법정 의무교육을 이수하도록 하여 영업자의 법정 의무 교육 이수 등에 대한 책임의식과 영업 전 품질 안전에 대한 역량을 제고하는 등 교육 실효성을 확보하는 내용으로 「화장품법」 일부개정법률안이 붙임1과 같이 입법예고 되었습니다.

이와 관련하여 동 일부개정법률(안)에 대하여 의견을 수렴하고자 하오니, 의견이 있으신 경우 붙임2의 검토서 양식에 의견 작성하시어 **2026년 1월 14일(수)까지** 우리협회(이메일 : hyoung@kcia.or.kr, 02-782-0367)로 회신하여 주시기 바랍니다.

붙임1: 「화장품법」 일부개정법률안(서미화의원 대표발의) 1부.

붙임2: 검토서 1부. 끝.

- 관련링크:

https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17142&ss=page%3D1%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

현황 추진 업무 협회

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

◆ 추진 현황

○ ‘22년~’25년 교육 미이수자 재교육 과정 실시 안내 (~3.31까지)

우리 협회는「화장품법」제5조, 같은 법 시행규칙 제14조 및「화장품 법령·제도 등 교육실시기관 지정 및 교육에 관한 규정」에 따라 교육 실시기관으로 지정되어, 책임판매관리자 및 맞춤형화장품조제관리사를 대상으로 「화장품 책임판매관리자 등 교육」을 진행하고 있습니다.

관련: 화장품정책과-119(2026. 1. 7.) 업무 협조 요청

상기 관련하여, 귀 사는 「화장품법」 제5조 제7항에 따른 교육 대상자로서, ‘22년~’25년 기간 중 교육을 미이수하여 과태료가 부과될 수 있습니다. 그러나, 식품의약품안전처는 제도 시행 초기 업계의 이해 부족으로 인한 불이익을 최소화하고 제도 취지 등을 고려하여, 1회에 한하여 재교육 기회를 제공하기로 하였음을 알려 드리니,

‘22년~’25년 기간 중 교육을 미이수한 업체의 책임판매관리자는 2026년 3월 31일(화)까지 대한화장품협회 교육센터(edu.helpcosmetic.or.kr)에서 「‘22년~’25년 교육 미이수자 재교육」과정을 수료해 주시기 바랍니다.

※ 폐업한 업체는 교육 대상에서 제외되며, 관리자가 퇴사하거나 보직 변경 등의 이유로 현재 근무 중이 아닐 경우, 현 근무 중인 책임판매관리자가 교육을 이수해야 합니다.

***교육신청하러 바로가기(URL) : <https://edu.helpcosmetic.or.kr/regist/detail.do?openSubjectCd=EC00006600001>

아울러, 해당 교육을 수료한 후에도, 2026년 교육 의무는 별도로 ‘26년 3월 이후에 수행하여야 함을 알려 드립니다.

※ ’26년 3월 이후 이수 과정: 「보수교육 대상_화장품 책임판매관리자 등 교육」

붙임_ ‘22년~’25년 교육 미이수자 재교육 과정 안내 1부. 끝.

- 관련링크:

https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17163&ss=page%3D1%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

○ 2026년도 화장품용 전분류에 대한 시장접근물량 양허관세적용 소요량 조사

우리 협회에서는 2026년도 화장품용 전분류에 대한 시장접근물량 양허관세 적용대상물품 일체의 소요량을 조사하오니, 양허관세적용 대상물량을 신청하고자 하는 회원사께서는 아래의 근거 서류를 첨부하여 2026. 1. 20.(화)까지 우리 협회로 직접 제출 또는 우편 접수하여 주시기 바랍니다.

아울러, 시장접근물량 양허관세 적용 배정대상은 「농축산물 시장접근물량 양허관세추천 및 수입관리요령(제2018-105호)」 제20조의2항 배정기준에 따라 실수요자 배정방식이 원칙이므로, 이를 위반하지 않도록 주의하시기 바랍니다.

- 아래 -

- 가. 2026년도 시장접근물량 양허관세적용 배정 신청서[붙임1 서식]
- 나. 기업(개인)정보 수집·이용 및 제3자 제공 동의서[붙임2 서식]
- 다. 2026년도 월별 사용계획서
- 라. 2025년도 양허관세적용, 비적용 수입실적(수입신고필증 사본 첨부)
- 마. 2025년도 국내생산업체 구입실적(세금계산서 사본 첨부)
- 바. 해당 원료가 함유된 제조기록서
- 사. 사업자등록증

- 붙임 : 1. 2026년도 시장접근물량 양허관세적용 배정 신청서 1부.
2. 2025년도 수입실적 근거자료 작성 서식(업체 작성용) 1부. 끝.

※문의 : 이병수 과장(Tel: 02-785-7985, e-mail:jacklbs@kcia.or.kr)

- 관련링크:

https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17175&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.



○ 2025년 화장품 생산실적 보고 안내(~2/28)

※생산실적 보고는 [원료목록&생산실적 보고 사이트]에서 [이용신청] 후 보고하는 것으로 협회 회원가입과는 무관합니다.

화장품법 제5조 제3항, 같은 법 시행규칙 제13조의 규정 및 화장품의 생산·수입실적 및 원료목록 보고에 관한 규정에 의거2025년도 화장품 생산실적을 2026년 1월 1일부터 2월 28일까지 책임판매업자가 대한화장품협회로 보고하도록 규정되어 있습니다.

특히, 화장품 생산실적 및 원료목록을 책임판매업자가 보고토록 하고, 보고방법 또한 인터넷을 기반으로 한 시스템을 구축하여 웹을 통해 생산실적을 보고토록 시스템을 운영하고 있습니다.

이와 관련하여 첨부된 ‘생산실적 엑셀서식’을 참고하여 국내에서 제조된 화장품 생산실적은 2026년 2월 28일까지 보고기간내에 협회로 보고하여 주시기 바랍니다.

- 아 래 -

가. 보고방법: 협회 홈페이지(<https://kcia.or.kr/report/main>) ⇨ 생산실적 보고 ⇨ 이용신청 ⇨ 생산실적 자료 제품별 입력 또는 파일upload

나. 보고기한: **2026년 2월 28일까지**

※ 생산실적 보고 링크 : <https://kcia.or.kr/report/main>

※2025년 생산실적 및 원료목록 보고는 책임판매업자가 인터넷을 통해서만 실적을 보고할 수 있으니 이점 착오 없으시기 바랍니다.(우편, 방문 및e-mail접수 불가)

※ 원료목록보고가 사전보고로 시행(2019.3.14.)됨에 따라 원료목록 보고된 제품만 생산실적보고가 가능한 바, 맞춤형화장품 내용물의 원료목록보고를 하시지 않으신 경우 맞춤형화장품 내용물의 원료목록보고를 하신 후, 해당 제품의 생산실적을 보고하여 주시기 바랍니다.

* 맞춤형화장품 내용물: 혼합·소분에 사용할 목적으로 화장품 책임판매업자가 맞춤형화장품판매업자에게 공급한 것(식품의약품안전처 ‘맞춤형화장품판매업 가이드라인’ (2020.5))

※ 맞춤형화장품판매업자께서는 맞춤형화장품 내용물을 제공한 책임판매업자가 맞춤형화장품 내용물의 원료목록 및 생산실적을 보고할 수 있도록 해당 책임판매업체에 안내를 부탁드립니다.

※ ‘수입한 화장품을 유통·판매하려는 자’로만 등록된 경우에는 한국의약품수출입협회로 표준통관예정보고를 하기 때문에 저희 협회로 생산실적을 보고하지 않습니다.
다만, ‘화장품법 시행령’ 제2조 2항의 가, 나,의 유형이 같이 등록되어 있으면 실적이 없더라도 ‘실적없음’으로 반드시 보고하여야 합니다.

※ 등록 유형은 책임판매업등록필증을 확인하시기 바랍니다.

- 로그인 후 ‘정보수정’에서 **책임판매업 등록번호** 다시 한번 확인바랍니다. 책임판매업 등록번호 오입력시 미보고처리될 수 있음을 알려드리오니 참고하시기 바랍니다.

- 책임판매업자가 생산실적 **미보고시** 식품의약품안전처로부터 **과태료 50만원**이 부과될 수 있음을 알려 드립니다.

첨 부: 1) 생산실적 엑셀서식1부. 끝.

※문의 생산실적 보고: 이병수 과장(Tel: 02-785-7985, e-mail: jacklbs@kcia.or.kr)
원료목록 보고: 서지윤 (Tel: 02-761-4204, e-mail: daisyoon@kcia.or.kr)

- 관련링크:
https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17128&ss=page%3D%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

○ 2025년 맞춤형화장품 원료목록 보고 안내 (~2026.2.28)

화장품법 제5조 제6항, 같은 법 시행규칙 제13조의 규정 및 화장품의 생산·수입실적 및 원료목록 보고에 관한 규정에 의거 전년도에 판매한 맞춤형화장품에 사용된 원료의 목록을 매년 2월 말까지 맞춤형화장품판매업자가 대한화장품협회로 보고하도록 규정되어 있습니다.

이와 관련하여 2025년에 판매한 맞춤형화장품에 사용된 원료의 목록을 2026년 2월 28일까지 아래 사항을 참고하시어 협회 원료목록보고 시스템을 통해 보고하여 주시기 바랍니다.

- 아 래 -

가. 보고방법 : 협회 홈페이지(www.kcia.or.kr) ⇨ 원료목록·생산실적보고 ⇨ 맞춤형화장품판매업자 전용 원료목록보고 ⇨ 이용신청 ⇨ 원료목록 입력 또는 엑셀 파일 upload

나. 보고기한 : 2026년 2월 28일까지

※ 2025년 맞춤형화장품 원료목록 보고는 맞춤형화장품판매업자가 인터넷을 통해서만 보고할 수 있으니 이점 착오 없으시기 바랍니다. (우편, 방문 및 e-mail 접수 불가)

※ 원료목록 보고 문의 : 서지윤 (Tel: 02-785-7984, e-mail : kca@kcia.or.kr)

붙임1: 맞춤형화장품판매업자 원료목록 보고 매뉴얼. 1부.

붙임2: 맞춤형화장품 원료목록 엑셀 서식. 1부. 끝.

- 관련링크:

https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17137&ss=page%3D%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

◦ [대한화장품협회] 2025 ESG 인사이트 리포트(과대포장)

대한화장품협회는 화장품 업계의 지속가능한 패키징 관련 전략 수립에 실질적인 방향성과 인사이트를 제공하기 위해 2025년 총 6개의 시리즈로 리포트를 발간하고 있습니다.

2025년 다섯 번째 ESG 인사이트 리포트 <과대포장> 입니다.
업무에 많은 참고 바라며, 리포트 원본 파일은 첨부파일을 참고하시기 바랍니다.



국내 과대포장 및 포장재 정의

과대포장
포장공간비율과 포장횟수 상한을 넘긴 포장

단위제품 1회 이상 포장한 최소 판매단위의 제품 (포장재를 씌운 횟수에 따라 몇 차 포장인지 구분)		
종합제품 같은 종류 또는 다른 종류의 최소 판매단위의 제품을 2개 이상 함께 포장한 제품		※ 종합제품을 구성하는 제품이 아닌 항목 1. 제품을 위한 전용 계량 도구나 그 구성품 2. 소량(30g 또는 30ml 이하)의 비매봉(증정품) 3. 설명서, 규격서, 메모카드와 같은 참조용 물품
일회용 수송포장 「소비자기본법」에 따른 소비자에게 수송하기 위한 목적의 제품포장 (이외 수송을 목적으로하는 제품포장에는 미적용)		※ 완충재를 넣은 공간은 빈 공간으로 구분

국내 과대포장 규제				
구분	자원재활용법			근거법률
대상 제품	✓화장품류 및 음식료품류, 세제류, 잡화류, 의약외품류, 의류, 전자제품류 등 ✓ 같은 종류 또는 다른 종류의 최소 판매단위 제품을 2개 이상 함께 포장한 종합제품			자원재활용법 시행령 제7조
포장방법 의무기준 (화장품 제품 기준으로 작성)	기준		포장공간비율	포장횟수
	단위 제품	인체 및 두발 세정용 제품류	15% 이하	2차 이내
		그 외의 화장품류(방향제 포함)	10% 이하	2차 이내
방법론	종합제품		25% 이하	2차 이내
	포장공간비율 = (포장재 부피 - 제품 부피) / 포장재 부피 x 100 • 포장재 부피: 내측 기준(길이, 폭, 높이)으로 산정 • 제품 부피: 완충/보호를 사용하는 경우, 길이, 폭, 높이에 각 5mm를 가산하여 산정			제품의 포장재질·포장 방법에 관한 기준 등에 관한 규칙 제4조, 별표 1
행정 제재	최대 300만원 이하의 과태료 부과 (1차 위반 : 100만원, 2차 위반 : 200만원, 3차 위반 : 300만원)			자원재활용법 시행령 제50조, 별표 8

소비자에게 수송되는 택배에도 시작된 규제

국내에서는 2년의 계도기간을 거쳐 2026년 4월 30일 이후부터, 소비자에게 수송하기 위한 목적의 제품 포장에 대해서도 포장 방법 준수 의무가 발생합니다.

기준	포장공간비율	포장횟수
1회용 수송 포장	50% 이하	1차 이내

- 가로, 세로, 높이의 합이 50cm 이하인 포장 또는 평균매출액이 500억 원 미만인 기업에 한해서 면제
- 개인간 거래, 해외 직구는 규제 미대상
- 수송포장공간 비율 측정 방법론 별도 존재



잠정적 규제대상



유통업체 **132만 개**
제품종류 **1천만 개**

국내 과대포장 판단 기준 알아보기
과대포장 산정을 위한 3가지 포인트

제품 종류별 의무기준을 확인			
기준	포장공간비율	포장횟수	1. 제품의 종류에 따라 포장공간비율과 포장횟수의 차이가 있습니다! ✓ 화장품 이외에도 다양한 제품의 포장공간비율과 포장횟수가 고시되어 있습니다.
단위제품 -인체 및 두발 세정용 제품류	15% 이하	2차 이내	
단위제품 - 그 외의 화장품류 (방향제 포함)	10% 이하	2차 이내	
종합제품	25% 이하	2차 이내	
수송포장	50% 이하	1차 이내	※ 2026년 4월 30일 이후부터는 수송포장에 대해서 규제 시행 예정

2. 단위제품과 종합제품을 구분해야 제품의 종류별 기준을 확인할 수 있습니다.
- 단위제품 : 1회 이상 포장한 최소 판매단위의 제품
 - 종합제품 : 같은 종류 또는 다른 종류의 최소 판매단위 제품을 2개 이상 함께 포장한 제품
 - ✓ 주 제품을 위한 전용 계량 도구나 그 구성품, 소량(30ml 또는 30g이하)의 샘플용 비매품(증정품) 및 설명서, 규격서, 메모카드와 같은 참조용 물품과 함께 포장된 제품은 종합제품으로 구분되지 않습니다.
3. 세부 산정방법론은 환경부 고시를 통해 확인할 수 있습니다.
- ✓ 단위제품 또는 종합제품 포장 : 환경부 고시 「제품의 포장재질 및 포장방법에 대한 간이 측정 방법」 제4조, 별표2
 - ✓ 수송 포장 : 환경부 고시 「제품의 포장재질 및 포장방법에 대한 간이 측정 방법」 제4조, 별표3

일본 과대포장 규제

일본 도쿄 소비자생활조례, 오사카 소비자보호조례			
대상 제품	보석·귀금속류 및 미술품예품과 이와 유사한 물품을 제외한 상품의 소비자 포장		
포장방법 의무기준	기준	포장공간비율	포장비용비율
	도쿄	20% 이하	15% 이하
	오사카	15% 미만	15% 미만
	• 일본 내 과대포장 관련 국가 법률이 부재하여 지방 정부의 정책 도입 여부와 내용에 따라 상이함 • 도쿄와 오사카에서는 포장공간비율 뿐만 아니라 포장비용비율까지 제한		
방법론 (도쿄 기준)	<p>포장공간비율 = (포장재 부피 - 제품 부피) / 포장재 부피 x 100</p> <ul style="list-style-type: none">• 포장재 부피 : 내측 기준(길이, 폭, 높이)으로 산정• 제품 부피 : 완충/보호재를 사용하는 경우, 길이, 폭, 높이에 각 10mm를 가산하여 산정 <p>포장비용비율 = (전체 판매가 - 제품 개별 판매가) / 전체 판매가 x 100</p> <ul style="list-style-type: none">• 전체 판매가 : 상품의 총 판매가• 제품 개별 판매가 : 제품이 차지하는 판매 원가		
행정 제재	지방 정부의 지도·권고		

- 관련링크:
https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17023&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

◦ [대한화장품협회] 2025 ESG 인사이트 리포트(EPR)

대한화장품협회는 화장품 업계의 지속가능한 패키징 관련 전략 수립에 실질적인 방향성과 인사이트를 제공하기 위해 2025년 총 6개의 시리즈로 리포트를 발간하고 있습니다.

2025년 네 번째 ESG 인사이트 리포트 <EPR (생산자책임재활용제도)> 입니다.
업무에 많은 참고 바라며, 리포트 원본 파일은 첨부파일을 참고하시기 바랍니다.

This table outlines the obligations and exemptions for EPR. It is divided into two main sections: '의무 대상' (Obligation Targets) and '예외/면제 조건' (Exemption/Relief Conditions). The 'Obligation Targets' section lists countries (Korea, EU, USA) and their respective product categories and volume thresholds. The 'Exemption/Relief Conditions' section details specific criteria for exemption, such as product type, volume, and market status.

국가	생산자 정의
한국	구분
	종류
	종이, 플라스틱, 합성수지류
	발행량(톤)
EU	회원국 영토 내에서 포장재를 최초로 공급하는 해당 제조, 유통 또는 수입업체
	연간 10톤 미만의 경우에도 면제가 아닌, 간소화된 '정보 제출' 의무 부여
	독일
	프랑스
미국	최종 소비자 포장재를 판매, 유통, 수입하는 모든 사업자
	소규모 생산자(비영리 단체, 공공기관, 연간 매출 500만 달러 미만, 연간 판매량 1톤 미만 생산자) 제외
	오리건 주
	캘리포니아 주



한국 재활용 의무량

재활용 의무량

=

재활용의무생산자의
해당 연도 제품·포장재
출고량

×

제품·포장재별
재활용의무율

종 목		2027년도 정기재활용목표율	2025년 재활용의무율	
금속캔	철 캔	87.9%	87.2%	
	알루미늄캔	82.9%	81.3%	
유 리 병		79.9%	75.8%	
종이팩	일반팩	58.8%	29.3%	
	멸균팩	17.2%	14.6%	
합성수지 포장재	폴리에틸렌	단일유석	84.6%	78.9%
	텔레프탈	단일유석	86.4%	80.7%
	레이트병	복합재질	89.5%	90.0%
	발포합성수지<폴리스타렌<에이퍼 제외>		87.1%	87.1%
	단일재질 폴리스타렌<에이퍼		63.0%	52.7%
	단일, 복합재질 폴리비닐클로라이드		77.1%	43.4%
	기타	용기류, 트레이 단일재질	89.5%	89.5%
	합성수지	복합재질 및 돌출, 시트형, 단일, 복합재질	90.0%	90.0%
윤활유용기		86.9%	84.0%	

한국 재활용 분담금

재활용 분담금

=

제품·포장재별
재활용의무율

×

재활용의무생산자의
해당 연도 제품·포장재
출고량

×

의무이행연도
분담금
단가

사전 분담금
계산기
바로가기

*출고·수입실적은 의무이행 다음연도에 확정되어, 해당연도 예상 실적으로 산출·고지 후 다음연도에 정산 → "정산금(차액)" 발생

Q. 분담금은 모두가 똑같이 납부해야 하나요?

아니요!

인센티브를 통해 분담금을 낮출 수 있고, 재질개선 분담금으로 인해 높아질 수도 있습니다.

※ 재활용성 등급 최우수 포장재 질량만큼 인센티브를 받고, 재활용 어려운 포장재 질량만큼 재질개선 분담금을 납부해야 합니다.

재활용성 등급

재활용 최우수

인센티브

재활용 최우수 포장재 실적

×

재활용 의무율

×

의무이행연도 분담금 단가

×

인센티브 (*최대 50%)

재활용 우수

재활용 보통

재활용 개선

재활용 개선 분담금

재활용 어려운 포장재 실적

×

재활용 의무율

×

의무이행연도 분담금 단가

×

할증 (*최대 30%)

유럽 EPR 살펴보기

유럽의 분담금은?

독일 : 참여수수료(Beteiligungsentgelte)
프랑스 : 재정적 기여금(Contributions Financières)

=

폐기물의 예방, 수거, 운송 및 처리 비용을
충당할 수 있도록 금액을 PRO가 조정

EU PPWR¹⁾

제6조 재활용 가능한 포장재

포장 재활용성 성능 등급에 따라
재정적 기여금을 차등 적용

패키지별 재활용 가능한 비율

Grade A	≥95%
Grade B	≥80%
Grade C	≥70%

제21조 참여 수수료의 생태적 설계

독일의 독점금지법에 따라
가격 설정 시스템이 시장의 자유를
침해하지 않도록 정당화된 산정식
을 아직 미제정

환경 성과 기준

재활용 원료 사용,
재활용 용이성 등

제541-10-3조

환경 성과 기준

재활용 원료 사용,
재활용 용이성 등

인센티브 지급

재활용 재료와 재생 가능한 원자
재의 사용을 장려하고자 인센티
브 제공할 것을 명시

성과 충족시,
장려금 지급
(Primes)

미충족시,
벌칙금 부과
(Pénalités)
*판매가격의 최대 20%

미국 EPR 살펴보기

미국 오리건 주의 분담금은?

분담금

=

각 포장재/제품별 공급량

×

재질/카테고리별 단가

+

Eco-Modulation

Eco-Modulation

Bonus A
LCIA¹⁾

소제품 생산자의 인센티브 지급
(환경적 영향이 큰 소재별로 기본 분담금액 '할증'을 추가 징수하여 조정된 후,
같은 소재별로 LCIA에 따라 인센티브 지급 가능. 타 소재간 교차 지원 안됨)

2026년부터 적용

Bonus B
환경영향도
개선

환경 영향 저감율

인센티브 배수

SKU²⁾별 최대 지급

Tier 1	10 ~ 40%	2.0	\$40,000
Tier 2	40 ~ 70%	2.25	\$45,000
Tier 3	≤ 70%	2.5	\$50,000

2027년부터 적용

Bonus C
재사용·리필
가능한 포장재

다양한 요소들의 영향을 반영한 평가 모델

원재료 비교 (일회용 vs 재사용·리필 가능한 포장재의 무게 및 시스템)
재사용/리필 프로세스, 소비자 여정 (소비 후 폐기)
물류

도입 예정

- 관련링크:

https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=16972&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.


KCA
대한화장품협회

◦ [한국소비자원-화장품사업자정례협의체] 「매일 자외선 차단제를 바르는 것이 피부 건강을 지키는 첫 걸음」

한국소비자원과 화장품사업자정례협의체에서는 「매일 자외선 차단제를 바르는 것이 피부 건강을 지키는 첫 걸음」 자료를 아래와 같이 제작 배포하였습니다.

자료는 SNS 게재 및 소비자 안내 등 다양한 부문에 활용할 수 있도록 제작되었으니 소비자에게 화장품 표기 정보에 대한 바른 정보를 안내할 수 있도록 적극 활용하여 주시기 바랍니다.





SPF

[Sun Protection Factor] :
UVB 차단 지수를 의미

- ★ UVB : 피부 표면을 강하게 자극 / 화상의 요인
- ★ 여름과 한낮에 강하고 겨울과 아침, 저녁에 약해짐

SPF 30

약 97% UVB 차단

SPF 50

약 98% UVB 차단

PA

[Protection Grade of UVA] :
UVA 차단 강도를 의미

- ★ UVA : 피부 깊숙히 침투 / 피부 노화의 주범
- ★ 연중 일정한 강도를 유지하며 실내까지 투과됨

PA+

UVA 차단 효과 있음

PA++++

매우 높음

SPF 수치별 적절한 사용 상황

SPF 15-30



- ★ 실내 활동 중심
- ★ 짧은 외출

SPF 30-50



- ★ 자주 외출
- ★ 가벼운 야외 활동

SPF 50+



- ★ 강한 햇빛 아래
- ★ 장시간 야외활동
- ★ 레저, 고산지대 여행

!

물놀이 또는 땀이 나는 야외활동 시에는 워터프루프 제품을 사용해요.

자외선 차단제 올바른 사용법 2가지

✓ 외출 15~30분 전 미리 바르고

✓ 2~3시간마다 덧발라야 효과 유지!
자주, 꼼꼼히! 발라주세요.







- 관련링크:
https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=16993&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

◦ 미국 규제 정보 링크 모음

미국의 화장품, OTC Drug (예 : 자외선차단제) 관련 각종 정보를 다운로드 받을 수 있는 링크를 모았습니다.

미국 FDA. MoCRA의 Cosmetic Direct 사용자 가이드 (국문번역본)
https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=15824&ss=page%3D%26skind%3DTITLE_CNTNT%26sword%3Dmocra%26ob%3D

Cosmetics Direct 시설등록, 제품 리스팅 튜토리얼 (2024년 4월 발간)
https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=16013&ss=page%3D%26skind%3DTITLE_CNTNT%26sword%3Dmocra%26ob%3D

MoCRA 미국 FDA, 화장품에 대한 심각한 유해사례 보고서 작성 (MedWatch 양식 3500A)에 대한 업데이트된 지침 발표
https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=15769&ss=page%3D2%26skind%3DTITLE_CNTNT%26sword%3Dmocra%26ob%3D

MoCRA의 전반적인 내용에 대해서는 아래 링크를 참조해 주시기 바랍니다.
(대한화장품협회) MoCRA 총 정리 강의 녹화파일
강의 자료 파일은 아래 링크에서 다운로드 받을 수 있습니다.
아래 링크를 복사하여 인터넷 창에 붙여넣기 하신 후 엔터키를 치시면 됩니다.
<http://helpecosmetic.or.kr/pc/edu/edu03.php?ptype=view&idx=5655&category=>

강의 녹화 영상은 아래링크에서 보실 수 있습니다.
아래 링크를 복사하여 인터넷 창에 붙여넣기 하신 후 엔터키를 치시면 됩니다.
https://www.youtube.com/watch?v=C9_OBs3u7lg&t=106s

WaningLetter(경고서한)에 대한 자세한 사항은 아래 링크를 참조해 주세요.
아래 링크를 복사한후 인터넷 창에 붙여넣기 하신 후 엔터키를 치시면 됩니다.
http://helpecosmetic.or.kr/pc/license/license03.php?ptype=view&idx=5576&page=1&code=law_notice

강의영상 : 미국 수출 시 꼭 알아야 할 사항 -경고 서한, 수입 거부, 수입 경보, FDA 실사
아래 링크를 복사한후 인터넷 창에 붙여넣기 하신 후 엔터키를 치시면 됩니다.
https://www.youtube.com/watch?v=LOLFJ_UCxcg

OTC Drug(자외선차단제) 제도 개요에 대해서는 아래 링크를 참조해 주세요!
아래 링크를 복사한후 인터넷 창에 붙여넣기 하신 후 엔터키를 치시면 됩니다.
http://helpecosmetic.or.kr/pc/license/license03.php?ptype=view&idx=5654&page=1&code=law_notice

MoCRA, 시설등록 및 제품 리스팅 포털 (cosmetic Direct) 오픈 (2023년 12월)
https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=15763&ss=page%3D%26skind%3DTITLE_CNTNT%26sword%3Ddirect%26ob%3D

MoCRA, 시설등록 및 제품 리스팅 포털(cosmetic Direct) 오픈
https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=15763&ss=page%3D2%26skind%3DTITLE_CNTNT%26sword%3Dmocra%26ob%3D

MoCRA, 시설등록 및 제품 리스팅 포털(cosmetic Direct) 링크는 아래와 같습니다.
https://direct.fda.gov/apex/f?p=100:LOGIN_DESKTOP

기타 참고가 되실만한 정보를 보실 수 있는 링크를 아래와 같이 안내하여 드립니다.

미국 화장품 규제 주요 개정 사항 : 화장품 규제 현대화법(MoCRA)
https://kcia.or.kr/home/notice/notice.php?type=view&no=15118&ss=page%3D3%26skind%3DTITLE_CNTNT%26sword%3Dmocra%26ob%3D

MoCRA 관련 FAQ (2023년 12월 6일 작성)
<https://kcia.or.kr/home/notice/notice.php?type=view&no=15759&ss=page%3D%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D>

미국 FDA, MoCRA : 시설 등록 및 제품 리스팅 가이드선스 최종판 발표 (Guidance for Industry: Registration and Listing of Cosmetic Product Facilities and Products)
https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=15768&ss=page%3D%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

(미국화장품협회 발간) MoCRA 등록 및 리스팅 요구사항 관련 체크 리스트
https://kcia.or.kr/home/notice/notice.php?type=view&no=15642&ss=page%3D2%26skind%3DTITLE_CNTNT%26sword%3D%EB%AF%B8%EA%B5%AD%26ob%3D

미국 MoCRA 관련_FEI Search Portal (FEI 검색 포털) FAQ 번역
https://kcia.or.kr/home/notice/notice.php?type=view&no=15563&ss=page%3D2%26skind%3DTITLE_CNTNT%26sword%3Dmocra%26ob%3D

(FDA) 화장품 시설 등록 및 제품 리스팅에 대한 정형화 제품 라벨 표기(Structured Product Labeling, SPL) 시행 가이드 및 인증 절차 발표
https://kcia.or.kr/home/notice/notice.php?type=view&no=15660&ss=page%3D2%26skind%3DTITLE_CNTNT%26sword%3Dmocra%26ob%3D

미국 OTC Drug 제도 (자외선차단제)
https://helpecosmetic.or.kr/pc/license/license03.php?ptype=view&idx=5654&page=1&code=law_notice

미국 FDA의 경고서한(Warning Letter) 사례집
https://helpecosmetic.or.kr/pc/license/license03.php?ptype=view&idx=5576&page=1&code=law_notice

미국 화장품 규제 주요 개정 사항 : 화장품 규제 현대화법 (MoCRA)
https://helpcosmetic.or.kr/pc/license/license03.php?ptype=view&idx=5564&page=1&code=law_notice

(미국) OTC 모노그래프 개혁 관련 조사 보고서
https://helpcosmetic.or.kr/pc/license/license03.php?ptype=view&idx=5207&page=1&code=law_notice

미국 수출시 주의사항(2022년 개정판)
https://helpcosmetic.or.kr/pc/license/license03.php?ptype=view&idx=5143&page=1&code=law_notice

- 「화장품 글로벌 규제조화지원센터」, 「챗봇(코스봇)」이용안내

당신만 모르는 알짜배기 정보 제공 사이트!

처음 수출을 시도하거나 해외시장 진출을 꿈꾸고 계시는 분들!
수출국 다변화를 절실히 느끼고 계신 분들!
"화장품 글로벌 규제조사지원센터"가 해외 수출을 위한
길라잡이 역할을 해 드립니다.

중국 외에도, 미국, 유럽, 캐나다, 아세안, 중동 등 수출국
다변화가 필요한데, 국가별 인허가가 다 달라서 고민이에요!


화장품 해외 인증 절차, 필요 서류 목록에 대한
정보를 찾기가 어려워요.

각국의 화장품 법령 정보는 어디에서 찾아야 하나요?

나라마다 금지 성분이 다 다른데, 이건 또 어디서 찾아야 해요?

해외 각국별 인증 대행기관 찾는 데 시간이 오래 걸려요.

이런 정보가 어디 한 군데 모여져 있는 사이트는 없나요?




걱정 마세요!

"화장품 글로벌 규제조사지원센터" 사이트가있으니깐요

<p style="text-align: center;">17개국 화장품 제도 인허가에 대한 최신 웨비나 강의 자료, 강의 영상!</p> <p>유럽, 미국, 브라질, 중국, 러시아, 홍콩, 영국, 캐나다, 멕시코, 대만, 일본, 베트남, 인도네시아, 필리핀, 말레이시아, 사우디, 인도</p>	<p style="text-align: center;">핵심을 모아 정리한 각국별 "수출시 주의사항" 자료집!</p> <p>미국, 일본, 아세안, EU, 영국, 브라질, 호주, 러시아, GCC, 인도, 아세안 환관 인증제도, 말레이시아</p>
<p style="text-align: center;">13개국 인허가 대행사 정보</p>	<p style="text-align: center;">세계 23개국 화장품 법령 정보 제공</p>

**10개국(중국, 유럽, 한국 등)
화장품 배합금지배합한도 정보**



REVIEW

웨비나 100% 리얼 수강 후기

★★★★★

실무에 필요한 콘텐츠 위주의 교육이었기에 도움이 많이 되었습니다. 또한 중요한 부분만 짚어서 강력해주시어서 매우 알찬 교육이었습니다.

★★★★★

성공사례 및 인허가 관련 실무적인 교육 감사드립니다.

★★★★★

OMUFA 관련하여 궁금한 부분을 자세히 설명해주셔서 도움이 되었습니다. Q&A 방식으로 진행한 것이 더욱 도움이 된 것 같습니다.

★★★★★

질의응답을 잘해주셨고 FDA 대응에 도움이 많이 될 것 같습니다.

★★★★★

일본 화장품, 의약품 법규에 대해 자세히 이해할 수 있었습니다.

★★★★★

현장 전문 안허가 에이전트의 강의와 답변을 통해 궁금한 점들이 많이 해결되었습니다.

★★★★★

현장 질문과 실시간 진찰한 답변 최고였어요.

★★★★★

현지 상황에 대해 잘 알 수 있었습니다.

★★★★★

구체적인 사례를 들어 알려주셔서 좋았습니다.

★★★★★

강사님 전문성이 좋았습니다.

★★★★★

각 나라별로 차이가 나는 규격이나 제도 등을 알 수 있도록 정보를 주셔서 많은 도움이 됩니다.

★★★★★

어려운 내용에 대해 자세한 설명 감사드립니다.

★★★★★

세세한 내용 및 예시들과 명확한 번역까지 이해가 쉬웠습니다.

★★★★★

세세한 부분까지 강연해주셔서 좋습니다.

★★★★★

핵심적인 내용을 명확하게 설명해 주셔서 이해가 쏙쏙 잘 되었습니다.

★★★★★

최고였어요!!!



- 관련링크:
https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=15750&ss=page%3D1%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

◦ 화장품 산업과 함께하는 초록우산 맞춤형 기부 프로젝트 안내

사회공헌 참여문의

화장품 산업과 함께하는 초록우산 맞춤형 기부 프로젝트!

Project 1. 물품기부 – ‘다시, 가치 물품후원 프로젝트’

소중한 기업 제품, 취약계층 아이들에게 전달되면 지역사회 또 다른 행복의 가치가 창출됩니다!

기업 제품

→

기부

→

아동 선물

→

다시, 가치

Project 2. 현금기부 – ‘기업 맞춤형 사회공헌 프로젝트’

기업이 추구하는 방식 그대로, 아이들의 삶을 변화시키는 사회공헌 사업을 할 수 있어요!

니즈 상담

→

맞춤기획·제안

→

아동 지원

→

결과보고

*** 참여혜택 및 Merit**

01 기부금영수증 발급

02 A~Z까지 원스톱 사회공헌

03 기업홍보 및 이미지 상승

04 지속가능경영성과

▪ 기부금 세액공제

▪ 전문 나눔플래너 배정
기획·수행·보고/원 과정 기업니즈 반영

▪ 언론보도
기업 이미지 제고 및 브랜드 가치 상승

▪ 사회적 책임이행 및 가치경영
미래세대 아동지원 > 사회적 가치 창출

*** 사회공헌 참여 절차**

(문의 주시면 담당나눔플래너가 배정되어 자세한 안내를 드릴 예정입니다.)

01

니즈 상담 및 사업기획
"기업 맞춤형 사업 제안"

02

기부확정 및 전달식
"기업의 사회적 가치 확산"

03

대상자 모집 및 사업수행
"모임, 지원, 현장관리"

04

결과보고
"지원결과 및 후원한 경영체 실적 보고"

초록우산 사회공헌협력본부 사회공헌기획팀 (02-799-0416)

초록우산

프로그램 상담 바로가기 :

<https://www.childfund.or.kr/companySpon/companySCInfoPop.do>


(*기업 문의 시 '대한화장품협회' 통해 문의주셨다고 하시면 보다 빠른 상담 및 신청이 가능합니다.)

- 관련링크:

https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=16810&ss=page%3D%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

◦ "대한화장품협회"와 카카오톡 플러스 친구 맺는 방법 안내



세상에서 가장 쉬운 성공하는 습관

대한화장품협회 플러스 친구 맺기

화장품 관련 정보를 실시간으로 제공합니다.

언제 어디서든 확인할 수 있습니다.


대한화장품협회"와 카카오톡 플러스 친구 맺는 방법을 알기 쉽게 동영상
으로 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


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

[(한국무역협회) 美 IEEPA 관세 소송 및 환급대응 2차 설명회(1/16, 금)]

1. 설명회 개요

- (일시) 2026.1.16(금) 10:00~11:30
- (장소) 삼성동 트레이드타워 51층 대회의실
- (주요내용) 美 IEPA 관세 소송 동향, 관세 환급 예상 절차 및 실무 유의사항

※ 작년 12월 19일에 진행된 설명회와 동일한 연사님과 동일한 내용으로 진행되오니, 작년에 수강하신 경우 참고 부탁드립니다.

2. 신청 방법

위 이미지 클릭하시거나, 연결이 안되실 경우 아래 링크를 통해 신청 가능합니다.

<https://kita.net/board/notice/noticeDetail.do?postIndex=1865649>

- 관련링크:

https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17159&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

K I T A
한국무역협회

美 IEEPA 관세 소송 및 환급대응 2차 설명회

개요

일시	2026년 1월 16일(금) 10:00 - 11:30
주최/주관	한국무역협회
장소	트레이드타워 51층 대회의실

*주차권은 제공되지 않습니다.

프로그램

시간	세부내용	발표자
10:00-10:05	5'	인사말씀
10:05-10:20	15'	한국무역협회 장상식 국제무역통상연구원장
10:20-10:45	25'	[Intro] 美 IEEPA 관세 내용과 소송 동향
10:45-11:10	25'	[발표1] 관세 환급 관련 법적 쟁점 및 대응전략
11:10-11:30	20'	법무법인 세종 윤영원 변호사
11:30-11:45	15'	[발표2] 관세 환급 실무 및 유의사항
11:45-12:00	15'	김·장 법률사무소 존 레너드 고문 (前 CBP 부국장)
12:00-12:30	30'	질의응답

*세부 프로그램은 변경될 수 있습니다.

** 동 설명회는 '美 IEEPA 관세 소송 전망 및 관세 환급 대응전략 설명회'('25.12.19.)와 동일한 내용으로 진행됩니다. 신청에 참고 부탁드립니다.

문의처

한국무역협회 통상연구실
(02-6000-5620)

식품의약품안전처, 공무원 경력경쟁채용시험 (약무, 의료기술, 연구, 일반임기제) 안내



- 관련링크:

https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17161&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

[TIPA] K뷰티 기업 대상「AI기반 위조품 판독지원 시범사업 참여 기업 모집설명회(1.22)」 개최(신청 ~1.19)

TIPA에서는 오는 1.22.(목), K뷰티 기업을 대상으로 「AI기반 위조품 판독지원 시범사업 참여 기업 모집설명회」를 개최합니다.

본 설명회에서는 우리 협회의 AI기반 위조품 판독지원 시스템을 중심으로 응용기술을 소개하고 실제로 지식재산권 보호 현장에서 본 기술을 활용할 기업을 우선적으로 모집하고자 합니다. 우선 모집 기업 대상에게는 시스템 및 관련 사업 이용시 대폭 할인된 비용으로 제공드릴 예정입니다.

- 1) (행사명) AI기반 위조품 판독지원 시범사업 참여 기업 모집설명회
- 2) (일시/장소) 2026.1.22.(목) 14:00~15:30 / 한국관세사회관 6층 교육실
- 3) (참석자) 국내 화장품(뷰티) 기업
- 4) (주요 내용)
 - K뷰티 기업을 위한 통관단계 지식재산권 보호제도 안내
 - AI기반 위조품 판독지원 시스템과 응용기술, 시범 사업과 운영 계획 안내
- 5) (참여 방법) 구글 링크 통한 참석 회신
 - 링크주소 : <https://forms.gle/SnUmeKsNLknypSmRA>

그 외 시범 사업의 상세한 내용과 운영 계획에 대해서는 설명회에서 안내드리도록 하겠습니다.
관심있는 K뷰티 기업들의 많은 참여를 부탁드리며, 설명회와 기술에 관한 사항은 첨부된 자료를 확인해주시길 바랍니다.

- 관련링크:
https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17164&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.



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

◦ 신규 회원사 소개

(주)원스킨화장품

- ▶ 회 사 명 : (주)원스킨화장품
- ▶ 대표자명 : 김경희
- ▶ 설립일자 : 2016.01.11
- ▶ 종업원수 : 23명
- ▶ 품목 및 브랜드 : 기초화장품/17아워즈외
- ▶ 2025년 매출액 : 2,200백만원
- ▶ 자 본 금 : 5억원
- ▶ 유통채널 : 온라인(아이디어스,네이버스토어,쿠팡등) 오프라인(피부과,OEM)
- ▶ 웹사이트 : www.oneskin.co.kr
- ▶ 연 락 처 : 063-633-7220

회사소개

(주)원스킨화장품은 전북 남원에 본사를 둔 화장품 전문 제조기업으로, 사람의 피부에직접 닿는 제품을 만든다는 책임감 아래 정직한 공정, 검증된 결과, 끝까지 책임진다는 사훈을 바탕으로 운영되고 있습니다. 단순한 판매 중심의 화장품 기업이 아닌, 연구·개발부터 생산, 품질관리, 출하까지 전 공정을 자체적으로 관리하는 제조사로서,제품 하나하나에 신뢰와 안전을 최우선 가치로 두고 있습니다.

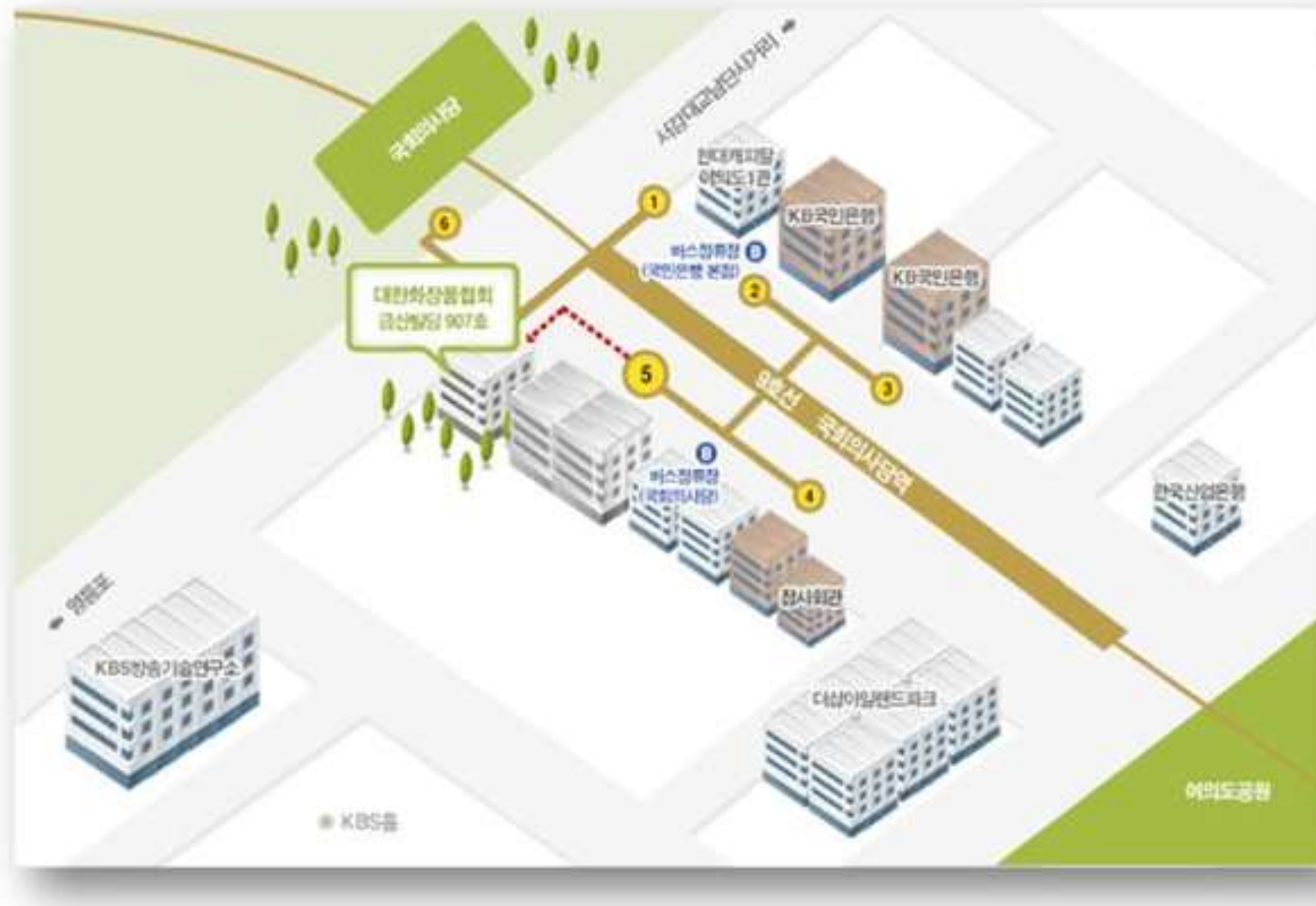
(주)원스킨화장품은 ISO22716과 CGMP인증을 기반으로 엄격한 품질관리 체계를 운영하며, 원료 선정 단계부터 완제품 출하에 이르기까지 모든 공정에서 체계적인 검증 절차를 적용하고 있습니다. 이를 통해 민감성 피부, 문제성 피부, 시술 후 케어 등 전문적인 더마 코스메틱 영역에서 경쟁력을 갖춘 제품을 지속적으로 개발해 왔습니다. 자체브랜드인 17아워즈,핑크로사,오드모아,셀베느,위큐어등의 브랜드를 중심으로 다양한피부 고민에 맞춘 전문 라인업을 구축하고 있으며, 기능성·안전성·사용감까지 고려한제품 설계를 통해 병원, 에스테틱, 온라인 유통 등 다양한 채널에서 신뢰받는 브랜드로 성장하고 있습니다.

또한 원스킨화장품은 국내를 넘어 글로벌 시장 진출을 목표로베트남, 중동·북아프리카(MENA) 등 해외 시장을 대상으로 수출을 확대하고 있으며,정부지원사업 및 해외 규격 인증을 통해 글로벌 기준에 부합하는 제품 경쟁력을 강화하고 있습니다. 앞으로도 원스킨화장품은 빠른 성장이 아닌, 오래 신뢰받는 제조기업으로서 사람과 피부를 먼저 생각하는화장품을 만들어 나가겠습니다.

대한화장품협회 회원 가입 안내

구비서류	① 대표자 이력서 1부 ② 회사소개서 1부 ③ 회사연혁 1부 ④ 사업전개방향 1부 ⑤ 제조판매업등록증(제조업등록증) 사본 1부	
회원의 자격	▪ 정회원 - 화장품 제조업 또는 제조판매업을 하는 법인 또는 개인	▪ 준회원 - 화장품 판매자, 원료제조·공급자, 화장품연구기관, 화장용구 제조업자
회비	▪ 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	▪ 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• 수수료 우대 혜택(발간물, 영문증명수수료, 광고자문, 성분사전)• 회원사 홍보(신규회원, 경조사등 홈페이지에 홍보)	
회원가입절차	<div>STEP 1 가입신청 → STEP 2 가입검토 → STEP 3 회원가입 완료</div>	
문의	대한화장품협회 경영관리실 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~!



http://pf.kakao.com/_nLIsxd



<http://facebook.com/hikca>



(사)대한화장품협회
Korea Cosmetic Association