

# COSMETIC REPORT

발행처 (사)대한화장품협회  
발행월 2026년 7월 둘째주  
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

# CONTENTS

## 화장품 정보 03

- AI 피부전문가인 줄 알았는데 가짜"…화장품 광고 못 한다[SBS] -----04
- 불확실성의 EU PPWR…지속 모니터링·업데이트가 최적 대응책 [코스모닝] -----05
- K-뷰티, 하반기에도 '활활' 날 것 [뷰티누리] -----05
- 〈국내외정보〉중국 생태환경부「신화학물질 등록방법 (의견조회안)」 발표에 따른 의견 제출의 건 -----06
- 중국식품약품검정연구원, 화장품 신원료 허가·등록 자료 기술 통칙 발표 -----07
- FORM-483 2026년 7월호 (한국 후지쯔 자료 제공) -----08
- 〈해외화장품 시장동향〉체코 선키어 제품 시장동향 [코트라 해외시장뉴스] -----09

## 법령 정보 18

- 식품의약품안전처, 「화장품 회수·폐기 처리 운영지침 (공무원 지침서)」 개정 안내의 건 -----19
- 「화장품법」시행령 일부개정령안 입법예고 안내의 건 -----20
- 「화장품법」시행규칙 일부개정령안 입법예고 안내의 건 -----21
- 식품의약품안전처, 「화장품 안전성 평가 지원 누리집」 개설 안내의 건 -----22
- 식품의약품안전평가원, 「화장품 등 동물대체시험법 가이드라인 (민원인안내서)」 개정 (안) 의견조회 의 건 -----23

## 협회 업무추진현황 24

- 화장품GMP 전문가 양성을 위한 실시간웨бина(온라인) 교육(기초 CGMP의 이해) 실시 안내 -----25
- 화장품GMP 전문가 양성을 위한 오프라인 교육(전문교육(CGMP 제조관리)) 실시 안내 -----26
- 글로벌 규제 뉴스레터 | [전문가 기고] 일본 화장품 시장 진출 전 확인해야 할 실무상 핵심 포인트 -----27
- 보건복지부, 제11차 한-베트남 FTA 관세위원회 개최에 따른 업계 의견 조회의 건 (~7.14까지) -----31

## 행사 소식 37

- [한국지식재산보호원] 해외 상표 무단선점 심층조사 지원사업 -----38

## 회원사 소식 39

- 대한화장품협회 회원사 전용 제휴 할인 서비스 제공 안내 -----40

# 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

### "AI 피부전문가인 줄 알았는데 가짜"...화장품 광고 못 한다('26.7.8)

- 인공지능(AI) 기술을 활용해 만든 가짜 전문가로 화장품을 광고하는 행위가 금지됨. 식품의약품안전처는 이 같은 '화장품법' 시행령·시행규칙 개정안을 오늘(8일) 입법예고하고 다음 달 18일까지 의견을 수렴한다고 밝혔음
- 식약처 관계자는 "이번 개정은 화장품 안전성 평가 제도의 세부 기준을 명확히 하고 영업자의 애로사항을 해소하기 위한 것"이라며 "국내 화장품 산업 활성화와 소비자의 화장품 안심 사용 환경 조성을 위해 최선을 다할 것"이라고 밝혔음

- 관련링크:

[https://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news\\_id=N1008646880&plink=ORI&cooper=NAVER](https://news.sbs.co.kr/news/endPage.do?news_id=N1008646880&plink=ORI&cooper=NAVER)

### K-뷰티, 미국 끝내고 중남미로 확장... "브라질 6배 성장" ('26.7.7)

- 국내 화장품 수출이 역대 최대 실적을 기록한 가운데, K-뷰티의 성장 축이 미국을 넘어 중남미로 빠르게 확장되고 있음
- 이승형 한국무역협회 브라질 사무소장은 "2022년 대비 2025년 브라질향 한국 화장품 수출이 약 6배 증가한 것은 일시적 유행이 아니라 구조적인 수요 형성을 의미한다"고 분석했음. 특히 브라질 시장의 경우 높은 가격에도 불구하고 소비자 수요가 꾸준히 이어지고 있다는 점이 주목됨

- 관련링크:

<https://www.thebk.co.kr/news/articleView.html?idxno=310033&page=2&total=76497>

### 중기부, 수출바우처 3차 모집... 고환율 피해기업, 지역특화 기업 대상('26.7.9)

- 중소벤처기업부는 고환율 장기화로 경영 부담이 커진 중소기업을 지원하고자 수출바우처 3차 모집을 실시한다고 8일 밝혔음. 중기부는 이번 모집을 통해 470억원 규모로 1천 200개 기업을 지원할 계획임. 특히 고환율로 경영 부담이 커진 수출기업을 집중적으로 지원하고, 기존 수출바우처 참여기업 중 고환율 피해가 있는 곳에도 추가 한도 지원을 허용함
- 심재윤 중기부 글로벌성장정책관은 "올해 마지막 공고인 만큼 지원이 꼭 필요한 기업이 기회를 놓치지 않도록 세심하게 챙기겠다"고 말했음

- 관련링크:

<https://www.cncnews.co.kr/news/article.html?no=11076>

### 정부, WTO에서 해외 기술규제로 인한 수출 애로 해소 나서('26.7.10)

- 산업통상부 국가기술표준원(원장 김대자)과 식품의약품안전처(처장 오유경)는 2026년 제 2차 세계무역기구 무역기술장벽(WTO Technical Barriers to Trade, TBT) 위원회(7.7.~10)에 참석하여 해외 기술규제로 인한 우리 기업의 수출 애로 해소를 위한 다자 및 양자협상을 진행하였음
- 국가기술표준원 김대자 원장은 "정부는 해외 기술규제로 인해 발생하는 우리 수출기업들의 애로 해소를 위해 적극 노력해 나갈 예정이라며, 업계도 해외 기술규제로 인한 수출 애로 해소를 위해 정부의 TBT 협의 채널을 적극 활용해 줄 것을 당부"하였음

- 관련링크:

<https://www.jangup.com/news/articleView.html?idxno=99167>

### 불확실성의 EU PPWR... 지속 모니터링·업데이트가 최적 대응책('26.7.9)

- 대한화장품협회는 오늘(9일) FKI 컨퍼런스센터에서 '화장품 산업 EU PPWR 대응 설명회-적합성 선언서(DoC)·기술문서(TD) 작성 가이드'를 개최하고 현재까지 파악하고 있는 규정과 즉시 시행할 각 조항별 대응방안 정보를 공유했음
- 화장품협회 연재호 부회장은 "EU PPWR은 우리나라 화장품 업계의 대응이 상당히 까다로운 규제 가운데 하나다. 각 조항별 시행 시점이 다르기 때문에 대응이 쉽지 않은 것이 사실"이라고 전제하고 "그 동안 문의해 온 내용들을 무겁게 받아들여 업계가 제대로 대응하고 준비할 수 있도록 준비해 왔다. 오늘의 설명회가 유일하고 최선의 정답이라고 할 수는 없지만 꾸준한 모니터링과 업데이트를 통해 최신 상황을 가장 빠르게 제공할 수 있도록 최선을 다하겠다"고 강조했다

- 관련링크:

<https://cosmorning.com/news/article.html?no=53123>

### 식약처, 화장품 점자표시 활성화 지원('26.7.8)

- 식품의약품안전처(처장 오유경)는 화장품 점자 및 음성·수어영상 변환용 코드 표시를 활성화하고 업계 현장의 목소리를 반영한 지원방안을 마련하기 위해 7월 7일 간담회를 개최했다고 밝혔다
- 김예지 국회의원은 "시각·청각 장애인에게 제품 정보를 정확히 아는 것은 단순한 편의나 배려 차원이 아니라, 안전과 직결된 기본권의 문제다"라며, "식약처와 업계의 노력이 실질적인 변화로 이어져, 어떤 소비자도 정보에서 소외되지 않고 안심하고 화장품을 사용할 수 있는 환경이 조성되길 기대한다"고 말했다

- 관련링크:

<https://www.geniepark.co.kr/news/articleView.html?idxno=61119>

### 식약처, 화장품 안전성 평가 세부기준 마련('26.7.9.)

- 식품의약품안전처(처장 오유경)는 화장품 안전성 평가 제도에 대한 법적 근거 마련 등을 주요 내용으로 하는 「화장품법」이 개정됨에 따라 필요한 세부 사항을 정하기 위해 「화장품법」 시행령·시행규칙 개정안을 7월 8일 입법예고하고 8월 18일까지 의견을 받는다고 밝혔다
- 식약처는 이번 개정이 화장품 안전성 평가 제도의 세부 기준을 명확히 하고 영업자의 애로 사항을 해소하기 위한 것이라며, 앞으로도 국내 화장품 산업 활성화와 소비자의 화장품 안심 사용 환경 조성을 위해 최선을 다할 계획이라고 밝혔다

- 관련링크:

[https://www.cmn.co.kr/sub/news/news\\_view.asp?news\\_idx=50409](https://www.cmn.co.kr/sub/news/news_view.asp?news_idx=50409)

### K-뷰티, 하반기에도 '훨훨' 날 것('26.7.10)

- K-뷰티가 하반기에도 성장세를 이어갈 전망이다. 특정 브랜드의 단기 성과가 아니라 브랜드사, 제조사, 유통사 등 화장품 산업 생태계 전반의 외형 확장이 확인되고 있음
- 하나증권 박종대 연구원은 "2026년 한국 화장품 산업은 전년 대비 25% 이상 수출이 증가하면서 역대 최대 글로벌 모멘텀을 향유하고 있다"며 "유럽과 미국 수출을 기초 카테고리 주도하고 있다는 점을 감안하면 실적이 예상을 웃도는 모습이 당분간 이어질 것"이라고 전망했음

- 관련링크:

<https://www.beautynury.com/news/view/111752/cat/10/page/1>

## ○ 국내외 정보

### 중국 생태환경부『신화학물질 등록방법(의견조회안)』 발표에 따른 의견 제출의 건

중국 생태환경부에서는『신화학물질 등록방법(의견조회안)』을 발표하였으며 이에 대한 의견을 요청하였습니다.

이와 관련하여 붙임의 자료를 검토하시어 의견이 있는 회사는 2026.7.8.(수) 까지 우리협회(담당자: 박미령 과장, Tel: 070-8709-8613, email: tulip97@kcia.or.kr)로 제출하여 주시기 바랍니다.

- 붙임 1) 신화학물질 등록방법(의견조회안) 국문
- 2) 신화학물질 등록방법(의견조회안) 재정설명 국문
- 3) 의견수렴 기관명단\_국문

- 관련링크:

[https://kcia.or.kr/home/edu/edu\\_01.php?type=view&no=17739&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D](https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17739&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D)

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

## 중국식품약품검정연구원, 화장품 신원료 허가·등록 자료 기술 통칙 발표

2026년 6월 25일 중국식품약품검정연구원에서는 「화장품 신원료 허가·등록 자료 기술 통칙 발표」을 발표하였습니다. 이에 해당 내용의 원문을 유첨하오니, 상세 내용은 첨부 파일을 참조하시기 바랍니다.

붙임:

1. 중검원, 「화장품 신원료 허가·등록 자료 기술 통칙」 발표에 관한 통지(국문)
2. 화장품 신원료 허가·등록 자료 기술 통칙(원문)

※ "화장품 신원료 허가·등록 자료 기술 통칙" 국문 번역본 추후 업로드 예정

- 관련링크:

[https://kcia.or.kr/home/edu/edu\\_01.php?type=view&no=17734&ss=page%3D1%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D](https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17734&ss=page%3D1%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D)

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

## FORM-483 2026년 7월호 (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

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://helpcosmetic.or.kr/pc/edu/edu03.php?ptype=view&idx=5826&page=1&code=edu\\_data](https://helpcosmetic.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://helpcosmetic.or.kr/pc/edu/edu03.php?ptype=view&idx=5830&page=1&code=edu\\_data](https://helpcosmetic.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=17734&ss=page%3D1%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D](https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17734&ss=page%3D1%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D)

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

○ 해외화장품 시장 동향

### 체코 선케어 제품 시장동향

2026-06-19 프라하무역관 정지연

- 피부 보호 인식 확대와 일상적 자외선 차단제 사용 증가로 체코 선케어 시장 성장세 지속 -
- 높은 SPF 지수 및 스킨케어 기능 결합 제품 수요 확대, 한국산 화장품 수입도 급증 -

상품명 및 HS코드

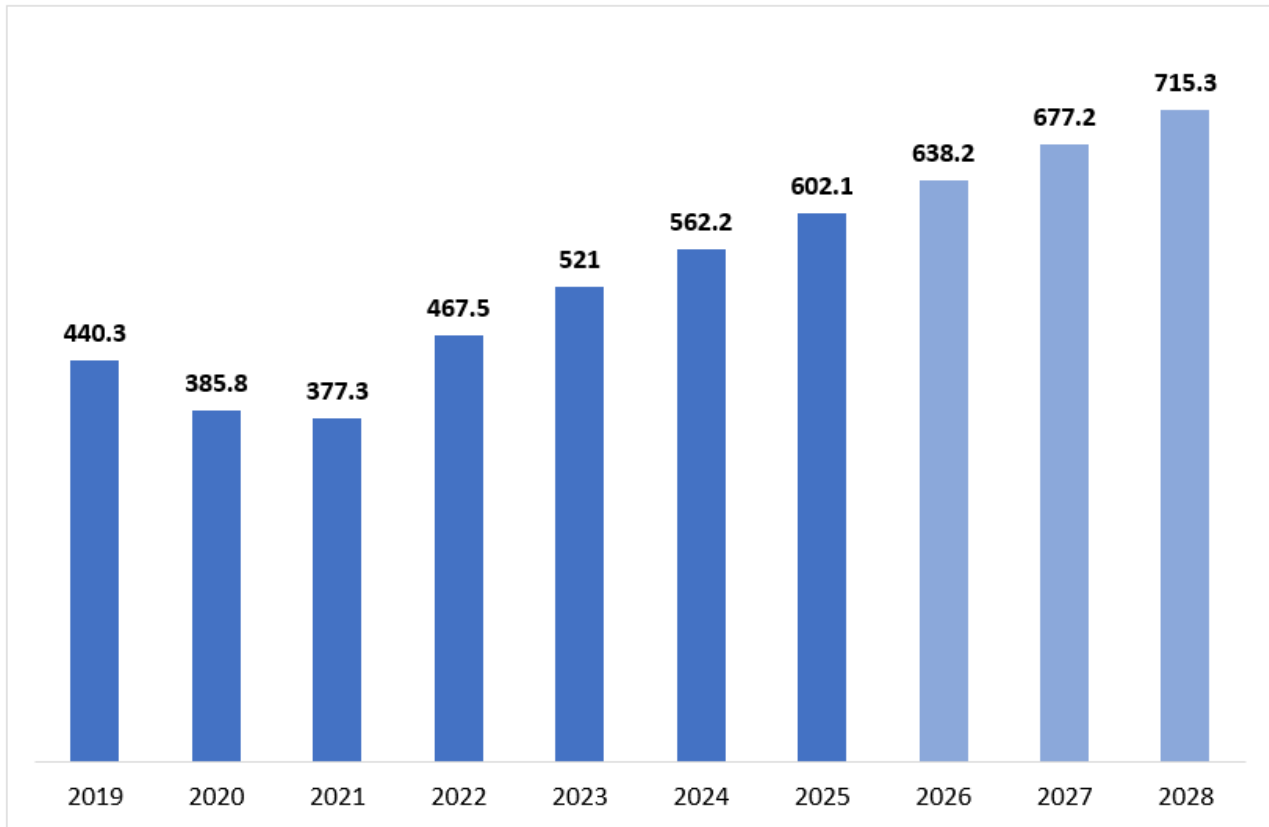
| 상품명    | HS코드   |
|--------|--------|
| 선케어 제품 | 330499 |

HS 330499는 선크림, 자외선 차단제, 선텐 제품 등 선케어 제품 및 스킨케어 등 기타 기초 화장품 품목을 포괄한다.

시장동향

체코 선케어 시장은 자외선 차단에 대한 소비자 인식 제고와 일상적 선케어 제품 사용 확대 등에 힘입어 2021년 이후 빠르게 성장하고 있다. 시장조사기관 유로모니터 (Euromonitor)에 따르면 2025년 체코 선케어 시장 규모는 전년 대비 7.1% 성장한 6억210만 코루나(약 2900만 달러)를 기록했다. 이는 2021년 대비 약 59.6% 증가한 수치로, 5년 간 연평균 성장률은 약 12.4%에 달한다. 시장의 성장세는 향후에도 이어져 2028년에는 7억1530만 코루나(약 3400만 달러) 규모에 이를 것으로 전망된다.

〈체코 선케어 시장 규모〉  
(단위: CZK 백만, %)



주: 2026년~2028년은 전망치

[자료: Euromonitor ‘Sun Care in the Czech Republic’]

과거 여름 휴가철에 국한되던 선키어 수요는 최근 피부 노화 예방, 색소침착 관리, 민감 피부 보호 등을 위한 '일상적 스킨케어'의 영역으로 확장되는 추세다. 기후 변화에 따른 고온 일 증가도 수요 확대에 기여하고 있다. 체코의 연평균 기온은 지속적으로 상승하고 있으며, 특히 최근 30년간 열대야 및 폭염 일수가 두 배 이상 증가하면서 자외선 노출에 대한 소비자들의 경각심이 높아졌다.

체코 소비자 대상 설문조사 결과 역시 이를 뒷받침한다. 시장조사기관 STEM/MARK의 2025년 7월 조사에 따르면, 응답자의 60%가 과도한 햇빛 노출을 우려하고 있으며, 여성의 76%, 남성의 57%가 자외선 차단제를 사용한다고 답했다. 아울러 NMS(NMS Market Research)의 2025년 6월 조사에서는 응답자의 99%가 과도한 자외선 노출을 피부암의 원인으로 인지하고 있었으며, 62%는 관련 예방 정보를 충분히 숙지하고 있다고 응답했다.

이에 따라 시장 내에서는 자외선 차단제가 핵심 제품군으로 자리 잡고 있다. 2025년 기준 자외선 차단제는 전체 선키어 시장의 63%를 차지했으며, 자외선 노출 후 피부 진정·보습을 위한 애프터션 제품군 비중이 21%로 뒤를 이었다. 이와 함께 자녀의 피부 보호를 중요하게 생각하는 부모들이 늘면서 유아·아동용 선키어 역시 주요 카테고리 성장 중이다. NMS 조사에 따르면 체코 부모의 92%가 자녀를 위해 선키어 제품을 사용하고 있다고 답했다. 이로 인해 고SPF, 저자극, 민감성 케어 등의 기능성을 갖춘 유아·아동용 제품 수요는 앞으로도 지속될 것으로 보인다.

〈체코 선키어 시장 규모〉

(단위: CZK 백만, %)

| 구분                      | 2025년<br>시장규모 | '24/'25<br>증감률 | '20년~'25년<br>연평균증가률 | '25년~'30년<br>연평균증가률 |
|-------------------------|---------------|----------------|---------------------|---------------------|
| 성인용 선키어 소계              | 541.6         | 7.6%           | 9.3%                | 5.7%                |
| - 자외선 차단제               | 380.7         | 8.1%           | 11.0%               | 6.1%                |
| - 애프터션 (자외선 노출 후 진정 케어) | 128.1         | 6.6%           | 5.7%                | 5.0%                |
| - 셀프태닝 (태닝 제품)          | 32.8          | 6.0%           | 7.5%                | 3.8%                |
| 유아·아동 전용 선키어            | 60.5          | 2.5%           | 9.0%                | 4.4%                |
| <b>체코 선키어 시장 합계</b>     | <b>602.1</b>  | <b>7.1%</b>    | <b>9.3%</b>         | <b>5.6%</b>         |

[자료: Euromonitor 'Sun Care in the Czech Republic']

## 제품 동향

최근 체코 선케어 시장에서 매일 사용하는 피부관리 제품이자 기능성 화장품으로서 선케어의 역할이 확대되는 추세다. 우선 과거에 비해 높은 SPF 지수 제품에 대한 선호가 확대되고 있다. NMS 조사에 따르면 체코 소비자가 가장 많이 사용하는 자외선 차단 지수는 SPF 30이 35%, SPF 50이 30%로 나타났다. STEM/MARK 조사에서도 해외 휴가 시에는 선케어 제품 사용자 중 약 절반이 높은 보호 지수 또는 SPF 50+ 제품을 선택하는 것으로 조사됐다.

제품 형태도 기존 바디용 크림 및 로션 중심에서 페이스용 SPF 크림, 젤, 에멀전, 선스틱, 스프레이 등으로 다변화되는 추세다. 체코 소비자는 수분 공급, 진정, 미백, 안티에이징 등 스킨케어 효능을 결합한 가벼운 SPF 제품을 선호하고, 이러한 제품이 프리미엄 가격 수용도를 높이고 있다. 또한, 사용감 개선도 제품 선택의 주요 기준으로, NMS 조사에서 체코 소비자의 56%는 선케어 제품 사용 시 기름짐이나 끈적임을 가장 큰 불만으로 꼽았다. 이에 따라 빠르게 흡수되고 산뜻한 마무리감을 제공하는 제품의 선호가 커지고 있다.

다양한 제형, 스킨케어 성분 결합을 강점으로 하는 한국산 제품은 이러한 현지 트렌드에 부합하며 K-뷰티의 존재감을 키우고 있다. 유로모니터 역시 한국 제품이 체코 소비자의 일상적인 SPF 사용 패턴을 바꾸고 현지 선케어 혁신을 주도하고 있다고 분석했다. 실제로 한국 선케어 제품은 Notino, DM, Rossmann 등 현지 주요 온·오프라인 유통 채널에서 판매 상위 제품으로 자리하며 입지를 넓혀가고 있다.

## 수입(대한 수입) 동향

2025년 체코의 선케어를 포함한 기타 기초 화장품 제품(HS 코드 3304.99 기준) 총수입액은 전년 대비 14.3% 증가한 8억8170만 달러를 기록했다. 2025년 기준 최대 수입국은 독일로 전체 수입의 22.2%를 차지했으며, 이어서 벨기에(15.4%), 프랑스(12.6%), 폴란드(11.5%) 순으로 나타났다.

2025년 체코의 대한국 수입액은 4283만 달러를 기록하며 한국은 체코의 7위 화장품 수입 대상국으로 진입했다. 특히 2025년 대한국 수입액은 전년 대비 74.2% 증가해 상위 10개 수입국 중 가장 높은 성장률을 보였으며, 최근 3년간 수입 규모는 약 2.6배 늘며 수입이 빠르게 증가하는 추세다.

〈체코 HS코드 330499 기준 국별 수입 현황〉

(단위: US\$ 천, %)

| 순위   | 수입국   | 2023    | 2024    | 2025    | 2025 점유율 | '25/'24 증감률 |
|------|-------|---------|---------|---------|----------|-------------|
| 1    | 독일    | 169,518 | 173,515 | 196,001 | 22.2     | 13.0        |
| 2    | 벨기에   | 146,493 | 128,934 | 135,692 | 15.4     | 5.2         |
| 3    | 프랑스   | 90,590  | 103,779 | 111,014 | 12.6     | 7.0         |
| 4    | 폴란드   | 72,594  | 83,401  | 101,344 | 11.5     | 21.5        |
| 5    | 영국    | 44,987  | 31,401  | 43,501  | 4.9      | 38.5        |
| 6    | 네덜란드  | 34,085  | 44,874  | 43,288  | 4.9      | -3.5        |
| 7    | 한국    | 16,404  | 24,591  | 42,838  | 4.9      | 74.2        |
| 8    | 미국    | 28,135  | 24,397  | 33,817  | 3.8      | 38.6        |
| 9    | 슬로바키아 | 32,133  | 25,351  | 30,081  | 3.4      | 18.7        |
| 10   | 이탈리아  | 23,960  | 30,359  | 27,174  | 3.1      | -10.5       |
| 총 수입 |       | 747,776 | 771,175 | 881,709 | 100      | 14.3        |

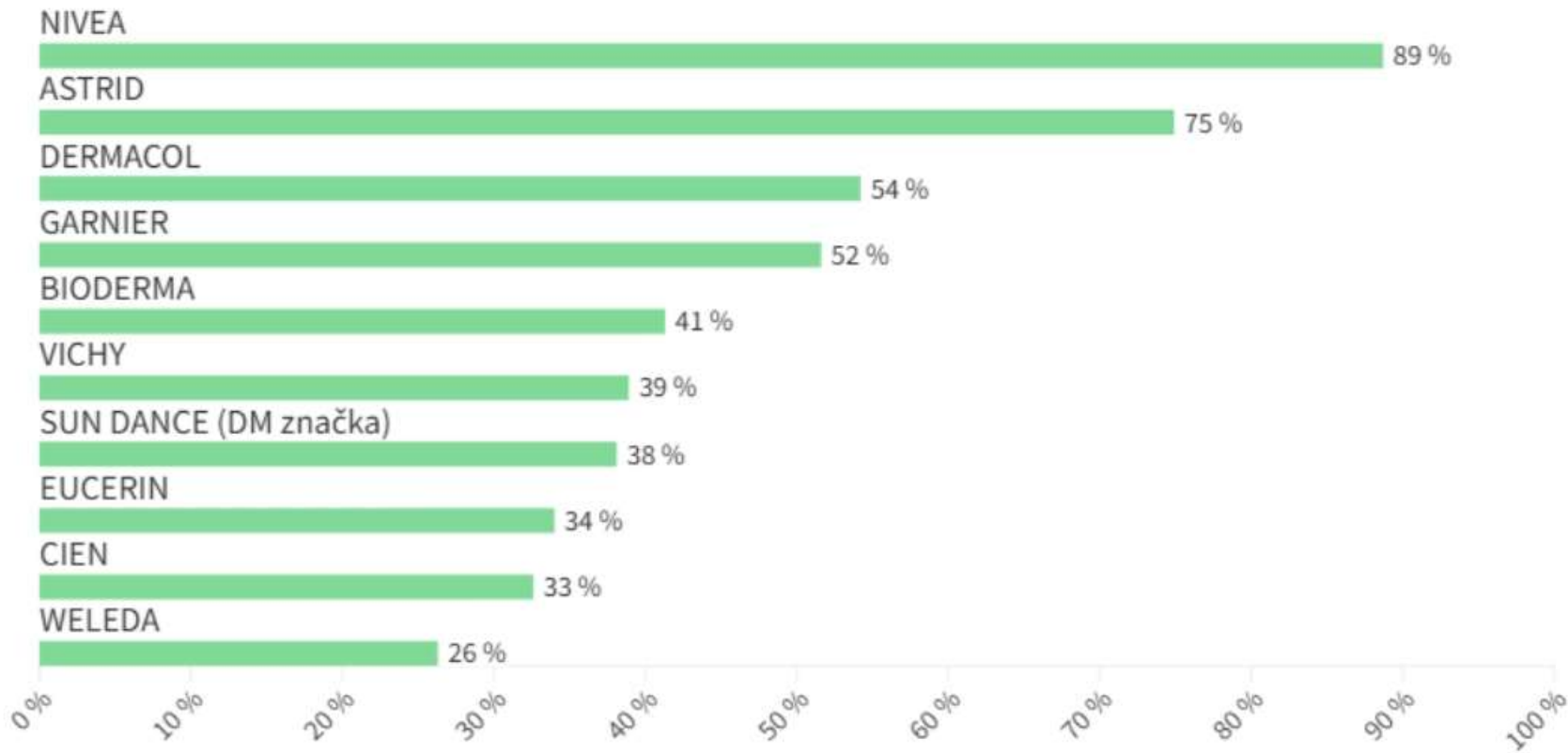
[자료: Global Trade Atlas (2026년 6월 1일)]

경쟁 동향

체코 선케어 시장은 글로벌 및 현지 대중 브랜드, 드럭스토어 자체 브랜드, 약국 기반 더마코스메틱 브랜드, K-뷰티 브랜드 등이 각기 다른 유통 채널과 제품 콘셉트를 바탕으로 다층적인 경쟁 구도를 형성하고 있다.

대중형 선케어 시장에서는 NIVEA SUN, Garnier Ambre Solaire 등 글로벌 브랜드와 Astrid, Dermacol, Ziaja 등 현지 및 유럽 브랜드가 높은 인지도와 가격 접근성을 바탕으로 수요를 주도하고 있다. 여기에 DM의 SUNDANCE, Rossmann의 Sunozon 등 드럭스토어 자체 브랜드(PB)가 적극적인 프로모션과 대용량·영유아용 제품을 앞세워 가격 민감도가 높은 소비자층을 공략하고 있다. STEM/MARK 조사에서도 체코 소비자 사이에서 NIVEA와 Astrid의 인지도가 가장 높고, Dermacol, Garnier, Bioderma 등도 주요 브랜드로 나타났다.

〈체코 선케어 제품 브랜드 인지도 조사 결과('25.7월)〉  
(단위: %, 응답비율)



[자료: STEM/MARK]

약국 및 더마코스메틱 제품군의 경우, Bioderma, La Roche-Posay, Vichy, Avène 등 피부과·약국 기반 브랜드가 민감성 및 여드름성 피부용, 영유아용, 안티에이징 등의 라인업 중심으로 시장을 형성하고 있다.

한국 브랜드는 조선미녀, 라운드랩, 싸이닉, 훌리카훌리카, 후르디아, 아누아 등이 Rossmann, dm, Teta, Notino, Alza 등 주요 드럭스토어와 온라인 채널에서 활발히 판매 중이다. 특히, 조선미녀와 라운드랩 제품은 주요 온라인 채널에서 상위 판매 제품에 이름을 올리며 체코 소비자 사이에서 인기를 얻고 있다. 한국 브랜드는 보습, 피부 진정, 가벼운 제형 등을 강점으로 내세워 일상적으로 사용하는 페이스용 자외선 차단제 및 선스틱을 중심으로 시장 내 입지를 넓히고 있다.

〈체코 주요 선케어 브랜드〉

| 구분               | 주요 브랜드  | 특징                                     |
|------------------|---|--|
| 대중형 글로벌 브랜드      | NIVEA SUN, Garnier Ambre Solaire                                | 드럭스토어 중심 유통, 가족용·바디용·스프레이 제품 강세        |
| 드럭스토어 자체 브랜드(PB) | SUNDANCE (DM), Sunozon (Rossmann)                               | 높은 가격경쟁력, 계절 프로모션 활용, 대용량·아동용 라인업 확대   |
| 현지 및 유럽 대중형 브랜드  | Astrid, Dermacol, Ziaja, Bione Cosmetics, Eveline Cosmetics     | 현지 인지도와 가격 접근성이 강점, 가족용·바디용 제품 중심      |
| 더마코스메틱 브랜드       | La Roche-Posay, Bioderma, Avène, Vichy, Eucerin, Cerave, Uriage | 약국 채널 중심 유통, 민감성 피부용, 피부과 추천 및 고SPF 제품 |
| K-뷰티 브랜드         | 조선미녀, 라운드랩, 싸이닉, 홀리카홀리카, 후르디아, 아누아, 스킨79, 코스알엑스 등               | 데일리 SPF 제품 및 선포스틱 강점, 가벼운 제형, 수분·진정 기능 |

[자료: Euromonitor]

〈체코 온라인 쇼핑몰의 선케어 주요 판매 제품〉

| 제품명 | 조선미녀<br>얇은쌀 선포스틱              | Bioderma<br>Photoderm Pediatric Spray | Nivea Sun<br>Protect & Moisture | La Roche-Posay<br>Anthelios UVMune | 라운드랩<br>자작나무<br>수분 선포스틱 |
|-----|-------------------------------|---------------------------------------|---------------------------------|------------------------------------|-------------------------|
| 사진  |                               |                                       |                                 |                                    |                         |
| SPF | 50+                           | 50+                                   | 50+                             | 50+                                | 50+                     |
| 특징  | 쌀·프로바이오틱스 함유, 가벼운 데일리 페이스용 제품 | 아동·가족용 스프레이, 민감성 피부용 제품               | 보습 기능을 강조한 바디·가족용 선포스틱          | 민감성 피부용 프리미엄 더마 페이스 SPF 제품         | 자작나무 수분 성분 기반, 보습·진정 효과 |
| 용량  | 50ml                          | 200ml                                 | 200ml                           | 50ml                               | 40ml                    |
| CZK | 285~430                       | 340~435                               | 230~340                         | 300~435                            | 300~365                 |
| USD | 14~21                         | 16~21                                 | 11~16                           | 14~21                              | 14~18                   |

주: 환율 USD 1 = CZK 20.83 (체코 중앙은행 2026.06.03. 기준)

[자료: Notino, Heureka, DM, Rossmann, Zbozi.cz, Alza.cz]

## 유통 구조

체코 선케어 제품은 드럭스토어, 약국, 뷰티 전문점, 온라인 쇼핑몰 등을 통해 주로 유통된다. 이 중 접근성이 높은 DM, Rossmann, Teta 등 드럭스토어가 가장 활발한 판매 채널로 자리 잡고 있다. NMS 설문 조사에서도 체코 소비자의 76%가 선케어 제품 구매처로 드럭스토어를 적합한 장소로 인식했으며, 응답자의 약 절반은 드럭스토어를 가장 일반적인 구매처로 꼽았다. 최근 드럭스토어의 K-뷰티 브랜드 유통이 확대되는 추세로 오프라인 드럭스토어 입점은 브랜드 인지도와 판매량 확대에 유리하지만 가격 조건 협상, 프로모션 비용 부담, 대량 물류 대응 역량 등이 필요하다.

한편 Notino 등 온라인 플랫폼은 체코 선케어 시장에서 영향력이 확대되고 있으며, 대중적 제품부터 K-뷰티, 프리미엄, 틈새시장 제품, 혁신 제형 제품까지 폭넓게 취급하는 주요 채널로 자리 잡고 있다. 특히 오프라인 매장에서 접하기 어려운 최신 트렌드 제품을 쉽게 비교 및 구매할 수 있어, 새로운 제품이나 기능성·프리미엄 선케어를 찾는 소비자 유입에 유리하다. 그 외 Dr. Max, BENU 약국은 더마코스메틱, 민감성 피부용, 아동용 등 기능성 제품 중심이며, 하이퍼마켓·슈퍼마켓은 계절성 바디용 제품과 대중형 제품을 중심으로 유통된다. Sephora, Douglas 등 뷰티 전문점은 프리미엄 제품과 K-뷰티 제품을 소비자에게 직접 소개하고 테스트 판매할 수 있는 채널로도 활용되고 있다.

## 관세율

한-EU FTA 협정에 따라 원산지 규정 충족 시 한국산 선케어 제품(HS코드 330499)의 수입 관세율은 0%이며 체코 내 부가세는 표준세율인 21%가 적용된다.

## 인증

선케어 제품은 체코 및 EU 시장 출시 시 EU 화장품 규정인 (EC) No 1223/2009에 따라 안전성, 책임자 지정, 제품 정보 파일, 사전 신고, 라벨링, 성분 제한 등을 준수해야 한다. EU 시장에化妆품을 판매하기 위해서는 반드시 역내 책임자(Responsible Person, 이하 RP)를 지정해야 한다. RP가 지정된 제품만 시장 진입이 가능하며, RP는 제품의 규정 준수와 안전성에 대한 법적 책임을 진다. 수입품의 경우 현지 수입업자가 RP가 되거나 제조사가 별도 기관을 지정할 수 있다.

출시 전에는 제품 안전성 평가를 거쳐 화장품 안전성 보고서(CPSR)를 작성해야 한다. 또한 RP는 제품 설명, CPSR, GMP 준수 성명서, 효능 입증 자료 등이 포함된 제품 정보 파일(PIF)을 작성해 10년간 보관해야 한다. 아울러 EU 내 유통을 위한 CPNP(Cosmetic Products Notification Portal) 사전 신고도 필요하다. CPNP는 유럽집행위원회(EC)의 통합 온라인 시스템으로, 등록 후 별도의 국가별 추가 신고 없이 체코를 포함한 EU 전역에서 유통이 가능하다.

특히 선케어 제품은 자외선 차단 성분(UV 필터) 규제 검토가 필요하다. EU 화장품 규정의 부속서 6(Annex VI)에 등재된 성분에 한해 지정된 조건 내에서만 UV 필터 사용이 허용된다. 따라서 한국 내수용 제품을 수출하기 전, 사용된 UV 필터가 EU 허용 목록에 포함되는지, 최대 배합 한도를 준수했는지 확인이 필요하다. 라벨링도 주요 검토 사항이다. EU 화장품 규정상 제품에는 책임자명과 주소, 원산지, 용량, 사용기한 또는 개봉 후 사용기간, 사용상 주의사항, 배치번호, 제품 기능, 전성분 등이 표시되어야 한다. 체코에서 판매되는 화장품은 체코어 표시가 필요하며, 현지 소비자가 안전하게 사용할 수 있도록 제품 기능과 주의사항을 명확하게 제공해야 한다.

## 시사점

체코 선케어 시장은 자외선 차단제 사용이 일상적 스킨케어 단계로 확대되면서 성장 중이다. 특히 피부 노화 예방, 민감성 피부 관리, 가벼운 사용감, 스킨케어 기능을 결합한 제품에 대한 관심이 높아지고 있어 한국 선케어 제품의 경쟁력이 부각될 수 있다.

다만 시장 내에서는 글로벌 브랜드와 드럭스토어 PB 제품이 이미 높은 인지도와 가격 경쟁력을 확보하고 있어, 국내 기업은 단순한 가격 경쟁보다 제품 차별화에 초점을 맞출 필요가 있다. 또한 체코 소비자는 온라인 리뷰와 유통 채널의 신뢰도에 영향을 많이 받는 만큼, 초기에는 온라인 플랫폼을 통해 시장 반응을 검증하고 이후 드럭스토어·뷰티 전문점 등 현지 유통망과의 협력을 확대하는 접근이 유리할 것으로 보인다. 동시에 EU 화장품 규정, 성분 기준, 신고 절차, 체코어 라벨링 등 규제 요건을 사전에 철저히 검토해 시장 진입 리스크를 최소화하는 것이 필요하다.

자료: Euromonitor, Global Trade Atlas, NMS Market Research, STEM/MARK, EU Access2Markets, , DM, Rossmann, Notino 및 KOTRA 프라하무역관 자료 종합

# 정보 편람

**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 회수·폐기 처리 운영지침(공무원 지침서)」개정 안내의 건

식품의약품안전처 화장품정책과-4838호(2026.07.03.) 관련입니다.

위 호 관련 식품의약품안전처에서는 지방청이 인지한 화장품 품질정보를 본부에 신속하게 보고하는 절차, 회수개시를 지시할 수 있는 절차, 회수 연장 검토 및 폐기 이행 명령 절차, 화장품 회수단계별 체크리스트(회수의무자용) 등을 마련하여 「화장품 회수·폐기 처리 운영지침(공무원 지침서)」를 붙임과 같이 개정하였음을 알려드리오니 업무에 참고하시기 바랍니다.

【참고】동 지침서는 식약처 누리집(<http://www.mfds.go.kr> → 법령/자료 → 법령정보 → 공무원지침서/민원인안내서)에 게시되어 있음을 알려드립니다.

붙임: 「화장품 회수·폐기 처리 운영지침(공무원 지침서)」. 1부. 끝.

- 관련링크:

[https://kcia.or.kr/home/edu/edu\\_01.php?type=view&no=17741&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D](https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17741&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D)

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

## ○ 「화장품법」시행령 일부개정령안 입법예고 안내의 건

식품의약품안전처 화장품정책과-4942호(2026.7.8.) 관련입니다.

화장품 안전성 평가 제도 도입, 화장품통합정보시스템을 구축·운영할 수 있도록 하는 등 화장품의 안전관리 체계를 개선하는 내용으로 「화장품법」이 개정(법률 제21302호, 2025. 12. 30. 공포)됨에 따라, 화장품안전정보센터 지정 기준 및 절차, 화장품통합정보시스템 구축·운영 등에 관한 업무 위탁 등 법률에서 위임된 사항과 그 시행에 필요한 사항을 정하는 내용으로 「화장품법」시행령 일부개정령(안)이 붙임1과 같이 입법예고 되었습니다.

이와 관련하여 동 일부개정령(안)에 대하여 의견을 수렴하고자 하오니, 의견이 있으신 경우 붙임2의 검토서 양식에 의견 작성하시어 **2026년 7월 22일(수)까지** 우리협회(이메일 : hyoung@kcia.or.kr, 02-782-0367)로 회신하여 주시기 바랍니다.

붙임1: 화장품법 시행령 일부개정령안 1부.

붙임2: 검토서 1부. 끝.

- 관련링크:

[https://kcia.or.kr/home/edu/edu\\_01.php?type=view&no=17742&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D](https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17742&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D)

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

## ○ 「화장품법」 시행규칙 일부개정령안 입법예고 안내의 건

식품의약품안전처 화장품정책과-4940호(2026.7.8.) 관련입니다.

「화장품법」개정(법률 제21302호, 2025. 12. 30.\* 공포 및 법률 제21604호, 2026. 4. 28. 공포\*)에 따라 화장품 안전성 평가 제외대상, 안전성 평가자의 자격기준 등 법률 위임·시행에 필요한 사항과 맞춤형화장품조제관리사를 대신하여 종업원을 두고 소분·판매할 수 있는 화장품 범위 및 교육 등 법률 위임사항을 정하며, 책임판매관리자의 교육 요건을 정비하는 등 현행 제도의 운영상 나타난 일부 미비점을 개선·보완하는 내용으로 「화장품법」 시행규칙 일부개정령(안)이 붙임1과 같이 입법예고 되었습니다.

\*화장품 안전성 평가 제도 도입, 화장품통합정보시스템을 구축·운영할 수 있도록 하는 등 화장품의 안전관리 체계를 개선하는 내용으로 「화장품법」개정(법률 제21302호, 2025. 12. 30. 공포)

\*\*맞춤형화장품조제관리사의 고용 의무를 개선하는 내용으로 「화장품법」개정(법률 제21604호, 2026. 4. 28. 공포)

이와 관련하여 동 일부개정령(안)에 대하여 의견을 수렴하고자 하오니, 의견이 있으신 경우 붙임2의 검토서 양식에 의견 작성하시어 **2026년 7월 23일(수)까지** 우리협회(이메일 : hyoung@kcia.or.kr, 02-782-0367)로 회신하여 주시기 바랍니다.

붙임1: 화장품법 시행규칙 일부개정령안 1부.

붙임2: 검토서 1부. 끝.

- 관련링크:

[https://kcia.or.kr/home/edu/edu\\_01.php?type=view&no=17742&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D](https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17742&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D)

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

### ○ 식품의약품안전처, ‘화장품 안전성 평가 지원 누리집’ 개설 안내의 건

식품의약품안전처 화장품정책과-4903(2026.07.07.) 관련입니다.

화장품 산업의 글로벌 경쟁력 강화와 소비자 신뢰도 제고를 위해 2028년부터 단계적으로 화장품 안전성 평가 제도가 도입됩니다.

이에 식품의약품안전처는 화장품 안전성 평가 제도의 안정적 도입을 지원하기 위해 2026년 7월 1일 ‘화장품 안전성 평가 지원’ 누리집 (<https://cpsrcosmetic.or.kr>)을 개설하였습니다. 누리집을 통해 1:1 맞춤형 안전성 평가 컨설팅 신청, 국가별 안전성 평가 제도 및 규제 동향, 원료 안전성 정보, 안전성 평가 관련 자주 묻는 질문 등을 확인할 수 있으니, 업무에 참고하시기 바랍니다. 끝.

- 관련링크:

[https://kcia.or.kr/home/edu/edu\\_01.php?type=view&no=17745&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D](https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17745&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D)

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

○ 식품의약품안전평가원, 「화장품 등 동물대체시험법 가이드라인(민원인안내서)」 개정(안) 의견조회의 건

식품의약품안전평가원 비임상자원연구과-2640호(2026.07.09.) 관련입니다.

위 호 관련 식품의약품안전평가원에서는 동물실험을 실시한 화장품 또는 화장품 원료의 유통·판매를 금지하는 「화장품법」에 따라, 국내 화장품 업계 및 독성시험 관련 비임상시험실시기관 등의 국제 경쟁력 향상에 도움이 되고자 「화장품 등 동물대체시험법 가이드라인(민원인 안내서)」을 지속적으로 마련해오고 있습니다.

이에 따라, 붙임1과 같이 「화장품 등 동물대체시험법 가이드라인(민원인 안내서)」개정(안)을 마련하여 검토의견을 수렴하고자 하오니, 검토의견이 있는 경우 붙임2의 서식을 작성하시어 **2026년 7월 15일(수)까지 회신**하여 주시기 바랍니다.

붙임1: 변경대비표(인체피부모델을 이용한 광독성시험법). 1부.

붙임2: 검토의견서(서식). 1부. 끝.

- 관련링크:

[https://kcia.or.kr/home/edu/edu\\_01.php?type=view&no=17747&ss=page%3D1%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D](https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17747&ss=page%3D1%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D)

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

# 환경 친화적 업무추진

Korea  
Cosmetic  
Association

◆ 예정 행사

○ 화장품GMP 전문가 양성을 위한 실시간웨비나(온라인) 교육(기초\_CGMP의 이해) 실시 안내

우리 협회는 화장품 GMP 도입을 활성화하고 안정적으로 GMP가 확산될 수 있도록 국내 화장품 제조업자를 대상으로 「화장품 GMP 전문가 양성을 위한 교육(기초1차)」를 실시간웨비나(온라인) 형식의 무료교육으로 실시하고자 합니다.

이에 붙임과 같이 교육 개최를 공지하오니 수강을 원하는 분은 **우리 협회 교육센터 홈페이지(edu.helpcosmetic.or.kr) 로그인→일반과정을 통하여 신청하여 주시기 바랍니다.**

※ 교육센터 홈페이지 :

<https://edu.helpcosmetic.or.kr/regist/detail.do?openSubjectCd=EC00004500005>

※ 본 교육은 온라인플랫폼을 통해 실시간으로 진행되며 사전접수자에 한하여 실시 합니다.

I. 교육개요

- 일시 : 2026년 7월 21일(화), 13:30~17:00(총 3.5시간)
- 장소 : 나우앤나우 웨비나 시스템 (kciawb.nownnow.com )
- 대상 : 회차별 100명
  - 화장품 신규 제조업체 인력 또는 신입인력
  - 화장품 GMP 인증 또는 사후 심사를 준비 중인 화장품 제조 및 품질관리 업무 담당자
  - 화장품 관련 업무자
- 목적 : 화장품 GMP 이해에 따른 실무 능력 향상 및 실무 애로사항 등에 대한 해결

II. 교육일정 및 내용

| 시간                   | 교 과 목  | 내 용   | 교육강사                          |
|----------------------|--|---|-------------------------------|
| 13:00-13:30          | 나우앤나우 접속 및 네트워크, 음향송출 정상 확인 ( 이름/ 핸드폰번호 입력하여 로그인 ) |   |                               |
| 13:30-14:55<br>[85분] | CGMP 해설서<br>-개정 내용 중심-                             | - 화장품 GMP 제도 기본 개념<br>- 우수화장품 제조 및 품질관리기준 규정 해설 (총칙, 인적자원, 제조, 품질관리, 판정 및 감독)         | ㈜LG생활건강<br>이정화파트장             |
| 14:55-15:45<br>[50분] | CGMP 적합업소 추진사례                                     | - CGMP 적합업소 추진사례를 통한 화장품 GMP 인증을 위한 준비사항 점검<br>- CGMP 추진 시 주요 보완사항 등<br>- CGMP 관련 Q&A |                               |
| 15:45-16:45<br>[60분] | 미국 MoCRA 및 FDA OTC 규정 대응                           | - 미국 MoCRA 제도<br>- OTC 의약품 제조소 실사에서의 주요 FDA 지적사례, 예방과 대응 전략 등                         | 한국콜마㈜<br>진홍철 본부장              |
| 16:45-17:00<br>[15분] | 부처협업형 스마트공장 구축 지원사업 소개                             | - 스마트공장 개념<br>- 부처협업형 스마트공장 구축지원사업 소개 등   | (사)대한화장품협회<br>정책연구실<br>이혜영 과장 |

※ 교육 일정이나 강사는 교육 운영 상황에 따라 변경될 수 있음.

붙임1. 기초\_CGMP의 이해 실시간웨비나(온라인) 교육과정 안내문 1부. 끝.

- 관련링크:

[https://kcia.or.kr/home/edu/edu\\_01.php?type=view&no=17737&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D](https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17737&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D)

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

○ 화장품GMP 전문가 양성을 위한 오프라인 교육(전문교육(CGMP 제조관리)) 실시 안내

우리 협회는 화장품 GMP 도입을 활성화하고 안정적으로 GMP가 확산될 수 있도록 국내 화장품 제조업자를 대상으로 「화장품 GMP 전문가 양성을 위한 교육(전문교육-제조관리)」을 오프라인 형식의 무료 교육으로 실시하고자 합니다.

3. 이에 붙임과 같이 교육 개최를 공지하오니 수강을 원하는 분은 우리 협회 교육센터 홈페이지(educosmetic.or.kr) 로그인→일반과정을 통하여 신청하여 주시기 바랍니다.

※ 교육센터 홈페이지 URL :

<https://educosmetic.or.kr/regist/detail.do?openSubjectCd=OC0000410000>

3

※ 본 교육은 오프라인(집합)으로 진행되며 사전접수자에 한하여 실시 합니다.

1. 교육개요

□ 일시 : 2026년 7월 23일(목), 13:00~17:00(총 4.0시간)

□ 장소 : FKI타워 2층 컨퍼런스센터 사파이어(서울시 영등포구 여의도 소재)

□ 대상 : 70명

- 해당년도에 운영하는 CGMP 기초과정을 수료한 자
- 협회 및 타 교육기관에서 기초 이상의 CGMP 교육을 수료한 자
- 화장품 GMP 사후 심사를 준비중인 화장품 제조 및 품질관리 업무 담당자

□ 목적 : 제조소 현장 중심의 CGMP 실무 지식 습득

II. 교육일정 및 내용

| 시 간                  | 교 과 목                       | 내 용  | 교육강사                          |
|----------------------|-----------------------------|--|-------------------------------|
| 12:30-13:00          | 참석자 등록                      |  |                               |
| 13:00-14:30<br>[90분] | 화장품의 제조관리                   | - 건물 및 시설(설비)<br>- 제조 및 공정관리 등                           | 코스맥스(주)<br>김상준 부장             |
| 14:30-15:00<br>[30분] | CGMP 다빈도 지적사항               | - CGMP 다빈도 지적사항<br>- 화장품 품질 관련 FAQ Q&A 등                 | 식품의약품안전처<br>화장품정책과<br>임소라 심사원 |
| 15:00-16:30<br>[90분] | 화장품의 원자재관리                  | - 물의 품질<br>- 화장품 원료 및 자재의 보관 및<br>취급관리(입고, 보관, 유지, 출고) 등 | 한국콜마(주)<br>품질보증팀<br>김준황 차장    |
| 16:30-16:45<br>[15분] | 부처협업형<br>스마트공장<br>구축지원사업 소개 | - 스마트공장 개념<br>- 부처협업형 스마트공장 구축지원사업<br>소개 등               | (사)대한화장품협회<br>이혜영 과장          |
| 16:45-17:00<br>[15분] | 질의응답                        | - 화장품 GMP 관련 질의응답  | -                             |

※ 교육 일정이나 강사는 교육 운영 상황에 따라 변경될 수 있음.

붙임1. 화장품GMP 전문가 양성 교육\_(전문) CGMP 제조관리 실시 안내문 1부. 끝.

- 관련링크:

[https://kcia.or.kr/home/edu/edu\\_01.php?type=view&no=17738&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D](https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17738&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D)

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

◆ 추진 현황

◦ 글로벌 규제 뉴스레터 | [전문가 기고] 일본 화장품 시장 진출 전 확인해야 할 실무상 핵심 포인트



1

들어가며

최근 일본 시장에서 K-뷰티에 대한 관심은 계속해서 높아지고 있습니다. 스킨케어, 베이스 메이크업, 자외선 차단제, 헤어케어 등 다양한 카테고리에서 한국 화장품 브랜드가 일본 소비자들에게 익숙한 존재가 되었고, 일본 시장 진출을 검토하는 한국 기업도 꾸준히 증가하고 있습니다.

일본은 한국과 지리적으로 가깝고, EC, SNS, 인플루언서 마케팅을 통해 비교적 빠르게 시장 반응을 확인할 수 있다는 점에서도 매력적인 시장입니다.

그러나 일본은 "가까운 시장"인 동시에, 화장품 관련 법규제와 실무 운용 면에서는 한국과 다른 점이 많습니다. 한국에서 판매 중인 제품이라고 하여 그대로 일본에서 판매할 수 있는 것은 아니며, 한국어 또는 영어 광고 문구를 일본어로 번역하는 것만으로는 일본 법상 문제가 발생할 수 있습니다.

한국 화장품 기업이 일본 시장에 진출할 때에는 적어도 다음 사항을 사전에 확인할 필요가 있습니다.

- 일본에서 누가 수입·판매 책임을 부담하는가
- 일본 측 파트너와의 계약 구조를 어떻게 설계할 것인가
- 광고 표현을 일본 법규제에 비추어 어떻게 검토할 것인가
- 성분 표시·의약품외품과의 관계를 어떻게 정리할 것인가
- 향후 일본 법인 설립 또는 M&A를 활용할 가능성이 있는가

이 글에서는 한국 화장품 기업이 일본 시장 진출 초기 단계에서 특히 유의해야 할 실무상 포인트를 개관하고자 합니다.

2

먼저 확인해야 할 것은 “일본에서 누가 책임을 지는가”입니다.

한국 화장품을 일본에 수출하는 경우, 가장 먼저 확인해야 할 사항은 일본 내 책임 주체입니다.

일본에서는 화장품을 업으로 수입하여 제조판매 또는 제조하기 위해서는 원칙적으로 제조 판매업 허가 또는 제조업 허가·등록, 그리고 품목별 제조판매신고 등이 필요합니다. 상사나 수입사가 다른 사업자에게 판매할 목적으로 화장품을 수입하는 경우에도 필요한 허가·신고 절차를 갖추어야 합니다.

따라서 한국 기업이 일본 시장에 진출할 때에는 단순히 “일본 수입사가 있는가”만 볼 것이 아니라, 다음 사항을 확인해야 합니다.

- 일본 측 사업자가 필요한 업허가를 보유하고 있는지
- 각 제품에 대해 일본에서 필요한 품목별 절차가 이루어지는지
- 성분 확인, 일본어 표시, 품질관리, 안전성 정보, 소비자 클레임, 행정 대응, 회수 대응을 누가 담당하는지
- 한국 본사, 한국 제조사, 일본 수입판매업자, 일본 대리점, EC 운영사, 광고대행사, 인플루언서의 역할 분담이 명확한지

실무상 자주 발생하는 문제는 한국 기업은 “일본 측 파트너에게 맡겼다”고 생각하는 반면, 일본 측 파트너는 “제품 정보와 광고 소재는 한국 본사가 제공했다”고 생각하는 경우입니다. 이러한 인식 차이는 광고 수정, 판매 중단, 소비자 클레임, 행정 대응, 재고 처리 단계에서 분쟁으로 이어지기 쉽습니다.

일본 시장에서 지속적으로 판매하기 위해서는 단순히 제품을 수출하는 것을 넘어, 일본 내 책임 구조를 명확히 설계하는 것이 중요합니다.

## 일본 측 파트너와의 계약은 판매 개시 전에 설계해야 합니다.

일본 진출에서 계약은 형식적인 문서가 아닙니다. 계약은 일본 시장에서 브랜드를 어떻게 관리하고, 누가 어느 범위까지 책임을 부담할 것인지를 정하는 중요한 설계도입니다.

한국 화장품 기업이 일본에서 판매를 시작할 때에는 수입판매업자, 총판, 판매대리점, EC 운영사, 광고대행사, 인플루언서, 물류회사 등 여러 파트너가 관여하는 경우가 많습니다. 따라서 계약서에서는 적어도 다음 사항을 정리할 필요가 있습니다.

- 독점판매권을 부여할 것인지
- 최소구매수량 또는 판매목표를 설정할 것인지
- 광고 표현의 확인 책임을 누가 부담할 것인지
- 일본어 표시, 상품 설명, 랜딩페이지, SNS 게시물 확인 절차를 어떻게 둘 것인지
- 상표, 로고, 상품 이미지, 영상, SNS 소재의 사용 범위를 어떻게 정할 것인지
- 계약 종료 후 재고 판매를 허용할 것인지
- 문제 발생 시 비용 부담, 손해배상, 준거법, 관할을 어떻게 정할 것인지

특히 주의해야 할 것은 독점판매권입니다. 일본 측 파트너가 "일본 총판" 또는 "독점판매권"을 요구하는 경우는 적지 않습니다. 독점권을 부여하는 것 자체가 부적절한 것은 아니지만, 판매목표, 최소구매수량, 보고의무, 광고투자, 계약기간, 해지조건을 명확히 정해야 합니다.

이러한 조건을 정하지 않은 채 넓은 독점권을 인정하면, 판매 실적이 충분하지 않은데도 한국 기업이 다른 일본 기업과 거래하지 못하는 상황이 발생할 수 있습니다. 일본 진출 초기의 계약 구조는 향후 판매 확대, 일본 법인 설립, M&A, 브랜드 관리에도 영향을 미치므로, 판매 개시 전에 신중하게 설계할 필요가 있습니다.

## 광고 표현은 일본 법규제에 맞게 다시 설계해야 합니다.

일본 시장에서 특히 문제가 되기 쉬운 영역이 광고 표현입니다.

일본에서는 화장품 광고에 대해 의약품의료기기등법, 의약품등 적정광고기준, 경품표시법 등이 문제됩니다. 의약품의료기기등법상 화장품 등의 명칭, 제조방법, 효능·효과 또는 성능에 관하여, 명시적이든 암시적이든 허위 또는 과대한 기사를 광고하거나 기재하거나 유포하는 것은 금지되어 있습니다.

또한 일본에서 화장품으로 표현할 수 있는 효능·효과의 범위는 제한되어 있습니다. 「이른바 화장품 효능 56개 항목의 범위」를 전제로, 개별 제품의 특성 및 광고 전체의 문맥을 고려하여 표현을 검토해야 합니다.

다만 일반 화장품 광고에서는, 표현을 조정하거나 문맥을 보완하기 이전에, 애초에 사용하는 안 되는 표현들이 있습니다. 예를 들어 다음과 같은 표현은 일반 화장품 광고에서는 원칙적으로 사용하지 않는 것이 바람직합니다.

- "피부를 재생한다"
- "피부를 복구한다"
- "염증을 억제한다"
- "여드름을 치료한다"
- "피부 트러블을 치료한다"
- "기미를 없앤다"
- "세포를 활성화한다"
- "피부 세포에 작용한다"
- "진피까지 작용한다"
- "콜라겐 생성을 촉진한다"
- "피부 상태를 개선한다"
- "피부 장벽 기능을 개선한다"

이러한 표현은 단순히 표현을 조금 약하게 바꾼다고 해서 사용할 수 있는 문제가 아닙니다. 일본의 화장품 광고 실무에서는 "치유", "회복", "개선", "낫는다", "치료", "발모", "재생" 등은 의약품적 효능·효과를 연상시키는 표현으로서, 화장품 광고에서는 사용하지 않는 것으로 정리됩니다. 또한 "세포", "기저층", "진피", "피하조직", "유전자" 등에 착안한 표현도 화장품의 정의나 효능·효과의 범위를 벗어나는 표현으로 문제될 수 있습니다.

특히 일반 화장품은 약리작용을 통해 질병이나 증상을 치료 또는 개선하는 제품이 아니며, 광고에서 표현할 수 있는 효능·효과도 제한되어 있습니다. 따라서 "유효성분이 피부세포를 활성화한다", "콜라겐 생성을 촉진한다", "염증을 억제하여 여드름을 개선한다"와 같이 성분의 작용기전이나 신체 기능에 대한 작용을 직접적으로 주장하는 표현은 일반 화장품 광고로는 피해야 합니다.

반면 일본 화장품 광고에서 모든 효과 표현이 금지되는 것은 아닙니다. 화장품으로 인정되는 효능·효과의 범위 내에서, 예를 들어 "피부에 수분을 준다", "피부를 정돈한다", "피부에 탄력을 준다", "피부에 윤기를 준다", "피부 건조를 방지한다", "건조에 의한 잔주름을 눈에 띄지 않게 한다" 등과 같은 표현은, 필요한 제한 문구를 붙인다는 전제하에 사용할 수 있습니다.

따라서 일본용 광고에서는 한국어 또는 영어 광고 표현을 단순히 일본어로 번역해서는 부족합니다. 먼저 해당 소구가 일반 화장품으로 표현 가능한 효능·효과의 범위에 들어가는지를 확인해야 합니다. 범위를 벗어나는 표현은 단순히 표현을 약화시키는 것이 아니라, 제품의 소구 구조 자체를 일본 법규제에 맞는 방식으로 다시 설계해야 합니다.

또한 광고 규제는 공식 웹사이트나 상품 랜딩페이지에만 적용되는 문제가 아닙니다. SNS 게시물, 인플루언서 게시물, EC몰 상품 설명, 리뷰 요청 문구, 라이브커머스 발언, 비교 표현, 랭킹 표시 등도 문제될 수 있습니다.

특히 인플루언서 마케팅에서는 의약품의료기기등법상 효능 효과 표현뿐 아니라, 경품표시법상 스티플 마케팅 규제도 유의해야 합니다. 일본에서는 2023년 10월 1일부터 광고임에도 불구하고 광고임을 숨기는 표시가 경품표시법 위반으로 규제되고 있습니다. 제품 제공이나 보수 지급이 있는 경우에는 광고 표시 방식, 게시물 사진 확인, 금지 표현, 수정·삭제 대응을 사전에 정리해 두어야 합니다.

## 성분·표시·의약부외품과의 관계는 광고와 별도로 확인해야 합니다.

광고 표현과 별도로, 성분·표시·의약부외품과의 관계도 중요합니다.

일본에서는 "화장품 기준"에 따라 화장품에 배합할 수 없는 성분, 배합량이 제한되는 성분, 방부제, 자외선 흡수제, 타르색소 등에 관한 규제가 마련되어 있습니다. 따라서 한국에서 판매 중인 제품이라고 하더라도, 일본에서 판매하기 전에는 일본의 화장품 기준에 비추어 성분을 확인해야 합니다.

또한 일본에는 일반 화장품과 별도로 의약부외품, 이른바 약용화장품으로 전개되는 제품도 있습니다. 약용화장품으로 판매하는 경우 일반 화장품보다 일정한 효능 효과를 소구할 수 있는 가능성이 있는 반면, 유효성분, 효능 효과, 용법, 제형, 승인 절차 등에 관하여 별도의 검토가 필요합니다.

여기서 주의해야 할 점은, 특정 성분이 포함되어 있다고 해서 당연히 약용화장품으로 판매할 수 있는 것은 아니라는 점입니다. 또한 약용화장품으로 인정되는 표현도 승인 내용이나 제도상 허용되는 범위에 의해 제한됩니다.

따라서 일본에서 "약용", "미백", "어드름 예방", "피부 거칠어짐 방지" 등을 소구하고자 하는 경우에는, 해당 제품을 일반 화장품으로 판매할 것인지, 의약부외품으로 전개할 것인지를 초기 단계에서 정리할 필요가 있습니다.

성분 확인과 광고 확인은 서로 관련되어 있지만 동일한 문제는 아닙니다. 성분상 판매가 가능하다고 하여 광고 표현까지 적법하다고 볼 수는 없습니다. 반대로 광고상 사용하고 싶은 표현이 있는 경우에는, 그 표현을 실현하기 위해 제품 설계나 의약부외품으로서의 전개 가능성을 검토해야 할 수도 있습니다.

## 일본 시장에서는 규제 대응과 비즈니스 설계를 함께 고려해야 합니다.

일본 진출에서는 규제 대응과 비즈니스 설계를 분리해서 생각해서는 안 됩니다.

수입판매 구조는 광고 책임과 클레임 대응에 영향을 미칩니다. 일본 측 파트너에게 독점권을 부여할 것인지는 향후 판매 확대나 일본 법인 설립에도 영향을 미칩니다. 광고 표현은 일반 화장품으로 판매할 것인지, 의약부외품으로 전개할 것인지라는 상품 전략과도 연결됩니다.

또한 일본에서 판매 규모가 확대되면 일본 법인 설립, 일본 기업 인수, 인재 채용, 취업규칙, 사회보험, 매장·창고·오피스 임대차, 부동산 계약 등도 문제됩니다.

이와 관련하여, 한국 기업이 일본 시장에서 본격적으로 사업을 전개하는 경우에는 이미 화장품 제조판매업 허가 등을 보유하고 있고, 일본 내 판매체계와 거래처를 갖춘 일본 기업을 M&A를 통해 인수하는 것이 유효한 선택지가 될 수 있습니다.

새롭게 일본 법인을 설립하고, 허가, 인력, 판매채널, 물류, 관리체계를 처음부터 구축하려면 시간과 비용이 소요됩니다. 반면 기존 일본 기업을 인수하는 경우에는 다음과 같은 장점을 기대할 수 있습니다.

- 기존 허가 및 관리체계를 활용할 수 있는 가능성
- 일본 내 판매처, 거래처, 물류체계, 고객 기반을 승계할 수 있는 가능성
- 일본어 표시, 광고 심사, 품질관리, 소비자 대응 경험이 있는 인력을 확보할 수 있는 가능성
- 한국 본사의 제품력과 일본 기업의 판매·관리체계를 결합하여 사업 확대를 앞당길 수 있는 가능성

다만 M&A는 단순히 "허가를 가진 회사를 사면 된다"는 문제가 아닙니다. 화장품 회사를 인수하는 경우에는 일반적인 재무·법무 실사에 더하여, 다음과 같은 화장품 분야 특유의 확인이 필요합니다.

- 화장품 제조판매업 허가, 제조업 등록, 품목신고 등의 상황
- 과거 광고 표현, 랜딩페이지, SNS 게시물, 인플루언서 마케팅
- 행정지도, 소비자 클레임, 회수 대응의 유무
- 상표, 브랜드, 상품 이미지, 광고 소재, SNS 계정의 권리관계
- 재고, 판매계약, 대리점계약, EC몰 계약
- 임직원, 취업규칙, 미지급 임금, 사회보험, 노무 분쟁
- 사무실, 매장, 창고 등의 임대차계약
- 인수 후 한국 본사의 제품을 일본에서 어떻게 취급할 것인지

특히 화장품 회사의 M&A에서는 허가의 유무뿐만 아니라, 과거 광고·표시·품질관리·클레임 대응의 이력도 확인하는 것이 중요합니다. 인수 후 과거 광고 표현이나 관리체계의 문제가 드러나면 예상하지 못한 리스크를 승계할 수 있습니다.

따라서 M&A는 일본 진출을 가속화할 수 있는 유효한 수단이 될 수 있지만, 화장품 규제, 광고 규제, 계약, 노무, 부동산을 포함한 종합적인 확인이 필수적입니다.

### 3

## 맺음말

일본은 한국 화장품 기업에게 큰 가능성을 가진 시장입니다. K-Beauty에 대한 관심은 높고, SNS와 EC를 통한 시장 전개도 비교적 용이합니다.

그러나 일본 시장에서 안정적으로 성장하기 위해서는 단순히 제품을 수출하는 것만으로는 부족합니다. 일본 내 수입판매체계, 일본 측 파트너와의 계약, 광고 표현, 성분·표시·의약부외품과의 관계를 초기 단계부터 정리해야 합니다.

또한 사업이 일정 규모 이상으로 확대되는 경우에는 일본 법인 설립이나, 이미 허가와 판매체계를 보유한 일본 기업의 M&A도 중요한 선택지가 될 수 있습니다. 다만 이 경우에도 허가, 광고, 품질관리, 계약, 노무, 부동산 등을 포함한 종합적인 확인이 필요합니다.

일본 진출의 출발점은 "일본에서 판매할 수 있는가"만이 아닙니다. 보다 중요한 질문은 "일본에서 적법하고 지속적으로 판매할 수 있는 체계를 만들 수 있는가"입니다. 한국 기업이 일본의 법규제와 실무를 정확히 이해하고, 자사의 제품, 광고, 계약, 판매체계를 일본 시장에 맞게 설계하는 것이 지속적인 성장의 첫걸음이 될 것입니다.

## 저자 소개



고지원 / Jiwon Koh  
일본 변호사 / 뉴욕주 변호사시험 합격

일본 법무법인 요도야바시 야마가미 합동 소속. 오사카 및 도쿄에 거점을 둔 일본 로펌에서 기업법무, M&A, 국제거래, 인사·노무, 부동산, 헬스케어·미용·화장품 분야의 규제 대응, 광고 심사, 계약서 작성·검토, 분쟁 대응 등을 수행하고 있습니다.

현재는 한국 대형 법무법인에서 Visiting Attorney로 근무하면서, 한국 기업의 일본 진출, 일본 법인 설립, M&A, 일본 내 규제 대응 및 계약 실무 등에 관한 법률 지원을 제공하고 있습니다.

일본 진출과 관련한 실무 정보를 한국어로도 제공하고 있으며, 자세한 내용은 아래 한국어 페이지 및 관련 칼럼을 참고하실 수 있습니다.

<https://lawyer-koh.com/korean>

## 관련 세미나 안내

「일본 화장품 수출 실무 웨비나 - 계약·규제·광고·성분·M&A 완전 정복」 웨비나

본 웨비나에서는 일본의 수입판매체계, 계약 실무, 광고 규제, 최근 규제 업데이트, 의약부외품·약용화장품의 성분 확인 방법, 일본 기업 M&A 및 관련 인사·노무·부동산상 유의사항에 대해 실무적인 관점에서 설명할 예정입니다.

일본 시장 진출을 검토하는 기업, 일본의 대리점·수입판매업자·인플루언서와 거래하고 있는 기업, 일본에서의 광고 표현이나 약용화장품 전개에 관심이 있는 기업에게 실무상 논점을 정리하는 기회가 되기를 바랍니다.

일시 : 2026. 7. 16.(목), 10:00~12:00, 14:00~16:30  
주최 : 대한화장품협회  
대상 : 해외 수출 회사 또는 수출 계획 중인 회사  
참가비 : 회원사 10,000원/1인, 비회원사 30,000원/1인  
언어 : 한국어

**수강신청**

- 관련링크:

[https://kcia.or.kr/home/edu/edu\\_01.php?type=view&no=17736&ss=page%3D3%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D](https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17736&ss=page%3D3%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D)

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

◦ 보건복지부, 제11차 한-베트남 FTA 관세위원회 개최에 따른 업계 의견 조회의 건(~7.14까지)

보건복지부에서는 ‘제11차 한-베트남 FTA 관세위원회’를 서울에서 8.5.~8.6.(잠정) 양일간 개최 예정입니다.

이에 협회는 양국 간 관세위원회에서 논의가 필요한 안건에 대하여 업계의 의견을 여쭙고 이를 취합하여 제출하고자 하오니

위 내용과 관련하여 의견이 있으신 경우, [붙임]의 양식에 따라 의견 작성하시어 2026년 7월 14일(화) 오전까지 우리 협회(e-mail: tulip97@kcia.or.kr)로 회신하여 주시길 바랍니다.

붙임. 의제 제출 양식(제출기업명) 1부. 끝.

- 관련링크:

[https://kcia.or.kr/home/edu/edu\\_01.php?type=view&no=17746&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D](https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17746&ss=page%3D2%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 마지막 ESG 인사이트 리포트 <화장품 패키징 규제 통합 가이드> 입니다. 업무에 많은 참고 바라며, 리포트 원본 파일은 첨부파일을 참고하시기 바랍니다.



### 01. 화장품 패키징의 전략적 가치

## 화장품 패키징의 역할과 목적

| 화장품 패키징의 핵심 역할  |  |
|-----------------|--|
| 제품 보호 & 안정성     | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 내용물 품질 유지·손상 방지</li> <li>✓ 제조-포장-유통-사용기한 전 과정에서 안정성 확보</li> </ul>     |
| 소비자와 브랜드의 소통 창구 | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 정확·명료·객관적인 정보 제공</li> <li>✓ 사용감·브랜드 정체성을 드러내는 첫인상 역할</li> </ul>       |
| 지속가능한 소비로의 여정   | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 친환경 소재 사용 &amp; 재활용 설계 적용</li> <li>✓ 소비자에게 지속가능한 선택 메시지 전달</li> </ul> |

### 화장품 패키징 주요 Point

|                                    |                                |                           |
|------------------------------------|--------------------------------|---------------------------|
| <b>설계</b><br>포장최소화를 위한 제품 설계 및 디자인 | <b>생산</b><br>재활용성 확보 및 재생원료 적용 | <b>재활용</b><br>생산자책임 재활용제도 |
|------------------------------------|--------------------------------|---------------------------|

### 02. 화장품 산업의 주요 패키징 규제

## 과대포장규제

| 국내 과대포장 규제 |                   | 포장 공간 비율 | 포장 횟수 |
|------------|-------------------|----------|-------|
| 단위 제품      | 인체 및 두발 세정용 제품류   | 15% 이하   | 2차 이내 |
|            | 그 외 화장품류 (방향제 포함) | 10% 이하   | 2차 이내 |
| 종합제품       |                   | 25% 이하   | 2차 이내 |
| 1회용 수송 포장  |                   | 50% 이하   | 1차 이내 |

※ 2026년 4월 30일 이후 소비자에게 수송되는 택배에도 규제

### 과대 포장 규제의 목적

- ✓ 폐기물 감축 및 폐기물 처리의 사회적 부담 감소
- ✓ 환경 오염 및 탄소배출량 감축
- ✓ 패키징의 과대 생산 비용 및 구매비용의 경제적 부담 감소
- ✓ 소비자 권익 보호 및 기만 방지

### 기업의 과대포장 규제 대응 Point!

| 구분       | 항목           | 내용   |
|----------|--------------|--|
| 포장 공간 비율 | 규제 기준        | ✓ 화장품 종류별 기준인지, 순함량·단일소재 등 공통 기준인지 구분  |
|          | 공간비율 허용수치    | ✓ 허용되는 공간비율 정량 수치로 규제 강도 파악  |
| 측정 방식    | 패키징 부피 측정 기준 | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 내·외부 치수 기준 구분 필요</li> <li>✓ 국가별 패키징 두께 제한 확인(예: 한국 10mm)</li> </ul> |
|          | 제품 부피 측정 기준  | ✓ 완충재 사용 여부, 공간계수 적용 여부 등 국가별 방식 파악  |
| 포장 제한    | 포장 횟수        | <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 가능한 포장 횟수 확인</li> <li>✓ 포장 횟수별 공간비율제한 적용 확인</li> </ul>              |
|          | 포장 비용 비율 규제  | ✓ 전체 판매가 대비 포장 비용 비율 제한 규제 확인  |
| 기타       | 행정 제재        | ✓ 과태료부터 영업정지·폐업까지 처분 수위 확인   |
|          | 국가별 특징       | ✓ 중국 내용물 기준 공간비율 적용, 대만 단일소재 장려 규제 완화 등 국가별 확인 필요  |

- 관련링크:

[https://kcia.or.kr/home/edu/edu\\_01.php?type=view&no=17092&ss=page%3D1%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D](https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17092&ss=page%3D1%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D)

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

○ 「화장품 글로벌 규제조사지원센터」, 「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" 사이트가 있으니까요

|   |  |
|---|--|
| <p style="text-align: center;"><b>17개국 화장품 제도<br/>인허가에 대한 최신 웨비나<br/>강의 자료, 강의 영상!</b></p> <p style="font-size: 0.8em;">유럽, 미국, 브라질, 중국, 러시아, 홍콩, 영국,<br/>캐나다, 멕시코, 대만, 일본, 베트남,<br/>인도네시아, 필리핀, 말레이시아, 사우디, 인도</p> | <p style="text-align: center;"><b>핵심을 모아 정리한<br/>각국별 "수출시 주의사항"<br/>자료집!</b></p> <p style="font-size: 0.8em;">미국, 일본, 아세안, EU, 영국, 브라질, 호주,<br/>러시아, GCC, 인도,<br/>아세안 환관 인증제도, 말레이시아</p> |
| <p style="text-align: center;"><b>13개국 인허가<br/>대행사 정보</b></p>   | <p style="text-align: center;"><b>세계 23개국<br/>화장품 법령 정보 제공</b></p>   |
| <p style="font-size: 0.8em;">10개국(중국, 유럽, 한국 등)<br/>화장품 배합금지배합한도 정보</p>    |  |

## REVIEW 웨비나 100% 리얼 수강 후기

|  |   |
|--|---|
| <p style="font-size: 0.8em;">실무에 밀접한 콘텐츠 위주의 교육이었기에<br/>도움이 많이 되었습니다. 또한 중요한 부분만<br/>장에서 강의해주셔서 매우 알찬 교육이었습니다.</p>     | <p style="font-size: 0.8em;">성금사에 및 인허가 관련 실무적인 교육<br/>감사드립니다.</p>                  |
| <p style="font-size: 0.8em;">OMUFA 관련하여 궁금한 부분을 자세히<br/>설명해 주셔서 도움이 됐습니다. Q&amp;A 방식으로<br/>진행한 것이 더욱 도움이 된 것 같습니다.</p> | <p style="font-size: 0.8em;">질의응답을 잘해주었고 FDA 대응에<br/>도움이 많이 될 것 같습니다.</p>           |
| <p style="font-size: 0.8em;">일본 화장품, 약妆외용 입구에 대해<br/>자세히 이해할 수 있었습니다.</p>  | <p style="font-size: 0.8em;">현지 전문 인허가 에이전트의 강의와 답변을<br/>통해 궁금한 점들이 많이 해결되었습니다.</p> |
| <p style="font-size: 0.8em;">현장 질문과 실시간 질의응답 최고였어요.</p>  | <p style="font-size: 0.8em;">현지 상황에 대해 알 수 있었습니다.</p>                               |
| <p style="font-size: 0.8em;">구체적인 사례를 들어 알려주셔서 좋았습니다.</p>  | <p style="font-size: 0.8em;">강사님 전문성이 좋았습니다.</p>                                    |
| <p style="font-size: 0.8em;">각 나라별로 차이가 나는 규정이나 제도 등을<br/>알 수 있도록 정보를 주셔서 많은 도움이 됩니다.</p>                              | <p style="font-size: 0.8em;">어려운 내용에 대해 자세한 설명 감사드립니다.</p>                          |
| <p style="font-size: 0.8em;">세세한 내용 및 예시들과<br/>명확한 번역까지 이해가 쉬워요!</p>   | <p style="font-size: 0.8em;">세세한 부분까지 강연해주셔서 좋았습니다.</p>                             |
| <p style="font-size: 0.8em;">핵심적인 내용을 명확하게 설명해 주셔서<br/>이해가 쉬웠습니다.</p>  | <p style="font-size: 0.8em;">최고였어요!!</p>  |



- 관련링크:  
[https://kcia.or.kr/home/edu/edu\\_01.php?type=view&no=15750&ss=page%3D1%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D](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.

"대한화장품협회"와 카카오톡 친구 추가 방법 안내

# 대한화장품협회 카카오톡 친구 추가 방법 안내



친구추가 하러가기

## 카카오톡 친구 추가시 혜택



화장품 법령 및 정책  
정보 실시간 제공



화장품 관련 교육  
및 해외 수출 정보



언제 어디서든  
간편한 정보 확인

## 친구 맺기 3단계 방법



**1. 카카오톡 접속 후 '더보기' 클릭**  
하단 메뉴의 점 3개 버튼을 눌러  
설정 페이지로 진입합니다.



**2. 검색창에 '대한화장품협회' 입력**  
상단 돋보기 아이콘을 누르고  
대한화장품협회 이름을 정확히 검색합니다.



**3. 채널 버튼 클릭하여 친구 추가**  
검색 결과에서 협회 채널을 선택하고  
친구 추가 아이콘을 클릭합니다.

# 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**

### [한국지식재산보호원] 해외 상표 무단선점 심층조사 지원사업

한국지식재산보호원에서 해외 상표 무단선점 피해 예방을 위한 지원사업을 진행하고 있습니다. 많은 관심과 참여 바랍니다.

#### ■ 해외 상표 무단선점 심층조사 무료 지원

##### ※ 해외 상표 무단선점 심층조사란?

우리기업의 해외 무단선점 피해 예방을 위해 기업이 지정한 국가를 대상으로 자사 상표 및 유사상표 출원 현황을 조사하고, 무단선점이 의심되는 상표와 출원인에 대한 심층조사 및 분쟁 이력 등 관련 정보를 종합 제공하는 사업입니다.

#### ■ 지원 대상: 국내 소재 기업

#### ■ 지원 내용:

- 기업 국내 등록(또는 출원) 상표 최대 3개에 대해 신청 가능
- 최대 10개국까지 희망 조사 국가를 선택 가능(제한 없음)
- 글로벌 무단선점 심층조사 결과 분석 보고서 및 교육 제공

#### ■ 신청 방법:

- 신청 기간: 매월 5일부터 20일(정기모집)
- 신청 창구: K-브랜드 보호 포털(<https://ip-navi.or.kr/kbrands>)을 통한 온라인 신청 및 제반 서류 제출

※ 한국지식재산보호원 K-브랜드보호실

☎ 02-6196-2057 | ✉ [ipsupport@koipa.re.kr](mailto:ipsupport@koipa.re.kr)

**2026**

## 해외 상표 무단선점 심층조사

비용 0원

해외 상표무단선점 피해(예상) 기업들을 대상으로 맞춤형 예방·대응 전략 제공을 위한 해외 상표 무단선점 심층조사 지원사업을 안내드립니다.

**지원대상** 국내 소재 기업

**지원내용** 기업 보유 상표 최대 3개, 최대 10개국을 대상으로 조사를 진행하며, 전문수행기관을 통한 해외 상표 무단선점 종합보고서 제공 및 맞춤형 상담·교육을 지원

**기업부담금** 없음(무료)

**신청방법** [K-브랜드보호포털]-[상표무단선점]-[지원사업신청]에서 신청

**문의처** 한국지식재산보호원 K-브랜드보호실  
02)6196-2057  
ipsupport@koipa.re.kr

지원하러 바로가기

- 관련링크:  
[https://kcia.or.kr/home/edu/edu\\_01.php?type=view&no=17691&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D](https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17691&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

○ 대한화장품협회 회원사 전용 제휴 할인 서비스 제공 안내



# 회원사 전용 제휴 할인 서비스 제공 안내

제휴업체 서비스 이용시  
10% ~ 40% 할인 혜택 제공!



🔍 **혜택 확인하러 가기** >

### 서비스 제공 분야

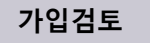
|   |                      |
|---|----------------------|
|    | 10~30% 할인<br>관세법인    |
|   | 10% 할인<br>물류         |
|  | 10~40% 할인<br>상표, 지재권 |
|  | 10~20% 할인<br>통번역     |
|  | 20% 할인<br>신용정보       |

- 관련링크:

[https://kcia.or.kr/home/edu/edu\\_01.php?type=view&no=17705&ss=page%3D%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D](https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17705&ss=page%3D%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D)

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

# 대한화장품협회 회원 가입 안내

|                        |  |  |
|------------------------|--|--|
| <p><b>구비서류</b></p>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>① 대표자 이력서 1부</li> <li>② 회사소개서 1부</li> <li>③ 회사연혁 1부</li> <li>④ 사업전개방향 1부</li> <li>⑤ 제조판매업등록증(제조업등록증) 사본 1부</li> </ul>   |  |
| <p><b>회원의 자격</b></p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 정회원</li> <li>- 화장품 제조업 또는 제조판매업을 하는 법인 또는 개인</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 준회원</li> <li>- 화장품 판매자, 원료제조·공급자, 화장품연구기관, 화장용구 제조업자</li> </ul>           |
| <p><b>회비</b></p>       | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 정회원</li> <li>- 입회비 : 월회비 × 12월</li> <li>- 월회비 : 매출액에 따른 차등 적용(매출액이 30억원 이상인 경우)</li> <li>※ 전년도 매출액이 30억원 미만인 경우 입회비 1,800,000원, 월회비 150,000원 임</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 준회원</li> <li>- 입회비 : 500,000원(정액)</li> <li>- 월회비 : 정회원의 2/3 적용</li> </ul> |
| <p><b>회원가입시 혜택</b></p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 총회 의결권</li> <li>• 회원사 애로 사항 대정부 건의</li> <li>• 해외마케팅 지원(중국 상해, 중국 광주, 홍콩, 인코스메틱글로벌 전시회 한국관 참가지원)</li> <li>• 영문증명서 발급</li> <li>• GMP 컨설팅</li> <li>• 해외 수출에 필요한 정보 제공</li> <li>• 국내 변화정보(법령, 시장 통계, 해외 인허가 대행 명단)제공</li> <li>• 성분사전(온라인) 정보 제공</li> <li>• 화장품 관련 정부 실시간 제공(홈페이지, SNS, 코스메틱리포트)</li> <li>• 중국 수출관련 심층자료 제공</li> <li>• 중소기업 포상 확대</li> <li>• 회원사 친목 도모를 위한 정보교류 강화(조찬간담회, 정기총회)</li> <li>• 협회 주최 교육(세미나) 등록비 할인</li> <li>• 수수료 우대 혜택(발간물, 영문증명수수료, 광고자문, 성분사전)</li> <li>• 회원사 홍보(신규회원, 경조사등 홈페이지에 홍보)</li> </ul> |  |
| <p><b>회원가입절차</b></p>   | <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;">  </div>  |  |
| <p><b>문의</b></p>       | <p>대한화장품협회 경영관리실 Tel 070-7858-0564</p>   |  |

◦ 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](http://www.kcia.or.kr)

협회 SNS를 통해서도 함께해요~!

 [http://pf.kakao.com/\\_nLIsxd](http://pf.kakao.com/_nLIsxd)

 <http://facebook.com/hikca>



(사)대한화장품협회  
Korea Cosmetic Association