

# COSMETIC REPORT

발행처 (사)대한화장품협회  
발행월 2026년 7월 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

# CONTENTS

## 화장품 정보 03

수출 10조 K-뷰티, 색조만 역성장…BB크림 돌파구 뭘까[뉴시스] -----04

정부 부처 협업, 수출기업의 해외인증 장벽 허문다[장업신문] -----05

K뷰티 사우디 시장 진출 본격 지원[CMN] -----05

〈해외화장품 시장동향〉일본 세안제 시장동향[코트라 해외시장뉴스] -----06

## 협회 업무추진현황 17

2026년 점프업 K-코스메틱 CEO 간담회 참가 신청 안내-----18

2026년 '화장품의 날' 부대행사(서울광장) 홍보관 참여 기업 모집 안내-----19

「해외 온라인 위조 의심 화장품 확인·대응 지원사업」 참여기업 모집 안내-----20

## 행사 소식 26

[피부기반기술개발사업단] 신규 화장품 국가 R&D사업 기획을 위한 설문조사 참여 안내-----27

[한국지식재산보호원]「찾아가는 IP 분쟁닥터」현장지원 신청 안내-----28

## 회원사 소식 29

대한화장품협회 회원사 전용 제휴 할인 서비스 제공 안내-----30

# 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

수출 10조 K-뷰티, 색조만 역성장…BB크림 돌파구 될까(‘26.7.17)

- 17일 식품의약품안전처에 따르면 올해 상반기 국내 화장품 수출액은 사상 처음으로 10조원을 넘어선 70억 달러(한화 약 11조원)으로 집계됐음. 품목별로는 기초화장품이 전년 동기 대비 25% 성장하며 전체 수출 확대를 견인한 반면 색조화장품은 4.2% 감소하며 주요 품목 가운데 상대적으로 부진한 성적을 냈음
- 업계에서는 K-뷰티가 강점을 가진 스킨케어 기술을 접목한 BB크림 등 하이브리드 베이스 메이크업이 글로벌 색조 시장의 새로운 돌파구가 될 수 있다는 기대가 나온다

- 관련링크:  
[https://www.newsis.com/view/NISX20260716\\_0003712980](https://www.newsis.com/view/NISX20260716_0003712980)

[K-뷰티 미국 리포트 ①] 한류 영향력의 ‘약화’…제품력 중심 소비로 재편(‘26.7.14)

- 미국 소비자들이 K-뷰티를 바라보는 시선이 빠르게 변하고 있음. 과거 한국 대중문화의 인기로 기대 호기심으로 소비하던 ‘문화 소비’ 단계를 지나, 이제는 가격과 성분, 리뷰를 꼼꼼히 따져보는 ‘실용 소비’ 단계로 진입했다는 분석임
- K-뷰티는 이제 일시적 유행을 넘어, 철저히 검증된 제품만 살아남는 실용 시장에 본격 진입한 것으로 분석됨

- 관련링크:  
<https://www.thebk.co.kr/news/articleView.html?idxno=310309&page=4&total=76613>

14억 소비시장, 中 현지 브랜드와 경쟁에서 K-뷰티의 새로운 공략법은?(‘26.7.13)

- 코트라는 13일 효과적인 진출 전략을 제시하기 위해 ‘중국 5대 소비재별 최신 시장 동향 및 진출전략’ 보고서를 발간했다고 밝혔음
- 황재원 코트라 중국지역본부장은 “가격, 품질 경쟁에 더해 디자인, 브랜드 마케팅 차별화가 반드시 필요하고 이러한 차별화 포인트가 중국 바이어, 소비자에게 최대한 인식될 수 있도록 K-소비재 마케팅을 계속 확충하겠다”고 말했음

- 관련링크:  
<https://www.cncnews.co.kr/news/article.html?no=11080>

정부 부처 협업, 수출기업의 해외인증 장벽 허문다(‘26.7.14)

- 산업통상부 국가기술표준원(원장 김대자, 이하 국표원)은 7월 13일 서울 KOTRA에서 수출 중소·중견기업의 정보 접근성 및 활용도를 극대화하기 위해 정부 8개 부처 협업으로 ‘해외인증 지원사업 합동 설명회’를 개최하였음
- 이번 설명회는 부처별로 다양한 해외인증 지원사업을 종합 안내하고, 글로벌 해외인증 장벽에 맞서 우리 기업들의 선제적 대응 체계를 다지기 위해 마련되었으며, 해외인증 및 수출 지원사업 통합 소개, AI 기반 해외인증 상담 챗봇 시연, 주요 해외인증 시험·인증서의 국내 발급 안내 등 해외인증 지원 맞춤형 세션으로 구성되어 참여 기업들의 큰 호응을 얻었음

- 관련링크:  
<https://www.jangup.com/news/articleView.html?idxno=99253>

신규 화장품 R&D 사업, 철저한 현장 수요에 방점! ('26.7.13)

- 내년 말로 종료하는 ‘혁신성장 피부건강 기반기술 개발사업’ (보건복지부 지원)을 진행하고 있는 피부기반기술개발사업단(사업단장 황재성· www.ncrkorea.kr ·이하 사업단 )이 해당 사업의 후속으로 오는 2028년부터 추진 준비 중인 ‘(가칭) 차세대 지속가능 화장품 기술개발 사업’ 기획을 위한 1차 기술수요조사를 오늘(13일)부터 시작해 이달 30일까지 실시함
- 관련해 사업단 측은 “이번 조사는 우리나라 화장품 산업의 미래 성장동력 확보와 지속가능한 기술경쟁력 강화를 위해 기업·대학·연구기관·병원·평가기관 등 다양한 주체의 의견을 수렴하는데 목적을 둔다. 설문은 기획용역 수행기관 (주)에이치애피파트너스가 맡는다”고 밝혔음

- 관련링크:  
<https://cosmorning.com/news/article.html?no=53137>

K-뷰티 북미 존재감 확인 쇼케이스('26.7.15)

- 화장품전문지 공동 취재단]미국 라스베이거스가 K-뷰티의 존재감을 확인하는 쇼케이스가 됐음. 13일(현지시간) 만달레이 베이 컨벤션센터에서 개막한 '2026 북미 코스모프로프 라스베이거스' 현장은 북미 시장 확대를 모색하는 한국 뷰티 기업들의 열기로 가득 찼음
- 코비타 김성수 명예회장은 "한국 부스가 전체의 20%를 차지하는 데다 독립 부스까지 더하면 현장에서 체감하는 영향력은 그 이상"이라며 "북미 시장에서의 성공 경험이 우리 기업들에게 지속적이고 공격적인 도전으로 이어지는 강력한 동력이 되고 있다"고 분석했음

- 관련링크:  
<https://www.geniepark.co.kr/news/articleView.html?idxno=61137>

K뷰티 사우디 시장 진출 본격 지원('26.7.14.)

- 중소벤처기업부(장관 한성숙)와 주사우디아라비아왕국 대한민국 대사관(대사 강신철)은 K뷰티 중소 브랜드사의 사우디 진출을 촉진하기 위해 ‘K뷰티 사우디 진출 지원사업’ (이하 지원사업) 참여기업을 6월 29일부터 7월 23일까지 모집한다고 밝혔음
- 심재윤 중기부 글로벌성장정책관은 “중소기업 수출품목 1위 자리를 유지하고 있는 K뷰티의 글로벌 진출 가속화를 위해서는 새로운 고객 확보 등 수출 다변화를 위한 노력이 매우 중요하다”며, “이번 사우디 시장 진출 지원을 발판으로 중동 지역 전반으로 K뷰티의 열풍이 확산될 수 있기를 기대한다”고 밝혔음

- 관련링크:  
[https://www.cmn.co.kr/sub/news/news\\_view.asp?news\\_idx=50442](https://www.cmn.co.kr/sub/news/news_view.asp?news_idx=50442)

10명당 9명 꼴 피부상태 때문에 “고민이에요” ('26.7.16)

- 가장 빈도높게 나타나고 있는 피부상태에 대한 고민을 보면 잔주름·주름살(41%), 건성피부(40%), 칙칙한 피부(37%) 등의 순으로 집계된 가운데 피부상태로 인한 고민이 가장 빈도높게 영향을 미치고 있는 부위는 안면인 것으로 조사됐음
- 스위스의 피부건강 전문 제약기업 갈더마(Galderma)는 4개 대륙에 걸쳐 11개국에서 총 1만1,000명 이상의 성인들을 대상으로 진행한 후 지난 7일 공개한 ‘피부상태 프로파일링’ 설문조사 결과를 통해 이 같이 밝혔음

- 관련링크:  
<https://www.beautynury.com/news/view/111789/cat/10/page/1>

○ 해외화장품 시장 동향

일본 세안제 시장동향

2026-06-26 도쿄무역관 김현재

- 모공 관리, 각질 케어 등 기능성 세안제 수요 확대 -
- 최근 3년간 한국산 수입 급성장 속 경쟁 심화… 차별화 전략 필요 -

상품명 및 HS코드

〈상품명, HS코드 및 관세율〉

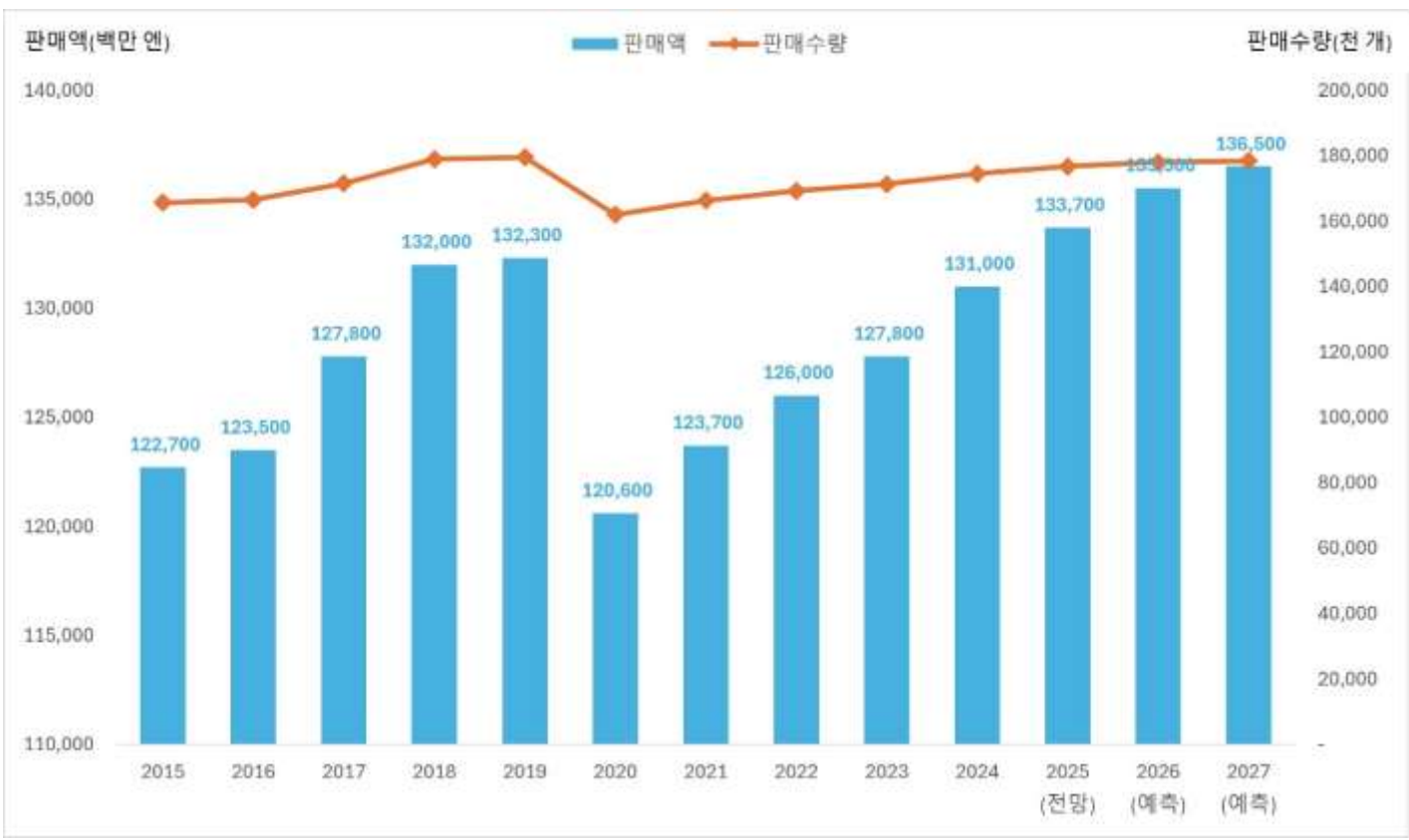
| HS코드   | 상품명                                                                                       |
|--------|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| 340130 | 유기 계면활성제 및 그 조제품(피부 세정에 사용되는 것으로, 액상 또는 크림 형태이며 소매용으로 만든 것에 한정하고, 세척을 포함하든 포함하지 않든 관계없다.) |

[자료: 일본 재무성 무역통계 수입통계품목표(2026년 4월 1일)]

세안은 피지 오염, 각질, 얼굴에 붙은 먼지 등 수성 성분을 제거하기 위해 사용되는 것이 보통인데 클렌징(파운데이션, 마스크라, 립스틱 등 색조 화장을 지우는 메이크업 제거)으로 는 완전히 제거되지 않은 계면활성제나 메이크업 잔여물 등을 씻어내는 역할을 하기도 한다. 본고에서는 피부 표면의 세정을 목적으로 하며, 비누가 가진 세정력에 더해 피부 보호 기능과 모공의 노폐물을 제거하는 효과를 겸비한 얼굴 전용 세정제를 중심으로 다루고자 한다.

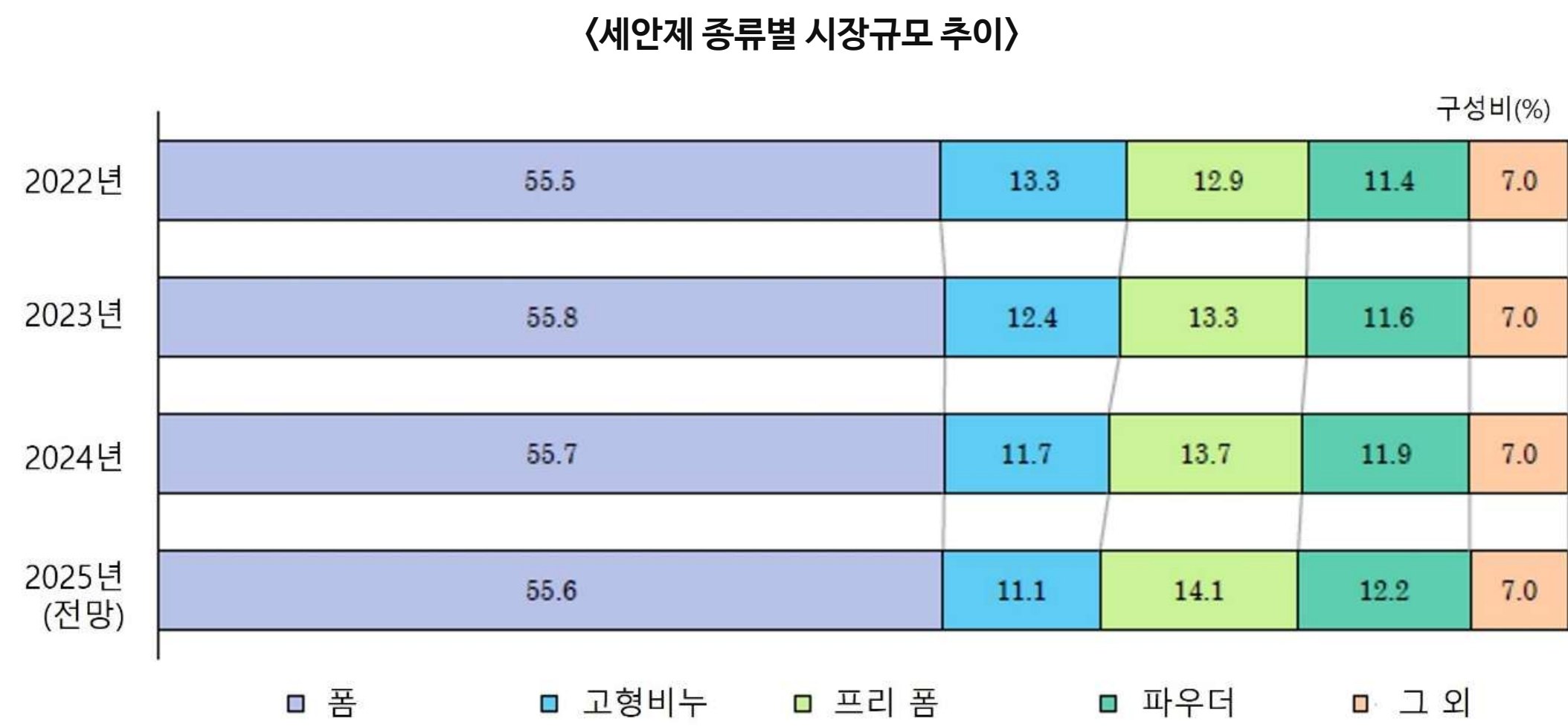
세안제 시장은 코로나19 팬데믹 속에서도 사용 빈도는 줄지 않았으나 백화점 등 오프라인 매장의 인바운드 수요 감소로 인해 마이너스를 기록하였다가 2021년에는 영업 재개, 마스크 착용 습관화에 따른 모공 및 각질 케어 수요로 회복되었다. 2023년에는 코로나19의 영향이 거의 사라지고 마스크 미착용 비율이 높아짐에 따라 모공 케어 수요가 높아졌으며 방일 관광객의 증가로 수요가 회복세를 보였다. 이러한 인바운드 수요 회복세에 더해, 일본 내에서도 피부 관리, 각질 케어 등에 대한 관심이 높아지면서 필링 기능을 내세운 상품이 출시되고, 고부가가치 상품으로서 단가 상승도 이어지며 시장은 확대되었다.

〈일본의 세안제 시장규모〉



[자료: 후지경제연구소]

세안제는 크게 폼, 고형비누, 프리폼, 파우더, 기타 이렇게 다섯 종류로 나눌 수 있다. 폼이란 크림 또는 젤 타입으로 프리폼의 등장으로 인해 비중은 미미하게나마 하락세를 보여왔다. 고형비누는 엄밀히 따지면 HS 340130에 해당되지 않으나 높은 세정력, 피부 친화성 등을 기반으로 소위 레거시 세안제로서 고정적인 지지를 받고 있다. 다만, 거품을 내는 데에는 타제품 대비 한계가 있어 비중은 감소세를 이어가고 있다. 프리폼은 펌프나 에어로졸 용기 등을 사용하고, 눌렀을 때 제형이 거품으로 나오는 타입을 의미하는데, 높은 편의성을 바탕으로 폼 유형의 수요층을 흡수하고 있다. 또한 제조사들은 거품을 만드는 기술을 향상시켜 편의성을 더욱 높이는데 중점을 두고 있다. 파우더는 분말 형태의 세안제로 모공 관리에 대한 수요가 높아짐에 따라 세정력도 높고 모공 속 노폐물도 제거하기 쉬운 효소를 사용한 제품의 수요가 높아지고 있다. 기타에는 스크럽이나 젤, 액상 타입의 제품이 포함된다. 특히 2025년에는 스크럽과 클레이, 스크럽과 숯 등 스크럽 신제품이 시장에 다수 출시되며 모공케어 수요를 흡수하려는 움직임이 활발해지며 보습 스크럽과 같은 신기술도 등장하고 있다.



[자료: 후지경제연구소]

주재국 수입동향 및 대한 수입규모

일본의 세안제 수입시장은 최근 3개년 동안 안정적인 규모를 유지하고 있으며, 전체 수입액은 2023년 1억 6667만 달러에서 2024년 1억 7458만 달러로 증가한 뒤 2025년에는 1억 7345만 달러를 기록하며 소폭 감소하였다. 주요 수입국은 프랑스, 베트남, 태국 등으로, 2025년 기준 이들 3개국이 전체 수입시장의 약 50% 이상을 차지하고 있다. 일본의 한국산 세안제의 수입액은 2023년 1456만 달러에서 2024년 2439만 달러로 크게 증가하였으며, 2025년에도 2188만 달러를 기록해 높은 수준을 유지하였다. 이에 따라 한국의 시장점유율은 2023년 8.7%에서 2024년 14.0%로 확대되었으며, 2025년에도 12.6%를 기록해 프랑스·베트남·태국에 이어 4위 수입국 지위를 유지하고 있다. 특히 한국산 제품은 최근 3년간 수입 규모가 약 50% 증가하는 등 주요 경쟁국 대비 높은 성장세를 보이며 일본 세안제 시장 내 영향력을 확대하고 있는 것으로 나타났다.

〈일본의 최근 3개년 세안제(HS 340130) 수입 통계〉  
(단위: US\$ 천, %)

| 순위 | 국가  | 수입액     |         |         | 비율     | 증감율<br>(’25/’24) |
|----|-----|---------|---------|---------|--------|------------------|
|    |     | 2023    | 2024    | 2025    | 2025   |                  |
| -  | 전체  | 166,668 | 174,575 | 173,452 | 100.0% | -0.6%            |
| 1  | 프랑스 | 22,949  | 27,846  | 29,606  | 17.1%  | 6.3%             |
| 2  | 베트남 | 23,671  | 24,303  | 28,961  | 16.7%  | 19.2%            |
| 3  | 태국  | 29,104  | 26,453  | 28,533  | 16.5%  | 7.9%             |
| 4  | 한국  | 14,562  | 24,385  | 21,877  | 12.6%  | -10.3%           |

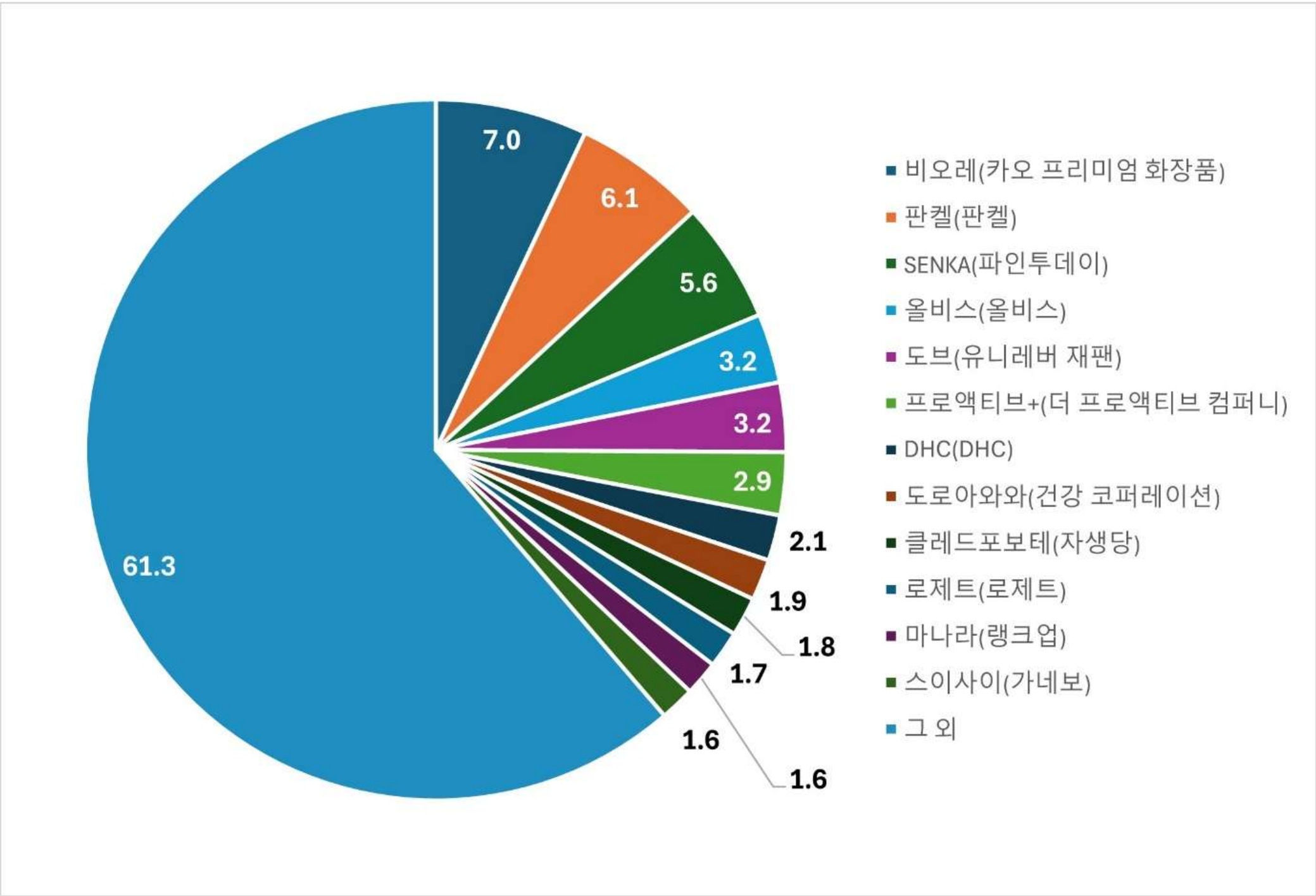
|    |       |        |        |        |       |        |
|----|-------|--------|--------|--------|-------|--------|
| 5  | 미국    | 14,878 | 19,113 | 17,875 | 10.3% | -6.5%  |
| 6  | 호주    | 11,385 | 10,545 | 9,537  | 5.5%  | -9.6%  |
| 7  | 인도네시아 | 10,934 | 9,267  | 7,624  | 4.4%  | -17.7% |
| 8  | 중국    | 8,721  | 6,349  | 6,512  | 3.8%  | 2.6%   |
| 9  | 말레이시아 | 5,992  | 6,108  | 6,001  | 3.5%  | -1.8%  |
| 10 | 이스라엘  | 12,298 | 8,325  | 3,716  | 2.1%  | -55.4% |

[자료: Global Trade Atlas(2026. 6. 1.), 순위는 2025년 수입액 기준 내림차순]

경쟁동향

일본 세안제 시장은 특정 브랜드에 대한 소비자 선호가 비교적 분산되어 있는 가운데, 기타 브랜드가 61.3%를 차지해 시장이 다수의 브랜드로 구성된 경쟁 구조를 보이고 있다. 개별 브랜드 기준으로는 카오 프리미엄 화장품에서 출시한 비오레가 7.0%로 가장 높은 점유율을 기록했으며, 이어 판켈(6.1%), SENKA(5.6%)가 상위권을 형성하고 있다. 그 밖에 올비스와 도브가 각각 3.2%, 프로엑티브+가 2.9%를 차지하는 등 주요 브랜드들의 점유율은 대부분 한 자릿수 수준에 머물렀다. 또한 DHC(2.1%), 도로아와와(1.9%), 클레드포보테(1.8%), 로제트(1.7%), 마나라 및 스이사이(각 1.6%) 등 다양한 브랜드가 시장에 참여하고 있어 경쟁이 치열한 것으로 나타났다. 이러한 구조는 일본 세안제 시장이 특정 기업 중심의 과점 시장이라기보다 다양한 브랜드가 공존하는 다극화 시장임을 시사한다.

〈세안제 브랜드별 시장점유율〉  
(단위: %, 괄호 안은 제조사명)



[자료: 후지경제연구소]

※ 단, 점유율 1.5% 이하의 브랜드는 ‘기타’로 표시

〈주요 세안제 제조사 동향〉  
(단위: 백만 엔)

| 제조사명           | 2024년 판매액 | 동향                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|----------------|-----------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 카오 프리미엄<br>화장품 | 10,720    | - 대표 상품은 ‘비오레’와 ‘큐렐’ 두 브랜드<br>- 비오레의 경우 ‘더 페이스 거품 세안제’를 대표 상품으로 ‘마찰 없는 세안’을 강조하며 꾸준히 인기 제품으로 판매되고 있음<br>- 큐렐의 경우 민감성 피부 사용자들에게 꾸준히 인기를 얻고 있음                                                                                                                                    |
| 판켈             | 8,220     | - 2024년에 브랜드 다각화 전략을 전면 재검토하며 브랜드 강화를 목표로 ‘뷰티 부케’ 등의 브랜드를 ‘판켈’ 브랜드로 통합 일원화함<br>- 2024년 말 초등학생용 세안제 ‘클리어 업 거품 세안제’를 출시하면서 본격 어린이용 스킨케어 시장을 열고 있음<br>- 회사 내 화장품 사업이 무진한 가운데 세안제 부분은 연간 총 매출이 증가하는 추세<br>- 창업 이래 세안제는 파우더 유형을 중심으로 제조, 판매해왔으나 2025년에는 크림 타입의 신제품을 출시해 신규 고객 유치를 도모 |
| 파인투데이          | 7,300     | - 코로나 이후 SENKA 브랜드 탄생 20주년을 기념한 대규모 리뉴얼 및 광고홍보를 통해 시장 점유율 확대<br>- 세안제 프리미엄 라인으로 2024년 7월 ‘SENKA 프리미엄 퍼펙트 워밍 클리어’를 한정수량으로 판매하고 2025년 2월 정식 제품으로 전국에 출시함                                                                                                                          |
| 가네보 화장품        | 4,870     | - 2024년에는 스이사이에서 출시한 탄산 거품 세안 파우더 ‘뷰티 클리어 필링 파우더 워시’ 제품이 각질케어 수요자들에게 인기를 끄며, 2025년에는 여드름 예방 제품, 복합성 피부 타깃 제품, 모공케어 제품 등 기능성 세안제를 출시<br>- 가네보의 ‘스크러빙 머드 워시’가 클레이 배합에 따른 모공 케어 효과가 높다는 호평이 이어지며 높은 재구매율을 보이며 브랜드 실적 확대를 견인 (2024년에는 화장품 리뷰 사이트 @COSME에서 베스트 코스메틱 명예의 전당에 오름)      |
| 더 프로액티브<br>컴퍼니 | 3,790     | - 2024년 말부터 ‘프로액티브+’ 시리즈를 리뉴얼하고 신제품을 출시하는 등 견조한 성장을 보였음.<br>- 그러나 2025년 1월 후지TV 스캔들로 TV 광고를 줄이고 웹 검색을 통한 유입을 주요 경로로 삼고 있는데, 본 제조사는 지상파 광고에 대한 의존도가 높았기 때문에 일부 타격을 입음<br>- 유통 채널별로는 통신 판매가 부진한 반면, 매장 판매가 선전하고 있음                                                                |

[자료: 후지경제연구소]

〈주요 세안제품 목록(2026. 6월 첫째주 기준 TOP 5)〉

| 제품명<br>(브랜드명)                      | 제품 이미지                                                                              | 제품 특징                                                                                                          |
|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 집에서 하는<br>에스테틱<br>딥클레이 세안<br>(비오레) |    | - 각질 제거, 때와 오염을 깔끔하게 제거하여 맑고 매끈한 피부를 만들어 줌<br>- 카오 프리미엄 화장품(제조사)만의 각질 파괴 기술을 탑재<br>- 보습 성분을 함유                 |
| 에센스 인<br>클렌징 폼<br>(d프로그램)          |   | - 민감성 피부를 위한 저자극 세안제로 수분을 유지·공급하면서 각질층 장벽을 보호하며 세정<br>- 당김없이 촉촉한 세정감                                           |
| 가네보 스크러빙<br>머드 워시<br>(가네보)         |  | - 3단계 질감 변화를 통해 피부를 갈고 닦는 듯이 세정하는 흡착 연마 세안제<br>- 모로코 용암 클레이를 함유한 페이스트에 스크럽을 첨가<br>- 페이스트이나 물에 닿으면 부드러운 거품이 발생함 |

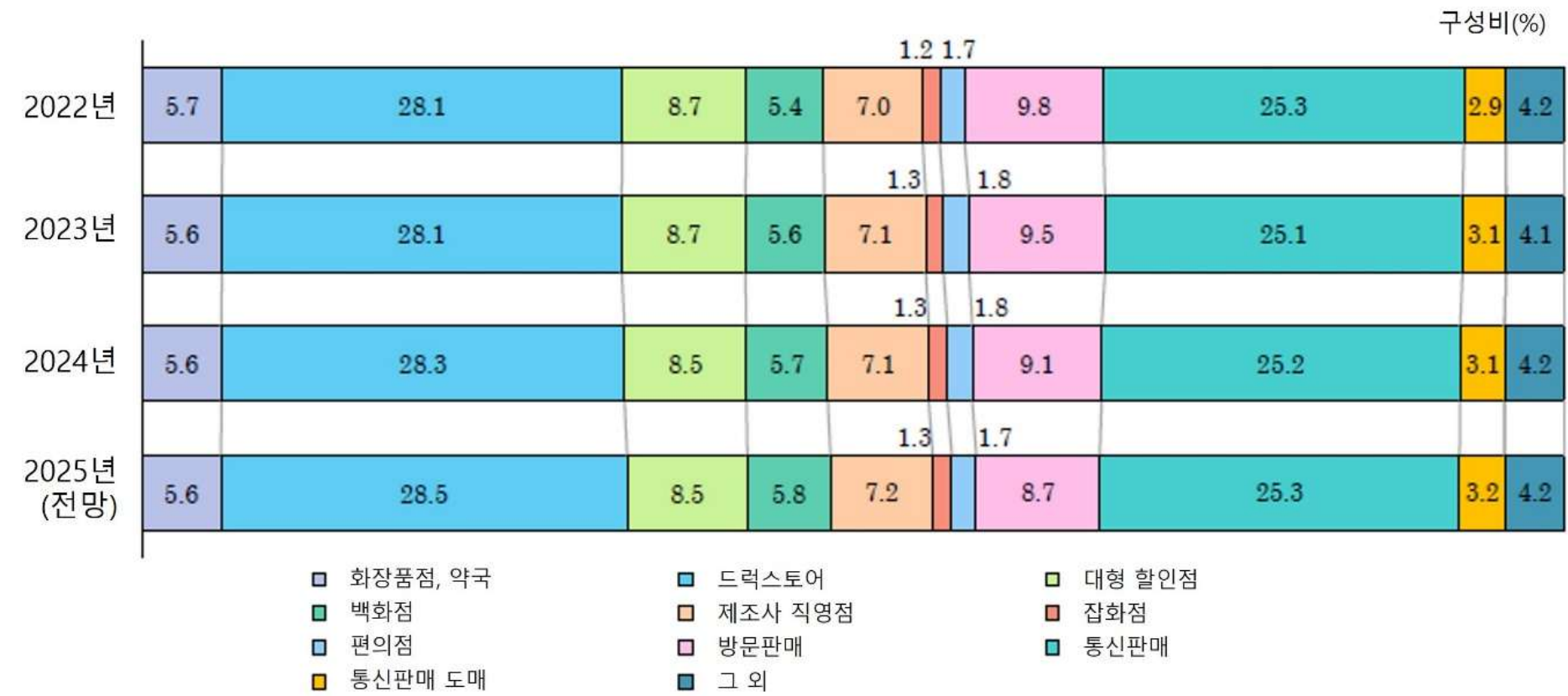
|                                  |                                                                                      |                                                                                                                                      |
|----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| ABC-G 필 워시<br>(닥터케이)             |   | - 일상적인 홈케어로 각질관리에 용이한 거품형 세안제<br>- 각질 연화 성분인 클리콜산이 들어 있어 모공에 낀 각질을 부드럽게 하고, 아미노산 유래의 세정 성분이 피지와 오염물을 씻어내는 역할을 함                      |
| 포어클리어<br>스크럽 워시<br>(ONE BY KOSE) |  | - 높은 모공 세정력과 당김 없는 느낌의 튜브형 스크럽 클렌징 폼<br>- 고세이 최초의 보습 스크럽과 천연 유래 마이크로 스크럽으로 오염물 제거<br>- 숯과 3종 클레이로 모공 내 오래된 각질과 과다한 피지, 오염물을 다각적으로 흡착 |

[자료: 앳코스메(@COSME) 홈페이지]

유통구조

일본 세안제 시장의 유통채널별 구성비를 살펴보면, 드럭스토어가 2024년 기준 28.3%로 가장 높은 비중을 차지하며 핵심 판매채널로 자리 잡고 있다. 이어 통신판매가 25.2%를 기록해 온라인 채널의 영향력이 크게 확대된 것으로 나타났으며, 방문판매(9.1%), 대형 할인점(8.5%), 제조사 직영점(7.1%), 백화점(5.7%) 등이 뒤를 이었다. 2022년부터 2025년 전망치까지의 추이를 보면 드럭스토어와 통신판매 비중은 각각 28%대, 25%대 수준을 유지하며 안정적인 판매 기반을 형성하고 있는 반면, 방문판매는 9.8%에서 8.7%로 점진적으로 감소하는 모습을 보이고 있다. 또한 백화점과 화장품 전문점·약국의 비중은 큰 변화 없이 유지되고 있으며, 통신판매 도매 채널은 2.9%에서 3.2%로 소폭 확대될 것으로 전망된다. 전반적으로 일본 세안제 시장은 오프라인에서는 드럭스토어 중심의 판매 구조가 지속되는 가운데, 온라인·통신판매 채널의 중요성이 높아지며 온·오프라인이 병행되는 유통구조가 정착된 것으로 분석된다.

〈세안제 유통채널별 구성비〉



[자료: 후지경제연구소]

관세율

| HS Code | 관세율                                         |
|---------|---------------------------------------------|
| 340130  | 기본: 4.6%<br>WTO협정: 무관세(無稅)<br>RCEP: 무관세(無稅) |

[자료: 일본 재무성 무역통계 수입통계품목표(2026년 4월 1일), KOTRA 도쿄무역관 종합]

인증

일본에서 세안제를 판매하려면 의약품의료기기법(이하 약기법)에 따라 제품의 성격에 맞춰 필수적인 인허가 및 등록 절차를 반드시 거쳐야 한다. 단순 세정, 보습 목적의 일반 세안제인 경우 배합 금지 성분이 없고 규격에 맞으면 비교적 빠르게 신고 후 판매할 수 있다. 그러나 여드름 예방, 모공 개선 등 특정 기능성 유효성분이 포함된 세안제일 경우 ‘의약부외품’으로 분류되기 때문에 일본 후생노동성 산하 의약품의료기기종합기구(이하 PMDA)의 승인을 받아야 하며 이는 최소 1년 이상의 기간이 소요된다.

시사점

일본 세안제 시장은 엔데믹 이후 연간 1% 대의 성장률을 보이고 있으나, 그 안에서는 단순 세정에서 모공·각질 케어, 효소·클레이·스크럽 등 기능성 제형으로 무게중심이 옮겨가고 있다. 성장 동력이 판매량이 아니라 단가와 기능에 있는 만큼, 한국 기업은 가격·물량 경쟁보다 명확한 기능적 콘셉트와 고부가가치 포지셔닝으로 접근할 필요가 있다.

한국산은 최근 3년간 수입 규모가 약 50% 늘며 4위 수입국에 올랐으나, 2025년 수입액이 전년 대비 10.3% 감소한 점은 주의할 대목이다. 같은 기간 베트남(+19.2%)·태국(+7.9%)이 점유율을 늘린 것과 대비되며, 후발 경쟁국의 추격이 본격화되고 있음을 보여준다. ‘한국 제품’이라는 이미지에 기대기보다 제품 자체의 차별성 확보가 관건이며, 저자극·보습 세정 수요는 순한 기능성 제형에 강점을 지닌 한국 기업이 파고들 수 있는 유효한 틈새로 보인다.

진입 경로 측면에서는 통신판매 비중이 25.2%까지 확대된 점에 주목할 만하다. 온라인 채널은 신규·중소 브랜드의 진입 문턱을 낮추지만, 그만큼 ‘발견되는 능력’이 매출을 좌우한다. 초기에는 온라인 채널과 리뷰·바이럴 마케팅으로 평점과 인지도를 쌓는 전략이 효과적이다. 한편 여드름 예방·모공 개선 등을 내세운 기능성 제품은 의약부외품으로 분류되어 PMDA 승인에 최소 1년 이상이 소요되므로, 일반 화장품으로 우선 진입해 평판을 확보한 뒤 기능성 라인으로 확장하는 단계적 전략을 취할 수 있다.

자료: 재무성 무역통계, 후생노동성, PMDA, Global Trade Atlas, 후지경제연구소, 앳코스메, 마츠모토 키요시 온라인몰 등 KOTRA 도쿄무역관 자료 종합

〈저작권자 : © KOTRA & KOTRA 해외시장뉴스 2026. 06. 26.〉

# 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

◆ 예정 행사

◦ 2026년 점프업 K-코스메틱 CEO 간담회 참가 신청 안내

우리 협회는 화장품 산업의 경쟁력 강화 지원 및 상호 협력을 도모하고자 「2026년 점프업 K-코스메틱 CEO 간담회」를 개최합니다. 이번 간담회는 화장품 기업 CEO를 모시고 인플루언서 마케팅·커머스 전략과 화장품 광고위반 사례 및 광고자문 제도에 대한 정보를 공유하여 최신 트렌드 대응과 실무적 리스크 예방에 도움을 드리고자 마련되었습니다. 기업의 한층 더 높은 성장을 모색하고 업계 대표자 간 소통의 장이 될 이번 간담회에 귀사의 많은 관심과 참석을 부탁드립니다.

-아 래-

- 가. 일시 : 2026. 7. 24 (금) 오전 10:00(종료후 오찬 예정)
- 나. 장소 : 레페리(여의도 파크원 타워 2, 34층)
- 다. 참석대상 : 화장품산업 CEO 및 임원(회원, 비회원 모두 가능)
- 라. 신청기한 : 2026. 7. 22(수) 까지
- 마. 참가신청 :  
☞ 신청하러 가기 : <https://forms.gle/WibX6BP8cjS9Phjc6>
- ※ 본 간담회는 신청 선착순 마감입니다.

- 관련링크:  
[http://kcia.or.kr/home/edu/edu\\_01.php?type=view&no=17755&ss=page%3D1%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D](http://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17755&ss=page%3D1%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D)

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

◦ 2026년 '화장품의 날' 부대행사(서울광장) 홍보관 참여 기업 모집 안내

대한민국 화장품 산업의 규제 혁신과 글로벌 도약을 기념하는 뜻깊은 법정기념일인 「화장품의 날」이 다가오고 있습니다.

올해 이를 기념하여 식품의약품안전처 등 유관 정부 부처의 주요 정책 관계자들이 대거 참석하는 ‘서울광장 홍보관’ 부대행사를 개최합니다

이번 행사는 대한민국 화장품 기업의 우수한 기술력을 직접 선보이고 정책적 공감대를 형성하는 핵심 소통의 장이 될 것입니다

특히, 부스 구역은 정부의 규제·지원 방향을 보여주는 '정책관'과 우수 기업의 혁신성을 증명하는 '기술관'이 나란히 배치되어 운영됩니다.

귀사와 같이 K-뷰티 트렌드를 선도하는 기업이 '기업관'에 참여하신다면, 정부 관계자들에게 브랜드의 신뢰도를 각인시키고 향후 정부 지원 사업 및 규제 혁신 논의에서 최고의 기회가 될 것입니다.

아래 행사 개요를 확인하시고, 공신력 있는 대정부 홍보와 네트워크 확보의 기회가 될 이번 화장품의 날 부대행사에 꼭 함께해 주시기를 바랍니다.

1. 행사 개요

- 행사명: 화장품의 날 기념 서울광장 홍보관 (부대행사)
- 일시: 9월 7일(월) 09:00 ~ 17:00
- 장소: 서울광장 (정부 정책관 및 기업 기술관 조성)
- 주요 참가 대상: 화장품 기업 등
- 운영 구성
  - 정책관: 정부-유관기관 등 8개 부스
    - \* 식약처 화장품 정책 홍보, 위조화장품 단속 홍보, 올바른 화장품 사용 홍보 등
  - 기술관: 참가기업 12개 부스
    - \* 화장품 최신 트렌드와 기술을 시민들이 직접 체험할 수 있는 프로그램을 운영

2. 모집 부스 및 참여 혜택 (기업 기술관)

- 배정 부스: 총 12개 부스 (배치도 상 우측 8~11번 / 남측 13~20번 부스 한정)
  - 주요 콘셉트:
    - 최신 뷰티 기술 전시
    - 맞춤형 기술 브리핑 및 최신 트렌드 체험존 운영
  - 참가 기업 핵심 혜택:
    - 식약처 등 공동 참여하는 공신력 있는 행사 내 기술력 입증
    - 정책 네트워크 기회: 현장을 방문하는 정부 부처 결정권자 및 규제 기관 담당자들과의 자연스러운 대면 및 교류
    - 브랜드 위상 제고: 단순 판매 공백을 넘어 '대한민국 대표 화장품 기술 기업'으로서의 대외 이미지 각인
- ※ 제품 단순 판매, 기업·제품의 일방적 단순 홍보, 설명이나 체험이 없는 단순 샘플 배포 불가

3. 신청 방법 및 문의

- 신청 기한: 2026년 7월 24일까지(선착순 12개 기업 마감 예정)
  - 회신 및 문의처:
    - 담당자: (주)에이치앤컴퍼니 구정일 실장
    - 연락처: 070-7728-9940 / [jikoo@gancompany.co.kr](mailto:jikoo@gancompany.co.kr)
- ※ 회신 양식(회사명, 담당자 연락처, 이메일등) 작성 후 이메일 제출

K-뷰티의 지속 가능한 성장을 위해 정부와 기업이 함께 뜻을 모으는 이번 자리에 적극적인 참여와 성원을 부탁드립니다.

- 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.

◆ 추진 현황

◦ 「해외 온라인 위조 의심 화장품 확인·대응 지원사업」 참여기업 모집 안내

해외 온라인 판매사이트에서 유통되는 위조 의심 화장품은 소비자 안전을 위협할 뿐 아니라 기업의 브랜드 신뢰와 매출에 직접적인 피해를 줄 수 있어, 위조 의심 단계에서 신속하게 진위를 확인하고 관계기관과 연계하여 대응하는 것이 중요합니다.

식품의약품안전처, 지식재산처, 관세청 및 우리 협회는 위조화장품에 대한 공동 대응체계를 구축하기 위해 2026년 6월 16일「위조 화장품 대응을 위한 업무협약」을 체결하였습니다. 각 기관은 동 업무협약에 따라 온라인 유통 현황조사, 위조 의심 제품의 진위 확인 및 유통 대응, 그리고 관련 정부 지원사업 연계 등을 추진하고 있습니다.

이번 사업은 참여기업이 위조 의심 제품을 판매하고 있는 해외 온라인 판매 사이트 게시글 URL을 제공하면, 식품의약품안전처로부터 사업 진행 위탁을 받은 카트리시험연구원에서 해당 제품을 직접 구매하고, 참여기업이 제공한 정품과 외관·용기재질·내용물 성분 패턴 등을 비교·분석하여 진위 확인을 지원하는 사업입니다.

참여기업은 위조 의심 제품을 직접 구매할 필요가 없으며, 해당 제품의 구매 비용은 식품의약품안전처가 부담합니다.

카트리시험연구원측의 비교·분석 및 참여기업의 확인을 통해 위조품으로 판정된 경우, 해당 온라인 판매 게시글 차단, 국내 반입 단계에서의 통관 대응 등이 추진됩니다. 아울러 지식재산처의 해외 온라인 위조상품 대응 및 K-브랜드 분쟁 대응 사업 등 관계기관의 지원사업과 연계하여 실질적인 후속 대응을 지원할 예정입니다.

- 아래 -

가. 신청 대상

- 해외 온라인 판매사이트에서 다음 중 어느 하나에 해당하는 사례를 확인한 국내 화장품 브랜드 기업
  - 자사 제품의 위조품으로 의심되는 판매 게시글이 있는 경우
  - 포장·용기·표시사항 등이 정품과 다르거나 위조가 의심되는 경우
  - 비정상적으로 낮은 가격 또는 비공식 판매자를 통해 유통되는 등 진위 확인이 필요한 경우
  - 자사 제품의 위조품으로 의심되는 판매 게시글이 있는 경우
  - 포장·용기·표시사항 등이 정품과 다르거나 위조가 의심되는 경우

- 비정상적으로 낮은 가격 또는 비공식 판매자를 통해 유통되는 등 진위 확인이 필요한 경우
- 위조 여부는 확정되지 않았으나 소비자 안전 또는 브랜드 보호 차원에서 확인이 필요한 경우

나. 참여기업에 지원되는 내용

- 참여기업이 제보한 위조 의심 제품의 해외 온라인 구매(직구)
- 정품과 위조 의심 제품의 외관·포장·용기 재질 비교
- 정품과 위조 의심 제품의 내용물 성분 패턴 비교·분석
- 분석 결과와 참여기업의 브랜드 식별기준을 종합한 진위 확인
- 위조 판정 제품의 온라인 판매 게시글 차단 등 유통 대응
- 국내 반입 단계에서의 통관 대응
- 해외 온라인 위조상품 대응 및 K-브랜드 분쟁 대응 등 관계기관 지원사업 연계

다. 참여기업에 협조 요청드리는 사항

- 위조 의심 제품명 및 온라인 판매 게시글 URL 제공
- 비교·분석에 필요한 정품 추후 제공
- ※ 비교용 정품의 필요 수량, 제출처 및 제출 방법은 참여기업에 별도로 안내해 드릴 예정입니다.
- 구매 제품의 외관 확인 및 진위 판정에 필요한 의견 제공

라. 신청 방법

- 신청 링크: <https://forms.gle/MCuFfifnwtjHV11r8>
- 신청 기한: 2026년 7월 22일(수) 까지
- ※ 문의: 대한화장품협회 이지영 (070-7841-4618, [jiyoung@kcia.or.kr](mailto:jiyoung@kcia.or.kr)).

붙임. 본 사업 관련하여 자주 묻는 질문(FAQ) 1부.

- 관련링크:

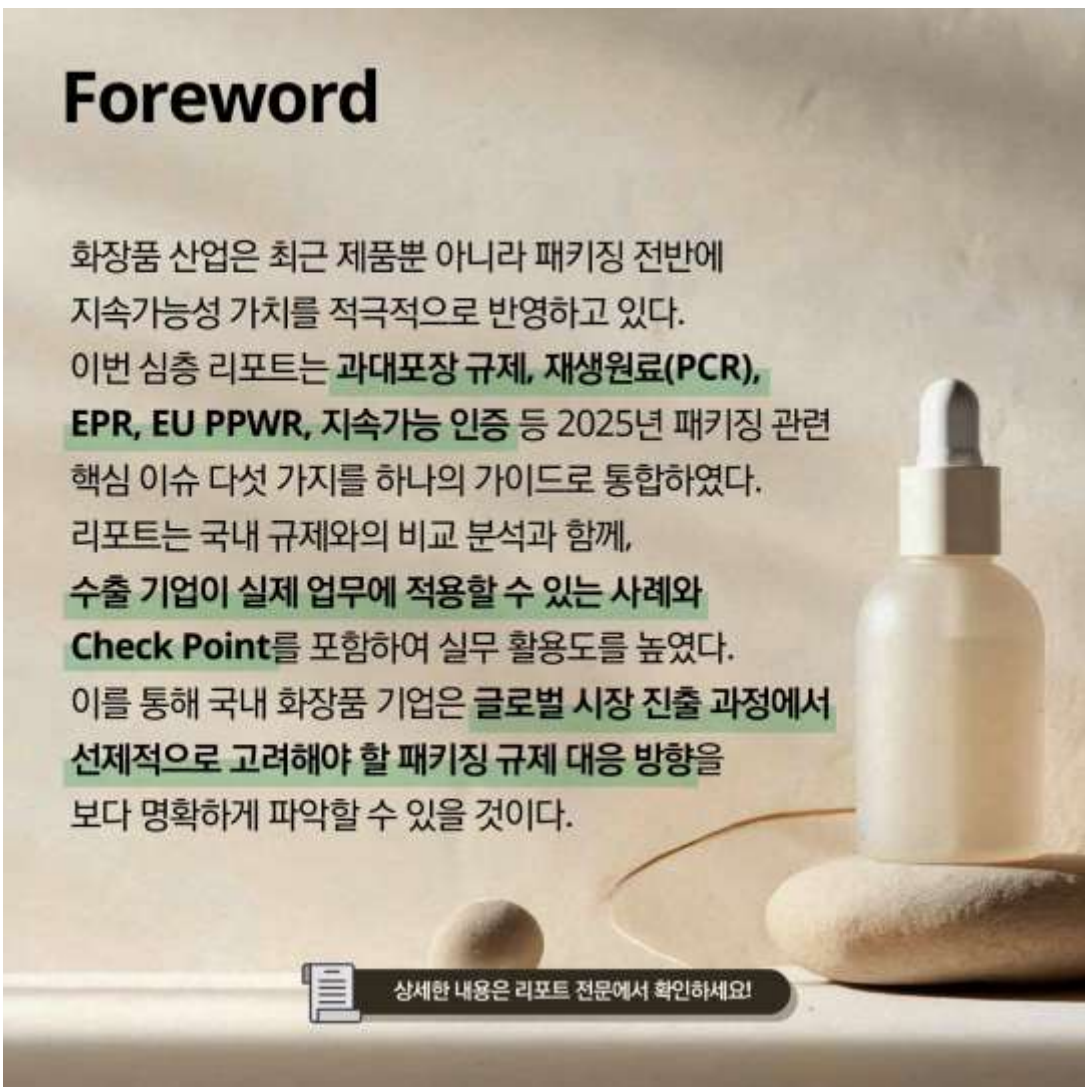
[https://kcia.or.kr/home/edu/edu\\_01.php?type=view&no=17746&ss=page%3D2%26skind%3D%26swor d%3D%26ob%3D](https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17746&ss=page%3D2%26skind%3D%26swor d%3D%26ob%3D)

※ 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



설계

포장최소화를 위한  
제품 설계 및 디자인



생산

재활용성 확보 및  
재생원료 적용



재활용

생산자책임  
재활용제도

02. 화장품 산업의 주요 패키징 규제

과대포장규제

| 국내 과대포장 규제 |                      | 포장 공간 비율 | 포장 횟수 |
|------------|----------------------|----------|-------|
| 단위 제품      | 인체 및 두발 세정용<br>제품류   | 15% 이하   | 2차 이내 |
|            | 그 외 화장품류<br>(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<br>비율           | 규제 기준           | ✓ 화장품 종류별 기준인지, 순함량·단일소재 등<br>공동 기준인지 구분             |
|                       | 공간비율<br>허용수치    | ✓ 허용되는 공간비율 정량 수치로 규제 강도 파악                          |
| 측정 방식                 | 패키징 부피<br>측정 기준 | ✓ 내·외부 치수 기준 구분 필요<br>✓ 국가별 패키징 두께 제한 확인(예: 한국 10mm) |
|                       | 제품 부피<br>측정 기준  | ✓ 완충재 사용 여부, 공간계수 적용 여부 등<br>국가별 방식 파악               |
| 포장 제한                 | 포장 횟수           | ✓ 가능한 포장 횟수 확인<br>✓ 포장 횟수별 공간비율제한 적용 확인              |
|                       | 포장 비용<br>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,<br>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.

K·C·A

대한화장품협회  
Korea Cosmetics Association

# 당신만 모르는 알짜배기 정보 제공 사이트!

처음 수출을 시도하거나 해외시장 진출을 꿈꾸고 계시는 분들!  
수출국 다변화를 절실히 느끼고 계신 분들!  
"화장품 글로벌 규제조화지원센터"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?



최고였어요!!!



- 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



## 카카오톡 친구 추가시 혜택

친구추가 하러가기



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

[피부기반기술개발사업단] 신규 화장품 국가 R&D사업 기획을 위한 설문조사 참여 안내

보건복지부와 피부 기반기술 개발 사업단에서는 국내 화장품 산업의 지속적인 성장과 미래 경쟁력 강화를 지원하기 위해 2028년부터 추진을 준비 중인 신규 화장품 국가연구개발사업을 기획하고 있습니다.

이에 신규사업의 추진 방향과 지원이 필요한 기술을 발굴하고, 산업계·학계·연구계·의료계 등 현장의 다양한 의견을 반영하기 위한 1차 기술수요조사를 실시하오니 회원 여러분과 관련 전문가들의 많은 관심과 참여를 부탁드립니다.

이번 조사의 결과는 향후 신규 화장품 국가연구개발사업의 추진 방향과 세부 지원과제를 마련하기 위한 기초자료로 활용될 예정입니다.

■ 조사 개요

- 조사명: 「(가칭) 차세대 지속가능 화장품 기술개발 사업」 기획을 위한 기술수요조사
- 조사목적: 신규 사업 기획을 위한 기술수요 및 현장 의견 수렴
- 조사기간: 2026년 7월 13일(월)부터 7월 30일(목)까지
- 참여대상: 화장품 관련 산업계·학계·연구계·의료계 전문가 및 관계자
- 참여방법: 온라인 설문조사 참여
- 설문 링크: <https://m.site.naver.com/2cm0o>



■ 주요 조사내용

- 신규 사업의 기획 방향 및 사업 전반에 대한 의견
- 신규 사업을 구성하는 전략과제의 중요도 및 우선순위 평가

응답해주신 의견은 「(가칭) 차세대 지속가능 화장품 기술개발 사업」의 세부 추진 방향과 지원과제를 구체화하는데 소중한 자료로 활용됩니다.

화장품 산업과 연구개발 현장의 수요가 충실히 반영될 수 있도록 적극적인 참여를 부탁드립니다. 관련 전문가와 관계자분들께도 본 조사내용을 널리 공유해 주시면 감사하겠습니다.

※ 조사 관련 문의

- 조사 수행 용역기관: (주)에이치앤피파트너스
- 담당자: 장현준 선임연구원
- 연락처: 070-8827-6134
- 이메일: [hjjang@hannp.com](mailto:hjjang@hannp.com)

붙임. 차세대 지속가능 화장품 기술개발 신규사업\_1차 기술수요조사 안내문

- 관련 링크:

[http://kcia.or.kr/home/edu/edu\\_01.php?type=view&no=17750&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D](http://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17750&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D)

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

[한국지식재산보호원]「찾아가는 IP 분쟁닥터」현장지원 신청 안내

지식재산처에서는 수출(예정) 기업의 해외 진출 과정에서 발생할 수 있는 지식재산(IP) 분쟁을 사전에 예방하고 효과적으로 대응할 수 있도록, 지식재산 전문 변호사·변리사로 구성된「IP 분쟁닥터」가 신청 기업을 직접 방문하여 맞춤형 교육 및 컨설팅을 제공하고 있습니다

이에 2026년 하반기「찾아가는 IP 분쟁닥터」현장지원을 아래와 같이 실시하오니, 관심 있는 기업의 많은 신청을 바랍니다.

- 아래 -

- 신청대상: 수출 중이거나 수출 예정기업
- 신청기간: '26. 7. 1. ~ 8. 31.
- 신청방법: 7월 1일부터 네이버폼을 통해 신청 (<https://naver.me/x1umtblU>)

※ 지식재산처 누리집 > 정책/업무 > 지원시책 > 지식재산권 보호 지원 >  
찾아가는 IP 분쟁닥터 메뉴에서도 신청 안내 확인 가능

- 관련링크:

[http://kcia.or.kr/home/edu/edu\\_01.php?type=view&no=17753&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D](http://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17753&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D)

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

# 회원사 뉴스

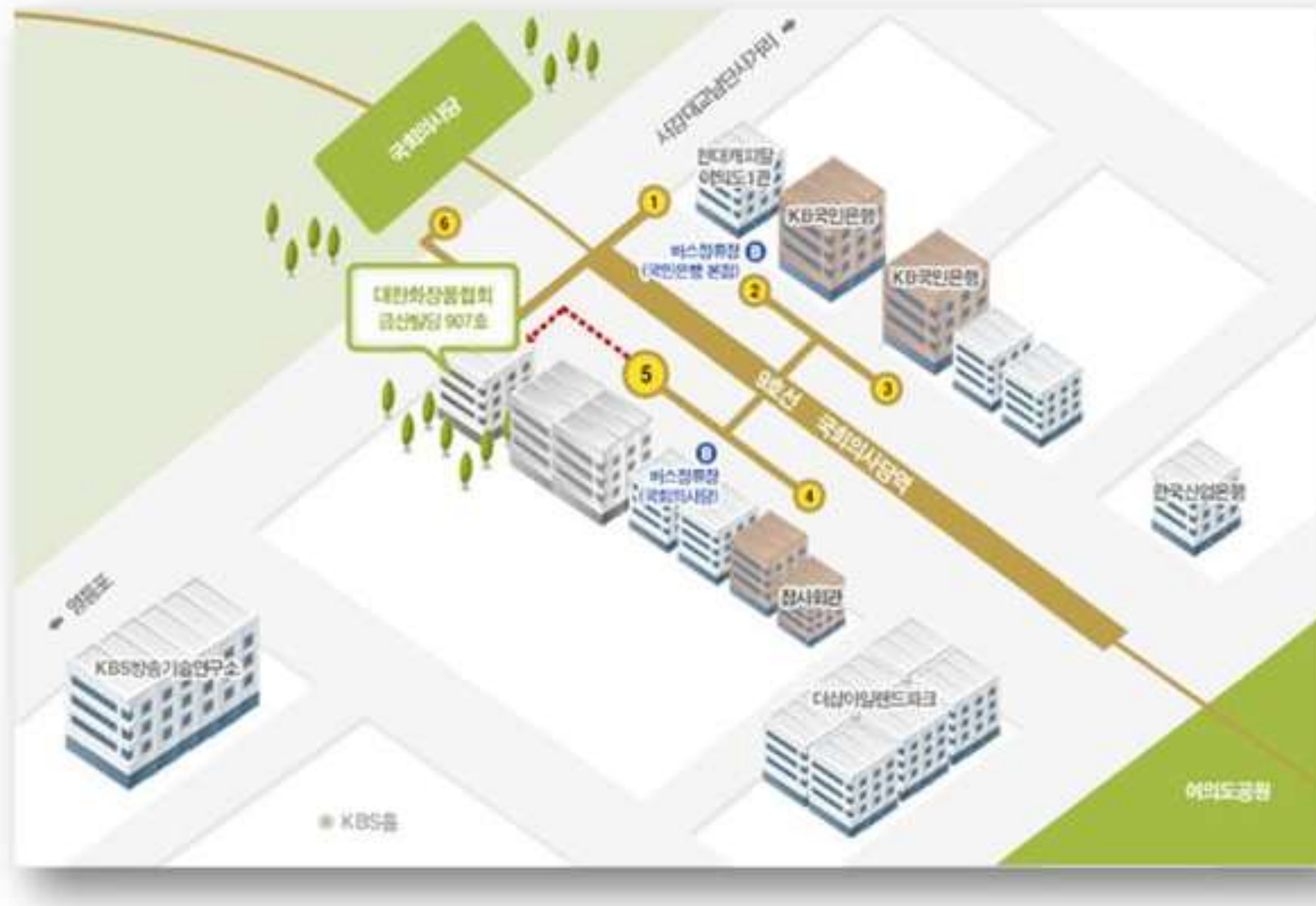
K o r e a  
C o s m e t i c  
A s s o c i a t i o n



대한화장품협회 회원 가입 안내

|          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                               |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| 구비서류     | ① 회원 가입 신청서 1부<br>② 대표자 이력서 1부<br>③ 회사소개서 1부<br>④ 회사연혁 1부<br>⑤ 사업전개방향 1부<br>⑥ 책임판매업등록증(제조업등록증) 사본 1부                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |                                                                                               |
| 회원의 자격   | ▪ 정회원<br>- 화장품 제조업 또는 책임판매업을 하는 법인 또는 개인                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | ▪ 준회원<br>- 화장품 판매자, 원료제조·공급자, 화장품연구기관, 화장용구 제조업자                                              |
| 회비       | ▪ 정회원<br>- 입회비 : 월회비 × 12월<br>- 월회비 : 매출액에 따른 차등 적용(매출액이 30억원 이상인 경우)<br>※ 전년도 매출액이 30억원 미만인 경우 입회비 2,400,000원, 월회비 200,000원 임                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | ▪ 준회원<br>- 입회비 : 500,000원(정액)<br>- 월회비 : 정회원의 2/3 적용<br>※ 전년도 매출액이 30억원 미만인 경우 월회비 130,000원 임 |
| 회원가입시 혜택 | • 총회 의결권<br>• 회원사 애로 사항 대정부 건의<br>• 해외마케팅 지원(중국 상해, 중국 광주, 홍콩, 인코스메틱글로벌 전시회 한국관 참가지원)<br>• 영문증명서 발급<br>• GMP 컨설팅<br>• 해외 수출에 필요한 정보 제공<br>• 국내 변화정보(법령, 시장 통계, 해외 인허가 대행 명단)제공<br>• 성분사전(온라인) 정보 제공<br>• 화장품 관련 정부 실시간 제공(홈페이지, SNS, 코스메틱리포트)<br>• 중국 수출관련 심층자료 제공<br>• 중소기업 포상 확대<br>• 회원사 친목 도모를 위한 정보교류 강화(조찬간담회, 정기총회)<br>• 협회 주최 교육(세미나) 등록비 할인<br>• 수수료 우대 혜택(발간물, 영문증명수수료, 광고자문, 성분사전)<br>• 회원사 홍보(신규회원, 경조사등 홈페이지에 홍보) |                                                                                               |
| 회원가입절차   | <div>STEP 1 가입신청 → STEP 2 가입검토 → STEP 3 회원가입 완료</div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                               |
| 문의       | 대한화장품협회 경영관리실 Tel. 070-8709-8616                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                                                               |

## ◦ 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/\\_nLlsxd](http://pf.kakao.com/_nLlsxd)



<http://facebook.com/hikca>



(사)대한화장품협회

Korea Cosmetic Association