

# COSMETIC REPORT

**발행처** (사)대한화장품협회  
**발행월** 2018년 6월 다섯째주  
**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

‘화장품법 시행규칙 일부개정령(안)’ 입법예고 [코스모닝]

1~5월 중국 화장품 수출 85.3% 급증 [CNC뉴스]

화장품 인터넷광고, TV 앞질렀다 [뷰티누리]

〈국내외정보〉

‘화장료 조성물’ 발명으로 특허기술상 수상! -특허청, 특허기술상 가이드- [특허청]

〈해외화장품시장동향〉

인도 화장품시장의 첫 단추, CDSCO 인증 [코트라 해외시장뉴스]

## 법령 정보 29

## 협회 업무추진현황 31

## 행사 소식 53

## 회원사 뉴스 66

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

**‘화장품법 시행규칙 일부개정령(안)’ 입법 예고(‘18.6.22)**

- 영·유아와 어린이를 대상으로 판매하는 화장품에 ‘사용제한 원료’를 사용한 경우 제품 포장에 해당 성분 함량을 표시함으로써 안전관리를 강화하는 내용을 골자로 한 ‘화장품법 시행규칙 일부개정령(안)’(식약처 공고 제 2018-255호)이 입법예고됨.
- 식품의약품안전처(처장 류영진·www.mfds.go.kr)가 입법예고한 개정령(안)에 제 19조 화장품 포장의 기재·표시 등에서 신설한 8호에 어린이를 ‘만 4세 이상 만 18세 미만의 사람을 말한다’는 내용이 담김.

- 관련링크:

<http://cosmorning.com/25833/>

**‘나고야의정서’ 관련 유전자원 통합 신고 시스템 8월 오픈(‘18.6.29)**

- 유전자원법이 8월 18일 시행되며, 6월 28일 정부는 경제장관회의에서 ‘나고야 의정서’ 이행을 위한 국내 준비상황을 점검했음
- 유전자원법은 나고야의정서의 국내 이행을 위해 제정된 법으로, 외국의 유전자원을 이용해 화장품을 개발하는 경우 유전자원 제공국 정부에 미리 통보해 승인을 받아야 한다. 또 발생하는 이익을 공정하게 나눌 것을 규정하고 있음

- 관련링크:

<http://www.cncnews.co.kr/news/article.html?no=3655>

**일자리 으뜸기업에 화장품社 7곳 영예(‘18.6.26)**

- 동원시스템즈, 메디톡스, 삼화플라스틱, 에이피알, 엘앤피코스메틱, 코스메카코리아, 한국콜마주식회사(가나다 순)가 대한민국 일자리 으뜸기업으로 선정되는 영예를 안았음
- 고용노동부는 지난 25일 대한민국 일자리 으뜸기업의 첫 번째 주인공으로 화장품 관련 기업 7곳을 포함한 100곳 기업을 발표했다. 이날 선정된 100곳 기업 가운데 민간기업은 93곳, 공기업은 7곳임

- 관련링크:

<http://cosmorning.com/25900/>

**저장상표(등록하고 사용하지 않는 상표) 2172건 등록 취소(‘18.6.25)**

- 이미 등록되었으나 사용하지 않는 상표에 대한 취소 심판제도가 최근 강화되고 있어 화장품 관련 기업들의 상표 관리에 각별한 관리가 필요할 전망이다
- 특허심판원(원장 고준호)은 지난 해 특허청(청장 성윤모)에 상표 등록을 해놓고 사용하지 않는 상표인 저장상표 2천172건에 대한 등록을 취소했으며, 이는 2016년 1천207건보다 80.0% 증가한 수치임

- 관련링크:

<http://cosmorning.com/25882/>

**폭발적 성장 미용기기, 일본 시장도 예외 없다('18.6.25)**

- 최근 국내 미용기기 시장이 폭발적 성장을 이어나가고 있는 가운데 일본 시장 진출도 낙관적이라는 전망이 나왔음
- 가정용 미용기기는 홈케어를 선호하는 바쁜 직장인들 사이에 최근 인기가 급증하고 있음

- 관련링크:

<http://www.geniepark.co.kr/news/articleView.html?idxno=40901>

**포커스 차이나 위한 법상은 차려졌다('18.6.22)**

- 중국이 세계의 '공장'에서 세계의 '시장'으로 안착 단계에 접어들면서 소비재 수입정책에 많은 변화가 일고 있음
- 최근 발표되는 일련의 소비재 관련 정책들을 살펴보면 기존 정책에서 한 발 나아가는 개방적 성격의 방향성이 강하게 읽힘

- 관련링크:

[http://www.cmn.co.kr/sub/news/news\\_view.asp?news\\_idx=26998&flag=h](http://www.cmn.co.kr/sub/news/news_view.asp?news_idx=26998&flag=h)

**중국 프리미엄 스킨케어 시장에 주목하라('18.6.25)**

- 중국의 스킨케어 시장이 성장함에 따라 프리미엄 제품 시장을 전략적으로 공략해야 한다는 연구결과가 나와 주목됨
- KOTRA 중국 선전무역관에 따르면 중국 로컬 화장품 브랜드가 현지 시장에서 급속하게 성장하고 있으며, 전년대비 10.3%의 증가세임

- 관련링크:

<http://www.beautynury.com/news/view/81592/cat/10>

**미국 화장품 시장 진출시 선택해야할 유통? '백화점 NO'('18.5.21)**

- 국내 화장품은 2016년 하반기부터 사드영향으로 중국에서 미국 등 다른 국가로의 진출을 추진해 나가고 있음
- 산자부의 4월 수출 실적 통계에서도 증명되고 있으며, 미국은 2,000만 달러, EU는 1,000만 달러를 각각 수출했고, 특히 지난 2017년 동월 대비 미국은 3.0%, EU는 52.0%의 증가율을 기록했음

- 관련링크:

<http://www.thebk.co.kr/news/articleView.html?idxno=184718>

**국내 화장품 가맹점 규모 4,467개...더페이스샵, 29개 감소('18.6.20)**

- 공정거래위원회가 직전사업년도 말 기준으로 조사한 국내 화장품 가맹점 현황에 따르면 2016년에 총 가맹점은 4,038개로 1년 동안 429개가 증가한 것으로 분석됐음
- 2017년 말 기준으로 아리따움이 1,253개로 가장 많은 가맹점을 보유한 것으로 나타났으며, 이어 이니스프리 724개, 더페이스샵 547개, 에뛰드하우스 353개, 토니모리 323개, 미샤 309개, 네이처리퍼블릭 297개, 스킨푸드 226개, 더샘 136개, 잇츠스킨 114개 등임

- 관련링크:

<http://www.thebk.co.kr/news/articleView.html?idxno=184823>

**1~5월 중국 화장품 수출 85.3% 급증 ('18.6.26)**

- 올해 하반기 화장품 수출이 견조한 증가세를 유지할 가능성이 높다는 전망이 나왔음
- 중소기업연구원은 25일 'KOSBI 중소기업 동향' 보고에서 "한류 영향 속에 중소기업의 유망 소비재 수출 증가율은 두 자릿수를 기록하고 있으며, 특히 화장품의 수출 증가율은 50.4%(1~5월)로 급증했다"고 설명했으며, 특히 화장품의 대 중국 수출은 85.3% 급증했음

- 관련링크:  
<http://www.cncnews.co.kr/news/article.html?no=3638>

**'중국산 짝퉁'에 울상짓는 'K-마스크 팩' ('18.6.10)**

- 중국은 국가 특성상 '산자이(山寨:짝퉁)' 문화에 대한 문제의식이 낮은 것도 마스크 팩 가품 양산 요인으로 꼽힘
- 중국 내 짝퉁 생산 트렌드가 공산품에서 고가 기초 화장품으로, 다시 특정 설비 없이 가내수공업 형태로 제조 가능한 마스크 팩으로 옮겨가면서 국내 마스크 팩 업계 발등에 불이 켜졌음

- 관련링크:  
<http://cosmorning.com/25591/>

**화장품 인터넷광고, TV 앞질렀다('18.6.27)**

- 지난해에 화장품과 관련한 CF제작 편수가 크게 줄었고, 광고비 측면에서 인터넷 광고가 TV 광고를 앞지른 것으로 조사됐음
- 제일기획이 발표한 2017년 총 광고비는 11조 1295억원으로 2016년의 10조9318억원 보다 1.8% 성장한 것으로 집계됐음

- 관련링크:  
<http://beautynury.com/news/view/81613/c/10>

**세계 최대 화장품 편집매장 '세포라' 2019년 한국 입점('18.6.26)**

- 세계 최대 화장품 편집매장 세포라(Sephora)의 한국 진출이 유력해지고 있음
- 현지시각으로 지난 22일, 글로벌 구인·구직 사이트 '링크드 인'에 세포라 한국 지사 인사 담당자를 뽑는다는 구인 공고가 올라왔음

- 관련링크:  
[http://www.ytn.co.kr/\\_ln/0102\\_201806261620330446](http://www.ytn.co.kr/_ln/0102_201806261620330446)

**화장품·바이오의약·의료기기 기업 유치에 '올인' ('18.6.26)**

- 충청북도(도지사 이시종)는 그동안 구축해온 첨단 바이오 인프라를 기반으로 국내외 우수 화장품, 바이오의약, 의료기기 등 바이오기업을 집중 유치키로 했음
- 이를 위해 도는 오송첨단의료 산업진흥재단, 충북산학융합본부, 충북경제자유구역청 등 바이오산업 유관기관 등과 합동으로 지난 6월 4일 기업유치추진단을 구성하고 전면적인 기업 유치 활동에 나섰다

- 관련링크:  
<http://cosmorning.com/25904/>

○ 국내외 정보

※아래 자료는 특허청에서 제공하신 자료를 그대로 수록하였습니다.

**‘화장료 조성물’ 발명으로 특허기술상 수상!**  
**- 특허청, 특허기술상 가이드 -**

특허청과 중앙일보는 이달 초, 2018년 상반기 특허기술상 수상작으로 최종 7건의 발명을 선정하였습니다. 이 중 지식영상에 ‘펩타이드가 결합된 안정한 아스코르빈산 유도체, 그의 제조방법 및 그를 포함하는 화장료 조성물(특허 제10-1652204호)’ 발명이 선정되어 관심을 모으고 있습니다.

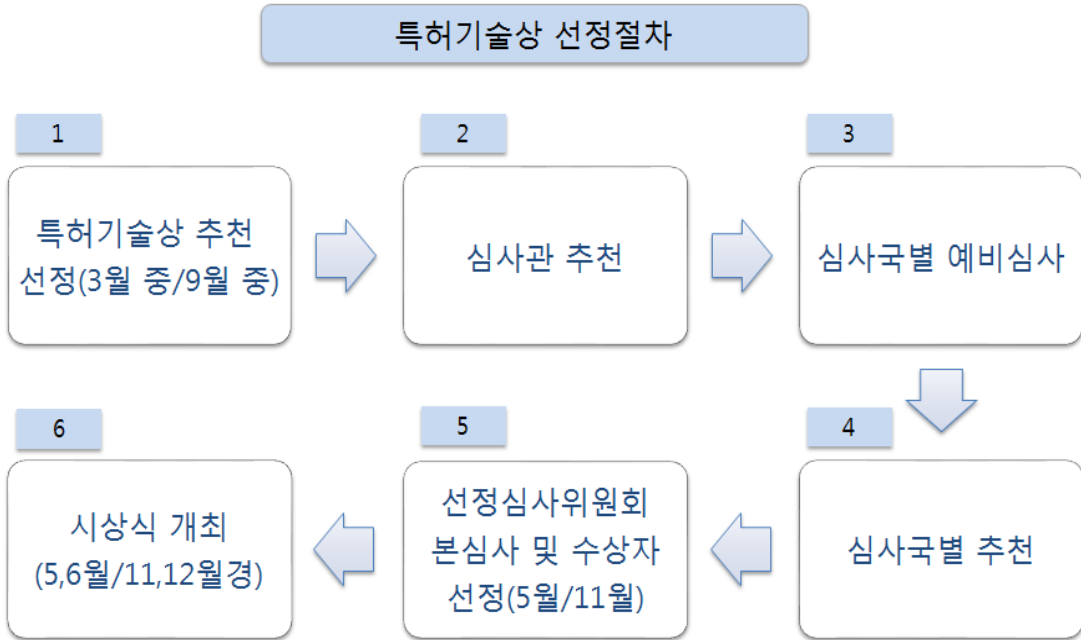
화장품 분야에서는 2010년 하반기에 디자인 부문에서 특허기술상을 수상한바 있었으나(정약용상, 디자인 30-2009-005479 화장품포장용기), 이번과 같이 ‘화장료 조성물’ 발명으로 특허 부문에서 특허기술상을 수상한 것은 첫 번째 사례여서 그 의미가 큼니다.

이와 관련하여 특허청의 특허기술상 제도 및 신청방법에 대해서 소개하고자 합니다.

표 1. 2018년 상반기 특허기술상 수상내역

수상내역	구분	출원번호	발명의 명칭	발명자
세종대왕상	특허	10-2016-0084011	세슘 이온의 생광물학적 제거 방법 및 장치	이승엽 외 4명
충무공상	특허	10-2011-0022615	지르코늄 금속을 함유하는 신규한 유기금속화합물 및 그 제조방법	김현창 외 1명
정약용상	디자인	30-2017-0013855	식물재배용기	구자빈 외 1명
지석영상	특허	10-2015-0147473	펩타이드가 결합된 안정한 아스코르빈산 유도체, 그의 제조방법 및 그를 포함하는 화장료 조성물	박영준 외 10명
지석영상	특허	10-2017-0039826	알에프를 이용한 지폐 판별 장치 및 방법	고창호 외 1명
홍대용상	특허	10-2012-0056345	복합 파일구조물의 시공방법	송기용
홍대용상	특허	10-2017-0087105	리무빙 허리밴드를 구비하는 기저귀	전영석 외 1명

「특허기술상」은 특허청에 등록된 발명 중에서 출원인의 신청 또는 담당심사관의 추천 후, 심사협 의회의 심사를 거쳐 우수 기술로 선정된 발명(고안) 또는 디자인에 대하여 상장과 부상을 시상하 는 수상제도입니다.



특허청은 특허청에 등록된 우수 발명을 발굴하여 시상함으로써, 발명자의 사기를 진작시키고 범 국민적인 발명분위기를 확산시켜 국내산업의 기술경쟁력을 높이고 나아가 국민경제 발전에 이바 지하고자, 중앙일보와 공동으로 매년 상· 하반기 두 차례에 걸쳐 특허기술상을 시상하고 있습니 다.

(관련 링크 : <http://www.patent.go.kr/jsp/kiponet/mp/patentprize/index.htm>)

표 2. 특허기술상 시상부문 및 상금내역

세종대왕 부문				홍대용 부문	
세종대왕상(1건)	충무공상(1건)	지석영상(2건)	정약용상(1건)	홍대용상(2건)	
특허·실용실안 부문			디자인 부문	특허·실용실안 부문	
1,000만원	500만원	각 200만원	500만원	각 100만원	

\* 장려상 : 상위등급 시상대상이 없는 경우에 한하여 선정(상금 30만원)

### ◎ 신청기산 및 신청방법

1. 신청기간 : 상반기 매년 2월 말 ~ 3월 말  
하반기 매년 8월 말 ~ 9월 말
2. 신청방법 : 특허청 홈페이지(<http://www/kipo.go.kr>)에서 특허기술상 홈페이지로 이동하여 '특허기술상신청' 게시판에서 온라인신청  
특허청 홈페이지 → 소식알림 → 포상 및 행사 → 특허기술상 → 특허기술상 홈페이지 바로가기  
(문의처: 특허심사제도과 제도 문의 042-481-3461, 시스템 문의 1544-8080)
3. 제출서류 : 특허기술상 신청양식을 특허기술상 홈페이지의 자료실에서 다운받아 신청게시판 작성 시 첨부  
※ 홍대용상부분 소기업 출원건의 경우에는 소기업임을 증명하는 서류 제출 요망

### ◎ 관련규정

- 특허기술상 시행요령(훈령 제631호 및 제686호)
- 특허기술상 수상마크 사용·표시 등에 관한 고시(고시 제2011-2호)

## ○ 해외화장품 시장 동향

### 인도네시아 화장품 시장동향

2018-04-30 김현아 인도네시아 수라바야무역관

- 스킨케어, 인도네시아 화장품 시장을 최다 점유하며 시장 선도 -

- 시장 진입 전 정확한 시장분석과 더불어 진입 후 재고 관리, SNS 홍보전략, 인증 등 종합 고려해야 -

#### □ 상품명 및 HS Code

- 상품명: 미용, 메이크업, 기초화장품
- HS CODE: 3304
- 선정사유: 인도네시아 화장품 시장은 고용률 증가, 중산층 증가로 인한 여성 소비자의 구매력 상승으로 인해 지속적으로 성장하고 있으며, 다양한 브랜드 및 제품의 진입과 소셜 네트워크를 활용한 광고 홍보가 활발해지면서 시장진출 전망이 밝음.

#### □ 시장 규모 및 동향

- 꾸준한 성장세인 인도네시아 화장품 시장
  - 인도네시아 경제 성장 및 소비자 구매력 상승에 따라 웰빙, 헬스, 뷰티에 관심이 높아지면서 뷰티 제품, 화장품에 대한 수요 및 구매량도 증가하고 있음.
  - 유로모니터에 따르면 인도네시아에서 화장품, 뷰티 시장 매출 규모는 매년 평균 13%대의 성장률을 보이면서 꾸준히 성장 중에 있음.

○ 국가차원에서 성장을 장려하는 인도네시아 화장품 시장

- 인도네시아의 화장품 산업은 2019년까지 국가 경제 개발 계획의 일환으로 정부 차원에서 자국 화장품의 수출 기회를 늘리고, 국내 화장품 회사의 비용 절감을 지원하고 있음.
- 이에 로컬 브랜드, 중소기업의 진입 및 성장이 지속되면서 인도네시아 화장품 시장에서 약 30%의 시장 점유율을 차지하는 유니레버 인도네시아가 더딘 성장을 기록하기도 함. 최근 Martina Berto Tk PT사의 Wardah brand도 할랄 인증을 받으면서 성장에 박차를 가하고 있는 등 향후 중소기업, 로컬 브랜드의 추가적인 진입 및 경쟁이 예상됨.

2010년~2016년 뷰티 케어 시장 규모 (단위: 십억 루피아)

연도	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
매출 규모	28,159.5	32,247.9	36,714.5	42,227.9	48,844.9	55,565.1	61,473.7
성장률	11.7	14.5	13.9	15.0	15.7	13.8	10.6

자료원: Euromonitor

○ 인도네시아 화장품 시장 성장률 및 규모 1위, 기초 화장품

- 최근 6년간 인도네시아 화장품 시장의 품목별 규모 구조에서 2011년에 헤어용품과 기초화장품이 비등하게 시장을 점유했던 반면, 이후 기초화장품의 규모가 증가하면서 2016년에는 헤어용품과 격차를 나타내어 화장품 시장에서 가장 큰 비중을 차지
- \* 기초화장품: 색조 메이크업 전후에 바르는 것으로, 메이크업의 효과적인 표현을 도와주거나, 본래의 피부를 청결 및 손질해주고, 색조 화장품이나 외부로부터 손상된 피부를 보호하는 제품임. 기초화장품의 종류는 크게 클렌징 제품, 보습 제품, 팩, 자외선 차단제가 있음.

인도네시아 미용 × 화장품 시장 품목별 규모 (단위: 십억 루피아)

순위	품목	2011	2012	2013	2014	2015	2016
1	기초 화장품	8,023.60	9,778.30	11,770.10	14,024.40	16,180.90	18,194.10
2	헤어 용품	7,492.70	8,398.50	9,468.00	10,764.60	12,286.90	13,724.10
3	구강용품	4,374.70	4,635.20	5,014.60	5,504.00	5,985.50	6,336.80
4	목욕용 용품	3,978.40	4,314.80	4,696.50	5,138.80	5,619.20	6,008.70
5	색조 화장품	3,537.20	3,867.30	4,326.80	4,795.10	5,275.20	5,680.30
6	향수	2,403.70	2,769.50	3,226.90	3,741.40	4,301.60	4,753.70
7	남성용 면도용 제품	1,852.20	2,136.60	2,476.10	2,968.90	3,554.50	4,105.00

9	아이, 어린이 용품	1,535.10	1,772.00	2,044.10	2,328.10	2,613.00	2,904.90
10	화장품 세트/키트	127.9	144.5	162.6	182.6	204.1	219.5
11	선케어 제품	60.1	69.6	78.5	86.7	95.3	104.8

자료원: Euromonitor

인도네시아 기초 화장품 시장 내 제품군별 점유율 (단위: 십억 루피아)

품목	2011	2012	2013	2014	2015	2016
바디 용품	1,245.0	1,486.0	1,801.1	2,161.9	2,471.5	2,753.6
- 퍼밍/안티 셀룰라이트 바디용품	38.0	44.8	52.6	60.8	70.3	78.7
- 일반 바디 용품	1,207.0	1,441.2	1,748.5	2,101.1	2,401.2	2,675.0
-- 프리미엄 바디 용품	40.0	46.6	54.0	61.2	69.6	76.6
-- 저가형 바디 용품	1,167.0	1,394.6	1,694.4	2,039.9	2,331.6	2,598.4
얼굴 용품	6,722.2	8,227.8	9,897.7	11,784.4	13,622.0	15,347.0
- 여드름 치료용품	309.7	356.1	407.8	458.7	506.7	539.3
- 마스크팩	29.1	32.9	36.7	40.5	45.0	47.9
-- 프리미엄 마스크팩	9.3	10.5	11.8	13.1	14.6	15.8
-- 저가형 마스크팩	19.8	22.5	25.0	27.4	30.3	32.1
- 클렌징 용품 (액체/크림/젤/바)	2,011.7	2,387.0	2,841.8	3,410.6	4,052.1	4,625.1
-- 프리미엄 액체/크림/젤/바 클렌징	207.0	248.4	296.8	355.9	417.5	473.9
-- 저가형 액체/크림/젤/바 클렌징	1,804.8	2,138.6	2,545.0	3,054.8	3,634.7	4,151.2
- 보습 제품	2,045.2	2,559.4	3,179.7	3,902.9	4,445.8	4,994.6
-- 프리미엄 보습 제품	168.6	195.0	224.2	252.4	287.9	312.4
-- 저가형 보습 제품	1,876.5	2,364.4	2,955.5	3,650.5	4,158.0	4,682.2
- 립케어	400.6	430.2	476.1	531.9	599.9	666.3
- 안티 에이징	1,806.4	2,326.0	2,800.3	3,261.1	3,772.9	4,254.2
-- 프리미엄 안티 에이징	121.0	151.8	191.3	234.7	292.5	349.9
-- 저가형 안티 에이징	1,685.4	2,174.2	2,609.0	3,026.5	3,480.4	3,904.4
- 토너	119.7	136.2	155.4	178.6	199.7	219.5
-- 프리미엄 토너	27.0	30.1	33.5	36.9	41.4	44.9
-- 저가형 토너	92.6	106.1	122.0	141.6	158.3	174.6
기초화장품 세트/키트	56.4	64.5	71.2	78.1	87.3	93.5

- 프리미엄 기초화장품 세트/키트	19.4	21.7	24.3	27.1	29.8	31.2
- 저가형 기초화장품 세트/키트	37.0	42.7	47.0	51.0	57.4	62.3
합 계	8,023.6	9,778.3	11,770.1	14,024.4	16,180.9	18,194.1

자료원: Euromonitor

- 유로모니터에 따르면 인도네시아 기초화장품 시장은 2016년에 12%의 성장률을 기록함. 그 중 얼굴용품이 13%의 성장률을 보였으며 특히 보습과 안티에이징 품목에서 두드러지는 시장 규모를 기록함. 물론 세럼, 아이크림과 같은 기능성 품목 또한 주목받기 시작했지만, 대부분의 인도네시아인은 기본적인 스킨케어 용품 위주로 사용하기 때문에 부가적인 용품의 매출은 제한적임.
- 기초 화장품 중에서 올인원, 멀티, 다기능 제품이 인기를 끄는데, 특히 얼굴용품에서 보습, SPF 지수와 안티에이징이 동시에 포함된 제품들이 주로 선호됨. 따라서 인도네시아 소비자들은 가격대비 성능이 좋은, 여러 기능을 가진 제품을 선호함. SPF 기능이 있는 BB, CC 크림이 인도네시아에서 인기가 있음.
- 기초화장품 시장의 33%를 차지하는 보습 제품의 경우 전체 보습 제품에서 55%에 해당하는 제품이 미백 기능을 가지고 있는데, 이는 하얀 피부가 인도네시아에서 깨끗한 피부를 표현하는 미의 기준이기 때문
- 기초화장품 세트/키트는 인도네시아에서 The Body Shop이나 Oriflame 등 일부 화장품 회사에서만 여행세트, 선물 세트 형태로 판매하고 있음. 트라이얼 키트도 환영의 의미로 제공되기도 하나 현재로서는 시장에서 비중이 미미함.
- 마스크팩의 경우 인도네시아 소비자는 기본적인 스킨케어 루틴을 주로 사용하기 때문에 부가적인 제품인 마스크팩은 인도네시아 시장에서 낮은 지분을 차지하고 있음. 그러나 한류와 K-BEUTY의 열풍으로 달팽이 에센스 등 특별한 성분이 함유된 한국 브랜드의 마스크팩이 점점 유행하는 중임.

□ 기초화장품 시장 경쟁 동향

○ 시장 점유율 1위 유니레버 인도네시아

- 기초화장품 시장에서 유니레버 인도네시아의 자사 브랜드인 Pond's가 시장점유율 33%를 차지하고 있는데, 이는 인도네시아 전역에서 판매되고 구멍가게(warung)부터 대형마트까지 넓은 유통채널을 보유하고 있는 데서 기인함. 그러나 최근 급부상하는 브랜드가 많아지면서 2015년 비교시 보다 낮은 성장률을 기록함.

- 할랄 인증이라는 날개를 달고 급부상하는 현지 브랜드 Wardah
  - 떠오르는 할랄 브랜드 Wardah(Paragon Technology and Innovation PT 사 브랜드)가 Pond's 다음으로 시장 점유율을 점차 늘리고 있음. 이 브랜드는 할랄 인증을 통해 제품 성분에 대한 안정성, 품질에 대한 신뢰도를 제고시켜 광고 홍보하고 있음. 또한 히잡을 사용하는 유명인사, 뷰티 블로거, 소셜 미디어 인플루언서를 고용하여 2016년 매출 규모 40% 성장을 기록함.
  
- 인니 기초 화장품 시장 내 우리 기업의 비중
  - 유로모니터에 따르면 기초화장품 시장에서 아모레 퍼시픽이 19위, LG 생활건강은 28위를 차지함.

제조사별 기초화장품 시장 점유율 (% , retail value)

순위	기업명	2012	2013	2014	2015	2016
1	Unilever Indonesia Tbk PT	39.7	39.9	38.8	35.3	32.9
2	Procter &Gamble Home Products Indonesia PT	5.8	6.5	8.3	9.7	9.6
3	L'Oréal Indonesia PT	6.2	6.4	6.1	6.2	6.5
4	Paragon Technology and Innovation PT	0.9	1.2	2.5	3.6	4.4
5	Vitapharm PT	3.7	3.7	3.4	3.3	3.3
6	Orindo Alam Ayu PT	2.5	2.8	2.6	2.7	3.1
7	Beiersdorf Indonesia PT	2.6	2.6	2.6	2.7	2.8
8	Kao Indonesia PT	3.4	3.1	2.8	2.6	2.4
9	Monica Hijau Lestari PT	2.7	2.5	2.4	2.3	2.2
10	Martha Tilaar Group	3.6	3.1	2.6	2.1	1.9
19	Amore Pacific Indonesia PT	-	0.1	0.5	0.7	0.7
28	LG Household &Health Care Ltd	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1

자료원: Euromonitor

브랜드별 기초화장품 시장 점유율 (% , retail value)

순위	브랜드	기업	2014	2015	2016
1	Pond's (Unilever Group)	Unilever Indonesia Tbk PT	28.7	24.3	22.2
2	Wardah	Paragon Technology and Innovation PT	2.5	3.6	4.4
3	Viva	Vitapharm PT	3.4	3.3	3.3
4	Olay Total Effects (Procter &Gamble Co, The)	Procter &Gamble Home Products Indon esia PT	2.7	3.1	3.2
5	Fair &Lovely (Unilever Group)	Unilever Indonesia Tbk PT	2.0	2.9	3.2
6	Olay (Procter &Gamble Co, The)	Procter &Gamble Home Products Indon esia PT	2.5	3.0	2.9
7	Citra (Unilever Group)	Unilever Indonesia Tbk PT	3.1	3.2	2.9
8	The Body Shop (L'Oréal Groupe)	Monica Hijau Lestari PT	2.4	2.3	2.2
9	Bioré (Kao Corp)	Kao Indonesia PT	2.5	2.3	2.1
10	Vaseline (Unilever Group)	Unilever Indonesia Tbk PT	2.4	2.2	2.0
27	Sulwhasoo (AmorePacific Corp)	Amore Pacific Indonesia PT	0.5	0.7	0.7

자료원: Euromonitor

□ 기초화장품 주요 수입국 수입 동향

- 인도네시아 기초화장품 최근 상위 10개국의 수입 규모 순위에서 대한민국은 전체 7위를 기록함. 우리나라 수출액은 2016년도에 전년대비 58%, 2017년에 88% 가량 증가함.
- 주목할만한 것은 6위부터 10위까지의 국가의 성장률이 높은 편임. 상위 5개국의 수입액 증감률은 변화폭이 미미한 반면에, 싱가포르는 전년대비 1,074%, 대한민국은 88.7%, 폴란드 65%, 중국 144%, 대만 114%가 증가함.

최근 3년 상위 10개국 화장품 (HS CODE 330499) 수입 규모 (단위: 천달러)

순위	국가	2015	2016	2017
1	미국	16,394	17,315	22,687
2	일본	18,249	19,716	22,554
3	프랑스	15,348	13,834	18,639
4	영국	12,476	12,761	15,901
5	태국	15,199	12,541	10,324
6	싱가포르	929	781	9,169
7	대한민국	2,834	4,497	8,485
8	폴란드	5,682	4,531	7,516
9	중국	890	2,582	6,321
10	대만	2,233	1,941	4,166

자료원: Global Trade Atlas

□ 대한 기초화장품 수입 규모 동향

- 인도네시아로 수출되는 한국산 화장품은 HS CODE 3304(미용, 메이크업용 제품류, 기초화장용 제품류(의약품 제외, 썬스크린과 썬텐 제품류 포함) 및 매니큐어용 제품류, 페디큐어용 제품류) 수출액이 가장 높으며, 그 중에서도 기초화장품 제품류(3304.99.1000)의 수출량의 비중이 가장 큼.

한국의 대 인니 화장품 수출 규모 및 동향

HS CODE	품목	2015	2016	2017
3304.10.1000	립스틱	122	133	1,917
3304.10.9000	기타	137	311	280
3304.20.1000	아이섀도	37	78	194
3304.20.9000	기타	154	346	464
3304.30.1000	네일에나멜	3	4	1
3304.30.9000	기타	378	35	11
3304.91.1000	페이스파우더	184	203	689
3304.91.9000	기타	10	21	68
3304.99.1000	기초화장용 제품류	6,712	5,845	10,218
3304.99.2000	메이크업용 제품류	1,024	1,692	2,427
3304.99.3000	어린이용 제품류	327	350	123
3304.99.9000	기타	1,836	3,411	5,212

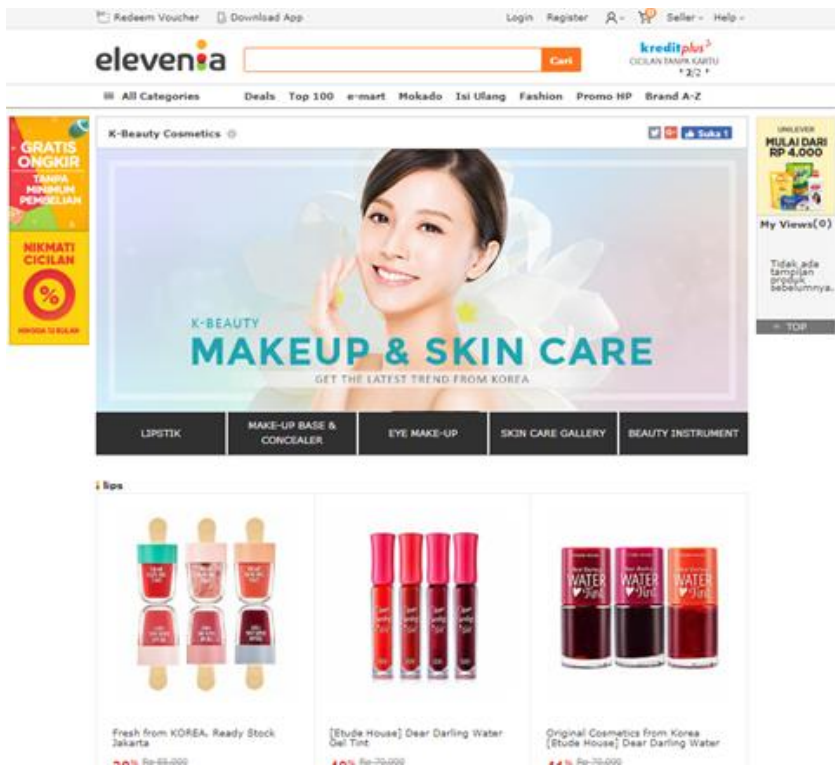
자료원: 대한화장품산업연구원

□ 유통채널

- 유로모니터에 따르면 인도네시아 소비자는 기초화장품 구매 시 전체 소비자의 89%가 매장에서 직접 구매 즉, 오프라인에서 구매를 하고, 11%는 방문판매, 인터넷 온라인, 홈쇼핑을 이용함. 소비자들은 오프라인에서 구매가 어려운 제품을 주로 온라인에서 구매함.
- 대한화장품산업연구원의 2013 동남아시아 소비자 심층조사 인도네시아편 보고서에 따르면, 400명의 인도네시아 화장품 소비자 설문 조사 결과 화장품 구입 채널은 백화점(94.3%), 대형마트(76.5%), 홈쇼핑(30%), 드럭스토어(28.5%), 화장품 전문매장(27%), 단독 브랜드샵(26.3%), 약국(16.3%) 순으로 나타남. 인터넷은 오프라인 매장에서 구입하기 어려울 때 이용하는 것으로 나타났으며 인터넷을 이용하지 않는 경우는 정품인지 의심스러운 이유가 가장 높았음.
- 현지 로컬 브랜드는 백화점, 쇼핑몰 내 자체 브랜드 점포 매장, 하이퍼마트, 롯데마트 같은 대형마트, 드럭스토어, 약국, 편의점, 뷰티 도매점, 현지 구멍가게(와롱), 인터넷 사이트 등 다양한 유통채널을 이용하고 있음.
- 한국 화장품의 경우 대기업 브랜드는 대형 쇼핑몰에 자체 브랜드 점포를 입점시키거나 세포라 등의 뷰티 매장에 입점시키고, 온라인 쇼핑몰 사이트에도 브랜드 내 유명 품목 위주로 유통시키고 있음. 반면 일부 중저가 브랜드는 주로 드럭스토어나 온라인 유통사이트를 이용함. 로컬 브랜드에 비해 유통 채널이 제한적임에 따라 현지에서 한국 화장품의 수요에 탄력적으로 공급하기 어렵다는 한계가 있음.

인도네시아 온라인 주요 판매처

판매처	설명
Elevenia	- 홈페이지: <a href="http://www.elevenia.co.id">http://www.elevenia.co.id</a> - SK Planet과 PT XL Axiata, Tbk.의 합작 투자회사인 PT XL Planet 이 운영하는 사이트. PT XL Axiata는 인도네시아에서 두 번째로 큰 사업자임. 2014년 3월 1일 공식 서비스 시작함. - 2017년 기준 4억 19백만 명 방문, 580만 명 가입, 140만명 애플리케이션 이용 - 한국 11 st 사이트에서 언어를 인도네시아어로 선택하면 해당 사이트로 연결됨. - K-Beauty Cosmetics 전용관이 따로 존재함. 한국 화장품만을 위한 프로모션과 홍보가 타 사이트보다 빈번하게 이루어지고 있음. 국내배송, 해외배송으로 구분되어 있음.



자료원: elevenia 홈페이지 K-beauty cosmetics

<p>Lazada</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지: <a href="http://www.lazada.co.id">www.lazada.co.id</a></li> <li>- 2017년 기준 인도네시아 내 트래픽 순위 : 10위</li> <li>- 인도네시아를 비롯한 동남아 최대 온라인 쇼핑몰</li> <li>- 화장품 카테고리에서 제품 종류는 물론 가격, 평점, 색깔, 브랜드, 수입 국가, 제품 타입(크림, 파우더, 리퀴드, 쿠션, 펜슬 등), 피부타입, 선호 화장타입, 텍스처, 화장 마무리타입 등 타 사이트에 비해 세분화된 카테고리가 특징임.</li> <li>- 헬스 &amp; 뷰티 카테고리에서 3065개의 한국 제품이 검색됨.</li> </ul>
<p>Blanja</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지: <a href="http://www.blanja.com">www.blanja.com</a></li> <li>- 2017년 기준 인도네시아 내 트래픽 순위 : 66위</li> <li>- 2012년 인도네시아 최대 통신회사 Telkomsel Indoenisa가 eBay와 합작하여 세운 C2C 형태의 전자상거래 회사</li> <li>- 라네즈, 이니스프리, 에뛰드하우스, 스킨푸드, 미샤, 3CE, 토니모리, 홀리카홀리카 등 다수 한국 제품 보유</li> </ul>
<p>Qoo10</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 홈페이지: <a href="http://www.qoo10.co.id">www.qoo10.co.id</a></li> <li>- 2017년 기준 인도네시아 내 트래픽 순위 : 319위</li> <li>- 한국 기업인 구영배(G마켓 설립자)와 eBay의 합작벤처인 Giosis 사가 세운 동아시아 온라인 마켓 플랫폼</li> <li>- 화장품 분야에서 국가별로 화장품을 분류함. 2018년 4월 기준 전체 화장품 제품(160,606개) 중 국산 18,273개, 일본제품 213개, 싱가포르 869개, 한국제품 8,333개, 중국제품 107,703개, 기타 25,215개</li> </ul>

자료원: 대한화장품산업연구원, 각 사이트, 수라바야 무역관 종합

□ 소비자 구매 동향

○ 인도네시아 소비자들의 화장품 정보 탐색 성향

- 인도네시아 소비자는 화장품 구매 시 전 연령대가 구매 전 여러 번 정보를 검색하고, 찾은 정보를 최대한 활용 및 공유함. 연령대가 높을수록 오프라인 정보를 더 신뢰하는 경향을 보이며, 연령대가 낮을수록 인터넷 정보를 더 활용하는 경향이 있음.
- 정보 탐색 시 주로 확인하는 정보는 브랜드, 기능/효과, 성분 순으로 확인됨. 10대 후반은 기능/효과를, 50대 초반은 잡티 커버력을 주로 보는 비율이 상대적으로 높음.
- 대부분의 소비자가 TV나 잡지 등에서 정보를 수집함. 잡지는 30~40대에서 주로 활용하는 정보 채널. 10~20대의 경우 인터넷, SNS를 주로 활용함.

○ 최근 화장품 정보 탐색방법은 소셜미디어, SNS

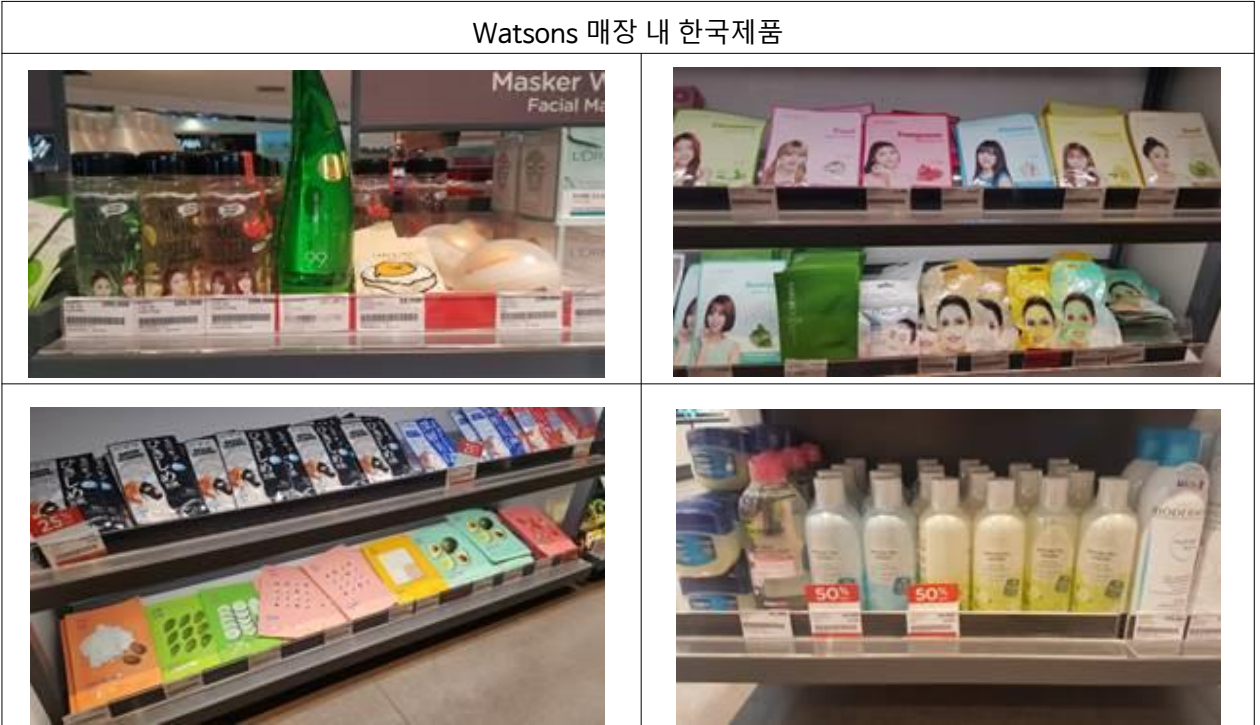
- 많은 인도네시아 사람들이 유튜브, 인스타그램 등 소셜미디어, SNS를 이용하고 있으며 2~30대 세대는 특히 정보를 찾을 때 활용 의존도가 큰 편임. 화장품 시장에서도 뷰티 인플루언서(Influencer)와 블로거들의 영향력이 큰데 이들이 사용하는 화장품, 스타일, 화장법 등을 올리면서 팔로워, 구독자들이 해당 제품을 따라 구매하고 이용하는 경향이 크게 나타남. 이들이 언급하는 제품은 홍보 목적이든 아니든, 기존에 인지도가 높지 않은 브랜드라도 홍보 효과가 크고 인기제품으로 알려지기 쉬우며 구매 효과가 상당함.
- 이들은 국산 브랜드 뿐만 아니라 외국 브랜드 화장품을 포함하여 발색 등 기능이 좋은 화장품을 발견하면 정보 전달 및 비교, 발색을 보여주는 게시글을 올림. 이미 유명 셀럽그램(인스타그램 인플루언서)과 유튜버들은 유명한 한국제품도 올려 왔음.

인도네시아 대표 뷰티 인플루언서

이름	Alifah Ratu Saelynda	Tasya farasya	Suhay salim	Abel Cantika
영향력	유튜브 구독자 377,141 총 조회수 43,565,787	유튜브 구독자 397,584 총 조회수 40,310,495	유튜브 구독자 411,209 총 조회수 42,151,117	유튜브 구독자 337,805 인스타그램 팔로워 519천
한국 제품 소개				

자료원: KOTRA 수라바야 무역관 정리

Watsons 매장 내 한국제품



수라바야 무역관 직접 촬영

한국 중저가 M 브랜드 매장 매니저와 인터뷰

Q1. 매장에서 주로 잘 팔리는 제품 및 주요 소비자는?

본 브랜드 매장에서는 스킨케어와 베이스 메이크업만 취급하고 있음. 색조화장품은 이전에는 진열되었지만 현재는 더이상 입고되지 않으며 스킨케어가 가장 잘 팔리는 제품임. 인도네시아 사람들은 당사 제품의 경우 메이크업보다 스킨케어가 인도네시아인 피부에 더 잘맞다고 생각하는데, 그 이유는 같은 아시아인이기 때문. 주요 소비자는 인도네시아인, 중국인임.

Q2. 로컬 브랜드와 비교했을 때 당사의 강점?

시장 내 경쟁 상대는 로컬 브랜드가 아니라 일본 브랜드임. 한국산이 로컬 브랜드보다는 기능이 좋기 때문에 로컬브랜드가 경쟁상대가 되지 않으며 인도네시아에서 가장 잘 팔리고 유명한 당사 제품은 모 일본 브랜드 유명 발효 제품을 벤치마킹한 제품임. 그러나 일본 브랜드 제품보다 더 가격 경쟁력이 있으면서 원재료는 거의 동일하고, 품질도 비슷하기 때문에 일본 브랜드 사용 고객이 자주 당사 제품으로 바뀌 사용한다고 함. 다른 일본 브랜드와도 자주 비교가 됨. 인도네시아 제품의 스킨케어의 경우, 향이 센 스킨케어 제품이 많은데 당사 제품은 향도 너무 강하거나 세지 않음.

Q3. 매장 매니저 입장에서 보았을 때 동 매장의 애로사항은?

본 브랜드의 매장에서 판매할 때 재료, 성분 등의 제품 자체에 문제가 있는 것이 아니라 유통에 있음. 소비자는 분명히 적합한 품목으로 꼽고 마음에 들어하는데도 오프라인에서 재구매하기 어렵다는 점임. 어떤 손님이 한 제품을 구매 및 사용 후 재구매 의향이 생겨 재방문했을 때 찾는 제품이 매장에 없는 경우가 빈번함. 해당 제품이 더이상 생산되지 않는 것이 아니라, 온라인에는 분명히 판매되고 있는데 오히려 매장에는 그 제품이 다른 제품, 신상품으로 교체되어 유통되기 때문. 예를 들어 당사가 보유한 다양한 라인 중, 한 제품 라인 내에는 화이트닝, 탄력/생기, 영양, 안티에이징 등 기능별로 종류가 다양한데, 전부 유통되는 것이 아니라 그 중 일부만 들어옴. 한 제품을 사용하는 기간인 6개월 이내에 해당 라인 내 진열되는 제품의 종류가 3번이나 바뀌어 소비자가 재방문했을 때 원하는 제품을 구매하기 어려웠다고 함.

한국 중저가 L 브랜드 매장 매니저와 인터뷰

Q1. 매장에서 주로 잘 팔리는 제품은? 주요 소비자는?

본 브랜드는 스킨케어와 색조화장이 비슷하게 팔림. 주요 구매자는 인도네시아인, 중국인. 한국인은 거의 구매하지 않음. 본 브랜드가 인도네시아인에게 잘 판매되는 이유는 한국은 같은 아시아인 계열이기 때문에 피부도 다르지 않다고 여겨 유럽 브랜드보다 피부타입에 알맞다고 소비자들이 인식하기 때문. 즉 유럽 화장품의 경우, 백인을 위한 화장품이므로 인도네시아인에 비해 너무 밝다고 여겨지는 반면, 한국 제품은 같은 아시아인으로서 피부색이 비슷하기 때문에 유럽브랜드보다 인도네시아인 피부에 더 알맞다고 여겨짐.

Q2. 같은 아시아계열인 일본 브랜드와 비교했을 때는?

소비자가 다른 국가의 아시아 브랜드와 비교할 때는, 어떤 브랜드가 기능 면에서 더 인도네시아인에 맞는 지 비교해서 구매하는 것이 아니라 블로거, 뷰티 SNS, 유튜브, 인스타그램 등 SNS에서 유명인사가 많이 사용하고 언급하는 브랜드를 구매한다고 함. 인도네시아 사람들은 새로운 브랜드, 제품을 알고 구매할 때 거의 블로거, SNS를 통해 정보를 얻는다고 함. 따라서 유명한 SNS 스타가 특정 제품을 사용한다고 글을 쓰거나 리뷰글을 쓰면 해당 제품의 홍보 효과가 크다고 함.

Q3. 매장 매니저 입장에서 보았을 때 동 매장의 애로사항은?

당사의 단점은 각 지점별로 유통되는 것이 아니라 인도네시아에 수입된 전체 자사 제품을 각 지점이 나눠서 유통받는 것으로 재고가 제한적이라고 함. 유럽 브랜드는 재고가 빨리 들어와 유통과 구매의 문제가 없다고 지적함.

한국 중저가 T브랜드 매장 직원과 인터뷰

Q1. 당사 매장에서 주로 잘 팔리는 제품 및 주요 소비자는?

대나무, 알로에베라, 달팽이, 아이스랜드 등 스킨케어 제품이 잘 팔리고, 립 틴트, 컨실러도 잘 판매됨. 마스크는 할인행사가 있을 경우에 대여섯개씩 구매함. 어느 곳이든 브랜드 별로 마스크 종류가 많기 때문에 평소에는 잘 팔리지 않는다고 함.

Q2. 로컬 브랜드와 비교했을 때 강점?

장점은 사용된 화학 원료가 적어서 모든 피부 타입이 사용하기 안전함. 허브. 소비자는 중국-인도네시아인. 인도네시아 화장품 시장 내에서 가격대가 괜찮은 편이며 할인행사도 자주 하는 점이 장점임.

Q3. 매장 직원 입장에서 보았을 때 동 매장의 애로사항은?

제품이 라인별로 동일하게 유통되지 않음. 라인별로 세트를 구매하려고 하는데 선크림 등 특정 품목이 부족하기도 함. 또한 긴 배송 기간으로 인해 제품이 아직 도착하지 않아서 소비자가 구매하러 방문했다가 돌아가는 경우도 자주 발생함. 이 소비자는 인터넷에서 해당 제품을 찾게 됨.

한국 고가 S 브랜드 매장 매니저와 인터뷰

Q1. 로컬 브랜드와 비교했을 때 본 브랜드의 강점 및 주요 소비자는?

본 브랜드의 컨셉은 자연주의와 이너뷰티를 추구하는 홀리스틱 뷰티케어로, 피부타입에 따라 성분과 기능에 충실한 브랜드임. 따라서 스킨케어 제품이 대표 제품이고, 높은 가격대는 좋은 성능 덕분에 인도네시아 시장에서 문제가 되지 않으며 인도네시아 고객도 충분히 이를 인지하고 있음. 구매 고객은 인도네시아인, 화교인. 브랜드에 맞게 구매력이 큰 고객이 주요 고객으로 대량구매도 하여 한번 구매할 때 1,000~2,000만 루피아 (100~200만원) 정도 구매하기도 함. 당사를 이용하는 이유는 아시아브랜드이기 때문에 아시아인에 적합한 화장품이기 때문이라고 함. 특히 한국 브랜드는 윤기(글로우)가 나는 것이 특징임. 일본 브랜드와 비교했을 때, 일본 브랜드는 더 촉촉한 경향이 있는 반면, 한국 브랜드는 촉촉함과 윤기(글로우) 모두 가지고 있음. 서양 브랜드는 인도네시아인에게 더 주름이 지는 경향이 있음. 또한 파라벤 등 위험한 성분이 없으며 인삼, 허브 등 좋은 성분만 함유하고 있는 것을 강조함.

Q2. 매장 매니저 입장에서 보았을 때 동 매장의 애로사항은?

본 브랜드는 이미 소셜미디어에서 충분한 광고가 이루어지고 있어 현지 판매에 부족한 점은 없어 보임. 해당 브랜드 매장을 방문하는 고객은 인터넷에서 찾아온 제품을 바로 구매한다고 함. 따라서 소비자들은 매장에서 제품을 처음 소개받기보다는, 직접 알아본 제품을 주로 구매함. 다만 무슬림인 인도네시아인은 할랄 제품 인지 확인함. 당사는 아직 할랄 인증을 받지 않아 제품에 할랄 인증 표시가 없고 대신 고객에게 제품에 동물 성분이 포함되지 않는다고 직접 구두로 안내함. 또한 당사는 다른 브랜드와 달리 재고를 항상 보유하여 고객이 원하는 제품을 언제든지 구매할 수 있도록 노력하며, 유효기간도 철저히 확인하고 있다고 함. 상당수 한국 화장품 브랜드가 재고가 충분하지 않아 소비자가 원하는 제품을 구매하기 어려운 사례들을 보았기 때문임. 그러나 실질적인 재고 여부에 관해서는 기본(basic) 제품, 마스크 제품, 여드름 치료제 등은 항상 재고가 준비되어있는 반면, 인기 상품인 스킨케어 제품은 가끔 매진되어 재고가 없는 상황이 발생하기도 함. 재고가 부족한 제품은 동일 제품이 재입고되기보다는 새 성분이 들어간 리뉴얼된 제품으로 재입고되는 경우가 많음. 성분이 바뀌면 매출이 조금 감소되는 경향은 있음. 그러나 여드름 치료제, 앰플 등의 데일리 루틴으로 사용되지 않고 필요한 때에 사용하는 기능성 제품은 구매 빈도가 데일리 제품보다 적어 성분변화에 따른 매출 변화가 미미한 편임.

○ 유통업계 전문가와의 인터뷰

- 현지 매장에서의 주요 애로사항은 느린 물류 배송과정으로 인한 재고 부족이며, 그에 따라 소비자가 원하는 제품을 매장에서 구매하지 못한다는 점, 오프라인에서 구매가 어려운 제품을 인터넷에서 구매한다는 점을 고려해, 인도네시아 이커머스 사업 담당자와 이에 대한 유선 인터뷰를 진행함

Q1. 인도네시아 시장에서 이커머스가 오프라인 유통채널의 한계를 극복하고 있다고 보는지?  
 이커머스의 유통 구조는 현지 배송과 해외 배송으로 구분됨. 현지 배송은 현지 물건을 주문하는 것으로, 현지에 있는 재고를 배송하므로 배송 기간이 빠름. 해외 배송은 현지에 물건이 없는 경우 해외에 물건을 주문하는 것으로, 배송료가 현지 배송보다 더 비싸고 배송기간도 더 긴 편임. 전문적인 이커머스 플랫폼일수록 자세하고 정확한 배송기간을 소비자에게 안내함. 한국 화장품은 예전에는 직구 형태의 배송이 많이 이루어졌지만 최근에는 BPOM(수입허가) 허가를 많이 받아 정식으로 수입되어 대량유통이 이루어지고 있음. 따라서 BPOM 허가를 받아 대량유통이 가능하면서 온라인 쇼핑몰에 등록된 제품에 한해서는 현지에 들어와 매장별로 분배하여 유통하는 오프라인 매장의 방식과 비교했을 때 온라인 구매는 오프라인의 한계를 해결하는 일환으로 볼 수 있을 것임. 또한 대량 유통은 즉 가격인하를 의미하므로, 한국 화장품은 공급량과 가격적인 측면에서 점점 경쟁력을 갖추어 간다고 볼 수 있음. 즉, 한국 화장품은 인도네시아 시장에서 한류 및 K-BEAUTY 열풍과 함께 정식 수입 절차를 통해 거래량 및 보급력, 파급력이 늘 것으로 전망됨.

Q2. 화장품 시장에서 현 시점의 애로사항이나 주의사항은?  
 배송기간의 문제도 있지만 가장 중요한 것은 수입허가(BPOM)을 받는 것이 가장 큰 애로사항임. 예를 들어 한 제품의 색상이 다양하면, 색상별로 모든 제품에 BPOM을 받아야 함. 화장품 시장은 신제품이 자주 출시되는 시장인데, 신제품 역시 BPOM 을 일일이 받아야 함. 또한 할랄 인증도 떠오르는 사안임. 2019년부터 인도네시아 시장의 전 상품에 할랄 인증 여부를 필수적으로 표기해야 함. 인도네시아 인구의 대부분이 무슬림으로, 무슬림 소비자는 제품 성분에 동물 성분이 포함되는지 고려하여 구매하는 경향이 있음.

또한 진출을 희망하는 한국 화장품 기업은 간혹 시장조사가 부족하여 가격 책정을 시장가에 맞지 않게 적용하는 경우가 있음. 중산층이 아닌 대중 소비자는 그들의 구매력을 고려하여 충동구매보다는 정보와 신뢰를 기반으로 구매를 결정하며 제품 가격에 민감한 편임. 로컬 브랜드보다 가격대를 훨씬 높게 책정하고 중산층을 타겟으로 진출하면, 실제 구매가능한 소비자는 유럽 혹은 미국산 브랜드를 주로 사용하는 고객이 되어 실질적인 경쟁자 및 시장세분화가 달라질 수 있음. 이에 정확한 시장조사에 따른 가격 책정 또한 중요한 사안임.

□ 관세율

- 2017년 1월 1일부터 발효된 한-아세안 자유무역협정(AKFTA)에 의거, 한국의 대 아세안 화장품 수출시에는 무관세가 적용되어 가격경쟁력 확보 가능

HS CODE	설명	수입세	AKFTA
3304	미용이나 메이크업용 제품류와 기초화장용 제품류(의약품은 제외, 선스크린과 선텐 제품류 포함), 매니큐어용 제품류와 페디큐어용	10%	0%

자료원: Indonesia National Trade Repository

□ 수입규제, 인증절차 및 제도

○ 인허가 규정

- 인도네시아에 제품을 수출하려면 수입 통관 절차와 제품 등록 인허가가 필요함. 품목에 따라 주요 인허가 기관이 다른데, 화장품의 경우 인도네시아 식약청인 BPOM에서 모든 제품을 수입 전에 절차를 거쳐 사전 허가를 받은 후에 수입 통관이 가능함.
- 화장품의 인도네시아 수출을 위한 등록/허가 절차는 신고양식을 작성하여 웹사이트에 제출  
 ① 지불명령서 발급 후 수수료를 납부 ② BPOM에 납부 영수증 제출 ③ 신청자에게 제품번호 부여와 함께 템플릿, 제조성분 확인 ④ 신고번호 발급 순으로 이루어짐.
- BPOM에서 제품 등록 인허가 과정 중에는 화장품의 재료 함량 및 전성분을 EC 연합 기준에 따라서 허용 기준 및 사용 금지항목의 확인이 필요함. 또한 심사 과정에서 제품 포장의 기능성, 광고 표시 사항, 디자인 등의 기준을 확인하므로 포장 기준에 충족하도록 인증 신청 이전에 사전 준비가 필요함.
- ASEAN 회원 국가는 아세안 화장품 위원회(ACC)에서 개발한 통합 관리 규정인 ACD(ASEAN Cosmetic Directive) 규정 준수가 의무화됨. ACD의 규정의 가이드라인에 따른 규정 준수도 유의해야할 사안임.

○ 할랄 인증

- 인도네시아는 인구의 87%가 무슬림으로, 무슬림 소비자는 할랄 율법에 적합한 제품을 구매하는데 유의함. 이에 따라 할랄 인증의 표시는 무슬림 소비자의 구매를 촉진시키는 방안 중 하나가 될 수 있음.

- 2014년 9월 국회에서 관련 법안 통과로 2019년부터 할랄 인증의 유무를 의무적으로 표기하여야 수입 제품의 통관과 유통이 가능함. 할랄 인증은 MUI LPPOM, HALAL 인증 기관에서 받을 수 있음.
- 할랄 인증 절차는 접수 후 2~3개월이 소요되며, 절차는 다음과 같음.

상담 신청 : 제품 유형과 재료 및 공장 현황의 가능 여부

접수 등록 : 상담 완료 후 접수 신청서 제출 계약 체결

서류 등록 : 서류 준비 가이드, HAS 매뉴얼 및 재료 관련 증빙, 공정도, 공장 배치도 등 관련 서류 준비

현장 심사 : 서류 심사 완료 후 공장의 심사관 방문 실사

심사의 인증 : 감사 완료 후 FATWA 위원회 심의, 인증서 발급

### □ 한국 화장품의 동남아 진출을 지원하는 2018년 한국 정부 정책

#### ○ 보건복지부의 화장품 산업 종합발전계획

- 신남방정책과 더불어 2017년 12월 보건복지부는 경제관계장관회의에서 2022년까지 ‘화장품 수출 세계 3대 강국 도약’을 목표로 하는 ‘화장품 산업 종합발전계획’을 통해 화장품 해외 사무소 설치 및 운영 계획, 글로벌 전문 인력 양성 계획, 해외시장 판로 개척 지원 등 증가한 예산과 함께 31개 실천 과제를 발표한 바 있음. 정부 차원에서 한국 화장품 업계의 동남아 진출을 체계적으로 지원할 것으로 기대됨.
- 한국 화장품 수출시장 개척을 지원하는 방안으로 해외 화장품 유통환경 보고서 발간 및 배포, 관련 세미나 개최, 해외 화장품 인허가 획득 비용 지원, 신기술·원료 인허가 등 지원책 마련, 잠재 수출 대상국 진출 지원을 위한 화장품 프로모션(전시회, 시장개척, 온라인마케팅, 문화/체험마케팅) 지원, 신흥국에 뷰티&화장품 플래그십 스토어 설치 및 운영(인도네시아는 신규 팝업부스 운영 목표), K-뷰티 글로벌 역량강화 국제컨퍼런스 개최 및 박람회 지원 등을 목표로 함.

#### ○ 식품의약품안전처의 글로벌 화장품시장 진출 지원

- 식약처는 2018년 1월 2018년 업무계획에서 화장품 산업 발전을 위해 글로벌 진출을 전략적으로 지원할 것으로 발표함. 맞춤형 기술지원과 글로벌 규제조화를 주도해 해외 진출을 위한 국제 협력을 강화할 계획.
- 의약품실사상호협력기구(PIC/S, ‘14), 국제의약품규제조화위원회(ICH, ‘16), 국제의료기기규제당국자포럼(IMDRF, ‘17) 등 글로벌 규제기구에 적극 참여해 국가별 화장품 우수제조기준(GMP) 실사 면제·간소화, 수출입 통관 절차 등 규제 개선에 적극 지원할 예정

- '한-아세안 화장품 규제협약체' 구성을 통해 통일된 규제가 한국을 중심으로 만들어지면 장기적으로 해당 국가의 규제 기준에 각 기업이 일일히 대응하는 불편함이 사라질 것으로 전망 됨.
- 아세안 국가에 대한 수출 정보 제공 및 교육 강화 계획. 특히 할랄 인증 전문교육 및 컨설팅도 실시할 예정

## □ 시사점

- 아세안 국가의 경제 성장과 국민 소득 및 구매력 증가로 인해 전반적인 시장 규모가 지속적으로 커지고 있어 인도네시아를 포함한 동남아시아가 시장성이 높은 국가임은 이미 잘 알려진 사실임. 특히 동남아시아 지역의 소비자가 우리 기업 제품을 구매하는 이유는 제품 자체의 기능/효과 이외에도, 한류 열풍과 더불어 한국 제품에 대해 선진 기술 및 고품질 제품으로 인식하기 때문인 바 결국 한국 제품, 한국 브랜드라는 사실이 제품 이미지를 강화시키고 이는 곧 구매요인으로 이어지는 기회요인이 존재함.
- 그러나 신형 경제성장국과 한류 및 한국 선호라는 이유만으로 막연한 장밋빛 전망을 기대하여 성급히 시장에 진출하려는 태도는 지양되어야 하며 시장에 대한 정확한 조사가 필수적으로 선행되어야 함. 인도네시아의 중산층과 평균 소득이 증가하고 도시화가 진행되고 있어도, 현재 까지 중저가 브랜드가 시장의 93%, 프리미엄 고급 브랜드가 7%를 차지하고 있음. 즉 프리미엄 브랜드는 사실 일부 고수입 소비자를 타겟으로 하며, 그들을 위한 유통채널 또한 제한적이므로 니치 마켓으로 판단됨. 중산층을 타겟으로 할 경우 상위 수입국인 미국, 일본, 프랑스 등 다른 선진국의 프리미엄 브랜드와 경쟁해야 하며, 이 때는 한류 열풍과 한국 이미지만으로는 시장에서 경쟁력이 부족할 수 있고 제품 고유의 기능/효과에 대해 충분한 홍보가 필수적임.
- 향후 인도네시아의 경제 성장과 중산층 소비자의 지속적인 증가를 고려하면 보다 정확한 시장 조사 및 분석이 이루어질 경우 프리미엄 브랜드 또한 성공적으로 시장에 진출할 수 있는 확률이 높아질 것임. 실제로 2016년 기준 설화수는 인도네시아 프리미엄 브랜드 스킨케어 시장에서 10%의 지분을 차지하고 있음. 설화수는 스킨케어가 인도네시아 화장품 시장의 핵심 제품이고, 스킨케어 구매 시 고려요인은 브랜드 신뢰도, 기능/효과, 성분이며, 소비자의 주된 정보 탐색 방법이 SNS라는 것을 정확히 인지하여 한국브랜드라는 점과 제품 자체 기능 및 성분을 SNS에서 충분히 홍보해 오고 있음.

- 인도네시아 화장품 시장에서 대중 중저가 브랜드 시장이 프리미엄 브랜드 시장보다 크기 때문에, 중저가 브랜드 시장에 진출하는 것도 충분히 유의미한 전략이 될 수 있음. 로컬 브랜드 화장을 구입하는 이유와 한국브랜드 화장을 구입하는 이유가 상이하므로 동일 시장의 경쟁자로 보기는 어려우나 대중 중저가 브랜드 시장의 소비자의 평균 임금 및 구매력을 감안한다면 로컬 브랜드 가격을 참고하여 로컬 브랜드와의 차이가 크게 나지 않게 책정하는 것이 바람직함. 더불어 로컬 브랜드의 또다른 강점은 할랄 인증임. 인도네시아 인구의 87%가 무슬림이고, 시장에서 할랄 인증을 최초로 받은 Wardah 브랜드가 2016년 매출 규모 40% 성장을 기록한 것은 무시할 수 없는 수치임. 실제로 인도네시아 소비자가 로컬브랜드를 구매하는 이유 중 하나는 성분에 대한 높은 신뢰도임. 2019년부터 인도네시아는 모든 상품에 할랄 인증 수여 유무에 관해 의무적으로 표시해야 하므로 할랄 인증 또한 고려해야 함.
- 최근 소비자들은 소셜미디어를 활용하여 정보를 탐색하므로, 소셜미디어를 통한 홍보를 적극 활용할 것. 이 때 스킨케어의 경우, 색조화장은 발색을 사진이나 동영상에서 가시적 확인이 용이한 반면, 스킨케어는 제품의 기능 및 성능을 즉각 확인하기 어려운 특성이 있음. SNS를 이용할 때는 충분한 기간에 걸쳐 제품의 성능과 효과를 설명하는 것이 좋음. 중산층이 아닌 소비자는 그들의 평균 구매력을 고려하여, 충동구매보다는 제품의 정보에 대해 충분히 탐색한 후에 구매하는 경향이 있기 때문에 정보에 기반한 SNS 홍보는 그들의 성향에 맞춘 홍보 전략이 될 수 있음.
- 철저한 시장 진입 전략도 중요하지만 지속적인 매출을 발생시키기 위해서는 진입 이후의 전략도 수립해야 함. 본사에서 시장을 보는 관점과 현지 매장에서의 현실이 다를 수 있음. 소비자가 정보 수집을 기반으로 한국제품을 구매하러 방문했을 때, 혹은 구매한 한국 제품에 만족하여 재구매 의향이 생겨 매점을 재방문했을 때, 재고의 부족과 느린 유통/배송이 매장에서의 주된 애로사항인 것으로 파악되는 바 현지 진출 기업은 이에 대한 대책 수립이 필요할 것임. 또한 동일한 제품 재입고 대신 제품성분이 바뀌어 재출시되어 기존 고객을 잃는 문제점도 존재함. 지속적인 재고관리를 통해 기존 고객을 유지하여 타사 제품 구매를 방지하는 것도 유의할 사항임.
- 한국 정부의 신남방정책과 더불어 화장품 수출 세계 3대 강국 도약을 비전으로 한 정부의 한국 화장품업체 지원 정책을 적극 활용하여 시장 진출을 도모하기 바람. 특히 중소기업에게는 재정적 한계와 규제 및 인증제도 애로사항을 해결할 수 있는 기회가 될 수 있음.

작성자 : KOTRA 수라바야무역관 나윤정

자료원 : Euromonitor, Global Trade Atlas, 대한화장품산업연구원, Indonesia National Trade Repository, 보건복지부, 식품의약품안전처, 현지 온오프라인 화장품 관련 매장 사이트 및 현장 인터뷰 등

〈 저작권자 © KOTRA & KOTRA 해외시장뉴스 2018. 4. 30.〉

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

### ◆ 「화장품법」시행규칙 일부개정령 입법예고 안내

- 식품의약품안전처에서는 모든 화장품에 알레르기 유발성분의 표시 및 영·유아나 어린이가 사용할 수 있음을 표시 또는 광고하려는 화장품의 사용기준이 정해진 원료의 함량 표시를 의무화하며 제조업자 또는 제조판매업자의 폐업신고 시 부가가치세법에 따른 사업자 폐업신고도 함께 할 수 있도록 간소화하고, 화장품의 광고업무정지 기간 중 광고행위를 한 경우 판매업무정지 처분기준을 신설하여 「화장품법」시행규칙 일부개정령(안)이 입법예고됨
- 이에 우리협회에서는 업계의 의견을 2018년 7월 20일(금)까지 이메일 (hyoung@kcia.or.kr)로 수렴하고 있음

※ 「화장품법」 일부개정법률(안) 및 검토서 양식' 1부는 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

협회 업무추진현황

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

◆ 예정 행사

○ <4차 산업혁명과 화장품의 미래> 국회 토론회 개최 안내

김상희 국회의원실 주최로 한국 건강·뷰티 산업의 지속적인 발전과 글로벌 경쟁력 강화를 위해 입  
법부, 정부, 학계, 산업계가 함께하는 「4차 산업혁명과 화장품의 미래 국회 토론회」가 아래와 같이  
개최될 예정이오니 많은 참석 부탁드립니다.

-아 래-

가. 일 시 : 2018. 07. 3.(화) 14:00~15:40

나. 장 소 : 국회 의원회관 2층 제1세미나실

다. 신청기한 : 2017. 06. 29(금) 18:00까지

라. 참가신청 : 대한화장품협회 홈페이지(www.kcia.or.kr)

「교육마당」→「교육 및 세미나신청」에서 접수

마. 문 의 : 정구현 과장 (070-8709-8677, winjkh@kcia.or.kr)

※ 장소관계로 신청자가 많을 경우 선착순 마감

※ 참석당일 국회 출입증 교환을 위한 신분증 필수 지참



- 2018년  
**7월 3일(화) 오후 2시**
- **국회의원회관  
제1세미나실**

**주최 :** 국회 김상희의원실  
**주관 :** 국회 헬스&뷰티 발전포럼

• 행사 일정

시간	행사내용	비고
14:00 ~ 14:05	· 개회선언	
14:05 ~ 14:10	· 토론회 및 참석자 소개	
14:10 ~ 14:15	· 대표의원 인사말	
14:15 ~ 14:25	· 포럼소속 의원 인사말	
14:25 ~ 14:35	· 내·외빈 축사	
14:35 ~ 14:55	· 주제발표 I 4차 산업혁명 대응 화장품 정책지원 방향	보건복지부
	· 질의응답	
14:55 ~ 15:15	· 주제발표 II 미래 화장품 발전을 위한 제도개선 방향	식품의약품 안전처
	· 질의응답	
15:15 ~ 15:35	· 주제발표 III 키워드로 보는 화장품의 미래	수원대학교 노호식 교수
	· 질의응답	
15:35 ~ 15:40	· 마무리 말씀 및 폐회	

○ (통합\_실무+심화) 화장품 GMP 전문가 양성교육

우리 협회는 CGMP의 확산과 화장품의 안전 및 품질관리 향상을 위한 화장품 GMP 전문 인력 양성하고자 식품의약품안전처 위탁용역사업의 일환으로 「화장품 GMP 전문가 양성을 위한 교육(실무교육/심화교육)」을 실시합니다.

이에 붙임과 같이 CGMP 실무교육과정 및 심화교육과정 개최를 공지하오니 수강을 원하는 분은 우리 협회 홈페이지 교육마당(www.kcia.or.kr)을 통하여 신청하여 주시기 바랍니다.

※ 식품의약품안전처 CGMP 업무 관계자와의 CGMP 관련 질의응답도 이루어질 예정이오니 관련 실무자의 많은 관심과 적극적인 참여 바랍니다.

**화장품 GMP 전문가 양성 교육(실무과정/ 심화과정)**

**I. 교육개요**

- 일시 : (실무과정) 2018. 07. 18.(수), 13:00~17:30  
          (심화과정) 2018. 07. 19.(목), 10:00~17:00
- 장소 : 전경련회관 컨퍼런스센터 3층 에메랄드홀(서울 여의도 소재)
- 대상 : 화장품 제조 및 품질관리 실무자 또는 관련 실무자, 과정별 50명 이상
- 목적 : CGMP의 확산과 화장품의 안전 및 품질관리 향상을 위한 GMP 전문 인력 양성

**II. 교육과정별 교육 일정 및 내용**

□ 실무 교육과정 [7/18, 13:00-17:30, 4.5시간]

시 간	교 과 목	내 용
12:40-13:00	출석확인	
13:00-14:00	화장품 GMP의 이해	우수화장품 제조 및 품질관리기준 규정 해설
14:00-15:00	CGMP 적합업소 추진사례	CGMP 적합업소 추진사례를 통한 화장품 GMP 제도 이해, 화장품 GMP 인증을 받기 위한 준비 서류 및 준비방법 등
15:00-17:30	화장품 GMP에 따른 문서관리 및 작성요령	CGMP 문서관리 조항, CGMP 관리문서의 체계 및 예시, 작성요령 등

□ 심화 교육과정 [7/19, 10:00-17:00, 6.0시간, 17:00~ 수료테스트]

시간	교과목	내용
09:40-10:00	출석확인	
10:00-12:00	화장품의 제조관리	CGMP에서의 설비 구비 및 관리 등
12:00-13:00	중식	
13:00-15:00	화장품의 품질관리	화장품의 안전기준, 유통화장품 안전관리기준, 완제품에 대한 품질관리 절차 사례, 화장품 원료관리 절차 사례 등
15:00-16:30	화장품 미생물 한도 시험법	화장품의 미생물규제와 기준, 화장품의 미생물 한도 시험법 등
16:30-17:00	CGMP 관련 Q&A	식품의약품안전처 CGMP 심사관과의 CGMP 관련 질의응답 (참석자를 대상으로 교육 개최 전 질의사항 요청 예정)
17:00-	수료테스트	실무, 심화 전부 이수자(통합과정 참여자)를 대상으로 실시

※ 교육일정은 상황에 따라 변경될 수 있음

※ 교육평가는 통합교육과정(실무+심화교육과정 전부 이수)이수한 교육생을 대상으로 실시하고, 교육평가를 통과한 이수자에 한하여 수료증이 발급될 예정임.(수료자의 지식 및 실무 능력에 대한 인증으로 수료증의 전문성을 강화함)

### III. 교육 참가 신청

#### 1. 교육신청 : 온라인 신청

대한화장품협회 홈페이지([www.kcia.or.kr](http://www.kcia.or.kr)) 「교육 및 세미나신청」



일반교육 및 세미나



희망교육과정(실무 또는 심화 또는 통합(실무+심화)) 선택하여 신청서 작성

(※ 수강생의 교육여건 및 GMP 지식 정도에 따라 실무교육과정, 심화교육과정, 통합교육과정(실무+심화교육)을 선택하여 참여할 수 있습니다.)



작성한 교육신청서 제출



접수 완료

2. 교육 신청 마감일: **6월 29일(금)까지** 신청서 제출 선착순 마감

※ 교육 수요가 많을 경우, 공지한 마감일과 관계없이 조기마감 될 수 있습니다.

※ 작성한 신청서를 저장만 한 상태는 접수되지 않은 것이니 신청에 착오 없으시길 바랍니다.

3. 교육 신청취소 기간: **6월 28일(목)까지** 취소 가능

※ 교육신청 현황에 따라 교육에 필요한 제반사항을 준비하오니 참여가 어려운 경우, 교육준비 및 교육 참여를 원하는 다른 분을 위하여 취소기간 내에 반드시 연락 주시기 바랍니다.

4. 교육비 : 유료(교재 제공, 중식 없음)

- 실무교육과정 : 10,000원
- 심화교육과정 : 10,000원
- 통합교육과정(실무+심화교육) : 15,000원

※ 교육 제반 관련 비용(교재제작, 강사섭외, 교육장 및 기기 대관 등)은 정부 지원비로 준비되며, 납부한 교육비는 당일 다과로 제공 됩니다

5. 교육관련 문의

- 경영지원팀 이지연 과장 (TEL: 070-8709-8615/ E-MAIL: junetenth@kcia.or.kr )

**VI. 교육장 오시는 길**

교육장명	상세 위치	실시교육과정
전경련FKI타워 컨퍼런스센터 3층 에메랄드	서울특별시 영등포구 여의대로 24 전경련회관(FKI타워) [지하철 5·9호선 여의도역 하차(2번출구 도보 5분거리)]	CGMP실무교육/ CGMP심화교육
	약도 <a href="http://hall.fki.or.kr/about/location.asp">http://hall.fki.or.kr/about/location.asp</a>	



**지하철로 오시는 법**

지하철 5-9호선 여의도역 하차(2번출구 5분거리)

**자가용으로 오시는 법**

서울특별시 영등포구 여의대로 24 FKI TOWER(전경련회관),  
(TEL. 02-3771-0114)

**마포대교 남단 방향**

마포대교남단 → MBC방면 좌회전 → MBC앞 사거리 우회전 →  
사학연금회관 건물 끼고 우회전 → 전경련회관

**올림픽대로 진입시**

올림픽대로 → 여의상류IC → 63빌딩 좌회전 후 직진 →  
광장아파트 지나 우회전 → 전경련회관

**영등포 방향**

영등포 → 서울교 → 전경련회관

**버스로 오시는법**

**전경련회관**

**지선** 5012, 5615, 5618, 5713, 6513, 6628, 6649

**간선** 160, 162, 360, 503, 600, 662

**광역** 300, 301, 320, 700, 871, 10, 11-1, 11-2, 83, 88,  
88-1, 510, 530

**여의도역**

**지선** 5012, 5618, 5623, 6513

**간선** 153, 162, 261, 262, 362, 461, 503, 753

**광역** 7007-1, M7625, 108, 700, 5601

**여의도공원 앞**

**지선** 5012, 5713, 6513, 6623, 6628, 6649

**간선** 160, 260, 360, 600, 662

**광역** 300, 700, 11-1, 11-2, 83, 88, 88-1

※ 주차비는 지원되지 않으며, FKI타워는 주차억제구역으로 가급적 대중교통을 이용하여 주시기 바랍니다. (전경련회관 주차비 - 15분당 1,000원 / 일 최대요금 50,000원)

○ 「2018 원아시아 화장품·뷰티 포럼(7월 12일, 태국 방콕)」참가 신청 안내

2018년 꼭 참석해야 하는 포럼!

수출만이 살길임은 알겠는데 어느 나라를 두드려야 하지?

동관은 단 어떻게 해야 하는 거야?

인허가는 어떻게 해결해야 하지?

좋은 바이어는 어디서 만날 수 있는 거지?

**막막한 수출 전략!  
속 시원히 뚫어드리는 "태국 원정대!"  
그 해법은 바로**

## 2018 원 아시아 화장품·뷰티 포럼

### 2018 One Asia Cosmetics & Beauty Forum

2018년 7월 12일(목) 태국 방콕 BITEC 전시장

본 행사를 놓치면 안되는 이유!

**1**  
Reason

한류문화에 대한 호감도가 높고  
세계가 주목하고 있는 태국 화장품 시장!



수도 | 방콕 (Bangkok)  
면적 | 513,120km<sup>2</sup> (약 한반도 5배)  
인구 | 6,810만명

언어 | 타이(공용어), 중국, 말레이어  
민족구성 | 타이족(85%), 화교(12%) 등  
종교 | 불교(95%), 기타(이슬람교, 기독교 등)

2  
Reason

KOTRA에서 주관하는 "태국 유력바이어와의 1:1 상담회"



"수출 확대에 도움이 되었다."



"향후 이러한 상담회에 참가할 의향이 있다."

출처 : "2017년 원 아시아 화장품 뷰티 포럼" 바이어 상담회 만족도 설문조사 결과

포럼 참가 사전등록한 회사 중 15개사를 최종 선정하여 KOTRA 방콕 지사에서 섭외한 태국 유력 바이어와의 1:1 바이어 상담회 참여 기회를 무료로 제공해 드립니다.

**3**  
Reason

**태국 수출에 관여되는 모든 기관을 한 곳에서 만나볼 수 있는 자리**

태국 식약청, 태국의 유명 뷰티 매거진, 인허가 대행사, 유통업자, 물류/통관업체가 본 행사에 참여합니다.



**4**  
Reason

**바이어에게 적극 어필할 수 있는 제품 전시 기회를 놓치지 마세요!**

제품을 눈으로 보고, 직접 발라보고, 향을 맡을 수 있는 체험 기회를 바이어에게 제공  
깔끔하고 단아한 제품 간이 전시대가 무료로 제공됩니다. 단, 선착순 마감이니 서두르세요!



5  
Reason

회사 및 소개 자료를 태국 바이어에게 무료로 배포할 수 있는  
절호의 홍보 기회를 놓치지 마세요!

각사별로 제출하신 자료는 취합하여 태국화장품협회, 아세안화장품협회, KOTRA, 태국의 화장품 관련 전시회 주최사, 태국의 화장품 유통 유통망/온라인 쇼핑몰/홈쇼핑/뷰티 인플루언서 등 각종 기관에 배포됩니다.



**6**  
Reason

**태국에 대한 최고 전문가 강의를 통해  
시장을 꿰뚫어보는 통찰력을 얻을 수 있습니다.**

태국 시장 진출을 위한 각 분야별 최고 전문가를 모셨습니다.



**태국 식약청**

태국 화장품 수입절차 및  
안전관리



**KOTRA 방콕 무역관**

태국 경제동향 및  
소비자 특성



**유로모니터**

아시아 시장에서  
주목하고 있는 K-뷰티



태국 홈쇼핑진출 전략

**홈쇼핑**



태국 홈쇼핑진출 전략

**온라인**



태국 홈쇼핑진출 전략

**전문점**

**포럼 세부 안내**

**사전등록 신청**

문의 | 대한화장품협회 김경옥 차장, 070-8709-8614, a007@kcia.or.kr  
대한화장품협회 한종민 사원, 070-5057-4019, jmhan@kcia.or.kr

※ 사전등록링크 : <https://goo.gl/forms/FJwphbQKhiMRhWRR2>

◆ 추진 현황

○ 화장품 제조판매관리자 교육(대구)



우리 협회에서는 지리적으로 교육장까지 접근이 어려운 업체에게 편의를 제공하고자 화장품 제조 판매관리자를 대상으로 6월 22일(금) 대구무역회관 4층 대회의실에서 『화장품제조판매관리자 교육』을 실시하였으며, 총 93개사 93명의 제조판매관리자가 교육에 참여하였다.

현재 2018 화장품 제조업자.제조판매업자 교육(교육명령 대표자대상) 및 9월 제조판매관리자교육에 대하여 협회 홈페이지를 통해 사전접수를 실시하고 있다.

※ 교육 대상자는 협회 홈페이지([www.kcia.or.kr](http://www.kcia.or.kr) → 교육마당 → 교육 및 세미나 신청)를 통해 수강하고자 하는 교육 일자를 선택하여 신청하시기 바랍니다.

○ (회원사 대상)2018년 회원 대장 제출 협조 요청

우리협회에서는 회원대장을 새로 갱신하고자 하며, 이를 통해 회원에게 다양한 서비스를 빠르고 정확하게 안내. 제공하고자 하오니 2018년 7월 3일(화)까지 붙임 회원대장 양식을 작성하시어 우리협회로 제출하여 주시기 바랍니다.

-아 래-

가. 제출기한 : 2018. 7. 3(화)

나. 제출처

- 문의 : 02-785-7985, Fax : 02-782-6659

- 담당자 : 이병수 대리

다. 제출방법 : e-mail ([jacklbs@kcia.or.kr](mailto:jacklbs@kcia.or.kr)) 제출

※작성양식은 첨부파일을 Download 하여 작성하시기 바랍니다.

## ○ 2018년도 산업기능요원 지정업체 신규지정 신청 및 기지정업체 2019년 소요 인원파악 신청 요청

병무청에서는 병역법 제36조에 따라 산업을 육성·지원할 목적으로 현역병 입영대상자 또는 공익근무요원 소집대상 보충역 중 산업체 근무를 원하는 자를 선정된 지정업체에 근무하게 하여 군복무를 대체하는 산업기능요원 제도를 시행하고 있습니다.

이에 2018년 화장품 분야 산업기능요원 지정업체 신규 선정 및 기 지정업체의 2019년도 산업기능요원 배정할 예정이오니 산업기능요원 지정업체 지정(중소기업 대상)을 희망하거나 및 기지정 받은 업체는 소요인원을 붙임 자료를 참조하시어 신청서를 작성하시어 **2018년 7월 11일(수)**까지 우리협회(담당자 : 이병수 e-mail : jacklbs@kcia.or.kr)로 관련 자료를 우편 제출(2부) 및 파일 송부하여 하여 주시기 바랍니다.

※ 올해는 복지부 지침의 일부 변경사항이 있으니, 면밀하게 살펴보고 제출하여 주시기 바랍니다. (전년도 평가기준에서 1개 삭제됨('기업공고 연계 맞춤형 인력양성 프로그램 참여기업'))

※ 문의 : 경영지원팀 이병수 대리 (02-785-7985, [jacklbs@kcia.or.kr](mailto:jacklbs@kcia.or.kr))

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

## ○ 대한화장품협회, 『중국 위생행정허가 안내서』 및 『법규집』(개정판) 발간 안내

대한화장품협회(회장 서경배)는 화장품 중소기업을 대상으로 중국 위생행정허가에 대한 절차 및 구비서류를 알기 쉽게 소개한『중국 화장품 수출 길잡이 - 위생행정허가 안내서』를 발간하였다.

본 안내서는 중국 위생행정허가를 신청할 때의 진행 절차를 해당 단계 별로 아주 자세하게 설명하고 있을 뿐만 아니라, 관련 서류의 양식 및 실무진행 시 주의해야 할 사항에 대해서도 소개하고 있어 위생허가를 처음 접하는 자도 쉽고 정확하게 이해할 수 있도록 정리되어 있다.

그리고 올해 상반기 협회에서 주최한 5차례의 위생허가교육을 통해 중국 위생행정허가 현지 심사 위원 및 전문가들이 강조한 주의사항 그리고 각 진행단계에서의 팁과 자주하는 질문 및 이에 대한 답이 수록되어 위생허가를 진행함에 있어서 실수를 줄일 수 있는 노하우를 담았다.

또한 대한화장품협회는 2017년 2월에 중국의 화장품 관련 제도 및 규정을 번역·정리하여 발간한 『2017 중국 화장품 관련 법규집(번역판)』에 2017년 7월까지 발표한 최신 법령을 업데이트하여 『2017 중국 화장품 관련 법규집(번역판) 개정판』을 발간하였다.

『중국 화장품 수출 길잡이 - 중국 위생행정허가 안내서-』 및 『2017 중국 화장품 관련 법규집(번역판)』개정판을 구매하고 싶은 회사는 협회 홈페이지([www.kcia.or.kr](http://www.kcia.or.kr)) 「대한화장품협회」→ 「발간물」→ 「구매안내」를 통하여 신청하면 된다.

# - 중국 수출 길잡이 - 위생행정 허가 안내서

중국 수출 필수 조건 위생행정허가!  
신청절차부터 세부 준비서류까지  
현지 심사위원 및 전문가들의  
생생한 노하우 집대성!



위생행정허가 갱신,  
변경을 대비한  
신청절차 및 필요서류까지  
자세히 수록하여  
실질적인 도움 제공

- 재중국신고책임회사? 수권서? 안전성승낙서?  
헷갈리고 어려운 개념들 알기 쉽게 총정리

- 세세한 서류양식 단계별로 안내

- 중국 수출업무 담당자의 필독서

## 책자 구매 방법

- 「상단메뉴 대한화장품협회」 → 「발간물」 → 「구매안내」를 통하여 신청



대한화장품협회 홈페이지  
(www.kcia.or.kr)



[ 발간물 ]



[ 구매안내 ]



대한화장품협회 자료마당 교육마당 광고자문 실적보고 증명서신청 & 지원마당 참여마당 중소기업 수출지원센터  
협회 소개 화랑홍산업 현황 위원 기담 발간물 번역매리

홈 | 로그인 | 회원가입 | 기사검색 | 사이트맵 | ENGLISH

3. 위생행정허가

3-6. CFDA 기술심사

3-6-2. CFDA 기술심사를 신청할 때 준비해야 하는 자료

< 제품 중 안전성 위험물질 관련 안전성 평가 자료 >

\* 만약 위험물질에 대한 검사를 실시하였다면 이에 상응하는 검사 결과 보고서도 제출합니다.

- 제품에 포함된 원료에 따라 추가 검측이 필요한 항목이 결정됩니다.
- CFDA 기술심사 시 심사위원들이 주목하고 있는 주요 안전성 위험물질의 예시는 아래와 같습니다.



<수권서 사본 및 재중국신고책임회사의 직인이 날인된 사업자등록증 사본>

① 수권서(授权书)



② 접수 수권 성명서(接受授权声明书)





# 책자 구매방법

대한화장품협회 홈페이지 (www.kcia.or.kr)

대한화장품협회 > 발간물 > 구매안내 를 통하여 구매



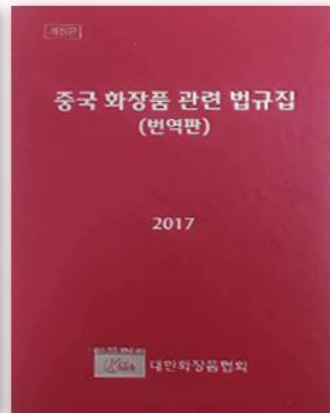
## 성공적인 중국 시장 진출을 위해 함께 구입하시면 더욱 좋습니다



중국 화장품 수출 길잡이  
위생행정허가 안내서 +  
FAQ 및 불합격사례집 (Set)



중국 화장품안전기술규범  
2015년판 (국문 번역판)



2017 중국 화장품 관련 법규집  
번역판 (개정판)

○ 나고야의정서 관련 기관 정보 모음

홈페이지 방문자께서 나고야의정서 관련 정보를 보다 편리하게 이용하실 수 있도록 우리협회 홈페이지에 나고야의정서 관련 기관에 대한 링크를 아래와 같이 취합하여 공지해 드립니다.  
 각 기관 사이트는 아래 링크를 통하여 확인하시기 바랍니다.

	기관	웹사이트	설명
국내	1 ABSCH 유전자원정보관리센터	<a href="http://www.abs.go.kr/kabsch/main.do">http://www.abs.go.kr/kabsch/main.do</a>	- 국내외 나고야의정서 관련 동향 정보 제공 - 국가연락기관, 국가책임기관, 국가점검기관 업무에 대한 행정적 기술적 지원 - 나고야의정서 인식제고를 위한 홍보 등
	2 국가생물 다양성 정보공유체계	<a href="http://www.kbr.go.kr/index.do">http://www.kbr.go.kr/index.do</a>	- 국내 생물다양성과 관련된 정보(생태계, 생물종, 생물다양성 조사, 관련 법령, 주요 활동 등) 제공
	3 환경부 한반도의 생물 다양성	<a href="https://species.nibr.go.kr/index.do">https://species.nibr.go.kr/index.do</a>	- 국가생물 다양성 정보 (고유종, 멸종위기종), 생물소재 및 유전정보검색
	4 법제처 「유전자원의 접근·이용 및 이익 공유에 관한 법률」	<a href="http://www.law.go.kr/lsSc.do?menuId=0&amp;subMenu=1&amp;query=%EC%9C%A0%EC%A0%84%EC%9E%90%EC%9B%90#undefined">http://www.law.go.kr/lsSc.do?menuId=0&amp;subMenu=1&amp;query=%EC%9C%A0%EC%A0%84%EC%9E%90%EC%9B%90#undefined</a>	- 「유전자원의 접근·이용 및 이익 공유에 관한 법률」
국외	1 유전자원 접근 및 이익공유 정보공유체계 (ABS-CH)	<a href="https://absch.cbd.int/">https://absch.cbd.int/</a>	- 유전자원 접근 및 이익공유 정보공유체계 공식 사이트
	2 중국	<a href="https://absch.cbd.int/countries/CN">https://absch.cbd.int/countries/CN</a>	- ABS-CH (중국 유전자원 접근 및 이익공유 정보공유체계 공식 사이트)
		<a href="http://english.agri.gov.cn/">http://english.agri.gov.cn/</a>	- 중국 농업부 사이트
		<a href="http://www.soa.gov.cn/index.html">http://www.soa.gov.cn/index.html</a>	- 중국 국가해양부 사이트
		<a href="http://english.mep.gov.cn/Policies_Regulations/">http://english.mep.gov.cn/Policies_Regulations/</a>	- 중국 환경관련 법제 정보
	3 일본	<a href="https://absch.cbd.int/countries/JP">https://absch.cbd.int/countries/JP</a>	- ABS-CH (일본 유전자원 접근 및 이익공유 정보공유체계 공식 사이트)
		<a href="http://www.env.go.jp/en/laws/">http://www.env.go.jp/en/laws/</a>	- 일본 환경관련 법제 정보
		<a href="http://www.biodic.go.jp/index_e.html">http://www.biodic.go.jp/index_e.html</a>	- 해양생물 DB 현황 : 일본생물다양성센터
		<a href="http://www.maff.go.jp/e/index.html">http://www.maff.go.jp/e/index.html</a>	- 일본 농림수산성
	4 인도	<a href="https://absch.cbd.int/countries/IN">https://absch.cbd.int/countries/IN</a>	- ABS-CH (인도 유전자원 접근 및 이익공유 정보공유체계 공식 사이트)
		<a href="http://envfor.nic.in/division/biodiversity">http://envfor.nic.in/division/biodiversity</a>	- 인도 환경부 생물 다양성 관련 법제정보
		<a href="http://www.cmlre.gov.in/">http://www.cmlre.gov.in/</a>	- 해양생물 DB현황

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

○ 중국 화장품 수출 관련 정보 모음

홈페이지 방문자께서 중국 수출 관련 정보를 보다 편리하게 이용하실 수 있도록 우리협회 홈페이지에 게시된 중국 수출 관련 정보 및 중국 진출 지원사항에 대한 해당 안내글 링크를 아래와 같이 취합하여 공지해 드립니다. 각 게시판 및 지원정보는 아래 링크를 통하여 확인하시기 바랍니다.

◆ 중국 수출절차

- ☞ 중국 전체 수출절차: (<http://helpcosmetic.or.kr/legal/process.php>)
- ☞ 위생행정허가 신청 절차: (<http://helpcosmetic.or.kr/legal/process02.php>)

◆ 중국 최신 법령

- ☞ 중국 화장품 관련 제도: (<http://helpcosmetic.or.kr/legal/china.php>)
- ☞ 중국 위생행정허가 관련 법규: (<http://helpcosmetic.or.kr/legal/china03.php>)

◆ 중국 화장품 위생허가 대행기관 안내

([https://www.kcia.or.kr/Document/news/NEWS\\_020V.asp?gPage=1&dnsn=2039&tablename=B\\_NEWS](https://www.kcia.or.kr/Document/news/NEWS_020V.asp?gPage=1&dnsn=2039&tablename=B_NEWS))

◆ 중국 진출 지원사항

연번	기관	사업명	설명	웹사이트
1		차이나데스크	현장 방문 컨설팅 등의 서비스 지원	<a href="http://okfta.kita.net/main.do?method=index">http://okfta.kita.net/main.do?method=index</a>
2	한국무역협회	해외마케팅	글로벌 바이어 초청상담회, 온라인 마케팅 등의 서비스 제공	<a href="http://www.kita.net/">http://www.kita.net/</a>
3	중소기업청 (수행기관 :	중국인증집중지원사업	중국 규격인증 획득을 위한 시험·인증비용 등을 지원	<a href="https://www.exportcenter.go.kr/eservice_new/korea_ktr/uss/guide/info.jsp">https://www.exportcenter.go.kr/eservice_new/korea_ktr/uss/guide/info.jsp</a>
4	한국화학융합 시험연구원)	해외규격인증획득지원사업	중국 인허가 교육 비용 지원	<a href="https://www.exportcenter.go.kr/standard/standard_main.jsp">https://www.exportcenter.go.kr/standard/standard_main.jsp</a>

5	중소기업청 (중소기업진흥공단)	차이나하이웨이 사업	중국 진출 마케팅 관련 지원	<a href="http://www.bizinfo.go.kr/see/seea/selectSEEA505.do">http://www.bizinfo.go.kr/see/seea/selectSEEA505.do</a>
6	KOTRA	수출마케팅	수출바우처사업, 무역사절단 등의 서비스 지원	<a href="http://www.kotra.or.kr/kh/service/KHSBUA021M.html?MENU_CD=F0468&amp;TOP_MENU_CD=F0261&amp;LEFT_MENU_CD=F0468&amp;PARENT_MENU_CD=">http://www.kotra.or.kr/kh/service/KHSBUA021M.html?MENU_CD=F0468&amp;TOP_MENU_CD=F0261&amp;LEFT_MENU_CD=F0468&amp;PARENT_MENU_CD=</a>
7	한국보건산업진흥원	해외화장품판매장개척지원사업	화장품판매장 운영 및 홍보·마케팅 등의 서비스 지원	<a href="https://www.khidi.or.kr/board?menuId=MENU01108&amp;siteId=null">https://www.khidi.or.kr/board?menuId=MENU01108&amp;siteId=null</a>

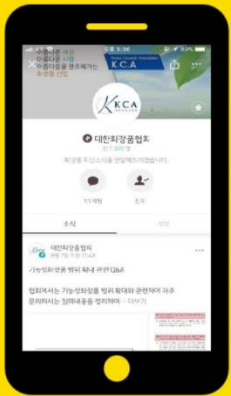
○ "대한화장품협회"와 카카오톡 플러스 친구 맺는 방법 안내

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

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

▶ 카카오톡 친구에게 드리는 혜택

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




**세상에서 가장 쉬운 성공하는 습관**

**대한화장품협회 플러스 친구 맺기**


화장품 관련 정보를 실시간으로 제공합니다.

언제 어디서든 확인할 수 있습니다.

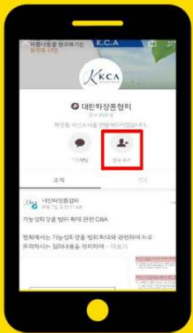
**대한화장품협회랑 친구맺기**



카카오톡에 접속한 후  
더보기 클릭



검색창에  
대한화장품협회 검색



대한화장품협회  
친구 추가

행사 소식

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

○ (대한화장품산업연구원) 원장 공개모집 공고

□ 공모직위 및 인원 : 대한화장품산업연구원 원장 1명

□ 임용기간 : 임용일로부터 3년

□ 자격요건

『공공기관의 운영에 관한 법률』제34조 및 『대한화장품산업연구원 정관』제18조의 결격사유가 없는 분으로서

- 최고 경영자로서의 자질과 능력을 가진 분
- 화장품산업에 대한 식견이 풍부하고 사회적 덕망이 있는 분
- 국제적 감각과 미래지향적인 비전을 가진 분

□ 제출서류

- 지원서 및 자기소개서 각 1부 (소정양식)
- 직무수행계획서 1부 (소정양식)
  - ※ 자기소개서에는 경력 및 업무성과 내역을 중심으로 기술 요함
  - ※ 직무수행계획서는 대한화장품산업연구원의 미래 비전제시, 조직관리, 경영혁신, 고객만족 등 경영구상에 대하여 개조식으로 기술
- 기본증명서(주민등록등본) 1부
- 최종 학력증명서, 경력증명서, 관련 자격증 사본 각1부
- 개인정보 사용에 대한 동의서 1부 (소정양식)
  - ※ 제출 서류양식은 대한화장품산업연구원 홈페이지(www.kcii.re.kr)에서 내려 받아 사용하시기 바랍니다.

□ 접수기간 및 방법

- 접수기간 : 2018.6.29(금) ~ 2018.7.12(목) 18:00까지
- 접수방법 : 방문제출 또는 등기우편 제출 (방문제출은 제출 기한내 09시~18시, 토·공휴일 제외, 대리접수 가능,
- 접수방법 : 등기우편제출은 제출기한 내 18:00까지 도착분에 한함, 인터넷, 팩스 접수는 받지 않음)
- 접수장소 : (우 18103) 경기도 오산시 가장산업서북로 40-44  
(재)대한화장품산업연구원 원장추천위원회(2층 사무국 경영지원팀)

□ 심사방법

- 원장추천위원회에서 서류심사 및 면접심사
  - 서류심사 : 제출서류를 기초로 평가
  - 면접심사 : 서류심사 합격자에 한해 면접 실시 (면접 일시 및 장소는 면접심사 대상자에게 개별 통보)

□ 기타

- 자세한 사항은 대한화장품산업연구원 원장추천위원회(☎031-8055-8750)로 문의하시기 바랍니다.
- 제출된 서류는 일체 반환하지 않으며 기재된 내용이 사실과 다를 경우에는 임명추천이 취소될 수 있습니다.
- 응모자가 2명 미만일 경우에는 최초공고와 동일한 절차와 방법에 따라 재공고를 실시할 수 있으며, 기존 응모자의 자격은 유효합니다.

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

## ○ (한국무역정보통신) 원산지관리 협력포털을 활용한 FTA컨설팅사업 안내

한국무역정보통신에서는 산업통상자원부와 FTA종합지원센터와 함께 2018년 원산지관리 FTA컨설팅 사업을 추진 중에 있습니다.

관심있으신 업체 관계자 분들은 많은 활용 바라겠습니다.

### 사업 개요

- (사업명) 원산지관리 협력포털을 활용한 FTA컨설팅 사업
- (사업기간) `18. 6. 1 ~ `18. 12. 15 (7개월) \* 사후관리기간(`18.12 ~ `19.11)
  - ※ 사후관리 : 무상 사후관리기간(1년간) 종료 후 유지보수료 발생(평균 월 50만원 내외)
- (사업대상) 협력사 관리가 필요한 FTA 활용 수출(허브)기업과 협력기업
  - \* 1개의 수출기업과 10개 내외의 협력사 지원
- (사업 수행기관) 한국무역정보통신(KTNET)

### 추진 내용

기존 FTA 컨설팅 및 교육 사업과 차별화하여 공급망 전체에 H/W, S/W, 인적자원(개발자, 관세사자문)을 통합하여 제공

### 문의

한국무역정보통신 / FTA 지원 사업 담당자 / 양윤석 부장 / [ysyang@ktnet.co.kr](mailto:ysyang@ktnet.co.kr)

○ (서울세관) 수출물품 원산지 사전확인 사업 안내

서울세관에서는 최근 우리 수출물품에 대한 FTA협정 체약상대국의 원산지 검증 증가에 따른 수출기업의 부담을 해소하고자, 첨부파일과 같이 수출물품의 원산지를 사전에 점검하는 수출물품 원산지 사전확인 사업을 '18년 5월부터 상시 실시합니다.

이와 관련하여 관심있으신 업계 관계자분들은 많은 활용하시기 바랍니다.

**출물품 원산지 사전확인 사업 안내**

1. 귀사의 발전을 기원합니다.
2. 최근 우리 수출물품에 대한 FTA 협정 상대국의 원산지 검증 증가로 수출기업의 부담이 증가하고 있습니다.
3. 이에 서울세관은 수출기업의 원산지 검증대응 능력을 향상시키기 위해 수출물품의 원산지를 상대국의 검증 전에 미리 확인, 점검하는 ‘수출물품 원산지 사전확인 사업’을 아래와 같이 실시하고자 합니다.
4. 참여를 희망하는 수출기업은 '18. 5. 10.부터 서울세관 FTA1과(☎ 02-510-1705) 또는 서울세관 홈페이지(추후 신청화면 개설 예정)로 문의하여 주시기 바랍니다.

- 아 래 -

가. 사업기간 : 2018. 5. 10. ~ 2018. 12. 31.

나. 사업 절차

① 수출기업이 세관에 참여 신청 제출 ⇨ ② 세관에서 서면확인 및 기업 현장방문 실시 ⇨ ③ 원산지 관리 적정성 확인 및 컨설팅 제공

다. 확인 사항

- 1) 수출물품에 대한 품목분류, 제조공정, 원산지 기준 충족여부 확인
- 2) 원재료 공급망 등 원산지 관리시스템 전반 점검
- 3) 원산지 증빙자료 보관 적정성 확인

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

## ○ (한국무역협회) 2018년 「차이나데스크 현장방문컨설팅」 사업 공고 안내의 건

한국무역협회에서는 2018년도 FTA 지원 사업의 일환으로, 중소·중견기업에 대한 한·중 FTA 활용 지원을 위해 종합컨설팅 제공하는 「차이나데스크 현장방문컨설팅」 사업을 아래와 같이 추진 중에 있습니다. 세부 내용은 첨부파일을 참고하시기 바랍니다.

- 아 래 -

가. 사업명 : 2018년 「차이나데스크 현장방문컨설팅」 사업

나. 지원기관 : 한국무역협회 FTA종합지원센터

다. 사업기간 : 2018.03 ~ 2018.11(현재 신청 가능함)

라. 사업내용

- 필수 : 한중 FTA 활용 교육

- 선택 : FTA 활용 컨설팅/ CFDA 등 중국 인증(화장품 등) 취득 컨설팅(업체별 방문 맞춤형 컨설팅)/ 중국 지재권 보호 및 계약서 작성 컨설팅

마. 지원대상 : 전국 중소·중견기업 약 120개사

※ 지원 우선순위 업체 : 농수축산물, 섬유, 화장품, 생활용품 및 의약품 등을 중국으로 수출하거나 수출을 준비 중인 업체

바. 신청방법 : 2018. 11. 30까지(조기 마감가능)

온라인 접수

- 한국무역협회 FTA종합지원센터(okfta.kita.net)

※ 세부사항 : 한국무역협회 홈페이지

(<http://allthatbiz.korcham.net/content/govSuptSystem/detail.do?suptSystemSeqno=20140&lagdiv=&middiv=&fromSearchFlag=Y>) 공지사항 참조

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

○ (한국무역보험공사) 「FTA 수혜기업 대상 맞춤형 무역보험 제공」 사업 공고 안내의 건

한국무역보험공사에서는 FTA 수혜품목 우대지원 등을 통한 수출 지원 등 FTA 맞춤형 무역보험 제공하는 「FTA 수혜기업 대상 맞춤형 무역보험 제공」 사업을 아래와 같이 추진 중에 있습니다. 세부 내용은 첨부파일을 참고하시기 바랍니다.

- 아래 -

가. 사업명 : 「FTA 수혜기업 대상 맞춤형 무역보험 제공」 사업

나. 지원기관 : 한국무역보험공사

다. 신청시기 : 수시 신청 · 접수

라. 사업내용 및 신청자격

- FTA 수혜품목 우대 지원 등 : 화장품 등 유망 소비재 수출기업 대상 무역보험 한도 우대 및 보험료 할인(화장품 등 유망 소비재 수출 중소기업)

바. 신청방법 : 사이버영업점([www.ksure.or.kr](http://www.ksure.or.kr)) 혹은 고객센터(1588-3884)를 통해 구비서류 확인 후 신청 · 지원

※ 세부사항 : 한국무역보험공사 홈페이지

(<http://allthatbiz.korcham.net/content/govSuptSystem/detail.do?suptSystemSeqno=19538>) 공지사항 참조

※ 「FTA 수혜기업 대상 맞춤형 무역보험 제공」 사업 공고'는 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

○ (킨텍스) K-BEAUTY EXPO TAIWAN 2018 참가모집 안내

# K-BEAUTY EXPO TAIWAN 2018

- 기 간 2018년 8월 24일~27일
- 장 소 TWTC 1홀, 대만 타이베이
- 주 최 경기도
- 주 관 KINTEX



아시아 3대 화장품 최대 소비국, *대만 진출 최고의 기회!*

## ✓ 2018 K-BEAUTY EXPO TAIWAN 참가 포인트

### 1 1:1 수출상담회 진행 (올해 첫 개최)

- 대만 현지 최대유통채널 Distributors(유통상) 포함 빅바이어를 초청하여 1:1 수출상담회 진행합니다.  
(Watsons, Cosmed, Familymart, 小三美日 등 약 80개사)



### 2 현지 1위 홈쇼핑채널 "모모홈쇼핑" 구매상담회 진행

- 대만 내 1위 홈쇼핑 모모홈쇼핑 MD를 초청하여 구매상담 기회를 마련해드립니다.

### 3 Creativity Presentation

- 현지 참관객 및 바이어에게 브랜드 설명 및 제품 시연의 기회를 드립니다.

### 4 동시개최행사 포함 23만 명의 참관객이 방문하는 최대 B2C 전시회!

- 전체 홀 중앙에 K-BEAUTY EXPO 위치하여 참관객 접근성을 극대화하였습니다.

## ✓ 참가비 지원

※ 1무스기준 / 중복 지원 불가

구분	지원대상		지원금액(무스당)	
	조립	독립	조립	독립
청상가	4,200,000원	3,500,000원	4,200,000원	3,500,000원
지원금	2,400,000원	2,000,000원	1,600,000원	1,200,000원
업체부담금	1,800,000원	1,500,000원	2,600,000원	2,300,000원

- 참가비 정가 100% 납부, 참가신청 마감 후 한달 이내 지원금액 입금 예정

K-BEAUTY EXPO TAIWAN 2018 사무국

KINTEX (10390) 경기도 고양시 일산서구 킨텍스로 217-60

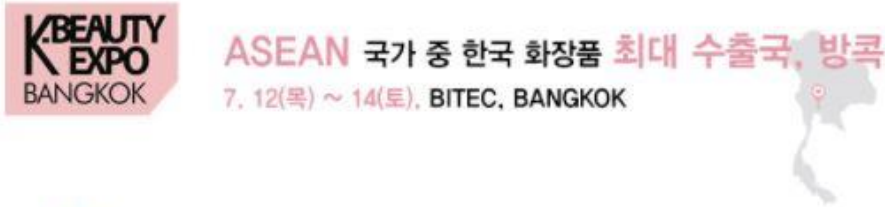
T. 031-995-8223 F. 031-995-8049 E-mail : kbeautyexpo\_tw@kintex.com

www.kbeautyexpo.com

○ (KINTEX) 2018 K-BEAUTY EXPO BANGKOK 행사 안내

경기도에서 주최하고 KINTEX에서 주관하는 "K-BEAUTY EXPO BANGKOK" 행사가 2018.7.12(목) ~ 14(토), 3일간 태국 방콕, BITEC 전시장에서 개최됩니다. 자세한 사항은 첨부파일을 참고바라며, 관심 있으신 업계 관계자 여러분의 많은 참석 바라겠습니다.

행사개요



☑ 행사개요

행사명	K-BEAUTY EXPO BANGKOK 2018
기간	2018. 7. 12(목) ~ 14(토), 3일간
장소	태국 방콕, BITEC 전시장 (Bangkok International Trade & Exhibition Center)
주최	KINTEX
주관	KINTEX
규모	5,500㎡ (동시개회 행사 포함) [Bangkok Beauty Show 2018 기간 중 동시개회]
참가업체	한국 뷰티 관련기업 120개사 + 해외 뷰티 관련기업 100개사
참관객	5,000명
전시품목	화장품, 에스테틱, 헤어, 바디케어, 네일, 미용도구, 원료, 패키징, 의료서비스 등
동시개회 행사	Bangkok Beauty Show 2018 기간 중 동시개회

BITEC 전시관 바로가기

✓ 새로운 수출 유망시장, ASEAN(동남아시아국가연합) 10개국

ASEAN 10개국 화장품 시장규모 \$140억	동남아 뷰티 트렌드의 중심국가로 ASEAN 국가 중 한국 화장품 최대 수출국(약\$1억)	K-POP, 드라마, 예능 등 한류영향 고조로 한국 화장품 수요 급증
----------------------------	---	--

✓ 한-아세안 FTA로 화장품 관세율 전면 무세화(2017년부터)

✓ 동시개회 행사 Bangkok Beauty Show 2018

▶ 방콕 중심지에서 개최되는 ASEAN 최초의 B2B 전문 뷰티박람회

개회결과 (2017년)	10개국 200개사 참가	10,000명 참관	개최면적 5,500㎡
-----------------	------------------	---------------	----------------



**참가 Key point** ASEAN 10개국 허브국가로 동남아 뷰티트렌드의 중심! 시장진출 필수 국가  
- 화장품 무관세, AHCRS(아세안 통합 화장품 규제 제도) 체결로 ASEAN 동시 진출 가능

○ (중소기업유통센터) 중소기업 공동 A/S센터 지원사업 안내

중소기업유통센터에서는 우수한 제품을 생산하고도 자금·인력 등 부족으로 스스로 체계적인 A/S 시스템을 갖추지 못하는 중소기업을 위해 전국적인 A/S 시스템구축을 통해 중소기업 제품에 대한 소비자의 신뢰도 제고 및 판로확대 지원사업을 수행하고 있습니다.

A/S시스템을 갖추기를 희망하는 중소기업에게 통합 콜센터를 운영하여 고장 접수/ 사용법/ 구입문의 등의 고객 상담을 지원하는 사업입니다.

동사업에 대한 자세한 사항은 중소기업 유통센터로 문의하시기 바랍니다..

\*문의처 : 중소기업유통센터 신광민 Tel 02-2090-6239, 010-5199-6932

## 중소기업 공동 A/S센터 지원사업 안내

### 사업 목적

우수한 제품을 생산하고도 자금·인력 등 부족으로 스스로 체계적인 A/S 시스템을 갖추지 못하는 중소기업을 위해 전국적인 A/S 시스템구축을 통해 중소기업 제품에 대한 소비자의 신뢰도 제고 및 판로확대 지원

### 사업 내용

A/S 시스템을 갖추기 희망하는 중소기업에게 통합 콜센터를 운영하여 고장접수/ 사용법/ 구입문의 등 고객상담지원

### 2018년 공동 A/S센터 운영 방안

중소기업의 체계적인 A/S서비스를 위해 콜 센터 시스템 지원으로 구매, 고장, 사용법 문의 등의 고객상담 서비스제공

### 고객만족도 향상으로 참여기업 A/S 경쟁력 강화 목표

지속적인 서비스 품질 강화를 통해 생산성 향상 및 고객 만족도 향상

서비스 지원품질 강화	생산성 · 신속성 향상	이용고객 만족도 UP
<p><b>상담접수 정확도 향상</b>                      상담 사 수준별 맞춤교육 강화 및 상담접수 평가 확대로 오 조치율 감소· 정확도 향상</p> <p><b>상담 정확도 향상</b>                      유사제품군별 전담그룹 상담으로 전문성 향상 및 상담역량 강화</p>	<p><b>플 처리 응답을 신장</b>                      Peak Time 상담 사 운영</p> <p><b>상담 신속성 향상</b>                      제품정보 · 응용기술의 반복 지식 학습과 현장교육 강화 및 KMS 보강을 통한 신속한 응대 지원</p>	<p><b>개인정보 관리 강화</b>                      수준 별 DB의 안정적인 관리를 통하여 정보의 훼손, 변조 등 개인정보유출의 원천 방지</p> <p><b>고객 접근성 강화</b>                      다중채널 지원, 맞춤 응대</p>

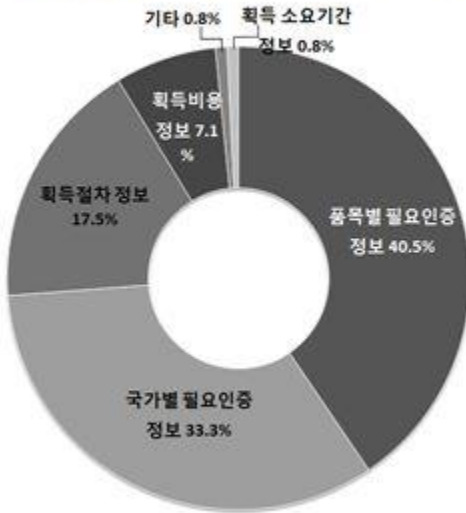
※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

○ (국가기술표준원) 해외기술규제 컨설팅 안내

국가기술표준원은 우리나라 TBT 중앙사무국으로서 수출기업 해외기술규제 애로 해소 지원을 통하여 우리 수출기업의 해외시장 진출을 지원하고자, <해외기술규제 컨설팅\*> 사업을 진행하고 있습니다.

\* **해외기술규제컨설팅** : 수출품에 적용되는 수출 대상 국가의 기술기준, 시험·인증 관련정보와, 제품 인증 획득 방법을 알려 드립니다

○ 중소기업에서 해외규격인증 획득시 가장 필요로 하는 것은 품목별, 국가별 필요 인증에 대한 정보로 나타났습니다.



• 중소기업, 해외규격인증획득 무엇이 문제인가 (한국무역협회, 2013년)

○ 기술규제, 해외인증 때문에 고민이신가요?

Q1. 우리 제품을 OO(국가)에 수출하고 싶은데 어떤 기술규제가 적용되며, 무슨 인증을 받아야 하나요?

↓

수출을 고려하는 국가의 해당 제품에 적용되는 기술규제 정보와 인증정보를 조사 하여 알려 드립니다.

Q2. OO(국가)에 OO(제품)을 수출하려면 OO인증을 받아야 하는데 어떻게 해야 하나요?

↓

해당 인증 신청 방법과 절차, 인증 획득 방법, 정부에서 지원하는 인증 획득 지원 사업 등에 대해 설명 드립니다.

◆ 이렇게 신청해주세요

○ TBT종합정보포털([www.knowTBT.kr](http://www.knowTBT.kr))에서 신청서를 다운로드 받거나 첨부된 신청서를 작성하여 아래의 접수처(E-mail 또는 FAX)로 송부

○ E-mail : [skcho92@kscia.or.kr](mailto:skcho92@kscia.or.kr) FAX : 02-784-0322

○ 문의 : 한국정밀화학산업진흥회

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

○ (대한화장품산업연구원) 화장품 분석 검사센터 안내



# 화 장 품 분 석 검 사 센터

## Cosmetics Analysis & Inspection Center (CAIC)



[www.kcii.re.kr/caic](http://www.kcii.re.kr/caic)

“최고 품질의 안전한 화장품” 화장품분석검사센터가 선도하겠습니다.

센터 소개



- ▶ **화장품 시험검사**  
유통화장품 안전성 확보 및 품질 경쟁력 향상
- ▶ **연구장비 공동활용 지원 사업**  
- 중소벤처기업부 장비이용료 지원(60 % 지원)  
- 화장품 연구개발 경쟁력 제고
- ▶ **교육지원**  
화장품 품질관리 교육 및 시험검사 기술서비스 제공
- ▶ **R&D 지식기반 정보 제공**  
- 화장품 연구개발 토론탐 솔루션 제공  
- 환경규제 물질 분석 및 특정 위해물질 분석  
- 화장품 소재 개발 및 제형 개발 등 중소기업 R&D 정보제공  
- 시험방법 개발 서비스

시험 검사 진행 절차

- 1 의뢰서 접수**
  - 시험검사의뢰서
  - 사업자등록증 사본 1부
  - 수입제품 : 통관예정보고서 접수필증 사본 1부
  - \* 방문, 우편, 전화, 온라인 접수
- 2 상 담**
  - 시료량
  - 시험검사기간
  - 시험검사방법
  - 시험검사항목 및 조건
- 3 시료 접수**
  - 견적서 발송
  - 시험검사 수수료 입금
  - 접수증 발송
- 4 시험 검사 진행**
  - 시험검사 완료 시 확인 문자 및 이메일 전송
- 5 시험 검사 성적서 발행**
  - 성적서 원본 등기우편 발송 또는 직접 수령 (복사본 이메일 발송)
  - 성적서는 광고, 소송의 목적으로 사용불가

화장품 품질관리

유통 화장품 안전관리기준

검출 허용 한도 물질 및 기준			추가 기준 및 기타 분석 서비스	
대상 물질	허용 한도	시험방법		
염금속	납	- 정량용 원료로 사용한 불활제물 < 50 µg/g - 그 밖의 제물, < 20 µg/g	- AAS - ICP-OES - ICP-MS	1. pH 기준 : 3.0~9.0 2. 기능성화장품 : 주원료의 함량이 실사 또는 보고한 기준에 적합 - 주름 및 미백 성분 :아데노신, 나이아신아마이드 등 고시 성분 분석 가능 - 자외선차단성분 : 유기 및 무기 자외선차단성분 분석 가능 3. 기타 : 살균보존제, 유해 유기 및 무기물질, 무파라벤류 등 분석 가능 4. 위수탁계약 서비스 5. 고시 외 원료 및 화장품 성분 분석 (단, 유효한 시험방법이 있을 시 가능) <span style="background-color: #f28b82; color: white; padding: 2px;">기능성화장품 심사 제출용 보고서 작성 서비스</span> 1. 시험방법 유효성 보고서 2. 시험방법 및 기기분석 기초 데이터 제공 3. 심사용 보고서 제출을 위한 one-stop 보고서 작성 서비스 <span style="background-color: #f28b82; color: white; padding: 2px;">in vitro 자외선차단지수 측정 서비스</span> 1. ISO 24443 시험방법에 따른 자외선차단지수 측정 - SPF 및 PA 측정 2. 시험방법 및 기기분석 기초 데이터 제공 3. 수출 지원을 위한 one-stop 보고서 작성 서비스
	비소	< 10 µg/g		
	안티몬	< 10 µg/g		
	카드뮴	< 5 µg/g		
	수은	< 1 µg/g		
유기용기	니켈	- 는 화장품 제물은 35 µg/g 이하 - 석조 화장품 제물은 30 µg/g 이하 - 그 밖의 제물은 10 µg/g 이하	- AAS - ICP-OES - ICP-MS	
	디옥산	< 100 µg/g	- HS-GC-MS	
	머캅톨	- < 0.2(v/v) % - 단, 불유지분 < 0.002 (v/v) %	- GC-FID, GC-MS - 불유지, HS-GC-FID	
유기용기	포름알데하이드	- < 2000 µg/g - 단, 불유지분 < 20 µg/g	- HPLC	
	프탈레이트 (DBP, BBP, DEHP)	- 총 합으로서 < 100 µg/g	- GC, GC-MS	
미생물	항포기성성균류 (세균, 진균)	- 영유아용 및 눈화장품 제물류, < 500 개/g(mL) - 불유지, 세균 및 진균 각각 < 100 개/g(mL) - 기타 화장품, < 1,000 개/g(mL)		
	대장균, 녹농균, 황색포도상구균	- 불검출		
용량	내용량 (제품 3개)	- 표기량의 > 97 % - 부정합시, 제품 6개를 취하여 한 9개의 평균치	- 부피 및 무게 측정	

o (보건복지부) 일자리안정자금 관련 안내

사회보험료 지원까지 꼭 챙기세요!

사회보험료 지원방안

- ◆ 두루누리 **사회보험료** 지원 대상 · 수준 상황
  - ▶ 지원대상 기준보수 (현행) 월 보수 140만원 미만-(개선) **190만원 미만**
  - ▶ 5인 미만 사업장 신규가입자 지원수준 (현행) 60%-(개선) **신규 90%** (5-10인미만 80%)
- ◆ **건강보험료 50% 경감** (18년 한시)
  - ▶ 해당 사업장에 건강보험 직장가입자로 신규 가입하여 일자리 안정자금을 지원 받는 경우
- ◆ 4대 보험 신규가입시 **2년간 세액공제**
  - ▶ 10인 미만 고용기업 보험료 부담액의 50%

사업주의 사회보험료 월부담액

13.8만원 → 1.7만원으로 경감

- ▶ 5인 미만 사업체, 월 보수 157만원 (최저임금 100%)
- ▶ 노동자 1인 기준, 산재보험 제외

4대 보험 가입하면 어떤 혜택이 있나요?

- ◆ **고용보험**
  - ▶ 사업주: 고용창출 · 안정에 필요한 인건비 등 지원
  - ▶ 노동자: 실업급여 · 훈련 등 생활안정 및 재취업 지원
- ◆ **산재보험**
  - ▶ 산재발생에 따른 사업주의 재정적 · 형사적 부담 해소
  - ▶ 산재요양부터 완치까지 의료비, 휴업급여 등 지원
- ◆ **건강보험**
  - ▶ 직장가입시 1년 또는 2년에 1회 국가건강검진 실시
  - ▶ 퇴직 시 임의계속 가입 가능
- ◆ **국민연금**
  - ▶ 평생 동안 매달 월급처럼 꼬박꼬박 지급
  - ▶ 매년 물가상승만큼 연금액 인상으로 실질가치 보장



사장님, 인건비 걱정은  
일자리 안정자금에 맡기세요.

최저임금 해결사

일자리 안정자금



업종에 관계없이  
사장님이라면 신청하세요!

일자리 안정자금이란?

- ▶ 최저임금 인상에 따른 소상공인 및 영세중소기업의 경영부담을 완화하고 노동자의 고용안정을 지원하기 위한 사업입니다.

지원대상

- ◆ **30인 미만 고용 사업주**
  - ▶ 공동주택 경비 · 청소원은 30인 이상 고용사업주도 지원
- ◆ **최저임금 준수 조건**
  - ▶ 단, 고소득 사업자(과세소득 5억원 초과), 임금체불 명단공개 사업자, 국가 및 공공기관 등은 지원 제외
- ◆ **월보수 190만원 미만 노동자를 1개월 이상 고용**
- ◆ **정규직 · 계약직 · 일용직 · 단시간 노동자는 누구나**
  - ▶ 특수관계인(사업주, 배우자, 사업주의 직계존비속)은 지원제외
- ◆ **고용보험 가입, 전년도 임금수준 유지**
  - ▶ 고용보험법상 고용보험 적용 제외지도 지원 (합법취업 외국인, 초단시간 노동자 등)

1회 신청으로  
1년 내내 알아서 드립니다!

지원금액

- ◆ **노동자 1인당 월 13만원**
  - ▶ 월중 입 · 퇴사자는 근로일수 비례 지원
- ◆ **단시간 노동자는 근로시간 비례지급**

지급방식

- ◆ **연중 1회 신청 후 매월 자동 지급**
  - ▶ 인원 및 보수 변동시 변경신청 필요
- ◆ **현금 지급 또는 사회보험료 대납 방식 중 사업주가 선택**
- ◆ **신청 이전 달에도 지원요건을 충족했다면 소급하여 일괄 지급**

집, 일터에서 바로  
가까운 곳에서 접수하세요!

신청서 접수

- ◆ **온라인**
  - ▶ 4대 사회보험공단 홈페이지 (근로복지공단, 건강보험공단, 국민연금공단), 고용노동부 홈페이지, 일자리 안정자금 홈페이지
- ◆ **방문 · 우편 · 팩스 (3,940개소)**
  - ▶ 4대 사회보험공단 지사, 고용노동부 고용센터, 읍면동사무소/주민센터 또는 행정복지센터

명칭 (운영기관)	사이트 주소
4대보험정보연계센터 (국민연금공단)	www.4insure.or.kr
고용 · 산재보험 토탈서비스 (근로복지공단)	total.kcomwel.or.kr
국민건강보험 EDI (국민건강보험공단)	edi.nhis.or.kr
국민연금 EDI (국민연금공단)	minwon.nps.or.kr
고용보험 EDI (한국고용정보원)	www.ei.go.kr

문의 · 상담

☎ 근로복지공단 1588-0075 ☎ 고용센터 1350



회원사 뉴스

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

## ○ (회원사 대상) 2018년 회원 대장 제출 협조 요청

우리협회에서는 회원대장을 새로 갱신하고자 하며, 이를 통해 회원에게 다양한 서비스를 빠르고 정확하게 안내·제공하고자 하오니 2018년 7월 3일(수)까지 붙임 회원대장 양식을 작성하시어 우리협회로 제출하여 주시기 바랍니다.

-아 래-

가. 제출기한 : 2018. 7. 3(화)

나. 제출처

- 문의 : 02-785-7985, Fax : 02-782-6659

- 담당자 : 이병수 대리

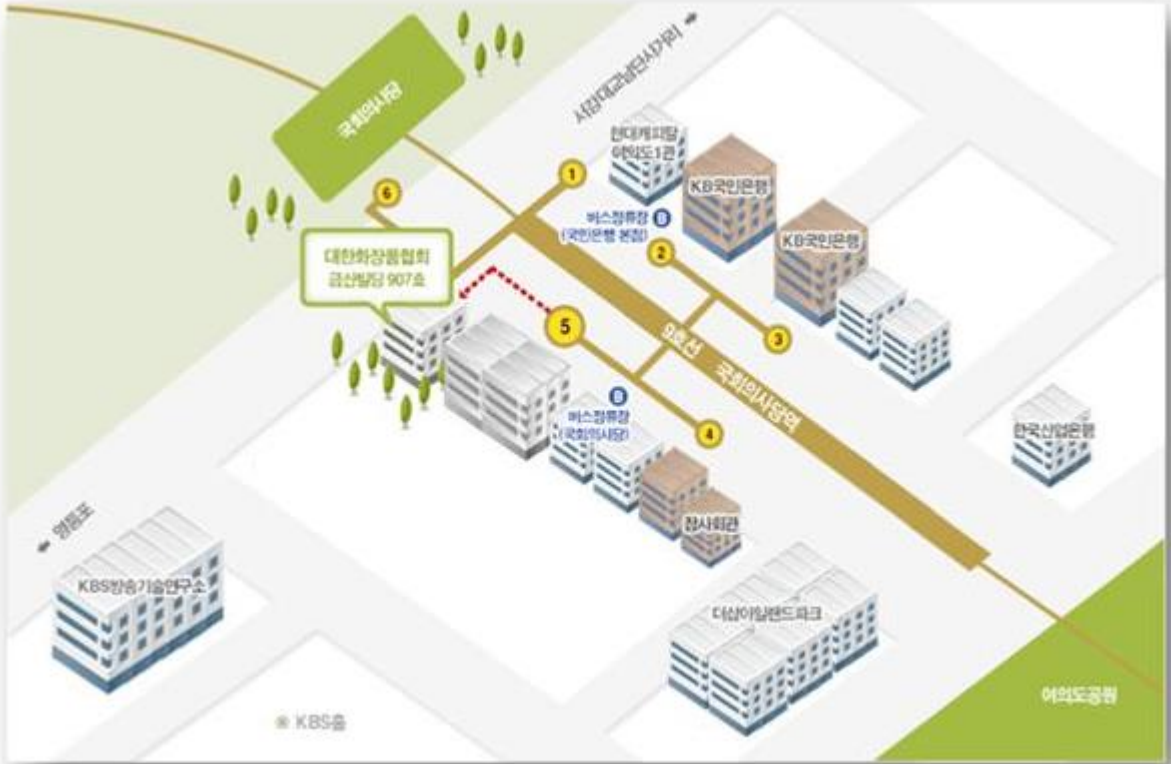
다. 제출방법 : e-mail ([jacklbs@kcia.or.kr](mailto:jacklbs@kcia.or.kr)) 제출

※작성양식은 홈페이지 공지사항의 첨부파일을 Download 하여 작성하시기 바랍니다.

## ○ 추후 발행되는 코스메틱리포트에 협회 회원사 소식을 홍보하는 내용을 추가할 예정입니다. 코스메틱리포트에 게재할 내용이 있는 회사의 담당자께서는 아래의 사항을 참고하시어 내용을 작성한 후 아래의 연락처로 송부하여 주시기 바랍니다.

- 작성내용 : 진행된 행사 및 진행 예정 행사, 신제품 소개, 구인 등
- 작성방법 : A4 1매 이내(줄간격 180, 글씨 12포인트 기준)
- 자료제출 및 문의 : 대한화장품협회 이병수(02-785-7985, [jacklbs@kcia.or.kr](mailto:jacklbs@kcia.or.kr))

○ 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~!



[www.facebook.com/hikca](http://www.facebook.com/hikca)



[twitter.com/kocosmetic](https://twitter.com/kocosmetic)

QR코드를 통해  
협회 홈페이지에 접속해 보세요~!



(사)대한화장품협회  
Korea Cosmetic Association