

COSMETIC REPORT

발행처 (사)대한화장품협회
발행월 2016년 4월 첫째주
주 소 서울특별시 영등포구 국회대로
750, 907호(여의도동, 금산빌딩)
문 의 Tel : 02-785-7985
Fax : 02-782-6659
E-mail : jacklbs@kcia.or.kr



(사)대한화장품협회
Korea Cosmetic Association

CONTENTS

화장품 정보 03

"K-뷰티 발목 잡힐라"...중소화장품, 中 직진출 꾀걸음
'화장품 성분 부자' 대한민국, 글로벌 브랜드도 한국산 성분 활용
"온라인 수출 3년 연속 1위 품목은 화장품"

법령 정보 18

협회 업무추진현황 20

회원사 뉴스 28

화장품 정보

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



국내 화장품 산업계 동향

"K-뷰티 발목 잡힐라"…중소화장품, 中 직 진출 쟁걸음('16.3.29)

- 'K-뷰티' 성공 신화를 꿈꾸는 국내 중소 화장품 업체들이 중국 직수출 비중을 높이기 위해 안간힘을 쏟고 있음
- 29일 업계에 따르면 국내 중소 화장품 업체들은 중국 국가식품의약품감독관리총국(CFDA)으로부터 위생허가를 획득하기 위해 공을 들이고 있음

- 관련링크:

http://www.newsis.com/ar_detail/view.html?ar_id=NISX20160328_0013985995&clD=10401&plD=10400

화장품업계, 제주 천연원료 개발 주력('16.3.28)

- 중국 시장에서 'K뷰티' 열풍을 일으키고 있는 국내 화장품업체들이 제주지역 천연원료 개발에 주력하고 있음
- 업계에 따르면 중국 천연화장품 시장은 내년 1040억위안(한화 약 18조6700억원) 규모까지 성장할 것으로 전망되며, 이에 따라 중국에 안착한 아모레퍼시픽과 LG생활건강은 중국인이 선호하는 관광지인 제주도의 천연원료를 발굴, 이를 활용한 제품을 개발하는 데 집중하고 있음

- 관련링크:

http://www.dt.co.kr/contents.html?article_no=2016032902100976798001

손문기 신임 식약처장, 28일 취임식 갖고 본격 업무 돌입('16.3.29)

- 손문기 신임 식품의약품안전처장이 3월 28일 취임식을 갖고 본격적인 업무에 돌입했음
- 신임 손 처장은 취임사를 통해 “식약처 발족 3주년을 맞아 지금 우리의 모습이 국민이 원했던 모습인지, 국민 기대에 부응하는 성과를 내고 있는지 다시 한 번 돌아볼 필요가 있다”며 “국민이 진정 원하는 조직으로 환골탈퇴하는 변화의 기회로 삼자”고 말했음

- 관련링크:

<http://beautynury.com/news/view/71476/cat/10/page/1>

"2조 中 유아화장품 시장 잡아라"…너도나도 공격 행보('16.3.30)

- 30일 코트라 해외비즈니스정보 포털에 따르면 중국 유아화장품의 시장규모는 약 100억 위안(1조7881억원) 규모임
- 이에 따라 국내 유아동 기업들은 너도나도 중국 진출에 박차를 가하며 발빠르게 시장 공략에 나서고 있음

- 관련링크:

http://www.newsis.com/ar_detail/view.html?ar_id=NISX20160329_0013988655&clD=10401&plD=10400

"우리도 K뷰티 선도"...애경, 화장품으로 제 2 도약 '벃고동' ('16.3.29)

- 29일 뷰티업계에 따르면 과거 화장품 사업으로 쏠쏠한 재미를 보던 애경이 아모레퍼시픽, LG생활건강, 미샤 등 로드샵의 출현으로 유통 채널을 뺏겨 고전을 면치 못하다 최근 에이지 투웨니스, 루나 등 뷰티 브랜드를 내세워 매출 신장을 꾀고 있음
- 경쟁이 치열한 로드샵 시장 공략보다 홈쇼핑과 드럭 스토어 등 유통 채널 다변화 전략을 택해 화장품 브랜드별 파워를 제고했다는 평가임

- 관련링크:

<http://www.focus.kr/view.php?key=2016032900155837661>

[K-뷰티 스토리①] 화장품 한류DNA 아시 아서 이젠 전 세계로 ('16.3.29)

- 우리나라 화장품이 아시아를 중심으로 전 세계에 이름을 알릴 수 있었던 계기를 꼽자면 '한류'를 빼놓고 이야기할 수 없음
- K-Pop과 드라마, 영화 등 미디어를 통해 다른 나라에서 우리나라에 대한 관심이 높아지면서, 자연스럽게 한국 가수와 배우들이 사용하는 화장품과 패션에 대한 관심도 함께 올라갔음

- 관련링크:

<http://www.econovill.com/news/articleView.html?idxno=285032>

"히트 화장품 없어" 로드숍의 고민 ('16.4.1)

- 화장품 로드숍 업계가 남 몰래 속앓이 중임
- 시장 규모도 점차 커지는 등 꾸준한 성장세가 유지되고 있지만 올해 내놓을만한 새로운 '히트상품'이 나타나지 않고 있기 때문임

- 관련링크:

<http://www.newstomato.com/ReadNews.aspx?no=640506>

'화장품 성분 부자' 대한민국, 글로벌 브랜드도 한국산 성분 활용('16.3.25)

- 최근에는 K뷰티의 열풍으로 국내에 숨어있는 특별한 성분들을 찾아내 화장품으로 개발하는 사례가 늘고 있음
- 최고의 효능을 지닌 한국 토종의 성분을 이용하여 글로벌적으로 사랑받는 제품으로 만드는 한국 화장품 업계들의 저력에 세계는 놀라움을 금치 못하고 있음

- 관련링크:

<http://www.atstar1.com/view.php?uid=201603250951575510>

연꽃잎 추출 화장품으로 세계시장 공략 ('16.3.31)

- 구품연지(九品蓮池·불교 사찰 안에 있는 연못)로 유명한 제주 법화사의 백련잎을 주원료로 화장품을 개발·판매하면서 해외로 수출하고 있는 더로터스(대표 오유진)
- 더로터스 제품은 일반 화장품의 80~90%를 차지하는 정제수 대신에 연꽃잎 추출물을 채워 넣으면서 보습과 항산화작용이 탁월함을 자랑하고 있음

- 관련링크:

<http://www.jejunews.com/news/articleView.html?idxno=1985026>

R&D로 확보한 기술력, 자체 화장품 브랜드 달고 수출길 연다('16.3.31)

- 김윤수 유셀 대표는 30일 "화장품 연구개발 능력을 보유하고 있음에도 OEM 방식에 의존할 경우 마진이 떨어지는 데다 해당 시장의 경쟁이 날로 심해져 회사가 성장하는데 한계를 느꼈다"며 자체 브랜드 개발에 나선 배경을 밝혔음
- 김 대표는 "하이드로겔 마스크 팩을 새로 선보이고 국가 R&D 과제를 수행하며 개발한 원료를 사용해 경쟁력 있는 상품을 내놓을 것"이라며 "벤처캐피탈의 대규모 투자를 이끌어내 앞으로 마케팅을 강화해 나갈 예정"이라고 말했음

- 관련링크:

<http://www.mt.co.kr/view/mtview.php?type=1&no=2016033014220898958&outlink=1>

화장품 업계, 고정관념 깬 제형으로 차별화 경쟁('16.3.29)

- 고정관념을 깬 독특한 제형의 화장품이 잇따라 출시되며 소비자들의 시선을 끌고 있음
- 화장품 업계 관계자는 "업계는 하루가 다르게 급변하는 뷰티 트렌드를 선도하기 위해 독특한 제형과 기능을 갖춘 진화한 형태의 제품을 선보이고 있다"며 "경쟁사 제품과 차별화함으로써 소비자로부터 주목을 받는다는 장점이 있다"고 말했음

- 관련링크:

<http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/03/28/02000000000AKR20160328165700030.HTML?input=1195m>

"온라인 수출 3년 연속 1위 품목은 화장품"('16.3.30)

- 이베이코리아는 작년 온라인 수출 인기상품을 조사한 결과, 화장품 매출이 전년 대비 16% 증가하며 3년 연속 1위를 유지했다고 30일 밝혔음
- 중국의 경우 지난해에 이어 스포츠의류, 잡화용품이 유망 아이템으로 꼽혔고, 최근 드라마 '태양의 후예' 등으로 다시 부는 한류 열풍에 힘입어 화장품이 다시 주목받을 것으로 예상됐음

- 관련링크:

<http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/03/30/02000000000AKR20160330058800030.HTML?input=1195m>

'성분 마케팅' 지고 '효능 마케팅' 뜬다('16.3.31)

- 독특한 성분으로 무리수를 던지기보다는 익숙한 성분이지만 실제 효능은 업그레이드됐다는 것을 강조하는 게 최근의 마케팅 트렌드임
- 화장품업계에는 '화장품은 성분 싸움이다'와 '브랜드 싸움이다'라는 견해가 늘 충돌하지만 화장품시장에 다원화 추세가 강하게 나타나면서 앞으로 '어떤 성분을 어떻게 배합해 어떤 효과를 구현할 것인가', 또 '이를 어떤 방법으로 마케팅할 것인가'가 성패의 관건이 될 전망이다

- 관련링크:

<http://www.beautynury.com/news/view/71527/cat/10/page/1>

대통령 순방 동행한 바이오벤처 마린테크노, 화장품 원료 20만弗 미국 수출('16.4.4)

- 박근혜 대통령의 미국 방문을 계기로 지난 1일 로스앤젤레스(LA)에서 열린 경제사절단의 1대 1 비즈니스 상담회에서 '박근혜 표 창업활성화 3종 세트'의 첫 성공 사례가 나왔음
- 주인공은 해양생물에서 화장품 원료로 사용되는 '마린 콜라겐'을 생산하는 해양바이오 기업인 마린테크노이며, 지난해 9월 전남창조경제혁신센터에 입주, 전담기업인 GS그룹으로부터 기술 멘토링과 제작 지원을 받아 마린 콜라겐 화장품을 개발했음

- 관련링크:

<http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=2016040329311>

中 아오란 임직원, 치맥파티 이어 한국 화장품 쇼핑('16.4.1)

- 임직원 수천여 명이 한국을 찾아 '치맥 파티'를 즐겨 화제가 된 중국 아오란그룹이 서울 시내 사후면세점에서 화장품 쇼핑에도 나섰다
- 31일, 이들 덕분에 서울시 용산구에 위치한 화장품 전문 사후면세점 매장 '진선미'는 하루 기준 역대 최고 매출을 올렸음

- 관련링크:

<http://www.wowtv.co.kr/newscenter/news/view.asp?bcode=T30001000&artid=A201604010102>

○ 국내외 정보

2015년 화장품 수출입 현황

〈품목별 수출실적 추이〉

HS code	품목명	2014년		2015년		
		금액	점유율	금액	점유율	전년대비 증감률
3303.00.1000	향수	5,321	0.3	8,045	0.3	51.2
3303.00.2000	화장수	896	0.0	2,170	0.1	142.2
3304.10.1000	립스틱	17,503	0.9	18,532	0.6	5.9
3304.10.9000	입술화장용 기타 제품류	15,557	0.8	27,757	1.0	78.4
3304.20.1000	아이샤도우	9,621	0.5	7,222	0.2	-24.9
3304.20.9000	눈화장용 기타 제품류	65,074	3.5	95,501	3.3	46.8
3304.30.1000	네일에나멜	7,900	0.4	9,948	0.3	25.9
3304.30.9000	기타 매니큐어용 제품류와 페디큐어용 제품류	8,949	0.5	6,362	0.2	-28.9
3304.91.1000	화이스 파우더	19,766	1.1	23,334	0.8	18.1
3304.91.9000	기타 미용제품류 (분말상의 것)	3,832	0.2	5,079	0.2	32.5
3304.99.1000	기초화장용 제품류	831,727	44.4	1,223,235	42.0	47.1
3304.99.2000	메이크업용 제품류	148,335	7.9	244,483	8.4	64.8
3304.99.3000	어린이용 제품류	1,085	0.1	1,371	0.0	26.4
3304.99.9000	기타 미용 또는 화장품 제품류	463,840	24.8	776,506	26.7	67.4
3305.10.0000	샴푸	62,206	3.3	97,446	3.3	56.7
3305.20.0000	퍼머넌트 웨이빙용 또는 스트레이팅닝용 제품류	1,074	0.1	1,269	0.0	18.2
3305.30.0000	헤어랙커	505	0.0	752	0.0	48.9
3305.90.1000	헤어린스	8,605	0.5	9,691	0.3	12.6
3305.90.2000	헤어크림	2,998	0.2	2,818	0.1	-6.0
3305.90.9000	두발용의 기타 제품류	54,169	2.9	64,207	2.2	18.5
3307.10.1000	아프터셰이빙 로션	61	0.0	311	0.0	409.8
3307.10.9000	기타 면도용 제품류	694	0.0	460	0.0	-33.7
3307.20.0000	인체용 탈취제 및 내발한제	5,689	0.3	3,086	0.1	-45.8
3307.30.1000	가향한 목욕용염	72	0.0	159	0.0	120.8
3307.30.2000	기타 목욕용 제품류	9,176	0.5	13,194	0.5	43.8
3307.90.2000	향낭	7	0.0	7	0.0	0.0
3307.90.9000	기타	102,332	5.5	197,734	6.8	93.2
3401.30.0000	피부 세척용 유기계면활성제품과 조제품 (액체 또는 크림형태의 소매용으로 한 것에 한하며, 비누를 함유한 것인지의 여부를 불문한다)	26,576	1.4	69,437	2.4	161.3
	총 계	1,873,570	100.0	2,910,136	100.0	55.3

* 자료: 관세청 수출입 통계

〈품목별 수입실적 추이〉

HS code	품목명	2014년		2015년		
		금액	점유율	금액	점유율	전년대비 증감률
3303.00.1000	향수	135,455	9.8	137,723	9.9	1.7
3303.00.2000	화장수	4,598	0.3	6,091	0.4	32.5
3304.10.1000	립스틱	34,417	2.5	43,311	3.1	25.8
3304.10.9000	입술화장용 기타 제품류	34,140	2.5	32,256	2.3	-5.5
3304.20.1000	아이샤도우	14,343	1.0	16,222	1.2	13.1
3304.20.9000	눈화장용 기타 제품류	29,842	2.2	37,142	2.7	24.5
3304.30.1000	네일에나멜	5,586	0.4	6,062	0.4	8.5
3304.30.9000	기타 매니큐어용 제품류와 페디큐어용 제품류	4,415	0.3	4,578	0.3	3.7
3304.91.1000	헤이스 파우더	16,131	1.2	14,765	1.1	-8.5
3304.91.9000	기타 미용제품류 (분말상의 것)	2,083	0.2	1,808	0.1	-13.2
3304.99.1000	기초화장용 제품류	600,447	43.3	583,646	41.8	-2.8
3304.99.2000	메이크업용 제품류	60,891	4.4	59,468	4.3	-2.3
3304.99.3000	어린이용 제품류	19,170	1.4	21,091	1.5	10.0
3304.99.9000	기타 미용 또는 화장품 제품류	128,231	9.2	116,159	8.3	-9.4
3305.10.0000	샴푸	62,469	4.5	66,178	4.7	5.9
3305.20.0000	퍼머넌트 웨이빙용 또는 스트레이트닝용 제품류	3,282	0.2	3,473	0.2	5.8
3305.30.0000	헤어래커	2,864	0.2	3,777	0.3	31.9
3305.90.1000	헤어린스	15,514	1.1	16,835	1.2	8.5
3305.90.2000	헤어크림	5,641	0.4	5,195	0.4	-7.9
3305.90.9000	두발용의 기타 제품류	101,644	7.3	104,554	7.5	2.9
3307.10.1000	아프터세이빙 로션	5,013	0.4	4,377	0.3	-12.7
3307.10.9000	기타 면도용 제품류	8,861	0.6	9,897	0.7	11.7
3307.20.0000	인체용 탈취제 및 내발한제	7,142	0.5	9,563	0.7	33.9
3307.30.1000	가향한 목욕용염	2,676	0.2	2,893	0.2	8.1
3307.30.2000	기타 목욕용 제품류	12,972	0.9	12,456	0.9	-4.0
3307.90.2000	향낭	21	0.0	39	0.0	85.7
3307.90.9000	기타	20,495	1.5	22,275	1.6	8.7
3401.30.0000	피부 세척용 유기계면활성제제품과 조제품 (액체 또는 크림형태의 소매용으로 한 것에 한하며, 비누를 함유한 것인지의 여부를 불문한다)	48,012	3.5	54,844	3.9	14.2
	총 계	1,386,355	100.0	1,396,678	100.0	0.7

* 자료: 관세청 수출입 통계

○ 해외 화장품 시장 동향

사우디아라비아 시장 규모 및 수출 동향

- I. 구분 : 화장품
- II. 정보출처 : KOTRA 리야드 무역관, 언론보도 및 당관 관찰
- III. 상세내용 :

1. 시장 규모 및 특징

가. 시장규모

- 유로모니터 통계에 따르면, 사우디의 화장품 시장 규모는 2014년 말 기준 약 179억9천만 리알(약48억 달러)로 2013년도에 비해 12.2%가 증가하였음

〈사우디의 연도별 화장품 판매증가율〉

(단위:%)

2010	2011	2012	2013	2014
10.2	11.9	12.8	12.1	12.2

* 출처 : 유로모니터

- 향수제품의 판매가 58.4억 리알(15.6억 달러)로 전체 화장품 판매의 32.5%를 차지하고 있으며 이어서 모발용 화장품이 24.4억 리알(6.5억 달러)로 13.6%, 피부용 화장품이 22.5억 리알(6억 달러) 12.5% 순을 보이고 있음

〈사우디의 연도별.품목별 화장품 판매현황〉

(단위:백만 리얄)

품 목	2011	2012	2013	2014
향 수	3,882.80	4,468.00	5,105.20	5,845.40
모발화장품	1,726.90	1,943.80	2,176.60	2,440.00
피부화장품	1,683.90	1,861.50	2,048.10	2,253.00
색조화장품	1,244.00	1,400.30	1,563.40	1,746.50
구강용품	881.50	979.60	1,083.50	1,200.60
치약치솔류	871.40	969.20	1,072.80	1,189.40
목욕용품	864.60	962.70	1,067.40	1,184.00
기 타	1,520.10	1,716.50	1,913.30	2,133.40
합 계	12,675.20	14,301.60	16,030.30	17,992.30

* 출처 : 유로모니터

- 가장 급격한 증가세를 보이고 있는 분야는 향수분야로서 전년대비 15%의 성장세를 보였으며 모발화장품 12%, 색조화장품 11.7%, 목욕용품 10.9%의 순을 보이고 있음
- 사우디는 중동지역 화장품 판매의 41.6%를 차지하고 있으며 2010년에서 2014년간에 평균 11.84%의 판매증가율을 기록하였고 2015년 이후 2020년까지 연평균 15%를 상회하는 성장률을 보일 것으로 예측

〈사우디의 향후 4개년 화장품 판매 예측표〉

(단위:백만 리얄)

품 목	2016	2017	2018	2019
향 수	7,250.70	7,954.50	8,664.30	9,413.40
모발화장품	2,809.60	3,006.70	3,203.90	3,408.70
피부화장품	2,525.90	2,670.10	2,817.70	2,970.30
색조화장품	2,041.80	2,199.10	2,363.50	2,536.10

구강용품	1,327.30	1,388.80	1,444.10	1,495.40
치약치솔류	1,315.10	1,376.00	1,430.80	1,481.50
목욕용품	1,367.90	1,469.30	1,573.90	1,683.50
기 타	2,576.60	2,816.10	3,076.60	3,356.50
합 계	21,214.90	22,880.60	24,574.80	26,345.40

* 출처 : 유로모니터

나. 시장특성 및 동향

○ 소득대비 세계 최고수준의 화장품 소비지출 시장

- 1인당 화장품 소비가 세계 최고수준으로 2015년 말 기준 사우디 여성의 화장품 소비는 3,800 달러에 달함
- 사우디의 중상위 계층의 직업을 가진 여성의 경우 총 수입의 70-80%의 소득을 화장품 소비에 할당

○ 미용 및 성형 시장의 결합의 가속화와 주요 서비스 분야로 확대추세

- 최근에는 여성의 성형에 대한 관심도가 높아져 향후 5년 내에 현재 영업 중인 성형외과의 수가 급증할 것으로 예측되며 미용과 성형관련 서비스시장규모도 20억 달러를 상회할 전망
- 성형에 대한 관심 고조와 더불어 대형 성형외과가 출현하고 있으며 스파와 뷰티샵 성형외과가 결합된 이른바 미용 콤플렉스 건립 붐이 일고 있음
- 사우디 여성의 평균 모발화장 비용은 300달러를 상회하며 결혼식의 경우 3000달러 이상이 소요되는 것으로 조사됨. 특히 결혼과 관련된 미용시장은 이미 30억 달러를 넘어섰으며 매년 20% 이상의 초고속 신장세를 기록 중

○ 고가품과 저가품의 이원화 시장

- 고가품의 경우 유럽, 미국 제품이 주류를 형성하고 있으며 저가품의 경우, 중국과 인도제품의 시장 점유율이 높음
- 화장품의 경우, 다른 제품들과는 달리 브랜드에 대한 선호도가 주요 구매요소이며 가격은 이차적인 고려요소에 불과
- 광고가 매우 중요한 브랜드 인지도 제고의 수단이자 판매촉진의 매개체로 작용, 광고의 역할과 기능이 어느 시장보다 중요

○ 기후와 생활습관에 따른 소비가 성행

- 사우디는 고온이 8개월 이상 지속되는 기후특성으로 인하여 자외선 차단제와 건조한 기후에 대응하는 피부화장품의 소비가 큰 편임
- 오랜 유목문화의 영향으로 체취를 제거하는 향수의 사용이 일반적이며 화장품 수요 중 가장 큰 비중을 차지
- 폐쇄적인 사회분위기는 역설적으로 여성들의 미에 대한 소비를 증가시키고 있으며 여성의 경우 주 2-3회의 구매행위가 일상화 되어있음

다. 수입시장 및 경쟁 동향

- 2014년 말 기준으로 한 사우디의 화장품 수입은 61억1천만 리얄(16억3천만 달러)로 전년대비 17.2%나 증가

〈사우디의 연도별 화장품 수입현황〉

(단위: 억달러)

2012	2013	2014	2015 (추정)
13.71	13.87	16.25	17.65

* 출처 : 유로모니터

- 인구 및 가처분 소득 등의 증가와 생활여건의 개선, 서구화된 생활방식의 유행, 인터넷과 위성TV 등 매체영향으로 외국산 화장품 수입이 증가추세
- 2020년까지의 중단기 전망역시 매년 15% 내외의 증가세를 기록할 것으로 관련 업계는 전망

○ 유럽제품 중심의 수입시장 형성, 아시아는 저가품 위주의 진출

- 사우디 수입화장품 시장의 주류는 프랑스임. 2015년 말을 기준으로 약 3.42억 달러가 프랑스로부터 수입되어 전체 수입중 19.4%를 차지
- 이어서 UAE, 독일, 영국, 중국, 이태리, 미국, 폴란드가 주된 수출국의 지위를 점유 중임
- 프랑스는 향수 48.2%, 눈화장품 18.84%, 립스틱 27.12%, 피부화장품 9.24% 등 전 품목에 걸쳐 가장 인기 있는 브랜드를 보유 중

- 이어서 독일이 눈화장품, 립스틱, 색조화장 등에서 강세를 보이고 있으며 영국은 향수, 색조화장, 구강용품 등에서 높은 점유율을 기록중
- 이에 비해 중국은 눈화장품과 립스틱에서 인도는 모발화장품에서 8% 내외의 수입시장 점유율을 보이고 있음

○ 기후 및 지역특성에 따른 품목을 중심으로 한 수입구조

- 주된 수입품목은 향수, 립스틱, 눈화장품, 매니큐어, 유아용 화장품, 피부화장품, 자외선 차단제, 색조화장품, 목욕용품 수입
- 향수는 중동인 특유의 체취를 중화시키고 무미건조한 분위기를 반전시키기 위해 남녀 공히 소비하는 제품임. 저명 브랜드에 대한 강한 선호도를 보이고 있으며 여성용 향수의 대다수는 프랑스 제품이, 남성용은 프랑스와 영국 제품이 강세임
- 유해성 여부로 안전성이 강조되는 구강용품, 눈화장품, 립스틱, 피부화장품 등은 독일산이 선호되고 있으며 모발화장품은 인도제품이 제3국 노동자들이 소비하는 브랜드는 중국과 필리핀 태국 제품이 주류를 이루고 있음
- 반면 중국제품은 립스틱과 모발화장품 등 일반적인 화장품류가 도입되고 있으며 우리나라 제품은 진출 초기로 아직까지 시장 점유율은 매우 미진한 편임

2. 한국의 대주재국 화장품 수출 동향

가. 수출동향

○ 주재국 수입비중은 미미, 수출은 큰 폭의 증가세

- 사우디는 화장품에 할랄 인증제도를 시행하지 않고 있어 할랄과 비할랄化妆품을 구분할 수 없음
- 우리나라의 대 사우디 화장품 수출은 매년 20%이상의 급증세를 기록중인 바, 이는 최근 주재국을 비롯한 아랍권에 광범위하게 전파되고 있는 한국 드라마와 K-Pop 등 한류의 영향이 주된 요인으로 분석됨
- 10대 중반에서 30대에 이르는 여성을 중심으로 한 한류매니아 층은 한국 화장품의 성과 품질에 큰 선호도를 나타내고 있으며 이를 기반으로 일부 한국화장품의 프랜차이즈점이 주재국에도 선보이고 있음

- 다만 주재국 여성들의 피부와 색조에 대한 선호도 차이로 인하여 색조화장품 보다는 기초 화장품과 립스틱, 일부 파우더 화장품 제품을 위주로 도입되고 있음

○ 프랜차이즈와 소량 주문에 의한 유통

- 우리나라 화장품 제조업체들은 아직까지 주재국에 대리점이나 수입에이전트를 보유하지 않고 있어 상업적인 수입은 본격적으로 이루어지지 않고 있음
- 현재 주재국에는 2012년에 진출한 페이스샵 정도가 프랜차이즈 형태로 진출해 있고 일부 제조사가 최근 사우디 진출 가능성을 타진하고 있는 정도임
- 한류의 영향으로 일부 개인 수입업자들이 인터넷쇼핑을 통하여 소량을 수입한 이후 개인 블로그나 소형 온라인 몰을 통해 일부소비자에게 판매하고 있음

〈사우디 화장품 수출동향〉

(단위 : 천 달러, %)

MTI	품목명	2013		2014		2015	
		수출액	증감률	수출액	증감률	수출액	증감률
2275	화장품	4,187	40	5,333	27.4	6,535	22.5

* 출처 : KITA

나. 품목별 수출동향

○ 기초 화장품 위주의 수출

- 인종적 문화적 격차로 인하여 대주재국 화장품 수출은 기초 화장품이 주류를 이루고 있음.
- 주재국의 소형 유통상에 따르면 국산 화장품 중 현지인들에게 가장 인기가 있는 제품은 비비크림, 주름제거화장품, 보습크림, 미백제, 립스틱, 바디크림, 선크림, 마스크팩, 세안용품 등임
- 주재국의 건조한 날씨로 인한 피부건조화를 방지하기 위한 보습크림과 영양크림, 에센스, 비비크림 등 10대중반에서 30대에 이르는 여성들에게 많은 인기가 있으며 큰 폭의 수요 증가를 보이는 제품임

○ 향수, 색조 및 기능성 화장품의 진출은 미약

- 주재국 화장품수요의 가장 큰 비중을 차지하고 향수나 눈화장품, 매니큐어, 색조화장품, 목욕용품 분야는 거의 수출실적이 없어 향후 이 분야를 진출하기 위한 전략이 필요함.

- 따라서 중동 여성 특유의 피부와 조화되면서도 선호도를 높이기 위한 제품 개발과 홍보가 필요한 상황임

3. 화장품 수출 유망 15대 품목

가. 주력수출 품목

〈 최근 3개년 평균('13~15년), 수출금액이 높은 상위 10대 품목 〉

순위	품목명	2014		2015	
		수출액	증감률	수출액	증감률
1	기초화장품	1,266	-28.9	1,660	31.2
2	기초화장품	766	76.3	1,092	42.6
3	기초화장용제품류	1,061	98.3	812	-23.4
4	립스틱	307	496.9	493	60.4
5	기타	197	2,439.7	397	100.9
6	콘택트렌즈의액이나 의안의액	363	-14.7	386	6.4
7	메이크업용제품류	348	15.8	338	-3.0
8	색조화장품	90	-	308	243.0
9	색조화장품	283	176.7	259	-8.5
10	페이스파우더	173	138.1	199	15.3
10	기타화장품류	230	18.3	199	13.7

* 출처 : KOTIS

나. 잠재유망 품목

〈 최근 3개년 평균(‘13~’15), 수출증가율이 높은 상위 5대 품목 〉

순위	품목명	증감률	수출액	비고
1	그밖의목욕용제품류	919.8	59.0	
2	기타	604.5	200.7	
3	립스틱	210.9	283.7	
4	네일에나멜	129.1	16.7	
5	페이스파우다	65.1	148.3	

* 출처 : KOTIS

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

「원료 공급자의 검사결과 신뢰 기준 자율규약」 제정 안내

- 「화장품법 시행규칙」 제12조제1항제7호에서는 화장품 제조업자가 원료 및 자재의 입고부터 완제품의 출고에 이르기까지 필요한 시험검사 또는 검정을 하도록 규정하고 있음
- 이와 관련, 식품의약품안전처에서는 화장품 제조업자가 입고된 원료 특성 등을 고려하여 적절한 시험항목을 설정할 수 있고, 일부 시험항목에 대하여 원료 공급자의 검사결과가 신뢰할 수 있는 경우 해당 성적서로 화장품 제조업자의 시험·검사 또는 검정을 갈음할 수 있도록 하고 있음
- 이에 따라 협회에서는 “신뢰할 수 있는 원료 공급자의 검사 결과 관련 기준”을 제시하여 화장품 제조업자가 화장품 원료의 품질관리를 적절하게 할 수 있도록 하고자 자율규약을 제정함

※ 상기 자율규약은 우리협회 홈페이지에서 확인할 수 있습니다.

「플라스틱 마이크로비즈 사용에 대한 자율규약」 제정 안내

- 협회에서는 화장품에서 플라스틱 마이크로비즈 사용에 따른 환경오염을 방지하기 위하여 씻어내는 제품에서 플라스틱 마이크로비즈의 사용을 제한하고자 「플라스틱 마이크로비즈 사용에 대한 자율규약」을 제정함
- ※ 동 협약에 참여하고자 하는 기업에서는 협약서를 작성하여 2016년 4월 8일(금)까지 우리협회 이메일(jenko@kcia.or.kr)로 송부하여 주시기 바랍니다.

※ 상기 자율규약 및 협약서는 우리협회 홈페이지에서 확인할 수 있습니다.

「식품의약품안전처 과징금 부과처분 기준 등에 관한 규정」 일부개정훈령 안내(식품의약품안전처 훈령 제 86호, 2016.03.16.)

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

○ 화장품 광고자문위원회

- 화장품 광고자문위원회는 2016년 3월에 총 2회 개최되었으며, 광고자문신청 건수는 총 78건이었다. (적합 : 5건, 조건부 적합 : 29건, 부적합 : 44건)
- 광고자문위원회에서 지적된 표현을 정리하면 다음과 같다.
 - 피부재생분야에 있어 최고의 연구진들이 화상치료용 인공피부 제조기술을 바탕으로 사람의 피부에 가장 적합한 성분과 생체재료기술을 이용하여 피부관리의 새로운 지평을 열 더멀매트릭스 스킨케어 제품을 개발
 - 각종 증상완화, ○○는 중국의 고서 본초강목 및 명의별록에 ‘머리카락을 나게 한다’ ... 등의 기록이 전해내려 올 만큼 알려진 효능들이 정말 많습니다.
 - 알려진 효능 : 화상, 피부상처, 욕창, 치질, 발진, 액취증, 수두, 대상포진, 사마귀 ...
 - 언론에서 인정받은 ○○○, 여성성기능 장애 해결 ...
 - 부작용이 거의 없는
 - 인체의 면역 시스템을 조절하고 활성화시키는 역할을 하는 강력한 항염, 항주름, 항암물질로 사용되는 차세대 원료
 - 크기만 큰 가슴? no! 탄력 있고 ...
 - 주름이 없어지는 1분의 기적
 - 성기능 개선에도 도움을 줄 수 있는 41가지 유용한 성분들이 효과를 느낄 수 있을 만큼 들어있다.
 - 카퍼트리펩타이드-1 : 피부재생효과를 가져오며 인체의 혈액, 침 등에서 발견된 천연펩타이드입니다 ... 손상된 콜라겐이나 엘라스틴을 제거하고, 흉터발생을 억제하며, Stem cell을 생성하여 피부재생을 돕습니다.
 - 아세틸헥사펩타이드-8 : 주름개선과 관련되어 보톡스와 유사한 기능을 갖습니다. 하지만 보톡스는 신경전달물질 분비에 관여하여 근육이 마비되는 효과를 가져오는 반면 AHP는 신경전달물질 분비를 저해하여 가역적으로 신경전달물질 분비를 조절하는 작용 기전의 차이 때문에 보톡스에 비해 거의 독성이 없으므로 ...

○ 해외에서의 화장품 지식재산권 보호(K-브랜드 보호 지원)사업 안내

- ☐ 우리협회에서는 특허청의 지원을 받아 불법모조품으로 피해가 많은 해외 지역을 중심으로 우리나라化粧품의 상표·디자인 등 지식재산권 보호를 통해 우리 기업의 수출경쟁력 강화를 지원하는 사업을 추진하고 있다.
- ☐ 이에 모조품 유통 현황 파악 및 대응을 위한 ①침해실태조사단 운영 지원(대상국가 : 중국, 태국, 홍콩) ②침해조사(행정단속) 지원과 해외에서의 지식재산권 확보 및 분쟁 예방을 위한 ③K-브랜드 보호 컨설팅(상표 보호 및 침해구제 컨설팅) 지원 사업을 추진하며 세부사항 및 신청방법은 협회 홈페이지(www.kcia.or.kr) 공지사항 게시글 『16년 K-BRAND 보호 사업 안내』를 참고하면 된다.

※ ②침해조사(행정단속) 지원과 ③K-브랜드 보호 컨설팅(상표 보호 및 침해구제 컨설팅) 지원 사업 신청은 수시 접수를 받고 있으며 중국 외 다른 국가도 신청 가능합니다.

☆ 문의 : 고정은 대리(Tel : 02-761-4203, Email : jenko@kcia.or.kr)

① 침해실태조사단 운영 지원

- 중국, 태국, 홍콩 등지에서 모조품 유통 관련 피해 기업을 대상으로 ‘침해실태조사단’을 구성 및 현지 파견하여 모조품 유통현황 파악 및 대응방안 마련 지원

② 침해조사(행정단속) 지원

- 현지 침해 조사 전문기관을 통해 모조품 유통 관련 침해 실태 조사 및 신청사에서 원할 경우 현지 정부 기관의 행정 단속 지원

※ 침해 조사 대상 권리 : 특허권, 실용신안권, 디자인권, 상표권

※ 중국 외 다른 국가도 신청 가능합니다.

③ K-브랜드 보호 컨설팅(상표 보호 및 침해구제 컨설팅) 지원 사업

구분	사업 내용	
예방	☐ 분쟁예방 전략 (현지화네이밍 등)	국내 상표의 현지화 네이밍 컨설팅, 경쟁사 상표분석·분쟁정보 제공
대응	☐ 무단 선등록 대응전략 ☐ 권리행사전략	해외 무단 先등록 상표·디자인권에 대한 이의 신청, 취소, 무효, 회수(협상) 지원

※ 중국 외 다른 국가도 신청 가능합니다.

◦ 예정 행사

◆ ‘16년 K-BRAND 보호 사업관련 침해실태조사단 모집 안내의 건

- 일 정 : 2016. 4. 27.(수) ~ 29.(금)
- 장 소 : 홍콩
- 지원사항 : 출장자 소요경비의 80% 지원(항공·숙박·교통·체제비 일체 지원)
- 선정공고 : 신청사 선정 기준에 따라 협회에서 선정하여 2016.4.6.(수) 개별 통보 예정

※ 신청사가 많은 경우 홍콩 해관 지재권 등록사 우선 선정

※ 문의 : 대한화장품협회 고정은 대리(jenko@kcia.or.kr, 02-761-4203)

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항을 확인하시기 바랍니다.

◆ 2016 서울국제 화장품·미용산업박람회 안내

◆ 행사개요

- 일 정 : 2016. 4. 28.(목) ~ 30.(토)
- 장 소 : 서울 COEX A, B홀
- 주 최 : (주)한국국제전시, (사)한국미용산업협회
- 후 원 : 보건복지부·산업통상자원부·식품의약품안전처·중소기업청·(사)대한화장품협회 외

◆ 전시품목

- 화장품(기초화장품,기능성화장품,색조 메이크업 등), 원료·포장(화장품 원료,기능성 원료 등), 헤어·두피(헤어케어,염모제 등), 에스테틱스파(피부미용기기,바디용품 등), 네일 풋타투(네일·풋 케어,네일·풋 아트 등), 조향제품(향수,디퓨저 등), 특별기획관(패션악세사리,이너뷰티 등)

◆ 2016 한-아세안 기술 협력 워크숍

● 개요

- 일 시 : 2016. 4. 25. (월) ~ 4. 26. (화), (2일간)
- 장 소 : 서울 신라호텔
- 공동 주최 : 대한화장품협회, 한-아세안 센터
- 목 적 : 한·아세안 정부, 업계의 교류 증진과 한류 확산을 통해 국내 화장품 회사의 아세안 수출 증진에 도움
- 아세안측 참가자: 아세안 10개 회원국에서 2명씩 총 20명
- ※각 국당 관련 부처 공무원(1명)과 기업인(1명)

● 프로그램(案)

① 네트워킹 만찬:

- 일정: 2016.4.25(월) 18:30 ~ 20:30
- 장소: 서울, 신라호텔, 라일락 룸(3층)
- 프로그램:

일시	시간	활동
4.25(월)	18:00-18:30	네트워킹 만찬 등록(신라호텔, 라일락 룸)
	18:30-20:30	만찬

② 아세안 국가의 화장품 시장현황에 대한 세미나:

- 일정: 2016.4.26(월) 14:00 ~ 18:20
- 장소: 서울, 신라호텔, 마로니에 룸

일시	시간	활동
4.26(화)	14:00-15:40	ASEAN Session I -아세안 회원국의 화장품 시장 소개(각 국당 20분) (브루나이, 캄보디아, 인도네시아, 라오스, 말레이시아)
	15:40-16:10	Feedback Session I
	16:10-17:50	ASEAN Session II -아세안 회원국의 화장품 시장 소개(각 국당 20분) (미얀마, 필리핀, 싱가포르, 태국, 베트남)
	17:50-18:20	Feedback Session

* 네트워킹 만찬 및 세미나의 참석을 원하시는 분은 2016.4.12(화)까지 우리협회(담당자: 한종민, E-mail: jmhan@kcia.or.kr, Tel:070-5057-4019)로 문의 하여 주시기 바랍니다.

◆ 2016년 전시회 일정

행사명	일시	장소	비고
in-cosmetics Europe 2016	2016.04.12~04.14	프랑스(파리)	모집중
2016코스모뷰티베트남전시회	2016.04.21~04.23	베트남(호치민)	모집완료
중국상해화장품전시회	2016.05.18~05.20	중국(상해)	모집완료
2016중국광주화장품미용박람회(추계)	2016.09.04~09.06	중국(광주)	
2016홍콩화장품미용박람회	2016.11.16~11.18	홍콩	

◆ 2016년 교육 일정

행사명	일시	장소	비고
제조판매관리자 교육(광주)	2016.04.15	광주지방식품의약품안전청 1층 강당	접수마감
제조판매관리자 교육	2016.04.19	서울여성플라자 2층 회의실	접수마감
제조판매관리자 교육(부산)	2016.05.13	부산상공회의소 2층 국제회의장	접수마감

◆ 식약처) 2016 원 아시아 화장품·뷰티 포럼 개최 및 참가신청 안내

□ 2016 원 아시아 화장품·뷰티 포럼

- 일 시 : 2016. 4. 23. (토) (1일간)
- 장 소 : 인터콘티넨탈 아시아나 사이공 호텔(베트남 호치민)
* ‘코스뷰티베트남’ 박람회 기간 중 개최(Saigon Exhibition & Convention Center)
- 참석자 : 한국, 베트남 공무원 및 업계 관련자 약 200명 예상
- 주 최 : 식품의약품안전처
- 주 관 : 코이코
- 포럼 및 교류행사(만찬) 안

시 간			내 용
23일 (토)	09:30~ 10:00	‘30	등록
	10:00~ 10:30	‘30	귀빈소개, 개회사 및 축사
	10:30~ 12:00	‘90	Session 1. 아시아 화장품 분야 동반성장 ① 아시아화장품 시장동반 성장을 위한 모델 제시(‘45) ② 베트남 등 아시아 화장품 시장 특성(‘45)
	12:00~ 13:30	‘100	점심식사
	13:30~ 15:00	‘90	Session 2. 베트남 화장품 시장 진출 노하우 ① 베트남 시장 진출 노하우(‘45) ② 베트남 화장품 시장 규모 및 특성(‘45)
	15:00~ 15:30	‘30	COFFEE BREAK
	15:30~ 17:00	‘90	Session 3. 한-베트남 화장품 규제 동향 ① 베트남 화장품 수출입 절차 및 안전관리(‘45) ② 한국 화장품 수출입 절차 및 안전관리(‘45)
	17:00~ 17:30	‘30	COFFEE BREAK
	17:30~ 19:30	‘120	교류행사(만찬)

※ 세부 일정은 변경될 수 있습니다.

※ 한국어-베트남 동시통역 제공

- 포럼 등록비 및 만찬 : 무료
- 참가신청 방법

다음 페이지의 참가 신청서를 작성하여 4월 8일(금)까지 식품의약품안전처 화장품정책과 대표메일 (mfdscos@korea.kr)로 제출

※ 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

○ 『2016 화장품관련 디렉토리』(국문/영문) 발행 안내

- 우리 협회에서는 국내·외 바이어 등과의 교류 활성화를 통한 국내 화장품 수출증진에 도움을 드리고자 화장품 제조업자·제조판매업자, 원료생산·취급자를 비롯하여 화장품 연구기관 등에 대한 기관의 정보를 취합하여“2016년 화장품관련 디렉토리”(국문/영문)를 발행하였습니다.
- 디렉토리 국문판은 인쇄물로 발행되었으며, 디렉토리 영문판은 해외 바이어들의 접근성을 높이고자 웹사이트(<http://directory.kcia.or.kr>)로 구축하였으니 동 자료에 많은 관심 부탁드립니다.

* 각 책자의 세부 목차 확인과 구매 신청은 협회 홈페이지(www.kcia.or.kr → ‘대한화장품협회’ → ‘발간물’)에서 하시기 바랍니다. (구매관련 문의 : 070-7858-0564)

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

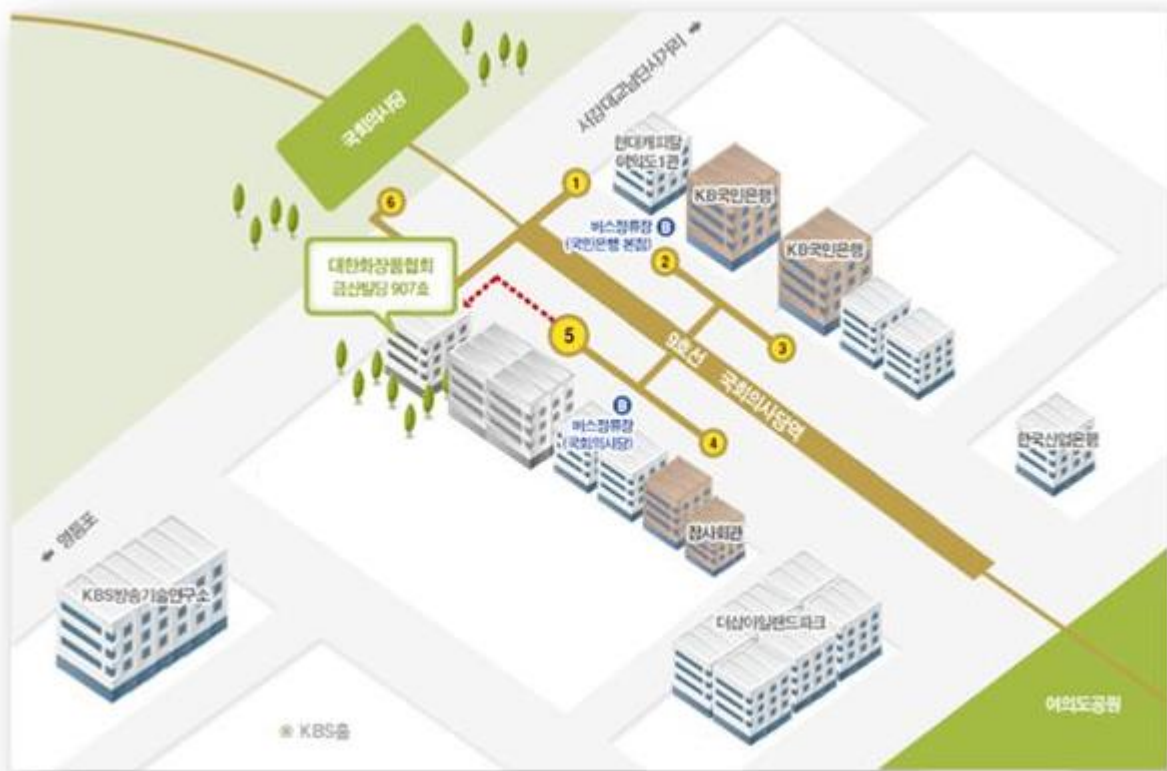
○ **귀 회원사의 창립기념일을 진심으로 축하드립니다.**

LVMH코스메틱스(유)	창립	22 주년(1994. 3. 1)
(주)LG생활건강	창립	69 주년(1947. 3. 27)
제니코스(주)	창립	14 주년(2002. 4. 2)

○ 추후 발행되는 코스메틱리포트에 협회 회원사 소식을 홍보하는 내용을 추가할 예정입니다. 기업의 행사나 구인, 신제품에 대한 홍보 등 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)

● 협회 주소 및 연락처



Tel 02-785-7984 Fax 02-782-6659
주소 서울특별시 영등포구 국회대로 750, 907호(여의도동, 금산빌딩)
홈페이지 www.kcia.or.kr

협회 SNS를 통해서도 함께해요~!



www.facebook.com/hikca



twitter.com/kocosmetic

QR코드를 통해
협회 홈페이지에 접속해 보세요~!



(사)대한화장품협회
Korea Cosmetic Association