

COSMETIC REPORT

발행처 (사)대한화장품협회
발행월 2016년 7월 넷째주
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

中 관영언론들, 연이어 한국 화장품 품질 관련 보도
화장품 산업 '호황'...약국에도 '화장품 바람' 불까
한국, 남성 화장품 시장 세계 1위

국내외 정보 07

중국 화장품 브랜드가 지속 발전하는 이유는?

법령 정보 17

협회 업무추진현황 19

회원사 뉴스 33

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

中 관영언론들, 연이어 한국 화장품 품질 관련 보도('16.7.26)

● 중국 관영 언론들이 연이어 한국 화장품의 품질 문제를 지적하는 보도를 내보냈으며, 고고도미사 일방어체계(THAAD·사드)의 한반도 배치 결정 후 일부 중국 누리꾼들이 한국 제품 불매를 주장하는 가운데 나온 보도여서 주목됨

● 중국 관영방송인 CCTV는 26일 랴오닝(遼寧)성 다롄(大連) 해관(세관)이 중국과 한국을 오가는 여객선을 이용해 화장품을 밀수해 온 일당을 적발했다고 보도했음

- 관련링크:

http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201607261535001&code=970204#csidx9d684cf62415ce5b5309e9192e101dd

화장품 산업 '호황'...약국에도 '화장품 바람' 불까('16.7.15)

● 한국에서 현재 가장 '핫'한 산업군은 화장품이며, 방송 등 문화콘텐츠 성공을 등에 업고 한국의 화장품 브랜드가 중국을 비롯한 해외에서 각광받고 있음

● 국내 제약사 다수가 약가인하에 따른 매출하락을 보전하기 위해 다수의 화장품 계열사나 브랜드를 론칭했음

- 관련링크:

<http://www.dailypharm.com/News/214300>

코스온, 中 화장품 판매 합작법인 설립('16.7.15)

● 코스온은 중국 화장품 전문 전자상거래 업체인 위자후이와 합작법인 설립 계약을 체결했다고 14일 밝혔음

● 이번 합작법인 설립으로 코스온은 안정적인 매출처를 확보하고 위자후이는 신뢰성 높은 공급처를 얻게 되었다고 보도함

- 관련링크:

<http://www.edaily.co.kr/news/NewsReadedy?SCD=JB11&newsid=02653526612714848&DCD=A10101&OutLnkChk=Y>

글로벌 큰손들, 한국 화장품업계에 잇단 러브콜('16.7.18)

● 미국 월스트리트저널(WSJ)은 한국 화장품 브랜드에 대한 두 건의 지분 인수 발표가 이번 주 예정돼 있다며 이는 글로벌 투자자들이 트렌드를 주도하는 한국의 역할을 인정하는 셈이라고 17일 (현지시간) 보도했음

● 골드만삭스와 사모펀드 베인캐피털은 오는 18일 공동으로 기능성 화장품 브랜드 'A.H.C'를 거느린 카버코리아 지배지분 인수를 발표할 계획이며, 이번 주 후반에는 프랑스 명품 대기업 LVMH 그룹의 투자 자회사가 고속 성장하고 있는 클리오 화장품 지분 투자를 발표할 예정임

- 관련링크:

<http://www.etoday.co.kr/news/section/newsview.php?idxno=1358121>

치약·샴푸·화장품 속 위험한 '플라스틱 알갱이'('16.7.19)

● 미세 플라스틱은 해양 환경을 오염시킬 뿐 아니라 인체에도 위험이 될 가능성이 크다고 보도함

- 관련링크:

<http://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LSD&mid=sec&oid=057&aid=0000994636&sid1=001&lfrom=kakao>

중국내 한국 화장품 브랜드 수명 짧다('16.7.20)

● 최근 중국에서 한국산 화장품의 브랜드관리에 대한 문제점이 지적되고 있으며, 중국의 산업동향 미디어인 인터넷상업관찰(互联网商业观察)에 따르면 2016년 한국산 화장품 브랜드 상위 10개 중 7개의 브랜드가 1년 사이에 교체됐음

● 미샤, 이니스프리 등 비교적 중국시장에 일찍 진출한 브랜드들을 제외하고 대부분 잠시 중국시장에서 유행을 탄 후 소리 없이 종적을 감췄음

- 관련링크:

<http://www.geniepark.co.kr/news/articleView.html?idxno=36085>

[비하인드스토리] '지지부진' 맞춤형 화장품...정부-업계 '동상이몽'('16.7.22)

● 성장정체를 겪고 있는 국내 화장품 시장에서 맞춤형 화장품은 새로운 성장동력으로 떠오르고 있음

● 식품의약품안전처는 지난 3월부터 국내 화장품 직영매장과 면세점, 관광특구 내 매장을 대상으로 맞춤형 화장품 시범사업에 들어감

관련링크:

<http://www.newstomato.com/ReadNews.aspx?no=672039>

'루이비통' K-뷰티 본격 공략...국내 색조 화장품 업체 '투자 추진'('16.7.22)

● 프랑스 명품업체인 루이비통모에헤네시(LVMH)그룹 계열 투자회사인 L캐피탈이 국내 색조 화장품 전문업체 클리오에 5000만 달러(약 568억원)를 투자할 것으로 알려졌다

● 21일 투자은행(IB) 업계에 따르면 L캐피탈은 클리오가 발행하는 전환상환우선주(RCPS)에 약 5000만달러(571억원)를 투자한다는 계약을 22일(현지시간)L캐피탈 카운터파트 지사가 위치한 싱가포르에서 체결함

- 관련링크:

<http://www.moneyweek.co.kr/news/mwView.php?type=1&no=2016072208548090391&outlink=1>

한국, 남성 화장품 시장 세계 1위('16.7.22)

● 실제로 유로모니터에 따르면 한국은 남성 화장품 시장 성장률이 가장 두드러지는 국가로 약 10억 달러(한화 약 1조 2천억 원) 규모를 형성하고 있으며, 2020년까지 매년 50% 이상 성장할 것으로 전망함

● 남성들이 여성 못지않은 소비 주축으로 떠오르면서 유통업계는 개발부터 남성 취향을 적극 반영한 '남심 저격' 그루밍 신제품을 속속 출시하고 있음

- 관련링크:

<http://www.metroseoul.co.kr/news/newsview?newsd=2016072200008>

국산 화장품, 美 수출 연평균 61% ↑ '쑥쑥'('16.7.21)

● 코트라는 21일 '미국 내 K-뷰티 확산 성공키워드' 보고서를 발간하고 한류열풍에 힘입어 한국 화장품(K-뷰티)이 미국에서 주목받고 있다며 성장세를 이어가기 위한 전략을 발표했음

● 한국 화장품의 미국 시장 점유율은 5.51%로 프랑스(19.15%), 중국(16.97%), 캐나다(16.42%), 이탈리아(8.06%), 영국(5.87%) 다음이었다. 2013~2015년 사이 평균 수출 증가율이 61%로 올해에는 5위 진입도 가능할 것으로 전망됨

- 관련링크:

<http://www.focus.kr/view.php?key=2016072100090122436>

글로벌 화장품 원료 마켓 올해 153억弗 도 달('16.7.12)

● 글로벌 화장품 원료 마켓이 올해 총 153억 1,390만 달러 규모에 도달할 수 있을 것이라는 전망이 나왔음

● 특히 2015~2025년 기간 동안 글로벌 화장품 원료 마켓이 연평균 4.5%에 이르는 준수한 성장세를 이어갈 수 있을 것으로 추정됐음

- 관련링크:

<https://www.beautynury.com/news/view/72995/cat/10/cat2/10400>

뭉개지고 변색된 화장품 샘플..."여름철 감염 주의"('16.7.25)

● 화장품 매장에서의 샘플은 세균에 감염될 위험이 높다고 보도함

- 관련링크:

http://news.tvchosun.com/site/data/html_dir/2016/07/25/2016072590029.html

중국, 한국 화장품 밀수 적발하고 한국화장품 직구 소비자에 경고('16.7.26)

● 과거에도 있었던 사례지만 미국의 사드(THAAD·고고도미사일방어체계) 한국 배치 지역이 발표된 지난 13일 이후 일각에서 중국의 경제보복 우려가 제기되고 있는 가운데 이뤄진 것이어서 향후 추이가 주목됨

● 라오닝TV는 한국 화장품이 중국 여성들로부터 큰 인기를 끌고 있지만 엄격한 중국 수입규정 때문에 각종 각양의 밀수가 이뤄지고 있다고 전하고 밀수품의 정품 보증이 어렵다고 강조했다

- 관련링크:

http://biz.chosun.com/site/data/html_dir/2016/07/26/2016072602075.html

코스맥스인도네시아, 할랄 화장품 본격 생산('16.7.26)

● 화장품 연구·개발·생산(ODM) 전문회사인 코스맥스 자회사인 코스맥스인도네시아가 할랄 화장품 생산으로 현지 시장 공략을 본격화 한다고 26일 밝혔음

● 이는 지난 3월 세계 3대 할랄 인증기관인 무이로부터 인증을 받은 이후 4개월 만임

- 관련링크:

<http://view.asiae.co.kr/news/view.htm?idxn=2016072609010035989>

○ 국내외 정보

미국내 K-Beauty 확산 성공 키워드 (출처: 코트라 Global Market Report)

□ 미국 뷰티시장 동향 및 전망

- 2015년 미국 스킨케어·색조화장품 시장규모는 229억 4,680만 달러로 2010년 이후 연평균 4% 성장했으며, 2020년까지 342억 210만 달러까지 성장할 것으로 예상

□ 화장품 대미 수출 현황

- 2015년 한국 화장품 대미 수출규모는 2억 1,751만 달러로 전년 대비 71.5% 증가했으며, 2009년 이후 매년 두 자릿수 성장을 기록

□ K-Beauty 확산을 위한 주요과제

- (패키징/레이블링) 효과적인 소비자 공략 위해 제품 패키지에 올바른 용어를 사용하고 수출전 식품의약품(FDA) 규정에 맞는 레이블링 작업 필요

※ 효과적인 소비자 공략 위해 제품 패키지에 올바른 용어 사용 필수 ※

○ 현재 미국에서 유통되는 한국 뷰티 제품 가운데 상당수가 패키지에 부적절한 단어 사용과 영터리 영문 번역으로 제품의 호감도를 떨어뜨리고 있는 상황

- 부적절한 단어 사용의 대표적인 예는 미백 제품에 많이 쓰이는 '화이트닝(whitening)' 표현으로 인종문제에 예민한 미국에서는 인종차별 논란을 일으킬 수 있음. '브라이트닝(Brightening)' 등으로 수정하는 것을 추천

- (가격정책) 미국내 한국화장품 가격이 판매처에 따라 편차가 커 일관성 있는 가격정책 필요
- (생소한 원료와 사용법) 독특한 원료는 경쟁력이 될 수 있지만 보수적인 미 소비자들을 설득하기 위한 추가적인 노력 필요
- (미투제품의 등장) 글로벌 기업 유사제품과 경쟁해야 하나 브랜드 파워와 제품 다양성에서 열세

□ K-Beauty 확산을 위한 주요과제

- 한국 화장품 주 타겟층은 밀레니엄세대/아시안아메리칸 소비자
- 샘플과 트레블 사이즈로 고객에게 체험기회 제공
- 기발하고 독창적인 패키지와 레이블로 제품 차별화 시도

브라질 위생감시국(ANIVISA)의 개인 위생용품, 화장품 및 향수에 사용할 수 없는 MERCOSUR 물질 목록 규정 결의(안) (2016.6.30)

- 브라질 위생감시국(ANIVISA)에서는 개인 위생용품, 화장품 및 향수에 사용할 수 없는 MERCOSUR 물질 목록에 대한 규정 결의안을 TBT 통보문을 통해 발표함

- 자료 출처:

http://portal.anvisa.gov.br/documents/10181/2859796/%281%29RDC_83_2016.pdf/ab636c42-418a-4967-bb1f-5c8c9716e2f7

European Commission의 Annex III (배합제한원료) 사용규제 개정(안) (2016.7.14)

- European Commission에서는 EU regulation Annex III (배합제한원료)에 Hair dye substances(10개) 및 Hair dye substances for use in products intended for colouring eyelashes(6개)의 사용인가에 대한 개정(안)을 TBT 통보문을 통해 발표함
- 채택 예정일은 2016년 4분기이며, 시행예정일은 EU 관보에 게재되고 20일 후임 (12개월의 유예기간)

- 자료 출처: <http://ec.europa.eu/growth/tools-databases/tbt/>

https://members.wto.org/crnattachments/2016/TBT/EEC/16_2774_00_e.pdf

https://members.wto.org/crnattachments/2016/TBT/EEC/16_2774_01_e.pdf

◆유형별 화장품 생산실적

〈 두발용 제품류 생산실적(‘11~‘15년) 〉

(단위: 백만원, %)

세부 유형	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년			11~15년 연평균 성장률
	생산 실적	생산 실적	생산 실적	생산 실적	생산 실적	점유율	전년대 비 증감률	
샴푸, 린스	744,554	804,391	928,835	937,963	995,547	71.4	6.1	7.5
헤어 컨디셔너	64,758	53,673	79,101	83,363	99,072	7.1	18.8	11.2
헤어 오일	43,476	44,850	56,344	81,473	88,426	6.3	8.5	19.4
헤어스프레이.무스. 왁스.젤	48,023	59,434	54,337	52,157	50,319	3.6	-3.5	1.2
퍼머넌트 웨이브	35,792	30,740	30,350	30,918	29,961	2.1	-3.1	-4.3
헤어 그루밍 에이드	12,115	16,214	29,859	77,637	91,592	6.6	18.0	65.8
헤어 크림.로션	8,421	13,191	13,839	9,430	9,788	0.7	3.8	3.8
헤어 스트레이트너	9,068	12,269	11,737	12,323	9,215	0.7	-25.2	0.4
그 밖의 두발용 제품류	3,721	11,512	9,993	6,302	7,239	0.5	14.9	18.1
헤어 토닉	6,739	8,609	7,596	12,177	11,560	0.8	-5.1	14.4
포마드	518	582	691	960	1,185	0.1	23.4	23.0
소 계	977,185	1,055,465	1,222,683	1,304,703	1,393,904	100.0	6.8	9.3

○ 해외 화장품 시장 동향

중국 화장품 브랜드가 지속 발전하는 이유는?

- 2015년 성장이 가장 빠른 브랜드 중, 중국 브랜드 50% 이상 차지 -
- 중고급화, 수분 보습, 저렴화 등 5가지 원인 -

□ 배경

- 중국 경제가 '신창타이(新常态)'로 들어서면서 소비재 시장의 성장이 둔화됨.
- 2015년 중국 소비재시장 성장률은 3.5%로 근소한 성장률을 보였으나 화장품시장 판매 성장률은 12.8%로 크게 증가함.
- 소비수준 향상으로 화장품시장은 고속 성장

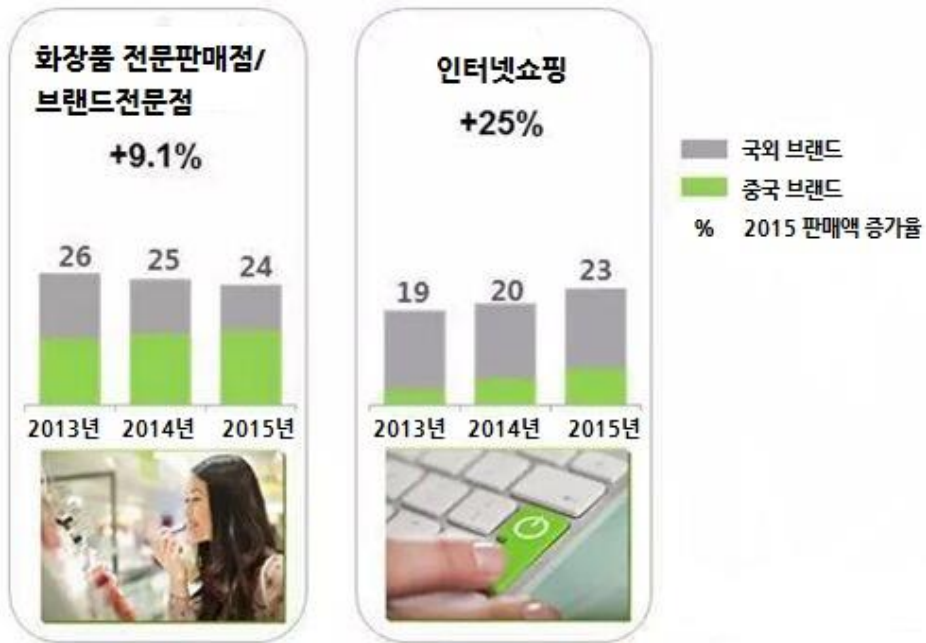


자료원: 凤凰网

- 소비자들의 소비수준 향상으로 중국 화장품 시장은 고속 성장함. 이에 따라, 소비자들은 더 높은 품질을 가진 다양한 종류의 상품을 구매하길 희망함.
 - 중고급 스킨케어 화장품시장은 소비를 촉진시킴.
 - 얼굴, 몸, 손 등 부위를 막론하고 소비자들은 더 높은 가격의 상품을 구매하길 희망함.
 - 이러한 소비 추세는 1선 도시부터 5선 도시까지 확산되고 있음.
 - 색조화장품 시장의 고속성장 원인은 소비자 수의 증가와 소비수준 향상임.
 - 최근 투명메이크업의 열풍으로 BB크림, 립글로스, 아이라이너, 아이브로우 및 쿠션 파운데이션 등 관련 상품들의 판매량과 소비자 수가 증가함.
- 중국 브랜드, 각종 유통경로를 통해 성장

중국 Top 10 화장품 유통경로에 따른 판매 점유율





자료원: 凤凰网

- 유통경로의 발전으로 보았을 때 소비자의 화장품 구매경로는 전통적 소매경로에서 현대적 오프라인 유통경로로 변화했으며, 점차 포스트모던 경로(전자상거래, 화장품 전문판매점)로 발전하고 있음.
 - 현대 유통경로의 유통량은 감소했으며, 전자상거래, 화장품 전문판매점의 유통량은 지속 증가함.
- 중국 브랜드는 백화점, 슈퍼마켓 및 대형마켓에서 안정적으로 성장하고 있음.
 - 지난 3년간 전체적으로 국외 화장품 브랜드의 발전은 정체됐고, 시장점유율 또한 압박을 받음. 상선도시 또한 상황은 다르지 않음.
 - Top 10 화장품 브랜드의 전체 매출액을 보았을 때, 시장점유율이 높은 국외 브랜드는 백화점, 슈퍼마켓, 대형마트의 성장이 부진한 반면, 중국 브랜드는 지속 성장하고 있음.

○ 2015년 성장이 가장 빠른 브랜드 중 중국 브랜드가 50% 이상을 차지함. 중국 브랜드는 외국 브랜드를 넘어 전체 시장점유율 59%를 차지함.

□ 중국 화장품 브랜드 Top 10

순위	브랜드	본사 소재지	이미지
1	바이차오링(百雀羚)	상하이(上海)	
2	프란탕(自然堂)	상하이(上海)	
3	상미차오(相宜本草)	상하이(上海)	
4	한수(韩束)	상하이(上海)	
5	바이차오지(佰草集)	상하이(上海)	

6	포라미야(珀莱雅)	항저우(杭州)	
7	카쯔란(卡姿兰)	광저우(广州)	
8	메이푸바오(美肤宝)	광저우(广州)	
9	완메이(丸美)	광저우(广州)	
10	수이미마(水密码)	광저우(广州)	

자료원:合肥热线

□ 중국 화장품 브랜드의 발전을 이끄는 5가지 동력

○ 중고급화

- 2015년 중고급화 브랜드의 전체 매출액 8% 증가
- 그 중 중국 브랜드가 70%를 차지. 더 나아가 중국 화장품시장의 고급화를 가져옴.

○ 자연+과학기술

- 중국 브랜드는 초본(草本), 천연을 강조하는 단일화된 요구를 넘어 과학기술적 요소를 도입해 더 효과적인 방식으로 스킨케어 효과를 얻도록 강조함.

○ 수분보습

- 중국의 스킨케어 화장품 시장에서 수분보습 화장품이 각광받고 있음. 이에 따라 전체 판매율은 2013년 20.8%에서 2015년 26.7%로 증가함.

○ 저령화

- 중국 브랜드는 주링허우(90后: 90년대생) 소비자들에게 각광받음. 때문에 상품이 전체적으로 저령화됐으며, 이는 더 많은 젊은 소비자들이 중국 브랜드 화장품을 구입하도록 이끌.

○ 마스크팩

- 중국 화장품 시장에서 마스크팩의 열풍은 계속되고 있음. 2015년 48%의 도시 가정에서 마스크팩을 구매했으며, 중국의 마스크팩 판매량은 이미 한국과 대만을 초월함.
- 또한, 중국 화장품 브랜드는 중국 마스크팩 시장을 발전시키는 주요 원동력임.

□ 시사점

○ 비록 중국 국내 화장품 브랜드가 큰 성장을 했지만, 해외 브랜드에 비교하면 여전히 국내 영향력이 낮음.

- 가격 면에서 볼 때, 국내 브랜드 바이차오링(百雀羚)의 인터넷 평균가격이 약 80위안인 반면, 해외 브랜드인 Olay의 평균가격은 약 142위안임.
- 일본, 한국 시장을 볼 때 시세이도, 아모레퍼시픽 등은 모두 본토 화장품 시장에서 주도적인 위치를 선점하고 있음.

○ 소비자의 소비수준은 지속 향상되고 있으며, 화장품은 중국 소비자들의 소비수준을 향상시키는 주요 동력임.

- 소비자의 구매체험을 중시하고 양질의 서비스를 제공함으로써 소비자를 유치하는 것이 이윤을 얻는 관건
- 단일화된 브랜드 메인제품, 저렴한 가격, 이와 같은 전통적인 방법의 마케팅 전략은 젊은 층의 소비 수요를 만족시키지 못함.
 - 한국 기업은 중국 화장품 시장에서의 주도적인 지위를 차지하기 위해 메인제품의 다양화, 브랜드 이미지의 고급화, 다양한 유통채널 등의 새로운 전략을 세울 필요가 있음.

자료원: 凤凰网, 合肥热线, 国际商报, 新华网, KOTRA 칭다오 무역관 자료 종합

〈 저작권자 © KOTRA & globalwindow.org 2016.7.26 〉

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

□ “스프레이형 자외선차단제” 사용 시의 주의사항 표시·기재 관련 안내

- 식품의약품안전처에서는 “스프레이형 자외선차단제” 사용 시의 주의사항의 경우, 2016년 7월 29일부터 개정된 「화장품법 시행규칙」(2015.07.29. 개정) 내용을 반영하여 표시·기재하여야 함을 안내함

• 스프레이형 자외선차단제 관련 사용 시의 주의사항 문구

· 10) 에어로졸 제품:

라) 눈 주의, 점막 등에 분사하지 말 것. 다만, 자외선 차단제의 경우 얼굴에 직접 분사하지 말고 손에 덜어 얼굴에 바를 것

· 11) 고압가스를 사용하지 않는 분무형 자외선 차단제: 얼굴에 직접 분사하지 말고 손에 덜어 얼굴에 바를 것

※ 사용 시의 주의사항 관련 개정규정은 공포(2015.07.29.) 후 6개월이 경과한 날부터 시행되었으며, 화장품 포장의 경우 ‘화장품 포장의 기재사항에 관한 경과조치’에 따라 개정규정 시행 이후 6개월까지 종전대로 계속 사용할 수 있었음. 끝.

※ 자세한 내용은 우리협회 홈페이지에서 확인할 수 있습니다.

「플라스틱 마이크로비즈 사용에 대한 자율규약」 제정에 따른 협약서 제출 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 제출해 주시기를 부탁드립니다.

• 현재 씻어내는 제품에서 플라스틱 마이크로비즈를 사용하지 않는 기업에서도 자율규약을 준수하고 있는 것으로 보아 협약서를 작성하시어 우리협회 이메일(jenko@kcia.or.kr)로 송부하여 주시기를 부탁드립니다.

※ 상기 자율규약 및 협약서는 우리협회 홈페이지에서 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

○ 화장품 광고자문위원회

화장품 광고자문위원회는 2016년 7월에 총 2회 개최되었으며, 광고자문신청 건수는 총 121건이었다. (적합 : 12건, 조건부 적합 : 83건, 부적합 : 26건)

- 광고자문위원회에서 지적된 표현을 정리하면 다음과 같다.

- 피부의 면역력을 증가시켜 손상된 피부 세포에 항염 기능으로 피부 손상을 회복 시켜 줍니다.
- 지치고 손상된 피부를 진피층부터 에너지를 공급&재생시켜 줍니다.
- 자궁팩, 질내부 pH유지, 질 내부의 산도 유지, 질염 완화
- 곰팡이, 세균, 바이러스 감염으로부터 여성Y존을 보호하는데 도움
- ○○유산균이 알려지나 악취를 유발하는 물질, 곰팡이등의 서식 환경등을 제어함으로 근본적인 문제의 해결에 도움

○ 2016년 유럽화장품협회 Cosmetics Europe Week 참석

가. 목 적

- 2016년 유럽화장품협회 Cosmetics Europe Week 참석
- 세계 각국 협회와 정보 교류 및 국제 협회간 상호 협력 방안 논의
- 세계 화장품 산업에서의 주요 이슈 및 동향 파악

※ 참가 협회 : 호주, 아세안, 캐나다, 유럽, 영국, 남미, 프랑스, 독일, 인도, 일본, 한국, 스위스, 아르헨티나, 브라질, 콜롬비아

나. 일 자 : 2016. 06. 13 ~ 06. 17

다. 출장자 : 대한화장품협회 김경옥 차장, 한종민 사원

라. 출장지 : 벨기에 브뤼셀, The Hotel Brussels

※ 주소 : Boulevard de Waterloo 38, 1000 Brussels, Belgium

마. 참석자 현황 : 약 120개 기관 240명

- 각국 협회 참석자 : 20개 협회 48명 참석

※ 참가 협회 : 호주, 아세안, 캐나다, 유럽, 영국, 남미, 프랑스, 독일, 인도, 일본, 한국, 스위스, 아르헨티나, 브라질, 콜롬비아

○ K-CGMP전문가 양성 교육(기본) 개최

우리 협회에서는 지난 7월 26일에 국가경영전략연구원-창의N공간(3층회의실)에서 K-CGMP 전문가 양성 기본교육을 개최하였다. 이번 교육은 △K-CGMP 도입의 중요성, 국내 외 현황, 목적, 용어의 정의, 인적 자원[의약품정책연구소 장성재 연구위원] △시설기준(건물, 시설, 작업소의 위생 유지관리)원자재의 관리(입고 관리, 출고 관리, 보관 관리) [(주)한국화장품 정학 팀장] △물의 품질, 제조관리(기준서, 정량, 공정관리, 포장작업. 보관 및 출고) [(주)한불화장품 이규삼 팀장] △품질관리(시험 관리, 검체 채취, 폐기처리, 위탁계약, 일탈관리, 불만처리, 제품회수, 변경관리) [(사)대한화장품협회 장준기 상무] △내부감사, 문서관리 우대 조치, 사후관리 [(사)대한화장품협회 장준기 상무] 로 구성되었으며, 총 19개사 22명의 업계 관계자가 교육에 참여하였다.

우리 협회는 K-CGMP전문가 양성 교육(심화)을 8월 25일, 9월 1일에 개최 할 예정이며, 구체적인 일정은 협회 홈페이지 교육마당에서 확인할 수 있다.



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

○ Korea Sale FESTA (쇼핑관광축제) 안내

정부는 지난해 추진했던 코리아블랙프라이데이('15.10.1~10.14)를 올해는 한류와 쇼핑을 함께 즐길 수 있는 쇼핑 관광축제로 확대하기로 하고 참여기업과 소비자들이 할인행사에 집중할수 있는 집중할인 기간을 행사초기에 정하여 추진하기로 하였습니다.

산업통상자원부와 문화체육관광부가 공동으로 주관하는 이번 행사는 실속있고 차별화된 행사통해 "Korea Sale FESTA"를 소비자들이 신뢰할 수 있는 브랜드로 만들어 나간다면 참여 업체의 매출신장에 큰 도움이 될 것으로 기대합니다.

동행사에 많은 참여를 당부드리며 참여신청은 우리협회로 2016년 8월 4일(목)까지 붙임 양식에 따라 제출하여 주시기 바라며 7월 28일에 오픈되는 홈페이지

(www.koreasalefesta.kr, 7.28 오픈예정)에 직접 등록하여 주시기 바랍니다.

행사주요내용

○ 기간 : 2016. 9. 29.~10.31.

- 대규모 쇼핑행사 9.29~10.9 간 실시

○ 요청사항

- 각종 국제행사 동행사기간 개최
- 할인 품목 확대 및 할인율 확대
(기존제품과 차별화 된 기획상품을 통한 파격적인 할인행사)

※ 자세한 내용(추진계획, 배포내용)은 우리협회 홈페이지에서 확인할 수 있습니다.

○ ‘화장품 제조·유통 조사’ 관련 협조 요청

국내 화장품산업은 최근 한류열풍과 국가브랜드 이미지 상승으로 아시아 등으로 수출이 확대되고 있으며 그 발전가능성이 기대되나, 한편으로는 세계 주요국과의 FTA 추진·발효 등 급속히 변화되고 있는 무역환경 속에서 글로벌 경쟁 환경에 직면하고 있습니다.

이러한 어려움을 극복하기 위해서는 국내 기업의 글로벌 경쟁력 확보가 시급하며, 이를 위해 정확한 시장정보가 필요하나 현재 우리나라의 화장품산업 전체를 조망할 수 있는 자료는 매우 부족합니다.

이에 우리협회에서는 글로벌 경쟁력을 향상시키기 위한 기업의 경영 및 마케팅 전략 수립과 국민의 화장품산업에 대한 이해도 제고 및 정부의 화장품 산업 육성 정책의 효율성 증진을 위해 ‘화장품 제조·유통 조사’를 실시합니다. 동 조사는 통계청으로부터 국가승인통계(제 11783호)로 지정되어「통계법」제33조에 따라 응답해주신 내용 중 영업비밀은 철저히 보장되며, 조사에 참여해 주신 회사께서는 통계 처리된 최종결과를 공유해 드릴 예정입니다.

올해에는 지난해보다 일찍 조사가 시작되어 6월부터 방문조사가 진행되오니, 면접원 설문조사 요청시 적극 협조하여 주시기 바랍니다.

- 아 래 -

가. 화장품 제조·유통 실태 조사 개요

- (1) 조사명 : 화장품 제조·유통 조사
- (2) 조사기간 : 2016. 6. 22 ~ 8. 19
- (3) 주관기관 : 대한화장품협회
- (4) 조사수행 기관 : 닐슨컴퍼니코리아
- (5) 조사내용 : 일반현황, 매출, 연구개발, 인력 현황 등
- (6) 협조요청사항
 - 각 업체에 방문하는 면접원을 통한 조사에 적극 협조
 - 조사표 내 각 항목에 대한 성실한 응답. 끝.

※ 자세한 내용은 우리협회 홈페이지에서 확인할 수 있습니다.

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

- ◆ 우리협회에서는 특허청의 지원을 받아 불법모조품으로 피해가 많은 해외 지역을 중심으로 우리나라 화장품의 상표·디자인 등 지식재산권 보호를 통해 우리 기업의 수출경쟁력 강화를 지원하는 사업을 추진하고 있다.
- ◆ 이에 모조품 유통 현황 파악 및 대응을 위한 ①**침해실태조사단 운영 지원**(대상국가: 중국, 태국, 홍콩) ②**침해조사(행정단속) 지원**과 해외에서의 지식재산권 확보 및 분쟁 예방을 위한 ③**K-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 이의신청, 취소, 무효, 회수(협상) 지원

※ 중국 외 다른 국가도 신청 가능합니다.

○ 중국 침해실태조사단 모집 안내

- 우리협회에서는 특허청과 한국지식재산보호원의 지원을 받아 불법모조품으로 피해가 많은 해외 지역을 중심으로 우리나라 화장품의 상표·디자인 등 지식재산권 보호를 통해 우리기업의 수출경쟁력 강화를 지원하는 사업을 추진하고 있음
- 이에 중국에서 모조품 관련 분쟁이 있거나 분쟁 가능성이 있어 애로를 겪고 있는 기업을 중심으로 ‘침해실태조사단’을 구성하여 중국 현지 유관기관을 방문하고 모조품 유통현황 및 대응방안 마련 등을 위한 침해실태조사단을 모집하고자 함

※ 참여를 원하시는 회사는 아래 양식에 의거, 우리협회(고정은 대리, Tel: 02-761-4203, E-mail: jenko@kcia.or.kr)로 회신하여 주시기 바랍니다.

회사명	이름	소속부서	직위	전화번호	이메일주소	파견 희망 도시

* ‘파견희망도시’는 중국 내 모조품 유통현황 의심 도시가 우선됨

* ‘침해실태조사단’으로 선정된 중소·중견기업 소속 출장자의 출장 경비(항공·숙박·교통·체제비 등 모든 비용)의 80% 지원, 기업 부담금 20%

○ (월드전람) 할랄산업엑스포코리아2016 전시회 부스 참가 안내

월드전람이 주최하고 한국농수식품무역협회, 국제할랄인증센터가 주관하는 할랄 산업엑스포코리아(Halal Trade Expo Korea 2016)가 2016.8.18(목) ~ 20(토)에 코엑스(COEX hall C)에서 아래와 같이 개최되오니 전시회 부스(참가기업부담) 신청에 관심 있으신 회사는 많은 참석 바랍니다.

- 아 래 -

- **행사명:** 할랄산업엑스포코리아2016(Halal Trade Expo Korea 2016)
- **목적:** 우리기업의 할랄시장 진출 지원 및 수출시장의 확대·다변화, 할랄산업부문 일자리 창출모색, 할랄인증교육 등
- **기간:** 2016.8.18(목) ~ 20(토)
- **장소:** COEX hall C
- **주최:** (주)월드전람
- **주관:** (사)한국농수식품무역협회, 국제할랄인증센터
- **동시개최:** 친환경유기농무역박람회, 서울발효식문화전, 귀농귀촌 체험학습 팜스테이박람회
- **전시품목:** 식품, 식음료, 식품첨가물, 건강기능성식품, 화장품, 원료의약품, 패션의류, 관광상품, 할랄인증컨설팅, 취업컨설팅 등
- **부대행사:**
 할랄수출상담회 - 해외바이어 초청 1:1 비즈니스 매칭 실시
 컨퍼런스 - 할랄인증기관 총회(CB Assembly 2016)
 할랄세미나, 할랄강좌 개최(예정)
 할랄인증 교육 - 할랄인증 상담, 할랄인증 관련 일반 및 전문가 교육
- **전시회 부스 비용:** 유료(참가기업부담)
- **참가안내 및 문의:**
 (주)월드전람
 서울시 강남구 삼성동 159 무역센터 코엑스 410호
 Tel : 02 557 6776 Fax : 02 557 0870
 E mail : stella@world-expo.co.kr, halal@world-expo.co.kr
- **홈페이지:** <http://www.halalexpokorea.co.kr/>

○ (대.중소기업협력재단)2016년도 역직구몰 입점사업 참여기업 모집 공고 안내의 건

대.중소기업협력재단에서는 온라인을 통한 중소기업 수출 활성화를 위해 국내 대기업이 보유한 역직구몰(해외직판 온라인 쇼핑몰) 입점을 통해 해외시장 진출을 희망하는 중소기업을 다음과 같이 모집하오니, 관심 있으신 분들은 붙임의 파일을 참고하여 주시기 바랍니다.

◆ 사업 개요

- 해외 소비자가 인터넷으로 국산제품을 직접 구입하는 역직구 시장이 확대됨에 따라 역직구몰을 활용한 중소기업 수출지원

◆ 신청 자격

- 「중소기업기본법」제2조 제1항에 따른 중소기업 중 제조업을 영위하는 중소기업 또는 해외판매 전문 중소유통사(셀러)
- ※ 우대사항 : 수출 및 해외진출 이력이 없는 내수 중소기업
- ※ 제외대상 : 금융기관에 불량거래자로 규제중이거나 국세 및 지방세 체납중인 기업, 외국기업의 국내지사, 서비스업 제외

◆ 지원 내용

- 역직구몰 입점 : 국내 대기업(SK플래닛, 롯데닷컴, 현대홈쇼핑)이 보유한 해외직판 온라인 쇼핑몰 입점
- 판매 활성화 지원 : 역직구몰 내 전용 판매페이지 구축, 상품 상세페이지 제작, 현지 온.오프라인 홍보, 상품 프로모션, 번역 및 배송 등 지원
- ※ 상기 판매 활성화 지원사항은 국내 대기업이 직접 운영 지원
- 기타 : 한류 마케팅 사업 참여기업 입점 우대, IBK기업은행과 연계한 '동반성장협력대출' 프로그램 지원 등
- ※ 한류 스타를 활용한 중기제품 간접광고 및 한정초상권 지원사업 참여 중소기업의 역직구몰 입점 우대

◆ 국내 대기업 온라인 역직구몰 현황

구분	보유현황	세부내용
SK플래닛	자체운영	- 오픈마켓(중국전용) - 역직구몰 주소 : www.11street.com.cn
롯데닷컴	자체운영	- 종합쇼핑몰(글로벌 롯데닷컴, 전세계 배송) - 역직구몰 주소 : www.global.lotte.com
현대홈쇼핑	자체운영	- 종합쇼핑몰(H몰 글로벌관, 전세계 배송) - 역직구몰 주소 : www.global.hyundaimall.com

※ 각 대기업별 역직구몰 현황 정보는 모집공고 첨부서류 확인

◆ 신청 방법

- 대.중소기업협력재단 홈페이지(www.win-win.or.kr) 공지사항에서 신청서식을 다운 받아 해당 주소(gw@win-win.or.kr)로 이메일 접수

◆ 신청 기간

- 연중 총 3차례(격월) 신청 가능

구분	1차 모집	2차 모집	3차 모집
신청·접수	5.16~5.30	7.1~7.18	9.1~9.19
선정일자	5.31~6.13	7.19~8.1	9.20~10.4

◆ 문의처

- 대.중소기업협력재단 글로벌협력부 강건영 과장(Tel: 02-368-8754) 및 김동욱 사원(Tel: 02-368-8758)

- 홈페이지 :

http://www.win-win.or.kr/web/board/view.do?pageNo=1&contentId=22032&menu_gubun=D&pageNO=1&searchType=&searchTxt=&news_gubn=

※ 자세한 내용은 우리협회 홈페이지에서 확인할 수 있습니다.

○(중소기업진흥공단) 온라인 수출지원 사업 B2C 판매대행 참여기업[수혜기업] 모집 안내의 건

중소기업 진흥공단에서는 중소기업 제품이 해외 유명 온라인쇼핑몰(B2C)을 통해 판매될 수 있도록 B2C 판매대행 참여기업[수혜기업] 모집 사업을 진행하고 있습니다. 관심 있으신 분들은 아래 내용 및 붙임 파일(홈페이지)을 참고하여 주시기 바랍니다.

◆ 사업 소개

- 중소기업 제품이 해외 유명 온라인쇼핑몰(B2C)을 통해 판매될 수 있도록 상품페이지 디자인 및 번역, 판매전략수립, CS, 배송, 홍보마케팅 등 해외 판매에 필요한 전 과정을 대행
- 판매전문기업(수행기관)의 계정을 통해 상품을 등록하여 판매를 도와줌

◆ 지원 규모

- 총 2000개사(모집규모 3배수 이상 신청시 마감)
- ※ 2015년도에 지원받은 중소기업도 신청 가능함
- ※ 업체 부담금 : 전액 정부 지원

◆ 지원 기간

- 계약일~2017년 4월

◆ 지원 내용

- 참여기업 선정 및 자료접수 : 제품의 상품성, 시장성, 가격경쟁력 등을 판단하여 선정 / 참여기업으로부터 제품 접수
- 상품페이지 제작 : 현지시장에 맞는 상품페이지 디자인 및 번역지원
- 쇼핑몰 등록 : 판매대행사 계정을 통해 해외 쇼핑몰에 상품 등록
- 배송, CS, 홍보마케팅 대행 : 위탁배송 및 소비자 문의 응대, 각종 마케팅 지원
- 사후관리 : 판매실적관리, 고비즈코리아 상품페이지 등록 등 B2B연계지원

※ 쇼핑몰별(이베이, 아마존, 타오바오, 쿠팡, 라쿠텐) 자세한 설명은 붙임 파일 참고(협회 홈페이지 공지사항에서 확인)

◆ 신청 자격

- 제조업 및 지식서비스업을 영위하는 중소기업

◆ 신청 방법

- 고비즈코리아 한글 사이트(www.gobizkorea.or.kr) 접속 후 온라인 신청

◆ 신청 기간

- 2016년 5월 9일(월)~선착순 마감

◆ 문의처

담당 기관	연락처	팩스	이메일	홈페이지
고비즈코리아 고객지원센터	1588-6234	02-3667-6213	gobiz@gobizkorea.or.kr	http://kr.gobizkorea.com/
중소기업진흥공단 마케팅사업처 온라인수출지원팀	055-751-9775 055-751-9777	-	-	http://www.exportcenter.go.kr/main.jsp

※ 자세한 내용은 우리협회 홈페이지에서 확인할 수 있습니다.

○“2016 산림바이오비즈포럼” 개최 계획 안내

산림청에서는 산림생명자원의 이용활성화를 위해 “2016 산림바이오비즈포럼”을 아래와 같이 개최하고자 하며, 동 행사에서는 심포지엄, 세미나 개최와 함께 산림생명자원을 소재로 하는 제품, 대학의 연구 성과 등에 대한 전시를 계획하고 있습니다.

- 아 래 -

가. 일시: 2016.08.26.(금) ~ 2016.08.28.(일)

나. 장소: 충북도 C&V센터

다. 주최/주관: 산림청·충청북도/한국임업진흥원

※이와 관련, 천연물 소재 제품의 전시부스 참여를 희망하시는 대학, 연구기관, 업체 등에서는 붙임2의 참가신청서를 작성하시어 2016.07.29.(금)까지 우편 또는 이메일(seoek@korea.kr)로 제출하여 주시기 바랍니다.

※ 자세한 내용은 우리협회 홈페이지에서 확인할 수 있습니다.

○제20차 중소기업 CEO 조찬 간담회 개최안내

우리 협회는 중소기업 경쟁력 강화를 위해 화장품 기업 대표자를 대상으로 중소기업CEO 조찬 간담회를 매 분기별로 개최해 오고 있습니다.

이번 중소기업CEO 조찬 간담회에서는 MCC라는 브랜드로 중국시장에서 빠르게 성장하고 있는 (주)원인터내셔널 유병구 대표이사를 초빙하여 ‘해외(중국)진출 성공 사례’라는 주제로 간담회를 개최합니다.

아울러 이번 간담회에서는 당면한 애로사항 등을 논의하고자 하오니 많은 참석 부탁드립니다.

-아 래-

가. 일시 : 2016. 8. 24.(수) 07:30

나. 장소 : 서울팔레스호텔 로얄볼룸(1층)

다. 참석대상 : 대표이사

라. 신청기한 : 2016. 8. 19(금) 까지

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

「교육마당」→「교육 및 세미나신청」에서 접수

※ 자세한 내용은 우리협회 홈페이지에서 확인할 수 있습니다.

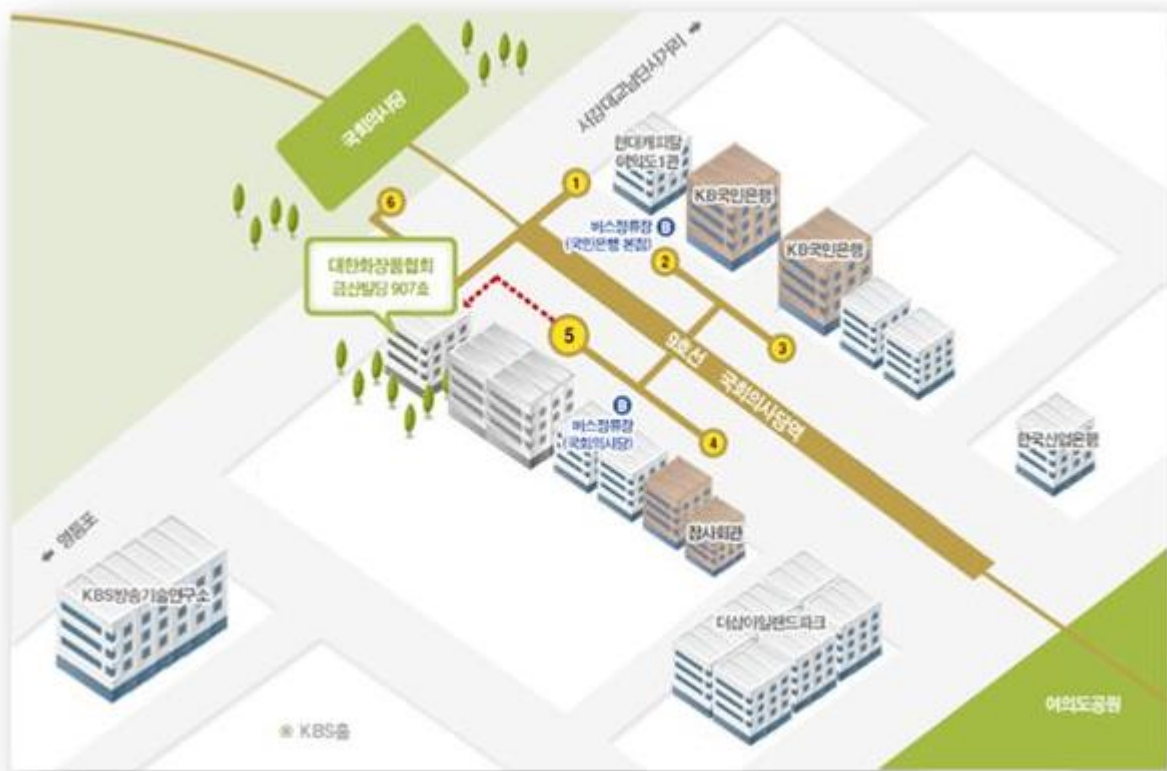
회원사 뉴스

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

○ 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