

COSMETIC REPORT

발행처 (사)대한화장품협회
발행월 2016년 9월 둘째주
주 소 서울특별시 영등포구 국회대로
750, 907호(여의도동, 금산빌딩)
문 의 Tel : 02-785-7985
Fax : 02-782-6659
E-mail : jacklbs@kcia.or.kr



(사)대한화장품협회
Korea Cosmetic Association

CONTENTS

화장품 정보 03

탈모치료까지? “소비자 혼란 주는 기능성화장품 표기 개선해야”

나만의 화장품 만드는 소비자들...맞춤형 매장 '인기'

8월 화장품 수출 증가율 80%...중화권 한국 화장품 선호 '여전'

법령 정보 16

협회 업무추진현황 20

회원사 뉴스 36

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

탈모치료까지? “소비자 혼란 주는 기능성화장품 표기 개선해야”('16.9.7)

- 식품의약품안전처는 지난 8월 11일 염모, 탈모방지, 피부갈라짐 개선 등으로 기능성화장품 범위를 확대하는 것을 주요 골자로 하는 ‘화장품법 시행규칙’ 일부 개정(안)을 입법예고, 오는 21일까지 각계 의견을 수렴한다고 밝혔다
- 이에 대한모발학회는 ‘모발에 영양을 공급하는 등 탈모를 방지하거나 모발의 굵기를 증가시키는 데 도움을 주는 기능을 가진 화장품’의 탈모 기능성화장품의 기존 정의를 ‘모발에 영양을 공급하는 등 탈모 증상을 완화하는데 도움을 주는 화장품’으로 변경할 것을 촉구했음

- 관련링크:

http://news.khan.co.kr/kh_news/khan_art_view.html?artid=201609071548512&code=900303

화장품·의료기기 '홈페이지 과장광고 유의해야'('16.9.7)

- 광주식약청 최우창 의료제품안전과장은 “화장품업체의 안전관리를 위해 수시로 홈페이지 과장광고를 모니터링하고 있다”며 “일반화장품을 의약품이나 기능성이 있는 것으로 광고하여 많이 적발된다”고 밝혔다
- 이어 “원료에 대한 간접광고도 불법인 만큼 시정조치를 내리고 있다”며 “홈페이지의 모니터링으로 그 효과가 매우 크다”고 주의를 촉구했음

- 관련링크:

http://www.bosa.co.kr/umap/sub.asp?news_pk=608800

화장품 온라인판매때도 모든 성분 표시해야('16.9.6)

- 앞으로는 온라인에서 팔리는 화장품도 오프라인 판매 화장품처럼 모든 제조 성분을 의무적으로 표시해야 함
- 공정거래위원회는 이 같은 내용을 담은 ‘전자상거래 등에서의 상품 등의 정보 제공에 관한 고시’ 개정안을 26일까지 행정예고한다고 5일 밝혔으며, 이번 개정안은 온라인 판매 등 비대면 거래에서 소비자 피해를 막기 위해 제품의 위해성분 등 안전 관련 정보 제공 의무를 강화한 것이 특징임

- 관련링크:

<http://news.donga.com/3/all/20160905/80151659/1>

"5,900원에 샘플화장품 25개"...편법 판매 활개('16.9.6)

- 화장품을 구매하면, 조그만 병에 들어 있는 샘플화장품을 선물로 받을 수 있으며, 이런 샘플 화장품을 파는 것은 엄연히 불법이지만, 인터넷에서 각종 편법으로 거래되고 있어 문제가 되고 있음
- 업체들은 샘플화장품 대신 값싼 일회용 팩을 판매 제품이라고 내세워 교묘하게 법망을 피하고 있음

- 관련링크:

http://mbn.mk.co.kr/pages/news/newsView.php?category=mbn00003&news_seq_no=3000384

중국, 한국산 자외선차단화장품 회수조치 ('16.9.6)

- 최근 중국 정부가 우리나라 자외선 차단 화장품에 대해 회수조치를 내려진 것으로 알려지며 국내 화장품 업계가 촉각을 곤두세우고 있음
- 국내 화장품업계는 이번 사태의 여파를 예의주시하는 한편 원료 단계부터 완제품에 이르기까지 자사제품의 품질 및 안전관리 부문을 더욱 강화하는 것으로 알려지고 있음

- 관련링크:

<http://www.beautynury.com/news/view/73710/cat/10/page/1>

식약처, 부이사관·서기관급 승진인사 ('16.9.6)

- 식품의약품안전처가 부이사관과 서기관급에 대한 대규모 승진인사를 단행했음
- ◇부이사관 승진=△조대성(기획조정관실 창조행정담당관) △한상배(식품안전정책국 식품정책조정과장) △박희옥(식품안전정책국 주류안전관리기획단장) △정진이(식품영양안전국 영양안전정책과장) △김성진(의약품안전국 마약정책과장) △김명정(의약품안전국 임상제도과장) △김성곤(국무조정실 파견)
- ◇서기관 승진=△최지운(기획조정관실 기획재정담당관실) △김현중(감사담당관실) △박영민(운영지원과) △김태영(식품안전정책국 식품정책조정과) △이기호(식품안전정책국 수입식품정책과)

◇기술서기관 승진=△안영순(불량식품근절추진단) △제용규(소비자위해예방국 통합식품정보서비스과) △김용재(식품안전정책국 식품정책조정과) △김형준(식품안전정책국 식품관리총괄과)

△ 문은희(바이오생약국 바이오의약품정책과)

△ 최승진(식품의약품안전평가원 의약품심사조정과) △윤재호(농축수산물안전국 농수산물안전과)

- 관련링크:

<http://www.beautynury.com/news/view/73711/cat/10/page/1>

[국감 後④]화장품업계, 국회 지적에도 '쿨방귀'...청소년 화장 유도 '여전'('16.9.1)

- 지난해 더불어민주당 양승조 의원은 19대 국정감사에서 화장품업계가 10대 청소년 연예인을 모델로 기용해 과도한 색조화장을 광고·홍보하면서 청소년의 모방심리를 자극하고 있다고 지적했음
- 양 의원은 이에 관해 “색조화장품은 성인을 대상으로 출시되기 때문에 청소년의 피부와 건강에 적합하지 않다”며 “그럼에도 불구하고 또래 모델을 기용하는 등 청소년에게 색조화장을 권장하는 화장품 회사들의 무분별한 광고 행태는 규제돼야 할 것”이라고 꼬집었음

- 관련링크:

<http://www.sisaon.co.kr/news/articleView.html?idxno=47350>

[똑! 소리나는 소비자 ②] 천연 화장품 vs 유기농 화장품... 뭐가 다르지? ('16.9.7)

- 한국의 유기농 화장품 시장 규모는 2013년 기준 1억4000만 달러(1594억원)를 기록했으며, 전 세계적으로 유기농 제품에 대한 관심과 수요가 늘어남에 따라 국내 유기농 화장품 시장도 덩달아 성장할 것으로 보임
- 한국의 유기농 화장품 시장 규모는 2013년 기준 1억4000만 달러(1594억원)를 기록했으며, 전 세계적으로 유기농 제품에 대한 관심과 수요가 늘어남에 따라 국내 유기농 화장품 시장도 덩달아 성장할 것으로 보임

- 관련링크:

<http://news.heraldcorp.com/view.php?ud=20160907000432>

나만의 화장품 만드는 소비자들... 맞춤형 매장 '인기' ('16.9.7)

- 개인의 필요와 개성에 따라 맞춤형 화장품을 제조해주는 매장이 등장하기 시작한 가운데 초반 소비자 반응이 좋은 것으로 나타났음
- 식품의약품안전처는 지난 3월 고객 요구에 따라 즉석에서 기존 화장품에 색소, 영양성분, 향 등을 혼합해 판매하는 맞춤형 화장품 판매 제도를 도입하기로 하고 시범사업을 진행하고 있음

- 관련링크:

<http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/09/06/0200000000AKR20160906159200030.HTM?input=1195m>

화장품 수출 할랄 인증으로 새로운 시장 개척해라! ('16.9.5)

- 2014년 기준 17억 명으로 추산되는 무슬림 인구는 2020년 19억 명, 2030년에는 22억 명으로 증가하여 세계인구 대비 무슬림인구의 비중이 26.4%까지 증가할 것으로 예측되고 있으며, 전체 할랄산업의 시장 규모도 2020년에는 4조 달러에 육박할 것으로 예상되고 있음
- KOTRA(대한무역투자진흥공사)에서 최근 발표한 자료에 따르면 글로벌 화장품 시장은 2015년 4,000억 불을 넘어섰으며, 「이슬람 경제 현황 보고서 2014-2015(Thomson Reuters State of the Global Islamic Economy 2014-2015)」에서는 할랄 화장품 시장 규모가 2013년 400억 달러(42조 7,600억 원)에서 2019년 730억 달러(78조 370억 원)로 증가할 것으로 예상하고 있음

- 관련링크:

<http://www.beautynury.com/news/view/73550/cat/10/page/1>

“화장품 위해평가 핵심은 국제적 조화”

('16.8.29)

- 화장품 안전성 확보를 위해 진행해야 할 위해 평가에 있어 가장 중요한 사안은 이에 대한 국제적 조화와 동시에 각 국가·지역별 상황과 요구, 처한 환경에 걸맞는 연구가 이루어져야 할 것이라는 과제가 주어졌음
- 지난 달 29일 식품의약품안전처 식품의약품안전평가원(원장 손여원)이 주최하고 화장품 위해평가 선진화 연구사업단이 주관, 웨라튼서울 팔래스 강남호텔 그랜드볼룸(별관 지하 1층)에서 개최된 ‘화장품 위해평가 국제 심포지엄’에서는 이 같은 향후 연구과제의 제시와 함께 세 부문에 대한 발표가 진행됐음

- 관련링크:

<http://cosmorning.com/archives/3077>

중국女心 색조화장품으로 ‘취향저격’

('16.8.27)

- 중국 색조화장품 시장 규모는 2015년 116억 위안(약 1조9천500억원)으로 2014년 시장 규모 100위안 대비 16% 성장한 것으로 나타났다
- 코트라 중국 칭다오 무역관은 보고서를 통해 이같이 밝히고 앞으로 중국 색조화장품 시장의 큰 잠재력에 대해 분석했음

- 관련링크:

<http://cosmorning.com/archives/3016>

아시아 시장 40%… ‘고민없는 매력 만점’

('16.9.5)

- 2015년을 기준으로 약 33조원대의 규모를 보이고 있는 중국 화장품시장은 아시아 지역 전체 시장의 40%를 점유하고 있으며 현재까지는 유형별로는 스킨케어(기초) 제품, 유통에서는 매스 중심의 형태를 보이고 있으나 메이크업 제품의 성장이 빠르게 진행되는 양상을 보이고 있음
- 여기에 글로벌 럭셔리 브랜드의 비중이 높아지고 있을 뿐만아니라 중국 로컬브랜드의 급성장에 따른 경쟁양상은 더욱 치열해 질 것으로 예상됨

- 관련링크:

<http://cosmorning.com/archives/3389>

8월 화장품 수출 증가율 80%…중화권 한국

화장품 선호 '여전' ('16.9.2)

- 화장품 8월 수출액 증가율이 올 들어 최대를 기록하면서 수출액의 60% 이상을 차지하는 중화권으로의 수출도 순조로운 모습을 보였음
- 산업통상자원부가 1일 발표한 수출입 동향 자료에 따르면 8월 화장품 수출액이 전년동기 대비 약 80% 성장한 3억6400만 달러로 집계됐음

- 관련링크:

<http://www.lovesbeauty.co.kr/news/articleView.html?idxno=27594>

◦ 국내외 정보

◆ 유형별 화장품 생산실적

〈 영·유아용 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	
영·유아용 로션, 크림	45,556	37,542	31,833	34,718	33,937	59.1	-2.2	-7.1
영·유아용 인체세정용 제품	8,138	6,938	6,248	7,395	10,872	18.9	47	10.2
영·유아용 샴푸, 린스	8,163	5,323	5,054	4,246	4,322	7.5	2	-13.5
영·유아용 목욕용 제품	6,307	5,292	3,460	6,765	6,380	11.1	-6	9.8
영·유아용 오일	2,053	1,706	1,549	2,060	1,932	3.4	4	0.2
소계	70,217	56,800	48,143	55,183	57,443	100.0	9	0.04

※ 자료 : 화장품 생산실적(대한화장품협회)

○ 해외화장품 시장 동향

인도네시아 색조화장품 시장, BB크림과 립스틱 유망

- 색조화장품 시장, 연 10%의 꾸준한 시장 성장 -
- BB/CC크림과 립스틱이 최근 시장 성장세 이끌어 -
- 할랄 전문 화장품 기업의 시장 약진도 두드러져 -

□ 개요

- 인도네시아 색조화장품의 매출은 지속적으로 늘고 있으며, 인도네시아인들의 소셜 네트워크 서비스에 대한 관심 및 이용량 증가로 인한 뷰티 트렌드에 대한 노출 또한 증가함. 이러한 점이 외모에 대한 관심 및 외모 가꾸기를 위한 화장품 구매력 증가로 이어짐. 한류 또한 현지 소비자들의 구매에 영향을 미치고 있음.
- 밝고 투명하고 자연스러운 화장에 대한 인도네시아 여성들의 열망에 따라 BB/CC 크림의 구매율은 가장 활발한 상승세를 보이고 있으며, 향후에도 구매가 증가할 전망이다. 립스틱 또한 높은 판매율 상승을 기록했는데, 이는 다양한 제품 출시로 소비자들의 관심이 높아지고, 립스틱 컬러 하나로 여러 이미지 메이킹이 가능하기 때문으로 보임.
- 한편, 다양한 일반 제품들의 출시로 인해 합리적인 가격에 색조화장품 구매가 가능해지면서, 프리미엄 제품의 인도네시아 시장 점유율 확대는 정체되고 있음. 빈부격차가 심한 인도네시아에서 실제 구매력이 있는 소비자가 적다는 점도 이유 중 하나임. 또한, 2019년부터 시작되는 할랄제품 인증법 발효에 앞서 할랄 인증을 받으려는 화장품 업체도 증가하는 추세임.

□ 시장규모 추이: 10%대 견조한 성장세 유지

- 색조화장품이란 피부를 다듬는 기초화장과 구분되며, 임의적으로 색을 입히는 화장으로 피부 톤을 보정하는 베이스 메이크업 또한 색조화장품으로 분류됨. 화장 부위 및 제형 등에 따라 다양한 종류로 나눌 수 있음.

○인도네시아 색조화장품의 2015년 총매출액은 전년대비 10%가량 증가해 5조2750억 루피아를 기록함. 인도네시아 소비자들의 외모에 대한 관심이 증가하고, 인터넷 및 SNS 발달로 인한 뷰티 트렌드 노출이 잦아진 것이 원인으로 지목됨.

○2010년부터 2015년까지의 연평균 성장률 추이를 보면 10.7%의 견조한 성장세를 유지하고 있으며, 2015년 이후에도 3~4%의 성장세를 이어갈 것으로 전망됨.

인도네시아 색조화장품 품목별 매출액(2010~2015년)

(단위: 십억 루피아, %)

구분	2010	2011	2012	2013	2014	2015
눈화장	728	795	875	978	1,075	1,162
- 아이라이너/펜슬	184.2	198	211	232	250	269
- 아이섀도우	161.2	174	188	211	236	255
- 마스크라	381.1	421	473	533	587	635
- 기타	1.9	2	2	2	2	3
얼굴화장	1,065	1,184	1,278	1,426	1,568	1,696
- BB/CC크림	-	41	47	76	91	108
- Blusher/Bronzer/Highlighter	162.0	173	184	199	215	233
- 파운데이션/컨실러	460.4	507	551	610	672	722
- 파우더	426.6	461	494	538	587	631
- 기타	15.6	3	3	4	3	3
입술화장	1,305	1,478	1,628	1,830	2,054	2,310
- 립글로스	157.9	175	191	213	238	265
- 립라이너/펜슬	151.5	162	171	183	198	213
- 립스틱	985.4	1,131	1,255	1,420	1,605	1,817
- 기타	10.1	11	12	13	14	15
손톱류 화장	46	49	54	60	65	70
- 네일폴리시	39.0	42	47	52	56	61
- 네일트리트먼트	3.2	3	4	4	4	5
- 폴리시 리무버	3.5	4	4	4	4	5
- 기타	-	-	-	-	-	-
색조화장품 세트/키트	28	31	33	33	34	37
색조화장품 매출 총합	3,172	3,537	3,867	4,327	4,795	5,275
색조화장품 연도별 성장률	-	12	9	12	11	10

주: 10억 루피아=약 8500만 원(2016년 8월 27일 기준)

자료원: 유로모니터

□ 성장률 추이: BB/CC크림과 립스틱의 매출 증가 두드러져

인도네시아 색조화장품 연도별 성장률 추이(2010~2015년)

(단위: %)

구분	2014년/15년 대비	2010-15 평균 성장률	2010년/15년 대비
눈화장	8.1	9.8	59.6
- 아이라이너/펜슬	7.9	7.9	46.2
- 아이섀도우	8.0	9.6	58.3
- 마스크라	8.3	10.8	66.7
- 기타	2.5	5.1	28.1
얼굴화장	8.2	9.8	59.3
- BB/CC 크림	18.7	-	-
- Blusher/Bronzer/Highlighter	8.3	7.6	44
- 파운데이션/컨실러	7.4	9.4	56.7
- 파우더	7.5	8.1	47.8
- 기타	-17.0	-29.5	-82.6
입술화장	12.4	12.1	77
- 립글로스	11.3	10.9	67.6
- 립라이너/펜슬	7.9	7.1	40.8
- 립스틱	13.2	13	84.4
- 기타	8.3	7.8	45.6
손톱류 화장	8.3	8.9	53.2
- 네일폴리시	8.3	9.2	55.3
- 네일트리트먼트	9.1	7.9	46
- 폴리시 리무버	7.9	6.4	36.1
- 기타	-	-	-
색조화장품 세트/키트	11.3	5.7	31.8

자료원: 유로모니터

○ 2014년 대비 2015년 가장 큰 매출 성장을 보인 품목은 18.7%의 성장을 한 BB/CC크림으로, 현대인의 바쁜 라이프스타일에 맞춰 간편하게 바를 수 있다는 장점이 있음. 또한, 피부 커버와 함께 자외선 차단 및 수분 공급을 포함한 복합 기능 제품에 대한 수요가 높음.

○ 이와 함께 BB/CC크림은 파운데이션 보다 자연스러운 피부 커버가 가능하다는 장점이 있음. 이러한 점이 여성들의 하얗고 맑고 자연스러운 피부에 대한 동경에 잘 맞아 떨어졌으며, 매출 증가로 이어짐. 이러한 BB/CC크림의 매출 강세로 인해, 향후 파운데이션의 매출 비중은 떨어질 것으로 보임.

○ 한편, 립스틱은 2015년 두 번째로 큰 13.2%의 매출 성장을 보였는데, 이 또한 인도네시아 소비자들의 외모 인식이 높아졌기 때문. 립스틱의 경우 다양한 색상과 종류들로 인해 립스틱 하나만으로도 메이크업에 포인트를 줄 수 있다는 장점이 있음. 또한, 한류의 영향으로 자신이 좋아하는 배우가 사용하는 제품과 브랜드를 사용해보고 싶다는 점도 구매욕구로 작용함.

□ 업체별 동향: 할랄 화장품 기업의 약진 두드러져

○ 브랜드별 색조화장품 점유율은 L'OréalIndonesia(로레알 인도네시아)가 18.7%로 가장 높음. 이 회사는 일반 및 고급 제품군을 다양하게 생산하며 다양한 소비자들의 수요를 만족시킬 수 있으며, 매출 유지를 위해 제품 개발에도 주력하고 있음.

인도네시아 색조화장품 회사별 시장 점유율

(단위: %)

순위	기업명	2011	2012	2013	2014	2015
1	L'Oréal Indonesia	17.2	17.3	17	17.5	18.7
2	Orindo Alam Ayu	12.6	10.7	13.7	14.5	13.4
3	Revlon Inc	11.4	11.6	11.5	11.9	12
4	Vitapharm	13.4	13.2	12.8	11.9	11.6
5	Paragon Technology and Innovation	5.4	6.1	7	8.4	10.1
6	Martha Tilaar Group	12.5	12.4	11.4	10	9.4
7	Mandom Indonesia Tbk	10.8	10.9	10	9.6	9.4
8	Mustika Ratu Tbk	6.2	6.5	5.6	5	4.6
9	Monica Hijau Lestari	2.9	3.4	3.5	3.5	3.6
10	Estée Lauder Cos Inc	1	1.1	1.1	1	1.1

자료원: 유로모니터

○ Paragon Technology and Innovation은 2014년 8%대에서 2015년 10%로 점유율 성장을 보이며 두각을 드러냈고, 순위도 7위에서 5위로 올라섬. 이 회사는 할랄 화장품 생산으로 무슬림 소비자들의 신뢰를 얻고 있으며, 할랄 화장품 브랜드인 Wardah의 경우는 빠른 성장세를 보이며 2015년 브랜드 점유율이 10.1%까지 상승함.

인도네시아 색조화장품 브랜드별 시장 점유율

(단위: %)

순위	브랜드명	기업명	2012	2013	2014	2015
1	Maybelline	L'Oréal Indonesia	14	13.5	13.8	14.7
2	Viva	Vitapharm	13	12.5	11.7	11.5
3	Wardah	Paragon Technology and Innovation	6.1	7	8.4	10.1
4	Pixy	Mandom Indonesia Tbk	10.9	10	9.6	9.4
5	Sari Ayu	Martha Tilaar Group	8.4	8	7	6.6
6	Oriflame Colour	Orindo Alam Ayu	5	6	6.4	5.9
7	Oriflame Giordani	Orindo Alam Ayu	3.7	4.3	5.2	4.7
8	The Body Shop	Monica Hijau Lestari	3.4	3.5	3.5	3.6
9	L'Oréal Paris	L'Oréal Indonesia	2.5	2.7	2.8	2.9
10	Mustika Ratu	Mustika Ratu Tbk	3.5	3.2	2.8	2.6

○ 한편, 중/고소득 층을 겨냥한 고급 제품들의 인도네시아 색조화장품 시장점유율은 2010년부터 2015년까지 6.6~6.8% 수준을 유지하고 있음. 인도네시아는 빈부격차가 심한 국가로, 일반 소비자에게는 구매하기 부담스러운 가격대가 낮은 점유율의 원인으로 보여짐.

□ 우리 기업 동향: 한류 이용하며 할랄 인증 준비

○ 인도네시아에 진출한 아모레퍼시픽 그룹은 라네즈에서 운영하는 ‘스쿨 오브 케이뷰티’ 홈페이지와 에뛰드 하우스의 ‘Beauty Me’ 프로그램 등을 통해 K-뷰티에 대한 관심과 수요를 활용한 마케팅을 진행 중임.

- 화장품 연구개발 및 생산기업 코스맥스는 최근 인도네시아 할랄 인증기구인 MUI로부터 할랄 인증을 취득해 본격적인 생산을 시작함. 할랄 화장품을 취급하려면 전용 라인을 별도로 갖춰야 하며, 돼지의 콜라겐이나 알코올인 글리세린, 합성 방부제 등의 원료를 사용할 수 없음. 따라서 인도네시아에서 할랄 인증은 위생 및 안전이 검증됐다는 의미로 여겨지기도 함.
- 인도네시아는 인구 2억5000만 명 중 87%가 무슬림으로, 이슬람 신자 비율이 매우 높은 편임. 2019년부터 인도네시아에서는 할랄 제품 인증법이 시행될 계획이며, 축산품에서 식품, 화장품, 의약품 등 다양한 분야에서 할랄 의무 인증이 적용될 예정임.
- 한국 브랜드의 색조화장품의 경우, 인도네시아 국내 가격보다 2.2배 이상 정도이며 대부분 중/고소득층을 타겟으로 함. 최근 일반 제품 제조업체에서도 다양한 가격대의 상품들을 내놓기 시작하면서 소비자들은 합리적인 가격에 여러 제품을 사용할 수 있게 됐으며, 이러한 점이 값비싼 한국 브랜드 화장품이 시장 확대에 어려움을 겪는 원인이 되기도 함.

주요 한국 화장품 기업의 인도네시아 시장 점유율

회사명	2013	2014	2015
LG Household & Health Care Ltd	0.8	0.8	0.8
Amore Pacific Indonesia PT	-	0.1	0.3
Faceshop Co Ltd	-	-	-

자료원: 유로모니터

□ 시사점 및 진출전략

- 빠른 속도로 도시화가 진행되는 인도네시아 특성상, 바쁜 현대인의 생활패턴에 부합하는 BB/CC크림의 수요는 앞으로도 증가할 것으로 보임. 또한 이슬람 신도의 필요조건을 충족시키는 할랄 화장품 시장도 유망한 분야임.

- 개방적인 인도네시아 젊은 층에게는 할랄 화장품에 대한 필요성 및 인식이 낮으나, 향후 잠재 수요층이 될 가능성이 높음. 할랄 전문 화장품으로 시장점유율을 늘려가고 있는 Paragon Technology의 경우, 할랄 인증의 중요성을 일깨우는 좋은 예임.
- 최근 우리 기업의 현지 진출 노력이 활발하게 이뤄지고 있음. 우리 기업들은 할랄 인증을 획득하거나 한류를 활용한 마케팅으로 시장 진출에 필요한 역량을 강화해 나가고 있음. 인도네시아에서는 한류가 아직도 높은 인기를 끌고 있어 한류스타 등을 활용한 고급화 전략이 유효한 것으로 보임. 하지만 고급 브랜드의 현지 화장품 점유율이 제한적인 점에서, 향후 고급시장만을 타겟으로 한 시장공략에는 한계가 있을 것으로 보임.
- 우리 기업은 향후 한류 제품의 세련되고 건강한 이미지에, 할랄 인증을 통한 안심할 수 있는 제품 이미지를 추가하는 노력이 필요할 것으로 보임. 여기에 현지 네트워킹, 경쟁력 있는 생산기반을 갖춘 현지 기업과의 제휴를 통한다면 인도네시아의 거대 중/저가 시장으로의 진출 가능성도 높아질 것으로 예상됨.

자료원: 유로모니터, 자카르타포스트, 각 사 홈페이지 및 KOTRA 자카르타 무역관 자료 종합

〈 저작권자 © KOTRA & KOTRA 해외시장뉴스 2016.9.5〉

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 공포 안내(2016.09.09.)

- 식품의약품안전처에서는 「화장품법」이 개정(법률 제14027호, 2016.02.03. 공포)됨에 따라 법률에서 변화된 사항을 반영하고, 기존 제도를 운영하면서 일부 미비한 점을 보완하여 업계의 부담을 경감하고자 다음과 같은 내용으로 「화장품법 시행규칙」 일부개정령을 공포함

- 제조판매관리자의 자격기준 완화(2016.09.09. 시행)
- 교육 책임자의 범위(2017.02.04. 시행)
- 소용량 및 샘플 화장품 기재사항 추가(2017.02.04. 시행)
- 화장품의 포장에 기재·표시되어야 하는 사용 시의 주의사항 정비(2016.09.09. 시행)

※ 「화장품법 시행규칙」 일부개정령은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

「화장품 독성시험 동물대체시험법 가이드라인(IX)」 제정 안내

- 식품의약품안전평가원에서는 「화장품 독성시험 동물대체시험법 가이드라인(IX)」- “인체각막 유사상피모델을 이용한 안자극시험법”을 제정함

※ 「화장품 독성시험 동물대체시험법 가이드라인(IX)」은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

「기능성화장품 심사에 관한 규정」 일부개정고시 안내(식품의약품안전처 고시 제 2016-98호, 2016.09.07.)

- 식품의약품안전처에서는 자외선차단제 중 자외선A 차단등급을 기존 3등급에서 4등급으로 확대하는 것을 주요 내용으로 하는 「기능성화장품 심사에 관한 규정」을 일부개정고시함
- 이번 규정 개정은 소비자의 선택 기회를 확대하고 일본, 중국과 등급 기준을 맞추어 해외 시장 진출을 지원하기 위하여 마련됨

※ 중국: 2016년 12월부터 시행 예정

- 2016년 12월부터 개정된 규정에 따라 자외선A 차단지수가 16이상일 경우 PA++++로 표시할 수 있음

※ 「기능성화장품 심사에 관한 규정」 일부개정고시는 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

「전자상거래 등에서의 상품 등의 정보제공에 관한 고시」일부개정안 행정예고 안내 (공정거래위원회 공고 제2016-81호, 2016.09.05.)

- 공정거래위원회에서는 비대면 거래 시 정보부족에 따른 소비자피해를 예방하기 위해 안전관련 정보제공 항목을 강화하고자 「전자상거래 등에서의 상품 등의 정보제공에 관한 고시」 일부개정안을 행정예고함
- 화장품의 온라인 판매 시에도 오프라인 판매와 동일하게 제조에 사용된 모든 성분(단, 인체에 무해한 소량 함유 성분 등 화장품법에서 정하는 성분은 제외)을 표시하도록 함
- 우리협회에서는 동 일부개정안에 대한 의견을 2016.09.21.(수)까지 수렴하고 있음

※ 「전자상거래 등에서의 상품 등의 정보제공에 관한 고시」일부개정안은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

「화장품법 시행규칙」 일부개정령안 입법예고 안내(식품의약품안전처 공고 제 2016-298호, 2016.08.11.)

- 식품의약품안전처에서는 기능성화장품 범위를 확대하는 「화장품법」 개정(법률 제14264호, 2016.05.29. 공포, 2016.05.29. 시행)에 따라, 기능성화장품의 구체적인 유형을 정하고 표시·광고 준수사항 중 중복 규제를 삭제하는 등 현행 제도의 운영상 나타난 일부 미비점을 개선·보완하기 위하여 「화장품법 시행규칙」 일부개정령안을 입법예고함
- 기능성화장품의 유형 확대(안 제2조제6호부터 제11호까지 신설)
- 할랄 화장품 등 인증 표시·광고의 명시적 허용(안 별표5)
- 표시·광고 준수사항 중 중복 규제 삭제(안 별표5)
- 행정처분 기준의 개정(안 별표7)
- 우리협회에서는 동 일부개정고시안에 대한 의견을 2016.09.12.(월)까지 수렴하고 있음

※ 「화장품법 시행규칙」 일부개정령안은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 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 제정하였습니다.
- 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

◦ 성분명표준화위원회

우리 협회 '성분명표준화위원회'에서는 9월 16차 회의에서 아래와 같이 7개의 화장품 성분명을 표준화하였다.

연번	성분명	영문명
1	낙타혹지방	
2	사철쑥추출물	Artemisia Capillaris Extract
3	유자나무캘러스추출물	Citrus Junos Callus Extract
4	테트라카복시메틸팔미토일다이펩타이드-12	Tetracarboxymethyl Palmitoyl Dipeptide-12
5	티이에이-라우로일/미리스토일아스파테이트	TEA-Lauroyl/Myristoyl Aspartate
6	폴리글리세릴-4코코에이트	Polyglyceryl-4 Cocoate
7	폴리글리세릴-6팔미테이트/석시네이트	Polyglyceryl-6 Palmitate/Succinate

◦ K-CGMP 전문가양성교육(심화) 교육

우리 협회에서는 지난 9월 1일(목) 국가경영전략연구원-창의N공간(3층회의실)에서 『화장품 GMP 전문가 양성 교육-심화』를 실시하였으며, 총 16개사 25명이 교육에 참여하였다. 이번 교육은 화장품 제조 및 품질관리 실무자 또는 관련 실무자를 대상으로 CGMP의 확산과 화장품의 안전 및 품질관리 향상을 위한 GMP전문인력 양성을 위해 개최되었다. 교육내용은 ‘GMP 제조소의 기준 및 제조관리, 품질검사 및 유형별 제조관리, 위생관리’ 등의 내용으로 진행되었다.



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

◦ 2016화장품 제조업.제조판매업 대표자 교육

우리 협회에서는 지난 9월 6일(화) 대한화장품협회 회의실에서 『2016화장품 제조업.제조판매업 대표자 교육』을 실시하였으며, 총 4명이 교육에 참여하였다. 교육내용은 ‘화장품관련 법령 및 제도 이해, 화장품의 품질관리 기준, 화장품의 안전성 확보 및 안전기준, 화장품의 제조 및 수입관리, 기능성화장품 심사 규정, 화장품의 표시·광고 준수사항’의 내용으로 진행되었다.



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

○ 중국 화장품 위생행정허가 심화교육 성료

우리 협회에서는 지난 8월 31일(수)~ 9월2일(금) 3일간 중소기업중앙회 중연회실에서 ‘이미 중국에 진출하고 있고, 위생행정허가 실무에 관한 상세 내용에 대한 이해도를 높이고자 하는 회사의 종사자’를 대상으로 중국 화장품 위생행정허가 심화교육을 개최하였다.

상하이 알란 이재진 부장 및 실무진이 △위생허가 대행기관 선정 방법 △위생허가 신청서류 및 절차 설명 △질의 응답 및 중국 유통사들과 미팅 등의 내용으로 교육을 진행하였으며, 총 82명의 중국 수출관련 업무 담당자가 참석하였다.

※ 교육 및 세미나 등 관련 내용은 협회 홈페이지 (www.kcia.or.kr) 교육마당에서 확인하시기 바랍니다.



○ 「제3회 오송화장품·뷰티산업엑스포」개최안내

충청북도에서는 국내 화장품·뷰티산업 육성과 화장품기업의 수출 확대를 위하여 B2B중심의「제3회 오송화장품·뷰티산업엑스포」를 '16. 10. 4(화) ~ 10. 8(토), 5일간 KTX 오송역에서 개최 한다고 알려 왔습니다. 이에 동행사에 세부내용을 아래와 같이 알려드리오니 회원사 여러분의 많은 참가 부탁드립니다.

- 아 래 -

가. 행사명 : 제3회 오송화장품·뷰티산업엑스포

나. 기간 : '16. 10. 4(화) ~ 10. 8(토)

다. 장소 : 충북 오송역 일원

라. 행사내용 : 무역상담, 해외수출, 판매, 컨퍼런스 등

※ 자세한 내용은 우리협회 홈페이지에서 확인할 수 있습니다.

○ (대한상공회의소)'기업활력법' 및 '사업재편 승인기업 종합지원방안' 안내

대한상공회의소에서는 '기업활력제고를 위한 특별법'이 2016년 8월 13일에 시행됨에 따라 보다 많은 기업들이 관련 지원제도를 활용할 수 있도록 안내했습니다. 이에 '기업활력제고특별법 주요내용 및 활용방안' 및 '사업재편 기업 종합지원방안 가이드'를 알려드리오니 업무에 참고하시기 바랍니다.

문의 : 대한상공회의소 사업재편지원 TF팀 전준범

Tel : 02-6050-3832

E-mail : jbjeon@korcham.net

※ 자세한 내용은 우리협회 홈페이지에서 확인할 수 있습니다.

○ 한류대표브랜드협의회(이업종간공동진출) 안내

최근 중국경제가 수출 중심에서 소비 중심으로 전환됨에 따라 대한민국의 생활소비재 문화를 결합한 한국제품의 수요가 날로 증가하고 있습니다.

이에 해외 유통기업과의 협상 단일창구로서 경쟁력을 보유한 소비재 기업의 독자진출 리스크를 줄이고 공동진출등의 시너지를 확대하기 위하여 패션, 프랜차이즈, 식품, 화장품분야로 산업통상자원부의 지원으로 업무협약을 통해 국내 대표 소비재 브랜드들의 단일 협상창구인 ‘한류대표브랜드협의회’를 공식적으로 출범하고 국내 소비재 기업들의 해외 공동진출을 본격적으로 지원할 예정입니다

이사업은 국내 유망 소비재 브랜드 구성을 통해 중국 등 해외 유통기업과의 협상시 주도적으로 협상을 진행하여 해외진출의 지속가능성 확보하기 위한 사업으로서 오는 10월중 사업설명회를 거쳐 참가기업을 모집 예정이라 하오니 해외진출관련 업무에 참고하시기 바랍니다.

-아 래-

가. 협의체명 : 한류대표브랜드협의회

나. 주요사업

○ 해외 유망 프로젝트별 소비재 기업 공동진출 협상진행

- 전문 MD가 중국등 해외 진출 유망 지역별 프로젝트 특성에 맞는 브랜드 포트폴리오 구성, 시장성평가 및 입점 협상진행

다. 문의 : 섬유산업연합회 이승우 대리 Tel 02-528-4032

※ 10월중 사업설명회 후 참여기업을 모집할 예정임

※ 자세한 내용은 우리협회 홈페이지에서 확인할 수 있습니다.

○ Korea Sale FESTA 참여 요청 및 대박 세일 신청 안내

정부에서는 올해 9. 29부터 10.31까지 내수 촉진 및 수출 확대와 외래관광객 유치 및 한류 확산의 극대화를 하기 위하여 Korea Sale FESTA(쇼핑관광 축제)를 개최합니다.

이와 관련하여 정부에서는 업체별로 가정 파급력 있는 대표할인 품목 또는 할인 내용을 취합하여 “미리보는 대박세일”형식으로 아래와 같이 대국민 홍보를 추진할 예정이오니 오는 9월 4일까지 붙임양식을 제출하여 주시기 바랍니다.

아울러 이번 행사는 내수경기 회복과 경기활성화 차원에서 추진되는 행사인 만큼 회원사께서도 동행사에 적극적인 참여 다시한번 부탁드립니다.

1차 신청한 참여업체는 9월 2일 조간에 소개될 예정이며 아직 신청하지 않은 업체는 8월31일까지 공식홈페이지(www.koreasalefesta.kr)로 신청하여 주시기 바랍니다.

아래

□ 신청기준

- 할인율 50% 이상, 할인율 30%이상이면서 기존 세일(여름, 추석, 크리스마스 세일 등) 대비 할인폭이 2배 이상인 품목
- 프리미엄 제품 특별할인, No sale brand 최초 세일
- 기타 (소비자들이 선호도가 높고, 할인시 소비진작 효과가 클 것으로 인정되는 품목 또는 업체별 전략 상품)

□ 홍보방안

- 산업부 보도자료 배포(9.19일주간)
- 공식 홈페이지(www.koreasalefesta.kr) 메인화면에 “미리보는 대박세일” 코너 노출, 전용 페이지에서 업체명 및 세부 할인내용 소개
- 선정된 품목들을 대상으로 SNS 참여형 이벤트* 진행 예정

□ 참여방법 및 취합처

- 첨부 양식을 작성하여 9.4일까지 공식 홈페이지 관리업체 여기웁 대리(since2014@thegrimm.kr, 02-6925-3933)로 회신

※ 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%

○ (한국특허정보원) 제12회 국제특허정보박람회(PATINEX) 개최 안내

특허청과 한국특허정보원은 기업의 특허정보 활용능력 향상, 특허 정보 공유 및 인정 네트워크 형성을 위하여 '05년부터 국제특허정보박람회(PATINEX)를 아래와 같이 개최하고 있습니다. 이에 관심있으신 회사는 많은 참석 바라겠습니다.

- 아 래 -

□ 행사개요

- 행사명: PATINEX(Patent Information Expo) 2016
- 일정: '16년 9월 1일(목) ~ 2일(금)
- 장소: 임피리얼 팰리스 서울 호텔
- 주제: IP Knowledge at the core of business success
- 구성: 컨퍼런스, 전시회, 부대행사(런천 심포지엄 등)
- 신청: <https://patinex.kipi.or.kr/index.do>

※ 자세한 내용은 우리협회 홈페이지에서 확인할 수 있습니다.

○ 강원도 기업유치 관련 안내

강원도에서는 지역 경제발전을 촉진하기 위해 수도권의 기업을 강원도로 유치하고 있습니다. 수도권 기업이 본사나 공장을 강원도내로 이전하거나 분공장을 설치할 경우 저렴한 부지 및 이전보조금 등을 지원하고 있습니다. 자세한 사항은 협회 홈페이지 공지사항을 확인하시기 바라며, 이와 관련하여 강원도가 제공하는 인센티브에 대해 궁금하신 회사는 아래로 연락주시기 바랍니다.

연락처 : 강원도 기업유치과 (강원도 춘천시 중앙로 1)

Tel : 033)249-2856

Fax : 033)249-4101

<http://provin.gangwon.kr>

※ 자세한 내용은 우리협회 홈페이지에서 확인할 수 있습니다.

○ 충청북도 경제자유구역청 기업유치 안내

충북 오송은 국가 유일의 생명과학단지가 위치한 세계 최고 수준의 바이오클러스터입니다.

오송생명과학단지에는 LG생명과학, CJ제일제당 등 60여개의 바이오메디컬 관련 기업들이 위치하고 있으며, 단지 내에 위치한 보건의료행정타운에는 식품의약품안전처, 질병관리본부, 한국보건산업진흥원 등 보건의료 관련 6개 국책기관이 이웃해 있어 생산부터 인증, 허가까지가 원스톱으로 처리되는 지역입니다.

오송생명과학단지 내에 위치한 첨단의료복합단지는 의료관련 분야 기업, 대학, 연구소, 국책기관 등이 밀집해 있어 산·학·연·관이 함께 하는 세계 유일의 연구개발 클러스터입니다. 특히 신약개발지원센터, 첨단의료기기개발지원센터, 실험동물센터, 임상시험신약생산센터 등 4개의 핵심연구지원시설에서는 연구에서 제품·개발에 이르는 전과정을 지원해 주고, 입주기업은 다양한 행·재정적인 인센티브를 제공받을 수 있습니다. 또한 충북 오송은 경부·호남 고속철도 분기역인 KTX오송역과 20분 거리에 청주국제공항이 있어 뛰어난 접근성을 자랑하는 교통요충지입니다.



충북은 이 모든 인프라를 토대로 글로벌 우수기업들과 함께 오송바이오폴리스를 「글로벌 바이오 메디컬 허브」로 만들어 나가겠습니다.

연락처 : 충북경제자유구역청 투자유치팀

전화 : 043-220-8372

이메일 : fez101@korea.kr

홈페이지 :

<http://www.cbfez.go.kr/site/eco/main.do>

○ (부산관광공사)'2016 부산원아시아 한류스타 & 뷰티전' 개최 안내

부산광역시 주최로 개최되는 ‘2016 부산원아시아페스티벌’의 전시 프로그램중 하나인 ‘2016 부산 원아시아 한류스타 & 뷰티전’이 오는 9월30일부터 4일간 부산 벡스코에서 열립니다. 외래 관광객 유치 확대를 위해 ‘한류스타의 뷰티’란 주제로 열리는 이번 행사에 많은 참석바랍니다.

가. 행사개요

- 1) 행사명 : 2016 부산원아시아 한류스타 & 뷰티전
- 2) 기간 : 2016. 9. 30.(금)~10.9.(일), 오전 10시 ~ 오후 6시 ▶ 10일간
- 3) 장소 : 부산 벡스코 제1전시장
- 4) 주최/주관/대행사 : 부산광역시/부산관광공사/SBS플러스 컨소시엄
- 5) 입장료 : 3,000원
- 6) 주요내용

한류스타존	K-뷰티존
○한류ICT관 -홀로그램, 3D, VR, 디지털포토 ○한류스타관 -한류스타 의상, 소장품 등 컬렉션 ○한류상품관 -한류스타 MD상품 판매	○K-뷰티 홍보관 -K-뷰티 및 스타 애용 화장품 공개 등 ○K-뷰티 이벤트 -뷰티클래스, 뷰티토크쇼 -파워블로거 인터넷 생방송 -뷰티5 쇼케이스(참여기업 주관) ○기업관(100부스 내외) -다양한 뷰티제품 소개, 할인판매 진행

나. K-뷰티존 기업관 참가 안내

- 1)신청기한 : 2016.8.19.(금)
- 2)운영방법 : 참가비 없음, 기본부스 무료 제공
 행사기간중 발생하는 매출액의 20%를 대행사에 납부
- 3)참가문의 및 접수처 : SBS플러스(대행사) 김용규 차장(02-6938-1339)
 최장원 차장(02-6938-1321)

※ 사전 예고없이 부스신청이 조기 마감될 수 있습니다.

다. 참고사항 : ‘2016 부산원아시아페스티벌’의 자세한 사항은 홈페이지(www.bof.or.kr)를 참고 하시기 바랍니다.

※문의 : 부산관광공사 부산원아시아페스티벌사업단 현성덕 부장051-888-6485

※ 자세한 내용은 우리협회 홈페이지에서 확인할 수 있습니다.

○ (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.

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.

(주)아모레퍼시픽

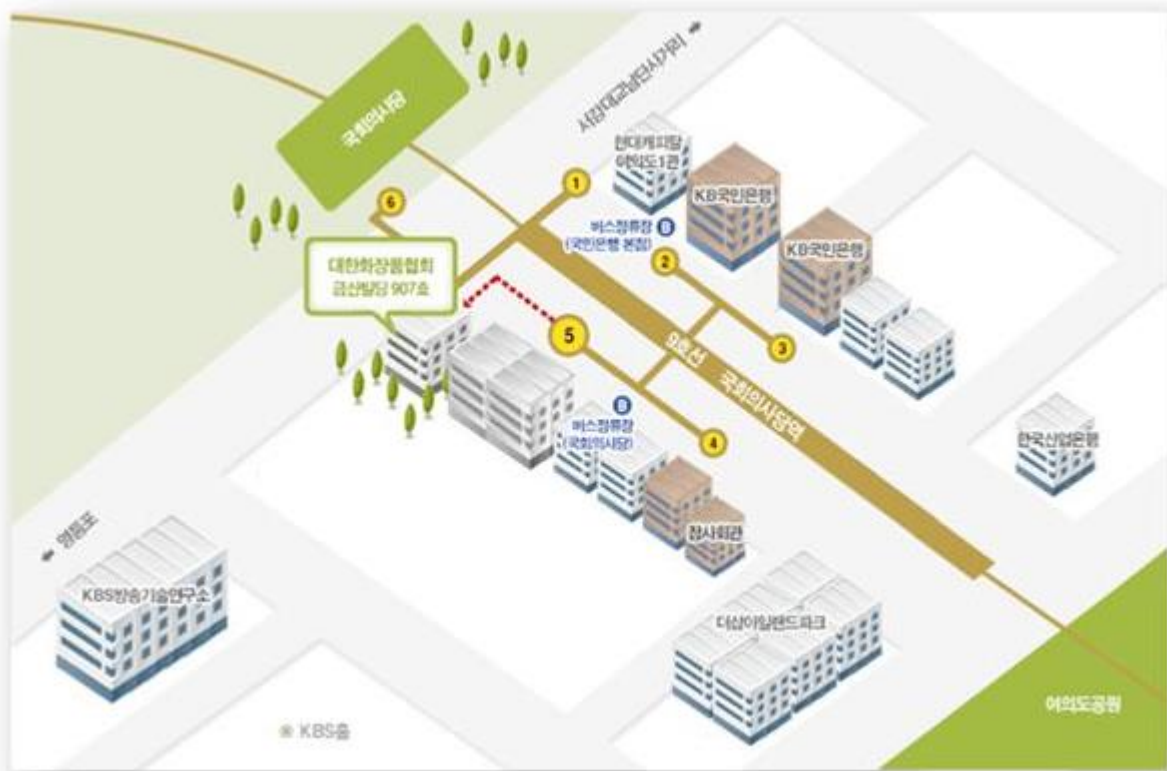
창립 71주년 (1945. 9. 5)



◦ 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