

COSMETIC REPORT

발행처 (사)대한화장품협회
발행월 2017년 6월 셋째주
주 소 서울특별시 영등포구 국회대로
750, 907호(여의도동, 금산빌딩)
문 의 Tel : 02-785-7985
Fax : 02-782-6659
E-mail : jacklbs@kcia.or.kr



(사)대한화장품협회
Korea Cosmetic Association

CONTENTS

화장품 정보 03

탈모·여드름성 피부 완화 화장품 인체적용시험 가이드라인 제정 [코스모닝]

현재 "샘플 화장품 판매 시 형사처벌 조항은 합헌" [뉴시스]

2016 中 온라인 화장품, 한국 색조화장품 강세 [장업신문]

〈해외화장품시장동향〉

브랜드 없이 화장품 ODM·OEM으로 미국 진출 [코트라 해외시장뉴스]

〈국내외정보〉

특허청의 지식재산 보호 지원 사업-제4편 특허청의 중소기업 지원 시책Ⅲ-

법령 정보 31

협회 업무추진현황 34

행사 소식 42

회원사 뉴스 54

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

탈모·여드름성 피부 완화 화장품 인체적용 시험 가이드라인 제정('17.6.13)

- 화장품법 개정에 의한 기능성화장품의 범위 확대에 따라 안전성과 유효성에 관한 심사를 받아야 하는 탈모 증상 완화에 도움을 주는 화장품과 여드름성 피부를 완화하는데 도움을 주는 화장품 등 두 품목에 대한 인체적용시험 가이드라인이 제정됐음
- 식품의약품안전처 식품의약품안전평가원은 이 두 가지 화장품에 대한 가이드라인을 제정하고 이에 대한 민원인 안내서도 함께 발표했음

- 관련링크:

<http://cosmornig.com/탈모·여드름성-피부-완화-화장품-인체적용시험-가이드/>

화장품기업 1만개 시대, 성공으로 가는 길('17.6.8)

- 국내 화장품제조·판매업체가 최근 1만1000개를 돌파한 가운데 '화장품=황금알을 낳는 거위'라는 등식에 의문부호가 제기되고 있음
- 이에 대해 한 업계 전문가는 "흔히 화장품시장은 진입장벽이 낮은 것으로 알려져있지만, 갈수록 경쟁이 치열해지고 있다는 점을 간과해서는 안 된다"면서 "특히 국내외 소비자들이 스마트해지면서 어설픈 제품과 마케팅으로는 절대 성공할 수 없다는 것을 명심해야 한다"고 말했음

- 관련링크:

<http://www.yakup.com/news/index.html?mode=view&cat=15&nid=206635>

중국시장 기대감 ↑ 실상은 '장미빛 가시밭길'('17.6.5)

- 신정부 수립과 함께 중국시장에 대한 기대감이 고조되는 가운데 대표적인 중국시장 수혜 산업인 화장품도 기지개를 펴는 형국임
- 하지만 업계에서는 장미빛 전망보다는 과거 메르스나 사드사태와 같은 위험요소를 줄이기 위해서는 보다 철저한 중국시장 전략 재수립이 필요하다는 지적임

- 관련링크:

<http://www.jangup.com/news/articleView.html?idxno=66428>

中 금한령 직격탄 화장품 소매 판매 하락('17.6.15)

- 1일 국가통계포털(KOSIS) 발표에 따른 재벌 및 상품권별 판매액 지수를 보면 화장품은 전월대비 - 9.2%의 감소세를 나타내고 있음
- 특히 지난해 내내 폭발적인 성장세를 보였던 화장품 소매판매가 올해 2월 19.8%를 기록한 이후 3월 8.4%, 4월 2%대로 상승률이 계속해서 둔화되고 있으며 4월 화장품 소매판매액은 지난해 7월 이후 가장 적었음

- 관련링크:

<http://www.geniepark.co.kr/news/articleView.html?idxno=38715>

화장품 기피 성분 파라벤·페녹시에탄올은 '편견'('17.6.15)

- 보존제가 없다면 화장품은 쉽게 변질하거나 미생물이 번식해 피부 및 안구 질환을 일으킬 수 있음

- "업체들이 마케팅 차원에서 5무(無), 7무 등을 강조하나 그런 성분들이 들어갔다고 해도 크게 걱정하지 않아도 된다"며 "다양한 보존제는 모든 종류의 화장을 미생물 오염으로부터 보호하는 최적의 수단"이라고 덧붙였다

- 관련링크:

<http://www.kookje.co.kr/news2011/asp/newsbody.asp?code=0700&key=20170605.99002004409>

"유해성 논란 화장품에 든 보존제, 적당히 쓰면 좋다" ('17.6.2)

- 대한화장품협회는 화장품에 사용되는 보존제인 페녹시에탄올과 파라벤은 두 가지를 혼합해 사용할 때 더 좋은 효과를 발휘한다고 밝혔다
- 페녹시에탄올과 파라벤은 화장품 내 미생물의 성장을 억제해 제품의 오염을 막아주는 특성을 가진 보존제임

- 관련링크:

<http://www.wowtv.co.kr/newscenter/news/view.asp?bcode=T30001000&artid=A201706020032>

현재 "샘플 화장품 판매 시 형사처벌 조항은 합헌"('17.6.4)

- 샘플 화장품을 판매한 경우 형사처벌하도록 규정하고 있는 화장품법 조항은 헌법에 어긋나지 않는다는 헌법재판소 판단이 나왔음
- 현재는 "사용기한과 사용할 때 주의사항 등에 관해 정확한 정보가 제공되지 않는 샘플 화장품 유통으로 국민 보건에 위해가 초래되지 않도록 하기 위한 것"이라며 "입법목적의 정당성이 인정된다"고 밝혔다

-관련링크:

http://www.newsis.com/view/?id=NISX20170603_0000002682&clD=10201&plD=10200

중국 나고야 의정서 발효되면 로열티 10% 나? ...화장품 · 바이오 업계 비상('17.6.7)

- 중국이 최근 나고야의정서 조례안 입법예고를 마친 가운데 중국산 생물자원을 많이 쓰는 국내 화장품이나 제약, 바이오 업계는 비싼 로열티를 지불하게 될 전망이다
- 나고야 의정서는 생물 유전자원을 활용해 얻은 이익을 해당 자원 제공국과 공유해야 한다는 국제 협약으로 특정 국가의 생물자원을 수입할 때 원료비에 로열티까지 내야함

- 관련링크:

<http://www.mdtoday.co.kr/mdtoday/index.html?no=287286>

잇따른 재벌기업 가세로 힘 받는 H&B숍 ('17.6.1)

- 전 세계에 K-뷰티 열풍을 촉발시킨 브랜드숍의 위세가 눈에 띄게 꺾인 가운데 H&B숍이 그 자리를 대체하고 있음
- 특히 올리브영의 가파른 성장세와 함께 지난달 신세계 부츠가 본격적으로 모습을 드러내 원브랜드숍에서 멀티숍·H&B숍으로의 중심 이동은 갈수록 뚜렷해질 전망이다

- 관련링크:

<http://www.beautynury.com/news/view/77297/cat/10>

2016 中 온라인 화장품, 한국 색조화장품 강세('17.6.1)

- 중국 온라인 화장품 시장에서 한국 색조화장품이 강세를 나타내고 있음
- 최근 김윤희 중국 베이징무역관 현지 빅데이터 컨설팅사 Syntun의 '2016(1~11월) 온라인 화장품 소비 빅데이터 백서'를 활용해 이하오덴(1號店), 당당망(當當網), 귀메이(國美), 징둥(京東), 쑤닝(蘇寧), 티몰, 아마존 등 B2C 사이트의 판매데이터를 바탕으로 작성한 보고서에 따르면 중국 온라인 색조화장품 시장은 50% 이상이 외자 브랜드, 그 중 한국계는 15.2%의 시장점유율을 나타냈음

- 관련링크:

<http://www.jangup.com/news/articleView.html?idxno=66376>

'유커 효과 뚝'...화장품 소비 증가율, 1년8개월만에 최소('17.6.2)

- 1일 통계청에 따르면 4월 화장품 소매판매액 지수는 지난해 동기보다 2.2% 증가했음
- 4월 화장품 소매판매액은 1조6천501억6천만 원으로 지난해 7월(1조6천47억2천만원) 이후 가장 적었음

- 관련링크:

<http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2017/06/01/0200000000AKR20170601154800002.HTML?input=1195m>

심층 테마 취재 ① 미투 제품, 어떻게 봐야 하나('17.6.3)

- 비슷한 이름으로 소비자를 헷갈리게 하는 이들의 공통점은 바로 제품명에 들어간 '허니'. 이들은 모두 지난해 제품 사재기 열풍에 구매 불가능 상태까지 불려온 허니버터칩의 인기

편승한 이른바 '미투(Me Too) 제품'임

- 화장품 업계의 상품기획·개발 관계자는 이 같은 미투 제품의 범람에 가까운 출시의 요인으로 상대적으로 낮아진 진입문턱을 최우선으로 꼽았음

- 관련링크:

<http://cosmornig.com/모방은-창조의-어머니-업계에-자리잡은-나도나도/>

일본화장품 중국수출 급증... '사드보복' 반사이익? ('17.6.15)

- 중국의 한국에 대한 사드보복 조치로 금한령(중국 내 한류금지조치)을 발동, 중국 내 한류 열풍이 시들해지고 한국행 단체여행을 금지하면서 중국 여행객들이 일본으로 몰리면서 일본 화장품의 대 중국수출이 급증하고 있음
- 일본이 지난해에도 28.8%의 높은 수출 증가률을 보인 것은 중국시장의 수입 수요가 크게 늘어난데 힘 입은 것으로 분석됨

- 관련링크:

<http://www.lovesbeauty.co.kr/news/articleview.html?idxno=37220>

일본화장품 중국수출 급증... '사드보복' 반사이익? ('17.6.15)

- 중국의 한국에 대한 사드보복 조치로 금한령(중국 내 한류금지조치)을 발동, 중국 내 한류 열풍이 시들해지고 한국행 단체여행을 금지하면서 중국 여행객들이 일본으로 몰리면서 일본 화장품의 대 중국수출이 급증하고 있음
- 일본이 지난해에도 28.8%의 높은 수출 증가률을 보인 것은 중국시장의 수입 수요가 크게 늘어난데 힘 입은 것으로 분석됨

- 관련링크:

<http://www.lovesbeauty.co.kr/news/articleview.html?idxno=37220>

"중국 소비자가 원하는 한국산 친환경 제품은 화장품"('17.6.4)

- 중국 소비자가 미국과 일본 등 다른 주요국 소비자보다 친환경 제품에 관심이 많다는 조사 결과가 나왔음
- 한국무역협회가 미국, 일본, 중국, 독일 4개국 소비자 800명을 대상으로 조사해 4일 발표한 설문 결과에 따르면 중국 소비자의 98.5%가 환경상품에 관심이 있다고 응답했음

- 관련링크:

<http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2017/06/02/02000000000AKR2017060215850003.HTML?input=1195m>

유통으로 내수시장 물꼬 튼다('17.6.5)

- 그동안 직영점만 집중해왔던 로드숍 브랜드들은 홈쇼핑과 H&B스토어 등 다양한 채널로 소비자를 만나고 있음
- 백화점과 대형마트의 매출 비중은 지난해 기준 각각 22.9%와 23.8%로 계속 줄어들고 있는 반면, 편의점과 H&B스토어는 각각 18.6%와 34.6%의 높은 성장세를 기록하고 있음

- 관련링크:

<http://cosmorning.com/유통으로-내수시장-물꼬-튼다/>

아시아에서만 통하는 'K-뷰티'('17.6.5)

- 국내 매출에 우리 화장품의 주요 수출국 중국과 아시아를 포함한 매출을 더하면 아모레퍼시픽그룹이 98.6%, LG생활건강이 98.33%로 거의 절대적인 비중을 차지하고 있음
- 이 수치는 K-뷰티가 아직 아시아권에서만 통용되는 단어라는 사실을 극명하게 나타내고 있음

- 관련링크:

<http://beautynury.com/news/view/77328/cat/10>

"기존 질서 깨는 신개념 화장품 뜬다"('17.6.15)

- 한국콜마(회장 윤동한)가 올 가을, 겨울 화장품 시장 트렌드로 '오버 더 룰(Over the Rule)'을 제안했으며, 올 하반기에는 기존 질서를 깨는 신개념 화장품이 떠오를 전망이다
- 회사측은 그동안 화장품을 통해 자신만의 가치를 드러내는 문화가 자리잡았다면, 올해 하반기에는 보다 개성 넘치고 강렬한 제품이 주목받을 것으로 내다봤음

- 관련링크:

http://www.cmn.co.kr/sub/news/news_view.asp?news_idx=23264&flag=h

심층 테마 취재 ② 중국산 '짜통' 제품, 현실과 대안<상>('17.6.9)

- 중국 내에서 K-뷰티의 위상이 높아지면서 중국에 진출한 국내 화장품 업체들도 이러한 '짜통' 문제에 직면하게 됐음
- 중국 내 짜통은 조악한 수준의 모조품부터 진품과 구분이 힘들 정도로 흡사한 경우 브랜드와 제품명을 비슷하게 따라한 경우로 나눌 수 있음

- 관련링크:

<http://cosmorning.com/심층-테마-취재-②-중국산-짜통-현실과-대안/>

아시아 색조시장 조만간 전세계 1/3 차지 ('17.6.10)

- 지난해 글로벌 색조 화장품시장은 약 610억 달러 규모를 기록했으며, 이 중 아시아 시장이 차지하는 비율은 전체의 28%로, 약 170억 달러 규모임
- 영국 런던에 본사를 둔 시장조사·컨설팅 전문 기업 '유로모니터 인터내셔널(Euromonitor International)'로, 상하이 지사 리서치 매니저 후이 완(Hui Wan)이 발표를 진행했음

- 관련링크:

<http://beautynury.com/news/view/77404/cat/10>

미국인 피부 감싸주는 한국 화장품 ('17.6.15)

- 장기적으로 미국 기업과 거래하기 위해서는 제조사만의 특징과 강점을 키워야 하며, 대만과 중국 화장품 제조사들이 빠른 성장세를 보이고 있으므로 가격만 앞세운다면 살아남기 어려움
- 경쟁 대상인 해외 브랜드 가운데 이미 시트마스크를 판매하는 회사가 있다면 아이패치, 손, 발 등 다른 신상품도 개발할 가능성이 높은 만큼 시장을 철저히 조사한 뒤 영업에 나서야 함

- 관련링크:

<http://jedam15.koreafree.co.kr/news/view.html?section=1&category=136&item=&no=29500>

차기 식약처장 누가 될까? ('17.6.12)

- 국익과 국격을 높이는 차세대 주요 먹거리 산업인 화장품과 의약품 및 바이오와 식품산업을 진두지휘할 수장은 누가 될까

- 문재인 정부의 첫 식약처장 후보로 현 처장의 유임설과 내부 승진설 및 외부 영입설 등 다양한 관측이 나오고 있는 가운데 이들이 가진 역량과 강점에 관심이 모아지고 있음

- 관련링크:

<http://www.beautynury.com/news/view/77422/cat/10>

2016년 국내 남성 화장품 시장 1조2000억 ('17.6.13)

- 자신의 외모를 가꾸는데 시간과 공을 들이는 남성들, 일명 '그루밍족(Grooming族)'이 진화를 거듭하고 있음
- 이러한 변화에 따라 최근 꾸준히 성장하고 있는 국내 남성 화장품 시장의 전체 규모는 2012년 1조원을 돌파한 것에 그치지 않고, 2016년에는 1조2000억원을 넘어섰음

- 관련링크:

<http://www.beautynury.com/news/view/77439/cat/10>

[상장사 분석] 1분기 해외매출 비중 24.1% ('17.6.14)

- 올 1분기 국내 주요 화장품기업의 평균 해외매출과 수출은 전년 동기보다 두 자릿수 증가한 것으로 조사돼 사드(THAAD)로 촉발된 차이나 리스크를 극복한 것으로 나타났음
- 뷰티누리(화장품신문)닷컴과 약업닷컴이 국내 27개 화장품 관련 상장사(코스피 10개사·코스닥 17개사)의 1분기 해외매출/수출 실적(연결 기준)을 분석했음

- 관련링크:

<http://www.beautynury.com/news/view/77449/cat/10>

"고맙다 中 보따리상" 화장품업계, 면세 매출 '선방'('17.6.15)

- 고고도미사일방어체계(THAAD·사드) 보복의 직격탄을 맞은 국내 화장품업계가 보따리상(타이공) 덕분에 면세 매출에서는 나름 선방했다는 분석임
- 12일 메리츠종금증권에 따르면 3월 중국인 관광객 수는 전년대비 40%, 4월은 66.6% 감소했지만, 면세점 매출은 전년대비 3월 9% 증가, 4월 6.9% 감소했음

- 관련링크:

<http://view.asiae.co.kr/news/view.htm?idxn=2017061209542311851>

◦ 국내외 정보

※아래 자료는 특허청에서 제공하신 자료를 그대로 수록하였습니다.

특허청의 지식재산 보호 지원 사업 -제4편 특허청의 중소기업 지원 시책 III-

이번 편에서는 특허청에서 추진 중인 네 가지 주요 ‘지식재산 보호 지원 사업’을 소개해드리겠습니다. 화장품 산업의 해외 진출이 활발해지고 있는 상황에서, 국내기업의 화장품 특허와 브랜드를 보호하고 지식재산권(이하 ‘지재권’이라 함) 분쟁에 대비하는데 유용한 중소기업 지원 사업이 아닐까 싶습니다. 처음 소개해드릴 사업은 “국제 지재권 분쟁 예방 컨설팅 지원 사업”으로, 해외에서 국내 기업의 지재권을 보호하고 외국업체와의 분쟁에 대비할 수 있도록 우리 기업에 맞춤형 지재권 법률 컨설팅을 제공해주는 사업입니다. 지원대상은 외국기업과 특허권·상표권·디자인권 관련 지재권 분쟁이 예상되는 해외 진출(예정) 중소기업¹⁾·중견기업²⁾이고, 컨설팅 지원 유형은 아래 표1과 같습니다. 정부지원 비율은 중소기업은 70%이며, 중견기업은 50%입니다.

지원유형		지원내용	사업규모 (이내)
수출전략		수출(예정) 지역 분쟁위험 특허 조사분석 및 사전대응 전략 제공	4천만원
스타트업IP보호		창업 후 5년 내 스타트업 소기업의 수출전략 및 IP 보호 전략 제공	
현안전략		(해외기업과의) 경고장 대응, 소송 대응, 라이선스, 특허 권리행사 전략 제공	
한류콘텐츠IP보호		한류 콘텐츠 제작·참여 기업의 콘텐츠 및 관련 상품 등에 대한 종합적인 지식재산 사전 보호 전략 제공	1천만원 4천만원
K-브랜드 보호	예방	해외 상표 조사 및 상표 현지화 전략 제공	
	대응	해외 무단 선등록 권리 무효, 해외 모조품 대응 제공	
소액		위험분석, 회피기술, 무효자료, 계약전략의 4개 소단위 유형 지원	8~12백만원

【표1. 컨설팅 유형별 지원내용 및 사업규모】

1) 중소기업: 중소기업기본법 제2조에 따른 중소기업

2) 중견기업: 중견기업 성장촉진 및 경쟁력 강화에 관한 특별법 제2조에 따른 기업

둘째, “지재권 분쟁 공동대응 지원 사업”은 국내 기업의 협의체에 컨설팅 전문기관을 통해 현안해결을 지원해주는 사업입니다. 지원대상은 해외 진출(예정) 중소기업 중 3개사 이상으로 구성된, 공통의 국제 지재권 분쟁 현안 해결을 위해 구성된 협의체로 중소기업은 최소 2개사 이상이 포함되어 있어야 합니다. 컨설팅 전문기관은 협의체에서 지정하고, 일정 자격요건 심사를 거쳐 최종 선정됩니다. 컨설팅 지원 유형은 아래 표2와 같이 3개 분야 10개 세부 사업이 있고, 협의체는 정부지원금액 기준으로 해당비용의 30%를 현물(인력투입비용)로 부담해야 하며, 컨설팅 수행기간은 3개월입니다.

지원유형		지원내용	지원한도 (이내)
공동 대응전략 도출	라이선스공동협상	라이선스 갱신 또는 신규 체결 필요시 대응 및 로열티 협상 전략 등	2천만원
	특허과물문제특허	분쟁위험이 있는 특허과물 또는 경쟁사의 특허 조사 분석 및 사전대응 전략 구축	
	경쟁사문제특허		
공동 피소대응 추진	특허보증	바이어의 해외 특허 분쟁 위험성 문제 제기시 분석 및 IP 전략 지원	2천5백만원
	경고장	해외기업의 특허 침해 경고장에 대한 대응 방안 및 협상 전략	
	피소	해외기업의 특허 침해소송 제기에 대한 소송 대응 및 협상 전략	
공동 권리행사 추진	공통 문제특허	해외기업의 분쟁 위험 특허에 대한 대응전략 수립 및 법적 대응	4천만원
	상표브로커공동피해	동일 상표브로커에 의해 무단 선출원·선등록된 해외 상표·디자인에 대한 법적 대응	
	온라인 위조상품	해외 상표, 디자인을 침해한 동일 온라인 또는 오프라인 위조 상품에 대한 권리행사 전략	
	오프라인 위조상품		

【표2. 유형별 지원내용 및 지원한도】

셋째, “지재권 소송보험 지원 사업”은 국내외 지재권 분쟁에 대비해 소송보험 보험료를 지원해주는 사업입니다. 지원대상은 지재권을 보유한 중소기업이고, 소송보험 지원사업의 종류별 지원 내용은 아래 표3과 같습니다. 보험료의 지원 비율은 네가지 보험 모두 중소기업은 50%이고, 글로벌 일반보험에서 중견기업은 30%입니다.

보험종류		지원대상	보장지역	보장내용	보험료 (만원)
단체	수출안심	중소기업	아시아·오세아니아 (중국포함, 국내제외)	소제기, 피소대응	380
	북미·유럽		북미·유럽 (영국포함)	피소대응	1,350
특화	농식품상표·디자인	농식품 수출 중소기업	아시아·중동 (중국포함, 국내제외)	소제기, 피소대응	300
일반	글로벌	중소·중견 기업	전세계	소제기, 권리보호, 피소대응	기업별 산정

【표3. 소송보험 지원사업의 종류 및 주요 내용】

마지막으로, 해외 현지에서 국내 기업의 지재권 확보와 지재권 분쟁 대응을 지원을 해주는 “IP-DESK(해외지식재산센터) 지원 사업” 및 “해외지재권 분쟁 초동대응지원 사업”이 있습니다. 두 사업 모두 지원대상은 외국에서 사업을 운영(예정) 중이고 한국에 사업자등록이 되어 있는 중소·중견기업입니다.

IP-DESK는 현재 미국(뉴욕, LA), 중국(베이징, 상하이, 칭다오, 광저우, 선양, 시안), 태국(호치민), 베트남(방콕), 독일(프랑크푸르트) 및 일본(도쿄)에 설치·운영되고 있으며, IP DESK 지원 사업의 종류별 지원 내용은 아래 표4와 같습니다. 국가별/지원유형별로 지원한도액이 다르고, 지원비율이 정해져 있더라도 지원한도액 내에서 지원되니 유의하시기 바랍니다.

지원유형	지원내용	지원비율
상표·디자인 출원 비용 지원	현지에서 상표나 디자인 출원을 진행할 경우 소요 비용과 진행 절차 지원	비용의 최대 50% (기업당 연간 8건)
세관 지재권 등록 비용 지원	현지에 등록된 지재권을 해당 국가 세관에 등록할 경우 비용과 진 행절차 지원	
침해조사 및 행정단속	중국, 베트남, 태국에서 모조품 단속을 위해 침해조사 및 행정단 속에 소요되는 비용과 진행절차 지원	비용의 최대 70% (기업당 연간 3건)
침해감정서 작성	미국, 일본, 독일에서 분쟁 대응시 무효성 및 침해·비침해 판단을 위한 현지 로펌의 침해감정서 작성에 소요되는 비용 지원	
지재권 상담	현지 국가의 지재권 확보 및 보호 관련 지재권 상담 수시 지원	-
모조품 식별 세미나	중국 공상국, 지식산권국, 해관 등 모조품 단속 공무원을 대상으로 기업이 직접 모조품 식별방법 소개	-

【표4. IP DESK 지원 사업별 지원내용 및 지원비율】

IP-DESK가 운영되지 않는 해외 현지에서의 지재권 분쟁 대응을 지원해주는 사업이 “해외지재권 분쟁 초동대응지원 사업”이며, 종류별 지원 내용은 아래 표5와 같습니다.

지원유형	지원내용	지원비율	지원 횟수
분쟁예방	선행특허 검색, 지재권 침해여부 검토 등 해외 진출시 발생 가능한 분쟁 위험요소에 대한 자문	비용의50% (건당\$1,000한도)	기업당 연간 4건
분쟁대응	경고장 접수 등 실제 분쟁발생에 따른 대응 자문	비용의70% (건당\$3,000한도)	
침해조사	모조품 유통현황 파악, 출처 추적 등 침해 조사	비용의70% (건당\$6,000한도)	기업당 연간 1건
행정단속	침해조사 결과를 근거로 침해기업 현장 단속 및 법률조치, 세관조치 지원 등	비용의70% (건당\$10,000한도)	

【표5. IP DESK 지원 사업별 지원내용 및 지원비율】

지금까지 특허청의 중소·중견기업 지원 시책 중 ‘지식재산 보호 지원 사업’을 소개해드렸습니다. 표1 내지 표3의 사업의 경우 한국지식재산보호원 홈페이지(<http://www.koipa.re.kr>) 및 국제 지재권 분쟁정보 포털(<http://www.ip-navi.or.kr>)의 주요사업 및 사업공고 메뉴에서, 표4 및 표5의 사업의 경우 해외지재권보호사업단 홈페이지(<http://www.ip-desk.or.kr>)의 사업안내 및 사업공고 메뉴에서 보다 자세한 사항을 확인하실 수 있습니다.

○ 해외화장품 시장 동향

2017 인도네시아 화장품시장 최신 동향

2017-05-17 허유진 인도네시아 자카르타무역관

- 중산층 및 온라인 구매 증가 등으로 화장품시장 성장 -

-한국 화장품 수요가 높은 중국 시장하고는 달라 철저한 시장조사 필요 -

할랄 화장품 이미지



자료원: Brandsynario

□ 시장 규모 및 동향

○ 인도네시아 화장품 시장 규모

- 인도네시아 화장품 산업은 인도네시아 경제 성장 동력 중 하나이며, 산업부에 따르면 2016년 화장품 업계에서 약 7만5000명을 고용했으며, 추가적으로 연평균 60만 개의 일자리를 창출하는 것으로 밝혀짐.

- 화장품 제조업체의 수는 총 760개로, 이중 23개가 대기업이고 737개가 중소·중견 기업
- 현지 소비자들은 인도네시아의 화장품 제조 및 유통사에 투자 가치가 높은 것으로 인식하고 있으며, 이는 지난 수년간 인도네시아 산업별 투자 규모를 보면 알 수 있음.
- 인도네시아 투자조정청(이하 BKPM)에 의하면, 2010년부터 2016년까지 7년간 화장품 산업으로 유입되는 총투자금액은 총 3억1570만 달러였고, 2010년부터 2020년까지 화장품 산업으로 유입되는 투자금액은 6억2250만 달러가 될 것으로 기대

인도네시아 화장품 산업 투자 동향(2010~2016년)

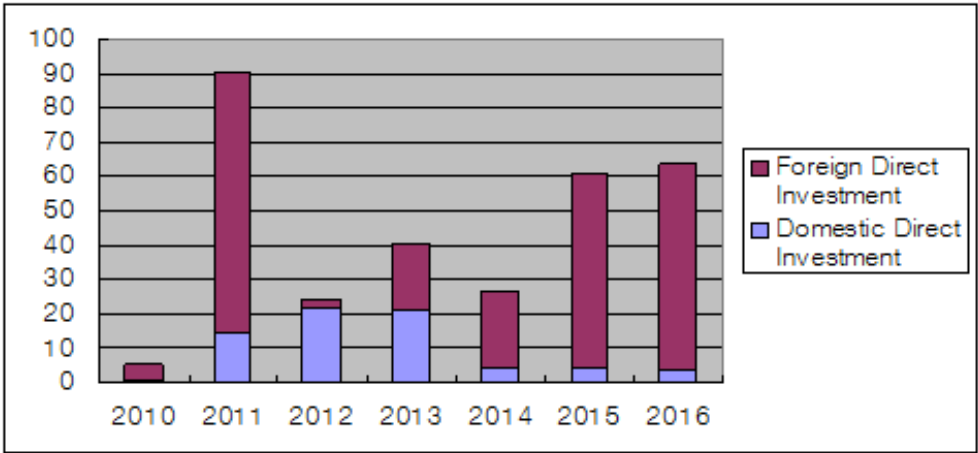
(단위: 백만 달러)

	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년
내국인투자	0.3	14.8	21.7	21.1	4.4	4.6	3.5
외국인투자	4.9	75.4	2.7	19.1	22.2	56	60
총계	5.2	90.2	24.4	40.2	26.6	60.6	68.5

자료원: 인도네시아 투자조정청(BKPM), 2016

화장품산업 투자 동향(그래프)

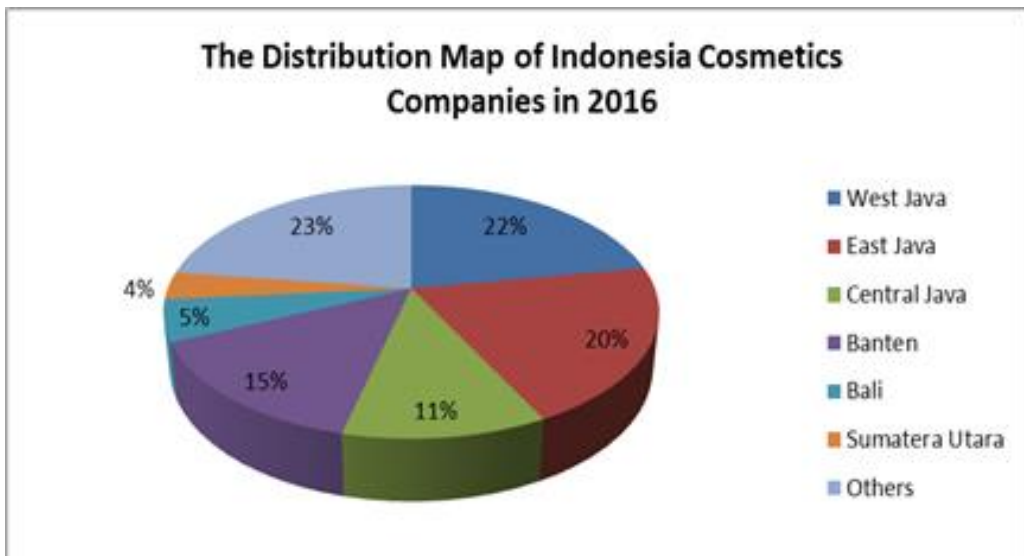
(단위: 백만 달러)



자료원: 인도네시아 투자조정청(BKPM), 2016

- 인도네시아에는 총 33개 주가 존재하며, 2016년 기준 화장품 업계가 있는 주를 중심으로 유통시장 점유율을 살펴보면, 서부 자바가 22%, 동부 자바가 20%, 반튼 주가 15% 등을 차지하고 있음.

2016년 인도네시아 주별 화장품 유통시장 점유율



자료원: 인도네시아 보건복지부

- 화장품 산업에 대한 뚜렷한 시장 규모가 존재하지 않으나, 수출 면에서 수익성이 비교적 좋은 시장으로 알려져 있음
- 산업부에 따르면, 2016년에 9억1612만 달러의 화장품이 인도네시아에서 세계 각지로 수출됐으며, 2015년 수출 규모는 총 8억1800만 달러로 전년대비 11.99% 증가
- 그러나 2014년 화장품 수출 금액이 10억400만 달러로 2013년 대비 18.53% 증가했으며, 2016년 수출 실적은 세계 경제 불안정성으로 2014년도보다 감소
- 현재, 인도네시아 주식시장에 상장돼 있는 상위 5개 화장품 제조분야 빅 플레이어 기업은 PT Unilever Indonesia Tbk, PT Mandom Indonesia Tbk, PT Mustika Ratu Tbk, PT Martina Berto Tbk, PT Akasha Wira International사임.
- PT Martina Berto Tbk사는 화장품과 개인 위생용품을 OEM 방식으로 생산하는 PT Codefiondo사를 소유하고, 이 생산업체는 PT Martina Berto Tbk사 제품뿐 아니라 Bless, Ligne, Rohto, Oriflame, Lancome의 제품을 주문 생산
- 인도네시아 화장품 협회는 인도네시아 화장품 산업 규모는 2016년 기준 약 76억3000만 달러로 추정함.

○ 인도네시아 화장품 시장성

인도네시아 화장품 시장 매출 규모 추이

	2013년	2014년	2015년	2016년
매출액(억 달러)	8.4	9.7	10.2	10.8
전년대비 성장률(%)	15.46	15.18	4.65	15.2

주: 환율 USD1 = IDR 13,300(2017.4 환율 기준)

자료원: 인도네시아 산업부

- 인도네시아 화장품 판매 시장의 성장은 특히 인도네시아 중산층, 상류계층 및 도시에 거주하는 소비자의 생활 형태에 많은 영향을 받았으며, 화장품 판매 매출이 지속적으로 증가하고 있음.
- 2015년도 제외 2013년부터 2016년까지 전년대비 15%대의 성장률을 기록하는 잠재성이 큰 시장임.
- 현재, 인도네시아 남성 및 여성 모두 패션과 외모에 관심이 많으며 기본적인 메이크업은 여성 근로자들에게 매우 평범한 일상임.
- 여성이 화장품 시장의 주 고객층이나 최근 들어 남성용 제품 판매가 증가하고 있으며, 청소년층에서는 화장품과 스킨케어 제품의 판매량이 증가하고 있음.
- 화장품 산업의 잠재적인 성장의 배경 중 하나는 뷰티 살롱이나 스파와 같은 미용서비스 업계의 높은 수요라고 볼 수 있으며, 이들 업계에서 주로 소비되는 제품은 얼굴과 피부미용제품임.
- 고급 스파, 미용실, 미용을 중심으로 시술하는 피부과가 쇼핑몰에 위치해 있고, 인도네시아인들의 소비성향은 대체로 유행에 매우 민감한 편으로 중상류층을 중심으로 피부 및 미용관리가 성행 중임.
- 인도네시아 화장품협회(Perkosmi)에 따르면, 2011~2016년의 인도네시아 화장품 시장 규모 성장률은 2015년을 제외하고 두 자리대를 기록했음. 2015년에는 상대적으로 높은 물가상승률이 소비자의 구매력을 약화시켰을 것으로 추정

2010~2016년 인도네시아 화장품 시장 잠재 규모

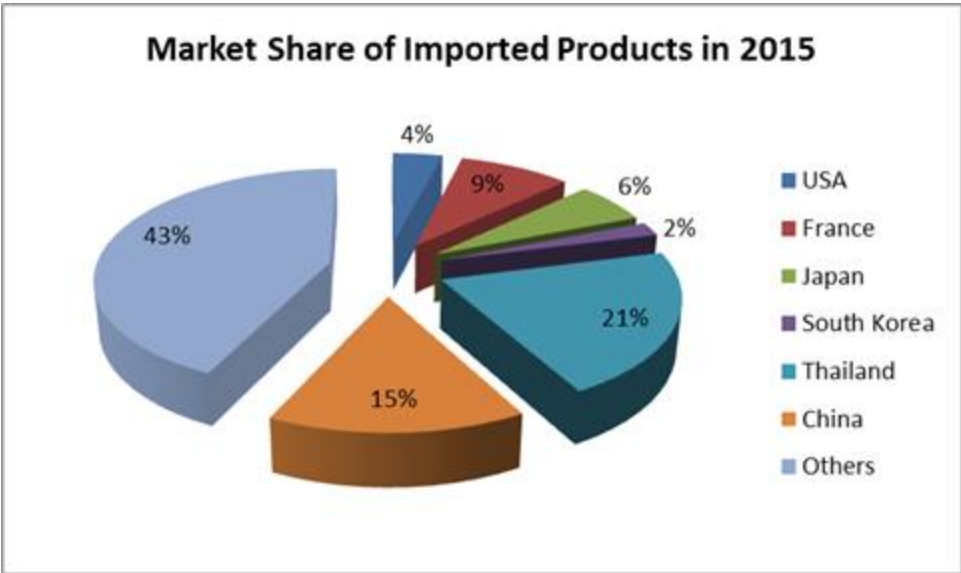
	2010년	2011년	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년
시장규모(억 달러)	23.7	28	32	37.3	44.4	48.1	55.3
전년대비 성장률(%)	8.87	18.4	14	16.4	19	9	15

주: 환율 US\$1=IDR 13,300(2017.4 환율 기준)

자료원: 인도네시아 화장품협회

- 위의 추정치에서 볼 수 있듯이, 화장품 제조사들이 인도네시아에 진출 희망을 피력했으며, 인도네시아 화장품 수입 실적은 2015년에 전년대비 19.5%가량 증가함.
- 화장품 분야에서 대인도네시아 주 수출국가는 태국과 중국이며, 이들은 인도네시아 수입 화장품 시장에서 큰 점유율을 차지함.
- 이는 가격경쟁력이 뛰어나면서 성능 또한 월등히 좋은 천연재료를 사용하기 때문이라고 인도네시아 현지인들이 인식하고 있음.
- 또한, 고급 화장품 시장은 세계적으로 유명한 브랜드들이 장악하고 있음. 이들 화장품은 일본산, 유럽산, 미국산 등이며 가장 인기가 좋은 브랜드는 미국산임.

국가별 인도네시아 화장품 시장 점유율



자료원: 인도네시아 산업부

- 2015년 기준, 국별 인도네시아 화장품 시장 점유율의 경우 태국 21%, 중국 15%, 프랑스 9%, 일본 6%, 미국 4% 등이었으며, 한국의 점유율은 2%로 낮은 편

인도네시아 화장품 수출입 동향(2013~2016년)

(단위: 억 달러)

	수출	수입	무역수지
2013년	7.33	4.07	3.32
2014년	7.55	3.63	3.92
2015년	6.15	3.32	2.83
2016년	6.89	3.96	2.93

주: 환율 US\$1 = IDR 13,300(2017.4 환율 기준)

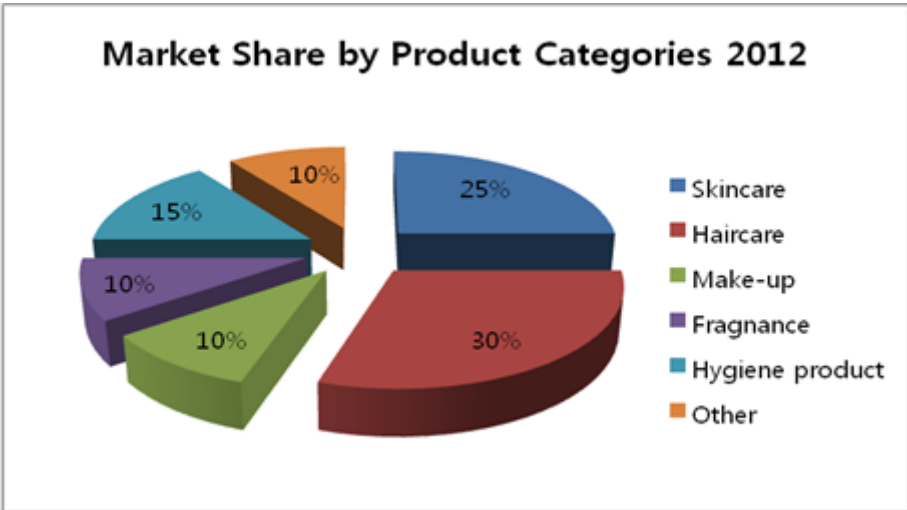
자료원: 인도네시아 화장품협회

- 인도네시아 화장품 수출입 동향의 경우 2016년 수출과 수입은 모두 전년대비 증가 추세를 나타내고, 무역수지 또한 2억9300만 달러로 전년대비 소폭 증가

○ 화장품시장 제품군별 규모(매출액 기준 시장규모)

- 2012년도 인도네시아 화장품 시장에서는 두발제품의 비중이 30%로 가장 컸으며, 스킨케어 25%, 위생용품 15%, 그리고 메이크업, 향수, 기타가 각각 10%를 차지

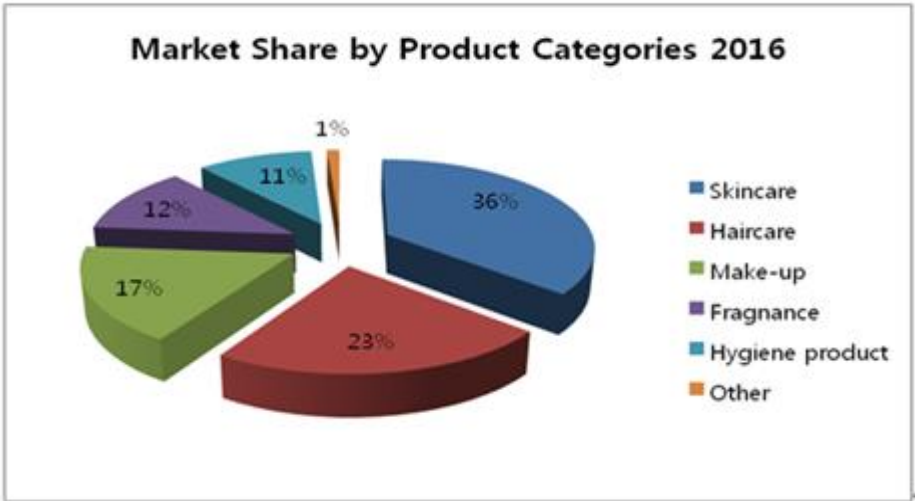
제품군별 점유율(2012년)



자료원: 인도네시아 화장품협회

- 2012년에 비해 2016년에 인도네시아 화장품시장 품목별 구조가 대폭 변경됐는데, 이는 전체 규모 2위를 차지하던 스킨케어 제품이 36%로 1위, 두발제품이 23%, 메이크업 17%, 향수 12%, 그리고 기타 1%를 차지

제품군별 점유율 (2016년)



자료원: 인도네시아 화장품협회

- 2016년 화장품 시장 매출규모는 10억8000만 달러로 스킨케어 제품이 약 3억8900만 달러, 두발제품 약 2억4800만 달러, 메이크업 제품 약 1억8300만 달러, 향수 약 1억2900만 달러, 위생용품 약 1억1900만 달러를 차지

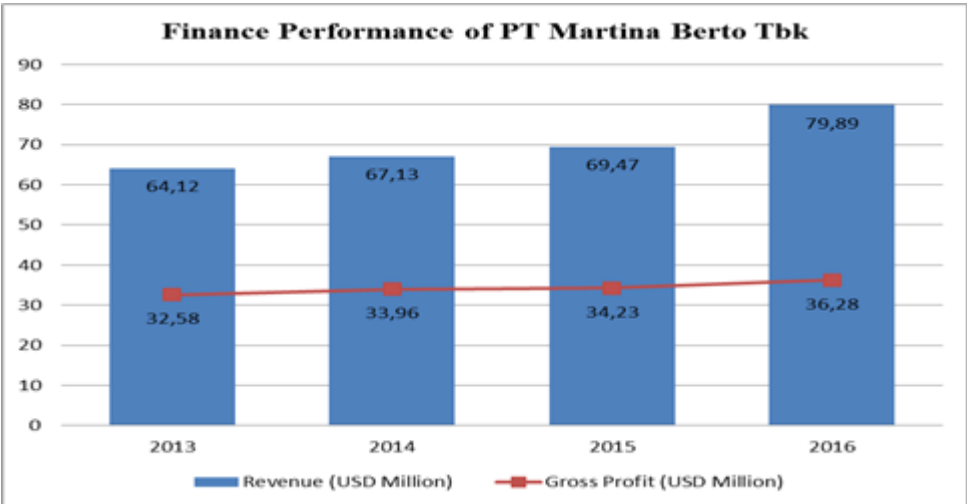
□ 상위 주요 기업 및 현지 기업 개황

○ (상위 1위 기업) PT L'Oreal Indonesia사

- 인도네시아 화장품 시장 상위 1위 기업은 PT L'Oreal Indonesia사로, 본사가 프랑스에 있는 L'Oreal 그룹은 1979년에 설립됐으며 랑콤 등의 제품으로 매우 유명해진 기업임.
- 이후에 점차적으로 Guy Laroche, Cacharel, Ralph Lauren 등의 브랜드가 인도네시아에 도입됨.
- 1985년에 L'Oreal Indonesia는 현지 기업과 PT Yasulor Indonesia라는 합작법인을 설립했고, 8년 후인 1993년 동 그룹은 동 투자법인을 완전 인수해 2000년에 PT L'Oreal Indonesia라는 현지법인 설립

- 수요가 폭발적으로 증가해 2012년에는 300만 개 제품이 생산 가능한 대규모의 생산 공장을 설립함.
 - 로레알 본사는 2012년 이후 6년째 약 1억 달러를 인도네시아 현지 법인을 통해 인도네시아에 투자했음.
 - 로레알 그룹이 2006년에 인수한 Body Shop에 대한 수요가 홍콩, 사우디아라비아 등에서는 줄어드는 추세지만 인도네시아에서는 아직 수요가 많이 있음.
 - 2016년에 Body Shop 매장이 16개 신규 개장했으며, 동 브랜드를 통한 인도네시아의 매출이 2015년 15%에서 20%로 5%p 상승했음.
- (현지 기업 1위) PT Martina Berto Tbk(마르띠나 베르또)
- PT Martina Berto Tbk사는 1977년에 설립됐으며 인도네시아 화장품 제조, 마케팅, 무역 현지 회사로 허브에서 추출한 약재로 만든 코슈메티컬을 취급하고 있음.
 - 이 회사는 Belia, Biokos, Caring Colours, Cempaka, Dewi Sri Spa, Mirabella, Pac, Rudy Hadisuwarno Comsmetics, Sariayu 등의 인도네시아 화장품 시장에서 인지도가 높은 브랜드를 생산하고 있음.
 - 이 회사는 1981년에 Jakarta의 Pulogadung 산업단지에 첫 공장을 설립했으며, 두 번째 공장은 1986년에 설립함.
 - 2011년에 이 회사는 인도네시아 주식시장에 주식을 상장함.
 - 매출과 수익실적은 인도네시아 소비자의 수입산 화장품 수요 증가와 현지 화장품 업계 침체에도 2013년부터 2016년까지 꾸준히 성장하고 있음.

PT Martina Berto Tbk 수익 증가 추이(2013~2016년)



자료원: 자사 홈페이지

○ (현지 기업 2위) PT Mustika Ratu Tbk(무스티까 라뚜)

- 이 회사는 자카르타에 1978년에 설립됐으며, 종업원 수는 2105명임.
- 동 사의 최초의 화장품 생산 공장은 1981년에 가동을 시작했으며, 1995년에 동 사는 인도네시아 주식시장에 주식을 상장함.
- Mustika Ratu사는 1990년부터 2000년까지 인도네시아 현지 화장품 시장을 장악하고 있었음.
- 그러나, 수입제품이 급증하며 자사 제품의 판매량이 감소하기 시작했으며, 소비자들은 현지 브랜드보다 미국이나 프랑스로부터 수입된 제품을 선호하기 시작
- 동 사의 재무보고서에 의하면, 무스티까 라뚜의 2015년 매출은 약 3220만 달러(4281억 루피아)로 2014년도의 3290만 달러(4377억 루피아)에 비해 약 70만 달러 감소했음.
- 매출 감소는 2016년 상반기까지 지속됨. 2016년 상반기 매출액 규모는 전년동기대비 20.07% 감소한 1660만 달러(2229억 루피아)임.
- 이 회사의 2016년도 총 생산량은 1900만 개임.

○ (현지 기업 3위) PT Vitapharm(비타팜)

- 1962년에 설립된 이 기업은 비바 화장품 인도네시아에서 인지도가 높은 화장품 업체 중 하나로, 성장을 계속하고 있음.
- 이 회사는 본래 제약회사였으나 1964년에 PT Paberik Pharmasi Vita로 회사명을 변경했으며, 'Viva'라는 브랜드의 화장품을 개발, 열대 지방에 적합한 제품을 제조 및 생산했음.
- 이 회사의 Viva 브랜드 화장품은 인도네시아에서 최초 생산한 제품으로 알려져 있으며, 인도네시아 현지 화장품 업계에서 역사가 가장 오래됨.
- 1998년에 PT Paberik Pharmasi Vita는 PT Vitapharm로 이름을 변경했으며, 품질을 개선 및 유지하기 위해 2008년에는 립, 립스틱, 액체 및 점성 액체뿐만 아니라 2009년에는 파우더와 파우더 컴팩트 GMP의 인증서를 가지고 자체 연구, 개발 및 생산
- 이 회사는 현재 립스틱, 아이섀도우 등의 색조 화장품, 스킨케어 제품 등의 기초 화장품, 보디케어, 헤어케어 제품 등을 제조 및 판매하고 있음.
- 50년 이상의 역사가 있는 만큼 신체조건, 기후, 생활환경, 문화, 유행에 맞춰 현지인의 상황에 맞는 제품을 개발·생산하는데 최적화돼 있으며, 연평균 약 5200만 달러의 수익 창출

□ 인도네시아 화장품 완성품 및 원료 기업 분석

○ 인도네시아 주요 화장품 원료 제조기업

- 인도네시아 현지 중소 규모 사업자들은 해외에서 원료를 수입, 조달하는 비중이 적은 편임.
- 단가, 각종 규제로 인해 현지 중소 사업자들은 인도네시아 현지 생산 및 가공되는 원료를 가지고 제조하는 편이며, 대부분의 글로벌 기업 또한 현지에 공장을 생산해 현지 조달을 하고 있음.

원료 취급 주요 현지 기업 목록

원료 취급 주요 기업	국가	사업 형태
Ajinomoto	인도네시아	제조/무역
AkzoNobel Surface Chemistry Pte.Ltd	싱가포르	제조
BASF Indonesia, PT	인도네시아(BASF 현지법인)	제조
Cahaya Bumi Cemerlang, PT	인도네시아	제조
Chemarome Indonesia, PT	인도네시아	제조
Croda Indonesia, PT	인도네시아	제조
Indokemika Jayatama, PT	인도네시아	제조
Sinergi Multi Lestarindo PT	인도네시아	유통/수입
Megasetia Agung Kimia PT	인도네시아	유통/수입
Chemico Surabaya, PT	인도네시아	유통/수입

자료원: 인도네시아 화장품협회

○ 화장품 제조기업 현황 및 생산품목

- 화장품을 인도네시아에 제조하는 주요 기업은 다음 표와 같고, 대기업의 경우 1회 동시 대량생산 가능한 공장을 보유
- 현지 기업에서 자체 제조하거나 해외 기업이 현지 법인을 설립해 자체 생산하는 경우도 많으나, 해외 유명 수입 브랜드 제품에 대한 OEM/ODM 방식으로 생산하는 경우도 있음. 대표적인 사례가 Lancome이라 할 수 있음.
- 생산품목은 색조, 기초, 파운데이션, 두발용품 등 화장품군에 속하는 제품들이 대부분 포함되고 있음(HS Code 33군).

- 인도네시아 현지 중소 규모 사업자들은 해외에서 원료를 수입, 조달하는 비중이 적은 편임.
- 단가, 각종 규제로 인해 현지 중소 사업자들은 인도네시아 현지 생산 및 가공되는 원료를 가지고 제조하는 편이며, 대부분의 글로벌 기업 또한 현지에 공장을 생산해 현지 조달을 하고 있음.

원료 취급 주요 현지 기업 목록

주요 화장품 제조기업	생산 제품(브랜드)	생산 현황
PT Continental Cosmetic	Mineral Botanica (기초, 파운데이션, 색조화장품 일체)	PT Mica Natura Indonesia사 제품 OEM/ODM
PT Paragon Technology and Innovation	MakeOver, Wadah(나이트크림)	자체 제조, 판매(현지 공장 有)
PT Gloria Origita Cosmetics	Purbasari(블러셔)	자체 제조, 판매(현지 공장 有)
PT Unilever Indonesia	Clear, Sunslik, Dove, Citra, Pond's, Axe, Rexona, etc(샴푸, 세정, 위생용품 등)	자체 제조, 판매(현지 공장 有)
PT Codefiondo	Bless, Ligne, Rohto, Oriflame, Lancome의 브랜드(색조화장품 중심)	OEM(PT Martina Berto Tbk사, PT L'Oreal Indonesia 등 화장품 대기업 제품 주문자 상표 부착 생산)
PT P&G Indonesia	Gillette, Wella, Rejoice, Pantene, Olay, SK-II, Anna Sui, Hugo Boss, Dunhill, etc(위생용품, 향수, 두발제품 중심)	자체 제조, 판매(현지 공장 有)
PT Estee Louder Indonesia	Mac, Clinique, Bobbi Brown, Estee Louder, Michael Korz, etc (메이크업용 색조화장품 중심)	자체 제조, 판매(현지 공장 有)

자료원: 인도네시아 화장품협회

○ 화장품 제조기업 현황 및 생산품목

- 화장품을 인도네시아에 제조하는 주요 기업은 다음 표와 같고, 대기업의 경우 1회 동시 대량생산 가능한 공장을 보유
- 현지 기업에서 자체 제조하거나 해외 기업이 현지 법인을 설립해 자체 생산하는 경우도 많으나, 해외 유명 수입 브랜드 제품에 대한 OEM/ODM 방식으로 생산하는 경우도 있음. 대표적인 사례가 Lancome이라 할 수 있음.
- 생산품목은 색조, 기초, 파운데이션, 두발용품 등 화장품군에 속하는 제품들이 대부분 포함되고 있음(HS Code 33군).

주요 화장품 제조기업	생산 제품(브랜드)	생산 현황
PT Continental Cosmetic	Mineral Botanica (기초, 파운데이션, 색조화장품 일체)	PT Mica Natura Indonesia사 제품 OEM/ODM
PT Paragon Technology and Innovation	MakeOver, Wadah(나이트크림)	자체 제조, 판매(현지 공장 有)
PT Gloria Origita Cosmetics	Purbasari(블러셔)	자체 제조, 판매(현지 공장 有)
PT Unilever Indonesia	Clear, Sunslik, Dove, Citra, Pond's, Axe, Rexona, etc(샴푸, 세정, 위생용품 등)	자체 제조, 판매(현지 공장 有)
PT Codefiondo	Bless, Ligne, Rohto, Oriflame, Lancome의 브랜드(색조화장품 중심)	OEM(PT Martina Berto Tbk사, PT L'Oreal Indonesia 등 화장품 대기업 제품 주문자 상표 부착 생산)
PT P&G Indonesia	Gillette, Wella, Rejoice, Pantene, Olay, SK-II, Anna Sui, Hugo Boss, Dunhill, etc(위생용품, 향수, 두발제품 중심)	자체 제조, 판매(현지 공장 有)
PT Estee Louder Indonesia	Mac, Clinique, Bobbi Brown, Estee Louder, Michael Korz, etc (메이크업용 색조화장품 중심)	자체 제조, 판매(현지 공장 有)

□ 인도네시아 화장품 온라인, 오프라인 유통시장 동향

○ 화장품 오프라인 유통업계 동향

- 인도네시아는 기후조건 및 생활 인프라로 인해 쇼핑몰이 발달해 있음. 오프라인 유통망의 경우 주로 쇼핑몰 내에 있는 유통업계를 이용함.
- 주로 대도시 중심가에 밀집돼 있으며, 오프라인 유통업체를 이용하는 소비자층은 중산층 이상임.
- 화장품 오프라인 유통업체는 다양한 연령층의 소비자들이 이용하고, 수입 화장품은 주로 하이퍼마트와 같은 대형마트, 드러그스토어나 백화점, 또는 브랜드 점포에서 구입
- 젊은 층 분포가 두터운 인도네시아 시장에서는 오프라인과 온라인 유통망을 병행해 이용하는 경향이 있으나, 중산층 이상은 직접 보고 살 수 있는 오프라인 매장을 선호하는 편임.

○ 화장품 온라인(및 모바일) 유통기업 현황

- 인도네시아는 최근 떠오르는 e-Commerce 시장으로 주목을 받고 있으며, 수익성이 수년간 지속적으로 증가세에 있었음.
- 온라인 쇼핑의 시장 점유율이 오프라인 유통망의 점유율에 비해 낮은 편이나, 온라인 판매는 증가하고 있음.

- 인도네시아 중앙은행에 따르면, 2013년 온라인 판매를 통한 매출실적은 18억 달러로 전년대비 73.07% 증가했으며 오프라인 소매 시장 매출은 3634억2000만 달러로 전년대비 단 7.98% 증가한 실정임.
- 그럼에도 불구하고 이후 높은 물가상승률이 경직된 소비시장을 조성해 소매시장의 매출과 온/오프라인 성장률은 전부 감소 추세임. 그러나 실질적으로 온·오프라인 유통시장 매출은 증가하고 있으며, 특히 오프라인에 비해 온라인 마켓의 평균 성장률은 최근 4년 동안 약 3.5 배를 기록했음.
- 전반적으로 온라인 유통시장에서는 생활소비재가 주로 유통되고, 화장품 또한 온라인 시장에서 유통되는 주요 아이템 중 하나임.
- 특히 쇼핑에 온전한 시간을 할애하기가 어려운 중산층 이상 도시인들이 블로거들의 화장품 사용후기를 보고 온라인 구매를 하는 경우가 자주 나타나고 있음.

인도네시아 온/오프라인 주요 판매처

순위	판매처	주요 기업명	종류
1	Guardian	PT Hero Supermarket Tbk	약국
2	Watson	PT Duta Intidaya	드러그스토어
3	Century	PT Century Healthcare	약국
4	Sephora	PT Sephora Indonesia	화장품 유통 판매점
5	Matahari	PT Matahari Department Store Tbk	백화점
6	SOGO	PT Panen Lestari Internusa	백화점
7	Sociolla	PT Social Bella Indonesia	온라인샵
8	Elevenia	PT XL Planet	온라인샵
9	Lazada	PT Ecart Services Indonesia	온라인샵
10	Zalora Indonesia	PT Zalora Indonesia	온라인샵

주: 시장점유율의 경우 현지 산업부와 화장품협회에 직접 문의했으나 해당 자료 없음.

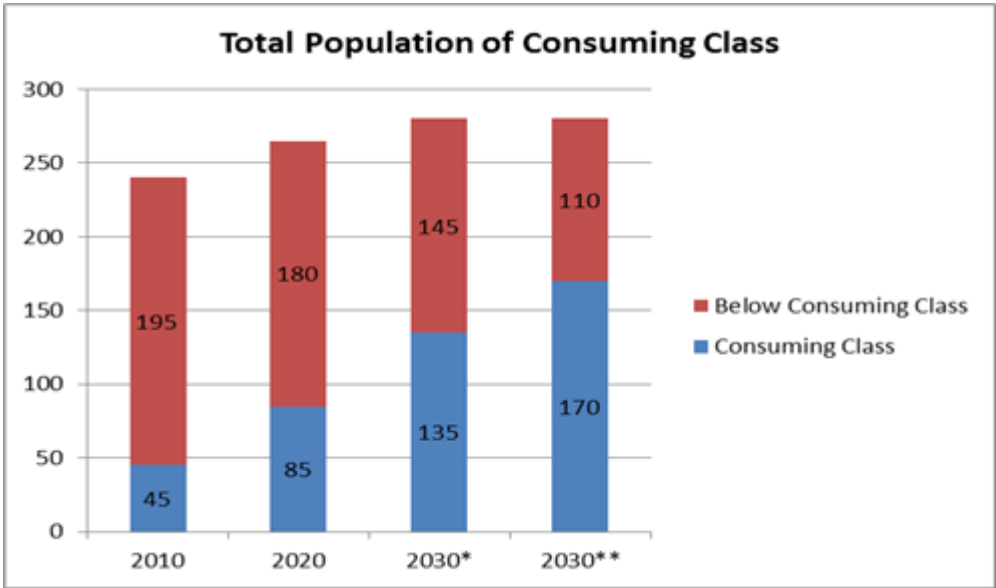
자료원: 인도네시아 화장품 협회 관계자, KOTRA 자카르타 무역관 자료

□ 인도네시아 화장품 소비시장 분석

○ 인도네시아 화장품 소비구조

소비계층에 따른 인구 비율

(단위: 백만 명)

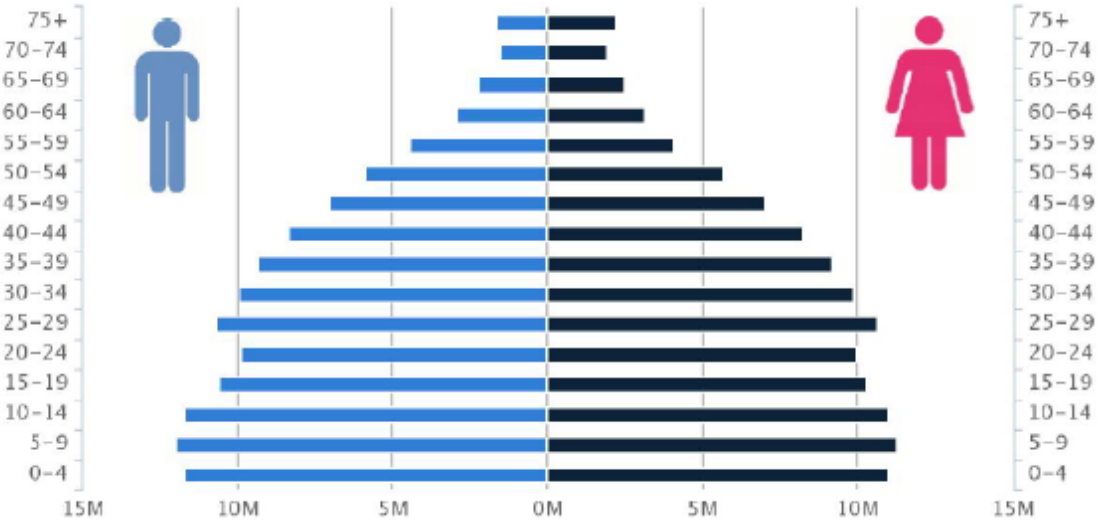


자료원: McKinsey Global Institute

주: *GDP 성장률 5~6%대 가정, **GDP 성장률 7%대 가정

- 인구가 증가하는 동시에 가계별 소득수준도 증가하는 인도네시아 시장에서의 화장품 산업은 아세안 시장에서 10위권 안에 들 것으로 기대되는 상황
- 게다가 국내 소비자의 소비는 화장품 매출과 수익 증가로 이어지고 있음. 2013년부터 2016년까지 인도네시아 소비량은 매년 5~6% 상승함.
- 중산층 이상의 계층 증가는 고급 화장품 판매 증가에 기여할 것으로 전망되며, 이는 고급제품을 구매하는 소비자들이 우선적으로 제품의 질, 유행, 인지도를 따지기 때문임.
- 소득 수준이 증가할수록 수입 브랜드 소비 또한 비례해 증가한다고 볼 수 있으나, 중산층 이하 저소득층의 소비성향은 경제 상황에 매우 민감한 편임.
- 화장품의 구매 경로는 소비자의 소득수준과 취향에 따라 다르며, 상류 및 중산층은 주로 백화점과 쇼핑몰, 마트 등에서 제품을 여유있게 비교해가며 구매하기를 원함.
- 반면, 저소득층은 화장품을 좀 더 저렴한 제품을 찾기 위해 '와룽'이라고 하는 구멍가게나 편의점에서 구입함.

2015년 인도네시아 연령대별 인구 분포도



자료원: BPS(인도네시아 통계청)

- 인도네시아 통계청에 따르면 인도네시아는 2015년을 기점으로 젊은 연령대의 인구가 늘어날 것으로 전망하며, 이는 화장품 소비의 증가로 이어질 것
- 최근에 인도네시아에서 화장품은 여성뿐 아니라 남성에게도 주요 아이템으로, 특히 남성용 스킨케어 판매량이 증가하고 있음.
- 화장품 시장은 인도네시아에 수출하고자 하는 기업들에 가능성을 보이고 있으며, 특히 도시 지역에서의 가능성이 두드러짐.
- 이들 소비계층에 가격은 중요하지 않으며, 품질과 인지도가 소비력에 중요한 영향을 미칠 예정이다.
- 반면에, 현지 화장품 브랜드는 수입 화장품 브랜드와의 경쟁력을 갖춰나가고 있으며, 국내산 브랜드는 합리적인 가격으로 좋은 품질의 제품을 생산하기 위해 제조 기술을 연구·개발하고 있음.

○ 화장품 소비시장 심층 분석

- 인도네시아 소비자는 브랜드 이미지에 매우 민감하며, 브랜드 충성도는 제품 홍보, 유통, 상품 포장, 가격 등에 영향을 받는 편이라 볼 수 있음.
- 인도네시아는 특히 싱가포르, 홍콩, 그리고 한국의 패션과 화장품 트렌드를 따라하려는 경향이 있으며, 위 3개 국가에서 인기가 많은 제품들은 인도네시아에서도 사업 기회가 있을 것으로 예측됨.

- 현지 기후, 습도, 문화, 전통, 이슬람교적 환경, 도시 환경 등이 제품을 선택하는 요인이 될 수 있음. 이로 인해 대부분 인도네시아의 소비자들은 스킨케어와 메이크업 제품을 고를 때 고기능 자외선 차단, 방수기능 탑재, 그리고 강한 향의 화장을 선호하고 있음.
- 또한, 인도네시아 여성 소비자들은 화이트닝 기능이 있는 제품을 선호하는 편임.
- 인도네시아는 세계에서 가장 많은 무슬림이 거주하고 있는 국가인 만큼 할랄 인증에 대한 수요가 큼.
- 할랄 화장품은 알코올 및 돈육(돼지)의 성분을 포함해서는 안 되며, 동물에 임상시험해서도 안 됨. 따라서 일부 소비자들은 할랄 인증이 확실한 현지 제품을 선호하는 편임.
- 수입제품을 살 때 천연 제품이 인기가 좋음. 이에 따라, 'Body Shop' 제품이 비싼 가격에도 불구하고 현지 시장에서 판매량이 지속적으로 증가하고 있음.
- 할랄 제품 외에도 유기농 화장품에 대한 수요가 인도네시아에서도 최근에 증가하고 있는데, 이는 현지 소비자가 예전에 비해 개인 건강 및 동물 보호에 더 많은 관심을 갖고 있는 바, 화학 첨가물이 들어가지 않은 안전한 제품을 원하기 때문
- 인도네시아 소비자는 'Made in Japan', 'Made in France', 'Made in the USA'의 라벨 문구에 열망하고 있음.
- 게다가 연령층과 소득 수준에 따라 구매 관점이 상이함.
- 중년층의 소비자는 한 가지 브랜드에 높은 충성도를 보이며, 습관적으로 한 번 사용한 제품을 계속 사용하는 추세를 보임.
- 제품에 대한 평판과 인지도가 화장을 선택하고 구매를 결정하는 주요 요인으로 작용하고 있음.
- 반면, 젊은 소비자층은 유행에 민감하며, 새로운 상품과 브랜드를 시도해보는 경향이 중년층에 비해 두드러짐.
- 고소득자일수록 브랜드 인지도가 높은 제품을 구매하는 경향이 있으며, 이는 인지도가 높은 브랜드를 사용함으로써 사회적으로 과시하기 위한 목적과 구매 능력이 있음을 지인 및 불특정 다수에게 보여주려는 소비 심리가 있음.
- 브랜드 인지도가 높은 고가의 화장품은 주로 백화점이나 쇼핑몰에 있으며, 고소득자일수록 쇼핑몰에서 구매하기를 선호함.
- 반면, 중산층 이하 저소득층 사이에서는 화장품 가격에 민감해 물가상승률이 높아지거나 경기 사정이 안 좋아지면 곧바로 낮은 가격의 제품으로 바꾸는 소비 심리가 존재함.

□ 현지 화장품 시장 진출 유의사항

○ 화장품 판매를 위한 현지 등록절차

- 화장품 생산업체는 인도네시아 식약청(BPOM)에 해당 제품을 등록하는 절차를 거쳐야 함.
- 등록하려는 업체는 각 품목과 관련된 서류를 준비해야 하며, 식약청 측에 동 서류를 제출하고 식약청으로부터 등록 확정 통보를 받으면 각 품목에 대한 등록 절차에 대한 수수료를 납부해야 함.
- 식약청은 수수료 수납 후 2주 내외의 기간을 거쳐 등록 허가 및 인증서 발부
- 등록절차가 완료되면 등록된 품목은 인도네시아로 수출할 수 있음. 동 허가의 유효기간은 3년이나 등록 연장 희망 시 연장 가능

- 화장품에 대한 인증이 갈수록 까다로워지고 있으며, 특히 할랄 인증 원료 및 제품에 대한 인도네시아 현지 업체의 수요가 증가할 것으로 전망
- K-Pop, K-Drama 등 한류에 대한 좋은 이미지가 현지인들 사이에 퍼져있음. 한국산 화장품은 호기심에 의해 젊은층이 구매하고 1회성에 그치는 경우가 많아 현지 유통업체들이 제품의 유통을 미국산, 프랑스산 등에 비해 선호하는 편은 아님.
- 화장품 품목 중 마스크팩은 현지인들에게 인기 제품이 아니기 때문에 불충분한 사전 시장조사로 이 품목으로 수출을 시도했다가 실패하는 경우도 나타나고 있음.
- 마스크팩 외의 품목으로 한국의 중견 화장품 업체가 인도네시아 유통업자에 납품했다가 판매 실적이 저조해 계약관계가 종료된 경우도 있음.
- 화장품 분야에 대한 대인도네시아 투자 관련 법적 제한은 최근에 완화가 된 상황임에도 당국은 현지 산업을 보호하기 위해 각 제품에 현지 생산 원료가 사용된 제품의 제조, 유통을 독려하고 있음.
- 한국산 화장품 수요가 높은 중국과는 철저히 다른 시장으로, 신규 거래처 발굴 전에 면밀한 사전 시장성 검토가 선행돼야 하며, 전문가의 자문을 통해 철저한 시장 진입 전략을 수립해야 함.

자료원: 무역부, 산업부, 인도네시아 통계청, 인도네시아 화장품 협회, 관세청, 인도네시아 투자조정청(BKPM) 및 KOTRA 자카르타 무역관 자료 종합

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

「화장품 안전기준 등에 관한 규정」 일부개정고시 알림

- 식품의약품안전처에서는 기능성화장품 범위 확대에 따라 의약품(아토피, 여드름, 탈모치료제) 주성분 등으로 사용되는 성분에 대한 사용 금지를 주요 내용으로 하는 「화장품 안전기준 등에 관한 규정」(식약처 고시)을 개정 고시함
- ※ 신규 금지된 성분(11가지) : 두타스테리드 그 염류 및 유도체, 비마토프로스트 그 염류 및 유도체, 센노사이드, 아다팔렌, 이부프로펜피코놀 그 염류 및 유도체, 타크로리무스(tacrolimus) 그 염류 및 유도체, 피나스테리드 그 염류 및 유도체, 6-(1-피롤리디닐)-2,4-피리미딘디아민-3-옥사이드(피롤리디닐 디아미노 피리미딘 옥사이드), 피메크로리무스(pimecrolimus) 그 염류 및 그 유도체, 1,7-헵탄디카르복실산(아젤라산) 그 염류 및 유도체, 돼지폐추출물

※ 「화장품 안전기준 등에 관한 규정」 일부 개정고시는 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

“여드름성 피부를 완화하는 데 도움을 주는 화장품의 인체적용시험 가이드라인(민원인 안내서)” 제정 안내

- 식품의약품안전평가원에서는 기능성화장품 중 여드름성 피부를 완화하는 데 도움을 주는 화장품에 대해 표준화된 인체시험법을 제시하여, 화장품업계 및 제반 관련자에게 도움을 주고자 “여드름성 피부를 완화하는데 도움을 주는 화장품의 인체적용시험 가이드라인(민원인 안내서)”을 제정함

※ “여드름성 피부를 완화하는 데 도움을 주는 화장품의 인체적용시험 가이드라인(민원인 안내서)”은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

“탈모 증상 완화에 도움을 주는 화장품의 인체적용시험 가이드라인(민원인 안내서)” 제정 안내

- 식품의약품안전평가원에서는 기능성화장품 중 탈모 증상 완화에 도움을 주는 화장품의 인체적용시험에 대하여, 화장품업계 및 제반 관련자에게 도움을 주고자 “탈모 증상 완화에 도움을 주는 화장품의 인체적용시험 가이드라인(민원인 안내서)”을 제정함

※ “탈모 증상 완화에 도움을 주는 화장품의 인체적용시험 가이드라인(민원인 안내서)”은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

「CITES와 한약」안내서 발간 안내

- 식품의약품안전평가원에서 한약재 수입·제조업체 관계자가 CITES 품목 수출입 관련 업무 수행시 국제 거래 규제를 준수하여 불이익 등이 발생하지 않도록, 2016년 제17차 당사국 총회에서 결정된 부속서 변경사항 등 정보를 담아 안내서를 발간함

※ CITES와 한약” 안내서는 식품의약품안전처 홈페이지(www.mfds.go.kr/법령·자료/홍보물자료/전문홍보물)에서 확인할 수 있습니다.

헌법재판소, 샘플 화장품 판매금지 및 형사처벌 조항 합헌 결정

- 헌법재판소는 2017. 5. 25. 샘플 화장품 판매 금지와 그 위반자에 대한 형사처벌 조항 헌법소원 사건에서 이와 관련된 화장품법 규정(법 제16조 제1항 제3호 중 ‘판매 금지에 관한 부분’ 및 제37조 제1항 중 제16조 제1항 제3호 가운데 ‘판매 금지에 관한 부분’)이 헌법에 위반되지 않는다고 결정함.
- 헌법소원심판 청구인들은 ‘인터넷 오픈마켓에서 쇼핑물을 운영하면서 소비자들에게 정품 화장품에 샘플 화장품을 끼워 판매하는 수법으로 약 7개월 동안 총 273,441,600원 상당의 샘플 화장품을 판매하였다’는 화장품법위반 혐의로 기소되어 1심 형사재판을 받던 중 헌법재판소에 해당 화장품법 조항이 위헌이라며 헌법소원심판을 청구하였음.
- 헌법재판소는, 사용에 필요한 정확한 정보가 제공되지 않는 샘플 화장품이 시중에서 거래되는 경우 국민 보건에 심각한 위험을 초래할 수 있고 비매품인 샘플 화장품 판매로 건전한 시장거래질서가 훼손될 수 있어 이를 미연에 방지하기 위한 목적으로 관련 조항이 마련되었고, 또한 해당 조항은 일반적으로 화장품 판매 영업을 제한하는 것이 아니라 처음부터 판매하지 않을 목적으로 제조 또는 수입된 화장품에 대한 판매만을 금지할 뿐이고 그 수범자도 ‘소비자에게 화장품을 판매하는 자’로 한정하고 있다는 등의 이유로 합헌 결정을 내렸음.

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

◦ 2017년 중국 화장품 위생행정허가 교육 일정

◆ 우리협회는 ‘중국 위생행정허가 심사위원’을 초청하여 중국 화장품 위생행정허가 교육을 아래와 같이 개최하오니 관련 업무에 참고하시기 바랍니다.

아 래

가. 일 시 : 2017.07.04. (화), 09:30~17:30

나. 장 소 : 중소기업중앙회 2층 제1대회의실(여의도)

다. 교육 내용 : ① 알고나면 참 쉬운 ‘중국 화장품 위생행정허가’

② 중국 진출의 첫걸음 ‘상표권 등록’

③ 궁금증 완전 해소! 심사위원에게 직접 듣는 허가 불합격 사례

행사명	일시	장소	비고
중국 화장품 위생행정허가 교육	2017.03.21	중소기업중앙회	완료
중국 화장품 위생행정허가 교육	2017.03.22	중소기업중앙회	완료
중국 화장품 위생행정허가 교육	2017.04.26	피스센터	완료
중국 화장품 위생행정허가 교육	2017.04.27	피스센터	완료
중국 화장품 위생행정허가 교육	2017.07.04	중소기업중앙회	접수 중

◆ 추진 현황

○ 화장품 GMP 인증을 위한 맞춤형 컨설팅 희망업체 모집 안내

-우리 협회에서는 화장품 제조업체의 '제조 및 품질관리' 역량을 강화하여 안전한化妆품을 유통하고 국산화장품의 품질 경쟁력을 확보하여 수출국 다변화를 모색할 수 있도록 국내 제조업자를 지원하고자 「화장품 GMP 전문가 양성 및 인증 컨설팅」을 실시합니다.

◆ 주 관 : (사)대한화장품협회

◆ 수요조사기간 : 2017.06.02.~2017.06.30.

◆ 컨설팅 비용 : 무료

◆ 관련문의 및 제출처 : 이지연(Tel : 070-8709-8615, Fax : 02-782-6659,
E-mail : junetenth@kcia.or.kr)

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

○ 2017년도 산업기능요원 지정업체 신규지정 신청 및 기지정업체 2018년 소요인원파악 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 2017년 화장품 분야 산업기능요원 지정업체 신규 선정 및 기 지정업체의 2018년도 산업기능요원 배정할 예정이오니 산업기능요원 지정업체 지정(중소기업 대상)을 희망하거나 및 기지정 받은 업체는 소요인원을 붙임 자료를 참조하시어 신청서를 작성하시어 2017년 7월 5일(수)까지 우리협회(담당자 : 이병수 e-mail : jacklbs@kcia.or.kr)로 관련 자료를 제출하여 주시기 바랍니다.

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

o 「중국 화장품 위생행정허가 교육(7월)」 참가 신청 안내



상시
모집중

위생행정허가, 알고나면 참 쉽다!

중국 화장품 위생행정허가 교육

대한화장품협회
7월 유료교육 안내



why? ★★★★★
중국 화장품
위생행정허가

01 커리큘럼

기본 이론+실무사례로 구성된
검증된 커리큘럼

02 강사진

위생행정허가 진행 경험이 풍부한 전문가
위생행정허가 중국 현지 심사위원
중국 특허 및 상표 출원에 정통한 변리사

[중국 화장품 관련 법규집 국문번역판(2만원 상당) 제공]

03 수강후기

- ☒ 초보자도 이해하기 쉽게 사례를 통해 설명해줘서 좋았어요
- ☒ 실무와 관련된 TIP을 알려주셔서 도움이 많이 되었어요
- ☒ 불합격 예시나 주의사항을 사례를 통해 설명해주어서 도움이 되었어요
- ☒ 중국 위생행정허가 심사위원께서 심사 내부 평가 기준 등 쉽게 알기 어려운 사항을 설명해주셔서 추후 시행착오 및 소요기간 단축에 도움이 많이 될 것 같아요
- ☒ 그 동안 궁금했던 사항에 대해 제일 정확하게 알고 있는 현직 심사위원님께 직접 문의할 수 있는 좋은 기회였어요



강사진 소개

[알고나면 참 쉬운 '중국 화장품 위생행정허가']



한국피부과학연구원
최춘설

약력

- 서경대학교 피부미용예술학 석사 취득
- 한국 피부과학연구원 중국위생허가팀 팀장
- 한-중 국가의 화장품 법규 비교분석 및 위생허가업무 총괄

강의 내용

- 중국 위생행정허가 관련 규정 개요
- 재중국책임회사 선정시 주의사항
- 위생행정허가에서 재중국책임회사가 관여되는 부분
- 위생행정허가 신청절차 및 구비서류
- 위생행정허가 신청 실제 사례와 구체적인 서류 작성 예시
- 위생행정허가 허가 신청시 유의사항, 자주하는 질문
- 위생허가증 갱신 절차 및 방법
- 라벨등록

강사진 소개

[중국 진출의 첫 걸음 '상표권 등록']



특허법인 지심
유성원 변리사

약력

- 중국 북경어언대학교 한어숙성 과정 수료
- 중국 MING & SURE 사무소에서 중국 특허 및 상표 실무 연수
- 제일광장특허법률사무소 중국 시장 개척 마케팅팀
- 특허법인 지심 대표변리사

강의 내용

- 지식재산권 보호의 중요성
- 상표를 등록하지 않아서 입은 피해 사례
- 중국 상표를 만드는 요령
- 중국인이 좋아하는 상표 vs 피해야 하는 상표
- 상표를 구성하는 요소
- 상표 등록 절차 및 비용, 상표 등록 대행업체 선정 방법
- 상표 등록 후 관리
- 상표권 갱신시 유의사항
- 상표 등록 관련하여, 정부에서 지원받을 수 있는 사항

강사진 소개

[궁금중 완전 해소! 심사위원에게 직접듣는 허가 불합격 사례]

중국 위생행정허가
심사위원

약력

- CFDA 화장품 안전전문가위원회, 안전성평가전문가위원회, 표준전문가위원회
- CFDA 화장품 관련 법규 개정 참여하였으며, 오랜 기간 관련 업무 진행

강의 내용

- 위생행정허가 취득 실패사례 및 대응(주의 사항)
- 한국업체들이 자주하는 실수
- 전문가 초청 질의응답

교육 프로그램

시간		내용	연사
09:30-10:00	30분	등록	
10:00-12:00	120분	알고나면 참 쉬운 '중국 화장품 위생행정허가'	한국피부과학연구원 최춘설 팀장
12:00-13:15	75분	Break [점심-개별식사]	
13:15-14:45	90분	알고나면 참 쉬운 '중국 화장품 위생행정허가'	한국피부과학연구원 최춘설 팀장
14:45-15:00	15분	Coffee break	
15:00-15:50	50분	중국 진출의 첫걸음 '상표권 등록'	특허법인 자심 유성원 대표변리사
15:50-16:00	10분	Coffee break	
16:00-17:30	90분	궁금증 완전 해소! 심사위원에게 직접 듣는 허가 불합격 사례 전문가 질의응답 [중,한 순차 통역]	중국위생행정허가 심사위원
17:30	-	폐회	

교육 신청 안내



교육 일시

2017년 7월 4일(화) 09:30~17:30



교육 장소

중소기업중앙회 2층 제1대회의실 (여의도)



교육 비

대한화장품협회 회원사 5만원,
비회원사 10만원



신청 방법

대한화장품협회 홈페이지 → 교육마당 →
교육 및 세미나 신청 → 일반 교육 및 세미나



교육 문의

박미령 사원
[070-8709-8613, tulip97@kcia.or.kr]

○ 중국 화장품 수출 관련 정보 모음

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://www.kcia-suchul.or.kr/sub.php?code=01_expo020101)

☞ 위생행정허가 신청 절차: (http://www.kcia-suchul.or.kr/sub.php?code=01_expo020201)

◆ 중국 최신 법령

☞ 중국 화장품 관련 제도: (http://www.kcia-suchul.or.kr/sub.php?code=02_stat01&category=3&nm=2)

☞ 중국 위생행정허가 관련 법규: (http://www.kcia-suchul.or.kr/sub.php?code=02_stat02)

◆ 중국 화장품 위생허가 대행기관 안내

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

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

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

○ 식품의약품안전평가원 “2017년 제6차 용역연구개발과제 주관연구기관 공모공고” 안내

식품의약품안전처에서는 2017년 제6차 용역연구개발과제를 「식품·의약품 등의 안전기술 연구개발사업 운영규정」(훈령 제84호) 제21조에 근거하여 공모하오니, 관심 있으신 업체에서는 붙임을 참고하여 주시기 바랍니다.

- 아 래 -

- 접수기간 : 2017.5.24.(수) ~ 6.22.(목)
- 접수방법 : 인터넷 접수 후 방문 또는 등기우편으로 서류접수
- 세부사항
 - 식품의약품안전처 홈페이지(<http://www.mfds.go.kr>)
 - 식품의약품안전평가원 홈페이지(<http://www.nifds.go.kr>)
 - 식품의약품안전처 연구관리시스템(<http://rnd.mfds.go.kr>)

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

○ 중남미 K-뷰티 사절단 신청사 모집 안내

주브라질 대한민국 대사관에서는 “중남미 K-뷰티 사절단”을 아래와 같이 모집하오니, 참가를 희망하는 회사는 붙임의 신청서 및 구비서류를 작성하시어 우리협회(성지영 사원, Tel: 070-7841-4618, Email: sungjiyoung92@kcia.or.kr)로 2017.6.16(금)까지 회신해 주시기 바랍니다.

- 아 래 -

- 가. 행사명 : 중남미 K-뷰티 사절단
- 나. 기간 : '17.8.16(수, 리우), 8.18(금, 멕시코시티)
- 다. 장소 : 리우 페스타나 호텔/ 멕시코 시내호텔 (미정)
- 라. 주최 : 주브라질 대한민국 대사관
- 마. 추진 배경:
 - 멕시코의 한류를 기반으로 현지시장에 고급제품 이미지로 포지셔닝해가고 있는 한국산 화장품의 적극적인 마케팅 활동 필요

-브라질의 뷰티상품 시장은 세계 3위 규모이나, 한국산 뷰티상품의 브라질 시장진출은 극히 미미한 상황

바. 규모 : 국내 화장품 등 뷰티용품업체 7개사 내외

사. 사업내용 : 1:1 비즈니스 상담회, 한-브 뷰티산업협력 세미나, 유명 전문가 초청 메이크업 쇼 등
아. 현지일정(안)

내용	리우데자네이루(8.16)		멕시코시티(8.18)	
비즈니스 상담회	국내업체-브라질 바이어간 1:1 상담회		국내업체-멕시코 바이어간 1:1 상담회	
부대 행사	한-브 뷰티산업협력 세미나	유명 전문가 초청 메이크업 쇼	-	-

자. 지원 내용

(1) 지원 항목 : 임차료, 통역비, 전문가초청비 등 행사 관련 제반사항

※ 왕복 항공료, 숙박비 참가자 부담

차. 참가신청안내

(1) 신청방법 : 붙임의 참가신청서 작성 후 2017.6.16(금)까지 대한화장품협회

(sungjiyoung92@kcia.or.kr)로 이메일 발송

- 문의처 : 대한화장품협회 성지영 사원(Tel : 070-7841-4618)

※ 이메일 발송 후 전화로 메일 수신 여부 확인 부탁드립니다.

※ 세부 일정이 확정되면 참가 신청하신 회사에 별도로 연락드릴 예정입니다.

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

○ RCEP 협상 관련 제 2차 리퀘스트(상대국에 대해 관세 양허요청) 의견 요청 건

-지난 '17.5월 제 18차 역내포괄적경제동반협정(RCEP: Regional Comprehensive Economic Partnership)에서 우리나라를 포함한 대다수 참여국들이 2차 상품 개선 양허안을 제출함에 따라 후속 양허 협상이 본격적으로 진행될 수 있는 기반을 마련하였습니다.

〈RCEP 협상 추진 개요〉

□ (협상목표) ASEAN+AFP 6개국* 주도로 진행 중인 협상으로, 세계총예 28.4% 차지하는 거대 동아시아 경제권 달성 추진* 아세안 국가(10개국) : 필리핀, 말레이시아, 싱가포르, 인도네시아, 태국, 브루나이, 베트남, 라오스, 미얀마, 캄보디아** 아세안 FTA 파트너(6개국): 우리나라, 중국, 일본, 인도, 호주, 뉴질랜드

□ (추진경과) 포괄적이고 높은 수준의 상호 호혜적 협정 체결을 목표로 '12년 11월 동아시아 정상회의 계기 협상 개시 선언, 모델리티 합의 등을 통해 실질적 시장접근 협상 중으로 1차 공통양허안 교환 완료 및 최종 공통양허 수준에 대한 논의 추진* 13.5월 협상개시 후 총 18차례 공식협상 개최- 2017년 아세안 출범 50주년 계기로 아세안이 RCEP 연내타결 선언에 강한 의지를 표명함에 따라, 높은 수준의 상호호혜적 협정의 조속한 타결을 추진하는 데 대해 참여국들의 공감대 형성

-이에 우리협회에서는 불임의 참여국들에 대해 관세 즉시 철폐를 요구 할 예정이오니, 이에 대한 의견이 있을 경우 불임의 양식으로 작성하시어 2017.6.15(목)까지 우리협회(jmhan@kcia.or.kr)로 제출해 주시기 바랍니다.

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

○ (한국보건산업진흥원)「2017년 보건의료기술진흥 유공자 정부포상」계획 공고 안내

보건복지부가 주최하고 한국보건산업진흥원의 주관으로 개최하는 「2017년 보건의료기술진흥 유공자 정부포상」 계획을 붙임과 같이 공고하오니 보건의료기술 진흥에 기여한 유공자를 적극 발굴·추천하여 주시기 바랍니다.

가. 행 사 명 : 2017년 보건의료기술진흥 유공자 정부포상

나. 추천대상 : 보건의료기술산업 관련 기관 단체의 임직원 또는 보건의료기술산업 발전 및 육성 등에 기여한 자

다. 추천기한 : 2017년 6월 30일(금) 18:00

라. 제출방법 : 보건의료R&D 포탈(www.htdream.kr) 온라인 양식 입력 및 관련서식 제출(상세내용 붙임 참조)

마. 행사개요

- 일자/장소 : 2017년 11월말 예정/ 미정

- 시상규모 : 훈장 1명, 포장 1명, 대통령표창 1명, 국무총리표창 2명, 장관표창 35명

※ 포상규모 및 훈격은 행정자치부 협의 후 결과에 따라 최종결정 될 예정임

- 포상분야 : 보건의료기술 우수연구부문, 보건의료기술 우수개발부문, 보건의료기술 육성·진흥 부문

- 참석예정자 : 수상자, 유관기관 단체장 및 관계자 등

바. 문의처

- 한국보건산업진흥원 이유선 연구원 (☎ 043-713-8162, yyusun@khidi.or.kr)

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

○ KOTRA청다오무역관「한국 화장품 소싱지원 물류센터」지원사업

『한국 화장품 소싱지원 물류센터』지원사업 참가기업 모집공고

- KOTRA 청다오무역관 2017.06.13-

= 통관/검역/물류비 + 전담직원 실무대행 지원으로 현지 통관/납품 간편화 =
 = KOTRA청다오무역관 직접 운영으로 한국정품 이미지 제고 효과 =
 = 마케팅/홍보 지원으로 중국시장 개척 =

대중국 수출 한국화장품 관련 생산, 유통기업들의 통관/검역/물류와 마케팅/홍보 등 부담을 경감시키고 한국화장품의 정품 이미지 제고와 현지 유통망 입점을 지원하고자 KOTRA 청다오무역관에서 『한국화장품 소싱지원 물류센터』지원사업 운영을 시작하였습니다. 대중국 수출에 어려움을 겪고 계시는 한국화장품 생산,유통기업 분들의 많은 관심과 참여를 바랍니다.

지원사업, 지원대상, 참가신청 절차와 방법 등 자세한 사항에 대해서는 첨부파일을 통하여 확인하시기 바랍니다.

붙임: KOTRA 청다오무역관 한국화장품 소싱지원 물류센터 지원사업 참가기업 모집공고
 KOTRA 청다오무역관 한국화장품 소싱지원 물류센터 활용방안

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

○ (KOTRA) 2017년도 FTA활용 업종 전문인력양성과정 안내

코트라에서는 국가인적자원개발컨소시엄 사업의 일환으로 KOTRA 아카데미에서 운영 중인 「2017년도 FTA활용 전문인력 양성과정」의 화장품 분야 교육과 관련하여 아래와 같이 진행하오니, 관심있으신 기업은 많은 참석 바라겠습니다.

가. 과정개요

○ 과정명: 2017년도 FTA활용 전문인력 양성과정(화장품 업종)

○ 교육목적

- 원산지관리 담당자 및 무역 실무자의 직무능력 향상을 위해 중소기업에 인적자원개발 프로그램을 지원
- 중소기업의 FTA활용 역량을 극대화하여 수익창출 및 수출증대 등 국가 경제 활성화에 기여

○ 교육일시

- 1) FTA활용 전문인력양성(화장품 2차) : '17. 6. 14.(수) ~ 6. 16.(금)
- 2) FTA활용 전문인력양성(화장품 3차) : '17. 9. 6.(수) ~ 9. 8.(금)

○ 교육장소: KOTRA 본사(서울 양재동, Invest Korea Plaza 건물)

○ 교육대상: 고용보험 피보험자 수 2인 이상 협약기업에 재직 중인 고용보험 가입자

- 참가신청 방법: 참여기관 신청서류(협약서 2부, 일반현황 1부)와 사업자 등록증 사본 1부 우편 또는 스캔본 송부, 교육신청서는 이메일(fta@kotra.or.kr)로 송부

○ 참가비: 무료 (※ 중식 및 교재 제공)

○ 기타 참고사항: 동 과정의 수료 후 수료증 수여. '원산지 인증수출자'의 교육이수조건 충족

나. 문의처

○ KOTRA 아카데미 조은영 대리 (02-3497-1148, eycho@kotra.or.kr)

정구철 사원 (02-3497-1190, 9fe@kotra.or.kr)

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

○ 2017년 중국 상해 ABE 아시아 뷰티 엑스포 개최 안내

2017년 9월 21일부터 9월 23일까지 중국 상해에서 중국향료향정화장품공업협회(CAFFCI)와 NIEC Group의 공동 주최로 ABE 아시아 뷰티 엑스포가 개최됩니다. 전시회 참가를 원하시는 업체에서는 첨부파일을 참고 하시기 바랍니다.

- ◆ 행사명: ABE 아시아 뷰티 엑스포
- ◆ 개최 날짜: 2017년 9월 21일 ~ 9월 23일
- ◆ 장소: National Exhibition and Convention Center (shanghai)
- ◆ 주관: 중국향료향정화장품공업협회(CAFFCI), NIEC Group
- ◆ 문의처: Tel: 86-21-60738536 Mobile: 86-138-1665-3600 /Mr. Chen Jing Ye
Web: www.asiabeautyexpo.com.cn



※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

○ (KTR, 중기청) 2017 중국인증 지원사업 안내

KTR(한국화학융합시험연구원), 중기청에서는 중국진출에 애로를 겪고 있는 중소기업을 대상으로 중국위생허가 등 중국 규격인증획득을 위한 시험, 인증비용, 기술컨설팅, 책임회사 등록대행 등을 지원하고 있으니, 많은 참여 바라겠습니다.



■ 지원개요

- 중국진출에 애로를 겪고 있는 중소기업을 대상으로 CCC, CFDA 등 중국 규격인증획득을 위한 시험·인증비용, 기술컨설팅, 책임회사 등록대행 등을 지원

■ 지원대상

- 중소기업기본법 제2조의 규정에 의한 중소기업(전년도 수출액 5,000만불 미만)
- 자원제외 대상
 - 민사집행법에 의하여 채무불이행자명부에 등재되거나, 전국은행연합회 등 신용정보 집집기관에 채무불이행자로 등록된 경우 등

■ 17년 지원규모 : 35억원, 약 200개 기업

- 지원한도 : 총 사업비의 70% 이내에서 분야별 한도까지 ※ 제품 분야별 한도는 공고문 참조

■ 지원분야 및 내용

- 지원분야 : CCC, 자율안전인증, CFDA, GB TEST, China REACH, MSDS 등
- 기업당 1개 제품분야만 신청이 가능, 신청 품목 수는 제한 없음

- 지원내용 : 시험·인증, 기술컨설팅, 책임회사등록, 부가지원 등

※ 신청기업은 아래 수행기관 중 1개 기관과 인증상담 후 견적서를 발급받아 신청하여야 함

수행기관명	전화번호	제품분야
(재)한국기계전기전자시험연구원 (해외사업센터)	031-428-8430	공산품
(재)한국화학융합시험연구원 (글로벌본부)	02-2164-0045 ~ 0046	화장품, 의료기기, 식품, 화학물질, 공산품
(주)중국검험인증그룹코리아컴퍼니 (인증본부)	02-6393-5850, 5867	화장품, 식품, 공산품

■ 모집기간 : 1차 3.27~4.28 / 2차 8.14~9.15

- 신청방법 : 온라인(인터넷) 신청 후 관련서류를 관할 지방 중소기업청에 제출
중소기업수출지원센터(www.exportcenter.go.kr) → 수출지원사업 → 해외규격인증획득지원 → 중국인증집중지원신청 → 인증신청

■ 문의 및 확인

관리기관 (재)한국화학융합시험연구원(수출인증사업단)

전화 : 02-2164-0172-8



※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

○ (관세청) 해외통관애로 해소센터 상시 운영 안내

관세청에서는 수출지원을 위해 수출기업 및 현지 진출기업이 외국세관 통관과정에서 겪는 각종 통관애로를 해소하고자 "해외통관애로 해소센터"를 첨부파일과 같이 상시운영하고 있습니다. 업무에 참고하시기를 바랍니다.

해결드림팀(해외 통관장벽 해소 지원센터) - 해외 통관장벽 발생 신고 및 상담 -

국내	서울본부세관	02-510-1378 http://inebsc.com seoulsupport@customs.go.kr
	인천본부세관	032-452-3639 http://fta-aeocenter.com incheonsupport@customs.go.kr
	부산본부세관	051-620-6979 busansupport@customs.go.kr
	대구본부세관	053-230-5184 daegუსupport@customs.go.kr
	광주본부세관	062-975-8194 gwangjűsupport@customs.go.kr
	평택직할세관	031-8054-7044 pyeongtaesupport@customs.go.kr
	관세평가분류원	041-714-7531 hssupport@customs.go.kr
해외	EU(브뤼셀)	(+32) 2-661-0070
	미국(워싱턴)	(+1) 202-939-5677
	미국(LA)	(+1) 213-385-9300 (내선 70)
	중국(북경)	(+86) 10-8531-0844
	중국(상해)	(+86) 21-6295-5000 (내선 205)
	홍콩	(+852) 2862-1566
	일본(동경)	(+81) 3-6400-0695
	태국(방콕)	(+66) 2-247-3242
	베트남(호치민)	(+84) 8-3822-5757 (내선 128)
	인니(자카르타)	(+62) 21-2967-2555
	브라질(상파울루)	(+55) 11-3141-1278



해외 통관장벽 해소
관세청 해결드림팀이
지원합니다



※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

충청북도 경제자유구역청 기업유치 안내

주변인프라

보건의료행정타운

보건의료 6대 국책기관 입주
- 생산부터 인증, 허가까지 원스톱 서비스 지원


식품의약품안전처


식품의약품안전평가원


질병관리본부


국립보건연구원


한국보건복지인력개발원


한국보건산업진흥원

교통인프라

국토의 중심에, 오송이 있습니다

- KTX오송역 → 서울 45분**
 - 전국 유일 고속철도 분기역 (경부, 호남)
 - 전국 X축 연결 (충북선, 중앙선, 태백선 연계)
- 전국 어디서나 2시간대 접근**
 - 2개의 고속도로 (경부고속도로, 호남고속도로)
 - 단지와 20분 거리에 위치 (충북고속도로, 호남고속도로)
- 청주국제공항**
 - 단지와 20분 거리에 위치
 - 37개 도시에 국제선 운항 중인 충북이 핵심공항
- 평택항**
 - 70km 내에 위치

인적자원

기업수요 맞춤형 인력지원


7개 대학, 900여명
충북대학교 제약학과


13개 대학, 2,200여명
충북대학교 반도체공학과


8개 대학, 800여명
충북대학교 자동차공학과

기능인력 양성

한국바이오마이스터고, 충북반도체고, 충북에너지고 등 특성화고등학교

안전한 도시

재난재해 없는 첨단업종 최적지

국립환경과학원 평가

지진, 홍수, 태풍, 폭염 등 자연재해로부터 **가장 안전한 지역**으로 선정



험한 날씨에 가장 안전한 곳은 충북

신수도권 시대의 중심지 충북

오송바이오폴리스

연락처 : 투자유치팀
 전화 : 043-220-8374
 이메일 : fez101@korea.kr
 홈페이지 : <http://www.cbfez.go.kr/site/eco/main.do>

오송 바이오 메디컬 지구

오송첨단의료산업진흥재단(본부, 4개 센터)



시설명	연면적	부처	역할
신약개발지원센터	22,067㎡	미래창조과학부	신약후보물질 평가 및 공동연구개발 등
첨단의료기기개발지원센터	10,274㎡	산업통상자원부	제품설계 및 시제품 제작지원, 개발 등
임상시험신약생산센터	5,690㎡	보건복지부	임상시험용 시료생산, 기술이전 지원 등
실험동물센터	7,528㎡	보건복지부	동물실험시스템 제공, 실험동물 지원 및 관리 등

오송 바이오 메디컬 지구

보건의료 필수 연구지원시설(3개 시설)

국립중앙인체자원은행


- 연면적 : 12,301㎡
- 준공일 : 2012.4월
- 역할 : 국가단위 인체자원 총괄

국립과학자식센터


- 연면적 : 6,669㎡
- 준공일 : 2013.12월
- 역할 : 신종·변종 병원체 진단 및 백신개발

국립줄기세포재생센터


- 연면적 : 9,900㎡
- 준공일 : 2016.10월
- 역할 : 고품질 줄기세포 수집·보관

○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.

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)

- 우리협회에서는 코스메틱리포트 개선 방향을 수립하고자 의견을 듣고자 합니다. 코스메틱리포트의 개선되어야 할 사항이나 앞으로 추가되었으면 하는 내용 등 의견이 있는 경우 아래의 이메일로 송부하여 주시기 바랍니다.
 - 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