

COSMETIC REPORT

발행처 (사)대한화장품협회
발행월 2026년 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

CONTENTS

화장품 정보 03

상반기 중소기업 수출 640억달러 역대 최대…화장품 30.7% 증가[연합뉴스] -----04

“K-화장품·뷰티 브랜드 8만 개 시대, 생존&성장 전략을 찾아라.” [코스모닝] -----05

식약처, 맞춤형화장품 조제관리사 규제 완화…리필 매장·체험형 K-뷰티 서비스 확산 기대 [코스인] -----05

〈국내외정보〉[Chemlinked] 국제 화장품 규제 업데이트 뉴스레터 (2026. 07월) -----06

중국NMPA, 화장품 개인맞춤형서비스 2단계 시범사업 범위 확대에 관한 통지 -----07

중국NMPA, 화장품안전기술규범 개정내용 시행 의견조회 -----08

〈해외화장품 시장동향〉멕시코 기초화장품 시장동향 [코트라 해외시장뉴스] -----09

협회 업무추진현황 17

『미국 시장 진출 및 글로벌 수출 화장품기업을 위한 제재·수출통제·거래처 리스크 관리 실무』웨비나 강의자료 (7/23) -----18

행사 소식 24

(화학바이오ISC) 국가직무능력표준(NCS) 개선 결과 산업현장 검증 설문조사 안내 (화장품 연구개발 (마케팅)) -----25

회원사 소식 26

대한화장품협회 회원사 전용 제휴 할인 서비스 제공 안내 -----27

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

상반기 중소기업 수출 640억달러 역대 최대…화장품 30.7% 증가(‘26.7.23)

- 올해 상반기 중소기업 수출액이 전년 동기 대비 11.6% 증가한 640억달러(약 94조4천 768억원)를 기록하며 상반기 기준 최초로 600억달러를 넘었음. 중소벤처기업부는 23일 이 같은 내용의 '2026년 상반기 중소기업 수출 동향'을 발표했음
- 심재윤 중기부 글로벌성장정책관은 "불안정한 대외환경에도 불구하고 중소기업은 K-뷰티를 비롯한 다양한 품목 및 중남미 등 신흥시장 확대를 기반으로 좋은 성과를 내고 있다"며 "내수기업의 수출 기업화 및 수출기업의 역량 강화를 지원하고, 중소기업이 수출 역군으로 성장하도록 정부 역량을 집중하겠다"고 말했음

- 관련링크:
<https://www.yna.co.kr/view/AKR20260723048600030?input=1195m>

[기획①] K-뷰티 수출 70억달러 시대…미국은 어떻게 최대 시장이 됐나(‘26.7.22)

- 올해 상반기 한국 화장품 수출이 70억달러를 돌파하며 역대 상반기 최대 실적을 기록했다. 특히 미국이 전체 수출의 20% 이상을 차지하며 최대 수출국 지위를 굳힌 점은 K-뷰티 수출 지형이 근본적으로 변화하고 있음을 보여줌
- 협회는 "미국 시장에서의 성장은 일시적 흐름이라기보다 우리 화장품 수출 구조가 달라지고 있다는 신호"라며 "대미 수출 비중은 2022년 상반기 10.9%에서 올해 상반기 20.7%까지 꾸준히 상승했다"고 설명했다

- 관련링크:
<https://www.thebk.co.kr/news/articleView.html?idxno=310477&page=3&total=76700>

상반기 바이오헬스산업 수출 161억달러... 기초화장품이 34% 차지(‘26.7.22)

- 바이오헬스산업 수출 1위 품목은 기초화장품으로 나타났다. 21일 한국보건산업진흥원에 따르면 “‘26년 상반기 바이오헬스산업 수출은 의약품과 화장품이 역대 반기 최대 실적을 달성함에 따라 전년 동기 대비 17.5% 증가한 161.2억달러를 달성했다”고 밝혔음
- 진흥원 최영임 바이오헬스혁신기획단장은 “2026년 상반기 바이오헬스산업 수출은 화장품과 의약품이 역대 반기 최대 실적을 기록하며 견조한 성장세를 이어갔다”고 평가하며, “하반기에도 기초화장품과 바이오의약품을 중심으로 글로벌 수요가 지속될 것으로 예상되는 만큼, 우리 바이오헬스산업의 수출 증가세도 이어질 것으로 기대된다”고 밝혔음

- 관련링크:
<https://www.cncnews.co.kr/news/article.html?no=111100>

ESG가 수출경쟁력… 코트라, 수출기업 공급망·공시 대응 지원(‘26.7.21)

- 대한무역투자진흥공사(이하 코트라, 사장 강경성)는 글로벌 시험·인증 기관인 인터텍(Intertek, 대표이사 김주용)과 손잡고 오는 7월30일(목)부터 이틀간 ‘ESG 실무역량 강화·코칭 과정’을 운영한다고 밝혔음
- 코트라 안영주 부사장 겸 사무역투자본부장은 “ESG 보고서 발간을 넘어, 탄소 배출이나 노동 환경 등 공급망 데이터를 상시 모니터링하는 체계가 수출 경쟁력의 핵심이 되고 있다”며 “기업들이 효과적인 대응력을 갖추 수 있도록, 빠르고 정확한 정보 전달은 물론이고 실전형 교육으로 적극 지원하겠다”고 말했음

- 관련링크:
<https://www.jangup.com/news/articleView.html?idxno=99295>

“K-화장품·뷰티 브랜드 8만 개 시대, 생존&성장 전략을 찾아라!” (‘26.7.24)

- 대한화장품협회(회장 서경배· www.kcia.or.kr)가 글로벌 무대에서 상승세를 타고 있는 국내 화장품·뷰티 산업의 경쟁력 강화와 지속가능한 성장, 그리고 업계 상호 협력 도모를 위한 자리를 마련했음
- 화장품협회 연재호 부회장은 간담회 기획과 관련 “급변하는 산업 환경과 함께 마케팅 전략 또한 예측하기 어려울 정도의 대응력을 요구하고 있는 상황”이라고 밝히고 “특히 날로 중요성을 더해가는 인플루언서 마케팅 전략과 컴플라이언스 리스크를 줄일 수 있는 광고자문 제도에 대한 내용을 직접 확인하고 이해할 수 있는 기회가 되기를 바란다”고 취지를 전했다

- 관련링크:
<https://cosmorning.com/news/article.html?no=53212>

식약처, 맞춤형화장품 조제관리사 규제 완화…리필 매장·체험형 K-뷰티 서비스 확산 기대 (‘26.7.22)

- 식품의약품안전처가 맞춤형화장품 시장 확대의 걸림돌로 작용해 온 인력 규제를 완화하기로 했음. 업계는 샴푸, 린스, 바디클렌저, 액체비누 등 생활밀착형 제품에 대한 소분 판매 절차가 간소화되면 리필 문화 확산과 함께 체험형 K-뷰티 서비스도 한층 다양해질 것으로 기대하고 있음
- 최근 식약처는 맞춤형화장품 조제관리사가 아닌 종업원도 소분·판매 업무를 수행할 수 있는 화장품을 지정하는 내용을 담은 '화장품법 시행령·시행규칙 개정안'을 입법예고했다. 이는 지난해 12월 개정된 화장품법의 후속 조치로, 오는 8월 18일까지 의견 수렴을 거친 뒤 내년 7월 24일부터 시행될 예정임

- 관련링크:
<https://www.cosinkorea.com/news/article.html?no=57917>

K뷰티, 글로벌 매출 최근 2년간 131% 증가(‘26.7.21.)

- 글로벌 소비자 인텔리전스 기업 NIQ(NielsenIQ)는 최근 발표한 보고서 ‘K뷰티 글로벌 진출(K-Beauty Goes Global)’을 통해 K뷰티의 금액 기준 매출이 전년 대비 53%, 최근 2년간 131% 증가했다고 밝혔음
- 타라 제임스 테일러(Tara James Taylor) NIQ 글로벌 뷰티·퍼스널케어 수석부사장은 “K뷰티는 단순한 유행을 넘어 지역 뷰티 혁신이 어떻게 글로벌 성장으로 전환될 수 있는지 가장 명확히 보여주는 사례로 자리잡았다”며, “그 성공은 속도, 문화적 관련성, 혁신을 일상적 습관으로 전환하는 능력에 기반한다”고 말했다

- 관련링크:
https://www.cmn.co.kr/sub/news/news_view.asp?news_idx=50508

언젠가는 습기로울 자외선 차단제 구매 생활! (‘26.7.24)

- 미국 소비자들 가운데 46%가 현재 사용 중인 자외선 차단제가 다 떨어졌을 때에야 비로소 제품 구매에 나서고 있는 것으로 드러났음.이와 함께 30%는 여름이 왔다고 느껴지기 시작할 때 자외선 차단제를 구매하고 있는 것으로 나타났음
- 자외선 차단제를 구매할 때 가장 중요하게 고려하는 요인들을 보면 55%가 장파장 자외선(UVA) 및 중파장 자외선(UVB)으로부터 피부를 보호하는 효과를 꼽아 제품의 효능을 가장 중시하고 있는 것으로 분석됐음.뒤이어 44%가 방수성을, 34%는 로션, 젤 또는 스프레이 등의 제품유형을 가장 중시하는 것으로 파악됐음

- 관련링크:
<https://www.beautynury.com/news/view/111836/cat/10>

◦ 국내외 정보

[Chemlinked] 국제 화장품 규제 업데이트 뉴스레터 (2026. 07월)

REACH 24에서 제공하는 국제 화장품 규제 업데이트 뉴스레터(2026.07월) 입니다.
자세한 내용은 첨부파일을 확인해주시기 바랍니다.

- 미국 FDA, 자외선 차단제 유효성분에 베모트리지놀 성분 추가
- 중국 NMPA, 화장품 안전기술기준 개정
- 브라질, 메르코수르 개정안에 따른 화장품 성분 목록 업데이트
- 태국, 화장품 금지 성분 목록 개정안 발표
- 중국 NMPA, 신규 화장품 성분 등록·신고 서류 관리 관련 최종 행정규정 발표
- 아세안 ACC, 아세안 화장품 지침 성분 부록 업데이트
- 말레이시아 NPRA, 화장품 성분 부록 업데이트
- 미국 일리노이주, 화장품 유해성분 24종 사용 금지

- 관련링크:
https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17759&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

중국NMPA , 화장품 개인맞춤형서비스 2단계 시범사업 범위 확대에 관한 통지

2026년 7월 10일 중국국가약품감독관리국에서는 “화장품 개인맞춤형서비스 2단계 시범사업 범위 확대에 관한 통지”를 발표하였습니다. 이에 해당 내용의 원문과 국문 번역본을 유첨하오니, 상세 내용은 첨부 파일을 참조하시기 바랍니다.

붙임1: 화장품 개인맞춤형서비스 2단계 시범사업 범위 확대에 관한 통지(국문)

붙임2: 화장품 개인맞춤형서비스 2단계 시범사업 범위 확대에 관한 통지(원문)

- 관련링크:

https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17760&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

중국NMPA , 화장품안전기술규범 개정내용 시행 의견조회

2026년 7월 15일 중국 국가약품감독관리국에서는 “화장품안전기술규범 개정내용 시행 의견조회” 를 발표하였습니다. 이에 해당 내용의 원문을 유첨하오니, 상세 내용은 첨부 파일을 참조하시기 바랍니다.

붙임:

- 1. 화장품안전기술규범 개정내용 시행 의견조회_국문
- 2.화장품안전기술규범 개정내용 시행 의견조회_원문

- 관련링크:

https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17761&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

◦ 해외화장품 시장 동향

멕시코 기초화장품 시장동향

2026-07-03 멕시코시티무역관 박성환

- 스킨케어 중심으로 확대되는 멕시코 뷰티 시장 -
- 한국산 수입 증가세, 라벨링 및 COFEPRIS 대응이 관건 -

상품명 및 HS 코드

기초 화장품은 일반적으로 세안제, 토너, 에센스, 세럼, 크림, 로션, 마스크팩, 자외선 차단제 등 피부 보습, 진정, 보호, 미백, 주름 개선 등 피부 관리 목적의 화장품을 포괄한다. HS 코드 3304.99는 ‘기타 미용 또는 메이크업용 제품 및 피부 관리용 제품’에 해당하며, 멕시코 세번상으로는 3304.99.99가 주로 활용된다. 해당 품목은 의약품 제외 피부 관리용 조제품을 대상으로 하며, 자외선 차단제 및 태닝 제품 등도 3304류에 포함된다. 멕시코 수입 시 실제 세번은 제품 성분, 용도, 포장 형태, 의약적 효능 표방 여부에 따라 달라질 수 있어 통관 전 현지 관세사와 확인이 필요하다.

〈기초화장품 HS 코드〉

HS 코드	내용
3304	미용이나 메이크업용 제품류와 기초화장용 제품류[의약품은 제외하며, 선스크린(sunscreen)과 선탠(sun tan) 제품류를 포함한다], 매니큐어용 제품류와 페디큐어(pedicure)용 제품류
3304.99	기타

시장동향

멕시코는 중남미 내 주요 뷰티 및 퍼스널케어 시장 중 하나로, 도시 소비층 확대, 전자상거래 성장, SNS 기반 제품 추천, 기능성 성분에 대한 관심 증가가 기초화장품 수요를 뒷받침하고 있다. 시장조사기관 Mordor Intelligence은 2026년 멕시코 뷰티 및 퍼스널케어 시장 규모는 176억4000만 달러이고, 2031년에는 223억6000만 달러 규모로 성장할 것으로 전망했다.

멕시코 화장품·생활용품 산업협회(CANIPEC)에 따르면, 멕시코 퍼스널케어 산업에서 가장 높은 비중을 차지하는 품목은 피부관리 제품으로 약 22.6%를 차지하고 있으며, 향수 17.6%, 헤어케어 제품 16.8% 순으로 나타났다. 이와 같이 기초화장품은 멕시코 뷰티 소비에서 퍼스널케어 시장을 견인하는 대표 카테고리 볼 수 있다.

<멕시코 퍼스널케어 규모 내 품목 비중>
(단위: %)

분류	피부관리 제품	향수	헤어케어	남성용 제품	메이크업	기타
비중	22.6	17.6	16.8	16.4	13.3	13.3

[자료: CANIPEC]

화장품 소비 지출 측면에서도 피부관리 제품의 비중이 높다. CANIPEC은 멕시코 소비자의 연간 퍼스널케어 관련 지출에서 피부관리 지출이 494.3페소(약 28달러)로 가장 높았고, 향수 386페소(약 22달러), 헤어케어 368.6페소(약 21달러), 남성용 퍼스널케어 359.8페소(약 21달러), 메이크업 267.4페소(약 15달러) 순이라고 밝혔다. 이는 멕시코 소비자가 피부관리 제품을 일상적 소비 품목으로 인식하고 있으며, 기초화장품이 색조화장품보다 넓은 수요 기반을 형성하고 있음을 보여준다.

주재국 수입 동향 및 대한 수입 규모

2025년 멕시코의 기초화장품(HS코드 3304.99) 수입액은 약 8억1200만 달러 규모이며, 3대 수입 대상국인 미국, 프랑스, 스페인으로부터의 수입이 전체의 약 50%를 차지하고 있다. 한국은 멕시코의 6번째 수입 대상국으로, 전년 대비 64.1% 증가한 약 5200만 달러의 기초화장품을 수입하고 있으며, K-뷰티의 꾸준한 인기에 힘입어 수입액이 매년 증가하고 있다.

〈멕시코의 주요 수입국 현황 (HS코드 3304.99) 기준〉
(단위: US\$ 천, %)

순위	국가	수입액			점유율 (2025년)	증감률 (’25/’24)
		2023	2024	2025		
-	전체	640,679	766,894	811,999	100	5.9
1	미국	147,213	160,188	151,143	18.6	-5.6
2	프랑스	142,907	145,259	137,161	16.9	-5.6
3	스페인	83,336	104,329	116,904	14.4	12.1
4	콜롬비아	59,852	84,354	87,684	10.8	3.9
5	브라질	47,235	56,246	65,395	8.1	16.3
6	한국	19,510	31,916	52,386	6.5	64.1
7	중국	17,863	29,877	51,805	6.4	73.4
8	이탈리아	18,262	28,033	45,421	5.6	62.0
9	폴란드	19,364	25,651	21,396	2.6	-16.6
10	캐나다	29,513	33,134	21,033	2.6	-36.5

[자료: 멕시코 중앙은행]

〈멕시코 기초화장품 주요 브랜드 현황〉

기업명	국가	주요 제품군 및 특징
라로슈포제(La Roche-Posay)	프랑스	민감성 피부용 스킨케어, 선케어
세라비(CeraVe)	미국	세라마이드 기반 보습 및 피부장벽 관리
비쉬(Vichy)	프랑스	보습, 안티에이징, 자외선 차단
이스딘(ISDIN)	스페인	자외선 차단제, 피부관리 제품
뉴트로지나(Neutrogena)	미국	보습, 피지관리, 안티에이징, 선케어
니베아(Nivea)	독일	보습크림, 클렌징 제품, 세럼
유세린(Eucerin)	독일	민감성 피부, 색소침착, 안티에이징 관리
바이오더마(Bioderma)	프랑스	미셀라 워터, 클렌저, 세럼, 선케어
그리시(Grisi)	멕시코	자연 유래 성분 기반 크림, 비누, 클렌징 제품
테아트리카(Teatrical)	멕시코	보습, 안티에이징 크림, 피부 톤 관리 제품

[자료: 기업별 웹사이트]

유통 구조

멕시코의 기초화장품 유통채널은 크게 소매 유통, 직접판매, 전자상거래로 구분할 수 있다. 소매 유통은 약국, 대형마트, 백화점, 화장품 전문매장, 클럽형 매장 등을 포함하며, 글로벌 더마 코스메틱 브랜드와 대중형 기초화장품 브랜드가 가장 폭넓게 판매되는 채널이다. 직접판매는 판매 컨설턴트가 소비자에게 제품을 소개하고 판매하는 방식으로, 멕시코에서는 전통적인 유통 방식의 하나이다. 전자상거래는 브랜드 공식몰, 백화점 및 전문매장 온라인몰, 온라인 마켓플레이스를 중심으로 확대되고 있다.

소매 유통은 멕시코 기초화장품 시장의 핵심 판매 채널이다. 멕시코 슈퍼마켓·백화점협회(ANTAD)에 따르면, 협회 회원사는 2026년 기준 92개 체인, 총 4만 7358개 매장을 운영하고 있다. 약국, 대형마트, 백화점, 전문매장 등 다양한 오프라인 채널이 전국적으로 구축되어 있어 소비자의 제품 접근성이 높은 편이다.

약국 채널은 더마 코스메틱과 선케어 제품 판매에 특히 중요한데 라로슈포제, 비쉬, 세라비, 유세린, 바이오더마, 이스딘 등 피부과 기반 브랜드가 약국을 중심으로 유통되고 있으며, 대표 체인인 Farmacias Guadalajara는 2026년 1분기 기준 3027개 매장을 운영하고 있다. 이러한 약국 네트워크는 기능성 기초화장품의 전국 유통에 유리한 기반을 제공한다. 백화점과 화장품 전문매장은 프리미엄 및 수입 브랜드 유통에 적합한 채널이다. Liverpool과 Sephora 등이 대표적이며, 프리미엄 스킨케어와 기능성 기초화장품을 체험 중심으로 판매하고 있다.

직접판매도 멕시코 화장품 유통에서 여전히 중요한 채널이다. 멕시코 직접판매협회(AMVD)에 따르면, 멕시코 직접판매 산업은 화장품, 스킨케어, 향수, 퍼스널케어 제품을 중심으로 약 300만 명의 판매 인력이 활동하고 있는 것으로 나타났다. 메리케이(Mary Kay), 에이본(Avon), 나투라(Natura), 벨코프(Belcorp) 등 주요 기업들이 전국적인 판매 네트워크를 운영하고 있다. 최근에는 전통적인 방문판매 방식에 더해 소셜미디어, 메신저, 라이브커머스 등을 활용한 디지털 직접판매가 확대되면서 소비자 접점을 유지하고 있으며, 화장품 및 기초화장품 브랜드의 유통 채널로서 일정한 영향력을 유지하고 있다.

전자상거래는 기초화장품 유통에서 빠르게 중요성이 높아지고 있다. 멕시코 온라인판매협회(AMVO) 자료에 따르면, 2025년 멕시코 전자상거래 리테일 시장 규모는 9410억 페소(약 541억 달러)로 전년 대비 19.2% 성장했으며, 전체 소매 판매의 17.7%를 차지했다. 최근 1년 내 온라인으로 상품 또는 서비스를 구매한 소비자는 7720만 명으로 집계됐다. 또한 AMVO 조사에서 뷰티 및 퍼스널케어는 멕시코 디지털 구매자의 주요 구매 카테고리 중 하나로 나타났으며, 해당 카테고리의 전체 구매 경험은 82%, 온라인 구매 경험은 46%로 조사됐다. 이에 따라 스킨케어를 포함한 기초화장품도 온라인 유통 확대의 영향을 받는 품목으로 볼 수 있으며, 메르카도리브레(Mercado Libre), 아마존(Amazon México), 브랜드 공식몰 등이 주요 판매 채널로 활용되고 있다.

〈멕시코 기초화장품 주요 유통채널 현황〉

구분	주요 채널 및 기업	특징
약국	Farmacias Guadalajara, Farmacias San Pablo, Benavides 등	더마 코스메틱, 선케어, 민감성 피부용 제품 판매에 강점
대형마트 및 매장	Walmart, Soriana, Chedraui, Costco, Sam’s Club 등	대중형 보습크림, 클렌저, 선크림 등 가격 경쟁 제품에 적합
백화점	Liverpool, Palacio de Hierro 등	프리미엄 스킨케어, 향수, 색조화장품 중심
화장품 전문 매장	Sephora, Sally Beauty, The Body Shop 등	프리미엄, 인디, 수입 브랜드 체험형 판매
직접 판매	Mary Kay, Avon, Natura, Belcorp 등	판매 컨설턴트 기반의 소비자 밀착형 판매
전자상거래	Mercado Libre, Amazon México, 브랜드 공식몰, 백화점 온라인몰 등	리뷰, 가격 비교, SNS 마케팅과 연계된 구매 확대

[자료: 기업별 웹사이트]

관세율

멕시코에서 기초화장품이 분류되는 HS 코드 3304.99.99의 수입관세는 멕시코 정부의 관세율 개정에 따라 2026년 1월 1일부터 25%가 적용되고 있다. 이는 기존에 통상적으로 확인되던 10%보다 높은 수준으로, 한국과 멕시코 간 FTA가 체결되지 않았기에 한국산 기초화장품에는 원칙적으로 일반관세가 적용된다. 다만 실제 적용 관세율은 세번, 원산지, 제품 특성 등에 따라 달라질 수 있으므로 수입 전 정확한 품목분류 확인이 필요하다. 특히 자외선 차단제나 특정 기능성을 강조하는 제품은 분류 및 규제 적용이 달라질 수 있어 현지 수입업체 또는 관세사를 통한 사전 검토가 권장된다. 관세 외에도 멕시코 수입 시에는 부가가치세(IVA) 16%와 세관수수료(DTA)가 부과된다. DTA는 일반 수입 기준 관세평가액의 0.8%가 적용되며, 이 밖에도 통관대행 수수료, 보관료, 라벨링 보완 비용, 검사·인증 비용 등이 추가로 발생할 수 있다.

인증

멕시코의 화장품은 연방위생위험보호위원회(COFEPRIS)가 관리하며, 일반 기초화장품은 의약품과 달리 제품별 위생등록을 요구하지 않는 것이 일반적이다.

다만 멕시코 내 제조, 수입, 보관, 유통 또는 판매 사업자는 업태에 따라 사업장 운영 신고(Aviso de Funcionamiento)를 제출해야 하므로, 한국 기업은 수출 전 현지 수입업체 또는 유통업체의 신고 여부를 확인할 필요가 있다. 동 신고는 제품 인증이나 판매허가가 아니라 사업장 운영 사실을 알리는 절차이며, COFEPRIS는 화장품 관련 사업자의 신고 절차를 DIGIPRIS 등 온라인 플랫폼을 통해 안내하고 있다.

기초화장품 수출 시에는 NOM-141-SSA1/SCFI-2012에 따른 스페인어 라벨링, NOM-259-SSA1-2022에 따른 제조 및 품질관리 기준, 성분 규제, 광고 표현을 함께 검토해야 한다. 라벨에는 제품명, 원산지, 성분, 사용방법, 경고문구, 멕시코 내 수입업체 정보 등 필수 정보를 표시해야 하며, 수입업체가 요구할 수 있는 제조공정 자료, 전성분표, 시험성적서 등 품질 및 안전성 입증 자료를 사전에 준비하는 것이 바람직하다. 또한 화장품은 질병의 치료, 완치, 증상 개선 등 의약품으로 해석될 수 있는 효능을 표시하거나 광고할 수 없으므로, ‘여드름 치료’, ‘아토피 치료’, ‘염증 개선’, ‘상처 치유’ 등 의학적 효능을 암시하는 표현은 사용에 유의해야 한다. 특히 보툴리눔 독소, 의약품적 활성성분, 주사제 또는 시술용 제형이 포함되거나 의학적 효능을 표방하는 경우 일반 화장품이 아닌 의약품 등 보건 관련 제품으로 분류될 수 있으며, 이 경우 제품별 위생 등록, 수입허가, 광고심의 등 별도 절차가 요구될 수 있다. 따라서 수출 전 현지 수입업체 또는 등록 대리인을 통해 COFEPRIS 적용 분류를 확인해야 한다.

시사점

멕시코 내 K-뷰티에 대한 관심이 확대되는 가운데, 기초화장품은 퍼스널케어 산업의 주요 품목으로 자리 잡고 있어 우리 기업에 유망한 시장으로 볼 수 있다. 특히 멕시코는 고온 건조 지역, 고지대 도시, 강한 자외선 등 다양한 기후 조건을 가지고 있어 보습, 진정, 자외선 차단, 산뜻한 제형 등 현지 소비 환경에 맞춘 제품 포지셔닝이 중요하다. 최근 기초화장품 소비는 단순 미용 목적을 넘어 피부장벽 관리, 안티에이징, 민감성 피부 관리 등 피부 건강 중심으로 확대되고 있다. 젊은 소비층은 틱톡, 인스타그램, 유튜브 등에서 성분, 사용감, 후기, 루틴 영상을 참고해 제품을 선택하는 경향이 있어, 우리 기업은 제품 기능과 성분을 쉽게 설명하는 스페인어 콘텐츠와 짧은 영상 중심의 디지털 마케팅을 함께 준비하는 것도 좋은 전략이 될 수 있다.

유통 전략은 제품 가격대와 목표 소비층에 따라 다른데 프리미엄 백화점과 전문 뷰티 채널은 고기능성 세럼, 앰플, 크림, 선크어 제품에 적합하고, 대형마트와 약국 채널은 대중형 보습제, 클렌저, 선크림 등이 유리하다. 다만 글로벌 더마 코스메틱 브랜드와 로컬 브랜드의 경쟁이 강하고, 관세, 라벨링, COFEPRIS 규정 준수가 중요하므로 현지 수입업체와 협력하여 가격 경쟁력, 스페인어 라벨, 성분자료, 광고 문구를 사전에 점검해야 한다.

자료: Mordor Intelligence, CANIPEC, ANTAD, AMVD, AMVO, El Economista, KOTRA 멕시코시티무역관 자료 종합

〈저작권자 : © KOTRA & KOTRA 해외시장뉴스 2026. 07. 03.〉

현황 추진업무 협회

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

◆ 추진 현황

◦ 『미국 시장 진출 및 글로벌 수출 화장품기업을 위한 제재·수출통제·거래처 리스크 관리 실무』웨비나 강의자료 (7/23)

대한화장품협회에서는 2026년 7월 23일(목)에 「미국 시장 진출 및 글로벌 수출 화장품기업을 위한 제재·수출통제·거래처 리스크 관리 실무」를 주제로 웨비나를 개최하였습니다.

해당 웨비나의 강의 자료를 공유드리오니, 관심 있는 분들의 많은 활용 바랍니다.

웨비나 다시보기 링크: <https://youtu.be/tfFsGFYJs0k>

※ 본 자료는 협회 회원사의 참고를 위한 목적으로 제공되며, 무단 배포 및 2차 활용은 삼가주시기 바랍니다.

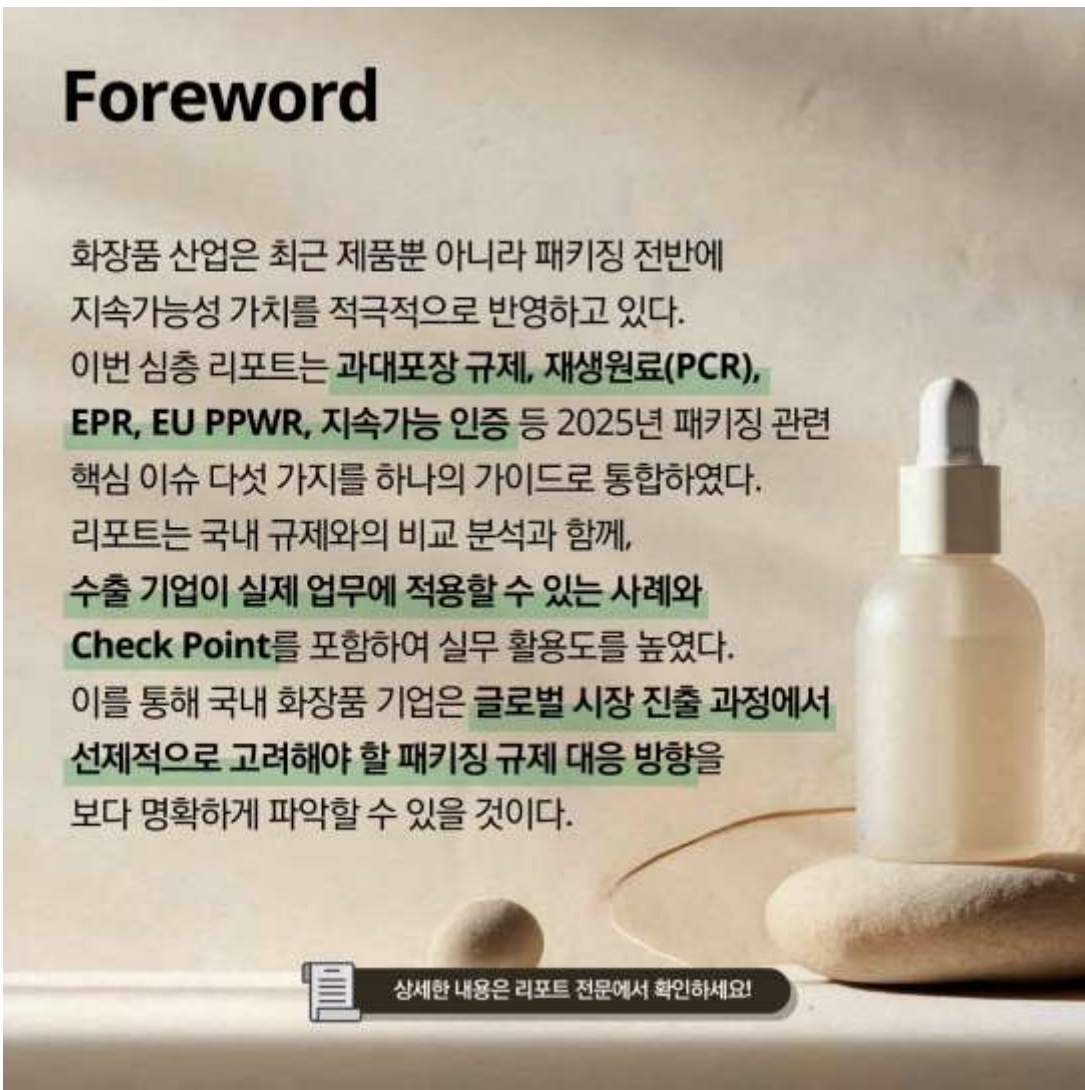
- 관련링크:
https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17763&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

◦ [대한화장품협회] 2025 ESG 인사이트 리포트(과대포장)

대한화장품협회는 화장품 업계의 지속가능한 패키징 관련 전략 수립에 실질적인 방향성과 인사이트를 제공하기 위해 2025년 총 6개의 시리즈로 리포트를 발간하고 있습니다.

2025년 마지막 ESG 인사이트 리포트 <화장품 패키징 규제 통합 가이드> 입니다.
업무에 많은 참고 바라며, 리포트 원본 파일은 첨부파일을 참고하시기 바랍니다.



01. 화장품 패키징의 전략적 가치

화장품 패키징의 역할과 목적

화장품 패키징의 핵심 역할	
제품 보호 & 안정성	- 내용물 품질 유지·손상 방지 - 제조-포장-유통-사용기한 전 과정에서 안정성 확보
소비자와 브랜드의 소통 창구	- 정확·명료·객관적인 정보 제공 - 사용감·브랜드 정체성을 드러내는 첫인상 역할
지속가능한 소비로의 여정	- 친환경 소재 사용 & 재활용 설계 적용 - 소비자에게 지속가능한 선택 메시지 전달

💡 화장품 패키징 주요 Point



설계

포장최소화를 위한
제품 설계 및 디자인



생산

재활용성 확보 및
재생원료 적용



재활용

생산자책임
재활용제도

02. 화장품 산업의 주요 패키징 규제

과대포장규제

국내 과대포장 규제		포장 공간 비율	포장 횟수
단위 제품	인체 및 두발 세정용 제품류	15% 이하	2차 이내
	그 외 화장품류 (방향제 포함)	10% 이하	2차 이내
종합제품		25% 이하	2차 이내
1회용 수송 포장		50% 이하	1차 이내

※ 2026년 4월 30일 이후 소비자에게 수송되는 택배에도 규제

💡 과대 포장
규제의 목적

- 폐기물 감축 및 폐기물 처리의 사회적 부담 감소
- 환경 오염 및 탄소배출량 감축
- 패키징의 과대 생산 비용 및 구매비용의 경제적 부담 감소
- 소비자 권익 보호 및 기만 방지

기업의 과대포장 규제 대응 Point!

구분	항목	내용
포장 공간 비율	규제 기준	✓ 화장품 종류별 기준인지, 순함량·단일소재 등 공통 기준인지 구분
	공간비율 허용수치	✓ 허용되는 공간비율 정량 수치로 규제 강도 파악
측정 방식	패키징 부피 측정 기준	✓ 내·외부 치수 기준 구분 필요 ✓ 국가별 패키징 두께 제한 확인(예: 한국 10mm)
	제품 부피 측정 기준	✓ 완충재 사용 여부, 공간계수 적용 여부 등 국가별 방식 파악
포장 제한	포장 횟수	✓ 가능한 포장 횟수 확인 ✓ 포장 횟수별 공간비율제한 적용 확인
	포장 비용 비율 규제	✓ 전체 판매가 대비 포장 비용 비율 제한 규제 확인
기타	행정 제재	✓ 과태료부터 영업정지·폐업까지 처분 수위 확인
	국가별 특징	✓ 중국 내용물 기준 공간비율 적용, 대만 단일소재 장려 규제 완화 등 국가별 확인 필요

- 관련링크:
https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17092&ss=page%3D1%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

K·C·A
대한화장품협회
Korea Cosmetics Association



- 관련링크:
https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=15750&ss=page%3D1%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.

"대한화장품협회"와 카카오톡 친구 추가 방법 안내

대한화장품협회 카카오톡 친구 추가 방법 안내



카카오톡 친구 추가시 혜택

친구추가 하러가기



화장품 법령 및 정책
정보 실시간 제공



화장품 관련 교육
및 해외 수출 정보



언제 어디서든
간편한 정보 확인

친구 맺기 3단계 방법



1. 카카오톡 접속 후 '더보기' 클릭
하단 메뉴의 점 3개 버튼을 눌러
설정 페이지로 진입합니다.



2. 검색창에 '대한화장품협회' 입력
상단 돋보기 아이콘을 누르고
대한화장품협회 이름을 정확히 검색합니다.



3. 채널 버튼 클릭하여 친구 추가
검색 결과에서 협회 채널을 선택하고
친구 추가 아이콘을 클릭합니다.

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

(화학바이오ISC) 국가직무능력표준(NCS) 개선 결과 산업현장 검증 설문조사 안내 (화장품 연구개발 (마케팅))

1. 설문조사 요청 배경

- 화학·바이오산업 인적자원개발위원회에서 '화장품 연구개발' 분야에 대한 국가직무능력표준(NCS, National Competency Standards) 개선을 수행하고 있습니다.
- 해당 국가직무능력표준(NCS)의 초안 완성에 따라 산업현장 전문가분들께 설문을 통해 검토를 요청드리고자 합니다.
- NCS(National Competency Standards)란 산업현장에서 직무를 수행하는데 필요한 지식, 기술, 태도 등의 능력을 국가적 차원에서 표준화한 것입니다.</p>- 이는 자격, 교육훈련, 인사관리 등에 활용할 수 있도록 산업계가 주도하여 개발한 직무 중심의 과업 절차서라고 할 수 있습니다.

제시' 등에 체크를 부탁드립니다.

- 해당 내용과 관련하여 전체 내용에 대해 작성 요청 드리는 것이 아닌, 응답 가능한 부분에 한해서 설문을 부탁드립니다.
- 또한, 기타 의견 제시의 경우 필수로 하지 않으셔도 되오니 '적정성, 활용도'의 부분만 작성하시면 응답 소요 시간은 길지 않을 것으로 판단됩니다.

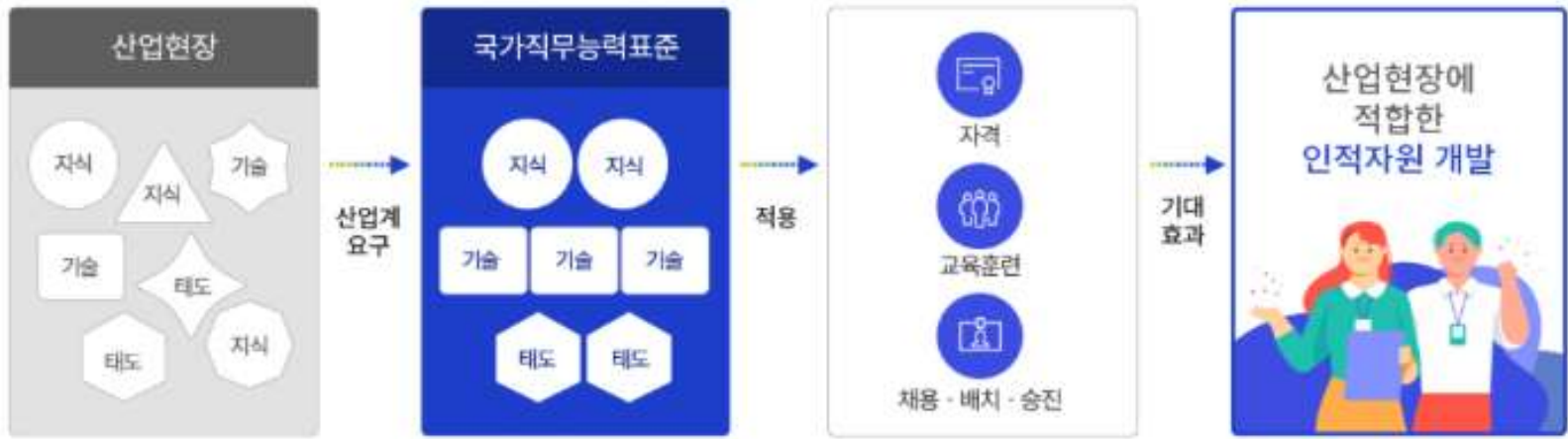
3. 설문조사 회신 및 답례품 안내 사항

- 회신 기한 : 2026년 7월 29일(수) 까지
- 회신 방법 : yhu@chem-bio.net 으로 회신
- 답례품 안내 : 설문 참여 시 소정(5만원 상당)의 식음료 쿠폰 발송 예정

- 관련링크:

http://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17753&ss=page%3D2%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.



2. 설문조사 방법

- 첨부 파일 중 'NCS 표준_화장품 연구개발.pdf' 파일을 확인하신 후
- '화장품 연구개발_산업현장 검증.xlsx' 파일 내 '능력단위 적정성, 활용도, 기타 의견

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

◦ 대한화장품협회 회원사 전용 제휴 할인 서비스 제공 안내



대한화장품협회
Korea Cosmetics Association

회원사 전용 제휴 할인 서비스 제공 안내

제휴업체 서비스 이용시 10% ~ 40% 할인 혜택 제공!



🔍

혜택 확인하러 가기

>

서비스 제공 분야



10~30% 할인
관세법인



10% 할인
물류



10~40% 할인
상표, 지재권



10~20% 할인
통번역



20% 할인
신용정보

- 관련링크:
https://kcia.or.kr/home/edu/edu_01.php?type=view&no=17705&ss=page%3D%26skind%3D%26sword%3D%26ob%3D

※ 자세한 사항은 우리협회 홈페이지 공지사항에서 확인할 수 있습니다.



대한화장품협회
Korea Cosmetics Association

대한화장품협회 회원 가입 안내

구비서류	① 회원 가입 신청서 1부 ② 대표자 이력서 1부 ③ 회사소개서 1부 ④ 회사연혁 1부 ⑤ 사업전개방향 1부 ⑥ 책임판매업등록증(제조업등록증) 사본 1부	
회원의 자격	▪ 정회원 - 화장품 제조업 또는 책임판매업을 하는 법인 또는 개인	▪ 준회원 - 화장품 판매자, 원료제조·공급자, 화장품연구기관, 화장용구 제조업자
회비	▪ 정회원 - 입회비 : 월회비 × 12월 - 월회비 : 매출액에 따른 차등 적용(매출액이 30억원 이상인 경우) ※ 전년도 매출액이 30억원 미만인 경우 입회비 2,400,000원, 월회비 200,000원 임	▪ 준회원 - 입회비 : 500,000원(정액) - 월회비 : 정회원의 2/3 적용 ※ 전년도 매출액이 30억원 미만인 경우 월회비 130,000원 임
회원가입시 혜택	• 총회 의결권 • 회원사 애로 사항 대정부 건의 • 해외마케팅 지원(중국 상해, 중국 광주, 홍콩, 인코스메틱글로벌 전시회 한국관 참가지원) • 영문증명서 발급 • GMP 컨설팅 • 해외 수출에 필요한 정보 제공 • 국내 변화정보(법령, 시장 통계, 해외 인허가 대행 명단)제공 • 성분사전(온라인) 정보 제공 • 화장품 관련 정부 실시간 제공(홈페이지, SNS, 코스메틱리포트) • 중국 수출관련 심층자료 제공 • 중소기업 포상 확대 • 회원사 친목 도모를 위한 정보교류 강화(조찬간담회, 정기총회) • 협회 주최 교육(세미나) 등록비 할인 • 수수료 우대 혜택(발간물, 영문증명수수료, 광고자문, 성분사전) • 회원사 홍보(신규회원, 경조사등 홈페이지에 홍보)	
회원가입절차	STEP 1 가입신청 → STEP 2 가입검토 → STEP 3 회원가입 완료	
문의	대한화장품협회 경영관리실 Tel. 070-8709-8616	

[illegible]

(사)대한화장품협회
Korea Cosmetic Association