

- 글로벌 No.1 K-화장품 -

K-뷰티 중소기업
글로벌 경쟁력 강화 방안

2024. 7. 24.



중소벤처기업부
식품의약품안전처

순 서

I. 추진배경	1
II. 중소기업 K-뷰티 수출 현황 및 평가 ..	5
III. 추진 방향	8
IV. 세부 추진과제	9
1. K-뷰티 유망기업 민관 협업 발굴·육성	9
2. 해외 수출규제 체계적 대응	14
3. K-뷰티 생태계 Level-UP	17
V. 향후 추진계획	20

I. 추진배경

□ [현황] 중소기업 주도로 화장품 수출 증가세 지속

- '23년 전체 화장품 수출의 62.6%를 중소기업이 담당하며, 수출 주도
 - * '24.상반기 중소기업 수출액 33.1억\$(전년 동기 대비 30.8%↑), 역대 상반기 수출액 1위 달성
- 특히, 튼튼한 국내 화장품 산업 생태계 기반의 인디 브랜드 성장 등 우리 화장품에 대한 글로벌 수요 증가
 - * (아마존) '23년 K-뷰티 판매량 75% 이상 증가 (소파) '21~'23년 동안 베트남 K-뷰티 주문 5.2배 증가

□ [기회] 글로벌 플랫폼사가 먼저 찾는 K-뷰티, 수출 퀀텀점프 호기

- K-화장품에 대한 세계적 인기·수요 증가에 따라 글로벌 플랫폼사들은 국내 화장품 우수기업 발굴·육성을 위한 적극적인 전략 추진 중
 - * (아마존) 한국 뷰티 브랜드의 해외 진출을 돕기 위한 '프로젝트 K-뷰티 고백 발표(6.26일)
 - * (큐텐) 북미 소비자 대상 K-뷰티 브랜드에 대해 '배송비 무료 정책' 발표(6.7일)
- 세계 화장품 시장의 성장세도 지속될 것으로 전망되며, 수출확대 기회
 - * 글로벌 뷰티 시장 규모 전망(유로모니터, 억\$) : ('23) 5,700 → ('24) 5,870 → ('26) 6,210

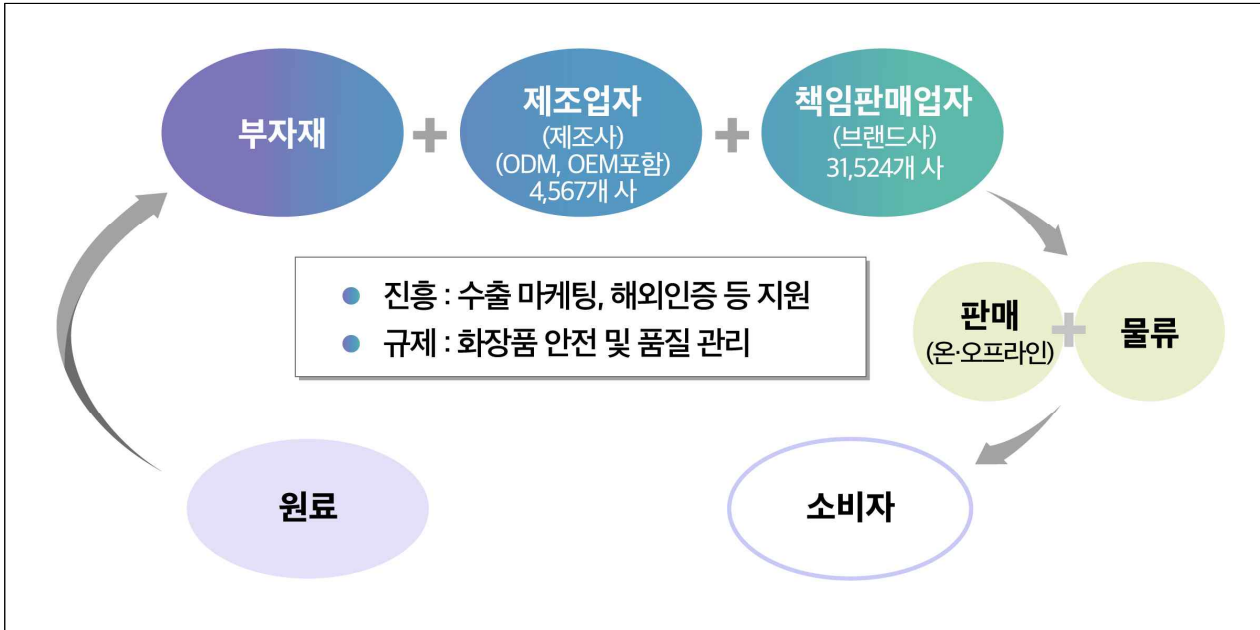
□ [한계] 글로벌 트렌드 변화 및 해외수출 규제 대응 등 애로

- 급격한 글로벌 트렌드 변화 등에 따라 신제품 수명이 점점 짧아지고 새로운 경쟁자가 등장하면서, 중소기업은 끊임없는 혁신과 마케팅에 부담
 - * '22년 화장품 수출 중소기업 (8,041개) 중 32.9% (2,644개)가 '23년 수출 중단
- 자국 산업·소비자 보호 등을 위해 해외 주요국의 수출 규제가 강화되면서 규제 대응을 위한 중소기업들의 부담 가중
 - * 美 화장품현대화법(MoCRA, '24.7월 시행) : 수출 시 FDA 화장품 인증 획득 필수로 요구

⇒ 지금의 수출 확대 기회를 최대한 많은 기업이 활용·성장할 수 있도록 민간의 창의성과 혁신성을 보다 체계적으로 지원 필요

〈참고 1〉 국내 화장품 시장 밸류체인

- **국내 화장품 산업 : 원료, 부자재, 제조업자, 책임판매업자 등으로 구성**



* 미국, 중국, 일본 등 우리나라의 주요 화장품 수출국가들은 모두 화장품 관련 수출규제 운영 중

■ 용어 정리

- **원료** : 화장품 제조에 투입하거나 포함되는 물질
- **부자재** : 화장품 제조 시 사용된 용기, 포장재, 펌프 등
 - * 다품종 소량 생산의 특징을 가지고 있음
- **제조업자(제조사)** :化妆품을 직접 제조하거나 위탁받아 제조하는 자
- **책임판매업자(브랜드사)** : 직접·위탁 제조 또는 수입한化妆품을 유통·판매하는 자
 - * 화장품법에서는 제조한化妆품을 유통·판매하는 기업을 화장품 '책임판매업자'로 정의. 업계에서는 자체 브랜드를 가지고 판매(수출)하는 기업을 '브랜드사'로 통칭
- **판매(온·오프라인 플랫폼)** : 화장품법상의 영업자(책임판매업자)가 아닌 일반 판매업체(아마존 코리아, 쿠팡, 11번가 등)

〈참고 2〉 화장품 산업 성과와 위상

■ 국내 화장품 산업의 성과와 위상

- (국내시장규모) 한국 화장품 산업 시장 규모는 117.8억 달러, 세계 9위('22)
* 미국, 중국, 일본, 브라질, 독일, 영국, 인도, 프랑스, **한국**, 멕시코 順
(한국보건산업진흥원, Euromonitor, '24.02)
- (수출국 순위) 전 세계 화장품 수출 4위 국가에 위치('23)
* 1위프랑스(218억\$), 2위미국(110억\$), 3위독일(97억\$), 4위**한국(85억\$)**, 5위이탈리아(73억\$)
- (수출품목 순위) 화장품이 대한민국 중소기업 1위 수출 품목('23)
* 화장품은 '15년 처음 10위권 진입 이후, 최근 10년간 연평균성장률 16.4% 기록
- (수출국 수) '23년 화장품 수출 국가는 165개국으로 수출 다변화 흐름 명확('24.5, 식약처, 대·중소 포함)
- (최근 수출) '24. 상반기 화장품 수출액은 48억\$로 역대 최대
* 화장품 수출액이 가장 컸던 '21년 상반기 46억 달러 대비 +4.3%('24.7, 식약처, 대중소 포함)
- (미국 시장 장악) '24년 미국 내 수입 화장품 점유율 1위 기록

※ [참고] "K-뷰티, 무섭네"... 美서 화장품 강국 프랑스 제쳤다(6.27, 헤럴드경제)

- 한국 화장품이 미국 내 수입 화장품 점유율 1위 기록
- 미국 내 수입화장품 점유율('24.1~4월, Customs Value 기준) :
한국 20.1%(4억 7,710만\$), 프랑스 19.3%(4억 4,843만\$), 캐나다 13.8%(3억 2,723만\$)
* '23년 프랑스의 화장품 수출 국가별 비중 : 미국 11.6%, 독일 10.3%, 중국 9.3% 順

- (해외 인기) 기초화장품, 색조 등 다양한 분야에서 우수한 성과

- '구다이글로벌'의 대표 상품인 '조선미녀 맑은살선크림'은 아마존 베스트셀러 1위
- 제로투세븐, K-화장품 유아 스킨케어 브랜드 미국 500%, 인도 1,600% 수출 폭등
- K-뷰티 색조 브랜드 티르티르가 흑인 피부에 맞는 K뷰티 쿠션을 출시하며 한국 제품으로는 처음으로 미국 아마존 뷰티 카테고리 판매 1위 수성

■ 화장품 안전관리 및 품질관리 수준 국제적으로 인정

- '국제화장품규제조화협약체(ICCR*)' 6번째 정회원국 가입('20.12)
* '07년 세계 주요국 화장품 규제기관과 산업협회로 발족하여 화장품 무역장벽 최소화, 소비자보호 등에서 규제 조화 활동 [한국 '22년 의장국]
** 유럽연합(EC), 미국(FDA), 일본(MHLW, PMDA), 캐나다(HC), 브라질(ANVISA)에 이은 6번째 정회원 국가로 가입하여 국내 화장품 안전관리와 품질관리를 국제적으로 인정

〈참고 3〉 국내 화장품 성공 요인

■ (혁신) 혁신이 활발한 생태계 구조 및 혁신을 뒷받침하는 제도

○ 생태계 : 생산·판매·유통 등 분야별로 전문기업이 형성되어 있어, 창의적 아이디어를 가진 중소 브랜드사가 쉽게 진입하고 혁신을 견인

○ 제도 : 화장품 브랜드사 진입장벽 완화 및 혁신 뒷받침

- '12년 화장품법을 개정*하여 제조시설 없이도 위탁생산이 가능한 책임판매업자 제도를 도입, 이후 브랜드사 대폭 증가**

* 기존 제조업수입업 두 가지로만 구분 → 제조업 책임판매업 등 세분화하여 제조/유통/판매 구분

** 책임판매업자 수 (개사, 수입업체 제외) : ('14) 3,789 → ('18) 7,440 → ('23) 16,645

- 금지 원료 외에는 모두 사용이 가능한 원료 네거티브 규제 방식, 유일한 기능성 화장품 제도* 등으로 혁신 제품 개발**을 뒷받침

* 필리핀 식약청은 한국의 기능성 화장품 제도 벤치마킹을 위한 "FDA Philippines - MFDS Korea Benchmarking Activity on Functional Cosmetics" 프로젝트를 운영 중('23.12월~)

** 에어쿠션, 마스크팩, 스틱 파운데이션 등 세계 최초 혁신 제품 생산

■ (제조·생산) 세계 최고 수준의 제조·생산 역량 보유

○ 기술력 : '12년부터 제조사의 관리 책임이 완화*, 기술력 향상에 집중할 수 있어 세계에서 통하는 품질 확보 가능

* 화장품 유통안전 책임은 기존 제조업체에서 책임판매업체에 책임을 묻는 체제로 정책 전환

- 코스맥스, 콜마, 코스메카코리아 등 높은 기술력을 보유한 제조사가 아이디어 수준으로만 제품 컨셉을 제시해도 제품화 가능

- 국내 제조사는 '18년 2,328개사에서 '23년 4,548개사로 약 2배 증가하며, 제조 생태계 성장도 활발

○ 신뢰성 : 정부가 제조사에 대해 '우수 화장품 제조 및 품질관리 기준(CGMP)' 적합 여부를 평가·관리하여 국제 신인도 유지

■ (마케팅) 한류·K-컨텐츠와 결합한 강력한 글로벌 마케팅 효과

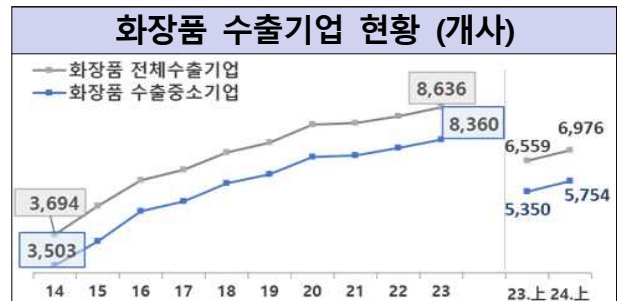
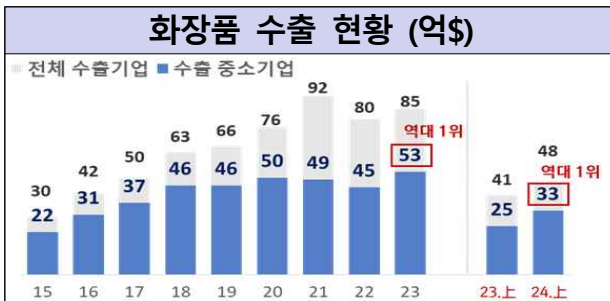
○ K-컨텐츠(POP, 드라마, 영화), 한국식 화장법이 SNS·방송매체를 통해 많이 알려져 K-뷰티가 세계적으로 유행

○ 차별화된 콘텐츠 제작, 인플루언서 활용, 바이럴 마케팅 등 성공적인 SNS 마케팅을 통해 브랜드 인지도 제고

Ⅱ. 중소기업 K-뷰티(화장품) 수출 현황 및 평가

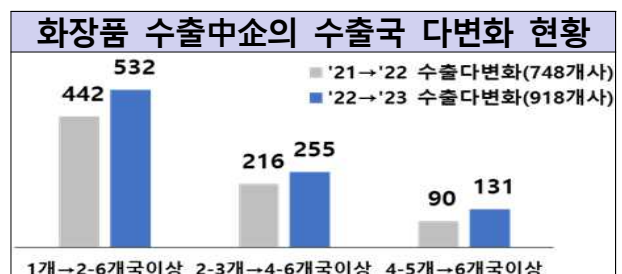
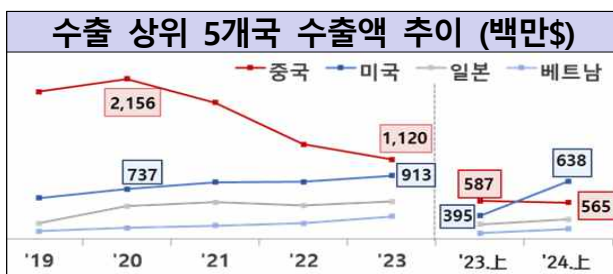
□ (수출액/기업) 中企 수출 1위 품목, 역대 최고 실적

- (수출액) '22년 中 소비위축 등으로 수출이 감소했으나 '23년 연간 최대 수출실적인 53억 달러를 달성하며, 중소기업 수출 1위 품목으로 등극
 - '24.상반기에는 동기 최대 수출실적인 33억\$ (전년 동기 대비 30.8%↑) 기록
- (수출기업) '23년 화장품 수출기업 8,636개사 중 중소기업은 8,360개사로 96.8%를 차지하며, 수출 중소기업수에서도 역대 최대치 기록
 - 책임판매업자의 절반 이상이 수출기업 ('23, 52%, 수입업체 제외) 이고, 수출 中企의 1/3 이상이 신규 수출기업('23, 35.5%)으로 수출 도전 활발



□ (국가/품목) 수출국 다변화, 수출 세부품목도 다양하게 성장

- (국가) '23년 對중국 수출 비중 감소, 미국·베트남·일본은 역대 최고
 - '24.상반기에는 미국이 중국을 제치고 중소기업 수출 1위 국가로 등극
 - '21~'23년 수출 지속기업 중 전년대비 수출국 확대기업 증가(748→918개사)



- (품목) 기초화장품이 수출을 주도 ('23, 화장품 수출의 43.1%)하나, 색조 화장품도 견조한 성장세 시현

* '23년 화장품 內 세부품목별 증가율/비중(%) : (기초) +31.4/43.1, (색조) +7.2/7.5

□ (현장애로) 지속 가능한 성장을 위한 선제적 대응 과제 존재

① 브랜드사

- (마케팅) 수출을 위해 브랜드 인지도 제고가 중요하나, 수출 초보 기업들은 마케팅 노하우 및 빅바이어를 만날 기회도 부족
- (혁신정보) 고객수요 및 국가별 트렌드 변화를 신속하게 파악하고, 제품을 혁신해 나가야 하나 이를 위한 정보 부족
 - 글로벌 시장에 화장품을 판매하는 플랫폼사 등의 빅데이터 필요
- (규제) MoCRA(美) 등 화장품 관련 해외수출 규제가 강화되고 있으나, 중소기업은 업체 자체적인 규제 대응 역량 부족
- (물류) 배송비가 기본적으로 배송 건당으로 결정되고 있어, 부피가 작은 화장품은 상대적으로 물류비 부담이 높은편

② 제조·부자재 업체

- (제조업체) 초개인화 화장품 수요 등에 대응하기 위해 다품종 소량 생산체제로 고도화 필요하나, 중소 제조업체는 자금 등 역량 부족
- (부자재) 글로벌 플라스틱 사용규제 등에 따라 수출을 위해서는 친환경 용기 개발 등을 위한 R&D 필요

* 화장품 용기에 주로 사용되는 스티렌 계열 소재(재활용 불가)에 대한 규제 강화 추세(EU·미국 등)

< 시사점 >

- ◇ 튼튼한 민간 생태계 기반으로 세계가 인정하는 'K-뷰티'로 성장
- ◇ 지속 성장을 위해서는 유망기업의 원활한 신규진입, 혁신제품의 지속 개발과 프리미엄 브랜드로 도약이 필요하나, 혁신·마케팅·규제 대응 등에 애로
 - ⇒ 민간이 구축한 튼튼한 K-뷰티 산업 생태계에 정부가 힘을 더하여 기업 애로를 해소하고 "글로벌 No.1 K-화장품"으로 성장 뒷받침

Ⅲ. 추진 방향

핵심
목표

- 중소기업 수출액 (억불) : ('23) 53 → ('27) 100
- 수출 중소기업 수 (개사) : ('23) 8,360 → ('27) 10,000

추진체계

글로벌 No.1 K-화장품



추진방향

전략 1

K-뷰티 유망기업
민관 협업 발굴·육성

- ① 'K-뷰티 100-UP 프로젝트' 추진 : 유망기업 발굴
- ② 마케팅 역량 및 마케팅 기회 확보 지원체계 강화
- ③ 해외 빅바이어 국내 초청을 통한 해외진출 기회 확대

전략 2

해외 수출규제
체계적 대응

- ④ 해외 수출규제 지원체계 효율화
- ⑤ 국내 규제 합리화를 통한 해외시장 진출 촉진
- ⑥ 해외 수출규제 대비를 위한 국내 안전 및 품질 지원체계 마련

전략 3

K-뷰티 생태계
Level-up

- ⑦ K-뷰티 생태계 4대 분야별* 혁신-글로벌화 디딤돌 제공
* 시장 진입, 스마트 제조, 원료·부자재 R&D, 물류
- ⑧ 생태계 전반 데이터 관리 및 민관 협의체 운영

IV. 세부 추진과제

전략 1 K-뷰티 유망기업 민관 협업 발굴·육성

- ❖ 민간 플랫폼·제조사의 우수한 전문성과 인프라를 중소기업이 활용할 수 있도록 정부의 가교 역할을 강화하고 협업 지원체계 신설
- ❖ 정부 신뢰성을 기반으로 빅데이터와의 만남의 장 마련

1. 민관 협업 'K-뷰티 100-UP' 프로젝트' 추진 : 유망기업 적극 발굴

* 1) 중소기업 K-뷰티(화장품) 수출을 100억 달러 이상, 2) K-뷰티 수출 후원(back-up)

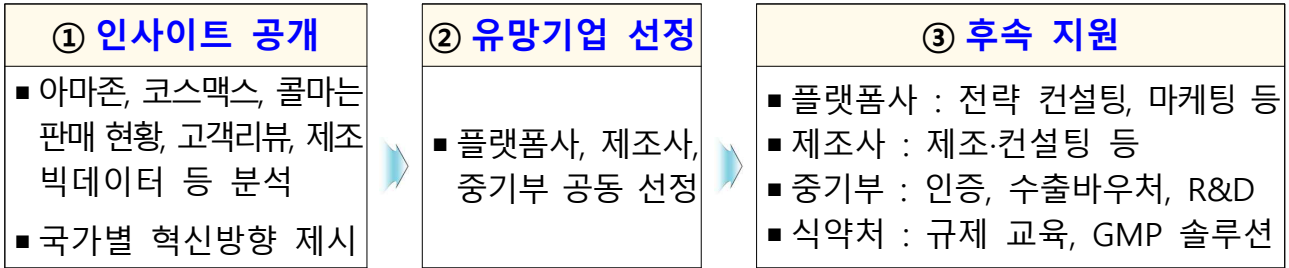
1. K-뷰티 크리에이터 챌린지 (아마존, 코스맥스, 콜마 협업) 온라인 마케팅, 제조 지원(브랜드사) 스타트업 육성(브랜드사, 뷰티테크 등)	2. K-슈퍼루키 워드영 (올리브영 협업) 체험형 마케팅(브랜드사) 투자(브랜드사, 제조사 등)
3. K-뷰티 스타트업 육성 (올리브영, 아마존, 코스맥스, 콜마 협업)	4. K-뷰티 펀드 (콜마, 코스맥스 협업)

① [아마존·코스맥스·콜마 협업] "K-뷰티 크리에이터 챌린지" 신설 ("24.하. 중기부·식약처)

- 글로벌 플랫폼사, 제조사와 공동으로 신규 화장품 수출 유망기업을 경진대회 방식으로 발굴하고 육성하는 프로그램 신설·운영
- 글로벌 플랫폼사가 화장품 국가별·품목별 판매 트렌드 및 고객 리뷰 등 빅데이터를 분석하여 제품 개선방향 등 인사이트*를 제시하고, 해당 분야 우수 제품(기업) 선정
 - * 국가별·품목별 판매제품 현황 및 제품별 특성, 연령대별 선호제품 및 리뷰 등 분석
 - ↳ 예시 : (美 세럼) Vitamin C, Hyaluronic acid 성분을 함유한 주름 개선 및 미백 제품 인기, 향후 펩타이드, 살리실릭 산 성분 함유 제품 및 Needle-less 제품 유망 예상 등
- 제조사는 제조·판매 빅데이터를 분석하여 제품 혁신방향을 제시·선정
- 선정 기업에 아마존은 입점·마케팅·컨설팅, 코스맥스·콜마는 제조·컨설팅, 정부(중기부·식약처)는 인증, 마케팅, R&D 등 연계 지원

- '24년에는 아마존, 코스맥스, 콜마와 협업하여 추진하고 '25년부터 참여 글로벌 플랫폼사 확대

< K-뷰티 크리에이터 챌린지 진행절차(안) >



② **올리브영 협업** “K-슈퍼루키 워드 영” 신설 (’25, 중기부·식약처)

* with young : 1) 올리브영과 함께, 2) 수출도전 초기(young) 기업과 함께

- 브랜드 인지도 확보 전략 중 하나인 ‘체험형 마케팅’이 가능하도록 올리브영 인프라를 활용한 협업 프로그램 신설

* 고객에게 오프라인상에서의 화장품 체험 기회를 제공하여 브랜드 인지도 제고

- (선정) 수출 가능성이 높은 인디 브랜드 연 100개(반기 50개) 선정(올리브영, 중기부)
- (컨설팅) 브랜드 특성에 적합한 글로벌 진출전략 컨설팅(올리브영)
- (마케팅) ① 올리브영 매장 (관광상권 중심) 內 별도 판매공간 구성*,
② 올리브영 글로벌 고객 대상 샘플 발송,
③ 올리브영 페스타** 참여 및 해외 바이어 매칭·상담

* 매장 내 별도 매대, 테스터 운영 등 외국인 고객 대상 체험 및 판매 기회 제공

** 올리브영이 매년 진행하는 올리브영 입점 브랜드 마케팅 행사(’23년, 1.5만명 방문)

- (연계지원) 해외인증, 추가 마케팅, 규제 교육 등 수출 지원사업 연계 (중기부, 식약처)
- 올해는 시범으로 20개의 인디 브랜드를 선정하여, 미디어 노출 등 마케팅 활동을 지원하고 '25년 본격 추진

3 **[올리브영 · 아마존 · 코스맥스 · 콜마 및 로레알 협업]**

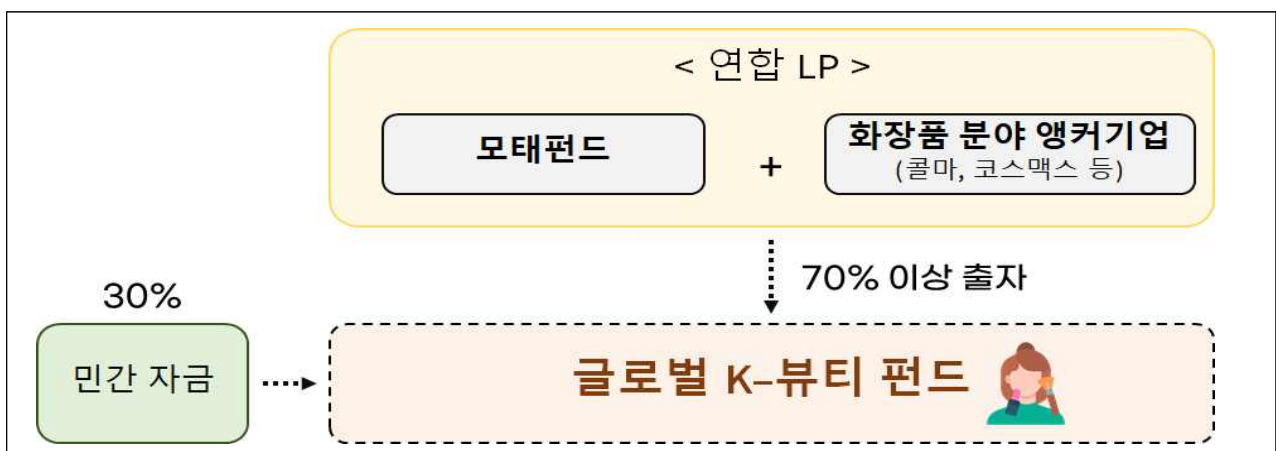
K-뷰티 스타트업 발굴 · 육성 트랙 신설 (중기부)

- 화장품 분야 청년 창업자의 글로벌 진출 촉진을 위해 청년창업사관학교 內 ‘K-뷰티 글로벌 트랙’ 신설 (‘25.상, 50개사 내외)
 - 국내외 유통·제조·글로벌 플랫폼사와 협업체계를 구축하여 화장품 관련 전문적이면서 실용적인 종합과정을 지원
 - 1) (코스맥스·콜마) 제조사 관점에서 1:1 피드백 등 교육 컨설팅 제공
 - 2) (올리브영·아마존) 시장정보, 제조사 매칭, 판매전략 수립 등 컨설팅 제공
 - 3) (정부) 청년창업사관학교는 사업화 자금, 컨설팅 등 프로그램 운영비 지원
- 로레알의 연구 인프라 및 기술력 등을 활용해 뷰티테크 스타트업을 발굴·육성하는 ‘빅뱅 프로그램’ 추진 (‘24.하)
 - * 글로벌 기업(로레알 코리아) 협업 ‘빅뱅’ 프로그램 ‘24.下 시범운영 → ‘25. 정규화 검토

4 **[콜마·코스맥스 협업 민·관이 공동 출자하는 “글로벌 K-뷰티 펀드” 조성** (‘25, 중기부)

- 화장품 분야 앵커 기업과 모태펀드가 공동으로 글로벌 진출 및 혁신 성장 가능성이 높은 K-뷰티·뷰티테크 기업에 중점 투자하는 벤처펀드 신규 조성
 - * 「스타트업 코리아 펀드」의 일환으로, 콜마·코스맥스 등과 협의하여 조성

< 글로벌 K-뷰티 펀드 구조도 >



2. 마케팅 역량 및 마케팅 기회 확보 지원체계 강화

마케팅 교육
(방법 알기)

+

유통벤더 정보
(대상 찾기)

+

마케팅 場 마련
(마케팅 기회 확보)

+

수출bauer 연계
(비용 지원)

- **[마케팅 교육]** 화장품 주요 수출 채널인 온라인상에서의 마케팅 방식 및 마케팅 우수기업 사례·분석 소개 ('24.하, 36회, 중기부)
 - 올리브영·아마존 등 민간 기업이 보유한 마케팅 노하우를 공유하는 'K-뷰티 글로벌 인사이트 컨퍼런스' 개최 추진('25, 연 2회)
- **[유통벤더 정보]** 재외공관 원팀 협의체 및 GBC 등을 활용하여 중소기업이 찾기 어려워하는 해외 화장품 유통벤더 파악·공유 ('25, 중기부)
 - * (중기부) 각국별 화장품 유통채널 네트워크 정보 파악(GBC 등) → (예시) 대한화장품협회 회원사 등에 전달하여 공유
- **[마케팅 場 마련]** 온·오프라인 K-뷰티 특별관 운영 ('24.하, 중기부)
 - 온라인 : 쇼핑 특수기에 글로벌 플랫폼 內 K-뷰티 기획전*을 운영하고, 고비즈코리아에 K-뷰티 특별관 구성
 - * Qoo10 JP 메가와리(9월), Shopee 쌍십절(10월) K뷰티 프로모션 및 아마존 JP K뷰티관(5~11월) 운영
 - 오프라인 : 해외 홍보 및 바이어 발굴·상담 등을 위한 현지 마케팅 강화
 - 해외 주요 화장품 전시회에 중소기업 참여 지원 확대 ('24.하, 4회)
 - * 미국 라스베가스 코스모프로프 전시회, UAE 두바이 화장품 뷰티 전시회, 프랑스 파리 화장품 전시회, 중국 광저우 화장품 전시회
 - 베트남에서 동행축제 개막 ('24.8)에 맞춰 K-뷰티 기업의 베트남 진출을 위한 팝업스토어* 및 상설 매장 운영**
 - * 8월 동행축제 참여기업 베트남 팝업스토어 및 수출상담회 개최
 - ** 소공인 뷰티&헬스 제품 전용 해외 오프라인 매장 운영('24.8~'25.8)
- **[수출bauer 연계]** 수출bauer 부처 협업분야에 K-뷰티 트랙을 신설하여, 식약처가 추천한 우수기업 우선 지원 ('25, 중기부·식약처)
 - * K-뷰티 유망기업 추천(식약처) → 수출bauer 연계 지원(중기부)

3. 해외 빅바이어 국내 초청을 통한 해외진출 기회 확대

□ **민·관 협업 K-뷰티 국제박람회 개최**(‘25, 중기부·식약처 등)

- 국내 화장품 우수성 홍보, 수출상담회 등 K-뷰티 세계화를 위한 해외 빅바이어 초청 K-뷰티 국제박람회 개최

* 대한화장품협회 등 민간이 주도하고, 정부가 지원하는 최대 규모 K-뷰티 박람회 개최

** 올리브영코스맥스콜마 등 국내 민간 제조유통사도 해외 빅바이어 국내 초청 및 전시관 참여 예정



- A사 : 국내 박람회는 해외 빅바이어 참여 저조로 기업들 참여 주저, 해외 뷰티 박람회를 통해 빅바이어 리스트 확보 후 수출국 다변화를 추진 중임
- B사 : 빅바이어가 모이는 세계적 뷰티 박람회처럼, 중소기업들이 해외에 나가지 않고 한국에서 수출계약이 이루어지고 네트워킹이 가능한 박람회 개최 필요

- 한류와 연계한 체험·홍보관* 운영, 국제 화장품 정보교류 포럼 및 라운드 테이블**도 마련

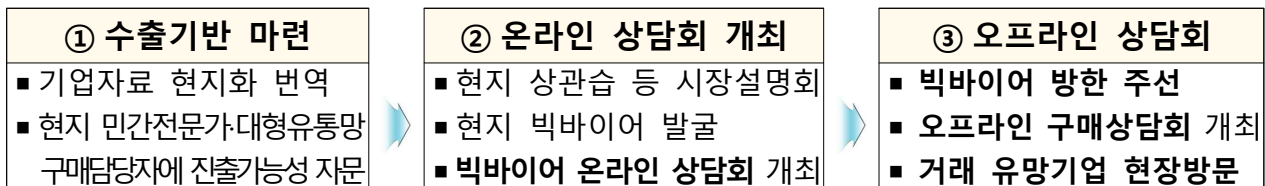
* 박람회장에 K-뷰티 전시·체험 부스 운영, SNS 홍보·판촉행사 시행 등

** 원아시아 포럼과 연계하여 해외 규제당국자 및 해외 유통기업과 국내 중소기업의 가교 장 마련

□ **K-뷰티 수출 유망 5대 국가 빅바이어 초청 상담회**(‘25, 중기부·식약처)

* 미국, 일본, 베트남, 태국, UAE 등 유망 화장품 시장 중심으로 운영

- GBC·재외공관 원팀 협의체·원아시아 포럼 네트워크 등을 통해 빅바이어를 발굴·초청하여 ‘K-뷰티 빅바이어 상담회’ 개최



□ **K-뷰티 세계화를 위한 화장품의 날 지정·운영**

- 화장품 안전·품질 확보와 세계화를 장려하는 화장품의 날·주간 지정 및 연계 행사* 추진 검토

* ‘화장품의 날 주간’을 지정하고 국제 세미나, 학회, 화장품 세일 페스타 등 연계행사

** 사례 : 자동차의 날, 철강의 날, 석유화학의 날, 섬유의 날 등

전략 2 해외 수출규제 체계적 대응

- ❖ 해외 수출규제 대응을 위한 정보제공·심층상담·인증지원 강화
- ❖ 해외진출 촉진을 위한 국내 규제 합리화 및 안정성·품질 확보 지원 강화

4. 해외 수출규제 지원체계 효율화

□ 해외 수출규제 대응 지원 강화 (민·관 협업)

- (정보제공 확대) 국제화장품규제조화협의체(ICCR) 활동을 통한 규제 동향 신속 제공, 신흥시장인 러시아(CIS), 중동 지역에 대한 정보 지원 확대('24.하~, 식약처)
 - * 수출규제 대응 매뉴얼 제작·배포 : 미국(현행화), 캐나다, 멕시코, 인도네시아 등
 - ** 화장품규제조화센터(식약처, 대한화장품협회) : 국가별 화장품 규제정보 제공, 챗봇상담
- (정보공유 확대) 중기부·식약처의 개별 추진 중인 설명회를 부처 합동 대규모 설명·상담회를 개최 (연 2회, '24.하~, 민·관 협업)
 - 특히, 코스맥스·콜마·아마존 등 민간 기업들이 보유한 현지 수출 규제 대응 노하우 등 관련 정보 공유
 - * 국가별 화장품 수출규제 현황, 현지 규제 점검체계 및 애로 해소 사례, 1:1 상담 등
- (심층상담 확대) '24년부터 화장품 수출규제까지 상담하고 있는 해외수출규제 전담반*의 화장품 상담 전문인력 보강('24, 4명 → '25, 8명, 중기부)
 - * 중기부 해외인증획득지원사업을 운영 중인 KTR내에 구축·운영 중
- (인증 지원) 화장품 기업의 빠른 해외인증 획득 지원을 위해 패스트트랙* 인증에 美 FDA 화장품 인증을 포함하여 지원 범위 확대**('24, 7개 → '25, 8개)
 - * 인증 수요가 많고 국내에서 전반적 대응이 가능한 인증(7개)을 대상으로 간이심사, 월별 상시 접수하는 패스트트랙 운영('23~)
 - ** 대상 인증: ('24) 유럽CPNP(화장품) 등 7개 → ('25) 8개 (미국FDA(화장품) 추가)

□ 해외 규제 당국자와의 협력 네트워크 강화 ('24.하, 식약처)

- (규제포럼) 주요 수출국 규제 당국자를 초청하여 해당국 규제정보를 설명하고, 국내 화장품 등을 홍보하는 원아시아 규제포럼 개최(10.17~19)
- (규제당국자 협력) 해외 규제당국자 등 전문가 초청 간담회, 설명회를 통해 인허가 규제 파악 및 애로 해소 지원
 - * 규제당국자 초청 화장품 규제 설명회 : 일본, 필리핀, 중국 등('24.10월)

5. 국내 규제 합리화를 통한 해외시장 진출 촉진

- **천연·유기농화장품 인증 자율 전환**(‘24.하, 식약처)
 - (현황) 천연·유기농화장품 인증제도를 정부 인증*으로 운영하고 있어 빠르게 변화하는 글로벌 트렌드 반영에 한계
 - * 인증 정의·기준을 화장품법에 규정
 - ** 프랑스(ECOCERT), 독일(BDIH) 등 대부분의 국가에서 민간 인증을 운영
 - (개선) 천연·유기농화장품 인증을 정부 인증에서 민간 자율 인증으로 전환(국제적으로 통용되는 COSMOS 등)

- **유사인증 이중 준비 부담 완화**(‘24.하, 식약처)
 - 국내 화장품 GMP 기준을 국제적으로 통용되는 기준(ISO 22716)과 조화시켜* 인증을 준비·관리하는 기업부담 완화
 - * 「우수화장품 제조 및 품질관리기준」(고시) 개정, ~’24.12

- **신속한 시장 진출을 위한 기능성 화장품 제도 개선**(‘24.하, 식약처)
 - (현황) 유행에 민감한 화장품의 특성상 빠른 신제품 출시가 필요함에도 심사 완료 전까지는 제품의 제조를 금지
 - (개선) 신속한 시장 진출을 위하여 심사 완료 이전에도 기능성 화장품 생산을 시작할 수 있도록 규제를 개선하는 법 개정 추진
 - * 기능성화장품의 생산·출고 기록 등을 통해 유통 여부를 확인할 수 있는 화장품 GMP 인증을 받은 제조업체 허용

- **e-라벨 법제화 추진**(‘25.하, 식약처)
 - (현황) 화장품에 의무적인 기재·표시 사항이(전성분·주의사항 등) 많아 제품 디자인 제한 및 소비자 가독성 저하
 - (개선) 다양한 포장·용기 디자인이 가능한 전자적인 방법으로 정보를 제공하는 e-라벨* 법제화 추진(‘24.3~’25.2 시범사업, ‘25.하)
 - * 화장품 표시 사항 중 제품명, 사용기한 등 주요 정보는 제품에 크게 표시하고, 전성분 등 나머지 사항은 전자적(QR코드 등)으로 제공(대만, 캐나다 등에서 높은 관심)

6. 해외 수출규제 대비를 위한 국내 안전·품질 지원체계 마련

□ **화장품 안전관리 지원체계 강화**(‘25~, 식약처)

- 강화되고 있는 글로벌 규제*에 대한 장기적인 대응력 확보를 위해 기업 의견 등을 수렴하여 ‘화장품 안전성 평가제’ 도입 추진(‘28~)

* 유럽(‘13년)에 이어 중국(‘21년), 미국(‘23년)도 안전성 평가 제도 의무화

- 기업 부담 완화를 위해 업계 규모·품목별로 단계적 제도 시행



▪ 중국 등 수출국 규제강화에 따라 수출국 안전 요구 수준에 맞추어 국내 기업의 안전관리 역량 강화가 필요, 대부분이 중견 소규모 업체로 안전성 평가자료 수집 평가 및 전문가 선임에 어려움, 안전성 평가를 위한 단계적 국내 제도 도입 필요

- 안전성 평가제 도입에 따른 화장품 안전성 평가 컨설팅 지원, R&D 지원* 등 화장품 안전관리 지원체계 강화(‘25~)

* 화장품 성분 유형별 안전성평가 모델 개발, 데이터기반 비실험 안전성 평가기술 개발

- (인프라) 글로벌 규제 대응을 위한 플랫폼* 마련·운영 및 안전성 평가 기술지원을 위한 안전성 평가 전문기관 신설(‘25~)

* 화장품 원료별 안전성 평가자료 DB, 주요 국외 규제 현황 정보 등 제공

- (전문인력) 규제과학대학원 등을 활용하여 제품별 안전성을 평가·분석·문서화할 수 있는 현장 인력 양성

* 규제과학대학원(학위과정) 및 안전성 지원센터(비학위과정) 병행 운영

□ **화장품 수출 경쟁력 강화를 위한 국내 GMP 인증 지원**(‘24.하, 중기부·식약처)

※ 국내 GMP 인증 시 중국 일반화장품 독성시험 면제, 동남아 바이어는 정부가 인증하는 GMP 선호

- 화장품 GMP 인증 획득을 위한 맞춤형 컨설팅 제공(‘24~, 식약처)

* (‘24년) 맞춤형 컨설팅 12회, 전문가 양성 교육 4회 추진 중

- 고객의 고품질 제품 수요에 대응하기 위해 화장품 GMP 시설 구축에 대해 중소기업 정책자금 지원* (‘25.상, 중기부)

* 화장품제조업체가 GMP 인증을 위해 시설 개보수 등을 하는 경우 자금 지원

전략 3 K-뷰티 생태계 Level-up

❖ 수출 가능성 높은 혁신 제품이 쉽게 시장에 진입할 수 있도록 개발·제조 등 단계별 걸림돌을 제거하고, 데이터 등 지원기반 강화

7. K-뷰티 생태계 4대 분야별 혁신·글로벌화 디딤돌 제공

<화장품 생태계 內 분야별 현장 요구>

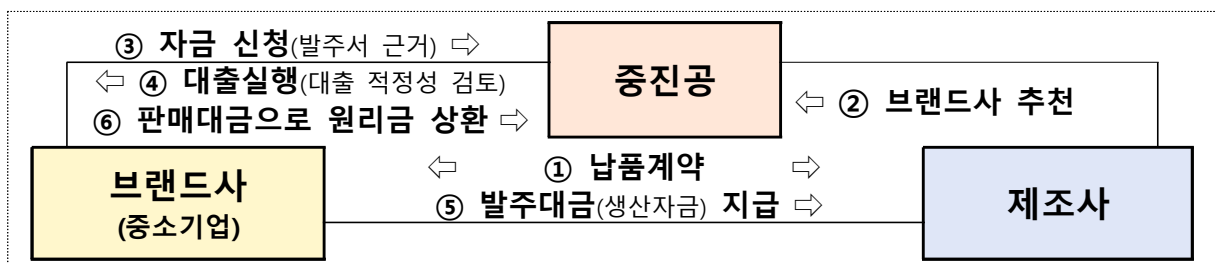
구분	시장 진입	스마트 제조	원료·부자재 개발	물류
현장 요구	유망기업 혁신 제품의 초기 생산자금 확보	다품종 소량 생산체계 스마트화 (수요 다양화 대응)	친환경·기능성 원료·부자재 개발 (글로벌 규제 대응 등)	물류비 절감
지원 방향	① K-뷰티 네트워크론 신설	② 화장품 스마트공장 구축	③ 원료·부자재 R&D 지원	④ 화장품 특화 물류

□ [시장 진입] K-뷰티 네트워크론 신설('25, 중기부)

- 브랜드사가 참신한 신제품 아이디어만 있으면 생산자금 부담 없이 시장에 진입할 수 있도록 제조사 발주 대금을 정책자금 융자 지원

* 브랜드사-제조사 간 발주 계약 후 브랜드사가 발주서를 근거로 중진공에 신청 → 중진공이 브랜드사에 자금 지원 → 브랜드사가 제조사에 발주대금 지급

< K-뷰티 네트워크론 운영 절차 >



□ [제조] 제조사 정보제공 강화 및 화장품 스마트공장 구축('25, 중기부·식약처)

- (제조사 연결) 혁신 아이디어를 보유한 브랜드사가 제조업체를 쉽게 찾을 수 있도록 제조업체 정보제공 체계 강화('25, 식약처)

* 제조업체 정보제공 범위 확대(생산 품목 등) 등

- (신속 생산) 다양한 혁신제품을 신속하게 다품종 소량생산할 수 있도록 “부처협업 화장품 스마트공장” 지원 신설 (‘25, 중기부, 식약처)
 - * (현재) 중기부식약처 “부처협업 식품 스마트공장” 14개 지원중(∼’24.7) ⇒ (확대) “화장품업”
- 스마트공장 구축 시 CGMP 인증 및 품질 솔루션 등 일괄 지원
 - * (중기부) 스마트공장 구축 지원, (식약처) CGMP 인증, 제품 품질 솔루션 구축 등 지원
- 다른 기업도 벤치마킹할 수 있도록 스마트공장 구축 사례 공개

□ **[원료·부자재] 화장품 원료 및 부자재 R&D 지원 강화** (‘25, 중기부)

- 화장품 기능성 원료 개발 및 글로벌 플라스틱 규제 대응을 위한 친환경 용기 개발 등 “K-뷰티 R&D 트랙” 신설
 - * 중소기업 기술혁신 개발 사업 내 신설, 창업성장기술개발(업력 7년 미만) 사업 내 가점 우대
- 그린·화이트(식품)바이오 등 농생명·환경에너지공학 기반 화장품 원료 등 신기술·신제품 연구개발기업에 대한 신속·우대보증 제공(‘24.하, 기보)
 - * 보증비율 최대 95% 상향, 보증료율 0.2%p 감면 및 일정 요건 충족 시 보증한도 대폭 확대 (30억원 → 70억원)

□ **[물류] K-뷰티 분야 중소기업 물류 지원 강화** (중기부)

- 인천공항 중소기업 전용 물류센터(스마트트레이드 허브)에 K-뷰티 특화* 풀필먼트** 센터 설치(‘26년말 완공)
 - * 화장품 포장에 필요한 오토배거(폴리백 자동포장기기) 구축, 소형 다빈도 상품 출고에 적합한 디지털 피킹 시스템 적용 등
 - ** 고객주문에 맞춰 물류센터에서 고객에게 배송되기까지의 소과정 (상품보관-제품 선별-포장-배송-처리)을 일괄처리하는 서비스
- 온라인 수출 중소기업 물류 지원시 K-뷰티 지원 비중 확대 추진*
 - * 中企 온라인 수출의 42%를 K-뷰티가 차지하며, 물류 지원 비중은 30% 수준

8. 생태계 전반에 대한 체계적 데이터 관리 및 민관 협의체 운영

□ K-뷰티의 체계적 통계·데이터 관리·제공 ('25~, 식약처)

- (국내) 국내 화장품 업계 현황 등을 세부적으로 파악하기 위한 실태조사 근거 마련 (화장품법 개정) 및 실태조사* 추진

* 화장품 책임판매업, 화장품제조업 등 기업별 생산·인력·R&D 현황, 수출 애로, 해외 수출규제 대응체계 등

- 관련 통계를 체계적으로 관리하고, 외부에 제공할 화장품 실태조사 공개 플랫폼* 구축·운영

* 화장품 안전성 평가 관련 인프라 구축 시 병행 추진

- (해외) 정책 수립 기초 자료 등으로 활용할 수 있도록 국가별, 유형별, 시기별 수출입 동향 분석 추진 및 공표 근거 마련

* 「화장품법」 개정, 수출입 자료·정보 요청 근거 및 수출입 분석 위탁 근거 마련

□ K-뷰티 민·관 합동 협의체 운영 ('24.하~, 식약처)

- K-화장품 주요 정책의 성과점검, 정책교류와 협력, 수출 규제발굴 및 애로 해소를 위한 민·관 합동 협의체* 확대 운영

* '22년부터 식약처 중심으로 글로벌 화장품 규제 환경 변화 등을 반영한 정책 수립, 규제 개선 지원 등을 위한 상시 소통채널(점프업 K-코스메틱) 운영

- (대상 확대) 식약처 중심에서 중기부, 원료·부자재 업체 등 화장품 산업 생태계 전반으로 확대

- (분과 확대) 현재 제도·안전, 제조·품질 등 5개 분과*에 더해 수출 분과도 신설하여, 수출 지속 성장 논의 강화

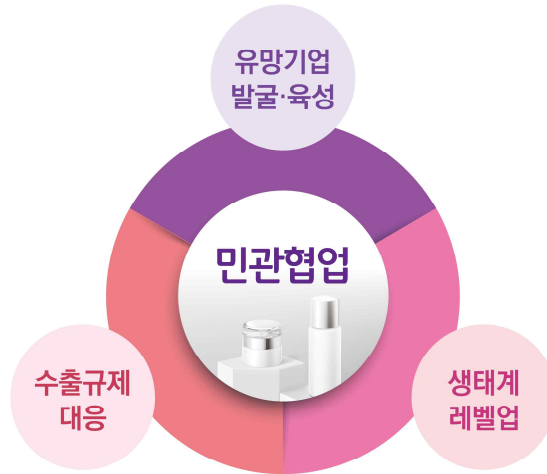
* 제도·안전분과, 표시·광고분과, 기준·심사분과, 제조·품질분과, 자격·교육분과

V. 향후 추진계획

정책 과제	부처·기관	추진 시기
1. [전략1] K-뷰티 유망기업 민관 협업 발굴·육성		
① 민관 협업 ‘K-뷰티 100-UP’ 프로젝트 추진	중기부, 식약처 올리브영, 이마트 코스맥스, 콜마 로레알	‘24.하
② 마케팅 역량 및 마케팅 기회 확보 지원체계 강화	중기부, 식약처	‘24.하
③ 해외 빅바이어 국내 초청을 통한 해외진출 기회 확대	중기부, 식약처	‘25
2. [전략2] 해외 수출규제 체계적 대응		
④ 해외 수출규제 지원체계 효율화	식약처, 중기부	‘24.하
⑤ 국내 규제 합리화를 통한 해외시장 진출 촉진	식약처	‘24.하
⑥ 해외 수출규제 대비를 위한 국내 안전·품질 지원체계 마련	식약처, 중기부	‘25
3. [전략3] K-뷰티 생태계 Level-up		
⑦ K-뷰티 생태계 4대 분야별 혁신·글로벌화 디딤돌 제공	중기부, 식약처	‘25
⑧ 생태계 전반에 대한 체계적 데이터 관리 및 민관 협의체 운영	식약처	‘24.하

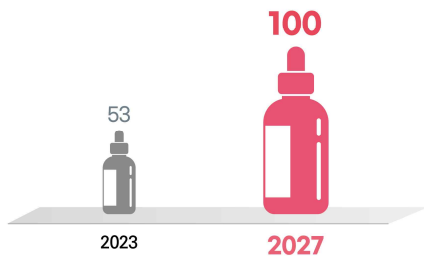
- 글로벌 No.1 K-화장품 -

K-뷰티 중소·벤처기업 글로벌 경쟁력 강화 방안

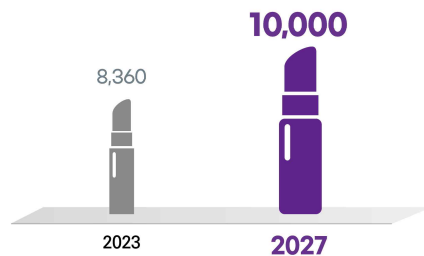


목표

중소기업 수출액 (억불)



수출 중소기업 수 (개사)



추진방향

전략

1

**K-뷰티 유망기업
민관 협업 발굴·육성**

- ① 'K-뷰티 100-UP 프로젝트' 추진 : 유망기업 발굴
- ② 마케팅 역량 및 마케팅 기회 확보 지원체계 강화
- ③ 해외 빅바이어 국내 초청을 통한 해외진출 기회 확대

전략

2

**해외 수출규제
체계적 대응**

- ④ 해외 수출규제 지원체계 효율화
- ⑤ 국내 규제 합리화를 통한 해외시장 진출 촉진
- ⑥ 해외 수출규제 대비를 위한 국내 안전 및 품질 지원체계 마련

전략

3

**K-뷰티 생태계
Level-up**

- ⑦ K-뷰티 생태계 4대 분야*별 혁신·글로벌화 디딤돌 제공
* 시장진입, 스마트제조, 원료·부자재 R&D, 물류
- ⑧ 생태계 전반 데이터 관리 및 민관 협의체 운영

- 글로벌 No.1 K-화장품 -

K-뷰티 중소·벤처기업 글로벌 경쟁력 강화 방안

1. K-뷰티 유망기업을 민관 협업으로 발굴·육성합니다.

K-뷰티 100-UP 프로젝트 추진

- (아마존, 코스맥스, 콜마 협업) “K-뷰티 크리에이터 챌린지” 신설
- (올리브영 협업) “K-슈퍼루키 워드영” 신설
* 인디브랜드 연 100개 선정
- (올리브영·아마존·코스맥스·콜마 및 로레알 협업) K-뷰티 스타트업 발굴·육성
- (콜마·코스맥스 협업) 민관 공동출자 “글로벌 K-뷰티 펀드” 조성

마케팅 지원

- 화장품 마케팅 교육
- 해외 화장품 유통벤더 정보 파악·공유
- 온·오프라인 K-뷰티 특별관 운영
* K-뷰티 기획전, 팝업스토어, 상설매장 운영 등
- 수출바우처를 통한 마케팅 비용 지원

해외 빅바이어 국내유입

- 민·관협업 K-뷰티 국제 박람회 개최
- K-뷰티 수출 유망 5대 국가 빅바이어 초청 상담회
- K-뷰티 세계화를 위한 화장품의날 지정·운영 추진 검토



2. 식약처와 중기부가 협업해 해외 수출규제 대응 지원체계를 효율화합니다.

화장품 수출규제 대응 지원 강화

규제정보 제공강화	상담지원강화 (상담인력보강)
민관합동 설명회 개최	화장품관련인증 신속진행

국내 규제 합리화(규제 개선)

- 천연·유기농화장품 인증 자율화
- 국내 화장품 GMP 기준을 국제적으로 통용되는 기준(ISO 22716)과 조화



해외 수출규제 대비를 위한 국내 안전·품질 지원체계 마련

- 글로벌 규제 대응을 위한 안전성평가제 도입 추진(28년 시행)
* 안전성평가 컨설팅 지원, 안전성평가 전문기관 신설 등
- 화장품 수출 경쟁력 강화를 위한 국내 GMP 인증 지원
* 화장품 GMP 인증에 필요한 용자 및 맞춤형 컨설팅 지원 등

3. 혁신제품이 신속하게 개발·생산되도록 K-뷰티 생태계를 Level-up합니다.

4대 분야별 혁신·글로벌화 디딤돌 제공

구분	시장진입	스마트제조	원료·부자재 개발	물류
현장 요구	유망기업 혁신 제품의 초기 생산자금 확보	다품종 소량 생산체계 스마트화 (수요 다양화 대응)	친환경·기능성 원료·부자재 개발 (글로벌 규제 대응 등)	물류비 절감
지원 방향	K-뷰티 네트워크론 신설	화장품 스마트 공장 구축	원료·부자재 R&D 지원	화장품 특화 물류

체계적 데이터 관리 및 협의체 운영

- K-뷰티의 체계적 통계 및 데이터 관리·제공
* 해외 수출규제 체계적 대응 관리 등
- K-뷰티 민·관 합동 협의체 운영
* 정책 성과점검, 정책 교류 협력, 수출 규제발굴 및 애로해소 등