코스모닝
CosMorning





2024년 10월 14일 제392호 www.cosmorning.com Tel : 02-338-8470

"시·청각장애인 위한 정보 표시 의무화" 추진

김예지 의원 등 10명 화장품법 일부개정법률안 발의…협회 의견 수렴



▲ 화장품의 용기, 포장 또는 첨부문서에 제품의 상세한 정보를 점자·음성·수어영상변환용 코드로 표시하도록 의무화하는 화장품법 일부개정법률안이 발의돼 화장품협회가 업계 의견 수렴에 들어갔다.

화장품의 용기, 포장 또는 첨부문서에 제품의 상세한 정보를 점자·음성·수어영상변환용 코드로 표시하도록 의무화하는 내용을 골자로 한 화장품법 일부개정법률안을 김예지 의원이 대표 발의함으로써 대한화장품협회가 업계 의견 수렴을 시작한다.

김 의원을 포함한 10명의 의원(김예지·김민석·최수진·김소희·서천호·최형두·김선교·김장겸·백종헌·이종배)은 "현행법은 화장품의 기재사항을 화장품의 용기 또는 포장에 표시할 때 제품의 명칭, 영업자의 상호는 시각장애인을 위한 점자 표시를 병행할 수 있도록 되어 있다"고 전제했다.

이와 함께 "그러나 시각장애인을 위한 점자를 표시한 화장품도 제품의 명칭, 영업자의 상호 외에는 다른 상세정보를 인식할 수 없는 경우가 대부분으로 알레르기를 유발하는 성분이 포함된 화장품을 사용하는 등 오용으로 인한 피해가 발생할 여지가 있다. 또한 청각장애인도 제품의 정확한 정보를 가지고 화장품을 구매하고 사용하는 데에도 어려움이 있을 수 있다"고 지적했다.

이에 따라 영업자로 하여금 화장품의 용기·포장 또는 첨부문서에 제품의 상세한 정보를 △ 점자 △ 음성 △ 수어영상변환용 코드로 표시하도록 의무화해 시각·청각장애인이 화장품에 관한 필요한 정보를 타인의 도움 없이 획득해 안전하게 구매·사용할 수 있도록 하려는 것이라고 발의 배경을 밝혔다.

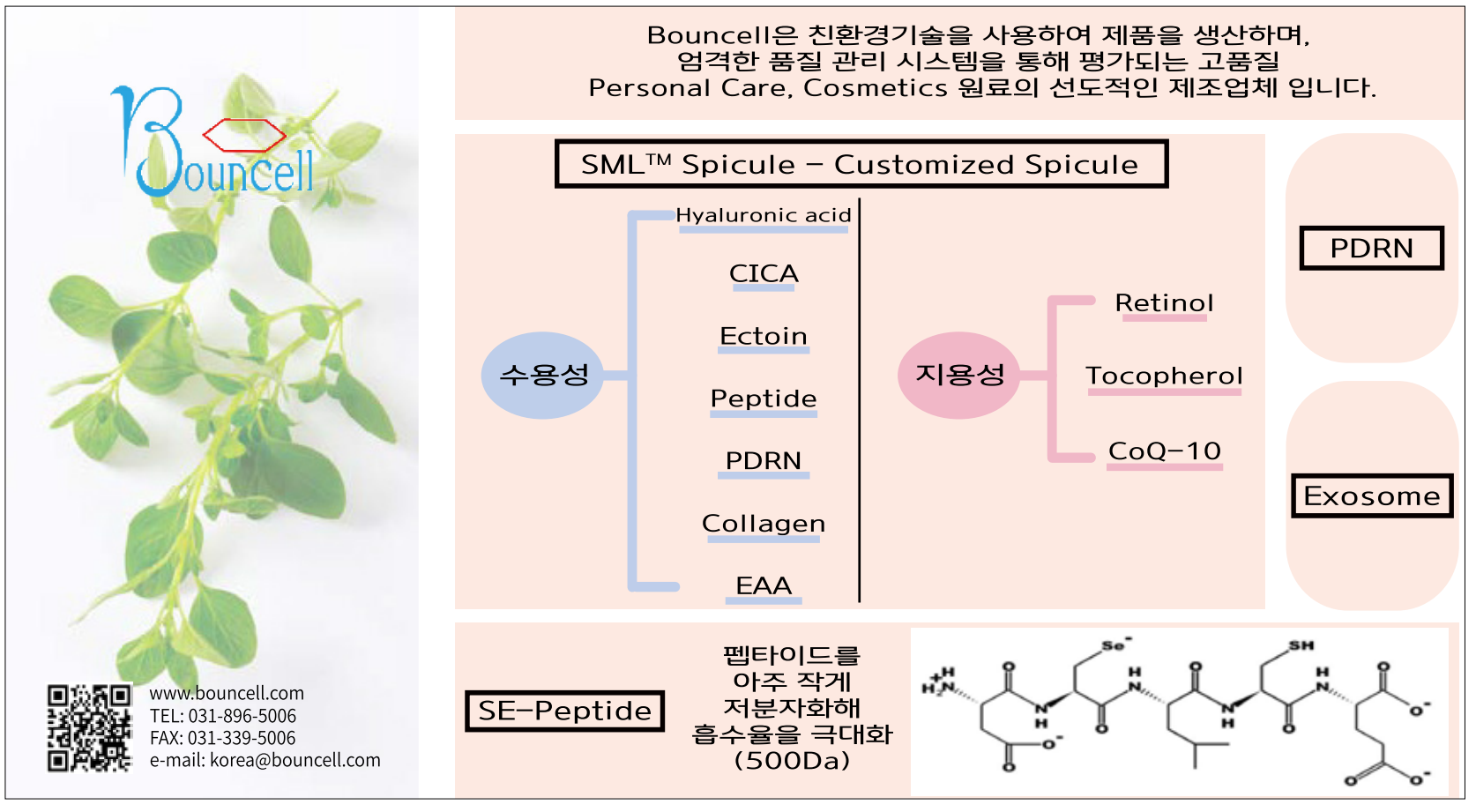
이번 발의에 의해 화장품법 개정(안)은 △ 제 10조 제 3항 △ 제 10조 제 4항 △ 제 40조 제 1항 제 5호의3 신설을 추진한다.

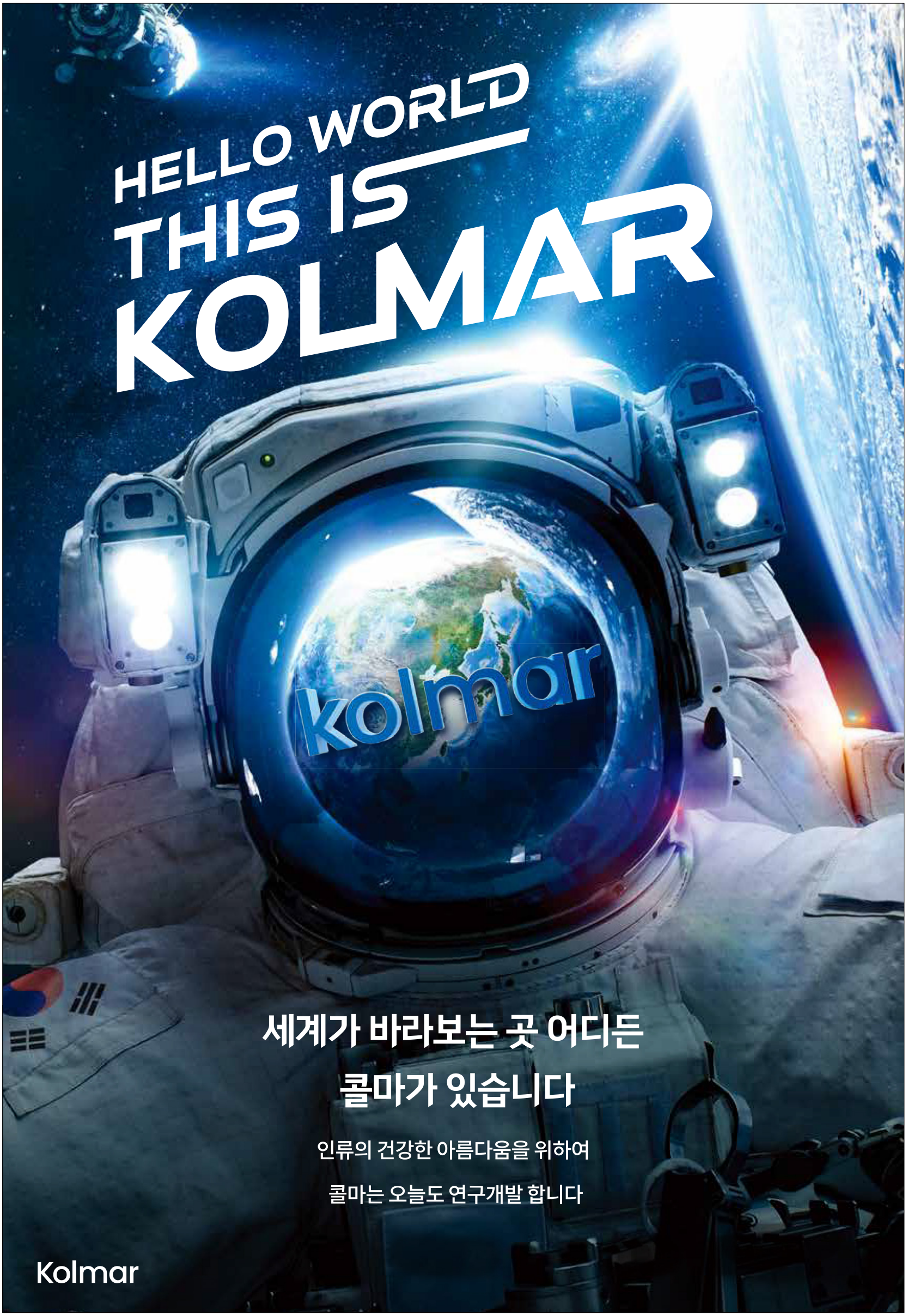
즉 △ 제 10조 제 3항 '제 1항의 기재사항을 시각·청각 장애인이 활용할 수 있도록 화장품의 용기 또는 포장에는 점자·음성·수어영상변환용 코드 등 총리령으로 정하는 방법·기준으로, 첨부문서에는 음성·수어영상변환용 코드 등 총리령으로 정하는 방법·기준으로 표시하여야 한다'를 △ 제 10조 제 4항 '식품의약품안전처장은 제 3항에 따른 표시에 필요한 경우 중소기업을 대상으로 행정적·재정적 지원을 할 수 있다'를 새롭게 추가한다.

동시에 제 40조 제 1항에 제 5호의3에는 '제 10조 제 3항을 위반하여 점자·음성·수어영상변환용 코드 등을 표시하지 아니한 자'를 추가해 위반시 100만 원 이하의 과태료를 부가할 수 있도록 했다.

부칙으로는 △ 공포 후 3년이 경과한 날부터 시행 △ 식품의약품안전처장은 제 10조 제 3항의 개정규정 시행 전에 같은 개정규정에 따른 점자·음성변환용 코드·수어영상변환용 코드의 기재·표시에 필요한 준비행위를 할 수 있으며 △ 제 10조 제 3항의 개정규정은 이 법 시행 이후 제조장 또는 보세구역에서 반출되는 화장품부터 적용한다 등을 규정해 뒀다.

허강우 기자 kwhuh@cosmorning.com




HELLO WORLD
THIS IS
KOLMAR
kolmar
세계가 바라보는 곳 어디든
콜마가 있습니다
인류의 건강한 아름다움을 위하여
콜마는 오늘도 연구개발 합니다
Kolmar



WOOWONMIX
· ULTRA POWDER MIXER
· ULTRA HAMMER MILL
경기도 안산시 단원구 엠티브이4로 16번길 9. Tel. 031 434 3400~4 (주) 우원


브랜드, 날개를 달다!
화장품 원료전문 기업 - 이스트힐
www.eastchill.com / Tel+ 82.31.396.5182 EastHill

9월 화장품 수출 9억2600만$…사상 첫 9억$ 돌파

월간 최고 기록 수립…누적 74억500만$로 100억$ 고지 점령 기대치 높여

◇ 5대 유망 소비재 수출 추이

<단위: 백만 달러·%( )안은 전년 동기 대비 증감률>

품목명	'23년 전체	'23년 9월	10월	11월	12월	'24년 1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월
농수산 식품	10,846	900	937	997	934	877	853	932	1,034	975	957	1,037	935	**791**
	(3.5)	(11.0)	(13.5)	(16.8)	(5.7)	(16.9)	(△3.9)	(△4.3)	(14.4)	(8.6)	(1.6)	(24.3)	(5.3)	**(△12.1)**
화장품	8,466	825	763	771	697	796	717	777	854	879	780	832	844	**926**
	(6.4)	(11.8)	(10.7)	(21.2)	(17.5)	(70.5)	(11.1)	(0.5)	(26.0)	(14.5)	(5.9)	(29.6)	(20.9)	**(12.2)**
패션 의류	2,510	203	199	235	234	199	166	182	187	203	196	188	163	**174**
	(△4.5)	(△10.7)	(△13.8)	(0.6)	(△2.8)	(25.7)	(△17.6)	(△22.8)	(△15.1)	(△5.1)	(△13.2)	(△4.0)	(△11.8)	**(△14.1)**
생활 유아용품	7,897	720	650	709	650	692	669	822	899	760	695	771	847	**716**
	(△0.0)	(5.4)	(8.5)	(18.9)	(2.2)	(23.9)	(1.6)	(16.8)	(44.9)	(16.6)	(6.4)	(21.2)	(23.5)	**(△0.5)**
의약품	7,866	672	627	708	783	719	733	826	794	820	743	794	865	**804**
	(△25.0)	(△8.1)	(17.4)	(26.6)	(8.6)	(6.5)	(21.6)	(13.0)	(29.6)	(34.1)	(△5.4)	(41.7)	(73.9)	**(19.7)**

※ 주: 최초 실적 발표에서 2월·7월·8월 수출 실적은 각각 100만 달러 줄어들었음.즉 2월 718 → 717, 7월 833 → 832, 8월 845 → 844(이상 단위는 백만 달러)로 수정됐음.

▲ 우리나라 화장품 수출 실적이 9월까지 74억500만 달러를 기록, 사상 첫 100억 달러 고지를 돌파할 수 있을지에 관심이 집중되고 있다.

우리나라 화장품 수출이 월간 최고 실적을 기록하며 지난해 6월부터 전년 동기 대비 성장세를 16개월 째 이어가는 등 지칠 줄 모르는 상승세를 보이고 있다.

지난 1일 산업통상자원부(장관 안덕근·www.motie.go.kr)가 집계 발표한 '9월 수출입동향' 자료에 따르면 화장품 수출은 지난해 같은 기간의 8억2천500만 달러보다 12.2%(1억100만 달러)가 늘어난 9억2천600만 달러의 실적을 올린 것으로 나타났다.

9월 수출 실적 9억2천600만 달러는 월간 사상 최고 수출액이며 화장품 월별 수출 실적으로도 최초로 9억 달러 고지를 넘어섰다는 의미를 갖는다.

<자료: 산업통상자원부>

이로써 우리나라 화장품의 올해 1월부터 9월까지 누적 수출 실적은 74억500만 달러로 지난해 같은 기간의 62억3천500만 달러보다 11억7천만 달러가 늘어나면서 18.8%의 성장률을 기록했다. (2월·7월·8월의 기존 발표 실적의 수정 수치 반영)

올해 들어 우리나라 화장품 월별 수출 실적은 단 한 차례도 7억 달러 이하를 기록한 경우가 없으며 지난 6월의 7억8천만 달러를 제외하고 4·5·7·8·9월, 다섯 차례에 걸쳐 8억 달러 이상, 그리고 9월에는 9억2천600만 달러라는 사상 초유의 수출 실적을 올리면서 선전 중이다.

이로써 남은 3개월 동안 25억9천500만 달러, 월 평균 8억6천500만 달러의 수출 실적을 올릴 경우 '수출 100억 달러' 고지를 돌파할 수 있는 가능성을 높게 하고 있다.

올해 들어 9월까지의 월 평균 수출 실적은 8억2천280만 달러 수준이다. 그러나 이는 1월~3월까지의 7억9천600만 달러·7억1천700만 달러·7억7천700만 달러와 6월의 7억8천만 달러가 포함돼 있기 때문이며 나머지 5개월은 모두 올해 월 평균 실적을 상회하는 수치를 나타내고 있음에 기반하면 연말까지 100억 달러 달성도 무리가 아니라는 예상도 나온다.

허강우 기자 kwhuh@cosmorning.com






유씨엘을 만나면 런칭이 쉬워진다
OEM·M-ODM 고객 맞춤형 '원스톱 토탈 솔루션'
UCL T. 02) 2135-7000


symrise
Hydrolite 6 green
100% GREEN 1,2-Hexanediol
IN2BIO
T +82-31-5183-5000 E in2bio@in2bio.com

대한미용사회 "공유미용실 결사 반대"

'영세미용실 줄도산·미용시장 붕괴 위험' 내세워 철회 투쟁 의사 천명



▲ 대한미용사회중앙회가 공유미용실 허용을 골자로 한 공중위생관리법 시행규칙 개정과 관련, 반대 원칙을 재확인하고 관철을 위한 투쟁 전개를 천명했다. 〈사진은 기사의 특정 내용과 관련없는 이미지임〉

대한미용사중앙회가 '공유미용실 결사 반대'라는 원칙을 재확인했다. 대한미용사회중앙회(회장 이선심)은 보건복지부 앞에서 집회를 여는 등 공유미용실 입법이 철회될 때까지 강력 투쟁할 방침이다.

미용사회 측은 "거대자본이 공유미용실에 투입되면 영세 미용실은 줄도산한다. 공유미용실을 허용하면 창업자가 무분별하게 늘어 미용시장의 혼란을 초래할 수 있을 것"이라고 주장했다.

법제처 '공중위생관리법 시행규칙' 개정안 입법예고

법제처는 지난달 5일 '소상공인 경영활성화 지원을 위한 32개 법령의 일부개정 총리령·부령안'을 입법예고했다. 이번 입법예고 제3조에는 '공중위생관리법 시행규칙-별표 1'에 대한 개정안을 담았다. 개정 내용은 "일반미용업을 2개 이상 함께하는 경우(영업자별로 각각 영업신고를 한 경우를 말한다) 시설·설비는 공용 사용임을 표시해야 한다"이다.

현행 공중위생관리법상 미용실은 미용면허 소지자 1인당 각 1개를 허용한다. 개정안이 적용될 경우 미용실 한곳에 영업자를 무한정 등록할 길이 열린다.

이는 미용시장 붕괴와 혼란으로 이어진다는 것이 미용사회의 주장이다. 공중위생관리법 소관부처인 보건복지부를 상대로 집회를 열어 법 개정을 저지한다는 목표다.

인구 450명당 미용실 1개…과포화 상태

공유미용실은 규제 샌드박스 시범사업으로 지정돼 일부 매장에서 운영 중이다.

대한미용사회는 복지부에 공유미용실 반대 원칙을 줄곧 표명해왔다. 반면 복지부는 공유미용실이 △ 청년 창업 기회 제공 △ 미용실 유휴시설 활용 등의 잇점이 있다고 주장했다.

미용사회 관계자는 "한국은 인구 450명 당 미용실이 1개로 포화상태다. 미국은 1천550명, 영국은 1천468명, 호주는 780명, 프랑스는 759명 당 미용실이 한 곳이다"고 설명했다.

이어 "미용실이 넘치는 상황에서 정부는 '창업 장려'를 이유로 공유미용실을 허용하겠다고 나선다. 현실을 모르는 탁상행정이다. 미용기술과 고객 확보 없는 공유미용실 창업은 폐업의 악순환을 불러올 것이다"고 말했다.

소비자 클레임 문제도 제기했다. 소비자가 공유미용실에서 미용 서비스를 받은 후 불만족 시 책임소재를 묻기가 복잡해진다는 판단이다. 공유미용실 해약 과정에서 문제점도 많은 것으로 나타났다. 공유미용실 시범사업에서 일부 입주 미용사는 해약을 원했다. 이 과정에서 임대 보증금을 떼이거나, 원장이 잠적하는 사례도 발생했다.

대자본 진출 시 영세미용실 줄도산 우려

미용업계는 공유미용실이 대자본의 미용시장 진출 경로가 될 수 있다는 데 우려를 나타냈다.

대자본이 전국 핵심 상권에 초대형 공유미용실을 열면, 주변의 영세 미용실은 무너질 수밖에 없는 상황이다.

미용사회 관계자는 "공유미용실 정책에 대해 복지부와 많은 협의를 거쳤다. 복지부에 공유사업자를 3인으로 제한하는 절충안을 제시했으나 수용되지 않았다"며 "미용 분야에선 프리랜서 제도가 자리 잡았다.

창업이 중요한 게 아니라 실력이 있는지, 고객을 확보할 능력이 있는지가 중요하다. 복지부는 시대 흐름에 맞지 않게 창업만 강조하고 있다"고 하소연했다.

공유미용실은 근로자를 보호하는 4대 보험이나 퇴직금 문제를 피해하는 통로로 악용될 우려도 있다는 지적도 설득력있다.

정연심 기자 good@cosmorning.com

화장품 임상시험은
KC피부임상연구센터에서
매출 UP!
피부임상연구센터
Skin Research Center
www.kcskin.com


LONG LASTING
립스틱 러버몰드 개발!
NEW
cdp INNOVATION
※ 임상테스트 결과

사용횟수 비교	기존 러버몰드	New 핑크러버
일반 립스틱 벌크	100회	500회
Isododecane 등이 포함된 립스틱 벌크	20회	200회

경기도 부천시 신흥로511번길 61 032-684-5497 wjtcsales@naver.com www.woojungtech.co.kr





K-화장품·뷰티 수출 유망 중소기업 모여라!

중기부 'K-화장품(뷰티) 100-UP 프로젝트' 가동…중소기업 수출 100억$ 이상 목표



중소벤처기업부가 'K-화장품(뷰티) 100-UP 프로젝트' 참여 기업을 모집한다.

'K-화장품(뷰티) 100-UP 프로젝트'는 중소기업 수출 지원 프로그램이다. 정부가 아마존·한국콜마·코스맥스·올리브영·신세계면세점과 손잡고 중소기업의 해외 진출을 돕는다.

'100-UP'은 2027년까지 중소기업 화장품 수출을 100억 달러 이상으로 성장시키겠다는 목표를 뜻한다. 정부가 중소기업을 후원(Backup)한다는 의지도 들어있다.

이 프로젝트는 △ K-뷰티 크리에이터 챌린지 △ K-뷰티 슈퍼루키 위드 영 △ K-전략품목 어워즈 등 세 가지로 구성했다.

K-화장품(뷰티) 크리에이터 챌린지

'K-화장품(뷰티) 크리에이터 챌린지'에선 미국에 진출할 브랜드를 뽑는다. 아마존·코스맥스·한국콜마가 참여한다.

프로그램은 '수출 유망제품 트랙'과 '신제품 아이디어 트랙' 두 가지로 운영한다.

'수출 유망제품 트랙'에선 성장 가능성이 높은 중소 화장품을 발굴한다. '신제품 아이디어 트랙'은 혁신성을 중시한다. 최신 화장품 판매 실적·검색량을 바탕으로 미국시장 진출에 유리한 아이디어를 제안하면 된다.

평가는 예선·본선·결선 3단계로 진행한다. 트랙별 최종 우수기업 5개사씩 총 10개사를 선정한다. 해당 기업에게 △ 아마존 마케팅·컨설팅 △ 코스맥스·한국콜마의 제조 상담 △ 중기부 수출지원사업 등을 지원한다.

참여 대상은 전년도 화장품 수출실적 100만 달러 미만 중소기업이다. 신제품 아이디어 트랙에는 예비창업자도 참여 가능하다. 신청기간은 10월 23일(수)까지다. 자세한 내용은 고비즈코리아 홈페이지(kr.gobizkorea.com)에서 확인할 수 있다.

K-슈퍼루키 위드 영

'K-슈퍼루키 위드 영'은 올리브영과 함께 진행한다. 올리브영의 인프라를 활용해 수출에 도전할 유망제품을 뽑는다.

올리브영의 화장품 전문성 평가를 거쳐 20개사를 가려낸다. 올리브영은 20개 기업에게 △ 세계 진출전략 상담 △ 올리브영 입점 △ 구매자 연결 행사 참여 등 다양한 기회를 줄 예정이다.

참여대상은 전년도 화장품 수출실적 100만달러 미만 중소기업이다. 모집기한은 오는 23일(수)까지다. 올리브영 홈페이지에 자세한 내용을 공고한다.

K-전략품목 어워즈

'K-전략품목 어워즈'는 신세계면세점이 참여한다. 세계에서 두각을 나타내는 화장품을 뽑아 육성한다. 신세계면세점은 15개 기업을 선정해 팝업스토어 운영 전략을 전수한다.

참여대상은 수출액 제한 없이 자사 화장품을 보유한 모든 중소기업이다. 오는 23일(수)까지 판판대로 홈페이지(www.fanfandaero.kr)에서 참가기업을 접수한다. 중소기업은 세 가지 프로그램에 중복 신청할 수 있으나, 중복 선정 시 1개 프로그램을 선택해야 한다.

오영주 중소벤처기업부 장관은 "화장품은 중소기업이 수출을 주도하고 있다. 중기부는 7월 24일 'K-화장품(뷰티) 중소·벤처기업 국제적(글로벌) 경쟁력 강화 방안'을 발표했다. 우수한 수출 기반시설을 보유한 민간과 협력해 중소기업의 국제적 경쟁력을 높여 나가겠다"고 밝혔다.

정연심 기자 good@cosmorning.com

EdenFarm

Gmp 화장품 제조설비



경기도 안산시 단원구 엠티브이4로 16번길 9. Tel. 031 434 3400~4 (주) 우원





"소규모 업체 지속 증가, 산업 균형 발전 필요"

매년 3천 곳 이상 책임판매업체 증가…제조업체·생산 실적 증가율 상회

피부 기반기술 개발 사업단 2023년 화장품 생산 실적으로 본 산업 현황 리포트



▲ 피부 기반기술 개발 사업단이 국내 화장품 기업 현황·생산 실적을 심층 분석한 트렌드 리포트를 통해 △ 화장품 영업자 수의 지속 증가 △ 제조업체의 성장 △ 생산 실적 보고 업체 비율의 감소 △ 원료·소재 산업에 대한 체계화 관리 필요성 대두 등의 특성과 과제를 지적했다.

지난해 화장품 생산실적 자료에 기반한 대한민국 화장품 산업 현황에 따르면 △ 화장품 영업자(제조업체·책임판매업체·맞춤형화장품판매업체) 수의 지속 증가 △ 제조업체의 성장 △ 생산 실적 보고 업체 비율의 감소 △ 원료·소재 산업에 대한 체계화 관리 필요성 대두 등의 특성과 과제를 내포하고 있는 것으로 나타났다.

이같은 내용은 피부 기반기술 개발 사업단(사업단장 황재성· www.ncrkorea.kr)이 △ 식품의약품안전처가 발표한 화장품 생산·수출 실적 보도자료 △ 각 정부 부처·공공기관 통계 자료 등을 바탕으로 국내 화장품 기업 현황·생산 실적을 심층 분석한 트렌드 리포트를 통해 확인한 것이다.

2023년 화장품 산업 현황 요약

우선 제조업체·책임판매업체·맞춤형화장품판매업체로 분류하는 화장품 영업자는 지속 증가세를 보이고 있다.

통계에 따르면 2023년 말 기준 △ 책임판매업체 3만1천524곳 △ 제조업체 4,567곳 △ 맞춤형화장품판매업체 231곳으로 집계됐다. 이는 전년 대비 각각 12.5%, 0.4%, 6.5% 증가한 수치이다.



이 가운데 특히 책임판매업체는 지난 10년간 연평균 23.1%로 꾸준히 증가하는 양상을 보이고 있으며 이는 제조업체 증가율 11.2%와 화장품 생산 증가율 5.5%를 크게 웃도는 수치다.

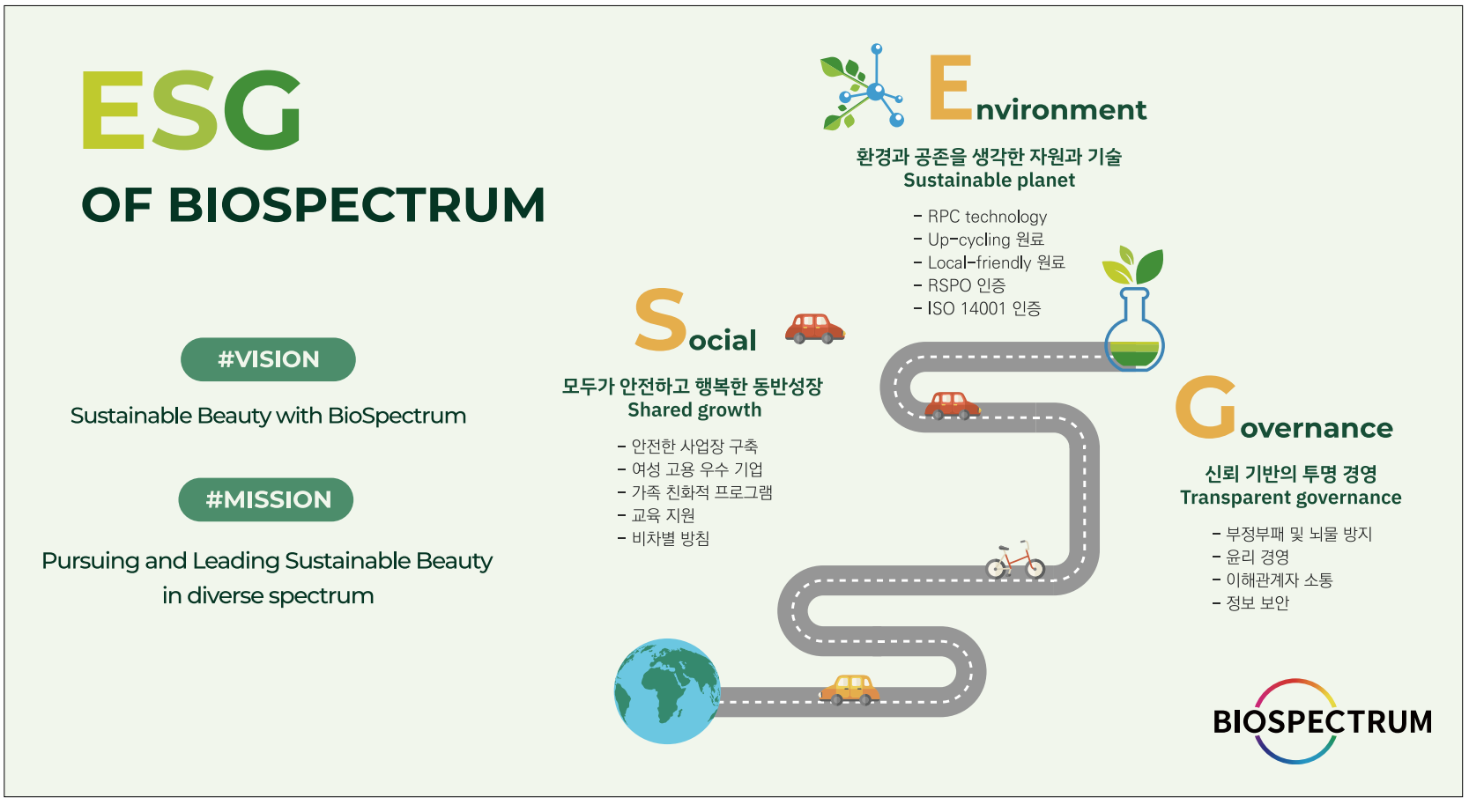
리포트는 "이같은 책임판매업체의 급격한 증가는 화장품 산업 성장의 자연스러운 결과로 볼 수 있지만 동시에 소규모 업체의 난립으로 산업 기반이 약화될 수 있다는 우려도 제기되고 있다"고 지적했다.

즉 지난 5년간 책임판매업체의 증가율은 둔화했지만 여전히 매년 3천 곳 이상의 새로운 책임판매업체가 생겨나고 있으며 이와 관련해 제조업체는 국내외 위탁생산의 증가와 OEM 기업의 성장에 힘입어 최근 5년간 연평균 11.9%의 성장을 이어가고 있다.

2023년의 경우 책임판매업체 3만1천524곳 가운데 1만1천861곳이 화장품 생산 실적을 보고했다. 이는 전년보다 17.2% 증가한 수치다.

그렇지만 전체 책임판매업체 대비 실적 보고 비율은 37.6%로 여전히 낮은

〈7면으로 계속〉



혁신을 주도하는 원료 기업
Bouncell
SML™ Spicule 유효성분 함침
SE-Peptide 초저분자 400Da
MONT-75 즉각 리프팅
PDRN 재생 탄력
Exosome 활성인자 전달
WWW.BOUNCELL.COM TEL: 031-896-5006 FAX: 031-339-5006 e-mail: korea@bouncell.com

1000억 원 이상 생산 기업, 전체 0.1% 불과

10억 원 이하 1만1088곳…생산 실적 보고 업체 줄고 기업 영세화 가속

◇ 화장품 책임판매업체&생산 실적 보고 업체 추이 <단위: 개소·%>



〈6면에서 계속〉

수준이며 지난 2016년 60.7%였던 실적 보고 업체 비율은 해마다 감소 추세를 보이고 있다.

리포트는 "따라서 책임판매업체 증가에 대한 보다 체계화한 모니터링과 적정 기업수 관리 등 산업 생태계의 건강한 발전을 위한 대책 마련이 필요하다"고 이슈를 제기했다.

CGMP 인증 수요 증가세

2023년 말 통계를 기준으로 CGMP(우수 화장품제조·품질관리기준) 인증을 받은 화장품 업체 수는 185곳으로 전년 대비 8곳이 증가했다.

현재 CGMP 인증은 의무사항에 해당하지 않는다. 그렇지만 고품질 제품에 대한 소비자 요구와 수출 혜택을 고려, 많은 기업이 인증을 받으려는 의향을 강하게 피력하고 있다고 이 리포트는 전했다. 특히 이는 미국·중국을 비롯한 주요 수출 대상국가에서 CGMP 적합업체에 대한 혜택을 부여하면서 인증의 중요성이 더욱 강조되고 있기 때문이라는 분석을 내놨다.

1천억 이상 생산기업, 전체의 0.1% 불과

2023년 화장품 생산 실적은 전년 대비 6.8% 증가한 14조5천102억 원을 기록하며 회복세를 보였다. 그럼에도 불구하고 최대 생산 실적을 기록했던 2021년의 16조6천533억 원과는 2조1천억 원 이상의 차이를 나타내고 있으며 2020년의 15조1천618억 원에도 미치지 못하고 있다.

올해(2024년)의 생산 실적 결과를 지켜봐야겠지만 2021년 수준의 실적을 뛰어넘기는 쉽지 않아보이는 현실이다.

지난해 생산실적에서 기초화장용 제품이 전체 생산의 54.8%를 차지하며 가장 큰 비중을 보였고 색조화장용 제품류와 인체세정용 제품류가 그 뒤를 이었다.

그러나 1천억 원 이상의 생산 실적을 기록한 기업은 12곳으로 전체 책임판매업체의 0.1%에 불과한 반면 10억 원 미만의 실적을 기록한 소규모 업체는 1만1천88곳으로 전체의 93.5%를 차지해 기업의 영세화가 심화되고 있음을 보여주고 있다.

리포트는 이같은 상황에 대해 "소수의 대기업이 산업을 주도하는 반면 다수의 소규모 기업은 생산에서 차지하는 비중이 매우 낮다. 이와 같은 불균형 구조를 해결하기 위해 강소기업의 육성과 중견기업으로의 성장을 지원하는 정책이 필요하다"고 제기하고 "또한 신생 소규모 기업이 새로운 시장 기회를 찾을 수 있도록 적절한 지원 전략도 필요하다"고 지적했다.

이와 함께 리포트는 우리나라 화장품 원료·소재 산업에 대한 현황도 분석했다. 리포트는 "현재 한국의 화장품 원료·소재 산업은 아직 체계화를 이룬 통계 관리가 부족한 상황"이라고 전제하면서 "지난 2021년 기준 약 500곳에 이르는 화장품 원료·소재 기업이 영업을 영위하고 있으나 이들 가운데 약 40% 만이 연구개발 기능을 보유하고 있는 것으로 나타났다. 2023년을 기준으로 했을 때 화장품 원료·소재 시장은 약 1조 원 규모로 추정되며 여전히 수입 원료의 비중이 높다"고 밝혔다.

허강우 기자 kwhuh@cosmorning.com

· 자외선에 의해 손상된 피부 장벽 회복을 위한 스킨 마이크로바이옴 솔루션!
Activega-CBiome (BG)
Approved by ECOCERT RAW MATERIAL COSMOS APPROVED
Vegan
UPCYCLED BREWER'S YEAST
Activega-CBiome
Patent (10-2022-0166275)
100% Bio-based
Multi-functional Ingredients
Activonol-5N • NMPA, REACH • Natural pentylene glycol
Activonol-6N RSPO MB • NMPA, REACH • Natural 1,2-Hexanediol
Activonol-BG (UK) Natural • NMPA • Natural 1,3-Butylene glycol
We partner with
NAOLYS NATURE EXPANDED Natural Active Ingredients (Plant Cell)
and
PHARCOS ICHIMARU PHARCOS Co.,Ltd Natural Active Ingredients (Plant Extract)
ACTIVON We make Happiness
ACTIVON
46-5, Dureungyuri-ro, Ochang-eup, Cheongwon-gu, Cheongju-si, Chungcheongbuk-do, 28104 Korea
ACTIVON CHINA
A1 Room 1110, Lida Plaza, Yueken Rd.611, Tianhe District, Guangzhou City, 510000 China
www.activon.kr www.activon-global.com www.activon.cn E-mail: customer@activon.kr

B2B 온라인 전시회

(주)엘비코스메틱
화장품 OEM, ODM

기능성 허가내역
썬크림, 비비 SPF50+/PA++++
썬크림, 비비 SPF50+/PA+++
에어쿠션 SPF50+/PA+++
여드름 기능성 품

파운데이션의 커버와
볼륨있는 광채, 피부 진정까지
3중기능성 멀티 쿠션!!!



LBCOSMETIC
LEADER BEAUTY COSMETIC
경기도 김포시 장릉로 27 ISO 14001 / 9001 / 22716 적격업체
소비자 상담실 : 070.4111.8800

화장품 특화
IT 솔루션 전문 기업
[스마트팩토리, 책임판매업,
제조업, 맞춤형화장품 시스템 구축]
주 이젬코



인체적용시험 전문기관!
더마클
피부임상시험센터
안전성 평가
유효성 평가
기능성 평가
이화학 시험
In-vitro 시험



문의 070-4849-4034 www.dermacle.com info@dermacle.com

Plant Exosome
ActivEXO-MF
기능화 비드와 미세유체칩을 활용한 분리정제로
기존의 원심분리 정제방식의 문제점을 개선하고
안정화된 식물유래 엑소좀의 대량생산을 가능하게 하는
엑티브온의 식물유래 엑소좀 추출 및 분리정제 기술
Acxosome™ series
COSMOS / Vegan Certificated
#병풀 엑소좀의 상처치유 효과
Acxosome™ CICA
#감초 엑소좀의 미백 효과
Acxosome™ Licorice
#작약 엑소좀의 항산화 효과
Acxosome™ Paeonia
#유산균 엑소좀의 항염 효과
Acxosome™ LactoR
ACTIVON
We make Happiness
www.activon.kr www.activon-global.com www.activon.cn

www.oatc-sctc.co.kr
식품의약품안전처 지정
화장품 시험검사기관
(주)오에이티씨
oatc
피부임상시험센터
화장품 · 미용기기 · 건강기능식품
안전성 및 유효성 평가
인체적용시험 전문기관



070-4044-7888 · oatc@oatc.co.kr

아름다움의
새로운 파트너



화장품 OEM 전문 기업
아인코스(주)
aincos CGMP인증기업
주소 : 충남 천안시 서북구 백석공단1로 79
TEL : 041-554-0615

Inter-COSOEMTEC

BEAUADD
BEAUTY TO BE ADDED
화장품 연구 개발, 제조 생산 전문 기업
OEM/ODM | MASK PACK & SKIN CARE
GMP 인증업체 ISO 22716, 9001, 14001



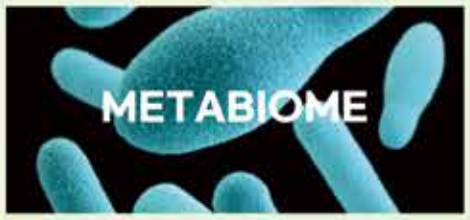
주식회사 뷰애드
본사 서울시 서초구 서초중앙로33길 6-6 신청담빌딩 401호(반포동) T. 02.3476.6677
공장 경기도 고양시 일산동구 견달산로210번길 47-9(식사동) T. 031.965.1185
www.beauadd.com beauadd@beauadd.com

NO.1
대한민국 대표 뷰티거울 제조업체 (주)스타양행
- 최고 품질, 다양한 디자인의 제품
- 세계 유명 화장품회사 제품 OEM·ODM
- 국내외 거울업체 중 자체 디자인 가장 많이 보유
디자인부터 목업 제품생산까지
ONE-STOP SERVICE
All of the mirrors
www.staro.co.kr
since1979 Star Corporation



DESIGN YOUR BEAUTY INGREDIENTS
J2KBIO
천연 바이오 소재 연구 기반 화장품 원료 전문 벤처 기업







(주)제이투케이바이오
TEL 043-280-9000
E-MAIL sales@j2kbio.com
WED www.j2kbio.com

청솔바이오코스주식회사
경기도 화성바이오밸리 청원산단1길132
기초 튜브 팩
대량·소량 OEM
급발주 해결사



✓ 마스크팩충진기 → 22라인
✓ 기초화장품충진기 → 25라인
✓ 튜브충진기 → 4라인
· 대 지 | 7,265m²
· 공 장 | 3,300m²
· 창 고 | 5,000m²
· 시화공장 | 2,000m²
· 베트남타이응웬 | 3,000m²



신현필 대표 공학박사, 기술사
방사능, 환경, 독극물, 위험물 등 13개 국가기술자격 소지
T 010-3819-3258 E cs1631@chungsolchem.com

REACH24H
www.reach24h.com/ko
화장품 수출 인증, 아직도 국가별로 따로 맡기시나요?
글로벌 One-Stop 서비스, 4대륙 9개국에서 지사를 운영하는 "리이치24시"는 가능합니다.
중국, 미국, EU, 영국, 러시아 및 CIS, 태국, 베트남, 인도네시아, GCC(사우디아라비아, UAE) 등
02-3497-1610 / 02-3497-1113
korea@reach24h.com
서울시 강남구 강남대로 94길 34, 5층

국내 최초 인터넷 종합 화장품 도매상
DOMAECOS
10,000여가지 다양한 구색
(국내브랜드 화장품, 수입 브랜드 향수, 잡화 등)
수출상품 / 특판 / 총판 / 특가 / 덤 제품
다량 상시 보유
구매 금액별 사은품 증정
당일 출고로 빠른 배송



02-2693-4065 02-2608-1195
www.domaecos.com
ID : domaecos N 도매코스

COREDERM
A TRUE EXPERT IN SKIN RESEARCH
(주)코어덤 피부임상시험기관



◇ 화장품 생산 상위 10위 업체 생산액 추이

<단위: 억 원>

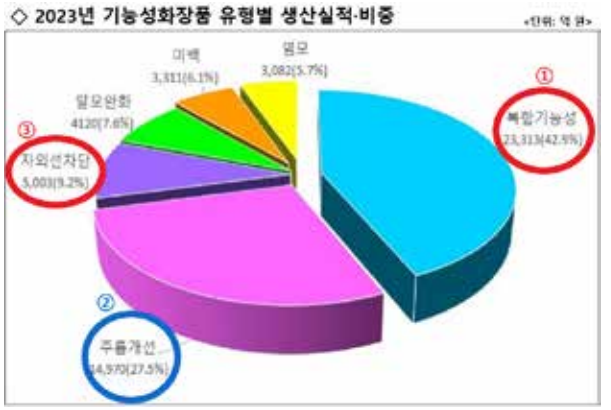
구 분		2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
1	엘지생활건강	20,670	28,866	35,825	39,672	45,005	49,603	49,130	54,886	34,262	34,954
2	아모레퍼시픽	35,166	37,485	43,899	40,898	45,558	49,154	39,820	47,554	34,869	32,340
3	애경산업	1,426	1,978	2,528	3,998	4,817	3,751	2,382	3,010	2,700	3,180
4	애터미	1,551	1,213	1,169	1,364	-	-	2,315	1,755	1,780	1,766
5	클리오	-	-	-	-	-	-	1,105	1,137	1,176	1,602
6	코스알엑스	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1,584
7	카버코리아	-	-	1,436	1,666	2,157	2,162	2,087	1,998	1,531	1,491
8	CJ올리브영	-	-	-	-	-	-	-	-	867	1,377
9	코스맥스	-	-	-	-	-	-	1,263	1,255	807	1,164
10	난 다	-	-	-	-	-	-	1,035	-	890	1,105
11	이니스프리	1,300	1,578	1,961	1,905	1,655	1,636	1,136	1,216	885	1,019
12	지피클럽	-	-	-	-	3,085	1,844	1,681	1,223	1,835	-
13	해브앤비	-	-	-	-	-	1,410	-	1,380	884	-
14	에이블씨엔씨	1,486	1,369	-	1,286	2,018	1,454	-	-	-	-
15	더페이스샵	1,573	1,757	1,692	1,223	1,069	-	-	-	-	-
16	코리아나화장품	-	1,432	1,450	1,724	2,312	2,332	-	-	-	-
17	에뛰드	1,170	-	-	-	-	-	-	-	-	-
18	참 존	1,052	-	-	-	-	-	-	-	-	-
19	네이처리퍼블릭	1,226	-	-	-	-	-	-	-	-	-
20	엘앤피코스메틱	-	1,252	1,549	-	1,122	-	-	-	-	-
21	잇츠스킨	-	1,278	-	-	-	-	-	-	-	-
22	리더스코스메틱	-	-	1,168	-	-	-	-	-	-	-
23	코스토리	-	-	-	1,108	-	1,516	-	-	-	-

◇ 최근 10년 간 기능성화장품 생산실적 증가율·점유율 추이



◇ 2023년 기능성화장품 유형별 생산실적·비중

<단위: 억 원>

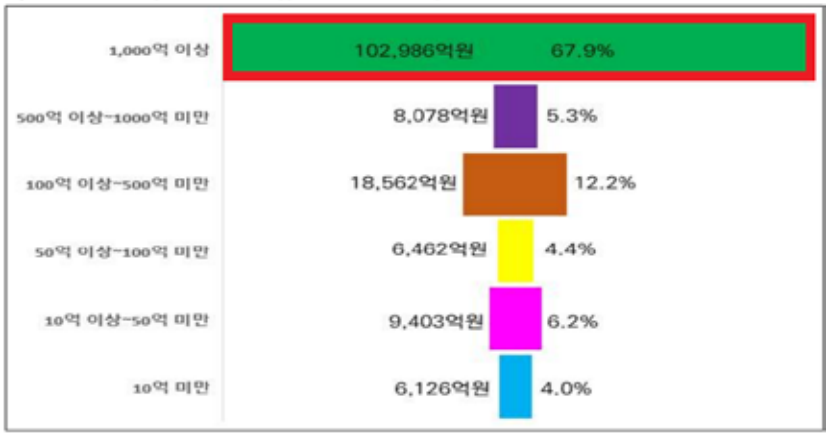


◇ 최근 10년 간 기능성화장품 유형별 생산 실적 추이

<단위: 억 원>



◇ 2023년 화장품 생산규모별 생산 비중 현황



◇ 화장품 1천억 원 이상 생산기업의 생산금액·비중

<단위: 억 원·%>



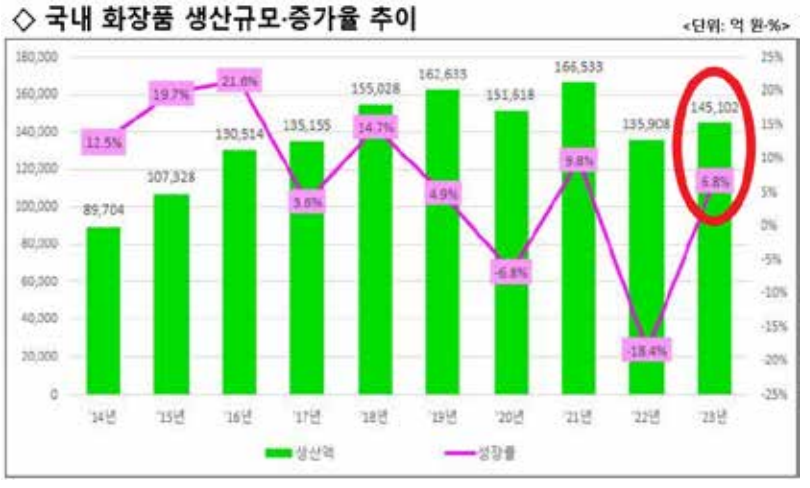
◇ 화장품 유형별 생산규모 추이

<단위: 억 원>



◇ 국내 화장품 생산규모·증가율 추이

<단위: 억 원·%>







"日 초저가·3일 배송, 오직 세이고 익스프레스!"

'1kg 기준 430엔' 업계 최저가 실현…화장품·뷰티 기업 최적 서비스 제공





▲ '1kg 기준 430엔'이라는 파격 운임과 최종 배송지까지 3일 이내 도착을 보장하는 세이고 익스프레스의 배송 서비스가 K-뷰티 기업의 새로운 경쟁력으로 자리잡을 전망이다. 사진은 세이고 익스프레스 물류센터 전경.

8월말 현재 대 일본 화장품 수출 누적 실적은 6억4천500만 달러로 전년 같은 기간의 5억3천만 달러보다 21.8%가 늘어난 실적을 보이고 있다. 미국의 증가율 65.2%에 이어 상위 5위권 내 국가 중에서는 2위의 증가율이다.

'경쟁불허 최저가 · 배송일 단축'으로 새 바람

K-뷰티 수출의 이러한 일본 수출에 날개를 달 수 있는 배송 시스템이 본격 가동을 시작한다.

'1kg 기준 430엔'이라는 파격 운임으로 일본 배송에 새 바람을 선언한 세이고 익스프레스(SAYGO EXPRESS)가 화제의 주인공 기업이다. 세이고 익스프레스가 책정해 시행하고 있는 해당 서비스는 업계 평균보다 15% 이상 저렴한 비용이라고 할 수 있다.

△ 물류업계 최초 △ 업계 유일의 '오늘 한국 출발, 내일 일본 도착' 배송 서비스를 제공하고 있는 세이고 익스프레스의 이 서비스는 오후 6시까지 배송 접수한 물품이 다음날 오전 6시면 일본 후쿠오카에 도착, 오후 1시부터 일본 현지 배송을 시작하는 시스템이다.

세이고 익스프레스 관계자는 "기존 일본 평균 배송일은 5~6일이 기본이지만 이를 2~3일까지 단축시켜 온라인 판매를 하고 있는 국내 e-커머스 기업과 수출 기업은 이처럼 빠른 배송을 통해 매출 상승을 기대할 수 있을 것"이라고 밝혔다.

이 관계자는 "특히 99.9%에 이르는 당일 출고율은 고객사의 경쟁력과 대 고객 신뢰도를 확보하는데 실질 효과를 얻기에 충분한 서비스"라고 덧붙였다.

자체 개발 '세이고 SMS' 기반 최적 서비스 제공

세이고 익스프레스가 이같은 경쟁력의 원천은 자체 개발 시스템 '세이고 SMS'에 기반한다. 직관적인 사용성과 기능을 장착, 누구나 쉽게 사용할 수 있을 뿐만 아니라 △ 아마존 재팬 △ 큐텐 △ 라쿠텐 등 일본 주요 쇼핑몰 주문과의 자동주문 연동 기능을 통해 클릭 몇 번이면 모든 과정을 수행할 수 있다.

동시에 물품 집하지에서 목적지까지 배송진행 현황을 한 눈에 확인할 수 있는 시스템을 구축함으로써 안정성을 갖춘 글로벌 추적 서비스 제공도 가능하다.

이 역시 국내 굴지의 해운기업과 일본 배송업체와의 파트너십을 맺고 있는 세이고 익스프레스의 숨은 경쟁력 가운데 하나다.

물류업계에서 비교하기 어려울 수준의 파격 가격과 빠른 배송, 안정화를 완성한 시스템을 운용하고 있는 세이고 익스프레스의 배송 시스템은 화장품·뷰티 기업이 직접 해외 배송을 하는 것보다 경제성·안정성 측면에서 최대의 베네피트 제공을 약속한다.

연 100만 건 이상 물량 처리…글로벌 물류 지각 변동 예고

세이고 익스프레스 측은 "연 100만 건 이상의 수출·해외 배송을 진행하고 있는 세이고 익스프레스는 이처럼 완벽한 배송 대행 서비스 체제를 바탕으로 K-뷰티 기업들의 일본 수출과 배송을 책임지고 있다"며 "아시아를 넘어 미주, 유럽 등 전 세계에 걸쳐 운송 네크워크를 확장하는 동시에 단순한 화물 배송 수준을 넘어 글로벌 물류의 새로운 방향을 제시하기 위한 투자도 진행중"이라고 강조했다.







Cos Biz

화성산업진흥원, '화이트바이오 혁신 컨퍼런스'

29일 개막…혁신클러스터 사업단 연구성과 공유·상담부스 운영



▲ 화성산업진흥원이 오는 29일 경기 동탄 LH인큐베이팅센터 3층 컨퍼런스홀에서 '2024 화이트바이오 혁신 컨퍼런스'를 개최한다.

화성산업진흥원(원장 김광재)이 오는 29일(화) '2024 화이트바이오 혁신 컨퍼런스'를 개최한다. 경기 동탄 LH인큐베이팅센터 3층 컨퍼런스홀에서다.

'2024 화이트바이오 혁신 컨퍼런스'에서는 화장품 특강과 비즈니스 상담회가 열린다.

특강은 △ 피부 마이크로바이옴의 역할(윤석균 코스맥스 랩장) △ 화이트바이오 관련 기술 동향(한지유 협성대 교수) △ 최신 중국·미국 화장품 규제 변화와 대응 과제(손성민 리이치코리아 대표) 등으로 구성했다.

화장품 분야별 일 대 일 매칭 상담 부스도 운영한다. 참여 기관은 △ 성균관대(기술이전) △ 코스맥스·노디너리(제조) △ 비즈니스마이닝(특허) △ 한국생산기술연구원(인증·지원 사업) 등이다.

화성산업진흥원은 2021년 과학기술정보통신부의 '지역의 미래를 여는 과학기술 프로젝트'에 선정됐다. 이를 바탕으로 화이트바이오 혁신클러스터 사업단을 구성했다.

화이트바이오 혁신클러스터 사업단은 '환경 및 피부 친화 바이오 액티브 스킨 마이크로바이옴 소재 및 바이오 에멀젼 개발' 과제를 수행 중이다. 이 과제에는 총87억5천만 원이 투입된다. 화성시가 5년 동안 47억5천만 원을 투자한다.

대성글로벌 '루나리언스' 명동 코스몰 론칭

프리미엄 나이트 케어 라인 8종 내세워 국내외 시장 동시 공략 선언



▲ 대성글로벌이 프리미엄 나이트 케어를 표방한 '루나리언스'를 명동 코스몰에 론칭하고 국내외 시장을 동시에 공략한다고 밝혔다.

지난 30여 년 동안 글로벌 소비재 유통으로 입지를 다져온 대성글로벌이 프리미엄 나이트케어 라인을 전면에 내세운 '루나리언스'(LUNARIENCE) 브랜드로 화장품 시장의 새 바람을 예고하고 있다.

특히 루나리언스가 주목을 받고 있는 점은 론칭 장소를 K-뷰티의 성지·메카로 일컬어지는 서울의 명동, 그 중에서도 멀티 브랜드숍의 새로운 모델로 관심을 모으고 있는 '코스몰'을 선택했다는 데 있다.

대성글로벌 측은 "30여 년을 전 세계 국가를 대상으로 소비재 유통을 해 왔던 전문기업으로서 미래 100년을 내다보고 K-뷰티의 미래를 이끌어나갈 프리미엄 브랜드를 만들겠다는 의지를 담아 루나리언스를 개발했다"고 배경과 포부를 밝혔다.

대성글로벌 관계자는 "지난 8일부터 12일까지 명동 코스몰에서 론칭 행사를 진행, 소비자와 첫 만남을 가졌다"며 "루나리언스를 소비자에게 처음으로 선보인다는 의미에서 할인·증정품 등을 포함한 다양하고 임팩트있는 프로모션을 펼쳤다"고 전했다.

이와 함께 루나리언스의 향후 운용 계획에 대해서도 밝혔다.

글로벌 무대 진출을 브랜드 개발 시점에서부터 준비해 왔으며 특히 론칭과 동시에 해외 시장에서의 관심이 높다는 설명이다.

LG생활건강 그린밸류 YOUTH, 올해 활동 결산·공유

공동·개별 과제 우수팀 선정·공유…차별화 고객가치 창출



▲ LG생활건강이 진행하고 있는 ESG 활동가 육성 프로그램 '그린밸류 YOUTH'가 올 한해 활동을 마무리하고 성과공유회를 가졌다.

탄소중립과 차별화 고객가치 혁신을 제안을 위해 LG생활건강이 진행하고 있는 ESG 활동가 육성 프로그램 '그린밸류 YOUTH'가 올 한해 활동을 마무리하고 성과공유회를 가졌다.

올해 활동 평가 결과 공동 과제 △ 최우수상은 유당불내증·케톤산증 등 특이 질환에 고통 받는 환자를 위한 건강음료 개발을 제안한 'U2B' 팀에게 △ 우수상은 기부용 QR코드를 제품 패키지 디자인에 반영하는 아이디어를 낸 'Re: 타이쿤' 팀에게 돌아갔다.

이들의 활동 결과는 'LG생활건강이 나아가야 할 차별적 고객가치의 방향성'이라는 내용의 가이드북으로 제작할 예정이다.

각 팀은 다양한 개별 과제 성과도 공유했다. 개별 과제 △ 최우수상은 캠퍼스 내 무인 중고 거래함을 설치하고 '우리끼리 코마켓' 캠페인을 펼친 '더용기내' 팀이 △ 우수상은 폐의약품의 올바른 배출과 수거를 위한 홍보 활동을 진행한 '두유 want to?' 팀이 받았다.

이밖에도 청년 활동가들은 △ 국립대전현충원 폐조화 업사이클링 클래스 운영 △ 일본 후쿠오카 친환경 여행 지도 제작 △ 즉석밥 용기 새활용 △ 교내 플리마켓 운영 △ 지역 청소년 환경 멘토링·에너지 교육 △ 폐도자기 새활용 등 다양한 친환경 활동을 전개했다.

한국콜마·연우 종이스틱 'IDEA 디자인어워드' 금상

비목재 종이 '미네랄 페이퍼'…기술&디자인 경쟁력 동반 제고



▲ 한국콜마와 자회사 (주)연우가 독자 개발한 종이스틱으로 2024년 미국 IDEA 어워드에서 패키징 부문 최고상에 해당하는 금상을 공동 수상했다.

한국콜마와 자회사 (주)연우가 독자 개발한 종이스틱으로 2024년 미국 IDEA 어워드에서 금상을 공동 수상, 세계 최고 수준의 패키징 디자인·기술 경쟁력을 다시 한번 입증했다. 종이스틱은 앞서 독일 iF디자인어워드 2024에서 본상을 받은 지 6개월 만에 수상의 영광을 이어갔다.

종이스틱은 직관성과 지속가능성 등을 높이 평가받아 이번 상을 수상했다. 종이로 구성한 몸체를 한 올씩 벗겨서 사용해 내용물과 용기의 크기가 함께 줄어드는 디자인과 제품 설계가 독창성을 인정받았다. 동시에 제품을 남기지 않고 모두 사용할 수 있다는 기능 측면의 장점도 높은 점수를 받았다.

특히 핵심이 되는 몸체는 비목재 종이 미네랄 페이퍼(Stone Paper)를 활용했다. 미네랄 페이퍼는 채석장이나 광산에서 버려지는 자투리 돌로 만든다. 폐기 시 빛에 의해 자연분해돼 원래의 돌가루 형태로 돌아가는 친환경 소재다. 일반 종이 1톤을 미네랄 페이퍼로 대체하면 나무 20그루, 물 2만8천 리터를 절약할 수 있다.

한국콜마는 (주)연우가 보유하고 있는 패키징 노-하우에 대한 독창성과 자동화 대량생산 시스템 개발 능력을 활용해 종이스틱의 글로벌 경쟁력을 보다 공고하게 다져가겠다고 밝혔다.

코스맥스그룹, 생성형 AI '코스챗' 도입

최신 LLM 'GPT-4o' 기반…문서 작업부터 연구 보조 역할까지



▲ 코스맥스그룹이 업무 전반에 생성형 인공지능(AI) '코스챗'을 도입, 이를 통해 생산성과 효율성을 높이고 디지털 전환 속도를 높인다고 밝혔다.

글로벌 뷰티&헬스 연구·개발·생산(ODM) 전문기업 코스맥스그룹(회장 이경수)이 업무 전반에 생성형 인공지능(AI)를 도입한다. 코스맥스그룹은 AI 도입을 통해 생산성과 효율성을 높이고 디지털 전환 속도를 높인다는 방침이다.

코스맥스그룹은 생성형 AI '코스챗'(COS-Chat)을 개발, 업무 현장에 도입했다고 밝혔다.

코스챗은 인공지능 기업 오픈AI가 설계한 최신 생성형 AI GPT-4o를 기반으로 개발햇다. GPT-4o는 챗봇의 대화 반응 속도가 0.23초에 불과해 신속한 업무 대응이 가능하다. 아울러 종전 모델 대비 한국어 처리 능력이 향상돼 국내 업무 환경에 적합한 AI 모델이라는 설명이다.

코스맥스그룹 측은 "코스챗을 연구·생산·영업은 물론 재무·경영관리·IT 등 업무 전반에 활용할 계획"이라고 밝히고 "검색과 문서 작성 등 간단한 업무에서부터 AI를 활용한 연구 활동과 각종 수요 예측, 트렌드 조사 등에도 활용할 수 있다"고 덧붙였다.

회사는 이를 위해 GPT-4o 외에도 구글이 개발한 제미나이(GEMINI) 등 다양한 거대 언어 모델(LLM)을 추가 탑재, 활용도와 정교함을 높여나간다는 방침이다.

업무용으로 사용하는 만큼 강력한 보안 시스템도 구축했다. 최근 국내외 기업들은 생성형 AI를 업무에 활용하는 과정에서 회사 기밀 정보 유출을 우려, 접근을 원천차단하는 경우가 늘어나고 있다. 반면 코스챗은 코스맥스그룹 전용 네트워크에서만 작동하도록 설계, 정보유출을 통제했으며 해킹에 대비해 강력한 정보 보안도 적용했다.

에이피알, 뷰티 디바이스 250만 대 돌파

美·日·中 '부스터 프로' 인기…K-뷰티테크 위상 높여



▲ '메디큐브 에이지알' 뷰티 디바이스가 누적 판매량 250만 대 넘어섰다고 회사 측이 발표했다.

'메디큐브 에이지알' 뷰티 디바이스가 누적 판매량 250만 대 넘어섰다.

에이피알(대표 김병훈)은 뷰티 디바이스가 약 250만 대 팔렸다고 밝혔다. 4월 200만 대 누적 판매 기록을 세운 이후 5개월 만이다. 2021년 3월 브랜드 최초로 'EMS 더마샷'을 출시한 이래 약 43개월 만에 달성한 결과다.

메디큐브 에이지알은 해외시장 판로를 넓히는 데 힘썼다. K-뷰티와 K-뷰티테크 열풍이 거센 미국 유럽 동남아를 중심으로 유통을 확대했다. 이에 힘입어 해외 매출은 1년 만에 두 배 이상 늘었다. 해외 누적 판매량은 100만 대, 매출 비중은 약 40%다.

특히 메디큐브 에이지알은 미국에서 인기를 끌었다. △ 4월 아마존 미국 톱 딜 행사 △ 7월 아마존 프라임데이 이틀 동안 1만 대 판매 △ '부스터 프로'는 아마존 '주름 & 안티에이징 디바이스' 부문 1위(9월 2일)에 올랐다.

일본과 중화권에서 거둔 성과도 괄목할 만한 수준이다. 부스터 프로는 6월 큐텐재팬 메가와리에서 3천400대 팔았다. 매출액은 약 45억 원. 올해 1분기 중국 더우인 미용기기 부문에서 상위권 순위를 차지했다. 중국 뷰티 박람회에 참가해 브랜드를 알리며 인지도를 높였다.

에이피알 측은 "뷰티 디바이스가 제3시장에서도 선전하고 있다. 싱가포르·말레이시아·중동·몽골 등에서 온·오프라인 매출이 증가 중이다. 새롭게 개발한 뷰티 디바이스인 '울트라튠 40.68'과 '하이 포커스 샷' 등을 PDRN 화장품과 함께 선보이며 시너지를 높일 것"이라고 전했다.

미시즈유니버스 110명, K-뷰티 성지 명동 입성

코비타, 회원사 화장품 협찬·코스몰 등 멀티 브랜드숍 방문 등 후원



▲ 미미시즈 유니버스 대회 참가자 110여 명이 명동의 주요 화장품 멀티 브랜드숍을 방문해 응원의 목소리를 전하고 기념촬영을 위해 포즈를 취했다.

(사)한국뷰티산업무역협회(회장 김성수·이하 KOBITA)가 지난 5일(토) 미시즈 유니버스 세계대회(10월 2일~10일) 부대 행사 중 하나로 '명동 지역 순회 행사'에 회원사 화장품을 협찬하고 이 지역 내 대표 화장품 멀티 브랜드숍(올마스크스토리·코스몰·템템)의 탐방 행사를 후원했다.

행사 공동추진위원으로 참여한 KOBITA 김승중 부회장은 "우리나라의 많은 브랜드가 해외로 진출해 화장품의 제조 강국&뷰티 대국으로 알려졌지만 여전히 잘 알려지지 않은 숨겨진 보석(Hidden Gem) 같은 중소·인디 브랜드들이 많다"고 전제했다.

그는 또 "그들이 입점하기 어려운 특정 유명 매장 만이 독점하는 흐름이 계속되기 보다는 다양한 화장품 소매유통 환경으로 진화, 보다 선진화한 구조 속에서 공존할 수 있기를 바란다"고 참여·후원 취지를 강조했다.

명동 지역 순회 행사에 참가한 미시즈들에게는 △ 델브 △ 띵쏘 △ 라곰 △ 리프타 △ 메디힐 △ 미즈온 △ 백아율 △ 베르비아떼 △ 빌라쥬팩토리 △ 스킨포유 △ 올릭 △ 웨딩데이 키스 △ 패션캣 △ 파워풀엑스 △ 트리셀 △ 파인다이브 △ 코코힐리 △ 테라비코스 등의 브랜드가 제공하는 제품을 모두 전달, 직접 체험할 수 있는 기회도 줬다.

〈기사 전문 코스모닝닷컴〉

이니스프리 X 리, 컬래버레이션 굿즈 발매

베스트셀러 '레티놀 시카 앰플'과 리 데님 파우치로 헤리티지 담아



▲ 이니스프리와 130년 역사의 글로벌 데님 브랜드 리(Lee)가 컬래버레이션을 통해 트렌디하고 실용성 넘치는 굿즈를 발매했다.

고효능 자연주의 브랜드 이니스프리와 130년 역사의 글로벌 데님 브랜드 리(Lee)가 컬래버레이션을 통해 트렌디하고 실용성 넘치는 굿즈를 선보인다.

컬래버레이션 굿즈는 '레티놀 시카 앰플 리 데님 파우치 기획세트'를 통해 먼저 만나볼 수 있다.

이번 기획세트는 이니스프리 베스트셀러 레티놀 시카 흔적 앰플과 리 데님 파우치로 구성했다.

레티놀 시카 흔적 앰플은 트러블 앰플로 누적 판매량이 350만 개에 달한다. 30초에 1개, 매일 3천643개씩 판매되는 '숫자가 증명하는 완판템'. 순수 레티놀을 함유한 트러블 앰플로 트러블의 시작부터 각질-모공-잡티 흔적까지 트러블 끝장 케어가 가능하다는 설명이다.

리 데님 파우치는 인디고 데님과 히코리 스트라이프 원단을 사용한 뷰티 파우치. 캐주얼한 감성의 포인트 로고와 가볍지만 튼튼하고 넉넉한 사이즈감으로 디자인과 실용성을 모두 잡았다.

레티놀 시카 앰플 리 데님 파우치 기획세트는 전국 올리브영 매장과 온라인 몰에서 한정 수량으로 판매에 들어갔다. 이니스프리 공식몰에서는 이니스프리 제품 2만5천 원 이상 구매 시 이니스프리와 리의 컬래버레이션 데님 체인 미니백과 토트백을 구매할 수 있다.

People Inside

美 MoCRA 라벨 규정, 29일 원-샷 솔루션

▲ 대한화장품협회는 오는 29일(화) 웨비나를 통해 미국 FDA 규정과 MoCRA의 최신 규정을 기반으로 라벨링에 대해 가이드한다.

미국 화장품 규제 현대화법(MoCRA)에 대비, 한국 화장품 업계를 위한 미국 FDA 라벨 규정을 설명하는 웨비나가 오는 29일(화) 열린다.

대한화장품협회(회장 서경배 · www.kcia.or.kr)는 현재 미국 수출을 진행하고 있거나 론칭을 염두에 두고 있는 화장품 업계 대표·마케팅 담당자·인허가부서·대행 업체·수출부서 담당자를 대상으로 웨비나를 실시한다고 밝혔다.

미국 FDA 업무 관련 전문 컨설팅 기업 (주)레지스트라의 Anna Bennevente(애너 베네벤테) 제품·라벨 표기·성분 검토 부문 부서장이 연사로 나서 △ 화장품 라벨 검토 실사례 △ 현재 한국에서 가장 이슈가 되는 네 가지 주제에 대한 바람직한 라벨링 체크리스트 △ MoCRA로 인한 새로운 라벨 규정 등을 실무를 중심으로 강의한다.

미국 FDA의 화장품 라벨 규정 가운데 △ 한국과 미국의 라벨링 예시(클레임·분류·기타) △ 라벨링 규정을 준수하지 않을 경우 발생 예상 리스크 △ 라벨 검토 종류와 절차 등을 살핀다.

동시에 현재 한국에서 이슈가 되고 있는 라벨링 관련 사항 중 △ 한국의 '기능성화장품' 라벨링 방법 △ 자외선차단제 기능을 함유한 화장품 라벨링 방법 △ 국문·영문 병기가 필요한 제품의 라벨링 △ 소형 포장재인 경우의 라벨링 등에 대해서도 현지 상황을 최대한 적용한 방안을 모색할 예정이다.

특히 MoCRA로 인한 새로운 라벨 규정에 대한 내용도 함께 가이드한다. 여기서는 △ 소비자 유해사례 보고 연락처 라벨링 △ 착향제 알레르기 유발성분 라벨링 등이 핵심이 될 것으로 예상된다.

웨비나 사전 등록은 오는 18일(금)까지며 https://forms.gle/euCrrryHHxJYbcPw7 에서 선착순으로 접수한다.

윤상현 부회장 "K-뷰티 성공 위해 기여"



▲ 윤상현 콜마 부회장이 지난 1일 서울 동대문디자인플라자(DDP)에서 막을 올린 '2024 서울뷰티위크' 개막식에서 기조연설을 했다.

"K-뷰티 만의 스타 브랜드가 계속 탄생할 수 있는 생태계는 완성됐습니다. 콜마는 K-뷰티 성공과 발전을 위해 최선을 다할 것입니다."

윤상현 콜마 부회장은 지난 1일 동대문디자인플라자(이하 DDP)에서 열린 '2024 서울뷰티위크' 개막 기조연설을 통해 이같은 의지를 재확인했다.

윤 부회장은 이날 K-뷰티의 글로벌 경쟁력과 위상을 소개하는 한편 최근 전 세계에서 K-뷰티가 성공가도를 달리고 있는 배경을 설명했다.

그는 △ 혁신에 기반한 연구개발(R&D) △ 온라인 중심의 젊은 고객 확대 △ 일상을 책임지는 다양한 카테고리 제품군 등을 K-뷰티 성공 요인으로 꼽았다.

올해로 3회 째를 맞이한 서울뷰티위크는 서울시와 국내 화장품·뷰티 기업이 함께 기획하고 참여하는 행사다. 지난 1일 개막, 3일까지 DDP를 비롯해 명동·홍대·강남역 등 도심 뷰티 명소에서 펼쳤다. 특히 올해의 경우 전 세계에서 각광 받고 있는 K-뷰티 산업의 경쟁력 강화를 위해 중소 뷰티 브랜드에 대한 비즈니스 지원 확대에 방점을 뒀다.

한국콜마는 K-뷰티 성장의 한 축을 맡고 있는 글로벌 화장품 ODM 전문기업으로서 3회 연속 서울뷰티위크 대표 협력 기업으로 참여했다. 기존에 선보였던 기업 홍보부스와 함께 처음으로 인디브랜드로 구성한 고객사 팝업스토어도 운영, 최근 인디브랜드가 K-뷰티 성장을 이끌고 있는 만큼 이들과 어깨를 나란히 걸고 동반성장을 이어가겠다는 취지를 살렸다.

기업 홍보부스는 'Kolmar leads the market'이라는 콘셉트로 꾸몄다. 국내외 화장품 시장을 선도해 온 기술력이 담긴 대표 제품들과 연구개발부터 제조까지의 토털 ODM 서비스 과정을 한눈에 볼 수 있도록 화장품 원료·제형·용기 등을 다채롭게 전시했다.

아모레리사이클(AMORE:CYCLE) 팝업스토어



◀ 아모레퍼시픽이 아모레성수에서 아모레리사이클(AMORE:CYCLE) 팝업스토어를 운영. △ 플라스틱을 적게 사용하기 위해 노력한 리필 제품 △ 재활용 플라스틱을 사용한 제품 △ 소비자가 반납한 공병으로 다시 만들어진 제품을 만날 수 있는 기회를 제공한 것. 단기간 진행하는 팝업스토어인 만큼 팝업 쓰레기를 최소화하자는 취지로 다른 브랜드 팝업에서 사용한 가구와 성수동 인쇄소에서 폐기한 나무 팔레트를 수거해 전시했다. 아모레성수 팝업 운영 기간 동안 화장품 공병을 가지고 방문한 소비자에게는 해피바스의 두보레와 오리지널 컬렉션 등 생산 공정에서 나온 자투리 비누조각으로 샤쉐(향기를 담는 작은 주머니)를 만들어 담아갈 수 있는 체험 기회를 제공, 방문객들의 호응을 받았다.

인사

대전지방식약청장에 신영민

△ 승진 대전지방식품의약품안전청장 신영민(전 식품의약품안전평가원 식품위해평가과장) 〈9월 30일자〉

단신

'꿈을 그리다' 워크숍 · 토크콘서트



랑콤이 9월 '꿈을 그리다' 워크숍과 토크콘서트를 개최. 랑콤이 지난 2017년부터 펼치고 있는 여성의 행복과 아름다움을 응원하는 활동이다. 올해는 워킹맘을 대상으로 워크숍과 토크 콘서트를 열었다. 워크숍은 온·오프라인에서 여성 직장인의 전문성을 개발하고 개인의 성장을 지원하는 내용으로 3회에 걸쳐 진행했다. 지난달 28일 연 토크콘서트는 △ 서은아 메타 동북아 마케팅 총괄 상무 △ 문우리 포티파이 대표 △ 김고운 주한덴마크 대사관 이노베이션센터 선임 과학기술혁신 담당관 등이 연사로 참여했다.

단신

시그니처 올쎄라 더블 샷' 소개



달바가 지난달 21일 파크하얏트 부산에서 뷰티 클래스를 열었다.

건강한 생활을 추구하는 '월드 웰니스 위켄드' 국제행사에서 홈 뷰티케어를 소개했다. 뷰티 디바이스 '시그니처 올쎄라 더블 샷'을 선보였다. 이 기기를 사용해 피부 탄력을 높이는 스킨케어 노하우를 전수했다.

단신

더마비 데일리 모이스처 한정판

더마비(Derma:B)가 세라엠디 리페어와 데일리 모이스처 한정판을 발매.

이 제품은 사회적 기업 아립앤위립의 브랜드 '신이어마켙'과 만들었다.

삐뚤빼뚤하지만 정감 있는 할머니의 손글씨와 그림이 특별함을 더한다.

단신

미국 · 일본 이어 유럽으로



스킨1004가 유럽시장을 두드리기 시작했다. 스킨1004는 지난 8월 슬로베니아 드럭스토어 디엠(DM) 104곳에 입점한데 이어 유럽 K-뷰티 매장 미인 코스메틱 20곳에도 진출.

덴마크 마타스(Matas) 20곳과 동유럽 노티노(Notino) 26곳에서도 제품을 선보인다.

영국 K-뷰티 매장 퓨어서울(Pure Seoul)에서도 스킨1004 제품을 만날 수 있다. 폴란드 로스만(Rossmann) 매장 1천800곳에선 9월 브랜드 행사도 열었다.

2016년 8월 15일 창간(주간) 2016년 8월 22일 등록(서울, 다00380)

코스모닝 CosMorning

발행·편집인 김래수 인쇄인 강완성
편집국장 허강우 광고 책임자 고경태

발행처 (주)케이비엠
서울특별시 마포구 방울내로 11길 23 두영빌딩 202호
대표전화 (02)338-8470 팩스 (02)338-8471
인터넷 http://www.cosmorning.com

본지는 신문윤리강령 및 실천요강을 준수한다.
코스모닝에 게재된 모든 내용은 무단으로 복제·변형하여 사용할 수 없다.

구독료 월 5,000원 년 50,000원
구독문의 송무국 (02)338-8470

대한민국 최대 규모 뷰티박람회

K BEAUTY EXPO KOREA 2024

제 16회 K-뷰티엑스포 코리아

한국전시산업진흥회
국제인증전시회

주최/주관 KINTEX kotra

행사일자 2024. 10. 17. (목) ~ 19. (토)

개최장소 일산 KINTEX II 7-8홀

SCAN ME!

K-뷰티 트렌드를 한눈에!
국내 최대 규모 뷰티박람회 및 전문 컨퍼런스에서
최신 K-뷰티 트렌드 및 기술을 만나보세요!





U.S. FDA OTC
원료의약품
제조시설
실사통과

+82-32-822-8084 | kspearl@kspearl.co.kr | www.kspearlcorp.com

품질과 **혁신**이 만나는 **미래소재**

K.S.PEARL
CORPORATION