국가정책조정회의

K-뷰티 수출 성과 제고 및 확산방안

2025. 11. 27.

관계부처 합동

순 서

[요 약] i

Ⅰ. 추진배경 1

Ⅱ. K-뷰티 중소기업 성과 3

Ⅲ. K-뷰티 정책 추진경과 및 시사점 ···· 6

Ⅳ. 추진방향 및 정책과제 10

1. (진입) K-뷰티 글로벌 진입 · 성장 촉진 11

2. (확장) 수출전략 다각화로 K-뷰티 시장 확대 ··· 13

3. (성장) 민관 협력의 K-뷰티 생태계 확산 18

4. (기반) K-뷰티 기술혁신 및 성장기반 마련 ···· 20

Ⅴ. 추진일정 23

요 약

1 추진 배경

□ **(성과)** 활발한 혁신의 국내 **뷰티 생태계**①, **세계 최고 수준 제조·유통역량**②, **한류 결합 글로벌 마케팅**③ 등으로 **K-뷰티 역동적 성장**

* 8천여개 중소기업이 203개국 수출, 중소기업 수출품목 연속 1위 ('23. ~ '25. 上)

** 해외 위상 : 수출국가 순위 3위 (佛 → 美 → 韓), 美 수입시장 점유 1위 (韓 → 佛 → 加)

□ **(경과)** 정부는 **튼튼한 민간 생태계**를 **기반**으로 최근 **3차례 대책**을 마련, **K-뷰티**의 **지속 성장**과 대외 **무역환경 변화** 대응을 **뒷받침**

* (1차) K-뷰티 수출확산방안'24.7, (2차) K-뷰티 관세·통상대응'25.5, (3차) 온라인 수출 활성화'25.11

□ **(과제)** ① **수출초기기업**의 **글로벌 진출·안착** 애로, ② 글로벌 시장 **경쟁구도·트렌드 변화**, ③ **수출규제 강화·경쟁국 추격** 심화

⇨ K-뷰티 **혁신브랜드** 1) **수출기업화** 촉진, K-컬처 **소프트파워** 활용 2) **글로벌 확장**, 3) **민관 융합·협력 생태계** 등으로 **지속 성장 공고화**

2 4대 전략 및 중점 추진과제

① (진입_Build up)	**K-뷰티 글로벌 진입 · 성장 촉진**
② (확장_Expanding)	**수출전략 다각화로 K-뷰티 해외시장 확대**
③ (성장_Synergy)	**K-뷰티 해외 인프라 확대 · 생태계 확산**
④ (기반_Transform)	**K-뷰티 기술혁신 및 성장기반 마련**

전략 1. (글로벌 진입) K-뷰티 글로벌 진출·성장 촉진

□ **청년 소상공인의 혁신 브랜드 수출기업화 촉진**

○ **"청년" 뷰티 브랜드 창작자**를 발굴·육성 (~'30, 300개사) 하고 **"강한 소상공인"** ('26. 500개팀 발굴) 을 **수출 주력기업**으로 **체계적 육성**

○ **수출 준비**부터 **해외 진출**까지 **뷰티 수출기업 성장 사다리** 마련 ('26)

* 수출지원사업 집중 연계·지원으로 준비·초기 → 성장 → 성숙 단계별 지원체계 구축

□ **신시장 진입 등 온·오프라인 연계 지원 도입**

○ 신시장·고객 테스트의 **온라인 "경험"** → 수출시장·고객 확대 중심의 **오프라인 "확장"** → **품목·시장 다변화**의 **"신시장" 연계** ('26~)

* ① 온라인 (플랫폼 입점·마케팅 등) → ② 오프라인 (교육, 자금 등) → ③ 온·오프라인

○ **온라인 인기제품**의 오프라인 **수출상품화 전환** 지원 ('26~)

* 오프라인 첫수출 원클릭 패키지 (컨설팅, 수출 마케팅, 현지화 등) 도입

전략 2. (글로벌 확장) 수출전략 다각화로 K-뷰티 해외시장 확대

□ **K-컬처 열기 활용, 입체적 해외 마케팅** (outbound)

○ 해외 현지 기념일 등을 활용한 **K-컬처 융합 마케팅*** 및 인플루언서, SNS 등 **K-콘텐츠** 연계 **해외 소비자 마케팅** 지원 ('26)

* 예시 : (K-팝) 아이돌 애용 K-뷰티 체험전, (K-드라마) 드라마 표출 K-뷰티 판촉전 등

○ **K-콘텐츠** 및 연관산업의 **동반 해외진출**을 위해 ①**협업기획**부터 ②**상품화**, ③**홍보·마케팅**까지 단계별 **협업 밸류체인*** 추진

* e-커머스 플랫폼 디지털 마케팅, 주요 문화축제 (뷰티페스티벌 등) 에 K-뷰티 마케팅

□ **지역 거점별 K-뷰티 수출허브 구축** (inbound)

○ **K-뷰티**를 매개로 **뷰티 창업기업** 제품 중심의 **전시, 체험** 등 **수출 거점**으로 육성·활용하고, **26년 시범*** 추진 후 확산 (~'30. 8개 내외)

* 지방정부 대상으로 공모 후 1~2개 지역 운영 (공모·선정, ~'26.7월)

○ **글로컬 상권** (K-뷰티 체험 → 수출) 육성, **뷰티 품목 확산 수출상품화***

* 향수, 방향제 등 : ① 수출교육 → ② 브랜딩·포장 등 상품화 → ③ 해외 마케팅

□ **K-뷰티 생태계의 글로벌 경쟁력 제고**(scale-up)

○ **K-뷰티·AI 협력 고도화** 프로그램 도입, **K-뷰티 펀드** (400억원 조성 중) 집중 투자 및 IR 행사 등 **투자 로드쇼** ('26. 2회), **K-뷰티론** 등 확대

전략 3. (글로벌 성장) 민관 융합·협력의 K-뷰티 생태계 확산

□ K-뷰티 글로벌 성장을 위한 해외 인프라 확대

○ **K-컬처 인기 주력시장** 중심, **K-뷰티 거점 재외공관*** **지정**·운영

* '26년 : 주력시장 (미국, 중국, 베트남), 신흥시장 (사우디) / '27년 이후 점진적 확대

○ 신흥시장 등에 **K-뷰티 수출 지원 팝업부스** 확대 (4개 → '26. 10개), **주요 전략국**에 **K-뷰티 플래그십 스토어**(판매장) 확대 (4개 → '26. 6개)

□ K-뷰티 생태계 확산 및 마케팅 전략 지원

○ K-뷰티 중심으로 K-패션, K-라이프 등 주요 **4대 소비재** 분야 **수출 전략품목** 육성으로 **민관 협력***의 **수출지원** 프로그램 가동

* 민관 협력 (뷰티 : 올리브영, 패션 : 무신사, 라이프 : 신세계디에프, 푸드 : 롯데마트) 전개

○ K-뷰티 **위조상품 모니터링·차단 강화** 및 **공동브랜드*** **활용** 지원

* 방안 : 뷰티 수출제품에 공동브랜드 활용 지원 (예시 : K + 개별 브랜드명)

전략 4. (글로벌 기반) K-뷰티 지속성장 기반 공고화

□ 지속가능한 K-뷰티 혁신기술개발 촉진

○ **시험검사·인증** 등 **천연물 화장품 시험검사** 및 **원료·생산** 등의 전 (全) 주기 **클린뷰티 기술지원** 인프라 구축 (~'26. 426억원)

○ **신소재·필수 기초소재 국산화** 및 **피부건강 R&D** (~'27. 438억원), → **후속 기술개발** ('28~), 화장품 **원료 국산화** ('26)

○ K-뷰티 **제조현장 스마트화** 및 **화장품 제조 특화 R&D** 지원

□ K-뷰티 중소벤처기업 자생적 성장기반 확충

○ 화장품 **원료 성분** 및 **해외시장·규제**현황 등 **AI 활용 정보 통합** ('26), **국제 K-뷰티스쿨** 운영 등 K-뷰티 **전문인력양성 다변화** ('27~)

○ **화장품산업 진흥·육성, 중소벤처기업 수출지원 관련법 제정** 추진

본 문

Ⅰ. 추진배경

1 K-뷰티는 중소기업과 대·중견 협업 중심으로 수출성장세 지속

□ 화장품 등 **K-뷰티**는 **글로벌 3위·미 수입 1위의 든든한 경제 성장축**

* 국내 위상 : '23년부터 '25년 상반기까지 중소기업 수출품목 연속 1위

** 해외 위상 : 수출국가 순위 3위(佛 → 美 → 韓), 美 수입시장 점유 1위(韓 → 佛 → 加)

□ 이는 ①**혁신**이 **활발**한 국내 **뷰티 생태계**와 ②**세계 최고 수준 제조·생산 역량**, ③**한류**와 **결합**한 강력한 **글로벌 마케팅** 효과에 기인

2 K-뷰티는 K-브랜드의 성공모델이자 소프트파워 확산의 핵심 동력

□ K-뷰티는 **한류 콘텐츠 연계**(K-POP 등)되어 **소프트파워 확산** 주도

* K-뷰티 글로벌 위상 변화 : (과거) 중저가, 가성비 중심 → (현재) 고품질, 프리미엄화

↳ K-POP·웹툰·영화 등 K-콘텐츠와 함께 "메이드 인 코리아" 소비재 인기 증가

□ 최근 방한 외국인 관광객들의 **필수 쇼핑 코스** 및 K-뷰티 **구매 경험**을 경쟁적으로 **과시**하는 등 글로벌 프리미엄 제품으로 자리

* 사례 : APEC 계기 방한한 '캘롤라인 래빗' 美 백악관 대변인이 직접 구매한 한국 화장품(13종의 K-뷰티 브랜드 제품) 인증 사진을 자신의 SNS에 게시

3 글로벌 수출규제 강화와 경쟁국가 추격 등은 잠재적 위협요인

□ **글로벌 보호무역 강화**와 **주요국**의 **비관세 수출규제**, 주변 **경쟁국가**(C뷰티, J뷰티 등) **외연 확장** 등은 K-뷰티 **공고화**를 **위협**

☞ K-뷰티 **혁신 브랜드**의 **수출기업화** 촉진, K-컬처 **소프트파워** 활용 **글로벌 확장**, **민관 융합·협력**의 **생태계** 조성으로 **위상 공고화**

【 참고 】 국내 화장품 성공 및 위협요인

성공 1 (혁신성) **혁신이 활발한 생태계 구조 및 혁신을 뒷받침하는 제도**

< 국내 뷰티 산업 구조 >

① (생태계) 생산·판매·유통 등 **분업형 전문기업** 형성

② (제 도) **책임판매업자 제도*** **도입** ('12년) → **브랜드사 대폭 증가**

* (기존) 제조업·수입업 2가지 → (개정) 제조업, 책임판매업 등 세분화하여 제조/유통·판매 구분

○ 또한, **원료 네거티브 규제** 방식 도입으로 **혁신 제품개발*** 뒷받침

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

성공 2 (제조 · 생산) **세계 최고 수준의 제조·생산 등 생태계 역량 보유**

① (기술력) **제조사**의 **관리 책임**을 **완화***하여 **기술력 향상**에 **집중** ('12년~)

* 화장품 유통·안전 책임 : (기존) 제조업체 → (개선) 책임판매업체

② (신뢰성) 정부가 제조사에 대해 '**우수 화장품 제조 및 품질관리 기준**(CGMP) **적합 여부를 평가·관리**하여 **국제 신인도 유지**

성공 3 (마케팅) **한류·K-컨텐츠와 결합한 강력한 글로벌 마케팅 효과**

① (K-콘텐츠) **K-POP·드라마·영화** 등으로 **K-뷰티 세계적으로 유행**

② (인지도) 인플루언서 활용, 바이럴 마케팅 등 **SNS 활용 인지도 제고**

위협요인 **급격한 해외 소비자 트렌드 변화 및 경쟁국가 추격**

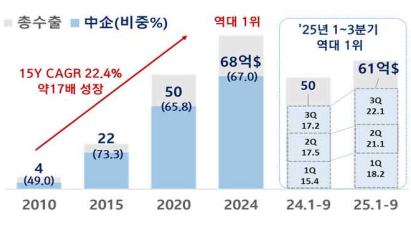
① (트렌트) **소비 가치, 브랜드 차별화, 친환경, 온·오프라인 경험** 등 **중시**

② (경쟁국) **최근 中** (C뷰티), **日** (J뷰티) 등이 **공격적 마케팅**으로 **K-뷰티 위협**

Ⅱ. K-뷰티의 중소기업 성과 분석

□ **(수출성과) 8천여개 중소기업** (화장품 수출의 73.3% 비중 / '25.3분기) **이 다양·혁신성 등으로 수출국** (141개국 → 203개국), **품목 다변화** 견인

* 기초화장품 중심 수출에서 뷰티 디바이스('14년 267개 → '24년 342개) 등으로 확대

< 역대 수출액 추이(억 $) >	< 기업규모별 수출 증가율 >	< 수출국가 다변화 >
		
17배 성장 ('10년 4억$ → '24년 68억$)	**연평균 8.2% 성장** (대기업 △0.44%)	**수출 203개국** ('15년 141 → '25년 203)

○ **신흥시장 수출비중** ('15년 5.1% → **'25.9월 26.2%**) **은 높이고 상위 3개국** (美·中·日) **의존도** ('15. 77.1% → '24. **45.7%**) **는 대폭 낮춰 다변화*** 뚜렷

* 中企수출 신흥시장('15년→'25년): (EU) 4.1% → 19.6%, (중동) 0.7% → 5.0%
주력시장('15년→'25년): (미국) 8.6→19.8%, (중국) 42.0→13.5%, (홍콩)26.5→5.8%

□ **(성과배경) "연결과 융합의 K-뷰티 생태계"로 글로벌 경쟁력 확보**

* ① 혁신이 활발한 생태계 구조 + ② 세계 최고 수준 제조·생산 + ③ 강력한 마케팅

구 분	내 용
신제품 혁신	■ 브랜드사·ODM 간 협업으로 신제품 단기간 출시 (3~6개월)
제조 기술력	■ 소량·다품종 생산 시스템, 클린뷰티·비건 인증 등 규제 기술 선도
브랜드 다양	■ 연간 8천여개 브랜드가 매년 대거 출현하여 틈새시장 공략
콘텐츠 기반	■ 커뮤니티, SNS, 유튜브 리뷰 중심의 콘텐츠 기반 소비자 접근

□ **(성장모델) "대·중견기업의 확장력" & "중소기업 혁신성"으로 글로벌 장악력을 높여 중소기업 성장 사례** (중견 ↑, 68개 / 최근 5년) **확산**

< 코스메카코리아 >	< 실리콘투 >	< 엘앤피코스메틱 >	< 에이피알 >
■ '00년 설립 * 제조 ※'12년 뷰티 유통 전환 ■ '24년 매출 5,243억원 (수출 : 2,734억원) ※'00. 中企 → '21년 중견	■ '02년 설립 * 유통 ※'12년 뷰티 유통 전환 ■ '24년 매출 6,915억원 (수출 : 6,481억원) ※'02. 中企 → 졸업유예(~'26)	■ '09년 설립 * 브랜드 ※메디힐, 마녀공장 ■ '24년 매출 2,489억원 (수출 : 935억원) ※'09. 中企 → '21년 중견	■ '14년 설립 * 디바이스 ※'24년 뷰티기기로 다변화 ■ '24년 매출 7,228억원 (수출 : 3,998억원) ※'14. 中企 → '23년 중견
13회 지원 (스마트공장 등)	11회 지원 ('19. GBC 입주 등)	8회 지원('16. 수출컨소시엄 등)	10회 지원 ('20. 전자상거래 등)

【 참고 1 】 한국 화장품 산업의 글로벌 위상

□ **국가별 화장품 시장규모 : 한국 130억 달러, 세계 9위** ('23년 기준)

* (1위) 미국, (2위) 중국, (3위) 일본, (4위) 브라질 … (8위) 프랑스, (9위) 한국, (10위) 멕시코

□ **글로벌 화장품 수출국가 순위 : 한국 102억 달러, 3위**

순위	1	2	3	4	비고
국가					'24년 기준
실적	233억 $	112억 $	**102억 $**	91억 $	

□ **중소기업 수출품목 순위 : 화장품 '23년부터 '25년 상반기까지 연속 1위**

순위	1	2	3	4	5	6	7	비고
품목	화장품	자동차	플라스틱 제품	자동차 부품	반도체 제조장비	합성수지	반도체	'25년 상반기

* 화장품 수출액 중 중소기업 비중 : '23년 62.6% (53억 $) → '24년 **66.4%** (68억 $)

□ **미국 수입 화장품 시장 점유율 : 한국 18억 달러, 1위**

순위	1	2	3	4	5	비고
국가						'24년 기준
실적	**18억 $**	13억 $	10억 $	9억 $	7억 $	

□ **품질관리 수준**

○ '국제화장품규제조화협의체(ICCR)' 6번째 정회원국 ('20.12)

→ 화장품 안전관리 및 품질관리 수준 국제적으로 인정

□ **주요 성장 사례**

브랜드사 (제품명)	이미지	주요 특징
더파운더즈 (아누아)		▪ **어성초 토너** (스킨케어 제품) **브랜드 '아누아** (Anua)' 로 유명 ▪ 북미, 일본, 유럽 등 **160여개국**에 수출 ▪ '17.6월 창업, '24년 매출 4,277억원, **수출 2.9억 달러**
티르티르 (티르티르)		▪ 조약돌 형상의 '**마스크핏 쿠션**'으로 유명한 **색조화장품** 전문 ▪ 일본, 미국에서의 인기를 바탕으로 **24개국**에 **수출** ▪ '19.6월 창업, '24년 매출 2,166억원, **수출 1.2억 달러**
마녀공장 (마녀공장)		▪ **비건 화장품** 브랜드 '**아워 비건**' 등 출시 ▪ **아마존, 코스트코** 등 온·오프라인 유통망 **입점**으로 **65개국 수출** ▪ '12.3월 창업, '24년 매출 1,268억원, **수출 0.2억 달러**

【 참고 2 】 화장품 산업 수출 현황 및 성과

□ 한국 역대 수출액 추이 및 기업규모별 수출 증가율

○ 15년간 약 17배 성장, 중소기업 수출 증가율이 총수출을 견인

< 역대 수출액 추이(억 $) >

< 최근 5년 기업규모별 수출 증가율 >

□ 신흥시장 수출 및 상위 3개국 비중 ※ 최근 10년간 추이

○ 중소기업 신흥시장 비중 대폭 증가(5.1% → 26.2%) 및 수출 다변화 뚜렷

< 中企 화장품 신흥시장 수출비중(%) >

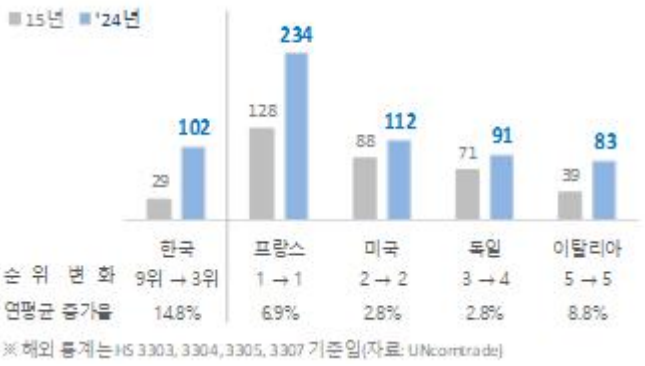
구분	2015	2024	25.1-9	증감%p
EU	4.1	16.6	19.6	+15.5%p
폴란드	0.2	1.6	3.0	+2.8%p
영 국	0.4	1.7	2.0	+1.6%p
중동	0.7	4.3	5.0	+4.3%p
UAE	0.3	2.4	2.9	+2.6%p
소계	5.1	21.9	26.2	+21.1%p

< 기업규모별 상위 3대국 비중 비교 >

□ 글로벌 수출 상위국 순위변동 및 무역특화지수 추이

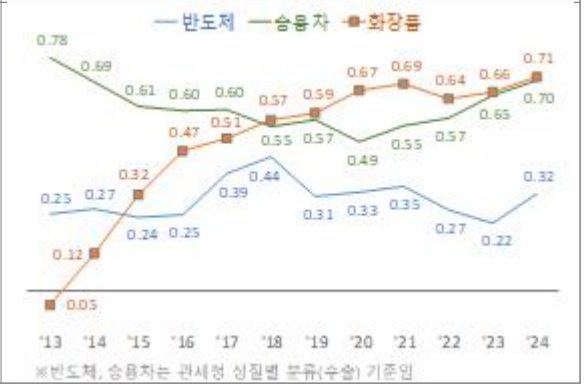
○ 한국 가파른 상승세(9위 → 3위) 및 타 품목 대비 월등한 경쟁력 보유

< 세계시장 주요 상위국 수출 현황(억 $) >



※해외 통계는 HS 3303, 3304, 3305, 3307 기준임(자료: UNcomtrade)

< 무역특화지수(TSI) 추이 >



※반도체, 승용차는 관세청 성질별 분류(수출) 기준임

Ⅲ. K-뷰티 정책 추진경과 및 시사점

1. K-뷰티 지원정책 추진경과

□ **튼튼한 민간 생태계 토대 위에서 정부는 민간간 연결·협력 촉진, 통상환경 변화 대응 등을 뒷받침하기 위해, "3차례 대책" 마련·시행**

❶ 화장품 **수출 증가세** ('23년 中企 수출 1위 첫 등극) **지속**을 위한 **민관 협업*** (「K-뷰티 중소·벤처기업 글로벌 경쟁력 강화 방안」, '24.7)[중기부·식약처]

① **유망기업 발굴·육성**: 아마존·콜마·코스맥스·올리브영 공동 60개사 발굴
② **해외 수출규제 대응**: 식약처 공동 설명회, 패스트트랙 도입 및 소액인증 제한 폐지 등 해외규격인증 획득 지원 강화
③ **K-뷰티 생태계 Level-up**: K-뷰티론 신설(200억원), R&D 트랙(10개 과제) 신설 등

❷ 美 관세 등 **무역환경 변화**에 따른 **경쟁력 제고** 및 **통상 이슈 대응*** **중심** (「K-뷰티 중소·벤처기업 글로벌 진출 지속가능성 확보 방안」, '25.5)[부처합동]

① **통상이슈**: 화장품 관세대응 자문단 구성, 권역별 화장품 규제·관세 설명회(총 15회)
② **신시장 진출 역량 강화**: K-뷰티 박람회('25.5), 글로벌 플랫폼 'K-뷰티 특별기획전'
③ **지원 강화:** K-뷰티 크리에이터 챌린지 신설, 소상공인 대상 수출교육 확대 등

❸ **온라인**을 활용한 **수출시장** 및 **품목 다변화*** 추진
(「중소기업 온라인 수출 활성화 방안」, '25.11)

① **온라인 수출 플랫폼 육성**: 시장/품목별 유망 플랫폼 발굴·육성·활용
② **온라인 수출 전략품목 발굴·육성**: 플랫폼사 협업(시장별 데이터 등) 유망품목 발굴
③ **물류·통관 지원** 등: 중기전용 물류거점 신설, 우체국 EMS할인 등 협력 강화

⇨ 정부가 힘을 더하는 방식, "K-뷰티 수출 대도약 생태계" 조성

【 참고 】 K-뷰티 협업 생태계 활성화 사례

1 민관 공동의 K-뷰티 유망기업 발굴·육성 프로젝트 도입

○ **(K-뷰티 100-UP) 아마존, 콜마, 코스맥스, 올리브영**이 유망기업을 발굴·육성하는 K-뷰티 전용 **프로젝트*** 런칭 ('24년부터 정례화)

* K-뷰티 크리에이터 챌린지, K-슈퍼루키 위드영, K-전략품목 어워즈

• **(K-슈퍼루키 위드영)** 2개월간 참여기업 매출 140% 성장, 명동 등 관광상권 매장 입점, 글로벌몰 기획전 및 프로모션 지원

○ **(K-뷰티 펀드)** 콜마, 코스맥스 등 화장품 제조 앵커기업과 모태펀드가 공동 출자*하는 **민·관 협업 최초 뷰티 전용 벤처펀드** 출범 ('25.4)

* 한국콜마·코스맥스 각 200억원 (모태 각 60억원) 등 **총 400억원** ('25년말 조성완료 예정)

2 K-뷰티 진입장벽 완화 및 글로벌 경쟁력 강화

○ **(K-뷰티론) 참신한 아이디어**만 있으면 **자금 부담 없이도 시장진입**이 가능하도록 **정책자금**을 **지원**하는 제도* 신설 ('25년 200억원)

* 브랜드사-제조사 간 발주 계약 후 브랜드사의 발주서를 근거로 자금 신청·지원

○ **(R&D·물류) 기능성 원료** 및 **친환경 용기 개발** 등을 위한 **'K-뷰티 R&D 트랙'** 신설 (10개사 지원 중) 및 K-뷰티 **특화 풀필먼트 센터*** 설치

• **(풀필먼트 센터)** 인천공항 중소기업 전용 물류센터 (스마트트레이드 허브) 내 구축 ('26년말) 하여 제품보관·운송·통관 등 수출 전반 안정적 제공

3 신시장 진출 촉진을 위한 3대 필수역량 강화

○ **(마케팅) 빅바이어 상담** 및 **온라인 마케팅** 기회 확대

• **(코스모뷰티서울 X K-뷰티페스타)** 해외바이어 (51개국 161개) 와 참여기업 (439개) B2B 매칭 지원으로 **1.1억불 수출상담** 및 **66만불 현장계약** 등 성과 ('25.5월)

○ **(규제대응) 美·中 규제강화** 및 **할랄인증 대응 교육·컨설팅** 등*

* 실무자 교육 및 세미나·컨설팅·수출안내서 제공, 사전심사·진단제 도입 등 (식약처 협업)

○ **(제조·기술) 스마트공장 구축** 및 **cGMP 인증 컨설팅 패키지*** 도입, **고부가가치 뷰티제품**** **R&D** 지원 및 **화장품 기술로드맵** 수립

* 스마트공장 구축 (중기부) + cGMP·컨설팅·교육 등 기업지원 서비스 (식약처) / '25년 13개

** K-뷰티 R&D 트랙 지원 대상에 미용기기, 피부과학기반제품 등 추가 ('26년~)

2. 대내외 환경변화 및 정책적 시사점

1 브랜드 창업기업 · 소상공인의 글로벌 진출 및 안착 애로

○ **매년 3천여개**의 뷰티 **중소기업***이 **신규 글로벌** 시장에서 **수출** 중이나, **2.5천여개**는 유통망 입점 애로 등으로 **생존 못하는** 상황

* **(수출신규)** : '20. 3,204개, '25.10. 3,481개, **(수출중단)** '20. 2,534개, '25.10. 2,448개

○ 반면, **수출**에 **성공적 안착**한 **5.5천여개*** 뷰티 기업은 **성장세 확대**

* **(수출유지)** : '22. 1백만 $ → '25.10. 1.6백만 $ (전년 동기대비 6.7% 증가)

⇨ **온·오프라인 진입장벽** 완화, **준비부터 진출까지** 원스톱 수출지원

2 글로벌 뷰티시장 경쟁구도 및 트렌드의 급격한 변화

○ 기존 **가성비 중심**의 **K-뷰티** 제품 **인기**가 최근 **소비의 가치**와 **브랜드 차별화** 중시, **AI 신기술 결합** 제품 등으로 **빠르게 확산***

* 주요 트렌드 : ① 가치·차별화, ② 개인화·기술, ③ 지속가능·윤리, ④ 온·오프라인

○ 해외 인플루언서 등의 **SNS 간접경험**이 **스토리**를 **형성**하여 **실제 구매**로 이어지는 등 **내면**과 **개성**을 중시하는 **소비형태**로 변화

⇨ **AI** 결합 **신제품 개발** 촉진, **K-콘텐츠** 활용 **차별화 전략** 전개

3 뷰티 관련 글로벌 규제 강화 및 주력시장 경쟁 심화

○ **해외 화장품** 관련 **규제***가 갈수록 **강화**되는 추세이고, 최근 **중국**(C뷰티)과 **일본**(J뷰티) **브랜드**의 국내 **공격적 마케팅** 등 각축전

* 주요 규제 : 유럽 PPWR (포장재 환경보호), 미국 NRTL (제품·장비 안전성) 등 인증

○ 특히, **K-뷰티 디자인**과 **성분, 기능** 등을 유사하게 만들어 현지에서 판매하는 **모방제품**도 **K-뷰티**의 글로벌 **지속 성장**에 **위협**

⇨ **수출규제 대응, 수출전략 다각화, 브랜드 권리보호 강화** 지원

【 참고 】 글로벌 뷰티 트렌드 및 현장의 목소리

글로벌 뷰티 트렌드

1 **가치 + 차별화**	: **제품**이 주는 가치, **브랜드** 차별화 부각
2 **웰니 + 기능**	: 웰니스, 라이프스타일로 **확장되는 뷰티** 개념
3 **개인화 + 기술**	: AR가상화장, AI피부진단 등 **개인 맞춤형**
4 **지속가능 + 윤리**	: **클린뷰티, 비건, 친환경** 등 안전·투명성
5 **온라인 + 오프라인**	: **모바일·소셜**의 온라인 & **체험** 중시 오프라인
6 **표현 + 포용**	: 외형 중심에서 **내면·개성 중시**

* 업계 및 해외 주요 매체 (McKinsey, Finance Times, Euromonitor 등) 의견 조합

주요 현장의 목소리

① **(진입애로) 수출 초기기업**으로 비교적 적은 비용과 소비자 접근성이 우수한 **온라인 수출**을 공략 중이지만, **글로벌 플랫폼 접근**이 **어려움**

② **(판로확보)** 출시 후 2~3년 내에 시장 반응을 얻지 못하면 사라지는 현실에서, 국내외 **브랜드**와의 **경쟁**이 **치열**하여 유통망 등 **판매채널 애로**

③ **(스케일업)** 글로벌 변화에 맞춰 **AI 활용** 등 지속적인 **스케일업**을 추진 중이지만, 자체 **개발역량 부족** 및 **비용 부담** 등으로 **한계** 봉착

④ **(정보부족) 현지 공략**에 필요한 **시장현황, 판매전략, 규제 대응** 등에 많은 **시간**과 **노력**이 **소요**되어, 관련 정보의 **접근성 확대**가 필요

⑤ **(권리보호) 해외 소비자**로부터 **좋은 반응**을 이끌었지만, **현지 외국 브랜드**가 **디자인**과 **성능**이 유사한 **모방제품**을 만드는 등 IP 침해

⑥ **(추격심화)** 최근 **중국** (C뷰티) 과 **일본** (J뷰티) **브랜드**가 국내에 온라인 자사몰 개설, 팝업 스토어 등 **공격적 마케팅**으로 **K-뷰티 위협**

* 뷰티 기업 간담회 ('25.9월), 코스메틱 中企 설문조사 ('25.9월), 온라인 수출 간담회 ('25.11월) 등

Ⅳ. 추진방향 및 정책과제

목표	◆ 글로벌 위상 : 화장품 수출 2강으로 도약 (~'30년) · 화장품 수출금액 ('24) 102억 $ → ('30) 150억 $ · 수출 중소기업 수 ('24) 8,987개 → ('30) 10,000개

4대 추진전략 및 전략별 추진방향

글로벌 2강 도약 Global BEST "K-뷰티"

중소 ⇨ 중견기업 10개 + @ 창출 (~'30년)

전략 1 글로벌 진입 Build up	1. 청년 소상공인의 혁신 브랜드 수출기업화 촉진 2. 신시장 진입 등 온라인 · 오프라인 연계 마케팅
전략 2 글로벌 확장 Expanding	1. K-컬처 열기 활용 입체적 해외 마케팅 2. 지역 거점별 K-뷰티 수출허브 구축 3. K-뷰티 생태계의 글로벌 경쟁력 제고
전략 3 글로벌 성장 Synergy	1. K-뷰티 글로벌 성장을 위한 해외 인프라 확대 2. K-뷰티 생태계 확산 및 마케팅 전략 지원
전략 4 기반 고도화 Transform	1. 지속 가능한 K-뷰티 혁신기술개발 촉진 2. K-뷰티 중소벤처기업 자생적 성장기반 확충

전략 1. (글로벌 진입) K-뷰티 글로벌 진입 · 성장 촉진

◈ 혁신 브랜드 창업기업의 **수출기업화 전환, 온·오프라인 연계 수출상품화 지원** 등으로 K-뷰티의 **글로벌 진출** 및 **성장 촉진**

1. 청년 소상공인의 혁신 브랜드 수출기업화 촉진

1 청년 뷰티 · 패션 등 소프트파워 창작자 300개사 육성 (~'30) 중기부

○ 청년창업사관학교 **'K-뷰티 글로벌 트랙' 교육·현지화** 전략 → **제품 개발** → **글로벌 플랫폼 입점** 지원으로 **창업단계부터 글로벌시장 지향**

* '26년 50개사 신규 선발 및 '25년 선발한 50개사 후속 연계지원 → '30년 300개사

2 창의성 있는 강한 소상공인을 수출 주력기업으로 육성 중기부

○ 독창성 있는 **소상공인**과 혁신 역량을 갖춘 **창작자, 스타트업** 간 **협력·융합**을 지원하여 **수출기업**으로 육성 ('26. 500개팀 발굴)

< 강한 소상공인 육성 유형 >

구분	주체	내용
유형 ①	소상공인 + 창작자	■ 디자인, 브랜딩, 패키징 등에 창작자의 무형가치 접목
유형 ②	소상공인 + 스타트업	■ 기획·판로 등에 스타트업의 속도·편의·효율성 부여
유형 ③	소상인 + 소공인	■ 이업종 간 결합과 협업 유도로 상호 시너지 창출

3 수출 준비부터, 해외진출까지 성장 사다리 프로그램 도입 중기부

○ **(준비~초기) 수출바우처* 한도 확대, 기능성·친환경 인증획득**** 지원

* 바우처 : 1억원 → 1.5억원 확대, ** 해외규격인증 : 최대 3년 1.5억원 한도 지원

○ **(성장~성숙) 수출컨소시엄 전략과제*, 대중소 동반진출**** 확대

* 현지 네크워크 보유 한인단체 등과 협력 프로그램 편성 ('26년 신규)

** 사례 : (CJ E&M, KCON JAPAN 2024) 40개 뷰티기업 현지 판촉전, 수출상담회 등

2. 신시장 진입 · 안착을 위한 온 · 오프라인 연계 마케팅

1 온라인 (경험) → 오프라인 (확장) → 신시장 연계 확대 ('26~) 중기부

○ 온라인을 통해 **시장성을 검증받은 K-뷰티 제품**을 대상으로 **오프라인**을 통한 **시장·고객 확대** 지원

- 전략수립 등 컨설팅·교육, 정책자금, 수출바우처, 현지법인 설립 등을 **패키지 형태**로 지원 (오프라인 첫수출 원클릭 패키지)

- **품목·시장 다변화**를 위한 온라인 수출 (신제품 테스트, 온라인 적합품목·지역) 과 오프라인 진출 (유통망·현지매장 등) **병행** 지원

  * 유통사-소비재 기업 협력 해외 유통망 진출, 현지화 지원 등

< 온라인 기반 K-뷰티 글로벌 진출 지원 >

① 온라인	② 제조사 연결, 제품개발 지원	③ 입점 지원
■ 신시장·고객 테스트 ■ 플랫폼 입점·마케팅, 온라인 수출바우처, 물류비 할인	■ 시장·고객 확대 ■ 오프라인 첫수출 원클릭 패키지 (컨설팅, 교육, 정책자금 등)	■ 품목·시장 다변화 ■ (온라인) 신제품 테스트 (오프라인) 유통망 확대, 현지 매장 운영

2 온라인 인기제품의 오프라인 수출상품화 전환 지원 중기부

○ 온라인으로 시장성을 검증받은 K-뷰티 제품의 시장·고객 확대 지원을 위해 **'오프라인 첫수출 원클릭 패키지'** 도입

○ 오프라인 진출을 체계적으로 준비·이행 가능하도록 **컨설팅, 마케팅, 현지화** 등을 **패키지** 형태로 지원

< 오프라인 첫수출 (시장 다변화) 기업 패키지 프로그램 >

① 제품 발굴	② 원클릭 패키지 I (컨설팅·교육·융자)	③ 원클릭 패키지 II (수출마케팅·현지화)
▪ 국내·외 온라인 플랫폼에서 시장성 등이 검증된 제품 발굴·선정	▪ 수출전략 수립 등 컨설팅 ▪ 수출통관 등 교육 ▪ 수출준비 정책자금 연계	▪ 수출바우처 우선 선정 ▪ 현지법인 설립 지원 ▪ GBC·KSC 입주 우대

전략 2. (글로벌 확장) 수출전략 다각화로 K-뷰티 해외시장 확대

◈ 한류를 활용한 **입체적 해외 마케팅**, **인바운드**의 **수출전략** 다각화, **뷰티기업**의 글로벌 **역량 강화** 지원 등 정책수단 **스케일업**

1. 아웃바운드 : K-컬처 열기 활용 입체적 해외 마케팅

1 해외 기념일 등 활용한 'K-컬처 융합 마케팅' 추진 문체부·복지부·중기부

○ **현지 대세 K-트렌드**와 **융합**한 마케팅 **프로그램** 기획(GBC 등 주도)으로 **해외 주요 행사***(한국문화원 협력, 국경일 행사 등) 계기 홍보 강화

* **융합 마케팅** 예시 : **(K-팝)** 아이돌 애용 K-뷰티 체험전, **(K-드라마)** 현지 드라마 표출 K-뷰티 판촉전, **(K-푸드)** 전시·상담 참여 시 현지 한식당 시식 바우처 제공 등

○ K-뷰티 **수출 주요국** 대표적 기념일 등과 연계한 **"K-뷰티 혁신 사절단"** 등 **해외 마케팅*** **프로그램**(제품홍보·상담, IR 등) 시행

* 콘텐츠와 K-뷰티 제품을 결합하여 기업 간 네트워킹 지원으로 한류 IP 활용 제품 기획 과제 발굴, 제품개발 및 해외 전시회 참가 지원

2 인플루언서, K-콘텐츠 활용 해외 소비자 마케팅 확대 문체부·복지부·중기부

○ 현지에서 영향력이 높은 **인플루언서** 또는 **대행사** 등을 활용하여 SNS, 전문서적, 방송매체 **홍보 제작** 및 **마케팅** 지원

• 비엠코스 : **美 유명레퍼 '카디비'**가 **보령머드**(비엠코스 지역 연고자원)를 **활용**한 '**비알머드**' 제품을 **SNS**에 언급, **매출 2배 증가** 및 **미군 PX 납품** 진출

○ **K-콘텐츠** 및 연관산업의 **동반 해외진출**을 위해 ①**협업기획**부터 ②**상품화**, ③**홍보·마케팅**까지 단계별 **협업 밸류체인*** 추진

* e-커머스 플랫폼 디지털 마케팅, 주요 문화축제(뷰티페스티벌 등)에 K-뷰티 마케팅

2. 인바운드 : K-뷰티 수출허브 구축 및 글로컬 상권 육성

1 지역 거점별 K-뷰티 수출허브 구축 기재·문체·복지·중기부, 식약처

※ '26년 K-뷰티 클러스터 예산 30억원 신규 확보

○ **(추진개요) K-뷰티**를 **매개**로 **관광객 유입**이 **증가**하고 **신생기업** 등의 **글로벌 진출 무대**로 **활용**하여 **지속 성장** 도모(~'30, 8개 내외)

* 외국인 관광객 등 K-뷰티 체험·마케팅, 전후방 산업 연계, 지속성장 기반 제공

○ **(중점지원)** 뷰티 **창업기업*** 제품의 **전시, 체험, 바이어 상담** 등 **수출유망제품**의 **홍보** 및 **수출 확대**를 중심으로 지원

* 업력 3~7년 이하 브랜드사를 대상으로 공개모집을 거쳐 지원대상 선정

○ **(추진방법)** 기본계획(~'26.上)을 바탕으로 '26년 **수출지원** 프로그램 및 **규제대응** 지원 등 **시범**('26. 30억원) **추진** 후 **'27년**부터 **본격** 육성

* 선정된 클러스터는 국비(1개소 50억원 내외)와 지방비를 매칭하여 프로그램 운영

○ **(클러스터) 지방정부** 중심으로 **공모**하고, **선정**된 **지역**과 함께 프로그램 등 **뷰티 클러스터 로드맵** 마련

- **시범 추진**하는 **'26년**은 **1~2개 지역**을 **선정**하여 운영

* 일정 : 공모·선정(~'26.7월) → 로드맵 수립 및 시범운영('26.下) → 본격조성('27~)

< 추진체계 >

관광·인프라	**중기부** · 인바운드 K뷰티 마케팅 · 풀필먼트·물류 지원	**문체부** · 한류 행사 연계 홍보·관광 · K-콘텐츠 활용 마케팅	**지방정부** · 지역축제 등 행사 연계 · 지역 거점 활용 지원
R&D·인력양성	**복지부** · 화장품 원료·소재개발 등 피부건강 기반 R&D 지원 · 안정성 평가·규제 대응인력 역량 강화 등 지원		
규제·제도	**식약처** · 화장품 안전성 평가 기반 마련 · K-할랄 인증기관 협력	**중기·복지부** · 화장품 관련 규제 대응 지원 · 규제·인증 정보제공 강화	

2 로컬 수출 소상공인과 함께 글로컬 상권 육성 복지부·중기부

* 한국의 카페문화를 경험하기 위해 카페거리로 유명한 유명 관광지 외국인 방한객은 '23년 51.7만 명에서 '24년 97.8만 명으로 87.5% 증가 (한국관광공사)

○ **(수출 소상공인) 외국인 관광객 관심**이 많은 **뷰티 분야** (조제향수, 방향제 등) 등 발굴, **로컬체험**을 바탕으로 **수출상품**으로 육성

- 소비재 **수출 특화교육** 및 **품목별 수출상품화 지원** ('26. 95억원, 신규)

* **주요 프로그램** (예시) : **(수출교육)** 수출 기본교육, 선배기업 수출 경험·노하우 등 전수, **(제품개선)** 국내에서 인정받은 제품을 수출형 브랜드·제품으로 전환할 수 있도록 제품·패키징·디자인 등의 개발·개선 지원

< 품목별 수출상품화 지원 방안 ('26~) >

수출 가능 제품 발굴 ↓ ❶ 교육 및 노하우 전수	❷			❸
		뷰티	브랜딩·포장·디자인 고급화, OEM·ODM 연결	해외 마케팅 및 바이어 매칭
		패션	자체 브랜드·디자인 확보, 브랜드스토리	
		라이프	제품·디자인개선, 소재(업사이클링 등) 개선	
		푸드	패키징, HMR, 지역특화, HACCP, 유통기한 연장	

○ **(글로컬 상권) 로컬 크리에이터** 중심으로 **집객·체류·회유공간*** 등 **다양한 공간·콘텐츠**를 **결합, 해외 관광객 K-뷰티 체험** ('26. 150억원)

* 집객공간 : 소비중심의 상업공간 / 체류공간 : 자신만의 라이프스타일을 즐기는 독립적 경험공간 / 회유공간 : 보행의 즐거움을 주는 비영리 공간

- 방한객의 **경험·가치** 소비 경향에 맞춘 **앵커스토어** (브랜드) 육성, 로컬인프라 확충 등 글로컬 상권 창출 지원

* 복지부 : 체험·홍보관인 K-뷰티플레이 확대 (2개 → '26. 3개) 및 기존 공간 리모델링으로 해외 관광객 체험 지원 강화 / '21년 이후 방문 32만명, 체험 서비스 이용 9만명

< 추진체계 >

중기부	민간(상권기획자·로컬 등)	지자체
· 전체사업 기획 및 운영 · 참여자간 연결·역할조정	· 상권기획, 자체투자 실시 · 앵커스토어, 로컬문화 구축	· 사업비 매칭, 유휴공간 제공 · 인허가 등 주변 인프라 개선
총괄 운영	**상권활동의 주체**	중장기 성과 지원

【 참고 】 K-뷰티 클러스터 시범 추진 예시 ('26년)

1 임대매장 및 팝업스토어

○ 유동인구가 많은 **핵심상권**에 **공간**(건물) **단기 임차** 등으로 **브랜드관, 플래그십 스토어** 등 **인디·신생** 제품 중심으로 구성

< 팝업스토어 조성 (예시) **>**

2 K-뷰티 전시체험관

○ **메이크업** 체험, **AI기술**을 활용한 **피부진단**, 다양한 **뷰티 제품**(스킨케어, 색조화장품 등) 경험, **외국인 전용 체험공간** 등으로 구성

< 뷰티 체험관 운영 (예시) **>**

공간구성	운영방안	예시
메이크업	· 메이크업을 체험하고, 전문가를 통한 1:1 상담 진행 등 전문적인 설명과 제품 추천 공간 · 피부진단 등 고객 맞춤형 프로그램 운영	
제품테스트	· 스킨케어, 색조화장품 등 다양한 뷰티 제품 직접 체험 공간으로 사용법과 효과에 대한 안내를 통해 제품 인지도 및 신뢰도 제고	
외국인 전용	· 영어안내를 포함한 다국어 안내판을 제공하여 외국인 관광객이 체험할 수 있는 공간 · SNS 핫템 및 매장 한정 제품판 제공 등	

3 글로벌 K-뷰티 관광 허브화

○ K-뷰티, 의료·웰니스 관광 등을 테마로 **외국인 방문** 및 **모객 유도**를 위해 **뷰티관광 상품 개발** 및 **글로벌 OTA**(온라인 여행사) **참가 확대**

○ 클러스터 내에서 **코리아뷰티페스티벌** 등 **전시·이벤트 행사**를 개최하여 **외래 관광객 유치** 및 **수출 확대** 도모

3. 스케일업 : K-뷰티 생태계의 글로벌 경쟁력 제고

1 뷰티 · 헬스케어 등 「AI 협력 고도화 프로그램」 도입 중기부

○ 중소·벤처기업의 **뷰티·헬스케어 제품**에 **창의·혁신적** 스타트업 **AI** 기술을 **결합, 제품 고도화** 및 **신규 판로** 확보('26년, 초격차 프로젝트)

• **예스킨** : **소비자 피부 데이터**(피부타입, 민감도 등), **사용자 피드백** 등을 **AI 플랫폼화**하여 화장품, 탈모방지샴푸, 의약외품 등을 **개발**하여 **시판**

* 뷰티·헬스케어 제조 중소·벤처기업수요기업 & (공급) AI 스타트업공급기업

○ **글로벌 진출** 가능성이 높은 **뷰티·헬스케어 과제**를 **발굴**하여, 기술 검증(PoC) 등을 위한 **협업 프로그램**('26년, 5과제 시범도입) **신설**

* (예시) AI 기반 맞춤형 화장품 추천 + 추천 성분으로 화장품 제조 → 고객 맞춤형 화장품

2 민간 투자 촉진을 통한 브랜드 창업기업 스케일업 지원 중기부

○ **(뷰티펀드) K-뷰티 펀드**(400억원 조성중) 조성 후, 해외 진출 및 성장 잠재력이 큰 **뷰티 제조사, 뷰티테크 스타트업** 등에 집중 투자

○ **(투자 로드쇼)** 수출전략품목 **IR 행사** 및 **투자 상담회** 개최('26. 2회)

* VC와 사전 매칭을 통해 기업별 1:1 투자 상담회, IR자료 피드백 제공

3 생산자금 부담 완화 등을 위한 정책금융 지원 확대 중기부

○ **(정책금융)** 수출 준비부터 생산까지 **정책금융 지원**을 **확대**하고, **화장품 용기** 등 **맞춤형 필수 부자재**까지 **활용**을 **지원**

- **K-뷰티론**('25. 200억원 신설)을 **2배 수준**으로 **확대**하고 지원대상을 용기 등 **필수 부자재 구매**비용까지 **포함**, 1회 **지원한도*** **확대**

* (기존) 화장품 생산자금, 1회 1억원 한도 → (개선) 필수 부자재 포함, 1회 1.5억원 한도

○ **(뷰티보증)** 농·생명공학 기반 **그린·화이트바이오 분야**를 영위하는 **성장유망 우수기술 화장품 기업**(원료·용기 등)에 **우대보증** 지원

* 보증비율 : 85% → 최대 95% 상향, 보증료율 : 0.2%p 감면

전략 3. (글로벌 성장) K-뷰티 해외 인프라 확대 및 생태계 확산

◈ K-컬처 주력시장 중심 거점 재외공관 지정·운영, 신흥시장 등 플래그십 스토어 확대, 수출전략품목 육성 등으로 K-뷰티 성장 촉진

1. K-뷰티 글로벌 성장을 위한 거점 해외 인프라 확대

1 K-컬처 인기 주력시장 중심 거점 재외공관 지정 · 운영 외교부

○ 「재외공관 중소벤처기업 지원협의체」* 기반 K-뷰티 진출 거점(주력·신흥·개척시장 구분)을 지정하여 현지 지원 프로그램** 운영('26~)

* 재외공관 주도로 현지 진출기관·협단체 등이 참여하는 해외시장 진출 지원사업

** (프로그램 예시) ① 현지 판촉전, ② 현지 네트워킹 지원, ③ 마케팅 교육 등

< K-뷰티 진출 거점 재외공관 지정(안) >

미국 주력	■ 중소기업 화장품 **수출 1위** ('24년 1,357백만불) ■ 소셜미디어(인스타, 틱톡 등) 기반 바이럴 확산 기대 등
중국 주력	■ 중소기업 화장품 **수출 2위** ('24년 1,065백만불) ■ 한한령 완화 가시화 등으로 수출 증가 기대
베트남 주력	■ 중소기업 화장품 **수출 지속 성장** ('23년385백만불 → '24년450백만불 / 수출 4위) ■ 베트남 뷰티 시장 지속 성장(연평균 7%~10%), 아세안 시장 진출 거점 등
사우디 신흥	■ 중소기업 화장품 **수출 2배 이상 증가** ('23년28백만불 → '24년59백만불) ■ 중동 시장 거점으로 유럽-아프리카 확대 기회 등

※ '26년 : 시범운영(4개 거점) → '27년 이후 : 점진적 확대 추진(5개 거점 이상)

2 신흥시장 등 K-뷰티 수출 촉진 위한 플래그십 스토어 확대 복지부

○ (팝업부스) 해외 팝업부스 운영으로 제품 전시·홍보 마케팅, 현지 소비자 반응 등 K-뷰티 수출 확대 촉진('26. 6개 추가)

* '25년 : 팝업부스 4개국(독일, 대만, 스페인, 이탈리아) 선정 및 운영('25.6~)

○ (판매공간) 주요 전략국 판매장 운영을 통한 제품 인허가, 물류·통관, 전시·판매, 마케팅 등 전주기 단계별 수출 지원('26. 4개 추가)

* '25년 : 4개소 → '26년 : 뉴욕, EU에 대형 화장품 판매장 신규 설치 등 8개소

2. K-뷰티 생태계 확산 및 마케팅 지원

1 K-뷰티 ➜ K-패션, K-라이프 등 수출전략품목 육성 중기부

○ **K-뷰티**를 **중심**으로 패션 등 **주요 소비재** 간 **연계·융합 마케팅 전략**을 적용하여 **글로벌 시장 진출**의 **시너지** 효과 창출

* 예시 : K-뷰티 페스티벌 + 패션 전시회, 푸드 시식 행사 등 체험기회 제공

○ **대형 유통사***와 협업을 통해 **시장성, 글로벌 확장 가능성** 등을 종합 고려하여 소비재 기업 발굴(연 100개사) 및 **원스톱 수출지원**

* 앵커 유통사 : **(뷰티)** OLIVE YOUNG, **(패션)** MUSINSA, **(라이프)** SHINSEGAE DUTY FREE, **(푸드)** 롯데마트

< 수출전략품목 원스톱 수출지원 전후 비교 >

구분	As-is	To-be
대상	■ 지원사업별 요건 별도 설정	■ 수출전략품목 별도트랙 운용
신청	■ 기업이 희망사업에 개별 신청	■ 기업 희망을 반영하여 일괄 연계
선정	■ 단계별 평가 선정	■ 필수요건만 검토하여 우선 선정
성과	■ 지원사업별 성과 측정	■ 기업단위별 성과 분석

2 마케팅 전략 수립 지원 및 브랜드 권리보호 중기부·지재처

○ **(권리보호)** K-뷰티 브랜드의 **해외 무단선점**과 **분쟁대응전략** 지원 및 해외 온라인 플랫폼 **위조상품 모니터링·차단**

* 해외 IP-센터(8개국 10개)를 통한 초동대응 및 위조상품 현지 실태조사·단속 지원

○ **(전략수립) 공동브랜드* 활용, 현지 국가**에서의 **IP 권리화** 및 현지 본격 진출 **마케팅·법률 컨설팅** 등 지원('26~)

* 브랜드 파워가 부족한 신생 중소 브랜드사가 한국 제품의 프리미엄 효과를 볼 수 있도록 희망기업에게 브랜드 K 활용을 지원(예시 : K + 개별 브랜드명 병기)

전략 4. (글로벌 기반) K-뷰티 기술혁신 및 성장기반 마련

◈ **친환경·클린뷰티** 인프라 구축 및 고부가가치 **신소재 개발, K-뷰티 제조현장 스마트화** 등으로 K-뷰티의 **지속 성장 기반** 강화 추진

1. 지속가능한 K-뷰티 혁신기술 R&D 지원

1 친환경·클린뷰티 등 기술개발 인프라 구축 복지부

○ **시험검사·인증·피부임상 및 소재 효능평가** 등 **천연물 화장품*** **시험검사 인프라** 구축**

* 식물, 동물 등 자연 유래 성분이 주성분인 화장품

** 남원 천연물화장품 시험검사임상센터('23~'26, 총 190억원)

○ **원료·생산·포장**의 전주기 **클린 화장품 기술지원 인프라*** **구축**

* 충북 글로벌 클린화장품 산업화 지원센터('24~'26, 총 236억원)

2 부가가치 높은 신소재 · 피부건강 등 기술개발 복지부

○ **고부가가치 소재기술** 개발 및 **필수 기초소재 국산화**, 피부건강 등 연구개발 지원('23~'27, 438억원)

○ AI 효능 평가기술, AI 활용 소재 발굴·최적화 기술 개발 등 **후속 사업 기획 · 추진**('28~)

3 친환경 소재 공급 및 화장품 원료 국산화 가속 복지부

○ **원료 국산화*** 및 **공급망 안정성 강화**를 위한 **품질·효능 시험** 및 **원료 양산 장비** 등 지원('26년 신규 43억원)

* '23년 기준 한국의 화장품 원료 수입 비중은 72%로 추정되며, 특히 유화제, 자외선 차단제, 폴리머, 보존제 등 기초·범용 소재 수입액이 큼

4 K-뷰티 제조현장 스마트화 및 품질관리 지원 확대 복지부·중기부

○ **(제조현장) 부처협업형 스마트공장** 구축 기업을 위한 **K-뷰티 제조기업의 고도화 수준의 솔루션 및 연동 설비** 구축 지원

• **코스메카코리아** : **AI를 활용한 최고 수준 지능형 공장** 구축
* '19년, '21년 스마트공장 → '22년 '**K-등대공장**' (~'26.1월까지 레벨4 진행 중)

○ **(품질관리)** 뷰티분야 우수제품 제조 및 품질관리 충족을 위한 **cGMP*** **인증 컨설팅** 이후 **스마트공장 구축** 연계 지원 확대 중기부·식약처

* 미 FDA의 우수 화장품 제조·품질관리 기준(current **G**ood **M**anufacturing **P**ractice)

5 화장품 제조 등에 특화된 기술개발 및 지역연계 실증 중기부

○ **제조 특화 분야 Multi AI Agent 기술개발 지원** ('26년 12개 과제 내외)

* 예시 : 화장품 성분 공정 최적화 AI Agent - 성분 배합과 제조 공정 데이터를 기반으로 최적의 처방 조건 자동 도출 및 예측 가능한 품질 설계와 공정 자동화 가능

○ **제조AI센터*** 중심으로 **화장품 제조 공정 AI PoC 실증**, AI 활용 관련 **컨설팅** 및 재직자 **교육** 등 **지원**

* 충북지역 소재, 융합바이오(바이오, 화장품, 의료기기) 제조기업 AX 추진

6 화장품 물류센터 구축 및 주요 해외거점 정보 제공 복지부·중기부

○ **미국 내 화장품 물류센터 구축** 및 **권역별 핵심물류거점 정보 제공·신청, 통관·배송 추적** 등을 위한 **민간 물류플랫폼 연계**

< 미국 내 화장품 물류센터 구축 개요 >

지원대상	지원내용	비고
K-뷰티 중소·중견기업	· 물류센터를 보유하고 있는 전문업체를 선정하고, 美 수출 중소기업에 대해 물류 풀필먼트 서비스 제공	

* 풀필먼트(fulfillment) : 고객주문에 맞춰 물류센터에서 고객에게 배송되기까지의 모든 과정(상품보관-제품선별-포장-배송-처리)을 일괄 처리하는 서비스

2. K-뷰티 중소벤처기업의 자생적 성장기반 확충

1 K-뷰티 관련 규제정보 및 맞춤형 컨설팅 강화 복지부

○ **(화장품종합지원센터) 전문가 자문위원회** 등 종합지원센터 기능 강화 및 글로벌 전문가 풀 기반 **맞춤형 컨설팅** 추진('26~)

○ **(안전성 정보제공 확대)** 수출 시 필요한 **화장품 원료**의 **안전성 정보** 및 **국가별 시장·규제정보*** **통합** 지원

* 천연성분 문헌자료 수집('25년 15종 → '26년 500종 이상), 국가별 규제 가이드라인('26년 인도네시아 등 신규 4개국), 규제 정보 교육 및 세미나('25년 1,000명→'26년 1,200명)

- 해외 **규제 및 시장 정보** 등 **AI 활용 정보 통합** 추진('26. 10억원),

○ **(OTC 등록)** 美 **비처방의약품** (OTC*) **제조소 등록** 컨설팅('26~)

* **O**ver-**t**he-**C**ounter : 미국은 한국과 달리 자외선차단제, 여드름개선제 등을 별도 규제

2 뷰티 전문인력 양성을 위한 교육 추진체계 다변화 복지부

○ **오송 국제 K-뷰티스쿨 운영**으로 **내·외국인** 대상 **미용, 메이크업** 등 **뷰티 전문인력 양성체계 다변화**('26~)

3 화장품산업육성법 제정 등 체계적 지원 기반 마련 복지부·중기부

○ **(복지부)** 「화장품산업 진흥 및 육성에 관한 법률」 제정을 추진하여 **화장품산업**의 **지속 가능한 성장**을 위한 **법적 기반*** 마련

* 혁신형 화장품기업 인증, 화장품산업육성위원회 설치로 정책조정, 해외진출지원 등

○ **(중기부)** 중소·벤처기업 수출 및 해외진출 **지원정책의 범부처 총괄** 기능 수행, 완결성 있는 **지원 기반** 마련(지원법률 제정 추진, '26~)

* 「중소·벤처기업의 해외진출 촉진에 관한 법률」가칭 제정(지원기능, 재원 등 반영)

Ⅴ. 추진일정

정책 과제	시기	부처·기관
1. (글로벌 진입) K-뷰티 글로벌 진출 · 성장 촉진		
■ 청년 소프트파워 창작자 발굴·육성	'26~	중기부
■ 강한소상공인을 수출 주력기업으로 육성	'26~	중기부
■ 수출기업 성장 사다리 프로그램 도입	'26~	중기부
■ 온라인 기반 신시장 개척 및 오프라인 연계 확대	'26~	중기부
■ 온라인 인기제품의 오프라인 수출상품화 전환	'26~	중기부
2. (글로벌 확장) 수출전략 다각화로 K-뷰티 해외시장 확대		
■ 해외 기념일 등 활용한 K-컬처 융합 마케팅	'26~	문체·복지·중기부
■ 인플루언서, K-콘텐츠 활용 해외 마케팅 확대	'26~	문체·복지·중기부
■ 외국인 관광지 등을 활용한 마케팅 지원	'26~	관계부처
■ 로컬 수출 소상공인과 함께 글로컬 상권 육성	'26~	중기부
■ 스케일업을 위한 민간투자, 정책금융 확대	'26~	중기부
■ K-뷰티 중심 수출전략품목 육성	'26~	중기부
3. (글로벌 성장) 민관 융합 · 협력의 K-뷰티 생태계 확산		
■ 뷰티·헬스케어 등 AI 협력 사업화 프로그램 마련	'26~	중기부
■ 창의적인 브랜드 권리보호 및 마케팅 전략 수립 지원	'26~	중기부·지재처
■ K-컬처 인기 주력시장 중심 거점 재외공관 지정	'26~	외교부
■ 신흥시장 등 K-뷰티 수출 지원 플래그십 스토어 확대	'26~	복지부
■ K-뷰티 중심 소비재 연계·융합 수출전략품목 육성	'25.11~	중기부
■ 4대 소비재에 특화된 맞춤 지원정책 도입	'26~	중기부
4. (기반 고도화) K-뷰티 기술혁신 및 성장기반 마련		
■ 친환경·클린뷰티 분야 개발 인프라 구축	~'26	복지부
■ 신소재 및 피부건강 기술개발, 원료 국산화	'26~	복지부
■ K-뷰티 제조현장 스마트화 및 지역연계 실증	'26~	중기부
■ 화장품 물류센터 구축 및 해외거점 정보 제공	'26~	복지부·중기부
■ K-뷰티 관련 규제정보 및 컨설팅, 전문인력 양성	'26~	복지부
■ 화장품산업육성법 제정 등 제도적 지원기반 마련	'26~	복지부·중기부