



Cosmetic Industry Insights Reports

지속가능한 패키징 인증

Foreword

최근 화장품 산업은 환경적 책임과 지속가능성을 경영의 핵심 가치로 삼으며 제품 뿐 아니라 패키징에도 지속가능한 경영 철학을 반영하고 있다. 소비자들도 제품의 우수한 품질 뿐 아니라 친환경적이고 클린(clean) 뷰티 등 지속가능한 가치를 고려하여 구매 결정을 내리고 있다. 규제 기관 또한 화장품 산업의 친환경 전환을 적극 권장하고 있으며, 특히 패키징과 관련하여 친환경성과 경제성 그리고 혁신성을 동시에 요구하는 규제를 적용하고 있다.

화장품 패키징의 친환경적인 변화에 대해, Cosmetic Industry Insight Report 2025는 대한화장품협회의 회원사를 대상으로, 지속가능한 패키징 관련 전략 수립에 실질적인 방향성과 인사이트를 제공하기 위해 총 6개의 시리즈로 순차 발간될 예정이다. 인사이트 보고서는 지속가능한 패키징 관련 규제 분석과 함께 기업의 대응 방안 및 유관 사례 등을 폭넓게 다룸으로써, 국내 화장품 수출 기업들이 실질적으로 활용할 수 있는 정보제공을 목적으로 한다. 심층 리포트는 EU의 포장 및 포장폐기물 규제(PPWR)를 포함한 주요 국내외 규제를 심층 분석하고, 해당 규제와 관련된 시사점을 포함하여 국내 기업들의 해외 진출 시 참고할 수 있는 대응 전략 수립 내용까지 다룰 예정이다.

각 보고서는 최신 화장품 패키징 동향 및 산업 변화의 방향성을 조망하기 위해 관련 전문가의 인터뷰와 신제품의 사례 등 내용을 포함하여 구성된다. 이를 통해 대한화장품협회 회원사들이 지속가능성을 비즈니스 경쟁력으로 전환하는 데 실질적인 방향성을 제시하는 것이 본 보고서의 주요 목적이다.

이번 Vol. 1에서는 지속가능한 패키징과 관련된 국내외 주요 인증에 대해 분석하였다.



Vol. 01

Chapter 1. 화장품 패키징의 전략적 가치

Chapter 2. 지속가능한 패키징을 위한 인증

Chapter 3. 글로벌 유통채널의 지속가능한 패키징 인증

Chapter 4. 화장품 기업의 대응 방안

Chapter 5. 부록



Chapter 1

화장품 패키징의 전략적 가치

I. 화장품 패키징의 전략적 가치

우리는 아침에 깨어날 때부터 저녁에 잠들기까지 우리의 생활 속 곳곳에서 화장품을 접한다. 여기에는 샴푸·린스·바디 클렌저·비누 등 기초 생활용품 뿐 아니라, 개인의 개성을 표현하는 스킨케어 제품·메이크업·향수·네일 제품을 포함하여 굉장히 다양한 제품들이 있다. 이들은 다양한 피부와 모발 상태, 사용 목적에 따라 세분화되는데, 그 차별점은 화장품의 패키징에서도 고스란히 드러난다. 화장품을 구매할 때, 우리는 자연스럽게 화장품 외형에 주목한다. 고급스러운 병, 세련된 색감, 정교한 디자인은 소비자의 손길을 이끄는 강력한 첫인상이다. 모양, 색상, 질감, 재질, 타이포그래피와 같은 시각적 요소들은 브랜드의 분위기와 이미지를 직관적으로 전달하며, 짧은 시간 안에 소비자에게 강렬한 인상을 남긴다. 나아가, 소비자에게 제품에 대한 정보를 상세히 전달하고, 브랜드의 가치를 스토리텔링 해주며, 브랜드와 소비자를 감성적으로 연결하는 매개 역할도 한다.

최근 화장품 패키징은 단순히 '보기 좋은 외관'을 넘어, 제품을 안전하게 보호·보존하고 브랜드 가치와 신뢰성을 전달하는 지속가능한 패키징으로 진화하고 있다. 더욱 친환경적인 원료를 사용하고, 자원 절약을 고려한 컴팩트한 디자인 등, 패키징 전반에서 전략적인 변화가 일어나고 있다. 이러한 변화 속에서 패키징이 수행하는 역할과 그 목적은 크게 4가지로 설명할 수 있다.

1. 제품 보호와 안전성의 최전선

화장품 패키징의 가장 기본적인 역할은 제품을 보호하고 안정성을 유지하는 것이다. 화장품은 피부와 모발에 직접 닿는 제품인 만큼, 소비자의 건강에 직결된다고 할 수 있다. 따라서 엄격한 성분 기준과 함께, 이를 안정적으로 담아낼 수 있는 패키징 설계도 필수적이다. 화장품의 내용물은 온도, 습도, 공기와의 접촉, 빛 등으로 변색, 변취, 변질될 수 있다. 이는 제품의 효능 저하로 이어질 수 있기 때문에 내용물을 외부 환경으로부터 안정적으로 보관할 수 있는 패키징의 역할이 중요하다. 그리고 내용물의 최상의 보관 상태는 포장, 수송, 판매 그리고 화장품의 사용기한까지 유지되어야 할 것이다.



2. 소비자와 브랜드를 잇는 소통 수단

화장품 패키징은 제품 브랜드의 철학과 가치를 소비자에게 전달하는 소통 수단으로 기능한다. 브랜드 로고, 성분 정보, 사용법, 친환경 메시지 등 모두 패키징을 통해 소비자에게 전달되며, 패키징은 브랜드가 추구하는 정체성과 소비자의 인식을 연결하는 매개체로서 작동한다. 실제로 포브스의 소비자 조사에 따르면, 제품 패키징의 시각적 매력에 구매 행동에 영향을 미친다고 응답한 비율은 70%를 상회한다.¹⁾

뿐만 아니라, 패키징의 디자인은 제품의 사용 전후 전체 소비 여정에도 영향을 미친다. 개봉하는 순간의 기대감, 손에 잡히는 촉감, 사용 후 패키징을 분리 배출하거나 재사용하는 과정은 소비자에게 ‘브랜드 경험’으로 각인된다. 이런 감성적 경험은 제품 자체의 만족도와 결합하여 브랜드에 대한 호감과 충성도로 이어진다.

한편, 패키징의 정보 전달 기능은 감성적 설득 못지않게 중요한 브랜드 커뮤니케이션의 또 다른 축이다. 제품의 신뢰성과 안전성은 패키징에 기재된 정보의 정확성, 명료성, 객관성에 크게 좌우되며, 이는 소비자의 구매 결정과 브랜드의 신뢰성으로 직결된다. 문구가 과장되거나 소비자를 오도할 경우, 제품에 대한 부정적 인식, 실제 사용 경험과의 괴리 등 부정적인 결과로 이어질 수 있다.

1) Robinson, C. (2024) Psychology Of Product Packaging, How It Plays Into Profitability, Forbes, Feb 28, 2024.



3. 지속가능한 미래를 위한 전략적 선택

화장품 산업도 일회용 플라스틱 사용 및 패키징 폐기물 증가, 저조한 재활용률 등의 이슈를 직면하고 있다. 이에, 화장품 패키징 산업은 ‘순환경제(Circular Economy)’라는 원칙을 중심으로 새로운 전환기를 맞이하고 있다. 순환경제는 단순한 재활용을 넘어서, 자원의 채굴·생산·소비·폐기라는 선형 구조를 대체하는 방식으로, 제품의 설계부터 폐기 이후 관리까지 전 과정에 걸쳐 자원 낭비를 줄이고 부정적 환경 영향을 최소화하는 것을 목표로 한다. 순환경제의 목적은 단순히 폐기물 양을 줄이는 것에 그치지 않고, 전 주기에 걸쳐 탄소발자국(온실가스 배출량)을 저감하고, 제품의 생산과 소비 구조 자체를 지속가능한 방식으로 재설계하는 데 초점을 맞추고 있다.

화장품 패키징의 지속가능성에서의 핵심은 ‘① 원료 투입’과 ‘② 지속가능한 디자인’에 있다. 먼저, 원료 투입 단계는, ‘친환경 원료’ 사용을 넘어, 재생 가능한 자원을 순환적으로 활용하는 시스템으로의 전환을 내포한다. 실제로 재활용성이 높은 소재(종이, 유리, 금속 등)로의 전환과 생분해 또는 퇴비화 가능한 바이오 기반 원료의 상용화가 활발히 진행되고 있다. 한편, 화장품 업계에서 재활용된 플라스틱(PCR, rPET 등)의 사용을 확대하는 움직임이 뚜렷하다. 재활용 플라스틱을 사용할 경우, 신규 플라스틱을 생산할 때보다 온실가스 배출량을 60% 이상 줄일 수 있다.¹⁾

지속가능한 디자인 단계는 제품 수명주기 전반에 걸쳐 환경에 미칠 수 있는 악영향을 최소화하기 위한 디자인으로 친환경 원료뿐 아니라, 패키징의 재활용, 재사용, 리필, 최소한의 부피와 재료 투입으로 만들어지는 전 과정을 디자인하는 것을 의미한다. 이는 최종적으로 패키징 폐기물 양을 감축하는 목표뿐 아니라, 제품 생산에서부터 폐기 단계까지의 탄소발자국과 총 에너지 사용을 줄이는 효과를 누릴 수 있기 때문에, 화장품 업계는 지속가능한 패키징 디자인의 전 과정을 고려하지 않을 수 없다.



1) Robinson, C. (2024) Psychology Of Product Packaging, How It Plays Into Profitability, Forbes, Feb 28, 2024.

4. 글로벌 규제 대응을 통한 경쟁력 확보

화장품 패키징 산업의 변화는 점점 강화되는 글로벌 환경 규제에서 비롯되고 있다. 크게 패키징 소재와 디자인 관련된 규제가 글로벌 차원에서 확대되고 있다. 먼저, 재생원료와 관련하여 EU는 「일회용 플라스틱 지침(SUPD)」에 따라 2025년까지 PET 음료병에 재생원료 25% 사용을 의무화하고 있으며, 2030년까지는 모든 플라스틱 병에 대해 30%로 확대할 계획이다. 패키징 전체에 대한 재생원료 사용 의무화는 아직 시행되지 않았으나, 2030년부터 30% 비율 적용을 목표로 하고 있다. 미국 캘리포니아주 역시 2022년부터 플라스틱 음료 패키징 대상 재생원료 사용 의무화 비율을 15%로 설정하였고, 2025년까지 25%, 2030년까지 50% 수준으로 제고할 예정이다. 이러한 흐름에 발맞춰, 국내 환경부도 「자원의 절약과 재활용 촉진에 관한 법률」을 개정해 2025년부터 식음료용 패키징에 대해 재생원료 10% 사용을 의무화했고, 2030년까지 30%로 확대하는 방안을 추진 중이다. 따라서, 친환경 원료 사용은 이제 지속가능성 실현을 위한 선언적 메시지를 넘어서, 글로벌 시장에서 준수해야 할 구체적인 의무이자 진입 조건으로 자리 잡고 있다.

‘지속가능한 디자인’과 관련한 규제 역시 화장품 패키징의 환경 영향을 구조적으로 줄일 수 있는 실질적 방안을 고려하여 고도화되고 있다. 패키징의 최적화와 경량화, 불필요한 패키징 및 과대포장의 지양, 일회성 포장에서 다목적 재사용이 가능한 구조로의 전환, 나아가 재활용 용이성과 재질·구조 단순화로 이어지는 설계까지 포함한다. 국내에서는 「제품의 포장 재질·포장방법에 관한 기준 등에 관한 규칙」에 따라 유통 포장의 과대포장 규격을 규제하고 있고, 중국 또한 「식품 및 화장품 과대포장 제한 요건」에 따라 규제한다. EU의 PPWR은 포장 경량화와 빈 공간의 비율을 최대 50%로 제한하는 등 포장 최소화 요건도 규정하고 있다.

이러한 방향은 부정적인 환경 영향 저감 뿐 아니라, 패키징 사용량 감소 및 경량화를 통한 비용 절감과 물류 효율성 향상에도 기여한다. 패키징의 무게와 부피를 줄이면 운송·보관 과정에서의 부담이 감소하고, 기업의 연간 패키징 사용량 축소와도 직결된다. 최근에는 사용 편의성과 분리배출 용이성을 함께 고려한 구조 설계가 요구되고 있으며, 지속가능한 디자인은 생산부터 폐기에 이르는 제품 생애주기 전반에서 환경 영향을 좌우하는 핵심 단계로 기능하고 있다.

이런 규제에 발맞춰 화장품 업체들은 패키징을 지속가능하게 디자인 한다면, 제품의 투명성을 제고하고 제품 사용과 폐기 단계까지 친환경 경험을 선사함으로써, 가치 소비자들의 니즈까지 충족시킬 수 있을 것이다. 따라서, 정확한 정보와 문구, 패키징 재질 표기 등의 정교해지는 규제에 대한 대응을 선제적으로 하는 것은 단순한 규제 준수 차원을 넘어, 국제 시장에서 제품의 ‘신뢰’를 형성하고, 해외 시장 진출 뿐 아니라 브랜드 이미지 구축 및 제고 전략의 일환으로 작용한다.



Chapter 2

지속가능한 패키징을 위한 인증

II. 지속가능한 패키징을 위한 인증

화장품 패키징의 규제가 강화되면서, 친환경 기준을 충실히 이행하고 있는 제품에 대한 인증의 중요성 역시 부각되고 있다. 이러한 인증은 제품의 차별성을 나타내기 위한 마케팅 수단을 넘어, 기업의 지속가능성과 사회적 책임 이행 여부를 입증하는 객관적 근거로 활용되고 있다. 지속가능 경영에 대한 사회적 요구가 확산하면서, 인증은 소비자 뿐 아니라 정부, 고객사, 협력사 등 이해관계자와의 신뢰를 촉진하는 촉매제이다. 이에 따라 글로벌 화장품 패키징 산업에서도 환경적·사회적 영향을 최소화하기 위한 인증이 등장하고 있다.

‘II. 지속가능한 패키징을 위한 인증’ 부분에서는 화장품 패키징 분야에서 가장 널리 활용되는 국내외 인증 및 표시제도를 다루고 있다. 먼저, 및 기업의 자체 인증 사례를 살펴보고, 그 다음으로 한국 기업들이 글로벌 친환경 요구사항에 효과적으로 대응하기 위해 준비할 수 있는 인증에 대해 알아보려고 한다.



1. 환경표지 인증제도

재생원료 사용에 대한 인증으로는 국내 환경부에서 1992년 4월부터 시행한 환경표지 인증제도가 있다. 이는 「환경기술 및 환경산업 지원법」 제17조(환경표지의 인증)에 근거해 환경부가 시행하는 인증제도로, 친환경 제품에 대한 자발적 기업 생산 및 소비 활성화를 위해 운영된다. 제품의 전 과정 단계(원료 취득, 제조, 유통·사용·소비, 폐기, 재활용)에서의 종합적 친환경성 뿐만 아니라 품질 성능이 우수한 친환경 제품(서비스 포함)을 선별하며, 같은 용도의 다른 제품에 비해 제품의 환경성을 개선한 경우, 그 제품에 친환경 로고를 표시하게 해주는 제도이다 (👉 [한국환경산업기술원](#)에서 확인 가능). 대상 제품군별 발생 가능한 7대 환경부하(방안)를 최소화할 수 있으며, 30% 이상 환경 악영향을 감축한 경우가 해당 표기를 할 수 있다.



화장품 패키징의 전 과정을 고려한 환경성 항목은 제조 단계(사용금지물질, 자원순환성 및 경량화 지수, 유리제 용기의 경량화 지수), 유통·사용·소비 단계(사용 제한 물질 및 유해 영향), 재활용 단계(합성수지제 용기의 자원순환성 지수, 재활용 고려 설계)가 있다. 「환경표지대상제품 및 인증 기준」의 [별표 2]에서 사용금지 물질 리스트를 확인할 수 있으며, 유리제 용기 경량화 지수¹⁾는 2.0 이하, 합성수지제 용기의 자원순환성 지수²⁾는 0.30 이하여야 한다.

화장품 패키징의 경우, 개인용품 및 가정용품-기타 잡화류 인증기준 목록에 포함되며, 상표가 특정되지 않은 합성수지제·유리제 다회용 화장품 용기에 대해 인증이 가능하지만 별도 인증기준 대상품목 중 화장품에 해당하는 제품의 용기 및 가압 용기, 눈 화장용 제품류 용기, 색조 화장용 제품류 용기는 인증 가능한 제품에서 제외된다.

국내에서 친환경 인증을 받은 경우, 상호인정협정을 체결한 해외 국가에서는 별도의 심사 없이 동일한 인증 효력을 누릴 수 있다. 상호인정협정 국가별로 인증(p.35 부록 1 참조)이 있으니 해외 진출 기업은 참고할 수 있다.

1) 유리제 용기의 경량화 지수 = $0.44 \times \text{유리제 용기 무게(g)} \times (\text{표시용량}/0.9(\text{ml}))^{-0.77}$

2) 자원순환성 지수 = {라벨 등을 포함한 용기 전체 질량(g) × 용기 중 폐재 또는 재생가능한 원료 이외의 질량(g)} / 용기의 최대 용량(mL)

2. 폐플라스틱 재생원료 사용 표시 제도

국내에서 발생한 폐플라스틱을 재생 이용하여 만든 재생원료를 일정 비율 이상으로 사용한 경우, 제품·패키징 제조사가 그 사용 비율을 제품 및 패키징에 표시할 수 있도록 2024년 3월 29일부터 '폐플라스틱 재생원료 사용 표시제도'가 시행되었다. 화장품 패키징의 경우, 재생원료 최소 10%를 사용하면, 분리배출의 표기 옆에 폐플라스틱 재생원료 xx%, 환경부의 확인 마크를 붙일 수 있다.



▲ 폐플라스틱 재생원료 사용 표시

환경 규제가 강화되고 글로벌 기업들의 요구수준이 높아짐에 따라, 이에 대응하기 위한 국내 제도적 기반이 마련되고 있다. 따라서, 이러한 변화에 효과적으로 대응하기 위해 기업들은 국제 인증과 국내 제도 간 연계 강화 흐름을 지속적으로 모니터링을 할 필요가 있다.



여기서 잠깐!

분리배출 표시는 자원의 절약과 재활용 촉진에 관한 법률(「자원재활용법」)에 따라 제품이나 패키징에 재활용 가능한 재질과 분리배출 방법을 명확히 표시하도록 의무화하는 제도에서 기인했다.

분리배출 표시 대상은 종이 팩, 금속 캔, 유리병, 합성수지 재질의 패키징이 해당한다. 합성수지 패키징은 모든 경우에 표시 의무를 가지며, 그 외 패키징은 표시 대상 제품에 해당하는데, 여기에는 식음료, 화장품, 주류 등의 패키징도 포함된다.

해외 지속가능 패키징 인증 제도와 유형

화장품 패키징에 적용되는 국외 인증들의 원료 유형은 재활용, 바이오, 대체 원료(Alternative Feedstocks) 등으로 구분할 수 있으나, 일부 인증의 경우 복수 원료 유형을 인증 대상에 포함하고 있다. 구체적으로 RCS와 GRS는 재활용 원료(페플라스틱, 폐섬유 등)를 인증해주고, ISCC+는 바이오매스, 재생/순환 원료, 폐기물 등 다양한 대체 원료를 인증해준다.

반면, ISO 14021은 기업이 재활용, 재생, 생분해성 등 환경성 주장을 자체적으로 선언하는 인증이다. 이 중 ISO 14021은 화장품 기업이 환경성 주장 표기를 위해 취득하나 신뢰성·마케팅·수출·유통·조달 과정에서 공식적으로 활용할 때 SGS 등 제3자 인증기관의 재활용 콘텐츠 인증을 추가로 확보하면, 라벨(SGS Green Mark)을 부여 받아 사용할 수 있다.

국제 인증은 사용된 지속가능 패키징의 신뢰성 확보를 위해 도입된 제도로, 단순한 원료 함량 표기를 넘어서 공급망 전 과정(Chain of Custody)에서의 추적성, 문서화, 인증기관 검증을 필수 요건으로 포함한다. 특히, 글로벌 시장에서는 뷰티 브랜드의 납품 조건, 유통사의 친환경 조달 정책, ESG 공시 등의 이유로 이러한 인증의 도입이 점차 중요해지고 있어, 이에 대응해 국내 기업들도 국제 인증들을 검토할 필요가 있다.

명칭	마크	시행 시기	시행기관/ HQ	적용 원료	원료 함량 기준	인증 요건	한국 법령과의 차이
RCS		2013	Textile Exchange / 미국 텍사스주	플라스틱, 종이 등	5% ↑	✓ GRS보다 간단한 공급망 추적성(CCS 기반), 문서 검증	✓ RCS 단독으로 법적 효력 없음
GRS		2008	Textile Exchange / 미국 텍사스주	플라스틱, 종이 등	20% ↑ (라벨링: 50% ↑)	✓ CCS(Content Claim Standard) 기반 공급망 추적성, 거래증명서(TC), 사회·환경·화학물질 관리 요건	✓ 구체적 함량 기준 없음(「자원순환기본법」) ✓ 식품패키징 재생원료 사용 시 MFDS 승인 필요(「식품위생법」)
ISCC+		2012	ISCC 관리사무국 / 독일 베를린	대체 원료 (바이오매스, 재생/순환 원료, 폐기물)	없음	✓ Mass Balance 방식 허용, 사회·환경·탄소 배출 관리	✓ 환경부 인증(K-REACH, 자원순환인증)과 병행 필요
ISO 14021	-	2016	ISO/ 스위스 제네바	모든 재활용 소재	자율 설정	✓ 제3자 검증 없이 자체적 자료 구비·공개	✓ 한국산업표준(KS) 혹은 환경성적표지제도와 연계해 사용 가능 ✓ 허위 시 법적 책임(표시광고법)



1. GRS(Global Recycled Standard)

GRS(Global Recycled Standard)는 재활용 소재 사용량, 공급망 투명성(Chain of Custody, 원료 수급부터 최종 제품까지 전 과정을 추적), 환경·사회적 책임(국제노동기구(ILO) 기준 준수, 유해 화학물질 사용 제한, 환경 관리(에너지·수자원·폐기물 등)을 제3자 검증하는 국제적 민간 인증 제도이다. GRS 인증의 목표는 재활용 소재 사용을 촉진하고 공급망 전반의 투명성 및 추적성, 생산 과정에서의 환경적·사회적 유해 영향 최소화, 그리고 소비자가 지속가능한 선택을 할 수 있도록 정보 제공 등의 역할을 수행함으로써 최종적으로 제품에서 재활용 소재의 비율을 높이는 데 기여하는 것을 목적으로 한다.

인증 가능한 원자재는 ISO 14021 및 FTC Green Guides 기준에 따라 정의된 '재활용' 소재로, 소비 전(pre-consumer) 및 소비 후(post-consumer)에 폐기물 처리 체계(waste stream)에서 회수되어, 제품 또는 구성요소를 원료로 다시 투입된 재료를 의미한다. 제품에 최소 20% 이상의 재활용 소재가 포함되어야 GRS 인증을 받을 수 있으며, 재활용 함량이 50% 이상일 경우에만 GRS 라벨을 제품에 표시할 수 있다.

현재 Textile Exchange는 해당 기관에서 관리하는 RCS, GRS, RWS(Responsible Wool Standard), RDS(Responsible Down Standard) 등 인증들에 대한 통합 표준 Materials Matter Standard를 개발하고 있다. 2025년에 최종 표준을 발표하여, 금년도에는 기업들은 기존 표준과 통합 표준 중 선택하여 인증 절차를 진행할 수 있다. 2026년도부터는 통합 표준이 의무화되어 기존 인증들을 받을 수 없게 되고, 모든 신규·갱신 인증은 통합 표준에 따라 진행될 예정이다.¹⁾

여기서 잠깐! TRASCE 컨소시엄

TRASCE(Traceability Alliance for Sustainable Cosmetics)은 샤넬, 로레알, 에스티로더, 디올, 시세이도 등 15개 글로벌 뷰티 브랜드와 주요 패키징·원료 공급사가 참여하는 유럽 중심의 대형 컨소시엄으로, 유럽 최초로 공급망 내 GRS 등 국제 인증 취득 현황을 실시간으로 추적·공유한다. Transparency-One이라는 플랫폼을 통해 브랜드 및 공급사가 공급망 내 소재, 인증, 공급자, 가공 이력, 인증서(GRS 등) 등 데이터를 실시간으로 공유하고 투명하게 관리한다. 공급망 내 GRS 인증 현황을 실시간으로 추적·검증할 수 있어 이를 토대로 공급망 리스크 분석, 개선 계획, 규제 대응을 추진하고 있다.²⁾



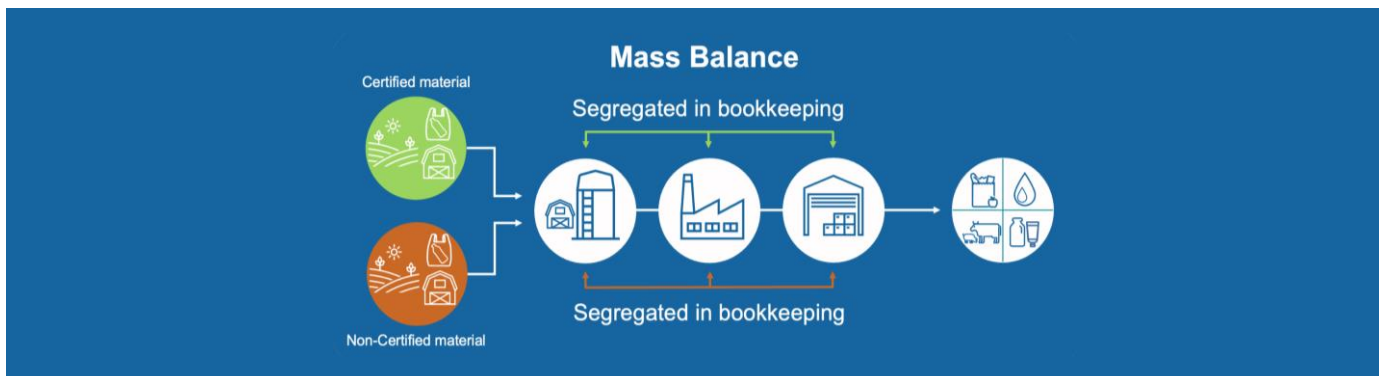
1) Textile Exchange 공식 홈페이지

2) Textile Exchange GRS Implementation Manual 4.2

2. ICSS(+)+PLUS

ISCC+는 순환경제와 바이오 경제로의 전환을 지원하기 위해 대체원료(Alternative Feedstocks)의 확산을 유도하는 국제 인증으로서, 특히 패키징 및 플라스틱 산업의 친환경 전환을 가속화하는 목표를 가진다. ISCC+에서 말하는 대체원료는 순환 원료, 바이오-순환 원료, 바이오 원료, 재생에너지 기반 원료 등을 포함하여 화학적 또는 기계적 재활용 공정을 통해 재생산된 것을 의미한다. ISCC+는 전체 공급망에서 이러한 원료들이 재생산을 위해 혼합되는 과정을 질량 균형(Mass Balance) 방식 또는 물리적 분리(Physical Segregation)를 통해 투명하게 추적할 수 있는 인증 체계를 설계·운영하고 있다.¹⁾

ISCC+는 단일 공정이 아닌 전체 공급망 전반에 걸쳐 적용되는 인증 체계로, 원료의 수집부터 가공, 변환, 제품 제조, 브랜드, 최종 소비자에 이르기까지 모든 단계에서 인증이 이루어진다. 이를 통해 공급망 전체에 걸친 지속가능성 관리와 추적 가능성(Traceability)을 확보할 수 있으며, 신뢰성과 일관성 면에서도 강점을 가진다.



1) ISCC+의 공식 홈페이지

3. ISO 14021

국제 표준인 ISO 14021은 '재활용 함유', '재활용 가능' 등 환경성 주장을 할 때 정의, 용어, 표기 방법, 증빙 자료, 검증 절차를 규정함과 동시에 기업이 자사 제품에 재활용 원료 사용을 자체적으로 선언할 때 따라야 하는 원칙을 제시한다. 기업 내부에서 관리하는 자체 인증 외, 마케팅 및 수출 등에서 공식적으로 표기는 SGS 재활용 콘텐츠 라벨(SGS Green Mark)을 통해서 하고, 해당 마크는 재활용 원료 비율(최소 5% 이상)과 QR코드를 통해 인증 진위 확인 기능을 포함하고 있다. SGS의 제3자 인증 절차는 원료 공급 증빙, 재활용 함량 계산, 생산공정 현장 심사 등으로 구성된다.

여기서 잠깐! SPICE 컨소시엄

Recycled Content

- ✓ Bottle
- ✓ ISO 14021
- ✓ >95% post-consumer recycled content

로레알, 샤넬 등 30여 개의 글로벌 화장품 브랜드가 참여하는 **SPICE(글로벌 화장품 패키징 지속가능성 이니셔티브)**의 업계 가이드라인은 화장품 패키징의 환경성 주장을 표기할 때 ISO 14021 원칙을 공식 채택하고 있으며, SGS는 플라스틱(재활용 PET, PE, PP, ABS 등) 및 다양한 소재의 패키징, 화장품 패키징 등에 재활용 원료 인증을 제공하고 있다.

재활용 종이 인증

재활용 패키징의 재질 중 종이에 대한 글로벌 인증은 두 가지 - 산림관리협의회(Forest Stewardship Council, FSC) 인증과 산림인증 승인프로그램(Program for the Endorsement of Forest Certification, PEFC) 인증이 있다. 전자는 국제 기준이 일률적으로 적용되는 방식이지만, 후자는 각 국가가 자국의 여건에 부합하는 산림 인증제도를 마련·적용·시행할 수 있도록 허용하여, 이러한 로컬화 요소를 국가 간에 상호 인정하는 구조이다.

1. FSC

FSC는 종이와 펄프의 원료 그리고 이들의 원료가 되는 산림의 지속가능성을 평가하는 인증이다. 지속가능성에는 나무가 자라는 숲 관리서부터 시작하여 벌목까지 환경적인 면에서 철저하게 관리되고, 해당 지역 주민과 노동자들의 인권과 노동권까지 위반하는 것이 없도록 보증하는 내용이 포함된다. 더 나아가, 삼림의 황폐화와 불법 벌목을 방지하고 예방할 수 있는 활동을 선두적으로 많이 펼치고 있어, 기업 뿐 아니라 소비자들에게 많은 신뢰를 받고 있다.

‘Tick-tree’ 틱-나무 로고는 FSC의 공식 로고이며, 이 인증의 트레이드 마크는 ® 또는 TM이다. 제품이 판매되는 국가에서의 등록 상태에 따라 달라지는데, 국내에서는 ®로만 사용된다. FSC ® 과 인증 고유번호는 이 상표에 대한 진위성을 확인할 수 있게 해준다. 소비자에게 전달될 최종 제품 사용되는 상표는 3가지로 구분이 된다. FSC 100%, MIX, 그리고 RECYCLED가 있다.



FSC 100%

종이를 만드는 데 사용된 목재의
100%가 FSC가 인증한
산림에서 제공



FSC 혼합 (MIX)

종이를 만드는 데 사용된 목재가
FSC 인증을 받은 산림 또는 관리가
되고 있는 타 산림에서 생산된 목재
또는 재활용 재료로 만들어짐



FSC 재활용 (RECYCLED)

종이 재료가
100% 재활용된 재료임

* MIX는 2024년 기준 From responsible sources 에서 Supporting responsible forestry 로 변경되었음

2. PEFC

산림인증 승인프로그램 (Programme for the Endorsement of Forest Certification, PEFC)은 1999년에 소규모 산림을 가진 소유자들이 만들기 시작한 인증으로 지금은 국가 산림 인증 시스템의 선도적인 글로벌 연합, 비영리/비정부 기구로 운영되고 있다. PEFC는 산림의 형태, 관리 방법, 지역 전통/문화, 평균 재산 규모 및 지원 구조처럼 지역별로 다양성을 고려하여 하나의 국제표준을 보유하지 않지만, 설정된 글로벌 기준을 부합하는 경우, 각 국가에 연계된 이니셔티브로 인증을 부여한다.

PEFC에서는 제품에 대한 인증에 대해서는 ①PEFC 인증 라벨과 ②PEFC 재활용 라벨, 두 가지 제품 라벨을 제공한다. ①PEFC 인증 라벨은 제품에 포함된 산림 및 나무 기반 재료의 최소 70%가 PEFC 인증을 받은 경우, 이 라벨을 제품에 사용할 수 있다. 나머지 재료는 PEFC에서 통제하는 출처에서 조달한 것이어야 하며, 제품에 논란의 여지가 있는 출처의 산림 및 나무 기반 재료가 포함되지 말아야 한다. ②PEFC 재활용 라벨은 제품에 재활용된 산림 및 나무 기반 재료만 포함된 경우, 재활용 라벨을 사용할 수 있다.



①PEFC 인증 라벨 또는 ②PEFC 재활용 라벨을 가지고 있는 회사의 경우, 홈페이지, 연례 및 CSR 보고서, 마케팅 자료, 카탈로그 및 브로셔, 매장 내 자료를 포함하여 홍보할 수 있는 ③홍보용 라벨을 따로 사용할 수 있다.



2025년 4월 PEFC 공식 홈페이지 공개 기준으로 57개 국가 회원(국가 관리 기구)과 33개 국제 이해관계자 회원을 보유하고 있으며, 주요 내용은 아래 국가별 이니셔티브 표(p.36 부록 2 참조)에서 확인할 수 있다. 국내에서는 KFCC와 같은 인증을 취득한 경우, 일부 해외 인증과의 상호 인정 또는 연계 인증이 가능하다.

3. KFCC

한국 산림 인증위원회(Korea Forest Certification Council, KFCC) 프로그램은 국내에서 운용되며, 2015년 PEFC에 국가 단위로 가입 후, 2018년 6월 29일 해당 프로그램의 승인을 받았다. 이로써 한국 산림 인증위원회(KFCC)에서 개발한 산림인증 표준은 글로벌 요구사항을 충족하는 체계로 인정받고 있다.

KFCC의 로고는 나무(침엽수, 활엽수)와 태극마크를 조화시킨 것이며, 체크 마크는 한국 산림에 대한 인증된 제품의 의미를 담고 있다. 즉, 산림에서 생산된 목재·비목재 임산물이 일반 산림에서 나온 임산물과 섞이지 않고, 인증된 제품을 가공, 제조 유통, 판매에 이르는 전 과정에 걸쳐 추적 가능성이 가능하고 지속가능한 기준에 따라 인증된 것임을 의미한다.



XX% (D)
Label name (E)
KFCC claim line one
KFCC claim line two (F)
KFCC claim line three
KFCC claim line four
kfcc.kofpi.or.kr (G)



▲ KFCC 로고(좌), PEFC 인증 라벨(우)

① **KFCC 로고** : KFCC 전용 로고 사용

② **TM 마크** : KFCC 트레이드마크로써 항상 표시

③ **KFCC 로고 라이선스 번호** : 앞 두자리는 운영기관(00), 인증기관(01), 산림경영인증(02), 임산물 생산·유통 인증(03), 홍보용(04)로 구분되며, 뒤 세자리는 인증의 누적번호를 의미

④ **KFCC 인증 원료의 비율(%)** : KFCC 인증 원료의 함유량 비율

⑤⑥ **라벨 이름 및 라벨 인증비율표시** : 영문 혹은 국문

⑦ **KFCC 웹사이트** : kfcc.kofpi.or.kr는 운영기관이나 인증로고 사용 라이선스를 발급할 수 있는 권한을 가진 다른 기관의 웹사이트로 대체 가능

* 인증라벨의 모든 요소를 제품에 표시하기 쉽지 않은 경우에 ④, ⑤, ⑥, ⑦를 생략할 수 있다.

4. SFI

지속가능한 산림 이니셔티브(Sustainable Forestry Initiative, SFI) 프로그램은 북미 지역에서 운용되며, PEFC에 2001년 가입 후, 2022년 5월 17일 SFI Chain of Custody(CoC) 표준 승인을 받아 PEFC 제품 로고를 사용하기 위해 유효한 인증 표준으로 평가 및 인정되었다. 다만, PEFC 라벨 혼용 가능 여부는 부록 3(p.37 참조)에서 확인할 수 있다.



SFI 라벨 중에는 글로벌 표준을 인정하는 라벨이 있다. 북미 이외의 PEFC 인증 산림 콘텐츠가 SFI 공급망에 포함될 수 있도록 한다. PEFC 100% 재료를 인정받은 제품은 SFI 100% 라벨을 사용할 수 있다. 만약 한국 기업이 PEFC 인증을 받은 경우, 북미 시장 진출 시, SFI 라벨 사용권을 부여 받을 수 있다. 동일 기준은 적용되어 업체는 비교적 쉽게 사용할 수 있고 미국 소비자가 익숙한 인증 라벨을 활용하여 소비자 관점에서 친근한 마케팅이 가능해진다.

▲ SFI 글로벌 표준 인정 라벨



Chapter 3

글로벌 유통채널의
지속가능한 패키징 인증

Ⅲ. 글로벌 유통채널의 지속가능한 패키징 인증

화장품 유통업체, 패키징 인증을 시작하다

EU의 화장품 업체들의 패키징 관리를 강화하는 배경에는 ▲EU의 패키징 규정(PPWR), ▲ESG 공시 및 공급망 실사 지침(CSDDD), ▲지속가능경영 공시(CSRD) 등 복합적인 규제 요인이 있다. 해당 규제들은 세부적이면서도 포괄적으로 적용되므로, 전 주기 과정에 대한 글로벌 인증 획득을 통한 효과적으로 규제 대응을 할 수 있다.

정부 주도형 규제의 영향을 주로 받는 EU와는 달리, 북미는 시장 주도형 인증 모델이 중심이 된다. 북미의 주요 화장품 유통업체들(월마트, 타깃, 세포라, 아마존 등)은 지속가능한 패키징 사용에 대한 자체 가이드라인을 수립하며, 관련 요구사항을 명확히 제시하며, 소비자들에게 친환경 제품이라는 별도 상품 카테고리를 만들어 놓아 소비자들이 친환경 소비를 할 수 있도록 유도한다. 따라서, 북미 지역의 유통채널과 브랜드의 정책은 법적 의무는 아니지만, 납품 조건으로 작동하며 사실상 산업 표준으로 정착된 사례로 볼 수 있다. III.글로벌 유통채널의 지속가능한 패키징 인증 부분에서는 대표적 화장품 유통 업체인 아마존과 세포라 그리고 엘타뷰티의 인증 프로그램을 다루고 있다.

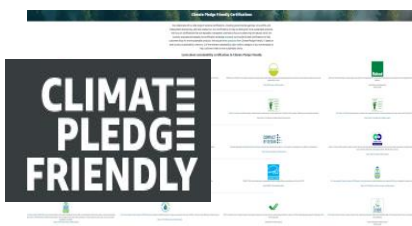
amazon

Frustration-Free Packaging



Amazon Frustration-Free Packaging Program Certification Guidelines

Climate Pledge Friendly



SEPHORA

Planet aware

2. SUSTAINABLE PACKAGING		
Brands must meet All of the must-have criteria across the below sub-topics		
Sub-topic	Products concerned	Criteria
Reduce packaging	Products launched before 2024 (or date of joining the program)	Change level internal reduction targets across portfolio based on 2024 for date of joining the 2024 and/or new volume. This could include defined actions to reduce packaging (eg. formulae compression, light weighting, packaging material selection, design optimization etc.)
	Products launched starting 2024 (or date of joining the program)	100% of all stock, no single-use items or obsolete products, or non-recyclable packaging and PE (except for essential items). 95% of individual product units eliminate all unnecessary material, optimize weight and volume. If secondary packaging is used, its size must be minimized according to the criteria ratio. Integrate sustainability best practices for gift kits and sets from the Sephora Sustainability kit guide.
Recycle	Products launched before 2024	70% of product packaging is recyclable, reusable and/or compostable (20% for makeup brands). 100% of all stock, no single-use items or obsolete products, or non-recyclable packaging and PE (except for essential items). 70% of product packaging designed for circularity in recyclability, reusability/reusable and/or compostability (50% for makeup brands).
	Products launched starting 2024	100% of product packaging is at least 50% of PCR content or recycled content and/or sustainable material (2nd and 3rd tier). 1% of product packaging is either made of recycled cardboard or glass, verified for sustainability managed forests (FSC-certified or PEFC). 100% of all stock are vegetable water or 100% based on non-petroleum derived and no VOCs, and long term are committed to ultra-low requirements. Best practices that are used to eco-systems in packaging design.



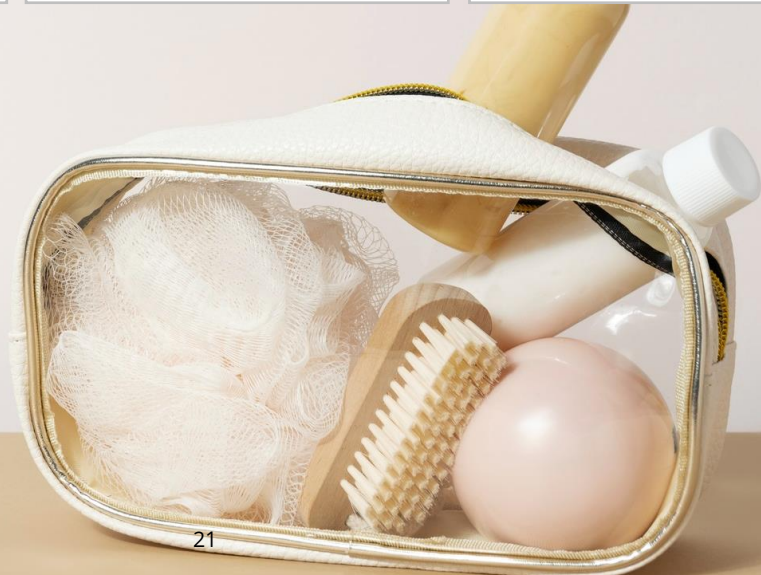
ULTA BEAUTY

Conscious Beauty



Sustainable Packaging

Through Conscious Beauty, we're recognizing efforts to reduce our environmental footprint. To qualify, packaging must be recycled or recycled.



Amazon (아마존)



1. 'Frustration-Free Packaging(FFP)'

아마존(Amazon)의 Frustration-Free Packaging(FFP)은 고객 편의성과 환경 보호를 목표로 한 친환경 패키징 프로그램이다. 2008년 처음 도입된 이 프로그램은 불필요한 패키징을 줄이고, 개봉이 쉬우며, 100% 재활용 가능한 패키징을 핵심 목표로 한다. FFP 기준을 충족하기 위해서는 기존의 복잡한 플라스틱 패키징과 케이블 타이, 블리스터 팩(Blister Pack), Clamshell 포장, 파쇄지, 스티로폼 소재의 완충재, 트위스트 타이 등을 제거하고, 손 쉽게 열 수 있는 종이 기반 패키징으로 대체해야 한다. FFP는 지속가능성 외에도, 물류 및 비용 절감에도 기여한다. 특히, 제품을 추가 상자 없이 자체 포장으로 배송할 수 있도록 설계해 과도한 패키징을 줄이고, 운송 과정의 자원 낭비도 최소화할 수 있도록 하는 프로그램이다.

아마존은 Ships in Own Container(SIOC), Prep-Free Packaging(PFP) 도 포함한 총 세 가지 친환경 패키징 인증을 운영하며, 브랜드와 협력해 지속가능한 패키징 방식 도입을 장려하고 있다. 이러한 노력은 친환경 소비 니즈를 충족하고 만족도를 높이는 동시에, 탄소 배출을 줄이고 폐기물 문제 해결에도 기여한다.

기업들은 아마존 인증 프로그램 참여를 통해 환경 보호만이 아니라 비용 절감이라는 두 가지 목표를 동시에 달성할 수 있다. 과대 포장을 지양하고 포장에 사용되는 재료의 양을 줄임으로써 포장 및 운송에 투입되는 비용 절감과, 물류 측면에서 추가 포장으로 인한 배송과정의 지연을 최소화 할 수 있다. 이에, FFP는 지속가능한 패키징의 미래를 제시하고 있으며, 환경과 소비자 경험을 동시에 고려한 친환경 패키징 인증으로 자리 잡고 있다.



FFP 인증을 위한 가이드라인



✓ 100% 재활용 가능한 재료 사용

- ✓ 플라스틱 포장과 케이블 타이, 블리스터 팩(Blister Pack), Clamshell 포장, 파쇄지, 스티로폼 소재의 완충재, 트위스트 타이 제거
- ✓ FSC 인증을 받은 골판지와 종이 기반 소재로 패키징 전환



✓ 손쉬운 언박싱을 위한 패키징 디자인 설계

- ✓ 가위, 칼 또는 기타 도구를 사용하지 않고도 2분 내 개봉이 가능해야 함
- ✓ 언박싱을 위해 밀봉된 플라스틱, 케이블 타이 및 복잡한 패키징 요소 제거



✓ 패키징 크기 최소화

- 과도한 박스포장 지양을 통해 빈 공간 최소화
- 운송 중 보호 기능을 유지할 수 있도록 부피가 작은 상자에 맞게 패키징 비율 조정

2. Amazon Climate Pledge Friendly (CPF)

아마존은 지속가능성 인증을 사용하여 자연 세계를 보존하는 데 도움이 되는 상품을 강조하는 아마존 리테일 프로그램으로, 제3자 인증을 받은 제품까지 자체적으로 인정해주는 제품 분류인 Climate Pledge Friendly (이하 CPF)를 제공하고 있다.

아마존은 파리 협정보다 10년 앞선 2040년까지 탄소중립 목표를 설정하고, 지구와 환경을 고려한 구매를 원하는 소비자들의 니즈를 충족시키기 위해, 지속가능성 인증을 획득한 환경 친화적인 상품을 별도로 강조하여, 소비자들로 하여금 지속가능한 제품을 식별하고, 판매를 독려하고 있다.

아마존의 CPF 프로그램은 고객이 지속가능한 제품을 쉽게 찾고 구매할 수 있도록 돕기 위해 신뢰할 수 있는 제3자 인증 기관 및 자체 인증을 통해 지속가능성 기준을 충족하는 제품을 강조한다. 이 프로그램에 참여하려면 제품이 아마존이 개발한 자체 인증 (Compact by Design 등) 또는 CPF프로그램에서 인정하는 제3자 인증을 획득해야 한다.

CPF 라벨은 구체적으로 단일 상품에 CPF 등급을 부여하는 것이며 특정 브랜드 전체에는 적용되지 않는다. 현재까지 아마존 내 헬스 및 화장품, 가정용품 등을 비롯한 카테고리에서 CPF 인증을 부착한 상품은 50만 개 이상이 있다.




✓ Check Point

✓ CPF은 모든 판매 업체에게 자격을 부여하나요?

→  [인증페이지](#)에 나열된 인증 중 하나 이상에 의해 지원되는 경우 CPF Friendly 자격을 얻을 수 있다.

✓ CPF에 참여하려면 비용이 드나요?

→ 아니요, Amazon은 자격을 갖춘 제품에 대해 수수료를 청구하지 않는다.

✓ CPF와 관련된 이점은 무엇입니까?

→ 고객이 환경친화적 편리하게 발견하고 구매할 수 있도록 돕기 위해, 쇼핑 결과와 제품 페이지에 배지가 표시되며, 전용 섹션에 소개된다.

✓ 내 제품이 CPF 인증을 받으려면 어떻게 해야 합니까?

→ 제품이 자격을 충족해야 한다고 생각되면  [Seller Central](#) 또는  [Vendor Central](#) 계정에 로그인하여 **Contact Us** 를 통해 충족 요건을 전달한다.



[아마존 자체 인증] Compact by Design products 인증은 제품이나 패키징에서 수자원, 부피, 무게를 줄임으로써 제품 배송 시 탄소 배출감축에 기여하는 제품을 대상으로 부여된다.

무게감소



NOT COMPACT
BY DESIGN

COMPACT
BY DESIGN

- ✓ 두 개의 패키징이 동일한 부피를 담을 수 있으나 가벼운 패키징 사용

무수 기술



NOT COMPACT
BY DESIGN

COMPACT
BY DESIGN

- ✓ 기존 수성제품으로 판매되는 상품을 고체로 변형하여 제품의 크기와 무게를 감축

농축 제품



NOT COMPACT
BY DESIGN

COMPACT
BY DESIGN

- ✓ 유사 및 기존 제품 대비 제품을 농축하여 소비자가 희석을 통해 기존 상품 대비 더 많은 횟수의 사용이 가능

✓ Check Point

✓ 제품 단위효율 산정식

단위 효율성은 품목 패키지 크기, 품목 무게 및 단위 수와 같은 제품 속성을 사용하여 제품의 단위 효율성을 계산하여 설정된 임계점보다 낮아야 Compact by design 인증을 받을 수 있다.

$$\frac{\text{제품부피(가로} \times \text{세로} \times \text{높이)} \text{ inches}^3}{\text{단위 용량 oz(fl.oz.)}} \times \frac{\text{제품무게 lbs}}{\text{단위 용량 oz(fl.oz.)}} = \text{단위효율} \left(\frac{\text{inches}^3 \times \text{lbs}}{\text{oz(fl.oz.)}^2} \right)$$

- 제품부피 : 포장된 제품의 부피 inches³
- 제품무게 : 포장된 제품의 무게 pound, lbs
- 단위용량 : 화장품 내용 용량 oz(fl.oz.)
- 단위효율 산정식: [인증 가능한 제품 목록과 제품별 임계점](#) (p.37,38, 부록 4 참조)

2025년 4월 기준, 아마존 화장품 분야 세부 카테고리별 Best Seller 상위 20개 제품을 분석한 결과 Personal Care 카테고리에서만 Compact by Design 인증 제품은 2개가 있었다. 이외 Foot, Hand & Nail Care, Fragrance, Hair Care, Makeup, Skin Care 카테고리에서는 인증제품이 없었다. 이처럼 인증을 받지 않은 제품들이 일반적으로 높은 순위를 기록하고 있다. 다만, 이런 인증을 통해 아마존은 인증 제품의 노출을 확대하고 관련 정보를 제공하는 등 친환경 소비를 장려하고, 화장품 업체에게는 지속가능한 패키징 개선을 유도하고 있는 것은 확실하며, 이 또한 화장품 업계에도 영향을 미칠 것으로 예상된다.



[아마존이 인정하는 제 3자 인증] EU 에코라벨은 유럽연합(EU)에서 1992년에 도입한 친환경 인증 제도로, 제품 및 서비스가 환경적으로 지속가능하다는 것을 보증하는 공식 라벨이다. 생산, 사용, 폐기에 이르기까지 제품 수명 주기의 전 단계에서 환경 영향의 감축 성과를 평가하고 (기존 제품 대비), 유해 물질을 더 안전한 물질로 대체하거나, 제품의 내구성, 재사용성, 재활용성 및 재활용 성능을 평가 하여 인증을 부여한다.¹⁾

1) EU Ecolabel 공식 홈페이지

적용대상

- ✓ 의류, 화장품, 세제, 전자제품, 가구, 종이 제품 등 80개 이상의 제품군에 적용 화장품 제품 그룹에는 비누, 샴푸, 컨디셔너, 면도그림, 치약 등의 제품과 페이스 크림 및 오일, 헤어스타일링 제품 등이 포함.

****Personal Care Products 1,962 제품 인증 획득**

EU 에코라벨의 Cosmetic 제품 대상 세부 기준

인증기준

The EU Ecolabel guarantees	The EU Ecolabel requires
패키징 최소화 및 재활용이 용이한 패키징	✓ 불필요한 패키징 금지 ✓ 재활용이 불가능한 패키징 또는 복합 패키징 사용 금지 ✓ 리필 판매 및 재활용 소재 사용 권장
지속가능한 원료에서 유래한 재생 가능 성분 사용	✓ 지속가능한 방식으로 조달된 팜유만 사용
수생 생물에 대한 낮은 독성	✓ 엄격한 기준을 준수하는 성분의 전반적인 유해물질 관리
생분해성 성분 사용	✓ 생분해성 계면활성제만 사용 ✓ 비생분해성 유기물에 대한 엄격한 기준 적용
유해 물질 사용 제한	✓ 사용 금지 물질: 발암성, 돌연변이 유발성, 생식 독성이 있는 물질, 고위험 물질(SVHC), 나노물질, 내분비계 교란 가능성이 확인되거나 의심되는 물질, 미세플라스틱, 프탈레이트, 과불소화 및 폴리불소화 화합물(PFAS) ✓ 환경에 유해하거나 감각성을 유발하는 물질, 향료, 방부제, 색소 및 자외선 차단제에 대한 엄격한 제한 ✓ 어린이용 제품 또는 '순한/민감성' 제품에는 향료 사용 금지
우수한 제품 성능	✓ 실험실 및 소비자 테스트를 통해 제품 성능 및 사용자 만족도 검증

인증 프로세스



- ✓ **신청자격:** EEA 시장에 상품과 서비스를 출시하는 생산자, 제조업체, 수입업체, 소매업체 (유럽 외 국가 포함)
- ✓ **신청비용:** 비용은 기업별 상이하나 초소형 기업, 중소기업, 개도국기업, SIO14001 인증 기업은 할인 혜택 부여
- ✓ **인증기간:** 신청 접수 후 2개월 이내 서류의 완전성 확인 후 6개월 이내 추가 서류 제출 완료 필요
- ✓ **제품이 EEA 외부에서 생산되는 경우:** 시장에 출시될 회원국의 유관기관에 신청서 제출 필요

Sephora (세포라)

SEPHORA

세포라(Sephora)는 지속가능성과 환경 보호를 위해 친환경 제품 및 패키징 사용을 장려하도록 지속가능성 기준을 충족한 제품들에 대해 'Planet Aware' 인증을 자체적으로 부여한다. 인증을 받기 위해서는 4가지 요소(pillar)별 필수 기준(Must-Have Criteria)을 만족해야 하며, 선도적인 친환경 활동으로 추가 기준(Additional Criteria)까지 충족할 경우, 보다 높은 수준의 지속가능성을 인정받을 수 있다.¹⁾ 4가지 요소 중 '지속가능한 패키징'은 소재별 적용 비율 요구사항과 순환성(재활용성, 재사용성, 퇴비화) 기준, 잉크 성분, 유해물질, 산림 인증 등 요소들에 대한 필수·추가 기준을 제시하고 있다 (p.39 부록 5 참조).



4가지 요소(Pillars)



01. 지속가능한 패키징

- ✓ 과대포장 지양
- ✓ 리필가능한 제품 및 재활용 가능성
- ✓ 퇴비화 및 재활용이 가능한 패키징 사용
- ✓ 화장품의 경우 최소 패키징 25%가 재활용, 재충전가능 또는 퇴비화 가능하게 설계되었는지 여부



02. 지속가능한 원료와 배합

- ✓ 제품 생산 시 지속가능한 원료 조달 여부
- ✓ 제품내 미세플라스틱 Zero 여부
- ✓ 완제품에 대한 동물 실험 배제



03. 기업의 약속

- ✓ 제품을 생산하는 기업의 환경 영향 최소화 활동
- ✓ 탄소발자국 측정 및 탄소배출량 감축 목표 설정 여부



04. 투명한 정보제공

- ✓ 소비자가 정보에 입각한 선택을 할 수 있도록 제품의 환경 영향에 대한 명확한 정보 제공 여부
- ✓ 제품 패키징의 분류, 재활용 방법 등 제품에 대한 환경 정보 제공 여부



필수기준
(p.27 참조)

추가기준
(p.28 참조)

PLANET AWARE의 필수 기준

세포라의 Planet Aware 핵심 요소 중 첫번째 요소인 지속가능한 패키징 인증 기준을 충족하기 위해서는 패키징 감축, 순환경제 모델, 지속가능한 패키징 재료를 포함한 3가지 주제별 제품 출시 기준을 기반으로 모든 세부 기준을 충족해야 한다.

Topic	Products Concerned	Criteria
패키징 감축	2024년 이전 출시된 제품	✓ 브랜드 차원에서 판매량을 기준으로 전체 제품 포트폴리오에 대한 내부 감축 목표 설정 * 패키징 감소를 위한 구체적인 실행 방안이 포함될 수 있으며, 제품 농축, 경량화, 패키징 선택, 디자인 최적화 등의 방법이 해당
	2024년부터 출시된 제품	✓ 판매용 제품 및 비판매용 마케팅 및 PR 활동에서 일회용품 미사용 (단 샘플 상품 제외)
		✓ 불필요한 패키징 제거, 무게 및 부피 최적화 ✓ 보조 패키징을 사용할 경우, 기준 비율에 따라 크기 최소화
		✓ Sephora 'sustainability kit guide'에 따라 기프트 키트 및 세트에 지속가능성 모범 사례 적용
순환 경제 모델	2024년 이전 출시된 제품	✓ 제품 패키징의 50% 이상(메이크업 브랜드는 25% 이상)이 재활용 가능, 리필 가능 및/또는 퇴비화 가능해야 함.
		✓ 100% 순환 가능성(재활용 가능, 리필 가능 또는 퇴비화 가능)을 달성하기 위한 목표를 설정해야 함.
	2024년부터 출시된 제품	✓ 제품 패키징의 75% 이상(메이크업 브랜드는 50% 이상)이 순환 가능성(재활용 가능, 리필/재사용 가능, 퇴비화 가능) 기준에 맞도록 설계되어야 함.
		✓ 패키징의 플라스틱 부품은 최소 30% 이상의 PCR(재생 플라스틱) 함량 또는 지속가능하게 조달된 재활용 가능한 바이오 소재를 사용해야 함. ✓ 종이판자 100%는 재활용 골판지로 제작되었거나, 제3자 인증 (FSC 또는 PEFC 인증)을 받은 지속가능한 산림에서 조달된 것이어야 함.
지속가능한 패키징 재료	전체 제품	✓ 사용되는 잉크의 100%는 식물성, 수용성 또는 UV 기반 (석유 유래가 아니며 VOCs가 없는)이며, 장기적으로는 EUPia 잉크 요구 사항을 준수할 것을 약속
		✓ 패키징 디자인에서 생태계에 독성이 있는 물질 사용금지

PLANET AWARE의 추가 기준

지속가능한 패키징 인증의 '추가기준'은 필수 기준을 충족한 후, 보다 높은 수준의 지속가능성 활동을 이행한 제품을 인증하기 위한 항목이다. 내용은 필수 기준과 동일하게 ▲패키징 감축, ▲순환경제 모델, ▲지속가능한 재료의 세 가지 주제로 구성되지만, 더 엄격한 요구사항이 적용된다. 해당 기준을 통해 인증을 받기 위해서는 최소 4가지 세부 항목을 충족해야 한다.

Topic		Products Concerned	Criteria
패키징 감축		전체 제품	✓ 보조 패키징(Secondary packaging) 100% 미사용
순환 경제 모델		2024년 이전 출시된 제품	✓ 제품 패키징의 75% 이상(메이크업 브랜드는 50% 이상)이 재활용 가능, 리필 가능 및/또는 퇴비화 가능해야 함.
		2024년부터 출시된 제품	✓ 제품 패키징의 100% (메이크업 브랜드는 75% 이상)이 재활용 가능, 리필 가능 및/또는 퇴비화 가능해야 함.
		전체 제품	✓ 2030년까지 패키징 디자인에서 재활용이 불가능한 포장재료를 제거하기 위한 정책 또는 로드맵 수립
지속 가능한 패키징 재료	재활용 재료 사용 최대화	전체 제품	✓ 전체적으로 모든 1차 포장(및 사용되는 경우 2차 포장)은 최소 30%의 소비 후 재활용(PCR) 또는 업사이클링 된 재료를 사용
			✓ 알루미늄 패키징은 최소 50%의 소비 후 재활용(PCR)으로 제작
			✓ 플라스틱 패키징은 최소 50%의 소비 후 재활용(PCR) 또는 다른 지속가능한 원료에서 유래된 재료로 제작
			✓ 유리 패키징은 최소 20%의 재활용(PCR)으로 제작
	플라스틱 제거	전체 제품	✓ 플라스틱-Free 패키징을 위해 낮은 환경 영향을 가진 대체재 (예: 알루미늄 또는 유리, 종이 등)로 대체



Ulta Beauty (얼타 뷰티)

얼타 뷰티(Ulta Beauty, 이하 얼타)의 Conscious Beauty 프로그램은 지속가능성과 윤리적 소비를 중시하는 고객들을 위해 설계된 자체 인증 프로그램이다. 이 프로그램은 브랜드와 제품이 일정 기준을 충족할 경우, 얼타에서 Conscious Beauty 인증을 부여하며, 친환경적이고 윤리적인 뷰티 제품을 보다 쉽게 찾을 수 있도록 지원한다.

Conscious Beauty 프로그램은 지속가능한 패키징, 클린 성분, 동물 실험 반대, 비건, 긍정적인 영향 다섯 가지 핵심 기준 평가한다. 지속가능한 패키징 기준을 충족하려면 브랜드 전체 제품 패키징 중 50% 이상이 바이오 기반, 재활용, 재활용 가능, 혹은 리필 가능한 소재로 제작되어야 한다. 또한 이는 브랜드의 제품별 인증이 아닌 브랜드가 판매하는 전체 제품의 패키징 무게를 기준으로 측정된다.

얼타의 지속가능한 패키징과 관련한 인증을 획득하면 Conscious Beauty 인증 브랜드 목록에 포함되어 얼타의 공식 홈페이지, 앱, 매장 내 프로모션에서 지속가능한 브랜드로 브랜드 및 제품을 홍보할 수 있는 혜택을 부여 받아 지속가능성에 관심이 많은 고객층을 대상으로 브랜드 인지도를 강화할 수 있다.

얼타는 Conscious Beauty 프로그램을 통해 지속가능한 뷰티 산업을 지원하고, 고객들에게 환경과 윤리에 대한 가치를 제공하고자 하며, 이 프로그램은 소비자들이 지속가능성과 윤리적 기준을 갖춘 제품을 손쉽게 선택할 수 있도록 돕는 동시에, 브랜드들에게 친환경 및 사회적 책임 경영을 강화할 수 있는 동기를 제공한다.



얼타는 **2025년 말까지** 판매되는 상품 패키지의 **50%를 재활용 가능, 재충전 가능하거나 재활용 또는 생물학적 원료로 만들겠다고** 선언했다.

지속가능한 패키징

✓ 브랜드가 판매하는 전체 제품의 패키징 중 최소 50%(무게 기준)가 다음 네 가지 지속가능성 기준 중 하나 이상을 충족 필요. 단, 50% 기준은 단일 제품이 아닌, 브랜드 전체 제품의 패키징 무게를 기준으로 계산

바이오 기반 소재활용

✓ 패키징이 재생 가능한 생물학적 원료에서 추출된 재료로 제작되어야 함

재활용 소재 사용

✓ 소비자가 패키징을 재활용할 수 있어야 함

재활용 가능한 패키징

✓ 패키징 소비 후 재활용된 재료(Post-Consumer Recycled materials)로 만들어져야 함
(예: 재활용 종이, PCR 플라스틱)

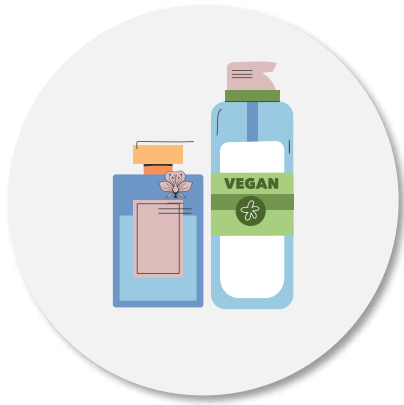
리필 가능한 패키징 시스템

✓ 제품 패키징이 재사용 가능하도록 설계되어 동일한 패키징을 여러 번 사용할 수 있도록 함

Chapter 4

화장품 기업의 대응 방안

IV. 화장품 기업의 대응 방안



패키징 관리의 중요성

- ✓ 화장품 산업은 패키징 폐기물의 감축을 위해 재활용 가능성을 고려한 패키징 설계 (Eco-Design) 및 폐기물 관리 시스템 개선이 필수적
- ✓ 소비자의 친환경 소비 트렌드가 강화됨에 따라, 분리배출 및 재활용 용이성 (Recyclability) 이 높은 패키징 도입이 브랜드의 지속가능성 경쟁력을 좌우할 것으로 전망
- ✓ 기업은 제품 라이프사이클 전반에서 패키징 폐기물을 최소화하는 순환 경제 모델 (Closed-loop System) 도입을 고려해야 하며, 재생원료 사용 등에 대한 명확한 목표 설정 및 실행 전략 필요



선제적 규제 대응의 필요성

- ✓ 국내외 포장 및 포장 폐기물에 대한 규제가 강화되고 있고, 재활용 소재 사용 의무화, 불필요한 포장 제한, 라벨링 등의 요구 사항 포함
- ✓ 수출 기업이 유럽, 북미 등 주요 시장의 친환경 패키징 규제를 충족하지 못할 경우 시장 진입이 제한되며, 브랜드 이미지와 수출 실적에도 타격 예상
- ✓ 기업은 규제 변화를 지속적으로 모니터링하고, 법적 요건을 충족하는 지속가능한 패키징 전략을 수립해야 하며, 이에 필요한 R&D 투자 및 협력사 간 협업 강화 필수



인증 획득을 통한 브랜드 경쟁력 강화

- ✓ 화장품 패키징과 관련한 국내외 인증으로는 종이를 포함한 재생 또는 재활용 원료 관련 인증 존재
- ✓ EU의 규제와는 달리, 미국에서는 화장품 유통기업들의 지속가능한 패키징 인증 프로그램이 부각을 보이고 있으며, 아마존, 세포라와 알타 뷰티는 지속가능한 패키징을 사용한 제품에 대한 별도의 Category를 만들어 친환경 소비 촉진
- ✓ 인증 획득 시 브랜드의 친환경 이미지 강화 및 글로벌 시장 진출 확대 및 ESG(환경·사회·거버넌스) 경영을 강조하는 투자자 및 유통업과의 신규 협업 기회 모색 가능

화장품 산업에서 지속가능한 패키징 전략을 선제적으로 도입하는 것은
규제 대응을 넘어 기업의 장기적인 성장과 경쟁력 강화를 위한 필수 요소가 되고 있다.
기업들은 친환경 패키징 혁신, 규제 대응, 글로벌 인증 획득을 핵심 전략으로 삼아
지속가능한 뷰티 시장에서의 경쟁 우위를 확보해야 한다.



Chapter 5

부록

부록1. 상호인정협정 국가별 인증

국내에서 친환경 인증을 받은 경우, 상호인정협정³⁾을 체결한 해외 국가에서는 별도의 심사 없이 동일한 인증 효과를 적용 받을 수 있다.

국가명	명칭	마크	현황	설명
일본	에코마크 (Eco Mark)		75개 기준, 52,000여개 제품 인증 유지 (2023.12)	✓ 1989년 도입된 환경라벨링 제도 ✓ 일본 녹색구매법과 연계하여 인증기준을 설정하며 녹색구매 활성화 를 위해 일본녹색구매네트워크(GPN)과 공동 사업을 운영 ✓ 세계에서 가장 활발히 운영
중국	환경표지 (環境標志)		109개 기준, 149,000여개 제품 인증 유지 (2023.12)	✓ 1993년 도입된 제도 ✓ 국가환경보호총국 산하 환경인증센터(ECC)가 기준 제정, 경연합인 증센터(CEC)가 인증심사를 담당 ✓ 국가환경보호총국 등 11개 부처가 참여하는 체계로 운영
대만	그린마크 (Green Mark)		160개 기준, 15,000여개 제품 인증 유지 (2023.12)	✓ 1993년 도입된 환경라벨링 제도 ✓ 대만조달법 녹색조달기준에 따라 공공기관이 그린마크 인증제품을 구매하도록 규정하여 인증제품 수가 급격히 증가
태국	그린라벨 (Green Label)		33개 제품군, 860여개 제품 인증 유지 (2023.12)	✓ 1994년 순수 민간단체에 의해 도입된 제도 ✓ 산업부의 후원을 받아 운영되며 주로 페인트, 형광램프, 사무기기 품목에 집중
호주	환경라벨 (Good Environmental Choice)		자발적 제도, GECA가 기준 및 제도 운영	✓ 2001년 민간 비영리 기관에 의해 도입된 자발적 라벨링 제도 ✓ GECA가 기준 및 운영을 담당하며 기금 형태로 조직을 운영
뉴질랜드	ECA (Eco Choice Aotearoa)		22개 제품군, 2,000여개 제품 인증 유지 (2023.12)	✓ 1992년 정부 프로그램으로 도입되어 민간기관에 위탁 운영 ✓ 정부 녹색구매 프로그램을 통해 인증제품 우선 구매를 유도
북유럽	노르딕스완 (Nordic Swan)		378개 제품군, 20,000여 개 제품 및 서비스 인증 유지 (2023.12)	✓ 북유럽 5개국이 공동으로 운영하며 노르딕 각료회의의 결정에 따라 도입된 제도 ✓ 국가별 인증기구에서 제품 인증 업무를 담당하며 대상품목 선정 및 기준 설정은 NWN이 의사결정을 담당
미국	그린실 (Green Seal)		21개 제품군, 33,000여개 제품 인증 유지 (2023.12)	✓ 1989년 민간 비영리 기관에 의해 도입된 제도 ✓ 화학제품 중심의 기준을 운영하며 정부·학교·단체와 협력하여 녹색제품 구매를 지원
독일	블루엔젤 (Blue Angel)		120개 제품군, 20,000 개 인증제품 유지 (2023.12)	✓ 세계 최초의 환경라벨링으로서 독일 정부에 의해 1978년 도입 ✓ BMU가 소유하고 UBA가 대상품목 선정 및 기준 설정을 담당하며 RAL gGmbH가 인증심사를 수행
대만	녹색건축자재 (Green Building Material)		건강·생태·재활용·고성능 등 4개 기준, 520개 제품 인증 유지 (2023.12)	✓ 대만 내무부에 의해 건축 내부 인테리어 자재의 유해성을 감소시키 기 위해 도입된 제도 ✓ TABCA가 친환경 건축자재 평가 기준에 따라 실내장식 재료 등에 대 해 인증을 부여

Source: 한국기술산업 원스톱 서비스 공식 홈페이지, 환경표지 인증신청 가능국가

부록2. PEFC와 연계된 국가별 이니셔티브

57개 국가 회원(국가 관리기구)의 국가별 이니셔티브는 하기 표 (아프리카 및 남미를 제외)에서 확인할 수 있다.¹⁾ 현재 각국에서 지속가능성 관련 인증이나 시스템을 독자적으로 개발하고 있으나, 글로벌 공급망과 ESG 평가 체계에서 신뢰를 확보하기 위해서는 국제 기준을 충족하는 것이 필수적이다.

1) National members, PEFC, <https://www.pefc.org/discover-pefc/our-pefc-members/national-members>

국가명	이니셔티브명	국가명	이니셔티브명	국가명	이니셔티브명
아시아 (9개국)					
중국	China Forest Certification Council (CFCC)	인도	Network for Certification and Conservation of Forests	인도네시아	Indonesian Forestry Certification Cooperation (IFCC)
일본	The Sustainable Green Ecosystem Council (SGEC)	한국	Korea Forest Certification Council (KFCC)	말레이시아	Malaysian Timber Certification Council (MTCC)
미얀마	Myanmar Forest Certification Committee	태국	The Federation of Thai Industries (FTI)	베트남	Vietnamese Academy of Forest Science (VAFS)
영국	PEFC UK				
북아메리카 (2개국)					
캐나다	PEFC Canada	미국	Sustainable Forestry Initiative (SFI) American Tree Farm System (ATFS) *SFI는 캐나다에서도 운영 중		
오세아니아 (2개국)					
호주	Responsible Wood	뉴질랜드	New Zealand Forest Certification Association (NZFCA)		
유럽 (34개국)					
오스트리아	PEFC Austria	벨라루스	Republican Association of Forest Certification System	벨기에	PEFC Belgium
보스니아 헤르체고비나	Association of Private Forest Owners “Naša Šuma”	불가리아	Council for Sustainable Forest Management and Certification in Bulgaria	크로아티아	Croatian Union of Private Forest Owners Associations9CUPFOA)
체코공화국	PEFC Czech Republic	덴마크	PEFC Denmark	에스토니아	PEFC Estonia
핀란드	PEFC Finland	프랑스	PEFC France	독일	PEFC Germany
그리스	General Directorate of Forests and Forest Environment	헝가리	Hungarian Forest Certification Non-profit	아일랜드	PEFC Ireland
이탈리아	PEFC Italy	라트비아	PEFC Latvia	리투아니아	Center of Sustainable Forest Management
룩셈부르크	PEFC Luxembourg	북마케도니아 공화국	Regional Centre for Forestry and Rural Development (REFORD)	네덜란드	PEFC Netherlands
노르웨이	PEFC Norway	폴란드	PEFC Poland	포르투갈	PEFC Portugal
루마니아	PEFC Romania	러시아 연방	PEFC Russia	슬로바키아	PEFC Slovakia
슬로베니아	Institute for Forest Certification	스페인	PEFC Spain	스웨덴	PEFC Sweden
스위스	PEFC Switzerland	튀르키예	PEFC Türkiye	우크라이나	Association National Voluntary Forest Certification System
영국	PEFC UK				

부록3. SFI와 PEFC 라벨의 혼용 가능성

SFI (Sustainable Forestry Initiative)

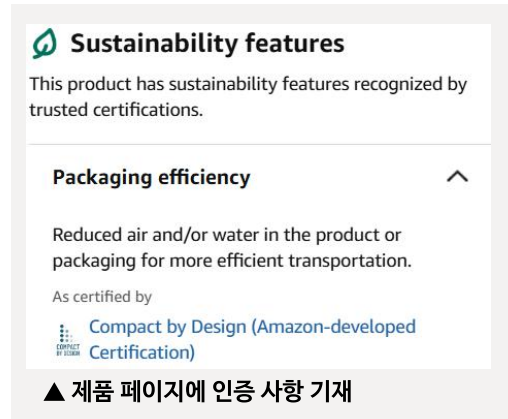
지속가능한 산림 이니셔티브(Sustainable Forestry Initiative, SFI) 인증 중 PEFC 라벨 혼용 가능 여부는 다음과 같다.

NO	SFI 인증 ¹⁾		PEFC 인증	PEFC라벨 사용 가능 여부
1	SFI X% Certified Forest Content	SFI X% 인증 산림 원료 함량	X% PEFC Certified	가능
2	SFI Credit or 100% as calculated under the credit method	SFI 크레딧 또는 크레딧 방식에 따라 계산된 100%		
3	SFI at Least X% Certified Forest Content	SFI 최소 X% 인증 산림 함량		
4	SFI 100% Certified Forest Content (*Raw material from a forest certified to an acceptable forest management standard constitutes a claim of 100% certified forest content)	SFI 100% 인증 산림 함량 (*허용 가능한 산림 관리 기준에 인증된 산림에서 원자재가 공급되는 경우 100% 인증 산림 함량으로 간주)		
5	SFI X% SFI Recycled Content	SFI X% SFI 재활용 함량		
6	SFI X% Pre-Consumer Recycled	SFI X% 소비자 사용 전 재활용 함량 (*제조 과정에서 발생한 폐기물을 재활용한 비율)		
7	SFI X% Post-Consumer Recycled	SFI X% 소비자 사용 후 재활용 함량 (*소비자가 사용한 후 회수되어 재활용된 원료의 비율)		
8	SFI 100% from a Certified Forest	SFI 100% 인증 산림에서 공급	100% PEFC Origin	가능
9	SFI X% Certified Sourcing or SFI Certified Sourcing	SFI X% 인증 소싱 또는 SFI 인증 소싱	PEFC Controlled Sources	불가능

1) SFI인증과 PEFC 인증 연계 구조, SFI, https://forests.org/wp-content/uploads/2022_SFI_Standards_Section7.pdf

부록4. 인증가능한 제품별 임계점

단위효율이 임계값보다 작을 경우, Compact by Design으로 인정받을 수 있다. Compact by Design으로 인정받는 경우, 제품의 썸네일과 상세페이지에 우측 이미지처럼 인증사항이 기재된다. 일반 고객의 경우 이러한 인증 내용을 구매 조건으로 고려할 수 있다.



제품별 임계값

아마존은 화장품 업계에 해당되는 51개 품목에 대한 임계점을 제시하고 있다. 특정 제품에 대해서는 고체(OZ), 액체(FLOZ)에 따라 임계값을 구분되어 있으며, 개수 파악이 가능한 제품의 경우, '개'를 단위로 사용한다.

NO	제품종류 (영문)	제품종류(한글)	단위	임계값
1	ANIMAL FUR CLEANER CONDITIONER	동물 털 클리너 컨디셔너	FLOZ	0.1540917
2	ANTIPERSPIRANTS / DEODORANTS	땀 억제제 / 데오도란트	FLOZ	0.2030575
3	ANTIPERSPIRANTS / DEODORANTS	땀 억제제 / 데오도란트	OZ	0.2810853
4	BABY OILS	베이비 오일	FLOZ	0.1796924
5	BABY OILS	베이비 오일	OZ	0.201276
6	BABY POWDERS	베이비 파우더	OZ	0.2057959
7	BEARD CONDITIONERS	수염 컨디셔너	FLOZ	0.1712992
8	BODY / HAND LOTION, GEL, OILS, CREAMS	바디/핸드 로션, 젤, 오일, 크림	FLOZ	0.1796924
9	BODY / HAND LOTION, GEL, OILS, CREAMS	바디/핸드 로션, 젤, 오일, 크림	OZ	0.201276
10	BODY SOAP / SHOWER GELS / CLEANSERS	바디 비누/샤워 젤/클렌저	FLOZ	0.2076863
11	BODY SOAP / SHOWER GELS / CLEANSERS	바디 비누/샤워 젤/클렌저	OZ	0.1272044
12	CHILDRENS MOUTHWASHES	어린이용 구강청결제	FLOZ	0.1773282
13	CHILDRENS TOOTHPASTE	어린이용 치약	OZ	0.2355591
14	EYE TREATMENT CREAMS	눈 케어 크림	OZ	0.201276
15	EYELASH ENHANCERS AND PRIMERS	속눈썹 강화제 및 프라이머	FLOZ	0.8502195
16	FACE MOISTURIZERS / CREAMS / SKIN SERUMS	얼굴 보습제/크림/스킨 세럼	FLOZ	0.1796924
17	FACE MOISTURIZERS / CREAMS / SKIN SERUMS	얼굴 보습제/크림/스킨 세럼	OZ	0.201276
18	FACE SHAPING MAKEUP	얼굴 셰이핑 메이크업(쉐딩, 하이라이팅)	FLOZ	0.3113644
19	FACE SHAPING MAKEUP	얼굴 셰이핑 메이크업(쉐딩, 하이라이팅)	OZ	3.1334739
20	FACIAL CLEANSING PADS	얼굴 클렌징 패드	개	0.0005273
21	FACIAL CLEANSING WASH / PRODUCTS	얼굴 클렌징 워시/제품	FLOZ	0.1697611
22	FACIAL CLEANSING WASH / PRODUCTS	얼굴 클렌징 워시/제품	OZ	0.1272044
23	FOOT CREAMS	발 크림	OZ	0.201276
24	FOOT MASKS	발 마스크	개	0.6100803

*고체의 경우 1oz=약28.35g, 액체의 경우 1flop=약29.573ml(US)

부록4. 인증가능한 제품별 임계점

제품별 임계값

NO	제품종류 (영문)	제품종류 (한글)	단위	임계값
25	HAIR COLORING PRODUCTS	헤어 염색 제품	FLOZ	0.1530065
26	HAIR COLORING PRODUCTS	헤어 염색 제품	OZ	0.246905
27	HAIR CONDITIONER	헤어 컨디셔너	FLOZ	0.1712992
28	HAIR REGROWTH CONDITIONERS	헤어 재생장 컨디셔너	FLOZ	0.1671786
29	HAIR SHAMPOO	헤어 샴푸	FLOZ	0.1845054
30	HAIR STYLING AGENT / PRODUCTS / POMADES	헤어 스타일링 제품 / 포마드	OZ	0.2001223
31	HAIR STYLING AGENT / PRODUCTS / POMADES	헤어 스타일링 제품 / 포마드	FLOZ	0.2081934
32	HAND SANITIZERS	손 소독제	FLOZ	0.145037
33	HAND SANITIZERS	손 소독제	OZ	0.1272044
34	HAND SOAPS / WASHES	손 비누 / 워시	FLOZ	0.2076863
35	HAND SOAPS / WASHES	손 비누 / 워시	OZ	0.1272044
36	LIP BALM	립밤	개	0.0283722
37	LIP BALM	립밤	OZ	0.3530262
38	LIP BALMS AND MOISTURIZERS	립밤 및 보습제	개	0.0283722
39	MAKEUP PRIMER	메이크업 프라이머	FLOZ	0.2934485
40	MAKEUP PRIMER	메이크업 프라이머	OZ	0.2543743
41	MASCARA	마스카라	FLOZ	0.8502195
42	MOUTHWASH / BREATH FRESHENERS	구강청결제 / 입냄새 제거제	FLOZ	0.1773282
43	PET SHAMPOOS PLUS CONDITIONERS	반려동물 샴푸 및 컨디셔너	FLOZ	0.1588389
44	SHAMPOO / CONDITIONER SETS	샴푸 / 컨디셔너 세트	FLOZ	0.1845054
45	SHAVING CREAMS / AGENT	쉐이빙 크림 / 에이전트	FLOZ	0.2004968
46	SHAVING CREAMS / AGENT	쉐이빙 크림 / 에이전트	OZ	0.1716222
47	SKIN FOUNDATION CONCEALER	스킨 파운데이션 컨실러	FLOZ	0.357826
48	SKIN FOUNDATION CONCEALER	스킨 파운데이션 컨실러	OZ	0.5293748
49	TOOTH CLEANING AGENT	치아 클리닝 제품	개	0.0045307
50	TOOTH CLEANING AGENT	치아 클리닝 제품	OZ	0.2355591
51	TOOTHPASTE	치약	OZ	0.2355591

*고체의 경우 1oz=약28.35g, 액체의 경우 1floz=약29.573ml(US)

부록5. 아마존의 인증 요건

2023년 12월 아마존의 FFP 프로그램은 제품 포장 배송 프로그램(Ships in Product Packaging, 이하 SIPP)의 일부가 되었다. 그럼에도 FFP 프로그램으로 안내하는 것은 SIPP 내 3가지 계층 중 최상위 인증으로 하위의 모든 조건을 포괄하기 때문이다. SIPP 계층(tier)으로는 FFP, Ships in Own Container (SIOC), Prep Free Packaging 이 있다.

Tier 1. Frustration-Free Packaging(FFP) 인증 조건

✓ 재활용 가능한 패키징

- ✓ 100% 가정에서(Curbside) 재활용 가능한 물질¹⁾로 제작
- ✓ 골판지 및 기타 종이 재료, 그리고 SPI 코드 1(PET), 2(HDPE), 4(LDPE), 5(PP)로 표시된 플라스틱 사용 가능
- ✓ 미국에서는 FTC의 환경 마케팅 주장에 관한 Green Guides(www.ftc.gov; Section 260.12)를 의무 준수 (EU에서는 해당 지역의 패키징 관련 규정 준수)
- ✓ 인쇄 및/또는 처리는 패키징의 재활용 가능성에 영향을 미쳐서는 안됨

✓ 개봉용이성

- ✓ 가위나 박스 커터를 최소한으로 사용하여 쉽게 열 수 있어야 함
- ✓ 블리스터 포장²⁾, 플라스틱 삽입물, 땅콩 포장재, 파쇄된 종이 또는 용접된 조개 껍질을 포함 불가
- ✓ 모든 내용물을 120초 이내에 모든 내용물을 패키징에서 꺼낼 수 있어야 함

**Tier 2 및 Tier3의 모든 기준을 충족 필수

Tier 2. Ships in Own Container (SIOC) 인증 조건

- ✓ 단단한 6면 상자, 단단한 또는 패딩 처리된 우편물, 또는 가방
- ✓ 최소 규격 6" x 4" x 0.375" 치수 이상
- ✓ 유연 포장재에 있는 품목의 경우, 최대 규격 18" x 14" x 6" (L+H ≤ 21" 및 W+H ≤ 16") 및 무게 7lbs를 초과 불가
- ✓ 제품을 보호하기 위해 안전하게 밀봉되어야 하며, 라벨링 및 상자 표시 요구 사항을 준수

Tier 3. Prep Free Packaging 인증 조건

- ✓ 아마존에서 추가 준비(예 : 포장, 버블, 캡 씰, 라벨 부착 등) 없이 고객에게 안전하게 배송할 수 있는 판매 가능 상품

1) 도로변 재활용 가능 물질(Curbside recyclable materials)은 일반 가정에서 재활용 통에 넣어 수거될 수 있는 재료를 의미

2) 블리스터 포장은 주로 플라스틱이나 비닐로 만들어진 투명한 포장 형태로, 제품을 감싸고 있는 팩을 의미

패키징 인증 테스트는 테스트 대상 항목의 크기와 무게, 제품 유형 및 패키징 유형에 따라 진행된다. 제품과 패키징 자체가 변경되지 않고 인증된 상태로 유지되는 한 테스트 결과는 2년 동안 유효하다. 2년 후 또는 변경 사항이 있는 경우, 새로운 테스트가 필요하다. 그러나 제품이 인증 상태를 유지하고 제품 및 패키징이 변경되지 않은 경우, 인증 자체는 만료되지 않는다.

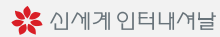


<https://kcia.or.kr>

2025 대한화장품협회 지속가능위원회



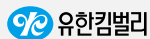
CHANEL



AMOREPACIFIC



L'ORÉAL
KORÉA



Aēsop.

ESTÉE
LAUDER
COMPANIES



COSMAX



Johnson&Johnson

HK Kolmar



Interleaf design by Freepik

대한화장품협회의 Cosmetic Industry Insight Report 2025는 Deloitte의 전문가들이 수집한 자료를 바탕으로 대한화장품협회 회원들을 위한 ESG 관련 인사이트 정보를 제공할 목적으로 작성되었으며 보고서에 포함된 자료의 정확성 및 신뢰성을 확인하기 위한 검증을 받지 않았습니다. ESG 관련 규제 내용의 경우, 2025년 3월까지의 최신내용으로 구성되었으나, 인증기준, 모범사례, 당국의 지침 및 해석 등 규제환경은 확정되지 않은 상태로서 지속적으로 변화·발전하고 있습니다. 이에, 규제 환경의 변화·발전에 따라 장래에는 유효하지 않을 수 있습니다.