

COSMOS-standard AISBL과 우리나라 유기농 화장품 기준에 관한 분석

최성철* · 손상목**

Comparative Analysis with The COSMOS-standard AISBL and The Regulation of Korean Organic Cosmetic Standard

Choi, Sung-chul · Sohn, Sang Mok

The purpose of this study is to examine the tendency of certified organic cosmetics market and the certification standards and regulations they are under, compare one of the most commonly used COSMOS-standard AISBL with the Korea Ministry of Food and Drug Safety (MFDS) organic cosmetic standard regulation. And then examining their differences and any potential issues is to present suggestions to be made as data for certification standard for natural & organic cosmetics in Korea regulation. This contents of study will be used as good research and development to promote the sustainable growth of the natural & organic cosmetic ingredients which have been grown by organic farmers certified. Also certified organic ingredients may help to growth the organic industry. I believe these are actual comparative for application to develop of natural and organic cosmetics in Korea as well the strengthening of the competitiveness of organic cosmetics certified in the world.

Key words : *organic cosmetic, natural cosmetics, cosmos-standards, certification standards, organic certification, AISBL*

I . 서 론

유기농(Organic), 참살이(Wellbeing), 녹색성장(Green growth), 친환경(Eco-friendly), 지속가

* Corresponding author, 단국대학교 유기농업연구소(scchoi96@gmail.com)

** 단국대학교 유기농업연구소(smsohn53@gmail.com)

능성(Sustainability)과 같은 단어들이 일반 생활 속에 자리를 잡아가면서 다양한 문화적, 사회적 삶의 변화를 만들어가고 있다. 산업사회도 소비성향에 맞춰 로하스(LOHAS, Lifestyles Of Health And Substantiality)산업이 발전하고 있다(Na and Park, 2009).

외모의 중요성이 크게 나타나는 현대 사회에서 미모에 영향을 주는 화장품은 단순한 외모를 가꾸는 의미를 넘어서 정신적인 건강까지 연장되는 현대인들의 생각은 화장품에 대한 많은 변화를 이끌어 내고 있다. 스킨 푸드(skin food)의 성공적인 키워드 마케팅의 성공은 곧 소비자들의 생각이 식품의 유기농 인식을 넘어서 피부에도 유기농을 바르자는 화장품 수요 증가로 연결되고 있다(Na, 2009).

유기농 화장품은 그 원료가 유기농 인증을 받은 것을 사용해야 하기에 유기농 화장품 산업의 발전은 유기농업의 발전과 직접적 관계가 있다. 유기농 화장품의 원료의 생산으로 유기농가의 수입원천이 다변화됨으로써 농가 소득 향상에 기여할 수 있다(Jang, 2008).

화장품 산업분야에서도 천연·유기농 화장품(Natural & Organic cosmetic)시장이 2000년대를 넘어서면서 우리나라에서도 해외 유기농인증 화장품들과 국내 화장품 제조업체에서 유기농 화장품들이 다양하게 출시되고 있다. 이런 과정 속에서 유기농 인증을 기반으로 성장해온 시장에서 유기농 화장품원료와 유기농 화장품에 대한 인증기준 및 제도관리, 인증검증시스템, 시험검사 등의 안정성, 유효성 등의 공통된 표준화 환경에 직면하고 있다. 우리나라는 현재 유기농 화장품에 대한 인증제도의 부재로 인하여 무분별하게 수입 및 생산 유통이 되면서 소비자의 혼선에 대한 문제들 및 유기농 화장품의 신뢰성에 대한 불안감의 증가로 인한 과도기적 부작용이 많아져 2010년 1월부터 식약청(KFDA) “유기농 화장품 표시·광고 가이드라인”이 발표·시행되면서 유기농 화장품에 대한 제도적인 기초가 되었다.

2011년 6월 29일에 국회 본회의에서 통과된 화장품법 전부개정안에 따라 2012년 2월 24일 화장품법 시행규칙 공포된 내용에는 제2조 제3항에 “유기농 화장품이란”의 문구를 신설함으로써 법적인 기준이 만들어졌다. 식약처(MFDS)의 “유기농 화장품 표시·광고 가이드라인”에 이어 2014년 12월 24일 화장품법 제2조 제3항의 “유기농 화장품의 기준에 관한 규정”이 공포되면서 유기농 화장품 시장의 성장세와 맞물려 국내 유기농 화장품 인증기준에 대한 요구가 증폭되고 있다.

국제적인 주요 유기농 화장품 인증기관인 BDIH (독일), COSMEBIO & ECOCERT (프랑스), ICEA (이태리), SOIL ASSOCIATION (영국)들이 유기농 화장품과 천연 화장품의 인증기준을 통일하기로 합의 하에 “COSMOS-standard AISBL” (벨기에에 등록된 국제 비영리 협회)이 설립되었다. 2013년부터 사용하기로 합의하였고 2015년 이후부터는 COSMOS-standard의 인증기준으로만 적용한다. 따라서 기존에 진행하는 각 인증기준 역시 인증기관들이 이해논리에 적용되어 순차적으로 변경될 것으로 유추할 수 있다.

본 연구는 국내 유통 유기농 화장품에 대한 인증국가, 인증기준, 기능별, 국외인증별 등에 관하여 최근 동향을 분석하고, 해외 유기농 화장품의 다양한 인증기관 및 인증기준을

비교 분석하고자 하였다. 그리고 COSMOS-standard AISBL과 국내 “유기농 화장품의 기준에 관한 규정”과 비교분석하고 우리나라의 유기농 화장품 인증기준이 어떤 내용을 담아야 할 것 인지를 적시함으로써 국제적으로 통용될 수 있는 인증기준 제정의 기초자료로 활용 되었으면 한다. 아울러 본 논문에서 제시되는 비교분석 결과의 문제점들이 국내 천연·유기농 화장품 산업의 발전과 함께 국내 소비자 신뢰도 정착, 국내산 유기농인증 농산물원료 사용의 증가 등을 통해 유기농산업 발전에 도움이 되는 자료를 제공하고자 하였다.

II. 유기농 화장품의 정의

화장품 법 제1장 총칙 제2조 제1항에 보면, 화장품이라 함은 인체를 청결 또는 미화하여 매력을 더하고, 용모를 밝게 변화시키거나 피부, 모발의 건강을 유지 또는 증진하기 위하여 인체에 사용되는 물품으로서 인체에 대한 작용이 경미한 것을 말한다. 다만, 약사법 제2조 제4항의 의약품에 해당하는 물품은 제외한다고 정의한다. 유기농 화장품을 간단하게 사전적 의미로 이해하자면, “천연(Natural)”은 “자연 그대로의 가공하지 않는 의미”로 보며, “유기농(Organic)”은 살충제나 인공비료, 인공 화학물질을 사용하지 않는 제품 등”이라고 표현되어 있다(Na and Park, 2009).

기본적으로 천연·유기농 화장품을 표현하기 위해서는 유기농 화장품의 주가 되는 유기농 화장품 원료가 무엇인지 부터 정의가 되어져야 한다. 국가나 민간단체에서 인정하는 국제유기농연맹(IFOAM: International Federation of Organic Agriculture Movements)에 등록된 인증기관이나 국가로부터 유기농으로 인증 받은 농산물을 활용하여 만든 화장품 원료를 유기농 화장품의 원료로 사용해 오고 있으며 국제적으로 유기농 화장품 관련 제도에서도 나타나 있다.

국제적으로는 천연화장품과 유기농 화장품은 통일된 기준이 정립되지 않아 각 국가별이나 인증기준별로 차이점을 가지고 있다. 따라서 최근 천연, 유기농에 대한 용어의 정의와 표준화의 필요성의 대두되어 ISO/WD16128 (2009. 6, 미국 볼티모어)에서 “천연·유기농 화장품 원료와 제품에 대한 인증 및 기술적 정의에 대한 가이드라인”(Guideline on Technical Definitions and Criteria for Natural & Organic Cosmetic Ingredients and Products)의 제목으로 용어의 표준화 진행이 시작되었다. 본 논문의 국내외 유기농 화장품 관리제도 부분에서 진행내용을 정리하기로 한다(대한화장품협회, 2012).

국내의 경우 유기농 화장품과 유기농 원료의 정의는 법적으로 구분되어져 있다. 화장품 법 전면 개정(11. 8. 4)에 따라, 동 법 제2조(정의) 제3호 “유기농 화장품”이란 유기농 원료, 동, 식물 및 그 유래원료 등으로 제조되고, 식품의약품안전처장이 정하는 기준에 맞는 화장품을 말한다. 또한 “유기농 화장품의 기준에 관한 규정(2014. 12. 24)”에서 제1장 총칙 제2

조(용어의 정의)에서 1항의 가) “유기농 원료”란 “친환경농어업 육성 및 유기식품 등의 관리·지원에 관한 법률”에 따른 유기농수산물 또는 이를 이 고시에서 허용하는 물리적 공정에 따라 가공한 것. 나) 외국 정부(미국, 유럽연합, 일본 등)에서 정한 기준에 따른 인증기관으로부터 유기농수산물로 인증 받거나 이를 이 고시에서 허용하는 물리적 공정에 따라 가공한 것. 다) 국제유기농업운동연맹(IFOAM)에 등록된 인증기관으로부터 유기농 원료로 인증 받거나 이를 이 고시에서 허용하는 물리적 공정에 따라 가공한 것 이라고 법적으로 정의하고 있다.

Ⅲ. 국내 유기농 화장품 시장 및 인증현황

1. 국내 유기농 화장품의 현황

국내 유통되고 있는 유기농 화장품을 인터넷을 활용하여 “유기농 화장품” 키워드 검색 (www.naver.com/ www.daum.net/ www.google.com)에서 2013년 10월 25일부터 2013년 10월 30일까지 실제 구매 가능한 상품을 기준으로 검색하여 574개의 상품을 구매하였다. 구매한 상품 중에서 유기농 인증로고가 있는 상품, 그리고 국내 제조의 경우 식약처의 “유기농 화장품 표시·광고 가이드라인” 2010년 1월 1일에 공표에 따라 본 가이드라인에서 제시하는 조건으로 생산된 유기농 화장품이 유통되고 있는 상품들을 정리한 내용을 바탕으로 국가, 지역, 인증기관, 국내제조 국외인증별 등의 기준으로 비교 하여 국내 유기농 화장품의 유통 실태를 확인하였다.

1) 유기농 화장품의 유형별 현황

유기농 화장품을 제조하기 위해서는 천연원료는 기본이며, 여기에 유기농 인증 원료의 함량의 기준에 의하여 유기농 화장품의 인증이 결정되는 부분으로 유기농 화장품의 생산에서 서 유기농과 일반 화장품은 제조상에서의 상당한 차이를 가지고 있다. 보편적으로 살펴보면 방부제, 가용화제, 유화제, 실리콘계열, 향료 등이 실제로 일반 화장품과 유기농 화장품에서는 가장 두드러지게 차이가 난다. 특히 일반인들이 쉽게 인지하고 있는 계면활성제라고 하는 유화제를 천연유화제나 유기농 화장품 인증기준에 부합하는 유화제를 사용한다는 것이 생각보다 쉽지 않기 때문이다. 아래 Table 1에서는 바디/헤어와 기초화장품류의 제품이 차지하는 비중이 높은 반면 자외선차단크림이나 오일류는 상대적으로 낮은 비율을 나타내고 있다. 특히, 자외선차단제품 같은 경우 유기농함량 기준에 맞춘다는 것이 쉽지 않기 때문인 것으로 볼 수 있다.

Table 1. The status of categories types of organic cosmetics

Categories types	Product Q'TY	Ratio (%)
Body / Hair	179	32%
Lotion / Cream	143	25%
Toner / Mist / Water	97	17%
Baby products	50	9%
Essence / Serum	42	7%
Oil	35	6%
Sunscreen	28	5%
Total	574	100%

2) 유기농 화장품 국가별 현황

Table 1에서와 같이 조사된 574개의 상품 중에서 EU 지역의 독일, 프랑스 제품의 상품수가 약 67%를 차지하고 있고, 브랜드별 구분에서도 EU지역이 64%를 차지하고 있다. 국가별 인증상품 수량 및 브랜드 부분에서도 비례하게 나타나고 있다.

Table 2. Country status of organic cosmetics in Korea

Country	Product Q'TY (%)	Brand Q'TY (%)	
EU	Germany	206(36%)	17(35%)
	France	176(31%)	12(27%)
	Italy	2(0.3%)	1(2%)
	Sub-total	384(67.3%)	30(64%)
Korea	102(18%)	7(14%)	
Australia	29(5%)	3(6%)	
USA	24(4%)	4(8%)	
New Zealand	24(4%)	3(6%)	
Bulgaria	11(1.7%)	1(2%)	
Total	574(100%)	48(100%)	

3) 유기농 화장품 인증기준별 현황

Table 2에서와 같이 한 가지 인증을 받은 기준으로는 EU 지역의 BDIH, ECOCERT, COSME-BIO가 인증기관의 64%를 차지하고 있으며, 미국의 USDA 9%, 호주의 ACO 3%를 뉴질랜드

드 BIO-GRO 4%를 차지하고 있다. 두 개의 인증을 받은 기준 분석에서는 역시 COSME-BIO/ECOCERT 79%, BDIH/BIO 7%, OFC/USDA 6%, BIO-GRO/USDA 5%, ACO/USDA 3% 순으로 나타났다.

Table 3. The status of organic cosmetics certified in Korea

* Based on analysis single certification		* Based on analysis double certification	
Certification criteria	Product Q'TY (%)	Certification criteria (double)	Product Q'TY (%)
BDIH	179(39%)	COSME BIO/ECOCERT	129(79%)
MFDS	81(20%)	BDIH/BIO	11(7%)
ECOCERT	69(15%)	OFC/USDA	10(6%)
COSME BIO	18(10%)	ACO/USDA	6(3%)
USDA	35(9%)	BIO-GRO/USDA	9(5%)
ACO	12(3%)	Total	165
BIO-GRO	15(4%)		
Total	409		

Table 3에서 나타난 것과 같이 유기농인증로고를 제품에 표기하는 것은 소비자 관심 유도에 큰 역할을 하고 있으며, 각 제품의 진출국의 인증을 받은 것 역시 판매를 위한 소비자 홍보 활동의 하나로 볼 수 있다. 여성들이 유기농 화장품을 구매 시 유기농 인증기관 마크를 확인하는 여성이 58.5%로 그렇지 않는 여성보다 많은 것으로 나타내고 있다(Yea, 2010). 상당수의 화장품이 이중으로 인증을 받아 두 가지의 로고를 사용하는 경우 판매향상에 도움이 되는 것으로 유추할 수 있다. 다른 이유 중에 하나는 국가 간의 인증기준의 차이 때문이기도 하다. 각 국가의 유기농 인증기준에 따른 차이로 인해 수출국의 인증기준에 부합하는 인증을 다시 받아야 하는 경우가 발생한 것이라고 볼 수 있다.

Table 4는 유기농 화장품에 개별인증 및 중복인증과는 상관없이 인증기관에서 인증한 상품의 수량 비율을 통하여 인증기관의 인증 수량을 비교하기 위하여 조사하였다. 가장 많은 인증기준은 ECOCERT로 총 718개 중 198개로 28%, BDIH 190개로 26%, COSME-BIO 147개로 20%를 차지하고 있다, 이들은 프랑스와 독일의 인증기준으로 전체의 74%를 차지하고 있다. 이들 3개는 유기농 화장품 인증기관으로써는 세계에서 가장 큰 규모를 가지고 있다. 특히, ECOCERT 인증기관은 ISO 규정을 준수하며 전 세계 1천여 곳 이상에 인증을 주고 있으며, 화장품뿐 아니라 세제와 방향제(향료)등에 대한 인증도 해주고 있다. 현재 2012년 말 기준으로 1,500여개 회사에 총 1만 여개의 제품에 인증을 주고 있다(코스메틱 매니아 뉴스, 2010. 7. 6).

Table 4. Country status of organic cosmetics in Korea - Double certification

Certification criteria	Country	Product Q'TY <Duplicated>	Ratio (%)
ECOCERT	France	198	28%
BDIH	Germany	190	26%
COSME BIO	France	147	20%
MFDS	Korea	81	11%
USDA	USA	60	8%
ACO	Australia	18	3%
BIO-GRO	New Zealand	24	3%
Total		718	100%

4) 국내 제조 유기농 화장품 국외인증 상품 현황

현재 국내 “유기농 화장품의 기준에 관한 규정(2014. 12. 24.)”은 최근 법적 제도적 장치로서 실행되고 있으나 인증기준이 마련되어 있지 않아 국내 인증관련 사항들이 과도기적 상황 속에서 국내 유기농 화장품 제조업들은 수출과 국내 내수 시장에서 해외 유기농 인증 상품들과 경쟁하기 위하여 해외인증을 받는 사례가 증가하고 있다(한국소비자보호원, 소비자정책동향 제34호, 2012).

건국에코서트인증원에서 확인한 내용으로 ECOCERT Group의 Chief operation officer, Philippe Thomaze가 2013년 7월 23일에 한국 소비자에게 보낸 서한 내용에서 현재 한국의 19개 기업이 ECOCERT 인증을 받았다고 제시했다. Table 5의 조사한 내용 보다 온라인상의 검색(본 연구논문의 검색조건)에서 나타나지 않는 국내 제조 국외인증 상품이 상당히 많이 있는 것으로 확신하며 갈수록 증가 될 것으로 보인다.

Table 5 Foreign certification status for organic cosmetics produced in Korea

Certification Criteria	Product Q'TY(%)
ECOCERT	19(58%)
ECOCERT/COSME-BIO	6(18%)
ACO/USDA	8(24%)
Total	33(100%)

Table 5에서와 같이 국내 유통되고 있는 유기농 화장품 중에 원산지는 한국 즉, 한국에서 생산된 유기농 화장품 중에 해외인증을 받은 상품은 약 33개로 나타났으며 ECOCERT 인증

이 58% 가장 많은 비율을 차지하고 있다. 이것은 상대적으로 인증을 받기 쉬운 인증기준이 ECOCERT라는 부분도 작용한 것이라 볼 수 있다.

국내 유기농 화장품 소비자들의 상품선택 기준에서 패키지에 쓰이는 전 성분표시와 유기농인증마크 등에 보다 민감하게 반응하고 있으며(Lee, 2009). 이런 상황에서 국내 유통되는 유기농 화장품은 수입제품이 74%를 점유하고 있다.

IV. 한국과 주요 국가의 천연·유기농 화장품 관리제도 및 인증기준

1. 국내 천연·유기농 화장품 관리제도 및 가이드라인

1) 국내 유기농 화장품 관리제도의 배경

녹색 친환경 및 유기농 제품에 대한 관심 증대로 천연, 유기농 화장품 시장이 확대되었고, 수입 유기농 화장품의 급격한 증가와 국내 화장품 제조회사들의 유기농 화장품 개발 출시가 확대되어가고 있다. 또한 국내 유통의 대부분을 차지하고 있는 해외 유기농 화장품의 다양한 인증과 마크 등에서 소비자 혼선이 심해지고 있으며, 유기농 화장품의 객관적인 기준이나 방법으로 소비자 신뢰성과 투명성확보가 필요하게 되었다(Seol, 2011).

2) 국내 유기농 화장품 관리제도

우리나라 식약처의 “유기농 화장품 표시·광고 가이드라인”은 국제적인 천연·유기농 화장품 시장 확대와 더불어 국내 시장의 유기농 화장품 시장의 급성장으로 인하여 식약처의 “유기농 화장품 표시·광고 가이드라인”을 시작으로 제도적 정비가 시작되었다. 또한 유기농 화장품이 처음으로 법적인 용어로 지정됨에 따른 진행과정 및 유기농 화장품관련 제도의 중요 변화는 2010년 1월 1일 “유기농 화장품 표시·광고 가이드라인”의 식약청 공표를 시작으로 2011년 6월 29일에 화장품법 전문개정안이 국회 본회의를 통과하여 2011년 8월 4일에 국무회의에서 의결되었다. 2012년 2년 24일에 “화장품법 시행규칙”이 공포 되었고 2013년 11월 8일에 “유기농 화장품의 기준에 관한 규정 제정고시(안)”이 발표되었으며 2014년 12월 24일에 “유기농 화장품의 기준에 관한 규정 고시”가 식약처로부터 공표되어 2015년 7월 1일부터 실행하는 것으로 제도화 되었다.

국내 유기농 화장품 제도적인 변화와 맞물려 유기농 화장품 인증기관의 필요성이 대두됨에 따라서 지식경제부 주관 2012 제주광역경제권 선도 산업으로 “국내 유기농 화장품 인증시스템 운영 및 기업지원서비스 사업” 제주테크노파크 주관기관으로 대한뷰티산업진흥원과 제주대화장품과학연구센터 3개 기관이 공동으로 참여하여 국비 15억 원을 지원받아

35개월간 국내 유기농 화장품 인증기준 시스템을 개발하고 있다(대한부티산업진흥원 보도 2012). 최근 2015년 4월경에 국내 유기농 화장품 시범인증 사업을 진행하다는 내용을 본 사업의 주관기관이 제주테크노파크에서 확인하였다.

해외 인증을 하는 인증기관들은 BSC KOREA(BDIH), 컨트롤유니온(USDA.JAS), 건국에코서트인증원(ECOCERT) 등이 있다. 최근 한국의 코리아나 화장품, 더페이스샵, LG생활건강, 잇츠스킨 등 다수의 업체들이 ECOCERT 인증을 받았으며, 중소기업들도 인증을 신청하기 위한 준비가 많은 것으로 알려져 있고, 2014년에는 에코서트코리아를 만들어 한국산 원료를 인증을 기획하고 있는 것으로 ECOCERT 관계자는 확인하였다(CMN, 해외 유기농 시장 동향 및 ECOCERT 인증기준, 2010).

가장 최근 2014년 12월 24일 공표된 “유기농 화장품의 기준에 관한 규정”에서는 제 1장 총칙에서는 제1조(목적) 고시의 목적과 제2조(용어의 정의) 유기농 원료, 식물원료, 동물에서 생산된 원료(동물성원료), 미네랄 원료, 식물유래, 동물성유래 원료, 미네랄유래 원료의 용어의 정의가 나타나 있다. 제2장(유기농 화장품의 기준) 제3조(사용할 수 있는 원료) 제4조(제조공정) 제5조(작업장 및 제조설비) 제6조(포장) 제7조(보관) 제8조(유기농 화장품의 원료조성) 제9조(자료의 보존) 제10조(재검토기한)으로 공표되었으며 이 고시는 2015년 7월 1일 고시 후 6개월이 경과한 날로부터 시행한다 라고 되어 있다.

2. 국제 천연·유기농 화장품 관리제도 및 인증

1) 국제 천연·유기농 화장품 용어 표준화 추진

천연·유기농 화장품의 정의 부분에서 서술한 바와 같이 국제적으로 통일된 용어의 정의 및 표준화가 되지 않아 소비자들의 천연·유기농 화장품(Natural Cosmetic & Organic Cosmetics)에 대한 관심 증대에 따른 소비자의 혼돈을 방지하기 위하여 천연·유기농에 대한 정의와 표준화의 필요성의 대두되어 ISO/WD16128(2009. 6, 미국 볼티모어)에서 “천연·유기농 화장품 원료와 제품에 대한 인증 및 기술적 정의에 대한 가이드라인”(Guideline on Technical Definitions and Criteria for Natural & Organic Cosmetic Ingredients and Products) 이라는 제목으로 용어의 표준화 진행이 시작되었다. 기본적인 표준화 내용은 natural ingredient, organic ingredient, natural cosmetic, organic cosmetic 등의 정의에 대한 부분들을 포함하고 있다.

천연 화장품과 유기농 화장품의 원료 및 상품에 대한 정의 및 표준화는 기존의 주요 국가에서 진행해온 인증기준에 부합하는 내용으로 정리 되어가는 것으로 판단이 되고 있다. 이 내용은 국제적으로 95% 이상을 차지하고 있는 BDIH, COSMEBIO & ECOCERT, ICEA, SOIL ASSOCIATION의 인증기준을 통합한 COSMOS-standard AISBL 내용을 검토함으로써 확인할 수 있다.

2) 국제 유기농 화장품 인증기관

국제적으로 천연·유기농 화장품을 인증하는 독립적인 인증기관으로 27개 정도가 천연·유기농 화장품 원료 및 유기농 화장품 인증을 해주고 있으며 이것은 IFOAM 회원사로 등록된 인증기관을 통해 확인이 가능하다. 국내에서 유기농 화장품을 제조 시에 국내 유기농 화장품의 기준에 관한 규정에 따라서 유기농 화장품의 원료로 수출이 가능하거나 사용하기 위한 농산물은 IFOAM OGS 유기보증시스템에 회원사 29군데에서 인증을 받은(THE IFOAM FAMILY OF STANDARDS MAY 23, 2014) 유기농산물을 유기농 화장품 원료 기준에 정해진 가공 방법을 통하여 유기농 화장품 원료로 사용할 수 있다는 의미이다.

3) 주요 국가별 천연·유기농 화장품 인증기준 비교

유기농 화장품은 유기농 원료의 함량 비율에 따라서 인증기준이 정해져 있는 것이 국제적으로 방법론은 동일하나 실제 함량비율이나 계산 방법 등에서 차이가 난다. 일반적으로 인증 받은 유기농 원료나 천연원료의 함량을 표기하여 소비자의 혼동을 피하기 위해서 노력해오고 있다. 이런 경우 국제적으로 무역 장벽이 될 수 있으며 인증기준에서 유기농인증 원료의 함량이 높은 기준을 가진 나라에서 유기농제품으로 판매하는데 어려움이 예상된다. 또한 반대의 경우에는 인증기준이 상대적으로 낮은 국가에서는 시장 경쟁력이 우수할 것으로 보인다.

Table 6. Comparison of certification standard for organic ingredient contents

Division	ECOCERT COSME-BIO [France]	USDA [USA]	JAS [Japan]	COSMOS [EU]	MFDS [Korea]
Certification standard for organic ingredients portion	At least 95% organic and natural origin. At least 10% organic of total.	At least 95% organic minus water and minerals	At least 95% organic minus water and minerals	At least 95% organic and natural origin. At least 20% organic of total.	At least 10% organic of total
Certificate logo	ECOCERT	USDA	JAS	Linkage of COSMOS	X

4) 주요 국가별 천연·유기농 화장품 인증제도의 비교

Table 7과 같이 유기농 화장품 주요시장이며 인증의 대부분을 차지하고 있는 미국, EU, 일본 및 호주 등은 농수산물 및 가공품과 화장품까지도 동일 기관에서 관리하는 나라가 다수 존재한다. 이것은 유기농 화장품의 원료가 결국 유기농인증 농산물을 가공하여 만들어지는 원료이므로 인증농산물의 기준의 중요성이 당연히 되고 있다. 그러나 한국의 경우 농

산물 및 가공품은 ‘농림축산식품부’에서 관리하나 유기농 화장품은 식품의약품안전처의 “유기농 화장품의 기준에 관한 규정” 고시를 근거로 식약처에서 관리하고 있다.

Table 7. Comparison of organic product and cosmetic certification system by countries

Country	Legal foundation	Application range	Competent authority	Accreditation authority	Certification body	Certification logo
USA	OFPA NOP	Fresh & processing & cosmetic	USDA	USDA-AMS	State government * Private CB	UDSA
EU	ECC No.2092/91	Fresh & processing & cosmetic	European parliament	-	EN 45011 * Private CB	Different from bodies
Japan	JAS	Fresh & processing product	MAFF	Food and agricultural materials inspection center	Private CB	JAS
Australia	National regulations of organic and bio-dynamic products	Fresh & processing & cosmetic	Department of agriculture	AQIS	Private CB	Different from bodies
South Korea	Organic processed food management systems	Fresh & processing product	MAFRA	NAQS	NAQS, Private CB	Different from Grade
	Regulation of Korean organic cosmetic standard	Cosmetic	MFDS	X	X	X

V. COSMOS-standard AISBL과 한국의 유기농 화장품 기준에 관한 규정

1. COSMOS-standard AISBL

COSMOS-standard AISBL의(벨기에에 등록된 국제 비영리 협회) 설립자인 BDIH, COSMEBIO & ECOCERT, ICEA, SOIL ASSOCIATION이 천연 화장품 및 유기농 화장품의 공통되는 요

건 및 의미를 통합된 인증기준으로 확립하고자 하여 2008년 11월부터 6년여 간의 논의 끝에 2011년 1월 31일에 COSMOS-Standard 를 공표하였다. 2015년까지 최종적으로 통합 인증 기준을 사용하기로 합의하였다.

COSMOS-Standard 내용은 1) 도입, 2) 규정, 4) 범위, 5) 일반적 사항, 6) 원료의 유래 및 공정, 7) 전체 성분의 구성, 8) 보관, 제조 및 포장, 9) 환경관리, 10) 표시, 11) 조사, 인증 및 통제관리, 12) 인증기준의 실행 등 총 12항으로 이루어져 있다.

Table 8. Basic operation comparison

Division	Competent authority	Preference certificate authority	Publication time
Regulation of Korean organic cosmetic standard	MFDS	Government agency	2014. 12. 24
Cosmos-standard V2.0	Cosmos-standard AISBL	[Ecocert, Cosmebio, BDIH, ICEA, The soil association]	2011. 1. 31

용어 이용 상의 편의를 위하여 본 논문에서는 “유기농 화장품의 기준에 관한 규정”을 유기농 화장품 기준(Regulation of Korean Organic Cosmetic Standard : KOCS)에서 KOCS로 약칭하고 COSMOS-Standard AISBL은 COSMOS로 약칭한다. COSMOS의 내용을 순서대로 비교순위를 적용하여 “유기농 화장품의 기준에 관한 규정”의 내용을 비교한다.

2. COSMOS와 우리나라 유기농 화장품 기준의 비교

기본적으로 국내 “유기농 화장품의 기준에 관한 규정”이 인증기준이 아니며, 아직 우리나라에서는 천연·유기농 화장품에 대한 인정기관 및 인증기준 더불어 인증시스템에 대한 기준 등의 기반이 자세히 이루어지지 않은 상황에서 COSMOS 인증기준과의 비교에서는 많은 부분에서 차이점이 존재하고 있다. COSMOS의 내용을 기준으로 하여 구체적으로 차이나는 부분들과 문제점들에 대하여 분석해 보자.

1) 도입, 규정 및 범위

범위를 한정하는 부분에서 COSMOS는 천연 원료와 천연화장품 및 유기농 원료와 유기농 화장품에 대한 부분을 포함하고 있으나 “유기농 화장품의 기준”에서는 유기농 화장품의 원료와 제품 관련하여 인증기준을 만들기에 적합성에서 다소 간의 부족한 부분이 나타나고 있다. 천연원료와 유기농 원료의 함량 비를 기준으로 유기농 화장품의 인증기준이 설정되어 있기 때문에 천연화장품에 대한 기준 역시 필요한 부분이다.

2) 용어의 정의

용어의 정의 부분에서는 KOCS에서는 유기농 화장품에 사용될 수 있는 원료부분에서만 간략하게 정의하고 있다. 제2조 용어의 정의 “유기농 원료”, “식물원료”, “동물에서 생산된 원료(동물성원료)”, “미네랄원료”, “식물유래, 동물성유래 원료”, “미네랄유래 원료”이다. 원료의 상세 명칭은 [별표]를 통한 부록으로 상세한 부분을 나타내고 있다. 반면 COSMOS는 농산물원료 부분부터 용매제, 유기농 함량 계산 등에 대한 부분이 상세하게 나타나 있다. 제조업체들이나 소비자들의 용어 혼선에서 오는 문제들에 대한 소비자 혼선을 초래할 수 있는 부분이다(COSMOS-standard 4, 유기농 화장품의 기준에 관한 규정 고시 제2조).

3) 원료의 범주

유기농 화장품의 기준에서는 없지만 COSMOS에는 “물리적 화학적으로 처리된 농산물원료의 식물, 동물 또는 미생물 유래 물질의 주요 원재료는 오직 CITES¹⁾가 허용하는 조건을 따라야한다” 라고 한정되어져 있다(COSMOS 6.1.3). 천연·유기농 화장품의 시장의 확대는 천연 원료 및 유기농 원료 시장의 확대를 의미함과 같은 맥락에서 CITES는 제품화 이전의 단계에서 사전에 확인해야 할 사항으로 보인다(COSMOS 6.1 원료범주).

Table 9. Difference with COSMOS and KOCS for rules of organic materials calculation

Division	COSMOS	KOCS
To calculate the equivalent fresh weight of dried herbs in the calculation of organic content of extracts.	* Wood, bark, seeds, nuts and roots 1 : 2.5 * Leaves, flowers and aerial parts 1 : 4.5 * Water fruits 1 : 8 * Ether to use the actual dry to fresh ratio for the material	* At least dried organic plants 5% is calculated 100% organic materials after processing. * Under 5% dried organic plants is calculated for actual dry plants. * Fresh organic plants 1:2.5
Mixtures of organic and non-organic primary raw materials	Not allowed	Calculated organic materials

4) 유기농 원료 량의 비율 계산 규칙

천연·유기농 화장품은 천연원료의 인증과 유기농인증 원료의 함량을 기준으로 정해지는 것이 기본이다. 따라서 원료의 비율 계산은 매우 중요한 부분으로 국제간 필수적으로 표준

1) 야생동식물종의 국제적인 거래로 인한 동식물의 생존위협을 방지하기 위해 1973년 3월 3일 워싱턴에서 조인되어 1975년부터 발효되었다. 이에 따라 CITES를 워싱턴 협약이라고도 한다. 우리나라는 1993년 7월에 가입하였다.

화가 되어야 하는 부분이기도 하다. 유기농 원료의 비율 계산 규칙에서 유기농 원료 함량을 제품에 표기 광고하는 중요한 요건이므로 “유기농 화장품의 기준”의 경우 좀 더 정확한 계산규칙이 필요할 것으로 판단된다.

5) 유기농 화장품의 인증기준의 원료 함량 기준

COSMOS의 경우 유기농 화장품 인증기준의 원료 함량에 대한 기준이 “유기농 화장품의 기준”에 비해 상세하고 표기되어 있으며 특히 유기농 화장품의 인증기준에서 COSMOS의 경우 전체 성분의 20% 이상 유기농 원료로 구성되어져야 하는 반면 “유기농 화장품의 기준”에서는 전체 성분의 10% 이상 유기농 원료로 기준 자체가 낮게 설정되어져 있다. 유기농 화장품 시장에서의 소비자 신뢰도 및 경쟁력이 약화될 가능성이 있으며 수출 시에 해외 시장에서 유기농 화장품으로 판매할 수 없는 경우가 발생할 수 있다.

Table 10. Comparison of composition for organic cosmetic ingredient of total

Division	COSMOS	KOCS
Certification Standard for Organic Cosmetic	<ul style="list-style-type: none"> * At least 95% of the physically processed agro-ingredients must be organically produced. * At least 20% of the total products must be organic. * For rinse-off products, non-emulsified aqueous products, and products with at least 80% minerals or ingredients of mineral original, at least 10% of the total products must be organic. 	<ul style="list-style-type: none"> * Possible to use of chemical ingredients at less then 5% which are allowed materials at KOCS. * At least 10% of the total products must be organic.
Certification Standard for Natural Cosmetic.	<ul style="list-style-type: none"> * No requirement to use a minimum level of organic ingredients. * Must be labeled with the signature “COSMOS NATURAL” in conjunction with the seal of the COSMIS-Standard AISBL member organization as detailed in the labelling guide. 	X

6) 환경관리 및 포장에 대한 기준

천연·유기농 화장품 제조관련 및 환경관리 부분에서 ISO 14000 또는 국가 규정을 준수하고 있으면 승인되는 대신에 “유기농 화장품의 기준”의 경우 기본적인 부분을 제시하고 세부사항은 국내 화장품 관련법에 의해서 관리되도록 제시하고 있다. COSMOS 는 포장의 기준에서 “직물(Fabrics)”에 대한 부분이 “COSMOS 인증 화장품에 사용되는 직물 요소(물수건, 스트립, 마스크, 패드 등)는 100% 유기농 인증 원료를 사용해야 한다.”라고 제시되어 있다. 단, 직물은 전체 성분의 유기농 원료 계산에 포함되지 않는 것으로 나타나 있다.

7) 라벨 표시 및 광고 기준

천연·유기농 화장품에 대한 소비자 입장에서는 상품의 라벨에 “유기농/Organic” or “유기농 원료/Organic Ingredient” 등의 %가 매우 중요한 구매결정의 요소가 되며 정확한 정보 전달이 필수적으로 이루어져야 하는 부분이다. COSMOS에서는 제품에 대한 유기농 원료 및 유기농 화장품 그리고 천연화장품에 대한 표시 및 광고관련 표현의 내용이 상세하게 나타나 있어 소비자들에게 신뢰성 확보에 유리하도록 나타나 있다(Table 11). 반면에 “유기농 화장품의 기준”에서는 유기농 화장품으로 표시·광고 하고자 하는 경우 제9조(자료의 보존) 유기농 화장품으로 표시·광고하여 제조, 수입 및 판매할 경우 이 고시에 적합함을 입증하는 자료를 구비해야 하는 것으로 제시되어져 있다.

Table 11. Comparison of labelling and advertising for organic & natural cosmetic

Division	COSMOS	KOCS
Labelling & advertising	<ul style="list-style-type: none"> * “COSMOS ORGANIC” in conjunction with the seal of the COSMOS-standard AISBL. * Must indicate on the label “x% organic of total” * Must indicate organic ingredients and organic low materials in the INCI list. * Indicate the percentage of organic origin ingredients “x% organic of total minus water and minerals” * The product must not be called “organic” unless it is at least 95% organic, measured of as a percent of the total product. * “COSMOS NATURAL” in conjunction with the seal of the COSMOS-standard AISBL. * The certificated natural cosmetic must not be claimed relation to orgaic, either ingredients or percentage, on the front of the packaging. 	<p>To indicate the organic cosmetic on product must be provided to documents to demonstrate compliance with KOCS.</p>

VI. 요약 및 결론

국내 유통되는 인증을 수반하는 유기농 화장품 상품의 동향과 국제적인 천연·유기농 화장품의 인증제도 및 인증기준 등을 조사하고, 국제적으로 가장 많은 제품을 인증해오고 있는 인증기관들의 통일된 인증기준인 COSMOS-standard AISBL과 국내 “유기농 화장품의 기준에 관한 규정 고시“를 비교하여 개선방안을 제시함으로써 우리나라의 유기농 화장품 인증기준의 제정에 자료로 제공하는데 본 연구의 목적이 있다.

COSMOS-standard AISBL과 우리나라 “유기농 화장품의 기준에 관한 규정”의 비교분석을 통하여 나타난 차이점을 기준으로 하여 우리나라 유기농 화장품 시장의 발전을 위하여 “유기농 화장품의 기준에 관한 규정”의 문제점 및 개선방안을 아래와 같이 제시한다.

첫째, 우리나라의 인증제도 및 인증시스템의 확립이 필요하다. 주요 국가별의 인증제도의 주관과 인증기관 지정 및 인증기준을 비교분석한 결과 대부분의 국가에서는 정부가 인증 제도를 관리하고 있는 반면 우리나라는 인증기준, 인증기관의 지정 및 사후관리 등에 관한 규정이 없어 시장에서의 소비자 인지도 및 유기농 화장품의 신뢰성에 경쟁력이 약화되고 있다.

둘째, 우리나라의 유기농 화장품 인증기준 제정이 시급하다. 인증제도의 확립 요구에 더 불어 인증기준 자체가 없는 문제점이 가장 큰 것으로 나타났다. 인증기준의 부재로 인한 해외 수입 유기농 화장품들의 인증마크가 국내 시장의 대부분을 점유하고 있다. 따라서 유기농 원료 재배부터 화장품 원료 생산 및 제품생산, 인증, 사후관리 부분까지 전 과정을 평가 관리할 수 있는 법적 근거를 가진 인증기준 제정과 통일된 인증로고 또한 매우 중요하다.

셋째, 유기농 원료의 함량 기준이 국제기준과 동등한 수준이어야 한다. 우리나라 식약처의 “유기농 화장품의 기준에 관한 규정”에서 정하고 있는 기준이 주요 국가의 함량 기준에 비해 현저하게 낮은 수준으로 제시되어 있다. 전체성분 중 유기농 원료 함량기준 10% 이상으로 제시된 반면, COSMOS-standard에서는 최소 20% 이상, 유기농인증 농산물의 원료 함량의 경우 반드시 95% 이상 유기농 원료를 사용하도록 하고 있다. 유기농 함량 기준을 국제적인 수준과 부합하도록 제시하여 국내 제조 제품들의 국내외 시장에서 경쟁력 제고를 위해 필요하다.

넷째, 유기농 원료 함량의 비율 계산규칙을 국제기준으로 맞출 필요가 있다. 유기농 화장품은 원료의 함량비율을 기본으로 인증기준을 설정하고 있다. 인증기준의 비율 계산 규칙과의 차이점은 인증기준의 차이점이 되는 부분으로 제조업체의 입장에서는 중요한 문제가 된다.

다섯째, 소비자 혼선 방지를 위한 표시기준의 도입이 필요하다. 유기농 화장품은 천연 원료 및 유기농 원료의 함량을 기준으로 분류되며 유통되어지고 있다. 소비자 입장에서는 천연원료와 유기농 원료의 함량이 천연화장품과 유기농 화장품을 구분 선택하는데 중요한 역할을 할 수 밖에 없다. “전체 성분 중 유기농 함량 %”, “전체 성분 중 천연원료 %” 또는 “물과 소금을 제외한 유기농 함량 %”, “물을 제외한 유기농 함량 %” 등의 국제적으로 통용될 수 있는 표시제도가 필요하다.

본 연구의 내용은 유기농 원료를 기반으로 성장 가능한 천연·유기농 화장품 시장의 발전에 국내 유기농 산업의 발전에 도움이 되는 자료로 활용될 수 있을 것으로 사료된다. 아울러 국내 제조 천연·유기농 화장품의 발전 및 대외 경쟁력강화를 위하여 필수적으로 필요한 인증기준 제정에 기초자료가 될 수 있을 것으로 사료된다.

[Submitted, January. 30, 2015 ; Revised, March. 7, 2015 ; Accepted, March. 20, 2015]

Reference

1. Kim, M. H. 2011. (The) effect of the advertising types of organic cosmetics and the moderating influence of subjective health consciousness and product involvement. Hongik University, Master's thesis. pp. 10-12.
2. Kwon, C. Y. 2010. The study of the recognition and preference for organic cosmetics. Sookmyung Women's University, Master's thesis. pp. 31-33, p. 113, p. 118.
3. Jang, S. N. 2011. Female college students's perceptions on the use of cosmetics; and the changes in the number of colonies of microorganisms depending on the storage temperature and the formulation of general cosmetics and organic cosmetics. Seokyeong University, Master's thesis. p. 7.
4. Lee, B. M. and Kwon, S. B. 2013. The Guideline of Cosmetics' Labels and Advertisements and Regulations for Verification in Korea. Konkuk university, medical specialty preference, Skin Science laboratory. pp. 14-15.
5. Lee, Y. J. 2009. (A) study of the effect of package design's central and peripheral cues on consumers' purchase behavior : focusing on the package design for organic cosmetics. Hongik University, Master's thesis. pp. 67-68, pp. 73-78, p. 121.
6. Song, Y. J. and An, H. S. 2012. Comparative analysis purchasing behavior of well-being cosmetics & food according to the consumer's behavior type. Sungshin Women's University. Graduate School of Cultural Industry. p. 143.
7. Jang, Y. S. 2008. Agriculture revival movement. pp. 237-239, pp. 257-259.
8. Cho, Y. K. 2012. Natural Cosmetic clinic, RH korea. pp. 21-24.
9. Korea Customs Service. Cosmetics trade to generate aggregate statistics data. 2010.
11. Korea Cosmetic Industry Association, South Korea Health Industry Development Institute. 2013.
12. Ministry of Food and Drug Safety. press releases. 2010.
13. University of Incheon Maritime ris Agency. Response Strategies of cosmetics, international standard. pp. 35-41.
14. Korea Health Industry Development Institute, 2011. The cosmetics industry analysis report. p. 7.
15. Korea Consumer Agency, 2012. cosmetics and consumer trends in consumer policy.

16. Cosmetic Act Enforcement Regulations, cosmetics. 2012.
17. Cosmetic Industry Association and national and international regulatory changes. 2012. Response Strategies of the Enforcement Regulations. pp. 73-107
18. Beauty Industry Development Institute. 2012. Cosmetics science Jeju University Research Center. 2012.
19. <http://www.cosmos-standard.org>
20. Natural Personal Care Consumers, Datamonitor, 2007.
21. <http://www.ifoam.org>
22. <http://www.ioas.org>
23. <http://www.thedailycosmetic.com>
24. <http://www.soilassociation.org>
25. <http://www.ecocert.com>
26. <http://www.bdi.h.de>
27. <http://www.cosmebio.org/>
28. <http://www.icea.info/en/>