



# 화장품 포장 표시 규정과 외국 현황

## Cosmetic Packaging Labeling

김 주 덕 / 숙명여자대학교 원격대학원 향장미용전공 교수, 한국화장품미용학회 회장

### 1. 서론

전 세계적으로 화장품의 안전성에 대한 소비자들의 인식이 높아지고 있다. 이에 따라 해당 화장품의 브랜드 뿐 아니라 화장품의 1차 및 2차 용기를 꼼꼼히 살펴보며 성분, 유효기간, 제조업자 등을 확인하고 점검하는 소비자들이 늘고 있는 추세다. 국가별로 시기는 각각 다르지만, 화장품 전성분제 표시 제도를 시행함에 따라 화장품 포장 표시 규정이 날로 엄격해지고 까다로워지고 있는 실정이기도 하다.

국내의 경우, 지난 2008년 10월부터 화장품 전성분표시제가 시행되어 화장품 제조에 사용된 모든 성분을 화장품 용기 및 포장에 표시하도록 하고 있어 이러한 국제 흐름과 병행하고 있다. 더욱이 2013년 3월 23일, 개정된 화장품 포장의 표시기준 및 표시방법이 발표되어 화장품 포장 표시 규정에 관한 관심이 높아지고 있다.

개정 발표된 국내의 <화장품 포장의 표시기준 및 표시방법>에 따라 화장품 포장에 명시해야 하는 항목들이 보다 명확해지고 강화되었다. 예

를 들어, 과거 표시대상이 '용기 또는 포장'으로 되어있어 중요한 표기사항이 용기에 기재되어 있지 않는 일이 빈번했다면, 최근엔 미국이나 유럽 등과 같이 1차포장과 2차포장을 구분하여 표기하도록 하여 이를 명확하게 표시하고 있다.

또한 사용기한 또는 개봉 후 사용기간을 화장품 포장에 기재하도록 해 소비자들이 안심하고 선택할 수 있도록 하고 있다. 화장품 성분 표시에 있어서도 소비자 중심으로 바뀌고 있는 추세다.

이미 미국, 유럽, 일본 등 화장품 산업 선진국에서 시행하고 있던 '전성분 표시제'가 시행됨에 따라 제품에 사용된 모든 성분을 포장에서 확인할 수 있다. 성분 목록 표시는 화장품 제조에 사용된 함량이 많은 것부터 기재·표시하는 것이 원칙으로, 1% 이하로 사용된 성분, 착향제 또는 순서에 상관없이 기재·표시된다.

화장품 포장 표시 규정에 있어 국가별로 조금씩 차이가 있다. 제품의 명칭, 용량, 제조업자, 제조번호 등 기본적으로 표시해야 하는 항목은 비슷하지만, 사용기한, 기능성화장품의 표시 여

부, 경고 문구 등은 화장품 산업 선진국으로 꼽히는 미국, 유럽, 일본 등 주요 국가별로 차별된다. 우리나라의 경우 사용기한을 반드시 명시해야 하는 반면, 미국의 경우 의무사항은 아니다. 대신, 유해 가능성이 있는 화장품에는 반드시 적절한 표시 경고와 적절한 안전사용법 지시가 표기되어 있어야 한다. EU는 유효기간이 30개월 미만인 제품과 그 이상인 제품의 포장 표시를 구분해 사용하고 있으며, 일본은 화장품 포장 표시 규정을 약사법에 따라 시행하고 있다.

화장품 규정과 가이드라인에 대한 국제적인 노력도 활발하게 진행 중으로, 화장품 포장 및 표기에 관한 국제표준규격이 제시되고 있다. 국내 화장품 산업도 국제 규정에 발맞춰 변화 및 진화를 꾀하고 있다. 이러한 국제적인 움직임에 따라 국내 및 주요 국가의 화장품 포장 표시 규정에도 향후 또 다른 변화가 있을 것으로 보인다.

## II. 본론

### 1. 국내 화장품 포장 표시 규정

지난 2013년 3월 개정된 화장품법에 따라 화장품 포장의 기재사항이 보다 강화되었다. 정부가 발표한 <화장품 포장의 표시기준 및 표시방법>에 따르면 화장품의 1차 포장 또는 2차 포장에 반드시 표시되어야 하는 항목이 정해져 있다.

기본적으로 화장품의 명칭, 가격, 내용물의 용량 및 중량, 가격, 사용 시 주의사항, 제조번호 등이 기재되어야 하며, 제조업자 및 제조판매업자의 상호 및 주소가 동반 기재되어야 한다.

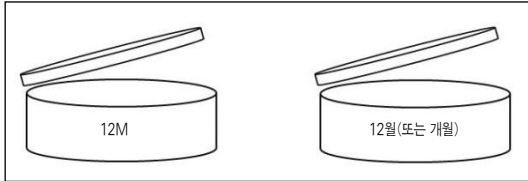
‘제조업자’와 ‘제조판매업자’는 각각 구분하여 기재·표시하는 것이 원칙이나 제조업자와 제조판매업자가 같은 경우 이를 구분하지 않고 ‘제조업자 및 제조판매업자’로 한꺼번에 기재·표시할 수 있다. 수입화장품의 경우에는 추가로 기재·표시하는 제조국의 명칭, 제조회사명 및 그 소재지를 국내 제조업자와 구분해 기재·표시해야 한다. 가격 표시의 경우, 내용량이 10ml 이하 또는 10g 이하인 화장품의 포장, 판매의 목적이 아닌 제품의 선택 등을 위하여 미리 소비자가 시험·사용하도록 제조 또는 수입된 화장품의 포장에는 견본품이나 비매품 등의 표시로 가격을 대신할 수 있다.

화장품 전성분 표시제의 원칙에 따라, 화장품 포장에는 해당 화장품 제조에 사용된 모든 성분을 표시하도록 하고 있다. 이때 글자 크기는 5포인트 이상이어야 하며, 화장품 제조에 사용된 함량이 많은 것부터 기재·표시한다. 다만, 1% 이하로 사용된 성분, 착향제 또는 착색제는 순서에 상관없이 기재·표시할 수 있다. 착향제는 ‘향료’로 표시할 수 있고, pH 조절을 목적으로 사용되는 성분은 그 성분을 표시하는 대신 중화반응에 따른 생성물로 기재·표시해도 된다. 한편, 개정된 화장품법 제10조 제1항 제3호에 따르면 기재·표시를 생략할 수 있는 성분이 있다. 제조과정 중에 제거되어 최종 제품에는 남아있지 않은 성분, 안정화제 및 보존제 등 원료 자체에 들어있는 부수 성분으로서 그 효과가 나타나게 하는 양보다 적은 양이 들어있는 성분 등이 이에 해당된다. 또한 내용량이 10ml 초과 50ml 이하 또는 중량이 10g 초과 50g 이하 화장품의 포장인 경우 타르색소, 금박, 과일산(AHA), 샴푸와



# 특 집

[그림 1] 심벌과 기간 표시(개봉 후 사용기간이 12개월 이내인 제품)



린스에 들어 있는 인산염의 종류 등 정부가 고시한 항목의 성분을 제외한 성분은 기재를 생략할 수 있다.

단, 기능성화장품의 경우 그 효능 및 효과를 나타나게 하는 원료와 '기능성화장품'이라는 글자가 반드시 기재·표시되어야 한다. 사용기한 또는 개봉 후 사용기간도 반드시 기재·표시되어야 하는 항목이다.

## 1-1. 화장품 유통기한 표기

① MFD, MFG \_ Manufacture(제조하다)의 약자

(예) MFG130720 : 2013년 7월20일에 제조되었다는 것

② 알파벳-숫자-알파벳-숫자

(예) C11L23 : C는 알파벳 3번째이기에 3월을 뜻하고 11은 생산년도, L은 생산 공장, 23은 생산날짜를 의미한다.

③ EXP \_ Expiry Data(만료일자)의 약자로

(예) EXP150301 : 2015년 3월1일에 유통기한이 끝나는 것이다.

④ 12M, 36M \_ M은 Month의 약자로 개월을 뜻한다.

(예) 12M : 풀이하자면 유통기한이 순서

적으로 12개월, 36개월이라는 의미 개봉 후 12개월, 36개월 안에 사용해야 한다는 뜻이다.

## 1-2. 사용기한 또는 개봉 후 사용기간

① 사용기한은 “사용기한” 또는 “까지” 등의 문자와 “연월일”을 소비자가 알기 쉽도록 기재·표시하여야 한다. 다만, “연월”로 표시하는 경우 사용기한을 넘지 않는 범위에서 기재·표시하여야 한다.

② 개봉 후 사용기간은 “개봉 후 사용기간”이라는 문자와 “○○월” 또는 “○○개월”을 조합하여 기재·표시하거나, 개봉 후 사용기간을 나타내는 심벌과 기간을 기재·표시할 수 있다.

(예시: 심벌과 기간 표시) 개봉 후 사용기간이 12개월 이내인 제품

## 2. 주요국별 포장 표시 규정

### 2-1. 미국

미국의 화장품 관리는 미국화장품협회(PCPC)를 중심으로 한 업체의 자율 관리체제로 이뤄지고 있으며, 정부에서는 안전 및 표시·광고 등 소비자와 관련된 사후관리체계를 도입하여 시행하고 있다. 국내와 달리, 화장품에 대한 사용기한이 표시규정에 언급되어 있으나 의무사항은 아니다. 그러나 화장품의 안전한 사용을 위해 기한의 제한이 필요한 화장품의 경우엔 사용기한을 표시하도록 하고 있다. 또한 화장품이면서 동시에 의약품인 경우, 용법·용량의 변화가 있거나 3년 이내에 성분의 변화 또는 불안정한 경우에는 사용기한을 표시하여야 한다. 미국에서는 1976년부터 화장품 성분 표시를 의무

[표 1] 미국 화장품 표시 규정

구분	1차 포장	2차 포장	비고
제조 번호	없음	없음	화장품의 경우 제조번호 표시를 반드시 할 필요는 없지만 우수사업 관행에 기초하여 유용할 수 있음
브랜드 명칭	없음	없음	
사용 기한	없음	없음	
성분 목록	없음	있음	농도가 1% 이하인 성분을 제외하고 함유된 성분을 INCI명으로 함유량이 큰 순으로 나열함 새도우 제품에 함유된 색소첨가제는 may contain이란 말 다음 가장 마지막에 적음. 종명은 영문으로 표기하고 색소첨가제는 미국 FDA명으로 표기함
포장 시 명목 함유량	있음	있음	중량 또는 부피를 미터제와 미국 관례법으로 표기함. 화장품의 경우 형태, 크기, 위치에 대한 특정 요건이 있음. 미국에서 판매되는 크림은 중량을 표기함

화하고 있는데, 제품의 외부용기에 제품에 함유된 성분을 함유량이 큰 순서대로 나열하며, 함유량 1% 이하인 성분은 표시하지 않는다. 일부 주에서는 특정 경고를 요구하는 법률을 제정하고 있기도 할 만큼 안전 문제에 대해 엄격한 편으로, 유해 가능성이 있는 화장품에는 반드시 적절한 표시 경고와 적절한 안전사용법 지시가 표기되어 있어야 한다.

## 2-2. EU

유럽 연합의 화장품 포장 관련 규정은 <EU Cosmetics Directive> 제6조에 명시돼 있다. 이 조항에 따르면 성분 목록을 제외한 제조업자, 수입업자 혹은 유통업자의 명칭과 최소 1개의 EU 주소 등이 1차 및 2차 포장 모두에 표시되어야 한다. 포장 시점의 함량을 중량이나 부피로 표시해야 하나, 5g 혹은 5ml 이하의 포장 및 무료 샘플, 1회용 팩 제품은 중량 및 부피 표시를 생략

할 수 있다. 유통기한 표시 방법은 국내 및 미국 과도 차별된다. 30개월 미만의 유통기간을 가진 제품은 최소 유통기한 일자를 'O월/O년까지 사용하는 것이 가장 좋습니다' 라는 문구로 표시하고, 유통기간이 30개월 이상인 제품은 개봉 후 기간(PAO: Period After Opening) 기호를 표시해 개봉 후 소비자가 안전하게 제품을 사용할 수 있는 기간을 반드시 명시해야 한다.

이 기간은 다른 언어로 번역할 필요가 없는 M을 사용해 '12M' 같은 방식으로 표시하는 것이 원칙이다.

성분목록은 2차 포장에 표기해야 하며, 국제적으로 통용되고 있는 INCI와 <EU Inventory of Cosmetics Ingredient>에서 채택한 핸드북에 명시되어 있는 명칭을 사용하도록 하고 있다. 첨가된 시점의 중량을 내림차순으로 표시한 성분 목록으로 기재하는데, 이 목록 상단에는 '성분'이란 말이 있어야 한다. 또한 EU 화장품지침 부



# 특 집

[표 2] EU 화장품 표시 규정

구 분	1차 포장	2차 포장	비 고
제조 번호	있음	있음	혹은 제품을 식별하는 번호
브랜드 명칭	없음	없음	
사용 기한 혹은 PAO	있음	있음	- 30개월 미만의 유효기간을 가진 제품: 최소 유효기간 일자를 'O월 /O년까지 사용하는 것이 가장 좋습니다' 라는 문구로 표시하거나, 포장의 어떤 면에 내용이 있는지를 표시해야 함. - 유효기간이 30개월 이상인 제품: 개봉 후 기간(PAO)을 나타내는 기호에 개월 수 표시
성분 목록	없음	있음	외부 포장에 없는 경우 주된 포장에 표시. 첨가된 시점의 중량을 내림 차순으로 표시. 이 목록의 상단에는 '성분' 이란 말이 있어야 함.
포장 시 명목 함유량	있음	있음	중량 혹은 부피로 표시 : 점성물질의 함량은 부피로 표시함. 에어로졸은 용기 속(빼낸 후의 양이 아닌) 내용물의 중량과 부피(액상) 모두를 표시해야 함

목록에 명시된 특정 성분을 함유한 제품에는 경고 문구가 1차 및 2차 포장에 표시되어야 한다.

제조업자의 제조번호 혹은 제품인식번호가 명시되어야 하나, 제품이 너무 작아서 표시가 사실상 불가능한 경우 2차 포장에 표시해야 한다. 또한 향수와 아로마제품 및 그 원재료는 'perfume' 이나 'aroma' 란 단어로 표시하고, 1% 이하 농도의 성분은 1% 이상 농도를 가진 성분 뒤에 순서없이 나열한다.

### 2-3. 일본

일본에서는 약사법에 따라 화장품 포장 표시를 규제하고 있다. 화장품에는 구입하는 자가 알기 쉽도록 판매명, 제조판매업자, 로트번호 등 제품에 관한 정보가 표시돼 있어야 한다. 일반적으로 제품의 사용기한 표기는 요구되지 않지만, 1980년 9월 26일 발표된 일본후생노동성 고시 166호에 따라 '아스코르빈산 및 에스테르화합

물 또는 이들의 염류나 효소를 함유하고 있는 화장품', 이외 '제조 또는 수입 후 적절한 보존조건에서 3년 이내에 성상 및 품질이 변화할 우려가 있는 화장품'에 대해서는 사용기한 표시를 의무화하고 있다.

지난 2001년 4월부터 전성분표시제를 실시하면서 화장품에는 제품에 사용된 성분을 의무적으로 표시·기재하여야 한다.

성분의 명칭은 일본어로 기재하고, 제품에서 분량이 많은 순서대로 기재한다. 단, 1% 이하의 성분 및 착색제에 관해서는 무순서로 기재가 가능하다. 영업상의 비밀성분은 후생노동성의 승인을 받은 경우에만 '기타 성분'으로 목록에 표시할 수 있지만 이러한 승인이 이뤄지는 경우는 매우 드문 것이 현실이다. 만약 화장품이 직접 들어가 있는 용기 및 상자의 사이즈가 작아 모두 기재할 수 없을 경우, 상자외부, 태그, 디스플레이 카드 등을 사용해 표시할 수 있다. 또한 화장품

을 불투명한 상자 등에 넣어 포장하여 약사법에서 규정한 표시가 외부에서 보이지 않게 될 경우, 바깥쪽의 상자나 포장지(외부 용기 또는 외부 피포)에 약사법 제61조에서 규정한 사항(판매명, 제조판매업자, 로트번호 등)을 표시해야 한다.

특정 경고 문구는 법적으로 그 문장이 정해져 있다. 또 포름알데히드 방출 방부제를 함유하고 있는 제품은 시장 판매에 제한이 있으며 상품 표시에 '본 제품은 유아, 포름알데히드에 극도로 민감한 사람이 사용해서는 안됩니다' 라는 경고 문구를 반드시 기재해야 한다.

### 2-4. 중국

중국에서는 '국가질양감독검험검역총국(질감총국)'에서 화장품 관리 규정을 집행 및 시행하고 있다.

모든 화장품에는 명칭, 생산자 명칭 및 주소, 실제 용량, 화장품 성분표, 품질보증기간, 허가번호, 수입화장품 위생허가 등록번호, 특수용도

화장품 허가번호, 주의 및 경고표시 등이 필수 사항으로 표시되어야 한다. 화장품 표시 내용은 명확해야 하며, 소비자가 구매 시 눈에 띄고, 쉽게 구분하여 읽을 수 있어야 한다. 또한 화장품 표시의 모든 문자는 법적 등록된 상표 외에는 규범된 한자인 것이 원칙이다.

화장품 전성분 표시는 GB5296 공포일인 2008년 6월 17일로부터 2년 후 생산한 화장품부터 시행되고 있다.

가시면에 전성분을 표시해야 하며, '성분'이라는 제목 유도문을 표시에 눈에 띄게 해야 한다. 앞에서 언급한 다른 주요국들과 마찬가지로 성분의 명칭 표시 순서는 함량비율의 내림차순에 따른다. 한 줄에 2개 이상 성분을 표기할 경우 반드시 ','로 분리 표시를 해야 하고, 함량비율 1% 미만의 성분들은 임의 순서로 표기가 가능하다.

화장품의 품질보증기간과 관련해서는 생산일자 또는 '생산일자 포장 참고'의 유도어로 알리며, '년,월,일' 순서로 총 8자리 숫자로 표시(예

[표 3] 중국 화장품 표시 규정

구분	1차 포장	2차 포장	비고
제조 번호	있음	있음	유효기한과 함께 기재
브랜드 명칭	있음	있음	
유효 기한	있음	있음	다음 2개 양식 중 하나에 기재 - 생산일자 품질보증기간 - 생산 배치번호 및 유효기한
제품 기능(식별 문구)	있음	있음	본 정보가 부족하면 혼란을 일으키거나 잘못된 용도로 이해될 수 있기 때문에 반드시 1차 포장에 기재해야 함
성분 목록			전성분 표시
포장 시 명목 함유량	있음	있음	메트릭 단위로 무게와 부피 기재. 미국의 일반 측정 단위를 메트릭 단위와 함께 추가적으로 사용 가능



시:20090508)한다. 품질보증기간은 ‘보증기 0年’ 또는 ‘보증기0月’로 표시한다. 로트번호를 제외한 사용기한, 생산일자, 품질보증기간, 제조자의 생산허가 번호, 유행허가증 번호 등은 모두 가시면(화장품 진열 시 밑면을 제외한 눈에 보이는 면)에 표시한다.

중국의 공중 보건부는 특정 규제 원료와 특정 제품에 대해서 경고 문구를 지정하고 있다. 모든 경고 문구는 반드시 상품 표시에 기재하고 중국어로 표기해야 한다.

### 2-5. 국제 규정 현황

화장품 규정과 가이드라인 등에 대해 국제적인 조화를 위한 노력이 꾸준히 진행되고 있다. 더욱이 2007년부터 세계적으로 화장품 시장을 주고하고 있는 미국(FDA), 일본(후생노동성), EU(DG Enterprise), 캐나다(Health Canada)의 규제기관 대표자들로 구성된 ‘ICCR(International Cooperation on Cosmetic Regulations)’은 화장품 분야의 국제적 조화, 국가간 장벽의 최소화, 소비자의 안전을 위해 매년 정기적으로 모임을 갖고 있다.

또한 ISO에서는 2006년 3월 22일, 제 1판으로 <ISO 22715, Cosmetics-Packaging and Labelling>을 발행해 화장품 포장 및 표기에 관한 국제표준규격을 제시하기도 했다. 이에 따르면 국가의 규정이나 실제 규정에 따라 판매 또는 무상 배포를 목적으로 하는 모든 화장품의 포장과 표시관련 요구사항이 적용항목에 해당된다.

일반표시사항으로는 제품을 시장에 출시하는 책임자 및 책임자의 주소, 성분 리스트, 제품의

기능, 보관 방법, 포장할 당시의 내용량, 제조번호 및 제조일자 또는 제품을 식별하기 위한 표시, 주의사항, 사용방법 등이 있다. 이 정보들이 표시되는 위치로는 1차 포장과 2차 포장으로, ‘제품을 시장에 출시하는 책임자의 주소’는 2차 포장에만 표시할 수 있다. 제품의 기능은 2차 포장에만 할 수 있으나, 정보의 부족으로 혼란과 오사용을 야기할 경우, 1차 포장에도 표시할 수 있다. 또 성분리스트는 판매 시점에 보여질 수 있어야 하며, ‘제조번호, 제조일자, 또는 제품을 식별하기 위한 표시’의 경우 2차 포장의 개봉 전에 보여질 수 있다면, 1차 포장에 표시할 수 있다.

단, 10g 또는 10ml 이상이면서 15g 또는 15ml 미만의 포장의 경우 소포장으로 분류해 이에 대한 표시 규정을 따로 정해놓고 있다. 무상배포를 위한 건본품은 ‘책임자’, ‘주의사항’, ‘사용방법’을 반드시 표시해야 하고, 비누나 Bath Ball 등과 같은 소용량 제품처럼 일반적인 표시가 불가능한 경우, 정보를 담은 부착물(꼬리표, 라벨, 속지) 등을 이용해 표시한다. 이러한 방법으로 표기가 불가능한 경우, 제품이 판매되는 진열대 또는 용기 바로 가까이에 정보를 공지해야 한다.

## III. 결론

화장품은 피부를 보호 및 개선하고 아름답게 가꾸기 위한 목적으로 사용된다. 피부에 직접 닿아 영향력을 발휘하는 제품인 만큼 어떤 성분으로 만들어졌는지, 효능은 어떠한지, 적절한 사용기한, 사용 시 주의사항 등 해당 제품에 관한 자

제한 정보가 수반되어야 한다. 이러한 취지로 우리나라를 비롯한 세계 각국에서는 화장품 및 화장품 포장에 관련된 관리를 엄격하게 하고 있으며, 점차 소비자의 편의와 안전을 위해 소비자 중심으로 바뀌고 있는 추세다.

세계적으로 화장품 시장을 주도하고 있는 미국, 유럽, 일본 등의 주요 국가에서는 이미 2000년대 초반부터 전성분표시제를 시행해 소비자들이 화장품 포장만 봐도 어떤 성분이 사용되었는지 한 눈에 확인할 수 있도록 하고 있다.

전성분표시제를 시행하는 이유는 소비자의 알 권리를 보장하고, 화장품 사용으로 인한 부작용 발생 시 원인을 규명하는데 용이하며, 화장품 제조 시 보다 안전한 원료를 사용하도록 촉진하기 위함이다.

국내에서도 지난 2008년 10월 18일부터 화장품 제조에 사용된 모든 성분을 용기 또는 포장 등에 한글로 표시하도록 하는 전성분표시제의 시행을 시작했다. 여기에 알레르기 유발물질로 알려진 26개 성분의 기재를 권장해 화장품의 안전성을 강조하고 있는 것 또한 주목할 만하다.

국가별로 조금씩 차이는 있으나, 사용기한의 명시, 주의사항, 경고문구 등 화장품의 안전성과 관련된 규정이 점차 강화되고 있다.

EU에서는 품질유지 기한이 30개월 이상인 제품은 개봉 후 사용기한을 표시하고, 30개월 미만 제품은 품질 유지기한을 표시하도록 하고 있다.

미국은 사용기한의 표시 의무는 없지만 3년 이내에 성분의 변화 및 불안정이 예상되는 품목의 기한을 표시하는 것이 일반적이다.

우리나라의 경우, 과거에는 자연분해 성분이 있는 5개 품목에만 사용기한을 표시하도록 했으나, 2013년 개정된 포장 규정에 따르면 사용기한 및 개봉 후 사용기한을 표시하도록 해 '사용기한'의 기재 및 표시 범위가 점차 넓어지고 있다.

사용기한의 표시는 소비자에게 안전을 위한 정보를 제공하고 상품구매의 선택 정보로서 매우 중요한 사항으로, 향후에도 외국의 사례와 견주며 지속적으로 검토를 해 나가야 할 것이다.

안타깝게도 국내의 경우, 포장 용기에 표시 가능한 화장품의 효능 및 효과 범위가 한정되어 있어 소비자에게 전달되는 정보가 제한되고 있다.

이 규정은 무분별하게 의학적인 효능 및 효과를 표방하거나, 과대·허위 광고 등으로부터 소비자를 보호하는 보호 장치 역할을 하고 있지만, 화장품 회사들이 연구개발을 통해 새로운 혁신적인 제품을 개발하더라도 소비자에게 전달할 방법과 수단이 제한받게 되어 창의적인 신제품 개발에 대한 의욕 저하를 초래할 우려가 있다는 점에서 문제점으로 지적된다. 또한 화장품산업이 성장하면서 국제화되고 있는 현실에서 이와 같은 규제는 산업 진흥의 장애요소로 작용할 수도 있다.

화장품의 효능 및 효과 전달에 관해서는 앞으로 정책적인 연구와 뒷받침이 필요할 것으로 보인다. 또한 화장품을 의약품으로 인식하는 소비자는 현재 거의 없으므로 이에 대한 규제 완화를 통해 소비자가 다양한 제품을 선택하고, 화장품 산업이 발전될 수 있도록 하는 것도 앞으로 해결해야 할 과제다. [ko]