2022

국내외 규제 및 시장동향 분석보고서

Vol. 04

KOTITI Testing & Research Institute 소비재인증사업본부

보고서 개요

본 보고서는 KOTITI시험연구원 소비재인증사업본부에서 발간하는 국내외 규제 및 시장동향 분석보고서로 국내외에서 발생하는 법규 변경사항 및 이슈사항 모니터링을 통하여 섬유 및 소비재 관련 기업들에게 정보를 제공하기 위함.

KOTITI Testing & Research Institute

Contents

2022

04

소비재인증사업본부

1. 월간 주요 이슈

01. 학용품·온라인 수업기기 불법 수입제품 53만점 국내 유통 사전 차단 05P
02. 일부 조화 제품에서 환경 유해물질 검출 07P
03. 합성수지 · 합성가죽 제품에서 유해물질 검출 08P

2. 국내 KC 관련 법령 및 이슈

01. KC 신규품목 지정 관리(감열지) – 안전기준준수 생활용품 10P

3. 국내 규제 법령 및 이슈

01. 코로나19 발생 이후, 섬유제품·세탁분쟁 감소 추세 12P
02. 티셔츠도 신발도 썩어야 삽니다 14P
03. 해외바이어 10명 중 7명, 메이드 인 '코리아'보고 제품 구매 15P

4. 해외 규제 법령 및 이슈

01. [일본] 시차 주사 열량측정법 DSC에 의한 PCM소재 확인시험 안내 18P
02. [미국] 패션브랜드의 이유 있는 미국 홈데코 시장 진출 19P
02. [미국] 요즘 미국 패션시장의 대세, '슈즈 컬래버레이션' 21P
03. [일본] 새로운 쇼핑공간 '메타커머스' 23P

5. 부록 : KOTITI 신규사업 안내

01. 화학보호복 시험평가 26P
02. 섬유제품 미세먼지 차단성능 시험평가 27P
03. 3D 버츄얼 패션 서비스 28P
04. 반려동물제품 인증제도 29P
05. 금속장신구 알레르기 안전인증제도 30P
06. 가발 인증제도 31P

2022

01 월간 주요 이슈

- 학용품·온라인 수업기기 불법 수입제품 53만점 국내 유통 사전 차단
- 일부 조화 제품에서 환경 유해물질 검출
- 합성수지 · 합성가죽 제품에서 유해물질 검출

월간 주요 이슈 1

산업통장자원부 보도자료(2022. 3. 23.)

학용품·온라인 수업기기 불법 수입제품 53만점 국내 유통 사전 차단

– 산업부 • 관세청 협업, 불법 수입품 안전성 집중검사로 통관 막아 –

▪ 산업통상자원부 국가기술표준원과 관세청은 3월 신학기 학용품·온라인 수업기기의 수입 통관단계 안전성 검사를 통해 불법·불량 제품 53만점을 적발 국내 반입을 사전 차단하였다.

- 이번 집중검사는 신학기를 맞아 수입이 증가하는 학용품과 온라인 수업기기에 대해 국표원과 관세청이 통관단계에서 안전성 집중 검사(2.10~3.10., 4주간)를 함께 실시한 결과

- 조사대상은 학용품(연필, 샤프, 지우개 등), 완구류, 태블릿PC 등 9개 품목 270건 145만점이며, 이 가운데 적발건수는 9개 품목 77건 (28.5 %) 53만점

- 품목별로는 **연필, 샤프, 지우개 등 학용품이 50만여점**으로 가장 많았으며, 완구류 2.1만점, 태블릿PC 4천점 순

구 분	학용품	완구류	온라인 수업기기	합 계
조사대상	227건	14건	29건	270건
적발건수	64건	3건	10건	77건
적발수량	505,163점	21,782점	3,929점	530,874점

▪ 안전인증을 받지 않았거나 표시사항을 거짓으로 표시하거나, 표시기준을 지키지 않은 제품을 적발함으로써 불법·불량 제품의 국내 유통을 사전 차단

- 이번 적발제품들은 개선·폐기되거나 상대국으로 반송 조치될 예정

▪ 한편, 국표원과 관세청이 지난 6년간 전기·생활용품 및 어린이제품에 대해 통관단계에서 협업검사를 지속 확대·홍보한 결과 불법제품 적발률이 `16년 대비 7.4%p 감소하는 등 위해제품의 반입 차단효과도 나타나고 있다.

- 국표원과 관세청은 매년 협업을 통해 안전성이 확보되지 않은 불법·불량 수입제품을 통관단계에서 차단하여 위해제품으로부터 국민의 생명을 보호할 예정

❖ [참고] 신학기 학용품·온라인 수업기기 통관단계 부적합 적발 구분

구 분	품목명	집중검사 부적합 적발				조치 내용
		업체수 (수입)	모델수	건수	수량	
① KC인증미필	연필류·연필심	10	13	13	70,251	통관보류
	샤프연필·샤프연필심	7	6	8	46,319	
	크레용·크레파스	1	1	1	20	
	필통	13	9	13	1,615	
	지우개	3	3	3	540	
	그림물감	2	2	2	3,299	
	태블릿PC	7	7	8	2,369	
	소 계	43	41	48	124,413	
② 허위표시	연필류·연필심	6	6	8	132,474	통관보류
	샤프연필·샤프연필심	2	3	3	109,380	
	필통	1	1	1	1,440	
	지우개	4	4	4	56,800	
	완구(슬라임)	1	2	2	19872	
	태블릿PC	1	1	1	60	
	소 계	15	17	19	320,026	
③ 표시위반	연필류·연필심	5	6	7	22,545	통관보류
	지우개	1	1	1	60,480	
	어린이용 킥보드	1	1	1	1,910	
	태블릿PC	1	1	1	1,500	
	소 계	8	9	10	86,435	
합 계		66	67	77	530,874	

비고) 적발되어 통관 보류된 제품들은 폐기, 반송되거나 인증미필 등을 보완 심사 후 통관 가능

월간 주요 이슈 2

한국소비자원 보도자료(2022. 4. 4.)

일부 조화 제품에서 환경 유해물질 검출

- 플라스틱 사용 저감 등 환경오염 예방을 위해 조화 사용에 신중해야 -

- 인테리어 장식 및 화환 · 헌화 등에 많이 사용하는 조화는 재활용이 어렵고, 대부분 사용 후 소각 · 매립되나 환경 내에 오랫동안 축적된다.

- 이에 한국소비자원이 시중에 유통 · 판매 중인 조화 20개 제품을 대상으로 유해물질 안전성을 시험한 결과, 일부 조화제품에서 **잔류성유기오염물질(이하 'POPs*')**이 검출되어 개선이 필요한 것으로 나타났다.

*Persistent Organic Pollutants, POPs

> **단쇄염화파라핀, 다이옥신 등 POPs**는 자연 분해되지 않고 동식물 체내에 축적되어 생태계를 위태롭게 할 수 있는 유해물질로 스톡홀름협약*을 통해 세계적으로 저감 및 근절을 추진하는 물질
> * **스톡홀름협약** : 유엔 환경계획 주도하에 POPs로부터 인간의 건강과 환경을 보호하기 위해 채택된 협약, POPs의 제조·수출입·사용 금지 또는 제한, 함유 폐기물의 친환경적인 처리를 통해 단계적 저감 및 근절을 목적으로 함(184개 당사국, 국내발효 2017. 4.).

- 완제품에 대한 단쇄염화파라핀 등의 함량 기준이 마련된 유럽연합의「잔류성유기오염물질에 관한 규정」을 준용하여 조화의 POPs 함량을 시험한 결과, **조사 대상 20개 제품* 중 인테리어용 5개 제품(25.0%)**에서 준용기준(1,500mg/kg)을 **최대 71배(3,250mg/kg ~ 106,000mg/kg) 초과**한 단쇄염화파라핀이 검출

  * 인테리어용 10개, 헌화용 4개, 화환용 6개

- 우리나라는「잔류성오염물질관리법」을 통해 POPs의 제조 · 수입 · 사용을 금지하고 있지만, POPs의 적용 범위가 제품 · 완제품 내에 비의도적 불순물 · 부산물로 미량 존재하는 경우는 제외* 되며, '완제품'에 대한 명확한 정의 및 기준이 없어 소비자가 실제 사용하는 제품에는 적용하기 어려운 실정

  * 단, 이 경우에도 단쇄염화파라핀이 혼합물 중량기준 1%(10,000mg/kg) 이상 함유된 것은 잔류성오염물질로 봄.

- 유럽연합은 모든 완제품 내 단쇄염화파라핀 함량을 1,500mg/kg 이하로 제한하고, 완제품에서 해당 물질이 검출될 경우 적극적인 리콜 조치를 취하고 있다.

- 다소비 제품의 폐기 과정에서 발생하는 환경오염 예방을 위하여 관계 부처에 (1) 해당 제품에 대한 관리 · 감독 강화, (2) 단쇄염화파라핀의 허용기준 강화를 요청할 예정

월간 주요 이슈 3

한국소비자원 보도자료(2022. 4. 11.)

합성수지 · 합성가죽 제품에서 유해물질 검출

– 슬리퍼, 데스크매트, 마우스패드, 라켓 손잡이 등에 대한 유해물질 관리 필요–

- 합성수지와 합성가죽은 생활용품과 운동용품 등 다양한 소비재에 폭넓게 사용되는 소재지만, **현행 유해물질 안전기준은 개별품목에 따라 차이가 있어 안전 사각지대가 발생할 가능성**이 있다.

- 한국소비자원이 인체와 접촉 빈도가 높은 합성수지 및 합성가죽 소재 **79개 제품***을 조사한 결과, **상당수에서 납 · 카드뮴 · 프탈레이트계 가소제가 검출**되어 유해물질을 줄이는 노력이 필요한 것으로 확인

  * **(합성수지)** 합성수지 슬리퍼 20개, 마우스패드 15개, 데스크매트 8개, 배드민턴 라켓 손잡이 10개, 테니스 라켓 손잡이 6개, 골프채 손잡이 10개, **(합성가죽)** 성인용 합성가죽 슬리퍼 10개

[합성수지 · 합성가죽 제품의 안전기준 및 유해물질 관리 현황]

조사대상 품목	안전기준 여부	안전기준 내 유해물질 항목 (프탈레이트계 가소제, 납, 카드뮴)
합성수지 슬리퍼	있음	있음
성인용 합성가죽 슬리퍼	있음	없음
마우스패드, 데스크매트, 배드민턴 라켓 손잡이, 테니스 라켓 손잡이, 골프채 손잡이	없음	없음

– (합성가죽 슬리퍼) 폴리염화비닐(PVC) · 폴리우레탄(PU) 등으로 제작된 성인용 합성가죽 슬리퍼는 안전기준준수대상 생활용품으로 관리되고 있으나, **현재 프탈레이트계 가소제와 중금속 등 유해물질에 대한 관련 기준이 없음**

– (마우스패드, 라켓 손잡이 등) 합성수지 소재의 슬리퍼 · 요가매트 등은 「전기용품 및 생활용품 안전관리법」에 따라 안전기준준수대상 생활용품으로 관리되나, 제품 **특성상 인체 접촉을 피할 수 없는 합성수지 데스크매트, 마우스패드, 배드민턴 · 테니스 라켓 손잡이에 대해서는 안전기준이 없음**

- 일부 품목은 현재 관련 안전기준이 없다는 이유로 안전사각지대에 놓여있어, 해당 조사 결과를 바탕으로 사업자에게 제품의 안전수준 개선을 권고하는 한편, 관계부처에 (1) 합성수지 슬리퍼의 안전 및 표시사항 관리 · 감독 강화, (2) 가죽제품 및 합성수지제품의 안전기준 개선 검토 등을 요청할 예정

2022

02 국내 KC 관련 법령 및 이슈

- KC 신규품목 지정 관리(감열지) – 안전기준준수 생활용품

KC 신규품목 지정 관리(감열지) – 안전기준준수 생활용품

국가기술표준원 고시(2021. 8. 3.)

산업통상자원부 국가기술표준원은 감열지 원지를 재단 및 인쇄 등 가공한 최종제품의 안전요건, 시험방법 및 표시사항 등을 규정하여 KC 대상 품목으로 관리 예정이다.

- 산업통상자원부 국가기술표준원은 2022년 5월 28일부터 감열지를 KC 안전기준준수 대상 생활용품으로 관리할 예정임

- **적용범위**

– 해당 기준은 감열지* 원지를 재단 및 인쇄 등 가공한 최종제품의 안전요건, 시험방법 및 표시사항 등에 대하여 규정함.

> ***감열지란** 열에 노출 시 색이 변하는 현색제가 배합된 재료로 코팅된 특수한 용지로서, 감열프린터를 통해 인쇄되고 가정 및 상업시설과 같이 일상생활에서 사용되는 제품에 대하여 규정

- **안전요건**

– 감열지의 비스페놀 A 함유량은 표 1의 규정에 적합해야 함

[표 1]

항목	규정
비스페놀 A	0.02 wt% 미만

- **시험방법**

– **비스페놀 A 용출** – 식품의약품안전처 고시 – 기구 및 용기·포장의 기준 및 규격

- **표시사항**

– 제품 표면의 보기 쉬운 곳에 쉽게 지워지지 않는 방법으로 다음 사항을 표시하여야 함

– 다만, 제품의 직접 표시하는 것이 곤란한 경우에는 최소단위 포장 또는 포장 이외의 사용설명서 등으로 별도 표시할 수 있음

① 제조연월

② 제조자명

③ 수입자명(수입품에 한함)

④ 주소 및 전화번호(국내 제조품은 국내 제조자, 수입품인 경우에는 수입자)

⑤ 제조국명(국내 제조품은 생략 가능, 수입품은 대외무역법에 의거 표시)

- **시행일자 : 2022년 5월 28일**

2022

03 국내 규제 법령 및 이슈

- 코로나19 발생 이후, 섬유제품·세탁분쟁 감소 추세
- 티셔츠도 신발도 썩어야 삽니다
- 해외바이어 10명 중 7명, 메이드 인 '코리아'보고 제품 구매

코로나19 발생 이후, 섬유제품·세탁 분쟁 감소 추세

한국소비자원 보도자료(2022. 3. 28.)

한국소비자원에서는 섬유제품과 세탁서비스 분쟁과 관련하여 전년 대비 사업자 과실은 줄고, 소비자 부주의는 다소 늘었다고 발표하였다.

- 코로나19 발생 이후 집에 머무르는 시간이 늘어나면서 의류 소비가 줄어들고, 의류 등 섬유제품과 세탁서비스 분쟁도 감소 추세를 보임.

[연도별 섬유제품 · 세탁서비스 심의 현황]

- **(의뢰내용)** '품질하자 여부'에 대한 심의 요청 건은 59.9%(1,841건)였고, '세탁과실 여부'에 대한 심의 요청 건은 40.1%(1,230건)였음.

- **(품목별)** '점퍼·재킷'이 12.3%(379건)로 가장 많았고, 다음으로 '셔츠' 6.3%(193건), '바지' 5.7%(175건), '핸드백' 4.7%(145건), '스포츠웨어' 3.0%(93건) 등의 순임.

(단위 : 건, %)

품목	건수(비율)	품목	건수(비율)
① 점퍼·재킷	379(12.3)	⑥ 원피스	88(2.9)
② 셔츠	193(6.3)	⑦ 코트	74(2.4)
③ 바지	175(5.7)	⑧ 스웨터	71(2.3)
④ 핸드백	145(4.7)	⑨ 이불	52(1.7)
⑤ 스포츠웨어	93(3.0)	⑩ 지갑	33(1.1)

- **섬유제품 · 세탁서비스 소비자분쟁의 54.6%가 사업자 책임**

– 2021년 섬유제품심의위원회 심의 결과를 책임소재별로 분석한 결과, **사업자 책임**은 **54.6%로 전년(60.9%) 대비 다소 감소**한 반면, **소비자 책임은 9.5%로 전년(7.2%) 대비 소폭 증가**

- **제조·판매업자 책임은 '제조 불량', 세탁업자 책임은 '세탁방법 부적합'이 최다**

– 사업자 책임으로 심의된 사례(1,678건) 가운데 제조·판매업자 책임이 1,322건, 세탁업자 책임이 356건임.

– '제조 불량'이 34.8%(460건)로 가장 많았고, 이어서 '내구성 불량' 33.5%(443건), '염색성 불량' 20.3%(269건), '내세탁성 불량' 11.3%(150건) 순임.

(단위 : 건, %)

구분	제조·판매업자(1,322건)		세탁업자(356건)	
주요 유형	①제조불량	460(34.8)	①세탁방법 부적합	204(57.3)
	②내구성불량	443(33.5)	②후손질미흡	54(15.2)
	③염색성불량	269(20.3)	③오점제거미흡	34(9.6)
	④내세탁성불량	150(11.3)	④용제·세제사용미숙	25(7.0)

– **(제조 불량)** '봉제 불량'이 39.3%(181건)로 가장 많았고, 다음으로 '접착 불량' 22.0%(101건), '재질 불량' 15.9%(73건), '설계 불량' 15.7%(72건) 등의 순임.

(단위 : 건, %)

구분	2020년(A)	2021년(B)	전년 대비 증감 (C=B-A)
봉제 불량	229(35.1)	181(39.3)	△48(△21.0)
접착 불량	147(22.5)	101(22.0)	△46(△31.3)
재질 불량	101(15.5)	73(15.9)	△28(△27.7)
설계 불량	107(16.4)	72(15.7)	△35(△32.7)
주의사항 미고지	41(6.3)	21(4.6)	△20(△48.8)
재단 불량	27(4.2)	12(2.6)	△15(△55.6)
합계	652(100.0)	460(100.0)	△192(△29.4)

– **(내구성 불량)** 443건 중 '털빠짐 하자[모우(毛羽) 부착 불량]'는 59건으로 전년(48건) 대비 22.9% 증가

(단위 : 건, %)

구분	2020년(A)	2021년(B)	전년 대비 증감 (C=B-A)
필링 불량	89(20.1)	75(16.9)	△14(△15.7)
DP성 불량	77(17.4)	61(13.8)	△16(△20.8)
모우부착 불량	48(10.9)	59(13.3)	11(22.9)
스낵성 불량	15(3.4)	9(2.0)	△6(△40.0)
실미끄럼 불량	7(1.6)	6(1.4)	△1(△14.3)
탄성회복률불량	21(4.8)	5(1.1)	△16(△76.2)
인장인열강도불량	11(2.5)	5(1.1)	△6(△54.5)
마모강도 불량	5(1.1)	4(0.9)	△1(△20.0)
기타	169(38.2)	219(49.4)	50(29.6)
합계	442(100.0)	443(100.0)	1(0.2*)

– **(내세탁성 불량)** 150건 중 '세탁견뢰도 불량'은 113건으로 전년(71건) 대비 59.2% 증가

(단위 : 건, %)

구분	2020년(A)	2021년(B)	전년 대비 증감 (C=B-A)
염색 불량	328(69.5)	194(72.1)	△134(△40.9)
땀일광견뢰도불량	91(19.3)	58(21.6)	△33(△36.3)
마찰견뢰도 불량	52(11.0)	14(5.2)	△38(△73.1)
땀·물견뢰도 불량	1(0.2)	3(1.1)	2(200.0)
합계	472(100.0)	269(100.0)	△203(△43.0*)

– 세탁업자 책임은 '세탁방법 부적합'이 57.3%(204건)로 가장 많았고, '후손질 미흡' 15.2%(54건), '오점 제거 미흡' 9.6%(34건), '용제·세제 사용 미숙' 7.0%(25건) 등의 순

▪ **소비자 책임 '취급부주의'로 인한 경우가 대부분**

– '2020년 대비 16.3%(41건) 증가했고, 이 중 취급상 주의사항을 준수하지 않았거나 착용 중 찢김·터짐 등 '취급부주의'가 80.1%(234건)로 대부분을 차지

– 나머지 19.9%(58건)는 착용 중 발생한 '외부 오염'에 의한 것으로 나타남.

(단위 : 건, %)

구분	2020년(A)	2021년(B)	전년 대비 증감 (C=B-A)
취급부주의	184(73.3)	234(80.1)	50(27.2)
외부 오염	67(26.7)	58(19.9)	△9(△13.4)
합계	251(100.0)	292(100.0)	41(16.3*)

[소비자 책임 유형별 현황]

티셔츠도 신발도 썩어야 삽니다

조선경제 뉴스(2022. 3. 24.)

갈수록 거세지는 친환경 소비 트렌드에 따라 최근 국내외 패션·의류, 생활용품 업체들은 생분해 제품 시장에 미래성장성을 보고 뛰어들고 있다.

- 최근 국내외 패션·의류, 생활용품 업체들이 땅에 묻으면 **100% 썩어 사라지는 생분해(生分解) 섬유**로 만든 상품을 앞다퉈 내놓고 있다.

– **(노스페이스)** 작년 말부터 생분해 폴리에스테르 소재로 만든 스웨트셔츠와 외투에 이어, 올해 봄에도 티셔츠와 가방 등 7개 품목을 생분해 소재로 제조

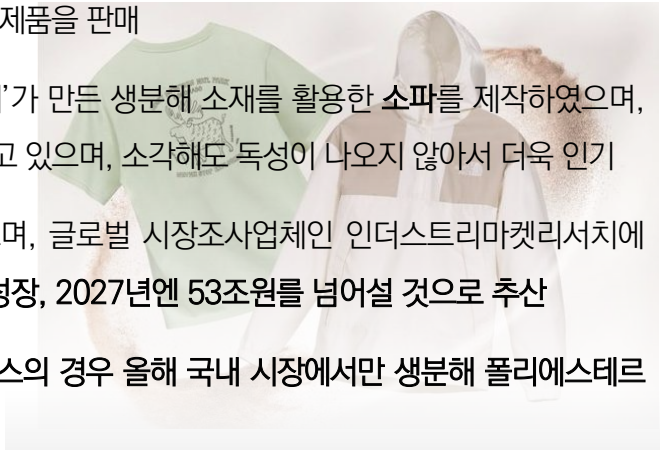
– **(LAR)** 재생 플라스틱 섬유와 생분해 소재 밑창을 적용해 운동화를 제작하였으며, 이 제품은 일반 운동화보다 100배 빨리 썩는 특징을 가짐

– **(랄프로렌)** 생분해가 되는 천연 기능성 섬유로 만든 폴로 셔츠를 국내에 판매하기 시작, 보통 땀을 빨리 흡수하고 빨리 마르는 기능성 원단은 대개 합성섬유를 기반으로 완성되지만, 천연섬유인데도 합성섬유의 기능을 발휘

생분해 섬유 쓰는 업체들

프라이탁	100% 썩는 티셔츠·바지·점프슈트 판매
랄프 로렌	생분해되는 기능성 천연 소재 셔츠 출시
노스페이스	생분해 폴리에스테르·메리노울로 만든 의류와 신발 출시
조셉앤스테이시	생분해 폴리에스테르 소재 가방 출시
LAR	일반 신발 밑창보다 100배 빨리 썩는 밑창 적용
수트서플라이	정장 소재의 80% 이상을 생분해 원단으로 사용

- 최근 **소파나 텐트**까지도 생분해가 가능한 소재로 만들어지는 추세로, 국내 업체 코레쉬텍은 100% 식물에서 추출한 생분해 소재를 최근 **장난감**과 텐트에도 적용한 제품을 판매



- **가구**업체 '바치 포 드웰링(BFD)'은 국내 업체 '하운지'가 만든 생분해 소재를 활용한 **소파**를 제작하였으며, 일반 합성섬유 소파보다 생산비가 비싸지만 매출이 늘고 있으며, 소각해도 독성이 나오지 않아서 더욱 인기

- 전 세계적으로도 생분해 섬유 시장은 팽창하고 있으며, 글로벌 시장조사업체인 인더스트리마켓리서치에 따르면 **전 세계 생분해 섬유 시장은 해마다 11%씩 성장, 2027년엔 53조원를 넘어설 것으로 추산**

- 10년 전부터 생분해 원사를 생산해 온 섬유업체 **휴비스의 경우 올해 국내 시장에서만 생분해 폴리에스테르 섬유 '에코엔'을 3500t 이상 판매한다는 목표**

해외바이어 10명 중 7명, 메이드 인 '코리아'보고 제품 구매

한국무역협회 보도자료(2022. 3. 24.)

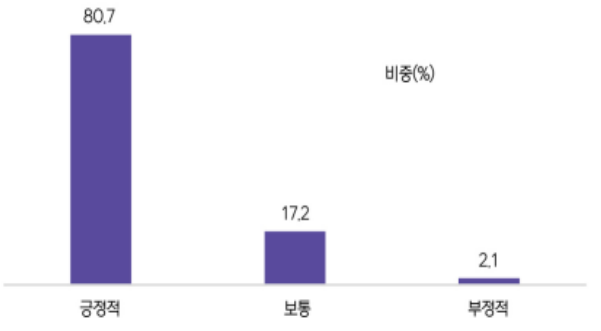
한국의 국가브랜드 이미지가 상승하여 제품 관심도 및 구매에 긍정적 영향을 미치고 있음에 따라 국내 수출기업들은 해외 바이어의 인식을 정확히 파악하여 수출확대전략 추진이 필요하다.

- 해외 바이어가 인식하는 한국의 국가브랜드와 한국제품의 이미지가 동반 상승한 것으로 나타난 가운데, 이러한 기조를 이어가기 위해 국가 차원의 관리가 필요하다는 주장이 제기되었다.
- 24일 한국무역협회 국제무역통상연구원이 해외 바이어 213명을 대상으로 한 설문을 근거로 발표한 '해외 바이어의 한국 국가브랜드 및 한국 제품에 대한 인식 조사'에 따르면 80.7%가 한국의 국가브랜드가 한국 제품에 대한 관심도를 높였다고 응답

– 한국 제품을 떠올렸을 때 연상되는 이미지로는 '고품질'(25.4%)을 가장 먼저 꼽았으며, 이어 '합리적 가격'(16.9%), '독창성'(15%) 등 순

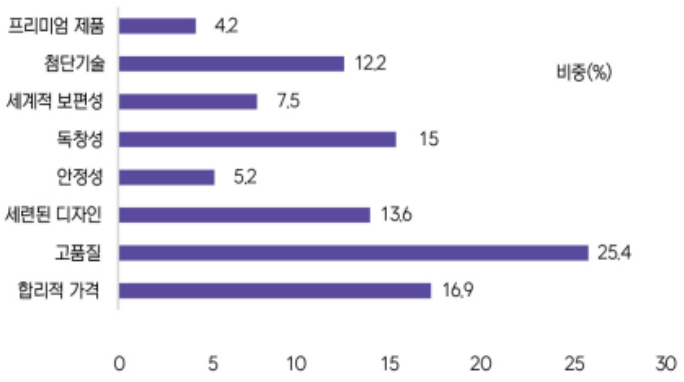
– 응답자의 66.7%는 '한국의 국가브랜드가 과거 대비 강화됐다'고 평가하며, 여기에는 'K-콘텐츠 확산'(31.8%), '한국 기업의 발전'(25.6%), '경제력 성장'(20.8%) 등이 큰 역할

[한국 국가브랜드가 한국제품 관심도에 끼친 영향]



주: 총 175명 대상, '한국 국가브랜드가 한국제품에 대한 관심도를 높이지 않았다' 응답(38명) 제외

[한국제품의 이미지]

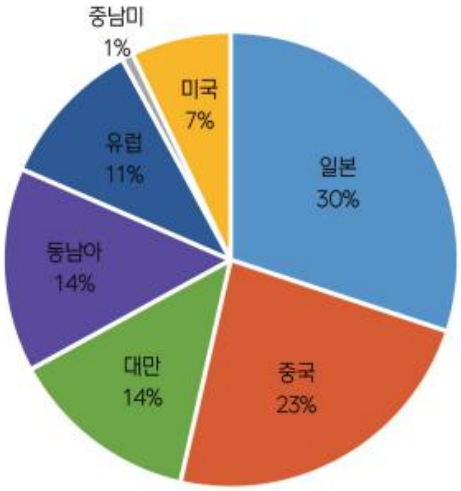


주: 총 213명 대상

- 바이어들의 인식 속 한국 제품의 경쟁국은 2013년 조사 시 중국(43.6%)과 일본(37.3%)이 각각 1·2위였으나, 올해 조사에서는 일본(30%)이 중국(23%)을 제치고 1위에 올라섰다.

– 유럽(2013년 3.7%, 2022년 11%)과 미국(2013년 0.4%, 2022년 7%)이 경쟁국이라 응답한 비율도 크게 증가해 한국 제품에 대한 바이어들의 인식이 선진국 수준으로 향상되고 있음.

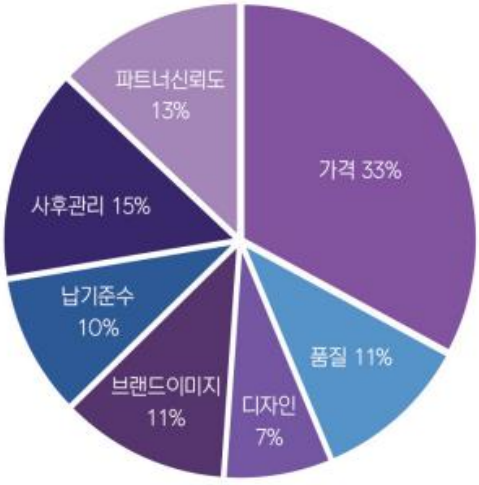
[한국제품 대체 가능성이 높은 국가]



주: 총 213명 대상

- 한국 제품의 약점으로 '가격'(33%), '사후관리 미흡'(15%), '파트너 신뢰도'(13%) 등이 지목하였으며, 국가브랜드 강화를 위해 '다양한 K-콘텐츠 개발 및 확산'(27.2%), '우수 기업 및 제품 홍보'(24.9%), '국가 차원의 국제활동 강화'(23%) 등이 필요하다고 응답

[경쟁국과 비교시 한국제품의 약점]



주: 총 213명 대상

- 강하고 긍정적인 이미지의 국가브랜드는 우리 기업의 수출에도 영향을 미치고 있으며, 전반적으로 한국 제품의 경쟁력이 강화되고 있음.

2022

04 해외 규제 법령 및 이슈

- [일본] 시차 주사 열량측정법 DSC에 의한 PCM소재 확인 시험 안내
- [미국] 패션브랜드의 이유 있는 미국 홈데코 시장 진출
- [미국] 요즘 미국 패션시장의 대세, ‘슈즈 컬래버레이션’
- [일본] 새로운 쇼핑공간 ‘메타커머스’

[일본] 시차 주사 열량측정법 DSC에 의한 PCM 소재확인 시험 안내

KAKEN INFORMATION(2022. 03. 08.)

시차 주사 열량측정법 DSC에 의한 시험은 PCM의 소재확인 시험으로 EN16806-1, KAKEN법이 있으며, 그 외의 열 특성(융해온도, 결액화온도, 열중량변화 등)에 대한 분석도 가능하다.

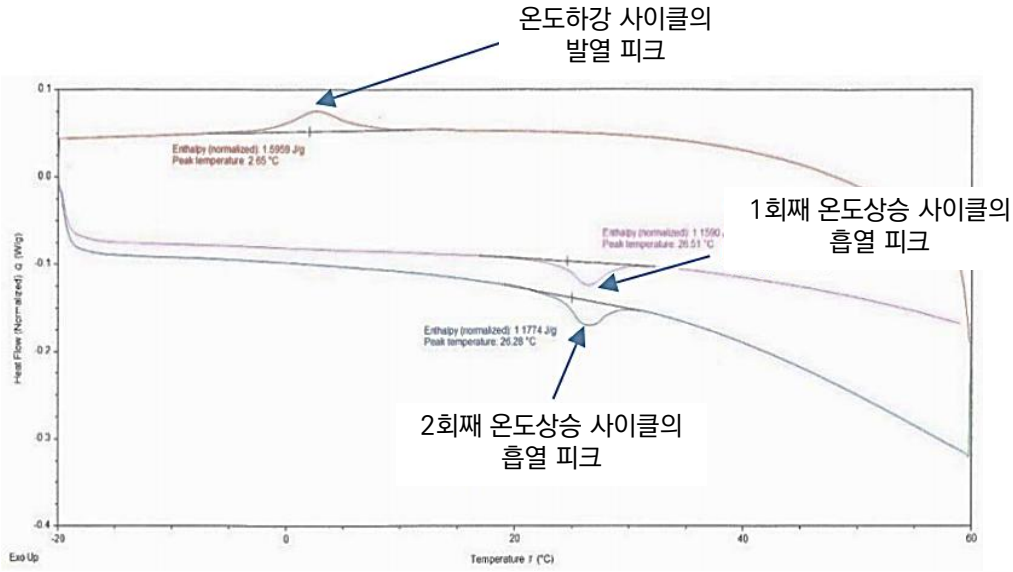
- **시차 주사 열량측정법 DSC에 의한 PCM 소재 확인시험이란?**

– 상변화 물질(Phase Change Material《PCM》)을 마이크로캡슐화하여 가공한 섬유는 「온도조절섬유」라고도 불리며, 이러한 소재를 활용하여 의류나 침구 등으로 전개

– PCM은 온도가 높아지면 녹아서 열을 흡수, 온도가 낮아지면 굳어져서 열을 방출하는 성질이 있기 때문에 체온 근처에서 상변화 하는 PCM소재를 이용하여 덥지도 춥지도 않은 쾌적한 온도로 조절하는 것을 목적

– 원단의 단위면적당 질량이나 두께, 부피, 직・편조직, 섬유조성 등이 복잡하게 작용하기 때문에 PCM의 성능(용융, 응고에 의한 잠열효과)만 측정하는 것은 매우 어려우므로, PCM이 사용유무 확인을 위해 시차 주사 열량측정법 DSC에 의한 확인시험 진행

- **측정 예시**



[미국] 패션브랜드의 이유 있는 미국 홈데코 시장 진출

KOTRA 해외시장뉴스(2022. 03. 21.)

홈데코 시장은 패션과 유행하는 트렌드, 소비자 선호도가 분명하다는 공통점이 있으며, 전자상거래 시장의 확대도 홈데코 시장의 성장에 영향을 끼치고 있다.

- **전자상거래 시장의 확대도 홈데코 시장의 성장에 영향**

– 2021년 6월, 미국을 대표하는 캐주얼 브랜드 갭(Gap)이 미국 1위 유통 채널인 월마트(Walmart)와 손을 잡고 홈데코 라인(수건, 침구류, 쿠션, 러그, 커튼, 소파, 침대 프레임 등의 가구 등)을 출시하여, 팬데믹 이후 전자상거래를 확대하고 있으며, 이번 협업을 통해 관련 매출이 증가할 것으로 기대

- **익숙한 브랜드를 활용해 소비자에 쉽게 접근**

– 캘빈클라인(Calvin Klein), 랄프 로렌(Ralph Lauren), 케이트 스페이드(Kate Spade), 베라왕(Vera Wang)은 모두 미국을 대표하는 패션 브랜드로 인지도를 활용하여 홈데코 사업 진출에 성공한 기업

– 기업 입장에서는 패션 사업을 통해 확보한 브랜드 이미지를 활용해 홈데코 분야에 진출한다는 점에서 상대적으로 안전한 도전이라고 할 수 있으며, 시대에 따라 유행하는 트렌드가 있고 소비자별로 선호하는 특정 스타일이 있다는 점에서 패션과 홈데코는 닮은 점이 많은 산업군이기 때문 소비자를 공략하는 전략도 상당 부분 유사

– 소비자는 브랜드에 대한 신뢰만으로 제품에 대해 어느 정도의 기대치를 쉽게 형성할 수 있기 때문에 기업 입장에서는 상대적으로 적은 위험을 안고 사업을 확장할 수 있음.

– 2021년 10월 저가 패스트패션 브랜드 포에버 21(Forever 21)은 220개의 홈데코 관련 제품을 선보이며 MZ 세대를 겨냥해 디자인, 합리적인 가격 그리고 기숙사 혹은 작은 아파트를 꾸밀 수 있는 제품을 출시하며 최신 유행을 반영하면서 상대적으로 저렴한 가격으로 경제적 사정이 넉넉하지 않은 어린 소비자들을 공략하는 전략을 홈데코 상품에도 적용하여 충성 고객을 끌어들인다는 전략

▪ 홈데코 주요 유통 채널의 변화가 패션 기업에 기회 제공

– 펜데믹을 계기로 온라인 유통 채널이 활성화되면서 패션 기업이 홈데코 시장에 진출하기 쉬운 환경을 제공

– 홈데코 관련 제품은 온라인 상의 사진과 실제 제품의 차이가 클 것이라는 인식과 부피가 큰 상품의 경우 높은 배송비 때문에 주로 오프라인 매장에서 구매가 이루어졌지만 팬데믹 기간 전자상거래 시장의 확대가 홈데코 시장에도 영향을 끼치며 온라인 구매가 크게 증가하였으며, 패션 기업은 이를 홈데코 시장 진출 기회로 활용

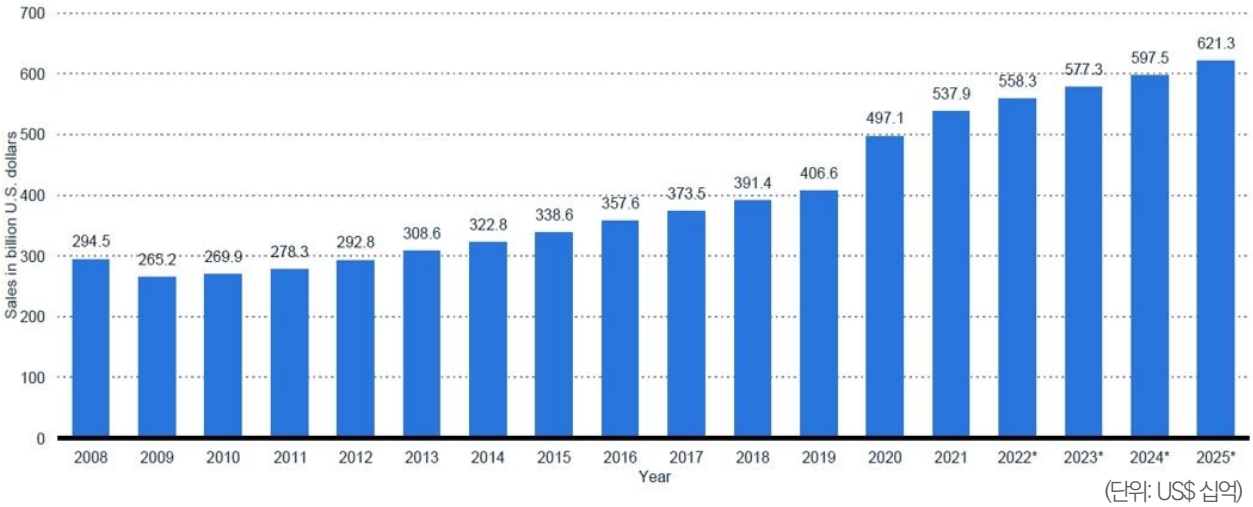
– 소비자는 제품을 온라인으로 구매하는 것에 대한 거부감이 줄어들었고 특히 익숙한 브랜드의 제품을 구매함으로써 온라인 구매에 대한 우려를 줄여나갔으며, 주요 전자상거래 플랫폼은 무료 배송 및 환불, 다양한 결제수단 활용 등 소비자 친화적인 정책을 시행하며 온라인 구매 비율을 높임.

– 미국 홈데코 마켓 리포트 2021에 따르면 코로나19 이전인 2019년 4066억 달러 규모였던 **미국 홈데코 시장은 2021년 5379억 달러로 32.3% 성장**

– 재택근무가 일반화됨에 따라 집에서 상주하는 시간이 길어져 홈데코에 관심을 갖는 사람이 증가, 가처분소득의 증가, 주택시장의 호황으로 자가주택 비율 상승으로 집 꾸미는데 많은 투자를 하게 된 것도 주요 원인

– 미국의 대표적인 전자상거래 기업인 아마존(Amazon)과 웨이페어(Wayfair)의 홈데코 분야 매출은 2018년 160억 달러에서 2020년 750억 달러로 연평균 성장률 28%를 기록하며 폭발적으로 성장했으며, 이러한 점을 비추어 봤을 때 더 많은 패션기업이 홈데코 분야로 사업을 확장할 것으로 예상

[미국 홈데코 시장의 성장]



(단위: US$ 십억)

▪ 시사점

– 자신만의 뚜렷한 취향이 있으며, 온라인 구매에 익숙한 MZ세대가 소비의 주체가 되면서 홈데코 시장은 더욱 확대될 전망이며 또한 포화상태인 시장에서 벗어나 사업을 다각화하려는 패션기업의 수요와 맞물려 홈데코 시장으로의 진출은 더욱 활발해질 것으로 보임.

[미국] 요즘 미국 패션시장의 대세, '슈즈 컬래버레이션'

KOTRA 해외시장뉴스(2022. 03. 29.)

다양한 브랜드의 슈즈 컬래버레이션이 활발히 이루어지며, 특별함·희소성을 추구하는 소비자 트렌드와 맞물려 인기가 지속되고 있다.

▪ 슈즈 컬래버레이션이란

- 컬래버레이션(Collaboration; 약칭 'Collab')의 사전적인 뜻은 '협업' 혹은 '공동 작업'이며, 업계에서는 흔히 브랜드와 브랜드, 유명인과 브랜드 혹은 다양한 분야의 아티스트끼리 등 서로 다른 주체가 공동으로 작업하여 특정한 제품이나 결과물을 만드는 것을 의미로, 각기 다른 풋웨어·패션 브랜드나 유명인·아티스트와 브랜드 간의 합작을 통해 **새로운 버전의 신발 제품을 출시하는 것을 바로 '슈즈 컬래버레이션'**이라 부름.

- 특히 미국에서는 수년 전 인기 래퍼(Rapper) Kanye West를 필두로, 연예인·셀러브리티 등 유명인과 슈즈 브랜드의 컬래버레이션이 큰 인기를 얻으며 슈즈 컬래버레이션이 대중적인 관심을 받기 시작하였는데, 자신의 슈즈 레이블인 'Yeezy'를 성공적으로 시장에 각인시키며 엄청난 수익을 창출 중으로 Kanye West는 앞으로도 미국 슈즈 컬래버레이션 시장에 큰 영향을 주며 핵심적인 트렌드를 만들어나갈 것으로 보임.

- 최근에는 한국 팝스타 지드래곤(G-Dragon)의 패션 레이블 '피스마이너스원(Peaceminusone)'과 나이키가 세 번째 컬래버레이션 슈즈를 발매해 눈길을 끌었음.

[지드래곤과 나이키의 컬래버레이션 슈즈 'Nike Kwondo 1']

※자료: 나이키 웹사이트(https://www.nike.com/launch/t/kwondo1-white)

■ **브랜드와 브랜드의 컬래버레이션**

- 슈즈 컬래버레이션 세계에서는 유명인과 브랜드뿐만 아니라 브랜드와 브랜드의 만남도 활발

- 미국 뉴욕 기반의 패션 브랜드 슈프림과 나이키는 수많은 종류의 컬래버레이션 슈즈를 선보여왔는데, 그 인기가 상당해 특정 모델의 경우 발매 당일 뉴욕의 매장 폭동으로 이어져 매장 발매(In-store release) 자체가 취소되는 계기가 되기도 하며, 슈프림 x 나이키 컬래버레이션 슈즈들은 재판매 시장에서도 높은 가격에 거래되고 있음.

[슈프림과 나이키의 컬래버레이션 슈즈]

※자료: 슈프림 웹사이트

- 나이키 또한 매우 다양한 브랜드와 컬래버레이션을 펼치고 있는데, 패션업계 브랜드가 아닌 즉석카메라 브랜드인 폴라로이드로 나이키 디자인에 폴라로이드 브랜드의 상징 4가지 색을 띤 스우시(Swoosh; 나이키의 로고)로 포인트를 준 이 슈즈 모델은 다음 달 초에 발매될 예정으로, 슈즈 팬들의 많은 관심을 얻고 있음.

[폴라로이드와 나이키의 컬래버레이션 슈즈]

※자료: 폴라로이드 인스타그램

■ **럭셔리와 컴포트 풋웨어의 만남**

- 지난 몇 년간 꾸준히 인기를 끌어온 애슬레저 트렌드와 함께 팬데믹까지 겹치며 소비자들 사이에서 그 어느 때보다도 '편안함'이 중시되며, 럭셔리 패션업계에서도 '컴포트 풋웨어' 시장에 대한 관심 상승

- 많은 글로벌 럭셔리 디자이너 브랜드가 나이키, 아디다스, 크록스(Crocs) 등 캐주얼 풋웨어 브랜드와 손잡고 컬래버레이션 슈즈를 내놓고 있으며, 소비자들 역시 이에 열광하는 모습

[크록스와 발렌시아가의 컬래버레이션 슈즈들]

※자료: 발렌시아가 웹사이트

■ **시사점**

- 미국 패션시장에서 슈즈 컬래버레이션 트렌드가 큰 영향력을 발휘하는 이유는 핵심 소비자층인 MZ세대, 기성세대보다 특히 더 '특별함'과 '개성'을 중시하는 Z세대 소비자에게 '새로움', '독특함', '희소성'이라는 컬래버레이션 슈즈 제품의 핵심 특징들은 매우 효과적인 마케팅 수단으로 작용

- 패션업계 구성원들뿐만 아니라 다른 다양한 업계에서도 이러한 소비자 니즈와 트렌드를 적극적으로 분석할 필요가 있으며, 비단 슈즈나 패션 아이템이 아니더라도 **더 다양한 분야에서 서로 다른 주체 간의 컬래버레이션을 통해 독창성과 희소성을 높이는 마케팅 전략을 모색 필요**

[일본] 새로운 쇼핑공간 '메타커머스'

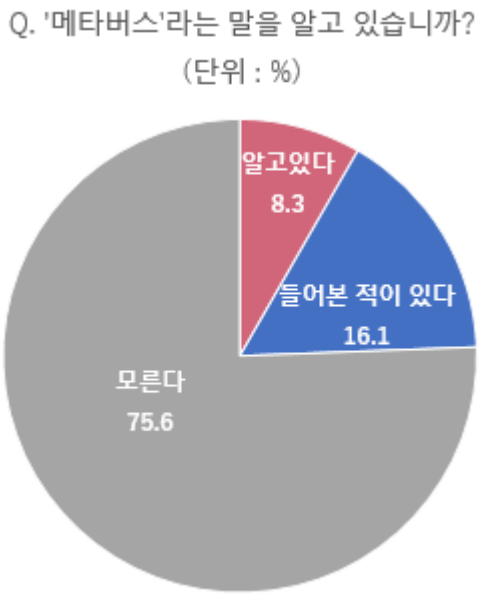
KOTRA 해외시장뉴스(2022. 04. 14.)

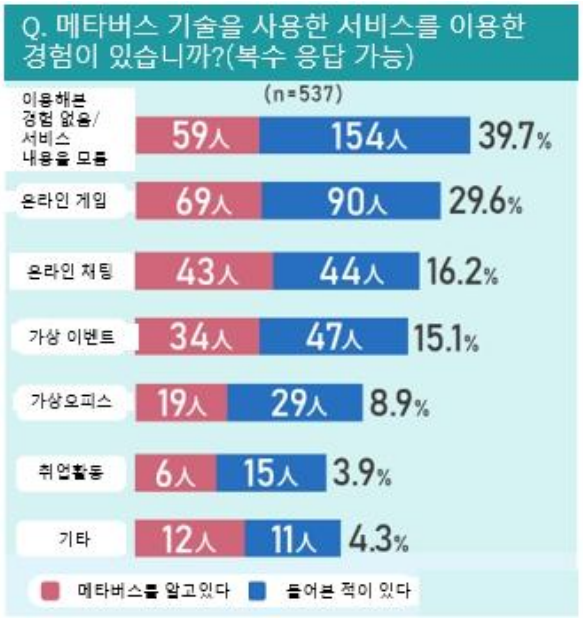
디지털 상품과 현실 상품을 세트로 판매하는 'GET BOTH'가 트렌드이며, 가상세계에서의 즐거운 경험 제공하는 것과 오프라인 점포와 연계 요소 추가 등이 중요하다.

- 최근 가공, 추상을 의미하는 메타(Meta)와 현실 세계를 의미하는 유니버스(Universe)의 합성어인 '메타버스'가 펼쳐지면서 이를 기반으로 한 비즈니스가 많이 생겨나고 있으며 그 중, **'메타커머스'(메타버스와 커머스를 합친 단어로 메타버스 공간에서 상품을 판매)**가 오프라인 점포, EC(전자상거래)에 이은 제3의 '판매방식'으로 주목받고 있음.

■ **메타버스에 대한 인식**

- NEXER(웹 마케팅 기업)가 실시한 메타버스 이용에 관한 앙케트 조사 결과에 따르면, '메타버스라는 말을 알고 있습니까?'라는 질문에 대해 '알고 있다'는 8.3%, '들어본 적이 있다'는 16.1%, '모른다'가 75.6%를 차지





※자료 : NEXER

■ 일본의 메타커머스 활용 비즈니스 주요 트렌드

① 아바타용 디지털 상품과 플레이어가 착용하는 리얼 상품 세트 판매(GET BOTH) : 토요시마

– 섬유 전문상사인 토요시마(TOYOSHIMA)는 가상세계의 아바타와 현실세계의 플레이어가 같은 옷을 구입해 함께 착용하는 것(GET BOTH, BOTH BUY)을 즐길 수 있도록 PocketRD(3D 아바타 제작 솔루션 'AVATARIUM'의 개발·제공)와 협업해 프로젝트를 진행

– 토요시마가 제공하는 의류 패턴 데이터를 PocketRD가 아바타가 입는 옷과 실제 인간이 착용할 수 있는 옷을 동시에 제작·판매

– 2022년 5월에 일부 상품이 공개 예정, 향후 상품 종류를 조금씩 늘리면서 상당수의 실제 의류를 아바타용 디지털 상품으로도 제공할 계획

[토요시마의 GET BOTH]

※자료: 닛케이 트렌드

② 가상 점포의 엔터테인먼트화 : LAWSON(로손)

– 현실 세계의 아키하바라의 거리와 로손의 가상 점포를 메타버스 공간 내에 정교하게 구현하여 오프라인 매장에서 판매하는 상품 전시와 그 자리에서 촬영한 사진을 사용해 오리지널 패키지 상품을 만들 수 있는 제작 체험 등을 진행

■ 시사점

– Bloomberg 자료에 따르면, 2020년 메타버스 시장 규모가 4787억 달러였으나 2024년에는 7833억 달러로 확대될 것으로 예상되므로 일본 시장 진출을 희망하는 우리 기업은 오프라인 시장뿐만 아니라 메타커머스도 동시에 고려하는 것이 효과적일 것으로 보이며, 자체적인 메타커머스 공간을 구현하는 방법 외 가상 세계 백화점에 아이템을 입점시켜 소비자의 관심을 유도하는 방안도 고려해볼 수 있음.

2022

05 부록

- KOTITI, 신규사업 안내
  - 화학보호복 시험평가
  - 섬유제품 미세먼지 차단성능 시험평가
  - 3D 버츄얼 패션 서비스
  - 반려동물제품 인증제도
  - 금속장신구 알레르기 안전인증제도
  - 가발 인증제도

KOTITI, 보호복 시험평가

미생물 보호복

- 인공혈액 침투저항성
- 박테리오파지 침투저항성
- 습식세균 침투저항성
- 건조미생물 침투저항성
- 액체에어로졸 침투저항성

국내 단독!!

물리적 및 역학

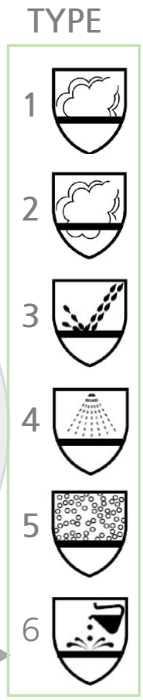
- 인장강도
- 인열강도
- 파열강도
- 굴곡저항
- 마모저항
- 린트발생량
- 표면저항
- 투습저항도
- 투습율
- 공기투과도

의료용 보호복

- 내수도
- 충격투과시험
- 인공혈액 침투저항성
- 박테리오파지 침투저항성

화학 보호복

- 화학물질 투과저항
- 액체 화학물질 침투저항
- 가압하 액체화학약품 침투저항



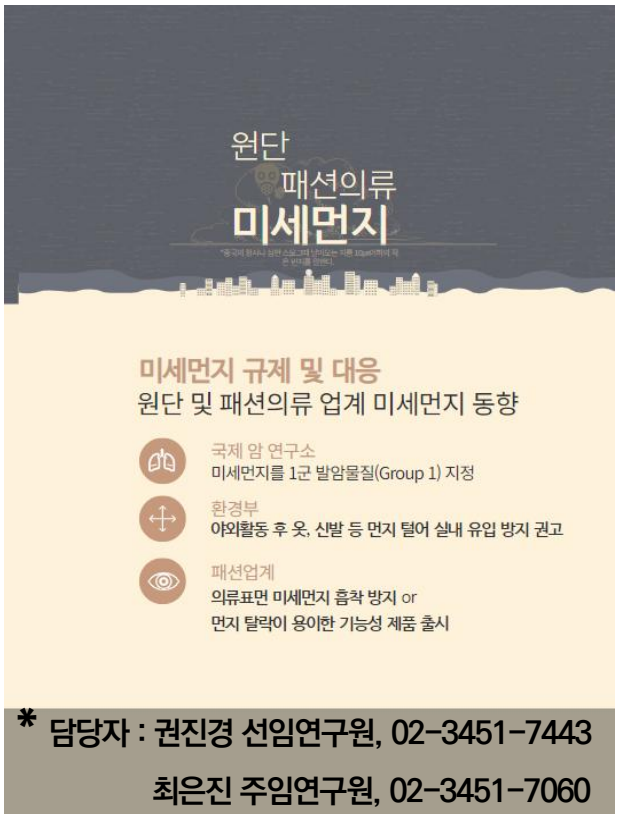
의뢰 절차

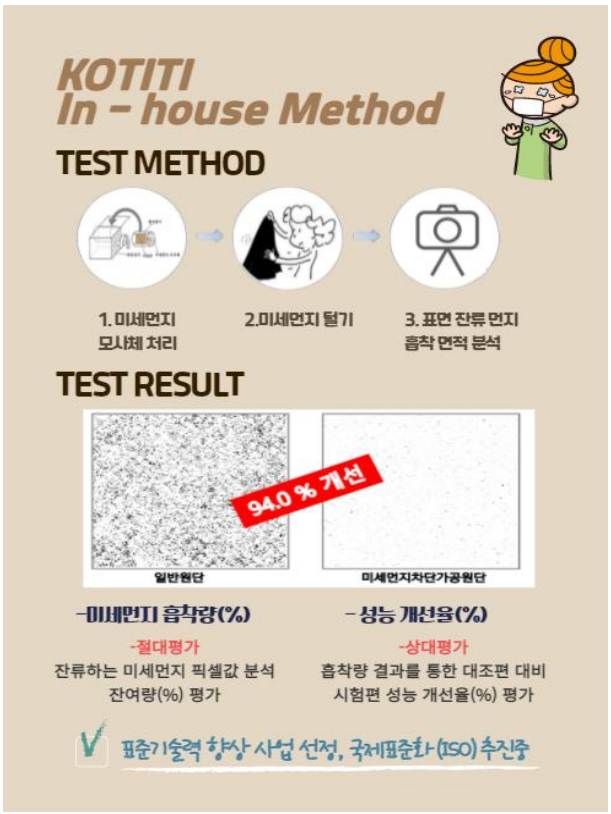
상담 ➤ 접수 ➤ 시험 ➤ 수납 ➤ 성적서 발급

담당자 문의

(국내) 정우진 팀장	02-3451-7111	wj_jung@kr.kotiti-global.com
(국내) 권진경 선임연구원	02-3451-7443	jk_kwon@kr.kotiti-global.com
(국내) 최은진 주임연구원	02-3451-7060	ejchoi@kr.kotiti-global.com
(해외) 박도의 팀장	02-3451-7074	de_park@kr.kotiti-global.com
(해외) 김창훈 주임연구원	02-3451-7061	kimch@kr.kotiti-global.com

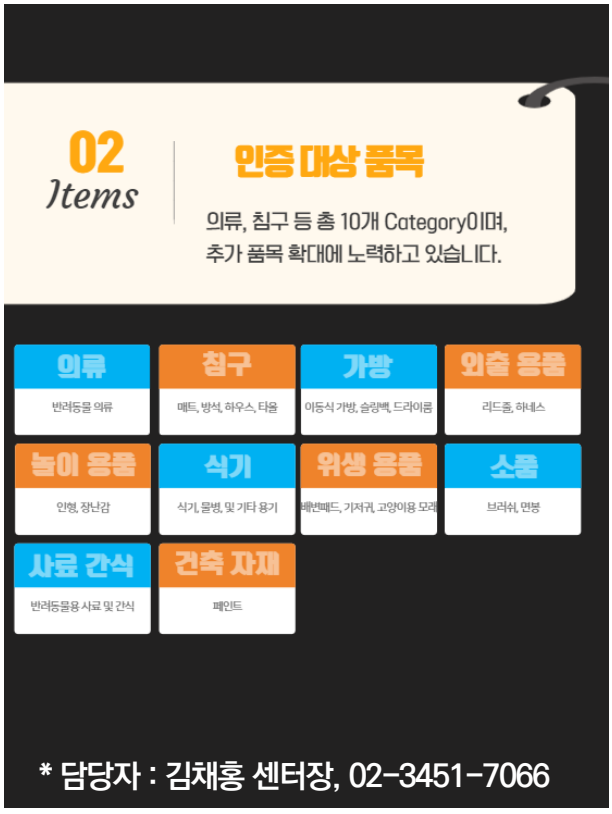
KOTITI, 섬유제품 미세먼지 차단성능 평가





KOTITI, 3D 버츄얼 패션 서비스

KOTITI, 반려동물제품 인증제도



KOTITI, 금속장신구 알레르기 안전인증

인증 배경

- 안전성 보증이 어려운 저가의 수입 금속장신구 유입, 지속적 불법·불량제품 적발로 인한 시장 유통질서의 혼탁 및 지속적 소비자 위해사례 발생
- 이에 금속장신구 제품 안전 문화 정착 및 소비자의 제품 선택에 경쟁력을 높이기 위하여 '금속장신구 알레르기 안전인증' 제도가 구축됨

'금속장신구 알레르기 안전인증'이란?

금속장신구 알레르기 안전인증(Allergy-Safe) 마크란? 금속장신구의 안전성을 인증하는 민간인증마크로, 알레르기 유발 물질인 니켈(Ni) 용출량 등을 평가하여, 제품의 안전성 증명 및 향상에 기여하고자 함

인증 절차

- **인증 접수**
  - **인증신청서 접수 및 시료 전달**
  - 금속장신구 안전인증 의뢰서 접수 (KOTITI 홈페이지 다운로드 가능)
- **제품 심사**
  - **인증 시험 실시**
  - 인증제품 시험 · 분석 (최소 7일 소요)
- **성적서 발송**
  - **성적서 발송**
  - 우편 및 e-mail을 통한 성적서 발송 (분석비용 납부 이후 발급)
- **인증서 교부**
  - **인증서 교부**
  - 인증 심의 후 인증서 발송
- **인증마크 사용안내**
  - **인증마크 사용안내**
  - 마크 사용료 납부 및 인증협약
  - **인증 라벨(Tag) 발송**

인증 대상품목

귀걸이(피어싱 포함), 반지, 목걸이, 팔찌, 발찌, 손목시계, 안경테, 기타 장식품 등 피부에 접촉하는 금속 제품

* 단, 금(함량이 58.5%이상), 은 제품 등 귀금속제품은 제외

구분	직접적 장기 접촉 제품	간접적 접촉 제품
안전 기준	**니켈** 0.2㎍/㎠/week **코발트** 0.2㎍/㎠/week	**니켈** 0.5㎍/㎠/week **코발트** 0.5㎍/㎠/week
대상 품목	귀걸이, 목걸이, 반지, 팔(발)찌, 시계, 안경테 등	손톱장식품, 헤어핀 등 기타 제품

인증 취득 이점

해당 인증을 통해 당사 제품의 안전성을 증명함으로써,

1. 「전기용품 및 생활용품 안전관리법」 안전기준준수대상생활용품 규제 (부속서22 접촉성 금속 장신구) 대응 가능
2. 기업 이미지 제고를 통한 소비자 구매 유도
3. 제품 안전성 및 품질 보증에 따른 수출 경쟁력 확보

※ 인증 지원 사업 안내 ※

1. 사업 개요

국가기술표준원 소비자제품안전기반조성사업 지원으로 기업 대상 시험분석 및 '금속장신구 알레르기 안전인증' 무상 서비스 제공

2. 사업 목적

인증 보급, 확산 및 금속장신구 업계의 안전관리 인식 제고

3. 시범인증 기간 및 절차

- 기간 : 2021년 4월 1일 ~ 마감시
- 문의처 : KOTITI시험연구원 김미선 주임 (02-6191-6181)

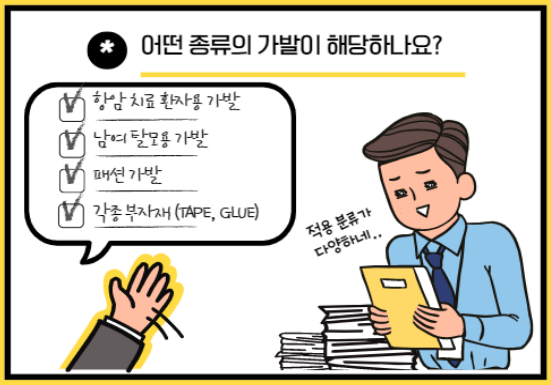
4. 시범인증 대상 및 규모

인증 대상	온라인	오프라인
	금속장신구 전용쇼핑몰	금속장신구 관련 대/중견기업 및 협·단체
지원 규모	기업	제품
	10개社	100개品

KOTITI, 가발 인증제도

인증목적

인증 대상 제품



가발관련법적기준

*담당자 : 유규상 책임연구원, 02-3451-7119

관련연락처 Contacts

부서	담당자	업무	전화 / 이메일
섬유생활제품팀	권진경 선임연구원	국내 규제 및 시험 상담	7443 / jk_kwon
제품인증팀	유형진 책임연구원	KC 법령 및 규제 상담	7057 / hjyoo
글로벌사업팀	강윤석 선임연구원	일본 규제 및 시험 상담	7433 / ys_kang
글로벌사업팀	이나현 주임연구원	미주, 유럽 규제 및 시험 상담	6167 / leenh
글로벌사업팀	정혜연 주임연구원	보고서 작성 및 편집	7078 / hyjung

◆ 전화 : 02-3451-

◆ 이메일 : @kr.kotiti-global.com

KOTITI시험연구원은 1961년 설립된 최초의 섬유시험연구기관으로서 소비재에 대한 연구개발, 시험분석, 품질검사, 교육훈련과 컨설팅 등 전문적인 서비스를 제공하고 있습니다.

해외 6개국, 12개 지역에 해외 법인과 사무소를 설립하고, 그 중 4개 지역에는 시험실을 운영함으로써 해외진출 기업에 대한 근접 지원과 반세기 동안 축적한 기술과 글로벌 네트워크를 통해 고객가치 실현을 위해 최선을 다하고 있습니다.

보고서 개요

1. 본 보고서의 저작권은 KOTITI시험연구원에 있습니다. 본 보고서는 KOTITI시험연구원의 동의 없이 재생산, 배포, 변경할 수 없습니다.

2. 본 보고서는 상업적 또는 법적 판단의 근거로 사용할 수 없습니다.

주 소 경기도 성남시 중원구 사기막골로 111 KOTITI시험연구원

홈페이지 www.kotiti-global.com **블로그** https://blog.naver.com/2201kim

KOTITI Testing & Research Institute