2022

국내외 규제 및 시장동향 분석보고서

Vol. 09

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

09

소비재인증사업본부

1. 월간 주요 이슈

01. 국표원, 해외 구매대행 255개 제품, 안전성조사 결과 발표
- 구매대행 제품 26개, 국내 안전기준 부적합 05P

02. 여행용 캐리어, 시험대상 전 제품 내충격성 등 내구성 우수
- 일부 하드케이스 제품은 소재 표시가 부정확 06P

2. 국내 규제 법령 및 이슈

01. 어린이 안전사고 예방으로 대한민국 안전대(大)전환 한발짝 가까이 08P

02. 산업부, 기업의 인증부담 줄인다 09P

03. 품질비교정보, 소비자의제품선택에미치는영향커 10P

3. 해외 규제 법령 및 시장동향

01. [일본] 방오성시험(JIS L 1919) 개정 13P

02. [해외] 올 겨울 10대 패션 트렌드 공개 14P

02. [미국] 쇼윈도로 본 패션업계 콜라보 현황 15P

03. [싱가포르] 유아동 의류 시장동향 18P

04. [중국] 2022년상반기중국온라인소매시장동향 20P

4. 부록

[KOTITI, 소식 안내]

01. 9월 16일 반려동물 산업 중심 세미나 개최 완료 23P

[KOTITI, 신규사업 안내]

01. 보호복 시험평가 25P

02. 섬유제품 미세먼지 차단성능 평가 26P

03. 3D 버츄얼 패션 서비스 27P

04. 반려동물제품 인증제도 28P

05. 방사선물질 제품인증 서비스 29P

06. 금속장신구 알레르기 안전인증제도 30P

2022

01 월간 주요 이슈

- 국표원, 해외 인기 구매대행 255개 제품, 안전성조사 결과 발표
  – 해외 구매대행 제품 26개, 국내 안전기준 부적합 –
- 여행용 캐리어, 시험대상 전 제품 내충격성 등 내구성 우수해
  – 일부 하드케이스 제품은 소재 표시가 부정확 –

월간 주요 이슈 1

산업통장자원부 보도자료(2022. 9. 1.)

국표원, 해외 인기 구매대행 255개 제품 안전성조사 결과 발표

- 해외 구매대행 제품 26개, 국내 안전기준 부적합 -

- 산업통상자원부 국가기술표준원은 코로나19 이후 온라인몰에서의 해외직구·구매대행 수요가 증가함에 따라 **완구, 가정용섬유제품, 전기액체가열기기 등 인기 구매대행 255개 제품**에 대해 국내 안전기준 충족 여부를 조사하였다.

- 해외 구매대행 제품은 소비자 선택권 확대 측면에서 수요가 증가하고 있으나, 대부분 국내기준 적합 여부 검증 없이 국내 유입되는 제품인만큼, 정부는 위해 제품이 유입되지 않도록 미국, 유럽, OECD 등의 리콜 제품정보를 실시간 모니터링하고 안전성조사를 실시하고 있다.

- 조사대상 255개 중 국내 안전기준 **26개 제품**의 부적합 사유는 다음과 같다.(어린이제품 및 생활용품 중심 요약)

▧ 어린이제품 : 완구, 유아 신발 등 13개

(완구 : 8개 제품)
프탈레이트계 가소제 기준치를 초과한 모형완구 1개, 납 및 프탈레이트계 가소제 기준치를 초과한 승용완구 1개, 유아가 사용하기에 부적합한 작은 부품이 포함된 퍼즐완구 1개 등

(유아 신발 등: 5개 제품)
폼알데하이드 기준치를 초과한 유아용 운동화 1개, 납 및 프탈레이트계 가소제 기준치를 초과한 유아용 의자 1개, 카드뮴 기준치를 초과한 유아용 침대 1개 등

▧ 생활용품 : 스케이트보드 등 9개 제품 9개

(스케이트보드, 물놀이기구 등: 9개 제품)
내구성 기준에 미달한 스케이트보드 2개 및 일반용 자전거 1개, 보조공기실이 없는 성인용 물놀이 기구(튜브) 1개 등

- 국가기술표준원은 앞으로 현재 캠핑, 운동용품 등 가을철 수요가 많은 수입 제품에 대해 관세청과 협업 조사를 진행하고 있는 등 제품 안전관리에 다각적으로 노력할 계획이다.

월간 주요 이슈 2

한국소비자원 보도자료(2022. 8. 24.)

여행용 캐리어, 시험대상 전 제품 내충격성 등 내구성 우수해

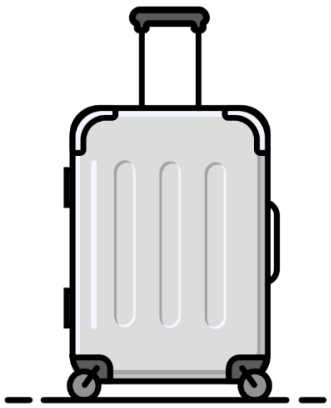
- 일부 하드케이스 제품은 소재 표시가 부정확 -

▪ 한국소비자원이 객관적인 상품 선택정보를 제공하기 위해 소비자가 많이 이용하는 여행용 가방(6개 브랜드 8개 제품)을 시험한 결과, 시험대상 제품 모두 내구성이 우수했고 사용 중 색상변화나 색 묻어남이 적었다. 하지만 **일부 제품은 소재 표시가 부정확했고 제품 간 보유 기능에도 차이**가 있는 것으로 나타났다.

- **(내충격성)** ① 가방이 높은 곳에서 떨어졌을 때 충격에 견디는 정도를 확인하기 위해 여행용 가방에 대한 국가표준인 KS 기준(30cm)보다 높은 90cm에서 떨어뜨린 결과, 파손 및 기능 고장이 없어 조사대상 전 제품이 '우수'한 것으로 평가 ② 바퀴와 본체가 턱이나 모서리에 부딪혀 부러지지 않는지를 알아보는 주행 내구성 시험에서도 변형되거나 파손된 제품 없음 ③ 가방에 손잡이가 견고하게 부착된 정도와 지퍼를 반복적으로 여닫을 때의 내구성을 KS 기준에 따라 진행한 시험에서도 전 제품에 변형이나 이탈 없음

- **(염색성 및 내긁힘성)** ① 염색성을 시험한 결과, 모든 조사대상 가방의 안감과 소프트케이스 제품의 겉감은 물, 마찰 등에 의해 색상이 변하거나 사용 중 묻어나는 정도가 적은 4-5급(색 묻어남이 적음)으로 확인 ②하드케이스 제품의 외부가 스크래치에 견디는 정도에 대한 시험에서는 약한 표면손상이 발생한 3급부터 표면손상이 없는 5급까지 제품에 따라 차이가 있었음

- **(소재 정보 미흡)** 조사대상 제품의 소재가 표시된 내용과 일치하는지 확인한 결과, 하드케이스 가방 중 2개 제품에서 표시된 소재 외에 다른 소재가 검출



- 이번 결과는 지난 2018년 한국소비자원에서 실시한 기내용 캐리어 시험검사 결과보다 **전반적으로 품질이 개선된 것으로 확인**되었다. 당시에는 시험대상 9개 제품 중 7개 제품에서 다른 소재가 검출된 것으로 나타났다.

- 한국소비자원은 앞으로도 소비자의 합리적인 소비활동을 지원하기 위해 여행·레저용 제품의 품질 및 안전성에 대한 비교정보를 지속적으로 제공할 예정이다.

2022

02 국내 규제 법령 및 이슈

- 어린이 안전사고 예방으로 대한민국 안전대(大)전환 한발짝 가까이
- 산업부, 기업의 인증부담 줄인다
- 품질 비교정보, 소비자의 제품 선택에 미치는 영향 커

어린이 안전사고 예방으로 대한민국 안전대(大)전환 한발짝 가까이

산업통상자원부 보도자료(2022. 8. 26.)

개학기 어린이 안전사고 예방을 위해 관계기관이 합동하여 전국 6,000여 개 초등학교 주변 위해요인에 대해 분야별 집중 단속을 실시한다.

- 행정안전부는 어린이 안전사고 예방을 위해 교육부, 산업통상자원부, 여성가족부, 식품의약품안전처, 경찰청 등 중앙부처와 소속기관, 지자체 등 700여 개 기관과 함께 전국 초등학교 주변 안전점검 및 단속을 실시한다.

– **2022년 8월 29일(월)부터 9월 30일(금)**까지 5주간 실시하며, 전국 6,000여 개 초등학교 주변의 **교통안전, 유해환경, 식품안전, 제품안전, 불법광고물** 등 중점 관리가 필요한 **5개 분야**를 집중적으로 살펴볼 계획

– **(교통안전)** 어린이보호구역 내 과속, 불법주정차, 횡단보도 앞 일시정지 위반 등 교통법규 위반, 학교 주변 통학로 안전관리 실태 등을 점검, 어린이 통학버스에서 안전띠 착용 및 보호자 탑승 등 안전수칙 준수 확인

– **(유해환경)** 유해업소에서의 미성년자 출입·고용행위, 신·변종업소의 불법 영업행위 등을 집중적으로 단속

– **(식품안전)** 안전하고 깨끗한 급식 제공 및 위생적인 식품판매 환경 조성을 위해 학교 집단급식소와 학교 주변 분식점 등 어린이 기호식품 조리·판매업소에 대한 홍보 및 지도·점검

– **(제품안전)** 어린이가 자주 드나드는 문구점 및 무인점포 등에서 **안전인증을 받지 않고 판매되는 불법 어린이 제품을 단속**하여, 현장에서 시정요구를 하고 **시정요구 미이행 시 판매중지 등 후속조치**를 추진

– **(불법광고물)** 통학로 주변 노후·불량 간판 정비와 함께 교통안전에 위협되는 불법 유동광고물 단속 강화

산업부, 기업의 인증부담 줄인다

산업통상자원부 보도자료(2022. 9. 13.)

산업통상자원부는 기업의 인증부담을 줄이기 위해 인증기업의 애로를 논의하기 위한 인증기업 간담회를 개최하고 「인증제도 개선방안」을 발표하였다.

- 산업통상자원부는 기업이 규제 개혁 효과를 체감할 수 있도록 정부가 **인증 수수료 절감, 유효기간 연장** 등 **실질적인 인증 규제 완화**에 나선다.

– 13일 충북 테크노파크에서 인증기업 및 인증기관 관계자들과 간담회를 개최, 산업부 소관 「인증제도 개선방안」을 발표하고, 관련 인증기업의 애로를 논의

- 인증제도는 제품의 품질, 안전성 등을 검증하기 위해 반드시 필요한 제도이지만 **유사·중복 인증, 과도한 인증 취득·유지 비용 등**이 **기업 활동에 부담으로 작용**하고 있다.

– 정부는 중소기업 부담 경감을 위해 유사·중복인증 통폐합 등 다양한 대책*을 마련하였으나, 업계는 인증 관련 애로를 지속 건의

* 「범부처 인증제도 개선방안」('14.8월), 「인증규제 혁신방안」('15.11월) 등

- 산업부는 업계부담을 줄이면서 관련 인증산업이 경쟁력을 갖출 수 있도록 인증 유효기간, 수수료 등 6가지 방향에서 산업부 소관 **「인증제도 개선방안」**을 수립하였다.

- 간담회에서 밝힌 주요 내용은 다음과 같다.

① 품질·환경 등 분야 **8개 인증의 유효기간을 연장**하여 재심사 · 재시험 등의 기업부담을 완화

② 물가 상승 등에 따른 중소기업 부담을 완화하기 위해 KS인증, KC안전인증(전기용품, 생활용품, 어린이제품) 및 계량기 형식승인의 **인증 심사 수수료를 한시 감면**('22.10~'23.3)*

* 현장(공장)심사 수수료 20% 경감, 접수(발급) 비용 면제

③ 역량을 갖춘 **민간 전문기관이 법정인증분야 참여를 확대**할 수 있도록 전기용품 안전인증기관 지정제도를 검토하여 인증시장의 경쟁환경을 조성

④ 한 제품임에도 다수 인증을 받아야 하는 품목의 경우 **'다수인증 원스톱지원 서비스'를 강화**

⑤ 주요 수출국 **해외인증(유럽CE, 美UL)의 국내취득**을 위한 국내인증기관과 해외인증기관간 업무협약(MoU) 확대 및 국내인증기관 해외 진출 지원

□ ⑥ **부정성적서 유통방지**를 위한 협력체계 구축·운영을 통해 시험인증의 신뢰성을 강화

품질 비교정보, 소비자의 제품 선택에 미치는 영향 커

한국소비자원 보도자료(2022. 9. 13.)

한국소비자원은 소비자24 내 품질비교정보가 소비자의 제품선택에 상당한 영향을 미치는 것으로 확인하였으며 앞으로 친환경 소비문화 확산을 위해 환경성 평가정보 제공을 확대 추진할 계획이다.

- 한국소비자원이 2021년 '소비자24 내 비교공감'을 통해 제공한 **품질 비교정보(22개 품목*)**에 대한 소비자의 인식을 조사한 결과, 해당 정보가 소비자의 제품 선택에 상당한 영향을 미치는 것으로 확인됐고, 친환경 제품 구매에도 도움을 주는 것으로 나타났다.

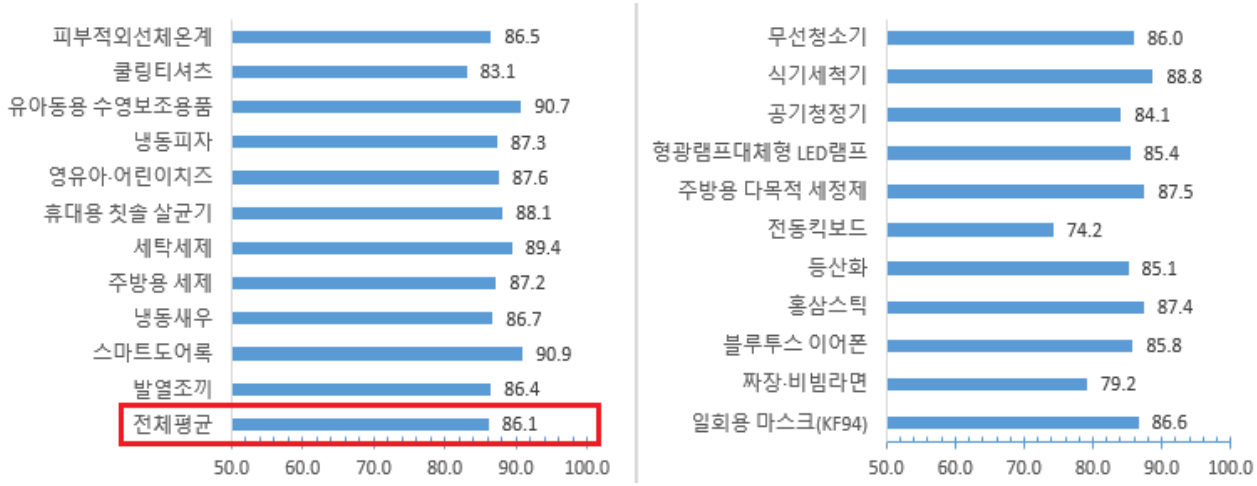
  * 한국소비자원 15개 품목(공기청정기, 식기세척기, 블루투스 이어폰, 전동킥보드, 홍삼 스틱 등), 소비자단체 7개 품목(냉동새우, **쿨링티셔츠**, 휴대용 칫솔 살균기 등)

- 품질 비교정보의 구매영향력 조사결과는 다음과 같다.

– **(구매 영향력)** 품질 비교정보를 접한 이후 실제로 해당 품목 제품을 구매(계획 포함)한 소비자를 대상으로 정보 영향력을 조사한 결과, 소비자의 86.1%는 품질 비교정보가 제품 구매·선택에 영향을 끼쳤다(끼칠 것이다)고 평가함.

[품목별 품질 비교정보의 구매 영향력]

(단위 : %)

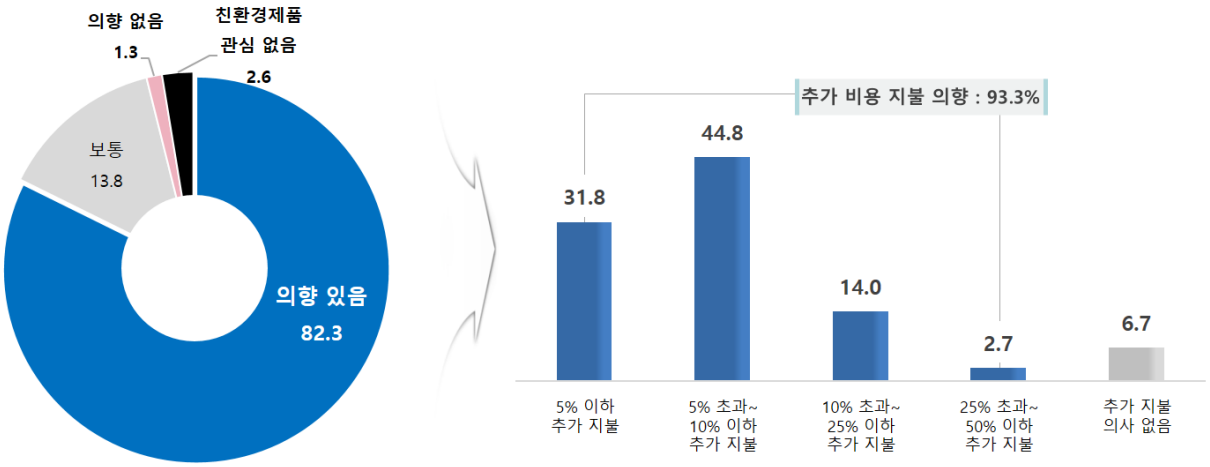


▪ 친환경 제품 구입 의사 및 정보 영향력 조사결과는 다음과 같다.

– **(구입 의사)** 친환경 제품에 대한 인식 수준을 확인하기 위해 소비자(1,000명) 대상으로 친환경 제품 구입 의사를 조사한 결과, 소비자의 약 82.3%(823명)는 친환경 제품을 구입할 의사가 있었고, 그중 93.3%는 일반 제품에 비해 가격이 다소 비싸더라도 구입하겠다고 답변함.

[친환경 제품 구입 의사]

(단위 : %)

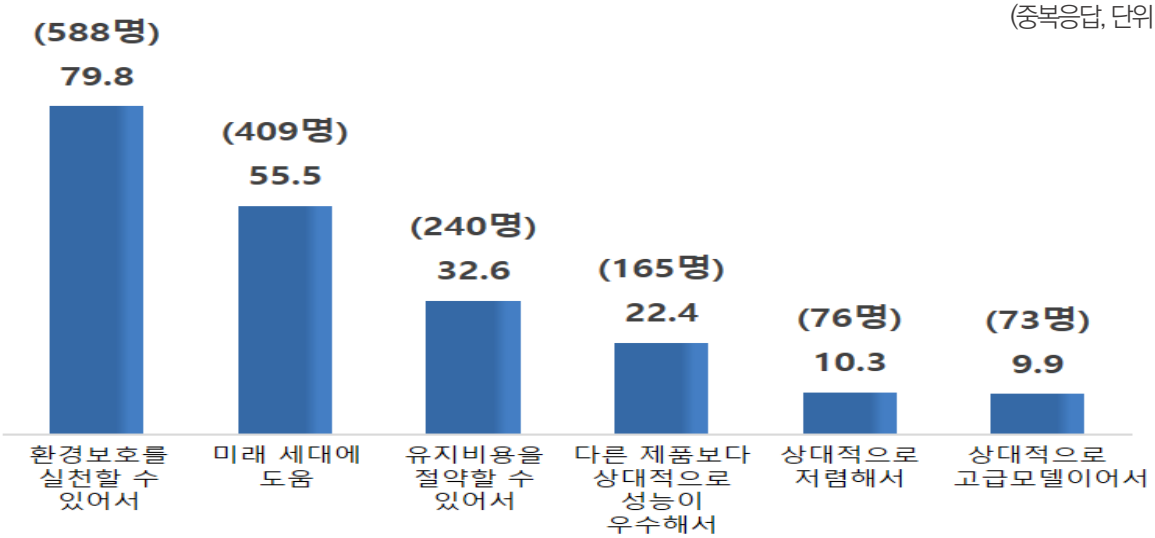


– **(정보 영향력 및 구입 이유)** 친환경 제품을 구입할 의사가 있는 823명 중 737명(89.6%)은 친환경 제품 구매·선택에 한국소비자원에서 제공한 환경성 평가 정보가 도움이 되었다고 답변함.

– 소비자가 친환경 정보를 확인한 후 제품을 구매·선택한 이유는 '환경보호를 실천할 수 있어서'가 79.8%(588명)로 가장 많았고, '미래 세대에 도움이 되어서(55.5%, 409명)', '유지비용을 절약할 수 있어서(32.6%, 240명)' 등의 순임.

[친환경 제품 구입 이유]

(중복응답, 단위 : %)



2022

03 해외 규제 법령 및 시장동향

- [일본] 방오성시험(JIS L 1919) 개정)
- [해외] 올 겨울 10대 패션 트렌드 공개
- [미국] 뉴욕 5번가 쇼윈도로 본 패션업계 콜라보 현황
- [싱가포르] 유아동 의류 시장동향
- [중국] 2022년 상반기 중국 온라인 소매시장 동향

[일본] 방오성시험(JIS L 1919) 개정

KOTITI시험연구원 편집(2022. 9. 1.)

섬유제품에 생긴 오염이 얼마나 쉽게 제거되는지를 평가하기 위한 시험으로 방오성시험 「JIS L 1919」이 2022년 8월 22일 개정되었다.

- **방오성 시험(JIS L 1919) 개정**

– **2022년 8월 22일** 섬유제품의 방오성에 대한 시험평가 규격인 **JIS L 1919가 개정**되었음.

– 주요 개정내용으로는 오염의 잔류를 정확하게 평가할 있는 시료를 시험 대상(흰색 또는 담색의 섬유제품)으로 한다는 내용이 추가되었으며, 최신 실용실태를 근거로 하여 시험조건이 변경

	개정 후(2022년판)	개정 전(2020년판)
적용범위	「흰색 또는 담색(옅은색)의 섬유제품에 적용하고 있지만, 농색가공품에는 적합하지 않다」 추가	규정 없음
A-1법 (밀폐형 원통 용기를 사용하는 방법)	시료 사이즈 : 100mm x 120mm	시료 사이즈 : 100mm x 100mm
A-2법 (밀폐형 수지제 백을 사용하는 방법)	오염물질 양 : 0.5g 오염물질 부착시간 : 20분	오염물질 양 : 1.0g 오염물질 부착시간 : 60분
C법 (적하제거법)	각 오염물질의 오일레드 농도 : 0.1%	각 오염물질의 오일레드 농도 : 0.5%

[해외] 올 겨울 10대 패션 트렌드 공개

국제섬유신문 (2022. 8. 22.)

'22년 겨울 파리, 런던, 밀라노, 뉴욕 4대 컬렉션 종합 분석 결과, 단순하고 스마트한 고전적인 패션이 유행할 것으로 예상되며, Y2K 패션이 재등장하고 있다.

- 2022년 겨울 트렌드는 단순하고 스마트함을 유지하면서 고전적인 지속 가능성에 초점이 맞춰진 패션이 유행할 것으로 예상된다.

① **Y2K 패션(90년대 후반 및 2000년 초중반)** : 2022-23 F/W 가장 큰 트렌드 중 하나는 Y2K 패션으로, 남녀노소 모두에게 어필할 수 있으며 MZ세대에게 어린 시절을 상기시키는 트렌디한 꾸뛰르

② **맞춤형 핏** : 오피스 웨어, 이브닝 웨어 등 이러한 경향이 크게 강조되며, 강력한 트렌드 중 하나가 될 전망

③ **레이어링** : 모든 런웨이 디자인에서 공통적으로 볼 수 있는 트렌드

④ **캣슈트** : 2022년 봄-여름 트렌드에서 이미 캣슈트의 유행은 예견되었지만, 올 겨울 런웨이에서는 여러 가지 형태의 캣슈트가 등장

⑤ **코르셋** : 코르셋 디테일로 다양한 스타일과 핏, 특유의 패프릭으로 표한하여 많은 스타일에서 섹슈얼리티와 페미니즘을 강조

⑥ **단색화** : 블랙은 이번 시즌 가장 강력한 모노크롬 스타일로 옷부터 악세서리, 신발까지 모두 같은 컬러로 스타일링 하는 것이 유행

⑦ **트위드** : 부드럽고 유연한 질감의 모직 소재의 의상이 다양한 색상과 스타일로 샤넬은 거의 모든 라인에 트위드를 메인으로 사용

⑧ **가죽과 벨벳** : 가죽은 올해 가장 있기있는 소재로 어떤 룩에서도 스타일의 레벨을 올려주는 장점

⑨ **깃털, 장식, 질감 및 니트** : 옷에 재미를 더하기 위해 사용

⑩ **악세서리** : 악세서리 아이템이 다양하게 추가됨으로 최종 룩을 고급스럽게 완성

[미국] 뉴욕 5번가 쇼윈도로 본 패션 업계 콜라보 현황

KOTRA 해외시장뉴스(2022. 8. 22.)

두 주체가 협업하여 새로운 결과물을 탄생하는 콜라보레이션은 전 세계 소매업계의 대세가 됐으며, 유행에 민감하게 옷을 갈아입는 5애비뉴 쇼윈도를 통해 패션업계 콜라보 사례를 살펴본다.

- **뉴욕 맨해튼 5번가, 쇼윈도 점령한 콜라보 트렌드**

– 세계패션의 중심지 뉴욕 맨해튼 5애비뉴는 세계 유명 브랜드들의 플래그십 스토어가 모여있는 패션의 거리로 전 세계 관광객들의 발길이 이어지는 5애비뉴 거리는 패션 브랜드들의 콜라보레이션(Collaboration, 이하 콜라보)이 한창

- **유형1. 브랜드 X 브랜드**

– 서로 다른 브랜드가 협업하여 두 브랜드의 아이덴티티를 반영한 새로운 제품을 출시하는 일은 이제 패션 업계의 커다란 한 축이 됐음.

① 럭셔리 시계 브랜드 오메가 X 중저가 브랜드 스와치(Swatch X Omega)의 '문스와치 콜렉션'

– 오메가와 스와치의 협업은 최근 패션업계에서 가장 큰 성공을 거둔 콜라보로 지난 3월 선보여 전 세계적으로 품절 대란을 일으킨 '문스와치 콜렉션'은 5애비뉴 스와치 매장 쇼윈도 중앙에 전시

– 오메가와의 협업은 내리막길을 달리던 스와치에 새로운 전환점으로 콜렉션 발표 이후, 스위스에서만 콜렉션을 제외한 스와치 시계의 판매가 41% 증가, 다른 지역에서도 비슷한 증가세를 보이고 있다고 밝힘.

[문스와치 콜렉션]

※자료: kapoorwatch.com

② 아디다스 X 아이비파크(adidas X IVY PARK), 아디다스 X 레고(adidas X LEGO)

– '아이다스 X 아이비파크'로 꾸준히 콜라보를 진행해 온 두 브랜드는 7월 아이비토피아(IVYTOPIA) 콜렉션을 발표, 자신만의 열반(nirvana)을 발견하기 위한 여정을 표현한 이번 콜렉션을 통해 성별의 구분이 없는 젠더뉴트럴 사이징으로 성인·아동용 의류와 신발, 액세서리 등을 선보임.

[아이비토피아 콜렉션]

※자료: adidas

– 아디다스는 지난 2020년 레고 그룹과 다년간 파트너십을 맺고 레고를 주제로 한 신발, 의류 및 하드웨어를 출시하였으며, 이후 아디다스 제품에 재미있고 창의적인 레고의 이미지를 부여한 아동·성인용 스포츠 제품을 꾸준히 내놓으며 레고의 주 소비층인 어린이뿐만 아니라 성인 소비자들의 관심을 모으는데 성공

③ 패스트패션 브랜드 H&M X 레고

– 패스트패션 브랜드 H&M은 레고와의 콜라보를 하면서 쇼윈도는 물론 5애비뉴 매장 건물 전체를 레고 블록 패턴으로 장식

– 레고 탄생 90주년을 맞아 진행된 이번 협업은 아동복 라인을 중심으로 진행하며, 콜렉션 공개 시기는 7월 초로 학부모들이 8~9월 시작되는 새 학기를 준비하기 위해 학용품과 의류, 전자제품을 구매하는 백투스쿨(back to school) 쇼핑 시즌과도 잘 맞아떨어져 좋은 반응을 얻고 있음.

[H&M X 레고 콜렉션]

※자료: H&M

▪ **유형2. 브랜드 X 아티스트·콘텐츠**

– 유명 아티스트 혹은 영화, 캐릭터 등 문화 콘텐츠를 활용하여 제품에 문화적 요소를 더해 부가가치를 높이고 콘텐츠 팬층을 소비자로 유입할 수 있어 최근 패션 업계에서 활발하게 진행되는 형태의 콜라보

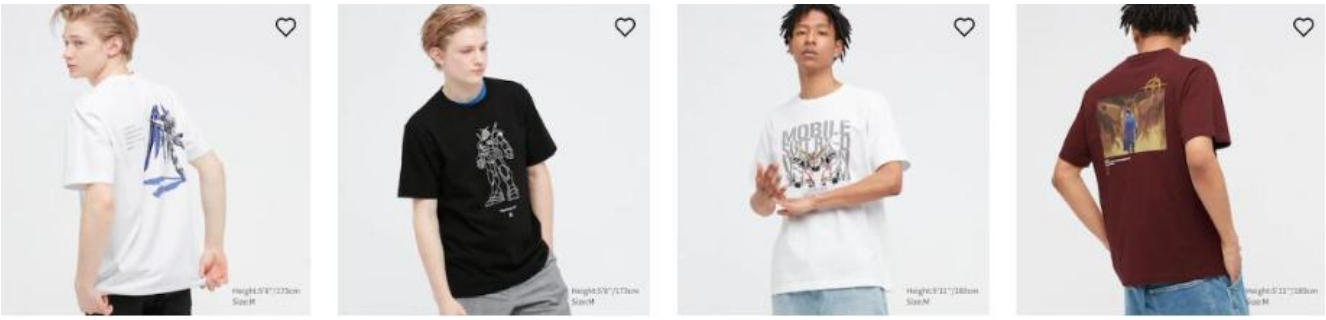
① 패션 브랜드 코치 X 미국 팝 아티스트 톰 웨슬만(Coach X Tom Wesslemann)

– 패션 브랜드 코치는 미국 팝 아티스트 톰 웨슬만 콜라보 콜렉션을 선보였으며, 웨슬만이 가지고 있는 장난기 많고 낙천적인 정신에서 영감을 받아 콜렉션을 완성했다며 더플백, 셔링 재킷 등 코치의 아이콘 제품을 통해 웨슬만의 예술작품을 소개

② 패스트패션 브랜드 유니클로 X 건담

– 일본 패스트패션 브랜드 유니클로는 일본의 유명 애니메이션 캐릭터 건담 탄생 40주년을 맞아 기동전사 건담 UT 콜렉션을 선보임. 건담에 등장하는 캐릭터를 재미있게 표현해 프린트한 12종의 티셔츠로 구성돼 있으며, 남녀 구분 없이 착용할 수 있는 젠더리스 사이즈가 특징

[유니클로 X 건담 콜렉션]



※자료: uniqlo.com

▪ **전망 및 시사점**

– 콜라보는 재미, 새로움, 기발함을 추구하는 MZ세대의 니즈를 충족시켜 주는 전략으로, 한 컨설팅사 관계자는 "적절한 두 주체의 협업은 시장에서 예측하지 못한 놀라운 성공을 거두기도 한다"며 "특히 요즘처럼 인터넷과 소셜미디어를 중심으로 미디어와 쌍방향 소통 채널이 다양해진 시대에 콜라보만큼 재미와 화제성을 제공하는 소매·마케팅 전략을 찾아보기 힘들다"고 밝힘.

– 콜라보 전략은 패션업계를 포함한 식품·소비재와 서비스까지 광범위하게 활용되며, 소비자의 호기심을 자극하고 구매로 이어지게 할 만큼 기발한 콜라보 경쟁은 앞으로도 지속될 것으로 보임.

– 미국 진출 기업은 적절한 콜라보 전략을 고민해봐야 할 때이며, 현재 미국 내에서 인지도와 호감도가 높아진 K-콘텐츠를 적극 활용한 콜라보 시도도 가능할 것으로 전망

[싱가포르] 유아동 의류 시장동향

KOTRA 해외시장뉴스(2022. 9. 2.)

위드 코로나로 외부 활동 제한이 완화되고 예방 접종률이 높아짐에 따라 유아동 의류 소비 규모가 확대되고 있다.

▪ 시장동향 및 개요

– 유로모니터에 따르면 싱가포르 유아동 의류 시장의 예상 성장률은 2022년 전년대비 7.92%, 2023년 역시 7%대로 계속하여 성장할 것으로 전망

– 한편 2021년 전체 의류 시장은 12.64% 성장률을 보인데 반해, 유아동복은 16.73%의 성장세를 기록

– 특히 2021년에는 코로나로 인한 외부 활동 제한이 완화되고 예방 접종률이 높아짐에 따라 자녀를 대동한 부모들의 외부활동 빈도가 높아지며, 아이들의 여가 및 사교 활동을 위한 부모 소비층의 아동복 구매로 이어졌다고 유로모니터에서는 분석

– 유아용 의류 특성상 성인의류보다 교체주기가 빠르다는 점도 아동복 소비 규모 확대에 영향을 주는 요인으로 작용

[싱가포르 유아동복 시장규모]

(단위: 백만 싱가포르 달러, %)

2018년		2019년		2020년		2021년	
시장규모	성장률	시장규모	성장률	시장규모	성장률	시장규모	성장률
306.7	-0.13	306.3	-0.13	233.7	-23.7	272.8	16.73

※자료: Euromonitor

– 유아동 의류의 판매액은 2021년 기준으로 전년대비 16.73% 증가한 약 2억7300만 싱가포르 달러로, 그 중 여아 의류는 2021년 가장 실적이 좋은 품목군으로 소매 판매액은 전년 대비 17% 증가

– 싱가포르 유아동 의류시장은 소비층인 부모와 가족구성을 통해서 살펴보면, 일반적으로 맞벌이와 적은 수의 자녀를 갖는 특징으로, 규모는 작지만 가구당 가처분 소득이 높기 때문에 상대적으로 자녀에게 더 많은 지출을 할 의향이 있는 것으로 분석된다고 파악

▪ 유아동 의류 수입 규모 및 동향

– 싱가포르의 '21년 '유아용 의류 및 그 부속품(면으로 만든 것)(HS 620920)' 총 수입액은 약 364만 미국 달러로 전년 대비 6.68% 증가율을 보임.

– Global Trade Atlas가 발표한 자료에 따르면, 상위 주요 수입국으로는 이탈리아, 말레이시아, 방글라데시, 중국, 인도 순이며 한국은 전체 수입국 중 12위를 차지

[싱가포르 유아용 의류 및 그 부속품 수입동향 (HS코드 620920 기준)]

(단위: 단위: 천 미국달러, %)

순위	국가	수입규모			점유율			증감률 ('21/'20)
		2019년	2020년	2021년	2019년	2020년	2021년	
1	이탈리아	221	540	1,135	5.04	15.81	31.18	110.39
2	말레이시아	1,252	384	614	28.52	11.25	16.87	59.95
3	방글라데시	608	817	445	13.86	23.93	12.23	-45.51
4	중국	884	591	440	20.14	17.33	12.09	-25.53
5	인도	297	386	247	6.76	11.30	6.78	-36.05
6	필리핀	171	120	135	3.89	3.50	3.69	12.47
7	캄보디아	55	4	74	1.26	0.12	2.04	1,680.25
8	포르투갈	58	30	53	1.32	0.89	1.45	74.20
9	프랑스	51	47	45	1.16	1.39	1.23	-5.24
10	인도네시아	125	75	39	2.84	2.21	1.08	-47.81
12	**대한민국**	**1**	**22**	**30**	**0.02**	**0.06**	**0.81**	**1,424.59**
전체		4,389	3,414	3,642	100.00	100.00	100.00	6.68

※자료: Global Trade Atlas

▪ 경쟁사 현황

– 유로모니터에 따르면 싱가포르 유아동 의류 시장은 다수 브랜드에 의해 각축전 양상을 보이고 있으며, 상위권 점유율을 차지하는 5개사(Adidas, uniqlo, Iditex, Nike, Mothercare)의 전체 시장 내 점유율이 16.8% 밖에 되지 않을 정도로, 치열한 경쟁을 보이고 있음.

▪ 시사점

– 싱가포르의 부모 소비층은 점차 제품의 가치나 안전성에 중점을 둔 소비활동을 보이고 있으며, 대표적으로 싱가포르의 아동복 브랜드 Sea Apple은 유기농 재료를 사용하여 의류를 생산하는데 환경 및 윤리 문제가 전 세계적으로 중요한 의제로 남아 있기 때문에 지속 가능한 제품에 대한 관심 증가는 계속될 것으로 보임.

– 또한 소비자를 중심으로 한국 제품의 안전성에 대한 긍정적 인식 확산 및 지속 높아지는 한류로 인해, 한국산 제품에 대한 소비 증가 추이가 앞으로도 지속 될 것이라고 전망

– 이러한 현지 시장 동향에 맞춰 한국 제품의 높은 품질 및 우수성을 강조한 마케팅 전략 수립 시, 성공적인 현지 시장 진출이 가능할 것으로 보임.

[중국] 2022년 상반기 중국 온라인 소매시장 동향

KITA(2022. 9. 9.)

2022년 중국 상반기 온라인 소매시장 규모는 전년 동기대비 3.1% 증가하였으며, 팬데믹 이후 캠핑 등 여가활동 증가로 스포츠용품 및 아웃도어 상품 전자상거래 시장 성장세를 이어가고 있다.

▪ 시장규모 추이

– 2022년 중국 상반기 온라인 소매시장 규모는 전년 동기대비 3.1% 증가한 6조 3천억 위안(약 1,235조 원) 기록

2022년 상반기 월별 중국 온라인 소매판매 시장규모

자료: 중국국가통계국(国家统计局)

– 최근 3년 동안 중국 전체 소매판매액 중 온라인 판매액 비중은 20%대로 점차 규모가 커지는 추세

– 전자상거래 플랫폼의 거래유형을 보면 B2C 판매액 비중은 전년 대비 6.7%p 증가, C2C 판매액 비중은 감소

2022년 1~5월 중국 전체 소매판매액 중 온라인 판매액 비중

자료: 중국국가통계국(国家统计局)

2022년 상반기 중국 전자상거래 B2C 및 C2C 판매액 비중

자료: 欧特欧各询

■ **품목별, 지역별 판매 추이**

– **(품목별 판매 동향)** 상위 품목은 의류 및 신발, 일용품, 가전제품, 식품류, 통신기기, 화장품, 사무용품, 가구, 스포츠 및 오락용품 등

– 전체 품목 중 온라인 판매액 비중이 가장 높은 의류 및 신발 판매액은 전년 동기대비 5.8% 감소, 일용품 및 가구 판매액은 각각 23.0%, 17.3% 감소하였으나, 이를 제외한 나머지 품목들은 증가세를 보임.

2022년 상반기 온라인 소매시장 주요 품목별 판매액 비중 및 증감률

자료: O-Oconsulting, 商务大数据

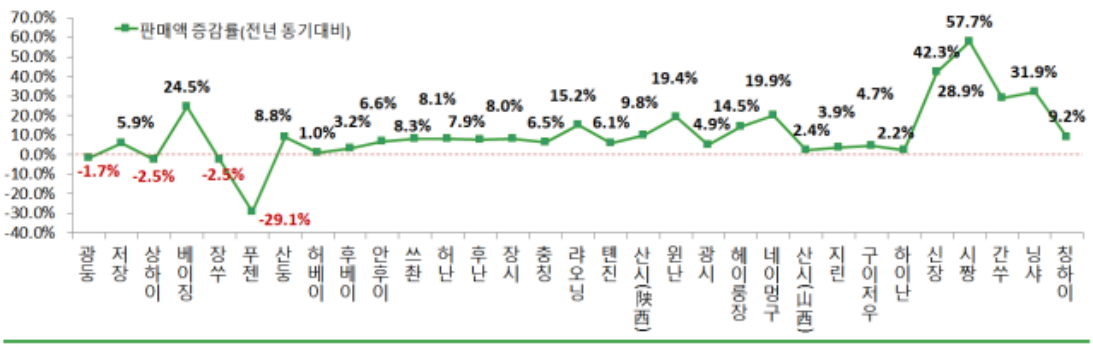
– 팬데믹 이후 중국 내 캠핑 등 여가활동, 실내외 스포츠에 대한 관심이 더욱 고조되면서 상반기 캠핑용품, 스포츠용품 및 아웃도어 상품 전자상거래 시장도 성장세를 이어감.

– 특히, 캠핑용 그늘막(331.8%), 자외선 차단복(64.9%), 배드민턴복(27.6%), 요가매트(20.5%), 아웃도어 신발(16.1%) 등의 온라인 판매액도 증가세를 유지

– **(지역별 판매 동향)** 중국 주요 도시의 전자상거래 이용률은 대체로 증가하고 있으며, 전년 대비 증가율이 가장 높은 지역은 시짱자치구(57.7%), 신장(42.3%) 지역임.

– 전체 온라인 소매판매액 중 동부지역 비중이 83.8%로 가장 높았으며, 이어서 중부지역 비중은 8.9%, 서부지역 비중은 5.9%, 동북부지역 비중은 1.4%로 나타남.

2022년 상반기 중국 지역별 온라인 소매판매액 증감률



자료: O-Oconsulting

2022

04 부록

- KOTITI, 신규소식 안내
  - KOTITI, 9월 16일 반려동물 산업 중심 세미나 개최 완료

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

KOTITI시험연구원, 9월 16일 반려동물 산업 중심 세미나 개최 완료

- 반려동물 용품·서비스「표준 기반구축」시작 -

KOTITI시험연구원(원장 이상락)은 산업통상자원부 국가기술표준원에서 시행하고 있는 표준기술력 향상사업으로 「반려동물 용품 및 서비스 표준화 기반구축」과제*의 주관연구기관으로 선정되었다.

* '22.07~'24.12, 반려동물 용품 및 서비스 품질관리를 위한 표준화 전략수립, 100대 표준목록(품질기준) 발굴 및 중장기 표준화 로드맵 작성 등

이에 따라, 지난 9월 16일(금)에 학여울역 SETEC 컨벤션홀에서 반려동물 산학연 전문가들을 약 80여명 모시고 반려동물산업 발전을 위한 현장중심의 세미나를 개최하였다.

[에듀펫 권혁필 대표의 특별강연]

우리나라의 반려동물 부양가구수와 관련 시장이 지속적으로 증가하고 있지만, 동물관리 및 사료 분야를 제외하고 관련 용품 및 서비스 분야에서는 표준규격 없이 개별 민간업체 차원에서 품질관리가 되고 있는 실정으로 각종 민원과 소비자 피해가 예상된다.

한편, KOTITI시험연구원은 2019년부터 국내 최초로 한국애견협회와 협업하여 반려동물용품 민간인증사업*을 추진하고 있으나, 가전 제품이나 서비스 신상품 등에 대한 품질관리는 미흡하다.

* PS(Pet Safty) 인증사업, 반려동물용품의 기본물성, 유해물질 중심으로 인증

이번 세미나에서 에듀펫 권혁필 대표는 '인간과 개, 서로를 탐하다'라는 주제로 특별강연을 진행하였으며, 서정대학교 김현주교수는 '반려동물 용품산업의 현재와 미래', 국가기술표준원 박재우 코디는 '반려동물과 함께하는 서비스와 표준', 한국소비자원 이금노 선임연구위원은 '반려동물 시장 소비자평가와 피해현황', KOTITI시험연구원에서는 김숙래 단장이 '반려동물 관련표준기반구축 계획'에 대한 주제로 발표를 진행하였다.

행사 일정

시 간	발표내용	발표자 (소속)
14:00 ~ 14:10 (10분)	개회사(인사)	이상락 원장 (KOTITI시험연구원)
14:10 ~ 14:40 (30분)	인간과 개, 서로를 탐하다	권혁필 대표 (에듀펫)
14:40 ~ 15:00 (20분)	반려동물 용품산업의 현재와 미래	김현주 교수 (서정대학교)
15:00 ~ 15:20 (20분)	반려동물과 함께하는 서비스와 표준	박재우 코디 (국가기술표준원)
15:20 ~ 15:40 (20분)	반려동물 시장 소비자평가와 피해현황	이금노 선임연구위원 (한국소비자원)
15:40 ~ 16:00 (20분)	반려동물 관련표준기반구축 계획	김숙래 단장 (KOTITI시험연구원)
16:00 ~ 16:30 (30분)	참석자 토의	

반려동물 산업에 대한 다양한 토론의 장이 진행되었으며, 특히 이금노 위원은 "반려동물과 사람을 동일시하는 펫휴머니제이션(pet-humanization) 경향이 강해지면서 강아지 고양이도 사람과 비슷한 소비 경향이 생긴다"면서 "보호자들도 이전엔 자신들 판단으로 제품을 선택했다면, 지금은 반려동물이 좋아할지, 아이 효용을 더 크게 생각하는 것 같다"고 했다.

또한, "이제 반려동물이 보호자와 함께 또 하나의 '소비주체'로 떠오르는 양상"이라 짚고, "반려동물 용품과 서비스에 대한 소비자 기대 수준이 빠르게 높아가는 만큼 새롭게 등장하는 이슈들에 대해 품질 기준을 명확히 하는 등 시장 감시를 강화할 필요가 있다"고 강조했다.

KOTITI시험연구원의 이상락 원장은 "반려동물 용품 및 서비스 시장은 급성장하고 있으므로 체계적인 관련산업의 정책수립과 수요자 중심의 기술개발이 필요하다. 우리원에서는 이번 세미나를 시작로 반려동물산업을 선도하는 국내최고의 전문연구기관으로 발전시킬 계획이다."고 밝혔다.

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

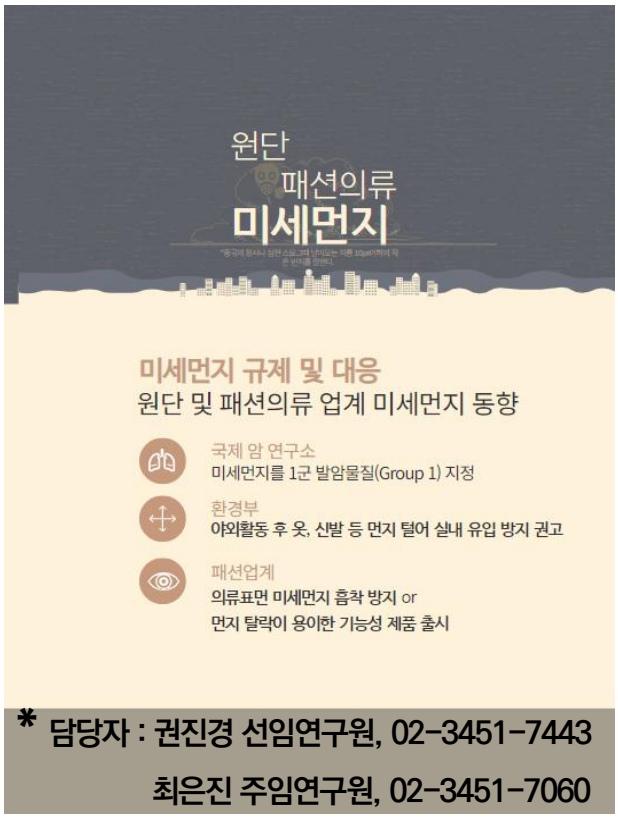
의뢰 절차

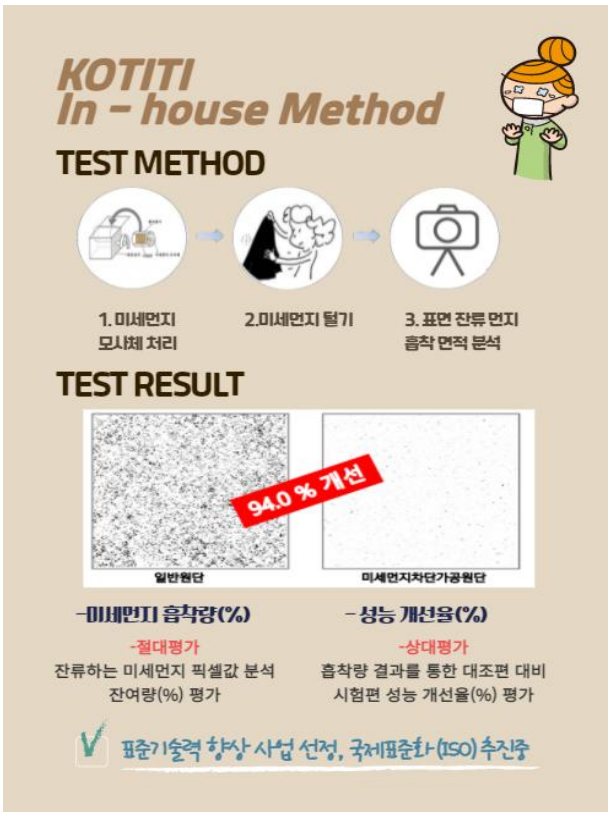
상담 ➤ 접수 ➤ 시험 ➤ 수납 ➤ 성적서 발급

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) 유형진 팀장	02-3451-7074	hjyoo@kr.kotiti-global.com
(해외) 김창훈 주임연구원	02-3451-7061	kimch@kr.kotiti-global.com

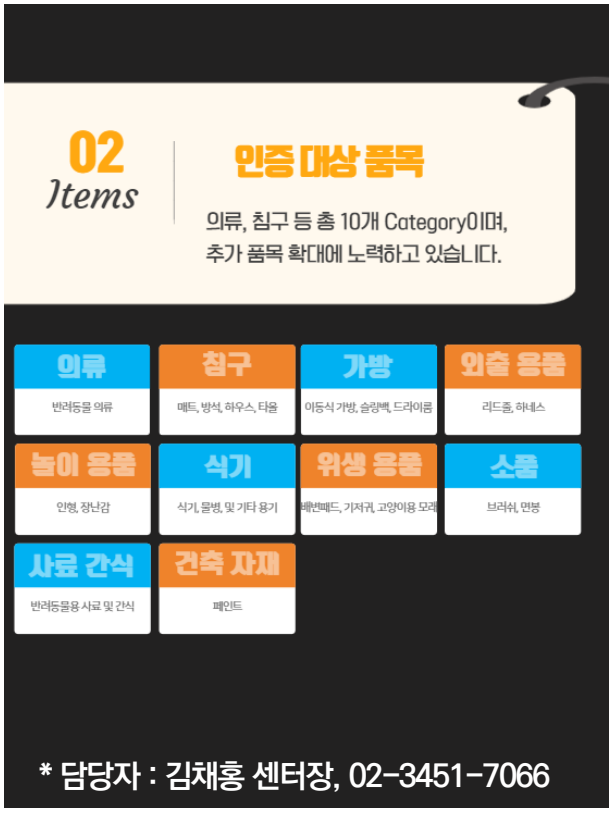
KOTITI, 섬유제품 미세먼지 차단성능 평가





KOTITI, 3D 버츄얼 패션 서비스

KOTITI, 반려동물제품 인증제도



KOTITI, 방사선물질 제품인증 서비스

배경

1급 발암물질인 라돈 및 기타 방사성물질 함유 제품 이슈가 지속적으로 증대됨에 따라 생활제품의 방사성물질 관련 소비자 안전을 위해 관련 규제에 대해 **선제적 대응** 및 **제품 안전성 확보**를 위한 **제품인증 서비스 제공**

내용

"생활밀착형 제품, 어린이 제품, 식품, 건축자재 대상"

ㅇ 인증 세부 내용

구분	대상	분석장비	소요기간	비고
시스템&제품인증	생활밀착형 제품, 어린이제품, 건축자재, 식품	감마핵종분석기, RAD7	45일	품목 추가당 50% 할인
제품인증	생활밀착형 제품, 어린이제품, 건축자재	감마핵종분석기, RAD7	40일	품목 추가당 50% 할인

침대, 매트, 화장품, 위생용품, 치약, 구중청량제, 물수건, 면봉, 필터, 화장지, 렌즈, 마스크, 의류, 양말, 완구, 반려동물식품, 반려동물용품, 건축자재, 식품 등

ㅇ 기관 인정사항 및 인증마크

<KOLAS 공인시험기관>

< 인증마크 >

절차

접수 > 시스템 평가 (시스템 인증의 경우) > 제품 평가 > 인증심의 > 인증서 발행

담당자 안내

이우람 파트장
Tel. (02) 3451-7364
E-mail. wrlee@kotiti.re.kr

전소담 주임연구원
Tel. (02) 3451-7337
E-mail. sd_jeon@kotiti.re.kr

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

관련연락처 Contacts

부서	담당자	업무	전화 / 이메일
섬유생활제품팀	권진경 선임연구원	국내 규제 및 시험 상담	7443 / jk_kwon
제품인증팀	김문경 책임연구원	KC 법령 및 규제 상담	7057 / mkkim
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

카카오톡 http://pf.kakao.com/_xkxeFxjxb

KOTITI Testing & Research Institute