

# 주간 규제 정보

Vol. 412

2022. 08. 22 ~ 2022. 08. 28



# 목차

## 국가기술표준원(<http://kats.go.kr/>)

1. 차세대‘무기발광 디스플레이’국제표준화 시동 ..... 3
2. 삼성전자, 드럼세탁기 일부 모델 자발적 무상 수리 실시 ..... 3

## 식품의약품안전처(<https://www.mfds.go.kr/>)

3. 의료기기 통합심사 편리해진다 ..... 4

## 국제환경규제 기업지원센터([www.compass.or.kr](http://www.compass.or.kr))

4. 환경부, 『환경보건법』 시행령 일부개정령안 입법예고 ..... 5
5. 동남아시아국가연합(ASEAN), 화장품 내 데옥시알부틴 사용 금지 및 산화티타늄 사용 제한 ..... 6
6. 미국 EPA, 안전한 화학성분 목록 업데이트 ..... 7
7. 캐나다, 페인트 첨가제에 대한 신고 요건 부과 ..... 8

## KOTRA 해외시장뉴스(<http://news.kotra.or.kr/>)

8. 베트남 의류 부자재 및 액세서리 시장 동향 ..... 9
9. 미국 페인트 및 광택제 시장동향 ..... 21
10. 태국 의료기기 시장동향 ..... 26
11. 싱가포르 가정용 정수기 시장 동향 ..... 33

한국화학융합시험연구원

## 국가기술표준원(<http://kats.go.kr/>)

### 1. 차세대‘무기발광 디스플레이’국제표준화 시동

- 국가기술표준원,「2022 디스플레이 표준화 국제포럼」개최 -

마이크로 LED(Micro LED), 양자점(Quantum Dot) 디스플레이 등 최근 초격차 기술로 각광받는 무기발광 디스플레이\* 분야 국제표준 선점을 위한 첫 출발을 시작하였다.

\* 무기발광 디스플레이 : 유기발광다이오드(OLED)의 특성을 뛰어넘는 무기 소재 기반의 자발광 디스플레이로 옥외 환경에서도 실내처럼 화질이 밝고 선명하며, 기존 제품보다 수명이 2배 이상 길어 차세대 디스플레이 기술로 꼽힌다.

산업통상자원부 국가기술표준원(원장 이상훈)은 19일 디스플레이 분야 국내·외 산·학·연 전문가와 국제표준 전문가가 참여하는「2022 디스플레이 표준화 국제포럼」을 개최했다.

국표원은 우리나라의 주요 먹거리인 디스플레이 산업의 기술개발과 표준화 동향을 공유하고 국내·외 전문가들의 협력을 강화하기 위해 '20년부터 '디스플레이 표준화 국제포럼'을 매년 개최하고 있으며, 이를 통해 최신 기술에 대한 산업계 표준화 수요를 발굴하고 국제표준 선점을 위한 전략을 마련하고 있다.

이날 포럼에서 참가자들은 무기발광 디스플레이를 비롯한 최신 기술의 연구개발 현황과 과제를 공유하고 국제표준화 방향을 논의하였다. 독일 응용과학 연구소 프라운호퍼 아민 웨델(Armin Wedel) 박사는 차세대 디스플레이의 효율성과 안전성 개선을 위한 연구개발 현황과 향후 과제를 제시하였으며, 한국전자통신연구원 변춘원 실장은 현실과 비슷한 가상 세계를 실현하기 위한 초현실적 메타버스 시각화 기술개발 현황과 문제점, 시장 상황을 진단하였다. 글로벌 리서치 기업인 옴디아 강민수 수석은 디스플레이 기술 동향 및 시장 전망 발표를 통해, 새로운 디스플레이 기술인 마이크로 LED에 대한 기업의 관심이 증대되고 있다고 강조하였으며, 국제표준화기구인 국제전기기술위원회(IEC) 디스플레이 기술위원회(TC 110) 요시 시바하라(Yoshi shibahara) 간사는 제조사·시장·고객을 위한 표준화의 의미와 최근 주요 기술적 이슈를 소개하고 국제표준화 방안에 대하여 설명했다.

이상훈 국가기술표준원장은 “우리나라가 글로벌 디스플레이 경쟁력을 강화하려면 차세대 디스플레이 분야에서 발 빠른 기술 개발과 차별화된 표준화 전략이 필수적”이라고 강조하고, “무기발광 디스플레이를 비롯한 최신 디스플레이 기술의 표준화 과제 발굴과 국제표준화에 적극 지원하겠다.”고 말했다.

출처([국가기술표준원](http://kats.go.kr/))

### 2. 삼성전자, 드럼세탁기 일부 모델 자발적 무상 수리 실시

- 일부 드럼세탁기 사용 중 도어의 외부유리 이탈·파손 우려 -

삼성전자(주)는 최근 연이어 발생한 일부 드럼세탁기 도어의 외부유리 이탈·파손사고 관련, 해당 모델\*에 대한 자발적인 무상 수리 조치를 8월 22일(월)부터 실시\*\*하기로 하였다.

\* (해당모델) '21.9월~22.5월 기간 판매 모델: ① WF24A95\*\*, ② WF24B96\*\*, ③ WF25B96\*\* 등 총 91,488대

\*\* 정부는 사업자의 무상 수리 조치에 대해 주기적으로 진행현황을 점검 및 관리할 예정  
국가기술표준원(원장 이상훈, 이하 국표원)과 한국소비자원(원장 장덕진, 이하 소비자원)은 삼성전자 세탁기

유리문 이탈·파손사고가 반복적으로 일어나고 있음을 모니터링하고, 삼성전자 측과 유사사고 재발 방지를 위한 안전조치 방안을 협의하였다. 이에 삼성전자는 안전조치의 필요성을 인식\*하고, 드럼세탁기 해당 모델에 대한 무상 수리 안전조치를 추진하기로 하였다.

\* 사업자 자체 분석 결과, 제품 생산 과정에서 도어 커버와 외부 유리 부착 과정에서 커버 접착면에 잔류한 이물질 등으로 인한 외부 유리의 이탈 가능성 확인

국표원과 소비자원은 해당 제품을 보유하고 있는 소비자는 신속히 삼성전자(주) 고객센터(☎1588-3366) 또는 삼성전자서비스 홈페이지([www.samsungsvc.co.kr](http://www.samsungsvc.co.kr))를 통해 조치 받을 것을 당부하였다.

조치 대상제품 등에 대한 상세정보는 제품안전정보센터([www.safetykorea.go.kr](http://www.safetykorea.go.kr)), 소비자24([www.consumer.go.kr](http://www.consumer.go.kr)), 한국소비자원 누리집([www.kca.go.kr](http://www.kca.go.kr)) 및 소비자 위해감시시스템([www.ciss.go.kr](http://www.ciss.go.kr)) 등을 통해서 확인할 수 있다.

출처([국가기술표준원](http://국가기술표준원))

## 식품의약품안전처(<https://www.mfds.go.kr/>)

### 3. 의료기기 통합심사 편리해진다

- 심사 보완자료 제출 창구를 의료기기 전자민원창구로 제출 일원화 -

□ 식품의약품안전처(처장 오유경)는 의료기기 허가부터 신의료기술평가까지 통합심사\* 시 보완자료 제출 창구를 ‘의료기기 전자민원창구(emed.mfds.go.kr)’로 일원화해 편의성을 높입니다.

\* ▲의료기기 허가(식약처) ▲급여·비급여 대상 여부(건강보험심사평가원) ▲신의료기술평가(보건의료연구원) 심사를 식약처에 신청할 경우 각 심사를 동시에 진행하는 제도

○ 그간 통합심사 신청 후 보완자료를 제출해야 하는 경우 신청인이 각 기관의 담당자에게 개별적으로 보완자료를 전자메일로 제출해야 했으나, 앞으로는 신청인이 의료기기 전자민원창구에 보완자료를 제출하면 심사 담당 기관에서 열람하도록 개선했습니다.

□ 통합심사는 의료기기의 신속한 의료시장 진입을 위해 도입('16.2월)됐으며, 의료기기 개발 후 시판까지 걸리는 심사 기간이 최대 390일 소요되던 것이 통합심사 도입 후 평균 218일로 단축됐습니다.

○ 식약처는 의료기기 허가만 신청한 경우에도 허가심사 진행 중 통합심사 신청이 가능하도록 하는 ‘통합심사 전환제’를 시범 운영('19.9월)한 후 전면 도입('20.11월)하는 등 의료기기 업체들이 보다 편리하게 통합심사를 신청할 수 있도록 관련 규제를 지속적으로 개선하고 있습니다.

□ 식약처는 앞으로도 규제과학 전문성을 바탕으로 규제혁신을 적극적으로 추진해 안전하고 효과적인 의료기기가 신속하게 개발·공급되고 환자 치료 기회가 확대될 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

<붙임> 각 부서별 담당자, 연락처

**붙임****각 부서별 담당자, 연락처**

◇ 세부내용에 대한 문의사항이 있는 경우, 아래 각 부서 담당자에게 문의하여 주시기 바랍니다.

담당 부서 <통합운영>	식품의약품안전처 의료기기정책과	책임자	과 장 채규한 (043-719-3752)
		담당자	사무관 김민정 (043-719-3756)
<허가>	식품의약품안전처 첨단제품허가담당관	책임자	과 장 김남수 (043-719-5351)
		담당자	연구관 허찬희 (043-719-5355)
<급여>	건강보험심사평가원	책임자	부 장 강라원 (033-739-1740)
		담당자	과 장 이수진 (033-739-1749)
<신의료 기술평가>	한국보건의료연구원	책임자	팀 장 이월숙 (02-2174-2735)
		담당자	부연구위원 김진형 (02-2174-2531)

출처([식품의약품안전처](#))

**국제환경규제 기업지원센터([www.compass.or.kr](http://www.compass.or.kr))****4. 환경부, 『환경보건법』 시행령 일부개정령안 입법예고**

2022년 8월 10일, 환경부는 환경보건법 시행령 일부개정령안 입법예고 하였습니다.

「환경보건법」에 따른 어린이용품 등의 위해성평가 실시 권한은 국립환경과학원장에게 위임되어 있으나 동법에 따른 환경유해인자의 위해성평가 실시 권한은 위임되어 있지 않아 이를 정비하는 한편, 어린이 활동공간 환경인식 인증 업무의 위탁기관을 한국환경산업기술원에서 환경보건협회로 변경하여 원활한 운영을 도모하기 위함입니다.

또한, 기타 현행 규정의 운영과정 중 나타난 일부 보완 사항 등을 반영하기 위함입니다.

주요 내용은 다음과 같습니다.

가. 환경유해인자 위해성 평가제도 실시권한 위임 규정 신설(안 제22조제3항제1호~제8호)

나. 어린이활동공간 환경안심인증 업무 위탁기관 변경  
(안 제22조제4항제4호~제6호, 제5항제1호~2호)

자세한 내용은 아래 웹사이트 및 첨부파일을 참조하시기 바랍니다.

<https://opinon.lawmaking.go.kr/gom/cgi-bin/p/69453?opYn=Y&qtClOrgCd=148000&isOpYn=Y&edYcFnt=2022+8+19&sfYcFnt=2022+2+1.&btnType=1>

© 국제환경규제 기업지원센터

<주의> 본 뉴스는 국제환경규제 기업지원센터에서 제공하는 것으로 무단 배포를 금합니다.

출처([국제환경규제기업지원센터](#))

## 5. 동남아시아국가연합(ASEAN), 화장품 내 데옥시알부틴 사용 금지 및 산화티타늄 사용 제한

동남아시아국가연합(ASEAN\*)은 화장품에 피부 미백제로 사용되는 성분인 데옥시알부틴을 금지물질 목록에 등재하고 제한 성분 목록에 산화티타늄(titanium oxide)을 추가하는 등의 아세안 화장품 지침(ACD\*\*)을 개정하여 시행한다고 밝혔습니다. 이는 7월 6일 필리핀 식품의약청(FDA\*\*\*)의 7월 발표를 통해 공식 고시되었습니다. 금번 개정된 ACD의 화장품 사용 금지(부속서 II에 따름) 및 제한(부속서 III에 따름) 물질 목록은 다음과 같습니다.

\* Association of Southeast Asian Nations

\*\* Asean Cosmetic Directive

\*\*\* Food and Drug Administration

### 1. 부속서 II(사용 금지 목록) 개정

- 데옥시알부틴(deoxyarbutin) 신규 등재 및 이소프로필 이소스테아레이트(isopropyl isostearate) 항목 제거

### 2. 부속서 III(사용 제한 목록) 개정

- 산화티타늄(Titanium oxide) 신규 등재 및 기타 10개 물질에 대한 항목 수정

### 3. 부속서 VI(화장품에 사용이 허용된 방부제 목록) 개정

- 4-(3-에톡시-4-하이드록시페닐)-2-부탄논(4-(3-ethoxy-4-hydroxyphenyl)-2-butanone) 신규 등재
- 폴리헥사메틸렌비구아나이드 염산염(polyhexamethylenebiguanide hydrochloride) 및 이산화 티타늄(Titanium dioxide)에 대한 항목 수정

금번 개정된 ACD에 따라 아세안 회원국에서 데옥시알부틴을 사용하는 회사에는 12개월의 유예 기간이 부여되어 이를 함유한 제품은 2023년 5월 11일까지 시장에서 퇴출되어야 합니다.

또한, 자외선 차단제 및 자외선 차단 안료에 사용되는 산화티타늄에 대한 제한은 EU 규정과 동일하게 2024년 5월 11일부터 시행됩니다. 이에 따라 1% 이상의 물질을 함유한 루스 파우더 형태 페이스 제품의 화장품에서 공기역학적 직경(aerodynamic diameter)이 10마이크로미터 이상인 이산화티타늄 입자를 감축

하여야 합니다.

다만, 금번 ACD 개정의 국가별 정식 도입 및 시행 날짜는 회원국마다 다를 수 있고 각 회원국 정부가 화장품 성분에 관한 추가 규칙을 도입할 수 있다는 점을 감안할 때 해당 기업은 회원국가별 화장품 법률을 보다 자세히 확인하고 관련된 해당 요구 사항을 확인하여야 합니다.

자세한 내용은 아래 웹사이트를 참조하시기 바랍니다.

[https://www.fda.gov.ph/wp-content/uploads/2022/07/Announcement\\_35th-ACC-Updates.pdf](https://www.fda.gov.ph/wp-content/uploads/2022/07/Announcement_35th-ACC-Updates.pdf)

© 국제환경규제 기업지원센터

<주의> 본 뉴스는 국제환경규제기업지원센터에서 제공하는 것으로 무단 배포를 금합니다.

출처([국제환경규제기업지원센터](#))

## 6. 미국 EPA, 안전한 화학성분 목록 업데이트

미국 환경보호청(EPA\*)은 화학물질의 안전한 선택(Safer Choice) 프로그램에 따라 인체 건강 및 환경 기준을 충족한다고 판단되는 22종의 물질을 보다 안전한 화학 성분목록(SCIL\*\*)에 추가 등재하여 업데이트하였습니다. 추가 등재된 물질 목록은 다음과 같습니다.

\* Environmental Protection Agency

\*\* Safer chemical ingredient list

CAS No.	List Name
68037-77-4	Siloxanes and Silicones, Et Me, Me 2-phenylpropyl
128446-35-5	.beta.-Cyclodextrin, 2-hydroxypropyl ethers
9003-98-9	Deoxyribonuclease
15827-60-8	Phosphonic acid, P,P',P'',P'''-[[[(phosphonomethyl)imino]bis[2,1-ethanediylnitrilobis(methylene)]] tetrakis-
125109-81-1	Amylopectin, hydrogen 2-(1-octen-1-yl)butanedioate
629-11-8	1,6-Hexanediol
122-32-7	Glyceryl trioleate
68424-59-9	Glycerides, C14-22 and C16-22-unsatd.
103213-20-3	Fatty acids, C18-unsatd., dimers, hydrogenated, di-iso-Pr esters
10332-32-8	Pentaerythritol monooleate
123-95-5	Butyl stearate
68583-51-7	Decanoic acid, mixed diesters with octanoic acid and propylene glycol
925-06-4	Diisobutyl succinate
71195-64-7	Diisobutyl glutarate
110-40-7	Diethyl sebacate
3055-97-8	Laureth-7
68937-75-7	Fatty acids, C8-10

4062-78-6	Octadecanoic acid, 2-sulfo-, 1-methyl ester, sodium salt (1:1)
5274-68-0	Laureth-4
91125-43-8	Nonanoic acid, sulfophenyl ester, sodium salt (1:1)
32954-43-1	1-Propanaminium, N-(carboxymethyl)-N,N-dimethyl-3-[(1-oxohexadecyl)amino]-, inner salt
67762-35-0	Coconut oil, ethoxylated

또한, 기존 등재된 1종의 고분자 물질인 Boron, trifluoro(tetrahydrofuran)-, (T-4)-, polymer with 3-methyl-3-[(2,2,2-trifluoroethoxy)methyl]oxetane, ether with 2,2-dimethyl-1,3-propanediol (2:1), bis(hydrogen sulfate), diammonium salt(CAS No. 452080-64-7)은 낮은 생태학적 영향과 인체 건강 문제를 입증하는 자료가 제출되지 않을 경우 1년 후 SCIL 목록에서 제외할 것이라고 고시하였습니다. 이는 해당 고분자 물질이 안전한 선택 프로그램 인증 제품에 사용되지 않음을 확인한 데에 따른 것입니다.

EPA는 SCIL에 등재된 화학 물질 및 기능적 사용 범주의 수를 확장하기 위해 제조/수입업체가 검토하여 안전한 화학 물질 후보물질을 제안할 수 있도록 허용합니다. 금번 개정으로 SCIL은 이제 1,055개의 목록을 포함합니다.

자세한 내용은 아래 웹사이트를 참조하시기 바랍니다.

<https://www.epa.gov/saferchoice/safer-ingredients>

© 국제환경규제 기업지원센터

<주의> 본 뉴스는 국제환경규제기업지원센터에서 제공하는 것으로 무단 배포를 금합니다.

출처([국제환경규제기업지원센터](#))

## 7. 캐나다, 페인트 첨가제에 대한 신고 요건 부과

캐나다 정부는 페인트 첨가제인 헥산산, 2-에틸, 칼슘염(Hexanoic acid, 2-ethyl-, calcium salt)이라고도 불리는 칼슘 2-에틸헥사노에이트(Calcium 2-ethylhexanoate)의 특정 신규 용도에 대해 신고 요건을 부과했습니다.

캐나다는 2018년에 이 물질이 현재 노출 수준에서는 유해하지 않지만 잠재적 발달 영향을 고려할 때, 사용량이 증가하는 경우 인체 건강에 우려가 될 수 있다고 결론지었습니다. 따라서 정부가 특정 새로운 사용을 허용하기 전에 위험을 평가할 수 있도록 중요한 새로운 활동(SNAC\*) 요구 사항을 부과할 것을 제안했습니다.

\* Significant New Activity

8월 17일 Canada Gazette에 발표된 SNAC에 따르면, 고체 필름으로 건조되고 농도가 0.5 중량% 미만인 착색제 및 코팅제를 제외하고 화장품 또는 소비재 제품 내 0.1 중량% 이상 사용되었으며 연간 10kg 이상을 수입하는 경우에 중요한 신규 활동 신고서(SNAN\*)를 제출해야 합니다.

\* Significant New Activity Notice

이 물질은 캐나다에서 내외부 페인트의 첨가제, 방오 페인트의 조제 및 상업용 식기세척기의 '씻어내지 않는' 보조제로 사용됩니다. 또한 수지 및 인쇄 잉크를 포함한 식품 포장재 제조에도 사용됩니다.

캐나다 정부는 환경보호법(CEPA\*)의 화학물질 관리계획(CMP\*\*)의 세 번째 단계에 따라 2-에틸헥실 2-에틸헥사노에이트(2-ethylhexyl 2-ethylhexanoate)와 함께 해당 물질을 평가했습니다.

\* Canadian Environmental Protection Act

\*\* Chemicals Management Plan

자세한 내용은 아래 웹사이트를 참조하시기 바랍니다.

<https://chemicalwatch.com/548371/canada-imposes-notification-requirements-for-paint-additive>

<https://www.gazette.gc.ca/rp-pr/p2/2022/2022-08-17/html/sor-dors183-eng.html>

© 국제환경규제 기업지원센터

<주의> 본 뉴스는 국제환경규제기업지원센터에서 제공하는 것으로 무단 배포를 금합니다.

출처([국제환경규제기업지원센터](#))

## KOTRA 해외시장뉴스(<http://news.kotra.or.kr/>)

### 8. 베트남 의류 부자재 및 액세서리 시장 동향

- 베트남 의류 부자재 및 액세서리 시장, 2022년부터 2026년까지 연평균 9.25% 성장하여 2026년에는 4,060만 달러 규모에 도달할 전망
- 베트남의 최대 수입국은 한국으로 2021년 대한 수입 비중은 81.3%
- 최근 10년간 국내외 의류 브랜드 대거 진출로 의류 브랜드 및 액세서리 시장 포화, 현지 유통사와 협력을 통한 진출이 현실적

#### 품목명 및 HS 코드

의류부자재 및 액세서리 관련 HS 코드는 6217.90호 또는 6217.10호로 구분된다. 그 외 세부 HS Code는 아래와 같다. HS 코드 6217.90품목은 모자, 야구모자, 스카프, 넥타이, 핀, 벨트, 솔, 브로치, 단추 등의 의류부자재 및 액세서리를 포함한다.

<의류부자재 및 액세서리 관련 HS 코드>

HS 코드	품목명	
	한글	영어
6217	그 밖의 제품으로 된 의류부속품, 의류·의류부속품의 부분품(제6212 해당 품목은 제외)	Other made up clothing accessories: parts of garments or of clothing accessories, other than those of heading 62.12.
6217	10 부속품	Accessories
6217	90 부분품	Parts

[자료: [관세법령정보포털](#)]

## 선정이유

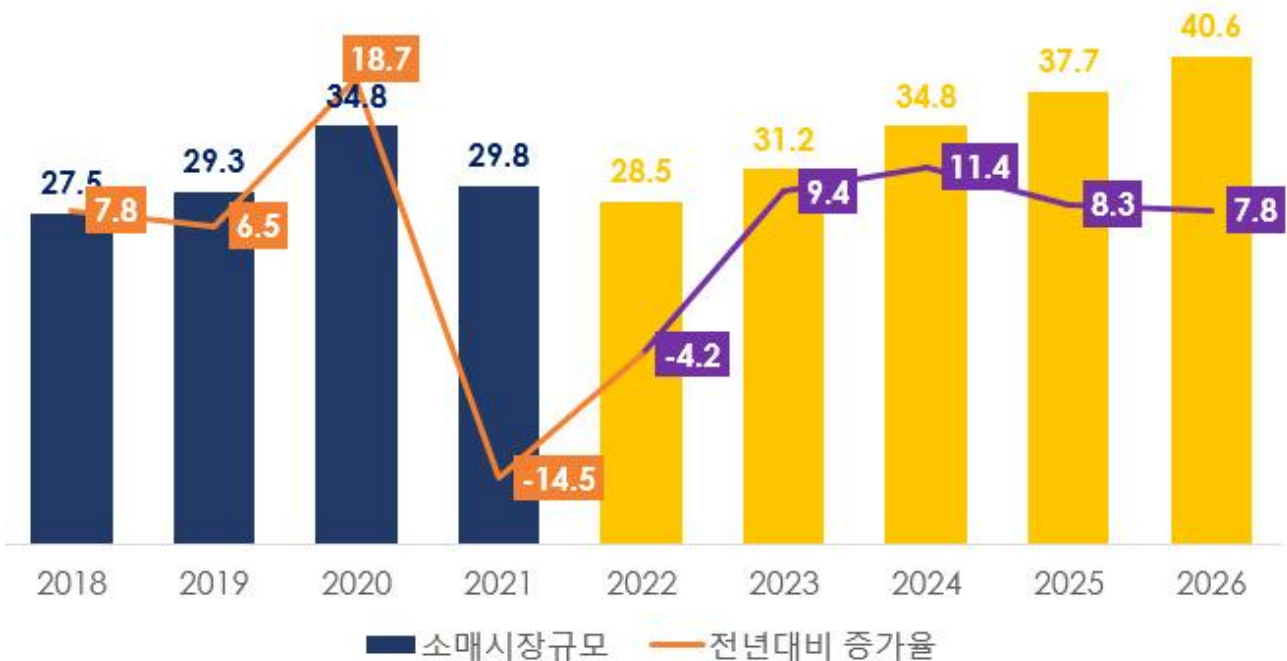
시장조사기업 유로모니터에 따르면 베트남의 의류 액세서리 소매시장은 2022년부터 2026년까지 향후 4년간 연평균 9.25% 성장 할 것으로 기대된다. 2026년에는 4,060만 달러 규모에 도달할 전망이다. 개성을 중시하는 2030 세대는 액세서리 착용 및 착용 방식의 변화를 통하여 독특함을 표현하고자 한다. 이에 따라 25~45세 인구가 70% 이상인 베트남에서, 의류부자재 및 액세서리의 성장가능성은 지속적으로 클 것이라 판단하여 선정했다.

## 시장규모 및 동향

### 시장규모

유로모니터에 따르면 2021년 베트남의 의류액세서리 소매시장은 전년 대비 14.8%감소한 2,980만 달러를 기록하였다. 2022년도 4.2%감소한 2,850만 달러를 기록하였다. 그러나 경기확대, 젊은 세대 구매력 증가 등의 이유로, 2022년부터 2026년까지는 연평균 9.25%의 성장률을 보이며 2026년 4,060만 달러 규모에 도달할 것으로 예측했다.

<베트남 의류액세서리 소매시장 규모 추이 및 전년대비 증가율(2018-2026)>  
(단위: US\$ 백만, %)



[자료: 유로모니터]

## 의류 액세서리 시장 동향

### 코로나19로 인한 의류 액세서리 시장의 명암

2020년 1분기, 코로나19 유행 시작에 따라 마스크에 대한 수요가 급증했다. 천으로 된 마스크는 의류 액세서리로 분류되어, 2020년 베트남의 의류 액세서리 시장 규모는 18.7% 상승한 3,480만 달러에 도달했다. 그러나 2021년, 의류 액세서리로 분류되지 않는 의료용 마스크에 대한 수요가 증가하면서 의류 액세서리 시장은 전년 대비 14.5% 감소한 2,980만 달러 규모로 나타났다. 또한 베트남 정부는 2021년 5월부터 9월까지

지 사회적 거리 두기를 시행하여 야외활동, 출퇴근 및 등교를 금지한 바 있다. 이에 따라 넥타이, 모자, 천 마스크 등의 의류 액세서리 수요도 감소하여 2021년에는 마스크를 포함한 의류 액세서리 시장이 전년보다 4.2% 감소하는 경향을 보였다.

### 생활수준 향상으로 인한 세련된 액세서리 수요의 증가

Fitch Solutions는 베트남의 가구당 연평균 소득은 2019년 4,621달러에서 2023년 6,566달러로 약 42% 이상 증가할 것이라 전망했으며, 베트남의 연평균 가계 지출 역시 2018년 미화 1,320억 달러에서 2022년 1,982억 달러로 약 50% 성장할 것이라고 예측했다. 유로모니터는 가구당 소득 및 지출이 증가함에 따라 의류 액세서리 시장은 2022년부터 2026년까지 연평균 9.25%의 성장세를 보일 전망이다. 시장조사기업 VIRAC에 따르면 2020년 기준 베트남 패션관련 지출의 53%는 여성, 47%는 남성이다. 또한 25-34세의 젊은 층은 기본 의류 이외에도 의류 관련 액세서리에 가장 많은 지출을 한다고 밝혔다. 이들은 새로운 트렌드를 가장 빠르게 파악하는 연령층으로, 의류 액세서리 소비 성장세를 주도하고 있다.

### 의류 액세서리 분야의 인플루언서 마케팅

최근 몇 년 동안 패션 액세서리 브랜드는 인플루언서 마케팅에 가장 많은 관심을 보였다. 2021년 베트남의 스마트 폰 보급률은 세계 10위이며 인터넷 보급률은 전체 인구의 70%(약 6,800만 명)에 달한다. 또한 베트남인의 일 평균 인터넷 사용시간은 6시간으로 전자상거래 몰, SNS 홍보가 효과적이다. 이에 국내외 의류 및 액세서리 브랜드들은 Facebook, YouTube, Instagram, TikTok 등의 소셜미디어에 홍보 계정을 운영하며, 타겟 소비계층에게 인기가 높은 인플루언서를 고용하여 협업 중이다.

<패션 블로거 Chau Bui와 싱가포르의 다국적 패션 잡화 브랜드 Charles & Keith 가 협업한 블로그 포스팅>

CHAUBUINET FASHION BEAUTY LIFESTYLE COMMUNITY ENGLISH

Home / Fashion / Style tips / An elegant winter with CHARLES & KEITH Gabine Collection

**CHARLES & KEITH GABINE COLLECTION**  
For a trendy winter.

Follow @chaubui on Instagram  
Join @chaubui on TikTok!

“FOLLOW @CHAUBUI ON TIKTOK”

STYLE TIPS

An elegant winter with CHARLES & KEITH Gabine Collection

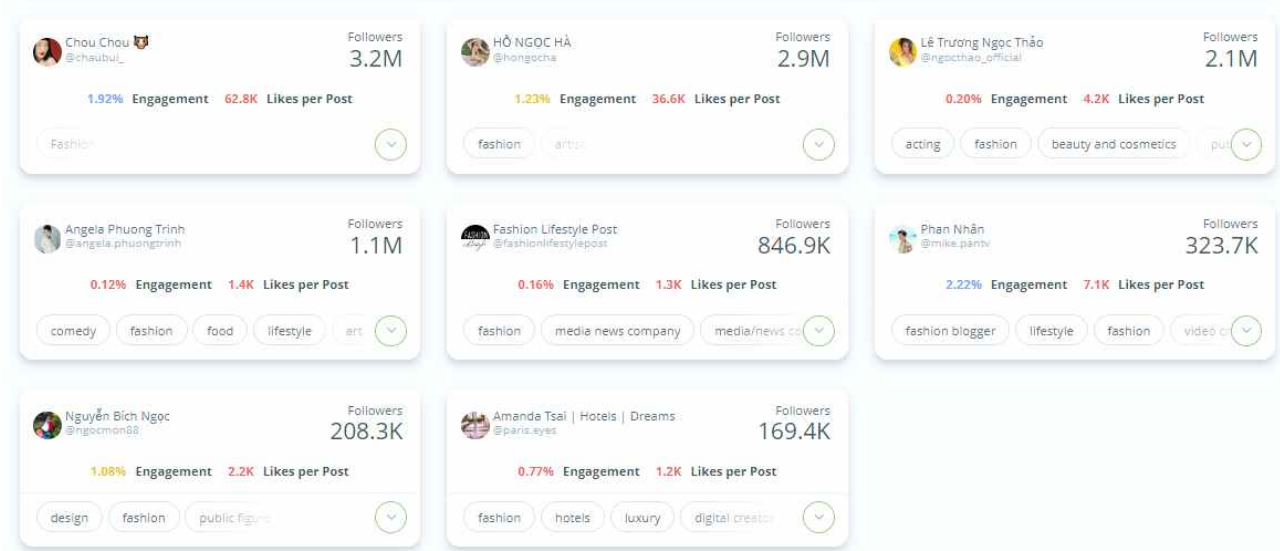
Must-have accessories for this fall/winter season.

[자료: Chaubui.net]

Ninjaoutreach에 따르면 2022년 8월 기준 베트남 패션 관련 인플루언서 중 가장 팔로워가 많은 인플루언

서는 Chau Bui(패션), Ho Ngoc Ha(가수), Le Troung Ngoc Thao(모델), Agela Phuong Trinh(영화배우) 등이다.

<베트남에서 가장 팔로워가 많은 패션 인플루언서 8명(2022.8)>



[자료: [Ninjaoutreach.com](http://Ninjaoutreach.com)]

글로벌 의류 기업의 베트남 진출 및 협력사 보유 현황

스페인, 이탈리아 등에 본사를 둔 글로벌 스파 브랜드들은 베트남 시장에 다수의 생산 협력사, 직영 및 프랜차이즈 의류매장을 보유하고 있다. 1) 스페인의 인디텍스(자라, 마시모두띠, 폴앤베어 등 브랜드 보유) 베트남 전역에 130여개 생산 협력사에서 의류 및 잡화를 생산하고 있다. 또한 2016년 7월에는 베트남 내에 첫 직영매장을 오픈했다. 2) 스웨덴의 H&M은 2022년 7월 기준 베트남 전역에 42개 제조 협력사, 16개 2차 가공사, 5개 직조 협력사를 보유하고 있다. 또한 2017년 3분기에 첫 직영점을 개점했다. 그 외에도 3) 유니클로, 4) 망고 등이 베트남에 생산 네트워크를 확대하고 있다. 5) 이탈리아의 OVS는 베트남 IPP그룹 산하 대표적인 해외 의류 브랜드 수입 유통사인 ACFC를 통해 2019년 베트남 시장에 진출했다. 6) 미국의 GAP(바나나리퍼블릭과 올드네이비 등 브랜드 보유) 베트남 전역에 205개의 협력사를 보유하고 있다. 겐은 2011년 8월, 바나나리퍼블릭은 2012년 12월 각각 베트남에 첫 직영점을 열었다.

<각국의 패션 제조업체가 소유한 하위 브랜드>



[자료: Fashion Retail]

## &lt;베트남에 진출한 주요 FDI 패션 기업 목록&gt;

기업명 /소재지	베트남 현지 공장 규모	하위 브랜드 명	분류	베트남 매장 설립 시기
 <b>INDITEX</b> INDITEX (인디텍스) 스페인	베트남 박장, 하이즈영, 타잉화, 다낭, 호찌민, 롱안, 빈즈영, 동나이 등지에 130개 의류 생산 공장 보유, 현지 생산 근로자 약 15만 명	자라(Zara)	중가 의류 및 잡화	2016년 7월
		풀앤베어(Pull&Bear)	저가 의류 및 잡화	
		마시모두띠 (Massimo Dutti)	중고가 의류 및 잡화	
		버쉬카(Bershka)	저가 의류 및 잡화	
		스트라디바리우스 (Stradivarius)	저가 의류 및 잡화	
		레프티스(Lefties)	중저가 여성 및 의류 및 잡화	
		오이쇼(Oysho)	속옷 및 파자마	
		자라홈(Zara Home)	인테리어 소품	
 <b>Gap Inc.</b> GAP Inc. 미국	베트남 전역에 205개의 협력사 보유	갭(Gap)	중가 의류 및 잡화	갭 2011년 8월, 바나나리퍼블릭 2012년 12월 진출
		올드네이버(Old Navy)	저가 의류 및 잡화	
		바나나리퍼블릭(Banana Republic)	중고가 의류 및 잡화	
 <b>H&amp;M</b> H&M 스웨덴	2022년 7월 기준 베트남 전역에 42개 제조 협력사, 16개 2차 가공사, 5개 직조 협력사 보유	코스(COS)	중고가 의류 및 잡화	2017년 7월
		H&M	중저가 의류 및 잡화	
 <b>UNIQLO</b> UNIQLO (유니클로) 일본	약 317개 협력사에서 연간 30억 달러 규모 의류 및 잡화 생산, 전세계 유니클로 제품의 약 80% 공급	유니클로(Uniqlo)	의류 및 잡화	2018년 10월
 <b>OVS</b> LOVE PEOPLE. NOT LABELS. OVS 이탈리아	IPPG(Imex Pan Pacific Group)의 패션브랜드 유통사인 ACFC를 통해 캄보디아 생산공장 및 협력사에서 수입	OVS	의류 및 잡화	2019년 4월

<b>MANGO</b> <b>망고(Mango)</b> <b>스페인</b>	2020년 기준 망고의 베트남 협력사는 72개사로 전세계 망고 협력사의 약 8.76% 차지 * 중국 (242개사, 29.4%), 터키(152개사), 인도(77개사, 9.37%), 모로코(68개사, 8.27%)	Mango(망고)	의류 및 잡화	2018년 8월
--	---	-----------	---------	----------

[자료: 각 사 홈페이지, 현지언론 및 KOTRA 하노이무역관 종합]

베트남 산업무역부는 2017년을 기점으로 다양한 스파 브랜드가 진출 한 가장 큰 사유로 '합리적인 가격의 수입품을 구입하고자 하는 내수 소비시장의 지속적 성장'을 꼽았다.

#### 베트남의 품목별 의류 액세서리 시장 동향

유로모니터에 따르면 코로나19로 인한 강력한 사회적 거리 두기 정책 때문에 외출 빈도가 감소했다. 이에 2021년 한 해 벨트, 장갑, 모자, 스카프, 넥타이 등 외출과 관련된 의류 액세서리의 품목별 시장 규모는 전년 동기 대비 최소16.7%에서 최대26.1% 감소했다. 그러나 그 외 단추, 브로치, 솔, 두건 등 섬유 및 의류 부자재를 활용한 '기타 의류 액세서리' 품목은 의류 관련 소매 분야에서 유일하게 12% 성장한 1,110만 달러를 기록했다. 그 외 2021년 품목 별 시장규모는 벨트(1,090만 달러), 넥타이(430만 달러), 장갑(130만 달러), 모자(110만 달러), 스카프(110만 달러)였다.

<베트남 품목별 의류 액세서리 시장 규모 및 증가율(2021)>

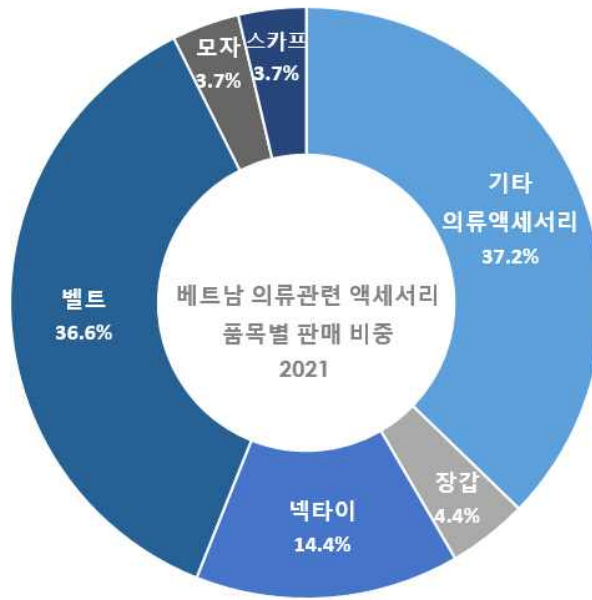
(단위: US\$ 백만, %)

분류	'21년 시장규모	'20년 대비 '21년 증가율	'16-'21년 5년간 연평균증가율	'21-'26년 5년간 연평균증가율 (전망치)
벨트	10.9	-26.1	-4.6	15.6
장갑	1.3	-16.7	-1.7	11.0
모자/야구모자	1.1	-26.1	-3.3	18.2
스카프	1.1	-20.5	-2.5	15.1
넥타이	4.3	-25.3	-3.4	15.6
기타 액세서리	11.1	12.0	68.1	-26.5

[자료: 유로모니터]

## &lt;베트남 의류 관련 액세서리 품목별 판매 비중(2021)&gt;

(단위: %)

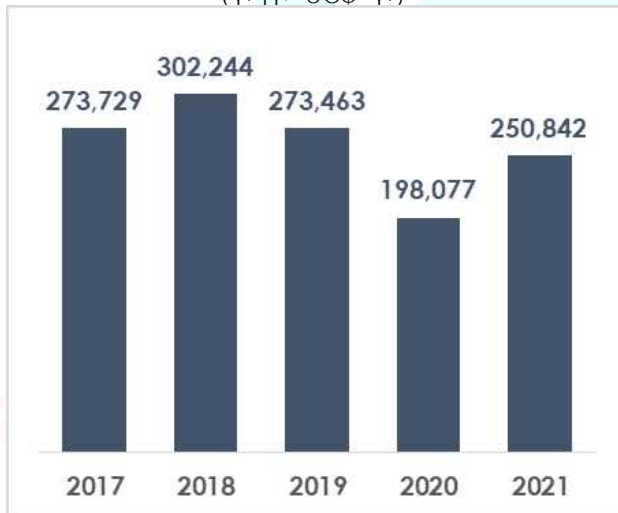


[자료: 유로모니터]

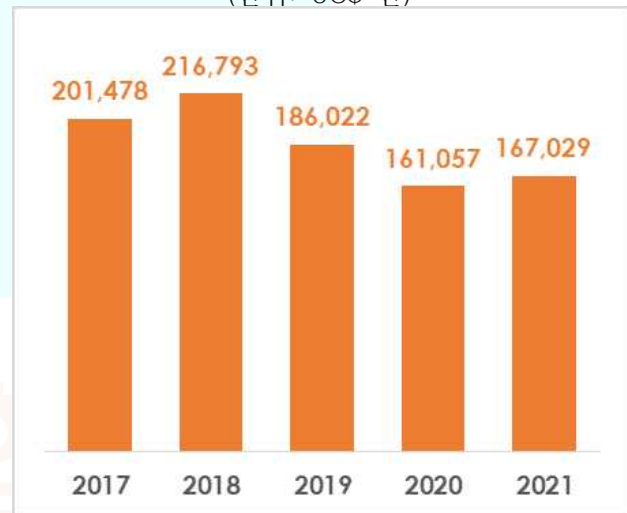
## 수입동향

베트남의 HS Code 621710품목, 621790품목의 수입규모는 2018년 5억1,903만 달러로 최대치를 기록했다. 그러나 2020년 코로나19 유행으로 전년 대비 16.35% 감소한 3억5,913만 달러로 최저치를 보였다. 이후 2021년부터 반등하여 4억1,781만 달러를 기록했다.

<HS 코드 621710 품목 수입규모 추이  
(2017-2021)>  
(단위: US\$ 천)



<HS 코드 621790 품목 수입규모 추이  
(2017-2021)>  
(단위: US\$ 천)



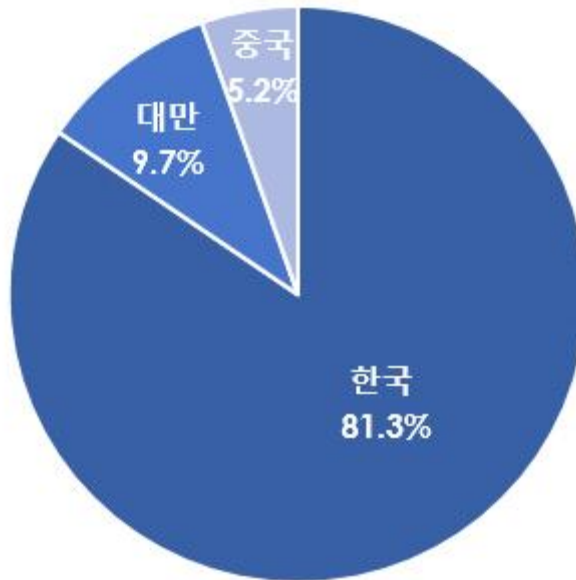
품목명	2017	2018	2019	2020	2021
HS 코드 6217.10	273,729	302,244	273,463	198,077	250,842
HS 코드 6217.90	201,478	216,793	186,022	161,057	167,029
총계	475,207	519,037	459,485	359,134	417,871

[자료: ITC Trademap]

## 상위 수입국

상위 3위 수입국은 한국, 대만, 중국 순으로 각각 81.3%, 9.7%, 5.2%의 비중을 차지하며 3개국을 합산하면 점유율이 96%가 넘는다.

<HS 코드 621710·621790 품목 상위 3위 수입국 비중(2021)>  
(단위: %)



[자료: ITC Trademap]

2021년HS코드 621710·621790의 대한 수입규모는 각각1억4,069만 달러, 1억9,920만 달러이며, 두 품목을 합산한 수입 비중은 81.3%에 달할 정도로 한국으로부터의 수입이 독보적이다.

<HS 코드 621710 품목 수입국 순위 (2017-2021)>  
(단위: US\$ 천, %)

순위	수입국	2019	2020	2021	'20년 대비 '21년 증가율
1	한국	164,945	134,379	140,692	4.70
2	중국	6,490	15,841	12,797	-19.22
3	대만	6,627	4,803	5,197	8.20
4	홍콩	3,347	2,627	4,451	69.43
5	캄보디아	2,677	1,124	992	-11.74
6	싱가포르	638	441	574	30.16
7	스리랑카	260	119	496	316.81
8	이탈리아	126	172	484	181.40
9	인도네시아	132	764	375	-50.92
10	슬로바키아	0	0	324	-
	총계	186,022	161,057	167,029	3.71

[자료: ITC Trademap]

&lt;HS 코드 621790 품목 수입국 순위 (2017-2021)&gt;

(단위: US\$ 천)

순위	수입국	2019	2020	2021	'20년 대비 '21년 증가율
1	한국	224,567	157,677	199,202	26.34%
2	대만	30,044	24,824	35,649	43.61%
3	중국	7,701	8,593	8,964	4.32%
4	미국	3,290	1,006	2,275	126.14%
5	독일	3,485	2,357	2,123	-9.93%
6	일본	2,199	1,690	1,576	-6.75%
7	이탈리아	787	919	526	-42.76%
8	홍콩	281	110	127	15.45%
9	영국	542	350	120	-65.71%
10	싱가포르	281	191	88	-53.93%
	총계	273,463	198,077	250,842	26.64%

[자료: ITC Trademap]

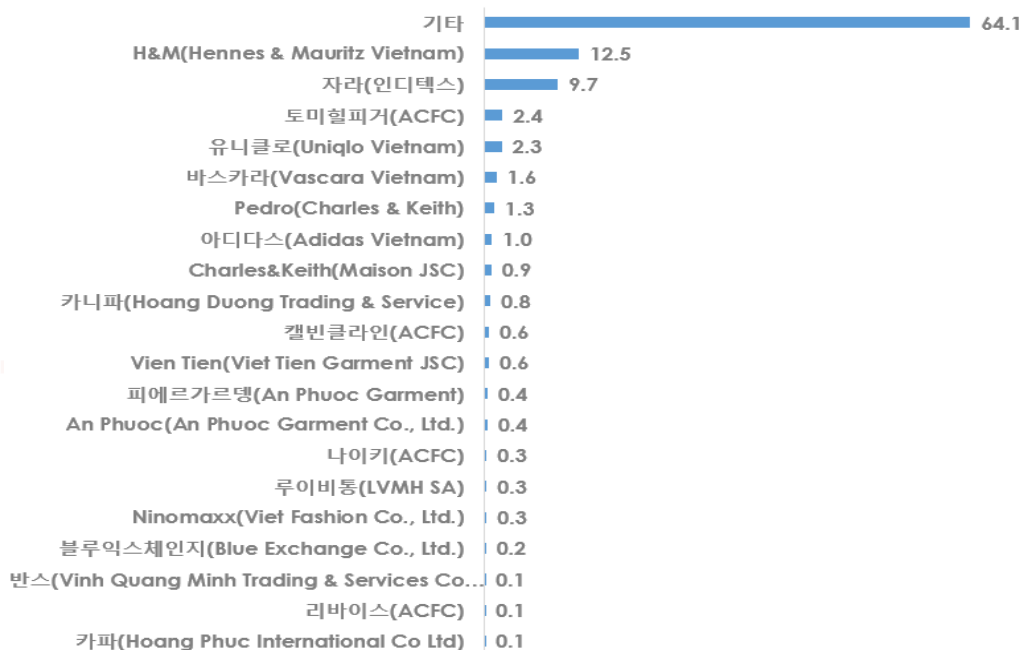
## 경쟁동향

의류 액세서리 시장은 매우 경쟁이 치열하다. 베트남 소비자들은 옷을 구매할 때 잡화 및 의류 액세서리를 동시에 구매하는 것이 편하다고 생각한다. 이에 의류 제조사의 의류와 의류액세서리 매출은 동반 성장하는 경향이 있다.

베트남 소비자들에게 인기가 많은 의류 액세서리 브랜드는 H&M, 자라(Zara), 토미힐피거(Tommy Hilfiger), 유니클로(Uniqlo), 바스카라(Vascara), 페드로(Pedro) 등이다.

&lt;베트남 의류 액세서리 브랜드(유통사) 별 시장 점유율 (2021)&gt;

(단위: %)



[자료: VIRAC]

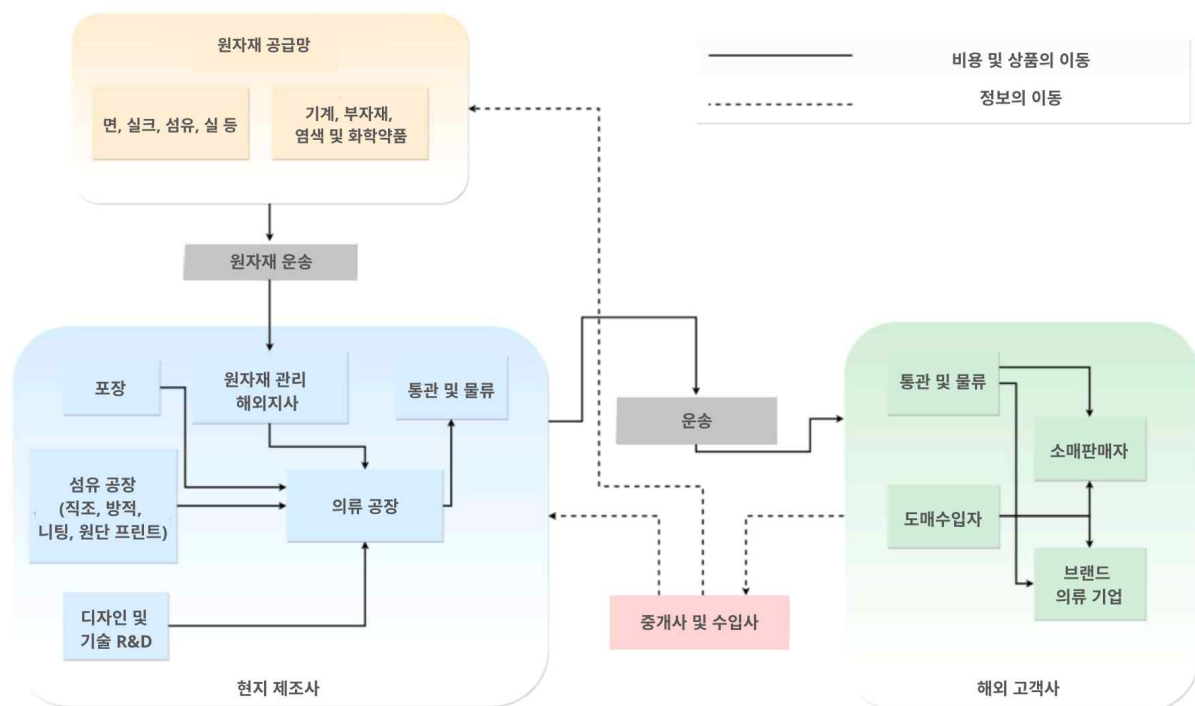
베트남 시장조사기업 VIRAC에 따르면 2021년 기준 시장 점유율 1위 기업은 스웨덴 기반의 H&M이다. H&M은 합리적인 가격, 모든 세대와 스타일을 아우르는 디자인으로 12.5%의 점유율을 차지했다. 또한 빈 컴몰에 H&M을 입점시키며 소비자의 접근성을 향상시켜 매출이 증가했다. 자라 브랜드를 보유한 스페인의 인디텍스는 모든 소비계층을 아우르는 다양한 브랜드를 선보이며 9.7%의 점유율을 보였다. 그 외에 ACFC가 유통하는 토미힐피거, 유니클로 등이 3위와 4위를 차지했으며, 현지 브랜드로는 베트남의 유니클로라고 불리는 카니파가 5위를 차지하며 이를 제외한 의류 액세서리 브랜드들은 2.4%에서 0.1%까지 매우 적은 비율의 시장점유율을 차지하고 있다.

베트남은 전세계 섬유 패션 협력사가 총 집결된 곳이다. 따라서 현지 업체가 제조한 의류 및 잡화의 품질은 해외 브랜드 제품과 큰 차이가 없다. 해외 브랜드는 전자상거래물 및 소셜미디어 웹사이트 등에 더 많은 광고비를 지출하고 공격적인 프로모션을 하며 대형 쇼핑몰 요지에 매장을 오픈하여 매출을 확대하려고 노력한다.

### 유통구조

베트남 의류 액세서리 시장은, 온라인 판매보다 오프라인 매장 판매 비율이 압도적으로 높다. 베트남은 의류 및 액세서리 산업의 글로벌가치사슬(GVC)가 집결된 국가 중 하나로 베트남 현지 및 해외의 의류산업 공급망은 다음과 같다.

<의류 및 액세서리 산업 글로벌 가치 사슬 모식도>



[자료: [The Integrated Approach for Sustainable Performance Evaluation in Value Chain of Vietnam Textile and Apparel Industry](#), MDPI 및 KOTRA 하노이 종합]

### 오프라인 유통

오프라인 소매점은 의류 액세서리 소비자들 가장 많이 찾는 곳이다. 2021년 베트남의 의류 및 의류 액세서리 시장 수익의 대부분은 매장 소매 판매에서 발생했다.

최근 몇 년간 베트남에 진출한 세계적인 중저가 패션 브랜드로는 자라, H&M, 유니클로, 풀앤베어, 스트라

디바리우스 등이 있으며, 명품 브랜드는 구찌, 루이비통, 샤넬, 에르메스 등이 있다. 2019년 호치민 팍슨 백화점에 유니클로 1호점 개점일에 약 2,000명의 소비자가 줄지어 매장 오픈을 기다렸다.

<유니클로1호점 오픈 대기 소비자(2019년)>



[자료: 유니클로 베트남]

동쑤언(Dong Xuan) 닌히엵(Ninh Hiep)시장은 하노이의 양대 의류 및 의류 부자재 도매 시장이며, 호찌민 시에는 탄빈(Tan Binh)과 안동(An Dong) 시장이 있다. 베트남 시장에서 판매되는 의류 액세서리는 대부분 중국 광저우에서 수입하거나 베트남 현지에서 제조한다.

재래시장 및 가품 액세서리를 전문 취급하는 소매상들은 브랜드 액세서리의 점유율을 낮추는 요인이 되기도 한다. 베트남의 소비자들은 품질 보다는 가격을 중요시 하기 때문에 저렴한 만큼 품질이 좋지 않더라도 타협하여 가품 또는 비브랜드 제품을 구매하는 것에 익숙하다. 따라서 베트남의 브랜드 매장은 비브랜드 제품 및 가품 판매자와 지속적으로 경쟁한다.

### 온라인 유통

베트남에는 전자상거래 몰 판매자들이 위조품이나 사진과 다른 제품을 배송했을 경우 소비자를 보호할 수 있는 법적 보호 체계가 없다. 따라서 판매자들이 실제 상품 사진과 다른 제품을 배송하거나, 품질시에도 임의로 다른 색깔 제품 또는 다른 디자인의 제품을 보내는 경우가 종종 있다. 이와 같은 위험 요소 때문에 베트남 소비자들은 매장 방문 구매를 선호한다. 그러나 젊은 세대의 경우 편의성과 저렴한 가격 덕분에 전자상거래 몰에서 의류 및 의류 액세서리를 구매하는 비율이 점차 높아지고 있다. 또한 코로나19로 인한 온라인 의류 액세서리 쇼핑몰의 반사이익도 일부 존재했다. MZ세대는 인스타그램, 페이스북 등의 SNS 내 라이브스트림을 통한 구매와 쇼피, 라자다, 토키 등의 전자상거래 몰을 통한 구매에 익숙하다.

### 규제 동향

#### 수입세 및 수입규제

VKFTA에 의거, 한국산 원산지 인증을 받은 621710·621790 품목은 수입세가 면제되며, 부가가치세(VAT) 10%가 붙는다.

## &lt;HS Code 6217 품목의 수입세(2022)&gt;

HS Code	품목명	수입세						
		MFN	VKFTA	ATIGA	EVFTA	VJEPA	AANZFTA	ACFTA
6217	그 밖의 제품으로 된 의류부속품, 의류·의류부속품의 부분품(제 6212 호에 해당하는 것은 제외한다)							
6217.10	- 부자재(액세서리)							
6217.10.10	-- 유도 벨트	20	0	0	0	0	0	5
6217.10.90	-- 기타	20	0	0	0	0	0	5
6217.90.00	- 부품	20	0	0	0	0	0	0

[자료: Export - Import Tax Book, published by Lao Dong Publisher, 베트남 관세총국(2022)]

또한 2018년 5월 15일자 '해외 무역관리법 세부조항' ([Decree No. 69/2018/ND-CP](#)) 시행령에 따라 의류 부자재 및 액세서리는 수입 금지 품목이 아니며 이에 대한 수입업 역시 조건부 사업이 아니므로, 일반 수입신고가 가능하다.

### 인증 규제

의류 및 섬유 제품의 경우 적합성 인증을 필수로 받아야 한다. 베트남 산업무역부는 섬유제품의 착색제에서 유래한 포름알데히드 및 특정 방향족 함량 기준을 설정했다. \* '17.10.23 '섬유제품 포름알데히드 및 아조 염료에서 변환된 아민 함유량에 대한 국가 기술 규정'(Circular [No. 21/2017/TT-BCT](#)) ' 17.7.23 시행 규정(No. 21/2017/TT-BCT) 및 개정 규정(Circular No. [07/2018/TT-BCT](#)) '18. 8.15 '국가 기술규정'(Circular [No. 20/2018/TT-BCT](#)) 참고

### 시사점

베트남의 의류 액세서리 시장은 포화상태이며 현지 도소매업자 뿐만 아니라 지난 10년간 국내외 기업들이 대거 가세했다. 그러나 베트남 소비자들의 패션 관련 소비 패턴을 이해한다면 외국 기업의 진입 및 성장이 가능하다. 또한 오프라인 매장을 아우를 수 있는 현지 파트너사와 유통 체인망을 확보하는 것이 중요하다. 추가적으로 다음 섬유·의류 관련 협회에 베트남의 패션 관련 동향을 문의하거나 유관 전시회에 참가하여 현지 시장 트렌드 및 소비자 동향을 파악하는 것을 추천한다.

#### <베트남섬유의류협회 및 의류관련 전시회 안내>

##### 베트남 섬유·의류협회(VITAS, VIETNAM TEXTILE AND APPAREL ASSOCIATION)

웹사이트: <http://www.vietnamtextile.org.vn/>

회사위치: 15<sup>th</sup> floor, Office area of C1 Thanh Cong building, Thanh Cong ward, Ba Dinh district, Hanoi, Vietnam

베트남 섬유 및 의류 협회(VITAS)는 베트남의 섬유 및 의류 산업 분야에서 일하는 비정부 산하기관이다. VITAS는 국내외 회원의 정보교환 및 교류뿐 아니라 비즈니스 및 투자 협력을 촉진한다. 또한, VITAS는 베트남을 대표하여 베트남의 섬유 및 의류 산업 발전과 관련된 정책을 제안하고 관련 국가 및 정부 기관과 협의하고 있다.

**2022베트남 섬유 의류 산업 전시회(HanoiTex 2022, Vietnam Textile & Garment Industry Expo)**

일시: 2022년 11월 23일~25일(3일간)

장소: 하노이 국제전시센터(I.C.E.), 94 Tran Quoc Toan, Ng.91 P. Ly Thuong Kiet, Tran Hung Dao, Hoan Kiem, Ha Noi

홈페이지: <http://vhanoitex.com/en/>

행사개요: 섬유 의류 산업 기계, 예비 부품, 기술, 염료 및 화학 제품을 전시하는 행사로 코로나19 유행 이전 마지막으로 열렸던 행사는 2019년 Hanoitex로 중국, 독일, 홍콩, 이탈리아, 한국, 싱가포르, 대만, 태국, 터키, 영국, 미국, 베트남 등 14개 국가 144개 기업이 참여한 바 있다.

[자료: 각 사 홈페이지]

공동작성: La Hong Phuong

자료: Statista, Euromonitor, VIRAC, 각 사 홈페이지 및 KOTRA 하노이무역관 종합

&lt;저작권자 : © KOTRA &amp; KOTRA 해외시장뉴스&gt;

출처 ([KOTRA해외시장뉴스](#))**9. 미국 페인트 및 광택제 시장동향**

- 2021년 한국산 기타 페인트 및 광택제 대미 수출, 전년 대비 27.3% 증가
- 美 페인트 및 광택제 시장, 휘발성 유기화합물(VOC) 등 환경 유해 물질의 감축이 향후 관건 될 듯

**상품명 및 HS Code**

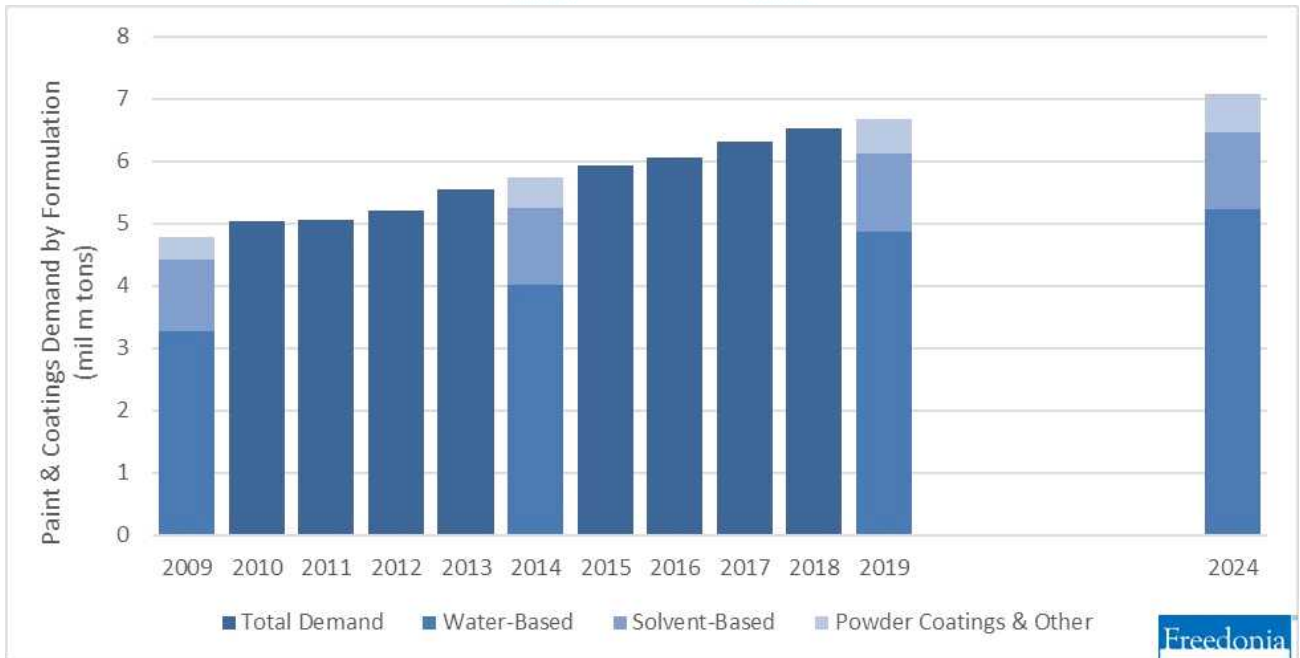
페인트 및 광택제는 크게 '비수성 매체에 분산시키거나 용해한 합성 중합체 혹은 화학적 변성 천연 중합체 기반의 페인트와 광택제(Paints and varnishes based on synthetic polymers or chemically modified natural polymers, dispersed or dissolved in a nonaqueous medium)'로 정의되는 HS Code 제3208호에 속하며, 본문에서는 제3208호의 하위 품목 '기타 페인트와 광택제'가 해당하는 3208.90을 기준으로 분석한다.

**시장동향**

글로벌 산업시장 조사 전문기관 Freedonia의 미국 페인트 및 코팅 시장 보고서(Paint & Coatings: United States, 2021년 3월 발간)에 따르면, 2019년 미국 전체 페인트 및 코팅제 시장 수요는 2009년부터 연평균 3.4% 성장한 약 669만 톤(Tons) 규모로 집계됐다. 해당 시장 수요는 향후 5년간 연평균 1.2% 성장하며 2024년까지 약 709만 톤 규모에 이를 것으로 전망된다.

&lt;2009~2024년 미국 페인트 및 코팅제 시장 품목별 수요 변화 추이&gt;

(단위: 백만 톤)



주: 2024년 수치는 예상치

[자료: Freedonia(Paint &amp; Coatings: United States, 2021년 3월 발간)]

Freedonia에서는 미국 페인트 및 코팅제 시장을 크게 수성(Water-based), 용제형(Solvent-based), 파우더 코팅 및 기타(Powder coatings & Other) 품목으로 분류하며, 이 중에서는 수성 품목 분야가 2019년 기준 약 487만 톤 규모로 전체 시장 내 73%의 가장 큰 비중을 차지한다. 그 외 용제형 품목 분야는 약 126만 톤, 파우더 코팅 및 기타 품목 분야는 약 56만 톤 규모를 차지한다. 시장의 대부분을 차지하는 수성 품목 분야는 향후 2024년까지 연평균 1.5% 성장하며 약 524만 톤 규모에 이를 전망이며, 파우더 코팅 및 기타 분야 또한 연평균 2.1%의 성장과 함께 2024년에는 약 62만 톤 규모로의 증가가 예상된다.

### 수입동향 및 대한 수입규모

2021년 미국의 기타 페인트 및 광택제 수입액은 전년 대비 18.7% 증가한 약 3억2683만 달러로 기록됐다. 최대 수입국은 캐나다로, 작년 캐나다로부터의 기타 페인트 및 광택제 수입액은 전년 대비 25.2% 증가한 약 7507만 달러 규모다. 캐나다 다음으로는 일본과 독일이 2, 3위 수입국으로 기록되며 2021년 수입액은 각각 약 5535만 달러 및 4374만 달러다. 1~3위 3개 국가로부터의 수입액은 전체 수입시장의 절반 이상인 53%를 차지하며, 작년에는 특히 영국(65.2%), 네덜란드(48.3%), 이탈리아(43.8%), 아일랜드(28%) 등 유럽 국가들로부터의 기타 페인트 및 광택제 수입액 증가가 눈에 띈다.

&lt;최근 3년간 미국의 기타 페인트 및 광택제 수입동향(HS Code 3208.90 기준)&gt;

(단위: US\$ 백만, %)

순위	국가	연도별 수입액			비중			증감률 '21/'20
		2019년	2020년	2021년	2019년	2020년	2021년	
-	전체	280.54	275.37	326.83	100.0	100.0	100.0	18.7
1	캐나다	61.44	59.96	75.07	21.9	21.8	23.0	25.2
2	일본	60.64	55.16	55.35	21.6	20.0	16.9	0.3
3	독일	42.77	44.34	43.74	15.2	16.1	13.4	-1.4

4	영국	16.13	15.07	24.90	5.8	5.5	7.6	65.2
5	이탈리아	12.50	13.32	19.15	4.5	4.8	5.9	43.8
6	<b>한국</b>	<b>15.64</b>	<b>14.48</b>	<b>18.43</b>	<b>5.6</b>	<b>5.3</b>	<b>5.6</b>	<b>27.3</b>
7	네덜란드	9.14	9.00	13.35	3.3	3.3	4.1	48.3
8	아일랜드	10.47	9.07	11.60	3.7	3.3	3.6	28.0
9	벨기에	8.07	9.14	9.87	2.9	3.3	3.0	7.9
10	멕시코	8.20	6.72	8.33	2.9	2.4	2.5	24.0

[자료: IHS Markit Connect Global Trade Atlas(2022.08.18.)]

작년 한국의 대미 기타 페인트 및 광택제 수출 규모는 전년 대비 27.3% 증가한 약 1843만 달러로, 수입국 순위 6위를 기록했다. 한국은 미국 전체 기타 페인트 및 광택제 수입 시장에서 약 6% 정도의 크지 않은 비중을 차지하지만, 최근 몇 년간 꾸준히 수입국 순위에서 상위권을 유지 중이다.

### 경쟁동향

Freedonia에 의하면 미국의 페인트 및 코팅제 시장은 집중도가 상대적으로 높은 시장으로, 상위 8개의 주요 기업들이 전체 시장 매출의 거의 대부분을 차지하며 경쟁 구도에서 선두를 달리는 2개의 기업이 전체 시장의 절반 가까이를 점유하고 있다. 고품질의 산업용 및 특수 용도 페인트나 코팅제를 생산하기 위해서는 선진 기술, 전문적인 노하우, 연구개발과 투자 등이 필요하기 때문에, 위와 같이 페인트 및 코팅 분야에 전문성과 자본을 갖춘 대규모 기업들이 시장을 주도하는 것으로 분석된다.

페인트 및 코팅제 시장을 구성하는 주요 기업으로는 AkzoNobel, Benjamin Moore, Dunn-Edwards, Lanco, PPG Industries, RPM International, Sherwin-Williams, Tnemec 등이 꼽히며, 그중에서 특히 Sherwin-Williams와 PPG Industries의 두 기업이 선두를 차지하고 있다. Sherwin-Williams는 미국 오하이오주 클리블랜드 기반의 페인트 및 코팅 제조사로 북미, 중미, 남미 지역을 선도하는 1위 기업이다. 제조 및 특수 분야보다는 건축 분야에 더 초점을 맞추며, 자사 소유의 페인트 판매점을 통해 주로 페인트 및 코팅제 제품을 유통하고 있다. 펜실베이니아주 피츠버그에 본사를 둔 PPG Industries 역시 Sherwin-Williams 다음으로 미국 내에서 가장 큰 페인트 및 코팅제 기업으로, Fortune 500대 기업에 포함되며 전 세계 70개 이상의 국가에서 사업을 운영 중이다. 건축 분야뿐만 아니라 자동차, 항공우주, 해양, 보호 분야와 특수 분야에도 전문성을 갖추고 있으며, 아메리카 대륙 이외에도 서유럽 및 아시아 지역에서도 좋은 성과를 거두고 있다.

<미국 페인트 및 코팅제 분야의 두 선두 주자 기업 Sherwin-Williams와 PPG Industries>

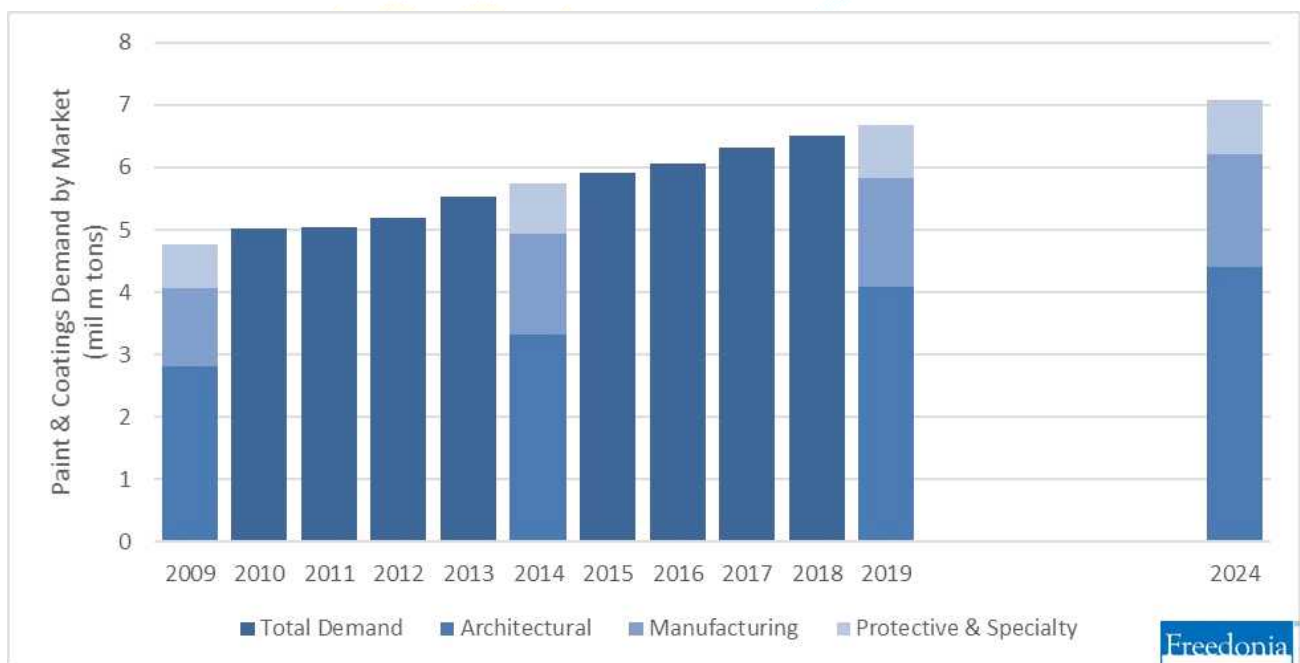


[자료: 각 사 웹사이트(<https://www.sherwin-williams.com/>, <https://www.ppg.com/>)]

## 유통구조

페인트 및 코팅제 품목의 유통 구조는, 소매 판매보다는 산업 단위의 수요처로 바로 판매된다는 특징이 있다. Freedonia에 따르면, 미국에서 페인트 및 코팅제는 크게 건축 분야(Architectural), 제조업 분야(Manufacturing), 보호 및 특수 분야(Protective & Specialty)로 유통되고 있다. 건축 분야에서는 거주 및 비거주용 건물 내·외부 도색 등을 위해, 제조업 분야에서는 가전 및 가구, 자동차, 패키징, 산업 장비 등의 다양한 분야에서 페인트와 광택제를 필요로 한다. 보호 및 특수 분야는 부식 방지(Corrosion protection), 산업적 보수(Industrial maintenance), 도로나 교량 등 인프라, 차량 마감 등의 다양한 특수 분야를 포괄한다. Freedonia에 따르면, 이 분야들 중에서도 페인트 및 코팅제 품목의 가장 큰 수요처는 전체 시장 수요 중 약 61%를 차지하는 건축 분야이다. 제조업 분야는 전체의 약 26%, 보호 및 특수 분야는 약 13%를 차지하는 가운데, 이러한 수요처별 유통 비중은 2024년까지 비슷한 양상을 이어갈 것으로 예측된다.

<2009~2024년 미국 페인트 및 코팅제 시장의 수요처별 유통 비중>



[자료: Freedonia(Paint & Coatings: United States, 2021년 3월 발간)]

## 관세율 및 인증·수입규제

U.S. International Trade Commission에 따르면 HS Code 3208.90은 3.2%의 일반 세율이 적용되지만, 한국산 제품의 경우 한미 FTA로 인한 관세 혜택에 따라 무관세가 적용된다. 한미 FTA 상의 원산지 결정 기준에 따라 한국산으로 인정받는 제품은 미국 세관 통관 시 원산지 증명서 등의 필요 서류를 갖춰야 함에 유의할 필요가 있으며, 원산지 증명서 및 납품업체로부터 받은 원자재 확인서 등의 관련 서류는 통관 후에도 통관일로부터 5년간 보관해야 한다. 미국 세관에서는 한미 FTA를 포함한 무역 협정에 따른 원산지의 사후 검증을 지속적으로 강화하는 추세이기에 각별한 주의가 요구된다.

미국으로 페인트 및 광택제, 코팅제를 수출 및 판매 시, 미국 환경보호청(EPA; Environmental Protection Agency)이 관할하는 연방 독성물질관리법(TSCA; Toxic Substance Control Act)의 규제가 적용된다. 이 법은 미국으로 수입되는 혼합 화학물질에 함유된 납(Lead) 등의 독성물질을 규제하는 제도로, 해당 제품의 수입자(Importers) 혹은 수입자의 공식 에이전트는 반드시 해당 물질이 TSCA를 준수하는지를 증명하거나(Positive certification) 해당 물질이 TSCA 규제 물질에 해당하지 않음을 증명(Negative

certification)해야 한다. TSCA 준수에 관한 상세한 내용은 다음의 EPA 웹사이트 링크에서 확인할 수 있다 (<https://www.epa.gov/tsca-import-export-requirements/tsca-requirements-importing-chemicals>).

아울러 수요처 분야가 매우 다양하다는 특징이 있는 페인트 및 광택제 제품은 수요 분야별로 상이한 각종 규제의 적용을 받을 수 있어 수출하는 상세 분야별로 추가적인 규제의 존재 여부를 사전에 파악하여 대비해야 하겠다. 한편, 캘리포니아주로 수출하는 폴리우레탄 제품의 경우 해당 제품에 'Proposition 65'에서 지정하는 유해 독성물질이 기준치 이상 함유돼 있거나 발생하는지 사전에 검토해 독성물질이 검출될 경우 OEHHA의 규정에 따라 경고문을 부착해야 한다.

## 시사점

앞서도 살펴보았듯이 페인트 및 광택제 품목은 수요처 시장이 매우 다양한 만큼, 해당 수요 분야의 상황으로부터 영향을 많이 받는 편이다. 가장 큰 수요처인 건축시장이 당분간 안정세를 유지할 것으로 보이는 가운데, 건축시장에서 가장 큰 수요를 창출하는 수성 제품 분야 역시 안정적인 성장을 이어갈 것으로 예상된다.

수성 페인트는 솔벤트를 기반으로 한 용제형 제품과 비교해 휘발성 유기화합물(VOC; Volatile Organic Compound) 방출이 상대적으로 적다는 특징 덕분에 건축 시장에서 가장 많이 이용되지만, 특정한 성능을 요하는 산업 및 제조업계에서는 마감성이나 지속성이 훨씬 뛰어난 솔벤트 용제형 페인트와 코팅제가 더 선호된다. 그러나 최근에는 다양한 기술적 발전을 통해 수성 제품의 성능이 많이 향상되며 용제형 제품과의 차이를 상당 부분 좁혀가고 있어 수성 페인트 분야의 전망은 매우 밝은 것으로 분석된다.

페인트와 광택제 시장에서 최근 휘발성 유기화합물(VOC)을 줄이려는 움직임에 박차를 가하고 있는 만큼, 관련 업계에서는 이와 관련된 트렌드와 각종 규제를 항상 염두에 두어야 할 것으로 보인다. 미국 환경청(EPA)뿐만 아니라 캘리포니아 대기환경청(CARB), 미국 직업안전 위생관리국(OSHA), 오존 수송 위원회(Ozone Transport Commission) 등 다수의 관계 부처 및 기관들이 VOC에 관한 기준과 규제를 관할하고 있기에, 우리 기업을 포함한 미국 페인트 및 광택제 시장 관련 기업들은 수요처 및 수요 지역에 따른 관련 규제를 정확히 파악할 필요가 있겠다.

자료: Freedonia, IHS Markit Connect Global Trade Atlas, U.S. International Trade Commission, 관세법령정보포털(CLIP), Sherwin-Williams, PPG Industries, EPA, OEHHA, 그 외 KOTRA 로스앤젤레스 무역관 자료 종합

<저작권자 : © KOTRA & KOTRA 해외시장뉴스>

출처 ([KOTRA해외시장뉴스](#))

한국화학융합시험연구원

## 10. 태국 의료기기 시장동향

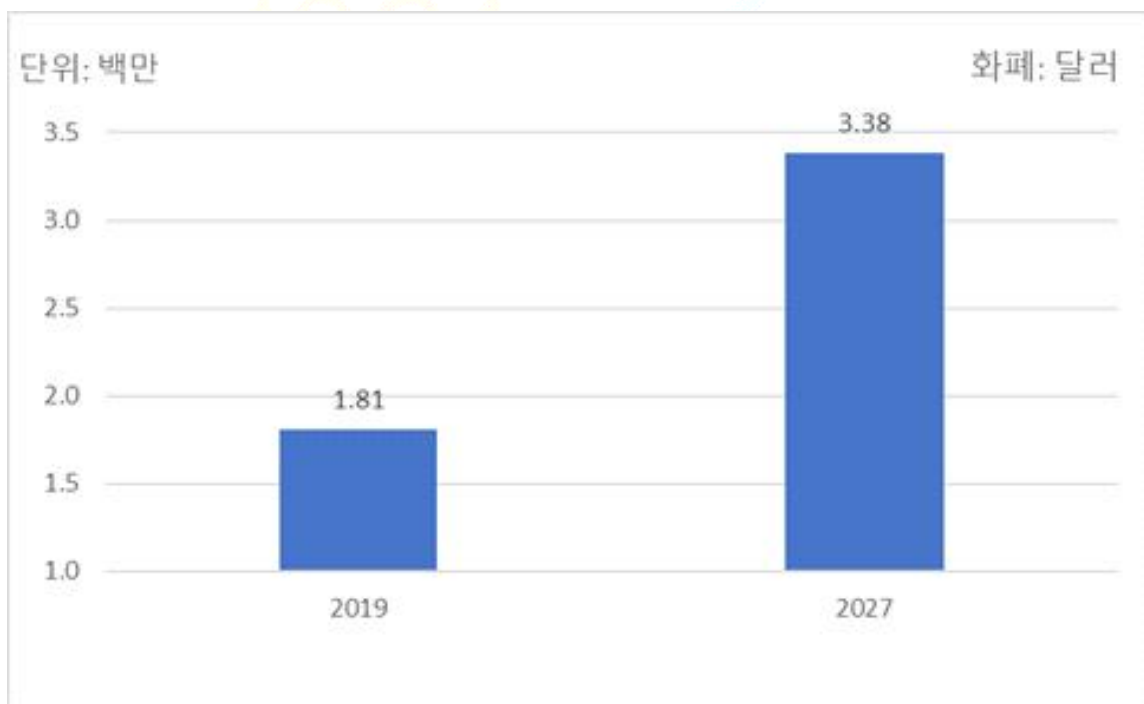
- 태국 코로나19 이후 의료기기 시장 수요 증가
- 고령화와 의료관광 활성화로 지속적 시장성장 기대

### 태국 의료기기 시장규모 및 동향

#### ○ 시장규모

시장조사기관 Statista가 발표한 'Market value of medical devices Thailand 2019-2027'에 따르면 태국 의료기기 시장규모는 2019년 기준 181만 달러로 집계되며, 고령화 및 의료관광 활성화에 힘입어 2027년까지 향후 5년 동안 업계 매출은 338만 달러에 이를 것으로 예측된다.

<태국 의료기기 시장규모>



[자료: 스타티스타(Statista)]

#### ○ 시장동향

##### - 인구 고령화

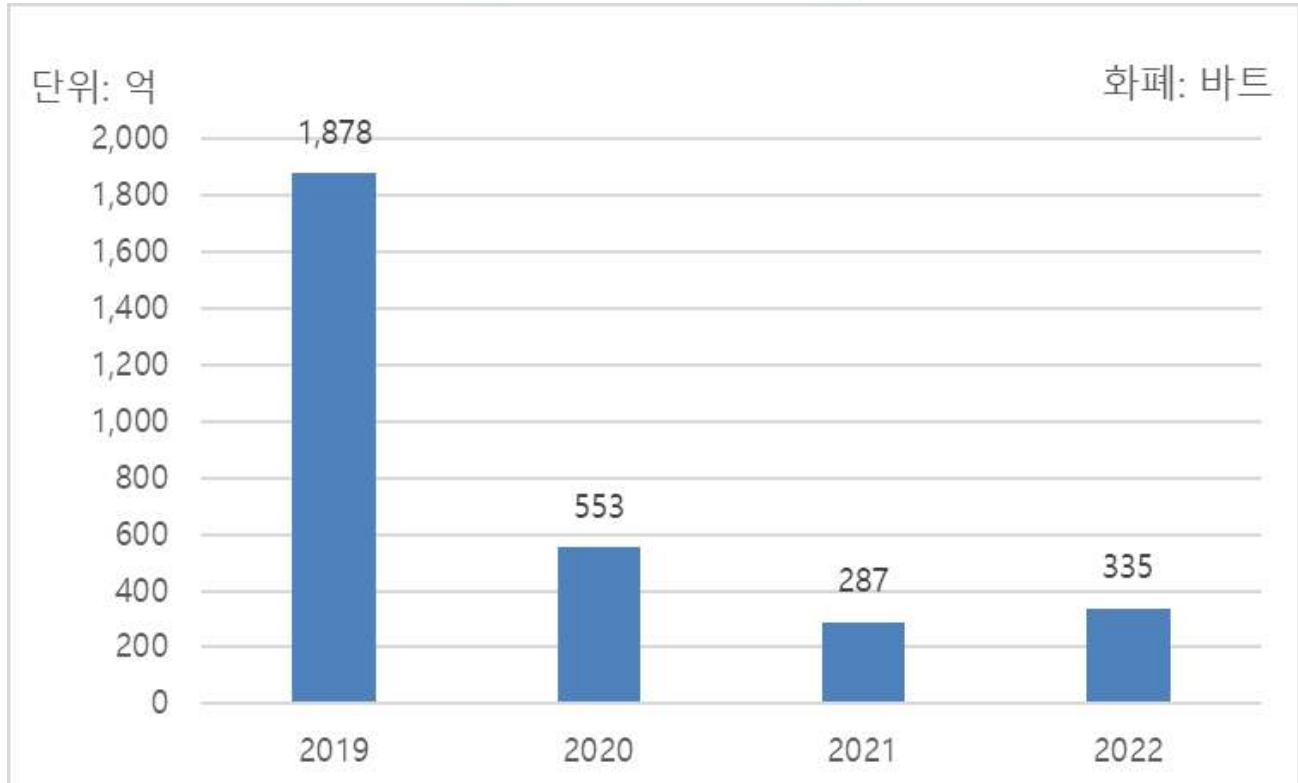
The World Bank에 따르면 태국은 2021년 기준 65세 이상의 인구가 13.5%를 차지하는 고령화 사회이며, 태국의 인구 고령화는 급속도로 진행되어 2040년에는 인구의 25%가 65세 이상이 될 것으로 전망하고 있다. 이에 따라 의료기기에 대한 수요는 점점 더 높아질 것으로 전망된다.

##### - 의료관광 활성화

태국 정부는 2022년 7월 1일부로 지난 2년간 여행객들의 발목을 붙잡았던 Thai Pass 제도를 폐지했다. 이는 코로나19로 억눌려있던 여행 수요의 폭발을 일으켜 의료관광 수요도 증가할 것으로 예측된다. 지난 2년간 코로나19의 영향으로 2020년에는 전년 대비 70.6%, 2021년은 전년 대비 48.1%로 크게 감소했으나,

2022년 점차 회복되는 추세를 보이고 있다. 시장조사기관 Future Market Insights(FMI)에 따르면 태국의 의료관광시장 규모는 2032년에 1조1,000억 바트에 육박할 것으로 전망하고 있다.

<태국 의료관광 규모>



[자료:유로모니터(Euromonitor)]

## 태국 의료기기 수입동향

### ○ 최근 3개년 수입동향

2021년 태국의 의료기기 수입은 전년대비 10.24% 증가한 6억 달러를 기록했다. 수입 상위 5개국은 미국, 중국, 일본, 독일, 베트남이다. 그 중 미국, 중국, 일본 상위 3개국의 수입액이 전체 수입액의 48.5%를 차지하고 있다. 한국은 2021년 수입액 2,271만 달러를 기록하였으며 전년 대비 44.83% 크게 증가하였다. 한국으로부터의 수입 비중은 2021년 기준 3.1%로 많지 않은 편이나 최근 3년간 점진적인 성장세를 보여주고 있다.

<내과, 외과, 치과, 수의용 기기(HS 9018 기준) 수입 통계>  
(단위: US\$ 천, %)

순위	국가	2019년(점유율)	2020년(점유율)	2021년(점유율)	2022년(점유율) (1월 ~ 6월)
1위	미국	163,429(23.3)	148,496(21.9)	142,858(19.4)	71,057(20.4)
2위	중국	86,326(12.3)	85,946(12.7)	146,119(19.8)	59,965(17.2)
3위	일본	84,777(12.1)	71,812(10.6)	74,139(10.1)	37,904(10.9)
4위	독일	87,044(12.4)	93,287(13.8)	87,639(11.9)	32,108(9.2)
5위	베트남	33,956(4.8)	28,277(4.2)	29,646(4.0)	19,202(5.5)
6위	멕시코	35,740(5.1)	41,147(6.1)	34,661(4.7)	17,029(4.9)
7위	아일랜드	23,303(3.3)	27,000(4.0)	27,607(3.7)	15,784(4.5)
8위	코스타리카	15,997(2.3)	17,115(2.5)	18,579(2.5)	11,115(3.2)

9위	대한민국	14,501(2.1)	15,683(2.3)	22,716(3.1)	10,111(2.9)
10위	이스라엘	5,439(0.77)	7,136(1.05)	5,698(0.77)	7,730(2.2)
전체		553,829(100)	544,558(100)	600,308(100)	348,908(100)

\*순위는 2022년 1월~6월 수입 누계 기준

[자료: Global Trade Atlas (GTA), 태국 상무부(Ministry of Commerce Thailand)]

### 한국 제품 수입동향

특히 한국 기타 의료용 기기(HS Code 9018.90)의 태국 수입규모는 2021년 698만 달러를 기록하였으며 전년 대비 50.31% 크게 성장하였다. 그 중 수의과용 기기 (HS Code 9018.90.70) 의 2022년 1월~7월 누계 수출 실적은 전년 동기 대비 120% 큰 폭으로 증가했으며, 한국의 레이저 작동식 기기 (HS Code 9018.90.2010)는 전년 동기 대비 35%가 증가했다.

&lt;기타 의료용 기기 (HS Code 9018.90)&gt;

(단위: US\$ 천, %)

순위	HS Code 및 품목명	2019년(점유율)	2020년(점유율)	2021년(점유율)
9위	그 밖의 기기 (HS 901890)	3,190(1.28)	3,473(1.47)	6,989(2.74)

[자료: Global Trade Atlas (GTA), 순위는 2021년도 기준]

&lt;한국의 대태국 기타 의료용 기기 수출현황 (HS Code 9018.90)&gt;

(단위: US\$, %)

품목코드		품목명	수출액			
HS Code	세부		2020년	2021년	2022년 (1~7월)	합계
901890	20	레이저 작동식 기기	463,001	823,244	385,103	1,671,348
	30	산부인과용 기기	708	-	-	708
	40	내시경	89,900	3,400	18,351	111,651
	50	인공신장기	6,571	-	-	6,571
	60	경피전기신경자극기	61,322	-	3,869	65,191
	70	수의과용 기기	195,028	49,715	109,568	354,311
	80	기타	2,831,520	3,620,190	-	6,451,710
	90	부분품과 부속품	7,134,212	7,304,051	2,080,193	16,518,456

[자료: 한국무역협회(K-stat)]

### 경쟁동향 및 주요 제조업체

현재 태국 내 선진 기술이 필요한 의료기기의 생산은 대체로 일본, 호주와 같은 의료 선진국기업에서 생산하고 있다. 2020년 기준 태국에서 가장 많이 생산한 의료기기는 의료용 장갑, 약물 투입 펌프 튜브, 주사기 세트 등이다. 이는 고무나 플라스틱 등 태국에서 원자재 조달이 가능한 품목들로, 코로나19의 영향 및 전체적인 의료 서비스 수요 증가에 따라 그 수요가 점점 더 커지고 있다.

&lt;주요 의료기기 제조업체&gt;

순위	기업명	주요 생산품목	2021년 매출액 (단위: 억 바트)	대주주	소재지
1	Nipro(Thailand) Co., Ltd	의료용 바늘,	73.8	일본	아유타야

		심장/심혈관 제품			
2	Asahi intec (Thailand) Co.,LTD 	심혈관/혈관 제품, 관상동맥 유도관	51.7	일본	빠툼타니
3	Reckitt Benckiser Healthcare Manufacturing (Thailand) Co.Ltd 	소독제, 소화제, 진통제, 분유	50.7	영국	싸뭇쁘라간
4	Hoya optics (Thailand) Co.,LTD 	안경알, 유리렌즈, 안과용 광학	45.1	일본	빠툼타니, 람푼
5	Kawasumi Laboratories (Thailand) Co.,LTD 	혈액투석, 수혈, 정맥주입요법에 사용 되는 일회용 의료용품	26.1	일본	빠툼타니
6	Emerald Nonwovens International Co.,LTD 	의료용 일회용 천덮 개, 수술용 방진복, 의료용 신발 커버	18.4	중국	페차부리
7	M.E.Nikkiso Co.,LTD	혈액투석기	13.7	일본	차츄사오

					
8	Greiner Bio-One (Thailand) Co.,LTD 	혈액채취용 용품	11.8	호주	춘부리
9	Infus Medical (Thailand) Co.,LTD 	투석 라인 키트, 염수	6.0	태국	짜뭇쁘라간

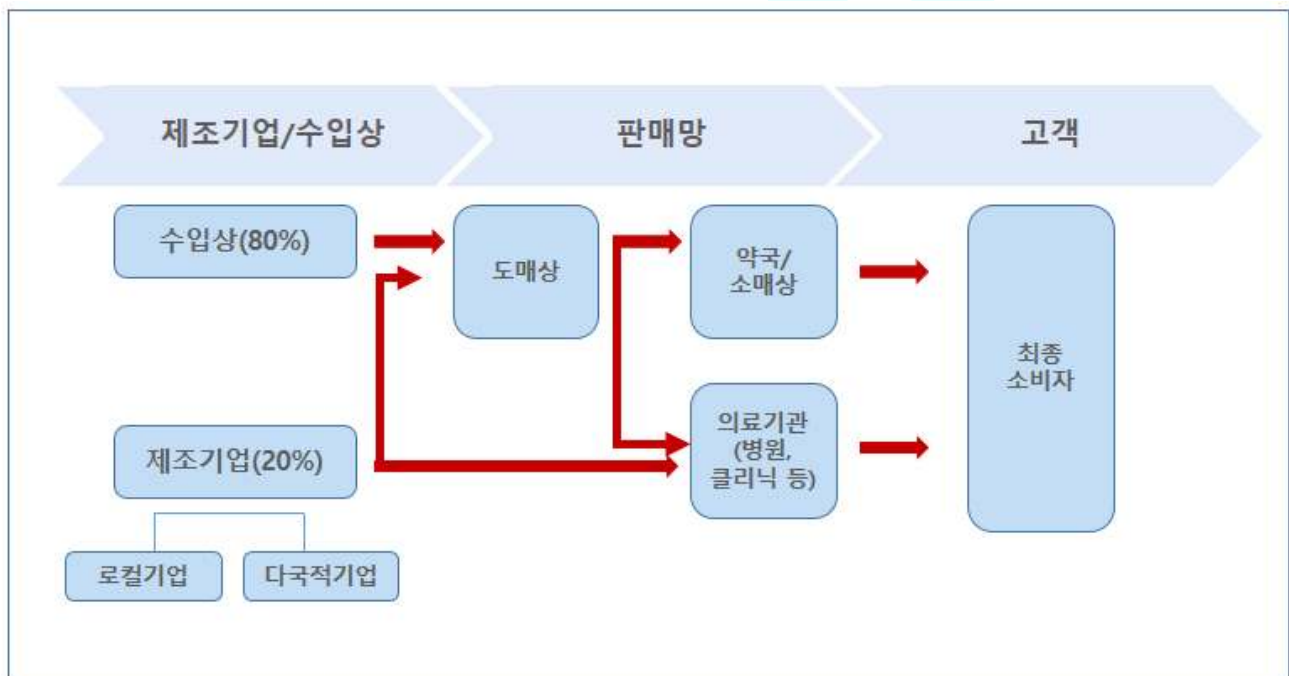
[자료: 태국투자청(BOI), Krungsri Research, Business On-Line Company Limited(BOL)]

#### 유통구조 및 관세율

##### ○유통구조

수입 또는 국내 제조기업에서 생산된 의료기기는 도매상을 거쳐 약국, 소매상, 또는 의료기관으로 유통되는 것이 일반적이지만 경우에 따라 도매상을 거치지 않고 직접 유통되는 경우도 있다.

##### <태국 의료기기 유통 구조>



[자료: Krungsri Research를 바탕으로 KOTRA 방콕무역관 작성]

## ○ 관세율

태국에서 의료기기(HS 9018.90) 수입 시 일반 관세율은 면제(0%) 품목으로, 부가가치세로 CIF 금액의 7%만 납부하면 된다.

## &lt;태국 의료기기(HS 9018.90) 수입 관세&gt;

HS코드	9018.90
품목명(한글)	기타 내과용·외과용·치과용·수의과용 기기
품목명(영문)	Other instruments and appliances
수입관세	- 일반세율: 면제(0%) - 한-아세안 협정세율: 면제(0%) - RCEP 협정세율: 면제(0%)
부가가치세	CIF의 7%

[자료: 태국 관세청 통합관세조회 시스템]

## 수입 인증 절차

태국에 의료기기를 수출하기 위해서는 태국 식약청(Thai FDA)으로부터 의료기기 수입업체 허가를 받은 뒤 의료기기 인증 절차를 진행해야 된다. 태국은 아세안 의료기기 지침(ASEAN Medical Device Directive)에 따라 의료기기를 아래와 같이 4단계로 분류하고 있으며, 의료기기 수출업자는 태국 시장에 수출 전 해당 기기가 어느 분류에 속하는지 파악하여 필요서류를 준비해야 된다.

## &lt;의료기기 분류기준&gt;

Class	구분	IVD군 (체외진단용 의료기기)	그 외 의료기기	비고
		예시품목		
1	저위험군	진찰용 장갑 관장용 기기	접착 붕대 거즈 치과용 의자 외과수술용 덮개	사전 통지 필요
2	중저위험군	요도관 스텐트 치과용 흡인기	히드로겔 붕대	세부사항에 대한 신고 필요 의료기기 인증 카드 필요
3	중상위험군	골시멘트 폐 스텐트 및 밸브 안구 렌즈	혈액투석기 중상용 드레싱	
4	고위험군	심장 카테터		태국 당국의 허가 필요 의료기기 라이선스 카드 필요

[자료: 태국투자청(BOI)]

## &lt;승인카드 발급을 위한 필요서류&gt;

고위험군 (Class 4)	중저, 중상위험군 (Class 2,3)	저위험군 (Class1)
1. 수출사의 등록 증명서		1. 수출사의 자유판매증명서 (CFS) 인증요청서

2. 개요서 3. 제품 안전운용 필수수칙 과 올바른 사용방법 기술서 4. 제품 설명서 5. 디자인 개요 및 유효성 증명서류 6. 기기 라벨 7. 위험관리 분석 8. 제조사 정보 9. 자유판매 증명서 (CFS) 10. GMP 또는 품질관리 시스템 증명서 11. 적합성 선언서 12. 대리인 위임증서 13. 폐기방법 (제공 가능 시)	2. CFS 원본, 제조사의 품질관리시스템 증명서 (사본 2부) 3. 6개월 내 태국 상무부에서 등록한 기업목표를 기술한 회사 등록서 사본 4. 위임증서 5. CFS에 명시된 제품 세부사항 또는 제품 카탈로그 6. 수입 라이선스 등록서 사본 7. 의료기기 코드를 담은 CFS의 제품 세부사항
---	---

[자료: 태국투자청(BOI)]

## &lt;의료기기 수입절차&gt;

	절차	비고
1	판매하고자 하는 의료기기가 속하는 분류 확인 및 각 분류별 필요서류 준비	태국 식약청 산하 의료기기 관리부 홈페이지 ( <a href="https://www.fda.moph.go.th">https://www.fda.moph.go.th</a> )에서 다운로드 가능
2	FDA에 수입허가 신청서 제출	FDA 원 스탭 서비스 센터 (OSSC)를 통해 접수
3	FDA 서류심사	FDA에서 추가서류 요청 시 10일 내로 제출 - 서류통과 시 위원회로 회부
4	위원회 승인카드 발급심사	일반적으로 80일 소요 * 저위험군 (Class 1)은 발급 불필요 - 자유판매 증명서 (Certificate of Free Sale)로 대체
5	승인카드 발급	중저, 중상위험군 (Class 2 ~ 3) : 의료기기 인증카드 발급 고위험군 (Class 4) : 의료기기 라이선스카드 발급

[자료: 태국투자청 BOI]

## 시사점

태국 의료기기 시장은 고령화 현상, 태국 정부의 의료산업 육성책, 사립병원의 신규 병원 확장에 힘입어 지속적으로 성장할 것으로 예측된다.

태국 의료기기 시장에서 한국 제품의 점유율이 높아지고 있는 만큼, 우리기업은 혁신제품을 통해 태국 시장 진출을 적극 고려해볼 수 있다. 또한 2022년 10월 19일부터 21일까지 진행되는 방콕 아시아헬스, 의료기기 전시회(ASIA HEALTH 2022)에 참가하여 기업 동향, 소비자 반응을 파악하는 것도 좋은 방안이다.

작성자: KOTRA방콕무역관 구슬, 박지환

자료: Statista, Euromonitor, Global Trade Atlas (GTA), 태국 상무부, 한국무역협회(K-stat), 태국투자청(BOI), Krungsri Research, Corpus BOL, 태국 관세청 및 KOTRA 방콕무역관 자료종합

<저작권자 : © KOTRA & KOTRA 해외시장뉴스>

출처 ([KOTRA해외시장뉴스](#))

## 11. 싱가포르 가정용 정수기 시장 동향

### - 정수기 對 한국 수입 2021년 전년 대비 102.8% 상승

싱가포르는 물을 처리, 재활용, 공급함으로써 국가의 물 수요를 충족시키는 통합적인 수중관리시스템을 갖춘 수질관리의 모범국가로 인정받고 있다. 그럼에도 싱가포르 국민들은 깨끗하고 안전한 물에 대한 요구가 높아 최근 싱가포르 시장에 가정용 정수기 브랜드에 대한 수요가 계속 되고 있다.

### 상품명 및 HS Code

싱가포르 관세표 상 가정용 정수기는 HS Code 제842121호 ‘가정용 여과기 및 장치’에 포함된다.

### 시장 규모 및 동향

싱가포르 수도청(PUB)에 따르면 싱가포르의 수도물 수질은 2019년 싱가포르 환경 공중 보건 규정 (Singapore Environmental Public Health Regulations 2019)과 세계보건기구(WHO, World Health Organisation)의 식수 수질 가이드라인을 준수하고 있다. 즉 싱가포르의 모든 수도물이 별도의 여과 없이 직접 마시기에 적합한 것으로 발표되었다. 싱가포르의 수도물은 음용할 수 있지만, 가정용 정수기는 수도물에 남아있는 불순물, 염소, 먼지 등을 더 제거하여 깨끗한 식수를 생산하는 데 도움을 줄 수 있는 점에서 소비자들의 수요가 계속되고 있다. 연구기관 경영컨설팅업체 TechSci Research에 따르면 생활수준 향상, 건강과 웰니스에 대한 인식 제고, 휴대용 정수기 수요 급증 등이 아세안 지역 가정용 정수기 시장을 이끌 것으로 전망된다.

싱가포르에서는 가정용과 사무용으로 정수기가 보편화되어 있다. 싱가포르 현지 뉴스 전문 방송사인 CNA (채널 뉴스 아시아)에서 2021년 발표한 바에 따르면 싱가포르는 깨끗한 수도물이 공급되고 있음에도 불구하고 싱가포르 내 정수기와 필터 판매량은 수년 간 증가했다. 예를 들어 정수기 업체인 하이드로플럭스 (Hydroflux)는 2012년 이후 매년 정수기 매출이 약 20~30% 증가하였다고 덧붙였다.

참고로 시중에 판매되는 정수기 필터는 크게 “이온 교환 필터”와 “알칼리 필터” 두 종류가 있다. 이 중 알칼리 필터는 전류를 통과시킴으로써 활성탄으로 오염물질을 제거하는 역할을 하는데, 이 경우 시간이 지남에 따라 필터가 세균이 필터 안에서 자랄 수 있다는 단점이 있다. Talking Point(언론사인 CAN의 프로그램)는 세계 조사 기관중 하나인 SGS Singapore(Société Générale de Surveillance)가 실시한 테스트에서 여과수에서 나오는 세균 수(9,000~25,400)가 수도물(500 미만)보다 훨씬 높아 음용에 안전하지 않다는 것이 밝혀졌다고 보고하였다. 이에 싱가포르인들 사이에서는 가정용 정수기 사용에 대한 의견이 여전히 엇갈리고 있어 안정성을 확보하고 이에 초점을 둔 홍보가 필요할 것으로 보인다.

### 수입 규모 및 동향

GTA 통계에 따르면, 2021년 기준으로 싱가포르의 정수기 수입규모는 약 1억741만 달러로 전년 대비 21.1% 증가하였다. 2021년에 싱가포르가 정수기를 가장 많이 수입한 국가는 중국으로, 수입 규모는 2,305

만 달러를 기록하였다. 독일, 한국과 미국이 그 뒤를 이었다. 정수기의 對 한국 수입은 2019~2021년 최근 3년간 꾸준히 상위 3위 유지해 왔으며 수입액이 2021년 기준 전년대비 102.8%로 크게 증가하였다.

<싱가포르 가정용 여과기 및 장치(HS code 842121) 수입 동향>  
(단위: 백만 US\$, %)

순위	수입국	수입규모			비중 2021	증감률 2021/2020
		2019	2020	2021		
1	중국	15.2	16.0	23.0	21.5	44.0
2	독일	8.1	10.2	13.5	12.6	32.3
3	한국	8.0	6.2	12.5	11.7	102.8
4	미국	8.9	8.8	12.5	11.6	41.3
5	말레이시아	12.1	8.1	6.4	5.9	-21.2
6	일본	1.8	3.0	6.1	5.7	105.3
7	이탈리아	0.7	1.6	5.3	4.9	232.7
8	네덜란드	3.0	0.5	4.7	4.4	924.9
9	덴마크	0.2	0.9	4.1	3.8	351.0
10	프랑스	1.1	4.0	2.8	2.6	-29.2
	전체	77.0	88.7	107.4	100	21.1

주: HS Code 842121 (Water filtering machinery and apparatus for domestic use)기준  
[자료: Global Trade Atlas]

### 경쟁동향

현지 유통망을 통해 쉽게 접할 수 있는 가정용 정수기 대표적인 브랜드로는 Wells Singapore, Filtech, AquaKent, Novita, Hydroflux, Sterra, Livingcare 등이 있다. Wells Singapore, AquaKent, Hydroflux 등 한국에서 제조되는 정수기를 소매하는 브랜드도 볼 수 있다. 싱가포르 시장에서 볼 수 있는 대표적인 정수기 브랜드들은 다음과 같다.

<싱가포르 주요 정수기 브랜드 정보>

브랜드명	기업 국적	기타
Wells Singapore  (Wells The One Water Purifier)	한국 제조국가: 한국	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 종합 9단계 여과 시스템</li> <li>- 온수와 냉수를 여섯 개의 다른 온도로 제공 가능</li> <li>- 자체 교체 가능한 필터(연 1회), 무료 설치 서비스 제공</li> <li>- 탱크리스(tankless) 디자인으로 공간 절약이 가능</li> <li>- 모던한 주방에 어울리는 스타일리쉬한 디자인</li> </ul>
Filtech	일본	- 7단 여과 시스템

 <p>(Countertop Twin Water Filter)</p>	<p>제조국가: 일본</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 박테리아, 불순물 및 염소 최대 99.99% 제거</li> <li>- 제품 수명 약 6-8개월</li> </ul>
<p>AquaKent</p>  <p>(Aqua Kent Pearl Slim+UV Tankless Series)</p>	<p>싱가포르</p> <p>제조국가: 한국</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 식수에서 불순물과 99.9%의 박테리아, 바이러스를 제거하는 나노 막 여과 시스템</li> <li>- 자외선 살균 기능</li> <li>- 다양한 온도 옵션 선택 가능</li> <li>- 아동 잠금 장치가 있어 아이가 있는 가족에게 안전함</li> </ul>
<p>Novita</p>  <p>Novita Faucet Water Purifier NP200</p>	<p>싱가포르</p> <p>제조국가: 싱가포르</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 분사구가 작기 때문에 물 낭비를 최소화하기 가능</li> <li>- 2단계 정화 시스템</li> <li>- 디지털 필터 수명 표시기 장착</li> <li>- 사용 상황 추적 및 시기적절한 필터 교체 안내</li> </ul>
<p>Hydroflux</p>	<p>싱가포르</p> <p>제조국가: 한국</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 6단계 여과 시스템</li> <li>- 스마트 살균 기능</li> <li>- 5가지 다른 수온 옵션</li> </ul>

 <p>Wish Water Purifier</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>- 자체 교체 가능한 필터(연 1회)</li> <li>- 음악을 재생할 수 있는 내장 블루투스 스피커 있음</li> </ul>
<p>Sterra</p>  <p>Sterra S Tankless Water Purifier</p>	<p>싱가포르</p> <p>제조국가: 명기 되지 않음</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 4개의 온도 옵션 있음</li> <li>- UV 자동 멸균 기능</li> <li>- 4단계 여과 시스템</li> <li>- 필터를 변경해야 할 때 사용자에게 알리는 필터 변경 표시기 있음</li> <li>- 자체 교체 가능한 필터(매 4개월)</li> <li>- 전기분해 멸균에 의한 내부 유로의 자가 세척 기능</li> </ul>
<p>Livingcare</p>  <p>Livingcare Jewel series</p>	<p>싱가포르</p> <p>제조국가: 명기 되지 않음</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 열전 냉각으로 물을 냉각함</li> <li>-모터리스(Motorless)</li> <li>- 대부분의 컵/병 크기에 해당하는 110ml, 250ml, 500ml 및 1000ml의 물 분사 용량을 제공</li> <li>- 7개의 고온/냉온 옵션</li> <li>- 클래식한 블랙과 화이트 외에도 매력적인 디자인과 파스텔 색상 옵션 제공</li> <li>- 활발한 SNS 마케팅 활동으로 젊은 소비자층 공략</li> </ul>

[자료: 각 업체 공식 홈페이지]

구세대 가정용 정수기와 달리 기존에 물을 저장하던 탱크가 없어지면서 시장에 출시된 신형 정수기는 탱크리스 디자인으로 출시되어 점점 작아지고 있는 추세다. 예를 들어 Wells TT는 탱크 없는 정수기로 스테인리스강 이중 냉각수 배관 시스템을 사용하여 수도꼭지에서 직접 공급되는 냉각수를 제공한다. 수도꼭지(수점)에서 직접 물을 공급하므로 물을 저장하기 위한 탱크가 필요 없어졌다. 또한 건강과 위생에 대한 인식이 높아짐에 따라 안전한 식수를 위해 유해 세균을 최대한 제거할 수 있도록 자동 UV 살균 기능과 분사구 교체 서비스를 갖춘 모델도 점차 보급되고 있다.

올해 초 정수기 회사인 웰스 싱가포르는 현지 가정용 정수기 시장의 강력한 성장과 수요 증가함에 따라 확장 계획을 발표하였다. 또한 사용자 경험을 높이고 홈 인테리어 디자인을 높일 수 있는 신제품 출시를 준비하고 있다는 점도 언급하였다.

### 유통구조

정수기(백화점, 쇼룸, 일반 생활용품 매장 등)의 간편한 공급과 제품 사양 지원, 우수한 고객 서비스로 인하여 소매 채널을 통한 가정용 정수기 판매는 싱가포르의 주요 유통 채널로 유지되어 있다.

하지만 Grand View Research의 세계 가정용 정수기 시장 분석 보고서에 따르면 온라인에서의 다양한 제품 제공, 저렴한 가격대, 배송의 용이성 등으로 인하여 구매 선호도가 싱가포르를 포함한 전 세계 오프라인 채널에서 온라인 채널로 전환되고 있다. 이러한 추세는 당분간 지속될 것으로 예상된다.

### 관세율 및 수입규제

싱가포르는 4개 품목(차량, 담배, 석유 관련 제품, 주류) 군을 제외한 모든 물품을 무관세로 수입하고 있다. 단 GST라 불리는 상품 및 서비스(Goods & Service) 부가세를 추가적으로 부과한다. 싱가포르는 현재 7%의 상품 및 서비스세(GST)를 부과하고 있으며, 이는 2023년 1월 1일부터 8%로 인상된 후 2024년 1월 1일부터 9%로 인상될 예정이다.

소비자 보호 안전 규정(CPSR, Consumer Protection Safety Requirements Regulations)에 따르면 33개 범주의 가정용 전기, 전자 및 가스 가전 및 부속품(또한 통제품)이 싱가포르에서 판매되기 전에 국제 전기 기술 위원회(IEC, International Electrotechnical Commission) 안전 표준에 따라 테스트되고 소비자 제품 안전 사무소(CPSO, Consumer Product Safety Office)에 등록되고 안전 마크가 부착되어 있어야 한다. 가정용 정수기는 '액체 가열 기구'의 '통제품(Controlled Goods)'에 분류된다.

통제품(Controlled Goods)은 제품 또는 제품포장에 안전 마크를 부착해야 하며 해당 안전 마크는 소비자와 공급업체에게 등록된 통제품을 식별하는 데 도움을 준다. 또한 공급업체는 통제품을 공급하기 전에 등록된 공급업체여야 한다.

### 시사점

Global Trade Atlas에 따르면 싱가포르 가정용 정수기 시장은 지난 3년간 수입 물량 기준으로 매년 성장하였다. 2021년 정수기의 對 한국 수입은 전년대비 102.8% 크게 증가하였다. 가정용 정수기가 최근 소형화되고 디자인 면에서도 스타일이 더해지며 인기를 끌고 있다. 싱가포르 현지 가정용 정수기 제조 업체의 한 관계자 B는 그들의 고객 대부분은 최신 기술에 더 익숙하고 수용적인 젊은 부부들이라고 언급하였다. 따라서 한국 기업의 우수한 정수기 기술력을 바탕으로 스타일리시한 디자인뿐만 아니라 가격 경쟁력, 고객 서비스 등을 중시하여 젊은 부부 소비자층을 공략하는 전략을 검토해볼 수 있다.

마케팅 전략 측면에서는 소셜미디어를 활용하여 소비력이 있는 젊은 소비자층을 공략하는 것이 좋다. 예를 들어 작년에 설립된 싱가포르 주요 정수기 브랜드 중 하나인 ‘스테라(Sterra)’는 소셜미디어 활용으로 몇 달 만에 잘 알려진 브랜드가 되었다. 이것은 부분적으로 ‘스테라’가 인플루언서와 연예인들을 통하여 제품을 홍보하는 마케팅 활동을 적극 활용한 것도 한몫 한 것으로 보인다. 또한 싱가포르 현지 가정용 정수기 브랜드의 한 관계자 L에 따르면, 전자상거래가 매우 발달한 시대에 소비자들은 종종 구매 결정을 내릴 때 고객 리뷰를 참조한다고 밝혔다. 스테라는 이러한 측면에 접근하여 사진 리뷰를 남기는 고객들에게 제품 보증 기간을 연장해주는 마케팅 전략을 채택하였다.

글로벌 시장조사기관인 Lucintel에 따르면 코로나-19 팬데믹 이후 싱가포르의 생활수준이 지속적으로 개선되고 건강의식이 높아짐에 따라 향후 가정용 정수기 시장의 수요가 지속적으로 증가할 것으로 예상된다.

자료: TechSci Research, Honeycombers, Channelnewsasia, Lucintel, Media Outreach Newswire, Grand View Research, Consumer Product Safety Office (CPSO), KOTRA 싱가포르 무역관 자료 종합  
<저작권자 : © KOTRA & KOTRA 해외시장뉴스>

출처 ([KOTRA해외시장뉴스](#))



한국화학융합시험연구원