주간 규제 정보

Vol. 238

2019. 04. 08 ~ 2019. 04. 14



목차

국가기술표준원(http://kats.go.kr/)

1. 생활밀착형 서비스 표준화로 소상공인·자영업자 지원한다 ····· 3
2. 태평양지역 24개 국가와 국제표준화 협력 강화 ····· 4
3. 인공지능(AI) 국제표준화 선도를 위한 기반 마련! ····· 5

식품의약품안전처(http://mfds.go.kr)

4. [멕시코] 농업농촌개발부, 멕시코 정부가 식품 인증 절차 강화한다고 발표 ····· 6

국제환경규제 기업지원센터(www.compass.or.kr)

5.「기존화학물질」일부개정(안) 고시 ····· 7
6. 호주, 화장품 동물 실험 금지 법안 통과 ····· 7

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

7. 러시아 전기차 시장 현황 ····· 8
8. 차근차근 짚어보는 미국 농무부 '유기농' 규정 ····· 14
9. 일본 비즈니스 백팩 시장동향 ····· 17
10. 동남아 패션 리더, 태국 가방 시장동향 ····· 22
11. 베트남 식기세척기 시장동향 ····· 30

한국화학융합시험연구원

국가기술표준원(http://kats.go.kr/)

1. 생활밀착형 서비스 표준화로 소상공인·자영업자 지원한다

- 국가기술표준원, 28일「서비스 표준 전문가 워크샵」개최 -

□ 서비스 업종에 종사하는 소상공인과 자영업자, 스타트업의 경쟁력을 높이고, 창업에도 활용할 수 있는 생활밀착형 서비스 표준을 정부가 개발·보급한다.

○ 일정 수준 이상의 서비스 품질을 확보한 중견 및 대기업 중심으로 이뤄지던 서비스 업종 표준화에서 탈피해 생활밀착형 서비스업종 표준을 개발함으로써,

- 소상공인과 자영업자의 자생력을 강화하고, 서비스 업종 스타트업의 창업 지침으로 활용한다는 방침이다.

○ 이를 위해 산업통상자원부 국가기술표준원(원장 이승우)은 3월 28일(목) 서비스 분야 표준 전문가 80여 명이 참석한 가운데 「서비스 표준 전문가 워크샵」을 개최했다.

<「서비스 표준 전문가 워크샵」개요>

○ 일시/장소 : '19.3.28.(목) 15:00~16:20 / The-K 호텔, 별관 1층 한강홀
○ 주최/주관 : 국가기술표준원 / 한국표준협회
○ 참 석 자 : 서비스 표준 전문가 80여명
○ 주요 내용 : ① 생활밀착형 서비스 표준화 아이템 발굴 및 서비스경제 활성화를 위한 7대 서비스표준화 로드맵(안)
② 4차 산업혁명 대비 6대 서비스 표준(안) 소개

□ 국표원은 워크샵에서 생활밀착형 서비스 업종 표준화 아이템을 발굴하는 등 소상공인과 자영업자를 지원하기 위한 표준화 정책 방향을 모색했다.

○ 「자영업 성장·혁신 종합대책」('18.12월, 관계부처 합동)의 일환으로 마련한 '업종별 서비스 표준 개발·보급' 과제를 구체화하여 본격 추진하기 위해 전문가들의 의견을 수렴하는 자리를 마련한 것이다.

○ 이날 참석한 전문가들은 "숙박·음식업 등 생활밀착형 서비스 업종의 자생력을 강화하기 위해 고객 응대와 불만 해결, 피해 처리 방법 등을 규정한 표준 개발이 필요하다"는 의견을 피력하고,

- 오랜 시간 자리를 비울 수 없는 업종 특성상 찾아가는 서비스 교육과 쉽게 이해할 수 있는 교육자료 보급의 필요성을 강조했다.

○ 국표원은 전문가들로부터 수렴한 의견을 토대로 도매 및 소매업과 숙박 및 음식업을 운영하는 소상공인·자영업자를 대상으로 설문조사를 추진하여 표준화 필요 요소를 선정하고 본격 서비스 표준 개발에 착수할 계획이다.

□ 또한, 국표원은 이날 ▲「서비스 표준화 로드맵(안)」을 설명하고 ▲「4차 산업혁명을 대비한 6대 서비스 표준(안)」을 소개하는 등 서비스 분야 표준화 방향을 제시하고 전문가들의 의견을 청취하였다.

○ 사회 변화에 신속히 대응하고 미래 성장동력을 선도적으로 확보하기 위해 마련한 「서비스 표준화 로드맵(안)」에는 교육, 물류, 의료, 관광, 콘텐츠, 금융, SW/IT 등 7대 분야별 표준화 추진일정 등이 담겨 있다.

- 국표원은 7대 분야별로 3종씩 총 21종의 중점 표준화 대상을 선정했으며, 향후 5년간 순차적으로 표준화 작업을 진행할 계획이다.

○ 아울러, 국표원은 4차 산업혁명시대에 대응하기 위해 맞춤형 3D 프린팅, 공공 드론지원, 공간공유, 전기차 충전, 카셰어링, 모바일 뱅킹 서비스를 6대 서비스 분야로 선정하고 분야별 서비스 표준(안)을 공유했다.

- 국표원은 앞으로 관련분야의 기술검토를 표준화를 추진한다는 계획이다.

□ 국가기술표준원 관계자는 “서비스 경제를 활성화하고 소상공인과 자영업자를 돕기 위해 서비스 분야 표준화가 지속적으로 확대되어야 한다”고 강조하고 “전문가 워크샵에서 논의한 내용을 정책에 적극 반영할 것”이라고 말했다.

출처(국가기술표준원)

2. 태평양지역 24개 국가와 국제표준화 협력 강화

- 전기차 무선충전 기술, 수소에너지 등의 신산업분야 국제표준화 교두보 마련 -
- 우리나라의 국제표준화기구(ISO) 이사국 진출을 위한 각 국의 지지 요청 -

□ 산업통상자원부 국가기술표준원(원장 이승우)은 “표준과 규제의 상호협력”을 주제로 하여 뉴질랜드 웰링턴에서 열린 제42차 태평양지역표준협의회(PASC)에 참가해 24개 회원국과 다각적인 표준협력 외교를 펼쳤다.

○ 국가기술표준원은 이번 총회에서 태평양지역 24개 국가와 신산업분야 국제표준을 선점하기 위한 협력을 강화하고, 국제표준화기구(ISO) 이사국 진출에 필요한 각 국의 지지를 요청하였다.

* PASC(Pacific Area Standards Congress) : 표준, 기술규제, 적합성 평가 분야의 정보 교류, 국제기구 대응협력 등을 위해 미국, 일본, 중국, 호주, 캐나다, 인도 등 태평양지역 24개 국가 및 국제표준화기구가 참여하여 설립한 협의체

< 제42차 PASC 총회 개요>

○ (회의명) 제42차 PASC(태평양지역표준협의회) 총회
- (주제) “표준과 규제의 상호협력”(Standard and Regulatory Stewardship)
○ (장소/기간) 뉴질랜드(웰링턴) / ‘19.04.08.(월)~04.11.(목)
○ (참석자) 이승우 국표원장 등 6명
* 태평양지역 24개국, ISO, IEC 등 국제표준화 기구 임원 등 약 100명 참여

□ 이번 PASC 총회에서 회원국은 각 국가에서 기술규제 제정시 검증된 표준의 연계 및 활용사례를 발표하는 등 표준과 규제의 상호연계를 주제로 활발한 논의를 진행하였다.

○ 우리나라의 경우, 신기술 제품 및 서비스의 신속한 시장 출시를 지원하기 위한 규제 샌드박스 제도, 산업융합 신제품적합성 인증제도 등을 주요 사례로 소개하여 PASC 회원국의 큰 관심을 이끌어 내었다.

□ 한편, 이번 회의기간 동안 미국, 캐나다, 호주, 일본, 싱가포르 등과 양자회의를 개최하여, 무선충전 전

기차, 수소에너지 등의 신산업 분야 국제표준 선점을 위한 협력을 공고히 했다.

○ 미국, 캐나다 등은 우리나라가 국제전기기술위원회(IEC)에 국제표준으로 제안한 '주행중 무선충전 기술'*이 국제표준으로 제정될 수 있도록 협력하기로 했으며,

* IEC/TC69/PT63243 Dynamic Electric Vehicle Wireless Power Transfer Systems

○ 캐나다, 일본과는 수소에너지 분야 국제표준화 활동시 정보 교류와 전문가 참여 등의 공조체제를 구축하기로 하였다.

○ 이외에도 말레이시아, 인도네시아 등 신남방국가를 중심으로 올해로 14회째를 맞는 국제표준올림피아드 대회 안내 및 참여절차를 홍보하고, 국제표준 전문가간 교류방안을 논의하는 등 신남방국가와 차세대 표준 인력 양성에 상호 협력하기로 하였다.

□ 또한, 미국, 캐나다, 일본, 중국 등 주요 PASC 회원국을 대상으로 2020년 ISO 이사국 진출에 우리나라를 지지해 줄 것을 적극 요청하였다.

* '93년부터 6차례에 걸쳐 ISO 이사국에 진출했던 우리나라는 활발한 국제표준화 활동을 바탕으로 금년 9월 ISO 이사회 선거에서 재진출을 추진중

○ ISO 이사회 선거는 그 간 5개국 동시 선출 방식(~'18년)으로 진행됐으나, 올해부터는 연도별 2-1-2개국 순차선출 방식('19년~)으로 변경되어 최대 4.5대 1의 경쟁이 예상된다.

□ 이번 ISO 이사회 선거에서 한국 대표위원으로 출마하는 이승우 국가기술표준원장은,

○ "4차 산업혁명 시대에 국제표준의 주도권 확보와 ISO 이사회의 재진출을 위해 국제표준화기구뿐만 아니라 태평양지역표준협의회, 동북아표준협력포럼 등 지역표준화기구에도 적극적으로 참여하고 신남방·신북방국가와의 표준협력도 더욱 강화해 나갈 것"이라고 밝혔다.

출처(국가기술표준원)

3. 인공지능(AI) 국제표준화 선도를 위한 기반 마련!

- 신규 스터디그룹 신설을 통해 우리 기술의 국제표준화 무대 확대 모색 -

□ 산업통상자원부 국가기술표준원(원장 이승우)은 아일랜드 더블린에서 개최되는 "인공지능(AI) 국제표준화 회의"에 산.학.연.관 전문가 15명으로 구성된 대표단을 파견해 글로벌 표준 주도권 확보에 나섰다고 밝힘

< 인공지능 회의 및 대표단 개요 >

○ 회 의 명 : 제3차 인공지능(ISO/IEC JTC1/SC42) 국제표준화 회의
○ 기간/장소 : '19. 4. 8.(월)~4. 12.(금)/아일랜드 더블린
○ 참가규모 : 미국, 일본 등 36개국 국내·외 전문가 150여명
○ 대 표 단 : 전품연, ETRI, 가천대, 국립전파연 등 산학연관 전문가 15명

○ 우리 대표단은 AI 기술의 핵심 화두인 '다양한 산업분야 활용이 가능한 AI 데이터의 생태계 마련'을 위한 새로운 스터디그룹(Study Group) 설립을 제안하고, 미.일.중 등 주요 참여국의 지지확보 활동을 병행

하였다.

- 신설이 될 스터디그룹은 가공되지 않은 일반 데이터를 AI 기술에 바로 적용이 가능한 표준 포맷의 고품질 데이터를 만들 수 있게 지원하는 것을 목표로 하고 있어 스마트 제조, IoT가전, 자율주행 등 AI 표준을 필요로 하는 산업계의 큰 도움이 될 것으로 예상된다.

- 또한, 동 스터디그룹을 우리나라 주도로 신설하는 경우 향후 워킹그룹(Working Group)으로 발전시켜 AI 국제표준기구에서의 우리나라 입지를 공고히 할 수 있을 것으로 기대된다.

○ 우리 대표단은 AI 기초 기술과 빅데이터 등 진행중인 국제표준 프로젝트에 우리 기술과 의견을 반영하여 우리 산업계에 적용할 수 있는 국제표준제정을 유도하는 활동을 적극적으로 전개하였다.

□ 국가기술표준원 이승우 원장은 "최근 출범한 'AI 국제표준기구'內에서 주도권을 확보하기 위한 국가 간 경쟁이 치열해지고 있는 상황으로, 특히 우리나라도 관련 부처 및 산업계의 적극적인 참여와 표준화 방향 제시가 필요하며

○ 또한 이를 위해 금번 국제표준화회의 결과를 토대로 금년 6월에 산·학·연·관이 모두 참여하는 'AI 국제표준 동향 전파 세미나' 개최를 통해 국제표준화 동향을 전파하고 우리기업과 전문가들의 적극적인 참여를 위해 지원을 아끼지 않을 것이다."라고 밝혔다.

출처(국가기술표준원)

식품의약품안전처(http://mfds.go.kr)

4. [멕시코] 농업농촌개발부, 멕시코 정부가 식품 인증 절차 강화한다고 발표

멕시코 농업농촌개발부(SADER)는 멕시코 정부가 식품 인증 절차를 강화할 것이라고 밝힘.

멕시코 농식품위생품질청(Senasica)과 멕시코인증기관(EMA)은 멕시코 규정에 의해 설정된 위생 및 안전조치에 따라 농업, 축산업, 양식업 및 어업 기원 제품의 검증 및 인증을 보장하기 위해 협력기관(Organos de Coadyuvancia)의 업무 향상을 목표로 협약을 체결함.

현재 Senasica에는 105개의 승인된 협력 기관이 있음:
- 식물, 동물 위생 확인 및 조사 분야에 32곳
- 식물, 동물, 무해 및 유기농 위생 분야의 19곳
- 생물학적 효과 실험실 15곳
- 식물, 동물, 양식 및 수산물 위생 검사 및 진단 39곳
- 정보출처: https://www.gob.mx/sader/prensa/fortalece-gobierno-de-mexico-procesos-para-la-certificacion-de-alimentos

출처 (식품의약품안전처)

국제환경규제 기업지원센터(www.compass.or.kr)

5.「기존화학물질」일부개정(안) 고시

2019년 4월 12일 환경부는 자료보호기간이 만료된 물질의 화학물질명칭 변경 등 기존화학물질 목록을 정비하기 위한「기존화학물질」일부개정안을 고시하였습니다.

주요 개정 내용은 아래와 같습니다.
○ (목록추가) 별표 1에 1종(고유번호 KE-35662) 및 별표 2에 2종(고유번호 2019-3-7260, 2019-3-7261) 추가
○ (CAS번호 추가 및 화학물질명칭 변경) 별표 1의 3종은 현행 화학물질명칭에 이성질체 추가(개정), 별표 2의 299종은 자료보호기간 만료로 화학물질명칭을 개정하고 중복되는 5종은 삭제

기타 자세한 내용은 환경부 홈페이지 입법·행정예고란*를 참고하시기 바랍니다.
* http://www.me.go.kr/home/web/index.do?menuId=68

출처(국제환경규제기업지원센터)

6. 호주, 화장품 동물 실험 금지 법안 통과

2019년 2월, 호주 연방 상원은 화장품 동물실험을 금지하는 법안*을 통과시켰습니다.
* Industrial Chemicals Bill 2019
현재 화장품 실험에 매년 50만 마리 이상의 동물이 이용되고 있는 것으로 추정되고 있습니다. 2013년 EU가 모든 화장품 동물 실험 및 동물 실험을 한 화장품의 판매를 금지하는 등 최근 몇 년간 상당한 진전을 보이고 있으나 아직도 80% 국가에서는 화장품 동물 실험을 불법으로 규정하고 있지 않습니다.

동 법안은 이러한 잔혹한 화장품 동물 실험을 종식하고자 하는 전세계적인 추세와 화장품 개발에 동물을 이용하는 것을 반대하는 호주 국민들의 정서가 반영되었습니다.

동 법안에는 2017년 동일 법안을 개정하여 새로운 비 동물 실험 방법을 개발 및 활용할 수 있도록 자금을 지원하고 모든 화장품 성분을 동 금지 법안의 적용 대상으로 하기 위한 11개의 실질적인 강화 방안이 포함되었습니다. 또한 화장품 성분으로 사용하기 위해 호주에 도입되는 화학물질의 신규 동물 실험 자료를 활용하는 것을 금지하고 있습니다.

동 법안은 2020년 7월 1일부로 시행될 예정입니다.
자세한 내용은 아래 웹사이트를 참조하시기 바랍니다.
https://www.cosmeticsdesign-asia.com/Article/2019/02/18/It-s-official-Australian-Government-passes-bill-to-end-animal-testing-for-cosmetics?utm_source=copyright&utm_medium=OnSite&utm_campaign=copyright

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

출처(국제환경규제기업지원센터)

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

7. 러시아 전기차 시장 현황

- 러시아 전기차 시장 성장의 장애요소는 인프라 부족과 높은가격 -
- 저가 초소형 전기차와 중고 전기차, 전기버스 시장 확대 중 -

□ 시장 개요

러시아 시장에서 이해되는 전기차는 가솔린 연료 엔진을 장착한 하이브리드 형과 연료 엔진이 없이 충전 배터리를 장착한 전기차임. 동 보고서는 순수 전기를 연료(EV)로 하는 두 번째 유형의 전기차 시장을 다루는 뉴스임.

○ 러시아 전기차 시장은 글로벌 전기차 시장의 0.08% 비중이나 2025년까지 0.16%로 증가 전망
- Baden-Württemberg 보고서에 따르면 2018년 기준 글로벌 전기차 시장 규모는 1188억 달러이며 2025년까지 5672억 달러 달성 전망
- 2018년 말 기준 세계 전기차량은 560만 대이며 2040년까지 5억3000만 대로 급증 전망
- EV-Volumes(스웨덴)사에 따르면, 러시아 영토 내 전기차는 약 3000대 정도임.

세계 전기차 시장 국가별 점유율 및 성장 추이

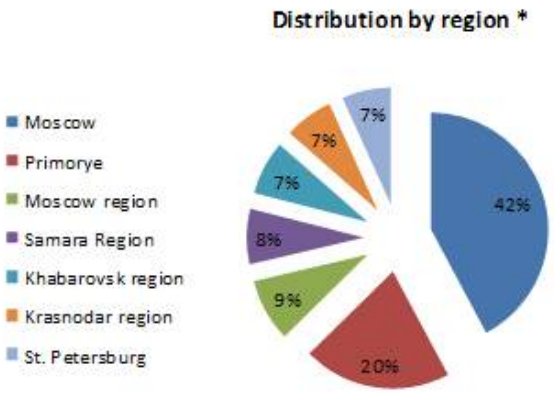


자료:Baden-Württemberg—ZSW 수소연구센터
(http://renen.ru/the-world-fleet-of-electric-vehicles-in-2018-grew-by-64-to-5-6-million/)

○ 2018년 기준 러시아 전기차량 증가율은 전년대비 51.6% 증가
- 러시아 전기차량 수 증가율은 높은 편이나 2018년 동안 등록된 전기차량은 144대 정도
- 2018년에 등록된 전기차 중 76대는 Nissan Leaf 모델로 중소형 차량이 대부분이며 Tesla Model 시리즈(ModelX, ModelS, Model3)는 52대, Jaguar I-Pace 8대, Renault Twizy 7대

○ 러시아 전기차 시장 수요(등록 수 기준)가 가장 큰 곳은 모스크바시(42% 비중)와 극동 연해주(20%)이며 고급 전기차 기준으로도 비중이 가장 높음.
- 모스크바와 극동 연해주 다음으로 모스크바주가 9%의 비중을 차지하고 있으며 러시아 남부인 사마라 지역이 8%임.
- 하바롭스키, 크라스노다르, 상트페테르부르크 지역은 모두 균일하게 7%씩의 비중이며 기타 러시아 지역은 모두 20대 미만이 등록돼 있고 시베리아 지역은 혹독한 추위로 등록이 거의 전무함.

러시아 지역별 전기차 시장 비중



자료: 0ptSTAT 분석 기관

ㅇ 러시아의 중고 전기차 수요는 신규 차량 구매보다 급격히 성장 중

- 2018년 동안 판매된 중고 전기차량은 총 1560대로 전년대비 125% 증가
- 2018년 동안 판매된 중고 전기차량의 94%(1467대)는 Nissan Leaf
- 나머지 6%는 Mitsubishi I-MiEV(40대), Tesla ModelS(33대), BMWi3(12대), Lada Ellada(3대), Tesla ModelX(3대), Renault Twizy(2대)였음.

ㅇ 러시아 전기차량 개발 전략은 '자동차 산업 발전 전략 2025'에 포함

- 러시아 전기차량 개발 전략 상으로는 2020년까지 전체 차량의 1~1.5% 비중을 차지한다는 목표이며 2025년까지는 4~5%가 목표임.
- 러시아의 주요 전기차량 정부 지원책 중 금전적 지원사항으로는 자동차세 면제를 들 수 있으며 이를 우선적으로 모스크바, 칼루가, 상트페테르부르크 지역에서 시행 중임. 또한 300만 루블 이하 전기차는 사치세 면제, 무료 전기충전소 이용, 무료 주차 등이 지원됨.
- 인프라 지원은 Avtodor(국영)의 도시간 고속도로 전기차 충전소 70개 구축과 V2G* 기술 개발 정부 승인 등임.

주*: V2G : Vehicle-to-Grid 기술로 전기차배터리차(EV), 플러그인하이브리드차(PHEV) 등 충전식 친환경차를 전력망과 연결해 주차 중 남은 전력을 이용하는 개념임. 전기차가 이동식 ESS 장치 역할을 수행하는 것

- 정부 조달로는 모스크바시에서 2017년부터 연간 300대의 전기버스를 조달(구매)해 운행하는 것이며 2021년부터 교통버스는 전기버스만 조달키로 함.

러시아 전기차 정부 지원

정부 지원책	내용
물자지원	
제로 자동차세(Zero vehicle tax)(지역 차원)	전기차 소유자는 러시아 연방 세 가지 항목에서의 자동차세 면제: 칼루가, 모스크바, 상트페테르부르크
사치세(Luxury tax) 공제(정부 차원)	300만 루블 이상의 자동차를 소유한 러시아인은 "특별 소비세" 추가 부담금 납부 필요, 전기차 제외
무료 전지 충전(지방자치 차원)	- 대부분의 러시아내 전지 충전소 무료 이용 가능 - 공기업에 의해 설립된 충전소: Rosseti, Mosenergo
무료 주차(지방자치 차원)	모스크바 및 상트페테르부르크 내 전기차 무료 주차 가능
인프라 개발	
충전소 건설(정부 지방자치 차	- 전기 충전소 개수 증가 위한 여러 정부 프로그램 시행중

원)	- Avtodor 국영기업은 2020년까지 국제 고속도로뿐만 아니라 70개의 도시간 충전소 설립 필요
GOST for Refueling Stations(정부 차원)	2017년, 전기차 충전 및 전지에 저장된 에너지를 전원으로 되돌리는 Vehicle-to-Grid 기술 사용 가능 표준 승인
정부 조달	
전기 버스 구입(지방자치 차원)	2017년 말부터 모스크바 당국은 연간 300대의 전기 버스 구입, 2021년부터 전기 버스만 구입 예정

□ **러시아 전기차 수요동향**

ㅇ 러시아에서 유통되고 있는 전기차는 대부분 외국 브랜드이며 가격 세그먼트가 매우 큰 편

· 세계 시장에서 잘 알려진 제조국은 노르웨이, 독일, 영국, 중국 등이며 중국 제조 전기차량은 320만대가 판매돼 선두 중

- 러시아에서 판매되고 있는 고급 전기차는 Tesla Model 시리즈로 가격대는 8만~25만 달러 수준
- 영국의 Jaguar I-Pace의 가격대도 Tesla Model 시리즈와 유사하게 8만 달러로 시작
- 러시아에서 가장 인기 있는 전기차는 일본의 Nissan Leaf로 가격은 3만 달러 정도로 중간 가격대에 속하며 Hyundai Ioniq도 유사한 수준임.
- BMW i3와 Renault Kangoo Z.E은 4만~5만 달러 수준으로 중상위 가격대로 유통되며 SUV 전기차로 인기가 높음.
- Reanault Twizy는 1만 4500달러로 유통되는데 최대 속도가 100km를 넘지 못하고 초소형이기 때문에 도시형 전기차로 알려져 있음.

전기차(이름/국가)	웹사이트	가격 (USD)	내용	사진
BMW i3 (독일)	https://www.bmw-avilon.ru/choose/bmw-i3/overview-i3/	56,386	- 2017년 1월부터 러시아 시장 유통 - 125kW 전동기 장착 - 8.1초 내 시속 100km 가속, 최대 시속 150km(자동 제한) - 충전지속운행: 160~180km	
Renault Kangoo Z.E. (프랑스)	https://www.renault.ru/vehicles/range/kangoo-ze.html	40,000	- 44kW motor 장착 - 전지용량: 33kWh(270km 주행) 충전기간: 일반가정에서 12시간, 충전소에서 6시간 이내	
Renault Twizy (프랑스)	https://www.renault.ru/vehicles/range/twizy.html	14,500	- 2016년 1월부터 러시아 시장 유통 - 2인승 전기 도시 차량 - 최대 속도 : 100km - 3.5시간 내 일반 콘센트에서 완충 가능	
Jaguar I-Pace (영국)	https://www.jaguar.ru/index.html	88,203	- 2018년부터 러시아에서 해외직구(Electric crossover) 주문 가능 - 충전지속운행: 370~470km - 가정용 충전은 10시간 내 최대 80%까지 충전 가능	
Hyundai Ioniq (한국)	https://www.hyundai.ru/ioniq	32,000	- 러시아 공식 딜러는 없음.(2018년 기준) - 전지용량: 28kWh(250km 주행) - 최고 시속 165km	

Tesla Model X (미국)	https://www.tesla.com/	250,925	- 러시아 내 공식딜러가 없으나 유통업체를 통해 구입(수입) 가능 - 3.1초 내 시속 100km 가속 - 전지용량: 100kWh(542km 주행)	
Tesla Model S (미국)	https://www.tesla.com/	136,870	- 러시아 내 공식딜러가 없으나 유통업체를 통해 구입(수입) 가능 - 전지용량: 75kWh(490km 주행)	
Tesla Model 3 (미국)	https://www.tesla.com/	80,600	- Tesla 시리즈 중 최신형이자 최저가 - 한 번의 충전으로 최대 420km 주행 가능	
Nissan Leaf (일본)	https://www.nissan-global.com/EN/	30,415	- 공식 딜러는 극소수이나 구입가능 - 주요 구매자는 중고차 선호, - 신차 구입 가능 - 한 번의 충전으로 240~270km 주행 가능	

자료: https://hype.ru/@boevoy-homyak/vse-elektromobili-2018-goda-kotorye-mozhno-kupit-v-rossii-dkd4c587

○ 러시아에서 가장 잘 알려진 한국 전기차는 현대의 Ioniq과 기아의 Soul EV임.

- 현대 Ioniq는 러시아 예카테린부르크 국제산업전 이노프롬에서 처음 소개돼 러시아 시장에 알려짐.
- 기아의 Soul EV는 소형 SUV 전기차로 2014년부터 러시아에서 유통됐으며 공식 딜러가 아닌 전자구매(http://electricmotorsclub.ru/купить-электромобиль/kia-soul-ev/)가 가능

○ 러시아 자국산 전기차는 EL Lada와 Vesta EV임.

- EL Lada는 2011년 Lada Kalina사에서 러시아 최초로 생산한 전기차이며 한 번의 충전으로 150km 주행이 가능하고 일반 가정용 코드로 8~9시간 충전함. 판매가는 96만 루블(약 15,000달러)이었으나 2013년부터 판매가 중단됨.
- Vesta EV는 2015년 AvtoVAZ사가 생산하기 시작한 전기 승용차로 Classic(기본형), Comfort(일반형), Luxe(고급형)으로 나뉘어짐. 충전시간은 일반 220V로 9시간이나 전기충전소에서는 1.3시간만 소요되며 최대 속도는 150km임. 판매가는 300만 루블(약 46,800달러)임.

EL Lada



Vesta EV



자료: KOTRA 블라디보스톡 무역관

□ **러시아 전기차 수입동향**

○ 러시아의 전기모터 차량(HS 코드: 870380)의 수입은 2018년 동안 전년대비 569% 급증

· HS코드 상으로는 '전기모터 차량'으로 구분되어 있어 고급형에서 저가형까지 유형별 카테고리 범위가 넓은 편

- 주요 수입국은 중국이었으나 2018년부터 오스트리아, 프랑스, 스페인, 독일, 폴란드, 영국, 일본, 벨라루스 등으로 다변화됨.
- 수입통계상의 수입 전기차는 중고차량도 포함되며 급격히 수입이 증가하는 이유는 러시아 내 공식 딜러가 없고 개인차량의 주문으로 이루어지기 때문임.

ㅇ 2018년부터 오스트리아의 대규모 신규 수입이 시작되었다는 점이 특이사항
- 오스트리아로부터 Smart fortwo 초소형 전기차와 중고 BMW i3이 수입되는 것으로 파악되며 Jagua I-Pace도 오스트리아에서 제조돼 수입되고 있음.
- 중국 수입 전기차량은 Zotye Z500 EV와 BYD e6이며 스페인으로부터는 중고 Tesla와 기아 Soul EV가, 폴란드로부터는 주로 기아 Soul EV와 현대 Ioniq이 수입되고 있음.
- 벨라루스로부터는 Tesla X가 수입되고 있는데 이는 러시아 내 해당 시리즈 공식딜러가 없기 때문임.
- 한국으로부터 직접 수입되는 전기차는 전무한 상황

전동기(Electric Motor) 차량(HS Code 870380) 수입동향

순위	교역국	금액 (USD)			점유율(%)			증감률(%)
		2016	2017	2018	2016	2017	2018	2018/2017
	총계	-	465,320	3,117,498	n/a	100.0	100.0	570
1	오스트리아	-	-	1,862,762	n/a	0.0	59.8	0
2	중국	-	421,955	523,175	n/a	90.7	16.8	24
3	프랑스	-	-	327,166	n/a	0.0	10.5	0
4	스페인	-	-	265,875	n/a	0.0	8.5	0
5	독일	-	-	65,166	n/a	0.0	2.1	0
6	폴란드	-	28,246	34,159	n/a	6.1	1.1	21
7	영국	-	-	15,552	n/a	0.0	0.5	0
8	이탈리아	-	14,678	12,172	n/a	3.2	0.4	- 17
9	일본	-	-	9,947	n/a	0.0	0.3	0
10	벨라루스	-	440	1,524	n/a	0.1	0.1	246

자료원: GTA (https://www.gtis.com/gta/)

□ **현지기업 인터뷰**

ㅇ 모스크바 Tesla 클럽 Igor Antarov 매니저에 따르면, 러시아 전기차 시장 성장의 가장 큰 장애는 인프라 부족
- 러시아 전기차 잠재 고객들은 대부분 일반 차량 대비 전기차의 가격을 명확히 인지하기 때문에 투자 대비 실용성을 따지다보니 차량 충전소 등의 인프라 부족이 구매를 포기하는 중요한 요소임.
- 모스크바 시내의 충전소는 100개 미만인 것으로 파악되며, 모스크바 충전차량비율(1개 충전소 당 전기차량 비율)은 유럽 대비 거의 두배
  · 유럽 충전차량비율은 1개 충전소당 전기차 3대이며, 러시아는 7대 미만(차량수가 높을수록 충전소 부족율이 높은 것)
- 전기차 구매보조금 등 러시아 정부 지원책이 부족하다는 점에서도 전기차 시장성장의 걸림돌이라고 첨언

□ **유용정보**

ㅇ 러시아 전기자동차 시장을 확인할 수 있는 대표적인 전시회(박람회)는 MIMS와 Innoprom(예카티린부르크)임.
- MIMS는 운송기기 전문 박람회이며 이노프롬은 기계설비 중심 박람회이나 첨단 기기(IoT) 및 운송기

기도 포함

전시회명	MIMS 0ptmechanika Moscow 2019
품목	러시아 및 동유럽의 자동차 예비부품, 자동차 부품, 장비 및 차량 유지 보수 제품
개최 장소	러시아 모스크바 엑스포센터
날짜	2019년 8월 26~29일
주최	ITEMF Expo
웹사이트	http://www.mims.ru/
전시회명	INNOPROM 2019
품목	- 첨가물 제조(Additive manufacturing) - 전력 엔지니어링 기술(Power Engineering Technologies) - 기계 건설 및 기계 공학용 구성 요소(Machine Building and Components for mechanical engineering) - 자동화 및 IoT
개최 장소	러시아 예카테린부르크 엑스포 대로
날짜	2019년 7월 8-11일
주최	Formika expo
웹사이트	https://www.innoprom.com/

○ 수입관세는 15%이며, EAEU 기술규정을 준수한 "차륜 차량(wheeled vehicles) 안전성" 강제 인증적용

HS 코드	870380: 추진용 전동기만을 갖춘 차량
관세	15%
소비세	0%
부가가치세	20% (기준율)
인증	- EAEU 기술 규정(EAEU TR) "차륜 차량(wheeled vehicles) 안전성"(TR CU 018/2011) 준수 인증 - 2017년 1월 1일부로 차량 여권 발급 위한 차량 내 비상 호출 장치(GLONASS 시스템) 장착 필요

□시사점

○ 러시아 전기차 시장의 급속한 성장을 이루지 못하는 장애물은 크게 두 가지로 나눠 볼수 있음.

- 첫째로 산업발전에 집중돼 있기 때문에 환경보다는 경제성을 우선시 하는 사회적 배경
- 두번째로 러시아 정부 주도적인 개발사업이 이루어지고 있으나 민간기업들의 개발 참여 의지를 높일 수 있는 정부 지원책이 현재까지는 부족

○ 상기와 같은 장애요인에도 불구하고 러시아는 정부주도 전기차 인프라 구축에 박차를 가하고 있으며, 궁극적으로는 전기차 현지생산이 목표임.

- 2016년까지 러시아 내 전기차 충전소는 전무하였으나 2018년까지 256개 충전소가 구축
- 현재 전기차 충전소 인프라 상황으로 보면, 모스크바 시 및 모스크바 주는 7대 차량 기준 1개 충전소가 구축된 것이며 극동 연해주는 26대 차량 기준 1개 충전소가 구축된 것임.
- 수입 전기차는 공식 딜러망 부족으로 개인별 주문이 이루어지는 경우가 많아 유통에 애로가 큰데다, 관세와 운송비, 부가세, GLONASS 시스템(GPS 유사기능) 장착비까지 포함되면 유럽 유통가격에서 65% 이상의 가격이 상승

○ 러시아의 전기차 인지도가 낮으나 초소형 저가 전기차(도시 상업용)와 중고 전기차 등의 수요가 높아지고 있는 상황

- 중국산 저가 전기차량의 수입은 꾸준히 증가하고 있다는 점에서 러시아 전기차 시장의 변화를 엿볼

수 있음.

자료원: 러시아 전기차 관련 사이트(http://www.battery-industry.ru/2018/, https://efut.ru/a/135-tjagovye-akkumuljatory-dlja-jelektromobilej.html, https://www.dw.com/ru/, https://www.0ptcentre.ua/opyt/tehnologii/panasonic-nashel-sposob-udeshevleniya-elektromobilej-583423.html, https://itc.ua/news/, http://echemistry.ru/postavshhiki/himicheskie-istochniki-toka1.html), KOTRA 블라디보스톡 무역관 상품조사 및 인터뷰 종합

2019-04-08 최진형 러시아 모스크바무역관

출처 (KOTRA해외시장뉴스)

8. 차근차근 짚어보는 미국 농무부 '유기농' 규정

- 미국 유기농 시장, 소비자 인식 변화와 더불어 지속적인 성장 전망 -
- 제품에 유기농 문구나 마크를 표시하려면 USDA 규정 준수 및 인증 필수 -

□ 꾸준히 성장하는 미국 유기농 시장

○ 정의부터 확실히, 유기농이란?

- 미국 내의 영농(Farming), 삼림(Forestry) 및 농산물 식품을 관할하는 연방기관인 농무부(United States Department of Agriculture, 이하 USDA)에서는 유기농(Organic)을 '토지 위 자원의 순환을 돕고 생태계의 균형을 촉진하며 생물 다양성을 보호하는 문화적·생물학적·기계적 방식이 적용된 것'으로 정의

- 이러한 방식으로 생산 및 취급된 식품 혹은 농산 제품을 '유기농 농산물'이라 하며 유기농 농산물에는 합성 비료, 하수 찌꺼기(Sewage sludge), 방사선 처리, 유전공학 기술 등이 사용되지 않음.

○ 미국 유기농 시장 현황

- 북미지역 유기농 농산물 및 상품업계협회인 Organic Trade Association에서 2018년 1월부터 3월까지 진행한 소비자 설문 조사에 따르면 2017년 기준 미국 유기농 시장의 성장은 같은 해 전체 식품 시장의 성장률보다 6배 높은 것으로 드러남.

- 2017년 미국 유기농 시장(식품 및 비식품 모두 포함)의 매출 규모는 약 494억 달러라는 새로운 기록을 세우며 전년보다 6.4% 성장했다고 해당 협회는 밝힘. 특히 유기농 식품 매출은 전년에 비해 27억 달러 증가한 약 452억 달러를 기록함.

2008~2017년 미국 유기농 식품 vs 전체 식품 매출과 성장률
(단위: US$ 백만, %)

U.S. Organic Food vs. Total Food Sales, Growth and Penetration, 2008-2017

Category	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Organic Food	20,393	21,266	22,961	25,148	27,965	31,378	35,099	39,006	42,507	45,209
Growth (%)	17.5%	4.3%	8.0%	9.5%	11.2%	12.2%	11.9%	11.1%	9.0%	6.4%
Total Food	659,012	669,556	677,354	713,985	740,450	760,486	787,575	807,998	812,907	822,160
Growth (%)	4.9%	1.6%	1.2%	5.4%	3.7%	2.7%	3.6%	2.6%	0.6%	1.1%
Organic (as % Total)	3.1%	3.2%	3.4%	3.5%	3.8%	4.1%	4.5%	4.8%	5.2%	5.5%

Source: Organic Trade Association's *2018 Organic Industry Survey* conducted 1/25/2018 - 3/26/2018 ($mil., consumer sales).

자료: Organic Trade Association

○ 유기농 제품 찾는 소비자의 지속적인 증가

- 현재 전 세계가 '친환경', '유기농' 제품의 시대를 겪는 가운데 미국은 세계 유기농 식품 소비 규모에서 가장 큰 비중을 차지하는 국가

- 시장조사기관 Statista가 2017년 진행한 설문조사에 의하면 유기농 식품을 구매하는 미국 소비자들 중 34%가 전년보다 더 많은 유기농 식품을 구매한 것으로 나타났으며 29세 이하의 소비자 중 46%는 선택이 가능하다면 가급적 유기농 식품을 구매하는 것으로 조사됨.

- 환경과 건강에 대한 인식이 점차 변화하고 있는 '밀레니얼 세대'로 대표되는 미국 주류 소비자들을 필두로 유기농 및 천연 제품 시장이 지금까지 크게 성장해왔고 앞으로도 지속적인 발전을 겪을 것으로 분석됨.

□ **미국 농무부(USDA)의 유기농 규정, 꼼꼼히 살펴보자**

○ USDA 유기농 규정, 준수해야 할 대상과 준수 방법은?

- '유기농'이라는 문구를 포함, 라벨링 돼 판매되는 모든 식품, 농산물, 상품들은 반드시 USDA의 유기농 규정을 준수해야 함.

- USDA의 유기농 규정을 준수하기 위해 위 경우의 모든 상품들은 USDA에 의해 공인된 인증기관으로부터 USDA 상세 규정에 따라 '유기농'으로 인증받아야 함. 현재 미국 내에는 총 79개의 USDA 공인 유기농 인증기관*이 있음.

주*: 현재 미국 내 공인 유기농 인증기관 리스트는 아래의 링크에서 확인 가능
https://organic.ams.usda.gov/integrity/Certifiers/CertifiersLocationsSearchPage.aspx

- 특정 상품이 USDA의 규정에 충족되지 않음을 알고도 해당 상품을 '유기농'으로 라벨링해 판매하는 경우 각 위반 건당 최대 1만 7952달러까지 벌금이 부과될 수 있음.

- 유기농 규정 준수 대상에 대한 예외사항과 상세 내용은 아래의 링크에서 확인 가능
https://www.ams.usda.gov/publications/content/organic-production-handling-standards

○ 농작물(Crop) 유기농 규정

- 유기농 농작물을 수확하기 전 적어도 3년 동안 해당 토양에는 금지된 물질이 적용되지 않았어야 함. 또한 유전공학 기술이나 하수 찌꺼기, 이온화 방사선(Ionizing radiation)의 사용이 금지돼 있음.

- 토양 비옥도(Soil fertility)와 농작물의 영양분에 대해서는 적절한 경작 활동, 윤작(돌려짓기; Crop rotation), 간작(사이짓기; Cover crops), 허용된 합성 재료 등으로 관리돼야 함.

- 농작물에 병충이나 잡초가 발생한 경우 우선 물리적(Physical), 기계적(Mechanical), 생물학적(Biological)인 방식으로 통제돼야 하며 언급한 주요 통제 방식이 충분하지 않을 경우에는 '허용 및 금지 물질에 대한 국가 규정*'에서 허용된 생물학적, 식물학적(Botanical) 혹은 합성(Synthetic) 물질이 사용될 수 있음.

주*: The National List of Allowed and Prohibited Substances:
https://www.ams.usda.gov/rules-regulations/national-list-allowed-and-prohibited-substances

- 유기농 농작물의 완전성을 보호하기 위해 가능한 한 유기농 씨앗과 묘목을 사용해야 하며 유기농 씨앗과 동등한 품종을 시중에서 구할 수 없는 경우에는 유기농이 아닌 일반 씨앗(Conventionally grown seeds)을 사용할 수 있음. 단, 유전자 변형을 거치지 않았으며 살진균제와 같은 금지 물질이 적용되지 않은 일반 씨앗만 사용 가능

- 농작물 유기농 상세 규정은 아래 링크의 'Organic Crop Production Practices' 항목에서 확인 가능
https://www.ams.usda.gov/sites/default/files/media/Organic%20Practices%20Factsheet.pdf

○ 가축(Livestock) 및 가금류(Poultry) 유기농 규정

- 가축 및 가금류 규정은 '유기농'으로 명시·라벨링 돼 판매되는 육류, 우유, 달걀 및 다른 동물성 상품의 원료가 되는 모든 동물에 적용되며 각 동물의 건강과 습성을 고려한 동물 복지 증진을 추구함.

- 도축의 대상이 되는 동물은 유기농에 적합한 관리방법 하에서 사육돼야 하며 유기농 유제품(Dairy) 생산을 위한 동물의 경우 최소 12개월 동안 유기농에 적합하게 관리돼야 함. 또한 되새김질을 하는 반추동물(Ruminants)의 경우 방목 기간 내내 반드시 목초지에 둬야 하며 이 기간은 120일보다 적을 수 없음.
- 유기농 기준 하의 가축에게는 반드시 100% 유기농 농작물로 된 사료를 먹여야 함. 단, 허용된 비타민이나 미네랄 보충제도 먹일 수 있음.
- 동물들의 건강을 지키기 위해 예방적 관리 활동이 시행돼야 하며 아프거나 다친 동물에 대한 적절한 치료가 이뤄져야 함. 다만 금지된 물질로 치료한 동물은 '유기농'으로 간주될 수 없음.
- 모든 유기농 가축과 가금류는 언제든지 자유롭게 야외로 접근할 수 있어야 하며 성장 촉진을 위한 호르몬제나 항생제의 사용이 불가능함.
- 가축 및 가금류 유기농 상세 규정은 아래 링크의 'Organic Livestock Production Practices' 항목에서 확인 가능

https://www.ams.usda.gov/sites/default/files/media/Organic%20Practices%20Factsheet.pdf

○ 유기농 라벨링(Labeling) 규정

- 제품의 라벨에 표기하는 유기농 관련 문구는 아래 표와 같이 4가지(100% Organic/Organic/Made with Organic/Organic Ingredients)로 나뉘며 제품 구성성분 중 최소 95% 이상이 유기농으로 인증된 경우에 한해서만 'Organic Seal'을 표시할 수 있음.

유기농(Organic) 라벨링 종류 및 규정

100% Organic	Organic	Made with Organic	Organic Ingredients
✓ Organic Seal 사용 가능	✓ Organic Seal 사용 가능	✗ Organic Seal 사용 불가, 어떤 성분이 유기농인지 명시 필요	✗ Organic Seal 사용 불가, "Organic"이라는 문구 표시 불가
✓ 가공보조제를 포함한 전 성분(100%)이 유기농으로 인증된 경우	✓ 전 성분은 아니지만, 성분 중 95% 이상이 유기농으로 인증된 경우	✓ 성분 중 최소한 70% 이상이 (95% 미만) 유기농으로 인증된 경우	✗ 유기농 인증 성분의 특정 구성 비율 없음
✓ GMO* 미포함	✓ GMO 미포함	✓ GMO 미포함	✗ GMO 포함 가능성 있음
✓ 전 성분이 '허용 및 금지 물질에 대한 국가 규정'에 따름	✓ 5% 이하의 비유기농 성분은 '허용 및 금지 물질에 대한 국가 규정'에서 허용된 성분이어야 함	✓ 30% 이하의 비유기농 성분은 '허용 및 금지 물질에 대한 국가 규정'에서 허용된 성분이어야 함	✗ '허용 및 금지 물질에 대한 국가 규정' 준수 불필요
✓ 인증 필요	✓ 인증 필요	✓ 인증 필요	✗ 인증 불필요

주*: GMO란 유전자 변형 농산물을 의미

자료: USDA(https://www.ams.usda.gov/sites/default/files/media/OrganicLabelsExplained.png)

- 유기농 라벨링 관련 상세 규정은 아래의 링크에서 확인 가능

https://www.ams.usda.gov/sites/default/files/media/Labeling%20Organic%20Products.pdf

□ 시사점

○ 미국 유기농 시장 진출을 위해 USDA 유기농 인증은 필수

- '유기농' 제품에 대한 미국 내의 법과 규정은 매우 까다롭고 엄격한 것으로 잘 알려져 있으나 규제 준수와 제품 마케팅의 모든 측면에서 USDA 유기농 인증은 필수 사항이 되고 있음.

- KOTRA 로스앤젤레스 무역관에서 직접 인터뷰한 식품분야 전문 P 변호사는 'Self-regulatory agency'라 불리는 민간 규제기관들을 통해 유기농 규정에 대한 위반 사항이 적발되는 경우가 있으며 이 기관들은 시장에 유통되는 유기농 제품 중 규정 준수가 불충분하다고 판단되는 제품의 해당 기업에 질문이나 추가 설명을 요구하는 경우도 있다고 전함. 또한 각 지방 정부의 식약처와 USDA, FDA뿐만 아니라 세관까지도 문제가 확대될 수 있어 유기농 제품 유통 시 꼼꼼한 준비와 주의가 필요하다고 언급함.

- 특히 김치나 장류 등의 한국 발효식품의 경우 구성 성분과 가공 공정이 상대적으로 많기 때문에 해당 제품에 유기농 성분이 들어 있다는 주장을 할 경우 USDA의 유기농 규정과 라벨링 종류 및 기준 등을 꼼꼼히 검토해 인증에 대비해야 함.

- 한편, '한·미 유기가공식품 상호 동등성인정 협정'으로 인해 양국에서 유기농 인증을 받은 제품은 수출입 시 별도의 추가 인증없이 유기농 라벨 부착이 가능할 수 있어 관련 업계에서는 이를 참고할 수 있겠음. 단, 경우에 따라 가능 여부가 달라질 수 있어 추가 확인이 필요함. '한·미 유기가공식품 상호 동등성인정 협정'에 관한 자세한 내용은 다음 링크에서 확인 가능
http://www.enviagro.go.kr/portal/content/html/import/usa.jsp

○ 건강한 이미지의 한국 식품, 유기농 인증으로 날개 달자

- 최근 Plant-based 및 비건 트렌드가 확산되며 건강한 식생활에 대한 소비자들의 관심이 매우 높아지고 있음.

- 지금까지 전반적으로 건강한 이미지를 갖춰 온 한국 식품이 점차 다양한 미국 소비자들의 입맛을 사로잡고 있는 가운데 이러한 이미지뿐만 아니라 USDA 유기농 인증까지 갖춘다면 미국 식품 시장에서 한국 식품의 시장성이 더 증가할 것으로 전망

- 앞서 언급했듯이 미국 소비 시장을 이끄는 주류 소비자층인 밀레니엄 세대와 Z세대는 친환경, 건강, 공정거래 등의 이슈에 민감한 경향이 있으며 적극적인 유기농 인증 취득을 통한 마케팅을 활용한다면 신뢰도 있는 브랜드 이미지 구축과 더불어 이들을 효과적으로 공략할 수 있을 것으로 예측됨.

자료: 미국 농무부(USDA), Organic Trade Association, Statista, Pixabay, 그 외 KOTRA 로스앤젤레스 무역관 자료 종합

2019-04-09 우은정 미국 로스앤젤레스무역관

출처 (KOTRA해외시장뉴스)

9. 일본 비즈니스 백팩 시장동향

- 고품질에 합리적 가격으로 한국 비즈니스 백팩 對日 수출 70% 증가 -
- 일하는 방식 개혁으로 근무환경의 유연성이 옷차림에도 영향, 비즈니스 백팩의 꾸준한 수요 기대 -

□ 상품 정보

○ 상품명 : 비즈니스 백팩

○ HS CODE: 4202.12(겉면이 플라스틱 또는 방직용 섬유 재질인 가방)

Samsonite RED X THE SUIT COMPANY



자료: Samsonite RED "https://samsonite-store.jp/products/category/bias_style"

□ **시장동향**

○ 비즈니스 캐주얼화 진행으로 비즈니스 백팩 시장 규모 확대 전망

- 일본 국내 가방(지갑 등 포함) 시장은 2011년부터 2018년까지 지속적으로 성장함. 2016년에 중국이 해외 구매품에 대한 세금을 강화하자 성장이 주춤했으나 이 후 다시 수요를 회복, 플러스 성장을 하고 있음.

- 2017년 문부과학성 산하 스포츠청 장관이 정장차림에 운동화를 신는 "스니커즈 출근"을 장려하고 일하는 방식 개혁 등으로 유연해진 근로문화가 옷차림에도 영향을 주고 있음. 올해 4월 1일부로 일하는 방식 개혁법 등이 시행되면서 앞으로도 더욱 비즈니스 백팩에 대한 수요가 확대될 전망

일본의 가방·지갑 소매시장 규모 추이

(단위: 억 엔, %)



	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
총 시장	10,300	9,339	8,901	9,051	9,358	10,056	10,590	10,915	10,847	10,942	11,060
전년도 대비	94.6%	90.7%	95.3%	101.7%	103.4%	107.5%	105.3%	103.1%	99.4%	100.9%	101.1%

자료: 야노경제연구소 데이터를 바탕으로 KOTRA 도쿄 무역관 작성

○ 비즈니스 차림새에서 백팩에 대한 거부감이 사라지고 편리성에 주목

- 일본에서는 출퇴근에 대중교통과 자전거를 이용하는 경우가 대부분이며 점심을 도시락으로 해결하는 직장인도 많음. 따라서 남녀를 가리지 않고 모든 회사원들에게 가방이 필수품으로 여겨져 다른 선진국에 비해 비즈니스용 가방이 안정적인 수요를 가지고 있음.

- 비즈니스 가방은 라이프 스타일 변화에 민감하게 반응하는 특징이 있음. 최근에는 스마트폰 보급 확

대로 출퇴근 시간에 두 손이 자유로운 백팩에 대한 선호가 증가함. 또한 2011년 쿨비즈가 시행돼 비즈니스 캐주얼에 대한 거부감이 사라진 것도 영향을 줌. 퇴근 후 자유시간이 증가하고 서류 대신 태블릿 PC를 활용하는 변화에 맞춰 비즈니스 백팩 시장도 성장하기 시작

- 특히 전에는 서류가방이면서 동시에 등에 멜 수 있는 3WAY 백이 인기였으나 최근에는 백팩 자체의 편리성이 주목 받아 현재 20~30대 젊은 층을 중심으로 수요가 증가함.
- 앞으로 40~50대에도 비즈니스 캐쥬얼화가 진행되어 비즈니스 백팩 시장 전체가 확대될 전망

비즈니스 백팩 유행 전 인기를 끌었던 3WAY 백



자료: 야후 쇼핑 "https://store.shopping.yahoo.co.jp/kabanya/pu2505.html"

□ **최근 3년간 수입 동향 및 바이어 인터뷰**

○ 2018년 일본 가방(겉면이 플라스틱 혹은 방직용 섬유재질)의 총 수입액은 3억1154만 달러 규모로 최대 수입처인 중국을 포함한 상위 3개국의 수입 점유율은 80%에 달함.

- 전체 가방 수입액은 전년대비 5.9% 감소했음. 국가별로 보면 최대 수입처인 중국으로부터의 수입은 전년대비 5% 감소한 2억 2866만 달러, 2위인 베트남으로부터는 15.57% 증가한 2430만 달러, 3위인 체코로부터는 35.6% 감소한 1538만 달러를 수입 중

○ 2018년 한국의 대일본 수출액은 530만 달러로 전년대비 72.4% 크게 증가

- 2018년 한국은 전체에서 15번째 규모인 530만 달러를 수출해 전년대비 72.4% 증가함. 증가율로는 171% 증가한 인도에 이어 2위를 기록
- 과거 수년간 한국의 대일본 수출액은 증감이 반복됐으나 2018년에는 상위 15개국 중 절반 이상이 수입이 감소했음에도 불구하고 72.4%라는 급격한 성장을 보임.
- 한국산 가방 수입이 급증한 요인을 찾기 위해 한국 제품을 수입하고 있는 F사의 가방 수입 담당자 O씨를 인터뷰 했음.

Q1) 2018년도에 한국산 남성용 백팩을 수입하는데 있어서 어떤 기준으로 결정했는지?

A1) 자사는 온라인으로 가방을 판매하는데 수입 국가에서도 온라인 판매 반응이 좋은 제품을 찾고 있음. 최근에는 크라우드펀딩 인기제품을 주목하고 있음.

Q2) 한국 제품의 장점과 특징은 무엇인지?

A2) 우선 제품의 외관이 좋음. 독특한 디자인이 개성을 추구하는 일본 내 젊은 층 사이에서 반응이 좋음. 특히 자사가 수입한 한국 제품은 본인이 커스터마이즈할 수 있는 아이템까지 셋트로 판매돼 사용자가 원하

는 무늬로 DIY 형식으로 인쇄할 수 있는 기능을 갖춤.

Q3) 백팩 사용 용도 및 구매 연령층은 어떠한지? 혹시 한류 붐의 영향은 있는지?
A3) 해당 사 제품은 남성이 주 대상 고객이기 때문에 한류 붐 영향은 없다고 볼 수 있음. 제품은 아웃도어 및 캐주얼, 비즈니스 겸용 가능한 디자인이며 연령대는 20-30대 중심임.

Q4) 향후 어떤 제품(백팩)을 찾고 있는지?
A4) 지금 중국산 백팩은 해당 사 온라인 판매상 월간 150개 정도 판매하고 있음. 중국산은 판매가격이 약 3000엔 정도로 한국 제품의 5000~8000엔의 가격에 비해 경쟁력을 가지고 있음. 따라서 디자인적으로 부가가치가 높은 것은 물론이며 한국의 크라우드 펀딩이나 쿠팡과 같은 인터넷 쇼핑몰에서 이미 인기 판매 제품으로 실적이 있는 제품을 희망하고 있음.

최근 3년간 가방(겉면이 플라스틱 혹은 방직용섬유 재질)의 국가별 수입 동향
(HS Code: 4202.12, 단위: 천 달러, %)

순위	국가	금액			점유율			증감률 (17/18)
		2016	2017	2018	2016	2017	2018	
-	전 세계	308,324	331,066	311,541	100	100	100	-5.9
1	중국	231,597	240,706	228,660	75.11	72.71	73.4	-5
2	베트남	16,010	21,030	24,304	5.19	6.35	7.8	15.57
3	체코	11,639	23,894	15,384	3.78	7.22	4.94	-35.62
4	헝가리	7,556	11,702	11,001	2.45	3.53	3.53	-5.99
5	프랑스	6,139	8,350	9,362	1.99	2.52	3.01	12.12
6	대만	5,629	4,892	4,634	1.83	1.48	1.49	-5.26
7	이탈리아	5,923	5,227	3,872	1.92	1.58	1.24	-25.93
8	영국	2,423	1,592	2,497	0.79	0.48	0.8	56.84
9	스페인	1,533	1,583	2,029	0.5	0.48	0.65	28.17
10	인도	623	698	1,899	0.2	0.21	0.61	171.92
11	태국	3,138	2,617	1,412	1.02	0.79	0.45	-46.05
12	미국	1,227	1,817	1,373	0.4	0.55	0.44	-24.4
13	캄보디아	1,675	1,375	1,314	0.54	0.42	0.42	-4.43
14	독일	1,282	671	988	0.42	0.2	0.32	47.33
15	한국	311	308	530	0.1	0.09	0.17	72.04

자료: World Trade Atlas

□ **경쟁 동향**

○ 유럽 명품 브랜드와 아시아 국가들의 가성비 제품으로 수요 양극화

- 명품 브랜드 수입은 2018년도에 약간 감소했으나 유럽을 중심으로 한 유명 브랜드의 인기는 여전히 높음.

- 아시아 각국으로부터의 수입도 증가 추세임. 일본 브랜드들의 제작 기술 전수와 상사의 현지 공장 설립에 따라 아시아 국가 제품의 품질이 일본제와 대등할 정도로 상승했고 가격도 30~50% 가량 저렴해 수요가 늘어남.

- 일본 국내에서는 최근 기술 인력의 일손 부족으로 고품질 니즈에 대응하기 어려워 소비자의 브랜드 기호에 맞춰 다용도·다기능 상품 기획에 힘쓰고 있음.

- 이처럼 최근 가방 업계 전체 경향을 보면 패션이나 지위를 중시하는 유럽의 '고급 브랜드 제품'과 일본 브랜드는 연령, 성별에 관계없이 다용성·다기능의 상품 제공이 선호되며 중국이나 기타 아시아 국가의 상품은 저렴한 가격면에서 우위를 가지고 있음.

ㅇ 정장 브랜드와 공동 기획하거나 스포츠 브랜드도 비즈니스용 가방을 출시하는 등 경쟁 심화

- 비즈니스 정장 제조·유통 대기업인 아오야마 상사는 해외 비즈니스 백팩 메이커 샘소나이트와 콜라보 제품을 기획, 판매하고 있음.

- 해외 브랜드 중에서는 노스페이스, INCASE, TUMI, Samsonite, GREGORY 등에서 백팩 겸용 다용도 가방이 나오고 있어 20~40대 비즈니스맨을 대상으로 한 잡지에서 주목받고 있음.

- 일본 국내 브랜드인 요시다 가방은 100% 일본에서 생산하는 PORTER, LUGGAGE LABEL을 출시해 해외의 호평을 받았으며 한국·대만·홍콩 등에도 출점함. 가격대는 2만 엔대부터 6만 엔대로 다양하고 최근 여행을 테마로 자전거와 수트라는 컨셉을 다른 명품 브랜드와 콜라보하는 등 브랜드 가치를 높이고 있음.

- MAKAVELIC은 도쿄 시부야에서 만들어진 백팩 기업이며 캐주얼, 비즈니스, 스포티한 느낌을 융합한 디자인으로 알려짐. 그 외에도 캐주얼, 스포티한 백팩 업체가 일상용과 비즈니스용 양면에서 활용 가능한 백팩을 출시하고 있음.

- 일본 가방 종합 메이커 1위의 에이스 사는 기존 여행가방, 비즈니스백에 더해 커리어 우먼을 위한 비즈니스 백(Work Style Beauties)을 약 2만 엔 전후의 가격대로 판매하고 있음. 지금까지는 남성용의 비즈니스 백팩이 주류였지만 앞으로 여성용 비즈니스용 백팩의 라인업도 늘어날 전망

ACE사 여성용 비즈니스 가방 EL-B-SAC



자료: ACE사 홈페이지 “https://store.ace.jp/shop/g/g36392-04/”

□ **유통경로**

ㅇ 가방 전문점이 최대 판매처, 가격이나 판매 채널 통제 엄격

- 판매처 1위는 가방 및 잡화 전문점이고 이어 슈퍼마켓·백화점·도매업자 순서임. 그중에서 수익성이 제일 높은 것은 가방 전문점임. 판매 채널의 엄격한 통제를 위해 가격 결정권은 제조·도매업자가 갖고 있음.

- 인터넷 점포를 개설하는 도매업자가 증가하고 있지만 판매상품을 한정하고 가격을 깎지 않는 등 기존 거래처(가방 전문점 등)와의 관계를 중시하고 있어 본격적인 인터넷 판매는 적음.

ㅇ 관련 전시회

- 국제 백 EXPO

(URL)https://www.fashion-tokyo.jp/ja-jp/shows/bag.html

- 도쿄 핸드백·가방 박람회

(URL) http://www.tbl.gr.jp/

□ **관세율·수입 규제·인증**

○ 관세율

HS Code	기본	WTO 협정
4202.12.210	10%	8%

자료: 재무성 무역통계 실행관세율표(2019년 2월 1일판)

○ 수입 규제, 인증
- 플라스틱 또는 방직용 섬유 소재의 비즈니스백은 별다른 수입 규제나 인증이 없음.
- 문의처: 일본무역진흥기구(JETRO) 무역투자 상담 창구, TEL : 81)3-3582-5651

□ **시사점**

○ 2019년 4월 1일부터 일본에서 “일하는 방식 개혁법”이 본격 시행됨. 앞으로도 근무환경의 유연성이 더욱 확대됨에 따라 비즈니스 캐주얼화도 더욱 가속화 될 전망임.

- 이러한 시대의 변화에 맞춰 비즈니스 백팩, 특히 다용도 백팩의 수요는 꾸준히 증가할 것이며 외국 제품에 대한 거부감이 낮아 한국산 제품도 급격히 성장 중인 분야임.
- 특히 한국은 “IT 강국”이라는 이미지가 있어 이를 활용한 IT업계 젊은 종사자나 스타트업, 금융 등 30-40대의 니즈를 충족할 수 있는 제품이 인기가 좋음.

○ 그러나 브랜드 로열티가 높은 고가 제품과 가성비 좋은 제품 사이에서 애매하게 포지션할 경우 시장에서 도태될 가능성도 존재

- 현재 한국산은 다소 부가가치가 있지만 고가 브랜드만큼의 로열티를 확보하지는 못함. 반면 중국산과 비교 시 가격경쟁력은 떨어짐.
- 따라서 다른 업계 브랜드와 콜라보 제품을 기획한다든지 새로운 부가기능을 추가하는 등의 방법을 생각해 볼 수 있음. 특히 IT를 활용한 부가가치를 더할 경우 새로운 제품을 선호하는 크라우딩 펀딩 사이트에 입점하는 것도 하나의 방법이 될 수 있음.

자료: 샘소나이트레드, 야노경제연구소, 야후 쇼핑, World Trade Atlas, ACE, 일본 재무성 등 KOTRA 도쿄 무역관 자료 종합

2019-04-11 타카하시요시에 일본 도쿄무역관

출처 (KOTRA해외시장뉴스)

10. 동남아 패션 리더, 태국 가방 시장동향

- 가죽가방 보다 인조가죽가방 또는 플라스틱, 천 소재 가방 선호 -
- 디자인과 가격이 구매에 중요한 요소로 작용 -
- 가죽가방의 경우 수입허가 필요-

□ **시장규모 및 동향**

○ 태국의 가방 시장규모는 2018년 기준 16억 710만 달러로 동남아시아 국가 중 최대 규모이며, 세계 16위 수준임(유로모니터).

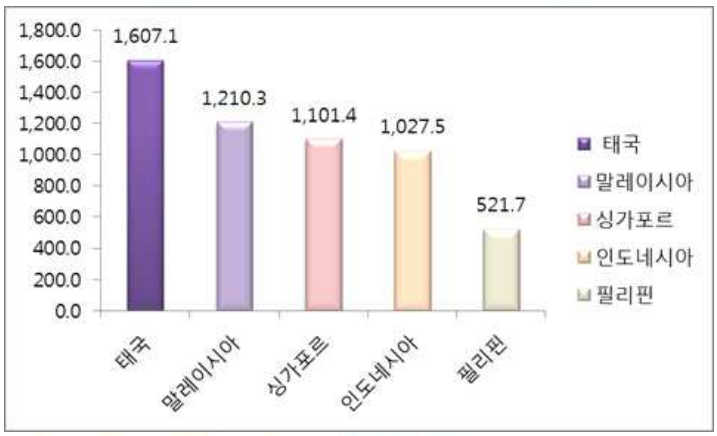
- 태국의 가방 시장규모는 동남아 2위 시장인 말레이시아의 시장규모와의 격차가 약 3억 9680만 달러

에 달해 압도적인 1위를 차지

* 참고 한국의 가방 시장규모는 101억 7300만 달러로 미국, 중국, 일본에 이어 4위에 해당

2018년 동남아시아 주요국가 가방 시장규모

(단위: 백만 달러)



자료: 유로모니터 자료를 바탕으로 방콕무역관 작성

○ 태국 가방 시장은 태국인의 패션 트렌드에 대한 관심 증가와 국내외 여행증가 및 외국인 관광객 증가로 지속적으로 확대 추세에 있음.

○ 유로모니터에 따르면 2018년 한 해 동안 태국에서 2,432만 7900개의 가방(여행용 트렁크 포함)이 판매되어 전년 대비 판매량이 5.9% 증가

- 2018년 품목별 가방 매출액은 핸드백이 252억 7690만 밧(7억 9265만 달러, 47.8%)으로 가장 높았으며, 이어서 백팩(15.7%), 여행용가방(14.0%), 크로스바디 백(12.6%) 등의 순으로 나타남.

태국 가방 매출액 추이(2016~2018년)

(단위: 천 개, 백만 밧)

구분	수량			금액		
	2016	2017	2018	2016	2017	2018
가방	**20,544.6**	**21,685.1**	**22,886.9**	**38,389.1**	**41,625.0**	**45,503.4**
- 백팩	6,864.8	7,276.6	7,691.4	7,079.8	7,610.8	8,280.6
- 서류가방	230.1	239.3	247.7	1,066.5	1,135.8	1,203.9
- 크로스바디백	4,079.9	4,324.7	4,605.8	5,682.6	6,137.2	6,689.5
- 더플백	170.6	176.9	183.8	113.7	119.4	126.2
- 핸드백	2,632.5	2,807.5	3,003.4	20,947.4	22,908.5	25,276.9
-- 기본	1,114.1	1,175.3	1,234.1	2,068.9	2,234.4	2,424.4
-- 중급	1,297.5	1,401.3	1,527.4	10,847.4	12,040.6	13,545.6
-- 럭셔리	220.9	230.9	242.0	8,031.1	8,633.4	9,306.9
- 지갑/동전지갑	4,875.0	5,109.0	5,338.9	3,153.9	3,358.9	3,560.4
- 기타 소형가방	1,691.8	1,751.0	1,815.8	345.3	354.6	366.0
여행용가방	**1,153.9**	**1,286.6**	**1,441.0**	**5,707.4**	**6,477.9**	**7,397.8**
합계	**21,698.6**	**22,971.7**	**24,327.9**	**44,096.5**	**48,102.9**	**52,901.1**

자료: 유로모니터(Euromonitor)

□ **경쟁동향 및 제품 동향**

○ 태국의 가방 시장은 해외유명 디자이너 브랜드와 Zara, H&M등 해외 패스트패션 브랜드, 태국 브랜드가 고객 소득수준과 취향에 맞도록 고루 분포되어 있음.

- 덥고 습하며 1년에 4개월 가량은 우기인 기후 조건상 일반 태국인들은 가죽 가방보다는 디자인이 우수하지만 부담 없는 가격대에 구매가 가능한 인조가죽 가방 또는 플라스틱이나 천 재질의 가방을 선호하는 편임.

○ 유로모니터에 따르면, 태국 가방시장의 선두는 럭셔리 해외브랜드 루이뷔통, 펜디, 로에베, 셀린느 등을 보유한 LVMH Moet Nennessy Louis Vuitton SA로 시장점유율은 5.9%임.

- 2위는 구찌, 보테가 베네타, 입생로랑을 취급하는 Kering SA(2.4%)가, 3위는 Samsonite(Thailand) Co., Ltd(2.2%)가 차지

○ 로컬 가방 유통 업체 중 가장 규모가 큰 기업은 태국의 소비재 유통, 외식산업, 호텔 및 리조트 산업을 운영하는 거대 기업인 Minor International PCL이며, 가방시장의 2.4%를 점유

- 마이너 그룹은 싱가포르의 인기 구두 및 가방 브랜드인 Charles &Keith와 최근 2~3년 사이 크게 인기를 끈 일본의 Anello 브랜드를 수입 판매 하고 있음.

태국 내 인기 가방 제품 및 취급 업체 소개

브랜드명 (본사소재지)	기업명 (2017년 매출액: 백만 밧)	제품소개		
Charles &Keith (싱가포르)	Minor International PCL (4,151.6)	 (2,990밧)	 (2,590밧)	 (2,390밧)
Lyn(태국)	Jaspal Co., Ltd (8,371.8)			
BAOBAO Issey Miyake (일본)	Club 21(Thailand) Co., Ltd (2,578.3)	 (15,900밧)		
ZARA (스페인)	Gagan(Thailand) Co., Ltd (4,771.3)	 (1,990밧)	 (1,590밧)	

자료: Corpus BOL, 각 사 홈페이지

○ (최신 가방 트렌드) 온라인신문 프라차찻(Prachachat)에 따르면 2019년에 유행할 4대 스타일로 특히 표범무늬를 중심으로 한 애니멀 프린트, 선명한 색채, 메탈릭, 레이어드 매칭을 꼽음.

2019년 유행 예감 스타일(예시)

애니멀 프린트	대담한 색채	메탈릭	레이어드 매칭
			

자료: 왼쪽부터 Zara, Stefaniamode, Kendall &Kylie, Lindasieto

□ **수입동향**

○ 가방(HS 4202)의 하위 HS코드는 12개가 있으나 동 보고서에서는 외부 표면 재질에 따라 외부 표면을 가죽이나 합성(인조)가죽으로 만든 핸드백(HS 4202.21)과 외부 표면을 플라스틱 시트나 방직용 섬유재료로 만든 핸드백(HS Code 4202.22) 두 가지의 수입동향을 소개함.

○ 2018년 태국의 가죽 또는 인조가죽 핸드백(HS 4202.21) 수입은 전년대비 19.5% 증가한 9634만 달러를 기록

- 세계적인 패션 강국인 이탈리아와 프랑스로부터의 수입이 각각 4870만 달러와 2785만 달러로 전체 수입의 79.5%를 차지

- 중국은 태국의 가죽 및 인조가죽 가방 수입 3위 국가로 2018년 수입은 전년 대비 19.8% 감소한 891만 달러를 기록하여 수입비중이 13.8%에서 9.3%로 낮아짐.

- 대 한국 수입은 지난 3년 연속 감소세로 2016년 65만 5400달러에서 2018년 20만 1900달러로축소되면서 18위에 오름.

태국 가죽 및 인조가죽 핸드백(HS 4202.21) 수입규모(2016~2018년)

(단위: 천 달러, %)

순위	국가명	금액			비중			증감
		2016	2017	2018	2016	2017	2018	18/17
세계		81,278.1	80,615.9	96,341.3	100.0	100.0	100.0	19.5
1	이탈리아	29,478.7	35,848.7	48,697.6	36.3	44.5	50.6	35.8
2	프랑스	21,430.9	24,381.1	27,852.4	26.4	30.2	28.9	14.2
3	중국	7,642.0	11,112.2	8,914.2	9.4	13.8	9.3	-19.8
4	스페인	2,135.4	2,198.5	2,127.1	2.6	2.7	2.2	3.3
5	미국	959.0	1,085.5	1,696.3	1.2	1.4	1.8	56.3
6	싱가포르	1,883.8	808.2	1,159.3	2.3	1.0	1.2	43.5
7	베트남	1,949.1	728.5	729.0	2.4	0.9	0.8	0.1
8	루마니아	427.4	599.0	686.2	0.5	0.7	0.7	14.6
9	인도	323.9	623.4	554.5	0.4	0.8	0.6	-11.0
10	호주	400.4	120.8	538.7	0.5	0.2	0.6	346.0
18	**한국**	**655.4**	**451.8**	**201.9**	**0.8**	**0.6**	**0.2**	**-55.3**

자료: Global Trade Atlas

○ 2016과 2017년 태국의 플라스틱 및 천 재질 핸드백(HS 4202.22) 수입은 1억 달러 수준을 기록하다 2018년 전년 대비 23.2% 증가한 1억 3207만 달러를 기록

- 중국산 가방의 수입은 7095만 달러를 기록하여 수입 비중 53.7%로 수입시장의 절반 이상을 차지하고

있으나 지난 3년간 수입비중은 지속적으로 감소하고 있음.

- 2위는 이탈리아로 수입규모 1742만 달러(13.2%)를 기록했으며, 3위인 프랑스의 경우 전년 대비 96.2%로 크게 증가한 1643만 달러(12.4%)가 수입되었음.

- 우리나라로부터의 수입은 3년 연속 증가세에 있으며 2018년 수입액은 전년 대비 두 배 이상 증가한 332만 달러를 기록하여 8위에 오름

태국 플라스틱·천 재질 핸드백(HS 4202.22) 수입규모(2016~2018년)

(단위: 천 달러, %)

순위	국가명	금액			비중			증감
		2016	2017	2018	2016	2017	2018	18/17
세계		107,372	107,230	132,074	100.0	100.0	100.0	23.2
1	중국	64,649	64,127	70,947	60.2	59.8	53.7	10.6
2	이탈리아	9,255	8,879	17,421	8.6	8.3	13.2	96.2
3	프랑스	12,857	14,028	16,434	12.0	13.1	12.4	17.2
4	일본	5,724	5,006	4,775	5.3	4.7	3.6	-4.6
5	스페인	2,591	3,721	4,605	2.4	3.5	3.5	23.8
6	캄보디아	2,948	2,744	4,216	2.8	2.6	3.2	53.7
7	베트남	2,663	2,166	3,566	2.5	2.0	2.7	64.6
8	**한국**	**1,269**	**1,651**	**3,317**	**1.2**	**1.5**	**2.5**	**101.0**
9	스위스	474	403	1,337	0.4	0.4	1.0	232.1
10	루마니아	406	527	1,045	0.4	0.5	0.8	98.4

자료: Global Trade Atlas

□ **수입관세, 규제 및 인증**

○ 가방류(HS 4202)는 HS코드 6단위 기준 12개가 있으며, 모두 일반세율은 20%이나 원산지 증명서(Form AK)를 갖출 경우 한-아세안 FTA 협정에 따라 수입관세가 면제되며, 부가가치세(VAT) 7%만 부과 대상이 됨.

가방류 수입관세 현황

HS 코드	품목명	일반세율	한-아세안 FTA 협정세율
4202	가방류		
4202.11	외부 표면을 가죽/인조가죽으로 만든 것 (서류가방 등)	20%	면제
4202.12	외부 표면을 플라스틱이나 방직용 섬유재료로 만든 것(학교 가방 등)	20%	면제
4202.19	기타 핸드백	20%	면제
4202.21	외부 표면을 가죽/인조가죽으로 만든 것	20%	면제
4202.22	외부 표면을 플라스틱이나 방직용 섬유재료로 만든 것	20%	면제
4202.29	기타(통상 주머니나 핸드백에 넣어 다니는 물품)	20%	면제
4202.31	외부 표면을 가죽/인조가죽으로 만든 것	20%	면제
4202.32	외부 표면을 플라스틱이나 방직용 섬유재료로 만든 것	20%	면제
4202.39	기타	20%	면제
4202.91	외부 표면을 가죽/인조가죽으로 만든 것 (스포츠 백, 볼링 가방 등)	20%	면제
4202.92	외부 표면을 플라스틱이나 방직용 섬유재료로 만든 것(화장품가방, 볼링가방 등)	20%	면제
4202.99	기타	20%	면제

자료: 태국 관세청 통합세율조회 사이트

○가방 및 핸드백 류는 가죽 재질로 제작된 경우를 제외하고는 별도의 인증 또는 등록 절차 없이 일반 수입 절차에 의해 수입 가능

○ 가죽 가방(HS 4202.21, 4202.31에 해당)을 수입하고자 하는 경우 육상동물 가죽은 국립공원 및 야생동식물보호국(이하 야생동식물보호국)에서, 수상동물 가죽은 수산국을 통한 사전 수입 허가가 필요

- 방콕무역관의 허가당국 전화문의에 따르면 수입업체에서는 수입허가 진행에 앞서 해당 가죽이 국제협약 또는 태국 법규에 해당하는지 확인한 뒤(아래 표 내용 참조) 해당 시 야생동식물보호국 또는 수산국으로부터 해당 제품의 수입가능 여부를 한번 더 확인하는 절차를 걸칠 것이 권고됨.

- 만약 가죽가방이 리스트에 없을 경우 완제품에 한하여 일반 수입절차로 수입이 가능하며, 원산지 국가기관으로부터 해당 제품이 멸종위기의 동식물 교역에 관한 국제협약(CITES)에 해당사항이 없음을 증명하는 서류를 첨부하는 것이 좋음(태국 관세청 문의)

- 육상동물 가죽제품 수입 허가에는 약 3영업일이 소요되며, 수상동물 가죽 수입 허가에는 약 6영업일이 소요

육상동물 가죽제품 수입허가 관련 정보

기관명	국립공원 및 야생동식물보호국 내 야생 동물 및 식물 보호부서 (Division of Wild Fauna and Flora Protection, Department of National Parks, Wildlife and Plant Conservation)
웹사이트	http://portal.dnp.go.th/p/citesdnp
연락처	+66-(0)2-561-4838
주소	61 Phahon Yothin Rd, Lad-yao, Jatujak, Bangkok 10900
확인사항	1), 2), 3)에 해당여부 확인 1) 멸종위기의 동식물 교역에 관한 국제협약(CITES) 해당시 **수입허가 필요** https://www4.fisheries.go.th/local/file_document/20170526103013_file.PDF 2) 보호대상 야생동물에 관한 총리령(Ministerial Regulation on a protection list of wildlife species B.E. 2546)에 해당 시 **수입불가** http://portal.dnp.go.th/DNP/FileSystem/download?uuid=22b3e8ae-8d55-4037-9e78-0a13f51edee1.pdf 3) 상업용으로 허가된 야생동물에 관한 총리령(Ministerial Regulation on wildlife species allowed to be commercially breed B.E.2546) **수입허가 필요** http://portal.dnp.go.th/DNP/FileSystem/download?uuid=9dcec3de-71b4-4ab7-bb8f-47dccca2f875.pdf
수입허가신청	사이트에 접속하여 계정 신청 후 허가신청 필요서류 업로드 http://cites.dnp.go.th/cites_g/app/frm_register_st0.php
신청서류	ㅇ 수입허가 신청서 ㅇ 인보이스 사본 ㅇ 원산지 증명서 ㅇ 동물위생검역서 ㅇ 포획사육 파생물, 보호동물 및 부분에 관한 공식 문서 ㅇ CITES 허가서류
비고	ㅇ 매 수입 시 건 별로 수입허가 필요(계정 신청은 최초 1회에 한함 ㅇ 품목별 수입허가 신청가능 기간은 수입예정일 6개월 전부터 이며 수입예정일로부터 최소 1주일전 신청이 권고됨.

자료: 국립공원 및 야생동식물보호국 홈페이지 및 전화 인터뷰 내용 종합

수상동물 가죽제품 수입허가 관련 정보

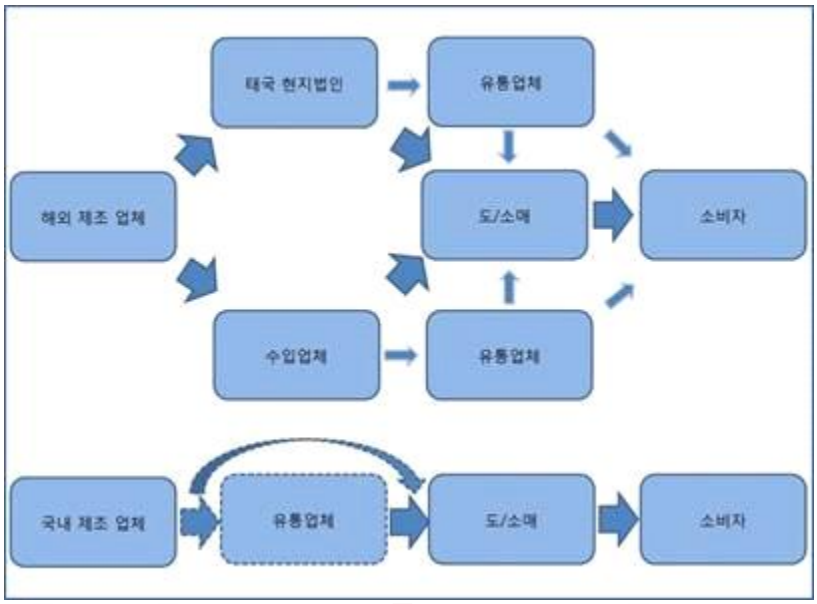
기관명	농업협동부 산하 수산국
웹사이트	https://www4.fisheries.go.th
연락처	+66-(0)2-562-0600(내선 2103)
주소	Department of Fisheries, Phahon Yothin Rd, Lad-yao, Jatujak, Bangkok 10900
확인사항	멸종위기의 동식물 교역에 관한 국제협약(CITES) 해당여부 확인 → (해당시) 수입허가 필요
수입허가신청	사이트에 접속하여 ID와 비밀번호 생성 → 수산국 담당자로부터 필요서류 관련 통보 → 후 허가신청 필요서류 업로드
수입허가 신청서류	ㅇ 인보이스 ㅇ 선하증권 ㅇ 패킹리스트 ㅇ CITES 허가서류
비고	ㅇ 매 수입 시 건 별로 수입허가 필요(계정 신청은 최초 1회에 한함

자료: 수산국 홈페이지 및 전화인터뷰 내용 종합

□ **유통구조**

○ 해외 디자이너 브랜드 가방의 경우 해외의 다국적 기업 또는 OEM업체에서 제조하여 수입상 또는 현지 법인을 통하여 수입된 뒤 백화점 등 주요 유통망에 공급되며, 국내 제품의 경우 제품 제조 후 자사 유통망 또는 전문 유통업체를 거쳐 도/소매로 판매됨.

가방 유통구조 도식도



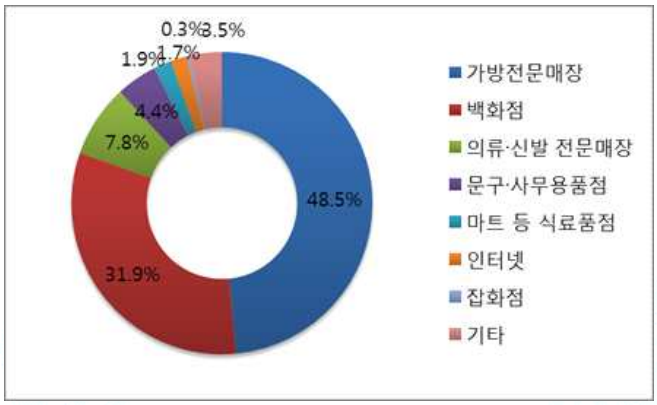
자료: KOTRA 방콕무역관 작성

○ 태국 내 가방 유통은 매장형 유통망을 통한 판매가(98.3%)를 차지하며, 인터넷을 통한 판매가 1.7%를 차지

- 매장형 유통망 중에서는 가방전문매장을 통한 판매가 48.5%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 이어서 백화점 31.9%, 의류 및 신발 전문매장 7.8%의 순임.

- 인터넷을 통한 판매는 2013년 0.5%에 불과했으나, 소셜커머스 및 온라인 쇼핑 플랫폼의 발달로 판매 비중이 2015년 1.0%, 2018년 1.7%로 급속히 증가하고 있음.

태국의 유통 채널 별 가방 판매 비중(2018년)



자료: 유로모니터

□ **시사점**

○ 태국의 가방시장은 동남아시아 최대 규모이며, 개방적 분위기와 함께 외국인 관광객의 방문이 활발한 나라로 국민들의 패션에 대한 관심이 높은 편임.

- 가방은 의상, 구두와 함께 대표적인 패션 액세서리에 속하며 가방시장 성장률은 경기의 호·불황과 관계없이 지속적으로 경제상승률을 상회해 왔음.
- 유로모니터는 2019년 가방 매출액이 전년 대비 8.0% 상승한 571억 5460만 달러를 기록할 것으로 예상하는 가운데 2018~2023년까지 연평균 8.0%의 매출 상승이 있을 것으로 전망

태국 가방시장성장률과 경제성장률(2014~2018년)



자료: 유로모니터, 국가경제사회개발위원회(NESDC)

○ 태국인들은 일반적으로 가방 구매에 있어 가방 소재의 우수성보다는 적정 가격대, 유행하는 디자인과 스타일인지 여부 등을 더욱 고려하는 성향을 보이며, 쇼핑몰이 잘 발달해 있어 Zara, H&M 등 패스트 패션 브랜드에도 매우 친숙한 편임.

○ 태국의 대형 패션 유통업체 M사의 마케팅 부서 담당자와의 인터뷰에 따르면, 태국의 패션 액세서리시장은 진입자가 워낙 많아 경쟁이 치열한 만큼 소비자들의 가격 민감도가 높다는 점이 특징이라고 전함.

- 또한 한국 패션은 한국 화장품이나 한국 식품에 대한 인지도가 낮으므로 오프라인 매장설립 등 대규모 투자를 진행하기 보다는 이커머스를 통해 진출하여 틈새시장을 노리는 것이 보다 현명할 것이라 조언

○ 최근 Matchbox, SOS(Sense of Style)등 패션 멀티브랜드 숍에서 온·오프라인으로 소개되는 제품들이 트렌드를 좇는 대학생 및 직장인들에게 인기를 끌고 있으므로 인지도 있는 멀티브랜드 숍 등을 유통채널로 고려해 볼 수 있을 것임.

태국 내 패션 멀티브랜드 숍 예시



자료: Matchbox 인스타그램, SOS 홈페이지

자료: 유로모니터, 태국경제사회개발위원회(NESDC), 태국 관세청 통합세율조회 시스템, 패션 브랜드 및 매장 홈페이지(Charles &Keith, Lyn, Baobao, Zara, Stefaniamode, Kendall &Kylie, Lindasieto, SOS), Corpus BOL, Matchbox 인스타그램, 전화인터뷰(관세청, 야생동식물보호국, 유통업체, 수산국) 및 KOTRA 방콕무역관 자료종합

출처 (KOTRA해외시장뉴스)

11. 베트남 식기세척기 시장동향

- 소득 수준 개선으로 현지 소비자들 사이에서 주목받기 시작한 식기세척기 -

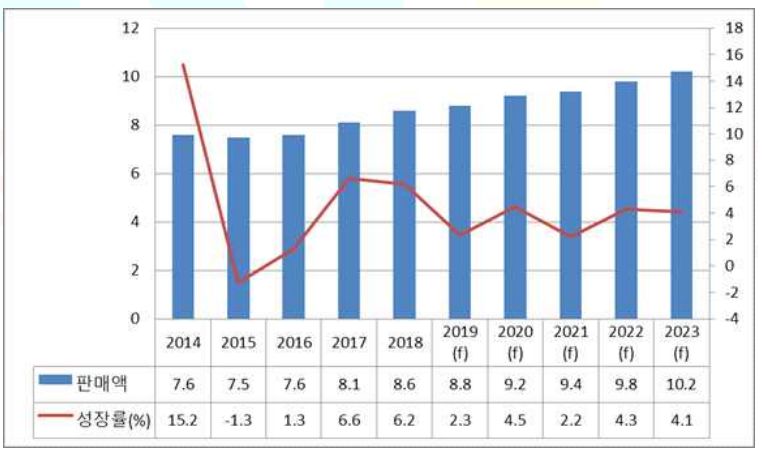
□ 시장 규모 및 동향

○ 베트남 식기세척기 시장 규모는 2018년도 기준 약 860만 달러 수준임.

- 유로모니터 통계자료에 따르면 2018년도 베트남 식기세척기 시장 판매량은 전년대비 6.2% 성장했으며 시장 규모는 860만 달러임.

- 베트남의 식기세척기 시장은 상대적으로 규모가 작은 시장이나 꾸준한 성장률을 보이고 있으며 이미 보편화되고 다양한 브랜드를 보유한 냉장고 등의 주방기계에 비해 보급률이 낮아 상대적으로 성장 가능성이 있다고 볼 수 있음.

2014~2023년도 베트남 식기세척기 시장(판매액) 동향
(단위: USD 백만, %)



	2014	2015	2016	2017	2018	2019 (f)	2020 (f)	2021 (f)	2022 (f)	2023 (f)
판매액	7.6	7.5	7.6	8.1	8.6	8.8	9.2	9.4	9.8	10.2
성장률(%)	15.2	-1.3	1.3	6.6	6.2	2.3	4.5	2.2	4.3	4.1

주: (f)= forecast

자료: 유로모니터

ㅇ 빌트인(Built in) 방식과 스탠드형 방식이 주요 트렌드

- 베트남에서 주로 유통되는 식기세척기 종류로는 싱크대 도어 패널에 부착할 수 있도록 판매되는 빌트인(Built in) 방식과 별도 분리된 형태인 스탠드형 방식이 보편적임.

- 베트남의 선두 가전제품 유통매장 Nguyen Kim에서 근무하는 영업 담당자 Ngan씨에 따르면 “최근 베트남 소비자들이 많이 찾는 가전제품은 모던한 스타일로 Nguyen Kim매장에서 가장 인기 있는 제품은 BOSCH의 MS63L02EA제품이다. 소규모 가정에 적합한 미니 세척기 또한 인기를 얻고 있다.”고 전함.

빌트인 방식(좌)과 스탠드형 방식(우)



자료: 베트남 현지 언론

BOSCH의 SMS63L02EA제품



자료: www.nguyenkim.com

□ **최근 3년간 수입 규모 및 상위 10개국 수입동향**

ㅇ 수입산 제품 시장점유가 지배적, 수입액은 꾸준히 증가할 전망

- 유로모니터 자료에 따르면 2018년도 베트남에는 약 13,500개의 식기세척기가 생산 및 유통됐으며 그 중 13,200개가 수입산 제품으로 전체 시장의 약 97%를 차지하고 있음.

- 베트남 현지에서 생산되는 식기세척기는 기술력 등의 부재로 인해 생산량이 지속적으로 감소하고 수입제품 대비 경쟁력을 잃은 상황임.

연도별 베트남 식기세척기 생산, 수출입 현황

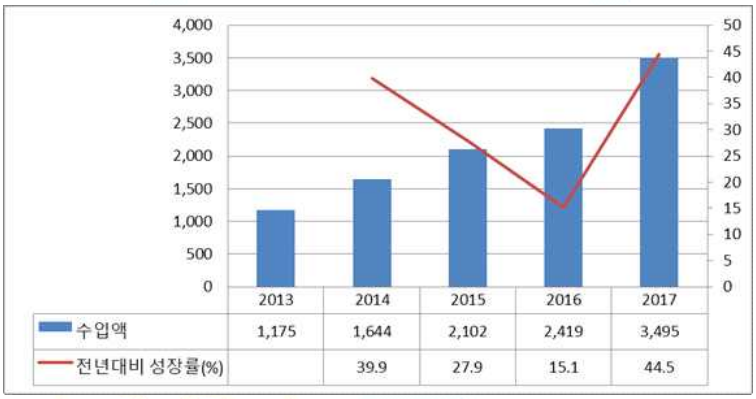
(단위: 개)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	2018
생산량	700	500	300	300	200	200
수입량	4200	5800	7600	9600	11300	13200
수출량	100	0	0	100	0	100
합계	5000	6300	7900	10000	11500	13500

자료: 유로모니터 2019

- 식기세척기 수입액의 경우 2013년 120만 달러에서 2017년 350만 달러로 약 3배 증가했으며 향후 베트남 소비자들의 가처분 소득 증가 및 중산층 규모 확대가 식기세척기 수입액 상승을 견인할 것으로 전망됨.

2013~2017년도 대베트남 식기세척기 수입액 동향
(단위: USD 천, %)



자료: 유로모니터

ㅇ 베트남 소비자들 사이에서 유럽산 제품이 인기를 끌고 있음.

- 현지에서 인기 있는 식기세척기 브랜드는 Bosch(독일), Fagor(스페인), Teka(독일), Hafele(중국), Ariston(이탈리아) 등으로 대부분 유럽산이며 현지인들 또한 유럽산 제품에 대한 품질 신뢰도가 높음.

- 베트남 현지에서 가정용 식기세척기를 수입하는 A사에 따르면 “유럽산에 대한 베트남 소비자의 관심도는 높으나 높은 가격대로 인해 중국산 제품을 찾는 고객들도 다수 있다. 그러나 중국산 제품은 잔 고장이 많아 품질 만족도가 높지는 않은 편”이라고 전함.

대베트남 식기세척기 수입액 상위 10개국 동향
(단위: USD 천, %)

순위	국가명	수입액			2016년 대비 증감률 (%)
		2015년	2016년	2017년	
1	독일	822	877	1,060	20.9
2	폴란드	256	365	766	109.9
3	중국	299	379	598	57.8
4	터키	147	290	514	77.2
5	스페인	280	282	232	-17.7
6	이탈리아	153	137	147	7.3
7	일본	31	31	76	145.2
8	프랑스	65	21	26	23.8
9	말레이시아	0	0	21	210
10	대한민국	22	4	19	375
	기타	27	33	36	9.1
	합계	2,102	2,419	3,495	44.5

주: 나열 순서는 2017년도 기준
자료: ITC Trademap

□ **대한국 수입 규모 및 동향**

ㅇ 한국산 식기세척기 브랜드는 유럽산에 비해 아직까지 베트남 소비자들 사이에서 인지도가 높지 않은

것으로 나타남. 그러나 유럽산에 비해 합리적인 가격과 품질로 인해 경쟁력이 있을 것으로 전망됨.

- 2017년도 기준 한국은 대베트남 식기세척기 수입액 10위에 랭킹됐으며 수입액은 1만9000달러로 상위 수입국인 독일에 비해서는 5분의 1 수준임.

ㅇ 베트남 내에서 한국산으로 잘 알려진 식기세척기 브랜드로는 다이와(DAIWA)와 선홈(Sunhome) 등이 있음.

- 베트남 내 주방용품 온라인 웹사이트 상에서 가장 많이 노출돼 있는 제품인 다이와(DAIWA) 식기세척기는 소규모 가정에 적합한 제품들로 약 500달러 내외의 상대적으로 합리적인 가격으로 알려져 있음.

- 베트남 통계청에 따르면 2018년 베트남의 1인당 GDP 는 연 2,587달러로 식기세척기는 상당히 고가에 속해 소득 상위 계층을 중심으로 향후 수요가 증가할 것으로 예상됨.

다이와(DAIWA) 식기세척기



자료: https://bepnamanh.com/

□ **경쟁동향 및 주요 경쟁기업**

ㅇ 베트남 내 시장점유율은 프리미엄 브랜드의 점유율이 높음.

- 유로모니터 자료에 따르면 2018년 전체 기준 가장 높은시장점유율을 보유하고 있는 브랜드는 Bosch(23.7%), Electrolux(17.1%), Fagor(12.9%) 등 으로 독일, 스위스, 스페인 등에서 생산된 유럽 제품들임.

- 2015~2017년 기간 동안 유럽 제품군 중에서도 상대적으로 가격이 낮은 Electrolux(스위스 제품)이 시장점유율 1위였으나 가격대는 높으나 더 현대적이고 세련된 제품으로 평가 받고 있는 Bosch(독일제품)이 2018년도 1위 시장점유율을 달성했음.

2015~2018년도 베트남 내 식기세척기시장점유율

(단위: %)

순위	브랜드	회사명	국가	2015	2016	2017	2018
1	Bosch	BSH Hausgerate GmbH	독일	19.7	19.9	20.2	23.7
2	Electrolux	Electrolux Vietnam Ltd	스위스	31.0	27.0	22.3	17.1
3	Fagor	Fagor Electrodomesticos S Coop	스페인	7.0	14.3	14.8	12.9
4	Malloca	Bach Hop Kitchen Appliance Co Ltd	스페인	9.9	9.0	9.6	9.8
5	Aristons	Indesit Co SpA	이탈리아	12.7	10.0	9.9	8.1
6	Haier	Haier Electrical Appliances Vietnam Co Ltd	중국	3.0	2.6	2.4	2.3
			기타	16.7	17.2	20.8	26.0

자료: 유로모니터

□ **관세율, 수입규제, 인증절차 및 제도**

○ 식기세척기와 관련해 특별한 수입규제는 없는 것으로 조사됨. 관세율은 아래와 같음.

HS 코드(8422.11)관세율 표

HS code	설명	수입관세율(%)			VAT (%)
		MFN-WTO	AKFTA	VKFTA	
8422.11	가정형 접시세척기, 병이나 그 밖의 용기의 세정용이나 건조용 기계, 병·깡통·상자·자루·그 밖의 용기의 충전용·봉함용·실링(sealing)용·레이블 부착용 기계, 병·단지·통과 이와 유사한 용기의 캡슐 부착(capsuling)용 기계, 그 밖의 포장기계(열수축 포장기계를 포함한다), 음료용 탄산가스 주입기	20	20	10	10

자료: https://www.customs.gov.vn

□ **유통채널**

○ 식기세척기의 주요 유통 채널은 전자제품 전문점과 가정용품 판매점임.

- 식기세척기의 주요 유통 채널은 NguyenKim, Dienmayxanh, Pico 등의 전자제품 전문점으로 2018년 기준 식기세척기 총 소매유통의 70%를 차지하고 있음.

- 베트남의 온라인 유통이 성장함에 따라 2015년부터 온라인 판매도 증가하고 있으나 2018년 온라인 판매점유율은 10% 내외임. 이는 베트남 소비자들이 직접 제품을 확인하고 테스팅 후 구매하는 성향이 짙기 때문임.

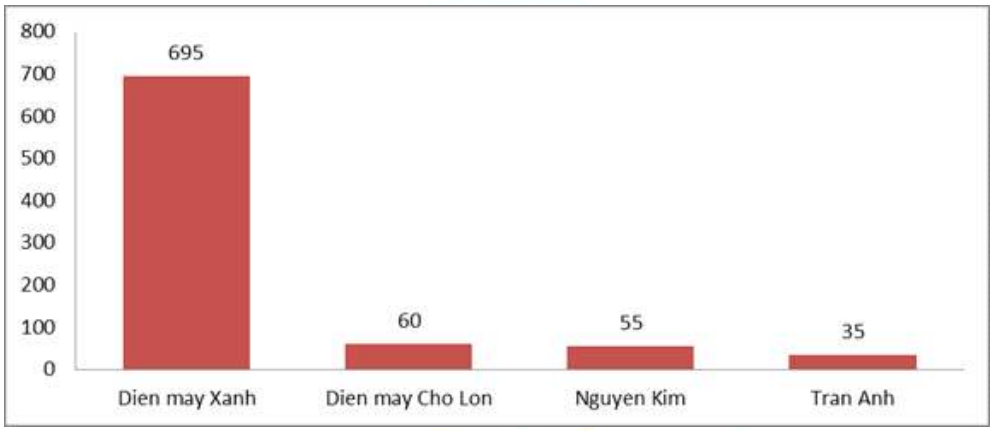
2014년~2018년도 식기세척기 유통동향

(단위: %)



자료: 유로모니터

2017년 기준, 베트남 내 주요 전자제품 매장 수 현황
(단위: 개)



자료: https://baomoi.com/nguyen-kim-tu-nguoi-di-dau-den-ke-ve-sau-tren-thi-truong-dien-may/c/26924010.epi

□ 시사점

○ KOTRA 하노이 무역관에서 식기세척기 업체를 지원하고 있는 직원에 따르면 "베트남의 급격한 생활 수준 향상으로 구매하는 가전제품의 종류가 다양해지는 등 베트남 소비자들은 편의성을 중요시하기 시작했다. 그에 따라 가정용 식기세척기의 수요도 증가하고 있으나 경제력이 좋은 가정의 경우 아직까지는 가정부를 고용하는 추세이며 선진국에 비해 판매량이 높은 편은 아니다. 해당 시장을 장기적으로 보고 브랜드 홍보를 한다면 한국 기업의 시장 선점도 가능할 것으로 보인다." 고식기세척기 시장에 대해 전망했음.

○ 베트남의 가전제품 수요는 꾸준히 증가하고 있어 매년 꾸준히 전시회가 개최되고 있음. 전시회 참가를 통한 브랜드 홍보도 효과적인 마케팅 방법이 될 것으로 예상됨.

베트남 내 주요 전시회 일정

1. Vietnam Expo- The 29th Vietnam International Trade Fair	
일시	10- 14 April, 2018
장소	International Center of Exhibition Hanoi(ICE)
웹사이트	http://www.tradepro.vn/vi/hoi-cho-trien-lam/ha-noi/208-vietnam-expo-hanoi
주최측	베트남 산업무역부
참가 규모	550개사 내외
Vietnam Industrial and Manufacturing Fair- VIMF	
일시	12- 14 June, 2019
장소	Binh Duong Exhibition &Convention Center
웹사이트	https://www.sukien.net/vimf-2019-trien-lam-cong-nghiep-san-xuat-viet-nam-2019
주최측	OMG EVENT MANAGEMENT LIMITED
참가 규모	300개사 내외

자료: KOTRA 하노이 무역관 종합

자료: 유로모니터, ITC Trade map, 베트남 현지 언론, www.nguyenkim.com, www.customs.gov.vn, https://bepnamanh.com/, https://baomoi.com, KOTRA 하노이 무역관 자료 종합

출처 (KOTRA해외시장뉴스)