

주간 규제 정보

Vol. 367

2021. 10. 04 ~ 2021. 10. 10



목차

국가기술표준원(<http://kats.go.kr/>)

1. 수소경제 선도기술, 국제표준으로 착실히 진입중 3
2. 사이즈코리아센터 이제 메타버스로 찾아오세요! 4
3. 우리나라, 국제전기기술위원회(IEC) 적합성평가이사국 재선임 4
4. 전기용품 및 생활용품 안전관리 운용요령 일부개정 고시 6

국립전파연구원(<https://www.rra.go.kr/>)

5. 고출력·누설 전자파 안전성 평가기준 및 방법 등에 관한 고시 일부개정(안) 행정예고 7

국제환경규제 기업지원센터(www.compass.or.kr)

6. UN, GHS 9차 개정판 발행 8

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

7. 중국 유아용 화장품 시장 동향 8
8. 탄자니아 살충제 시장동향 15
9. 일본 마스크 시장 동향 21
10. 일본 페인트 시장 동향 26

한국화학융합시험연구원

국가기술표준원(<http://kats.go.kr/>)

1. 수소경제 선도기술, 국제표준으로 착실히 진입중

- 수소.연료전지 분야 국제표준 연내 3건 신규제안 등 총 6건 제안 -
- 「2021 수소경제 표준포럼」 총회 개최, 표준화 성과발표 -

탄소중립 실현의 핵심인 수소경제 분야에서 우리나라가 국제표준 선점 행보를 이어가고 있다. 우리나라는 수소경제 선도기술 3건을 연내(年内) 국제표준화기구에 신규 국제표준(NP, New Proposal)으로 제안할 계획이며, 이에 따라 최근 3년간 총 6건의 국제표준을 제안하는 등 전세계 수소 기술 국제표준 제안의 20%를 선점할 것으로 전망된다. 산업통상자원부 국가기술표준원(원장 이상훈)은 7일 현대모터스튜디오(일산)에서 현대자동차를 비롯한 산학연 전문가 60여명이 온·오프라인으로 참석한 가운데 「2021 수소경제 표준포럼」* 총회를 열어 국제표준화 성과를 점검하고 향후 추진방안을 마련했다.

* '18.12월 수소경제 활성화를 위한 표준개발, 국제표준화 전략 수립 등을 위해 출범

국표원은 '30년까지 국제표준 18건 제안을 목표로 하는 '수소경제 표준화 전략 로드맵'을 '19년 4월 수립한 바 있으며, 현재까지 굴삭기용 연료전지, 노트북용 연료전지, 재생에너지 연계 수전해 설비 분야에서 3건의 국제표준 제안을 완료했다. 또한, 연내에 ①수소차 비상시 안전요구사항, ②이동식 수소충전소의 성능·안전 평가기술, ③연료전지 시스템의 고장 진단 평가기술 등 3건을 추가하여 총 6건의 국제표준이 제안될 전망이다.

* ①수소차 사고 등 비상시에 수소 공급차단, 방출 등에 필요한 안전요구사항
 ②고정식충전소가 부족한 지역에서 이동식으로 충전하는데 필요한 성능안전기술
 ③건물에 설치되는 연료전지 시스템 상태 감시, 고장 진단하는데 필요한 평가기술
 이에 따라 우리나라는 수소경제 표준화 로드맵의 제안 목표 1/3을 달성(목표 18건 중 6건 제안)하게 되며, 이를 통해 전세계 국제표준 신규 제안의 20%를 선점하게 될 것으로 기대된다.

이날 포럼에서 현대자동차는 산업계를 대표해 미래형 수소 모빌리티 기술 개발에 기반을 둔 표준화 추진 전략을 발표했다. 현대차는 수소 연료전지를 탑재하는 대형 수소 전기 트럭에서부터 도심항공교통(UAM)에 이르는 다양한 미래 수송 수단으로 수소 기술개발을 확대하고, 이와 연계해 국제표준화의 추진필요성을 제시했다. 이를 위해 표준포럼에서는 포럼 산하에 세부 기술을 논의하는 표준작업반 등을 설치해, 산업계의 기술개발과 표준화 활동이 연계될 수 있도록 민관이 협력하여 공동대응해 나가기로 하였다.

국표원은 동 포럼 총회의 일환으로 7일 오후 킨텍스(일산)에서 한국, 미국, 프랑스, 일본 표준전문가가 참여하여 수전해기술, 액화수소기술 등의 국제표준화 협력 방안을 논의하는 '수소경제표준 국제컨퍼런스' 개최를 병행했다.

* 국제컨퍼런스 일정 : 10.7.(목), 14:00~17:00/킨텍스 제1전시장(일산)

국제컨퍼런스 내용 : 그린수소생산, 액화수소기술 표준화 동향 공유, 국제협력 논의

총회에서 포럼위원장이인 이흥기 우석대 교수는 “포럼은 산업계와 함께 수소기술 국제표준화를 추진하여 기업이 국제적 경쟁력을 확보해 나가도록 협력해 나가겠다”고 말했다.

산업통상자원부이상훈국표원장은 “수소경제 표준포럼을 중심으로 민관이 협력한 결과, 수소 국제표준화 전략 목표 이행이 착실히 진행되고 있다”고 평가하고 “우리나라가 시장의 룰(Rule)이 되는 국제표준을 선점함으로써 수소경제 선도국으로 도약할 수 있도록 수소경제 표준포럼과 산학연의 표준화 활동을 적극 지원해 나가겠다”고 말했다.

출처(국가기술표준원)

2. 사이즈코리아센터 이제 메타버스로 찾아오세요!

- 네이버 메타버스 플랫폼 제페토 內 「사이즈코리아센터」 개소 -
- 사이즈코리아 데이터 비즈니스 모델 공모전 개최 -

산업통상자원부 국가기술표준원(원장 : 이상훈)은 한국인 인체사이즈 데이터 활용 확산을 위해 네이버의 메타버스 플랫폼인 제페토(ZEPETO) 內에 「사이즈코리아센터」를 개소하였다고 밝혔다. 제페토 內 「사이즈코리아센터」는 올해 6월 서울 강남 테헤란로로 이전 개소한 실제 센터와 내·외관을 동일한 형태로 구성하였다.

메타버스 공간 內에 사이즈코리아센터를 구축함으로써 기존 웹페이지를 통한 정보 서비스 보다 좀 더 현실감 있는 정보 제공이 가능할 것으로 기대된다. 제페토 內 센터를 방문*하면 실제 센터의 시설 및 성과 전시물을 관람할 수 있고, 사이즈코리아 사업과 서비스에 대한 안내를 받을 수 있으며, 가상공간의 회의실(13명의 아바타가 입장 가능)에서 데이터 활용 컨설팅 등 상담도 가능하다.

* 앱스토어에서 제페토 설치 및 가입 → 월드 선택 → ‘사이즈코리아’ 검색 및 입장

향후에는 메타버스 플랫폼 상에서 개인의 인체사이즈 정보를 활용한 AI 기반 의류·악세사리 피팅서비스도 제공해 나갈 계획이다.

메타버스 공간 內 센터 개소와 함께, 사이즈코리아가 보유한 한국인 3D 인체형상 및 인체사이즈 데이터를 활용하여 실생활을 편리하게 개선할 수 있는 창의적인 비즈니스 모델을 발굴하는 공모전도 개최한다. 공모전은 11월 7일까지 참가 접수*하며, 최우수상 2개팀(학생 및 일반 부문/1팀당 4명 이내로 구성)에게는 산업통상자원부장관상과 상금 3백만원이 수여된다.

* 공모전에 대한 자세한 안내는 제페토 內 사이즈코리아센터 또는 사이즈코리아 홈페이지(sizekorea.kr)에서 확인 가능

이상훈 국가기술표준원장은 “사이즈코리아센터의 메타버스 공간으로 확장을 통해 사이즈코리아 데이터의 활용성을 높이고, MZ 세대의 창의적인 아이디어를 사이즈코리아 사업에 접목할 수 있는 계기가 되기를 기대한다”면서, “「사이즈코리아」가 편리한 대한민국을 만드는데 기여할 수 있도록 사업을 계속 발전시켜 나가겠다”고 밝혔다.

출처(국가기술표준원)

3. 우리나라, 국제전기기술위원회(IEC) 적합성평가이사국 재선임

- 7일 IEC 총회에서 적합성평가이사국 지위 수성, '07년 이후 6회 연속 진출 -
- 독일·러시아와 표준협력 강화, 러시아와 상호협력 양해각서(MoU) 갱신 -
- 우리나라가 제안한 양자기술(Quantum Technology) IEC 백서 발간 등 성과 -

산업통상자원부 국가기술표준원(원장 이상훈)은 10월 7일(목)에 두바이에서 열린 제85차 국제전기기술위원회(IEC)* 정기 총회에 참석하여 적합성평가이사국 재선임, 독일·러시아와 표준협력 강화, 양자기술 IEC 백서 발간 등 성과를 거두었다고 밝혔다.

* 국제전기기술위원회(IEC, International Electrotechnical Commission) : 전기·전자 분야 국제표준 개

발, 적합성평가 등에 대한 국제협력을 위해 1906년 설립된 표준화기구

< 적합성평가이사국 재선임 >

우리나라는 전기·전자 분야 국제표준화기구인 국제전기기술위원회(IEC) 적합성평가이사회 선거에서 다시 선출됨으로써 이사국 지위를 수성(守城)하며, 대한민국의 위상을 공고히 했다. 적합성평가이사회(CAB, Conformity Assessment Board)는 전기·전자 분야 제품 안전인증 절차와 방법, 원칙 등 적합성평가 주요 사항을 결정하는 인증(certification) 정책 총괄 위원회로, 6개 상임 이사국*과 9개 비상임 이사국**을 합친 15개 국가로 구성된다.

* 상임 이사국(6개국) : 미국, 영국, 독일, 프랑스, 일본, 중국 등 6개국

** 비상임 이사국(9개국) : 선거를 통해 선출, 임기 3년 (연임 가능)

이번에 적합성평가이사국으로 다시 선임됨에 따라 우리나라는 '07년 비상임 이사국으로 처음 선출된 이후 6회 연속으로 이사회에 진출하게 되었으며, 조규식 엘지(LG)전자 책임연구원이 신규 이사직을 맡아 '22년부터 '24년까지 3년간 활동을 수행하게 된다. 우리나라는 지난해 국제전기기술위원회(IEC) 이사회(CB)와 표준화관리이사회(SMB)에 재진출한 데 이어 올해 적합성평가이사회(CAB) 수성에도 성공함으로써, 국제전기기술위원회의 표준화 정책과 전략을 논의하는 모든 정책위원회에서 이사직을 계속 유지하며 우리 기술의 국제표준화를 지원할 수 있게 됐다.

< 독일·러시아 표준협력 강화 >

또한 우리나라는 이번 총회 기간에 독일, 러시아와 양자회의를 개최하는 등 국가 간 표준협력을 강화하고, 러시아와는 상호협력 양해각서를 갱신하는 성과를 거뒀다. 우선, 독일과 스마트제조, 에너지 거래(trading) 시스템 등의 분야에서 표준협력을 강화하기로 하였고, 산업계의 국제표준화 활동 참여 확대와 차세대 표준 인력 양성교육 협력 방안 등을 논의했다. 러시아와는 표준 및 계량 분야 상호협력을 강화하며, 양국이 제안한 국제표준안에 대한 협력 방안도 논의했다.

< 양자기술 IEC 백서 발간 >

한편, 이번 IEC 시장전략이사회(MSB)에서 우리나라가 지난해부터 작성을 주도한 양자기술(Quantum Technology) IEC 백서가 발간되었으며, 백서를 통해 양자기술 표준화를 준비하는 평가그룹 신설이 제안되었다.

* 양자기술(Quantum Technology) : 에너지의 최소 단위인 양자(Quantum)의 물리학적 특성(양자중첩, 양자얽힘, 불확정성 등)을 이용한 차세대 정보기술로 초고속 대용량 연산 및 암호통신이 가능하며, 양자컴퓨팅·양자통신·양자센서로 세분화

양자기술 IEC 백서는 산업통상자원부와 과기정통부, 산·학·연 양자기술 전문가가 참여하는 '양자기술 표준화 추진위원회*'를 중심으로 미국, 일본, 중국 등 해외 전문가들과 함께 1년여에 걸쳐 작성되었으며, 양자기술 분야 미래 표준화 전략과 기술 방향 등을 제시하고 있다.

* 국립목포대학교 김동섭 교수(프로젝트리더, IEC MSB 이사), 한국전자통신연구원 박성수 단장(위원장), 한국기계연구원 이택민 책임(총괄 간사), 한국전자기술연구원 황태호 센터장 및 박준식 책임(기술 간사) 등 19명으로 구성

백서를 통해 국제전기기술위원회(IEC)에 양자기술 표준화를 준비하는 평가그룹 신설이 제안되면서, 앞으로 IEC 내에서 양자기술 국제표준화에 대한 논의가 본격적으로 시작될 것으로 보인다.

이상훈 국가기술표준원장은 “이번에 국제전기기술위원회 적합성평가이사회에 다시 진출함으로써 IEC 내 모든 정책위원회에서 이사국 지위를 지키고 대한민국의 위상을 재차 입증했다”면서, “이러한 우리나라 위상을 바탕으로 첨단기술 분야의 국제표준화에 기여하고 기술 강국과의 표준협력을 확대함으로써, 세계 시장에서 우리의 산업 경쟁력을 강화하는 데 이바지하겠다”고 말했다.

출처([국가기술표준원](#))

4. 우리나라, 국제전기기술위원회(IEC) 적합성평가이사국 재선임

국가기술표준원 고시 제2021-0459호

「전기용품 및 생활용품 안전관리법」과 같은 법 시행령 및 시행규칙에서 위임한 사항과 그 시행에 필요한 사항을 구체적으로 정한 전기용품 및 생활용품 안전관리 운용요령을 아래와 같이 개정 고시합니다.

2021년 10월 08일

국가기술표준원장

전기용품 및 생활용품 안전관리 운용요령 일부개정 고시

1. 개정이유

반도체장비 전용부품 안전관리 대상 제외 등 안전관리 수준조정, 전기용품 안전기준 개정사항 반영 등을 통한 등을 통한 효율적 안전관리 추진하기 위해 개정

2. 주요 개정내용

가. 반도체장비 전용부품(코드세트)을 안전관리대상에서 제외([별표 1])

- 작은 안전인증 면제확인에 대한 반도체 기업애로 해소를 위해 코드세트(안전인증대상)에서 반도체장비 전용의 것을 제외

나. 수지형(휴대용) 정일 진공기 품목분류 변경([별표 1])

- 효율적인 인증관리를 위해 유사 제품에 대한 품목 재분류

* 품목 재분류: (변경전) 전기청소기 → (변경후) 팬, 레인지후드

다. 안전관리대상 전기용품 안전기준 현황 최신화([별표 25])

- “전기온수매트”, “전기온수침대”에 대한 전기용품 안전기준 개정사항(K 10018, K 10019 → KC 10018로 통합) 반영

라. 전기용품 및 생활용품 세관장확인물품 확인 신청서 서식개정([별지 6호])

- 인증번호 도용 및 미인증 병행수입제품에 대한 통관관리를 위해 제품정격(전기용품) 및 안전기준상의 모델 구분(생활용품) 기재란 추가

부 칙

제1조(시행일) 이 고시는 공포한 날부터 시행한다.

출처(국가기술표준원)

한국화학융합시험연구원

국립전파연구원(<https://www.rra.go.kr/>)

5. 고출력·누설 전자파 안전성 평가기준 및 방법 등에 관한 고시 일부개정(안) 행정예고

국립전파연구원공고 제2021-81호

전파법 제56조 제3항에 따른「고출력·누설 전자파 안전성 평가기준 및 방법 등에 관한 고시」일부를 개정함에 있어 국민에게 미리 알려 의견을 수렴하고자 그 취지와 주요 내용을「행정절차법」제46조의 규정에 따라 다음과 같이 공고합니다.

2021년 10월 5일
국립전파연구원장

고출력·누설 전자파 안전성 평가기준 및 방법 등에 관한 고시 일부개정(안) 행정예고

1. 개정이유

방사성 방호성능 측정방법 단일화 및 20 MHz 이하 대역 누설 전자파 측정대상 축소를 통해 측정방법을 간소화하고, 누설 전자파 안전성 평가 신청 범위를 확대하여 안전성 평가 신청자의 편의를 도모하고자 「고출력·누설 전자파 안전성 평가기준 및 방법 등에 관한 고시」일부를 다음과 같이 개정하고자 함

2. 주요내용

가. 누설 전자파 방호성능 기준 중 전기장 대역 기준(10 kHz ~ 20 MHz)을 삭제하여 안전성 평가를 간소화하고, 신청자 편의를 위해 신청할 수 있는 누설 전자파 안전성 평가 주파수 범위를 1 GHz에서 6 GHz로 변경

나. “고고도 핵 전자파 방호성능 측정방법”과 “기타 방사성 방호성능 측정방법”으로 구분하던 기존의 측정방법을 “방사성 방호성능 측정방법”으로 통합하여 측정방법은 간소화

3. 의견제출

위 개정 내용에 대하여 의견이 있는 기관, 단체 또는 개인은 2021년 10월 26일까지 다음 사항을 기재한 의견을 국립전파연구원에 제출하여 주시기 바라며, 행정예고안의 전문을 보고 싶으신 분은 국립전파연구원 홈페이지(<http://www.rra.go.kr>) 전자공청회란을 참고하시기 바랍니다.

가. 행정예고 사항에 대한 항목별 의견(찬?반 여부와 그 사유)

나. 성명(단체인 경우에는 단체명과 대표자명), 주소 및 전화번호

다. 기타 참고자료

라. 보내실 곳 : 국립전파연구원 전파환경안전과 전파보호담당

○ 주소 : 전라남도 나주시 빛가람로 767(우편번호 : 58323)

○ 전화/ 팩스 : 061)338-4542/ 061)338-4519

○ 전자우편 : sut7475@korea.kr

※ 홈페이지 이용방법 : <http://www.rra.go.kr> 접속 → 민원·참여 → 전자공청회

출처(국립전파연구원)

국제환경규제 기업지원센터(www.compass.or.kr)

6. UN, GHS 9차 개정판 발행

UN은 화학물질의 분류 및 표시에 관한 세계조화시스템 (GHS*)의 9번째 개정판을 공개했습니다.

* Global Harmonized System of classification and labeling of chemicals

9번째 개정판의 무료 디지털 버전은 9월 14일에 출판되었으며, 유료 책 버전은 7월에 출판되었습니다.

최신 개정판에는 폭발물에 대한 장의 중요한 변경 사항이 포함되어 있지만 다른 장의 내용은 대체로 동일하며 주요 개정내용은 아래와 같습니다.

- 운송하지 않는 경우의 폭발 유해성을 더 잘 다루기 위한 2.1장(폭발물)의 개정
- 결정 논리의 수정
- 부속서 1 내 분류 및 표시 요약표 수정
- 예방조치 문구의 개정 및 추가
- 시험 및 표준 매뉴얼 수정
- 부속서 9 및 10 내 새로 개정된 화학물질 OECD 시험 지침 목록 추가

GHS 초판이 2003년 공식 발표된 이후 유엔 GHS 전문가위원회는 연 2회 회의를 열어 제도의 개정 및 개선을 논의하고 있으며, 2년마다 정기적으로 개정판을 발행하고 있습니다.

자세한 내용은 웹사이트(원문)를 참조하시기 바랍니다.

<https://unece.org/transport/standards/transport/dangerous-goods/ghs-rev9-2021>

© 국제환경규제 기업지원센터

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

출처([국제환경규제기업지원센터](http://www.compass.or.kr))

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

7. 중국 유아용 화장품 시장 동향

- 중국의 소비 주역 '90허우' 관심으로 유아용 화장품 소비시장 확대 -
- 유아 피부에 맞는 무해 성분 및 프리미엄 제품에 주목 -

시장규모 및 동향

2014-2020년 중국 출생 인구수 / 중국 영유아 산업 시장 규모 추이 비교



자료 : 국가통계국(国家统计局), 유로모니터(Euromonitor)

닐슨에서 발간한 《2021 산모 및 영유아산업 동향 보고서》에 따르면, 중국의 출생 인구수는 계속 감소하는 반면 영유아 전체 산업 시장 규모는 매해 꾸준히 성장하고 있다. 특히 중국의 고속성장국과 정보화시대 속에 자라 교육 및 임금수준이 높은 '90허우' 세대가 점차 출산 적령기에 접어들며 주력 소비층으로 부상하고 있다. 이는 산업 전체 규모 성장의 주요 원인 중 하나로, iiMedia Research社에 따르면 이들의 육아 관련 지출비중은 전체 수입의 20~30% 이상을 차지한다고 밝혔다. 또 이전 세대에 비해 경제력이 제고됨에 따라 육아에 대한 소비개념도 지속적으로 변화되어 가격보다는 품질을 더 중요시하는 프리미엄 육아용품 소비 역시 떠오르고 있는 것으로 보인다.

중국 유아용 화장품 시장 규모(2016-2023E)



자료 : iiMedia Research(艾媒咨询), 유로모니터(Euromonitor)

전체 영유아 산업 규모가 확대되면서 유아용 화장품 시장의 규모도 꾸준히 성장하고 있다. 2020년 기준 284억 4,000만 위안으로 전년 대비 약 10% 증가했으며, 2021년에는 358억 1,000만 위안으로 전년 대비 시장 규모액이 더 늘어날 것으로 예측되고 있다. 또한, 최근 '세자녀 정책' 법제화로 출산을 장려하는 정책이 시행됨에 따라 향후 2022년, 2023년에도 유아용 화장품 소비시장은 지속적으로 확대될 것으로 보인다.

수입규모 및 동향

중국 유아용 화장품(HS Code 330499 기준) 상위 10개국 수입액 현황
(단위: 천 달러)

순위	국가명	수입액				
		2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
1	일본	620	1,132	2,180	2,964	4,108
2	프랑스	901	1,080	1,556	2,220	3,304
3	한국	1,029	1,476	2,541	2,912	3,134
4	미국	354	505	822	1,148	1,752
5	영국	245	257	413	726	1,569
6	스페인	16	119	184	281	344
7	벨기에	38	64	76	146	300
8	스위스	42	57	120	249	245
9	호주	71	107	150	219	214
10	독일	45	72	168	169	201

자료 : Global Trade Atlas(2021.08.31)

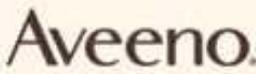
중국 유아용 화장품 수입규모 중 상위국가는 일본, 프랑스, 한국으로 각 1,2,3위를 차지하고 있다. 2016~2020년까지 중국의 대한국 수입액은 꾸준히 증가하였으며 코로나19 사태에도 불구하고 큰 타격이 없는 산업으로 주목 받고 있다. 이는 마스크 착용 장기화로 피부 보호에 대해 관심이 높아진 소비자들이 유아용 화장품과 같이 순한 성분의 제품을 많이 찾기 시작하면서 불러일으킨 효과로 보인다.

제일재경산업데이터(CBNData) 《2018 국경 간 수입 소비 동향 보고서》에 따르면, 유아용 화장품 시장 내 천연 성분 위주의 스킨케어 제품이 점차 더 인기가 높아지고 있다고 밝혔다. 이에 많은 외국 제조업체들 역시 농약, 비료 및 기타 합성 물질의 사용을 금지하는 생산 공정을 규정하며 소비자 니즈에 맞춘 마케팅을 진행하고 있는 추세이다.

경쟁동향 및 주요 경쟁상품

티몰(Tmall) 영유아산업 담당자에 따르면 최근 유아용 화장품시장이 유아 전용 샴푸, 클렌저, 자외선 차단제, 마스크 및 기타 카테고리로 세분화되고 있는 것으로 나타났다. 지난 1년 동안 티몰 글로벌(Tmall International)을 통해 40개 이상의 새로운 유아용 스킨케어 제품이 중국 국내 시장에 진출했으며 앞으로 더 다양한 관련 상품이 출시될 예정이다.

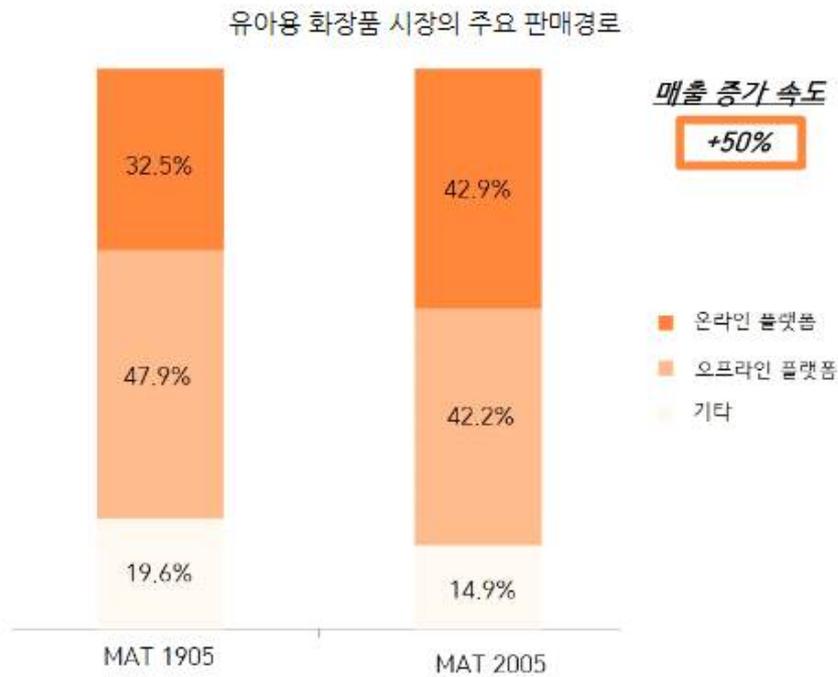
영유아 스킨케어 수입 상품 TOP5 (판매량 기준)

순위	브랜드명	상품	상품 특징
1.	 艾惟诺 (Aveeno)		<ul style="list-style-type: none"> -미국의 영유아용 스킨케어 브랜드, -바디워시 및 샴푸 겸용 상품, -오트밀 속 자연유래 효능 성분인 '오트 프리바이오틱스'를 주성분으로 사용함,
2.	 达罗咪 (daramin)		<ul style="list-style-type: none"> -독일의 영유아, 임산부용 브랜드, -여유아용 클렌징 폼으로 저자극 성분인 코코베타인이 피부장벽 강화 효과를 가짐, -카렌듈라꽃추출물 성분은 피부 진정 및 수분감 유지에 효과적임,
3.	 妈妈宝贝 (mama&kids)		<ul style="list-style-type: none"> -일본의 영유아, 임산부용 브랜드, -엄마와 아기가 같이 사용할 수 있는 스킨 겸 로션 상품으로 모든 피부에 사용 가능함, -유수분 밸런스 및 보습력이 뛰어남,
4.	 贝亲 (pigeon)		<ul style="list-style-type: none"> -일본의 영유아용 스킨케어 브랜드, -영유아용 마사지 오일로 자연 유래 식물성 성분이 함유되어 있음, -상품 패키지 앞면에 '무색소·무향료' 표기 라벨을 추가 부착하여 성분의 안정성을 강조함,
5.	 蜜语 (Missoue)		<ul style="list-style-type: none"> -호주의 유아용 스킨케어 브랜드, -유아 전용 샴푸로 주성분인 알로에베라, 잎추출물이 머릿결에 수분 및 영양 공급, -pH5.5 약산성 상품으로 두피에 덜 자극적이며 보습감이 충분함,

자료 : 징동

판매경로 및 주요 소비계층의 특징

유아용 화장품 시장의 주요 판매경로



자료 : 닐슨

닐슨이 발표한 《2020 산모 및 영유아 소비 동향 보고서》에 따르면 영유아 화장품은 온라인시장을 통한 매출이 42.9%로 판매경로 중 가장 많은 비중을 차지하고 있다고 밝혔다. 오프라인 플랫폼을 통한 매출 비중은 이전에 비해 5.7% 줄어들어 42.2%를 차지한 것으로 나타났다.

이전에는 영유아 화장품 특성상 소비자들이 오프라인 매장에서 제품을 테스트하며 성분 및 기타 주의사항을 직접 눈으로 확인하는 것을 선호하는 편이었다. 하지만 코로나 19사태와 인터넷이 능숙한 '90허우'라는 주요 소비계층의 영향력으로 인해 온라인 플랫폼이 크게 활성화되기 시작하였다. 굳이 매장을 방문하지 않고도 온라인을 통해 정보 검색 및 최종구매가 훨씬 수월해짐에 따라 최근 온라인시장을 통한 매출 증가속도가 매우 빨라지고 있는 추세이다.

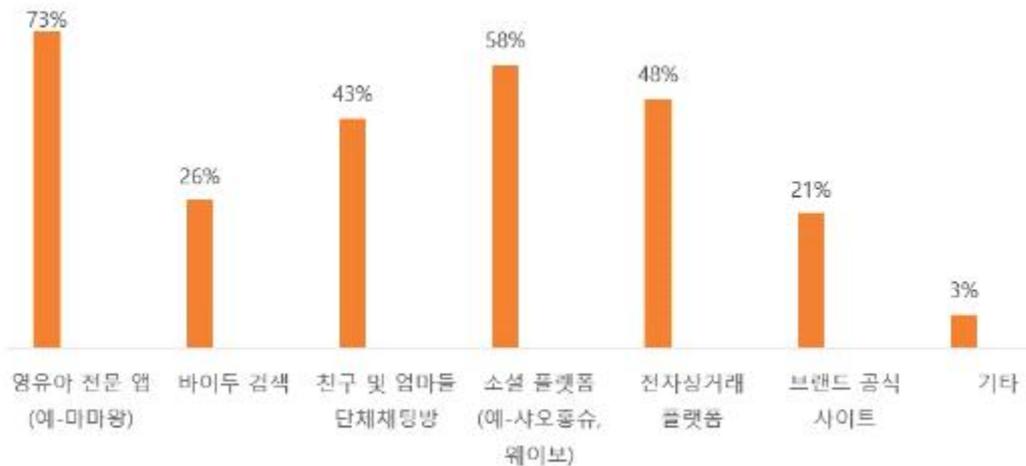
영유아 엄마그룹의 제품 구매 결정 요인



자료 : iiMedia Research

iiMedia Research 社에 따르면 영유아 엄마그룹은 제품 구매 결정 요인 중 주변 지인의 추천 및 평가를 가장 많이 반영한다고 밝혔다. 또한 영유아 플랫폼 내 공유 및 추천 요인도 상당히 많은 비중을 차지하며 소비 심리에 긍정적인 영향을 미친다고 설명했다. 영유아 플랫폼은 주로 온라인 채널을 통해 비교적 짧은 길이의 콘텐츠를 제공하며 특히 초보 엄마 그룹의 경우 정보 획득 및 소비를 위해 이러한 온라인에 더 의존한다고 덧붙였다. 점점 더 활성화되고 있는 온라인 플랫폼은 향후 영유아제품 시장에서 더욱 많은 소비를 촉진시킬 것으로 예측된다.

영유아 엄마그룹의 제품 정보 획득을 위한 주요 활용 채널



자료 : 마마왕(妈妈网)

마마왕은 《영유아 엄마 그룹의 신소비 동향》 보고서를 통해 영유아 제품 소비자의 경우 제품 선택에 있어 평소보다 더 신중해지는 경향이 있다고 밝혔다. 해당 소비자 중 90% 이상이 구매 전 품목이 비슷한 타사 제품과 비교 및 평가를 진행하며 그 중 가장 큰 관심사는 제품의 인지도였다고 설명했다. 제품 정보를 찾고 획득하는 과정에서 주요 활용 채널인 영유아 전문 앱 이용률은 73%이며 소셜 플랫폼(샤오홍슈, 웨이보 등), 전자상거래 및 영유아 엄마들 단체채팅방이 그 뒤를 이었다.

관세율 및 수입절차와 규제

2021년 9월 기준 유아용 화장품(HS CODE 3304.99.0099)의 보통 수입세율은 150%, MFN(최혜국대우) 관세율은 1%, 수출반환세율은 13%이다. 2018년 중국식약품감독관리국(CFDA)은 비특수용 수입화장품의 심사허가제를 등록관리제로 전환하며 상하이시 푸둥신구에서 가장 먼저 시범운영을 진행하였다. 기존 심사허가제도와 새로 시행되고 있는 등록관리제도의 비교표는 아래와 같다.

심사허가제와 등록관리제 비교

구분	심사허가제	등록관리제
적용대상	특수용도 화장품	비특수용도 화장품
관장	국가식약품감독관리총국(CFDA)	각 성시 식약품감독관리국
책임자	재중신고책임회사(在华申报责任单位) - 중국 내 사업등록증 보유 업체 - 한 업체당 하나의 재중신고책임회사	경내 책임자(境内责任人) - 각 성시 지정한 사업등록증 보유 업체 - 한 업체당 여러 개의 경내책임자 선정 가능, 다만 한 제품당 하나의 경내책임자 지정
책임회사의	행정허가 과정의 서류 진위여부	시범등록 과정의 서류 진위여부 및 제품의 수입과

책임		경영, 품질안전 등 추가
통관해관	중국 내 모든 해관	관할구역 해관
허가증 취득 기간	6개월 이상	2~3개월
수입 가능한 시점	형식심사 후 CFDA 보건식품 심사평가 센터에서 진행되는 기술심사에 통과하여 수입허가증을 취득해야만 수입 통관 가능	형식심사에 통과되면 등록서류 접수증, 등록증명서(전자파일) 발급 받아 상기 서류로 수입 통관 가능
수입증명서	오프라인 수입허가증	온라인 등록증명서
사후관리	등록 후 4년에 한 번씩 허가증 갱신해야 함	등록 후 3개월 내 기술심사를 받음 등록된 제품을 타 지역을 통해 수입할 경우, 기존의 등록을 취소해야 함
장점	중국 국내 어느 항구로든 수입이 가능	- 온라인 등록, 기술심사(약 3개월), 사후 보완의 절차로 진행되기에 등록기간이 단축되어 보다 신속하게 신제품 소비자에게 전달 가능 - 등록증명서는 유효기간이 없어 연장할 필요가 없음
제한사항	- 소요기간이 길고 유효기간 만료 후 연장신청이 필요함 - 연장신청 시, 대기시간 길 수 도 있음	- 해당 지역의 항구로만 수입 가능 - 제출 자료를 심사하여 안전성 우려가 있다고 판단될 경우 수입, 판매를 일시 중지하거나 심각할 경우 제품을 회수해야 하는 리스크가 있음

자료 : 대한화장품협회, KITA.net

이후 해당 정책은 텐진, 랴오닝, 저장, 푸젠, 허난, 후베이, 광둥, 충칭, 쓰촨, 산시 등 10개 자유무역구에도 확대 적용되었다. 상기 10개의 자유무역시험구는 CFDA가 발표한 '상하이 푸둥신구 비트수용도 수입 화장품 등록관리업무절차(잠정시행, 2017년 10호)'의 규정 및 제출서류, 제품검사, 안전성평가 등 제품 품질안전에 대한 요구를 동일시 적용하고 있다.

그 중 유아용 화장품 수입규제에 관하여 중국 의약품관리국(NMPA)은 《어린이 화장품 신고 및 평가 지침서(儿童化妆品申报与审评指南)》(2012.10.12)를 발표하여 영유아 화장품에 대한 기준을 명시하였다. 관련 표준 문건 중 2015년에 발표한 《안전기술규범》에 의하면, 화장품 중 미생물 지표는 하단표와 같이 규정한 제한량에 부합해야 한다고 밝혔다.

미생물 지표 제한량

화장품 중 미생물 지표 제한량		
미생물 지표	제한량	비고
균락총수(CFU/g 혹은 CFU/ml)	≤500	눈부위 화장품, 입술용 화장품 및 어린이용 화장품
	≤1000	기타화장품
곰팡이 및 효모균총수	≤100	
내열대장균군/g(혹은 ml)	검출불가	
금황색포도구균/g(혹은 ml)	검출불가	
녹농균/g(혹은 ml)	검출불가	

자료 : 중국의약품관리국(国家药品监督管理局)

2021년 《화장품 감독 관리 조례》가 본격 시행됨에 따라 유아용 화장품의 라벨공지 내용, 업체별 경영행위, 온라인 소비시장 내 유아용 화장품 판매 위법 여부 등을 중점으로 점검하고 있다.

시사점

중국의 출산율은 지속적으로 감소하고 있지만, '90허우 엄마 그룹'이라는 주력 소비층으로 인하여 유아용 화장품 시장은 2021년 새로운 경제 성장 동력세로 주목 받고 있다. 기업들의 유아용 화장품 시장 진입률 증가 및 제품의 빠른 세분화는 시장 규모의 지속적인 확장을 촉진시킬 것으로 전망한다.

'90허우 엄마 그룹'은 영유아 보호에 대한 관심이 많아 무해한 성분의 제품이 꾸준한 인기를 누릴 것으로 예상되며 중국 화장품 시장의 관리감독 규제가 강화됨에 따라 유아용 화장품도 엄격한 생산 조건을 충족해야 할 것으로 보인다.

중국 육아 지식 공유 대표 사이트인 育儿网的 CEO인 청리(程力)는 현지 미디어 매일경제신문(每日经济新闻)인터뷰에서 최근 소비 영향력이 높은 '90허우'를 중심으로 영유아 전문 앱에서 쇼트클립을 통한 정보 공유 및 제품 구매가 활성화되고 있다고 인터뷰한 바 있다. 이러한 디지털 마케팅은 중국 시장 진출 시 차별화를 둘 수 있는 중요한 전략으로 온라인 플랫폼에서 인지도를 구축해 나간다면 유아용 화장품 시장 내 성장 잠재력은 더욱 커질 것이라 예측된다.

자료: 국가통계국(国家统计局), 유로모니터(Euromonitor)iiMedia Research(艾媒咨询), 아이리서치(艾瑞咨询), 중국국가통계청(国家统计局), 중국국신증권(国信证券), Global Trade Atlas, 징동(www.jd.com), 닐슨(尼尔森), 마마왕(妈妈网), 관세법령정보포털(CLIP), 중국 의약품관리국(国家药品监督管理局), KOTRAn장무역관 자료 종합

출처 (KOTRA해외시장뉴스)

8. 탄자니아 살충제 시장동향

- 농업 진흥 정책에 따라 농업용 살충제 수요도 증가할 전망-
- 환경과 인체에 안전한 바이오 살충제 시장 성장 기대-

상품명 및 HS CODE

HS CODE: 380891

시장동향

농업은 탄자니아 전체 GDP의 27%를 차지하며, 전체 노동인구의 66%가 종사하고 있는 주요산업이다. 세계은행에 따르면 탄자니아 국토면적의 약45%가 농작 가능한 토지이지만 그 중 2018년 기준 34%만 사용되고 있어 농업은 향후 발전 잠재력이 돋보이는 분야이다.

열대살충제연구원(Tropical Pesticides Research Institute, TPRI)에서 농업용 살충제 연구 및 품질관리, 등록 등의 업문 전반을 수행한다. 시장에서 유통되는 살충제의 81%는 농업용이다. 특히 원예와 같은 고부가가치 작물 도입 증가로 농업용 살충제에 대한 수요는 꾸준히 증가 추세이다. 열대살충제연구원에 등록된 살충제 제품 수는 2007년 448건 대비 2015년에는 1,390건으로 약 3배정도 증가하였다.

살충제는 사용 기준에 따라 잠정사용(Provisioal Registration), 제한사용(Restricted Registration) 및 완전사용(Full Registration)으로 구분한다. 완전사용 및 잠정사용으로 등록된 제품은 일반 대중이 수입, 판매 및 사용할 수 있으나 제한사용으로 등록된 제품은 특정 목적을 위해 특수 살충제 판매점에서만 판매되며 훈련된 전문가만 취급 가능하다. 대부분의 살충제는 완전사용 단계로 등록되며, 토양변화 등에 따른 점검이 지속적으로 필요할 시 잠정사용 단계로 구분된다.

TPRI등록 살충제 현황

살충제 그룹	2007			2011			2015		
	Full	Prov.	Restr.	Full	Prov.	Restr.	Full	Prov.	Restr.
Insecticides	76	124	18	358	74	22	502	54	20
Herbicides	36	53	1	205	22	17	313	20	24
Fungicides	35	51	5	247	23	5	344	19	6
Acaricides	13	11	13	33	8	13	38	8	13
Plant Growth Regulators	2			7			11		8
Nematicides		4	1	3	4		3		
Rodenticides	2	2		5	3		4	2	
Avicides		1		1	1				1
TOTAL	164	246	38	859	135	57	1,215	103	72
GRAND TOTAL	448			1,051			1,390		

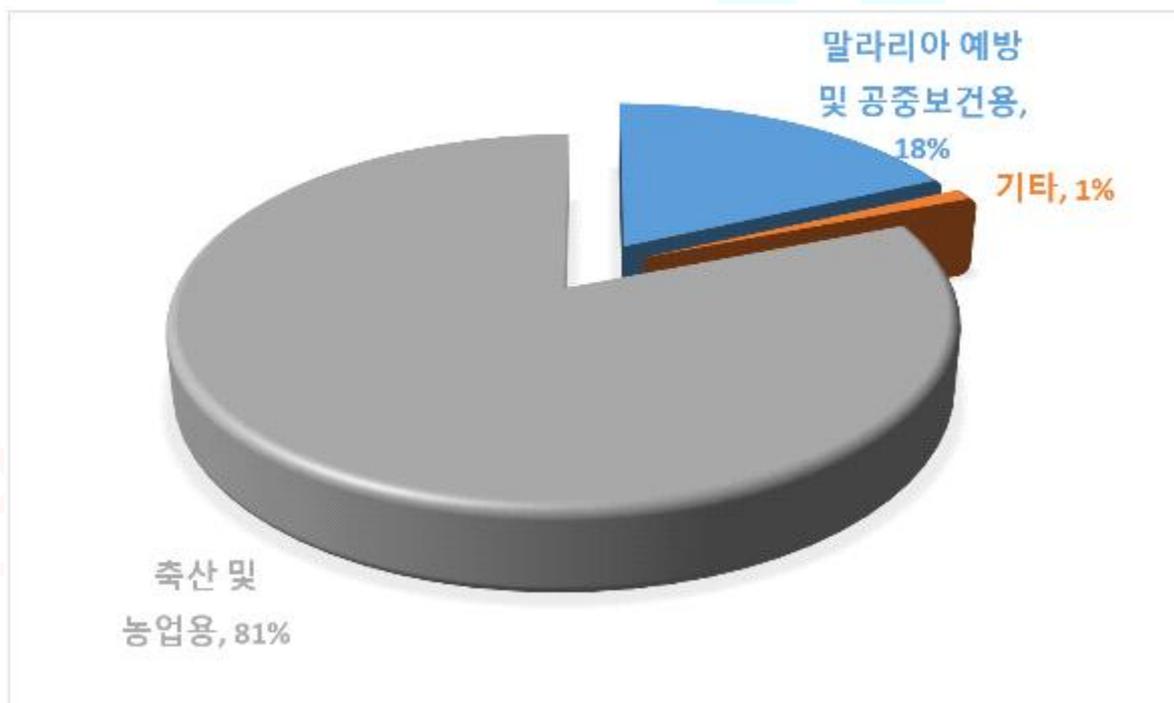
Full=완전사용 (5년간, 갱신 가능); Prov.=잠정사용(2년간, 갱신 불가);

Restr.=제한사용(2년간, 갱신 가능)

자료: SAGCOT(Southern Agriculture Growth Corridor of Tanzania)

탄자니아의 살충제 무역 및 활용 사례 연구(Agenda 2006)에 따르면, 탄자니아 살충제의 18%는 말라리아 매개체 통제를 위해 공중 보건 부문에서 사용된 반면, 81%는 축산 및 농업 부문에서 사용되었다.

탄자니아 살충제 사용 비율

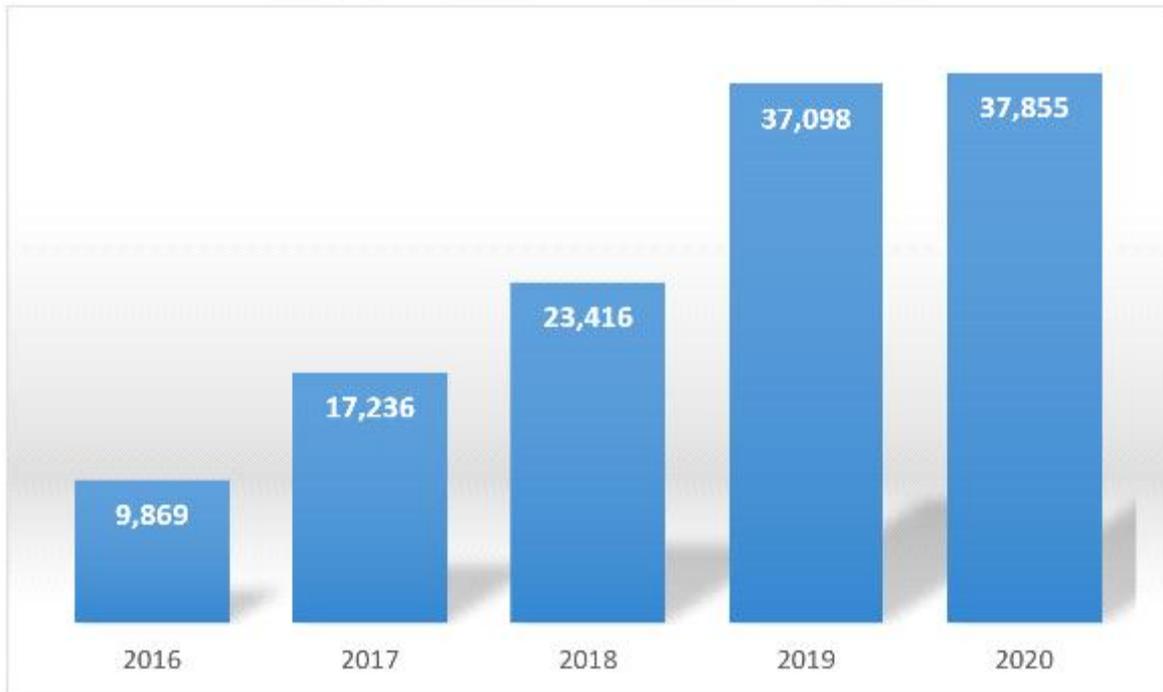


자료: Agenda, 2006

수입규모 및 동향

탄자니아에는 가정용 살충제를 취급하는 현지 제조회사는 존재하나 농업용 살충제는 수입에 의존하고 있다. 살충제 수입규모는 수요 증가에 따라 꾸준한 성장을 보이고 있다. 2020년 살충제의 수입규모는 2016년 대비 약 3배 이상 증가한 3,785만 달러를 기록하였다.

탄자니아 살충제(HS Code: 380891) 수입 현황
(단위: 천 달러)



자료: ITC

ITC의 통계자료에 따르면, 탄자니아는 중국과 인도로부터 대부분의 살충제를 수입하는 것으로 나타났다. 특히 2020년 기준 중국(53.3%)과 인도(31.8%) 두 국가로부터의 살충제 수입규모가 전체 수입의 85% 이상을 기록하였다.

탄자니아의 국가별 살충제 수입 동향(2018~2020)

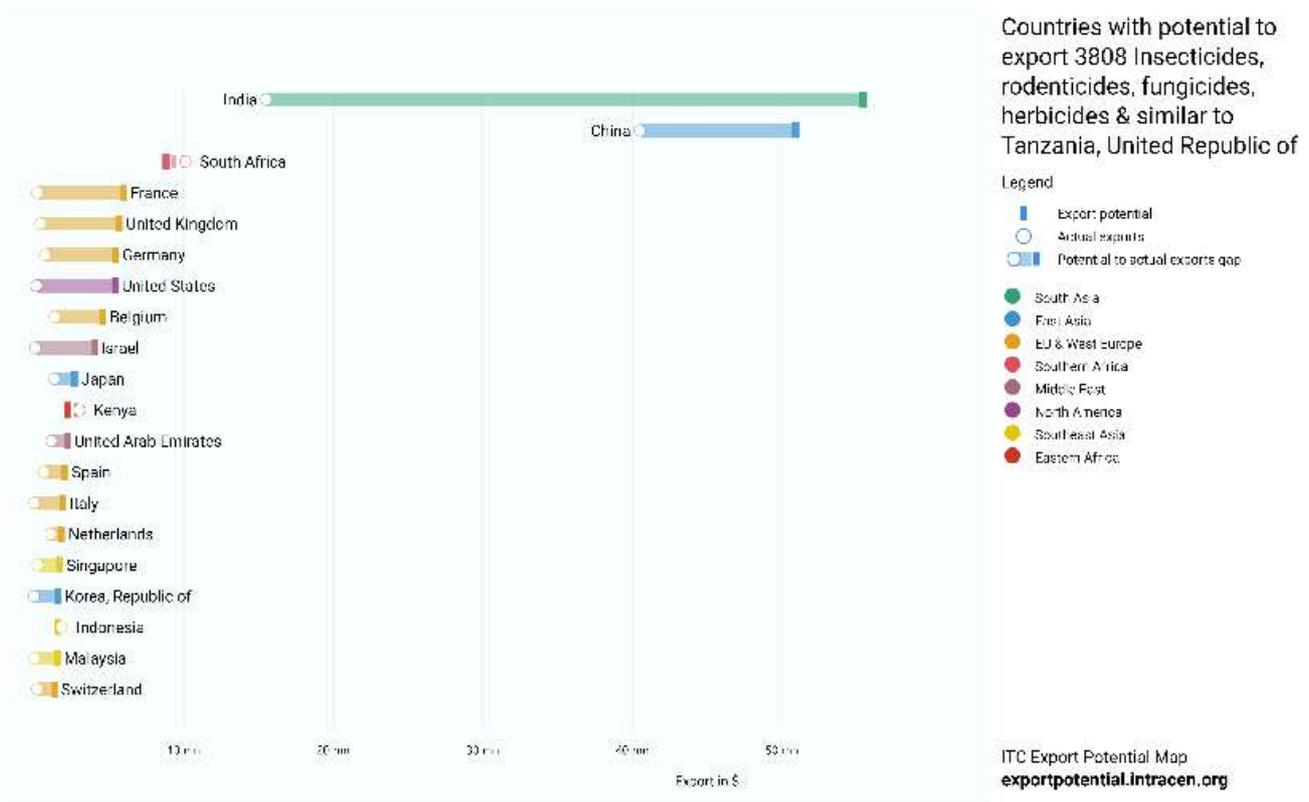
수출국가	2018		2019		2020	
	수입금액 (천 달러)	비중 (%)	수입금액 (천 달러)	비중 (%)	수입금액 (천 달러)	비중 (%)
중국	8,837	37.7	15,651	42.2	20,169	53.3
인도	7,628	32.6	7,576	20.4	12,035	31.8
남아공	255	1.1	10,383	28.0	1,665	4.4
인도네시아	121	0.5	108	0.3	1,498	4.0
싱가포르	0	0.0	170	0.5	1,324	3.5
그외	6,575	28.1	3,210	8.7	1,164	3.1
Total	23,416	100	37,098	100	37,855	100

자료: ITC

대한 수입규모 및 동향

한국의 대 탄자니아 살충제 수출은 최근 5년간 실적이 없다. 한편, ITC의 살충제 수출 잠재력 분석에 따르면 한국 대 탄자니아 수출 잠재력은 1.1백만 달러로 상위 20개 국가들 중 17위를 기록하였다.

국가별 탄자니아 살충제 수출 잠재력(HS Code: 3808 기준)



자료: ITC

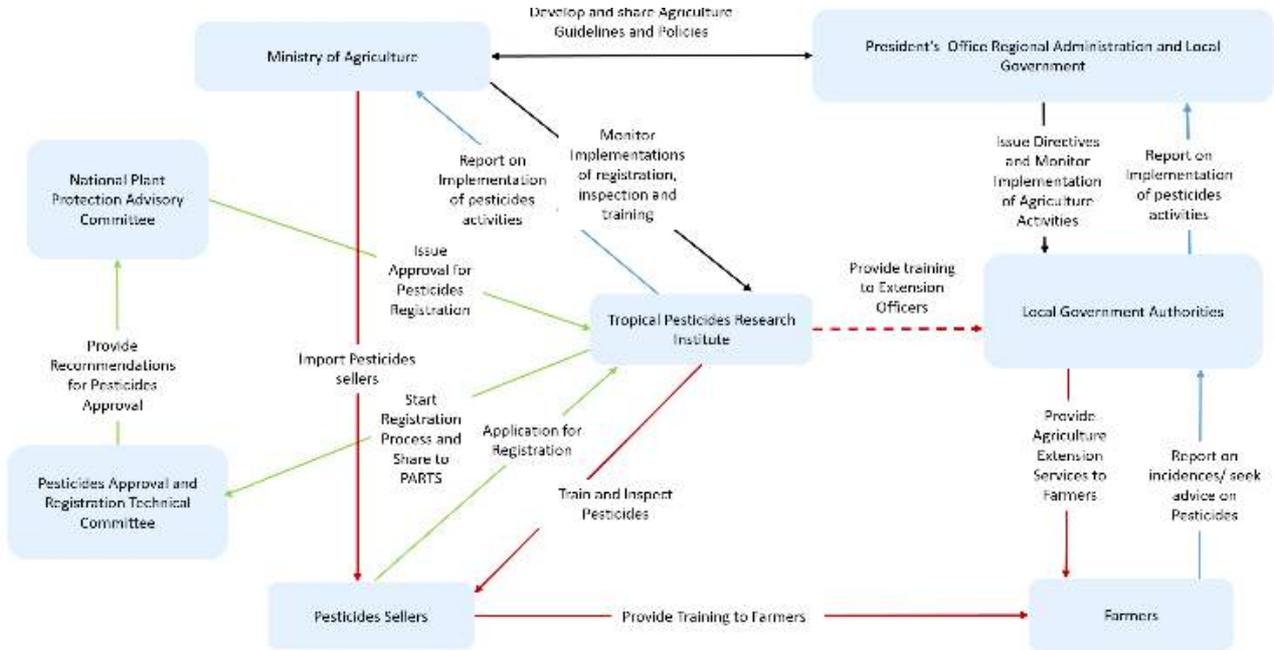
탄자니아는 살충제 중독 문제를 해결하고자 고품질 및 천연 살충제를 찾고 있으며, 수입기업들 또한 경작지 토양 보호를 위해 천연 살충제에 대한 관심이 높아지고 있어 한국 기업의 진출을 모색해 볼만한 분야이다.

유통구조

일반적으로 현지 수입상 혹은 에이전트는 살충제를 수입하여 현지 유통업체 등 수요처에 공급하고 있다.

한국화학융합시험연구원

살충제 유통구조 및 관련 기관들의 역할



자료: Performance audit report on the management of pesticides in agriculture

살충제 주요 수입사 및 공급사

로고	기업명	특징
	SATEC (Suba Agro Trading & Engineering)	- 탄자니아의 대표 살충제 수입 및 공급사 - 보리, 밀, 쌀, 옥수수과 같은 다양한 농작물을 위한 살충제 공급
	Farmbase	- 농화학물 수입 및 판매를 다루는 선도적인 기업 중 하나로 1999년 설립 - Paranex, Rat-cide, Akheri 이 주요제품
	Bytrade	- Bayer, DuPont-Pioneer Pfizer, Ondersport, Meril, Invesa, Cifarelli, Goziper 등의 기업 제품을 공급
	Agrichem Africa Tanania	- 주로 원예용 살충제를 공급하며 이탈리아, 중국, 케냐 등에서 수입
	Tria Chem	- 커피, 사탕수수, 콩, 원예를 위한 살충제 공급
	Balton	- Global GAP 준수 농약 공급

자료: 살충제 수입사 별 홈페이지

관세율

탄자니아의 관세율은 동아프리카공동체(EAC)의 공동역외관세율에 따르며 살충제(HS Code 기준)의 관세율은 다음과 같다.

HS Code	품목명	세율(%)
3808.91.11	Naphthalene balls : Containing bromomethane (methyl bromide) or Bromochloromethane	10
3808.91.19	Naphthalene balls: Mosquito coils, chips, mats and similar products designed for use by burning or heating:	10
3808.91.21	Mosquito coils, chips, mats and similar products designed for use by burning or heating: Containing bromomethane (methyl bromide) or Bromochloromethane	10
3808.91.29	Mosquito coils, chips, mats and similar products designed for use by burning or heating: Other	10
3808.91.31	Aerosol spray: Pyrethrum based	25
3808.91.32	Aerosol spray: Pyrethrum based; Containing bromomethane (methyl bromide) or bromochloromethane	25
3808.91.39	Aerosol spray: Other	25
3808.91.91	Other: - Containing bromomethane (methyl bromide) or Bromochloromethane	0
3808.91.99	Other: Other	0

등록 및 수입 절차

살충제 등록 및 관리 업무는 탄자니아 농업부 산하 기관인 열대살충제연구원(Tropical Pesticides Research Institute, TPRI)에서 하고 있다. 탄자니아에서 살충제의 제조·수입·유통을 위해서는 Registrar of Pesticide로부터 허가를 받아야 하며, 상업용 살충제 딜러에는 훈증소독업체, 해충구제업체, 도·소매업체, 수입업체, 배합업체 및 제조업체가 포함된다.

○ 등록 절차

- 등록서류(3부) 제출
 - 살충제 등록신청서(PRC-1 양식)
 - 기술, 독성, 환경 데이터
 - 제품 및 잔류물에 대한 분석 방법
 - MSDS 및 영어와 스와힐리어로 된 라벨견본 6부
 - 실험실 분석 및 현장 테스트를 위한 제품의 샘플
 - 시료 분석을 위한 순수 분석 표준
- 비용 지불
 - 등록신청 비용 50달러(PRC-1)
 - 실험 등록비 1,000 달러
 - 현장 테스트 비용 2천~6천 달러 (비용은 수행할 현장 테스트의 성격과 범위에 따라 상이함)
- 현장 시험은 3개월 동안 진행됨
- 현장 보고서와 서류는 정밀 조사를 위해 살충제 승인 및 등록기술 소위원회(Pesticides Approval and Registration Technical Subcommittee, PARTS)와 식물보호자문위원회(Plant Protection Advisory Committee, NPPAC)에 제출되며, PARTS와 NPPAC의 승인 후 살충제가 등록됨
- 살충제는 사용기준에 따라 잠정사용, 제한사용, 완전사용 중 한 단계로 구분되며, 등록비*는 사용기준에 따라 상이함

* 완전사용(1,000달러), 잠정사용(1,500 달러), 제한사용(1,000달러)

6. 살충제 등록 증명서 발급

○ 수입허가 절차

1. 살충제 수입 허가 등록서류(PRC-2 양식) 제출
 2. 원산지 국가에서 수입할 살충제의 견적 송장(Pro-forma Invoice) 제출
 3. 비용 지불
 - Cess Fee: FOB의 0.5%
 - 분석 비용: 샘플당 150 달러
 4. 살충제 수입 허가 발급(PRC-3)
 5. 항구에 도착하면 검사관이 라벨, 포장, 만료날짜 등이 사양에 맞는지 확인 후 실험실 분석을 위해 샘플을 채취하여 TPRI에 제출
 6. 검사 완료 후, 분석인증서(PRC-7) 발행
- * 살충제 수입업체는 연간 150 달러의 사업 전 라이선스 비용을 지불해야만 함

시사점

농업은 전체 노동인구의 66%가 종사하고 있는 탄자니아의 주요산업이다. 탄자니아의 중장기 개발계획인 탄자니아 개발비전 2025(TDV 2025)에 따르면 농업부문의 GDP 기여 비중을 2025년까지 32%로 증가시킬 것을 목표로 설정하였다. 또한, 식량 수요 증가에 따라 작물 보호 및 품질과 수확량 향상을 위해 살충제 시장 규모는 지속적으로 성장할 것으로 기대된다.

그러나 탄자니아 현지에서 유통되는 한국산 살충제는 거의 찾아볼 수 없어 한국산 제품의 인지도는 매우 낮은 상태이다. 현지에서 농업용 및 가정용 살충제를 유통하는 P사의 은지미(Daniel Nwymi)씨는 무역관과 가진 인터뷰에서 한국 제품은 품질은 우수하나 가격이 다소 높다고 인지하고 있으며, 따라서 대부분의 도매업체나 수입업체들은 중국과 인도에서 제품을 수입하고 있다고 전했다. 또한 환경과 인체에 미치는 살충제의 영향을 고려하여 많은 기업들 특히 원예 산업(과일, 꽃, 채소)에서 화학 살충제의 사용을 기피하고 바이오킬 살충제 사용을 확대하고 있는 추세로 바이오 살충제의 수요는 더 증가할 것으로 전망하였다. 현지에는 바이오 살충제 제조업체가 없기 때문에 우리 기업들의투자 진출을 모색해 볼 필요가 있다.

자료원: 탄자니아 농업부, TPRI, SAGCOT, ITC 및 KOTRA다레살람 무역관 자료 종합

출처 ([KOTRA해의시장뉴스](#))

9. 일본 마스크 시장 동향

- 일본의 마스크 총 수입은 감소중이나 한국산 마스크 수입은 증가 -
- 한류 활용 및 기능성 추가하여 부가가치화 필요 -

제품 기본정보

○ 품목명 : 마스크 (HS 6307.90)

일본의 마스크 관련 HS Code는 2021년 1월부터 ① HS 6307.90-022(N95 마스크) ② HS 6307.90-023

(그외 부직포 마스크) ③ HS 6307.90-029(마스크 외 부직포류 기타)로 분류되며, KF94(보건용) 마스크도 일반적으로 ②에 분류된다.

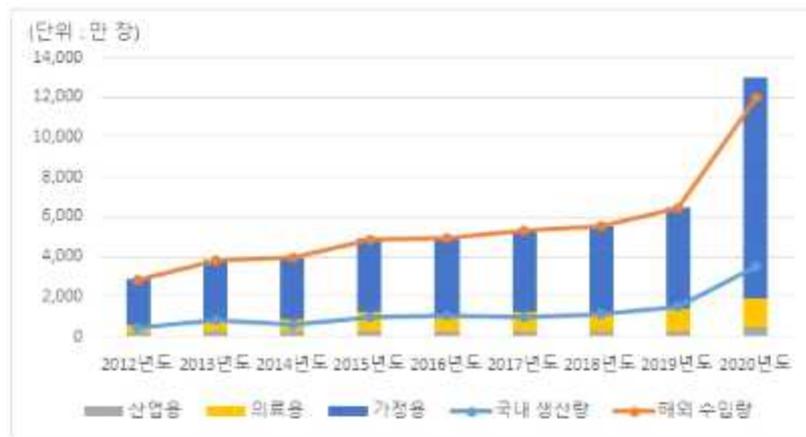
일본 마스크 시장 동향

일본은 코로나 이전부터 일반 마스크에 대한 수요가 높은 국가이다. 특히 환절기에 꽃가루 및 비말 방지를 위한 마스크를 사용하는 것이 일반적이다. 코로나19가 확산되기 시작하면서부터 마스크 수요는 급증하였으며, 기존 중국 의존도가 높은 부직포 수급으로 인해 공급부족현상이 상반기 중 계속되었다.

일본 정부는 이에 대응, 국내 마스크 보급을 확대하기 위해 자국 마스크 등 보건용품 관련 기업의 리쇼어링 지원책(보조금 지원), 생산설비 보조금 등의 정책을 추진하여 2021년 현재 국내 수급상황은 개선되었다.

이에 따라 2020년도(2020년 4월 - 2021년 3월) 국내 마스크 생산량은 3,526만장으로, 2019년도(2019년 4월 - 2020년 3월) 1,483만장 대비 137.7% 국내 생산이 증가했다.

일본의 마스크 국내 생산량 및 수입량 추이
(단위: 만 장)



자료: 일본 위생재료공업연합회

한편, 최근에는 일본 TV, SNS 등을 통해 한국 KF94 마스크에 대한 인식이 확산되고 있다. 마스크 자체의 비말차단 기능 뿐만 아니라 립스틱이 묻지 않는 특징 때문에 “한류 마스크” 라는 표현으로 젊은 여성층을 중심으로 인기가 증가하고 있다.

또한, 한국에서 일반적으로 유통되고 있는 부직포형 마스크 이외에도 여름용 천 마스크 등 다양한 종류의 마스크가 보급되고 있다.

마스크 수입 동향

일본의 마스크 수입규모는 2020년 기준 5,519억 2,500만 엔 규모로, 코로나19 사태로 인해 급격히 증가했다(약 285.6% 증가). 하지만 국내 생산 확대 및 세계적 마스크 수급 안정에 따라 전년도와 같은 마스크 수요 급증은 나타나고 있지 않다. 2021년 6월 수입 누적액은 1,204억 1,000만 엔으로, 2020년 대비는 감소 경향을 나타내고 있으나, 2019년 동기 대비 132% 정도의 증가 경향을 보이고 있다.

일본 마스크 관련 협회 관계자에 따르면 “일본의 마스크 시장은 국내 수급 안정화에 따라 출하 및 수입이 동반 감소세로 전환되었으며, 최근에는 단가가 저렴한 중국산 제품이 시장 진입을 강화하고 있다.”고 KOTRA 도쿄무역관과의 면담에서 언급한 바 있다(협회명 비공개).

지역별로는 중국의 의존도가 매우 높아 2020년 기준 약 89.1%의 점유율을 차지하고 있다(수입액 4916억 3,000만 엔). 제 2위 수입상대국은 베트남(2020년 수입액 244억 900만 엔)으로, 노동집약적 성향이 강한 제품 특성상 세계의 공장이라 불리는 중국과 베트남의 의존도가 높은 것으로 분석된다.

한편, 2020년 대 한국 수입액은 125억 2,600만 엔으로, 제3위 수입상대국이다. 한국의 경우는 일본의 마스크 수입 감소세에도 불구하고, 최근 일본 내의 한류마스크 인기 상승에 따라 수입이 증가되는 모습을 보여 주고 있다.

그 외에는 대미국 수입이 높은 편으로(2020년 기준 24억 7,700만 엔), 이는 미국산 의료용 마스크의 수입이 지속되고 있는 것으로 분석된다. 특히, 일본은 미국 국립산업안전보건원(National Institute for Occupational Safety and Health) 인증 규격인 N95에 대한 별도 관세코드를 지정하여 수입을 관리하고 있다.

최근 3년간 일본의 국가별 마스크 수입액(HS 6307.90)

(단위: 백만 엔, %)

구분	2018년	2019년	2020년	2021.6월	증감률 (2021.6월기준, 전년동기 대비)
총계	139,434.0	143,138.0	551,925.0	120,410.0	-65.3
중국	109,300.0	109,813.0	491,630.0	96,502.0	-69.9
베트남	9,569.0	10,223.0	24,409.0	7,406.0	-40.4
한국	3,390.0	3,857.0	12,526.0	4,584.0	33.1
미국	2,721.0	3,728.0	2,477.0	1,370.0	-7.7
대만	3,149.0	3,697.0	4,599.0	2,481.0	19.3
인도네시아	2,632.0	2,309.0	2,605.0	1,210.0	1.2
캄보디아	1,528.0	1,662.0	1,278.0	814.0	9.1
태국	1,396.0	1,404.0	2,403.0	1,018.0	20.2
필리핀	603.0	810.0	3,294.0	1,314.0	75.2
멕시코	865.0	721.0	773.0	449.0	-4.0

자료: 한국무역협회, K-stat(2021.9.2. 조회)

경쟁동향

일본 마스크시장은 기존 일본 위생용품업체의 꽃가루, 미세먼지 등 대응 제품과 함께, 아이리스오야마, 샤프 등 기존 마스크 생산이 없었던 타업종에서의 시장진입이 눈에 띈다. 기존 일본기업 마스크의 경우 편의점, 드럭스토어(약국) 등 다양한 소매점에서 판매되고 있으며, 타업종에서 시장에 진입한 기업의 경우는 자사 홈페이지나 EC 플랫폼을 통해 판매하는 경우가 일반적이다.

그 외에도 유니클로 등의 의류업체 또한 자사 기능성 천을 활용한 마스크를 발매, 판매하고 있다.

또한, 중국의 KN95 마스크가 저렴한 가격을 무기로 EC시장을 공략하고 있다. 중국산의 경우 KN95를 명기하는 제품도 있으나, 한국의 KN94인 것처럼 표기하여 '한류 마스크', 'KF94 동일규격' 등의 표현을 통해 한류 수요에 편승하려는 움직임 또한 관측되고 있다.

한국제품의 경우 슈퍼마켓, 드럭스토어, EC(라쿠텐, 아마존, Qoo10)을 중심으로 판매되고 있다.

일본 내 유통중인 주요 마스크

구분		제품 설명
일본		·제품명 : 초입체 마스크 ·제조사명 : 유니참 ·소매가 : 17~46엔/매 ·특징 : PM2.5 방지, 귀가 편안한 형태로 제작된 것이 특징
		·제품명 : 에어리즘 마스크 ·제조사명 : 유니클로 ·소매가 : 330엔/매 ·특징 : 기능성 천 마스크(부직포 내장), 세탁 가능
중국		·제품명 : KN95 부직포 마스크 ·소매가 : 94 ~ 105 엔/매 ·특징 : 일부 KN95 마스크가 KF94와 유사규격임을 활용하는 경우 존재
한국		·제품명 : KF94 마스크 (브랜드, 제품 다양) ·소매가 : 115 ~ 200 엔/매 ·특징 : 중국산 대비 가격경쟁력 열위이나, 한류 마스크 등으로 판매 호조

자료: 라쿠텐, 아마존 및 각 사 홈페이지 참조 KOTRA 도쿄무역관 작성

유통구조

일본에서 마스크는 일반 잡화로 분류된다(산업용, 의료용 제외). 잡화의 경우 별도 수입규제나 인증절차 없이 수출이 가능하며, 잡화의 특성상 약국, 슈퍼마켓, 편의점 등 다양한 소매점에서 유통이 되고 있다. 또한, 최근에는 일본의 EC 플랫폼이 성장하여 라쿠텐, 아마존, Qoo10 등을 통해 유통되고 있다.

슈퍼마켓, 약국 등의 소매점 납품을 위해서는 해당 소매점에 납품을 하고 있는 전문상사를 경유하는 것이 일반적이다. EC 플랫폼의 경우 현지 사무실이 없더라도 직접 입점이 가능한 플랫폼이 존재하며, 그 외에는 벤더사를 경유해 입점이 가능하다.

관세 및 인증정보

○ 관세

HS CODE	WTO 협정세율	특혜관세
6307.90-029(부직포마스크)	4.7%	0%
6307.90-010(거즈 마스크)	6.5%	0%

○ 규제 및 인증정보

- (의약품의료기기등법) 한국의 KF94 마스크와 달리 마스크는 일본에서 잡화로 분류되어 제조, 생산시 별도

허가가 필요하지 않다.

- (일본공업규격, JIS) 일본 경제산업성은 코로나 사태 이후 일반용 마스크에 대한 국가 규격(임의규격)을 도입하였다(2021년 6월 16일). 수출시 별도 인증 취득이 필요한 규격은 아니다.
- * 규격 관련 참고 해외시장뉴스 : [日, 마스크 대상 새로운 JIS 인증 제정 예고](#)

시사점

일본에서 마스크는 국내생산 강화 및 수급안정화로 인해 전반적인 수입은 감소경향을 나타내고 있다. 그러나 코로나가 종식되기 전까지는 마스크 수요가 지속될 것으로, 다른 지역의 수입이 감소한 반면 한국산 KF94 마스크의 수입은 증가하고 있는 것으로 보아 우리 기업에게 가능성이 높은 시장이라고 볼 수 있다.

단, 중국을 중심으로 하는 저가격 마스크와의 경쟁을 위해서는 최근 '한류 마스크' 등의 이미지를 적극 활용해야 하며, 필터링 이외의 기능성을 추가하여 부가가치를 높일 필요가 있다.

또한, 일본시장 진출을 위해서는 무엇보다 패키지의 현지화가 중요할 것으로 보여진다. 최근 한국기업의 마스크 판매를 보면, 일본어 표기가 제대로 되어있지 않은 경우가 다수 발견되고 있으며, 이로 인해 일본 소비자가 선뜻 구매하기 어려울 수 있다.

KF94의 일본 유통량 중 80%는 인터넷 판매(EC 플랫폼)이다(수입상사 J사 인터뷰 의견). 하지만 수입상사에 따라서는 드럭스토어 등의 납품처를 가진 경우도 있어 다양한 방법으로 시장 진출을 모색해야할 필요가 있다.

또한, 최근 일본에 신규지정된 JIS 인증을 획득한다면 일본인의 신뢰도 향상으로 이어질 것으로 보여진다.

자료: 일본 후생노동성, 경제산업성, 재무성, 일본위생재료공업연합회, 한국 무역협회 및 각 사 홈페이지, KOTRA 자체자료 참조, KOTRA 도쿄무역관 작성

출처 ([KOTRA해외시장뉴스](#))

한국화학융합시험연구원

10. 일본 마스크 시장 동향

- 코로나19 쇼크에도 완만한 회복 기대 -
- 신규시장 창출과 수요 고도화가 관건 -

상품 기본정보 : 페인트(HS CODE 3208.10, 3208.20)

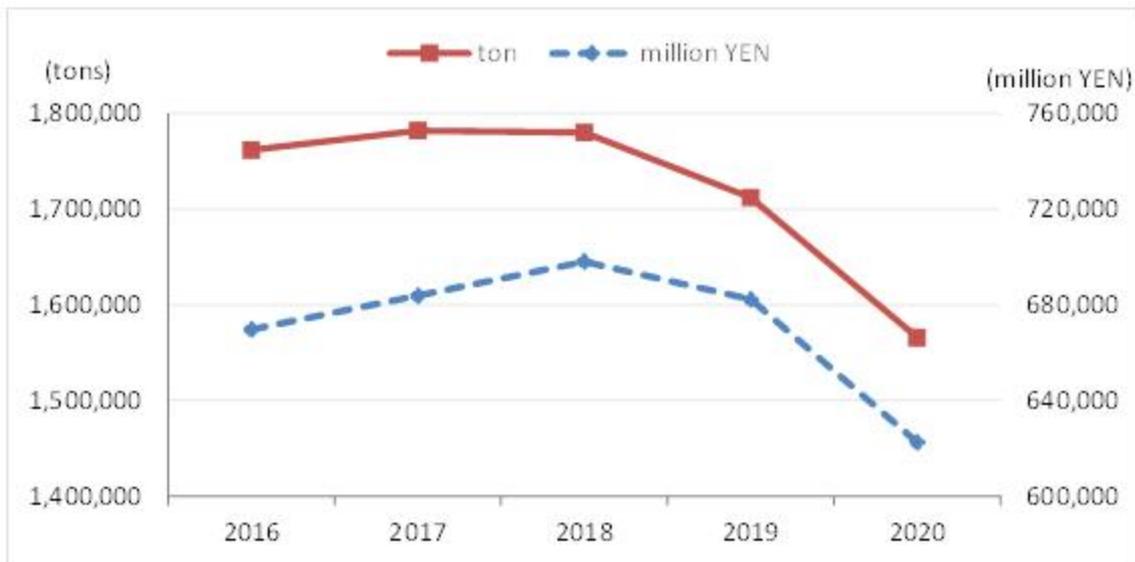
※ 상기 HS코드는 편의상 대일 수출이 많은 2개 항목을 제시한 것으로, 본문에서 더 정확한 수입 실태를 다루기 위해 그 이외 품목 코드도 일부 함께 다룬다.

일본 페인트 시장 동향

일본 페인트 시장 동향은 2020년 판매수량 156만 6,000톤(전년대비 ▲8.5%)으로 3년 연속 감소 추세를 보였다. CAGR(2015~2020년 기간 중 연평균 성장률)은 ▲2.8%다. 판매액 기준으로도 2021년은 6,225억 8,400만 엔(전년대비 ▲8.8%)으로 2년 연속 감소 추세를 보였으며, CAGR은 ▲2.1%다.

최근 5년간 동향을 살펴 보면 큰 흐름에서는 판매수량과 매출액 모두 완만히 감소 중이다. 페인트 판매액은 최근 6,800억 엔대의 추이를 보였으나 2020년에 크게 감소했다. 도쿄 올림픽과 패럴림픽 수요의 반동적 감소와 더불어, 코로나 사태의 영향에 따른 건설현장 공사의 일시 중단, 자동차를 비롯한 각종 제조업 공장의 조업률 하락이 영향을 미친 것으로 보인다.

일본의 페인트 판매수량 및 판매금액 추이
(단위: 톤, 백만 엔)



자료 : 일본도료공업회

이처럼 다른 분야들과 마찬가지로 페인트 업계도 코로나 사태에 따른 실적 악화를 겪었다. 하지만 업계 단체인 '일본도료공업회'의 수요 예측에 따르면, 2021년도 페인트 수요는 116만 톤으로 전년대비 +0.6%의 미미한 수준이긴 하지만 플러스 성장이 기대된다. 2021년도를 기점으로 건축물 등의 재도장 수요가 호전될 것으로 보고 있으며, 자동차 및 공업 관련 수요와 생산/출하 모두 회복세를 보이고 있다.

업종별 페인트 수요 비중을 살펴보면, 건축 분야(건물, 건축자재, 구조물, 가정용)가 총 수요의 39.8%로 가장 큰 비중을 차지한다. 이어서 자동차 관련(신차, 보수)이 19.0%, 공업 관련(전기기계, 기계, 금속제품, 목

공제품)이 15.6%, 선박이 7.8%다. 코로나로 인한 불확실성이 지속되고 있기는 하나, 건물, 도로 차량, 금속 제품 등의 수요 확대가 예상되는 산업이 페인트 수요를 견인해 시장은 완만한 회복세를 보일 전망이다.

일본 시장의 페인트 수요 예측(2021년도)

건물자재	56	→	-3.8	경기회복에 따른 페인트 수요가 증가할 것으로 예상되나, 코로나로 인한 불확실성으로 인해 수요가 정체될 것으로 예상됨.
구분별	68	→	-0.9	인프라 노후화에 따른 페인트 수요가 증가할 것으로 예상되나, 코로나로 인한 불확실성으로 인해 수요가 정체될 것으로 예상됨.
선박	91	↓	-11.7	선박 수급 정체를 해소할 수 있는 방안이 마련되면 수요가 증가할 것으로 예상되나, 코로나로 인한 불확실성으로 인해 수요가 정체될 것으로 예상됨.
도로 차량 (신차)	192	↑	7.9	다중 도로 차량 생산대수가 회복 전망이 지배적으로, 도로 차량 페인트 수요가 증가할 것으로 예상됨.
도로 차량 (보수)	30	→	-0.1	차량 안전장치의 코팅과 필름 교체 수요가 이어지고, 차량용 필름 수요가 회복될 것으로 예상됨.
전기기계	28	↑	5.3	2020년 3/4분기 이후 전기기계 출하 회복세를 보이고 있음. 전년도에 대한 반등 효과가 기대되어 2021년 전반기 페인트 수요가 증가할 것으로 예상됨.
기계	45	↑	4.7	중국/미국 경제의 회복이 세계 경제를 견인하며, 국내의 수요 회복이 기대됨. 건설기계, 농업기계, 운송기계를 중심으로 수요가 증가할 것으로 예상됨.
금속제품	97	↑	8.2	경기회복에 따른 수요가 증가할 것으로 예상되나, 코로나로 인한 불확실성으로 인해 수요가 정체될 것으로 예상됨.
목공제품	12	↑	3.2	건축업 시장에서의 수요 회복이 기대되고 있음. 코로나 사태에 따른 라이프 스타일 변화가 의자, 탁자, 목재 가구 등 수요를 증가시킬 것으로 예상되고, 전년도에 대한 반등 효과가 기대되어 페인트 수요가 증가할 것으로 예상됨.
가정용	30	↓	-7.3	DIY 용량이 증가되며, 기류 수요가 감소할 것으로 예상되나, 코로나로 인한 불확실성으로 인해 수요가 정체될 것으로 예상됨.
수출	57	→	-0.6	코로나 사태가 수출에 대한 수요가 감소할 것으로 예상되나, 전년도에 대한 반등 효과가 기대되어 페인트 수요가 증가할 것으로 예상됨.
노면 표시	61	→	-2.9	코로나로 인한 교통 혼잡을 해소할 수 있는 방안이 마련되면 수요가 증가할 것으로 예상되나, 코로나로 인한 불확실성으로 인해 수요가 정체될 것으로 예상됨.
기타	90	↓	-5.6	수요가 감소할 것으로 예상되나, 코로나로 인한 불확실성으로 인해 수요가 정체될 것으로 예상됨.
합계	1,170	→	0.6	전년도에 비해 페인트 수요가 증가할 것으로 예상되나, 코로나로 인한 불확실성으로 인해 수요가 정체될 것으로 예상됨.

*2021년 수요 예측은 2020년 실적 예측치를 1,162,000톤(전년대비 91.2%)으로 간주하고 산정

자료 : 일본도료공업회

최근 페인트 시장 트렌드

소매 유통업계 뉴스 사이트인 <다이아몬드 체인스토어 온라인>에 따르면, 코로나19 사태로 인해 사람들이 자택에서 보내는 시간이 늘어나면서 페인트 등을 이용한 DIY 수요가 급증해 페인트 시장이 최근 성장세를 보이고 있다.

ASAHIPEN <다용도 수성 무광택 페인트 >

보수용이 아니라 패션성/유희성을 추구. 코로나 사태에 따른 DIY 수요에 힘입어 히트



자료 : 다이아몬드 체인 스토어 온라인

이러한 DIY 수요 증가에 따른 대표적 히트 상품으로는 ASAHIPEN사의 <다용도 수성 무광택 페인트 >가 꼽힌다. 인기 요인은 유니크한 제품 콘셉트에서 찾아볼 수 있다. 기존에 페인트는 녹이 슬거나 낡은 부분을 보수하기 위한 제품이라는 인식이 강했다. 그러나 ASAHIPEN사는 보수용 페인트는 안정적인 수요가 있으나 시장 확대를 기대할 수 없다고 판단하고, 기존에 없던 DIY인테리어용 페인트를 선보이며 신규 고객을 공략했다. 얼리 아메리칸 스타일의 풍부한 색상, 무광택의 차분한 느낌, 빈티지 분위기를 축으로 하여 '개인의 취향대로 자유롭게 커스터마이징'하고 싶은 창작 욕구를 자극했다. 또한 초보자도 쉽게 도장에 도전할 수 있도록 수성 페인트로 만들어 벽지 위에 쉽게 페인트칠을 할 수 있게 했다. 제품 패키지도 기능면을 부각시키기보다 멋스러운 디자인을 채택했다. 용량도 180ml, 0.5L, 1.5L의 총 세 규격으로 폭넓은 선택지를 제공했다. 참고로 이 제품은 <다이아몬드 체인스토어 온라인>이 주최하는 <홈센터 바이어가 선택한 연간 히트 상품 2021>의 <DIY 페인트 부문>에 선정되기도 했다.

최근 3년 간 수입 규모와 동향

일본의 페인트 수입 규모는 2020년 2억 8,519만 달러로 전년대비 7.2% 감소했다. 2015~2020년 기간의 연평균 성장률(CAGR)은 +2.1%다. 2019년까지는 4년 연속 전년대비 플러스를 기록 중이었다.

국가별 수입 금액을 살펴보면, 1위는 미국으로 7,416만 달러(전년대비 ▲6.5%, 국가별 세어 26.0%, CAGR +0.7%)다. 2위는 중국으로 6,746만 달러(전년대비 ▲5.5%, 국가별 세어 23.7%, CAGR +0.6%), 3위는 독일로 3,629만 달러(전년대비 ▲6.3%, 국가별 세어 12.7%, CAGR +3.1%)다. 한국은 4위로 2,797만 달러(전년대비 ▲3.5%, 국가별 세어 9.8%, CAGR +3.1%)다. 미국과 중국의 점유율을 합하면 약 절반 정도인 과점 상태이지만, 한국도 4위로 비교적 선방했다.

페인트 무역통계를 구성하는 HS코드 내역을 살펴 보면, HS3208,90,020, HS3208,20,000, HS3814,00,000 등 3개 항목이 전체 수입금액 중 60% 이상을 차지한다. 한국이 일본에 수출하는 내역 중에서도 해당 3개 항목의 수출 비중이 크며, 결국 이 항목이 주요 경쟁 품목이다. 그 밖에는 두 가지 특징이 확인된다. 하나는 HS3208.10.000 항목에서 한국의 점유율이 상대적으로 높다는 것이다. 해당 항목의 대일수출국 랭킹에

서 한국은 6년 연속 1위를 기록하고 있다. 다른 하나는 HS3208.90.020 항목의 수출 비중이 상대적으로 낮다는 것이다. 해당 항목은 일본의 전체 페인트 수입액 중에서 가장 큰 비중을 차지하지만, 한국의 비중은 4.5%로 여타 항목에 비해 확연히 떨어진다. 단순히 수치적인 차원의 얘기일 수는 있으나 해당 항목에서 한국이 실적을 만회할 여지가 있다고 볼 수도 있을 것이다.

한국은 점유율 상위 국가 중에서는 CAGR도 높은 편이고, 세부 항목별로 봤을 때도 대체적으로 편중됨 없이 수출이 이루어지고 있어 앞으로도 안정적인 수출이 기대된다.

※ 여기서는 페인트 수입통계로서 일본도료공업회(JPMA)가 정의하는 복수의 HS코드를 합산한 값을 사용함 (HS 코드 내역은 아래 표를 참조)

최근 3년간 일본의 국가별 페인트 수입 동향
(단위: 천 달러, %)

순위	국가	수입금액(1,000 달러)			점유율(%)			증감률(%) '20/'19
		2018	2019	2020	2018	2019	2020	
-	World	295,786	307,222	285,190	100.0	100.0	100.0	-7.2
1	United States	73,772	79,297	74,166	24.9	25.8	26.0	-6.5
2	China	72,760	71,358	67,466	24.6	23.2	23.7	-5.5
3	Germany	38,744	38,730	36,291	13.1	12.6	12.7	-6.3
4	Korea, South	27,601	28,973	27,973	9.3	9.4	9.8	-3.5
5	Canada	18,755	24,395	25,161	6.3	7.9	8.8	3.1
6	Taiwan	9,853	9,589	9,232	3.3	3.1	3.2	-3.7
7	Belgium	10,525	7,519	5,851	3.6	2.4	2.1	-22.2
8	United Kingdom	6,480	5,716	4,597	2.2	1.9	1.6	-19.6
9	France	4,418	4,608	3,867	1.5	1.5	1.4	-16.1
10	Indonesia	5,588	4,853	3,515	1.9	1.6	1.2	-27.6

※상기 수치는 JPMA가 정의하는 통계를 근거로 하여 KOTRA 도쿄 무역관이 산출함. 세부 항목 내역은 HS3208,90,020, HS3814,00,000, HS3208,20,000, HS3208,90,090, HS3210,00,020, HS3208,10,000, HS3214,90,000, HS3209,90,000, HS3209,10,000, HS3210,00,010, HS3211,00,000.

자료 : Global Trade Atlas, 일본도료공업회

일본 페인트 수입 금액 베이스의 세계/한국 비교(2020년)
(단위: %)

HS CODE	World			Korea			
	(USD)	Growth Rate 2019 (%)	Growth Rate 2020 (%)	(USD)	Growth Rate 2019 (%)	Growth Rate 2020 (%)	Share Korea/World (%)
3208,10,000	16,300,091	1.9	0.7	5,418,520	-4.2	19.1	33.2
3208,20,000	48,183,822	-5.1	-8.3	8,683,086	13.1	-10.0	18.0
3208,90,020	82,237,192	10.6	-0.5	3,679,201	-0.6	-27.6	4.5
3208,90,090	25,888,832	4.1	-23.8	3,007,888	22.0	5.8	11.6
3209,10,000	11,622,456	30.3	-26.7	1,080,347	-9.2	29.9	9.3
3209,90,000	13,056,294	-4.6	-9.8	232,493	-50.1	7.2	1.8
3210,00,010	895,465	-23.4	242.1	-	-	-	-
3210,00,020	16,833,185	-10.9	2.6	319,929	18.1	-24.2	1.9
3211,00,000	575,584	1.6	-19.6	-	-	-	-
3214,90,000	16,120,339	8.1	-12.0	1,620,441	8.5	-6.0	10.1
3814,00,000	53,476,705	4.5	-4.3	3,931,312	2.3	7.6	7.4
TOTAL	285,189,965	3.9	-7.2	27,973,217	5.0	-3.5	9.8

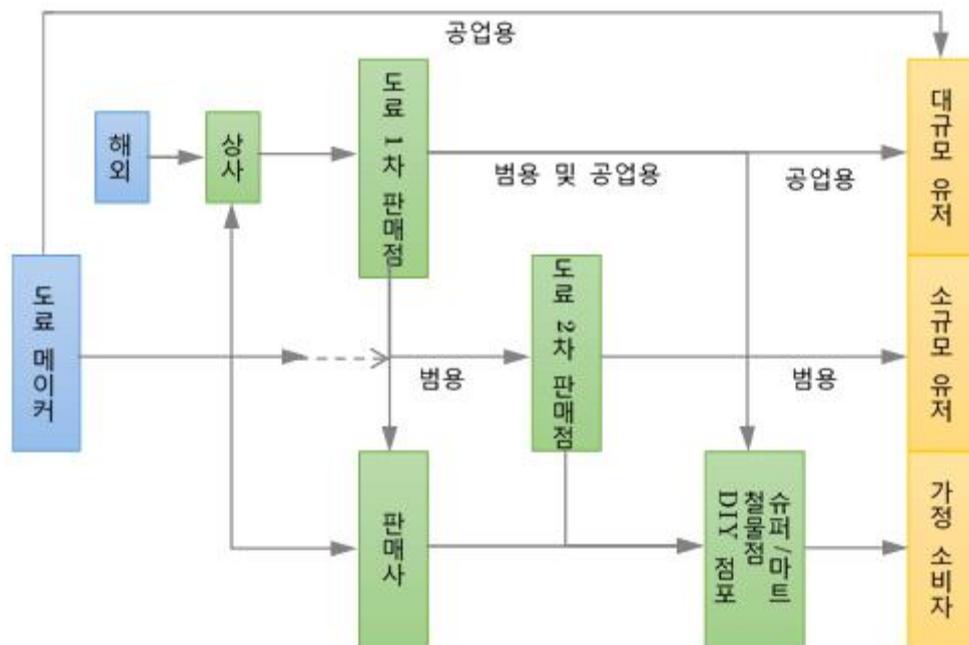
자료 : Global Trade Atlas, 일본도료공업회

경쟁 동향

페인트 시장은 다양한 저변을 갖는 업계이기 때문에 정확한 제조사별 점유율이 공개되어 있지는 않다. 페인트 업계의 대표적인 기업으로는 <니혼 페인트 HD>와 <칸사이 페인트>를 꼽을 수 있다. 양사는 일본 국내시장을 과점하고 있을 뿐만 아니라 해외 매출도 높은 것이 특징이다. 니혼 페인트 HD는 자동차, 범용, 공업용 등을 취급하는 세계 4위의 종합 페인트 제조사다. 칸사이 페인트는 자동차용이 주력 품목으로 국내 1위 업체다. 그 밖의 주요 제조사로는 선박용 부문에서 세계 2위인 <추고쿠 도료>, 중방식 도료와 주택 건재용에서 높은 경쟁력을 보이는 <다이니혼 도료>, 건축용 마감 도료 국내 1위인 특화된 SK-Kaken 등을 꼽을 수 있다.

유통 구조

일본 시장의 페인트 유통 채널은 <제조사 직판>, <제조사 → 판매사 & 1차 판매점 → 소비자>, <제조사 → 판매사 & 1차 판매점 → 2차 판매점 → 사용자>의 3가지 형태로 구분된다. 제조사나 판매사로부터의 사업이 늘어나는 추세다. 또한 소규모 소비자에 대한 판매 의존도가 늘어나는 추세도 엿보인다.



페인트 업계 관련 기관

- JPMA (일반사단법인 일본도료공업회)
<https://www.toryo.or.jp/>
※ 200사 이상의 도료 메이커가 가맹 중인 도료 업계단체
- JPCA (일반사단법인 일본도장공업회)
<https://www.nittoso.or.jp/>
※2,300사 이상의 도장업자가 가맹 중인 도장 업계단체

전시회

- JAPAN DIY HOMECENTER SHOW
<https://diy-show.com/>

- International Auto Aftermarket EXPO
<https://www.iaae-jp.com/>
- N-PLUS
<https://www.n-plus.biz/>
- ASTEC (Advanced Surface Technology Exhibition &Conference)
<https://www.astecexpo.jp/index.html>

관세율 및 수입규제

페인트(HS CODE 3208.10, 3208.20) 품목에 대한 별도의 수입 규제는 존재하지 않는다.
관세율은 다음과 같다.

HS CODE	기본	WTO협정
3208.10	4.8%	3.2%
3208.20	4.6%	3.1%

자료 : 일본세관 실행관세율표(2021.4.1)

관련 법령 및 인증

수입 관련 법령 및 인증 정보는 다음과 같다.

구분	상세 내역
화학물질 심사 및 제조 등 규제에 관한 법률 (약칭 화심법)	a. 제1종 특정 화학 물질(수입 불가): 화심법 시행령 제7조에서 제시하는 제1종 특정 화학 물질이 사용된 도료는 수입이 불가능하기 때문에 함유 여부를 확인할 필요가 있다. 페인트에 사용될 가능성이 있는 제1종 화학 물질로는 폴리염화파이페닐, 폴리염화나프탈렌 등이 있다. b. 제2종 특정 화학 물질(신고): 제2종 화학물질 및 그 함유 제품을 취급하는 사업자는 화심법 제35조에 따라 신고서를 제출해야 하고 화심법 제37조에 따라 용기, 포장 또는 송장에 해당 제2종 특정 화학 물질에 의한 환경 오염 방지를 위한 장치 등에 관한 사항을 표시해야만 한다. 페인트에 함유될 가능성이 있는 제2종 화학 물질로는 트리클로로에틸렌, 테트라클로로에틸렌, 트리부틸 화합물 등이 있다.
가정용품 품질표시법	·페인트는 가정용품 품질표시법에 따라 <잡화공업품 품질표시 규정>에 의무표시 사항이 규정되어 있다. 일반 소비자가 소매점 등에서 구입할 수 있는 제품이라면 극소용량 제품이라 하더라도 해당 표시규정을 준수해야 한다. 의무표시 사항에 해당하는 정보로는 품명, 색상, 성분, 용도 등이 있다.
유해물질을 함유하는 가정용품 규제에 관한 법률(가정용품 규제법)	·가정용품 규제법에선 에어졸 제품에 포함되는 분사제나 유기용제 중에 염화비닐, 메탄올, 테트라클로로에틸렌, 트리클로로에틸렌을 규제하고 있다. 또한 스프레이 타입의 가정용 접촉제, 도료, 왁스의 경우에는 방균/방곰팡이제로서 배합되던 유기수은화합물, 트리페닐 주석 화합물, 트리부틸 화합물도 규제된다.
기타 법령	· 고온 가스 보안법: 스프레이 타입 도료의 에어졸 용기는 고압 가스 보안법 규제를 적용 받는다(예외규정 존재) · 건축기준법: 새집 증후군 대책 차원에서 건축기준법에 따른 포름알데히드 사용 면적 제한이 존재한다(도료상의 포름알데히드 발산 관련). · 수송/보관: 일정량 이상의 위험물을 수송하는 경우에는 그 용기/포장/표시/적재방법 등 운송기준(위험물 선박 운송 및 저장 규칙)이 규정되어 있다. 항공법상으로도 인화위험물 차원의 규제가 존재하므로 사전에 수송업자 측에 대한 확인이 필요하다. 수입/통관 후에도 용제계통 도료나 유기용제/시너류 등은 소방법에 기반한 위험물에 해당하는 경우가 있으며 지자체별 조례 등을 포함한 각종 운송/저장/취급상의 규제 등(허가 신청, 자격 요건 등)에 유의해야 한다.

시사점

페인트 산업은 코로나 사태의 영향으로 2020년 침체를 겪었다. 코로나 장기화 등 아직 선불리 예단할 수 없는 상황이 지속되고 있으나 건물, 차량, 금속제품 등 수요 확대가 예상되는 산업이 견인해 시장은 완만한 회복세를 보일 전망이다.

한편 대폭적인 시장확대가 기대되는 업계는 아니기 때문에 불필요한 가격경쟁 등에 휘말리지 않도록 신규 시장 창출과 기존 수요의 고도화 등 기업 측의 노력이 중요하다. 거시적 트렌드는 <기능성 도료를 통한 차별화>를 꼽을 수 있다. 예를 들면, 표면에 난 상처 자국이 시간이 경과됨에 따라 서서히 복구되는 <자기복원 도료>, 진동을 감소시켜 자동차 등의 실내 소음감소로 이어지는 <제진 도료>, 코로나 사태에 따른 시대적 요청에 대응한 <항 바이러스 도료> 등이 있다. 타깃 고객층을 명확히 설정하고 호소력 있는 상품을 선보임으로써 수많은 경쟁 상품들 사이에서도 매몰되지 않는 상품성을 확보하는 것이 중요하다.

자료 : 다이아몬드 체인스토어 론라인, 일본도료공업회, Global Trade Atlas, JETRO등의 자료 및 KOTRA 도료무역관 자료를 종합해 작성

출처 ([KOTRA해외시장뉴스](#))



한국화학융합시험연구원