

주간 규제 정보

Vol. 377

2021. 12. 13 ~ 2021. 12. 19



목차

국가기술표준원(<http://kats.go.kr/>)

1. 불합리한 정부 인증제도 33개 정비 3
2. 불법 수입 난방용품·선물용품 70만점 국내 유통 사전 차단 4
3. 전기용품 안전기준(62종) 폐지 고시 4
4. 전기매트 등 겨울철 수요 증가 1,290개 제품 안전성조사 결과 5

식품의약품안전처(<https://www.mfds.go.kr/>)

5. 식약처, 국외 시험·검사기관을 위한 영문소식지 발간 6
6. 국내 축산물의 국가별 수입요건·절차 등 최신정보 안내 7

국제환경규제 기업지원센터(www.compass.or.kr)

7. EU, 프탈레이트 4종에 관한 REACH 규정 부속서 XIV 개정 9
8. 유럽위원회, 표면 처리 용도의 삼산화크롬 사용 승인 10

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

9. 벨라루스 의무 라벨링 대상 제품군 지속 확장세 11
10. 미국 비데 시장동향 18
11. 中 2022년 1월 1일부터 어린이 화장품 감독 관리 규정 시행 25
12. [기고] 중국 수입제품 인증·허가 법령 변화와 대응방안 ② - 화장품편 31

한국화학융합시험연구원

국가기술표준원(<http://kats.go.kr/>)

1. 불합리한 정부 인증제도 33개 정비

-「범부처 인증제도 실효성 검토」 '21년도 성과, 10일 규제위 확정 -

정부는 '21년 불합리하거나 실효성이 없는 인증제도 33개를 정비(폐지 2개, 통합 1개, 개선 30개)하기로 결정했다.

※ 범부처 인증제도 실효성 검토 제도 : 정부가 운영하는 인증제도를 3년 주기로 점검해 불합리한 제도를 개선하는 제도, '19년부터 시행하여 금년도 결과는 세 번째 규제개혁의 성과다.

산업통상자원부 국가기술표준원(원장 이상훈)은 제488회 규제개혁위원회에 이 같은 내용의 안건을 상정하여 확정했다고 밝혔다. 금년에 폐지·통합·개선이 확정된 33개 인증제도는 소관부처에 통보되며, 국표원은 국무조정실과 함께 각 부처의 이행상황을 지속적으로 점검할 계획이다.

국가기술표준원은 '19년 제431회 규제개혁위원회를 통해 3년간 정부 인증제도 186개에 대해 실효성을 검토하기 위한 연차별 검토 계획을 확정('19년 58개, '20년 64개, '21년 64개)하였고, 금년 규제개혁위원회에서 확정된 정부 인증제도 실효성 검토 결과는 다음과 같다. (통폐합: 3개) 유사·중복 제도중 타제도로 흡수가 가능한 제도와 인증실적이 전무하여 존치 필요성을 상실한 3개 제도를 통폐합한다.

* (통합 : 1개) 활성처리제 비사용 수산물 인증(해수부, 유사제도인 유기수산물 인증과 통합)

이 외 통합 제도 1개는 기통합되어 검토대상에서 제외

** (폐지 : 2개) ① 콘텐츠제공서비스 품질인증(과기부, 민간의 심사지침이 강화되어 정부 운영실효성이 낮음) ② 중증장애인생산품의 품질인증(복지부, 실효성 없음)

(개선 : 30개) 인증기준·시험방법 등 개선을 통해 합리화가 필요한 9개* 제도,

* 정보보호관리체계인증(과기부), 장수명주택인증(국토부), 신기술농업기계지정(농림부) 등

- 적합성평가체계(인증기관지정, 사후관리체계마련등)를 개선해야 할 10개* 제도,

* 한국관광품질인증(문체부), 광업시설 성능 검사(산업부), 청소년수련활동인증제도(여가부) 등

- 제도 신뢰성확보 등을 통한 운영방향 제고가 필요한 11개* 제도 등 30개 제도를 개선한다.

* 교통신기술인증(국토부), 무항생제수산물인증(해수부), 자동차 튜닝부품 인증(국토부) 등

(존속 : 30개) 국민안전, 환경보호, 품질, 국제협약 등과 관련되는 제도로, 존속 필요성과 실효성이 확인된 30개 제도는 현행을 유지한다.

* 유해·위험한 기계·기구·설비 등 안전인증(노동부), 철도용품 형식승인·제작자승인(국토부) 등

국표원은 각 부처로부터 개선·폐지가 확정된 정비과제에 대한 세부 이행계획을 제출받아 진행 상황을 지속 점검하는 한편, 내년부터 진행될 “2주기('22~'24) 인증제도실효성검토”에 대해, 20년 이상된 법정인증제도는 보다 강화된 실효성 검토를 추진하여 현장에서 체감할 수 있는 인증제도 개선 작업을 계속 추진해 나갈 계획이다.

이상훈 산업통상자원부 국표원장은 “범부처 인증제도 실효성 검토 제도를 철저하게 실행하여 유사·중복 인증, 불합리한 인증 등으로 인한 기업·국민의 애로를 해소하고, 산업 경쟁력 강화에 이바지하겠다”고 말했다.

출처([국가기술표준원](http://kats.go.kr/))

2. 불법 수입 난방용품·선물용품 70만점 국내 유통 사전 차단

- 산업부-관세청 협업, 수입 겨울용품 안전성 집중검사로 통관 막아 -

산업통상자원부 국가기술표준원(원장 이상훈)과 관세청(청장 임재현)은 겨울철 난방·선물용품의 수입 통관단계 안전성검사를 통해 불법·불량 제품 70만점을 적발 국내 반입을 사전 차단하였다고 밝혔다. 이번 집중검사는 계절 수요에 따라 수입이 증가하는 난방용품과 연말 선물용품*에 대해 국표원과 관세청이 통관단계에서 안전성 집중 검사(11.1~ 11.30., 30일간)를 함께 실시한 결과이다.

* 조사대상은 온열팩, 전열기구 등 13개 품목 822건 336만점이며, 이 가운데 적발건수는 온열팩, 전열기구 등 7개 품목 286건 70만점

이번 집중검사 기간 동안 안전인증을 받지 않았거나 인증제품과 상이한 제품, 안전기준에 따른 표시를 하지 않거나 표시사항을 허위표시한 제품을 적발하여 불법·불량 제품의 국내 유통을 차단했다. 품목별로는 겨울철 일회용 온열팩(핫팩)이 48만여점으로 가장 많았으며, 보드게임 등 완구류가 20만점, 전기스토브 등 전열기구 3천여점 순이다. 특히 완구류 중에는 아이들이 가지고 노는 스쿼즈볼 등에서 유해성분(납 함유량)이 1.5배 초과 검출되어 5천여점 전량 통관보류하였다. 이번 적발제품들은 개선·폐기하거나 상대국으로 반송 조치될 예정이다.

한편, 국표원과 관세청이 지난 6년간 전기·생활용품 및 어린이제품에 대해 통관단계에서 협업검사를 지속 확대·홍보한 결과 불법제품 적발률이 '16년 대비 7.3%p 감소하는 등 위해제품의 반입 차단효과도 나타나고 있다.

국표원과 관세청은 매년 협업을 통해 안전성이 확보되지 않은 불법·불량 수입제품을 통관단계에서 차단하여 위해제품으로부터 국민의 생명을 보호하고 국민이 안전한 사회에서 생활할 수 있도록 적극 노력하고 있다. 내년에도 조사인력의 정기교육을 통한 전문역량을 강화하고, 시기별 수입증가 예상 제품 및 국내·외 리콜제품 등의 테마제품과 사회적 관심품목 등을 중점 선별하여 통관단계 검사를 강화해 나갈 계획이다.

출처(국가기술표준원)

3. 전기용품 안전기준(62종) 폐지 고시

국가기술표준원공고 제2021-0579호

「전기용품 및 생활용품 안전관리법」 제5조제3항, 제15조제3항 및 제23조제3항의 규정에 따른 전기용품 안전기준을 폐지함에 있어, 국민에게 미리 알려 의견을 수렴하고자 그 취지와 주요내용을 「행정절차법」 제46조의 규정에 따라 다음과 같이 공고합니다.

2021년 12월 14일

국가기술표준원장

전기용품 안전기준(62종) 폐지 고시

1. 폐지이유

○ 현행 전기용품 안전관리에 활용되지 않는 안전기준 폐지

2. 주요 내용

가. 대상 안전기준(붙임 참조)

※ 세부내용은 국가기술표준원 홈페이지 참조(www.kats.go.kr → 고시·공고)

부 칙

이 고시는 공포한 날부터 시행한다.

출처([국가기술표준원](http://www.kats.go.kr))

4. 전기매트 등 겨울철 수요 증가 1,290개 제품 안전성조사 결과

- 전기찜질기 등 51개 안전기준 부적합 제품 리콜명령 -

산업통상자원부 국가기술표준원(원장 이상훈)은 겨울철 수요가 많은 전기요, 안전모, 유.아동 방한복 등 전기.생활용품 및 어린이제품 46개 품목 1,290개 제품에 대해 안전성조사를 실시하여 안전기준 부적합 51개 제품에 대해 수거 등의 명령(이하 '리콜명령')을 내렸다.

리콜명령 처분 대상 51개 제품(전기용품 17개, 생활용품 16개, 어린이제품 18개)의 주요 결함내용은 다음과 같다.(상세내용은 별도 첨부)

< 전기용품(전기찜질기, 전기매트, LED등기구 등): 17개 >

(전기찜질기, 전기매트 등: 12개 제품) 온도상승이 기준치를 초과한 전기찜질기 8개, 전기매트 2개, 전기방석 1개 및 발보온기 1개

(LED 램프, 조명기구용컨버터 등: 5개 제품) 절연 또는 감전보호 기준에 미달한 LED 램프와 등기구 각 2개 및 조명기구용컨버터 1개

< 생활용품(대형 서랍장, 안전모, 가죽제품 등): 16개 >

(대형 서랍장, 안전모: 12개 제품) 안전성 기준에 부적합하여 전도 우려가 있는 수납 가구(서랍장) 9개, 충격흡수력이 기준에 미달한 안전모 3개

(가죽장갑, 온열팩 등: 4개 제품) 폼알데하이드 등 유해화학물질이 기준치를 초과한 보온용 가죽장갑 2개, 온도상승이 기준치를 초과한 온열팩 1개, 강도가 기준에 미달한 스노보드 1개

< 어린이제품(완구, 가죽제품, 의류 등): 18개 >

(완구, 안경테 등: 10개 제품) 프탈레이트계 가소제, 납 등이 기준치를 초과한 완구 등 8개, 제동기준에 부적합한 승용완구 1개, 내구성이 기준에 미달한 유모차 1개

(어린이 가죽제품, 유.아동 의류: 8개 제품) 납 또는 카드뮴 등이 기준치를 초과한 어린이 가죽제품 4개 및 섬유제품 3개, 지퍼 손잡이 길이가 기준치를 상회한 아동용 자켓 1개

국표원은 51개 리콜제품에 대해 전국 유통매장 및 온라인 쇼핑몰과 연계된 위해상품판매차단시스템에 등록하여 시중 유통을 차단하고, 제품안전정보센터(www.safetykorea.go.kr) 및 소비자24(www.consumer.go.kr)사이트에 리콜 제품정보를 공개하고, 소비자단체, 지자체 및 관계부처 등에도 관련 정보를 제공하였다.

이상훈 국가기술표준원장은 “금번 겨울철 수요 증가 제품에 대한 안전성조사와 더불어, 관세청과 협업하여 겨울용품에 대한 안전성 집중검사(11.1~11.30)를 통해, 불법·불량 수입 제품(246개 제품, 70만점)의 국내 유통을 통관단계에서 사전 차단하는 등, 소비자가 제품을 안전하게 사용할 수 있도록 제품에 대한 시장감시 활동을 지속 추진해 나갈 것”이라고 밝혔다.

출처([국가기술표준원](#))

식품의약품안전처(<https://www.mfds.go.kr/>)

5. 식약처, 국외 시험·검사기관을 위한 영문소식지 발간

- 식품의약품안전처(처장 김강립)는 국내에 수입되는 식품에 대한 시험·검사 관련 주요 정책을 담은 영문소식지를 오는 2021년 12월 15일 발간·배포합니다.
- 영문소식지는 우리나라 시험·검사 제도에 대한 이해를 높여 국내에 수입되는 식품 등에 대한 안전성을 확보하고자 2012년부터 매년 국외 시험·검사기관*과 주한 외국대사관을 대상으로 배포하고 있습니다.
 - * 수입식품 검사·통관절차 간소화 및 국민 안전성 보장을 위해 품질관리가 가능한 국외 시험·검사기관(8개국 60개 기관)을 식약처가 지정·관리
(중국 28개, 베트남 12, 태국 8, 인도 5, 미국 4, 프랑스 1, 호주 1, 대만 1)
- 주요 내용은 ▲시험·검사 정책 동향과 국외 시험·검사기관 품질평가 안내 ▲「식품·의약품분야 시험·검사 등에 관한 법률」과 「식품의 기준 및 규격」 등 제·개정사항 ▲수입식품 검사명령 현황 ▲Q&A와 당부사항입니다.
- 식약처는 영문 소식지가 국내에 수입되는 식품 등의 시험·검사업무를 국외 시험·검사기관이 수행할 때 도움을 줄 것으로 기대하며, 수입식품의 안전을 확보하기 위해 최선을 다하겠습니다.

출처([식품의약품안전처](#))

한국화학융합시험연구원

6. 국내 축산물의 국가별 수입요건·절차 등 최신정보 안내

- 식품의약품안전처(처장 김강립)는 국내 축산물의 국가별 수입요건·절차 등 수출정보의 신규·변경 사항을 반영해 수출업체에 최신 정보를 제공하기 위한 '축산물 수출 안내서'를 12월 16일 개정·배포합니다.
- 주요 개정내용은 ①수출국 규제정보 현행화와 러시아·유럽연합(EU) 등 규제정보 추가 ②수출 품목 확대 내용 반영 ③가축질병 바이러스 불활화 열처리 기준 정보 추가 ④국가별 수출작업장 목록 현행화 등입니다.

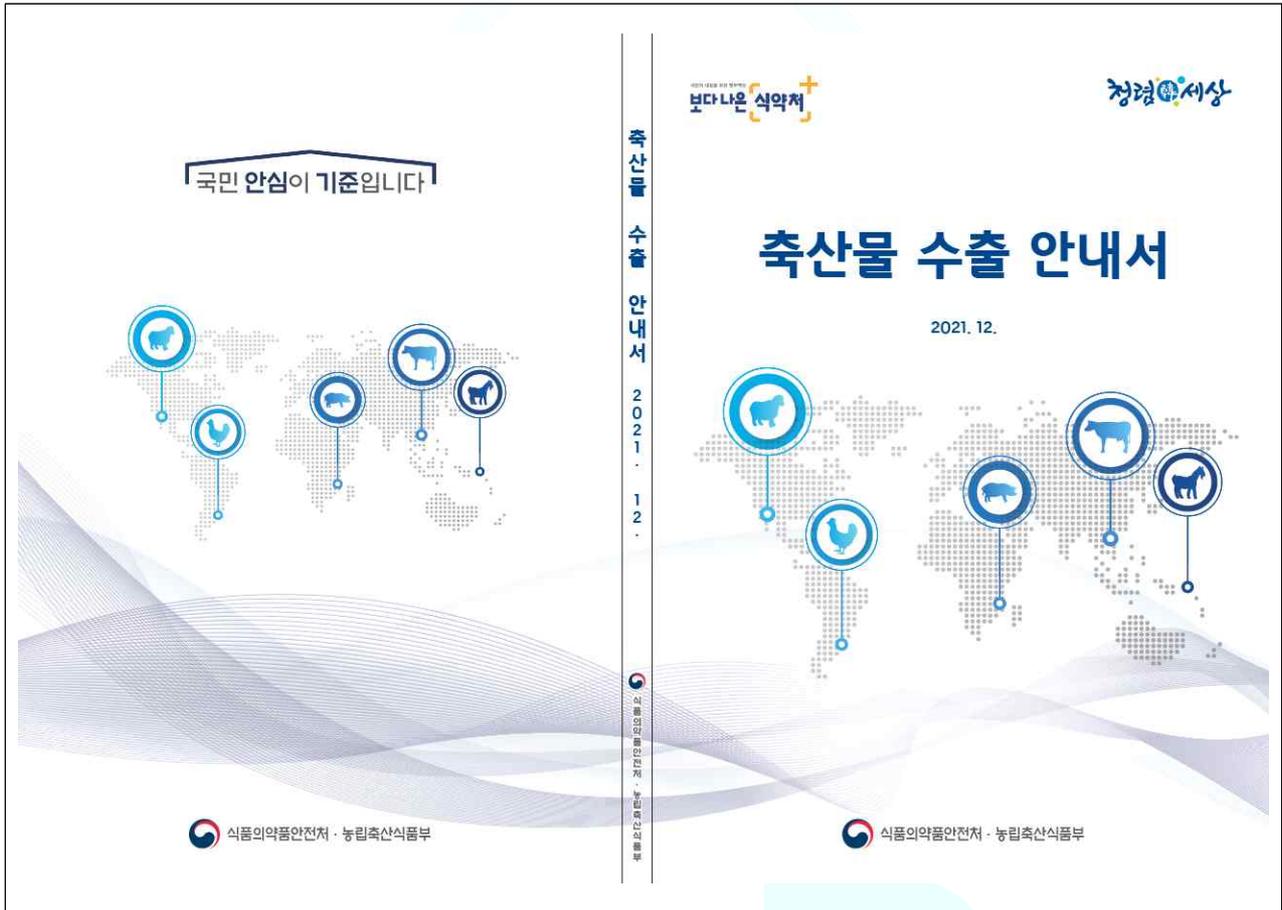
구분	기존	개정
①	· 미국 등 12개국의 수출관련 규제 정보 수록	· 미국 등 12개 국가 수출정보 업데이트 · 러시아 등 3개국과 EU의 수출정보 추가(신규)
②	· 싱가포르 수출품목 : 가금육가공품, 식용란, 알가공품	· 싱가포르 수출품목 : 가금육가공품, 식용란, 알가공품, 돈육가공품(추가)
③	-	· 아프리카 돼지열병, 고병원성 조류인플루엔자 바이러스 불활화 열처리 기준(세계동물보건기구 기준) 정보 추가(신규)
④	· 수출작업장 목록 ('20.2월 기준)	· 수출작업장 목록 ('21.11월 기준) 현행화

- 식약처는 이번에 개정된 안내서는 축산물 수출업체가 수출국 식품안전 관련 최신규제를 이해하고 해외진출의 어려움을 해소하는데 도움을 줄 것으로 기대합니다.
- 식약처는 앞으로도 국가·품목별 수출정보 등 해외 식품 규제정보 등을 지속적으로 제공하여 수출경쟁력을 강화할 수 있도록 적극적으로 지원하겠습니다.
- 자세한 내용은 '식약처 누리집(www.mfds.go.kr) > 법령/자료 > 법령정보 > 공무원지침서/민원안내서'에서 확인할 수 있습니다.

<붙임> '축산물 수출 안내서' 주요 내용

붙임

‘축산물 수출 안내서’ 주요내용



<p>I. 축산물 수출 개요</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 축산물 수출 안내 - 주요 용어 - 축산물 수출 절차
<p>II. 국가-품목별 수출위생요건</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 국가별 수출 승인품목 및 관련 수출국 정부기관 - 국가 품목별 주요 수출위생요건 요약표 - 국가 품목별 수출위생요건 - 축산물 수출작업장 등록 및 수출증명서 발급기관
<p>III. 자주하는 질문</p>	<ul style="list-style-type: none"> - 수출품목 관련 - 수출작업장 관련 - 수출위생증명서 관련

출처(식품의약품안전처)

국제환경규제 기업지원센터(www.compass.or.kr)

7. EU, 프탈레이트 4종에 관한 REACH 규정 부속서 XIV 개정

2021년 11월 24일, 유럽집행위원회는 DEHP, BBP, DBP, DIBP에 관한 REACH 규정 부속서 XIV 개정*을 공표하였습니다.

* COMMISSION REGULATION (EU) 2021/2045 of 23 November 2021 amending Annex XIV to Regulation (EC) No 1907/2006 of the European Parliament and of the Council concerning the Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals (REACH)

상기 4종의 물질은 의약품 직접 포장재(immediate packaging)에 한하여 사용 허가 요건 적용이 면제되어 왔으나 재평가 결과 면제 결정이 정당하지 않는 것으로 판단되어 개정하게 되었습니다.

또한, 식품 접촉 물질(FCM) 또는 의료 기기에서 DEHP의 일부 사용은 더 이상 면제되지 않습니다.

주요 개정 사항은 다음과 같습니다.

*규정(EC) No 1907/2006의 부록 XIV에 있는 표의 항목 4~7이 다음 항목으로 대체

NO	물질명	57조에 명시된 내재적 특성	과도기 조항	
			마지막 적용일	유예종료일(sunset date)
4	Bis(2-ethylhexyl) phthalate(DEHP) EC No:204-211-0 CAS No:117-81-7	생식독성 (분류1B) 내분비계교란특성(57f)조-인간 건강 내분비계교란특성(57f)조-환경	(a)2013년 8월 21일 (b)(a)항의 부분적 수정으로 다음 사용에 한해 2023년 6월 14일 -규정 (EC) No 1935/2004 적용 범위 내 식품접촉물질 -규정 (EC) No 726/2004, 지침 2001/82/EC, 2001/83/EC에 해당하는 의약품의 직접 포장재 -무계당 0.1% 이상, 0.3% 미만의 DEHP가 함유된 혼합물 (c)(a)항의 부분적 수정으로 지침 90/385/EEC, 93/42/EEC, 98/79/EC 적용 범위 내 의료기기에 사용 시 2023년 11월 27일	(a)2015년 2월 21일 (b)(a)항의 부분적 수정으로 다음 사용에 한해 2024년 12월 14일 -규정 (EC) No 1935/2004 적용 범위 내 식품접촉물질 -규정 (EC) No 726/2004, 지침 2001/82/EC, 2001/83/EC에 해당하는 의약품의 직접 포장재 -무계당 0.1% 이상, 0.3% 미만의 DEHP가 함유된 혼합물 (c)(a)항의 부분적 수정으로 지침 90/385/EEC, 93/42/EEC, 98/79/EC 적용 범위 내 의료기기에 사용 시 2025년 5월 27일
5	Benzyl butyl phthalate(BBP) EC No:201-622-7 CAS No:85-68-7	생식독성 (분류1B) 내분비계교란특성(57f)조-인간 건강	(a)2013년 8월 21일 (b)(a)항의 부분적 수정으로 다음 사용에 한해 2023년 6월 14일 -규정 (EC) No 726/2004, 지침 2001/82/EC, 2001/83/EC에 해당하는 의약품의 직접 포장재 -무계당 0.1% 이상, 0.3%	(a)2015년 2월 21일 (b)(a)항의 부분적 수정으로 다음 사용에 한해 2024년 12월 14일 -규정 (EC) No 726/2004, 지침 2001/82/EC, 2001/83/EC에 해당하는 의약품의 직접 포장재 -무계당 0.1% 이상, 0.3% 미만의 BBP가 함유된 혼합물

			미만의 BBP가 함유된 혼합물	
6	Dibutyl phthalate (DBP) EC No:201-557-4 CAS No:84-74-2	생식독성 (분류1B) 내분비계교란특성(57f)조-인간 건강)	(a)2013년 8월 21일 (b)(a)항의 부분적 수정으로 다음 사용에 한해 2023년 6월 14일 -규정 (EC) No 726/2004, 지침 2001/82/EC, 2001/83/EC에 해당하는 의약품의 직접 포장재 -무게당 0.1% 이상, 0.3% 미만의 DBP가 함유된 혼합물	(a)2015년 2월 21일 (b)(a)항의 부분적 수정으로 다음 사용에 한해 2024년 12월 14일 -규정 (EC) No 726/2004, 지침 2001/82/EC, 2001/83/EC에 해당하는 의약품의 직접 포장재 -무게당 0.1% 이상, 0.3% 미만의 DBP가 함유된 혼합물
7	Diisobutyl phthalate (DIBP) EC No:201-553-2 CAS No:84-69-5	생식독성 (분류1B) 내분비계교란특성(57f)조-인간 건강)	(a)2013년 8월 21일 (b)(a)항의 부분적 수정으로 무게당 0.1% 이상, 0.3% 미만의 DIBP가 함유된 혼합물을 사용하는 경우 2023년 6월 14일	(a)2015년 2월 21일 (b)(a)항의 부분적 수정으로 무게당 0.1% 이상, 0.3% 미만의 DIBP가 함유된 혼합물을 사용하는 경우 2024년 12월 14일

동 규정은 공식관보 게재일로부터 20일째 되는 날 발효됩니다.

자세한 내용은 아래 웹사이트를 참조하시기 바랍니다.

<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32021R2045>

<https://chemicalwatch.com/381308/four-phthalates-lose-authorisation-exemptions-after-reach-annex-xiv-entry-amendment>

© 국제환경규제 기업지원센터

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

출처([국제환경규제기업지원센터](#))

8. 유럽위원회, 표면 처리 용도의 삼산화크롬 사용 승인

유럽위원회는 허가목록인 REACH 부록 XIV에 삼산화크롬(Chromium trioxide, CAS No. 1333-82-0)에 대한 새로운 항목을 추가하였습니다. 위원회는 ThyssenKrupp Electrical Steel의 해당 물질 사용을 승인했습니다. 승인된 용도는 고성능 변압기 및 관련 전자기기의 자심에 사용되는 방향성 전기강판 제조용 표면처리제이며 결정에 대한 심사기간은 2029년 12월 31일에 만료됩니다. 위원회는 이와 같은 사항을 11월 22일에 결정하였으며 11월 29일 공식 저널에 게재하였습니다.

삼산화크롬은 발암성, 돌연변이성, 호흡기, 피부 과민성 및 의심되는 생식독성 특성으로 인해 고위험성 우려 물질(SVHC*)로 분류됩니다. 이 물질은 2013년 허가목록에 추가되었으며, 2017년부터 이를 사용하는 기업은 특정 허가를 받아야 합니다.

* Substances of Very High Concern

자세한 내용은 아래 웹사이트를 참조하시기 바랍니다.

<https://chemicalwatch.com/381306/european-commission-authorises-chromium-trioxide-for-use-in-surface-treatment>

https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=uriserv%3Aoj.C_.2021.480.01.0006.01.ENG&toc=Oj%3AC%3A2021%3A480%3ATOC

© 국제환경규제 기업지원센터

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

출처([국제환경규제기업지원센터](#))

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

9. 벨라루스 의무 라벨링 대상 제품군 지속 확장세

- 유제품에 이어, 신발, 타이어, 의류 등으로 제품군 지속 확대예정
- 투명한 유통구조가 기대되나, 수출기업에겐 또다른 진입장벽일 수도

2021년 1월 6일, 벨라루스는 2011년 6월 10일 대통령령 243호로 제정된 '벨라루스 상품 표시 절차'를 수정하는 대통령령 9호를 채택하였으며, 동 법안을 수행하는 법안 230호가 2021년 4월 22일 채택되어 2021년 7월 8일부터 벨라루스 내 의무라벨링 대상 제품군의 확대가 발효되었으며, 이후로도 대상 제품군은 지속적으로 확대되어 갈 것으로 보인다.

벨라루스 의무라벨링 제도 개요

동 제도 도입의 주요 취지는 상품의 유통과정을 투명화하고 소비자를 보호하기 위한 위조품 방지 차원이 주요 목적이며, 정부의 세수마련에도 기여를 할 것으로 보인다. 위조품 방지차원에서의 벨라루스 고유의 의무라벨링 제도는 2011년 이후 순차적으로 이미 몇몇 제품군에 적용되어 왔다.

< 기존 벨라루스 의무라벨링 부착 제품군 >

대상제품	HS코드(4~10자리)
커피 (볶음 여부 및 카페인 유무에 관계없이 소비자용 포장에 순중량이 25g 이상인 제품)	0901, 2101
차 (향미 첨가물 여부에 관계없이 소비자용 포장에 순중량이 25g 이상인 제품)	0902, 0903 00 0000
동물성/식물성 식용유, 마가린 제품	1507 ~ 1517
생선 통조림, 포장된 캐비아 및 어란 제품	1604
과실 주스 및 야채 주스 (발효되지 않고 알코올을 첨가하지 않은 것으로서 용량이 0.25리터 이상인 제품)	2009
설탕이나 기타 감미료나 향미료를 첨가한 물과 기타 무알코올 음료 (용량이 0.25리터 이상인 제품)	2202 (2202 99 9100, 2202 99 9500, 2202 99 9900 류는 제외)

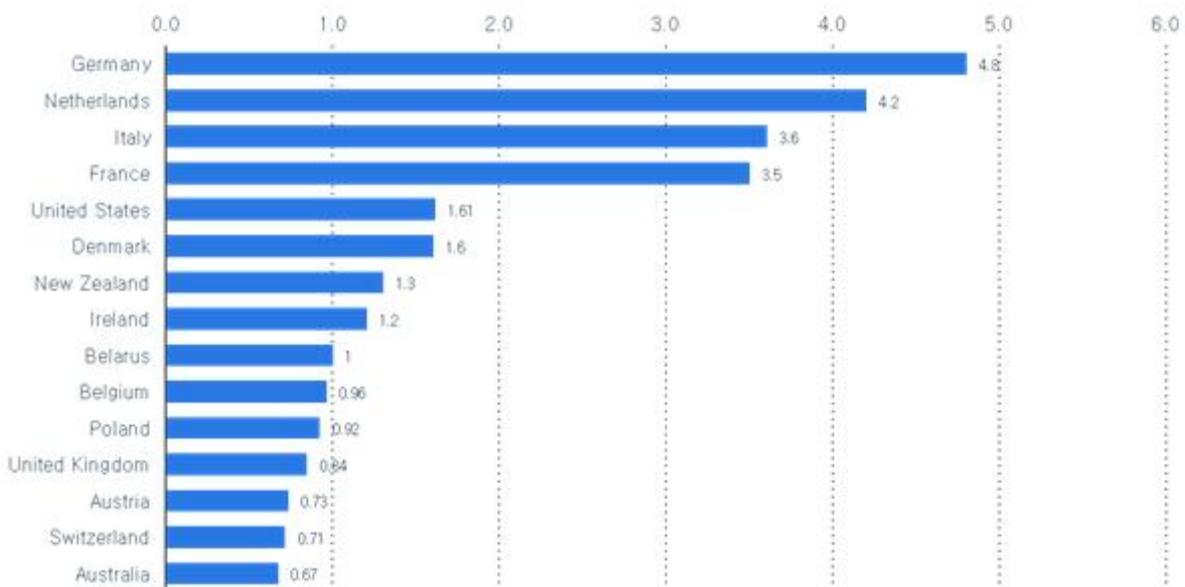
맥주, 포도주, 알코올 성분이 7% 미만인 저알코올 주류	2203 00, 2204 ~ 2206 00, 2208
엔진 오일, 조제 운할유	2710 19, 3403
유기 계면활성제 (비누는 제외), 조제 세제	3402
부동액 및 제빙액	3820 00 0000
전자담배 액상	3824 99
컴퓨터용 프린터 (중고는 제외)	8443 32 1009
컴퓨터(노트북, 태블릿 컴퓨터) (중고는 제외)	8471 30 0000, 8471 41 0000
휴대폰 (중고는 제외)	8517 12 0000
음반 및 시청각 미디어 매체 (오디오 테이프, 비디오 테이프, CD 등)	8523
컴퓨터용 모니터(디스플레이, 비디오 모니터 포함) 및 텔레비전 모니터 (중고는 제외)	8528
시계와 부분품 (중고는 제외)	9101, 9102, 9105

[자료: <https://datamark.by/markirovka/>, KOTRA 민스크무역관 재구성]

러시아는 2019년 7월 이후 소위 라벨링 법으로 담배, 모피, 신발, 타이어, 의약품, 향후, 카메라 등에 대해 라벨링을 의무화(Chestny Znak, <https://chestnyznak.ru/en/>)하였고, 2021년부터는 의류, 섬유, 보석, 유제품 등으로 의무라벨링 대상을 확대하였다. 이에, 전체 생산 유제품의 70% 이상 등 전체 수출의 절반을 러시아로 수출하고 있는 벨라루스도 유라시아경제위원회(EEC)의 규정에 부합한 제도를 운영한다는 명목으로 대통령령 9호와 법안 230호를 통해 새로운 의무라벨링 대상 품목군을 확대하였다.

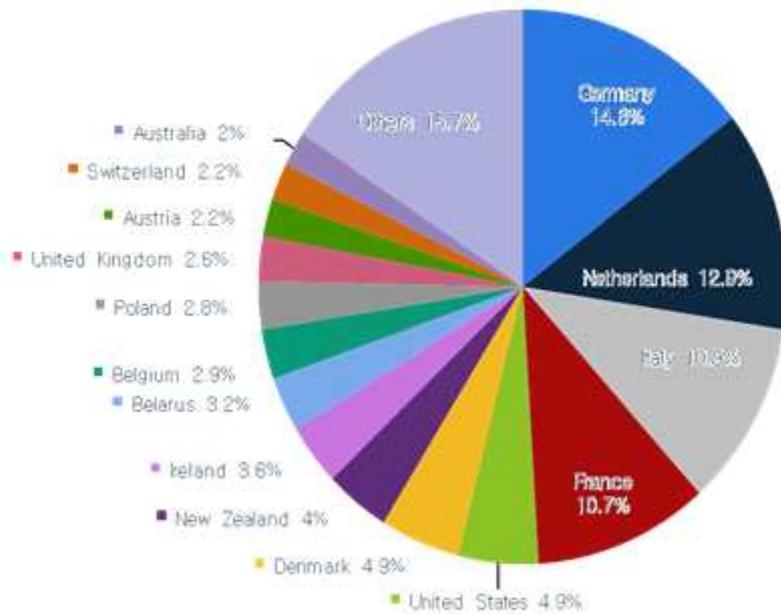
참고로 벨라루스는 세계 4위의 유제품 수출국가이자, 세계 9위의 치즈 수출국(세계 수출점유율 3.2%)으로서 수출의 대부분을 러시아에 의존하고 있다.

< 2020년 세계 주요 치즈 수출국 >
(단위: US\$ 십억)



[자료: STATISTA, WTEEx]

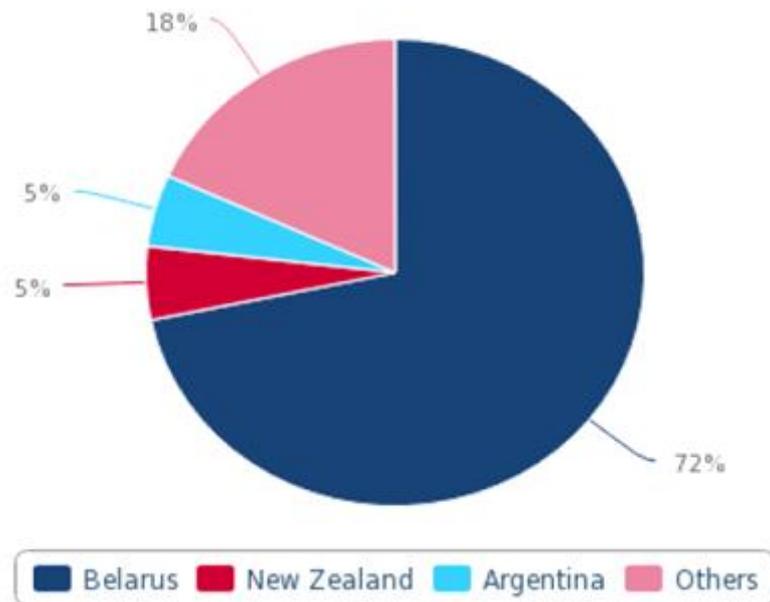
< 2020년 세계 주요국 치즈 수출 점유율 >
(단위: %)



[자료: STATISTA, WTEEx]

벨라루스는 러시아 유제품 수입의 최대 파트너이며, 2020년 기준 러시아 전체 유제품 수입시장의 72%를 차지하였다.

< 2020년 러시아의 주요국별 유제품 수입 현황 >
(단위: %)



[자료: Trademap, Fitch Solutions]

2021년 7월 8일부터 발효된 법안 230호의 부록2에는 새로운 의무라벨링을 부착해야 하는 제품 그룹과 단계별 적용시기를 아래와 같이 정의하고 있다. 치즈 및 아이스크림 제품과 모피 의류는 7월 8일부터 즉시 적용이 되었으며, 그 뒤로 유통기한 40일 초과 유제품과 신발류, 유통기한 40일 이하 유제품, 타이어 순으로 2021년내 순차적으로 도입이 되고, 2022년 3월부터는 코트류와 린넨 같은 경공업 제품으로 확대된다.

< 벨라루스 신규 의무라벨링 부착 제품군 >

대상제품	HS코드(4~10자리)	의무라벨 도입시기 (이후 생산되는 제품은 반드시 마크 부착)	도입시기 전에 이미 생산되었으나 판매되지 않고 재고로 남아있는 상품의 라벨링 기한
유제품 (우유, 연유, 크림, 버터, 치즈, 스프레드, 요구르트, 커피, 발효유, 아이스크림 등, 향료 및 감미료 첨가여부 상관없음)	0401, 0402, 0403, 0404, 0405, 0406 10 5001, 0406 10 5002, 0406 10 5009, 2105 00, 2202 99 9100, 2202 99 9500, 2202 99 9900	치즈 및 아이스크림 2021.07.08	-
		유통기한 40일 초과 유제품 2021.09.01	-
		유통기한 40일 이하 유제품 2021.12.01	-
모피/밍크 의류, 뉴트리아, 여우, 토끼, 너구리, 양가죽 의류	4303 10 9010, 4303 10 9020, 4303 10 9030, 4303 10 9040, 4303 10 9050, 4303 10 9060, 4303 10 9080	2021.07.08	-
신발류	6401, 6402, 6403, 6404, 6405	2021.11.01	2022.03.01까지
타이어 (신제품에 한정)	4011 10 0003, 4011 10 0009, 4011 20 1000, 4011 20 9000, 4011 40 0000, 4011 50 0001, 4011 50 0009, 4011 70 0000, 4011 80 0000, 4011 90 0000	2021.12.01	2022.04.01까지
오버코트, 짧은 코트, 케이프, 윈드 재킷(스키 포함)	6201, 6202	2022.03.01	2022.07.01까지
침대 린넨, 테이블 린넨, 화장실 및 주방 린넨	6302	2022.03.01	2022.07.01까지

[자료: <https://datamark.by/markirovka/>, <http://bellegprom.by/>, KOTRA 민스크무역관 재구성]

2021년 10월 29일 유라시아경제위원회(EEC)는 러시아의 제안을 수용하여, EAEU 역내 생수에 대한 의무라벨 단계적 도입을 다음과 같이 의결하였다. 유라시아경제연합(EAEU) 회원국은 각 국가별로 언제 생수에 대해 의무라벨링 제도를 자국에 도입할 지 선택할 수 있으나, 도입시기 6개월 전에 EEC에 통보를 해야 한다. 러시아의 경우는 이미 2020년 4월 1일부터 2021년 6월 1일까지 시범기간을 운영했으며, 2021년 12월 1일부터 탄산 및 비탄산 천연 미네랄 음용수(HS 2201)에 대해, 2022년 3월 1일부터 기타 탄산 및 비탄산 미네랄 음용수 및 기타 음용수(HS 2202)에 대해 의무라벨링 제도가 도입된다. 한편 카자흐스탄도 2021년 7월 1일부터 생수 및 청량음료에 대한 라벨링 시범운영이 시작되었다.

기존 라벨링과의 차이점 및 발급절차

벨라루스 라벨링 시스템을 관리하는 기관은 재무부 산하 국영기업 'Belblankavid'(https://belblank.by/)이며, 동 사는 Elektronnyi Znak이라는 시스템을 통해 라벨링 시스템을 운영한다. 제조사 및 공급(수입)업체는 각 제품에 대한 고유의 GS1 Data Matrix 코드를 삽입하고, 소비자는 휴대폰 어플리케이션을 다운받아 해당 제품에 적혀있는 각 제품의 고유한 Data Matrix 코드를 스캔해서 제품에 대한 상세정보를 확인할 수 있다.

< 벨라루스 라벨링 시스템 Elektronnyi Znak 로고 및 GS1 Data Matrix 예시 >



[자료: <https://datamark.by>]

각 제품의 고유한 GS1 Data Matrix 코드는 GS1사(라벨링 코드 관리 비영리 국제기관)가 발행하며, 동 코드는 일반적으로 볼 수 있는 QR 코드와 유사한 정사각형 모양이나 QR코드와는 다르다.

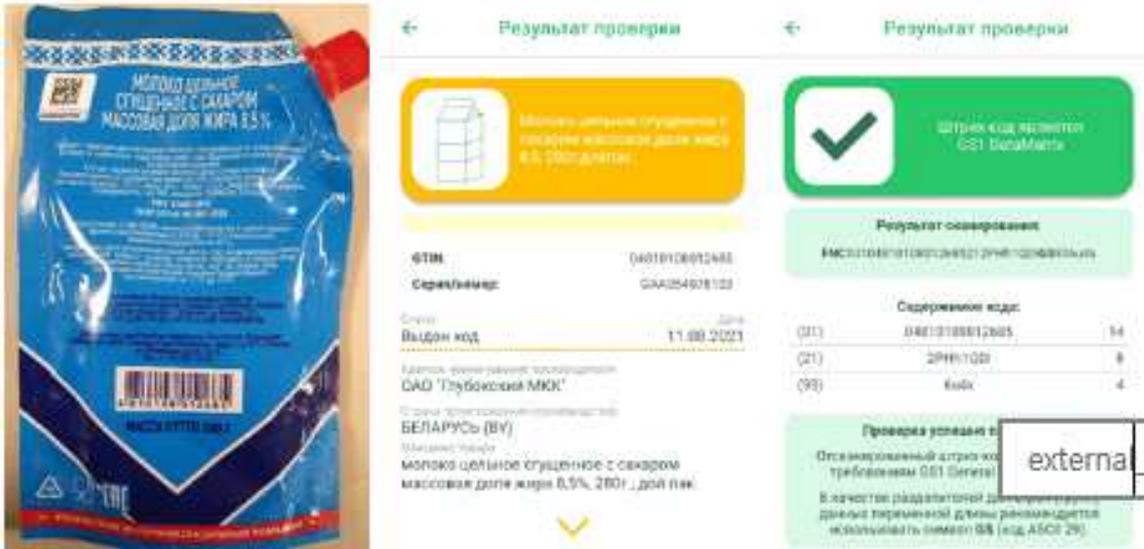
기존 라벨은 통합통제표시(Unified Control Marks)로서 주로 모조품이 아닌 진품이라는 것을 나타내며 내포하고 있는 정보의 양이 다소 적은 반면, 신규 라벨은 이에 더해 일종의 제품의 여권 같은 식별 수단(Means of Identification)으로서 제조일, 유통기한, 생산자(브랜드), 원산지, HS코드, 용량, 성분 등이 표시된다. 동 시스템을 통해 생산 창고에서 매장 계산대에서 구매에 이르는 각 제품의 유통경로를 온라인으로 추적이 가능해 과거의 유통기한 위조와 같은 위험에서 소비자를 보호하는 데 긍정적인 역할이 기대된다.

< 기존 라벨 제품(커피) 사진 및 Elektronnyi Znak 어플리케이션상 표시정보 예시 >



[자료: KOTRA 민스크무역관 자체 촬영]

< 신규 라벨 제품(연유) 사진 및 Elektronnyi Znak 어플리케이션상 표시정보 예시 >



[자료: KOTRA 민스크무역관 자체 촬영]

한편 GS1 Data Matrix 코드는 제품 자체 라벨에 인쇄를 할 수도 있고, 별도로 개별 라벨만 스티커에 인쇄를 해서 제품에 붙일 수도 있다. 라벨은 현지 제조기업이 인쇄하거나 부착하면 되고, 수입업자의 경우 벨라루스 영토로 반입되기 전이나 세관통관 이전인 보세창고에서 부착이 가능하다.

< 제품 자체 라벨에 인쇄 예시 및 개별 라벨만 스티커 인쇄 예시 >



[자료: <https://holography.by>, <https://www.nv-online.info>, KOTRA 민스크무역관 자체 촬영]

< 신규 라벨링 코드 구조 >



주1: 라벨상에는 숫자나 문자가 표시되지 않고, GS1 DataMatrix로 보여짐.

주2: (01) 뒤에는 GTIN(국제무역품번, Global Trade Item Number) 14자리 입력,

(21) 뒤에는 개별 일련번호 8자리 또는 6자리 입력, (93) 뒤에는 확인 코드 4자리 입력됨.

[자료: <https://datamark.by>]

신규 의무라벨을 발급받아 제품에 부착하는 절차는 다음과 같다.

- 1) 국가정보시스템 Elektronnyi Znak 상에 회원가입 등록을 해야 함
 - Elektronnyi Znak (<https://datamark.by>)
- 2) GTIN(국제무역품번, Global Trade Item Number) 14자리 번호 발급받기 - GS1(라벨링 코드 관리 비영리 국제기관) 시스템에 회원 등록 후 신청가능
 - GS1 Belarus (<http://gs1by.by> 및 <https://ids.by>) 또는 GS1 Korea (<https://www.gs1.org/locations/korea>)
- 3) 벨라루스 라벨링 시스템 운영 국영기업 'Belblankavid'로부터 마킹(Means of Identification) 코드 구매
- 4) 제품(포장)에 마킹 표시 적용
- 5) 상품 정보 및 적용된 마킹(식별수단) 정보를 마킹 시스템으로 전송

2021년 6월 4일 채택된 법령 311호에 의하면, 각 제품에 부착되는 라벨은 개당 2코페이카(0.02루블)씩 정부에 세금으로 납부가 된다. 단 모피 의류 제품에 부과되는 라벨은 개당 2루블씩 부과된다. 이러한 의무라벨링 시행은 정부의 세수 마련에도 기여를 하는 것으로 판단된다.

수출기업에겐 또다른 진입장벽이 될 수도

제품 추적 시스템과의 연결이 의무적이기 때문에 라벨링 의무를 우회하는 것은 불가능하며, 위반 시 벌금이 부과된다. 라벨링 위반은 행정적, 형사적 책임을 수반하기 때문에 기업은 제품 라벨링 시기와 기타 요건을 확인하고 준수해야 한다. 2021년 1월 6일 제정된 행정범죄법 제13.24조에 의거, 라벨링 법률 위반 제품의 유통은 몰수 및 아래와 같은 벌금 형태의 행정처분을 받는다.

- 개인: 건당 12 기본세제단위(Basic Value) (348루블, 약 137달러)
 - 2021년 기본세제단위(Basic Value)는 1BV당 29루블
 - 기본세제단위(Basic Value): 2002년 도입된 벨라루스 고유의 세금·벌금·복지수당 부과단위 (예로, 혼인신고등록비 1BV, 실업수당 2BV, 안전벨트미착용벌금 1BV, 속도위반 1~6BV 등)
- 개인사업자 및 법인: 행정위반 대상제품 가치의 최대 50%

제품 라벨링을 통해 소비자는 먹고 사용하는 제품의 품질, 제조 및 유통 과정에 대한 정확한 정보를 알 수 있게 되고, 투명한 유통과정 정착 등 제도 도입을 통한 긍정적인 효과가 기대되나, 한편으로 투자진출 기업을 포함한 현지 기업들에게는 추가 의무라벨링으로 인한 재정적 부담이 우려되며, 수출기업들에게도 또 하나의 시장진입장벽으로 작용할 수 있을 것으로 보인다.

무역관과 인터뷰에 응한 업계 관계자 A씨는 '러시아에 수출을 크게 의존하는 벨라루스로서는 러시아가 향후 의무라벨링 품목을 확대한다면 러시아에 수출을 하기 위해서 러시아 의무라벨을 취득할 수 밖에 없다. 벨라루스 입장에서선 러시아로 수출의존도가 큰 제품군 중심으로 유라시아 기준에 맞게 의무라벨 대상품목군을 확대할 것이다.'라고 언급하면서, '러시아는 2024년까지 식품분야 전 품목을 대상으로 라벨링 도입을 예정하고 있는 바, 러시아에 수출을 계획하고 있는 기업들은 향후 러시아의 의무라벨링 확대 동향을 예의주시할 필요가 있다.'고 덧붙였다.

자료: STATISTA, WTEEx, Trademap, Fitch Solutions, 벨라루스 재무부, <https://datamark.by>, <http://bellegprom.by/>, <https://holography.by>, <https://www.nv-online.info>, <http://gs1by.by>, <https://ids.by>, <https://www.gs1.org/locations/korea>, <https://chestnyznak.ru/en/>,

<https://eec.eaeunion.org>, <https://pravo.by>, <https://arzinger.by/en/>, <http://nalog.gov.by/>,
<https://money.onliner.by>, <https://www.belta.by/>, <https://averson.by/>, <https://ctt.by/>,
<https://www.bstu.by/>, <https://ilex.by/>, <https://primepress.by/>, <https://www.alta.ru/>,
<http://epass.by/>, <https://www.nv-online.info>, KOTRA 민스크무역관 자료종합
 <저작권자 : © KOTRA & KOTRA 해외시장뉴스>

출처 ([KOTRA해외시장뉴스](#))

10. 미국 비데 시장동향

- 비데 보급률 낮은 미국, 팬데믹으로 '비데'에 대한 관심 급증
- 업계는 미국 시장의 잠재력 주목... 미국 소비자 및 시장 특성 맞춤형 제품과 전략이 필요

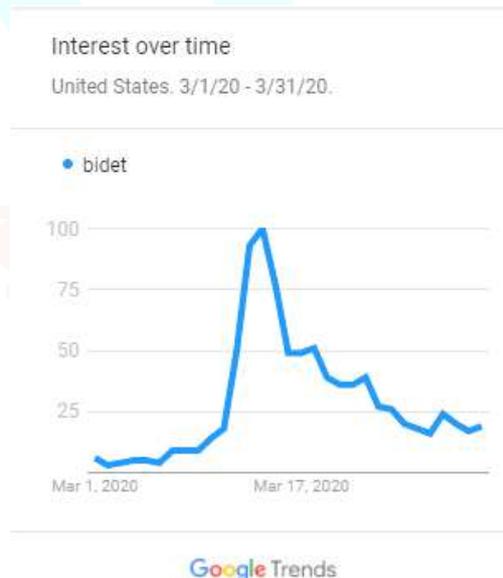
상품명 및 HS Code

일반적으로 가열, 온수, 건조, 살균 등의 기능을 갖춘 전자식 비데는 HS 코드 8424.89에 해당된다.('비데' 품목명으로 최다 수출 신고 기준)

시장동향

미국에서는 팬데믹 이후 비데에 대한 관심이 급증하고 있다. 코로나19는 배관 산업을 포함한 거의 모든 제품 범주와 산업에 광범위한 영향을 미쳤지만, 특히 가장 흥미로운 시장 변화 중 하나는 2020년 팬데믹 초기에 화장지 부족사태를 겪은 미국인들이 비데에 주목하기 시작한 것이다. 이런 사태와 관련해 TOTO USA의 운영 및 전자 상거래 총괄자인 Bill Strang은 "비데"라는 단어가 2020년 3월 중순 아마존에서 20번째로 많이 검색된 단어라고 말하기도 했다. 실제로 약 2주 만에 미국 시장에서 모든 전자식 비데 재고가 바닥이 났고, 수요가 너무 높아서 오프라인, 온라인 채널 구별할 것 없이 폭발적인 판매가 이뤄졌다. 팬데믹 쇼크가 사라진 이후에도 소비자들은 비데에 대한 인식이 완전히 바뀌면서 현재까지도 비데에 대한 미국 소비자들의 관심은 강력히 유지되고 있으며, 개인 위생을 신경쓰는 미국인이 늘어나면서 비데의 매출이 꾸준히 늘고 있다.

<팬데믹 초기 2020.3.1~3.30 '비데' 검색량 변화 추이>

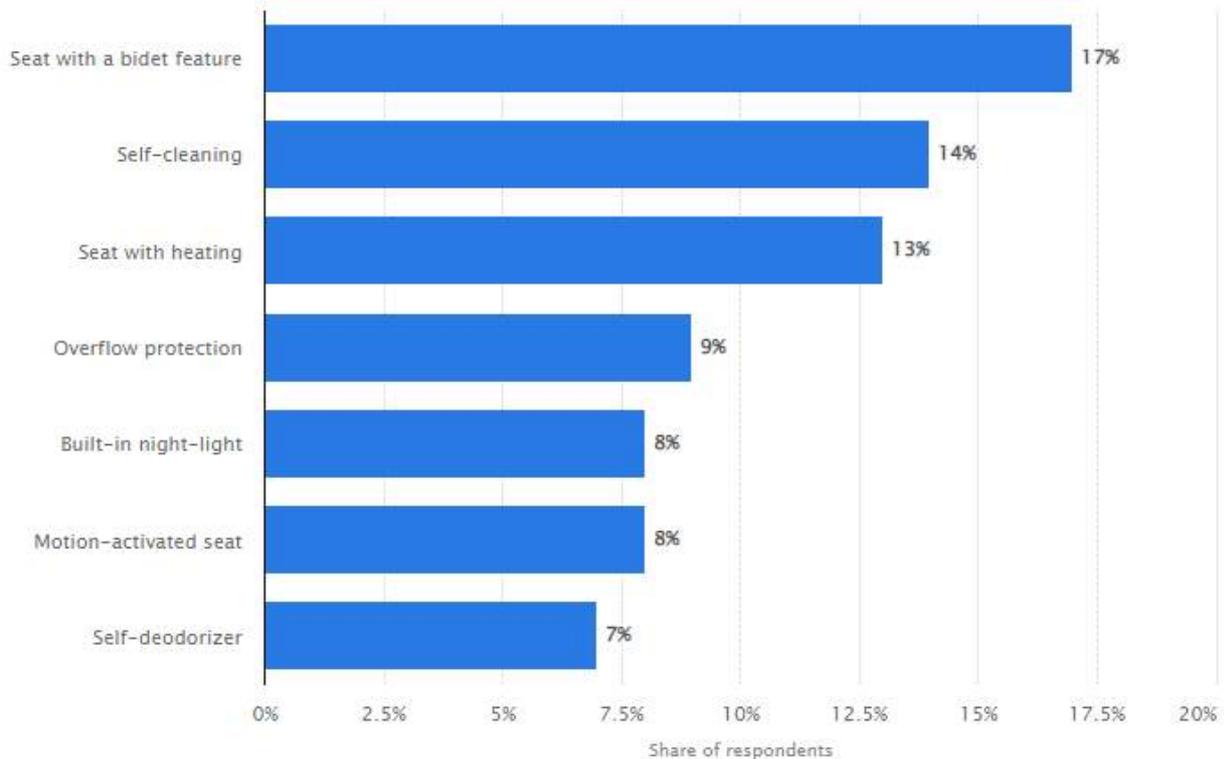


주: 해당 기간 동안 검색 관심도가 가장 높은 시점을 100으로 두고 시점별로 상대적인 검색 관심도를 표시
[자료: Google trend]

글로벌 시장조사 기관 360 Research Report의 최근 보고서에 따르면, 전 세계 스마트 비데 시장규모는 2020년 2억86710만 달러였으며, 2027년에는 4억 6539만 달러로 연평균 6.7% 가량 성장할 것으로 보인다. 업계에서는 이와 같은 글로벌 추세가 미국에서도 유효할 것으로 분석하고 있다. 미국의 화장실 변기 및 비데 제조업체인 Kohler사의 제품 담당자 Andrew Van Grodern에 따르면, 2020년 오프라인 매장을 통한 비데의 매출은 2배 정도 증가했으며, 온라인 판매는 전년도 대비 4배, 일부 온라인 사이트에서는 10배 가까이 되는 증가세를 보였다고 전했다.

한편 글로벌 시장조사기관 Statista가 2020년 6~7월 1,594명의 미국인을 대상으로 '2020년 안방 욕실 변기에 도입한 첨단 기능'에 대해 조사한 결과, 응답자의 17%는 비데기능이 있는 변기시트를 채택했다고 답해 욕실의 첨단화에 비데가 가장 많은 기여를 한 것으로 나타났다. 이어서 자동 세척 기능, 온열 시트 기능, 범람 방지 기능 등 최신 비데에 들어가는 기능도 높은 비율을 차지했다.

<미국에서 2020년 안방 욕실 변기에 도입한 첨단 기능>



[자료: Statista]

이런 현상과 관련해 미국의 비데제조업체인 Fluidmaster의 글로벌 마케팅 부사장 David McFarland는 미국의 비데시장이 매년 약 14%에서 16%의 속도로 꾸준히 성장하고 있으며, 특히 코로나19로 인해 소비자의 위생 관념이 높아지고 비데에 대한 관심도 자연히 높아졌다면, "2019년 시장진입을 고려하면서 미국의 비데 총 판매량을 약 250,000대로 예상했으나, 2020년 초 화장지 부족사태로 비데 판매가 급증해 예상치를 훨씬 상회했다"고 말했다. 또한 리서치회사인 BRG의 조사에 의하면 2020년비데시트시장규모는 3.8%의성장률을보였으며, 2020년 비데시트판매는 2018년성장률을약 16% 상회한 것으로 나타났다.

또한, Kohler사의 요청으로 진행된 Harris Poll의최근설문조사결과, 63%의미국인들이화장실변기에위생기능을갖춘제품에대한관심을나타냈으며, 이중 18-34세사이의성인들이 73%에해당하는것으로분석되었다. 또한 미국인의절반이상인 54%가스마트변기구입할의사를보였다고밝힌것으로보아미국시장에서의비데제품의성장은

계속될것으로예상된다.

수입동향

비데가 속하는 HS 코드 8424.89품목으로 미국 수입 동향을 조사한 결과, 2020년미국수입액은약 9억 7373만달러로, 전년대비약 59.7% 증가했다. 최대수입국은 2020년수입액약 4억 7158만달러를기록한중국으로, 전체수입시장의 48.4% 비중을차지한다. 중국의경우미국의많은제조업체들이중국에생산을아웃소싱해비용절감을 꾀하기때문에수입액이높은편인것으로파악되며, 2019년에는트럼프정부에서시행한대중 무역 제재로 인해 중국산 제품에 높은 관세가 부과되면서 미국 시장 점유율이 다소 감소했지만 2020년 비데의 높은 관심도에 힘입어 중국산 비데의 수입이 대폭 상승했다.중국다음으로는멕시코와한국이뒤를잇고있다. 수입국 1위인중국 으로부터의수입액은전년대비약 118.2% 증가했고, 멕시코, 대만, 캐나다, 일본, 인도, 말레이시아로부터의수입액도전년대비증가했다. 특히말레이시아의경우대미수출이전년대비 586.3% 증가했다. 반면에한국, 독일로 부터의수입액은전년대비감소했다.

<최근 3년간 미국의 비데 수입동향 (HS 코드 8424.89 기준)>
(단위: US\$ 천, %)

순위	국가명	수입규모			점유율			증감율 (20' / 19')
		2018	2019	2020	2018	2019	2020	
-	총계	655,374	609,875	973,726	100	100	100	59.7
1	중국	290,535	216,106	471,577	44.3	35.4	48.4	118.2
2	멕시코	88,946	96,651	113,730	13.6	15.8	11.7	17.7
3	한국	44,635	66,255	62,632	6.8	10.9	6.4	-5.5
4	대만	25,098	24,969	55,212	3.8	4.1	5.7	121.1
5	독일	50,842	57,993	51,653	7.8	9.5	5.3	-10.9
6	캐나다	35,023	42,233	50,316	5.3	6.9	5.2	19.1
7	일본	27,517	15,665	24,215	4.2	2.6	2.5	54.6
8	인도	3189	4260	19,389	0.5	0.7	2.0	355.1
9	이탈리아	14,303	17,869	15,483	2.2	2.9	1.6	-13.4
10	말레이시아	4305	1741	11,948	0.7	0.3	1.2	586.3

[자료: Global Trade Atlas]

한국은 해당 제품 관련해 2020년 미국 수입시장에서 약 6263만 달러 규모의 제품을 미국으로 수출하며 3위를 기록했다.

경쟁동향

(경쟁현황) 미국의 비데 시장은 KOHLER, BioBidet, TOTO, Tushy, INUS, Brondell, Coway 등 다양한 기업들의 경쟁구도로 이뤄져 있다. 상기 주요 7개사를 비롯한 시장 참여자들은 비데에 대한 수요를 주도하고 변화하는 소비자 요구를 충족하기 위해 보급형부터 럭셔리형 제품까지 다양한 기술을 구현한 비데 제품을 시장에 선보이고 있다.

<주요 7개 업체 경쟁현황>

기업명	주력분야	대표 비데 제품	특징
KOHLER	가정 및 상업용 배관 제품 (수전, 변기, 비데, 욕조 등등)	Kohler K-시리즈, Novita, Numi 등 여러 종류의 Electric Bidet Seat	미국 최대규모의 변기 제조 업체인 만큼, 변기 일체형의 비데 제품을 다양하게 출시. 특히 2011년 한국의 노베타 회사(전, 한일가전)를 골려가 인수하면서 골려 노베타 제품을 출시. 보급형부터 럭셔리 비데까지 다양한 가격대의 제품을 선보임.
BioBidet	가정 및 상업용 비데 및 공기청정기, 수전 등 가정용 기기	Bio Bidet Bliss Series (BB 400, 600, 800, 1000, 1700, 2000, SPA6800)	최근 미국 시장에서 큰 호평을 받으며 소비자들의 만족도가 높은 제품. 자사의 기술력으로 여러 개의 특허권을 보유하고 있으며, 3년간의 워런티를 제공하는 것이 특징.
TOTO	가정 및 상업용 변기 및 비데	Toto Washlet	세계에서 가장 큰 비데 마켓 점유율을 차지하고 있는 일본 업체. 1993년 비데 스타일의 변기 Washlet으로 미국 시장 진출 이후 꾸준한 입지를 넓혀가고 있음.
Tushy	수동 비데 및 화장실 용품 (오트만, 휴지걸이, 수건 등)	Tushy Classic, Tushy Spa	수동 비데의 가장 큰 장점인 간단한 설치와 가격 경쟁력이 우수. 모던한 디자인으로 소비자들에게 좋은 평가를 받고 있는 제품.
INUS	가정 및 상업용 비데	N Series, R Series	전 세계 60개국 이상에 비데를 수출하는 한국 업체로 미국 시장에서도 좋은 반응을 얻고 있음. 대부분의 제품이 200-300대의 합리적인 가격.
Brondell	물 정화시스템, 공기정화기, 비데 등 가정용 기기	Swash Series	2007년과 2011년 두차례에 걸쳐 올해의 제품상을 수상. 친환경적인 요소를 제품에 반영하여 제품 개발 및 연구에 힘쓰고 있는 것이 특징.
Coway	정수기, 공기청정기, 비데 등 가정용 기기	Coway Bidet Mega Series (200R, 200E, 400R, 400E)	2007년 미국법인 설립. 2017년 아마존과 기술협력을 시작하면서 미국 시장에서 두각을 나타내고 있음. 코로나19 이후, 비데의 매출이 170% 상승

[자료: KOTRA 실리콘밸리 무역관 정리]

(경쟁제품현황)비데 제조 업체들은 시장 점유율을 높이기 위해 새로운 기술을 탑재한 신제품을 꾸준히 출시하고 있다. 최근 미국에서 출시된 비데 제품과 그 특징은 다음과 같다.

<미국 시장에서 선보이고 있는 주요 비데 제품들>

기업명	제품 이미지	제품명	가격	특징
BioBidet		BB-2000 B liss Bidet Toilet Seat	\$631~	스테인레스 노즐, 온수 조절, 탈취 기능, 건조 기능 등과 함께 3년간 워런티가 제공됨. 분사 압력이 타 제품보다 강하고 181kg (400lb) 무게를 지탱 가능. 환경 친화 제품(절전모드 사용 가능)
TOTO		S550e Washlet	\$1149~	자사의 특화된 기술력을 도입하여, 전해수를 사용하는 것이 특징. 사용 후, 작은 물방울을 변기에 분사하여, 화학약품 사용 없이 청결유지 가능. 최대 2명의 사용자 정보 입력이 가능하며, 1년 제품 워런티 제공
Coway		Bidetmega 400R	\$ 419 ~	성별과 나이에 따른 수류/수압 조절이 가능하며 아이가 있는 가족에 적합한 제품. 유로 노즐 변기를 세척하는 3단계 살균 기능이 추가. 리모컨에 시각 장애인용 점자 표기

Kohler		Numi	\$5899 ~	럭셔리 모델 중의 하나로, 변기와 일체형 모델. 물루 두스 기능 추가로 음악 및 조명 설정 가능. 온열 시트 이외에 풋 워머 기능 추가. 터치스크린 리모콘. 정전 시 최대 100회까지 사용 가능. 6명의 사용자 정보를 개별 설정할 수 있는 스마트 비데 제품
TUSHY		Classic 3.0 Bidet	\$99 ~	전기 연결없이 간편하게 변기에 설치 가능하며, 분사 수압은 조절 가능하지만, 수온은 조절이 안됨. 모던한 디자인에 가격 경쟁력이 우수
Brondell		Swash 1400	\$519 ~	자사의 나노살균기술로 노균의 청결을 관리하며, 방향 기능이 추가되어 화장실의 쾌적한 환경을 제공

[자료: Digital Trends, KOTRA 실리콘밸리 무역관정리]

유통구조

미국에서 비데는 온라인 및 오프라인 채널을 통해 다양하게 유통 중이다. Amazon, Home Depot와 같은 온라인 채널에서 비데를 쉽게 찾아 구매할 수 있다. 고가 제품의 경우 자체 매장에 비치해 고객에게 직접

보고 체험해 볼 수 있는 기회를 제공하기도 하며, 소비자들은 가전 제품 소매점이나 욕실 자재 전문점, 대형 전자제품 판매점과 같은 오프라인 유통채널에서 직접 구매할 수 있다. 대표적인 오프라인 유통채널로는 Bed Bath & Beyond, Home Depot, Lowe's Home Improvement 등이 있다.

한편 미국의 전자제품 전문 저널 Digital Trend에 따르면 미국 내 비데 제품 유통의 핵심은 배관공이라고 한다. 미국에서 배관공은 오랫동안 주택 리모델링 및 신축 건물 내에서 신뢰할 수 있는 정보 출처로 여겨져 왔으며, 비데 제품 제공에 대한 인식을 확산시키는 데 중요한 역할을 하고 있기 때문이다. 일반적으로 미국의 소비자들은 배관공에게 가정 내 배관의 유지 및 관리를 맡기고 있기 때문에 배관공이 이 과정에서 비데 기술을 소개할 수 있는 기회가 있고, 작업 현장에서 판매 가능성을 높이는데 핵심적인 역할을 한다.

따라서 미국 시장에 진출하고자 하는 우리 기업은 미국의 소비자와 배관공 모두에게 그들이 적합한 비데를 탐색하고 선택할 수 있는 리소스를 제공하는 것이 중요하다. 예를 들어 아래의 자료는 Kohler사가 자사의 제품별 특징과 기능을 표로 정리한 것으로 소비자와 배관공에게 제공된다. 이는 가정에 적합한 솔루션을 선택하는데 많은 도움이 된다. 이에 더해 당연한 이야기일 수 있지만 미국에서 유통되는 변기의 크기나 모양에 맞춰 설치가 용이하며, 소비자들이 원하는 기술을 파악해 이를 적극적으로 도입한 제품이 유리하다는 점도 염두에 두어야 한다.

<Kohler사가 소비자와 배관공에게 제공하는 자사 제품 비교표>

		CLEANSING SEATS*							
		NON-ELECTRIC		ELECTRIC					
		Puretide (K-5724) (K-78923)	Purewash (K-98804-CP)	C²-050 (K-18751)	C²-420 (K-26132-CP)	C²-155 (K-8298)	C²-430 (K-27142-CR)	C²-455 (K-8298-CR)	C²-230 (K-4108)
STANDARD FEATURES	QUIET-CLOSE LID AND SEAT	ALL MODELS							
	GRIP-TIGHT BUMPERS								
	QUICK RELEASE								
	FRONT & REAR WASH								
	ADJUSTABLE WATER PRESSURE								
	WATER RINSING OF WAND								
PREMIUM FEATURES	OSCILLATING AND PULSATING SPRAY								
	ADJUSTABLE WATER TEMPERATURE			•	•	•	•	•	•
	STAINLESS STEEL WAND			•	•	•	•	•	•
	UV SANITIZATION OF WAND			•	•	•	•	•	•
	AUTOMATIC DEODORIZATION					•		•	
	WARM-WATER CLEANSING			•	•	•	•	•	•
WARMTH & DRYING	NIGHTLIGHT				•	•	•	•	•
	ADJUSTABLE HEATED SEAT				•	•	•	•	•
	ADJUSTABLE WARM-AIR DRYER					•		•	•
REMOTE CONTROL	PERSONALIZED PRESETS						•	•	•
	TOUCH-SCREEN REMOTE CONTROL								•
	STANDARD REMOTE CONTROL						•	•	
COLOR OPTIONS		0, 96	0	0, 96	0	0, 96	0	0, 96	0, 96

COLOR OPTIONS  White (+0)  Biscuit (+96)

*KOHLER cleansing seats fit most elongated toilets. Visit KOHLER.com/seattfit to see the KOHLER toilets and seats compatibility list.

us.KOHLER.com

THE BOLD LOOK
OF
KOHLER

[자료: Kohler]

관세율 및 수입규제

US International Trade Commission에 따르면 전자식 비데가 속하는 HS Code 8424 제품군에 대해서는 무관세가 적용되고 있다.

한편 비데를 미국으로 수출할 경우, 미국 소비자 제품 안전 위원회(CPSC; Consumer Product Safety Commission)에서 정하고 있는 내용에 주의해야 한다. CPSC는 미국에서 생산, 판매 및 유통되고 있는 모든 소비재를 소비자 안전법안에 따라 규제하고 있는바, 2008년 8월에 개정된 소비자 제품 안전 개선법안(Consumer Product Safety Improvement Act)에 따라 2008년 11월 12일 이후에 생산된 모든 수입 소비자 제품은 안전성 테스트 증빙을 미리 갖추고 제품 통관 시 미 세관이 증빙을 요구할 경우 의무적으로 제출해야 한다. 또한 임의적인 사항이긴 하지만 소비자 안전성 제고를 위해 UL(Underwriters Laboratories

Inc.)이나 ETL(Electrical Testing Labs)과 같은 국가적으로 공인된 시험 및 인증기관을 통해 안전성 테스트와 인증을 받을 수 있으니 미국 진출 전에 고려해볼 수 있겠다.

시사점

미국의 비데 시장은 코로나19 덕분에 성장 가능성을 충분히 열었다. 가정에서의 웰빙과 전반적인 위생에 대한 미국인들의 관심이 높아지면서 다양한 개인 위생 방법을 기꺼이 고려하는 문화가 확산된 것이다. 그리고 무엇보다 비데를 사용하기 시작하면서 화장지만으로는 예전으로 돌아가기 어렵다는 것을 깨닫는 사람들이 많아졌다.

이와 관련해 미국의 가전제품 소매 유통사인 B사의 산호세 인근 지역 매장 관계자는 “비데는 미국에서 인기가 없는 상품이었다. 하지만 현재는 상황이 다르다. 비데는 주로 유럽과 아시아의 특정 국가 및 그들의 문화와 오랫동안 연관되어 왔다. 미국에서 인구통계학적 변화가 일어나면서 비데에 대한 인식과 수용도도 증가하는 것이 체감된다. 미국 진출을 염두에 두고 있는 기업이라면 마케팅 관점에서 비데가 환경보호론자들을 중심으로 인기가 확산되고 있다는 점도 주목할 필요가 있다. 화장지 사용량을 줄이기 때문이다. 미국의 비데 시장은 이제 막 성장을 시작하는 단계로, 비데를 통해 욕실 경험을 전반적으로 향상시킬 수 있는 많은 기회가 있다”며 현장의 분위기를 전했다. 미국 시장에 진출하려는 관련 업체는 이러한 트렌드를 염두에 두고 경쟁력 제고를 모색함이 바람직하다.

미국 진출에 앞서 시장 및 소비자의 특성부터 파악하는 것도 필수다. 앞서 살펴본 바와 같이 미국 비데 시장의 핵심적 역할은 배관공에 달려있다. 소비자와 배관공에게 제품을 탐색하고 선택할 수 있는 적절한 리소스를 제공하는 것이 중요하다. 미국 주택 소유자들은 집안의 모든 구성요소들을 셸프로 관리하는 경우도 많기 때문에 비데 제품을 스스로 관리할 수 있는 방법이나 설치 방법 등을 지면으로 매뉴얼화하거나 영상으로 제작해 제공하는 것도 좋은 접근 방안이 될 수 있다.

자료: 360 Research Report, Google trend, Statista, Global Trade Atlas, Harris Poll, Digital Trends, Kohler, US International Trade Commission, KOTRA 실리콘밸리 무역관 자료 종합

<저작권자 : © KOTRA & KOTRA 해외시장뉴스>

출처 ([KOTRA해외시장뉴스](#))

11. 中 2022년 1월 1일부터 어린이 화장품 감독 관리 규정 시행

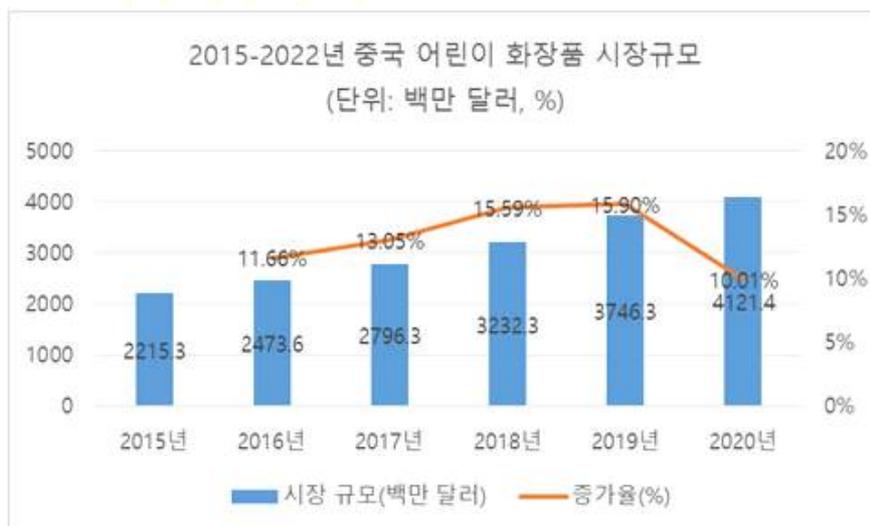
- 중국 화장품 산업 발전, 소비자 연령층 또한 다양해져 남성·아기용·어린이용 화장품 등 제품 라인 풍부
- 2022년부 어린이용 화장품 규정 및 세부절차가 엄격해졌으므로 우리 기업 사전대비 필요

중국의 화장품 산업이 발전함에 따라 브랜드 사업자는 소비자의 다양한 소비 수요에 맞춰 제품 개발과 마케팅을 통해 자신의 차별화된 경쟁력을 구현할 필요성에 직면했다. 이로 인해 사용자의 관점에서 남성, 아기, 어린이 화장품 등 분류가 풍부해졌으며 효능의 측면에서도 미백, 항산화, 안티에이징, 주름 개선, 리프팅, 리페어 등의 제품 라인업이 다양해지는 추세다. 또한, 소비자의 스킨케어에 대한 욕구와 미적 의식이 높아지면서 기능성 스킨케어, 의료 미용 등 세분화된 분야가 급성장하고 있어 관련 브랜드 또한 주목받고 있다. 하지만, 실제 중국 시장 내 유통되는 제품의 품질이 브랜드가 홍보한 효과와 일치하지 않는 문제가 발생하였고 소비자는 브랜드 마케팅, KOL(인플루언서) 등 비전문 의학 관련자의 단순 홍보 이미지에 영향을 많이 받아 제품의 정확한 성분과 품질에 대해 인지하기 어렵다는 문제가 제기되고 있다.

화장품 보급이 확산되고 소비자층이 다양해지고 또 학부모의 의식 또한 개선되면서 어린이 이용자들도 스킨케어와 메이크업 화장품에 쉽게 접하고 사용하기 시작했다. 업계의 수요는 크지만 어린이용 제품에 대한 관리 감독은 다소 부실한 문제가 있었으며, 특히 베이비 크림 등 화장품은 소독 제품으로 등록하거나 어린이용 립스틱 등 메이크업 화장품은 장난감으로 분류해 판매하는 현상이 나타나기도 했다. 이에, 중국 정부에서 이번 발표한 <어린이 화장품 감독 관리 규정>은 어린이용 화장품 제품의 정의, 레시피, 포장, 안전성 테스트 등 다양한 측면에 대해 규범을 제정했으며 어린이 화장품에 대한 모니터링을 원천적으로 강화해 어린이용 화장품의 안전성을 보장하는 것을 목적으로 두고 있다.

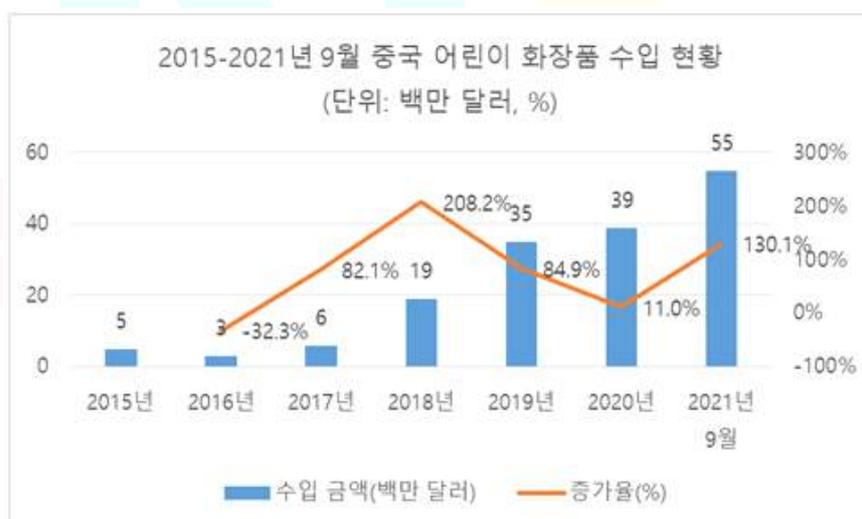
어린이 화장품 시장 현황

Euromonitor에서 발표한 데이터에 따르면 2020년 중국 어린이 화장품 시장 규모는 41억 달러 초과했으며 2019년 대비 소폭의 하락세 보였지만 2015~2020년 복합 성장률은 10% 이상을 기록했다. 중국 어린이 화장품의 수입 현황 또한 지속 성장세를 보이고 있으며, 2021년 9월까지 총 수입 금액은 5억5000만 달러를 초과하여 전년 동기 대비 130.1% 증가한 수치를 시현했다.



[자료: Euromonitor]

<2015-2021년 9월 중국 어린이 화장품 수입 현황>
(단위: 백만 달러, %)



[자료: KITA]

그간 중국 내 다소 미비했던 어린이용 화장품 관련 법규는 아래와 같은 발전 과정을 거쳐 현재에 이르렀다.

<중국 어린이 화장품 관련 정책 연혁>

발표시기	발표기관	정책명	내용
21.09.30.	중국 약품 감독 관리국	<어린이 화장품 감독 관리 규정>	중국 어린이 화장품 관리 시스템 강화하여 원재료와 라벨 표시 등 여러 방면에 관리 실시 예정
20.11.04.	중국 약품 감독 관리국	<화장품 등록 자료 규범>	신생아과 어린이 사용한 화장품은 독물학 시험 보고서 및 제품 안전성 평가 보고 등 제출해야 한 것을 요구
15.08.12.	중국 약품 감독 관리국	<화장품 안전 기술 규범>	제품의 안전성을 보장하기 위해 어린이용 화장품은 원재료, 레시피, 생산 공정, 라벨, 사용 방법, 품질 안전 등 방면에서 정상적인 화장품 안전성 요구를 만족하는 동시에 관련 특정 요구도 만족해야 함. 어린이용 화장품은 제품 설명 중에 사용 대상을 명확히 구분해야 함.
12.10.12	중국 약품 감독 관리국	<어린이 화장품 등록 및 심사 지침>	어린이 화장품의 레시피 원칙, 안전성, 등록, 심사 평가 등에 대해 설명 및 요구

[자료: 중국 약품 감독 관리국, KOTRA 상하이 무역관 정리]

이번에 발표된 어린이 화장품 감독 관리 규정의 중점 내용을 요약하면 아래와 같다.

연	주제	내용
1	어린이 화장품의 정의 (제3조)	- 12세 이하(12세 포함) 어린이에게 사용 가능하며 클렌징, 보습, 쿨링, 자외선 차단 등의 효능이 있는 화장품 - '모든 피부 적용', '온 가족 사용' 등의 단어를 표시하거나 상표, 패턴, 해음, 알파벳, 한어병음, 숫자, 기호, 포장 형식 등을 이용해 사용자로 하여금 어린이용 화장품이라는 것을 알 수 있게 표기
2	직책 (제3, 4, 5조)	- 화장품 회사 사업 등록자, 법인은 어린이 화장품의 품질 안전과 효능에 대해 책임을 진다.
3	어린이 화장품의 포장 (제6조)	- 어린이 화장품은 판매 포장에 국가 약품 감독 관리국 규정한 어린이 화장품 표시 부착 - 비(非)어린이 화장품은 어린이 화장품 표시를 부착할 수 없음. <div style="text-align: center;"> <p>규정된 표시</p>  </div> <p>- 어린이 화장품은 '주의'나 '경고'를 안내문으로 판매용 포장에는 '어른 보호 하에 사용'이라는 경고 문구를 표기해야 함. - 화장품 회사 사업 등록자, 법인에게는 라벨에 위조 방지 기술 등 수단을 채용해 소비자가 쉽게 인식할 수 있도록 하며 합법적인 제품을 선택할 수 있도록 권장함.</p>

한국화학융합시험연구원

4	어린이 화장품 레시피 (제7조)	<ul style="list-style-type: none"> - 어린이 화장품 레시피는 안전 우선 원칙, 효능 필수 원칙 등을 따라야 한다. 1. 장기간의 안전 사용 역사가 있는 화장품 원재료를 사용해야 하고 검증 기간 중인 신원재료를 사용해서는 안되며 유전자 기술, 나노 기술 등 신기술로 제조된 원재료를 사용하면 안된다. 대체 원재료가 없고 반드시 사용해야 하는 경우에 원인을 설명하고 어린이 화장품 사용의 안전성에 대해 평가해야 한다. 2. 스팟 미백, 여드름, 탈모, 비듬 방지, 탈모 방지, 염색, 파마 등 목적으로 한 원재료의 사용을 불허하며 이러한 효능이 있는 원재료를 다른 목적으로 사용하는 경우에는 사용의 필요성 및 어린이 화장품에 대해 안전성을 평가해야 한다. 3. 어린이 화장품은 반드시 원재료의 안전, 안정, 기능, 배합 등 방면에서 어린이의 생리적 특성을 결합해 사용하는 원재료의 과학 성과 필요성을 평가해야 하며 특히 향신료, 착색제, 방부제 및 계면활성제 등의 원재료를 평가해야 한다.
5	어린이 화장품의 안전 검사 (제8조)	<ul style="list-style-type: none"> - 어린이 화장품은 안전성 평가 및 필요한 독물학 시험을 통해 제품의 안전성 평가를 진행해야 한다. - 화장품 회사 사업 등록자, 법인이 어린이 화장품의 안전성 평가를 할 때는 위해 인식, 폭로량 산정 등에서 어린이의 생리적 특성을 고려해야 한다.
6	어린이 화장품 및 어린이 식품 구분 (제13조)	<ul style="list-style-type: none"> - 화장품 회사 사업 등록자, 법인, 생산 기업은 어린이 화장품의 성상·냄새·외관 형태 등으로 식품 및 약품 제제 등과 혼동되지 않도록 조치하고 오식이나 오용을 방지해야 한다. - 어린이 화장품 라벨에는 '식품급', '식품 가능' 등의 단어나 식품 관련 도안을 표시하면 안 된다.
7	기타 중점 조례	<ul style="list-style-type: none"> - 어린이 치약은 본 규정을 참조하여 관리한다. - 어린이 화장품에 대한 안전 문제의 책임 소재 규정 - <어린이 화장품 감독 관리 규정>은 2022년 1월 1일부터 시행한다. - 2022년 5월 1일부터 등록 또는 등록을 신청한 어린이 화장품은 <규정>에 따라 라벨 표시를 해야 한다. - 2022년 5월 1일 전에 등록 또는 등록을 신청한 어린이 화장품은 2023년 5월 1일까지 제품의 라벨 갱신을 완성해야 한다.

[자료: 어린이 화장품 감독 관리 규정]

KOTRA 상하이 무역관은, 이번 규정 도입과 관련하여 현지의 '화장품 인증 컨설팅 대행사'와의 인터뷰를 진행하였다.

※ 현장 인터뷰-인터뷰담당: 상하이청잉(수입화장품 컨설팅사)

Q1: 회사에 대해 간단히 소개해주세요.

A1: 당사는 2002년에 설립돼 글로벌 화장품 기업에 제품을 '출시 전'부터 '출시 후'까지 컨설팅, 수입, 등록 준비, 효능 평가, 시장 확장 등의 종합적인 해결책을 제공하는 회사입니다. 양질의 화장품을 중국에 들여와 중국에 진출하려는 회사에 중국에서의 무역과 시장의 기회를 제공하는 것이 당사의 목적입니다.

Q2: 이번에 도입된 <어린이 화장품 감독 관리 규정>에, 기업이 유의해야 할 점이 따로 있다면 무엇인가요?

A2: 2021년 10월 8일, 중국 약품 감독 관리국에서 <어린이 화장품 감독 관리 규정>을 발표했습니다. 이 <규정>의 목적은 어린이 화장품의 생산 경영 활동 규범화하고 또 어린이 화장품에 대해 감독 관리를 강화하여 어린이 화장품 사용의 안전 보장하기 위한 것으로, 중국 최초로 도입된 어린이 화장품 감독 관리 규정인 것에 주목해야 합니다. <규정>은 총 22개 조항으로 구성되어 있으며 그중 어린이 화장품의 정의, 효능 판정의 원칙, 포장 표시 규정, 레시피 원칙, 안전 평가, 생산 관리 규범, 기술 심사, 기업이 갖춰야 할 제도 및 전자상거래 관리 등의 내용이 포함되어 있습니다. 즉, 어린이 화장품 출시 이전부터 출시 이후의 생산 경영 활동 대한 전반적인 내용을 담고 있는 것이 특징입니다. <규정>을 보면, 4가지 유의해야 할 사항이 있습니다.

1) 시기: 이 규정은 2022년 1월 1일부 시행되며 2022년 5월 1일부터 등록 또는 등록을 신청한 어린이 화장품은 <규정>에 따라 라벨 표시를 해야합니다. 2022년 5월 1일 전에 등록 또는 등록을 신청한 어린이 화

장품은 2023년 5월 1일까지 제품의 라벨 갱신을 완성해야 합니다.

2) 어린이 화장품 표시: 12월 1일 중국 약품 감독국은 어린이 화장품 전문 표시인 ‘샤오진둔(小金盾)’을 정식적으로 발표해 판매 조건에 부합하는 어린이 화장품은 판매 포장에 명확하게 표시하도록 규정하였습니다. 어린이 화장품 등록부터 출시까지 ‘샤오진둔(小金盾)’ 표시는 <규정> 요구에 따라 구현되어야 하고 표시 실행 시기 또한 <규정>에 의거해야 합니다.

3) 안전 및 효능: 안전 및 효능은 이 <규정> 중 가장 중요한 점 중 하나로, 어린이 화장품의 안전성과 효능에 대해 기업은 특히 주의를 기울여야 합니다. 어린이 화장품의 안전성과 효능의 합리성에 대한 요구가 더 높아졌기 때문에 제품의 연구개발 과정에서 안전성과 효능성 평가를 동시에 진행하는 것을 권장합니다.

4) 준법: <규정>은 어린이 화장품 출시 이후 경영 활동에 대해 구체적인 법규를 규정했습니다.

Q3: 중국 진출하려는 한국 기업에는 어떠한 영향이 있을까요?

A3: 중국에 진출하려는 한국 기업은 우선 <규정>의 세부내용을 숙지하여야 합니다. 어린이 화장품 등록 준비 측면에서 봤을 때 한국 기업의 일부 제품에서는 원가가 증가할 것으로 예상됩니다. 예를 들면 안전 평가 테스트와 효능 평가 근거 비용 등이 원가에 추가됩니다. 특히 현재 중국은 어린이 화장품 분류, 효능 등에 대해 매우 명확하게 구분돼 있으므로 수출 전에 제품을 파악하고 자체적인 분류를 시행하실 것을 권고드립니다. 그리고 2022년부터 어린이 화장품의 원재료 등록 또한 시행될 것이고 어린이 화장품을 등록하는 동시에 제품 원재료의 안전 정보 보고서를 제출해야 합니다. 많은 해외 생산기업이 여전히 이러한 레시피 제출의무에 대해 숙지하지 못한 경우가 많아 재차 강조드립니다. 연구 개발 측면에서 봤을 때 <규정>은 레시피에 대해 구체적인 자료 제출을 요구하고 있습니다. ‘안전 우선 원칙, 효능 필수 원칙, 레시피 미니멀 원칙’을 따라야 하며 이에 중국 시장에 진출하기 전부터 안전성 높은 원재료의 사용을 고려해야 합니다. 또 어린이의 생리적 특성을 결합하여 사용하는 원재료의 과학성과 필요성을 평가하고 생산에 투입할 것을 권장합니다. 새로운 규정은 생산 작업자에 대한 요구도 많아졌습니다. 이에 어린이 화장품의 전문 인력 배치가 특히 강조되며, 중국 경내에 책임자를 배치하는 것이 필요합니다. 경내책임자는 제품 출시 후에 판매과정에서 일어나는 불량품 처리, 반품, 출하 검사 등 이슈를 처리할 수 있으며 또 규정에 대해 충분히 숙지하고 처리할 수 있는 전문인력이 더욱 필요합니다.

Q4: 수입 화장품 등록 절차 및 수입 통관에 대해 설명해주십시오.

A4: 수입 화장품 등록 절차란, 아래의 순서로 진행됩니다.

1. 등록 플랫폼 이용 권한 개통
2. 제품 검사
3. 자료 정리 제출
4. 등록 신청 완성후 창구에 자료 제출
5. 사후 감독 심사

Q5: 기타 주의 사항이 있다면?

A5: 전반적으로 2022년부 어린이 화장품의 수입 절차가 많이 까다로워지고 난이도가 높아졌습니다. 만약 시장 진입에 실패할 경우, 주로 제품과 원재료의 안전성 근거가 미흡하다는 점이 될 것으로 예상합니다. 중국 감독국은 기존대비 사후 검사 및 기술 심사를 확대해서 실시할 예정이니 한국 기업은 중국 진출하기 전에 타당성 검토(Feasibility Assessment)를 먼저 시행하실 것을 추천합니다. 안전성 평가, 중국 경내 책임자 배치, ‘진실성’, ‘안전성’, ‘일치성’에 부합하는 서류 준비는 어린이 화장품을 출시 전에 반드시 준비해야 하는 단계이며 어린이 화장품 전문 표시, 광고 홍보 관리, 불량품 처리 방법 등은 출시 후에도 지속적으로 관리해야 합니다.

시사점 및 전망

이번 발표로, 중국의 어린이용 화장품은 엄격한 규제 시대에 돌입하게 되었다. 2022년 1월 1일부터 시행

되는 '아동화장품 감독관리규정'(규정)은 중국에서 처음으로 발표된 아동화장품 전문 규제법이다. 특히 이번 규정은 어린이용 장난감이 '어린이용 화장품'으로 사칭하는 것 등 최근 불거진 사회 이슈에 직면하여 관련 기업들에 어린이화장품 포장에 국가약감국이 정한 로고를 표시하여 소비자가 쉽게 인식할 수 있도록 조치한 점이 가장 큰 특징이다. 또 어린이 화장품의 성격, 외관 형태 등이 식품, 약품 등과 혼동되지 않도록 식품급, 식용가능 등의 단어나 식품 관련 도안 표기도 금지된다. 어린이용 화장품은 최우선적으로 안전 우선 원칙, 효능 필수 원칙, 간단한 레시피 원칙 등이 적용된다.

다양한 온라인 쇼핑몰에서 '립글로스, 립스틱, 매니큐어 등'을 검색하면, 어린이용 뷰티 제품은 최소 몇백 위안 수준에서 많은 수가 판매되고 있는 현황을 관찰할 수 있다. 많은 제품들이 월 판매량 1000개 이상의 수준에 달했으며, 이러한 어린이용 뷰티 제품은 대부분 화려하고 귀여운 포장으로 '건강' '무독' '수용 포물라' '천연성분' '부패 방지제 없음' 등 '식품급' 친환경 어린이 메이크업까지 표기하며 마케팅하고 있다. 특히 립스틱, 립글로스 등의 분야에서 '먹는 것'은 현재 전자상거래 내에서 판매자들이 강조하는 주요 마케팅 포인트다. 하지만 어린이 색조화장이라는 이름으로 팔리는 이들 제품은 대부분 '완구'로 분류되며, 실제 판매자들 대부분 '완구 전문점'이었다. 이는 비단 온라인 판매만의 문제가 아니며 오프라인에서도 어린이용 화장품과 장난감을 섞어 파는 경우가 다수였다. 실제 중국에서는 화장품과 장난감은 두 가지 카테고리로 각기 다른 법규에 따라 관리되고 있다. 또 정규 아동화장품이라도 원료 안전성 문제는 부모가 가장 관심을 기울이는 분야이며 어린이 메이크업의 성분도 타르나 운모분 등 방부제, 향정신, 착색제 등 어른 화장품과 큰 차이가 없는 점이 사회 문제로 떠올랐다.

이에 이번에 국가 약감국이 발표한 규정은, 성인용 화장품과 비교하여 아동 화장품에 대해 더욱 엄격한 감독 요구를 제기하고 있다. 규정에 따르면 아동 스킨케어류 화장품을 생산하고 생산현장의 환경 요구는 반드시 화장품 생산 품질 관리 규범과 관련 규칙에 부합해야 한다고 명시하고 있다. 화장품은 출시 전 제품의 포물러, 검사보고서, 안전평가 자료 등의 기술 자료를 요구사항에 따라 등록 또는 등록 후 출시해 판매할 수 있어야 하고 어린이 화장품은 "안전 우선, 효능 필수, 포물러 극간"의 원칙에 따라 설계되어야 하며, 안전 평가와 필요한 독리학적 시험을 통해 제품의 안전성 평가를 진행해야 한다. 이러한 새 규정은 새 규칙이 현장에 빠르게 착지하고 있는 추세다. 지난 12월 1일, 국가약감국은 아동 화장품의 표시인 '금방패' 로고를 정식으로 배포하였다. 아동 화장품의 표시는 반드시 국가의약품감독국이 정한 도안에 따라 인식하기 쉽도록 표시되어야 한다. 시장연구소 inmint에 따르면 2021년 중국의 0-3세 유아 보건용품 시장 규모는 2016년 70억 위안 규모에서 올해 176억 원으로 성장할 것으로 전망했다. 또 시장 연구원 선완홍원(申万宏源)은 "화장품 업계는 화장품의 등록, 생산 단계, 품질 안전 관리 및 효능 평가에 대해 더욱 엄격한 요구에 직면했다"고 분석하며 다만 이는 "장기적으로 업계 1위 화장품 ODM 회사와 1위 화장품 브랜드 회사의 장기 발전에 있어 호재"라고 덧붙였다. 중국의 아동제품 전문기업 쟁거루마미(袋鼠妈妈) 그룹의 우툰잉 최고마케팅 책임자 또한 "새로운 규제 정착에 대비해 기업은 변화사항을 대조해 가며 준비를 하고 있다"며, "어린이용 화장품 개발을 할 때 원료의 안전성을 최우선으로 고려해 탈크나 착색제를 사용하지 않도록 할 것"고 덧붙였다. 이처럼 현지 로컬 기업들은 법규 변화에 따라 신속히 변화하고 준비하고 있는 양상이다. 우리 관련 기업 또한 규정의 세부내용을 파악하고, 제품 사용의 타겟그룹(영유아, 어린이)에 맞춘 적합한 제품 연구개발과 사전 준비가 필요한 시점이다.

자료: 국가약감국, 핑파이뉴스, iimedia, 시나재경, KOTRA 상하이 무역관 자료 종합

<저작권자 : © KOTRA & KOTRA 해외시장뉴스>

출처 (KOTRA해외시장뉴스)

<신 법규 상 허가/등록인의 자격조건>

제1절 일반 요구사항	허가·등록인의 필수 조건
1. 화장품 허가·등록 신청인 조건 <ul style="list-style-type: none"> * 기존 재중책임회사(특수), 경내책임자(일반)로 나누어졌던 책임 회사는 '화장품 허가·등록인(경내책임자)'으로 통합관리 예상 * 단, 특수화장품 허가인은 북경 NMPA 중국어, 일반화장품 등록인은 등록인 소재 성/시의 NMPA에 등록 진행 (1) 법에 따라 설립된 기업 또는 기타 조직 (2) 허가, 등록을 신청하고자 하는 화장품에 맞는 품질관리 체계 (3) 부작용 모니터링 및 평가 능력 	<ul style="list-style-type: none"> * 상해푸둥신구 수입 비특수 화장품 경내책임자 위법관리 평가 근거 * 주요 업무별 담당자, 문서 상 관리 규정 및 증명자료 필요
2. 화장품 허가·등록인의 의무 <ul style="list-style-type: none"> * 기준 : 법률, 행정법규, 강제성 국가표준, 기술규범 및 허가·등록 관리 통규정 - 화장품 연구개발, 안전성 평가, 허가·등록 검사 등 업무 실시 및 화장품 허가·등록 자료 규범 요구에 따라 자료 제출 - 원료 선택 및 생산에 사용, 사용한 원료의 안전성에 대한 책임, 허가·등록 시 정보 서비스 플랫폼을 통해 출처/안전성 정보 제공 - 위탁 생산 시, 국내 생산품은 생산업체를 통해 정보 서비스 플랫폼에서 위탁 생산관계 확인, 수입품은 위탁관계 관련 자료 제출 → 위탁가공업체의, 위탁 생산공장의 GMP 혹은 ISO 인증 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 주요 관리 사항 : 구매(수입), 접수, 보관, 판매, 유통(배송), A/S 2. 위법관리 조치 : 품질 관리제도, 규정, 조작규정, 컴퓨터 정보관리 시스템에 의해 실행 3. 품질책임자 및 조직 <ul style="list-style-type: none"> - 품질책임자 자격 : 국가가 인정하는 관련 학과의 학력 또는 2년 이상 관련 업무 경력(근로계약서, 이력서, 이직증명서, 학력 등 증빙) - 조직 : 기업품질조직도, 직원명부, 임명서류, 물리적 근무 환경 - 관리 내용 : 운영한 화장품 품질 정보, 화장품 부작용, 화장품 부작용 사례 수집, 불합격 제품 확인, 품질 사고 및 민원 조사, 품질 관리 교육, 보관 및 유통(배송) 위탁에 대한 심사 등 4. 보관, 유통(배송), 재고관리, A/S 등 <ul style="list-style-type: none"> - 제3자 위탁 및 정식 계약자가 있으면 서류로 대체 - A/S 인원 및 조직은 반드시 회사 내부에 갖추어야 함

[자료: 한국화학융합시험연구원]

이전 온라인 등록/허가/관리 시스템을 폐쇄하고 신규 시스템을 운영하기 시작했다. 유예 기간 내, 신규 시스템에 특수/일반 각각 책임회사 재등록 및 기존 인허가 제품 정보를 이전해야 하며 신규 법규에 따른 보충 자료(품목 분류 코드, 원료 기본 정보 및 안전성 자료, 효과/효능 증빙 자료 등) 업로드해야 한다. 책임회사는 반드시 매년 1/4분기에 화장품 연간 보고를 신규 플랫폼에 업로드해야 한다.

<신 시스템 등록 및 책임회사의 책임>

1. 화장품 허가, 등록 정보 서비스 플랫폼	화장품 허가·등록_21.05.01 제5장 법적 책임
<ol style="list-style-type: none"> 1. 전국 일체화 온라인 정보 서비스 플랫폼 국가약품감독관리국 온라인 사무소(https://zwfw.nmpa.gov.cn) <ul style="list-style-type: none"> - 등록 대상 : (국)경내 화장품 허가·등록인, 경내책임자 및 화장품 생산기업 - 개설일 : 2021년 4월 1일 → 적용일 : 2021년 5월 1일 - 기존 시스템 폐지, 기 제출 및 접수 자료는 기존 시스템에서 진행 2. 기 허가·등록 제품 <ul style="list-style-type: none"> - 2022년 5월 1일 이전, 신규 허가·등록 플랫폼을 통해 등록 - 등록 내용 : 제품 집행표준, 제품 라벨 원고, 제품 처방(국산), 판매 포장의 라벨 이미지(특수) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 특수 화장품, 화장품 신원료 변경 신청을 하지 않은 경우 <ul style="list-style-type: none"> - 시정 명령 및 1만위안 ~ 3만위안의 벌금 부과 2. 일반 화장품, 화장품 신원료 등록 정보를 갱신하지 않은 경우 <ul style="list-style-type: none"> - 시정 명령 및 5천위안 ~ 3만위안의 벌금 부과 3. 재허가 및 재등록을 하지 않은 경우 <ul style="list-style-type: none"> - 재허가 미신청 : 조례 제59조 규정에 따라 처벌 - 재등록 미신청 : 조례 제41조 제1항 규정에 따라 처벌 4. 제21조 신원료 안전성 모니터링 및 정보 제출 위반 시 <ul style="list-style-type: none"> - 시정명령 → 거부 시 5천위안 ~ 3만위안 벌금 부과 5. 등록 취소 사유 <ul style="list-style-type: none"> (1) 등록 시 허위 자료를 제출한 경우 (2) 이미 등록된 자료가 요구에 부합하지 않고, 요구에 따라 규정된 기한내에 시정하지 않았거나 요구에 따라 화장품, 화장품 신원료 판매, 사용을 강령 중지하지 않은 경우 (3) 화장품 신원료 또는 화장품 등록 범위에 속하지 않는 경우
<ol style="list-style-type: none"> 2. 일반 화장품 연간 보고서 <ul style="list-style-type: none"> 1. 2022년 1월 1일부터 원래의 허가·등록 플랫폼 및 신규 허가·등록 플랫폼을 통해 등록된 일반 화장품 모두 연간 보고 제도를 실시 	

[자료: 한국화학융합시험연구원]

2) 특수 및 일반 화장품 분류의 변화

기존 9개 특수화장품 분류를 5개 분류로 축소했다. 욕모 제품을 탈모방지 제품으로 변경하고 제모/가슴미용/전신미용/제취 제품 화장품 분류에서 제외했다. 특히, 기존 제취제로 등록을 진행한 '여성청결제'는 더 이상 화장품으로 등록할 수 없다. 또 치약 및 비누를 화장품류에 포함시켰는데 해석상 아직 화장품류 등록은 유예했다.

* 치약의 경우, 중국 내 치약공업협회의 이익제기로 화장품에 준하는 품질관리를 하는 것으로 하여, 기존 공산품류로 수출 가능, 비누는 화장품에 해당하는 효과/효능을 마케팅에 활용하지 않는 한 기존대로 공산품류로 수출

<신 법규에 따른 중국 화장품 분류>

구분	종류	설명	허가 제도	
일반	스킨케어류	일반	토너(스킨), 에센스(로션), 크림, 오일, 바디클렌저 등	통록제 (备案)
		안부(眼部)	아이크림, 마스크팩, 플렌징 폼 등	
	메이크업 제품류	일반	파운데이션, 팩트, 풀러서, 바디풀러서 등	
		아이	아이오텔, 아이샤도우, 마스크라, 리무버 등	
	네일제품류	립	립스틱, 립글로즈 립밤 등	
두발제품류	일반	헤어오일, 폼마드, 헤어로션 등	허가제도 (注册)	
	안부(眼部)	삼푸, 린스, 스프레이 등		
특수	방향제품류	향수, 모데크롬, 데오도란트 등	심사허가제 (注册)	
	방쇄(防晒/자외선 차단)	자외선을 흡수하는 작용, 일광으로 인한 피부손상을 경감시키는 기능이 있는 화장품		
	거반, 미백 (祛斑, 美白/기미제거, 미백)	피부 표피 색소 침착을 경감시키는 작용을 하는 화장품		
	탈모방지(防脱发/탈모방지)	모발의 수가 감소하는 것을 방지하거나 감소를 완화하는 화장품		
	염모(染发/염색)	모발의 색상을 바꾸는 작용이 있는 화장품		
	탈모(染发/페어)	모발의 굵직도를 변화시키거나, 상대적으로 일정하게 유지시키는 화장품		
	탈모(脫毛/제모)	제모를 감소, 제거하는 작용을 하는 화장품		
	미유(美乳/건감미유)	여성가슴을 건강하고 아름답게 가꾸는데 도움을 주는 화장품		
	건미(健美/건감미유)	체형을 건강하고 아름답게 하는데 도움을 주는 화장품		
	제취(除臭/제취제거)	생리 역취나 악취를 제거하는데 도움을 주는 화장품 -> 여성정결제 분류 없어짐		
육포(育髮)	모발의 성장, 탈모와 머리카락 감질을 감소시키는데 도움을 주는 화장품 -> 탈모방지			
화장품 신원료	신원료, 기능성화장품 원료 목록에 존재하지 않는 원료 방부제, 자외선 차단제, 착색제, 염모제, 기미 제거 및 미백, 허가제 / 그 외 등록제	허가-등록		

[자료: 한국화학융합시험연구원]

3) 등록(비안)/허가(주책)를 위한 검토 및 제출 사항 추가

<신 법규에 따른 수입화장품 행정허가 진행절차>



[자료: 한국화학융합시험연구원]

‘화장품감독관리조례’는 성분 검토 기준 및 원료 자료 제출을 강화했다. 우리기업들은 신규 발표된 既사용 화장품 원료 목록집 내 ‘씻어내는 제품’ 및 ‘씻어내지 않는 제품’별 최대 함량을 참고하고 화장품안전기술규범 내 지정된 방부제 성분은 반드시 사용해야 한다. 또 자외선 차단제의 경우, 성분 유무 및 함량 시험을 반드시 실시하고 미백 성분 함유 시 함량에 상관없이 반드시 미백 특수 제품으로 등록해야 한다.

‘조례’는 용기/단상자/라벨 표기 사항 관련 법규를 변경했다. 포장 단상자가 있는 제품은 내용물과 직접적으로 접촉하는 포장 용기에 제품 중문명칭 및 사용기한을 표기해야 했는데 올해부터 스티커로 부착할 수 있게 됐다. 한편 통용명에 원료 명칭 표기 시, 반드시 해당제품의 효과/효능과 연관됨을 증명해야 한다.

* 함량이 0.1%(한국은 1%) 초과인 성분은 “성분”을 표제로 함량의 내림차순으로 표기, 이하인 성분은 “기타 미량성분”을 표제로 내림차순 상관없이 모든 성분 표기

4) 마케팅을 위한 효과/효능 증빙자료 제출

'조례'는 총 26개 화장품 효과/효능을 지정했다. 각 화장품은 이 중 어느 하나라도 효과/효능을 가지고 있어야 하며, 이에 대한 증빙자료를 등록/허가 시스템에 업로드 및 게시하여 소비자에게 공개해야 한다. 우리기업들은 각 품목별로 핵심이 되는 효과/효능만 표기하고 해당 효과/효능 증빙 자료 중 보유 자료 혹은 한국 내 시험 및 테스트 자료를 활용할 수 있다. 중국에서 반드시 임상을 진행하여야 하는 미백, 자외선 차단, 탈모방지 등 제품이다.

[신 법규 상 화장품 효과/효능 및 증빙자료 종류]

순번	효능 물려임	인체효능 평가시험	소비자 사용 테스트	실험실 시험	문헌자료 또는 연구데이터	시험 비용 및 기간
1	기미제거, 미백 (祛斑美白)	√				24백만원 / 3개월
2	자외선차단 (防晒)	√				수치에 따름 / 2개월
3	탈모방지 (防脱发)	√				48백만원 / 4.5개월
4	여드름 제거 (祛痘)	√				13백만원 / 2.5개월
5	영양공급 (滋养)	√				4백만원 / 2개월
6	리페어 (修护)	√				7백만원 / 1.5개월
7	주름개선 (抗皱)	*	*	*	△	8백만원 / 2개월
8	타이트닝 (紧致)	*	*	*	△	4백만원 / 2개월
9	진정 (舒缓)	*	*	*	△	7백만원 / 1.5개월
10	유분 조절 (控油)	*	*	*	△	6백만원 / 2개월
11	각질제거 (去角质)	*	*	*	△	1백만원 / 1개월
12	머리카락 굵기 방지 (防断发)	*	*	*	△	미 정
13	비듬제거 (去屑)	*	*	*	△	6백만원 / 2개월
14	보습 (保湿)	*	*	*	*	* 장기 : 4백만원 / 2개월 * 단기 : 1.4백만원 / 1개월
15	헤어케어 (护发)	*	*	*	*	미 정
16	특정 물려임 (宣称适用于敏感皮肤, 无泪配方)	*	*	*	*	민감성 피부 : 4.8백만원/2개월
17	특정 물려임 (원료 효능)	*	*	*	*	내용에 따라 다름
18	온화(무자극) (宣称温和 (无刺激))	*	*	*	△	3.2백만원 / 2개월
19	정량적 지표 (시간, 통계 데이터 등)	*	*	*	△	내용에 따라 다름
20	새로운 효능 (新功效)					구체적인 효능 물려임에 근거하여 선택

<자료: 한국화학융합시험연구원>

지금까지 신 중국 화장품 법규의 주요 변화 사항을 살펴보았다. 이러한 부분을 종합적으로 검토하였을 때, 현재 한국 화장품 기업분들께서 시기 별로 시급하게 대처하셔야 하는 사항은 다음과 같다.

<현 수입화장품 행정허가 현황에 따른 대처방안>

신청 시기에 따른 법적용

- 사전검토 진행 혹은 시험 진행 중, 시스템에 신청·접수 미완료 : 2021년 5월 1일부터 신규 법규 적용하여 준비 및 신청
- 구 시스템에 신청·접수 완료 및 행정심사 진행 중 : 구 시스템 및 이전 법규로 진행 및 허가·등록 완료 후, 신규 법규에 따라 자료 보강 등록
- 2021년 5월 1일 이전 허가·등록 완료 : 신규 허가·등록 플랫폼 개설 후, 신규 법규에 따라 자료 보강 등록

긴급 대응 사항

2021년 12월 말 까지

- 신규 허가·등록 시스템 ID/PW 신청
- 현재 진행중이나 미 신청 제품 신규 신청·접수
- '21년 5월 1일 이후 : 제품 처방원료의 출처 및 상품명 정보, "화장품안전기술규범" 품질규격 증명 및 안전성 관련 정보 제공

상시적용 사항

- 화장품 신원료 등록 후 3년간 매년 만기 30일 내 안전성 모니터링 자료 제출
- 매년 연간 경내책임자 의무에 따른 경영, 안전성 등 정보자료 제출
- 생산 및 판매, 수입 중단 제품은 반드시 허가·등록 취소

[자료: 한국화학융합시험연구원]

최우선 사항은 신 시스템 내 책임회사를 등록하고 기존 허가 완료 및 진행 중인 제품 정보를 이관/보충하는 것이다. 올해 말까지 완료해야 한다.

- 효과/효능 자료 보충

- * 2021/5/1 ~ 2021/12/31까지 허가 완료 제품 : 2022년 5월 1일 이전 까지
- * 2021/5/1 이전 허가완료 제품 : 2023년 5월 1일 이전 까지

- 원료 정보 등록

- * 원료 제조사 및 상품명 정보 등록은 현재 필수 사항
- * 2022년 1월 1일 : 방부, 자외선 차단, 착색, 염모, 미백 기능성 원료 안전성 관련 정보 등록
- * 2023년 1월 1일 : 모든 원료의 안전성 관련 정보 등록

신 법규 대응과 관련하여 가장 어려운 점은 기존에 존재하지 않았던 효과/효능에 대한 증빙자료 구비일 것 같다. 시간 뿐만 아니라 비용도 부담이 크기 때문에 쉽게 대응하기 어려운 부분이다. 하지만 반드시 지켜야 하는 이유는 이미 글로벌 브랜드 들에 대한 단속이 시작되었고 최근 유명한 글로벌 화장품 브랜드들이 과대광고 및 증빙자료 미비로 벌금 및 법적 처분을 7월부터 통보받고 있기 때문이다. 본 사항은 1) 시장가능성이 낮은 제품은 정리, 2) 핵심제품 위주로 효과/효능 증빙자료를 순차적으로 업로드 하시는 방법이 가장 적절한 대응방법으로 보인다.

지금까지 중국 수출입 관련 주요 법령 변화 및 대응방안을 살펴보았다. KTR의 일원으로 2016년부터 지금까지 6년여 동안 중국 현지에서 한국 기업의 진출을 도우며 느낀 점은 바로 '지피지기면 백전백승'이다 라는 것이다. 쉽게 정보를 접할 수 없고, 정보를 접하더라도 잘 이해할 수 없으며, 우리나라와 많은 부분에서 상이한 체계를 가지고 있는 중국 수출입 법규를 기업의 담당자 혼자서 해결할 수는 없을 것이다.

이런 점에서 앞으로도 중국 수출입 관련 법규의 변화에 항상 귀기울여 주시고, 카더라 통신 혹은 판시라는 것에 현혹되지 않고, 현장의 전문가의 도움을 받으며 중국의 법규와 체계를 명확히 파악하여 사전준비 및 빠른 대응을 통해 2022년 이후 'POST 코로나 시대'에 세계 최대의 시장인 중국에서 우리나라 기업들이 성공을 거두시기를 기원한다.

※ 해당 원고는 외부 전문가가 작성한 정보로 KOTRA 공식의견이 아님을 알려드립니다.

<저작권자 : © KOTRA & KOTRA 해외시장뉴스>

출처 ([KOTRA해외시장뉴스](#))

한국화학융합시험연구원