Global Market Report 13-034
2013.4

# 중소기업 신규수출 확대 유망품목 시장동향 및 진출방안

## 〈 스키 헬멧 〉

kotra
Korea Trade-Investment Promotion Agency

CONTENT

# 목 차


요 약 / 1

Ⅰ. 독일(함부르크) / 2

2 1. 시장동향
5 2. 시장구조
7 3. 바이어 의견 조사

Ⅱ. 독일(뮌헨) / 9

9 1. 시장동향
10 2. 시장구조
13 3. 바이어 의견 조사

Ⅲ. 오스트리아 / 16

16 1. 시장동향
19 2. 시장구조
21 3. 바이어 의견 조사

Ⅳ. 캐나다 / 24

24 1. 시장동향
26 2. 시장구조
30 3. 바이어 의견 조사

Ⅴ. 호주 / 34

34 1. 시장동향
36 2. 시장구조
38 3. 바이어 의견 조사

# 요 약


□ 스키 헬멧 시장은 세계경기침체에도 불구하고 꾸준히 성장하고 있으며 특히 최근 주요국 소비자들의 안전의식이 강화되어 가고 있어 수요가 확대되고 있다.

□ 독일에서는 스키 헬멧 착용이 의무는 아니지만 스키어들의 보호장비 착용이 일반화 되어 있기 때문에 스키 헬멧에 대한 수요도 높다. 독일인들은 공인 인증기관에서 받은 테스트 결과를 매우 신뢰하기 때문에 신뢰도 높은 기관으로부터 인증을 받는 것이 중요하다.

□ 오스트리아에서는 겨울 관광산업이 GDP의 5%를 차지할 정도로 비중이 크다. 최근 안전사고에 대한 인식 증가로 아동, 청소년층을 중심으로 스키 헬멧 제품에 대한 수요가 늘고 있다. 시장인지도가 낮은 우리 제품들의 경우 OEM 방식 등을 통해 현지 유통시장을 공략하는 것이 하나의 방법이 될 수 있다.

□ 캐나다 역시 스키용품 전반에 걸치 수요가 높은 편이다. 특히 캐나다에서는 연령이 높을수록 스키헬멧 이용자가 증가하는 양상을 보인다. 스키헬멧 수출을 위해서는 대형 리테일러 및 스포츠 전문 체인점과의 비즈니스 관계 수립이 중요하다.

□ 호주에서는 2012년부터 세계 최초로 스키 헬멧 착용이 의무화되어 시장의 빠른 성장이 예상된다. 호주의 스포츠 용품 영업망을 보유한 수입유통업체 또는 전문 프랜차이즈를 공략할 필요가 있다.

# Ⅰ. 독일(함부르크)

## 1 시장동향

❑ 품목 유망성

○ 스키헬멧 착용을 필수로 인지하는 분위기 조성
- 독일 스키협회에 따르면 스키인구 중 성인의 약 75%, 아동의 약 95%가 안전모를 착용하는 것으로 조사되었음
- 약 9.7%의 겨울 스포츠 사고가 안전모를 착용하지 않은데서 발생되는 것으로 조사되면서 안전모 착용의 중요성이 더욱 부각되어가는 추세임
- 독일 소비자들은 겨울 스포츠 활동 시 보호 장비를 습관적으로 착용하고 주기적으로 제품을 교체하는 것으로 조사됨
- 구매시 소비자들은 안전기준을 충족하는 제품인지를 가장 꼼꼼히 따지는 것으로 나타났으며, 인증 수여 여부에 대해 아주 중요하게 생각함
- 겨울 스포츠를 즐기는 활동인구가 늘어나면서 안전모에 대한 수요도 자연스레 증가 할 것으로 전망됨
- 2011년 독일 연방통계청의 집계에 따르면 독일 내 겨울 스포츠 협회에 가입된 가입자 수는 약 120 만 명으로 집계
- 소재혁신 덕분에 스키헬멧은 점차 견고해지면서 가벼워지고 있으며, 보호기능 뿐만 아니라 스키 악세사리로서의 기능도 추가되면서 다양한 스펙이 요구됨
- 방한 모자를 헬멧과 함께 착용하기 힘들기 때문에 방한기능에도 초점을 맞춰야 함
- 또한 안전장비 등의 경우 독일인들은 "Stiftungwarentest", "ADAC Test" 등에서 실시하는 테스트 결과를 매우 신뢰하기 때문에 이들 테스트에서 좋은 점수를 받는 것이 중요함

## <독일 종목별 협회에 가입된 회원 수>

| | 협회 가입자 수 | | | 회원 연령층 | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 총 | 남성 | 여성 | 15세이하 | 15 – 27 | 27 – 41 | 41 세 이상 |
| | 총 가입수 | % | | | | | |
| 전체 ..... | 25 140 359 | 61,7 | 38,3 | 23,4 | 18,1 | 14,3 | 44,1 |
| 축구 ..... | 6 749 788 | 84,3 | 15,7 | 25,7 | 23,7 | 15,9 | 34,7 |
| 체조 ..... | 4 959 236 | 31,0 | 69,0 | 33,1 | 11,2 | 11,6 | 44,1 |
| ..... | ..... | ..... | ..... | ..... | ..... | ..... | |
| 겨울산악 ..... | 660 525 | 61,2 | 38,8 | 0,0 | 0,0 | 24,2 | 75,8 |
| 스키 ..... | 574 683 | 55,9 | 44,1 | 18,6 | 18,4 | 13,7 | 49,3 |
| 스노우보드 ..... | 40 016 | 55,7 | 44,3 | 18,9 | 18,7 | 13,9 | 48,5 |

자료원 : 독일연방 통계청

## < 스키 안전모 종류 >

| 타입 | 제품사진 | 비고 | 가격 |
|---|---|---|---|
| 일반형 | | -턱아래를 감싸는 잠금장치로 작동되며, 헬멧 뒤편의 미세 사이즈 조절장치가 있는 제품일수록 유리<br>-스키안경을 헬멧 뒤편에 부착 시킬 수 있는 장치가 있다면 + 포인트 | 59~459유로 |
| 털모자형 | | -털모자와 스키헬멧이 결합된 제품으로 디자인측면을 중시하는 10대들에게 인기가 많은 제품<br>-또한 답답한 헬멧을 기피하는 젊은 스노보더들에게도 인기있는 제품<br>-그러나 기능적 헬멧이 아니기 때문에 EN1077인증이 불가능하며 안전성에 대해서는 불확실한 제품 | 75~109유로 |
| Ventail형 | | -눈을 보호하는 고글이 부착된 일체형으로 따로 고글을 착용해야 하는 번거로움이 없음<br>-일체형 고글은 여러 가지 색상으로 나오며 탈부착이 가능 | 129~229유로 |

자료원 : 함부르크 무역관

## ❑ 수입동향 및 정책

○ 독일의 안전모 수입은 '12년 6월 약 1억 5백만 달러로 전년 동기대비 ('11년 1~6월: 1억 1천 2백만 달러) 6.39% 감소

- 통계상 스키헬멧은 안전모로 분류되어 있으며 스키헬멧만을 별도로 분류한 통계는 없음
- '12년 6월 기준, 한국으로부터의 수입규모는 53만 4천 달러로 전년 동기대비 73% 증가하였고 '12년 상반기 전체 수입국 내 대한민국의 수입비중은 소폭 증가
- 2009년 큰 폭의 수출 증가는 같은 해 1월에 발생했던 유명 정치인의 스키안전사고로 갑작스런 수요증가로 인한 것임

<독일의 스키헬멧 수입 현황>

(단위: US천 달러)

| 구분 | 2009 | 2010 | 2011 | 2012 (1월~6월) |
|---|---|---|---|---|
| 중국 | 78,315 | 104,727 | 84,939 | 38,889 |
| 스웨덴 | 11,903 | 17,134 | 20,765 | 6,004 |
| 이탈리아 | 18,534 | 19,632 | 18,840 | 10,985 |
| 프랑스 | 9,502 | 11,539 | 14,790 | 10,971 |
| 네덜란드 | 12,181 | 6,676 | 10,185 | 3,902 |
| 대만 | 13,178 | 10,636 | 9,251 | 3,882 |
| 폴란드 | 3,072 | 8,517 | 6,935 | 6,044 |
| 영국 | 3,062 | 2,858 | 5,389 | 1,757 |
| 대한민국 | 1,609 | 1,168 | 739 | 534 |
| 전체 | 180,603 | 214,251 | 203,171 | 105,386 |

자료원 : WTA

○ 수입관련정책 및 인증제도

- 관세 : 0% / 부가세 : 19%
- 표준기준인 CE 인증 획득(CE-EN 1077)과 충격방지기능 수행을 위한 안쪽 이중헬멧 구조가 필수임
- EN 1077인증 획득을 위해서 충격흡수 (-25도에서 낙하검사), 견고성 (스키 스틱 등에 뚫리지 않음), 연결 장치의 내구성, 밀착성(헬멧이 충격에도 본래 위치를 벗어나지 않음)의 4가지 검사를 통과해야 함
- 또한 TÜV 인증을 받을 시 품질과 안전성에 대해 소비자들에게 강한 확신을 줄 수 있음

## 2 시장구조

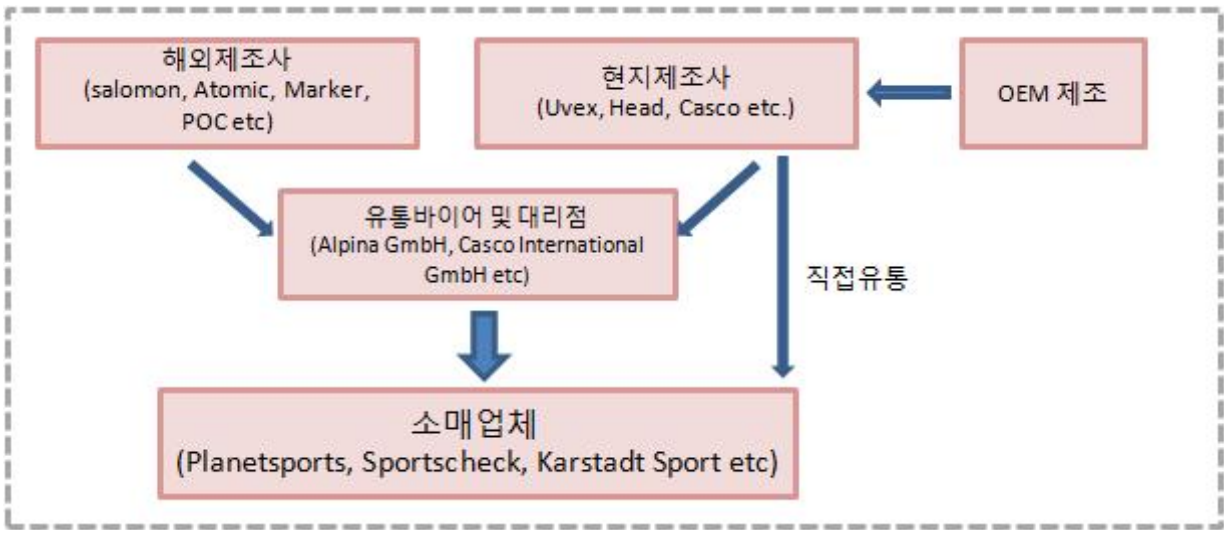
### ❑ 유통구조 분석

○ 스키헬멧 전문 회사인 Uvex에 따르면 2011년 한 해 독일 내 유통된 스키헬멧은 약 130만개에 달함

○ 독일 내 유명 스키헬멧 제조업체들이 이미 다수 포진해 있으며, 이들 뿐만 아니라 해외 유명브랜드도 이미 시장을 장악

○ 제품의 각 class 마다 대표 브랜드가 이미 형성되어 있어 신생브랜드가 진입하기는 어려운 상황
- 럭셔리 브랜드: Shark, AGV, Caberg, Sohei, Arai, Nolan 등
- 보급형: Uvex, Atomic, Head, Casco 등

<독일 스키헬멧 유통구조>




자료원: 함부르크 무역관

### ❑ 대상 공략군 분석

○ 청소년 소비자를 타겟으로 할 때 자녀의 안전을 최우선으로 하는 부모 소비자의 입장을 고려해야 함

○ 다양한 사이즈로의 출시가 중요

- Uvex의 경우 성인용 헬멧을 머리둘레 1cm 단위로 8가지 사이즈로 출시하여 판매하고 있으며, 헬멧 뒤쪽의 조절 버튼으로 다시 미세조정이 가능하게 하여 판매하고 있음

○ 안전을 위해 눈에 띄는 색상을 선호

- 독일 스포츠용품 판매연합회 (vds-sportfachhandel.de)에 따르면 스키헬멧 구매자들은 강렬한 색상을 선호하는 것으로 조사되었으며, 실제 매장에서는 다양한 색상의 스키헬멧이 판매 중

○ 아동용 스키헬멧 시장의 공략

- 유럽 내 점차 많은 국가들이 특정 연령 이하의 청소년의 스키헬멧착용을 의무화 하고 있음
- 아동의 헬멧 착용은 의무화 추세이며 곧 독일 시장도 의무화에 동참할 가능성이 큼

<유럽 각 국가의 청소년 스키헬멧 의무화 현황>

자료원 : 독일 스키협회

## 3 바이어 의견 조사

| 1 | Planetsports | | |
|---|---|---|---|
| 담당자 | Marcus Lokkau | 직위 | Store manager |
| 담당자 Tel | 49-40 - 34 10 7941 | 담당자 Fax | n/a |
| Email1 | hamburg@planet-sports.com | Email2 | n/a |
| 설립년도 | 1993 | 종업원 수 | 약 200 명 |
| Website | www.planet-sports.com | | |
| 주소 | Gaenzemarkt 45 20354 Hamburg | | |
| 업종 | 스포츠용품 소매 | | |
| 구입품목 | 스키 및 스노우보드 용품 판매 | | |
| 한국과의 거래경험 | 없음 | 교신 가능 언어 | 독일어 |
| 바이어 참고사항 | ▸ 한국제품은 알고 있는 것이 없으며, 거래 경험도 없음<br>▸ 독일은 스키용품이라고 해서 겨울 시즌에만 팔리는 것이 아니라 전 계절 두루 수요가 있음<br>▸ 이미 다수의 메인 브랜드들이 오랜 시간 시장에서 활동 중이라 독자브랜드로 진출하기보다는 OEM으로 공략하는 전략이 필요함 | | |

| 2 | Freerider | | |
|---|---|---|---|
| 담당자 | Christian Harback | 직위 | Manager |
| 담당자 Tel | 49-40 - 44 08 67 | 담당자 Fax | n/a |
| Email1 | christian@freeridershop.de | Email2 | n/a |
| 설립년도 | 1992 | 종업원 수 | 약 10명 |
| Website | www.freeridershop.de | | |
| 주소 | Alsterglacis 18 20354 Hamburg | | |
| 업종 | 스노우보드용품 소매 | | |
| 구입품목 | 스노우보드 용품 판매 | | |
| 한국과의 거래경험 | 없음 | 교신 가능 언어 | 독일어 |
| 바이어 참고사항 | ▸ 한국과의 직접적인 거래 경험은 없음<br>▸ 겨울 스포츠 헬멧은 보호기능도 대단히 중요하지만 방한, 디자인, 땀 흡수 기능 등이 모두 고려되어야 하는 복합 기능성 제품임. 이러한 기능에 대한 품질이 보장되지 않는 한 시장에서의 가능성은 없음 | | |

# Ⅱ. 독일(뮌헨)

## 1 시장동향

### ❑ 품목 유망성

○ 넓은 겨울 스포츠 저변 보유, '09년 튀링엔주 장관 사고 이후 수요 증가

- 독일 스키협회(Deutscher Skiverband e.V.)에 따르면 독일 겨울스포츠 인구는 약 630만 명으로 알파인 스키 이용자는 350만 명, 크로스컨트리 200만 명, 스노보드 80만 명으로 추정됨
- 독일에서 스키 이용 시 의무적으로 스키 헬멧을 착용해야 하는 것은 아니나 2009년에 있었던 독일 튀링엔주 주장관 Mr. Dieter Althaus의 스키장 출동 사건 이후로 스키헬멧에 대한 관심이 증가하고 있음
- 독일 스포츠용품 산업 협회(BSI)에 따르면 독일 내 스키 헬멧 판매량은 연간 약 100만개이며 독일 튀링엔주 장관 사건 여파로 2009년에는 연간 판매량은 130만개를 기록하였음

### ❑ 수입동향

○ 대유럽 수입 증가 지속, 대한국 수입규모 '09년 이후 감소 추세

- 독일 스키 헬멧(HS 코드 650610) 수입액은 약 2억 달러로 2010년 대비 5.1% 감소하였으나 스웨덴, 프랑스, 네덜란드 등 유럽 국가로부터의 수입액은 지속 증가 추세에 있음
- 독일의 對한국 수입 규모는 2009년 이후 하락세에 있으며 2011년 70만 달러로 전체 수입액 중 0.3%를 기록하였음

< 독일 스키 헬멧 국가별 수입 동향(HS코드 : 650610 기준) >

(단위 : US백만 달러)

| 순위 | 국가 | 년도 | | | 비중 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | 2009 | 2010 | 2011 | 2009 | 2010 | 2011 |
| 합계 | 세계 | 180.6 | 214.2 | 203.1 | 100 | 100 | 100 |
| 1 | 중국 | 78.3 | 104.7 | 84.9 | 43.3 | 48.8 | 41.8 |
| 2 | 스웨덴 | 11.9 | 17.1 | 20.7 | 6.5 | 8 | 10.2 |
| 3 | 이탈리아 | 18.5 | 19.6 | 18.8 | 10.2 | 9.1 | 9.2 |
| 4 | 프랑스 | 9.5 | 11.5 | 14.7 | 5.2 | 5.3 | 7.2 |
| 5 | 네덜란드 | 12.1 | 6.6 | 10.1 | 6.7 | 3.1 | 5 |
| 6 | 타이완 | 13.1 | 10.6 | 9.2 | 7.3 | 4.9 | 4.5 |
| 7 | 폴란드 | 3 | 8.5 | 6.9 | 1.7 | 3.9 | 3.4 |
| 8 | 영국 | 3 | 2.8 | 5.3 | 1.7 | 1.3 | 2.6 |
| 9 | 체코 | 2.5 | 4.4 | 4.4 | 1.4 | 2 | 2.2 |
| 10 | 일본 | 3 | 4.7 | 3.9 | 1.7 | 2.1 | 1.9 |

자료원 : World Trade Atlas

< 독일 對한국수입 수입규모 >

(단위 : US백만 달러)

| HS code | Description | 2009 | 2010 | 2011 |
|---|---|---|---|---|
| 650610 | Safety headgear | 1.6 | 1.1 | 0.7 |

자료원 : World Trade Atlas

## 2 시장구조

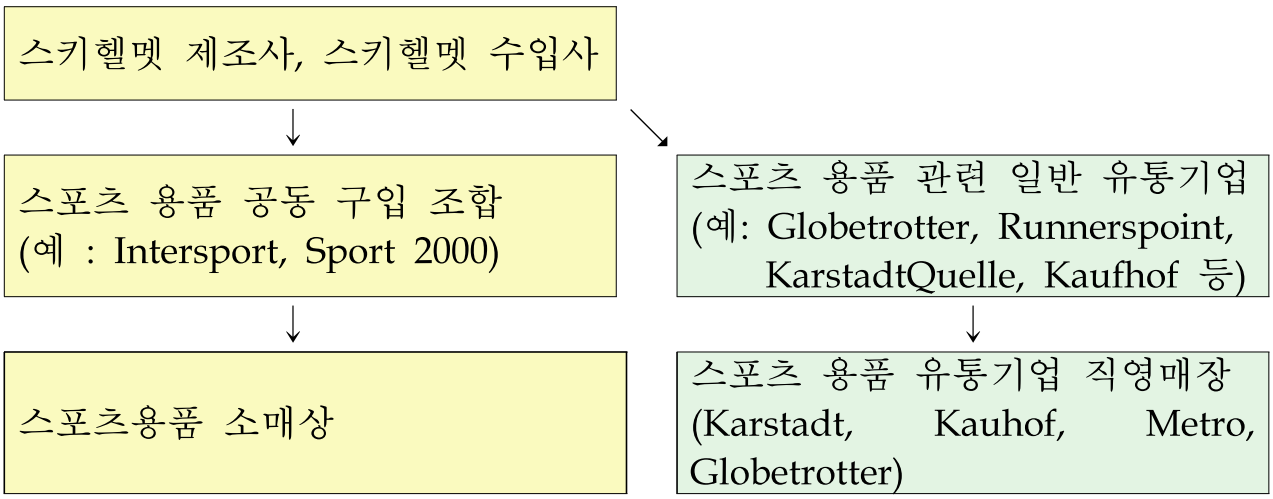
### ❑ 유통구조 분석

○ 공동 구입조합과 일반 유통기업을 거치는 유통 활성화

- 스포츠용품 유통기업을 통한 유통기업 직영 매장 판매 형태와 Intersport사와 Sport 2000과 같은 스포츠용품 공동 구입 조합을 통한 판매형태로 크게 2가지로 나뉨

- 스포츠용품 공동 구입조합을 통한 구매는 강제성이 없으며 Sportschek과 같은 대형 스포츠 용품 판매매장의 경우 공동구입 조합인 Intersport사를 통한 제품 구매 외에 제조사로부터 직접 제품을 구매하기도 함

**< 독일 스키헬멧 제품 유통구조 >**




**< 독일 주요 스포츠용품 공동 구입 조합 >**

| 구분 | Intersport | Sport 2000 |
|---|---|---|
| 설립연도 | 1968 | 1988 |
| 본사 소재지 | 베른 (스위스) | 마인하우젠 (독일) |
| 진출국가 | 42개국 | 35개국 |
| 회원사 매장수 | 5,320 | 3,800 |
| 회원사 매출 규모 | 99억 유로 (2011년) | 72억 유로(2011년) |
| 홈페이지 | www.intersport.com | www.sport2000.de |
| 비고 | 주요회원사 : Otto, SportScheck, Breuninger, Wöhrl, Engelhorn Sports, Sport Schuster, Sportpoint | 주요회원사 : 독일 내 724개의 스포츠용품 판매점 |

자료원 : Intersport, Sport 2000 홈페이지

< 독일 주요 스키 헬멧 공급 기업 리스트 >

| 국가 | 회사명 |
|---|---|
| 독일 | Uvex Sports GmbH & Co.KG (www.uvex-sports.de)<br>ALPINA SPORTS GmbH (www.alpina-sport.de)<br>Amer Sports Deutschland GmbH (www.atomic.com)<br>SAFILO GmbH (www.carreraworld.com)<br>Casco Schutzhelme GmbH (www.casco-helme.com)<br>Vista-Sport GmbH (www.smithoptics.eu)<br>Cratoni helmets GmbH (www.cratoni.de) |
| 미국 | Scott Sports AG (www.scott-sports.com) |
| 오스트리아 | R.E.D. Protection (www.redprotection.com)<br>Anon (www.redprotection.com) |
| 프랑스 | Salomon (www.salomon.com) |

## ❑ 대상 공략군 분석

○ 브랜드 인지도가 낮은 국내기업은 OEM 시장 진입 필요

- 독일의 스키 헬멧 착용이 의무사항이 아니며 스키헬멧 브랜드 인지도만으로 구매가 결정되는 경우가 많음
- 전문가용 스키헬멧은 독일을 비롯한 유럽, 미국 제조 기업이 시장을 주도하고 있으며 중국, 대만 제품이 중저가에 판매되고 있음
- 브랜드 인지도가 중요한 요소로 작용하는 전문가용 고가 제품 시장은 국내기업이 진입하기에 많은 시간과 노력이 소요될 것으로 보이며 상대적으로 중저가 스키헬멧 시장은 고가 제품 시장보다 진출하는 데 용이할 것으로 보임
- Uvex Sport GmbH사와 같은 독일 스키헬멧 제조기업들 역시 고가 스키헬멧은 직접 제품을 생산하나 중저가 제품의 경우 중국, 대만 기업과 OEM 계약을 통해 제품을 생산하고 있어 국내기업에서는 이런 OEM시장에 진입을 고려해 볼 필요가 있음

## 3 바이어 의견 조사

### 1 UVEX Sports GmbH

| | | | |
|---|---|---|---|
| 담당자 | Mr. Pillerr | 직위 | Purchasing Manager |
| 담당자 Tel | +49(0)911-9774-4287 | 담당자 Fax | N/A |
| Email1 | s.piller@uvex.de | Email2 | |
| 설립년도 | 1926 | 종업원 수 | 2,087 (2010년 기준) |
| Website | www.uvex-sports.de | | |
| 주소 | Wuerzburger Str. 181, 90766 Fuerth, Germany | | |
| 업종 | Manufacturer (Sporting good, health and safety product) | | |
| 한국과의 거래경험 | 무 | 교신 가능 언어 | 영어, 독일어 |
| 바이어 참고사항 | ▸ UVEX Sports GmbH는 모기업인 Uvex Winter Holding GmbH & Co. KG 자회사로 연간 60만개의 모터스포츠용 헬멧과 자전거용스키헬멧을 생산, 판매하고 있으며 스키헬멧 브랜드인 Alphina를 보유하고 있음.<br>▸ 현재 80여 종류의 스키 헬멧 제조, 판매함.<br>▸ 고급 제품군은 직접 생산하며 중저가 제품의 경우 OEM 계약을 통해 현재 중국 제조 기업으로부터 공급 받고 있음. | | |

| 2 | INTERSPORT Deutschland eG | | |
|---|---|---|---|
| 담당자 | N/A | 직위 | - |
| 담당자 Tel | +49(0)7131-288-0 (대표번호) | 담당자 Fax | N/A |
| Email1 | info@intersport.de | Email2 | |
| 설립년도 | 1968 | 종업원 수 | 22,000 |
| Website | www.intersport.de | | |
| 주소 | Wannenaecker Strasse 50, 74078 Heilbronn , Germany | | |
| 업종 | 스포츠용품 공동 구입 조합 | | |
| 한국과의 거래경험 | 무 | 교신 가능 언어 | 영어, 독일어 |

**바이어 참고사항**

▶ 독일 내 시장 점유율 36%, 유럽 시장 점유율 20%로 1,000여개의 회원사와 1,500여개의 매장을 운영하고 있는 독일 최대 스포츠용품 공동 구입 조합으로 연간 매출 규모는 27억 유로임.

▶ Intersport사는 보안상 구매담당자 연락처의 공개를 원칙적으로 하지 않고 있으며 스키헬멧 공급을 원하는 기업은 info@intersport.de으로 회사 소개 자료와 제품소개 자료를 우선 송부해야 함.

▶ Schuster매장 방문

- Intersport사에서 제품을 공급받는 뮌헨 대형스포츠전문점 Schuster매장에서는 스키헬멧의 경우 20대가 주를 이루는 스노보더 뿐 아니라 스키를 타는 중 충돌사고예방을 위해 헬멧을 찾는 중년 여성층도 늘고 있다고 함.
- 매장담당자와의 인터뷰에 따르면 스키헬멧에 대한 관심은 2009년부터 꾸준히 증가하는 추세임.
- 최근 인기를 끌고 있는 컬러는 무광한 계열의 블랙과 그린이며, 보드나 스키용품의 패션에 따라 구매를 결정하는 경우가 많다고 함.

| 3 | SportScheck GmbH | | |
|---|---|---|---|
| 담당자 | Mrs. Sabine hofmann | 직위 | 구매담당 |
| 담당자 Tel | +49 (0)89-6654-0 | 담당자 Fax | N/A |
| Email1 | sabine.hofmann@sportscheck.com | Email2 | |
| 설립년도 | 1946 | 종업원 수 | 1,500 |
| Website | www.sportscheck.com | | |
| 주소 | Wannenaecker Strasse 50, 74078 Heilbronn , Germany | | |
| 업종 | 스포츠 용품 전문 유통 | | |
| 한국과의 거래경험 | 무 | 교신 가능 언어 | 영어, 독일어 |
| 바이어 참고사항 | ▸ Sportscheck GmbH사는 대형 유통업 그룹인 Otto group (www.ottogroup.com)사의 자회사로 독일, 스위스, 오스트리아에 진출한 스포츠 용품 전문 유통 기업이며 연간 매출액은 2011년 기준 3억 4천 유로임.<br><br>▸ 독일 대도시 중심으로 16개의 매장을 운영하고 있으며 스키헬멧은 제조사로부터 직접 구매하는 경우도 있으나 주로 스포츠 용품 공동 구입 조합인 Intersport를 통해 구매함.<br><br>▸ Sportscheck매장 방문<br>- 뮌헨 시내의 Sportscheck 매장을 방문한 결과 올 시즌 가장 많이 판매되는 브랜드는 Giro사의 스키헬멧으로 무광한 블랙, 매트한 원색컬러(레드, 그린)와 매트한 메탈릭 컬러도 인기를 끌고 있음.<br>- 매장에 주로 전시된 제품은 Apina Sport, Uvex, Carrera, POC의 브랜드이며 세일상품을 제외한 매장판매가격은 80유로부터 190유로까지 다양한데 평균 90에서 140유로대의 제품이 가장 많았음. | | |

# Ⅲ. 오스트리아

## 1 시장 동향

### ❑ 품목 유망성

○ 스키 관련 관광산업이 경제에 큰 비중을 차지

- 오스트리아에는 약 230여 개의 스키장이 운영되고 있는데, 매년 160만 명의 국내외 관광객들이 스키장을 찾고 있으며 겨울 관광 산업의 규모가 오스트리아 총 GDP의 5%에 이를 정도로 큰 비중을 차지하고 있음
- 오스트리아는 Fischer, Atomic, Head, Blizzard 등 세계적으로 유명한 스키장비 브랜드들 보유하고 있으며, 연간 약 3백만 벌의 스키장비를 공급하여 세계 시장의 70% 정도를 차지하고 있음. 스키 장비의 오스트리아 내수 시장 규모는 연간 약 50만 벌 규모인 것으로 파악되고 있음
- 스키 종목의 대중적 인기에 힘입어 스키 이외의 관련 장비도 높은 인기를 누리고 있는데, 그 중 대표적인 것이 스키 헬멧으로 오스트리아 연방상공회의소(WKOe) 자료에 따르면 2011년 말 기준 오스트리아 스키 헬멧 시장의 규모는 연간 약 15~20만 개 수준인 것으로 추정되고 있음
- 최근 안전 사고에 대한 인식 증가로 특히 아동 및 청소년층을 중심으로 관련 제품에 대한 수요가 꾸준히 증가하고 있음. 특히, 2008년 1월 오스트리아의 한 스키장에서 발생한 독일 정치인의 사고는 언론의 집중 조명을 받으면서, 스키와 관련한 일반인들의 안전 의식을 일깨우는 계기가 되었을 뿐 아니라 그 동안 잠재되어 있던 스키 헬멧 착용 의무화(특히 아동 및 청소년)에 대한 논란을 재점화시키는 결과를 가져왔음

- 2011년 스키 헬멧 착용률은 2006년 대비 14%에서 50% 이상으로 크게 증가하였으며 특히 14세 미만 아동들의 경우 90%가 넘는(2006년 44%) 것으로 조사되고 있음

○ 안전의식 고조로 스키헬멧 수요 증가 전망
- 스키장 헬멧 착용 의무화와 관련한 연방 정부 차원의 검토는 이루어진 것이 없으나, 2008년 이후 오스트리아의 주정부들은 이례적으로 동 사안과 관련하여 발빠른 움직임을 보여 왔음
- 관련 통계에 따르면 오스트리아에서는 한 해 약 7만 건의 스키장 사고가 발생하는 것으로 집계되고 있으며 이 중 약 8천 건이 15세 미만의 아동 및 청소년들에게서 발생하는 것으로 알려져 있음
- 또한 전체 사고의 11%가 머리를 다치는 사고인데, Product Safety Commission의 연구 자료에 따르면 스키장에서 아동들에게 발생하는 머리를 다치는 사고의 53%가 헬멧을 착용하면 피할 수 있었던 사고인 것으로 조사되었음
- 이러한 이유로 시장 조사 기관인 OGM의 설문 조사에 따르면 오스트리아 국민의 62%가 스키장 헬멧 착용 의무화 조치의 시행에 대해 찬성하고 있는 것으로 조사되었음
- 관련 조치와 관련하여 니더외스터라이히주가 가장 앞선 행보를 보여주었는데, 15세 이하 아동에 대한 스키장에서의 헬멧 착용 의무화 조치를 2009년 3월 7일부터 시행하고 있음
- 이 밖에 오버외스터라이히주는 14세 이하의 헬멧착용 의무화 및 스키장에서의 무상 헬멧 대여 등의 조치를 시행하고 있으며, 잘쯔부르크, 포랄베르크, 케른튼주 등도 유사한 관련 조치들을 시행하고 있음
- 안전에 대한 인식 확대로 스키 이외에 자전거, 오토바이 등 다양한 영역의 스포츠 부문에서 헬멧착용이 일반화되어가고 있는 바(자전거의 경우 2011년 6월부터 12세 이하 아동들에 대한 자전거 헬멧 착용 의무화 조치가 시행되고 있음), 관련 제품에 대한 수요의 증가가 크게 기대됨

## ❑ 수입동향 및 정책

○ 오스트리아로 수입되는 헬멧 제품(스키 헬멧 이외의 오토바이, 자전거 등 모든 안전 헬멧 제품 포함)의 절반 정도가 이웃 나라인 독일에서 수입되고 있는데, 관련 대형 수입/유통업체 및 생산업체들이 독일에 다수 존재하고 있기 때문임

○ 최근 두드러진 수입 시장의 특징 중 하나는 가격 경쟁력을 앞세운 중국산 제품의 수입이 크게 증가하고 있는 점으로, 2012년 상반기 수입규모는 284만 유로로 2008년에 비해 두배로 증가하여 관련 제품 전체 수입 시장의 17.5%를 차지하였음

○ 한국산 제품은 2011년까지 연간 10만 유로 정도의 규모로 수입되었으나, 2012년 들어서는 상반기 동안 수입 실적이 없는 것으로 조사되었음

**< 수입 대상국 및 수입액 >**

(단위 : 백만 유로)

| 순위 | 국가 | 2010 | 2011 | 2012.6 |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 독일 | 20.44 | 18.03 | 8.71 |
| 2 | 중국 | 9.77 | 6.57 | 2.84 |
| 3 | 이태리 | 5.75 | 3.59 | 1.52 |
| 4 | 프랑스 | 2.05 | 2.06 | 1.00 |
| 5 | 스웨덴 | 0.28 | 2.23 | 0.74 |
| 합 계 | | 41.43 | 35.60 | 16.25 |

자료원 : Eurostat

○ 한-EU FTA 발효(2011년 7월 1일) 이전에는 2.7%의 수입관세율이 적용되었으나, FTA 발효로 무관세 혜택을 받고 있으며 관련 제품의 오스트리아 내 부가세율은 20%임

○ 스키 헬멧 제품과 관련한 별도의 인증은 필요치 않으나, 오스트리아를 포함한 EU 국가 내에서 판매 유통되기 위해서는 반드시 CE 인증마크를 획득해야 함

○ 이 밖에 수입업자에 따라 제품의 신뢰도 제고를 위해 Tuev, ISO, EN1078(유럽 기준) 인증 등을 요구하는 경우도 있음

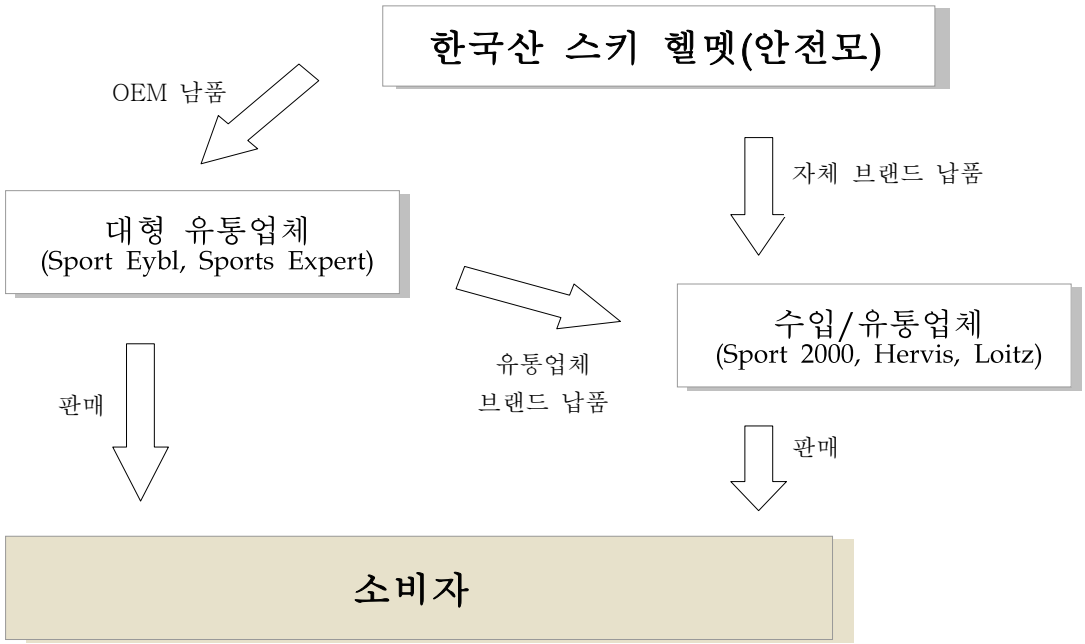
## 2 시장구조

### ❑ 유통구조 분석

○ 스포츠용품 소매유통 시장은 Intersport 계열 업체들의 영향력이 큼

- Intersport, Intersport Eybl, Sports Expert 등 관련 업체들이 통합 시장점유율 44.9%로 시장을 주도하고 있는 가운데 남은 시장을 놓고 Sport 2000(22.2%), 할인점 성격의 Hervis(15.2%), Gigasport(6.8%) 등이 치열한 경쟁을 펼치고 있음
- 이 밖에 스키 및 관련 용품 전문 판매업체들이 다수 활동하고 있으며, 홈쇼핑이나 통신 판매, 온라인 유통점 등의 유통 채널도 존재하고 있으나 전체 시장에서 차지하는 비중은 그리 크지 않음

< 유통구조 >



○ 경쟁현황

- Salewa 등 중소 규모 오스트리아 제품 이외에 Casco, Cratoni, Alpina 등 독일 제품들이 시장에서 높은 인지도를 가지고 있음. 이 밖에 Uvex, Ked, Trek, Limar, Abus 등 다양한 브랜드 제품들이 시장에 선보이고 있음

○ 대상 공략군 분석

- 스키 헬멧, 자전거 헬멧 등 안전모 시장은 크게 전문가용, 초보자용, 성인용 및 아동용 제품군으로 구분할 수 있음
- 제품 선택에 상대적으로 브랜드 인지도가 중요한 요소로 작용하는 전문가용 및 성인용 제품군보다, 초보자용 및 아동용 제품군이 무명 브랜드 제품이 진출하기에는 상대적으로 쉬운 것으로 평가됨
- 시장 인지도가 낮은 한국산 제품들의 경우 자체 브랜드로 Sport Eybl, Hervis 등 대형 스포츠용품 전문 매장 체인을 통한 시장 진출은 가능성이 그리 높지 않은 것으로 판단되며, OEM 방식 등을 통해 이들 업체들의 자기 상표 제품으로 공급하는 것은 하나의 방법이 될 수 있음

## 3 바이어 의견 조사

| 1 | Sports Eybl AG | | |
|---|---|---|---|
| 담당자 | Mr. Patrick Malcher | 직위 | 구매 담당 |
| 담당자 Tel | +43 7242 243-0 | 담당자 Fax | +43 7242 243-32636 |
| Email1 | office@sport-eybl.com | Email2 | |
| 설립년도 | 1977/2008 | 종업원 수 | 2113 |
| Website | www.eybl.at | | |
| 주소 | Flugplatzstrasse 10a, A-4600 Weis, Austria | | |
| 한국과의 거래경험 | 없음 | 교신 가능 언어 | 독일어, 영어 |
| 바이어 참고사항 | ▸ 1971년 소매상으로 출발하여, 오스트리아에 25개, 독일에 1개 등 총 26개 매장을 보유한 초대형 스포츠 소매유통 매장임.<br>▸ 6만 7천 가지의 제품을 취급하며, 170만 고정 고객을 확보하고 있는 시장점유율 44.9%의 부동의 시장 선두 업체임.<br>▸ 제품의 품질, 가격 조건 이외에도 CE, REACH 등 유럽 시장 진출에 필요한 모든 조건을 구비한 제품을 원하고 있음.<br>▸ 기업 규모의 특성상 의사 결정 과정이 복잡하고 시간이 상대적으로 오래 걸리는 바, 중장기적인 접근이 필요한 업체임. | | |

| 2 | Hervis Sport- und Mode GmbH | | |
|---|---|---|---|
| 담당자 | Ms. Liska Raimund | 직위 | 판매 담당 |
| 담당자 Tel | +43 662 89 64-0 | 담당자 Fax | + 43 662 89 64-9311 |
| Email1 | office@hervis.at | Email2 | |
| 설립년도 | 1972 | 종업원 수 | 2812 |
| Website | www.hervis.at | | |
| 주소 | Walser Bundesstrasse 35, A-5071 Wals, Austria | | |
| 한국과의 거래경험 | 없음 | 교신 가능 언어 | 독일어, 영어 |
| 바이어 참고사항 | ▸ 1972년 오스트리아의 대형 소매유통 매장 그룹인 Spar 그룹의 계열사로 설립되어, 현재 오스트리아 및 동유럽 지역에 약 160여 개의 지점을 운영하고 있음.<br>▸ 시장점유율 15.2%로 오스트리아 시장 3위 업체임.<br>▸ 신규 제품 취급시 가격을 중시하고 있으며, 배송 시간 및 향후 신속한 A/S 처리 등 지리적인 불리한 점으로 인해 현재는 아시아권 국가로부터의 수입에는 관심도가 높지 않음. | | |

| 3 | Sport 2000 | | |
|---|---|---|---|
| **담당자** | Mr. Edgar Schorn | **직위** | 구매 담당 |
| **담당자 Tel** | +43 7612 780-0 | **담당자 Fax** | +43 7612 780-33 |
| **Email1** | office@sport2000.at | **Email2** | |
| **설립년도** | 1972 | **종업원 수** | 2390 |
| **Website** | www.sport2000.at | | |
| **주소** | Ohlsdorfer Strasse 10, A-4694 Ohlsdorf, Austria | | |
| **한국과의 거래경험** | 있음(현재 배낭 제품 수입 중) | **교신 가능 언어** | 독일어, 영어 |
| **바이어 참고사항** | ▸ 오스트리아에만 203개 회원사와 311개의 매장을 운영 중인 대형 스포츠용품 소매유통 체인으로, 시장 2위 업체임.<br>▸ 오스트리아 외에 인근 국가들인 체코, 슬로바키아, 헝가리에도 진출하여 59개 회원사와 106개 매장을 운영하고 있음.<br>▸ 신규 제품 취급시 가격을 중요한 요소로 고려하고 있으며, 오스트리아 또는 EU 국가 내에 현지 판매 법인 또는 물류 창고를 운영 중인 업체를 선호함. | | |

# Ⅳ. 캐나다

## 1 시장 동향

### ❑ 품목 유망성

○ 폭 넓은 저변을 지닌 캐나다 스키용품 시장

- 캐나다 통계 자료에 의하면 매년 약 440만 명 이상의 캐나다인이 스키를 즐기는 등 스키용품 전반에 걸친 수요가 높은 편임
- 전국의 초등학교 5학년 학생에게 무료로 시즌 패스를 제공하는 캐나다 스키협회 프로그램은 가족 단위의 스키장 방문을 촉진하는 한편, 어릴 때부터 스키 인구를 양성함으로써 지속적으로 동호인 규모를 확대
- 2008년에는 전국에 걸쳐 약 32,000명의 초등학생이 본 프로그램을 이용하여 스키장을 찾은 것으로 집계
- 캐나다의 스키 헬멧 착용 비율은 높은 편이며 특히 연령이 높을수록 스키헬멧 이용자가 증가하는 양상을 띄고 있음
- 향후 캐나다의 인구 노령화가 심화될 것으로 전망됨에 따라 스키 헬멧의 사용 비율은 지속적으로 높아질 것으로 예상됨
- 노바 스코시아 주정부는 2012년 11월부터 캐나다 최초로 스키장에서 헬멧 착용을 의무화하는 규제를 시행하였고 점차 다른 주정부의 법 제정에도 영향을 줄 것으로 예상됨
- 헬멧 착용 의무화에 대한 캐나다 국민의 반응은 양분된 상태로 캐나다 국영방송 CBC의 설문조사(3,325명 대상 실시)에 의하면 찬성이 49.65%, 반대는 47.47%로 나타남

<연령대별 스키헬멧 사용 여부에 대한 설문조사>

(단위 : %)

| 사용빈도 | 18~29세 | 30~39세 | 40~49세 | 50~59세 | 60세 이상 |
|---|---|---|---|---|---|
| 항상 | 33.0 | 55.6 | 53.1 | 76.9 | 50.0 |
| 대부분 | 14.7 | 0.0 | 18.8 | 7.7 | 25.0 |
| 가끔 | 11.9 | 11.1 | 3.1 | 0.0 | 0.0 |
| 안함 | 40.4 | 33.3 | 25.0 | 15.4 | 25.0 |
| 총계 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

자료원 : Canadian Ski Council

## ❑ 수입동향 및 정책

○ 최근 3년간 수입 증가 추세

- 스키헬멧을 포함한 각종 스포츠용 안전모의 캐나다 전체 수입액은 2011년 기준 약 4천 2백만 달러로 2009년 대비 51.7% 증가
- 2011년 기준 중국산이 수입시장의 71.3%를 장악하고 있는 가운데, 한국산 제품은 46,000 달러(0.11%)가 수입된 것으로 집계

< 캐나다 스키헬멧 수입동향 >

(단위 : US 백만 달러)

| 순위 | 국가 | 2009년 | 2010년 | 2011년 | 수입시장 점유율(%) |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | 중국 | 16.2 | 23.6 | 30.3 | 71.3 |
| 2 | 태국 | 5.3 | 6.9 | 4.9 | 11.5 |
| 3 | 미국 | 2.5 | 3.5 | 4.0 | 9.4 |
| 4 | 이탈리아 | 1.3 | 1.0 | 0.9 | 2.2 |
| 5 | 대만 | 0.2 | 0.2 | 0.5 | 1.2 |
| 기타 | | 2.5 | 2.2 | 1.9 | 4.4 |
| 총계 | | 28.0 | 37.4 | 42.5 | 100.0 |

자료원 : World Trade Atlas (HS 6506109010)

○ 수입 관련정책

- 스키헬멧에 대한 캐나다 정부의 수입금지 또는 반덤핑관세 부과 등의 특별한 조치는 없음
- 2012년 기준 한국산 스키헬멧에는 5%의 관세가 부과되며 일본, 대만 등에서 생산된 제품에는 8.5%의 관세가 부과됨
- 캐나다에서 판매되는 공산품과 마찬가지로 스키헬멧도 CSA에서 인증하는 표준 규격이 존재하나 스키헬멧 판매를 위해인증을 법적으로 요구하는 주는 없음
- 특히 노바 스코시아 주정부가 캐나다 최초로 헬멧 착용 의무화를 선언하였으나 착용 헬멧의 인증 취득 여부에 대한 규제는 아직 법제화되지 않은 상태임

**<캐나다 수입 스키헬멧 관세율>**

| 상품명 및 HS Code | 주요 원산지 | 관세율 |
|---|---|---|
| 스포츠용 안전모 (HS 6506.10.90.10) | 미국 | 0% |
| | 한국, 중국, 태국 | 5% |
| | 일본, 대만, 이탈리아 | 8.5% |

자료원 : 캐나다 관세청

## 2 시장 구조

### ❑ 유통구조 분석

○ **대형 리테일러 중심의 유통 구조**

- 미국 상무부 자료에 의하면 캐나다 스포츠 용품의 유통 시장에서 대형 리테일러와 스포츠 전문용품 체인의 영향력이 큰 것으로 나타남.

- 2007년 Trendex Sports Vision의 보고서에 따르면 스키헬멧을 포함한 캐나다 스키용품 판매의 65.4%는 Sportchek, Canadian Tire, Walmart 등 대형 리테일러와 스포츠 전문용품 체인에서 발생
- 캐나다 최대 생활용품 판매점인 Canadian Tire가 전국에 500여개의 매장을 갖고 있는 Sportchek의 모회사 FGL Sport를 2011년에 인수하며 시장 점유율 1위에 올라서는 등 스포츠 용품 시장에서 대형 리테일러의 영향력이 더욱 강해지고 있음
- 대형 리테일러는 시장 지배적인 위치에 오르면서 중간 유통망을 거치는 것 보다 제조업체로부터 직접 상품을 공급받고 있음
- 반면 독립적인 소규모 업체는 구매 물량이 적고, 일반적으로 수입상 또는 중간 유통망을 거쳐 제품을 공급받기 때문에 대형 리테일러와 경쟁이 더욱 어려워지고 있음

**< 업체별 캐나다 스키용품 시장 점유율 >**

| 순위 | 업체명 | 업종 | 시장 점유율 (%) |
|---|---|---|---|
| 1 | Sportchek, Sportmart (모회사 FGL Sports) | 소매 | 20.6 |
| 2 | Canadian Tire | 소매 | 17.3 |
| 3 | Walmart | 소매 | 12.1 |
| 4 | Sears | 백화점 | 8.3 |
| 5 | Hudson Bay Company | 백화점 | 7.1 |
| 기타 | | | 34.6 |
| 총계 | | | 100.0 |

자료원 : Trendex Sports Vision

## ❑ 대상 공략군 분석

○ 높은 브랜드 인지도를 지닌 수입상과의 거래가 중요
- 캐나다에 스키헬멧 수출을 위해서는 대형 리테일러 및 스포츠 전문 체인과 비즈니스 관계를 수립하는 것이 가장 중요함

- 제품 특성 상 브랜드 이미지가 소비자의 가장 큰 구매요소로 작용하기 때문에 바이어 측에서 한국 중소기업의 자체 브랜드 제품에는 큰 관심을 두지 않을 가능성이 높음
- 브랜드가 제대로 구축되지 않은 캐나다의 스키헬멧 제조업체들도 캐나다 대형 리테일러 업체와 비즈니스 관계를 수립하는데 어려움을 겪고 있는 것으로 나타남
- 스포츠용품 전문점 Sportchek에 문의한 결과 Seven Star, Louis-Garneau 등 캐나다 국내 제조업체의 제품에 대해서는 들어본 적이 없다고 전할 정도로 인지도가 낮은 비주류 제품은 선호도가 낮은 편임

## ❑ 현지 주요 제품

| 제품명 | 세전가격 ($C) | 참고사진 |
|---|---|---|
| Salomon<br>Patrol Brim | 149.99 | |
| Salomon<br>Allium 8 Custom | 199.99 | |
| K2<br>Diversion | 150.00 | |
| K2<br>Rant | 70.00 | |

| | | |
|---|---|---|
| Capix<br>Skull Candy | 119.99 | |
| Firefly<br>T5 Snow | 59.99 | |
| Giro<br>Seam Helmet | 169,99 | |
| Giro<br>G Nine.10 Helmet | 109.99 | |

자료원 : Canadian Tire, Sportchek

## ❑ 진출 방안

○ 제품의 고급화 전략 수립 필요

- 스키용품 소비자는 비교적 안정적인 소득을 갖고 있기 때문에 단순 저가 제품보다는 브랜드, 디자인, 품질, 안전성이 주요 구매 요소로 작용하고 있음을 감안, 제품의 고급화 전략이 매우 중요
- 미국 상무부 발간자료에 의하면 스키 또는 보드를 타기 위해 스키장에 방문하는 캐나다인의 평균 가구 소득은 약 75,000달러로 캐나다 평균 가구 소득보다 약 9,500달러 높은 것으로 나타남
- 특히 최근 10~30대를 중심으로 스키보다 보드의 수요가 증가하고 있고 나이가 어린 소비자일수록 제품 디자인을 크게 고려하기 때문에 젊은 소비자의 취향에 맞는 디자인 개발이 필요
- 한국 중소기업이 캐나다에서 자체 브랜드 홍보를 하기에는 어려움이 크기 때문에 기존의 유명 브랜드 제품을 주문자생산방식으로 납품하는 방법(OEM)을 고려하는 것도 필요

## 3 바이어 의견 조사

### 1 Canadian Tire Corporation

| 담당자 | Yoan Rizilia | 직위 | Manager |
|---|---|---|---|
| 담당자 Tel | (416) 480-3000 | 담당자 Fax | N/A |
| Email1 | yoan.rizilia@cantire.com | Email2 | N/A |
| 설립년도 | 1922 | 종업원 수 | 2,200 |
| Website | http://www.canadiantire.ca | | |
| 바이어 참고사항 | ▸ 캐나다 최대 규모의 잡화 유통매장인 Canadian Tire에서는 특이하게도 유명 고가 브랜드 제품을 취급하지 않고 있으므로, 국내 중소기업이 공략하기에 유리한 판매자임<br>▸ 타 제품에 비해 가격 경쟁력이 크게 우월하지 않을 경우 공급망 관리 정책으로 인해 오퍼가 배제된다고 전함.<br>▸ 신규 제품을 오퍼하려면 상기 이메일로 제품 정보를 송부해줄 것을 요청함. | | |

| 2 | Mountain Equipment Co-op | | |
|---|---|---|---|
| **담당자** | Randal Nichol | **직위** | Manager |
| **담당자 Tel** | (604) 598-0515 | **담당자 Fax** | (604) 598-0417 |
| **Email1** | hd_info@mec.ca | **Email2** | radal.nichol@mec.ca |
| **설립년도** | 1971 | **종업원 수** | N/A |
| **Website** | http://www.mec.ca | | |
| **바이어 참고사항** | ▸ 캐나다 전역에 15개의 매장을 보유하고 있는 스포츠용품 전문 체인<br>▸ 신규 제품에 대한 문의는 hd_info 이메일을 통해 접수받고 있음을 전하며 개인 이메일로 수신된 제품정보는 검토하지 않는다고 함.<br>▸ 제품 오퍼는 어떠한 경우에도 이메일로 송부해주기를 원하며 스키헬멧의 경우 “New Helmet"을 제목에 첨부할 것을 당부하였고 검토 후 관심여부에 따라 담당자가 직접 연락을 취할 것이라고 전함. | | |

| 3 | FGL sports Ltd | | |
|---|---|---|---|
| 담당자 | Terry Lorenz | 직위 | Director |
| 담당자 Tel | (403) 717-1400 | 담당자 Fax | N/A |
| Email1 | tlorenz@forzani.com | Email2 | N/A |
| 설립년도 | 1974 | 종업원 수 | 11,274 |
| Website | http://www.fglsports.com | | |
| 바이어 참고사항 | ▸ 캐나다 최대 스포츠용문 전문 체인인 Sportchek을 운영하는 업체로 전국에 약 500여개의 매장을 보유<br>▸ 현재 해외 공급선을 보유하고 있으며 거래 중인 공급선들을 통합하려는 계획을 갖고 있다고 밝힘.<br>▸ 신규 제품에 대한 구매 의사는 적극적이지 않으나, 제품 정보 수신 시 검토하겠다는 입장 | | |

| 4 | Outdoor Gear Canada | | |
|---|---|---|---|
| **담당자** | Rob White | **직위** | VP Sales |
| **담당자 Tel** | (514) 332-1320 | **담당자 Fax** | N/A |
| **Email1** | info@ogc.ca | **Email2** | robw@ogc.ca |
| **설립년도** | 1978 | **종업원 수** | 113 |
| **Website** | http://www.ogc.ca | | |
| **바이어 참고사항** | ▸ 스키용품 전문 유통업체이자 수입업체인 OGC는 각 주 별로 Independent Sales 오피스를 갖고 있음.<br>▸ 현재 GIRO라는 스키헬멧 제품을 판매하고 있으며 아직까지는 신규 제품을 취급할 생각이 없음을 밝혔으나 구매 부서와 함께 제품 정보를 검토할 의향은 있다고 전함.<br>▸ 상기 info 이메일로 제품 정보를 수신하기 원하며, 덧붙여 제품 특성상 소비자가 브랜드에 민감하게 반응하기 때문에 브랜드 인지도가 낮은 제품은 소비자들이 선호하지 않을 가능성이 높다는 의견임 | | |

# Ⅴ. 호주

## 1 시장동향

### ❑ 품목 유망성

○ '12년 세계최초로 스키 헬멧 착용 의무화로 시장 성장 예상
- 스키헬멧 의무화 법규가 2011년에 공표 되어, 계도 기간을 거쳐 2012년부터 발효되기 시작하여 호주의 스키 헬멧 시장규모는 확대될 것으로 전망됨
- Snow Industry Association의 CEO 인 Mr. Eric Henry 와의 전화 인터뷰에 의하면, 2012년 호주의 스키 산업은 경제의 하강 기미에도 불구하고 좋은 경기를 누렸음
- 다만 호주는 스키 및 스노우보드로 겨울 스포츠를 즐길B 수 있는 인구 및 지역도 제한적이어서 활성화된 여름 스포츠에 비해 상대적으로 수요가 적은 스포츠라 평가 되며, 따라서 이에 따르는 용품 시장도 특별한 성장 모멘텀을 찾기 힘든 시장임
- 호주의 겨울 스포츠 용품 시장의 시장은 아주 작으나, 전 세계 유명 브랜드의 95% 정도 이상이 시장에 진입하여 시장을 나누고 있을 정도로 시장 대비 경쟁이 치열함

### ❑ 수입동향 및 정책

○ 최근 3년간 안전모 수입, 꾸준한 증가 추세
- 2009년 ~ 2011년 동안 중국, 일본 등 수입 상위 6개국의 시장점유율이 75% 이상을 차지하였고, 한국에서의 수입도 150만불에서 200만불 사이로 확인되고 있음
- 중국에서의 수입이 40% 이상을 차지하고 있는 것은, 해외유명 브랜드의 중국 내 생산제품 수입이 늘었기 때문으로 분석할 수 있음

<HS 6506 10 Safety Headgear 수입 통계>

(단위: US천 달러)

| | | Year | | | % Share | | | % Change |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| Rank | Country | 2009 | 2010 | 2011 | 2009 | 2010 | 2011 | - 11/10 - |
| 0 | -- World -- | 41.935 | 44.963 | 53.206 | 100 | 100 | 100 | 18.33 |
| 1 | China | 17.347 | 19.914 | 22.674 | 41.37 | 44.29 | 42.62 | 13.86 |
| 2 | Japan | 4.273 | 5.708 | 6.545 | 10.19 | 12.69 | 12.3 | 14.68 |
| 3 | New Zealand | 2.948 | 3.299 | 3.205 | 7.03 | 7.34 | 6.02 | -2.84 |
| 4 | Taiwan | 2.599 | 2.302 | 3.042 | 6.2 | 5.12 | 5.72 | 32.17 |
| 5 | Italy | 2.494 | 1.769 | 2.812 | 5.95 | 3.94 | 5.29 | 58.95 |
| 6 | United States | 3.161 | 2.090 | 2.740 | 7.54 | 4.65 | 5.15 | 31.14 |
| 7 | Thailand | 1.880 | 0.888 | 2.076 | 4.48 | 1.98 | 3.9 | 133.74 |
| 8 | Korea, South | 1.514 | 2.190 | 1.866 | 3.61 | 4.87 | 3.51 | -14.82 |
| 9 | Sweden | 0.249 | 0.313 | 1.293 | 0.59 | 0.7 | 2.43 | 312.99 |
| 10 | Hong Kong | 0.273 | 0.880 | 1.226 | 0.65 | 1.96 | 2.3 | 39.33 |
| 11 | UK | 0.493 | 1.230 | 1.005 | 1.18 | 2.74 | 1.89 | -18.35 |
| 12 | Malaysia | 0.380 | 0.479 | 0.659 | 0.91 | 1.07 | 1.24 | 37.67 |
| 13 | France | 0.609 | 0.312 | 0.621 | 1.45 | 0.69 | 1.17 | 98.97 |
| 14 | India | 0.543 | 0.694 | 0.532 | 1.29 | 1.54 | 1 | -23.39 |
| 15 | Portugal | 0.218 | 0.230 | 0.528 | 0.52 | 0.51 | 0.99 | 129.89 |
| 16 | Australia | 0.266 | 0.277 | 0.454 | 0.64 | 0.62 | 0.85 | 63.56 |
| 17 | Israel | 1.213 | 0.265 | 0.304 | 2.89 | 0.59 | 0.57 | 14.51 |
| 18 | Canada | 0.177 | 0.275 | 0.299 | 0.42 | 0.61 | 0.56 | 8.82 |
| 19 | Germany | 0.155 | 0.348 | 0.267 | 0.37 | 0.78 | 0.5 | -23.31 |
| 20 | Switzerland | 0.031 | 0.016 | 0.241 | 0.07 | 0.04 | 0.45 | 1378.51 |

자료원 : 호주 통계청(Australian Bureau of Statistics)

* 호주 통계청에서 제공하는 HS Code 6506 10 에 대한 수입 통계는 스키헬멧을 포함한 전체 안전모 시장에 대한 자료임

○ 수입 관련 정책 및 인증 제도

- 호주의 기본 관세율은 5%이나 HS650610 계열의 안전모는 무관세로 통관됨
- 호주로 수입 되는 모든 품목에는 기본적으로 10%의 부가가치세 (GST, Goods and Services Taxes) 가 부과되는데, 운임 및 보험료를 포함한 CIF 가격으로 부가 가치세가 적용됨

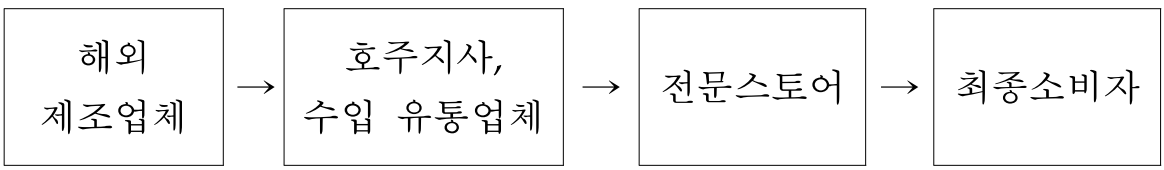
- 수입품 검역은 매우 까다로운 편이며 모든 수입품에 대해서는 통관시 일반 선적 서류와 더불어 Packing Declaration(포장신고서)에 대한 제출을 의무화 하고 있음
- 호주에는 아직까지 스노우 스포츠 헬멧 관련 인증 제도가 없는 것으로 파악 되며, 유럽 및 미국에서 통용되는 기준인 CEN 및 ASTM을 취득한 제품이면 호주에서 판매가 가능함

## 2 시장구조

### ❑ 유통구조 분석

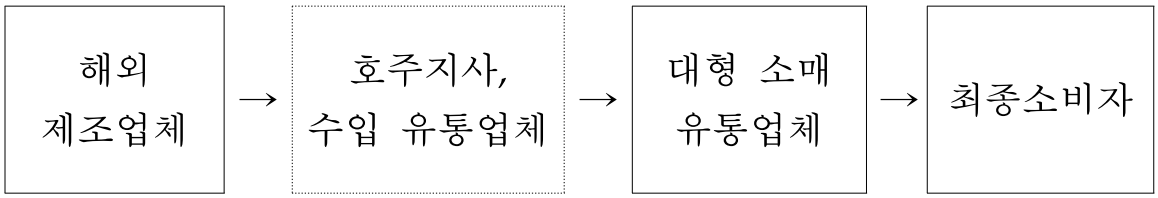
○ 호주에서 유통되는 스키헬멧의 가장 일반 적인 유통방법은 세계 유명 브랜드의 호주 지사나, 유명 브랜드들의 수입 유통 업자들이 제품을 수입하여 겨울용품 전문 스토어들을 대상으로 공급하는 구조임

< 브랜드 업체를 통한 스키헬멧 유통구조 >




○ Rebel Group 과 같은 스포츠용품 유통 체인 및 K-Mart 와 같은 일반 대형 유통 체인점은 직접 제품을 수입하거나 현지 업체로부터 공급받아 최종 소비자에게 공급함

< 대형 소매유통체인을 통한 스키헬멧 유통구조 >



< 유통단계별 주요업체 >

| 구분 | 기업명 |
|---|---|
| 유명 브랜드의 호주 지사 | Smith, Salmon(Amer Sports Australia) |
| 수입 유통업체 | Sportfactor Sales(GIRO 유통), Snowsport International(POC 유통), Rojo Outwear |
| 유통매장 | Rebel Group(스포츠 전문 유통 매장), K-mart(대형 유통 매장) |
| 겨울용품 전문 스토어 | Larry Adler, Alpsprot |

## ❑ 대상공략군 분석

○ 영업망을 보유한 수입유통업체 또는 전문 프랜차이즈 공략

- 영업망을 보유하고 수입 유통을 하는 업체들을 대상으로 1차 타겟을 삼을 수 있으나, 유명 브랜드인 Giro 의 호주 에이전트인 Sportfactor Sales와의 인터뷰에 따르면 기존 브랜드와의 독점계약 등으로 인하여 한국 업체는 접근이 어려울 것으로 파악 됨
- 자체 유통망을 갖고 모든 제품에 대해 수입 및 로컬 구매를 병행하고 있는 스포츠 전문 유통 체인인 Rebel Group, K-mart 등의 대형 유통 체인, 그리고 규모는 상대적으로 작으나 겨울 용품 전문 프랜차이즈로서 제품 수입 능력이 있는 Larry Alder 등의 프랜차이즈를 대상으로 마케팅을 펼칠수 있음
- ROJO outwear 등과 같이 자사 브랜드를 가지고 Rebel Group 및 다른 전문 스토어에 공급 하고 있는 업체들을 추가 발굴하여 마케팅을 하는 것도 좋은 방법임.

# 3 바이어 의견 조사

## 1 Larry Adler Direct

| 담당자 | Mr. Scott Alder | 직위 | Director |
|---|---|---|---|
| 담당자 Tel | 61 2 9913 8766 | 담당자 Fax | N/A |
| Email1 | scott@larryadler.com | Email2 | |
| 설립년도 | 1960s | 종업원 수 | |
| Website | www.larryadler.com | | |
| 주소 | 8/1 Vuko Place, Warriewood, NSW 2102 | | |
| 업종 | Outdoor Retail Franchise | | |
| 구입품목 | 각종 Outdoor 용품 | | |
| 한국과의 거래경험 | 무 | 교신 가능 언어 | 영어 |

**바이어 참고사항**

- 호주의 대표적인 겨울 용품 프랜차이즈이며 호주 내 5개 전문 매장 외에 일본에도 오퍼레이션을 두고 있음. 스키용품 뿐 아니라 전반적인 겨울 스포츠 용품 및 장비 관련 제품들을 유통 하고 있음

- 창업자의 아들로 사장중 하나인 Scott 과의 통화에 의하면 자신들이 다루는 모든 제품에 대해 수입 또는 로컬 구매를 병행 하고 있으며, 이태리, 오스트리아, 미국, 중국 등 다양한 지역에서 제품을 수입하고 있음

- 스키 헬멧 관련 Smith, Salmons 브랜드를 유통 하고 있으며, 몇 년 전 까지는 수입을 하기도 하였으나 수출업자의 파산 후 순수 로컬 구매 형식을 취하고 있음

- 한국 스키 헬멧 제품에 대해 들어본 적은 없으나 좋은 제품이면 충분히 검토 가능 하다고 하며, 수입을 위해 검토 대상은 가격도 중요한 요인이긴 하나 우선시 할 것은 Brand Name, 디자인 및 Quality에 우선 초점을 맞출 것이라고 함

| 2 | Rebel Sport Group | | |
|---|---|---|---|
| 담당자 | Ms. Wendy Lee<br>Ms. Kelly Learmont | 직위 | Purchasing Manager, Ski Products |
| 담당자 Tel | 61 2 8866 6500 | 담당자 Fax | N/A |
| Email1 | wendylee@rebelgroup.com.au<br>kellylearmont@rebelgroup.com.au | Email2 | N/A |
| 설립년도 | 1985년 | 종업원 수 | 2,700 |
| Website | www.rebelsport.com.au | | |
| 주소 | PO Box 286, Regents Park, NSW Australia 2143 | | |
| 업종 | Sporting Goods 유통 | | |
| 구입품목 | Sporting Goods | | |
| 한국과의 거래경험 | 없음 | 교신 가능 언어 | 영어 |
| 바이어 참고사항 | ▸ 1985년 설립된 회사로서, 호주 최대의 스포츠 용품 관련 유통 체인이며, 전국에 유통망을 가지고 있음<br>▸ 직접 방문한 결과, 호주가 여름인 탓에 겨울 용품은 판매 하지 않고 있음.<br>▸ Ski 관련 담당자는 Kelly Learmont 로 인수인계 될 예정임<br>▸ 현재 스키헬멧 제품은 직수입 하고 있는 것은 아니며, 호주 로컬 Distributor 한테 공급 받고 있다고 함<br>▸ 담당자는 한국 제품에 대해 들어본 적은 없으나, 제품 정보를 보내면 충분히 검토 해 볼 수 있다고 함<br>▸ 오더를 진행 하더라도 스키 전문 매장이 아닌 탓에 비수기 성수기 관련 오더 수요가 명백 하게 구분 되어 질 것임 | | |

| 3 | ROJO Outwear | | |
|---|---|---|---|
| 담당자 | Mr. David Slaveson | 직위 | Managing Director |
| 담당자 Tel | 61 3 5261 6400 | 담당자 Fax | N/A |
| Email1 | accounts@rojo.com.au | Email2 | |
| 설립년도 | 1987 | 종업원 수 | 20여명 |
| Website | www.rojooutwear.com.au | | |
| 주소 | 14 Baines Crescent, Torquay, VIC 3228 | | |
| 업종 | Outdoor 용품 생산 / 수입 / 유통 | | |
| 구입품목 | Outdoor 용품 | | |
| 한국과의 거래경험 | 무 | 교신 가능 언어 | 영어 |
| 바이어 참고사항 | ▸ 1987년 호주에서 설립된 첫 번째 여성용 겨울 용품 전문 브랜드 이며 호주내 100여개 전문 숍에 물품을 공급 하고 있음<br>▸ 호주의 대표적인 Sports 용품 유통 체인인, Rebel Group 담당자와의 전화 통화시 Rojo 에서도 Ski Helmet을 공급 받고 있음<br>▸ 담당 매니저는 자신에게 한국 제품에 대해 이메일 정보를 보내면 검토할 것이라고 함<br>▸ Rebel Sports 및 다른 많은 전문 매장에도 유통 하고 있고, ROJO 브랜드도 호주 내에서 인지도가 있으므로, OEM 생산 공급처로서 활용 가능 할 것임 | | |

| 4 | K-Mart | | |
|---|---|---|---|
| 담당자 | Mr. Costas Psoras | 직위 | Senior Buyer, recreational sporting goods |
| 담당자 Tel | 61 3 9902 2000 | 담당자 Fax | |
| Email1 | costas.psoras@kmart.com.au | Email2 | |
| 설립년도 | 1967 | 종업원 수 | 63,000명 |
| Website | www.kmart.com.au | | |
| 주소 | Level 3, 690 Springvale Rd. Mulgrave VIC 3170 | | |
| 업종 | 물류, 유통 | | |
| 구입품목 | 각종 생활용품, 운동 용품, 전자 제품 | | |
| 한국과의 거래경험 | 유 | 교신 가능 언어 | 영어 |
| 바이어 참고사항 | ▸ 1967년 설립된 가장 대표적인 소매 유통 체인 중 하나이며, 호주 뉴질랜드에 걸쳐 180여개 매장에서 약 300억 달러 이상의 매출을 기록<br>* 호주 2대 유통 그룹중 하나인 Wesfarmers Group 소속으로 미국의 K-Mart 와의 지분 관계 상관은 없음<br>▸ 전문 매장이 아닌 탓에 비수기 성수기 관련 오더 수요가 명백하게 구분됨<br>▸ 리테일 유통 체인의 특성상 다른 업체 대비 브랜드 보다는 가격에 대해 상대적으로 민감함 | | |

| 기타 | SKI Industries Association of Australia Ltd(SIA) | | |
|---|---|---|---|
| 담당자 | Mr. Eric Henry | 직위 | CEO |
| 담당자 Tel | 61 2 4342 7944 | 담당자 Fax | |
| Email1 | info@siaaustralia.com.au | Email2 | |
| 설립년도 | 1968년 | 종업원 수 | N/A |
| Website | info@siaaustralia.com.au | | |
| 주소 | PO BOX 255, Woy Woy NSW 2256 | | |
| 업종 | 협회 | | |
| 구입품목 | | | |
| 한국과의 거래경험 | 무 | 교신 가능 언어 | 영어 |
| 바이어 참고사항 | ▸ 1968년 설립된 SKI 산업 관련 협회로서 협회의 구성원은 수입, 제조 업체 및 관련 분야 종사 업체들이며 스키 선글라스 및 고글 분야 호주 스탠다드 제정에도 일조 하는 등 관련 분야 로비 단체로서의 역할도 하고 있음<br>▸ 캔버라에서는 매년 동 협회가 주관이 되어 SIA Snow Sports Trade Show 가 개최되고 있음<br>▸ CEO 인 Eric 은 순수 협회 일에만 종사 하고 있으며, 오랜 부분 이 업계에 종사 하고 있으나 한국 Ski Helmet 분야에 대해서는 들어본 적이 없다고 함<br>▸ 한국 업체들이 호주 시장 진출을 위해서 필요한 기본적인 정보에 대해서 제공 가능 하다고 함 | | |

# 2013년 KOTRA 발간자료 목록

## □ GMR (Global Market Report)

| 번 호 | 제 목 | 발간일자 |
|---|---|---|
| 13-001 | 오바마 재선에 따른 경제.통상정책 방향 전망과 시사점 | 2013.1 |
| 13-002 | 2013년 1분기 KOTRA-SERI 수출선행지수 | 2013.1 |
| 13-003 | 중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 공작기계 (머시닝센터) - | 2013.1 |
| 13-004 | 중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 기타골프용품 - | 2013.1 |
| 13-005 | 중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 안경테 - | 2013.1 |
| 13-006 | 중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 폴리에스터 단섬유 - | 2013.1 |
| 13-007 | 중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 폴리프로필렌 테이프 - | 2013.1 |
| 13-008 | 선진국의 미래산업 육성정책 | 2013.2 |
| 13-009 | 중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 광케이블 - | 2013.2 |
| 13-010 | 중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 기타전동공구 - | 2013.2 |
| 13-011 | 중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 기타컴퓨터주변기기 - | 2013.2 |
| 13-012 | 중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 펌프 - | 2013.2 |
| 13-013 | 미국 제조업 경쟁력 강화 정책 및 시사점 | 2013.2 |
| 13-014 | 한-콜롬비아 FTA 효과 및 활용방안 | 2013.2 |
| 13-015 | 떠오르는 이라크 재건시장을 선점하라 | 2013.2 |
| 13-016 | 주요국 환율변동에 다른 해외시장 동향과 진출여건 | 2013.2 |
| 13-017 | 엔저하의 수출 경쟁력 현황 및 전망 | 2013.2 |
| 13-018 | 한미 FTA 발효 1주년, 대미 수출 성과 분석 | 2013.3 |
| 13-019 | 일본의 대인도 진출전략 및 대응방안 | 2013.3 |
| 13-020 | 독일 직업교육 훈련제도 현황 및 시사점 | 2013.3 |
| 13-021 | 중소기업 신규 수출확대 유망품목 주요 시장 동향 <기타 무선통신기기> | 2013.3 |
| 13-022 | 중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 플라스틱 가공제품 - | 2013.3 |
| 13-023 | 중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 편직물 (인조섬유제) - | 2013.3 |
| 13-024 | 세계의 공장으로 부상하는 멕시코 | 2013.3 |
| 13-025 | 인도의 CSR 정책과 시사점 | 2013.3 |
| 13-026 | 중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 유리 저장 용기 - | 2013.3 |
| 13-027 | 미국-EU FTA 추진현황과 향후 시사점 | 2013.3 |

| | | |
|---|---|---|
| 13-028 | 日 제조업 경쟁력 강화 정책 현황 및 시사점 | 2013.3 |
| 13-029 | 2013년 2분기 KOTRA-SERI 수출선행지수 | 2013.4 |
| 13-030 | 중소기업 신규 수출확대 유망품목 < X선 및 방사선기기부품 > | 2013.4 |
| 13-031 | 중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 기초화장품 - | 2013.4 |
| 13-032 | 중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 합성수지·합성고무 - | 2013.4 |
| 13-033 | 중소기업 신규 수출확대 유망품목 - 밸브·기타기계류 - | 2013.4 |
| 13-034 | 중소기업 신규 수출확대 유망품목 시장동향 및 진출방안 <스키 헬멧> | 2013.4 |

## □ KOCHI자료

| 번 호 | 제 목 | 발간일자 |
|---|---|---|
| 13-001 | 대만시장에서 한류 활용하기 | 2013.1 |
| 13-002 | [중국 석학에게 듣는다] 2013 중국 경제 전망 | 2013.2 |

## □ KOTRA자료

| 번 호 | 제 목 | 발간일자 |
|---|---|---|
| 13-001 | 해외 주요국 투자인센티브 현황 및 사례조사 | 2013.1 |
| 13-002 | 외국인을 위한 법인설립 안내 | 2013.1 |
| 13-003 | Guide to Business Establishment in Korea | 2013.1 |
| 13-004 | 2012년도 북한의 대외교류동향 | 2013.2 |
| 13-005 | GCF시대에 대비한 세계그린프로젝트 수주방안 | 2013.3 |
| 13-006 | 국가IR 개선 방안 연구 | 2013.3 |
| 13-007 | 2009~2012 KOTRA 수출인큐베이터 운영 성공사례집 | 2013.3 |

## □ 설명회자료

| 번 호 | 제 목 | 발간일자 |
|---|---|---|
| 13-001 | 2013 세계시장 진출전략 설명회 | 2013.1 |
| 13-002 | 2013 중국3대 유망시장 설명회 | 2013.1 |
| 13-003 | 2013년 전략시장 협력 파트너쉽 포럼 | 2013.1 |
| 13-004 | Iraq-Korea Business Forum | 2013.3 |
| 13-005 | Reshoring to KOREA - 국내 U턴기업 지원제도 및 투자환경 설명회 - | 2013.4 |

작성자

◈ 함부르크 무역관 송형주 대리
◈ 뮌헨 무역관 권석진 대리
◈ 빈 무역관 김현준 대리
◈ 토론토 무역관 유준오 대리
◈ 시드니 무역관 서유빈 과장
◈ 신흥시장팀 박정현 과장

Global Market Report 13-034

**중소기업 신규수출 확대 유망품목**
**시장동향 및 진출방안**
**- 스키 헬멧 -**

발 행 인 ▌ 오 영 호
편 집 인 ▌ 배 창 헌
발 행 월 ▌ 2013년 2월
주 소 ▌ 서울시 서초구 헌릉로 13
(우 137-749)
전 화 ▌ 02) 3460-7114(대표)
홈페이지 ▌ www.kotra.or.kr

Copyright ⓒ 2013 by KOTRA. All rights reserved.
이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.
저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는
저작물이므로 무단전재와 무단복제를 금합니다.