

패션비즈니스 제27권 3호

ISSN 1229-3350(Print)
ISSN 2288-1867(Online)

J. fash. bus. Vol. 27,
No. 3:63-74, July, 2023
[https://doi.org/
10.12940/jfb.2023.27.3.63](https://doi.org/10.12940/jfb.2023.27.3.63)

Corresponding author

Sowon Hahn
Tel : +82-2-517-8722
Fax : +82-2-517-8722
E-mail : espoirhahn@yonsei.ac.kr

Keywords

origin of clothing,
overseas certification system,
clothing manufacturing industry
의류 원산지, 해외 인증제도,
의류제조업

해외 주요국가의 의류 원산지 인증제도 연구

임시은* · 한소원†

*경기과학기술대학교, 패션디자인과, 겸임교수
†연세대학교, 생활디자인과, 겸임교수

Research on Clothing Origin Certification Systems in Major Overseas Countries

Sieun Lim* · Sowon Hahn†

*Adjunct professor, Dept. of Fashion Design, Gyeonggi University of Science and Technology, Korea,
†Adjunct professor, Dept. of Human Environment and Design, Yonsei University, Korea

Abstract

As “Made in Korea” has high branding power in the fashion industry, domestic clothing manufacturers also need to consider branding the country of origin. Therefore, the purpose of this study was to reconsider the need for a domestic certification system and suggest a direction by analyzing apparel origin certification systems operating overseas. The results of this study could be used for planning certification standards and operating methods suitable for regional characteristics and industrial environments when establishing a certification system for clothing produced in Korea. The case study subjects were Japan’s J∞ Quality, USA’s Made in New York, Italy’s 100% Made in Italy, and France’s Origin France Guarantee has been classified as certification criteria related to the country of origin include items related to the production process rate in the region and the production area for each production process/stream. Manufacturing technology and design are used for quality standards, safety, hygiene compliance, production facilities, and quality control and are applied to working environment standards. The certification system selects and operates standards according to each country’s industrial environment, certification subject, and purpose. Therefore, when designing a domestic apparel certification system, a feasible promotion plan should be established that considers the current state of the domestic industry, which will serve as a driving force for the growth of the apparel manufacturing industry and an opportunity to increase the trust of global fashion consumers.

I. 서론

국내 의류제조업은 인건비의 증가와 생산시설의 낙후 등 고 비용 저효율 생산 여건으로 인해 공장 입지조건과 인건비가 저렴한 해외 생산기지로 이전하면서 국내 경쟁력이 약화되고 있다. 반면, 글로벌 패션기업들은 수요변동 요인이 많은 패션상품의 특성 때문에 의사결정과 시장대응이 빠른 기업이 선점하는 구도로 변화하면서 완성도 높은 상품을 적시에 제공하기 위해 자국 생산을 확대하는 추세이다. 의류는 원산지 표기가 구매결정에 큰 영향을 미치는 품목으로 제품의 품질과 가치를 원산지로 판단하는 패션소비자가 증가하고 있다(Korea Trade-Investment Promotion Agency [KOTRA], 2018). ‘메이드 인 코리아’는 패션산업에서 높은 브랜드파워를 갖게 되어 국내 의류제조업 또한 원산지의 브랜드화를 고려할 필요가 있다. 또한 의류원산지 인증제도에 대한 선행연구를 살펴보면 Ko and Ham(2020)의 미국 섬유-의류 무역구조와 특혜무역협정 운용현황, 섬유-의류 원산지 검증 체계 및 특징을 분석한 연구, Lee(2020)의 섬유-의류 산업에서 이뤄진 한미 FTA 개정 협상과 활용에 관한 섬유-의류분야 사례를 분석한 연구, Jang and Cho(2013)의 아웃도어 스포츠의류 원산지를 제조원산지와 브랜드원산지로 구분하여 소비자에게 정보를 제공한 효과를 분석한 연구 등과 같이 특정 국가의 의류원산지 인증제도의 특징을 분석하거나 특정 복종에 대한 의류원산지 인증이 판매에 미치는 영향에 대한 연구에 비해 여러 국가의 의류 원산지 인증 제도를 심도 있게 분석한 연구가 미비한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 해외에서 운영되는 의류 원산지 인증 제도를 분석함으로써 국내 인증제도의 필요성을 재고하고, 방향성을 제시하는 데에 목적이 있다. 이를 통해 본 연구는 추후 한국에서 생산된 의류에 대한 인증제도 구축시 지역적 특성과 산업 환경에 적합한 인증기준과 운영방식을 계획하기 위한 근거로 활용될 수 있다는데 의의를 두고자 한다.

인증은 기업, 상품, 진행, 서비스, 관리체계가 특정 요구조건에 부합하는가를 평가하여 성문화된 보증을 제공하는 절차이다. 일본과 미국, 이탈리아, 프랑스 등은 의류제품의 자국내 생산을 장려하기 위해 품질에 대한 인증기준을 마련하여 인증 제도를 운영해왔다. 본 연구에서는 해외 주요국가의 의류 원산지 인증제도의 구축과 운영방식을 살펴보기 위해 문헌연구를 통해 의류산업의 구조와 생산유형, 진행하고, 각 운영기관의 홈페이지를 중심으로 사례연구를 하였다. 사례연구의 대상은 일본의 제이∞퀄리티(J∞Quality)와 미국의 메이드 인 뉴욕(Made in New York), 이탈리아의 100% 메

이드 인 이탈리아(100% Made in Italy), 프랑스의 오리진 프랑스 개런티(Origine France Garantie)이며, 각 인증제도의 사업목적과 운영주체, 인증대상, 인증마크, 인증운영방식, 지원정책 등으로 분류하여 분석하였다.

II. 이론적 배경

1. 의류산업의 구조와 생산유형

의류산업은 원료, 원사, 직물, 염색, 가공, 의류패션, 유통 등 다단계로 형성되어있는 산업으로. 제직, 편직하여 직물을 만든 후 염색, 가공하여 원단에 색을 입히거나 기능을 더하고 봉제하여 완제품을 생산하는 산업 전반을 일컫는다. 의류산업은 업스트림(up-stream)의 섬유산업(textile industry), 미들스트림(middle-stream)의 의류 제조업(apparel industry), 다운스트림(down-stream)의 섬유와 의류의 도매, 소매 유통업으로 구분할 수 있다. 의류제조업은 생산 유형에 따라 자사공장에서 생산이 이루어지는 인소싱(insourcing) 생산과 외부 위탁으로 이루어지는 아웃소싱(outsourcing) 생산으로 분류된다(Lee, Lee, & Lee, 2017).

인소싱 생산은 패션업체가 공장과 인력을 보유하여 자사 공장에서 생산이 이루어지는 방식으로, 자체 브랜드 생산(original brand manufacturing)이라고 한다. 자체 생산은 원부자재 공급업체와 의사소통을 원활히 할 수 있고, 공정관리가 수월하여 품질관리와 적기생산에 효율적이며 자사 제품에 일관된 가치를 부여할 수 있다는 장점이 있는 반면, 비수기업에도 생산라인을 지속적으로 가동해야 한다는 재정적 부담과 고용 인력 관리로 인한 재정 손실의 우려가 있다.

주문자 상표 부착 생산(original equipment manufacturing; OEM)은 주문자 위탁 생산 또는 주문자 상표 부착 생산을 지칭하는 약어로, 패션업체가 제조 부분에 비효율이 발생하는 경우 OEM 업체에 디자인 기획과 개발, 유통 부분을 제외한 생산만을 위탁함으로써 생산시설 및 인력 고용 부분의 비용을 절감하는 생산 방식으로 입가공 방식과 CMT(Cut, Make, Trimming) 생산방식으로 나뉜다. 입가공 방식은 철저한 하청 생산으로 기획, 개발된 디자인은 물론 원부자재까지 공급받고 오직 봉제만을 책임지고 제공하는 방식이다. 패션업체의 입장에서는 생산 설비나 인력 면에서 이익이 있고 높은 마진율을 적용할 수 있다는 장점이 있는 반면 품질과 일정관리에 문제가 발생할 수 있다. CMT 생산방식은 패션업체가 원자재만 공급하고, 그 외 자

재는 생산업체가 조달 관리하며 생산하는 방식이다. 패션업체가 하나의 원단을 여러 스타일에 투입하였을 때 브랜드에서 원자재를 일괄 구매하고 스타일별로 생산처에 나눠주거나 한 번에 많은 양의 원부자재를 구매함으로써 원가를 낮출 수 있는 경우 유리한 방식이다. 생산업체가 사용 부자재를 비축하고 있어 생산 리드타임을 단축시키고 비용을 절감할 수 있다는 장점이 있다.

제조업자 개발 생산(Original Design Manufacturing)은 제조업자 개발 생산방식으로, ODM 업체가 자체적으로 디자인을 개발하고 패션업체에 제품을 생산하여 납품하는 방식이다. 국내 패션업계에서는 이러한 ODM 생산방식을 완제품 사입(원사입)이라고 칭하며, 니트, 다운 제품, 가죽, 모피와 같은 아이템을 원사입으로 수급하고 있다. ODM은 자체생산 노하우가 없거나 생산기반이 없는 아이템, 계절성과 트렌디한 기획이 중요한 제품 생산을 위해 생산업체의 전문성을 활용할 수 있다는 측면에서 선호되어 온 생산방식이다 (Korea Research Institute for Vocational Education & Training[KRIVET] & Korean Apparel Industry Association[KAIA], 2016).

2. 의류제조업의 생산방식

의류생산방식은 생산기간과 방법, 생산 작업방식, 생산품종과 생산 규모, 탄력적 생산에 따라 Table 1과 같이 분류할 수 있다(Human Resources Development Service of Korea[HRDK], 2015). 생산기간과 생산방법에 따라서는 계획생산, 주문생산으로 분류할 수 있다. 계획생산은 시즌별 판매량을 예상하여 생산량을 결정하기 때문에 재고가 발생할 소지가 있으며 생산기간이 길거나 원거리 생산일 경우 유리하다. 주문생산은 주문한 양만큼만 생산하는 것을 의미하며 소량생산에 적합하고 생산 소요 시간이 짧은 경우에 가능하다. 이는 제품 규격이 주문 때마다 다를 수 있다. 생산작업 방식에 따라 라인생산, 객공생산으로 분류할 수 있다. 라인생산은 여러 명이 하나의 라인을 이루고 각 부분을 쪼개어 부속품을 만들고 조립하여 완성하는 생산 작업방식. 블록 생산이라고도 하며 생산 속도가 빠른 반면 불량 제품이 발생하면 전체 라인이 멈출 수 있다. 객공 생산은 생산자 각각이 하나의 완제품을 만드는 방식이며 난이도가 높거나 고품질의 제품 생산에 적합하다. 생산 속도가 느려 소량 생산이 가능하며 일체형 생산이라고도 한다. 생산품종과 생산규모에 따라서는 다품종 vs 소품종, 대량생산 vs 소량생산으로 분류할 수 있다. 다품종 생산은 다양한 상품 전개로

소비자 욕구에 맞출 수 있지만 소량생산이 많으며, 소품종은 아이템을 특화시켜 생산하는 방식으로 주로 대량생산을 통해 비용을 절감할 수 있다. 대량생산은 규격화된 제품을 대량으로 생산하며 생산단위당 제조비용 절감, 표준화된 품질을 보장하고, 소량생산은 난이도가 높거나 독특한 디자인의 제품을 생산하기에 유리하다. 탄력적 생산에 따르면 리오더 생산과 QR(quick response) 생산, 분할 생산, 스폿 생산으로 분류할 수 있다. 리오더 생산은 시즌 판매 반응이 좋은 상품을 반복해서 생산하는 방식, 반응 생산이라고도 하며 판매시점을 놓치지 않아야 하는 경우에 사용한다. QR 생산은 정보화 시스템을 이용하여 판매 데이터를 관련업체에 공급함으로써 추가 생산 제품을 신속하게 기획, 생산하는 신속 대응 생산 시스템이며, 수요에 탄력적으로 대응할 수 있다. 분할 생산은 메인 스타일 생산량을 1, 2차례로 나누어 생산하여 업체에서는 차수별 생산이라고도 하며 판매 반응에 따라 사전 기획한 물량을 축소 변경할 수 있다. 스폿 생산은 시장 환경에 따라 순간순간 투입하는 생산 방법으로 정보력과 시스템이 구축되어 있어야 하며, 판매를 향상에 기여한다.

이와 같이 다양한 의류 생산방식으로 구분되며, 패션업체는 생산 기획시 각 생산방식의 장단점을 평가하여 생산할 품목의 특성과 시즌 계획, 생산 전략 등 목적에 따라 가장 효율적인 생산방식 유형을 선택한다.

III. 해외 주요 국가별 의류 원산지 인증제도의 특징

국가, 또는 지역법에 부합하고 다른 인증 프로그램에 의해 규정된 기준을 충족시키는 베이스라인 기준치(baseline standards)를 만족시키거나 이 기준을 초월하는 기업, 상품 등에 대해 로고나 표를 부여한다. 해외에서 의류 제품의 자국 내 생산을 장려하기 위해 인증제도를 만들고 운영해온 사례를 분석한 결과, 각 인증제도의 특징은 다음과 같다.

1. 일본의 의류 원산지 인증제도

일본경제산업성이 2015년부터 일본패션산업협회를 사무국으로 두고 운영한 제이∞퀄리티(J∞quality)는 일본에서 제조된 고부가가치 제품의 시장 창조와 섬유산업 활성화를 목표로 섬유 및 패션업계의 기술력을 결집한 프로젝트이다. 일본에서 제조해 역수출하는 외국계 기업과 수입 부자재를 들여와 봉제만 하는 제품과 차별화하기 위한 전략인 동시에 소비자에게 공정에 대해 안심할 수 있는 상품이라는 의미를 전달하고자 하였다.

Table 1. Classification of Clothing Production Methods

Classification criteria	Production type	Explanation
Production period and production method	Planned production (prediction production)	Inventory may occur because production volume is determined by predicting sales volume by season Advantageous in case of long production period or remote production
	Order production (made to order)	Produce only the quantity ordered. Suitable for small quantity production. Possible if production turnaround time is short Product specifications may differ for each order
Production way of working	Line production	A production work method in which several people form a line and divide each part to make parts and assemble them to complete. Also known as block unit system(BUS) While the production speed is fast, the entire line can stop in the event of a defect
	Customer production (all-in-one production)	How each producer makes one finished product Appropriate for production of difficult or high-quality products Possibility of small quantity production due to slow production speed Also called make-through
Production variety & production scale	Multiple types VS Small types	Multi-product production can meet consumer needs by developing various products, but there are many small-scale production Small items are produced by specializing items, and costs are reduced mainly through mass production
	Mass production VS Small production	Mass production produces standardized products in large quantities Reduction of manufacturing cost per production unit, guaranteeing standardized quality Small-volume production is advantageous for producing products with high difficulty or unique designs
Elastic production	Reorder production	A method of repeatedly producing products with good seasonal sales response, also called reactive production Used when the point of sale must not be missed
	QR (quick response) production	QR (Quick Response Production) system that quickly plans and produces additional products by supplying sales data to related companies using an information system Able to respond flexibly to demand
	Split production	Main style production is divided into 1 or 2 batches, which is also referred to as production by order. Depending on the sales response, the pre-planned volume can be reduced or changed
	Spot production	Production that is put in moment by moment according to the market environment Information power and system must be established, contributing to sales rate improvement

JQUALITY(n.d.)에 따르면 인증대상은 2단계로 구분되며, 1단계 인증대상은 안전, 안심 준수기업과 봉제기업이 해당된다. 일본 법인은 모두 신청가능하며, 방직 및 편직, 염색과 정리 가공, 봉제, 판매 기획 기업이 포함된다. 봉제기업은 안전, 안심 준수 기업 인증과 봉제 기업 인증을 동시에 취득해야 한다. 1단계 인증기업에서 기획, 생산, 판매가 이루어진 상품은 2단계 인증대상이 되는데 제조업자가 기획, 판매하는 상품에 대해 인증신청을 하기 위해서는 기획, 판매의 안전, 안심 준수 기업 인증을 취득해야 한다. 인증 품목은 의류, 양말, 침구류로 구별되며, 인증 마크는 'Japan'의 약자 J와 품질을 의미하는 'Quality'를 무한대가 연결하는 형태로, 골드를 기본 컬러로 사용하였다. 인증운영은 기업인증과 상품인증으로 분류되는데 기업인증 신청은 사업장별, 공장별로 각각 신청해야 한다. 사업장 소재지가 다른 경우 또는 생산 제품 품목, 설비가 다른 경우, 별도의 사업장으로 간주되어 동일한 기업이라도 각각 신청해야 한다. 웹상에서 운영사무국에 인증신청서를 보낸 후 기업 당 10만 엔의 신청료를 납부하면 30일 이내 인증 여부를 판단하여 통지한다. 이후 인증서를 교부하고 기업명, 소재지, 대표자명, 사업 특성, 인증 유효 기간 등 기업에 대한 정보를 공표한다. 상품인증 신청은 웹상에서 상품 이미지를 첨부하여 신청서를 제출하고 신청비를 납부해야 한다. 2단계 신청비는 상품당 1만엔으로 등록비 납부확인 후 30일 이내 인증 여부를 판단하여 상품승인 여부를 통지한다.

Japan Fashion Industry Council[JFIC](2015)을 통해 대표적인 지원정책을 살펴보면, 홈페이지 운영과 팩토리&서치 지원, '제이∞퀄리티' 백선 등이 있다. 홈페이지에는 인증상품의 생산이력과 관련된 정보를 제공하며, 의류 및 양말류는 방직·편직, 염색정리가공, 봉제, 기획·판매업체에 대한 정보를, 침구류는 제직 및 가공, 염색 및 후가공, 이불 및 침구 봉제, 제면(製綿), 이불 제조, 기획·판매업체에 대한 정보를 제공한다. 인증상품의 회사명과 브랜드명, 품목, 판매 시즌, 품번이 명시되어 있으며, 제품의 정교함이나 제조에 대한 열정 등 제조에 대한 생각과 엄선된 특징을 확인할 수 있다. 팩토리&서치는 일본 국내외 의류업체들이 새로운 물건을 생산하는 데 도움이 되는 공급망 구축을 위해 인증기업정보를 데이터베이스화하는 것이다. 운영 사무국으로 기업개요와 브랜드 소개, 해당 시즌 제작할 샘플 매칭 희망 기업을 작성하여 이메일로 제출하고, 선정된 업체는 샘플 한 착장의 제작 지원, 샘플용 소재개발, 교통비 등의 비용을 지원받을 수 있다. 패션월드도쿄기간 동안 샘플을 전시하고 해외 바이어와 매칭을 지원하며, 도쿄 시부야 히카리에 '팩토리&서치'

전시회를 개최하고 미국, 싱가포르, 프랑스 등 해외 전문가를 초빙하여 제품에 대한 평가를 받음으로써 해외 진출을 위한 컨설팅을 제공하였다. '제이∞퀄리티' 백선은 의류, 침구, 양말, 장갑, 모자 등 100개의 우수 상품을 선정해 전시회를 개최하는 것이다. 각 상품 분류의 엔트리 시트에 필요 항목을 입력하고 제품 사진을 첨부하여 운영 사무국에 메일로 신청한다. 최종 선정된 제품은 '제이∞퀄리티' 백선 전시회에 선보이고 공식 웹사이트 및 운영 사무국 페이스북에 소개되고, 매거진에 게재되었다(Shinya, 2016).

2. 미국의 의류 원산지 인증제도

메이드 인 뉴욕(made in New York)은 Made in NY Campus at Bush Terminal(n.d.)에 따르면 2002년부터 마이클 블룸버그(Michael Rubens Bloomberg) 전 뉴욕시장이 취임하면서 시작한 산업 인프라 혁신 프로젝트이다. '메이드 인 뉴욕' 캠페인을 계승하여 세분화한 뒤 패션 부문만을 분리하여 '메이드 인 뉴욕 패션'으로 운영하기 시작했다. 뉴욕시 경제개발공사가 주도하여 패션디자인과 제조, 교육을 강화하기 위한 일련의 프로그램으로 개발해 운영하였다. 뉴욕시 경제개발공사(New York City Economic Development Corporation; NYCEDC)는 뉴욕시에서 지역 개발 사업에 관련하여 자문을 구하던 컨설팅 업체 맥킨지 앤 컴퍼니(McKinsey & Company)의 제안에 따라서 시의 지역경제개발 사업을 맡고 있던 공공개발공사(Public Development Corporation; PDC)와 시정부의 금융 사업을 담당하고 있던 파이낸셜 서비스(Financial Services Corporation; FSC)가 합병되면서 탄생한 비영리 공공기관이다. 인증대상은 뉴욕에서 디자인-제조-마무리 공정의 75%를 진행한 패션 업체로 1인 이상의 정직원을 고용하고 1개 이상의 패션 제품을 생산하는 업체가 해당된다. 2005년 개발된 '메이드 인 뉴욕' 로고의 소유는 뉴욕시이며 인증 승인을 받은 업체는 뉴욕시 경제개발공사와 서브라이센스(sublicense) 협정에 서명하여 사용할 수 있다. 인증절차를 살펴보면 홈페이지를 통해 신청 후 간단한 심사를 거쳐 승인되며 신청 완료 후 1개월 이내에 서류를 제출해야 한다. 이와 같은 절차를 통해 승인받은 업체가 로고를 사용할 경우에는 NYCEDC에 공지해야 하며 인증 기간은 2년으로 재신청할 수 있다.

지원정책을 살펴보면 홍보 지원과 판로개척 지원, 브랜드나 인력 연계 지원으로 분류할 수 있다. 홍보 지원은 '메이드 인 뉴욕 패션' 마크를 사용하여 프로그램 인지도를 확산하는 것으로 디자이너는 지역 생산에 대한 의지와 프로그램

의 목표를 설명하는 역할을 한다. 또한 뉴욕시 패션 산업 성장에 기여한 인물에게 메이드 인 뉴욕 어워드를 수여하며, 2015년에는 패션전문 일간지 WWD가 주최한 의류 & 리테일 CEO 행사(Apparel & Retail CEO Summit)에서 '피어리(Theory)' CEO 앤드류 로젠(Andrew Rosen)에게 첫 어워드를 수여하였다. 메이드 인 뉴욕 캠퍼스 옛 부시 터미널(Made in NY Campus at Bush Terminal, n.d.)에 따르면 판로 개척 지원에서는 뉴욕 마켓 위크 기간 '디자이너스 & 에이전트' 참가를 지원하며 'Made in NY Collective'는 뉴욕 마켓 위크 기간에 열리는 박람회에 지역 디자이너의 참가를 직접적으로 지원하는 것이다. 이는 백화점과 협업하여 7명의 틈디자이너들에게 지역 제조업체를 지원할 수 있도록 뉴욕시에서 아이템을 생산할 것을 요청하여 메이드 인 뉴욕 캡슐 컬렉션을 런칭하였다. 또한 글로벌 온라인 리테일러 '낫 저스트 어 라벨(Not Just A Label)'과 협업하여 뉴욕 월도프 아스토리아(NY Waldorf Astoria)에서 팝업스토어를 운영하면서 뉴욕에서 디자인하고 제작된 1,000개 이상의 패션아이템 컬렉션을 로테이션 방식으로 운영하였다. 2013년부터 CFDA와 NYCEDC간 민관합작으로 600만 달러 투자하여 패션 매뉴팩처링 이니셔티브(FMI)를 운영하기 시작하였다. 이는 지역 제조업 육성 프로그램은 지역의 패션 제조 기업을 지지하고, 도시 패션산업의 포괄적인 경제 성장을 촉진시켰으며, FMI 보조금 지원 프로그램(FMI Grant Program), 박람회 참가기회 제공, 노동력 개발, 유통업체와 브랜드간 협업, 뉴욕시 프로덕션 리소스 데이터베이스 개발을 포함하였다. 2017년부터 FIT, 파슨스(Parsons School of Design), 프랫 인스티튜트(Pratt Institute), 로드아일랜드(Rhode Island School of Design), 아카데미 예술대학(Academy of Art University)을 비롯한 주요 디자인 대학의 뛰어난 졸업생이 CFDA 웹사이트에 디자인을 전시하는 쇼케이스와 연계함으로써 뉴욕시에 기반을 둔 패션 업체와 최고의 인재를 연결하도록 설계되었다.

3. 이탈리아의 의류 원산지 인증제도

이탈리아 중소기업의 산업경쟁력을 높이기 위해 2009년부터 인증제도는 이탈리아 경제개발부(Ministero Dello Sviluppo Economico)와 이탈리아 생산자보호협회(L'Istituto per la Tutela dei Produttori Italiani; 이하 ITPI)의 공동출자(정부 30%, 협회 70%)로 만들어졌으며 이탈리아 생산자보호협회가 인증사업을 운영한다. Certificazione 100% Made in Italy(n.d.)에 따르면 제품 생산시 전통적 작업방식을 준수해

야 한다. 인증 제품에 대한 확인 추적 시스템을 도입하여 인증 진위 여부를 추적할 수 있으며, 해외수출을 지원하는 스카우팅 서비스를 제공한다. 인증을 통해 제조업자들은 품질 향상을 위해 지속적으로 투자하고, 이는 소비자의 신뢰를 상승시켜 판매 및 수출 증대를 가져오는 선순환 구조를 구축하였다. 또한 고품질의 가치를 제품 생산자에게 부여하고 복제품으로부터 생산자의 권리와 제품을 보호하며 이탈리아에서 제조되었음을 확인하고, 제품의 품질을 보증하는 역할을 한다. 인증 대상은 패션뿐만 아니라 음식, 가구, 기계 등 다양한 분야의 제품이 포함되며 디자인과 제조가 100% 이탈리아에서 이루어진 제품, 또는 이탈리아에서 생산된 부품으로 제조해야 한다. 생산자의 독창적인 디자인으로 제조되며, 이탈리아 제조업의 전통을 계승한다는 조건을 충족해야 한다. 인증 절차를 살펴보면 생산자는 인증 신청서에 모든 조건이 충족된다는 점을 기재하고 증빙 자료와 함께 ITPI에 제출한다. 그 다음 현장을 방문하여 인증 요건 확인 및 심사를 거치고 그 다음 달까지 조사관은 인증 승인 여부를 신청업체에 통보하며 승인된 업체는 테크니컬 위원회를 거쳐 이탈리아 제조업체 국가등록부에 등록된다.

Instituto Tulela Produttori Italiani(2016)에 따르면 지원 정책으로는 해외수출을 지원하는 스카우팅 서비스를 통해 100% 메이드 인 이탈리아 인증 기업을 대상으로 해외에서 이탈리아 중소기업의 프로모션 및 판매를 돕는 소싱 서비스를 제공한다. 온라인 사이트에서 인증기업이 진출하고자 하는 해외 시장에 대한 다양한 정보를 제공한다. 해당 국가에서 판매되는 이탈리아 제품 유형, 유통 시스템, 잠재력 등의 정보, 관세 및 운송에 관한 규정, 상품 구입, 쇼룸 등에 대한 지식, 진행 중인 전시나 비즈니스에 대한 정보 등이 포함된다. '100% 메이드 인 이탈리아' 인증을 취득한 기업은 이탈리아 국립 인증원에 등록되며, 홈페이지의 제조 회사 찾기 서비스를 통해 상품 카테고리별 인증업체 정보와 구글 지도상 위치를 파악할 수 있다. 브랜드, 프랜차이즈, 독립 라벨, 아울렛 등 4개의 대분류 아래 스타일(클래식, 캐주얼, 스포츠 등), 상품 카테고리(의류, 액세서리, 화장품, 가구 등), 복종(남성복, 여성복, 아동복 등)에 따라 인증 기업과 상품이 분류된다. 글로벌 유통 업체, 수입 및 소매 업체는 홈페이지에 구축된 데이터베이스를 활용해 고품질의 100% 메이드 인 이탈리아 상품과 기업을 찾을 수 있다.

4. 프랑스의 의류 원산지 인증제도

Origine France Garantie(n.d.)에 따르면 2009년 프랑스 사

르코지 전 대통령 집권 당시 내수경기 활성화 및 내국인 일자리 보호를 위해 생산제품의 원산지를 표기하는 ‘메이드인’ 정책 수립을 발표하였다. 독일, 중국 등 주요 수출국에 글로벌 시장점유율을 잠식당해 자국 산업 피해가 증가하면서 프랑스 산업 보호주의가 대두되었고, 프랑스 국민의 60% 이상이 경제애국주의에 찬성하는 등 자국산 상품을 선호하는 추세가 높아졌다. 또한 1980년대 프랑스 기업들은 값싼 노동력을 찾아 해외 공장으로 눈을 돌리게 되었고, 탈산업화로 나타나기 시작한 실업문제는 2008년 경제위기와 더불어 더욱 가속화되었다. 프랑스 노동인구는 1974년 490만 명에서 2011년에는 절반가량 줄어든 270만 명이 되었고, 높아진 실업률은 프랑스의 가장 큰 사회적인 문제로 대두되었다. 이를 해결하고자 소비자에게 제품 원산지 정보를 제공하고 프랑스산 제품 수출 촉진을 목적으로 인증 제도를 마련하였다. 프로 프랑스 협회(L’association Pro France)는 2010년 5월에 설립된 이후 기업과 제품의 프랑스 원산지에 대한 인증 캠페인을 실시하고 프랑스산 제품과 생산 회사를 보호, 홍보해왔다. 프로 프랑스 협회는 기업, 소유주, 전문 단체 대표, 협회 지도자, 소비자 모두가 지원해서 가입할 수 있으며 사업과 프로젝트 수행을 위한 수많은 파트너사의 지원을 받았다.

Infos pratiques-Paris 2023(n.d.)에 따르면 인증 대상은 소비재 관련 모든 분야로, 패션은 의류, 섬유, 액세서리 카테고리 분류된다. 제품의 주요 구성 요소가 프랑스에서 생산되고, 제품 단가의 50~100%가 프랑스에서 생산되어야 하는 기준을 모두 충족해야 한다. 인증 절차를 살펴보면 초기 인증서 발급 후 현장 검사를 거쳐 6개월 이내 인증여부 결정된다. 1단계는 기업의 일반적인 정보인 회사명, 회사 라벨, 인증 요청서, 인증 관련 제품의 연간 생산량과 매출액 등을 작성한다. 또한 생산 공정의 모든 단계가 명시된 도표, 신청 기업의 웹사이트, 아웃소싱 등 마지막 단계가 기업의 책임 하에 실행되는지의 여부를 포함한 구체적인 정보를 제공한다. 인증을 신청한 제품이 앞서 명시한 작업 단계를 따르는지 확인하기 위해 이력 추적 시스템을 만들고, 부품 구매 주문서, 생산 주문서 등 추적 가능한 증거를 제출한다. 신청 제품 관련 라벨이나 아웃소싱 업체 표기를 제품 또는 관련 사이트에 명시하고 사본을 첨부해 기존 품질에 대한 일반적인 정보를 작성한다. 2단계는 운영자의 서류 감사 단계로, 인증 운영자는 신청 기업의 신청서 파일을 수령한 후 인증 기준이 정당하다는 것을 보증하기 위한 감사를 실행한다. 생산 프로세스 단계의 일관성, 제품의 부가가치에 대한 각 단계의 기여도 결정 방법, 이력 추적과 자체 모니터링

시스템의 올바른 적용 등을 검토해 자격 여부를 판단한 후 감사 보고서를 제출한다. 3단계는 초기 인증서 발급 단계로, 표준 준수 통지를 받은 신청 기업이 상표 사용 권한 및 대상 제품에 따라 인증을 사용하도록 승인한 번호가 매겨진 최초 인증서를 발행한다. 최초 인증서는 인증 신청자에게 발행되며 유효기간은 6개월로, 현장에서의 확인 감사와 후속 감사를 진행한다. 4단계는 인증 확인 감사 단계로, 인증 운영단이 현장 방문을 통해 확인하는 단계로 1개월 이내에 불일치 사항 정보, 실행 조치의 준수 여부, 인증 사용 권한의 유지 관리 등에 대한 감사가 진행된다. 5단계는 인증서 발급 단계로, 인증기관은 감사 보고서와 함께 신청 서류에 대한 기술적 검토를 제출한 후 인증 결정을 내린다. 6단계는 규정 준수 모니터링 감사로, 연례 감사로 인증 유지 관리에 대한 2회의 후속감사가 진행된다. 7단계는 인증 범위 수정 및 확장 단계로, 신청 기업은 신제품, 기술 변경, 제조된 제품 수의 변화, 인증 보유자나 아웃소싱 현장의 계약 변경 등 인증의 조건이나 생산 과정이 변경될 때 인증서를 수정해 사용 권한을 연장할 수 있다.

Les Boutiques ViVe la France(n.d.)에 따르면 대표적인 지원 정책은 유통에 관련된 것으로 이는 ‘오리진 프랑스 개런티’ 제품을 홍보하기 위한 목적으로 2018년부터 비브 라 프랑스 팝업 매장을 운영하였다. 또한 2011년부터 자국 산업 보호와 해외로 진출한 자국 기업들의 리쇼어링 유도, 외국 상품과의 경쟁에서 자유로워지려는 목적으로 ‘살롱 드 메이드 인 프랑스(Le Salon de Made in France)’에 참가하였다. 의류 및 액세서리, 인테리어 용품, 가구류, 가공식품 및 건강보조식품, IT 제품, 어린이 용품 등이 포함되며 프랑스에서 제작된 제품만 참여 가능. 제품 제조와 관련된 원재료, 성분의 출처, 제품 제조의 주요 단계, 외주 업체 사용 여부 등을 작성해 전시회 신청서를 제출한다. ‘오리진 프랑스 개런티’ 라벨이 붙은 업체의 경우 박람회 측의 직권으로 참여가 인정된다. 박람회를 찾는 바이어들의 대부분이 외국 기업들로 수출 진흥 효과를 거두었으며, 프랑스 기업들과 소비자들을 연결해주는 역할을 하였다.

IV. 해외 의류 원산지 인증제도의 인증 기준 특징

각 인증제도를 분석한 결과, 인증 대상과 목적에 따라 인증의 기준을 선정하여 운영하고 있으며 인증 기준은 원산지, 품질, 작업환경, 기업에 대한 평가로 구분되었다. 원산지와 관련된 인증 기준에는 해당 지역에서의 생산공정률, 생산공정/스트림별 생산지와 관련된 항목이 있다. 생산공정률의 정

도와 범위는 인증제도의 성격에 따라 차이를 보이는데 해당 요건을 충족시키는지의 여부를 판단하는 정량 평가에 해당하는 인증 기준으로 패션업체와 봉제업체 모두 해당되는 기준이다. 가장 엄격한 기준을 적용한 인증제도는 '제이∞퀄리티', '100% 메이드인 이탈리아'이며 해당 국가에서 100% 생산되는 제품에 한해 인증을 부여함으로써 일반 원산지 표기 제품과 차별화하고 높은 품질을 가진다는 측면을 강조한다. 프랑스와 뉴욕은 인증을 받기 위한 최소한의 지역 내 생산공정률을 정하여 평가한다. '메이드 인 뉴욕' 인증을 받기 위해서는 디자인, 후가공, 장식, 생산의 75% 이상을 뉴욕시에서 수행해야 한다. '오리진 프랑스 개런티'는 제품 단가의 50% 이상이 프랑스에서 발생해야 한다. 생산공장·스트림별 생산지는 해당 요건을 충족시키는지의 여부를 판단하는 정량평가에 해당하는 인증 기준으로 패션업체에 해당되는 기준이다. 디자인 및 기획, 소재, 부자재, 봉제, 마무리 등 지역에서의 생산여부를 인증 기준으로 제시한다. 디자인 및 기획, 소재, 부자재, 봉제 등 생산공장·스트림별 지역에서의 생산여부에 대한 인증 조건은 인증제도에 따라 차이를 보인다. '제이∞퀄리티'와 '100% 메이드 인 이탈리아'는 각 단계별로 지역 내 생산을 인증 조건으로 제시한다. '제이∞퀄리티'는 2단계 인증 기준은 방직 및 편직, 염색 및 정리가공, 봉제 등 3단계 생산공정과 판매 기획 단계에 해당하는 업체가 모두 1단계 인증 받은 기업이어야 한다. '100% 메이드 인 이탈리아'는 회사의 자체 프로젝트와 디자인을 기반으로 하고, 이탈리아 부품만을 사용하고, 이탈리아에서 전체가 제조되고, 작업 추적이 가능해야 한다. '오리진 프랑스 개런티'는 일부 공정에 한해 지역 내 생산을 인증 조건으로 제시한다. '오리진 프랑스 개런티'는 제품의 주요 구성요소가 프랑스에서 생산되어야 한다. 생산공장·스트림별 생산지를 인증 기준으로 적용하는 경우, 생산공정을 추적할 수 있다는 장점을 지닌다. '제이∞퀄리티' 2단계 인증상품의 생산업체는 홈페이지를 통해 1단계 생산업체 추적이 가능하며 '100% 메이드 인 이탈리아' 인증 제품은 홈페이지를 통해 제품에 대한 확인 추적이 가능하다.

품질과 관련된 인증 기준에는 제조기술과 디자인에 대한 항목이 사용된다. 소재, 마무리, 제조방식 항목 등에 대한 평가를 통해 제조기술의 품질을 인증 기준에 적용하며 제조기술의 품질은 해당 요건에 대한 정성평가에 해당하는 인증 기준으로, 항목에 따라 패션업체 또는 봉제업체가 해당된다. 제조기술의 품질을 평가하기 위한 인증 기준 항목으로 제조에 대한 인식, 마무리의 정교함, 제조기술 등이 적용된다. '제이∞퀄리티' 2단계 상품인증'을 살펴보면 제조에 대한 열

정을 평가하기 위해 기획과 상품에 반영된 상품 개발 과정에서의 노력, 제품에 대한 생각과 소비자에게 어필하는 요소, 제조방법과 시설의 특수성의 항목을 평가하여 기준을 넘은 상품을 인증한다. 마무리의 정교함을 평가하기 위해 소재·염색·봉제·설계·디자인 등 생산 공정별 마무리의 정교함을 평가하여 기준을 넘은 상품을 인증한다. '100% 메이드 인 이탈리아'는 인증제도 중 유일하게 소재 품질에 관한 요건을 인증 기준에 포함시키고 있으며, 생산방식의 경우에도 전통적 작업방식 준수 여부에 초점을 맞추어 평가한다. 인증을 받기 위해서는 최상급의 천연소재나 천연 원료를 사용하고, 원재료에 대한 완벽한 추적이 가능해야 한다. 인증을 받기 위해서는 업체의 특수한 제작방법, 또는 전통적 제작 기술을 사용해야 한다. 디자인에 대한 평가는 심미성과 같이 주관적인 가치 평가에 해당하는 항목들이 적용된다. '제이∞퀄리티' 2단계 상품인증'을 살펴보면 일본특유의 가치와 같은 독창성에 대한 항목이 디자인의 인증 기준 항목으로 사용되었다. 상품의 정교함을 평가하기 위해 디자인, 일본 제품 특유의 부가가치성, 신규성·독창성·보편성에 대해 종합적으로 평가하여 기준을 넘은 상품을 인증한다.

작업환경과 관련된 인증 기준은 안전·안심·위생준수, 생산설비, 품질관리 등이 인증 기준으로 적용된다. 증빙 서류로 확인 가능한 인증 기준을 제외하면, 작업환경과 관련된 인증 기준에 대한 평가는 현장을 직접 방문하여 현장 실사의 형태로 이루어진다. 안전, 안심, 위생 준수는 안전 준수 여부에 따라 신청기업에 인증을 부여한다. '제이∞퀄리티' 1단계 기업인증에서는 유해 물질을 함유하는 가정용품 규제에 관한 법률 및 화학물질의 심사 및 제조 규제에 관한 법률을 준수해야 한다. 또한 소비자에게 신뢰받는 기업 운영을 위해 노동기준법이나 노동 안전 위생법 등의 법령 준수, 이웃과 소비자에게 신뢰받는 기업관리 및 운영하기 위해 청소에 관한 법률 및 소음 규제법(방직·편직 기업), 수질 오염 방지법(염색·정리 가공), 청소에 관한 법령(봉제) 준수, 기획·판매 기업은 가정용품 품질표시법이나 부당표시법의 법령을 준수하고, 소비자 불만사항 접수창구를 운영해야 한다. '메이드 인 뉴욕'은 사고 당 100만 달러 이상, 누적 2,000만 달러 이상의 보험 가입을 인증을 받기 위한 조건으로 명시되어 있다. 위생 준수 여부에 따라 신청기업에 인증 부여: 봉제업체는 5S(정리, 정돈, 청소, 청결, 예의범절)을 지키는 업체에 인증 부여('제이∞퀄리티' 1단계 기업인증). '100% 메이드 인 이탈리아'는 근로·보건·안전의 준수(노동법을 준수하고, 위생·보건·안전에 따라 작업)를 인증기준으로 명시하였다. 생산설비는 제품 품질에 영향을 미치는 설비가 갖추어져 있는

Table 2. Certification Standard Items of the Global Certification System

Certification standard		Evaluation items
Corporate materials	Location	Location of corporate business
		Factory location
Origin evaluation	Production rate	100% local production
		Perform more than 00% of design, post-processing, decoration, and production locally
		More than 00% of production cost occurs in the region
	Material	More than 00% of product unit price occurs in the region
		Textile
		Knitting
Subsidiary	Dyeing and processing	
	Subsidiary	
Plush	Plush	
	Quality evaluation	Representative's perception of manufacturing
Passion for manufacturing(efforts in product development reflected in planning and products)		
Manufacturing technology		Characteristics of manufacturing methods and facilities
		Technical excellence, such as the use of advanced techniques
		Qualitative excellence of possessed technology
Perfection	Using traditional crafting techniques	
	Sophistication of finishing (finishing sophistication by production process)	
Work environment	Safety	Excellence in product perfection and quality
		Act on the regulation of household products containing hazardous substances
	Relief	Act on the regulation of examination and manufacturing of chemical substances
		Labor Standards Act and Occupational Safety and Health Act for the management and operation of companies trusted by consumers
		To manage and operate a company that is trusted by neighbors and consumers, the Act on Cleaning and the Noise Control Act
		How to prevent water pollution
		Compliance with the household goods quality labeling act and the unfair labeling act
		Operation of customer complaint reception desk
	Hygiene	Arrangement, order, cleaning, cleanliness, etiquette compliance
		Workplace hygiene environment

Table 2. Continued

Certification standard	Evaluation items	
Quality	Production line	Production facility status
		Equipped with facilities or devices that affect product quality
	Quality management	Material and product management (properly managed to prevent stains, wrinkles, and scratches)
		Cutting and sewing (the instructions for cutting and sewing are performed accurately)
		Cutting and sewing (equipment management and product handling are ensured to prevent stains, wrinkles, and scarring)
	Inspection (Interim and final inspections are conducted based on certain standards)	
	Equipped with inventory management system	
Dangerous materials management	In order to determine whether or not to manage dangerous substances, management techniques are in place to prevent foreign substances such as needles from being mixed	
Enterprise evaluation	Corporate competency	Sales growth rate
		Employment growth rate
		Financial capability
		Organizational system
		Global possibility
	External certification and intellectual property rights	Possession of external certification/intellectual property rights/awards
	Corporate posture	Corporate vision
	Understanding of business and willingness to participate	

기업에 한해 인증을 부여하는 것으로 '제이∞퀄리티' 1단계에서 봉제 기업의 경우 제품 품질에 영향을 미치는 설비나 기기 등의 작업 환경이 갖추어져 있어야 한다. 품질관리 측면에서 재료·제품관리, 재단 봉제, 검품과정에서의 품질관리와 위험물 관리가 확실하게 이루어지고 있는 기업에 인증 부여한다. 재료, 제품관리 여부를 판단하기 위해 제품의 얼룩, 주름, 상처 발생을 방지하기 위한 적절한 관리가 되고 있는가, 재단 봉제의 지시가 정확하게 이루어지고 있는가, 제품의 얼룩, 주름, 상처 발생을 방지하기 위해 장비 관리 및 제품 취급이 확실하게 이루어지고 있는지, 중간 검사, 최종 검사를 일정한 기준에 근거하여 확실하게 실시하고 있는

지, 위험물 관리 여부를 판단하기 위해 바늘 등 이물 혼입을 방지하기 위한 관리 기법이 정비되어 있는가에 대해 평가한다.

기업과 관련된 인증 기준은 기업 역량, 시장성, 외부 인증 및 지식재산권 보유, 기업의 비전과 사업 참여의지로 평가된다. 기업 역량은 매출실적, 고용실적, 재무역량, 조직체계, 글로벌 가능성의 항목으로 평가하는데 매출실적은 연매출액, 매출 성장률, 직전년도 매출규모 등으로 평가한다. 절대적인 매출 규모에 의한 평가보다는 전년 대비 매출액 성장률, 3개년 평균 성장률 등 매출 성장률에 중점을 두고 평가하며 기업 규모에 따라 매출 규모에 큰 차이가 있으므로, 대기업/

중소기업/소상공인 등 기업의 규모에 따라 최대 점수를 받을 수 있는 매출액 기준을 상이하게 정하여 평가점수에 반영한다. 종사자수, 고용 상승률 등으로 고용실적을 평가하는데 절대적인 고용규모에 의한 평가보다는 고용인력 증가율, 최근 3년 평균 고용상승률 등 고용 상승률에 중점을 두고 평가한다. 부채비율과 유동비율 등으로 재무역량을 평가하며 시장성은 가격경쟁력, 유통입점 현황 항목을 통해 평가한다. 외부인증이나 지식재산권을 보유하고, 수상실적이 있는 경우 이를 평가점수에 반영한다. 기업의 비전과 사업 참여도에 대한 평가는 기업의 로드맵이나 생산철학 등 인증신청자가 생각하는 기업의 비전에 대해 정성 평가를 실시하며 기업맞춤형 인력양성사업 등 다른 지원 사업에 참여한 기업에게 점수를 부여한다. 또한 해당 사업을 신청한 이유, 활용계획 등에 대한 신청자와의 질의응답을 토대로 인증사업에의 참여 의지를 평가한다. 세부 인증기준 항목은 아래 Table 2와 같다.

V. 결론

해외의 의류 인증제도를 분석한 결과, 인증 기준은 목적에 따라 크게 원산지, 품질, 작업환경, 기업에 대한 평가로 분류되며 각 요소에 대한 인증제도의 특징은 다음과 같다.

첫째, 원산지와 관련된 인증 기준은 해당 지역에서의 생산공정률, 생산공정/스트림별 생산지와 관련된 항목이 있다. 지역 내 생산공정률을 가장 엄격하게 적용한 인증제도는 ‘제이∞퀄리티’와 ‘100% 메이드인 이탈리아’로 100% 해당 국가에서 생산되는 제품에 한해 인증을 부여함으로써 차별화하였다. 생산공정·스트림별 생산지는 해당 요건을 충족시키는지의 여부를 판단하는 정량평가에 해당하는 인증 기준으로 패션업체에 해당되는 기준이다. 디자인 및 기획, 소재, 부자재, 봉제, 마무리 등 생산공정·스트림별로 지역에서의 생산여부를 인증 기준으로 제시한다. 디자인 및 기획, 소재, 부자재, 봉제 등 생산공정·스트림별 지역에서의 생산여부에 대한 인증 조건은 인증제도에 따라 차이를 보인다.

둘째, 품질과 관련된 인증 기준에는 제조기술과 디자인에 대한 항목이 사용되며, 소재, 마무리, 제조방식 항목 등에 대한 평가를 통해 제조기술의 품질을 인증 기준에 적용한다. ‘제이∞퀄리티’는 상품 기획과 개발 과정에서의 노력, 소비자에게 어필하는 요소, 제조방법과 시설의 특수성의 항목을 통해 제조에 대한 열정을 평가함으로써 상품을 인증한다. 마무리의 정교함을 소재·염색·봉제·설계·디자인 등 생산 공정별 마무리의 정교함을 평가하여 상품을 인증한다. ‘100% 메

이드 인 이탈리아’는 소재 품질에 관한 요건을 기준에 포함시키며, 최상급의 천연소재나 천연 원료를 사용해야 한다. 또한 원재료에 대한 완벽한 추적이 가능해야 하고 업체의 특수한 제작방법이나 전통적 제작 기술을 사용해야 한다. 디자인과 관련된 인증 기준에는 심미성과 같이 주관적인 가치 평가에 해당하는 항목이 적용되며 지역의 가치가 담긴 우수 문화상품으로 지정하는 인증제도이다. 이는 상품의 정교함에 대한 평가와 연계되는데 디자인과 부가가치성, 신규성, 독창성, 보편성에 대해 종합적으로 평가한다.

셋째, 작업환경과 관련된 인증 기준은 안전·안심·위생준수, 생산설비, 품질관리 등이 적용되며 증빙 서류로 확인 가능한 기준 외에는 현장을 직접 방문하여 심사한다. ‘제이∞퀄리티’는 유해 물질을 함유하는 가정용품 규제에 관한 법률 및 화학물질의 심사 및 제조 규제, 노동기준법, 노동 안전 위생법, 소음, 수질 오염 방지법, 청소에 관한 법령, 가정용품 품질표시법이나 부당표시법의 법령 등을 준수해야 한다. ‘메이드 인 뉴욕’은 사고당 100만 달러 이상, 누적 2,000만 달러 이상의 보험 가입을, ‘100% 메이드 인 이탈리아’는 근로·보건·안전의 준수를 인증기준으로 명시하였다. 생산설비에 대한 기준은 제품 품질에 영향을 미치는 설비나 기기 등의 작업 환경이 갖추어져 있어야 한다. 품질관리 측면에서 ‘제이∞퀄리티’는 재료·제품관리, 재단 봉제, 검품과정에서의 품질관리와 위험물 관리가 확실하게 이루어지고 있는 기업에 인증 부여한다.

넷째, 기업과 관련된 인증 기준은 기업 역량, 시장성, 외부 인증 및 지식재산권 보유, 기업의 비전과 사업 참여도로 평가된다. 기업 역량은 매출실적, 고용실적, 재무역량, 조직체계, 글로벌 가능성의 항목으로, 시장성은 가격경쟁력, 유통입점 현황으로 평가한다. 외부인증 및 지식재산권을 보유하고, 수상실적이 있는 경우 평가점수에 반영하며 기업의 비전과 사업 참여도에 대한 평가는 기업의 로드맵이나 생산철학 등 인증신청자가 생각하는 기업의 비전에 대해 정성 평가를 실시하며 다른 지원 사업에 참여한 기업에게 점수를 부여한다.

이처럼 인증제도는 각 국가의 산업 환경과 인증 대상, 목적에 따라 기준을 선정하여 운영하고 있음을 알 수 있다. 따라서 국내 의류 인증제도를 설계할 때에는 의류제조업의 현황과 산업 환경을 고려하여 실현 가능한 추진 계획을 수립해야 하며 이는 국내 의류제조업의 지속적 성장에 위한 동력이 되고 글로벌 패션소비자의 신뢰를 높일 수 있는 기회가 될 것이다.

References

- Certificazione 100% made in Italy*. (n.d.). madeinitaly.org. Retrieved October 19, 2018, from <https://madeinitaly.org/certificazione-made-in-italy.php>
- Human Resources Development Service of Korea[HRDSK]. (2015). *National Competency Standards[NCS]*. Retrieved August 10, 2018, from <https://www.ncs.go.kr/unity/hth01/hth0101/selectNcsModuleReport.do>
- Infos pratiques-Paris 2023*. (n.d.). Mifexpo. Retrieved July 26, 2023, from <https://www.mifexpo.fr/infos-pratiques-paris/>
- Istituto Tulela Produttori Italiani*. (2016, July 6). 100% Made in Italy. Retrieved August 15, 2018, from https://madeinitalycert.it/disciplinare_it.php#top
- J∞QUALITY. (n.d.). Retrieved August 13, 2018, from <https://jquality.jp/business/application/>
- Jang, J. I., & Cho, S. H. (2013). The effect analysis of country of origin in outdoor sportswear. *Journal of Sport and Leisure Studies*, 52, 361-372. doi: 10.51979/KSSLS.2013.05.52.361
- Japan Fashion Industry Council[JFIC]. (2015, January). J∞ QUALITY. Retrieved October 16, 2018, from <https://jquality.jp/shared/pdf/JQ-kiyaku.pdf>
- Ko, J. K., & Ham, Y. J. (2020). A study on countermeasures for origin verification of textile and apparel in the U.S. *Journal of Korea International Commercial Review*, 35(2), 65-89. doi: 10.18104/kaic.2020.35.2.65
- Korea Trade-Investment Promotion Agency [KOTRA]. (2018). *ASEAN regional marketing index survey*. Seoul: KOTRA.
- Korea Research Institute for Vocational Education & Training[KRIVET] & Korean Apparel Industry Association[KAIA]. (2016). *Human resources development indicators in Korea 2016*. Seoul: KRIVET.
- Lee, J. S. (2020). A case study on textile and apparel sector on the revision and utilization of KORUS FTA. *The Journal of Korea Research Society for Customs*, 21(1), 135-156.
- Lee, S. M., Lee, Y. K., & Lee, H. H. (2017). *2016 Domestic and international fashion distribution structure and fact-finding survey*. Retrieved August 10, 2018, from https://policy.nl.go.kr/search/searchDetail.do?rec_key=SH1_UMO20180727141&kwd=
- Les Boutiques ViVe la France*. (n.d.). Retrieved August 15, 2018, from <https://www.lesboutiques-vivelafrance.fr/index.html#concept>
- Made in NY Campus at Bush Terminal*. (n.d.). Retrieved August 13, 2023, from <https://edc.nyc/leasing-opportunities/made-in-ny-campus-bush-terminal>
- Origine France Garantie. (n.d.). Retrieved October 22, 2018, from <https://www.originefrancegarantie.fr/se-faire-certifier>
- Shinya, M. (2016, April 22). "J∞QUALITY" Exhibition-standardised brand to prove all-made-in-Japan products. *Rakuten Fashion Week Tokyo*. Retrieved August 10, 2018, from https://rakutenfashionweektokyo.com/en/topics/interview/j_quality/

Received (June 11, 2023)

Revised (July 6, 2023)

Accepted (July 16, 2023)