

2022 스위스 진출전략

시장 평가 및 주요 이슈 · 비즈니스 환경 분석 · 진출전략

목 차

2022 스위스 진출전략

C o n t e n t s

I. 시장평가 및 주요이슈	2
1. 개요	2
가. 시장전망	2
나. 주요 경제지표	2
2. '22년 주요 이슈 및 전망	3
가. EU-스위스 통상이슈	3
나. 불공정 지역차단 규제법 도입	4
다. ESG 보고 및 실사 의무화	5
II. 비즈니스 환경 분석	8
1. 정치/경제/산업/정책 환경	8
가. 정치 환경	8
나. 경제 환경	9
다. 산업 환경	9
라. 정책·규제 환경	11
2. 시장분석	12
가. 시장특성 및 전략적 가치	12
나. 수출입	13
다. 투자	15
라. 공공조달	17
3. 한국과의 경제교류 및 주요 경험의제	18
가. 교역	18
나. 투자	21
다. 주요 경제협력 의제	22
III. 진출전략	24
1. SWOT 분석 및 전략도출	24
2. 주요 이슈·산업별 진출전략	25
3. 한-스위스 경험을 통한 진출전략	29
첨부 1. 수출유망품목(상품)	33
첨부 2. 수출유망품목(서비스)	35
첨부 3. '22년도 KOTRA 주요사업 (잠정)	36
첨부 4. '22년도 주요 정치경제 일정 및 유망전시회 캘린더	36
첨부 5. [한국무역보험공사] 무역보험 인수방침	37



I. 시장 평가 및 주요이슈



I 시장 평가 및 주요이슈

1. 개요

가. 시장전망

■ 완전한 회복세 진입, '22년 계속 상승세 전망

- Credit Suisse, 스위스 경제성장률 '21년 3.5%, '22년 2.5% 전망
 - '20년 예년 대비 경제활동은 -10% 미만으로 둔화되었으나, '21년 3분기 코로나19 이전 수준으로 회복 * 자료: 스위스연방경제사무국(SECO)
 - 경제회복은 △스위스 내 사망자 및 중환자 감소로 인한 연방정부의 규제 완화, 그에 따른 민간소비 촉진, △중국, 미국과 같은 주요 파트너국의 경기 회복에 기인
- 단, 회복세는 산업별로 불균형
 - 제조업은 제약산업('19년 4분기 대비 약 10% 증가) 필두로 회복세가 두드러진 반면, 관광업('19년 4분기 대비 약 -60% 감소) 과 같은 대면서비스가 불가피한 일부 서비스업은 여전히 침체

나. 주요 경제지표

주요 지표	단위	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년
인구	백만 명	8.3	8.4	8.5	8.5	8.6	8.7	8.7
명목 GDP	십억 달러	695.4	704.8	736.1	732.5	751.9	810.8	862.8
1인당 명목GDP	달러	68,461	69,852	73,069	74,764	73,246	78,112	82,048
실질성장률	%	1.6	1.7	1.9	1.2	-2.5	3.7	3
실업률	%	3.3	3.1	2.5	2.3	3.1	3.1	3
소비자물가상승률	%	-0.4	0.5	0.9	0.4	-0.7	0.4	0.6
재정수지(GDP대비)	%	0.2	1.1	1.3	1.3	-2.8	-2.1	-0.3
총수출	백만 달러	302,241	299,070	309,862	313,746	314,009	N/A	N/A
(對韓 수출)	"	2,944	3,298	3,592	3,679	2,830	N/A	N/A
총수입	"	270,349	263,986	275,500	276,403	290,222	N/A	N/A
(對韓 수입)	"	844	746	805	869	1,094	N/A	N/A
무역수지	백만 달러	31,892	35,084	34,362	37,343	23,787	N/A	N/A
경상수지	"	62,603	50,769	49,072	49,129	28,498	58,473	64,860
환율(연평균)	현자국/US\$	0.99	0.98	0.98	0.99	0.94	N/A	N/A
해외직접투자	억 달러	864.68	-339.69	-339.69	300.96	605.70	N/A	N/A
외국인직접투자	억 달러	595.16	383.52	383.52	1,056.28	-520.28	N/A	N/A

주: 2021년은 추정치, 2022년은 전망치 기입
 자료: IMF

2. '22년 주요 이슈 및 전망

- ▶ 스위스-EU 제도적기본협정 협상 초안 결렬로 인해 교역 제재 움직임
- ▶ 불공정 지역차단 및 가격 차별 규제법으로 가격 경쟁 치열, 가격 정책의 중요성 증대
- ▶ ESG 보고 및 실사 의무화로 ESG 요구수준 강화

가. EU-스위스 통상이슈

■ 스위스-EU 제도적기본협정 협상 초안 결렬에 따른 상호인정협정 미인정

- 1992년, 국민투표 부결로 스위스 최종적으로 유럽연합 가입에서 제외되었으나, 스위스와 EU는 양자간 20여개의 큰 양자협정, 작은 범위에서는 100여개의 협정을 맺으며 긴밀한 관계 유지
 - * EU시장은 스위스 총수입의 69%, 총수출의 51%를 차지하는 중요시장
 - 대표적인 협정으로 상호인정협정(MRA: Mutual Agreement)이 있으며, 기계류, 건설기자재 등 20개 품목에 대해 한 시장에서 이미 인증을 받은 제품은 별도의 추가 인증 및 등록 절차 없이 다른 시장 내에서도 유통이 가능하다는 내용
- 제도적기본협정(InstA: Institutional Agreement)은, 이러한 크고 작은 협정을 재조정하기 위한 협상을 뜻하며, 핵심 내용은 '단일 시장 접근성에 대한 쌍방 합의'
 - 2014년부터 논의되었으며 내용은 2018년 12월 공개
 - 스위스연방평의회, 양 측간 상당한 이견이 있어 초안 결렬됐음을 발표
- 그 결과, EU 의료기기 품질과 안전성을 높이기 위한 의료기기 규정 개정* 이후 의료기기 분야에 대한 상호인정협정 미인정
 - * (기존) MDD(Medical Device Directives)/AIMDD(Active Implantable Medical Device Directive) → (변경) MDR(Medical Devices Regulation), 기존 'Directive(지침)'이 'Regulation(규정·규제)'로 변경되며 법규성을 지니게 돼 더 엄격한 수준으로 개정되었음을 알 수 있음
 - 스위스, 의료기기 상호인정협정 업데이트 지연에 따른 안정성 문제 방지하기 위하여 자체 의료기기 규정 MedDO 개정
 - 기존 CE인증 획득 제품 또한 스위스의료당국인 Swissmedic에서 지정한 인증대행기관(SAR: Swiss Authorised Representative)을 거쳐야 스위스 시장 진입 가능
 - 인증대행기관은 등록 대행과 더불어 제품 결함 발생 시 제조사와 공동 책임을 지게 되어 요구절차가 까다로움

- 기존 스위스 수출 국내기업에 애로사항이자 진출희망기업에 진입장벽으로 작용
 - 대다수 국내기업, 스위스 내수시장의 규모적 한계와 인증권위의 문제로 먼저 CE인증을 획득하여 EU시장 진입 이후 스위스 시장 추후 진입하는 형태로 진출하였으나 규정 개정으로 CE인증 획득하여 스위스 시장 내 유통하던 기업 또한 재등록 필요
 - 스위스 의료기기 시장 신규진입 희망하는 국내기업의 경우, 안전성 보장의 문제로 인증대행 기관에서 거절하는 경우 많아 거래선 발굴 애로
- 교역시장으로서 EU의 중요성 높아 재협상 불가피, 면밀한 모니터링 필요
 - 상호인정협정 업데이트에 대한 업계 목소리 높고, 스위스 연방정부 재협상에 대한 의지 밝힌 만큼 개정될 것이라는 전망 우세
 - 제도적기본협정이 최종 결렬될 경우, 향후 타 품목에도 영향을 미칠 수 있는 만큼 동향을 주기적으로 살펴 진입시기 결정 필요
 - * (참고) 상호인정협정은 의료기기 외에도 기계류, 건설기자재 등 20개 품목에 해당되는 내용이나, 이번 상호인정협정 결렬은 개정된 규정인 '의료기기'에 한정 (스위스 연방경제사무국 발표)

나. 불공정 지역차단 규제법 도입

- 2022년 1월 1일부로 스위스 불공정경쟁법 3a조 발효, 원격상거래에서 스위스 고객에 대한 불공정 지역차단* 및 가격 차별 관행 금지
 - * 지역차단(지오블로킹, Geoblocking): 유통망에서 타국 사이트에서 더 싼 제품이나 서비스를 구매하는 것을 막는 관행
 - 스위스 내 동일한 상품과 서비스에 대한 가격이 인근국에 비해 지나치게 높은 수준임에 문제점을 인식, 2017년 국민 발안으로 '공정 가격 발안(Fair Price Initiative)' 제시
 - 스위스 연방 의회, 국민 발안에 대응하여 스위스 카르텔법과 스위스 불공정경쟁법 개정, 원격상거래에서 정당한 사유 없이 △가격이나 지불수단 차별 금지, △온라인 포털 접근 차단 금지, △소비자 동의 없이 최초 사이트와 다른 사이트로 연결 금지
 - * 예외: 금융서비스, 헬스케어 서비스, 도박, 복권, 개인보안, 스트리밍 서비스 등
 - 단, 높은 배송료와 관세로 인한 경우, 스위스 고객에 상품 또는 서비스 제공으로 인해 제3자의 지적 재산권 또는 기타 권리가 침해될 가능성이 있는 경우, 스위스 규제와 충돌되는 경우에 가격 차별 및 지역차단 정당화
- 높은 구매력을 지닌 스위스 소비자층의 특성을 공략, 불공정 지역차단 만연
 - 같은 상품을 스위스 사이트에만 2~3배의 가격으로 판매, 스위스 소재 소비자는 타국가 도메인 사이트로 접근 불가, 스위스 소비자 대상의 사이트(.ch)로 연동(Rerouting)
 - 접근 가능한 경우 관세, 배송비 추가 지불 의향에도 불구하고 결제 불가 빈번
 - * 예시: 독일어권 최대 온라인 패션몰 Zalando, 동일 상품 Zalando.fr(프랑스) 100 스위스프랑, Zalando.ch (스위스) 300 스위스 프랑에 판매중이며 스위스 소비자는 .ch도메인으로 접근 불가 (자료: 스위스프랑스어권소비자연합)

- EU, 2018년 3월 22일 부로 ‘부당한 지역 차단 규제에 대한 EU법령’ 발효, 이로 인한 소비자 선택의 폭 확장으로 EU 소비자 5억 유로 이상의 이득 추정 * 자료: swissinfo
 - EU-스위스 지역차단 금지법 차이: EU는 ‘최종 소비자’로 간주될 수 있는 범위 내에서만 소비자와 기업 보호, 스위스는 ‘모든 고객’에 적용되어, 최종 사용자가 되는 소비자와 기업뿐만 아니라 유통 및 추가 제조를 위해 재화와 서비스를 조달하는 개인과 기업을 포함시켜 대상 범위가 더 포괄적
- 동 법안의 발효는 스위스 소비자들의 가격정보 접근성과 가격에 대한 민감도가 높아졌으며 연방정부 또한 내수 소비 촉진을 위해 대안 마련을 시작했음을 의미, 가격정책 수립 시 참고 필요
 - 실제로 스위스는 물가 차이로 인해 독일, 프랑스 등 인근국으로의 원정 구매 (cross-border bargain-hunting) 비율이 매우 높음
 - * 2016년 기준, 스위스 소비자 원정구매 금액 100억 스위스 프랑, 스위스 국민이 소비재에 지출하는 금액의 10% 해외 지출 (자료: Credit Suisse)
 - 스위스 구매력 지수(Purchasing Power Index)는 119.53으로 여전히 세계 1위이나, 온라인 유통망과 같이 가격 비교가 용이한 플랫폼에서 인근국가 시장가격에 비해 지나치게 높은 가격을 적용하는 것은 위험 * 자료: 스위스연방통계청
 - Victorinox, Omega 등의 스위스 소재 고가브랜드는 스위스와 인근 국가 내 판매가격은 비슷한 수준으로 유지하되 스위스 한정판 상품을 출시, 동일 상품에 대해 스위스 소비자만 지불 금액이 높다는 인식을 피하고 반대로 고가의 한정판이 스위스 프리미엄으로 느껴지도록 마케팅

다. ESG 보고 및 실사 의무화

- 2020년 11월 국민투표 결과, 2022년부(회계연도 기준 2023년부), EU방식의 ESG*보고 및 실사(ESG Reporting and Due Dilligence) 의무화
 - * ESG: 환경(Environment), 사회(Society), 지배구조(Governance)의 머리글자를 조합한 단어로, 기업경영에서 지속가능성(Sustainability)을 달성하기 위한 3가지 핵심 요소
 - ESG 보고 의무 대상: 스위스 소재 공기업, 상장기업, 채권발행 기업, 은행, 보험사 등의 금융업 및 기타 감독 대상 중, 아래의 2개 사항에 모두 해당되는 경우
 - ① 연평균 국내외 종업원수 500명 이상
 - ② 지난 2년간 연속으로 총 자산 2,000만 스위스 프랑 이상 또는 총 수입 4,000만 스위스프랑 이상

- 보고 내용 : △기업의 비즈니스 모델, △기업 경영에 따른 비즈니스 관계, 상품 및 서비스에 미치는 주요 ESG리스크, ESG 관련 정책 및 실사조치, △기업의 ESG 리스크에 대응한 비재무적 성과 지표(KPIs)
 - * 유럽연합의 의무공시제도(EU Non-Financial Reporting Directive (Directive 2014/95)) 바탕
- 글로벌 보험사 New York Life의 자산관리 자회사 Candriam, 스위스 ESG 글로벌 1위 국가로 평가
 - 2020년 스위스 지속가능 투자(SI) 시장 규모는 1조 5,202억 프랑, 전년대비 31% 증가. 2015년 시장 규모 1,417억 프랑, 지난 5년간 10배 이상 증가 * 자료: 스위스지속가능금융협회(SSF)
 - 2017년 스위스연방환경청(FOEN)과 스위스국제금융사무국(SIF), 모든 스위스 연기금과 보험사가 자사의 주식과 회사채 포트폴리오가 환경에 미치는 영향을 무료로 측정할 수 있도록 지원, 2020년에는 범위를 은행과 자산 매니저까지 넓혀서 지원하는 등 스위스를 ESG 금융허브로 육성하기 위해 노력
- 대형 투자 기관, 투자금 운용시 ESG 요소 평가하기 때문에 공시대상 기업뿐만 아니라 투자유치를 희망하는 중견중소기업 확인 필요

〈(참고) 스위스 주요 금융기관 ESG투자자금 운용 현황 및 평가기준〉

기관명/개요	ESG 투자규모	ESG 평가기준
Publica 스위스 최대 연기금 기관	410억 스위스프랑 (*19년 12월 기준)	<ul style="list-style-type: none"> • E: 기후 효율성 자산 인덱스 <ul style="list-style-type: none"> - 규제 리스크 보완 여부, 기술적 기회, 기후 관련 물리적 리스크 및 기회 • S/G: 정량화 어려워 기업과 직접 교신하여 평가
Partners Group 사모펀드 운영기관	128억 달러 (*20년 12월 기준)	<ul style="list-style-type: none"> • E: 환경경영, 기후 변화에 미치는 영향(매출당 탄소 배출량), 에너지 사용량(총매출 대비 소요 에너지원) • S: 지속가능공급망, 인적자원 유지비용 등 • G: 기업 거버넌스(임원진 성숙도), 부패도 등
Credit Suisse 스위스 2대 글로벌 자산운용사	40억 프랑 (*20년 6월 기준)	자체 매트릭스 활용 <ul style="list-style-type: none"> • E: 기후변화, 천연자원, 오염 및 폐기물 • S: 인사관리, 제조물책임, 관계 • G: 기업지배구조, 조직행동

II. 비즈니스 환경분석



II 비즈니스 환경분석

1. 정치/경제/산업/정책 환경

- ▶ [정치] 친환경정당 영향력 확대, 직접국민투표 통해 사회문제 결정
- ▶ [경제] 2022년까지 원만한 회복세 유지 전망
- ▶ [산업] (의약품) 코로나19 대표 수혜산업, (기계류·전자기기) 기저효과로 소폭 회복
- ▶ [정책] (육성) 스위스 디지털화, (규제) 에너지 2050

가. 정치 환경

■ 집권당 구조 및 공약

- 2019년 총선, 기후변화 대책 등을 공약으로 내세우는 녹색당(Green Party)이 200석 중 28석 차지하며(17석 추가 확보) 스위스 녹색당 역대 의석수 중 가장 많은 의석 확보
 - 이에 따라 녹색당이 기민당(CVP)을 제치고 스위스의 제 4정당 자리 등극, 환경 문제에 대해 스위스 국민의 경각심이 높아졌음을 의미
 - * 정당별 의석 점유현황(하원 총 200석) : 국민당(SVP, 우파) 53석(-12), 사민당(SP, 중도좌파) 39석(-4), 자민당(FDP, 중도우파) 29석(-4), 녹색당 28석(+17), 기민당(CVP, 중도우파) 25석(-3)

■ 주요 국민투표 의제 및 결과

- '20년 11월, 다국적 기업 책임강화(부결): 스위스에 본사를 둔 다국적 기업에 강력한 인권 및 환경 보호 기준을 적용. 이를 위반할 경우 개인이나 단체가 고소할 수 있음
 - 연방정부 역제안: '정부는 기업에 인권과 환경 보호, 부패 이슈에 대한 보고를 요구할 수 있으나, 책임을 묻지 않는다'는 방침
 - 투표 참여자의 50.7% 찬성하였으나 26개 칸톤 중 과반수 이상 반대로 가결, 정부의 역제안 채택
- '20년 9월, 스위스-EU 자유로운 인력이동 제한(부결): 과도한 이민으로 실업률과 집값 상승, 공공 서비스 비용 증가. 이에 따른 EU시민권자의 이민 제한
 - 연방정부, 고용자단체: EU 노동력은 스위스 인력수급과 경제유지에 필수이므로 반대

- 투표참여자의 61.7% 반대, EU '스위스판 브렉시트의 상황 피했으며, 향후 긴밀한 협력 기대한다'고 밝히며 투표 결과 환영

나. 경제 환경

- (경제전반) 스위스의 전반적인 경제 상황은 코로나19 이전 수준으로 회복하였으며 '22년까지 계속해서 원만한 회복세 예상
 - Credit Suisse, 경제성장률 2021년 3.5%, 2022년 2.5% 예상
 - 제조업 구매관리자지수(PMI)* 역대 최고치인 70대, 설문 참여 구매담당자의 70%가 조달기간이 길어졌고 구매가격이 상승하였다고 답변, 이런 수급불균형 2022년까지 계속될 것으로 예상되어 제조업 경기 부양
 - * 제조업 분야 경기동향지수, 일반적으로 PMI 50 이상이면 경기 확장, 50 미만인 경우 수축 의미 (자료: 스위스구매협회(procure.ch))
 - 스위스 기업, 글로벌 경제 회복 및 당사 발전에 낙관적으로 전망하며 응답자의 84%, 향후 12개월간 수익 증가 예상하며 투자 확대할 것이라고 응답. 경영자의 경우, 응답자의 92%가 향후 디지털 혁신 분야 투자 강화할 계획이라고 답변
 - * 자료: PwC, 취리히공과대학교 경제연구소
 - 실업률 현재 3.7%이나 2022년까지 2.5% 수준으로 떨어져 소비심리 개선 기대

다. 산업 환경

■ 의약품(HS code 30)

- 제약산업, 2019년 기준, 전체 GDP의 9.3% 차지하며 자국 수출의 약 30%를 담당, 약 254,000명의 관련 종사자를 보유한 스위스의 핵심 산업
 - 고부가가치 산업으로 2008년 금융위기 이후 2018년까지 연간 성장률 평균 4.3% 유지, 특히 코로나19 이후 수입액 또한 2020년 기준, 전년 동기대비 23.31% 대폭 증가
 - 연간 1,000여개의 산학협력 프로젝트에 연구비용의 50%를 지원하고, 매출 대비 10% 이상을 연구개발에 투자하는 중소기업에 대해 특별지원프로그램을 가동하는 등 국가적 차원에서도 지원
 - 2018년, 한국-스위스 GMP 상호신뢰협정* 체결, 2020년 1월부 발효되어 협정 효과와 코로나19 수혜로 한국의 對스위스 의약품 수출 전년대비 67.5% 증가
 - * 국가간 의약품 제조와 품질관리기준(GMP)을 인정하는 협약으로 GMP 실사가 면제되어 수출입 시 제약사 비용절감 및 허가기간 단축

〈스위스 주요 제약업체 동향〉

업종	국가	기업명	주재국 진출형태	'21년, '22년 주요 동향
제약	스위스	Roche	판매, R&D	• '21년 코로나19 치료제 '로나프레브' 일본에서 첫 승인, 2-3상 임상실험 진행중
제약	스위스	Novartis	판매, R&D	• '21년 9월, 유방암 치료제 '하모니아' 3상 실험위해 리서치 그룹 SOLTI와 협력 체결

■ 기계류(HS code 84), 전자기기(HS code 85)

- 스위스 기계-전자-금속 산업을 통틀어 MEM(Machine, Electro, Metal)으로 부르며, 통계 또한 이 3가지 산업을 묶어서 발표
 - MEM, 총 GDP의 7.3% 차지하며 전체 생산량의 80%를 수출하는 수출집약적 산업, 주요 수출대상국은 독일, 미국, 중국
- 수출의존도가 높아 환율 및 글로벌 경제에 민감
 - 2015년 유로 대비 환율하한제 시행으로 수출 감소, '18년 회복 후 브렉시트, 미-중 무역분쟁으로 성장률 둔화
 - 현지 MEM산업협회 Swissmem 조사 결과, '20년 코로나19 확산으로 4~6월 3개월간 약 3,200명 실직
 - 기계류(84)의 경우, 2020년 수입 14.69% 감소하였으나 2021년, 기저효과와 미국 및 중국 시장의 회복으로 13.5% 증가

〈스위스 주요 MEM업체 동향〉

업종	국가	기업명	주재국 진출형태	'21년, '22년 주요 동향
기계	스위스	ABB	생산, 판매, R&D	• '21년 10월, 무배출 시스템 기반 Minetruck MT42 프로젝트 착수

■ 화장품(HS code 33)

- 2020년 매출액 18억 1,130만 프랑, 전년대비 6.04% 감소
 - 코로나19 이후 온라인 유통망 성장 가속화
 - 높은 1인당 GDP로 전체 판매량의 46%가 고가 뷰티 제품인 반면, 높은 물가로 인하여 독일, 프랑스 인근 유럽 국가로의 원정 구매가 활성화. 이로 인해 많은 현지 기업들이 해외시장에 초점
 - 현지 바이어 피드백에 의하면, 락다운, 재택근무 활성화 및 마스크 사용 증가로 색조 화장품 수요 감소, 기초 화장품 수요 증가(바이어 피드백)

- 환경을 중요시하는 현지 소비자 특성상, 천연 식물성 추출물 원료 및 전통적인 제조 방식, 공정 과정에서 동물 실험이 없는 크루얼티프리 (Cruelty-free) 제품, 동물성 원료를 배제한 비건 제품 선호

〈스위스 주요 화장품업체 동향〉

업종	국가	기업명	주재국 진출형태	'21년, '22년 주요 동향
화장품	프랑스	L'Oréal	생산, 판매, R&D	<ul style="list-style-type: none"> • '21년 9월, 천연설탕 및 식물 섬유 혼합된 곱슬머리를 위한 스타일링 제품 특허 출원
화장품	스위스	La Prairie	생산, 판매, R&D	<ul style="list-style-type: none"> • '20년 코로나19로 매출 급감하였으나, '21년 아시아 지역 판매 강세로 매출 77% 증가 • '21년 9월, 홍콩에 최초 럭셔리 플래그십 스토어 설립

라. 정책·규제 환경

■ 시장지향형 정책 및 규제

- 스위스 정부 역할을 시장경제가 효율적으로 운영될 수 있도록 제도적 규정, 절차 등을 완비하는 것으로 한정, 직접적으로 특정 산업 육성하는 정책 수립 지양. 이에 따라 산업 발전과 혁신은 시장, 즉 민간기업이 주도
- (육성정책) Digital Switzerland(디지털 스위스)
 - 2016년 도입, 빠르게 디지털화 되는 현대 시대에서 국민 모두가 변화 속에서 이익을 얻을 수 있도록 적합한 모델을 제시하는 것을 목표로 함. 민간기업 및 협회 주도 하 정부 지원
 - 디지털 공공서비스, 새로운 기술 활용한 정확한 환경 데이터 추출 등 계획
- (규제정책) Energy Strategy 2050(에너지 2050)
 - 2011년 후쿠시마 원자력 발전소 사고 이후 고안, 2013년 초안 제시, 2017년 연방 에너지법 개정되며 규제 강화, 2050년까지 원자력 에너지를 신재생에너지로 전환하고, 이산화탄소 배출을 70%까지 대폭 감축하는 것을 목표로 함
 - △에너지 효율 개선, △수력, 태양열, 바이오매스 등 재생 에너지 보급, △현재 가동중인 4개의 원자력 발전소 2029년까지 점진적 폐쇄, △원자력 발전소 중단에 따른 수급 불균형 방지위한 전력망(Electricity grids) 개발

2. 시장분석

- ▶ 소규모 개방경제, 세계 최고수준의 혁신성 보유
- ▶ 2020년 수출입 소폭 증가, 한-EFTA로 무관세 혜택 범위 넓으나 높은 수준의 인증, 패키징 및 라벨링 규정, 윤리경영 요구가 비관세장벽으로 작용
- ▶ 높은 물가와 작은 내수시장으로 그린필드 투자유치 비율은 낮으나 우수 인력 풀과 친기업적인 비즈니스 환경으로 글로벌 기업의 연구개발센터 다수 소재

가. 시장특성 및 전략적 가치

■ 시장 특성

- 인구 약 860만명의 소규모 시장이나, 높은 구매력 보유
 - '21년 기준, 1인당 명목 GDP 94,696불로 세계 2위 * 자료: IMF
 - 구매력 지수(Purchasing Power Index)는 119.53으로 세계 1위 * 자료: 스위스연방통계청
- 개방경제로 높은 수출의존도('20년 기준, 전체 GDP의 약 63%) * 자료: Worldbank
 - 유럽자유무역연합(EFTA) 가입국
 - 42개국과 32개의 FTA 체결
 - FTA체결 시, 대부분 EFTA의 지위로 노르웨이, 아이슬란드, 리히텐슈타인과 공동으로 참여
하나 중국(2014년), 일본(2009)과는 개별국가의 지위로 체결. 스위스는 일본과 FTA를 맺은 최초의 유럽 국가이자, 중국과도 유럽에서 두 번째로 FTA체결할 정도로 무역장벽 해소에 적극적

■ 전략적 가치

- 고속연노동력, R&D 경쟁력을 바탕으로 세계 최고수준의 혁신성 보유
 - 글로벌혁신지수(Global Innovation Index) 2011년부터 2021년까지 11년 연속 1위 차지, △보유 특허수, △지식 및 기술성과, △정치적 프레임워크등에서 높은 평가
* 자료: UN산하기구 세계지식재산기구(WIPO), (참고) 한국 5위
 - 취리히연방공과대학(ETH), 로잔연방공과대학(EPFL) 등 세계적인 공과대학의 소재지로 고급인력유치국가 세계 1위인 동시에 직원 고용 및 해고 유연성 세계 2위
* 자료: BFS/WEF/GfK Kaufkraft Europa 2020
 - R&D 지출의 2/3이상이 민간 부문, 약 220억 스위스 프랑에 달하며 이는 총 GDP의 3%가 넘는 수준

나. 수출입

■ 수출 동향

- 2020년 스위스 수출, 전년대비 1.64% 증가한 3,193억 달러 * 자료: Global Trade Atlas
 - (국가별) 최대 수출대상국 미국, 빠른 경기 회복과 스위스 의약품 수입 증가로 수출 66.47% 증가하여 전체 스위스 수출액 증가에 기여
 - 영국, 코로나19 경제타격 가장 큰 나라 중의 하나로 전년대비 40.37% 감소. 그 외 중국, 프랑스, 인도 등 주요 수출대상국 또한 각 18.87%, 15.97%, 34.86% 감소

〈스위스 주요 국가별 수출동향〉

순위	국가명	수입규모(천달러)			점유율(%)		증감률(%) '20/'19
		2018	2019	2020	2019	2020	
	전체	310,753,842	314,161,390	319,309,726	100.00	100.00	1.64
1	미국	40,919,236	43,888,816	73,062,364	13.97	22.88	66.47
2	독일	47,500,550	47,974,420	49,092,463	15.27	15.37	2.33
3	중국	30,333,343	21,564,558	17,495,755	6.86	5.48	-18.87
4	영국	10,660,092	28,436,477	16,955,891	9.05	5.31	-40.37
5	프랑스	19,673,870	19,590,079	16,460,761	6.24	5.16	-15.97
6	이탈리아	16,534,606	16,150,559	15,583,425	5.14	4.88	-3.51
7	인도	17,815,361	17,992,364	11,720,726	5.73	3.67	-34.86
8	오스트리아	7,644,908	6,393,986	8,192,727	2.04	2.57	28.13
9	스페인	6,932,209	7,867,328	8,015,618	2.50	2.51	1.88
10	일본	7,940,619	8,106,380	7,522,694	2.58	2.36	-7.20
18	대한민국	3,594,907	3,682,758	3,127,154	1.17	0.98	-15.09

* 자료: Global Trade Atlas (2021.09.26.)

- (품목별) 안전자산 선호로 인해 금 등 귀금속류 수출 크게 증가(19.53%). 의약품 수출 증가는 Roche(제약 전반), Hamilton(호흡기 등 의료기기) 등 코로나19 관련 방역물품, 의약품 등의 수요가 견인한 것으로 추정

〈스위스 주요 품목별 수출동향〉

(단위 : 백만불, 괄호 안은 증감률 %)

품목군	2018년	2019년	2020년	2021.8월 누계*
총계	310,753(3.69)	314,161(1.10)	319,390(1.64)	246,512(18.55)
진주·귀석·귀금속(71)	75,167(6.93)	82,993(11.55)	88,216(6.29)	68,348(19.53)
의약품(30)	81,484(-3.62)	80,287(-1.47)	86,269(7.45)	67,246(11.65)
유기화학품(29)	20,787(4.61)	22,007(5.87)	25,454(15.66)	19,052(14.60)
시계 및 그 부품(91)	21,641(6.87)	21,849(0.96)	18,228(-16.57)	15,602(51.09)
기계류(84)	24,912(4.80)	22,894(-8.1)	21,179(-7.49)	15,490(17.13)

* 주: 8월 누계 증감률은 전년 동기대비 수치

* 자료: Global Trade Atlas

■ 수입 동향

- 2020년 스위스 수입, 전년대비 5.09% 증가한 2,920억 달러

* 자료: Global Trade Atlas

- (국가별) 최대 수입대상국 독일 코로나19 영향으로 수입 -1.31% 감소하였으나, 미국 및 중국으로부터의 수입이 각각 11.68%, 16.91% 증가
- 특히, 홍콩의 경우 수입액 전년대비 217.41% 증가하였으며 주요 수입품목은 귀금속으로 전체 수입액 121억 달러 중 117억으로 96.46% 차지

〈스위스 주요 국가별 수입동향〉

순위	국가명	수입규모(천달러)			점유율(%)		증감률(%) '20/'19
		2018	2019	2020	2019	2020	
	전체	279,422,589	277,818,488	291,972,384	100.00	100.00	5.09
1	독일	57,842,070	57,536,511	56,784,604	20.71	19.45	-1.31
2	이탈리아	21,269,481	22,371,752	23,731,960	8.05	8.13	6.08
3	미국	21,351,777	18,998,514	21,217,446	6.84	7.27	11.68
4	중국	14,756,586	15,153,432	17,715,959	5.45	6.07	16.91
5	프랑스	20,161,582	19,018,026	17,511,966	6.85	6.00	-7.92
6	영국	26,495,780	16,487,253	16,443,553	5.93	5.63	-0.27
7	홍콩	3,928,701	3,823,641	12,136,794	1.38	4.16	217.41
8	아랍연합	10,397,712	15,070,390	9,977,532	5.42	3.42	-33.79
9	오스트리아	8,502,425	8,504,504	8,975,462	3.06	3.07	5.54
10	태국	2,663,999	5,621,583	8,093,171	2.02	2.77	43.97
44	대한민국	806,616	869,144	1,056,847	0.31	0.36	21.60

* 자료: Global Trade Atlas (2021.09.26.)

- (품목별) 소비심리 및 경제전망 개선으로 기계(13.5%), 전자기기(16.55%), 자동차(20.01%)의 수입이 대폭 증가

〈스위스 주요 품목별 수입동향〉

(단위 : 백만불, 괄호 안은 증감률 %)

품목군	2018년	2019년	2020년	2021.8월 누계*
총계	279,422(3.90)	277,818(-0.57)	291,972(5.09)	205,152(7.42)
진주·귀석·귀금속(71)	86,867(-3.72)	87,153(0.33)	105,078(20.57)	67,286(-6.06)
의료용품(30)	29,982(4.32)	31,563(5.27)	38,918(23.31)	28,155(8.45)
기계류(84)	20,062(6.87)	19,616(-2.22)	19,095(-2.66)	13,885(13.50)
전기기기(85)	14,904(5.07)	14,585(-2.14)	14,899(2.15)	10,975(16.55)
자동차(87)	15,498(3.36)	16,038(3.49)	15,206(-5.19)	10,524(20.01)

* 주: 8월 누계 증감률은 전년 동기대비 수치

* 자료: Global Trade Atlas

■ 무역장벽

- (관세) 100kg 단위로 종량세 부과, 물가가 높아 가격경쟁력이 취약한 자국의 소비재 시장을 보호하기 위해 상대적으로 저렴한 수입소비재에 높은 과세율을 부과
 - 한국의 경우 한-EFTA* FTA 발효(2006년)로 공산품 대부분 무관세 적용
- (비관세) 인증, 패키징 및 라벨링, 윤리경영 요구수준이 장벽으로 작용
 - 스위스는 비EU국가로 원칙적으로 모든 제품에 대해 CE 획득이 필수요건 아님에도 불구하고, 바이어 및 벤더 인근국에 동시 공급 희망하여 CE인증 요구하는 경우 다수
 - 일반적으로 CE라벨링을 따르나, 공용어(독일어, 프랑스어, 이탈리아어) 중 하나 이상의 라벨로 재부착 필요. 식품의 경우, 유제품, 오일, 육류 등 함유 시에는 스위스연방식품안전청(OSAV)의 사전 승인을 받아야하며 성분표와 원산지에 대한 규정이 특히 까다로움
 - Coop, Migros 등 대형유통망 납품 시 '윤리경영 준수'를 요구하며 노동착취, 공정거래 등에 대한 증빙을 요구할 수 있음

〈취리히 무역관이 선정한 '21년 글로벌기업의 협력수요〉

기업명	2022년 동향	사업수요	한국기업이 갖춰야 할 조건
Oerlikon	<ul style="list-style-type: none"> • 산업용 Polyisocyanate 경화제 공급 및 개발 소기업체 발굴중 • 스위스 코팅사업부 본부에서 구매전략수립, 동남아로 공급 예정 	화학소재 <소싱>	<ul style="list-style-type: none"> • R&D팀 보유, 영문 소통 가능 전문 엔지니어 보유
Dottikon Exclusive Synthesis AG	<ul style="list-style-type: none"> • 대한민국 협력수요 • 화학소재(중간제) 개발 가능 전략적 공급업체 발굴중 	화학소재 <R&D, 소싱>	<ul style="list-style-type: none"> • R&D팀 보유, 영문 소통 가능 전문 엔지니어 보유
Bebop Robotics AG	<ul style="list-style-type: none"> • 한국업체와 1차 협력 미팅 진행 • 신산업 로봇 분야, 서비스 로봇 협력 파트너 발굴 중 	서비스로봇 <소싱>	<ul style="list-style-type: none"> • CE인증 보유, 영문 소통 가능 전문 엔지니어 보유

다. 투자

- '19년 말 기준, 스위스의 해외투자금액(Outbound Investment)은 누계 1조 4,450억 프랑(한화 약 1,781조원), 해외로부터 스위스로 유입된 투자금액(Inbound Investment)은 1조 3,550억 프랑(한화 약 1,670조원)

〈스위스의 투자 동향〉

(단위 : CHF 십억)

구분		2018	2019
Outbound	flow	43.7	-42.1
	stock	1,460.3	1,445.1
Inbound	flow	-66.9	-78.8
	stock	116.6	98.3

* 자료: 스위스 중앙은행(SNB), '21년 9월 최신자료

- (Outbound; 해외투자진출) 지역별 누계(stock)로는 유럽(59%), 북미 (22%), 중남미(10%), 기타(9%)순, 분야별 누계(stock)로는 서비스업(78%), 제조(22%) 순
- (Inbound; 해외투자유치) 지역별 누계(stock)로는 유럽(89%), 북미(6%), 중남미(4%), 기타(1%)순, 분야별 누계(stock)로는 서비스(86%), 제조(14%) 순

〈스위스의 Inbound/Outbound 직접투자〉

(단위 : USD 백만)

구분	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년
Inbound 직접투자	75,282.73	88,592.42	107,322.1	-53,151.26	-21,740.01
Outbound 직접투자	88,751.37	122,065.38	30,144.52	60,782.05	11,097.09

* 자료: UNCTAD (2021.6월 최신자료)

● 투자 환경

- (긍정적 요인) 지정학적 및 경제적 안정성, 친기업적인 시장 분위기, 낮은 법인세율(평균 16.75%), 풍부한 우수인력, 낮은 행정리스크*
 - * 기업 설립, 인력 채용 및 해고, 기업 청산, 자본 유입 및 회수 등이 용이
- 스위스에는 한국의 경제특구, 산업공단 등의 개념은 없으나 바젤(제약), 추크(블럭체인, 핀테크) 등 시장주도하 특정 산업이 발달
- (부정적 요인) 높은 물가(인건비, 운영비), 세제 개편으로 인한 법인세 인상 가능성(EU, 스위스에 EU 기준 수용 요구 중), 작은 내수 시장

투자진출 사례 분석 : 중공업 분야 현지 R&D 센터 설립

- A사는 ‘발전용 고효율 대형가스터빈 개발’을 추진하고 있으며, Global 가스 발전 시장이 요구하는 line-up product 개발을 위한 대규모 투자를 진행 중. 이러한 대규모 개발 진행을 위해 경험 있는 우수한 해외 인력을 채용하고 R&D 역량을 확보하기 위해 '17년 하반기에 대형 가스터빈 R&D 센터를 스위스에 설립
- 시사점 : 스위스는 취리히연방공대, 로잔연방공대 등의 세계 최고의 공대가 위치해 연구인력 채용에 유리하며 ABB, Holcim 등 대기업에서 프로젝트로 경험을 쌓은 우수한 인재들이 많아, 연구개발센터 운영에 적합. 스위스의 강점 중 하나인 우수한 인력 풀을 활용하여 기업 역량을 강화한 모범적인 사례

라. 공공조달

■ 공공조달 시장 현황

- 2020년 기준, 스위스 제네바 소재 국제기구 총 31개, 250여개 국제 NGO, 176개 대표부 소재. 조달규모 약 80억 달러
- 주요 유력 발주처 조달사업 제 3국으로 이관
 - 국제기구 조달은 △본부, △본부·지역사무소, △원조 세 가지로 구분할 수 있으며 이 중 본부용 물품·서비스만 본부 소재 지역에서 소량 조달
 - 물품 주요 공급처 및 수요처 소재 지역 사무소로 기능 이관, 아시아 물품 구매는 중국, 동남아 지역사무소 등이 담당

〈 국제기구 조달사업 이관 현황 〉

(단위 : USD)

기구명	내용	
유엔난민기구 (UNHCR)	예산	13.7억
	주요 품목	의료용품, 의류, 침구류, 위생용품, 컴퓨터, 텐트
	조달 부서	부다페스트 (이전 2014년)
국제적십자위원회 (ICRC)	예산	21.6억
	주요 품목	구호물품, 운송차량, 응급치료키트, 조리도구
	조달 부서	베이징 (아시아 공급업체 관할 / 이전 2016년)
국제적십자연맹 (IFRC)	예산	19억
	주요 품목	구호물품, 비상발전기, 운송차량
	조달 부서	쿠알라룸푸르 (아시아 공급업체 관할 / 이전 2017년)

* 주: 조달 예산, 2020년 기준

〈 취리히 무역관 선정 한국기업 진출 유망 공공조달 프로젝트 〉

국가	분야	유망사유(시장동향등)	조달기관/ 납품 벤더	URL	조달세부품목
스위스	환경	시리아에서 지난 10년간 지속된 분쟁으로 각종 수처리 시설이 파손되어 현재 예전보다 약 40%의 식수가 부족한 상황으로 ICRC에서는 식수해결을 위한 장기 프로젝트 시행	ICRC	www.icrc.org	수처리시설 유지보수, 부품, 교육

3. 한국과의 경제교류 및 주요 경협외제

가. 교역

■ 무역수지

- 한국의 對스위스 무역수지는 계속해서 적자 기록
 - 2018년 이후 적자폭 감소, '20년 수출 21.6% 증가, 수입 7.7% 감소
 - '21년 9월 누계 기준, 전년대비 수출 20% 증가, 수입 26.6% 증가

〈 한국의 對스위스 수출입 동향 〉

(단위 : 백만불, %)

구분	2018년	2019년	2020년	2021.9월 누계*
수출(증감률)	497(1.8)	589(18.6)	716(21.6)	640(20.0)
수입(증감률)	3,037(11.1)	2,980(-1.9)	2,749(-7.7)	2,474(26.6)
무역수지	-2,540	-2,391	-2,033	-1,834

* 직전년도 9월 누계 대비 증감률

* 자료: 한국무역협회

■ 수출

- 2020년 총 수출 규모는 716백만 달러, 전년 동기대비 21.6% 증가
 - (주요 품목) 의약품(206백만 달러, 총 수출의 29%), 승용차(64백만 달러, 8.9%) 전자자동차(61백만 달러, 8.5%) 등이며 상위 5개 품목이 전체 수출의 50% 이상 차지
 - (최근 동향) 2021년 8월 누계 기준, 수출액 총 511백만 달러로 전년 동기대비 12.6% 증가
 - (품목별 동향) 코로나19로 직전년도 수출이 감소했던 시계 부문이 164.9% 증가하였으나 이는 한국발 수리 및 반송 수요 등이 수출액으로 집계되어 유의미한 수치로 보기 어려움. 승용차의 경우 기저효과에 의한 수출 크게 증가(51.7%)

〈 한국의 對스위스 주요 수출품목 〉

(단위 : 백만불, %)

순위	품목	2020년		2021년 9월 누계*	
		금액	증감률	금액	증감률
	총계	716	21.6	640	20.0
1	의약품	206	67.5	116	-26.0
2	승용차	64	-31.3	69	51.7
3	시계	30	-10.8	56	164.9
4	그림	1	94.1	56	6,432.3

순위	품목	2020년		2021년 9월 누계*	
		금액	증감률	금액	증감률
5	전기자동차	61	77.6	40	-29.3
6	기타정밀화학원료	24	74.3	39	217.9
7	은	17	55.1	24	1,441.2
8	금	37	14.6	20	-28.9
9	항공기부품	18	10,358.6	18	23.0
10	기타플라스틱제품	20	-47.6	18	23.7

* '20년 9월 누계 대비 증감

* 주: 수출 품목 순위는 '21년 9월 누계 수출액 기준

* 자료: 한국무역협회

- (수출장벽) 한-EFTA(2006년 발효)로 대부분의 수출 제품에 무관세 적용되지만 식품, 의류기기 등 특별히 요구되는 인증 및 라벨링 표기법 확인하여 비관세장벽에 대응

수출 성공사례: 화장품 제조사 I사(크로아티아 수출)

- 첫 수출(40피트 컨테이너 20대) 성과(12만 달러)
- 유력 스위스 바이어와 구매 계약서 체결(500만 달러)
- 제품의 비교우위 : 기존의 디젤 엔진 트랙터 대비 L사 트랙터는 친환경 무선 작동 제품으로 현지 친환경적 기조와 맞고 현장에서 빠르고 신속하게 작업하는데 도움, 와인/과일 농장, 공사 현장 등에서 작업 능력(비용, 시간 등) 효율 우수
- 마케팅 Tool

필수 인증	CE
성약 소요기간	2년 / 2019.7(지사화 가입, 첫 접촉) ~ 2020.1(샘플 오더), 2020.8(본 오더)
바이어 발굴경로	■ Telemarketing □ 전시회 □ Sales Rep. □ PR agent □ 기타
바이어 D/B	HBI, Kompass, Avention, Google, Applegate
유망전시회	AGRAMA 전시(격년 개최), Bern Expo, 2021.12.2.-12.6

- 무역관 담당자가 말하는 유의사항
 - (인증 필요) 스위스는 EU 비회원국이나 유럽국가 진출 시 필수인증인 CE 요구하는 경우 대다수
 - (다양한 언어 메뉴얼 준비) 4개 언어를 공용어로 사용하는 스위스는 시장 진입과 동시에 영어, 독일어, 불어, 이탈리아어 메뉴얼을 준비해야 하며 이를 위해 시간, 비용, 노력이 필요하지만, 인근 주요 유럽 국가로 확대 진출 시에 빠르게 대응 가능함
 - (품질 관리) 까다롭고 보수적인 환경으로 품질을 가장 중요
 - 진입이 어려운 시장이지만 스위스 수출 성과는 타 유럽 국가 수출에 긍정적인 레퍼런스로 작용하므로 중장기적인 계획을 가지고 접근하는 것이 좋음

■ 수입

- 2020년 총 수입 규모는 2,749백만 달러, 전년 동기대비 7.7% 감소
 - (주요 품목) 시계(678백만 달러, -17.3%), 의약품(504백만 달러, 0.4%) 등이며, 커피류 및 그림이 각 50.1%, 223.1% 큰 증가율 기록
 - (최근 동향) 2021년 9월 누계 기준, 수입액 총 2,474백만 달러로 전년 동기대비 26.6% 증가
 - (품목별 동향) 밸브 및 펌프를 제외한 10대 품목들이 대부분 높은 증가율 기록. 특히, 커피류와 주얼리가 각각 67.2%, 104.4%로 대폭 증가했으며 그림 또한 전년 동기대비 4,643.3% 급증

〈 한국의 對스위스 주요 수입품목 〉

(단위 : 백만불, %)

순위	품목	2020년		2021년 9월 누계*	
		금액	증감률	금액	증감률
	총계	2,749	-7.7	2,474	26.6
1	시계	678	-17.3	647	37.1
2	의약품	504	0.4	456	20.0
3	커피류	94	50.1	100	67.2
4	주얼리	75	-29.5	100	104.4
5	의료용기기	95	-1.1	68	4.3
6	금	61	-68.6	63	37.8
7	펌프	110	5.5	62	-7.2
8	밸브	86	29.7	60	-11.2
9	그림	6	233.1	55	4,643.3
10	계측기	65	9.5	51	12.5

* '20년 9월 누계 대비 증감

* 주 : 수출 품목 순위는 '21년 9월 누계 수출액 기준

* 자료 : 한국무역협회

나. 투자

■ 한국기업 투자진출 동향

- 2020년 기준, 제조업 분야에서 147백만 달러 투자, 금융업 분야에 80백만 달러 투자
 - 소규모의 스위스 시장, 높은 물가수준, 非(비) EU 회원국 지위, 언어적 장벽 등에 기인하여 소규모 투자를 유지

〈 한국의 對스위스 누적 투자 현황 〉

(단위: 건, 백만달러)

구 분	2017년	2018년	2019년	2020년	누계*
신고건수	26	12	12	11	226
신고금액	63.5	118.9	120.9	278	1,136
투자금액	63.5	97.9	103.6	249	1,026

주: 집계기간 1980년~2020년
* 자료: 수출입은행 (2021.09.30.)

투자진출 사례분석: 코리안리 스위스 법인을 통해 유럽시장 진출

- 코리안리, 2014년 '비전 2050' 발표, 글로벌 시장 진출 전략에 따라 적극적 해외 진출 노력
- 2015년부 영국 법인 설립 및 운영
- 브렉시트로 영국시장 불확실성 확대, 스위스 법인 설립으로 교두보 변경
- 전세계 보험시장의 30%를 점유하고 있는 유럽시장 공략을 위해 스위스를 거점으로 선택
 - 스위스 세계 1위 재보험사 스위스리(Swiss Re) 포함, 59개 세계적 재보험사 위치
- 무역관 담당자가 말하는 성공포인트
 - 현지 KOTRA 무역관을 통한 초기 투자진출 지원(네트워킹 지원 및 법인설립 절차 안내)
 - 한국인 파견인력을 고집하지 않고 현지 시장에 맞는 현지 인원 고용(대표이사 포함), 유연한 기업 운영

다. 주요 경제협력 의제

■ (정상 회담) FTA 확대 및 산업 협력 확대 추진

- 최근 회담 : 2018.2.8. 한-스 정책협의회, 2016.7.13 한-스 청와대 정상회담
- 주요 안건
 - 한-EFTA FTA의 업그레이드 필요성 상호 공감
 - 신약, 의료기기 개발 및 기술 사업화를 위해 보건·의료 R&D 분야 전문인력의 연수교류와 국내 제약·의료기기 업체의 스위스 진출 확대 논의
 - * 동 협의를 계기로 '18.2월 '한-스 생명과학 이니셔티브 위원회' 발족 : 민관협의체이며 향후 2년간 양국 보건·의료 협력 아젠다 발굴, 우수한 연구개발 성과의 실용화, 스타트업 컨설팅 등의 기능을 수행
 - 양국의 제약업계, 학교·연구소·병원 간 전략적 제휴 강화 협의
 - 민간 간 기술협력 및 투자를 연계지원, 양국의 관련 분야 학자 간 교류 촉진 논의
 - △5G를 포함한 이동통신, △IoT, △빅데이터, △클라우드, △오픈데이터 등의 분야에서 정보 교환, 인력 교류, 공동 세미나 개최, 공동연구 사업 장려, 창업기업 상호지원 및 공동 기술화 추진 협의
 - 직업교육훈련 분야 협력 확대 협의

■ 각 국의 비교우위를 활용한 상호 투자유치·진출 확대

- (스위스의 對한국 수요) 글로벌 기업의 R&D·본사 요충지로서 국내 기업의 R&D 센터 유치에 관심
 - Kraft Foods(식품, 본사 미국), Nissan(자동차, 본사 일본) 등 유럽 본부 스위스에 소재, 850여개 글로벌 기업의 본부 또는 지역본부 스위스에 소재 * 자료: s-ge
 - 한국, 두산중공업 2017년 스위스 내 R&D 센터 설립
- (한국의 對스위스 수요) 아시아 및 미국시장을 타겟으로 한 생산 거점으로서 스위스 글로벌 기업의 생산거점 및 아시아 본부 유치에 관심
 - GM(자동차, 본사 미국), The New York Times(언론, 본사 미국) 등 타 지역에서 한국으로 아시아 본부 이전
 - 스위스, ABB(기계) 한국에 천안공장 운영

Ⅲ. 진출전략



III 진출전략

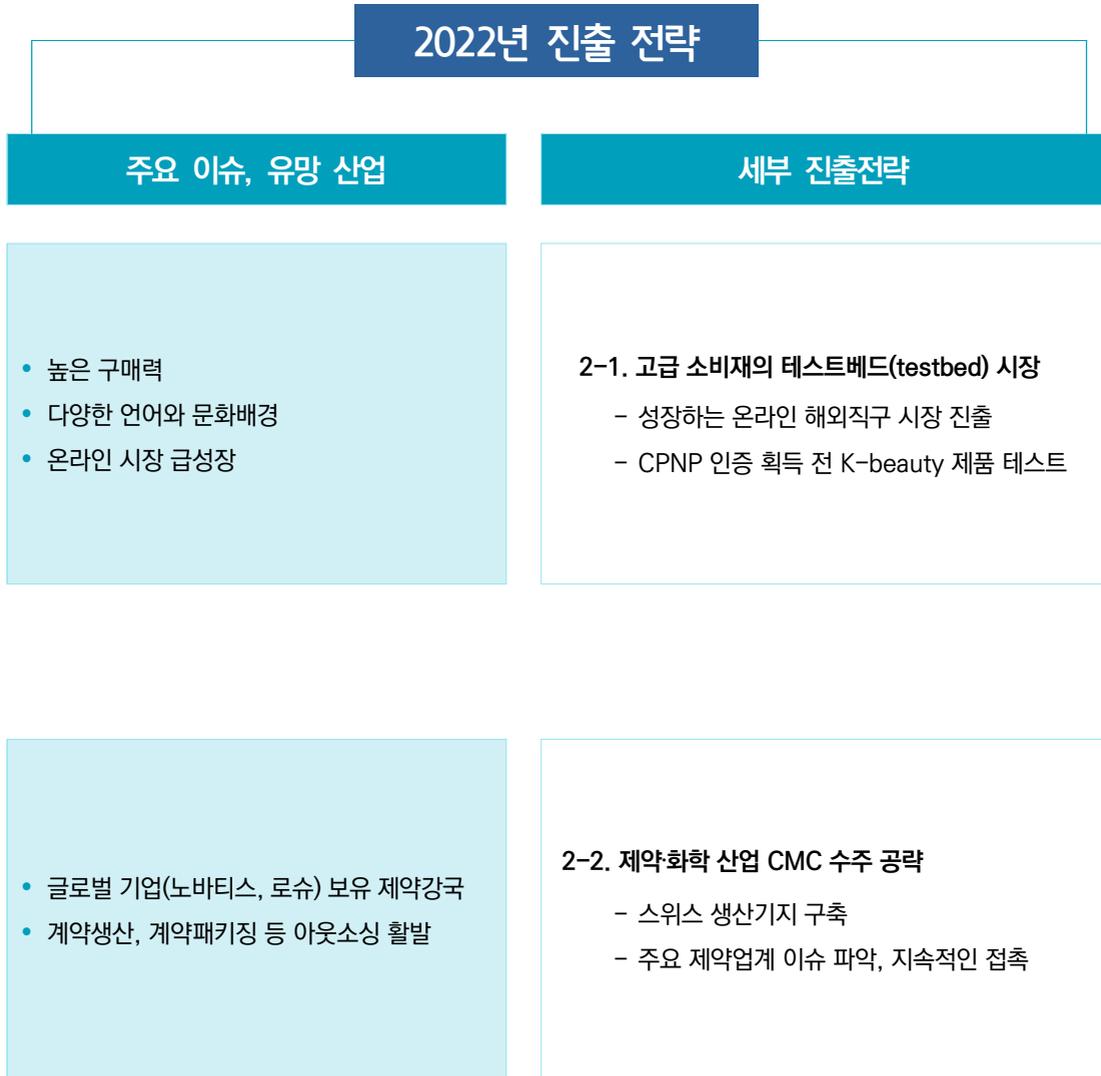
- ▶ 코로나 이후 패러다임 변화 대비한 수출전략 모색
- ▶ 화학, 제약 등 세계적인 산업 클러스터 활용 투자 진출 및 산업 협력 강화
- ▶ 역내 주요 국가와의 접근성, 우수한 물류 인프라 활용 EU 진출 거점 활용

1. SWOT 분석 및 전략도출

강점 (Strength)	약점 (Weakness)
<ul style="list-style-type: none"> ❖ 유럽의 중심 : 유럽 등 글로벌 시장 진출 거점 역할 - 지리, 산업·시장, 언어·문화, 개방경제 ❖ 화학, 기계, 전자 등 주력산업 기반 보유 - 견고한 원천기술과 R&D역량 ❖ 다양한 분야의 Venture Capital 보유 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 유럽 시장 의존도가 높은 현지 산업 구조 ❖ 높은 인건비 등 고비용, 고물가 ❖ 소규모 내수시장 ❖ 복수 공용어, 비EU 국가로 EU시장과 다른 인증체계 등 진입장벽
기회 (Opportunity)	위협 (Threat)
<ul style="list-style-type: none"> ❖ 글로벌 제약 강국이자 GMP 상호신뢰 협정 이후 협력 한층 수월 ❖ 높은 전문 인력 수준으로 공동 연구 및 기술 협력 도모 용이 ❖ 기술 경쟁력이 뛰어난 히든챔피언 기업 다수 보유 	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 스위스화 강제, 고임금, 고물가 심화로 제조업 해외진출 확산 및 공동화 우려 ❖ Swissness 도입에 따른 원산지 규제 강화 ❖ 중국 등 제3국과의 경쟁 심화

전략방향	세부전략	진출전략
SO 전략 (역량 확대)	<ul style="list-style-type: none"> ● 제약·화학 등에서의 양국간 보완관계 활용 (R&D역량↔생산역량) ● GMP 상호신뢰 협정 활용 	제약·화학 산업 협력 추진
ST 전략 (강점 활용)	<ul style="list-style-type: none"> ● 현지 CVC 희망 혁신기술 파악 ● 국내 강점 모바일, 디지털트랜스포메이션 플랫폼 및 솔루션 기술 	CVC 투자유치, EU 공동 마케팅
WO 전략 (기회 포착)	<ul style="list-style-type: none"> ● R&D, 기술협력을 통한 스위스의 고비용 구조 회피 및 국내산업 고부가가치화 추진 ● 금융, 제조업 기반 4차 산업 협력 	R&D, 기술협력 등 고부가가치 분야 중점 협력
WT 전략 (위협 대응)	<ul style="list-style-type: none"> ● 소규모, 고급 소비재 스위스 시장을 테스트, 거점 시장으로 활용 	현지 소비재 시장을 거점으로 활용

2. 주요 이슈별 진출전략



I. 시장평가 및 주요이슈

II. 비즈니스 환경 분석

III. 진출전략

2-1. 고급 소비재의 테스트베드(testbed) 시장

시장여건 및 전략적 가치

- 고소득, 높은 구매력 → 고급 소비재 진출시장으로 적합
 - * 스위스 국민의 평균 1인당 구매력은 약 40,456유로로 전체 유럽 국가 평균 14,292유로의 약 2.8배에 해당하는 수준 (자료: 독일 시장조사기관 GfK, 2018년 연구결과)
- 4개의 공용어(독일어, 프랑스어, 이탈리아어, 로망슈어), 다문화 국가 → 다양한 소비자 반응 테스트에 적합
- 작은 내수시장을 보완하는 대형 온라인 시장
 - * 2019년 기준, 스위스 이커머스 시장 규모 100억 스위스프랑, 2020년 전년대비 8% 성장 (자료: 스위스 북서응용과학대학(FHNW), E-commerce Report Switzerland 2020)

■ 주요 이슈 및 트렌드

- 온라인 시장의 급성장 및 향후 전망 긍정적
 - 스위스 온라인 시장은 매년 약 10%씩 성장하고 있으며, 특히 스위스 국민들이 온라인에서 해외물품을 구입하는 규모는 지난 5년간('13년-'18년) 115% 증가할 정도로 '온라인 해외 직구' 대중화
 - 특히, 2022년 1월 01일부로 전자상거래에서 스위스 고객에 대한 불공정 지역차단* 및 가격 차별 관행 금지(p3 참조)가 시행되어, 가격공정성에 대한 보장으로 수요 더욱 증가 전망
- K-beauty 인지도 상승
 - 스위스 최대 온라인 쇼핑몰 galaxus에서는 '18년부터 18개의 한국 화장품 브랜드를 입점, 별도의 소개 페이지 제작
 - 스위스 최대 백화점 Manor 또한 '19년 베른 지점 내 한국 화장품 섹션 마련
 - 글로벌 드럭스토어 Sephora의 스위스 지점, 한국 브랜드 4개사 입점

■ 진출전략 및 유망품목

- 유망 소비재 품목 '화장품', 유럽시장 진출의 관문으로서 스위스 시장 활용
 - EU국가에 화장품을 유통하기 위해선 CPNP인증이 필수적이거나 스위스는 EU 회원국이 아니므로, 인증 없이도 유통 가능
 - * CPNP 제품별로 상이하나, 인증 획득까지 최소 1개월에서 6개월 이상까지 소요되며 성분에 따라 비용도 수백유로에서 수만 유로
 - 이에 따라 CPNP 인증을 획득 또는 준비하는 과정에서, 먼저 스위스 시장에 진출하여 다양한 문화배경의 소비자 반응을 확인하기에 적합
 - 특히 스위스는 유럽 내에서도 고급 브랜드의 이미지가 강해, 스위스 시장에서의 자리매김은 추후 인근 유럽 국가 진출 시 좋은 레퍼런스로 작용

2-2. 제약화학 산업 CMC(제조·품질관리) 수주 공략

시장여건 및 전략적 가치

- 세계적인 수준의 제약 기업 노바티스(Novartis), 로슈(Roche) 등 소재, 전통적인 제약강국
* '19년 기준, 제약·화학산업 매출액 약 620억 프랑으로 스위스 전체 GDP의 9.3% 차지
- 코로나19에도 불구하고 성장세 유지
- 한-스위스 GMP 상호신뢰 협정체결로 협업 가능성 확대
- 핵심역량 집중, 유연성 향상을 위한 아웃소싱 증대

■ 주요 이슈 및 트렌드

- 코로나19, 제약 산업에 오히려 긍정적 영향
 - 코로나19는 글로벌 공급망 위축 및 개편을 초래, 이로 인해 가격경쟁력만을 강점으로 내세웠던 부실기업의 경우 도태되겠지만 스위스 제약기업의 경우 핵심기술력, 노하우 및 전문 노동력을 바탕으로 포스트 코로나 시대에도 입지 강화 전망
* 자료: KPMG의 Andre Guedel(Head of International Headquarters)
- 한국, 스위스와 GMP 상호신뢰 협정체결('20년 발효)로 협력 발판 마련
 - 국가 간 의약품 제조 및 품질관리기준(GMP)을 인정하는 협약으로 GMP 실사 면제. 국내 GMP 시스템과 관리가 스위스와 동등한 수준임을 국제적으로 인정받은 것으로 해석 가능
 - 향후 실사 절차가 생략으로 양국 제약시장 진출 시 시간과 비용 단축 가능
- 제약기업의 핵심역량 집중, 유연성 향상을 위한 계약생산(CMO), 계약패키징(CPO) 등 아웃소싱 증가, 국내 업계 또한 최근 CRO(임상시험수탁기관), CMO(계약생산) 시장 확대
* 국내 제약바이오 CRO 산업 규모 ('14년) 2,491억원 → ('18년) 4,551억원, 연평균 11.5.% 성장 국내 CRO기업 매출 '14년-'18년 5년간 연평균 성장률 21.1%
* CMO 또한 삼성바이오로직스, 셀트리온, SK바이오사이언스 등의 대기업 위주로 시장 확대중
(자료: 한국무역협회 국제무역통상연구원 'CRO 관련 서비스 시장 현황 및 해외진출 방안')

■ 진출전략 및 시사점

- CMC(Chemistry 화학합성, Manufacturing 공장생산, 품질관리 Control) 수주 공략
 - 제약산업에서의 생산제조는, 제조공정이 까다롭고 기술의 복잡도가 높음. 의약품 개발과 인허가와도 맞물려 있어, 일반 제조업에서의 생산위탁에 비해 훨씬 부가가치가 높음

성공 사례: 로슈(Roche)-SD바이오센서

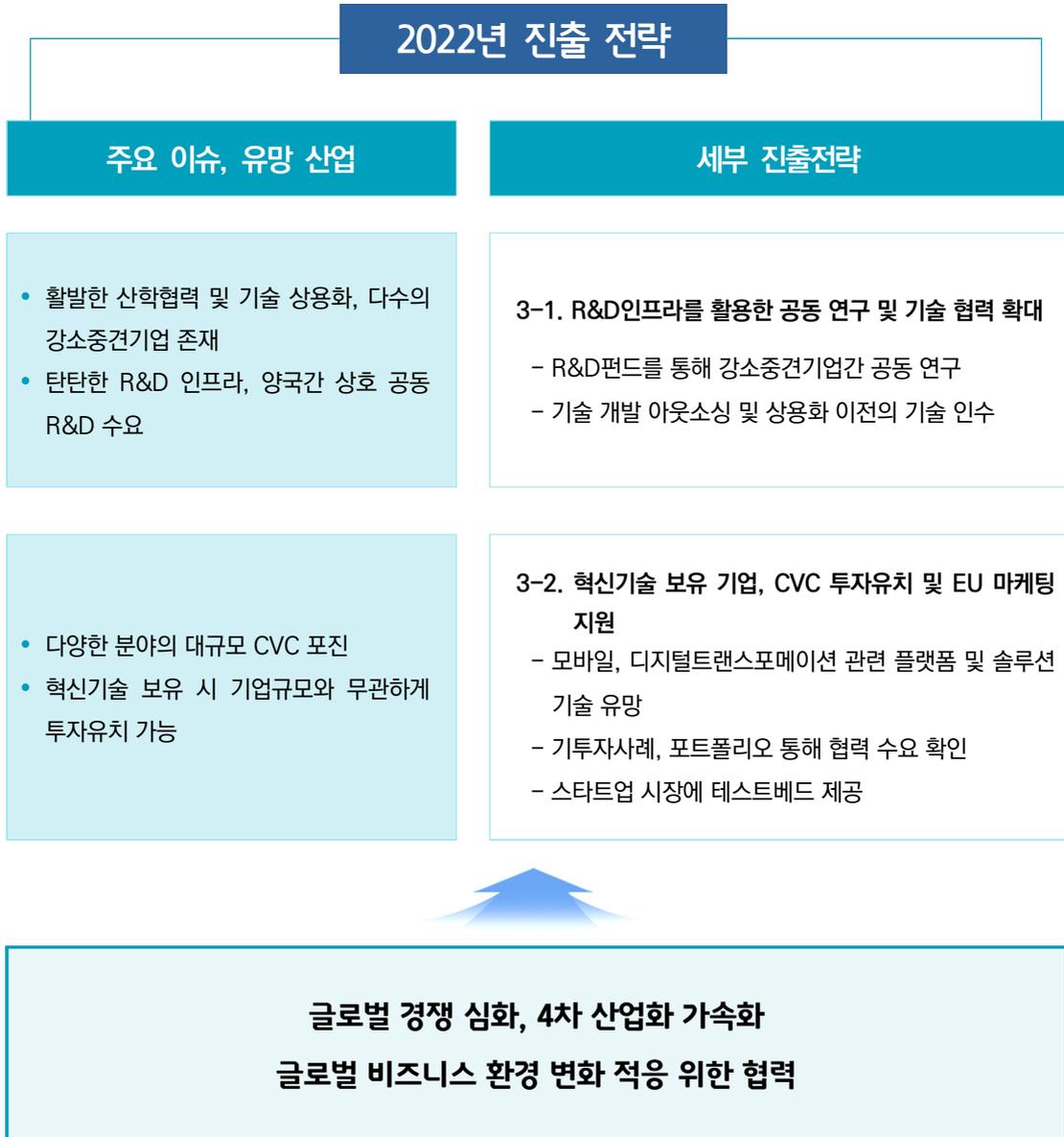
- 진단키트 분야 세계 1위 기업 로슈와 글로벌 생산 파트너십 체결
 - 로슈 포트폴리오 중 기술 공백인 POC 분야* 보완
 - * 응급 현장이나 의료 인프라가 취약한 환경에서 신속하게 질병을 파악하는 현장진단 기술
- '21년 상반기 매출에서 로슈 비중 1분기 69%, 2분기 58%

- 심포지엄, 포럼, 전시회 참가*를 통해 스위스 제약업계 이슈 파악*, 지속적인 교류를 통해 장기 플랜 마련
 - * 예) 보건복지부, 한-스위스 생명공학 심포지엄(매년 개최)
 - * S-GE '2020 Resilient Supply Chain + Advanced Manufacturing' 선정 제약산업 이슈 top 4
 - ① 암 면역요법(암에 대항하는 인체 면역 체계 자극), 세포 및 유전자 치료(CGT)
 - ② 개별 순응도 향상을 위한 환자 맞춤형 치료
 - ③ 특허 만료된 의약품 재상용화(현재 미 FDA, 향후 5년간 66개 특허 만료 예상)
 - ④ 정밀의학(Precision medicine, 개인의 유전, 생물학적 특성 등을 고려한 질병 세분화를 통해 개인의 상황에 따른 질병 예측 및 예방, 맞춤 진료 및 치료를 위한 포괄적 연구 및 의료행위)
- Good practice 벤치마킹 및 글로벌 발판을 위한 현지진출 고려, 높은 물가에도 불구하고 우수한 의료 인프라와 전문인력 이점에 따라 Takeda(일본), J&J(미국), CSL Behring(미국) 등 글로벌 제약사 스위스에 생산기지 구축

< 스위스 주요 제약기업 >

기업명	특징
Novartis	<ul style="list-style-type: none"> • 스위스 바젤에 본사를 두고 있는 다국적 제약회사 • '96년 스위스 최대 의료업체인 시바-가이키(Ciba-Geigy)와 산도스(Sandoz)의 합병을 통해 설립 • 주요 자회사 : 제네릭 전문 Sandoz, 희귀 신경유전질환 전문 AveXis, 바이오시밀러 의약품 전문 Hexal, 암 및 염증성 질환 전문 Endocyte • 매출액 : '19년 기준 474억 달러
Hoffmann-La Roche	<ul style="list-style-type: none"> • 스위스 바젤에 본사를 두고 있는 다국적 제약회사 • 항암치료제분야 세계 1위의 바이오 제약기업, 바이오 의약품이 그룹 전체 매출의 50%를 차지, '18년 항암제 매출액 기준 세계 1위를 기록하며 세계 최고의 암 치료제 업체로 거듭남 • 매출액 : '19년 기준 614억 달러
Lonza	<ul style="list-style-type: none"> • 스위스 바젤에 본사를 두고 있는 다국적 화학생명 공학 회사 • 유럽, 북미 및 남아시아에 주요 시설 위치 • 정밀 및 고성능 화학제품, 바이오 의약품 및 약물 위탁 개발 및 제조 서비스 제공. 현재 의약품위탁개발 및 생산 세계 1위 • 매출액 : '19년 기준 60억 달러
Vifor Pharma	<ul style="list-style-type: none"> • 스위스 취리히 주에 본사를 두고 있는 치료제 제조회사 • 철분 결핍, 신장학 및 심신 요법에 강점 • 매출액 : '19년 기준 19억 달러

3. 한-스위스 경제협력을 통한 진출전략



I. 시장평가 및 주요이슈

II. 비즈니스 환경 분석

III. 진출전략

3-1. R&D 인프라를 활용한 공동 연구 및 기술 협력 확대

산업여건 및 전략적 가치

- 세계 최고 수준의 R&D 환경
 - GDP 대비 R&D 투자금액 1위, 이 중 민간기업 주도 R&D 비용이 차지하는 비중은 2/3 이상 (자료: 스위스 교육연구혁신부)
 - 항공, 방위/제약, 바이오/의료기기, 정밀기계, 시계, 반도체, 마이크로·나노, 산업장비(직물, 로봇, 인쇄 등) 등 고부가가치 산업분야 혁신 클러스터 보유
- 활발한 산학협력과 축적된 노하우를 기반으로 한 히든 챔피언(강소중견기업) 다수 소재
- 한-스위스 공동 연구에 대한 양국 상호 관심

주요 이슈 및 트렌드

- 스위스에는 다양한 분야에 글로벌 시장을 주도하는 강소중견기업, 즉 히든챔피언 보유, 히든챔피언은 틈새시장(니치마켓; niche market)에서 매우 특화된 전문성을 갖춤
 - * (예) Tornos(특수 CNC 선반, Komax(와이어 프로세싱) 등
 - * 과거 시계부품 기업이 정밀기계 분야로 전환하는 등 오랜 기간 노하우가 축적된 점도 장점으로 작용
- 산학 협력을 통한 기술의 상용화가 활발한 점이 스위스 히든 챔피언의 경쟁력 유지의 원천
 - * (산학협력) 취리히 공대(ETH, 세계 대학 7위)-취리히 내 로봇 클러스터 활용하여 AI와 시각인지 결합한 로봇 개발중, 로잔공대(EPFL, 세계 대학 22위)-번개 예측도 80%에 달하는 AI개발
 - * (기술 상용화) 취리히연방공과대학 내 로보틱스 지능시스템 연구소에서 시작한 스위스 기업 F&P로보틱스 AG는 협동 로봇 P-Rob 생산, 글로벌 기업에 납품중
- 양국 정상 회담을 통해 R&D 분야의 포괄적 협력 확대에 대한 상호 관심 표명
 - * (예) KIAT(한국산업기술진흥원), Innosuisse(기술혁신공사) 간 공동 R&D 촉진을 위한 MOU 기 체결

진출전략

- 양국 정부 R&D 펀드, EU펀드를 활용한 강소중견기업간 협력 공동 연구개발 추진
 - * (예) 한-스위스 국제공동기술개발사업(R&D) ('16년부터 지원중), (스)경제교육연구부, Innosuisse-(한) 산업통상자원부, 한국산업기술진흥원
- 스위스 우수 대학 및 연구기관을 통한 기술 개발 또는 상용화 이전의 신기술 인수
 - * (예) 스위스 주요 대학, 기업 대상 미상용화된 신기술 발표회 정기 개최 : ETH Industry Day(www.ethz.ch/industry-day), EPFL Industry day(<http://sti.epfl.ch/page-124709-en.html>) 등

공동R&D, 기술협력 사례

- 스위스 제약업체 A사는 한국 유망 중소제약개발사와 협력, 한국에서의 임상실험 적극 추진
- 한국 대기업 B사는 스위스 플랜트 분야의 노하우 인수를 위하여 스위스에 R&D 법인 설립

3-2. 혁신기술 보유 기업, CVC 투자유치 공략

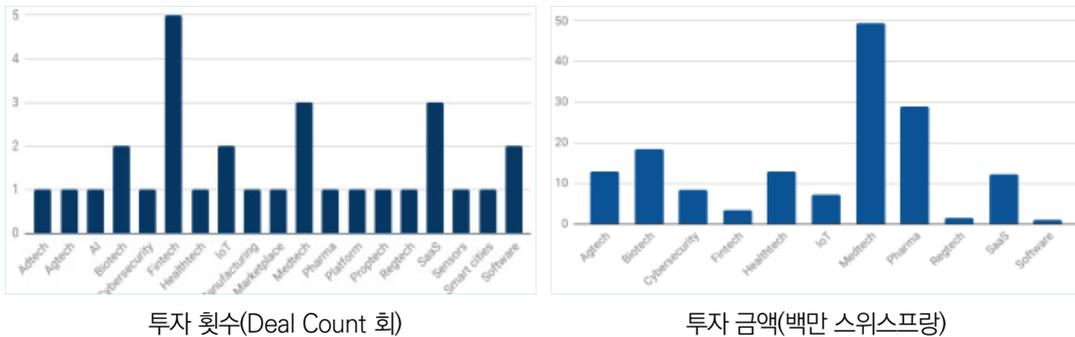
산업여건 및 전략적 가치

- 혁신 기술 수혈을 희망하는 대규모 CVC 보유
 - 소비재, 금융, 보안, 통신 등 다양한 분야에 포진
 - 규모 및 기존 투자유치 이력 등보다 '핵심 기술력'에 초점, 스타트업에도 열린 기회

주요 이슈 및 트렌드

- 스위스 CVC(Corporate Venture Capital), 외부에서 혁신 기술 수혈 희망
 - 스위스 CVC 투자 규모는 '17년 기준 약 1.6억 스위스 프랑으로 추산
 - 노바티스(Novartis, 의약), 네슬레(Nestle, 소비재) 등은 R&D 역량 강화 및 글로벌 시장 확대가 주목적으로 해외에 활발히 투자하는 반면, 스위스콤(Swisscom, 통신), 포스트(Post Finance, 통신·금융) 등은 내수 서비스 강화가 주목적
 - 기업 인수 또는 과반수 지분 투자 형태의 전략적 투자가 일반적이며 필요시 Joint Venture 투자도 이루어짐
 - 투자유치를 위해서는 확연히 차별되는 혁신성이 요구됨

〈스위스 CV 분야별 투자 횟수 및 규모〉



* 자료: boudkov.com 21.10.06 자료

진출전략 및 유망품목·서비스

- 유망 서비스 '모바일, 디지털트랜스포메이션 관련 플랫폼 및 솔루션 기술'
 - 주요 스위스 기업들의 공통적인 투자사례 중 국내기업이 비교우위를 점할 수 있는 부문은 전자서명, 전자결제, 스마트 센서, 온라인 마켓플레이스 등
 - * (예) 포스트(Post Finance), 코로나19 이후 물동량 폭증으로 결제 및 솔루션 분야 핵심기술 보유 기업 물색중

- 각 CVC의 포트폴리오 및 기 투자내역을 참고하여 협력수요 확인, 특히 투자하지 않는 부문에 대해 명시하는 경우 확인 필수
 - 대부분의 CVC는 자사 홈페이지 내 IR자료 제출을 통해서만 검토하는 등 접촉 경로가 제한적이므로 효과적인 IR자료 사전 준비
 - 일부 CVC의 경우 유럽 내 사무실·지사를 보유한 기업, 또는 유럽 수출 이력이 있는 기업에만 투자하는 등 제한이 있으므로 투자유치 희망 시 사전 유럽 시장 진출 고려

〈스위스 주요 기업 CVC〉

기업명	개요
ABB Technology Ventures	<ul style="list-style-type: none"> • 스위스 최대 기계업체 ABB사의 CVC • 주요 투자 분야 : Robotics, Industrial IoT, Machine learning, 3D printing, Cyber security, Distributed energy 등 • 투자 규모 : 회사당 약 50만불에서 최대 1천만불
Inventages	<ul style="list-style-type: none"> • 세계 최대 식품 기업 Nestle사의 헬스케어 CVC • 주요 투자 분야 : 의약품
Novartis Venture Fund	<ul style="list-style-type: none"> • 스위스 제약 선도기업 Novartis사의 헬스케어 CVC • 주요 투자 분야 : 바이오 분야 혁신 기술 • 투자 규모 : 총 8억불 규모, 개별 기업별 투자규모 상이 • 투자 사례 : 파맙신(대전바이오벤처타운 입주기업, 항암항체 치료제 개발) 40억원, 네오믹스(탈모치료제개발) 1백만불, 큐로사이언스(QuroScience, 현재 이름 큐리언트Qurient) 1백만불 등
Roche Venture Fund	<ul style="list-style-type: none"> • 스위스 제약 선도기업 Roche사의 CVC • 주요 투자 분야 : 치료제 및 진단기술 <ul style="list-style-type: none"> - 치료제의 경우 전임상, 진단기술 개발사의 경우 상용화 12-18개월 이전에 투자 • 투자규모 : 회사당 약 300만불에서 최대 1천만불 <ul style="list-style-type: none"> - 일반적으로 15%의 경영권 이전
Swisscom Ventures	<ul style="list-style-type: none"> • 스위스 국영통신사 Swisscom사의 CVC • 주요 투자 분야 : ICT <ul style="list-style-type: none"> - 해외 전문 투자 International Fund와 스위스 국내 투자 Swiss Early Stage Fund 로 나뉨. - 현재까지 해외 투자는 미국, 이스라엘에 포커스를 맞추고 있음 • 투자규모 : 라운드당 50만불에서 100만불 사이, 최대 500만불
Syngenta Ventures	<ul style="list-style-type: none"> • 스위스 농업 기업 Syngenta의 CVC • 주요 투자 분야 : 농업 <ul style="list-style-type: none"> - 지리적 제한은 없으나 현재까지는 북미농업 관련 스타트업에만 투자 • 투자 규모 : '06년부터 현재까지 1억 달러 이상 투자 이력, 개별 기업별 투자규모 상이

* 자료: 각 기업 홈페이지

첨부 1 수출유망품목(상품)

품목명 1	HS Code	3304	수입관세율(%)	0
화장품	수입액('20/US\$백만)	534	대한수입액('20/US\$백만)	8.8
	선정사유	<ul style="list-style-type: none"> • K뷰티 인지도 및 수요 점진적 증가 추세 		
	시장동향	<ul style="list-style-type: none"> • 한국산 화장품을 취급하는 온/오프라인 매장 증가 - K-pop 인지도 증가, 유튜브 등 SNS상 K-beauty 유행 - 총수입(백만불) : '18년(458)→'19년(479)→'20년(534) - 한국산 수입(백만불) : '18년(3.0)→'19년(3.1)→'20년(8.8) 		
	경쟁동향	<ul style="list-style-type: none"> • '20년 기준 주요 수입대상국(백만불) - 독일(142.9), 프랑스(124.1), 영국(45.0) 		
	진출방안	<ul style="list-style-type: none"> • CPNP 인증 필수. 동 인증은 서류가 방대하고 절차가 까다로워 최소 6개월에서 1년의 준비기간 필요 • 현지 유럽 파트너 발굴을 통한 대형 종합 유통망 내 뷰티 섹션 또는 프랜차이즈 드럭스토어 입점이 대중 공력에 가장 적합, 한국 화장품 수요는 아직까지 매니아 층에 집중되어 있어 인지도 상승이 관건 		
품목명 2	HS Code	190230	수입관세율(%)	23.90
라면	수입액('20/US\$백만)	36.1	대한수입액('20/US\$백만)	2.0
	선정사유	<ul style="list-style-type: none"> • 한국산 제품의 수출 지속 증가 		
	시장동향	<ul style="list-style-type: none"> • 수입은 증가세이나 등락을 반복 중 - 총수입(백만불) : '18년(36.3)→'19년(34.4)→'20년(36.1) • 對한국 소싱 확대 추세(백만불) - '18년(1.2)→'19년(1.5)→'20년(2.0) 		
	경쟁동향	<ul style="list-style-type: none"> • '20년 기준 주요 수입대상국(백만불) - 독일(8.6), 이탈리아(5.3), 폴란드(4.5) 		
	진출방안	<ul style="list-style-type: none"> • 대형유통망 납품 벤더의 2차 벤더로 진출 • 시장 점유율 확대 중인 온라인 마트 공략 • 아시아 마트 혹은 한인마트를 통한 진출 • 라벨 및 포장 등 세부내용 파악 필수 		
품목명 3	HS Code	392390	수입관세율(%)	0
플라스틱 용기	수입액('20/US\$백만)	130	대한수입액('20/US\$백만)	1.8
	선정사유	<ul style="list-style-type: none"> • 니어쇼어링으로 식품 기업 자체 생산 증가에 따른 수요 증가 • 식당 출입 기피에 따른 일반 소비자 수요 증가 		
	시장동향	<ul style="list-style-type: none"> • 코로나19로 식당운영 불가에 따른 수입 감소 • 對한국 수입 지속적인 증가세 - 총수입(백만불) : '18년(146)→'19년(136)→'20년(130) - 한국산 수입(백만불) : '18년(1.1)→'19년(1.8)→'20년(1.9) 		

I. 시장평가 및 주요이슈

II. 비즈니스 환경 분석

III. 진출전략

	경쟁동향	<ul style="list-style-type: none"> • '20년 기준 주요 수입대상국(백만불) - 독일(47.4), 프랑스(15.8), 이탈리아(14.3) 		
	진출방안	<ul style="list-style-type: none"> • 장기 플랜에 따른 현지 글로벌 가공식품 제조사 공략 • 일반 소비자를 타겟으로 한 대형유통망/온라인 유통망 공략 - 대형유통망 벤더의 2차 벤더로 진입 - 코로나19로 온라인 유통망 사용을 확대 추세 		
품목명 4	HS Code	851830	수입관세율(%)	0
	수입액('20/US\$백만)	140	대한수입액('20/US\$백만)	0.075
이어폰	선정사유	<ul style="list-style-type: none"> • 코로나19로 재택근무 증가, 그에 따른 이어폰 수요 증가 		
	시장동향	<ul style="list-style-type: none"> • 코로나19로 수요 증가 - 재택근무에 따른 화상회의 증가 - 야외활동 축소에 따른 미디어 활용 증가 • 수입 지속 증가 • 對한국 수입 지속 증가 - 총수입(백만불) : '18년(89)→'19년(108)→'20년(140) - 한국산 수입(백만불) : '18년(0.067)→'19년(0.086)→'20년(0.075) 		
	경쟁동향	<ul style="list-style-type: none"> • '20년 기준 주요 수입대상국(백만불) - 중국(94.6), 독일(19.3), 멕시코(3.9) 		
	진출방안	<ul style="list-style-type: none"> • 온라인 시장을 통한 인지도 확대 • 장기적 마케팅 전략을 통해 대형 온/오프라인 마켓 집중 공략 • 저렴한 가격이 시장진입에 수월 		
품목명 5	HS Code	9503	수입관세율(%)	0
	수입액('20/US\$백만)	455	대한수입액('20/US\$백만)	1.9
원구	선정사유	<ul style="list-style-type: none"> • 수입 의존성이 높으며 한국산 수입 증가 추세 		
	시장동향	<ul style="list-style-type: none"> • 전체 시장 수입 규모가 증가세를 보이고 있고 크리스마스 등 하반기에 매출이 집중 - 총수입(백만불) : '18년(407)→'19년(403)→'20년(455) - 한국산 수입(백만불) : '18년(1.3)→'19년(1.9)→'20년(1.8) 		
	경쟁동향	<ul style="list-style-type: none"> • '20년 기준 주요 수입대상국(백만불) - 중국(207), 독일(112), 체코(38) 		
	진출방안	<ul style="list-style-type: none"> • 현지 대형 유통망을 통한 시장 진출이 가장 효과적. 단, 높은 진입장벽으로 장기적 계획 필요 • 코로나 19로 온라인 시장 이용률 증가. toys.ch와 같은 장난감 전문 온라인샵 혹은 Galaxus와 같은 대형 온라인 마켓으로 진입 		

첨부 2 수출유망품목(서비스)

품목명 1		
블록체인 기술	선정사유	<ul style="list-style-type: none"> • 스위스 금융계, 은행비밀주의 포기 이후 금융분야 신성장 동력으로 블록체인 및 핀테크에 관심 증가 • 글로벌 블록체인 중심지(Cryptovalley)로 부상, ICO 관련 제도 정비 등 생태계 조성 중
	시장동향	<ul style="list-style-type: none"> • 블록체인을 활용한 token/crypto-화폐와 ICO(Initial Coin Offering)의 글로벌 중심지로 도약하기 위해 Zug市에 Crypt Valley 구축, 관련 기업 및 인력이 풍부한 생태계 조성 중
	경쟁동향	<ul style="list-style-type: none"> • Ethereum, Monetas, XAPO 등 기업들이 기 진출 • 전세계 ICO 중 약 30%가 스위스를 통해 진행
	진출방안	<ul style="list-style-type: none"> • 블록체인 : 현지 VC 행사(Kickstart Accelerator 등) 활용, Zug 등 혁신지역에 스타트업 진출, Swisscom Blockchain 등 대기업과 기술 협력 등 • ICO : Ethereum 등을 벤치마킹하여 현지에 비영리 재단 또는 법인 설립 후 Crowdsale 진행
품목명 2		
비디오게임	선정사유	<ul style="list-style-type: none"> • 글로벌 게임 및 관련 콘텐츠 산업(스트리밍 등) 확대 트렌드, 스위스로 확산 • 현지 소비시장 견고, 게임 인구 3백만명(총 인구의 약 1/3) 이상
	시장동향	<ul style="list-style-type: none"> • 스위스게임개발자협회(Swiss Game Developers Association), 산업 규모는 5천만 CHF 수준 • Swisscom, '18.10월 스위스 최초로 e스포츠 방송(ESL tv, ES1) 및 자체 e스포츠 리그 "Swisscom Hero League" 발족
	경쟁동향	<ul style="list-style-type: none"> • 콘솔 게임 시장 점유율은 Playstation4(41.8%), Switch(29.2%), Xbox one(13.2%), Nintendo 3DS(4.8%) 순
	진출방안	<ul style="list-style-type: none"> • 스위스의 비디오 게임 소프트웨어 개발이나, 가상현실을 위한 제품 개발 등을 통하여 스위스 시장 진출. 스위스 게임 개발(OZWE Games나 GIANTS Software)과 협력 고려 가능 • 현지 게임 컨벤션 활용 : Zurich Game Show(취리히), Ludicious(취리히), HeroFest(베른) 등

I. 시장평가 및 주요이슈

II. 비즈니스 환경 분석

III. 진출전략

첨부 3 '22년도 KOTRA 주요사업 (잠정)

■ 친환경제품, 건강관련제품 수요 급증, 수요 품목 변화에 대응

- 코로나 바이러스와 환경오염간 상관관계 이슈화에 따라 친환경패키징, 대체육, 비건(vegan) 식품 등 각광

관련 계획사업 1 Coop 입점 추진 사업

- 지원대상 및 규모 : 소비재(혁신 전자제품*, 스포츠용품**, 화장품, 식품) 40개사 규모
 * 전자제품 : CE인증 보유, 가정용, 디자인 및 기능 차별성
 ** 스포츠용품 : 홈트레이닝에 적합한 개인용품 위주

- 내용 : 스위스 2대 유통망 Coop 입점, 소싱, PB상품화 등 다양한 형태의 협력 도모

관련 계획사업 2 Vitafoods Europe 2022 연계 지원사업

- 지원대상 및 규모 : 건강기능식품 브랜드 보유 기업 10여개사
- 내용 : 유럽 최대 건강기능식품 관련 전시회, 스위스 및 인근 유럽국가 진출 지원

첨부 4 '22년도 주요 정치경제 일정 및 유망전시회 캘린더

■ 주요 경제·통상 일정

주요 행사	일시(잠정)	비고
스위스-EU 산업 표준 상호인정 협정	2022 연말	120여개에 이르는 스위스 - EU 양자간 협정

■ 유망 전시회 캘린더

주요 행사	일시(잠정)	비고
2022 다보스 포럼	2022.1.17.-21	세계 경제 포럼
EPHJ- EPMT- SMT	2022.6.8.-11	신소재·산업기기/광학/패션·섬유·전기·전자 산업 전시회
2022 스위스 제네바 비타푸드 (Vitafoods Europe 2022)	2022.5.10.-12	식품 전시회
Swiss Watch Week	2022.3.31.-4.4	기존 유명 시계 보석 전시회 Baselworld 대체 전시회

첨부 5 [한국무역보험공사] 무역보험 인수방침

■ [한국무역보험공사] 스위스 국별 인수방침

신용장	무신용장
정상인수	정상인수

* 현 국별 인수방침은 '21.12.29일 기준이며 향후 변경될 수 있으므로, 정확한 사항은 한국무역보험공사 조사부 국별조사팀(02-399-7177) 또는 아래 링크에서 확인
(<https://www.ksure.or.kr:8443/research/content/contentViewD.do?brdUpperCode=A>)

■ 주요 용어 설명

용어	내용
정상인수	별도의 인수제한조치 없이 인수하는 것을 의미

I. 시장평가 및 주요이슈

II. 비즈니스 환경 분석

III. 진출전략

〈작성자〉

연번	작성자	직책	소속	Tel	Email
1	김소영	과장	취리히무역관	044-503-5302	sykim0507@kotra.or.kr
2	김민혁	대리	취리히무역관	044-503-5011	min.kim@kotra.or.kr

KOTRA자료 21-263

2022 스위스 진출전략

발행처 KOTRA
발행인 유정열
편집인 경제통상협력본부
발행일 2021년 12월
주소 서울시 서초구 현릉로 13(06792)
전화 1600-7119(대표)
홈페이지 www.kotra.or.kr
I S B N 979-11-402-0118-1 (95320)

Copyright © 2021 by KOTRA. All rights reserved.
이 책의 저작권은 KOTRA에 있습니다.



2022 스위스 진출전략

