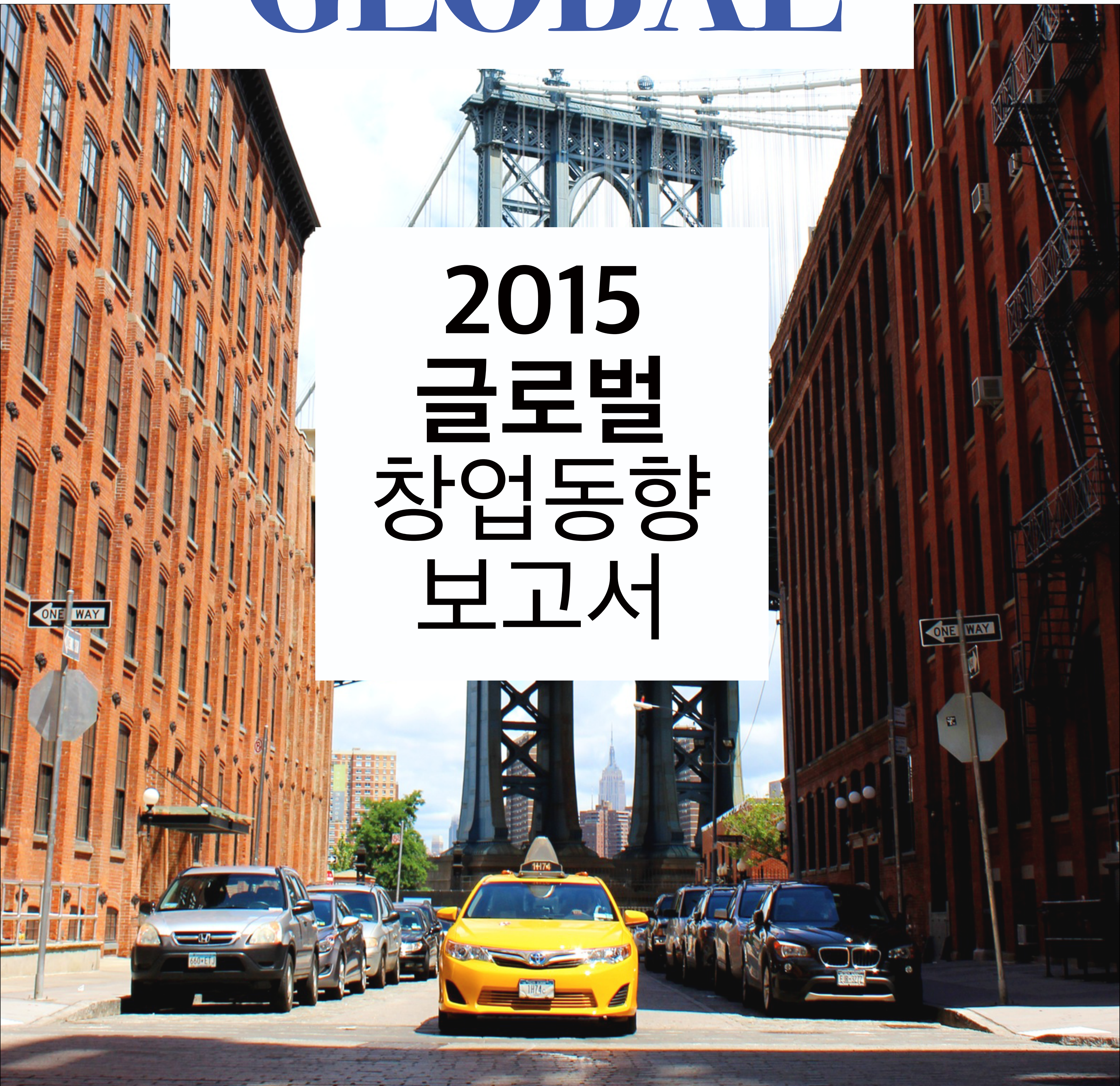

GLOBAL

2015 글로벌 창업동향 보고서



2015 글로벌 창업 동향 보고서

성공적인 글로벌 창업을 꿈꾸는 모든 이들을 위해
글로벌 창업이 가장 활발하게 일어나고 있는
주요 6개 국가별 1.일반 정보 및 2. 창업정보 등을 제공합니다.



USA

01 미국

The United States of America

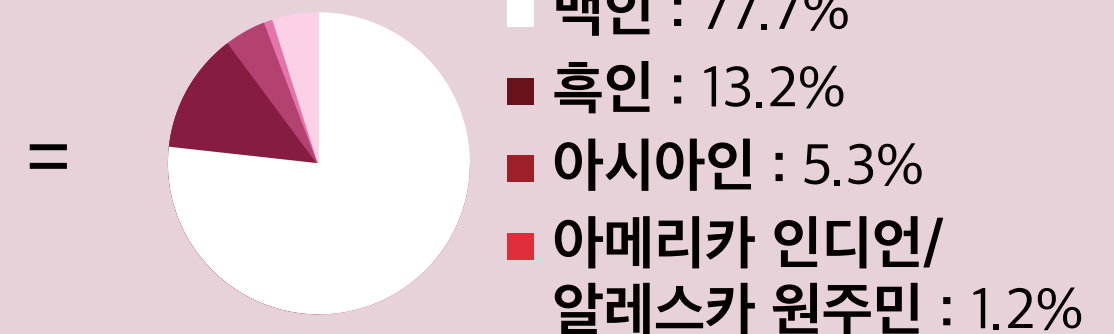
백인, 흑인, 아시아인, 인디언 및 알래스카인, 하와이 원주민, 다민족



I 국가개요



- 국명 : 미합중국 (The United States of America)
- 면적 : 9,372,610km² (한반도의 약 42 배, 남한의 95 배)
- 수도 : 워싱턴 DC ■ 언어 : 영어
- 주요도시 : New York(841 만 명), Los Angeles(388 만 명), Phoenix (151 만 명)
Chicago(272 만 명), Houston(220 만명), Philadelphia(155 만 명)



I 경제 및 시장상황

경제 규모(명목 GDP)	15조 7,103억 달러
1인당 명목	4만 9,115달러
실업률	5.8%
산업구조	금융·부동산(20.2%), 전문 서비스(11.8%), 제조업(12.1%), 도소매(11.8%), 교육/의료(8.2%), 정보 통신(4.6%), 문화서비스(3.7%), 건설(3.7%), 교통(2.9%), 광업(2.6%), 전력(1.6%), 정부부문(13.2%), 기타(2.2%)

출처: http://www.kotra.or.kr/KBC/dallas/KTMIUI180M.html?SITE_CD=01005&SITE_SE_CD=1039303&TOP_MENU_CD=33401&LEFT_MENU_CD=35456&MENU_CD=35456#noli nk

2014년 3분기 경제성장률은 전기대비 연율 기준 5.0%의 폭발적인 성장을 기록했다. 이는 10월 발표되었던 잠정치 3.5%보다 무려 1.5% 포인트 높을 뿐 아니라 2003년 3분기 (6.9%) 이후 11년 만에 가장 큰 성장이다. 금융 전문가들은 3분기 미국의 경제성장률이 4.6%를 기록했던 2분기보다 낮은 4.3% 일 것으로 예측했으나 이를 훨씬 뛰어넘었다.

주요 성장 동력은 개인소비와 설비투자 증가에 기인한 것으로 분석된다. 상무부에 따르면 3분기 미국의 개인소비는 전기대비 3.2% 성장했고 설비투자 역시 8.9%의 큰 폭 성장을 보였다. 이외에도, 주택 투자(3.2%), 정부 지출(4.4%), 수출(4.5%) 등 전 부문이 고른 성장률을 보이고 있다.

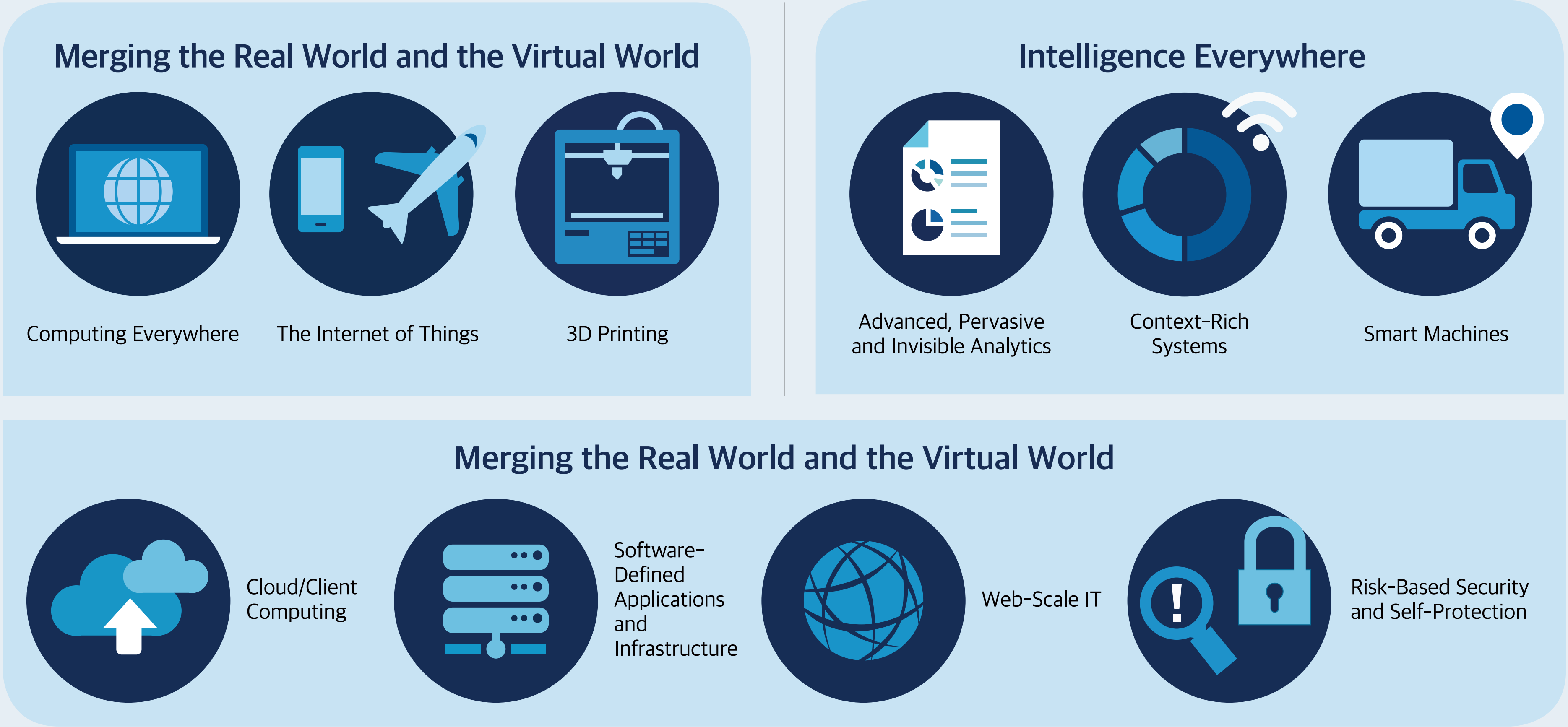
분기	2009	2010	2011	2012	2013	'13.4Q	'14.1Q	'14.2Q	'14.3Q
성장률	-2.8	2.5	1.6	2.3	2.2	3.5	-2.1	4.6	5.0

주 : 전기대비 연율 기준

출처 : 美 상무부 경제분석국(Bureau of Economic Analysis)

향후 미국 경제는 2014년 하반기 강한 성장세에 힘입어 2015년에도 성장을 지속할 것으로 보인다. 미국 주요 투자은행(IB)들은 기업과 가계의 경제활동 확대는 노동시장 개선과 2015년 경제성장률 확대에 이어질 수 있을 것으로 예측하고 있다. JP Morgan의 경우 3분기에 에너지 가격 하락이 소비 지출에 긍정적 요인으로 작용하는 한편 경기상승에 대한 기대감으로 투자 수요도 확대될 가능성이 있다고 전망했다. 주요 투자은행(IB)들의 미국 경제 성장률 전망치를 종합해보면 2014년 미국 경제는 2.3% 성장하고 2015년에는 더욱 증가한 3.0%의 성장을 보일 것으로 예상하고 있다.

■ TOP 10 Startegic Technology Trends for 2015



■ 가트너에서 발표한 2015년의 10대 전략 기술 설명

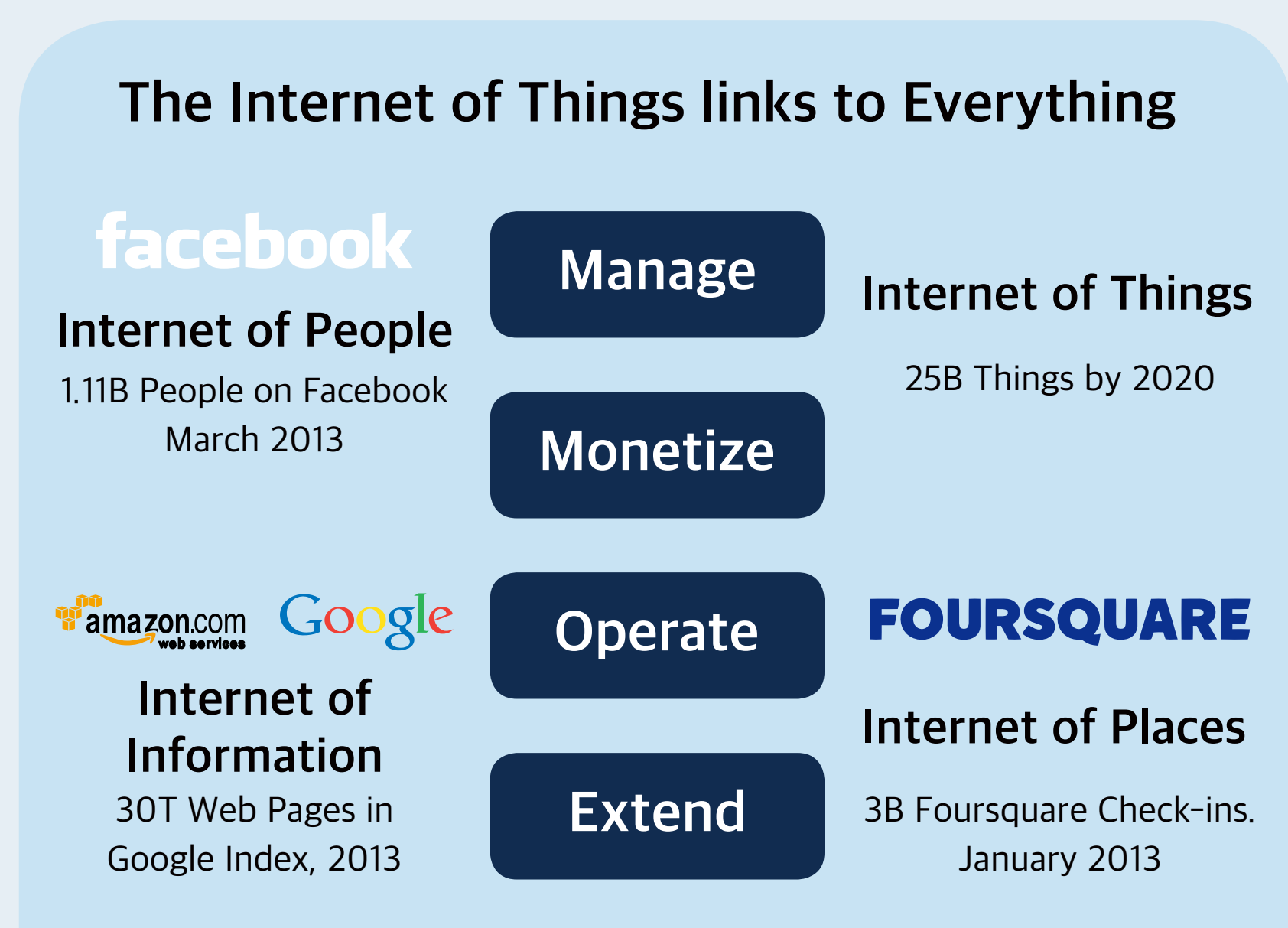


1. 컴퓨팅 에브리웨어 (Computing Everywhere)

2015년에는 다양한 맥락과 환경에서 모바일 이용자들을 지원하는 기술에 대한 수요가 더욱 많아질 것이라고 평가했다. 과거에는 하나의 기기에 집중했다면, 이제는 스마트폰과 웨어러블 기기가 직장 and 개인 생활에서 확대된 컴퓨팅의 개념으로 자리잡고 있다고 내다봤다. 사용자경험(UX)이 보다 강조될 것으로 보인다.

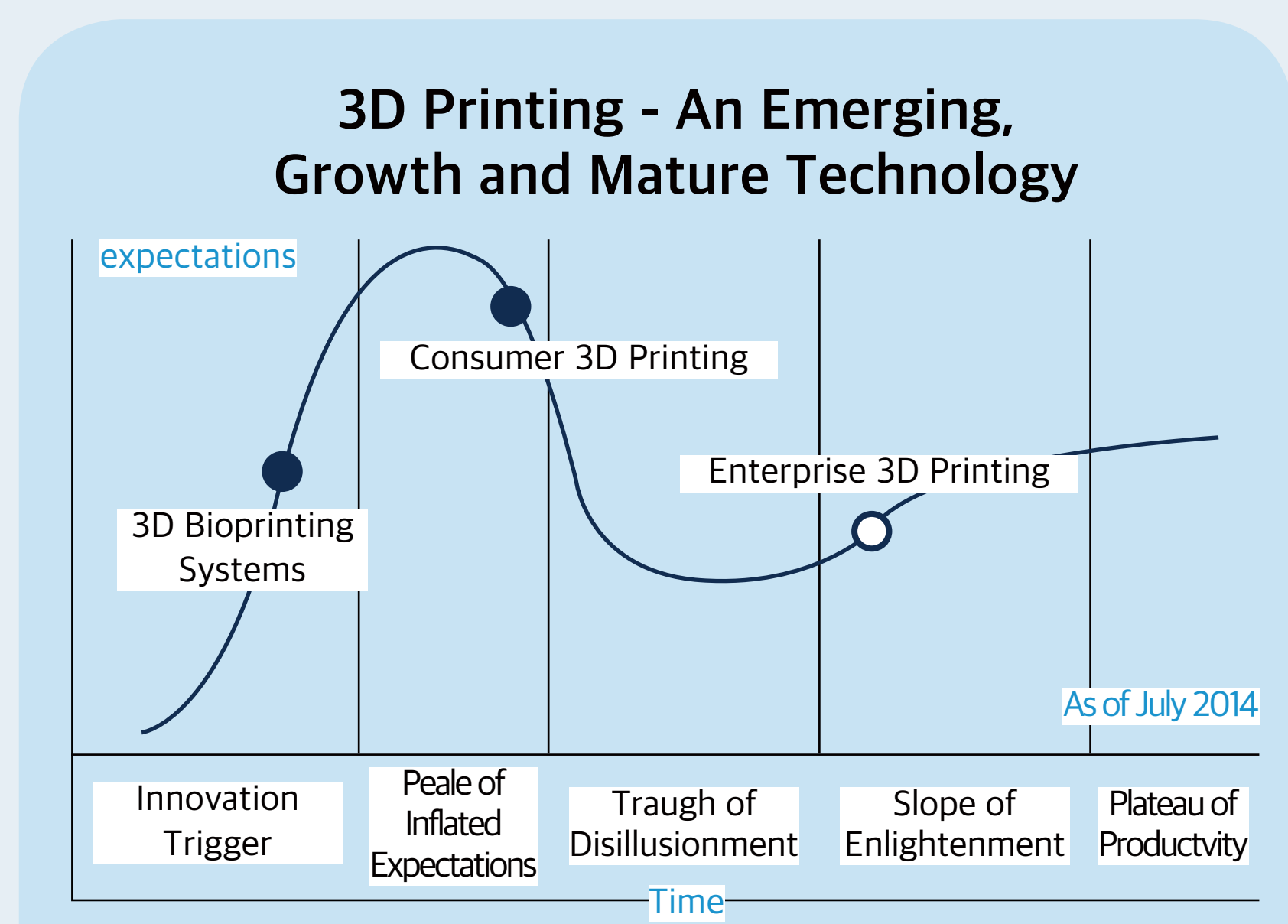
2. 사물인터넷(The Internet of Things - IoT)

IoT는 도처에 있는 사용자 지향의 컴퓨팅으로 인해 계속해서 확대될 것이라고 예측했다. 이와 관련된 디지털 비즈니스 상품과 프로세스가 더욱 주목을 받을 것이라고 평가했다.



3. 3D 프린팅(3D Printing)

3D 프린팅 비용이 앞으로 3년간 계속해서 감소할 것으로 보인다. 저렴한 가격의 3D 프린팅 기기가 빠르게 다양한 시장을 형성하고 발전시킬 것으로 예상된다. 산업적인 활용 또한 이러한 추세에 맞춰 확대될 것이다. 현존하는 산업에서 최근에는 요식업(초콜렛, 케익 등)까지 다양한 3D 프린팅 기기가 등장하고 있고, 이에 따라 디자인 개선, 프로토타이핑 효율, 짧은 제조 공정 등을 통해 비용을 줄일 수 있는 효율적인 수단이 될 것이다.

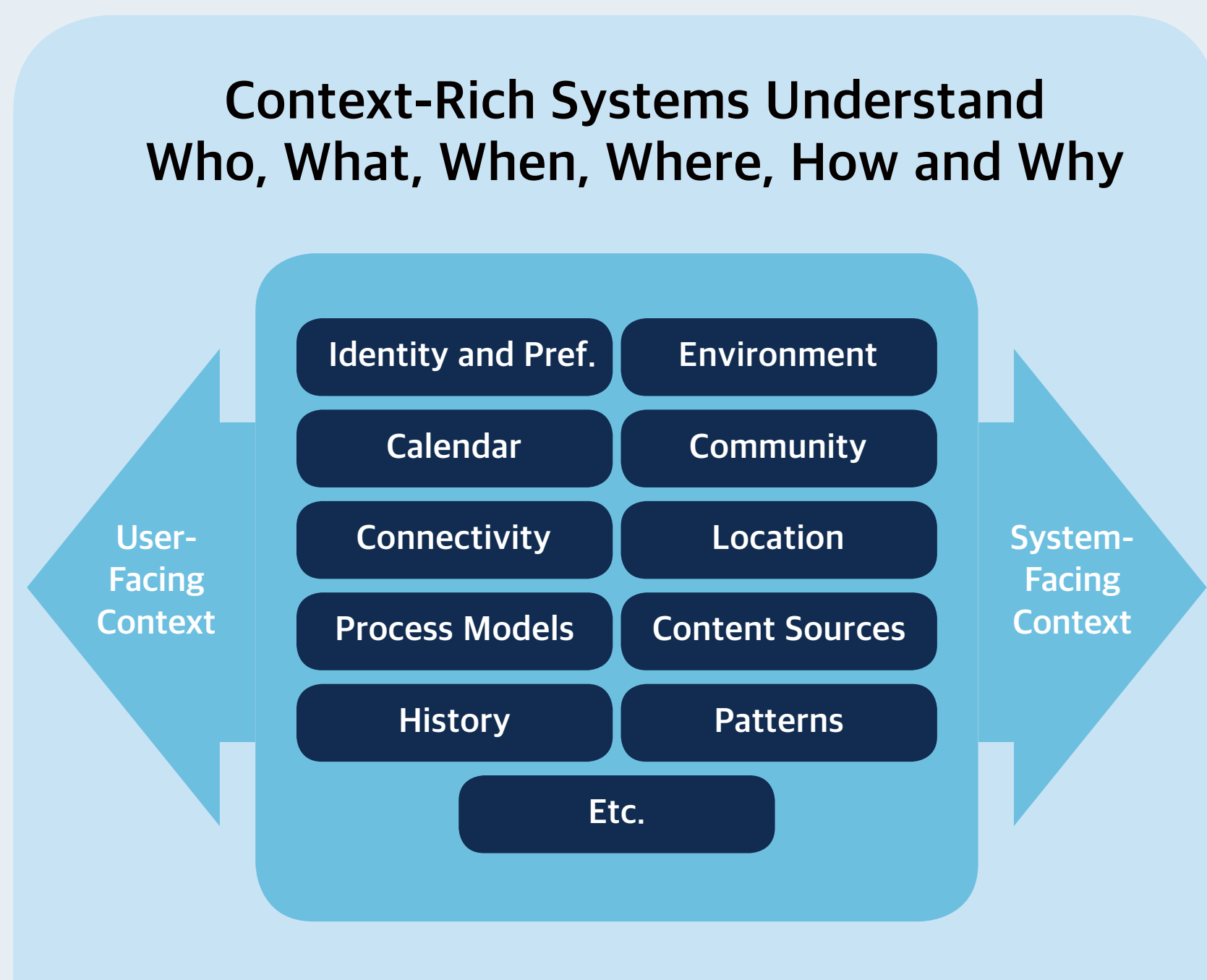


4. 고도화의 보이지 않는 애널리틱스 (Advanced, Pervasive, Invisible Analytics)

애널리틱스(분석)는 IoT와 임베디드 기기의 확대에 의해 발전을 거듭할 것이다. 조직 안팎에서 정형, 비정형 데이터로 구성된 광대한 풀(Pool)이 계속해서 만들어져 이에 대한 분석을 눈에 띄지 않게 자연스럽게 유도될 것으로 보인다. 이러한 방식을 모든 앱이 내부적으로 분석툴을 통해 이뤄냄에 따라 분석 결과로 도출되는 방대한 질문과 대답(Big Question/Big Answer)이 '빅데이터(BigData)'보다 중요할 것으로 예상된다.

5. 콘텍스트 리치 시스템(Context-Rich Systems)

임베디드 인텔리전스는 '스머드는(pervasive) 분석'과 결합된 유비쿼터스로 주위 환경에 민감히 반응하는 시스템의 개발 속도를 촉진시킬 것이다. 가트너의 분석에 따르면, 맥락 인식 보안 시스템(자연스럽게 맥락을 이해하고 인지)이 이러한 트렌드의 시초가 될 것이나 데이터와 환경의 분석에 따른 다른 종류의 시스템들도 곧 나오게 될 것이라고 예측했다.

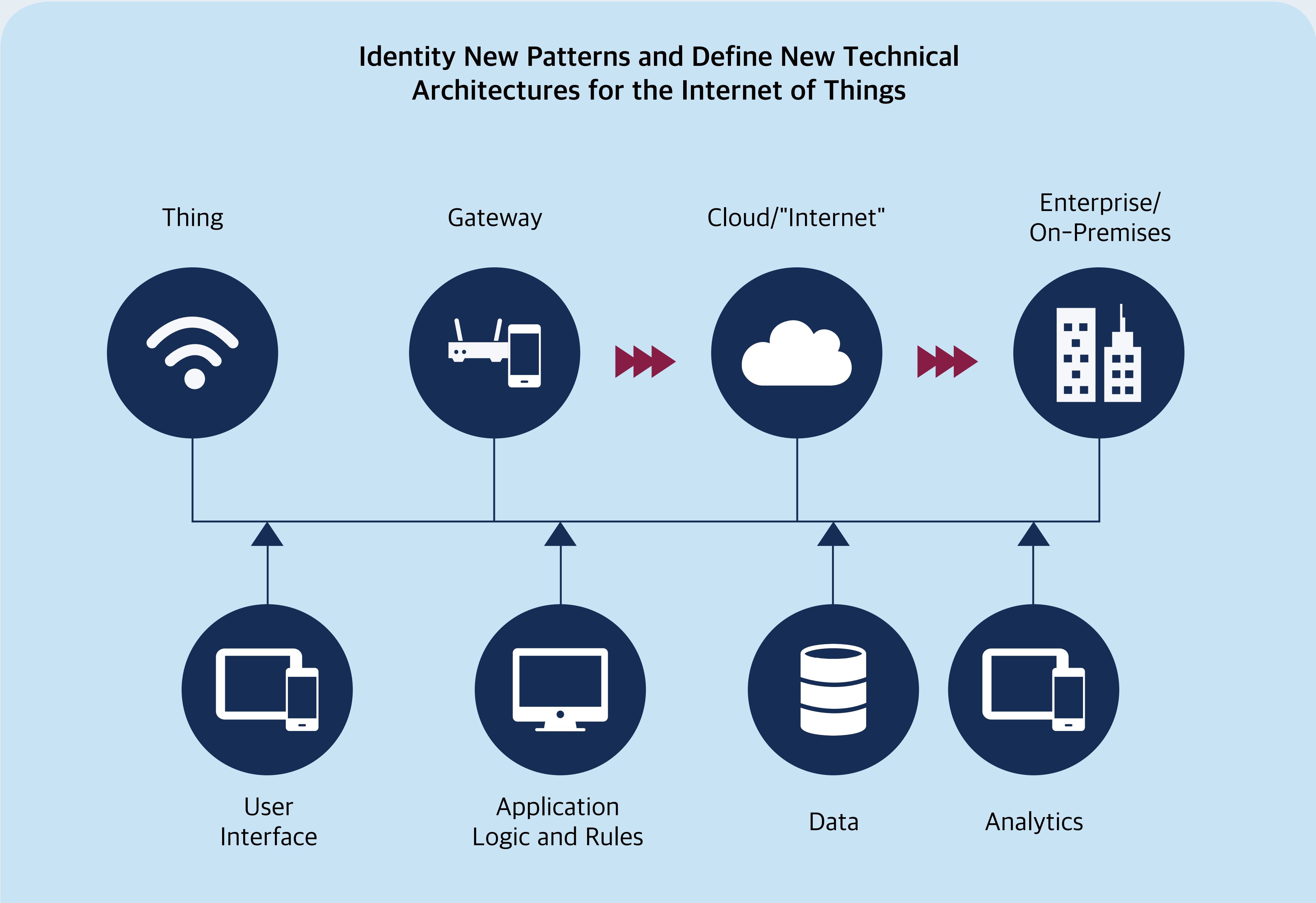


6. 머신(Smart Machines)

스마트 머신은 차세대 알고리즘을 통해 머신 스스로가 학습하는 시스템을 구축하며, 이러한 학습에 근거해 작동되는 구조로, 2015년도 다양한 스마트 머신이 등장할 것으로 예상된다. 머신 헬퍼들이 자율 주행 차량, 개량 로봇, 가상 비서, 스마트 어드바이저 등 기존 프로토타입에서 발전하여 편리하고 고도화된 기기들이 나올 것으로 보인다.

7. 클라우드/클라이언트 컴퓨팅(Cloud/Client Architecture)

모바일, 클라우드 컴퓨팅은 기기의 종류 및 운영체제 등과 관계없이 전송 및 수신할 수 있는 공통 애플리케이션으로서 성장할 것이다. 클라우드 컴퓨팅은 이를 이용하는 응용프로그램들에 대해 탄력적으로 확대/축소할 수 있는 셀프서비스 컴퓨팅으로 확장 될 것으로 보인다. 클라이언트 기기에서의 정보와 스토리지를 사용하는 앱들은 손쉽게 여러 가지 앱을 연결하며 클라우드를 기반으로 시스템을 조정, 관리하게 될 것이다.

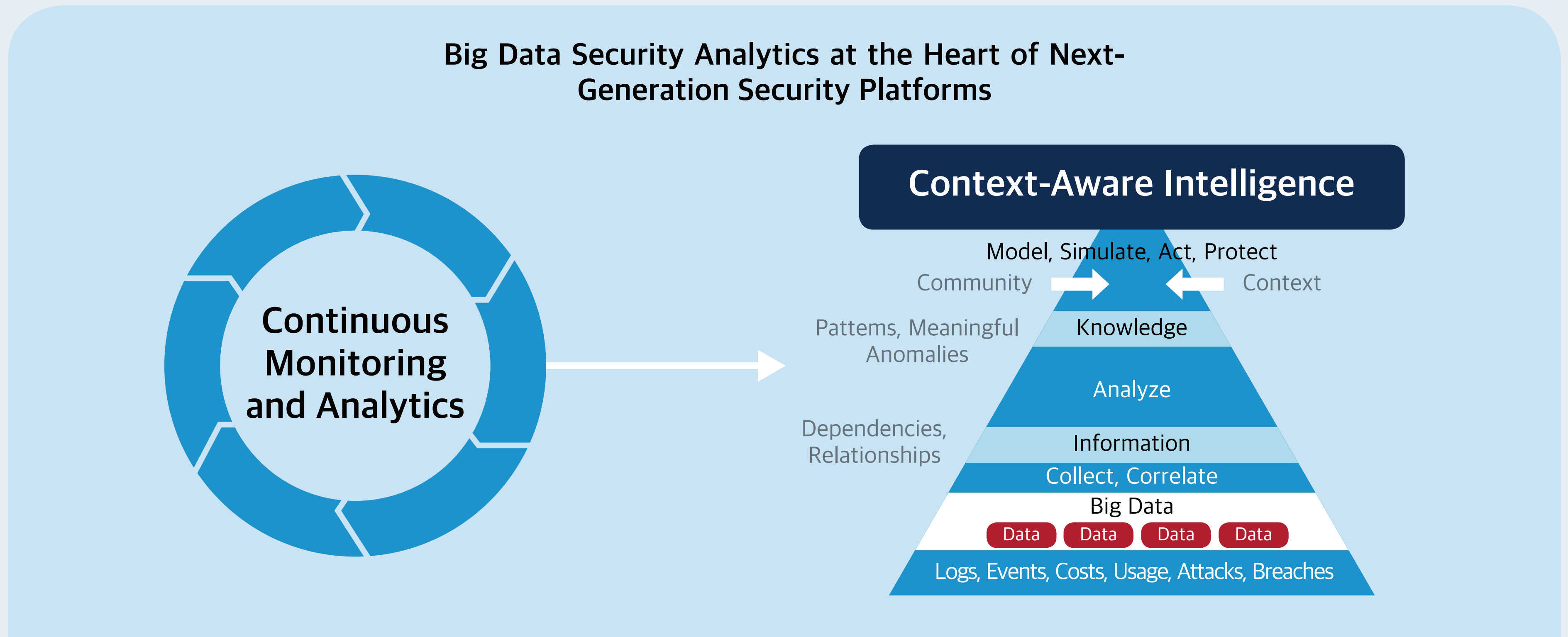


8. SW정의 인프라와 애플리케이션(Software-Defined Infrastructure and Applications)

인프라 기초부터 애플리케이션까지 모든 것을 프로그래밍하는 것에 대한 애자일 개발 방법은 조립할 수 있어야 하고 유연해야 한다. 소프트웨어(SW)가 정의된 네트워킹, 스토리지, 데이터 센터와 보안은 성숙단계에 이르렀다. API는 클라우드 서비스 소프트웨어를 설정할 수 있게 만들었으며, 애플리케이션은 리치 API를 통해 각각의 기능과 콘텐츠를 계획에 따라 접근할 수 있게 됐다.

9. 웹스케일 IT(Web-Scale IT)

가트너는 더 많은 회사들이 기술에 충실한 아마존, 구글, 페이스북이 했던 것처럼 환경과 맥락을 이해하고, 이에 따라 애플리케이션과 인프라를 만들 것에 주목했다. 웹스케일 IT은 새로운 모델, 클라우드 최적화, SW 정의 방식을 기반으로 한 상업적인 하드웨어 플랫폼으로서 주류가 될 것이다.



10. 리스크 기반 보안과 자가 보호(Risk-Based Security and Self-Protection)

'보안'은 디지털 시대로 들어감에 따라 중요한 고려사항이 될 것이다. 많은 회사들이 100% 보안 솔루션을 만드는 것을 불가능하다고 인정하기 때문에, 이러한 흐름에 따라서 보안은 더욱 대세가 될 것이다. 그리고 프로세스와 틀 관점에서 위험 요소를 감지, 제어할 수 있도록 하는 세련된 방법들이 구현될 것이다.

출처 : <http://www.gartnereventsondemand.com/session-video/SYM24/22a>

■ 미국 정부의 대응

Startup Act (2015 - 2016)

지난 1월 미국 의회에서 제안된 안건 중 빠르게 변화하는 기술 트렌드와 이를 반영하여 기술산업을 더욱 발전시킬 수 있도록 하는 Immigration Innovation Act와 Startup Act가 제안되었다.

미국은 다문화 국가로서 경제 발전과 다양한 문화 기술의 발전 속도가 전세계를 리드하고 있다. 이러한 미국에서 가장 큰 이슈는 현재 미국으로 모이고 있는 역량있는 재능을 어떻게 살릴 것인가에 대한 부분이다.

이러한 고민을 해결하기 위하여 제안된 Startup Act와 Immigration Innovation Act는 과학, 기술, 엔지니어링, 수학 등의 전공으로 미국대학을 졸업한 외국인에 대하여 해당 분야로의 취직을 하였을 때 내어줄 수 있는 비자의 수를 75% 늘려, 115,000명에게 배분하는 것으로 확정하였다.

미국 상업부에 의하면, STEM(과학, 기술, 엔지니어링, 수학) 관련 직종은 2008에서 2018년까지 그 수가 17% 상승할 것으로 보고되었다. 이는 Non-STEM(과학 기술 직종이 아닌) 직종이 9.8% 상승하는 것과 대비하여 큰 폭으로 차이가 나는 것으로 보인다.

카프만 재단(Kauffman Foundation, 전미 창업관련 가장 큰 재단)이 2013년 조사한 바에 따르면, Startup Act로 인해서 얻게 되는 경제 효과는 10년 동안 50만개에서 150만 개의 일자리 창출이 이루어 질 것으로 조사되었다.

출처 : http://www.pennlive.com/opinion/2015/03/post_40.html

지식 분야 R&D 정책

네트워킹 정보기술 연구 개발(NITRD) 프로그램 중심의 미국 ICT R&D 지원 체계

미국은 1991년 설치된 네트워킹 정보기술 연구 개발발(Networking and InformationTechnology Research and Development, NITRD) 프로그램을 통해 국가 ICT R&D를 관장하고 있다.

- 대통령을 의장으로 하는 국가 과학기술 위원회(National Science and Technology Council, NSTC)의 주도하에 NITRD는 범부처 ICT R&D 정책 개발 및 관련 예산의 조정 업무를 진행한다.
- 2015년 회계 연도 예산 요청안에 따르면 NITRD 프로그램에는 약 38억 720만 달러의 예산이 배정될 전망이다.

2015년 2월 기준 NITRD에 정식으로 참여하고 있는 기관 규모는 18여 개에 이르고 있으며, ICT R&D에 관심을 표명한 30여 개 기관들 역시 비공식적으로 참여 중이다. 현재 NITRD는 사이버 보안 및 정보 보증, 고 신뢰 소프트웨어 및 시스템, 고성능 컴퓨팅, 인간-컴퓨터 상호작용 및 정보 관리, 대규모 네트워킹, IT가 사회, 경제, 노동에 미치는 영향 및 IT 인력 양성, 소프트웨어 설계 및 생산성, 영상 및 이미지 분석 등에 관한 R&D 조정 활동을 수행하고 있다. 또한, 최근 빅데이터 R&D, 사이버 물리 시스템 R&D, 사이버 보안과 정보 보증 R&D, 의료 정보기술 R&D, 무선 스펙트럼 R&D 등에 관한 기술 도전 과제를 발굴하는 그룹을 운영하고 있다.

소비자 특성

미국은 다양한 소득 계층이 존재하고 소득 계층별 소비패턴이 어느 정도 구분되는 차별화된 시장이자, 유통시장 발달로 수요자 주도의 시장구조가 정착되어 품질 고하를 막론하고 가격경쟁이 치열하다. 2009년 금융위기 이후 부진한 경기 회복으로 미국 저소득층 소비자층부터 고소득층 소비자층까지 소비심리가 현재까지도 위축된 모습을 보이고 있다. 향후 미국 경제를 이끌어갈 신세대들은 경기 침체에 대한 경험으로 보수적인 경제관을 갖게 되어 앞으로 미국인들의 구매행위는 더욱 절약적인 면이 강조될 것으로 예상된다. 미 소비자들의 구매 원칙은 BCD로 요약할 수 있다. 이는 기존 상품보다 색다르고 (DIFFERENT), 보다 나은 품질(BETTER)의 상품을 보다 싸게 (CHEAPER) 구입하려는 밸류 (VALUE) 지향 성향이다.

그룹	특성
BUDGET 그룹	연간 소득 3만 5,000달러 이하인 하류 또는 서민계층을 BUDGET 그룹으로 분류된다. 주로 흑인층으로 판매 제품은 베이직한 디자인(BASIC DESIGN)에 대량 저가품(BUDGET은 싸구려, 또는 떨어)이 주이다. - 한국에서 수출되는 저가 의류, 전자제품의 주요 타겟 시장으로 브랜드 선호도가 비교적 낮아 자가브랜드 영업을 시도하는 경우도 종종 있다. - BUDGET 그룹은 특히 호주머니에 돈이 있을 경우 충동구매 성향이 높다.
MODERATE 그룹	연간 소득이 3만 5,000~7만 5,000달러에 이르는 중산층은 MODERATE 그룹으로 분류된다. 미 전체 소비자의 70%에 이르는 주력 소비 계층으로 저가격 고품질 (LOW PRICE HIGH QUALITY)을 요구하는 전형적인 미 소비자 구매 특성을 보인다. - 최근 한국의 대미 수출상품 대부분이 이 그룹을 표적으로 하고 있는데, 중간 가격대 제품이 주류이다. - MODERATE 그룹은 합리적이고 검소한 구매를 하고 있고, 디자인, 패션 등 품질에 대한 요구가 비교적 까다롭고 개성이 강한 편이어서 다품종 소량 제품을 공급해야 한다. 또한, 브랜드 선호도가 매우 다양하고 높은 편이어서 비교적 치밀한 브랜드 영업을 전개해야 하는 고객층이다.

그룹	특성
BETTER 그룹	연간 소득이 7만 5,000~10만 달러에 이르는 고소득층은 BETTER 그룹으로 분류된다. 비교적 여유를 즐길 수 있는 소득계층으로 고급 제품을 선호하며 이들은 미국의 서민 또는 중산층 등이 성능과 기능을 중시하여 중저가 브랜드의 차를 타도 무방하다는 사고방식을 가진 것과는 달리 3,000CC 이상의 고급차를 선호하고 30인치 이상의 대형 TV를 구매하고 있다.
BRIDGE 그룹	연간 소득이 10만 달러 이상인 상류계층은 BRIDGE 그룹으로 분류된다. 고급 주택을 소유하고 고급 승용차를 몰고 다니며, 전통과 명예를 내세우며, 최고급 상품을 선호한다.

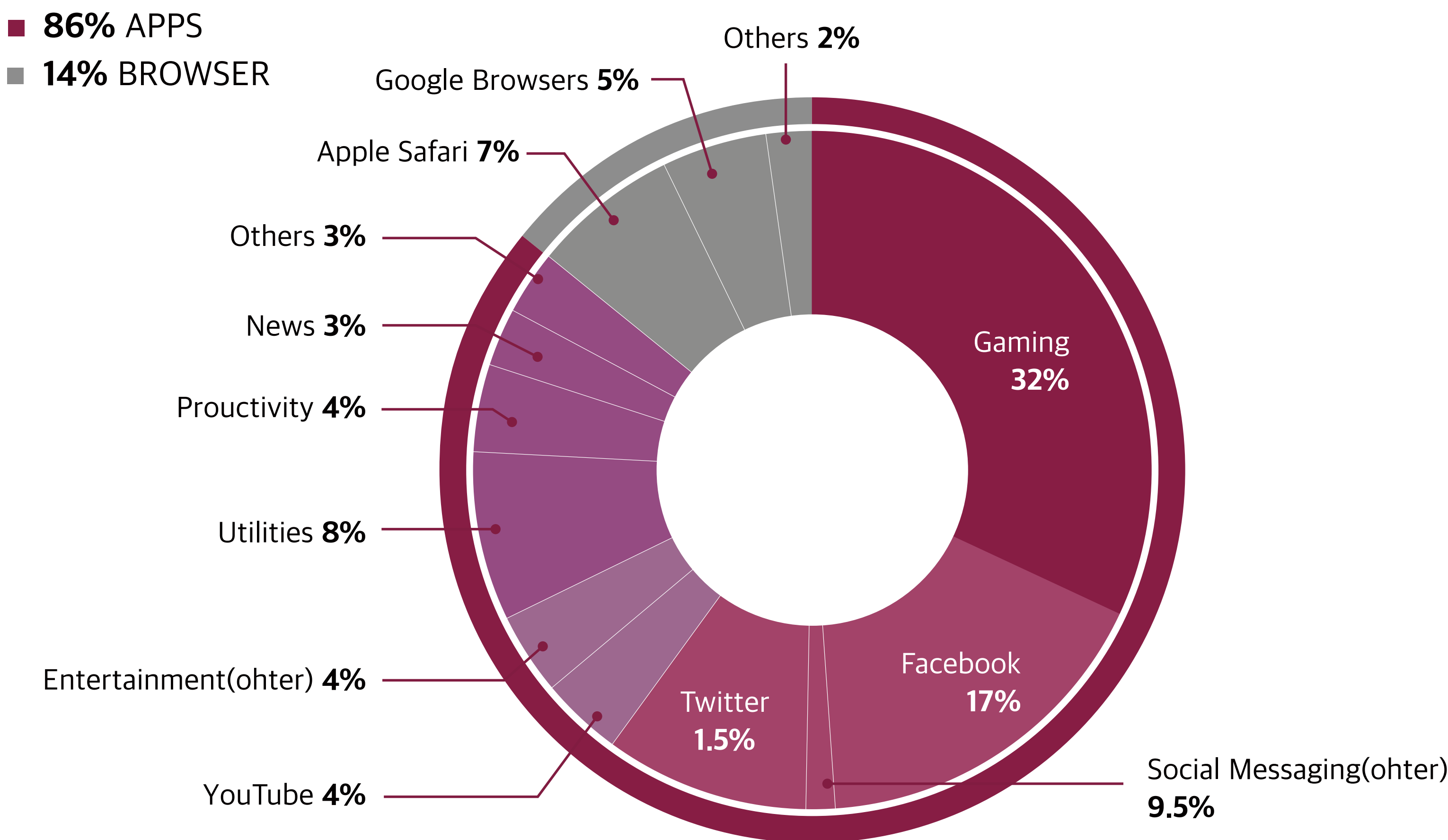
미국 소비자는 미국산 제품을 고품질로 인식하고 선호하는 경향이 있다. Boston consulting Group의 설문조사에 따르면 미국인 소비자의 85%가 미국산 제품이 수입산에 비해 품질이 우수하다고 인식하고 있으며 65%는 수입산 대비 가격이 비싸더라도 미국산 제품을 구입할 의사가 있다고 응답했다.

친환경 제품에 대한 높은 선호도를 가지고 있다. 친환경 제품 전문 조사기관 Organic Monitor에 따르면 미국인의 70%가 친환경 제품에 관심을 가지고 있으며 특히 전체 소비자 중 66%가 신체와 접촉하는 화학물질의 유해성에 대해 인식하고 있어 친환경 생활용품 시장이 성장하고 있는 것으로 조사했다.

글로벌 금융위기를 계기로 근검절약형 소비패턴이 미국 소비자 사이에서 완전히 정착하게 됨에 따라 제품 구매를 결정 시 가격 의존도가 높아졌다. Deloitte Consulting의 설문 조사에 따르면 소비자의 94%가 앞으로 미국 경기가 좋아져도 현재 소비수준을 유지할 것이며 72%의 소비자들이 과거에 비해 소비를 줄이고 있어도 큰 불편을 느끼지 않는다고 답변했다. 또한, 90%의 소비자들이 자사 브랜드 상품의 구매를 확대하고 있고 84%의 소비자들은 가급적 세일 중인 제품을 구매하고 있는 것으로 나타났다.

<모바일 관련 소비자 특성>

Time Spent on iOS and Android Connected Devices



미국 내에서는 어플리케이션에 대한 선호도가 웹앱에 대한 선호도보다 높은 것으로 나타났다. 2013년 모바일 웹사이트에서의 사용시간이 31분이었던 것에 비하여 2014년, 22분으로 급격히 떨어졌으며 이는 2014년 모바일 사용시간이 하루 2시간 42분으로 2013년 2시간 38분에 비하여 상승한 것과는 대조적인 현상으로, 이는 모바일 웹앱보다 어플리케이션의 사용을 선호한다는 것을 보여주고 있다.

출처: <http://www.theguardian.com/technology/appsblog/2014/apr/02/apps-more-popular-than-the-mobile-web-data-shows>

마케팅 전략

최근 삼성전자, LG전자 등의 성과와 현대자동차의 품질 및 고객 우선 이미지 구축으로 한국 제품은 물론 국가 이미지도 개선되고 있는 추세이다. 미국인이 보는 한국 사람은 여러 아시아인 중의 하나라고 평가할 수 있다. 똑똑하고 성실한 사람들이나 다른 인종과 화합하는 능력이 부족한 사람으로 인식되고 있다. 아직 한류 열풍이나 한국인들의 자긍심에 대해 인식할 수 있는 미국인은 많지 않으나, 중국을 비롯한 아시아 국가들에 불고 있는 한류 열풍의 기저를 형성하고 있는 한국인들의 경제적, 문화적 자긍심에 대해 미국 내에서도 주목하기 시작하였다. 연간 5,000회에 가까운 전시회가 동부 지역에서는 뉴욕, 중부지역에서는 시카고, 서부 지역에서는 샌프란시스코, 라스베가스. 애너하임, 남부지역에서는 달라스, 아틀란타 등 거점 도시를 중심으로 전국 도처에서 개최되고 있으며, 순수 트레이드쇼 성격을 가지고 있는 것만도 연간 1,000개가 넘는 것으로 알려지고 있다. 이 중에서 가장 활발한 편인 첨단 전자제품 전시회는 1월의 라스베가스 동계 전자쇼 (WINTER CONSUMER ELECTRONIC SHOW), 6월 시카고에서 개최되는 하계 전자쇼 (SUMMER CONSUMER ELECTRONIC SHOW), 11월 라스베가스 COMDEX SHOW가 대표적이다. 대형 전시회는 주로 지역별 거점 도시에서 개최되고, 인근 지역의 관련 분야 종사자 및 투자자 등이 집중적으로 참여하기 때문에 지역시장 진출을 원하는 기업들에게는 효과적인 마케팅 기회가 될 수 있고, 며칠 사이에 그것도 한 장소에서 신제품 개발 동향과 수요 패턴 변화를 파악할 수 있다. 특히 미국 업체들이 전시회를 중요한 마케팅 기회로 적극 공략하고 있는 것은 개별적으로 고객을 일일이 직접 방문하여 세일즈를 하는 것보다 나름대로 엄선한 전시회에 참가하는 것이 보다 작은 비용으로 짧은 시간에 소기의 성과를 거두는 길이라고 보기 때문이다. 미국은 특히나 동서부의 문화지리적인 차이가 크기 때문에 이러한 부분에 대한 명확한 파악과 더불어 진출하고자 하는 지역의 소비패턴 등을 분석하는 것이 진출을 위한 주요 요소로 볼 수 있다.

<소비자 선호, 패턴 분석>

소비자들 중 4명당 1명은 매일 쿠폰을 이용한다.



소비자의 42%는 온라인 쇼핑시 비교가격 정보가 가장 중요하다고 생각한다

Q. 얼마나 자주 쿠폰 앱을 이용하나?

일주일에 한 번 이상 12%

일주일에 한 두 번

52%

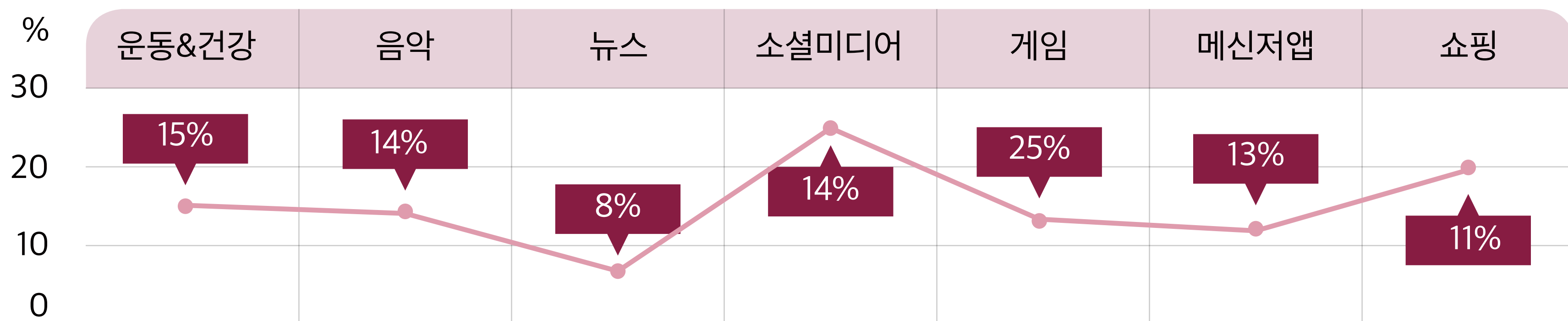
일주일에 한 번

16%

하루에 한 번

20%

가장 선호하는 앱의 스타일은?



| 문화 및 생활 특성

지역 구분 : 50개 주

특징 : 비형식적, 다인종 다종교, 개인주의, 경쟁

미국 사회는 매우 다양하고 복잡한 사회이므로, 단순히 몇 가지 단편적인 경험이나 편견으로 이해하기 어려운 사회라고 할 수 있다. 미국에서는 각 지역에 따라 그리고 도시와 농촌 지역 간에도 다양한 차이가 있으며 사회적 계층 간에도 큰 차이가 있다. 또 미국은 전 세계 각국에서 온 수많은 이민자들로 구성되어 있는 사회이므로, 이러한 이민자들의 문화와 가치관은 미국 사회에 다양성을 더하고 있다.

그중에서도 가장 주요한 특징을 몇 가지 살펴보면, 무엇보다도 먼저 미국인들은 자신을 독립적인 개인으로 생각한다는 점을 꼽을 수 있다. 미국은 개인과 개인의 권리가 무엇보다도 중요하다. 또한, 정직과 솔직함을 개인중의의 특성으로 볼 수 있다. 미국인들은 단도직입적으로 말하는 경향이 있으며 솔직한 태도를 중요시하므로, 서로 이견에 대하여 솔직하게 이야기하고 오해를 해소하는 모습을 보인다. 이러한 문화는 연령이나 사회적 신분에 큰 차이가 있는 사이에서도 서로 격의없이 대하는 것으로도 볼 수 있다.

미국인들은 성취에 높은 가치를 부여하고 서로 끊임없이 경쟁한다. 이러한 경쟁하는 성격에 따라 경우에 따라서는 물질주의적이고 성공만 추구한다는 비판으로 이어지기도 한다. 그러나 이러한 생활 태도 덕분에 미국인들은 효율성이 높고 철저하게 계획적으로 생활을 하는 사람들이 많다. 미국은 다양한 스포츠와 오락 활동을 즐기는 나라이기도 하다. 미국의 경제와 문화에서 상당히 중요한 부분을 차지하는 스포츠는 어느 지역을 가더라도 시설들을 찾아볼 수 있다. 미국에서 가장 인기 있는 스포츠는 야구, 미식축구, 농구, 하키 등이다.

출처 : <http://terms.naver.com/entry.nhn?docId=1714409&cid=43938&categoryId=43954>

| 비즈니스 매너

■ 복장

미국인들의 경우 한국인과 달리 비형식적인 면이 강하다. 비즈니스에 임하면서도 간편한 옷차림을 좋아하고, 연령이나 격식에 얽매이지 않고 손님을 접대하는 경향이 있다. 미국은 사무실에서도 캐주얼 복장이 증가하고 있는 추세이지만 직급이 높은 사람들은 일반적으로 정장을 입는다. 공식적으로 여러 사람이 참여하는 미팅이나 상담과 같은 자리에는 정장을 입는 것이 바람직하다. 저녁을 초대할 경우에도 복장이 중요하다. 비즈니스 미팅 시에는 반드시 정장을 갖추어야 한다. 복장은 검정, 회색이나 푸른색 정장이 무난하며, 여기에 흰색 와이셔츠 그리고 푸른색, 또는 붉은색 계통의 넥타이가 많이 애용된다. 또한 미국은 가정집 안에서도 신발을 신기 때문에 구두나 신발을 청결하게 유지하는 것도 중요하다.

■ 인사

인사를 할 때는 자리에서 일어나는 것이 예의에 맞다. 특히 악수를 나누거나 대화를 할 경우 상대방과 눈을 마주치는 것이 중요하다. 손잡는 강도는 너무 세거나, 처지지 않는 정도로 한다. 명함은 소개를 받거나 헤어질 때 교환하는 것이 일반적이며 상대방이 보는 위치를 기준으로 글자를 가리지 않고 바르게 보이도록 건넨다. 명함을 지갑에 넣은 후에 바지 뒷주머니에 넣는 것은 무례한 행동이 아니다. 처음 만나는 사람이나 지위가 높은 사람을 호칭할 경우 처음부터 이름(First name)을 부르는 것은 실례다. Mr. Mrs. Ms. 등이나 직업(Dr., Professor, Reverend 등)을 뜻하는 명칭을 성(姓)과 같이 사용해 호칭하는 것이 공식적이며, 존경의 의미를 담고 있다.

■ 약속

비즈니스 약속은 근무시간 중에 하는 것이 관습으로 일주일 정도 전에 전화로 잡는 것이 일반적이다. 최근에는 이메일로 상대방이 편한 시간으로 조율하여 잡는 것도 일반적이다. 약속시간은 철저히 지켜야 한다. 약속을 지키지 못할 상황이 발생하면 최소한 약속 하루 전, 또는 사유가 발생하자마자 상대방의 음성사서함에 메시지를 남기고 이메일로 다시 알려주는 성의를 보이고 양해를 구해야 한다.

■ 식사

미국인들은 저녁식사를 개인적인 관계를 위해 사용하는 경향이 강하므로, 대부분 비즈니스는 점심 식사에 이루어진다. 식사는 일반적으로 초대한 쪽에서 비용을 부담한다. 특히 미국에는 한국인들에게는 생소한 팁 문화가 발달해 있는데, 웨이터에게 팁을 너무 적게 줄 경우 초대를 받은 상대방이 무안해 할 수 있으므로 주의가 요망된다. 또한 웨이터는 자기에 할당된 테이블에 불편함은 없는지 수시로 체크하므로 비즈니스 미팅으로 대화를 나누는 중이라도 가볍게 응대해 주는 것이 좋다. 휴대폰은 끄거나 진동으로 전환한다. 남들과 함께 식사를 할 때 전화를 받는 것은 무례하게 여겨질 수 있다. 반드시 받아야 할 전화가 있을 때에는 양해를 구하고 자리를 잠깐 피해서 받는 게 좋다. 소금, 후추 등 필요한 것이 있더라도 남의 그릇 위로 팔을 뻗는 것은 금물이므로 근처 사람에게 “Would you pass me the salt/pepper?”라고 요청해야 한다.

■ 유의사항

미국은 다인종 다종교 국가이므로, 사람의 피부색, 말투, 사회적 신분, 종교 등에 기준해서 비판하고 차별하는 모습을 보이지 않도록 주의하는 것이 좋다. 특정 종교, 소수민족, 인종, 여성 등에 대한 차별적 발언은 비록 농담이라 할지라도 절대 금물이다. 특히, 여성의 외모에 대한 언급은 절대로 하지 않아야 한다. 미국은 개인적인 친분이 쌓이기 전에는 초면부터 나이를 묻지 않는 것이 관례다.

출처 : http://www.globalwindow.org/quasar_jsp/inc/gw_downloadpdf.html?fileName=/gw_files/NationPDF/1_01001/101001_508_5066747.pdf

창업환경

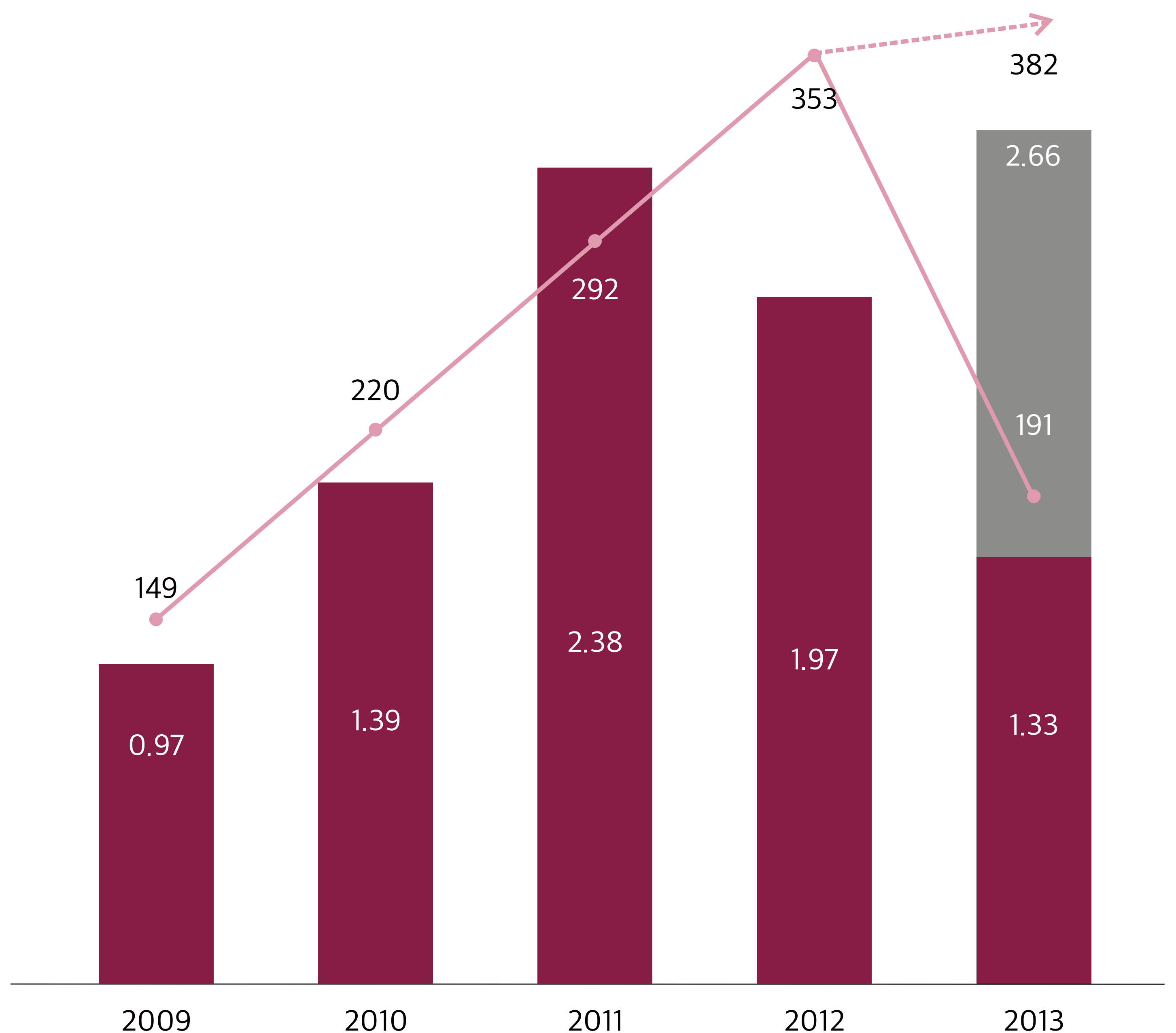
미국에서 Entrepreneurship이라는 말이 생겨났다고 해도 과언이 아닐 정도로, 미국은 창업에 대한 중추적인 역할을 수행하고 있는 국가이기도 하다. 특히나 서부 샌프란시스코, 팔로알토, 산호세 등을 일컫어 실리콘밸리라고 부르며, 실리콘밸리는 전 세계적으로 가장 창업이 활발하게 일어나고 있는 지역이기도 하다. 실리콘밸리 이외에도, LA 지역을 실리콘 비치(Silicon Beach)라 하여 창업 생태계가 활발하게 운영되고 있고, 보스턴은 Route 128 Corridor, 뉴욕은 실리콘엘리(Silicon Alley)라고 부르기도 하는 등 미국 동서부 모두 활발하게 창업 생태계가 발전하고 있다. 이러한 환경은 미국 고용기업의 99.7%가 중소기업이며, 미국 전체 국민의 4명 중 1명이 중소기업에 종사하고 있다는 점에서도 잘 알 수 있는 부분이다. 미국은 연방법보다도 주(state)의 법 또는 시 자체적으로 독자적으로 운영되는 사항들이 많이 있기 때문에 각 지역에 따라서 운영되는 창업벤처정책 등이 다르게 시행되고 있다. 창업 벤처 정책이 가장 활발하게 이루어지는 지역은 뉴욕으로, NYCEDC와 같은 기관에서 이러한 정책을 맡아 진행하고 있다. NYCEDC는 뉴욕 경제 발전을 위한 정부 기관으로, 지역의 경제 활성화의 일환으로 뉴욕에 정착하기 위한 스타트업의 자금 및 공간 등을 지원하고 있다. 또한, 스타트업이 필요로 하는 경우, 필요한 멘토 등을 매칭해 주는 역할 또한 진행하고 있다.

■ 뉴욕

뉴욕은 실리콘밸리에 이어 전 세계적으로도 top 5 내로 드는 창업 생태계를 가지고 있다.

New Yor Financing History : Investment Deals and Dollars 2009-H1 2013

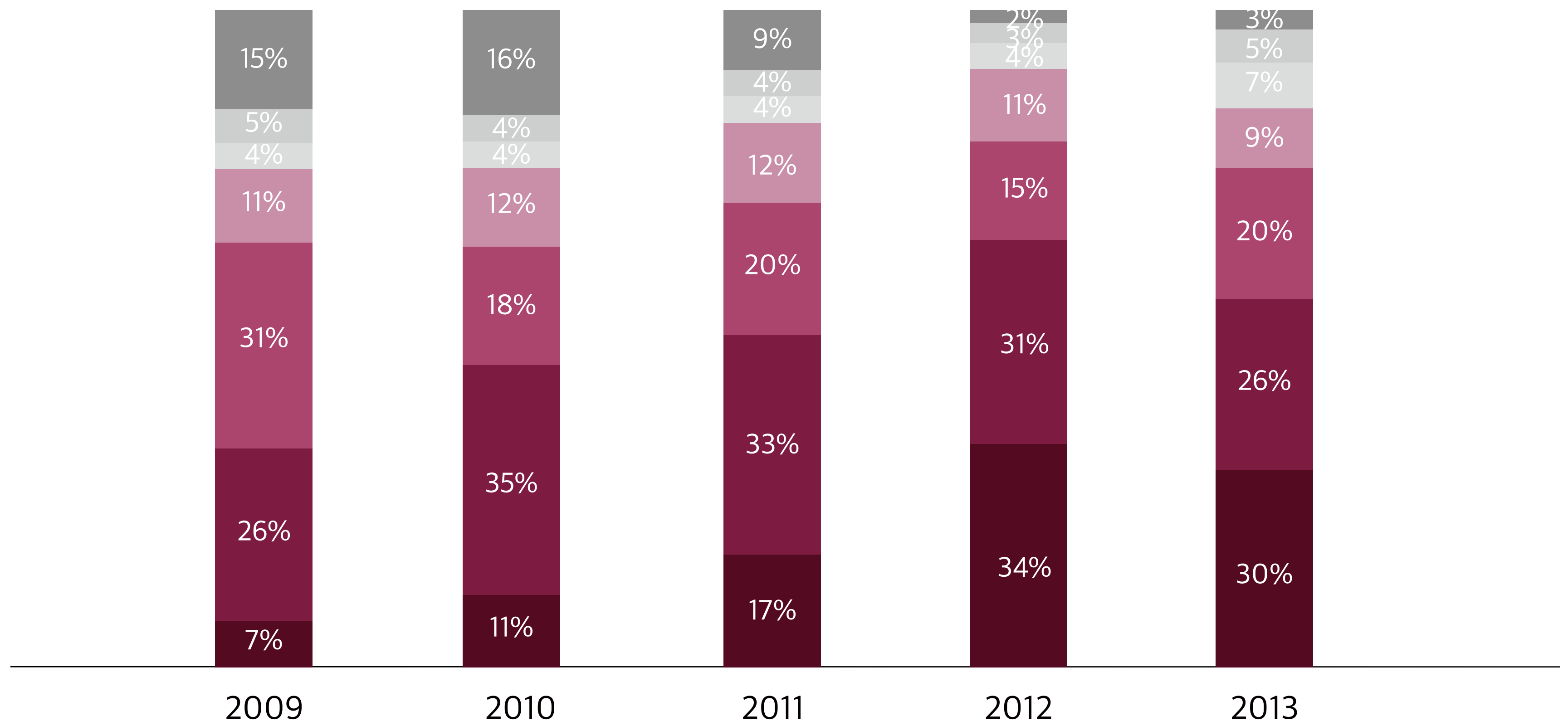
■ Investments ■ 2013 Projected Investments ● Deals



2009년부터 2013년까지 1,205건의 투자를 통해서 약 9조 원의 뉴욕 기반 스타트업에게 투자를 하였으며,

New Yor Financing Deal Share By stage, 2009-H1 2013

■ Seed ■ Series A ■ Series B ■ Series C ■ Series D ■ Series E ■ Unattributed

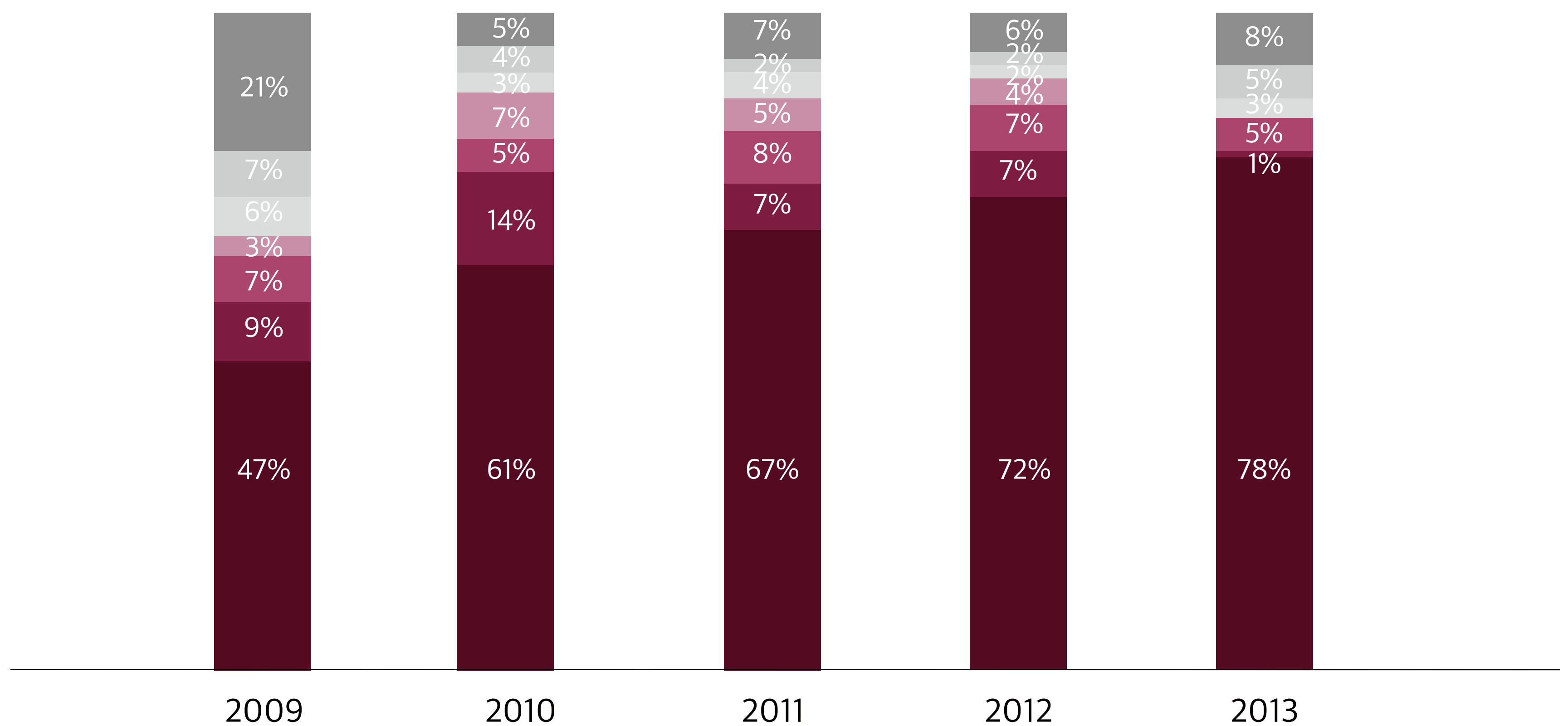


그중, 50%가 넘는 투자 건수가 초기 스타트업에게 이루어 졌다.

뉴욕 투자는 주로 인터넷 기업에게 이루어져 2013년에는 78%에 이르는 투자건이 인터넷 기업에게 투자되었다.

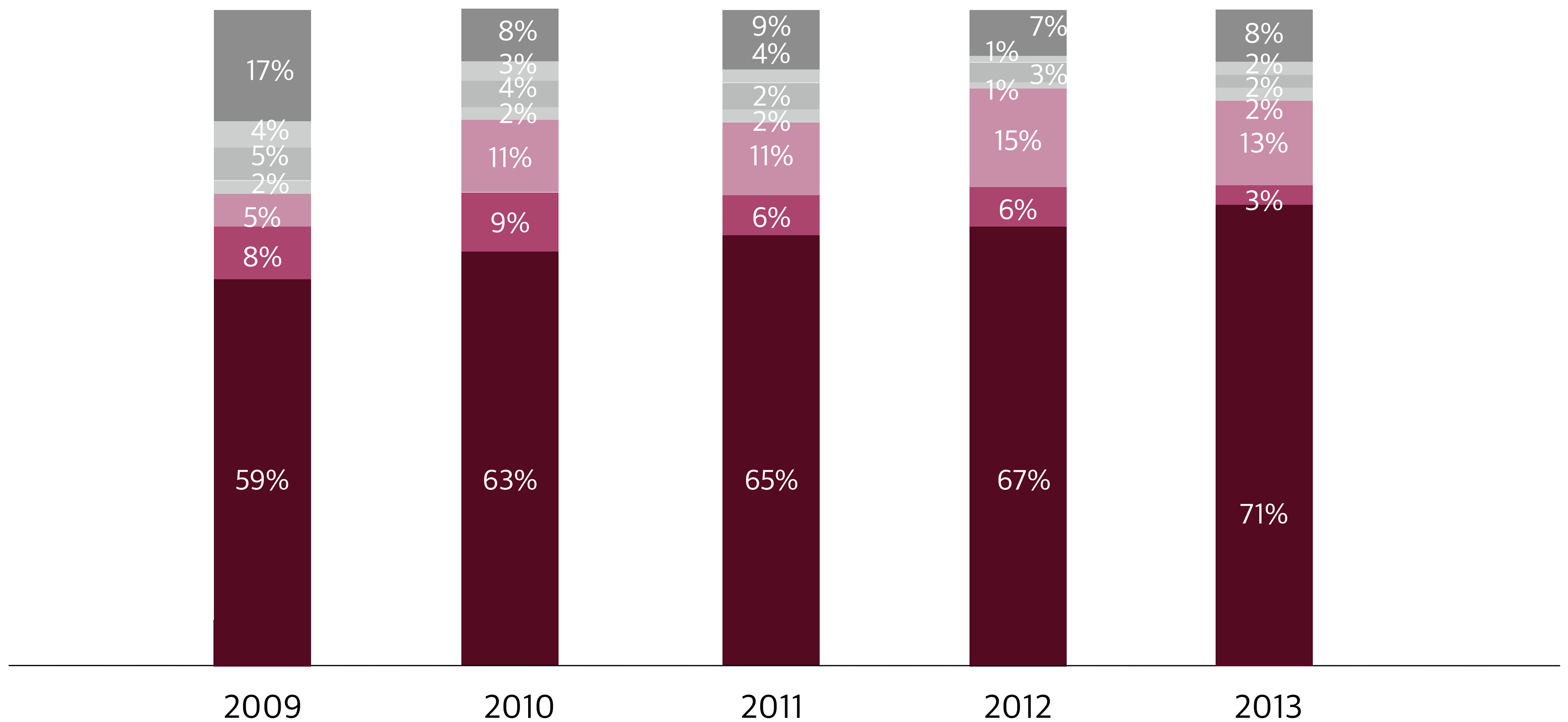
New Yor Financing Dollar Share By Sector, 2009-H1 2013

■ Internet ■ Healthcare ■ Mobile & Telecommunications ■ Computer Hardware & Services
■ Business Products & Srvices ■ Financial ■ Other



New Yor Financing Deal Share By stage, 2009-H1 2013

■ Internet ■ Healthcare ■ Mobile & Telecommunications ■ Computer Hardware & Services
■ Business Products & Srvices ■ Financial ■ Other

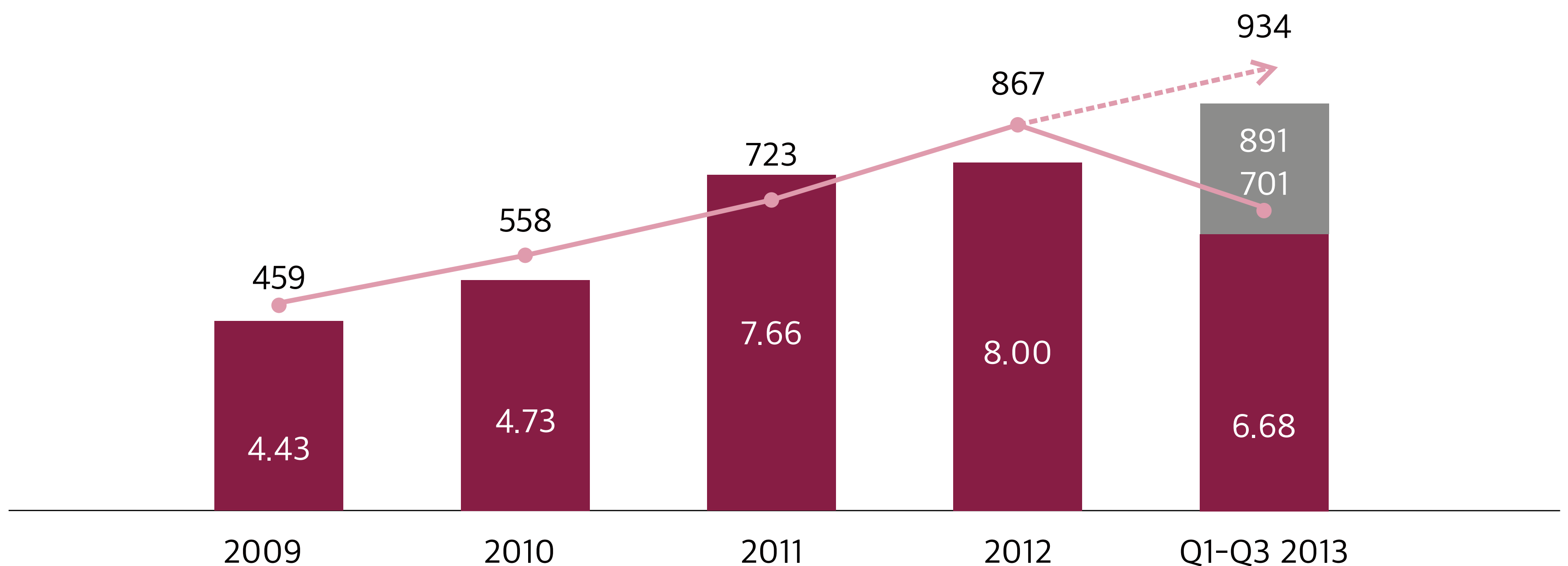


투자 건수는 인터넷 기업에 초점이 더 맞춰졌으나, 꾸준히 모바일 스타트업의 매출 건수도 증가하고 있는 것을 볼 수 있다. 이러한 추세는 뉴욕의 환경과도 밀접하게 연결되어 있는데, 특히나 대도시에는 많은 사람들이 긴밀하게 연결되어 있는 메트로폴리탄의 성격을 반영하여 소비자 중심의 인터넷 기업 및 모바일 스타트업이 강세를 보이고 있다.

■ 실리콘밸리

Silicon Valley Financing History : Investment Deals and Dollars By Sector, 2009-Q3 2013

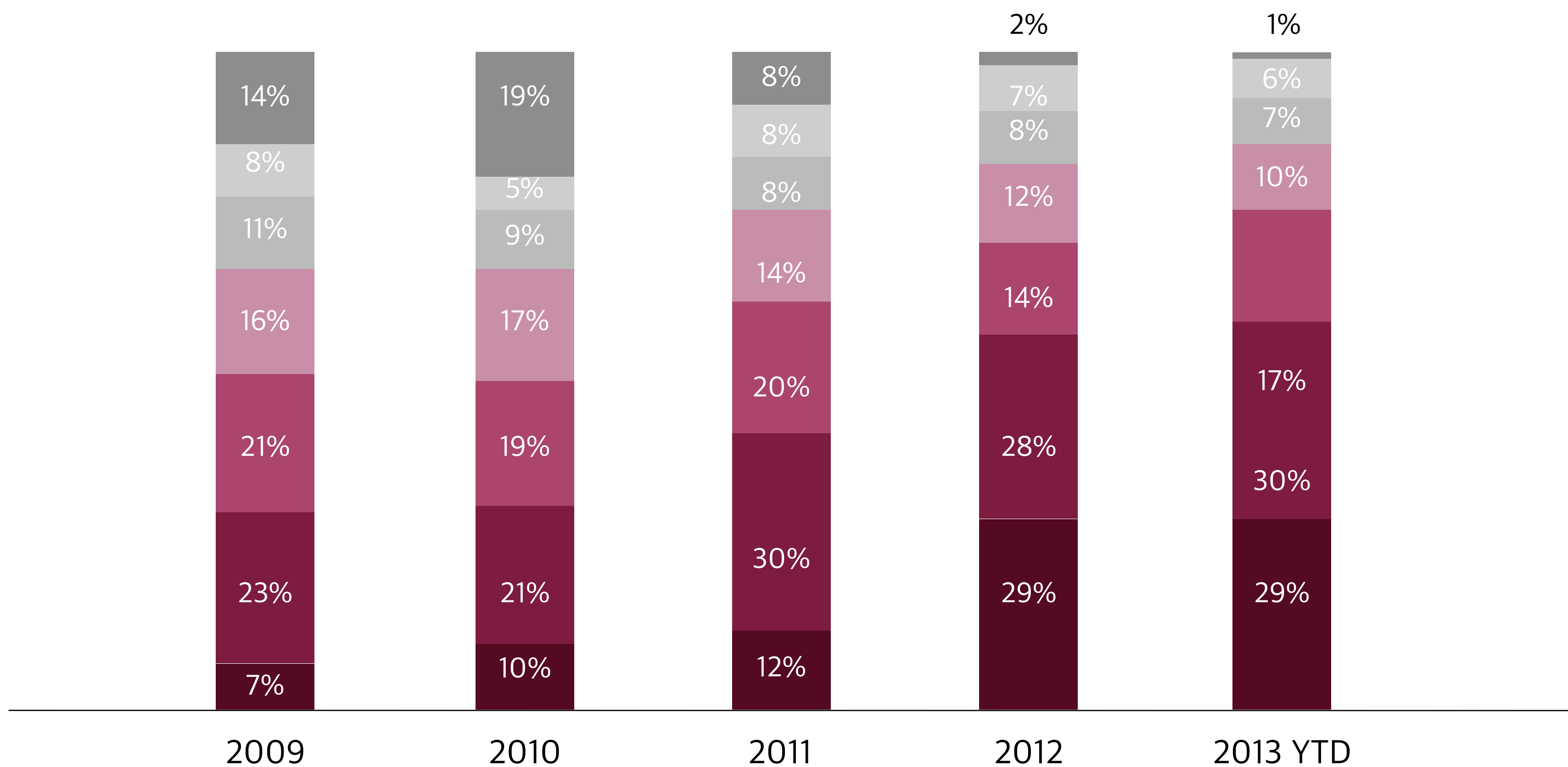
■ Investments(\$B) ■ 2013 Projected Investments(\$B) ● Deals



전 세계적으로 가장 활발한 창업 생태계를 가지고 있는 실리콘밸리(팔로알토, 샌프란시스코)는 2009년부터 3,308개의 기업에 약 32조 원의 투자액을 유치하였다.

Silicon Valley Financing Deals Share By Sector, 2009-Q3 2013

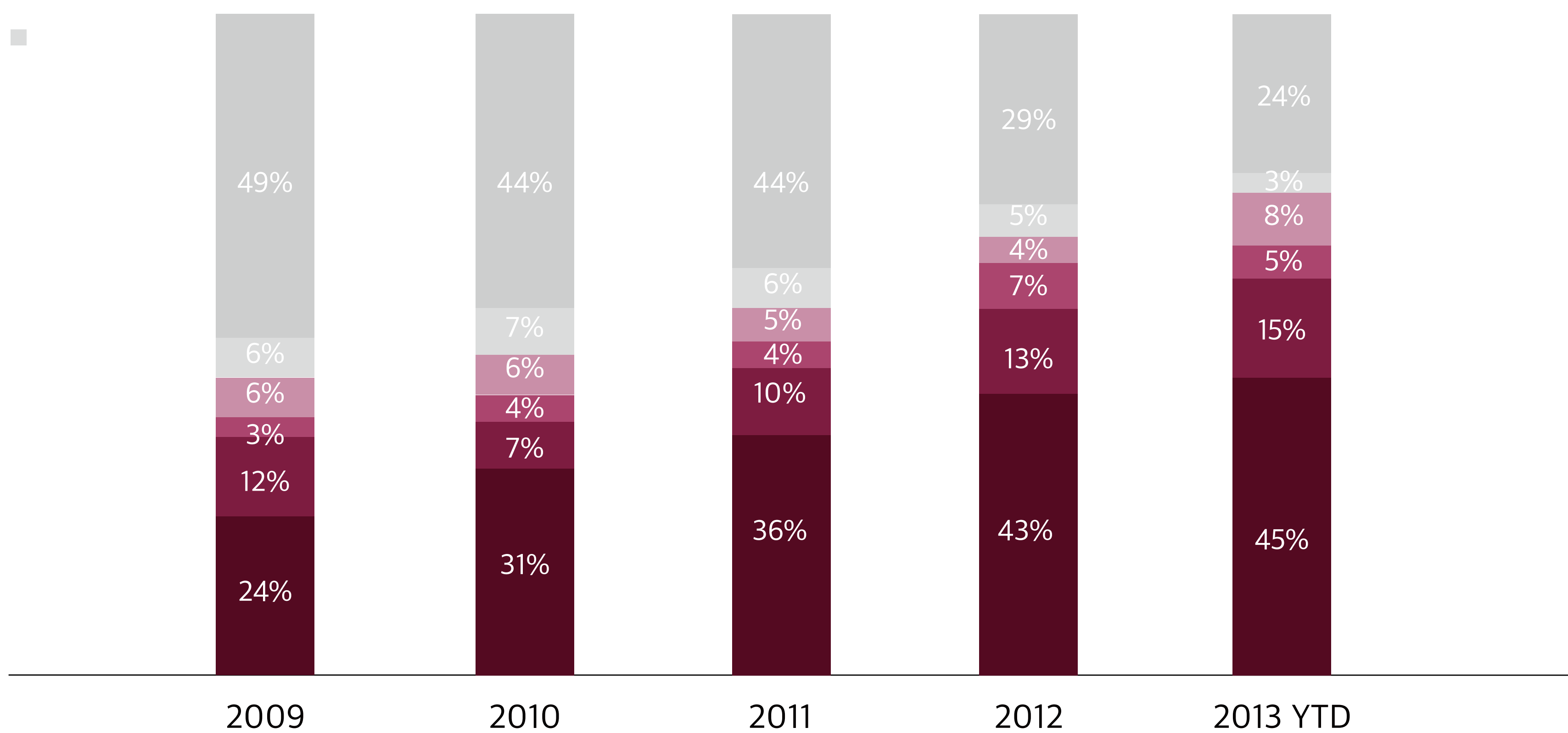
Seed Series A Series B Series C Series D Series E Unattributed



투자를 받은 기업 중 2013년 기준 59%는 초기 기업이고, 주요 투자 분야는 인터넷과 모바일 스타트업으로 전체 투자 스타트업의 60%를 차지하였다.

Silicon Valley Financing Deals Share By Sector, 2009-Q3 2013

Internet Healthcare Mobile & Telecommunications Computer Hardware & Services Business Products & Srvices Other



실리콘밸리는 투자뿐만 아니라 인수(Exit)를 진행하기에도 최적의 환경으로, 2012년 이후로 300여 개가 넘는 스타트업의 Exit을 진행했으며 Exit은 IPO와 M&A로, M&A가 88%로 큰 부분을 차지했다.

■ 뉴욕 투자자 100개사

Top 100 Most Active U.S Venture Capital Investors in NYC

1-25	26-50	51-75	76-100
Lerer Ventures	New Enterprise Associates	Oak Investment Partners	406 Ventures
RRE Ventures	Bain Capital Ventures	Sequoia Capital	Felicis Ventures
First Round Capital	Village Ventures	Avalon Ventures	Matrix Partners
SV Angel	Metamorphiv Ventures	Advancit Capital	The Social + Capital Partnership
Founder Collective	Partnership Fund for NYC	Lightbank	Doll Capital Management
Softbank capital	Canaan Partners	Polaris Partners	North Bridge Venture Partners
Union Square Ventures	Draper Fisher Jurvetson	Greylock Partners	Masthead Venture Partners
500 Startups	True Ventures	Menlo Ventures	Innovation Endeavors
Spark Capital	Andreessen Horowitz	Foundry Group	New Venture Partners
IA Ventures	Tribeca Venture Partners	NextView Ventures	StarVest Partners
FirstMark Capital	GSA Venture Partners	New Atlantic Ventures	MESA+
General Catalyst Partners	High Line Venture Partners	Red Swan Ventures	Raptor Ventures
Contour Venture Partners	Edison Ventures	Milestone Venture Partners	Columbia Capital
Great Oaks Ventures Capital	Khosla Ventures	Charles River Ventures	Mayfield Fund
Greycroft Partners	Eniac Ventures	Lightspeed Venture Partners	DFJ Growth Fund
Bessemer Venture Capital	Rho Ventures	Genacast Ventures	Valhalla Partners
High Peaks Venture Capital	Zelkova Ventures	Atlas Venture	Cue Ball Capital
Thrive Capital	Social Leverage	Blumberg Capital	Javeline Venture Partners
ff Venture Capital	O'Reilly AlphaTech Ventures	Forerunner Ventures	FF Angel
Quotidian Ventures Ventures	Kleiner Perkins Caulfield & Byers	Institutional Venture Partners	Venrock
DFJ Gotham Ventures	Benchmark Capital	Highland Capital Partners	Originate Ventures
Accel Partners	SoftTech VC	Shasta Ventures	VantagePoint Capital Partne
Founders Fund	Cayuga Venture Fund	CrunchFund	Nexus Venture Partners
Battery Ventures	Lowecase Capital	Mousse Partners	Norwest Venture Partners
iNovia Capital	Collaborative Fund	Longworth Venture Partners	Insight Venture Partners

■ 미국의 주요 엑셀러레이터 프로그램

명칭	프로그램	특징	웹사이트
500 Starups	장소 제공 및 펀딩	- 인터넷 신청을 통한 선발 방식 - 많은 스타트업이 같이 일하며 시너지 효과 유발	www.500.co
Plug & Play	펀딩 및 멘토링	- 다양한 부문의 VC 연계를 통한 지원 - 멘토링 및 네트워크에 특화 - International Acceleration program 및 EXPO 행사 쪽으로 코트라와 연계 가능	www.plugandplay techcenter.com
Y-Combinator	펀딩 및 세부 지원 서비스 (법률 서비스 제공)	- 실제 가능성 있는 기업에게 제대로 투자하는 것으로 평가받고 있음 - Demo day 행사를 코트라와 연계 가능 - 자체 기업 가치 등으로 인해 코트라와 협력이 가장 필요한 엑셀러레이터 중 하나	https://www. ycombinator.com
AngelPad	펀딩 및 멘토링	- 10주간 집중 프로그램 제공	www.angelpad.org
Kicklabs	전문가 제휴 멘토링	- 초기 단계의 기술 및 온라인 미디어 스타트업 을 위한 곳으로 우리 기업들 중 앱 위주의 스 타트업에게 적합할 것으로 판단됨 - 유동적으로 지원서를 받는 open enrollment 방식 고수	transmediacapital. com
Tech Stars	전문가 제휴 멘토링	- 민간기업과 협력하여 멘토링을 지원하는 것 이 강점 ※ 해당 엑셀러레이터의 전문가 그룹과 제휴할 수 있다면 코트라의 강점이 될 수 있을 것으로 판단	www.techstars.com

■ 법인설립제도

■ 법인 설립

기업의 종류에는 Sole Proprietorship, Partnerships, Limited Liability Company, Corporation이 있으며, 대다수의 초기 스타트업은 세금 감면과 기업에 유리한 제도적인 조건 때문에 Delaware 주에 법인 설립을 선호

■ 법인 전환

미국에서 투자를 받거나 비즈니스를 하면서 세금 이슈로 인해 미국 법인을 모회사로 전환하는 과정

□ M&A와 주식 교환 두 가지 방법을 가장 많이 사용

- M&A : 1년 이상 준비과정과 주주회의 횟수 확보 등으로 어려운 부분이 있으나, 세금 감면 혜택과 해외 송금 보고 과정이 쉬운 장점
- 주식 교환 : 과정이 단순하고 1-2개월 만에 가능하나, 익명으로 주주 동의가 있어야 하고 세금이 붙고 복잡한 해외 송금 보고 과정이 단점

■ 전환사채

- 한국과는 전환사채의 의미와 규제가 조금 다를 수 있으나, 전환사채(Convertible Debt)는 보편적으로 Angel 및 엑셀러레이터에서 가장 많이 쓰는 투자 방법

- 다음 투자에서 특정 금액으로 자동 전환할 수 있도록 일종의 특혜를 부여하며 보통 warrant를 가지고 있어, 투자 금액의 10~30%를 처음 투자의 가치와 동일하게 재투자할 수 있도록 함

■ 지적재산권(특허) 취득 전략

- Clustering : 여러 개의 특허를 다양한 방면에서 취득(하나의 제품에 대하여 세부 단위의 특허를 모두 취득 - 예) 면도기 - 날, 손잡이, 제조, 포장 등)
- Bracketing : 추가적인 개선사항에 대하여 하나씩 취득(처음 취득한 특허에 대하여 추가적인 발전 사항을 반영하여 업데이트)
- 크게 두 가지 방식으로 분류되며 이에 맞춘 기간 내에 취득하여야 효력이 발생
 - * Provisional : 첫 번째 판매일, 발명 공고, 대중의 사용 중 가장 먼저 일어난 일의 1년 이내에 취득
 - * Non-provisional : Provisional 취득을 한 이후 1년 이내 취득

출처 : <http://www.usa-corporate.com/setting-up-a-us-company-as-a-non-us-resident/how-to-set-up-a-us-company/>

| 고용 및 인력 환경

■ 미국 비즈니스 비자

타입	설명	기간	제한
B1	단기 비즈니스 비자로, 사람을 고용하거나 계약을 할 수 없음	임시, 6개월까지	협상 가능, 계약 불가
B2	단기 여행 비자	임시, 6개월까지	협상 가능, 계약 불가
E-1	협조국 무역 비자로 비자 소유자의 국가와 무역 비즈니스를 하기에 좋음	임시, 비즈니스 폐업시까지 연장 가능	비즈니스 폐업 전까지 가능
E-2	협조국 투자자 비자	임시, 비즈니스 폐업시까지 연장 가능 비즈니스 폐업 전까지	비즈니스 폐업 전까지 가능
EB-5	투자자 그린카드 프로그램으로 5억 원 이상 금액을 투자해야 하고, 미국 거주자 10명을 2년 내 고용하고 5년 이상 영업 유지해야 함	일정 기간 이후 영주권 획득 가능	-
L-1	상호 기업 교류 비자로 해외 기업이 미국 기업으로 변환 가능하도록 함	1년, 3번 연장가능	직원은 해외 관련 기업에서 1년 이상 근무 경험 이 있어야 함
H-1B	근무 비자	3년, 연장 가능	본인이 본인을 고용하여 사용할 수 없음
O-1	특수 능력 비자	3년, 연장 가능	특별한 능력에 대한 문서 작성을 하여야 함
TN	NAFTA 임시 업무 비자	3년, 연장 가능	본인이 본인을 고용하여 사용할 수 없음

출처 : <http://www.usa-corporate.com/setting-up-a-us-company-as-a-non-us-resident/introduction-to-types-of-us-business-visas/>

■ 고용 : 개선흐름 지속

2014년 11월 미국의 비농업부문 취업자 수는 32.1만 명이 증가해 시장 예상치인 23만 명을 큰 폭으로 상회했으며 2012년 1월 이후 최대 증가폭을 기록했다. 2011년 이후 감소세를 보여오던 실업률도 2014년 11월 5.8%로 전달과 같은 수준을 유지했으며 2013년 11월 실업률이었던 7.0%에 비해 큰 폭으로 감소했다.

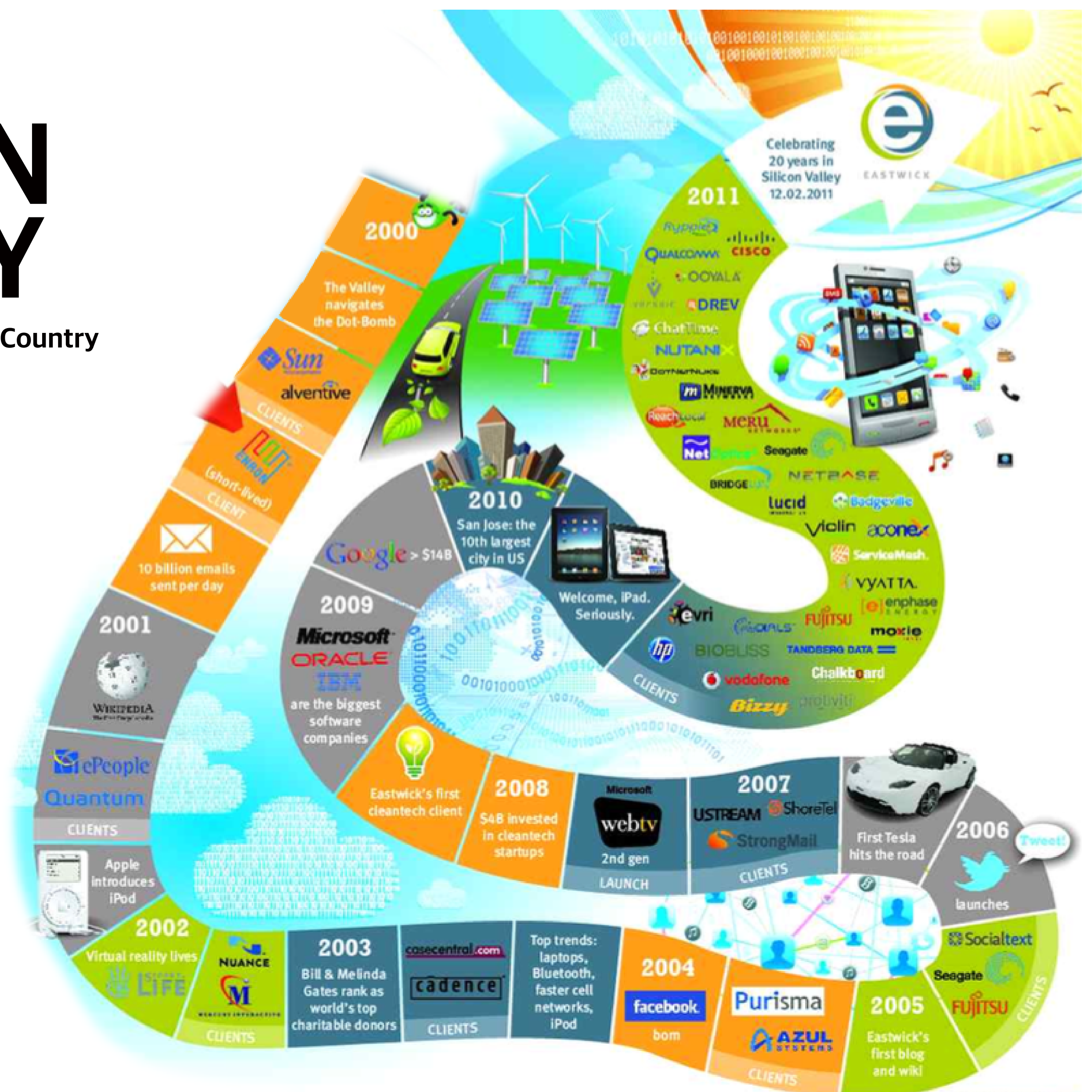
구분	'13.11	'14.9	'14.10	'14.11
취업자 수 증감 (천명)	274	271	243	321
실업률 (%)	7.0	5.9	5.8	5.8

주 : 신규 취업자 수는 비농가(Nonfarm) 기준

출처 : 美 노동부(Department of Labor)

SILICON VALLEY

The Path of Silicon Valley in 21th Country



CHINA

02 중국

The People's Republic of China: P.R.C

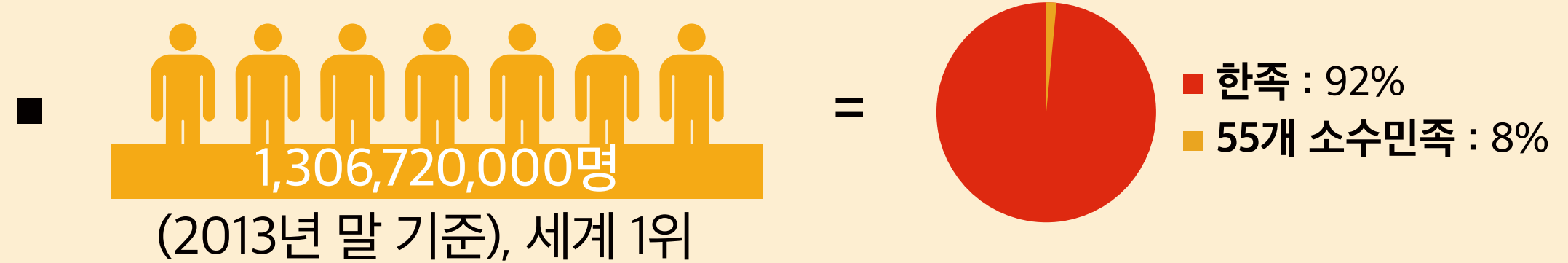
중국계, 말레이계, 인도계, 기타



I 국가개요



- 중화인민공화국 (中華人民共和國, The People's Republic of China: P.R.C.)
- 면적 : 싱가포르(도시국가)
- 수도 : 베이징(北京 ; Beijing)으로 서울의 약 27배 크기



- 정부 형태(정치 체제)
- 국가 체제 : 인민민주독재의 사회주의 국가(집권당 : 중국 공산당)

I 경제 및 시장상황

- GDP : 63조 6463억 위안(2014년 기준, 전년 대비 7.4% 증가)
- 경제성장률 : 7.4%(2014년 기준)
 - 2011년 9.3%
 - 2012년 7.7%
 - 2013년 7.7%
- 1인당 GDP : 약 \$7,572불(2014년 기준)
- 실업률 : 4.1%(2014년 기준)
- 산업구조

최근 산업별 GDP 비중 추이(2011년 ~ 2014년 1분기)

	1차 산업	2차 산업	3차 산업
2011년	10.1%	46.8%	43.1%
2012년	10.1%	45.3%	44.6%
2013년	10.01%	43.9%	46.1%
2014년	7.4%	46.0%	46.6%

□ “뉴노멀(신창타이, 新常态) 시대”

연평균 9.7%가량의 고성장 시대를 마감하고 온건한 발전 시대를 지향하는 “뉴노멀(신창타이) 시대”가 도래하였음을 선포

- 전반적으로 고속 성장보다는 질적인 경제성장을 지향하는 시대로 전환
- 중국 국가통계국이 지난 20일 2014년 중국의 국내총생산(GDP)이 63조6463억 위안으로 2013년에 비해 7.4% 증가하였음을 발표

□ “일대일로(一帶一路) 구축”

시진핑 정부는 일대일로 프로젝트를 통해 육로 및 해상 교역로를 확보하고 타국과의 협력 강화 및 적극적인 대외경제개방을 추구

- ‘일대’(一帶)는 ‘신 실크로드 경제벨트’(新絲綢之路經濟帶)를 의미하고 ‘일로’(一路)는 ‘21 세기 해상 실크로드’(21世紀海上絲綢之路)를 지칭
- 현대판 실크로드 구축을 위한 중국 경제·외교정책의 대표적인 프로젝트로 시진핑 주석의 해외순방에서 제기
- 시진핑 주석은 2014년 한국, 인도, 스리랑카, 몰디브 등 18개국을 방문하며 중국을 중심으로 한 실크로드 경제권 건설을 적극 홍보, 또한 APEC 회의에서 실크로드 기금(絲綢之路基金) 설립을 주창하며 400억 달러를 제공



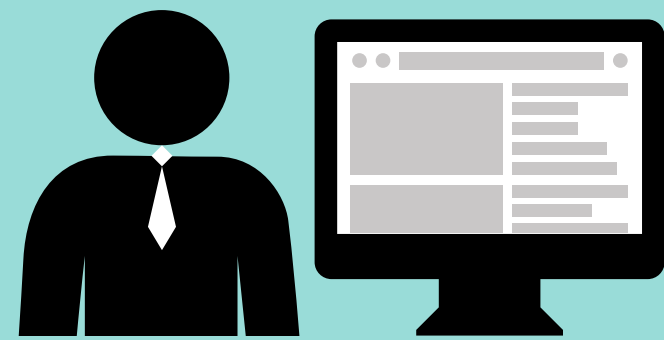
중국 일대일로 로드맵

- 2013년 중국은 미국에 이은 세계 2위의 ICT강국으로 자리매김하였다. 중국 경제는 2014년에도 약 7.3%의 견고한 성장세를 나타냈으며, 이는 ICT성장에도 중요한 동력으로 작용될 것이다. 특히 제18차 3중전회 이후 본격화 되고있는 정부의 경제 개혁이 향후 중국 ICT산업의 성장을 촉진할 것으로 예상된다.

중국 ICT시장은 2013년 기준으로 3750억 달러(381조 원) 규모이며 683억 달러(69조 원) 규모인 한국 ICT 시장에 비해 5.5배정도 크다. 중국 ICT시장은 2010~2015년까지 연평균 9.9%씩 성장해 연평균 5.1% 성장하는 한국에 비해 2배에 가까이 성장하여 앞으로 한국과의 격차를 더욱 빠르게 벌릴 전망이다.

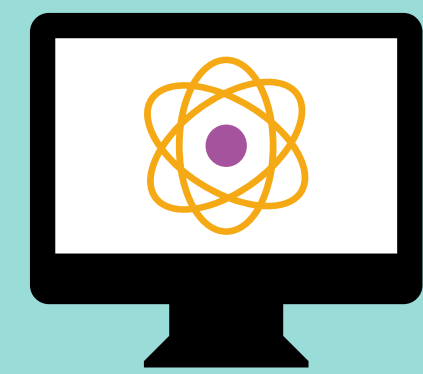
□ 중국의 인터넷 이용자 수 (2014년 12월)

6억
4,900만명



□ 인터넷 보급률

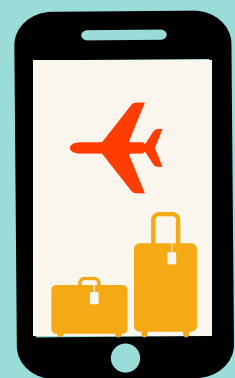
47.9%



□ 모바일 여행 예약 애플리케이션 (이하, 앱)의 연간 이용자 증가율

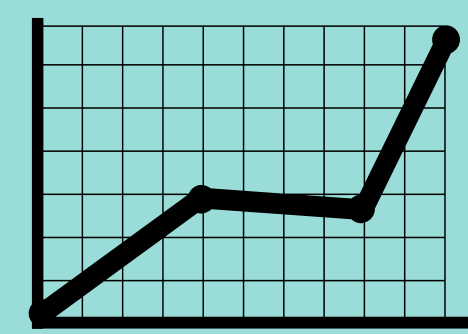
194.6%

모바일 앱 중 선두 기록



□ 'O2O'(Online to Offline) 시장이 빠르게 성장하 여 업계를 견인하는 비즈니스 모델이 됨.

O2O



출처 : 35차 「중국 인터넷 발전 상황 통계 보고서」 중국 인터넷정보센터(CNNIC)

■ 모바일 인터넷

□ 중국 모바일 인터넷 이용자 수 (2014년 12월)

5억
5,700만명



2014년 12월, 중국 모바일 인터넷 이용자 수는 5억 5,700만 명으로, 2013년 말보다 5,672만 명 증가함

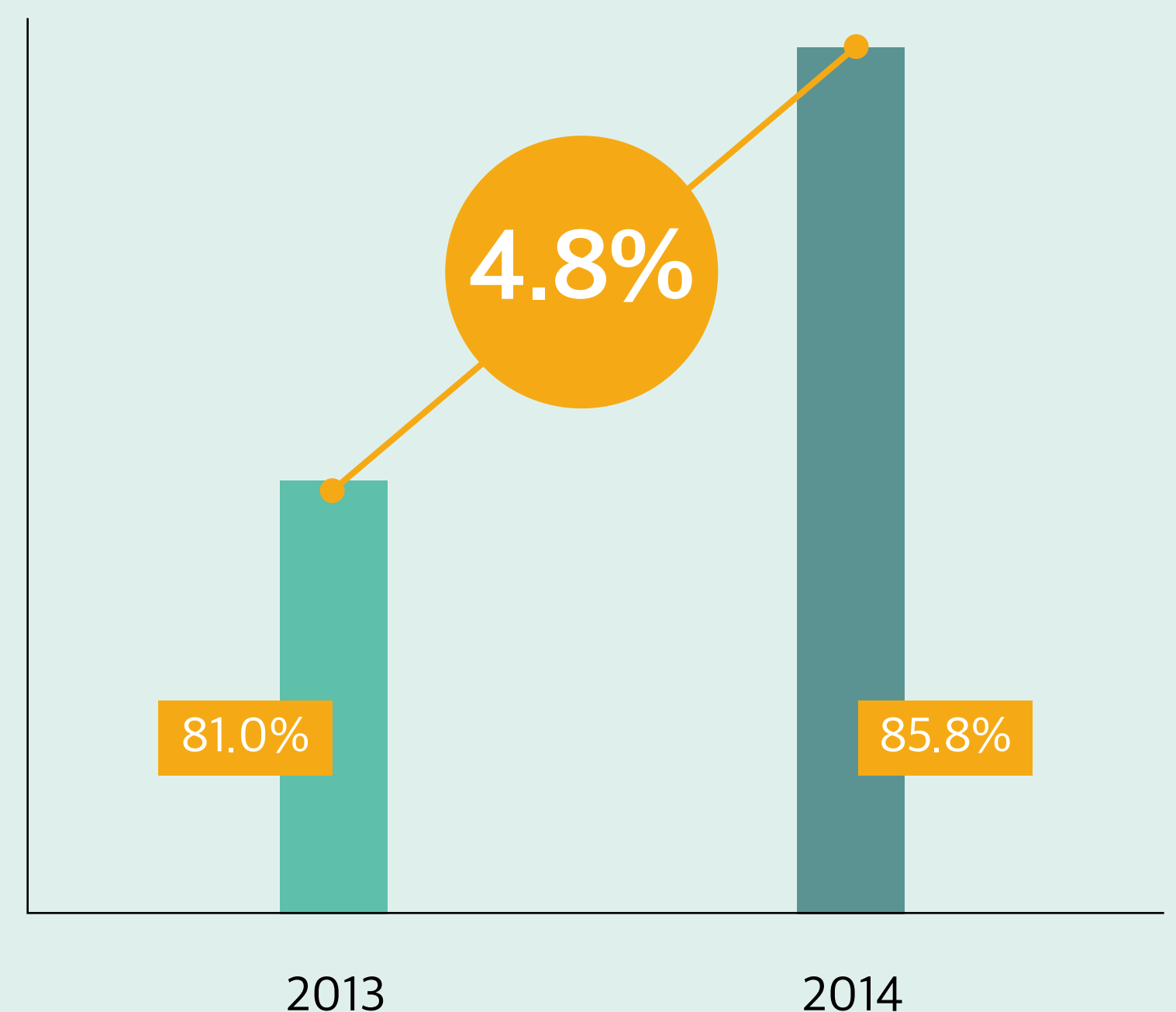
□ 모바일 단말기 채팅 사용률

91.2%



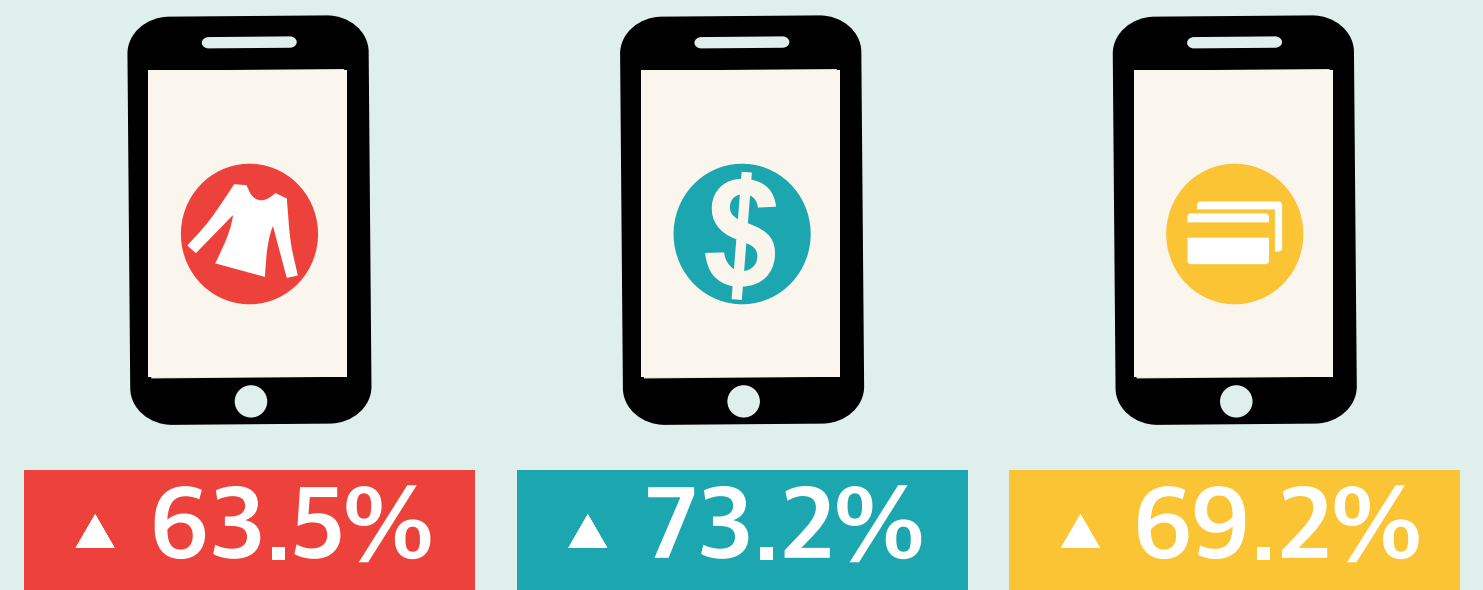
모바일 단말기 채팅 사용률도 91.2%로, 안정적인 성장세를 유지하고 있음.

- 인터넷 이용자 중 **모바일** 인터넷 이용자 비중은 2013년의 81.0%에서 85.8%로 상승함.



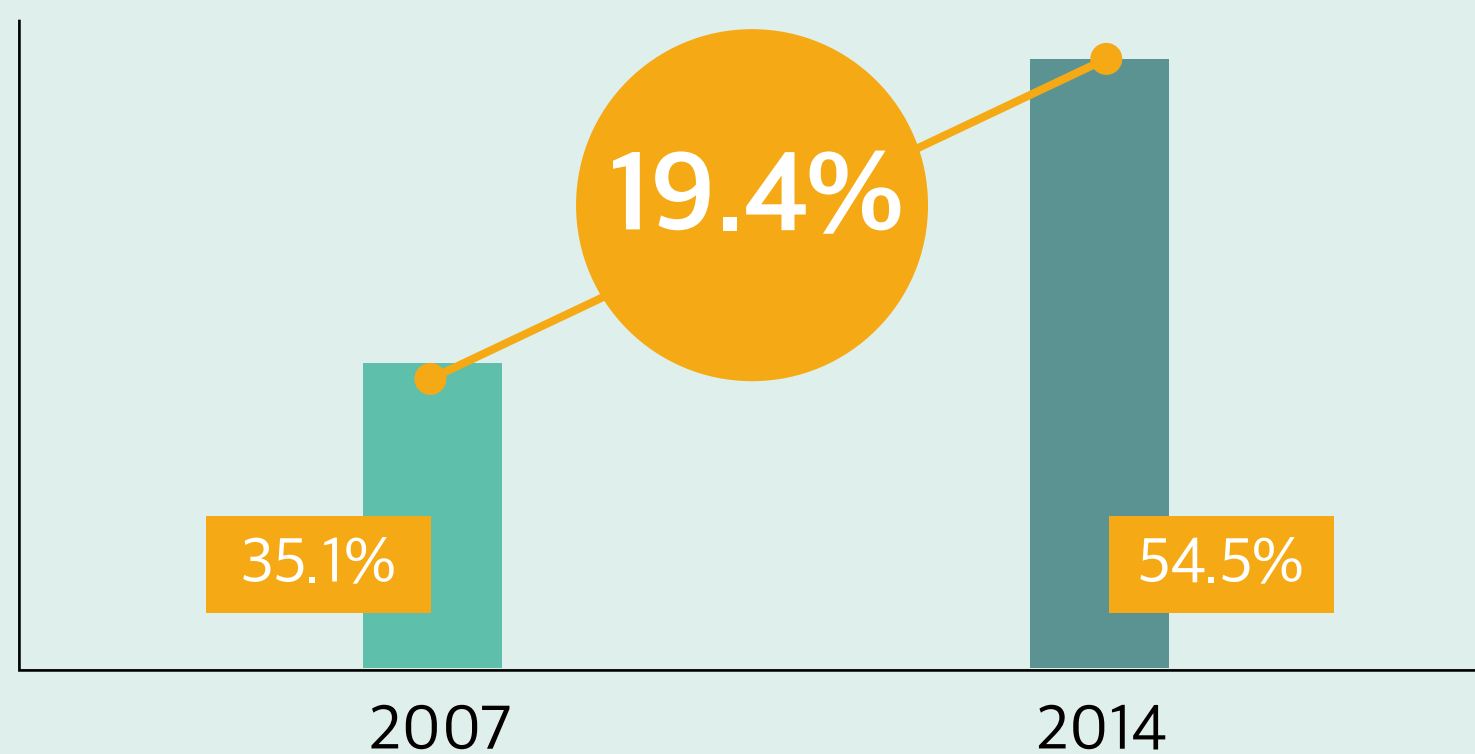
- 모바일 여행 예약 앱의 이용자 수는 194.6% 증가해, 성장이 가장 빠른 것으로 나타남.
- 폭발적으로 성장했던 모바일 인터넷 게임도 안정적 성장세로 전환, 2015년 시장 점유율이 더욱 확대될 것으로 예상됨.

- 모바일 인터넷 쇼핑, 모바일 결제, 모바일 बैं킹 등 모바일 앱 이용자의 연간 증가율은 각각 63.5%, 73.2%, 69.2%로 나타나, 다른 모바일 앱 성장 속도를 상회함.

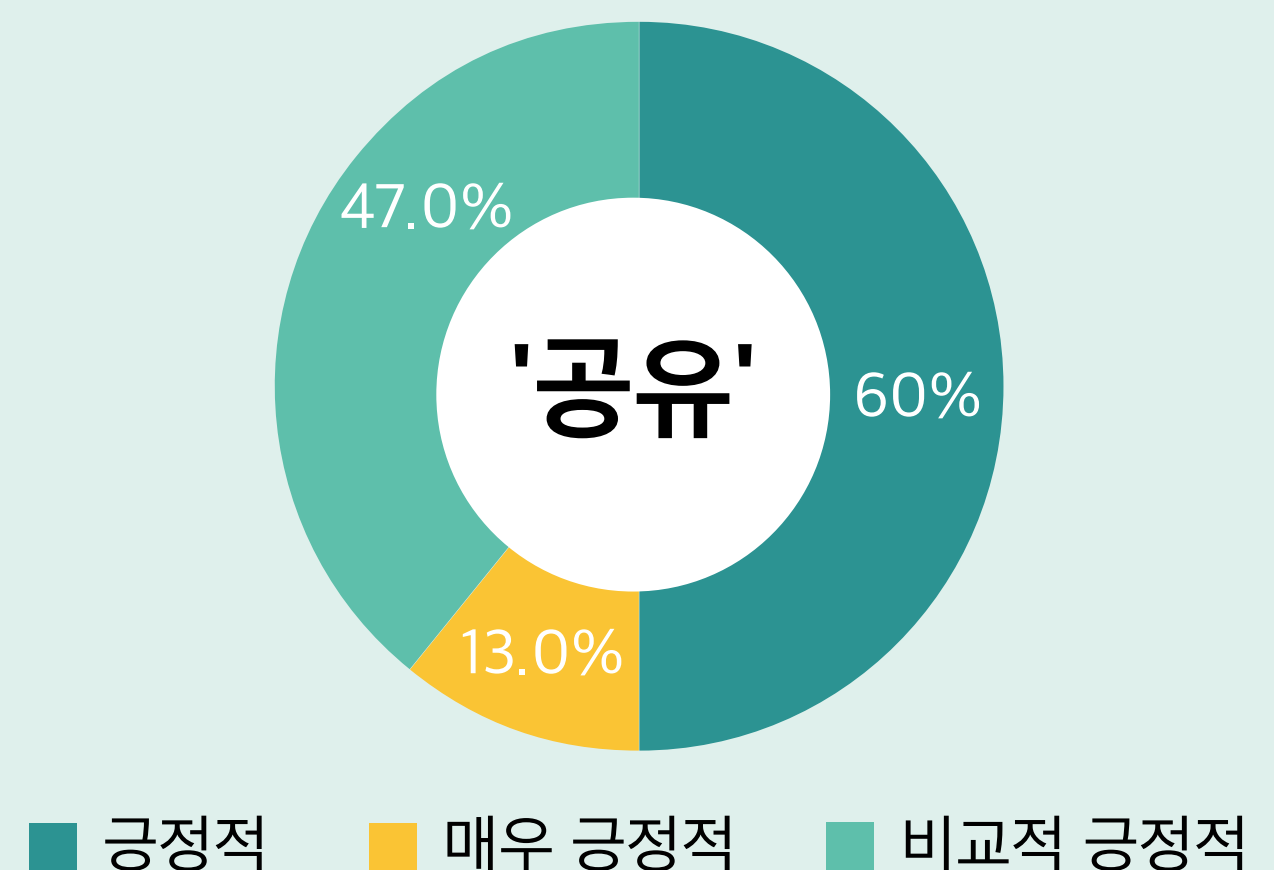


■ 인터넷 신뢰도

- 2014년 12월, 인터넷 정보를 신뢰하는 인터넷 이용자는 54.5%로, 2007년의 35.1% 보다 크게 늘어났음.



- 통계에 따르면, 중국 인터넷 이용자 중 60%가 인터넷을 통한 '공유'에 대해 긍정적으로 평가함. 그중 13.0%가 매우 긍정적, 47.0%가 비교적 긍정적으로 평가함.



- 인터넷 신뢰도는 사회 신뢰도의 중요한 구성요소이자 전자상거래, 인터넷 금융 등 더 수준 높은 인터넷 응용 발전의 중요한 사회적 기반이 됨.

- 10~19세 이용자 중 65.9%가 인터넷을 통한 공유에 대해 매우 긍정적 또는 비교적 긍정적으로 평가함.

■ O2O시장

- O2O 기업은 1선 도시(一線城市)에 주로 분포되어 있으며, 일반 이용자나 매니아 비중이 39.2%로, O2O 소비가 양적 성장에서 질적 성장으로 전환됨.
- O2O가 2, 3선 도시로 점차 확대되고 있는 추세임.

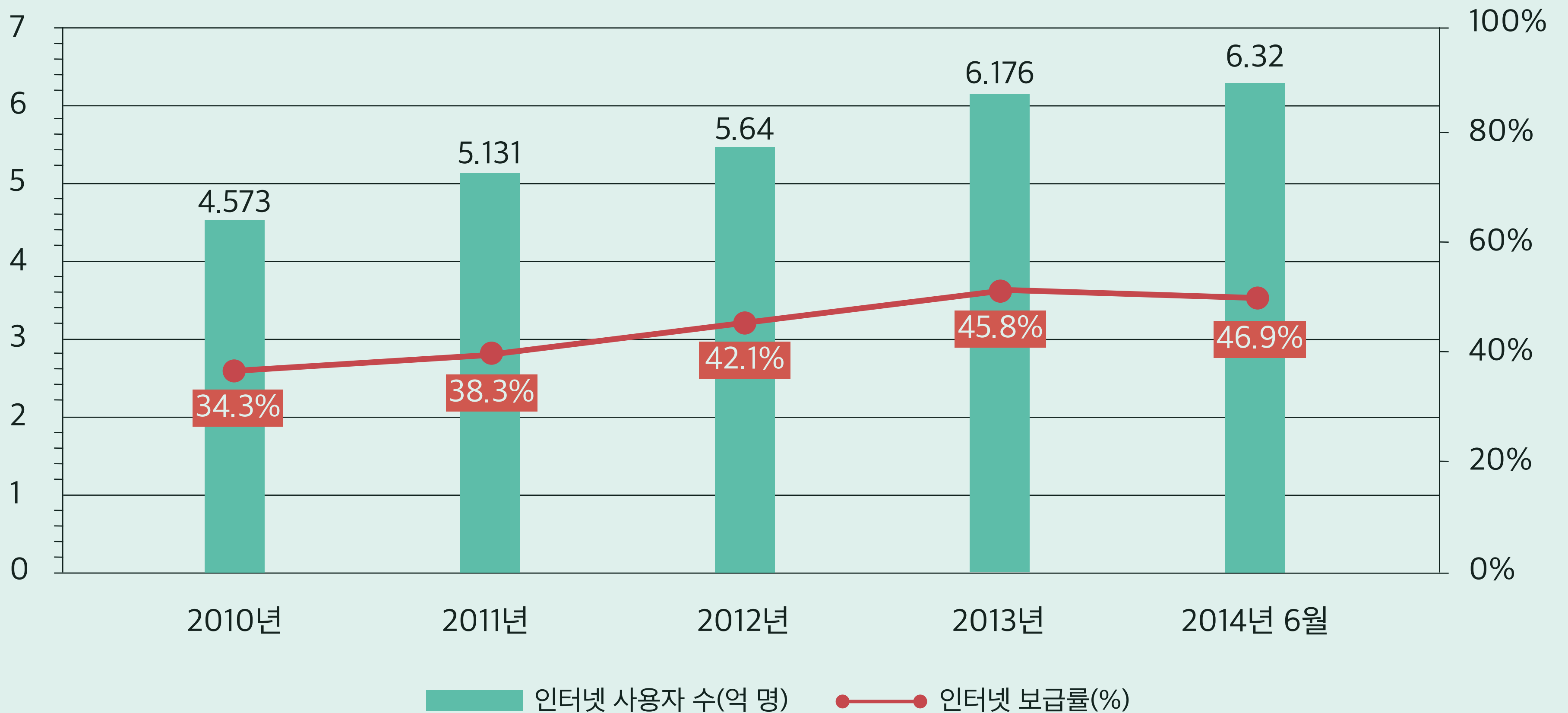
- 출발이 빨랐던 요식업, 레저 분야의 O2O는 이미 성숙 단계로 접어들어, 서비스 세분화 방향으로 발전되고 있음.
- 이제 걸음마를 시작한 의료, 가정서비스 분야의 O2O는 이용자 니즈가 강해 발전 잠재력이 비교적 큼.

출처 : 인터넷정보센터, 중국 인터넷 발전 상황 통계 보고서

■ 중국 인터넷 이용자 현황

- 중국 인터넷 사용환경의 개선으로 중국 인터넷시장이 큰 폭으로 성장 중
 - 2014년 1월 중국 공업정보부에서 '국가급 인터넷 간선 연결 신설에 관한 지도의견'을 발표하며 중국의 인터넷 성능 개선 및 지리적 균형 배치를 추진함.
 - 중국 인터넷 이용자 규모는 매년 10% 내외로 성장해 6억3200만 명으로 증가했으며, 인터넷 보급률도 2014년 상반기 46.9%를 기록함.

□ 중국 인터넷 사용자 수 및 인터넷 보급률

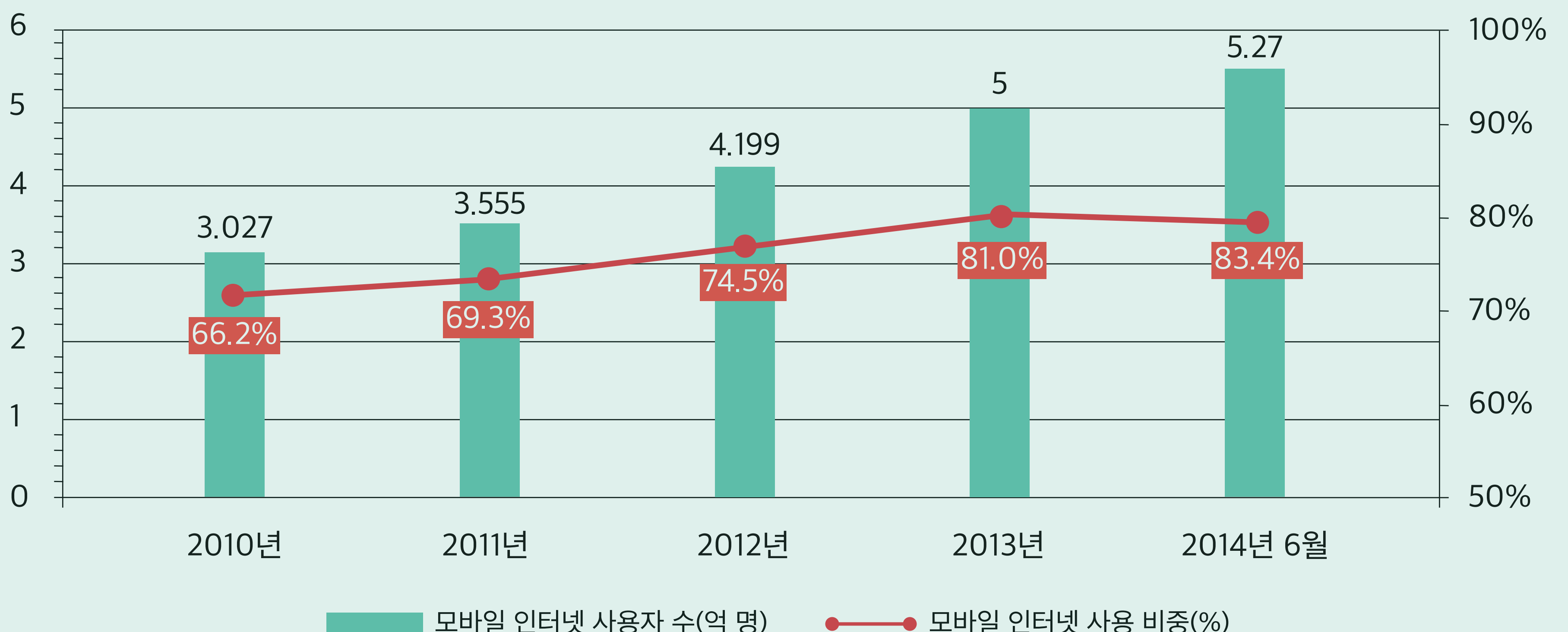


출처 : CNNIC《2014년 제34차 중국 인터넷 발전 현황 통계보고》

■ 모바일 인터넷 이용자의 증가

- 2014년 최초로 모바일 인터넷 이용자 수가 PC 인터넷 이용자 수를 초과하며 급속도로 성장함.
 - 2014년부터 4G가 정식 상용화됐으며, 모바일 환경에서도 4G를 사용가능하게 됨에 따라 고화질 화상회의, 모바일 인터넷 게임 3D 내비게이션 등 광대역 모바일 인터넷에서 사용 가능한 애플리케이션이 증가함.
 - 2013년 전년대비 8000만 명이 증가했으며, 2014년 상반기 중국 모바일 인터넷 이용자 수는 5억2700만 명으로 2013년 대비 2699만 명 증가함.
 - 특히 2014년 모바일을 통한 인터넷 접속 비중이 83.4%로, PC 접속 비중(80.9%)을 최초로 초과함.

□ 중국 모바일 인터넷 이용 현황 및 비중



출처 : CNNIC《2014년 제34차 중국 인터넷 발전 현황 통계보고》

■ 다양하게 진화하는 중국의 인터넷 활용

- 소셜 네트워크가 보편화되는 추세
 - 2014년 상반기 중국 인터넷 활용 현황을 보면, 70%가 블로그·개인 홈페이지를 이용하고 있고, 중국식 트위터인 웨이보는 43.6%, 이외 기타 소셜 네트워크 서비스는 40.7%가 이용하고 있음.
 - 메시징, 검색, 뉴스 등 기본적인 인터넷 기능을 활용한 애플리케이션은 80% 내외로 이용 비율이 훨씬 높지만, 개인을 드러내고 의견을 전달하는 소셜 네트워크 역시 중국 인터넷 이용자의 생활에 큰 비중을 차지함.
 - 인터넷이 뉴스, 음악, 동영상 등 콘텐츠를 일방적으로 제공하는 플랫폼에서 콘텐츠를 공유하고 이에 대한 피드백을 전달하는 등 쌍방향의 커뮤니케이션으로 진화했으며, 이러한 변화가 콘텐츠 및 인터넷 활용에 영향을 주고 있음.
 - 인터넷 사용자의 영향력이 커지고, 인터넷을 기반으로 전달 및 소통 수단이 다양하게 발전하고 있음.
- 생활과 연계되는 다양한 편의 제공
 - 온라인 쇼핑, 여행예약, 공동구매, 결제, banking, 자산관리 등 생활편의 애플리케이션 사용률의 전년대비 증가율이 가장 높은 수준을 기록함.
 - 인터넷 활용도가 단순한 정보 및 콘텐츠 확인에서 생활에 필요한 다양한 유무형 상품 구매, 금융 서비스로 진화하고 있음.
 - 특히 온라인 자산관리 분야는 2014년에 처음 등장했으며, 상반기에 전체 인터넷 이용자의 10%가 자산관리 애플리케이션을 활용함.
- 중국 인터넷 이용자의 애플리케이션 활용 현황

	2014년 6월		2013년 12월		증감률
	사용자 규모	사용률	사용자 규모	사용률	
인스턴트 메세징	5.6423	89.30	5.3215	86.20	6.00
검색엔진	5.0749	80.30	4.8966	79.30	3.60
인터넷 뉴스	5.0316	79.60	4.9132	79.60	2.40
인터넷 음악	4.8761	77.20	4.5312	73.40	7.60
블로그/개인홈피	4.443	70.30	4.3658	70.70	1.80
인터넷 동영상	4.3877	69.40	4.282	69.30	2.50
인터넷 게임	3.6811	58.20	3.3803	54.70	8.90
온라인 쇼핑	3.3151	52.50	3.0189	48.90	9.80
온라인 결제	2.9227	46.20	2.602	42.10	12.30
인터넷 문학	2.8939	45.80	2.7441	44.40	5.50
웨이보(微博)	2.7535	43.60	2.8078	45.50	-1.90
인터넷 banking	2.7188	43.00	2.5006	40.50	8.70
이메일	2.6867	42.50	2.5921	42.00	3.60
소셜사이트	2.5722	40.70	2.7769	45.00	-7.40
여행예약	1.896	30.00	1.8077	29.30	4.90
공동구매	1.4827	23.50	1.4067	22.80	5.40
포럼/BBS	1.2407	19.60	1.2046	19.50	3.00
온라인 자산관리	0.6383	10.10	0	0	10

(단위 : 억 명, %)

출처 : CNNIC《2014년 제34차 중국 인터넷 발전 현황 통계보고》

| 2015년 기술 이슈 및 동향

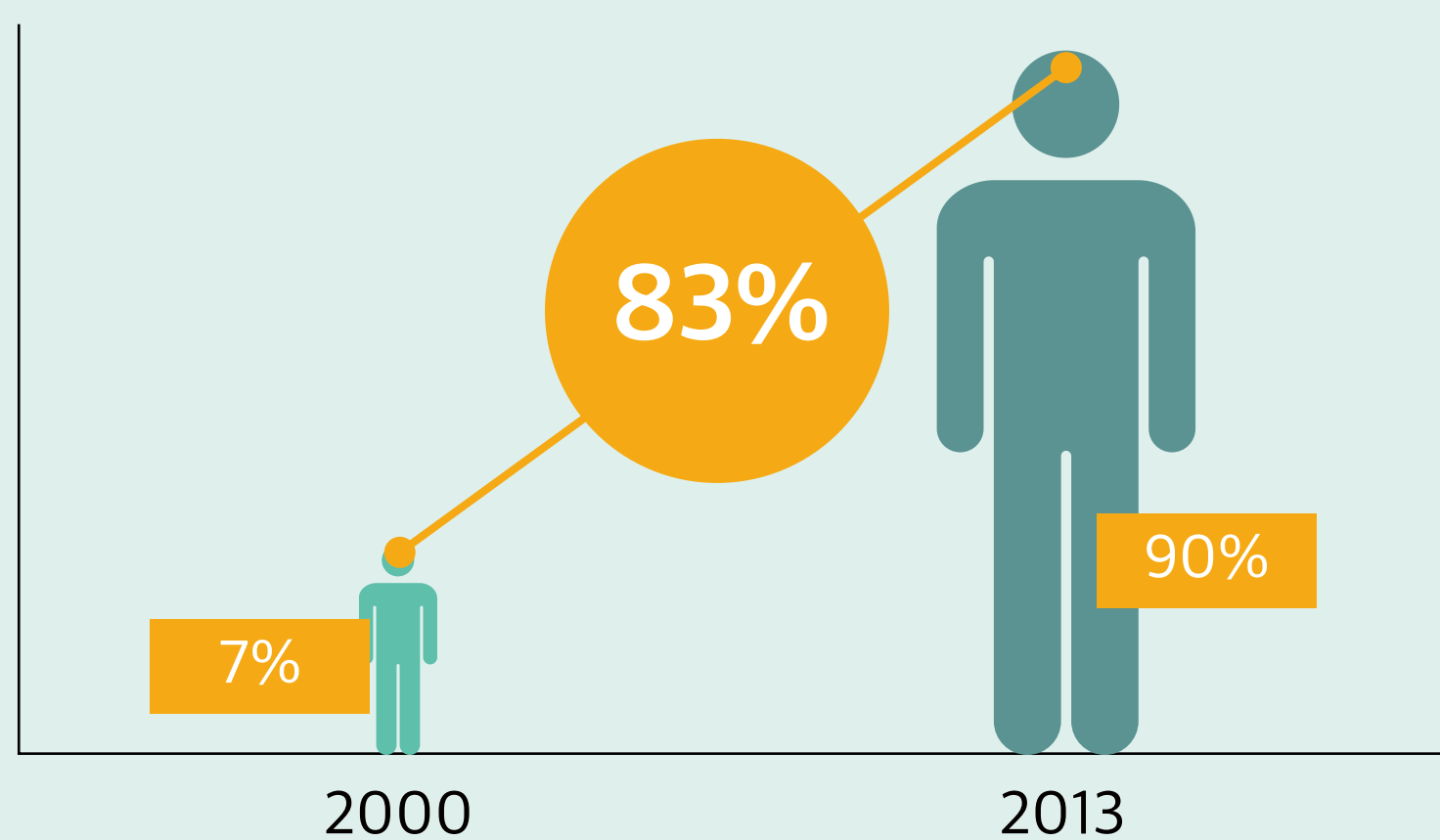
■ DTT, 미래 중국을 이끌 9대 유망산업 발표

- 세계적인 회계·컨설팅 전문업체인 딜로이트 투슈 토마스(Deloitte Touche Tohmatsu; 이하 'DTT')는 2014년 9월 텐진 다보스 포럼에서 경쟁력보고서를 발표하면서 향후 중국 경제성장을 견인할 9대 산업을 제시
 - DTT는 '경쟁력 : 새로운 발전을 맞이하다'(競爭力 : 迎接下一波增長浪潮)라는 보고서에서 중국은 경쟁력을 향상시키려면 생산 시스템에서 단순조립형 제조업이 아닌 첨단과학 기술 산업을 발전시킬 필요성이 있다고 주장
- DTT가 선정한 향후 중국의 경제성장을 견인하는 9대 유망산업

항공	첨단부품소재	생명과학	모바일기술	에너지
인터넷 쇼핑물 및 SNS	물류 및 기타 서비스	건강 서비스	교육 서비스	

■ 첨단 기술력을 바탕으로 한 하이테크 제조업 및 IT 산업 발전

- (항공·부품제조업) 중국은 더 이상 단순한 노동 밀집형 제조업이 아닌 첨단 과학기술을 배경으로 하는 제조업을 발전시켜야만 경제구조 조정에서 성공할 수 있다고 강조
- (IT) 세계적으로 가장 큰 스마트폰 시장으로 급부상한 중국의 정보통신산업은 지속적인 호조를 이어갈 것으로 전망
 - 중국은 세계 최대 휴대폰 소비시장으로 휴대폰 유저는 2000년의 7%에서 2013년의 90%로 증가



- 컨설팅사 Strategy Analytics가 2014년 7월 발표한 보고서에 따르면 중국 로컬 스마트폰 제조업체 샤오미(小米)는 이미 세계 스마트폰 제조사 중 6위를 차지
- 샤오미의 2014년 2분기 세계 시장점유율은 5.1%로 출하량은 1510만 대를 기록



■ 건강을 중요시하는 중국인

- (생명과학) 중국 경제발전을 견인할 과학기술은 기계제조업뿐만 아니라 생명과학분야에서도 가속될 것이라고 전망
 - 2025년 중국은 세계 생명과학 분야에서 중요한 참여자가 될 것으로 예측
- (건강보건) 중국의 노령화가 급속히 진행되고 문화수준 및 의료건강에 대한 수요가 향상하면서 중국 정부는 건강보건에 대한 투자를 확대
 - 도시의 병원과 농촌의 보건소 건설 및 정부의 의료영역에 대한 조달은 2020년 1조 달러, GDP의 7%에 해당할 것이라고 전망
 - 중국 건강식품 시장규모 추이를 살펴보면 2009년 911억 위안으로부터 2013년에는 5배 이상인 5000억 위안의 규모로 급성장

■ 2015년 가장 주목 받는 3대 이슈

01

4개 전면(4個全面) 실시

□ 이슈화된 배경

- 시진핑 주석이 지난해 말부터 공식 석상에서 반복·강조하는 이론으로, 이번 양회에서도 언급되면서 세계의 관심이 집중되고 있음.

□ 의의

- 국민 모두가 풍요로운 사회 건설을 최종 목표로 법에 입각한 집행, 철저한 당 쇄신 및 사회 전면 개혁을 추진한다는 의미로 네 가지가 서로 유기적으로 연결돼 있음.

의법치국+종엄치당+전면 개혁
⇒소강사회

- 현 정부가 표방하는 중국의 꿈 실현을 위한 연장선으로 간주할 수 있으며, 궁극적으로 시진핑 정부의 향방을 가늠하게 함.

02

창업의 대중화

□ 이슈화된 배경

- 과거 양회에서 ‘창업’이 직접적으로 언급된 사례는 매우 드물지만, 이번 정부업무보고에서 리커창 총리가 이례적으로 13차례 언급하면서 양회 핵심 이슈로 부상

□ 의의

- 올해가 개혁 심화의 원년이라는 점, 지방정부로의 정책권한 이양, 혁신을 통한 성장구조 전환 등 일련의 움직임이 정부의 창업 부양책 마련을 촉진할 전망
- 중국 정부는 창업을 통한 일자리 창출, 실업률 감소 및 장기적으로 경제성장률 회복까지도 기대하고 있음.

- 중국 경제가 연착륙 우려에서 탈피하려면 대대적인 산업 구조 및 브랜드 혁신이 없이는 불가능함. 이를 위해 국가자주혁신개발구, 창업인큐베이터 운영 등의 후속 조치들이 이루어져야 함.

03

환경보호 강화

□ 이슈화된 배경

- 리커창 총리의 정부 업무보고에서 가장 많이 언급된 단어로 ‘환경 보호’가 뽑혔을 만큼 정부의 환경 오염문제 해결 의지가 강화됨.

- “환경오염은 중국인의 삶의 질 향상에 악재이자 고통의 근원”이라는 표현을 쓰면서 전례없이 이산화탄소 배출량 제한 목표치(2.9%)를 제시함.

□ 의의

- 환경문제에 대한 국민들의 불안감이 고조되면서 신환경보호법 실시(2015년 1월 1일) 등 중국 정부가 범국가 차원에서 적극적으로 문제 해결에 나서고 있으며, 이를 통해 지구 환경오염의 주범이라는 국제사회의 인식을 개선하려는 의도로 분석

- 특히 ‘에너지 혁명’이라는 표현을 쓸 정도로 재생에너지와 친환경 에너지 관련 산업 지원 및 정책 마련에 주력할 전망

■ 시사점: 신재생에너지, 농업, 정보산업 관련 분야 유망



□ 신재생에너지

- 석유, 천연가스, 석탄, 화력발전 등 각 분야의 개혁이 꾸준히 진행될 예정
- 천연가스, 석탄가스, 셰일가스 분야에서 활발한 투자가 일어날 것으로 예상
- 전통에너지 이용 방식이 다소 조정됨에 따라 광볼트산업, 풍력전기산업 등의 전망이 밝음.



□ 농업

- 생태농업, 재배업이 2014년 농업 핵심 발전분야로 부상할 것으로 기대
- 중국 정부의 농업 지원 범위, 혜택 수준 등이 더욱 확대될 전망



□ 정보산업

- 전신, 인터넷, TV방송산업이 빠른 성장기에 들어설 것으로 예상
- 설비 제조, 건설 운영, 단말기 판매 및 AS의 이윤 또한 크게 상승할 전망
- 현재 온라인쇼핑, 모바일쇼핑, 인터넷 금융 등의 규모가 지속 확대되고 있으며 중국 전역에 걸쳐 향후 성장 잠재력이 큰 분야
- 관련 설비 제조, 운영업체, 최종 단말기 판매 등에도 파급효과를 일으킬 것으로 예상

■ 기타



□ 환경테마주

- 환경문제가 경제발전과 민생개선을 위한 우선과제이자 사회적 이슈로 부상하면서 이번 양회에서 수질오염 개선 및 토지환경 정화를 위한 관련법 실시 계획이 다뤄짐
- 중국 정부가 2015년을 환경 정책 추진의 원년으로 설정함에 따라 대기오염 방지, 오수처리, 토양정화 관련 기술, 설비, 서비스 시장이 10조 위안(약1750억 원)으로 성장할 전망
- 양회 개막을 앞둔 2일 상하이 A증시에서는 대기오염 관련 섹터가 7% 넘게 폭등함



□ 물류·운송테마주

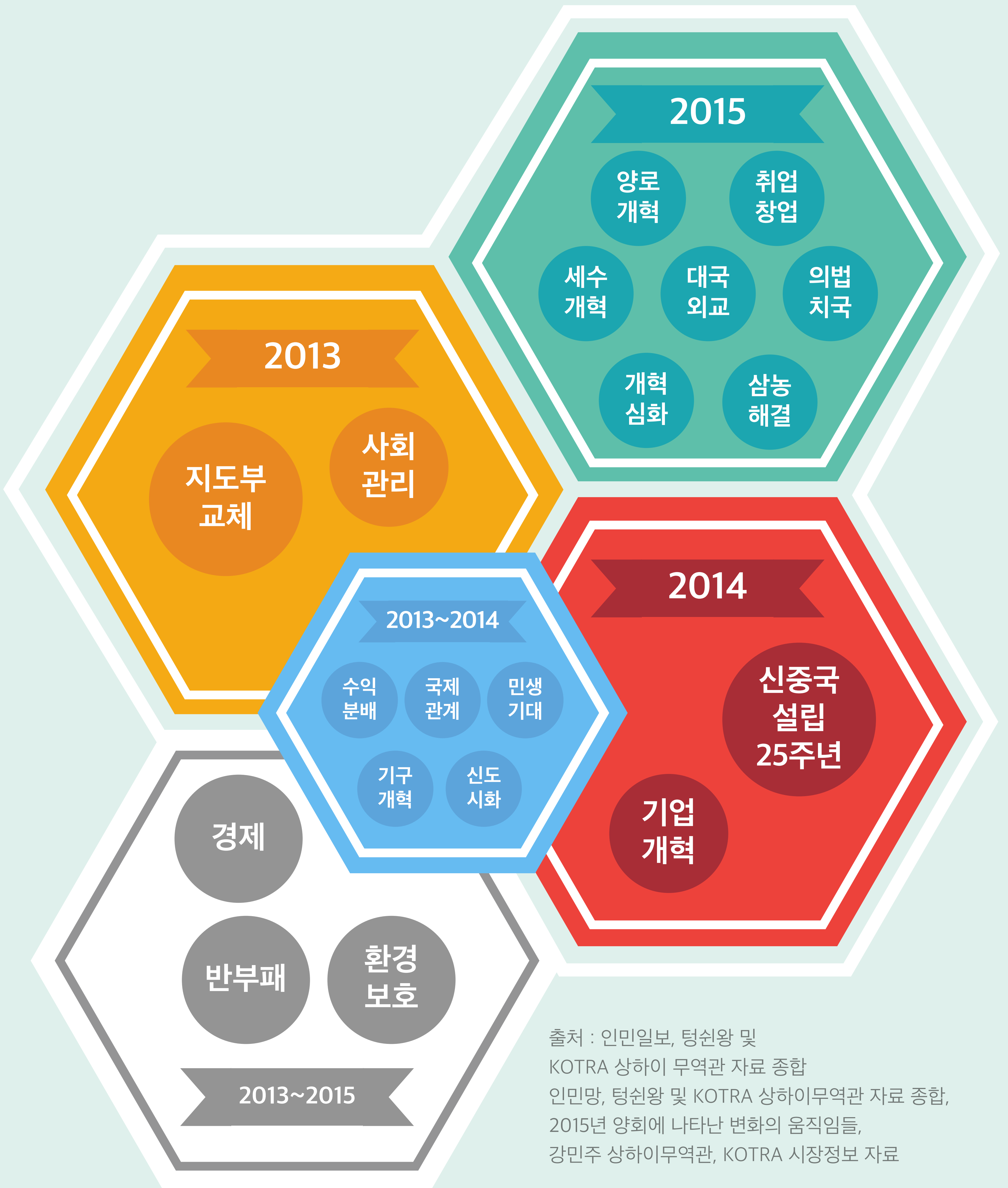
- 이번 양회를 계기로 일대일로 경제벨트, 징진지 광역구 개발프로젝트 등 지역경제발전 정책 추진에 가속도가 붙게 되면서 연초부터 물류·운송·교통 관련 증시가 강세를 보임.
- 특히 물류 관련 주가의 경우 다른 산업에 비해 증가폭이 가장 컸으며, '14년 말부터 '15년 초까지 각 지역에서 개최된 지방정부 양회에서 대부분 일대일로와 연계한 지역경제 발전전략을 채택하면서 향후 물류·운송 산업 발전 전망에 청신호가 켜짐.



□ 신에너지 자동차 테마주

- 중국 정부는 올 2월 '국가 신에너지차량 중점연구개발계획'을 발표하는 등 2020년까지 신에너지 자동차 보유량 확대를 위해 지방정부별로 독려 정책을 실시하고 있음
- 2015년에도 이러한 기조가 지속될 전망으로 양회에서도 신에너지 자동차 확산을 위한 세부 정책이 언급되면서 충전기술·설비, 배터리 등 관련 테마주의 꾸준한 성장이 예상됨

■ 2013~2015 양회 10대 이슈 비교



■ 중국 소자본 창업 트렌드

- 최근 중국에서의 성공 가능성이 큰 업종으로 의류, 화장품, 식품 등 생활소비재 및 IT, 이벤트 기획 등의 서비스 분야를 꼽음
- 한국이 강점을 가진 '소프트한 소비재' 업종 유망
 - 한류의 파급효과가 소비자들의 구매행위로 이어지는 이른바 '경제한류' 현상이 중국에서도 뚜렷하게 나타나 화장품, 식품, 의류 등은 기본적인 수혜품목이라고 할 수 있음.
 - 스마트폰 앱, 이벤트 기획, 택배물류 등 서비스 분야에서도 한국이 확보한 강한 기술력과 경쟁우위를 바탕으로 승부해볼 만

중국 소자본 창업 유망분야와 고려요인

업종	시장성	고려요인
카페	집, 직장 외 제3의 공간을 즐기려는 문화 생성	다양한 사이드 메뉴 개발
한식당	젊은 층 중심으로 한식에 대한 관심 고조	유동인구 고려한 장소 확보
화장품유통	저가격 고품질 화장품에 대한 수요 증가	미개척 지방 도시 집중공략
액세서리	한류 영향으로 한국 디자인 액세서리 인기	온라인 브랜드 인지도 제고
의류	유행속도 빨라지는 대중국시장 대응능력 좋아	중국 소비자 트렌드 이해
앱 개발	세계 최대 시장에서 아이디어만으로 승부 가능	플랫폼, 과금방식 등 이해
택배물류	글로벌 기업 경쟁 속에서도 배송기간, 가격, 특화서비스에 틈새시장 존재	고객니즈를 위한 서비스 다각화
이벤트 기획	중국산업 상대적 미성숙으로 아이디어를 바탕으로 한 이벤트 산업 더딘 발전	다양한 사업 아이디어 속 안정적 수익모델 마련 필요

출처 : '중국 소자본 창업설명회' 발표자료 및 KOTRA 베이징 무역관 자체분석

- ▣ 업종별로 한국제품(서비스)이 가지는 경쟁력이 다른 만큼, 제품 경쟁력과 창업 시 고려요인 에 대해 충분한 사전검토 필요
- 전문가들은 화장품의 경우 소자본 창업 시 저비용 고품질 상품으로 승부해야 하며, 의류는 한국의 빠른 시장대응력을 충분히 활용해 소비자 트렌드 파악 후 제품화하는 노력이 필요 하다고 조언함.
 - 한식당은 무엇보다 유동인구가 많은 길목을 잡는 것이 성패의 핵심, 한국 젊은이들이 두 각을 나타내고 있는 앱 개발의 경우 투자비용이 낮고, 사용인구가 폭증하고 있어 기발한 아이디어만으로도 승부할 수 있는 시장임.



☐ 카페 창업 붐

커피전문점은 저렴한 원가와 꾸준한 회전율로 소자본 창업에 적당한 업종이다. 매장 운영시간, 입점 지역의 제한이 없다는 것도 장점이다. 무엇보다도 가장 큰 장점은 다른 요식업에 비해 중국 당국으로부터 영업 허가를 받기가 수월하다는 점이다. 이러한 장점 때문에 커피전문점 창업을 꿈꾸는 사람이 많으며, 성공한 사례도 쉽게 찾아볼 수 있다.

커피전문점 AWESOME은 ‘중국 창업자 모임 카페’ 회원들이 힘을 모아 공동으로 창업한 카페다. 회원 의견을 반영해 안테나숍 방식으로 운영하며 투자액도 공동 출자한다. 경쟁 상대가 세계적인 프랜차이즈 커피전문점이나 대기업 브랜드이기 때문에 이에 대항할 방법으로 공동창업을 선택했다. 이들은 창업 시 직면하는 수많은 문제점과 분야별 정보를 공유하기 위해 온라인 카페와 회원들의 아이디어를 활용해 창업과정의 시행착오를 줄였다. 유행에 따라 매출액이 좌우되기 쉬운 상품에 대한 소비자의 반응을 빠르게 파악하고 상품 개발이나 판매 촉진 연구를 돕는 안테나숍도 많은 도움이 됐다.

이들의 성공에는 철저한 시장조사가 바탕이 됐다. 사전 시장조사 결과 외국인이나 직장인이 많이 거주하는 지역에서 성공한 카페가 많았으며, 이를 바탕으로 타깃 소비층을 외국인과 젊은 직장인 층으로 정했다. 중국은 커피가 우리나라나 선진국처럼 아직 대중적이지 않다. 따라서 커피 문화에 익숙한 외국인과 SNS를 적극적으로 활용하는 젊은 직장인을 소비 타깃으로 정한 것이다. 그 결과 차츰 중국인 고객 비중이 높아졌고 2010년 중국 다롄에 매장을 개설한 후 1년 만에 연매출 3억 원을 달성했다.

베이징의 고급 한식당 아이장산(愛江山) 신자상(62) 대표가 창업한 대형 커피전문점인 ‘만(漫) 카페’도 대표적 성공사례로 손꼽힌다. 2011년 창업한 이 업체도 대형 한국 프랜차이즈 업체와 달리 소자본으로 시작했고 철저하게 중국 현지화 전략을 구사했다. 창업 3년 만에 매장 수를 60개로 늘리며 단기간에 종건 커피 프랜차이즈 기업으로 성장했다. 만 카페는 새로운 것, 재미있는 것에 열광하는 중국인의 성향에 착안해 중국 문학작품 등에서 이야기를 찾고, 이를 매장 인테리어에 담았다. 베이징 전통가옥인 사합원의 대문을 구해 테이블로 만들고, 터키에서 특별 주문 제작한 램프로 매장 조명을 꾸몄다. 경쟁자가 쉽게 카피할 수 없도록 차별화에 성공한 것이다. 이렇듯 중국 커피전문점은 단순히 커피만을 팔지 않는다. 곰인형 카페, 외국인 서빙 카페, 어린이를 위한 공간 마련(키즈 카페) 등 차별화한 전략이 필요하다.

중국에서 커피전문점을 성공적으로 운영하려면 커피뿐 아니라 특징적인 메뉴와 콘셉트가 필요 하다. 커피 외에 간식이나 식사 위주의 메뉴로 더 많은 고객을 끌어들이야 하기 때문에 대형 브랜드 창업이 아니면 특징적인 서브메뉴도 잘 갖추고 있어야 한다. 중국은 아직 커피를 즐겨 마시는 문화가 발달하지 않아 카페인 음료보다는 건강 음료를 선호하는 편이어서 몸에 좋다는 과일주스나 곡물 음료가 큰 인기를 끈다. 또한 차와 함께 경단을 먹는 등 후식 문화로 말미암아 달콤한 디저트의 인기가 높다. 휘핑크림을 많이 올린 메뉴, 빵과 케이크 같은 사이드 메뉴를 잘 갖춰야 한다.

중국 커피전문점의 또 다른 특징은 모두 편하게 즐길 수 있는 넓은 공간 확보가 중요하다는 것. 베이징, 상하이 등 대도시는 2000m²(600평) 이상, 중소도시는 250m²(76평) 정도가 적당하다. 주부를 포함한 젊은 여성 고객이 많으므로 아기들을 위한 공간적인 배려나 테이블, 의자의 배치도 중요하다.

마지막으로, 중국의 커피 소비는 연평균 20% 정도로 성장하지만 아직 절대적인 수요층은 외국인이다. 따라서 AWESOME 사례에서 볼 수 있듯이 학생보다는 직장인을 대상으로 하고, 외국계 기업이 밀집한 곳이나 소득수준이 높은 지역, 유동인구가 많은 지역을 택하는 것이 유리 하다. 프랜차이즈 커피전문점 중에서는 카페베네가 이미 160여 개 점포를 여는 등 중국 시장을 가장 활발하게 개척하며 노하우를 축적했다.



▣ 한류와 한국 음식

최근 ‘별에서 온 그대’의 인기로 날개 달린 듯 팔리는 음식이 있다. 바로 치킨과 맥주, ‘치맥’ 이다. 상하이 코리아타운이 위치한 훙촨루의 한 치킨집 주인은 “치킨에 맥주세트를 먹기 위해 추운 날씨에도 2~3시간 줄 서서 기다린다”고 말할 정도로 많은 중국인이 한국식 치킨집을 찾는다. 항저우(杭州)의 한 식당에서는 밸런 타인데이를 맞아 ‘치킨 맥주세트’를 일일 한정판으로 판매했는데 1000세트 넘게 팔렸다.

치킨 외에도 인기를 끄는 한국음식 메뉴는 많다. 대표적인게 길거리 음식, 떡볶이다. 지하 1 층에만 100개가 넘는 크고 작은 음식점이 모인 상하이 타이캉루의 대형 쇼핑몰 르웨광에서 매출 1, 2위를 다투는 인기 식당은 한국 즉석떡볶이점 ‘떡잔치’다. 상하이TV 맛집 프로그램에도 여러 번 소개되며 젊은 층을 중심으로 인기를 끌고 있다. 지난해 문을 연 떡잔치는 떡볶이 인기에 힘입어 4호점까지 오픈했다. 최근 6개월여 사이에 ‘핫보이즈’ ‘이코우’ ‘신당동’ ‘까오 푸치’ 등 4개 브랜드가 더 생겼다.

2008년 상하이 인민광장 인근에 개장한 중국 최초의 한국식 분식점 ‘장상한품(掌上韓品)’도 성공가도를 달린다. 20대 한국 유학생 2명이 2평짜리 구멍가게로 시작한 장상한품은 지난해 10호점을 냈다. 비빔밥으로 중국 내륙을 뚫은 ‘믹스·라이스’도 성공 사례 중 하나다. 후베이성 우한 시에 있는 한국 비빔밥 전문점으로 현지 입맛에 맞춘 한국 비빔밥과 한식으로 브랜드 인지도를 급상승시켰다.

떡볶이, 비빔밥이 성공할 수 있었던 요인은 가장 한국적이면서도 현지인의 정서를 고려한 전략을 세운 데 있다. 쉬자후이 광치청에 위치한 핫보이즈의 손문섭 대표는 “한국적인 맛을 유지했지만 중국인에게 익숙한 용기를 사용해 거부감을 줄였다”고 말한다. 또 중국인에게 친숙한 불고기 떡볶이를 개발해 시장을 공략한 것도 성공 비법이었다.

중국 내에는 정통 한식이 없다. 따라서 한식의 개념을 유지하되 철저한 현지화가 필수적이다. 전 교수는 “한식과 중식을 잘 접목하는 것이 중요하다”고 말한다. 믹스·라이스는 중국인의 식감에 맞춘 묽은 고추장을 개발하고 찬 음식을 좋아하지 않는 중국인을 위해 돌솥 메뉴를 선정 하고 식사량이 많은 중국인에 맞춰 푸짐한 양을 제공했다. 이런 노력 덕분에 믹스·라이스는 초기의 실패를 딛고 현재 안정적으로 운영 중이다.

중국에서 식당을 운영하는 이들이 공통적으로 지적하는 어려움이 있다. 바로 직원 관리다. 한국어 인사와 한국식 인사예절, 고객 호출 시 신속한 반응 등에 대한 교육이 필요하다. 또한 정직원을 한번에 뽑지 말고 수습직원을 여러 명 뽑아 승진시키는 것이 우수한 직원을 확보함과 동시에 동기부여를 할 수 있는 좋은 방법이다. 최대한 세부적인 회사 규정을 만들어 직원 들에게 숙지시키는 것도 좋은 방법 중 하나이다.

무엇보다 이직률이 높은 중국의 특성상 음식 맛을 주방장에게 의존하지 않는 게 필요하다. 마지막으로 무엇을 판매하는지 가게명과 메뉴에서 바로 파악할 수 있도록 정확한 포지셔닝을 하는 것도 중요하다.



▣ 고운 피부 욕망

2006년 4월 베이징 1호점 오픈을 시작으로 창업 7년 만에 중국 전역 150개 매장을 연 카라카라 화장품은 한국식 서비스와 고품질 중저가 전략으로 중국 진출에 성공했다. 로드숍으로 시작해 광고보다는 매장을 찾는 고객이나 친구, 친척을 통한 입소문 방식으로만 확장한 것이 특징이다.

1990년대 한국 화장품 브랜드는 최고의 모델을 이용해 고가전략을 폈으나, 고품질 저가격의 로드숍이 등장하면서 쇠퇴했다.

라네즈 역시 한류 스타 송혜교를 광고모델로 기용해 성공했지만 지금은 그 인기가 많이 식었다고 한다. 반면 최근에는 중국인의 제주도 관광 열풍에 힘 입어 이니스프리가 많은 인기를 끈다. 제주도의 깨끗한 원료와 저렴한 가격이 중국인에게 어필한 것이다.

고소득 계층의 폭발적 구매력에 주목해 세계 명품 브랜드가 중국으로 몰려드는 게 사실이지만 소자본 창업자는 브랜드로 승부를 내려 하지 말고 중저가 시장을 공략하는 것도 한 방법이다. 고가 제품 시장 인구가 2000만 명이라면 중저가 제품시장엔 적어도 6억 명 이상의 소비자가 있기 때문이다. 최근에는 소득수준 향상으로 중저가 시장을 구성하는 소비자의 구매력이 커져 고급 시장을 고집할 이유가 없다.

중국 여성이 화장품을 선택하는 데에는 우리나라와 다른 특이한 점이 있다. 화장을 아름다워지기 위해 자신의 얼굴을 인공적으로 수정하는 것이 아니라 타고난 피부를 더 돋보이게 하는, 타고난 아름다움을 더욱 강조하기 위한 수단이라고 생각한다는 점이다. 그래서 질 좋은 기초 제품과 더불어 피부관리숍 등이 인기를 끈다.

2011년부터 칭다오에서 피부관리숍을 운영 중인 서모(36) 씨는 “중국 여성의 한국 화장품 선호도가 높은 편”이라며 “한국 여성이 피부가 좋아 한국 제품을 믿는다. 한국 제품을 사용하는 피부관리숍이 인기가 높다”고 말했다. 그는 “중국 사람은 체험하기를 좋아한다. 피부관리숍이 나 마사지숍이 인기를 끄는 것도 이 때문이다. 피부 관리를 중요하게 생각하는 중국 여성들이 직접 체험하면서 피부를 좋게 가꿀 수 있는 공간이 필요했다”고 분석했다.



□ 한국 못지않은 교육열

1가구 1자녀 정책으로 중국의 부모는 자녀 교육을 매우 중요시한다. 초·중등학교 9년 과정이 의무교육이지만 한국 못지않은 교육열로 사교육 시장이 점점 커진다. 중국은 현재 사교육 시장이 오프라인 학원 위주로 운영되며, 교사가 직접 학생의 집을 방문해 1대 1 수업을 진행하는 한국형 가정방문 학습지가 인기다. 학생의 학습 요구 및 진도를 개별적으로 조정할 수 있기 때문이다.

한국인이 운영하는 한국어학당을 비롯한 영어학원도 큰 인기다. 중국 칭다오에서 한국어학당과 영어학원을 운영하는 이모(60) 씨는 지난해 겨울 중국 초등학생을 대상으로 토폴 강좌를 열었는데 반응이 좋아 학원 확장을 준비 중이다. 이씨는 “한국인이 영어 강의를 하면 강점이 없다고 생각할 수 있지만 교재나 교수법이 중국보다 많이 발달해 있어 많은 중국 학부모가 관심을 갖는다”고 말했다. 그는 또한 “베이징, 상하이 등 대도시 이외의 지역에서 사교육 관련 창업을 해보는 것도 좋은 방법”이라고 했다. 대도시에는 이미 많은 사교육 업체가 들어와 있지만 외곽 지역은 학원이 전혀 없는 곳이 많기 때문이다.



□ 아이디어로 승부 거는 이벤트 사업

중국 산업에서 상대적으로 미성숙한 분야가 있다면 아이디어를 바탕으로 한 이벤트 산업이다. 홍찬표 코트라 중국사업단장은 이벤트 사업 중 웨딩 분야에 도전해보라고 조언했다. 그는 “최근 중국에서는 한국식 결혼식이 유행한다”며 “이런 상황을 반영해 최근 열린 칭다오 웨딩박람회에 많은 한국 기업이 참여했다”고 말했다. 중국인은 결혼식에 돈을 많이 쓰는 편이다. 매년 1000만 쌍이 식을 올릴 정도로 결혼 인구도 많다. 미연쯔(面子·체면) 문화가 발달해 타인을 의식하는 경향이 있고 품에 죽고 품에 사는 과시적 소비 성향이 강하다. 그렇기 때문에 일생에 한 번뿐인 결혼에 투자를 아끼지 않는다. 이러한 문화적 현상 때문에 결혼 관련 산업이 호황을 이루게 됐고 ‘웨딩드레스 경제’라는 신조어가 생겨났다. 결혼 관련 사업 부가가치는 약 100조 원에 달하며 앞으로 스튜디오, 드레스와 웨딩 소품 대여 숍, 웨딩플래너 등이 성공할 가능성이 크다.



□ 커지는 반려동물 시장

과거 중국에서 반려동물은 부유층 사람들이 과시용으로 키운다는 인식이 강했다. 그러나 이제는 한자녀 가정에서 자라난 샤오황디(小皇帝)들이 유년시절 안정적인 자아 형성, 문화생활, 가족에 대한 정서적 안정감을 얻기 위해 반려동물을 선호한다. 1명뿐인 자녀가 취업이나 진학 등으로 떠난 후의 빈자리를 메우려 반려동물을 키우는 가정도 많다. 중국의 애완동물은 2억 마리 이상으로 집계되며 매년 8% 이상씩 늘어난다. 반려견 5대 도시로 꼽히는 상하이와 청두에서는 1가구 1애견 정책이 시행될 정도다.

커지는 반려동물 시장과 더불어 애완동물 소비도 증가한다. 반려동물의 사료와 옷 등에서 액세서리, 고급용품, 미용, 의료 등으로 범위가 넓어지며, 심지어 애견 전문 스튜디오까지 생긴다. 반려견 관련 제품에 연 5000위안 이상을 소비하는 소비자가 전체의 40%이며, 1만 위안 이상도 11%에 달하는 등 애완동물에 돈을 많이 쓰는 편이다.

비싼 견종을 교배하고 분양하는 사육사를 비롯해서 반려견 전문미용사, 반려견 조련사 등 새로운 직업이 점차 일반화한다. 반려견 의류를 만드는 전문 디자이너도 등장했다. 반려견을 위한 각종 의류상품이 38~100위안에 팔리며 애견의류 전문 디자이너의 옷만 취급하는 애견의류점도 급증하는 추세다. 애견을 위한 홈메이드 과자와 케이크를 파는 애견 제과점도 등장하면서 애견 전문 요리사라는 직업도 생겼다.

한국의 원스톱 애견숍은 분양 전부터 사후까지 반려견과 관련된 모든 서비스를 제공해 중국 애견인의 많은 사랑을 받고 있다. 원스톱 애견숍은 최소 1, 2차 종합접종 및 2회 건강검진을 거친 후 분양해 반려동물 관련 피해를 최소화하고, 무분별한 분양과 반려견 유지비용 문제를 줄였다. 검진비부터 수술비까지 모든 의료비 지원, 장기간 집을 비울 때 평생 무료 위탁 호텔 서비스 제공, 목욕·드라이 등 무료 케어 서비스 제공, 전 지역 방문·운송 서비스를 제공하는 것도 특징이다. 충칭 등 공업도시는 베이징, 상하이와 달리 빈부격차가 크지 않아 대부분의 사람이 애완동물을 키우는데 경쟁 심리가 있어 애견숍 창업에 좋은 지역으로 꼽힌다.



□ 스마트소비: 사물인터넷 시대 본격 개막될 것

- LG, Hair, 파나소닉 등 중국 가전시장 진출 글로벌 기업이 경쟁하며 RFID(전자태그) 기술을 바탕으로 ‘스마트 라이프’ 구현하며 중국 관련 제품 시장이 크게 발전할 것으로 기대된다.
 - 소득 수준 향상과 맞물려 스마트웨어러블 기기를 사용한 경험이 있는 중국 소비자가 계속 증가하는 추세이다.(설문응답자의 13%가 스마트웨어러블 제품을 갖고 있다고 답함.)
 - 중국 도시 소비자는 생활 편리화, 실시간 건강 체크와 패션을 위해 상대적으로 값비싼 스마트웨어러블 기기를 구입할 의향을 표현
 - 설문 응답자의 81%가 생활편리화를 위해 39%가 실시간 건강 체크를 위해 64%가 패션을 위해 상대적으로 고가의 스마트 기기를 선택할 것이라고 답함.
- 중국 정부는 중국 스마트상품 시장의 확대와 더불어 시장규제를 강화하게 될 것이고 스마트 기기 간의 연결성이 상품 경쟁성을 가늠하는 중요한 척도로 될 것으로 전망된다.
 - 중국 스마트상품시장 발전으로 중국 정부는 시장을 정비하고 중국 소비자 권리를 보호하기 위해 관련 상품의 국가표준 출시 등에 박차를 가할 것으로 전망된다.
 - ‘스마트 가전과 스마트폰이 잘 연결돼 실시간 컨트롤이 가능한가’ 등 스마트 기기 간의 연결성에 중국 소비자의 포커스가 맞추어질 것으로 예상된다.



□ 친환경 녹색소비: 중국 소비자 환경오염에 대한 불안감 증폭, 친환경 상품시장 호조 예상

- 중국의 심각한 환경오염으로 친환경 상품이 중국 시장에서 새로운 호황기를 맞이할 것으로 예상
 - 중국 소비자는 환경오염이 식품안전에 미치는 영향과 피부, 호흡기 질환 유발 가능성 등에 심각한 우려를 표시(설문응답자 중 47%가 환경오염이 호흡기질환 등 질병 유발, 56%가 식품안전에 우려를 표시)
 - 중국 소비자는 남녀를 막론하고 '피부 건강'에 신경을 쓰게 됐고 화장품 업체도 광고에 PM 2.5 등 용어로 사용해 상품의 환경오염 대처능력을 강조
 - LLC(Clinique Laboratories), NIVEA 등 화장품사는 중국의 도시오염 대처형 화장품을 출시해 인기몰이 중
- 중국 친환경 상품은 환경보호 인식이 강화됨에 따라 시장수요가 계속 확대될 것이며 중국 환경보호 규정에 따라 상품 품질도 향상시킬 필요가 있음
 - 일부 업체는 중국 소비자의 중국산 상품에 대한 불신을 이용해 '환경오염으로부터 단절된 원산지'를 강조하며 '직송 서비스'업무를 개척하는 전략을 펼치는데 향후 이런 업체가 늘어날 것으로 예상
 - 전기자동차 등 친환경산업도 중국 소비자의 환경보호의식 향상과 정부 지원책에 힘입어 호황기를 맞이하게 될 것으로 전망
 - 시장 확대로 경쟁이 더욱 치열해질 것으로 예상되므로 한국 기업은 고품질 상품으로 고객 신뢰를 쌓는 장기화 전략을 도모할 필요가 있음.



□ O2O(온·오프 연계) 소비: 온라인시장의 급성장과 오프라인시장의 변신 시도

- 중국 전자상거래의 발전으로 중국 시장은 현재 온라인과 오프라인시장이 공존하며 중국 전통 유통업은 O2O(온·오프 연계)전략을 적극 모색함.
 - 알리바바는 2014년 11월 11일 0시부터 당일 24시까지 24시간 동안 진행한 할인행사 매출액이 571억 1218만 위안으로 최종 집계되며 연속적인 기록 갱신을 이뤄냈음.
 - 중국 11월 11일 솔로데이 쇼핑 페스티벌 매출액은 2009년 시작 당시 5000만 위안으로부터 5년간 10배 이상으로 급성장
 - 그중 모바일 거래액이 243억 위안으로 집계됐는데, 중국 모바일 쇼핑이 새로운 쇼핑방식으로 급부상할 것으로 기대
- 전자상거래의 신속한 발전으로 중국 오프라인 시장은 폐점 결정을 내리는 매장과 적극 온라인 매장 개설을 시도하는 두 부류로 나뉨.
 - 2014년 7월 기준 주요 유통업체(가전 제외)가 중국 국내에서 철폐한 매장수는 160개, 그 중 백화점 13개, 대형 마트 147개 [국제상보(國際商報), 2014년 12월 30일 자 보도 인용]
 - 철폐 결정을 내린 대형 마트에는 글로벌 유통업체 월마트가 10개에 달함.
 - 저조한 실적으로 폐점결정을 내리는 매장에 반해 중국 일부 유통업체는 2014년에 들어서 적극 온라인 매장개설을 시도하며 O2O 전략을 모색
 - 베이징시 백화점은 중국 전자상거래 선두주자인 텡신과 협력하는 방식을 택했고 텐홍쇼핑몰, 부부가오 그룹, 따상 그룹 등 유통업체는 온라인 매장 개설을 시도
 - APP, 온라인 매장 개설 등 방식은 중국 오프라인 시장의 새로운 발전을 가져오는 계기가 될 것으로 전망
- 2015년 중국 온라인 매장은 O2O 소비는 계속 확대되는 추세

- 편리성을 추구하는 중국 소비자에 의해 최대 스마트폰시장인 중국에서 모바일 쇼핑이 새로운 쇼핑 열풍을 몰고 올 것으로 기대
- 온라인 쇼핑의 편리성과 '저가'우세로 온라인 쇼핑에 대한 중국 소비자의 선호는 계속될 것
- 85%의 설문 응답자는 편리한 온라인 서비스를 선호한다고 밝혔음.
- 체험을 중요시하는 소비자 수요로 오프라인 시장은 여전히 존립공간이 있으며 오프라인 시장의 경쟁력은 환경과 서비스품질에 의해 결정될 것으로 전망
- 한국 기업은 중국 시장 진출 시 O2O 전략을 적극 모색하되 소비자에게 고품질 상품과 서비스를 제공하는 방안을 강구해야 함.



□ 떠오르는 신항시장 스마트 헬스케어

- 스마트폰 보급확대와 진료난에 힘입어 시장 발전
- 중국 특색에 맞춘 서비스 모델 필요
- 중국 이동통신의 쾌속 발전 - 4G시대의 도래
 - 중국 3대 통신사 중 하나인 차이나 모바일은 2013 모바일 월드 콩그레스에서 4G 네트워크를 발표한 이후 2014년 1월 중국에서 가장 먼저 4G 서비스를 출시했음. 4G 서비스 출시 이후 매달 20~25%의 성장률을 보이고 있음
 - 2014년 9월 중국 4G 스마트폰의 출하량은 8714만 대를 돌파했으며 5543만 대가 판매 됨.
 - 중국 3대 통신사는 1~2선 도시에 4G 통신망을 구축하고 있으며 구축범위를 지속적으로 확대할 예정
- 스마트폰 보급
 - 중국의 휴대폰시장이 본격적으로 확장되기 시작하면서 구글의 조사에 따르면 중국의 스마트폰 보급률은 70%로 싱가포르 85%, 한국 80%, 홍콩 74%에 이어 세계에서 4번째로 보급률이 높은 것으로 집계됨. 싱가포르, 한국, 홍콩이 인구수가 비교적 적은 국가임을 고려하면 중국의 스마트폰 보급률은 매우 높음.
 - 2013년 중국 스마트폰 총판매량은 3억4000만 대를 넘어섰으며 2017년에는 5억9000만 대에 이르게 될 것으로 전망됨. 중국의 스마트폰시장이 타 국가에 비해 느린 시작에도 불구하고 빠른 성장을 하게 된 것은 샤오미, 화웨이, ZTE 등 자국 브랜드를 통한 저렴한 중저가 스마트폰 보급이 가능했던 것이 가장 큰 원인임.
 - 2013년 기준 중국 중저가 스마트폰(700~1500위안)이 전체 스마트폰의 39.5%를 차지하고 있으며 저가 스마트폰(400~700위안)의 점유율 역시 지속적인 성장세를 보이고 있어 2017년에 는 약 30.1% 이상을 점유할 것으로 전망됨.
- 중국의 진료 난의 돌파구 스마트 헬스케어
 - OECD 인구 천 명당 병상수가 평균 5.34개인데 중국의 인구 천 명당 병상 수는 4.24대로 매우 낮은 수준임.
 - 현재 중국의 의료서비스 공급은 정부 위주로 이뤄지고 있으나 정부의 투자가 부족하고 관련 인력과 의료 기계 등 의료자원의 빈약해 중국인이 병원을 이용하는 것이 매우 번거롭고 불편함.
 - 국공립 병원을 선호하는 중국인의 인식 때문에 국공립병원은 대기자가 많고 환자가 많아 현실적으로 이용하기 힘들. 사립병원의 경우 중국 정부가 지속적으로 자국민의 의료비용 부담을 낮추기 위해 의료서비스 가격을 규제하고 있으나 비싼 검사비 때문에 경제적인 부담감이 큼.
 - 중국 정부는 진료난을 해소하기 위해 외국인의 의료산업 투자를 허용하고 규제 완화 및 우대정책을 실시하고 있으나 아직 민영 의료시장은 발전 초기단계에 불과함.

- 떠오르는 스마트 헬스 케어
 - 중국 의료시장은 수요의 부족으로 공급난을 겪고 있을 뿐만 아니라 의료위생관리 비용은 중국 정부에 막대한 재정적 압박을 주고 있음. 이러한 문제점으로 인해 의료서비스 제공이 한계점을 보이고 있는 상황에서 무선 인터넷과 의료서비스의 결합으로 형성된 스마트 헬스 케어는 현 상황을 타개할 수 있는 돌파구로 주목을 받음.
 - 중국의 리서치 기업인 위보인포의 발표의 따르면 2014년 11월 26일 기준 헬스 케어 관련 애플리케이션인 춘위이성은 누적 다운로드 횟수가 3210만 회를 넘어섰음. 현재 강세를 보이고 있는 애플리케이션은 대부분 종합 의료 지식 애플리케이션이 주를 이룸.
 - 중국 보고 대청이라는 보고서에 따르면, 빅데이터 기술, 사물인터넷, 이동통신기술의 발전과 융합으로 인해 헬스 케어시장은 스마트 웨어러블 디바이스와 결합된 형태로 발전해 웨어러블 디바이스를 통한 증상진단, 처방, 처방 후 관리방향으로 발전해 나갈 것이라 발표함.
 - 위보인포 스마트 시장 연구센터는 2015년까지 스마트 헬스 케어 시장이 45억 위안 규모까지 성장할 것이라고 전망함.



□ 나날이 발전하는 중국의 스마트홈시장

- 중국의 스마트홈 시장현황
 - 중국에서 스마트홈 개념은 20세기 90년대 후반에 출현하기 시작했으며 2000년에는 스마트홈이 중국 내에 보급되기 시작함.
 - 2010년부터 훨씬 저렴한 원가의 무선 스마트홈 제품 출고는 비교적 큰 증가폭을 보임. 또한 주요 공장은 시장 보급을 위해 점차 가격을 내리기 시작함.
 - 2010~2012년 스마트홈은 비교적 안정적인 발전 속도를 유지함. 국제 사물인터넷 무역 및 응용 촉진 협회(IIPA)의 시장조사 데이터에 따르면 2010~2012년 중국 스마트홈시장은 3년 연속 20% 이상 성장세를 유지하고 있으며, 그 중 2012년 시장 규모는 24억9000만 위안으로, 증가율은 20.29%에 달함.
- 시장 전망
 - 중국 스마트홈시장 성장폭은 2013년부터 끊임없이 상승해 2016년에는 29.17%에 달할 것이며, 2017년 중국 스마트홈 업계 규모는 80억 위안에 달할 것으로 보임.
 - IIPA의 발언에 따르면, 중국 스마트홈 업계는 어느 정도 준비기간이 필요해 2016~2017년 이 돼서야 고속 발전하기 시작할 것이며, 2017년 중국 스마트홈 업계의 시장 규모는 80억 위 안에 달할 것임.
 - 《중국 스마트홈 설비업계 발전환경 및 시장수요 예측 분석보고 전망》에 따르면 현재 중국 스마트홈 제품 및 기술의 발전으로 시장은 저, 중, 고 등 다양한 등급 제품의 분수령이 됐으며 업계는 고속 성장기에 진입함. 중국의 방대한 수요시장에 직면해 스마트홈 업계는 연평균 19.8%의 속도로 성장, 2015년 생산액은 1240억 위안에 달할 것으로 전망됨.
- 정부의 스마트홈 산업 발전 장려 정책
 - 2011년 중화인민공화국 공업 및 정보화부(이하 공신부)가 발표한 《사물인터넷 “십이오(十二五)”발전규획》 중에 스마트홈은 사물인터넷 응용의 중점 지원방향이 될 것이라는 내용이 있음.
 - 2013년 8월, 국무원이 발표한 《정보소비 내수 확대 촉진에 관한 몇 가지 의견》에서는 스마트 단말장치 제품 혁신 발전을 장려하는 내용이 있음.
 - 2013년 9월, 발개위, 공신부 등 14개 부문은 공동으로 《국가 사물인터넷 발전 특별행동 계획》을 발표해 스마트홈을 전략적 신흥산업으로 선정하고 발전을 도모했으며 9대 중점영역 응용 시범 프로젝트에 집어넣었음.

- 또한 가운데 20여 개 중점 지역사회를 선정해 1만 호 이상의 가정에서 보안, 노인 및 아동 보호, 가전제품 원격 제어 및 물, 전기, 공기 스마트 계량 등 스마트홈 시범 응용을 전개할 계획이라고 밝힘.

- 주요 소비자 및 구매패턴

- 조사에 따르면 현재 스마트홈 제품의 타깃 소비자는 주로 부유층, 고급 화이트칼라(중산층), 기술마니아, 비교적 부유한 노인 및 거동불편자임.
- 부유층(대략 70% 차지)은 최대 소비능력 및 소비수요를 가지고 그들이 사는 주택은 일반적으로 120m² 이상의 고급아파트, 복식주택, 별장임. 이러한 주택은 훨씬 큰 실용성과 쾌적함 을 지님.
- 고급화이트칼라(중산층) 및 기술마니아(대략 20% 차지)는 본래 신기한 물건을 좋아함. 특히 과학기술 제품에 열광하며 자신이 관심 있는 물건에 돈을 지불함. 주로 IT, 디지털, 자동화 업계 인사임.
- 비교적 부유한 노인 및 거동불편자(대략 10% 차지)는 신체 및 나이 문제로 거동이 불편함. 그들은 이러한 제품이 매우 필요함. 특히, 구급품, 원격 조종 가능한 조명장치 등과 같은 제품처럼 실제 그들에게 편리함을 제공해주는 제품이 필요함. 이들은 자신이 부유해 직접 제품을 구매하거나 부유한 자녀의 효도 선물로 스마트홈 제품을 사용함

출처 : [중국에서 창업하기1] 中 소자본 창업, 이런 업종이 뜬다, KOTRA
2015년 중국 사로잡을 4대 소비 트렌드는?, KOTRA
中, 떠오르는 신흥시장 스마트 헬스케어, KOTRA
나날이 발전하는 중국의 스마트홈시장

| 지식 분야 R&D 정책

■ 중국의 ICT R&D 정책 구조와 목표

현재 중국 정부는 제조업 기반의 자국 경제 구조를 지식기반 산업 중심으로 전환하기 위해 ICT R&D 정책을 적극적으로 전개 중. 중국은 '2006-2020년 국가정보화 발전전략을 근간으로 2011년부터 2015년까지 진행되는 '12차 5개년 계획'을 통해 다양한 ICT R&D 정책을 진행.

■ '12차 5개년 계획(2011-2015)'에서 제시된 중국의 7대 전략형 신흥 산업

전략형 산업 분야	세부 내용
에너지 절약 및 환경 보호	● 고효율 에너지 및 자원 순환이용 기술 장비의 개발과 보급 ● 에너지 절약 및 환경 보호 관련 서비스 시스템 구축 ● 자원 회수 시스템 구축 및 석탄의 청정이용 등 추진
에너지 절약 및 환경 보호	● 차세대 브로드밴드 및 이동통신망 기술 개발 연구와 상업화 추진 ● 광대역 통신망, 디지털 tv망, 인터넷망의 융합(3망 융합) ● 사물인터넷 및 클라우드 컴퓨팅 응용기술 추진 ● 직접회로, 신형 디스플레이, 하이엔드 서비스 등 핵심 기초 산업 육성 ● 소프트웨어 서비스, 인터넷 부가 서비스 등 ICT 서비스 능력 향상
바이오 산업	● 신약 개발을 비롯한 바이오 제약 산업 육성 ● 의료 설비, 소재 등 바이오 의료 관련 연구 개발과 상업화 추진 ● 바이오 농업 및 바이오 해양 기술의 연구 개발
첨단장비 제조	● 항공, 우주, 위성 장비 제조업 육성 및 관련 기술 개발과 응용 산업 발전 추진 ● 교통 운송망, 도시 전철망 등의 구축 및 보완을 통한 교통 설비 산업 육성 ● 해양 자원 개발을 위한 해양 공정 장비 산업 육성
신에너지	● 원자력 기술 개발 및 상업화 ● 태양, 풍력, 바이오 에너지 이용 기술 보급과 응용 ● 신재생에너지 발전을 위한 스마트 그리드 구축
신소재	● 신형 기능성 소재, 고성능 섬유 및 복합 소재 연구 개발 ● 나노기술, 초전도기술 등 기초 소재 기술 연구
신에너지 자동차	● 플러그인 하이브리드 자동차(PHEV), 전기 자동차(EV), 연료 전지 자동차 관련 기술 개발

□ 클라우드 컴퓨팅 산업 육성을 위한 중국 정부의 R&D 정책

(중국 5개 클라우드 컴퓨팅 혁신 시범 도시의 주요 활동 목표)

도시명	활동 내용
베이징	● 클라우드 기반 검색 플랫폼 및 스토리지 관련 핵심 기술 연구 ● 민간과의 협력을 통한 클라우드 기반 공공 서비스 개발 ● 바이두(Baidu), 차이나 모바일(China Mobile), 레노버(Lenovo) 등 참여

상하이	● 데이터 센터 유치 등을 통한 아시아 클라우드 컴퓨팅 허브 입지 확보 ● 연 매출 1억 위안 이상의 10개 클라우드 사업자 육성 ● 산다(Shanda), 차이나 유니온페이(China UnionPay) 등 참여
선전	● 클라우드 컴퓨팅을 비롯한 차세대 ICT 산업 개발을 위해 5억 위안 규모의 펀드 조성 ● 총 10억 위안 이상의 기업가치를 보유한 10개 클라우드 컴퓨팅 사업자 육성
항저우	● 중소기업을 위한 클라우드 컴퓨팅 플랫폼 및 서비스 포트폴리오 개발 ● 알리바바(Alibaba) 등 참여
우시	● IBM의 클라우드 컴퓨팅 아키텍처를 활용한 비즈니스 및 공공 서비스 플랫폼 개발

▣ 사물인터넷 산업 육성을 위한 중국 정부의 R&D 정책

- 2009년 원자바오(Wen Jiabao) 전(前) 총리가 센서 네트워크와 사물인터넷의 개념을 언급할 만큼 중국 정부는 일찍부터 국가 차원의 사물인터넷 산업 발전 전략을 구상
- 2011년 12월 공업정보화부는 자국 사물인터넷 R&D 정책을 보다 구체화한 ‘사물인터넷 12차 5개년 계획을 공개
- ‘사물인터넷 12차 5개년 계획’ 수립과 동시에 중국 정부는 사물인터넷 산업 육성을 위한 자금투자 계획도 발표

(‘사물인터넷 12차 5개년 계획’의 주요 목표 및 세부 내용)

주요 목표	세부 내용
베이징	● 센싱 기술을 비롯해 데이터 전송 기술, 데이터 처리 기술 등 사물인터넷 핵심 기술을 개발하고 해당 기술의 표준화를 위해 노력
사물 인터넷 산업 생태계 육성	● 센서, 프로세서 등 하드웨어 제조부터 사물데이터 기반 서비스 제공에 이르기까지 사물인터넷 산업 벨류 체인의 완성도 향상 ● 생태계 요인별로 활동할 수 있는 전문화, 특수화 된 중소기업 및 수요 창출 등 사물인터넷 생태계 전반의 발전을 이끌어 나갈 수 있는 대기업의 육성
사물인터넷 응용 수준 제고	● 각종 시범 사업을 통해 사물인터넷을 활용한 부가가치 창출 및 경제 사회 전반의 발전을 모색

| 소비트렌드

■ 2015년 중국 사로잡을 4대 소비 트렌드

- ▣ 최근 영국 글로벌시장조사기관 민텔(Mintel)은 ‘2015년 중국 소비자 트렌드’ (2015年中國消費者趨勢)라는 보고서를 발표(2014년 11월)
- ▣ 이 보고서는 중국 도시 20~40대 연령층을 대상으로 진행한 인터넷 설문조사 결과를 바탕으로 2015년 4대 소비 트렌드 도출 및 소비시장 발전전망 제시
- ▣ 2015년 중국소비 4대 트렌드 :
 - ① 스마트 소비, ② 친환경 녹색소비, ③ O2O (온·오프 연계) 소비, ④ 소비자 참여형 소비

■ 스마트소비 : 사물인터넷 시대 본격 개막될 것

- LG, Hair, 파나소닉 등 중국 가전시장 진출 글로벌 기업이 경쟁하며 RFID(전자태그) 기술을 바탕으로 ‘스마트 라이프’ 구현하며 중국 관련 제품 시장이 크게 발전할 것으로 기대
- 중국 정부는 중국 스마트상품 시장의 확대와 더불어 시장규제를 강화하게 될 것이고 스마트기기 간의 연결성이 상품 경쟁성을 가늠하는 중요한 척도로 될 것으로 전망

■ 친환경 녹색소비 : 중국 소비자 환경오염에 대한 불안감 증폭, 친환경 상품시장 호조 예상

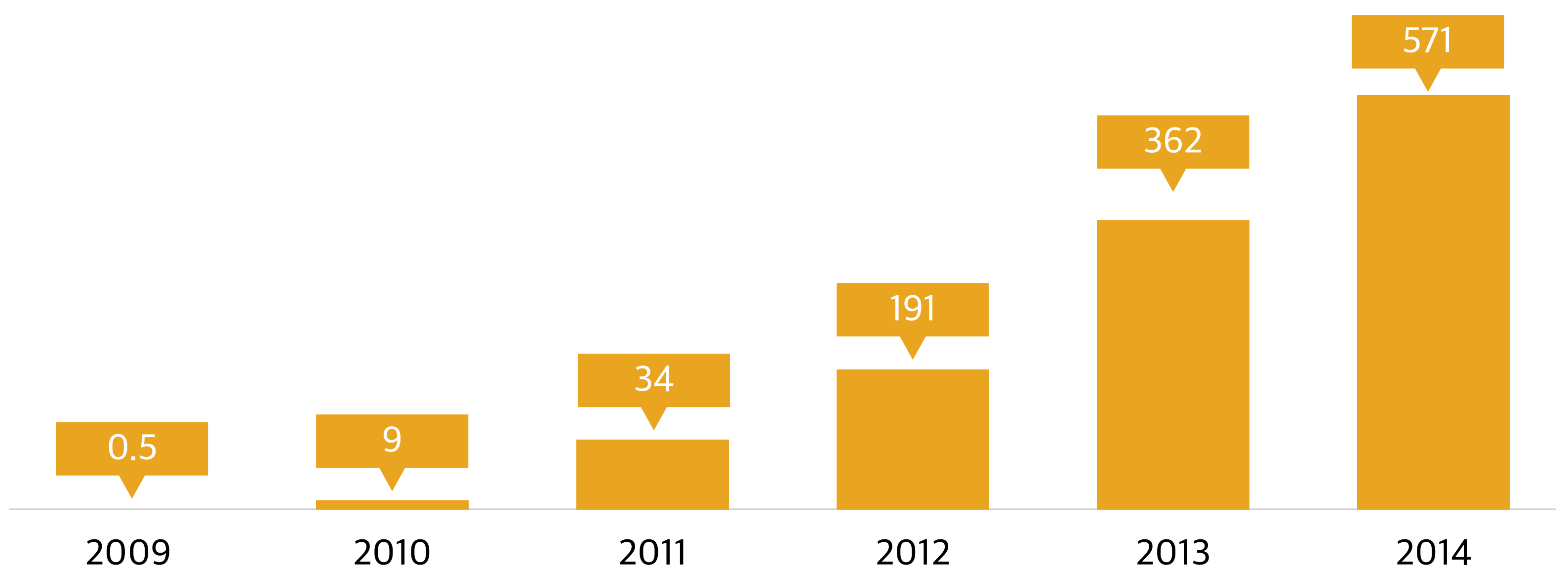
- 중국의 심각한 환경오염으로 친환경 상품이 중국 시장에서 새로운 호황기를 맞이할 것으로 예상
- 중국 친환경 상품은 환경보호 인식이 강화됨에 따라 시장수요가 계속 확대될 것이며 중국 환경보호 규정에 따라 상품 품질도 향상시킬 필요가 있음.

■ O2O(온·오프 연계) 소비 : 온라인시장의 급성장과 오프라인시장의 변신 시도

- 중국 전자상거래의 발전으로 중국 시장은 현재 온라인과 오프라인시장이 공존하며 중국 전통 유통업은 O2O(온·오프 연계)전략을 적극 모색함.
 - 알리바바(阿里巴巴)는 2014년 11월 11일 0시부터 당일 24시까지 24시간 동안 진행한 할 인행사 매출액이 571억1218만 위안으로 최종 집계되며 연속적인 기록 갱신을 이뤄냈음.
 - 중국 11월 11일 솔로데이 쇼핑 페스티벌 매출액은 2009년 시작 당시 5000만 위안으로부터 5년간 10배 이상으로 급성장
 - 그중 모바일 거래액이 243억 위안으로 집계됐는데, 중국 모바일 쇼핑이 새로운 쇼핑방식으로 급부상할 것으로 기대

11.11. 솔로데이 당일 알리바바 매출액 추이(2009~2014년)

(단위: 억 위안)



■ 소비자참여형 소비 : 웨이신 등 SNS 활용해 소비자와 거리를 좁혀야

- 중국 웨이신(微信) 등 SNS의 발전으로 중국 소비자는 상품 개발, 마케팅 등에 적극 참여하기를 원함.
 - 대중이 참여하고 일부 업무에 참여하게 하는 ‘대중 아웃소싱(大衆外包)’은 아이디어를 모으고 브랜드 홍보효과를 볼 수 있음.
 - 예컨대 2014년 KFC의 소비자 투표로 메뉴를 결정하는 ‘누가 KFC를 대표할 것인가’는 활동 등
 - ‘소비자 참여’는 대중으로부터 아이디어(集體智慧)를 수집하고 활용하며 소비자로 하여금 브랜드 문화를 이해하도록 하고 소비자와 공감대를 형성하는데 유리

| 문화 및 생활 특성 & 비즈니스 매너

■ 각 지역마다 사람들이 지닌 기질과 특성이 다름.

광활한 국토의 면적만큼 각 지역 사람들의 기질 및 특성이 굉장히 다양하며 각 지역마다 그 지역의 색을 나타내는 기질 및 특성이 있다. 예를 들어 북방인은 성격이 거칠고 의협심이 강한 이미지를 가지고 있는 반면 남방인은 섬세하고 부드러운 이미지를 가지고 있다.

주요 지역 별 중국인의 기질 및 특성

지역	기질 및 특성
베이징	● 중국의 수도인 만큼 학벌이 높고, 권력욕, 명예욕이 강함 ● 베이징의 고색 창연한 골목과 성벽, 정원이 증명하듯 문화를 중시함 ● 예의를 매우 중시함
톈진	● 유동인구가 많지 않아 고유의 '순박성'을 유지하고 있음 ● 향토애가 높음 ● 검소하여 짜다는 소리를 들을 정도임
둥베이	● 술을 좋아하기로 유명함 ● 성격이 직선적이고 적극적임
산둥	● 몸집이 크고 성격이 단순함 ● 교제 시 의리를 매우 중시하는데, 한국인의 성격과 가장 비슷하다고 함
저장	● 계산이 빠르고 추진력이 강함
상하이	● 서구의 영향을 많이 받은 도시로, 특히 여성들의 국제적인 감각이 뛰어남 ● 두뇌회전이 빠르고 실용성을 추구하며, 계산이 철저해서 손익을 따짐 ● 검소하게 생활하지만 경쟁소비 심리와 허영심은 큰 편임
푸젠	● 근면하고 부지런함
광둥	● 상술과 이재에 밝으며 두뇌회전이 빠름 ● 총명하고 계산에 빠르며 장사에 일가견이 있음
광저우	● 생활지수가 전국에서 높은 축에 속하는데, 특히 교육과 오락 부문의 소비력이 왕성함 ● 특돈에 관한 이야기를 꺼리지 않기로 유명함 ● 함튼튼한 경제적 기초 위에 전국의 패션과 여가, 오락의 새로운 조류를 이끌고 있음
선전	● 새로운 유명을 좇고 사치 풍조를 유행시킴 ● 물질적 기초와 능력을 배경으로 주택 구입에 가장 많은 돈을 씀

| 주요 창업지역

1 베이징

- ▣ ‘중국의 실리콘밸리’로 불리는 중관춘은 창업 열풍 중. 이 지역에는 베이징대, 칭화대 등 명문대와 인터넷 기업이 몰려 있고 창업자와 투자자가 정보 교류를 위해 모이는 창업 카페들도 성업 중

2 광저우

- ▣ 광둥성 전문시장 및 인근 홍콩과 마카오 시장을 통해 아이디어 수집 및 제품 개발 가능 (디자인, 소재, 공법 등을 조합한 아이템 개발 환경 양호)
- ▣ 광둥성이 해외 바이어 왕래가 잦은 지역으로 소자본 마케팅 비용 절감(매년 춘계와 추계에 3회씩 개최되는 캔톤페어 등 내방 바이어 대상 마케팅 가능)

3 후베이성

- ▣ 최근 한국과의 협력 수요가 최고조에 달해 환경규제 강화, 도시화 추진, 다양한 분야의 정보화사업 등에서 협력기회를 모색하여 중국 내륙지역의 진출 거점으로 활용 가능
- ▣ 다양한 시장주체 육성 및 시장시스템 강화를 통한 성장을 중시하고 있으며 특히 창업활력 제고를 위한 각종 지원사업을 추진

4 후이룽선

- ▣ 현재 매년 1,000만 위안의 직접투자기금을 조성하여 단지 내의 신규 설립 기업들에 투자하는 유학생 창업단지 운영

5 난통시

- ▣ 난통시 경제기술개발구 유학생 창업단지는 입주 기업간의 원활한 정보공유와 협력을 도모하여 경영노하우를 공유할 수 있도록 하고 있으며, 해외유학생 단체 등과 합작하여 “일본유학 중국유학생 기술 프로젝트 교류활동” 등 행사를 조직해 창업에 필요한 정보 교류를 적극 추진

| 창업환경

■ 기업가정신

2010년 ‘전민창업(全民創業)’ 붐이 일며 창업에 대한 관심 증대.

중국은 글로벌 인터넷 사용자의 22.4% 차지, 스마트폰 사용자 수는 미국 대비 1.6배. 전세계 규모의 22.4%를 차지하는 큰 시장으로 전 세계 모바일 인터넷 시장의 가장 큰 발전 가능성을 가진 시장으로 평가받고 있어, 관련 스타트업 및 사업은 더욱 발전할 것으로 기대. 중국의 실리콘밸리로 불리는 베이징 서북지역의 창업생태계 중관춘은 1988년 ‘베이징 신기술산업 개발 시범구역’으로 선정된 이후, 2006년까지 정부의 지속적 개발정책으로 발전.

중국 정부는 2020년까지 R&D투자를 GDP의 2.5% 이상으로 확대하고 특허출원 수를 세계 5위권으로 늘리며, 대외 기술 의존도를 30%이하로 줄이겠다는 목표 수립, 전반적인 기업 생태계의 혁신을 추진 중. 중관춘은 하이테크 기업이 2만개 이상, 연구기관 140개 이상의 첨단 산업 단지로 발전 2011년 기준 전년 대비 엔젤투자 기금의 248% 상승. 2012년에는 중국 내 신규벤처투자 중 30%가 중관춘 소재 기업이었으며 중국 최고의 스타트업 생태계로 성장

■ 창업 지원 정책

① Torch Tech Program

중국 과학기술부(MOST)가 중국의 새로운 하이테크 산업 발전을 위해 만든 기술창업 프로그램으로 Innovation Clusters, Technology Business Incubators(TBIs), Seed Funding(Innofund), Venture Guiding Fund 개의 핵심 프로그램으로 구성

② 모바일 인터넷 산업 지원 정책

중국 정부는 ‘국민경제와 사회발전 12.5규획강요’, ‘신세대 및 차세대 모바일 통신망을 전면적으로 분포’, ‘광대역 무선 성시 리더 & 건설’, 네트워크 업무 통합 촉진 등 모바일 인터넷과 관련하여 일련의 지원 정책을 발표. 통신업 12.5 규획에서는 무선 모바일 네트워크 공정을 시작하고 모바일 스마트 단말과 응용 플랫폼 등 관련 부분을 발전시켜 기초시설-응용 플랫폼-스마트 단말의 생태 체계를 건설할 계획. 소프트웨어와 정보 서비스업 12.5 규획에서는 클라우드 컴퓨팅, 사물 인터넷, 모바일 인터넷 등 신형원 기술연구 개발과 산업을 중요시하고 기업을 주체로 한 고효율 산업 혁신 체계를 구축할 계획

□ 재정적 지원정책

● 세제 혜택

각 지방, 도시에 소속된 스타트업을 대상으로 비즈니스를 위한 재정지원이나 세금 관련 인센티브 제공

● 투자지원

○ Seed Funding(Innofund : Innovation Fund)

미국 정부의 SBIR, STTR 프로그램과 비슷한 역할을 하는 Innofund는 성공 가능성이 높은 혁신 기술을 지녔지만 상업적인 펀딩을 받기에는 이른 기업들을 대상으로 \$1500,000~\$260,000 상당의 펀딩보조금과 대출이자보조금, 주식투자 등을 제공하고자 고안 된 프로그램. 1999년 과학기술부에 의해 설립된 이후로 3만5천개 이상의 기업이 프로그램에 참가, 총 \$100 억 이상을 지원

- 인민폐 펀드(RMB Funds)

정부각 직접 펀드 설립부터 투자까지 진행

하지만 2013 중국창업환경 보고서에 따르면, 창업관련 투자금 유치 경로가 다양하지 못하고 열악한 것으로 조사. 약 5000여 명의 기업가를 조사한 결과 85% 창업자가 스스로 자본금을 마련한다고 응답, 스타트업을 위한 체계적이고 다양한 투자환경 조성이 미흡하다는 지적이 높다.

▣ 비재정적 지원정책

● 창업 육성 관련 시설/교육/프로그램

- Technology Business Incubators(TBIs)

스타트업 기업들이 아이디어를 사업화하는 데 도움을 주는 인큐베이팅 프로그램. 사무실 임대료 임대, 대학기술에 대한 접근 권한 허용 등 스타트업들이 연구에 몰입할 수 있도록 필요한 자원 지원. 2011년까지 중국 전역에 걸쳐 1034개의 인큐베이터 팀이 생겼고, 6만개 스타트업을 후원. 최근에는 교육장관과 과학기술장관의 협력으로 더욱 다양한 모델로 발전하는 중 Lenovo, Huawei, Suntech Power와 같은 글로벌 기업들도 이 프로그램의 도움을 받은 대표 IT 기업.

- 인재특구 지정 및 인재개발 교육

베이징대, 칭화대, 중국인민대 등 70개 이상의 대학 및 전문학교와 중국과학원 산하 전자연구원, 반도체연구소 등 공공 과학기술연구기관 2백여 개가 밀집한 중관춘에는 국내외 첨단기술기업 8천여 개 이상이 있음
2011년 중국은 10년 안에 글로벌 기업의 경영자(CEO) 급 인재 20여명을 양성한다는 목표로 중관춘 안팎에 10여개의 인재 창업단지를 조성.

● 해외 자원 유치 정책

- 스타트업 대출 지원

중국의 State Development Bank(SDB)는 더 많은 해외 자본을 유치하려는 목적으로 외국 학생이 중국에 새로운 비즈니스를 창업할 시 대출을 지원. 기본적으로 인터넷 콘텐츠 및 통신 관련업에는 외국인 투자, 설립을 금지하고 있다. 이에 정상적인 경로로 외국인이 중국에 스타트업을 시작하여 성장시키기는 어려우나 이러한 규제가 내국인에게는 큰 방어막을 제공. 웹서비스는 장벽이 높은 ICP 경영성 허가과 같은 절차들 때문에 해외 출신 기업이 서비스를 제공할 순 없지만 모바일의 경우 아직 관련 법규가 제정되지 않은 상태이다.

● 기타 정책

- 창업절차의 간소화

창업절차의 간소화를 통해 시장진입을 유도하는 상황. 2013년 10월 중국 정부는 시장 접근성을 용이하게 하고 사회적 투자를 장려하기 위해 회사등록절차를 간소화시키기로 발표. 이러한 정부의 움직임은 중소기업과 벤처기업에게 주요한 기회를 제공할 것으로 예측된다.

▣ 중국 소재 벤처투자자 종류

● 외국계 유명 벤처캐피탈

- Sequioa, KPBC, Matrix Partners, IDG - Accel 등 대형 벤처캐피탈 존재

(중국 내수용 펀드를 독립적으로 운영, 베이징, 상해에 모두 오피스 소재)

이들은 중국에 벤처캐피탈업계를 처음 일구어낸 리더들로 실리콘밸리에서 볼 수 있는 투자자들과 동일 구성을 갖추고 있다. 이들은 한 달에 1~2회씩 실리콘밸리와 중국을 넘나들며 실리콘밸리와 중국 대륙의 투자를 동시에 진행하는 경우가 많다. IT 이외에도 에너지, 바이오 산업등에도 활발하게 투자하고 있으며 상대적으로 후기 단계 투자에 집중하는 경우가 많다. 긴 역사와 네트워크를 기반으로 기업체의 나스닥 상장 혹은 국외 매각등을 진행하는데 있어 노하우를 갖추고 있어 해외 상장을 앞둔 업체들이 선호하는 추세. 이곳의 파트너들은 미국계 중국인이거나 유학생 출신인 경우가 많고, 창업가 출신보다는 금융, 비즈니스 백그라운드 출신이 많다. 최근엔 중국내 로컬 벤처캐피탈이 대형화 됨에 따라 좋은 딜을 꽤 많이 빼앗기고 있어 Series A, 심지어는 Seed round까지 참여하고 있다.

법인설립제도

현지법인 설립 절차

단계		필요서류
1	기업명 사전신청	- 외국인투자기업 명칭 - 사전 신청서(투자자 서명) - 투자자신분증, 비자사본 - 위탁대리인 증명서 (위탁대리인이 대신 신청할 경우)
2	프로젝트 인허가	- 프로젝트 신청보고서 - 투자자들의 기업등록증(본국 영업허가증) - 감사필 재무제표 - 자금신용증명서 - 환경영향평가의견서 - 프로젝트 지역선정 - 은행의 융자의향서 - 의견서 - 프로젝트 용지 예비 허가 의견서 등 - 투자의향서(증자, 인수의 경우는 회사 및 이사회 결의서)
3	설립신청 (투자허가 신청)	- 외국인투자기업 - 설립신청서(투자자 서명) - 사업타당성보고서 - 계약서(합작, 합자) (장소임대 계약서, 재산권 증명서) - 정관 - 자산증명서(은행잔고 증명서, 출자자금 증명서) - 투자자의 사업자등록증명서, 신분증 사본(공증, 인증필요) - 기업대표 임명서, 신분증 사본 - 이사회 명단, 감사, 총경리 위임장 및 신분증 사본, 이력서 - 수입설비 명세서 - 법률문서 송달 위임장 - 기타 요구서류
4	통계등기	- 기업통계등기표 (지정양식) - 외국인 투자기업 설립 허가서 (비준증서)
5	설립등기	- 외국인 투자기업 신청 등기표 - 외국인 투자기업설립 - 허가서(비준 증서) (영업일 기준) - 기업명칭 예비허가 통지서 - 정관 - 투자자의 사업자등록 증명서, 신분증 사본 - 기업대표 임명 서류, 신분증 사본 - 동사, 감사, 경리 임명서류 및 신분증 사본 - 회사주소증명서(부동산 권리증, 임대차계약서 등) - 법률문서 송달 위임장 (회사 대표 사진 2매)

기타 요구서류		
6	영업허가 증신청 (영업 집 조)	기업 설립 등기와 동시에 진행
7	인감제작	● 투자허가부서(또는 공안국)의 소개 서신 ● 인감제작신청 및 설명서(인감양식 첨부) ● 영업허가증(원본, 사본) ● 수권위임서 및 대리인 신분증(원본, 사본: 대리인 신청 시)
8	기업번호 등기 (기업코드 신청)	● 기업번호(기업코드) 신청서(대표인 서명 및 인감 날인) ● 외국인투자기업 설립 ● 허가서(비준 증서) ● 영업허가증(원본, 사본) ● 법정대표 신분증 사본 ● 수권위임서 및 대리인 신분증 사본(대리인 신청 시) ● 기타 요구서류
9	외환등기	● 외국인투자기업 ● 기본현황 등기표(외환관리국 지정 양식) ● 외국인투자기업 설립 ● 허가서(비준증서 원본, 사본) ● 영업허가증(원본, 사본) ● 정관(원본, 사본) ● 계약서(합자, 합작) ● 기업번호증서 기타 ● 요구 서류
10	은행계좌 개설	● 계좌개설 신청서 ● 영업허가증(원본, 사본) ● 기업번호 증서(원본, 사본) ● 수탁위임서 및 대리인 신분증(원본, 사본: 대리인 신청 시) ● 세무등기증 ● 외환등기증
11	세무등기	● 외국인투자기업 세무 ● 등기표(기업 인감 날인) ● 영업허가증(원본, 사본) ● 정관(원본, 사본) ● 계약서(합자, 합작) ● 허가서(비준증서 사본) ● 계약서(합자, 합작) ● 기업번호증서 기타 ● 기업대표, 재무담당자, 세금담당자(회계사) 신분증사본 ● 세무국이 요구하는 기타 필요 서류

기타 요구서류		
12	세관등기	● 영업허가증 사본 ● 세무등기증서 사본 ● 은행 계좌 증명서 사본 ● 기업번호(코드) 등기증 사본 ● 통관업체 상황 등기표, 통관 업체관리자 상황 등기표 ● 기업정관 사본
12	기업번호 등기 (기업코드 신청)	● 기업번호(기업코드) 신청서(대표인 서명 및 인감 날인) ● 외국인투자기업 설립 ● 허가서(비준 증서) ● 영업허가증(원본, 사본) ● 법정대표 신분증 사본 ● 수권위임서 및 대리인 신분증 사본(대리인 신청 시) ● 기타 요구서류
13	재정등기	● 외국인 투자기업 설립 허가서(비준증서 원본, 사본) ● 영업허가증(원본, 사본) ● 기업번호 증서(원본, 사본) ● 정관 원본, 사본 혹은 계약서 원본, 사본(합자, 합작) ● 사업타당성 검토보고서 및 승인서 사본 ● 재무등기표
14	취업 허가증	● 외국인 투자기업 설립 허가서(비준증서 사본) ● 영업허가증 사본 ● 외국인고용신청표 ● 외국인이력서 ● 고용의향서 ● 외국인 고용사유 설명서 ● 관련자격증서 ● 건강검진서
15	거류증	● 외국인 거류신청표(지정양식) ● 신청인 여권, 비자(단기 Z 비자는 취업허가증 취득 후 한국에 있는 중국 대사관(영사관)에서 처리) ● 건강증명서(건강검진서) ● 외국인위업증 ● 주재원사진 2매 ● 고용계약서(또는 임명장) 사본
16	복수비자 (Z비자)	● 고용주의 ● 비자발급통지서 ● 외국인취업허가증 ● 건강증명서 ● (건강검진서) ● 비자신청표 ● 여권 ● 주재원사진 2매

| 벤처투자환경

■ 중국의 투자환경, ‘악화’가 아닌 ‘변화’

2014년 5월 29일, ECCC(The EU Chamber of Commerce in China)는 비즈니스조사 보고서를 통해 유럽기업들은 중국에서의 투자환경에 대하여 비관적인 태도를 보이고 있다고 발표 하였다. 보고서의 내용에 따르면 2013년 한 해, 영업소득이 증가한 기업의 비중은 59%로 2010년 78%와 비교할 때 현저히 하락한 수치이다. 또한 향후 2년내 관련업종의 경제전망을 낙관적으로 판단하는 기업의 비중 역시 조사대상 전체 중 31%에 지나지 않았다. 이번 보고서에 따르면 조사에 참여한 유럽계 기업 중 46%의 기업이 ‘대중국 투자의 황금시대는 막을 내렸다’라고 판단하고 있다. 중국의 인건비 상승, 경제성장둔화 등이 중국에 대한 투자매력을 떨어뜨리고 있다는 것이 그들의 입장이다.

하지만 컨설팅 회사 A.T Kearney가 발표한 2014년 외국인직접투자신심지수(FDICI)에서는 글로벌 회사의 고위층은 여전히 중국 경제에 낙관적인 태도를 가지고 있다고 나타냈다. 이것은 ECCC와 상반된 보고 결과로 이번 조사에서 39%의 피조사자는 중국 경제 전망에 낙관적인 태도를 표시하였다. 최근 중국의 인건비 상승, 운송원가의 증가, 위안화 강세 등 여러 요소의 영향으로 중국의 제조업은 우세를 상실하였지만 첨단제조업에서 외국 기업은 여전히 중국 시장에 적극적인 태도를 표시하였다.

세계적으로 중국 투자에 대한 논쟁이 분분한 가운데 중국 정부는 중국의 투자 환경은 ‘악화’가 아닌 ‘변화’의 단계에 직면한 것이라고 강조했다. 2013년 6월, 상무부는 중국의 외자유치 목적은 자금 부족 문제를 해결하기 위해서가 아니라 현재 외자규모를 유지하고 효율적인 활용에 힘쓰는 데 있다고 밝힌 바 있다. 당시 상무부의 야오지옌(姚堅) 대변인은 지난 30년간 급속도로 발전해온 중국 경제 성장 하에서 최고의 수익을 올리던 외자 기업들이 최근 중국 경기둔화 및 로컬 기업들의 경쟁력 상승 등으로 인해 경영 실적이 상대적으로 악화되면서 중국의 투자 환경을 비관적으로 느낄 수 있다고 분석했다.

■ 외국인 투자 환경 최적화를 위한 정책 출시

중국 정부는 외국인 투자에 대한 심사 간소화 및 일부 업종에 대한 외국인투자규제완화 등 외국인 투자환경 개선을 위한 정책을 속속히 발표하고 있다. 2014년 5월 30일, 중국 상무부는 홈페이지 공고를 통하여 2014년 8월 31일까지 ‘외국인 투자 심사 및 비준 규범화 시범업무 (規範化外商投資審批試點工作)’를 시행할 것을 밝히며 서류심사 간소화, 업무절차 투명화, 기업의 편리성 제고를 강조하였다. 또한 중국 국무원은 ‘2014년 의료개혁 심화업무통지(深化醫改2014年重點工作通知)’에서 중외합자 의료기구에 대한 진입 기준 및 외국 자본의 주식 보유 비중에 대한 규제 완화를 발표하였다.

신흥사업 부문에서 외국의 자본, 기술, 경험이 유기적으로 결합해 시너지를 발휘할 수 있도록 투자환경 개선

장려 목록

- 농업, 첨단기술, 선진제조, 환경보호, 신에너지, 현대서비스업 등 역역에 대한 외국인 투자 및 외국자본의 R&D 투자 적극 장려
- 녹색 무공해 사료 및 첨가제 개발, 고급양탄자 및 자수 제품 생산, 대형공공건 축, 고층건물, 석유화공설비, 삼림·산약·수역·지하 방재 및 구조 기술개발·설비제조·고속철로 및 여객전용철로 기초설비 종합보수, 사물인터넷개발·응용, 공업·건축·의료 설계 등 창의 산업, 양로 시설 등
- 항공운수회사의 경우 기존 중국 측 지분통제 조항과 함께 외국인투자기업 1개 사의 투자비율이 25%를 초과하지 못한다는 규정 추가

| 고용 및 인력환경

■ 최근 노동 동향

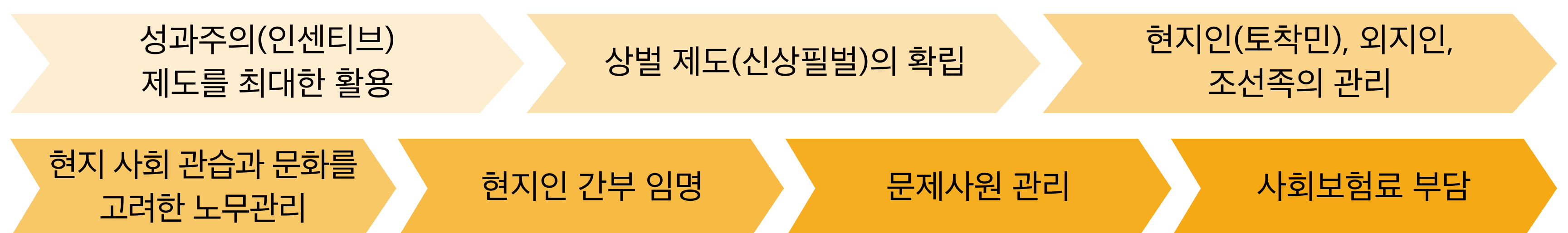
- 노동당국은 사회보험가입, 연장근로 한도초과 등에 대한 노동 감찰을 강화
 - 1일8주간·주40시간 근무, 근로자 동의 하에 1일3시간·월36시간 이내 연장근로 가능하며, 연장근로수당은 평일 50%, 휴일 100%, 법정휴일 200% 가산
 - 그 동안 한도초과의 경우에도 근로자 동의가 있고 가산수당 등 지급한 경우 크게 문제 삼지 않았으나 최근에는 엄격해지는 추세

- ▣ 노동분쟁 발생 주요원인
 - 노동계약법 등 근로자 보호규정 시행
 - 노동감찰 강화
 - 근로자의 권리의식 상승
 - 소송비용 무료
- ▣ 최근 노사분규의 특징
 - 임금인상 및 작업환경 개선요구, 상대적 차별 시정요구
 - 협상대표 찾기 곤란 : 회사의 보복 및 당국의 처벌 우려
 - 태업후 파업 또는 갑작스런 노무제공 거부로 파업
 - 공회와 별도로 자체적으로 결집
 - 휴대전화, 인터넷을 활용한 요구사항(유언비어 포함) 전파
 - 노동전문가(언론의 동조정서 포함)의 지원도 활용
 - 지방정부 노동당국의 역할 중요(협상 지원 여부)

■ 중국 노무관리의 현실

- ▣ 중국투자 한국기업의 70% 이상은 의류, 전기전자, 조립금속 등 노동집약적 제조업에 종사 하고 있으므로 노무 관리는 우리 기업의 경영에 매우 중요한 영향을 미치는 부분이다. 그러나 실상 노무관리 분야는 세무나 마케팅 분야에 비해 상대적으로 관심이 적고 전문 인력도 부족하며, 지역마다 차이는 있지만 매년 10% 이상 인건비가 상승하고 있고, 숙련된 기술 인력을 확보하는 일이 점점 어려워지고 있는 것이 현실이다.
- ▣ 중국 정부도 ‘사회적 약자’인 노동자 권익을 강화하는 방향으로 정책을 선회하고 있으며, 이에 2008년 새로운 노동계약법을 제정 실시하고 있다. 특히 2010년에는 폭스콘, 혼다를 비롯해 많은 외국계 기업에서 노동쟁의가 발생했으며, 이에 중국정부는 최저임금인상 등으로 적극 해결에 나선 바 있다.
- ▣ 한국기업들, 특히 노동집약적 산업 부문의 중소기업들의 경우도 임금 인상 등으로 수익성이 떨어지자 합법적인 청산절차를 거치지 않고 임금체불 등이 있는 상황에서 기업을 철수하면서 현지 노동자들에게 안 좋은 인식을 남겼으므로 적극적인 노무관리가 필요하다.

■ 노무관리 방법



I 중국의 창업 열풍

최근 중국 정부가 내놓은 중국경제 성장의 해법은 창업이다. 이미 ‘대중의 창업, 만인의 혁신’을 모토로 전국적인 창업열기 조성에 나섰다. 마윈 알리바바 창업자, 레이쥔 샤오미 창업자 등과 같은 혁신가들을 배출하기 위한 생태계 조성에 정부가 앞장서겠다는 뜻을 분명히 한 것이다.

이번 정부 보고에 등장한 ‘인터넷 플러스’ 전략은 창업 생태계 구현의 한 방안으로, 인터넷을 매개로 한, 업그레이드 된 비즈니스를 개발하고 지원하겠다는 뜻으로 볼 수 있다. 올해 1월 조성된 400억 위안(약 7조2000억원)의 창업기금은 이 프로젝트를 뒷받침할 힘이기도 하다. 특히 중국정부는 ‘국가의 번영은 인민이 창조력을 발휘하기에 달려 있다’고 설파하며, 올해 중국 정부의 기조는 기업 발전의 장애를 제거하고 플랫폼을 마련해 주는 동시에 시장의 활력을 불어일으키는데 많은 정책을 실행하는 것이다. 이를 증명하듯 중관촌지역에 스타트업 거리가 생겨나고 있으며, 스타트업 생태계에 필요한 다양한 기관들이 이곳으로 속속 입주하는 중이다.

JAPAN

03 일본

An island nation in East Asia,
located in the Pacific Ocean



I 국가개요



- 국명 : 日本, JAPAN, 일본
- 수도 : 도쿄
- 홋카이도, 혼슈, 시코쿠, 규슈 등 네 곳의 섬으로 이루어진 군도 국가
- 언어 : 일본어



일본의 경제력은 2010년 현재 명목, 구매력 평가 기준으로 세계에서 세 번째로 크다. 또한 세계에서 네 번째로 수출이 많으며 다섯 번째로 수입이 많은 나라이다. 1991년 소비에트 연방의 붕괴 이후부터 2010년 중화인민공화국에 자리를 내주기 전까지 20여 년간 세계에서 두 번째로 국내 총생산이 높았으며 1993년 당시에는 룩셈부르크에 이어 1인당 명목 국내 총생산도 세계 2위를 기록하였으나 버블 붕괴 이후부터는 점차 하락세에 있어 현재는 13위권에 머무르고 있다. 일본은 선진국으로 인정받고 있으며, 인간개발지수는 2011년 기준 세계 12위로 아시아에서 가장 높다. 일본은 또한 아시아 국가 중에서는 러시아를 제외하고 G8에 들어가는 유일한 국가이며 유엔 안전보장이사회의 비상임이사국 지위를 보유하고 있다. 비록 일본은 헌법에 따라 군대 및 교전권을 포기하였으나 국토의 방위와 평화, 질서 유지를 위해 만들어진 자위대는 현대적이고 강력한 군사력을 유지하고 있다. 유엔 및 세계 보건 기구에 따르면 일본은 영아 사망률이 세계에서 세 번째로 낮고 세계에서 가장 높은 평균 수명을 기록하고 있다. 대졸자 초봉은 2010년 현재 약 235만 엔으로, G8 국가 중에서는 가장 낮으며 이탈리아와 비슷한 수준이다.

출처 : 위키피디아 <http://ko.wikipedia.org/wiki/%EC%9D%BC%EB%B3%B8>

I 경제 및 시장 상황

<최근 일본 경제동향>

일본 경제는 2014년 완만한 회복 궤도 진입하였으며, 소비자물가는 상승세 회복하고 있으나 무역수지는 0.9조엔 적자로 29개월 연속 적자 추세를 보이고 있다. 엔화 환율은 엔저 가속화 지속되고 있다.

구분	2012	2013	2013	2014			2014		
			4/4	1/4	2/4	3/4	9월	10월	11월
GDP 증가율(연율%)	1.8	1.6	-1.5	5.8	6.7	1.7	-		
경기동향지수 (2010=100)	-	-	111.5	-	-	-	109.3	109.9	-
광공업 생산 증가율 (전기비%)	0.6	0.8	1.9	2.9	3.8	11.9	2.9	0.4	-

구분		2012	2013	2013	2014			2014			
				4/4	1/4	2/4	3/4	9월	10월	11월	
소비자 물가 상승률(%%)	전기비	0.1	0.4	0.3	0.2	2.3	0.3	0.0	0.1	-	
	전년 동기비	0.1	0.4	1.1	1.3	3.3	3.2	3.1	2.9	-	
실업율(%)		4.3	4.0	3.9	3.6	3.6	3.6	3.6	3.5	-	
수출(조엔)		63.7	69.8	18.1	17.5	17.6	18.3	6.4	6.7	6.2	
수입(조엔)		70.7	0.8	1.9	2.9	3.8	11.9	2.9	0.4	-	
무역수지(조엔)		8.4	11.5	3.7	5.0	2.6	2.9	0.9	0.7	0.9	
경상수지(조엔)		4.8	3.3	1.4	0.9	0.3	-	1.0	0.8	-	
해외직접투자(조엔)		9.8	13.2	3.1	2.6	2.6	2.0	-	0.7	109.9	0.9
환율	달러	80.1	97.7	100.5	102.8	102.1	0.3	0.0	1.5	116.2	
	원화(100엔)	1,413	1,123	1035.7	1,039	1,008.2	987.3	962	938	943	
금리(10년 물%)		0.78	0.72	0.64	0.63	0.60	0.53	0.54	0.49	0.47	
주가(닛케이)		9,612	13,651	15,88	14,958	14,655	15,562	15,948	15,394	17,179	

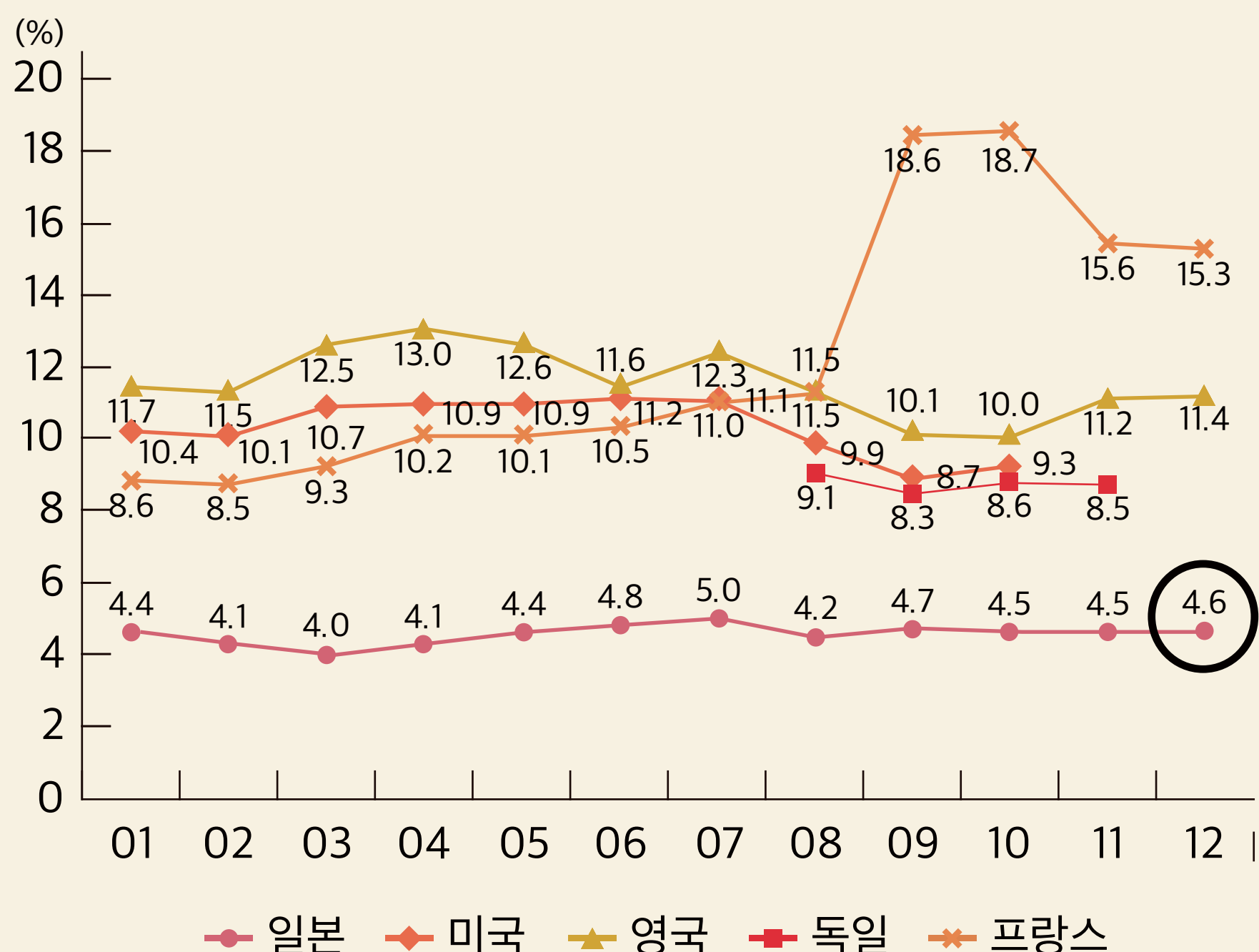
출처 : 일본경제연구센터

■ 일본의 창업 현주소

일본은 창업 실적이 프랑스, 미국 등 선진국은 물론 한국에도 크게 뒤지고 있고 창업 희망자 역시 감소 추세에 있다.

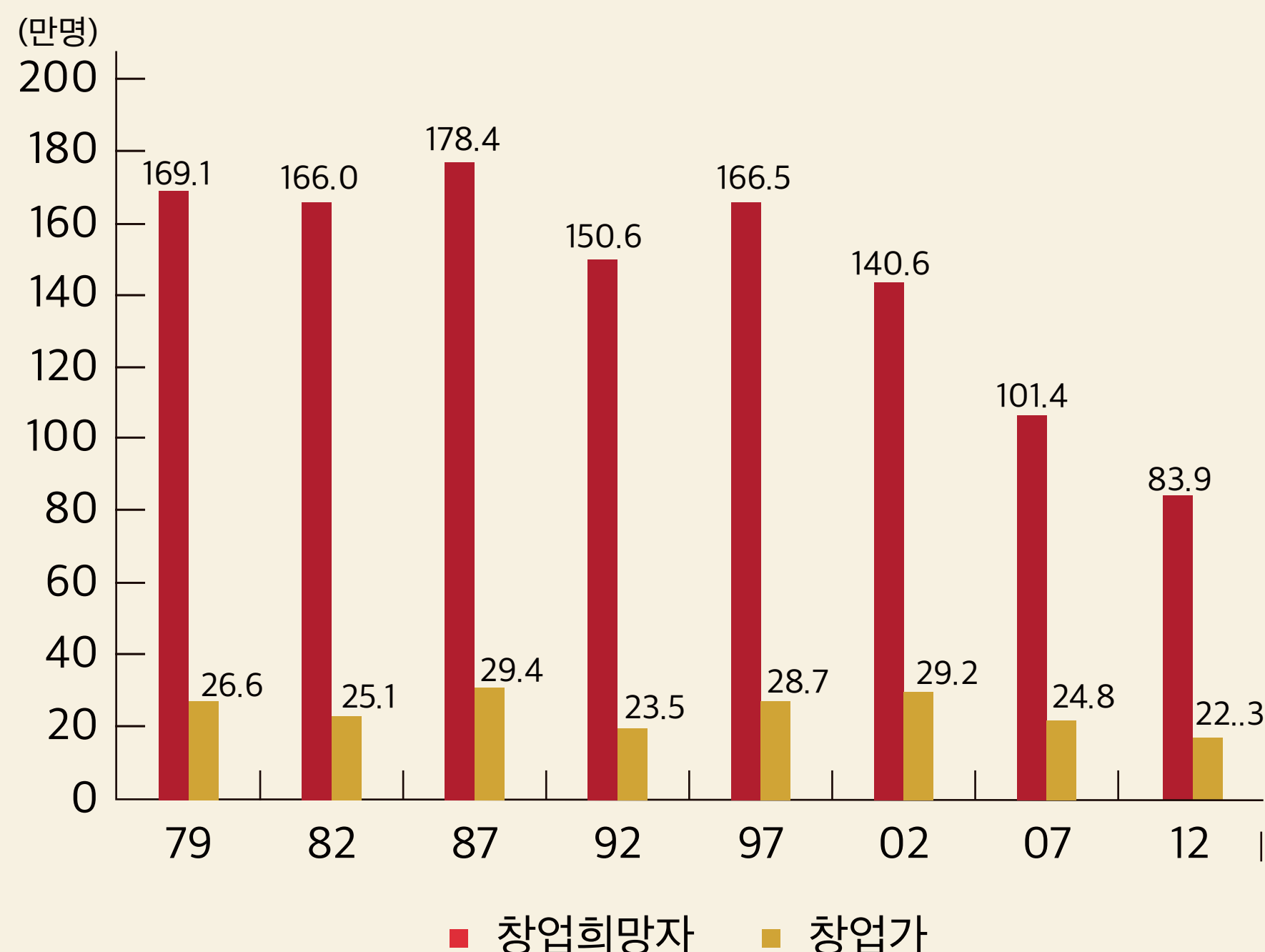
- 일본 창업률은 2012년 **4.6%**로 프랑스, 영국, 미국, 독일 등 주요 경쟁국의 절반 또는 그 이하에 머물고 있다.
- 일본의 자영업 희망비율은 낮은 창어가 정신으로 인해 미국과 프랑스의 각 44.8%와 57.0% 수준에 그친다.

주요국의 창업률 추이



출처 : 일본 후생 노동성 고용 보험 사업 연보 (연도 기준)

일본의 창업희망자와 창업자 연도별 추이



출처 : 일본 총무성 취업 구조 기본 조사 재편 가공

창업절차, 시간, 비용 등 창업환경도 전체 189개국 중 종합순위 120위로 열악한 상황이다.

- ASEAN +3 중 7위, OECD 34개국 중 31위에 그쳐 창업률 제고를 위한 관련 환경개선이 시급하다.

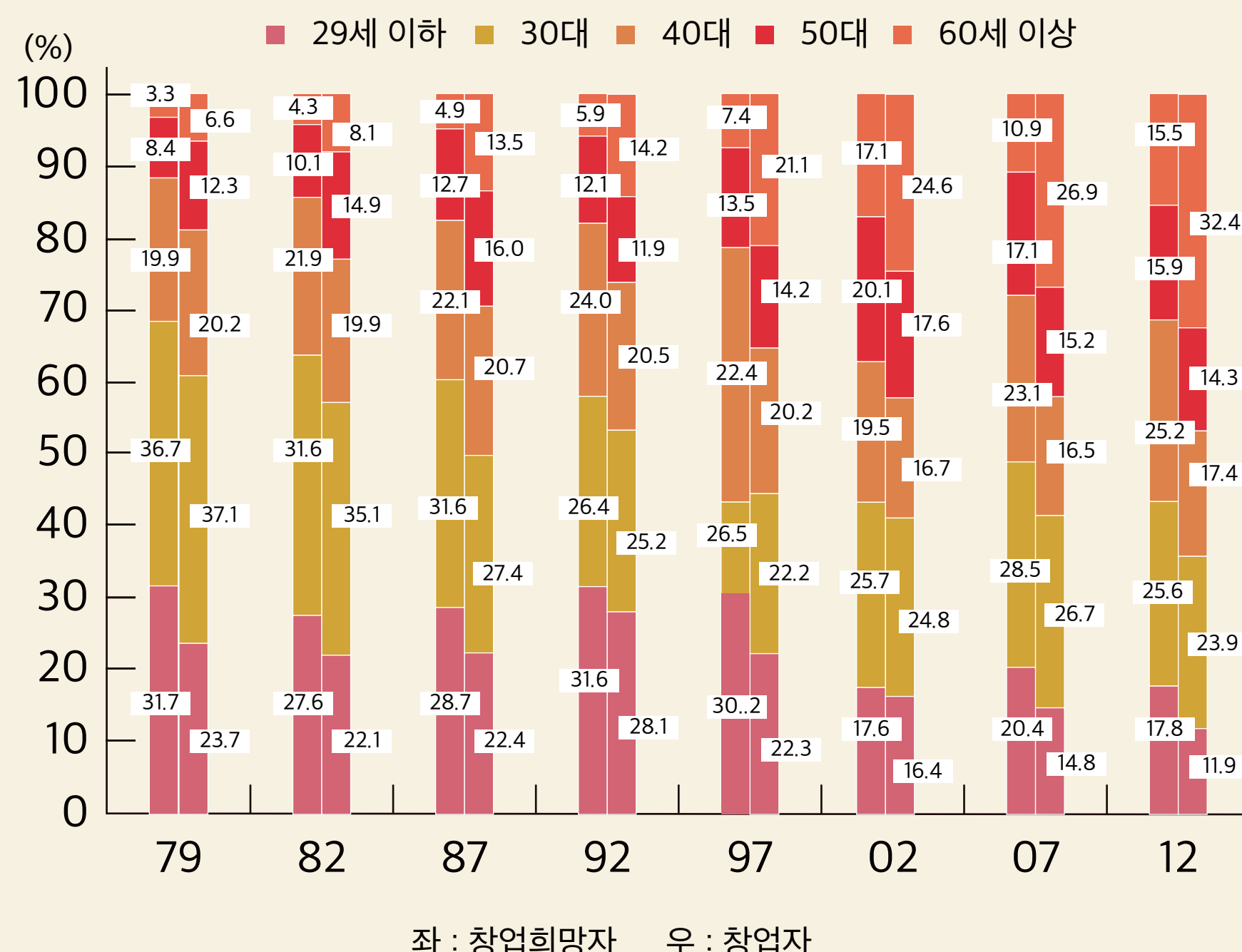
창업환경의 국제 비교

	종합순위	회사 등록에 필요한 절차수	회사 등록에 걸리는 일수	영업 비용
싱가포르	3	3	2.5	0.6
홍콩	5	3	2.5	0.8
미국	20	6	5	1.5
영국	28	6	12	0.3
한국	34	5	5.5	14.6
프랑스	41	5	6.5	0.9
독일	111	9	14.5	4.7
일본	120	8	22	7.5

출처 : 세계은행 Doing Business 2014

- 물질과 출세에 관심이 없는 사토리 세대라 불리는 일본 젊은 층의 성향 역시 반영되고 있다.

일본의 창업희망자와 창업자 연령별 구성 추이



좌 : 창업희망자 우 : 창업자

출처 : 일본 총무성 취업 구조 기본 조사 재편 가공

■ 일본의 창업 활성화 정책

일본 정부는 2013년 6월 일본재흥전략(경제성장을 위한 산업경쟁력 강화와 새로운 시장 창조 및 해외진출 촉진을 위한 전략과 시책반안을 제시) 발표 이후 창업 후 생활·소득 불안정을 중점적으로 개선하기 위한 노력과 함께 국가 창업특구를 지정하는 등 본격적으로 창업 활성화 유도 정책을 펼치고 있다.



창업 후 생활·소득 안정화 도모

창업에 관심을 가진 사람이 실제로 창업을 할 수 있게 하는 가능성을 높이기 위한 대응 방안 및 창업 후 생활·소득의 불안정 개선에 초점



창업의 안정망 확충

기존 안전망인 경영자 보증 지침, 소규모 기업 공제 제도를 장려하고, 실업 후 창업준비자에게도 실업급여를 지속적으로 지급



겸업·부업의 촉진

겸업·부업이 본업과 이익이 상반되지 않거나 본업에 지장을 주지 않는 경우 겸업·부업을 인정하여 본격적인 창업을 위한 도움닫기 기간으로 활용

사례1

(주) 안테레쿠토 : 직장인 '주말 창업'을 지원하는 기업

도쿄 소재 안테레쿠토(직원수 10명, 자본금 1,500만엔)는 직장인들이 회사를 떠날 필요없이 주로 인터넷을 활용한 최소한의 자본으로 창업해서 주말을 중심으로 활동하는 주말창업을 지원. 주말창업 희망자를 대상으로 주말창업 포럼을 운영하여 상호교류 및 성공사례를 공유하고 컨설팅 서비스를 제공

사례2

Lactivator : 대기업 직원이 '주말 창업'으로 지역 활성화 포털 사이트를 개설

Lactivator의 와타나베 쉼 대표는 안테레쿠토 주말창업 포럼에 참가하여 '주말 창업'을 한 사람 중 한명임. 현재 주요 자동차 메이커 마케팅 리서치 분야에서 종사중이며 관련 지식과 노하우를 활용하여 Lactivator라는 지역 활성화 포털 사이트를 개설. 상기 포털에는 지역 활성화에 관한 다양한 정보가 집약되어 있어 광고 수입에 의해 운영되고 있으며, 최근 이 웹사이트를 계기로 타 지방자치 단체에서 강연의뢰도 들어오고 있어 향후 지역살리기 컨설턴트로서의 사업 전개 구상



창업특구 지정

국가전략특구를 통한 창업열기 전국 확산 도모. 국가전략특구를 지정하면서 **후쿠오카시**를 창업거점으로 위치부여하여 고용 등 규제개혁과 스타트업 육성 등 **후쿠오카**의 창업열기를 점차 전국으로 확산시킬 예정



창업의식 개선

일본 창업 희망자 수는 감소 일로를 걷고 있어 창업대국 실현을 위해 창업 희망 대상을 늘려가는 것을 매우 중요한 과제로 인식, 창업교육 및 창업에 대한 사회적 평가의 개혁에 초점



창업교육 강화

초등 교육 단계에서부터 전기, 체험담, 사회 경험같은 형태로 창업가와의 접점을 마련하고, 중·고등 교육 단계에서는 인턴십, 금융, 마케팅 등의 실무 교육 필요



창업에 대한 사회적 평가의 개혁

'고위험 고수익'이라는 극단적 이분법을 개선하기 위해 무점포·최소비용창업과 자아 실현 등을 목적으로 하는 '작은 창업'을 언론과 행정을 통해 홍보

사례

서(西)치바 어린이 창업학원 : 대학과 행정의 협력, 세대·지역 일체화하여 어린이 창업가정신배양

치바현 치바시는 2009년부터 초·중학생 키즈 기업가 정신(창업교육)에 대한 지원을 확충, 2010년에 치바대학과 공동으로 '서(西)치바 어린이 창업학원'을 설립. 이 학원은 치바 지역 상가가 주최하는 토요 시장에서 어린이들이 치바대학의 졸업생 및 젊은 창업가와의 협력을 통해 경제의 구조나 기업에 대해 배우는 교육 프로그램을 실시하고, 아이들이 다양한 사업 계획을 구상하고 동기유발이 될 수 있도록 계약을 하거나 가짜 화폐를 이용한 거래를 실시하는 등 실제 창업 상황과 유사한 환경을 접하는 기회를 제공하고 있음. 창업학원을 책임자인 후지카와 다이스케 교수는 "사회의 변화와 커지고 미래에 아이들은 지금은 존재하지 않는 일에 종사할 가능성이 높아, 어릴 때부터 새로운 일을 만들어가는 것이나 새로운 일을 만들어내는 기업을 접하는 것이 중요하다"고 강조



창업관련 비용 및 절차의 감소

창업준비 단계에서 창업에 따른 비용과 절차의 문제로 인해 창업 포기 사례 발생, 비용과 절차의 부담을 줄여 창업하기 좋은 환경 조성에 초점

창업가 응원 사회의 구축

기존의 기업이 갓 창업한 기업을 지원하여 창업초기단계의 부담을 가능한 줄여주는 상호부조의 분위기를 일본 전체로 조성해 나갈 필요

창업에 대한 상담 체제 확충

창업 스쿨 등을 통해 선배 창업가가 후배 창업가를 성장시키는 구조 구축, 민간·전문가·기관이 삼위일체가 되어, 창업희망자에 대하여 각각의 지식과 경험, 전문성을 살린 지원 추진

사례

창업스쿨 : 2014년도 예산 7.5억엔으로 전국 300곳에서 창업 지원

산업경쟁력 강화법에 따라 인증된 창업희망자를 대상 창업에 필요한 기본 지식부터 비즈니스 계획 수립까지 지원. 금융기관 강사를 초청하여 사업 계획을 금융 측면에서 보완하여 자금 확보를 지원하고 재창업자나 여성을 위한 지원 역시 추진. 창업지원을 통해 졸업생의 40%가 창업을 하는 것을 목표

15년 기술이슈 및 동향

■ 일본 ICT시장동향

KOTRA에서 발표한 자료에 따르면, 일본 ICT 산업은 일본 GDP 대비 약 8-8.5%의 규모를 차지하고 있으며, 일본 ICT 시장은 2010년 이후 43조엔 규모로 정체되어 있다. (2010년 이후 규모가 감소하는 추세)

□ 소프트웨어 분야

소프트웨어는 빅데이터 및 클라우드 중심으로 시장 성장 지속

시장
규모



주요
이슈



빅데이터
시장 증가



기업의 클라우드
시스템 도입 증가

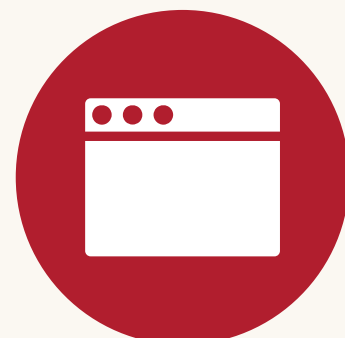
□ 콘텐츠

콘텐츠는 인터넷관련 서비스 시장이 급성장

시장
규모



주요
분야



웹콘텐츠
전 파업



쇼핑, 옥션사이트
운영

향후 진출분야
(일본내 577사 조사)



클라우드 컴퓨팅서비스

23.8%



웹콘텐츠 전파 유망

18.5%

□ 기술 이슈

일본 ICT 시장에서는, 국내와 유사하게 클라우드 및 빅데이터 분야가 크게 성장할 것으로 기대됨

클라우드서비스 시장

시장
규모



비용절감, 재해대책, 멀티디바이스 대응
과맞물려 클라우드서비스 시장 성장

빅데이터 시장

Open Data 정책과 맞물려 시장규모가



폭발적으로 성장할 것으로 기대됨

| 지식 분야 R&D 정책

<일본의 민간기업 R&D 활성화를 위한 정부 정책>

일본 정부(경제산업성)는, 일본 기업의 지식 분야 R&D 활성화를 위해 '민간기업의 R&D 촉진을 위한 환경 정비 방향'을 발표하고 아래와 같은 내용의 정책적 지원을 추진하고 있다.

- 1 **민간 R&D 투자의 촉진**
 - 민간기업의 창의적·자주적인 R&D 활동을 촉진하기 위해 민간연구개발 세제 등에 대한 개선방안을 검토
 - 국가 주요 정책 지원 분야에 대한 민간기업의 R&D 투자 촉진을 위해, 정부과제에 대한 민간의 참여 확대 및 지원 방안 검토
- 2 **개방형 혁신(Open Innovation) 지원**
 - 경쟁과 협력의 경계를 최적으로 설정하여 기술 개발의 고도화 복잡화에 대응하고 혁신 효율의 향상을 도모
- 3 **핵심기술의 보호와 표준화 전략**
 - 핵심기술의 보호(폐쇄형 체제)와 개방형 체제의 적절한 조합을 통해 국제표준화에 전략적으로 대응
 - 다국적 기업 간 연구개발 협력을 통해 연구개발과 국제표준화를 연계·추진하는 방안을 검토
- 4 **미활용 특허의 활용 촉진**
 - 기업 내 미활용 또는 사장되고 있는 특허의 활용을 촉진하기 위해 개방형 혁신 및 R&D 투자의 효율성 향상과 연계하여 추진
 - 기업 보유 미활용 특허의 타기업으로의 라이선스를 촉진하는 지원방안 검토
- 5 **신기술 시스템의 실증 추진**
 - 새로운 기술과 시스템을 시장에 보급하기 위해서는, 안전성 및 효과성 효율성을 확인하는 사회적인 실증 사업이 필수
 - 특히, 신항시장의 인프라 정비와 관련된 수출 수요 증가를 감안하여 신기술 시스템의 실증을 해외에서 적극적으로 실시
- 6 **연구개발·실증의 원활화를 위한 제도·규제 마련**
 - 혁신적인 기술의 창출·확산을 위해 연구개발 현장이 효율적으로 활동할 수 있고, 연구성과가 대규모 실증 실험으로 원활히 실시될 수 있도록 관련 제도·규제를 마련
- 7 **연구개발형 벤처기업의 확대**
 - 연구개발형 벤처의 창출 확대를 위한 경영지원의 조달 및 세제조치 방안 등을 마련

| 마케팅 전략

일본 시장은 일본 기업에게도 까다로운 시장이며, 한국 기업은 전통적 마케팅보다는 소비자의 감성을 공략하는 '고토 마케팅' 같은 신(新) 마케팅 전략을 세울 필요가 있다. 이를 위해서는 한국 기업들이 일본 시장을 정확히 이해하는 것이 우선이다. 일본 시장은 △고품질 지향 △과도한 브랜드 지향 △강한 지역성 △선도 신앙(새로운 것에 대해 민감하게 반응) △계절 변화에 대한 민감성 △심층 증후군 등의 특징을 갖고 있으며 이에 대한 이해를 전제로 새로운 마케팅 전략의 수립과 실행이 뒤따라야 한다.

<고토 마케팅(감성적 마케팅) 전략>

현재 각광받고 있는 일본 기업의 마케팅전략은 '**고토(감성적 산물) 마케팅**'이다. 고토 마케팅이란 고객·기업·종업원의 삼위일체 가치를 창조하고 고객을 감동시키는 마케팅. 고객은 단순히 소비를 위해 상품을 구입하지 않으며 구입한 상품을 사용함으로써 얻는 즐거움, 행복함, 감동 등의 감성적 산물인 고토를 기대한다. 따라서 일본 마케팅 시 일본 소비자들의 이러한 욕구를 채워주면 성공할 가능성이 높다. 고토 마케팅으로 성공을 거둔 현지 기업으로는 키트 카트 캠페인을 펼쳐 호응을 얻은 네슬레 재팬, 'HHC(Human Health Care) 경영'으로 유명한 에이자이 등이 있으며 한국 기업 가운데 진로가 고토 마케팅을 펼쳐 성공했다. 진로는 참신한 광고 전략과 재일 한국인을 기점으로 한 확산 전략으로 주목받았다.

인터뷰 : 최상철 일본 유통 과학대 대학원장, 한경닷컴

문화 및 생활 특성

- 1 의인화를 좋아한다. 2 개인 커스터마이징을 지향한다. 3 사람을 중독시킨다. 4 완벽을 추구하지 않는다.
- 5 연결고리의 역할을 담당한다. 6 부끄러움에 대한 대책이 있다. 7 건강 장수를 추구한다.
- 8 일상생활의 극장화를 목표로 한다. 9 지구의 환경을 걱정한다. 10 축소 지향의 일본인

출처 : 문화가 제품이 되는 나라, 일본을 말한다 (저자 : 카와구치 모리노스케, 비즈니스맵 출판)

비즈니스 매너

■ 약속

일본에서 비즈니스를 전개함에 있어서 약속을 지키는 것은 철칙이라 하여도 과언이 아니다. 면담 시간을 비롯하여 납기, 자료 제출 기한 등을 지키는 것은 일본 기업과 신뢰관계를 구축하는데 근본적인 바탕이 된다. 아울러 비즈니스에 관한 약속을 할 때 과장해서도 안 된다. 자신이 수행할 수 있는 범위를 성실하게 전달하고, 약속을 지킬 수 없게 되었을 경우는 반드시 미리 사정을 설명하면서 사죄의 의사를 표명할 필요가 있다.

■ 복장

일본의 비즈니스 문화에서는 전통적으로 회색이나 남색 정장에 하얀 셔츠, 그리고 어두운색의 넥타이를 착용하는 것이 보통이었으나, 시대가 변화함에 따라 최근에는 디자인과 색상이 중요시되어 자신의 이미지에 맞는 약간의 색상이 가미된 복장을 착용하는 경향이 있지만, 대기업이나 어느 정도 규모가 큰 기업, 정부 관련 기관에서는 지금까지도 전통적인 스타일의 정장을 입는 것이 일반적이다. 패션성이 강하거나 무늬가 요란한 복장은 점잖지 못하다는 인상을 주므로 가급적 피하는 것이 좋다. 또한 일본에서 테이블이 아닌 좌식의 레스토랑을 방문하거나 하는 경우에는 신발을 벗어야 하기 때문에 복장뿐 아니라 양말의 색상에도 신경을 쓸 필요가 있다. 여성의 경우, 복장은 전체적으로 안정된 인상(치마 및 바지 정장 등)을 줄 수 있는 것이 좋으며, 화장이나 액세서리, 향수 등은 과하지 않은 정도가 좋다.

■ 식사

일본 비즈니스 매너 중에는 식사 중의 좌석 배치도 중요한 부분으로 간주되는데, ① 출입구로부터 가장 먼 자리, ② 일본식 방(和室)의 경우 도쿄 노마(床の間)에 가장 가까운 자리가 가장 상석이라 할 수 있고, ③ 초대받은 사람의 경우 상대방보다 직위가 높아도 끝자리에 앉는 것이 원칙이라 할 수 있다.

■ 선물

일본 비즈니스 문화에 있어서 선물을 주고받는 것은 중요한 풍습이라 할 수 있다. 여름에는 '오츠크우겐'(お中元), 연말에는 '오세이보'(お歳暮)라는 선물을 거래 관계가 있는 업체끼리 교환하는 문화가 존재한다. 일본인들은 선물의 가치 자체 보다는 선물을 주는 행위에 중점을 두는 경향이 짙다. 그래서 일본 기업으로부터는 매우 간소한 선물을 받는 경우도 있고, 반대로 고가의 선물을 받는 경우도 있으나 선물의 대소가 비즈니스 성과와 직결되는 구조는 아니다. 한편 선물을 일본인들에게 줄 경우에도 고가의 물건을 선물할 경우 상대방이 부담을 느낄 경우가 허다하기 때문에 거래를 시작하기 전에는 간단한 식품 등을 선물하는 것으로도 충분하다. 일본인들이 선호하는 한국 선물로는 김치, 김, 차, 과자 등이 있다.

출처 : KOTRA

Ⅰ 계약 체결 이슈

첫 상담에서 업무를 본격적으로 개시하려 하기보다는, 신뢰와 안정감이 있는 비즈니스 파트너로서의 인상을 구축하는 것이 중요하다. 반면 일단 기업 간의 거래선이 형성된 이후에는 이미 형성된 신뢰관계를 허물 정도의 큰 문제가 발생하지 않는 이상 거래가 중단되는 일은 많지 않고, 장기적인 거래 관계를 지속적으로 유지하는 것을 선호하는 경향이 있는 것이 일반적이다.

한편 일반적이지는 않지만, 거래를 시작할 때 전화나 구두 등에 의한 협의를 거치고 나서 당사자 간에 이미 합의한 사항을 기재한 계약서를 별도로 작성하지 않거나, 이를 작성하더라도 거래 조건 또는 당사자가 합의한 사항 전부를 구체적으로 명시하지는 않는 경우도 있다. 그러나 이와 같이 서면 계약서를 작성하지 않거나 작성하더라도 당사자 간의 합의사항이나 주요 조건을 모두 기재해 두지 않는다면 향후 분쟁이 발생하는 등 문제가 생기는 경우가 적지 않으므로, 되도록이면 거래 상대방과의 협의 내용을 계약서에 반영하거나 협의 과정에 관한 문서를 남겨 두는 등 가능한 한 계약을 서면화 하기 위한 노력을 게을리하지 않아야 할 것이다.

**** 계약서 작성과 관련한 실무자료는 법무부의 '알기 쉬운 수출 계약서 작성 실무-일본 편' 을 참고하면 실무 도움을 받을 수 있음 ****

출처 : 알기쉬운 수출계약서 작성실무 - 일본편

| 창업환경

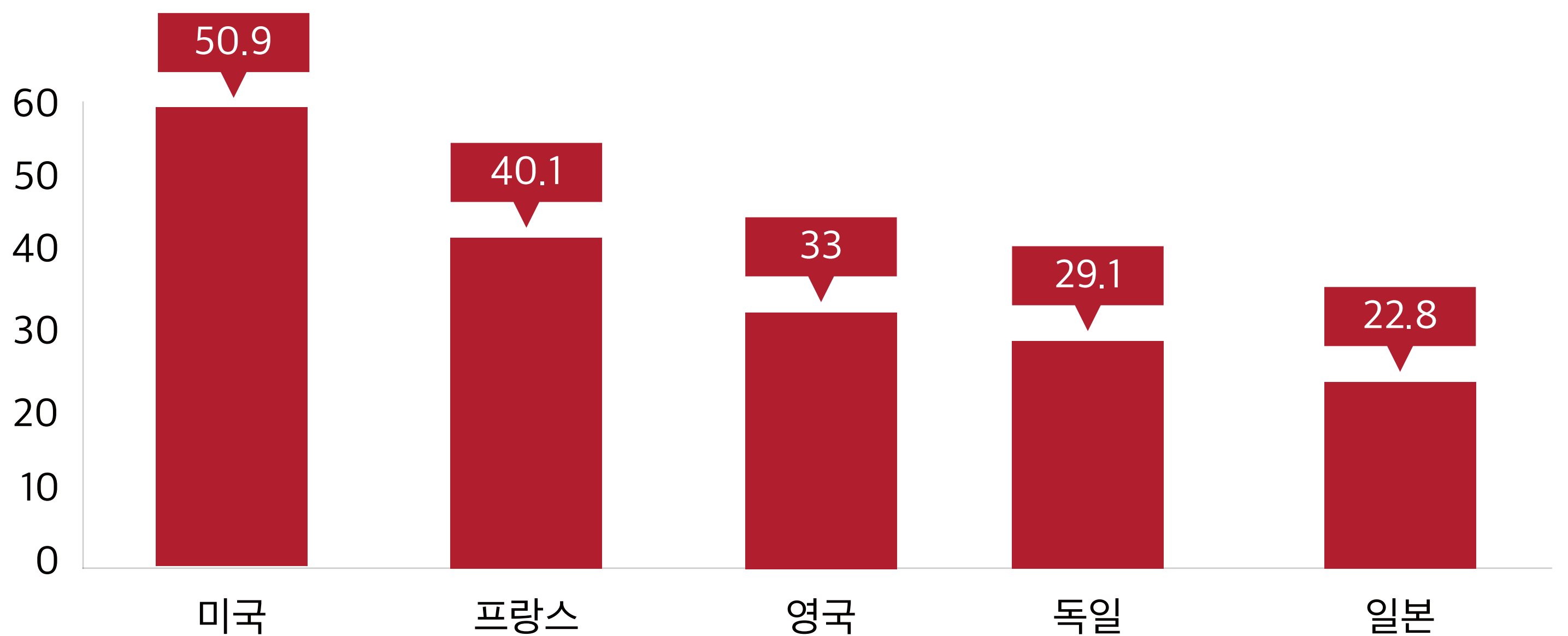
■ 기업가정신

국제비교를 통해 본 일본의 기업가정신

OECD가 실시한 기업가정신에 관한 조사(만약 기업가와 근로자를 자유롭게 선택할 수 있다고 가정하였을 때, 기업가를 선택한 비율)에 따르면 일본은 다른 나라에 비해 창업을 선호하는 비율이 매우 낮음을 알 수 있다.

기업가(self-employee) 선호도

(%)



- 기업가(self-employee) 선호도 : "만약 자영업자와 근로자를 자유롭게 선택할 수 있다고 가정하면 자영업 자를 선택한다"고 답한 응답자의 비율

출처 : Entrepreneurship at a glance 2013. OECD

■ 엑셀러레이터/보육

명칭	프로그램	특징	웹사이트
MOVIDA JAPAN (2009-)	MOVIDA Seed Acceleration ProgramSkill Study, Networking, Mentoring, Share Office, Support에 대해 Entry (3개월) Prototype Day (3개월) Demo Day 순으로 프로그램 진행	-도쿄(시부야)에 기반을 둔 대표적 스타트업 엑셀러레이터 -일본 자국 및 아시아 지역에 스타트업 eco-system을 구축하는 것이 MOVIDA의 목표이며, 2030년까지 아시아에서 1,000개 스타트업 육성 및 10만 개 일자리 창출 목표 -엑셀러레이팅 분야 : 모바일 및 ICT 분야, 클라우드 기술, 소셜미디어	http://www.movidainc.com/

명칭	프로그램	특징	웹사이트
MOVIDA JAPAN (2009-)	MOVIDA Seed Acceleration Program Skill Study, Networking, Mentoring, Office, Support에 대해 Entry (3개월) Prototype Day (3개월) Demo Day 순으로 프로그램 진행	-컨셉 : 일본 자국 및 아시아 지역에 스타트업 eco-system을 구축하는 것이 MOVIDA의 목표이며, 2030년까지 아시아에서 1,000개 스타트업 육성 및 10만 개 일자리 창출 목표 -엑셀러레이팅 분야 : 모바일 및 ICT 분야, 클라우드 기술, 소셜미디어	http://www.movidainc.com/
OnLab(Open Network Lab, 2010-)	Seed Acceleration, 이벤트, 커뮤니티(네트워킹)	-도쿄(시부야)에 기반을 둔 스타트업 엑셀러레이터 -1년에 2차례, 3개월 기간의 엑셀러레이션 프로그램 (Seed Acceleration) 진행 -데이터, 디자인, 개발, 사업화를 강조하며 해당 스타트업 육성. 창업 2년 미만의 극초기 스타트업 육성에 관심이 있다.	https://onlab.jp/about/index.en.html
Samurai Incubat	교육 : 매년 200회 이상의 스타트업 대상 교육 사무라이 인큐베이트 : 멘토링 중심의 인큐베이팅 글로벌 진출 지원 : 글로벌 10개국 이상 커뮤니티 지원	-일본의 사무라이 정신(Spirit)을 강조하는 엑셀러레이터이며, 초기 투자와 함께 엑셀러레이션을 진행한다. 투자 조건은 아래와 같은 특징을 갖고 있다. 1) \$45K 투자를 통한 15% 지분 획득 2) ICT(Web, Mobile app & tech) 분야 투자 3) 혁신적인 제품 투자 4) 시스템 엔지니어를 보유한 스타트업 5) 사무라이 정신을 반드시 가져야 함 -초기 스타트업에게 2가지 방식의 지원 1) 실무지원 : 스타트업 경영, 마케팅, HR, PR 2) 컨설팅과 멘토링	http://www.samurai-incubate.asia/
Startup club Japan	월간 SLAP(Speak Learn and Pitch) 행사 개최	-Startup club 글로벌 네트워크의 일본 지사(도쿄) -보육공간 제공, 멘토링 중심의 엑셀러레이터 라기보다는, 커뮤니티 성격이 강하다. -Startup club Japan은 도쿄를 중심으로 일본의 스타트업 파운더에게 1) Feedback, 2) Partnership & Connection, 3) Funding 등의 네트워킹 중심의 지원을 제공	http://www.startupclubhq.com/

명칭	프로그램	특징	웹사이트
KDDI Mugen Labo(2011-)	KDDI Mugen Labo 3개월 간의 스타트업 인큐베이션 프로그램 (일본 스타트업만 참여 가능)	- NTT에 이어 일본 제2위의 통신회사인 KDDI가 운영 중인 스타트업 인큐베이터 -일본 제2위의 통신사의 광범위한 로컬/글로벌 네트워크 활용 가능 -제공 서비스(3개월) 사무공간 지원, 법무/세무 지원, 실무지원, 네트워킹, 데모데이	http://www.kddi.com/english/ventures/
Docomo Innovation Village (2013-)		- 일본 제1위의 통신사인 NTT가 운영하는 엑셀러레이션 프로그램. NTT가 500 Startups, B Dash Ventures 등 세계적인 엑셀러레이터와 제휴하여 운영하며 NTT의 로컬 네트워크 및 글로벌 네트워크를 통한 사업 가능	https://www.docomoinnovations.com

법인설립제도

■ 법률

외국기업이 일본에 사업을 위해 진출 시 다음과 같은 네 가지 형태의 형태를 고려할 수 있다. 보통, 한국에 법인을 둔 스타트업이 일본 진출 시에는 지점 또는 일본법인의 형태로 진출하게 된다.

□ 주재원 사무소

주재원 사무소는 외국기업이 일본에서 본격적인 영업 활동을 하기 위한 준비적, 보조적 활동을 수행하는 거점으로서 설치된다. 시장조사, 정보 수집, 물품 구입, 광고 선전 등의 활동은 할 수 있지만, 직접적인 영업 활동은 할 수 없으며, 주재원 사무소 설치 시 등기 수속을 할 필요는 없다. 또한, 일반적으로 주재원 사무소 명의로 은행 계좌를 개설하거나 부동산을 임차하는 것은 할 수 없으므로, 외국기업의 본사 또는 주재원 사무소의 대표자 등 개인이 대리인으로서 이들 계약의 당사자가 된다.

□ 지점

외국기업이 일본에서 지속적인 거래를 하는 경우, 일본에서 등기를 해야 한다(회사법 제818 조 참조). 등기를 위해서는 최소한 ① 일본에서의 대표자 선임 등기 ② 지점 설치 등기 ③ 일본법인 등기 혹은 ④ 조합 등기를 해야 한다. 그중에서도 지점의 설치하는 외국기업이 일본에서 영업 활동의 거점을 마련하는데 있어 가장 간편한 방법이다.

□ 자회사(일본법인)

외국기업이 일본에서 자회사(일본법인)를 설립할 경우, 일본 회사법에서 정하는 주식회사, 유한책임회사(LLC) 등의 법인 형태로 설립해야 한다. 회사법상으로는 합명회사, 합자회사 등의 법인격도 인정되고 있지만, 출자자가 유한 책임이 아니라 무한책임을 지게 되므로 실제로는 대부분 인정되지 않고 있다. 법률상으로 정해진 소정의 수속을 밟은 뒤에 등기를 하게 되면 일본 법인은 설립된다.

□ LLP

법인은 아니지만, 유한책임사업조합을 설립하고 사업을 할 수도 있다. 유한책임사업조합은 일본판 LLP 라 불리는 사업체로서 유한책임을 지는 출자자만으로 구성되는 조합 조직이다. 또한 출자자 간의 합의로 조합 내부의 규칙을 자유롭게 정할 수 있고, 조합 자체의 납세의무는 없으며 출자자의 이익 분배에 대하여 과세되는 특징이 있다.

출처 : JETRO, Japan External Trade Organization

■ 지원정책

JETRO : 해외사무소를 통한 일본 내 거점 설립 지원(서울사무소, 종로 위치)

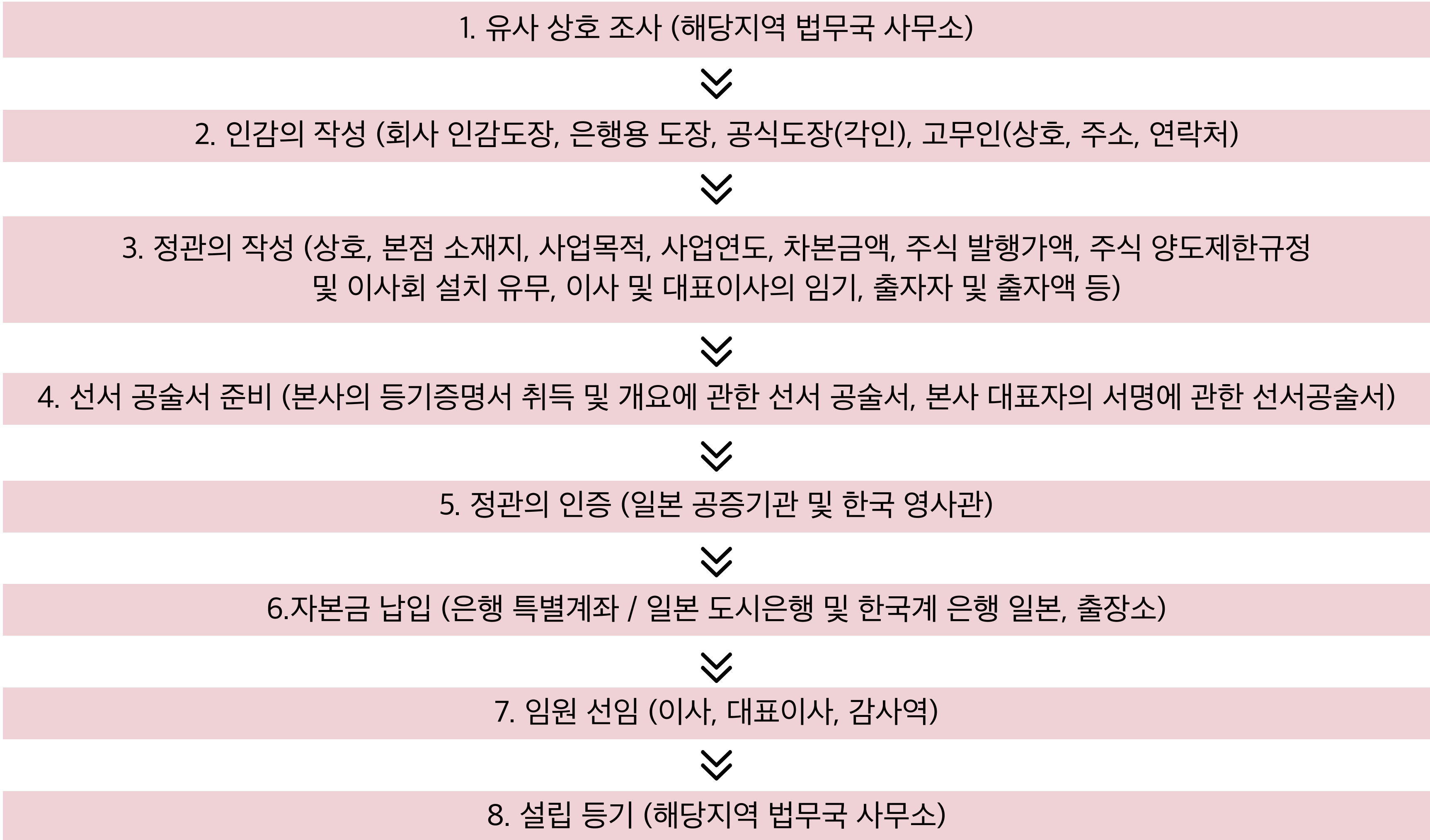
일본에 거점 설립을 고려 중인 외국기업에게 각종 정보제공 및 개별상담 등 다양한 지원을 무료로 제공하고 있다. 또한, 외국기업의 담당자가 일본에 건너간 후에는 JETRO IBSC(Invest Japan Business Support Center)의 무료 컨설팅과 무료 사무실 사용 등 외국기업의 입장에서 실질적인 지원을 받을 수 있다.

■ 설립 절차

일본에 현지법인을 설립하는 경우, 법인의 형태를 어떻게 하느냐를 결정해야 하는데 회사를 구분하는 형태로 4가지 타입(주식회사, 합자회사, 합명회사, 합동 회사) 중 주식회사가 가장 일반적이라 할 수 있다. 일본 현지에 주식회사를 설립하는 경우는 아래의 절차에 따르며, 보통 소요 시기는 약 1-2개월 정도 소요된다.

출처 : <http://www.kfranchise.kr/?p=11696>

일본의 주식회사 설립 절차



출처 : 한국프랜차이즈산업협회

■ 필요서류

□ 지점 설립

지점 설치 등기 신청시에는 등기 사항에 관한 증명 문서를 제출할 필요가 있다. 이 증명 문서는 외국기업 본국의 책임있는 권한을 가지는 기관에 의해 발행된 문서이어야 한다. 일본에 소재하는 자국의 대사관 영사등에 의해 인증된 등기 사항에 관한 「선서공술서(宣誓供述書)」를 활용하면 편리하다.

□ 자회사(일본법인) 설립 필요서류

자회사(일본법인)는 법무국에 등기함으로써 설립된다. 등기 신청일이 설립일이 되고, 이 날로부터 영업활동을 시작할 수 있다. 자회사(일본법인) 설립 수속을 위한 필요 서류 가운데, 외국기업의 본국에서 준비해야 할 몇 가지 서류가 있다. 외국기업의 개요를 증명하는 서류, 외국기업 대표자의 대표 권한을 증명하는 서류, 외국기업 대표자의 서명의 진위성을 증명하는 서류 등이다.

벤처투자환경

■ 투자정책 및 특성

일본 정부는 창업 및 기술혁신기업 등을 대상으로 정책투자금융을 운영해오고 있으며, 90년대까지는 융자비중이 높았으나 2000년대에 들어서면서 민간VC와 공동으로 정책투자금융을 운영해오고 있다. 대표적인 기관으로는 중소기업투자육성(주), 중소기업기반정비기구, 신규사업투자(주), 중소기업진흥공사 등의 기관이 있다.

출처 : 한일재단 일본지식정보센터(www.kjc.or.kr)

회계/세무제도

■ 과세

□ 법인소득 과세

법인 활동으로 발생하는 소득에 대하여, 일본에서 과세되는 세금에는 크게 4 가지가 있다.

- 1 법인세(국세)
- 2 법인주민세(지방세)
- 3 사업세(지방세)
- 4 지방법인특별세(국세. 단, 신고·납부는 사업세와 함께 지자체에 한다)

* 법인소득에 대한 세금 부담

※ 2015년 4월 1일 이후 시작하는 사업연도 부터 아래의 세율이 적용된다.

과세 소득 금액의 구분	400만엔 이하	400만엔 초과	800만엔 초과
		800만엔 초과	
법인세	19.00%	19.00%	25.50%
법인주민세			
(1)도시부현 주민세	0.95%	0.95%	1.27%
(2)구시정촌 주민세	2.34%	2.34%	3.14%
사업세	2.70%	4.00%	5.30%
지방법인특별세	2.19%	3.24%	4.29%
종합 세율	27.18%	29.53%	39.50%
실효 세율	25.91%	27.53%	36.05%

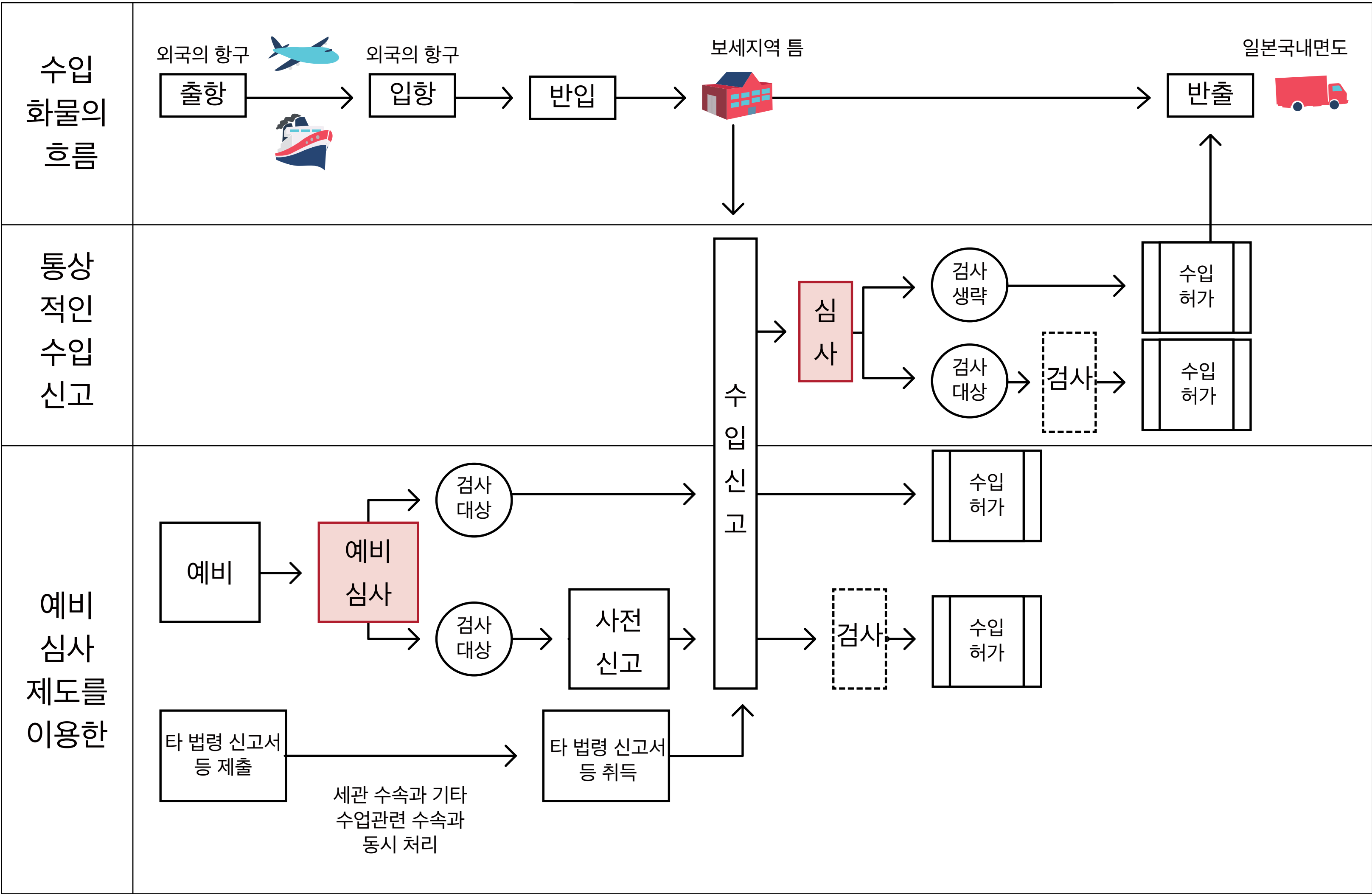
출처 : JETRO, Japan External Trade Organization

■ 통관

□ 일본통관 개요 : AEO(Authorized Economic Operator : 수출입 안전 인증업체)

일본은 수입/통관과 관련 AEO(Authorized Economic Operator : 수출입 안전 인증업체) 제도를 실시하고 있으며 이는 무역의 보안성 확보와 법령준수의 체제가 정비된 무역관련 사업자를 세관이 인정하고 통관수속의 간소화를 제공하려는 목적을 갖고 있습니다.

▣ 일본통관절차, 일본관세청



■ 송금

▣ SWIFT 송금

● SWIFT 송금이란?

SWIFT망을 이용한 방법으로 해외송금의 대표적인 방법. 접근성은 가장 좋지만, 송금 보내면 수취하기까지 시간이 오래 걸린다. 또한 수수료도 많이 발생한다. (보통 한건당 5만원정도)

● 송금수표

송금수표를 작성해서 수취대상에게 보내면 상대방이 현지은행으로 가서 수표의 금액을 수취하는 방식

● 우체국 국제환/국제지로

- 수취인 주소로 우편환을 보내는 것(국제환)과 수취인의 우체국계좌로 송금하는 것 (국제지로)이 있다. 참고로 이 송금방식은 명칭이 다양하다. 국제환, 국제우편환, 국제지로, 유로지로 등이 있다.
- 우체국 금융창구 영업시간에만 이용할 수 있으며, 인터넷뱅킹 이용시 1000달러 까지만 가능하고 수수료는 5000원. 창구에서는 8000원 이상으로 금액에 따라 달라진다.
- 일본은 국제환 및 국제지로 모두 가능

● 한국씨티은행 글로벌 계좌이체

대한민국 시간으로 평일 09시~22시에 글로벌 계좌이체로 송금할 경우 송금수수료 무료, 전신수수료 무료, 중계수수료 무료, 수취수수료 무료 적용되며 실시간 송금된다.

● PayPal / 하나은행 글로벌페이

PayPal과 제휴한 하나은행의 해외송금 서비스이다.

■ 계좌개설

일본법인 계좌개설 (법인 설립 후 가장 먼저 해야 하는 절차)

은행계좌의 개설은 일반적인 업무를 위한 계좌 개설의 의미와 추후 실적 등을 통하여 자금조달처로서도 활용할 수 있기 때문에 어떤 은행을 주거래 은행으로 할 것인지에 대해서도 충분히 검토한 후 선택해야 한다. 보통 일본의 5개 도시 은행과 교민은행 그리고 지방은행, 신용금고 등 다양한 금융기관이 존재하는데 3개 도시은행(미즈호은행, 도쿄미츠비시UFJ은행, 미쓰이스미토모 은행)을 중심으로 은행계좌를 개설하는 것이 바람직 하다. 도시은행 중 리소나 은행과 사이타마 리소나 은행의 경우, 보통저축예금용 계좌의 개설도 엄격한 심사를 하기 때문에 자본금 규모나 영세한 업체라고 판단이 되는 경우에는 계좌설립에 대한 허가를 하지 않는 경우도 있다.

또한, 교민은행이나 지역 신용협동조합, 유초은행(일본우정국의 민영화로 인해 명칭이 변경된 우체국 은행업무 분야) 등을 개설해두면 수수료로 저렴하고 융자 조건이 도시은행에 비하여 용이하므로 고려할 필요가 있음. 특히, 유초은행의 경우 등 기사항증명서(회사 등기부등본)의 복사본만으로도 계좌개설이 가능하며, 국내 송금시 수수료가 들지 않아 일본진출을 앞둔 스타트업 및 중소기업에서 대부분 사용하고 있다.

▣ JETRO(Japan External Trade Organization) 대일투자·비즈니스 서포트 센터(IBSC)

대일투자 및 대일 비즈니스를 계획하고 있는 외국 기업에게 경험이 풍부한 투자고문과 전문가들이 광범위한 정부 및 기업 네트워크를 통해 대일투자와 관련된 다양한 정보를 제공할 뿐만 아니라 개별 기업에 따른 맞춤형 컨설팅 서비스도 제공한다. 또한, 일본에 거점이 없는 외국 기업들을 위하여 필요 시에 이용할 수 있는 사무실 공간을 무료로 제공한다.

JETRO 대일투자 · 비즈니스 서포트 센터(IBSC)는 도쿄를 비롯한 일본 주요 6개 도시(도쿄, 오사카, 요코하마, 나고야, 고베, 후쿠오카)에 위치하고 있으며, 각각 경험이 풍부한 전담 직원 및 분야별 전문가가 공공기관과 민간기업에 걸친 폭넓은 네트워크를 통해 다양한 정보제공 및 개별기업에 맞는 상담을 실시하고 있으며, 일본에 거점이 없는 외국기업이 사용할 수 있도록 무료 사무실 공간을 제공하고 있다.

출처 : <http://www.kfranchise.kr/?p=11696>

| 고용 및 인력환경

■ 고용관련법률

일본의 고용관련 법률은 크게 세 가지로 구성된다.

- 1) 최저 노동조건을 규정한 「노동기준법」
- 2) 노동자의 안전위생에 대해 규정한 「노동안전위생법」
- 3) 최저 임금을 규정한 「최저임금법」

위의 세 가지 노동자 보호 법규는 사업주가 내외국인인지 또는 내외국법인인지를 불문하고 일본 국내에 있는 한 모든 기업에 적용된다. 마찬가지로, 일본에서 일하는 외국인에 대해서도 그 외국인 노동자가 각 법률에서 정의하는 노동자에 해당하는 한 원칙적으로 이들 노동법규가 적용된다.

■ 인력채용

▣ 인력채용과 관련한 법률

인력채용에 관해서는 「계약자유」의 원칙이 적용되어, 어떤 인력을 몇 사람이나 채용할지는 고용주가 정할 수 있다. 그러나, 몇 가지 제한도 있다. 예를 들면 남녀고용기회균등법에서는 「사업주는 노동자의 모집 및 채용에 있어서, 성별과 관계없이 균등한 기회를 부여하여야 한다」고 규정하고 있다. 따라서, 구인 광고를 낼 경우에는 특정 직종을 제외하고 남녀를 특정하여 구인 모집을 할 수 없는 것이 원칙이다.

▣ 인력채용 방법

일본에서는 헬로우워크(hello work : 공공직업안정소, 대한민국의 경우 고용노동부)라고 불리는 행정기관이 전국 각지에 있어서, 모든 직종에 대한 구인·구직의 서포트를 무료로 하고 있다. 또한 각 지방공공단체, 대학 등의 교육기관에서도 무료로 직업 매칭 지원사업을 하고 있다. (대한민국의 산업인력공단, 각 대학 등) 한편, 민간 직업 소개 회사(통상적으로 성공보수제의 인재 등록형, 이그제큐티브 서치형(Executive Search) 등)도 많이 있다. (대한민국의 온라인 구직사이트) 또한 신문, 잡지(이직 정보지, 업계지 등) 인터넷 등을 통해 구인하는 경우도 널리 이루어지고 있다.

| 창업시유의사항

일본 글로벌 창업기업의 해외진출 애로사항의 경우

- ① 자금부족
- ② 현지 유통망/바이어/투자유치 어려움
- ③ 전문인력 부족
- ④ 언어 장벽
- ⑤ 시장 정보 부족 인 것으로 나타난다.

따라서, 국내 스타트업이 일본법인 설립을 통한 일본진출을 고려한다면 일본 內 엑셀러레이터 및 VC 투자 사전확보를 통한 유동자금 조달계획을 세울 필요가 있다. 투자를 단기간 내에 쉽게 받기란 불가능하므로, 일본의 seed accelerator를 통한 초기시장 정착 지원을 받는 것이 가장 현명해 보인다.

또한, 수많은 스타트업 기업가들이 현지 언어 문제로 고전을 하는 경우가 많은데 일본 현지의 유학생이나 가장 좋은 방법으로는 일본어가 유창하게 구사 가능한 직원 채용 등을 통해 전략적으로 일본시장에 접근하는 것이 필요하다.

언어에 대한 장벽을 최소화하고, 일본 현지의 seed acceleration 프로그램을 통해 거점확보 및 어느정도 시장에 정착했다면 철저한 현지시장조사를 통해 유통망, 바이어를 순차적으로 확보해 나가는 활동이 필요하다.

출처 : 미래글로벌창업지원센터(Born2Global)

SINGAPORE

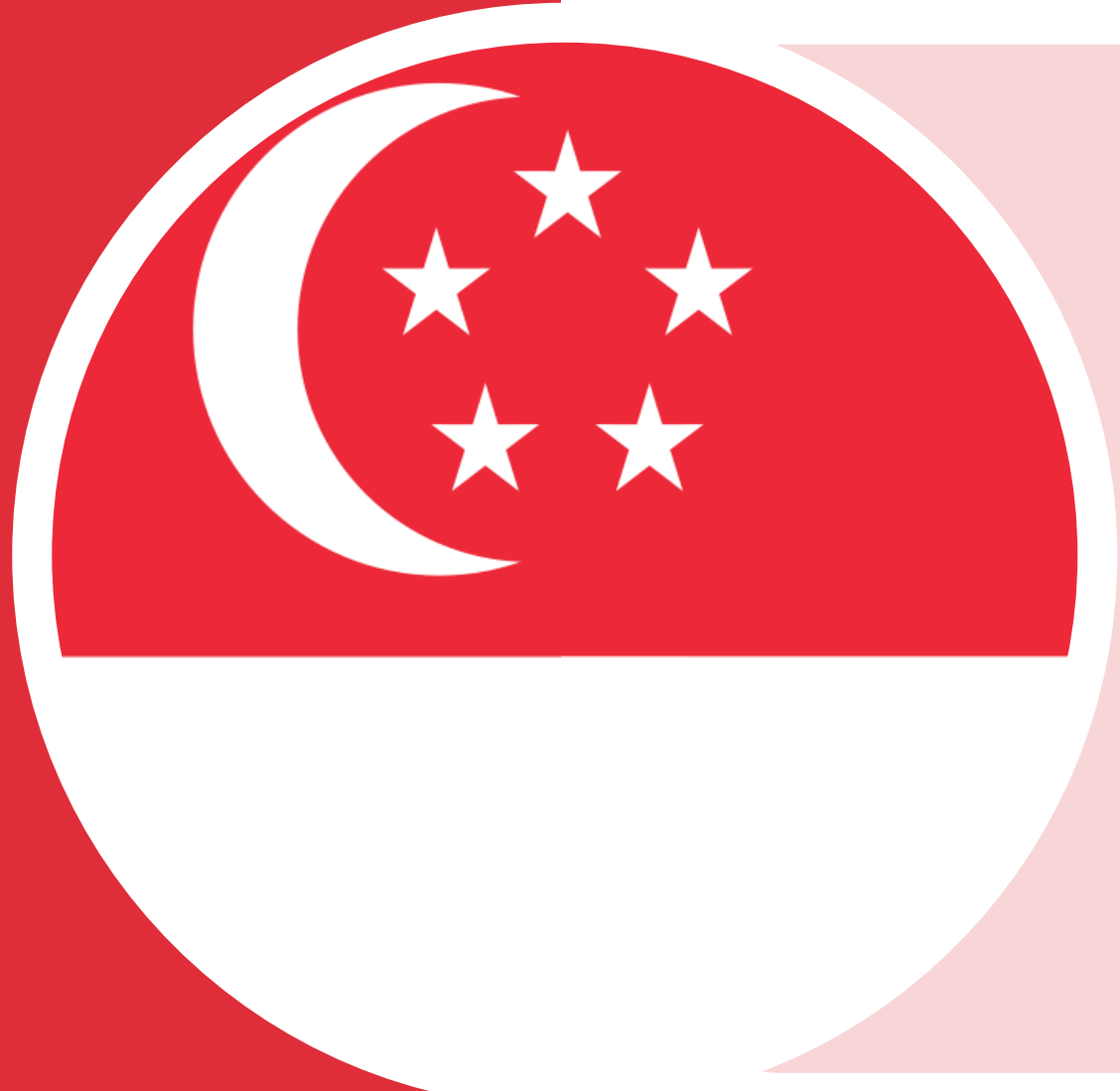
04 싱가포르

Republic of Singapore

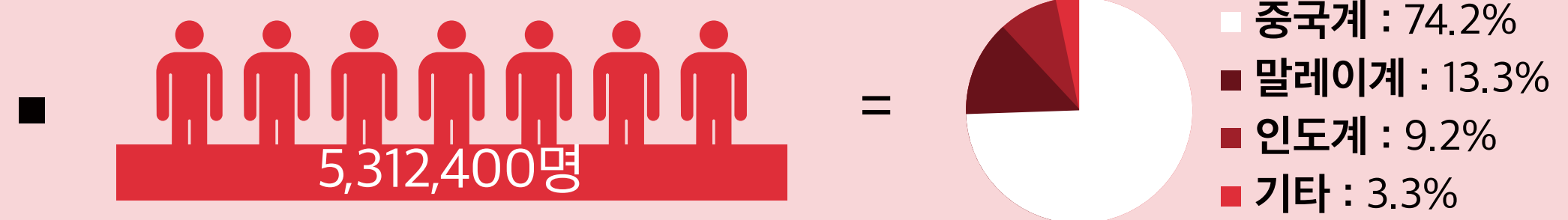
중국계, 말레이계, 인도계, 기타



I 국가개요



- 수도 : 싱가포르(도시국가)
- 기후 : 열대성(연중 고온 다습)
- 주요도시 : 싱가포르(도시국가)
- 언어 : 영어, 중국어, 말레이어, 타밀어 4개 공용어



I 경제 및 시장상황

구분	2012년	2013년	2014년	2015년	2016년	2020년
실질 GDP 성장률 (%)	2.0	2.9	4.3	5.0	4.6	3.7
GDP (백만 달러)	268,513	292,338	315,978	339,762	364,919	495,232
CPI 상승률 (%)	4.5	4.1	3.3	2.3	2.3	2.3
경상수지/ GDP (%)	15.7	14.4	18.5	19.7	21.7	20.9
외환보유액 (백만 달러)	254,059	272,988	293,332	315,192	338,682	451,500
평균환율	1.249	1.204	1.188	1.180	1.181	1.185

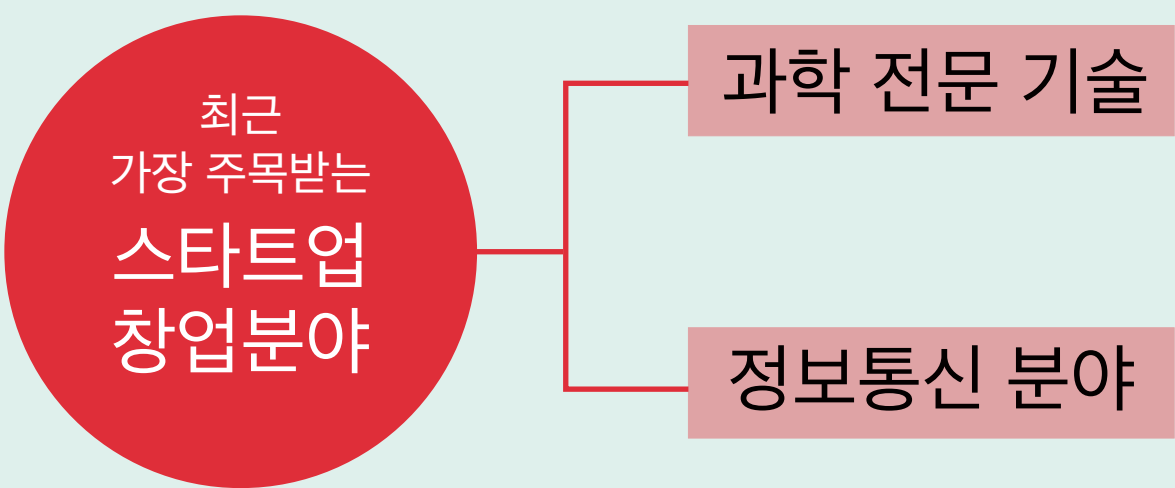
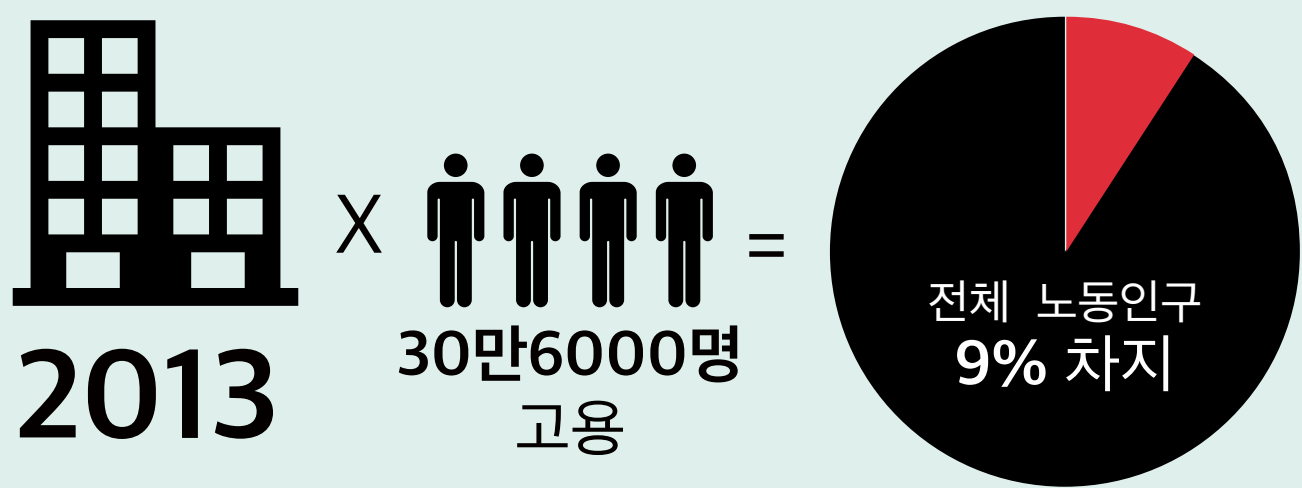
출처 : 싱가포르 통계청, 통상산업부, 인력부, 통화청, 국세청, IE Singapore, IMP 최신자료 기준

싱가포르는 2013년 이후 4~5%의 성장률을 보일 것으로 전망된다. 또한 물가 상승률이 다소 하락하여 2016년에는 2012년 수치보다 2.2% 포인트 하락한 2.3%를 기록할 것으로 예상된다. 환율 변동세가 비교적 안정적인 싱가포르는 2020년에도 1.185 싱가포르 달러 수준을 유지할 것이며, 경상수지는 2016년 GDP 대비 21.7%까지 상승할 것으로 보인다.

■ 싱가포르 스타트업시장 활성화



▣ <스타트업 고용비율>

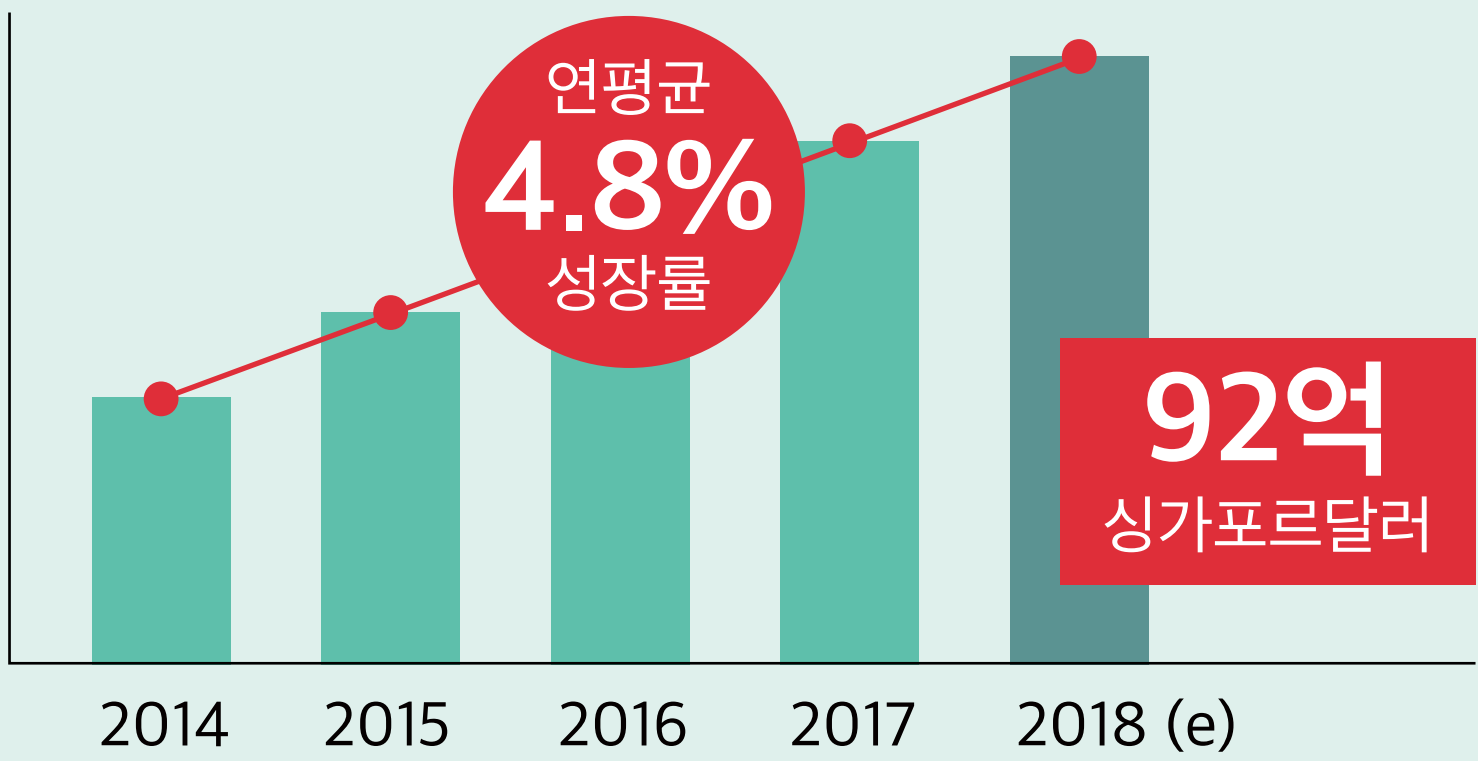


■ 싱가포르 ICT 시장 동향



안정적인 경제 성장 전망과 싱가포르의 ICT 정부 정책 현황 및 싱가포르의 강한 내수에 힘입어 ICT 산업은 2018년까지 높은 성장을 이어나갈 것으로 예측한다.

▣ ICT 시장규모



■ 싱가포르 iN2015의 일환인 Nationwide Broadband(NBN) 프로젝트가 계속 진행 중이며 완료 시, 싱가포르 중소기업의 클라우드 서비스 사용을 더욱 증가시켜 싱가포르 국내 IT 지출 성장의 견인차 역할을 할 것으로 예측한다.

▣ <싱가포르 ICT 산업 시장규모>

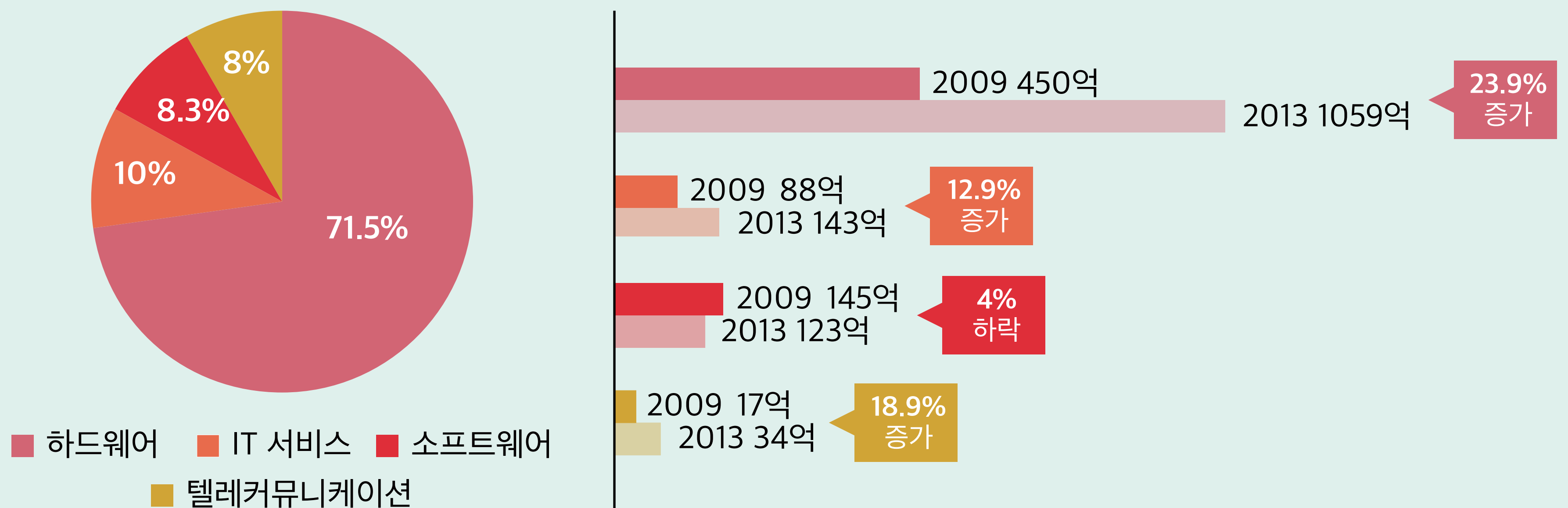
	2011	2012	2013	2014
IT시장 규모	6725.8	6867.6	7227.4	7598.2
GDP 대비 IT 시장규모 (%)	2.0	1.9	2.0	1.9
하드웨어 매출	2643.2	2685.2	2801.4	2926.1
개인 컴퓨터 매출	2100.0	2135.8	2228.2	2327.1
소프트 웨어 매출	1272.5	1285.4	1347.9	1436.1
서비스 매출	2810.0	2896.9	3078.1	3236.1

(단위 : 백만 싱가포르 달러)

출처 : Singapore Information Technology Report Q4 2014, BMI

■ 2009년부터 2013년까지 최근 5년간 싱가포르의 정보통신산업은 연평균 약 12.9%의 수익 성장률을 기록

▣ IT산업 부문 이익 구조



■ ICT 스타트업 시장 규모

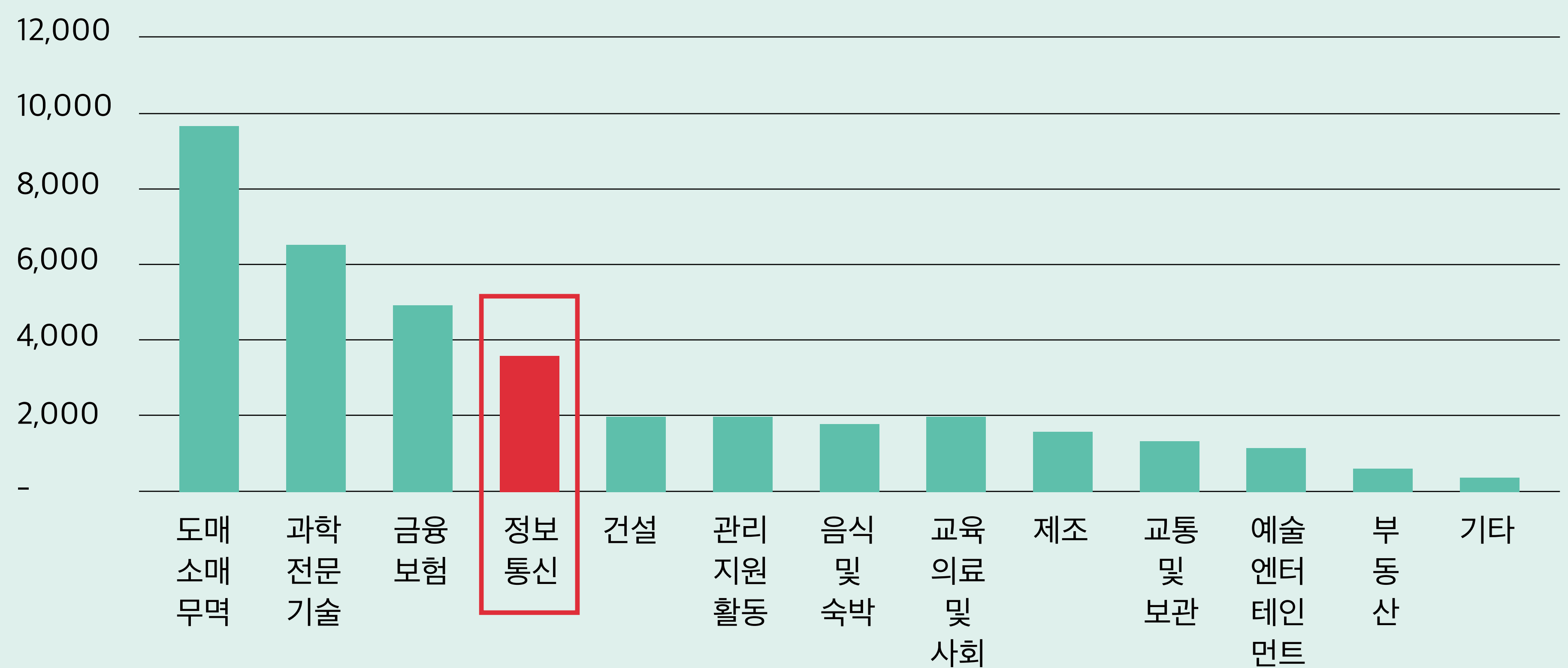
▣ ICT 신규 기업 설립 수



▣ 전체 신규 기업 설립 수 대비



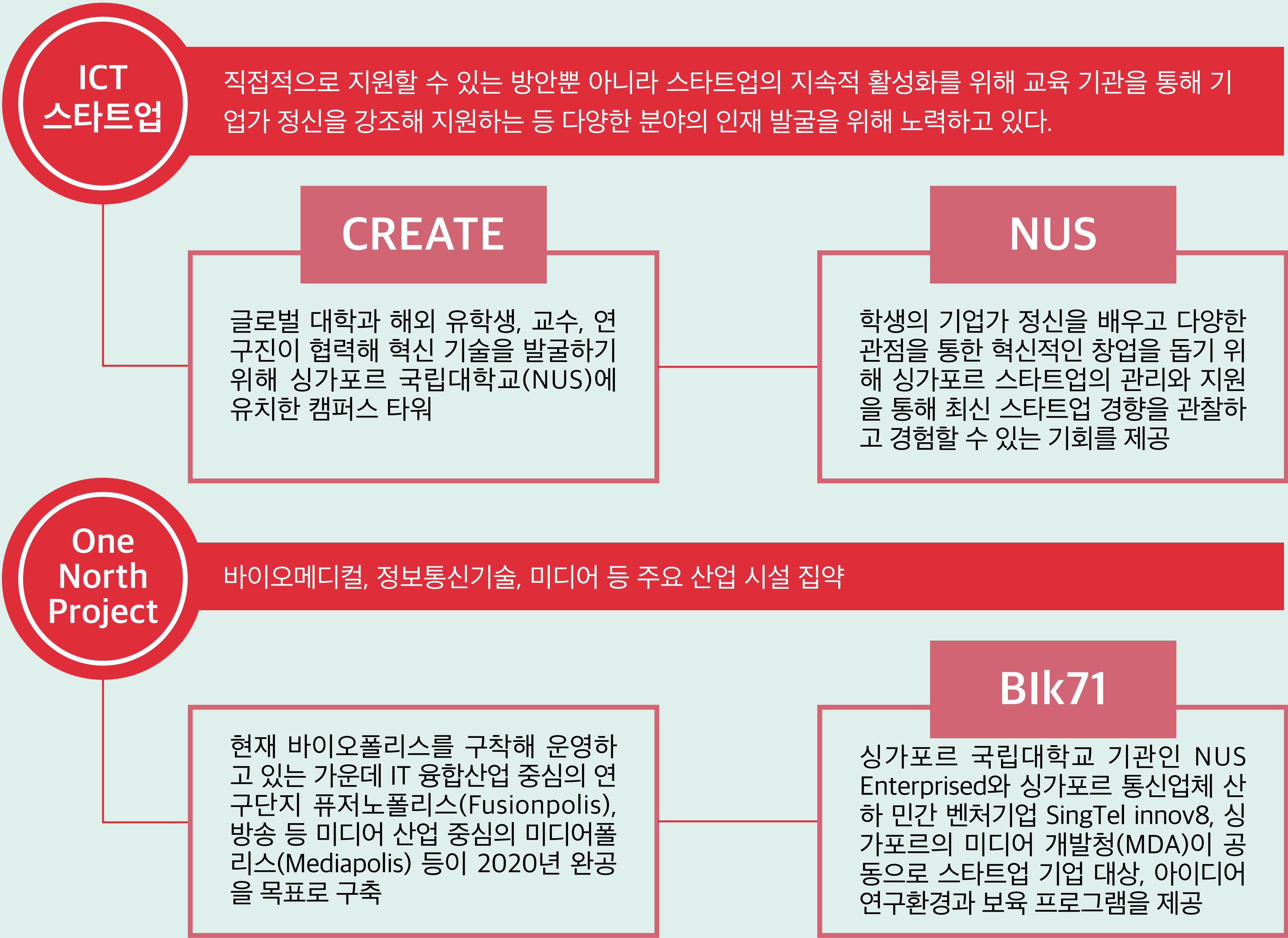
▣ 싱가포르 분야 별 창업 수



출처 : ASIABIZ 보고서, 2014

■ 대학과 연구단지를 기반으로 한 싱가포르 ICT 스타트업 지원

- 다양한 산업 조성을 위한 다양한 분야의 스타트업 육성 시설 구축하고 육성함으로써 추후 기업 환경개선, 단단한 사회 기반 시설, 저부담 조세체제, 관료주의 철폐, 강한 법률 환경, 순조로운 노동력 사용 가능성 등의 긍정적인 효과 또한 기대하고 있다.



□ 싱가포르 ICT 스타트업 지원 연구 및 관할 기관

분류	National Research Foundation (NRF)	Infocomm Development Authority of Singapore
설립연도	2006	1999
소재지	싱가포르	싱가포르
사장/장관명	Teo Chee Hean	YONG Ying-I
기관 성격	정부관할 연구기관	공공기관
홈페이지	WWW.nrf.gov.sg	www.ida.gov.sg
주요업무	과학기술, 기업적 경제 지식, R&D	IT 통신 정보, 기술 및 통신업무

■ 싱가포르 ICT 스타트업 투자 유치 사례

- 싱가포르 정부의 적극적인 스타트업 산업 장려와 각종 정부지원제도 등 많은 기업 및 벤처 자본가의 적극적 ICT 스타트업 투자로 인해 싱가포르 시장을 거점으로 글로벌 진출을 노리는 해외 다국적 스타트업이 싱가포르에 지입하고 있다.
- 싱가포르에서 활약하고 있는 한국 ICT 스타트업

기업명	투자 유치 내용
YFind Technologies Pte Ltd (싱가포르)	WIFI인 프라와 스마트폰 기기를 통해 3미터 반경 건물 혹은 도시 내의 실내 위치를 알려주는 기술 개발, 미국 실리콘밸리에 위치한 선진 무선기술 시스템 제공회사 Ruckus Wirlessd에 인수
AdNear (싱가포르)	소매업자들을 대신하여 모바일 고객들에게 위치에 기반한 광고를 보여주는 지능 플랫폼의 앱 서비스로 미국 벤처 기업으로부터 US 19만 달러 투자유치
Betwwen (한국)	연인들을 위한 폐쇄형 사회관계망 서비스 제공 업체로 2014년 3월 싱가포르 법인 설립하여 한국을 비롯한 미국, 일본의 유명 벤처캐피털로부터 40억원이 넘는 투자 유치
CELUV (한국)	국내 최초 싱가포르 액셀러레이터 JEDI.Asia 프로그램 참가하여 현지 싱가포르에서 론칭한 스타트업으로, 쇼핑에 게임화 요소를 넣은 패션 쇼핑 앱 서비스 제공하며 현재 한국, 싱가포르, 태국 온라인 쇼핑몰들과 제휴, 모바일 쇼핑 서비스를 제공. 평균 5억원 규모의 후속 투자를 아시아 최초 동남아 연합 스타트업 인큐베이터 JFDI 프로그램으로부터 유치

출처 : KOTRA 싱가포르 무역관

■ 시사점 및 전망

- 싱가포르는 산업강국 지향 계획으로 인해 정보통신분야에 집중적으로 투자하는 추세에 있어 ICT분야 스타트업이 많은 상태이다. 싱가포르 문화의 이해와 사회적 니즈파악을 통해 ICT와 결합된 다양한 분야의 스타트업 창업이 주목 받을 것이다.
- 싱가포르 정보통신개발청은 향후 주목해야 할 9대 정보통신부문으로 **빅데이터, 클라우드 컴퓨팅, 사이버보안, ICT와 지속성, 차세대 통신, 소셜미디어, 신디지털 경제, IoT** 등을 꼽는 등 관련 분야 한국 기업은 싱가포르 지원 프로그램에 주목해 정부 및 민간 기업의 다양한 정책지원을 받 빠르게 활용 할 수 있도록 주시해야한다.
- 2015년 싱가포르 예산안에서도 스타트업 투자 기업에 세금을 완화해주는 등 스타트업 진흥에 대한 국가적인 지원 기조를 유지하고 있다.
- 싱가포르 스타트업 육성 단지에는 1000개에 육박하는 스타트업이 상주하고 있으며 스타트업을 위한 인력 주선 스타트업이 생겨나는 등 ICT 관련 인재 수요가 증가할 것으로 전망되며, 관련 분야에 관심 있는 한국 구직자는 싱가포르 스타트업 육성 단지로의 해외 창업 및 취업 또한 고려해 볼 수 있다.

15년 기술이슈 및 동향



싱가포르, 공공 WiFi 접근 편의성 대폭 강화

- 4월 1일부터 공공 WiFi 서비스 Wireless@SG에 자동 접속 시행
- 높아진 모바일 인터넷 접근성을 이용한 기업들의 활용 방안 증대 기대

Wireless @SG

- 2006년 정보통신개발청(IDA) 주도로 통신사업자들과 함께 시행한 초고속 무선 인터넷망
- 2017년까지 서비스 지역(Hot Spot) 광역화와 2Mbps까지 무선인터넷망 속도 증대 목표

Next Phase of Wireless@SG

- 2자동 로그인 절차를 통해 이전에 필요했던 계정 등록 등 별도 절차 없이 WiFi 사용 가능
- 로컬 SIM 카드와 WiFi 가능 기기를 보유하고 사용하는 누구나 인증 없이 사용 가능
- 2014년 6월부터는 싱가포르 방문자들도 무료 계정 또는 일반 선불 SIM 카드 구입을 통해 공공 WiFi 서비스 사용 가능

공공 WiFi 서비스 확대 계획은 지속적으로 진행 중

- 사업 참여 중소기업들은 구매한 무선장비 비용에 대해 2400싱가포르 달러 (약 202만원)까지 지원받을 수 있음
- 속도 증가와 더불어 서비스 지역도 늘려가고 있음

■ 시사점

- 싱가포르는 한국의 무선 인터넷 환경이 3G, 4G를 거치며 통신망 중심으로 재편된 것과 달리 작은 국토를 고려한 공공서비스 영역으로 WiFi 지역을 증대시키는 방향으로 추진
- 현재 진행형인 사업의 특성상 WiFi 장비, 속도 증대를 위한 부품 수요도 지속적으로 있을 것으로 예상됨.
- 한국의 뛰어난 인터넷 서비스 업체들도 확대된 무선인터넷 접근성을 이용한 싱가포르 진출이 용이해지고 있음

출처 : IDA(Infocomm Development Authority of Singapore), KOTRA
싱가포르 무역관 종합 (이상훈(싱가포르무역관), 2014.3)



싱가포르, 잠재시장으로 주목받는 전자상거래시장

- 싱가포르 국부펀드 GIC, 국영 투자사 Temasek에 31억 달러 투자
- 싱가포르 우체국, 전자상거래 급증 대비 대규모 물류센터 구축

- 싱가포르, 동남아시아 전자상거래시장의 선두시장으로 선점 노력



2014년 6월 스위스 금융기업 Union Bank of Switzerland(UBS) 연구에 따르면, 2020년 동남 아시아 지역의 온라인 거래액이 350억 달러를 넘을 것으로 추정



싱가포르는 아시아 시장에서의 전자상거래 시장을 선점하고자 동남아 시장에서 물류적 허브로서의 입지를 강화하는데 주력



싱가포르 내 전자상거래 물류센터의 설립으로 전자상거래 시장에 관심 있는 기업과 유통업체의 유입을 유도, 선두 지역으로 입지를 강화하는데 주력하고 있다.



싱가포르 자국 물류기업 역시 전자상거래 시장의 주도권을 확보하기 위해 전자상거래 관련 사업에 대규모 투자 감행

■ 시사점 및 전망

- 많은 싱가포르 현지 소매업체가 오프라인 시장에 주력해 왔기 때문에 전자상거래 경험과 운영 능력이 다소 부족해 다국적기업과의 경쟁 난항
 - 이러한 점을 고려해 이미 전자상거래 경험과 기반을 구축하는 한국의 소매업체, 전자상거래 솔루션 업체, 물류 서비스 업체 등 전자상거래 관련 기업은 싱가포르 전자상거래 시장 진출을 고려해볼 수 있다.
- 싱가포르 준정부기관인 정보 통신개발청(IDA)은 전자상거래 경험과 운영 능력이 부족한 소매업체 및 중소기업을 대상으로 소매 서비스 시스템 구축, 소매업체에 전자상거래와 물류 서비스 제공을 위한 시스템 구축 및 정보 통신 시스템 활용을 위해 전자상거래 및 운영 관리 프로그램인 e-Commerce & Operations Management를 제공하는 등 관련 스타트업 산업을 위한 육성 및 지원 프로그램을 제공하고 있으므로, 싱가포르 기반의 전자상거래 경험과 운영 능력을 필요로 하는 소매업체와 중소기업은 이를 적극 활용할 수 있다.
- 전자상거래 창업을 위해서는 방송에 대한 행정 및 정책을 담당하는 SBA(Singapore Broadcasting Authority)를 통해 ICPs(Internet Content Provider) 인증 절차를 거쳐야 한다.
- 싱가포르 전자상거래 시장 참여 시 GST와 소득세만이 부과된다.
 - 낮은 세율은 전자상거래 시장 진입을 자유롭게 해 동남아시아 지역의 물류 허브로서의 입지를 확고히 하고 전자상거래 시장 경험과 노하우를 얻기 위함으로 보인다.
- 전자상거래 창업 시 고려해야 할 법규로는 인터넷 콘텐츠 법규, 온라인 사업활동 법규, 온라인상 계약을 위한 프레임워크 규제, 소비자 보호법, 지적재산보호법 등이 있다.

출처 : 싱가포르 정보통신개발청(IDA), KOTRA 싱가포르 무역관 자료 종합 (정현(싱가포르무역관), 2015.1)

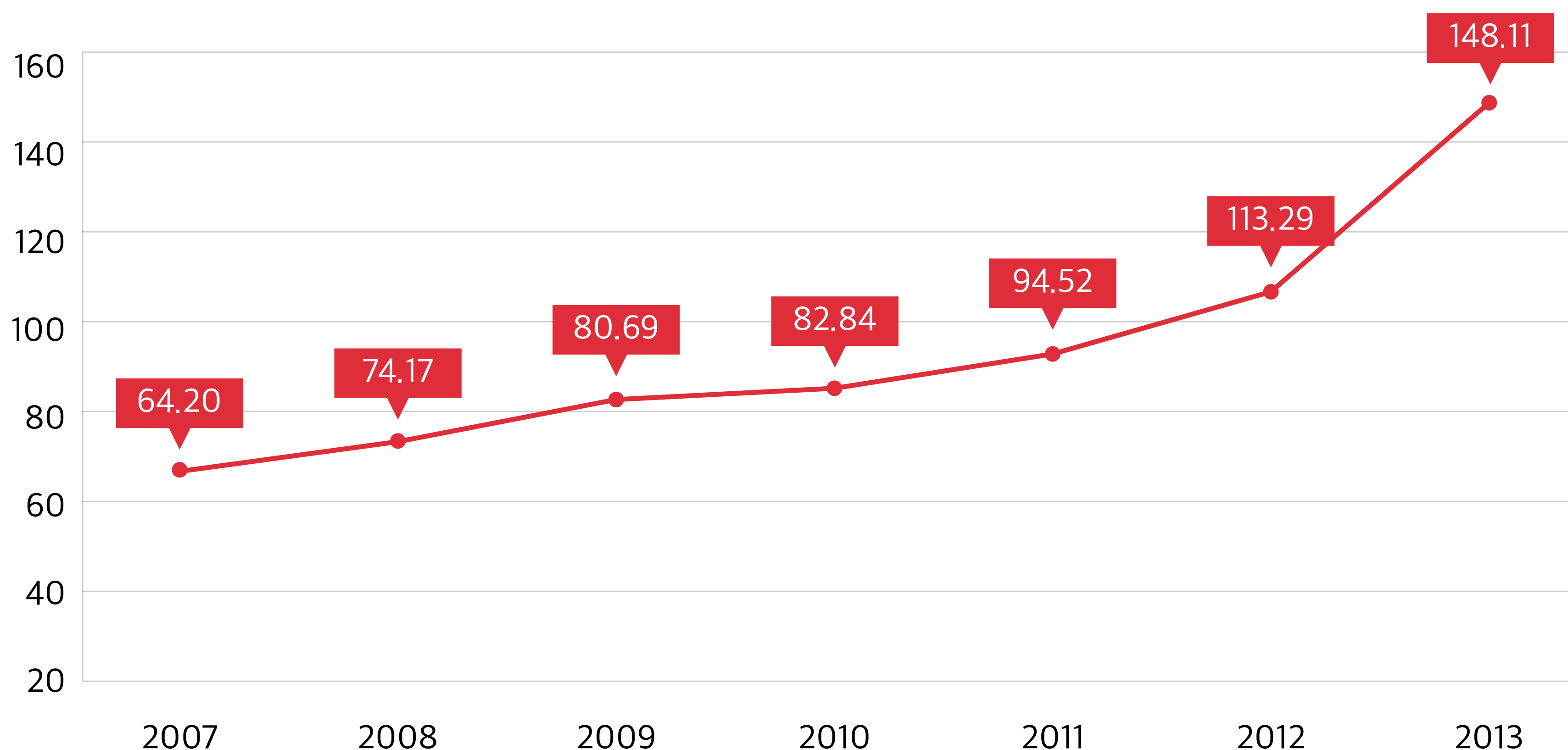
지식 분야 R&D 정책

ICT 분야를 육성하고자 하는 싱가포르 정부의 노력도 계속되고 있다. 일례로 싱가포르 정부의 'iN2015' 계획은 IT 기반 시설 구축을 통해 동남아시아의 IT 허브로 거듭나고자 하는 목적으로 추진하고 있는 정책이다. 싱가포르 정부는 2006년 싱가포르 iN2005 운영위원회가 작성한 보고서를 통해 IT 분야 육성을 위한 구체적인 계획을 발표했다. 2015년까지 주요 목표는 세계 1위 정보화 국가로서 △260억 달러 규모의 ICT 시장 육성 △8만 개의 관련 일자리 창출 △600억 달러 상당의 ICT 수출액 달성 등을 목표로 한다.

출처 : <http://www.ida.gov.sg/InfocommLandscape/iN2015Masterplan>

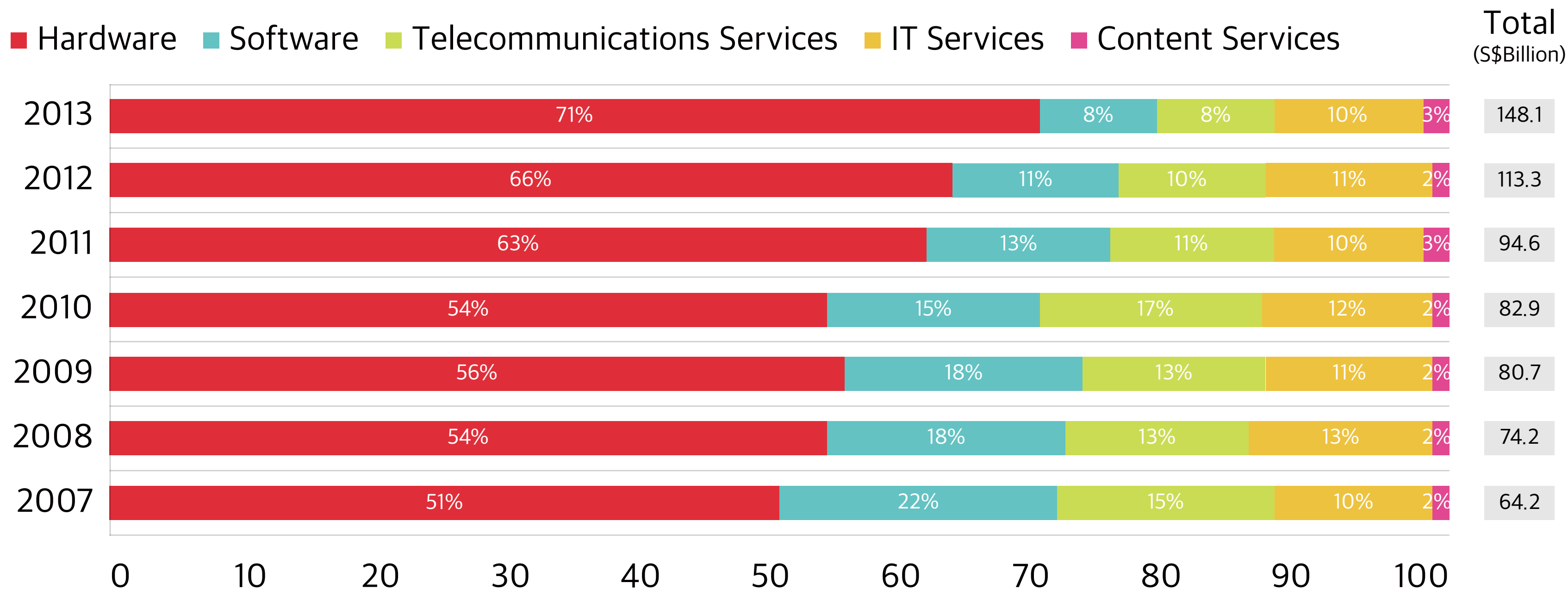
Total Infocomm Industry Revenue 2007-2013, Annual

S\$Billion



출처 : IDA's Annual Survey on Infocomm Industry

Total Infocomm Industry Revenue by segment 2007-2013, Annual



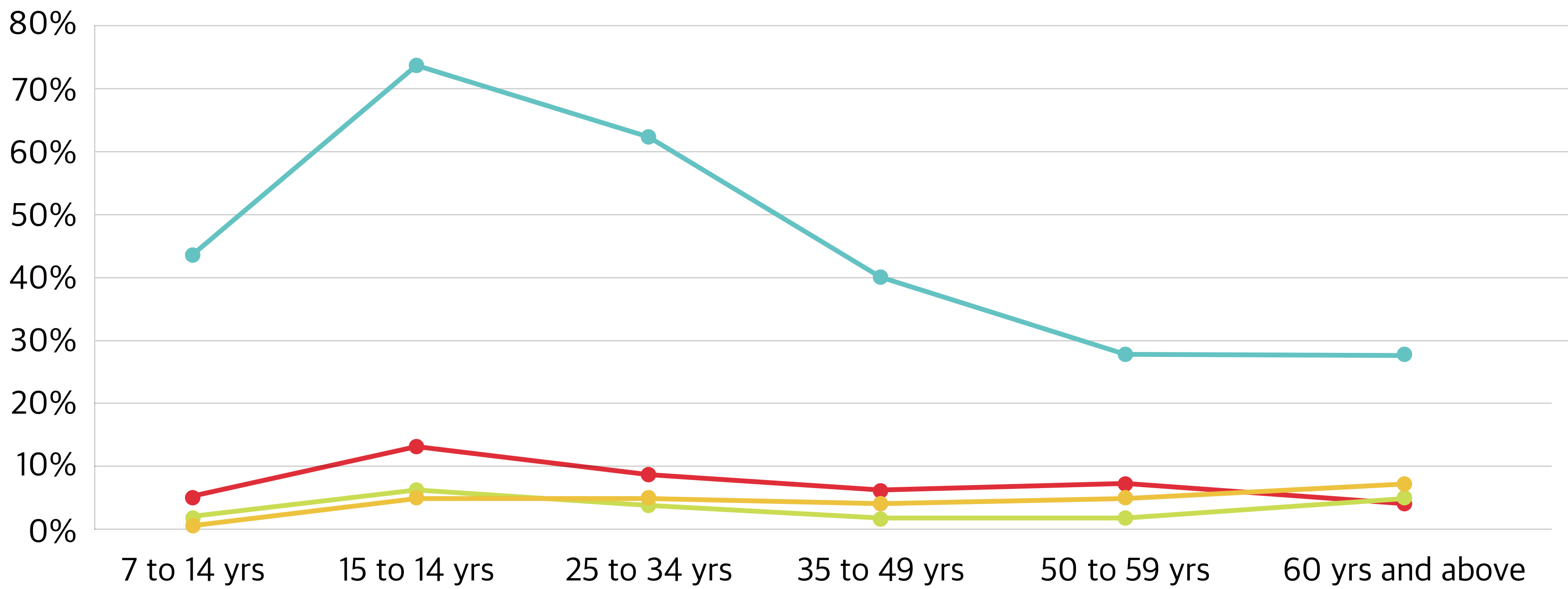
- 산업분야별 인포컴 산업수익현황에 따르면, 총148.1B 싱가포르 달러 (119조원)
- 하드웨어 71%, 소프트웨어 8%, 통신서비스 8%, 콘텐츠 서비스 2%로 구성

출처 : IDA's Annual Survey on Infocomm Industry

| 소비자 특성

Selected Primary Internet Activities by Age Group (2012) - Communication Activities

- a) Instant Messaging ■ b) Social Networking
- c) Reading Blogs that are created by others ■ d) Telephoning over the Internet(CoIP)



주요 인터넷 사용 중 커뮤니케이션 활동에 대한 연령별 성향에 따르면, 소셜 네트워킹이 10대에서 40대까지 가장 활발한 활동으로 나타났다. 메세지서비스, 블로그, 인터넷전화는 10% 내외로 나타났으며, 전 연령층이 비슷한 비율을 보이고 있다.

출처 : IDA's Annual Survey on Infocomm Usage in Households and by Individuals

| 마케팅 전략

■ 싱가포르 한류 마케팅

- ▣ 한국 드라마 '별에서 온 그대'(My Love From The Star) 싱가포르에서도 폭발적인 인기
 - Channel One, Starhub TV Ch.820 & mio TV Ch.604 등 유료 케이블을 통한 방송 이후 공중파를 통해 재방영했음에도 최고 시청률이 29.9%에 이를 정도로 인기가 높음
 - '별그대'의 성공에는 이미 '엽기적인 그녀'(My Sassy Girl)로 중화권에서 한류 스타로 확고한 인지도와 스타성을 보유한 배우 전지현과 해당 드라마로 싱가포르를 포함한 아시아 전역에서 인기와 위상이 급상승한 배우 김수현의 매력이 크게 작용

■ 여주인공이 착용한 패션 아이템과 극 중 언급된 상품들의 인기 급등



의류



화장품



외식업계



온라인 서비스

■ 시사점 및 전망

- ▣ 한류 성숙단계에 들어선 싱가포르에서 한류 콘텐츠 연계 상품 판매는 매우 효과적인 마케팅 전략임을 다시 한번 입증
- ▣ 싱가포르 진출을 고려하는 기업은 PPL에 참여하거나 싱가포르 현지에서 한류스타 연계 상품 홍보에 적극적인 자세가 필요
 - * 싱가포르는 아침 드라마를 포함한 거의 모든 한국 드라마 콘텐츠가 방영되고 있어 드라마 PPL을 활용한 마케팅 홍보 효과가 매우 높음

| 비즈니스 매너

싱가포르에서는 직장 동료 간에 서로 사적인 대화를 꺼리는 경향이 있다. 상대방의 나이, 결혼 여부 등 사생활에 대한 보호에 매우 민감하며, 이는 싱가포르가 중국계, 말레이계, 인도계 등 다양한 민족들이 어우러져 형성된 도시국가이기 때문이라고 보여진다.

■ 문화적 금기사항

현지인들의 시간관념이 철저하므로 약속 시간 엄수는 필수적이다. 오랫동안 영국의 지배를 받아온 영향으로 국민의 의식 구조가 서구화되어 있으며 여성의 사회 진출도 매우 활발하다. 많은 국가기관 및 기업에서 여성들이 활동하는 것을 쉽게 볼 수 있으며 직장 내에서도 중요 직책을 맡고 있는 등 능력에 맞는 대우를 받고 있어 여성을 남성보다 낮게 보는 분위기는 찾아보기 힘들다.

동양적인 사고방식도 존재하여 일반적으로 나이가 많은 사람에 대해 존경심을 보이며, 처음 만나는 자리에서는 연장자나 직급이 높은 사람에게 먼저 상대방을 소개한다. 하지만 젊은 층의 경우 장유유서 개념이 상대적으로 희박하기 때문에 어리다는 이유로 상대방을 가볍게 보는 것은 바람직하지 않다. 뇌물수수에 대해서는 엄격한 법률이 시행되고 있어 공무원들은 선물을 받는 것 자체를 꺼리는 경우가 많다. 선물을 주고받는 관행이 보편화되어있지 않기 때문에 선물을 주더라도 과다한 것보다는 간단한 기념품 등이 바람직하다. 싱가포르는 크게 중국계 74.1%, 말레이계 13.4%, 인도계 9.2%, 기타 3.3%로 구성된 다민족 국가이다. 일찍부터 외국인 투자유치에 주력하여 다국적기업 및 지역본부가 많이 소재해 있으며, 외국인 거주 비율이 전체 인구의 30%에 이른다. 서울과 유사한 크기의 도시국가이면서 그 안에 다양한 민족과 종교, 문화가 융화되어 있는 흥미로운 사회가 싱가포르이다. 따라서 싱가포르에서는 만나는 사람의 민족 및 종교에 따라 해당 민족 및 종교별 역사/문화적 특이사항 및 금기사항들을 고려하여 행동하는 것이 바람직하다. 예를 들어, 중국계 싱가포르인들은 체면을 매우 중시하기 때문에 다른 사람 앞에서 행동이나 감정을 절제하며, 공개적으로 다른 사람과 맞서거나 다른 사람을 비판하기보다는 간접적으로 의사를 표현하는 편이다. 따라서 중국계 싱가포르인들을 만날 때에는 상대방의 체면을 깎는 상황을 피해야 한다.

출처: [네이버 지식백과]싱가포르의 비즈니스 에티켓(kotra 국가정보 싱가포르, 2013.6.30, kotra(대한무역투자진흥공사))

창업환경

■ 기업가정신 & 창업벤처정책

- ▣ 세계 수준의 투자역량을 보유하는 싱가포르와 세계 수준의 창의성과 기술력을 인정받는 한국 스타트업 매칭이 수월해진다면 큰 시너지 발휘 가능할 것이다.
- ▣ 싱가포르 정부, ICT 관련 지적 재산권 보유한 스타트업에 적극 지원
- ▣ 싱가포르는 산업 강국 지향 계획으로 인해 정보 통신 분야에 집중적으로 투자하는 추세에 있어, ICT 분야 스타트업을 장려한다. 싱가포르 문화의 이해와 사회적 니즈 파악을 통해 ICT와 결합된 다양한 분야의 스타트업이 창업이 주목받을 것이다.
- ▣ 싱가포르 정부의 스타트업 관련 지원금 대부분이 민간 투자금 대비 1:1로 지원하고 있어 정부 지원금 수혜를 위해서는 민간투자금 유치가 우선시 돼야 한다. 하지만, 개인 투자자 및 사기업 투자는 투자 수익에 중점을 두는 경향이 높고 또한 투자 자본을 받는데 오랜 기간이 소요되는 경향도 있기 때문에 이러한 점을 한국 기반 벤처기업이 고려해 혁신적 스타트업 기업을 발굴, 선점할 수 있다.
- ▣ 이미 싱가포르 스타트업 산업 활력의 중심으로 자리 잡은 스타트업 육성 단지가 구축돼 있으나, 꾸준한 스타트업 성장 추세로 인해 스타트업 양성을 위한 육성시설과 더 많은 정책을 수립할 계획이다.

■ 글로벌 창업 지원 제도 & 엑셀러레이터 및 창업 보육제도

▣ 기관명 : JFDI (www.jfdi.asia)

- 팀별 싱가포르 달러 기준 25달러 투자, 520% 지분, 22명의 멘토 지원
- 아이디어에서 투자까지 100일간 지원하며 60% 이상의 성공률, 평균 싱가포르 달러 650,000달러 투자
- 싱가포르 달러 \$25k 투자자금, 기술시설에 S\$100k, 사무실 공간, 멘토링 프로그램 제공 및 100명의 초기 투자자 소개

▣ 기관명 : iAxil (www.iaxil.net)

- 벤처 엑셀러레이터, Onestop 서비스 제공
- 1994년에 시작하여 185개의 스타트업 기업을 지원(주로 기술위주의 기업)
- Sinomen Technology Ltd, Pharmesis International Ltd, Triangle Technologies 와 같은 기업이 대표적

출처 : <https://www.crunchbase.com/organization/iaxil#sthash.TLGs8p38.dpuf>

■ EXITs

Company	Service	Cash (USD)	Date Acquired	Acquirer
Zopim	Zopim Live Chat, GetKudos.me와 같은 비즈니스용 고객 참여 서비스	30,000,000	2014-04	zendesk
VIKI	글로벌 TV 사이트로써 200개 이상의 언어로 번역된 콘텐츠가 등록되고 공유됨	200,000,000	2013-09-02	Rakuten
SGCM SGCarMart	싱가포르 내 10,000대의 자동차가 등록된 사이트 1위 사이트	48,000,000	2013-04-01	Sph (Singapore PressHoldings)

출처 : <http://www.slideshare.net/arnaudbonzom/singaporestartupecosystemandentrepreneurtoolbox>

■ Local Y Combinator

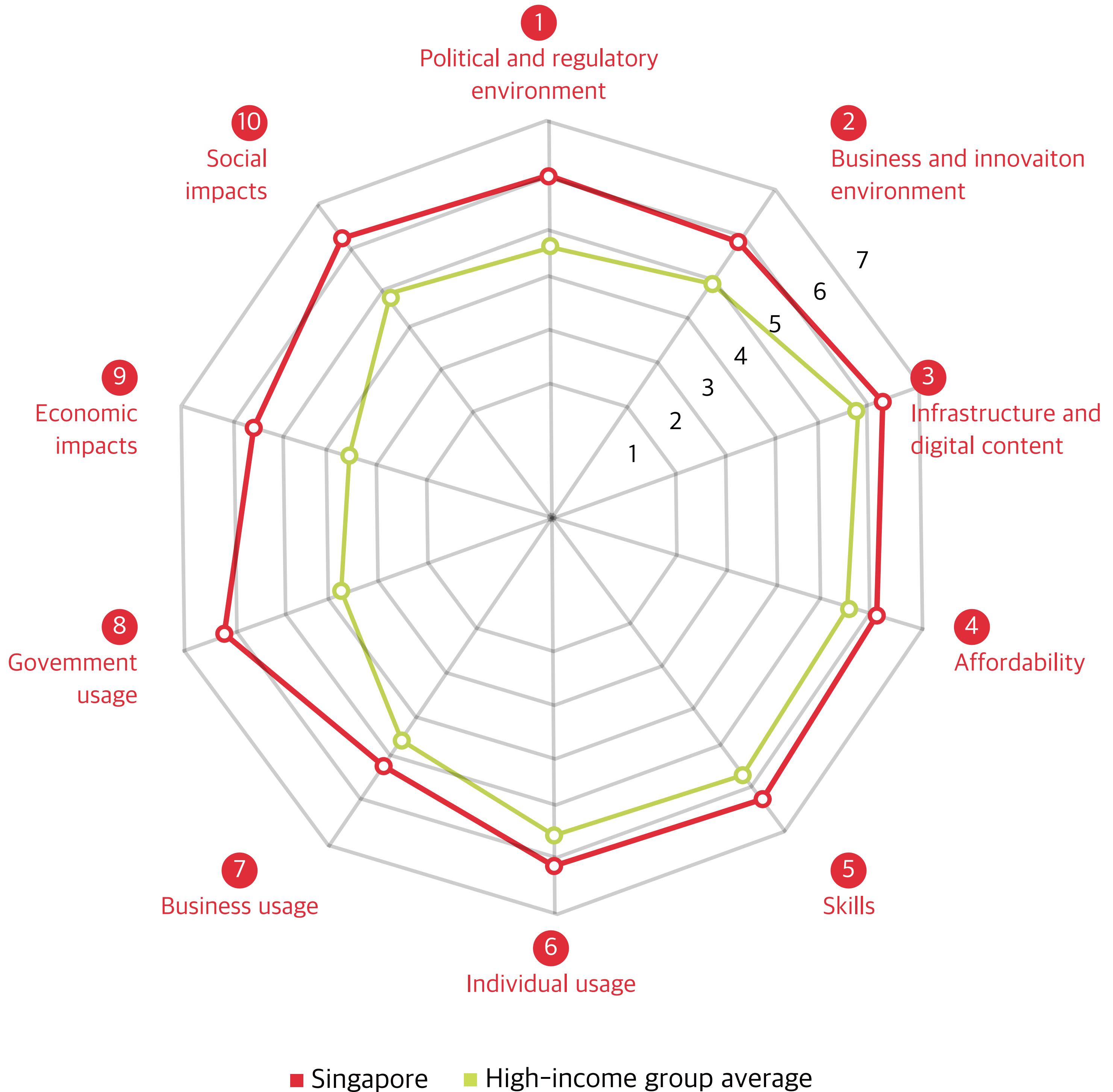
기관명	소개	웹사이트
biofactory	Innovative 기술의 상업화를 지원하는 바이오메디칼 인큐베이터	thebiofactory.com
iAxil	혁신적이고, 확산 가능하며 수익성이 있는 사업모델을 가진 기업가와 사내 기업가를 지원하는 엑셀러레이터 프로그램	www.iaxil.net
ideas.inc	10개월간 창업 아이디어를 실행 가능한 모델로 성장시키는 프로그램	www.ideasinc.sg
JFDI.Asia	아시아에서 가장 성공적인 Seed accelerator program 아이디어에서 투자까지 100일간 지원하며, 60%의 성공률로 팀당 평균 싱가포르 달러 650,000를 유치함	www.jfdi.asia

■ 정부 또는 민간투자기관 정보 제공

싱가포르 주요 스타트업 지원 기업 및 기관

분류	SPRING	Economic Development Board (EDB)	International Enterprise(IE) Singapore	JTC
설립연도	1986	1961	1983	1968
소재지	싱가포르	싱가포르	싱가포르	싱가포르
사장/장관명	Philip Yeo	Beh Swan Gin	Sean Moon Ming	Loo Choon Yong
기관 성격	공공기업체	통상산업부 (MTI) 산하 준 정부기관	통상산업부 (MTI) 산하 준 정부 무역 진흥기관	주요 정부 기관
홈페이지	spring.gov.sg	edb.gov.sg	iesingaprove.gov.sg	jtc.gov.sg
주요업무	산업지원	외국인 투자 유치, 투자 환경 개선 정책 제안 및 자문	수출 역량 강화 및 마케팅 지원	국가 산업 단지 관리

■ Singapore Insight



출처 : 2014 World Economic Forum http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalInformationTechnology_Report_2014.pdf

법인설립제도

■ 법률

- 싱가포르의 기업 형태는 개인기업(Sole Proprietorship), 합작 기업(Partnership), 유한책임 회사(Limited Liability Partnership, LLP), 회사(Company), 합자회사(Limited Partnership, LP) 등 크게 5가지로 나뉘며, 특별히 외국인에게 제한되는 기업형태는 없다. 외국인 주식 보유 비율 또한 군수 물자제조, 공공서비스 및 언론사 등 특수사업분야를 제외하고는 제한이 없고, 설립을 위한 최소 자본금은 1불로 회사 설립이 비교적 자유롭고 간편하다.

출처: [네이버 지식백과] 싱가포르의 진출형태별 절차 (kotra 국가정보 싱가포르, 2013.6.30, kotra(대한무역투자진흥공사))

▣ 싱가포르의 진출 형태별 절차

싱가포르 회사 중 가장 많이 사용되고 있는 법인체의 형태는 Private Limited Company (XXX Private Limited)이며 일반적으로 주식회사와 유사한 형태의 회사이다. 은행, 금융, 보험, 주류, 담배, 해운업, 주거용 부동산 관련업, 여행사 등 관련 당국의 사전 사업 면허가 필요한 사업을 제외하고 어떠한 영업 행위도 자유로이 수행할 수 있다.

출처 : [싱가포르 법인설립 연재] 2. 싱가포르 법인설립시 기본 필요사항|작성|자창천

자회사는 싱가포르에 등록된 기업으로 단지 외국회사가 100% 지분을 보유한 싱가포르 기업으로 간주되므로 싱가포르 회사 설립 요건 및 절차와 동일하다.

출처 : [네이버 지식백과] 싱가포르의 진출형태별 절차 (kotra 국가정보 싱가포르, 2013.6.30, kotra(대한무역투자진흥공사))

■ 설립 절차

법인 및 자회사 설립 절차

구분	내용	신청방법	비용	소요 기간
설립 요건	- 최소 한 명의 주주와 한 명의 싱가포르 거주 이사, 외국인이 현지 이사로 활동하고자 할 경우, 노동부에 EntrePass를 신청할 수 있음 - 최소 자본금 : 1불			
상호 신청	회사 등록이 전 상호 신청 및 승인을 받아야 함. 동일한 상호가 있는지 여부 등을 심사 후 승인. 승인 시 동 상호를 2개 월간 보전해두므로 상호 승인 후 2개월 이내 회사 등록 절차에 들어가야 함. 불승인 시 다른 상호로 재 신청해야 함.	온라인 신청 www.bizfile.gov.sg	S\$115	2~3시간
회사 신청	- 상호 신청 이후 2개월 이내 회사 신청을 해야 함. 외국인, 외국 기업의 경우 법인설립 절차를 위해 현지의 전문 기업을 대리인으로 이용해야 함. ● 구비서류 ● 정관 (Memorandum&Articles of Association) ● 준법 서약 (Statutory Declaration of Compliance-Form 6) ● 신원 증명서 (Certificate of Identity -Form 7)	온라인 신청 www.bizfile.gov.sg	S\$300	1일. 단, 허가를 요하는 경우 2주~1달 소요 될 수 있음.

회사 신청

- 이사 취임 동의서
(Consent to Act as Director and Statement of Non Disqualification to Act as Director-Form 45)
- 등록 사무실 신고서
(Notice of Situation of Registered Office and Office Hours at Time of Registration-Form44)

온라인 신청
www.bizfile.gov.sg

S\$300

1일. 단, 허가를 요하는
경우 2주~1달 소요
될 수 있음.

■ 필요서류

- 회사 상호 신청
 - 구비서류 :Form14
 - 동일한 상호 등록 여부 심사(Accounting & Corporate Regulatory Authority)
- 상호 승인 여부 통보
 - 승인시 동상호에 대해 2개월(60일) 간 보전
 - 불승인 시재 신청 필요
- 회사 등록 준비 서류
 - 회사 설립 규약 및 정관(M&A)
 - 준법 서약(Statutory Declaration of Compliance)
 - 신원 증명서(Certificate of Identity)
 - 이사 취임 동의서(Consent to Act as Director and Statement of Non Disqualification to Act as Director)
 - 등록 사무실 신고서(Notice of Situation of Registered Office and Office Hours at Time of Registration)
- Accounting & Corporate Regulatory Authority 의 서류 심사 및 등록 허가
- 법인설립 증명서 발급(Certificate of Incorporation)

출처 : [싱가포르 법인설립 연재] 2. 싱가포르 법인설립시 기본 필요사항|작성자치창천

| 벤처 투자환경

■ 투자 정책 및 특성 & 투자유치 전략

스타트업의 최대 장벽인 자금 투자를 위해 자금 지원, 금융 자본 지원, 창업 보육 지원, 대출 지원, 세금 지원, 기술 지원 등 여러 형태의 재정 지원 프로그램을 통해 신생 벤처기업이 자금을 융통할 수 있도록 돕고 있다.

- 정부 지원뿐 아니라 사기업 및 기관의 스타트업 지원 또한 활발하다.
 - 시작 단계의 스타트업 성장을 위해 부족할 수 있는 정부기관의 펀드나 지원을 위해 싱가포르 내 벤처 투자가와 비즈니스 엔젤이 싱가포르 내에서 활발히 활동하고 있다. 현재 싱가포르 기반 엔젤 투자가는 약 542명 정도로 추정(한국 15명 집계)된다.
 - 싱가포르 정부 차원에서도 많은 엔젤 투자가가 싱가포르 기반 스타트업에 투자할 수 있도록 조세 감면 등의 지원책을 아끼지 않고 있다.

- 비즈니스 하기에 좋은 여건에 대한 조사 중 2008년부터 2014년까지 1위 차지

(World's Easiest Place to Do Business)

Rank	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
1	Singapore	Singapore	Singapore	Singapore	Singapore	Singapore	Singapore
2	New Zealand	New Zealand	Hong Kong China	Hong Kong China	Hong Kong China	Hong Kong China	Hong Kong China
3	US	Hong Kong China	New Zealand	New Zealand	New Zealand	New Zealand	New Zealand
4	Hong Kong China	US	UK	US	US	US	US
5	Denmark	Denmark	Denmark	US	Denmark	Denmark	Denmark
6	UK	UK	Denmark	UK	Norway	Norway	Malaysia
7	Ireland	Ireland	Norway	Norway	UK	UK	Korea. Rep
8	Canada	Canada	Ireland	Ireland	Korea. Rep	Korea. Rep	Georgia
9	Norway	Australia	Canada	Sweden	Iceland	Georgia	Norway
10	Australia	Norway	Australia	Saudi Arabia	Ireland	Australia	UK

출처 : Doing Business 2014, by The World Bank and the International Finance Corporation

- 세계 경제 포럼에서 IT 분야, 2010-2014년 동안 2위 차지

(World's Economic Forum (WEF) Global Information Technology Reports (GITR) Ranking)

Rank	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
1	Denmark	Denmark	Denmark	Sweden	Sweden	Sweden	Finland	Finland
2	Sweden	Sweden	Sweden	Singapore	Singapore	Singapore	Singapore	Singapore
3	Singapore	Switzerland	US	Denmark	Finland	Finland	Sweden	Sweden
4	Finland	US	Singapore	Switerland	Switerland	Denmark	Netherlands	Netherlands
5	Switerland	Singapore	Switerland	US	US	Switerland	Norway	Norway
6	Netherlands	Finland	Finland	Finland	Taiwan, China	Netherlands	Switerland	Switerland
7	US	Netherlands	Iceland	Canada	Denmark	Norway	UK	US
8	Iceland	Iceland	Norway	HongKong	Canada	US	Denmark	HongKong
9	UK	S. Korea	Netherlands	Netherlands	Norway	Canada	US	UK
10	Norway	Norway	Canada	Norway	S. Korea	UK	Taiwan, China	S. Korea

출처 : World Economic Fourm Global Information Technology Reports

싱가포르는 비즈니스에 최적화되어 있으며, ICT 임팩트 분야에서 상위에 올라있다. 정부의 명확한 디지털 전략은 세계에서 가장 좋은 온라인 서비스를 제공하게 만들었으며, ICT 인프라 또한 꾸준히 발전되고 있다. 인터넷 사용자는 전 세계 29 위, 가정에서의 개인 컴퓨터 및 인터넷 접속률 11위, 지식 기반 경제 2위, ICT generation 파워하우스 9위를 차지했다.

출처 : http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalInformationTechnology_Report_2014.pdf

| 회계/세무제도

■ 과세

기업 소득세(법인세)는 비용, 거래상 손실 및 자선단체에 대한 기부금 등을 공제한 후의 기업 소득(이윤)에 부과되며, 17%의 세율이 적용되고 있다. 기업 소득세는 거주 법인, 비 거주 법인 또는 외국 회사의 지점을 막론하고 동일한 세율이 적용된다. 싱가포르 정부는 정책방향에 따라 기업 소득세에 대한 감면 프로그램을 실시하기도 하는데, 'Budget 2011'에서는 기업의 늘어나는 사업비용에 대한 부담을 경감시키기 위해 한시적으로 2010년 사업연도 분에 대한 세액감면을 실시하기로 하였다. 감면 내용은 소득세의 20%를 최대한도 1만 싱가포르 달러까지 감면하거나 회사 매출의 5%에 대해서 최대 5000 싱가포르 달러까지 현금 보상을 실시하는 것으로, 두 가지의 경우 중 더 큰 금액을 자동으로 선택하도록 되어 있다. 또한 'Budget 2010'에서 도입했던 신생기업에 대한 세금 감면 프로그램은 2012년도에도 계속 유효하다.

■ 통관

싱가포르에서 구입·이용하는 모든 상품과 서비스에는 부가가치세인 상품서비스세(GST : Goods and Services Tax)가 부과된다. 1994년 4월부터 도입된 GST는 싱가포르로 수입되는 상품에도 부과되며 수입 시점에 세관에 납부해야 한다. 단, 제품을 수출하거나 국제 서비스를 제공할 경우 GST는 영세율이 적용된다. 상품 서비스 세는 7%의 세율이 적용된다.

■ 송금

78년부터 외환시장의 완전 자유화가 이루어져 외환 거래에 대한 규제가 없으며, 자본 이동에 대한 제한이 없어 외국인 투자자의 과실 송금은 물론 배당금, 이자, 로열티, 서비스 수수료도 자유롭게 송금이 가능하다.

■ 법률 및 지원정책

법인설립요건은 최소 자본금 1불, 현지 거주 이사 1인 등으로 최소화되어 있으며, 온라인을 통한 신청이 가능하고, 허가를 요하지 않는 업종의 경우 1일이 소요되며, 허가를 요하는 경우에도 2~4주 경이 소요되는 등 절차가 매우 간소화되어 있다. 법인세는 17%, 소득세가 0~20%로 세율이 낮은 편이며, 허가를 요하는 업종이 매우 제한적이며 외국기업에게 제한되는 업종 또한 방위산업, 방송산업 등에 국한되는 등 정부의 규제를 최소화하여 비즈니스 경쟁력을 강화하는데 중점을 두고 있다.

출처 : 싱가포르의 투자환경(kotra 국가정보 싱가포르, 2013.6.30, kotra(대한무역투자진흥공사))

| 고용 및 인력 환경

■ 고용 관련 법률

싱가포르는 다른 선진국과 달리 최저임금 관련 규정이나 제도도 없는 등 노무관계는 주로 개별 근로계약과 같이 시장원리에 따라 결정된다. 기본임금 외에 법적으로 강제되어 있는 수당으로는 휴일근무수당이 있으며, 피고용자의 자발적인 휴일근무의 경우 통상임금의 100%, 고용자가 요구한 휴일근무의 경우 통상 임금의 200%를 지급하도록 되어 있다. 단, 싱가포르는 중앙정부 차원에서 사회복지제도의 일환으로, 중앙 공제기금(CPF : Central Provident Fund)이라는 개인 의무 저축 프로그램을 시행하고 있는데, 고용주와 종업원이 각각 일정 비율을 부담하는 것으로 법제화되어 있어 임금 산정 시 이를 포함한 금액을 책정해야 한다.

출처 : 싱가포르의 노무관리제도(kotra 국가정보 싱가포르, 2013.6.30, kotra(대한무역투자진흥공사))

■ 인력 채용

□ 근로시간

- 근로에 관한 최소한의 조건과 기준이 노동법(Employment Act)과 산업관계법(Industrial Relation Act)에 규정되어 있으며, 추가적인 조건과 기준은 노조와 고용주 간의 협의에 의해 결정된다. 노동법은 모든 근로자에게 적용되나 근로시간(연장근무 포함), 휴가, 휴일, 병가 등의 규정은 월 급여 2,000 싱가포르 달러(US\$ 1612.9) 이하의 근로자만 적용되며, 그 밖의 경우는 고용주와의 개별 근로계약에 따라 결정된다.

□ 해고

- 싱가포르의 경우 노동시장이 매우 유연해 채용과 해고 관련 고용주와 피 고용자 간의 계약에 근거하도록 되어있고, 정규직이라 하더라도 특정 기간 사전 공지를 통해 해고가 쉬우며, 비정규직으로 채용했다 하더라도 일정 기간 후 정규직 전환의 의무는 없다.

□ 사회보험제도

- 싱가포르 고용법에는 피고용자에 대한 건강보험 지원에 관한 규정이 없다. 일반적으로 싱가포르 국민이나 영주권자에게는 Medishield라 불리는 저렴한 건강보험이 자동으로 제공되며, 대기업의 경우 피용자들에게 추가적인 혜택이 있는 사보험을 지원하는 경우가 있다.

■ 유의 사항

□ 외국인 근로자 고용 관련 주요 사항 및 2012년 관련 제도 변경

- 싱가포르 정부에서는 기업들이 외국인 근로자를 고용할 경우 세금을 부과하며, 외국 근로자의 고용비율에 제한을 두고 있다. 외국인 근로자에 대한 세금 및 고용비율 제한은 외국인 고용자의 급격한 증가를 방지하는데 그 목적이 있으며, 경제 현황 및 산업별 현황에 따라 세금 및 쿼터가 수시로 조정된다. 싱가포르 정부는 2012년 1월부터 외국인 취업비자 조건 상 최소 월급 기준을 높이는 변경을 적용하기 시작함으로써, 싱가포르 인구의 30%에 육박하는 외국인 근로자 수를 현재와 같이 유지하면서 내국인의 고용 기회를 늘리고자 하는 의지를 표명했다.

이에 따라 싱가포르 취업비자 조건이 Q1 Pass는 2,800에서 3,000 싱가포르 달러로, P2 Pass는 4,000에서 4,500 싱가포르 달러로 상향 조정되는 등 변동 사항을 확인해야 한다. 싱가포르 정부는 이번 조치뿐만 아니라, 장기적으로는 싱가포르에 거주하는 외국인 근로자에 대한 세금 징수액을 내국인 근로자의 세금 상향 속도에 맞춰 높여갈 계획임을 밝혔다. 나아가 2010년 이후 급속하게 증가하는 외국인 근로자의 질적 수준을 강화하기 위해 학력과 경력까지 자격요건을 제한할 예정이라고 발표했다.

출처 : 싱가포르의 노무관리제도(kotra 국가정보 싱가포르, 2013.6.30, kotra(대한무역투자진흥공사))

UK

05 영국

The United Kingdom Great Britain
and Northern Ireland

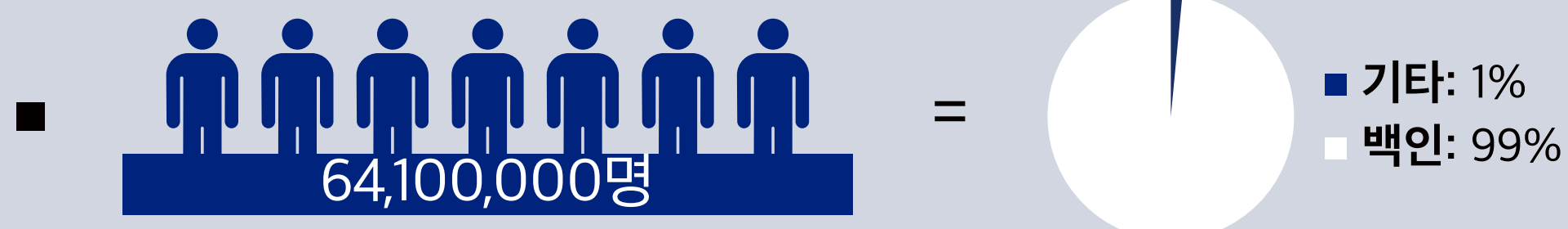
잉글랜드, 웨일즈, 스코틀랜드, 북아일랜드



I 국가개요



- 수도 : 런던
- 주요도시 : 런던, 버밍엄, 래스고, 맨체스터
- 언어 : 영어
- 화폐 : 파운드 (pound)



I 경제 및 시장상황

경제 규모(명목 GDP)	2조 8,280억 달러(약 3,110조 원)	2014년, 세계6위
경제 규모(PPP)	2조 4,970억 달러(약 2,746조 원)	2014년, 세계8위
1인당 명목 GDP	43,830달러	2014년 기준 : 세계22위
1인당 PPP	38,711달러	2014년 기준 : 세계22위
GDP 대비 공공부채 비율	86.8~86.8%	2012년, 세계22위
고용률	69.5%	OECD 13위
무디스 국가 신용등급	Aa1	2013년, 2등급

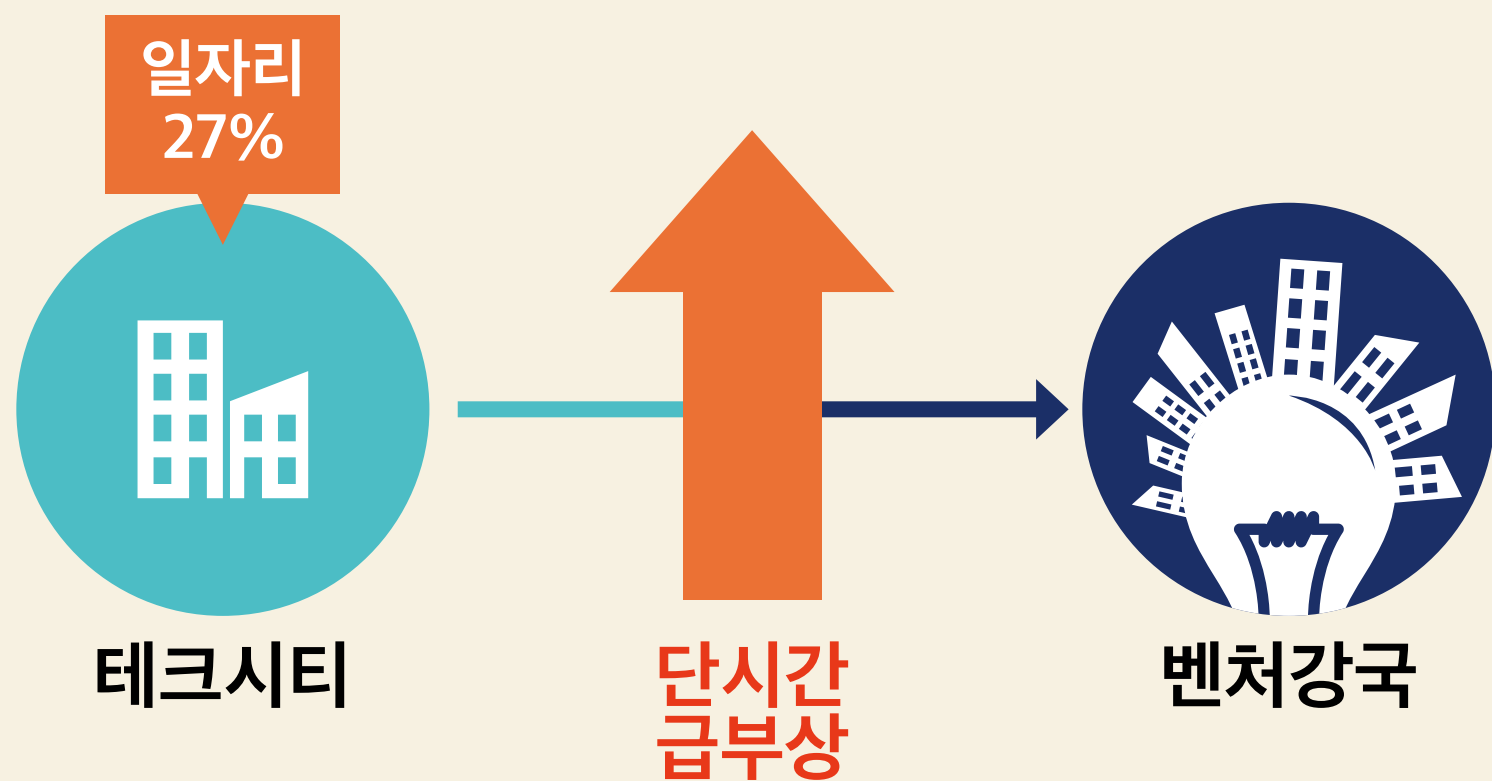
산업통상자원부의 발표에 따르면, 선진국 시장이 글로벌 경기 침체의 영향에서 상당 부분 회복하면서 미국, 유럽 등 선진국으로의 수출이 6.9% 증가했다. 특히 유럽에서는 영국 경제의 회복세가 두드러진다. 그간 영국은 서비스, 부동산 분야에서만 3%대의 경제성장률을 보였을 뿐 제조업은 부진했었지만 영국 통계청에 따르면 작년 상반기 제조업 생산도 전년 대비 4.4% 성장했다고 발표하였다. 더욱이 영국은 같은 기간 고용자 수가 3,000만 명을 넘어서면서 사상 최대치를 기록했고, 실업률이 6.6%로 유로존 실업률 11.6%의 절반 수준에 그쳤다. 이 같은 결과는 영국이 그간 추진해온 창업 활성화의 성과로 지난 2008년 금융위기 이후 최근까지 새 일자리를 가진 영국인 10명 중 7명이 취업 대신 창업을 선택했으며 (약 70만 명) '유럽의 실리콘밸리'라고 불리는 런던 테크시티의 ICT 벤처기업은 2010년 약 5만 개에서 2013년 말 9만여 개로 76% 증가했다. 런던 전체 일자리 증가의 27%가 **창업기업**에서 창출된 것이다.

출처 : MF 영국 GDP 자료(<http://www.imf.org/>)

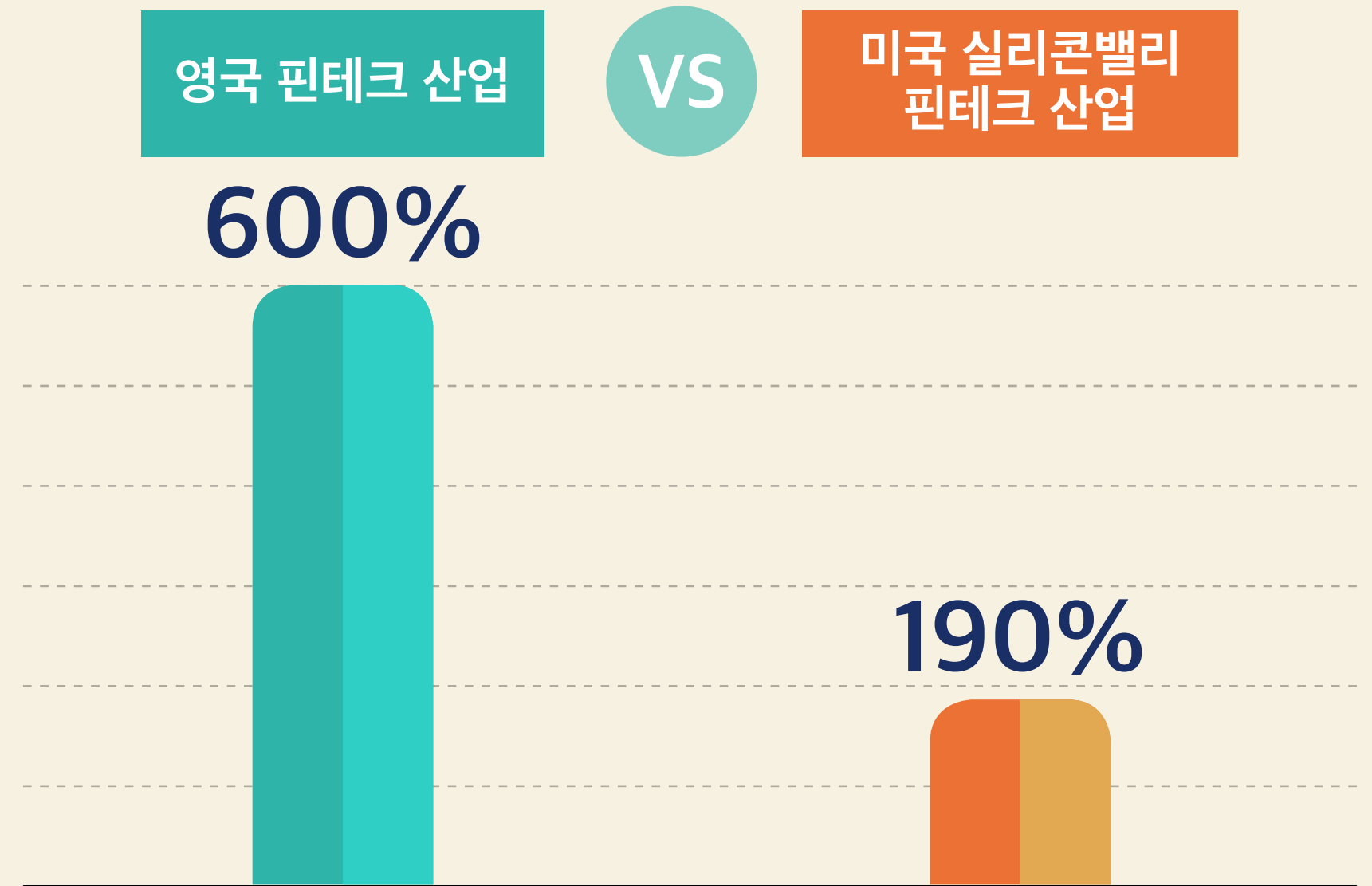
■ 영국 스타트업시장 활성화

▣ 핀테크

(Fintech : 모바일 결제 등 금융서비스와 관련된 IT기술)

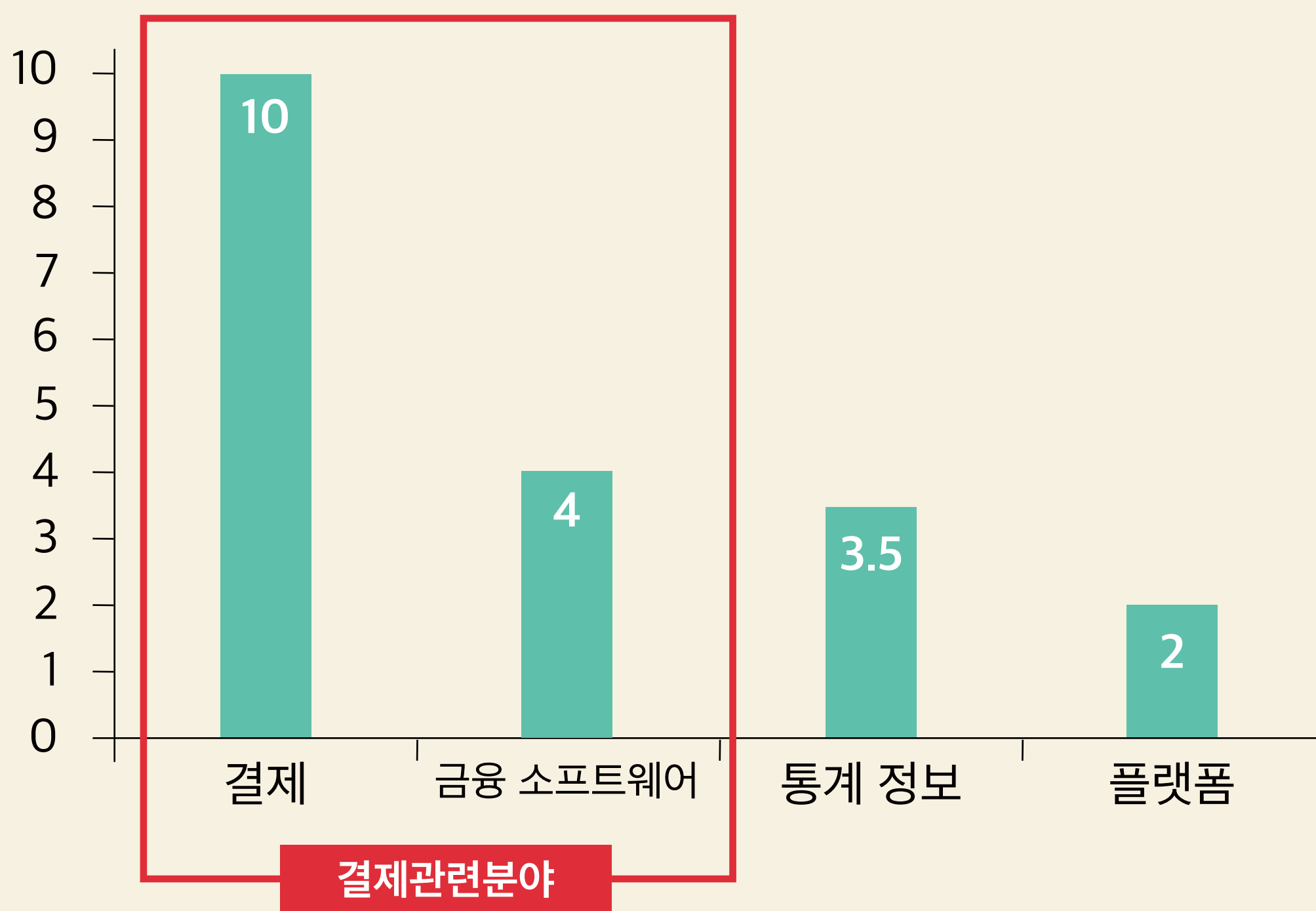


- 영국은 국가주도로 테크시티를 조성하여 단기간에 벤처강국으로 급부상했으며 런던 전체에서 늘어난 일자리의 27%가 바로 이 테크시티에서 만들어졌다.
- 마이클 블룸버그 전 뉴욕 시장은 “뉴욕 벤처기업의 경쟁상대는 실리콘밸리 기업이 아니고 테크시티 기업들”이라고 말했을 정도이다.



- 영국 핀테크 산업의 전년 대비 600% 성장률이 이를 증명한다.(미국 실리콘밸리 핀테크 산업 성장률 190%)
- ‘금융·IT 융합형’ 산업 핀테크는 영국 창업 트렌드를 대표하는 단어다.

▣ 영국의 주요 투자유치 분야



영국은 핀테크관련 각종 컨퍼런스가 개최되고 투자유치(결제 관련분야가 압도적)도 활발하다

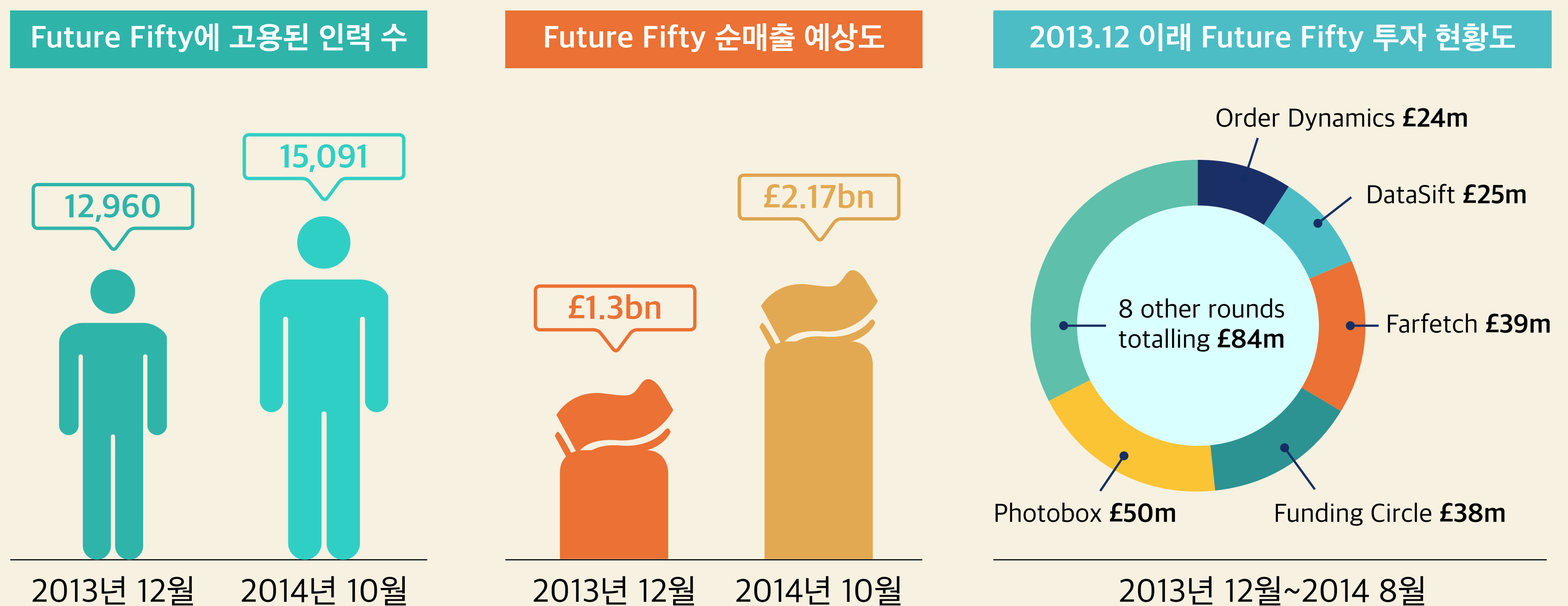
창업천국이 된 영국의 변화를 이끌었던 것은 영국 정부인데 20세기 제조업에서 이미 금융산업으로 한차례 국가중심 산업을 변환시켰던 영국은 글로벌 금융위기 이후 다양한 창업지원정책으로 경제위기를 극복하고자 했다. 글로벌 금융위기로 정리 해고된 금융업 종사자들에 의한 창업이 이루어졌고 영국은 **핀테크**의 중심지로 급부상 했다. 핀테크는 2015년 현재 우리나라에서도 은행권을 중심으로 지원을 시작하며 큰 이슈가 되고 있는데 영국에서는 태생적·정책적으로 자연스럽게 발전해 왔다고 할 수 있다.

■ 영국의 대응

- 정부-민간, 대학-금융권-시장의 상호협력관계를 형성하며 큰 성과를 보이고 있는 가운데, 영국 정부는 ‘미래 50(Future Fifty)’이라는 창업지원정책을 발표하며 2015년에도 더 강력한 정책적 지원을 해나갈 것으로 보인다. 미래의 경제성장 동력을 스타트업에서 지속적으로 개척해 나가겠다는 의지가 담겨있기도 하다.

자금지원, 시드펀딩, VC, 비디오게임, 가속 브로드밴드 펀드 등에 대한 세제감면, 기업 비자발급 등 디지털 기업을 위한 정책지원 강화, 멘토링 및 자문(Mentoring and advice), 유로경제구역권 외에서 사업 아이디어를 가지고 있는 개인들을 위한 사업 비자 발급지원, 공간지원, 그리고 구제자금 확대, 창업초기 자금지원, 시드 투자자들에 대한 50% 세금 감면, 매칭펀드 조성 등 자금지원 활성화 등 영국 정부의 지원은 거침이 없다. 그리고 국가내의 높은 교육수준을 통해 갖춰진 연구개발 인프라와 GDP의 75%를 차지하는 3차 산업 비중, 재무성의 제도개혁을 통한 지원으로 향후 스타트업 환경은 더 나아질 것이며 국가차원의 지원도 더욱 강화되어 가고 있다.

□ <Future Fifty>



2014 Future Fifty IPOs



이미 작년부터 시작한 미래50 프로젝트로 큰 성공을 거둔 영국정부는 올해에도 계속해서 이 같은 정책을 추진하고자 하고 있다.

■ 영국의 엑셀러레이터와 정부기관들의 프로그램과 운영

영국은 정부와 민간의 역할이 교차되는 범위에서의 협력적 지원사업 설계를 중시하고 산학연협력과 같이 실험실 중심의 기술창업 자원을 시장 중심의 기술창업 자원으로 바꾸는 시도도 하였다. 또한 전통적으로 강점을 가지고 있는 금융과 지역적 이점을 전략적으로 이용하여 효과높은 프로그램을 운영한다.

▣ 정부주도 대학참여 펀드 운용 : UCSF(University Challenge Seed Fund)

민간 VC들이 대학 창업 펀드 구성에 참여율이 낮은 문제를 해결하기 위해 정부가 직접 단계별 창업펀드 활성화를 지원한다. 시드펀드가 다방면에서 사업화 과정을 지원할 수 있을 것으로 보고 구상된 프로그램으로 조성된 자금은 경영 관리 능력 확보를 위한 자금, 지식재산권 확대 및 안전성 확보, 추가 R&D, 시제품 제작, 사업계획 준비, 법률비용 충당 등에 지원된다.

시드단계 자금을 지원하는 펀드인 UCSF는 정부가 총 자금의 3/4을 출연하고 나머지를 대학이 마련하였으나 현재는 정부차원의 추가 지원이 이루어지고 있지는 않다. 하지만 기 구축된 UCSF가 각 대학별로 자체 운용되고 있어 시드펀딩은 현재 영국 정부의 고등교육혁신기금(HEIF)의 핵심적 부분을 차지하고 있다. 창업펀드의 구성이 정부의 지원으로 시작되었지만 대학으로 자연스럽게 옮겨진 사례로 볼 수 있다.

▣ 기술창업 클러스터 : Tech city

East London Tech City를 줄여서 부르는 표현으로 런던 중동부 외곽에 위치한 Old Street과 Queen Elizabeth Olympic Park 사이에 있는 런던의 East End 전역이 해당된다. 원래부터 지역을 중심으로 하이테크 클러스터들이 자생하고 있었지만 2010년 11월 카메론 총리가 'Tech City' 전략을 밝힘으로써 급성장하는 계기가 되었다. 입주기업들이 R&D 센터와 창업보육센터(Intel Incubator 등), 사무소 등을 세워 연구와 창업을 동시에 지원한다. 가까운 거리에 대학, 금융, 관련 산업체가 밀집해 있어 창업 및 혁신 클러스터의 대표적 형태이다. 특히, 영국 정부는 비자 관련 정부지원 등을 통해서 자국 업체만이 아니라 외국기업을 받아들이고 글로벌 참가자들이 활용할 수 있도록 오픈하고 있다.

IN NUMBERS THE UK'S DIGITAL TECHNOLOGY INDUSTRY

GREATEST
VOLUME OF DIGITAL
EMPLOYMENT
CAN BE FOUND IN :

251,590

INNER LONDON

61,653

BRISTOL & BATH

56,145

GREATER MANCHESTER

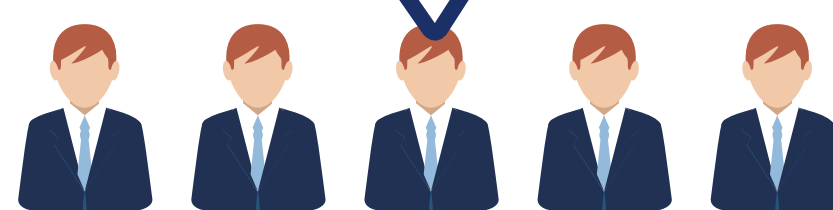
54,527

READING (AND BERKSHIRE)

44,951

LEEDS AREA

1.46M



PEOPLE EMPLOYED
IN DIGITAL COMPANIES

45K

CURRENT NUMBER OF DIGITAL JOBS
BEING ADVERTISED IN THE UK

62%

OF THOSE WERE OUTSIDE INNER LONDON

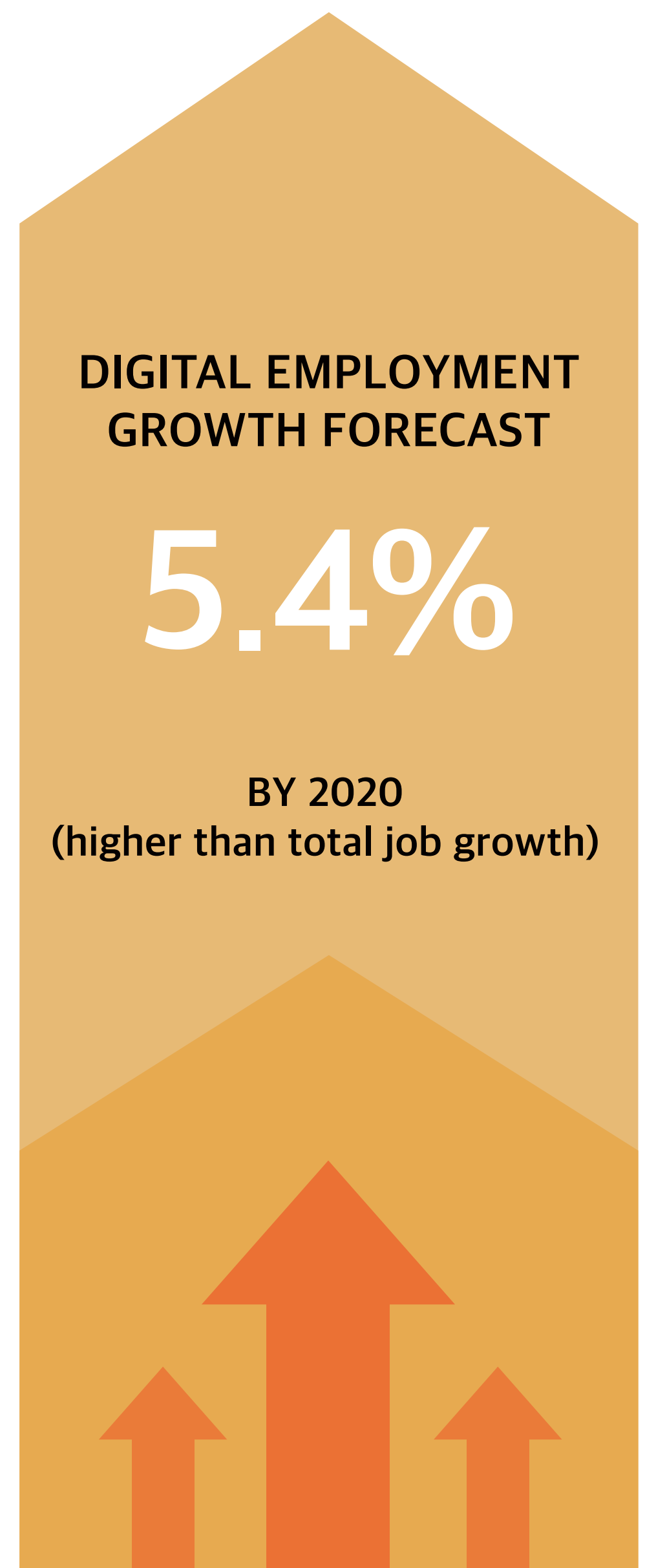
over one million

DIGITAL TECHNOLOGY JOBS WERE
ADVERTISED IN 2014 (+28% year on year)

DIGITAL EMPLOYMENT
GROWTH FORECAST

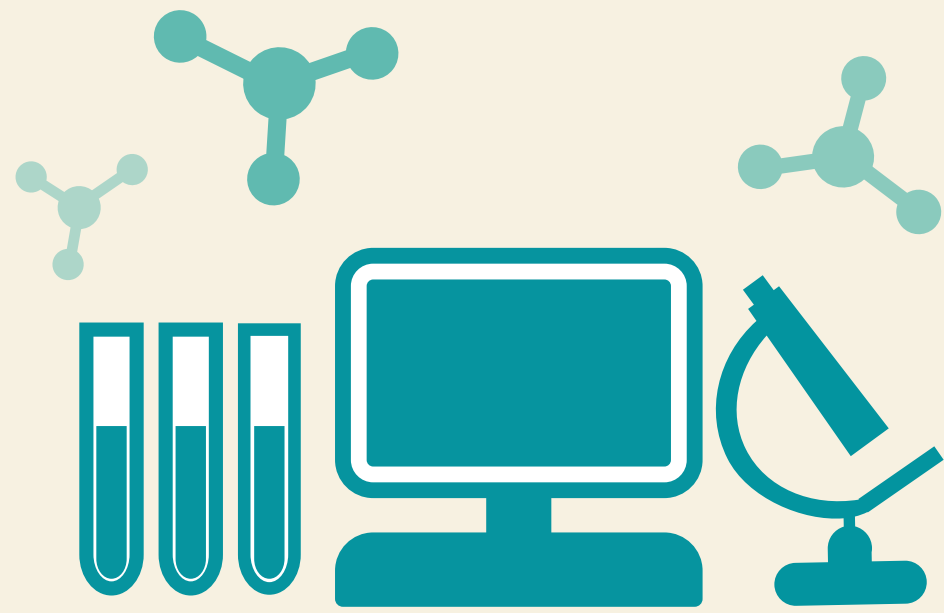
5.4%

BY 2020
(higher than total job growth)



Tech City의 세 가지 목표

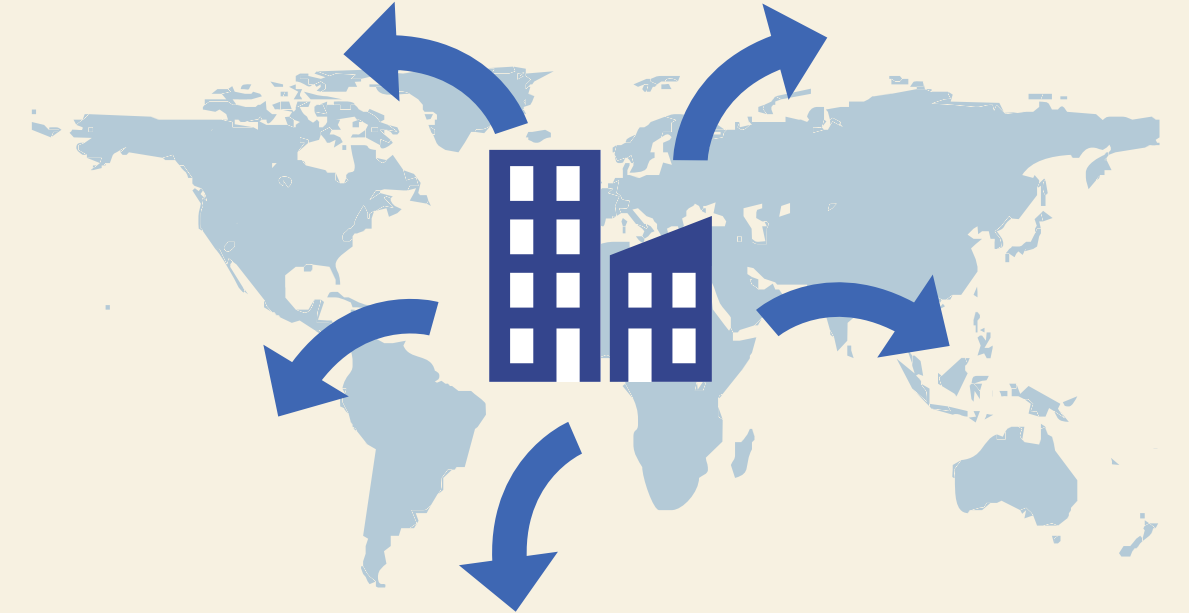
- 1 새로운 기술과 혁신센터에 투자하여 지역창업과 클러스터를 지원



- 2 대규모 글로벌 투자 유인



- 3 Tech City를 활용해 런던 동부지역 밖으로 하이테크 활동을 촉진



□ 국가정책

테크시티의 성공을 위해 영국 정부는 법인등기 절차를 데이터베이스(DB)화해 온라인으로 모든 절차를 처리할 수 있는 시스템을 구축하고(정부 운영 사이트인 ‘컴퍼니스 하우스’에 접속해 회사명, 주소, 자본금, 주주 등 기본 정보를 입력한 뒤 수수료 15 파운드(약 2만6000원)를 내면 하루 만에 법인설립) 자본금 제한도 없었다.

또한 영국 정부는 고물가 탓에 런던으로 오지 못했던 기업들을 위해 사무실 임대료를 낮추기도 했다. 테크시티의 ‘서비스드 오피스’(책상 하나에 전화, 팩스 등 사무기기 구비)를 빌리는 데 월 20만원이면 된다.(런던지역에서 같은 크기의 사무실 임대료는 월 100만~250만원) 테크시티에서 사무실을 얻은 한국의 어느 스타트업 대표는 “서울 여의도에서 창업할 때보다 사무실 임대료가 10분의 1밖에 안 든다”고 하기도 했다.

외국 중소기업들을 위해서는 ‘터치다운 프로그램’이란 임대료 지원 서비스가 있다. 사업 첫해 사무실 임대료를 80% 감면, 1년 뒤 임대계약을 연장할 시에는 25%를 할인해주는 서비스다. 이후로 생활비 문제로 런던에서 잘 적응할 수 있을지 고민하던 많은 해외 기업이 테크시티 입주를 원하고 있다고 한다.

이처럼 영국은 작년 세계은행 기업환경평가에서 ‘자금조달 환경’ 분야 4개 평가항목 모두 만점을 받을 정도로 국가적인 차원에서 매우 세세한 부분까지 제도를 개선해 나아가고 있다.

출처 : <http://www.hankyung.com/news/app/newsview.php?aid=2014052714771#AA.8716394.1>

15년 기술이슈 및 동향

금융강국

창업 활성화로
경제 위기 극복

핀 테크, 게임산업 육성
위한 세금 감면 도입

20세기 영국의 주력산업은 산업혁명을 기반으로 이룬 광산업, 제조업이었다. 1980년대 들면서 대차 수상은 영국병 (1970년대 고복지 · 고비용 · 저효율로 인한 만성적인 경제 침체)을 해결하기 위해 강력한 정책을 펼쳐 기존 산업구조를 금융산업 등 3차 산업 중심으로 전환시켰다. 이후 글로벌 금융위기를 맞게 된 영국은 다양한 창업 지원정책으로 경제 위기를 극복하고자 했다. 글로벌 금융위기로 정리해고된 금융업 종사자들에 의한 창업 붐이 일어났고 현재는 금융과 기술의 합성어인 핀 테크 (Fintech : 모바일 결제 등 금융 서비스와 관련된 IT 기술)의 중심지로 런던이 급부상하고 있는 것이 이와 무관하지 않다. 테크의 중심지인 런던의 테크시티는 과거 런던의 금융 중심지로, 이제 이곳은 ICT 기업들로 채워지고 있다.

지식 분야 R&D 정책

지난 2012년 영국 기술전략위원회는 세계적으로 급성장하고 있는 동시에 주요 국가 과제에 활용 가능성이 높은 첨단재료(Advanced Material), 생명과학(Biosciences), 전자공학/센서/광전자공학(Electronics/Sensor/Photonics), 정보 통신(ICT) 4가지 분야의 “기반기술 전략(Enabling Technologies Strategy) 2012-2015”공개했다.

Fintech in the UK



Fintech Investment

2008년부터 핀 테크 투자는 8 배 가까이 그 가치가 증가하여 2013년 2,650억 원에 이르렀다.



Estimated annual revenue

결제수단, 소프트웨어, 데이터, 분석, 플랫폼 등을 통해서 창출되는 연간 매출액은 35조 원으로 예상된다.



Sources

영국에서는 핀 테크 비즈니스를 가능하게 하는 다양한 금융 자원이 존재한다.

World-leading financial services

영국의 핀 테크의 성장 기반 :



전 세계 금융 서비스의
중심으로 자리 잡은 런던



비즈니스 자금의
쉬운 접근성



정부 규제 지원

Financial Institutions

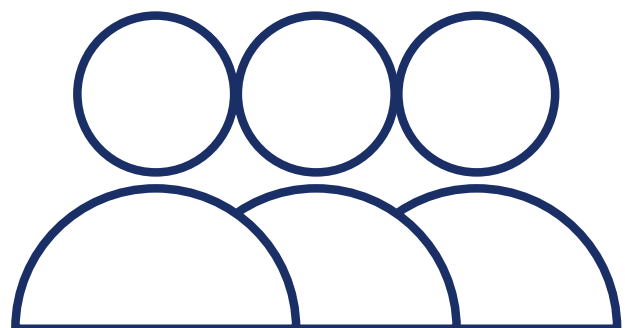
런던은 전 세계에서 가장 큰 금융 기관이 모여있는 중심지로 세계적인 고객 기반을 가지고 있다.



251 외국은행

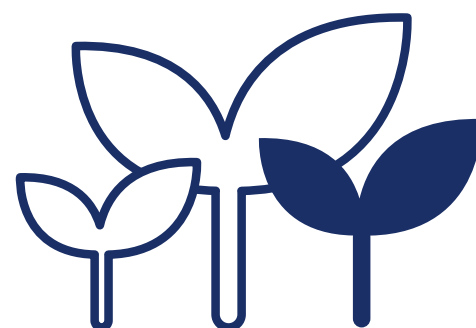


588 외국 금융 서비스 기업



Talent

110만 명의 사람들이 금융 서비스로 종사하여 일을 하고 있고, 그중 2/3가 런던 외곽에서 근무를 하고 있다. 이러한 사항은 핀 테크 분야를 위해서 자격과 경험을 갖추고 있는 전문가 풀이 있다는 사실을 대변한다.



Tech City start-ups

테크시티는 2013년 4월에 이르기 까지 15,000개가 넘는 신규 기업을 끌어들이 영국 내에서 가장 유명한 스타트업 도시로 자리매김하였다.



UK wide services

에딘버러, 벨패스트, 리즈, 맨체스터, 버밍햄, 카디프 등의 도시 모두 강한 금융 서비스 센터를 가지고 있다.

출처 : IT R&D 정책동향-정보통신산업진흥원

| 소비자 특성

영국의 소비자들은 보수적인 성향과 높은 브랜드 충성도를 가지고 있는데 이는 영국 시장 진입의 가장 큰 걸림돌로 작용한다. 소비패턴을 잘 바꾸려 하지 않기 때문에 차별화된 전략이 중요하다. 신중하게 구입한 뒤 제품에 문제가 생겨서 다시 구매하는 것을 싫어하며, 시간 낭비를 했다고 생각하는 경향이 다분하다. 이는 오래된 브랜드일수록 더 큰 신뢰를 보내는 영국인의 소비문화와 관련이 깊다. 그러나 금융위기 이후에는 브랜드 가치를 무시하며, 제품의 질이나 디자인 등이 기존에 잘 알고 있던 유명 브랜드와 유사할 경우 저가 제품을 선호하는 '금융위기식 소비(Credit Crunch trend)' 패턴도 생겨났다. 이 때문에 특히 초저가 의류, 모조 장신구와 같은 시장은 크게 성장 중이며 상대적으로 브랜드 가치가 약한 제품과 다양한 창업기업의 서비스가 이러한 트렌드를 통해 반사이익을 얻을 가능성이 높다.

인터넷 속도가 느림에도 불구하고, 인터넷 온라인 쇼핑 시장은 유럽 최대를 자랑하며, 특히 모바일 기기를 통한 쇼핑은 인구 대비 세계 최고 수준이다. 배달을 함으로써 시간을 절약하는 것이 영국인들에게는 매우 중요한 요소로 여겨지는 동시에 대부분 품목에서 나타나는 높은 부가가치세(20%)와 고 마진의 유통구조로 인한 비싼 가격이 최근 들어 온라인 상거래가 크게 활성화 되는 원인이다.

| 마케팅 전략

영국에서는 한국의 국가 브랜드 이미지가 점차 상승하고 있는 추세이다. 전자제품 시장에서 삼성과 LG, 자동차 시장에서는 현대차와 기아차가 고객평가에서 높은 평점을 받고 있다. 그 외 중소기업 및 상품에 대해서는 가격 경쟁력을 갖춘 제품들로 인식해 나가는 추세이다. 최근에는 영국 런던의 중심가에 한국 문화원이 개설되어 한국 문화를 전파하고 있는 등 한국 문화와 서비스, 제품에 대한 인식이 나아지는 상황에서 영국의 생활문화 및 소비자 특성을 파악한 마케팅으로 국내 기업들의 영국 진출 성공 가능성을 높일 수 있다. 특히 영국 내 마케팅을 위해 다문화 다민족 국가라는 점과 고령화 시대로 접어들고 있다는 부분을 눈여겨볼 만하다. 2004년 이후로 영국 출생자 인구의 증가는 정체한 반면, 외국 출생자는 증가하였으며, 2030년경에는 유색인종이 과반을 넘어 원주민인 백인은 소수민족으로 전락할 것이라는 전망이다. 남아시아계를 포함한 무슬림 인구가 많아짐에 따라 큰 잠재시장으로 떠오르고 있기 때문에 이들을 겨냥한 마케팅 역시 향후 고려해야 할 부분이다. 또한 영국의 노년층을 대상으로 한 특화 제품 및 서비스의 중요성이 부각되고 있는데 영국의 노년층은 한국과 달리 청장년층과 거의 유사한 활동력을 보이며, 복지제도가 강한 영국에서는 구매력 또한 청년층에 못지않다. IT를 어려워하는 노인을 대상으로 마케팅이 영국에 진출할 기업에게 매우 중요할 것이다.

| 문화 및 생활 특성

우리가 알고 있는 영국은 잉글랜드, 웨일스, 스코틀랜드 그리고 북아일랜드를 포괄하는 나라이다. 위의 지역들은 각각 특이한 전통과 문화를 가지며 역사적으로 갈등 관계에 있기도 하다. 따라서 잉글랜드 이외의 지역 사람에게 포괄적인 개념으로 ‘잉글리쉬’라고 말하는 것은 큰 결례가 된다. 상대방의 출신 지역을 확인한 후 적절한 단어(스코티쉬, 웨일시, 아일랜드시) 사용하며 그에 맞는 대화 소재를 선정하는 것이 중요하며 통칭으로는 UK 혹은 ‘브리티쉬’라는 단어를 사용하는 것이 좋다. 영국인들은 중립적인 성향으로 타인에게 폐를 끼치는 것을 꺼리며 특히 간섭받는 것을 불쾌하게 여긴다. 대화 시 어떤 경우라도 상대의 말을 끝까지 들어야 하며 중간에 끼어드는 일이 없도록 하고 부득이한 경우라면 반드시 양해를 구하도록 한다. 또한 대부분의 영국 사람들은 내성적이어서 대화 시 작은 목소리로 이야기하며, 몸짓을 많이 하지 않을 뿐만 아니라 일정 거리를 유지하는 것을 좋아하므로 너무 큰 몸짓을 하거나 큰 목소리로 이야기하는 것은 거부감을 줄 수 있다. 대화 시는 서로 눈을 맞추는 것을 기본으로 한다.

| 비즈니스 매너 및 계약 체결 이슈

영국인과 사업적으로 접촉 시 가장 중요한 점은 그들이 이해할 수 있는 올바른 영어로 작성된 철저한 자료를 준비해야 한다. 그렇지 않을 경우 제품의 우수성에도 불구하고 영국 바이어의 초기 관심을 끌지 못해 다음으로 이어질 기회를 놓칠 가능성도 있으므로 철저히 준비하는 것이 매우 중요하다. 제품 및 서비스를 시연하기 위해(핸드 캐리가 가능할 경우) 샘플을 지참한다면 보다 성공적인 사업 결과로 이어질 수 있다. 또한 영국 기업인들은 선례를 따르는 것을 좋아하기 때문에, 미팅에 임하기 전에 해당 기업의 웹사이트 및 기타 자료를 통해 해당 기업의 프로필 등을 미리 조사해 보는 것이 좋다. 글로벌 진출에서 영국은 특히 영어 표현의 부적절한 사용으로 인해 부정적인 결과를 초래하는 예가 많으니 현지 사정에 밝고 영어가 유창한 팀원이 없다면 통역원을 이용해서라도 언어 문제를 철저히 해결하는 것이 좋다. (통상의 일일 통역료는 100~150파운드 수준(오전 9시 ~ 오후 5시 근무 시간 기준, 교통비/숙식비 별도)).

영국 기업가들은 협력 업체 선정 시 지속적이고 장기간 쌓아온 관계를 선호한다. 또한 일회성 계약을 위한 상술보다는 장기적 관계 형성을 위한 것에 초점을 맞추는 것이 중요하다. 따라서 영국인 혹은 기업과 비즈니스 거래의 기미가 보이더라도 실제적인 성사로 이어지기까지 매우 오랜 시간이 걸린다는 것을 인지하고 인내심을 가지고 꾸준히 신뢰를 쌓아가며 거래를 하는 것이 중요하다. 영국인들은 통상 객관적으로 판단하여 이 에 따른 확실한 기준으로 협상에 임하므로, 비즈니스 협상 시에는 개인적인 친분이나 개인적 감정 등을 개입시키지 않는 것이 바람직하다. 상담 시 만약 회의가 원하는 방향으로 진행되지 않더라도 직설적 표현은 자제해야 하며 지나친 의사 표출이나 강제적 답변 요구는 관계 자체를 손상시키는 결과를 초래한다. 영국인들과의 대화 시에는 특히 상대방의 얘기를 끝까지 잘 듣고 그 이야기에 맞는 쉬운 단어를 이용하더라도 적합한 영어 표현을 통해 본인의 의견을 정확하게 전달하는 것이 중요하다.

| 주요 창업지역

1 Bristol and Bath

최근 유명 컨설팅 회사인 맥킨지로부터 ‘국제적으로 훌륭함’, ‘높은 성장률’로 평가받은 두 곳은 런던 밖에서 클러스터로서 가장 높게 평가받은 곳이다. 이 두 개 도시의 1,100여 개 기술회사는 런던 밖에서 높은 연계성을 가지고 있다.

2 Cardiff

영국 내에서 가장 살기 좋은 도시로 손꼽히는 Cardiff는 최근 ‘Cardiff Start’가 생겨나 지역의 스타트업을 활발히 이끌고 있다.

3 North East

창업기업들의 기술 관련 커뮤니티가 지역에서 자발적으로 생성되어 소프트웨어에 특화된 1,400여 개의 소프트웨어 기업이 자리 잡고 있다. 최근 들어 IOT 기술이 눈에 띄게 발전하는 모습을 보여주고 있다.

4 Sheffield and Leeds

셰필드는 IOT 엑셀러레이터와 소셜 기업 육성 엑셀러레이터가 많은 Maker City로 알려져 있고 리즈는 의료기술 및 FinTech 관련한 엑셀러레이터가 발달해 있다.

5 Manchester

큰 규모의 도시경제를 가지고 있는 맨체스터는 미디어 시티로 알려져 있으며, 10만 명이 넘는 사람이 기술 관련 분야에 종사 중이다. 또한 도시 내에 4개의 대학이 위치하여 관련 분야 인력을 배출하고 있다.

| 창업환경

'기업가정신'이 발현되는 창업 생태계 조성

영국의 창업 활성화 정책의 방향은 사회, 경제적 요인이 창업에 중요한 영향을 미친다는 것을 전제로 창업을 저해하는 제도적 문제점의 개선, 건전한 창업 생태계의 조성에 초점을 맞 추고 있다. 특히 영국은 유럽에서 기업가정신 교육 프로그램이 가장 발달한 나라로, 중학생부터 필수교과 과정으로 기업가정신 교육을 시행한다. 또한 기업 주간을 정해 청소년뿐만 아니라 전 연령층에 대해 기업가정신 고취를 위한 다양한 활동을 시행하고 있다. 이러한 기업가 정신의 함양을 강조하는 영국의 창업정책 기초 덕분에 영국의 창업 생태계가 활성화될 수 있었다. 조기교육뿐만 아니라 고취 노력이 정책들과 더불어 우호적인 창업 생태계를 조성하고 있기 때문에 전 세계의 기업들이 런던을 향하는 것이다.

영국 창업제도의 가장 큰 강점은 무엇보다 창업절차가 쉽고 빠르다는 점이다. 정부 사이트에 1시간 정도 정보를 입력하고 수수료 15파운드(약 2만 6,000원)를 지불하면 당일 회사를 설립할 수 있다. 자본금 제한도 없어 2013년 상반기에 창업한 9만여 개의 기업 중 10%는 자본금 0원으로 창업한 회사다. 또한 영국 정부는 법인의 등기 이사과 임기에 대한 제한도 없애, 16세 이상의 회사 운영자 한 명만 있으며 되도록 창업절차를 간소화했다. 더불어 연대보증 제도가 없고, 부도 시에도 경영자는 자본금에 한해서만 책임을 진다. 회사가 경영난에 처할 경우, 법에 정해진 퇴직수당만 지급하면 근로자를 정리해고할 수 있도록 해서 언제든 폐업도 가능하다. 세제혜택 또한 현재 선진국들 중 23%라는 가장 낮은 법인세율을 자랑하고 있으며, 영국에 본사를 두면 해외에서 발생한 매출에 대해 세금을 부과하지 않도록 하여, 많은 다국적 기업이 영국으로 본사를 이전했다. 영국은 3차 산업의 비중이 GDP의 75.5%를 차지하고 있는 나라이기에 콘텐츠를 중심으로 한 창조산업과 IT 등 무형의 지식기반산업을 육성하는 것이 매우 자연스러웠으며 그 결과 중소기업으로 분류되는 고용인원 249명 이하의 기업들이 483만 4천45개로 영국 전체 기업 수의 99.9%에 달한다.

이런 상황에서 영국 정부는 강력한 창업 지원정책을 시도해왔다. 작년 4월 영국정부는 '미래 50(Future Fifty)'이라는 새로운 스타트업 육성제도를 발표했다. 이 제도는 미래 성장 가능성이 있는 50개 핵심 스타트업을 매년 선정해 투자 유치, 사업 확장, 인수합병(M&A), 상장에 이르기까지 다양한 사업화 전략을 지원해주는 제도다. 스타트업에 대한 다양한 감세 혜택과(창업자가 자사 주식을 매각할 때 세금은 10%를 넘지 못하도록 고정 상한 세율을 책정하고 엔젤투자가는 스타트업 기업에 투자 시 금액에 상관없이 최대 50%까지 감세 혜택) 금융 거래세 폐지를 통해 자금 운용에 있어 철저한 자유를 허용했다. 신기술을 사업화하기 위한 지원도 대폭 강화하여 기술 개발비의 60~65%를 보조금으로 지원하는 등 제도를 추진하고 있다. 더불어 영국의 법인세율은 주요 EU 회원국 중 가장 낮은 경상이익 기준 30%이며 게다가 지자체에서 선정한 개발촉진지구에 투자하는 경우 공장 건설을 위한 자본비용 및 연구개발비의 100%에 대해 세금을 면제했다.

■ 21세기형 창업정책, 런던 테크시티

2010년 11월, 영국 정부는 전통 제조업체들이 쇠락해 쇠퇴하던 런던 북동쪽에 대규모 투자를 단행하고, ICT 관련 스타트업 전용 단지를 조성했다. 2011년 200개에 불과했던 테크시티 입주기업 수는 2014년 7월 말 3,000여 개에 이르렀으며, 구글, 아마존, 인텔 등 굴지의 글로벌 기업들이 이곳에 입주했다. 이곳의 가장 큰 장점은 네트워크의 역동성에 있다. 글로벌 IT기업들이 강조하는 '융합'의 실현 수단으로서 '개방'과 '협업'이 테크시티에서 현재 활발하게 이뤄지고 있다. 테크시티에 무역 투자청을 입주시켜 글로벌 기업의 유치와 R&D 등을 지원하고, 인근에 금융기관 및 엑셀러레이터들을 위치시켜 자금 조달을 용이하게 했다.

■ 구글 캠퍼스 런던

구글 지원으로 설립된 7층 건물 '캠퍼스 런던(구글 캠퍼스)'은 협업을 극대화하기 위해 마련된 공간이다. 7개 층을 각각 다른 스타트업 지원 기관들이 관리하며, 업무 공간 제공, 교육, 컨설팅, 네트워킹 이벤트 등 모든 서비스가 이곳에서 이뤄진다. 스타트업과 지원 기관이 개방적 구조에서 함께 일하고 있다. 지하 카페에서는 개발자, 투자자, 스타트업 및 대기업 등 기업인들이 아이디어를 나누고 협력을 모색하는 모습을 쉽게 볼 수 있다.

출처 : <http://blog.naver.com/sbcblog>

법인설립요건

구분	법인	지사	연락사무소
영리활동	가능	가능	불필요
자본금	공개주식회사 최소 £50,000 비공개 주식회사 최소 1펜스	불필요	불필요
이사	공개주식회사 최 소 2명 비공개 주식회사 최소 1명	불필요	불필요
비서역	1인 이상	불필요	불필요
법인세 과세 범위	전 세계 소득	국내 원천 소득	법인세 없음
회계 처리	영국법인의 회계 처리로 완결	별도 회계 필요	해당사항 없음
과실송금 가능 여부	가능	가능	법인세 없음
소송(분쟁 해결)	원칙적으로 본국법 인에 영향 없음	본국 법인에 영향을 미침	본국 법인에 영향을 미침
등록 소요기간	서류 제출 후 8~10 일(다만 £550의 등 록 비를 낼 경우 서 류 제출일에 등록됨)	서류 제출 후 8~10 일(다만 £50의 등록 비를 낼 경우 서류 제출일에 등록됨)	서류 제출 후 8~10 일(다만 £50의 등록 비를 낼 경우 서류 제출일에 등록됨)
설립 소요비용	등록비용 £20 (법 률사무소 등을 이 용 할 경우 £1,000~ £2,000의 수수료)	등록비용 £20 (법 률사무소 등을 이 용 할 경우 £1,000~ £2,000의 수수료)	등록비용 £20 (법 률사무소 등을 이 용 할 경우 £1,000~ £2,000의 수수료)
등록기관	Companies House (www. companiesho use. gov.uk)	Companies House (www. companiesho use. gov.uk)	Companies House (www. companiesho use. gov.uk)

출처 : <http://www.globalwindow.org/>

| 고용 및 인력 환경

■ 영국의 이민법

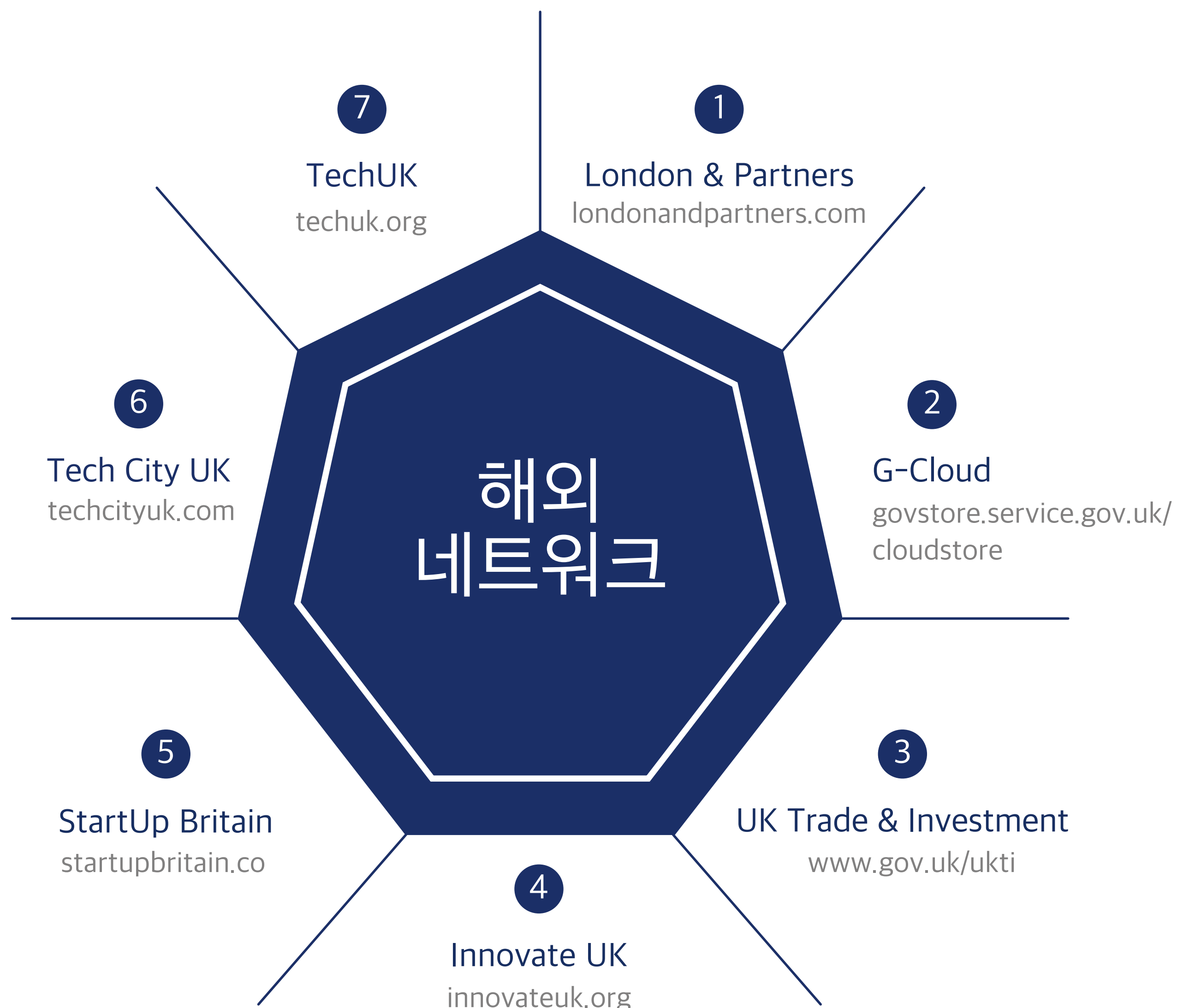
- 현지에서 3개월 이상 체류하기 위한 법적 비즈니스 자격(비자)이 필요
- Business visitor / Sole representative
 - 비즈니스는 진행할 수 있으나, 단기 체류의 성격을 띤 Business Visitor와 독립적인 법인 설립, 계약, 고용, 부동산 취득 등의 자격이 주어지는 Sole representative로 나뉨
 - Tier 1 Entrepreneur Visa(스타트업 비자) : 20만 파운드(약 3억 5천만원) 투자 및 자본금을 가지고 있는 경우에 한하여 3년간의 비자 발급

■ 현지 고용 계약법

- 고용 계약은 영국에서 가장 분쟁이 많이 일어나는 부분으로 계약서의 검토를 반드시 계약된 로펌 및 변호사를 통해 진행
- 계약기간, 근무시간, 휴가, 연봉, 제한사항 등에 대한 면밀한 검토
 - 추가 근무 수당 등 야근과 추가 근무가 잦은 창업기업의 경우, 이러한 부분에 대한 명시가 분명히 이루어져야 추후 분쟁의 소지가 없음

■ 현지 인력 찾기

- 런던은 자유로운 분위기에서 인력을 찾는 일이 자주 있어 관련 테크 이벤트 및 커뮤니티를 통한 인력 확보가 가장 좋은 방법일 수 있음
- 3Beards : 매월 진행되는 이벤트로 Tech 인력이 모이는 행사 / 3-beards.com/jobs
- Campus London : 구글에서 운영하는 인큐베이션 공간으로 다양한 행사 및 스타트업이 모임 / campuslondon.com/jobs
- Tech City Jobs : 런던 시에서 규정한 테크시티 내에서의 인력을 찾을 수 있는 공간 / echcityjobs.co.uk



GERMANY

06 독일

The Federal Republic of Germany



I 국가개요



- 국명 : 독일연방공화국 (The Federal Republic of Germany)
- 면적 : 348,540km² (한반도의 1.6배, 대한민국의 3.6배)
- 수도 : 베를린 (Berlin)
-  81,000,000명
- 언어 : 독일어
- 화폐 : 유로 (Euro)
- 주요도시 : Berlin(338만 명), Hamburg(173만 명),
Muenchen(139만 명), Koeln(102만 명), Frankfurt(69만 명)

I 경제 및 시장 상황

GDP : 28,205억 유로 (2014), 1인당 GDP 33,346 유로(2013)

경제 성장률 : 1.2%(2014년 3분기)

실업률 : 6.3%(2014년 11월)

물가 상승률 : 0.6%(2014년 11월)

국내 총 소비 : 16,051억 유로(2014년 3분기)

출처 : KOTRA http://www.globalwindow.org/quasar_jsp/inc/gw_downloadpdf.html?fileName=/gw_files/NationPDF/101013/101013_101_5069951.pdf

2012년 독일 경제는 내수시장 및 고용 안정에도 불구하고 유로존 위기에 따른 불확실성으로 0.7%의 성장에 그쳤다. 이는 경기 침체로 인해 자동차, 기계, 섬유 등 전반적인 산업에 걸쳐 수요 감소 및 지난 2012년 4분기 이후 독일 경제 내 투자 둔화가 지속되었기 때문이다. 2013년 3분기에 접어들며, 기계와 자동차 분야 설비 투자 회복세가 긍정적으로 작용하며, 상반기의 둔화세를 다소 만회하기 시작하였으며, 4분기의 경우 3분기 1.1% 대비 보다 상승한 1.3%의 성장률을 기록하였다. 2014년 1분기의 경우 독일 경제는 전년 동기 대비 2.5%, 전 분기 대비 0.7%의 성장세를 기록하며 고용과 물가, 소비, 수출 등 주요 경기지표가 비교적 안정세를 나타냈다. 2014년 3분기는, 전분기 대비 비교적 높은 증가율을 보인 개인 소비(+0.7%)와 국가 재정 지출 및 전 분기 대비 +1.9%를 기록한 수출이 독일 경제성장에 긍정적인 요인으로 작용했다. 유럽 재정위기 발발 이후 남유럽 경기 회복이 다소 진전되며 독일 제조업의 경기회복이 유럽 경기 안정에 긍정적 요인으로 작용하고 있으며, 견고한 고용시장을 토대로 한 내수 수요 안정이 현재 큰 버팀목으로 작용하고 있다. 특히 임금과 고용이 지속 상승세를 보이며 개인 가정의 소비와 주택 건설지출에 대한 지출을 견인하고 있다. 독일정부에 따르면, 2014년 독일 내 소득 증가율은 예년 2.0%보다 높은 2.2%를 기록할 전망이며, 2015년에는 2.9%로 증가할 전망이다. 글로벌 시장 내 여전히 높은 경쟁력을 유지하고 있는 독일 기업의 해외 수주는 경기 회복의 움직임에 따라 높은 증가세를 보이고 있다. 독일 고용시장 역시 꾸준히 안정세를 유지하고 있는데, 소득 증가세와 안정적 소비가 경기를 뒷받침하고 있다. 독일 Manpower의 고용 시장 지표를 살펴보면, 2014년 4분기 채용을 고려하고 있는 독일 기업은 9%인 반면, 해고를 고려하고 있는 경우는 4%로 조사되었다. 또한 EU 차원에서의 역대 최저 금리(0.05%p) 등의 금융완화 정책 역시 금융시장의 유동성과 소비를 유도하는 요인으로 작용할 것으로 기대된다. 게다가 최근 12월 8일 EU 집행위는 3년간에 걸친 최소 3,150억 유로 규모의 투자 프로젝트 계획을 발표했는데, 독일은 이 중 약 30%에 이르는 890억 유로 규모의 지원을 할 계획이다. 이는 특히 교통, 인터넷, 기후보호 관련 분야 내 투자에 소요될 전망으로 향후 경기 진작에 긍정적인 요인으로 작용할 전망이다.

- 독일 내에서 가장 큰 기술 관련 컨퍼런스로 주목받고 있는 **CeBIT 2015** 박람회에서 앙겔라 메르켈 총리는 자국의 프로젝트인 “**Industrie 4.0**”을 강조했으며, 올 해의 주제는 “**IT in Unternehmen(기업속의 IT)**”로, 디지털과 이코노미를 결합한 “**D!conomy**” 이다.

이번 **CeBIT**에는 시대 흐름에 따라 IT기업들과 제조업체들이 대거 참여하고 있다. 제 3의 산업혁명을 외치는 독일 정부는 앞서 언급했던 인더스트리 4.0의 완수와 주도권 확보를 위해서 특히나 제조업체의 IT 기술 접목(IoT)을 위해서 지원을 아끼지 않고 있다. 이에 따라 이와 연관성이 밀접한 센서 기술과 IoT 관련 기술을 갖고 있는 기업들이 CeBIT에도 많이 참여하게 되었다.

■ 2015년 독일 기술 트렌드의 이슈

1

네트워크 보안

2

네트워크 확산

3

모바일 또는 와이파이 속도 향상

4

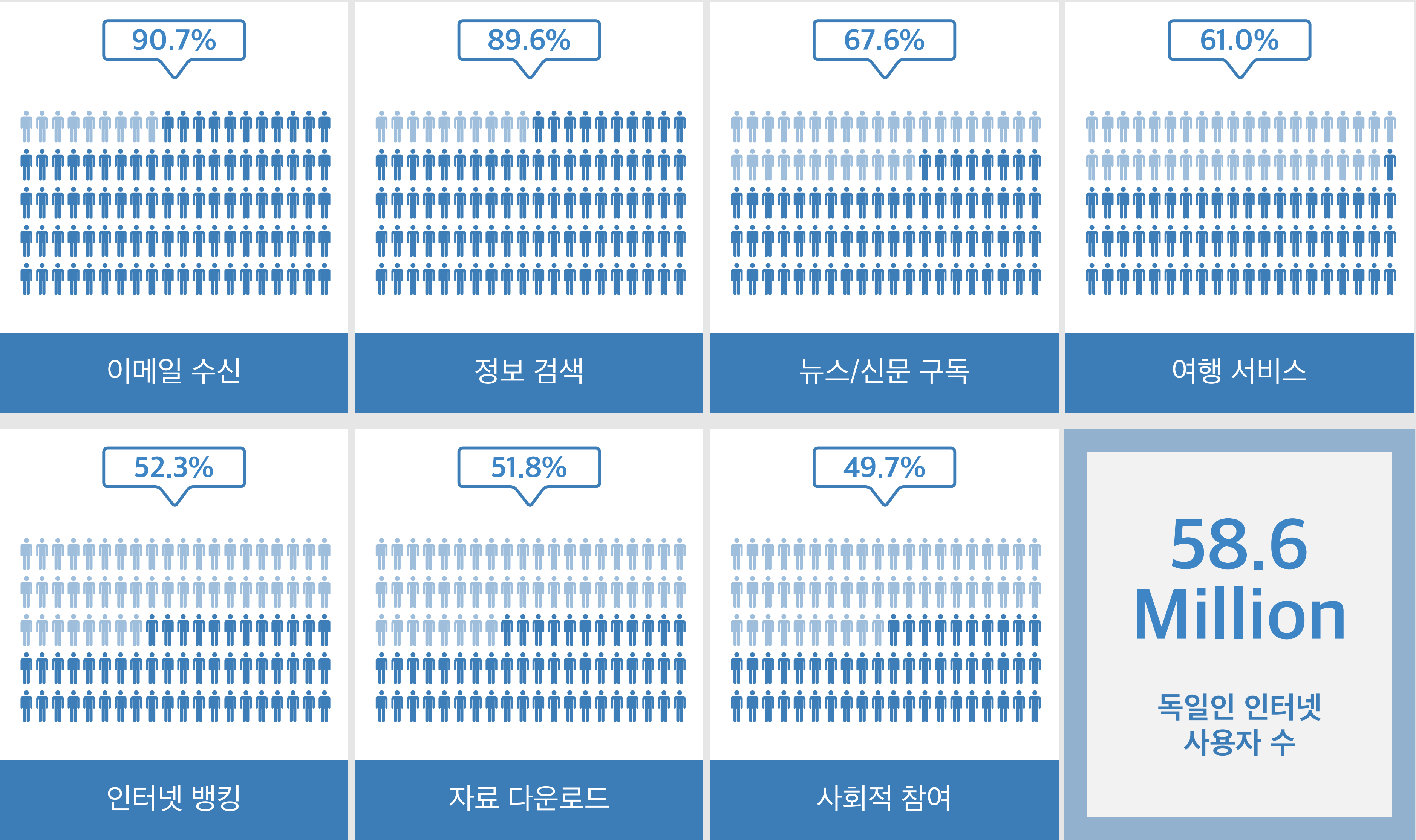
스마트폰을 이용한 모바일 지불, 결제 기술, 핀테크

5

사물인터넷

독일인의 온라인 이용 추이

독일 연방통계청이 발표한 자료에 따르면 독일인들은 온라인 상에서 이메일 활용을 가장 많이 하고 있으며, 그 다음으로 정보 검색, 신문이나 간행물 구독, 여행예약 등을 하고 있는 것으로 나타났다.



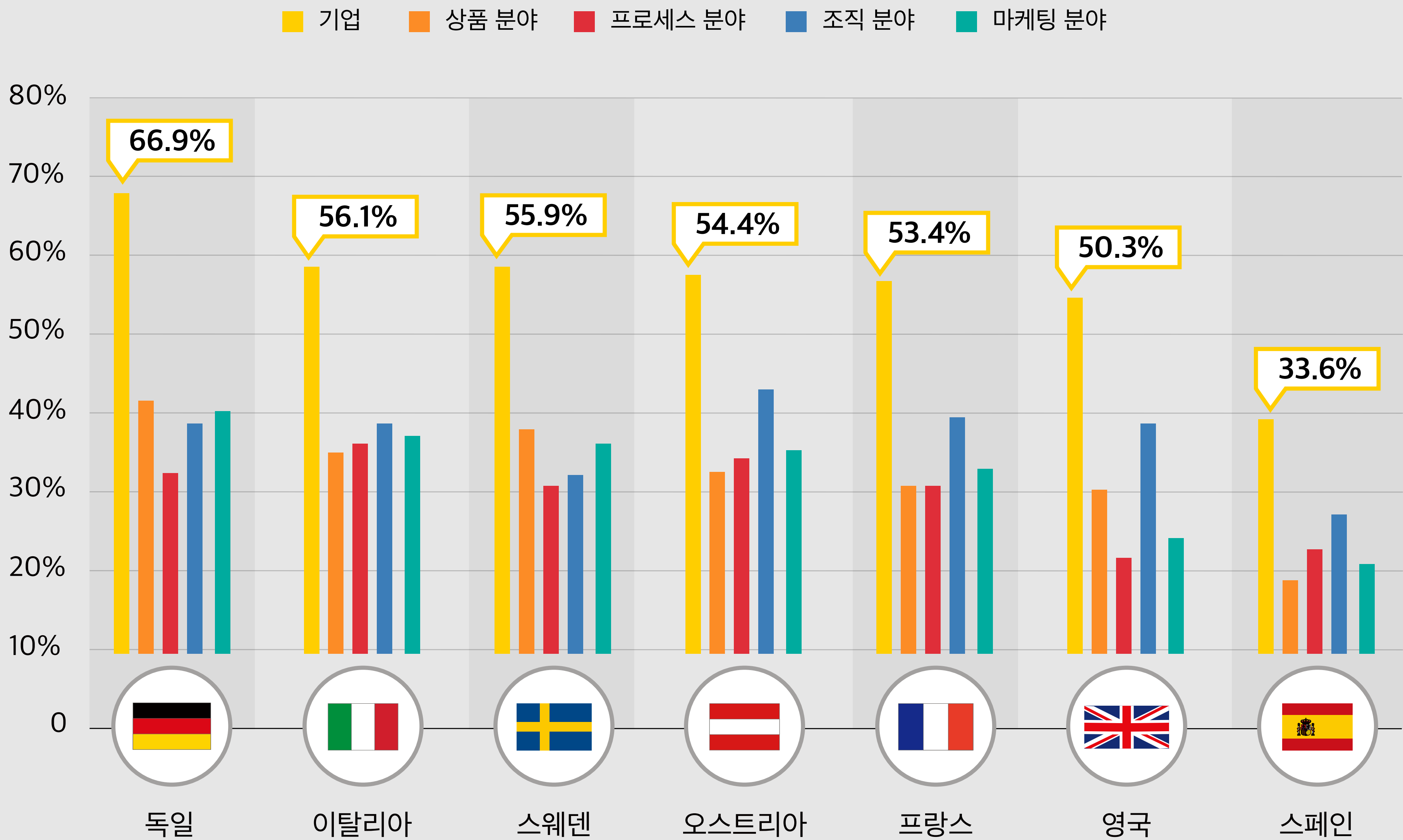
출처 : statista.com

독일 스타트업 트렌드

- 최근 유럽연합 통계청이 발표한 바에 의하면 유럽에서 독일 기업들이 가장 혁신적이라고 밝혔다. 통계에 따르면 최근 2010년부터 2013년 사이 독일기업의 2/3가 혁신적이라는 진단을 받았고 상품면에서도 35.8%, 프로세스에선 25.5%가 혁신적이며 조직분야에서는 32.2%, 그리고 마케팅 분야에서는 34.4%가 혁신적이라고 한다.

이러한 수치를 통해서 유럽내에서도 많은 기업의 수를 확보하고 있는 타국가 기업들이 10%포인트에서 15%포인트 정도 독일 보다 낮다는 것을 알 수 있으며, 현재 금융시장 불안과 재정불안을 겪고 있는 스페인은 무려 33%포인트나 뒤쳐진 결과를 보여 주고 있다.

■ 유럽국가별 기업의 혁신성 추이



출처 : Eurostat. Untersuchungszeitraum, statista.com

독일기업들은 타국가 기업보다 상품의 혁신에 있어서 가장 앞서 있는 것으로 보인다.

■ 독일의 이동통신 이용자 수는 그러나, 다소 후퇴하는 모습을 보이고 있다.

□ 국내 이동통신사 가입자 현황을 살펴보면 최근 몇년 동안 급속한 증가는 없었지만 매년 조금씩 증가하고 있는 모습을 보이고 있다. 또한 이동통신 3사가 차지하고 있는 시장점유율도 거의 변화가 없었다.

한국 통신사업자 연합회가 홈페이지를 통해 밝힌 통계에 의하면 2014년 4분기 현재 우리나라 이동통신 가입자수는 57,207,957명인 것으로 나타났다. 또한 이동통신 3사의 시장 점유율은 SKT가 50.02% KT 30.29% LGT 19.69% 순 인 것으로 알려졌다.

반면 독일의 경우 연방 네트워크관리청이 밝힌 통계에 의하면 2014년 4분기 이동통신 연결수(활성화 된 SIM-Card 수)가 1억 1260만개로 전년 대비 2.3% 감소한 것으로 나타났다. 이는 2013년 1분기 1억 1270만 이후 가장 낮은 수치이다.

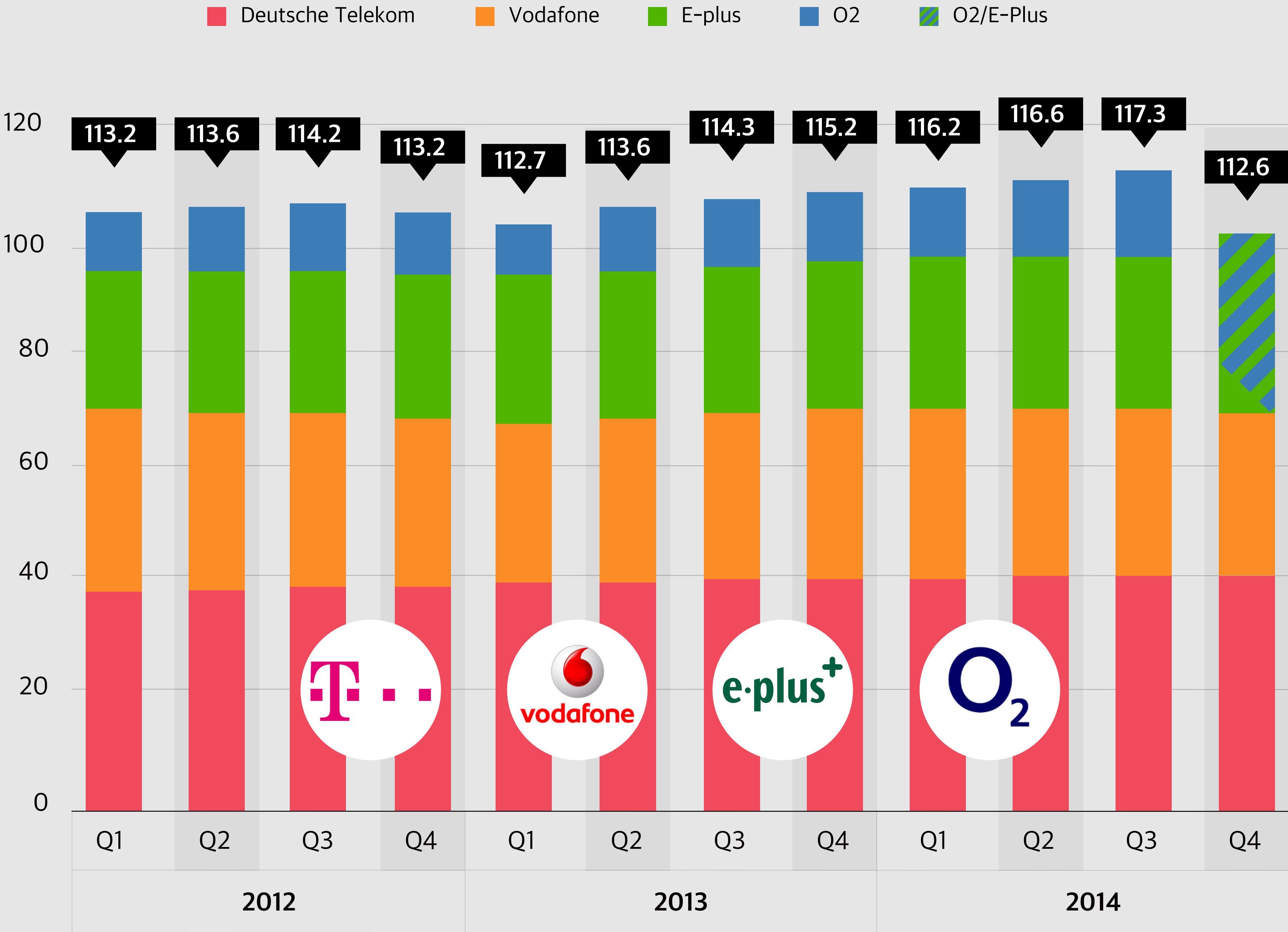
2014년 4분기
이동통신 연결수 = 1억 1260만개



전년 대비
22.3% 감소

수치 감소의 이유는 지난 2014년 10월부터 12월 사이 스페인 거대이통사 Telefonica의 독일 자회사인 O2와 독일 이동통신 시장 3위 E-Plus와 합병으로 인해 발생한 이유라고 설명하고 있다. 새롭게 합병 된 O2/E-Plus는 4210만 연결수로 이제까지 독일 이통통신 부문 1위였던 도이체 텔레콤(Deutsche Telekom)의 3900만 연결수를 가볍게 제치고 1위로 올라섰으며 보다 폰(Vodafone)은 3150만 연결수를 갖고 있다. 도이체 텔레콤은 2012년 상반기 이후 처음으로 감소하는 분기를 기록했다.

■ 모바일폰 가입 추이



I 지식 분야 R&D 정책

유럽 의회는 디지털 단일시장 구축, 모바일 단일시장 활성화를 EU2020 프로젝트(유럽 경제 활성화 전략 프로젝트)의 주요 정책으로 제시한 바 있으며, 그 요체는 통신 시장이 하나로 연결되면 생산성 증가로 경제적 효과가 있을 뿐 아니라 정치적 연결을 가능하게 하여 사회를 통합할 것으로 보인다. 이를 위해 집행위는 2020년까지 5G 기술연구 분야에 5,000만 유로를 투자할 계획이며, 아울러 공공부문과 민간 ICT 부문에서 70억 유로의 재원을 확보하여 공공과 민간이 함께 이 분야에 대한 연구 개발을 추진할 계획이다.

출처 : <http://www.sciencedaily.com/releases/2014/11/141104091050.htm>

또한 지난해 11월에는 메르켈 총리가 독일 스타트업을 위해서 인공위성을 통한 무료 데이터를 제공하겠다는 공표를 하였고, 15년부터 도로, 철도, 지도 등의 공공데이터 공개와 1250억 원 규모의 펀드를 운영하겠다는 발표를 한 바 있다.

출처 : Merkel to Lure Startups to Germany With Free Data Offer (<http://www.bloomberg.com/news/articles/2014-11-05/merkel-to-lure-startups-to-germany-with-free-data-offer>)

독일은 매년 민간 통합 약 3%의 국가 GDP를 R&D에 투자하였으며, 이는 대략 105조 원에 이르는 금액이다. 이러한 R&D는 ICT 분야 중 '고도화 기술(High Tech)'에 집중하여 투자를 진행한다.

출처 : Germany Trade & Invest R&D Incentives (<http://www.gtai.de/GTAI/Navigation/EN/Invest/Business-location-germany/RD-framework/rd-incentives.html>)

I 소비자 특성

독일의 연간 GDP 규모는 2014년 2조 7,376억 유로에 달하며 실질 경제 성장률 0.4%를 기록하였다. 독일 연방통계청의 조사에 따르면, 독일은 2014년 1,989억 달러라는 사상 최대의 무역 흑자를 기록하였다. 독일인들은 MADE IN GERMANY의 제품 품질에 대한 자부심이 대단히 강하며, 그것을 바탕으로 제조업이 발달하여 내수 시장이 활발하였다. 독일이 세계 경제에서 차지하는 비율은 약 5%로, 미국, 중국, 일본에 이은 세계 4위의 경제대국이다. 8천52만 4000명의 인구를 보유한 독일은 유럽 최대의 시장을 형성하고 있다. 독일 시장은 대체적으로 자유 시장 원리가 지배하지만, 사회보장제도 및 자국 산업 보호 측면에서 상당한 정부 개입이 이루어지고 있다.

독일은 CeBIT, Medica, Hannover 산업 박람회, Automechanika 등의 대형 전시회를 개최하는 국가로 국제 교역의 장을 마련하고 있다. 지리적으로도 EU의 중심부에 위치한 독일은 유럽 경제의 요충지라고 할 수 있다. 독일 경제의 구조적인 약점으로 지적되던 노동시장의 비유 연성과 세금 및 신규 사업 확립에 있어 과도한 규제, 높은 사회 보장 비용 등은 정부 차원의 다방면의 제도 개혁을 통해 점차 개선되고 있다. 독일 산업의 주된 분야는 자동차, 기계, 화학, 첨단 기술 분야이다.

하지만 소매 부문의 성적은 그다지 좋은 편이 아니며, 주요 제조기업은 생산 기지를 외국으로 옮겨 비용 절감을 꾀하고 있다. 독일 시장에 진출하는 데 가장 성공적인 전략은, 기술 혁신과 디자인에 초점을 맞춘 고품질 제품으로 공략하는 것이다. 독일 시장은 IT, 전기, 전자, 건강, 의료, 합성소재, 자동화 기술 등 기술 혁신 제품에 적극적으로 반응하는 편이며, 또한 EU 내에서 가장 빠른 속도로 인터넷이 보급되고 있는 중이다. 오랜 분권 국가의 경험으로 인해 각 시장이 지역별 특색에 따라 분권화되어 있으며, 무엇보다 가격 대비 성능 등 제품 구매 시 합리적으로 구매를 하는 경우가 많다.

따라서 선진국 제품이나 비 유명 상표 제품이라 할지라도 품질과 가격 경쟁에서 앞선다면 시장 진입의 가능성은 열려있다고 할 수 있다. 독일 소비자 동향을 살펴보면, 독일 사회가 변화함에 따라 제품 소비 및 구매 성향은 다르게 나타난다.

독일 사회의 노령화와 저출산, 사회 및 가족 구성원 구조 변화, 일하는 여성의 증가, 이동성 증가는 제품의 소비 경향을 바꾸었다. 건강, 편리함, 지속성이 소비시 가장 중요한 테마로 자리 잡고 있으며, 자연 친화적 제품에 대한 관심 또한 점차 증가하고 있다. IT 산업이 발달하면서 온라인을 통한 구매는 이제 현상을 넘어 일상이 되었다. 오프라인으로 제품을 구매하던 소비자는 온라인을 통한 간편한 구매, 제품 가격 및 품질 비교를 통한 합리적 구매, 제품의 배송으로 인한 구매 시간 단축 등의 이유로 온라인 구매는 독일에서도 널리 이용되며 점점 늘어나고 있는 추세이다.

출처 : http://www.globalwindow.org/quasar_jsp/inc/gw_downloadpdf.html?fileName=/gw_files/NationPDF/101013/101013_310_5069985.pdf

| 마케팅 전략

독일에서 유명한 광고 전략은 무역 잡지(Trade Magazine)을 이용하는 방법이다. 이러한 무역 잡지들은 모든 독일 산업의 의사결정권자와 매니저의 주요 정보 근원지이기 때문이다. 독일에는 3,600 여종이 넘는 무역 저널이 존재하고, 상상할 수 있는 모든 제품군을 커버한다. 광고 캠페인을 위한 적절한 잡지를 선택하여 제품군의 마케팅을 노려보는 것도 좋은 방법이다. 또한, 간단한 방법으로는 마케팅 에이전시를 고용하는 방법도 있다. 각 분야에서 루트를 알고 있는 마케팅 에이전시를 고용하여 관련 조언을 얻을 수 있다. 영어는 국제적인 언어이고, 또한 비즈니스를 위한 언어로 독일인들 대부분이 영어를 유창하게 할 수 있다. 그러나 독일인에게 좋은 인상을 남기기 위해서는 독일어를 쓰는 것이 더 예의 바르고 보편적으로 올바른 방법으로 알려져 있다. 특히나 초기 단계의 비즈니스에서는 처음 문답을 진행함에 따라 번역하거나 또는 독일어로 대화를 진행하는 것이 더 바람직하다.

출처 : <http://www.startupoverseas.co.uk/starting-a-business-in-germany/marketing-a-business.html>

| 비즈니스 매너



■ 복장

독일에서는 바이어와의 첫 만남이나 계약서 작성 시에는 정장 차림이 꼭 필요하다. 안면이 있는 사이인 경우 편안한 평상복 차림도 상관없으며, 공장 방문 일정이 있거나, 전문 사무직이 아닌 공장 관련 실무에 투입되는 사람들과 상담을 하는 경우 완벽한 정장 차림보다는 노 타이 등 세미 정장이 더 적합하다.



■ 인사

공식적인 만남에서 일반적으로 인사는 남녀노소를 불문하고 악수를 한다. 악수를 할 때 다른 손을 호주머니에 넣고 있어서는 안되며, 서로 시선을 마주치며 몇 초간 꼭 잡는다. 직책이 높은 사람부터 낮은 순으로 악수하는데, 독일의 악수는 간결하고 확신에 찬 모습을 보여주는 것이 포인트다. 약한 악수는 자신감이 없다고 생각하여 첫인상에 악영향을 미칠 수 있다. 한국 처럼 두 손으로 악수를 하거나 악수할 때 고개를 숙여서 인사하거나 하는 것은 예의에 맞는 행동이 아니다.

■ 유의 사항

- ▣ 세부사항에 대한 지식이 상당한 편이지만, 자신의 담당 분야를 벗어나면 잘 모르는 편이다.
- ▣ 중간 간부 이상이면 대부분 석사, 박사학위 소위자이며, 논리적인 사고방식으로 의사결정을 하여 본인이 틀렸다는 것을 논리적으로 납득하지 않으면 웬만하면 양보하지 않는다.
- ▣ 대부분 미팅 전에 철저히 준비를 해와서 미팅 시간 내에 협의를 마치려고 한다. 대부분 미팅 아젠다를 참가자에게 송부하는 경우가 많다. 독일 비즈니스맨에게 미팅의 목적은 결론과 결과를 얻으려는 것이지 토론을 하는 것이 아니다.
- ▣ 따라서 Small talk의 비중은 매우 적은 편이며, 업무 미팅시에는 업무 협의만 하고 매듭을 지으려는 성향이 강하며, 개인적인 사항은 거의 밝히지 않는다.
- ▣ 독일인들은 직접적이고 진솔하며, 원하는 바가 있으면 정확하게 이야기해야 하며, 한국식 ‘눈치’ 또는 두루뭉술하게 이야기하는 방법은 잘 통하지 않는다. 반대로 독일인들은 생각하는 대로 말하기 때문에 일본처럼 파트너의 실제 의도 등을 고민할 필요는 없다.
- ▣ 상대방을 설득하고 싶다면 감성에 호소하기보다는 객관적인 수치, 그래프, 표 등 데이터를 준비하는 것이 더 효과적이다. 독일인들은 논리적, 분석적 사고방식을 갖고 있기 때문이다.
- ▣ 독일 바이어들은 가격을 물론 중요시 여기지만, 대부분 품질을 훨씬 더 중요시 여긴다. A/S 개런티, 신속하고 질 높은 수리, 등이 독일 바이어들이 특히 중요시 여기는 분야이다. 이에는 납품을 제때 했는지도 포함되어 있다. 반대로 독일 바이어들은 대체로 지불과 계약 상 약속 사항을 제 시간에 지키는 편이다.
- ▣ 독일인들은 신체적 접촉을 꺼려하는 편이니 악수 외 접촉은 자제하기 바란다. 어깨를 가볍게 치는 등 친근감을 표시하는 행위도 이에 포함된다.
- ▣ 외국인이라도 독일어가 유창하지 않다면 큰 배려를 받을 수 없다. 차라리 처음부터 영어로 대화하거나 둘 다 힘들면 유능한 통역을 활용하는 것이 비즈니스 성사에 긍정적인 역할을 미칠 것이다.
- ▣ 독일인들은 자사 제품이나 서비스를 제공하며 칭찬을 기대하진 않고, 불평이 없으면 상대방이 만족하는 것으로 여긴다. 즉 반대로 말하면 제품이나 서비스에 불만이 있으면 즉각 불만을 말로 표현해야 한다.
- ▣ 통역을 사용할 경우 독일인이 말을 할 때 또는 통역을 통해 그의 말이 전달될 때 미소와 함께 고개를 끄덕이거나, 감탄사를 이용하여 그의 말에 깊은 호응을 보이고 있다는 표현을 해야 하는 것이 유리하다. 반면 통역과 귓속말을 한다든지, 통역하고만 웃는 행동은 상대방에게 괜한 오해를 불러일으킬 수 있는 매너 없는 리액션이니 주의해야 한다.

| 창업환경

BERLIN

A RISING STARTUP CITY

전 세계 많은 창업가들이 베를린으로 모이고 있다.

저렴한 사무 공간, 뛰어나고 다양한 인재 풀, 유럽 문화의 요충지라는 이유 때문이다. Google이나 fab과 같은 글로벌 기업들이 베를린을 오피스를 설립하면서 베를린은 글로벌 스타트업 도시로 떠오르고 있다.

■ STARTUP PER 10,000 INHABITANTS



■ NUMBER OF NEW COMPANIES FOUNDED BERLIN

The overall number of new startups across all industries in one year, including part-time entrepreneurs.



■ DID YOU KNOW?

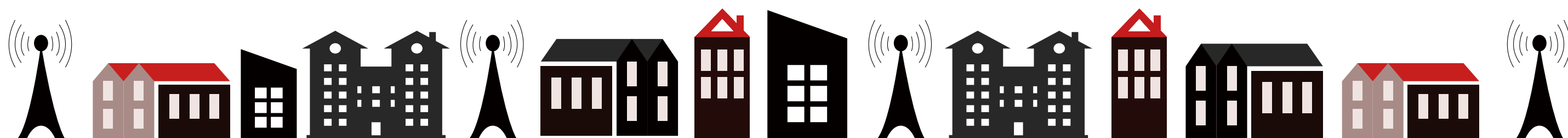


Female to male founder ratio is 3:97

Funding sources in Berlin are relatively HIGH on banks and LOW on accelerators and VCs



출처 : <http://venturevillage.eu/infographic-berlin-startup>



■ 주요 창업지역

❶ 베를린 (Berlin) ❷ 함부르크 (Hamburg) ❸ 콜론 (Cologne) ❹ 뮌헨 (Munich)

독일은 2015년도까지 새로운 성장 동력과 일자리 창출을 위한 ICT 분야의 정책으로 “Digital Germany 2015” 프로젝트를 출범하였다. “Digital Germany 2015” 프로젝트는 독일의 ICT 분야를 활성화하고, 이를 통해서 30,000여 개의 새로운 일자리를 창출하고, 인터넷과 ICT 분야 기업 육성과 성장을 목표로 하고 있다.

ICT 관련 주요 테마

구분	목표
국외 투자 유치	수입과 국외 투자 증가
ICT와 에너지	ICT 산업을 기반으로 기존 에너지 공급 구조의 효율성을 제고, 재사용 가능한 에너지 파워 공급을 2020년까지 30% 증가
ICT와 전기자동차	ICT 산업을 기반으로 고효율성 인프라를 구축하고, 2020년까지 전기자동차 백만 대 보급
ICT와 교통	ICT를 활용하여 도로 교통안전성 향상
클라우드 컴퓨팅	정부에서 클라우드 컴퓨팅 솔루션의 발전과 보급 속도를 증가시키고 중소기업의 클라우드 솔루션 이용 편의 도모
서비스의 인터넷 (Internet of Service)	서비스와 인터넷 연계를 위한 기술 개발 및 테스트 환경 구축
사물 인터넷 (Internet of Things)	지역 경쟁력과 관련 분야 기술력을 바탕으로 혁신의 순환을 돕고, 새로운 잠재 시장의 확보
3D 기술, 3D 시스템 통합 등	3D 시스템 통합을 위한 관련 업계 경쟁력 강화
e-정부	온라인 공공 서비스 처리 시스템의 확보를 통한 빠른 산업과 정부간의 소통

출처 : http://www.bmwi.de/English/Redaktion/Pdf/ict-strategy-digital-germany-2015,property=pdf,ber_eich=bmwi,sprache=en,rwb=true.pdf

I 독일 창업 환경 소개

구분	링크
엑셀러레이터	
Berlin Startup Academy	berlinstartupacademy.com
Berlin42.com	berlin42.com
Founder2be	founder2be.com

구분	링크
엑셀러레이터	
hardware.co	hardware.co
StartupBootcamp Berlin	startupbootcamp.org/europeans-cities /berlin
Stepinto.us	stepinto.us
인큐베이터	
Rocket Internet	rocket-internet.com
Team Europe Management	teameurope.net
Founders Link	founderslink.com
Founders Institute	fi.co/
Centre for Entrepreneurship	entrepreneurship.tu-berlin.de
EPIC Companies	epic-companies.com
hub:raum	hubraum.telekom.com
Co-Working Space	
Agora Collective	agoracollective.org
Ahoy Berlin	ahoyberlin.com
b+office	bplusoffice.de
Betahaus	betahaus.de
co.up	co-up.de
Creative Media Lab	creativemedialab.de
Fireworks	fireworkscoworking.wordpress.com/
Halle am Wasser	coworking-halleamwasser.com/
House of Clouds GmbH	houseofclouds.de/
Mobilesuite coworking	mobilesuite.de/
Supermarkt Studios	supermarkt-berlin.net/en/coworking-i n-den-supermarkt-studios/

출처 : <http://www.venturevillage.eu>, <http://www.deutsche-startups.com>

통일 이후 유럽 정치·경제의 중심으로 부상한 독일의 수도 베를린에는 2500개의 스타트업(창업 초기 기업)이 모여들어 세계 최대 ‘스타트업 요람’인 미국 실리콘밸리를 넘보고 있다. 베를린뿐만이 아니다. 함부르크 등 독일 각지에서 젊은 이들이 스타트업 열풍에 속속 뛰어들고 있다. 독일에서 스타트업에 성공한 이들은 ‘불편함의 해소’에서 창업 아이디어를 얻었다. 자신이 평소에 느꼈던 문제점이나 불편함을 ‘돈을 버는’ 일로 연결했다. 굳이 완전히 새로운 분야나 미개척 시장에서 아이템을 찾으려고 하지 않았다. 연 매출 약 200만 유로(28억 8000만 원)를 올리고 있는 베를린의 ‘패션 포 홈’ 창업자가 다른 온라인 가구 판매 업체들이 미처 생각하지 못한 ‘쇼룸 온·오프라인 동시 홍보’를 생각해 낸 것처럼 말이다. 베를린에서 가장 성공한 스타트업 중 하나로 꼽히는 ‘마인 페른부스(MFB:Mein Fernbus)’ 역시 우리에게 이미 익숙한 산업을 재창조해 블루오션으로 바꾼 케이스다.

마인 페른부스는 작은 회사라고 하기엔 꽤 그럴듯한 외형을 갖추고 있다. 3개 층을 모두 이 회사가 사용하는데, 사무실·휴게실·고객상담 센터 등으로 구성돼 있다. 이곳은 160여 명의 내근직 직원이 사용하고 있다. ‘나의 장거리 버스’라는 의미를 담은 마인 페른부스는 독일과 외국의 주요 도시를 연결하는 장거리 운행 고속버스다. 주로 애플리케이션(앱)을 기반으로 운영된다. “그동안 독일의 장거리 교통은 독일 철도(DB)가 독점해 왔습니다. 그것도 매우 비싼 가격에 사람들을 실어 날랐죠. 1931년 국영기업인 독일 철도를 활성화하기 위해 ‘장거리 버스 운행을 금지하는 법’이 만들어졌기 때문에 독일 철도를 제외한 민간 업체들은 이 산업에 뛰어들 수 없었습니다. 그런데 80년이나 유지돼 온 이 법이 2012년 폐지되면서 저렴한 가격의 다양한 버스 노선을 가진 회사가 등장했는데, 그때 마인 페른부스도 창업 대열에 합류하게 됐죠.”

공동 창업자인 판야 풋사틴 최고경영자(CEO)는 마인 페른부스의 창업 과정을 짚막하게 설명했다.

“당시 수십 개의 동종 업체가 문을 열었지만 현재 업계 1위를 달리는 곳은 마인 페른부스입니다. 시장점유율 역시 독점 체제를 유지하던 독일 철도(21.7%)를 제치고 39.7%를 얻어 업계 1위죠.” 특히 마인 페른부스는 2011년 법적인 문제가 여전히 남아 있고 독과점을 통해 막강한 시장 지배력을 가진 업체가 건재한 상황에서 용기를 갖고 창업에 뛰어들어 현재 마인 페른 부스는 총 223대의 버스로 57개의 노선을 운영 중이다. 운행되는 버스들은 회사가 협력 관계를 맺은 각 지역의 중소 버스 업체들이다. 총 46개사와 협약을 맺고 운영 중이며 마인 페른부스는 이들 버스의 전체적인 마케팅과 노선 운영 등을 맡는다. 독일에서는 교통수단을 활용한 앱이 다양한 분야에서 성장 중이다. 특히 카 셰어링 수요가 증가하면서 관련 정보를 전달해 주는 앱 ‘카투고(car2go)’, 가로등을 활용해 전기자동차 충전 시스템을 선보인 유비 트리시티(UBITRICITY) 등이 주목받고 있다.

독일의 창업 붐은 유럽 각지에서 몰려든 스타트업도 한몫한다. 특히 ‘전자음악의 성지’로 불리는 베를린은 그에 걸맞게 작곡 소프트웨어, 음원 유통 서비스 등 음악 관련 서비스를 제공하는 기업이 잇따라 새 동지를 틀었다. 음악 공유 서비스를 제공하는 사운드클라우드는 2007년 알렉산더 룡과 에릭 바를호를스가 공동 창업한 회사로, 창업자 모두 스웨덴 출신이다. 베를린은 다른 유럽 대도시와 비교해 물가가 저렴한 데다 비영어권임에도 영어 활용도가 높아 스타트업에 인기가 높다. 다양한 분야의 숙련된 인력이 많다는 점도 장점으로 꼽힌다.

이처럼 젊은 청년들의 창업 열기가 고조되고 있는 데는 새로 등장한 창업 지원 전문 업체들이 큰 역할을 하고 있다. 베를린의 창업 지원 생태계는 정부나 공공 기관이 아닌 ‘민간 주도로 시장 원리에 따라 구축되고 있다’는 특징을 갖고 있다.

출처 : http://magazine.hankyung.com/business/apps/news?popup=0&nid=01&nkey=2014043000960000161&mode=sub_view

I 법인설립제도

관광비자 입국

거주지 임대

사업 거주 허가
(비자) 신청

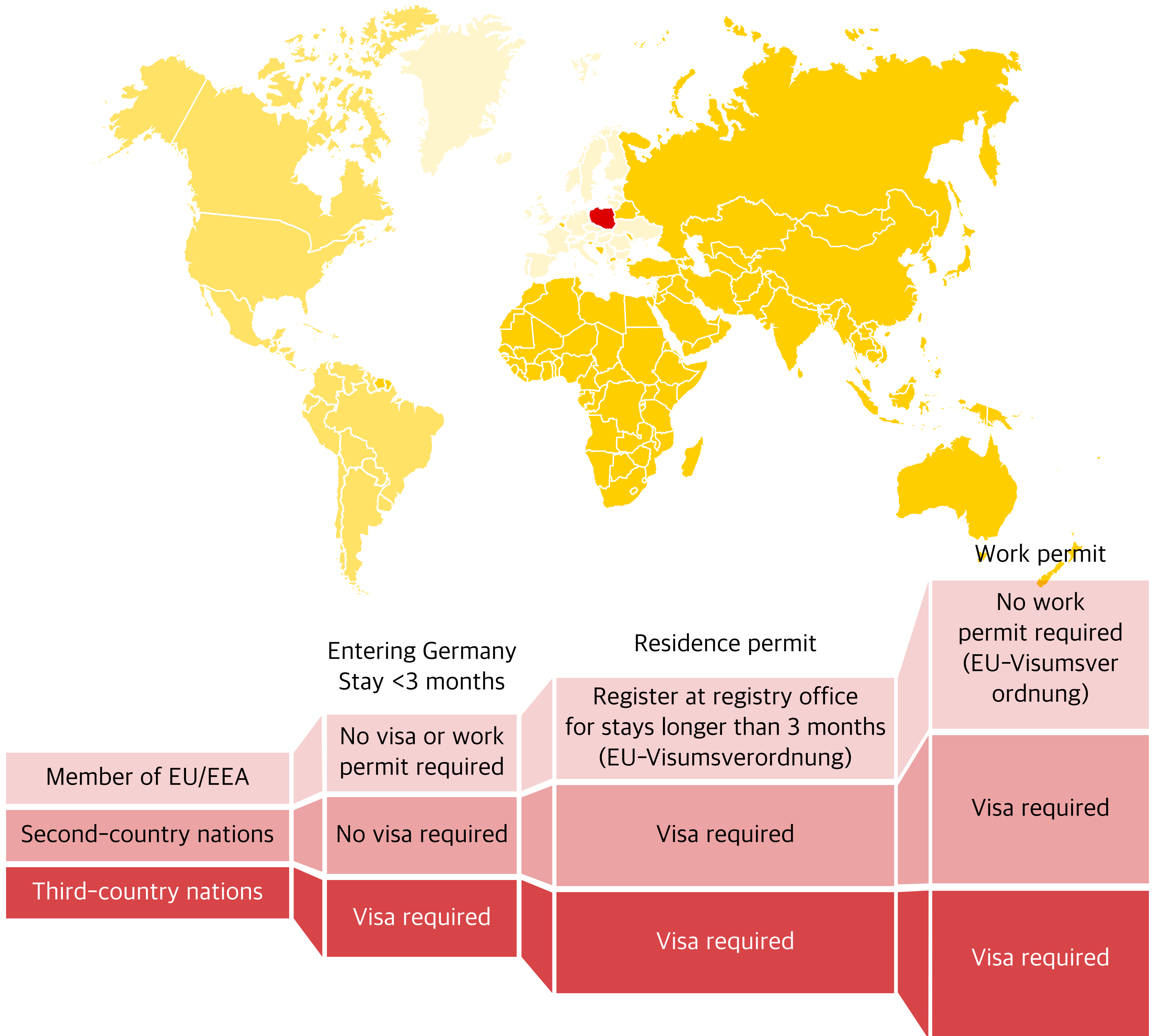
사무실 임대

사업자 등록

참고로 국내에서의 법인 설립 절차는 법무사를 통해 대행하지만 독일은 변호사를 통해 대행할 수 있다. 관련 변호사를 선임 후 권한을 위임하여 법인설립 업무와 비자 신청 업무를 대행하는 방식이다. 이에 따른 변호사 수임료가 대략 비자 관련하여 2500유로, 법인(GmbH) 설립시 2000유로 정도가 소요된다. 주식회사이기 때문에 당연히 자본금이 납입되어야 하는데, GmbH 설립시 최소 자본금은 25,000 유로이다. 법인 설립과 운영에 대한 부분은 거의 대부분 우리나라와 유사하다. 법인의 성격을 잘 모르고 납입한 자본금을 개인 용도로 사용하는 것은 횡령 등 범죄행위에 해당하므로 비자 발급만을 위해 자본금 납입 후 개인 용도로 사용하려는 생각은 하지 않는 것이 좋다. 물론 이는 우리나라도 마찬가지이다. 사업 거주 허가를 받기 위해서는 사업 계획서 작성이 선행되어야 한다.

출처 : <http://sanoi.iamg.kr/?tag=gmbh%EC%84%A4%EB%A6%BD>

<Moving to Germany>



| 벤처투자환경

독일 기술경제부 장관은 지난 2013년 독일 정부에서는 스타트업의 초기 엔젤 펀딩을 위 해서 약 2,250억원을 정부 지원금으로 조성하기로 했다. 2013년부터 2016년까지 스타트업 생태계를 활성화하기 위한 노력의 일환으로, 이러한 지원금은 엔젤 투자금액의 20%까지 활용 가능하고, 최소 10,000유로에서 최대 250,000 유로까지 연간 가능하다.

출처 : <http://venturevillage.eu/german-government-angel-fund>

또한 독일 정부에서는 새롭게 창업을 시작하는 창업가들을 위해서 신용 · 기술 보증 형태의 출자금을 지원하고 있다.

- KfW business founder loan Start-up Money - 100,000 유로까지 가능 ("ERP-Gründerkredit - StartGeld")
- KfW business founder loan Universal - 10000000 ("ERP-Gründerkredit - Universell")
- ERP entrepreneur capital for new start-ups ("ERP-Kapital für Gründung")
- business loan ("KfW-Unternehmerkredit")

출처 : <http://www.existenzgruender.de/EN/Weg-in-die-Selbstaendigkeit/Vorbereitung/Foerderprogramme/Support-programmes.html>

■ 독일 투자청(GTAI : Germany Trade and Invest, www.gtai.de)

GTAI는 독일 외국인 투자유치 업무 전반을 통합, 조정하는 임무와 함께 독일의 경제, 투자, 기술 입지를 위한 마케팅 업무를 담당하고 있다. 이에 따라 Germany Trade & Invest는 독일 투자를 희망하는 기업에게 정보를 제공하고 있다. 주요 제공 정보는 시장 및 산업 보고서, 시장 진출 분석 자료, 사업 및 세무정보, 노동법 정보, 자금 조달 정보 등이 있다. 소재지는 베를린(투자)과 쾰른(무역)이며, 현재 한국을 포함한 세계 46개국에 진출해 있다.

특히 GTAI는 세계 80여 개국에 약 120여 개의 사무소를 운영하고 있는 독일 해외 상공 회의소와 긴밀히 협력하여 잠재 투자가 및 프로젝트를 발굴하고, 이를 초기부터 지원하는 투자 유치 업무를 담당한다. 그 외에도 지방 경제개발 공사는 투자유치 정보를 제공하거나 주재원을 대상으로 비자 발급 및 노동 허가 취득에 유리한 정보 등을 제공하기도 한다. 구체적으로 GTAI가 지원하는 프로그램은 아래와 같다.

□ 프로젝트 매니지먼트 지원

- 시장 및 영업 잠재 가능성을 분석하여 독일의 성장 시장에 대한 정보 제공 및 성장 시장에서의 지속적인 영업 가능성 분석
- 시장 진출 전략 개발 : 독일 시장에 대한 투자 전략 개발 및 투자 기업의 프로젝트 매니지먼트를 Germany Trade & Invest 전문가의 지식 노하우로 보완하여 효율적인 시장 진출 가능성 타진
- 관련 프로젝트 파트너와의 접촉 주선 : 독일의 기업환경은 매우 다양하고, 고도로 발달되어 있는 상태로 적합한 파트너를 구하는 것이 중요, Germany Trade & Invest는 투자 목적 적합한 납품업체와 서비스 업체 알선 서비스
- 지역 경제지원 기관과의 프로젝트 매니지먼트 : 독일의 주정부는 자체 경제진흥기관 및 시장 전문가를 보유하고 있는데, Germany Trade & Invest는 각 지역 전문가와의 연계를 통해 투자 기업에 있어 최적의 투자입지 선정 지원
- 지역 관청과의 상담 코디네이션 : Germany Trade & Invest 소속의 컨설턴트가 각 지역 관할 기관과의 상담 주선 및 모든 필요한 관계서류 준비 지원

□ 정착 서비스

- 프로젝트 관련 법률 및 조세 정보 제공 : 독일 정착 시 다양한 법적인 절차가 필요한데, 전문가를 통해 프로젝트 추진 과정 중 발생할 수 있는 법률 및 조세 정보 제공
- 프로젝트 관련 재정 및 공공 지원 제도 관련 상담 : 금융전문가를 통해 비즈니스 플랜 분석을 비롯하여, 의뢰 기업 프로젝트 팀과 함께 공공 지원 제도 등을 비롯한 적합한 재정 관련 지원 가능성 타진
- 법률 및 금융 관련 파트너 알선 : 기업 설립 관련 법률 상담을 위한 전문 변호사 및 공증 변호사 등을 알선
- 공공 법률 관련 신청 절차 지원 : 독일은 다양한 기업 지원 제도를 운용 중이며, Germany Trade & Invest는 연방주나 독일 정부, EU 차원의 각종 지원 신청과 관련한 제반사항 준비를 지원
- 창립 완료 시점까지 지원 : 독일 내 기업 설립 전 과정에 참여하며, 특히 지원 신청 등과 관련하여 가능한 한 절차가 신속하게 진행될 수 있도록 타임 플랜 등을 통한 효율화와 함께 유관 관청과의 상담 지원

■ 주정부/지자체 투자유치 정책

독일의 주정부나 개별 지자체 또한 개별적으로 투자유치 활동을 하고 있으며, 산하에 경제 개발 공사나 투자 진흥기관을 보유하고 있는 경우도 많다. 그러나 기본적으로 투자수요가 접수될 경우, Germany Trade and Invest는 가장 적합한 지자체를 선정, 연락하고 지자체는 투자자의 요청에 맞는 서비스를 제공한다. 이에 따라 독일의 투자 유치 활동은 Germany Trade & Invest를 중심으로 각 주정부, 상공회의소 등이 상호 연계하거나 독자적으로 진행되고 있다.

출처 : 독일의 주요 투자법 내용 (kotra 국가정보 - 독일, 2013.12.20, kotra(대한무역투자 진흥공사))

| 회계/세무 제도

■ 독일의 기업 관련 조세 제도

독일에서 사업을 영위하는 경우 납세 의무는 납세 의무자의 법적 형태에 따라 달라진다. 법인(주식회사, 유한회사 등)은 법인격을 가진 독립된 납세 의무자로 간주되며 법인이 창출 한 이익에 대하여 법인세(Koerperschaftssteuer), 영업세(Gewerbesteuer), 그리고 통독세(Solidaritaetszuschlag)가 부과된다.

한편 조합은 법인세 과세 목적상 납세 의무자가 아니다. 조합의 소득은 궁극적으로 조합원에게 배분하기 위한 목적으로 조합 단계에서 결정되는 것일 뿐 조합은 정보 제공 목적의 세무 신고서만 제출하고 각 조합원은 개인 세무 신고 시 조합 이익 중 자신의 지분에 해당하는 이익을 신고하며, 조합 자체는 영업세를 납부해야 한다.

지난 '08년 1.1일 독일 정부는 법인 세율을 과세 대상 수입의 15%로 인하하는 등 기업 친화정책을 추진하고 있으며, 이를 통해 적극적인 기업 투자뿐만 아니라 해외 기업의 독일 투자 유치 효과를 보고 있다. 독일의 부가가치세는 '07년 1월 인상 이후 19%를 유지하고 있다.

■ 법인세(기업소득세)

법인이 정관에 의해 법적 소재지를 독일 내에 두거나 경영의 중심지를 독일에 유지하는 경우 독일에 거주하는 것으로 간주된다. 거주자 요건이 충족되지 않는 경우 법인은 비거주자로 간주된다. 거주자 여부는 전 세계 소득에 대해 과세할지 또는 독일 원천 소득만 과세할지 여부를 결정할 때 매우 중요하다. 거주자 법인은 전 세계 소득에 대한 납세 의무가 있으며, 비 거주자 법인은 독일 원천 소득에 대해서만 납세 의무가 있다.

법인은 영리사업체로 분류되며 따라서 모든 수입은 발생 원천에 관계없이 과세 대상 사업소득으로 간주되어 법인세를 납부할 의무가 있다. 독일 연방정부에서는 '08년도부터 법인 세율을 25%에서 15%로 인하하고, 영업세의 기본세율도 5%에서 3.5%로 낮추어 기업의 실효세율을 평균 30% 이하로 경감하였다. 아울러 통독 이후 '95년부터 현재까지 추가로 통독세를 법인세의 5.5% ($15\% \times 5.5\% = 0.825\%$)를 부과하고 있다.

출처 : 독일의 조세제도 (kotra 국가정보 - 독일, 2013.12.20, kotra(대한무역투자진흥공사))

■ 스타트업 관련 규제(조세)

소기업(스타트업)은 다음의 조건을 만족하면 거래세(turnover tax)를 내지 않아도 된다.

- 전년 거래액(매출액)이 17,500유로를 넘지 않는 경우
- 금년 거래액(매출액)이 50,000유로를 넘지 않을 것으로 예상되는 경우

그러나 거래세를 내지 않는 경우, 추후에 세금 환급(claim tax)를 돌려받지 못 한다는 것을 알아두어야 한다. 총 거래액이 수입보다 사용하는 금액이 더 많은 스타트업의 경우 이러한 제도를 활용하여 최종 거래액의 한도를 활용하는 것이 좋다.

모든 스타트업은 비즈니스 거래 및 이체 내역을 회계사의 도움을 통해서 명확하게 기록해야 한다. 이러한 부분을 간소화 하기 위해서 간단 회계 기록("Simple Accounting Records") 방법이 있다. 거래액이 500,000유로를 넘지 않고, 상업적인 순수익이 50,000유로를 넘지 않는 경우, 간단 회계 기록을 활용할 수 있다.

모든 스타트업은 매년 수익을 계산해야 하지만, 거래액과 수익이 위의 금액을 넘지 않는 기업에 한하여 간단한 현금 영수증과 공식적인 서식에 기록을 하는 것만으로도 이러한 규제를 대체할 수 있다.

출처 : <http://www.existenzgruender.de/EN/Weg-in-die-Selbstaendigkeit/Vorbereitung/inhalt.html>