

해외연수/출장 보고서

■ 출 장 자	김정선
■ 출 장 지	독일/뒤셀도르프, 프랑스/샤르트르. 오를레앙
■ 출 장 기 간	2014년 3월 21일(금) ~ 2014년 3월 27일(목)
■ 목 적	독일과 프랑스의 화장품뷰티산업 육성 지원방안 파악
■ 세부 활동사항	
○ 세부 활동 1. 날 짜: 2014년 3월 22일, 11:00~ 12:30 2. 장 소: 독일/뒤셀도르프 뷰티메세 회의실 3. 면 담 자: Mr. Kempe/ Beauty Dueseldorf Messe 조직위원회 4. 내 용: 독일 및 유럽시장의 화장품뷰티산업 트렌드 및 향후 방향 의견 수렴 ○ 세부 활동 1. 날 짜: 2014년 3월 23일, 10:30~12:00 2. 장 소: 독일/뒤셀도르프 Becos Cosmetics 3. 면 담 자: Dr. Belter/ Belcos Cosmetics Gmbh 4. 내 용: 독일 및 유럽시장의 화장품뷰티산업 신기술 개발, 제조, 사용 동향 파악 ○ 세부 활동 1. 날 짜: 2014년 3월 24일, 15:00~17:00 2. 장 소: 프랑스/샤르트르 코스메틱밸리 회의실 및 시내 3. 면 담 자: Dr. Ch. Masson, Ms. J. Fleury/ 코스메틱밸리협회 4. 내 용: 코스메틱밸리협회 운영 현황 파악(업체매칭, 수출지원, 연구, 교육, 박람회 등 지원책) ○ 세부 활동 1. 날 짜: 2014년 3월 25일, 13:00~14:30 2. 장 소: 프랑스/오를레앙시 회의실 및 시내 3. 면 담 자: Ms. L. Gilbert, Ms. S. Leloutre, Mr. P. Choisy 오르레앙시청, 코스메틱밸리 4. 내 용: 오르레앙시의 지원책 및 화장품 산업단지 현황 파악	

□ 조사내용

1) 독일/ 뒤셀도르프

○ 뷰티산업의 트렌드

- 기능성 화장품에 대한 수요 증가
- 가정내 스파, 네일서비스, 테닝, 페디큐어, 치아미백 등 중산층 수요 증가
- 패션산업 전반적 연계로 시너지효과가 기대
- 악세사리 판매 등을 통한 매출 증대
- 헤어분야는 상대적으로 일반인을 대상으로 한 시장은 제한적
- 네일 등 연관뷰티서비스 분야에 대한 시장성장 가능성 모색
- 천연미용제품의 시장증가 추세, 남성 및 헤어제품류 시장증가 예상
- 건강에 대한 관심 증가로 중산층 중심으로 가정용 케어제품에 대한 수요 증가(메디컬웰니스)
- 사우나, 스파 등 잠재 수요 높음.
- 미용제품에 대한 광고비용 역시 증가 추세(13억 2000만유로, 2010년 기준), 헤어제품 광고 2억 5000만유로%, 얼굴미용제품 1억 4400만유로 수준
- 전반적인 일반소비자 전체의 수요보다는 중산층 이상의 타겟을 중심으로 Killing Item개발

○ 뒤셀도르프 화장품뷰티 박람회 조직 및 운영의 특징

- 독일 내수 및 지역경제 중심의 전문박람회, 종합박람회는 지양
- 관련업계 종사자 등 중심으로 참관 및 교육 개최
- 관련분야의 범위를 확대하여 전시(패션, 악세사리 등)
- 내수시장 진작을 위한 방향 제시
- 토탈서비스(창업 및 법률상담, 교육교재, 교육기관 홍보 등 포함) 부스 전시
- 헤어박람회(경진대회 등), 와인박람회 등과 연계하여 참관자 수요 확대 기여
- 기간 내 지역교통 무료 이용(지자체와 조직위 간 유기적 연계)
- 뒤셀도르프외 인근지역 관광산업과의 시너지 효과(숙박, 관광, 식음료업소 등)

2) 프랑스 샤르트르 및 오를레앙의 코스메틱밸리

○ 발생 연혁

- 발생 이슈

- 1970년대에 있는 지방 분권화를 촉진시키기 위한 프랑스 정부의 정책에 따라 파리지역에 있던 대형 향수 및 화장품제조 회사들이 지방으로 이전하기 시작함
- 많은 향수 및 화장품 회사들은 Ile de France(프랑스 섬) 남부지역에 생산기지를 세우기 시작함

- 코스메틱 밸리의 연혁

- 1994년도 Eure &Loir 지역에 처음으로 20여개의 화장품회사들이 모요 코스메틱 밸리의 형태를 띠기 시작함
- Chartes 등 지자체들은 시당국과 지방 의회들의 지지와 성원하에 코스메틱 밸리를 형성
- 이후 코스메틱 밸리는 프랑스에서 가장 역동적이고 경쟁력이 있는 지역으로 변모하기 시작하였다
- 1994년과 2000년 사이에 코스메틱 밸리는 Eure & Loir 지역에서만 3000개의 새로운 일자리를 창조
- 2005년 7월 12일 프랑스정부는 범정부적인 기구인 ‘영토정리 및 경쟁력 향상 위원회’ 회의를 통하여 이지역을 ‘경쟁력 중심’ 이라고 부르기로 하였으며 이후 이 ‘중심’ 이 코스메틱 밸리라고 부르기 시작
- 프랑스 중앙정부가 ‘경쟁력의 중심지’ 들을 확대하려는 정책을 세우고 실현하기로 하면서 코스메틱 밸리는 6개의 현(Departement)으로 확대되었으며 이 지역들에 대학교, 직업양성학교, 실험실들이 생겨남

○ 행정 이사회

- 행정이사회(Conseil d administration)는 중앙정부, 지자체, 지역상공회의소, 지역의 회 대표자들로 구성
- 동 이사회의 명예회장은 Jean Paul Guerlain 회장(Guerlain의 회장)이며, 회장은 LVMH 그룹의 Marc Antoine Jamet 회장
- 이사회 밑에는 8명의 상근직원들이 근무하면서 기업들의 활동을 지원

○ 코스메틱 벨리의 현황 및 임무

- 벨리의 현황

- 현재 코스메틱 벨리는 세계 화장품 및 향수 업계에서 1위의 자리를 차지
- 해당 지자체들은 벨리안의 기업들에 대한 지원을 강화하고 생산뿐만 아니라 연구 사업, 직업교육 및 양성 사업, 국제시장 개척 등의 사업들에 대한 지원도 강화하고 있음
- 벨리에서는 매달 포럼 및 조찬모임들이 진행되고 있으며 각 회사들 사이의 네트워크 구성에도 힘을 집중
- 벨리는 과학 콩그레스도 주최하고, 국제 직업교육 살롱을 열고 있으며 외국의 경제 사절단 영접 사업도 진행
- 벨리는 벨리입주기업들이 국제수출시장에 용이하게 접근할 수 있도록 하는 사업도 진행
- 벨리는 벨리입주 기업들이 프랑스의 사치품 자격이라고 할 수 있는 ‘Made in France’자격을 얻도록 하는 사업도 진행
- 벨리는 벨리안에 새로 입주하려고 하는 향수 및 화장품 회사들의 진출 사업에 대한 지원도 강화
- 세계 화장품 시장 규모는 판매량 기준 4250 유로이며 그 중 유럽의 매출액은 720억 유로, 미국의 매출액은 378억 유로, 일본의 매출액은 293억 유로임
- 그중 코스메틱 벨리의 매출액은 180억 유로이며 종업원수는 36578명이고 8600명의 연구원과 7개의 대학교, 200여개의 실험실들이 존재하고 있음
- 현재 세계 화장품 및 향수 업체들의 연 평균 성장률은 2퍼센트 정도로 포화상태에 있음
- 화장품 및 향수 기업 Top 10 기업 중 1위는 Oreal(France), 3위는 Unilever(G.B), 7위는 Beiersdorf(Germany), 10위는 LVMH그룹들임

- 벨리의 임무

- 벨리의 임무는 우선은 프랑스에서 향수 및 화장품 생산을 발전시키는 것임
- 벨리는 세계 화장품 시장에 대한 정보를 입주기업들에 제공하고 화장품들의 출시를 도와줌
- 벨리는 또한 기업들에게 필요한 비즈니스 정보를 제공하며 기술개발에 대한 지원도 주고 있음

○ Chartres 지역에 대한 정보

- 일반 정보

- Chartres 지역에는 2013년 1월 1일 기준 124690명의 주민들이 살고 있음
- Chartres 지역은 Ile de France 지역, 중부 지역, 노르망디(Normandie)지역 등 프랑스의 3대 중요지구 중심부에 위치
- Chartres지역은 Orly에서 1시간, Havre에서 2시간, TGV Massy역에서 40분 거리에 위치하고 있으며 매일 Paris-Chartres 사이에 40회의 왕복 열차가 운행되고 있음
- Paris에서 Chartres는 기차로 55분 거리임
- Chartres 주변에는 A10, 11, 19 등 세 개의 고속도로가 지나가고 있으며 4개의 국도(10,12,23,154)가 관통하고 있음

- Chartres 지역의 회사들

· 화장품 회사들

1. Paco-Rabanne
2. Novo Noedisk(Denmark)
3. Amore Pacifix(Korea)
4. Reckitt Benckiser(USA)
5. Guerlain(France)
6. Synarome(France)
7. Lisi(France)

· 기타회사들

1. Philips(Holland)
2. Nypro(USA)
3. Maflow(Italy)
4. Leoni(Germany)
5. MTS(Italy)
6. Asahi Diamond(Japan)
7. Ascojoucpmatic(USA)
8. Francheux(USA)
- 9 Hydro Aluminum(Norway)

- 이외에도 다수의 제약회사, 화학공업 중소기업들이 입주

○ 지자체의 역할

- 현존하는 토지의 개발
- 1100헥타르의 토지 존재(Chartres는 토지, 부동산, 수공업단지들을 제공할 수 있음)
- 입주 기업들에게 지역공공서비스 제공(식당, 탁아소, 오물처리 등)
- 지방경제 주체들과의 협조와 교류(노하우 전수, 기업조찬모임 제공, 회의를 위한 컨벤션룸 제공)
- 해당입주 기업과 교육기관(대학교, 직업양성학교 등) 사이의 시너지 효과 창출
- 유능한 지역 인재 제공

○ 지자체 해당 부서인 경제개발국이 제공하는 기업대상 서비스

- 입주기업에 알맞은 토지 및 부동산을 알선하고 경쟁력 있는 가격 제시
- 프로젝트의 매 단계별로 행정, 기술, 사법, 환경적 지원 제공
- 근로자 및 그 가족들에 대한 지원 제공
- 입주기업이 필요할 경우 진입도로 건설
- 사무실 및 부지 임대료 저렴하게 제공
- 사무실 임대료
 - 새 사무실 임대료 평방미터당 118유로, 2차 시세 130유로
 - 평방미터당 시장 가격 1292 유로, 2차 시세 1872 유로
- 부지 평당 임대가격
 - 신부지 평방미터당 72 유로, 2차 시세 51 유로
 - 시장가격 평방미터당 : 알려지지 않음, 2차 시세 679유로
- 기업 세금
 - 지역 경제세는 2012년 1월 1일에 개정된 세법의 적용을 받음
 - 동 세금은 매출액 혹은 무관세 수입액이 10만 유로 혹은 그 이하일 경우 2030 유로임
 - 이 외에 기여금이 6000유로일 경우, 혹은 부분적으로 매출이 일어나는 경우 즉 예로 1년 중 9개월 동안만 매출이 일어나는 경우 25퍼센트 세금 감면이 가능함
- 과세(Imposition)
 - 국가에 의해 부과되는 이론적인 과세는 매출액의 1.5 퍼센트임
 - 세금 계산법

CA HT 총액이 . . . 일 경우	과세율
< 500.000 유로	0%

500.000 유로 < CA < 3000.000 유로	$0.5\% \times (\text{매출액} - 500.000\text{유로}) / 2500.000\text{유로}$
3000.000 유로 < CA < 10.000.000 유로	$0.5\% \times (\text{매출액} - 3000.000\text{유로}) / 7000.000\text{유로}$

- 수송세(VT)는 인구 10만 명이상의 도시지역의 공공 수송재정세금이며, 1.13%임.
- 상업 용지세, 토지세는 지자체들에 의해 결정됨.
- 면세조항이 별도로 신설되어 있음.