

2026 오스트리아 진출전략

진출 환경
시장 분석
진출전략



Contents

I. 진출 환경



1. 경제 환경	04
2. 정치(정책) 환경	07
가. 정부 현황	07
나. 주요 정책 및 현황	08
3. 주요 이슈 Pick	10
가. (경제·산업) 신재생에너지의 효율적 보급을 위한 통합 에너지 인프라망 구축	10
나. (외교·통상) 수출기업 지원 정책 패키지 발표	11
다. (사회·문화) '지속가능성' 중시 '가치소비' 메가 트렌드로 정착	12

II. 시장 분석



1. 시장 현황	15
가. 시장 특징	15
나. 무역	17
다. 산업	23
라. 투자	24
2. 유망 산업	29
가. 바이오 의약품 산업	29
나. 신재생에너지 산업	30
다. 기계 산업	32
3. 협력 기회	35
가. G2G	35
나. 공급망(자원 개발)	36

III. 진출전략



1. PEST/SWOT 분석	38
2. 진출전략	40
첨부 1. 수출유망품목(상품)	50
첨부 2. 수출 유망 품목(서비스)	55
첨부 3. '26년도 KOTRA 주요사업(잠정)	57
첨부 4. '26년도 주요 정치·경제 일정 및 유망 전시회 캘린더	58



I. 진출 환경

1. 경제 환경	04
2. 정치(정책) 환경	07
3. 주요 이슈 Pick	10

I 진출 환경



1. 경제 환경

□ (소폭 상승) 오스트리아 경제, 정체 국면 거쳐 '26년 1.0~1.2% 성장 전망

- 해외 수요 회복, 유럽중앙은행(ECB)의 완화적 통화정책이 핵심 원동력
 - 독일 등 주요 교역국의 재정 확장 기조도 수요 증가에 일조
- * 오스트리아 경제연구소(WIFO), 경제사회연구소(IHS)

□ (호재 요인) 부진했던 제조업, 건설 부문 완만한 회복 예상

- 글로벌 수요 부진, 재고 누적으로 약세를 보였던 제조업, '25년 하반기 이후 재고 조정 진전 및 생산 반등
- * 제조업 총 부가가치 : '24년 -5.0% → '25년 -1.1% → '26년 +1.5%(WIFO, IHS)
- 통화 및 대출 규제 완화로 주택 중심 건설 부문 점진적 개선 전망
- * 건설업 총 부가가치 : '24년 -4.3% → '25년 -0.5% → '26년 +0.6%(WIFO, IHS)

□ (부진 요인) 통상 환경의 불확실성, 정부의 재정 긴축 정책 등 하방 리스크

- 미국 관세 정책, 산업 경쟁력 약화 등은 수출 회복 걸림돌로 작용 가능성
 - 제약, 철강 부문 등 주요 산업의 관세 타격, 물가 인상 여파의 인건비 상승으로 인한 가격 경쟁력 하락 등
 - '25년 출범 신정부, 최대 국정 과제로 재정 안정화 추진 중
- * 'EU 재정 규정' 제한선 3% 초과로 '25년 64억, '26년 84억 유로 추가 확보 필요

□ 주요 경제지표

주요지표	단위	2019년	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년	2026년
인구	백만 명	8.7	8.9	9.0	9.1	9.1	9.1	9.1	9.1
명목 GDP	십억 달러	444.9	433.42	480.53	471.13	511.76	523.84	552.28	591.29
1인당 명목 GDP	달러	50,114	48,582	53,589	51,975	56,050	57,434	60,599	64,925
실질 성장률	%	1.5	-6.3	4.8	5.3	-1.0	-1.0	0.1	1.0
실업률	%	4.8	6.0	6.2	4.8	6.4	7.0	5.4	5.3
소비자물가 상승률	%	1.5	1.4	2.8	8.6	7.7	2.9	2.9	2.3
재정수지(GDP 대비)	%	0.6	-8.1	-5.9	-3.2	-2.6	-4.6	-4.5	-4.2
총 수출	백만 달러	178,763	169,414	202,777	211,907	224,076	214,085	-	-
(對韓 수출)	"	1,148	1,145	1,212	1,843	1,565	1,328	-	-
총 수입	"	176,710	165,009	210,876	226,431	219,241	204,479	-	-
(對韓 수입)	"	843	930	1,114	1,150	1,265	1,027	-	-
무역수지	백만 달러	-4,848	-2,120	-15,141	-21,588	-2,191	2,393	-	-
경상수지	%/GDP	-	3.4	1.7	-0.8	1.3	2.4	2.2	2.4
환율(연평균)	현지국/US\$	0.89	0.88	0.84	0.94	0.92	0.92	0.89	0.86
해외직접투자	억 달러	72	21	291	144	84	108	372	430
외국인직접투자	억 달러	-124	-120	190	143	29	93	176	206

주: 2025년은 추정치, 2026년은 전망치

자료: EIU('25년 9월), Global Trade Atlas('25년 9월 10일 기준)

□ 현지 경제 상황

• (경제성장률) '25년 정체 국면 거쳐 '26년 소폭 상승 전망*

- 회복의 주요 동력은 해외 수요 증가로 인한 수출 회복
- 다만, 미국 관세 및 유로 강세로 인한 가격 경쟁력 등 대외적 요인 외 산업 구조 이슈 등 대내 요인 불확실성 병존

* 경제성장률 '23년·'24년 -1.0% → '25년 0.0~0.2% → '26년 1.0~1.2%(WIFO IHS)

• (소비) 실질임금소득 상승으로 완만한 소비 심리 회복*

- '25년 평균치 이상의 실질임금소득 상승 예상, 저축률 하락세
- 단, 저축률, 팬데믹 이전 평균치 7.6% 대비 여전히 높은 수준(9.9% 선), 실업률 상승 등 불확실성 요인으로 소비 회복 속도는 완만

* 민간 소비 증가율 : '24년 0.4% → '25년 0.4~0.7% → '25년 0.9~1.3%(WIFO IHS)

- (민간 투자) 기업 투자 부진 지속, 주택 투자 선행 회복
 - 금리 하락으로 주택담보 신규 대출 증가세, 반면 기업 대출 수요는 설비 투자 회복 지연으로 감소세 지속
 - * 총 고정자본 형성 증감률 : '24년 -2.1% → '25년 -0.5~-0.7% → '26년 +0.8~1.4%(WIFO, IHS)
- (산업생산) 글로벌 수요 부진 및 재고 누적으로 제조업 부진 지속
 - 하반기 이후 재고 조정 진전 및 생산 반등으로 '25년 제조업 총부가가치증감률 -1.1% 기록 전망('24년 -5.0% 대비 회복)
 - 에너지 소비 높은 금속·화학 등 주요 업종 연초 급반등 후 둔화 흐름, 다만 전년 대비 개선
 - * 구매관리자지수 '25년 7월 48.2 → 8월 49.1로 개선 흐름(UniCredit Bank Austria)
- (대외 교역) 미국 관세 관련 불확실성, 가격 경쟁력 하락으로 인한 수출 감소
 - 글로벌 경기·교역 반등으로 인한 수출의 성장 모멘텀 재기여 기대. 다만, 경쟁력 약화가 회복 속도 제약 가능성
 - 인플레이션 역시 타 국가 대비 높은 수준으로, 기업의 가격 경쟁력 약화로 인한 수출 제약, 재정의 긴축 전환도 내수 경기 압박 요인으로 작용
 - * 수출(상품·서비스) 증감률 : '24년 -3.5% → '25년 -0.5% → '26년 1.3~1.8%(WIFO, IHS)
- (투자 유입) 동·서유럽의 중간 지점에 위치한 지정학적 이점을 바탕으로, 전통적으로 상당한 규모의 외국인직접투자(FDI) 유치
 - '24년 기준, 총 투자 유입 금액은 115억 3,500만 달러
 - 누적 투자액 기준, 절반 이상이 독일, 러시아, 스위스의 투자로, 그 외 미국, 이탈리아, 네덜란드, UAE도 주요 투자국
 - 투자 유입 주요 산업 분야는 전문·기술·과학 활동(60.1%), 금융 중개(10.4%), 부동산(7.3%), 무역(6.5%), 화학·석유제품 및 의약품(2.7%) 등
 - * UNCTAD(유엔무역개발회의) '25년 9월, OeNB(오스트리아 국립은행) '25년 4월
- (투자 진출) 유럽 역내 투자 비중이 압도적으로 높아, 전체 투자액의 3/4 이상 차지
 - '24년 기준, 총 대외 직접투자 금액은 125억 8,800만 달러
 - 유럽 내 투자 비중 77%(EU 회원국으로 국한 시 61%, 유로존 38%), 1위 투자 진출 대상국은 독일로 15.9%, 비유럽 지역으로는 북남미 10.9%, 아시아 10.1%
 - * UNCTAD '25년 9월, OeNB '25년 4월

2. 정치(정책) 환경

- '25년 3월, 신생 연립정부(국민-사민-NEOS의 삼각 연정) 출범
- 정책 중점 테마는 산업 입지·경쟁력 강화(중소기업 환경 개선) 및 에너지 전환
- 지속가능성 및 다양성 증진법, 탄소세 등 현지 ESG 관련 법제 유의 필요

가. 정부 현황

□ '24년 9월 총선, 약 5개월간 협상 결과로 신생 삼각 연정 탄생('25년 3월)

- 국민당(ÖVP)-사민당(SPÖ)-신오스트리아와 자유포럼(NEOS)*으로 구성된 연립정부 출범
 - 총선 결과 1위를 차지한 자유당(FPÖ)*의 과반 득표 실패, 4대 원내 정당 모두 자유당과의 연정 구성 거부함에 따른 장기간의 협상 결실
 - 총리직에는 슈토커(Stocker) 국민당 대표, 부총리 바블러(Babler) 사민당 대표, 외무장관 마이늘-라이징어(Meinl-Reisinger) NEOS 대표 취임

* 득표율 : 자유당(극우) 28.9%, 국민당(중도 우파) 26.3%, 사민당(중도 좌파) 21.1%, NEOS(자유주의) 9.1%

□ 신생 정부 최대 당면 과제는 적자 감축을 통한 재정 건전성 확보

- 전 정부 말기부터 부각된 최우선 순위 국정 과제로, EU의 초과 재정적자 시정 절차*를 피하기 위한 추가 재정 확보안 집행
 - 경기 침체로 인한 국가 수입의 감소 및 연금 인상 등에 따른 재정 지출 증가가 주요인으로, 향후 수년간 180~240억 유로 재정 확보 필요
 - '25년에는 63억 유로 확보 목표로, 기후 보너스** 폐지(19억 6,000만 유로), 정부 부처 비용 절감(11억 유로), 조세 조정(9억 2,000만 유로), 정부지원금 삭감(8억 7,000만 유로) 등 세부 조치
- * 'EU 재정 규정'에 의거한 안전성 및 성장 협약(Stability and Growth Pact)에 따라 회원국의 연간 재정적자는 GDP의 3% 이하, 공공부채는 GDP의 60% 이하 유지 권장. '24년 기준 오스트리아는 4.6% 기록
- ** '22년 10월부터 시행된 탄소세 부과로 인한 가계 부담을 상쇄시켜 주기 위한 정책으로, 오스트리아에 주 거주지를 두고 있는 전 국민 대상으로 연 1회 지급

□ 조세 정책, 연립정부 구성 정당 간 최대 갈등 요소로 작용

- 국민당은 고수해 온 친기업 기조 유지하며, 감세 및 반이민 정책 우선 추진 중
 - 반이민 정책 관련 사민당·NEOS의 입장 차는 크지 않으나, 감세에 대해서는 상반된 입장(자유주의 성향의 NEOS는 찬성이나, 중도 좌파 성향의 사민당은 세금 인상 주장)

나. 주요 정책 및 현황

□ 산업 입지 및 경쟁력 강화 정책

- 산업 입지 강화를 위한 중소기업 환경 개선이 핵심 축
 - 중소기업 비중이 전체 기업 수의 99.8%를 차지하는 오스트리아 산업의 구조적 특성 반영
 - 현시점 기업 부문 최대 난관으로 꼽히는 에너지 가격 문제 정상화를 최우선 순위로 설정
 - 그 외, 인프라, 자금 조달, 관료주의 철폐, 디지털 행정 절차 및 신속한 승인 프로세스 등 다양한 기업 지원 벤치마킹 시행
 - R&D(연구개발) 지원 지속*(중기적 차원, 국내총생산 대비 국가 총 R&D 비중 4% 목표)
 - * 기업 연구개발 비용 지출의 14%까지 환급되는 현행 'R&D 프리미엄' 제도 유지

□ '중소기업·상공인 지원 패키지' 발표

- 2년 연속 역성장 기조 전환을 위한 기업·상공인 재정 유연성 제고(세금 감면 및 불필요한 관료주의 개선을 핵심 내용으로 한 5대 주요 조치 포함)
 - 중소 규모 사업체·자영업자 대상 매입 세액 공제율 및 과세표준 한도액, 기존 22만 유로(12%) → '25년 32만 유로(13.5%) → '26년 42만 유로(15%)까지 인상
 - 35유로 이하까지 영수증 발급 의무 폐지
 - N1 등급(3.5톤 미만 경량 트럭 해당 등급) 상용차 신차 구매 시 납부 환경부담금(NoVA) 면제
 - 관료주의 개선, 신고 의무 최적화를 위한 중앙정부 창구 일원화

□ 에너지 전환 정책 지속 추진

- 에너지 가격 정상화
 - 정부 에너지 정책 과제는 가격 적정성, 공급 안전성, 산업 입지 및 환경 정책 사이의 균형점 도출, 에너지 가격의 정상화를 핵심 정책으로 설정
 - 전력기업법(EIWG) 추진 : 정부의 시장 개입과 경쟁 유도를 기본 전략으로 설정, 신규 입법을 통해 에너지 조달 담보 및 에너지 가격 조정권 확보 동시 달성
- 신재생에너지 확대 가속화*
 - 전체 에너지 소비 내 신재생에너지 비중, '30년까지 57%, '40년까지 100% 근접 목표
 - 에너지 전환 달성을 위한 에너지 전략의 핵심으로, 수력 중심의 전력 구조 아래 태양광, 풍력 등 비중 지속적 확대 노력
 - '30년까지 생산 전력의 100% 신재생에너지원 충당 목표 달성을 위해, 총 27TWh의 그린 전력 추가 생산 계획(태양광 11TWh, 풍력 10TWh, 수력 5TWh, 바이오매스 1TWh)

- 신재생에너지확대가속화법(EABG), 신재생에너지확대법(EAG) 개정 진행

* '23년 기준, 전체 에너지 소비 내 신재생에너지 비중 40.8%(EU 내 5위, EU 평균 24.6%), 전체 전력 소비 내 신재생에너지원 비중 87.5%(EU 내 1위, EU 평균 45.3%)(유럽통계청(Eurostat))

□ ESG 정책

• 지속가능성 및 다양성 증진법

- EU의 '비재무 정보 공개 지침'에 의거, '17년 1월 제정·발효된 오스트리아 국내법
- 근로자 수 500인 이상, 자산 총액 2,000만 유로 이상 또는 순매출 4,000만 유로 이상인 기업 대상, 비재무·다양성 관련 정보를 연례 경영 보고서에 포함, 또는 해당 내용만을 담은 별도 비재무 보고서를 제출할 의무 부과

* 모기업이 보고 의무를 준수하는 경우 자회사의 보고 의무 없음

• 탄소세 부과

- 개인과 기업의 탄소 배출 감축 및 탄소중립 목적 아래, 상품, 서비스, 대중교통 및 일상생활에서 배출되는 탄소 대상 세금 부과*
- '22년 10월 시행 개시(탄소 1t당 30유로), '23년 32.5유로 → '24년 45유로 → '25년 55유로로 지속 인상

* 세금 부담 상쇄를 위해 일정 기간 국내 거주 전 시민 대상 기후 보너스(Klimabonus) 지급. 시행 개시 연도부터 집행되었으나, 재정 악화 이슈로 인해 '25년부터 지급 중단

3. 주요 이슈 Pick

가. (경제·산업) 신재생에너지의 효율적 보급을 위한 통합 에너지 인프라망 구축

□ 오스트리아, 성공적으로 신재생에너지 전환 정책 집행 중

- '30년까지 생산 전력의 100% 신재생에너지로 전환, '40년까지 기후 중립 달성 목표를 위한 통합적 에너지 정책 집행 중
 - 개별 기업 차원의 에너지 인프라 확장 및 증축 관행을 벗어나, 국가 차원의 에너지 인프라 확장 및 현대화의 지속성 담보를 통해 에너지 공급 안정성 확보 목표
 - '22년 1월 발효된 신재생에너지확대법에 의거, 개별 에너지원이 아닌 에너지 시스템 전반을 다루는 것으로 정책 방향 재설정

* 오스트리아는 '23년 기준, 총 에너지 소비량의 40.8%, 전력 생산의 87.7%를 신재생에너지로 충당 중

※ 신재생에너지확대법(EAG : Erneuerbare-Energien-Gesetz)

- '21년 7월 발표, '22년 1차 개정된 법령으로, '12년 제정된 그린전력법의 후속법. 태양광, 풍력, 수력 및 바이오매스, 바이오 가스를 발전원으로 한 그린전력을 지원하기 위한 관련 인센티브 등 재정 지원 정책 포괄

□ 에너지 인프라의 확장·현대화 및 에너지 공급의 안정성 확보 목표, 송전망 개보수·확장 및 수소 네트워크 구축 추진

- (배경 및 내용) 신재생에너지를 통한 전력 생산 지속 확대를 위해 지역 간 전기·가스 공급의 최적화 유도 인프라 확보가 필요
 - 중앙 집권적 에너지 공급 전통에서 벗어나, 가정·기업 등 분산된 에너지 공급자의 에너지 생산을 통합하는 것으로 목표
 - (전력) 1~2단계 송전망(고전압 네트워크)* 개보수·확장이 핵심 내용으로, 신규 변전소 설립, 동-서 라인 전력망 확장을 통해 동부 지역에서 생산한 풍력·태양광 전력의 효율적 전송 계획 포함
 - * 송전망은 전압에 따라 총 7개 레벨로 구분되며, 이 프로젝트에는 지역 간 전기 에너지 운송을 담당하는 1레벨(최대 전압 380kV 및 220kV)과 2레벨(초고전압~고전압)을 포함
 - (가스) 천연가스 대체를 위한 수소·바이오메탄용 통합 인프라 구축을 목표로, '30년까지 장거리 파이프라인(1,400km)의 용도 변경 및 300km 증축을 통해 수소 네트워크 완성

에너지 통합 인프라 확장 계획(ÖNIP : Integrierter Österreichischer Netzinfrastrukturplan)

세부 계획	추진 내용	지원 예산	추진 기간
380kW 잘츠부르크 라인 건설	잘츠부르크 지역의 전력망 안정성 및 용량 개선을 위한 128km 규모 고전압 송전선 건설	10억 유로	'23~'25년
동부 오스트리아 전력망 강화	기존 송전선·변전소 업그레이드(220kW 송전선 50km 연장, 주요 3개 변전소 업그레이드)	90억 유로	~'34년까지(목표)
수소 백본(Back Bone) 프로젝트	남부 지역-슈타이어마르크(Steiermark) 간 26.1km 규모 수소 운송 송전선 건설		'29~'30년
가스 저장소 확장	에너지 보안을 위한 가스 저장 용량 20% 증대		~'27년(목표)
풍력 및 태양광 프로젝트	전국 단위 풍력 및 태양광 발전 용량 확대 (풍력 5GW, 태양광 3GW)	세부 계획 비명시	~'30년까지(목표)
파워 투 가스(Power-to-gas) 시설 건설	잉여 전력의 수소 및 합성 메탄 변환 시설 구축 (예상 연간 처리 전력 1TWh)		~'40년까지(목표)
스마트 미터 설치	에너지 효율성 제고를 위한 스마트 미터 500만 개 설치		~'24년 95% 전환 완료
스마트 그리드 시스템 구축	분산된 에너지 자원의 통합 및 효율적 운영을 위한 스마트 그리드 시스템 구축		~'40년까지(목표)

자료: 오스트리아 경제에너지관광부(BMWET) '24년 4월 발표

- (관련 분야·산업) 전력망 인프라 관련 산업
- (우리 기업에의 영향) 송배전망 관련 케이블, 디지털 시스템 외 전력 사용 및 수요의 실시간 데이터 분석 및 제어 기능을 담당하는 스마트 그리드 사업 분야 등 유망

나. (외교·통상) 수출기업 지원 정책 패키지 발표

□ 개요

- (배경 및 내용) EU 내 주요 수출국 대상 실적 부진, 수출 경쟁력 약화, 미국 관세 위협 지속 등 현안 대처 목적, 잠재 수출 기회 지역 신규 진출 수출기업* 대상 포괄적 지원
 - (세부 내용) 총 1,500만 유로 예산 투입, 3대 프로그램으로 운영 : 스타트 프로그램(시장 진출 부트캠프 운영, 사업 개발 지원, 대상 기업 매칭 등), 회복력 코칭(관세·전략 코칭), Go-International**(지원금)
 - (목표 지역) 총 8대 권역 : 북미(111억 유로 추가 수출), 동남아시아·오세아니아(33억 유로), 일본(13억 유로), 걸프 지역(12억 유로), 인도(11억 유로), 남미(10억 유로), 서발칸(10억 유로), 중앙아시아(5억 유로) 등

* 우크라이나 재건 투자 기업 포함

** 수출기업 대상 기(既) 집행 중인 정책으로, 증액 예정. 신규 수출국 개척, 수출국 디지털 마케팅 집행, 국제 혁신 프로젝트 공동 참여, 해외 지사 직원 교육, 해외 소싱처 발굴 등에 발생한 비용 일부 환급 형식

오스트리아 수출기업 지원 패키지

프로그램	주요 내용	지원 대상
(신규) ChancenStart (글로벌 진출)	<ul style="list-style-type: none"> • 기획 지역·핵심 산업 중심 프로그램 제공 • 시장 진출 부트캠프, 웨비나(Webinar), 파트너 기업 매칭 • 사업 시작 지원, 국가 코칭 	<ul style="list-style-type: none"> • 해외 진출 또는 진출 예정 기업
(신규) Resilienz-Coaching (회복력 강화 코칭)	<ul style="list-style-type: none"> • 해외 진출 기업 전략 컨설팅 제공 • 맞춤형 전략 상담, 공급망 회복력 분석, 관세 상담 	<ul style="list-style-type: none"> • 해외 활동 중인 기업
(기존 지원금 확대) Go International (국제 진출 지원)	<ul style="list-style-type: none"> • 신규 시장 진출 비용 지원(마케팅, 컨설팅, 출장 등) • 최초 디지털 마케팅 광고비용 지원(중소기업 대상) • 국제 공공 입찰, 혁신 프로그램 참여 지원 (컨설팅, 사전 타당성 조사, 교육, 마케팅 등) • 해외 지사 직원 교육 비용 환급 • 대체 조달 시장 개척을 위한 외부 컨설팅 비용 지원 	<ul style="list-style-type: none"> • 수출기업, 중소기업, 해외 지사 운영 기업

자료: 오스트리아 상공회의소(WKO)

- (관련 분야·산업) 모빌리티 및 인프라, 환경 기술 및 그린테크, 전자기술, 기계·중간재 등 산업재, 생명 과학 등
 - (우리 기업에의 영향) 비 EU권을 타깃으로 한 수출 다변화 정책으로, 우리 기업 차원 오스트리아의 선진 기술 분야 신규 협업 모색 기회로 작용 가능
- * 오스트리아 기업들이 한국을 포함한 아시아 시장 진출을 적극적으로 추진 시, 해당 정책을 통해 집중 지원이 예상되는 자동화기술, 로봇공학 등 관련 분야 B2B 기술 제휴 및 공동 프로젝트 기회 증대 전망

다. (사회·문화) ‘지속가능성’ 중시 ‘가치소비’ 메가 트렌드로 정착

□ 개요

- (배경 및 내용) 지속가능성을 중시하며 환경·사회적 가치를 고려한 가치소비가 메가 트렌드로 자리매김. 특히 젊은 층이 관련 트렌드 주도
- * 약 절반에 해당하는 오스트리아 소비자들은 환경친화적 포장을 중요시하며, 이에 따른 지역 식품 구매의 중요성 상승. 유기농 식품 소비 증가세로, '24년 기준(총 2,000만 유로 규모 시장), 전년 대비 3.7% 증가. 중고 제품 구매에 대한 관심 역시 증가해, 자원 절약 및 제품 수명 연장 목적으로 의도적 중고 가구 선택 소비자 수 증가 (Statista ‘오스트리아 지속가능 소비’, '25년)
- (관련 분야·산업) 친환경 식품
 - 트렌드를 주도하는 제품군으로, 이를 바탕으로 화장품, 생활용품 등 친환경 제품 선호 소비자 확산 추세
 - (유기농 시장) 오스트리아는 유럽에서 가장 높은 비율의 농업 면적이 유기농 관리되고 있으며, '23년 기준 전체 농업 면적의 약 27.4%가 유기농 경작

- (윤리적 소비) 소비자의 70%가 지속가능한 식품의 가격이 더 높아도 지불 의향이 있다고 응답*
* 세계자연기금(WWF) 및 시장조사기관 Savanta ComRes 공동 조사 보고서('23년)
- (식물 기반 식품) 오스트리아의 식물 기반 식품 시장은 '22년 기준, 약 9,960만 유로 매출 기록, '20~'22년 기간 22% 성장
- (우리 기업에의 영향)
 - (K-푸드 & 건강식 트렌드 결합) '24년 김치 수출액 약 1억 6,000만 달러 규모로(잠정 집계) 역대 수출기록 갱신 등 전 세계적인 K-푸드 수출·인지도 상승 분위기 속에서, 유럽 내 김치·발효제품 수요 증가 전망
* Polaris Market Research '발효·프로바이오틱 이미지와 '건강·지속가능성' 키워드 간 상관성에 대한 연구', '24년
 - (프리미엄·유기농 세그먼트 진출) 오스트리아는 유기농 소비 비중이 높은 국가로, 고품질·지속가능 이미지의 한국 프리미엄 식품(예시 : 발효식품) 진입 기회 다대



Ⅱ. 시장 분석

1. 시장 현황	15
2. 유망 산업	29
3. 협력 기회	35

II 시장 분석



1. 시장 현황

- 작지만 강한 대표 강소국으로, 제조업·수출 주도형 산업 구조
- 동·서유럽의 접점에 위치, 독일어권과 인접 동유럽을 연결하는 입지적 강점
→ 유럽 테스트 마켓으로 활용
- 기계, 자동차 등 대표 산업 외 생명과학, 신재생에너지 등 정부 육성 전략산업 협업 기회 다대

가. 시장 특징

□ 고도로 발달한 분산형·수출 주도형 시장으로, 독일 산업 의존도 높음

- GDP 대비 수출 비중 59%('24년 기준), 독일 위탁생산·R&D 거점이자, 글로벌 기업 1차 벤더 다수 (수출 비중 높음)
 - 독일은 부동의 1위 수출 대상국으로 '24년 기준 총 수출액의 29.7% 차지
- * 오스트리아 통계청, Global Trade Atlas

□ 중소기업·제조업 중심 경제 구조

- '24년 기준, 중소기업 비중 99.8%(기업 수), 66%(근로자 수), 58%(매출액)
 - 글로벌 경쟁력을 갖춘 강소기업* 다수 보유(히든챔피언·Weltmeister 약 250개사)
- * Magna Steyr(벤츠 G바겐), Voestalpine(철강), Andritz(수력터빈), Palfinger(건설기계) 등
- 히든챔피언 기업 산업별 비중 : 철강·금속(13%), 기계(10%), 자동차·부품(8%), 전기·전자(9%), 제약(2%) 등
 - 산업 클러스터 총 73개(빈 IT·제약 12개, 그라츠 자동차·환경 13개, 린츠 기계·철강·금속 11개 등)
(오스트리아 경제에너지관광부(BMWET))

□ 신재생에너지 부문 선도 시장

- 신재생에너지 비중 소비 에너지 기준 40.8%, 소비 전력 기준 87.8%로*('23년 기준), EU 내 선도국 위치 차지
 - '30년까지 생산 전력의 100% 신재생에너지원 충당 목표
- * EU 평균 신재생에너지 비중 : 소비 에너지 기준 24.5%, 소비 전력 기준 45.3%(Eurostat)

□ 작지만 강한 대표 강소국, 중동부 유럽 중심 입지

- 높은 경제적 수준과 구매력 보유(1인당 GDP 5만 7,000달러로 EU 5위, '24년 기준)
 - 타 EU 회원국 대비 낮은 저축률('23년 8.7%, '24년 기준 11.7%)(오스트리아 통계청)
- 인구 1억 명 독일어권(독일 8,000만 명, 스위스 900만 명), 인접 동유럽(체코·슬로바키아 등 보헤미안권, 슬로베니아·크로아티아 등 구(舊) 유고연방, 헝가리 등) 연결
 - 유럽의 테스트 마켓으로서의 효율적 입지·시장 확장력

□ 주요 인증

- (개요) 전기·전자, 기계·자동차, 소비재 등 산업 분야별 광범위한 적용
- (CE 인증) EU 내 안전 관련 통합 인증으로, 안전·건강 및 소비자 보호 관련 EU 규정·지침 및 유럽 표준 규격의 필수 요구사항 준수 보증('93년 7월 22일~)
 - (적용 대상) 완구류, 전자기기, 의료기기, 선박용품, 승강기, 기계류, 통신단말기, 건축자재, 개인보호 장비 등*

* CE마크 인증 필요 세부 품목 리스트는 EU 집행위원회 링크에서 확인 가능
https://ec.europa.eu/growth/single-market/ce-marking/manufacturers_en
- (E-mark 및 E-mark 인증) EU 및 일부 비 EU국 내 판매되는 자동차 부품·차량의 안전 및 환경 친화성을 보증하는 인증
 - (적용 대상) 자동차(승용차, 상용차, 트레일러)를 포함해 자동차에 장착되는 부품

* 별도의 유효기간은 없으나, 제품 사양에 변동이 있는 경우 인증기관에 변동 신청 의무. 매 1년 정기적인 사후 검사가 진행되나, ISO9001 획득 공장의 경우 공장 심사 기간 단축·면제
- (CE-MDR 인증) 의료기기의 안전성 및 품질을 보장하기 위한 인증('21년 5월 26일~)
 - (적용 대상) 모든 의료기기

* 규정 제120조 제2항의 개정으로 의료기기 품목별 상이한 CE-MDR 전환 유예기간이 설정돼 확인 필요
- (CPNP 등록) 인증
 - (적용 대상) 기초 화장품, 메이크업, 바디용 제품, 샴푸 등 모든 화장품 제품

* 화장품 품목의 EU 역내 판매를 위해서는 EU 화장품 규정(EC 1223/2009)에 의거해 마련된 온라인 화장품 등록 포털사이트 CPNP(Cosmetic Product Notification Portal)에 제품 등록 필수

나. 무역

□ '24년 EU 경기 침체 및 1위 수출 대상국 독일의 경제 성장세 둔화에 따른 수출입 감소(수출, 수입 각 전년 대비 -4.7, -6.7%), '25년 6월 누계 기준으로는 수입 회복(전년 동기 대비 4.1%), 수출은 소폭 감소(-2.0%)

- (수출 규모) '21년 이후 2,000억 유로 이상 규모 유지하며 성장세 유지해 왔으나, '24년 2,069억 유로 실적으로 전년 대비 -4.7% 감소. '25년 6월 누계 기준으로는 전년 동기 대비 -2.0% 기록
 - 1위 수출 대상국 독일과의 교역 감소가 최대 원인으로, 독일 경제의 전반적 침체라는 외부 요인 외, 임금 인상 등으로 인한 가격 경쟁력 하락 등 내부 구조적 이슈 대두
 - 대상국 관련 특성으로는 對독일 높은 의존도, 미국 수출 비중 증대, 일부 유럽 국가 대상 교역량 조정 경향 두드러짐
- (수입 규모) 수출 실적과 동일하게 '21년 이후 2,000억 유로 이상 규모 유지, '24년 2,045억 유로 실적 기록하며 전년 대비 -6.7% 감소. '25년 6월 누계 기준으로는 전년 동기 대비 4.1% 증가

오스트리아 역외 수출입 규모 동향

(단위: 십억 달러, %)

	2023년		2024년		2025년 6월 누계	
	금액	증감률	금액	증감률	금액	증감률
역외수출	217	6.0	207	-4.7	103	-2.0
역외수입	219	-3.2	204	-6.7	107	4.1
무역수지	-2	-89.9	2	-209.2	-4	-238.9
총 교역	436	1.2	411	-5.7	210	1.0

자료: Global Trade Atlas('25년 9월 10일 기준)

□ 주요 수출국 및 수출 품목

- (수출국) EU 역내 수출 비중이 압도적으로 높아 '24년 기준 67% 기록, 부동의 1위 대상국은 독일(29.1%)
 - 국가별 순위는 ① 독일(624억 달러, 29.1% 비중), ② 미국(175억 달러, 8.2%), ③ 이탈리아(128억 달러, 6%), ④ 스위스(103억 달러, 4.8%), ⑤ 슬로바키아(84억 달러, 4%) 순
 - 미국은 수출량 지속 증가하며 2위 대상국으로 자리 잡았으며, 전년 대비 10.2%의 증가율을 기록해 대부분 역성장을 기록한 타 상위 대상국과 대비
 - 對한 수출은 13억 달러, 24위(전년 대비 -15.2%)로 집계됐으며, '25년 6월 누계 실적 기준 6억 3,466만 달러, 24위 기록(전년 동기 대비 -7.1%)

* '24년 기준, 경쟁국 일본 17억 달러, 21위(-11.2%), 중국 57억 달러, 10위(+4.7%)

- (수출 품목) 기계 및 부품, 전기·전자 제품 및 부품, 자동차 및 부품이 주요 품목으로, '24년 기준 이상 3대 품목이 전체 수출액의 37.1% 차지
 - 의약품이 210억 유로 기록하며 수출 실적 3위로 격상
 - 품목별 순위는 ① 기계 및 부품(362억 달러, 16.9% 비중), ② 전기·전자 제품 및 부품(230억 달러, 10.7%), ③ 의약품(210억 달러, 9.8%), ④ 자동차 및 부품(202억 달러, 9.4%), ⑤ 플라스틱 및 플라스틱제품(91억 달러, 4.3%) 순
- * Global Trade Atlas('25년 9월 2일 기준)

□ 주요 수입국 및 수입 품목

- (수입국) EU의 중요도가 매우 높아 상위 5개국 모두 회원국이며, 10위권 내 유일한 역외 국가는 중국. 부동의 1위 대상국은 독일로 '24년 비중 39.3% 기록
 - 국가별 순위는 ① 독일(832억 달러, 39.3% 비중), ② 이탈리아(133억 달러, 6.3%), ③ 네덜란드(110억 달러, 5.2%), ④ 체코(108억 달러, 5.1%), ⑤ 스위스(75억 달러, 3.5%) 순
 - 對한 수입은 16억 달러, 23위(전년 대비 +41.1%)로 집계됐으며, '25년 6월 누계 실적 기준 8억 5,330만 달러, 23위 기록(전년 동기 대비 +39.2%)
- * '24년 기준, 경쟁국 일본 14억/24위(-19.1%), 중국은 67억/7위(-12.9%)
- (수입 품목) 수입에서 역시 3대 수출 품목으로 꼽히는 기계 및 부품, 전기·전자 제품 및 부품, 자동차 및 부품의 중요도 높아, '24년 기준 이상 3대 품목이 전체 수입액의 35.1% 차지
 - 품목별 순위는 ① 기계 및 부품(267억 달러, 12.6% 비중), ② 전기·전자 제품 및 부품(249억 달러, 11.8%), ③ 자동차 및 부품(226억 달러, 10.7%), ④ 석유 및 석유제품(153억 달러, 7.2%), ⑤ 의약품(117억 달러, 5.5%) 순
- * Global Trade Atlas('25년 9월 2일 기준)

□ 對韓 교역 동향

- (무역협정) 오스트리아는 EU 회원국으로, 한국-EU FTA 적용
 - * 한국-EU FTA '11년 7월 1일 잠정 발효, '15년 12월 13일 전체 발효
- (교역 추이) '20년 이후 꾸준한 양방향 교역량 증가세를 보여 왔으나, '23년 수출입 모두 크게 감소(각 -27.7%, -11.8%). 수출의 경우는 '24년 +38.2% 증가하며 회복 전환
- (교역 규모) 수출입 모두 대폭 감소한 '23년 제외, '21년 이후 줄곧 30억 달러 이상 교역액 규모 유지
 - (수출) 한국의 對오스트리아 수출은 매년 13~14억 달러 규모, '24년 14억 1,981만 달러 기록
 - (수입) 한국의 對오스트리아 수입은 매년 20억 달러 내외 규모, '24년 16억 2,925만 달러 기록

- (무역수지) 주력 수출 분야와 연관된 자동차 부품, 고부가가치 정밀기계(반도체 제조용 장비, 사출 기계 등) 등의 對오스트리아 수입 물량이 큰 관계로 무역수지 적자는 불가피한 상황. 6~9억 달러 수준을 유지하던 적자 규모, '24년에는 2억 달러까지 감소

* 완성차 기업인 Magna Steyr의 BMW(Z4, 5 Series), MAN사의 트럭(바이에른 본사, 오스트리아 공장 일부 생산)의 수입량 증가 등이 주요인

• (주요 교역 품목)

- (수출) 무선전화기, 전산기록매체, 집적회로반도체가 꾸준한 실적으로 3대 상위 품목에 랭킹*. 1위 품목은 무선전화기로, 대폭 감소했던 '23년 실적의 역기저 효과로 '24년 실적 대폭 상승(전년 대비 +375.2%)했으나, '25년 기저 효과 발생 중(전년 동기 대비-26.0%)

* 전산기록매체와 집적회로반도체는 주로 동유럽 지역 삼성전자 협력 업체 수요분 포함

한국의 對오스트리아 10대 수출 품목 동향

(단위: 백만 달러, %)

2024년				2025년 7월(누계)			
순위	품목명	수출액	증감률	순위	품목명	수출액	증감률
	총 수출	1,420	38.2		총 수출	634	-10.2
1	무선전화기	705	375.2	1	무선전화기	204	-26.0
2	전산기록매체	142	12.1	2	전기자동차	82	196.7
3	집적회로반도체	103	-4.5	3	전산기록매체	70	-24.8
4	전기자동차	70	-56.0	4	집적회로반도체	65	8.4
5	의료용전자기기	53	15.7	5	의료용전자기기	34	8.8
6	기타 자동차	32	55.3	6	기타 자동차	15	14.3
7	승용차	28	-52.2	7	승용차	13	-31.6
8	기타 정밀화학원료	27	4,389.3	8	인쇄회로	11	13.4
9	자동차부품	24	-53.9	9	자동차부품	10	-33.5
10	인쇄회로	15	-20.9	10	축전기	8	9.7

자료: 한국무역협회('25년 9월 2일 기준)

- (수입) 꾸준한 1위 품목은 승용차로, 상위 5대 품목*에는 오스트리아 주력 산업인 기계, 자동차 및 부품, 의약품 외 가축 육류가 포함(주로 삼겹살 제품)(한국무역협회('25년 9월 2일 기준))

* 승용차 : 오스트리아 완성차 위탁생산기업 Magna Steyr의 BMW, Mercedes-Benz 한국 수출 실적

* 자동차 및 부품 : 한국 내 합작법인 운영 중인 Magna Powertrain 등 주요 T1의 한국 실적

* 의약품 : 오스트리아 소재 글로벌 제약회사 한국 수출분

한국의 對오스트리아 10대 수입 품목 동향

(단위: 백만 달러, %)

2024년				2025년 7월(누계)			
순위	품목명	수입액	증감률	순위	품목명	수입액	증감률
	총 수입	1,629	-15.0		총 수입	963	13.5
1	승용차	209	-64.3	1	자동차	3,309	1.7
2	기타 자동차	104	111,795.1	2	기타 자동차	188	4,418,817.9
3	의약품	94	-6.6	3	의약품	63	23.5
4	반도체제조용장비	78	201.3	4	가축육류	49	1.1
5	가축육류	74	-28.6	5	자동차부품	40	-7.1
6	자동차부품	70	13.2	6	반도체제조용장비	39	455.3
7	철도차량	63	22.8	7	주단강	33	187.2
8	선박용 엔진 및 그 부품	34	-5.7	8	선박용 엔진 및 그 부품	28	44.7
9	계측기	33	-24.9	9	계측기	20	24.3
10	주단강	33	136.1	10	철도차량	18	31.7

자료: 한국무역협회('25년 9월 2일 기준)

- '24년 기준, 한국은 오스트리아 전체 수입 금액의 0.6% 차지, 수입 대상국 순위 24위 기록('25년 5월 누계 실적 동일)
 - (전기자동차) 오스트리아 전체 전기자동차 수 기준 8.6% 점유율(현대 4.7%, 기아 4.0%) 차지, 12위 수입 대상국(전체 수입액의 2.4% 비중). 신규 등록 기준으로는 10위권 밖으로 벗어나며 점유율 하락세 보였으나, '25년 5월 누계 실적 기준 9위(3.1% 비중, 전년 동기 대비 +30.8%)로 선전 중
 - (반도체 제조용 장비 및 부품) 6위 수입 대상국으로 전체 수입액의 2.7% 차지. '25년 5월 누계 실적 기준, 전년 대비 -42.1% 감소하며 13위로 하락(0.7% 비중)
 - (의료용 기기) 10위 수입 대상국으로, 3.2% 비중 차지. '25년 5월 누계 실적 기준, 전년 대비 +29.9% 증가하며 9위로 상승
 - (화장품) 11위 수입 대상국으로 전체 수입액의 1.6% 차지. '25년 5월 누계 실적 기준, 전년 대비 +32.7% 증가하며 10위로 상승(1.7% 비중)

* Global Trade Atlas('25년 9월 10일 기준), 오스트리아 통계청('25년 9월 10일 기준)

□ 오스트리아 주요 수출 성공 사례



성공 사례로 보는 오스트리아 진출 전략 : 화장품 기업 B사(현지 K사에 수출 성약)

- 제품의 비교우위
 - 현지 시장에 시판되지 않고 있는 성분(꽃송이 버섯)을 사용한 제품으로, 경쟁 브랜드(여드름성 민감성 피부 전용 경쟁 기초 화장품)에 비해 뛰어난 가격 경쟁력 및 제품 효과(신속한 진정 효과 + 저자극 포뮬러)
 - 합리적인 공급가격
- 필수 인증 : CPNP
- 성약 소요기간 : 3년
- 바이어 발굴경로 : KOTRA 빈무역관 Key Account
- 무역관 담당자가 말하는 시사점
 - B사와 바이어는 '22년 빈 무역사절단 행사를 통해 처음 미팅 진행. 당시 바이어 측에서는 패키징 디자인에 대한 아쉬움을 표하며 국내기업 제품에 대해 큰 호감을 느끼지 못했으나, 샘플을 통한 장기간의 테스트 과정을 거쳐 제품의 효능에 큰 만족을 표함
 - 무역관은 B사와 측에 바이어의 피드백을 상세히 전달하고 유럽 소비자가 선호하는 패키징 디자인 정보를 공유함으로써, B사와의 '24년 빈 무역사절단 재참가 시 바이어에게 개선된 제품 패키징을 선보일 수 있었음
 - 바이어 측에서는 세련된 리뉴얼 용기 확인 후 큰 만족을 표하며 브랜드 마케팅을 위한 고객 배부용 소량 샘플 및 마케팅 자료 지원을 요청하였고 B사와의 적극적인 지원으로 수출 진행
 - 제품 현지화 전략의 중요성에 공감한 국내 수출기업의 과감한 마케팅 결정 및 바이어와의 신뢰가 축적된 무역관의 적극적인 지원 주효



성공 사례로 보는 오스트리아 진출 전략 : 화장품 기업 I사(현지 K사에 수출 성약)

- 제품의 비교우위 : 현지 시장 미출시 성분인 미역을 주성분으로 사용한 스킨케어 제품
- 필수 인증 : CPNP
- 성약 소요기간 : 2년
- 바이어 발굴경로 : KOTRA 빈무역관 Key Account
- 무역관 담당자가 말하는 시사점
 - I사와 바이어는 '23년 빈 무역사절단 행사를 통해 처음 미팅 진행, 당시 I사에서는 해당 제품 CPNP 인증 미보유 상태였으며, 해양 추출 성분에 관심 갖는 바이어 역시 드물었음
 - 무역관에서는 바이어 측에 I사 샘플을 전달해 바이어 측의 긍정적 피드백을 확인하고, '24년 빈에서 개최된 코리아 비즈니스 엑스포에 참가한 I사와 바이어의 부스 미팅을 재추천
 - 바이어는 리뉴얼된 I사 제품에 큰 매력을 느꼈으며, 오스트리아 식품 및 화장품 시장에서 미역 성분 효능에 관심을 보이기 시작한 점 역시 제품 호감도 배가에 기여
 - 무역관에서는 새로운 성분의 신규 브랜드를 찾고 있던 바이어에게 I사의 물류 바우처로 바이어 수입 시 배송비 부담을 덜어 줄 수 있음을 제안하고, 동시에 유럽 수출을 위한 필수 사전 작업인 현지어 라벨링 과정에 I사와 협업함으로써 성약 완료
 - 무역관의 현지 시장 트렌드에 대한 면밀한 모니터링과 함께, CPNP 인증 및 현지어 라벨링 등 관련 현지 규정에 대한 정확한 정보 전달 및 지원 주효



성공 사례로 보는 오스트리아 진출 전략 : 스마트 글라스 기업 C사(현지 A사에 수출 성약)

- 제품의 비교우위 : 망막질환 환자를 위한 AR 안경 제품으로, 제품 개발 후 CES 3년 연속 수상 경력 보유 등 제품력 기(既) 공인
- 필수 인증 : CE
- 성약 소요기간 : 약 6개월
- 바이어 발굴경로 : 기 접촉 기업
- 무역관 담당자가 말하는 시사점
 - 관련 전시회('25년 3월 개최 KIMES 2025(국제 의료기기·병원설비 전시회))에 대한 바이어 측의 적극적인 관심 및 참관
 - 무역관 측 전시회·기업 정보 공유 지원을 통한 순조로운 수출기업-바이어 현장 미팅 진행
 - 바이어 측의 발빠른 후속 작업으로 전시회 이후 현지 고객사 수요 확인 신속 완료
 - 샘플 기기 구매 진행 시, 통관 서류 및 C사 사전 준비 사항 등 관련 무역관 측의 적극적 지원

□ 주요 경쟁국 동향

- '24년 기준, 중국은 수입 2위(154억 7,289만 유로, 8.2% 비중), 수출 9위(53억 1,014만, 2.8%) 기록하며 주요 교역 대상국 지위 유지
- 일본은 수입 17위(25억 795만 유로, 1.3% 비중), 수출 21위(15억 8,163만, 0.8%)로 양방향 교역 격차 크지 않은 편이나, 베트남의 경우 수입은 22위(16억 7,914만, 0.9%) 기록한 반면 수출은 50위권 밖 랭킹(오스트리아 통계청('25년 9월 10일 기준))

오스트리아 수입시장 내 한국 및 경쟁국의 시장점유율 추이

(단위: %)

국가명	2022년	2023년	2024년	2025년 6월 누계
중국	8.1	7.4	7.6	8.4
일본	1.2	1.4	1.4	1.3
한국	0.5	0.6	0.4	0.7
베트남	0.6	0.6	0.9	0.9

자료: Global Trade Atlas('25년 9월 10일 기준)

□ 대외 수입 규제

- EU 차원 수입 금지 품목*
 - 분쟁 광물('21년 1월~), 일회용 플라스틱 품목('21년 7월~), 산림 전용 관련 제품('23년 6월~)
 - 對러 제재 관련 러시아산 제품 : 러시아-우크라이나 사태 이후 '25년 초까지 총 16차례에 걸친 對러 제재에 근거하여 전쟁과 직접적 관련이 있거나, 러시아 군자금 조달에 기여하는 제품의 수입을 금지
 - 강제노동 결부 제품('24년 12월 발효, '27년부 시행 예정) : 제품의 생산과정에서 강제노동이 사용된 경우, 해당 제품의 수입과 유통을 금지
 - * 공중도덕, 정책 및 안전 유지, 인간·동식물 건강 보호, 환경보호, 예술·역사·고고학적 가치를 지닌 문화재 보호, 특정 지적재산권 보호 등의 목적을 가짐
- 그 외, 오스트리아는 국가 차원에서 군수 및 이중용도품목(Dual-use Item)의 경우 수입 허가를 요구하고 있으며, 의약품·담배 및 술·살아있는 동물 등의 수입을 제한
 - 의약품의 경우, 약국 및 허가받은 유통업체의 경우에만 수입 가능

다. 산업

□ 주요 산업 개요 및 동향

- (부문별 비중) 오스트리아는 '24년 기준, 3차 서비스 산업 69.7%, 2차 산업 29.2%, 1차 산업 1.5% 비중 차지
 - (3차 산업) 산업별 GDP 구성은 도·소매 유통 11.8%, 금융·보험업 4.8%, 숙박업(관광) 4.8% 등
 - (2차 산업) 제조업·광업 17.7%, 건설 7.4%, 에너지·상수도 4.1%(오스트리아 통계청)
- (제조) 글로벌 수요 부진 및 재고 누적으로 제조업·수출 부진*. '25년 하반기부터 재고 조정 진전, 생산의 점진적 반등으로 '26년 수출 회복 전망
 - 에너지·임금·규제 비용 부담으로 인한 가격 경쟁력 약화 이슈 해결 과제
 - 주요 산업으로는 철강 및 금속(가공 173억 유로, 비가공 236억 유로, '23년 기준), 기계(312억 유로), 자동차 및 부품(184억 유로), 전기·전자(151억 유로), 의약품(50억 유로) 등
 - * 수출(상품/서비스) 증감률: '24년 -3.5% → '25년 -0.5% → '26년 1.3~1.8%(WIFO, IHS)
- (건설) 총부가가치 '24년 -4.3%, '25년 -0.5%로 부진, '26년 소폭 회복(+0.6%)
 - 재정 긴축 영향으로 토목 부문 약세 지속되는 반면, 통화 및 대출 규제 완화로 주택 부문 점진적 개선 예상(WIFO, IHS)
- (서비스) 전반적 침체 분위기에도, 소폭 성장세 보이는 정보·커뮤니케이션, 금융·보험업 선전

라. 투자

□ 외국인 투자 동향

- 동·서유럽의 중간 지점에 위치한 지정학적 이점을 바탕으로 전통적으로 상당한 규모의 외국인직접투자(FDI) 유치
 - (규모) '21년과 '22년 각 183억, 165억 달러 기록 후, '23년 러시아-우크라이나 사태 등으로 인한 전 세계적 정세 불안정 및 고금리, 일부 유럽 국가의 대규모 구조조정 등으로 인한 글로벌 감소세와 유사한 사유로 투자 유치 감소(68억). '24년에는 115억 달러 수준으로 회복
 - (주요 투자국) 기(既)투자 누적 금액의 절반 이상은 독일, 러시아, 스위스를 통해 이루어졌으며, 그 외 미국, 이탈리아, 네덜란드, UAE 등. 다만, 러시아-우크라이나 사태 이후 지정학적 긴장 및 국제 제재 등의 영향으로 러시아발 투자는 감소세 기록
 - (투자 매력도) 정치적 안정성, 고숙련 노동력, 발달된 인프라 등 근본적인 투자 여건 여전히 유효, 유럽 중심부에 위치한 지정학적 이점과 안정적인 경제 기반은 매력적인 투자 조건으로 작용하고 있으며, 정부 차원 지속적인 투자 지원 정책 또한 외국인직접투자 유입에 긍정적 역할 수행
 - (투자 환경) 외국인 투자 유치만을 겨냥한 특별법·인센티브는 없으나, 국내기업과 동일 조건의 투자 기업 대상 인센티브 운영
 - * 지역별 투자 인센티브, 중소기업 투자 인센티브, R&D 투자 관련 인센티브, 환경 보호 인센티브, 스타트업 인센티브 등. 관련 정보는 연방투자진흥청(ABA Austrian Business Agency)을 통해 확인 가능
 - ** UNCTAD Stat('25년 9월 10일 기준), 오스트리아 국립은행(OeNB) 보고서('25년 4월)

□ 현지 주요 투자 유치 산업

- 투자가 유입되는 주요 산업 분야는 '24년 기준, 전문·기술·과학 활동(60.1%), 금융 중개(10.4%), 부동산(7.3%), 무역(6.5%), 화학·석유제품 및 의약품(2.7%) 등
 - 거의 전 산업 분야에 걸쳐 외국이 투자 개방 상태
 - 특히 의약품 산업의 경우, 글로벌 경제위기 등의 대외 여건에도 꾸준한 성장을 이어왔으며, 글로벌 기업 R&D센터 및 생산 거점이 오스트리아 내 활발한 영업활동 중으로, 이 분야 대규모 글로벌 기업들이 우선순위로 꼽는 투자 대상국

□ 주요 경쟁국(중국, 일본 등)의 현지 투자 유입 동향

- 일본의 경우 현지 판매법인 형태의 진출이 대부분으로, 최근 사례로는 물류 업종 Nippon Express의 현지 기업 Cargo-Partner 인수('23년)를 들 수 있음
- 중국은 주요 진출국 기업 대비 상대적으로 낮은 인지도로 인해 현지 판매법인 설립이 저조한 편으로, 기계 등 제조업 중심

□ 오스트리아의 對韓 투자 현황

- (개황) 한국·동아시아 진출을 겨냥하거나 한국 소재 대기업 납품 목적의 제조업 그린필드 투자*가 주종
 - * Plansee 社の 삼성전자 납품 등
 - (규모) 최근 5년간 연평균 약 1,000만 달러 수준
 - (지역) 서울, 경기 등 수도권에 80% 이상 집중 분포
 - * 산업통상자원부('25년 9월 10일 기준)
- 주요 투자 분야
 - (자동차·부품) 오스트리아 핵심 산업으로 한국 법인에 대한 증액 투자 가능성. 엔진 개발 기업 A사 (현대·기아차 협력 업체), '23년 300만 달러 증액 투자, 계측 기기 등 설비 중심 추가 투자 기대
 - (기계·부품) E사(1위 사출성형기 기업), G사 등 오스트리아 강소기업
 - (자동차) 투자 금액은 적으나, 자동차 소프트웨어 관련 기업투자 증가세
 - (소비재) 한국 내 오스트리아 제품에 대한 관심 증가로 현지법인 설립을 통한 투자 진출
 - (물류) 동유럽 물류 허브 입지에 따른 물류·운송 인프라 발달로 C사 등 한국 기(既) 진출

□ 한국의 오스트리아 투자 진출

- (개황) 전체적인 경향은 소규모 투자(물류, 요식업, 판매법인 등) 중심
 - 동·서유럽의 접점에 위치한 지정학적 이점, 항공 및 육상 물류 인프라가 잘 발달한 국가적 특성을 이용한 한국 물류 기업의 진출 활발
 - 대규모 투자 사례로는 삼성SDI의 Magna Steyr Battery Systems 社 인수('15년 2월)*, LG전자의 ZKW 인수('18년 4월)** 등이 있음
 - * 삼성SDI, Magna International 社の 배터리 팩 사업 부문 자회사인 MSBS 社 지분 100% 전량 인수(전기차 동차용 배터리 사업상의 안정적 지위 구축 및 전기상용차로의 영역 확대 목적). 인수 금액은 양사의 합의에 따라 비공개
 - ** LG그룹, 차량용 조명 시스템 기업 ZKW 社の 지분 100% 인수(LG전자(주) 70%, LG(주) 30%). 인수 금액은 11억 유로 규모(기업 보도 자료)

한국의 對오스트리아 투자 진출 동향

(단위: 백만 달러, %)

구분	2022년		2023년		2024년		2025년 2분기	
	금액, 건	증감	금액, 건	증감	금액, 건	증감	금액, 건	증감
신고	4.097(12)	-	4.140(16)	1.0(33.3)	4.206(17)	1.6(6.3)	67.291(5)	1,499.9(-70.6)
신규 법인 설립 건수	3	-	2	-	0	-	1	-

주: 신규 법인 설립 건수는 현지법인·지점·지사 모두 포함
 자료: 한국수출입은행('25년 9월 10일 기준)

□ 우리 기업 투자 진출 사례



주요 투자 진출 사례 : 산업용 스위치 생산기업 P사, 현지 시장 진출 효율 최적화를 위한 법인 설립

- (기업정보) 산업용 스위치 생산기업
- (성공사례)
 - 국내 대기업에 안정된 납품 실적 및 경험을 바탕으로 전기·전자 산업 분야뿐만 아니라 자동차 산업 분야까지 제품 포트폴리오 확대
 - 오스트리아 M사와는 첫 만남 이후 지속적인 공동 제품 개발 노력 끝에 차량용 사이드미러용 센서 납품 계약을 체결해 현재까지 지속적으로 물량 납품 중
- (시사점)
 - KOTRA 빈무역관 지사화 서비스 가입을 통한 무역관의 지원이 큰 역할을 하였는데, 유럽 시장 진출이 처음인 P사의 입장에서 현지 시장 정보 및 바이어 성향 파악, 수출입 실무 및 현지 출장 시 다각적인 지원을 통해 오스트리아 M사와의 신뢰 관계 구축 및 확대에 기여했다는 평가를 받고 있음.



주요 투자 진출 사례 : 콘크리트 펌프 제조기업 K사, 현지 생산시설 가동을 위한 법인 설립

- (기업정보) 콘크리트 펌프 제조기업
- (성공사례)
 - K사는 유럽 시장 고객관리 및 영업활동을 위해 현지에 법인 및 생산시설을 설립하는 것으로 결정하고, 오스트리아 투자청(ABA)과의 미팅 진행. 이를 통해 니더외스터라이히(Niederösterreich) 주 현지 산업진흥원에서 운영하고 다수의 생산기업이 소재해 있는 비너 노이도르프(Wiener Neudorf) 지역 내 생산 단지에 부지를 소개받았음.
 - K사가 운영하는 현지 생산공장은 유럽 지역 바이어 대상의 제품 소개 공간이자 영업 허브로서의 역할 담당
- (시사점)
 - 생산부지 결정에는 현지 투자청의 자문이 큰 역할을 했으며, 동사는 KOTRA 빈무역관의 지사화 사업을 통해 투자청과의 미팅부터 현지 생산 법인 운영에 필요한 업무 전반(직원 채용, 현지 생산시설 사업자 허가증 발급, 주재원 비자 발급 등)에 대한 지원을 받음으로써 순조로운 법인 설립이 가능했음



주요 투자 진출 사례 : 가상 및 증강현실 솔루션 개발 스타트업 V사, 유럽 시장 진출을 위한 현지법인 설립

- (기업정보) 가상 및 증강현실 솔루션 개발 기업 V사
- (성공사례)
 - V사는 가상 및 증강현실 솔루션을 개발 공급하는 스타트업 기업으로, 유럽 시장의 성장 가능성을 높게 평가하고 현지법인 설립 계획을 추진. 스타트업의 특성상 해외 법인 설립 등과 관련한 노하우 및 전문 인력 부족으로 필요한 정보 확보에 어려움을 겪던 중에, KOTRA 빈무역관에 문의를 통해 법인 설립 관련 기초 정보를 얻고 정부 산하 투자유치기관인 ABA를 소개받아 초기 단계부터 법인 형태를 결정, 또한 법무 법인 선정 등 다양한 창업 관련 컨설팅을 받음으로써 초기 정보 수집에 따르는 시간과 비용을 최소화할 수 있었음.
 - V사의 오스트리아 지점은 마케팅 활동 이외에 리서치 센터의 역할도 수행하며 유럽 시장 진출의 교두보로서 중요한 역할을 수행 중
- (시사점)
 - 처음에는 연락사무소 형태의 진출을 고려했으나 ABA의 권유로 해외 지점 형태의 설립으로 변경하는 등의 과정을 거쳐, 지점 형태의 현지법인 설립을 이뤄낼 수 있었음. 현지 투자 유치 전담기관의 전문 컨설팅이 기업 차원 장기적 관점에서의 효율적 의사결정 결과로 이어진 좋은 사례

오스트리아 진출 주요 한국 기업 현황

회사명	진출연도	업종	투자 형태
삼성전자	1988	전기·전자	판매법인
LG전자	1987	전기·전자	판매법인
기아자동차	2002	자동차	판매법인
금호타이어	2003	타이어	지점
대한항공(여객 및 화물)	2004	운송	지점
아시아나항공(화물)	2004	운송	지점
팩트라인터네셔널	2006	물류	법인
하나로TNS	2007	물류	법인
제일기획	2011	광고대행	법인
현대글로비스	2011	운송	지점
피엔엘	2012	물류	법인
미원	2014	화학	R&D법인
우진플라임	2014	사출성형기	R&D법인
삼성SDI배터리시스템	2015	배터리팩	생산법인(공장인수)
피지엘로지스틱스	2017	물류	법인
LG(ZKW)	2018	자동차부품	법인
KCP	2018	기계	법인
한국타이어	2019	타이어	법인
SC. Min	2019	철강	법인
Virnect	2020	증강현실	지점

자료: KOTRA 빈무역관 자체 조사(각 기업 접촉)

□ 현지 투자 진출 시 진입장벽

- (인사·노무) 외국인 고용에 대한 법적 제약은 없으나, 모든 외국인은 노동 허가(Beschäftigungsbewilligung)를 취득해야만 합법적 취업이 가능*
 - 해외 주재원 외 다수의 전문 인력은 숙련된 외국인 인력 유치를 활성화하기 위해 정부가 도입한 'RWR 카드(Rot-Weiß-Rot-Karte)' 활용
 - 한국 기업 파견 주재원 등이 일반적으로 취득하는 비자 유형으로 RWR 카드 외, ICT(Intra-Corporate Transfer) 비자가 있음. 이는 해외 본사를 둔 기업이 오스트리아 현지법인으로 직원을 파견할 경우 적용되는 비자로, RWR 카드에 비해 자격 요건이 완화되어 상대적으로 발급이 용이
 - * 외국인 고용법(Ausländerbeschäftigungsgesetz, AuslBG)에 의거
 - ** 캐나다식 포인트제 이민 시스템을 모델로 삼은 것으로, 기술 수준, 경력, 학력, 언어능력 등 다양한 항목을 점수화하여 일정 점수를 초과할 경우 노동 허가 및 체류 허가를 동시에 부여하는 제도. 기존 쿼터제의 적용을 받지 않으며, 비자 발급 절차와 기준이 상대적으로 명확하고 투명한 것이 특징(정부 운영 관련 통합 정보 포털 www.migration.gv.at 참조)
- (외국인직접투자에 대한 정부 스크리닝 강화*) 적용의 범위 및 당국의 유권 해석이 폭넓은 관계로 대상이 되는 투자 건수 증가 추세. 단, 그린필드 투자에는 미적용('20년 7월 25일~)
 - * 연방투자통제법(Investitionskontrollgesetz, InvKG)에 의거

2. 유망 산업

가. 바이오 의약품 산업

□ 개요

- 현지 산업 규모
 - '24년 기준, 총 매출 69억 2,300만 유로로('22년 대비 +15%), 수출 비중 82.6%
 - 글로벌 경제위기 등 대외 변수 영향에도 꾸준한 성장세
 - * 자료: 오스트리아 통계청('25년 6월 발표)
- 최근 수출입 동향
 - '23년 의약품(HS Code 30) 수출 규모 175억 달러로, 전년 대비 27% 증가. 국가 전체 수출에서 중요한 비중 차지하며 꾸준한 성장세
 - 치료제 영역 다변화(면역·항암·혈장 유래) 및 무균충전(F&F), CDMO(의약품 위탁개발생산), 바이오 공정 디지털화 수요가 동반 확대
 - '24년 기준 전체 무역수지 흑자(+21억 9,000만 유로) 전환에 의약·화학의 기여 높음
 - * 오스트리아 통계청('25년 9월 10일 기준)
- 보건의료 동향
 - 오스트리아는 의료비 지출이 높은 국가로('23년 기준 GDP의 11.5%로, OECD 상위권*), 전체 의료비 지출의 공공 보전을 약 77%
 - 국민의 99%가 사회보험·의료보험에 가입되어 공공의료 서비스 수혜
 - * '23년 기준, OECD 1위 독일 12.7%, 2위 프랑스 : 12.1%

□ 현지 주요 기업 및 최근 동향

- 오스트리아 진출 글로벌 기업 R&D센터·생산 거점의 영업활동 중심으로 발전
 - 주요 기업으로는 Boehringer Ingelheim, Novartis Pharma, Sandoz, Baxter, Herba Chemosan, Apotheker 등
 - 전체 생명과학 부문으로 확장 시, '23년 기준, 수도 빈(Wien)에는 총 754개 기관이 활동 중으로, 기업 646개, 연구기관 19개, 기타 기관 89개 등*
 - * 총 349개 생명공학·제약 기업 소재, 총 매출 184억 유로. '20년 대비 고용 +8%, 매출 +30%로 산업 성장세 뚜렷

오스트리아 바이오 의약품 산업 주요 기업 동향

기업명	기업 최신 동향
Boehringer Ingelheim	<ul style="list-style-type: none"> 암·면역 분야 R&D 인프라 확대 전략 지속 추진 - 암 연구 센터(Angelika Amon Building) 준공('24년 9월)
Takeda	<ul style="list-style-type: none"> ENTYVIO SC 무균충전(F&F) 역량 확대 - '25년까지 약 1억 유로 투자. 글로벌 수요의 최대 70%까지 소화 목표
Sandoz	<ul style="list-style-type: none"> EU 공급 안보를 담당하는 허브 역할 강화 - 항생제(페니실린) 신규 설비 가동. 2억 유로 투자('24년 3월)

자료: 오스트리아 투자진흥청(ABA), 각 기업 홈페이지, KOTRA 빈무역관 자료 종합

□ 향후 전망 및 기회요인

- 국가·민간 부문 투자 지속, 對독일계 글로벌 기업 기술 교류에서의 우위를 점하고 있어 발전 가능성 높음
- EU 및 국가 차원 공급 안보에 대한 환기로 현지 생산 강화 기조 유지
 - EU 차원 의약품 공급망 취약점 해소 및 가용성 확보를 위한 역내 생산 촉진 정책*에 부합하는, 국가 차원 노력 경주(국내 제조시설 투자 지원, 공급 인센티브 집행, 보건 시스템 유연성 강화 등)
 - 공급 안보·유럽 내 생산 회귀 경향(항생제·주사제), CDMO 수요 확대 지속
 - 오스트리아 거점 대형 제약기업과의 공동 연구 및 시험·인증 루트 유리
- * '25년 3월, EU 집행위원회의 '중요 의약품 법(Critical Medicines Act)' 초안 제출
- 임상·파일럿 : 상업화 전환 수요로 공정 최적화·품질분석 역량을 갖춘 파트너 대상 기회 확대

나. 신재생에너지 산업

□ 개요

- 현지 산업 규모

'23~'28년 오스트리아 에너지원별 전력 생산능력(Capacity) 추이(전망)

(단위: MW, %)

구분	2023년	2024년	2025년	2026년	2027년	2028년
총 전력 (증감률)	31,593.9 (6.0)	33,965.2 (7.5)	37,052.0 (9.1)	38,235.1 (3.2)	39,405.6 (3.1)	40,842.2 (3.6)
열 (증감률)	4,703.4 (-27.0)	4,694.6 (-0.2)	4,685.1 (-0.2)	4,674.8 (-0.2)	4,663.7 (-0.2)	4,651.8 (-0.3)
수력 (증감률)	9,138.2 (-0.1)	9,595.1 (5.0)	10,266.8 (7.0)	10,273.9 (0.1)	10,282.2 (0.1)	10,284.2 (0.0)
비 수력 신재생에너지 (증감률)	11,981.0 (41.7)	13,904.2 (16.1)	15,666.3 (12.7)	16,852.5 (7.6)	18,025.9 (7.0)	19,286.1 (7.0)

주: '23년·'24년 추정치, '25~'28년 전망치

자료: BMI '25년 2분기 자료(오스트리아 국가자료 인용)

- 오스트리아, 신재생에너지 분야 EU 내 선도국 위치
 - 신재생에너지 비중은 '23년 총 소비량 기준 40.8%, 총 생산량(전력 소비 내 신재생에너지원 생산 전력) 기준 87.8%*
 - * EU 27개국 중 총 소비량 기준 6위(1위 스웨덴 66.4%, 2위 핀란드 50.8%, 3위 덴마크 44.4%), 전력 소비 내 신재생에너지원 생산 전력 기준 1위(2위 스웨덴 87.5%, 3위 덴마크 79.4%)
- '25년 기준, 신재생에너지 사용 생산 전력 시장의 규모는 58.56kWh로 추정, '25~'29년 연평균 성장률 1.5% 예상
 - 수력 37.01kWh, 풍력 8.26kWh, 태양에너지 7.18kWh, 바이오에너지 6.11kWh

□ 정책 동향

- 신재생에너지, 에너지 전환 정책의 핵심 축으로 설정
 - '30년까지 생산 전력의 100% 신재생에너지원으로 충당 목표
- 신재생에너지 확대 정책 지속 추진
 - '40년까지 신재생에너지 비중 100% 근접 목표 설정
 - 전통적으로 이어온 수력 중심의 전력 구조를 유지하면서, 태양광 및 풍력비중 확대 전략 집행 중
 - '30년까지 총 27TWh의 그린전력 추가 생산 계획 아래, 에너지원별 생산 목표 설정(태양광 11TWh, 풍력 10TWh, 수력 5TWh, 바이오매스 1TWh)
 - * '23년 화석연료 에너지 대 신재생에너지 비율 59:41 기록, '30년까지 43:57로 역전 계획
- 통합 에너지 인프라망 구축 계획 실행
 - 확대 생산된 신재생에너지의 효율적 공급 및 분배를 위한 가스·전기 에너지 네트워크 통합
 - 송전망 증설, 분산 자원 접속, 유연성 자원(저장·수요 반응) 등 투자 확대

□ 현지 주요 기업 및 최근 동향

오스트리아(신재생)에너지 산업 주요 기업 동향

기업명	기업 최신 동향
	<ul style="list-style-type: none"> • Kaprun 양수 발전소(Limberg 댐) 제3 터널 건설에 4억 8,000만 유로 투자 중 <ul style="list-style-type: none"> - 480MW 용량 터빈 공급 예정 - 프로젝트 완공 예정 : 2025년 - '25~'26년 발전 용량 및 수력 발전 증가 기대
Verbund	<ul style="list-style-type: none"> • 신재생 에너지 확장 <ul style="list-style-type: none"> - 풍력 및 태양광 발전 확대 - '30년까지 총 발전량의 20~25% 목표 • 탄소 포집(Carbon Capture) 계획 <ul style="list-style-type: none"> - '20년 6월 발표

기업명	기업 최신 동향
	<ul style="list-style-type: none"> - Lafarge 시멘트 공장(Mannersdorf) 대상 - Lafarge, Borealis, OM - 완공 목표 '30년
EVN	<ul style="list-style-type: none"> • '25년 초 기준 총 설치 발전 용량 : 약 1.4GW • '30년까지 재생에너지 발전 용량 확대 계획 <ul style="list-style-type: none"> - 풍력발전 770MW - 태양광(PV) 300MW

자료: 오스트리아 투자진흥청(ABA), 각 기업 홈페이지, KOTRA 빈무역관 자료 종합

□ 향후 전망 및 기회요인

- 신재생에너지 확대 생산 지원 정책이 실효를 거둬에 따라, 정책의 중심은 신재생에너지원의 분산성 및 간헐성 문제를 극복하기 위한 유연한 에너지 인프라 구축으로 이동 중
 - (통합 에너지 인프라망 구축) 그리드 확충, 저장·수요반응(DSR) 수요 확대
 - (수소) 탈탄소 수소 에너지 확대로 계측·품질시험·인증 수요 증가 전망
 - (에너지 전환 R&D 프로젝트) 에너지의 생산, 전환, 저장에 이르는 모든 단계 대상, 정부의 강력한 지원 지속 전망(지원 분야 ① 에너지 생산 및 저장 기술(생산 과정 및 물질 포함), ② 수소, 바이오가스, 탄소포집활용저장(CCUS), ③ 효율적 에너지 사용. 학계, 산업, 공공기관을 가로지르는 학제 간 협력 강조되는 분위기로, 글로벌 공동 프로젝트 협업 기회 증대 예상

다. 기계 산업

□ 개요

- 현지 산업 규모
 - '25년 오스트리아 전체 기계 시장은 전년 대비 3.8% 성장했으며, '27년까지 3% 후반대 수치로 성장률 유지 후 '29년 약 5%대로 증가 전망
 - * 6W Research('25년 9월 기준)
 - 자동화 산업) 유럽 자동화 산업은 '22~'29년 연평균성장률 9.8%로 높은 성장세 전망. 오스트리아에서 매년 개최되는 SMART Automation Austria와 같은 대규모 국제 전시회(14개국, 200~300개 기업 참가)는 국가 차원 자동화 산업의 활발한 생태계와 시장 규모를 가늠할 수 있는 중요한 지표
 - * Fortune Business Insights('25년 9월 기준)
 - (로봇 산업) '25년 기준, 오스트리아의 총 매출액 규모는 4억 7,544만 유로로 '25~'29년 연평균 성장률 7.2%로 꾸준한 성장 예상. 상업용·산업용 서비스 로봇이 시장을 주도하며, '25년 예상 시장 규모는 3억 2,587만 유로('25~'29년 연평균성장률 9.2%)
 - * Statista('25년 9월 19일 기준)

- 최근 수출입 동향

- '24년 수출입 모두 감소했으나(수출 -5.8%, 수입 -6.2%) 교역의 가장 중요한 제품군 지위 유지. 실적 감소 주요 요인으로는 글로벌 경기 침체 및 최대 교역국 독일로부터의 수입 30.8% 급감 등

□ 정책 동향

- 정부의 산업 전략 강화

- 에너지 시장 개혁, 승인 절차(허가 및 인허가) 간소화 조치 추진 등을 통한 자동화 설비 투자 및 확장 시 발생하는 제도적 장벽 완화 흐름

□ 현지 주요 기업 및 최근 동향

오스트리아 기계 산업 주요 기업 동향

기업명	기업 최신 동향
Bosch Rexroth GmbH	<ul style="list-style-type: none"> • '24년 전반적 수입 감소에 따른 매출 감소(-13.6%) • 오프하이웨이 기계용 eLION 전동화 부품 출시, 유압용 모듈형 RM Global 밸브 플랫폼 도입 및 ctrlX Automation 플랫폼 기술 발전(전동화, 유압 모듈화, 자동화 플랫폼 강화)
B&R Industrial Automation GmbH	<ul style="list-style-type: none"> • '24년 수입 실적 감소 및 전략 혼선에 따른 전반적 수주량 감소(-19%) • AI 기반 스마트 카메라를 도입하여 제어 루프 내에서 실시간 비전 기능 제공, 자사의 모든 제품 개발 과정이 IEC 62443-4-1 인증 및 B&R 제품을 RS를 통한 구매 가능
Kontron AG	<ul style="list-style-type: none"> • '24년 매출 전년 대비 37% 증가. 주요인은 소프트웨어 솔루션 및 보안 제품과 같은 고마진 분야에 대한 전략적 집중 전략 성공 • Qualcomm과 협력한 5G-FRMCS 모뎀 개발 및 Kontron Transportation의 프랑스 대규모 계약 수주

자료: 각 기업 홈페이지

오스트리아 기계 연관 산업 주요 기업 동향

기업명	기업 최신 동향
BMW Group Werk Steyr	<ul style="list-style-type: none"> • '6세대 e-드라이브' 전기모터 양산 개시(2025년 8월 1일) • '30년까지 10억 유로 투자 및 e-모터 라인에 1,000개 일자리 창출 • '26년 Neue Klasse 전 차종 파워트레인 허브로 램프업 본격화
Magna Steyr	<ul style="list-style-type: none"> • XPeng G6·G9 현지 생산 개시(2025년 9월 15일). EU 관세 회피·공급망 현지화 목적 • '26년 라인 안정화 및 차종 확대 예상
voestalpine	<ul style="list-style-type: none"> • BYD 헝가리 공장 철강 공급 계약(2025년 6월 25일) → CEE EV 허브와 오스트리아 공급망 결속 강화 • '25-'26년 회계연도 1분기: 자동차 강판 수요 '대체로 안정', 파이프라인 프로젝트 '예외적 강세' • '26년 관세 리스크·가격경쟁 압력 속 선별 수주·고급강 중심 전략 • 그린스틸(Green Steel)전환: voestalpine greentec steel(EAF, 린츠·도나비츠) '27년 가동 목표 • '26년, 전기로 설비·전력조달·DRI/스크랩 원료 체계 등 전환 준비 본격화

자료: 각 기업 홈페이지

※ 프로젝트 사례: AVL 社와 HyCentA(그라츠공대(TU Graz) 기반 수소 연구센터)의 수소·친환경 전환 프로젝트

- (테스트·엔지니어링)
 - '25년 착수한 수소 측정·시험 시스템(ReMET) 공동개발 프로젝트
 - 연료전지와 수소엔진 저온·고압 테스트, 메트롤로지 고도화
 - 응용처 확대 : 상용차·오프하이웨이, 철강 공정(가열·환원) 등 수소 실증 프로젝트 확산
 - '26년 H₂시험 장비와 소프트웨어·센서·밸브·고압 부품 현지 파트너링 유망
 - UN ECE R134 등 표준 부합 시험·인증 패키지 제안 효과적

□ 향후 전망 및 기회요인

- 오스트리아의 기계 산업 전반 지속 성장세 예상
 - (산업 전반) 글로벌 경기 침체에 따른 수출입 감소 및 산업 둔화 상태에 있으나, 수출을 위한 중간재·부품 등 분야에서 꾸준한 수요 전망. 수출 비중이 높은 산업 기계, 농기계 및 자동화·로봇 분야의 경우, 기술력 및 제품 다양화 전략을 통한 우리 기업 시장점유율 확대 기회 예상
 - (유망 분야) 자동화 산업의 경우, 공장 생산라인·물류센터 등 실제 현장 적용 확대 중으로(유연성 중시, 다품종 소량 생산·맞춤형 제품 대응을 위한 모듈식·적응형 자동화 확산), 비용·지속가능성 압력으로 인한 에너지비용 및 인건비 부담 속에서 에너지 효율·친환경 자동화 분야 유망 전망

3. 협력 기회

가. G2G

□ (G2G) 한국-오스트리아 양국 간 과학기술, 문화·예술 분야 전략적 파트너십 구축

- 양국 정상회담을 통한 협력관계 모색 구체화
 - (개요) '21년 6월 14일 양국 대통령의 정상회담을 통해 4차 산업 시대 새로운 협력관계 모색 논의
 - (과학기술, 5G) 미래형 첨단산업 분야에서 오스트리아가 보유한 기초과학기술력과 한국이 가지고 있는 세계적 수준의 상용화·산업화 능력을 접목시키는 파트너십 구축*
 - (기후, 환경) 양국 간 상호 호환성이 높은 기후 중립 정책인 한국의 '그린뉴딜 정책'과 오스트리아의 '2040 기후 중립 목표(2040 Klimaneutralität)' 간 협력 방안 적극 모색을 통해 포용적 녹색 회복과 탄소중립 비전 실현을 위한 공조
 - (문화·예술·관광) 미래세대 간 교류 증진에 대한 구상의 현실화를 위한 문화 협력 협정 및 청소년 교류 이행
- (G2G) 한국-오스트리아 양국 간 과학기술 협력 및 교류 활성화
 - (개요) '19년 2월 14일 양국 총리 회담을 통해 '한국-오스트리아 양국 과학기술 협력 MOU' 체결. 양국은 교역과 투자를 확대하는 동시에 동 MOU를 바탕으로 한 인적 교류 확대 등 구체적인 협력 강화
 - (협력 분야) 양국의 과학기술과 ICT, 전자 정부 등 분야의 협력을 강화하고 양국이 상호 윈-윈하는 경제협력 파트너가 되며, 4차 산업혁명 시기에 최적의 파트너가 되도록 노력. 오스트리아 측 핵심 협력 분야는 5G 분야를 비롯한 디지털화 및 인공지능(AI), 자율주행 등
 - (후속 조치) '19년 7월 16일 첫 '한국-오스트리아 과학기술공동위원회' 개최를 시작으로, 양국 간 지속적인 과학기술 협력 채널 운영 중*

* '19년 2월 체결한 '한국-오스트리아 양국 과학기술 협력 MOU'에 근거해 '19년 7월 첫 개최되었으며 양자, AI, 생명공학 등의 분야 국제 공동 연구 추진. 이어서 제2차 한국-오스트리아 과학기술공동위원회가 '22년 9월 7일 개최되었으며, 이를 통해 신규 인력 교류 과제 선정 과정에 대해 검토. 양국 수석대표의 승인을 통해 정보통신기술·융합, 공학, 생명과학, 의학, 자연과학 분야 인력 교류 추진 합의

나. 공급망(자원 개발)


□ 위기 발생 시 대비, 현지 텅스텐 및 마그네슘 대체 공급선 발굴

- 오스트리아는 '23년 기준 연간 2억 2,000만 달러 규모의 탄화텅스텐 수출국으로, 對한국 수출은 4,200만 달러(9위 수출 대상국)(Global Trade Atlas)
 - (대체 공급선) 광산 및 가공 공장 등 기(既) 발굴 공급선 정보 지속 업데이트 중 : Wolfram Bergbau und Hütten AG, Mittersill 광산* 및 St. Martin im Sulmtal 가공 공장**, Treibacher Industrie AG, Althofen 공장 등
 - * 글로벌 주요 텅스텐 광산 중 하나로, 인근 Hohe Tauern 국립공원 환경 지침에 따른 친환경 작업 수행
 - ** 폐텅스텐을 2차 원료로 투입하기 위한 포괄적 리사이클링 시설 보유
- 오스트리아는 '21년 기준, 연간 1억 3,000만 달러 규모의 마그네슘 잉곳 수출국(세계 7위)으로, 對한국 수출은 4,000 달러(19위 수출 대상국)(Global Trade Atlas)
 - (대체 공급선) 채굴 및 가공, 도매 유통, 재활용 가공 업체 등 기(既) 발굴 공급선 정보 지속 업데이트 중 : 채굴 및 가공 Magnifin Magnesiaprodukte Gmbh & Co KG, Styromagnesit Steirische Magnesitindustrie GmbH, 도매 유통 CARBONES Holding GmbH, Polyfer Handels GmbH, 재활용 가공 Non Ferum GmbH 등



Ⅲ. 진출전략

1. PEST/SWOT 분석	38
2. 진출전략	40



III

진출전략



1. PEST/SWOT 분석

PEST 분석



정치정책(Political)

- 신정부 출범, 산업 입지 및 경쟁력 강화 정책 발표
- 중소기업 중심 경제 구조에 부합하는 정부의 중소기업 경쟁력 강화 노력 지속
- 수출 경쟁력 약화 극복을 위한 수출기업 지원 정책 패키지 발표
- 기업·상공인 재정 유연성 제고 정책(세금 감면, 관료주의 개선 등)
- 재정적자 심화로 인한 추가 재정 확보안 집행
- 에너지 전환, 신재생에너지 확대 정책 지속



경제(Economic)

- '25년 정세 국면 거쳐 '26년 소폭의 경제성장률 기록 전망
- 물가 안정화 및 실질임금소득 상승으로 인한 경기 회복 흐름
- 미국 관세 관련 불확실성 및 가격 경쟁력 하락으로 인한 수출 부진, 다만 '25년 대비 소폭 회복(상품·소비 포함, +1.3~1.8%)
- 글로벌 수요 부진 및 재고 누적으로 인한 제조업 부진('26년 -0.5%)
- '23~'25년 연속 감소세 기록, 투자 소폭 회복 예상(총 고정자본형성 +0.8~1.4%)



사회문화(Social)

- 인구 고령화 진행으로 연금 수령 인구가 주요 소비 주체로 부상
- 예술과 학문이 발달한 사회로, 높은 생활문화 수준 유지
- 그린 라이프스타일 메가 트렌드로 정착('지속가능성', '친환경', '자연주의' 등 소비 트렌드 핵심 키워드로 부상)
- 유로존 동일 경제 수준 국가 대비 도시화 속도 저속



기술(Technological)

- ICT, 생명과학 등 첨단산업 정부 R&D 투자 지원 총력
- 국가 총 R&D 지출 GDP 대비 3.4%('24년), EU 상위국 수준
- 혁신 주도 AI, 스타트업 등 투자 유치 중심축으로 부상
- 첨단기술 근간 기초과학 분야 강점 보유
- 에너지, 디지털 솔루션 등에 집중하는 그린테크 기업 창업 활발

SWOT

강점(Strength)



- 전기·전자, 자동차 부문의 축적된 인지도 및 시장점유율, 관련 기업 기 진출
- 화장품, 식품 등 K-소비재의 시장 선도 이미지 및 트렌드 부합성, 제품군 간 시너지

약점(Weakness)



- 우리 기업 진출 분야, 강점 보유 제품군에 편중
- 독일 등 글로벌 기업 대비 낮은 유통 돌파력
- 작은 내수 시장 규모로 인한 현지 시장 관련 정보 및 관련 이해 부족

기회(Opportunity)



- 첨단산업, 생명과학 부문에 대한 정부의 강력한 R&D 지원
- K-소비재 및 K-컬처 전반의 소비자 인지도 및 인기도 증가
- 정부의 강력한 신재생에너지 확대 및 친환경 에너지망 확장 구축 정책

위협(Threat)



- 오스트리아 수출 산업 경쟁력 약화로 인한 관련 공급망 위축
- 지속 인플레이션으로 인한 소비자 시장 가격 민감도 증가
- 탈탄소, 그린 전환 전략에 근거한 규제 강화

SO 전략(적극적 공격-역량 확대)

- 기초시장 기 형성 K-뷰티, K-푸드 시장 유통 확대
- 시장별 트렌드세터 포지셔닝 극대화



트렌드 부합
K-소비재 중심
유망 유통망 공략

ST 전략(차별화전략-강점 활용)

- 시장 트렌드 분석을 통한 타겟 마케팅
- 지속 성장 온라인 유통 채널 공략



틈새 제품,
디지털 활용
유통시장 공략

WO 전략(단계적 시책-기회 포착)

- 생명과학 부문, 현지 정부 R&D 지원 프로그램 및 EU·국가 주도 프로젝트 활용을 통한 진출 기회 타진



전시회 연계,
시장 진입 기회 발굴

WT 전략(방어·철수-위협 대응)

- EU·오스트리아 탈탄소 규제 선제적 대응
- 현지 그린 전환 전략의 핵심 신재생에너지 부문 협업 기회 극대화



규제 대응 강화,
에너지 전환
협업 수요 발굴

2. 진출전략

2026년 진출전략	
주요 이슈 또는 산업	KOTRA가 제시하는 진출전략 
바이오 헬스	<ul style="list-style-type: none">• 전시회 활용, 바이오·제약 분야 양국 기업 협업 플랫폼 구축 방식으로 현지 시장 진입 기회 발굴
신재생에너지	<ul style="list-style-type: none">• 정부 주도 R&D 지원 활용, 현지 신재생에너지·그린테크 프로젝트 공동 진출 기회 모색
소비재	<ul style="list-style-type: none">• 벤더 네트워크 및 유망 플랫폼 활용, 대형·전문 유통망 K-소비재 입점 및 소비자 마케팅 확대

전략 ①

전시회 활용, 바이오·제약 분야 양국 기업 협업 플랫폼 구축



전략 수립 배경

- (현지 시장 동향) 무역수지 흑자 유지('23년 기준 수출 전년 대비 +32.7%, '24년 +9.6%)
 - 플라스마 생산, 백신 개발, 항생제 제조 분야 등에서 높은 국제 경쟁력 보유
 - 수출 증가 주요인으로는 팬데믹 이후 생산능력 및 투자 증가
- (우리 기업 진출 Point)
 - 국가 주도 신약 및 맞춤형 의약품 부문 육성 드라이브 가동
 - 생명과학 비즈니스를 위한 매력적인 입지로 해당 분야 다국적 기업의 핵심 역량 부문 투자 활발

□ 현지 동향

- (시장 성장세) '24년 기준, 전체 의약품 매출 규모는 10억 3,500만 달러로, 전년 대비 3.9% 증가. '25~'29년 연평균성장률 2.5% 전망

'23~'29년 오스트리아 의약품 시장 규모 추이(전망)

(단위: %)

구분	2023년	2024년	2025년	2026년	2027년	2028년	2029년
전체 매출(백만 달러)	8,939	9,291	9,307	9,573	9,727	9,965	10,290
인구 1인당 매출(달러)	997.8	1,035.0	1,034.7	1,062.5	1,077.9	1,102.8	1,137.5
GDP 대비 비중	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8	1.8
건강 관련 지출 대비 비중	15.7	15.3	15.1	14.9	14.7	14.6	14.5

주: '23년 실적, '24년 추정치, '25~'29년 전망치

자료: BMI '25년 2분기 자료(WHO, 오스트리아 국가 자료 인용)

- (수출입 동향) 수입 대비 수출이 높은 무역수지 흑자 구조 유지
 - '23년 기준, 수출 171억, 수입 108억 달러로 무역수지 63억 달러(증감률은 수입 +22.0%, 수출 +32.7%). 주요인은 팬데믹 이후 생산능력 및 투자 증가
 - 플라스마 생산, 백신 개발, 항생제 제조 분야(유럽 유일의 통합형 페니실린 생산시설 보유)에서 높은 경쟁력 보유

'23~'26년 오스트리아 의약품 수출입 실적 및 전망

(단위: 백만 달러, %)

구분	2023년	2024년	2025년	2026년
수출 (증감률)	17,092 (32.7)	18,731 (9.6)	20,542 (9.7)	22,542 (9.7)
수입 (증감률)	10,786 (22.0)	11,211 (3.9)	11,230 (0.2)	11,551 (2.9)
무역수지	6,305	7,520	9,312	10,991

주: '23년은 실적, '24년은 추정치, '25~'26년은 전망치

자료: UN Comtrade Database DESA/UNSD, BMI

- (정부 정책) 국가 주도 신약 및 맞춤형 의약품 부문 육성 드라이브 가동
 - 기업 대상 R&D 펀딩을 주관하는 정부 기관 연구진흥원(FFG)을 통해 4,500만 유로 예산 투입 '2024~2026년 오스트리아 생명과학 프로그램(Austrian Life Sciences Programme)' 집행
 - 생명과학 부문(제약·의료기기 제품, 관련 프로세스 및 서비스 개발, 의료시설 디지털화, 임상 연구 등 대상) 집중 R&D 지원
 - 오스트리아는 혁신 드라이브가 강한 국가로, 유럽 혁신지수 기준 EU 내 6위, EU 평균 성과의 120% 달성
- (기업 동향) 오스트리아 소재 글로벌 기업, 핵심 역량 부문 혁신 투자 지속
 - (Boehringer Ingelheim 社) 암 연구 건물(Angelika Amon Building) 준공('24년 9월), 암·면역 분야 R&D 인프라 확대
 - (Takeda 社) ENTYVIO SC 무균충전(F&F) 역량 확대 전략. '25년까지 약 1억 유로 투자, 글로벌 수요의 최대 70% 공급 목표
 - (Sandoz 社) : 항생제(페니실린) 신규 설비 가동. EU 공급 안보 허브 역할 강화를 위한 2억 유로 투자('24년 3월)

□ 유망 품목 및 프로젝트

- '24~'26년 오스트리아 생명과학 프로그램(Austrian Life Sciences Programme)
 - (배경) 국가 경제 핵심 부문으로 설정된 생명과학 분야의 글로벌 경쟁력 강화 취지로, 팬데믹, 의약품 공급 부족 사태 등의 이슈로 관련 분야 중대성 환기
 - (여건) 높은 수준의 연구 인프라 활용 여건 기(既) 조성 : 의약품 글로벌 기업의 R&D, 바이오테크 기업, 스타트업, 공과대학 연구소 등
- * 생명과학 산업은 오스트리아 GDP의 약 7%를 차지하는 중요 부문으로, 해당 부문 연구지로서의 국가 경쟁력 강화를 목표로 하는 정부 투자 지속

• EU·국가 차원 생명과학 분야 혁신 프로젝트

- 기관·기업, 모빌리티, 에너지 부문과 함께 'Horizon Europe' 생명과학 분야 프로젝트 참여 활발*

* 7년 주기로 총 995억 유로의 예산을 집행하는 EU의 프로젝트로, 과학연구, 산업 경쟁력 및 혁신 역량 제고를 위한 R&D 지원. '14~'20년 집행된 'Horizon 2020'의 경우, 오스트리아에서는 관련 분야 총 437개 프로젝트에 참여. 이후 후속 프로젝트가 '21~'27년 기간 동안 진행 중이며, 오스트리아에서는 '23년 총 142개 프로젝트 참여

□ 진출 전략

• 대규모 전시회·콘퍼런스 연계 온라인 바이오·의약품 상담회 및 네트워킹 이벤트 참여

- 오스트리아 현지에서 개최되는 유력 유럽·글로벌 전시회·콘퍼런스 참여 및 국내 수출기업 수요에 부합하는 유럽지역 바이어와의 사후 1:1 온라인 상담 진행

* 생명·건강과 직결된 산업의 성격상 초기 진출 시 진입장벽이 불가피한 만큼, 현지 우수업체와의 협력을 통한 제품 및 기술 개발, 유럽 시장 공동 진출 모색이 효율적. 전시회 및 콘퍼런스를 양국 기업 협업 플랫폼 구축을 위한 전초기지로 활용

- (사례 : '25 바이오 유럽 전시회* 연계 한국-유럽 바이오·제약 협력 플랫폼 구축 행사) 국내 기업 30여 개사, 유럽 바이어 30여 개사 참여. 기업, 정부 기관, 투자가 네트워킹 나이트 및 전시회 후속 기업-바이어 온라인 상담회 개최

* 유럽 주요 도시에서 순차 개최되는 신기술 치료제·신약·의약품 전문 전시회로, '22년 독일 라이프치히, '23년 독일 뮌헨, '24년 스웨덴 스톡홀름, '25년 오스트리아 빈 개최

- EU 및 오스트리아 국가 차원 의약품 인허가 관련 웨비나(Webinar) 및 전문가 상담·컨설팅 기회 활용

'26년 오스트리아 지역 개최 의료 바이오 관련 주요 전시회 및 콘퍼런스

전시회·콘퍼런스명	분야	개최 시기	개최 장소
유럽영상의학회(ECR)	방사선	3월	Wien·Austrian Center Vienna
PDA Conference	제약 기술·RA	10월	Wien·Austrian Center Vienna
AUTOMA+ 2025	제약 자동화·디지털화	11월	Vösendorf

자료: 각 학회 및 콘퍼런스 홈페이지

전략 ②

정부 주도 R&D 지원 활용, 신재생에너지·그린테크 프로젝트
공동 진출 기회 모색

전략 수립 배경

- (현지 시장 동향) '40년까지 탄소중립 근접 목표 달성 관련 정책 적극 집행 중
 - 해당 부문 EU 내 선도국으로, 전체 에너지 소비량 대비 신재생에너지 비중 40.8%, 전체 전력 생산량 대비 신재생에너지원 사용분 87.8% 실적('23년 기준)
 - 신재생에너지 생산 확대 정책 실효, 생산분의 효율적 공급·분배를 위한 통합 에너지 네트워크 인프라 구축에 투자 중
- (우리 기업 진출 Point)
 - 태양광 발전 설비 지원금 등 정부의 직접 지원 유지로 관련 분야 수요 확대 지속
 - 스마트 그리드, 송배전망 케이블 등 전력망 구축 관련 수요 주목

□ 현지 동향

- (시장 성장세) 정부의 신재생에너지 확대 드라이브 정책으로 '23년 기준, 생산능력 전년 대비 25.4% 증가, '25~'28년 연평균성장률 8.2% 전망

'23~'28년 오스트리아 전력 생산능력(Capacity) 추이(전망)

(단위: Twh, %)

구분	2023년	2024년	2025년	2026년	2027년	2028년
전력 총 생산	59.1	61.9	65.7	67.0	69.3	70.9
수력전력 총 생산 (증감률)	33.565 (3.0)	35.243 (5.0)	37.886 (7.5)	38.265 (1.0)	38.648 (1.0)	38.760 (0.3)
수력 제외 신재생에너지 총 생산 (증감률)	17.759 (25.4)	19.710 (11.0)	21.488 (9.0)	22.938 (9.0)	25.244 (10.1)	27.235 (7.9)

주: '23~'24년 추정치, '25~28년 전망치

자료: BMI '25년 2분기 자료(오스트리아 국가 자료 인용)

- (정부 정책) '40년까지 탄소중립 근접 계획 목표, 에너지 전환 정책 적극 집행
 - (신재생에너지 비중 확대) 난방 및 모빌리티 분야에서 신재생에너지 비중 지속 확대. 확대 생산량 목표 비중 가장 높은 태양광 부문 관련 지원 지속
 - (에너지 효율성 증대) 건물 노후 화석연료 난방 설비 에너지원을 신재생에너지로 교체 시 지원금 지급, e-모빌리티 사용 활성화를 위한 전기차 및 충전 인프라 대상 보조금 지급
 - (통합 에너지 인프라망 완성) 신재생에너지 확대 생산 정책 실효 거두며 유연한 통합 에너지 인프라 구축 과제 부상. 전력 및 가스 보급 에너지 네트워크 완성을 통해 수급의 투명성 제고 및 에너지 안보 확보
 - (혁신 기술 투자) 에너지 기업의 신규 테크놀로지 개발 및 혁신성 제고 프로젝트 R&D 지원

• (기업 동향)

- (Wien Energie 社) 시민 참여형 프로젝트 개시로 '30년까지 시민 소유 발전소 25개 운영 및 신재생 에너지 발전 비중 40% 달성 목표 설정. 스마트시티 연구 프로젝트 참여(Siemens AG 주도 파트너십 참여, 빈 Aspern 지구 SUD 41.0mn 규모 연구 진행)
- (Austrian Power Grid 社) '34년까지 90억 유로 투입 송전망 확장 및 개보수 사업 시행. 네트워크 개발 계획(NEP 2023)* 추진

* 신규 송전선 430km 건설, 120km 기존 송전선 고전압 전환, 340km 송전선 교체·갱신, 신규 변전소 25개소 ('33년까지, 배전망 연결 강화 목적), 추가 변압기 70기 개발(총 용량 2만 7,000MVA, 전압 계통 간 연계 강화)

□ 유망 품목 및 프로젝트

• 태양광 관련 모듈, 저장기 등

- 태양광은 정부의 신재생에너지 확대 생산 목표 중 가장 큰 비중을 차지하는 에너지원으로, 정부 지원 정책 실효를 거두고 있는 것으로 평가*

- 태양광 발전 설비를 통한 직접 생산 전력 증가하며 배터리 저장기에 대한 수요도 동반 증가**

* '태양광 붐'은 '23년과 '24년 정점에 달해, 연간 추가 설치 태양광 전력 각 2.6GW, 2.5GW로 집계(전년 대비 각 82%, 36% 증가)

** '24년 7만 대에 이르는 태양광 저장시스템 신규 설치로 저장기 총 용량 전년 대비 73% 증가

• 전력망 인프라 확장 및 증축 계획 관련 분야

- 송배전망 관련 케이블, 디지털 시스템 등과 함께 전력 사용 및 수요의 실시간 데이터 분석과 제어 기능을 담당하는 스마트 그리드 사업 분야가 대표적
- 장기적인 전략으로 잡혀 있는 수소 네트워크 구축 계획 주목 필요

□ 진출전략

• 주요 글로벌 태양광 발전 관련 기업과 기술 협력 및 공급망 상생 관계 구축

- 유럽 최대 규모의 태양광 패널 생산기업 등 글로벌 기업과의 기술 제휴 및 공급망 협업 기회 모색
- (사례 기업) 태양광 패널 기업 에너제티카 인더스트리즈(Energetica Industries)*

* 오스트리아의 대표 태양광 발전 관련 기업으로, '24년부터 연간 총 400MW 규모 태양광 패널 유럽 양산 예정으로 글로벌 협력 수요 발생 전망

• 현지 그린 전환 친환경 에너지 프로젝트 공동 진출 모색

- 오스트리아 정부의 기업 대상 R&D 공공지원 프로젝트 지속 모니터링 및 프로젝트 공동 진출 기회 모색
- 사례 프로젝트 : 연구진흥원(FFG)의 'Fronrunner 2024'* 프로그램 및 'AI Oekosystem 2024' 프로그램** 등

* 기후 및 환경 보호에 초점을 맞춘 국제 R&D 프로젝트 지원 프로그램으로, 높은 품질의 디지털·지속가능 비즈니스 제품 및 서비스 대상

** AI를 활용한 친환경 R&D 협력 프로젝트 지원 프로그램

전략 ③

벤더 네트워크 및 유통 플랫폼 활용, 대형·전문 유통망
K-소비재 입점 및 소비자 마케팅 확대

전략 수립 배경

- (현지 시장 동향) 동·서유럽의 점점 위치로 테스트 베드로서의 매력적인 입지 보유
 - 인구 약 1억 명의 오스트리아·독일·스위스 독일어권, 체코·슬로바키아 등 보헤미안권, 슬로베니아·크로아티아 등 구 유고 연방, 헝가리 등의 동유럽 시장 인접
 - 친환경·지속가능성 중시 소비 트렌드 정착으로, 천연·자연주의 화장품, 유기농·비건 식품 등 제품군 유럽 내 선도적 시장 형성
- (우리 기업 진출 Point) 화장품, 식품 등 대표 K-소비재의 현지 시장 이미 형성된 상태
 - '24년 기준, 對오스트리아 수출액 화장품 약 800만 달러, 식품 약 930만 달러로 사상 최대 실적 기록
 - 퍼퓨머리, 드렉스토어, 대형 식품 유통망 기업 등 유통 확대 노력

□ 현지 동향

- (시장 성장세) 전체 소매유통 시장 꾸준한 성장세, '24년 기준 781억 달러 규모로(전년 대비 3.0% 성장), '25~'29년 연평균 2.6% 성장 전망
 - (유통 채널) '24년 기준, 온라인 채널 성장세는 4.5%, 오프라인 채널은 2.9%로 온라인 시장 확장 잠재성이 더 우세
 - * 향후 '25~'29년 온라인과 오프라인 채널의 연평균성장률은 각각 5.0%, 2.5%예상
 - (유통망) 유통망의 대형화 및 집중화 빠르게 진행 중으로, Spar, Rewe, Hofer와 같은 대형 유통망 기업(슈퍼마켓, 하이퍼마켓, 드렉스토어 등)* 시장점유율 증가세
 - * '24년 시장점유율 기준 1위 기업 Spar Österreichische Warenhandels AG(12.2%), 2위 Rewe International AG(12.0%), 3위 Hofer KG(5.9%)가 시장의 약 30% 차지. 유통 제품군별로는 식품 1위 Billa(8.6%), 2위 Hofer(5.9%), 3위 Spar(5.6%), 드렉스토어 1위 dm(1.2%), 2위 Bipa(1.1%), 3위 Muller(0.9%)

'24~'29년 오스트리아 소매유통 시장 규모 추이(전망)

(단위: 백만 달러, %)

구분	2024년	2025년	2026년	2027년	2028년	2029년
총매출(소매 기준)	78,111	80,968	83,429	85,541	87,602	89,599
(증감률)	(3.0)	(3.7)	(3.0)	(2.5)	(2.4)	(2.3)

주: '24년 실적, '25~'29년 전망치

자료: 유로모니터(Euromonitor), '25년 2월 자료

- (소비 트렌드) 지속가능성·친환경 추구 가치 소비 확산, 인플레이션 영향으로 가성비 중시 트렌드 부상
 - 식품을 중심으로 한 다양한 소비재 제품군 시장에서 메가 트렌드로 정착 중
 - 오스트리아의 경우, 식품과 함께 화장품 시장*에서 특히 유럽 선도 시장 형성
 - * 나투어코스메틱(Naturkosmetik) 세그먼트가 일반 명사화되어 사용될 정도로 성장. '자연'이라는 의미의 'Natur' + '화장품'이라는 의미를 지닌 'Kosmetik'의 합성어로, 유기농, 비건, 친환경 제품 등을 지칭. '23년 기준, 국가별 나투어코스메틱 연간 총 매출액을 인구수로 나누어 비교해 볼 때 오스트리아는 5.7달러로 타 유럽 국가들 중 월등히 높은 수치 기록(프랑스 5.3달러, 독일 4.3달러, 영국 3.8달러, 이탈리아 2.9달러 등)
 - 가성비 중시 흐름은 의식주 관련 트렌드에서 두드러져, 의류의 경우 세컨핸드(Second-Hand) 시장 성장세, 식품의 경우 외식 감소 및 홈쿂� 증가세

※ 진출 성공 사례 : 국내 뷰티 기업 C사와 B사

- C사는 삼푸 타입 유기농 탈모 케어 제품의 티롤(Tyrol) 호텔 입점에 성공. 해당 호텔은 웰니스 및 서비스를 강조하고 5성급 프리미엄 포지셔닝 구축
- B사는 클린뷰티 여드름 진정 케어 세럼의 K-뷰티 전문점 입점에 성공. 해당 매장은 상대적으로 젊은 소비자층을 타겟으로 모던·트렌디한 제품 소싱 전략 구사
 - * 시사점 : 오스트리아 화장품 시장에서 친환경·자연주의 콘셉트는 프리미엄, 매스마켓 등 채널을 불문하고 안정적으로 시장에 정착. 현지에서는 나투어코스메틱 세그먼트가 지속 성장 중으로, 유통 채널 및 입점 타겟 기업 소비자 니즈에 부합하는 맞춤형 제품 전략 제시 주요

□ 유망 품목

- (화장품) 친환경·자연주의 화장품
 - (시장 규모) '20년 팬데믹 여파의 경기 침체로 소폭 감소 후, 물가 인상 영향에도 꾸준한 소비자 수요 유지하며 매년 소폭의 성장세 유지
 - * 역대 최대인 독일('24년 기준 약 216억 달러)이 약 9.7% 규모
 - (제품군 동향) '24년 오스트리아 가구당 평균 화장품 및 바디용 제품 소비 규모는 연간 총 237유로(총 54개 제품)로, 전년 대비 소폭 증가
 - * '23년은 229유로, 총 54개 제품으로 금액·수량 각 8유로 증가·전년과 동일
 - (유형) 스킨케어·퍼스널케어 제품군의 비중이 감소하고(각 -0.6%p, -0.7%p), 헤어 제품 및 구강·치아 제품군의 비중 증가(각 +0.6%p, +0.7%p)
 - (트렌드) 지속가능 소비 추구 경향 가속화로 나투어코스메틱 제품에 대한 선호도 꾸준한 증가세. 다만, 경기 침체 영향으로 인한 대체 구매 발생하며 전년 대비 소폭 감소(-3.2%p, 가구당 연간 구매액 51.1유로)
 - (K-뷰티 對오스트리아 수출 동향) '24년 기준, 800만 달러로 전년 대비 88.5% 성장. '20년 100만 달러 이상 수출기록 후 매년 고성장세. 인지도 증가로 인한 취급 유통망 수 확대 추세 반영

한국의 對오스트리아 화장품 수출('21~'24년)

(단위: 천 달러)

구분	2021년	2022년	2023년	2024년
수출 금액 (증감률)	1,916 (+46.0%)	2,968 (+54.9%)	4,246 (+43.1%)	8,004 (+88.5%)

자료: Global Trade Atlas, HS Code 3304.99 기준('25년 8월 12일)

• (식품) 즉석식품

- (시장 규모) '23년 기준, 오스트리아 전체 즉석식품 시장 약 3억 1,000만 유로 규모로(전년 대비 10.1% 성장), '28년까지 연평균 5.3% 성장 예상(유로모니터)
- (소비자 트렌드) 짧은 쇼핑 시간 및 간단 조리법을 내세운 '편의성'이 식품 소비 트렌드 키워드로 지속 부상
- (K-푸드 對오스트리아 수출 동향) '24년 기준, 930만 달러로 전년 대비 23.3% 성장. 라면 및 즉석식품 등 인기 제품군의 선전으로 사상 최대 실적 기록. 온라인몰, 쿠팡머스, 간편식 매장 등 유통망 확장세 반영

한국의 對오스트리아 식품 수출('21~'24년)

(단위: 천 달러)

구분	2021년	2022년	2023년	2024년
수출 금액 (증감률)	5,587 (+17.5%)	8,022 (+43.6%)	7,514 (-6.3%)	9,265 (+23.3%)

자료: Global Trade Atlas, HS Code 19, 20, 21, 22(즉석·가공식품 및 음료·주류 등) 합산 기준('25년 9월 1일)

□ 진출전략

- (유망 유통망 입점 확대) 주요 유통 채널(퍼퓰머리·드렉스토어) 상위 유통망 기업(Douglas, dm, Bipa 등) 타깃
 - (벤더 협업) 타깃 유통망의 유력 벤더 기업을 통한 신규 입점 수요 조사 및 유망 국내 기업 발굴(본사·지방자치단체 및 무역관 DB 추출) 선행. 현지 바이어와 1차 화상상담 및 사후 오프라인 입점 상담회 진행
 - (유망 플랫폼 협업) 유통망협회(Handelsverband), 산업협회 및 클러스터 등 기 형성된 유망 플랫폼과의 협업을 통한 현지 기업 네트워킹 강화

- (K-소비재 쇼케이스) 오스트리아의 유럽 테스트마켓으로서의 입지적 강점 활용, 엑스포·팝업스토어 형태의 K-뷰티, K-푸드 소비자 체험형 판촉전 참여
 - (사례 ① 2025 대한민국 브랜드 엑스포 in 빈) 국내 소비재 기업 60여 개사 및 오스트리아·인근지 바이어 60여개 사 참여 B2B, B2C, K-Wave 연계 복합 행사
 - * B2B 수출 상담회, B2C 상품 시연회(샘플링 및 판촉) 및 K-팝 공연 연계. KOTRA-롯데홈쇼핑-대·중소기업 농어업협력재단 협업
 - (사례 ② K-뷰티 오스트리아 진출 팝업스토어) 유력 K-뷰티 전문점 포함 현지 주요 유통망 내 K-뷰티 전용 매대(테스트 존) 운영



디지털 헬스 제품

선정사유

- 의료보험 가입률 99%의 우수한 국가 보건 시스템
- 의료비 지출이 높은 국가로 '23년 기준 GDP의 약 11.5% 차지
- 정부 주도의 보건의료 시스템 디지털화, 병원 투자 증대 전략으로 관련 수요 증가 전망
- 인구 고령화가 진행됨에 따라 연금 수령 인구가 소비의 주체로 부각, 노령인구의 건강 관련 수요 증가 트렌드
 - * '24년 기준, 오스트리아의 기대수명은 81세로, OECD 평균인 80세보다 높은 수준
- '24년 기준, 디지털 헬스 부문 총 매출 약 6억 달러로, 정부의 관련 지원 정책에 힘입어 향후 5년간 연간 성장률 두 자릿수 성장 예상
 - * 정부의 디지털 헬스 이니셔티브에 '30년까지 매년 5,500만 달러 추가예산 투입 예정

경쟁동향

- '24년 기준, 전체 의료기기 제품 수입 규모는 약 17억 달러로, 전년 대비 2.7% 증가. 상위 10대 수입 대상국 중 6개 국가가 유럽 역내 국가로, 1·2위 국가 독일, 네덜란드의 비중 50% 이상 (Global Trade Atlas)
 - * 對한국 수입액 규모는 5,600만 달러로, 9위 기록
- 국가 전자 보건 기록 시스템(ELGA) 고도화로 질병 관리 앱, 병원 수용 능력 고도화 추적 시스템 등 탑재
- 현지에서 활발히 연구개발이 이뤄지고 있는 분야로는 의료용 소프트웨어, 원격의료, 스마트헬스 제품군 등

진출방안

- 현지에서 활발한 연구개발이 진행 중인 의료용 소프트웨어, 원격의료, 스마트 헬스 제품군 중심 현지 진출 유망
- 다만, 개인정보보호에 대한 법적 보호 및 일반 소비자의 민감도가 높은 만큼, 관련 대응책 마련 필수

태양광 관련 제품

선정사유

- 오스트리아는 신재생에너지 선도국으로, '23년 기준 전체 소비 전력의 87.8%가 신재생에너지를 통해 생산됨. '30년까지 소비 전력의 100% 신재생에너지 충당 계획
- '신재생에너지확대법'에 의한 태양광발전 확대 지원 전망
 - * 시장지원금(발전 차액 제도 확대) : 공공 전력망에 연결되어 현재 판매 중인 태양광발전 전력 대상, 표준 시장 가격과 공급자의 공급가 간 차이의 전부 또는 일부 보전 방식
 - * 투자 지원 : 민간 및 기업 대상, 발전설비 투자지원금 지급 방식

경쟁동향

- 태양광 패널의 경우, 오스트리아의 1위 수입국은 독일로('23년 기준, 4,464만 달러), 중국이 4위 (496만 달러), 한국은 6위 차지(275만 달러, 전년 대비 16% 상승)
- 수입 대상국 상위 6개국 중 최근 5년간 한국, 말레이시아만이 수입 규모 우상향 중
 - * 미국은 최근 말레이시아, 태국, 베트남 등에서 수입되는 태양광 패널을 중국 제조업체의 우회 수출로 판단하고 높은 관세 부과. EU는 아직 우회 수출 관세 부과 예정 없음
- 태양광 패널을 생산하는 오스트리아 국내 기업 Energetica Industries의 경우, 유럽 최대 태양광 패널 생산지로 부상

진출방안

- 중국산 제품(태양 전지·모듈 등) 대비 낮은 가격 경쟁력 극복을 위한 기술 우위 확보 필요

현장 진단 검사 기기

선정사유

- 인구 고령화, 만성질환 증가 및 팬데믹 이후 보건의료의 신속성·접근성에 대한 사회적 요구가 확대되면서 현장 진단 검사(Point-of-Care) 시장이 빠르게 성장 중
- 특히, 약국 및 1차 의료기관(개원의, 지역보건센터)을 중심으로 코로나19, 인플루엔자, 혈당, 콜레스테롤, 감염성 질환 등에 대한 신속 진단 서비스 활성화
- 대학병원 포함 의료기관 및 정신건강 전문기관에서 역시 현장 진단 기기의 임상 적용 점진적으로 확산 중

경쟁동향

- 대표적인 체외진단 의료기기 기업으로는 ViennaLab Diagnostics GmbH, Greiner Bio-One GmbH 등이 있으며, 이들 기업은 다양한 체외진단 의료기기 생산·판매 외에도 검사·분석 솔루션 등을 제공
 - * ViennaLab Diagnostics는 오스트리아 기반 회사로 유전자 검사 및 관련 진단키트 판매 및 연구, Greiner Bio-One GmbH는 Greiner 그룹 소속으로, 의료 연구 외에 체외 진단 및 다양한 의료기기 판매
- 한국 제품의 경우, 팬데믹 당시 코로나19 자가 진단 테스트 제품을 통해 성공적으로 현지 시장에 진출, 인지도와 신뢰도를 확보한 상태
 - * 다만, 팬데믹 종식 이후 수입 제품 다변화 수요에 대한 대응이 미비하다는 현지 유통 관계자들의 지적이 있음

진출방안

- 약국 등 중심 유통 채널이 되어가고 있는 현장 니즈에 부합하는 전문 제품군 중심의 시장 공략
- 약국 및 병원 체인과의 전략적 파트너십, 디지털 헬스 연계 서비스 개발 등 필요
- 공공조달 시스템, 인증기관과의 협력, 현지화된 앱·교육 서비스 등도 진출전략 수립 시 주요 고려 요소
- 임상적 유효성, 경제성, 사용성 등의 표준화된 평가 절차가 도입되고 있는 만큼, 임상 데이터 중심의 신뢰성 확보가 무엇보다 중요
 - * '25년 1월부터 EU 의료 기술평가(Health Technology Assessment) 도입

즉석식품

- 선정사유**
- 짧은 쇼핑 시간과 간단한 조리 방법을 내세운 편의성, 현지 식품 소비 트렌드 키워드로 부상
- 경쟁동향**
- 구매율이 가장 높은 냉동·즉석식품 브랜드는 1위 식품 유통망 기업 Rewe Austria의 Billa 자사 브랜드 Chef Menu
 - 유통 면에서 특이점을 보이는 브랜드 Bofrost의 경우, 슈퍼마켓 등의 식료품 유통 채널을 통하는 전통적인 방식을 취하지 않고 온라인을 통한 회원제 직접 판매(Door to Door)를 통해 제품을 소비자에게 직접 배송
 - 한국산 라면, 만두 등 즉석식품은 현재 주로 아시아 식품점을 중심으로 한 독립 소매점과 Amazon 등 온라인 채널에서 판매되고 있으며, 일부 선전하고 있으나 일반 슈퍼마켓을 통한 대규모 유통은 아직 제한적
 - 오푸기, 삼양, 농심 등 주요 브랜드가 국내 슈퍼마켓에서도 판매되고 있으나 판매 수량이 한정적이며, 빈과 같은 대도시·대규모 매장에서만 구매 가능
- 진출방안**
- 한식에 대한 관심과 선호도가 높아지고 있는 현지 상황을 잘 활용 시, 짧은 조리 시간과 간단 조리법의 편의성까지 갖춘 한국산 즉석식품의 대형 식품 유통망 입점 기회는 높아질 것으로 예상
 - 편의성과 함께 중요한 현지 식품 소비 키워드로 꼽히는 지속가능성 선호 트렌드와 함께 높은 확장세를 보이는 유기농·비건·친환경식품은 성장 잠재력이 뛰어난 시장으로, 관련 조건 충족 시 전문 유통망 등의 특화 채널 공략도 입점 전략으로 추천
 - 한국산 라면의 오스트리아 대형 유통망 최초 입점 또한 자영업자·법인의 이용이 많은 B2B 회원제 창고형 매장을 통해 이루어졌던 점 등을 고려할 때, 틈새 채널 입점을 통한 단계적 채널 확장 전략 유효
 - 소비 트렌드에 부합하는 ‘간편식’, ‘건강한 원료’, ‘지속가능성(패키징)’ 콘셉트 구현 제품 중심 우선 진출 제품 포트폴리오 구성

피부 치료 기기

- 선정사유**
- '24년 기준, 전체 의료기기 제품 수입 규모는 약 17억 달러로, 전년 대비 2.7% 증가(Global Trade Atlas)
 - 레이저 및 에너지 기반 피부과 에스테틱 기기 시장 매년 약 5%의 시장 성장세, 전반적으로 성숙된 시장으로 평가되는 유럽 시장에서도 관련 수요 포착
 - K-뷰티의 성공적 시장 확대로, 관련 제품과의 시너지 효과 모색 가능
- 경쟁동향**
- 치료법 접목을 통한 개인 맞춤형 솔루션 제공이 트렌드로, IPL 및 Q-스위치 레이저 등을 이용한 레이저 치료기기, 리프팅 효과로 주목받는 고주파 열에너지(RF) 활용 기기, 집속초음파(HIFU) 치료기기 제품군 유망

진출방안

- 생명과학 분야를 국가 역점 사업으로 선정하고, 관련 R&D 지원 정부 프로그램을 적극 가동 중인 현지 동향 분석을 통한 공모 및 유망 협업 기회 발굴
- 대부분의 의료기기 유통업체는 중소 규모로 정보 접근이 쉽지 않으므로 협회 등 정식 등록 업체 발굴을 권장할 만하며, 특히 현지 병원, 실험실 및 연구소, 검사기관 등을 대상으로 광범위한 네트워크를 구축한 업체를 선택하는 것이 중요
- CE 등 관련 인증은 비유럽권 국가에서 획득 시 시장 진출에 어려움이 있는 반면 독일어권 국가에서 인증을 받을 시 유리하며, 제품 설명서 역시 독일어 버전 제작 필수

식물성 기반 식품(비건 식품)

선정사유

- 전통적 채식주의 외 식물성 위주 식단을 추구하는 '플렉시테리언'의 증가에 힘입어 식물성 기반 식품 시장 성장세
- 전통적 채식주의자 외에 적극적으로 육식 소비를 줄이고, 채식 소비를 늘려가는 플렉시테리언까지 포함하는 인구가 전체 인구의 52%

경쟁동향

- 오스트리아 농업시장청(AMA)에 따르면 전통적 채식주의자 외에 적극적으로 육식 소비를 줄이고, 채식 소비를 늘려가는 플렉시테리언이 한 가구당 3명 중 1명('24년)
- '22년 오스트리아의 식물성 기반 식품 시장 규모는 약 1억 유로로 집계('20년 대비 약 22% 증가)
* 코펜하겐대학교와 Innova Market Insights가 공동 작업한 'Smart Protein European Customer Survey 2023'으로 유럽 10개국의 소비자 7,500명을 대상으로 실시
- 오스트리아의 대표 식품 유통업체 Billa, Spar는 자사 비건 브랜드를 출시해 두부, 대체육, 소시지, 아이스크림, 냉동식품 등 200개에 달하는 식물성 기반 제품 출시
* Billa, 자사 브랜드 'Vegavita'를 출시해 저렴한 식물성 기반 식품으로 '25년 기준 전년 대비 46%의 매출 성장 기록
* Spar의 자사 브랜드 'Veggi'는 '24년 기준 전년 대비 12.7% 성장, '23년, 300만 유로 투자 대체육 식품 생산공장 설립
- 대체육, 식물성 기반 식품군 중 약 절반의 매출액으로 가장 큰 비중을 차지(4,960만 유로), 그 외 대체육(25%), 요구르트(14%), 디저트류(5%) 등

진출방안

- EU와 오스트리아 모두 비건 인증 규제 미확립 상태로, 유럽 내 통용되는 비건 인증 마크 획득을 통한 소비자 신뢰 확보(유럽, 오스트리아 통용 주요 비건 인증으로는 V-Label, Vegan Society, EcoVeg 등)
- 현지 식물성 기반 식품 박람회 등에 참여(Vegan Planet & Veggie Planet 등)

화장품

선정사유

- 팬데믹 초기 소폭 하락 제외, 매년 2% 내외의 성장률을 기록하는 시장으로, '24년 기준 22억 유로 규모,('25년 22억 9,000만 유로 규모 예상)
- '30년까지 연평균 성장률 3.3%로 꾸준한 성장세

경쟁동향

- '24년 기준 드럭스토어 전체 화장품 및 퍼스널케어 매출 점유율 약 65.7%
* 주요 드럭스토어 유통망 기업은 dm, BIPA 등
- 화학 성분을 사용하지 않는 클린뷰티(Clean Beauty) 제품 소비자 선호 트렌드. 유기농, 비건 화장품을 포괄하는 제품군으로 독일, 스위스와 함께 시장 선도국 입지 차지
- 지속가능성이란 키워드에 많은 브랜드들이 중점을 두며, 제품 제조업체는 재활용 및 재활용 가능한 플라스틱 포장 사용, 헤어케어 제품의 선두 브랜드 헨켈은 '25년 목표로 자사의 포장재 100%를 재활용 소재로 변경하기로 결정('24년 89%), 니베아 또한 98% 재활용 플라스틱 소재 포장재 활용 중
- '22년 설문조사 결과, 제품 구매 시 가장 고려하는 요소는 제품의 퀄리티 1위, 피부 호환성 2위, 향 3위, 가격 4위

진출방안

- 볼로냐 Cosmoprof 및 뒤셀도르프 Beauty 전시회 참여를 통한 현지 바이어 미팅 기회 공략
- K-뷰티 무역사절단, K-팝 Festival Vienna, 팝업스토어 행사 등에 참여를 통한 신규 유통 제품 쇼케이스, 테스트 마케팅 기회 적극 활용

천연·자연주의 화장품(Naturkosmetik)

선정사유

- 오스트리아는 독일, 스위스 등과 함께 자연주의 화장품(Naturkosmetik) 유럽 전체 시장 선도국
- 건강, 환경, 지속가능성을 중시하는 라이프스타일 반영, 지속적 시장 성장세 전망

경쟁동향

- 오스트리아 자연주의 화장품 시장은 '25년에 약 5,452만 유로의 매출을 기록할 것으로 예상
- '30년에는 7,605만 유로로 성장해 '25~'30년 기간 연평균 성장률 6.8% 전망
- 국가별 자연주의 화장품의 연간 총 매출액을 인구수로 나누어 비교 시 오스트리아는 6.06유로로 타 유럽 국가들에 비해 월등히 높은 수치(독일 4.35유로, 영국 3.61유로, 이탈리아 2.97유로 등)
- 드럭스토어 채널 내 관련 시장의 확대가 두드러지며, 유형별로는 메이크업 제품군의 성장세가 가장 높음
- 셀렉티브 채널인 퍼퓨머리 유통 No.1 기업 Douglas 등, 자연주의 제품(최근 보다 큰 개념인 클린뷰티로 확장 트렌드) 별도 섹션 마련
- 매스마켓 내 진열 비중 또한 늘고 있으며, 대형 유통 채널의 경우 PB(자체 브랜드) 출시 증가
- 시장 지배력이 강한 브랜드로는 매스마켓 채널 Weleda, Lavera, 셀렉티브 채널 Dr. Hauschka, Dr. Grandel 등이 있으며, 두 채널 모두 신규 브랜드 입점 활발

진출방안

- 클린뷰티의 경우 아직 공인된 인증 라벨이 없으나, 친환경 화장품 인증의 경우 소비자 인지도와 및 신뢰도 또한 높으므로 이의 통한 적극적 마케팅 추천
- 성분, 효과, 패키지를 아우르는 혁신성을 강점으로 하여 이를 기반으로 시장의 트렌드를 선도해간다는 K-뷰티 이미지를 적극 활용, 매스마켓 및 프리미엄 각 채널에 부합하는 맞춤형 마케팅 전략 구사



관광

- 선정사유**
- 외국 여행 증가 추세 및 K-컬처에 대한 지속적인 관심 증대 분위기 속에도, 한국 관련 여행 정보 및 관광 상품 출시는 현저히 적은 상태
- 경쟁동향**
- 연간 외국행(EU 역내 포함) 여행객 수 500만 명 이상(총 인구의 약 55% 이상)
 - '24년 기준, 장거리 여행자(비유럽권 여행)의 비중은 전체 여행객의 7.9% 수준으로, 전년 6.5%에서 1.4%p 증가
 - 중국, 일본 외 대부분 동남아 국가(태국, 인도네시아, 말레이시아, 미얀마, 베트남 등) 관련 여행 상품 다수 출시돼 있으나, 한국 관련 상품 라인업 미비
- 진출방안**
- 개별 기업 차원이 아닌 국가 차원 홍보 노력 필요. 이를 위해서는 현지에서 개최되는 관련 전시회를 활용한 한국관광공사 등 공공기관의 참여가 가장 효과적
 - 대표 전시회 : 매년 1월 수도 빈에서 개최되는 '관광 전시회(www.ferien-messe.at)'

물류

- 선정사유**
- 전기·전자, 자동차 부문을 중심으로 한국 기업의 유럽, 특히 동유럽 현지 생산기지들이 증가하면서 한국으로부터 현지 생산공장으로 공급되는 물동량 증가 추세
- 경쟁동향**
- 오스트리아는 동·서유럽의 중간 지점에 위치하는 지정학적 이점 및 우수한 육상 운송 인프라를 바탕으로 인근지역 항공 물류 허브로서의 위상을 확보한 상태
 - * 인근 동유럽 한국 생산법인에 공급되는 항공 물류 화물의 대부분이 빈 국제공항을 경유, 트럭킹을 통해 최종 도착지로 이동
 - 한국 기업 화주를 유치, 효율적으로 관리하기 위한 현지 물류회사 및 한국계 물류기업의 경쟁 치열
 - * Cargo Partner, Schenker, Gebrüder Weiss 등 대형 현지 기업과 중소 규모의 한국계 포워딩 기업 다수 영업 중
- 진출방안**
- 고정 거래처 확보가 필수 요건으로, 경쟁력 있는 가격과 함께 차별화된 서비스 제공이 중요시되는 추세

소프트웨어

선정사유

- 오스트리아 IT 산업의 꾸준한 성장세
 - * 자동화 솔루션부터 앱 개발에 이르기까지 소프트웨어 산업이 매우 폭넓게 발달
- IT 산업 전반의 원동력을 R&D로 볼 수 있을 만큼 해당 분야의 투자를 통해 지속적인 성장세 시현
 - * 정부 지원을 통한 공공 펀딩이 크게 발달해 있으며, 특히 IT 부문 R&D 투자 면에서는 유럽 국가 중 3위 이내에 꼽히는 수준(R&D 비중 15~20%, 연구진흥원(FFG))

경쟁동향

- 글로벌 기업 및 현지 대형 업체들이 시장 주도
 - * 한국 중소기업 제품의 현지 진출은 부진한 상황으로, 이는 IT 시장의 폐쇄성(제품의 구매 및 유통 채널)에 기인
- 시장 전반적으로 ‘스마트’, ‘미래 지향성’에 중점을 두고 있는 상황으로, ‘스마트 시티 비엔나 프로젝트’, ‘스마트 모빌리티 프로젝트’ 등이 대표적 사례

진출방안

- 독일 등 오스트리아 인근지역에서 개최되는 관련 전시회를 통해 일차적으로 현지 업체와의 네트워킹 기회를 발굴하는 것이 중요

첨부 3

'26년도 KOTRA 주요사업(잠정)



'26년 오스트리아 지역 KOTRA 주요사업

구분	주요 사업명	일시/장소
소비재	오스트리아 소비재 유통망 입점 및 판촉지원 사업	연중/온·오프라인
물류	동유럽공동물류사업	연중



'26년도 주요 정치·경제 일정 및 유망 전시회 캘린더



주요 정치 일정	해당없음
----------	------

주요 경제·통상 일정	해당없음
-------------	------

유망 전시회 캘린더		
주요 행사	일시(잠정)	비고
오스트리아 그라츠 주택 전시회 (Haeuslbauermesse Graz)	1월 22~25일	
오스트리아 뷔젤부르크 유기농 식품 전시회 (Bio Oesterreich)	1월 27~30일	
오스트리아 빈 유럽방사선학회 (ECR: European Congress of Radiology)	3월 5~8일	
오스트리아 벨스 에너지 절약 전시회 (Energiesparmesse Wels)	3월	
오스트리아 빈 PDA 첨단 치료제 콘퍼런스 (PDA Advanced Therapy Medicinal Products Conference)	6월 25~26일	
오스트리아 잘츠부르크 선물용품 전시회 (Creativ Salzburg)	8월	

〈작성자〉

연번	작성자	직책	소속	Tel	Email
1	김현정	팀장	빈무역관	+43-1-586-3876	hyunjungkim@kotra.or.kr

2026

오스트리아 진출전략



ISBN : 979-11-402-1502-7 (95320)