



산업통상자원부
MINISTRY OF
TRADE, INDUSTRY & ENERGY

보도자료

희망의 새시대

<http://www.motie.go.kr>

2016년 1월5일(화) 석간부터 보도하여 주시기 바랍니다.

문의 : 산업통상자원부 무역진흥과 이경호 과장(044-203-4030), 송영진 사무관(4031)
KOTRA 통상전략팀 장수영 팀장(02-3460-7504), 고일훈 차장 (7506)

2016년 우리 수출, 'G2 소비시장' 노려라!

- 「2016년 세계시장진출전략 설명회」 개최 -

“주력시장은 소비시장, 신흥시장은 제조업 육성정책에서 기회 찾아야”

- 산업통상자원부(장관 윤상직)와 코트라(KOTRA)는 올해 세계 시장을 조망하고 주요 수출유망 지역 분석을 통한 해외시장 진출 기회와 소개를 위해 「2016 세계시장진출전략 설명회」를 1. 5.(화)에 열었다.

- (일시·장소) 1.5일(화) 9:30~18:00, 코엑스 인터콘호텔(하모니 볼룸)
- (참석자) 산업부 제1차관, 코트라(KOTRA) 사장, 수출기업인 500여명 등
- (주요내용) 2016년 세계경제 전망, 지역별 진출전략 등 발표

- 올해로 16회째를 맞는 이번 설명회에는 세계 교역 둔화의 원인에 대한 분석과 북미, 중국, 유럽 등 주요 권역별 시장에 대한 전망 및 진출전략 발표 등이 있었으며, 최근의 수출부진에도 불구하고 수출기업 관계자 500여명이 참석해 수출 열기가 식지 않았음을 보여줬다.
- 행사는 박근혜 정부 국정과제 “5. 중소·중견 기업의 수출경쟁력 강화”와 핵심개혁과제 “자유무역협정(FTA) 전략적 활용 등을 통한 해외진출 확산”의 일환으로 추진되었다.

- 기조연설을 맡은 정구현 KAIST 교수는 원자재 가격하락, 신흥국 경기부진 등이 최근 세계교역 둔화의 원인이라고 지적하면서, 우리 경제를 서비스·온라인·지식기반 경제로 전환해야 한다고 역설했다.

▷ 기지개 펴는 미국, 중국, 유럽 소비시장 공략 필요

- 발표자로 나선 미국, 중국 등 주요 지역 KOTRA 본부장은 올해 세계 경제 회복을 견인할 미국의 소비시장이 본격적인 회복세를 보이고 있고 최대 수출시장 중국의 소비시장도 크게 확대되고 있기에 'G2 소비시장'의 공략이 중요하다고 지적하였다.

- 김종춘 KOTRA 북미지역 본부장은 미국 소비시장이 저유가, 고용시장 개선, 가계부채 축소 등에 힘입어 견고한 회복세를 보이고 있다고 밝히면서, 올해 민간소비 증가율이 미국 경제성장률 긴장각을 상회하는 3%에 달할 것이라고 예상하였다.
- 정남영 KOTRA 중국지역본부장은 중국 소비시장도 소득수준 향상, 도시화 진전, 내수중심의 성장패러다임 전환 등에 따라 꾸준히 성장하고 있으며, 지난 2000년 미국의 16%에 불과했던 중국 소비시장 규모는 2014년에는 95%까지 성장하였으며, 지난해 발효된 한중 FTA로 우리기업의 진출여건도 한층 개선되었다고 발표하였다.

- 유럽에서는 경기회복에 따른 소비심리 개선으로 화장품, 미용기기, 주방용품 등 소비재 수요가 꾸준히 증가하고 있고 아세안 시장도 중산층 인구 증가로 고가 소비재 시장이 확대되고 있는 것으로 파악되었다.

▷ 신흥시장 진출전략 다각화 필요

- 신흥시장 소재 KOTRA 해외지역본부장들은 경기부진이 지속되고 있는 최근 신흥국에서 빠르게 확산되고 있는 제조업 육성정책을 전략적으로 활용할 필요가 있고 입을 모았다.

- 이들은 과거와 같은 단순 상품 수출에서 벗어나 우리가 보유한 제조기술과 노하우를 활용해 제조·판매·연구개발(R&D) 등 **제조업 가치사슬의 모든 분야에 걸친 전면적인 협력모델 구축**이 필요함을 강조했다.

- 특히, 중동, 러시아 등 산유국들은 물론이고 **제조업 기반이 약한 신흥국들도 제조업 육성 정책**에 뛰어들고 있고, 러시아는 ‘2015 경제위기 대응계획’을 통해 제조업 육성에 나서고 있으며, ‘넥스트 차이나(Next China)’로 부상한 **인도**의 경우 ‘**메이크 인 인디아(Make in India)**’ 정책을 앞세워 중국을 대체하는 세계 제조업 중심지로의 변모를 꾀하고 있다고 지적했다.

▷ 기타 기회시장 진출을 적극 추진해야

- 이 밖에도 **이란·쿠바** 등 경제제재 해제시장, 미국 경기회복의 직접적인 수혜국인 **멕시코** 시장, **아세안 한류** 시장, EU 기금으로 추진되는 **동유럽 프로젝트 시장**, **아시아인프라투자은행(AIIB)** 출범으로 확대되는 아시아 인프라 개발 프로젝트 시장을 주목해야 한다고 강조했다.

- **산업부 이관섭 제1차관**은 “올해도 중국의 성장 둔화와 저유가, 미국의 금리인상에 따른 신흥국 경기 둔화 등으로 **수출 여건이 쉽지 않을 것**”이라고 전망하면서도,

- “정상 외교를 통해 구축된 협력관계와 자유무역협정(FTA) 등을 활용하여 **수출 지역을 다변화** 하고 소비재 등 유망품목을 **새로운 수출품목으로 육성**하고 주력 산업의 경쟁력을 높이기 위한 **제조업 혁신 3.0 전략**을 차질 없이 추진해 나간다면 현재의 위기를 도약의 발판으로 삼을 수 있을 것이다.”라고 말했다.

<첨부> 1. 2016 세계시장 진출전략 설명회 개요
2. 10대 권역별 공략분야



이 보도자료와 관련하여 보다 자세한 내용이나 취재를 원하시면 산업통상자원부 무역진흥과 송영진 사무관(☎ 044-203-4031)에게 연락주시기 바랍니다.

공공누리 공공저작물 자유이용허락



붙임1

2016 세계시장 진출전략 설명회 개요

□ 개요

- 일시/장소 : 2016. 1. 5(화) 09:30~17:30
- 장소 : 코엑스 인터콘티넨탈 호텔, 하모니 볼룸(지하 1층)
- 주요내용 : 2016년 권역별 시장조망 및 진출전략 제시
- 연사 : KAIST 정규현 교수(기조연설), KOTRA 10개 해외지역본부장

□ 프로그램

구분	내 용	연 사
09:30~09:35(5)	개회사	KOTRA 사장
09:35~09:40(5)	축사	산업부 이관섭 차관
09:40~10:10(30)	기조연설-세계 교역 둔화의 원인과 대응책	정규현 KAIST 교수
10:10~10:50(40)	한-중 FTA 시대의 개막, 중국시장 진출해법	중국지역본부장
10:50~11:30(40)	소비 대국의 부활, 자금이 자인의 어깨 위에 올라탈 적가다	북미지역본부장
11:30~11:40(10)	Q&A	-
11:40~13:00(80)	중식	-
13:00~13:30(30)	일본 메가트렌드 변화속 우리기업 對日 진출 확대 전략	일본지역본부장
13:30~14:00(30)	아세안 통합, 변화와 기회	동남아대양주지역본부장
14:00~14:25(25)	전환기의 CIS, 새로 쓰는 진출 전략	CIS지역본부장
14:25~14:50(25)	중동, 새로운 시장이 열린다	중동지역본부장
14:50~15:10(20)	Q&A	-
15:10~15:25(15)	Coffee Break	-
15:25~15:55(30)	재편기의 유럽시장, 차별화로 공략하자	유럽지역본부장
15:55~16:20(25)	중남미, Post China 전략지역으로 급 부상	중남미지역본부장
16:20~16:45(25)	2016년 아프리카, 절망속에 희망이 있다	아프리카지역본부장
16:45~17:10(25)	넥스트 차이나, 약동하는 인도시장 공략 방안	서남아지역본부장
17:10~17:30(20)	Q&A	

붙임2

10대 권역별 공략분야

지역	공략분야
북미	· 태양광, 전기자동차, 절수/담수 설비, 친환경 소비재 등 친환경 시장 · 인구, 구매력 급증하고 있는 히스패닉/아시아계 등 소수인종 시장 · IoT, 스마트홈, 디지털 헬스케어, 증강현실, 하이테크 제조업 혁신기술
중국	· 적격 유통망, 전자상거래 등을 활용한 내수 소비시장(뷰티·식품·소형가전 등) · 중국의 산업고도화 정책 추진에 따라 확대되고 있는 중간재(특히, ICT 분야) 시장 · 일대일로(一帶一路) 등 지역개발 프로젝트, 폐수처리 등 친환경 시장
유럽	· 신재생에너지, 에너지 효율제품 등 친환경 시장 · EU 기금 활용 프로젝트, 브로드밴드 구축 등 ICT 인프라 확충 프로젝트 · 유럽 기업들의 ICR 응용분야 연구개발 및 설비투자 확대에 따른 아웃소싱 수요
일본	· 고령화 진전에 따른 건강관리 제품 및 서비스(자동혈압계·염도계측기 등) · 여성의 사회진출 증가에 따른 미용제품 및 가사시간 단축을 위한 아이디어 상품 · '마이넘버제도' 전면시행('16.1), 전력소매 완전 자유화('16.4)에 따른 신규 수요
아세안	· 고산층 인구증가에 따라 확대되고 있는 소비재 시장(특히, 한류연관 상품) · 음식 프랜차이즈, 교육 콘텐츠 등 서비스 시장 · AIB 출범에 따른 사회 인프라 확충 프로젝트(직접참여 및 기자재 납품)
인도	· 'Make in India' 정책 추진에 따른 제조업 분야(자동차부품·전자부품 등) · 한국 전용공단 등을 활용한 현지 투자진출 및 현지생산 확대 · 홈쇼핑, 모바일 등 온라인 유통채널
중동	· 산업다각화 정책을 활용한 의료/IT/교육/신재생에너지 시장 · 경제제재 해제로 시장개방을 앞둔 이란시장 · 할랄시장, GCC 국가를 중심으로 한 온라인 유통시장
CIS	· 저유가 극복을 위한 러시아, CIS 주요국들의 제조업 육성정책 · 의료, 식품, 미용/건강 등 경기침체 속 틈새시장 · 서방의 러시아 경제제재에 따른 서방제품 대체수요, 러시아 극동개발 프로젝트
중남미	· 미국 경기회복의 직접적인 수혜를 받고 있는 멕시코 시장 · 중산층 확대, 구매력 증가에 따른 소비재 시장(온라인 유통망 등) · 미국과의 관계정상화로 중남미의 블루오션으로 부상하고 있는 쿠바 시장
아프리카	· 비산유국 유망시장(에티오피아, 코트디부아르, 모잠비크, DR콩고, 탄자니아) · 중산층 인구 증가로 지속적인 성장세를 보이고 있는 소비재 유통시장 · 경기둔화에도 지속되고 있는 사회인프라 확충 프로젝트(전력·교통·ICT 등)