| 산업통상자원부 http://www.motie.go.kr | **보 도 자 료** | 힘내라 대한민국 |
|---|---|---|

**2020년 11월 21일(토) 조간부터** 보도하여 주시기 바랍니다.
(인터넷, 방송, 통신은 11. 20.(금) 오전 11:00시 이후 보도 가능)

| | | | |
|---|---|---|---|
| 배포일 | 2020. 11. 19.(목) | 담당부서 | 산업통상자원부 유통물류과<br>기획재정부 서비스경제과<br>문화체육관광부 관광기반과<br>농림축산식품부 식품산업정책과<br>환경부 환경교육팀<br>해양수산부 유통정책과<br>중소벤처기업부 판로정책과<br>민간추진위원회 |
| 담당과장 | 김호성 과장 (044-203-4380)<br><br>김이한 과장 (044-215-4610)<br>신용식 과장 (044-203-2841)<br>이시혜 과장 (044-201-2111)<br>심광현 팀장 (044-201-6531)<br>임태훈 과장 (044-200-5440)<br>이희정 과장 (042-481-4374)<br>서덕호 유통물류진흥원장<br>(02-6050-1414) | 담 당 자 | 조진화 서기관 (044-203-4384)<br>김민선 사무관 (044-203-4386)<br>이현태 사무관 (044-215-4613)<br>이초롱 사무관 (044-203-2843)<br>송재원 서기관 (044-201-2116)<br>심은영 사무관 (044-201-6529)<br>엄익환 서기관 (044-200-5447)<br>유주현 사무관 (042-481-8950)<br>추진위 사무국 강명수팀장<br>(02-6050-1510) |

## 내수진작 캠페인 '2020 코리아세일페스타' 종합성과

◇ 제조·유통·서비스업체 등 민간 기업이 주도하고 정부와 지자체가 지원한 '2020 코리아세일페스타'(이하 코세페)가 11.15일 막을 내린 후,

○ 산업통상자원부 박진규 차관(장관 성윤모, 이하 산업부)은 김연화 코세페 추진위원장 및 관계부처와 함께 '코세페' 종합성과를 발표하였다.

◇ 올해 코세페는 전년 대비 **두배가 넘는 1,784개사가 참여**한 가운데 소비 회복과 지역경제 활력 제고를 위해 정부와 17개 시도가 함께 지원하여,

○ **국내 카드승인액이 총 37.4조원** 규모로 **전년동기대비 6.3% 증가**하였고, 자동차 구매 31.9% 증가 등 **내수 진작에 기여**한 것으로 나타났으며,

○ 지역할인행사와 결합해 **지역사랑상품권 발행액 14.9%증가**, 지역 특산물 매출확대 등 **골목상권·지역경제 회복**에도 도움이 된 것으로 나타났다.

○ 국내판촉을 넘어 **1억8천만불 규모의** K-방역, K-뷰티 등 소비재에 대한 **구매상담**을 이끌어내고, **28개국 115개**의 해외 온라인 유통망에 **3,980개 기업이 입점·판촉전에 참여하여 온라인수출도 확대**되는 계기가 되었다.



## 1 대표소비재 구매 등 소비 증가

◇ 국내 카드승인금액 전년동기대비 6.3% ↑
◇ 자동차 31.9% ↑, 타이어 75.5% ↑, 전자 39.5% ↑, 패션마켓 4배 ↑
◇ 전통시장, 수퍼, 백화점, 온라인쇼핑몰 등 유통사 매출 최대 32.8% ↑

❶ **(카드승인액)** 11.1~15일간 **국내 카드승인금액은 37.4조원**으로, 전년동기대비 **6.3% 증가**하였다.

❷ **(대표소비재)** 제조-유통-카드사-통신사-정부간 협업으로 소비증가

○ **(자동차)** 11.1~15일중 완성차 5사의 내수판매는 할인프로모션 강화, 보증기간 확대 등 통해 **日평균 7,074대**로 전년동기대비 **31.9% 증가**하였고, 특히 친환경차 판매는 日 997대로 155.7% 증가하였다.

○ **(타이어)** 비대면 타이어 교체서비스 개선 등을 통해 **타이어 온오프라인 판매량**이 총 19만개로, 전년동기대비 **75.5% 증가**하였다.

○ **(전자)** 주요 2개사 기준으로 **전자제품 매출액**이 6,600억원으로 전년동기대비 **39.5% 증가**하였고, 특히 이동통신사 공시지원금 상향 등으로 스마트폰 판매량이 증가하였다. 동 기간 **스마트폰** 개통이 약 8만 6천대로 행사 전 대비 **4.4% 증가**하였다.

○ **(의류)** 코로나19 장기화로 어려움을 겪고 있는 패션업계의 재고 소진, 매출확대를 위해 기획된 **코리아패션마켓 시즌2**(10.30~11.5)에서는 상반기 시즌1(6.26~7.2) 대비 **4배 이상의 성과**를 달성하였다.

* 334개 브랜드, 백화점·아울렛 총 15개 매장, 온라인 3개사 통해 총 162억 4천만원 매출

○ **(식기)** 11.6~15일간 열린 **이천도자문화마켓**에 140개 도자업체가 참여하여 전월 대비 20% 증가한 11억원 매출을 달성하였다.

< 코세페 연계 특별 기획전 >

◇ **(디자인)** 코세페 연계 **'우수디자인상품전'**이 개최되어 54개 우수 디자인선정 품목이 온오프라인을 통해 전시·판매됨 (산업부 주관)

◇ **(환경)** 친환경 소비문화 확산을 위해 온라인 녹색매장을 통한 친환경 인증제품 판매전인 **'대한민국 친환경대전'**을 진행, 11.1~ 15일간 총 2.4억원 판매되어, 행사 전 대비 **12.3% 증가** (환경부 주관)

❸ **(유통사)** 대·중소 및 온·오프라인 유통사 매출도 모두 증가하였다.

○ **(전통시장)** 행사 기간 중 전국 64개 전통시장에서 일정 금액 구매시 온누리상품권을 제공하는 코세페 연계 전통시장 이벤트를 진행하여, 행사 전 대비 평균 **방문고객수가 30.0%, 매출액이 25.5% 증가**하였다. (전국상인연합회)

○ **(동네수퍼)** 전국 695개 수퍼에서 11.9~15일 기간 중 일정금액 구매시 '소비자 행복복권'을 지급하는 이벤트를 진행하였고, 그 결과 행사참여 수퍼매출이 행사 전 대비 평균 **12.1% 증가**하였다. (수퍼마켓협동조합연합회)

○ **(편의점)** 전국 주요 편의점에서는 다양한 제품군을 대상으로 '1+1, 2+1 할인행사'를 진행하여 편의점 5개사의 매출액이 1조원으로 전년동기대비 **3.9% 증가**하였다. (한국편의점협회)

○ **(백화점)** 백화점 주요 3社 오프라인 매출(11.1~15)은 가전제품과 가구 등 주요 행사상품의 매출이 크게 증가하며, **1조 5**,418억원 규모로 전년동기대비 **5.4% 증가**하였다. (한국백화점협회)

○ **(대형마트)** 대형마트 주요 3社는 육류·수산물 등 다양한 행사를 진행한 식품군을 중심으로 매출이 신장하여, 오프라인 매출(11.1~15)이 총 9,247억원 규모로 전년동기대비 **1.4% 증가**하였다. (한국체인스토어협회)

○ **(온라인유통)** 온라인 쇼핑몰 주요 8개社는 가전·전자, 생필품, 간편식품 등 다양한 상품군에서 할인행사와 '한정판매' 이벤트 등을 진행하였고, 그 결과 매출(11.1~15)이 3.19조원으로 전년동기대비 **27.0% 증가**하였다. (한국온라인협회)

※ 소매매출의 전년대비 증감률 (출처 : 통계청 서비스업동향조사)
- 오프라인(%) : (7월) △10.0 → (8월) △11.9 → (9월) △7.3
- 온라인(%) : (7월) 30.5 → (8월) 32.2 → (9월) 32.0



## 2 골목상권·지역경제 활성화

◇ **지역사랑상품권 발행액 14.9%↑, 온누리상품권 판매액 4.8배↑**
◇ **한우사랑상품권 31시간 내 완판, 한돈 4.5배↑, 수산매출 13.6%↑**
◇ **득템마켓 93%↑, 가치삽시다 매출 32.6%↑**

❶ **(지자체)** 전국 17개 시도에서 준비한 다양한 소비촉진행사와 결합하여 11.1~15일간 **지역사랑상품권 발행액**이 **총 5,250억원**(제주제외, 16개 시도)으로 전월 대비 **평균 14.9%, 온누리상품권 판매액**이 총 1,941억원으로, 전년동기대비 **4.8배 증가**한 가운데,

○ **(지역특산물)** 포항에서는 **과메기 300세트가 하루 만에 완판**되었고, **광주 김치랜선축제**에서는 **김치 매출액 1억 7,500만원**을 달성하고, **부산 국제수산엑스포** 판매액은 **9,100만원**을 기록하였다.

- **남도장터 매출액**은 **총 16억원**으로 전년동기대비 **3배 증가**하였으며, 우체국 쇼핑몰에 개설된 **김해브랜드관**에서는 10일만에 매출 **1억원을 돌파**하는 등 지역특산물 판매에서 성과를 거두었다.

○ **(지역 중소기업)** **울산몰** 개장 및 매출 **1억2,000만원** 달성, 충남 **단풍나무숲길 힐링 판매전** 드라이브스루 매출액 **1억3,700만원** 달성 등 지역 소상공인과 중소기업의 판로확대 기회를 제공하였다.

○ **(전통시장)** 이 밖에도 전국 지자체에서 코세페와 연계하여 전통시장 할인 및 특별행사를 다채롭게 진행하였고, **대구**의 경우 전통시장 매출액이 40억으로 행사 전 대비 **91% 증가**하였다.

❷ **(농축수산물)** 다양한 할인행사와 결합하여 한우·한돈, 수산물 등 제철 농수축산물 판매에 기여하였다

○ **(한우)** 10. 29 ~ 11. 8일간 진행된 **'한우 먹는날'** 할인행사에서 총 **118억원**이 판매되어 행사 전 대비 매출이 **78% 증가**하였으며, 제로페이를 통해 발행된 5억원 상당의 **한우사랑상품권은** 판매 개시 **31시간만에 완판**되는 실적을 거두었다.

○ **(한돈)** 한돈몰(11.1~15) 및 한돈꾸러미 드라이브스루 행사를 통해 진행된 한돈 할인행사의 판매액이 총 9,600만원으로 전년동기대비 **4.5배 증가**하였으며, 특히 11.12일 진행된 **드라이브스루 행사에서 3,600만원** 상당의 한돈이 판매되었다.

○ **(수산물)** 10. 26 ~ 11. 15일간 수산물 소비촉진행사 '코리아수산페스타'가 진행되어, **고등어, 굴, 우럭 등 제철 수산물**이 온오프라인을 통해 총 945.5억 상당 판매되었으며, 참여업체의 수산매출이 전년동기대비 **13.6% 증가**하였다.



11.11일, 농업인의 날 연계 대한민국 쌀 판매전에 참석중인 대통령



11.16일, 롯데마트(서울역점)에 참석중인 롯데마트 대표, 해수부장관, 수협중앙회 대표

❸ **(중소기업·소상공인)** 코세페 특별 기획전인 **중소기업 우수제품** 판매전 '**득템마켓**'에 금년에는 총 509개 업체가 참여하여, **매출 25억을 달성**하였고. 특히 올해 처음으로 라이브커머스 방송을 진행하여 1시간만에 매출 500만원을 달성하는 등 **중소기업 제품의 판매를 촉진**하였다.

* 판매 채널 : (온라인) 온라인쇼핑몰 총 6개사 (오프라인) 백화점 4개사

○ **(사회적경제 기업)** 행복한 백화점, 위메프, 쿠팡 등을 통해 사회적 경제 기업 제품 특별기획전이 열렸으며, 식품, 생활용품, 주방용품 등 **94개 업체가 참여**하여, 총 **11억원의 매출을** 달성하였다.

○ **(가치삽시다)** 행사 기간 중 중소기업·소상공인 제품 라이브 커머스를 네 차례 진행하여(11.2, 11.4, 11.9, 11.11일), 총 **11시간 동안 1억 4,500만원**을 판매하여, 행사 전 대비(10.12, 11.14, 11.19, 11.21일) **매출 증가 44%**를 기록하였다.



## 3 해외 판로개척 글로벌 성과

◇ **K-방역, K-뷰티, 수산물 화상수출상담 총 2,091건**(1억8천만불) **진행**
◇ **한류 개막행사 16만명 시청, 115개 해외 유통망 내 글로벌 판촉 진행**

❶ **(B2B)** 한류와 성공적인 방역관리 등으로 높아진 국가 브랜드를 활용하여 코세페 계기 **K-뷰티 등 유망 소비재에 대한 대대적인 판촉행사**를 진행하여,

○ **온라인 한류상품전**에 **1,433개의 중소기업이 참여**한 가운데, 화장품·의료기기·식품 등 다양한 부문에서 **총 1,145건, 12,576만불 규모의 수출상담을 진행**하였다. (총 2,662만불 상당의 수출계약 추진)

< 온라인 한류상품전 5대 수출상담 품목군 >

| 연번 | 품목군 | 품목 | 상담건수 | 상담액(만불) |
|---|---|---|---|---|
| 1 | 화장품 | 기초화장품, 색조화장품, 스킨케어제품, 마스크팩 등 | 408 | 2,818 |
| 2 | 의료분야 | 코로나 진단키트, 체열진단기, KF94 마스크 등 | 160 | 2,737 |
| 3 | 생활용품 | 의류, 밀폐 용기, 친환경 식품용 종이 제품, 블라인드 등 | 152 | 1,458 |
| 4 | 식품 | 김, 김치, 알로에 음료, 코코넛 음료 등 | 95 | 851 |
| 5 | 자동차부품 | 브레이크 패드, 샤시, 파워트레인, 샤프트, 블랙박스 등 | 46 | 1,777 |

**【 B2B 주요 우수 사례 】**

① **주방용품** 제조사 강소기업 A사는 '중견기업 글로벌 지원사업'을 통해 수출역량을 키워왔으며, 상담회에서 **사우디아라비아 바이어와 150만불** 규모의 수출계약을 성사

② **콘크리트펌프카 생산** B사는 **베트남의 바이어와 400만불** 규모의 협력약정(MOU)를 체결

③ **휴대용 살균 생산** H사는 코로나19가 성행 중인 멕시코 A바이어의 니즈를 충족, 높은 관심을 받았으며 **샘플 수령시 테스트** 및 **수입허가 인증 진행**키로 협의

○ 한편, 코세페 연계 **부산국제수산엑스포**에서 올해 처음으로 "**온라인 화상 해외바이어 무역상담회**"를 개최하여, 11. 5 ~ 7일간 160개 해외 바이어 업체가 참여한 가운데 **총 5,546만불 규모의 무역상담 946건**을 진행하였다.

❷ (B2C) 글로벌 유통망과의 협업을 대폭 확대하여 전 세계 **28개국 115개의** 해외 온라인 유통망에 **3,980개 기업이 입점, 판촉전에 참여**하였고 태국, 인니, 베트남 등지에서는 오프라인 쇼룸 운영과 라이브커머스 병행 등을 통해 성과를 제고하였다.

○ 한편, **한류행사가 K-상품구매로 연결**될 수 있도록 **신남방국가 소비자 대상**으로 11.7일 언택트 **한류박람회 개막공연**을 개최하여, **총 16만 3천명의 관람기록**을 세우는 등 해외 판촉성과를 극대화 하였다.

**【 B2C 주요 우수 사례 】**

① **할랄 홍삼 말레이시아 고객 대상 런칭(10.24)** : 말레이시아 국민 쉐프 Chef Wan 생방송을 통한 판촉 진행. 생방송 중 약 400세트 완판

② **코세페 온라인 판촉전**

- **Qoo10 Japan(11.1~11) :** 11일간 15억원 판매, 전월 동기 대비 38% 매출 상승
- **iLotte 인도네시아(11.1~12)** : 12일간 1.7억원 판매, 전월 동기 대비 146% 매출 상승

< 코세페 연계 B2B, B2C 글로벌 판촉 현장 >



11.13일 코트라 화상상담장을 방문, 해외바이어 대상으로 우리 제품의 우수성을 홍보하는 총리



11.13일 글로벌 라이브커머스 방송에 출연중인 산업부 장관




11.18일 부산 벡스코에서 열린 KOTRA 'K-스튜디오 부산' 개소식

## 4 국민참여 현황

❶ **(격려·응원)** 코세페 응원 캠페인 **'엄지척 챌린지'**에 11.17일 기준으로 소비자·공공기관·인플루언서 등 **1,600여명 참여하였고,**

❷ **(나눔·기부)** 나눔·기부 행사인 코세페 **'하이파이브 캠페인'**을 통해 **2억원** 상당의 굿즈가 판매되었다.



❸ **(국민 관심도)** 올해 홈페이지 개장 후 **약 140만명이 방문**한 코리아 세일페스타 공식 홈페이지는 **페이지뷰 수가 약 2,860만개**로, 전년 대비 **4배 이상 증가**하여, 올해 소비자들의 관심을 끄는 할인 상품과 프로모션이 늘어난 것으로 보고 있다.

○ 코세페 기간 중 관련 기사 및 SNS를 포함한 **전체 정보량**은 총 22,123건으로 **전년 대비 3.4배 증가**(11.1~13)하여, 코세페에 대한 **국민 관심이 크게 증가**한 것을 확인할 수 있었다. (유통학회, 추진위)

OPEN 공공누리 공공저작물 자유이용허락

이 자료에 대하여 더욱 자세한 내용을 원하시면 산업통상자원부 조진화 서기관 (☎ 044-203-4384)에게 연락주시기 바랍니다.

## 붙임 1 2020 코리아세일페스타 종합성과 브리핑 개요

□ 일 시 : 11.20(금) 11:00~11:30 (30분)

□ 장 소 : 정부 서울청사 본관 3층 브리핑룸 (311호)

□ 발표내용 : '2020 코리아세일페스타' 종합성과

□ 참석대상

○ 산업통상자원부 박진규 차관, 코리아세일페스타 김연화 추진위원장

○ (정부) 산업부 천영길 중견기업정책관, 기재부 이상학 정책조정기획관, 문체부 최보근 관광정책국장, 농식품부 이주명 축산정책국장, 중기부 노용석 글로벌성장정책관 등

○ (추진위) 코세페 사무국 서덕호 유통물류진흥원장, 전국상인연합회, 한국체인스토어협회, 한국백화점협회, 한국편의점협회, 한국온라인쇼핑협회 임원 등

□ 진행 순서

| 시 간 | | 주요 내용 | 비 고 |
|---|---|---|---|
| 11:00 ~ 11:15 | 15′ | • 2020 코리아페스타 종합성과 발표 | 산업부 차관<br>추진위원장 |
| 11:15 ~ 11:30 | 15′ | • 기자단 질의·응답 | 각 부처,<br>유통협단체 |



## 붙임 2 코리아세일페스타 성과분석조사 (유통학회, 추진위)

**조사 내용**

- 데이터 수집 키워드: 데이터 수집 키워드는 코리아세일페스타 + 코세페
- 데이터 분석 방법: 텍스트 마이닝 기법
- 데이터 수집기간: (19년) 11.1 ~ 11. 22일 // (20년) 11.1 ~ 11. 13일
- 데이터 수집 채널: 언론 / 커뮤니티(블로그, 카페), SNS(트위터, 인스타, 유튜브, 페이스북, 카카오스토리 등), 기타(지식인, 기업·단체, 정부·공공)
- 수집기간의 정보량, 긍정·중립·부정 정보량·비율, (일별/채널별), 수집기간 내 TOP 20

**정보량**

- 전년 대비 60%(22일 →13일) 감소한 분석기간임에도 불구하고, 2020년 코리아세일페스타에 대해 전체 언급한 정보량은 전년 대비 3.4배(6,586건 → 22,123건), 일평균 정보량은 5.7배(299건 →1,702건) 증가함
- 정보의 질 측면에서도 '19년에는 행사 첫날(11.1)에 정보량이 집중되었으나, '20년은 행사 기간 내 지속적으로 정보량이 유지됨

**정보감성**

- 긍정적인 언급과 전반적·업계별 행사정보량은 전년 대비 3.6배 증가(6,056건→21,876건)하고, 부정적인 언급량은 54% 감소(521건→247건)하여, 행사 전반에 대한 긍정적 관심이 증가함
- 일평균으로 계산 시, 긍정적 언급과 행사정보는 6.8배 증가(275개→1,863개)하고, 부정적 언급량은 21% 감소함(24개→19개)
- 이는 전년대비 다양한 기업(참여기업수 '19년 704개 → '20년 1,784개)과 지자체(전국 17개 광역자치단체)가 참여한 결과, 행사내용이 전년대비 다채로워진 결과로 보임

**채널별 정보분포**

-'19년 대비 정보량은 언론·커뮤니티·SNS·기타 등 전 채널에서 모두 크게 증가하였으며, 특히 SNS의 정보량은 8.3배 증가(960건→8,001건)하고, 커뮤니티의 정보량은 2배 증가(1,981건 →3,917건)하는 등 전년대비 일반 국민의 호응이 매우 높았던 것으로 판단됨

**키워드**

- 혜택, 소비, 할인, 축제 등 행사에 대한 긍정적 단어는 '19년과 유사하였으나, 전년 대비하여 '지역', '부산', '대전', '기대하다', '활성화'와 같은 단어가 등장하여, 지역별 다채로운 행사의 증가와 소비자의 경기활성화에 대한 기대 등을 보여주었고, '바이러스', '위축되다' 등은 현재 코로나19라는 특수한 사회현상을 보여주었음