경제혁신 3개년 계획 경제의 틀을 바꾸면 미래가 달라집니다.
대한민국 재도약의 힘, 창조경제
경제혁신
희망의 새시대
http://www.motie.go.kr

산업통상자원부

보 도 자 료

2017년 2월 2일(목) 조간부터 보도하여 주시기 바랍니다.
(인터넷, 방송, 통신은 2.1(수) 오전 11시 이후 보도 가능)

배포일시	2017. 2. 1.(수)	담당부서	산업통상자원부 유통물류과
담당과장	정종영(044-203-4380)	담 당 자	홍충완 사무관(044-203-4384)

유통산업이 4차 산업혁명을 선도한다.

- 산업부, "유통산업 혁신을 통한 글로벌 경쟁력 강화방안" 발표 -

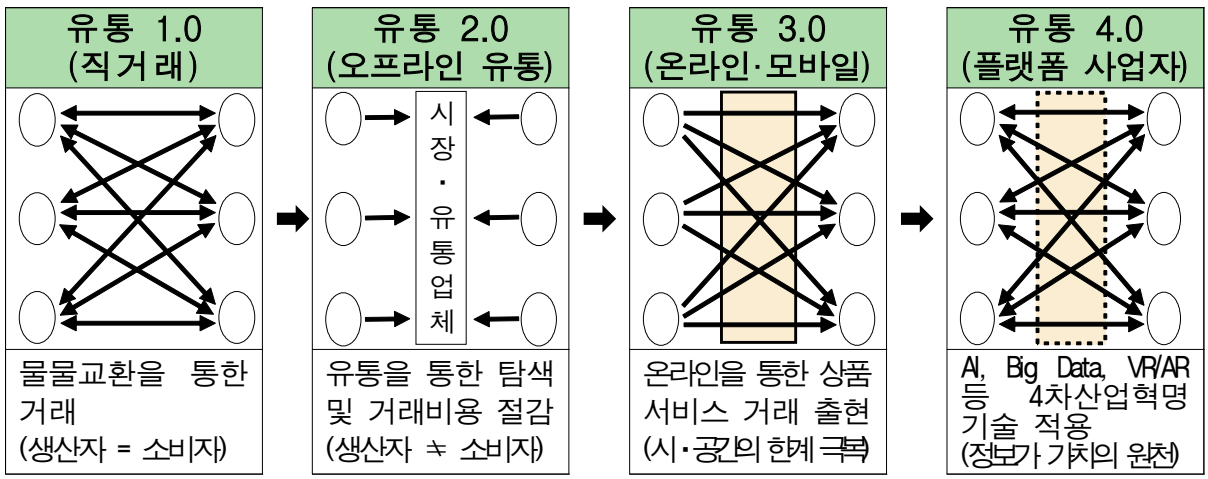
- **'17년 상반기중 유통·물류·ICT·제조업체간 융합 얼라이언스 출범**
- **유통산업 4차 산업혁명 신기술 적용 R&D에 향후 5년간 150억원 투입**
- **민관합동으로 VR/AR 쇼핑몰 시범사업 실시(올해 코리아세일페스타)**
- **전자상거래 수출기업 전용 자금 신설('17년 200억원 규모)**

□ 산업통상자원부는 2.1(수) 주형환 장관 주재로 **유통업계 최고경영자(CEO) 간담회를 열고, 유통 4.0시대에 대응**하는 **"유통산업 혁신을 통한 글로벌 경쟁력 강화방안"**을 발표했다.

< 간담회 개요 >

- 일시/장소 : '17.2.1(수) 12:00~13:30 / 대한상공회의소 챔버라운지
- 참석자 : **주형환 산업부 장관**, 백화점, 대형마트, 온라인·홈쇼핑, 면세점, 프랜차이즈, 편의점 **업계 대표이사**, 대한상의 부회장 등 14명

< 유통산업의 발전 개념도 >



○ 산업부는 **유통산업**이 **4차 산업혁명 기술의 발전**에 따라 단순한 상품·서비스의 거래 중개가 아닌 **생산과 소비에 대한 정보를 바탕으로 가치를 창출**하는 **'유통 4.0의 시대'로 진입중이라고 진단하고,**

○ 국내 유통산업의 ① **업태를 초월한 과감한 변신**, ② **신기술 투자**에 기반한 **플랫폼 사업자로의 전환**, ③ 전세계 시장 및 소비자 대상 **글로벌 경쟁력 확보** 등을 위한 **정책과제를 제시했다.**

주형환 산업부 장관 주요발언(발언 전문 별첨)

□ 주형환 장관은 "유통 4.0시대의 도래에 따라, 유통산업의 사업모델이 생산자에게서 소비자로 상품과 서비스를 전달하는 '기업·소비자 거래 (B2C) 모델' 에서 **소비자의 니즈를 생산자에게 전달하는 '고객과 기업(C2B) 모델' 로 확대**되고 있으며, 이에 따라 유통산업이 단순히 상품과 서비스의 거래중개자가 아닌 **생산자와 소비자를 연결해주는 플랫폼 산업으로 변모**하고 있다." 라고 진단했다.

○ "우리 유통산업도 전통적인 방식에서 벗어나, 과감한 투자와 혁신을 바탕으로 **내수중심의 산업**에서 세계적인 **플랫폼 산업으로 변모**하고 **4차 산업혁명을 선도해야 한다.**"라고 강조했다.

□ 더불어, 주형환 장관은 "90년대 중반 유통시장 개방 이후 우리 유통산업을 보호해 주었던 **입지, 상품조달, 소비문화와 같은 장벽**은 빅데이터와 신기술을 바탕으로 **플랫폼 산업으로 진화한 국제 유통기업 앞에서는 더 이상 무의미**할 수 있다."면서,

○ 세계적 유통기업으로부터 **우리 시장을 지켜내고**, 더 나아가 **세계 무대에서 경쟁**할 수 있도록 **유통 기업이 적극적으로 노력해달라.**"라고 요청했다.

유통산업 혁신을 통한 글로벌 경쟁력 강화 방안 주요 내용

□ **이번 대책**(세부별첨)**의 주요 내용**은 다음과 같다.

① 유통 산업내/산업간 융합 생태계 조성

○ 먼저, '17년 상반기 중에 **유통·물류업체-정보통신기술(ICT) 신기술 업체-제조업체** 간 **융합 연맹체(얼라이언스)를 구축**해 신비즈니스 성공사례*를 창출할 계획

* (예시) ①국제표준 선점, ②공동 기술개발, ③비즈니스 모델 개발, ④전문인력 협력 등

○ 기업활력제고법, 신산업 펀드* 등을 통해 유통산업의 **신비즈니스 모델의 발굴과 변화를 제도적으로 지원할 계획**

* 12대 신산업에 집중 투자목적으로 조성되는 펀드('17년 하반기중에 3천억 원 규모로 1차펀드 조성)로서, 신유통분야도 투자대상에 포함할 계획

○ 변화하는 트렌드를 반영하고, 융합을 촉진할 수 있도록 유통산업 발전법 등 **제도를 재정비***하고, **융합형 인재를 양성****할 예정

* 전자상거래, 온·오프라인 융합, 유통·물류의 융합 등 신규 업태에 대한 분류체계 등을 종합 정비(유통산업발전법 개정, 17.하)

** 숭실대 정보기술(IT)유통물류학과를 통해 정보기술(IT)기술의 유통·물류산업 도입, 옴니채널 구축 등에 대한 석사급 융합 전문인력 60명 배출('16~'20년, 22.5억 원)

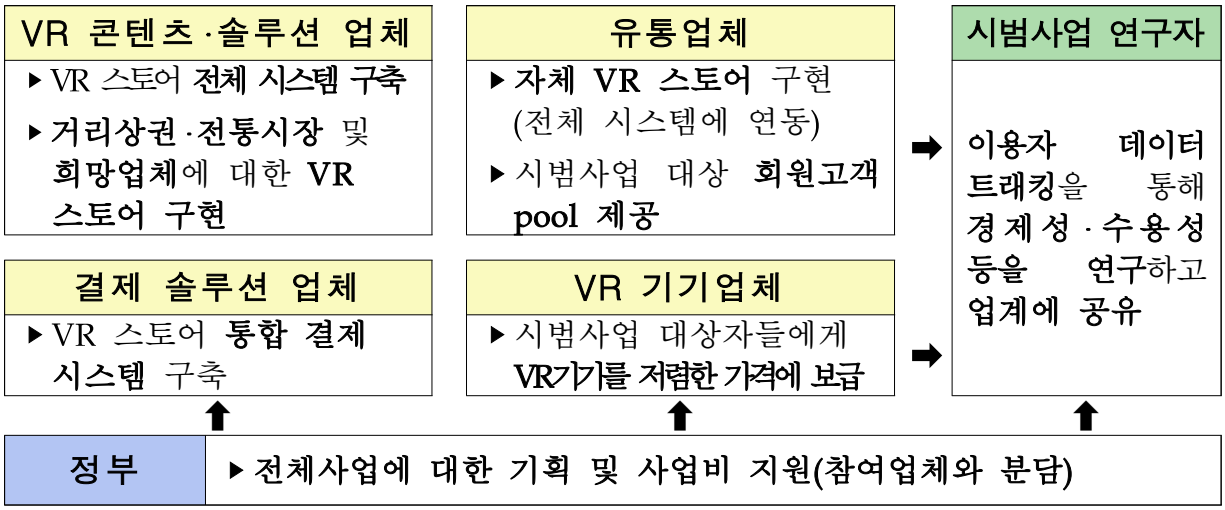
② 4차 산업혁명 신기술 도입 촉진

○ **4차 산업혁명 신기술의 유통산업 조기 적용**을 위한 **실증사업**을 통해 **신 비즈니스 기회**와 **초기시장 수요 창출**의 방아쇠(**Trigger**) **역할을 수행**할 예정

- 대표적으로, **'17년 코리아세일페스타시** 다양한 **유통업체**와 **전통시장, 거리상권** 등이 함께 참여하는 **'VR스토어 구축 시범사업'**을 추진함

* **(주요내용)** '17.10월 코리아세일페스타시 유통업체, 유명거리상권 등을 VR스토어 형태로 구현하고, 이용자 패턴 및 구매율 등에 대한 종합 연구 수행

< VR/AR 가상 스토어 구축 시범사업 (안) >



○ **'18년부터** 제조·유통업체가 공동 활용 가능한 **빅데이터 구축*** 등 **4차 산업혁명 신기술 실증사업과 상용화 기술개발**에 **5년간 150억 원을 투입**해 **유통산업의 세계적인 플랫폼화를 촉진**

* 제조·중소협력업체-소싱-물류-유통-배송-고객-고객서비스(A/S) 과정에서 생성하는 상품, 소비 정보에 대한 빅데이터를 제조·유통업체가 공동 구축·활용

③ 전자상거래를 통한 시장 확대

○ **전자상거래 관련 국제규범 제정을 선도***하여 우리 기업의 전자 상거래 수출 활성화를 위한 **단계별 장애요인을 제거**하고,

* 결제·배송 등 전자상거래 단계별 장애요인에 대한 WTO 차원의 해결방안 모색을 제안

○ 중소 전자상거래 수출 기업에 **특화자금 200억원을 배정**하는 등 **전주기 지원**하고, **수출 신고 활성화*** 등을 통해 **온라인 해외판매(B2C)를 확대**할 예정

* 온라인 해외판매 내역이 수출신고 자료로 변환되어 관세청 수출신고시스템에 전송되는 시스템(현재 역직구몰 3개사 적용중 → 업계 전반으로 확산)

④ 유통산업의 해외 진출 지원

○ 자유무역협정(FTA), 한-인도 포괄적 경제동반자 협정(CEPA) 등 **정부간 통상 채널을 활용**하여 해외진출 중점 추진 국가의 시장개방을 확대해 나갈 예정

< 유통서비스 분야 한-인도 CEPA 2차 협상(안) >

◇ **(주요내용)** 한-인도 CEPA 2차협상('17.2월)시 **도·소매업 서비스** 및 **프랜차이즈**에 대한 **양허 분야 확대** 요청

- ○ **(도매/중개 서비스업)** 일부 품목 양허 → 전체 품목 양허
- ○ **(소매 서비스업)** 단일브랜드 51%→100%, 멀티브랜드 0%→51% 투자 허용
- ○ **(프랜차이즈)** 현재 미개방 분야인 프랜차이즈업에 대해 신규 양허

○ 아울러, **해외진출 유통기업**을 **전문무역상사로 지정***('17.3월)하여 **우리 제품의 해외 판로 개척을 지원**하고, **맞춤형 지원****을 통해 **해외진출을 활성화**할 계획

* 근거법령 마련('16.11월) → 공고('17.1월) → 평가('17.2월) → 선정('17.3월)

** 서비스업 해외진출 선도기업 육성사업(연중), 대한민국 서비스산업 수출 대전('17.6) 등 총 80억 원(Kotra)

○ 우리 **유통기업의 해외진출(직접 진출 또는 M&A)**에 필요한 재원은 **수출입은행의 기존 해외투자 지원자금*** 및 **무역보험공사의 해외투자보험**을 적극 활용

* 해외투자자금 및 사업자금 장기 대출지원(총 소요자금의 80~100%, 최대 30년), 외국환 평형기금 활용 외화 유동성 지원('15.10~재원소진시까지 총 50억 달러 한도 내, 프로젝트별 5억 달러 한도)

<첨부 1> **유통업계 CEO 간담회 개요**
<첨부 2> **산업부 장관 모두 발언**
<첨부 3> **유통산업 혁신을 통한 글로벌 경쟁력 강화 방안**

OPEN 출처표시 공공누리 공공저작물 자유이용허락

이 보도자료에 대하여 자세한 내용을 원하시면 산업통상자원부 유통물류과 홍충완 사무관(044-203-4384)에게 연락주시기 바랍니다.

첨부 1 유통업계 CEO 간담회 개요

□ 개요

○ **일시·장소 : '17.2.1(수) 12:00~13:30, 대한상의 챔버라운지**(20층)

○ **목적** : 유통업계와의 소통, 유통산업 현안 논의 등

○ **참석자** : 정부, 유관기관, 유통업체 CEO 등

- **(정부) 산업부 장관**(주재), 창의산업정책관
- **(유관기관)** 대한상의 부회장
- **(유통업계)** 백화점, 대형마트, 온라인·홈쇼핑, 프랜차이즈, 편의점 대표

구분	업체명
백화점(3)	롯데백화점, 현대백화점, 신세계백화점
대형마트(3)	이마트, 홈플러스, 롯데마트
온라인·홈쇼핑(3)	이베이코리아, SK플래닛(11번가), 현대홈쇼핑
면세점(1)	신라면세점
프랜차이즈(1)	CJ푸드빌
편의점(1)	GS리테일

□ 논의 사항

○ **유통산업 혁신을 통한 글로벌 경쟁력 강화 방안**(산업부 발표)

○ 업계 애로 및 건의 사항(참석자)

□ 진행 순서

시간		주요내용	비고
12:00~12:05	5"	▪ 인사말씀	산업부 장관
12:05~12:15	10"	▪ 유통산업 혁신을 통한 글로벌 경쟁력 강화방안	창의산업정책관
12:15~13:15	60"	▪ 토론(오찬진행)	참석자
13:15~13:20	5"	▪ 마무리말씀	산업부 장관

□ 참석자 명단

구분	성명	소속	직위
백화점(3)	이원준	롯데백화점	대표이사
	박동운	현대백화점	대표이사
	유신열	신세계백화점	부사장
대형마트(3)	이갑수	이마트	대표이사
	김상현	홈플러스	대표이사
	김종인	롯데마트	대표이사
온라인· 홈쇼핑(3)	변광윤	이베이코리아	대표이사
	장진혁	11번가	대표(부문장)
	강찬석	현대홈쇼핑	대표이사
면세점(1)	한인규	신라면세점	사장
프랜차이즈(1)	정문목	CJ푸드빌	대표이사
편의점(1)	허연수	GS리테일	대표이사
유관기관(1)	이동근	대한상공회의소	부회장

첨부 2 | **산업부 장관 모두 발언**

1 인사말씀

여러분 반갑습니다.
산업통상자원부 장관 주형환입니다.

정유년 새해를 맞이하여 유통업계 여러분들과 함께
우리 유통산업의 나아갈 방향에 대해 논의하게 된 것을
기쁘게 생각합니다.

며칠전이 설 명절이었는데,
늦었지만 여러분과 가족모두 행복한 한 해가 되길 바랍니다.

더불어, 바쁘신 가운데서도 오늘 참석해 주셔서 감사드립니다.

2 유통 4.0 시대의 도래

여러분도 잘 아시다시피, 4차 산업혁명의 시대가 성큼 다가왔습니다.
AI, 빅데이터, IoT, 로봇, AR/VR 등 신기술 발전으로 인해
모든 것이 연결되어 데이터의 수집·분석·처리가 고도화되고,
인공지능이 스스로 학습하면서 새로운 가치를 창출하는 시대입니다.

이러한 4차 산업혁명은 기존 제조업과 일부 서비스업 뿐만 아니라,
유통산업의 패러다임도 근본적으로 변화시키고 있습니다.

AI와 빅데이터 기술로 개인 맞춤형 쇼핑이 가능해짐에 따라
유통산업 경쟁력의 원천이
"생산과 소비에 대한 지식과 정보"로 바뀌고 있습니다.

유통산업의 사업모델 또한
생산자에게서 소비자로 상품과 서비스를 전달하는 B2C 모델에서
소비자의 니즈를 생산자에게 전달하는 C2B 모델로 확대되고 있습니다.

이에 따라 유통산업은 단순히 상품과 서비스의 거래중개자가 아닌,
생산자와 소비자를 연결해주는 플랫폼 산업으로 변모하고 있습니다.

일례로, 아마존은 원하는 상품을 말하면
소비자의 성향을 분석해서 자동으로 주문해주는
인공지능 비서 알렉사(Alexa)를 상용화 하였을 뿐만 아니라,
온라인에서 주문한 식품을 당일 배송하는
'아마존 프레시'를 통해 식료품 시장에도 진출하는 등
플랫폼 사업자로서의 영향력을 확대해 나가고 있습니다.

유통산업이 생산과 소비에 대한 정보를 바탕으로
플랫폼 사업자가 되는 이러한 흐름을
유통 4.0 시대라고 할 수 있습니다.

* (유통1.0) 직거래 → (유통2.0) 오프라인 유통 → (유통3.0) 온라인·모바일 → (유통4.0) 플랫폼 사업자

유통 4.0 시대를 정의하는 3대 특징은
① 산업내/산업간 융합에 따른 업태간 경계의 붕괴,
② 기술혁신에 따른 가치창출 원천의 근본적 전환,
③ 국경간 장벽의 완화로 인한 국내외 시장 통합의 가속화입니다.

이와 같은 유통산업 패러다임의 변화는
우리에게 위기이자 기회라고 생각됩니다.

새로운 기술의 등장과 업태의 변화 양상이 매우 광범위하고,
글로벌 기업들도 아직은 초기 단계라는 점을 감안하면
우리에게도 새로운 기회가 될 수 있습니다.
반면에 혁신의 노력을 게을리 하면
신기술과 새로운 비즈니스 모델로 무장한 글로벌 유통망에
종속될 우려도 있습니다.

따라서 민·관이 함께 변화에 적극적으로 대응해야 할 것입니다.

3 업계 당부 말씀

기본적으로 민간 업계의 적극적인 투자와 혁신 노력이
가장 중요합니다.

첫째, 전통적인 방식의 업태에서 벗어나
온·오프라인·물류를 넘나드는 새로운 비즈니스 모델을 발굴하고,
과감히 변신해야 합니다.

둘째, 4차 산업혁명 신기술에 대한 적극적인 투자를 바탕으로
세계 시장에서 경쟁력을 갖춘 플랫폼 사업자로
변모해 나가야 합니다.

셋째, 유통산업이 내수산업이라는 인식에서 벗어나,
국내시장에서의 경쟁에 안주하지 말고
해외시장에 눈을 돌려야 합니다.

4 향후 정책 방향

정부에서도 유통산업을
"4차 산업혁명을 선도할 신산업"으로 인식하고,
생태계의 조력자로서 필요한 역할을 적극 수행해 나가겠습니다.

첫째, 유통 산업내/산업간 융합 생태계를 조성해 나가겠습니다.

산업부 1차관을 중심으로
정부와 유통, 물류, ICT 신기술 업체, 제조업체간
융합 얼라이언스를 구축하여
공동 기술개발, 新비즈니스 모델 개발, 국제표준 선점 등의
성과를 창출해 나가도록 하겠습니다.

또한, 기업활력법을 통해 유통업체의 사업재편을 촉진하고,
올해 3,000억원 규모로 조성할 계획인 신산업펀드 투자대상에
新유통분야도 포함하여
혁신기술 도입과 새로운 비즈니스 진출을 적극 지원하겠습니다.

아울러, 급속히 진화하는 유통업태의 특수성을 반영할 수 있도록
유통산업발전법의 산업분류 체계 등을 재정비하고,
異 업종간의 융합과 비즈니스 혁신을 저해하는 규제는
무역투자회의와 같은 민·관합동 회의체를 통해
지속적으로 개선해 나가겠습니다.

둘째, 유통분야에 4차 산업혁명 신기술 도입 촉진을 위해
정부는 초기 시장 창출의 Trigger 역할을 수행하겠습니다.

먼저, 유통분야에서 다양한 실증사업을 추진하고자 합니다.

대표적으로 올해 코리아세일페스타를 계기 삼아
다양한 유통업체와 전통시장, 거리상권 등이 함께 참여하는
'VR 스토어 구축 시범사업'을 시행하겠습니다.

또한, 향후 우리기업들의 핵심 경쟁력이 될
제조·유통·판매 정보에 대한 빅데이터 구축 사업을 실시하여 제조·유통업체가 공동 활용할 수 있도록 하겠습니다.

빅데이터 이외에도 AI, IoT와 같은 4차 산업혁명 신기술의
유통·물류산업 조기 적용을 위한
상용화 기술개발에 5년간 150억원을 투입하겠습니다.

셋째, 전자상거래를 통한 시장확대와 우리 유통업체의 해외진출도 적극 지원하겠습니다.

먼저, 2016년 2조원이었던 전자상거래 수출을
2017년 3조원 이상으로 확대해 나가겠습니다.

이를 위해 금년부터
WTO 전자상거래 국제규범 제정을 선도하여
해외시장의 문턱을 낮추겠습니다.

또한, 전자상거래 수출 기업의
글로벌 몰 입점과 마케팅, 물류 등을 전주기로 지원하겠습니다.
이에 필요한 자금 지원을 위해
올해 200억원 규모로 전용자금을 신설하고,
앞으로도 규모를 확대해 나갈 예정입니다.

두 번째로, 현재 14개 국가에 11개업체가 진출해 있는
우리 유통업체의 해외진출을
성장 잠재력이 높은 전략 시장을 중심으로
단계적으로 확대해 나가겠습니다.

이를 위해 FTA 등 통상채널을 이용하여
유통산업에 대한 현지투자 제한을 완화해 나가겠습니다.

또한, 50억불 규모로 조성된 외국환 평형기금과
수출입은행의 해외투자 지원자금 및
무역보험공사의 해외투자 보험 등을 활용하여
우리 유통업체들의 해외진출에 필요한 자금을 적극 지원하겠습니다.

아울러, 해외진출 유통기업을 전문 무역상사로 지정하여
수출보험, 신용보증, 무역기금과 같은 각종 수출지원 혜택을
받을 수 있도록 하겠습니다.

5 마무리 말씀

국내 유통산업은
90년대 중반 불어 닥친 유통시장 개방에도 불구하고,
월마트, 까르푸 등 외국계 기업과의 경쟁에서 이겨낸 바 있습니다.

그러나 이번에 찾아올 4차 산업혁명에 따른 변화는
경쟁의 패러다임 자체가 변화하고 있다는 점에서
과거와는 차원이 다를 것입니다.

빅데이터와 신기술을 바탕으로 플랫폼 산업으로 진화한
글로벌 유통기업 앞에서는
입지, 상품조달, 소비문화의 차이와 같은 보호막이
더 이상 작용하지 않을 가능성이 높기 때문입니다.

글로벌 유통기업으로부터 우리 시장을 지켜내고,
더 나아가 세계무대에서 경쟁할 수 있도록
여기 계신 유통 기업인 여러분들의 적극적인 노력을
다시 한번 당부 드립니다.

정부도 최선을 다해 지원하도록 하겠습니다.

아무쪼록 정유년 한해가 유통 산업 혁신의 원년이 되기를 희망합니다.

감사합니다.

첨부 3 | 유통산업 혁신을 통한 글로벌 경쟁력 강화방안

유통산업 혁신을 통한
글로벌 경쟁력 강화 방안

- 유통 4.0시대의 글로벌 플랫폼화 전략 -

2017. 2. 1

산업통상자원부

목 차

Ⅰ. 유통 4.0시대의 도래 ····· 1

Ⅱ. 국내외 동향 및 시사점 ····· 2

Ⅲ. 비전 및 정책방향 ····· 11

Ⅳ. 주요 추진과제 ····· 12

1. 유통산업의 혁신 촉진 ····· 12

가 산업내/산업간 융합 생태계 조성

나 4차 산업혁명 신기술 도입 촉진

2. 해외 시장 지배력 강화 ····· 16

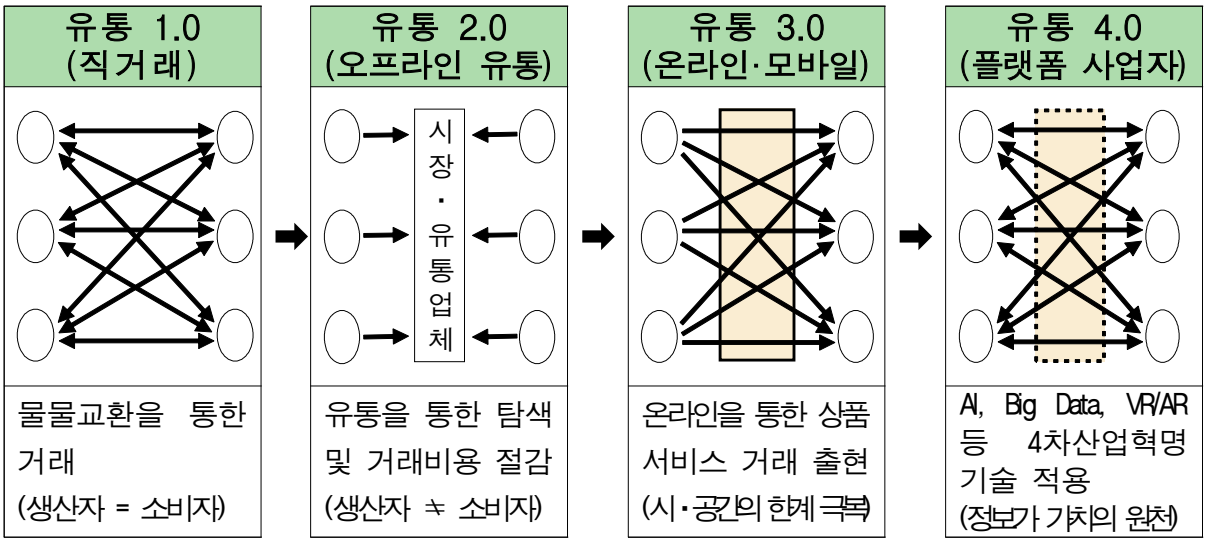
가 전자상거래를 통한 시장 확대

나 유통산업의 해외 진출 활성화

Ⅰ. 유통 4.0 시대의 도래

□ **유통 산업**은 **4차 산업혁명 기술의 발전**에 따라 단순한 상품·서비스의 거래 중개가 아니라 **생산과 소비에 대한 정보를 바탕으로 가치를 창출**하는 **유통 4.0의 시대로 진입중**

<유통산업의 발전 개념도>



□ **유통 4.0 시대의 3대 특징**은

① **유통 산업내**(온·오프라인 등), **산업간**(유통·물류 등) **융합**에 따른 **업태간 경계의 붕괴**

② **기술혁신**에 따른 **가치창출 원천의 근본적 전환**(**상품·서비스 거래 중개 → 생산과 소비에 대한 지식·정보**)

③ 국경간의 장벽이 무의미해짐에 따른 **국내외 시장의 통합**

□ 이에 따라 유통산업은

① **업태를 초월한 과감한 융합과 변신**,

② **신기술 투자**에 기반한 **플랫폼 사업자로의 전환**,

③ 전세계 시장 및 소비자 대상 **글로벌 경쟁력 확보**가 필요한 시점

⇒ **민·관이 함께 노력**하여 **과감한 투자와 혁신**을 바탕으로 유통산업을 **내수중심 산업**에서 **글로벌 플랫폼 산업으로 육성**할 필요

Ⅱ. 국내외 동향 및 시사점

1 유통 산업내/산업간 융합 확산 : 업태간 경계의 붕괴

< 전개 양상 >

◇ 글로벌 유통산업은 "**온라인 쇼핑의 확산 시대**"에서 "**온·오프라인과 물류가 결합한 新유통의 시대**"로 전환중

* 中 알리바바 마윈회장 : "순수 전자상거래의 개념은 사라질 것이고, 온·오프라인·물류가 결합한 新유통시대로 진입할 것"

○ 온라인 쇼핑의 보편화에 따른 **쇼루밍*의 확산** 등 **소비행태 변화**에 따라 **전통적 방식**의 **업태**(백화점·마트 등) **유지**만으로는 **생존이 불가**

* 쇼루밍(Showrooming) : 온·오프라인 가격 비교를 통해 매장(Show room)에서는 제품을 살펴본 뒤 실제 구매는 온라인 등 다른 채널을 활용하는 소비행위

○ **치열한 가격 경쟁**과 **빠른 배송**을 원하는 소비자의 욕구에 따라 **물류 혁신**이 **중요한 경쟁력**의 요소로 작용

가 해외 글로벌 유통기업 동향

온·오프라인 채널간 통합, 유통·물류 기능의 융합 등을 통해 **상품·서비스 유통방식**과 **가치창출 방식의 혁신**을 추진중

O2O

오프라인 기업은 온라인 채널을, 온라인 기업은 오프라인 채널을 확장하는 **O2O**(Online to Offline) **서비스를 활성화**

구분	사례 기업	주요내용
Offline to Online	美 Macy's	온라인 주문후 매장 픽업, 매장에 재고가 없으면 온라인에서 주문해주는 서비스 등을 제공
Online to Offline	美 Amazon	매장내 Motion tracking 및 AI 기술을 바탕으로 별도의 계산 절차 없이 상품을 가지고 나가면 자동으로 계산하는 "**Amazon Go**" 매장을 통해 **오프라인 진출** 예정 ('17.1분기 1호점 오픈)

옴니채널化

운영 **효율성 제고** 및 **고객 만족도 극대화**를 위해 온·오프라인 유통채널을 통합·운영하는 **옴니채널(Omni-Channel)*** **구축**이 **가속화**

* 온·오프라인 등 다양한 유통채널을 구성하는 멀티채널을 넘어서, 온·오프라인간 이원화된 기획·마케팅 기능과 주문 및 재고관리 등 SCM 기능을 완전 통합

* (예) 日 유니클로 : 온·오프라인 단일 물류센터를 구축하고 통합 재고관리 체계 운영중

유통·물류의 융합

가격경쟁의 한계 극복 및 배송서비스를 통한 비교우위 확보를 위해 **유통업체들의 자체 물류 시스템 구축 확산**

* (美 아마존) '15년 기준 미국 전역에 66개 물류센터, 전세계 109개 배송센터 운영을 통해 당일 배송 서비스 제공중

* (中 알리바바) 물류 자회사 Cainiao를 통해 통합 물류 플랫폼을 구축하여 중국 내 당일 배송, 해외 72시간 배송을 실현

※ 유통산업의 혁신과정에 필요한 물적·인적·지식 역량을 확보하기 위해서, 글로벌 유통기업들은 **산업내(산업간) 인수합병을 적극 활용**

< "**아마존과 월마트는 혁신 전쟁중**" >

○ **(아마존)** 대표적 플랫폼 사업자인 아마존은 **인수합병과 기술의 개발·도입** 등을 통해서 **끊임없이 사업모델을 확장·혁신**

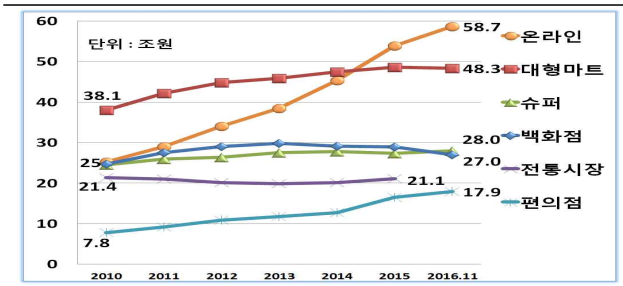
사업모델	온라인 서점	→	클라우드 사업	→	콘텐츠 유통업	→	플랫폼 사업자
기술 개발 및 도입	상품 추천 엔진		클라우드 컴퓨팅		스트리밍 전자책		인공지능 무인로봇 드론
인수합병 사례			Data 추출·분석 (Amito, 2lemetry)		오디오북 컨텐츠 (Audible.com) 영상스트리밍 (Twitch) 등		무인로봇 (Kiva systems)

○ **(월마트)** 아마존과의 경쟁을 위해, Costco와 같은 회원제 서비스를 온라인 쇼핑몰과 결합한 새로운 비즈니스 모델을 가진 "Jet.com"을 역대 최고액(33억달러)에 인수('16.10)

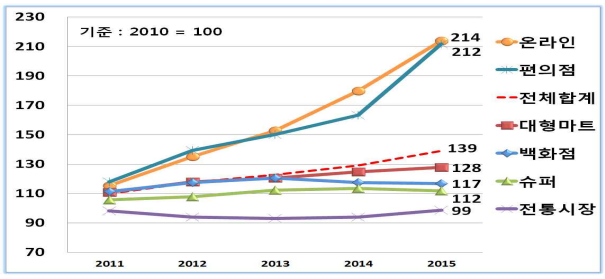
나 국내 유통기업 동향

백화점·대형마트 등 **전통적 유통업이 시장포화** 등으로 **성장이 정체**된 가운데, **온라인·모바일 채널의 확대, 옴니채널 구축 및 유통·물류의 융합** 등을 추진중

< 국내 유통업체의 업태별 성장 추이 >



업태별 매출액 추이



업태별 매출액 지수(2010년=100)

< 국내 소매업 업태별 매출 규모('16.1~11월) >

업태	온라인	대형마트	슈퍼마켓	백화점	전통시장	편의점	기타	합계
매출액(조원)	58.7	48.3	28.0	27.0	21.1	17.9	68.0	269
비중(%)	21.8	17.9	10.4	10.0	7.84	6.65	25.4	100

온라인·모바일 활성화

온라인·모바일 전자상거래의 성장*과 함께 **전통적인 오프라인 유통업체들도 온라인 채널을 확대중**
(다만, 오프라인 포함 전체 매출대비 비중은 대부분 10% 이내)

* 국내 온라인 쇼핑 매출(조원) 및 비중(%): 38.5조 / 15% ('13) → 53.9조 / 19% ('15)

옴니채널

대형 유통업체를 중심으로 온·오프라인 **유통채널을 통합**한 **연계서비스** 제공 및 **일원화된 간편결제 시스템** 도입 등 **옴니채널로 진화중**

* (신세계) 신세계 백화점, 이마트, 트레이더스 등 계열사 온라인 쇼핑몰을 통합
* (롯데) 온라인에서 先주문하고, 원하는 매장에서 바로 픽업하는 스마트픽 서비스 실시

유통·물류의 융합

소셜커머스 업체를 중심으로, **물류·배송의 통합과 효율화**를 통해 경쟁력을 제고하기 위해 노력중

* (예시) 쿠팡은 '로켓배송'이라는 자체 물류·배송시스템을 구축하여, 신속한 배송을 통한 경쟁우위 확보를 추진

☞ **전통적인 방식의 업태**에서 벗어나, 온·오프라인·물류를 넘나드는 **비즈니스 혁신을 통한 과감한 변신**이 필요

2 4차 산업혁명 기술을 통한 혁신 : 가치창출 원천의 근본적 전환

< 전개 양상 >

◇ AI, IoT, 빅데이터, VR/AR 등 **4차 산업혁명 기술의 발전**에 따라 유통산업 가치창출의 원천이 **"상품·서비스의 거래 중개→생산/소비에 대한 지식과 정보"**로 전환중

- ○ 고객의 소비 행동 예측에 기반하여 자동구매 및 상품추천이 가능한 **'무노력**(Zero-Effort) **쇼핑'**으로 진화 예상
- ○ 사물이 유통기능을 수행하는 **'Thing 채널'**의 등장 예상
- ○ 매장을 직접 방문하지 않고도 현실에 가까운 쇼핑 체험을 제공하는 **VR/AR 쇼핑몰**이 **新 유통채널**로 부상할 가능성
- ○ 3D 프린팅 기술의 발전으로 다품종 소량 주문생산이 활성화되어 **유통의 기능이 필요 없어지는 Value Chain이 구축**될 가능성

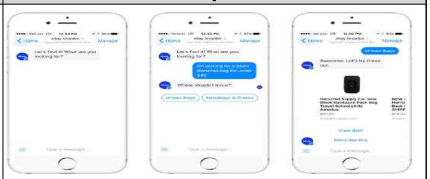
* 출처 : AT Kearney('17.1)

가 해외 글로벌 유통기업 동향

4차 산업혁명 신기술 도입과 **대대적 투자**를 통해 **개인 맞춤형 스마트 쇼핑을 구현**하고, **지식·정보에 기반하여 생산자-소비자를 연결하는 플랫폼 사업자**로 변모중

무노력 쇼핑

아마존, 이베이 등을 중심으로 **AI, 빅데이터** 등에 적극 투자하여 **'인공지능 쇼핑 비서'**를 **상용화**

아마존 인공지능 비서 "Echo(Alexa)"	아마존 쇼핑 디바이스 "Dash"	이베이 쇼핑비서 "Shopbot"
		
음성으로 원하는 상품의 **자동추천 및 주문**이 가능하며, **자동차·가전제품 등에 탑재 가능**한 범용 플랫폼	기존에 인지된 소비패턴을 바탕으로 **버튼만 누르면** 해당상품을 **자동주문·배송**	**페이스북 채팅창**에 구매 관련 문의를 하면 쇼핑비서가 **개인 맞춤형 상품을 추천**

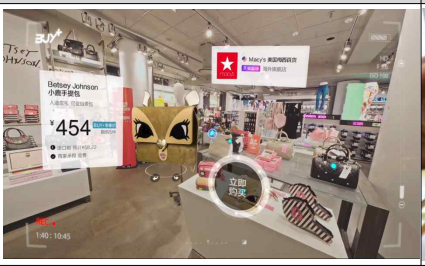
Thing 채널

AI, IoT 기술을 바탕으로 **사물이(인간의 관여 없이) 제품을 자동 주문**하는 다양한 가전제품이 **旣 상용화**

		
세제 잔량을 **세탁기**가 예측하고 부족해질 경우 자동 주문	**프린터**가 토너의 사용량을 감지해 자동으로 신규 토너를 주문	**물통**이 필터를 통과하는 물의 총량을 측정, 적정 시점에 필터를 자동 주문

VR/AR 쇼핑

알리바바, IKEA 등을 중심으로 **VR/AR 기술을 활용하여 시·공간을 초월한 가상의 쇼핑몰을 구현**

알리바바 "Buy+"	IKEA "VR Experience"	노드스트롬 "가상피팅 거울"
		
전세계 주요백화점의 **가상 스토어를 구축**, 가상공간에서 **상품 탐색부터 구매 및 결재**까지 가능	가상공간을 돌아다니며 **다양한 쇼룸을 경험**하고 **가구를 가상 배치**하는 등 직접 실내 디자인 가능	**원하는 옷을 가상 피팅 후 모습을 확인**할 수 있는 가상 거울 도입

나 국내 유통기업 동향

정부와 IT기업 중심으로 4차 산업혁명 기술개발과 투자가 확대되고 있는 가운데, **유통기업**들도 **새로운 기술을 적용한 혁신 추진중**

기업 투자 동향

주요 기업들이 AI 적용 시스템 도입, Big Data 활용, VR 쇼핑몰 등을 추진중이나, **전반적인 투자는 글로벌 기업 대비 미흡**

* 특허출원('98~'15) : 아마존(4,891건), 알리바바(3,374건), 월마트(669건), 국내(117건)

< 국내 주요 유통기업의 4차 산업혁명 기술 적용 사례 >

관련 기술	사례 기업	주요내용
AI	롯데백화점	AI 시스템(IBM 왓슨)을 이용한 지능형 쇼핑 어드바이저(챗봇) 시스템 도입 분당점 식품매장에 카트나 장바구니 없이 지정된 단말기를 들고 구매 상품의 바코드만 찍으면 집으로 자동 배송하는 '**스마트 쇼퍼**' 서비스 도입
빅데이터	CJ홈쇼핑	고객의 성별·나이·지역·구매단가·구매성향 등을 Big Data 기술을 통해 분석·관리
VR/AR	현대백화점	일부 매장을 대상으로 VR 환경에서 실제 매장을 둘러보고 구매도 가능한 **VR스토어** 오픈

정부 투자 동향

산업부, 미래부를 중심으로 **핵심 기술, 인프라 등에 대한 산·학·연 연구개발 투자**를 적극적으로 확대중

< **4차 산업혁명 기술분야별 연구개발 현황**('17년 산업부, 미래부 업무보고) >

기술 분야	주요 연구개발 과제
AI	인공지능 요소기술(언어·시각·감성지능 등) 및 핵심기술(추론·튜링 테스트) 국가프로젝트 추진, 지능정보 지원펀드 조성
IoT	첨단센서 개발, 가전-이통사 융합 Alliance 구축, 첨단센서 개발을 위한 민관합동 투자(5년간 1,400억원), 네크워크 가상화·고신뢰화
빅데이터	빅데이터 연구센터 개소, 개인정보 비식별 가이드라인 확산, 데이터 전문기업 육성
VR/AR	초경량·고해상 HMD 개발, 3D 오디오 및 객체인식 기술개발, 3D 엔진개발, 지능형 인터페이스(NUX/NUI) 개발, VR 클러스터 조성

☞ 4차 산업혁명 **신기술에 대한 과감한 투자**를 통한 **혁신**과 **플랫폼 사업자로서의 사업모델 전환**이 **미래 유통산업의 핵심 생존전략**

○ **유통산업의 역할**이 **B2C 모델→C2B 모델**(소비자의 니즈를 생산자에 전달)로 확대됨에 따라 소비자·생산자 모두가 사용자가 되는 **플랫폼 사업 모델로의 전환**이 필요

○ 4차 산업혁명 기술 도입은 글로벌 기업도 아직 **초기단계**이기 때문에 **민·관협력과 적극적인 투자를 통해 글로벌 유통의 혁신에 능동적 대응 필요**

3 국내외 시장 통합 : 내수산업 → 글로벌 경쟁 산업

< 전개 양상 >

◇ FTA 등에 따른 상품·서비스의 교역 자유화 확대 및 국제 전자상거래의 성장으로 인해 **국내외 시장의 경계가 무의미**해지고, 유통산업이 **내수산업에서 글로벌 경쟁산업으로 변화**

가 해외 글로벌 유통기업 동향

혁신적인 플랫폼을 통한 **국경간 전자상거래 확대**, 풍부한 경험과 시행착오에 기반한 성공적 **현지화 전략**(현지업체와 합작 및 M&A) 등을 통해서 **글로벌 유통시장 지배력을 확대중**

국경간 전자상거래(B2C)

시장통합(거래장벽 완화), 기술 및 물류시스템 발전 등으로 **국경간 전자상거래 규모가 급성장**하고 있으며, 글로벌 e-커머스 기업들의 해외매출 비중도 확대

* 글로벌 8개 기업의 e커머스 해외 매출 비중은 평균 36%(딜로이트, '16년)

< **전세계 무역규모 및 전자상거래 규모**(단위: 십억불) >

구분/연도	2014	2015	2016	2017	2018
전세계 무역규모(A) (OECD, '16.11)	21,859	22,421	22,839	23,501	24,253
전자상거래 전체(B) (emarketer, '15.11)	1,471	1,548	1,915	2,352	2,860
국경간 전자상거래(C) (Ali Research, '15.6)	233	304	400	530	676
(전체 무역중 국경간 전자상거래 비중: C/A)	1.07%	1.36%	1.75%	2.26%	2.79%
(전자상거래중 국경간 전자상거래 비중: C/B)	15.8%	19.6%	20.8%	22.5%	23.6%

해외 직접 진출

글로벌 유통기업들은 **해외시장 진출(FDI)을 확대**하여 해외 매출과 고객 비중을 높이고 시장 지배력을 강화

* 글로벌 Top 250 유통기업은 평균 10개국에 진출, 평균 해외매출 비중은 전체의 약 24%(딜로이트, '16년)

< 주요 글로벌 유통기업의 해외진출 전략 >

기업명	해외 진출 전략
美 아마존	현지 국가의 결제·배송 업체들에 대한 적극적인 M&A를 통해 진출
英 테스코	신흥시장 위주의 입지 선정, 현지 제품의 원활한 소싱을 위해 현지 Major 유통업체와의 JV 설립, 다원화된 포맷 활용
美 월마트	현지 유통전문가 채용 및 유력 유통업체 인수
美 코스트코	회원제 기반의 운영방식 및 상품 구성의 독창성 등 핵심 Brand Identity 유지

나 국내 유통기업 동향

전자상거래 수출(역직구)과 해외 직접 진출을 통해, **해외 시장과 소비자에 대한 이해 제고** 및 **글로벌 경쟁력 확보**를 위해 노력중

국경간 전자상거래(B2C)

전자상거래 **수출(역직구)**이 꾸준히 증가하여 **'16년부터 수입(직구)을 상회**하고 있으며, 매년 큰 폭의 성장세를 기록하는 등 **새로운 무역채널**로 부상중

* 온라인 수출액/수입액(조원): 0.7/1.6('14) → 1.3/1.7('15) → 1.6/1.3('16.3분기)

< 우리나라의 지역별·품목별 전자상거래 수출 규모('16. 3분기 기준) >

국가	수출액(억원)	비중
중국	4,371	79.3%
미국	349	6.3%
일본	238	4.3%
ASEAN	162	2.9%

품목	수출액(억원)	비중
화장품	4,077	74.0%
의류/패션	771	14.0%
가전/전자	156	2.8%
생활/자동차부품	119	2.2%

해외 직접 진출

'16년말 기준 **11개 업체**가 **총 14개국**(점포수 231개, 매출 약 10조원)에 진출했으며, 다양한 **시행착오를 통해 해외 시장**에 대한 **경험과 지식을 축적중**

* 해외 진출과정에서 주요 실패원인은, 낮은 브랜드 인지도, 상품소싱 능력, 현지 상거래 관행 및 법적 행정적 규제, 현지 인력관리, 정보 부족 등으로 분석됨

< 국내 유통업체 해외진출 현황('16.12 기준) >

구분	진출 업체수	진출국(점포수)	매출액 (억원)	한국 상품	
				매출액(억원)	비중
백화점	1	4개국 9개	7,600	760	10%
대형마트	2	3개국 177개	40,200	750	2%
면세점	2	6개국 15개	5,550	570	10%
홈쇼핑	4	13개국 23개	43,140	3,820	9%
인터넷쇼핑	2	4개국 4개	6,300	25	0.4%
합계	11개 업체	14개국 231개	102,790	5,925	5.8%

☞ 유통산업이 **내수중심 산업→글로벌 경쟁산업**으로 변모중인 바, **유통산업의 적극적 혁신(창조적 파괴)**은 **선택이 아닌 생존**의 문제

○ 유통산업이 **내수산업**이라는 전통적인 인식에서 벗어나 **온·오프라인 등 각 유통채널별 해외시장 진출 확대를 통해** 시장을 **다변화**하고,

○ 이를 바탕으로 **해외 소비자에 대한 지식과 정보를 축적**하여 **해외시장에서의 경쟁력을 강화**해 나갈 필요

< 종합 평가 >

◇ 유통의 경쟁력이 입지, 상품조달 및 가격 → 소비자에 대한 지식과 정보로 변하고 있는 바, **혁신기술로 무장한 글로벌 유통망에 국내 유통산업과 제조업이 종속될 우려**

* '90년대 중반 유통시장 개방이후, 국내 유통산업은 월마트, 까르푸 등 외국계 기업과의 경쟁에서 승리하였으나, 향후 아마존 등 글로벌 유통기업과의 경쟁은 예전과 다른 새로운 형태·방식으로 진행될 전망

* 입지, 국내상품, 소비문화 등 과거의 장벽은, 빅데이터와 신기술을 통해 글로벌 플랫폼화된 외국 유통기업에게는 더 이상 장벽이 되지 않음

◇ 국내 유통산업이 **산업내·산업간 융합**과 **신기술 도입, 적극적인 해외시장 진출** 등을 통해 **글로벌 플랫폼으로의 변화**를 추진하고, **우리 상품과 서비스의 시장을 확대**할 필요

Ⅲ. 비전 및 정책방향

유통산업의 혁신을 통한 글로벌 경쟁력 강화

1. 국내 유통산업의 Global Platform化
2. 우리 상품과 서비스의 시장 확대

유통산업의 혁신 촉진

① 산업내/산업간 융합 생태계 조성

- ▷ 융합 플랫폼 구축
- ▷ 산업내/산업간 융합 지원
- ▷ 규제 및 규범의 합리화
- ▷ 융합형 인재양성

② 4차 산업혁명 신기술 도입 촉진

- ▷ 유통산업 신기술 실증사업 실시
- ▷ 신기술 개발사업 추진
- ▷ 상품표준 등 개발·보급
- ▷ 유통 4.0 포럼 운영

해외 시장 지배력 강화 (Global Platform 기반 조성)

① 전자상거래를 통한 시장 확대

- ▷ 국제규범 제정 선도
- ▷ 전자상거래 수출 지원
- ▷ 수출신고 등 제도 보완

② 유통산업의 해외시장 진출 활성화

- ▷ 개도국 등 해외 유통시장 개방 확대
- ▷ 유통채널을 통한 해외시장 진출
- ▷ 맞춤형 해외진출 지원

Ⅳ. 주요 추진 과제

1 유통 산업의 혁신 촉진 : 융합 생태계 조성 및 신기술 도입

가 산업내/산업간 융합 생태계 조성

◇ 융합 얼라이언스, 기활법, 신산업 펀드 등 유통산업의 **新비즈니스 모델의 발굴과 변화를 제도적으로 지원**

◇ 변화하는 트렌드를 반영하고, 융합을 촉진할 수 있도록 **제도를 재정비**하고, **융합형 인재를 양성**

① **(융합 플랫폼 구축) 유통·물류업체-ICT 신기술 업체-제조업체**간 **융합 얼라이언스를 구축**('17.상)하여 新 비즈니스 성공사례* 창출

* (예시) ①국제표준 선점, ②공동 기술개발, ③비즈니스 모델 개발, ④전문인력 협력 등

② **(산업내/산업간 융합 지원) 유통업체들의 사업 재편, 외부기술 도입** 등에 필요한 업체간 **사업매각 및 M&A 촉진**을 위해 **기활법 및 신산업 펀드를 활용·지원**

○ **(기활법)** 동종 업태 內 과당경쟁 업체간 또는 온·오프라인 등 이종 업태간 **사업매각 및 인수합병**(M&A)**시 인센티브 제공**

* 업계 설명회·간담회 등을 통해 대상업종 및 수요기업을 발굴('17.상)

< 기활법 지원 내용 >

◇ **(주요내용)** 공급과잉 업종에 대한 사업 재편시 절차 간소화, 세제혜택 등을 통해 지원

○ **(지원대상)** 정상기업이 ① 과잉공급을 해소하면서 ② 합병, 분할 등 조직 재편과 ③ 신산업 진출, 생산방식 변경 등 사업혁신 추진시 적용

○ **(지원절차)** 사업재편 계획 승인 신청 → 심의위원회 심의 → 승인 여부 결정 및 공표

○ **(지원내용)** 조직재편 절차 간소화, 세제·자금 지원 및 사업혁신 지원 근거 마련 등

○ **(신산업 펀드*)** 유통업체의 **사업재편을 위한 인수합병**(M&A: 기활법 승인 기업), **신산업 관련 외부 기술도입**(Buy R&D: 기술혁신형 M&A) 및 **신산업 관련 프로젝트** 투자 등을 지원

* 신산업 민간협의회에서 발표한 12대 신산업 등을 투자대상으로 하는 펀드로 '17.하반기 중 1차 펀드(3,000억원)를 조성할 계획

③ **(규제·규범의 합리화) 급속히 진화하는 유통업태의 특수성**을 반영하고 **융합을 촉진**할 수 있도록 **제도 및 규범체계를 재정비**

○ 전자상거래, 온·오프라인 융합, 유통·물류의 융합 등 **새로운 환경 변화에 적합하게 관련 법령을 정비**(**유통산업발전법 개정, 17.하**)

* 현행 유통법상 업태의 분류는 백화점, 대형마트, 무점포판매 등 전통적인 개념의 유통업태만 반영

* (추진일정) 연구용역('16.11~'17.3) → 개정법안 마련('17.6) → 국회제출('17.하)

○ **개인정보의 보호와 활용**간 합리적 균형, 생산-유통-소비과정에서 축적되는 **정보의 축적·활용**을 위해 **빅데이터 관련 제도개선**을 모색

* **(해외)** 미국·EU·일본 등은 ①**식별 가능한 정보**만 개인정보 범주에 포함하고, ②개인정보 활용시 사전동의 방식 이외에 상황에 따라 **사후동의 방식도 인정**

* **(국내)** ①**비식별 정보**라도 타정보와 결합하여 식별 가능하면 개인정보로 규정, ②**사전 동의가 없는 경우** 개인정보의 수집 및 이용을 **원천적으로 금지**

○ **異 업종간 융합** 및 **비즈니스 혁신을 저해**하는 기타 규제는 **민·관 합동 회의체**(예 : 무역투자회의) 등을 통해 지속 발굴·개선

* (사례) '로켓 배송'을 표방한 쿠팡의 자체 물류·택배 시스템 구축이 가능토록 소형화물차 수급조절제를 폐지하고 허가제에서 등록제로 전환(16.8)

④ **(인재양성) IT 기술과 유통·물류산업의 융합**을 촉진할 **융합형 인재 양성**(창의산업융합 특성화 인재 양성 사업 활용, '16~'20, 22.5억원)

* 숭실대 IT유통물류학과를 통해 IT기술의 유통·물류산업 도입, 옴니채널 구축 등에 대한 석사급 융합 전문인력 60명 배출

나 4차 산업혁명 신기술 도입 촉진

◇ **4차 산업혁명 신기술의 유통산업 조기 적용**을 위한 **실증사업**을 통해 **新 비즈니스 기회**와 **초기시장 수요 창출**의 **Trigger 역할 수행**

◇ **빅데이터 구축 등 4차 산업혁명 신기술 상용화 R&D**에 **5년간 150억원을 투입**하여 **유통산업의 글로벌 플랫폼화를 촉진**

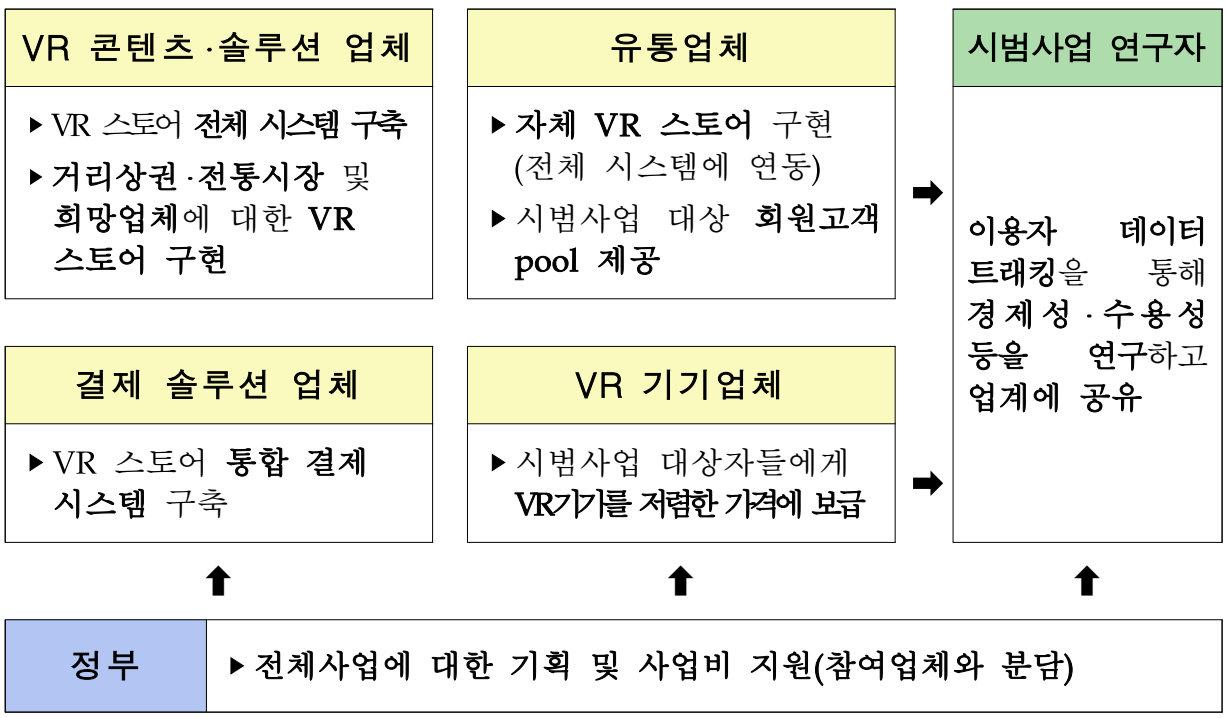
① **(실증사업)** 신기술 및 사업모델의 **경제성·수용성 검증** 및 **新 비즈니스 기회 창출**을 위해 **유통산업 신기술 도입 실증사업** 실시

○ **(VR/AR)** '17년부터 **VR/AR 가상 스토어 구축 시범사업***을 우선 실시하여 VR/AR 쇼핑의 **사업성을 검증**

* **(주요내용)** '17.10월 코리아세일페스타시 유통업체, 유명거리상권 등을 VR스토어 형태로 구현하고, 이용자 패턴 및 구매율 등에 대한 종합 연구 수행

* **(추진일정)** 사업 기획('17.2월) → 사업 공고 및 사업자 선정('17.3월) → VR스토어 구축('17.8월) → VR 스토어 오픈('17.9월 KSF시)

< VR/AR 가상 스토어 구축 시범사업 (안) >



○ **(드론배송) 드론**(Drone) **기반 물품 배송시스템 구축사업**('16.5~'17.4, 총 10.3억원)을 통해 **배송용 드론*** 설계 및 성능시험 실시

* 도서·산간에 긴급 상황이 발생할 때 적시에 해당 의약품, 생필품 등을 배송하고 귀환할 수 있는 드론

② **(기술개발) 빅데이터**를 비롯하여 AI, IoT, VR/AR 등 **유통·물류 산업에 4차 산업혁명 신기술 도입 촉진**을 위한 **상용화 기술 개발 사업 추진('18~'22년, 150억원)**

기술 분야	주요 연구개발 과제(예시)
Big Data	제조·유통업체가 공동 활용 가능한 제조·중소협력업체-소싱-물류-유통-배송-고객-A/S 과정에서 생성되는 빅데이터 구축 및 분석
AI	인공지능(AI)을 활용한 고객정보 분석 및 고객 맞춤형 상품 추천 엔진 개발
IoT	사물인터넷(IoT) 기반 스마트 물류 시스템 개발
AR/VR	업계가 공동으로 이용 가능한 VR 스토어 플랫폼 구축 및 경제성·수용성 연구

< 유통정보 빅데이터 활용방안 예시 >

구 분	활용 방안
제조업체	▪ 신상품 기획, 신기술 개발 ▪ 생산량 수요예측 및 조업 관리
유통업체	▪ 소비자 맞춤형 상품 구성(MD) 기획 ▪ 상품 진열, 주문 등 매장 관리
창업 및 서비스업	▪ 성공률 높은 창업 아이템 및 입지 선정, 업종전환 등 ▪ 소비자 맞춤형 서비스 개발

③ **(표준화)** 상품정보 메타 DB 구축, 온라인 업계가 공동으로 활용 가능한 표준화된 e-템플릿 개발 등 **민간 표준 개발·보급**

* (추진일정) '17년 사업기획 및 예산 확보 → '18년 사업 개시

④ **(포럼 운영) 글로벌 유통산업의 미래 트렌드 공유 및 확산**을 위해 산·학·연·관 전문가들로 **「유통 4.0 포럼」**을 구성·운영('17.1~)

* (구성) 산업부 1차관, 주요 유통업체 CEO, 학계·연구계, 컨설팅업계, 소상공인 등

2 해외 시장 지배력 강화 : 글로벌 플랫폼 기반 조성

가 전자상거래를 통한 시장 확대 (전자상거래 수출 '16년 2조원 → '17년 3조원)

◇ **전자상거래 관련 국제규범 제정을 선도**하여 우리 기업의 전자상거래 수출 활성화를 위한 **단계별 장애요인을 제거**

◇ 중소 전자상거래 수출 기업에 **특화자금 배정** 등 **전주기 지원**하고, 수출 신고 활성화 등을 통해 **온라인 해외판매(B2C)를 확대**

① **(국제규범 제정 선도)** 국경간 전자상거래의 **단계별 장애요인** (bottle-neck) 해결을 위한 **국제규범 제정에 선도적 역할** 수행

○ 미국, 중국, 일본 등 **주요국과 전자상거래**시 국경간 거래 장벽을 없애고 시장을 통합하는 **'디지털 싱글마켓'** 추진

* (추진경과) '한·중·일 디지털 싱글마켓' 제안(한·중·일 정상회담, '15.11)
→ 한·미 전자상거래 협력을 위한 공동연구 제안(한·미 상무장관회담, '16.4)

○ 결제·배송 등 전자상거래 **단계별 장애요인**에 대한 **WTO 차원의 해결방안 모색**을 제안

* 다보스 WTO 통상장관회의('17.1)시 우리측 제안 내용
: 소액 해외배송화물에 대한 면세 및 수입신고절차 간소화 도입, 교환·환불 관련 표준약관 제정 등 전자상거래 다자간 가이드라인 마련 제안

< 전자상거래 국제규범 관련 제안 방향(예시) >

○ **(문제점)** 국경에서의 복잡한 통관절차로 인한 **배송 지연·세금부과**

→ **(개선) 소액 해외배송화물**에 대한 **면세 및 수입신고절차·서류 간소화** 도입 및 **기준금액**(de minimis value)*의 **harmonize**

* (미국) 800불, (호주) 756불, (한국) 150불, (일본) 100불, (베트남) 40불, (중국) 제도없음

○ **(문제점)** 사기거래에 대한 우려, 국별로 상이한 교환·반품·환불절차

→ **(개선)** 제품정보 표시, 교환·환불 관련 **표준약관** 마련(모범 규제관행 확산)

② **(전주기 지원)** 중소 전자상거래 수출기업에 **특화자금 배정**, 글로벌몰 입점 및 마케팅 지원 등 **전주기 지원**을 위한 **지원 프로그램** 운영

○ **(특화자금)** 전자상거래 해외판매(B2C) 중소기업의 수출자금 확보를 위해 **수출금융지원자금**(중진공, 1,750억) **內 온라인 수출기업 특화자금 배정(200억원)**

* 전자상거래를 활용한 수출계약 또는 수출실적에 근거하여 수출품 생산에 필요한 운전자금 지원

○ **(글로벌몰 입점 지원) 글로벌 온라인 플랫폼**(美아마존 등)**과 연계**하여 입점·마케팅·물류·금융 등 **전주기 지원 실시**

* KOTRA 100개사(3억원), 중진공 2,000개사(50억원)

구분	세부내용
입점	아마존 전담 매니저 배정 통한 밀착 입점지원
교육	기본교육(계정 등록시 애로사항 위주 실습형 교육) +고급교육(재고·주문관리, 물류, 마켓특성 등 심화과정)
마케팅	각종 플랫폼내 마케팅 프로모션참가지원(딜, 키워드광고 등) + 북미 지역본부 연계 현지마케팅 사업수행
물류	반품 인프라 구축(미국내 창고주소제공) + 반품물류비 지원
금융 지원	대금결제 서비스 + 저금리 미소금융(Mircro Credit)지원
컨설팅	수출전문위원 컨설팅(수출절차, 인증 등)

○ **(마케팅 지원) '고비즈코리아*' 입점**을 통해 해외 마케팅, 외국어 홈페이지 제작, 검색엔진 최적화 등을 지원(중진공, 30억원)

* 중진공이 운영하는 B2B 전자상거래 플랫폼으로, 해외 바이어의 구매 오퍼에 대해 국내 기업을 알선하고, 수출 전과정에서 컨설팅 지원

③ **(수출신고 등 제도 보완) 다품종 소액상품** 중심인 **온라인 해외직접판매**(B2C)의 **수출 신고절차* 개선**을 위해 **전자상거래 수출 자동화 시스템****을 **업계에 확산**하고, 관련 법령 개선도 검토

* 현행 B2B 중심의 수출신고 제도는 구매자의 주문 취소가 빈번하고 합배송 상품이 많은 실시간 B2C 거래의 특성을 반영하는데 한계

** 온라인 해외판매 내역이 수출신고 자료로 변환되어 관세청 수출신고시스템에 전송되는 시스템(현재 역직구몰 3개사 적용중 → 업계 전반으로 확산)

나 유통산업의 해외 진출 활성화

◇ 정부간 공식 채널을 활용하여 해외시장 개척을 위한 걸림돌 제거

◇ 해외진출 유통기업을 전문무역상사로 지정하여 우리 제품의 해외 판로 개척을 지원하고, 맞춤형 지원을 통해 해외진출 활성화

① (해외 유통시장 개방 확대) 개도국 등 해외진출 중점 추진 국가와의 공식 통상협력 채널 및 협력위원회 등을 통해 시장개방 확대

○ (통상채널) FTA, 한-인도 CEPA 등 신흥국과의 통상 협상을 통해 유통산업 현지 투자 제한 등 각종 규제를 완화

< 예시: 유통서비스 분야 한-인도 CEPA 2차 협상(안) >

◇ (주요내용) 한-인도 CEPA 2차협상('17.2월)시 도·소매업 서비스 및 프랜차이즈에 대한 양허 분야 확대 요청

○ (도매/중개 서비스업) 일부 품목 양허 → 전체 품목 양허

○ (소매 서비스업) 단일브랜드 51%→100%, 멀티브랜드 0%→51% 투자 허용

○ (프랜차이즈) 현재 미개방 분야인 프랜차이즈업에 대해 신규 양허

○ (협력위원회) 베트남, 인도네시아 등 주요국과의 「유통산업협력위원회」 구성을 통해 양국간 협력증진 및 네트워크 형성

* ODA 자금 등을 활용하여 양국간 정책·제도·발전경험 공유, 상품거래 활성화, 기술·표준 지원 등 공동협력사업 발굴(베트남은 '13.9월 협력 MOU 旣 체결)

② (유통채널을 통한 해외시장 진출) 해외진출 유통기업과 대형 종합상사 등을 전문 무역상사로 지정('17.3월)하고, 중소기업의 해외시장 진출 지원

○ (신규지정) 전문무역상사 신규 지정('17.3월)시, 해외진출 유통기업과 대형 종합상사의 전문무역상사 추가 지정 추진

* 근거법령 마련('16.11월) → 공고('17.1월) → 평가('17.2월) → 선정('17.3월)

○ **(상담회 등) 전문무역상사와 중소기업간의 매칭상담회**를 대폭 확대('16.15회 → '17.20회, 연중)하고 무역보험 우대지원* 지속

* 중소기업 생산제품 수출대행시 대행분에 대해 부보율 확대(기존 대기업 부보율 95% → 중견기업 제품대행시 97.5%·중소기업 제품대행시 100%)

○ **(해외유통망 연계) 해외 유통매장**, 대리점 등을 통해 **국내 우수 중소기업 제품**의 **해외 소비시장 진출** 지원(중진공, 30억원)

③ **(맞춤형 해외진출 지원) 주요 진출국 중심**으로 **맞춤형 정보제공** 및 **해외마케팅을 지원하고, 해외투자 지원 제도**에 대한 컨설팅 지원

○ **(정보제공)** 주요국의 법·제도, 시장·상권, 소비시장 동향, 문화 특성, 기진출한 현지 물류·제조업 현황 등 **맞춤형 정보 제공**

* 유통 등 9개 서비스업에 대한 권역별·업종별 해외진출 전략 로드맵 수립(~'17.3)

○ **(마케팅)** 주요 진출 권역 위주로 무역사절단 파견, 바이어 초청 수출상담회, 박람회 참가, 현지 시장동향 조사 등 **해외마케팅 지원**

* 서비스업 해외진출 선도기업 육성사업(연중), 대한민국 서비스산업 수출대전('17.6) 등 총 80억원(Kotra)

○ **(컨설팅) 한국투자기업 지원센터**(7개국 12개 지역) 등을 통해서 **법인 설립과 운영**에 필요한 **법률·노무·세무 등에 자문과 컨설팅** 제공

○ **(자금지원) 유통기업의 해외진출(직접 진출 또는 M&A)**에 필요한 재원은 **수출입은행의 기존 해외투자 지원자금*** 및 **무역보험공사의 해외 투자보험**을 적극 활용

* 해외투자자금 및 사업자금 장기 대출지원(총 소요자금의 80~100%, 최대 30년), 외국환 평형기금 활용 외화 유동성 지원('15.10~재원소진시까지 총 50억불 한도내, 프로젝트별 5억불 한도)

향후 민관합동으로 구성·운영하는 **융합 얼라이언스, 유통 4.0 전문가 포럼** 등을 통해 **우리 유통산업의 혁신과 글로벌 플랫폼화를 촉진**하기 위한 방안을 **지속적으로 점검·보완**해 나가겠음