대한민국 제도약의 힘, 창조경제

경제혁신 3개년 계획

산업통상자원부 MINISTRY OF TRADE, INDUSTRY & ENERGY

보도참고자료

희망의 새시대 http://www.motie.go.kr

2015년 10월 5일(월) 배포 즉시 보도하여 주시기 바랍니다.

문의 : 산업통상자원부 유통물류과 정홍곤 사무관(044-203-4388), 이해영 주무관(4387)

소비자와 국민이 만들어 가는 "코리아 블랙프라이데이"

- 공식 홈페이지 2차 오픈을 통해 소비자 의견 수렴 기능 강화 등 -

☐ 산업통상자원부(장관: 윤상직)는 "코리아 블랙프라이데이"가 알뜰 쇼핑을 통한 내수살리기 범국민 운동으로의 확산을 위해 공식 홈페이지(www.koreablackfriday.org)를 10.5(월) 12시에 2차 오픈

☐ 기존 홈페이지가 "코리아 블랙프라이데이" 개최(10.1일)에 맞추어 소비자가 참여업체에 대한 정보를 쉽게 얻을 수 있도록 초점을 두었다면,

○ 금번 2차 오픈에서는 행사가 진행되는 과정에서 소비자의 목소리를 적극적으로 수렴할 수 있도록 "코리아 블랙프라이데이에 바란다" 세션을 신설하고, 추가로 참여를 희망하는 업체를 위해 "참여업체 신청하기" 세션을 설치

☐ 홈페이지를 방문하는 소비자는 "참여업체 보기"에서 각 참여업체에 대한 평가를 할 수 있으며, 향후 "코리아 블랙프라이데이"가 대한민국을 대표하는 세일행사로 발전할 수 있도록 새로운 명칭, 개선사항 등 의견을 제시

○ 소비자의 참여를 유도하기 위해 의견 제시 등 참여 소비자 대상으로 온누리 상품권을 경품으로 제공할 계획(세부적인 내용은 홈페이지를 통해 공지)

☐ 한편, 추가로 참여를 희망하는 업체는 "참여업체 신청하기" 세션을 통해 신청이 가능하며, "코리아 블랙프라이데이" 홈페이지를 통해 세일내용 등을 홍보할 수 있도록 할 계획

* "참여업체 신청하기" 세션은 10.2(금)부터 오픈했으며, 10.2일 현재 백화점, 대형마트, 온라인 쇼핑몰 등 70개 업체(약 33,000여개 점포), 200여개 전통시장 등 참여

OPEN 공공누리 공공저작물 자유이용허락

이 보도자료와 관련하여 보다 자세한 내용이나 취재를 원하시면 산업통상자원부 유통물류과 정홍곤 사무관(☎ 044-203-4388), 이해영 주무관(☎ 044-203-4387)에게 연락주시기 바랍니다.

[별첨1] "코리아 블랙프라이데이" 공식 홈페이지 2차 오픈 화면(안)



코리아 블랙프라이데이 관련 Q&A

<목차>

1. “코리아그랜드세일”과의 관계 ····· 1
2. “코리아 블랙프라이데이”라는 행사 명칭에 대한 설명 ····· 1
3. 잦은 세일에 따른 행사 부실화 등 우려에 대한 입장 ····· 2
4. 기존 세일행사와의 차별성 부재 비판에 대한 입장 ····· 2
5. 정부의 전형적인 업계 팔 비틀기 비판에 대한 입장 ····· 2
6. 참여업체 대한 정부 지원 ····· 3
7. 즉흥적으로 만들어진 졸속 행정 비판에 대한 입장 ····· 3
8. 참여 업체들의 할인 품목 및 할인율 ····· 3
9. 유통업체 위주로 제조업체 참여 저조에 대한 입장 ····· 4
10. 참여자들을 위한 경품 이벤트 여부 ····· 4
11. 매년 정례화 필요성에 대한 입장 ····· 4
12. 중소유통업체의 참여와 이들에 대한 지원 ····· 5

◈ **10.1일부터 10.14일까지 진행되는 “코리아 블랙프라이데이”를 설명해드리겠습니다.**

1. “코리아그랜드세일”과의 관계는 무엇인가요?

○ 기존 코리아그랜드세일은 매년 12월부터 익년 2월까지 추진하는 외국인 대상 프로모션 행사였습니다.

○ 금년 8.14일부터 10.31일까지 추진하는 코리아그랜드세일은 메르스 등에 따른 외국방문객 감소에 대한 대책의 일환으로 매년 12월에 추진하던 행사를 추가로 추진한 것입니다. 또한, 그 대상도 외국인으로부터 내국인으로 범위를 확대하였습니다.

○ 이번 “코리아 블랙프라이데이”(10.1~14)는 내국인으로 범위를 확대한다는 차원이 아닌 내국인·외국인을 구분하지 않고 모두 포함하는 포괄적인 행사로서 유통분야의 임팩트 있는 프로모션 추진에 중점을 두고 있습니다.

※ 온라인쇼핑, 해외직구 확대 등으로 외국인과 내국인을 구분하는 실익이 감소하고 있음

2. “코리아 블랙프라이데이”라는 행사 명칭에 대한 설명

○ 블랙프라이데이는 11월 마지막주 금요일을 시작으로 연말까지 이루어지는 미국內 최대 세일행사로 全세계적으로 가장 널리 알려져 있는 명칭입니다.

○ 최근 내수 진작 및 소비 활성화를 위해 내국인을 중심으로 하는 우리나라 대표 세일행사의 필요성이 제기되고 있음에 따라 금년에 처음으로 “코리아그랜드세일” 기간 중 추진을 기획하면서 소비자에게 대규모 할인행사라는 의미를 전달하기 위해 원용하였습니다.

○ 향후, 이러한 행사의 정례화를 유통업체 중심으로 검토할 계획이며, 명칭 또한 소비자, 유통업 종사자 등을 대상으로 공모할 계획입니다.

3. 잦은 세일에 따른 행사 부실화 등 우려에 대한 입장

○ “코리아 블랙프라이데이”는 업체별로 산발적으로 추진되던 기존의 세일 행사와는 달리 동일기간內에 집중적으로 추진한다는 것에 의미가 있으므로, 동 행사는 세일을 자주한다는 지적과는 직접적인 관련성이 없습니다.

4. 기존 세일행사와의 차별성 부재 비판에 대한 입장

○ 동 행사는 백화점뿐만 아니라 대형마트, 제조업체, 프랜차이즈, 영화관, 놀이공원, 전통시장 등도 많은 업체들이 자발적으로 참여하고 있어 시너지효과가 있을 것으로 기대하고 있습니다.

○ 백화점들은 매년 10월 정기 세일행사를 추진하고 있었으나,

- 이번 행사는 범국가적인 내수진작 노력에 부응하여 백화점들도 예년에 비해 5~10% 이상 추가적인 할인을 제공하고 있는 것으로 알고 있습니다.

○ 참고로 미국의 블랙프라이데이도 수십년의 역사를 통해 업체간 경쟁과 소비자의 기대형성이 축적되면서 오늘날과 같은 행사로 발전하였습니다.

5. 정부의 전형적인 업계 팔 비틀기 비판에 대한 입장

○ 최근 상반기 메르스 등 국내외적 부정적인 요인에 따른 내수 침체는 유통업계에서 가장 심각하게 실감하고 있습니다.

○ 정부는 이러한 업계의 자발적인 세일 계획이 시너지 효과를 얻을 수 있도록 지원하고, 업계는 이러한 정부의 노력에 부응하여 내수 진작을 위한 추가적인 노력을 하였습니다.

6. 참여업체에 대한 정부 지원

○ 정부에서 먼저 무엇을 해주겠다고 제시한 것이 아니라 그간 업계와 회의를 통해서 업계의 건의사항을 경청하고 이를 해결해주는 방향으로 업계의 적극적인 참여를 유도하였습니다.

○ 정부의 가장 큰 역할은 특성이 다르고 이해관계가 상이한 업태인 백화점, 대형마트, 제조업체, 프랜차이즈, 영화관, 놀이공원, 전통시장 등이 동 행사에 같이 참여하도록 플랫폼(트램폴린/덤블링)*을 제공하는 것입니다.

* 트램폴린/덤블링 : 아이들이 평지보다 덤블링에서 더 높게 각자 자유롭게 뛸 수 있듯이, 정부는 각 업체가 평상시보다 더 높은 할인율을 자유롭게 제공하도록 기반을 마련함

○ 그간 업계에서는 정부 매체를 통한 홍보, 할인 기간에 대한 탄력적 적용, 카드사 무이자 할부 제공 등을 요청하였고, 관련 부처와 협의를 통해서 대부분 해결하고 있습니다.

7. 즉흥적으로 만들어진 졸속행정 비판에 대한 입장

○ 한국형 블랙프라이데이 연구(2014년) 등 예년부터 정기적인 종합 세일행사에 대한 관심은 많았습니다.

○ 경제 내외적 어려운 여건이 지속되고 내수진작의 필요성에 대한 공감대가 형성됨에 따라 업계, 정부 등을 중심으로 “코리아 블랙프라이데이”에 대한 사회적 분위기가 성숙되었습니다.

○ 이에 따라 그간의 연구내용, 협의결과 등을 토대로 동 행사를 업계와 공동으로 추진하게 되었습니다.

8. 유통업체 위주로 제조업체 참여 저조에 대한 입장

○ 그간 동 행사를 위한 업체 간담회 등에 전자, 패션, 식품, 보석 등 제조업 관련 협회 및 제조업체도 참여하였습니다.

○ 제조업체들의 직판매장 비율이 높지 않으므로, 유통업체에 제공하는 제품의 할인을 통해서 간접적으로 참여하고 있습니다.

- 향후, 정례화를 해나가는 과정에서 제조업체의 참여를 확대하고, 물량확보 등 충분한 사전준비를 통해 내실 있는 행사가 이루어질 것으로 기대합니다.

9. 참여자들을 위한 경품 이벤트 여부

○ 다양한 업체들이 참여하고 소비자들의 관심도 많은 만큼 경품 행사를 진행할 계획입니다.

○ 홈페이지(www.koreablackfriday.org)를 통해서 동 행사를 간단하게 표현할 수 있는 애칭, 내년부터 동 행사 정례회에 대한 설문조사, “일자리 하나 더하기 아이디어 공모” 등에서 참여하신 소비자들에게 추첨을 통해 온누리상품권을 드릴 계획입니다.

10. 매년 정례화 필요성에 대한 입장

○ 내년 이후에도 동 행사를 지속적으로 추진할지의 여부는 소비자, 참여업체에게 달려있습니다.

○ 정기적인 행사 추진여부, 행사명, 행사횟수 및 기간 등에 대하여 홈페이지를 통해 소비자들의 의견을 최대한 듣고 향후 정책 추진에 있어 반영토록 하겠습니다.

11. 중소유통업체의 참여와 이들에 대한 지원은?

○ 동 행사는 기본적으로 유통업체의 규모 등에 무관하게 자발적으로 참여업체 등을 받았습니다.

○ 동 행사에 참여하는 전통시장은 중소기업청, 소상공인진흥공단 등의 지원을 통해서 간접적으로 가격을 인하하도록 유도하였습니다.

○ 또한, 동 행사와 관련한 경품 행사를 온누리상품권으로 진행하여 전통시장 등 중소유통업체에 한명이라도 더 많은 소비자들이 찾아갈 수 있도록 할 계획입니다.