산업통상자원부	보 도 자 료	다시 도약하는 대한민국 함께 잘사는 국민의 나라	

보도 일시	2023. 3. 14.(화) 11:00 < 3.15.(수) 조간 >	배포 일시	2023. 3. 14.(화)
담당 부서	무역정책관 무역진흥과	책임자	과 장 박재정 (044-203-4030)
		담당자	사무관 이의만 (044-203-4034)
			주무관 박수민 (044-203-4032)

수출 플러스를 위해 범정부 해외마케팅 역량 결집

- 「 '23년 해외마케팅정책협의회」 개최 -

- '23년 해외전시회 총 497회, 6,835개 사(社) 지원 계획 -

□ **산업통상자원부**(장관: 이창양)는 3.14(화), 관계부처·지자체·수출유관기관 등이 참석한 가운데, **산업부 김완기 무역투자실장 주재**로 **「23년 해외마케팅 정책협의회」**(이하 **협의회**)**를 개최**하였다.

【 23년 해외마케팅정책협의회 개요 】

◇ **목적 :** 해외마케팅 지원 전략을 수립, 관련 정책의 협의·조정 추진

◇ **일시/장소** : '23.3.14(화) 14:30 / 세종청사 산업부

◇ **참석자** : **(중앙부처)** 산업부 무역투자실장(주재), 중기·문체·농식품·해수·과기·복지부 7개 부처
(지자체) 광역지자체 17개 기관, **(수출유관기관)** 코트라·중기중앙회 등 7개 기관

◇ **안건** : **23년 범정부 해외마케팅 지원 계획**

□ 최근 글로벌 전시회 수요는 코로나19 이전 수준으로 회복되고 있으며, **대부분의 해외 유망전시회가 오프라인 개최로 전환**됨에 따라 **우리 수출기업들의 해외전시회 참가 수요가 증가**하고 있다.

【 해외전시회 개최 주요동향 】

○ 엔데믹으로 **글로벌 전시수요 회복 추세**로, 주요국의 방역 조치가 폐지 또는 완화되어 대부분의 **해외 유망전시회는 오프라인 개최**로 전환

* 한국관 참가 전시회의 오프라인 개최 비율 : ('21) 44% → ('22) 90% → ('23) 100%

* 23년 전시산업은 코로나19 펜데믹 이전 수준으로 회복 전망(美전시산업연구센터)

○ 오프라인 재개로 **기업 참가수요**가 **증가**하고 있으며, **디지털 전환(DX)**, **ESG** 등 글로벌 트렌드가 전시산업에도 영향

□ 협의회에서는 어느 때보다 **엄중한 수출여건 속**에서 우리 기업의 수출 활력 제고를 위한 **범정부 차원의 해외마케팅 지원 확대가 중요하다는 인식 하**에,

○ 코로나19 엔데믹에 따른 **해외전시회 동향**과 **관계부처·지자체 등의 해외 전시회 및 무역사절단 참가 지원 계획을 공유**하고, **범정부 차원의 지원 강화 방안에 대해서 논의**하였다.

□ 「**23년 범정부 해외마케팅 지원 계획**」의 **주요내용**은 다음과 같다.

① 해외전시회 참가 지원을 지속 확대

【 23년 해외전시회 지원 계획 주요내용 】

○ **(규모)** ('22) 426회(663억), 6,018社(실적) → **('23) 497회(682억), 6,835社(목표)**
○ **(시장)** 북미, 유럽, 중국 등 **주력시장 집중**, 동남아, CIS 등 **전략시장 병행**
○ **(품목) 소비재** 및 **일반기계** 등 주요 수출품목을 중심으로 해외마케팅 지원

○ **(규모)** 관계부처와 지자체는 **682억원의 예산**을 투입, **6,835개 기업의 해외전시회 한국관 참가를 지원**할 계획

* '22년은 6,018개社(663억원 지원) 참가 지원

○ **(시장)** 전략시장인 **동남아 지역의 참가비중이 가장 높으며**(24.9%), 위드 코로나 전환에 따른 **중국의 전시회 참가비중이 급증**('22년 7.0%→ '23년 15.9%)

○ **(품목)** 해외마케팅 효과가 큰 **식품·뷰티 등 소비재(51.1%)를 중심**으로 기계 및 바이오·의료기기 등 주요 수출품목을 대상으로 해외마케팅 중점 지원

② 통합한국관 확대 및 성과 제고 추진

○ 해외전시회 참가기업이 **'대한민국 브랜드' 위상을 수출마케팅에 활용**하고, 바이어 유치 및 성과 확대를 위해 **통합한국관 구축 확대('23년 30회)를 추진**

○ 또한, 성과 제고를 위해 △**한국관 부스 디자인 통일· 공통 BI 사용**을 추진하고, 통합한국관 참여 시 △빅데이터 활용 잠재바이어를 발굴, △한국관 내 연계 컨퍼런스 개최를 통해 **참가기업의 현장 홍보 기능도 강화**

○ **한류 콘텐츠의 산업적 영향력을 활용**하여 **K-박람회를 확대('22년 1회 →'23년 2회)**하고, B2C 체험 프로그램 및 B2B 수출상담회 등 연계 프로그램 추진으로 성과 제고 도모

* 독일 프랑크푸르트 한류박람회('23.6) / 태국 방콕 K-박람회('23.10월)

** 한류공연, 한류스타 팬사인회 등 이벤트 개최로 집객 및 홍보 추진

③ 해외전시회 지원 정보 통합제공

○ 정부의 해외전시회 지원 정보에 대한 수출기업의 접근성을 높이기 위해 **글로벌전시포털(GEP)에 부처 및 지자체 등의 지원 정보를 통합제공**하고, 중장기적으로 범정부 해외전시회 지원 통합플랫폼 구축을 검토할 예정

○ 또한, 통합플랫폼을 통해 해외전시회 참가기업 모집 및 선정 시, 관계부처 간 협업을 강화해 나갈 예정

【 글로벌전시포털(GEP) 개요 】

- 해외전시회 정보, 한국관 그래픽 매뉴얼, 전시사업자 정보 제공, 산업부(KOTRA) 지원 해외전시회 공고 및 신청 접수('04년 구축)
- 전시회 수행기관 및 기업의 활용도가 가장 높으며, 해외전시회의 각종 현장정보(KOTRA 무역관 작성)가 축적된 **해외전시 전문 포털 사이트**

④ 무역사절단 지원 성과 제고

【 23년 무역사절단 지원 계획 주요내용 】

- **전략·전문사절단 비중을 대폭 확대**하여 해외 바이어 유치성과 제고
- 지역특화산업에 부합한 **7대 특화산업 광역화 사절단 시범 추진**

○ 지자체 중심의 무역사절단은 **시장별 유망품목 수요기반으로 전략화**하고, **유사 지역·품목 중심으로 사절단을 통합화**하여 바이어 규모 확대, 유효 상담 제고 등 사업성과를 내실화해 나갈 계획

□ 23년 해외마케팅정책협의회를 주재한 **산업부 김완기 무역투자실장**은, **“올해 수출 여건은 매우 엄중한 상황으로, 수출플러스(6,850억불)를 위한 범정부 차원의 해외마케팅 지원 확대가 어느 때보다 중요하다”**고 언급하면서,

○ **“해외전시회 참가는 수출기업이 바이어와 직접 대면하여 수출 상담이 진행되는 가장 기본적이면서도 핵심적인 무역 인프라 수단”**임을 강조하였다.

○ 또한 **“엔데믹으로 수출마케팅의 기회가 부족했던 기업들의 해외전시회 참가 및 무역사절단 등 해외마케팅 수요가 증가하고 있으며, 이에 발맞춰 관계부처, 지자체, 수출유관기관이 힘을 합쳐 수출마케팅 총력 지원”**을 거듭 요청하였다.

대한민국 정책브리핑
OPEN 출처표시
공공누리 공공저작물 자유이용허락