경제혁신
산업통상자원부 보도자료
희망의 새시대
http://www.motie.go.kr

2016년 3월 30일(수) 조간부터 보도하여 주시기 바랍니다.
(인터넷, 방송, 통신은 3월 29일(화) 오전 11시 이후 보도 가능)

문의: 산업통상자원부 전응길 유통물류과장(044-203-4380), 박한서 전자상거래팀장(4820)
유통물류과 정홍곤 사무관(4388), 전자상거래팀 한필구 사무관(4821)

유통기업, 이제 수출 첨병으로 거듭난다

- 주형환 산업부장관, 해외진출 유통기업 간담회 개최 -

◈ 우리 유통업계는 14개국에 진출하여 10조 원의 매출 달성('15)
☞ 이 중 우리 제품은 화장품 · 식품 · 생활용품 등 6천억 원 규모

◈ 유통업계와 정부는 해외에서 우리 제품 판매확대를 위한 방안을 적극 강구키로 함

① 전문무역상사로서 유통기업 역할 강화
② 수출제품 개발시 유통브랜드와 중소제조업체간 협업모델 확산
③ 해외 토종 유통망에 우리제품 진입 촉진
④ 온라인 역직구를 통한 수출 촉진

1. 산업부장관-유통업계 CEO 간담회 개최

□ 주형환 산업통상자원부 장관은 3. 29.(화) 대한상의에서 **"해외진출 유통기업 최고경영자(CEO) 간담회"**를 열고, **유통업계의 해외진출과 우리 제품 수출 확대를** 위한 방안을 논의했다.

○ 금번 간담회는 지난주 발표한 **'소비재 수출활성화대책'**이 **실질적인 효과**로 이어지기 위해서는 해외에 진출해 있는 백화점 · 대형마트 · 홈쇼핑 · 면세점과 국내 온라인 역직구몰 등 **유통업계의 역할이 크다는 점을 고려**해 열렸다.

□ **주형환 장관**은 이날 간담회에서,

○ "지난주 2일간 구미, 광주 등 전국 주요 산업단지에서 **수출카라반** 행사를 통해 **입주기업들의 현장의 목소리**를 들어보니, **좋은 물건을 만들 수 있지만 판로확보나 수출에 어려움**을 겪고 있는 기업들의 사례가 많았다."고 하면서

- "**소비재 수출활성화대책이 실질적인 효과**로 이어지기 위해서는 해외 주요 지역의 소비자 취향, 현지 로컬 벤더나 유통기업들을 가장 잘 알고 있는 **유통기업들이 제품의 개발 · 디자인, 판매 · 수출 등에서 보다 적극적인 역할이 필요**"하다고 강조했다.

- "우리 **유통기업**들이 **상품을 구상**하고 **디자인하는 단계부터 마케팅과 수출까지** 이어지는 모든 과정에서 **국내 중소 · 중견 제조기업들을 지원**하고, 적극적으로 **협업**해줄 것"을 당부했다.

○ 국내 유통시장의 한계를 극복하고 **수출 첨병으로서 유통기업의 역할을 확대하기 위해서는**

- 보다 많은 우리나라 유통기업들이 미래가 유망한 **해외 온라인 · 오프라인 시장으로 적극 진출**할 필요가 있음을 강조했다.

* 인도의 전자상거래시장은 '15년 16억불 규모로 '20년까지 7배 이상 증가할 것으로 전망되며 인도 자국업체, 알리바바, 아마존 등이 경쟁중(Economist, '16.3.5일)

* SK플래닛은 신흥 온라인 유통시장인 터키, 인니, 말련 등에 현지 회사와 합작을 통해 성공적으로 진출

□ 간담회에 참석한 **유통업계 대표**들은 해외유통 비즈니스 경험과 성공사례를 교환하고, 최근 **어려운 수출환경을 타개하기 위하여 유통업계가 적극 노력**하기로 했다.

○ 이를 위해 유통업계와 산업부는 **'해외진출 유통기업 협의체'**를 구성 · 운영하여 국내제품의 해외 판로 확대와 유통기업의 해외진출 확대 관련 사안들을 지속적으로 협의해 나가기로 했다.

2. 해외 진출한 유통업체, 우리 소비재 6천억 원 판매

□ 오늘 간담회에서 산업부가 발표한 자료에 따르면, 대형마트·홈쇼핑 등 **12개 기업**이 중국과 베트남, 인도네시아 등 **14개국**에 230개 점포를 운영중이며,

○ 이들 **유통기업들이 2015년 해외에서 거둔 매출은 약 10조 원**이며, 이중 의류·식품·화장품 등 **우리 소비재를 판매하여 거둔 매출은 약 6,000억 원**으로 **해외 총매출의 약 6%를 차지하고 있다.**

< 유통 업태별·연도별 해외 진출 현황 >

구분	11년	12년	13년	14년	15년	16.3월
대형마트	151	157	177	183	179	177
백화점	2	4	6	8	9	9
면세점	1	5	12	14	14	14
홈쇼핑	13	18	20	21	23	25
온리인쇼핑	2	2	3	4	5	5
계	169	186	218	230	230	230

< 유통업태별 진출국 및 주요판매 우리제품 >

구 분	진출업체	진출국 (점포수)	주로 판매되는 우리 제품
백화점	롯 데	중국(5), 베트남(2),인니(1), 러시아(1)	의류, 잡화
대형마트	이 마 트	중국(8), 베트남(1)	가공식품
	롯데마트	중국(116), 인니(41), 베트남(11)	가공식품
면세점	롯데면세점	인니(2), 미국(1), 일본(1)	화장품
	신라면세점	싱가포르(1), 중국(9)	화장품
홈쇼핑	롯데	중국, 베트남, 대만	화장품, 미용기구
	현대	중국, 베트남, 태국	조리도구, 미용기구
	CJ	중국, 일본, 필리핀, 베트남, 인도, 태국, 멕시코, 터키	조리도구, 화장품
	GS	중국, 베트남, 인니, 인도, 태국, 터키, 말련, 러시아	조리도구, 녹즙기
	NS	중국	-
인터넷쇼핑	11번가	터키, 인니, 말련	휴대폰 액세서리
	yes24	베트남, 인니	서적, 음반

□ 산업부는 **한류 열풍**과 지난해 발효한 **중국·베트남과의 자유무역협정(FTA)**을 고려할 때 현지 유통매장에서의 **국내 제품 판매는 앞으로 보다 활발해질 것으로 기대하고 있다.**

3. 간담회 주요 논의내용

① 유통기업이 중소기업 판로를 개척하는 전문무역상사 역할을 수행

○ 해외 현지 소비자와 최일선에서 접하고 있는 유통업체들이 단순한 유통기업으로서의 역할을 넘어서 **국내 중소기업의 해외 판로를 개척해주는 성공 사례들이 다수 등장했다.**

< 유통기업의 중소기업 해외판로 지원 사례>

☞ **CJ오쇼핑**은 분쇄기인 도깨비 방망이(부원생활가전), 주방기구인 프라이팬(PN풍년) 등을 베트남, 중국, 태국 등에 소개하여 글로벌 히트상품으로 발굴

☞ **롯데백화점**은 해외구매상담회 개최('16.2 베트남, '16.3 인니)하고, 중국 **선양점**에 중소기업 브랜드 "삐삐롱(주식회사 아이니)"의 단독 매장 설치('16.2),

☞ **롯데마트**는 2012년부터 중국, 베트남, 인니 등에서 "한국상품특별전"을 개최, 글로벌 경쟁력 있는 한국 상품 발굴 및 해외시장 진출 지원

"박향희 김" 성공 사례 2012년 중국에서 개최된 "한국상품특별전"에 참가한 "박향희 김" 대표(청주 육거리시장에서 김을 굽고 판매하던 생활의 달인)는 즉석에서 김자반 시식행사를 진행하여 중국 소비자들의 호평을 받고 중국 시장에 도전하여 '16.3월 중국지사를 설립, 중국 시장 "즉석김, 김자반" 사업을 본격적으로 진행함

○ 산업부는 해외진출 유통기업들이 중소기업 제품의 해외판로 지원을 위해 사실상의 전문무역상사 역할을 수행하고 있다는 점에 주목하고, 유통기업들이 요청할 경우 **전문무역상사로 지정하고 이에 따르는 지원과 혜택을 제공하기로 했다.**

- 수출상담회·시장개척단·전시회 참가시 **기업, 제품, 지역선정 등에 있어 유통기업들의 의견을 우선적으로 반영**하고,

- **해외 현지 소비자**들이 **국내 우수제품을 직접 체험**할 수 있도록 유통업을 영위하는 전문무역상사의 해외 점포에 **한국상품전시장** (한국상품시범매장 : Test Bed) **설치를 지원**

2 수출제품 개발시 유통브랜드와 중소제조간 협업모델(PB상품) 확산

○ **대형마트는 자사 브랜드와 국내 중소기업 생산**이 결합된 **자가브랜드**(PB : Private Brand) **상품이 해외에서 성공**한 사례를 소개했다.

- **현지 소비자 입맛과 취향, 상품구성, 유통환경 등 현지 사정에 밝은 유통업체**가 중소 제조업체의 상품기획·디자인, 수출입·납품까지 **총괄적으로 지원**

< 이마트 PB상품 해외진출 사례 >

☞ 청우식품과 이마트가 공동으로 개발·생산한 PB상품인 '계란과자'의 경우, 이마트는 제품 기획과 디자인, 브랜드, 마케팅을 담당하고, 청우식품은 제품 개발과 생산을 담당하여 해외 이마트 매장에 출시 → 중국·베트남 소비자로부터 호평

○ 산업부는 소비재 수출 확대와 대·중소기업 상생 차원에서 유통대기업과 중소제조업간 협업 모델을 확산할 예정이다.

- 유통기업과 중소기업이 협력해서 수출 제품을 개발하는 경우, **연구개발(R&D), 디자인, 패키징 등 정부지원**을 우선적으로 받도록 하고, **대-중소기업 동반성장 평가시에 가점을 추가 반영토록** 협의

3 해외 토종 유통망에 우리제품 진입 촉진

○ **해외진출 유통기업**이 현지에서 구축한 **해외 로컬 벤더, 현지 토종 유통업체와의 네트워크를 활용**하여 우리 제품의 판로 확대에 이바지하고 있다.

< 유통기업을 통한 해외 로컬 유통망 진출 사례>

☞ 이마트는 ① 왓슨그룹(홍콩)에 PB상품 128개 공급('13~), ② "MBC 아메리카"와 상품공급 업무에 관한 협약('16.3)을 맺고 금년중 미국시장 100만달러 수출을 목표로 하는 등 홈쇼핑 등 타 유통채널을 통한 판매를 확대

* MBC 아메리카 : 미국內 케이블 방송이 가능한 홈쇼핑회사를 자회사로 보유

☞ CJ, GS 등 홈쇼핑 기업들은 국내 홈쇼핑 시장에서 검증된 우수 중소기업 제품을 해외합작 현지 홈쇼핑사에 공급하고, 해외 현지 홈쇼핑 기업과 함께 공동상품소싱 프로젝트 진행, 중소기업수출시스템 구축 등 국내제품 판로 확대 노력

○ 산업부는 코트라 등 **수출지원기관과 유통기[illegible]** 통해 우리 중소기업과 해외 로컬벤더, 현지 유통기업과의 교류를 촉진

* 대한민국 소비재대전(6월), 코리아블랙프라이데이(하반기) 등 각종 상담회와 행사에 국내 중소기업과 해외 로컬벤더, 유통기업간 네트워크 구축 추진

- 또한, 주요국의 해외 **로컬벤더, 현지 유통기업에 대한 정보 데이터베이스(DB)**(글로벌 유통망 지도)도 **구축**(코트라)하여, 우리 중소기업과 유통기업에게 제공할 계획이다.

4 온라인 역직구를 활용한 수출 촉진

○ 이번 간담회에서는 산업부와 업계는 전자상거래가 급증하는 추세에 부응하여, **역직구 등을 통한 수출확대 필요성에 대해 공감했다.**

* 2015년도에 온라인 역직구를 통한 수출은 약 1.1조원 규모로 추정

○ **온라인 업계**에서는 **수출신고** 등 통관 불편, **해외 반품을 위한 저장 창고·물류 부족**에 대한 애로사항 등을 제시했다.

○ **산업부**는 온라인으로 해외 구매자들이 국내제품을 사가는 경우, 수출로 신고해서 **수출기업으로 혜택**을 받을 수 있도록 편의를 제공, **보세창고, 반품처리지원센터 등을 지원**하는 등 실질적인 전문무역상사로서의 역할에 맞는 혜택을 제공한다.

- 아울러 이번 하반기 예정인 **대규모 할인행사**에서 온라인 업계가 많이 참석하도록 요청하는 한편, 미국의 사이버먼데이처럼 **온라인을 위한 특정한 날을 지정**하고, **국제 특송비용을 인하**하는 등 동 행사 참여하는 온라인 업계를 지원

OPEN 공공누리 공공저작물 자유이용허락

이 보도자료와 관련하여 보다 자세한 내용이나 취재를 원하시면 산업통상자원부 유통물류과 정홍곤 사무관(☎ 044-203-4388), 전자상거래팀 한필구 사무관(☎ 044-203-4821)에게 연락주시기 바랍니다.

참고1 **해외진출 유통업체 CEO 간담회 개요**

□ **일 시** : '16. 3. 29일(화) 16:00~17:30

□ **장 소** : 대한상의 챔버라운지(20층)

□ **참석자** : 총 22명

○ **정부** : 산업통상자원부 장관, 산업기반실장, 창의산업정책관 등 6명

○ **업계** : 총 13명

- **(대형마트·백화점)** 롯데마트, 이마트, 롯데백화점
- **(면세점)** 호텔롯데, 호텔신라
- **(TV홈쇼핑)** CJ오쇼핑, 현대홈쇼핑, GS홈쇼핑
- **(인터넷쇼핑)** 11번가, 쿠팡, 위메프, 아이마켓, 아마존코리아

○ 지원기관 : 대한상의, 무역협회, 코트라 등 3명

□ **진행순서**

시 간		주요 내용	비 고
16:00~16:05	(5')	▪ 모두 말씀	산업부장관
16:05~16:15	(10')	▪ 발제	창의산업정책관
16:15~17:25	(70')	▪ 토의	참석자
17:25~17:30	(5')	▪ 맺음 말씀	산업부장관

※ 산업부장관 모두 말씀 후, 토의 등은 비공개로 진행 예정

참고2 **산업부 장관 모두 말씀**

인사 말씀

반갑습니다.
산업통상자원부 장관입니다.

바쁘신 가운데서도
오늘 간담회에 참석해 주신 여러분께 감사드립니다.

최근 수출 어려움과 유통기업의 중요성

여러분도 잘 아시다시피
저유가와 세계경제 둔화, 중국의 수입구조 변화 등으로
최근 우리나라의 수출이
어려운 상황에 처해 있습니다.

저는 이러한 어려움을 극복하는 답은
현장에 있다는 신념으로
지난주에 전국 산업단지를 돌며 업계 애로를 경청하고,
소비재 수출대책도 발표한 바 있습니다.

현장에 가보니 참 좋은 물건을 만드는데도
판로나 수출에 어려움을 겪는 기업들이 많았습니다.

좋은 물건이 있어도 해외 판로개척을 위한 마케팅 역량이
부족하다는 것이었습니다.

저는 해외 소비자들의 취향을 누구보다 잘 아는
바로 여기 계신 여러분에게 답이 있다고 생각합니다.

브라질에서 우리 아이스크림이 빅히트를 치고,
인도네시아에서는 후라이팬이 백만개 이상 팔렸다 합니다.

또한, 중국에서는 한국의 녹즙기가 웰빙 한류를 선도하는 등
우리 제품이 의외의 곳에 큰 인기를 얻고 있습니다.

이러한 예에서 볼 수 있듯이
현지 소비자의 취향을 파악하고 우리 제품만 잘 홍보하여도
수출을 크게 늘릴 수 있는 가능성이
있다는 것을 알 수 있습니다.

다시 말해서 해외 진출한 우리 유통업체가
우리 소비재 수출의 첨병 역할을 해줄 수 있다는 것입니다.

해외에 진출한 유통기업들은
우리 제조업체들에게 새로운 수출판로를 제공하고,
현지 소비자의 구매패턴 변화를 제조업체에게 전달해
신제품 개발을 촉진하는 등 우리 수출기업들에게
새로운 활력을 제공할 수 있습니다.

현재 대형마트, TV홈쇼핑, 인터넷몰, 면세점 등
다양한 유통업체(12개사)가 중국, 인도 등 14개국에 진출해
작년 한해 10조원이 넘는 매출을 올렸고
그중 6%인 6천억원은 국내 제품이었습니다.

여러분들의 땀과 노력으로 지금의 성과를 얻었습니다만,
길고 긴 수출 마이너스 행진에 마침표를 찍기 위해
여러분들의 역할이 중요하다고 할 수 있습니다.

유통 플랫폼을 활용한 수출 확대 당부

이에 해외에 진출한 유통업계 여러분에게
몇 가지를 당부하고자 합니다.

첫째, 단순한 유통기업으로서의 역할을 넘어서
수출의 최선봉 역할을 해주시기 바랍니다.

해외에 진출한 우리 유통기업들은
우리 제품, 특히 소비재 수출의 창구가 되고 있고
전문무역상사 역할을
실질적으로 하고 있는 셈입니다.

마침 정부는 지난주 발표한 소비재 수출활성화 대책에서
전문무역상사 추가 지정 및 활용 확대방안을
발표한 바 있습니다.

여기에 참석하신 유통업계에서도
전문무역상사로 지정을 받으셔서
정부의 지원을 토대로
우리의 제품이 보다 많이 수출될 수 있도록
협조해 주시기 바랍니다.

수출상담회, 해외시장개척단 등에서
주도적인 역할을 해주시고

해외에서 국내제품전시관이 성과가 있다고 들었는데
현지인들이 우리의 좋은 제품들을 체험할 수 있도록
이런 기회를 많이 만들어주시기 바랍니다.

둘째, 수출제품 개발단계부터 유통대기업과 중소제조기업이
팀워크를 이루어 주시길 바랍니다.

대형 유통업체의 높은 신뢰도 및 인지도 브랜드를 활용한
유통업체 자체브랜드(Private Brand) 상품은
합리적인 가격과 높은 품질로 인기가 많습니다.

PB 상품을 생산하는 중소제조업체에게도
안정적인 판로 확보 등으로 많은 도움이 되고 있습니다.

일부 PB 상품은 해외에서도 인기가 많으며,
베트남에서는 이마트의 자체브랜드 계란과자가
빅히트를 쳤다고 합니다.

정부도 앞으로
대형 유통기업과 중소기업간 공동으로 PB 상품 개발시에
R&D와 마케팅을 지원하고, 동반성장 가점 확대 등
여러 가지 지원방안을 강구하도록 할 예정이오니,
더 많은 성공사례가 나올 수 있도록 해주시기를 바랍니다.

셋째, 해외 로컬 유통망에도
우리상품이 많이 들어갈 수 있도록 지원해 주시기 바랍니다.

해외에서 협력관계에 있는
로컬벤더, 현지 토종 유통망에
국내 우수제품을 소개하고 판매될 수 있도록
가교역할을 해주시기 바랍니다.

이와 더불어 우리 유통기업간에도 긴밀한 협력을 통해
시너지 효과를 기대할 수 있다고 봅니다.

4월부터 CJ오쇼핑이 타사의 PB 상품을
베트남에서 판매하기로 했다고 들었는데,
이처럼 유통업체간 협력 모델이 보다 확대되길 바랍니다.

넷째, 해외시장에 보다 활발히 진출해주실 것을 바랍니다.

온라인과 오프라인 유통간 칸막이가 허물어져가는
세계 유통시장 패러다임 변화에 적극 대응하고,
협소한 국내시장에서 벗어나
새로운 거대시장을 확보하기 위해서는,
우리 유통산업도 글로벌 시장으로 보다 활발하게 진출하는
노력이 필요합니다.

최근 Economist紙에 따르면,
급성장중인 인도 온라인 시장에
아마존(美), 알리바바(中), 소프트뱅크(日) 등
글로벌 기업들이 앞다투어 막대한 규모의 투자를
진행하고 있다고 합니다.

우리의 경우에도, SK 11번가가
터키와 인도네시아, 말레이시아에 합작투자를 통해
현지 온라인 시장에 진출하고 있다고 들었습니다.

여기 계시는 기업들은
이미 해외에서 어려움을 겪어가면서
선구자적으로 유통 비즈니스를 하고 계십니다만,
앞으로도 보다 적극적으로 해외에 진출해서,
글로벌 기업들과 나란히 어깨를 견주기를 기대합니다.

마무리 말씀

'유속불식(有粟不食) 무익어기(無益於饑)'라는
중국 고사성어가 있습니다.

곡식을 창고에 가득 쌓아두었더라도
탈곡하여 밥을 해먹지 않으면
배고픔을 면하는데 아무런 도움이
되지 못한다는 말입니다.

국내에 아무리 좋은 물건이 있다하여도
이것을 해외 소비자에게 소개를 하고 진가를 알게 하는
노력이 더해지지 않는다면
아무런 소용이 없을 것입니다.

여기 계신 여러분들이
우리 경제의 마케팅부서 담당자라는 자부심을 가지시고
현재의 우리 경제상황을 극복할 수 있도록 도와주시기 바랍니다.

정부도 모든 정책수단을 동원하여 지원하겠습니다.

감사합니다.