경제혁신 3개년 계획 "경제의 틀을 바꾸면 미래가 달라집니다."
대한민국 재도약의 힘, 창조경제
경제혁신
희망의 새시대
산업통상자원부 MINISTRY OF TRADE, INDUSTRY & ENERGY
보도참고자료
http://www.motie.go.kr

2015년 9월 30일(수) 배포시점부터
보도하여 주시기 바랍니다.

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

대한민국을 쇼핑하라! "코리아 블랙프라이데이" 시작

- "코리아 블랙프라이데이" 개최와 함께 공식 누리집 운영 -

□ 산업통상자원부(장관: 윤상직)는 "코리아 블랙프라이데이"가 본격적으로 시작되는 10.1(목)부터 공식 누리집(이하 홈페이지 www.koreablackfriday.org)를 운영한다.

□ "코리아 블랙프라이데이"에 관심 있는 소비자들은 이번 홈페이지를 통해 참여업체별 주요 세일행사를 한 눈에 볼 수 있으며, 참여업체 홈페이지가 연결돼 소비자가 참여업체 세부 내용을 손쉽게 확인할 수 있다.

○ 백화점, 대형마트와 같은 유통업체 뿐만 아니라 추가로 참가 신청한 영화관, 놀이공원 등* 업체들의 할인행사도 확인이 가능하다.

* 씨지브이(CGV), 롯데시네마, 메가박스, 에버랜드, 롯데월드, 서울랜드 등

○ 200개 전통시장의 경우, 소비자들이 인근 전통시장을 쉽게 찾아갈 수 있도록 지역별 소재지를 비롯해 주요 행사 내용을 별도의 공간을 구성해 보인다.

□ 앞으로 10. 5. (월)에는 2차 오픈을 통해 참여업체 평가, 우리나라를 대표하는 할인행사로의 정례화 등 "코리아 블랙프라이데이"와 관련한 소비자의 목소리를 들을 수 있는 공간도 새롭게 만든다.

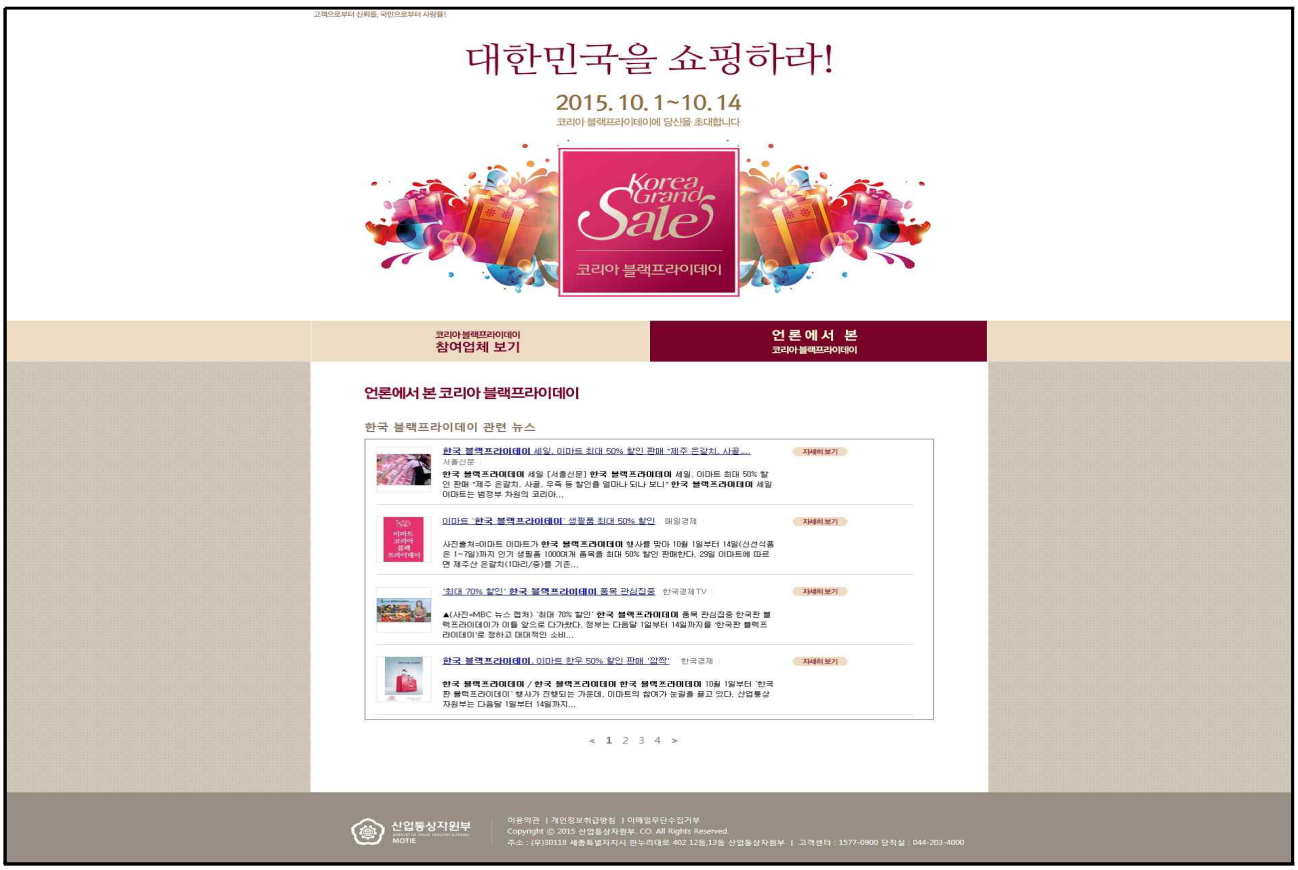
○ 이와 함께, 참여한 소비자를 대상으로 온누리상품권을 경품으로 제공해 소비자의 관심을 높이고, 온누리상품권 확대를 통한 국민들의 중소유통업체 이용도 촉진한다.

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 화면(작업중)





코리아 블랙프라이데이 관련 Q&A

<목차>

1. “코리아그랜드세일”과의 관계 ····· 1
2. “코리아 블랙프라이데이”라는 행사 명칭에 대한 설명 ····· 1
3. “한가위 스페셜위크”와의 관계 ····· 2
4. 잦은 세일에 따른 행사 부실화 등 우려에 대한 입장 ····· 2
5. 기존 세일행사를 정부가 포장한다는 비판에 대한 입장 ····· 3
6. 정부의 전형적인 업계 팔 비틀기 비판에 대한 입장 ····· 3
7. 참여업체 대한 정부 지원 ····· 4
8. 즉흥적으로 만들어진 졸속 행정 비판에 대한 입장 ····· 4
9. 참여 업체들의 할인 품목 및 할인율 ····· 5
10. 삼성, LG 등 제조업체 참여 여부 ····· 5
11. 소비자가 참여업체, 할인품목, 할인율을 확인하는 방법 ····· 5
12. 참여자들을 위한 경품 이벤트 여부 ····· 6
13. 홈페이지 구성 ····· 6
14. 매년 정례화 필요성에 대한 입장 ····· 7
15. 중소유통업체의 참여와 이들에 대한 지원 ····· 7

◈ 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 행사입니다.

※ 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 준비할 계획이며, 명칭 또한 우리나라 소비자, 유통업 종사자 등을 대상으로 명칭을 공모할 계획입니다.

3. “한가위 스페셜위크”와의 관계

○ “코리아그랜드세일” 기간內 소비활성화 붐을 조성, 확산하기 위해 추석을 전후로 “한가위 스페셜위크”와 “코리아 블랙프라이데이”를 진행, 준비하고 있습니다.

○ “코리아 블랙프라이데이”는 추석 이후, 소비활성화 붐을 확산하는 데 초점을 두고 있으며 할인을 통해 소비자는 겨울 상품 등을 저렴하게 구입하고, 유통업체는 추석 기간 판매되지 못한 재고 상품을 처리하는 기회로 활용할 수 있을 것으로 기대됩니다.

4. 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.

○ 다만, “한가위스페셜” 등 일부 품목에 대해서는 이전 세일기간과 크게 차이가 나지 않는 것도 있을 수 있으나, 이러한 품목에 대해서도 소비자에게 세일의 혜택이 돌아갈 것으로 기대하고 있습니다.

5. 기존 세일행사를 정부가 포장한다는 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.

6. 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.

7. 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, 대형마트 영업 휴업일 변경 등을 요청하였고, 관련 부처와 협의를 통해서 대부분 해결하고 있습니다.

8. 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.

9. 참여 업체들의 할인 품목 및 할인율

○ “코리아 블랙프라이데이” 참여업체들은 각자 자율적으로 할인 상품 및 할인율을 결정하고 있습니다.

○ 다만, 정부에서는 홈페이지 개설을 통해서 소비자들이 참여업체 등을 알 수 있도록 하고, 참여업체에 대한 소비자들의 평가를 반영할 계획입니다.

10. 삼성, LG 등 제조업체도 이번 행사에 참여하는지요?

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

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

11. 소비자가 참여업체, 할인 품목, 할인율을 확인하는 방법

○ 참여기업들이 할인 품목 및 할인율을 자율적으로 결정하므로, 소비자들이 모든 참여업체의 할인품목, 할인율을 파악하는데는 어려움이 있습니다.

○ 정부는 “코리아 블랙프라이데이” 홈페이지(www.koreablackfriday.org)을 통해서 참여업체 등을 소개하고, 소비자들의 참여업체 대한 평가를 진행할 계획입니다.

12. 참여자들을 위한 경품 이벤트 여부

○ 다양한 업체들이 참여하고 소비자들의 관심도 많은 만큼 다양한 경품 행사도 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” 등을 통해서 경품 행사를 진행할 계획입니다.

* 홈페이지는 10.1(목) 개설될 예정이고, 10.5(월) 2차 오픈을 통해 소비자의 목소리, 경품행사 등을 진행

13. 홈페이지 구성

○ “코리아 블랙프라이데이” 홈페이지(www.koreablackfriday.org)는 동 행사가 시작되는 10.1(목)에 개설됩니다.

○ 동 행사에 참여하는 업체가 많은 만큼 동 참여업체 전체 목록을 알 수 있도록 하고, 각 참여 업체별 할인 품목 및 할인율은 관련 페이지에 링크를 통해서 알 수 있도록 안내하였습니다.

○ 또한, 소비자들의 참여기업에 대한 적극적인 평가를 통해서 “코리아 블랙프라이데이”가 내실 있게 진행될 수 있도록 해당 사항을 홈페이지에 반영(10.5일 2차 오픈시)할 수 있도록 하였습니다.

○ 10.5일부터 있을 2차 오픈에는 경품행사도 진행할 계획입니다. 소비자들이 동 행사를 쉽게 부를 수 있는 애칭, 내년부터 동 행사의 정례적 추진을 위한 조언, 일자리 창출을 위한 “일자리 하나 더하기 아이디어 공모” 등에 참여해 주신 소비자를 대상으로 경품행사를 진행할 계획입니다.

14. 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 반영토록하겠습니다.

15. 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 행사 경품 행사를 온누리상품권으로 진행하여 전통시장 등 중소유통업체에 한명이라도 더 많은 소비자들이 찾아갈 수 있도록 할 계획입니다.