산업통상자원부 문화체육관광부 중소벤처기업부	**보 도 자 료**	http://www.motie.go.kr http://www.mcst.go.kr http://www.mss.go.kr

2018.6.28(목) 경장회의 종료시부터 보도하여 주시기 바랍니다.

배포일시	2018. 6. 26. (화)	담당부서	산업통상자원부 유통물류과 문화체육관광부 관광기반과 중소벤처기업부 시장상권과
담당과장	서기웅 과장(044-203-4380) 최현승 과장(044-203-2841) 김정일 과장(042-481-4559)	담 당 자	김동환 사무관(044-203-4384) 민수이 사무관(044-203-2843) 김동철 사무관(042-481-4517)

상생과 축제의 장, 18년도 코리아세일페스타 개최

- 제9차 경제관계장관회의에서 2018 코리아세일페스타 추진계획 확정 -

① 9.28.(금)~10.7.(일), 10일간 쇼핑행사를 중심으로 집중 개최
② '선도기업'을 선정하여 소비자가 희망하는 '킬러아이템' 제시
③ 온 국민이 참여 가능한 '축제의 장'과 '상생의 장'으로 추진

□ 정부는 '18. 6. 28.(목)에 개최된 제9차 경제관계장관회의를 통해 한국형 대표 쇼핑축제인 **「2018년도 코리아세일페스타 추진계획」을 확정했다.**

○ 행사기간은 **'18. 9. 28.(금) ~ 10. 7.(일)**까지로, **할인행사의 효과를 높이기** 위해 기존('16년·'17년) **1개월**에서 **10일로 단축**해 시행한다.

○ 9. 27.(목)에는 행사의 시작을 알리는 **세계적 케이팝(K-pop) 개막공연을 개최**해 **쇼핑축제로서의 분위기를 극대화**할 예정이다.

○ 특히, 코리아세일페스타에 **중소기업·소상공인도 함께 참여**함으로써, **온 국민**이 함께 즐길 수 있는 **축제의 장, 상생의 장으로 추진**하기로 했다.

□ 올해에는 '16년과 '17년에 두 차례 개최된 행사의 **성과와 평가를 바탕**으로 **행사기간 조정 및 할인율 제고** 등 더욱 발전된 **쇼핑축제**로 추진하기로 했다.

< 그간 코리아세일페스타 주요 성과 (산업연구원 분석) >

	'16년 제1차 KSF('16.9.29-10.31)	**'17년 제2차 KSF(17.9.28-10.31)**
매출실적	전년대비 12.5%↑	전년대비 5.1%↑
경제효과 (4분기 기준)	민간소비지출 0.27%p, GDP 0.13%p↑	민간소비지출 0.13%p, GDP 0.06%p↑
참여업체	341개(유통210, 제조93, 서비스38)	446개(유통192, 제조115, 서비스139)

□ 구체적으로 올해는 코리아세일페스타 행사가 **①내수촉진의 장, ②축제·참여의 장, ③상생 발전의 장**이 될 수 있도록 추진하기로 했다.

① (내수촉진) 행사 효과를 높이기 위해 **기간을 10일로 단축**하고, 행사의 목표를 분명히 하기위해 **쇼핑 프로그램에 충실**할 계획이다.

* ('17년) 쇼핑(5)·관광·문화 17개 → ('18년) 쇼핑(4) 중심 9개

○ 또한, 행사 기간 동안 **소비자가 만족할 수준**의 파격 할인품목인 **'핵심품목(킬러아이템)'을 제시**할 **'선도기업'을 공모**를 통해 선정할 계획이다.

* '18.6.11~29일 동안 대한상공회의소를 통해 모집 중이며, '선도기업'으로 선정될 경우, 홍보와 판로 개척 측면에서 각종 혜택 부여 예정

② (축제참여) 행사의 시작을 알리는 **세계적 케이팝(K-pop) 개막축제***를 유동인구가 많은 서울 시청앞에서 전야제 형태로 개최한다.

* 일시·장소(안) : '18.9.27(목) 저녁, 시청앞 '서울 광장', 약 10,000석 규모
* 홍보대행사인 에스엠(SM) 소속 가수들 출연 예정

○ 행사 기간 및 행사 기간 전에 **명동, 강남, 삼성역 등 서울시내 주요권역**에서 **이벤트를 개최**하여 **국민들이 참여**하고 즐길 수 있도록 할 계획이다.

* 공연 외에, 선도 기업이 함께 참여하는 부대행사를 통해 핵심품목(킬러아이템) 홍보도 추진

○ 방한 수요가 커지고 있는 **중국**을 포함, **신(新)남방국가**의 관광객들이 **함께 참여할 수 있는 프로그램**을 마련하고, 코리아투어카드 등 편의서비스도 확대할 예정이다.

* 베트남·태국 등 현지팬 대상 K-pop 스타 활용 홍보, 주요 관광지·숙박 등 최대 60% 할인

③ (상생발전) 백화점 등 대형 유통점과 인접한 전통시장에서는 **'상생 협력 프로젝트'***를 추진해 **상생발전을 도모**하고,

* 주요 대표 권역별로 온누리상품권·할인권 공유 등과 같은 협력사업을 추진

○ 대형유통점과 인접하지 않은 전통시장에서는 **체험형 축제***를 기획해 **국민의 참여를 유도**할 계획이다.

* 전통문화 체험, 도예 체험, 지역 대표음식 만들기 체험 등

○ 이와 함께, **주요 백화점** 등에서 **특별 할인전**을 개최해, **중소기업·사회적 기업 제품과 농수산품 판매를 지원한다.**

□ 특히, 올해에는 행사의 인지도와 브랜드 가치를 높이기 위해, '행사 전(前)-행사 중(中)-행사 후(後)' **행사 시기별 맞춤형 홍보 전략을 추진한다.**

* 전방위적 홍보 전략 실행을 위해 에스엠(SM)이 공모를 통해 선정됨

○ 또한, **소비자에게 가격적 혜택과 참여의 즐거움을 제공**하여 **코리아세일페스타가 한국 대표할인 행사로 인식**되도록 추하기로 했다.

□ 한편, 정부는 이번에 보고된 2018년도 코리아세일페스타 추진계획을 차질 없이 이행하기 위해 **관계 부처간 합동회의체를 지속적으로 운영**하며 **세부 추진방향을 구체화**해 나갈 계획이다.

□ 정부는 이번 코리아세일페스타가 **소비 활성화와 내수 진작**에 크게 기여하고, 온 국민이 함께 즐길 수 있는 **축제의 장과 상생의 장**이 되도록 **계속적으로 노력**하기로 했다.

붙임. 2018년도 코리아세일페스타 추진계획

OPEN 공공누리 공공저작물 자유이용허락

이 보도자료와 관련하여 보다 자세한 내용이나 취재를 원하시면 산업통상자원부 유통물류과 김동환 사무관(☎044-203-4384), 문화체육관광부 관광기반과 민수이 사무관(☎044-203-2843), 중소벤처기업부 시장상권과 김동철 사무관(042-481-4517)에게 연락주시기 바랍니다.

경제관계장관회의
18-9-4(서면)

공개

코리아세일페스타 추진계획

2018. 6. 28

관계부처 합동

목 차

Ⅰ. 추진경과 및 평가 ····· 6

Ⅱ. 행사 계획 ····· 7

Ⅲ. 세부 추진방안 ····· 8

1. 내수 촉진의 場
2. 축제·참여의 場
3. 상생 발전의 場

Ⅳ. 중장기 추진방향(안) ····· 11

Ⅴ. 향후 계획 ····· 11

Ⅰ. 추진경과 및 평가

□ **(경과) 소비진작과 내수활성화를 유도**하기 위해 정부지원과 업계의 노력이 결합된 **대규모 세일행사 추진**

○ **'15년** 메르스 사태후 내수진작 차원에서 **「코리아 블랙프라이데이」** 개최

* 온라인/오프라인 유통업계 중심의 내국인 대상 대규모 할인 행사

○ **'16년부터** 쇼핑·관광·문화·축제 등을 통합한 **「코리아세일페스타(KSF)」 행사**로 확대

* "내수촉진 + 외국인 관광객 유치 + 한류 확산" 시너지 효과 극대화 목적

□ **(평가)** 그간 개최된 KSF는 **소비진작과 내수활성화**에 일정 부분 기여

○ (거시경제적 효과) '17년도 4분기 **민간소비 지출**과 **GDP 성장률**이 전년 동기대비 각각 **0.13%p, 0.06%p 상승**

○ (참여 기업 성과) '17년도 행사참여 기업의 전년 동기 대비 **매출실적**이 **5.1% 향상**

* ('16년) 민간소비 지출 0.27%p, GDP 0.13%p↑, 참여업체 매출실적 12.5%↑

□ **(과제) 행사기간, 인지도·만족도 등 측면**에서는 개선이 필요

○ (기간·목표) **긴 행사기간***(1개월) 동안 쇼핑·관광 등 여러 행사(17개)간 연계 효과를 기대했으나, 오히려 **행사의 목표와 특색이 저하****

* 대형마트, 백화점은 2주 내외, 온라인 업체는 3일 희망('17.12.7, 성과세미나)

** 행사목적·범위가 광범위하여 특색이 부재('18.2~4월, 산업부 차관·실국장 전문가 회의)

○ (만족도·인지도) 기대 수준 보다 낮은 할인율과 할인 품목으로 **만족도가 낮고**, 행사에 대한 **인지도도 높지 않은 편**

* 실제/기대 할인율(%) : 의류·잡화(33/43), 가전(21/39), 생활용품(25/38) (E컨슈머, '17.10월)

* 행사 인지도 : 54.8%('18년 문체부·산업부 조사), 43.2%('18년 홍보대행사(SM C&C 조사))

Ⅱ. 행사 계획

1 행사 개요

□ (행사기간) '18.9.28(금) ~ 10.7(일), 10일

○ **쇼핑행사 중심의 '특별할인 기간'***에 맞춰 **10일**간 개최

* 지난 '16년과 '17년 행사에서도 총 1개월 행사기간 중 '대규모 특별할인 기간'은 약 2주동안 집중 개최('16년 : 9.29(목)~10.9(일) 11일, '17년 : 9.28(목)~10.9(월) 12일)

○ 정례 개최일인 9월 마지막 주 목요일* 다음날인 **9.28(금)**에 개최

- 전야 개막축제로 분위기를 제고하고, 주말과 연계하여 소비효과 극대화

* '16년 행사 개최시 9월 마지막주 목요일을 정례 개최일로 지정('16년 국무회의)

2 추진방향 및 세부 추진방안

추진방향	세부 추진방안
내수 촉진의 場	• **(선택과 집중) 기간**을 조정하고 **프로그램**을 개편 • **(핵심상품 제시)** '선도 기업'의 참여로 **파격할인품 기획·제시** • **(新유통 기술 도입)** 4차 산업혁명 **新기술·新비즈모델 소개**
축제·참여의 場	• **(개막 행사)** 글로벌 한류스타 출연 **K-pop 개막축제** 개최 • **(홍보)** '**(前)이슈화 - (中)구매확산 - (後)성과확산**' 맞춤 홍보 추진 • **(외래 관광객 유인) 중국**수요 **再제고**, **新남방** 시장 **개척**
상생 발전의 場	• **(전통시장)** 대형유통 **인접상권**은 **상생**, **非인접상권**은 **모객** 지원 • **(중소·중견) 중소** 우수제품 **판로**지원, **중견** 글로벌기업 **참여** 유도 • **(프랜차이즈) 본부-지점 협력**으로 소비증진, 지점 매출확대 도모

Ⅲ. 세부 추진방안

1 내수 촉진의 場

1 (선택과 집중) 기간을 합리적으로 조정하고 핵심 프로그램에 중점

○ (기간) **행사 효과 제고**를 위해 **기간은 단축, 개최시점은 하루 연기**

* ('17년) 34일 (9.28,목~ 10.31,화) ⇨ ('18년) 10일 (9.28,금~ 10.7,일)

○ (행사) 유통 및 제조기업 중심의 **쇼핑 프로그램에 충실**하되, 기타 행사들은 각 부처에서 자율적으로 추진

* ('17년) 쇼핑(5)·관광·문화 17개 ⇨ ('18년) 쇼핑(4) 중심 9개(상세 참고)

2 (할인상품 제시) 핵심 상품을 기획하고 **서비스 상품으로 할인 확대**

○ (핵심 상품) 가전·의류 등 분야별 **'선도 기업'*을 공모**하여 KSF 기간 중 **파격 할인품(킬러 아이템)**을 **제시**

* 여론조사를 통해 소비자 희망 상품 확인 → 희망상품 등을 파격할인율로 제시할 선도 기업 공모 → 평가를 통해 선도 기업 선정, 홍보 혜택 등 지원

○ (서비스 상품) **국민들이 이용하고 참여**할 수 있는 다양한 **서비스 및 상품**으로 할인 대상을 확대 추진

* 백화점 문화센터, 가상현실 체험관, 건강검진 서비스 등

3 (新유통 기술 도입) 4차 산업혁명 新기술·新비즈모델을 검증

○ (AR·VR 스토어) 유통사와 연계하여 유통의 핵심 제품군인 의류·잡화 등을 3D로 체험 가능한 **VR·AR 플래그십 매장*을 구축**

* ('17년) 상품·매장 VR 콘텐츠로 제작 → ('18년) 가상피팅 등 현실적 경험 제시
* 유통 신규 R&D 사업('18년 34억원)과 연계하여 혁신기술 홍보의 장으로 활용

○ (블록체인 기술) 소비자 보호와 제품 신뢰성 확보 등을 위해 **유통산업**에 **블록체인 적용**의 **활용사례** 및 **성공모델 발굴·확산**

* 식품 이력관리, 배송물류 시스템, 스마트 계약 등과 관련된 국내 및 해외 사례

2 축제·참여의 場

1 (개막 행사 등) KSF의 시작을 알리는 글로벌 한류스타 K-pop 개막축제를 개최

○ (개막 축제) 유동 인구가 많은 도심에서 **전야제*를 개최**하여, **KSF 인지도 강화** 및 **정보 제공**의 장**으로 구성

* 일시·장소(안) : '18.9.27(목) 저녁, 시청앞 '서울 광장', 약 10,000석 규모

** 공연 외에, 선도 기업이 함께 참여하는 부대행사를 통해 핵심상품에 홍보도 추진

○ (5대 거점 행사) **서울시내 주요 5대 권역*에서 주제별 이벤트 개최**

* 5대 권역(강남·삼성·명동·홍대·동대문)을 이슈 확산의 전략지로 선정하고, 행사 前·中 패션·트렌드·젊음·글로벌·참여·상생을 주제로 이벤트 기획(상세 참고2)

2 (전략적 홍보) '행사前-행사中-행사後' 행사 시기별 목적에 맞는 맞춤형 홍보 전략으로 소비자 참여를 유도하고 KSF 인지도를 극대화

< 행사 시기별 홍보 전략 >

	행사前 (7월~9월)	**행사中** (9.28~10.9)	**행사後** (10월 이후)
목적	▪ 관심 제고	▪ 구매 유도	▪ 성과 확산
이벤트	▪ (거리) 이슈확산 이벤트	▪ (몰) 할인혜택 이벤트	▪ 성과 보도자료 배포
수단	▪ 온라인/모바일 채널 집중	▪ 밀집지역 옥외 광고 추가	▪ KTV, 정책포탈 활용 등
기타	▪ 캐스프레이즈 활용, 홍보영상 인스타그램 배포, 위치기반 홍보 등 ▪ 개막식 생방 온라인 송출 ▪ 홈페이지 전면 개편		

3 (외국인 관광객 유인) 주요국을 다변화하고 외국인 특화 지원을 확대

○ (대상) 주 대상국인 **중국**을 포함, **新남방국가** 지역에서 온라인 할인전을 개최하고, 파급력이 높은 **K-pop스타를 활용하여 적극 홍보**

* 베트남, 인니, 태국 등 현지팬 대상 온라인 활용 홍보, '방한-축제-소비' 동시 경험 유도

○ (혜택) 외국인 **전용 관광교통카드 '코리아투어카드'** 발행, **통역 서비스 제공** 등 교통, 쇼핑, 관광을 아우르는 **복합 편의 서비스 확대**

* 주요 관광지, 숙박, 식음 등 최대 60% 할인제공(180여개 브랜드)

3 상생 발전의 場

□1 **(전통시장)** 대형유통기업 **인접 상권**과 **비인접 상권**간 지원방안 차별화

○ (인접 지역) 대형유통-인근상권간 **상생협력 프로젝트*** 추진

* 주요 대표 권역별로 온누리상품권·할인권 공유 등과 같은 협력사업을 추진
- 대형마트 구매고객 대상 온누리상품권 지급, 전통시장 구매고객 대상 할인권 지급

* ('17년) 서울·경기 등 시도별 17개 시장→('18년) 수도권내 권역별 5대 대표상권

○ (非인접 지역) **일반인**을 **대상**으로 지역 특색에 맞는 **체험형 축제***를 기획하고, **젊은이**들이 즐길 수 있는 **이벤트****를 **개최**하여 **모객 유도**

* 전통문화 체험, 도예 체험, 지역 대표음식 만들기 체험 등

** 젊은이들이 전통시장에 방문·구매 할 수 있도록, 스마트폰으로 전통시장에서 출몰하는 AR 상품권을 찾고, 온누리상품권을 획득하는 이벤트 개최 추진

□2 **(중소·중견)** **中企 우수제품**의 **판로**를 지원하고, **중견 유망기업**의 **참여**를 유도

○ (중소기업) **5대 백화점** 등에서 **특별 할인전**을 개최하여, **중소기업과 사회적 기업의 우수제품***과 **영농·수산인의 농수산품 판매 지원**

* '17년 참여기업 중 80%이상이 '매출향상에 도움이 된다' 응답('17.11월)

* ('17년) 16개 대형 유통점에서 진행 → ('18년) 20개로 확대 추진

○ (중견기업) 소비재 생산 **글로벌 유망 중견기업***의 참여로 할인 품목 확대

* World Class 300기업 중 소비재(제습기, 비비크림, 의료기기 등) 중심 기업 8개

□3 **(프랜차이즈 등)** KSF을 **본부-가맹점간 집중 상생협력 기간**으로 활용 등

○ (프랜차이즈) **가맹점**은 소비자에게 **할인혜택**을 주고, **본부**는 가맹점의 **판매 수수료를 인하**하여, 소비 증진 및 가맹점의 매출증대 도모

* 소비자 구매 선호품목인 건강식품, 화장품 분야를 중심으로 참여 추진

○ (슈퍼마켓) **'동네 슈퍼마켓 세일전'**을 개최하여 일정 금액 이상 또는 특정 제품을 구매하는 **소비자**를 대상으로 **사은품** 제공

Ⅳ. 중장기 추진방향(안)

◈ 추진 방향 : 향후 3년 동안 점진적으로 민간주도 전환 추진

1 **(전환 준비, '18년) 행사 인지도**와 **소비자 만족도**를 **제고**에 중점

- ㅇ 소비자에게 **가격적 혜택**과 **참여의 즐거움**을 제공함으로써 **KSF가 대표할인 행사로 인식**되도록 추진

2 **(단계적 전환, '19~'20년)** 정부-민간간 가교 역할을 할 수 있는 **유통 관련 기관**(예: 대한상의 유통물류진흥원 등)*이 **행사**를 **전담**

* 現 KSF는 **中광군제(단일 대규모 온라인업체 주도)**나 **美블프(특정시기가 상징적인 쇼핑기간으로 인지)**와 달리 전통으로서의 인지도가 미미 → 유관기관 역할 필요

- ㅇ '19년도부터는 KSF사업을 전담할 기관을 **공모를 통해 선정***, 전담 사업기관이 **사업을 총괄적으로 수행**

* 그간 KSF사업('16년～'18년)은 대한상의를 전담기관으로 지정하여 추진

3 **(민간 주도 , '21년 이후)** 3년 후인 '21년 6차 KSF부터는 **민간 이양 검토**

- ㅇ 통상 5년 단위로 정부사업이 기획·지원됨을 감안, 지원 **5년 시점인 '20년에 평가를 통해 민간주도 행사로 전환**(예산지원 등) 여부 검토
- ㅇ 민간 이양이 되더라도, 유통·제조·서비스 기업의 적극적 참여 유도 등의 **정부의 간접적인 지원**은 **지속**

Ⅴ. 향후 계획

□ **관계 부처 합동 회의체** 운영* 및 세부 추진방안 논의(~9월)

* 관계부처 협력 채널을 체계화 하고 부처별 협조사항을 지속적으로 공유·논의

□ 최종 준비 사항 점검 및 **행사계획 발표**(9월, 민관합동추진위원회)

참고1 '17 KSF 주요 행사내용 및 '18년도 개편 방향

구분	주요행사('17년+18년)	세부 내용	비고
쇼핑 행사	업체별 대규모 할인행사	전국 유통·제조·서비스 업체별(백화점·대형마트·면세점·가전전문점·온라인 등) 할인행사	유지
	사이버 Hot Days	온라인 특별 할인행사(4~5일)	유지
	온라인 해외판매전	국내 역직구몰, 해외 현지몰을 통한 해외판매전	유지
	中企제품 특별 할인전	대형 유통업체(백화점·대형마트) 내 중소기업 우수제품 특별 판매전(총 15개 지역)	유지
	농축수산물·전통식품 할인행사	유통업체별 추석 특판행사, 인삼대축제, 전통식품 대전 등	자율 추진
관광 행사	가을 여행주간 연계	문화·예술 여행행사, 야간 관광콘텐츠 제공 등	자율 추진
	해양 관광 행사	해안누리길 탐방이벤트 및 대종주 행사 등	자율 추진
	외국인 우대 프로그램	외국인 교통·숙박·행사 특별할인 및 관광 편의 제공	유지
	평창 동계올림픽 연계	외국인 대상 강원지역 관광상품 및 특별할인	폐지
문화 축제	지역별 축제	4개 지자체 주도 지역특화 축제 등 55개('17) 지역별 축제	자율 추진
	전통시장 축제	전국 500개 전통시장에서 개최되는 문화축제	유지
	전국민 방방곡곡 이벤트	쇼핑·관광·축제 동시 방문객 경품지급 이벤트	자율 추진
	광화문 홍보관⇨개막식	광화문 광장에 KSF 홍보관 설치·운영	개편
	코리아 고메	서울 주요 한식 레스토랑(50개, '17) 할인행사	자율 추진
기타 이벤트	4차 산업혁명 시범사업	AI 이용 쇼핑어드비이저, VR쇼핑백화점 등	유지
	소비자 서포터즈	온라인 홍보 촉진을 위한 서포터즈 운영	유지
	동호회 축제	전국 동호회별 스포츠·문화 축제	자율 추진

참고2 서울시 5대 권역별 이슈화 이벤트 계획안

홍대 : 문화와 젊음
거리상권과 소상공인



K-POP 커버댄스

내용 : **K-POP** 커버댄스로 즐기는 '사는 즐거움'
참여 : 흥겨운 댄스와 함께 사진 촬영

명동 : 글로벌 쇼핑
백화점과 거리상권



캐치카운트

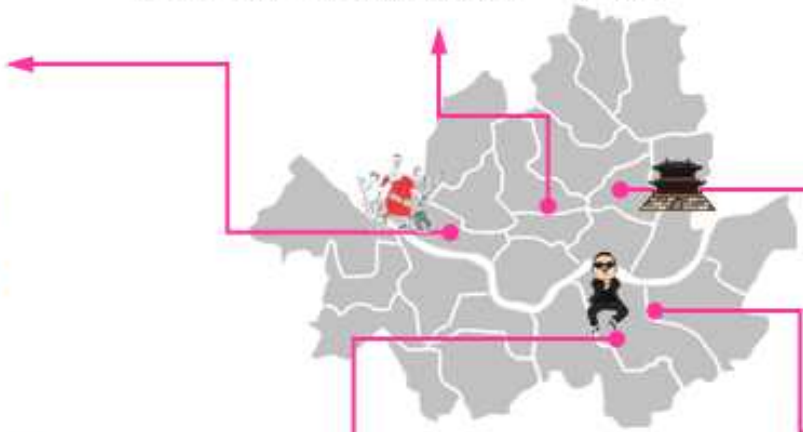
내용 : 선도기업 제품 활용 할인율 제공 이벤트
참여 : 원하는 할인율을 캐치하면 쿠폰 제공

동대문 : 패션
거리상권과 전통시장



캘리크라피(대붓) & 패션쇼

내용 : 참여기업 제품을 활용한 패션쇼로 소개
참여 : 멋진 포즈로 사진 및 동영상 촬영



강남역 : 트렌드
복합쇼핑몰



마술쇼 & 어벤져스의 습격

내용 : 마술사, 어벤져스도 기다린 **KSF**
참여 : 개성 포즈로 시민과 함께 사진 촬영

삼성역 : 체험과 관광
백화점과 프랜차이즈



코세페 댄스 자판기

내용 : 춤을 추고 호응을 얻은 만큼 할인 제공
참여 : 소비자가 자발적으로 흥겹게 댄스