산업통상자원부 http://www.motie.go.kr	보도자료	정부혁신 보다나은 정부

2019년 4월 11일(목) 조간부터 보도하여 주시기 바랍니다.
(인터넷, 방송, 통신은 4. 10(수) 오후 14시 이후 보도 가능)

배포일시	2019. 4. 10.(수)	담당부서	무역정책과 무역진흥과
담당과장	박재영 과장(044-203-4020) 이상준 과장(044-203-4030)	담 당 자	이주노 사무관(044-203-4022) 조영길 사무관(044-203-4023) 진승덕 사무관(044-203-4035) 한해원 사무관(044-203-4031)

수출 플러스 전환 위해 범정부적 역량 집중

◇ 무역금융 업무협약(4.1)에 이어 「수출마케팅 지원강화 방안」 발표

- **글로벌 바이어 빅데이터 개방·공유, AI 기반 바이어 매칭서비스 제공**
- **해외 온-오프라인 유통망, 스타트업 해외진출 집중 공략**
- **CES, 하노버메세 등 22개 글로벌 유명 전시회 통합한국관 운영**
- **재외동포기업, 온라인쇼핑몰도 수출중소기업 돕는 전문무역상사로 지정**

◇ 민관합동 「수출전략조정회의」에 지자체도 참여

- **부산 자동차부품 수출물류지원시스템(밀크런) 등 70여개 지역기반 수출 일자리사업 총력 지원키로**

□ 산업통상자원부(장관 성윤모)는 한국무역협회(회장 김영주)와 공동으로 4.10일 **「수출전략조정회의」**를 개최함

○ 지난 3.4일 관계부처 합동으로 발표한 **「수출활력 제고 대책」**에서 부처·지자체·유관기관별로 **분산된 수출지원 정책**을 **조정**하고, 사업간 **연계**를 **강화**하기 위해 기존 「민관합동 수출전략회의」(1.21일 개최)를 **「수출전략조정회의」**로 **확대 개편**키로 한 바 있음

○ 4.1일 **무역금융 업무협약**(무보-시중은행)을 통해 **수출채권 현금화 보증상품 등을 출시**한 데 이어 금번 회의에서는 「수출활력 제고 대책」의 마케팅 분야 후속조치인 **「수출마케팅 지원 강화 방안」**을 발표하였음

□ 이날 회의에서 성윤모 장관은 "각 부처·기관·지자체별로 추진 중인 **수출지원을 위한 노력**이 **우리 기업들의 실질적인 수출성과로 이어지기 위해서는** 어느 한 기관의 노력만으로는 한계가 있으며, **중복과 비효율을 없애고 지원사업간 연계를 강화해야 정책의 효과를 제고**할 수 있다"고 강조하였음

○ 아울러 "수출전략조정회의가 **대한민국 수출 정책의 방향타**를 잡을 것이며, 분산된 수출 지원정책을 국가 차원의 관점에서 조정하는 한편, 수출상황을 종합적으로 점검하고 관리하는 **수출컨트롤타워 역할을 담당**하게 될 것이다."고 언급함

□ 이날 회의에서는 먼저 수출활력촉진단 실적 및 수출활력상황실 활성화 등을 포함한 (1)**「수출애로 조치현황 및 향후계획」**과 「수출활력 제고 대책」(3.4) 후속조치로 글로벌 파트너링 활성화, 수출전시회 효율화 등 (2)**「수출마케팅 지원 강화 방안」**을 확정하였으며, (3)**산업정책과 연계**한 **근본적 수출경쟁력 강화 방안** 등이 논의되었음

(1) 수출마케팅 지원 강화

□ 금번 회의에서는 ❶**글로벌 파트너링(GP) 강화**, ❷**해외전시회 통합 한국관 운영**, ❸**전문무역상사 활성화** 등 **3대 분야 중심**으로 **기업이 체감할 수 있도록 하는 「수출마케팅 지원 강화방안」**을 확정하였음

❶ **(글로벌 파트너링 지원 강화)** 우리 기업들이 **글로벌 기업들**의 **공급망에 진입**할 수 있도록 **글로벌 파트너링**(매칭 상담회) **지원을 강화**하기로 함

○ 글로벌 파트너링 사업을 반도체, 조선 등 **위기업종, 신산업, 스타트업 등 3대분야를 중심으로 재편**하고, 구글·아마존 등 **글로벌 기업들의 오픈 이노베이션과 온-오프라인 유통 네트워크**를 적극 활용하는 방식으로 고도화하기로 하였음.

○ 아울러 **글로벌 파트너링**의 **성과**를 **제고**하기 위해 **AI와 빅데이터**를 활용한 **「통합 글로벌 파트너링 매칭 시스템」**을 구축하여 **진성 바이어 정보**를 **수출기업**에 **적시 제공**하고, **KOTRA 및 유관기관**의 **해외 바이어 DB 통합** 등을 **추진**해 나갈 예정임

○ 이를 통해 '19년 **2,200여개사**의 **국내기업***에게 **새로운 해외 진출 기회**를 **제공**하고 **글로벌 기업**과의 **수출 계약 실적***이 6억불 수준으로 **대폭 증가**(+43%)**하도록** 할 **계획임**

* ('18년) 4.2억불 → ('19년) 6억불(+43%)

《 글로벌 파트너링 지원 강화 》

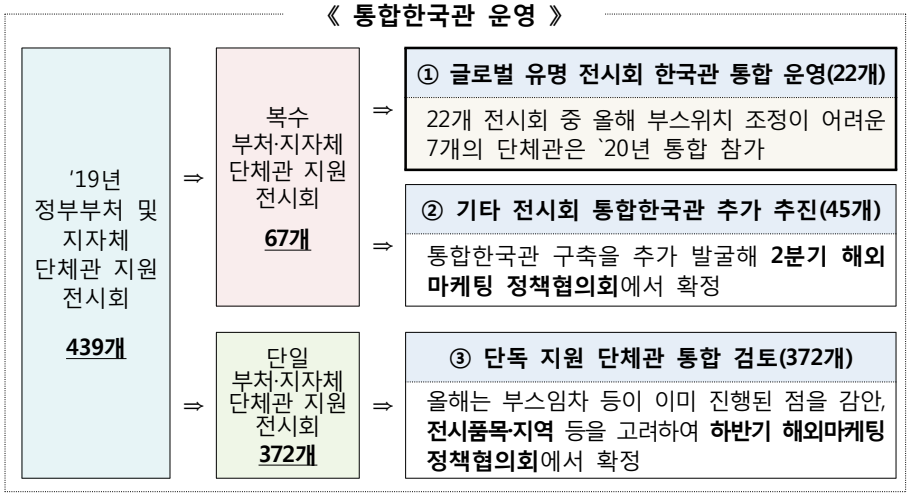
	기본방향	주요 내용
대상	**3대 전략분야** (위기업종, 신성장동력, 스타트업) **집중 지원**	▪ **위기업종 : "단기 해외시장 개척"**을 위한 **GP 수출 상담회 확대** ▪ **신산업 :** GVC 선점을 위한 **"중장기적 협력 지원"** 강화 (GP 센터 4개소 개소, 美, 獨, 日, 中) ▪ **스타트업 : "글로벌 오픈이노베이션"** 활용 강화
범위	**해외 온·오프라인 유통망 진출 지원 등 GP 다각화**	▪ **오프라인 : "소비재 중심" 해외 유통망 진출 강화** ▪ **온라인 : 해외 온라인 유통망** 진출 **"맞춤형 교육 및 입점 지원"** ('19년 650개사) → **"디지털무역 확대방안" 발표** ('19.6)
방식	**성과 제고 중심의 GP 지원 인프라 강화**	▪ **GP 플랫폼** : **"통합 GP 매칭 시스템 구축"**('19.6~) ▪ **GP 협의체 : 지원기관 협의체 신설** ('19.4) ▪ **지자체 GP 전담관 지정** 및 **GP사업 참여 확대** ('19.4) ▪ **사후관리** : 상담회후 **3단계 사후관리·지원 체계 구축**

❷ **(해외전시회·무역사절단 효율화)** 부처 및 지자체별로 **분산되어 운영** 중인 **해외전시회와 무역사절단**을 **전략적**으로 **통합·대형화**하여 **지원 효과**를 **제고**하고 **내실**있게 **운영**하기로 함

○ **우선** CES, 하노버메세 등 **글로벌 유명 전시회 22개***에 **통합한국관을 구축**해 운영하기로 하였으며, 금년 중 **해외마케팅 정책협의회**를 통해 **통합 대상 전시회**를 **추가선정**할 계획임

* CES·MWC·하노버메세 등 세계적 전시회 13개, 로봇·유아용품 등 유망전시회 9개

《 통합한국관 운영 》



○ **또한**, 금년 예정되어 있던 **65회**의 **무역사절단**을 **업종별·국가별**로 **통합**해 총 **32회 무역사절단**으로 **전문화·대형화**하여 **운영하기로 함**

* ①기계·IT 등 업종별 무역사절단 17회 → 업종별 9회로 통합해 전문성 강화,
②종합품목 무역사절단 48회 → 국가별 23회로 통합해 규모를 기존대비 2~4배 확대

❸ **(전문무역상사 활성화) 수출경험**과 **해외 네트워크**가 부족한 **중소·중견기업**의 **수출**을 **대행하거나 지원**해 주는 **전문무역상사**를 **활성화**하기 위해 **전문무역상사**의 지원내용, 지정요건, 지원체계를 **개선**하기로 함

* `09년부터 중소·중견기업의 수출을 대행 지원하는 전문무역상사 제도를 도입

○ **수출활력촉진단** 등에서 **제기된 기업의견**을 바탕으로 **무역보험·수출마케팅** 등 전문무역상사에 제공되는 총 13개의 **인센티브**를 **대폭 강화**하기로 했음

* 단체단기무역보험 50% 할인 신설 등 무역보험 지원 강화, 해외지사화·전시회·수출바우처 수행기관 가점 신설·확대 등 수출마케팅 지원 강화

○ **재외동포 기업, 해외조달 참여 기업, 전자상거래 수출 기업** 등 다양한 **해외 네트워크**를 **보유한 기업**들이 전문무역상사로 **적극 참여**할 수 있도록 **전문무역상사 지정요건을 완화**함

* **재외동포기업** : 재외동포로서 한국제품 구매실적 100만불 이상 기업
해외조달기업 : 최근 2년 내 해외 정부 또는 국제기구 조달실적 100만불 이상 기업
전자상거래기업 : **(기존)** 매출 500억원 & 국외매출 50억원 이상 → **(개선)** 국외매출 100만불(12억원) 이상

○ 또한, **온라인 플랫폼 구축**('19.4월) 및 **고도화**를 통해 **전문무역상사-제조기업간 양방향 정보 제공**을 **강화**하고 **상호 수요**를 **반영**한 맞춤형 **매칭**을 **강화할 계획임**

○ 이를 통해 **전문무역상사 지정 기업을 350개**(+30%)**로 확대**하고, **수출대행 실적도 60억불 수준으로 확대**(+30%)**할 계획**임

* 전문무역상사 지정기업 : (`18년) 240개 → (`19년) 350개 (+46%)
전문무역상사 수출대행 : (`18년) 46억불 → (`19년) 60억불 (+30%)

《 전문무역상사 활성화 》



(2) 수출애로 조치현황 및 향후계획

□ 무역협회는 지난 1.31일부터 산업부, 중기부, 수출유관기관과 합동으로 **「수출활력촉진단」**을 운영하여 **수출현장의 애로 해소**를 추진하였음

○ **전국 15개 지역**을 순회하며 실시한 수출지원사업 설명회와 상담회에는 **총 1,994개의 수출기업이 참가**하였음

○ 맞춤형 **상담회** 및 수출업계 **간담회** 등을 통해 **총 1,397건**의 상담 및 수출애로 접수하였으며, 이중 **956건(68.4%)**는 **조치 완료하였고**, 미조치 441건(31.6%)은 대부분 **자금 상담**으로 **추후 검토·조치** 예정임

《 주요 수출애로 해소 사례 》

◇ (산업용필터 L社) 신규 대형 수출계약에 대한 운영자금 확대 지원 요청에 대해 신시장진출 지원자금을 신속히 검토하여 **3.5억원의 운영자금 지원** (중진공)

◇ (플랜트 P社) 계약이행 보증, 원자재구매자금 및 선수금 환급 보증 지원 요청에 대해 **보증서 발급**(무보) 및 선박 수주 **3건의 선수금 환급보증서 발급**(수은)

◇ (항공부품 Y社, 특장차 H社, LED조명 Y社) 중소기업 자재 및 장비구입비에 대한 무이자 대출 지원 요청에 대해 **「수출활력 제고 대책」에 반영**

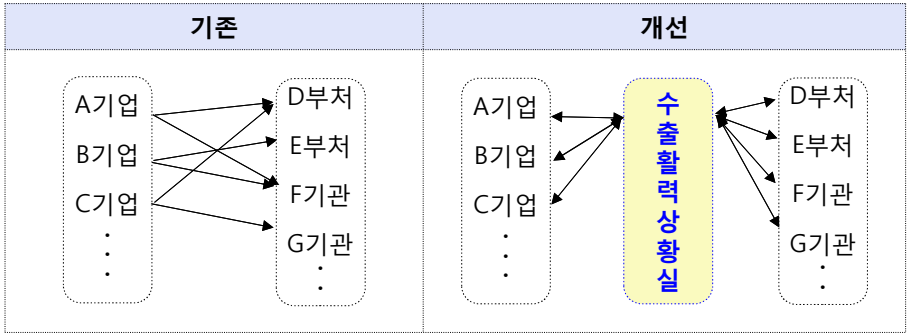
◇ (자동차 엔진 베어링 C社) 자본력, 신용도가 높지 않은 중소기업에 대해 수출계약을 기반으로 한 보증 지원 요청에 대해 **「수출활력 제고 대책」에 반영**

□ 아울러 수출활력상황실*이 단순 수출애로 접수·전달 기능을 넘어 **수출상황을 종합점검**하면서 **수출애로를 해소하고 실제 수출성과로 이어지도록 밀착지원하는 비상관리체제로 운영**될 수 있도록 그 기능과 인력을 대폭 보강키로 하였음

* 수출활력상황실 : 5개 수출지원기관(무역협회, 코트라, 중진공, 무보, 수은) 전문위원으로 구성, 2.27일 개소(한국무역센터 1층)

○ 우선, 수출활력상황실에서 신수출성장동력, 수출초보기업 등 **분야별·테마별 상담회를 개최**해 수출정보와 컨설팅을 제공할 계획임

○ 또한 기존의 트레이드콜센터, 수출안내통합콜센터 등의 **수출애로 접수 창구**를 **수출활력상황실로 일원화**(Single Window)하여 **기업들의 수출애로**를 **상시적·입체적으로 해소**해 나가기로 하였음



(3) 산업정책과 연계한 근본적 수출경쟁력 강화

□ 정부는 지난해 말 수립한 **「제조업 활력 회복 및 혁신전략」**을 바탕으로 **「반도체 클러스터 투자 지원반」 출범**(3.27), **차세대 반도체 R&D** 등을 추진하고,

○ **「시스템반도체 육성 방안」** 등을 통해 **반도체 산업의 수출경쟁력을 강화**하여, **경쟁국과의 초격차를 유지**해 나갈 계획임

○ 또한, 바이오·헬스, 미래차, 소재·부품·장비, 항공, 섬유 등 **분야별 경쟁력 강화 방안**을 **상반기 중 마련**하고, **14개 지역활력 회복 프로젝트**를 추진해 **산업구조와 수출경쟁력**을 **한 차원 높일 예정**임

□ 마지막으로 **❶지자체 수출활력 제고 대책 및 건의사항과 ❷업종별 애로사항** 등에 대해서도 논의함

❶ 지자체 수출활력 제고 대책 및 건의사항

○ **부산광역시**는 **「밀크런(Milk Run)* 시스템」**을 활용하여 **지역 자동차 부품 기업의 수출확대 지원**을 추진하고,

* 한 지점에서 출발하여 물류센터나 공장까지 수송하거나 그 반대로 집하 또는 운송하는 시스템, 우유회사에서 우유 수집 차량이 목장을 순회하여 우유를 수집하던 것에서 유래

- **전라북도**는 중앙부처 수출바우처 비수혜기업 대상으로 **「전북형 수출바우처」**(2억원)를 지원하기로 함

- 또한 **경상북도**는 청년무역사관학교 등 **「경북형 통상일자리 창출」** 추진을 통해 연간 500명의 일자리를 창출하기로 하였으며,

- **강원도**는 수출플랫폼인 **「강원도 수출기업 서포터」**를 활용하여 지역 수출기업들에게 다양한 **수출시장 정보를 제공**할 계획임

○ 특히, 광주·전북·제주 등에서 **공통적으로 건의**한 **지자체 소재 수출기업의 정보제공 요청**에 대해서는 **관세청 등과 협의**하여 추후 **수출통상대응반***, **해외마케팅 정책협의회****에서 **구체적인 개선 방안을 마련**키로 하였음

* 수출통상대응반 : 산업부 통상교섭본부장 주재(1차 회의 : 2.11 旣개최, 2차회의 4.29 예정)

** 해외마케팅 정책협의회 : 산업부 무역투자실장 주재(분기별 1회 개최)

❷ 업종별 건의사항

○ **한국석유화학협회, 한국자동차산업협회** 등에서 **旣체결된 FTA 개선**을 통한 **신흥국 수출확대 지원** 등을 건의하였고,

- **한국기계산업진흥회, 한국바이오협회** 등에서는 **업종별로 특화 해외마케팅 지원**, 브렉시트 등 변동사항에 대해 **코트라 무역관을 통한 신속한 현지 정보 제공** 등을 요청하였음

○ 이에 대해 산업부는 코트라 등 수출지원기관과 협의하여 기계산업 등 **업종별 특성을 고려**한 **해외전시회 임차료를 지원**하고 있으며, 향후 **대형 전시품 운송비 지원**을 **확대**하기로 하였음

- 또한, 산업부·무역협회·코트라 합동으로 국내 및 현지 무역관에 **「브렉시트 대응지원 데스크」**를 설치하는 등 **글로벌 시장의 변동사항**에 대해 **신속하게 정보를 제공**하고, **RCEP 등 협상과정**에서 관세인하 등 **수출업계 요청사항을 최대한 반영**해 나가기로 함

❸ 아울러 **외교부**는 **「유엔조달시장개척단」**(5월, 10월)을 파견하여 **유엔 조달담당관**을 대상으로 **우리 제품과 서비스를 홍보**하고, **수입규제 대책반** 및 **주요 14개국 재외공관 현지대응반** 활동을 통해 한국산 제품에 적용되는 **외국의 수입규제에 대응**하기로 하였음

○ **관세청**은 FTA 통관애로 해소를 위한 **「원산지 전자 자료교환 시스템」**을 구축하여 **기업들의 FTA 활용을 지원**하고, 최신 해외동향·수입규제 정보와 통관애로를 유형별로 분석하여 **수출기업에 정기적으로 제공***하기로 하였음

* (현행) 업무분야별 1회성 제공 → (개선) 종합정보 분기별 제공

□ 김영주 한국무역협회 회장은 “기술발전과 융합의 속도가 무섭게 빨라지고 있는 환경에서 **기업 스스로** 글로벌 트랜드와 소비자의 수요변화를 분석하고 **적시에 대응하지 못하면 경쟁에 살아 남을 수 없다**.”라고 하면서

○ “**수출기업 스스로 글로벌 경쟁력**을 **높일 수 있도록 하는 방안**도 함께 고민해야 하며, 변화 대응이 어려운 **중소 수출기업**들에게는 단순한 지원보다는 **자체적인 글로벌 역량**을 키울 수 있도록 **정보, 인력, 교육** 등에 **더 많은 관심**을 기울여야 한다”고 강조함

□ 성윤모 장관은 “**현장에서 수출기업들이 정책지원의 성과를 조기에 체감할 수 있도록 이행에 혼신의 노력**을 기울여 줄 것”을 당부하고,

○ “산업부 역시 **「수출활력 제고 대책」 후속조치**를 **꼼꼼하게 챙기며, 현장과 적극 소통**하면서 **기업과 국민의 눈높이에 부족한 부분은 더욱 채워 나가겠다**”고 밝힘

○ 또한 “그간 물방울이 모여 바다를 이룬다는 **「수적성해」**(水積成海)의 마음으로 **1달러라도 수출을 더 늘리기 위해 총력**을 기울여 왔으며, 이제는 **수출 플러스 전환의 모멘텀**을 **마련할 때**”라고 하면서,

- “이를 위해 거센 바람을 타고 험한 물결을 건너간다는 **「승풍파랑」**(乘風破浪)의 자세로 **더 힘차게 뛰어야 한다**”고 언급함

붙임 : 1. 「수출전략조정회의」 개요
2. 「수출마케팅 지원 강화 방안」

OPEN 공공누리 공공저작물 자유이용허락
이 보도자료와 관련하여 보다 자세한 내용이나 취재를 원하시면 산업통상자원부 무역정책과 이주노 사무관(☎ 044-203-4022)에게 연락주시기 바랍니다.

붙임 1 「수출전략조정회의」 개요

□ **개최 배경**

○ 「수출활력 제고 대책(3.4)」 발표 이후 분야별·부처별 **추진현황을 점검·조정**하고, 지자체별·업종별 **수출애로·건의 해결방안 논의**

○ 「수출전략회의」(1.21)를 **「수출전략조정회의」**로 **개편 후 첫 개최**

* (기존) 산업부 장관·무역협회 회장(주재), 관계부처·수출유관기관·업종별 단체장
→ (개편) 외교부·특허청·**17개 지방자치단체** 등으로 확대

□ **회의 개요**

○ **일시 및 장소 :** ’19.4.10(수) 14:00~15:30, 무역센터(51층 대회의실)

○ **참석자 : 산업부 장관·무역협회 회장 공동 주재**

- **(민간) 수출지원기관*** 및 **업종별 단체**** 기관장

* KOTRA, 무보, 수은, 관광공사, 중진공, aT, 보건산업진흥원, 콘텐츠진흥원 등
** 반도체·자동차·조선·철강·석유화학·석유·디스플레이·전지산업·바이오·플랜트 협회, 기계·전자정보통신산업진흥회, 자동차부품협동조합, 섬유산업연합회

- **(정부) 중앙부처*** 차관급 및 **17개 광역자치단체** 부단체장

* 기재부·복지부·문체부·해수부·중기부·외교부·특허청·관세청·금융위 등

□ **논의사항**

❶ **수출애로 조치 현황 및 향후계획*** (무역협회)
* 수출애로콜센터 운영 등 「수출활력상황실」 활성화 방안 포함

❷ **수출마케팅 지원 강화 방안** (산업부)

❸ **종합토론**

① **지자체별 수출제고 대책 및 건의사항**
② **업종별 수출전망 및 건의사항**

□ **진행계획**

시 간	세부 내용	비 고
14:00 ~ 14:05(’05)	모두 말씀	**산업부 장관 / 무역협회장**
14:05 ~ 14:08(’03)	수출애로 조치 현황 및 향후계획	무역협회
14:08 ~ 14:13(’05)	수출마케팅 지원 강화 방안	산업부
14:13 ~ 14:53(’40)	종합 토론 ① 지자체별 건의사항 및 논의	참석자
14:53 ~ 15:28(’35)	② 업종별 건의사항 및 논의	
15:28 ~ 15:30(’02)	마무리 말씀	**산업부 장관 / 무역협회장**

붙임 2 「수출마케팅 지원 강화 방안」

수출마케팅 지원 강화 방안

- 글로벌파트너링 · 해외전시회지원 · 전문무역상사 -

2019. 4. 10

산 업 통 상 자 원 부

목 차

Ⅰ. 추진 배경 ····· 1

Ⅱ. 추진 전략 ····· 2

Ⅲ. 추진 방안 ····· 3

1. 글로벌 파트너링 강화 방안 ····· 3

2. 해외전시회 · 무역사절단 대형화 ····· 11

3. 전문무역상사 활성화 방안 ····· 15

Ⅳ. 향후 계획 ····· 19

1 추진배경

◇ 글로벌 경기 둔화 등 대내·외 경제 불확실성 지속

○ 미·중 무역분쟁, 반도체·석유화학 제품 단가하락, 글로벌 경기 둔화 등으로 우리 **수출 여건이 여전히 녹록지 않은 상황**

* 최근 수출증감률 추이(%) : ('19.1) △6.2 (2) △11.4 (3) △8.2

◇ 수출활력 제고를 위한 범부처 수출총력지원체계 가동

○ 지난 1월말 **민관합동 수출전략조정회의** 등 수출총력지원체계를 가동하고, 3월초 범부처 합동으로 **「수출활력 제고대책」 발표**

* 주요내용 : ①금융 **②수출마케팅(전시회, GP 등)** ③新수출성장동력 ④성장단계별 지원

- **수출점검회의**(3.8), **해외마케팅정책협의회**(3.27) 등을 통해 수출동향을 면밀히 점검하고 **수출대책 후속 이행방안**을 논의

○ **수출활력촉진단**(1.31~3.29), **수출활력상황실**(2.27~) 등 수출현장을 중심으로 **기업의견을 수렴**하고 **현장애로를 해소**

◇ 기업 체감할 수 있는 GP · 전문무역상사 등 세부 추진방안 마련

○ 기업들이 핵심애로로 꼽는 **무역금융**과 **수출마케팅**의 신속한 지원을 위해,

* 현장 수출애로 중 46%가 바이어 발굴, 시장개척, 전시회 등 해외마케팅 관련 애로

- **무역금융**은 수출활력 대책을 통해 발표한 **지원규모 확대**와 함께, **무보-4개은행 업무협약**을 통해 **수출채권 조기 현금화 보증** 등 개시(4.1~)

○ **수출마케팅**은 **수출기업의 현장의견**과 그간 **관계부처·지자체** 등과 **수출활력 대책 후속조치 방안**을 **논의·조율**

- 금번에 **①글로벌파트너링 강화 ②해외전시회 통합한국관 구축, ③전문무역상사 활성화** 등 **3대 분야** 중심으로 **세부 이행방안**을 **마련**

2 추진 전략

◇ 기업이 체감할 수 있는 **수출마케팅 지원 강화**

① **수출기회 발굴** ⇒ **글로벌 파트너링(GP)**을 통한 **매칭 지원 강화**

② **전시회·사절단 효과 제고** ⇒ **통합한국관 구축·대형화** 등 **내실화**

③ **수출경험 부족** ⇒ **전문무역상사 활성화**를 통한 **수출대행 지원**

< 3대 분야 >	< 현황 및 평가 >	< 기본 대응방향 >
①글로벌 파트너링	▪ **자동차 중심 GP 성공사례·성과 확보** ▪ **GP 성공사례**를 他분야로 적극 **확산할** 필요 ▪ **GP 성과 제고**를 위한 **지원방식 고도화** 병행 필요	◇ **지원대상, 범위, 방식 개편** ▪ **3대 전략분야 집중지원** (위기업종·新성장동력·스타트업) ▪ **해외 유통망** 채널 활용 GVC 진출지원 등 **GP 다각화** ▪ **성과 제고 중심**의 **GP 지원 인프라 강화**
②해외전시회·무역사절단	▪ 해외전시회 **단체관 분산** / 무역사절단 **소규모 운영** ▪ **해외바이어 모집**에 **한계** / **국가브랜드 제고 효과 제한적**	◇ **통합화·대형화 등 시너지 제고** ▪ CES·MWC 등 **22개 전시회 통합한국관** 구축 ▪ 무역사절단을 **업종별·국가별로 전문화·통합화**
③전문무역상사	▪ **전문무역상사 인센티브 효과가 제한적** ▪ **국내 무역업체 중심의 제도 운영** → **해외·전자상거래 기업 참여 제한적** ▪ **수출대행 실적** 등 전문무역상사 **스케일업 필요**	◇ **지원내용, 요건, 체계 내실화** ▪ **전문무역상사의 성장을 위한 인센티브 강화** ▪ **다양한 해외네트워크 포함** ▪ **성과 제고 중심**의 **양방향 정보제공 및 매칭 강화**

3 추진 방안 : ① 글로벌 파트너링(GP) 강화 방안

Ⅰ. 현황 및 평가

□ (GP 개요) 중소·중견기업이 직접 **만나기 어려운 해외 글로벌기업**을 **무역관**이 **접촉**하여 **수요**를 **발굴**하고 1:1 상담회 **지원** ('10년 신설)

* **(GP 프로세스)** 무역관 수요발굴 → 국내기업 매칭 → 상담지원/역량강화 → 사후관리

○ 글로벌기업의 **수요에 기반**해 기업들의 **GVC 진입**을 **지원**함으로써 **글로벌 경쟁력**을 **강화**하고 **벤더 편입** 등 **지속적 수출 기회 제공**

□ (성과) **최근 3년간 13억불 규모 수출계약**(716건) **지원**

○ **'18년 ①수출계약 4.18억불**(269건) **달성, ②해외 수요기업 1,200개社** 발굴, ③국내 **참여기업 1,800개社** 지원, **④GP 상담회 26회** 개최

* 업종기준 38회 개최 : 자동차(14회), 에너지(5회), 기계(5회), 조선(4회) 등

○ 특히, **자동차 분야를 중심**으로 다양한 **GP 성공사례 확보**

▪ **(성공사례)** 현대성우캐스팅은 `15년 GP유럽 참가, 글로벌 완성차 D社의 차부품 수요 확인 → 프랑크푸르트 무역관 자동차부품 공동사무소 입주 → `18년 3,200만불 납품계약 성공

【 GP Honda (`18.7월) 】



▪ **(장소)** 혼다 기술연구소
▪ **(韓)** 차부품사 25개사
(日) 혼다 구매·기술부 담당자 등 400명
▪ 혼다 진출설명회, 제품 전시회, 기술설명회 등

【 GP Volkswagen (`18.11월) 】



▪ **(장소)** VW 테네시 본사
▪ **(韓)** 차부품사 21개사
(美) VW 구매·기술부 담당자 등 155명
▪ VW 구매정책 설명회, 제품 전시회, 구매상담회 등

□ (평가) GP는 **구체적인 해외 수요**에 기반한 **"전략적 접근**과 **지원"**으로 **중소·중견 수출지원 프로그램**의 **질적 성장**에 **기여**

⇨ 이에 따라 **자동차 중심**의 **GP 프로세스**를 **다양한 분야**에 **적용**하여 **GP 성공사례**를 **"확산"**시키고 성과제고를 위해 **"고도화"**할 필요

❶ (GP 확산) 기존 **소재·부품 중심**의 **수직적 GVC 편입** 지원 → **신산업·스타트업·해외유통망** 등 **수평적 GVC 편입 지원**으로 **확대 적용**

❷ (GP 고도화) **상담회** 중심의 **단기적·일회성 지원** → **수요 매칭**부터 **수출계약 체결**까지 **전주기적 지원 강화**로 **성과제고**

Ⅱ. 기본 방향

◇ **지원대상, 범위, 방식** 중심으로 **개편 → GP 확산·고도화**

❶ (지원대상) **GVC 3대 전략분야 집중 지원**

○ 보호무역주의, 신산업 확대 등 **GVC 재편**에 따른 **신규 수요 선점**을 위해 ①위기업종, ②신성장동력, ③스타트업 **3대 전략분야 지원 강화**

▪ **위기업종 : "단기 해외시장 개척"**을 위한 **GP 상담회 확대**
▪ **신산업 : GVC 선점을 위한 "중장기적 협력 지원" 강화** (GP 센터 개소)
▪ **스타트업 : GVC 진출을 위한 "글로벌 오픈이노베이션" 활용 강화**

❷ (지원범위) **해외 온·오프라인 유통망 진출 지원 등 GP 다각화**

○ **GP 성공사례**를 해외유통망 진출로 **확대 적용**하고 **해외 온·오프라인 유통망**과의 **매칭 강화**를 통해 **GVC 진출 채널 다각화**

▪ **오프라인 : "소비재 중심"의 해외 오프라인 유통망 진출 강화**
▪ **온라인 : 해외 온라인 유통망 진출을 위한 "맞춤형 교육 및 입점 지원"** (`19년 650개사) → **B2C와 B2B를 포괄하는 "디지털무역 확대방안" 발표** (`19.6)

❸ (지원방식) **성과 제고 중심의 GP 지원 인프라 강화**

○ **AI·빅데이터**를 활용한 **"통합 GP 매칭 시스템"**을 **구축**하고 **KOTRA** 및 **유관기관**의 **해외 바이어 D/B 통합 추진**

○ **GVC 진출수요**에 **적시 대응**할 수 있도록 **GP 협의체, GP 전담관, GP 소거점 센터** 등 **전방위적 지원체계 강화**

▪ **GP 플랫폼** : **AI 빅데이터를 활용한 "통합 GP 매칭 시스템 구축"**(`19.6~)
▪ **GP 협의체 : 지원기관 협의체 신설 → 전방위적 GVC 진출 수요파악** 및 **逆제안**
▪ **GP 전담관 지정** 및 **지자체 GP사업 참여 확대**
▪ **현지인프라** : **현지 성과창출 지원 강화**를 위해 권역별 **소거점 GP센터 구축 추진**
▪ **사후관리** : 상담회 이후 피드백 제공 등 **3단계 사후관리·지원 체계 구축**

⇨ **매칭 지원 국내기업 : (`18) 1,800개 → (`19) 2,200개 (+22%)**
⇨ **글로벌 기업 수출 계약 : (`18) 4.2억불 → (`19) 6.0억불 (+43%)**

Ⅲ. 세부 추진계획

1 GVC 3대 전략분야 집중지원 (위기업종·신성장동력·스타트업)

□ **(위기업종) 수출활력 제고**를 위해 **"단기 해외시장 개척" 집중**

○ **(배경)** 최근 **자동차·조선·반도체** 등의 어려움이 지속되는 가운데, 국내 대기업 납품 등 **내수시장 중심**의 **중소·중견기업 경영여건 악화**

○ **(방향)** 내수 **소싱수요**를 **대체**하기 위해 **위기업종** 대한 **GP 상담회**를 중심으로 **단기 해외시장 개척**에 **집중**

○ **(GP 상담회 확대) 자동차부품**('18년 대비 +3회), **조선기자재**(+5회), **반도체**(+2회) 등 **GP 상담회 개최 확대**('18 : 26회 → '19 : 32회)

* (자동차) `18 : 14회→ `19 : 17회, (조선) `18 : 4회→ `19 : 9회, (반도체) `18 : 1회→ `19 : 3회

- 지역주의·보호무역주의 강화 등 **GVC 재편**에 대응하기 위해 **미주**(7회)·**중국**(5회) **GP 상담회 확대**

* (미주) `18 : 5회→ `19 : 7회, (중국) `18 : 3회→ `19 : 5회, (유럽) `18 : 2회→ `19 : 3회

- **상반기 GP 상담회 집중 개최**를 통해 **선제적 대응 강화**('19.상 21회)

* '18년(상) 총 26회중 11회(42%) → '19년(상) 총 32회중 21회(65%) 개최

○ **(파트너십 강화) 핵심 글로벌 완성차 기업**과 KOTRA간 **파트너십 강화**(MOU 등)를 통해 우리기업의 **정기적 GVC 진출기회 제공**('19년)

* 기존 협력 사례가 있는 혼다, 폭스바겐 등과 정기적 협력을 위한 협약 체결 추진
- (KOTRA) GP 상담회 정례화, 국내우수기업 발굴 등 / (글로벌기업) 소싱수요 정기 제공

□ **(신성장동력) GVC 선점**을 위해 **"중·장기적 협력" 지원 강화**

○ **(배경) 기술 발전**에 따라 전기·수소·자율차 등 **신산업 GVC**가 **등장**하고 있으며, **시장 초기 단계**에서의 **새로운 협력 수요 확대**

○ **(방향) 시장 초기 단계**부터의 GVC 진출을 **집중 지원**하기 위해 **현지거점**을 **구축**

○ **(GP 센터) 전기·수소·자율차, 신재생에너지** 등 **신산업**을 **전략 품목**으로 **선정**하고 **GP 센터 개소**(4개소, '19.3월)를 통해 **현지 지원 강화**

* 기존 자동차 공동 사무소를 GP 센터로 개편, 현지 사무공간 제공·진출 마케팅 지원
- (美) 디트로이트, (獨) 프랑크푸르트, (日) 나고야, (中) 상하이 4개소

▪ 전략품목 : (자동차) **전기·수소·자율차 부품,** (에너지) **신재생에너지·스마트 전력 기자재,** (조선) **친환경선박 기자재** (항공) **민수용 드론 부품,** (가전·무선) **IoT 센서,** (바이오헬스) **헬스케어 등**

□ **(스타트업) GVC 진출을 위해 "글로벌 오픈이노베이션" 활용 강화**

○ **(배경)** 4차 산업혁명에 따른 **기술혁신**과 **시장변화**에 **대응**하기 위해 **글로벌 기업**들의 **스타트업 기술도입·M&A** 등 **오픈이노베이션** 확산

○ **(방향)** 해외 글로벌 기업과의 **오픈이노베이션 기회**를 적극 **발굴·지원**하여 **국내 스타트업**의 **투자유치·판로확보** 등 **GVC 진출 촉진**

○ **(스타트업 GP) 글로벌 기업**들의 **오픈이노베이션 기회 참여**를 위한 **스타트업 GP**** **확대**(KOTRA, '18 : 11회 → '19 : 20회) 및 **글로벌 오픈이노베이션 지원 프로그램*** **신설**(무협)

* 글로벌기업과 공동으로 스타트업 인큐베이팅, 파트너링 상담회 등을 지원(산업부·중기부)
** 포춘 Global 500대 기업들의 Open Innovation 프로그램과 국내 혁신 스타트업과 매칭 지원

○ **(거점구축)** 인도 등 유망 지역에 **스타트업**을 위한 **해외 혁신거점***을 **구축**하고, **무역관 20개**를 **창업 지원거점****으로 **신규 지정·운영**

* '19년 인도·시애틀 등 2개소 설치 후 성과 창출 시 추가 확대 추진 (중기부)
* 북미(뉴욕, LA, 실리콘밸리), 유럽(런던, 파리 등), 아시아(도쿄, 싱가폴 등) 총 20개소
- 코워킹오피스, 사무공간, 멘토링, 투자유치, 마케팅 등 스타트업 맞춤형 지원 제공

- 코엑스 전시장내에 **「스타트업 글로벌 지원센터」 개소** (5월, 무역협회)

* 스타트업 수출 및 해외진출/투자유치, 글로벌기업과의 오픈이노베이션 국내 지원

○ **(집중지원)** 스타트업이 **직접 해외진출 지원 프로그램**을 **선택**하는 **지원 바우처***를 신설 및 **전문위원**을 통해 **1:1 관리**(중기부)

* '19년 기업당 지원한도 최대 3천만원 → 약 130개사 지원

2 해외 온·오프라인 유통망 진출 지원 등 GP 다각화

□ **(오프라인) "소비재 중심"으로 해외 오프라인 유통망 진출 확대**

○ **(배경) 해외 오프라인 유통망 진출**은 대규모 소비시장 확보로 **효과**가 **우수**하며 **연관 제품**의 **진출**로 이어지는 **시너지 효과**가 **다대**

○ **(방향) 소비재를 중심**으로 **현지 유통** 기업과의 **매칭·현지 지원**을 **강화**하여 **해외 오프라인 유통망**을 GVC **진입 채널**로 **적극** 활용

○ **(매칭 상담회) 현지 네트워크 보유**로 **수출 확장성**이 높은 **글로벌 오프라인 유통망**과의 1:1 **맞춤형 매칭 상담회** 개최 ('19년 14회)

* **타겟 유통망** : Best Buy(캐나다, 가전), Watson(러시아, 뷰티), Tesco Lotus(태국, 종합), Play Up(말레이시아, 뷰티), Beauty Depot(과테말라, 뷰티) 등
* (**국내**) 소비재 수출상담회(4.9 붐업 수출상담회 계기), 소비재 수출대전('19.6월) 등 2회
* **(국외)** 글로벌 유통망 GP (방콕, 두바이, 뉴욕, 유럽, 도쿄, LA 등) 등 12회

○ **(현장중심 대응) 한국 유망제품 전시 팝업 스토어** 및 **체험관 운영** ('19년 28회) 및 동계기 **해외 유통망 기업 초청** 추진

* 해외 벤더가 선정한 **한국 기업대상 현지 유통망 입점 설명회** 개최 + **대형 복합 쇼핑몰** 내에 **해당기업 제품 전시·판매관 1~2주간 운영** 및 **현지 유통망 기업 초청**

- (예) 방콕 현지 복합몰에 한국제품 전시·판매 체험관 운영 및 현지 유통망 기업 초청 ('19.6월)

○ **(집중지원)** 해외 오프라인 **유통망 진출 가능성**이 큰 **소비재 선도 기업**을 대상으로 **집중지원** 확대('18 : 50개 → '19년 : 73개)

* 해외 온오프라인 유통망 진출을 위한 벤더발굴, 해외인증취득 등 제공

▪ **(성공사례)** 세븐데이즈 마스크팩 등을 제조하는 화장품 기업 "모임社"는 2017년 KOTRA 소비재선도기업 육성사업 참가를 통하여 미국 1위 드럭스토어 체인점인 CVS의 소싱수요를 발굴하고 지속적인 입점추진 통해 5천여 매대 진출에 성공

○ **(유통 거점 무역관) 총 33개**의 **유통망 진출지원 거점 무역관***을 **지정**하고 **현지 유통망 수요 발굴** 및 상시 **판촉·입점지원*** 대응

* 중국(7), 일본(2) 북미(2), 신남방(8), 신북방(1), 유럽(5), 서남아(2), 남미(3), 중동(1) 기타(2)
* (예) Made in Korea 판촉전(호치민 `19.6), Paytm Mall 입점지원(인도 벵갈루루, 연중)

□ **(온라인) 글로벌 온라인 유통망**을 통한 **"GVC 편입지원 강화"**

○ **(배경) 글로벌 B2C 온라인거래**는 **'17년 2.3조불**에 달하며, **기존 오프라인** 위주의 **글로벌 B2B 거래**도 **최근 온라인**으로 **빠르게 전환 중**

* 글로벌 B2B 전자상거래 시장은 '17년 7.7조불을 기록하며 B2C 시장규모(2.3조불)을 이미 크게 앞서는 것으로 평가 (B2B e-commerce report, Statista (2017))

○ **(방향) 글로벌 온라인 유통망 입점 지원강화 및 입점기업 판촉확대**

○ **(입점준비) 입점준비 기업**에 대해 **아마존· 알리바바** 등 **글로벌 온라인 유통망 기업**과 협업하여 **입점 교육** 및 **설명회** 등 개최

* 알리바바 입점 교육(500개사, 중진공), 아마존 입점교육 및 마케팅 지원 (150개사, KOTRA)
* Alibaba 입점 설명회(4월), 중국 시장 진출을 위한 CFDA 인증 설명회(4월) 등

○ **(입점완료) 유통거점 무역관**을 중심으로 **글로벌 온라인 유통망 입점 완료 기업**의 **상품 판매**를 위한 **현지** 온·오프라인 **판촉지원 강화**

* 中 Taobao 생방송 온라인 판촉전(연중), 태국 Shopee O2O 판촉전(6월) 등

⇨ **B2C와 B2B**를 **포괄하는** 온라인 **유통망 진출지원 방안**을 마련하여 '19.6월 **"디지털 무역 확대방안"** 발표

3 성과 제고 중심의 GP 지원 인프라 강화

□ **(GP 플랫폼) AI 빅데이터**를 활용한 **"통합 GP 매칭 시스템 구축"**

○ **(배경) KOTRA** 및 **무협 · 중진공 등 유관기관**이 **발굴한 진성 해외 바이어 정보**가 **기관별로 분산**되어 **접근**이 **제한적**

○ **(방향) KOTRA** 및 **유관기관**의 **해외 바이어 DB**를 **"GP 플랫폼"**으로 **통합**하고, **AI**를 통해 **진성바이어 정보**를 기업에게 **적시 제공**

○ **(기능)** AI 기반 **"GP 플랫폼"**을 통해 **GVC 진입을 위한 검색기능**과 **진성 해외바이어 정보 제공 기능**을 **우선 구축한 후, 매치 메이킹 기능**까지 **구현**

- **해외 글로벌 기업**의 **과거·신규 소싱오퍼, 국내·외기업의 납품 실적, 협력사 관계, 구매 패턴·분포** 등 **가능한 모든 정보** 제공

  → **정보 공개**를 통해 **기업들의 GVC 진출**과 **新비즈니스 창출 유도**

* 기업 정보는 영업기밀 여부 등에 따라 3단계(①공개, ②부분공개, ③비공개)로 분류하여 관리

○ **(추진방안)** "GP **플랫폼 고도화" 수준**에 따라 **단계적 추진**

① **KOTRA 중심**으로 **바이어 검색 기능** 위주의 **플랫폼 구축** ('19.상)

② **유관기관**의 **해외 바이어 DB**를 **"GP 플랫폼"**으로 **통합** ('19.하)
(1단계 : KOTRA → 2단계 : 유관기관)

③ '19.6월 **"디지털 무역 확대방안"**을 통해 **"GP 플랫폼" 구체적 추진 계획**을 **확정 발표**하고 '19년 연말까지 **시스템 구축 완료** 추진

⇨ **(협조요청) 분산된 바이어 정보** 통합을 위한 **정보 가공·제공** 등 **"GP 플랫폼"**구축을 위한 **관계부처 · 유관기관 협조** 필요

□ **(GP 협의체) 산업 유관기관·협회** 등과 **GP 협의체*** **구성** 및 **개최**('19.4월)

* **(구성)** KOTRA, KEIT, KIAT, 자동차부품협동조합, 지역TP 등 유관기관 및 협회

○ 산업 유관기관, 협회 등이 보유한 **국내 우수기업 정보**(제조·기술역량)와 KOTRA가 발굴한 **글로벌기업 수요 공유** 및 **협력 방안*** **논의**

* 현지 무역관의 글로벌 수요발굴시 산업·기술 역량을 갖춘 KEIT PD의 참여 추진('19.4월~)

○ **국내 산업수요·역량**을 **파악**하여 **글로벌 기업**에 **능동적**으로 逆**제안**

□ **(GP 전담관) GP 전담관을 지자체** 및 **산업 유관기관·협회**내 **지정**

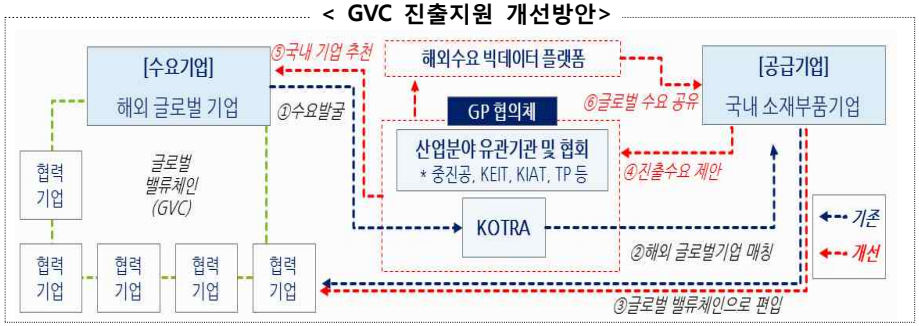
→ **글로벌기업 요청**시 **국내적격 기업 발굴**에 **적시 대응**('19.4월~)

* 해외 글로벌기업의 국내 기업 발굴 요청시, (기존) KOTRA DB 활용 및 지자체/유관기관 등 개별 접촉 → (개선) 지자체/유관기관 GP 전담관에게 일괄 알림·조사

○ **지자체 마케팅 예산**을 통한 **GP 참여 확대**(지자체 수요 상시발굴)

* 예) '19년 경남도청은 KOTRA와 0.6억원 규모 GP 협업 사업 추진 (GP센터 입주비 지원 등)

< GVC 진출지원 개선방안>



□ **(현지 인프라) 현지 성과창출 지원 강화***를 위해 권역별 **GP 센터**를 **주축**(Hub)으로 **소거점 센터**(Spoke) **구축 추진**('19년)

* 확인된 글로벌기업 수요가 실제 계약으로 이어지기까지 1년 이상의 현지대응 기간 필요

* 예) 美 GP센터(디트로이트)를 중심으로 美내 자동차 진출 지원 소거점센터(애틀랜타 등) 구축

< 권역별 GP 소거점센터 구축 추진(안) >

Hub	디트로이트	프랑크푸르트	나고야	상하이
Target	자동차(특화)	자동차, 기계, 항공	자동차, 조선, 항공	자동차, 조선, 전자
Spoke	애틀랜타, 실리콘밸리, 시카고,	런던, 파리, 프라하, 브라티슬라바	도쿄, 오사카	베이징, 텐진, 선양

* 무역관 현지 해외수요 조사를 바탕으로 지역별 Target 산업/소거점 선정, 전략품목은 공통지원

□ **(홍보강화) 국내기업 참여 확대**를 위해 **전시회** 계기 **GP사업 설명회 개최*** 및 **GP 홈페이지 신설****('19.1월), **홍보물 발간·배포**('19.4월~)

* 국내 종합수출상담회인 2019 붐업코리아(4.9일, 서울) 개최 계기 'GP사업 설명회' 개최

** GP사업 홍보 사이트(gp2019.buykorea.org)를 통해 GP사업 현황 및 연간계획 개제

□ **(사후관리 강화)** 상담회 개최 이후 **해외 바이어 반응 점검** 및 **기업 피드백** 등 GP 성과제고를 위한 **사후관리·지원 체계 구축**

1단계 : 상담회시 바이어 반응 설문결과를 국내기업에게 피드백
2단계 : (2개월후) 무역관에서 바이어를 접촉하고 거래의사를 국내기업에 전달
3단계 : (계속) 매칭 적합성·거래 가능성이 높은 프로젝트 중심으로 지속 관리

3 추진 방안 : ② 해외전시회 · 무역사절단 대형화 · 전문화

Ⅰ. 현황 및 평가

□ **정부부처 및 지자체**는 해외 시장개척을 위해 중소·중견기업의 **해외 전시회 단체관 참가** 및 **무역사절단 파견**을 지원중

○ **(해외전시회)** 부처·지자체에서 **올해 582개 단체관**(한국관) 참가 지원

* 해외전시회 지원규모(개) : ('15) 459 ('16) 740 ('17) 598 ('18) 604 ('19) 582

○ **(무역사절단)** 지자체를 중심으로 **올해 205회 사절단**을 현지에 파견

* 무역사절단 지원규모(회) : ('15) 174 ('16) 184 ('17) 209 ('18) 218 ('19) 205

□ **참가규모가 제한**되고 **위치 등이 분산**되어 있어 **수출성과에 한계**

○ **(해외전시회)** 동일 전시회 내 **여러 개의 한국관이 분산**되어 참여 기업간 **시너지 효과** 및 **국가브랜드 활용에 제한**

* 582개 중 210개 단체관이 동일 전시회 안에 복수(2~8개)의 단체관을 구축

○ **(무역사절단) 개별 참여기업**이 **10개 내외의 소규모**로 구성되고 국가·시기가 분산되어 있어 **바이어 유치, 성과창출** 등에 **한계**

* 무역사절단별 평균 참여기업수: ('17) 8.5개 → ('18) 8.7개 → ('19) 10.7개

□ 많은 참여기업들은 **단체관·무역사절단을 통합**하여 규모를 확대하고 **바이어 모집·기업간 시너지** 등 **효과를 높일 필요성**을 건의

- 기재부 중소·중견기업 간담회(1.3): 소규모 분절된 한국관 통합요청
- 수출활력촉진단 간담회(1.31~): 타 국가들에 비해 한국관이 소규모, 분절화
- 중기중앙회 수출기업 간담회(2.22): 전시회 대형화, 고급화 필요

○ 이에, **3.4일 수출활력 제고대책**에 **통합한국관 구축** 등을 **발표**

○ **3.27일 해외마케팅정책협의회** 등 수출 관계부처-지자체간 협의·검토를 거쳐, **금번에 세부 이행계획**을 **확정**

Ⅱ. 세부 추진계획

< 기본 방향 >

1 단체관·무역사절단을 **최대한 통합·대형화**하여 **내실있게 추진**

○ **글로벌 유명 전시회 22개**에 우선적으로 **통합한국관을 구축**하고, 금년중 **해외마케팅정책협의회**를 통해 통합 대상전시회 **추가 발굴**

○ 개별 무역사절단을 **업종별로 통합**해 **전문성을 강화**하고 **전략 시장별로 통합**해 **참가규모를 대형화**

2 세미나·온라인 마케팅 등 **입체적 지원** 및 **바이어 모집 확대·후속 계약 밀착지원** 등을 통해 **성과 제고**

1 해외전시회 통합한국관 구축

□ **(통합한국관) CES·MWC 등 22개 이상 해외전시회 통합한국관 추진**

'19년 정부부처 및 지자체 단체관 지원 전시회 **439개**

⇒ 복수 부처·지자체 단체관 지원 전시회 **67개**

⇒ **① 글로벌 유명 전시회 한국관 통합운영(22개)**
22개 전시회 중 올해 부스위치 조정이 어려운 7개의 단체관은 `20년 통합 참가

⇒ **② 기타 전시회 통합한국관 추가검토(45개)**
통합한국관 구축을 추가 발굴해 **2분기 해외마케팅정책협의회**에서 확정

⇒ 단일 부처·지자체 단체관 지원 전시회 **372개**

⇒ **③ 단일 단체관 통합 검토(372개)**
올해는 부스임차 등이 이미 진행된 점을 감안, **전시품목지역** 등을 고려하여 **하반기 해외마케팅정책협의회**에서 확정

① **(유명 전시회)** 세계적으로 지명도가 높고 업종별 기업수요가 높은 **22개 해외전시회*** 단체관 구성시 **원칙적으로 통합한국관 구축**

* CES·MWC·하노버 MESSE 등 세계적 전시회 13개 및 로봇·유아용품 등 유망전시회 9개

② **(기타 전시회)** 중앙부처는 지원하지 않으나 **두 개 이상의 지자체**가 복수로 지원하는 전시회도 **원칙적으로 통합한국관을 구현토록 노력**

* (예시) 로테르담 조선박람회(네덜란드, 11월)에 경남·부산이 개별 단체관 구축예정, 통합한국관 구축시 기존 각 6개, 8개 → 14개로 기업규모 확대 가능

- 올해 **하반기 지원전시회**를 대상으로 **통합한국관 추가 발굴**('19.상)

③ **(단일 참가)** 단일 부처·지자체가 지원하는 **단독 지원 전시회**에 대해서도 **전시 품목과 지역이 유사**한 경우 **최대한 통합 추진** ('20~)

* 부처·지자체 등 '20년 지원전시회(안)을 토대로, 코트라에서 품목·지역·시기 등을 고려해 통합 전시회를 추천 → **하반기 해외마케팅정책협의회**를 통해 대상 발굴

< 22개 통합한국관 대상전시회 >

분야	전시회명	통합시기	분야	전시회명	통합시기
전기 전자	CES	`19.1	섬유 패션	상하이 춘계 인터텍스타일	`19.3
	MWC*	`21.2		심천 인터텍스타일	`19.7
기계·로봇	하노버 MESSE	`20.4		상하이 추계 인터텍스타일	`20.10
	오사카 기계요소 기술전	`19.10	에너지	휴스턴 가스텍	`20.9
	도쿄 로봇	`19.12	소비재	볼로냐 미용전	`20.3
조선	휴스턴 해양박람회	`19.5		중국 상하이 유아용품	`19.7
	노르웨이 오슬로	`19.6		코스모 뷰티 아시아	`19.9
	상하이 마린텍	`20.12		도쿄 선물용품 잡화전	`19.10
의료·바이오	퀼른 치과	`19.3		홍콩 미용전	`20.12
	필라델피아 바이오	`19.6	교육	영국 런던 교육장비	`19.1
	미국 플로리다 의료기기	`19.6	종합	베트남 하노이 엑스포	`19.4

* MWC는 '20년까지 부스위치가 확정되어, `21년부터 통합 추진

□ **(연계지원) 상담회, 세미나, 마케팅** 등 **연계***해 전시회 성과를 높이고, **업종별 여건**을 고려해 **대형·항공 등 운송비 지원**** 확대

* 볼로냐 미용전 연계 블로그마케팅(3월), 오슬로 선박전시회 연계 세미나(6월) 등

** 코트라 해외전시회 지원지침 개정(6월), 기계·장비 등 대형 전시품·소형화물 항공운송 지원

② 무역사절단 전문화 · 대형화

□ **(전문화·대형화)** '19년 예정된 **65회 무역사절단**을 **업종별·유사 국가별로 통합**해 32회 무역사절단으로 **전문화·대형화**

○ 기계(4회)·IT(3회)·차부품(4회)·소비재(6회) 등 **17회 무역사절단**은 **업종 중심 9회 무역사절단으로 통합**해 전문성을 강화

○ 다양한 업종이 포함된 **종합품목 무역사절단 48회**는 **유사 국가별 23회로 통합**해 규모를 기존대비 2~4배 확대

* 신남방(16회→8회), 신북방(8회→4회), 중남미(5회→2회) 등 신흥시장 중심으로 통합

□ **(전략시장·품목)** 코트라가 **전략시장·유망품목**을 선정해 30개사 내외의 규모있는 **사절단을 기획**하는 **전략 무역사절단** 추진 ('20~)

	일반 무역사절단	전략 무역사절단
추진방식	① 지자체가 무역사절단 파견시기·지역·규모 등을 기획해 신청 ② 코트라 등 수행기관에서 수행가능 여부를 판단해 수행여부 최종확정	① 코트라가 무역본부별 전략시장·업종을 선정해 30개사 내외의 무역사절단을 기획 ② 지자체는 코트라가 기획한 무역사절단에 신청하여 참여
주요특징	○ 지자체가 자체 일정, 지역특화 업종 등을 고려해 자율적으로 추진 ○ 사절단 규모가 작고, 지자체별 파견시기·지역이 분산되어 있어 전문화·대형화에 한계	○ 해외 시장분석을 바탕으로 **전략적 공략**이 필요한 **시장·품목 선별** ○ **규모있는 사절단** 구성이 가능하며, 시기·업종 등을 미리 정할 수 있어 **사절단 내실화 가능**

□ **(성과제고) 유력 바이어 발굴, 후속지원 강화, 평가 피드백** 등을 통해 내실화하고 바이어 상담 성과를 제고

○ **(바이어)** 전문화·대형화를 통해 **현지 홍보를 강화**하고(지면·전문지 광고, 온라인 홍보 등) **유력 진성바이어 초청을 확대**

○ **(사후지원 강화)** 사절단 참가 이후에도 **현지직원**을 통해 추가 상담, 계약 성사 등 **후속 성과창출 밀착지원** (최대 3개월)

○ **(평가 피드백)** 통합사절단 참여기업을 대상으로 코트라 등 **수행기관에 대한 만족도 조사**를 실시해 **무역관 성과평가** 등에 반영

* 무역사절단 파견후 2주 이내 유선·SNS 등을 통해 참여기업 대상 만족도 평가

3 추진 방안 : ③ 전문무역상사 활성화 방안

Ⅰ. 현황 및 평가

□ **(개요) 해외 네트워크**와 **수출 경험 부족**으로 수출에 어려움을 겪는 **중소·중견기업**의 **수출 지원**을 위해 **'09년**부터 **"전문무역상사*** 제도**(대외무역법)"**를 **도입**하여 중소·중견 **수출대행**을 **지원** (운영: 무역협회)

* `18년 240개의 국내기업을 전문무역상사 지정(대기업 10개사, 중소·중견 230개사)

○ **전문무역상사**에 대해 **무역보험·수출마케팅 지원 인센티브 제공중**

* `18년기준 : 단기수출보험 할인(35%), 해외전시회 선정 가점 등

□ **(성과)** 최근 **4년간 전문무역상사**를 통해 **총 112억불 수출대행 지원**

(억불, %)	'15년	'16년	'17년	'18년	계
전문무역상사 지정	167개사	216개사	238개사	240개사	861개사
대행 수출액	**10.1**	**23.3**	**32.6**	**46.1**	**112.1**

○ **'18년** ①**수출대행 46억불 달성**(전년대비 42% 증가), ②**전문무역상사-국내제조기업 매칭 상담회** 14회 **개최**(1,066건 매칭)

▪ **(성공사례 1)** 일본시장에 김치를 수출하는 장류 전문업체 B社는 전문무역상사인 "코이나커뮤니케이션"을 통해 '18년 40만불의 춘장을 중국시장에 수출 성공

▪ **(성공사례 2)** 전문무역상사인 "비전팩솔루션"은 제조업체인 D社를 설득하여 생산공정이 어려운 배터리 포장용 알루미늄 파우치를 생산, 대만에 수출 성공

□ **(평가) 최근 전문무역상사**를 통한 **중소·중견 수출대행 실적**은 **증가**하고 있으나, 총 **수출대행 규모**는 **'18년 46억불**로 보다 **확대 필요**

○ **중소**기업들은 **전문무역상사**에 대한 **실효성 있는 인센티브 강화**를 **요청**

○ **전체 수출대행** 중 **중소·중견 전문무역상사***를 통한 **비중은 감소세**

* 수출대행 비중·금액 : ('15) 67%, 6.8억불 → ('18) 40%, 18.7억불

○ **국내 무역업체** 중심 운영, **국외**(0개사), **전자상거래기업**(4개사) **참여 제한적**

* **(지정요건)** 국내수출실적 1백만불 이상인 업체(중소·중견수출 대행 20% 이상) 등

⇨ **지원내용·지정요건·지원체계 개선**을 통한 **제도 활성화 필요**

Ⅱ. 기본방향

◇ **"수출지원 성과 제고 ↔ 전문무역상사 성장**(스케일업)**"**이 **선순환**할 수 있도록 **지원내용·지정요건·지원체계**를 **개선**

❶ (지원내용) 전문무역상사의 지속적 성장을 위한 인센티브 강화

○ 간담회에서 제기된 기업의견 등을 바탕으로 **무역보험·수출마케팅** 등 전문무역상사 **인센티브** 및 **지원내용 대폭 강화**

▪ **전문무역상사 인센티브 대폭 강화** ('19년~)
- **무역보험**(단체단기무역보험 50% 할인 신설 등) **지원 강화**
- **수출마케팅**(해외지사화·전시회·수출바우처 수행기관 가점 신설·확대 등) **지원 강화**

❷ (지정요건) 다양한 해외 네트워크 및 온라인 기업을 전문무역상사에 포함

○ **해외동포 기업, 해외조달 참여 기업, 전자상거래 기업** 등 다양한 **해외 네트워크**를 **보유한 기업**들이 **참여**할 수 있도록 **제도개선**

▪ **재외동포·해외조달 기업 지정요건 신설** 및 **전자상거래 기업 지정요건 완화**
▪ **전문무역상사 지정기간 확대** (1년→ 2년)

❸ (지원체계) 성과제고 중심의 양방향 정보제공 및 맞춤형 매칭 강화

○ **전문무역상사 성공사례 확대**를 위해 **온라인** 등을 통한 우수 제조기업 및 전문무역상사 **정보제공 확대** 및 **맞춤형 매칭 강화**

▪ **온라인 플랫폼 구축**('19.4월) 및 **고도화**를 통해 전문무역상사 실적, 제조기업 제품정보 등 **정보제공**을 **확대**하고, **상호 관심도**를 반영한 **맞춤형 매칭 강화**
- **우수 전문무역상사**에 대한 **평가** 및 **포상 확대**("무역의 날" 포상 5개 기업 할당)
▪ 30여개 **업종별 협회** 등과의 **협업**을 **통해 국내 우수 제조기업 발굴 강화**
▪ 제조기업과 전문무역상사간 **업종별 매칭 상담회 확대**('18년 14회 → '19년 16회)

⇨ **전문무역상사 참여기업 : (`18년) 240개 → (`19년) 350개 (+46%)**
⇨ **전문무역상사 수출대행 : (`18년) 46억불 → (`19년) 60억불 (+30%)**

Ⅲ. 세부 추진계획

1 전문무역상사의 지속적 성장을 위한 인센티브 강화

□ **(무역보험) 수출대행**을 **지원**하기 위해 **단체단기수출*보험료** 50% **지원 신설**(무협), **단기수출보험료 할인율 확대**(무보, 35% → 40%)

* 결제기간 2년 이하 물품 수출시, 수입자로부터 수출대금을 받을 수 없어 발생한 손실을 보상

□ **(수출마케팅) 중소·중견 전문무역상사**의 **적극적 해외 진출**을 **지원**하기 위해 **총 11가지**의 **수출마케팅 인센티브 확대·신설**

○ **(직접지원)** KOTRA **해외지사화·해외전시회사업 참여기업 선정 시 전문무역상사**에 대한 **가점**(각각 10점 신설, 30점 → 35점 확대) **부여**

- **전문무역상사**에 대해 **국내 주요전시회 무료출입**(신설) 등 **제공**

○ **(간접지원) 수출바우처 수행기관*** 선정시 **전문무역상사**에 대한 **가점**을 **신설**하고, **수출바우처내 전문무역상사 전용 메뉴**(종합서비스) **마련**

* **수출바우처 참여기업**('19년 3천여개)은 **온라인 해외 상품페이지 번역** 등 **필요한 수출 지원 서비스**를 제공하는 **수행기관**(전문무역상사 등)을 메뉴판에서 **선택**해 **수출바우처 사용**

→ **종합 수출서비스 제공기관**으로서 **전문무역상사의 참여·역할 확대**

< 전문무역상사 인센티브 확대 주요내용 >

		내 용	기 존		개 선
인센티브 강화	보험	①단체단기수출보험(무협)	(신설)		50% 지원
		②단기수출보험(무보)	35% 할인		40% 할인
	수출 마케팅	③해외 지사화사업 선정시 가점(KOTRA)	(신설)		10점
		④수출바우처 수행기관 선정시 가점(KOTRA)	(신설)		10점
		⑤해외조달 정보 제공 (KOTRA)	(신설)		해외조달 사절단 기회제공
		⑥해외전시회 견본참가지원(무협)	(신설)		연간 5회 지원
		⑦국제전시회 공동관(무협)	(신설)		전문무역상사 공동관 운영
		⑧회의공간 지원(무협)	(신설)	⇨	무역센터 회의실 무료 이용
		⑨전문무역상사 CI (무협)	(신설)		전문무역상사 CI 배포
		⑩국내 주요 전시회 무료 출입 (전시산업진흥회)	(신설)		국내 주요 전시회 무료 출입증 발급
		⑪해외전시회 참가시 가점(KOTRA)	개별참가 30점 단체참가 3점		개별참가 35점 단체참가 5점
		⑫해외시장조사서비스 할인(KOTRA)	10% 할인 (바이어발굴 제외)		30% 할인 (바이어발굴 포함)
		⑬해외바이어 신용조사 제공(무보)	연간 5회 무료		연간 10회 무료

2 다양한 해외 네트워크 및 온라인 기업들을 전문무역상사에 포함

□ **(지정요건) 대외무역관리규정 개정**을 **통해 '19년부터 해외 네트워크**를 보유한 **재외동포·해외조달·전자상거래 기업**을 **전문무역상사**로 **포함 확대**

○ **재외동포기업·해외조달 실적이 있는 기업**에 대해 **지정요건 신설**

- **재외동포기업** : 재외동포로서 한국제품 구매실적 100만불이상 기업
  → 세계한인무역협회(OKTA) 회원사**(14개 업종, 7천개사)** 중점 확충
- **해외조달기업** : 최근 2년 내 해외 정부 또는 국제기구 조달실적 100만불 이상 기업
  → KOTRA 글로벌조달전문기업**(1000개사)** 등 중점 확충

○ **성장 가능성**이 높은 **전자상거래 기업**에 대해 **지정요건*** **개선**

* **(기존)** 매출 500억원 & 국외매출 50억원 이상 → **(개선)** 국외매출 100만불(12억원) 이상

□ **(지정기간) 해외 거점 전문무역상사**의 **안정적 수출대행 지원**을 위해 **지정기간 연장** (1년 → 2년, 요건 충족시 자동 갱신)

3 성과제고 중심의 양방향 정보제공 및 맞춤형 매칭지원 강화

□ **(정보제공) 온라인 플랫폼 구축**('19.4월) 및 **고도화**를 통해 **전문무역상사-제조기업간 양방향 정보 제공**을 **강화**하고 **상호 수요**를 **반영**한 **매칭 강화**

- **전문무역상사 정보·실적/ 제조기업 제품정보 온라인 등록** ⇨ **상시 매칭, 오프라인 연계**
- **전문무역상사 공동마케팅을 위한 온라인 협의체 구성** ⇨ **전시회 공동참가 등**

○ **우수 전문무역상사**에 대한 **평가**(온라인 플랫폼내 평점 부여) **강화** 및 **포상 확대**('19.말 무역의 날, 우수 전문무역상사 5개 기업 포상 예정)

□ **(제조기업 발굴) 우수 제조기업 발굴**을 위해 자동차 협회 등 **30여개** 업종별 **협회·조합** 등과 **협업시스템 구축**('19.3월 100여개 제조기업 기발굴)

* **(기존)** 무협 D/B, 중기중앙회, 창조경제혁신센터를 통한 제조기업 모집 → **(개선)** 업종별 협회·조합 및 지자체 등과 협업으로 제조기업 DB 및 참여수요 확보

□ **(매칭 상담회) 전문무역상사-제조기업간 업종별 매칭 상담회 확대** ('18 : 14회 → '19 : 16회)

* 상반기(4~6월) : 서울, 경기, 충남, 부산, 경남 등 / 하반기(9~11월) : 서울, 경기, 전남, 충남 등

4 향후 계획

□ **(글로벌 파트너링) GP 지원 인프라 고도화**

○ 산업 유관기관·협회 등과 **GP 협의체 구성** 및 **개최**('19.4)

○ 지자체 및 산업 유관기관·협회내 **GP 전담관 지정**('19.4)

○ **"디지털 무역 확대방안" 발표**('19.6)

○ **통합 GP 매칭 시스템(GP 플랫폼) 구축 및 고도화**('19.6~)

○ **지자체 마케팅 예산**을 통한 **GP 참여**(지자체 수요 상시발굴)

□ **(전문무역상사) 양방향 정보제공** 및 **맞춤형 매칭지원 강화**

○ **전문무역상사 온라인 매칭 플랫폼 구축**('19.4) 및 **고도화**

○ **우수 제조기업 발굴**을 위한 업종별 협회·조합 등과 **협업시스템 구축**
('19.3 100여개 제조기업 기발굴, 향후 상시발굴)

○ 전문무역상사-제조기업간 **업종별 매칭 상담회 개최** (총 16회)

* 상반기(4~6월) : 서울(4.21), 경기, 충남, 부산, 경남 등 / 하반기(9~11월) : 서울, 경기, 전남, 충남 등

□ **(해외전시회) 통합한국관 대상 전시회** 추가 발굴

○ **하반기 전시회** 대상 통합한국관 대상 전시회 검토('19.4~6)

- 2분기 해외마케팅정책협의회, **올해 추가 통합한국관 대상 확정**('19.6)

○ **내년 전시회** 대상 통합한국관 대상 전시회 검토('19.6~9)

- 하반기 해외마케팅정책협의회, **내년 통합한국관 대상 확정**('19.12)

□ **(무역사절단) 전략 무역사절단** 사전 기획·추진

○ **전략시장·업종별** 전략 무역사절단 후보안 **20개 내외 기획**('19.5)

○ **지자체별 파견 희망 무역사절단** 선정('19.6~8)

○ 3분기 해외마케팅정책협의회, **전략 무역사절단 추진계획 확정**('19.9)

참고 글로벌 파트너링(GP) 지원 성공사례

1 한도(주) : 자동차 조향장치 부품 / 7,300만불 수출계약



▪'10년, '12년 GP 유럽 참가 → Thyssenkrupp Presta AG사 수요확인
▪'13년 정부 R&D 지원으로 제품 개발후 수출계약 (6,000만불)
▪'14년, '17년 KOTRA 해외인증교육 수료
▪'17.2월 T사 1:1 상담, '17.9월 1,300만불 2차 수출계약 체결

2 한세(주) : 조선기자재 / 200만불 수출계약



▪'13~16년 휴스턴 해양박람회, 붐업코리아 등 GP 상담회 참가
▪'17년 조선해양플랜트 말레이시아 수출지원센터 등 참가로 수출 성약
- E사에 17만불, P사에 `18년 약 47만불 수출
▪'19년 말레이시아 M사에 4월부터 납품 예정(118만불) 러시아 V사에 첫 수출(10만불)

3 비주얼캠프(주) : VR·모바일 솔루션 / 135만불 수출계약



▪'16년 GP 선전 등 수출상담회를 통해 중국 바이어 발굴
▪'18년 중국 칭화대 신기술연구소와 125만불 수출계약 체결
▪'19년 중국 O사(세계 스마트폰판매 5위)와 모바일 아이트래킹 솔루션 10만불 수출 계약

4 한국유나이티드(주) : 개량신약 및 항암제 / 3만불 수출계약



▪'16년 KOTRA GP 상담회 참가 → 베트남 National Phytopharma JSC社(베트남 10대 제약사) 수요 발굴
▪'17년 항암치료제 등 제품 3만불 수출계약
▪'18년 코트라 무역관 현지대응 지원, 현지 제품설명회 등 개최

5 천일엔지니어링(주) : 자동차 엔진 내외장재 / 1,740만불 수출계약



▪'16년, '18년 디트로이트 GP상담회에 참가, 美Inteva社 수요 확인
▪'18년 디트로이트 GP센터 입주, 디트로이트 무역관 지원으로 글로벌 완성차 신차부품 수출계약 체결(1,100만불)
▪'19년 글로벌 Tier1 첫계약(40만불) 및 후속계약(600만불) 협상중