

보도설명자료 (‘21. 3. 4.)

수신 : 산업통상자원부

제목 : 코리아세일페스타 할인율 체감 안 된 이유 등은 객관적인
자료에 근거하지 않은 것으로 사실에 부합하지 않음

(3.4. 한겨레, 한국일보, 세계일보, news1 보도에 대한 설명)

◇ KDI 이진국 연구위원의 연구결과는 코리아세일페스타 참여기업을 대상으로 분석한 결과가 아니며, 지난해 코리아세일페스타는 코로나 19 상황 속에서도 온 오프라인 유통업체는 물론 전년대비 3배 정도 늘어난 제조업체가 참여해 제조업·유통업체 등 기업간 협업을 통해 다양한 형태의 할인율 등을 제공하였으며, 전국 17개 광역 시·도가 모두 동참해 지역경제와 골목상권 활성화에 기여함

◇ 3.4일 한겨레 <‘코세페’ 할인 작은 이유 캐봤더니... 제조사 이익 적은 계약방식 때문>, 한국일보 <코세페 부진은 납품구조 때문>, 세계일보 <코세페, 소비자 유통사 납품업체 모두 불만족>, news1 (3.3. 인터넷) <“특약매입 불공정거래 빈도 2배↑...” 보도 등에 대해 다음과 같이 설명 드립니다.

□ 동 연구결과는 코리아세일페스타에 참여한 제조·유통업체들을 대상으로 한 거래유형과 할인율 등의 분석 결과가 아님. 따라서 코리아세일페스타 참여기업들의 할인율 등과 연계하는 것은 객관적·논리적인 근거가 없음

□ 지난해 코리아세일페스타에서는 코로나 19 상황 속에서도 온·오프라인 유통업체는 물론 전년대비 3배 정도 늘어난 제조업체가 참여*해 제조업-유통업체 등 기업간 협업을 통해 다양한 형태의 할인율** 등을 제공하였으며, 전국 17개 광역 시·도가 동참해 지역경제와 골목상권 활성화에 기여함

* 참여기업 : (‘19) 704개→ (‘20) 1,784개, 참여제조기업 : (‘19) 345개→ (‘20) 1,025개

** 업종별 최대 할인율 : 의류 90%, 전자제품 40%, 타이어 40%, 자동차 20% 등

○ 이를 통해 카드승인액 전년동기 대비 6.3% 증가, 지역화폐 발행액 전월동기 대비 14.9% 증가 등 코로나 19로 침체된 소비를 살리는 데 큰 성과를 거두어 업계는 물론 소비자로부터 상당한 호응을 얻었음

※ 문의 : 유통물류과 김호성 과장(044-203-4380)/정효영 사무관(4359)

1. 보도내용

□ 코리아세일페스타를 통해 소비자들이 체감하는 할인 정도가 크지 않았던 이유는 유통업계의 특약매입이라는 계약 방식에 기인함

2. 동 보도내용에 대한 산업부의 입장

□ KDI 이진국 연구위원의 연구결과는 코리아세일페스타에 참여한 제조·유통업체들과는 무관하게, 특정기간 일부 유통업체 자료에 기초한 거래유형 분석에 관한 것임