산업통상자원부	**보 도 자 료**	http://www.motie.go.kr

2019년 6월 3일(월) 석간부터 보도하여 주시기 바랍니다.
(인터넷, 방송, 통신은 6. 3.(월) 오전 6시 이후 보도 가능)

배포일시	2019. 5. 31.(금)	담당부서	무역진흥과
담당과장	이상준 과장(044-203-4840)	담 당 자	최윤석 사무관(044-203-4841)

「2019 대한민국 소비재 수출 대전」 개최

- 화장품, 패션, 식품 등 국내 1천여개 소비재 기업 전시·수출상담 -
- 중국, 아세안 등 해외 바이어 580여개사 유치 -

□ **산업통상자원부**(장관:성윤모)**와 대한무역투자진흥공사**(사장:권평오)는 **6월 3일부터 4일까지 서울 코엑스**에서 **「2019 대한민국 소비재 수출대전(이하 소비재 수출대전)」**을 **관계부처 및 유관기관과 공동개최**한다.

○ 올해로 5회째를 맞는 **소비재 수출대전**은 **소비재 산업 육성 및 수출 확대**를 위하여 **해외 유력바이어를 대거 초청**해 우리 **우수 소비재기업 수출상담** 등을 지원하는 **대표적인 소비재 수출 전시회 행사**이다.

○ 이번 행사는 어려운 수출 여건에도 **견조한 성장세**를 이어가고 있는 **화장품, 농수산식품 등 대표적인 소비재 산업**을 **새로운 수출동력**으로 육성하고 **우리 경제의 수출 활력을 제고**하고자 마련되었다.

* 수출 증가율('19.1Q, %) : △화장품(+4.7), △농수산식품(+1.7)

2019 대한민국 소비재 수출대전 개요

○ **일시·장소**: '19.6.3.(월)~6.4.(화), 코엑스 3층 C홀 (개막식: 6.4(월) 10:30)

○ **주최**: 산업통상자원부, 중소벤처기업부, 문화체육관광부, 보건복지부, 농림축산식품부, 관세청

○ **주관**: KOTRA, 한국무역협회, 한국건설생활환경시험연구원, 중소벤처기업진흥공단, 한국공예디자인문화진흥원, 대한화장품산업연구원, 한국할랄수출협회, 관세청 서울세관본부

○ **참여규모**: 해외 바이어 63개국 580개사, 국내 소비재·e커머스 기업 1,000여개사

○ **주요행사**: 전시회, 수출 상담회, 컨퍼런스, 수출컨설팅, 채용상담회 등

□ 최근 전세계적 한류 확산(K-pop, K-Lifestyle 등)으로 **한국 화장품, 패션, 생활·유아용품** 등 한국 소비재의 인기가 **전반적으로 급상승**하면서, **해외 바이어의 높은 관심**을 끌고 있다.

* 5대 소비재(화장품·패션의류·생활유아용품·의약품·농수산식품) 수출('14→'18) : (수출액) 200 → 277억불, (수출비중) 3.5 → 4.6%

○ 아울러, 최근 **이(e)커머스 플랫폼**은 우리 소비재 기업의 **새로운 유통 채널로 정착**되면서 우리 **소비재 수출의 확대*를 촉진**하고 있다.

* 이(e)커머스 역직구 수출규모(통계청) : ('14) 0.7조원 → ('18) 3.2조원 (약 4배↑)

□ 이에 따라, 이번 행사는 한국 소비재 기업 관련 ❶**전시관과 1:1 수출상담회**, ❷**新유통트렌드 컨퍼런스** ❸**부대행사**(수출계약 및 양해각서(MOU) 체결, 기업 컨설팅, 취업상담회 등)를 중심으로 진행한다.

□ 「2019 대한민국 소비재 수출대전」의 **주요 프로그램**은 다음과 같다.

❶ 전시관 및 수출상담회

○ 전시회에는 **7개 테마관**(192개사)을 **구성**하여 우리 소비재기업의 제품을 전시함으로써 **수출마케팅과 상담을 지원**한다.

* 7개 테마관 : 뷰티&헬스(50), 생활유아용품(48), 패션(38), 이(e)커머스(22), 식품(18), 아트콜라보(10), 공예(6)

- 특히, 7개 테마관 중 **이(e)커머스 전시관**에는 **인플루언서 스튜디오**를 설치하고, **중국·러시아·중남미 지역에 인기가 많은 인플루언서들이 Instagram, Youtube 등 SNS를 통해 제품 시연 동영상을 공유함으로써** 우리 소비재 기업들의 **디지털 홍보를 적극 지원**할 예정이다.

○ 아울러, **1:1 수출상담회**에서는 사전 매칭을 통해 우리 1,000여개 기업들과 세계 63개국 580여 바이어의 **다각적인 상담**이 이뤄진다.

* 해외 주요권역별 바이어 비중: 중화권 30%, 동남아대양주 22%, 일본 13%, CIS 8%, 유럽 6%, 아프리카 6% 등 순

- 해외 바이어 중에는 **19개 해외 이(e)커머스 플랫폼**과 102개 **중간 유통업자**(벤더)도 **포함**되어 우리 기업이 한 공간에서 **플랫폼 입점, 마케팅**까지 전 과정을 **통합 상담하도록 지원**한다.

* (중국) Tmall, Taobao, 모구지에, 하이즈왕 등 (동남아) Lazada, Shopee, Dairy Farm, Tiki 등 (일본) Rakuten (유럽) Orobico, Tchibo, BIPA 등

❷ 新유통트렌드 컨퍼런스

○ **총 4개 세션***으로 이루어진 컨퍼런스에서는 **국내외 유명 인사 강연과 세미나**를 통해 우리 기업들에게 **소비재 유통 산업의 미래 흐름 정보를 제공**할 예정이다.

* 세션명: Beyond Beauty Beyond China, 화장품 수출 활성화 지원, e커머스 및 디지털 마케팅 활용전략, 글로벌 유통망 입점 설명회

- 동 커퍼런스는 기존의 **단순 수출 상담 중심의 전시회를 넘어서,** 급변하는 대외환경에 대한 **생생한 정보 제공**을 통한 기업들의 **혁신 성장 촉진 및 대응 지원을 위하여 마련했다.**

❸ 부대행사

○ 사전 비즈니스 매칭 활동을 통해 성사시킨 **총 25건***(900만불 규모)의 **양해각서(MOU) 체결식**을 개최한다.

* 주요 업종: 화장품, 식품, 생활·유아용품 등

○ **수출 유관기관 합동**으로 우리 소비재 기업이 애로를 겪는 분야별 **컨설팅***을 **제공**하는 한편, **국내 청년 일자리 창출**을 위하여 우리 기업과 **전문인력·다문화 무역인의 취업상담회**(10개사 참여)도 개최한다.

* 유관기관별 컨설팅 분야: (서울세관) 온라인 역직구 수출신고 (KOTRA) 지식재산권, 해외진출 상담, (중진공) 수출지원 사업, (무역협회) Kmall 24 입점 절차 등

○ **해외 바이어를 지방**으로 초청(6.5.), **수출상담회를 개최**하여 **지방 소재 소비재 기업의 1:1 수출 상담 기회**도 마련한다.

* 강원, 경기, 대전충남, 부산, 전북, 충북 등 6개 지역

□ 이날 개막식에 참석한 **박태성 산업부 무역투자실장**은 "**소비재**는 **미래 먹거리 창출을 앞당기고 우리 수출 포트폴리오를 개선하는 새로운 수출동력**"이라고 말하며,

○ "산업부는 **범정부 수출총력지원체계의 일환**으로 최근 **화장품 수출 현장을 방문**하여 **업계 간담회**를 갖고, **인증·수출마케팅 등 현장 애로를 밀착 지원**한 바 있다.

* (일시·장소) 5.30(목) 14:00~16:00, 오송 충북 CV센터 2층
(참석) 산업부, 복지부, 식약처, 충북도, KOTRA 및 대한화장품협회·화장품기업 8개사 등

○ 정부는 앞으로도 우리 **소비재 기업들이 겪는 애로를 적극 해소**하고, **이(e)커머스와 한류 활용, 글로벌 유통망 공략** 등을 통해 소비재 산업의 특성에 맞는 **맞춤형 정책을 지속 추진**하겠다"고 강조하였다.

【참고】「2019 대한민국 소비재 수출대전」 개요 및 주요 프로그램

OPEN 출처표시 공공누리 공공저작물 자유이용허락

이 보도자료에 대하여 자세한 내용을 원하시면 산업통상자원부 무역진흥과 최윤석 사무관(044-203-4841)에게 연락주시기 바랍니다.

참고 1 2019 대한민국 소비재 수출대전 개요

□ 사업 개요

○ **일시·장소** : '19.6.3(월)~4(화) 09:00~18:00, COEX C홀 (10,348㎡)

○ **주최** : 산업통상자원부, 중소벤처기업부, 문화체육관광부, 보건복지부, 농림축산식품부, 관세청

○ **주관·협업** : KOTRA, 한국무역협회, 한국건설생활환경시험연구원, 중소벤처기업진흥공단, 한국공예디자인문화진흥원, 대한화장품산업연구원, 한국할랄수출협회, 관세청 서울세관본부

○ **참가** : 국내외 1,500 여개사

- (해외) 온·오프라인 대형 유통망, 소비재 수입 벤더 580개사
- (국내) 소비재기업, e커머스 서비스기업 979개사

* 쇼케이스 전시 170(뷰티헬스 50, 생활유아 48, 패션 38, 식품 18, 아트콜라보 10, 공예 6), e커머스관 22, 샘플 전시 231, 수출상담 556 등

※ 별도 국내 참관객 300명 내외 예상 (세미나 참가, 학생 등)

○ **세부 일정**

일 자	전시상담관	비즈니스상담관	컨퍼런스	부대행사
6.3(월)	▪ e커머스관 ▪ 뷰티헬스관 ▪ 생활유아관 ▪ 패션관 ▪ 식품관 ▪ 아트콜라보관 ▪ 공예전시관 ▪ 샘플전시관 (종합품목 및 사회적경제기업)	▪ 일반상담관 (해외 대형유통망, 일본 면세점 등) ▪ 글로벌유통망관 (국별 대표적인 온라인 유통망 등)	▪ Beyond Beauty, Beyond China ▪ 화장품 수출활성화 지원 세미나	▪ 개막행사 ▪ 수출컨설팅관 ▪ FTA활용체험관 ▪ 다문화 무역인 취업 상담회
6.4(화)			▪ e커머스 활용전략 ▪ 글로벌 온라인 플랫폼 입점설명	
6.5(수)	지역경제 활성화 수출상담회 (강원, 경기, 대전충남, 부산, 충북, 전북)			

참고 2 2019 대한민국 소비재 수출대전 주요 프로그램

[가. 전시관(전시 상담관)]

□ 참가현황

○ **국내기업** : 423 개사 참가

○ **참관바이어** : 55개국 347개사 참가

<바이어 현황(단위: 개사, %)**>**

지역별	중화권	동남아대양주	일본	서남아	유럽	북미	중동	CIS	중남미	아프리카
업체수(비중)	71(20)	78(22)	45(13)	20(6)	19(5)	13(4)	12(3)	39(11)	18(5)	32(9)
관심품목별	**패션**		**생활**		**뷰티헬스**		**유아**		**식품**	
업체수(비중)	88(14)		144(23)		224(36)		79(13)		90(14)	

* 수입 관심품목별 업체수는 중복 포함

□ 전시관 세부구성

구 분	내 용	
e커머스 (22개사)	전자상거래 (22개)	e커머스 서비스 기업(직구몰, 물류, V커머스 등)
유망소비재 쇼케이스 전시관 (170개사)	뷰티&헬스 (50개사)	기초 및 색조 화장품, 뷰티 관련 헬스케어 제품
	생활·유아용품 (48개사)	생활, 유아용품
	패션 (38개사)	의류, 가방, 악세사리 * 테마관 : 경기도 유망 패션기업관 (KOTRA 경기북부), 밀라노 장인 패션기업관/아시아 모델 페스티벌 패션 기업관 (KOTRA 지식서비스팀)
	식품 (18개사)	음료, 스낵 등 가공식품, 할랄 인증 식품 * 테마관 : 할랄관(한국할랄수출협회)
	아트콜라보 (10개사)	아트콜라보 제품 및 작품 전시, B2B 수출상담회, 아트콜라보 사업 소개 및 명화컨설팅 (KOTRA 지식서비스팀)
	공예 (6개사)	공예품 (한국공예디자인문화진흥원)
샘플전시 (231개사)	종합품목 (221개사)	뷰티&헬스, 생활·유아용품, 패션, 식품
	사회적경제기업 (10개사)	사회적경제기업 유망상품 전시 및 수출상담 (KOTRA 사회적가치실)

[나. 1:1 수출상담회(비즈니스 상담관)]

□ 참가현황

○ **국내기업** : 979 개사 참가 (쇼케이스, 샘플전시기업 포함)

○ **바 이 어** : 31개국 233개사

<바이어 현황(단위: 개사, %)**>**

지역별	중화권	동남아대양주	일본	서남아	유럽	북미	중동	CIS	중남미	아프리카
업체수(비중)	105(45)	49(21)	32(14)	2(1)	16(7)	10(4)	2(1)	9(4)	7(3)	1(1)

관심품목별	패션	생활	뷰티헬스	유아	식품
업체수(비중)	49(10)	99(21)	180(38)	73(15)	75(16)

* 수입관심 분야가 2개 이상인 바이어는 중복 집계

□ 참가유형별 유치현황

① 일반상담관 (바이어 131개사)

○ 해외 온·오프라인 유통망, 품목 전문바이어 등과 국내 기업간 1:1상담

* 바이어별 상담테이블 제공, 상담시간표에 따라 국내기업이 바이어 테이블 방문 상담

○ 2020년 도쿄 올림픽 기간 동안 일본에서의 한국상품 구매수요 증가에 대비하기 위하여 일본 면세점 및 벤더 참가

* 규모 : 일본 면세점 및 면세점 납품 벤더 12개사

② 글로벌 유통망관 (19개 글로벌유통망, 유통망 및 벤더 102개사)

○ 국가별 주요 유통망과 유통망 협력 벤더로 구성된 합동 상담관을 제공하여 플랫폼 홍보, 입점, 유통 등 통합상담 실시

* Taobao, Tmall, Lazada, Shopee, Rakuten 등 참가

○ '16년 글로벌 유통망관 첫 도입 이후 글로벌 기업의 참여 지속 확대

* ('16년)10개 유통망 57개사 → ('17년)12개 유통망 56개사 → ('18년) 22개 유통망 97개사 → **('19년) 6개 지역 19개 유통망 102개사**

<2019년 글로벌 유통망관 구성>

지역	유통망관	규모(개사)	내용
중국	1. Tmall (4회차 참가)	8	· (개요) Alibaba 그룹 운영 중국 1위 B2C 온라인 종합 쇼핑몰 · (목적) 생활, 화장품 등 다양한 한국제품 판매 확대추진
	2. Taobao (2회차 참가)	13	· (개요) B2C 온라인몰로 400여 도시 1,700여개 온오프라인 매장 보유 · (목적) 한국 화장품, 잡화 등 소비재 인기 브랜드 발굴 확대
	3. 모구지에 (2회차 참가)	12	· (개요) 新유통모델(소셜+쇼핑모델)로 매출 5천억원 규모 급성장 중 · (목적) 한국 패션, 악세사리, 화장품 발굴 확대 추진
	4. 하이즈왕	2	· (개요) 중국 최대 영유아 유통기업, 중국 내 약 200개 매장 및 온라인 쇼핑몰 운영, 약 1,700만 명 회원 보유 · (목적) 우수한 한국 영유아 제품 판매 확대추진, 입점수요 확대 추진
	5. 하오샹꼬우	3	· (개요) 중국 장쑤성 최대 방송국 JSBC 산하 대표 홈쇼핑 채널, 온오프라인 쇼핑몰 보유, 600만 명 회원 보유 · (목적) 자사 온오프라인 플랫폼에 입점 가능한 한국 기업 모색
	6. 핀뚜어뚜어	12	· (개요) 온라인 B2C 플랫폼, '18년 매출 725억불 달성, 회원 4.19억명 · (목적) 한국 화장품, 생활용품 등 다양한 소비재 제품 모색
	7. Wushang (2회차 참가)	7	· (개요) 중국 후베이성 1위 유통채널로 100여개 마트, 백화점 운영 · (목적) 과자, 음료 등 한국 식음료 제품 발굴을 위해 방한
동남아 대양주	8. LAZADA (4회차 참가)	4	· (개요) 동남아시아 6개국 진출 최대 온라인몰 · (목적) KOTRA 협업 유통사업 추진
	9. Qoo10 (4회차 참가)	9	· (개요) 日·아시아·중국 등 6개국 온라인몰 운영 · (목적) 신규 한국 화장품 제품 발굴 추진
	10. Shopee (2회차 참가)	4	· (개요) 동남아의 특화 마케팅, 결재시스템 강점 e커머스 플랫폼 · (목적) 한국의 다양한 소비재 제품 도입 추진
	11. Tiki	3	· (개요) 베트남 대표 온라인 B2C 플랫폼 · (목적) 자사몰에 입점가능한 한국 소비재 브랜드 모색
	12. Dairy Farm	2	· (개요) 동남아 대표 리테일로 9,700여개 아울렛 운영('18년 매출 210억불) · (목적) 뷰티, 식품, 이커머스 분야 소싱 확대
	13. Woolworths	3	· (개요) 호주, 뉴질랜드 지역 대표 유통망으로 3,240여개 오프라인 유통채널 보유 및 '18년도 매출액 18억불 달성 · (목적) 뷰티, 생활소비재 등 전반적인 한국제품 소싱 확대 추진
중동 (터키)	14. n11 (3회차 참가)	2	· (개요) SK11과 터키 도우쉬 그룹 합작 터키 1위 온라인몰 · (목적) 현 한국품목 1,000여 개 수준을 더욱 확대위해 방한
일본	15. Rakuten (3회차 참가)	9	· (개요) 일본 1위 온라인 쇼핑몰, 170개국 제품 판매 · (목적) 화장품, 생활용품, 패션잡화 등 다양한 제품 발굴모색
유럽	16. Tchibo (3회차 참가)	3	· (개요) 생활 소비재 전반을 취급하는 독일 대표 유통기업으로 유럽 전역에 1,000개 이상의 매장보유 · (목적) 전자기기 및 가정용품 기업 신규발굴을 위해 방한
	17. Orbico	4	· (개요) 크로아티아 대표 유통기업으로 '18년 매출액 4.5억불 달성 · (목적) 생활 소비재 브랜드 및 기업 발굴 추진
	18. BIPA	1	· (개요) 크로아티아에서 한국 뷰티제품을 주로 판매하는 유통사로, 자체 온오프라인몰 보유 및 110 여개 드럭스토어에 입점 · (목적) 스킨케어 한국 뷰티브랜드 신규발굴을 위해 방한
북미	19. H.E.B	1	· (개요) 미국 텍사스 지역 대표 수퍼마켓, 350여개 매장 운영 · (목적) 가정용품, 주방용품 등 한국 생활소비재 제품 발굴 추진

[다. 新유통트렌드 컨퍼런스]

□ 기본방향

○ 급변하는 소비재·e커머스 트렌드에 대한 정보 수요 대응

○ 유통망 입점 서비스 등 수출과 직결되는 실용적인 정보 전파

□ 컨퍼런스 개요

○ 일시 : 6.3(월)~4(화) 10:00~17:30

○ 장소 : COEX 317, 318호

일시	장소	Track 1	장소	Track 2
3(월) 14:00 ~ 17:00	317	**<Beyond Beauty, Beyond China>** ○ 주제 : 화장품, 중국 등 現 주력상품/시장 외 미래먹거리/시장 소개 ○ 내용 1) 글로벌 트렌드 분석을 통해 본 소비재 'GO GLOBAL' 전략 * 발표 : 닐슨코리아 2) 유망시장(북미·유럽·중국·아프리카) 히트소비재(영유아 등)와 新 마케팅 전략 * 발표 : KOTRA 해외지역본부 ○ 주관 : KOTRA, 닐슨코리아	318	**<화장품 수출 활성화 지원>** ○ 주제 : 글로벌 화장품 시장동향 ○ 내용 1) 태국 K-Beauty 동향 및 기회 2) 해외시장정보 ALLCOS 활용법 3) 프랑스 등 해외시장 트렌드 4) 최신 CPNP 규정과 대응법 * 발표 : 대한화장품산업연구원 등 ○ 주관 : 대한화장품산업연구원
4(화) 10:00 ~ 17:00	317 ~ 318	**<e커머스 및 디지털마케팅 활용 전략>** ○ 주제 : 국내외 전자상거래 솔루션 소개 및 디지털마케팅 동향 분석 ○ 내용 : e커머스 결제·통관, 리뷰 마케팅, V커머스 등 솔루션 소개 * 발표 : 아마존 코리아, 페이오니아 등 14명 ○ 주관 : KOTRA, 페이오니아	317 ~ 318	**<글로벌 유통망 입점설명회>** ○ 주제 : 유통망 입점설명회 ○ 내용 : 글로벌유통망관 참가 바이어 중 발표 희망 바이어를 활용한 해외 주요 온오프라인 유통망 및 입점절차 소개 * 발표 : Rakuten, Shopee, Lazada, 모구지에, 하오샹꼬우, Tmall ○ 주관 : KOTRA

[라. 부대행사]

□ 수출 컨설팅관 (수출지원기관 합동)

구분	컨설팅 기관	컨설팅 내용
사내 협업	해외진출상담센터	해외진출 관련 기업 문의 상담
	해외지재권실	KOTRA 지식재산권 보호 컨설팅
	유망기업팀	KOTRA 수출지원 프로그램 안내
유관 기관	중소벤처기업진흥공단	수출지원사업 활용 안내
	한국무역협회	역직구몰(Kmall24) 입점 수출 컨설팅
	관세청 서울세관	온라인 역직구 수출 신고 안내
	한국건설생활환경시험연구원	생활용품, 화장품 해외인증컨설팅
금융 기관	IBK기업은행	수출금융상품 소개
	우리은행	수출금융상품 소개

□ FTA 활용체험관 (KOTRA 통상지원팀, 강원/경기/경기북부/전북/충북 지원단)

○ KOTRA 및 유관기관이 제공하는 수출지원 기능별 컨설팅

- 내용 : ① FTA 활용 1:1 심층 컨설팅(관세율, 원산지, 통관 등) ② FTA 세미나 (1일 2회) ③ FTA 활용 체험(Trade Navi 및 관세법령정보포털) ④ FTA 해외활용 지원센터 (6개국 13개 무역관) 홍보

○ 해외바이어 대상 지자체별 FTA활용 유망품목 홍보

- 내용 : 지자체별 FTA 활용 유망품목 홍보 및 수출상담

□ 다문화 무역인 채용상담관 (KOTRA 개발협력실)

○ 한국기업의 다문화무역인 채용상담회 (10개사)

□ 지방지원단 연계 수출상담회 (KOTRA 지방지원단)

○ 일시/장소 : 6.5(수), 강원/경기/대전충남/부산/전북/충북 6개소

○ 내용 : 소비재수출대전 상담회 참가 바이어 대상 지방상담회 개최