지식경제부 보도참고자료 | 함께하는 공정사회! 더 큰 희망 대한민국
http://www.mke.go.kr

자료문의 : 무역진흥과 황병소 과장(2110-4834), 조근상 사무관(4835)

서비스업 해외진출 위한 "길라잡이" 완성

- 지경부-KOTRA, 제 2차 "범정부 서비스 해외진출 로드맵" 구축 및 완성 -
- 2013년, "서비스업 해외진출 선도기업 육성사업(Service Mundus)"도 확대 -

□ 지식경제부(장관 홍석우)는 KOTRA와 함께 12.14(금) 서울 그랜드 인터콘티넨털 호텔에서 "서비스업 전략부문 해외진출 설명회"를 개최하고, 제 2차 "범정부 서비스업 해외진출 로드맵"을 구축 발표함

○ 이번 로드맵에서는 국내총생산 규모가 상대적으로 크고 산업 GDP 증가지수가 높아 글로벌 잠재력이 높은 4개 분야(스마트콘텐츠・엔터테인먼트・프랜차이즈・디자인)를 선정하고,

○ 각 분야별 진출 유망국가 및 국가별 현지진출을 위한 방향을 제시하였음

* 4개 분야별 유망국가 및 국가별 진출전략 세부내용은 <첨부2> 참고

업 종	유망 국가	지역별 진출 전략
스마트 콘텐츠	미국	우리기업의 온라인·모바일 게임개발 노하우를 이용한 소셜(SNS) 게임 유망
	일본	현지기업과 공동 개발 및 마케팅이 바람직
디자인	미국 캐나다	디자인을 지식재산권으로 보호하고 있어, 철저한 사전검토가 필수적이며, 현지 유력파트너와 공동으로 민간 디자인 외주 확보와 정부조달 사업 참여 노력 추진이 바람직
	중국 베트남	생산효율성에서 디자인경쟁력으로 산업 전략 변경이 예상되므로, 관련 교육사업 등 진출 기반 조성 필요
프랜차이즈	싱가포르 태국 인도네시아	외식업과 소매업 부문을 대상으로 소비트렌드 포착이 중요하며, 현지 정보수집과 법령분석 등을 통해 초기 진출 위험을 줄이는 것이 필요
엔터테인먼트	영국	현지 국제 페스티벌 참여 등 진출방안모색
	필리핀	현지 정부와 협력관계를 바탕으로 공동제작 활성화
	브라질	축구 등 스포츠 관련 이벤트 활용

□ 국내 서비스 산업은 내수 지향적 성격으로 해외 수출경쟁력이 취약하지만, 높은 성장잠재력과 수출잠재력 보유

○ 서비스 수출이 10월 현재 912억 달러로 전년 동기 대비 18%나 증가해, 서비스수출 1천억 달러를 돌파하고 서비스 수지가 14년 만에 흑자로 전환될 전망

□ 지식경제부는 유망 서비스분야의 해외진출을 지원하기 위해 KOTRA와 함께 이미 헬스케어, 엔지니어링, 이러닝 및 콘텐츠의 4개 분야를 선정해 1차년도 로드맵 구축을 완료한 바 있으며,

○ 또한, 지난 6월부터 40개사의 유망서비스 기업을 선정해 "서비스업 해외진출 선도기업 육성사업(Service Mundus)"을 시범 추진해 오고 있음

○ 해외마케팅 서비스를 개별 기업의 해외진출 계획과 상황에 맞춰 1:1맞춤형 지원방식으로 제공하였으며, 지난 6개월의 짧은 지원기간에도 총 12건 약 3백만 달러 상당의 계약 성과가 있었음

□ 2년에 걸친 로드맵 구축으로 8대 분야, 총 36개 해외 유망진출 지역에 대한 진출 데이터베이스가 완성됨에 따라, 2013년부터는 본격적인 해외 마케팅 사업을 진행할 예정임

○ 스마트콘텐츠 등 2차년도 유망분야를 중심으로 선도기업 수를 50개사로 확대하고, 현지 무역관 전담인력 채용, 무역보험 지원 강화 등을 통해 체계적 지원을 확대해 나갈 예정임

<첨부> 1. 2012년 서비스업 전략부문 해외진출 설명회 개요
2. 2012 서비스 해외진출 전략지도 구축 요약 결과

붙임1 **서비스업 전략부문 해외진출 설명회**

1. 개요

□ (일 시) 2012년 12월 14일(금)

□ (장 소) 그랜드 인터콘티넨털 호텔 국화룸(2F)

□ (참 석) 정부, 기관 및 업계인사 120명

- ○ 정부 및 KOTRA 사업 관련 인사
- ○ 서비스 분야 유관기관 인사
- ○ Service Mundus 참가사
- ○ 문화 콘텐츠 및 서비스 분야 기업 마케팅 담당자

□ (내 용) 스마트콘텐츠, 엔터테인먼트, 프랜차이즈 및 디자인 등 4대 분야별 타겟 해외시장 진출 전략 설명

2. 세부 내용

□ '12년 서비스 해외진출 전략 지도 조사결과 현장 책자 배포

□ '13년도 KOTRA 서비스 분야 및 '서비스 해외진출 선도기업'

□ '13년도 유망 서비스 조사 분야, 건의 사항에 대한 설문조사 병행

□ 유관기관, 업계간 관계형성을 위한 상호간 정보 교환 네트워킹

3. 세부 프로그램

시 간	주요 내용	비 고
16:00 - 16:30	등록, 자료 및 설문서 배포	
16:30 - 17:00	개회 및 참석인사 소개	
	환영사	KOTRA
	축 사	**지경부 무역정책관**
	사업 경과보고	KOTRA
17:00 - 17:50	전략지도 2차년도 조사결과 발표 및 Q&A * 국내현황, 해외시장동향, 진출전략, 주요 진출 사례 등	4개분야별 타겟 해외시장 진출 전략 설명
17:50 - 18:00	Coffee break	
18:00 - 18:30	문화/서비스 분야 사업(Service Mundus 등) 사업결과 보고 및 2013년도 사업 소개	
	참가업체 참가 소감 및 건의 사항	

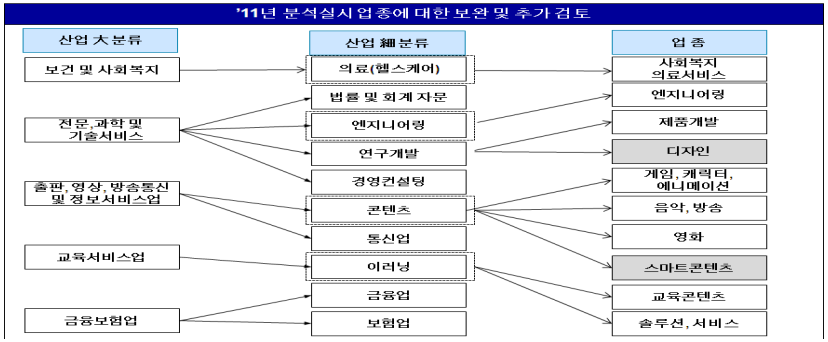
붙임2 **《서비스업 해외진출 전략지도 구축사업》 요약 결과**

1. 진출유망 업종선정

□ 1차년도 분석업종(의료, 엔지니어링, 콘텐츠, 이러닝)中 보완분야

○ **'성장잠재력'과 '진출가능성'을 기준**하여, **업계수요 반영**

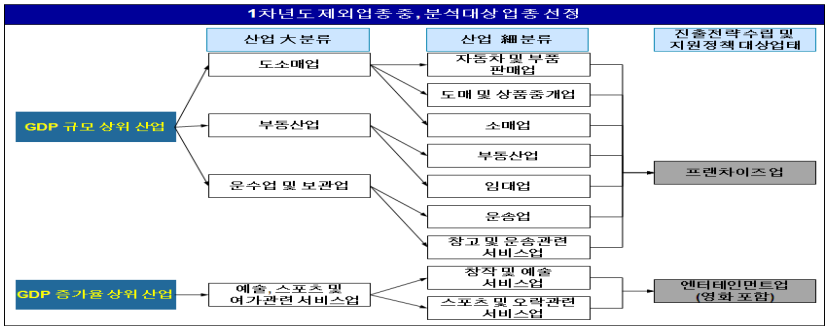
* 업계수요('11설문조사)가 높은 '스마트콘텐츠' 및 他산업 파급효과가 큰 '디자인' 선정



□ 1차년도 제외업종中, 정책지원에 따른 글로벌化 잠재력이 높은 분야

○ **세부분야 포괄분석**이 가능하고, **부가가치가 높은 분야** 선정

* 해외진출 위험축소가 가능한 '프랜차이즈' 및 韓流기반 진출 유망한 '엔터테인먼트



⇨ **'12년 분석업종 : 스마트콘텐츠, 디자인, 프랜차이즈, 엔터테인먼트**

2. 업종별 진출유망 국가선정

□ 선정방식

○ 국가별 시장규모, GDP 등 **수요결정 요인**과 **업종별 특성을 반영**한 **정량적 선정기준**으로 **진출 후보국가군을 선별**한 후,

○ 후보국가 정책, 우리기업 진출 등 **정성적 요인에 대한 분석** 및 업종별 **주무부처(지경부·문화부), 협회, 업계 의견 반영**

□ 선정결과

○ **(스마트콘텐츠)** 시장매력도(앱스토어유저, 스마트기기보급률)와 진출용이성(한류확산도, 국내스마트기기점유율 등)을 종합하고, 관련기관의견(언어권별 접근)을 반영

☞ **미국, 일본, 프랑스**

○ **(디자인)** 시장매력도(시장규모, 前方산업현황)와 경쟁동향 등을 분석하고, 관련기관의견(신흥제조업국가) 반영

☞ **미국, 캐나다, 중국, 베트남**

○ **(프랜차이즈)** 프랜차이즈 시장규모 등 시장 매력도와 시장효율성 지수 등을 종합하고, 업계의견(동남아선호) 수렴

☞ **싱가포르, 태국, 인도네시아**

○ **(엔터테인먼트)** 시장매력도 평가에 문화·여가비 지출규모와 한류확산정도를 반영하고, 관련기관의견(中南美진출) 종합

☞ **영국, 베트남, 필리핀, 브라질**

3. 업종·국가별 진출전략 개요

업종	국가	진출전략
스마트콘텐츠	미국	· 축적노하우기반, SNS게임 위주 진입 · 현지기업과 제휴, 합리적 가격 정책
	일본	· 유저니즈기반, 개선된 콘텐츠의 제공 · 현지법인설립, 미디어 통한 입소문 마케팅
	프랑스	· 현지 언어와 문화 적용, 콘텐츠 가격 최소화 · 블로그, SNS, 전시회를 통한 광고 및 홍보
디자인	미국	· 현지 브랜드 M&A 통한 공격적 시장 확대 · 현지시장 직접진출 및 현지법인 설립
	캐나다	· 전자, IT 기술을 통한 산업디자인 외주 · 캐나다 조달청 사업 참여로 인지도 확보
	중국	· 영업기반 현지기업과 M&A를 통한 고급화 · 대회참여를 통한 정부사업 참여기회 마련
	베트남	· 디자인 전문학교 설립으로 투자 기반 마련 · 지역 특성에 맞춘 지역별 지점 확대
프랜차이즈	싱가포르	· 마스터 프랜차이즈, 합작회사 등을 통한 진출 · 온오프라인 매장 동시 운영을 통한 시장확대
	태국	· 인수, 합작투자를 통한 대형화 체계 구축 · 인터넷 보급 증가에 따른 온라인 매장 운영
	인도네시아	· 현지 프랜차이즈 인수로 대형화 체계 구축 · 물자제공기업으로 진출, 현지기업과 공동사업
엔터테인먼트	영국	· SNS를 활용한 한국공연콘텐츠 홍보 · 현지 국제 페스티벌 참여 등 진출방안모색
	베트남	· 현지업체와의 전략적 제휴 · 정부 지원정책(공동제작)의 효율적 이용
	필리핀	· 현지 수요(영미문화관심)를 반영한 진출 · 국내수준의 고부가 공연상품 중심 공략
	브라질	· 중남미 시장진출의 거점으로서 교두보마련 · 한류수요의 면밀한 분석으로 추가수요창출