

보 도 해 명 자 료 (‘18.9.29)

수신 : 산업통상자원부 등록기자

제목 : ‘한국판 블프’라더니... 인터넷보다 비싸고, 살 것도
없더라 (9.29, 조선일보 인터넷판)

1. 기사내용

□ 세부 기사내용은 아래 산업부의 입장 부분에 함께 기술

2. 동 보도내용에 대한 산업부의 입장

① (보도내용) “지난해보다 참여기업의 수도 대폭 줄었다”

⇒ (산업부 입장) 지난해 최종 참여기업수인 446개와 금년도 행사시작
2주전(‘18.9.14) 참여기업수인 231개를 단순 비교하여 참여기업의 수가
반토막 수준이라는 기사 내용은 사실과 다름

○ 9.28(금) 18시 기준 403개사가 참여를 신청하였음

* 유통 140개, 제조 142개, 서비스 121개

- 참여기업 수는 행사기간 중에도 증가할 것으로 예상되며, 행사기간
단축(34일→10일)과 행사 직전 추석연휴를 감안하면 지난해에 비해
저조하지 않은 수준임

② (보도내용) “일각에서는 ‘박근혜 정권 행사’라는 꼬리표가 붙은
코세페를 일부러 ‘고사(枯死)’ 시키는 것이 아니냐는 의심도 한다”

⇒ (산업부 입장) 상기 기사 내용은 사실과 다름

○ 코리아세일페스타는 동 기사에 인용된 바와 같이 “내수촉진 활성화를
원하는 정부, 싼값에 제품을 구입하려는 소비자들”의 기대를 반영
하여 기획된 행사로 목적과 취지가 분명함

- 이러한 목적을 달성하기 위해 매년 그간 행사의 성과와 평가를
통해 개선과제를 도출하고, 이를 보완하기 위해 다각도로 노력
하고 있음

○ 금년도에는 유통사의 참여만으로 할인율 제고에 한계가 있는 우리
나라의 유통구조 상황에서도, 소비자들의 만족도를 높이기 위해
제조업체와 함께 20개의 대표할인상품(킬러아이템)을 기획하였음

- 또한, 국민들 참여를 높이고 인지도를 제고하기 위해 전야제와 5대
권역별 이벤트 등도 개최하였음

○ 따라서, 코리아세일페스타가 ‘前정부’에 시작했기 때문에, 일부러
‘고사(枯死)’시키려 한다는 것은 사실과 다름

③ (보도내용) “홍보를 제외한 순수 행정 예산은 13억뿐”

⇒ (산업부 입장) 순수 행정 예산이 13억뿐이라는 내용은 사실과 다름

○ 전체 예산 34.5억원 중 21.5억원이 기획·홍보에, 13억원이 소상공인·
전통시장 지원 등에 사용됨

- 기획·홍보비 21.5억원 중에서도 기획·평가(행사 기획, 사무국 운영,
성과평가 등)를 위한 부분은 행정 예산에 포함됨

※ 문의 : 산업통상자원부 유통물류과 서기용 과장 (044-203-4380)
김동환 사무관 (044-203-4384)