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

2019년 5월 8일(수) 10:00부터 보도하여 주시기 바랍니다. (모든 매체)

배포일시	2019. 5. 7(화)	담당부서	무역진흥과
담당과장	중소벤처기업부 해외시장총괄담당관 정재훈 과장(042-481-4391), 해외진출지원담당관 박상용 과장(042-481-1657)	담 당 자	기정희 사무관(6815) 배주형 사무관(4473) 이홍열 사무관(4461)
	산업통상자원부 무역진흥과 이상준 과장(044-203-4030)		진승덕 사무관(4035)
	기획재정부 대외경제 총괄과 이형렬 과장(044-215-7610)		심수현 사무관(7613)
	문화체육관광부 대중문화산업과 남찬우 과장(044-203-2461)		채정재 사무관(2462)
	농림축산식품부 수출진흥과 김상진 과장(044-201-2171)		노승호 사무관(2172)
	관세청 통관기획과 이종욱 과장(042-481-7810)		최영훈 사무관(7857)
	특허청 산업재산보호지원과 윤국섭 과장(042-481-5182)		박종필 사무관(3573)

중소벤처기업 중장기 수출·해외진출지원대책 발표

□ 전자상거래 공동물류, 집적지 구축 등 **인프라 확충과** 인력양성 등 **신규제도 강화로 온라인 시장 진출기업 1만 5천개('22년) 양성**

□ **해외 혁신거점 조성, 국제기구 설립 등 해외진출 기반 조성**으로 **스타트업의 글로벌 스케일업 가속화**

□ 지방 중기청, 지자체 및 수출유관기관이 공동으로 **지역 수출기업**을 **집중지원**하여 **수출유망 핵심기업 5천개('22년) 육성**

내수기업이 온라인 수출에 쉽게 도전하고 스타트업이 두려움 없이 해외진출이 가능하도록, 수출지원 제도 개편과 해외진출 기반 조성을 통해 '22년까지 온라인 수출기업 1만 5천개와 지방 수출유망 핵심기업 5천개를 육성한다.

정부는 중소벤처기업부, 기재부, 산업부, 문체부, 관세청, 특허청 등이 관계부처 합동으로 마련한 중소벤처기업 수출·해외진출지원 대책을 8일 발표하였다.

이번 대책은 지난 수출활력 제고 대책('19.3월)에 반영된 무역금융지원의 후속이행 추진상황과, 동시에 중소벤처기업의 수출 및 해외진출에 대한 중장기 방안 중심으로 마련하였다. 주요내용은 다음과 같다.

1. 온라인 수출 기반 조성 및 지원 확대

◈ 전자상거래 공동물류나 통관물류 센터 구축 등 **인프라 확충** 및 전자상거래 인력양성, 온라인 전시회 등 **신규 제도 강화**

➡ **'22년까지 온라인수출기업 15,000개사 육성**

□ **(의의)** 글로벌 B2C 및 B2B 시장*이 온라인 중심으로 빠르게 전환 중이며, 국내 온라인수출은 '16년부터 수입을 앞지르기 시작**

* B2C : '18년 2.9조$ → '22년 5.9조$, B2B : ('16) 7.3조$, ('17) 7.7조$, ('18) 10.6조$

** 수출(억원) : ('15) 12,599 → ('16) 22,934 → ('17) 29,509 → ('18) 35,777,
수입(억원) : ('15) 17,014 → ('16) 19,079 → ('17) 22,436 → ('18) 29,248

○ 이에, 온라인 수출관련 생산, 마케팅, 판매, 물류 등 **종합적인 인프라 구축과** 인력양성, 투자·자금 지원 등 **신규 제도 강화로 중소기업의 온라인 수출 활성화 유도**

1 온라인 수출지원 인프라 확충

○ B2C 전자상거래는 다품종·소량으로 상품을 취급하기 때문에 중소기업이 온라인 수출시 물류 경쟁력 확보가 가장 큰 관건

- **(공동물류사업)** 국내 온라인 플랫폼(또는 물류사)을 통해 **수출물량을 집적**하여 **가격 협상력을 제고함으로 물류비를 절감**

* (국내) 중소기업 소량수출물량 집적을 위한 공동마케팅 활동과 창고비용 지원
(해외) 수요가 높은 10여개 지역에서 현지 물류비용 지원

- **(통관물류센터) 보관·통관·배송을 공항 등 한곳**에서 신속하게 **처리**하는 전용 창고(전자상거래 수출 통관물류센터) 구축

○ **(통관물류 플랫폼)** 관세청과 쇼핑몰·물류업체간 시스템 연계로 **판매내역, 배송내역을 수출신고 항목으로 자동 변환**해 **수출신고를 진행**하는 전자상거래 수출전용 통관물류 신고 시스템 구축

- 개인, 영세·중소기업이 수출신고에 따른 비용이나 절차의 복잡성을 최소화하여 수출신고*로 유도

* 현재는 특송업체를 이용하는 경우, 특송 업체가 수출목록을 관세청에 전송하는 것으로 수출신고를 대신

○ **(집적지)** 각 지역에 흩어져 있는 **플랫폼사, 물류사, 특송사 등 전자상거래 참여기관을 한 곳으로 입주**하도록 유도

- 수출입·물류·통관·결제 등의 처리과정이 용이하게 됨으로 기업이 비용을 절감하고 업무 처리 속도를 높이는 효과 발생

○ **(표준상품 정보체계)** 온라인기업의 수출신고 애로 해소를 위해 **상품정보를 담은 기존 바코드 체계를 개편해 제품 생산 단계부터 배송까지 정보를 통합**하는 **표준정보시스템 체계* 구축**

* 바코드에 HS코드, 상품페이지나 이미지, 배송지 등 정보를 담은 상품물류코드로 수출과정의 全 단계나 해외까지 제품정보 조회 및 배송 추적이 가능

- 기업, 물류사, 온라인 쇼핑몰 등 거래 주체간 정보공유와 활용이 용이해 제품정보 관리비용이 절감되고 업무절차 간소화

2 온라인 수출지원 제도 강화

○ 온라인 쇼핑몰의 판매대행으로 중소기업의 수출을 지원중이나 기업이 스스로 전자상거래를 활용할 만한 역량 강화 필요

- **(온라인 수출기업화) 내수기업이 글로벌 온라인 몰에서 상품 판매를 직접** 할 수 있도록 **수출역량 강화 지원**(3,000개사)

* 글로벌 플랫폼과 협력해 매칭기업 전담인력이 상품입점, 테스트 마케팅, 판매 실습, 배송, AS 등 실제 온라인수출 업무수행을 통한 실전교육방식 제공

- **(인력양성)** 창업수출이 용이한 전자상거래 특성을 감안해 온라인 수출인력 양성과 청년창업 유도를 위해 **전자상거래 중점대학을 지정(5개 대학 시범지정)** 하여 **교육 실습과정 설치**

○ **(온라인 전시회)** 내수·수출초보 기업은 오프라인 전시회의 시·공간적 제약과 높은 비용으로 참여기회 확보가 어려운 점을 착안,

- **디지털 콘텐츠를 활용**한 대규모 **온라인 전시관을 구축**하고 바이어 타겟 마케팅을 통해 중소기업의 해외진출 신규 시행(500개사)

* 코트라 등 수출유관기관 플랫폼에 품목·테마별 온라인 전시회를 연중 상시 개최하고 상품홍보 및 O2O 연계 마케팅 활동 지원

○ **(투자·자금 지원)** 전자상거래 관련 업종을 혁신성장 분야로 지정하고, 우수평가 기업이나 전자상거래 매칭 중소기업에 대한 투자 및 정책지금 지원 확대 추진

2. 유니콘기업 육성을 위한 스타트업의 글로벌 스케일업 본격 추진

◈ 해외진출 거점 조성 및 국내외 협력채널 제공, 국가간 협력 강화 등 스타트업의 **해외진출 및 교류 활성화를 위한 기반 구축**

➡ **스타트업의 글로벌 스케일업 가속화**

□ **(의의)** 스타트업이 유니콘기업으로 성장하기 위해서는 국내시장을 넘어 해외에 진출하여 **현지 기업, 투자자 등과 소통·협업**할 기회가 필요

○ 전통적인 제조업 수출 지원 중심의 지원사업과 차별화된 **스타트업을 위한 새로운 해외진출 지원 본격 추진**

1 스타트업 해외 혁신거점 및 통합 시스템 구축

○ 인도(구르가온), 미국(시애틀)에 **스타트업 진출거점을 신설**, 제조업의 해외사무 공간 제공 중심의 **수출BI(22개소)를 개방형 공간으로 전환, 무역관 중 일부(20개소)는 창업 지원을 위한 거점**으로 지정

○ 지원기관·지자체·대학 등이 보유한 **해외 협력채널 및 재외국민 네트워크 등** 현재 흩어져 있는 정보를 **수집·통합하여 스타트업에게 제공**하고, 스타트업과 현지 혁신주체 간 **교류 활성화 유도**

* (국내) 중진공, 창진원, 코트라, 지자체, 창조경제혁신센터, 테크노파크, 대학 등
(해외) 해외 민간네트워크, OKTA(세계한인무역협회), INKE(세계한인벤처네트워크) 등

- 이를 위해 해외 협력채널을 상호 연결시키는 **공유플랫폼을 구축**하고, 수출친구맺기 등 해외 **네트워크 활용사업을 발굴·확대**

* 공유플랫폼: 수출BI, IT지원센터 등 해외거점을 공동으로 예약·이용하는 프로그램
** 수출친구맺기: OKTA 회원, 재외한인회과 수출유망중소기업간 교류 및 협업 지원

2 스타트업과 글로벌 자본과의 연계 지원

○ 대규모 글로벌 성장자본 유치를 위해 **글로벌 대기업** 및 **해외 VC·AC와의 교류·매칭*, 투자정보 제공** 등** 지원

* [헬스케어] Bayer (독일), [ICT·모바일] KDDI (일본) 알리바바 (중국), [핀테크] 스탠다드차타드 (싱가포르), 해외 6개국 액셀러레이터 활용 스타트업 프로그램 제공

** 온라인 플랫폼(IKMP) : 투자유치를 희망하는 스타트업·중소기업 등의 투자 정보 게재, 크라우드 펀딩 플랫폼 : 징동(중국), 젝젝(대만), 마쿠아케(일본), 인디고고(미국)

○ **스타트업이** 해외진출에 필요한 **사항을 자율적으로 선택**하여 제공받는 방식의 바우처 제도 신설(추경 포함, 80억원)

○ **'해외 벤처캐피탈 글로벌 펀드'**를 **3천억원**(모태펀드 1천억원) **규모로 추가 조성**(現 2.1조원)하여 우수 해외 VC의 국내 스타트업 투자 유도

* 현재 25개 펀드, 모태펀드 출자 2,700억원, 국내 중소·벤처기업에 5,300억원 투자

3 스타트업 국제기구 설립 추진 등

○ **한-아세안** 스타트업·AC·VC 네트워킹 활성화 및 공동의 해외진출 활성화를 위한 **국제기구 설립**을 제안

- 기구설립 세부방안 논의를 위해 소관장관 간 '20년 '한-아세안 스타트업 장관회의' 및 MOU를 체결 추진

- 단기적으로 한-아세안 스타트업 국제기구를 설립하고, 장기적으로 글로벌 규모로 확대 추진

* 역내 스타트업·AC·VC 네트워킹 활성화, 스타트업 글로벌 활성화를 위한 창업비자**, 창업허가 등 제도개선, 역량강화 등 추진

** 싱가폴(Entrepass Visa, 2년), 한국(OASIS, 지재권 소유자, 2년), 인니(창업비자 없음)

○ 11월 한-아세안 특별정상회의와 연계하여 **대규모 글로벌 스타트업 페스티발 행사를 개최**하고 한국의 **대표 이벤트 브랜드로 정착**

○ **러시아 등 신북방 지역과 공동기술 개발 및** 스타트업에 특화된 기술개발 등 **해외진출 연계 기술개발사업** 추진(20년)

3. 신흥시장 진출 활성화를 위한 한류 등을 활용한 진출지원 확대

◈ 한류 행사 및 콘텐츠 활용, 해외 유통망 연계, 지역 맞춤형 마케팅 등 **신흥시장 진출 지원 활성화**로 **수출국가 다변화** 추진

➡ **중소기업 독립 품목의 신흥시장 진출 확대**

□ **(의의)** 한류 확산으로 화장품 등 소비재 수출이 확대되고, 신남방 국가 경제 성장으로 수출이 지속 증가되는 상황

○ 베트남, 태국, 러시아 등 **신흥 시장을 중심으로 3년 연속**('16~'18년) **중소기업의 수출이 호조세며, 화장품 등 유망소비재**에서 **중소기업 실적이 대기업과는 독립적으로 증가 중**

* 화장품은 중기수출 10대품목으로 '15년 진입 후 지속상승하여 '18년 2위로 등극

1 글로벌 한류 행사 활용 판로개척 지원 확대

○ 태국 등의 한류 확산국가에로 KCON* 등 한류 문화행사를 확대하고 문체부 K-콘텐츠 엑스포*와 연계하여 판촉전, 상담회 지원(3회→7회)

* KCON(동경 5월, LA 8월, 태국 9월), MAMA(홍콩, 12월), K-콘텐츠 엑스포 : 태국(6월), 러시아(9월), 두바이(10월)

○ 한류 활용분야를 게임 및 방송(드라마·예능) 등으로 확대하여 다양한 형태의 해외 마케팅 지원

* (예시) <오버워치> 등 글로벌 e-스포츠 리그에 참여하고 있는 우리나라 선수들을 대상으로 스타마케팅을 추진하고 <배틀그라운드> 국가교류전에 전시부스 설치

○ 한-아세안 특별정상회의 부대행사로 'K뷰티 페스티벌' 신규 개최(11월)

* 행사구성 : K뷰티기업 제품 전시·판촉전, 셀럽마케팅 등

2 대기업 유통채널을 활용한 동반진출 확대

○ 공영 및 대기업 홈쇼핑*의 해외 채널(12개국 23개)을 활용한 **해외홈쇼핑 방송 판매 및 오프라인 유통망과 연계** 지원(400 → 500개사)

* CJ, GS, 롯데, 현대, 홈앤쇼핑

○ 대기업이 보유한 현지 유통망 네트워크를 활용하여 **중소기업 판로 개척**을 **신시장(신남방·신북방지역 포함) 지역으로 확대**

* (상반기) CJ오쇼핑 태국, GS홈쇼핑 말련, 롯데홈쇼핑 러시아, 현대홈쇼핑 대만
(하반기) CJ오쇼핑 베트남, GS홈쇼핑 태국, 롯데홈쇼핑 미국, 현대홈쇼핑 호주

3 신남방·신북방 국가 맞춤형 신규 마케팅 활동 추진

○ 재한 외국인을 활용하는 신남방·신북방 시장 셀러 양성*, 할랄시장 타겟형 지원, 신흥시장 인플루언서 마케팅 신규 추진

* 국내 거주 동남아출신 외국인을 중기 제품 전문 셀러로 양성(3개월간 마케팅비용 지원)

○ 한류 활용 프랜차이즈·디지털콘텐츠 및 농식품 해외진출 지원

* (프랜차이즈) 한류타운(K-Town) 조성(쿠알라룸푸르), K-Beauty, K-Food PPL 등 지원(베트남, 20개사), (디지털콘텐츠) 웹툰 플랫폼(5개) 현지화 및 콘텐츠기업(100개)

* K-Food Fair : 태국 방콕 9월말 개최(KCON행사 연계), 베트남 호치민 10월말 개최

4. 해외시장 진출 방식 다각화

□ 자동차부품('18년 대비 +3회), 조선기자재(+5회), 반도체(+2회) 등의 분야에 **GP(글로벌 파트너링) 상담회** 확대 ('18. 26 → '19. 32회)

□ CES·MWC 등 **유명전시회(22개)에 한국관 통합운영**, 무역사절단을 업종별·유사국가별로 통합, **무역사절단 대형화·전문화**(65→32회)

□ **전문무역상사를 활용한 수출지원 강화**

○ (인센티브) 중소·중견 전문무역상사의 적극적 해외 진출을 지원하기 위해 무역보험 및 수출마케팅 인센티브 확대·신설

* (예시) 단기수출 보험료 50% 지원, 단기수출보험료 할인율 확대(35 → 40%), 해외지사화 사업 및 수출바우처 참여시 가점 부여 등

○ (대상확대) 19년부터 해외 네트워크를 보유한 재외동포·해외조달·전자상거래 기업을 전문무역상사 대상으로 확대

5. 정책 효율화를 위해 중소기업의 해외진출 지원 방식 전면 개편

◈ 지자체, 지역 수출유관기관 등이 자율적으로 **R&D·자금·보증 등 정책 수단과 수출지원을 연계하여 수출유망핵심기업 육성**

➡ **'22년까지 수출유망 핵심기업 5,000개사 창출**

◈ 수출지원사업을 **수출규모별** 특성을 반영한 **성장사다리형 지원체계로 전면 개편** ➡ **기업 맞춤형 전략 지원**

□ **(의의)** 그동안의 창업, R&D 등 개별적 지원에서 **수출지원을 연계한 집중지원 방식을 도입**함으로 **정책 효율성**을 높이고,

○ 중앙 정부 중심의 지원방식에서 **지자체 및 수출유관기관 등이** 지역 전략산업과 연동, **자율적으로 운영하게 하여 지역 경제 활성화에 기여**

○ 또한, 수출기업 규모별 구분 없이 일률적으로 지원하던 것을 각 사업별 **성장사다리형 지원체계로 개편**하여 **기업의 지속성장 유도**

1 수출유망 핵심기업 집중지원 체계 도입

○ **(주요내용) 창업, R&D, 판로 등 다른 정책지원**을 받은 기업 중 **우수기업**을 **수출유망핵심기업으로 지정하여 집중지원**

○ **(운영) 지방 중소기업청(수출지원센터*)이 지자체 및 지역 수출 유관기관과** 함께 **자율적으로 사업을 운영하도록 권한**** 부여

* 지역 중기의 수출애로 해소 및 현장 밀착대응을 위해 지방중기청에 설치(14개, '98년)
** 지방의 전략산업과 연계한 수출지원 계획 수립, 기업 평가·선정, 집중지원 등

○ **(규모)** 매년 **해외마케팅(400억원+α) 및 보증·자금 등 후속지원**을 통해 **'22년까지 핵심기업 5천개사** 창출

* (수출지원) 매년 중기부 수출지원사업의 20%(400억원), 지자체의 매칭 자금(+α)
(후속지원 활용 예산) 기보 3조원, 중진공 25백억원, 수은 10.8조원 등

○ **(절차)** ①기정원, 창진원 등 관리기관이 수출규모별 **우수기업 추천**, ②**수출지원협의회***가 **공동협의**로 **핵심기업 선정**, ③**집중지원**

* 지자체, 지역 수출유관기관 등으로 구성(수출지원센터가 운영), 집중지원 제도의 효과성 제고를 위해 TP, 지역연구기관 등으로 참여 범위 확대('19.5월)

< 추진절차 >

기업 추천	▸	공동선정	▸	집중지원
• (중앙) 기정원, 창진원, 중앙회, 대중소재단, 중진공, 코트라 등 • (지역) 지자체, 기보, TP, 창경센터, 신보 등		• (심의) 지방 **수출지원 협의회** 심의 • (선정) 수출규모별 우수기업(핵심기업) 선정		• 수출 마케팅 - 중기부(수출지원사업) 및 지자체 매칭 • 후속지원 - 정책자금 및 보증 등

2 수출지원사업의 성장사다리형 지원체계로 개편

○ **(주요내용) 지원대상**이 내수·수출 100만달러 미만 기업으로 쏠리는 **편중현상 방지와 맞춤형 전략지원**을 위해 **사업 운영체계 개편**

* 수출성장단계 : (초보) 연간 수출실적 10만불 미만, (유망) 10만~100만불, (성장) 100~500만불, (강소) 500만~1천만불, (선도) 1천만불 이상

* '18년 중기부 지원사업 참여기업 중 82.2%가 내수(36.4%)와 수출 100만불 미만 초보·유망(45.8%) 기업으로 구성

○ **(주요내용)** 지원사업의 **예산을 수출성장 단계에 따라 배분**하고, 수출 역량이 상이한 점을 고려하여 **지원 내용 및 방안을 차별화**

○ **(운영)** 수혜기업의 지속적 성장 유도를 위해 **단계 상승에 성공한 기업**은 **다음 해 연속 지원**받는 우대제도 운영

6. 해외진출 지원 기반 구축

□ 데이터 기반 정책 서비스 고도화

○ **(통합사이트)** 수출지원사업 통합 신청사이트를 구축하여 수요자 편의를 제고하고, 신청기업 정보를 DB화해 성과평가 등에 활용

○ **(맞춤형 수출금융패키지)** 정부 지원사업 참여 중소기업의 기업정보를 수출금융 지원기관과 공유해 중소기업에 적합한 수출금융 패키지 개발(19. 하)

○ **(정보제공 플랫폼)** 해외진출 희망 기업에게 타겟 시장 및 유망 품목 추천, 현지 시장 정보와 적격 바잉오퍼, 해외진출 지원사업 추천 및 신청방법 안내 등 통합 제공

* 코트라의 '해외시장 빅봇' 시스템에 국내외 경제/수출지표 및 他기관 사업, 공공 개방데이터 등 외부 DB를 확대 반영

○ **(위조상품 대응 플랫폼)** 중국 및 아세안 지역 전자상거래 업체와 협력을 강화하여 온라인 위조상품 유통 적시대응 추진('19.6.6억원)

□ 해외진출 중소기업의 지식재산 보호·지원 확대

○ **(해외 지식재산권 분쟁 대응)** 'IP 창출·보호 펀드' 및 IP-DESK 운영, 특허·상표·디자인 통합형의 분쟁 컨설팅 신설 등

○ **(지식재산(IP) 권리 확보)** 글로벌 IP 스타기업을 선정해 IP 창출·해외권리 확보 지원

○ **(IP-R&D)** 중소기업이 해외 IP로 무장한 글로벌 히트 상품을 창출할 수 있도록 제품 중심으로 특허·디자인·브랜드 융합 전략 지원

7. 수출활력 제고를 위한 수출금융 지원 본격 이행 중

◈ 무역금융에 **2,640억원 추가 출연·출자해 총 2.9조원 확대** 공급 예정(추경), 신설·확대한 무역금융프로그램(8개) 4월부터 본격 이행 중

□ 지난 3.4일 대책의 **무역금융 공급 확대를 본격적으로 이행**하고자, 금번 **추경에서 필요한 재정을 보완**할 예정(2,640억원, 총2.9조원 확대)

* `18년 대비 15.3조 증가한 총 235조원 공급 계획

< 수출금융 추경(안) >

구분	수출입은행	무역보험공사	신용보증기금	기술보증기금	합계
추가 출자·출연	500억원	1,700억원	320억원	120억원	2,640억원

□ **수출채권조기 현금화 보증(1조원), 수출계약 기반 특별보증(1천억원)** 등 4월부터 시행중, 그 외도 5월부터 본격 시행* 예정

* 신수출 성장동력 특별지원, 해외 수입자 특별보증, 매출채권 조기현금화 특별보증

붙임 : 중소·벤처기업 수출·해외진출지원 대책

OPEN 공공누리 공공저작물 자유이용허락

이 보도자료와 관련하여 보다 자세한 내용이나 취재를 원하시면 산업통상자원부 무역진흥과 진승덕 사무관(☎ 044-203-4035)에게 연락하여 주시기 바랍니다.

붙임 중소·벤처기업 수출·해외진출지원 대책

중소 · 벤처기업 수출 · 해외진출지원 대책

2019. 5.

관계부처 합동

목 차

Ⅰ. 추진 배경 ····· 1

Ⅱ. 추진방향 및 주요과제 ····· 4

Ⅲ. 주요역점 및 기반구축 과제 ····· 5

1. 온라인 수출 기반 조성 및 지원 확대 ····· 5

2. 스타트업의 글로벌 스케일업 본격추진 ····· 10

3. 한류 활용 신흥시장 진출지원 확대 ····· 13

4. 해외진출 방식 다각화 ····· 16

5. 중소기업 해외진출지원 방식 전면 개편 ····· 19

6. 데이터 기반 정책 서비스 고도화 ····· 22

7. 해외진출 중소기업의 지식재산 보호·지원 확대 24

Ⅳ. 수출감소 선제대응 ····· 25

1. 수출금융 확충 및 본격이행 ····· 25

2. 현장 맞춤형 대응 계속 추진 ····· 26

Ⅳ. 향후 추진계획 ····· 27

「중소벤처기업 수출·해외진출지원 대책」 주요 내용

1 온라인 수출지원 확대

1 (인프라 확충) 공동물류부터 표준상품 정보체계 구축 등

- **(공동물류)** 수출물량을 집적, 가격 협상력을 제고하여 물류비 절감을 지원
- **(통관물류센터)** 보관·통관·배송을 공항 등 한곳에서 신속하게 처리
- **(통관플랫폼)** 판매 및 배송내역을 수출신고 항목으로 자동 변환해 신고
- **(표준상품정보체계)** 온라인 수출정보를 제품생산 단계부터 배송까지 통합제공

2 (제도강화) 온라인수출기업화 신설, 온라인 전시회, 인력양성 등

- **(수출기업화)** 내수기업이 직접 글로벌 온라인 몰에서 판매(3,000개사)
- **(인력양성 및 창업유도)** 전자상거래 중점대학 지정(5개 대학)과 교육 실습과정 설치
- **(온라인전시회)** 디지털 콘텐츠를 활용한 온라인 전시관을 구축(500개사)
- **(투자·자금)** 전자상거래 분야 투자확대, 전자상거래 기업(유통업) 정책자금 지원 추진

2 스타트업의 글로벌 스케일업 추진

□ 스타트업의 해외진출을 위한 기반 조성 등

- **(혁신거점)** 수출BI, 무역관의 스타트업 거점화, 인도, 미국 등 진출거점 신설
- **(통합 시스템 구축)** 공공·민간 보유 국내외 협력채널 연결 시스템 구축 및 정보 제공
- **(네트워크)** 프로그램 및 펀드로 글로벌 대기업·VC·AC 등과의 교류·매칭 지원
- **(스타트업 국제기구 설립 등)** 한-아세안정상회의(11월) 계기 스타트업 국제기구 설립 제안, 글로벌 스타트업 페스티발 개최 등

3 한류 등 활용 신흥시장 진출 지원

□ 한류, 대기업 유통망 활용 온-오프라인 판로 확대 및 신남방·신북방 맞춤형 마케팅 지원 신규 추진

- **(한류)** KCON 등 한류 문화행사, 게임행사 및 방송(드라마·예능) 등 활용
- **(대기업)** 해외홈쇼핑 방송 판매, 현지 유통망 네트워크 활용 신시장 개척 지원
- **(맞춤형 마케팅)** 재한 외국인 활용 신남방·신북방 시장 셀러 양성, 할랄시장 타겟형 지원, 신흥시장 인플루언서 마케팅, 프랜차이즈·디지털콘텐츠 및 농식품 해외진출

4 해외진출 방식 다각화

□ GP(글로벌 파트너링) 상담회 확대, 전시회 통합관 운영 추진, 무역사절단 대형화 및 전문화, 전문무역상사 활용 확대 등

▪ **(GP)** 자동차부품(+3회), 조선기자재(+5회), 반도체(+2회) 등 확대 ('18.26→'19. 32회)

▪ **(전시회/무역사절단)** 유명전시회(22개)에 한국관 통합운영 추진, 무역사절단을 업종별·유사국가별로 통합하여 대형화·전문화(65→32회)

▪ **(전문무역상사)** 재외동포·해외조달·전자상거래 기업 대상으로 포함

5 수출지원방식 전면 개편

1 **(수출유망핵심기업 육성)** 수출성장 단계별 핵심기업군 지정, 지역특화 산업 중심으로 지방에서 자율 선정·육성

▪ **(기본방식)** ①참여기관이 수출규모별 우수기업 추천, ②수출기관 공동협의를 통해 선정 ③유관기관 합동으로 핵심기업을 집중 지원

▪ **(운영규모)** '22년까지 핵심기업 5천개사 창출,
(매년) 해외마케팅(400억원+α) + 보증·자금 등 후속자금 투입

▪ **(운영방법)** 수출지원센터가 지자체와 협업을 통해 자율적으로 책임 운영

2 **(성장사다리 지원체계 도입)** 수출지원사업의 예산을 수출규모에 따라 배분하고, 수출역량에 따른 맞춤형 지원 강화

6 해외진출 기반 구축

□ 수출지원 통합 신청 사이트 구축, 맞춤형 수출금융패키지 개발, 위조 상품 대응 플랫폼 구축 등

□ 해외진출 중소기업의 지식재산권 보호를 위한 'IP 창출·보호 펀드' 조성, 글로벌 IP 스타기업 선정, IP 창출·해외권리 확보 등 지원

7 3.4 대책 무역금융 후속 본격 이행

□ **(무역금융 본격이행)** 무역금융 공급확대(2.9조원)를 금번 추경으로 재정 보완(2,640억원), 신규·확대 금융 프로그램 4월부터 본격 시행 중

< 수출금융 추경(안) >

구분	수출입은행	무역보험공사	신용보증기금	기술보증기금	합계
추가 출자·출연	500억원	1,700억원	320억원	120억원	2,640억원

□ **(현장대응)** 수출활력촉진단2.0 및 수출활력상황실을 통해 新수출동력, 수출초보·스타트업 등의 수출애로 해소 및 밀착관리 계속 추진

Ⅰ. 추진배경

◇ **중소기업이 국가경제의 중심축이 되도록** 그간 중기 **수출 현황 및 정책 미비점을 보완**하여, 중기 수출과 **해외진출 적극 추진**

1. 중소기업 수출의 중요성

□ **중소기업 중심경제로의 전환에 수출이 주요 견인 수단**

○ 생산인구 감소, 잠재성장율 하락 등 **내수시장의 한계로, 중소기업이** 지속성장하기 위해서는 **해외 진출이 불가피**

* 한국경제 잠재성장률전망: '20년대 1.7%, '30년대 0.9%, 40년대 0.6%(KDI, '19.4)

□ **수출 중소기업은 고용 및 경제 성장에 크게 기여**

○ 내수기업보다 **고용안정률과 평균매출액이 높고**, 대·중견기업에 비해 **고용율도 높게 나타나** 낙수효과도 두드러짐

* (수출/내수기업) 정규직 비중 97.9/92.9%, 평균매출액 59/3억원(IIT, '17)
* (100만달러당 고용자수, 명) 중소기업 10.7, 중견기업 5.1, 대기업 2.6(코트라, '17)

2. 중소기업 수출현황

【긍정적인 점】

□ **'18년 중소기업 수출액 및 수출기업수가 역대 최고**

○ **(수출액) '11년 1,000억 달러 돌파**후, **작년 1,087억 달러 기록**

* 연도별 수출액(억 달러) : ('11) 1,016, ('13) 955, ('15) 962, ('17) 1,061, ('18) 1,087

○ **(수출기업수)** 매년 꾸준히 **증가하여 9.4만개 달성**

* 연도별 수출기업수(만 개사) : ('11) 8.3, ('13) 8.8, ('15) 8.9, ('17) 9.2, ('18) 9.4

□ **화장품 등 중소기업의 독립 품목 수출이 지속적으로 호조세**

* 화장품은 '15년 처음 수출상위 10대 품목으로 진입하여 '18년에는 2위로 등극

□ **한류의 세계화, 온라인·모바일 시장 확대** 등 중소기업의 해외진출에 **우호적 환경이 조성**

【아쉬운 점】

□ **중소기업 수출액 비중이 18%대로 정체 상태**

* 중기수출액 비중(%) : ('11) 18.3, ('13) 17.1, ('15) 18.3, ('17) 18.5, ('18) 18.0

○ 중소기업 중 **수출중소기업은 2.6%로** 타국가에 비해 **낮은 상황**이며 **연간 수출실적 100만달러 이하**(85%내외) **기업이 대부분 차지**

* 주요국 중소기업 수출참여율 : 독일 9.7%, 미국 5.2%

□ **수출중소기업 간 양극화 현상도 점차 심화**

○ 연간실적 **천만 달러 이상 기업(2.3%)이 중기수출액 50% 이상** 차지

< '18년 수출중소기업 수 및 수출액 (단위 : 억달러, 개사, %) >

구분	수출초보 (10만불미만)	수출유망 (10~100만불)	수출성장 (100~500만불)	수출강소 (500~1000만불)	수출선도 (1000만불이상)	합계
기업수	50,936	28,566	10,484	2,135	2,164	94,285
비중	54	30.3	11.1	2.3	**2.3**	100
수출액	12.7	104.7	231.8	149.1	589.7	1087.3
비중	1.2	9.6	21.3	13.7	**54.2**	100

□ **특정 국가 및 품목에 편중된 수출구조**

○ **수출 상위 10대국 수출 비중이 70.9%**('18년)를 차지

- 베트남, 태국, 러시아 등 **신흥 시장을 중심으로 3년 연속**('16~'18년) **수출 호조세**나, 여전히 **중·미·일에 의존**

< '18년 수출중소기업 수 및 수출액 (단위 : 억 달러, %) >

10대	중국	미국	베트남	일본	홍콩	인도	대만	인니	태국	러시아	합계	전체
수출액	259	125	106	103	47	30	28	26	24	23	771	1,087
비중	23.8	11.5	9.7	9.5	4.3	2.8	2.5	2.3	2.2	2.1	70.9	100

○ 중소기업 수출 **상위 10대 품목 비중이 32.1%**로, 대기업(72.4%)보다 양호하나 여전히 다변화 노력 필요

- **화장품 등 유망소비재**에서 **중소기업 독립적으로 실적이 증가**하나, 일부는 **대기업 수출 하락과** 함께 중기 수출도 **동반 하락 중**

* 상위 20대품목 중 자동차 부품, 자동차, 무선통신기기, 정밀화학원료 등 동반하락

3. 중소기업 수출정책의 미비점

□ **온라인 수출시장의 급성장에 대한 대처 미흡**

○ 온라인수출 인프라 조성, 온라인 기업화 등 체계적인 지원 부족

* 중소수출업체(9.4만개)의 12.4%만이 온라인수출 활용

□ **스타트업에 대한 지원 확대 필요**

○ 중기부 수출·해외진출지원사업 중 스타트업용은 7.6%에 불과

□ **신남방·신북방 등 신흥시장에 특화된 해외진출 지원전략 필요**

○ 아세안 국가 등 신흥시장 진출을 활성화하여 시장다변화 도모

* 중소기업 아세안 수출비중: 16년 195억불 → 17년 227억불 18년 → 210억불

□ **중기 지원정책간 연계 미흡**

○ 창업, R&D 등 **타 정책과 수출지원 정책과 연계가 부족**

□ **지방 자율성 미흡과 지자체 협업이 부족**

○ 지자체와 정보 공유 및 지역전략 산업에 대한 수출지원 미흡

◇ **금번 대책**은 **상기 제기된 사항을 보완**하여 다음의 방향으로 **중소기업의 수출 및 해외진출 중장기 방안 중심으로 수립**

① **새로운 시장 대응을 위한 온라인 수출 지원 확대**

② **스타트업의 글로벌 스케일업 본격 추진**

③ **한류 활용 신흥시장 진출지원 확대**

④ **중소기업의 해외진출 지원 방식을 전면적으로 개편 등**

Ⅱ. 추진방향 및 주요과제

비전	중소벤처기업 국가 경제 중심 체제 실현
목표 ('22년)	전자상거래 수출기업 15,000개사 육성 수출유망 핵심기업 5,000개사 창출
추진 방향	· 해외진출지원 확대로 중소기업의 혁신 성장 · 지역중소기업 수출역량 강화로 지역경제 활성화
역점 과제	1 신시장 대응을 위한 온라인 수출 지원 확대
	2 스타트업의 글로벌 스케일업 본격 추진
	3 한류 활용 등 신흥시장 진출지원 확대
	4 해외진출 방식 다각화
기반 구축 과제	5 중소기업의 해외진출 지원 방식 전면 개편
	6 데이터 기반 정책 서비스 고도화
	7 해외진출 중소기업의 지식재산 보호 · 지원 확대
후속 이행	금융 확대 지원 및 현장 맞춤형 대응 추진

Ⅲ. 주요역점 및 기반구축 과제

과제 1 온라인 수출 기반 조성 및 지원 확대

◈ **글로벌 B2C 시장**이 **급격히 성장**하고 있으나, 국내 수출중소기업의 **전자상거래를 활용하는 기업은 12.4%에 불과**

⇨ ① 온라인 수출강화를 위해 종합적인 **인프라 구축**
② 온라인 수출확대를 위한 다양한 **지원사업 추진**

<목표> '22년까지 전자상거래 수출기업 1만 5천개 육성

1 온라인 수출 지원 인프라 구축

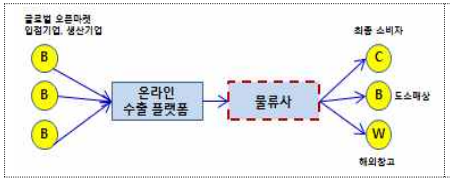
□ **(물류) 온라인수출 공동물류 사업 추진**('19년)

○ 국내 온라인 플랫폼(또는 물류사)을 통해 수출물량을 집적하여 가격 협상력을 제고하는 등 물류비 절감 지원

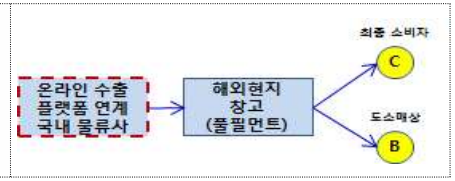
① **(국내)** 수출효과가 큰 온라인쇼핑몰을 지정해 참여기업의 소량 수출 물량을 집적하고, 이에 대한 공동 마케팅 활동과 창고비용 지원

② **(해외)** 해외 10여개 내외 지역에서 수출실적과 연동되지 않도록 정액방식으로 현지 물류비용 지원

< ❶국내 쇼핑몰(예시) >



< ❷해외창고(예시) >



- 참여기업별 해외 4개 지역까지 창고 임대비용과 풀필먼트 제공

* 풀필먼트 : 판매자 상품보관, 주문관리, 상품포장, 배송, 판매대행 등을 제공 하는 전자상거래 물류서비스

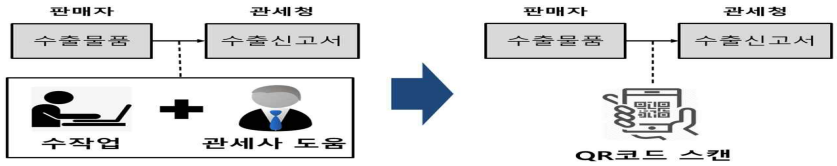
□ **(정보) 온라인 수출 표준상품정보체계 구축**

○ 온라인수출 정보를 제품생산 단계부터 배송까지 통합하는 표준상품정보체계* 마련

* 기존 바코드에 HS코드, 상품정보, 이미지 등 정보를 담은 상품코드로 이 정보를 활용, 수출과정 전 단계나 해외까지 제품정보 조회 및 배송 추적이 가능

- 상품 페이지 제작이나 수출신고 작성이 상당 부분 자동화되므로 수출 절차가 간소화되고 수출 신고비용 절감

< 온라인 수출신고절차 간소화(예시) >



- 상품, 업체 등 표준정보 분석을 통한 해외소비자 구매동향 파악을 가능하게 하여 기업의 생산 판매전략 수립 등 마케팅 역량 강화

○ ('20년) [GS1 국제표준 ↔ HS코드 ↔ 관세청 전산시스템] 등과 상호 연계를 추진 후 시범적으로 도입 → 하반기 시행

- '21년 이후부터 중소기업 가입, 물류사나 유통사 등 참여 증가로 온라인 수출 표준정보체계 본격 확산

□ **(집적지) 전자상거래기업 육성 집적지 설치**(지자체 협업)

○ 플랫폼사, 물류사, 특송사 등 전자상거래 사업 참여기관을 대상으로 지역별 집적지를 조성해 상호 네트워크 및 사업 활성화

- 수도권에 시범설치 후 사업성과에 따라 지방으로 점진적 확산

○ 기업이 집적지(건물 등)에 저리 또는 일정기간 무상 입주하도록 지자체와 협업추진, 장기적으로 전자상거래 육성지구 지정 추진

□ **(통관물류) 전자상거래 수출 통관물류센터 구축**('19~21년, 중기부 관세청 협업)

○ 영세업체를 위한 수출전용 물류창고를 구축하고, 전자상거래 배송 환경에 맞게 화물관리 절차를 개선

- 보관·통관·배송을 한 곳에 설치 신속하게 처리('19년 연구용역)

□ **(통관플랫폼) 전자상거래 전용 통관물류 플랫폼 구축**('19년, 관세청)

○ 다량의 판매건수를 쉽게 수출신고하고, 주문 정정·취소를 간편하게 처리할 수 있는 전자상거래 수출 전용의 통관시스템 구축

- 신고항목을 대폭 축소(57개 → 18개)하고 전자상거래에 적합한 별도 수출신고 서식을 마련하여 수출신고 확대 및 편리성 제고

2 온라인 수출 활성화를 위한 지원 제도 마련

□ **(수출역량) 중소기업의 온라인 기업화 추진**('19년)

○ 국내기반 온라인수출 쇼핑몰을 통해 중소기업의 글로벌 전자상거래 시장진출 전 과정을 지원(2,500개사)

* 상품 페이지 제작등록, 홍보, 고객대응, 배송 등 해외 판매대행을 일괄 지원

○ 내수기업이 직접 글로벌 온라인 몰에서 판매가 가능하도록 '온라인수출 기업화' 사업을 신설(3,000개사)

* 중소기업의 전담인력을 대상으로 온라인 수출교육을 업무를 통해 자연스럽게 체화될 수 있도록 하고 집합식 교육도 병행 제공

○ 중소기업 특화 쇼핑몰을 글로벌 쇼핑몰로 육성(50개사)

* 우수기업에 성과 인센티브 강화, 현지 온/오프라인 공동마케팅, 공동물류 등 지원

□ **(창업) 온라인 수출 인력 및 창업 활성화**

○ 온라인 수출인력 양성과 청년창업 유도를 위해 전자상거래 중점대학을 지정하고 교육 실습과정도 설치

- 전자상거래 실습과정 희망대학 수요 파악 후 온라인 수출기업화 사업 등과 연계하여 교육과정 제공

* 교육부 및 대학 측과 협의를 통해 초기 5개 대학을 시범 지정하여 전자상거래나 미디어 관련 학부과정 등에 교육 커리큘럼 제공하고 수요에 따라 점진적 확대

○ **전자상거래 관련 다양한 창업 프로그램 제공**

- 창업이 용이한 전자상거래 특성을 감안해 창업교육 전문기관과 협업으로 전자상거래 창업과 온라인 수출 교육 지원

* 온라인 수출을 위해 글로벌 플랫폼사와 연계해 실전방식 교육을 제공하고 민간 대형유통망이나 해외전시판매장 입점 등을 통한 테스트 마케팅 지원

□ **온라인 전시회·상담회 지원 확대**('19년, 중기부, 산업부)

- 디지털 콘텐츠를 활용한 온라인 전시회를 구축하고 바이어 타겟 마케팅을 통해 중소기업의 해외진출 지원 확대

* 수출유관기관 플랫폼에 품목·테마별 전시회를 연중 상시 개최하고 상품홍보와 O2O 연계 마케팅 활동 지원

- 화상수출 상담회를 확대해 온·오프라인 상담회 연계로 중소기업의 상담 기회와 성약 가능성 확대

□ **(B2B) 고비즈코리아, 바이코리아 등 온라인 B2B 수출플랫폼을 활용한 수출기회 확대**('19년 중기부, 산업부)

* 해외 바이어가 우리 중소기업 제품을 온라인상에서 손쉽게 검색하고 거래할 수 있도록 B2B 플랫폼 제공(gobizkorea, buykorea)
- 상품등록 → 거래협상 → 결제 → 수출신고 → 배송 등 원스톱 서비스 제공

○ 목표국가별 최적화된 유망품목 위주 홍보와 해외전시·상담회 등 오프라인 수출사업 연계를 통해 신규 바이어 유입 확대



○ 바이어 방문 확대를 위해 검색엔진 마케팅*을 강화하고 수출기업 편의성 제고를 위해 결제, 배송, 다국어 지원 등 기능 다양화

* 타겟 국가별 유망품목 분석, 검색키워드 최적화(현지어 사용), 타겟국 대표 검색엔진 등에 상품키워드 마케팅 등 실시

□ **(금융) 전자상거래 분야 자금 및 투자 확대**

○ **전자상거래 분야 투자확대**

- 전자상거래 우수업체 정보* 및 투자유치 수요 등을 벤처캐피탈에 정례적으로 제공하여 투자 확대 촉진

* 온라인 수출 전문기업(판매대행), 전자상거래 플랫폼 기업, 독립몰 등
* (투자유치 사례) 화장품 판매 전문몰 '스타일난다'는 의류·화장품 매출 1,641억원, 80개국 수출 → 로레알이 4천억원에 인수('18년)

○ **전자상거래 기업(유통업) 정책자금 지원 추진**

- 전자상거래 기업(유통업 등)이 정책자금을 우선 배정받을 수 있도록 관련 업종을 혁신성장 분야*로 지정

* 현재 신제조 공정, 차세대 전자소재, 환경개선, 생체조직 재건, 스마트헬스케어, 차세대 반도체, 게임, 영화·방송·음악·애니메이션·캐릭터, 디자인, 광고 등 42개 분야

- 전자상거래 우수평가 기업은 경영혁신 분야의 혁신형 중소기업*으로 지정해 시설·운전자금 융자한도 확대(60억 → 100억원)

* 현재 '수출유망중소기업' 지정기업은 혁신형 중소기업에 포함

- 전자상거래 사업 수행(중진공 선정)기관과 매칭 중소기업도 정책자금 지원대상에 포함

* 현재는 정책자금 융자대상 업종이라도 상시근로자수 기준 등에 따라 소상공인에 해당하는 경우 융자 제외대상(단, GMD 및 매칭 중소기업은 상시근로자 수 상관없이 정책자금 지원대상에 포함)

과제 2 스타트업의 글로벌 스케일업 본격 추진

◈ 스타트업은 VC 협력, BM 현지화, 파트너링 등 다양한 형태의 지원이 필요하나, **현재 정책은 제조업 분야의 수출지원 중심**으로 **운영**

⇨ ① 스타트업의 **해외거점 설치** 및 **공공·민간 보유 국내외 협력 채널 연결** →스타트업 교류·협력 활성화

② 국가간 협력을 통한 **스타트업 행사, 국제협력기구 설립** 등 추진

1 스타트업 혁신거점 설치 및 교류 · 협력 활성화

□ **스타트업 혁신거점 설치 및 통합 시스템 구축** ('19년 하반기)

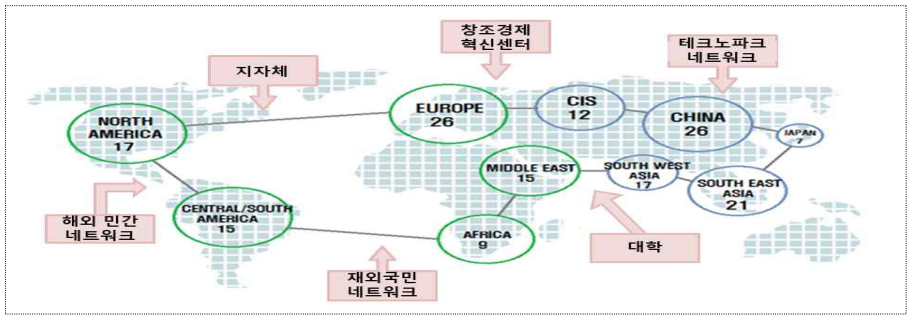
○ 인도(구르가온), 미국(시애틀)에 **스타트업 진출거점을 신설**하고, 수출BI (22개소) 개방형 공간 전환, 창업중심 무역관 지정(20개소) 등 **거점 확대**

* 각 기관이 운영 중인 스타트업 해외거점을 통합연계하는 시스템을 구축, 실시간 공실 확인 및 예약 기능 등 정책수요자 편의성 및 공간 활용도 제고('19년 하반기)

- 국내에도 **스타트업 글로벌센터**(코엑스) 등 지원 인프라 강화

○ 지원기관·지자체·대학 등이 보유한 **해외 협력채널 및 재외국민 네트워크** 등을 활용해 스타트업과 현지 혁신주체간 **상호연결 지원**

* (국내) 중진공, 창진원, 코트라, 지자체, 창조경제혁신센터, 테크노파크, 대학 등
(해외) 해외 민간네트워크, OKTA(세계한인무역협회), INKE(세계한인벤처네트워크) 등



□ **글로벌 대기업 및 해외 AC·VC와 협업을 통한 개방형 혁신 지원**

○ 글로벌 기업*과 협력을 통한 해외진출 지원사업 추진('19. 5억원, 20개사), 포춘 글로벌 500 기업 대상으로 국내 혁신 스타트업 집중 매칭**

* 협력수요 (예) : (헬스케어) Bayer (독일), 존슨앤존슨 (미국) / (ICT·모바일) KDDI (일본), 알리바바 (중국) / (핀테크) 스텐다드차타드 (싱가포르), 스코틀랜드왕립은행 (영국) 등

** 글로벌 기업에 평균 40~50개 스타트업 추천 → 10개 내외 스타트업 1:1미팅 추진

○ 국내 대기업, 해외 AC 등과 스타트업간 교류 기회 마련(2회, 150개사)

* '18년 GS그룹(5개사) 및 LG그룹(8개사) 계열사와 스타트업 간 오픈 이노베이션 행사 개최(2회, 74개 스타트업)

○ 해외 6개국 액셀러레이터에 스타트업 프로그램 제공(24억원, 60개사)

□ **해외 투자유치를 통한 스타트업의 글로벌 스케일업 도모**

○ **'해외 벤처캐피탈 글로벌 펀드'**를 **3천억원**(모태펀드 1천억원) **규모로 추가 조성**(現 2.1조원)하여 우수 해외 VC의 국내 스타트업 투자 유도

* 현재 25개 펀드, 모태펀드 출자 2,700억원, 국내 중소·벤처기업에 5,300억원 투자

○ 외국인 투자유치를 위한 온라인 플랫폼 운영 및 대표적인 글로벌 크라우드 펀딩의 플랫폼 입점 지원

* 온라인 플랫폼(IKMP) : 투자유치를 희망하는 스타트업·중소기업 등의 투자 정보 게재
* 크라우드 펀딩 플랫폼 : 징동(중국), 젝젝(대만), 마쿠아케(일본), 인디고고(미국)

2 국가간 협력을 통한 스타트업 해외진출 기반 구축

□ **글로벌 스타트업 페스티발 정례화 추진**

○ 11월 한-아세안 특별정상회의 부대행사로 각국 정상이 참여하는 '한-아세안 비즈니스 & 스타트업 엑스포' 개최와 연계

* (주요행사) 스타트업 서밋 : 한-아세안 지역 스타트업, 투자자, 대기업 등 혁신주체 간 소통 및 교류, 한-아세안 창업 생태계 협력방안 마련 등

○ 스타트업 페스티발을 라스베이거스의 CES, 핀란드의 슬러시와 같은 한국의 대표적인 이벤트 브랜드로 정착

□ 한-ASEAN 스타트업 국제기구 설립 추진 등

○ 11월 '한-아세안 특별정상회의'를 계기로 공동선언문에 '21년까지 스타트업 국제기구 설립을 제안하고,

- 기구설립 세부방안 논의를 위해 소관장관 간 '20년 '한-아세안 스타트업 장관회의' 및 MOU를 체결 추진

- 단기적으로 한-아세안 스타트업 국제기구를 설립하고, 장기적으로 글로벌 규모로 확대 추진

* 역내 스타트업·AC·VC 네트워킹 활성화, 스타트업 글로벌 활성화를 위한 창업비자**, 창업허가 등 제도개선, 역량강화 등 추진

** 싱가폴(Entrepass Visa, 2년), 한국(OASIS, 지재권 소유자, 2년), 인니(창업비자 없음)

□ 스타트업 공동기술 개발·교류 협력 확대

○ 선진기술 획득 및 신흥시장 맞춤형 수요기술 개발 등 국제협력 공동기술개발 추진 ('20년 추진)

- 신북방 정책에 따라 러시아 등 원천기술 보유국과 국내 기술혁신형 스타트업 간 국제 기술협력 추진

* 신북방정책 대상지역 : 러시아 등 前 CIS 12개국(발트 3국 제외, 몽골 및 동북 3성 포함), 인구 2.9억명(동북 3성 포함시 3.9억명), 전세계 GDP의 2.5% 차지

○ 기술 우위 선점을 위해 수출유망 분야, 스타트업 특화 분야 기술개발 등 해외진출 연계 기술개발사업 개설 ('20년 추진)

* 소프트웨어, 게임 및 데이터베스 사업 등 지식재산권 수출 목적의 기술개발 지원 등

과제 3 한류 활용 등 신흥시장 진출지원 확대

◈ **한류 확산으로 화장품 등 소비재 수출이 확대**되고, **신남방·신북방 국가 경제 성장**으로 **수출이 지속 증가**되는 상황

⇨ ① **한류 행사·컨텐츠** 활용, 주요 소비재 온-오프라인 지원 확대
② **대기업 해외 유통망** 활용, 방송, 시장개척단 등 다각화
③ **신남방·신북방 등 신흥시장 맞춤형 마케팅** 활동 추진

1 글로벌 한류 행사 활용 판로개척

□ 민·관 한류를 연계 온-오프라인 마케팅 확대 지원

○ 태국 등 한류 확산국가로 기존 KCON* 등 한류 문화행사를 확대하고 문체부 K-콘텐츠 엑스포*와 연계하여 판촉전, 상담회 지원(3회→7회)

* KCON(동경 5월, LA, 8월, 태국 9월), MAMA(홍콩, 12월), K-콘텐츠 엑스포 : 태국(6월), 러시아(9월), 두바이(10월)

○ 국가별 대표 유통 플랫폼과의 협력을 강화하고 대형 한류행사를 통해 소비재·서비스 수출 붐 조성

* (주요 유통 플랫폼) Qoo10, Shopee, 라자다, 빈커머스 등

○ 한류 활용분야를 게임 및 방송(드라마·예능) 등으로 확대하여 다양한 형태의 해외 마케팅 지원

* (예시) <오버워치> 등 글로벌 e-스포츠 리그에 참여하고 있는 우리나라 선수들을 대상으로 스타마케팅을 추진하고 <배틀그라운드> 국가교류전에 전시부스 설치

□ 화장품 등 중기 유망 소비재 제품의 전시회 확대

○ K뷰티기업 제품 전시·판촉전, 셀럽마케팅 등으로 구성된 한국의 대표적인 'K뷰티 페스티벌' 개최('19.11월)

* 한-아세안 특별 정상회의 부대행사로 개최

○ 한국문화원 등 해외 거점기관의 문화행사 개최 시 중기 유망 소비재 제품 판촉 전시부스 운영('19.하)

○ 공영홈쇼핑 추천 우수제품에 대하여 아리랑TV의 해외 한류프로그램을 활용한 해외마케팅 시범사업 추진('19. 하)

□ **현지 상품 판매전 개최 추진**('19.하, 추경)

○ 동남아 국가 대형 유통망과 협력, 온·오프라인 판매 플랫폼 구축 등 블랙 프라이데이, 광군제와 같은 대규모 판매전 구성

* '19년 대중소기업 동반진출지원사업 중 시범 과제로 추진, 성과발생 시 확대

2 대기업·공공기관 활용한 동반진출 확대

□ **대기업 해외홈쇼핑 방송 플랫폼을 통한 수출지원**

○ 대기업 홈쇼핑(CJ, GS, 롯데, 현대, 공영, 홈앤쇼핑)의 해외 방송채널(12개국 23개)을 활용한 우수 중소기업의 제품 해외홈쇼핑 방송 판매 지원

- 해외 현지 홈쇼핑 MD 수요파악 후, 판매가능성이 높은 우수 중소기업제품을 선별하여 해외홈쇼핑 방송 및 마케팅 지원

- 각 홈쇼핑사 채널별 주력 제품 선정 및 결합형 마케팅* 실시

* 예시 : 홈쇼핑사 해외 온라인몰 활용, 홍보·판매 진행 후 현지 소비자 선호도 높은 제품을 해외홈쇼핑 방송에 연결하는 마케팅·판로 결합형 지원 도입

□ **신시장 개척단 확대 운영을 통한 판로 다각화 추진**

○ 대기업이 보유한 현지 유통망 네트워크를 활용한 중소기업 판로 개척을 신시장(신남방·신북방지역 포함) 지역으로 확대

* (상반기) CJENM 태국, GS홈쇼핑 말련, 롯데홈쇼핑 러시아, 현대홈쇼핑 대만
(하반기) CJENM 베트남, GS홈쇼핑 태국, 롯데홈쇼핑 미국, 현대홈쇼핑 호주

□ **공공기관의 해외인프라 활용 진출지원**

○ 남동발전·동서발전 등 에너지 공공기관 활용, 협력 중소기업의 동남아 국가 등의 지역으로 진출 지원

* 남동발전 협력사 동반진출 사절단(도하 4월, 동남아 9월)

3 신흥시장 맞춤형 특화사업 추진

□ **신선 농산물 및 가공식품의 판로개척 및 수출기반 구축**

○ 신남방·신북방 신흥시장에 파견된 청년해외개척단('19. 100명)을 활용하여 다변화 선도기업(70개)의 바이어 발굴·시장조사·마케팅 등 지원

○ 중소 가공식품 기업의 판로 개척을 위해 식품산업협회, 무역협회 등과 협업하여 대형 유통매장* 및 온라인 몰 입점 확대

* 상설판매관 : ('18) 33개소(베트남 23, 인니 10) → ('19) 126개소(베트남 81, 인니 45)

○ 우리 농식품 인지도 제고를 위해 주요국(베트남·태국)에서 마케팅 행사*(K-Food Fair)를 개최하고, 한류 스타 홍보 추진

* 태국 : 방콕, 9월 말 개최(K-Con 한류행사 연계) / 베트남 : 호치민, 10월 말

□ **유망소비재의 신남방·신북방 등 신흥시장 맞춤형 사업 추진**

○ **(셀러양성)** 한국 거주 신남방·신북방 국가 출신 외국인을 중소기업 제품 전문 셀러로 양성하여 중소기업 제품 해외 판매 지원

* 외국인 창업기업이나 해외유학생 등 대상으로 전문셀러 교육, 몰별 판매계정 개설, 상품페이지 제작 등 판매실습 비용 지원 (3개월간 마케팅비용 90% 지원)

○ **(할랄특화 지원)** 할랄 인증 교육 제공, 국내 기업의 현지 할랄 전시회 참가 및 바이어 상담회 개최를 통해 판로 지원

* 세계최대 할랄전시회(MIHAS, 말련) 한국관 구축('19.4) 및 할랄인증 교육 참여기업에 대해 인증 획득 지원 후 수출컨소시엄 사업내 전시회·상담회 연계 추진('20년)

- 韓-말레이시아 **할랄 인증·표준개발** 협력, **제3국 공동진출** 등 추진

* (韓)KOTRA와 (말)할랄산업개발공사(HDC)간 할랄산업 육성협력 MOU 체결('19.3)
* 할랄 유통 실시간 관리 시스템(할랄공급망솔루션) 공동개발('19.3~)

○ **(O2O 마케팅)** 신남방·신북방 지역 특색에 맞는 인플루언서를 활용, 국내 중소기업 브랜드 및 제품의 온라인 홍보 및 오프라인 판매 지원

○ **(서비스·콘텐츠)** 한류 활용, 프랜차이즈·콘텐츠 해외진출 지원

* (프랜차이즈) 한류타운(K-Town) 조성(쿠알라룸푸르), K-Beauty, K-Food PPL 등 지원 (베트남, 20개사), (디지털콘텐츠) 웹툰 플랫폼(5개) 현지화 및 콘텐츠기업(100개)

과제 4 해외진출 방식 다각화

1 글로벌 공급망 진출지원 강화

□ GP 통한 글로벌 공급망 진출 지원

○ 자동차부품('18년 대비 +3회), 조선기자재(+5회), 반도체(+2회) 등 GP 상담회 개최 확대로 단기 해외시장 개척 지원 ('18 : 26회 → '19 : 32회)

○ 전기·수소·자율차, 신재생에너지 등 신산업을 전략 품목으로 선정하고 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

□ 해외 온·오프라인 유통망 진출 강화

○ 유통망 매칭 상담회('19년 14회), 현지 팝업 스토어 등 유망제품 판촉전 개최('19년 25회), 소비재 선도기업 지원('19년 73개) 등 현장 중심 대응

○ 아마존, 알리바바 등 글로벌 온라인 유통망과 협업하여 입점 교육 및 설명회를 개최하고 유통거점 무역관(25개소)을 통한 상시 판촉지원

* 알리바바 입점 교육(500개사, 중진공), 아마존 입점교육 및 마케팅 지원 (150개사, KOTRA)
** 中 Taobao 생방송 온라인 판촉전(연중), 태국 Shopee O2O 판촉전(6월) 등

□ 효율적인 GVC 편입을 위한 인프라 구축

○ 분산되어 있는 해외바이어 정보를 통합하여 GP 매칭 시스템 구축

* GVC 진입을 위한 검색 및 해외바이어 정보제공 기능을 구축하고 매치메이킹 기능까지 구현('19년)

○ 현지 지원 강화를 위해 권역별 GP 센터를 주축으로 소거점 센터 구축 추진('19년)

* 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
특화산업	자동차(특화)	자동차, 기계, 항공	자동차, 조선, 항공	자동차, 조선, 전자
소거점	애틀랜타, 실리콘밸리, 시카고	런던, 파리, 프라하, 브라티슬라바	도쿄, 오사카	베이징, 텐진, 선양

2 전시회 · 무역사절단 등 현지 마케팅 지원 강화

□ 해외전시회 통합한국관 구축 추진

○ 세계적으로 지명도가 높고 기업 참여수요가 높은 22개 해외전시회 단체관 구성시 통합한국관 구축

- 상담회, 세미나, 마케팅 등과 연계해 전시회 성과를 높이고, 업종별 여건을 고려해 전시품, 화물 등 운송비 지원 확대

* (예시) 볼로냐 미용전 연계 블로그 마케팅(3월), 오슬로 선박전시회 연계 세미나(6월) 등

< 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

□ 무역사절단 개편을 통한 전문성 제고

○ '19년 예정된 65회 무역사절단을 업종별·유사국가별로 통합해 32회 무역사절단으로 대형화하고 전문성 강화

○ 전략시장 및 유망품목을 선정해 30개사 내외의 규모있는 사절단을 구성하여 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 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**

3 전문무역상사를 활용한 수출지원 강화

□ 전문무역상사의 지속적 성장을 위한 인센티브 강화

○ 중소·중견 전문무역상사의 적극적 해외 진출을 지원하기 위해 무역보험 및 수출마케팅 인센티브 확대·신설

- 단기수출 보험료 50% 지원, 단기수출보험료 할인율 확대(35 → 40%), 해외지사화 사업 및 수출바우처 참여시 가점 부여 등

* 그외 해외조달 정보 제공, 국제전시회 전문무역상사 공동관 운영, 해외바이어 신용조사 제공 등

□ 전문무역상사에 해외 네트워크 및 온라인 기업 포함

○ 대외무역관리규정 개정을 통해 '19년부터 해외 네트워크를 보유한 재외동포·해외조달·전자상거래 기업을 전문무역상사 대상으로 확대

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

- 해외 거점 전문무역상사의 안정적 수출대행 지원을 위해 지정기간 연장 (1년 → 2년, 요건 충족시 자동 갱신)

□ 전문무역상사와 기업간 정보제공 및 맞춤형 매칭지원 강화

○ 온라인 플랫폼 구축('19.4월) 및 고도화를 통해 전문무역상사와 제조기업간 정보제공 및 상호 수요를 반영한 매칭 제공

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

- 우수 제조기업 발굴을 위해 자동차 협회 등 30여개 업종별 협회·조합 등과 협업시스템 구축 ('19.3월 100여개 제조기업 旣발굴)

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

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

과제 5 중소기업의 해외진출 지원 방식 전면 개편

◈ R&D·자금·보증 등의 타지원사업과 해외진출지원이 연계가 부족하며, 수출성장규모별 특성을 반영한 세분화된 정책도 미흡

⇨ ① **각 단계별 핵심기업군 지정, 지역특화 산업 중심으로 자율 육성**
② **수출성장단계**에 따라 **맞춤형 전략지원**

<목표> 수출유망 핵심기업 5천개사 육성

1 지방 수출유망핵심기업 집중지원 체계 구축

□ 집중지원 개요

○ **기본방식** : ①각 참여기관별로 수출규모별 우수기업을 추천하고, ②수출기관 공동협의를 통해 선정한 후 ③핵심기업에 집중 지원

○ **목표 : '22년까지 수출유망 핵심기업 5천 개사 창출**

< 성장단계/연도별 핵심기업 목표(안) (단위: 개사, %) >

구분	초보 ($10만↓)	유망 ($100만↓)	성장 ($500만↓)	강소 ($500만↑)	합계
'19	200	150	100	50	500
'20~'22	600	450	300	150	1,500
합계	2,000	1.500	1,000	500	5,000
	40	30	20	10	100

* 수출중기 정책지원의 참여중소기업의 성장단계 현황 및 투입 가능 예산규모 반영

○ **운영규모 : 해외마케팅 (400억원+α) + 보증·자금 후속지원**

- **(수출지원)** 매년 중기부 수출지원사업*의 20%(400억원), 지자체의 매칭 자금(+α)

* (대상사업) 수출바우처, 컨소시엄, 대중소 동반진출 등 중기부 시행 7개 사업
* **'19년도 하반기 추경(174.5억원) 활용**

- **(후속자금)** 수출유관기관(기보, 중진공, 수은 등)의 중소기업 수출 지원 관련 예산 활용

* 활용 예산 : 기보 3조원, 중진공 25백억원, 수은 10.8조원 등

○ **추천대상** : 창업사업화, R&D, 자금·보증, 국내 판로, 스마트 공장 및 규제 특구 등 6개 정책분야 참여기업 중 우수기업

○ **지원절차** : 추천·선정 → 수출마케팅(중앙·지자체) → 후속자금(금융기관)

< 집중지원 추진절차 >

기업 추천	▸	공동지정	▸	집중지원
• (중앙) 기정원, 창진원, 중앙회, 대중소재단, 중진공, 코트라 등 • (지역) 지자체, 기보, TP, 창경센터, 신보 등		• (심의) 지방 **수출지원 협의회** 심의 • (선정) 수출규모별 우수기업(핵심기업) 선정		• 수출 마케팅 - 중기부(수출지원사업) 및 지자체 매칭 • 후속지원 - 정책자금 및 보증 등

□ 지역(수출지원센터) 중심의 자율적 중소기업 지원체계 조성

○ 지방의 전략산업과 연계한 지역별 수출지원계획 수립·시행을 위해 **지방(수출지원센터)의 자율권 강화 및 책임제 운영**

- 원활한 업무추진을 위해 코트라, 중진공, 기·신보, 수은 등 수출 유관기관으로부터 파견을 통한 수출지원센터 인력 확충

○ '19년 **국정과제**(100,500개) **달성을 위해** 내수·수출중단기업 등 6,000여 개사 선정·밀착관리 → **1,000개사 수출기업화**

구분	중 앙	지방(수출지원센터)
기능	• 정책기본방향(지침) 수립, 중소기업해외진출지원협의회 운영	• 지역별 수출지원계획 수립, 지방 수출지원협의회 운영
사업	• 지역별 한도 배정 → 선정·평가 지방단위로 위임	• 지방 주요기관 협의체 구성→기업 선정·평가 →지역 수출유관기관 사업비의 일부 배분
지원	• 지역별 재원 배분 계획 수립·총괄 관리	• 수출지원협의회운영(집중지원), 밀착관리

○ 수출유망 핵심기업 집중지원을 위한 **지방 중소기업 수출지원 협의회 확대 운영**

- 기존 지방청에서 지자체, 수출유관기관 등을 망라하여 구성하고, 지원기업 추천·심의·선정, 선정기업 지원, 평가 등 수행

* (기존) 지방청, 코트라, 중진공, 신보, 기보 → (추가) TP, 창조경제혁신센터, 지역 연구기관, 지자체 산하기관 등

2 수출 성장단계별 맞춤형 전략지원

□ 수출지원사업의 성장사다리형 지원체계로 개편

○ 지원대상이 내수 및 수출 100만달러 미만 기업으로 쏠리는 편중 현상을 방지하고 성장단계별 맞춤형지원을 위해 운영체계 개편

* '18년 중기부 지원사업 참여기업 중 82.2%가 내수(36.4%)와 수출 100만불 미만 초보·유망(45.8%) 기업으로 구성

** (수출성장 단계) 초보 10만불 미만, 유망~100만불, 성장~500만불, 강소~1천만불

- 지원사업의 예산을 수출규모에 따라 배분하고, 수출역량이 상이한 점을 고려하여 차등지원 내용·방안* 등 설정

* 차등지원 및 방안 예시

• (내수기업) 온라인 수출을 원하나 전문 인력이 부족한 경우, 글로벌 온라인 플랫폼에 입점하도록 외국어(영어 등) 상품페이지 제작, 등록, 배송, AS 등을 지원

• (강소기업) 수출국 다변화를 위한 바이어 정보 제공, 수출 품목 현지화 지원 등

<기 존>

해외진출지원	주요내용
수출바우처	•(대상) 중소기업 •(지원) 수출단계 구분없이 지원 * (예외) 수출바우처 '19년부터 수출단계별 지원 도입
스타트업바우처	
수출컨소시엄	
대중소동반진출	
해외규격인증	
온라인 수출	

<개 편>

각 지원사업별 성장사다리형 체계 구축		
수출단계	배분(안)	지원내용(안)
내수기업	20%	수출전략, 디자인개발
⬇		
수출초보	20%	시장조사, 바이어 발굴
⬇		
수출유망	20%	인증, 전시회
⬇		
수출성장	20%	해외 홍보, 영업
⬇		
수출강소	15%	현지화, 수출국 다변화
⬇		
수출선도	5%	현지화, 수출국 다변화

□ 단계별 지속적 육성을 위한 연속 지원

○ 수혜기업이 지속적으로 성장할 수 있도록 단계 상승에 성공한 기업은 다음 해 연속 지원 받을 수 있는 인센티브 부여

○ 2년 연속 성장단계 상승 기업은 집중지원을 받을 수 있도록 수출유망핵심기업군으로 지정

과제 6 데이터 기반 정책 서비스 고도화

1. 수출 통합신청사이트 구축

□ **(현황 및 문제점)** 기업은 수출 지원사업을 신청할 때, 기관별로 운영 중인 사업 사이트를 찾아 사업을 신청해야 하는 불편 상존

○ 한편, 각 사업 운영기관은 신청 단계 정보가 분산되어, 협업의 전제인 기업 정보를 상호 미공유

* ① 누가 어떤 사업을 신청했는지 ② 특정기업에게 중복지원 되고 있는지 ③ 신청 대비 성과는 어떤지 등 파악하기 힘든 상황

□ **운영방안**

① 개별 사이트와 연계한 온라인 통합신청사이트를 구축

② 신청된 기업정보를 DB화, 공동 활용을 통해 기업 맞춤형 지원

③ 중소기업 통합시스템과 연계, 성과평가 등 운영체계로 활용

1 온라인 수출 통합신청사이트 구축·운영

○ 한 곳에서 수출사업을 통합 신청 가능하도록 통합신청시스템을 구축한 후 개별 사업 시스템과 연계, 수요자 편의를 제고

○ 통합 신청사이트(기업정보)와 통합 관리시스템(성과정보)를 모두 연계하여, 기업 수출 성과 이력을 DB화 → 검색·활용

○ 기업 정보를 기관 간 공유, 우수기업 연관지원 및 성과평가에 활용

2 성과 제도 운영 검토 : 지원한도제, 지원중단제, 지원누진제

○ 온라인 신청 일괄시스템을 통해 사업 신청시 성과와 연동, 신청 시스템에서 자동으로 걸러지는 시스템 운영

① **(지원한도제)** 기업 수출규모 등을 감안, 연간 지원한도, 지원가능 회수를 설정, 중복지원 방지 후 성과에 따라 지원한도 차등적용

② **(지원누진제)** 기업 규모가 커서 경쟁우위로 중복 지원받는 기업, 계속된 지원에도 성과가 없는 기업에 지원조건, 한도 등을 가중

- 기업 부담비율 점진 확대, 금리 인상 등을 통해 기업이 성과에 대해 책임지도록 유도

③ **(지원중단제)** 지원 후 성과(매출) 미흡기업은 한시적 지원 중단

2. 정보 플랫폼을 통한 정책 서비스 고도화

1 맞춤형 수출금융 맞춤형 프로그램 개발 추진

○ 정부 지원사업 참여 중소기업의 기업정보를 수출금융 지원기관과 공유해 중소기업에 적합한 수출금융패키지 개발 추진

- 수출유망중소기업* 정보를 중진공, 무보, 기은, 수은, 기·신보에 제공해 맞춤형 수출금융상품 제공(19년 시범추진=>20년 타분야 확대)

* 수출유망중소기업 지정제도 : 성장 가능성이 큰 수출기업에 대해 수출유관기관의 우대지원을 집중하여 수출지원사업 성과를 극대화 (19.3월 기준 1,639개사 지정)

2 빅데이터 기반 해외진출지원 플랫폼 구축

○ 해외진출 희망 기업에게 **타겟 시장 및 유망품목 추천, 현지 시장 정보**와 **적격 바잉오퍼, 해외진출 지원사업 추천** 및 **신청방법 안내** 등 **통합 제공**

* 코트라의 '해외시장 빅봇' 시스템에 국내외 경제/수출지표 및 他기관 사업, 공공 개방데이터 등 외부 DB를 확대 반영

3 글로벌 위조 상품 유통에 따른 대응 강화

○ 해외* 전자상거래 업체와 협력을 강화하여 온라인 위조상품 유통에 적시 대응 추진('19년, 6.6억원)

* ('18년) 중국 → ('19년) 아세안 대응체계 마련 → ('20년) 아세안 주요 국가로 확대

○ 위조상품 적발 시 해당 온라인 마켓에서의 게시물 삭제* 및 피해기업에 대한 컨설팅 지원을 통해 현지 지재권 침해 대응** 추진

* 중소·중견기업의 신청을 받아 위조상품 모니터링을 진행하고 해당 온라인 마켓에 대리신고를 통해 게시물 삭제 요청

** 경고장 발송, 공동 침해조사 및 행정단속, 소송 제기 등 지원('19년, 107억원)

④ 수출통계 이력시스템 활용 정책 수립·추진

○ 9.5만개 수출기업의 수출정보와 애로상담 이력정보를 활용한 수출기업 성과관리 DB 관리시스템으로 지원사업 분석·평가도 수행

○ 동향정보를 지방청, 타부서 및 타부처, 유관기관 등과 공유함으로 수출지원 정책의 효율성 제고 및 기관 간 협업 강화

과제 7 해외진출 중소기업의 지식재산 보호 · 지원 확대

□ 수출기업의 「해외 지식재산권 분쟁 대응」 지원 확대

○ IP 창출·보호 펀드*' 및 IP-DESK를 통해 현지 지재권 확보를 지원하고, 한류확산 속도 등을 감안하여 IP-DESK 확대 추진

* 투자금 일부를 기업의 IP 창출 및 분쟁대응에 활용('19년 500억원)

○ 전세계 한류편승기업의 현황을 지속 파악하여 위법요소가 많은 지역을 중심으로 기업 대응을 지원하고, 정부간 교섭 추진

○ 특허·상표·디자인 등 권리별 분쟁 대응을 지원하고 해외 상표선점 피해에 우리기업이 적시에 대응할 수 있도록 모니터링* 강화

* ('18) 중국 → ('19) 중국(매월), 베트남(반기별)

□ 중소기업의 해외 지식재산(IP) 권리 확보 지원

○ 수출 유망 중소기업 중 지식재산 역량을 갖춘 글로벌 IP 스타 기업을 선정하여 IP 창출·해외권리 확보 지원

* 예산 및 지원기업 수: '19) 96억원, 570개社 → '23) 128억원, 750개社

□ 글로벌 히트상품 IP-R&D(특허 연계 연구개발 전략) 지원

○ 중소기업이 해외 IP로 무장한 글로벌 히트 상품을 창출할 수 있도록 제품 중심으로 특허·디자인·브랜드 융합 전략 지원

Ⅳ. 수출감소 선제대응

대응 1 '19년도 수출금융 확대 및 본격이행

□ 수출무역 금융 추가 본격 시행

○ **금번 추경의 재정적 보완**을 통해 지난 3.4일 대책의 **무역금융 공급 확대**를 안정적으로 뒷받침(2,640억원)

* '18년 대비 15.3조 증가한 총 235조원 공급 계획

< 수출금융 추경(안) >

구분	무역보험공사	신용보증기금	기술보증기금	수출입은행	합계
추가 출자·출연	1,700억원	320억원	120억원	500억원	2,640억원

□ 무역 금융프로그램 본격 이행

○ 무역금융 프로그램 본격 가동을 위한 관련 기관 간 지원 업무 협약 체결 및 기존 프로그램 지원확대 시행 (4.1)

* 「무역금융 지원 업무협약」(4.1) : 무보-국민·신한·하나·우리은행 (산업부장관·무협회장)

< 무역금융 기존 프로그램 지원확대 주요내용 >

구 분	주요 내용	시 행
수출자금 보증건 무감액 연장	‣ 기존 중소·중견기업 수출자금 보증 1년간 감액없이 전면 연장 → **1,206개사, 1조원**	4.1
주력·신흥시장 수출보험 한도 확대	‣ 91개 시장 대상 신규 수출보험 한도 확대 연장 (3월말 → 6월말)	4.1
	‣ '19년 1~2월 연속 수출감소 3개국(중국, 베트남, 필리핀) 대상 기존 보험한도 10% 일괄 증액	4.1

○ 수출채권 조기 현금화, 수출계약 기반특별보증 프로그램 등 5개 신규 프로그램을 5월 중 본격 가동

< 무역금융 5개 신규 프로그램 주요내용(공급목표) >

구 분	주요 내용	시행
수출채권 조기 현금화	‣ 수출물품 선적후 발생하는 **수출채권**을 수입자의 **대금결제 전에 조기 현금**화시 보증 **(1조원)**	4.1
수출계약 기반 특별보증	‣ 수출계약은 체결했으나, 일시적 자금난을 겪는 중소기업에게 **수출물 제작자금 대출보증 (1,000억원)**	4.10
新수출성장동력 특별지원	‣ **친환경·2차전지·바이오 등 신산업 분야** 수출기업 및 해외법인의 **대출·이행성 보증 (1,000억원)**	5월
해외 수입자 특별보증	‣ **해외수입자**가 국내은행 현지법인에서 **우리 제품 수입대금 대출**시 보증지원 **(1,000억원)**	5월
매출채권 조기 현금화 특별보증	‣ 수출용 원·부자재 납품기업이 은행에서 매출채권 조기 현금화시 보증 **(3,000억원)**	5월

대응 2 현장 맞춤형 대응 계속 추진

□ 수출 현장애로 대응 강화

○ 1차 수출활력촉진단*(1.31~3.29, 15개시도)에 이어, **수출활력촉진단 2.0**을 **'테마별+범부처 지원'**으로 **고도화** 추진(5~7월)

- **①新수출동력*, ②스타트업, ③소비재·소상공인, ④강소기업** 등 분야로 특화

* **(산업부)** 항공, 로봇, 소비재(화장품), 전기차·이차전지 **(농림부)** 농식품 **(해수부)** 수산식품 **(국토부)** 플랜트·해외건설 **(문화부)** 문화·콘텐츠 **(복지부)** 바이오·헬스

- **수출활력촉진단 2.0**을 기술·통상·무역을 아우르는 **범부처 현장지원 플랫폼**으로 고도화하고 **소관부처를 주축**으로 **종합지원 추진**

□ 지역 특화산업 맞춤형 해외마케팅 강화

○ 식품·선박·바이오·전력 기자재 등 **지역별 특화산업**을 고려한 **맞춤형 수출 지원**을 통해 **지역 중소기업의 해외진출을 지원**

- **조선·차부품** 등 **인근 권역을 연계**해 지원규모도 **대형화·전문화**

* **(권역내)** 부산·울산·경남 : 조선기자재 **(권역간)** 경기-전북-인천 : 자동차부품

< 지역 특화산업 맞춤형 프로젝트 >

지역	특화 산업	추진 사업	지역	특화 산업	추진 사업
부산	선박, 해양 플랜트	일본유통망 유력바이어 상담회 등 4회	광주 전남	뿌리산업, 농 식품 등	국제뿌리산업전상담회 등 12회
대구 경북	ICT, 기계, 섬유, 뷰티	대한민국 ICT융합 엑스포 등 5회	전북	자동차부품, 식품 등	전북 식품특화 바이어 초청 상담회 등 9회
경남	조선, 항공	경남 조선기자재·기계부품 상담회 등 3회	대전 충남	혁신산업, R&D부품	대전시 하이테크 WTA수출상담회 등 11회
강원	의료기기, 화장품	강원의료기기전 수출상담회 등 6회	충북	바이오, 기계	오송 화장품뷰티산업전 수출상담회 등 3회
경기	ICT,콘텐츠, 소비재	G-TRADE 중동 수출상담회 등 8회	울산	전력기자재	울산 엑스포트 플라자 등 4회
인천	바이오, 뷰티, 물류	인천시 K뷰티전 수출상담회 등 5회	지역 맞춤형 특화사업 70회 추진		

○ 코트라의 지역 지원역량을 보강해, 수출바우처·지사화 등 **다양한 협업사업**과 연계하여 **지역 중소기업 밀착 지원**

*** 코트라-지자체 협업사업('19) 발굴 사례**
- (사례1) KOTRA 수출바우처 내 '경기도 수출바우처' (경기도 10.5억원)
- (사례2) 해외무역관을 통한 지사화 형태의 인천시 대만 거점화 사업 (인천시 0.7억원)

Ⅴ. 향후 추진계획

□ 수출유망 핵심기업 집중지원 체제 신속 도입

○ '19년 하반기 시행을 위한 지원계획·운영지침 수립(5월), 지자체 등 참여기관 대상 설명회 개최(5~6월), 사업시행(7월~)

□ 각 과제의 추진일정에 따라 차질 없이 진행될 수 있도록 **소관 부처의 사업 추진 상황 지속 모니터링** 및 **보완 추진**

참 고 **정책과제 추진 일정**

추진 과제		소관부처	추진일정
1. 온라인 수출 기반 조성 및 지원 확대			
1-1. 온라인 수출 지원 인프라 구축			
	1-1-1. 온라인수출 공동물류 사업 추진	중기부	'19.하
	1-1-2. 온라인수출 표준정보체계 구축	중기부	'20
	1-1-3. 전자상거래기업 육성 집적단지 설치	중기·지자체	'20
	1-1-4. 전자상거래 수출 통관물류센터 구축	중기·관세청	'21
	1-1-5. 전자상거래 전용 통관물류 플랫폼 구축	관세청	'19
1-2. 온라인 수출 활성화를 위한 지원 제도 마련			
	1-2-1. 중소기업의 온라인 기업화 추진	중기·산업부	'19
	1-2-2. 온라인 수출 인력 및 창업 활성화	중기부	'20
	1-2-3. 온라인 전시회·상담회 지원 확대	중기·산업부	'19
	1-2-4. 온라인 B2B 수출플랫폼 활용 수출기회 확대	중기·산업부	'19
	1-2-5. 전자상거래 분야 자금 및 투자 확대	중기부	'20
2. 스타트업의 글로벌 스케일업 본격 추진			
2-1. 스타트업 혁신거점 설치 및 교류·협력 활성화			
	2-1-1. 스타트업 혁신거점 설치 및 통합시스템 구축	중기·산업부	'19.하
	2-1-2. 글로벌 대기업 및 해외 AC·VC와 협업	중기·산업부	'19
	2-1-3. 해외 투자유치 통한 글로벌 스케일업 도모	중기·산업부	'19
2-2. 국가간 협력을 통한 스타트업 해외진출 기반 구축			
	2-2-1. 글로벌 스타트업 페스티발 정례화 추진	중기·산업부	'19.하
	2-2-2. 한-ASEAN 스타트업 국제기구 설립 추진	중기부	'20
	2-2-3. 스타트업 공동기술 개발·교류 협력 확대	중기부	'20
3. 한류 활용 신흥시장 진출지원 확대			
3-1. 글로벌 한류 행사 활용 판로개척			
	3-1-1. 한류행사와 연계 온-오프라인 마케팅 확대	관계부처	'19.상
	3-1-2. 중기 유망 소비재 제품 전시회 확대	중기부	'19.하
	3-1-3. 현지 상품 판매전 개최 추진	중기·산업부	'19.하
3-2. 대기업·공공기관 활용한 동반진출 확대			

추진 과제		소관부처	추진일정
	3-2-1. 해외홈쇼핑 방송 플랫폼 통한 수출지원	중기부	'19
	3-2-2. 신시장 개척단 확대 운영	중기·산업부	'19.상
	3-2-3. 공공기관의 해외인프라 활용 지원	산업부	'19
3-3. 신흥시장 맞춤형 특화사업 추진			
	3-3-1. 농식품, 가공식품 판로 및 수출기반 구축	농식품부	'19.상
	3-3-2. 유망소비재 신흥시장 맞춤형 사업 추진	중기·산업부	'19
4. 해외진출 방식 다각화			
4-1. 글로벌 공급망 진출지원 강화			
	4-1-1. GP 통한 글로벌 공급망 진출 지원	산업부	'19
	4-1-2. 해외 온·오프라인 유통망 진출 강화	산업부	'19
	4-1-3. 효율적인 GVC 편입을 위한 인프라 구축	산업부	'19
4-2. 전시회·무역사절단 등 현지마케팅 지원 강화			
	4-2-1. 해외전시회 통합한국관 구축 추진	산업부	'19
	4-2-2. 무역사절단 개편을 통한 전문성 제고	산업부	'19
4-3. 전문무역상사를 활용한 수출지원 강화			
	4-3-1. 전문무역상사의 성장 위한 인센티브 강화	산업부	'19
	4-3-2. 전문무역상사 범위 확대	산업부	'19
	4-3-3. 전문무역상사와 기업간 정보제공·매칭지원	산업부	'19
5. 중소기업 해외진출 지원 방식 전면 개편			
5-1. 지방 수출유망핵심기업 집중지원 체계 구축			
	5-1-1. 집중지원 체계 구축	중기부	'19.하
	5-1-2. 지역(수출지원센터) 중심 지원체계 조성	중기부	'19.하
5-2. 수출 성장단계별 맞춤형 전략지원			
	5-2-1. 수출지원사업의 성장사다리형 체계로 개편	중기부	'20
	5-2-2. 단계별 지속적 육성을 위한 연속 지원	중기부	'20
6. 데이터 기반 서비스 및 지식재산 보호·지원			
	6-1. 온라인 수출 통합신청사이트 구축·운영	중기부	'20
	6-2. 맞춤형 수출금융 맞춤형 프로그램 개발 추진	중기부	'19.하
	6-3. 지능형 해외진출지원 플랫폼 구축	산업부	'19
	6-4. 글로벌 위조 상품 유통에 따른 대응 강화	특허청	'19
	6-5. 수출통계 이력시스템 활용 정책 수립·추진	중기부	'19

추진 과제		소관부처	추진일정
7. 해외진출 중소기업의 지식재산 보호·지원 확대			
	7-1. 해외 지식재산권 분쟁 대응 지원 확대	특허청	'19
	7-2. 해외 지식재산(IP) 권리 확보 지원	특허청	'20
	7-3. 글로벌 히트상품 IP-R&D 지원	특허청	'20
대응 과제		**소관부처**	**추진일정**
1. '19년도 수출금융 확대 및 본격이행			
1-1. 수출무역 금융 추가 본격 시행		관계부처	'19.4
1-2. 무역 금융프로그램 본격 이행		산업부	'19.4
2. 현장 맞춤형 대응 계속 추진			
2-1. 수출 현장애로 대응 강화		관계부처	'19.5
2-2. 지역 특화산업 맞춤형 해외마케팅 강화		산업·지자체	'19.5