



보도시점 2024. 3. 13.(수) 11:00
< 3.14.(목) 조간 >

배포 2024. 3. 13.(수)

올해 해외전시회 참가에 중소기업 7,700여 개사 지원

- 부처, 지자체의 해외전시회 지원 예산 871억 원...작년 785억 원보다 86억 원 증가
- 통합한국관 150개로 확대, K-POP콘서트와 상품전 연계한 한류박람회 3회 열려

산업통상자원부(장관 안덕근, 이하 산업부)는 3.13.(수), 관계부처·지자체·수출유관기관 등이 참석한 가운데, 최우석 무역투자실장 주재로 「2024년 해외마케팅 정책협의회」를 개최하였다. 최근 해외전시회 개최가 코로나19 이전 수준으로 회복되면서 그간 수출마케팅 기회가 부족했던 중소·중견기업들의 해외전시회 참가 수요가 증가할 것으로 예상됨에 따라 금번 협의회에서는 올해 범정부 해외전시회 지원계획을 논의하였다.

첫째, 부처 및 지자체의 해외전시회 참가 지원을 작년 7,182개사(예산 785억 원)에서 올해 7,740개사(예산 871억 원)로 대폭 확대할 계획이다. 특히 올해에는 동남아 시장의 '한류'를 활용한 식품·뷰티 등 소비재 품목과 유럽 시장의 디지털전환(DX)·탄소중립 수요에 대응한 기계·전기전자 품목 등과 관련된 해외전시회를 집중 지원할 계획이다.

둘째, 해외전시회 참가기업들이 '코리아 프리미엄' 마케팅을 활용하여 수출 성과를 높일 수 있도록 CES·MWC 등 해외 유명전시회에 통합한국관을 작년 135개에서 금년에 150개로 확대할 계획이다. 또한 바이어 발굴, 전시회 연계 컨퍼런스·상담회 개최 등 현장 마케팅 지원을 통해 통합한국관 참여기업의 성과를 높일 계획이다.

셋째, 한류의 산업적 영향력을 활용한 한류박람회 개최를 작년 2회에서 금년에는 3회로 확대하여 도쿄·파리·자카르타에서 개최할 예정이며, K-POP 콘서트, 팬 사인회와 같은 문화 프로그램을 우수상품전과 연계하는 등 관계부처 협업을 강화할 계획이다. 또한 식품·보건·정보통신기술(ICT) 등 수출 유망품목의 주요 전시회에 참여기업 모집, 바이어 유치, 홍보 등에서 관계 기관 협력을 한층 강화할 계획이다.

넷째, '글로벌전시포털(GEP, www.gep.or.kr)'을 중심으로 기관별 해외전시회 포털과의 연계를 강화하여 관심있는 기업들에게 신속하게 맞춤형으로 통합 제공할 계획이다. 아울러 전 세계 129개 무역관을 통해 해외전시회 참가기업의 수요를 받아 해외전시회 정보 및 참관기 등도 상세 제공할 계획이다.

한편, 이날 협의회에서는 해외전시회 통합한국관의 이미지로 사용할 BI (Brand Identity)의 디자인 개선안을 공개하였다. 정부는 작년 하반기부터 BI의 활용성과 영상 등 매체 적응력을 높이기 위해 BI 디자인 개선작업을 진행했고, 올해 하반기부터 통합한국관에 본격적으로 활용할 계획이다.

해외마케팅 정책협의회를 주재한 최우석 무역투자실장은 “해외전시회는 중소·중견기업들이 가장 선호하는 해외마케팅 수단으로, 해외전시회 참가 기업들의 성과를 높이기 위해 관계기관간 협력이 매우 중요하다” 며 “올해 통합한국관 구축 확대, K-POP 공연과 연계한 한류박람회 개최 등으로 역대 최대 수준인 수출 7,000억 불 달성을 위해 모든 부처, 지자체, 수출 유관 기관이 협업하여 해외마케팅을 총력 지원해 줄 것”을 당부하였다.

- 【붙임】 1. 2024년 해외마케팅 정책협의회 개요
 2. 2024년 범정부 해외전시회 지원계획(안)
 3. 통합한국관 BI 디자인 개선(안)

담당 부서	무역정책관 무역진흥과	책임자	과 장	박재정 (044-203-4030)
		담당자	사무관	유강열 (044-203-4034)



더 아픈 환자에게 양보해 주셔서 감사합니다
가벼운 증상은 동네 병의원으로



참고 1

2024년 해외마케팅 정책협의회 개요

□ 개최 목적

- 전시산업발전법*에 따라 해외마케팅 활성화와 효율성 제고를 위하여 해외마케팅 지원전략을 수립하고, 관련 정책의 협의·조정 추진

* 전시산업발전법 제21조제5항 및 전시산업발전법령 통합고시 제16조

□ 협의회 개요

- (일시/장소) '24.3.13.(수) 14:30~16:30 / 세종청사 12동 506호
- (참석자) 산업부 무역투자실장(주재), 관계부처(7), 지자체(17), 유관기관(9)
 - * 관계부처(7) : 산업부, 중기부, 문체부, 농식품부, 해수부, 과기부, 복지부
 - 광역지자체(17) : 서울시, 부산시, 대구시, 인천시, 광주시, 대전시, 울산시, 세종시, 경기도, 강원도, 충청북도, 충청남도, 전라북도, 전라남도, 경상북도, 경상남도, 제주도
 - 유관기관(9) : KOTRA, 무역협회, 중소기업중앙회, 농수산식품유통공사, 콘텐츠진흥원, 정보통신산업진흥원, 창업진흥원, 보건산업진흥원, 전시산업진흥회
- (주요내용) ① '24년 범정부 해외전시회 지원계획(안)*, ② 통합한국관 BI(Brand Identity, 로고) 디자인 개선(안)**

* 해외전시회 '24년 지원계획, 통합한국관 확대 및 성과제고, 지원기관별 협업 강화 등

** 해외전시회 통합한국관 BI 디자인 개선 추진배경, 경위, 개발결과 및 활용방안 등

□ 세부 일정(안)

시 간		내 용	비 고
14:30~14:35	5'	모두발언	산업부 무역투자실장
14:35~14:50	15'	2024년 범정부 해외전시회 지원계획(안) 발표	산업부 무역진흥과장
14:50~15:05	15'	통합한국관 BI 디자인 개선(안) 발표	KOTRA
15:05~16:25	80'	토 론	참석자 전원
16:25~16:30	5'	마무리발언	산업부 무역투자실장

[1] 해외전시회 지원 지속 확대

- (지원계획) 범정부 총 871억원 예산 투입, 주력·전략시장의 주요 수출품목 전시회에 7,740개사 단체·개별참가 지원

* (단체참가) 한국관 구성 후 다수기업 대상 참가비 등 지원(730억, 388회, 5,777개사)
 (개별참가) 전시회 참가희망 개별기업 대상 참가비 등 지원(141억, 1,963개사)

- (지역) 아세안, 중국, 북미 등 주력시장의 해외전시회 참가를 중점 지원하고, 전략시장인 유럽, 일본, 중동 등 지속 지원

- 특히, 중국 내수회복 기대 등으로 중국지역 전시회 지원비율 증가 ('23년 15.8%→'24년 20.4%)

국가	아세안	중국	유럽	북미
지원횟수(회)	86(22.9%)	77(20.4%)	75(20.1%)	57(15.1%)
국가	일본·대양주	중동	CIS	중남미·아프리카
지원횟수(회)	39(10.3%)	32(8.4%)	5(1.4%)	5(1.4%)

* '24.3.13 기준, 해외전시회 미선정 기관 전시회 지원 횟수(12회), 개별참가 제외

- (품목) 한류를 활용한 식품·뷰티 등 소비재 품목과 DX·탄소중립 수요에 대응한 일반기계·전기전자 품목 해외전시회 집중 지원

- 특히, AI 적용 확산, 디지털전환 대응 수요 증가 등으로 전기전자 품목 전시회 지원비율 증가('23년 3.8%→'24년 11.7%)

품목	소비재	일반기계	전기전자	바이오·의료	종합/기타
지원횟수(회)	136(36.2%)	56(14.9%)	44(11.7%)	32(8.5%)	31(8.2%)
품목	자동차·조선	섬유	콘텐츠	화학·에너지	서비스
지원횟수(회)	25(6.6%)	22(5.9%)	12(3.2%)	10(2.7%)	8(2.1%)

* '24.3.13 기준, 해외전시회 미선정 기관 전시회 지원횟수(12회), 개별참가 제외

[2] 통합한국관 확대 및 성과 제고

◇ 전시회 참가기업이 ‘코리아 프리미엄’을 활용할 수 있도록 통합한국관 구축을 확대(‘24년 150회)하고, 현장 마케팅 지원 등을 통해 성과 제고

- (통합한국관 확대) ‘대한민국 브랜드’ 위상을 마케팅에 활용하고, 참여기업 성과 제고 등을 위해 통합한국관 확대(‘23년 135회→‘24년 150회)
 - ‘24년 다수 부처·지자체 지원대상 전시회에 대해, 해당 부처와 지자체간 통합한국관 추진 검토 및 협의
 - * 통합한국관 추진 검토시 참고 가능하도록 GEP(글로벌전시포털)에 다수 부처·지자체 지원대상 전시회 정보 게재
 - KOREA BI 사용, 부스 디자인 통일 등 부분통합 전시회에 대하여 전시장 부스 공동 임차* 등 완전통합으로 전환 확대
 - * 전시회 주최 측과 부스 임차 협상 시 통합한국관 규모를 적극 활용 → 유리한 (좋은) 부스 위치 확보, 개별 임차 대비 임차비용 절감 가능
- (통합한국관 성과 제고) 바이어 발굴, 디지털 마케팅, 컨퍼런스·상담회 등 현장 마케팅 지원으로 통합한국관 참여기업 성과 제고
 - 통합한국관 디렉토리 제작, 잠재 바이어 리스트 통합제공 등으로 바이어와의 상담 기회 확대
 - SNS 등 온라인을 활용한 통합한국관 디지털 마케팅 추진
 - * **Linked in, Facebook** 광고를 통해 통합한국관 홍보용 랜딩페이지로 유입 확대, 부스 방문 및 상담 바이어 적극 유도
 - 현지 부대행사* 등 현장 마케팅 공동 추진을 통해 참가기업의 기술력 홍보를 강화하고, 수행기관·기업 대상 전시회 관련 각종 정보제공**
 - * 통합한국관 참가기업 IR·피칭·시연회·수출상담회 등
 - ** 전시회 개최지역 진출전략 공동설명회 등

[3] 부처 · 지자체 협업 강화

◇ 관계부처 합동 한류박람회 개최를 확대하고('24년 3회), 식품, 보건 등 주요 전시회에 참여기업 모집, 바이어 유치 등 관계기관 협력 강화

- (한류박람회 개최 확대) 한류의 산업적 영향력을 활용하여 관계부처 합동 한류박람회 개최를 확대('23년 2회→'24년 3회)하고, K-POP 콘서트, 팬사인회 등 문화 프로그램 연계 추진

< '24년 관계부처 합동 한류(K) 박람회 개최 계획(안) >

행사명	① 한류박람회 / 10월, 도쿄					② K-박람회 / 9월 파리, 11월 자카르타				
주최	산업부 (총괄)	문체부	국토부	농식품부	중기부	문체부 (총괄)	산업부	농식품부	해수부	중기부
주관	KOTRA	콘진원	LH	aT	중기 유통센터	콘진원	KOTRA	aT	aT	중기 유통센터

- (지원 전시회 사전 조정) 부처간 효율적인 해외전시회 지원을 위해 산업부-중기부간 지원대상 전시회 선정 관련 정기 협업체계 마련
 - 지원예산이 가장 많은 산업부-중기부간 전시회 선정에 관한 계획 사전 공유(3분기 內), 최종 선정前 중복 검증(4분기 內)
- (오사카엑스포 사전준비) 범정부 엑스포 지원협의회*를 통해 엑스포 한국관의 성공적인 참가('25.4~10월)를 위한 연계행사 등 발굴 · 지원
 - * (지원협의회) 산업부 · 문체부 · 농식품부 등으로 구성하여 반기별 1회 개최 예정
 - 한국 우수상품전과 연계한 관광 박람회, K-POP 콘서트, 재일교포 초청 공연 등 문화·외교 연계행사를 추진하여 엑스포 참가효과 극대화
- (참여기업 모집 등 협업) 보건·식품·ICT 등 주요 전시회에 참여기업 모집, 바이어 유치, 문화행사 연계, 홍보 등 관계기관 협력 강화

[4] 해외전시회 지원 정보 통합제공 (GEP)

- ◇ ‘글로벌전시포털(GEP)’을 활용하여 기업들에게 기관별로 산재된 해외 전시회 지원 정보 및 전시회 상세 정보를 신속하게 맞춤형으로 통합 제공

- (GEP 연계 강화) GEP의 인터페이스 기능 개선을 통해 범정부 지원 해외전시사업 정보 제공 강화
 - ‘유관기관 지원 전시회’ 정보에서 기관별 지원 신청페이지 링크 연계
 - * (현행) 지원기관 홈페이지 주소 및 신청절차 안내 → (개선) 신청페이지 URL 제공
 - ‘유관기관 지원전시회’ 하위 카테고리 생성을 통해 기관별 지원 전시회 별도 게시
 - * (현행) ‘유관기관 지원전시회’ 카테고리 내 지원사업 목록 전체 게시, 지원기관명 표시 → (개선) ‘유관기관 지원전시회’ 카테고리 하위에 기관별 지원전시회 카테고리 생성

- (맞춤형 정보제공) 기업 수요를 반영하여 해외전시회 지원 정보, 전시회 관련 상세정보를 신속하게 제공
 - 부처·지자체의 해외전시회 지원 정보를 신속하게 파악·제공
 - * 연말 차년도 범부처·지자체 지원계획 조기 조사 → 지원예정 전시정보 게재
 - 현재 해외무역관에서 자체적으로 조사하여 게재 중인 해외전시회 상세정보를 부처·지자체의 지원기업 수요를 반영하여 조사

- (정보제공 확대) 해외전시회 상세정보, 참관기, 산업전문 리뷰 등 전시회 관련 정보제공 콘텐츠 확대
 - 유관기관에서 생산하는 해외전시회 참관기, 산업전문 리뷰 등 다양한 현장 콘텐츠 제공
 - * (‘23년) 전시정보 2,448건, 리뷰 323건 → (‘24년) 전시정보 3,200건, 리뷰 420건 목표

참고 3

통합한국관 BI 디자인 개선(안)

□ 추진배경

- (배경) 통합한국관 BI 관련 해외전시회 주관기관, 참가기업 등에서 BI 디자인 개편 필요 의견* 제기('23.3, '23년 해외마케팅 정책협의회)

* 통합한국관 BI가 단일안으로, 타기관(부처, 지자체) BI와의 조화 등 유연한 활용이 어려움

- (경과) 범정부 BI 작업반 의견수렴 등을 통해 디자인 개선 추진
- 범정부 BI 작업반* 구성('23.8월) → 한국디자인진흥원 위탁('23.10월) → 1~2차 작업반 의견수렴('23.12월~'24.1월) → 디자인 개선안 확정('24.2월)

* 산업부, 중기부, 문체부, 농식품부, 충북, 경남, 전남 등 12개 기관 참여

□ 개선(안) 및 활용

- (개선안) 現 BI의 정체성을 유지하되, ①타 기관 BI 조화 등 활용성 제고, ②홍보물 등 다변성 강화, ③영상 등 매체 적응력 향상 방향으로 개선

현재	개선(안)		
			
유연한 활용에 제한	①타 기관 BI와 조화	②다변성 강화	③디지털매체 적용

- (활용) CES, MWC 등 해외 유명전시회에 타 기관과 BI 통합으로 통합한국관 구축 확대('23년 135회→ '24년 150회)될 수 있도록 활용

□ 향후계획

- 통합한국관 BI 개선(안) 공개 및 발표(3.13, '24년 해외마케팅 정책협의회)
- 통합한국관 BI 해외전시회 통합한국관 적용('24. 하반기~)