

무역 기반(인프라) 확충의 필요성과 선진국의 사례

산업 기술 정보원
책임연구원 사 공 목

1. 무역인프라 확충의 필요성

〈무역인프라의 정의〉

국가간의 무역에는 정보의 不在와 정보의 非對稱性, 거래 상대방의 機會主義 가능성 등으로 국내 거래보다 훨씬 큰 去來費用(Transaction Cost)이 발생하게 되고, 이는 특히 해외정보에 어두운 중소기업에게 있어서는 수출시장에 대한 진입장벽으로 작용하게 된다.

우리나라의 수출경쟁력을 확보하기 위해서는 物流費用의 최소화과 거래비용의 최소화가 요구되고 있다. 즉 물류비용이란 도로, 항만, 항공, 기타 물류에 관계되는 비용을 총칭하는 것으로 사회간접자본(SOC) 시설의 확충이 여기에 해당된다. 한편 무역인프라는 무역정보화, 무역전시장 및 전시 기술, 기업의 해외지사망, 해외전시·물류시설, 무역인력 양성체제, 기회주의 방지 장치 등을 지칭하며 이의 확충은 거래비용의 최소화에 기여한다.

여기에서는 무역인프라의 범위에 도로 항만 등 사회간접자본은 포함하지 않기로 한다.

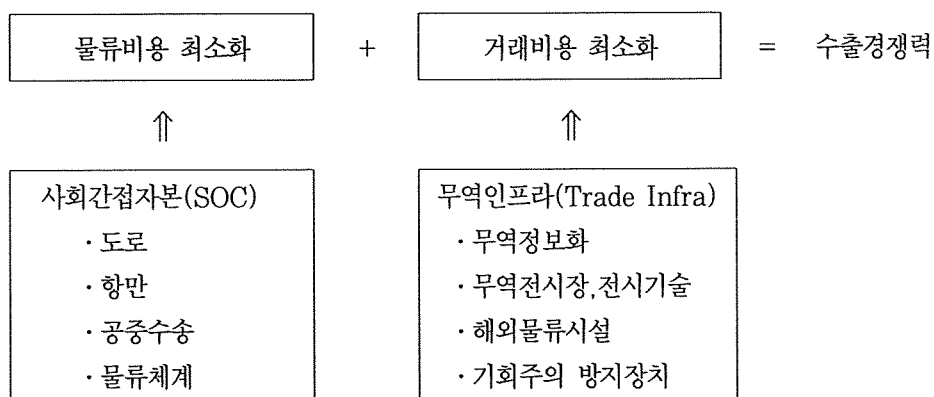
〈무역인프라 확충의 필요성〉

WTO출범으로 인해 수출지원체제가 종래의 직접 지원체제에서 간접지원 체제로 변화하기 시작함에 따라 세계 각국은 직접적인 보조금 제공 대신 무역인프라 확충을 통한 간접적인 수출진흥책도 도모하고 있다.

국내 무역인프라의 수준은 선진국과 비교할 때 절반수준에도 미치지 못하고 있으며 IMF 체제 이후 그나마 해외무역거점도 줄어들고 있는 등 전반

적으로 무역인프라가 크게 위축되고 있는 실정이 어져 있는 선진국들조차도 무역인프라 확충에 힘
다. 을 쓰고 있다는 점에서 우리정부의 가일층의 노력
그러나 우리보다도 무역인프라가 훨씬 잘 갖추 이 요구되고 있다.

〈도 1〉 무역인프라의 기본 개념도



자료 : 산업자원부

〈표 1〉 주요 선진국의 무역인프라 지원 실태

	해 외 마 케 팅 지 원			기 술 지 원 등	
	해외정보	거래알선	전시회	기술정보	교 육
미 국	◎	△	△	△	X
일 본	△	X	X	◎	X
영 국	◎	◎	◎	X	X
프 랑 스	◎	◎	◎	◎	○
독 일	○	△	◎	X	X
이 태 리	○	○	○	X	△
캐 나 다	○	○	○	X	X
대 만	◎	◎	○	○	◎
한 국	○	◎	△	X	△

자료 : KOTRA, 주요 선진국의 수출지원제도 비교, 1998. 4, p. 19

주: 본 자료는 KOTRA의 무역관을 통해 조사된 것으로서 무역인프라 수준에 따라 매우 높음 ◎, 높
음 ○, 보통 △, 낮음 X 등으로 표시하고 있음.

특히 우리 중소기업의 경우 각국 시장에 대한 정보 부족과 관련 전문인력 부족 등 무역인프라의 부족으로 해외거래선을 발굴하는 데 어려움이 많은 것으로 나타났다. 중소기업에게 있어서 가장 취약한 부분이 바로 해외에서의 A/S 문제다. 따라서 동남아, 美州, 유럽 등 지역별로 해외거점에 중소기업 공동의 물류센터나 A/S 센터 설치의 필요한다. 이를 효과적으로 지원하기 위한 법적 근거 및 재원의 확보가 필요하다.

이처럼 무역기반 조성의 필요성이 높음에도 불구하고 이제까지 무역인프라확충은 법적 근거없이 행정지도 방식으로 시행되다 보니 일관성 및 투명성이 부족하였다.

이러한 요구에 부응하여 산자부는 무역인력 양성교육, 사이버마켓 인프라 구축, 무역전시산업 육성 성과 해외무역전시회 참가 지원, 해외 상설 전시 물류시설 등 해외무역기반 구축 등 무역기반 조성 사업 추진을 위해 무역기반 조성법을 제정할 움직임을 보이고 있다.

2. 우리나라의 무역 인프라 현황

〈 무역전시장 규모 〉

현재 국내에서 운영중인 무역전시장은 COEX를

비롯, 여의도 임시전시장, 대전무역전시관, 부산무역전시관 등이며, 이번에 새로이 서울 무역전시장이 개장되었다. 따라서 우리나라의 이용 가능한 전시장 면적은 2만여평으로 늘어났다.

그러나 국제적인 전시장 규모를 갖춘 곳은 COEX가 유일한 실정이며, 이 또한 9,500평에 불과하고 실제 사용면적은 6,000평 정도에 불과하다.

우리나라의 경우 무역액 1억달러당 전시장(국제 규모)면적은 3평 정도에 불과해 독일 111평, 미국 42평, 프랑스 46평, 일본 10평에 비해 크게 부족한 실정이다.

세계적으로 제일 큰 전시장은 독일의 하노버 메세로 전시장 규모가 14만 4876평에 달하며, 이는 내년에 신개축 공사를 끝내는 COEX(10,154평)의 14배 정도의 규모이다.

앞으로 경기도 고양시에 2015년까지 54,000여평의 수도권 종합전시장이 건립되면 우리도 아시아 최대, 세계 9번째의 무역전시장을 보유하게 될 것이다.

또한 우리의 경우 무역전시회 전문업체(Show Organizer 혹은 Show Management Company)가 절대적으로 부족하며, 규모도 영세한 실정이다.

무역전시장과 관련된 국제무역전시산업은 정보 산업, 호텔업, 항공 운수서비스업, 인쇄업 등의 서비

〈표 2〉 주요 국별 전시장 현황 비교

구 분	미국	독일	이탈리아	프랑스	영국	일본	한국
면적 (천평)	612.6	1,087.7	350.8	260.8	115.7	79.8	9.5
보 유 수	72	25	21	17	17	17	1

자료 : KOTRA

주 : 국제 규모의 전시회가 가능한 곳만을 대상으로 함.

스산업에 대한 경제적 파급효과가 상당히 큰 것으로 알려지고 있다. 무역전시산업의 경우 우리나라의 파급효과는 선진국에는 말할 것도 없고 경쟁국과 비교해도 취약한 실정이다.

전시사 등의 수요가 크게 늘어날 것으로 보여 무역전문인력 양성이 시급한 것으로 나타났다.

〈 무역정보화 〉

〈 표 3 〉 무역전시산업의 경제적파급효과 비교
(단위:백만달러)

	한국	일본	싱가포르
직접경제효과	473	2,881	506
간접경제효과	1,388	7,313	1,285
총경제효과	1,862	10,199	1,791
1만명당 경제효과	0.404	0.849	6.065

자료 : 세종연구소, 「국제교역전의 경제효과와 추진전략」, 1997.

인터넷 무역규모는 96년에는 5억달러 수준에 머물렀으나 98년에는 24억달러 2000년에는 65억달러에 달할 것이라고 Forrester Reserch사는 추정하고 있다. 아직 전체 무역액에서 차지하는 인터넷 무역의 비중은 0.5%정도로 미미한 실정이나 안전성 등에 대한 보완 조치가 취해지면 향후 급속히 확대될 것임은 두말할 필요도 없다고 하겠다.

〈 무역 인력 〉

우리나라에는 이미 인터넷 무역을 지원하기 위한 데이터베이스로 한국무역협회의 거래알선 인터넷 웹사이트 EC21(<http://www.ec21.net>)이 있으며, 한국무역정보통신의 KTNET(<http://www.eckorea.net>), 한국무역진흥공사(KOTRA)의 KOBO(<http://www.kotra.co.kr>), 무역전문 DB 日刊수출오더정보센터에서 제공(<http://www.tradeorder.co.kr>)하는 바이어 인콰이어리 정보 등이 있으나 아직 인터넷무역은 초보적인 수준에 불과한 실정이다.

우리 정부가 95년에 478개 기관을 대상으로 무역인력에 대하여 조사한 바에 따르면 공공부문과 기업부문 모두 무역인력이 크게 부족한 것으로 나타났다. 또한 무역전시 전문인력 양성도 거의 이루어지지 않고 있으며 최근 한림대학교에서 국제회의 및 무역전시회 전문인력 양성학과를 신설하였으나 아직은 시작단계에 불과한 실정이다.

특히 중소기업의 경우에는 아직 홈페이지를 개설하고 있는 업체가 절반정도에 불과하고 그중에서 35%는 6개월이 넘도록 새로운 정보를 입력하지 않고 있는 등 인터넷무역에 대해서는 극히 초보적인 수준에 머물고 있다. 인터넷무역을 통한 수출계약을 한건도 체결하지 못한 업체가 65%에 달하고 있으며, 11건 이상 수출계약을 체결한 업체는 전체의 2.4%에 불과한 실정이다.

특히 무역인력 가운데서도 협상전문가, 지역전문가에 비해 지역마케팅 전문가가 크게 부족한 것으로 나타났다.

〈 해외무역 기반 〉

우리나라 기업에서 필요한 무역인력 중 공식적인 교육기관이나 전문양성기관에서 공급되는 무역인력은 전체의 47%에 불과하고 기업이 자체양성(38%)하거나 보유하고 있지 않은 기업도 15%나 된다는 조사 결과도 있다.

KOTRA의 해외무역관과 종합상사의 해외지사조

따라서 향후 인터넷무역전문가, 세일즈엔지니어,

직이 IMF 체제 이후에 대폭 위축되고 있다. 7대 종합상사의 해외거점은 1997년 5월 427개에서 1998년 10월에는 392개로 줄었으며, 동 기간중의 파견 인원도 1158명에서 954명으로 감소하였다.

KOTRA도 구조조정 차원에서 해외무역관을 11개 폐쇄한데 이어 2000년까지 4개국 17개 사무소를 추가로 폐쇄할 예정으로 있다.

3. 「무역기반 조성에 관한 법률」의 제정 움직임

산업자원부는 WTO하의 변화한 무역환경속에서 무역인프라의 과소 공급을 해소하고 체계적, 전략적으로 무역인프라를 확충하기 위해서는 기존의 대외무역법 등과는 별도 입법으로 「무역기반조성에 관한 법률(무역일보 1999년 4월 23일자 자료판 참조)」을 제정하기로 하고 초안을 작성하여 관계부처와의 협의에 들어갔다.

同法이 입법화되면 무역기반 확충을 위한 「무역인프라 확충 5개년 계획」을 추진할 예정인 것으로 알려지고 있다.

同法은 산업화사회에서 지식, 정보화사회로의 패러다임 전환이라고 하는 21세기의 시대적인 사명을 수행하기 위한 무역인프라 확충 방안을 포괄적으로 담고 있다.

산자부는 금년 2월 10일 제1차 수출지원대책위원회에서 同法을 제정할 것임을 보고하였고, 3월 중에는 관련 전문가 회의를 개최하였으며, 3黨 정책위의장이 同法을 제정키로 합의한 바 있다.

5월중에 당정협의회와 공청회를 거쳐, 상반기에 국회에 상정하는 등 입법을 완료하고 하반기에 무역기반 확충 5개년 계획을 수립할 계획으로 있다.

산자부가 추진하고 있는 同法의 개요를 요약하면 <圖 2>와 같다.

4. 선진국의 무역인프라 확충 사례

(1) 미 국

미국은 부시행정부 이래 범정부적 차원에서 무역진흥조정위원회(TPCC)를 구성하고 1992년에는 「수출촉진법」을 제정하여 무역인프라의 확충 등 각종 수출지원제도를 실시하고 있다.

클린턴 행정부는 TPCC내에 수출금융, 정보·마케팅, 수출장벽조사 등 3개 실무반을 구성하여 60여개의 수출촉진 프로그램을 운영하고 있으며, 1억 5,000만달러 규모의 수출지원 자금을 조성하여 수출지원을 실시하고 있다.

미국 전시장은 뉴욕을 중심으로 위치해 있으며, 패션, 의류, 보석, 기계 관련 전시회가 수시로 개최되고 있다. 시카고 맥코믹전시장(61,949평), 조지아월드센터(29,564평), 뉴욕 자콥 K. 자빗츠 컨벤션센터(25,293평) 등이 유명하며 매년 1만개 이상의 국내외 상품전시회가 개최되고 있다.

한편 미국 지방자치단체들도 무역인프라 구축에 적극 나서 부지확보시 무상지원, 무역전시회 개최 운영비 지원 등 각종 혜택을 제공하고 있는 것으로 알려지고 있다.

또 미국은 무역인력의 양성에 힘쓰고 있다. 수출지원센터(US Export Assistance Center)에서 Export Trade Assistance Partnership Program (E-TAP)을 운영하면서 수출경험이 없는 업체들에게 수출 방법 및 절차에 대하여 교육을 하고 있다. 동 프로그램은 비공식적으로 운영하고 있으므로 특별한 법령이나 시행령은 존재하지 않고, 각

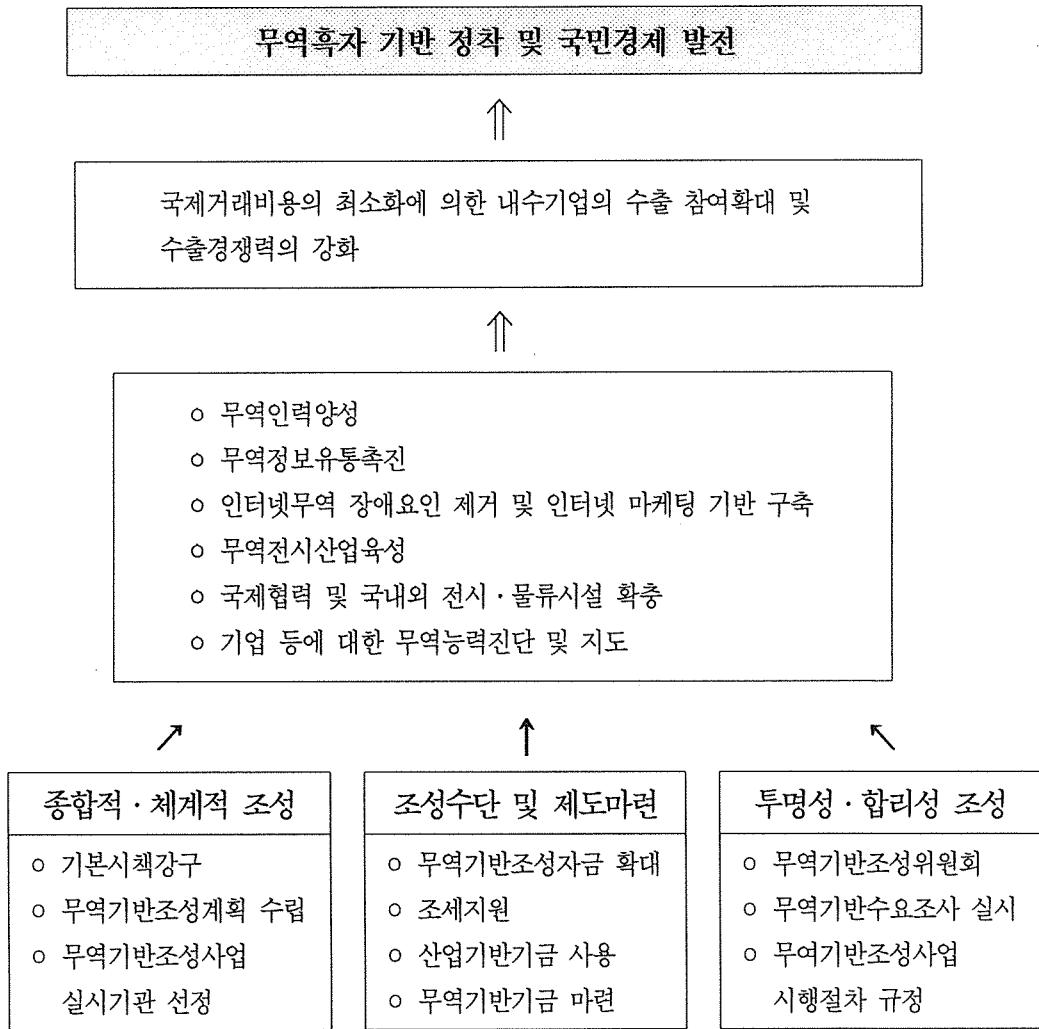
지역별로도 차이가 있는 것으로 알려져 있다.

또한 미국은 무역정보의 수집, 전파에도 힘쓰고 있다. 해외시장 정보는 해외공관에 파견된 US Foreign Service 직원들을 통하여 수집, 보고되며 미국수출입 통계와 관련한 자료는 미국 상무부, 중소기업청, 수출입은행 등을 통하여 수집하고 있다.

무역 관련 정보중에서 독자에게 유료로 제공하는 것으로는 NTDB(National Trade Data Bank), TOP(Trade Opportunities Program), CDIC(Country Directories of International Contacts) 등이 있다.

<도 2>

무역기반 조성에 관한 법률의 개요 및 취지



자료: 산업자원부

(2) 독일

독일은 연방경제부 산하 독일관광청(DZT) 등이 주도하여, 예산 및 세제지원 등 무역인프라 확충을 집중 지원하고 있다.

특히 독일은 무역전시산업을 적극 육성하고 있다.

German Convention Bureau(GCB)는 독일의 대표적인 컨벤션협회이며, 무역전시전 유치 및 홍보, 시장조사, 무역전시회 운영 및 준비, 전시관련 전문인력 교육 등을 실시하고 있으며, DZT가 예산의 37%를 지원하고 있다. 또한 독일 정부는 무역전시장 건립시 부지확보 및 세제지원, 전시회 개최시 숙박비, 운영비 등을 지원하고 있다.

독일의 전시장 규모는 약 220만 평방미터로 전 세계 전시장 면적의 약 20%를 차지하고 있다. 특히 단위 전시장 규모가 10만 평방미터를 초과하는 전시장도 전세계적으로 약 30개 존재하나 이 중 독일에 약 8개가 존재한다.

또한 독일은 98년부터 99년까지 전시장 신축 및 현대화에 약 42억 5,000만 마르크를 투자할 계획으로 있다.

독일은 총교역량의 80%가 전시회를 통하여 이루어지고 있는 등 명실상부한 전시산업의 원조국가이며, 프랑크푸르트(82,582평), 쾰른(78,650평), 뒤셀도르프(6만평) 등 세계적인 규모의 전시장을 보유하고 있다.

한편 독일의 경우 전시장 시설을 대부분 주 또는 시정부가 소유하고 있으므로 전시장 임대비용도 매우 저렴하다.

독일의 경우 매년 개최되는 국제무역박람회 100여개에 달하고 있으며, 참가업체수가 15만개, 참여자도 100만명을 초과하고 있다.

독일정부는 독일 전시기업들의 해외전시회 참가를 적극 지원하고 있다. 독일전시기업들의 해외전시회 주관사업은 1991년 44회에서 1997년에는 178회로 급증하고 있으며, 舊 동독 소재 중소기업의 해외전시회 참가를 지원하고 있다.

또한 독일은 무역진흥 관련기관의 해외조직망의 확충에도 노력하고 있다.

AHK는 세계 75개국의 80개 지부를 통해서 독일기업의 대외시장 활동을 지원하고 있으며, BFAI(대외무역정보청)와 DIHZ 등의 조직이 대외무역 활동을 지원하고 있다.

인터넷 무역을 촉진하기 위하여 독일은 「정보통신서비스 종합법」을 1997년 8월 1일부로 발효시킨 바 있다. 또 전자상거래 촉진을 위해 기존의 관련 법규의 개정을 추진하고 있다. 전술한 「정보통신서비스 종합법」에서 지적재산권 강화규정을 1998년 1월 1일부로 발효시켰으며, EU의 전자상거래에 관한 소비자 보호규정을 2000년 6월 1일까지 국내법에 반영할 예정이다.

또한 중소기업을 대상으로 하는 전자상거래 육성지원제도가 있다. 同 제도는 중소기업의 인터넷을 통한 상품 및 서비스의 판매나 정보기술 이용을 지원하기 위한 것이다. 즉 電子商去來 관련 교육 및 컨설팅 비용, 자신의 제품을 소개하기 위한 웹사이트를 디자인하고 업데이트하는 비용, 인터넷 프로바이더에게 최초 접근하는 데 드는 비용 등의 일부를 지원하고 있다.

(3) 일본

일본은 JETRO, 지자체를 중심으로 해외시장조사, 정보제공 등, 전시회참가 지원 등 수출인프라를 확충하여 가고 있다.

JETRO의 해외 파견인력은 308명(공무원을 포함)에 달하고 있으며, 이들은 조사, 홍보, 전시, 거래알선 등을 촉진하고 있다. 또한 地自體들은 都立산업무역센터에 東京商品 샘플쇼룸을 설치, 운영하고 있으며 유명 해외전시회 및 국내 전시회의 참가지원, 해외무역주재원 파견 등의 수출지원 활동을 하고 있다.

일본은 1987년에 「국제회의 도시계획」 제정, 1994년에 「국제회의 유치촉진 및 개최원활화에 의한 관광 진흥에 관한 법률」 제정, 1995년에 일본컨벤션 유치센터(JCCB) 발족 등을 통하여 컨벤션산업을 중심으로 무역전시산업을 적극 육성하고 있다.

상대적으로 수출지원제도가 미비한 일본의 경우에도 국내 대규모 전시회 개최가 가능한 전시장인 63개에 달하고 있으며, 국제규모의 전시장은 주로 동경과 오사카에 위치하고 있다. 대표적인 전시장 으로서는 동경국제전시장(26,000평), 인텍스 오사카(22,000평) 등이 있다.

일본도 향후 전시 및 컨벤션 시설 확충 사업을 적극 벌여 도쿄(東京)를 중심으로 요코하마(横浜), 지바현(千葉縣) 등을 연결하여 21세기 국제거점 비즈니스 도시로 육성할 방침인 것으로 알려지고 있다. 오사카(大阪) 역시 코스모 스퀘어개발을 통해 새로운 컨벤션 중심지로 키운다는 구상을 가지고 있다.

일본은 「수입촉진 및 對內 투자사업의 원활화에 관한 임시조치법(1992. 3월)」을 제정하여 수입 촉진지역(FAZ : Foreign Access Zone)을 설치하였다. 즉 항만 및 공항 주변의 특정지역을 수입 촉진지역(FAZ)으로 지정하여 수입 및 투자유치의 확대를 도모하고 있다.

일본무역진흥회 등은 FAZ내의 전시장 설치 등

을 담당, 지원하고 있다. 일본정부는 동 지역내에 수입촉진 시설을 건설 운영하려고 하는 자에게는 금융 및 세제 지원을 하고 있다.

일본 중소기업사업단은 중소기업 국제화 지원을 목적으로 국제무역, 해외투자를 포함한 중소기업 경영전반에 대한 연수 교육(연수기간 3일 - 3개월)을 실시하는 「중소기업 대학교」를 운영하고 있다.

또한 일본정부는 중소기업의 물류효율화를 위한 노력을 지원하고 있다. 즉 중소기업 유통업무 효율화 촉진법(1992. 5)을 제정하여 물류효율화를 위한 중소기업 및 관련 단체의 보조금, 융자, 신용보 험 및 세제혜택을 주고 있다.

(4) 대 만

대만은 1993년 2월 '貿易法'을 제정, 공포하고 同 무역법상에 「무역확대기금(貿易推廣基金)」조항을 마련하여 기금을 조성하고 經濟部 및 CETRA(中華民國 對外貿易發展協會)로 하여금 수출확대업무를 시행토록 지원하고 있다. 대만의 「무역확대기금(貿易推廣基金)」은 수출입대금의 4.25/10,000를 강제로 징수하고 있다.

전시산업을 확충하기 위하여 제2국제전시장의 건설을 추진하고 있으며, 이와는 별도로 현 국제전 시장 옆에 임시전시장을 98년 12월에 착공하여 99년 10월 이전에 완성할 예정이다. 同 전시장이 완성되면 기존의 전시장과 합쳐서 총 2,100여개의 부스(booth)를 설치할 수 있을 것으로 기대하고 있다.

CETRA는 經濟部의 위탁을 받아 1985년부터 언어습득, 경제 무역 과정의 훈련, 해외연수 등 총 2년과정의 전문 무역인력 양성 과정을 개설하는

등 무역인력 양성에 힘을 쓰고 있다.

인터넷을 이용한 전자상거래가 보편화되자 CETRA는 1995년 8월 16일부터 인터넷 홈페이지 Trade Point Taiwan(www.tptaiwan.org.tw)을 개설하여 국내외 업체들에게 무역정보를 서비스하고 있다. 동 홈페이지는 세계경제동향, 대만상품, CETRA활동, 수출입 무역통계 퀘보, CETRA주간 활동, 輸出入 우수업체 명단, 무역센터 전시장의 전시일정 등을 서비스하고 있다.

대만 經濟部는 전자상거래를 주요 내용으로 하는 사이버마켓인 「網路交易市場(Virtual Trade Mart)」을 개설하고 상품카타로그의 검색을 위한 Taiwan Best Products라는 아이콘을 설치하여 전자상거래를 지원하고 있다.

대만의 행정부인 行政院은 전자상거래를 활성화하기 위하여 「전자상거래 상업응용 4개년 계획」을 수립하여 4년이내에 40개 업종 5만개의 기업이 인터넷을 활용 전자상거래를 원활히 할 수 있는 제도적 기초를 마련하였다.

또한 CETRA는 독일 뒤셀도르프, 이태리 밀라노, 일본 오사카 등지에 해외디자인 센터를 설치하고 해외 先進디자인 기술습득 및 협력사업을 추진하고 있다.

5. 향후 과제

산업자원부는 WTO하의 변화된 무역환경과 업계의 요구를 배경으로 무역인프라 확충을 획기적으로 추진하기 위한 장치로서 「무역기반 조성에 관한 법률」의 제정을 서두르고 있다.

또한 인터넷의 기술적인 차원에서 정보검색, 마케팅 지식까지 종합적으로 갖춘 「전자상거래 관리자」를 양성하기 위하여 산자부는 노동부와의 협의

를 거쳐, 「전자상거래 관리자 제도」를 도입하기로 하였다.

이러한 산자부의 움직임에 발맞추어 무역인재 양성 기관들도 발빠른 행보를 보이고 있다. 무역협회는 국제무역연수원을 무역아카데미로 탈바꿈시켜 정보화시대의 무역을 선도할 인재를 양성한다고 발표하였으며, 또 국제비즈니스 전문가 과정을 대폭 손질해 무역아카데미 마스터과정을 신설하기로 하였다. 翰林大도 7월부터 부설연구소인 한국 컨벤션 산업경영연구원내 무역전문 전시사 양성과정을 마련하기로 하였다.

「무역기반조성에 관한 법률」이 제정되면 무역전문인력과 해외시장 진출 경험 그리고 자금 부족 등으로 어려움을 겪고 있는 중소기업들의 수출기회가 큰 폭으로 증대할 것으로 예상된다. 또 기존의 수출업체도 해외신규 거래선 확보에 소요되는 비용을 크게 절약할 수 있을 것으로 보인다.

산자부는 금년 5월 중으로 당정협의회와 공청회를 거쳐 입법을 예고하고 6월중 국무회의와 국회에 상정, 입법을 완료할 계획이다.

그러나 산업자원부가 의욕적으로 추진하고 있는 「무역기반 조성에 관한 법률」에 대하여 재경부 등 관계 부처에서 반발, 당초 계획이 대폭 수정될 움직임을 보이고 있다. 재경부와 예산청, 기획예산위원회 등 예산 담당부처들은 同 법률안에 대해 정부의 지원 범위가 지나치게 광범위해 시장기능을 위축시키고 정부기능을 비대화시킬 우려가 있다는 이유를 내세워 법제정에 반대하거나 또는 정부개입 범위를 최소화해야 한다고 주장하고 있다.

또 무역기반조성 지원자금 확대에 대해서도 국가재정이 사업별 우선 순위에 따라 배분되어야 하는 만큼 특정분야에 일률적으로 재원 확보를 규정하는 것은 불합리하다고 주장하고 있다.

또한 무역전시사업의 핵심역할을 담당하게 될 무역전시사제도에 대해서도 이는 진압장벽 제거라는 정부의 규제완화 방침에 어긋나는 것이라는 견해를 피력하였다.

이에 대해 産資部는 同 법률안이 정부의 광범위한 시장개입을 목적으로하는 것이 아니라 貿易基盤造成에 관한 체계적인 시스템 구축을 통해 국제 경쟁력을 높이기 위한 것이라고 주장하고 있다. 즉 장기적인 비전하에 공간, 사람, 기술, 정보의 4요

소를 균형있게 육성해 인터넷무역이나 대형 무역 전시장 등 무역인프라에 대한 투자효과를 극대화하기 위해서는 同法の 제정이 꼭 필요하다는 입장을 견지하고 있다.

한편 무역업계에서도 수출에 대한 정부의 지원이 전혀 없는 상황에서 무역인프라마저 경쟁국에게 뒤지게 되면 21세기의 무한 경쟁에서 살아남기 어렵다는 점을 들어 同法の 早期立法化를 요구하고 있는 실정이다.

