

SPECIAL - 4

특집



국내 전시산업 경쟁력 강화를 위한 정책방향

산업자원부 시장개척과 김호철 사무관



1. 序

국내에서 '전시산업'이라고 말하면 일반 사람들은 '展示'보다는 '戰時'를 먼저 떠올리거나 공터에서 열리는 의류할인행사를 떠올리기도 합니다. 한편, 해외유명전시회에 자주 참가하는 국내 기업인들도 국내 전시산업을 육성해야 한다고 하면 막연히 국내에 제대로 된 전시회가 있는가, 해외로 나가면 되지 구태여 국내 전시회가 있어야 하나 라는 시각을 가지고 있는 경우도 있습니다.

그러나, 전시산업은 기업 마케팅활동 및 국제적 비즈니스의 기반이 되는 중요한 무역거래기반산업이고, 최근에는 각종 Entertainment와 결합한 종합적인 Amusement의 場으로 발전하여 지역경제발전의 모티브 역할을 하고 있는 21세기 고부가가치 서비스산업입니다. 독일, 미국 등 전시선진국들은 세계적인 전시회를 개최하여 막대한 소득과 고용을 창출하고 있으며, 중국, 싱가포르를 비롯한 아시아 국가들도 최근 경쟁적으로 전시산업을 육성해 나가고 있습니다.

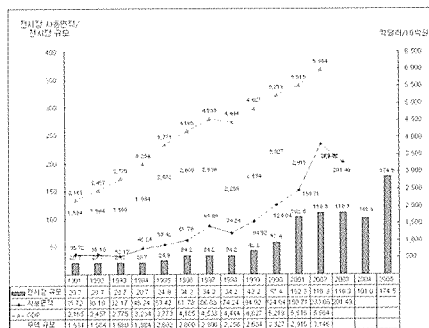
지난 3.18일 정부, 업계, 학계에서의 전시전문가들이 태스크포스라는 이름으로 한자리에 모였습니다. 2달여에 걸친 태스크포스 활동기간 동안 전문가들의 오랜 경험과 고민에서 우려난 발전적인 아이디어들이 자유롭게 논의되었으며 정부는 그 주요내용을 「전시산업 경쟁력 강화대책」에 반영하여 6.4일 경제장관간담회를 통해 확정·발표하였습니다. 전시산업에 대해 처음으로 마련된 세제, 홍보, 인력양성 등 모든 분야가 망라된 범정부 차원의 육성대책이며, 국내 전시산업을 한 단계 업그레이드하는 계기가 될 것으로 기대되고 있습니다. 여기에서는 그간 논의된 내용을 간략히 요약하여 소개해 보고자 합니다.

2. 전시산업 현황과 문제점

전세계적으로 매년 1만5천회 이상(2002년 기준)의 전시회가 개최되고 있으며, 이중 북미와 유럽이 10,398회로 세계 전체 전시회 개최건수의 약 70%를 차지하고 있습니다. 전세계에 산재한 전시장 총 면적은 약 1,200만㎡인 것으로 추산되며, 독일이 250만㎡로 세계 전체의 23.3%, 미국은 200만㎡로 16.6% 순이고, 아시아에서는 중국이 91만㎡로 7.5% 차지하고 있습니다.

독일의 전시산업은 GDP의 약 1%인 연 230억 유로 규모, 이를 통해 연간 약 25만 명의 고용을 창출하고 있고, 미국의 경우 전시회로 인한 직접적인 수입만도 2001년 646억 달러, 고용효과는 99만명에 달하여 미국 GDP에의 기여도에서 22위의 산업으로 기록되고 있습니다. 특히 우리가 주목해야 될 부분은 인접경쟁국인 중국의 전시산업으로 최근 4년간 급속히 성장하여 전시회 개최건수는 '03년 2,600건에 달하고 있으며, 上海, 北京, 廣州, 天津, 大連 등에서 10만㎡~20만㎡ 규모의 대형 전시장 건설이 진행되는 등 전시 인프라 구축작업이 착실하게 이루어지고 있다는 점입니다.

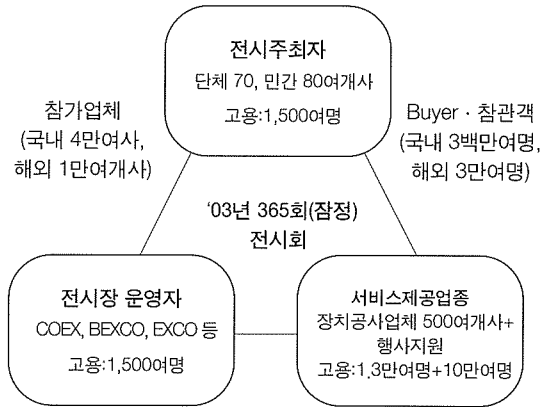
우리나라 전시산업은 1968년 한국무역박람회, 1979년 한국종합전시장의 개장으로 태동되었으며, 2000년 이후 서울 삼성동 COEX 신관 개관, 2001년 부산 BEXCO 및 대구



Korea Electrical Manufacturers Association

EXCO의 개장으로 새로운 전기를 맞이하게 되면서 그동안의 유아단계에서 막 성장단계에 접어든 것으로 평가됩니다. 국내에 현재 6개 전시장, 10만㎡가 운영되고 있고 전시회 건수는 2003년 365회로, 91년 대비 전시장은 6배, 전시회 건수는 5배의 성장을 기록하고 있습니다.

우리나라 전시산업의 총규모는 직·간접 효과를 합하여 추정하여 볼 때, 2003년 GDP(약 700조원)의 0.15%(1조원) 수준에 이를 것으로 판단되고, 16,000여명이 고용되어 있는 것으로 조사되고 있습니다.



전시산업 성장추세에 발맞추어 그동안 정부에서는 1998년 무역거래기반조성에관한법률을 제정하여 무역전시산업 육성을 위한 법적 기초를 마련하고 2000년부터 지원제도를 시행하였으며, 전시업협동조합, 전시산업진흥회 등 민간자율의 지원체계도 정비되어 가고 있습니다.

그러나, 이러한 양적 성장에도 불구하고 짧은 역사와 경험으로 인해 여타 경쟁국에 비해 산업 역량이 크게 부족한 것이 현실입니다.

우선, 세계적 브랜드를 가진 전시회가 없고 외국업체 및 해외바이어 참가가 저조합니다. 국제규모(2만㎡ 이상) 전시회는 365개 중 19개에 불과하고, 외국업체 출품 및 바이어

참관비율은 각각 29%, 3%에 그치고 있습니다.

둘째, 경쟁국에 비해 전시장 면적이 절대적으로 부족한 가운데, 전시회의 수도권 편중개최로 수도권의 경우 중소기업이 전시장 확보에 어려운 반면 지방전시장은 가동률 저조와 전시장 난립에 대한 논란이 있습니다.

셋째, 세계상 전시산업은 제조업뿐만 아니라 타 서비스산업에 비해서도 불리한 대우를 받고 있으며, 공공기관시설인 전시장을 일반사업용 건물로 취급하여 과중한 지방세를 부과하고 있습니다.

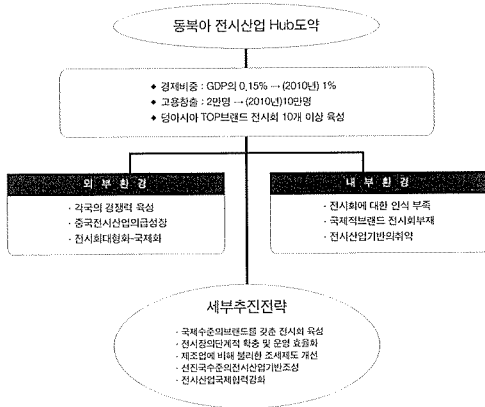
마지막으로, 전시전문인력·전시통계의 신뢰성·해외홍보체계 등 전시산업의 성장을 위한 기반이 대체적으로 취약한 실정입니다.

3. 전시산업 발전비전

현재 국내 전시산업은 소용돌이치는 환경에 놓여있습니다. 2005년 5만㎡ 규모의 고양전시장과 광주전시장, 창원전시장이 개장하여 전시면적이 크게 확충되고 나면 통합전시회 등장 등 국내의 경쟁환경은 급격한 변화를 겪을 것이고, 대외적으로도 최근 4년간 연 20% 이상의 급성장을 보이고 있는 중국 전시산업의 위협이 더욱 거세질 것이기 때문입니다. 민관이 힘을 모아 격동하는 대내외 환경을 좋은 기회로 만들어 나가야 될 시기입니다.

이러한 인식 하에, 정부는 금번 대책을 통해 '동북아 전시 Hub'로의 도약이라는 큰 목표를 세우고, 2010년까지 10개 이상의 동북아 Top 브랜드 전시회를 육성하고 산업규모 및 고용을 현재보다 3배 수준으로 확대시킨다는 전시산업의 발전비전을 제시하였고, 국제수준의 브랜드 전시회 육성, 전시장의 단계적 확충 및 운영 효율화, 제조업에 비해 불리한 조세제도의 개선, 선진국 수준의 전시산업기반 구축, 해외전시회 참가 및 개최 지원 확대라는 5개의 세부

과제를 확정·발표하였습니다.



4. 경쟁력 강화를 위한 정책과제

가. 국제수준의 브랜드를 갖춘 전시회 육성

첫 번째 정책과제로 국제수준의 브랜드 전시회 육성이 선정되었습니다. 우리나라에도 CES, CeBIT과 같이 산업의 성장을 이끌어갈 중대형 전시회가 절실히 요구되고 있으며 내년 5만㎡ 규모의 고양전시장이 개장됨으로써 이제 그 실현이 가능해졌기 때문입니다.

이를 위해, 우선 유사전시회의 통합·대형화를 유도해 나갈 계획입니다. 2005.10월 동시개최될 예정인 기계전, 공구전, 금속전의 3개 기계 관련 전문전시회가 성공적으로 개최되고 상호 윈윈이 될 수 있도록 정책적으로 지원하여 모델케이스로 육성해 나갈 것입니다. 현재의 정부지원제도 또한 통합전시회에 대해 인센티브를 부여할 수 있는 방향으로 개편될 것입니다.

이와 더불어, 10개 내외의 Top 브랜드 전시회에 대한 해외 홍보지원 프로그램을 실시하여 KOTRA 무역관을 활용한 해외설명회 개최, 사이버 홍보 등 외국업체 및 바이어 유치 활동을 집중적으로 전개해 나갈 계획입니다. 이외에도 브

랜드 전시회에 대해서는 지자체와 협력을 통해 도시마케팅, 지역이벤트와의 연계 등 다양한 마케팅 수단이 보완되도록 노력할 것입니다.

나. 전시장의 단계적 확충 및 운영 효율화

KINTEX(고양) 등 현재 건립중인 3개 전시장이 2005년 차질없이 완공되도록 지원하여 전시공급면적의 확충해 나갈 계획입니다.

전시장	KINTEX(일산)	GEXCO(광주)	창원전시장
준공시기	2005.3월말	2005.7월말	2005.3월말
면적(평)	17,000	2,700	2,800
총사업비(국고)	2,159억원(717억원)	771억원(434억원)	730억원(200억원)

또한, 최근 증가하고 있는 지자체의 추가적인 전시장 건립 요구에 대해선 상반기중 수립할 「전시장 중장기 수급계획 (2005~2015)」에 따라 필요한 시기와 규모에 맞춰 전시장 추가건립을 추진키로 하였습니다.

다. 제조업에 비해 불리한 조세제도의 개선

금번 대책 중 가시적이고 의미 있는 성과의 하나로서, 중래 제조업에 비해 불리했던 조세제도를 크게 개선키로 하였습니다.

국세 부문에서는 중소기업투자세액공제* 등의 지원을 받을 수 있는 중소기업 범위(조특법시행령 2조) 및 창업중소기업 세액감면 대상이 되는 서비스업중(조특법 6조)*에 '무역전시산업'을 추가하기로 하였으며, 재정경제부에서는 이러한 내용이 반영된 개정안을 추진 중에 있습니다.

또한, 전시장에 큰 부담이 되어온 지방세의 경우도, 전시장에 대한 취득세·등록세·재산세·종합토지세 등 지방세 감면 필요성에 대해 관련부처 및 지자체가 공감대를 형성하였고, 향후 지자체에서 감면조례를 통해 지방세 감면을

요청할 경우 행자부에서 이를 적극 허용해 주기로 하였습니다.

* 중소기업투자세액공제(조특법 5조) : 중소기업이 사업용 자산 등에 투자할 경우 투자금액의 3%를 법인세액에서 공제

* 창업중소기업세액감면(조특법 6조) : 수도권 이외의 지역에서 창업하는 중소기업에 대해 소득이 발생한 날로부터 5년간 법인세액을 50% 감면

라. 선진국 수준의 전시산업기반 구축

현장 활용이 가능한 전시전문인력을 양성하기 위해 대학에 EI(Exhibition Incubator)를 설치하여 지원하고, 전시회 출품업체, 지자체 전시관계자 등을 대상으로 한 전시전문인력 재교육 프로그램을 확충하기로 하였습니다.

국내 전시통계의 신뢰도 제고를 통해 외국업체의 참가 확대를 유도하기 위해 현재 시범 운영중인 인증제도를 적극적으로 확산하기로 하였습니다. 국내인증비용 인하, 소비비용 일부 지원, 그리고 국제인증(UFI) 획득비용 지원 등이 검토될 예정입니다.

또한, 국내 전시회에 대한 종합정보 안내, 전시회 개최관련 지원서비스 제공 등을 위해 전시산업진흥회 내에 전시안내 사무국(Exhibition Bureau)를 설치·운영하는 한편, 지역별로 설치되어 있는 컨벤션사무국(Convention Bureau) 기능에 전시회 홍보·안내를 추가하고 전시안내사무국과 연계토록 하여 전시회에 대한 종합안내시스템을 구축해 나가는 방안이 적극적으로 검토될 것입니다.

마. 해외전시회 참가·개최 지원 확대

국내 전시주최자 및 참가업체의 국제화 촉진을 위해 해외 전시회 참가 및 개최 지원을 확대해 나가기로 하였습니다. 해외전시회 참가지원제도의 지원대상업체 수 확대,

KOTRA 무역관을 통한 해외 유망전시회에서의 부스 확보 노력 등을 통해 우리 중소 수출기업의 해외전시회 참가를 활성화해 나가고, BRICs 등 신흥유망시장에서 세계일류상품전 및 수출유망품목 전문전시회의 개최 지원을 확대하기로 하였습니다.

또한, 전자전, 기계전 등 우리 강점분야에서의 한·중·일 전시회 순회 개최를 적극적으로 지원하고, 민간 전시주최자 단체 주도의 동북아 전시주최자 협의회 창설을 유도하여 국내 전시산업 중심의 동북아 협력을 강화해 나가기로 하였습니다.

5. 맺음말

금번 태스크포스, 그리고 정부 대책의 가장 큰 의미는 활자화된 내용도 중요하지만 정부, 업계, 학계의 관심을 이끌어 내고 전시산업 발전이라는 공동 목표 아래 힘을 합치도록 하는 계기가 되었다는 데 큰 의미가 있는 것으로 생각되며 이러한 노력은 금번 작업을 효시로 하여 우리나라 전시산업이 하나의 산업으로서 정착되고 미래를 이끌어갈 21세기형 고부가가치 산업으로 성장하기까지 계속되어야 할 것입니다.

지난 6월 1일 63빌딩에서 기계 관련 전시회 동시개최를 위한 협약체결식이 있었습니다. 동북아 대표전시회 육성이라는 큰 방향에는 모두 동의하지만 성과에 대해서는 우려도 많았습니다. 그러나, 정부가 이러한 큰 방향에 정책적인 의지를 보이고 우리 모두가 지혜와 힘을 모은다면 지금의 막연한 꿈이 미래의 현실이 될 수 있을 것으로 생각합니다. 감사합니다.