

경제관계장관회의 결
산업경쟁력강화 관계장관회의
25-14-2
(공개)

K-소비재 수출 확대방안

2025. 12. 24.

관계부처합동

K-소비재 수출 확대 방안(요약)

1 추진 배경

◇ 수출다변화 필요성 증가 속 K-소비재 수출 기회 확대

◇ '25.1~11월 유망소비재* 수출은 422억불, 10년전 대비 2배(210억불)

* 5대 유망소비재 : 식품, 화장품, 의약품, 생활용품, 의류

□ 글로벌 통상환경 변화로 수출 품목의 다변화 필요성 증대

○ 일부 품목 수출의존도 高, 통상변화에 따른 리스크 우려

□ 최근 K-콘텐츠·K-Pop 글로벌 확산으로 K-소비재 우호적 분위기 형성

○ 글로벌 온라인 거래 활성화로 K-소비재 수출 기회도 확대

◇ 마케팅·물류·인증 등 수출애로 大, 글로벌 소비재기업 부재

□ (마케팅) 빠른 트렌드 변화, B2C 산업 특성에 맞는 마케팅 차별화 부족

○ 기존 정부주도 지원 사업은 민간 대비 다양성·매력도 부족

□ (유통·물류) 온라인 역지구 인프라 미비, 잦은 반품으로 인한 물류비 증가

□ (인증) 국가별 상이한 규제, 다품종 소량생산 특성상 인증 부담 多大

○ 할랄 등 종교적 인증은 특히 전문적인 지원 인프라 필요

□ (기업) K-소비재 인지도는 향상되었으나, 글로벌 기업 대비 영세한 수준

○ 글로벌 소비재 기업육성을 위한 '기업성장 프로젝트' 부재

⇒ 마케팅·물류·인증 3대 수출애로 해소 + 기업성장 프로젝트 추진

2 추진 방향

[비전] 2030년 'K-소비재' 700억불 수출 달성

※ 2024년 5대 유망소비재 수출액 : 427억불

기회 요인

- ① 글로벌 소비재 시장 확대
- ② K-Pop, K-콘텐츠 등 한류확산
- ③ 온라인 거래·역직구 수요 증가

약점

- ① 영세·소규모, 내수 중심
- ② 글로벌 유통 인프라 부재
- ③ 인증 등 수출장벽 존재

추진 방향

- ① 한류(K-Wave) 연계 K-소비재의 프리미엄화
- ② 내수 중심 산업 → 새로운 수출동력으로 육성
- ③ 유통 기업 - 소비재 기업의 동반 성장

4대 추진 과제

과제 ① 한류 연계 마케팅 강화

- ① 한류박람회·K컬처 전시·체험관 조성
- ② 소비재 전시회 3,000개사 지원
- ③ 방한 바이어 대상 K-소비재 홍보

과제 ② 소비재 특화 유통·물류 개선

- ① 해외소비자 역직구 활성화
- ② K-소비재 물류데스크 10개 신설
- ③ 콜드체인 등 특화 물류인프라 확충

과제 ③ 인증·지재권 등 수출애로 해소

- ① '소비재 인증 전담반' 발족
- ② 해외인증통합정보시스템 구축
- ③ 한국판 NTE 보고서 발간
- ④ 지재권 확보, 분쟁해결 지원 강화

과제 ④ K-소비재 프리미엄 기업 육성

- ① 기업성장 플래그십 프로젝트 추진
- ② 할랄 등 유망시장 진출 지원 확대
- ③ K-소비재 무역금융 25조원(~'30)
- ④ 소비재 경쟁력 제고 범부처 협의체 구성

3 주요 과제

◇ (마케팅) 한류와 연계한 프리미엄 마케팅 강화

□ 해외 소비자 K-컬처 체험기회 확대로 K-소비재 팬덤 확보

- ① 한류 공연(문화) + K-소비재 체험(수출)을 결합한 한류박람회 개최(2회)
- ② K-컬처 연계 ‘상설 전시·체험관’ 설치로 소비자 접근성 제고
* (해외)^{가칭}UAE K-City로 중동 한류거점 마련, (국내)코엑스 內 K-컬처 복합전시공간 조성
- ③ 한류 중심지 K-트렌드 체험을 위한 ‘팝업스토어’ 설치 지원('26년, 8개)
* 민간 유통플랫폼이 직접 기획, 단순 제품 전시·소비 → ‘새로운·즐거운 경험’으로 전환

□ 국내외 전시회 활용 K-소비재 바이어 발굴 확대

- ① K-프리미엄 소비재전*(5회), 한국관 참여(35회) 등 3,000개사 지원
* (4월) 도쿄, (6월) 호치민, 파리, (9월) 자카르타, (10월) LA
- ② 방한 바이어 대상 K-소비재 홍보·체험 강화
* 주요지역 수출상담회에 ‘K-소비재 쇼케이스’ 운영, 한류연계 체험 프로그램 제공

◇ (유통·물류) 역직구 등 소비재 특화 유통·물류 개선

□ 해외 소비자의 역직구 활성화를 위한 인프라 개선

- ① 해외 소비자 역직구가 가능한 ‘글로벌 온라인몰’ 구축 ('26년, 5개)
* 홈페이지·모바일앱 구축, 콘텐츠 번역, 해외 서비스센터 운영 지원 등
- ② 자체 글로벌몰 구축이 어려운 중소기업 제품 역직구 대행 지원
* 역직구 대행 사이트 연동 통한 해외 결제 및 해외 배송 대행 서비스 지원
- ③ ‘외국인 역직구 고객체험단’ 운영 ('26.2월~, 5개국 시범운영)

□ 반품·유통기한 등 **소비재 특성에 맞는 물류 인프라** 구축

① 주요 지역 ‘K-소비재 물류데스크’ 10개 신설

* 물품 수거, 품질검사, 재포장·재출고 등 반품·교환 지원서비스 제공

② 해외공동물류센터 확대(302→322개) 및 화장품 전용 물류센터 구축('26년)

* 식품 운송·보관을 위한 콜드체인 공동물류센터 : 125 → 135개로 확대

③ 수출바우처 물류비 지원 한도 3,000 → 6,000만원으로 확대

◇ (인증·지재권) K-소비재 해외인증 지원 및 지재권 보호

□ K-소비재 해외인증 서비스 지원 강화

① ^{국내}소비재 인증 전담 지원반* 발족, ^{해외}소비재 인증지원 데스크** 설치

* 해외인증지원단 內 구성, 소비재 시험·인증 특화 국내 전담기관 전문인력으로 구성

** 코트라와 현지 민간 인증전문가 협업 → 최신 인증 정보조사, 현지 인증 대행사 연결 등

② 수출바우처 해외인증 비용 및 제품 라벨링 표기 지원 강화

* (해외인증) 국내 → 해외인증기관 컨설팅 비용 지원, (라벨링) 건별 100만원 지원

③ AI 기반의 “해외인증·기술규제 통합 정보시스템” 구축('26.上)

* 챗봇을 통한 인증·규제 상담 지원, 리포팅 서비스 등 종합정보 제공

④ 주요 소비재 수출국 비관세장벽을 다룬 ‘무역장벽보고서’ 발간('26.上)

* 대외무역법 개정을 통해 NTE 보고서 법적근거 마련 추진('26)

□ K-소비재 프리미엄을 유지하기 위한 **지재권 보호 강화**

① 수출기업 지재권 확보, 분쟁예방·대응 법무비용 지원 확대('26년, 525억)

* 해외 현지조사 및 권리확보, 특허·상표·디자인 분쟁대응 비용 지원 등

② 소비재 수출기업대상 맞춤형 IP 종합지원 확대

* 악의적 상표선점 포착, 수출기업 대상 분쟁위험 사전진단·예방교육 등 선제적 보호체계 구축

◇ (기업 성장) K-소비재 프리미엄 기업 육성

□ 'K-소비재 플래그십 프로젝트' 추진 ('26~'28년)

① 유통망-소비재기업 동반진출 프로젝트로 소비재 수출스타 육성

* (1단계) 대표 프로젝트 선정 → (2단계) 프로젝트 전담 멘토링팀 매칭, 기업별 진출전략 제공
→ (3단계) 국내 유통망 - 소비재 기업 동반진출(인증·물류·마케팅·법률 등 패키지 지원)

② 부처별 K-소비재 지원 프로젝트 연계 강화를 위한 협의체 신설 추진

* (식품) 글로벌 Next K-푸드 프로젝트^{농식품부}, (뷰티) K-뷰티 통합 클러스터 조성 프로젝트^{중기부} 등

□ 할랄 및 유망시장 전략적 진출 지원

① 할랄 특화 인증지원* 확대, K-할랄 소비재 해외마케팅** 강화

* 할랄인증 상담·컨설팅 신설(무역협회), 할랄인증 취득 지원, 할랄 전문무역상사 지정 등
** K-뷰티·K-푸드 사절단(동남아, 중동), 중동 내 K-할랄푸드 페어 신규 개최 등

② 해외 온라인플랫폼 입점*, 1무역관-1유통망 사업으로 신규판로 개척**

* 온라인 플랫폼 (1,800개사), ** ('25)275개 유통망(3,500개사) → ('26)300개 유통망(4,500개사)

③ ODA 활용 K-소비재 잠재시장 선제 진출

* ODA 활용 K-소비재 발굴 협의체('26.1월) → 식품, 생활용품 등 수요에 맞춘 ODA 과제 발굴
** K-푸드 ODA 사업 - 수출연계모델 개발(K-푸드로 구성된 구호품 개발 지원)

□ K-소비재 분야 무역금융 공급 확대

① 소비재 기업 대상 무역보험 25조원으로 확대(~'30년), 우대 제공

* 보험한도 2.5배 우대, 보험료 30% 할인, 제작자금 대출보증한도 1.5배 우대 등

② 해외 유통사 구매조건부 수출금융 제공으로 K-소비재 선택 유인 제고

③ 수출 플랫폼 기업 - 입점·협력 기업 상생금융 신설 추진('26.1Q)

* 유통망 등 수출 플랫폼 기업 출연을 통해 입점·협력기업 대상 대출금리 우대, 보증한도 확대

목 차

I. 추진 배경	1
II. 현황 및 문제점	2
III. 추진 방향	7
IV. 추진 과제	8
1. 한류 연계 마케팅 강화	8
2. 소비재 특화 유통·물류 개선	10
3. 인증·지재권 등 수출 애로 해소	12
4. K-소비재 프리미엄 기업 육성	14
V. 향후 계획	19

I. 추진 배경

◇ 글로벌 통상환경 변화로 수출 다변화 필요성 증대

- 최근 수출 호조세에도 美·中 등 일부 수출시장 편중은 여전
 - EU·ASEAN·중남미 등 시장 다변화 성과에도 미·중 의존도 高
 - * 1~11월 수출비중(%) : (미국) 17.3, (중국) 18.4, (아세안) 17.2, (EU) 10.1, (중남미) 4.5
- 수출품목 구조도 통상환경 변화에 따른 리스크에 취약
 - 반도체·자동차 수출 의존도 高, 중간재 위주 수출구조
 - * 반도체·자동차 수출비중(%) : ('21) 30.6 → ('22) 30.2 → ('23) → 30.4 → ('24) 34.5
 - ** '24년 수출구조(%) : (소비재) 14.8, (자본재) 13.8, (중간재) 70.3

◇ 신흥국 성장으로 글로벌 소비재 시장 확대, 수요 다양화

- 전세계 중산층 증가로 글로벌 소비 규모 확대 전망
 - * 전세계 중산층 인구 전망 (WEF, 억명) : ('25) 40 → ('30) 57 (전망)
 - ** 전세계 소비재 시장 규모 (6research, 조불) : ('24) 12.5 → ('31) 18.5 (전망)
- 한편, '가치 소비'의 확산으로 프리미엄 소비재 수요 증가
 - 가격 뿐 아니라 안전·편의·친환경·문화 등 요인이 소비에 영향

◇ 한류·온라인 소비 확산으로 새로운 기회시장 형성

- K-콘텐츠, K-POP 확산으로 K-소비재 우호적 분위기 형성
 - * 한류지수 1 증가시 한류연계 소비재 수출 0.2% 증가 (한국경제연구원, '23)
 - K-뷰티·푸드 뿐 아니라 K-Lifestyle 전반에 대한 관심도 증가
- 온라인 거래의 활성화로 소비재 수출 기회도 확대
 - 글로벌 온라인 플랫폼, 역직구 등 통해 손쉽게 현지 유통 가능

II. 현황 및 문제점

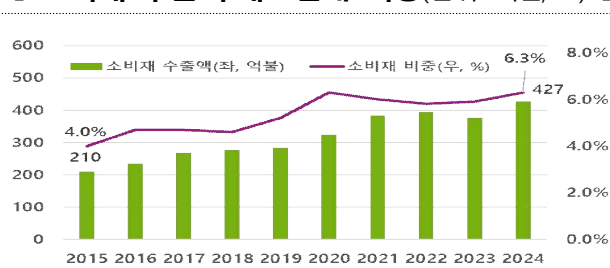
1 현황

※ 식품, 화장품, 의약품, 생활용품, 의류 등 5대 유망소비재 기준

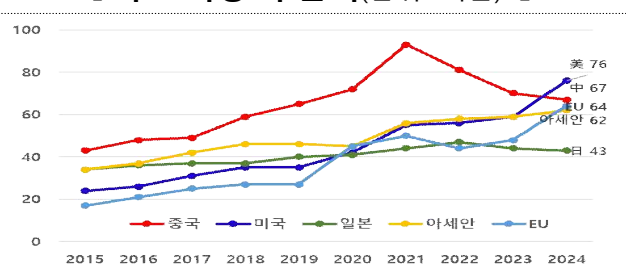
◇ (수출) **美·EU 중심 수출 증가추세로 차세대 수출동력 가능성**

- '25.1~11월 소비재 수출은 422억불로 10년 전 대비 2배('15, 210억불)
 - 전체 수출에서 차지하는 비중도 6.6%로 50% 이상 증가('15, 4%)
 - 특히, 최근 K-컬처 전세계 확산으로 K-푸드·뷰티에 대한 관심이 높아지며 식품·화장품이 각각 100억불 이상 수출 달성
 - * '25.1~11월 수출액(억불) : (식품)113, (화장품)104, (의약품) 99, (생활용품) 86, (의류) 21
- 수출 시장의 경우 중국 → 미·EU 등 선진국으로 다변화·증가
 - * 수출규모(억불) : 中('20) 72→('24) 67, 美('20) 42→('24) 76, EU('20) 45→('24) 64
 - 對中 수출의 경우 규제강화*, 내수 부진 등으로 '21년 이후 급감
 - * '21년 화장품 감독 관리조례 개정, 對中 화장품 수출(억불): ('21) 49 → ('24) 25

【 소비재 수출액·제조업내 비중(단위: 억불, %) 】



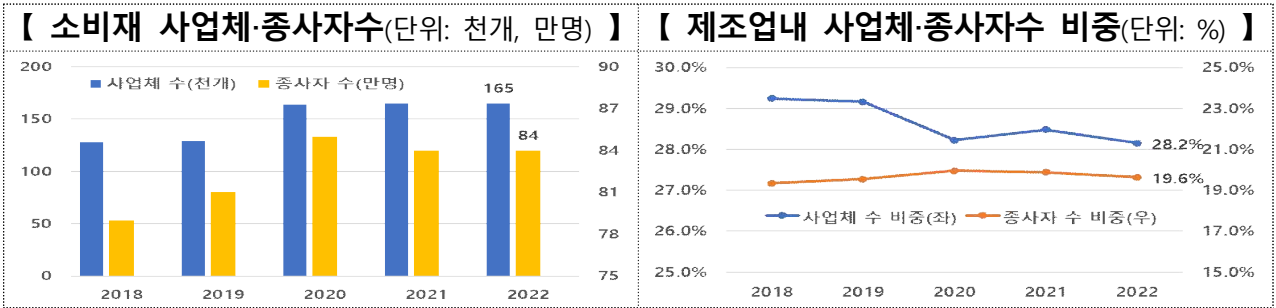
【 주요시장 수출액(단위: 억불) 】



◇ (기업) **영세·소규모 위주, 온라인 유통망이 Key Player로 등장**

- 국내 소비재 기업은 전체 제조업 대비 영세·소규모
 - 전체 제조업 내 사업체 비중이 28.2%인 반면, 종사자 수는 19.6%에 불과
 - * 국내 소비재 사업체 : 16.5만개, 종사자 수 : 84만명('22)

○ 특히, 전체 소비재 기업의 91%는 10명 미만 규모의 영세·중소기업



□ 온라인 유통망, 플랫폼 기업 등 새로운 형태의 해외진출 확산

- 아마존·알리·테무 등 글로벌 온라인 유통망이 전세계 소비재 판매
 - 국내의 경우 일부 온라인 유통망 중심으로 유통구조 재편, 다만 내수 위주 영업으로 글로벌 유통망 부재(역직구 한계)
- 소비재 전반을 판매하는 유통망이 아닌 K-뷰티·K-패션 등 특화된 형태의 플랫폼을 통한 해외 진출도 활성화

* 예: 올리브영 글로벌몰 ('19년), 무신사 글로벌 스토어 ('22년)

◇ (생산) 소비재 생산규모는 증가했으나 수익성은 감소

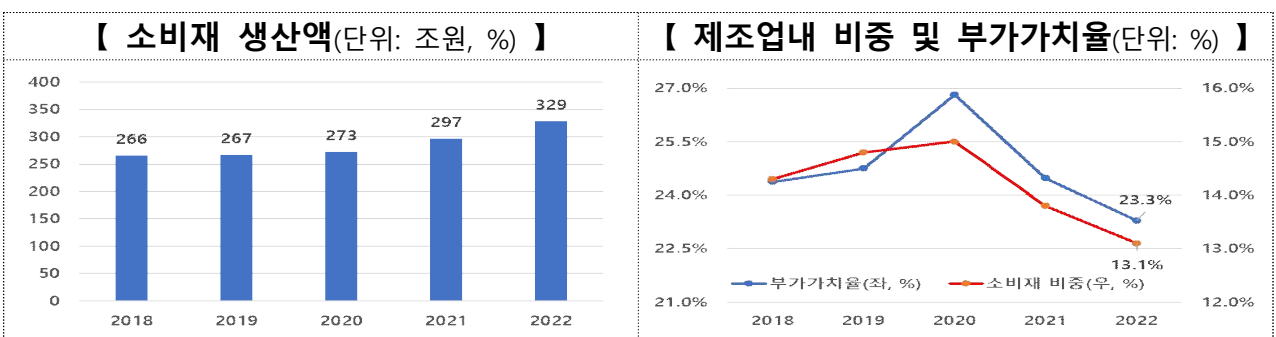
□ 국내 소비재 산업의 생산규모는 약 329조원('22)으로 증가 추세

- 식품, 화장품, 의약품 등 품목 중심으로 소비재 산업 성장

* 연평균증가율(% '18-'22) ①식품(8.2), ②화장품(6.6), ③의약품(15.5), ④생활용품(0.02), ⑤의류(△2.7)

□ 다만, 제조업 내 소비재 생산비중 및 부가가치율은 감소세

* ('22년) 제조업내 소비재 생산액 비중 : 13.1%, 부가가치율 : 23.3%



참고

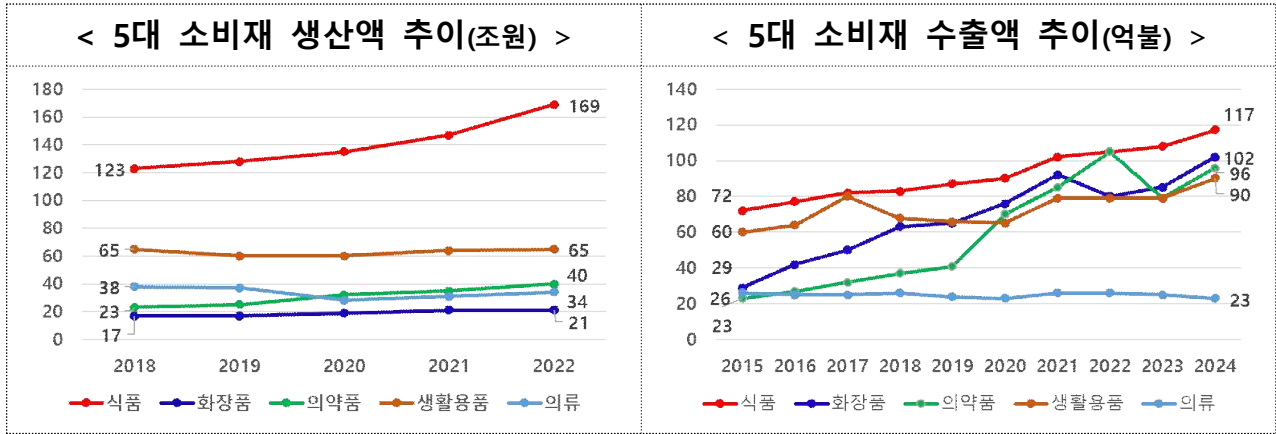
5대 유망 소비재(①식품, ②화장품, ③의약품, ④생활용품, ⑤의류) 현황

□ 5대 유망 소비재 품목별 분석

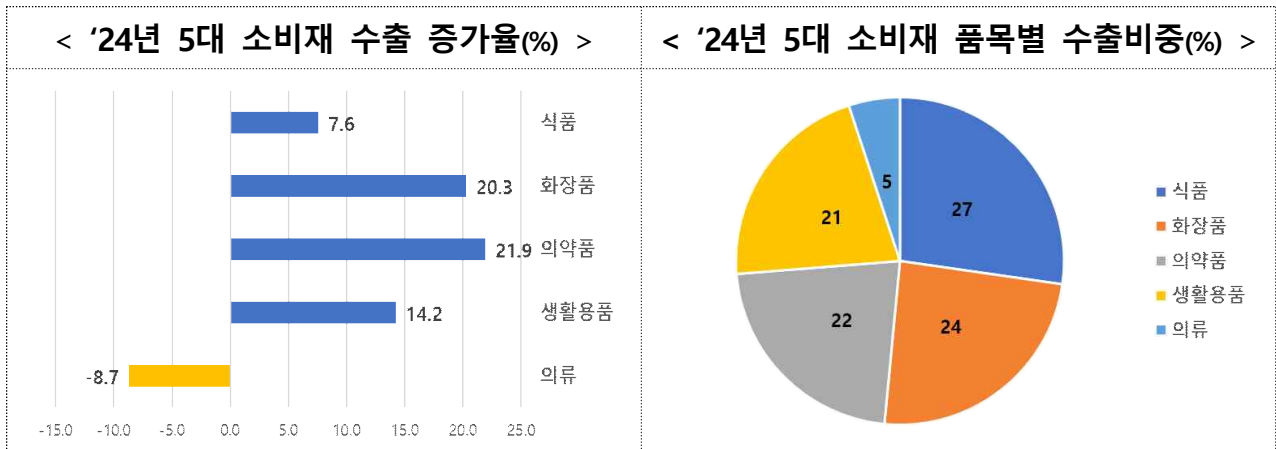
5대 유망 소비재	생산액 ('22, 조원)	수출액 ('24, 억불)	사업체수('22, 개사)		종사자수 ('22, 명)
				10인미만	
① 식품	169	117	74,505	67,453	398,529
② 화장품	21	102	3,111	2,494	33,241
③ 의약품	40	96	707	313	43,519
④ 생활용품	65	90	57,031	52,126	240,739
⑤ 의류	34	23	29,772	27,632	119,223
소 계	329	427	165,125	150,018	835,251
제조업 전체	2,514	6,836	586,532	509,676	4,253,904

* 표준산업분류코드(KSIC)를 활용, 생산규모, 사업체-종사자수, 수출액 분석 등 분석(산업현)

□ 생산액 및 수출액 추이



□ 수출 증가율 및 품목별 비중('24년)



2 문제점

◇ 새로운 트렌드 변화, B2C 산업 특성에 맞는 마케팅 차별화 부족

① 한류로 해외 소비자 수요는 증가하는 반면 소비자 접점은 부족

현장의 목소리 해외소비자: 유튜브에서 K-Pop을 보고 K-굿즈를 사고 싶는데 어디서 살 수 있는지 모르겠음

② 기업별 산발적 마케팅으로 'K-프리미엄' 활용에 한계

- 중소·중견기업 제품의 경우 개별 브랜드 파워가 상대적 미약
- K-소비재 모조품으로 인해 'K-브랜드' 차별성도 부족

③ 기존 정부지원사업은 B2B 중심, 최신 트렌드 반영 미흡

현장의 목소리 M社(패션): 정부주도 지원은 민간 기획 대비 다양성·매력도 부족 (Hip하지 않음)

◇ 온라인 유통 인프라 부족, 반품 등 물류 비용 부담 大

① 해외소비자의 역직구 수요에 맞는 온라인 유통 시스템 미비

현장의 목소리 해외소비자: K-화장품 특정 브랜드 제품을 사고 싶는데 온라인상 번역 부재, 결제도 애로

② 역직구 소비자 반품시 회수비용이 막대하여 물류비 부담 발생

현장의 목소리 K협회: 역직구의 경우 현지 유통 시스템이 없으면 반품시 물류 부담이 커 폐기

③ 콜드체인 등 화장품·식품 특화 해외 물류 인프라 부족

현장의 목소리 G社(유통사): 식품은 콜드체인, 화장품은 풀필먼트에 특화된 물류시스템이 필요

④ 최근 美 소액(800\$이하) 관세면제 폐지로 영세·중소기업 부담 가중

◇ 다품종 특성으로 인한 해외 인증 및 규제 대응 애로

① 다양한 제품 개발시마다 건별 인증 필요, 고비용·장시간 소요

현장의 목소리 M社(식품): 제품별로 인증 받는데 수개월 소요, 비용도 몇백만원 수준으로 부담

② 국가별 상이한 인증·라벨링·상표 규정 등으로 기업 혼란 발생

현장의 목소리 C社(화장품): 국가별 규제가 다양하여 규제를 파악하는 데만도 많은 노력 필요

③ 해외에서 지정한 국내 시험기관 부족, 장기간·고비용 소요

현장의 목소리 M社(주얼리): 미국에서 인정해주는 국내 시험기관 소수, 고비용에도 선택 여지 없음

④ 할랄 등 종교적 인증은 특히 전문적인 지원 인프라 필요

◇ K-소비재 수출은 확대 중이나 글로벌 선도기업 부재

① 글로벌 소비재 시장에서 한국 기업 인지도는 여전히 미약

현장의 목소리 C社(식품): 한류 관심도는 늘어나고 있지만, 국내기업 브랜드 해외 인지도는 미미

② 글로벌 소비재 기업 육성을 위한 '기업성장 프로젝트' 부재

현장의 목소리 O社(유통사): 유통망 해외진출도 소비재 수출 확대에 중요하나, 정부 지원이 바우처 활용 물류·인증·마케팅 등 소비재 기업별 소규모 지원에 치중

③ 영세·중소 소비재 기업의 경우 중장기 경쟁력 확보에 애로

○ 지속가능한 성장을 위해 R&D·생산·디자인 혁신 등 지원 필요

◆ 새로운 트렌드 변화, 물류·인증 및 규제 대응 필요

◆ 글로벌 기업들과 경쟁할 수 있는 'K-소비재 프리미엄 기업' 육성

III. 추진 방향

(비전) 2030년 'K-소비재' 700억불 수출 달성

※ 2024년 5대 유망소비재 수출액 : 427억불

기회 요인

- ① 글로벌 소비재 시장 확대
- ② K-Pop, K-콘텐츠 등 한류확산
- ③ 온라인 거래·역직구 수요 증가

약점

- ① 영세·소규모, 내수 중심
- ② 글로벌 유통 인프라 부재
- ③ 인증 등 수출장벽 존재

추진 방향

- ① 한류(K-Wave) 연계 K-소비재의 프리미엄화
- ② 내수 중심 산업 → 새로운 수출동력으로 육성
- ③ 유통 기업 - 소비재 기업의 동반 성장

4대 추진 과제

과제 ① 한류 연계 마케팅 강화

- ① 한류박람회·K컬처 전시·체험관 조성
- ② 소비재 전시회 3,000개사 지원
- ③ 방한 바이어 대상 K-소비재 홍보

과제 ② 소비재 특화 유통·물류 개선

- ① 해외소비자 역직구 활성화
- ② K-소비재 물류데스크 10개 신설
- ③ 콜드체인 등 특화 물류인프라 확충

과제 ③ 인증·지재권 등 수출애로 해소

- ① '소비재 인증 전담반' 발족
- ② 해외인증통합정보시스템 구축
- ③ 한국판 NTE 보고서 발간
- ④ 지재권 확보, 분쟁해결 지원 강화

과제 ④ K-소비재 프리미엄 기업 육성

- ① 기업성장 플래그십 프로젝트 추진
- ② 할랄 등 유망시장 진출 지원 확대
- ③ K-소비재 무역금융 25조원(~'30)
- ④ 소비재 경쟁력 제고 범부처 협의체 구성

IV. 추진 과제

1 한류 연계 마케팅 강화

1 해외 소비자 K-Culture 체험기회 확대

1 '한류박람회'를 통해 한류 팬덤을 K-소비재 팬덤으로 확장('26년 2회)

- K-Pop 콘서트, 팬사인회 연계 K-소비재 체험행사 개최

< 한류박람회 사례 (말레이시아 12.11~13) >

- (주요내용) 한류 공연·이벤트(팬미팅 등), B2B 수출상담회 및 B2C 전시회
- (참여) ^{B2B} 국내기업 102개사, 해외바이어 206개사
^{B2C} 8개 유통망(플랫폼), 해외패션협회 참가, 17,000명 참관객
- (성과) 약 9백만불(MOU·계약체결 및 판매)

2 K-컬처 연계 '상설 전시·체험관' 설치로 소비자 접근성 제고

- (해외) ^{가칭} 'UAE K-City' 조성, K-컬처 중동 확산거점 마련 추진('26년~) ^{문체부}

* K-콘텐츠 및 k-푸드 등을 아우르는 K-컬처 컴플렉스 조성 추진

- (국내) 코엑스 內 'K-컬처 복합 전시공간' 조성 ('26년) ^{무역협회}

* 관광객이 많은 코엑스에 K-소비재 팝업 스토어 및 중소기업 제품 전시·체험 공간 마련

3 한류 중심지에 K-트렌드 체험 위한 '팝업 스토어' 설치 지원('26년 신규)

- 전문몰(패션·뷰티·굿즈), 브랜드몰 등 8개 유통플랫폼이 직접 기획

- 단순 제품 전시·소비 → '새로운·즐거움 경험'으로 전환

< 해외 팝업스토어 행사 사례 >



2 국내외 전시회 활용 K-소비재 바이어 발굴 확대

1 한류 중심지 '소비재 전시회' 집중 지원 (3,000개사)

현장의 목소리

N社 : 초보기업들은 전시회 참가를 통한 경험 축적 및 바이어 매칭 기회가 중요

- 5개 주요 도시 'K-프리미엄 소비재전' 개최('26년, 1,000개사) ^{무역협회}
 - * (4월) 도쿄, (6월) 호치민, 파리, (9월) 자카르타, (10월) LA
- 주요 소비재 전시회 '한국관' 참여 확대 (24회→35회, 1,000개사)
 - * (식품) 베트남 국제식품산업전, (뷰티) 블로냐 코스모프로프, (패션) 미국 뉴욕 패션 코테리 등
- 사전 바이어 매칭 + 현장 마케팅(신규)*을 통한 계약 성사율 제고
 - * 통합한국관 내 초대형 LED 광고판, 행잉배너, 전용 오픈공간 등 설치 추진
- 개별 기업의 해외 유명 소비재 전시회 참가 지원 ('26년, 1,000개사)
 - * 홍콩 코스모프로프, 일본 도쿄 인터팻 애완동물 전시회, UAE 두바이 뷰티월드 등

< 소비재 전시회 지원 사례 >

【 K-프리미엄 소비재전 】



【 한국관 설치 】



【 개별기업 참여 】



2 방한 바이어 대상 K-소비재 홍보·체험 강화

- 주요 지역 수출상담회에 'K-소비재 쇼케이스' 운영 ('26년, 1,600개사)
 - * 유망 소비재 전시, 체험기회 제공 및 비즈니스 상담
- 방한 바이어 대상 한류 연계 체험 프로그램* 제공 ('26년, 600개사)
 - * K-미식벨트 등 푸드 체험, K-뷰티 체험관(ex. 뷰티플레이), 주요 팝업스토어 등

2 소비재 특화 유통 · 물류 개선

1 해외 소비자 역직구 활성화를 위한 인프라 개선

* 유통기업 해외진출 지원사업 : '26년 신규 72억원



해외 소비자 : 한국 화장품을 온라인으로 사고 싶은데 한국 휴대폰 인증을 못해 가입을 못하고, 영문 홈페이지도 없고, 해외 결제도 어려움

1 해외소비자 역직구가 가능한 '글로벌 온라인몰 구축' ('26년, 5개)

- 콘텐츠 번역, 홈페이지·모바일앱 구축, 해외 서비스센터 운영 지원
- 이미 구축된 글로벌몰 대상 현지화·업그레이드 지원

* 영어권 이외 국가 대상 번역, 현지 트렌드에 맞춘 홈페이지·모바일앱 재구성 등

2 자체 글로벌몰 구축이 어려운 중소기업 제품 역직구 대행 지원

- 역직구 대행 사이트 연동을 통한 해외 결제(해외 카드, 애플페이,페이팔 등) 및 해외 배송 대행 서비스 지원

* 예) 해외소비자가 구매를 원하는 제품의 한국 홈페이지 링크를 역직구 대행사이트(D社)에 붙여넣으면 D社가 영문 번역, 해외 결제, 배송까지 대행

3 역직구 플랫폼 - 입점업체 공동 해외 마케팅 지원

- 글로벌 홍보물 제작, 인플루언서 연계 마케팅 등

4 '외국인 역직구 고객체험단*' 운영 ('26.2월~, 5개국 시범운영)

- 검색-결제-통관 등 단계별 장애 및 역직구 서비스 개선 방안 발굴

<역직구 지원 서비스(안)>

① 글로벌 온라인몰 구축	② 역직구 대행	③ 마케팅
글로벌 경쟁력·사업성 보유 기업 선정·지원	자체 글로벌 온라인몰 보유가 어려운 소비재 기업 지원	외국인 소비자 대상 역직구 마케팅 지원
<ul style="list-style-type: none"> • 콘텐츠 번역 • 결제시스템 구축(개선) • 해외 C/S 운영 	<ul style="list-style-type: none"> • 구매대행 사이트 연동 • 해외 결제 연동 • 구매대행 서비스 제공 	<ul style="list-style-type: none"> • 한류 인플루언서 연계 • 글로벌 홍보물 제작

② (물류) 반품·유통기한 등 소비재 특성에 맞는 물류 인프라 구축

① 주요 지역 'K-소비재 물류데스크' 10개* 신설(12월)

* 미주 LA, 뉴욕, 토론토, 아시아 상하이, 칭다오, 도쿄, 호치민, 중동 두바이, 중남미 멕시코시티, 유럽 암스테르담

○ 무역관·물류회사 협업으로 통관·인증·현지 마케팅 등 종합지원

* 10개 무역관과 현지 물류회사가 참여하는 물류 지원팀 구성(12월)

○ 물품 수거, 품질검사, 재포장·재출고 등 반품·교환 지원서비스 제공

* (現) 물품수거 → (改) 품질검사, 재포장, 재출고 등 서비스 추가

< 유망 소비재 시장별 특화지원 추진방향(예시) >

구분	싱가포르	암스테르담	LA	두바이	상하이·도쿄
분야	식품	생활소비재	생활소비재	뷰티	패션
맞춤형 지원	냉장/냉동 수요 발굴 (계장, 꽃감, 막걸리 등)	현지 유통망 입점 및 유럽향 B2C 물류 지원	재고 기반 SNS 마케팅 및 현지 유통망 다각화	인증, 아마존 입점 및 FBA 이용지원	플랫폼 협업, FTA·인증 및 B2C 물류 지원

② 소비재 유망지역 물류인프라 확대 및 지원 강화

○ 한류 거점 지역 해외공동물류센터 확대 ('25년 302 → '26년 322개)

* (20개 추가) 미국 5개, 중국 6개, 유럽 3개, 신흥국가 6개

○ 식품 운송·보관을 위한 콜드체인 해외물류센터 확충 (125 → 135개)

○ 미국 내 화장품 전용 물류센터 구축(LA, 잠정) ^{복지부}

③ 수출 소비재기업 물류비 절감을 위한 지원 강화

○ 대형 유통망 협업을 통해 입점 기업 물류비용 지원 (유통망당 9억원)

* 예: 올리브영 등 해외 인지도가 있는 유통망을 활용하여 해외바이어에 공동 배송

○ 수출바우처 물류비 지원 한도 3,000만원 → 6,000만원으로 확대

3 인증·지재권 등 수출애로 해소

1 (인증) K-소비재 해외인증 서비스 지원 강화

1 소비재 수출기업 해외인증 1:1 밀착 지원

- 국내 해외인증지원단 內 ‘소비재 인증 전담 지원반*’ 발족 (‘26.1월) ^{국표원}
 - * 화학융합시험연구원(KTR), 건설생활환경시험연구원(KCL), 표준협회(KSA) 등 소비재 시험·인증 특화 국내 전담기관 전문인력으로 구성
 - 유망소비재 기업 50개社 선정, 전주기 맞춤형 컨설팅 지원
- 해외 주요국·신흥국 무역관 ‘소비재 인증지원 데스크’ 설치 (‘26년 20개)
 - * 코트라와 현지 민간 인증전문가 협업 → 최신 인증 정보조사, 현지 인증 대행사 연결 등

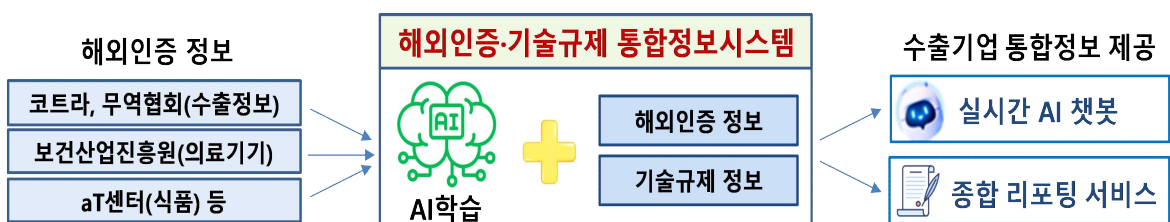
2 수출바우처 해외인증 비용 및 제품 라벨링 표기 지원 강화

- 인증 컨설팅 및 인증 취득비용 지원 확대
 - * 국내 → 해외 인증기관 컨설팅 비용 추가, 인증비용 특별심사로 건별 상한(평균 18백만원) 확대
- 수출바우처 ‘소비재 라벨 표기 지원’ 서비스 신설(건별 100만원限)
 - * 식품, 화장품, 섬유 등 수출시 포장재에 의무적 라벨링이 필요하나 중소기업 대응 애로

3 AI 기반 ‘해외 인증·기술규제 통합정보시스템’ 구축 (‘26.上) ^{국표원}

- 챗봇을 통한 인증·규제 상담 지원, 리포팅 서비스* 등 종합 정보 제공
 - * 해외 인증·기술규제 정보, 시장동향, 지원사업 등을 종합 리포트 형식으로 제공
- 각 부처·기관별 운영중인 해외인증 포털 연계를 통한 접근성 제고

< 해외인증·기술규제 통합정보시스템 서비스(안) >



④ '한국판 무역장벽(NTE) 보고서' 발간 ('26.上)

* 대외무역법 개정을 통해 NTE 보고서 법적근거 마련 추진('26)

- 주요 소비재 수출국 비관세장벽 발굴, 무역피해 규모·사례 데이터화
→ 기업 진출전략 정보 제공, 정부 협의를 통해 애로해소

② 'K-소비재' 프리미엄을 유지하기 위한 지재권 보호 강화

① 주요국 내 우리기업의 선제적 상표 및 지재권 확보 지원 지재처

- 수출기업 지재권 확보, 분쟁예방·대응 위한 법무비용 지원 확대
 - * 해외 현지조사 및 권리확보, 특허·상표·디자인 분쟁대응 비용 지원 등
 - ** IP법무비용지원(해외출원비용 지원): ('25) 388억(63억) → ('26) 525억(81억)

② 소비재 수출기업 대상 맞춤형 IP 종합지원 확대 지재처

- 악의적 상표선점 포착, 수출기업 대상 분쟁위험 사전진단·예방 교육 등 K-브랜드에 대한 선제적 보호체계 구축

위험 경보	분쟁 예방	민관 협력
악의적 상표등록에 대한 AI 기반 온라인 경보 시스템 (K-브랜드 가드*) 구축('26.7)	수출(예정)기업 분쟁위험 사전진단 및 예방교육 ('26. 1,000여 개사)	위조상품 빈발 업종별 브랜드 보호 공동 대응 협력체계 강화

* 국가별·업종별(뷰티·푸드 등) 위험등급 제공, 비정상신호 포착 시 경보 및 기업전파

- 해외 온라인 플랫폼 대상 K-브랜드 위조상품 모니터링·차단 확대 및 수출기업 업종 맞춤형 위조방지기술 도입* 지원

* 업종별 특성에 맞는 위조방지기술(나노미터급 바코드, 홀로그램, QR코드 등) 매칭

③ 위조 제품 현지 실태조사* 및 현지 당국 단속 협력 지재처

* 대상 국가 : ('25년) 3개국 → ('26년) 10개국

4 K-소비재 프리미엄 기업 육성

1 'K-소비재 플래그십 프로젝트' 추진 ('26~'28)

* K-수출스타 사업 : '26년 신규 402억원

1 프로젝트형 패키지 지원으로 100개 소비재 수출스타* 육성

* 500만불 이상(現 338개社) → 1,000만불 이상(現 379개社) 수출기업으로 육성

- (1단계) K-소비재별 기회요인*을 반영한 대표 프로젝트 선정('26.1월)
 - * (화장품) K-뷰티 인기, (패션) K-콘텐츠 유행, (식품) K-Food 인기, 식품유통망 진출 지역, (굿즈) K-Pop 등 한류 팬덤, (키즈) 프리미엄·안전한 유아제품 선호
- (2단계) 프로젝트 전담 멘토링팀 매칭, 기업별 진출 전략 제공
- (3단계) 국내 유통망 - 유망 소비재 기업 동반진출 지원('26.1Q~)
 - (유통망) 현지 팝업스토어·온라인몰 구축, 금융 지원 등
 - (소비재 기업) 유통망 입점, 인증·물류·마케팅·법률 등 종합지원

< 패키지 지원 (예시) >

지원분야	지원 내용
금융	■ (무역보험) 현지 판매망 구축 및 운영 자금 보증, 소비재 제작자금 대출 우대
물류	■ (물류센터) 소비재 특성(EX.콜드체인)에 맞는 공동물류센터 지원
인증	■ (비용) 인증비용 최대 6,000만원 지원, 사전컨설팅 제공
마케팅	■ (현지화) 현지 유행·시장분석, 현지 특화 디자인·통번역 등 지원
Post-R&D	■ (시제품) R&D 이후 현지실증, 시험양산 등 지원

2 부처별 소비재기업 지원 프로젝트 간 연계 강화

- K-푸드·뷰티 프로젝트 연계를 위한 부처간 협의체 신설('26.1월) 관계부처
 - * (식품) 글로벌 Next K-푸드 프로젝트 농식품부, (뷰티) K-뷰티 통합 클러스터 조성 프로젝트 중기부
- R&D, 생산, 디자인 혁신 등 기업성장을 위한 범부처 자원 집중

<기업 성장을 위한 지원(예시)>

- K-푸드 스마트 팩토리 공장, AI 활용 의류제조 최적화 생산관리시스템 구축
- 체험-문화-관광-산업이 융합된 K-뷰티 클러스터 조성
- 글로벌 트렌드에 대응한 친환경·다기능 섬유소재 R&D 지원

<프로젝트별 특화지원 (예)>

① (뷰티) 프리미엄 브랜딩, 제품 성능·패키징 R&D 지원

- (마케팅) 코스모프로프 등 뷰티 대표전시회 'K-뷰티 특별관' 설치
- (제품성능) 피부건강 기반기술·피부미용 소재 R&D 지원 복지부산업부
- (패키징) 바이오소재, 디지털화 등 패키징 개발 및 라벨링 지원

② (푸드) K-컬처 연계 마케팅, 할랄 인증 지원, 콜드체인 확충

- (마케팅) K-콘텐츠에 K-푸드 간접광고 글로벌 OTT 방영 지원 문체부
- (인증) K-할랄 식품 해외 진출을 위한 전주기 패키지 제공 농식품부
 - * (1단계) 할랄인증 취득 → (2단계) 전용 생산라인 구축·개보수 → (3단계) 현지 마케팅
- (물류) 콜드체인 보유 해외공동물류센터 확충

③ (패션) 디자인 협업, 개인 맞춤형 서비스 연계 지원

- (디자인) 로컬 브랜드-디자이너 협력, 유명 디자이너 멘토링* 지원
 - * 패션협회-에스모드 서울(패션전문 교육기관인 에스모드 파리의 한국 캠퍼스) 협업
- (서비스) 온라인 플랫폼 內 3D 가상피팅 서비스 지원

④ (굿즈) 한류 팬덤 겨냥, 지재권 보호 강화

- (마케팅) 한류스타 연계 온·오프라인 마케팅, K-굿즈 전용관 운영
- (지재권) 저작권·상표권 관련 AI 모니터링, 현지 법률자문 지원

⑤ (키즈) 유아 안전을 위한 인증·패키징 강화, 프리미엄 마케팅

- (인증·패키징) 안전규격 취득 지원, 제품 안전교육 QR코드 삽입
- (마케팅) 유아박람회 內 K-키즈 프리미엄존 설치, 안전인증 홍보

② 중동·동남아 등 할랄시장 진출 지원

① 할랄시장 진출을 위한 수출지원거점 신설·확대

- UAE, 사우디, 인니에 할랄 협력거점 설치('26년) ^{무역협회}
 - * 현지 할랄시장 마케팅, 바이어 발굴, 컨설팅 활동 맞춤형 지원
- K-Food 진출을 위한 농식품 중점무역관 5 → 10개로 확대 ('26년)
- 국가식품클러스터(익산) 內 '해외수출지원센터' 신설 ^{농식품부}
 - * 식품기업의 인증·시장·기술정보 연계 사전진단·기술검증·현지인증·시장진입 지원

② 할랄 특화 인증 지원 확대, 교육 프로그램 신설

- 할랄시장 진출 특화 온·오프라인 상담·컨설팅* 서비스 신설('26.1월~) ^{무역협회}
 - * (온라인) 「Trade Pro」에 전문상담코너 신설, (오프라인) 찾아가는 컨설팅 (200개社)
- 할랄 인증에 필요한 정밀데이터 확보 및 인증 취득 지원 (인증비, 컨설팅, 성분분석 등) 확대 ^{농식품부}
 - * 인증지원 예산('25: 60억원 → '26: 70억원) 및 지원 비율('25: 70% → '26: 80~90%) 확대
- 할랄 전문무역상사* 10개 신규 지정, 인증비용 지원(각 240만원)
 - * 수출 초보기업, 중소중견 기업의 할랄 소비재 수출 대행
- 할랄시장 전문인력 양성 프로그램 신설('26년 4회, 80명) ^{무역협회}

③ 'K-할랄 소비재' 해외 마케팅 강화

- 유망 할랄시장 유통채널 활용 'K-할랄 팝업스토어' 설치 ^{무역협회}
 - * 인니 소재 유통채널(K3마트) 협업을 통해 K-뷰티, K-푸드 팝업스토어 운영
- 'K-뷰티·K-푸드 사절단' 파견 (상반기 동남아/하반기 중동) ^{무역협회}
- 할랄식품박람회* 참가 확대, 중동 K-할랄푸드페어 신규 개최 ^{농식품부}
 - * Gulfood(UAE, 1월), Saudi Food Show(사우디, 6월), K-할랄푸드 페어(UAE, 10월) 등

3 소비재 유망시장 전략적 진출 지원

1 전략시장 온·오프라인 플랫폼 입점 지원 강화

- 동남아·중남미 등 대표 온라인 플랫폼 입점지원 확대(1,800개社)
- * (동남아) 쇼피, 라자다, (중남미) 메르카도리브레, (CIS) 와일드베리스, (중동) 트렌드올 등
- 플랫폼에 'K-소비재 코너' 등 한류활용 전용 공간 마련 지원

< 지역별 대표 온라인 플랫폼 사례 >

【 동남아 : Shopee 】	【 중남미 : 메르카도리브레 】	【 CIS : Wildberries 】
		

- '1무역관 - 1유통망 협력 사업'을 통해 신규 판로 개척
- 131개 해외 무역관을 통해 현지 소비자들이 사용하는 로컬 온·오프라인 유통망 300개에 1,000개社 신규 입점·판촉 추진('26년)
- * ('25년) 275개 유통망 (3,500개) → ('26년) 300개 유통망 (4,500개)으로 확대
- 일본, 대만 등 대형유통망에 「K-프리미엄 스토어」 운영('26년) ^{무역협회}

2 ODA 활용 K-소비재 잠재시장 선제 진출

- ODA 활용 K-소비재 발굴 협의체 구성 ('26.1월, KOTRA·무보·무협 등)
- 식품, 화장품, 생활용품 등 현지 수요에 맞춘 ODA 과제발굴로 잠재적 소비층 확보 ^{관계부처 협업}
- K-푸드 ODA 사업 - 수출연계모델 개발 ^{농식품부}
- * 경제단체 대상 마켓테스트, 농기자재 지원 및 기술지원 서비스 패키지 수출 등
- 지역 특수성(전기·식수 부족, 위생·안전 등)을 고려하고, 국제기구 협력 등을 통해 K-푸드 구성품* 개발 지원
- * (예) 간편식(죽 등), 조제분유, 어린이 간식, 음료, 중장립형 햇반, 에너지바 등

④ K-소비재 무역금융 등 자금공급 확대

① 소비재기업 무역보험 25조원으로 확대(~'30년)

* ('24년) 15.2조원 → ('26년) 18.5조원 → ('30년) 25조원

○ 소비재기업 보험한도 2.5배 우대 및 보험료 30% 할인

* (기존) 보험한도 2배, 보험료 할인 20% → (강화) 보험한도 2.5배, 보험료 할인 30%

○ 수출물품 제작자금, 계약 담보 대출 보증한도 1.5배 우대

○ 중소 소비재기업 거래대상 신용조사 수수료 50% 할인(연 10회)

② 소비재 플랫폼 기업 금융지원 강화

○ 해외 유통사 대상 구매조건부 수출금융 제공 확대 추진

* 국내 소비재 수입 전제 대출한도 先제공 → K-소비재 선택 유인 제고

- 예: 무보와 인도 L 그룹간 5억불 구매조건부 금융계약 체결(25.9월)

○ 국내 유통사 해외 생산시설, 물류창고 구축 및 운영자금 대출보증

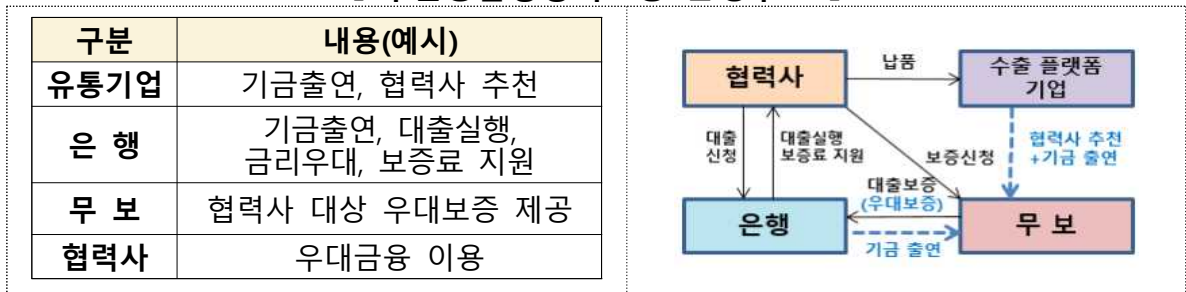
* 그간 선박, 자동차 등 제조업 품목 중심 지원 → 소비재 분야로 지원 확대

③ 민간금융을 활용한 중소·중견 소비재기업 지원 확대

○ K-소비재 플랫폼 - 입점·협력기업 상생금융 신설 추진('26.1Q)

- 국내 K-소비재 플랫폼 기업 특별출연을 통해 유통망 입점·협력 소비재 기업 대상 제작자금 대출금리 우대, 보증 한도 확대

【 수출공급망강화보증 운영구조 】



○ K-뷰티·푸드기업(회원사) 저리융자 100억원 공급('26.4월~) ^{무역협회}

* 소비재 기업 수출마케팅·수출용 원자재 구입 등 필요자금 2.5~3% 저리대출

V. 향후 계획

정책 과제	소관부처/기관	추진 시기
1. 한류 연계 마케팅 강화		
• 한류박람회 개최 (2회)	산업부	'26(상/하)
• ^{가칭} UAE K-City 조성 추진	문체부	'26.上~
• 코엑스 K-컬처 복합 전시공간 구축	무역협회	'26
• 한류 중심지 'K-소비재 팝업스토어' 구축	산업부	'26.1Q
• K-프리미엄 소비재전 개최	무역협회	'26.4/6/9/10월
• 주요 소비재전시회 '한국관' 구성, 개별 참가 지원	산업부	'26(연중)
• 지역수출상담회 'K-소비재 쇼케이스' 운영	산업부	'26(연중)
• 방한 바이어 대상 한류연계 체험 프로그램 운영	산업부/문체부	'26.10월
2. 소비재 특화 유통·물류 개선		
• 역직구 글로벌몰 구축	산업부	'26.2월~
• 외국인 역직구 고객체험단 운영	산업부	'26.2월~
• 'K-소비재 물류데스크' 신설	산업부	'25.12월
• 해외공동물류센터 확대	산업부	'26.1Q~
• 미국 내 화장품 전용 물류센터 구축	복지부	'26.3월
• 대형 유통망 협업 입점기업 물류비용 지원	산업부	'26.2월~
• 수출바우처 물류비 상한 2배 확대	산업부	'26.1월~
3. 인증·지재권 등 수출애로 해소		
• 해외인증지원단 '소비재 인증 전담 지원반' 발족	산업부(국표원)	'26.1월
• 주요국 'K-소비재 인증데스크' 신설	산업부	'26.1월
• 수출바우처 '소비재 라벨 표기 지원' 서비스 신설	산업부	'26.1월
• 해외인증·기술규제 통합정보시스템 구축	산업부(국표원)	'26.上
• 한국판 무역장벽 보고서 발간	산업부	'26.5월
• 수출기업 지재권 확보, 분쟁예방 법무비용 지원 확대	지재처	'26.2월~
• 수출기업 지재권 보호를 위한 IP 종합지원 확대	지재처	'26.2Q
• 위조제품 현지 실태조사 및 현지 당국 단속 협력	지재처/관세청	'26(연중)
4. K-소비재 프리미엄 기업 육성		
• K-소비재 플래그십 프로젝트 선정	산업부	'26.1월
• 부처간 K-소비재 프로젝트 협의체 신설	관계부처	'26.1월
• K-콘텐츠 글로벌 OTT 방영 지원	문체부	'26.1월
• 할랄 인증 전문 컨설팅 및 교육프로그램 신설	무역협회	'26.1월~
• 국가식품클러스터 내 할랄수출지원센터 신설	농식품부	'25.12월
• UAE 할랄 푸드페어 신규 개최	농식품부	'26.10월
• K-뷰티, K-사절단 파견(동남아/중동)	무역협회	'26(상/하)
• 1무역관-1유통망 협력사업 확대	산업부	'26
• 소비재기업 무역보험 한도 상향, 보험료 할인 등 우대	산업부	'25.12월~
• K-소비재 전용 저리 융자자금 100억원 공급	무역협회	'26.4월~
• K-소비재 플랫폼-입점기업 상생금융 신설	산업부	'26.1Q