

# 貿易展示産業 振興方案

정 만 기 / 산업자원부 무역진흥과장

I. 貿易展示産業의 重要性 및 各國의 育成動向

II. 國內 貿易展示産業의 現況 및 問題點

III. 貿易展示産業 振興方案

<별첨 1> 국내전시회 지원사업 운용요령

<별첨 2> 세부추진계획

## I. 貿易展示産業의 重要性 및 各國의 育成動向

### 1. 重要性

무역전시사업은 21세기 지식집약, 환경 친화적 고부가가치, 고외화가득률 산업으로 90년대 북미 전시산업의 평균 성장률은 7%, 독일은 10%에 달하고 있으며 세계적으로 매년 13,000여건 이상의 전시회가 개최되고 있다(국제규모 전시회 미국 360여회, 독일 100여회).

참고로 사업별 외화가득률을 살펴보면 무역전시 88.1%, 반도체 39.8%, 신발 72.8%, 조선 69%로 무역전시사업은 외화가득률면에 있어서도 매우 중요한 사업으로 자리잡고 있다.

무역전시사업의 중요성을 분야별로 살펴보면 다음과 같다.

#### □ 문화, 관광 및 교통, 통신 등 연관 산업에 대한 파급효과가 지대

독일의 전시산업은 건설업의 규모와 대등한 수준인 GDP의 1%를 상회하며 산업의 생산유발효과는 한화 약 24조원(410억 마르크), 23만명의 고용창출을 유발한다.

#### □ 수출을 촉진하고 국가이미지를 제고하는 산업

독일의 경우 총무역거래중 60~70%가 무역전시회를 통해 성사되며 문화, 관광과 결합되면 국가이미지 제고에도 기여한다.

#### □ 지역 및 국가발전 전략으로 활용되는 산업

일본 나고야는 전시회를 지역개발사업으로 활용하며 우리나라도 대전의 경우 엑스포를 계기로 과학기술도시로 발돋움하고 있다.

#### □ WTO체제 하에서도 支援이 가능한 분야

무역전시회 지원은 貿易促進活動으로 분류되어 WTO체제하에서도 支援이 가능하다.

## 2. 외국의 육성동향

### □ 미국

미국의 무역전시산업은 대부분 민간기업이 전시회 주최를 담당하면서 정부와 민간단체가 지원하는 시스템을 구축하고 있으며 상무부 국제무역청이 선정된 전시회에 대해 해외 바이어를 유치해 주는 IBP(International Buyer Program)를 운영하고 있다.

또한 IAEM(국제전시회경영협회)등을 주축으로 전시회인증제도, 통계 및 자료생산 기능을 수행하고 전시 전문기획사 제도를 운영중에 있다.

### □ 독일

중앙과 지방정부가 출자한 공기업(프랑크푸르트 메세 등)이 전시장운영자 및 주최자로서 기능을 수행하며, AUMA(전시산업협회)가 평가, 진흥활동을 수행한다.

AUMA는 독일전시회 해외 프로모션, 통계조사 및 데이터 관리기능 수행 및 인증제도를 운영한다.

### □ 싱가포르

정부 인정 전시회에 대해 전시회 당 \$20,000 범위내에서 전시회 개최관련 비용의 50% 지원하는 등 정부가 전시회를 적극 육성하며 전시산업 지원추진체제로는 컨벤션/전시협회가 구성되어 정부 지원으로 전시교육과정 운영, 연구, 평가 등의 사업을 시행중이다.

### □ 홍콩

무역발전위원회가 직접 참가업체 및 참관객 리스트 DB화, 전시회 및 정보제공 기능 수행과 평가관리업무를 담당한다.

## II. 國內 貿易 展示 産業의 現況 및 問題點

우리나라 무역전시산업의 현황과 문제점을 살펴보면 우선 전시장의 전반적으로 부족하고 지역간의 수급이 불균형하다.

경쟁국에 비해 수나 가용면적에 있어 열세에 있는 상황이며 특히 국제규모의 전시장 수가 경쟁국에 비해 매우 부족한 상황이다.

· 전시장수 : 미국(71), 독일(29), 일본(29), 중국(14), 한국(9)

- 가용면적(만㎡) : 미국(328), 독일(303), 일본(38), 중국(36), 한국(12)
- 국제규모 전시장수 : 미국(18), 독일(16), 일본(4), 한국(2)

중장기적으로 보면 경기도 일산의 고양전시장 완공으로 공급에 여유가 있으나, 단기적으로 수도권에서는 공급이 수요에 비해 부족한 반면, 지방에서는 전시장의 일시적 과잉공급 예상된다.

국내개최 전시회의 85%가 수도권에서 개최되는 반면, 제대로 된 전시공간은 COEX, SETEC 등 2개에 불과하여 전시공간이 부족하며 반면에 부산과 대구는, 향후 4~5년간 가동률이 30%~50% 수준에 머물 전망이다.

각 지자체의 전시장 건립계획이 추진되고 있으나 전시회의 수급관련 기초 통계와 중앙정부차원의 계획이 없다는 점이 문제점으로 대두되고 있는 상황이다.

한편 국내전시회는 연간 300여개씩 개최되고 있으나, 참가업체수가 400개사를 넘는 전시회는 불과 2~3개 수준이고 소수를 제외하고는 외국참가업체가 거의 없는 국내행사로 내실이 부족한 형편이다.

또한 국내 대표전시회도 외국 유명전시회에 비해서 매우 영세하여 예를들어 한국 전자전은 350개사, 외국바이어 5,000명 수준이나 홍콩 전자전은 1,538개사, 외국바이어 23,000여명 수준으로 큰 차이를 보이고 있다.

국내 기업형 전시회 주최자들의 조직 및 자금력이 영세하여 과감한 투자와 효율적인 마케팅 활동 수행에 한계가 있으며 대부분 전시회 주최자는 연간 2~5개의 전시회 개최하고 있다.

\* 영국의 Miller Freeman은 전세계에 69개의 해외지사망을 보유하고, 매년 200회 이상의 전시회를 개최

전시품목도 건축기자재, 혼수용품, 교육훈련 등 내수분야가 강세인 것도 문제점으로 대두되고 있다.

우리나라 무역전시사업의 또 다른 문제점은 전시회 개최실적을 평가·관리하는 기관(추진체제)이 없으며, 객관적이고 신뢰성 있는 평가가 없다는 점이다.

우리나라의 전시관련 통계와 평가는 국제적으로 인정되지 않는 실정인데 이는 국제전시연합(Union des Foires Internationals)에서 인증하는 전시회가 없는 상황이기 때문이다. 참고로 외국의 UFI인증 전시회수를 살펴보면 중국(22개), 싱가포르(15개), 인도네시아(7개), 대만(4개), 일본(3개), 말레이시아(3개), 한국(0개)이다.

따라서 전시회 개최실적을 주최자의 자의적 통계에 의존하고 있는 형편이며 바이어나 판매자의 전시회 참여 결정에 참고할 수 있는 객관적 자료제공 불가능하다. 이

에 따라 정부 지원도 전시회 발전가능성 보다는 주관기관과 후원기관의 영향력에 의하여 결정되는 경향이 있다.

전시회 주최자, 전시장 운영자, 전시지원기관, 전시회 평가자 등 전시관련기관간 역할이 정립되어 있지 않아서 전시장 운영자가 주최자 기능을 수행하고, 평가관리자도 주최자 기능을 수행하는 등 전시관련 각 분야의 전문화가 미흡하다

특히 산업자원부 전시회 지원사업의 평가관리기관인 무역협회가 동시에 주최자 역할을 시작했다는 점에 문제가 있으며 이에 따라, 컨벤션, 관광, 음식숙박, 운송, 정보산업 등 관련산업과 연계한 경제적 파급효과가 경쟁국에 비해 미미하다.

### III. 貿易展示産業 振興方案

#### 1. 추진전략

- ◇ 무역전시산업이 **유치산업단계**에 있는 점을 감안, **당분간 정부주도형 발전전략 구사**
  - 시장형성으로 **시장기능이 제대로 발휘되는 경우 민간주도형으로 전환**
- ◇ **전시주최자, 전시장운영자, 전시지원기관**을 연계한 **민간주도의 추진체제를 정립**하여 주최자, 운영자, 지원기관간의 **역할을 명확화**
- ◇ **전시장 공급확대**에 맞추어 **전시회의 균형적 발전을 추진**
  - 이를 위하여 **전시회 인증제도를 도입**하고 체계적인 해외홍보 시스템 구축
  - **국내전시회 지원 사업의 평가 관리 및 환류(feed-back)기능을 강화**
- ◇ **전시산업관련 통계·정보생산 및 연구능력 제고**
  - 무역 전시산업관련 정책 수립에 활용
- ◇ **무역전시산업과 관련산업간의 유기적 발전 도모**
  - 무역전시산업과 호텔, 관광, 교통업 등 관련산업의 유기적 협조로 전시산업의 시너지 효과 극대화
- ◇ 무역거래기반조성에 관한법률시행령 개정으로 **법적 기반 마련**

2. 세부추진 과제 및 대책

가. 무역전시장 공급확대 및 지역산업발전과의 연계

① 국제규모 무역전시장 단계적 건립과 운영효율화

□ **고양국제전시장 조기 건립**

○ 2004년말까지 제1단계 전시장 건립 완공 추진

- 우리부 지원예산을 사업 진척도(2002년 88억원, 2003년 245억원, 2004년 244억원)에 따라 지원

○ 제2단계(1만 7천평), 제3단계(2만평) 전시장 건립 추진

- 제1단계 전시장 완공 후, 수급상황 감안, 조기 건립 추진여부 결정

□ **광주 전시장 건립 추진**

○ 금년 착공 및 2004년 2월까지 완공 추진

- 금년도 지원예산 : 300억원

□ **해외 전시기관과 국내 전시장간 네트워크 구축**

○ 전시장협의회(COEX, BEXCO, EXCO, SETEC 등)와 동경, 홍콩전시장 등과 네트워크를 구축하고, IAEM(국제 전시회 경영협회) 등 국제기구 가입 추진

□ **전시장 운영체제 개선**

○ 『효율적 전시장 운영 모델』을 마련(KOTRA)하고, 전시장의 독과점적 운영방식을 경쟁방식으로 전환

② 지역의 전시산업육성으로 지역산업발전과 연계강화

□ 지역의 무역전시장 장기 수급계획 마련

- 향후 10년간 인천·강원·전라·충청지역 등 지역별 무역전시장 수요 조사
- 자치단체별로 구상중인 건립계획을 파악(2002. 3월중)하여 타당성 조사(2002년 상반기)를 거친 후
- 업계, 전문가 등의 의견 수렴하여 금년 상반기중 마련

□ 지역의 문화와 결합된 지역별 특화된 전시회 육성

- 지방 개최전시회에 대해서는 해외바이어지원, 국내전시회 지원자금 지원시 가점 부여 등으로 인센티브 제공, 지방개최 확산유도

- 2002년 국내전시회 지원부터 시행

- BEXCO, EXCO 등 지역 개최예정인 전시회에 대해서는 신청을 받아 국고 지원 예산을 별도 마련(2003년 예산안에 반영)

- 지역의 전통문화 행사와 전시회를 병행 개최하는 경우 지원을 강화
- 전시장이 없는 지역도 전시회가 육성될 수 있도록 체육관 등 대체공간에서의 개최도 허용

나. 국내전시산업 진흥을 위한 추진체제 정립

- ① 진흥 및 평가·관리를 전담하는 기관(전시산업진흥회) 설치

□ 전시회 주최자, 전시장운영자, 전시지원기관이 모두 참여하는 전담 전문 기관(민간중심의 사단법인 형태)

□ 기능

- 국내외 전시회 평가·관리 및 전시회 인증제도 실시
- 국내외 전시회 지원자금의 관리
- 전시회 관련 기초통계 작성 및 연구활동 전개
- 국내전시회 및 전시장의 해외마케팅 사업 추진

② 국내 전시회 육성을 위한 기관간 역할분담 명확화

- KOTRA는 해외바이어 유치, 해외전시회 개최, 정책전시회 개최에 역량을 집결
- 조합, 단체, 민간기업 등은 주최자로서의 역할 정립을 강화
- COEX, BEXCO 등 전시장 운영자는 본래의 운영자 역할에 전념
  - 단기적으로는 가동률 제고를 위해 주최자 역할도 일부 수행
- 전시회 평가관리는 (가칭)전시산업진흥회가 담당
  - 전시회 실적 평가 등 평가·관리, 국내·외 전시회 지원 자금 관리, 전시회인 증제도 시행 및 운영, 전시관련 통계조사 및 연구활동 수행 등

③ 무역전시회 인증제도 도입

□ 전시회 평가·관리의 문제점

- 신뢰성있는 데이터 부재로 참가업체 및 바이어가 참가 성과가 높은 국내 무역전시회의 식별을 지원하는 시스템 부재  
(예: 신문 유가구독매수, 방송 : 프로그램 시청률 등)
- 유망전시회조차 정확한 성과평가가 곤란

□ 인증제도 내용

- 국내 무역전시회 규모, 참가기업 및 참관객 등 전시회 개최관련 신뢰성 있는 데이터와 분석자료를 인증·공개
- 인증은 정부가 인정하는 제3의 독립기관이 시행
  - 단기적으로는 관련연구기관 등을 통한 시험 실시
  - 중장기적으로는 제3의 인증기관을 설립, 제도 운영
  - 인증심사자는 인증 방법과 절차에 따라 특정 전시회의 데이터를 Pre-Show, On-Site, Post-Show의 3단계로 심사



□ 기대성과

- 참가성과가 높은 전시회 참여를 지원하여 마케팅성과 극대화(기업)
- 전시주최자간에는 경쟁원리가 적용되어, 전시회 발전 촉진
- 전시회관련 신뢰성있는 통계자료로 정책능력 향상(정부)
- \* 독일에서는 1968년부터 독일전시산업협회 산하 무역전시회 통계관리위원회 (FKM: Society for the Voluntary Control of Trade Fair and Exhibition Statistics)에서 인증제도를 운영 중

다. 국내 무역전시회 지원체제 개선과 진흥기반 마련

① 국내 전시회 지원사업 체계화(운용요령 별첨)

□ 전시회 주최와 전시회 평가·관리기능을 분리

- 공정·객관적 평가 결과를 차후 지원에 반영

□ 지원대상 선정기준 및 지원절차를 투명화, 체계화

② 유망전시회 지원

□ 분야 : 섬유, 전자, 자동차, 부품·소재, 사이버 등 기 지원분야

- 분야당 5억원 한도내에서 지원

□ 이들 전시회도 성과를 평가하여 지원 여부 재 검토

- 성과 미흡시, 동일업종내 유사전시회에 대하여 지원하되, 평가는 별첨 운용요령에 근거 실시

< 지원대상 유망전시회(2002년) >

주최자	전시회명	개최시기
섬유산업연합회	섬유·의류전	10월
패션협회	서울 컬렉션	3월
전자산업진흥회	한국 전자전	10월
자동차공업협회	서울 모터쇼	11월
공예조합연합회	서울 기프트쇼	9월
패션칼라센터	사이버 전시회	연중
KOTRA	부품·소재 종합전시회	11월
한국무역협회	안경·광학전	11월
합계	8개 전시회	

③ 차세대 유망전시회(IT,BT, NT, 환경설비 관련 전시회등) 지원

□ 차세대 전시회에 대하여 전시회당 1억원 범위내 소규모 지원

○ 2002년(12개) → 2003년(20개) → 2005년(30개)

< 지원대상 유망전시회(2002년) >

주최자	전시회명	개최시기
섬유산업연합회	국제산업융섬유전시회	10월
기계산업진흥회	국제자동화정밀기기전	9월
공작기계협회	부산 국제공작기계전	4월
건설기계협회	한국건설기계전	10월
COEX	국제바이오패어및컨퍼런스	9월
COEX	서울국제사진영상기자채전	5월
반도체산업협회	한국반도체산업대전	11월
피혁공업협동조합	서울국제피혁전	10월
의료공구공업협동조합	부산국제의료기기·의료정보 전시회	10월
BEXCO	세계음악및악기박람회	10월
가구공업협동조합	서울국제가구 및 목공기계전시회	10월
경향신문	경향 하우스링 페어	2월
합계	12개 전시회	

□ 지원절차 및 사후평가는 운용요령에 의거 추진

④ 국내전시회 해외홍보 강화

□ 홍보자료 제작, 기획 및 홍보 시행

- 해외설명회 개최, 국내외 공항, 해외전시장 등에 빌보드 광고실시
- 인터넷 배너 광고, 해외 유명 전문지 등에 국내전시회 일정게재

□ 홍콩, 싱가포르, 중국, 일본 등 인근국가와 동일품목 전시회연계개최 및 공동홍보를 통한 홍보효과 극대화

⑤ 무역전시인력의 체계적 양성

□ TEI(Trade Exhibition Incubator) 도입

- 지방대학에 정규과정 또는 전시과목 개설 유도
  - TI사업에 편입하여 추진
- 무역진흥기금, 무역인력양성 또는 국내전시회지원 예산 활용

□ 무역관련학과에 무역전시과목 개설 추진(교육부 협조)

□ 전시주최자에 대한 정기적인 재교육 실시

- 산자부가 전시회관련 공공교육기관을 전시회 전문교육기관으로 지정
  - 전시컨벤션연구원 등을 전문교육기관으로 지정, 운영

⑥ 해외협력기반 구축

□ 동북아 5국 무역전시협의회(가칭) 창설 제안

- 정부대표, 전시주최자, 전시장운영자 모임 결성, 연례회의 개최
- 한국, 일본, 중국, 홍콩, 싱가포르 등

○ 전시회 연계 개최, 정보 교류 등 협의

□ UFI 등 전시관련 국제기구에 가입

- 국내 전시장 및 전시회의 해외 홍보 추진
- 국제협력사업 발굴, 추진

〈별첨 1〉 **국내전시회 지원사업 운용요령**

1. 사업추진체제

- 1) 보조금 지원절차 : 전시회 주최자(사업신청) → 전시산업진흥회(제출) → 업종별 심사위원회(업종별 제1차 심사) → 무역전시전문위원회(최종심사, 지원대상확정)
- 2) 사업추진 절차 : 산자부(국고보조금 교부) → 전시산업진흥회(국고보조금 재교부) → 각 전시회 주최자 (사업추진)
- 3) 사후 평가·관리 : 전시산업진흥회(전시회 실적 평가, 보고) → 산자부(재여부 판단, 결정)

※ 지난해까지는 『전시회 주최자(신청) → 무역협회(제출) → 산자부(심사·결정) → 무역협회(통보) → 전시회 주최자』 절차로 지원했으나, 사후관리 평가가 미흡

※ 무역협회가 평가자인 동시에 주최자 역할 수행, 자신이 자신을 평가하는 모순발생

2. 사업추진 기관

- 1) 업종별 심사위원회 : 섬유·패션, 전자, 생활, 기계, 자동차, 조선, 부품·소재 등 7개 분야로 구성
  - 섬유·패션, 전자, 생활분야는 생활산업국 담당과, 기계, 자동차, 조선, 부품·소재 등은 자본재산업국 담당과에서 각 위원회당 10명 내외로 자율 구성

- 2) 무역전시전문위원회 : 무역거래기반조성에관한법률상의 전문위원회
- 3) 사업추진과 평가관리를 위하여 전시산업진흥회 설치 추진

< 사업추진 절차 >

사업단계	시 기	추진내용
대상전시회발굴	D-1년 4월	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 국내 유망전시회 일괄 조사</li> <li>- 수시 추천된 대상전시회도 반영</li> <li>▶ 전시산업진흥회</li> </ul>
사업신청접수	D-1년 9월	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 전시주최자 등의 사업신청 접수</li> <li>▶ 전시산업진흥회</li> </ul>
지원대상 심사·확정	D-1년 11월	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 지원대상 전시회 및 지원규모 확정</li> <li>▶ 업종별 추천위 및 무역전시전문위원회에서 결정</li> </ul>
사업추진 (국고보조금교부)	D년 연중	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 해외홍보 및 바이어유치비 등 전시회의 수준을 제고하기 위한 비용 증점 지원</li> </ul>
사후평가	D+1년	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 사업종료 1개월내 사업성과 보고</li> <li>○ 1년내 참가기업에 대한 설문조사 등 추후 조사 실시</li> <li>▶ 전시산업진흥회</li> </ul>

3. 지원대상 전시회 선정기준

- 1) 업종별 추천위원회에서 정하는 업종별 전시회 부스면적, 참가업체수, 참여인원 등에 대한 최소한의 기본요건 충족
- 2) 해외바이어 비율 0.5%이상

\* 해외바이어 비율 = 등록된 해외바이어수/총 등록된 참관인수

3) 전시참가 외국업체 비율 10%이상

\* 전시회 참가 외국업체 비율 = 전시회 참가 외국기업수(외국인투자기업 및 외국기업의 국내대리점 포함) / 총 참가업체수

4) 전시회참가 외국업체 임차면적 비율 5% 이상

\* 전시회 참가 외국업체 임대면적 비율 = 전시회 참가 외국기업의 임차면적/ 전시회 총 부스면적

5) 기타 전시회의 발전가능성, 바이어와 판매자 매칭 효과 등 질적 요소도 감안

#### 4. 지원내용

1) 지원대상을 유망전시회와 차세대유망전시회로 구분

가. 지원상한액

○유망 전시회 : 전시회당 5억 원을 한도로 총 전시회 개최비용중 1/2까지 지원

○차세대 유망전시회 : 전시회당 1억 원을 한도로 총 전시회 개최비용 중 1/3까지 지원

나. 지원경비항목

○해외홍보비, 외국업체 및 해외바이어 유치비, 국제회의 및 세미나 개최비, 전시회 국내외 인증비, 바이어 DB구축비, 전시정보화 추진비, 기타 전시회의 수준을 제고하기 위한 비용 등

○해외일간지 및 전문지 등을 통한 전시회 해외홍보 : 1회당 700만원 한도

○외국업체 및 바이어 유치비 : 1인당 150만원 한도

○유사 해외전시회 홍보부스 참가비 : 1회당 1,500만원 한도

○부스장차 및 인테리어 비용 : 전년대비 증가분(개선비용)의 50%

○전시회 고유특성상 전시수준 향상 및 바이어 유치에 필요한 시설 설치비용 : 지원대상 포함

예) 섬유전시회 : 텍스타일 트렌드관, 칼라트렌드관 설치비

○바이어에게 직접 편의를 제공하기 위한 시설 설치비용, 전시회관련 부대행사 개최비용(패션쇼, 신제품 설명회, 수출상담회 등) : 지원대상 포함

## 5. 평가관리

### 1) 평가절차

전시산업진흥회(지원대상 선정기준 충족 여부 평가) → 무역전시전문위원회(제재 여부 판단 및 통보) → 전시산업진흥회(통보) → 전시회 주최자

### 2) 평가내용

- 전시회 기본요건 충족 여부
- 해외바이어 비율 0.5%이상 여부, 전시참가 외국업체 비율 10%이상 여부, 전시회참가 외국업체 임차면적 비율 5% 이상 여부
- 거래상담액 및 수출상담액 등
  - \* 평가 타당성과 신뢰성을 높이기 위하여 표준평가서 개발

### 3) 제재내용

- 성과가 미흡한 것으로 평가된 전시회는 다음 연도 지원대상에서 제외
- 전시회 실적보고서에 허위사실을 기재하거나 지원받은 보조금을 목적외의 용도로 사용한 경우에는 보조금 반환 조치
  - \* 이 경우 지원받은 금액에 법정금리를 적용하여 계산한 이자를 붙여 반환 조치

### 4) 관 리

- 특정 전시회에 대한 연속지원은 최장 5년으로 한정
- 국고보조금 교부기관은 평가관리기관이 담당
- 전시회 주최자와 평가관리업무의 분리 : 전시회 주최자는 국고보조금 교부 및 평가관리업무를 담당하지 않는 원칙을 정립

## <별첨 2> 세부추진계획

세부추진내용	일정
가. 무역전시장 공급 확대 및 지역산업발전 연계 ○ 지역별 무역전시장 장기수급계획 마련 - 지역별 무역전시장 수요조사 ○ 지역별 특화전시회 육성 - 지원대상 지역전시회 선정 ○ 해외전시기관과의 네트워크 구축 - IAEM(국제전시경영협회) 가입추진방안 수립 ○ 『효율적 전시장 운영모델』 마련	2002년 상반기  2002년 4~6월  2002년 상반기  2002년 6월
나. 국내전시산업진흥을 위한 추진체제 정립 ○ 전시산업진흥회 구성 및 설치 ○ 무역전시회 인증제도 도입 - 준비위원회 구성 - 시범운영 준비 - 시범운영	2002년 2/4분기  2003. 1월  2002. 4월  2002. 4~8월  2002. 9~10월
다. 국내무역전시회 지원체제 개선과 진흥기반 마련 ○ 국내전시회 지원사업 운용요령 공고 ○ 유망전시회 및 차세대 유망전시회 선정 ○ 국내전시회 홍보 ○ 무역전시인력 양성 - 대학에 무역전시과목 개설을 위한 협의추진 - 무역전시 Incubator(TEI) 도입기본계획 수립 ○ 해외협력기반구축	2002. 5월  2002. 12월  2002 상반기  2002 상반기  2002 상반기

이 자료에 대한 문의사항이나 의견이 있는 경우에는 아래로 연락하여 주시기 바랍니다.

- ☞ 소관부서 : 산업자원부 무역정책국 무역진흥과
- ☞ 연락처  
 ○ 전화번호 : 2110-5321~5  
 ○ FAX : 503-9438    ○ E-mail : enss@mocie.go.kr, k1625m@mocie.go.kr