

---

# 전시산업 발전 로드맵 2030

---

2026. 10. 14.

관 계 부 처 합 동

# 전시산업 발전 로드맵 2030 (요약본)

## 1 추진 배경

### □ 수출 확대와 지역발전 견인 플랫폼으로서의 전시산업 중요성 증대

- 전시산업은 국가와 지역 경제를 키우는 성장엔진이자, 중소기업 시장개척과 수출마케팅 등 글로벌 진출을 위한 핵심 수단

\* 세계 전시산업 규모(UFI, '24): (GDP) 2,560억 달러, (고용) 4.3백만 명

\*\* 국내 전시산업 규모('24): (매출) 4조원, (고용) 2.1만명↔로봇산업: (매출) 6.1조원

### □ 국내 전시산업은 양적 성장에도 불구하고, 여전히 글로벌 수준과 격차

- 「전시산업발전법」 제정<sup>(‘08)</sup> 등 제도적 기반 마련, 전시 사업과 인프라 확충 지원 등에 따른 전시회의 연간 개최 건수 증가 등 성과\*

\* ①전시장 면적(만㎡): (‘08) 19→(‘24) 34, ②전시회 개최 건수(건): (‘08) 264→(‘24) 736,

③국내 개최 지원 전시회 수출계약액(억불): (‘08) 25.0→(‘25) 39.3 등

- 하지만, 국내 유력 전시회조차 규모·경쟁력 면에서 세계 대비 열위

\* 국내 최대 전시회인 SIMTOS는 獨하노버메세 대비 해외 참관객 수, 거래액 10% 수준

- 특히, 지방은 교통·호텔 등 인프라 미비, 차별화된 콘텐츠 부족 등으로 인해 대규모 전시회 유치\*에 한계→ 가동률도 저조\*\*

\* (수도권) 전시회 407건, 대형 31건, (비수도권) 전시회 329건, 대형 7건(‘25)

\*\* 비수도권 11개 전시장 중 7개 지방 전시장의 전시장 가동률이 50% 이하(‘25)

### □ 첨단산업과 K-컬처 등을 접목하여 국내 전시산업의 질적 재도약 추진

- 첨단 제조, 전시 인프라, 한류를 결합한 콘텐츠 고도화 등을 통해 해외 유입과 진출을 강화하여 글로벌 전시경쟁력 제고 지원

\* (제조업) 반도체·조선·방산·기계로봇 등 첨단 제조 기반과 글로벌 선두 기업 보유, (인프라) 전국 19개 전시장 및 신·증축(킨텍스 3전시장(‘28), 잠실 MICE 단지(‘31) 등)

## 2 추진 방향

**비전**

**수출 1조 불에 걸맞은 비즈니스 플랫폼 구축**

**목표**

2030년까지

- 국가·지역 대표 전시회 5개 이상 육성
- 산업·문화 융합형 대형 전시회 개최 확대 (5%→ 20%)

**방향**

대표 전시회  
발굴·육성

+

산업·지역·문화  
융복합

+

민·관 협력  
강화

+

제도·인프라  
고도화

**전략(4)**

**정책과제(12)**

**국가 대표  
글로벌 전시회 육성**

- 1 AI 기반 첨단산업 대표 전시회 육성
- 2 소비재(식품·화장품) 대표 전시회 육성
- 3 전시 대형화를 위한 인프라 확충
- 4 참관객 경험과 네트워킹 강화

**지역 거점  
특화 전시회 육성**

- 1 5극 3특 성장엔진 연계 지역 전시회 육성
- 2 지역 문화·관광 연계 도시 브랜드 가치 제고
- 3 지방 전시산업의 자생적 생태계 조성

**K-전시산업 해외  
진출 확대**

- 1 전략시장 중심의 전시장 해외 진출 강화
- 2 K-브랜드 전시회의 해외 진출 확대
- 3 해외 전시 참가기업 마케팅 지원 강화

**전시산업 경쟁력  
기반 강화**

- 1 통합 지원체계 운영 및 제도 정비
- 2 혁신 성장을 위한 기반구축 강화

### 3 주요 내용

#### ① 국가 대표 글로벌 전시회 육성

##### □ AI 기반 첨단산업 대표 전시회 육성

- 첨단산업 전시회를 AI 주제로 연계, ‘K Connect AI’ 개최(’26.下)
  - \* ①한국전자전, ②반도체대전, ③아시아 기계 제조전, ④로보월드, ⑤산업 AI EXPO
- 전시회 통합·콘텐츠 고도화로 아태 최고 첨단산업 전시회로 육성(’29.下)
  - \* 킨텍스 제3전시장 건립(’28.11, 총 17만㎡) 계기 연계 전시회 통합 개최

##### □ K-컬처 접목 소비재(식품·화장품) 대표 전시회 육성

- 범부처, 중앙-지방정부 간 협업을 통한 지원체계 고도화(’26.下)
  - \* (산업부) 바이어 유치, (농식품부·복지부) 우수기업 참가, (지자체) 축제 연계, 교통편의 지원
- 소비재 전시와 도시축제를 결합한 대형 이벤트 개최(’27.上)
  - \* 봄·가을 기간에 주요 뷰티·푸드 전시회, 도심 행사, K-Pop 콘서트 등 연계

##### □ 전시 대형화를 위한 글로벌 수준의 전시 인프라 확충

- 전시장 접근성, 노후시설 개보수 등 전시 인프라 개선(’28.上)
  - \* (교통망) 셔틀 운행, 공항·KTX 연계, (인프라 개보수) 노후 전시장 안전진단 및 설비 교체 등
- 글로벌 경쟁력이 있는 대형 산업 전시회 집중 스케일업(’29.上)
  - \* (이차전지) 인터배터리, (BIO) KIMES, (방산) ADEX, (기계) SIMTOS, (식품) 서울푸드 등

##### □ 참관객 경험과 네트워킹 강화를 통한 참관객 유입 확대

- 문화·관광 연계 프로그램 확대 및 K-콘텐츠 기념품 제작 지원(’27.上)
  - \* (예) ▲숙박(한옥스테이 등), ▲관광(야경 명소 등), ▲쇼핑(전통시장, 소품점 등), ▲체험(지역 문화 체험, 한식 먹거리 등), ▲디지털(관광·교통·전시회 실시간 정보제공) 등
  - \*\* K-콘텐츠 기념품 디자인 컨설팅, 생산, IP 확보 및 등록, 판촉 등 지원
- 전시와 컨퍼런스 연계를 통한 비즈니스 네트워킹 강화(’27.上)
  - \* (사례) KIMES 컨퍼런스: 구글, 네이버, 삼성전자 등 주요 전문가로 구성된 키노트

## ② 지역 거점 특화 전시회 육성

### □ 5극 3특 성장엔진 연계 지역대표 전시회 육성

- 권역별 전략산업과 연계된 대표 전시회를 선정하여 단계별 지원('27.上)
  - \* 선정: (1단계('27~'28)) 공모 후 4~5개 지원 → (2단계('29~'30)) 성과 평가 후 2~3개 지원
  - \*\* 지원: (1단계) 콘텐츠 등 기획력 강화 → (2단계) 해외 현지 로드쇼 등 글로벌화
- 중앙-지방정부 협력을 통한 지방 주도적 육성 기반 조성('27.上)

### □ 지역 문화·관광 자원을 연계한 도시 브랜드 가치 제고

- 로컬 전시·축제 융합 콘텐츠 개발을 통한 지역 전시 활성화('27.下)
  - \* (예) ▲부산(아시아 콘텐츠 & 필름마켓+국제영화제), ▲광주(ACE페어+비엔날레) 등
- 지역 랜드마크, 디지털 서비스를 활용하여 도시 브랜드 제고('27.下)
  - \* 랜드마크 활용 개막식, 지역 화폐 연계 이벤트, AI 기반 행사 추천, 디지털 스탬프 투어 등

### □ 지방 전시산업의 자생적 생태계 조성

- 지역 전시사업자·기업 등으로 구성된 「지역전시 얼라이언스」 구축('27.上)
- 지방 전시산업 활성화를 위한 「전시산업 발전지구」 지정('28.上)
  - \* (대상) 전시장 면적 5천㎡ ↑, (인센티브) 인프라 개선, 옥외광고물 자유표시구역 지정 등

## ③ K-전시산업 해외 진출 확대

### □ 인도·중동·중앙아시아 등 전략시장 중심의 전시장 해외 진출 강화

- 기관별 전문역량을 활용하여 해외 전시장 운영권 확보 지원('27.上)
  - \* (코트라) 입찰·사업 분석, (킨텍스·코엑스) 전시장 운영, (무역협회) 전시 기획·유치
- 정상외교 계기 경제사절단·산업협력위원회 및 유·무상 ODA 등을 통한 전략시장 전시장 건립·운영 기회 발굴('27.上)
  - \* (사례) ▲경제사절단 : 킨텍스-울란바토르 전시장 건립·운영 업무협약('26.7.), ▲ODA 타당성 조사 : 탄자니아 잔지바르 MICE 건립 사업 운영 컨설팅('25.9~'26.8)

## □ K-브랜드 전시회의 해외 진출 확대

- 문체부·농식품부 등 관계부처 협력으로 전시 콘텐츠 고도화('27.上)
- 해외 시장조사, 현지 사무소 구축, 민관 공동브랜드 진출 지원('28.上)
  - \* 현지 거점 사무소 구축, 해외시장조사단 구성, 민관 공동브랜드로 신규 시장진출 등

## □ 해외 전시 참가기업에 대한 마케팅 지원 강화

- 바이어 매칭, K-브랜드 전시회 수출바우처 사업 연계 등 지원('27.上)
  - \* (매칭) 바이어 선택형 상담, (수출 바우처) 중기부·농식품부 등 수출바우처, 상담회 연계 지원

---

## ④ 전시산업 경쟁력 기반 강화

---

## □ 전시산업 통합 지원체계 운영 및 제도 정비

- 중앙·지방정부 등 협업 강화를 위한 「전시산업발전위원회」 구축('27.下)
  - \* 국가 전시산업 육성 전략 수립, 전시 인프라 개선, 지역별 대표 전시회 발굴·육성 등
- 전시산업 환경·기능 변화 등에 대응한 '전시산업발전법' 개정('27.下)

## □ AI 기반 서비스 고도화 및 ESG 확산

- AX, ESG 등 산업 트렌드 변화에 대응한 전시사업자 역량 강화('27.上)
  - \* (AX) AX추진단 구성, 과기부 연계 AI솔루션 도입 지원, (ESG) 교육·가이드 제공 등

## □ 민간 전시사업자 주도의 혁신 성장 생태계 조성

- 전시 스타트업 등에 대한 민간투자 연계, 보증상품 개발 지원 ('27.下)
  - \* (민간 투자자) 크라우드 펀딩 등 자금 투자 ↔ (전시 주최사) 신규 전시회 기획·홍보

## □ 전시 전문가 양성 및 표준화 기반 구축

- 전시산업 지속 발전을 위한 현장 전문인력 양성('26.上)
  - \* 채용 연계형 인턴 교육제 신설, 석박사·재직자 교육, 지역 맞춤 교육 등
- 전시회 성과 검증 가이드라인 개발, 안전관리 체계 및 표준 제정('27.上)

# 목 차

|                            |    |
|----------------------------|----|
| I. 추진배경 .....              | 1  |
| II. 국내외 전시산업 동향 및 평가 ..... | 2  |
| III. 비전 및 목표 .....         | 8  |
| IV. 주요 추진과제 .....          | 9  |
| 1. 국가대표 글로벌 전시회 육성 .....   | 9  |
| 2. 지역거점 특화 전시회 육성 .....    | 12 |
| 3. K-전시산업 해외 진출 확대 .....   | 16 |
| 4. 전시산업 경쟁력 기반 강화 .....    | 19 |
| V. 향후 계획 .....             | 23 |

## I. 추진 배경

### ◇ 전시산업은 수출 확대, 지역경제 활성화를 견인하는 핵심 플랫폼

- 전 세계적으로 전시산업은 국가와 지역 경제의 성장동력 중 하나

\* 세계 전시산업 규모(UFI, '24): (GDP) 2,560억 달러, (고용) 4.3백만 명

\*\* 국내 전시산업 규모('24): (매출) 4조원, (고용) 2.1만명↔로봇산업: (매출) 6.1조원

| 구 분                                                                | 전체(해외) 참관객(만명)          | 거래액(억불)     | 경제효과(조원)        |
|--------------------------------------------------------------------|-------------------------|-------------|-----------------|
| CES <sup>(美)</sup> / 하노버 메세 <sup>(獨)</sup> / SIMTOS <sup>(韓)</sup> | 14(5) / 12(5) / 10(0.5) | 20 / 50 / 4 | 2.0 / 0.6 / 0.2 |

- 국내 전시회는 중소중견기업의 시장개척과 수출마케팅 핵심 수단

\* 국내 중소기업은 시장개척 수단으로 전시회를 가장 선호('24.11, 중기중앙회)

### ◇ 국내 전시산업의 성장에도 불구하고, 여전히 글로벌 수준과 격차

- 그간 전시장 확충, 전시회 개최 건수 증가 등 양적 기반이 확대\*

\* ①전시장 면적(만㎡): ('08) 19→('24) 34, ②전시회 개최 건수(건): ('08) 264→('24) 736

- 그러나, 국내 유력 전시회조차 규모·경쟁력 면에서 세계 대비 열위

\* 국내 최대 전시회인 SIMTOS는 <sup>獨</sup>하노버메세 대비 해외 참관객 수, 거래액 10% 수준

### ◇ 첨단산업, 한류 위상에 기반한 전시 산업 질적 성장 도모 필요

- 제조 강국과 인프라 이점을 활용해 글로벌 전시경쟁력 확보 가능

\* (제조업) 반도체·조선·방산·기계로봇 등 첨단 제조 기반과 글로벌 선두 기업 보유,  
(인프라) 전국 19개 전시장 및 신·증축(킨텍스 3전시장('28), 잠실 MICE 단지('31) 등)

- 글로벌 K-한류 팬덤\*은 해외 바이어와 참관객 유입의 핵심 구심점

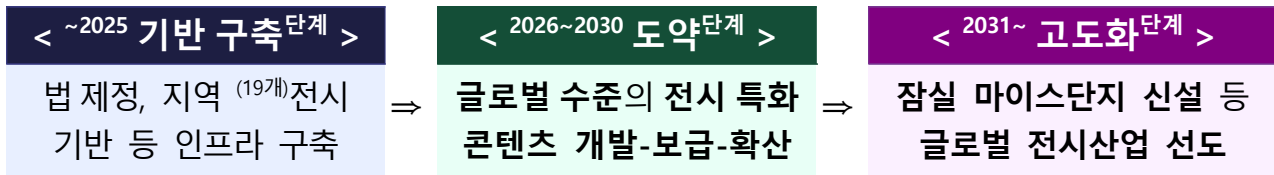
\* K-뷰티·푸드·콘텐츠 등 소비재 전반에 걸친 한류 붐은 글로벌 전시 수요와 직결

👉 「전시산업 발전 로드맵 2030」 수립을 통해 수출 확대, 지역경제 활성화 및 세계 최고 수준의 글로벌 전시 허브로의 도약 추진

## II. 국내외 전시산업 동향 및 평가

### 1 국내 전시산업 동향

#### ◇ [동향] 법·제도, 인프라 등 기반 구축기를 거쳐 도약기에 진입



○ (제도) 전시산업의 제도적 기반인 「전시산업발전법」 제정·시행('08)

○ (기반) 전국 19개 전시장('25) 구축 후 대형 전시장을 2030년 전후로 확충  
→ 글로벌 수준의 경쟁력을 갖춘 전시장 확보 예상

\* 킨텍스 3전시장('28, 11만 → 17만㎡), 잠실 MICE 단지('31, 9만㎡) 등 신·증축 중  
- 주요 전시장 간 30분 내 연결(GTX), 회의장·숙박·관광 등 연계 운용 가능

#### < 국내 전시산업의 연혁 >

|                                                                                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• COEX 준공('88)</li> <li>• EXCO, BEXCO 준공('01)</li> <li>• KDJ센터 준공('05)</li> <li>• KINTEX 준공('05)</li> <li>• 송도컨벤시아 준공('08)</li> </ul> <p>전시 면적(누계): 19만㎡</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• KINTEX 2전시장 준공('11)</li> <li>• BEXCO 2전시장 준공('12)</li> <li>• GSCO 준공('14)</li> <li>• SCC 준공('19)</li> </ul> <p>30만㎡</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• UECO 준공('21)</li> <li>• EXCO 2전시장 준공('21)</li> <li>• OSCO 준공('25)</li> <li>• KINTEX 3전시장 준공('28 예정)</li> <li>• 잠실 마이스단지 준공('31 예정)</li> </ul> <p>59만㎡</p> |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>• 국내 전시회 지원('00~)</li> <li>• 전시산업발전법 제정('08)</li> </ul>                                                                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 전시산업 통계조사('16~)</li> </ul>                                                                                              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 지역특화 전시회 지원('22~)</li> <li>• 디지털 전문인력 양성('24~)</li> </ul>                                                                                                 |
| ~ 2000년대                                                                                                                                                                                            | 2010년대                                                                                                                                                           | 2020년대                                                                                                                                                                                             |

○ (시장) 한류 팬덤 등의 영향으로 팬데믹 이전 매출, 전시회 참가기업 등 실적이 완전히 회복되면서 시장 상황이 개선 및 확대 전망

\* 전시회 개최(건)/ 참가업체(천개): ('15) 567 / 72.5 → ('20) 288 / 31.6 → ('24) 736 / 98.7  
- '24년 전시산업 직접 매출: 4조원 (숙박·물류 등 연관 산업 포함 시 17조원)

○ (지역) 수도권 8개, 비수도권 11개 등 지역 거점별 총 19개 전시장에서  
연간 700여회 전시회 개최 중

\* (수도권) 전시회 407건, 대형 31건, (비수도권) 전시회 329건, 대형 7건('25)

### < 5극 3특 권역별 전시산업 >

#### 수도권

|                                                 |                                               |
|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| 【 주요 전시장 】                                      | 【 전시 경쟁력 】                                    |
| 킨텍스, 코엑스, SCC,<br>송도 컨벤시아                       | 전시장 ★★★★★<br>교통 ★★★★★<br>산업 ★★★★★<br>관광 ★★★★★ |
| 【 주요 전시회 】                                      |                                               |
| SIMTOS(공작기계),<br>SEOUL FOOD(식품),<br>KIMES(의료기기) |                                               |

#### 강원권

|                       |                                    |
|-----------------------|------------------------------------|
| 【 주요 전시장 】            | 【 전시 경쟁력 】                         |
| 없음                    | 전시장 ★<br>교통 ★★★<br>산업 ★★<br>관광 ★★★ |
| 【 주요 전시회 】            |                                    |
| 강원 의료기기 전시회<br>(의료기기) |                                    |

#### 중부권

|                                  |                                        |
|----------------------------------|----------------------------------------|
| 【 주요 전시장 】                       | 【 전시 경쟁력 】                             |
| 대전컨벤션센터,<br>오송컨벤션센터              | 전시장 ★★★<br>교통 ★★★★★<br>산업 ★★★<br>관광 ★★ |
| 【 주요 전시회 】                       |                                        |
| 오송 화장품 엑스포(뷰티),<br>대전 와인 엑스포(식품) |                                        |

#### 전북권

|                         |                                   |
|-------------------------|-----------------------------------|
| 【 주요 전시장 】              | 【 전시 경쟁력 】                        |
| 군산컨벤션센터                 | 전시장 ★★<br>교통 ★★<br>산업 ★★<br>관광 ★★ |
| 【 주요 전시회 】              |                                   |
| 새만금 신재생 에너지<br>박람회(에너지) |                                   |

#### 서남권

|                                |                                       |
|--------------------------------|---------------------------------------|
| 【 주요 전시장 】                     | 【 전시 경쟁력 】                            |
| 김대중컨벤션센터                       | 전시장 ★★★<br>교통 ★★★<br>산업 ★★★<br>관광 ★★★ |
| 【 주요 전시회 】                     |                                       |
| 빛가람 엑스포(에너지),<br>ACE Fair(콘텐츠) |                                       |

#### 제주권

|              |                                     |
|--------------|-------------------------------------|
| 【 주요 전시장 】   | 【 전시 경쟁력 】                          |
| 제주 컨벤션센터     | 전시장 ★★<br>교통 ★★<br>산업 ★<br>관광 ★★★★★ |
| 【 주요 전시회 】   |                                     |
| 해양레저 박람회(레저) |                                     |

#### 대경권

|                         |                                         |
|-------------------------|-----------------------------------------|
| 【 주요 전시장 】              | 【 전시 경쟁력 】                              |
| 엑스코, 구미코,<br>경주 화백컨벤션뷰로 | 전시장 ★★★★★<br>교통 ★★★<br>산업 ★★★<br>관광 ★★★ |
| 【 주요 전시회 】              |                                         |
| 미래 모빌리티 엑스포<br>(자동차부품)  |                                         |

#### 동남권

|                                 |                                             |
|---------------------------------|---------------------------------------------|
| 【 주요 전시장 】                      | 【 전시 경쟁력 】                                  |
| 벅스코,<br>창원 컨벤션센터,<br>울산 전시컨벤션센터 | 전시장 ★★★★★<br>교통 ★★★★★<br>산업 ★★★★★<br>관광 ★★★ |
| 【 주요 전시회 】                      |                                             |
| KORMARINE(조선),<br>제조자동화기술전(기계)  |                                             |

## 2 해외 전시산업 동향

### ◇ [시장] 글로벌 전시 수요에 힘입어 견고한 성장세 유지

- (규모) 세계 전시시장 규모<sup>(Business Research 2026)</sup>는 '25년\* 706억 달러에서 연평균 약 6% 성장<sup>(세계 경제성장률 전망: 3~4%)</sup>한 '30년 926억 달러 전망

\* 전세계(UFI, 5천㎡↑): (전시장) 1,530개, (전시 면적) 44.4백만㎡, (전시社) 4.7백만개  
- 국가 순위(전시면적): ①中-②美-③獨-④伊-⑤佛→ 전체의 63% / (①印, ⑬日, ⑳UAE, ㉑韓)

- (지역) 최대 시장인 미국, 많은 전시장을 보유한 유럽이 주도하는 가운데, 인도 등 아시아 시장이 가파른 성장세 시현 예상

\* '25년 권역별 직접 매출액(UFI, 억 달러): (북미) 840, (유럽) 540, (아시아-태평양) 330 등

### ◇ [동향] 전시·마케팅 중심에서 종합 비즈니스 플랫폼으로 확장 중

- (성장전략) 전시 주최자 등은 시장 주도권을 확보하기 위해 글로벌 네트워크 확대, 전시와 기업의 대형화\* 및 전문성\*\* 강화에 집중

\* 인포마는 UBM·Tarsus 등 전시기업 인수, 세계 매출 1위 달성('25년 54억불)

\*\*獨(하노버메세, 기계·제조), 日(도쿄게임쇼, 게임·만화), 臺(컴퓨텍스, IT·반도체) 등

- (운영모델) 전시회와 컨퍼런스 연계를 통해 정부 정책 홍보\*, 신기술 발표·교류, 체험\*\* 등이 통합된 융복합 전시 운영모델 확산

\* (Viva Tech, 佛) 국가 비전 선포와 정책홍보, (MWC, 西) 국가 간 IT 정책 논의 등

\*\* 디지털 등 대체 불가능한 대면 경험(신뢰와 심층 네트워크 등 구축) 등 강조

- (AI·DX 활용) AI 활용, 참관객 행동·패턴 심층 분석, 기업 자동 추천·매칭, 전시 기획·홍보 등 혁신을 주도→ 신수익 모델 창출 실현

\* 전시기획사들은 자체 AI 시스템 도입, 자동 바이어 매칭, 최적화된 동선 제공 등  
- (IFA, 獨) 전시회 앱을 통한 기업 추천 서비스, 부스별 반응도 분석 등

- (지속 가능) ▲일회용 부스→ 모듈(가변)형 및 재활용 가능 부스로 대체, ▲탄소 배출 저감을 위한 친환경 시스템 도입 등 ESG 내재화

## < (참고) 글로벌 주요 전시회 성공요인 분석 >

- 전시회를 국가 전략산업, 지역 문화·관광 등과 연계, 민·관 협치 강화
  - (산업+기반) ▲자국 전략산업을 국가(도시) 대표 전시회로 브랜딩, ▲세계 Top-tier 전시를 위한 대규모 전시 공간 보유
  - (문화+관광) 개최지(도시) 고유의 문화와 관광(즐길 거리) 연계, 편리한 교통·숙박시설 등을 활용해 지역 소비와 체류형 방문 적극 유도
  - (기획+협치) ▲최신 트렌드를 맞춘 전시구성\*, 빅샷 스피치 등 운영\*\*, ▲중앙·지방 정부와 민간 간 강력한 협업체계 구축 및 정부 지원\*\*\*

\* AI 기술 도입, 대형 프로그램 연계 등을 통해 차별화된 전시 콘텐츠 기획·운영

\*\* '24년~'26년 대만 컴퓨텍스는 엔비디아 젠슨 황의 기조 연설로 부각

\*\*\* (민간) 전시 기획·운영, (정부) 바이어 유치, 문화·관광 프로그램 연계, 국제협력 지원

### < 글로벌 대표 전시회 현황('25년) >

| 구분                         | 개요                                                                                                                                                                                            | 주요 특징 및 내용                                                                                                                                                                                                |
|----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>CES</b><br>(美)          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• '67년 시작(1월), 라스베이가스 (뉴욕→ '95년부터 라스베이가스 개최)</li> <li>• 23만m<sup>2</sup>, 14만명 참관</li> <li>• IT·전자 + 모빌리티 등*</li> <li>* 모빌리티, 헬스케어, 콘텐츠로 확대</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 컨퍼런스, 글로벌 기업 참여, 첨단기술 경연장, 혁신상 수여, 新제품 언팩 쇼케이스 등</li> <li>• 민간협회 주도(CTA: 美소비자기술협회)</li> <li>• 지역공연·엔터테인먼트 연계, 테마투어와 기획·홍보, 리조트·카지노 등 할인, 국제공항·호텔 등 보유</li> </ul> |
| <b>하노버 메세</b><br>(獨)       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• '47년 시작(4월), 하노버</li> <li>• 20만m<sup>2</sup>, 12만명 참관</li> <li>• 산업기계→ 로봇AI(B2B 특화)</li> </ul>                                                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 국가 간 협력(주빈국 지정), 고위급 정책 대화 등</li> <li>• 정부 주도, 지방 공기업(도이치메세) 주최 + 정부 예산 지원</li> <li>• 교통·관광 패스 지원, 국제공항·호텔 등 보유</li> </ul>                                       |
| <b>MWC</b><br>(西)          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• '87년 시작(2월), 바르셀로나 (칸→ '06년 이후 바르셀로나 개최)</li> <li>• 24만m<sup>2</sup>, 11만명 참관</li> <li>• 모바일, 통신산업 등</li> </ul>                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 컨퍼런스(기조연설 빅샷), 정부 관계자 정책 발표 세션, 모바일 어워드, 4YFN(스타트업 포럼) 등</li> <li>• 민간협회 주도(GSMA: 세계이동통신사협회)</li> <li>• 도시 연계 문화·즐길 거리 및 국제공항·호텔 등 보유</li> </ul>                 |
| <b>메종 &amp; 오브제</b><br>(佛) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• '95년 시작, 연 2회 개최 (3월, 9월), 파리</li> <li>• 13만m<sup>2</sup>, 17만명 참관</li> <li>• 인테리어·패션</li> </ul>                                                     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 전시회는 플랫폼, 도시 전체가 콘텐츠, 국가·테마별 큐레이션, 신진 디자이너 발굴 등</li> <li>• 민간 기획사 운영(SAFI), 정부 간접 지원(바이어 유치 등)</li> <li>• 루브르·오르세 투어, 시내 갤러리 체험 등</li> </ul>                     |
| <b>컴퓨텍스</b><br>(臺)         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• '81년 시작(6월), 타이페이</li> <li>• 8만m<sup>2</sup>, 9만명 참관</li> <li>• IT·전자→ 반도체·AI</li> </ul>                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 컨퍼런스(빅샷 스피치), 2024년부터 급성장</li> <li>• 중앙정부 주도, TAITRA(무역진흥공사) 개최</li> <li>• 대규모 정부 지원, 매년 총통 참가</li> </ul>                                                        |
| <b>도쿄 게임쇼</b><br>(日)       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• '96년 시작(9월), 도쿄 ('02년까지 연 2회 개최)</li> <li>• 7.2만m<sup>2</sup>, 26만명 참관</li> <li>• 비디오 게임</li> </ul>                                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 포럼, 신작 시연 및 데모, 시상식·게임 어워드 등</li> <li>• 민간 협회(CESA)-미디어사(Nikkei BP)</li> <li>• 코스프레 축제, e-스포츠, 게임 대회, 체험 등 (일본 게임 팬덤을 활용한 해외 관람객 유인)</li> </ul>                  |

### 3 평가 및 개선 필요사항

#### ◇ [평가] 우수한 H/W 등 성장 잠재력 충분, S/W 경쟁력 강화 필요

- 우수한 첨단 제조기술과 글로벌 수준의 전시 인프라 확충\*, 한류 열풍 등으로 성장 잠재력은 충분

\* '31년 잠실 마이스단지(9만㎡) 완공 시, 킨텍스(17만㎡)·코엑스(4만㎡), 국제공항, GTX, 호텔, 회의 시설 등을 연계·운영 가능→ 30만㎡ 규모의 전시 인프라 확보

- 글로벌 수준의 전시 인프라 확충에 걸맞은 질적 도약을 위해 세계 시장에서 통하는 전시 콘텐츠 등 소프트 경쟁력 확보가 필요

#### ◇ [개선 필요사항] 콘텐츠 고도화 및 차별화, 기술인력 등 기반 강화

##### ① (글로벌 경쟁력) 전시 규모와 콘텐츠 빈약 등으로 플랫폼 기능 저하

- 최근 연간 700여회 전시회 개최에도 글로벌 수준 대비 규모·콘텐츠 미흡→ 한국 대표 전시회 부재→ 해외 기업·참관객 저조의 악순환 반복

\* ▲3만㎡ 이상 대형 전시회 비중이 전체의 5% 불과, 전시 이외 프로그램도 단조로움,  
▲외국인 참관율: (韓 SIMTOS) 6%, (韓 ADEX) 4% / (美 CES) 36%, (獨 하노버메세) 42%

- 전시 주최사 대부분이 영세 소기업\*→ 전시 기획·투자·네트워킹 등 역량 부족으로 수익 창출이 쉬운 B2C에 치중→ 대형화·전문화 한계

\* 기업분포: 9인 ↓ (707社, 70%), 10인~30인 ↓ (254社, 25%), 30인 ↑ (53社, 5%)

< '24년 전시회 개최 현황(736건) >

|    |                                                                 |
|----|-----------------------------------------------------------------|
| 유형 | B2C 458건(62.2%) > B2B 142건(19.3%) > 혼합 136건(18.5%)              |
| 규모 | 소형(~1만㎡) 514건(69.8%) > 중형(1~3만㎡) 184건(25%) > 대형(3만㎡~) 38건(5.2%) |
| 품목 | 식품 128건(17%), 레저·스포츠 107건(14%), 유아용품 58건(8%) 등                  |

👉 전략산업 전시회와 컨퍼런스 연계, 소비재 전시회에 문화·축제를 입힌 콘텐츠 차별화로 글로벌 국가대표 전시회 집중 육성 필요

② (지방 전시회) 교통·호텔 등 전시 인프라 미비, 전문인력과 차별화된 콘텐츠 부족 등으로 대규모 전시회 유치에 한계→ 가동률 저조

\* 비수도권 11개 전시장 중 7개의 전시장에서 가동률이 50%를 하회('25)

☞ 지역경제 활성화 지원을 위해 5극 3특 성장엔진과 지역전시회 및 관광자원 등과 연계한 지역거점 대표전시회를 발굴·육성

③ (해외 진출) <sup>(주최자)</sup> 해외 진출 역량 부족 및 <sup>(기업)</sup> 해외전시회 의존 지속

- 대부분의 국내 전시 주최사는 해외 현지 정보와 협력 네트워크 부재, 전시 개최 비용 부담 등으로 인해 해외 투자·진출을 주저

\* 지사 설립('25): <sup>(해외)</sup> 인포마(英, 40개), 도이치메세(獨, 60개), 콤엑스포지엄(佛, 20개) ↔ <sup>(국내)</sup> 1,014개 주최사 중 해외 진출 8개사, 현지사무소 2개사(코엑스·엑스포럼)

- 국내기업의 CES 등 해외 유명 전시회를 통한 마케팅 쏠림 지속

\* CES 2026에 참가한 기업 수(개사): (미국) 1,476, (중국) 942, (한국) 853<sup>(약 20%)</sup>

☞ 인도·베트남 등 성장 잠재력이 큰 시장에 대한 해외전시장 운영권 확보, 자체 브랜드전<sup>(展)</sup> 개최로 K-전시산업의 해외 영토 확장 지원

④ (전시산업 기반) 분산된 추진체계와 글로벌 환경변화 대응 역량 부족

- 전시산업 정책의 기획·조정 및 전략적 육성을 위한 중앙·지방정부와 민간을 아우르는 추진체계 부재로 인한 구심점 결여\*

\* 전시산업발전협의회(산업부 등 6개 부처) 운영 중이나, 정책 기획·조정 기능 제한적

- 최근 산업부 전시회 지원 예산은 평균 50억원대로 기업수요에 비해 턱없이 부족해 소규모로 분산 지원→ 국내 전시산업 육성에 애로

\* 지원 예산(억원) : (22) 63→ (23) 55→ (24) 52→ (25) 48→ (26) 53

- 연간 70회, 전시회 1회당 해외 바이어 유치 비용 중심으로 7천만원 지원 등

- 전시 주최사 영세성 등으로 인해 친환경·AI 기술 등 도입이 지연

☞ 추진체계, 기술, 인재 등 전시산업 기반을 전면 업그레이드 추진

### Ⅲ. 비전 및 목표

|           |                                                                                                                              |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>비전</b> | <b>수출 1조 불에 걸맞은 비즈니스 플랫폼 구축</b>                                                                                              |
| <b>목표</b> | 2030년까지<br>・ 국가·지역 대표 전시회 5개 이상 육성<br>・ 산업·문화 융합형 대형 전시회 개최 확대 (5%→ 20%)                                                     |
| <b>방향</b> | 대표 전시회<br>발굴·육성           +           산업·지역·문화<br>융복합           +           민·관 협력<br>강화           +           제도·인프라<br>고도화 |

| 전략(4)               | 정책과제(12)                                                                                      |
|---------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|
| 국가 대표<br>글로벌 전시회 육성 | ① AI 기반 첨단산업 대표 전시회 육성<br>② 소비재(식품·화장품) 대표 전시회 육성<br>③ 전시 대형화를 위한 인프라 확충<br>④ 참관객 경험과 네트워킹 강화 |
| 지역 거점<br>특화 전시회 육성  | ① 5극 3특 성장엔진 연계 지역 전시회 육성<br>② 지역 문화·관광 연계 도시 브랜드 가치 제고<br>③ 지방 전시산업의 자생적 생태계 조성              |
| K-전시산업 해외<br>진출 확대  | ① 전략시장 중심의 전시장 해외 진출 강화<br>② K-브랜드 전시회의 해외 진출 확대<br>③ 해외 전시 참가기업 마케팅 지원 강화                    |
| 전시산업 경쟁력<br>기반 강화   | ① 통합 지원체계 운영 및 제도 정비<br>② 혁신 성장을 위한 기반구축 강화                                                   |

## IV. 주요 추진과제

### 1 국가 대표 글로벌 전시회 육성

- ◇ 대형 전시 인프라 확충\*과 K-산업·문화 역량을 결집하여 전 세계가 주목하는 CES 수준의 글로벌 국가대표 전시회 육성

\* 킨텍스 3전시장 완공(총 17만㎡, '28), 잠실 MICE 복합단지(9만㎡, '31) 신설

#### ① AI 기반 첨단산업 대표 전시회 육성

- [1단계: '26~'28] 5개 산업전시회 간 연계 및 브랜드 통합

- (연계·통합) 전자·반도체·기계·로봇 전시회\*와 AI 등 첨단기술, 체험형 특별관\*\* 운영, 컨퍼런스 접목 「K Connect AI」 개최

\* ①한국전자전, ②반도체대전, ③아시아 기계 제조전, ④로보월드, ⑤산업 AI EXPO

\*\* 산업 현장의 AI 전환 실증사례 등 체험형 전시를 통해 K-MAX 미래 비전 공유

- [2단계: '29~'30] 대형화·고도화→ 아태 최고 첨단산업 전시회

- (대형화) 킨텍스 제3전시장 건립('28.11월, 17만㎡) 계기 전략산업 B2B 전시회 통합 및 컨퍼런스 연계\*로 아시아 최대 첨단산업 전시회로 육성

\* 해외 유명 인사 초청 강연, 비즈니스와 정부 정책이 결합된 고위급 회의 등 개최  
- 대만 컴퓨텍스(8만㎡) : '23.5월 '젠슨 황' 기조연설을 통해 전시회 브랜드 제고

\*\* 미국 CES(전시면적 23만㎡), 독일 하노버메세(전시면적 20만㎡)

- (고도화) 산업별 특화 전문관(소재·부품-장비·인프라-응용·서비스-실증) 설치

| 1단계('26~'28): 연계·통합       |          |          |             |           |
|---------------------------|----------|----------|-------------|-----------|
| "K-Connect AI(통합 브랜딩)" 개최 |          |          |             |           |
| 한국 전자전                    | 한국 반도체 전 | 로보 월드    | Asia 기계 제조전 | 산업 AI 엑스포 |
| 10.10일 週                  |          | 10.20일 週 |             | 11.1일 週   |
| 코엑스                       |          | 킨텍스      |             |           |



| 2단계('29~'30): 국가대표 전시회 |             |             |         |
|------------------------|-------------|-------------|---------|
| "아태 최고 수준의 산업 AI 플랫폼"  |             |             |         |
| 시간·장소·브랜드 통합 및 전문화     |             |             |         |
| 소재·부품 (반도체)            | 장비·인프라 (기계) | 응용·서비스 (전자) | 실증 (로봇) |
| (예) 10.10일 週           |             |             |         |
| 킨텍스                    |             |             |         |

## ② 소비재(식품·화장품) 대표 전시회 육성

### □ 소비재 전시회와 도시축제를 융합한 행사 집중(연계) 개최 ('27.上)

- (전시와 축제 결합) K-뷰티·식품 등 소비재 전시와 축제를 결합한 계절별(봄·가을) 대형 행사를 개최하여 K-라이프 스타일 경험 제공

\* ▲봄 4~5월 : (뷰티)K-뷰티 위크, (식품)K-푸드 위크, (축제)서울 스프링 페스타,  
▲가을 10~11월 : (뷰티)K-뷰티 위크, (식품)K-푸드 위크, (축제)코리아 세일 페스타

- (도심 거점화) 도심의 주요 거점(코엑스-강남-한강-광화문-킨텍스 등)을 연결하여 도시 전체를 하나의 거대한 전시장으로 활용

\* (미국 South by Southwest) 도심 전역에 컨퍼런스·공연·체험 프로그램 동시 운영

- (콘텐츠 개발) 주최사, 기업 등 민간 참여 확대를 통해 공동 프로그램 및 체험 콘텐츠 기획·운영 강화

\* (주최사) 전시장 내 한류 체험 프로그램 운영, (글로벌기업) 공식 후원, 팝업 스토어 조성 등

### □ 부처 간 협업을 통한 K-소비재 전시 지원체계 구축 ('26.下)

- (협업 체계 강화) 전시회 시너지 제고를 위해 범부처 협업 및 중앙-지방정부 간 역할을 전략적으로 분담 지원

| 구분       | 주요 내용                   |
|----------|-------------------------|
| 산업부      | 통합 브랜딩, 홍보, 바이어 발굴 및 매칭 |
| 농식품부·복지부 | 우수·유망기업 참가, 체험 프로그램 운영  |
| 지방정부     | 도심 행사 연계, 교통·편의 지원      |

## ③ 전시 대형화를 위한 인프라 확충

### □ 교통·물류 체계, 노후 인프라 개보수 등 전시 인프라 개선 ('28.下)

- (접근성·편의 개선) 킨텍스 제3전시장('28), 잠실 MICE 복합단지('31) 등 수도권 전시 인프라 확충에 맞춰 접근성 및 편의 개선

\* (교통망) GTX개통, 전시장 간 셔틀 운행, 공항·KTX 연계, (물류) 전용 터미널 운영 등

- (노후 인프라 개보수) 노후 전시장(준공 후 20년 이상) 대상 안전 진단, 노후 설비(소방·공조·전기 등) 교체 및 스마트 운영 시스템 도입 확대

\* 6개월 이상 장기간 대규모 노후 설비 수선 시, 산업통상부 사전 협의

- (전시 대형화) 산업 파급력이 크고, 글로벌 브랜드화 가능성이 높은 분야별 전시회(3만㎡↑)\*를 발굴해 산업 대표전시회\*\*로 육성

\* 수도권 3만㎡ 이상 전시회('24) 31개 중 의료·기계·식품 등 산업전시회는 23개

\*\* (이차전지) 인터배터리, (BIO) KIMES, (방산) ADEX, (기계) SIMTOS, (식품) 서울푸드 등

#### 4 참관객 경험과 네트워킹 강화

- 전시와 문화·관광 연계를 통한 해외 참관객 경험 극대화 ('27.上)

- (관광 연계) 기존 관광 인프라 연계를 통해 맞춤형 상품 개발·보급\*

\* (예) ▲숙박(한옥스테이 등), ▲음식(카페, 특산물 식당, 야시장 등), ▲관광(야경 명소, 밤거리 축제 등), ▲체험(지역 문화 체험, 스파 등), ▲쇼핑(전통시장, 소품점 등)

- (디지털 전환) 이용 관람객의 편의 제고를 위해 맛집·관광·이동 정보 등 개인화된 큐레이션 서비스 제공

\* (관광공사) 비짓코리아 앱→ 관광·이동 정보 제공, (전시진흥회) 전시회 콘텐츠 연계

- (굿즈 제작 지원) 한류 인기를 활용한 K-콘텐츠 기념품 제작 지원

\* 디자인 컨설팅, 생산, IP 확보 및 등록, 판촉 등 맞춤형 일괄 지원

- 전시와 컨퍼런스 연계를 통한 비즈니스 네트워킹 강화 ('27.上)

- (비즈니스 네트워킹) 단순한 제품 전시를 넘어 미래 비전 공유, 투자 유치와 기술 협력 등 산업 비즈니스 논의의 장 마련

\* 기업의 비즈니스 상담회와 연계한 전문 분야 컨퍼런스 개최, 투자유치 설명회, 개방형 혁신 사업화, 기술 이전 혹은 협력 상담회 등

\*\* (사례) KIMES 컨퍼런스: 구글, 네이버, 삼성전자 등 주요 전문가로 구성된 키노트

## 2 지역 거점 특화 전시회 육성

◇ 5극 3특 성장엔진의 지역별 전략산업과 지역 문화·관광 등이 서로 융복합된 전시회 선정 및 집중 지원하여 지역 성장 거점으로 육성

### ① 5극 3특 성장엔진 연계 지역 전시회 육성

□ 권역별 성장엔진 연계 지방대표 전시회 단계별 선정·육성 ('27.上)

| 권역  | 지역 특성(예시) |      | 지역 전시장                   |
|-----|-----------|------|--------------------------|
|     | 핵심 산업     | 문화관광 |                          |
| 대경권 | 로봇·모빌리티   | 문화유산 | 엑스코(대구), 하이코(경주)         |
| 동남권 | 조선해양·제조   | 해양체험 | 벡스코(부산), 유에코(울산), 세코(창원) |
| 서남권 | 에너지       | 음식체험 | KDJ센터(광주)                |
| 중부권 | 바이오       | 문화유산 | 디씨씨(대전), 오스코(청주)         |

- (추진전략) 권역별 성장엔진과 연계한 지역특화 전시회 집중 육성
- (선정 기준) 지역 성장엔진과의 연계성, 성장전략, 전시 인프라·규모, 지자체 지원 의지 등 종합 평가해 단계별 선정 및 집중 지원

\* 선정: (1단계('27~'28)) 공모 후 4~5개 지원 → (2단계('29~'30)) 성과평가 후 2~3개 지원

- (지원 내용) 1단계 전시 콘텐츠 고도화\* → 2단계 글로벌화\*\* 지원

\* (1단계) 컨퍼런스, 정책포럼, 스타트업 IR, 체험 콘텐츠 개발, 전문인력 양성 등

\*\* (2단계) 해외 현지 로드 쇼 및 시장진출, 외교사절단과의 네트워킹 제공 등

< 지역대표 전시회 육성 절차 및 지원 내용(안) >

| 구분    | 2027년                           | 2028년 | 2029년                           | 2030년 |
|-------|---------------------------------|-------|---------------------------------|-------|
|       | 1단계                             |       | 2단계                             |       |
| 선정·평가 | 공모('27.1), 선정('27.2, 4~5개)      |       | 중간평가('29.1, 2~3개 계속 지원)         |       |
| 지원 내용 | 컨퍼런스·포럼, 체험 콘텐츠 등 콘텐츠 고도화 중점 지원 |       | 해외 로드쇼, 외교사절단 네트워킹 등 글로벌화 중점 지원 |       |

□ **중앙-지방정부 협력**을 통한 지역 주도형 육성 기반 조성 <sup>(‘27.上)</sup>

- (지방 역할 확대) 중앙정부 주도의 지원을 지방정부 중심의 재정·행정 지원체계로 단계적 전환을 통해 지방 주도적 역할 강화

| 구분   | 1단계                                                                                                                     | 2단계                                                                                                    |
|------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 중앙정부 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 전시회 선정 및 국비 지원</li> <li>• 기초 인프라 개선 지원 등</li> </ul>                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 성과 기반 차등 지원 강화 등</li> </ul>                                   |
| 지방정부 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 예산 일부 분담(민자 반영)</li> <li>• 유관 기관 협력 체계 구축</li> <li>• 지역 교통·숙박 편의 제공</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 재정 지원 점진적 확대</li> <li>• 지방 주도형 육성 방안 수립 및 체계적 이행 등</li> </ul> |

**2 지역 문화·관광 연계 도시 브랜드 가치 제고**

□ **로컬 전시·축제 융합 콘텐츠** 개발·적용을 통한 지역 전시 활성화 <sup>(‘27.下)</sup>

- (융합 모델) 지역 고유의 문화·관광·자원을 활용하여 전시회와 축제를 함께 경험할 수 있는 융합형 콘텐츠로 재구성

\* 행사 개최 연계, BI 개발 → 교통·숙박 등 도시 인프라 활용, 공동 마케팅 수행

< (예시) 지역별 콘텐츠 구성 >

| 지역 | 테마   | 전시회             | 축제              |
|----|------|-----------------|-----------------|
| 부산 | 문화예술 | 아시안 콘텐츠 & 필름 마켓 | 부산 국제 영화제       |
| 광주 | 디자인  | 광주 ACE Fair     | 광주 비엔날레         |
| 대구 | 자연경관 | 대구 꽃 박람회        | 대구 데이 페스티벌      |
| 제주 | 먹거리  | 제주 잇수다          | 제주 푸드 앤 와인 페스티벌 |
| 경주 | 국가유산 | 세계 국가 유산 산업전    | 신라 문화제/ 야간 문화탐방 |

□ 전시회 참여자 경험에 기반한 지역 **도시 브랜드의 가치 제고** <sup>(‘27.下)</sup>

- (도시 체험) 도시 랜드마크, 디지털 서비스 등을 활용한 참여 콘텐츠 제공으로 지역 도시의 브랜드 가치 극대화

\* 도시의 랜드마크 활용 개막식 개최, 전시장 이외에 공연장, 호텔, 대형 카페 등 전시공간 활용, 야간관광 및 문화공연 연계 프로그램, AI 기반 행사 추천 서비스 등

## < (참고) 도시 브랜드와 연계한 해외사례 >

### ① South by Southwest (미국 오스틴)

- 개최지/시기: 미국 텍사스주 오스틴 / 매년 3월, 약 10일간 개최
- 주최기관: SXSW Inc. (오스틴 소재 민간기업)
- 전시 품목: 영화, 음악, 인터랙티브, 테크 등
- 규모('25년): 참가기업 156개사, 참관객 309,000명
- 전시회 특징
  - (연혁) 1987년 오스틴 지역 음악인을 소개하는 행사로 시작, 1994년 영화·인터랙티브 부문을 추가하며 종합 콘텐츠 행사로 확대
  - (도심 연계) 컨벤션센터뿐 아니라 공연장, 바, 호텔, 거리 등 오스틴 도심 전역을 행사 공간으로 활용
  - (융복합 플랫폼) 음악·영화·기술을 연계해 기업, 창작자, 스타트업이 함께 참여하는 생태계 구축

### ② Maison & Objet (프랑스 파리)

- 개최지/시기: 프랑스 파리 / 연 2회(1월·9월), 5일간 개최
- 주최기관: SAFI (Ateliers d'Art de France와 RX France 합작)
- 전시품목: 인테리어, 홈데코, 라이프스타일 전분야
- 규모('26.1월): 13만㎡, 참가기업 2,294개사, 참관객 67,300명
- 전시회 특징
  - (연혁) 1995년 파리의 리빙·디자인 소규모 전시회\*를 통합해 개최
  - \* Tex's styles(텍스타일), Arts cuisine(주방용품), Scenes d'interieur(인테리어) 등
  - (공간 확장) '파리 디자인 위크'와 연계, 쇼룸·갤러리 등 'Maison & Objet in the City' 프로그램을 통해 파리 전역으로 행사 범위 확대
  - (도시브랜드 활용) 파리의 '삶의 예술(Art de Vivre)' 브랜드를 전시에 접목하여 도시의 정체성을 전시회 마케팅에 활용

### ③ 지방 전시산업의 자생적 생태계 조성

#### □ 지역 전시산업 육성을 위한 「전시산업 발전 지구」 지정·운영 ('28.上)

##### ○ (지정대상) 전시장 최소면적 5천㎡ 이상의 인프라가 집적된 지역

\* (절차) ①지방정부가 전시산업 발전지구 계획 수립→ ②산업부에 제출 및 관계부처 협의→ ③<sup>(가칭)</sup> 전시산업발전위원회 심의·의결→ ④지정 및 고시

##### ○ (인센티브) 관계부처 등 협의를 거쳐 전시 인프라 개선, 옥외 광고물의 자유 표시 구역 지정 등 행정·재정적 지원 추진

\* (사례) 문체부: 전국 7개 지역(송도·청라, 부산 등)에 '국제회의 복합지구'를 지정해 교통유발부담금 감면, 관광기금 지원 등 혜택 제공

#### □ 전시산업과 지역 기업·주민이 함께하는 **상생·협력 네트워크** 구축 ('27.上)

##### ○ (지역전시 얼라이언스) 지역 전시장을 거점으로 전시사업자, 기업, 소상공인, 지자체 등으로 구성하여 지역 경제와의 연계를 강화

\* 공공전시회 지역 개최 협의, 지역 기업 전시회 참여 유도, 로컬 브랜드 행사 연계 등

##### ○ (공공기관 협력) 기존 및 향후 지방 이전 공공기관 등의 네트워크와 전문성을 활용한 지방 특화 전시회 발굴 및 활성화 유도

\* (사례) 한전의 에너지 박람회(KDJ센터), 농진청의 농업기술 박람회(OSCO) 등  
- '27년부터 수도권 공공기관 지방 이전 본격화 시, 지방 박람회 활성화 기대

#### □ 지역 기반의 국제협력을 통한 해외 교류 확대 ('28.上)

##### ○ (국제행사 유치) 관계부처(문체부) 및 유관기관(지역관광공사) 국제회의 유치사업, 지자체 주관 글로벌 행사 등과 연계하여 공동 지원

\* (사례) ▲대구: 그린에너지 엑스포+국제그린에너지컨퍼런스, ▲안동: 안동국제탈춤 페스티벌+세계 탈 문화 컨퍼런스(심포지엄)

##### ○ (해외 자매도시 연대) 지자체 해외 자매도시와 연계하여 전시회 공동 프로그램 운영 등을 통해 우리 기업의 해외시장 개척을 지원

### 3 K-전시산업 해외 진출 확대

◇ K-브랜드의 전략시장 진출 확대 등을 위해 정부 간 협력 및 전시 마케팅 강화 등을 통해 지속 가능한 해외 진출 생태계를 조성

#### ① 전략시장 중심의 전시장 해외 진출 강화

□ 해외 진출 방식 다각화를 통한 글로벌 시장진출 기회 확대

○ (전시장 운영권 확보) 기관별 전문 역량을 활용하여 전시장 직접 건립 투자 및 해외 도시개발사업 등과 연계한 입찰 참여 지원 <sup>(’27.下)</sup>

< (예시) 기관별 핵심 기능 >

| 산업부(총괄) - 정책 기획 및 협력체계 구축                                                             |                                                                                    |                                                                                      |
|---------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| 정보·네트워크                                                                               | 실질 운영                                                                              | 전시 기획·유치                                                                             |
| 코트라                                                                                   | 킨텍스·코엑스                                                                            | 무역협회                                                                                 |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>입찰 분석, 타당성 조사</li> <li>발주기관 사업계획 검토</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>전시장 운영 입찰 참여</li> <li>위탁 운영, 컨설팅</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>산업수요 기반 전시 기획</li> <li>글로벌 전시 파트너십</li> </ul> |

\* 민간 및 수출금융, 현지 정부 자본을 다각적으로 연계하여 투자 자원 조달

○ (G2G 파트너십 구축) 주요 교역국과 산업협력위원회·경제사절단 등 양자외교\* 및 유·무상 ODA\*\* 등을 통한 전시장 건립·운영 기회 발굴

\* 주요 진출·교역국: 인도, 중동(사우디·UAE), 중앙아시아(우즈베키스탄, 카자흐스탄) 등  
- 한·몽 수교 35주년 계기, 킨텍스-울란바토르 전시장 건립·운영 업무협약(’26.7)

\*\* (사례) 탄자니아 잔지바르 MICE 건립 사업 운영 컨설팅(’25.9~’26.8) 등

#### ② K-브랜드 전시회의 해외 진출 확대

\* 국내 전시 주최사가 해외에서 직접 개최하는 한국형 전시회, (예시) 서울 푸드 인 방콕

□ 국내 전시회 해외 진출 촉진을 위한 기반 고도화

○ (조기 정착) 코트라 무역관을 활용한 현지 거점 운영, 산업별 특성에 따른 중장기(3~5년) 지원 추진 <sup>(’27.上)</sup>

\* (소비재) 일반 참관객 모집을 위한 홍보, 문화공연 개최 등  
(산업재) 사업 기회 발굴을 위한 바이어 유치, 컨퍼런스, 비즈니스 정보 제공 등

- (기반 강화) 전시사업자, 유관기관, 지자체 등이 공동 참여하는 **해외 시장조사단**을 구성하여 **해외 진출 여건\***을 조사·분석 ('27.上)

\* 시장 규모, 수출 환경 진단, 현지 파트너·바이어 발굴, 법·제도 검토 등

- (스핀오프) 민관 공동 브랜드로 신규 시장진출 및 역량을 강화하고, 자생력 확보 시 독자 민간 전시회로 **스핀오프 유도** ('28.上)

\* (사례) 뷰티썸인디아: 대한민국산업전시회(KoINDEX)를 통해 인도 진출 후 '25년부터 매년 민간 독자 브랜드로 분리하여 개최 중('26.8)

#### □ 해외전시회에 한국관 개설 시, **전시·마케팅 콘텐츠 고도화**

- (콘텐츠 융합) 관계부처의 협조 등을 통해 한국관 내 다양한 시각적·체험적 요소 등을 가미한 콘텐츠 제공으로 관람객 유인 강화
- (성과 환류) 既 상담 바이어 초청과 현장 계약체결 지원, 기업별 성공 사례, 노하우 등 발표·공유 확산을 위한 성과 간담회 개최

### 3 해외 전시 참가기업 마케팅 지원 강화

#### □ K-브랜드 전시회 **참가기업의 수출 마케팅 기회 확대**

- (매칭 방식 개선) 바이어가 직접 수출 거래기업을 선정하는 바이어 선택형 매칭 상담을 통해 성공적 수출계약과 거래를 지원
- (전시 제휴) 해외 주요 전시회와의 전략적 제휴를 추진하여 국내 우수 기업의 제품 홍보 기회 제공 ('27.上)

\* 상호 홍보부스 및 K-브랜드 전시회 홍보관 운영, 온라인 홍보 채널 활용 등

#### □ **정보제공 창구 단일화** 및 **사업 연계**를 통한 집중 지원 ('27.上)

- (정보 통합 제공) 부처·지자체별 지원사업과 전시회 정보를 통합 제공, K-브랜드 전시회 참가기업에 수출바우처 등과 연계해 집중 지원\*

\* 중기부·농식품부 등 수출 바우처·상담회 사업을 전시회와 연계해 지원 추진

## < (참고) 킨텍스 해외진출 사례 >

### ◇ 해외 전시장 운영권 확보

- 인도 뉴델리 야소부미 전시장('23.10월 개장), 말레이시아 페낭 PWCC 전시장('25.10월 개장) 위탁 운영

| 구분     | 인도 야소부미              | 말레이시아 PWCC           |
|--------|----------------------|----------------------|
| 지역 도시  | 뉴델리                  | 페낭                   |
| 전시장 규모 | 50,000m <sup>2</sup> | 31,000m <sup>2</sup> |
| 운영 기간  | 20년                  | 10년                  |
| 전시회 유치 | ('24) 47건→ ('25) 78건 | ('25) 3건(3개월)        |

- 단기간 내 글로벌 전시·컨벤션 행사 유치\*로 세계적 경쟁력 확보\*\*

\* SIAL India 2023(세계 유명 식품산업전), Plastfocus 2024(서남아 최대 플라스틱 산업전) 유치 등

\*\* EEA 2024(국제 MICE 어워드) 베스트 MICE 베뉴 및 인프라 부문 수상

### ◇ K-콘텐츠를 활용한 국내 전시회의 해외시장 본격 진출

- 프랜차이징 전략 활용, 베트남·태국·인니 등에서 K-BEAUTY EXPO 개최
- 한류 붐을 활용한 K-예술문화 전시 품목 확대(Art Asia Delhi 론칭)

### ◇ 기대효과 : 국내기업의 해외 진출 기회 제공

- 국내기업과 유관기관 대규모 유치를 통한 수출 성과 제고

\* (2024 KoINDEX) 한국관 4개, 국내기업 226개 참가, 수출계약액 1.4억 달러 달성

- 국내 지역 특색을 반영한 K-컬처 콘텐츠의 세계화 촉진

\* (Art Asia Delhi) 부산, 대구, 광주, 세종, 포항 등 전국 7개 도시 작가 참여



< KoINDEX 한국토지주택공사 한국관 >



< Art Asia Delhi 2025(AAD 2025) >

## 4 전시산업 경쟁력 기반 강화

◇ 글로벌 경쟁력 제고와 지속적 성장을 위한 통합 지원체계 구축·운영, AI 도입·확산 및 상생기금 마련, 인력양성 등을 대폭 강화

### 1 통합 지원체계 운영 및 제도 정비

□ 중앙·지방정부가 유기적으로 협업하는 전시산업 지원체계 마련 ('27.下)

○ (중앙정부 內) 국가 전시산업 육성 종합전략 수립 및 이행 지원

\* (문체부) 국제회의 유치, (중기부) 유망 스타트업 참가 지원, (국토부) 교통·기반시설 확충, (농식품부, 복지부) 식품·화장품 해외마케팅 지원

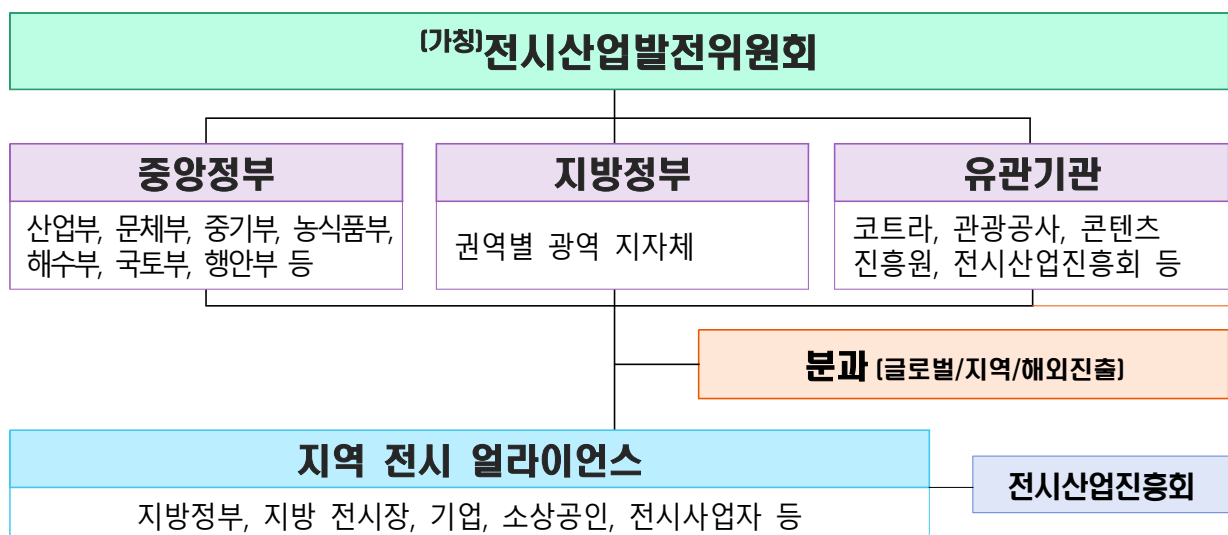
○ (중앙-지방정부 間) 지역대표 전시회 육성 및 전시 인프라 개선, 국제행사 공동 유치

\* 지역 전략산업, 문화·관광 프로그램 연계한 특화 전시회 육성, 전시시설 현대화 지원

○ (지방정부 內) 전시회와 지역 산업·문화·관광 정책 연계, 지역 기업·주민이 함께 참여하는 전시 생태계 구축

\* 전시회+지역 관광·축제 연계, 교통·숙박 등 참관객 편의 개선, 지역 전시 얼라이언스 구축

< 전시산업 지원 추진체계 >



\* (전시산업진흥회) 전시회 발굴·육성, 전시장 활용도 제고 등 민간 지원 기능 확대

## □ 전시산업발전법 개정을 통한 전시산업 육성 체계와 기반 확립<sup>(27.下)</sup>

- (산업 재정의) 산업혁신, 지역경제 활성화 등 전시산업의 기능 및 여건·환경 변화를 반영하여 법제상 전시산업의 정의를 재규정

\* 산업간 융합·기술 확산을 지원하는 플랫폼 산업으로 규정 등 기능 구체화

- (근거 마련) 범정부 차원의 정책 추진력 확보를 위해 전시산업 통합 운영체계 마련 등의 법적 근거와 기능을 보다 구체화

\* 거버넌스 개편, 전시산업 발전 지구와 전시산업의 날 신설 등 제도화

- (제도 현행화) 전시사업자의 경쟁력 강화를 위한 지원 제도 개선

\* 디지털 전환 지원 범위, 전시산업 ESG 가이드라인, 전시회 서비스 품질 기준 등

## ② 혁신 성장을 위한 기반구축 강화

### ① AI 기반 서비스 고도화 및 ESG 확산

## □ AI 기반의 고부가가치 서비스 모델 창출 지원

- (AX 확산) 전시산업 디지털 전환\* 가속화를 위한 AX 추진단\*\* 구성<sup>(26.下)</sup>

\* (사례) 서울카페쇼 : AI 기반 지도·통역, 관람객 밀집도 분석 등의 서비스 도입

\*\* (구성) 전시사업자, AI·IT 기술기업, 학계 전문가 등 / (기능) AX 컨설팅, 시스템(S/W) 구축·보급, AX 전문 교육 및 우수사례 발굴·확산

- (부처 연계 지원) 관계부처 AX 지원사업 연계를 통해 전시 전주기 (기획-운영-성과관리) 데이터 통합 및 AI 활용 여건 조성<sup>(27.上)</sup>

\* (과기부 연계) 'AX 원스톱 바우처', 'AI AGENT 융합·확산 지원' 등 활용 AI 솔루션 도입 지원

## □ 탄소 중립 실현과 사회적 가치 제고를 위한 ESG 경영 확산<sup>(28.上)</sup>

- (ESG 확산) 전시업체의 ESG 내재화\* 촉진을 위해 국제동향 공유, 교육·컨설팅, 세미나 개최, 가이드 제공 등 맞춤형으로 지원

\* 폐기물 없는 전시회 개최, 지역 일자리 창출, 안전보건 기준 준수 등 강화

## ② 민간의 혁신성장 기반 조성

### □ 정부 지원 중심에서 **민간 중심의 자율 성장 구조**로 전환

- (민간 위탁) 공공주도 전시회를 민간에 위탁 운영하거나 이양을 통해 민간의 자생적 전시 운영 역량 강화를 지원<sup>(‘28.上)</sup>

\* '24년 공공 전시회 82개의 운영형태: (직접) 56개, (위탁) 26개

- (사례) 월드 스마트시티 엑스포: 국토부 공모를 통해 벅스코를 주관사로 지정  
(국토부 등 정부가 후원 + 전시장 운영사인 민간이 총괄 주관)

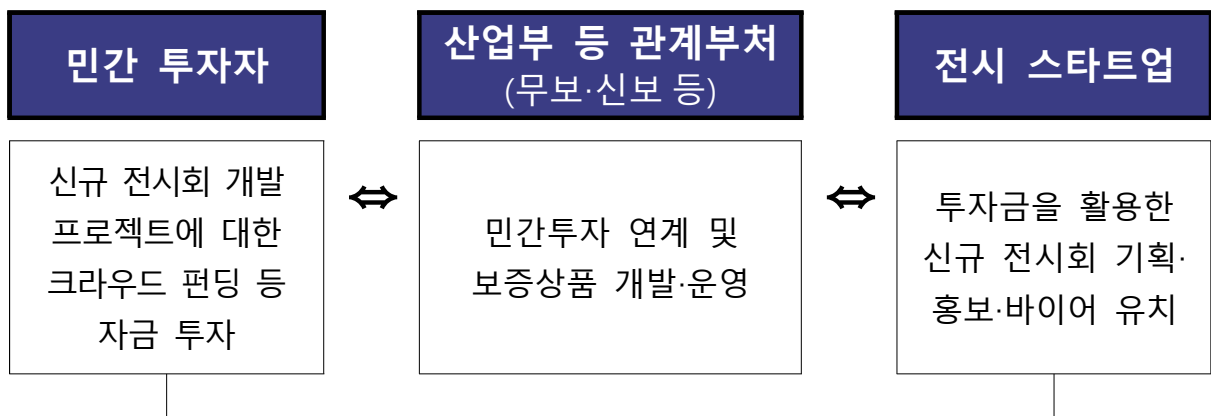
- (자립화 지원) 자율적 수익 모델 개발 등을 위한 지원 강화

\* 전시회 지식재산권 보호, 데이터 수익화 컨설팅, 국고 지원사업 자립도 평가지표 도입 등

### □ 스타트업 등 전시 사업자에 대한 **민간투자 활성화** 및 **상생 기반** 마련

- (민간투자 연계) 신규 유망 전시회 발굴·육성을 위해 전시 스타트업, 지방 전시 주최사에 대한 민간투자 연계 및 보증상품 개발 지원<sup>(‘27.下)</sup>

< (예시) 전시산업 민간투자 구조 >



이익금 투자-회수-재투자로 선순환

- (상생 TF) 감염병·재난 등 위기 대응, 인력 교류·양성, 홍보 등 전시 산업 협력·발전 자원 마련 등을 위한 전시산업 상생 TF\* 운영<sup>(‘26.下)</sup>

\* 수도권 및 지방 전시장, 전시 주최사, 관계 기관 및 관련 전문가 등으로 구성하여 세부 협력 및 실행 방안 등을 논의

### ③ 전시 전문가 양성 및 표준화 기반 구축

#### □ 전시산업 트렌드 기반의 수요자 맞춤형 교육 강화

※ 전시산업 인력 부족율(12.8%), 디지털 인력 부족(90%), 수도권-지방 인력 격차 심화

##### ○ (산학 협력 교육) 전시업계 신규 인력의 원활한 유입·확보 지원 등을 위해 전시산업 채용 연계형 인턴 교육제 신설 ('28.上)

\* 전시산업진흥회가 전시업계 근무를 희망하는 인턴 선발 후, 2~3개월 간 실무 교육과 관련 기업에서 인턴으로 활동 후 관련 기업에 취업 연계

##### ○ (석박사 교육) 전시산업에 디지털 기술 활용 역량을 갖춘 무역 전시 및 디지털 융합형 석·박사 교육과정(2단계) 운영 ('26.上)

\* (예산) 30억원, (기간) '26.3~'29.2(3년), (내용) 전시 빅데이터 분석, DX 활용 등

##### ○ (지역 교육 확대) 지역 간 전문인력 격차 해소를 위해 주요 권역별 맞춤형 교육과정 신설·운영 ('27.下)

\* 지역대표 전시회 기획 등에 대한 주요 권역별(부산·광주·대구 등) 컨설팅·교육 실시

#### □ 전시산업 운영·성과 품질 제고를 위한 표준화 기반 구축

##### ○ (성과지표) 전시회 성과 검증을 위한 평가 가이드라인 개발·보급 ('28.上)

\* 지역 경제 파급효과, 산업별 특성 반영한 정성적·사회적 가치 표준 평가 지표 정립

##### ○ (안전 관리) 디지털 기술 기반의 전시 안전관리 체계 및 국제표준 제정 ('27.上)

\* (예산) 3.6억원, (기간) '27.1~'29.12(3년), (내용) 전시장 안전관리 설계, 디지털 기술 적용

#### □ 전시산업의 이해도 제고를 위한 對국민 정책홍보 강화

##### ○ (참여형 홍보) 전시산업의 사회적 가치와 공감대 확산을 위해 현장 체험, 아이디어 경연대회 개최 등 참여형 프로그램 확대\*

\* 전시회 현장 투어, 가상 전시장 체험, 대학생 경연대회, 대국민 기획 공모전 등

##### ○ (인식 제고) 언론 홍보, 정책 포럼 개최 등을 통해 전시산업 중요성에 대한 대국민 인식도 제고 ('26.下)

## V. 향후 계획

| 주요과제                       | 소관부처/기관        | 일정    |
|----------------------------|----------------|-------|
| <b>1. 국가 대표 글로벌 전시회 육성</b> |                |       |
| • AI 기반 첨단산업 대표 전시회 육성     | 산업부            | '26.下 |
| • 소비재(식품·화장품) 대표 전시회 육성    | 범부처            | '27.上 |
| • 교통·물류 체계 개선 등 전시 인프라 개선  | 산업부, 국토부       | '28.下 |
| • 관광 인프라 연계 맞춤형 상품 개발, 보급  | 산업부, 지자체       | '27.上 |
| <b>2. 지역 거점 특화 전시회 육성</b>  |                |       |
| • 5극 3특 성장엔진 대표 전시회 선정, 육성 | 산업부, 지자체       | '27.上 |
| • 로컬 전시·축제 융합 콘텐츠 개발, 적용   | 산업부, 지자체       | '27.下 |
| • 전시산업 발전지구 지정             | 산업부, 지자체       | '28.上 |
| • 지역전시 얼라이언스 운영            | 산업부, 지자체       | '27.上 |
| <b>3. K-전시산업 해외 진출 확대</b>  |                |       |
| • 전략시장 중심의 전시장 해외진출 강화     | 산업부, 재경부       | '27.下 |
| • 해외진출 전시회 조기정착 지원         | 산업부            | '27.上 |
| • 해외시장 조사단 운영              | 산업부            | '27.上 |
| • 민관 공동브랜드 전시회 개최          | 산업부            | '28.上 |
| • 해외 전시회 한국관 콘텐츠 고도화       | 산업부, 농식품부, 복지부 | 연중    |
| • 해외 전시 참가기업 마케팅 지원 강화     | 산업부            | '27.上 |
| <b>4. 전시산업 경쟁력 기반 강화</b>   |                |       |
| • 전시산업 통합 지원체계 마련          | 산업부, 문체부, 지자체  | '27.下 |
| • 전시산업발전법령 개정              | 산업부            | '27.上 |
| • AX 추진단 구성, 운영            | 산업부            | '26.下 |
| • ESG 우수사례 발굴, 교육          | 산업부            | '28.上 |
| • 민간투자 연계 및 보증상품 개발        | 산업부, 중기부       | '27.下 |
| • 채용 연계형 인턴 교육제도 운영        | 산업부            | '28.上 |
| • 지역 전시 전문 교육과정 신설, 운영     | 산업부            | '27.下 |
| • 전시회 성과평가 가이드라인 개발, 보급    | 산업부            | '28.上 |
| • 전시 안전과리 체계 및 국제표준 제정     | 산업부            | '27.上 |
| • 전시산업 對국민 인식 확산을 위한 홍보    | 산업부            | '26.下 |