

**“중소기업의 온라인 수출 활성화 방안
연구 용역”
(물류 개선 및 집적지 설치 포함)
[최종보고서]**

2019. 12.

< 목 차 >

서론/ 1

제1부

중소기업의 전자상거래 수출 활성화 방안 연구

제1편 중소기업의 전자상거래 수출 활성화 방안 모색을
위한 시장 동향 및 관련 국내외 법제도 분석/ 11

제1장 전자상거래의 개념과 유형 및 성장 배경과 장애 요인/ 11

제1절 전자상거래의 개념과 유형/ 11

1. 전자상거래(E-commerce)의 개념/ 11

☞ 전자상거래 거래 측정의 한계/ 13

2. 전자상거래의 유형/ 13

제2절 전자상거래의 성장 배경과 투자 현황/ 15

1. 전자상거래 성장의 배경/ 15

2. 전자상거래에의 투자 현황 및 특징/ 16

2. 전자상거래 성장에의 장애 요인/ 17

제3절 (중소)기업들이 전자상거래로 인해 갖는 기회와 직면하는
어려움/ 18

1. 전자상거래를 통해 중소기업이 갖게 되는 기회 요인/ 18

2. 전자상거래에서 (중소)기업이 직면하는 애로/ 19

제2장 국내외 전자상거래 시장 동향/ 21

제1절 국내시장 동향/ 21

1. 해외 온라인 직접판매, 직접구매 동향/ 21

2. 중소기업 전자상거래 수출 동향/ 24

제2절 세계 및 외국의 전자상거래 시장 추이 및 동향/ 38

1. 세계의 국내 전자상거래 유형별 시장 추이 및 동향/ 38

2. 주요국의 전자상거래 시장 현황 및 동향/ 48

3. 주요국에서의 소매시장 대비 전자상거래 시장 점유 비중 현황/ 77

4. 주요국 전자상거래 시장에서의 인기 주문 상품 및 거래 규모 현황/ 79

5. 중국 및 주요 동남아 국가에서의 온라인 판매 채널 및 결제 시스템 현황/ 81

제3절 EU 역내국 소비자의 B2C 전자상거래에서의 최근 동향/ 85

1. 소비자의 전자상거래 참여 증가하고 있으나 소비자의 연령, 성별, 소득, 교육 등에 따라 큰 편차/ 85

2. 편리성, 가격 및 이용 가능성이 개인의 전자상거래 참여의 주요 이유/ 92

3. 개인의 전자상거래 참여 장벽으로서 선호도, 습관, 기술/ 92

제4절 세계 및 주요국의 국경간 전자상거래 시장 추이 및 동향/ 94

1. 세계의 국경간 전자상거래 시장 추이 및 전망/ 94

2. 주요국 소비자의 국경 간 전자상거래의 이용 비중/ 98

3. 주요국 소비자의 국경간 전자상거래를 통한 인기 품목 현황/ 99

4. 동남아 3국에서의 국경 간 전자상거래 구매시 이용 온라인 판매 채널별 시장점유 추이 및 현황/ 103

제5절 주요 국가에서의 기업 규모별 전자상거래 참여 현황/ 106

1. 주요 국가의 기업 규모별 전자상거래 참여 현황/ 106

2. 주요 국가 및 EU에서의 중소기업의 전자상거래 참여 현황/ 107

3. 유럽 역내 (중소)기업의 전자상거래 참여 실태/ 115

제6절 국경간 전자상거래 최근 동향/ 119

1. 모바일 상거래 이용자들이 아시아 전자상거래시장을 주도/ 119

2. 전자상거래 마케팅에서 인플루언서 및 SNS의 영향력 급격히 확대: 중국의 활용 실태를 중심으로/ 120

3. 식품·음료 시장의 전자상거래화/ 131

4. 온라인 역구매 증가: EU 국가 사례/ 133

제3장 전자상거래 관련 국내 정책 현황 분석/ 135

제1절 중소기업 전자상거래 수출 관련 주요 정책 현황 및 시사점/ 135

1. 중소기업 수출지원정책과 온라인 수출지원/ 135
2. 부처별 중소기업 전자상거래 수출 관련 주요 정책 현황/ 145
3. 정책 이슈/ 159

제2절 전자상거래 관련 지원정책의 국제규범 합치성 검토/ 164

1. 정부의 전자상거래 지원정책의 국제규범 합치성 검토를 위한 틀/ 164
2. 정부의 전자상거래 지원조치별 국제규범 합치성 검토/ 169
3. 검토 결과 종합 및 대응방안/ 182

제4장 전자상거래 관련 국내 법령 및 지원제도 현황 분석/ 184

제1절 중소기업 전자상거래 수출 관련 법령 현황 및 평가/ 184

1. 법령 및 소관부처 기본 현황/ 184
2. 현행 법령상 중소기업 전자상거래 수출 지원 세부 정책 및 제도/ 186

[관련 법령 참고자료] / 187

3. 현행 법령, 지원제도의 특징 및 한계/ 228

제2절 중소기업 전자상거래 수출 촉진 관련 법령 정비방안/ 233

1. 입법의 필요성에 대한 판단/ 233
2. 입법이 필요한 것으로 판단한 경우의 근거/ 234
3. 입법 방안/ 235

[선행연구 참고자료] / 238

제5장 전자상거래 관련 외국의 관련 법제 및 사례 분석/ 244

제1절 개관/ 244

1. 목적/ 244

2. 외국사례 조사대상/범위의 선정/ 244

제2절 중국/ 245

1. 개관/ 245

2. 중앙정부 정책/ 245

3. 지방정부 정책 개요/ 249

4. 종합시험구-항저우 사례를 중심으로-/ 250

5. 분야별 세부 정책 및 제도/ 266

6. 시사점/ 272

제3절 일본/ 273

1. 일본 중소기업의 해외진출 현황/ 273

2. 일본재흥전략(日本再興戰略)에서의 정부의 목표/ 275

3. 일본의 전자상거래 관련 법제도/ 276

4. 일본의 중소기업 해외진출 지원 법제도/ 278

5. 일본 중소기업의 전자상거래 수출 지원정책의 최근 동향/ 287

[중소기업의 해외진출 단계별 지원정책 요약 참고자료] / 289

6. 중소기업의 해외진출 지원 관련 정부기관/ 296

7. 일본의 수출 관련 인터넷 사이트/ 300

8. 시사점/ 304

제4절 EU의 전자상거래 활성화 정책/ 305

1. 개관/ 305

2. 전자상거래 관련 기본 법령/ 305

3. Digital Single Market Policy/ 308

4. 시사점/ 311

제5절 미국의 전자상거래 활성화 정책/ 313

1. 중소기업 수출 지원 정책/ 313

2. 전자상거래 관련 정책 및 법령/ 313

3. 최근 정책 및 법제 동향/ 313

4. 주 정책 및 법제 동향/ 315

5. 평가/ 315

제6절 시사점/ 315

[부록] / 317

제6장 전자상거래 관련 국제규범 현황 분석/ 362

제1절 WTO 등 다자간 포럼에서의 전자상거래 규율에 관한 논의
성과 및 현황/ 362

1. WTO에서의 전자상거래 논의/ 362
2. WTO 이외 포럼에서의 규율 제정 움직임/ 374

제2절 FTA에서의 전자상거래 규율에 관한 논의 성과 및 현황/
376

제3절 그간의 전자상거래 국제규율 논의 및 성과의 중간 평가/
383

제2편 중소기업의 전자상거래 수출 활성화 방안 모색/ 386

제1장 정책수요조사/ 386

제1절 정책수요조사 개요/ 386

제2절 설문조사/ 387

1. 제조기업용 설문/ 387
2. 온라인 수출 유통기업용 설문/ 400
3. 온라인 내수 유통기업용 설문/ 413

제2장 심층면접조사/ 425

제1절 심층면접조사 개요/ 425

제2절 심층면접조사 결과/ 426

제2부

**중소기업의 전자상거래 수출 활성화를 위한 공동물류 사업
및 전자상거래 집적지 설치 연구/ 435**

제1장 전자상거래의 물류 프로세스 및 특징/ 437

제2장 전자상거래 물류 동향/ 442

제1절 국내외 전자상거래 물류 시장 현황/ 442

1. 국내외 전자상거래 시장규모 및 성장 추이/ 442
2. 글로벌 전자상거래 물류시장 규모/ 442
3. 국내 전자상거래 물류시장 규모/ 445
4. 국내 택배물동량 증가 추이 및 온라인 소매업 매출과 상관관계/ 446

제2절 국내외 전자상거래 물류 기업 동향/ 447

1. 글로벌 전자상거래 플랫폼 업체의 물류 트렌드/ 447
2. 국내 전자상거래 기업의 해외 판매지원 프로그램 운영현황/ 453

제3절 국내외 전자상거래 물류단지 또는 집적지 조성 및 이용사례/ 455

1. 전자상거래 물류거점과 집적지 개념/ 455
2. 국내 사례/ 457
3. 해외 사례/ 462

제4절 국내외 전자상거래 집적지 현황과 전망/ 472

제3장 중소기업 전자상거래 활성화 방안 모색을 위한 실태조사/ 481

제1절 실태조사를 통한 중소기업 전자상거래 애로요인 분석/ 481

제2절 기업면담조사 결과 및 분석/ 486

1. 기업면담조사 결과/ 486
2. 물류기업 인터뷰 결과/ 487
3. 인터뷰 결과 시사점/ 490

제3절 전자상거래 물류 개선을 위한 설문조사/ 490

제4장 전자상거래 공동물류사업 및 집적지 사업/ 493

제1절 기본 방향/ 493

1. 2018년 온라인 수출 물류경쟁력강화 시범사업/ 493
2. 공동물류사업 물류 프로세스/ 496

제2절 온라인수출 공동물류사업 추진전략 및 개선과제/ 497

1. 향후 사업 추진 방향 및 추진 전략/ 497
2. 공동물류사업의 개선방향 및 추진과제 내역/ 499

제3절 전자상거래 집적지 조성 및 운영 방안/ 506

1. 전자상거래 물류단지 또는 집적지 조성 및 운영방안/ 506
2. 집적지 조성지역 및 규모 산정/ 509
3. 운영정책 추진방안 및 기대효과/ 518

제5장 정책제언/ 523

제1절 환경변화에 따른 대응/ 523

1. 기존 지원정책 평가 및 시사점/ 523
2. 인플루언서, SNS 등 마케팅 수단 진화에 따른 대응/ 533

제2절 제도 및 신규 지원사업 과제 제안/ 536

1. 온라인 수출 활성화를 위한 정책 제안/ 536
2. 전자상거래 관련 화물운송 시장의 주요 이슈 및 정책과제/
540

제3절 중기부 지원 정책과제/ 544

제4절 타부처 협업을 통한 정책과제/ 546