

KOTRA자료 13-006

국가IR 개선 방안 연구

2013. 2.

목 차

요약	1
I. 국가IR의 정의	3
가. IR의 일반 정의	
나. 국가IR의 정의	
다. 국가IR의 필요성	
II. 국가IR 현황	4
가. 우리나라 국가IR 현황	
나. 주요국 국가IR 현황	
III. 국가IR 개선 방안	
1. IR 기획 단계	15
가. 장기적 관점의 IR 계획 수립	
나. 국가IR의 핵심 메시지 수립 및 유포	
다. 인지도 높은 국제 박람회, 엑스포, 컨퍼런스와 연계한 IR 기획	
2. IR 실행 단계	22
가. 투자가에게 신뢰를 줄 수 있는 정부 대표자 및 전문가와 동행	
나. 성공한 투자 유치 사례의 소개	
다. 현지 언론 보도 효과 극대화	
라. 기존 투자가와 신규 투자가의 비율을 고려한 참석자 초청	
3. 사후관리 단계	25
가. 국가IR 만족도 조사에 따른 평가 및 점검	
나. 초청 투자가들의 사후 관리	

4. 국가IR의 상시 효과 강화	27
가. 온라인 창구의 적극적 활용	
나. 국가IR 전문가 양성	
다. 투자유치 유관 자료 향시 분석 및 양질의 정보 확산 노력	
라. 국내 IR 활동 강화	
IV. 국가IR 모범 모델 제시	34
가. 국가IR 진행 시 고려사항	
나. 유형별 국가IR 모델 제안	
다. 국가IR 시 언론사 적극 활용	
V. 효과적 투자유치를 위한 향후 국가IR 연구 과제	46
가. 범정부적 국가IR 기조 통일 및 국가브랜드 파워의 기초 수립	
나. 중앙부처·지자체 등 유관 기관과 협력 관계 강화	
다. 지역별, 산업별, 목적별 국가IR 전략 체계화	

요 약

1. 국가IR의 정의 및 필요성

▶ 국가IR이란 외국인 투자자에게 국가의 비즈니스 환경과 미래 비전에 대해 정확하게 제공하는 일련의 활동들로, 각 국의 IPA(Investment Promotion Agency)가 이 활동을 담당하고 있으며 우리나라는 코트라 인베스트 코리아가 주축이 되어 국가IR을 진행 중임.

▶ 외국인 투자유치는 장기적인 신뢰 관계 형성이 매우 중요하므로, 이를 위해 국가IR을 지속적으로 개최해 한국의 미래 비전과 정책 및 잠재력, 고유의 강점에 대해 드러내는 기회를 지속적으로 마련해야 함.

2. 국내외 국가IR 현황

▶ 현재 우리가 진행 중인 국가IR의 경우, 정부 부처별 및 지자체별로 산발적으로 진행하고 있어 전체 메시지 통일에 어려움이 있음. 일관된 IR 메시지를 전달하기 위해, 인베스트 코리아를 주축으로 국가IR 전략 및 일정을 총괄하는 컨트롤 타워를 만드는 것이 필요하나 미흡한 상황임.

▶ 이번 조사를 위해 전 세계 코트라 투자유치 담당 42개 무역관을 대상으로 관할 지역 IPA의 국가IR 전략에 대한 사례 조사를 실시하였음. 조사 결과, 주요 국가별 IR 전략은 1) 연례 컨퍼런스 개최, 2) 숙련된 IR 전문가의 활용, 3) 인지도 높은 국제 박람회 연계 국가IR 진행, 4) 온라인 채널의 적극 활용, 5) DB화를 통한 잠재 투자자 관리가 있음.

3. 향후 효율적 국가IR을 위해 개선해야 할 사항

▶ 효과적인 IR을 위해서는 기획 단계, 실행 단계, 사후관리 단계 및 상시 IR별 각각 취해야하는 행동 매뉴얼을 만들어 이에 따른 체계적 IR을 진행해야 함.

▶ IR 기획 단계에서는 국가 브랜드 파워 구축과 같은 맥락의 장기적 IR 계획을 세우는 데 노력해야 하며, 이를 통해 전달할 일관된 국가IR 기초 메시지 확

립 및 인지도 높은 국제 박람회와 연계한 IR 방법을 모색해야 함.

▶ IR 실행 단계에서는 IR 대표단의 선별 및 IR 시 전달한 콘텐츠의 구체적 기획을 고려해야 함. 성공적인 IR을 위해서는 대상국과 같은 국적의 전문가 및 성공한 투자가를 반드시 대동할 것을 권장하며, 현지 언론사를 적극 활용하여 보도 효과를 극대화할 필요가 있음. 또한 IR에 초청하는 신규, 기존 투자가의 비율을 조정하여 자체적으로 의견 교류가 활발히 일어날 수 있도록 세심히 준비해야 함.

▶ IR을 실시한 이후에는 사후관리가 무엇보다 중요함. 이를 위해 IR을 마친 뒤에 반드시 감사 서한을 동봉한 국가IR 만족도 조사를 실시해야 할 필요가 있음. 중요 잠재 투자가와 평소 돈독한 관계를 형성하고 유지하기 위해, 정형화된 IR 외의 개별 만남도 지속해야 함.

▶ IR의 상시 효과를 극대화하기 위한 사항으로는, 1) 웹사이트의 콘텐츠 관리 및 업데이트, 2) 국가IR 전문가 양성, 3) IR 유관 자료 향시 분석 및 양질의 정보 확산을 위한 노력, 4) 국내 국가IR 관련 활동을 강화시킬 필요가 있음.

4. 국가IR 모델 개발 및 향후 연구 과제

▶ 국가IR 성격에 따라 특화된 포맷을 각각 설정해야 하며, 이는 지역별, 산업별, 목적별로 전략을 체계화하는 것과 같은 맥락에서 이루어져야 함.

▶ IR의 효과를 극대화하기 위해 현지 언론사를 IR에 초청, 대상국의 언론에 최대한 노출시킬 수 있도록 노력을 기울여야 하며, 이를 위해서는 국가IR 일정에 맞추어 본 보고서에서 제시한 매뉴얼을 활용할 수 있음.

▶ 국가IR에는 국가 전체적으로 가져가야 할 일관된 기저 메시지가 반드시 있어야함. 이를 위해 키 메시지 수립 방법을 숙지하고, 매번 국가IR 기획 시 키 메시지를 재구성해야 할 필요가 있음.

▶ 이 보고서에서 다루지 못한 범정부적 국가IR 기조 통일 방안이나 국가브랜드 파워의 기초 수립, 중앙부처·지자체와 협력 체제 강화, IR 세부 목적별 매뉴얼 개발은 향후 보완해야할 사항임.

1. 국가IR의 정의

가. IR의 일반 정의

□ IR(Investor Relations)이란 투자를 결정하는 데 영향을 미칠 수 있는 투자자와의 관계 정립이다. IR은 미국의 제너럴일렉트릭(GE)社가 제일 처음 사용한 용어로, ‘기업의 재무기능과 커뮤니케이션 기능을 결합시켜 행해지는 전략적, 전사적 마케팅 활동’이다. 또한 ‘투자자에게 기업의 실적과 미래상을 정확하게 제공하는 것’으로 정의할 수 있다.

- IR이라 함은 ‘기업 설명 활동’을 의미하며, 기업들은 IR을 위해서 경영 내용과 미래 전망에 대한 포괄적 정보를 투자자들에게 제공한다. IR은 기업의 자금 조달을 원활하게 하며, 안정적인 주가 형성과 증시 환경 변화 대처를 돕는다.

나. 국가IR의 정의

□ 국가IR이란, 기업 차원의 IR 활동을 ‘국가’ 규모에 접목시킨 일련의 활동으로, ‘외국인 투자자에게 국가의 비즈니스 환경과 미래 비전에 대해 정확하게 제공하는 것’으로 정의할 수 있다.

- 국가IR의 범주: 외국인 투자자가 특정 국가를 투자 대상 적합지로 관심을 갖게 만드는 단계부터 최종 투자 의사 결정을 돕는 단계까지, 투자 유치를 이끌어낼 수 있는 정보 제공 및 관계 증진을 위한 활동
- 국가IR에는 불특정 다수의 잠재 투자자들을 대상으로 하는 ‘mass event’ 형식과 특정한 투자자를 대상으로 하는 ‘targeted meeting’ 형식이 있다. 현재 우리나라, 독일과 같은 국가는 전자의 국가IR 형식에 집중하고 있으며, 싱가포르 및 프랑스와 같은 국가는 후자 형식의 IR을 선호한다.

다. 국가IR의 필요성

□ 우리나라의 경제규모나 위상에 비해 투자 적합지로서 대외 인지도가 부족함. 비슷한 GDP의 국가와 견주었을 때, 우리나라의 FDI 규모가 현저히 작은¹⁾ 점을 고려, 한국의 경제상황 및 투자환경에 대한 소개 활동을 국가 차원에서 지속적으로 전개하여 우리나라 투자 매력도를 증진 및 국가 브랜드 강화 필요성 대두.

□ 외국인 투자유치는 결정적으로 ‘신뢰 형성’이 가장 기본적인 요건이므로, 투자결정권자와의 對面 접촉의 빈도를 정기적으로 가져가는 활동이 반드시 필요함. 잠재 투자가의 국내 초청 및 국가IR을 위한 투자유치 유망국의 방문은 기본적인 신뢰 관계 구축에 상당한 도움이 됨.

□ 국가IR이 가시적 성과를 단기에 기대하기 어렵다는 점에서 비효율적인 활동이라는 비판도 있으나, 장기적 관점의 투자유치를 위해서는 국가 차원의 IR이 반드시 필요함. 일례로, 모든 글로벌 기업은 특별한 이슈가 없을 때에도 투자가들을 상대로 NDR(Non-deal Road Show)을 개최함. 이를 통해 경영진과 투자가의 소통 창구를 마련하며, 투자가에게 정직하고 투명한 기업 이미지를 심어줌. 같은 맥락에서, 국가 차원에서도 잠재 투자가를 대상으로 상시 소통 창구 개발에 노력해야하며, 국가IR을 통해 세계 시장에 우리나라의 미래 비전과 정책 및 잠재력, 고유의 강점에 대해 드러내는 기회를 지속적으로 만들어야 마땅함.

2. 국가IR 현황

가. 우리나라 국가IR 현황

□ 정부 부처별로 산발적인 국가IR을 진행하고 있으며, 對투자가 메시지를 통일할 수 있는 공신력 갖춘 실질적 컨트롤 타워가 없는 상황임.

1) UNCTAD stat (2013년2월 기준), ‘Inward and outward foreign direct investment flows, annual 2011’ 데이터에 따르면 2011년 한국은 46.6억불을 기록하였으나, 한국과 비슷한 규모의 GDP 국가로, 멕시코 195.5억불, 스페인 294.8억불, 인도네시아는 189억불을 기록함.

- 기획재정부의 경우, 금융감독원과 한국수출입은행을 통한 투자포럼을 진행함. 금융감독원은 홍콩에서 한국의 금융 인프라를 소개하는 국가 IR을, 한국수출입은행은 국내에서 외신과 국내 대기업과 함께 투자포럼을 개최해 금융기관끼리의 협력 방안을 모색하는 국가IR을 개최함.
- 국토해양부의 경우, ‘국토해양 투자포럼’을 개최하고 있음. 이 포럼에서는 부동산 투자와 관련한 세미나를 개최하고, 정부 정책에 따른 공공기관 이전부지 매각 대상을 소개하는 등 외국인 투자가 및 기업을 상대로 국가IR을 진행해 한국의 부동산 시장의 정보를 전달함.
- 보건복지부의 경우, 헬스 케어 산업을 공략하는 산업 투자포럼을 개최함. 지난 2011년 4월에 미국 뉴욕에서 대대적으로 국가IR을 진행한 바 있으며, 동 국가IR을 통해 글로벌 기업과 투자 MOU 및 투자 의향서를 체결하기도 함.

□ 지자체 및 경제자유구역청, 공기업들이 중복된 국가IR을 진행함.

- 지자체 및 경제자유구역청의 국가IR의 경우 코트라 내 투자유치 전담기구인 인베스트 코리아를 통해 의뢰하는 경우가 많으나, 각 기관 별로 특수 목적을 가지는 경우, 코트라를 통하지 않고 국가IR을 진행하는 경우가 있음.
- 코트라 인베스트 코리아를 통한 지자체별 국가IR은 연 100건 안팎이며, 2012년의 경우 주로 일본, 미국, 중국에서 국가IR이 진행되었음.
- 부산항만공사, 농어촌공사의 경우도 자사와 관련된 사업의 투자유치를 위해 인베스트 코리아와 함께 국가IR을 실시한 바 있음.
- 해당국 방문 목적이 불명확한 상태에서 광역·기초자치단체장의 일정에 따른 부대 행사 격 국가IR이 진행되는 경우가 있으며, 이 경우

상대 국가의 문화 이해 부족에 따른 단방향 커뮤니케이션에 그칠 우려가 있어 개선이 요구됨.

□ 인베스트 코리아의 국가IR 및 산업별 IR 활동 전개

- 인베스트 코리아는 외국인 투자유치를 전담하는 IPA(Investment Promotion Agency)로, 효율적인 국가IR을 위해 전략 개발 및 아젠다 수립을 진행하고 있음.
- 매년 FIW (Foreign Investment Week)를 개최해 투자자들에게 우리나라의 투자 정보를 제공하고 있으며, FIW 내에는 언론사 대상 좌담회 및 투자유치 포럼 등을 진행하고 있음.
- 산업 섹터별 전문가가 상주하고 있으며, IR지원 전담반이 조직돼 효율적인 국가IR을 위한 콘텐츠 개발 및 커뮤니케이션 방법론을 수립하고 있음.
- 인베스트 코리아에서는 크게 두 가지 성격의 국가IR을 진행 중임. 실무자가 직접 투자자들을 만나 특정 투자자에게 실질적인 정보를 제공하는 IR, 정부 고위급 인사들과 동행해 국가 브랜드 파워 구축을 위한 전반적 홍보 성격을 띤 IR이 있음.
- 현재 연 70회-80회 가량의 국가IR을 진행 중이며, 이는 전반적인 국가 홍보 성격을 띤 국가IR과 부품소재, 신재생 에너지, 바이오·의료·화학, 자동차·항공우주, 지역 개발, 금융, 물류, 문화 콘텐츠 섹터별 IR로 구분되어 있음.
- 일부 글로벌 컨퍼런스 및 박람회와 연계한 국가IR도 진행 중임. 2012년의 경우, 미국 휴스톤에서 개최된 해양플랜트 산업 박람회(OTC) 및 의료기기 전시박람회인 MEDICA와 연계한 국가IR이 진행되었음.

나. 주요국 국가IR 동향

□ 자국의 투자유치 정보를 대대적으로 전달하는 연례 컨퍼런스를 개최

- 영국(UKTI)은 ‘Global Investment Conference’를, 미국(Select USA)은 ‘International Economic Development Council Annual Conference’를 매년 개최함.
- 연례 컨퍼런스의 경우에는 투자유치 관련 담당자들이 1년의 기간을 두고 이 행사만을 위해 심도 있는 콘텐츠를 구성할 수 있음.
- 정해진 시간, 정해진 장소에서 진행하기가 용이하므로 자국 투자유치 행사의 브랜드 파워를 구축할 수 있음.

□ 숙련된 IR 전문가의 상주

- 프랑스(Invest In France Agency)의 경우, Club AFII(30명 규모의 국가IR 외부 전문가 모임)를 구성해 국가IR에 필요한 콘텐츠를 개발하고, 유력한 투자자들을 관리하고 있음.
- 스웨덴(Invest Sweden)과 독일(GTAI), 벨기에의 경우, 산업 섹터별로 고도화된 IR 전문가가 상주함. 산업 섹터별로 팀을 이루어 전 세계 투자자들을 관리하는 형식으로 국가IR 전개.
- 두바이와 미국(Select USA), 이탈리아(Invitalia)의 경우도 4-5인의 IR 전문가들이 기관 내 상주하며, 국가IR이 있을 때 마다 IR 전문가들을 중심으로 對투자가 관계 형성을 진행함.

□ 국제적으로 인지도가 높은 엑스포, 컨퍼런스, 박람회와 연계한 국가IR을 진행. 이 방법을 적극적으로 활용하는 국가들로는 독일, 일본, 미국, 스

페인, 벨기에가 있음.

□ 이미 투자에 성공한 투자가를 IR에 동행함

- 이탈리아(Invitalia)의 경우, 막연한 정책 위주의 설명보다 특정한 사례의 성공 스토리를 보여주는 것이 가장 효과적인 IR 방법이라고 생각함.
- 미국(Select USA) 역시 개별적인 스토리 전달이 IR에 효과적이라고 믿고 있으며, 이를 위해 성공한 투자가들의 이야기를 반드시 IR 내 포함시키려고 함.
- 독일(GTAI)의 경우, 2012년 9월6일, 서울 리츠칼튼 호텔에서 개최한 게임 산업 국가IR에 한국 회사 중 독일에 기 투자한 투자가를 대동해 IR을 진행한 바 있음. 당시, 게임 산업 투자를 독려하는 아젠다 내에서 한국의 아주부社(게임 퍼블리싱 업체)의 본부장을 초청, 독일 동부지역 투자에 관한 노하우를 소개하기도 함.

□ 온라인을 활용한 상시 국가IR 개시

- 2000년대 이후 급변하는 인터넷 기술로 인한 커뮤니케이션 방법의 변화에 따라 對투자자 정보 전달에 있어 웹사이트 및 소셜 네트워크 서비스가 매우 큰 비중을 차지함.
- 이탈리아, 오스트리아, 독일, 일본의 경우 투자자 관리 및 국가IR을 위해서 온라인을 적극적으로 활용하고 있었으며, 특히 이탈리아는 IR 요청 및 투자자 피드백 취합 등을 위해 온라인을 적극적으로 활용하고 있음.
- 웹은 시간과 장소의 제한 없이 가장 정확한 정보를 전달할 수 있는 창구로 인식되고 있으며, 이 장점을 활용하기 위해 각 국가 IPA는

웹사이트 및 소셜 네트워크 서비스를 활용해 투자가들에게 자국의 긍정적 투자 정보를 제공하고자 노력함.

□ DB化를 통한 잠재 투자가 관리

- 투자유치에 긍정적인 평가를 받는 IPA일 수록, 유력한 투자가들을 데이터베이스화해 관리하고 있음. 주요 잠재 투자가의 경우, 특별한 사안이 없더라도 지속적인 네트워킹을 통해 신뢰 형성에 노력을 기울이고 있음.
- 특히, 프랑스의 경우 Club India, Club China, Club Brazil, Club Korea, Club Japan을 만들어 투자가들을 관리. 각 Club은 프랑스 내에 이미 투자한 투자가들의 묶음으로, 각 클럽별로 지속적인 소통을 시도함. 클럽별 연례 국가IR을 개최해 해당 국가로부터 추가 투자유치를 이끌어내기 위해 노력하고 있음.

□ 주요국 국가IR 현황

- 홍콩 (Invest HK)

연간 개최 수	Mass marketing 기준, 연 10-15회 해외 IR 개최 횟수는 연간 10회
장소	대부분 도심에 위치한 5성급 호텔에서 개최 국가 이미지에 부합한 장소 선정
대상	약 10~20개 기업 초대, 100~200여 기업 경영진 초청(홍콩 진출에 관심 있는 기업 고객이 대상)
진행 방식	청장 혹은 부청장이 국가IR을 개최하고, 개최 국가에서 성공적으로 홍콩에 진출한 기업을 연사로 섭외하여 참가 투자가들이 공감하고 실질적 조언을 얻을 수 있도록 함. 또한 회계, 법률 등 투자가들이 가장 궁금해 하는 영역 위주로 전문가 섭외. 이때 현지 국가 전문가를 섭외할 수 있고, 현지에 적당한 전문가가 없을 경우 홍콩에서 연사를 초청하기도 함.
국가IR 예시	<ul style="list-style-type: none"> • "Think Global Think HK" in Tokyo 15-05-2012 • "Think Global Think HK" in Tokyo 15-05-2012 • 5th Annual Retail Asia Congress in Hong Kong

	<p>29-05-2012</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hong Kong: Where Opportunity and Advantage Converge 28-05-2012 • Super Return Asia (Hong Kong) 24-09-2012 • The 'Hong Kong : Right Place Right Time' Seminar & Business Luncheon in Bristol, UK 11-09-2012 • The 'Hong Kong : Right Place Right Time' Business Luncheon in Istanbul Türkiye 29-08-2012 • Hong Kong, Guangdong and Macao : Your Business Partners in China, Business Seminar (Seoul, S. Korea) 06-12-2012
--	--

- 브뤼셀 (FIT)

연간 개최 수	<p>1. 단독 IR (주요 지역과 일반지역으로 나뉨)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 주요지역(중국, 일본, 인도 등): 연간 약 4회 IR 진행 - 일반지역(한국 등): 연간 1회 진행 (한국은 2012년 11월 롯데 호텔에서 진행) <p>2. 공동 IR (다른 정부기관과 합동으로)</p> <ul style="list-style-type: none"> - Philippe 왕자 해외 순방 시: 연간 4회 실시 - Ministry-President Kris Peeters 해외 순방 시: 연간 4회 실시
장소	<ul style="list-style-type: none"> - 기본적으로 5성급 이상의 호텔 - 호텔 지명도, 접근성, 만찬 등의 질이 만족스러운 곳을 선호. 경우에 따라 협력기관(협회 등)의 장소에서 진행
대상	<ul style="list-style-type: none"> - 기존 관리하는 투자가 및 신규 발굴 투자가 (대략 각각 50% 차지) - 현지 상공회의소 및 협회, 컨설팅 업체들을 이용하여 투자가를 발굴해 초청 - 자국 특정산업 Value Chain 분석을 통해 적합한 투자기업을 물색, 이들을 초청하기도 함.
진행 방식	<ul style="list-style-type: none"> - 외교관, 주요 산업 협회, FIT 산업전문가(환경, 바이오 등), 벨기에 성공적 투자진출 현지기업(특히 벨기에 우수 진출기업 사례를 반드시 포함시키고자 노력함) 등이 연사로 참석 - 특정 산업 협회, 조사전문기관, 컨설팅 업체의 보고서 및 데이터를 활용함 - 벨기에 투자 시 상대방 투자가가 얻을 수 있는 혜택에 초점을 맞추어 투자가들의 이해 및 관심도 제고

- 암스테르담 (NFIA)

연간 개최 수	- 평균 2회 정도 개최되며 특정 국가의 NFIA 지사는 프로그램 구성하지 않는 경우도 있음
장소	- 접근성 및 IR 주제에 맞추어 장소를 선정 - 네트워킹 성격이 강한 특성을 고려해, 주로 음료 및 뷔페를 함께 할 수 있는 호텔 선호
대상	- IT, 환경, 그린에너지 분야의 기업들 초청
진행 방식	- 해당분야의 저명한 교수 및 전문가를 연사로 초청 - 콘텐츠 개발에 관해서는 관련 산업분야의 교수, 기업 경영인, 전문가 등에게 도움을 받고 대학연구기관, EU본부, 네덜란드 중앙은행, 통계청 등에서 생산하는 콘텐츠를 활용 - 비정기적인 IR 운영 - 네덜란드 투자진출을 비롯한 유럽 전체의 투자 기회 창출을 도모할 수 있도록 프로그램 구성 - 최대한 각 국가별 NFIA에게 독립성을 부여하고 있음. 현지에서 활동하고 있는 사람들이 보다 객관적인 입장에서 산업의 현황과 전망을 볼 수 있는 눈을 가지고 있다고 판단하며, 이에 따라 투자자들이 각 국가와 네덜란드 사이의 상호 협력을 통한 시너지 창출이 가능한 프로그램 구성
국가IR 예시	<ul style="list-style-type: none"> • Life Sciences Momentum 2012 : Communicating Science, 네덜란드 • Cloud Hub Day during Structure : Europe “The Future of Cloud Computing,” 영국 • New Developments in Medical Robotics and Imaging in the U.S. and the Netherlands, 미국 • The Netherlands as your business hub for European success, 싱가포르 • The Netherlands : Stepping Stone to European Business, 한국

- 시드니 (Australian Trade Commission)

연간 개최 수	30~50개
장소	- 호텔이나 대사관 혹은 전시회 컨퍼런스 룸 - 이벤트의 성격 별로 다른 장소를 선택함
대상	- 외국 기업 및 개인 투자자 - 거의 모든 투자자가 대상이 된 IR

진행 방식	<ul style="list-style-type: none"> - Austrade 관계자, 각 산업의 전문가 및 대표자 혹은 유명 인사가 연사로 초청 - 모든 발표 IR자료들은 이벤트의 성격에 맞추어 제작됨
국가IR	<ul style="list-style-type: none"> • G'Day USA - 호주 최대 교역국 중 하나인 미국과 연계를 목적으로 하는 연례 IR. 9년간의 정부, 비즈니스, 관광, 학술, 예술 관련 교류를 증진해 미국과의 관계를 확충하는데 그 목적이 있음. 매년 1월 미국에서 국가IR 진행 • Australia Unlimited - 호주 국가 이미지 제고를 위한 브랜드 사업. 2009년부터 시작되어 총 약 2,000만 호주달러를 국가 브랜드 사업에 투입, 비즈니스, 문화, 교육, 환경, 기술 등 다양한 영역에 걸쳐서 활동하며, 여러 국제 행사에 참여함. 최근 2012년 9월 독일-호주 수교 60 주년을 기념하여 독일의 카셀 DOCUMENTA에 참여했고 2012년 8월 베니스 건축 비엔날레에서 전시 운영 • Clean Energy Future - 청정에너지 발전 국가, 호주의 이미지를 제고하기 위한 프로그램으로 국내에서는 오염을 줄이고 국외에서는 청정한 국가 이미지를 제고하여 지속가능한 발전에 대한 투자를 유치. Clean Energy Future (http://www.cleanenergyfuture.gov.au) 사이트를 운영하며, 각종 사례연구나 제도적 정보를 제공하고 있음

- 상하이 (Shanghai Foreign Investment Development Board)

연간 개최 수	<p>‘상하이외국인투자촉진중심’ 주최로 진행 중인 IR은 매년 상·하반기에 걸쳐 1회씩 진행</p>
장소	<ul style="list-style-type: none"> - 참석자들이 찾기 쉬운 장소로 선정함. 시설 설비 상황, IR 내용, 홍보 효과 등을 감안하여 장소를 선정 - 교통 편리한 5성급 호텔, 혹은 IR 내용 관련 연구 및 산업 단지 내부 행사장에서 진행함. 호텔은 찾기 쉽고 투자자들에게 정중한 이미지를 제공하며 행사 홍보에 도움이 됨 - 산업단지, 연구 개발 단지에서도 진행하는 경우가 있음. 이는 각 단지별 유관 투자유치 홍보를 진행, 투자자들에게 보다 실질적이고 강력한 인상 제공 가능
대상	<ul style="list-style-type: none"> - ‘상하이외국투자촉진중심’이 주최한 국가IR에서는 주로 기업 투자자들이 참석. 기업투자가 외에 관련 기관 투자가 (금융펀드, 민간 투자연합 기관 등)도 참가 - 전문 컨설팅 업체에 의뢰하여 사전조사를 진행. IR 준비 후 전문 행사컨설팅 업체를 통하여 기업 및 투자가 초청. 초

	청할 참석자에게 메일로 초청장을 먼저 전송 후 유선 확인 진행
진행 방식	<ul style="list-style-type: none"> - 중국 상하이시 정부 경제담당 인사 (예 : 상하이발전개혁위원회 주임, 상하이시 경제 부시장 등), 중국 국유은행 혹은 중국에서 영향력 있는 은행 중 중국 국내 경제 연구 담당자 (예: HSBC 아세아지역 수석경제학자), 경영대학 혹은 유명한 관리학원 강사 (예: 홍콩중문대학 경제학 교수 Larry H.P.Lang), 경제 작가 (예: <화폐전쟁>의 작가 Song Hongbing), 기 투자 기업인 등 연사들 참석 - 기반 시설, 환경, 인센티브 등 종합적인 투자 여건을 IR의 주요 콘텐츠로 구성. 매 프로젝트 내용에 따라서 특정 전문 기관에 의뢰하는 경우도 있으며, 지역 경제 연구원 전문 인사들의 의견을 참고하여 각 지역 개발원구나 산업단지 투자 유치 담당자가 직접 준비하는 경우도 있음 - 주로 전문 컨설팅 업체를 통해 맞춤형 콘텐츠 발굴하고, 투자유치를 위한 구체적인 전략 수립
국가IR 예시	<ul style="list-style-type: none"> • 무역수출입 투자박람회에 정기적으로 참가해 IR 진행 • Boao Forum for Asia(글로벌 CEO 발전대회), China International Fair For Investment & Trade(중국국제투자 무역상담회) 등 포럼/컨퍼런스에 참가하여 IR 개최 • ‘상하이외국투자촉진중심’ 연석회의 출범식 및 상하이투자 촉진 연상 수상식 • 매년 9월8일 중국 상무부에서 개최하는 중국국제투자무역 상담회 • 매년 10월 말 개최되는 글로벌 CEO 발전대회 • 이외에 중국 상무부 주최의 중국 서부투자박람회, 중국 중부투자박람회, 중국주강삼각주 지역 투자무역상담회, 광 주교역박람회 등 참가 • 중국 지방 정부 및 중국 상무부의 주최 행사에 적극참여 하며 외국기관 및 외국기업연합회 등 합작으로 개최되는 행사도 참가

- 독일 바덴뷔르템베르크 (Invest in Baden-Wuerttemberg)

연간 개최 수	매년 정기적으로 10회 가량의 IR 진행
장소	박람회장, 개별 면담을 위해서 동 기관의 박람회 부스 이용
대상	박람회 참가 전시 업체 및 방문 잠재 투자자

- 독일 작센 안할트 (Investment and Marketing Corporation)

Saxony-Anhalt mbH)

연간 개최 수	약 30 회의 IR을 개최하고 있으며, 그 중 약 10 회를 매년 정기적으로 진행
장소	- 당 기관이 투자유치를 하고자 하는 기업 밀집 지역 (예: 화학기업 산업단지) - 호텔 또는 회의장
대상	- 진행하는 IR 성격에 따라 다름 - IR 주제에 따라 잠재적 투자가 초청
진행 방식	- 연사 구성은 각각의 목표 지역 출신이며, 이미 작센 안할트주에서 투자한 경험이 있는 기업가, IR 주제 관련 분야를 중점적으로 연구하여 IR 참여자들에게 정보 제공 할 수 있는 기관 소속의 강연자 - 프레젠테이션은 해당 투자가들 맞춤형으로 구성. 투자가별 책자를 개별 작성해 IR시 활용
국가IR 예시	<ul style="list-style-type: none"> • “Tag der deutschen Einheit’ 행사 • 박람회 • Congress

- 독일 튀링겐 (State Development Corporation of the Free State of Thuringen)

연간 개최 수	- 매년 약 20 회의 행사 개최 - 심포지엄 경우 targeted meeting 형식이며, luncheon 및 dinner 행사는 mass marketing 형식임
장소	대부분 행사에 알맞고 평판이 좋은 호텔을 선택
대상	생산업체 관련 투자가
규모	심포지엄 경우 100여명, luncheon 및 dinner 행사는 15명 규모
진행 방식	- 독일시장에 투자하여 관련 경험을 보유하고 있는 기업가를 연사로 구성 - 기관 내에는 국가별 전문가가 상주하고 있으며 이들이 콘텐츠를 발굴 - 맞춤형 콘텐츠를 제공하기 위해, 각 기업에게 지원팀이 협조. 이 팀은 국가별 전문가, 재정지원 전문가 및 분야별 전문가로 구성되어 있으며 투자가가 원하는 서비스를 정확히 제공

Ⅲ. 국가IR 개선 방안

1. IR 기획 단계

가. 장기적 관점의 IR 계획 수립

□ 현재 우리나라 국가IR의 계획 수립 과정을 보면, 짧게는 1개월 전에 계획이 수립되는 경우도 있어 효과적 IR에 장애물이 됨.

- 연 단위로 국가IR 계획을 수립해야 하며, 계획 수립 시 날짜와 장소는 반드시 확정해야 함. 또한 한번 계획된 IR은 취소되는 경우가 없어야 함.
- 국가IR 계획과 관련된 연간 플랜을 구축하고, 관계자들끼리 공유 필수. 특히 이미 계획된 주요 박람회 참여할 경우, 일정을 확정하고 사전 및 현장 단계의 언론 홍보 기획 및 투자가 초청 방안 등을 전략적으로 마련해야 함.
- 견고한 국가IR 브랜드 파워 구축을 위해서는 동일한 시간과 장소에서 이벤트가 있다는 사실이 반복적으로 노출되어야 함.

나. 국가IR의 핵심 메시지 수립 및 유포

□ 일관된 기조 메시지 확립

- 각각 국가IR의 목적 및 방법이 다양하므로, 각 행사에 맞는 메시지를 새로 개발하는 것이 필요하나, 국가 브랜드 파워를 확립하기 위한 기초적인 기조 메시지는 일관적으로 가져가는 것이 필요함.
- 지식경제부의 외국인투자관련 기본 비전은 '성장기반 확충과 일자리 창출'에 있으므로, 외국인 투자유치의 성과가 질 중심으로 추진되어야 한다는 것이 기본 목표임.

- FTA를 적극 활용하고, 일자리 창출과 성장 잠재력에 공헌할 수 있는 질 중심 외국인 투자유치 공약 및 중국, 일본, 미국, EU와 같은 핵심 투자국의 투자 수요에 부합하는 ‘맞춤형 유치전략’을 추진하는 것이 지식경제부의 국가IR 전략임.
- 국가IR의 기본 목적 인식을 통한 일관된 기초 메시지를 국가 차원에서 개발해야 하며, 이를 바탕으로 방문객, 언론, IR 주최자가 정확히 숙지할 수 있도록 인베스트 코리아가 보조 역할을 실행해야 함.

다. 인지도 높은 국제 박람회, 엑스포, 컨퍼런스와 연계한 IR 기획

□ 산업별로 인지도 높은 국제 박람회 및 엑스포, 컨퍼런스가 무엇이 있는지 선행 조사가 필요하며, 이와 연계한 국가IR을 적극 검토해야 함.

- 선행 조사에서 파악한 바와 같이, Hannover Fair, AABC, MEDICA는 반드시 참석해야하는 박람회로 간주하고 국가IR 일정을 세울 수 있음.
- 사전에 계획된 박람회 및 행사를 중심으로 연간 국가IR 캘린더를 구성하고, 이 일정에 따라 대규모 Mass Event와 소규모 Targeted Meeting의 계획을 수립하는 전략이 필요함.
- 박람회의 경우, 전 세계 산업 관계자들을 한 장소에서 만날 수 있는 기회이므로 국가IR의 최적지로 판단, 우수 IPA들이 국가IR 대상지로 선택하고 있음.
- 산업별로 영향력 있는 박람회는 다음과 같으며, 이를 활용해 해외 국가IR 기획을 권장함.

1. 산업&부품소재 분야

2)Hannover Fair (Hannover Messe)	개최국, 도시: 독일, 하노버
	개최 월, 기간: 2013년 4월 8일-12일
	주요 내용: 국제적으로 가장 큰 규모의 산업 박람회. 세계에서 가장 큰 규모의 전자제품 전시회인 CeBIT도 함께 열리고 있어, 많은 투자가들을 동시에 만날 수 있음.
	대상 및 참석인원: 20만 명
	IR 전략: 다수의 IPA가 참석하므로 경쟁력 있고 특색 있는 IR활동 계획 및 실행 필요
3)Globe Biennial Conference	개최국, 도시: 캐나다, 밴쿠버
	개최 월, 기간: 2014년 3월 26일-28일
	주요 내용: 범국가적 비즈니스 컨퍼런스. 비즈니스 협력 체계를 구축하고자 네트워킹을 진행하고 2년마다 개최됨.
	대상 및 참석인원: 언론, 기업인, 정부 관료, 국제 무역/투자 관련 에이전시, 80개 국가, 500개 업체, 만여 명의 고위급 인사
	IR 전략: 특정 산업의 박람회는 아니므로 Mass Event 성격의 IR 활동 계획 및 실행 필요
4)CES	개최국, 도시: 미국, 라스베가스
	개최 월, 기간: 2014년 1월 7일-10일
	주요 내용: 매년 열리는 세계 최대의 전자제품 박람회로 오디오, 비디오, 카오디오, 컴퓨터, 하드웨어, 소프트웨어 및 홈 네트워크, 모바일, MP3 등 모든 종류의 가전제품이 전시됨. 대만 투자청도 CES에서 국가IR을 진행하고 있으며, 이 경우 20여개의 공급업체들과 함께 투자유치 프로모션 진행
	대상 및 참석인원: 약 150개 국가에서 온 5만여 개 업체, 15만 명의 방문자. 2012년 박람회에는 43개 국가에서 99명의 정부 관계자 참석
	IR 전략: 전자강국 이미지 & IT에 대한 국민의 빠른 이해도 등을 강조하며 적극적인 IR 추진 필요
5)Midest	개최국, 도시: 프랑스, 파리
	개최 월, 기간: 2013년 11월 19일-22일
	주요 내용: 매년 열리는 세계 최대의 부품소재 박람회.
	대상 및 참석인원: 금속 가공, 표면 처리 및 마무리, 플라스틱, 고무, 전기, 전자, 산업 서비스 등 부품소재 기업 대상. 2012년에는 1,721 업체, 78개 국가, 4만 명의 참석
	IR 전략: 현지 투자가들이 보유하고 있는 OEM 인프라를 바탕으로 한국 시장에서의 성공 가능성 강조
6)Elmia	개최국, 도시: 스웨덴, 이원취핑

2) <http://www.hannovermesse.de>

3) <http://2012.globeseries.com>

4) <http://www.cesweb.org>

5) <http://www.midest.com>

6) <http://www.elmia.se/en/subcontractor>

Subcontractor	개최 월, 기간: 2013년 11월 12일-15일
	주요 내용: 매년 열리는 북유럽을 대표하는 부품소재 박람회. 참석한 기업 및 투자자들의 약 61%가 계약을 체결. 매년 공식 파트너 국가 선정으로, 스웨덴 기업들과 파트너 국가 기업들 간의 비즈니스 협력 및 새로운 계약 등을 모색
	대상 및 참석인원: 자동차 부품, 플라스틱, 고무, 전기, 전자, 기계, 금속 등 부품소재 기업. 2012년에는 30여개 국가에서 1,200 업체, 14,000명 방문
	IR 전략: 현지투자자들이 보유하고 있는 OEM 인프라를 바탕으로 한국 시장에서의 성공 가능성 강조

2. 에너지 분야

7)Intersolar Europe	개최국, 도시: 독일, 뮌헨
	개최 월, 기간: 2012년 6월 19일- 21일
	주요 내용: 매년 6월에 열리는 세계 최대의 태양에너지 관련 박람회. 2011년 박람회 경우 16개 국가 파발리온이 설치됨. 해당국가 기업 및 정부 기관들이 상주해 국가IR 진행
	대상 및 참석인원: 1,500 업체, 약 6만 명
	IR 전략: 범국가적 이슈(에너지자원 위기, 대체연료)를 바탕으로 한국 시장 성장성 강조

8)EUEC (Energy, Utility & Environment Conference)	개최국, 도시: 미국, 피닉스
	개최 월, 기간: 2013년 1월 28일-30일
	주요 내용: 에너지, 공공시설, 환경에 미치는 여러 가지 문제에 대한 정부 정책 의견을 수렴하는 미국 최대 환경, 에너지 컨퍼런스
	대상 및 참석인원: 환경 비즈니스 관계자, 에너지 기업 임원, NGO, 정부기관 관계자, 150 업체에서 3천여 명 참석
	IR 전략: 범국가적 이슈(에너지자원 위기, 대체연료)를 바탕으로 한국 시장 성장성 강조

3. 바이오/헬스 분야

MEDICA⁹⁾	개최국, 도시: 독일, 뒤셀도르프
	개최 월, 기간: 2013년 11월 20일-23일
	주요 내용: 매년 11월 개최되는 가장 오래되고 가장 규모가 큰 의료가기 전시회. 박람회를 통해 매년 가장 많은 판매계약이 체결됨. 약 10만 종의 의료가기 전시
	대상 및 참석인원: 2012년 100여개 국가, 14만 명

7) <http://www.intersolar.de/en/intersolar.html>

8) <http://www.euec.com>

9) <http://www.medica.de>

	IR 전략: 한국 사회의 고령화 추세로, 바이오/헬스 시장의 잠재 성장성 강조
BIO International Convention¹⁰⁾	개최국, 도시: 미국 시카고
	개최 월, 기간: 2013년 4월 22일-25일
	주요 내용: 매년 미국 주요 도시를 순회하며 개최되는 미국바이오 협회 주관 세계 최대 바이오 박람회. 세계 바이오산업 동향뿐 아니라 각국의 바이오 관련 정책, 법률 등에 관한 정보를 교류함. 2012년 34개 국가에서 파빌리온 설치. 이외 총 65개 국가에서 각국의 연구개발 투자 유치, 각 나라 기업들과의 협력 기회 촉진, 해당국가 생명공학 산업 인식 확립 등 다양한 IR활동을 진행
	대상 및 참석인원: 생명공학 기업, 연구소 종사자, 고위 관계자. 65개 국가, 16,500명 참석
	IR 전략: 한국 사회의 고령화 추세로, 바이오/헬스 시장의 잠재 성장성 강조

4. 자동차/항공우주 분야

11)AABC (Advanced Automotive Battery Conference)	개최국, 도시: 미국, 파사다나
	개최 월, 기간: 2013년 2월 4일-8일
	주요 내용: 매년 2월, 미국에서 개최되는 자동차 산업 관련 박람회. 각 대륙별로 AABC가 조직되어 있으나, 미국에서 개최되는 AABC의 규모가 가장 큼. 자동차 부품소재와 관련 국가IR 진행시 효율성을 높일 수 있을 것으로 기대됨
	대상 및 참석인원: 세계적 자동차 산업 관련자
	IR 전략: 자동차 산업은 한국의 대표 산업 중 하나임을 강조
12)International Paris Air Show	개최국, 도시: 프랑스, 파리
	개최 월, 기간: 2013년 6월 17일-23일
	주요 내용: 세계최대 항공우주 박람회. 1909년부터 실시되어 온 세계 최장수 에어쇼. 항공 산업 주요 계약 체결이 주로 이루어짐
	대상 및 참석인원: 민수용 여객기에서부터 군용기, 로켓, 인공위성, 제트 엔진 등 항공우주산업 거의 모든 기업들 참가. 2011년 경우, 45개 국가에서 2,113개 업체, 35만 명 방문, 82개국에서 290명의 정부 관계자 참석 (기관관계자, 대사관, 각국의 공항공사 관계자)

5. 부동산 분야

13)MIPIM	개최국, 도시: 프랑스, 칸느
	개최 월, 기간: 2013년 3월 12일-15일
	주요 내용: 부동산 업계 최대 박람회. 매년 한 국가를 '명예국가'

10) <http://convention.bio.org>

11) <http://www.advancedautobat.com>

12) <http://www.paris-air-show.com>

	로 선정. 선정된 국가는 해당국가 업체 및 투자가를 소개하는 파빌리온 설치
	대상 및 참석인원: 관광, 레저, 호텔 부동산 개발 관련 업체. 1650명의 CEO, 1,860개 업체, 4,130명의 투자가들이 참석. 명예국가 포함 약 10개 국가에서 정부자격으로 참석
14)Expo Real	개최국, 도시: 독일, 뮌헨
	개최 월, 기간: 2013년 10월 7일-9일
	주요 내용: 유럽의 가장 큰 B2B 상업용 부동산 무역 박람회. 5개 포럼에 걸쳐 400명의 연설자들이 현 부동산, 투자 그리고 재정 시장의 트렌드와 혁신에 대하여 논의
	대상 및 참석인원: 1,700개의 업체, 참가자들은 부동산 업계를 총체적으로 다룸

6. 금융 분야

15)Fonds (Switzerland's Financial Exhibition)	개최국, 도시: 스위스, 취리히
	개최 월, 기간: 2013년 2월 6일-7일
	주요 내용: 국제 금융박람회. 펀드, 투자 회사, 정보제공
	대상 및 참석인원: 2012년에는 93개의 업체, 8,300명 방문
	IR 전략: 국내 금융/경제자유 지구 중심으로 국가IR 계획

7. 물류 분야

LogiMAT16)	개최국, 도시: 독일, 슈트르가르트
	개최 월, 기간: 2013년 2월 19일-21일
	주요 내용: 국제 물류 박람회. 산업시설설비, 컨설팅, 서비스, 금융, 물류, 물품운송차량, 운반차량, 리프팅장비, 화물선적 시스템, 창고기술, 포장기술등의 관련 박람회.
	대상 및 참석인원: 2012년 경우, 25개 국 914 사, 3만 명 방문
	IR 전략: 국내에 성공적으로 진출한 여러 외국물류 기업 소개 등을 중심으로 국가IR 전략 모색 및 실행
17)Transport Logistic	개최국, 도시: 독일, 뮌헨
	개최 월, 기간: 2013년 6월 4일-7일
	주요 내용: 공급 사슬, 이동성, 정보 기술 및 물류 관리 부분을 커버함. 2013년 전시회 포커스는 '유럽 항공-화물수송.'
	대상 및 참석인원: 전 세계 관련업계 리더, 59개 국가에서 1,893 업체, 51,310명 방문
	IR 전략: 국내에 성공적으로 진출한 여러 외국물류 기업 소개 등을 중심으로 국가IR 전략 모색 및 실행

13) <http://www.mipim.com>

14) <http://www.exporeal.net>

15) <http://www.fonds-messe.ch>

16) <http://www.logimat-messe.de/english>

18) Air Cargo Europe 2013	개최국, 도시: 독일, 뮌헨
	개최 월, 기간: 2013년 6월 4일-7일
	주요 내용: 세계에서 가장 큰 규모를 자랑하며 가장 인기가 많은 항공-화물 비즈니스 박람회. 항공-화물 수송과 관련된 최신 기술, 제품, 서비스, 그리고 항공 여행관리와 물류 섹터에 관한 정보 제공. 비즈니스 계약을 할 수 있는 최적의 장소이며, 토론에 참여하고 결정권을 가진 사람들과 한 자리에서 교류할 수 있는 기회.
	대상 및 참석인원: 서비스 제공자, 화주, 생산자, 국제 고객 및 화물 운송업자, 약 5만 명 참석
	IR 전략: IR 전략: 국내에 성공적으로 진출한 여러 외국물류 기업 소개 등을 중심으로 국가IR 전략 모색 및 실행

8. 문화 분야

19) World's Fair	개최국, 도시: 이탈리아, 밀라노
	개최 월, 기간: 2015년
	주요 내용: 인류가 이룩한 업적과 미래에 대한 전망을 한자리에서 비교·전시하고, 해결 대안과 비전을 제시하는 경제·문화올림픽. 2012년 여수엑스포에 이어, 2015년에는 밀라노, 이탈리아, 2017년에는 아스타나, 카자흐스탄 개최 예정
	대상 및 참석인원: 여수엑스포는 820만 명 방문
	IR 전략: 다수의 IPA가 참석하므로, 특색 있는 IR 활동 계획 수립 및 실행이 필요
20) Frankfurter Book Fair	개최국, 도시: 독일, 프랑크푸르트
	개최 월, 기간: 2013년 10월 9일-13일
	주요 내용: 세계 최대 규모의 국제도서전. 매년 명예국가 선정, 해당 국가의 문화관련 기관, 출판 산업분야의 홍보, 네트워킹 자리 마련
	대상 및 참석인원: 출판사, 서적 업체, 에이전트, 영화 제작자, 작가 등 문화산업의 다양한 전문가들이 참석. 100개 국가에서 7,000 업체, 30만 명 방문

- 국내에서 진행 중인 박람회도 국가IR에 적합한 장소임. 예를 들어, 부산에서 매년 열리는 아시아 최대 게임 박람회인 G-Star, 광주 비엔날레의 경우에는 이미 박람회의 인지도가 높으므로, 박람회 내 국가IR 부스 설치를 진행하고 잠재적인 투자자에게 우리나라를 알리는

17) <http://www.transportlogistic.de/>

18) <http://www.aircargoeurope.com/>

19) <http://en.expo2015.org/milan>

20) <http://www.buchmesse.de/en/>

데 매우 효과적임.

2. IR 실행 단계

가. 투자자에게 신뢰를 줄 수 있는 정부 대표자 및 전문가와 동행

□ 투자자에게 신뢰를 줄 수 있는 사람으로는 정부 고위급 관료 및 해당 IR 대상자와 같은 국적의 전문 자격증을 소지한 전문가들이 있음.

- 룩셈부르크의 경우, 해당 산업별 투자유치를 위해 룩셈부르크 정부 관련 산업 최고 책임자가 국가IR에 참석함. 또한, 국가별 투자자들에게 맞춤형 정보를 제공하기 위해 투자자와 같은 국적의 전문가를 국가IR에 대동, 세무, 법률과 관련한 실질적인 정보를 제공하고 있음.
- 기업 IR의 경우, 기업 미래 비전의 정확한 제시를 위해 CEO가 IR에 참석하기도 함. 실제 주식 투자자들은 CEO의 메시지를 가장 신뢰도 높은 정보로 판단하고 있음. 이는 국가IR에서도 정부 정책 결정 가능자가 IR에 대동할 경우 그만큼 신뢰성 확보가 가능함.
- 정해진 IR 시간 내에는 정부 대표자 및 전문가가 모두 동석해 투자자들의 질문을 끝까지 경청하려는 노력이 반드시 수반되어야 하며, 투자자들의 모든 궁금증에 응대하겠다는 서비스 정신 제고가 필요함.
- 이와 함께 주요 산업 관련 협회 대표나 관련 업계 대표를 초청하여 행사의 전문성을 제고해야 함.
- 필요에 따라, 한국에 성공적 진출했던 현지기업을 사례로 소개할 연사를 초청하여 현지에서의 공감대 형성이 필요함. 홍콩과 벨기에 IPA의 국가IR에도 자국에 성공적으로 진출한 사례를 소개하고 있음. 해당 IR 참석자들은 이를 통해 실질적인 조언을 받을 수 있다고 느끼고 있었으며, IR에 대한 만족도가 높았음.

나. 성공한 투자 유치 사례의 소개

□ 현재 우리나라 국가IR의 경우, 성공 사례를 소개하는 데 매우 소극적임. 한국에 기 투자한 기업 중에 성공한 기업 사례를 반드시 소개할 필요가 있음.

- IR은 결국 사람의 마음을 움직이고 신뢰를 구축하는 활동임. 이미 자국에 투자해 성공한 투자가의 사례는 현재 투자를 고려하고 있는 투자자와의 신뢰 구축에 가장 핵심적인 역할을 할 수 있을 것.
- 영국(UKTI), 홍콩(Invest HK) 투자청 역시 현지 투자에 성공한 기업의 임원이 투자지역 선정 이유 및 매력에 대해 소개함. 특히, Invest HK는 이미 투자한 기업의 CEO의 인터뷰를 싣고 있으며, 이들을 통해 홍콩이 왜 투자지로서 적합한지에 대한 프로모션 콘텐츠를 유포하고 있음.
- 향후 인베스트 코리아에서도 홈페이지를 활용한 투자 성공 사례를 좀 더 적극적으로 노출시킬 필요가 있음. 현재 인베스트 코리아 웹사이트는 기획과 구성없이 투자가들의 사업 현황만 단순 나열되어있는 형식이나, 홍콩의 사례에서와 같이 구체적인 투자 프로세스 및 사업 성공 전략 등을 기 투자한 기업의 CEO로부터 직접 인터뷰해 활용할 수 있을 것임.

예) A 기업의 한국 투자 성공사례 인터뷰 진행 시 콘텐츠 구성안

- A 기업의 본사, 혹은 한국 대표의 이야기를 직접 듣는 것이 신뢰도에서는 가장 뛰어남. 이 이야기를 영상으로 게재할 경우 효과가 더욱 극대화 됨
- A 기업 개요 및 한국 투자 결정 요인 소개
- 한국 정부의 FDI 유치 정책 중 도움이 되었던 점
- 한국 진출을 고려하는 잠재 투자자들이 성공적인 투자를 위해 알아야할 사항

다. 현지 언론 보도 효과 극대화

□ 현지 언론사 초청 및 지속적 네트워킹을 통해 국가IR 유관 내용이 최대한 보도가 많이 되도록 유도해야 함.

- 가장 근본적인 IR의 목적은 많은 사람들에게 한국 투자 매력도를 알리는 것에 있음. 이에 국가IR 대상지의 현지 언론사를 초청하는 것은 반드시 필요한 작업이며, 적극적인 언론 인터뷰를 통해 현지 언론에 최대한 많이 노출되는 것이 기본 활동 범주임.
- 투자자들이 투자 대상지를 선정할 때는 언론 보도를 가장 많이 참고하고 있으며, 언론 노출의 빈도가 높을수록 대상 국가에 대한 관심도가 높아지며 그만큼 투자 고려 범주 안에 들어갈 확률이 높아짐.
- 국가IR을 하기 위해서는 투자가 초청 뿐 아니라 언론사의 초청이 반드시 병행되어야 하며, 현지 기자들과 지속적인 네트워킹을 통해 긍정적인 기사가 보도될 수 있도록 노력하는 것이 필요함.
- 국가IR 진행시 사전 단계(Pre-Stage) -> 국가IR 현장-> 사후 단계(Post-Stage)의 3단계에 걸쳐 단계적인 언론 홍보활동 기획 및 실행 필요
- 외신 언론을 상대하는 전문가가 반드시 국가IR 현장에 배석하는 것이 필요하며, 한국에서 해당 국가에 방문하는 고위 관료 및 기업인은 국가IR의 일환으로 인터뷰를 하고 돌아올 수 있도록 도움을 받는 것이 필요함.

라. 기존 투자가와 신규 투자가의 비율을 고려한 참석자 초청

□ 국가IR 진행시 신규 투자가만 참석한다거나, 기존 투자가만 참석할 경

우 IR의 효과가 반감되므로, 참석자의 비율을 조정해 기존 투자가들의 경험을 공유할 수 있는 환경을 만드는 것이 중요.

- 가장 좋은 방법은 기존 투자자에게 신규 투자에 관심을 가지고 있는 지인 1인을 데리고 오도록 유도하는 것이나, 여건상 어렵다면, 투자자 초청 담당자 임의로 신규 투자자와 기존 투자자를 적절히 배합하는 것이 필요함.
- 특히, IR 에 초청하는 투자자의 비율에 균형을 도모하기 위해, 전문 컨설팅 업체를 활용하여 현지의 잠재투자자 현황과 관련된 사전조사 진행 및 신규 투자자 초청을 진행할 수 있음.

3. 사후관리 단계

가. 국가IR 만족도 조사에 따른 평가 및 점검

- 국가IR이 종료된 이후에, 참석한 투자자에게 만족도 조사를 반드시 실시해야 하며, 이를 통해 이후에 개선해야 할 점과 강화해야 할 점을 점검하고 향후 IR 기획에 반영해야 함.

만족도 조사 내용은

- 1) 인베스트 코리아에 대한 평가
- 2) 국가IR에 참여한 연사들에 대한 평가
- 3) 국가IR 전반에 대한 평가
- 4) 투자 관심분야에 대한 의견 취합 및 피드백

으로 구성함

- 만족도 조사에 대한 결과는 반드시 데이터베이스로 구축하여, 국가IR 관계자들 사이에 공유를 할 것이며, 특히 향후 보완 사항에 대해 지속적인 관리를 할 것

- 참석한 투자가들을 DB化시켜 지속적으로 초청할 수 있도록 해야 하며, 각 투자가들과 어떤 커뮤니케이션을 주고받았는지 세부적인 내용 역시 기록화해서 보관해야 함.

나. 초청 투자가들의 사후 관리

□ 잠재적 투자가를 대상으로 보편적인 국가IR을 진행한 뒤에는 반드시 개별 미팅을 주선해 사후 투자가 관리에 주력해야 함.

- IR의 방법 중 가장 효과적인 것은 잠재 투자가를 직접 만나, 심도 있는 대화를 나누는 것임. 보편적인 IR을 통해 화제 거리를 제공했다면, 이후에 투자가와 개별적인 미팅을 주선해 좀 더 깊이 있는 대화를 나누어야 함.
- 북부 독일과 같이 인터넷상으로 잠재 투자가와 연락을 하는 것이 관계가 아닌 지역도 있어, 지역별 특징을 고려하여 개별 연락을 진행하는 것을 권장.
- 투자는 단기간에 빠르게 이루어질 수 있는 것이 아니기 때문에 국가 IR이 끝난 이후에도 사후 관리가 반드시 이루어져야 함.

□ 사후 관리 차원의 행사

- IR 행사에 참여한 투자가 혹은 참석하지 못했던 잠재 투자가들을 대상으로 현지에서 지속적인 관계를 도모하는 리셉션을 반기별로 개최, 한국의 문화 혹은 경제 이슈를 비롯해 투자 관련 정보에 이르기 까지 폭넓은 정보와 네트워크 교류의 장으로 활용하는 것이 필요함.
- 정기적 리셉션 행사 외에도 각 산업별로 소규모 그룹 행사를 진행, 산업에 대한 보다 심도 있는 정보를 제공하며, 깊이 있는 관계를 지속적으로 이어가는 것이 중요.

4. 국가IR의 상시 효과 강화

가. 온라인 창구의 적극적 활용

□ 인베스트 코리아의 웹사이트 적극 개선 및 對투자가 정보 제공/확산

- 커뮤니케이션의 패러다임이 변화함으로써, 전통적인 매스미디어 대신 상호 작용이 가능한 웹 커뮤니케이션이 일상생활에 보편화됨으로써, 인터넷 정보 수집 시 일차적으로 노출되는 웹사이트 관리가 매우 중요한 사항으로 급부상함.
- 현재 구축된 인베스트 코리아 웹사이트의 경우, 정보 검색이 불편하고 시일이 지난 사실들로 구성된 경우가 있어 투자자들의 불편을 초래, 양질의 정보를 제공하기 위해 인베스트 코리아 웹사이트를 기획 단계에서부터 재검토해야 할 필요성이 대두됨.
- 특히 한국에 대해 생소한 외국 잠재 투자자들에게 인베스트 코리아의 웹사이트는 대한민국을 보여주는 얼굴과 같은 존재임.
- 21)싱가포르 경제개발청(EDB), 22)홍콩 투자청(Invest HK), 23)영국 무역투자청(UKTI)의 웹사이트에는 국가 투자 현황, 국가에 대한 전반적인 소개 외에도 해외 투자자들의 국내 투자관련 뉴스, 각국에서 진행한 국가IR 영상, 주요 이벤트 일정, 현지 투자에 성공한 투자자들의 코멘트 등이 이해하기 쉽고 정기적으로 업데이트 되어있음.
- 인베스트 코리아 웹사이트의 경우에도 상기 정보를 웹사이트에 지속적으로 업데이트하여 외국인 투자자들의 관심을 제고하고, 유용한 정보를 제공해야 함.

21) <http://www.edb.gov.sg>

22) <http://www.investhk.gov.hk>

23) <http://www.ukti.gov.uk>

- 인베스트 코리아 웹사이트에 접속하는 주된 방문 층의 경우 한국에 관심을 가진 외국인이라는 점을 고려할 때, 국문 웹사이트보다는 영문 웹사이트를 기준으로 콘텐츠를 업데이트 할 필요가 있음.
- 인베스트 코리아 웹사이트의 해외 접근을 용이하게 하기 위해, 해외 지역에서의 서버관리 등, 기술적인 부분의 보완에 대해서도 고려해 보아야 함.
- 웹사이트 제작 시에는 타국의 평균적 인터넷 환경을 고려, 이미지 위주의 화려한 구성보다 텍스트 위주의 다운로드가 쉬운 정보 제공 및 웹페이지 서핑 환경을 구축하는 배려가 필요함.

□ 소셜 네트워크의 활용

- 투자자들의 실시간 궁금증에 대응하고, 손쉬운 정보 확산을 위해 트위터, 페이스북, YouTube와 같은 소셜 네트워크의 활용이 권장됨.
- 이미 월드뱅크에서 뛰어난 IPA로 평가받고 있는 국가의 외국인 투자 유치 프로모션 활동에는 소셜 네트워크를 적극적으로 활용하고 있음.
- 현재 인베스트 코리아의 소셜 네트워크 활용 현황은 매우 소극적임. 단방향 커뮤니케이션 방법으로 형식적으로 운영되고 있어, 콘텐츠를 전략적으로 업데이트하거나 기획하지 못하고 있어 아쉬움.
- YouTube의 경우 매달 전 세계 8억 명이 방문하여 20억 시간을 소비하는 세계 최대의 동영상 채널로, 이를 활용할 경우 들이는 노력 대비 효과적인 정보 확산 효과를 누릴 수 있음.
- 소셜 네트워크 콘텐츠는 지속적으로 업데이트가 필요하며, 이를 위해서는 콘텐츠 캘린더를 작성하는 것이 권장됨.

예) 매년 1월에 미국에서 개최되는 CES(세계 최대 전자제품 박람회)에서 국가 IR을 진행하기로 결정한 경우, 페이스북 채널 콘텐츠 캘린더 구성안

기 간	내 용
1주차	한국의 전자산업 현황 소개
2주차	한국의 전자산업 중 CES 관련된 분야를 세분화해 소개
3주차	CES에서 선보일 국가IR Teaser 영상 공개
4주차	CES의 현장과 한국관 부스, 한국기업 부스 현장 국가IR 실시간 현장 스케치 공유

□ 화상IR 방안 고려

- 인터넷 기술의 발달로 고화질 화상 회의가 가능해짐에 따라, 현장 방문 국가IR 외 화상으로 진행되는 IR 방안 고려도 필요함.
- 시간, 공간적 제약을 극복하고 투자가 맞춤형 국가IR이 가능함.
- 화상 IR 진행시 사전에 투자자들의 선호 및 관심 사항을 파악하고, 투자자들에게 최적의 정보를 제공해줄 수 있는 각 분야별 자문단을 구성해 투자와 관련된 실질적 정보를 제공할 수 있어야 함.
- 화상 IR은 단계별로 진행하는 것이 효과적이며, 1차 화상IR의 피드백을 바탕으로 2차, 3차에 걸친 추가 화상 IR을 진행해 효율적인 맞춤형 정보 전달에 대해 고민해야 함. 이를 통해 현실적인 투자 유치 가능성을 높일 수 있음.

나. 국가IR 전문가 양성

□ 신뢰성 제고를 위해 국가IR을 장기간 담당할 수 있는 전문가 양성이 시급함.

- IR은 다른 분야와 달리 ‘관계를 형성’하는 활동이므로 상당한 시간이 소요됨. 모든 투자 유치 관련자들은 IR이 단기간 성과를 보여줄 수 있는 활동이라 생각하지 않으며, IR의 가치를 수치로 환산하는 것 또한 무의미하며 불가능한 작업이라고 생각함.
- IR 담당자는 IR 유관 정보에 대한 접근 권한이 보장되어야 하며, 이를 통해 숲과 나무를 아우를 수 있는 콘텐츠를 제작할 수 있어야 함.
- 두바이 투자청의 경우, 국가IR 담당자들의 전문성을 확보하기 위해 한 달에 한번 씩 워크숍을 개최하고 있으며 이러한 교육이 실제로 투자유치에 효과가 있다고 자평함.
- 투자 유치를 하는 기관 내에서 내부 제작한 콘텐츠가 가장 신뢰성이 높으며, 투자자들의 궁금증에 응대하는 데도 가장 효율적인 것으로 평가됨. 이를 위해서는 모든 국가IR 담당자들은 데이터 마이닝 능력 및 커뮤니케이션의 기본 방법론에 대해 숙지하는 것이 이상적임.
- 국가IR 담당자들은 이벤트 매니지먼트, 온라인 미디어 관리 등에 대한 부분에 대하여서도 교육이 필요함. 또한 국가IR 담당자들이 다양한 외신을 상대해야 하는 업무 특수성을 고려하여, 언론에 대한 이해를 도모할 수 있는 트레이닝 세션도 기획해야 함.
- 인베스트 코리아의 경우, 1년 중 정기 인사이드가 많은 시기(2월, 8월)에 맞추어 전사적인 교육 진행 필요할 것으로 사료됨.
- 신입 사원, 과장, 팀 관리자급 이상이 받는 교육 프로그램을 단계별로 구성해야 함. 신입 사원들을 대상으로 커뮤니케이션 기본 교육, 콘텐츠 기획 교육 등을 진행하는 한편, 중간 관리자들의 경우 국가IR 현장 및 투자가들로부터 받는 질문과 이슈에 대응하는 방법에 대한 교육이 필요함.

- 투자유치실과 투자기획실 직원들이 서로의 전문성과 현장 경험을 공유할 수 있도록 프로그램 구성해야 함. 주요 산업에 대한 정보를 인베스트 코리아 투자유치실에서 제공하고, 콘텐츠 기획 및 커뮤니케이션 분야 정보 등을 투자 기획실에서 공유하는 방향의 교육 필요.
- 전사적으로 진행되는 강의 프로그램 외에도 직원들이 관심을 가지는 투자유치 분야의 소모임을 구성하여, 보다 적극적인 정보 교류가 이루어질 수 있도록 권장하는 분위기 마련.

예) 국가IR 전문가 대상 교육 프로그램

- 교육 프로그램은 크게 콘텐츠 기획 교육, 커뮤니케이션 기본 교육, 산업 및 이슈관리 교육으로 나누어 구성
- 1년에 2회 인사 시즌에 진행되는 전사적 교육 시: 콘텐츠 기획교육, 커뮤니케이션 기본 교육 중 프레젠테이션 교육, 우리나라 산업별 특징 소개 교육, FTA 업데이트 공유 등 진행
- 직급별로 진행되는 교육 진행 시: 신입 사원 단계에서는 콘텐츠 기획, 프레젠테이션 교육, 산업별 특징에 대한 교육을 진행하며, 중간 관리자 이상은 주요 산업별 이슈에 대한 투자가 대응 방안 교육, 설득 커뮤니케이션 등을 교육함. 고위 관리자의 경우, 해외 미디어 인터뷰 진행에 대비해 반드시 미디어 트레이닝을 진행.
- 직원들의 관심도에 따른 소모임에서는 보다 세부적인 사항에 대한 정보 교류를 진행할 수 있음

콘텐츠 기획 교육	커뮤니케이션 기본 교육	산업 및 이슈관리 교육
<ul style="list-style-type: none"> - 각 담당자가 집중적으로 교육을 받되, 현장에서 IR 담당 직원 모두가 활용할 수 있는 기획부분의 교육 - 프레젠테이션 자료 기획: 천편일률적인 프레젠테이션 기획이 아닌, 국가IR 지역 특성을 고려한 	<ul style="list-style-type: none"> - 프레젠테이션 교육: 영어, 혹은 해당국 언어로 프레젠테이션 진행법 교육 - 설득 커뮤니케이션: 심리학에 바탕을 둔 설득의 커뮤니케이션 트레이닝 - 미디어 트레이닝: 언론에 대한 이해를 돕고 언론 	<ul style="list-style-type: none"> - 우리나라 산업별 특징 및 이슈에 대해 주요 산업별로 외부의 전문가로부터 정기적인 특강 진행 - FTA로 변화되는 시장상황, 세법 등에 대한 교육 - 투자가들의 예상 Q&A 부분 사전 트레이닝 : 투자

<p>프레젠테이션 기획 방법, 콘텐츠 전달과 관련해 외부 전문 인력으로부터 교육 진행</p> <p>- 온라인 웹사이트 및 소셜 네트워크 채널 관리: 매월 외부의 온라인 채널 전문가로부터 소셜 네트워크 운영에 대한 교육 진행</p>	<p>과의 원활한 커뮤니케이션 하는 방법 트레이닝</p> <p>- 해외홍보 트레이닝: 해외 매체 특성 이해 및 해외 홍보 진행 방법에 대한 트레이닝</p>	<p>지역으로서의 한국에 대한 SWOT 분석을 바탕으로 특히 투자 유치를 고려하는 잠재 투자자들이 가질 수 있는 한국의 단점에 대한 질문 대응방안 마련 및 대응법과 관련된 트레이닝</p> <p>- 투자관련 세법, 고용, 진출과정 등에 대해 변호사, 회계사, 경영 컨설턴트 등으로부터의 특강</p>
--	--	---

다. 투자유치 유관 자료 향시 분석 및 양질의 정보 확산 노력

□ 국제 사회의 이슈 및 IR 대상지의 문화적 특성에 따른 효과적인 관계형성에 선행 학습 필요. 이를 위한 Perception Study 권장.

- 인베스트 코리아 IR지원전담반이 주축이 되어 국가IR의 방법론을 재차 점검하고 투자가들을 설득할 수 있는 콘텐츠 개발이 지속적으로 진행되어야 함. 투자가 입장에서 필요한 정치, 경제, 산업 이슈에 대해 점검하고, 활용할 수 있는 콘텐츠 개발을 위해 일주일 2-3회 간격으로 국가IR 담당자들끼리의 스터디 진행이 필수적임.
- Perception Study의 경우, 국가IR에 필요한 통찰을 기르기 위한 주요 수단으로 활용해야하므로 정기적인 외부 전문가 자문이 필요함.

□ IR Fact Book을 제작해, 지자체/정부부처별 IR 유관자와 공유 및 활용 방법 교육

- 투자가들을 대상으로 하는 커뮤니케이션의 경우, 정확한 수치로 투자 적합도를 설명해야하는 경우가 많음. 이에 따라 중요한 사실 정보를 숙지하여 투자가의 질문에 즉각 응대를 할 수 있는 능력 함량이 필요하며, 이에 필요한 핵심적인 정보를 간추린 IR Fact Book이 있으

면 매우 유용하게 활용 가능함.

- IR Fact Book은 국가의 경제 지표를 비롯해 주변 경쟁국과의 비교 가능한 수치를 알 수 있는 내용으로 구성해야 함. 투자자들이 중요하게 생각하는 세무, 법률 정보를 비롯해 인건비, 생활수준 등에 대해서 언급할 수 있는 지표의 압축이 필요함.

- 싱가포르 EDB 의 경우 각 산업별로 섹션을 구별하여 Fact Sheet을 정리, 산업에 관심이 있는 잠재 투자자들이 쉽고 빠르게 정보를 다운로드할 수 있도록 하고 있음. 국가에 대한 전체적인 소개 외에도, 산업별로 섹션을 구분하여 정보를 제공하는 Fact Book 제작 및 업데이트가 권장됨.

예 1) 국가IR Fact Book 제작 시 콘텐츠 구성안

1. 한국의 지정학적 위치 소개
2. 주요 경제 지표 및 동북아 주요 국가, 경쟁국가와 수치 비교
 - 웹사이트에서 소개되는 주요 경제지표의 절대 수치와는 달리, IR Fact Book 에는 투자자들에게 보다 실질적인 정보를 공격적으로 전달할 수 있도록 주요 경쟁국가와의 수치를 비교하는 정보 제공
 - 특히 세계 경제 포럼(World Economic Forum: WEF)이 선정한 국가경쟁력 순위에서 한국보다 앞서있는 주요 아시아지역(홍콩, 일본 등)과는 공격적인 비교 제안
3. 한국의 주요 산업 소개
4. 최근 5년간 FDI 추세 및 향후 전망
5. 외국인 투자 인센티브
6. 주요 산업별 한국 투자 성공 사례 소개
7. 한국 투자 시 고려사항: 인력, 세제, 법률 관련 정보 소개
8. 인베스트 코리아 소개 및 연락처

예 2) A 산업 Fact Book 제작 시 콘텐츠 구성안

1. A 산업에 대한 전체 개요
2. 한국 내 A 산업 규모 소개 및 해외 투자 현황 소개
3. 한국 정부의 A 산업 육성 전략 및 비전 및 투자혜택
4. A 산업투자에 성공한 해외 투자가 Case Study
5. 인베스트 코리아에 대한 소개 및 추가 정보관련 문의처

□ IR 대상지 선정 이후 해당국의 정치, 경제, 산업 선행 파악

- 국가IR을 진행하기 위해서는 참석자들의 성향 및 특성을 가장 먼저 파악해야 함. 정치, 경제, 산업 부분에서 가장 중요하게 다루어지는 현지 이슈를 IR 델리게이션 전원 공유해야 함.
- IR 대상 국가의 현재 가장 큰 이슈를 필두로 국가IR 콘텐츠를 작성해야 함.

라. 국내 IR 활동 강화

- 해외에서의 국가IR 활동 외에도 최근 비즈니스, 관광, 경유 등의 다양한 목적으로 한국을 방문하는 잠재 투자자들이 늘어나고 있음. 이에 한국에서 외국인들의 방문이 많은 주요 장소에 한국 투자를 장려하는 홍보물 게재 강화할 필요 있음.
- 잠재 투자자들에게 가장 많이 노출시킬 수 있는 공항, 공항철도, 공항 버스 리무진, 공항으로 진입하는 고속도로, 호텔 등에 투자 유치 홍보물을 게재하는 것이 필요함.

IV. 국가IR 모범 모델 제시

가. 국가IR 진행 시 고려사항

- ① 참석자 섭외: IR주최 기관은 해당국 관련 기관, 해당국 관련 공관, 해당국 기존 투자가, 주요 잠재 투자가 등의 일정을 확인해 초청하는 작업이 선행되어야 함.
- ② 장소: 상징성이 있고 교통이 편리한 곳으로 장소 지정. 투자유치 기관들은 국가IR을 위한 장소 선정에 있어서 1) 접근성, 2) 품격, 3)

상징성을 고려하고 있으며. 참가자들의 참석이 용이한 지역 선정 및 행사 지원을 많이 받을 수 있는 5성급 호텔이 무난함. 지원을 많이 받을 수 없는 특정 장소의 경우, 이벤트 대행사 선정하는 것이 원활한 국가IR 진행에 도움이 될 것임.

- ③ 국가IR 행사장 준비: 행사장의 경우, 배너와 안내판 정도를 준비할 수 있으며 홍보 효과 증진을 위해 발표 내용과 관련이 있는 한국 및 해당국 국기, 관련 사진, 관련 산업 및 프로젝트 사진 등을 비치할 수 있음. VIP 선물 및 참가 잠재 투자자에게 주는 선물 등도 해당 행사와 관련 있는 것으로 할 수 있음.
- ④ 일정: 국가IR의 경우 오전에 진행되는 것이 일반적이며, 오찬으로 마무리 되는 경우가 많으나 참가자들의 일정에 따라 오후 시간으로 변경, 디너 리셉션으로 마무리할 수도 있음. 참가 VIP 등의 일정에 맞추어 국가IR의 사전/사후 부대 이벤트 기획 시 효과적임. 이 경우, 해당국 주요 기관장 방문, 교포 단체장 및 교포 투자기업, 현 투자 기업 및 잠재 투자기업 방문, 해당 지역 주요 언론 간담회 및 인터뷰, 주요 문화 행사 진행 후원 및 참가 등이 고려될 수 있음.
- ⑤ 언론 홍보: 기자간담회 및 인터뷰는 전 국가IR 일정에 걸쳐 고려되어야 하며(대외비 성격을 띤 IR일 경우는 예외), IR 대상국 잠재 투자자의 투자 결정에 간접적 영향을 미칠 수 있는 주요 앵글의 기사 게재 필요. 대규모 기자간담회, 소규모 라운드 테이블, 일대일 인터뷰, 방송 출연 등의 기회 모색 필요.
- ⑥ 문화 행사: 주요 문화 행사 등의 진행은 국가IR과 함께 한국 문화 소개 행사를 해당국에서 진행할 수 있으며, 이로 인한 한국 경제 및 문화의 인지도 증가. 유관 사진전, 그림전, 관련 예술 문화 행사 주최 혹은 후원 참석이 좋은 사례임.
- ⑦ 대학 강연 등 기타 행사: 해당국 주요 대학 등을 방문해 지역 대학

생, MBA 학생들을 대상으로 한 강연을 통해, 향후 잠재투자가로 성장할 수 있는 학생들에게 한국에 대한 좋은 인식을 심어주는 것이 좋음. 이로 인한 언론 홍보의 기회 확보도 용이함.

나. 유형별 국가IR 모델 제안

□ 행사의 성격에 따른 국가IR 행사 포맷 설정

- 국가IR의 경우 목적, 규모, 행사 주최 및 참가 투자가에 따라 다양한 행사 포맷 개발 가능.
- 행사 포맷의 가이드라인 설정을 통해 금융자본 유치, 투자기업유치, 잠재 투자기업과의 MOU 진행 등의 다양한 목적 및 대규모 IR 로드쇼부터 일대일 기업 상담까지, 여러 규모의 행사를 일관성 있게 준비할 수 있음.
- 기본 국가IR 행사 포맷의 골격은 행사 주최 및 해당국가 담당기관 대표의 인사말, 한국 투자 소개 프레젠테이션 및 투자가 질의응답으로 구성함.

사례 1. 독일의 Hannover Fair 연계 IR

- 24)2012년 Hannover Fair (Hannover Messe)에 참석한 독일 투자청 (GTAI)이 에너지 시장과 관련 IR활동
- 독일 에너지 시장에 대한 투자 기회 관련 프레젠테이션 진행

Smart Grids Forum

- Date: Wednesday, April 25
- Time: 15:00 p.m. - 15:30 p.m.
- Topic: "The German Energy Market: Investment Opportunities in Germany"
- Presenter: Heiko Staubitz, Senior Manager, Renewable Energies & Resources, Germany Trade & Invest

24) <http://www.gtai.de/GTAI/Navigation/EN/invest.html>

Investment Lounge

- Date: Thursday, April 26
- Time: 16:00 p.m. - 17:00 p.m.
- Topic: "The German Energy Market: Investment Opportunities in Germany"
- Presenter: Heiko Staubitz, Senior Manager, Renewable Energies & Resources, Germany Trade & Invest

사례 2. MIPIM(부동산) 명예국가로 선정된 터키의 국가IR

- 참가자 273명, 기업체 118개
- 국가 파빌리온 설치. 정부기관, 관련기업들이 참여 할 예정이며 터키 내에서 진행되고 있는 부동산 프로젝트 소개
- 기조 연설자: 정부기관 투자 매니저, 터키 부동산 투자 자문회사 대표, 회계법인 대표, 호텔부동산 개발 및 인수 대표

첫째 날	시 간	내 용
오후	15:00 ~ 15:30	Turkey - Keynote address by a political leader
	16:00 ~ 16:30	Where Turkey is in Europe and the Middle East real estate universe - Outlook and alternatives
	17:00 ~ 17:30	Improving the investment climate in Turkey
	17:30 ~ 18:00	Cocktail
둘째 날	시 간	내 용
오전	10:00 ~ 10:30	Office investment market in Turkey: a rising star?
	11:00 ~ 11:30	Retail real estate in Turkey: a fast-growing market for international investors
	11:30 ~ 12:00	Middle Eastern investors attracted to the Turkish market: the effects of the Reciprocity Law
오후	15:00 ~ 15:30	Turkey - Keynote address by a political leader
	16:00 ~ 16:30	Housing investment market in Turkey: promising opportunities?
	17:00 ~ 17:30	Investors shuffle: Turkey and Russia
	17:30 ~ 18:00	Cocktail
셋째 날	시 간	내 용
오전	10:00 ~ 10:30	City branding: the Turkish experience

	11:00 ~ 11:30	Challenges ahead for building Istanbul as a financial center
	12:00 ~ 12:30	Urban renewal in Turkey: vision, projects and challenges
	12:30 ~ 13:00	Office investment market in Turkey - Perspectives for 2020
오후	15:00 ~ 15:30	Turkey - Keynote address by a political leader
	16:00 ~ 16:30	The effect of 2020 Istanbul Olympics on urban development
	17:00 ~ 17:30	Hotel developments and investments in Turkey: your major destination
	17:30 ~ 18:00	Cocktail

<우리나라 국가IR을 위한 재구성>

1) 부동산 산업 유관 대규모 박람회 참석 경우

첫째 날	시 간	내 용
오후	15:00 ~ 15:30	한국소개 - 고위급 정부인사
	16:00 ~ 16:30	지정학적 관점에서 본 한국 & 전반적 투자환경
	17:00 ~ 17:30	부동산 투자환경
	17:30 ~ 18:00	만찬회 1
둘째 날	시 간	내 용
오전	10:00 ~ 10:30	상업용(오피스 시장 중점) 투자환경 소개
	11:00 ~ 11:30	상업용(리테일 시장 중점) 투자환경 소개
	11:30 ~ 12:00	FTA, 경제자유지구 등 부동산 투자 관련 혜택 소개
오후	15:00 ~ 15:30	한국소개 2 - 고위급 정부인사
	16:00 ~ 16:30	거주용 투자환경 소개
	17:30 ~ 18:00	만찬회 2
셋째 날	시 간	내 용
오전	10:00 ~ 10:30	도시 브랜딩
	11:00 ~ 11:30	금융/경제자유 중심지로 향하는 도전 및 과제 (송도지구 사례 소개)
	12:00 ~ 13:00	국내 도시재정비 사업 소개 (비전, 프로젝트, 과제)

오후	15:00 ~ 15:30	한국소개 3 - 고위급 정부인사
	16:00 ~ 16:30	2018년 평창 동계올림픽과 도시개발
	17:00 ~ 17:30	상업용(호텔부동산 중점) 투자환경 소개
	17:30 ~ 18:00	만찬회 3

2) 대규모 해외 로드쇼의 경우

행사당일	시 간	내 용	비 고
오전	09:30 ~ 10:00	참가자 등록	참가자 데이터 등록
	10:00 ~ 10:05	개회사	주최기관의 대표
	10:05 ~ 10:10	환영사	해당국 파트너 기관의 대표
	10:10 ~ 10:15	환영사	해당국 공관장
	10:15 ~ 10:35	주요 한국 투자환경 및 전망 프레젠테이션	KOTRA(IK) 대표
	10:35 ~ 11:05	글로벌 투자 트렌드 및 산업 투자 전략 논의	패널토론 (투자 전략가, 금융 전문가, 주요 투자자)
	11:05 ~ 11:35	한국의 글로벌 시장에서의 기회 및 산업 투자 전략 논의	패널토론 (투자 전략가, 산업 전문가, 주요 한국 투자자)
	11:35~12:30	한국 대표 기업 IR	참여기업
오찬	12:30 ~ 14:00	네트워킹 오찬	주요 VIP 견배사
오후	14:00 ~ 17:00	참가업체별 1:1 상담회	일대일 상담회

3) 일반 투자 유치 IR 경우

구 분	시 간	내 용	비 고
사전준비	9:30-10:00	행사장 준비 및 리허설	
	10:00-10:25	VIP 도착 / 참가자 등록	VIP 룸에서 인사 및 대기 참가자 데이터 등록
본 행사	10:30-10:35	오프닝 멘트, 행사 일정안내	MC
	10:35-10:45	KOTRA 환영사 및 VIP소개	해당 지역 무역관 실무자
	10:45-10:55	주최기관장 인사말	주최기관

	10:55-11:05	해당국 파트너 기관장 인사말	해당국 파트너 기관장
	11:05-11:15	홍보영상물 상영	홍보영상물
	11:15-11:45	한국의 투자환경 소개	주최 기관 담당자
	11:45~12:00	질의응답	
	12:00-13:00	건배 제의 및 오찬	VIP 건배 제의
	13:00-13:05	마무리 인사 및 행사 정리	MC

4) MOU 체결의 경우

시 간	내 용	비 고
10:30-10:35	개회사	MC
10:35-10:40	환영 인사	주최기관 대표
10:40-10:45	환영 인사	KOTRA 사장 혹은 인베스트 코리아 대표
10:45-10:50	환영 인사	MOU 사인 기업 대표
10:50-11:00	홍보 비디오 상영	
11:00-11:20	관련 프로젝트 프레젠테이션	주최 기관 발표자
11:20-11:25	MOU 기업 회사소개 프레젠테이션	MOU 사인 기업 발표자
11:25-11:35	MOA 사인식 및 포토콜	주최기관/ KOTRA/ 기업
11:35-11:50	언론 질의응답	언론 초청의 경우
11:50-12:30	건배 제의 및 오찬	

5) 일대일 미팅의 경우

시간	내용	비고
10:30-10:40	환영 인사	주최기관 대표
10:40-10:50	환영 인사	KOTRA 사장 혹은 인베스트 코리아 대표
10:50-11:00	홍보 비디오 상영	
11:00-11:30	한국 투자 기회 관련 프로젝트 프레젠테이션	주최기관 발표자
11:30-12:00	질의 응답	
12:00-13:30	오찬	오찬 가능할 경우 진행

다. 국가IR 시 언론사 적극 활용

□ 해외에서 진행하는 국가IR에 현지 언론 행사를 함께 진행시 장점은

- 언론 행사가 없는 경우, 행사에 모인 일부의 참석자들에게만 한정된 정보를 제공할 수 있게 되나, 현지 언론과의 인터뷰 등의 일련의 미디어 보도 활동을 진행하게 되면 보다 넓은 고객들에게 IR 메시지를 전달할 수 있음.
- 현지 언론의 한국 투자 관련 뉴스 보도로 행사의 신뢰도가 상승할 뿐 아니라, 참석자들에게는 메시지를 강화할 수 있는 좋은 기회로 활용 가능. 이에 국가IR 행사시에는 언론 행사를 필수적으로 진행해야 함.

□ 해외 국가IR 준비 단계

IR 목적 및 커뮤니케이션 목적 결정	해외 국가IR과 함께 언론 행사를 준비하기 위해 가장 기본적으로 해야 할 업무는 이번 국가IR 행사의 목적을 분명히 하는 것임. 성취해야 할 목적을 정하면 이를 위해 해당국가의 언론에 어떤 식으로 이야기할 지에 대한 커뮤니케이션 목적을 결정할 수 있음.
기본 행사 개요 파악	비즈니스 목적에 대한 결정과 동시에 진행되어야 할 사항은 기본적인 행사개요 파악임. 행사의 정확한 일정, 참가하는 VIP의 직급, 인터뷰 가능한 VIP의 해당국가에서의 일정에 대한 정보가 미리 확보되어야 함.
여유 있는 언론 홍보 계획 수립	언론 홍보를 빈틈없이 준비하기 위해서는 IR 목적 및 일정 결정이 미리 이루어지는 것이 필수임. 일반적으로 두 달 정도의 여유를 두고 홍보 계획을 수립하는 것이 좋음.
언론 행사 종류 및 매체 선정	언론 행사의 주빈이 될 참가자가 결정되고, 관련 비즈니스 목표 및 커뮤니케이션 목표를 결정하면 언론 행사의 종류, 선정할 매체를 선정할 수 있음. 발표할 주제가 해당국의 언론이 관심을 가질만한 해당국의 경제, 사회, 문화 등과 밀접한 관련이 되는 큰 사안일 경우, 대규모 기자회견을 할 수 있음. 이보다 중요도가 떨어지는 경우에는 그 산업을 담당하는 주요 기자들을 모아 기자간담회를 진행할 수 있으며, 보다 깊이 있는 기사를 요구할 때는 일대일 인터뷰를 진행하는 것이

	바람직함. 언론 행사를 별도로 하지 않고 전체 IR 행사에 언론도 함께 초청하여 Q&A만 별도로 진행하는 것도 가능.
언론 행사 장소 선정	언론 행사를 별도로 할 경우는 국가IR 이벤트가 진행되는 호텔의 다른 룸을 예약하여 VIP의 동선을 줄이는 것이 좋음. 그 호텔의 위치가 시내에 있고, 대중교통을 편리하게 이용할 수 있어야 함.
	국내에서 진행하는 IR의 경우 한국 및 각 지역 혹은 전략 산업과 연관이 있는 장소에서 진행할 수 있음.
	행사 장소의 경우 간단하게 배너를 준비할 것인지, 아니면 다양한 이미지 등으로 전시를 함께 준비할 것인지에 대해 결정 후 진행.
매체의 선정	언론은 신문, 경제잡지, 온라인, 통신사, TV 등을 초청하는 것이 좋으며, 해당 IR에서 강조하고 싶은 분야가 있을 경우 관련 업계 매체를 초청해야 함. 행사의 내용에 따라 TV 방송이 커버하기에 좋은 장면이 나올 수 있는 경우, 현지 영상 미디어 매체에 연락하는 것이 좋음.
미디어 리스트 개발	행사 규모 및 매체의 종류가 정해진 뒤에는, 참석 매체 리스트를 확보해야 함. 대규모 기자회견의 경우, 많은 매체를 연락하여 관련 담당 기자의 이메일, 연락처 등을 찾아 미디어 리스트를 개발.
초청장 작성 및 배포 / RSVP	미디어 리스트 개발 후, 관련 행사의 언론 초청장을 작성. 이미 조직된 국가IR에 언론을 추가로 초청할 경우, 행사 초청장을 이메일로 전송해도 무관함. 초청장을 이메일로 발송한 후에는 전화 연락을 하여 참석 여부를 확인해야 함. 언론은 항시 스케줄의 변동이 있으므로, 행사 당일까지 최소 3번 이상의 전화 통화 및 스케줄 확인은 필수적임.
주요 언론 관리	초청 매체 중 꼭 초청하고자 하는 매체를 선정하여 지속적으로 친밀한 커뮤니케이션을 하는 한편, 보다 많은 정보를 제공하여 기자의 흥미를 지속시키는 것이 중요.
키 메시지 준비	국가IR에서 가장 중요한 것은 키 메시지를 잘 전달하는 것임. 언론과 접촉 시에도 어떤 이야기를 할 것인지를 미리 준비해야 함. 키 메시지는 국가IR 현장에서 발표될 내용 중 언론에 보도되어 많은 고객들이 보길 원하는 내용을 메시지화한 것임. 메시지는 항상 관련 증거자료와 함께 이야기하면 좋은 효과를 볼 수 있음.
프레스 킷 준비	다음으로, ‘프레스 킷’을 준비해야 함. ‘프레스 킷’이란 관련 행사의 정보를 언론이 참조할 수 있게 만든 자료임. 예를 들어 해당 국가 IR의 개요, 보도 자료, 인터뷰 할 VIP의 이력 사항, 한국 경제 관련 정보를 담아 기자들이 기사 작성할 때 기본적으로 참조할 수

	있게 자료를 만들어 미리 혹은 행사에서 제공함. 언론을 위해 선물을 별도로 준비하는 것도 좋은 방법임.
브리핑 팩 준비	언론 초청이 어느 정도 진행된 후에는 인터뷰를 할 VIP가 참조할 수 있는 ‘브리핑 팩’을 준비해야 함. 인터뷰할 때 전달할 키 메시지, 기자들의 예상 질문과 이에 대한 모범 답안을 준비하여 VIP에게 언론 인터뷰 전 전달하고 미리 브리핑 세션을 갖는 것이 좋음.

□ 기자간담회 진행 시 예상 행사 순서

시 간	내 용	비 고
10:30-10:35	개회사	MC
10:35-10:45	환영 인사	주최기관 대표 / 인베스트 코리아 대표
10:45-11:00	홍보 비디오 상영	
11:00-11:20	관련 프로젝트 프레젠테이션	주최기관 발표자
11:20-11:25	해당국 파트너 기업 프로젝트 프레젠테이션	해당국 관련 프로젝트 파트너 기업이 있을 경우
11:25-11:50	언론 질의응답	
11:50-12:30	오찬	기자와 식사 하면서 지속적으로 프로젝트 홍보

□ 기자 간담회 진행 시 고려 사항

- **언론 등록 데스크 및 언론 편의 사항:** 언론 행사를 따로 하지 않고 IR 행사에 함께 진행할 경우, 언론 등록 데스크를 따로 마련하여 어떤 언론사가 참석했는지 파악하는 것이 좋으며, 기자가 편히 앉아서 기사를 작성할 수 있는 테이블을 별도로 지정하는 것이 필요함. 언론사 전용 테이블은 행사 전체를 보기 좋은 앞자리로 지정하는 경우가 많음. 노트북 사용이 용이하도록 콘센트 가까이 테이블을 준비하는 것이 좋으며, 무선 인터넷 서비스를 사용할 수 있도록 미리 조치해 놓아야 함.
- **즉석 언론 인터뷰 지원:** 언론이 미리 인터뷰를 신청하지 않았더라도 현장에서 발표하고 나오는 VIP에게 기습적으로 질문을 할 수 있으므로, 항상 언론과 VIP의 동선을 확인하여 필요 시 인터뷰가 원활히

진행될 수 있도록 지원해야 함.

- 키 메시지 숙지: VIP가 미리 예상 질문과 가능한 답변에 대해 숙지할 수 있도록 건의해야 하며, 모르는 질문이 나올 경우 체크해서 차후 답변을 주겠다는 방식으로 언론과 커뮤니케이션 하는 것이 자연스러움. 기사화 될 경우 문제가 될 수 있는 답변은 피하고, 그날 준비한 키 메시지를 언론에게 항상 전달하도록 함.

□ 언론 행사 마무리

- 보도 자료를 준비하여 기존 참가 언론 이외의 언론에게도 제공하여 매체 보도 양을 증가시키는 것이 좋음.
- 행사 참석 언론 및 기사 작성 언론에게 감사의 이메일을 보내고 앞으로도 지속적으로 좋은 관계를 맺을 수 있도록 관리. 한국에 돌아가셔도 꾸준히 관련 뉴스 등을 업데이트하여 새로운 연관 기사가 나올 수 있는 기반을 마련해야 함.

□ 유가 기사 진행

- 확실한 매체 기사 게재를 보장하기 위해 유가 기획 기사를 진행할 수 있음. 각 주요 매체에 ‘Advertorial’ 혹은 ‘Advertisement’로 명기되는 면이 있는데, 이 면은 유가로 그 매체의 광고 담당 직원을 연락하여 진행할 수 있음. 매체의 수준에 따라 가격의 차이가 큼.
- 해당 지면의 디자인과 기사 분량 등을 사전에 확인하여 기사를 작성하고, 면을 디자인하여 그 매체 담당자에게 발송하면 매체는 관련 지면을 할애함. 광고성 기사이므로 관련 지면의 폰트 및 디자인이 전체 지면의 디자인 등이 달라지는 경우가 많음.
- 유가 기사 역시 광고와 마찬가지로 몇 달 이전에 연락 및 가격 협상

후 진행해야 하므로, IR 일정과 맞물려 미리 진행.

□ 한국에서 외신 연락하기

- 꼭 해외 IR이 아니더라도 국내에서 외신을 연락할 수 있음. 국내에는 다양한 외신이 특파원이 주재 중이므로, 이들과의 정기적인 연락을 진행할 수 있음.
- 국내에 주재 중인 외신은 통신사, 신문사, 방송사 등 다양함. Wire라고 부르는 통신사는 Reuter, Dowjones, Bloomberg, AP, AFP, 지지통신, 신화사 등이 있고, 신문사로는 주요 매체인 Wall Street Journal, Financial Times, International Herald Tribune (New York Times), Economist, 방송국으로는 CNN, BBC 등이 있음.
- 한국 주재 외신들은 주로 북한, 한국의 사회, 경제적인 분야에 관심이 많아 IR 자체에는 많은 관심을 보이지 않을 수도 있음. 이를 극복하기 위해, 그 매체가 속한 국가와 한국의 주요 IR 관련 투자 사례 및 투자환경의 변화(예를 들어 FTA) 등을 주제로 앵글을 개발하는 것이 좋음. 또한 지속적인 언론 관계 유지를 위해 업데이트를 제공하고, 기자들의 관심사가 무엇인지를 상시 파악하는 것이 중요함.
- 외신들에게는 주요 보도자료 배포 및 기획기사 앵글 개발 및 제공, 주요 인사 인터뷰 진행 등을 고려해 볼 수 있음.

□ 국가IR 프레젠테이션 내용 정리

- 현재 인베스트 코리아에서 진행 중인 스토리 텔링 기법의 프리젠테이션은 앞으로도 권장할 만함. IR 전체를 아우를 수 있는 하나의 주제를 선정해, PREZI와 같은 새로운 기술을 활용하고 있어 참신한 국가 이미지 제고에 도움이 됨.

- 그러나 내용 중 투자가의 시각에서 볼 때 부정적 인상을 줄 수 있는 콘텐츠에 대해서는 고민이 필요함. 예를 들어 한국의 경제 상황을 설명하는 자료에 한국전쟁부터 한국 경제가 어려움을 겪고 커온 상황이 너무 자세하게 다뤄져 있다는 평가가 있음. 투자가들에게는 현재 한국 경제상황과 앞으로 어떤 전망과 비전이 있는가가 중요하므로, 전쟁 및 폐허 등의 내용의 프레젠테이션 보다는 현재 한국 경제상황을 통계 및 숫자 또는 다른 국가와의 비교로 간단명료하게 보여주는 것이 좋음. 다만, 6·25전쟁 당시 우리를 지원해 줬던 국가 대상 IR 시에는 이러한 내용을 포함하면서 과거의 인연과 고마움에 대해 이야기하면 부드러운 이야기 전개가 가능해 상황에 따른 선별이 필요함.
- 우리나라의 Infrastructure 및 경쟁력 관련 콘텐츠를 다룰 때에는 주변 경쟁국과의 비교가 더 강조될 필요가 있음. 주변국 비교(peer group analysis)는 투자혜택 부문에서도 역시 비교 우위를 보여줄 수 있어 향후 관련 콘텐츠 강화를 권장함.
- 성공한 투자가들이 어떻게 한국에서 투자에 성공했고 한국정부가 어떻게 도와줬는지에 대한 인터뷰를 비디오로 만들어 상영하면, 직접적인 증거 자료로서의 역할을 할 수 있어 유용함.
- 동영상 및 사진 자료 사용 시 IR 대상국가의 문화적 고려가 필요함. 중동 국가 대상 IR의 경우, 여성 노출 콘텐츠는 절대 삼가야 하는 등, 각 국가의 비즈니스 매너를 숙지해 작은 부분에서 실수가 없도록 주의해야 함.

5. 효과적 투자유치를 위한 향후 국가IR 연구 과제

가. 범정부적 국가IR 기조 통일 및 국가브랜드 파워의 기초 수립

□ 국가IR 시 일관된 기저 메시지 확립

- 25)대한민국 국가 브랜드 전략을 총괄하는 국가브랜드위원회 웹사이트에 따르면 대한민국의 비전과 실행전략을 다음과 같이 정의

국가 비전	신뢰받고 품격 있는 대한민국
실행 전략	국제사회 기여확대: ‘신뢰받고 품격 있는 대한민국’으로 나아가기 위해 국제사회의 책임 있는 일원이자 따뜻한 동반자로서의 역할 지속 확대 필요
	문화자산의 가치 확산: 경제 발전 국가의 이미지에 덧붙여 우리문화에 대한 가치의 공유와 확산이 중요
	글로벌 소통 강화: G20 서울 정상회의를 계기로 개선되고 있는 한국에 대한 인지도와 호감도를 바탕으로 글로벌 사회와의 소통을 강화
	범국민 역량 통합: 국가브랜드에 대한 높아진 자긍심을 바탕으로 시민들의 적극적인 참여를 유도하고 부문별 브랜드 역량 강화를 지원
핵심 가치	나눔, 화합, 배려, 소통, 존중

- 대한민국 국가 브랜드의 기본 실천 전략을 이해하고, 이를 바탕으로 IR 자료 개발에 활용해야 함
- 키 메시지는 행사의 주요 고객들에게 꼭 인식시키고 싶은 메시지로 구성. 키 메시지는 전체 ‘지붕 메시지’로 가장 중요하면서 전체 메시지를 아우를 수 있는 메시지를 만들고 ‘기둥 메시지’ 보다 자세한 메시지를 전달. 기둥 메시지는 세 개에서 네 개 정도로 구성하여 기억하기 쉽게 해야 함. 각 기둥메시지는 각각의 사례로 뒷받침하여 듣는 청자가 객관적이라고 생각할 수 있어야 함. <표 1>에서 보는 바와 같이 국가IR 메시지를 정리할 수 있으며, 이와 같은 방법으로 IR을 진행할 때마다 메시지를 재구성하는 것이 필요함.

나. 중앙부처·지자체 등 유관 기관과 협력 관계 강화

- 현재 우리나라는 각 중앙부처별, 지자체별, 유관 공기업별 국가IR을

25) <http://www.koreabrand.go.kr>

지붕 메시지	<p>21세기 최대 성장 시장인 아시아 태평양 지역의 경제문화 선도국인 한국은, 전통 제조업에서 첨단 산업에 이르는 넓은 산업 스펙트럼과 FTA로 넓어진 글로벌 시장을 제공하여, 외국 투자자들의 성공적인 투자를 지원한다.</p>		
기둥 메시지	<p>넓은 시장, 다양한 비즈니스 기회</p> <p>FTA 강국으로 아시아와 미국 및 유럽을 아우르는 강력한 시장과 연결, 다양한 비즈니스의 기회가 있음</p>	<p>최고의 비즈니스 효율성 제공</p> <p>IT, 제조업 기술, 뛰어난 인력, 효율적이고 투명한 사회기반 시설로 최적화된 비즈니스 인프라 구축</p>	<p>편리한 투자, 쾌적한 생활</p> <p>외국인 투자가 용이하며, 수도인 서울을 비롯해 문화, 교육, 의료, 건강, 스포츠 여건이 잘 갖추어짐</p>
증거 자료	<ul style="list-style-type: none"> - 한국과 FTA를 체결한 국가의 GDP의 합은 전 세계 전체 GDP의 61%²⁶⁾로, 세계 주요 시장 대상의 비즈니스가 용이함 - 한국의 신용 등급이 높음 (Fitch社 한국 신용등급에 AA-부여) - 1인당 명목 GDP 2만천불, 전체 명목 GDP 1조2천억 달러 - 무역 규모 1조 달러 	<ul style="list-style-type: none"> - 4세대 이동통신 LTE 세계 1위 - ITU 발표 IT 기술 분야 1위, IMD 발표 과학 기술 부분 세계 5위, GE 발표 세계 5위 혁신 선도국, 블룸버그 혁신지구 전 세계 2위 - 세계 2위 브로드밴드 활용 국가 - 공항, 철도 등 뛰어난 사회 기초 물류 인프라 	<ul style="list-style-type: none"> - WB의 'Ease of Doing Business' 지수에 따르면 한국이 세계 8위 - 외국인 투자를 보호하기 위한 외국인 투자촉진법 및 외국인 투자의 편의성을 고려한 입지 지원, 현금 지원 제도 보유 - 서울 및 주요 도시의 외국인 편의 운영

〈표 1〉 키 메시지 구성 방법

경쟁적으로 개최하려는 양상을 띠. 산발적으로 IR이 진행됨으로써 對투자가 메시지가 통일되지 못한다는 단점이 있음.

- 우리나라 정부를 대표하는 한국문화원, 대사관, 무역관이 3자 협력 관계를 구축한다면 국가IR에 좀 더 실질적인 방안 수립이 가능함.

26) 2013년2월, 발효된 FTA 기준

- 부처 간 IR협의체를 강화하고 관련 업데이트 미팅을 진행하여 서로 준비하고 있는 행사 및 관련 협력 방안에 대해 논의하는 자리를 가져야 함. 자주 논의를 할 수 없는 현실적인 상황을 고려, 분기에 한번 씩 이번 분기와 다음 분기 IR 계획에 대한 정보 교환을 정기적으로 하는 환경 구축이 필요함.

다. 지역별, 산업별, 목적별 국가IR 전략 체계화

- IR 대상 지역별로 비즈니스 문화, 경제/사회적 여건, 투자 유치 관심 산업, 한국과의 관계 등의 사정이 상이하므로 이를 고려한 국가IR 매뉴얼 수립이 필요함.
- 장기적인 안목을 가지고 투자 대상지로서의 우리나라의 매력을 강조하고, 한국 투자 정책 및 투자 여건에 대해 사실에 기초한 정보 전달을 정확히 하고자 노력해야 함. 이에 지역별, 산업별, 목적별로 나누는 테이블 형식의 IR 매뉴얼을 국가 차원에서 반드시 수립해야할 것임.

KOTRA자료 13-006

국가IR 개선 방안 연구

발행인	오영호
발행처	KOTRA
발행일	2013년 2월
주소	서울시 서초구 현릉로 13 (우 137-749)
	☎ 02-3460-7114 (대표)
웹사이트	www.kotra.or.kr

Copyright © 2013 by kotra. All right reserved.

이 책의 저작권은 kotra에 있습니다.

저작권법에 의해 한국 내에서 보호를 받는 저작물이므로 무단전재와 무단복제를 금합니다.