

spielwarenmesse 



**JOIN THE
BIGGEST
TOY COMMUNITY
WORLDWIDE**

NÜRNBERG, 2 – 6 FEB 2027

한국의 완구 현황 (2025-2026)
KOREA TOY INDUSTRY COOPERATIVE (KTIC)

저출산 시대, 키덜트 시장과 IP
중심으로 재편되는 국내 완구산업

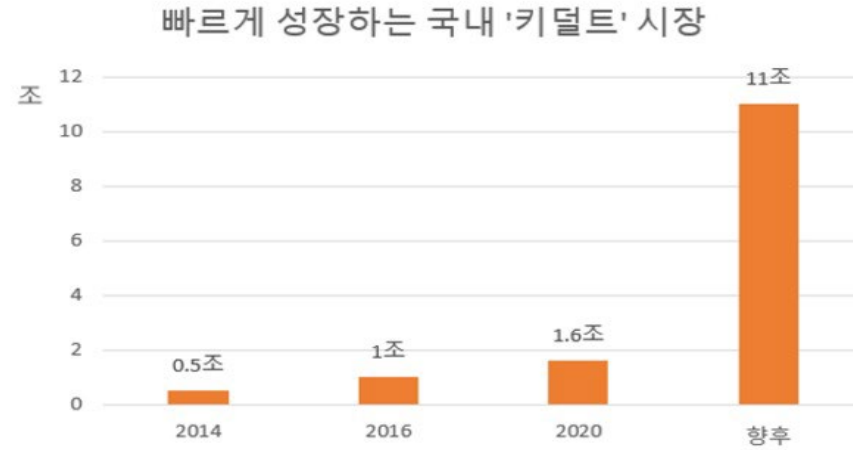
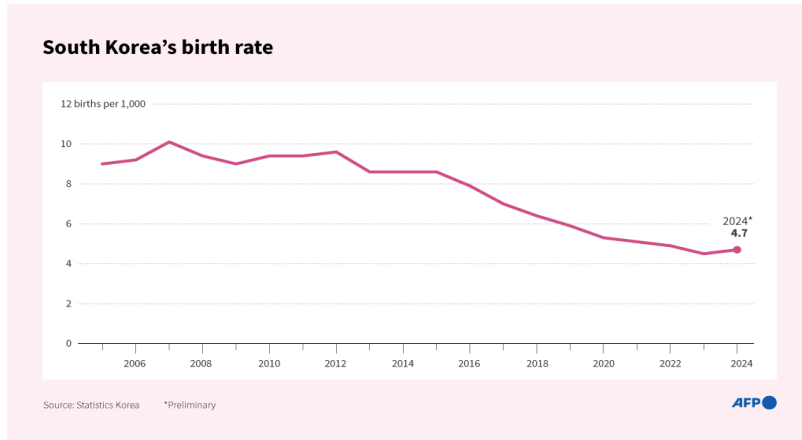
KBIZ 한국완구공업협동조합 **TOY**
KOREA TOY INDUSTRY COOPERATIVE

시장 개요



- 저출산 → 아동시장 둔화
- 키덜트 시장 확대 IP 중심
- 소비 온라인·라이브커머스 성장

주요 소비자 트렌드



- 국내 출생아 수 변화
- 키덜트 시장 성장
- 캐릭터/IP 시장 비중

콘텐츠 IP의 중요성 확대



- 애니메이션·게임·웹툰·OTT 기반 캐릭터 상품 성장
- 라이선스 상품 판매 증가 콘텐츠와 완구의 경계 약화
- 강력한 IP 확보가 기업 경쟁력의 핵심

키덜트 시장 성장



- 인구 감소에도 불구하고 시장은 안정세 유지
- 키덜트(Kidult) 시장이 장기적 지속가능성 뒷받침
- 정서적 가치 및 수집 중심의 소비 성향
- 한정판·협업 제품 인기, 팬덤 POP-UP 매장 성황

환경 규제 (2026)- ESG 경영 대응 본격화



- 2026년부터 완구제품(전기류 •비전기류) 재활용 의무화 시행
- 소규모 제조·수입업체는 의무 대상에서 제외
- **전기류완구는 환경성보장제도, 비전기류완구는 생산자책임재활용제도로 재활용 촉진**

글로벌 시장 확대



- 국내 시장 성장 한계 대응-수출 및 해외 라이선싱 확대
- 주요 진출 시장-동남아시아 , 북미, 유럽
- 성장 전략-• 글로벌 IP 협업 강화, 해외 전시회 및 B2B 비즈니스 확대

향후 전망



- IP 경쟁력, 키덜트 시장 성장
- AI 스마트토이
- ESG 경영
- 글로벌 시장 확대



THANK YOU!

spielwarenmesse 



**JOIN THE
BIGGEST
TOY COMMUNITY
WORLDWIDE**

NÜRNBERG, 2 – 6 FEB 2027

왜 Spielwarenmesse는 본 업계에
반드시 필요한 행사일까요?





폭넓은 전시 출품군



2,313개

참가업체



68개국

참가국



82%

해외 참가업체 비중





beleduc



Folat

Funrise

Funko

märklin



HABA



Jazwares



Moulin Roty

PartyDeco



robies



Silverlit

SIMBA · DICKIE · GROUP

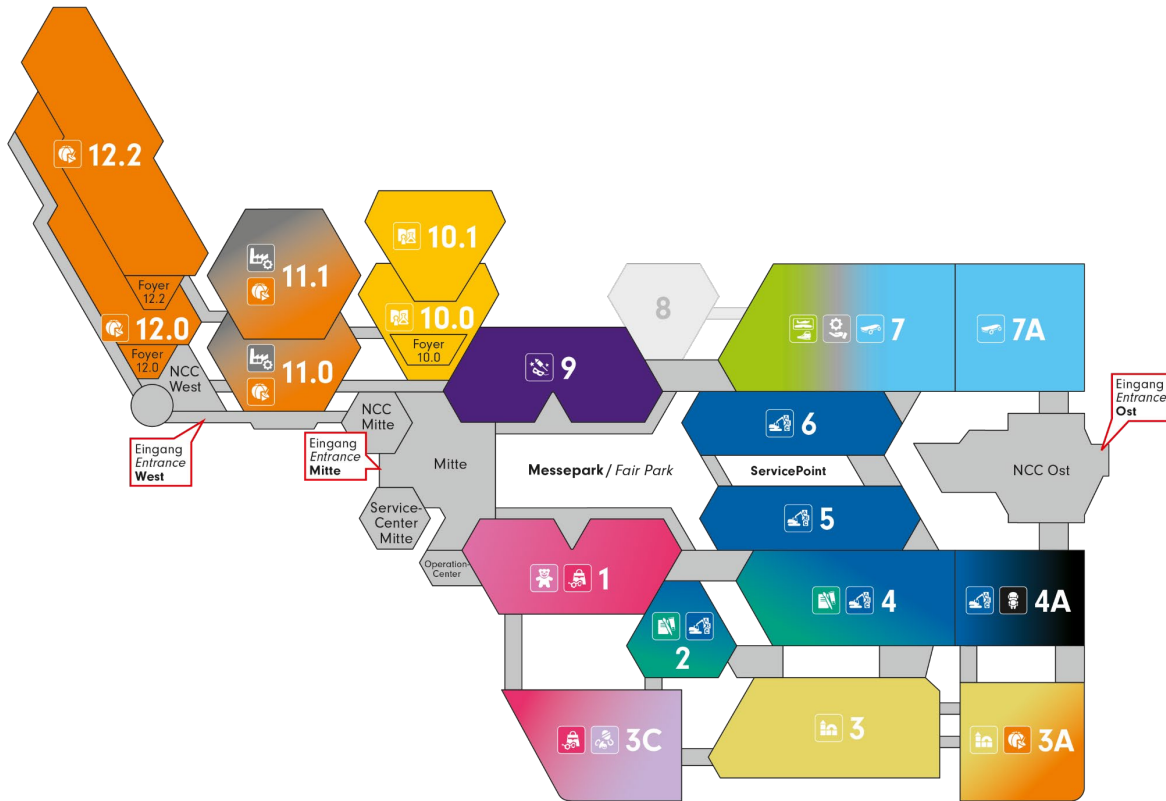


TOMY



글로벌 대표 브랜드가
한데 모이는 곳

14개 세부 출품군 – 무한한 비즈니스 기회



라이프스타일 제품



모형 제작과 모형 철도



인형 및 봉제완구



스포츠, 레저, 아웃도어



영유아 용품



축제용품, 카니발, 불꽃놀이



목재 완구 및 지속가능 소재 완구



게임, 도서, 학습 및 실험



학용품, 문구류, 크리에이티브 디자인



멀티 제품군



기술완구, 교육완구, 액션완구



유통 및 산업 서비스



전자완구

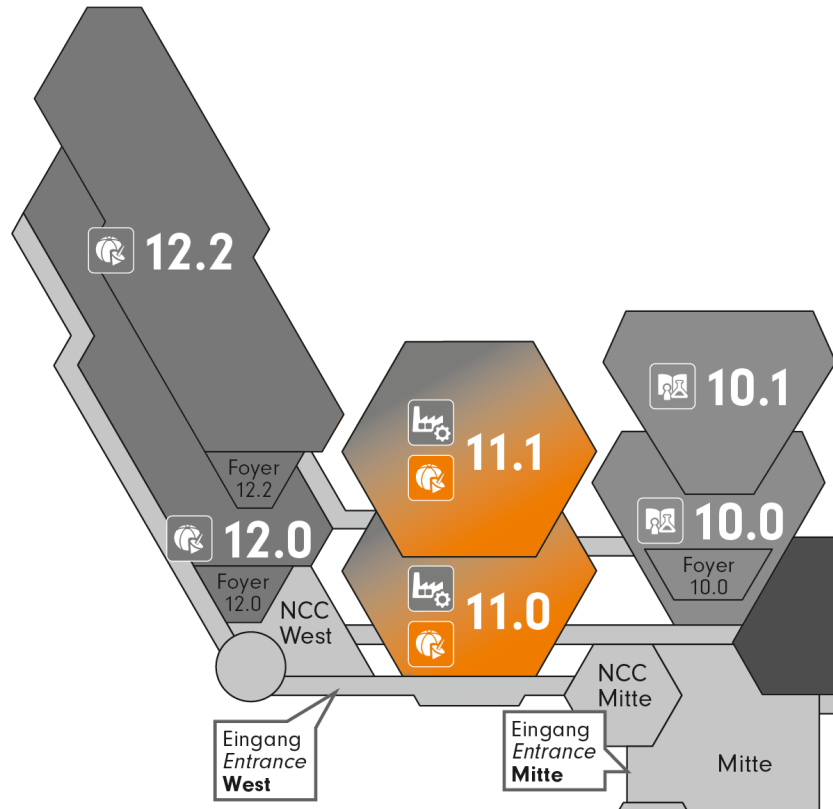


제조 서비스

NEW

제조 서비스

NEW



제품 개발 및 디자인

원자재 및 부품 공급업체

제조 공정 솔루션 제공업체
(목재, 금속·플라스틱 가공,
전자, 섬유 및 봉제완구 제조
등)





58,941명

방문객



123개국

방문국



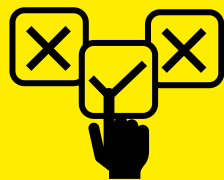
66%

해외 방문객 비중



상위 10개 방문국

독일
이탈리아
중국
영국
네덜란드
프랑스
스페인
폴란드
미국
오스트리아



의사결정권자 비율 89%



상위 5개 방문객 그룹

전문점 및 리테일 체인
도매 및 무역업
온라인 유통
슈퍼마켓 및 할인점
백화점



영감을 주는 혁신

TOY
TRENDS

• TREND IN FOCUS •

ADAPTIVE LEARNING
INTERACTIVE PLAY
AI EDUCATION
SCREEN FREE AI

TOY
TRENDS

HALL
3C

LIFE
STYLE

BABY
& INFANT

Floor Plan

키덜트(Kidults), 막대한 시장 잠재력



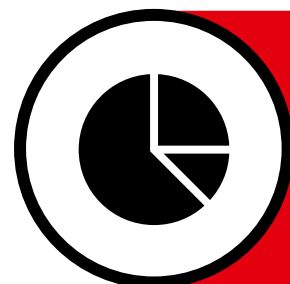
€5.7 bn

12세 이상 소비자의 완구 지출
규모(EU5* 2025)



+14%

성장률
(EU5* 2025)



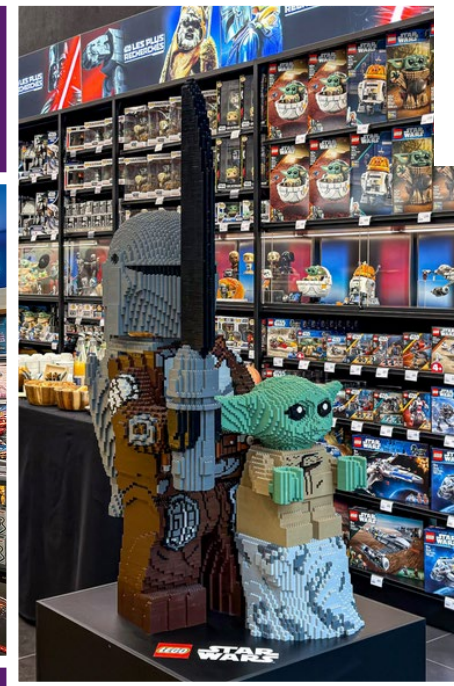
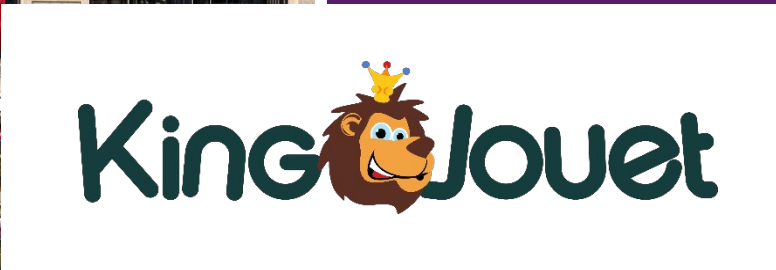
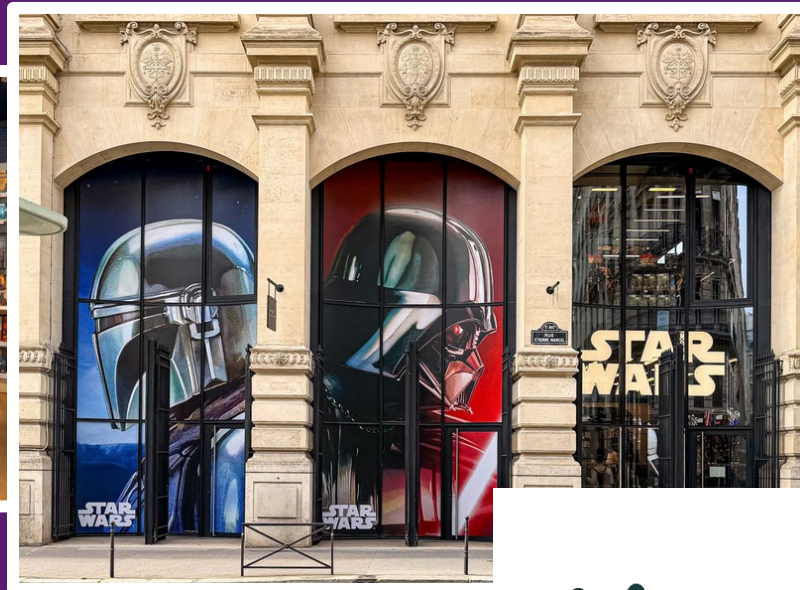
32%

EU5* 국가,
전체 완구 판매의 32% 차지

자료 출처: Circana

*프랑스, 독일, 이탈리아, 스페인, 영국

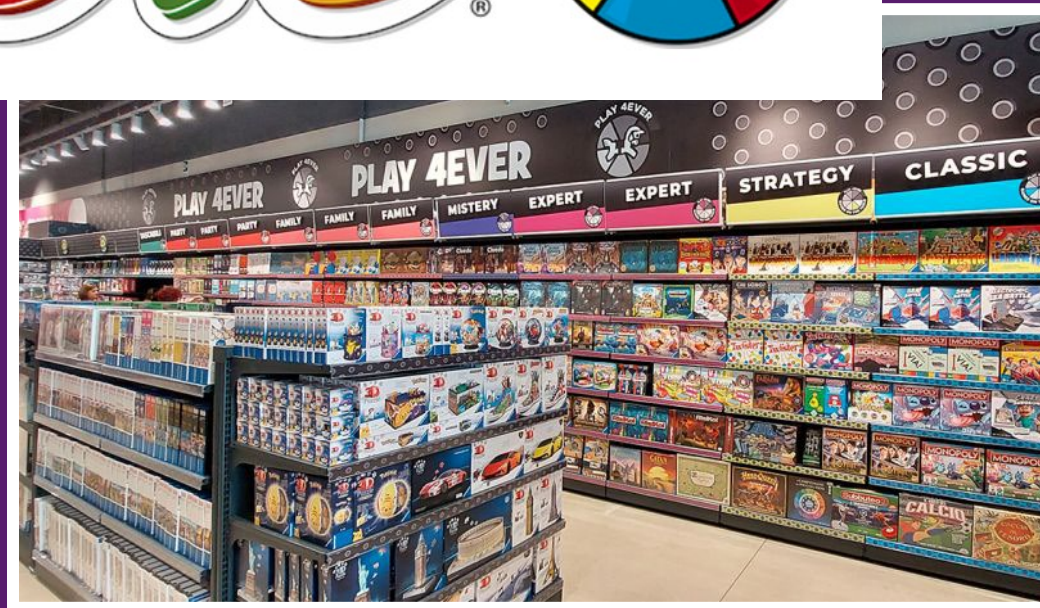




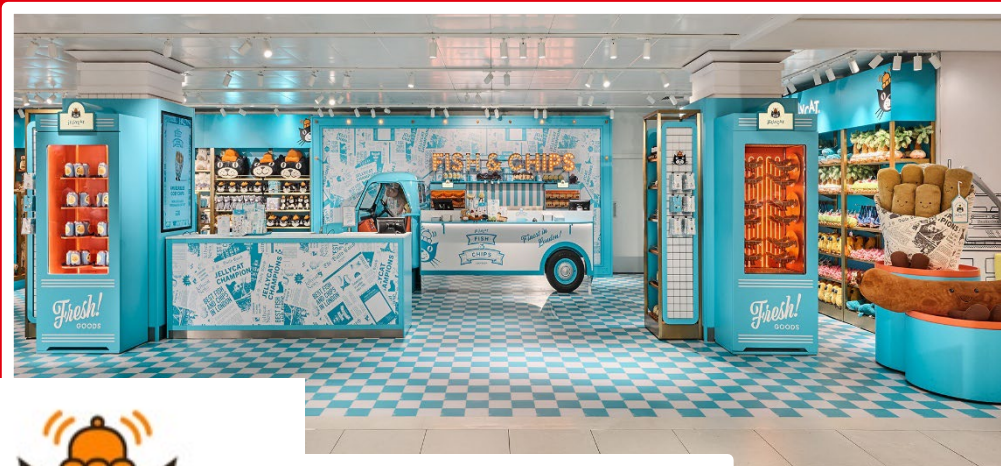
 프랑스



스페인



이탈리아



영국



런던



상하이



POP MART



방콕



성인 완구 애호가를 위한 실제 제품 시연

‘수집품’, ‘보드게임’부터 ‘크리에이티브 판타지’까지

협력

Ultra Comix

SPIEL
Essen



TOYS
FOR
KIDULTS



Entrance Mitte



미래 시장을 선도할
상품 구성의 핵심 트렌드
10개국 12인의 트렌드 전문가가
전하는 인사이트



10월 6일 발표



Entrance Mitte



100개 이상의 신제품을 한자리에서

친환경 컬렉션:

지속가능한 제품 혁신을 한눈에

 **NEW**
PRODUCTGALLERY



전 세계 신진 인재들이 선보이는
혁신적인 제품과 창의적인 놀이
아이디어

 **STARTUP**
AREA



Hall 3A



시장 잠재력이 뛰어난 우수 신제품

유통업계를 위한 실질 가이드

영유아, 미취학 아동, 학령기 아동, 청소년 및 성인,
스타트업, 지속 가능성

9월 참가 등록 시작



Hall 3A



스포츠, 레저, 아웃도어 부문의 최신 트렌드

400m² 규모의 체험 공간에서
신제품을 직접 체험하고 테스트하세요



Hall 7A





INTERNATIONALE
SPIELEERFINDERMESSE
Game Inventors Convention

미래 신규 론칭 게임을
직접 선보이고 만나보세요

협력  **PUBBLO** NEW

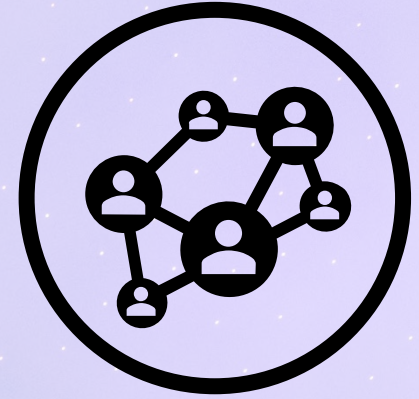
156개 참가사*

22개국*

*2026년 기준



2027년 2월 5일 (금)



몰입형 네트워킹 경험



powered by BRANDmania

글로벌 라이선싱
업계를 위한 네트워킹
공간

5,300+

라이선싱에 관심이 높은
주요 참관객



Foyer Entrance West





편안한 분위기 속에서 즐기는
소통과 교류

최신 이슈를 다루는 자유로운
세션

키덜트 & 팬덤, 스타트업,
유통·산업계의 AI 도입,
혁신적인 제품 구성 아이디어



Hall 2



TOY NIGHT



2027년 2월 2일(화)

Red Night



2027년 2월 4일(목)





최신 완구 시장 인사이트





TOY BUSINESS FORUM

토이 피치(ToyPitches), 라이브 방송,
전문가 패널 토론 및 미래 트렌드
발표

유통 및 업계 트렌드, AI와
지속가능성, 그리고 키덜트까지



Hall 3A



LICENSE TALKS 2027

 LICENSING
INTERNATIONAL

 LM
LICENSING
MAGAZINE

 BRAND
MANIA

최신 트렌드에 대한 흥미로운
인사이트와 가치 있는 전문 지식
연사들과의 활발한 토론 및
직접적인 교류



LicenseLounge,
Foyer Entrance West



놀이(play)의 문화적,
교육적, 경제적 가치 중심
세션

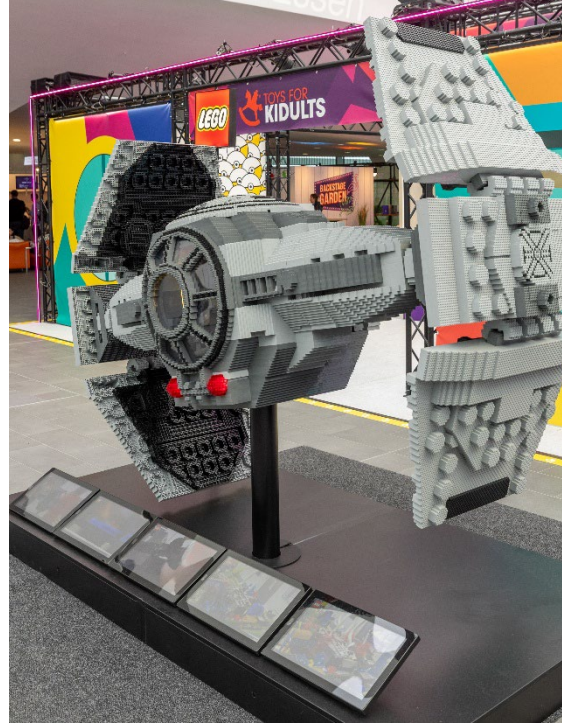
글로벌 전문가들이 전하는
실질적인 인사이트



 2027년 2월 3일(수)



서비스



참가업체 홍보 확대

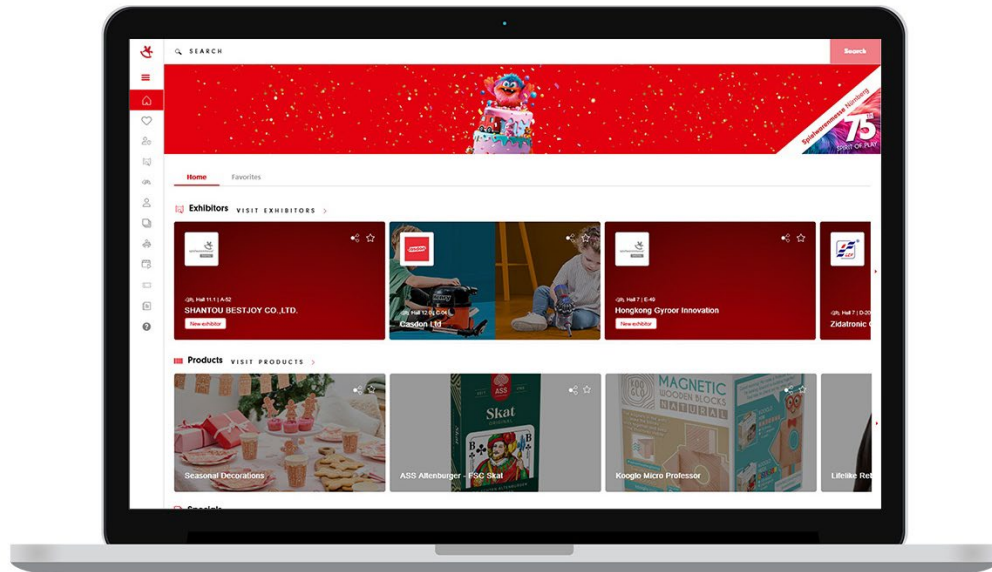
추가 제품 노출 기회:
Spielwarenmesse 특별 기획전

무료 고객 초청장 및
종합 홍보 자료 제공

'Spielwarenmesse Digital' 내
기업 프로필 제공

박람회 현장 및 디지털 광고 지원

언론 홍보 서비스



미디어 관계자를 위한 지원



놓치지 마세요!

1월 28일 메인 기자회견

'ToyPitch', 'TrendTour'와 함께하는
PressDay와 참가업체 프로그램



정보 안내

'What's New' 가이드

프레스 박스(Press boxes)





운영 시간

화요일-금요일

09:00-17:00

토요일

09:00-14:00

NEW





티켓 및 참가 등록



11월 4일부터



온라인 구매 가능



SPIELWARENMESSE  GROUP

전 세계 완구 산업을 연결하는
최대 규모 네트워크



세계 최대 규모의 보드게임 소비자 박람회

948개 참가업체

220,000명 방문객*

**2025년 기준*

참가업체 부스에서 직접 구매 가능



2026년 10월 22~25일, Essen

BR/ND M/NIA

라이선싱, 브랜드 및 협업을 위한
최대 규모의 B2B 네트워킹 행사
약 1,000명 참가*

**2026년 기준*

엔터테인먼트, 패션, 식품, 게임,
미디어, 출판, 완구, 스포츠



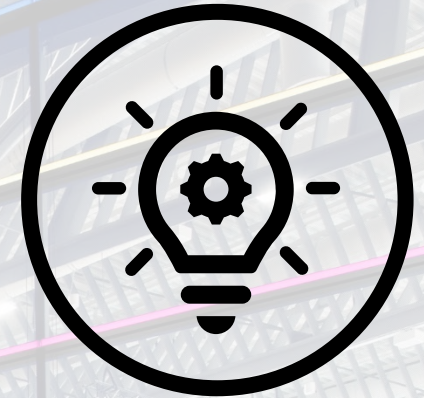
2027년 6월 23~24일, Essen





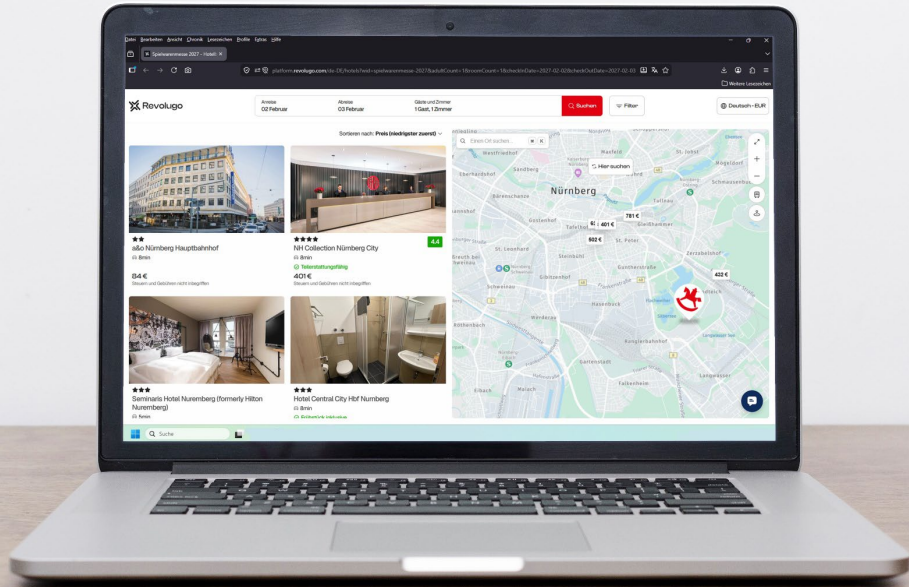
초고속 성장 시장 진입 및 글로벌 비즈니스
확장 가속
공동 부스를 통해 더욱 쉽게 국제 무역
박람회에 참가





박람회 참가 팁





Revolugo **NEW**

Spielwarenmesse 2027 공식 호텔 파트너

참가자 전용 특가 및
다양한 객실 선택이 가능한 전용 예약 플랫폼

뉘른베르크 및 인근 지역

단체 예약 가능



주한독일상공회의소

박람회 100% 활용하는 방법

독일 무역 박람회 산업 벤치마킹을 통한 성공적인 박람회 참가 전략



목차

1

박람회 의미

독일 박람회 산업의 역사와 위상, AUMA 통계로 보는 산업 가치와 지역 경제 파급효과

2

박람회 활용법 및 주의사항

정부지원 공동관과 개별 참가, 참가 규정, 현장 실무 팁

3

성공적인 박람회 참가 전략

치밀한 사전 준비부터 네트워킹, 후속 조치까지 — 성과로 이어지는 4단계

독일은 어떻게 '박람회 강국'이 되었나

18세기

산업혁명과 함께 출발

산업 발전과 함께 제품 전시·교류의 장을 마련, 기업인들이 핵심 산업기술을 소개하고 네트워킹하는 플랫폼으로 성장

전후 재건

경제 회생의 핵심 수단

2차 세계대전 이후 제조역량 기반의 수출 확대를 위해 국제 박람회 개최를 적극 추진 — 경제 회복의 견인차 역할

1950년대~

"Messen made in Germany"

AUMA(독일전시산업진흥회)가 주요 박람회의 해외 공동 마케팅을 조직 — 독일 박람회는 품질 보증의 상징으로 자리매김

현재

노하우의 수출

경제 다각화와 함께 박람회 산업이 세분화·고도화되어, 관련 노하우를 해외로 수출하는 단계에 도달

160~180개

매년 독일에서 열리는
국제·국내 무역 박람회

96,000개사

2023년 박람회 참가 기업
(해외 참관객 250만 명)

€280억

박람회가 창출하는
연간 경제적 가치

30%

독일 기업이 자국 전시회를 통해
수주하는 연 매출 비중

231,000명

전시 산업 직접 종사자
(정규직 일자리 10만 개 이상)

58,000개사

B2B 부문에서 활동하는
전시 전문 업체

출처: AUMA(독일전시산업진흥회) Trade Fair Venue Germany, 2023 기준

팬데믹 이후, 다시 확인된 오프라인 플랫폼의 힘

코로나19 이후 도시와 지역 사회는 무역 박람회가 지역 경제에 기여하는 가치를 다시금 인식하게 되었습니다. AUMA 통계가 보여주듯, 디지털 전환의 시대에도 대면 박람회는 대체 불가능한 비즈니스 플랫폼으로 복귀했습니다.



마케팅 전략의 기본 요소

무역 박람회는 팬데믹 이후에도 모든 산업에서
마케팅 전략의 기본 요소로 확고히 자리잡음



지역 경제 성장의 촉매

전시 센터는 지역 경제 성장을 견인할 뿐 아니라,
도시와 지역을 알리는 국가적·국제적 플랫폼으로 기능



토론과 경험의 공공 공간

산업 관계자와 대중이 만나 토론하고 경험을
공유하는 포럼 — 온라인이 대체할 수 없는
현장의 가치

출처: 전시저널 기고문 「독일 무역 박람회 산업 벤치마킹을 통한 성공적인 박람회 참가하는 방법」 (김영민, KGCCI)

참가 방식 선택, 그리고 반드시 확인할 것들

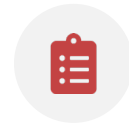
정부지원 공동관

KOTRA·지자체 등 지원사업을 통한 참가. 비용 부담이 낮고 행정 지원을 받을 수 있으나, 부스 위치·디자인의 자율성은 제한적

개별 참가 (투자)

독립 부스로 브랜드를 온전히 보여주는 방식. 초기 투자가 크지만 위치 선정·연출의 자유도가 높아 중장기 시장 진출에 유리

참가 전 반드시 점검



참가 규정 꼼꼼히 읽기

부스 운영·전시품 반입 규정 미숙지로 벌금이 부과되는 사례가 빈번



법적 분쟁 주의

계약 조건·지식재산권 등 분쟁 소지를 사전에 검토



대행사 의존의 함정

부스가 구석 자리에 배정되는 등 문제 발생 — 박람회 본사·한국 대표부를 통한 직접 확인이 필수



호텔 파트너십 Revolugo

KGCCI 파트너 Revolugo를 통해 박람회 기간 중 합리적인 조건으로 숙박 확보 — 성수기 요금 급등에 대비



VGN 대중교통 · 렌터카

박람회 입장권에 포함된 현지 대중교통(VGN 등) 적극 활용, 필요 시 렌터카로 이동 동선 최적화



빠른 시점의 예약

숙박·항공·부스는 확정 즉시 예약 — 주요 박람회 기간에는 수개월 전부터 인근 호텔이 마감

성으로 이어지는 4단계 전략



STEP 1

치밀한 사전 준비

잠재 고객을 사전 조사하고, KOTRA·유관 산업협회 명부 등으로 충분한 정보수집 — KGCCI 맞춤형 파트너 조사 서비스 활용



STEP 2

정확한 정보로 준비

대행사 의존에서 벗어나 박람회 본사·한국 대표부를 통해 규정과 현장 정보를 직접 확인



STEP 3

네트워킹 집중

사전 약속으로 미팅을 예약하고, 잠재 고객·파트너·업계 관계자와의 만남에 집중 — 향후 비즈니스의 기초

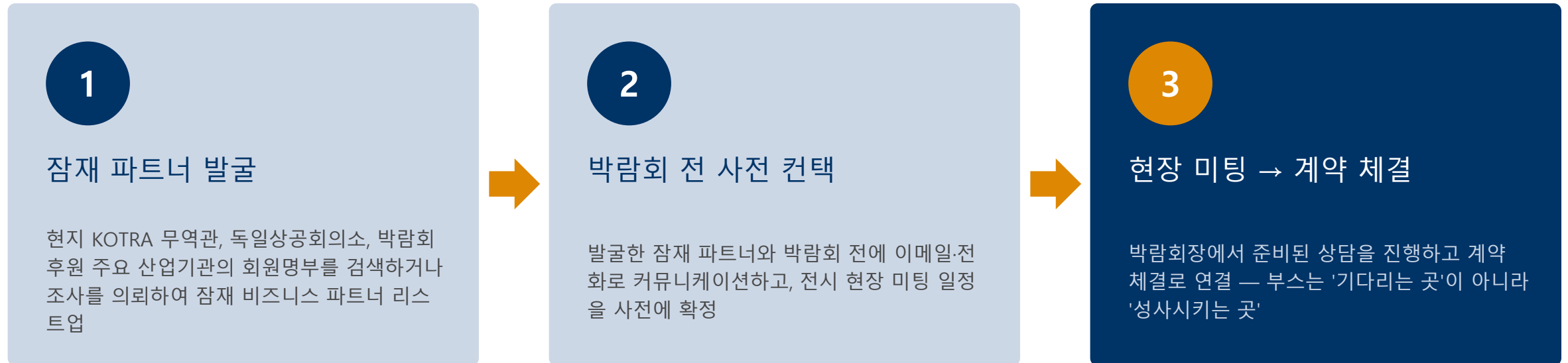


STEP 4

후속 조치와 평가

미팅에서 확보한 연락처로 즉시 팔로업하고 성과를 평가·분석하여 다음 참가 전략에 반영

치밀한 사전 준비 — 기다리지 말고, 먼저 움직여라



핵심 메시지 부스에서 바이어를 그냥 기다려서는 성과를 만들 수 없습니다. 사전에 준비된 만남만이 현장에서 계약으로 이어집니다.

결론

- ✓ 독일 박람회 산업은 오랜 역사와 체계적 발전, 중앙정부·산업협회(AUMA)의 긴밀한 협력으로 세계적 경쟁력을 유지
- ✓ 무역 박람회는 단순한 전시 공간을 넘어 지역 경제와 국가 경제의 중요한 축 — 팬데믹 이후 그 가치가 재확인됨
- ✓ 한국도 KOTRA·KBIZ·지자체 지원을 강화하고 있으며, 독일 모델 벤치마킹을 통해 전시 산업의 국제 경쟁력 제고 필요
- ✓ 참가 기업에게 성패를 가르는 것은 결국 치밀한 사전 준비와 현장 네트워킹, 그리고 철저한 후속 조치

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit



 02-3780-4631

 ymkim@kgcci.com



spielwarenmesse

Nürnberg 2 – 6 Feb 2027