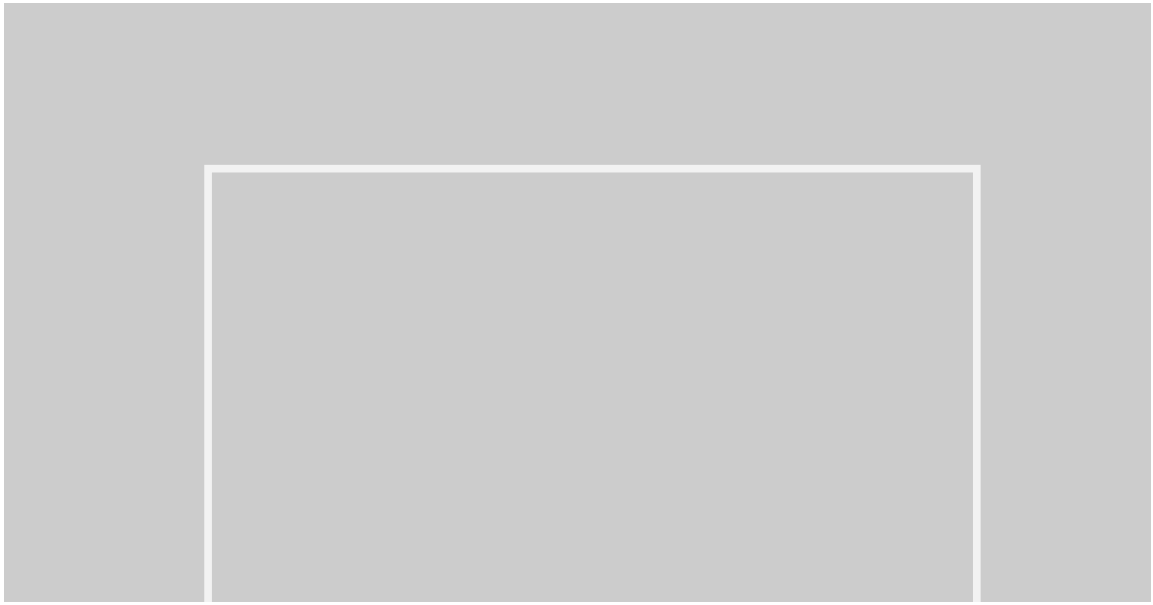
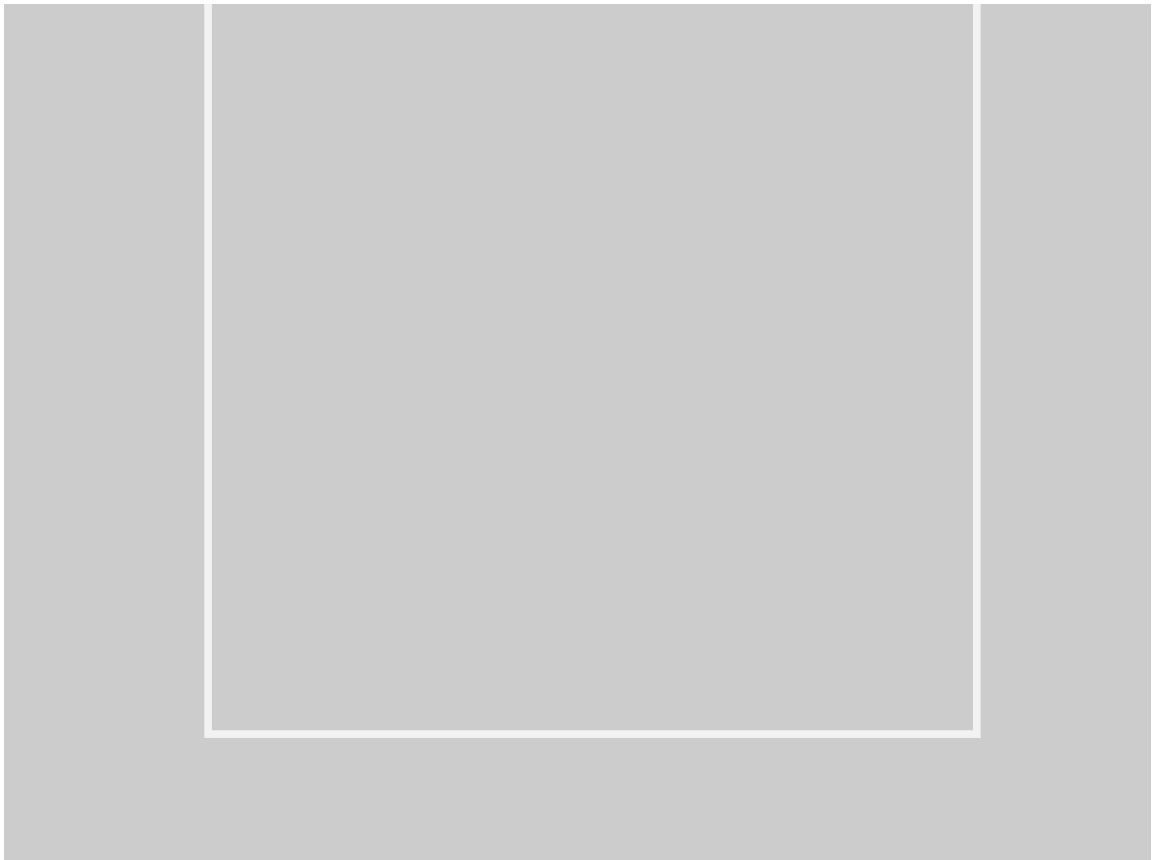

위기 대응과 새로운 도약을 위한
새정부 소상공인 · 자영업 정책방향

2022. 8.

관 계 부 처 합 동



요약



새정부 소상공인·자영업 정책방향 요약

I 수립배경 및 경과

- 소상공인·자영업자는 국가경제의 저변을 지탱하는 중요한 주체이나, 최근 매출감소, 부채증가 등 경영난 직면

* '20 소상공인 실태조사(중기부) : 사업체당 연평균 매출, 영업이익 모두 전년대비 감소 (4.5%↓, 43.1%↓), 총부채는 상승(19.3%↑)

- 이에 새정부는 '코로나19 비상대응 100일 로드맵'을 수립('22.4)하고 소상공인·자영업자의 회복과 도약을 국정과제 1번으로 제시('22.5)

- 이를 체계적으로 추진하기 위해 경영환경 변화에 대한 전문가 분석과 현장의 목소리를 수렴하여 금번 대책을 수립

* 중기부-행안부 공동 대국민 '소상공인 살리기 열린소통포럼' 개최('22.5), 업계 및 전문가 의견청취·현장방문 등 20여회('22.5~8) 등

II 최근 소상공인 경영환경 진단

- ◇ 소상공인의 온전한 회복과 구조적 체질변화를 이루어내는 데에는 아직 미흡한 가운데, 새로운 도전에 직면

- ① (위기 중첩) 코로나19의 영향으로 자영업자 부채규모가 지속 상승하는 와중에 3高(금리·물가·환율) 위기 등장

* 자영업자 대출잔액(조원, 한은) : ('17) 549.2 → ('19) 684.9 → ('21) 909.2 → ('22.3) 960.7

< 미국 및 한국 기준금리(%) >



< 곡물가격·농업지수 추이(전년동월대비, %) >



- 거리두기 전면해제('22.4.18)에 따라 내수회복에 대한 기대감이 일시 반등했으나, 소비심리 위축과 함께 다시 하락세 전환

* 소비자 심리지수(한은) : ('22.2) 103.1 → ('22.4) 103.8 → ('22.6) 96.4 → ('22.7) 86.0

** 소상공인 체감 BSI(소진공) : ('22.2) 37.5 → ('22.4) 76.4 → ('22.6) 65.3 → ('22.7) 53.8
소상공인 전망 BSI(소진공) : ('22.3) 83.3 → ('22.5) 101.0 → ('22.7) 74.6 → ('22.8) 70.0

② **(디지털 전환 가속화)** 온라인 소비가 늘어나고 AI·빅데이터 등 스마트 기술이 경영과 접목되고 있으나 소상공인·전통시장의 대응은 부족

* 소매판매액中 온라인 비중(통계청) : ('17) 16.4% → ('19) 21.4% → ('21) 27.5% → ('22.6) 26.5%

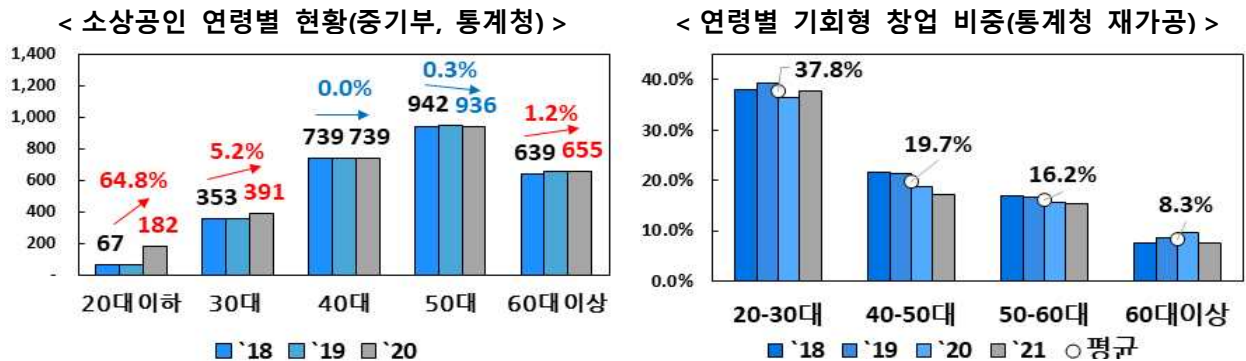
- 디지털화에 대한 인식이 높아졌으나 활용은 상대적으로 저조하며, 스마트오더 등 비용이 저렴하고 접근이 쉬운 분야 위주로 도입

* '21 소상공인 디지털 실태조사(소진공) : (수요) 65.3%(35.6%p ↑), (실행) 18.4%(3.0%p ↑)

③ **(과밀속 도전형 창업 증가)** 소상공인 과밀경쟁은 지속적으로 완화되고 있으나 아직은 주요 선진국 대비 높은 수준

* 자영업 비중(OECD, 통계청) : ('01) 28.1% → ('21) 23.9% / OECD 중 5위(잠정치)

- (창업) 40~50대 생계형 창업보다 20~30대 기회도전형 창업이 증가 추세, 다만 준비기간이 짧거나 창업전략이 부실한 경우 성장정체 우려



- (폐업) 자영업 진입 후 퇴장하고 싶어도 영업을 이어가는 경우 다수

* 자영업 1년 이상 유지비중이 대체로 90%를 넘으며 연령과 함께 증가('20.12, KDI)

④ **(소비트렌드 변화)** 소비방식이 경험·가치 중심으로 변화하면서 오프라인 매장의 역할(구매 → 체험)이 바뀌고 로코노미 현상 등장

* 로코노미 : Local과 Economy의 합성어, 거대 상권보다 동네소비 생활이 활성화

** '19~22년 신한카드 가맹점 상호명 분석 결과 지역명이 들어간 점포가 증가 (신한카드 빅데이터 연구소)

- 이러한 소비트렌드를 감안한 새로운 성장모델 고민 필요

< '로컬브랜드' 성장모델 >

- ◇ **(앵커스토어)** 지역의 차별화된 생산·소비 가치에 집중, 지역을 견인하는 거점브랜드로 성장(예 : 성심당, 칠성조선소, 백년가게 등)
- ◇ **(전국/글로벌)** 다수의 생산·판매 거점 등을 활용, 전국·글로벌로 영역을 확장하여 기업형 브랜드로 성장(예 : 제주맥주, 테라로사, 지평막걸리)

우리동네 소상공인을 성장하는 혁신기업가로

추진 전략

- ◇ **[단기]** 긴급대응플랜을 통해 코로나19 이전으로 회복
- ◇ **[중장기]** 기업가정신·경쟁력을 갖춘 소상공인·로컬상권 육성
- ◇ **[정책기조]** 현상유지·보호, 정부 주도 직접지원
⇒ 성장지향·육성, 민간 주도 인프라 조성

세부 추진 과제

코로나19 · 3高 충격
긴급대응플랜 추진

- 선제적·종합적 재기지원
- 촘촘한 사회안전망 구축
- 저금리 대출 등 경영부담 완화
- 소비진작 분위기 조성

성장을 추구하는
기업가형 소상공인 육성

- 소상공인 기준을 매출액으로 단일화
- 준비된 창업을 위한 교육·훈련 강화, 생계형 창업자는 재취업 유도
- 유망 소상공인 스케일업 촉진

스마트·디지털 기반
소상공인 경영혁신

- 빅데이터 기반 창업·경영 정보 제공, 데이터 활용 신사업 창출
- 스마트상점·공방 보급 및 고도화
- 소상공인 온라인 진출 지원, 상생촉진
- 전통시장의 디지털 역량 강화

민간 협업을 통한
행복한 로컬상권 조성

- 로컬브랜딩 및 골목산업화 추진
- 민간혁신가·자본 유입을 위한 상권기획자, 상권발전기금 도입
- 동네상권발전소, 로컬유통망 등 로컬상권 혁신 인프라 구축

1) [전략1] 코로나19 · 3高 충격 긴급대응플랜 추진

- ① **(선제적·종합적 재기지원)** 소상공인의 빠른 재기를 위해 유관기관간 분산된 폐업-채무조정-재도전 지원을 통합 패키지화('22.10~)
 - 폐업자 대상 철거비지원, 심리치유·컨설팅, 법률자문 대폭 확대
 - * 철거비 한도 3.3㎡당 8 → 13만원, 컨설팅 8,000 → 12,000건, 법률자문 1,000 → 1,500건
 - '22.9월 만기연장·상환유예 조치 종료 후 30조원 규모 '소상공인·자영업자 새출발기금' 시행 및 연착륙 지원
 - 유관기관 합동 재기지원 협의체 구성, 재기지원 패스트트랙 확대
 - * 패스트트랙 연계사업(예시) : 희망리턴패키지, 소상공인 경영교육·컨설팅, 정책자금, 신사업창업사관학교, 온라인 판로 지원 등
- ② **(촉촉한 사회안전망 구축)** 소기업·소상공인공제(노란우산공제) 가입자 확대*·복지지원 강화**를 통해 경영위험으로부터 생활안정 제공('23~)
 - * '21년말 누적가입자 220.4만명, 재적 154.2만명 → '27년 재적 250만명 달성 추진
 - ** 복지사업 근거 마련(중소기업협동조합법 개정), 적금·융자 등 금융사업, 경영지원, 복지사업 확대
 - 폭우 등 재해에 사전진단·대비하고 피해발생시 즉시 복구가 이루어 지도록 매뉴얼 마련·원스톱 이동지원센터 운영('22.8~, 중기부)
- ③ **(저금리대출 등 경영부담 완화)** 신규·대환자금 약 58조원 공급, 기존 초저금리 대출 한도(1천만원 → 2~3천만원) 및 대상확대*(~'22)
 - * (희망대출플러스) 방역지원금 수령 소상공인 → 손실보전금 수령 소상공인 추가
 - 소상공인 대상 침익적 처분 유예기간 도입, 감경기준 정비 등 추진('23)
 - * (예시) 영업정지, 과태료 등 행정제재시 영업자의 규모 및 영세성 등을 고려한 감경사유 추가, 최대 감경기준 삭제 또는 범위확대 등
- ④ **(대규모 소비축제 개최)** 비대면 위주로 개최된 소비행사를 대면 전환하고 年 5회 이상 개최, 전국적 소비 분위기 확산('22.8~)
 - * 7일간의 동행축제(9월), 전통시장 온라인 특별전 및 우수시장 박람회(8~9월), 코리아세일페스타(11월), 크리스마스 마켓(12월) 등

2) [전략2] 스마트·디지털 기반 소상공인 경영혁신

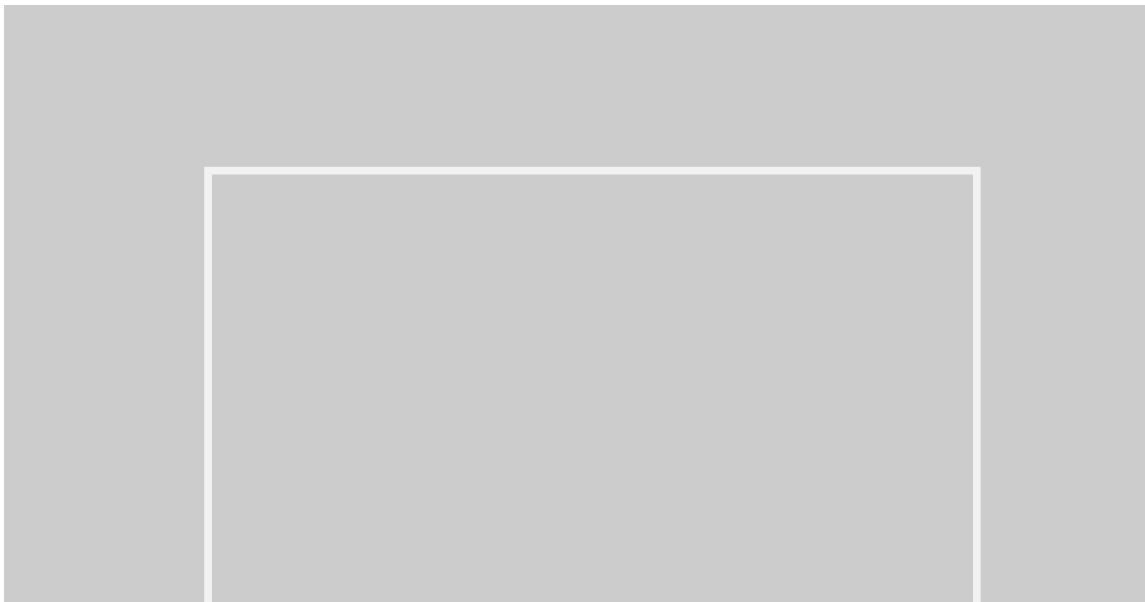
- ① **(빅데이터 기반 정보 제공·신사업 창출)** 실시간 매출 등 분산된 상권정보를 빅데이터화하는 '전국 상권 빅데이터 플랫폼' 구축('23~)
 - 이를 기반으로 소상공인에게 앱을 통해 유용한 창업·경영 정보를 제공하고, 구축된 데이터를 민간에 개방하여 신사업 창출
- ② **(스마트·온라인 진출 지원)** 소상공인 스마트기술 도입 로드맵을 제시* 하고 소상공인-디지털 기획자 매칭을 통해 전략기획 지원('23~)
 - * (예시) 식당 : 테이블오더(또는 키오스크) + 서빙로봇 + AI고객관리서비스 등
 - '27년까지 스마트상점·공방 7만개 보급 및 'e커머스 소상공인' 매년 10만명 양성, 스마트화 수준에 따라 차등지원·스마트공장 연계('22.8~)
- ③ **(전통시장 디지털화)** 배송인프라 구축 등 온라인 매출 증대 유도, 카드형 온누리상품권 도입·스마트결제 인프라 구축 지원('22.8~)

3) [전략3] 성장을 추구하는 기업가형 소상공인 육성

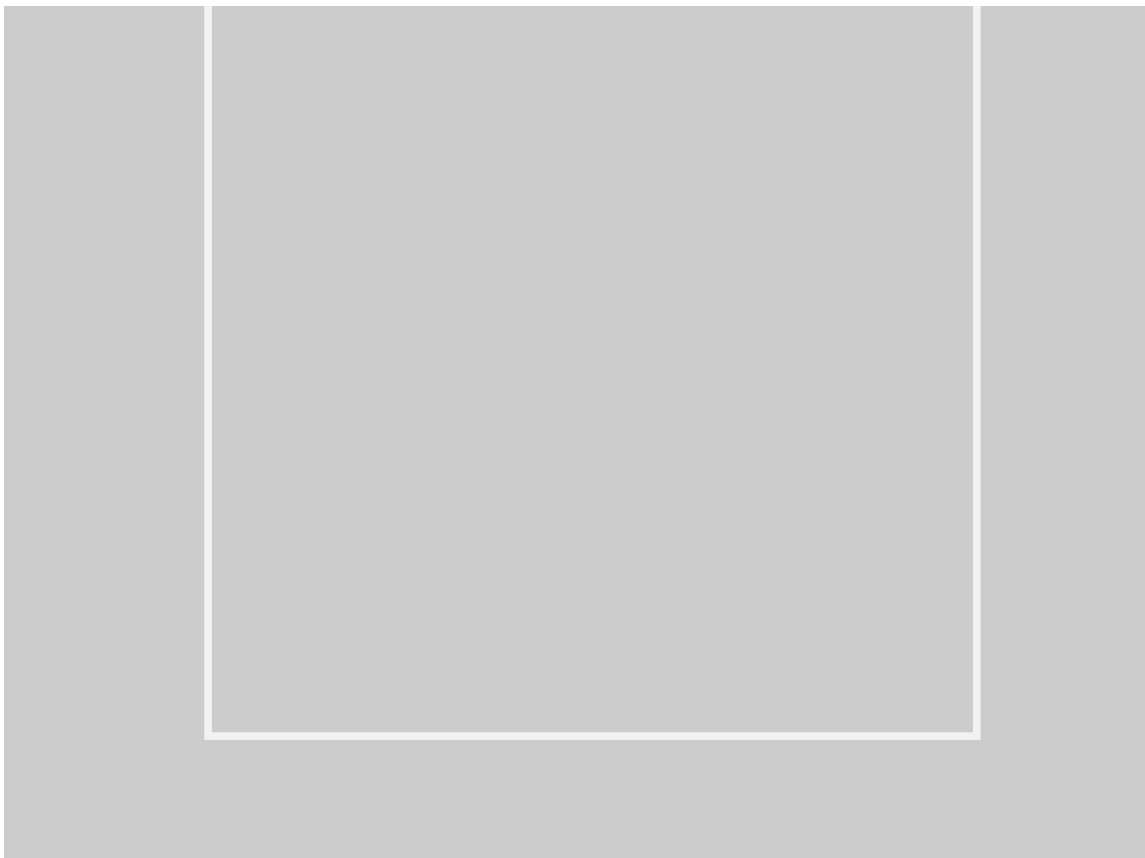
- ① **(확인기준 개편)** 소상공인이 성장을 회피하지 않고 고용창출에 적극 나서도록 소상공인 기준*을 매출액으로 단일화(~'23, 소상공인기본법 개정)
 - * (매출액) 소기업 기준과 동일 (업종별로 연 평균매출액 10억원~120억원)
(상시근로자) 광업·제조업·건설업 및 운수업 : 10명 미만 / 기타 업종 : 5명 미만
- ② **(혁신창업 교육)** 준비된 창업이 이루어질 수 있도록 대학·선배기업·액셀러레이터 등을 활용한 현장형 교육훈련 실시('23~)
- ③ **(소상공인 스케일업)** 소상공인 정책을 보호에서 육성으로 전환, 체계적인 기업가형 소상공인 육성시스템 마련('23~)
 - 단계별 경쟁·피칭 방식으로 유망 소상공인을 선별, 융합 팀빌딩·사업화·자금 등 집중지원, IP출원·보호·활용 등 IP브랜딩 지원
 - 크라우드펀딩, 민간투자자 매칭유자 등 소상공인에 적합한 방식의 투자모델 도입 추진

4) [전략4] 민간 협업을 통한 행복한 로컬상권 조성

- ① (로컬브랜딩·골목산업화 추진) 로컬 크리에이터가 로컬브랜드로 더 빠르게 성장하고, 상권발전을 견인하도록 체계적으로 지원(‘23~)
- 사람들의 방문·구매·투자욕구를 불러일으킬 수 있도록 동네상권에 문화와 이야기를 입히는 로컬상권 브랜딩 지원
 - * 예시 : 인천 개항로 프로젝트, 강릉 커피거리, 양양 서피비치, 대전 성심당스트리트 등
 - 오프라인은 경험·체험소비가 일어나는 ‘즐기는 공간’으로 만들고, 온라인·유통물류 인프라와 연계하여 지역 제품의 전국확산 추진
 - 지역가치 창업가 ‘로컬크리에이터’의 ‘로컬브랜드’ 도약*을 촉진하고 이와 밀접한 소규모 제조업 등을 육성하여 ‘골목길 벤처밸리’ 조성
 - * (예비·창업) 사업화자금 1~3천만원 → (도약) 최대 1억원 추가지원, 전국유통, 투융자유치, 선배기업 협업 등
 - ** (강릉 사례) 테라로사, 보헤미안 등 커피문화 확산 → 커피 재배, 커피거리 축제·스테이 등 연관산업 결합 → 커피가공 및 커피찌꺼기 업사이클링 제조업 확장
- ② (상권기획자·상권발전기금 도입) 골목상권 공간 재구성, 소상공인 보육 등을 전문기획하여 상권발전을 도모하는 상권기획자* 도입(‘23)
- * (역할·의무) 상권발전방안 기획, 상인조직 대상 자문 및 상권발전기금 운영 대행, 상가 등 공간 재구성, 유망 소상공인 보육, 적정 임차료/장기임대 등
 - 상권 주체들이 상권발전사업* 재원조달을 위해 자율적으로 상권발전기금을 마련할 수 있도록 제도 신설 검토(‘23)
 - * 사업 예시 : 빈점포매입·장기임대, 지역 앵커스토어 육성, 자체 유통물류망 구축 등
- ③ (로컬상권 혁신 인프라 구축) 읍면동 단위로 소상공인·혁신가·주민 등이 참여, 상권 활성화를 추진하는 동네상권발전소 조성 추진(‘23~)
- * (민간·기초지자체) 소규모 상권활성화 사업 기획추진, (정부) 사업비 지원, 유희시설 제공
 - 골목상권 도소매 자영업자의 성장을 위해 로컬상권 유통 인프라 3축* 혁신 및 온라인·디지털 기반 중소유통 플랫폼 보급·확산
 - * ❶ 디지털통합물류시스템 - ❷ 허브형 중소유통물류센터 - ❸ 동네단위 유통망



סח
סח



순 서

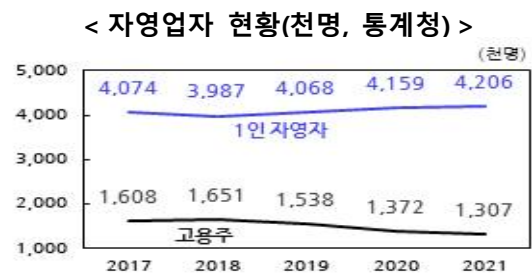
I. 수립배경 및 경과	1
II. 소상공인 경영환경 및 대응방향	2
III. 정책비전 및 추진전략	5
IV. 세부 추진방안	6
전략1 : 코로나19 · 3^高 긴급대응플랜 추진	6
1) 선제적·종합적 재기지원	
2) 촘촘한 사회안전망 구축	
3) 저금리 대출 등 경영부담 완화	
4) 소비진작 분위기 조성을 통한 매출증대 유도	
전략2 : 스마트·디지털 기반 경영혁신	11
1) 빅데이터 기반 정보 제공·신사업 창출	
2) 스마트상점·공방 보급 및 고도화	
3) 소상공인 온라인 진출 지원, 상생협력 촉진	
4) 전통시장의 디지털 역량 강화	
전략3 : 성장을 추구하는 기업가형 소상공인 육성 ..	15
1) 소상공인 기준을 매출액으로 단일화	
2) 준비된 창업을 위한 교육·훈련 강화	
3) 유망 소상공인 스케일업 촉진	
전략4 : 민간 협업을 통한 행복한 로컬상권 조성 ...	18
1) 로컬브랜딩 및 골목산업화 추진	
2) 상권기획자·상권발전기금 도입	
3) 로컬상권 혁신 인프라 구축	
V. 향후 추진일정	21

I. 수립배경 및 경과

- **(중요성)** 소상공인·자영업자는 기업성장 사다리의 출발점이자 일자리 안전망으로서 국가경제의 저변을 지탱하는 중요한 주체
 - 소상공인은 684만개사로 전체 기업의 94%, 종사자의 44%(946만명), 매출액의 17%(969조원) 차지('20년 기준, 중기부·통계청)
 - 자영업자는 571만명으로 전체 취업자의 20% 수준('22.6월 기준, 통계청)

- **(현황)** 그러나 최근 매출감소, 부채 증가 등 경영난을 겪으며 영세성 심화

* '20 소상공인 실태조사(중기부) : 사업체당 연평균 매출, 영업이익 모두 전년대비 감소 (4.5%↓, 43.1%↓), 총부채는 상승(19.3%↑)



- 저소득 자영업자가 증가*하고 근로자와의 소득격차가 확대**됨에 따라 적절한 정책대응이 필요한 상황

* '19년 대비 '21년 자영업자 가구 중 저소득층이 증가(2.9만, 1.3%p↑)하고 고소득층 (3.3만, 0.8%p↓)과 중산층(5.4만, 0.5%p↓)은 감소(통계청 가계동향조사 재가공)

** 근로자-자영업자 월평균 소득격차(통계청 재가공) : ('19) 531천원 → ('21) 694천원

- **(경과)** 이에 새정부는 '코로나19 비상대응 100일 로드맵'을 수립('22.4) 하고 소상공인·자영업자의 회복과 도약을 국정과제 1번으로 제시('22.5)

- 국정과제의 주요 내용은 온전한 손실보상, 맞춤형 금융지원, 경영부담 완화, 기업가형 소상공인 육성, 디지털 전환, 민간 주도 상권활력 회복
- 이를 체계적으로 추진하기 위해 **경영환경 변화에 대한 전문가 분석과 현장의 목소리를 수렴**하여 금번 대책을 수립

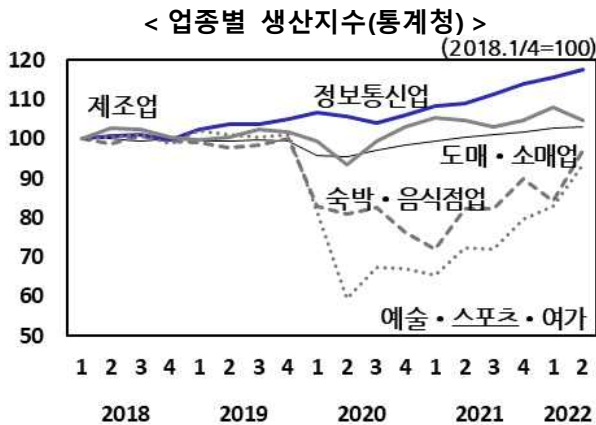
* 중기부-행안부 공동 대국민 '소상공인 살리기 열린소통포럼' 개최('22.5), 업계 및 전문가 의견청취·현장방문 20여회('22.5~8) 등

⇒ **일상회복에 발맞춰 소상공인·자영업자가 기업생태계의 당당한 일원으로 다시 자리잡을 수 있도록 총력 지원**

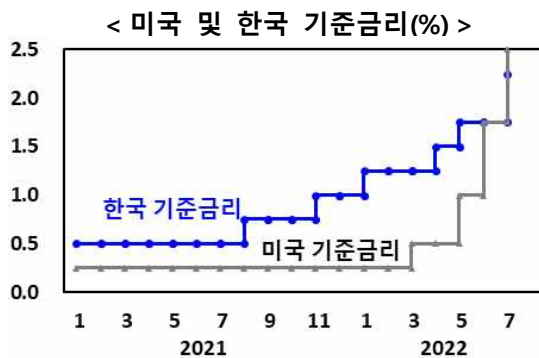
Ⅱ. 소상공인 경영환경 및 대응방향

1) 코로나19 충격에 이은 3高 위기

- **(코로나19 충격)** 지난 2년간 사회적 거리두기와 방역조치로 음식·서비스 등 대면 업종의 매출이 감소하고 부채 급증



- **(3高 위기)** 기준금리 인상, 원자재 가격 급등 및 환율 불안에 따른 물가 상승으로 소비심리 위축·수익성 악화 등 우려



- 거리두기 전면해제('22.4.18)로 내수회복에 대한 기대감이 일시 반등했으나, 소비심리 위축과 함께 다시 하락세 전환

* 소비자 심리지수(한은) : ('22.2) 103.1 → ('22.4) 103.8 → ('22.6) 96.4 → ('22.7) 86.0

** 소상공인 체감 BSI(소진공) : ('22.2) 37.5 → ('22.4) 76.4 → ('22.6) 65.3 → ('22.7) 53.8
소상공인 전망 BSI(소진공) : ('22.3) 83.3 → ('22.5) 101.0 → ('22.7) 74.6 → ('22.8) 70.0

⇒ **(대응방향)** 선제적 재기지원·채무조정과 저리대출·전국적 소비촉제 등을 추진하여 소상공인 경영지표를 코로나19 이전 수준으로 회복

2) 디지털 전환 가속

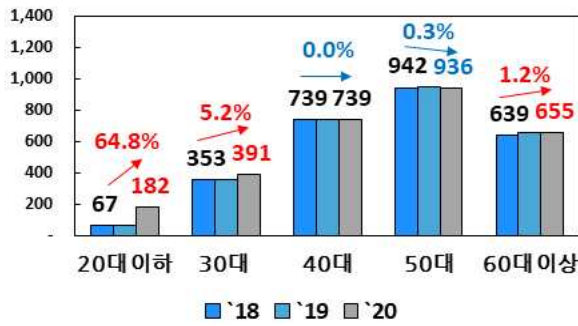
- **(스마트·온라인 확산)** 온라인 소비가 늘어나고 AI·빅데이터 등 스마트 기술이 경영과 접목되고 있으나 소상공인·전통시장의 대응은 부족
 - * 소매판매액중 온라인 비중(통계청) : ('17) 16.4% → ('19) 21.4% → ('21) 27.5% → ('22.6) 26.5%
 - 디지털화에 대한 인식이 높아졌으나 활용은 상대적으로 저조하며, 스마트오더 등 비용이 저렴하고 접근이 쉬운 분야 위주로 도입
 - * '21 소상공인 디지털 실태조사(소진공) : (수요) 65.3%(35.6%p ↑), (실행) 18.4%(3.0%p ↑)
- **(상생이슈 부각)** 온라인 플랫폼 입점·이용이 늘어나면서 플랫폼·입점업체간 상생의 중요성도 지속적으로 강조
 - * '21 온라인 플랫폼 실태조사(중기부) : 플랫폼 이용업체 중 74%가 매출액의 절반 이상이 플랫폼을 통해 발생, 플랫폼 없이는 영업 곤란 59%
 - 벤처·스타트업이 성장하면서 소상공인도 함께 성장하는 새로운 상생모델 발굴 필요

⇒ **(대응방향)** 스마트·디지털 인프라를 구축하여 소상공인의 경영 혁신을 지원하고 벤처·스타트업-소상공인 상생협력 확산

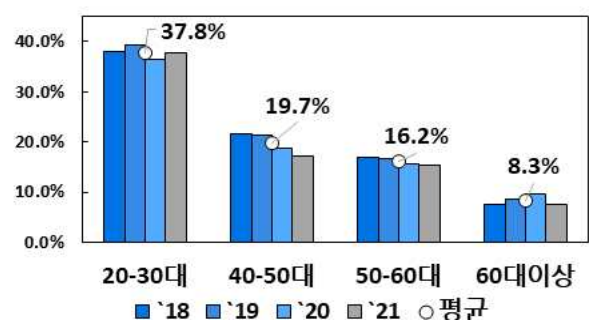
3) 과밀경쟁 속 도전형 창업 증가

- **(여전한 과밀경쟁)** 소상공인 과밀경쟁은 지속적으로 완화되고 있는 추세이나 아직은 주요 선진국 대비 높은 수준
 - * 자영업 비중(OECD, 통계청) : ('01) 28.1% → ('21) 23.9% / OECD 중 5위(잠정치)
 - 자영업 진입 후 퇴장하고 싶어도 영업을 이어가는 경우 다수
 - * 자영업 1년 이상 유지비중이 대체로 90%를 넘으며 연령과 함께 증가('20.12, KDI)
- **(도전형 창업 증가)** 40~50대 생계형 창업보다는 20~30대의 기회 도전형 창업이 증가하는 추세

< 소상공인 연령별 현황(중기부, 통계청) >



< 연령별 기회형 창업 비중(통계청 재가공) >



○ 다만 준비기간이 짧거나 창업전략이 부실한 경우 성장이 정체될 우려

⇒ **(대응방향)** 준비된 창업과 재취업 지원을 통해 과밀을 줄여나가고, 성장을 추구하는 기업가형 소상공인 육성시스템 구축

4) 경험소비·로코노미 등 소비트렌드 변화

□ **(소비트렌드 변화)** 소비방식이 경험·가치 중심으로 변화하면서 오프라인 매장의 역할이 구매에서 체험으로 변화

* 예 : 온라인에서 체험하지 못하는 경험욕구를 채워주는 경험소비, 자신에게 가치 있다고 생각되는 것을 소비하는 디깅소비, ESG를 고려하는 가치소비 등

□ **(로코노미 등장)** 지역의 창의적 소상공인·자영업자가 '로컬브랜드'로 성장하고, 이들이 집적된 동네상권이 활성화되는 성공사례 부각

* 로코노미(Local + Economy) : 거대 상권보다 동네소비 생활이 활성화되는 현상

** '19~22년 신한카드 가맹점 상호명 중 지역명이 들어간 점포가 증가(신한카드 빅데이터 연구소)

< '로컬브랜드' 성장모델 >

- ◇ **(앵커스토어)** 지역의 차별화된 생산·소비 가치에 집중, 지역을 견인하는 거점브랜드로 성장 (예 : 성심당, 칠성조선소, 백년가게 등)
- ◇ **(전국/글로벌)** 다수의 생산·판매 거점 등을 활용, 전국·글로벌로 영역을 확장하여 기업형 브랜드로 성장(예 : 제주맥주, 테라로사, 지평막걸리)

○ 다만 이러한 자연발생적인 사례들은 빠르고 충실하게 성장하는데 한계가 있으며, 젠트리피케이션으로 다시 쇠퇴하는 경우도 발생

⇒ **(대응방향)** 로컬브랜드 성공사례를 가속화하고 이를 기반으로 지역 골목상권이 자생적으로 성장할 수 있는 기반을 마련

Ⅲ. 정책비전 및 추진전략

우리동네 소상공인을 성장하는 혁신기업가로

추진 전략

- ◇ **[단기]** 긴급대응플랜을 통해 코로나19 이전으로 회복
- ◇ **[중장기]** 기업가정신·경쟁력을 갖춘 소상공인·로컬상권 육성
- ◇ **[정책기조]** 현상유지·보호, 정부 주도 직접지원
⇒ 성장지향·육성, 민간 주도 인프라 조성

세부 추진 과제

코로나19 · 3高 충격 긴급대응플랜 추진

- 선제적·종합적 재기지원
- 촘촘한 사회안전망 구축
- 저금리 대출 등 경영부담 완화
- 소비진작 분위기 조성

성장을 추구하는 기업가형 소상공인 육성

- 소상공인 기준을 매출액으로 단일화
- 준비된 창업을 위한 교육·훈련 강화, 생계형 창업자는 재취업 유도
- 유망 소상공인 스케일업 촉진

스마트·디지털 기반 소상공인 경영혁신

- 빅데이터 기반 창업·경영 정보 제공, 데이터 활용 신사업 창출
- 스마트상점·공방 보급 및 고도화
- 소상공인 온라인 진출 지원, 상생촉진
- 전통시장의 디지털 역량 강화

민간 협업을 통한 행복한 로컬상권 조성

- 로컬브랜딩 및 골목산업화 추진
- 민간혁신가·자본 유입을 위한 상권기획자, 상권발전기금 도입
- 동네상권발전소, 로컬유통망 등 로컬상권 혁신 인프라 구축

IV. 세부 추진방안

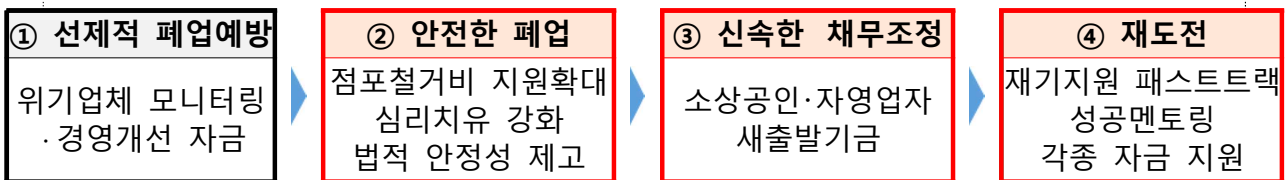
전략1

코로나19 · 3高 충격 긴급대응플랜 추진

◇ 코로나19 및 3高 충격 대응을 위해 재기지원·채무조정·안전망 확충을 선제적으로 추진하고 비용경감·매출증대 병행

1) 선제적·종합적 재기지원

재기지원 단계



■ 사업을 접고 다시 시작하고 싶어도 높은 폐업비용(21년 평균 1,699만원), 기존 부채 상환부담, 폐업자 대출 제한으로 재도전이 불가능하여 연명하는 경우가 다수

□ **(선제적 폐업예방)** 정부·민간데이터*를 결합 분석하여 폐업 소상공인 통계 인프라를 구축하고 위기업체 모니터링('22.10~, 중기부)

* 재난지원금·손실보상 DB(중기부), 폐업 개인사업자 DB(국세청), 기업통계등록부(통계청), 카드데이터(카드가맹사업자) 등

○ 위기업체에는 전문가의 객관적 진단을 토대로 개선전략 수립과 경영개선자금(2천만원)을 연계, 조기 위기탈출 지원('22. 1,200명)

□ **(안전한 폐업)** 철거비 지원, 심리치유·컨설팅, 법률자문 등을 대폭 확대하여 폐업시 재무적·심리적·법적부담 최소화('23, 중기부)

○ 영세 소상공인의 폐업부담 완화를 위해 점포철거비 지원단가 상향

* 3.3m²당 8 → 13만원(총 250만원 한도) [예: 면적 66m²의 경우 160만원 → 250만원]

○ 사업정리 컨설팅*을 확대(8,000 → 12,000건)하고 폐업트라우마 극복, 자신감 회복, 재기마인드 함양 등 심리치유도 추가 지원

* 폐업신고, 세무, 부동산, 집기시설 처분, 사업장 양수도 등 행정절차 상담 위주

- 폐업과정에서 나타날 수 있는 법적분쟁으로부터 권리와 재산을 보호하는 법률자문 서비스 확대(1,000→ 1,500건)

* 임대차, 신용, 노무, 프랜차이즈, 세무, 금융 등 1:1 변호사 매칭 상담 지원

□ **(신속한 채무조정)** '22.9월 만기연장·상환유예 조치 종료 후 30조원 규모 '(가칭)새출발기금' 시행('22.9월말부터 1년간, 최대 3년 운영, 금융위)

- 기존 채무조정 프로그램 등과 달리 신용 외 담보·보증대출, 연체 미발생 부실우려 채권까지 종합적·선제적 지원
- 채무조정 신청시 추심중단, 장기분할상환(예: 10~20년) 방식 상환 일정 변경, 대출금리 감면, 원금조정* 등 실시

* 재산 초과 부실 신용채무에 한해 60~80% 원금조정(취약계층 최대 90%)

□ **(재기지원 종합 패키지)** 빠른 재기를 위해 유관기관간 분산된 폐업-채무조정-재도전 지원을 통합 패키지화('22.10~, 중기부·금융위)

- 유관기관 합동 협의체를 구성하고 폐업 또는 채무조정자에 대해 상호 정보공유·재기지원 패스트트랙 확대

* 패스트트랙 연계기관 : 소진공-신복위-서울금융복지상담센터 → 캠프, 지역신보 등 추가

** 패스트트랙 연계사업(예시) : 희망리턴패키지, 소상공인 경영교육·컨설팅, 정책자금, 신사업창업사관학교, 온라인 판로 지원 등

- 성공적인 재기를 위해 선배기업의 노하우를 배우는 '성공멘토링'을 지원('22.下, 500명)하고, 각종 자금도 연계

- 파산·회생 등 제도권 금융을 이용하기 어려운 소상공인을 위해 재창업자 전용보증 1조원 신설, 브릿지 보증 대상확대*

* '보증만기가 6개월 이내에 도래'하는 폐업자의 보증만기시 개인보증 전환 → 모든 폐업자 보증만기시 개인보증 전환(보증만기 6개월 이내 도래 조건 삭제)

- 교육·멘토링을 마친 유망분야 재창업자에 사업화자금 2천만원 지원

2) 촘촘한 사회안전망 구축



- 코로나19와 같은 재난이 다시 오더라도 미리 자영업자에 대한 복지안전망을 구축하고 사각지대를 해소하여 대규모 정부지원 없이도 헤쳐나갈 필요

- **(노란우산공제 강화)** 소기업·소상공인공제(노란우산공제) 가입자 확대·복지 강화를 통해 경영위험으로부터 생활안정 제공('23, 중기부·기재부)
 - (복지지원 강화) 복지사업 근거를 마련(중소기업협동조합법 개정)하고 적금·융자 등 금융사업, 경영지원사업, 복지사업 확대
 - * 경영지원사업 예시 : 경영·노무·법률컨설팅, 재기지원교육, 안전관리·손해배상 등 복지사업 예시 : 힐링센터, 관광·숙박 서비스, 문화·여가, 심리상담 등
 - (특별해지사유 추가) 감염병 등으로 어려움을 겪는 소상공인 부담 완화를 위해 특별해지사유에 감염병 재난 포함(조특법 시행령 개정)
 - * 「재난 및 안전관리 기본법」 제66조제1항제2호의 재난으로 15일 이상의 입원 치료가 필요한 피해를 입은 경우 → 기타소득세(15%)가 아닌 퇴직소득세 부과
 - (가입자 확대) 가입장려금 지원사업(~'22), 지자체 협력 등을 통해 소상공인의 노란우산공제 가입 유도
 - * '21년말 누적가입자 220.4만명, 재적 154.2만명 → '27년 재적 250만명 달성 추진
- **(고용보험 가입지원 확대)** 자영업자 고용보험료 지원 대상을 1인 소상공인에서 모든 소상공인으로 개선('22.8, 소상공인법 시행령 개정)
- **(재해대응)** 전통시장·상점가에서 폭우 등 재해에 사전진단·대비하고 피해발생시 즉시 복구가 이뤄지도록 매뉴얼 마련('22.8~, 중기부)
 - 신속한 복구를 위한 원스톱 이동지원센터 설치·통합지원 체계 정비

< 통합지원 주요내용 >

- ① **(피해복구)** 시장당 긴급복구비 최대 1천만원 지원, 전자제품 수리, 인력협조 지원사업 우대 등
- ② **(금융지원)** 상인당 정책자금 최대 2억원 지원, 노란우산공제 부금납부 6개월 유예
- ③ **(활력회복·재발방지)** 공동마케팅, 안전점검, 풍수해보험 가입 유도(가점부여) 등

3) 저금리 대출 등 경영부담 완화

- **(맞춤형 자금지원)** 이자부담을 완화하기 위해 58조원 규모 신규·대환자금을 공급하고 기존 초저금리 대출 개선(~'22, 중기부·금융위)
 - 대환자금 8.7조원으로 고금리 대출을 저금리 대출로 전환하고, 신규자금 49조원은 정상영업 회복 또는 재창업 수요에 활용
 - 초저금리 대출·중저신용자 특례보증 지원대상* 확대, 초저금리 대출의 경우 한도도 상향(1천만원 → 2~3천만원)
 - * (초저금리 대출) 방역지원금 수령 소상공인 → 손실보전금 수령 소상공인 추가 (중저신용자 특례보증) 방역지원금 수급 중저신용자 → 모든 중저신용자
- **(제재처분 정비)** 일시적 등록기준 미달에 대한 처분 유예기간 도입, 감경기준 정비* 등 법령 개정을 통한 영업정상화 지원('23, 법제처)
 - * (예시) 영업정지, 과태료 등 행정제재시 영업자의 규모 및 영세성 등을 고려한 감경사유 추가, 최대 감경기준 삭제 또는 범위확대 등
- **(세금·공공요금 부담경감)** 세액공제 확대, 세정지원 강화 등 소상공인·자영업자의 세금·공공요금 부담 완화(기재부 등)
 - 의제매입세액공제* 한도 10%p 상향, 기호식품 수입품·단순가공 식료품 부가세 한시면제(~'23), 식품원료 0% 할당관세 확대(~'22)
 - * 면세 재화인 농산물 매입시, 매입액의 일부를 부가가치세 납부시 공제
 - 자금 유동성 확보를 위해 국세 신고·납부기한 연장, 환급금 조기지급, 납세담보 면제, 고용·산재보험료 납부유예 등 실시(~'22)
 - * (고용·산재보험료 납부유예 대상) ▲고용보험: 30인 미만 사업장, ▲산재보험: 30인 미만 사업장, 1인 자영업자, 특고 사업장
- **(원료비 지원)** 밀가루 가격 상승분 지원(정부 70%, 제분업체 20%), 원료매입·식자재 구매 용자 확대 및 적용금리 인하(~'22, 농림부)
 - * (지원한도) 업체당 최대 6억원(외식업)/50억원(가공업), (금리) 2.0~2.5% → 1.5~2.0%

- **(임대료 감면)** 착한임대인 세액공제를 연장('22→'23, 조특법 개정)하고, 소상공인에 국유재산 등 임대료 감면 6개월 연장(~'22, 기재부)
- * (국유재산) 재산가액의 3→1% (공공기관 소유재산) 기존 임대료의 50%

4) 소비진작 분위기 조성을 통한 매출증대 유도

- **(대규모 소비축제)** 비대면 위주로 개최된 소비행사를 대면 전환하고 年 5회 이상 개최, 전국적 소비 분위기 확산('22.8~, 중기부·산업부·농림부)
- 역대 최대규모(6,000개사+@)의 '7일간의 동행축제*'('9월), 전국민 쇼핑 축제 '코리아세일페스타'(11월), '크리스마스마켓'(12월) 개최
 - * 상생소비 캠페인, 최대 80% 각종 할인쿠폰 발행, 제로페이 5~10%페이백 등
 - 라이브커머스 특별판매전, 민간 온라인 쇼핑몰 전용기획전 개설, '전통시장 온라인 특별전'(8~9월) 등 온라인 행사도 병행 추진
 - 추석을 맞아 전통시장 대상 농축수산물 할인쿠폰 한도·할인률 우대(2→3^(농축산)~4^(수산)만원, 20→30%)

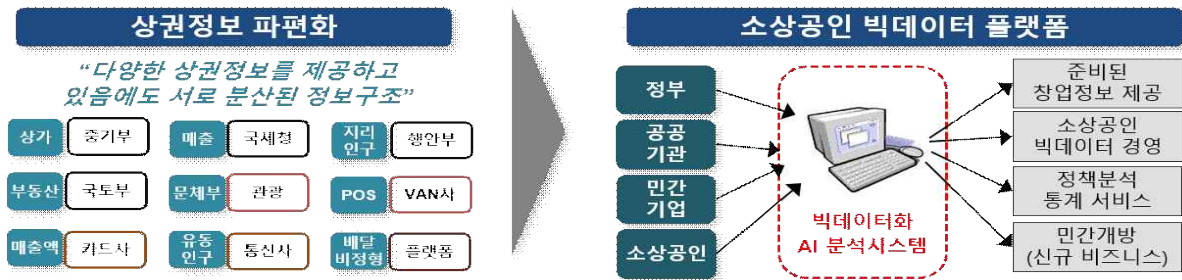


- **(온누리상품권 할인)** 추석 등 소비시즌 대상 1인당 온누리상품권 할인가 구매 한도 확대를 통해 전통시장·상점가 소비촉진('22.9, 중기부)

구 분	개인별 월 할인가 구매 한도		할인율
	기존	변경	
지류형 상품권	50만원	70만원	5%
모바일 상품권	70만원	100만원	10%
카드형 상품권	신규 도입	100만원	10%

◇ 스마트·디지털 인프라를 구축하여 소상공인과 전통시장의 경영 혁신을 지원하고, 상생협력을 통한 디지털 전환 촉진

1) '전국 상권 빅데이터 플랫폼' 구축을 통한 정보 제공·신사업 창출



※ 디지털플랫폼정부 선도 프로젝트로 디지털플랫폼정부위원회 등 관계부처와 긴밀히 협력하여 추진

- **(빅데이터 구축)** 실시간 매출·상시근로자수 등 분산된 상권 정보를 빅데이터화하기 위해 자료제공 법적근거 마련('23, 소상공인법 개정)
 - * (현재) 200만개 사업체, 11종 DB → (개선) 600만개 이상 사업체, 20종 이상 DB
- 민간기업·플랫폼 등과 함께 빅데이터 플랫폼 운영 협의체를 구성하여 민간·공공DB를 안정적으로 확보하고 의사결정 투명성 제고
- **(대국민 서비스)** 플랫폼을 기반으로 소상공인에게 앱을 통해 창업·경영정보를 제공하고, 컨설팅·정책제언 등 쌍방향 소통('23~, 중기부)

수익분석 ①도출됨 [인포] 지역선택 지도 이용가능함.지도 [인포] 위치선택 영가치(영) 위치를 불러와서 [인포] 업종선택	상권분석 ①도출됨 [인포] 지역선택 지도 이용가능함.지도 [인포] 영역선택 영가치(영) 위치를 불러와서 영가치(영) 위치를 불러와서 영가치(영) 위치를 불러와서	입지분석 ①도출됨 [인포] 지역선택 지도 이용가능함.지도 [인포] 위치선택 영가치(영) 위치를 불러와서 영가치(영) 위치를 불러와서 영가치(영) 위치를 불러와서	경쟁분석 ①도출됨 [인포] 지역선택 지도 이용가능함.지도 [인포] 업종선택 영가치(영) 위치를 불러와서 영가치(영) 위치를 불러와서 영가치(영) 위치를 불러와서	과밀분야 위기신호등 1. 과밀분야 2. 과밀분야 3. 과밀분야 4. 과밀분야
①수익, ②상권, ③입지, ④경쟁 분석 등				

- 빅데이터를 기반으로 다양한 경영 서비스·신규 비즈니스가 창출 되도록 구축된 빅데이터의 민간개방 추진

* 예시 : 원천데이터를 지정장소에서 개방하여 직접 가공·활용, 또는 민간이 원하는 다양한 2차 가공데이터를 정부가 생산·제공 등

2) 스마트상점·공방 보급 및 고도화

- **(스마트 전략기획 지원)** 업종별·고도화 단계별 적합한 스마트기술 조합(모델)을 개발, 도입시 활용 가능한 로드맵으로 제시('23~, 중기부)
 - * (예시) 식당 : 테이블오더(또는 키오스크) + 서빙로봇 + AI고객관리서비스 등
- 소상공인(상권)과 전문가(전문기관)를 매칭하여 수준진단 및 특성*에 맞는 스마트기기 도입전략 수립 지원
 - * ①상권(대학가, 시장 등) 특성, 개별 매장의 ②매장·매출 규모, ③업종, ④연령 등
- **(빅데이터 구축·지원)** 스마트상점에서 발생하는 데이터를 수집·표준화하여 활용할 수 있도록 빅데이터 구축방안 검토('23, 중기부)
 - POS사, 공급기업 등과 함께 스마트상점에서 발생하는 데이터의 표준화 및 활용도 제고를 위한 민관 공동 협의체 구성
 - 구축된 빅데이터는 '전국 상권 빅데이터 플랫폼'과 연계하고, 수요가 있는 공급기업 등 민간에 제공하여 신기술 개발 등 활용
- **(스마트상점·공방 확산)** 스마트상점·공방 보급을 본격 추진('21. 1.8만개 → '27. 7만개)하고 도입성과가 우수한 기업에는 고도화 연계*(중기부)
 - * 스마트기술 추가도입, 스마트공장 구축시 가점 우대, 정책자금·판로지원 등
- 스마트공방 상호 간에 공동 활용이 가능한 솔루션 보급
 - * (예시) 1)자재관리, 수·발주, 납품 등의 제조데이터를 공동으로 활용할 수 있는 스마트 제조관리 시스템 구축, 2)공동활용 장비의 스마트화 등
- **(공급기술 고도화)** '공급기업 피칭대회*' 개최, 공급기업 평가기준** 강화 등 수요 기반의 검증된 스마트기술 발굴(~'23, 중기부)
 - * 수요자(소상공인)와 디지털 기획자 등이 함께 참여·평가
 - ** (예시) TIPS 선정 여부, VC 투자유치 여부, 벤처기업 인증 등 우수성 입증 반영
- 공급기업 육성을 위해 기술개발·실증('23~'25. 100개 과제) 및 '스마트 기술 공급기업-VC' 투자 매칭 IR 추진

3) 소상공인 온라인 진출 지원, 상생협력 촉진



- 소상공인들은 개별적으로 온라인에 진출할 여력이 없음, 자영업자들과 온라인 플랫폼간 상호 이익이 되도록 선도적으로 상생협력 사례를 만들 필요

- **(온라인 진출 지원)** 민관 협업을 통해 온라인 역량강화·입점지원·인프라구축 등 ‘e커머스 소상공인’ 年 10만명 양성(‘22~’27, 중기부)

온라인 역량강화	<ul style="list-style-type: none"> ◆ (교육) 온라인 판매 이러닝 교육, 대학을 활용한 실습 및 대면 교육 ◆ (상품성 개선) 상품성 진단, 소비자 선호조사, 디자인 개선 등 지원 ◆ (전담셀러) 유통 전문가 매칭, 판매 기획, 홍보 등을 일괄 지원 ◆ (홍보광고) 소상공인 제품 광고 콘텐츠 제작 및 SNS 홍보 지원
입점지원	<ul style="list-style-type: none"> ◆ TV홈쇼핑·온라인쇼핑몰·해외몰 입점, 라이브커머스 제작, O2O 플랫폼(배달앱 등) 활용지원, 구독경제관 운영 등
인프라구축	<ul style="list-style-type: none"> ◆ 플래그십 스토어 등 스튜디오 및 촬영 장비, 교육장 등을 갖추고 소상공인이 자유롭게 활용 가능한 오프라인 인프라 구축·운영

- 메타버스몰*, 구독경제, 버티컬커머스** 등 신시장 진출방안도 마련(‘23)

* 메타버스 민간플랫폼 내 가상점포를 구축하여 소상공인 상품 주문·배송 가능

** 식품, 패션, 인테리어 등 특정 카테고리의 제품만을 전문적으로 판매하는 플랫폼

- **(상생협력 문화 확산)** 온라인플랫폼 등 다양한 분야에서 민간이 주도하고 정부가 지원하는 상생협력 문화 확산(‘22.下~, 중기부)

- 빅테크, 플랫폼 등 벤처가 소상공인에 기여할 수 있는 부분을 발굴하여 상생문화를 확산하는 ‘함께 성장하는 대한민국’ 프로젝트 추진
- 소상공인과의 상생협력에 대한 자발적 수요가 있는 주요 온라인 플랫폼 기업들과 민·관 협업방안 논의 등 추진

- **(배달플랫폼 상생 촉진)** 영세 소상공인 등의 부담 완화방안을 검토·제시하고, 온라인 경영역량 강화 지원 등 상생모델 마련(‘22.下, 중기부)

- 배달플랫폼 실태조사·사례연구*를 바탕으로 배달플랫폼과 소상공인의 상생을 위한 방안 도출

* 소상공인·소비자 대상 수수료·배달비 현황, 적정가격 인식 등 조사, 해외 배달 플랫폼, 타 업종(홈쇼핑 등) 수수료 등 다각적 검토

4) 전통시장의 디지털 역량 강화

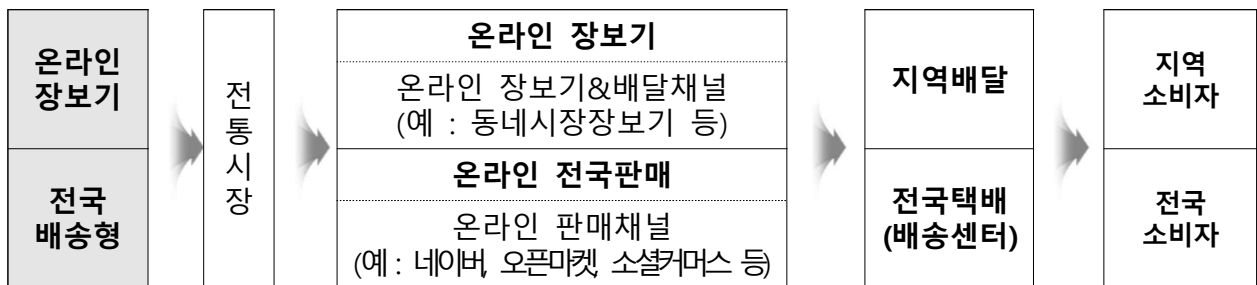
- **(온라인 배송 지원)** 배송인프라 구축, 전담인력 지원, 온라인 활용 교육을 통해 전통시장의 온라인 매출 비중 증대('22.下~, 중기부)



▪ 코로나19에도 온라인을 적극 활용한 전통시장은 매출이 증대, 전통시장 고객들이 편리하게 쇼핑할 수 있도록 여건 마련 필요

- 냉동·냉장 설비를 보유한 공동배송센터를 신규 구축하고, 배송 인프라(배송인력, 차량보험료, 유류비 등) 유지 지원
- 전담인력 지원 하에 온라인 입점·고객관리·마케팅 등 실시
- 전통시장 상인회·상인 대상으로 O2O플랫폼 입점, SNS 활용방법 등 디지털 전환 맞춤형 교육 실시

<전통시장 온라인 진출 유형>



- **(상생형 온라인 진출)** 대기업의 디지털 플랫폼, 물류 인프라 등을 활용하여 전통시장·상점가의 온라인 진출 지원('22.9~, 중기부·동반위)

- 기업별 상생협약 체결·시범운영('22년 4분기), '23년부터는 유사한 상생 프로그램 운영이 가능한 기업들로 확산 추진

* '22.6 카카오-신영시장간 협약, '22년 4분기중 2~3개 사례 추가 협약 예정

- **(결제 편의성 제고)** 카드형 온누리상품권 도입('22.8), 모바일·카드 온누리 비중 상향('22. 44% → '27. 85%) 등 추진(중기부)

- 무선복합결제단말기 보급 등 스마트 결제 인프라도 구축('22. 7.5천개)



▪ 전통시장 등 방문시 소득공제 등 받아야 하는 소비자 입장에서 정확하게 결제 내역이 남으면서도 편리하게 온누리상품권을 사용했으면 함

전략3

성장을 추구하는 기업가형 소상공인 육성

- ◇ 소상공인 정책을 보호에서 육성으로 전환, 기업가정신을 가진 소상공인의 성장을 촉진하고 생계형 창업자는 재취업 유도

1) 소상공인 기준을 매출액으로 단일화

- **(확인기준 개편)** 소상공인이 성장을 회피하지 않고 고용창출에 적극 나서도록 소상공인 기준*을 매출액으로 단일화(~'23, 소상공인기본법 개정)

* (매출액) 소기업 기준과 동일 (업종별로 연 평균매출액 10억원~120억원)
(상시근로자) 광업·제조업·건설업 및 운수업 : 10명 미만 / 기타 업종 : 5명 미만



▪ 코로나19로 인한 경영위기 상황에서도 6인 고용을 유지한 A사는 정부의 소상공인 지원대상에서 제외

- 소기업 매출액 범위 내에서 소상공인 매출액 구간을 별도로 설정
- 업종별 소기업 매출 차이(음식점업 10억원, 제조업 등 50~120억원), 기존 소상공인 분포, 업계의견 등을 고려 업종별 세부기준 마련

2) 준비된 창업을 위한 교육훈련 강화, 생계형 창업자는 재취업 유도



▪ 지원금 주는 것도 중요하지만 앞으로는 살아남을 수 있는 길을 알려줘야 함
제대로 된 현장교육 없이 모르고 창업에 뛰어들니 실패가 늘어나는 구조

- **(소상공인 혁신거점 구축)** 전주기적인 창업교육과 역량강화·교류 프로그램이 이루어지는 개방형 공간 운영('23~ 年 2만명, 중기부)

- 체험점포 위주의 신사업창업사관학교(전국 17개)를 개편하여 공간을 구성하고 실전창업·인턴십·모의실습 등 현장형 교육훈련 확충
- 선배 창업인 등 민간 혁신가 참여 독려, 민간 협업 온·오프라인 교육콘텐츠·인프라 공유 및 공동제작을 통해 교육 품질 제고

* 예) 네이버 '소상공인비즈니스스쿨', 외식업중앙회 교육원, 소상공인연합회 등



▪ 부산 로컬기업이 출연하여 설립한 비영리법인 E사에서 브랜딩 교육(르봉스쿨)·체험창업(AREA6) 프로그램 운영

- **(대학 활용 청년 소상공인 교육)** 비기술기반 청년 창업가가 충분한 준비후 창업하도록 대학을 생활혁신 창업기지로 활용('23~, 중기부)

* '20년 전체 대학생 창업 중 비기술업종 비중 55.2%('21, 중기부·교육부)

- 권역별 일반·전문·기능대학 중 전담조직·공간·창업교육 역량이 우수한 곳을 중심으로 생활혁신 창업보육 프로그램 운영

* 교육내용 예시 : 창업과정, 점포경영 이론, 전문학과별 기능교육, 세무회계 등

- **(로컬 특화 기업가 양성)** 지역대학·지역기업과 협업하여 로컬기반 창업가 대상 특화교육 실시('23~, 중기부·교육부)

- 생활산업 분야 로컬 연계 (부)전공을 신설하여 지역대학을 로컬 크리에이터 인재를 키우는 '(가칭)골목장인학교'로 활용

생활산업 전공분야(예시)	지역성	창의성
제조(패션잡화, 뷰티, 식음료, 가구, 생활소품)	문화, 자연, 특산물, 유희 공간 및 건물, 이야기 소재 등	나다움, 다양성, 삶의질, 사회적 가치, 플랫폼 디지털화 등
서비스(미용, 숙박, 음식주점, 카페, 여행, 체험)		
리테일(편집숍, 슈퍼마켓, 갤러리, 서점, 물류)		

- **(생계형 창업자의 재취업 유도)** 생계형 창업자에 대한 임금근로자 전환 지원을 늘려 자연스러운 과밀해소 추진('22.下~, 중기부·고용부)

- 민간기업·업종별 협단체와 연계*하여 인턴기회·분야별 특화교육 실시, 취업활동·성공시 최대 100만원 지급하는 전직장려수당 확대('22. 8,000건)

* 외식업중앙회(음식점), 스타벅스(바리스타), SK플래닛(유통), YWCA(요양보호사) 등

- 취업 희망 영세 소상공인·자영업자가 국민취업지원제도에 참여할 수 있도록 요건 완화

* ('21) 연매출액 1.5억원 이하 → ('22.7~) 연매출액 3억원 이하

3) 유망 소상공인 스케일업 촉진

- **(스케일업·개방형 혁신)** 단계별 경쟁·피칭으로 유망한 소상공인을 선별, 융합 팀빌딩·사업화·자금 등 집중지원('22.下~, 중기부)

【1】소상공인 + 창작자	【2】소상공인 + 스타트업	【3】소상인 + 소공인
■ 디자인 브랜딩 패키징 등에 창작자의 무형가치 접목	■ 제품기획·판로 등에 스타트업의 속도·편의효율성 부여	■ 이업종 간의 결합과 협업을 유도하여 상호 간 시너지 창출

- **(IP브랜딩)** 혁신 아이디어를 보유한 소상공인에 IP출원·보호·활용을 패키지 지원하여 '지식기반 소상공인' 육성('23~, 중기부)



- 소상공인·중소 프랜차이즈가 보유한 영업노하우·지식재산권에 대한 침해가 빈번하게 일어나고 있으나 대응 역량 부족

구분	초기 단계	성장 단계	대표브랜드 단계
지원 대상	창업 1~3년 이하 또는 가맹점 10개 이하	창업 4~10년 또는 가맹점 11~70개 미만	창업 10년 이후 또는 가맹점 70개 이상
지원 내용	민간 브랜딩 메이커 활용 브랜딩 전략 수립·컨설팅	스마트·모바일 접목, 마케팅·판로, BM 고도화 등	스마트화, DB구축, 규격/인증, 글로벌화 등

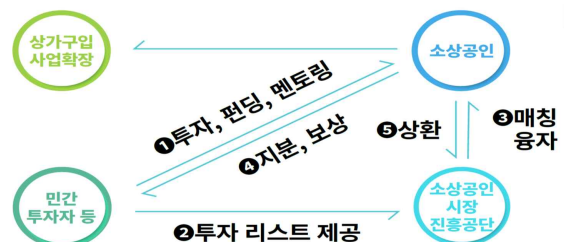
- **(소상공인 투자모델 창출)** '애그리게이터' 등 소상공인 투자자가 늘어나도록 소상공인에 적합한 방식의 투자모델 도입('23~, 중기부)

- * 애그리게이터(aggregator) : 작지만 유망한 소상공인·브랜드들을 발굴해 투자·인수하고 마케팅·전자상거래·해외진출 등을 통해 스케일업 지원



- '18년 설립된 美 스라시오는 아마존 입점업체 중 유망한 곳에 투자해 수익을 거두면서 유니콘 등재, 국내에서도 '홀썸브랜드' '더인벤션랩' 등 활동중

- 민간투자자가 창의적 소상공인에 先투자하는 경우 소상공인 정책 자금을 추가지원하는 매칭융자 제도 신설



- 창의적 소상공인의 민간 클라우드 펀딩·대출 플랫폼 활용을 지원하고, 동네펀딩 모델* 시범추진

- * 주민들이 동네 소상공인 클라우드 투자시, 현금수익+현물리워드를 결합하여 고객확보 유도



- B사는 마포 주변 소상공인 가게 70여곳을 대상으로 동네펀딩 실시, 상권인근 직장인, 동네주민 500여명이 참여하면서 17억원 펀딩 성공('22.2~7)

- 개인사업자 사업권에 대한 투자계약을 체결하고, 추후 법인전환시 지분전환하는 (가칭)소상공인지분전환계약 도입 검토(소상공인법 개정)

- * 소상공인의 대다수가 非법인 개인사업자로 주식·출자 등의 투자방식 불가

- ** 예시 : 홍삼진액 제조·판매권 등의 수익배분에 관한 투자계약 체결, 추후 매출·수익 확대시 개인사업자를 법인으로 전환하고 지분을 배분

- ◇ **민간의 혁신역량을 최대한 활용하여 지역의 창의적 소상공인을 로컬브랜드로 키우고 소상공인이 행복한 골목상권 조성**

1) 로컬브랜딩 및 골목산업화 추진

< (예시)로컬브랜드 성장단계 >

(1) 창의적 소상공인		(2) 로컬브랜드		(3) 골목길 벤처밸리
지역자원을 활용한 로컬크리에이터 창업	⇒	서비스 체험, 이벤트, 스테이, 교육 등이 결합, 골목 브랜드화	⇒	소규모 제조업 등 전후방 산업이 결합되어 골목산업화

- **(로컬브랜드 육성)** 지역가치 창업가 ‘로컬크리에이터(年 200팀)’의 ‘로컬브랜드’ 도약을 위해 성장단계별 지원 강화(‘23~, 중기부·우분)
- * (예비·창업) 사업화자금 1~3천만원 → (도약) 최대 1억원 추가 지원

- 콘텐츠를 확장하여 지역대표기업으로 성장하도록 지역 자원(특산물, 공간 등)의 전국 유통*, 투융자 유치, 선배기업 협업 등 지원
- * 중소유통공동도매물류센터, 우체국 쇼핑·우편 물류망 활용



- S사는 투자유치 등을 통해 양양의 군사지역 해변을 국내 최초의 서핑 전용 해변으로 조성, 서핑 교육·축제 등으로 영역 확장(‘21년기준 50만명 방문, 매출 30억원)

- **(로컬상권 브랜딩)** 역사·문화 등 지역 정체성(Identity)을 골목길에 담아내는 읍면동 단위의 로컬브랜드* 구축(‘23~, 중기부)

* 예시 : 인천 개항로 프로젝트, 강릉 커피거리, 양양 서피비치, 대전 성심당스트리트 등

- 상인·창업가(지역활동가)·건물주·지역주민 등 다양한 골목상권 주체들이 참여하는 커뮤니티(협업체 등) 운영 및 브랜딩 전략 수립 지원
- 도심형 소형 상권 단위로도 활성화계획을 자율 수립하여 테마 체험공간 조성, 특산품 개발 등을 수행할 수 있도록 개편

* (기존) 단일유형(점포 400개 이상, 120억원 지원) → (개편) 도심형 추가(점포 100개 이상, 60억원 지원), 지역균형 배분

- 대학-전통시장간 협업 과제를 수행하는 ‘(가칭)전통시장 리부트 프로그램’ 신설(年 2곳)



- 지역 커뮤니티와 지역 대학들이 연계해서 상권이나 전통시장을 살려낸 경험이 많은데, 지속적으로 추진할 수 있도록 제도화되지 못해서 아쉬움

- **(전후방 골목산업 육성)** 소규모 제조업 등 로컬브랜드와 밀접한 연관 산업을 육성하여 '골목길 벤처밸리' 조성('23~, 중기부·우분)

* (강릉 사례) 테라로사, 보헤미안 등 커피문화 확산 → 커피 재배, 커피거리 축제·스테이 등 연관산업 결합 → 커피가공 및 커피찌꺼기 업사이클링 제조업 확장

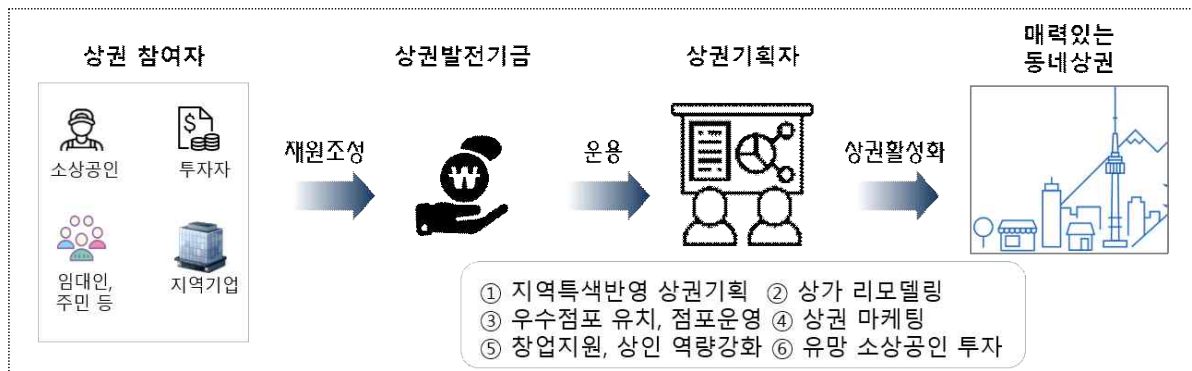
- '(가칭)골목펀드'가 조성될 수 있도록 관련 제도 도입을 검토하고, 상권내 유희공간·우체국 등을 직주락(職住樂) 창업공간으로 재생



- 골목길 벤처밸리를 저해하는 규제가 있는 경우 읍부즈만을 통한 규제완화, 지역특구 지정(지자체 협의) 추진

2) 민간혁신가·자본 유입을 위한 상권기획자·상권발전기금 도입

< (예시)상권기획자 및 상권발전기금 개념도 >



- **(상권기획자 도입)** 골목상권 공간 재구성, 소상공인 보육 등을 전문 기획하여 상권발전을 도모하는 상권기획자 제도 신설('23, 상권법 개정)

현장의 목소리

■ 소상공인들이 밀집한 골목상권을 살려내는 민간 혁신가들이 더욱 늘어나도록 정부에서 여건을 조성할 필요

* (역할·의무) 상권발전방안 기획, 상인조직 대상 자문 및 상권발전기금 운영 대행, 상가 등 공간 재구성, 유망 소상공인 보육, 적정 임차료/장기임대 등

- 상권기획자에 상권활성화·소상공인 육성사업 운영·추천권 등을 부여하여 민간의 자율성을 최대한 보장

현장 사례

■ U사는 연남동 등에서 동네 매니지먼트 서비스를 제공하는 골목상권 기획자로 지역상권의 IP 창출, 공간플랫폼 개발, 동네펀드 및 기업·투자사 등과 협업을 지원

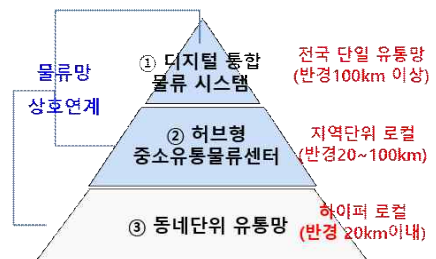
- **(상권발전기금 조성)** 상권 주체들이 상권발전사업* 재원조달을 위해 (가칭)상권발전기금을 마련할 수 있도록 제도 신설 검토('23, 상권법 개정)
 - * 사업 예시 : 빈점포매입·장기임대, 지역 앵커스토어 육성, 자체 유통물류망 구축 등
- 상권발전기금의 조성형태(투자조합 또는 공동자금), 투자범위(소상공인·상가점포 등), 조성·운용자(상권조합·상권기획자) 등 세부안 마련
- **(민관협력형 상권투자모델 추진)** 상권투자, 임대료 조정 등이 민간에서 이루어지도록 자율상권조합* 설립·안착 유도('23~, 중기부)
 - * 상인·임대인·주민 등 다양한 주체가 참여하는 상권관리기구(지역상권법 제15조)



▪ 군산 영화타운에서 지역 청년소상공인이 공동으로 지역관리회사인 J사를 창업, 신규 점포의 공동 설계·브랜딩·개발과 DIT(Do It Together)축제, 커뮤니티 호텔 등 추진

3) 로컬상권 혁신 인프라 구축

- **(읍면동 상권혁신)** 읍면동 단위로 소상공인·혁신가·주민 등이 참여, 상권 활성화를 추진하는 동네상권발전소 조성 추진('23~, 중기부·우분)
 - * (민간 상인조직·기초지자체) 소규모 상권활성화 사업 기획·추진, (중기부·우분) 사업비 지원, 유희시설 제공
- **(로컬상권 유통체계 고도화)** 골목상권 도소매 자영업자의 성장을 위해 로컬 상권 유통 인프라 3축* 혁신('23~, 중기부)
 - * ① 디지털통합물류시스템 - ② 허브형 중소유통물류센터 - ③ 동네단위 유통망



- 지역 중소유통물류센터-슈퍼마켓-소비자를 온라인·디지털 플랫폼으로 연결하는 풀필먼트* 구축 및 보급·확산(~'27, 산업부)
 - * 풀필먼트 표준모델 설계 후 포항, 부천, 창원에 시범구축(~'23.3) → 기초여건·사업성 검토 등을 토대로 12개 지역에 보급·확산(~'27)
- 소매업종과 소비자가 원하는 다양한 체험요소, 지역의 콘텐츠를 융합한 오프라인 경험형 마켓* 보급('22. 100개, 중기부)
 - * (예) 화훼+슈퍼, 반찬가게+식당 등 업종별 융합에 푸드코치(다이어트 관리) 등 체험요소 추가



▪ 지역 중소유통·프랜차이즈 업체들의 물류경쟁력 강화를 위해 전용 물류센터 확충, 전산망 개선 등 필요

- **(지역단위 소상공인 육성기관 조성)** 권역별 '(가칭)골목경제 진흥재단*' 구성을 추진하여 지역 실정에 맞는 지원 실시('23~, 중기부)
 - * 소상공인 역량강화, 골목상권 실태조사·발전계획 수립 지원, 골목산업화 사업 등 수행

V. 향후 추진일정

세부 추진과제		소관부처	일정
(전략1) 코로나19 · 3고 충격 긴급대응플랜 추진			
1-1. 선제적·종합적 재기지원			
1-1-1. 선제적 폐업예방		중기부	'22.10~
1-1-2. 「폐업-채무조정-재도전 종합 패키지」 마련, 폐업 지원규모, 재기지원 패스트트랙 확대		중기부·금융위	'22.10~
1-1-3. 새출발기금 시행 및 연락처 지원		금융위	'22.10~
1-2. 촘촘한 사회안전망 구축			
1-2-1. 노란우산공제 가입자 확대, 복지지원 강화		중기부	'23~
1-2-2. 자영업자 고용보험 가입지원 확대		중기부	'22.8
1-2-3. 재해대응 매뉴얼 마련, 원스톱 이동지원센터 운영		중기부	'22.8~
1-3. 저금리 대출 등 경영부담 완화			
1-3-1. 58조원 규모 신규·대환자금 공급 및 기존 제도 개선		중기부·금융위	~'22
1-3-2. 침익적 행정처분에 대한 법령정비 추진		법제처	'23
1-3-3. 세액공제 확대 등 세금·공공요금 부담 경감		기재부 등	~'23
1-3-4. 밀가루 등 원료비 지원		농림부	~'22
1-3-5. 착한임대인 세액공제 연장 등 임대료 부담 완화		기재부	~'23
1-4. 소비진작 분위기 조성을 통한 매출증대 유도			
1-4-1. 대규모 소비축제 개최		중기·산업·농림부	'22.8~
1-4-2. 온누리상품권 할인		중기부	'22.9
(전략2) 스마트·디지털 기반 소상공인 경영혁신			
2-1. '전국 상권 빅데이터 플랫폼' 구축을 통한 정보 제공·신사업 창출			
2-1-1. 빅데이터 구축 법적근거 마련, 데이터 확보		중기부	'23
2-1-2. 앱을 통한 창업·경영 정보 제공, 신사업 창출		중기부	'23~
2-2. 스마트상점·공방 보급 및 고도화			
2-2-1. 소상공인의 스마트 전략기획 지원		중기부	'23~
2-2-2. 스마트상점 빅데이터 구축방안 검토		중기부	'23
2-2-3. 스마트상점, 스마트공방 확산		중기부	'22~'27
2-2-4. 스마트기술 공급기업 육성		중기부	~'25
2-3. 소상공인 온라인 진출 지원, 상생협력 촉진			
2-3-1. 'e커머스 소상공인' 年 10만명 양성		중기부	'22~'27

세부 추진과제		소관부처	일정
2-3-2. '함성 대한민국' 등 온라인 분야 상생협력 문화 확산		중기부	'22.下~
2-3-3. 배달플랫폼 상생 촉진		중기부	'22.下~
2-4. 전통시장의 디지털 역량 강화			
2-4-1. 온라인 배송 지원		중기부	'22.下~
2-4-2. 대기업 상생형 온라인 진출 지원		중기부·동반위	'22.9~
2-3-3. 스마트 결제 인프라 구축		중기부	'22.8
(전략3) 성장을 추구하는 기업가형 소상공인 육성			
3-1. 소상공인 기준을 매출액으로 단일화			
3-1-1. 소상공인 기준을 매출액 단일기준으로 전환		중기부	~'23
3-2. 준비된 창업을 위한 교육훈련 강화, 생계형 창업자는 재취업 유도			
3-2-1. 소상공인 혁신거점 구축 및 현장형 교육훈련 실시		중기부	'23~
3-2-2. 대학 활용 청년 소상공인 교육		중기부	'23~
3-2-3. 로컬 특화 기업가 양성		중기부·교육부	'23~
3-2-4. 생계형 창업자의 재취업 유도		중기부·고용부	'22.下~
3-3. 유망 소상공인 스케일업 촉진			
3-3-1. 유망 소상공인 스케일업 및 개방형 혁신 촉진		중기부	'22.下~
3-3-2. 혁신 아이디어 보유 소상공인에 IP브랜딩 지원		중기부	'23~
3-3-3. 소상공인 투자모델 창출		중기부	'23~
(전략4) 민간 협업을 통한 행복한 로컬상권 조성			
4-1. 로컬 브랜딩 및 골목산업화 추진			
4-1-1. 로컬 크리에이터를 로컬브랜드로 육성		중기부·우본	'23~
4-1-2. 읍면동 단위의 로컬브랜드 구축 지원		중기부	'23~
4-1-3. 로컬브랜드 밀집 전후방 소규모 제조업 등 육성		중기부·우본	'23~
4-2. 민간혁신가·자본 유입을 위한 상권기획자·상권발전기금 도입			
4-2-1. 상권기획자 제도 신설		중기부	'23
4-2-2. 상권발전기금 제도 도입 검토		중기부	'23
4-2-3. 민관협력형 상권투자모델 추진		중기부	'23~
4-3. 로컬상권 혁신 인프라 구축			
4-3-1. 읍면동 단위 동네상권발전소 조성		중기부·우본	'23~
4-3-2. (가칭)골목경제 진흥재단 구성 추진		중기부	'23~
4-3-3. 로컬상권 유통체계 고도화		중기부·산업부	'23~