

---

# 새정부의 소상공인정책

---

2022. 7. 4

상생협력본부 / 본부장 노화봉



소상공인시장진흥공단



# I. 그간의 소상공인정책

## 1) 전통시장 중심의 유통정책(1960년대)

- 소상공인에 대한 정의와 개념이 부재했던 시대로 조선시대 이전부터 물물교환의 '장소'로 여겨졌던 전통시장을 중심으로 유통정책을 수립
- 1961년, 일제강점기 때 제정된 「시장규칙」을 「시장법」으로 대체하고, 시장개설허가제를 도입하여 정부 차원에서 관리 및 규제 추진

## 2) 국·내외 정세변동에 따른 변화(1990년대)

- 국내 유통업태의 다양화(시장, 연쇄화사업, 대규모소매점, 상점가, 방문판매, 통신판매 등)로 인해 다각적인 유통정책 수립 필요성 제기
  - 또한, 세계무역기구(WTO) 가입과 동시에 이뤄진 유통시장 완전개방과 대량 유통시장의 성장을 뒷받침 할 수 있도록 법제화 실시
  - 「유통산업발전법」 제정을 통한 유통산업 규제 완화 등은 대규모점포 양산을 야기, 전통시장 경영 위기를 초래하며 지원 필요성을 재조명
- ⇒ 「도소매업진흥법」('86), 「유통산업발전법」('97), 외국인투자제한폐지('96) 제정 및 대규모점포 허가제에서 등록제로 전환('97) 추진

<시장 관련 주요 법령의 변천 과정(~'90년대)>



### 3) 소상공인 · 전통시장 지원정책 본격 추진(2000년대)

- 1990년대 말, 창업촉진 정책으로 외환위기 극복을 시도하며 소상공인을 정책적인 지원 대상으로서 본격적으로 인식하고 지원제도 체계화
- 법 · 제도, 정책 · 구조적 지원제도의 구체화를 통해 교육, 컨설팅, 온누리상품권 발행 등 소상공인 · 전통시장 지원 전담기관의 지원시책 이행 본격화
  - ⇒ 「소기업 및 소상공인 지원 특별법」(‘97), 「재래시장 육성 특별법」(‘05) 제정, 소상공인지원센터 설치(‘99), 시장경영지원센터 설립(‘05), 소상공인지원센터 설립(‘06) 등 지원조직 설립

### 4) 소상공인 보호와 육성 그리고 혁신(2010년 이후)

- 대형유통점의 급격한 확산과 판로 다양화 등 유통 구조의 변화에 따른 소상공인 · 전통시장 경쟁력 약화로 ‘보호와 육성’ 정책으로 전환
- 2012년, 「유통산업발전법」을 개정하여 대규모점포의 영업시간 제한 규정을 신설하며 규제함으로써 소상공인과 전통시장 보호에 박차
- 이후, 보호를 넘어 자생력 향상을 위한 혁신 대책을 통해 경쟁력 있는 경제주체로 육성, 소상공인시장진흥공단 설립(‘14년)으로 뒷받침

### 5) 최근의 정책변화와 미래(2017년 이후)

- 문재인 정부에서 경영난 극복이 필요한 소상공인에 대한 보완 대책으로 다양한 소상공인 지원대책 수립 및 시행
  - 최저임금 인상에 대한 소상공인 부담완화와 자영업 성장 · 혁신대책, 소상공인 디지털생태계 조성 대책 및 「소상공인기본법」(‘20) 제정

## 참고

## 주요법령 현황 및 정책의 변천

### <주요법령 현황 및 제정목적>

\* 현행 기준

| 관련 법령                    | 제개정연도           | 제정 목적  |
|--------------------------|-----------------|--|
| 중소기업기본법                  | 1966년           | 중소기업의 위상과 중소기업정책의 방향을 규정   |
| 유통산업발전법                  | 1997년           | 유통산업의 효율적인 진흥과 균형 있는 발전을 꾀하고, 건전한 상거래질서 확립   |
| 소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법  | 2000년<br>(법령변경) | 소기업 및 소상공인의 자유로운 기업활동을 촉진하고 구조개선 및 경영안정 도모   |
| 재래시장 육성을 위한 특별법          | 2005년           | 재래시장(전통시장)의 현대화를 촉진하여 유통산업의 균형 있는 성장을 도모   |
| 대·중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률    | 2006년           | 대·중소기업 간 상생협력관계를 공고히 하여 경쟁력을 높이고 양극화를 해소하여 동반성장 달성   |
| 협동조합기본법                  | 2012년           | 협동조합의 설립·운영 등에 관한 기본적인 사항을 규정하여 자주적·자립적·자치적인 협동조합 활동을 촉진하고, 사회통합과 국민경제의 균형 있는 발전에 기여           |
| 도시형소공인 지원에 관한 특별법        | 2014년           | 도시형소공인의 성장과 발전을 위한 지원체계를 마련하여 도시형소공인의 경제활동을 촉진함으로써 국민경제 발전에 기여                                 |
| 소상공인 보호 및 지원에 관한 법률      | 2015년<br>(법령변경) | 소상공인의 자유로운 기업 활동을 촉진하고 경영안정과 성장을 도모하여 소상공인의 사회적·경제적 지위 향상과 국민경제의 균형 있는 발전에 이바지                 |
| 전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법    | 2016년<br>(법령변경) | 전통시장과 상점가의 시설 및 경영의 현대화와 시장 정비를 촉진하여 지역상권의 활성화와 유통산업의 균형 있는 성장을 도모함으로써 국민경제 발전에 기여             |
| 소상공인 생계형 적합업종 지정에 관한 특별법 | 2018년           | 소상공인이 생계를 영위하기에 적합한 업종을 지정하여 보호·육성함으로써 소상공인의 경영안정과 소득향상을 도모하고, 생존권을 보장                         |
| 소상공인기본법                  | 2020년           | 소상공인의 지속가능한 성장과 경영안정을 촉진하고 사회적·경제적 지위 향상 및 고용안정을 도모하기 위한 시책의 기본적 사항을 정함으로써 국민경제의 균형 있는 발전에 이바지 |

**<연도별 주요 관련법·제도 및 대책의 변화>**

| 연도    | 주요내용   | 비고               |
|-------|--|------------------|
| ~1966 | ▶ 「중앙도매시장법(1951.6)」 및 「시장법(1961.8)」 제정<br>▶ 「중소기업기본법(1966.12)」 제정 및 유통구조개선 종합대책 수립   | 전통시장 및 유통구조 제도정비 |
| ~1986 | ▶ 「도소매진흥법」 제정(1986.12)<br>* 시장, 백화점, 도매센터 허가제, 업태별 육성, 상점가 진흥조합제도 도입   |                  |
| 1997  | ▶ 「유통산업발전법」 제정(1997.)<br>* 대규모점포 허가제에서 등록제로 변경 등 규제 완화<br>** 전통시장 지원 및 관리 기능 상실, 전통시장 지원 필요성 재조명   | 유통산업 지원확대        |
| 1999  | ▶ 소상공인지원센터 설립(1999.1)  |                  |
| 2000  | ▶ 「소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법」 개정(2000.12)<br>* 소상공인 정의, 소상공인지원센터 설치 근거 마련<br>** 「소기업 지원 특별조치법」 명칭 변경   | 소상공인 지원 법적 근거 마련 |
| 2001  | ▶ 「상가건물임대차보호법」 제정(2001.12)   |                  |
| 2002  | -  | -                |
| 2003  | ▶ 소상공인 공제제도 도입(2003.2) 논의  |                  |
| 2004  | ▶ 「중소기업 경쟁력 강화 종합대책」 수립(2004.7)<br>* 지자체의 적극적인 참여를 유도하여 소상공인 경영컨설팅 및 정보 제공 기능강화와 재래시장 활성화, 지역신용보증제도 확대를 목적<br>▶ 『재래시장 육성 특별법』 제정 논의<br>* 시설현대화, 경영현대화, 재개발·재건축 활성화 특례조치 등 포함 | 지역밀착형 지원체제로 전환   |
| 2005  | ▶ 「영세 자영업자 대책」 수립(2005.5)<br>* 종합대책과 업종별 대책으로 구분, 자영업 종사자 대책 별도 마련<br>▶ 「소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법」 개정(제8차)<br>* 소상공인지원센터 설립, 소상공인범위 축소(10인 이하 → 10인 미만)                       | 소상공인정책 다각화 시점    |
| 2006  | ▶ 소상공인지원센터 설립(2006.6)<br>* 중앙소상공인지원센터 폐지, 소상공인지원센터 지방자치단체로 이관  |                  |
| 2007  | ▶ 소기업·소상공인 공제제도 도입(2007.9)<br>* 노란우산공제 제도 추진(중소기업중앙회)  | 미국발 금융위기         |
| 2008  | ▶ 「서민생활 안정과 영세 자영업자·소상공인 지원 대책」 마련(2008.3)   |                  |
| 2009  | ▶ '소상공인 영업환경 개선대책'(2009.4)<br>* 한국음식업중앙회, 한국목욕업중앙회, 한국떡류협회 등 41개 업종단체 의견 수렴 및 100건 개선 필요과제 발굴, 28개 규제 개선   |                  |

| 연도   | 주요내용  | 비고                            |
|------|---|-------------------------------|
| 2010 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ '신용카드수수료율 인하 대책'(2010.1)</li> <li>▶ '소상공인 자생력 확보대책'(2010.1) <ul style="list-style-type: none"> <li>* 소상공인 지원 9대 정책과제 발표</li> </ul> </li> <li>▶ '서민금융 활성화 대책' 발표(2010.4)</li> <li>▶ '영세 소상공인 경영안정 대책' 발표(2010.5)</li> </ul>   | 소상공인정책 다각화 및 세분화<br>그리스發 금융위기 |
| 2011 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 「소비자가 다시 찾는 전통시장 만들기 대책」 발표(2011.1) <ul style="list-style-type: none"> <li>* 전통시장과 전통시장 상인에 대한 대책 동시 발표</li> </ul> </li> </ul>   | '베이비부머' 은퇴 본격화                |
| 2012 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ '자영업자 고용보험제도' 도입(2012.1) <ul style="list-style-type: none"> <li>* 자영업자의 사회적 직위를 '근로자'로 인정하는 정책 추진(고용법 개정)</li> </ul> </li> <li>▶ 「유통산업발전법」 개정(2012.3) <ul style="list-style-type: none"> <li>* 대규모점포, 준대규모점포 의무휴업 조항 신설</li> </ul> </li> <li>▶ '소상공인진흥계정' 설치(2012.7) <ul style="list-style-type: none"> <li>* 『소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법』 개정(2012.7)</li> </ul> </li> <li>▶ '소상공인 경쟁력 제고 방안' 발표(2012.9)</li> <li>▶ 「협동조합기본법」 제정(2012.12)</li> </ul>  |                               |
| 2013 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ '소공인 지원' 본격화(2013.1) <ul style="list-style-type: none"> <li>* 소상공인 중심 지원에서 소공인(소규모 제조업 종사) 중요성을 인식하여 소공인특화지원센터 설치 등 지원, 정책 균형화 추진</li> </ul> </li> <li>▶ '소상공인협동조합 지원사업' 시범사업 추진 (2013.5) <ul style="list-style-type: none"> <li>* 협동조합 지원으로 소상공인의 조직화, 규모화 도모</li> </ul> </li> <li>▶ '소상공인 및 전통시장의 활력회복을 위한 자생력 제고 대책' 발표(2013.10) <ul style="list-style-type: none"> <li>* (5대방향) 창의·혁신기반 경영 확산, 중소기업 및 물류체계 개선, 소공인 특화지원 강화, 매력 있는 전통시장 조성, 경영안정 및 지원인프라 확충</li> </ul> </li> <li>▶ '소상공인 지원체계 정비 착수'(2013.1) <ul style="list-style-type: none"> <li>* 소상공인진흥원, 시장경영진흥원 통합 추진 TF구성</li> </ul> </li> </ul>  | 소상공인정책의 균형화 및 규모화 시점          |
| 2014 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ '소상공인시장진흥공단' 설립(2014.1) <ul style="list-style-type: none"> <li>* 소상공인진흥원과 시장경영진흥원 2개 기관 통합</li> </ul> </li> <li>▶ 「소상공인협동조합 활성화 지원사업」 추진 (2014.1) <ul style="list-style-type: none"> <li>* 공동장소임차, 공동장비 구매, 공동 R&amp;D, 공동브랜드개발, 공동 마케팅, 공동네트워크 등 6개 분야</li> </ul> </li> <li>▶ 「도시형소공인 지원에 관한 특별법」 제정(2014.5) <ul style="list-style-type: none"> <li>* 정책대상의 세분화(소상인, 소공인, 전통시장) 근거 마련</li> </ul> </li> <li>▶ '장년층 고용안정 및 자영업 대책' 발표(2014.9) <ul style="list-style-type: none"> <li>* 퇴직 장년층의 고용불안이 조직퇴직 → 자영업 과잉 진입 → 과당경쟁 심화의 악순환 반복 구조</li> <li>** 창업부터 폐업·전환에 이르는 생애주기 단계별 선순환 구조 미흡</li> <li>*** (그 밖의 문제)상가권리금 문제, 상가밀집 지역의 주차공간 미흡, 규제개선 등 소상공인 문제로 인식</li> </ul> </li> </ul> |                               |

| 연도   | 주요내용   | 비고                        |
|------|--|---------------------------|
| 2015 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」전부개정(2015.5) <ul style="list-style-type: none"> <li>* 특별법 → 일반법으로 전환</li> <li>** 소상공인 지원에 대한 타당성 제고 및 법률 내 소기업을 제외하여 소상공인에 대한 집중적인 지원 근거 마련</li> </ul> </li> <li>▶ 「상가건물임대차보호법」개정(2015.5) <ul style="list-style-type: none"> <li>* 권리금 회수기회 보호조항 신설 등</li> </ul> </li> </ul>   | 법·제도 재정비                  |
| 2016 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」 일부개정(2016.7) <ul style="list-style-type: none"> <li>* 재해·재난 등으로 인한 피해 지원의 근거 마련</li> <li>* 소상공인 고용보험료 지원 근거 조항 마련</li> </ul> </li> </ul>  |                           |
| 2017 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 「소상공인·영세중소기업 지원대책」수립(2017.7) <ul style="list-style-type: none"> <li>* 최저임금 인상에 따른 소상공인 부담 완화, 고용감소 방지, 소득 주도 성장 구현 등 인건비 직접지원+전반적인 경영여건 개선에 초점</li> </ul> </li> <li>▶ 중소벤처기업부로 격상(2017.7)</li> </ul>  |                           |
| 2018 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 「소상공인·영세중소기업 지원대책 이행상황 점검 및 보완대책」수립(2018.1) <ul style="list-style-type: none"> <li>* 상가임대료 부담 완화 및 안정적 임차환경 조성, 대규모점포에 대한 입지·등록·영업규제 강화, 소상공인 생계형 적합업종 지정 등</li> </ul> </li> <li>▶ 「소상공인·자영업자 지원대책」수립(2018.8) <ul style="list-style-type: none"> <li>* 카드수수료 부담 완화 등 경영비용 부담 완화, 세금부담 완화, 경영여건 개선 방안 등 대책 마련</li> </ul> </li> <li>▶ 「자영업 성장·혁신 종합대책」수립(2018.12) <ul style="list-style-type: none"> <li>* 소상공인 생애주기별 성장환경 조성, 안전망 등 복지 확대, 상권보호 및 상생협력 방안 등 마련</li> </ul> </li> <li>▶ 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」일부개정(2018.12) <ul style="list-style-type: none"> <li>* 폐업 소상공인에 대한 지원 내용 강화</li> <li>** 소상공인폐업지원센터 설치·운영의 근거 조항 마련</li> </ul> </li> </ul> | 최저임금 인상에 따른 부담완화 대책 중점 수립 |
| 2019 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 「소상공인 자생력 강화 대책」수립(2019.9) <ul style="list-style-type: none"> <li>* 환경변화에 원활히 대응할 수 있도록 신속한 지원방안 마련</li> <li>** 소비유통트렌드 변화에 대한 대응 역량 강화, 오프라인 골목상권 활성화</li> </ul> </li> </ul>   |                           |
| 2020 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」일부개정(2020.12) <ul style="list-style-type: none"> <li>* 재난(감염병) 발생 시 신속 지원 조항 마련</li> </ul> </li> <li>▶ 「한국판 뉴딜 종합계획」수립(2020.7) <ul style="list-style-type: none"> <li>* 코로나19 사태로 인한 극심한 경기침체 극복 및 구조적 대전환을 위한 정책 추진(10대 대표과제, 전체 28개 과제 설정)</li> </ul> </li> <li>▶ 「소상공인 디지털 전환 지원방안(소상공인 성장·혁신 방안 2.0)」수립(2020.9) <ul style="list-style-type: none"> <li>* 소상공인 디지털 격차 해소 및 전통시장 디지털 경쟁력 제고 등</li> </ul> </li> </ul>   | 소상공인 재난 지원 근거 마련          |
| 2021 | <ul style="list-style-type: none"> <li>▶ 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」 일부개정(2021.7) <ul style="list-style-type: none"> <li>* 손실보상 관련 조항 신설</li> </ul> </li> </ul>  | 손실 보상 지원 근거 마련            |

## II. 소상공인 현황 및 경영환경

### 1. 소상공인 현황

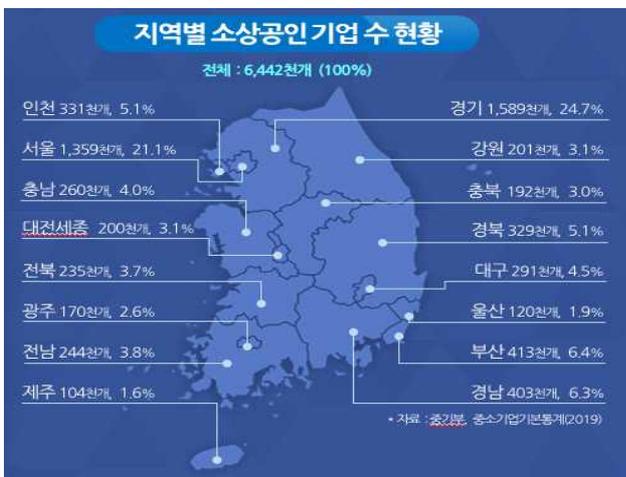
#### 1) 소상공인의 개념

- "소상공인"\*이란 중소기업기본법 제2조제2항에 따른 소기업(小企業) 중 ①상시 근로자 수가 10명 미만일 것, ②업종별 상시 근로자 수 등이 대통령령\*\*으로 정하는 기준에 해당할 것 등 두 요건을 모두 갖춘 자를 의미
  - \* 「소상공인기본법」 제2조제①항
  - \*\* 1. 광업, 제조업, 건설업 및 운수업 : 상시 근로자 10인 미만, 2. 그 밖의 업종 : 상시 근로자 5인 미만

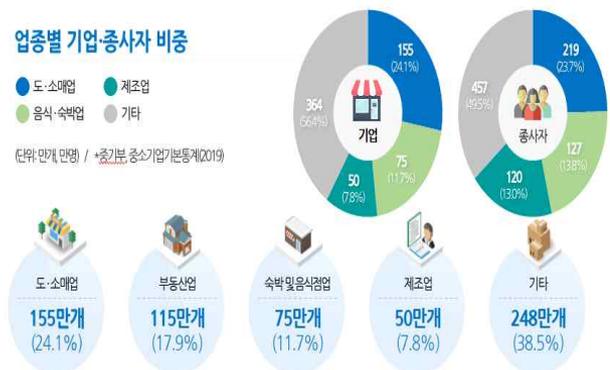
#### 2) 소상공인 현황

- 소상공인은 우리나라 전체 기업 수(2019년 기준)의 93.4%, 종사자 수는 43.7% 차지
  - 기업 수 비중(644/689만개)
    - \* 소기업 5.0%, 중기업 1.5%, 대기업 0.1%, 소상공인 93.4%(644만개)
  - 종사자 비중(922/2,108만명)
    - \* 소기업 20.3%, 중기업 18.7%, 대기업 17.3%, 소상공인 43.7%(922만명)

지역별 소상공인 현황



업종별 소상공인 현황



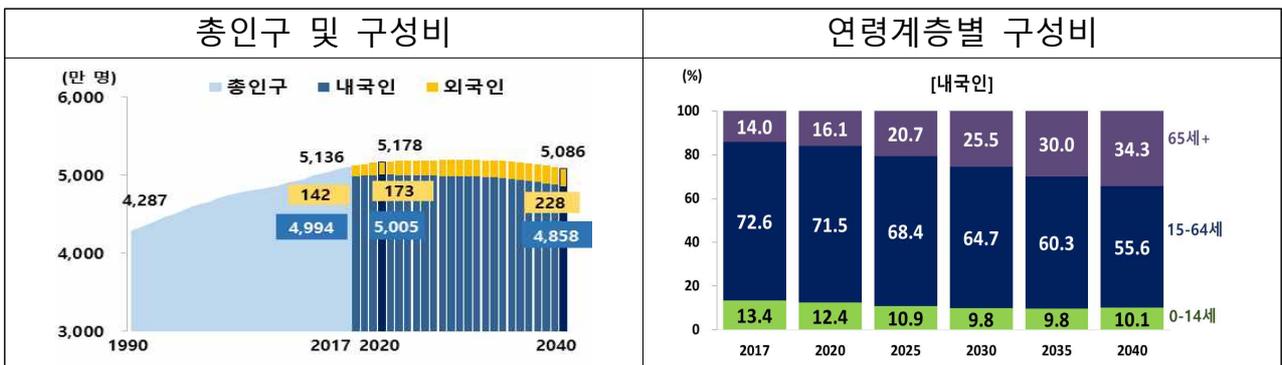
- (업종별) 도소매업, 음식 및 숙박업 등 생활형 서비스가 높은 비중 차지
  - \* 1인 기업이 절반 차지(491만개, 76.2%) : 영세성\_중기부, 중소기업기본통계(2019)

## 2. 소상공인 경영환경

### 사회 · 경제 환경변화

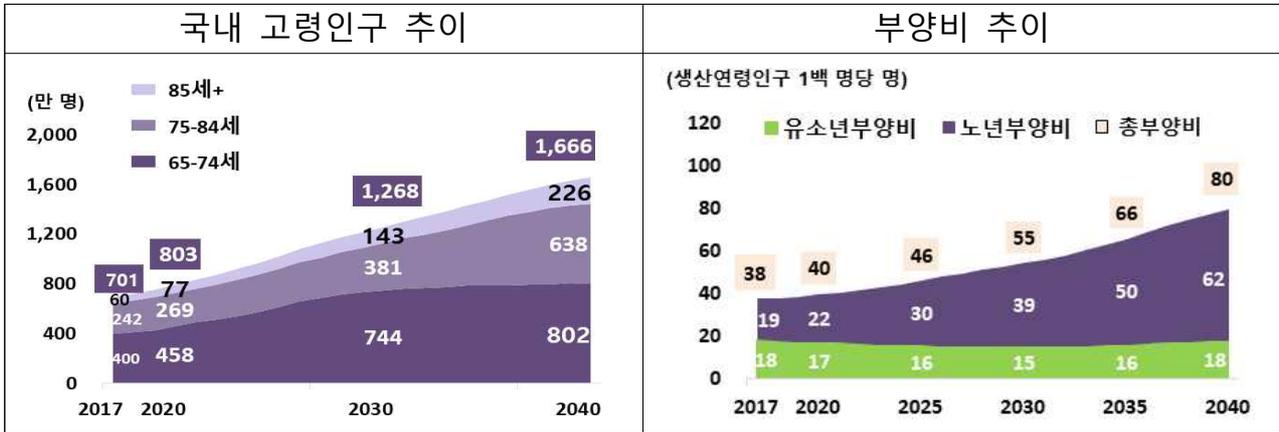
#### 1. 고령화 및 생산연령인구 감소

- 고령인구의 증가 및 생산연령 인구감소에 따라 인구 측면에서의 소비자 구조가 변화되고 있음
  - (총인구) 2020년 5,178만 명에서 2040년 5,086만 명으로 감소하고, 2067년 3,929만 명(1982년 수준)에 이를 전망
  - (인구성장률) 2029년부터 마이너스로 전환, 2067년에는 -1.26% 수준 (생산연령 인구) 국내 생산연령 인구의 구성비는 2020년 71.5%에서 2040년 55.6%로 감소 전망



\* 자료 : 통계청, 생태추계인구(2020 기준)

- (고령인구) 국내 고령인구(65세 이상)는 2020년 803만 명에서 2040년 1,666만 명으로 향후 20년간 약 2배 이상 증가할 전망
  - 고령인구는 2025년 1,000만 명을 넘고, 2036년 1,500만 명을 초과할 것으로 전망
  - 고령인구 구성비는 2020년 16.1%에서 2025년 20%를 넘고, 2035년 30%를 초과할 것으로 전망
- (총부양비) 총부양비\*는 생산연령인구 1백 명당 2020년 39.8명에서 2040년에는 79.7명까지 증가할 전망
  - \* 부양비 = 유소년부양비 + 노년부양비



\* 자료 : 통계청, 생태추계인구(2020 기준)

- 고령인구(65세 이상) 증가와 생산연령인구(15~64세) 감소는 주 소비계층의 소비위축으로 연결
  - 고령화 및 생산연령인구 감소는 소상공인 분야의 소비감소로까지 이어질 것으로 예상

## 2. 1인 및 저출산·맞벌이 가구 증가

- 우리나라 가계구조를 보면 1인 가구가 빠르게 증가하는 추세를 보이고 있으며, 이는 소비 트렌드에도 큰 변화를 일으키고 있음
  - 2019년 기준 1인 가구는 614만 8천 가구로 전체 가구 중 가장 큰 비중(30.2%)을 차지
    - 20대가 전체 1인 가구의 18.2%로 가장 큰 비중을 차지하며, 30대(16.8%), 50대(16.3%), 60대(15.2%) 등의 순
    - 60대 이상 고령층에서 남자보다 여자의 1인 가구 비중이 상대적으로 높고, 남자는 30~50대에서 여자보다 1인 가구 비중이 상대적으로 높음

| 1인 가구 비중 |        |        |         |        |      | 성·연령별 비중('19년) |        |     |      |
|----------|--------|--------|---------|--------|------|----------------|--------|-----|------|
| (천가구, %) | 전체가구   | 1인가구   | 1인가구 비중 |        |      | 남자 (%)         | 여자     |     |      |
| 25,000   |        |        |         |        | 32.0 | 0.9            | 20세 미만 | 1.0 |      |
| 20,000   | 19,111 | 19,368 | 19,674  | 19,979 | 30.2 | 19.2           | 20~29세 |     | 17.2 |
|          |        |        | 28.6    | 29.3   |      | 21.7           | 30~39세 |     | 12.0 |
| 15,000   |        | 27.9   |         |        | 28.0 |                | 40~49세 |     | 10.4 |
|          |        |        |         |        | 26.0 | 18.0           | 50~59세 |     | 14.1 |
| 10,000   |        |        |         |        | 24.0 | 18.4           | 60~69세 |     | 17.3 |
|          |        |        |         |        | 22.0 |                | 70~79세 |     | 16.5 |
| 5,000    | 5,203  | 5,398  | 5,619   | 5,849  | 20.0 | 13.0           | 80세 이상 |     | 11.5 |
| 0        |        |        |         |        |      | 2.6            |        |     |      |
|          | 2015   | 2016   | 2017    | 2018   | 2019 |                |        |     |      |

\* 자료 : 통계청, 2020 통계로 보는 1인 가구

- 1인 가구는 강력한 소비세대로 부상하면서 경영환경에 미치는 영향력이 증가
  - 주거, 내구재 등 2인 이상 가구에서 공유할 수 있는 품목을 1인 가구는 개별적으로 소비해야 하는 특성과 맞물려 전체소비를 늘리는 경향
- 특히, 1인 가구는 기존 가족 단위에서 이루어지던 소비 및 생활과는 다른 패턴을 보이면서, 소비 수요 변화를 일으킴
  - 1인 가구는 '혼밥\*', '소형가전', '혼영·혼행', '일코노미(1+Economy)' 등의 새로운 소비패턴을 보이며, 기업의 경영방식에 영향을 미치고 있음
    - \* '혼밥'과 관련이 높은 즉석조리 및 편의 식품의 생산실적은 2018년 기준 3조 40 억 원으로 전년 대비 13.7% 증가
  - 1인 가구의 소비트렌드는 ①온라인 간편 결제를 선호하며, ②요식업 매출의 비중이 높고, ③가성비 등 합리적인 소비를 중요시 여기는 특징을 갖고 있으며, ④스마트폰과 SNS를 활용한 다양한 정보의 공유를 통한 소비가 이루어짐
  - 이러한 1인가구의 소비트렌드는 환경변화에 대응하는 소상공인에게는 기회를, 변화 없이 전통 방식을 고수하는 소상공인에게는 위협의 요인이 될 것으로 보임
  - 1인 가구의 확산이 수요 변화를 일으킬 것으로 보이며, 이로 인해 다양한 기술이 적용되며 비즈니스모델이 현실에 구현될 전망(박정수·구진경, 2020)

□ 저출산과 맞벌이 가구 증가는 양육 및 가사서비스에 대한 수요 증가로 이어짐

- 맞벌이 가구는 부족한 가사노동 시간으로 편의식품비, 의복관련 서비스 등 시간 절약형 소비 지출을 늘리고 식료품비 지출을 줄임
- 또한, 취업과 관련된 지출인 교통비, 통신비, 의료비 등의 지출이 높으며, 여가 시간 부족으로 오락·문화비 지출 비중이 낮음
- 자녀 양육 관리를 위한 지출이 높고, 집 이외의 장소에서 생활하는 시간이 길어 수도·광열 등의 지출 비용이 상대적으로 낮음

<맞벌이 가구 비중\_자료 : e-나라지표>



- 맞벌이 가구 증가는 양육 및 가사에 대한 서비스 수요를 계속적으로 요구할 것이 예상되므로, 소상공인 창업 지원에 있어 맞벌이를 겨냥한 새로운 창업과 서비스에 대한 지원을 고려

### 3. 비대면(untact) 경제 확산

- 코로나19 발생으로 외출 제한, 전국적 이동금지 등 각종 조치를 시행하면서 경제활동에 급격한 영향을 미치게 됨
- 기업 활동 및 소비 위축, 실업자 급증, 공급망 혼란, 금융시장 불안 등 경제 전망에 불확실성을 증폭
- 특히 코로나19의 전 세계적 확산과 더불어 여행금지가 확대되고 이동과 소비가 급격하게 위축됨에 따라 특정 산업에 상당한 충격 (딜로이트 리서치, 2020)

<코로나19의 산업별 영향>

| 산업          | 시나리오 |       |       | 영향 요인 |          |        |                          |         |
|-------------|------|-------|-------|-------|----------|--------|--------------------------|---------|
|             | 단기   | 조기 안정 | 장기 지속 | 이동 제한 | 중국 생산 중단 | 공급망 타격 | 수요 감소/경로 운영제한            | 운전자산 압박 |
| 자동차         | H    | M     | H     |       | X        | X      | X                        |         |
| 오프라인 유통/백화점 | H    | M     | H     | X     | X        |        | X                        |         |
| 소비재         | N    | M     | M     |       | X        | X      | X                        |         |
| 항공/여행/숙박    | H    | M     | H     | X     | X        | X      |                          | X       |
| 석유화학/에너지    | M    | N     | M     | X     | X        |        | X                        |         |
| 전자/통신/미디어   | M    | M     | O     |       | X        | X      | Hardware: -<br>Online: + |         |
| 금융          | M    | N     | M     | X     | X        | X      | X                        |         |

단기: 2020년 1분기까지  
조기 안정화 시나리오: 2020년 2분기까지 영향 후 종식되는 경우  
장기 지속 시나리오: 2020년 2분기 이상 영향이 지속되는 경우

H: 막대한 영향  
M: 초반 영향을 받지만 이후 회복세  
N: 중립적 또는 적은 영향  
O: 높은 수요/기회

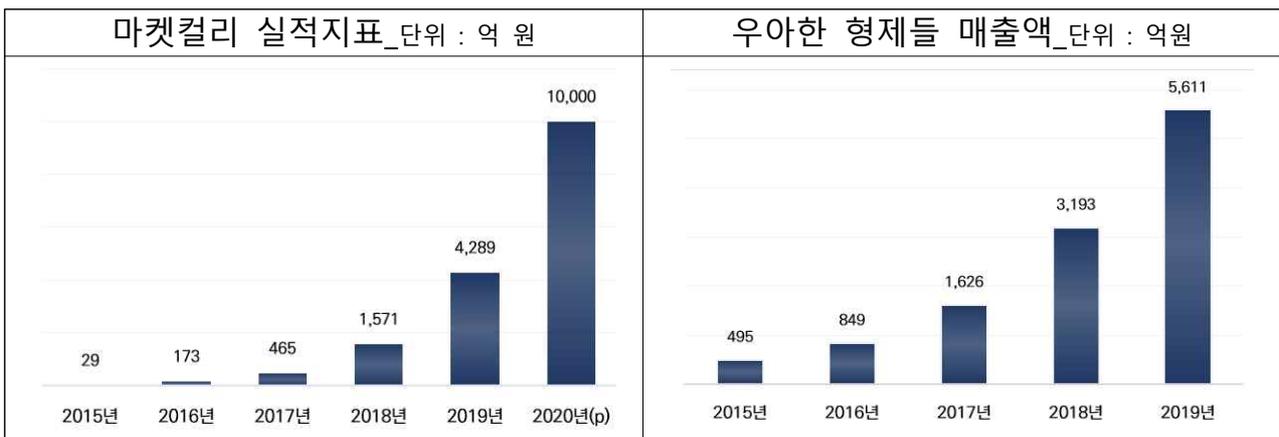
\* 자료 : 딜로이트리서치 (2020). 「코로나19에 따른 기업의 대응방안」

□ **코로나19의 충격으로 접촉을 줄이는 일상으로 변화하면서 소상공인 경영에 직접적 영향을 미치는 소비생활에도 영향**

- 코로나19의 확산으로 다중이용시설 이용에 민감해지고, 대중교통 이용이 감소
- 이에 따라 인터넷쇼핑과 홈쇼핑 등 비대면 관련 업종과 집에 머무르는 시간이 증가하면서 주거·생활 관련 업종의 매출액이 증가

□ **특히 코로나19는 소비자들의 음식 소비생활에 많은 변화를 주었으며, 이는 식품산업의 온라인화를 더욱 가속화**

- 코로나19의 감염을 예방하고자 집 안에서 식사하거나 포장·배달 수요를 증가시키면서 관련 기업들이 빠르게 성장
  - 스타트업 컬리의 '마켓컬리'는 식료품 배송 서비스를 제공하는 기업으로 2015년 매출 29억에서 2019년 매출 4,289억까지 성장
  - 음식 배달 수요가 증가하면서, 배달 앱 '배달의 민족'을 운영하는 우아한 형제들은 지난해 2018년 대비 2019년 76% 성장한 5,611억 원의 연간 매출을 기록



□ **코로나19로 인한 비대면 경제의 활성화는 일시적이 아니라 앞으로 가속화 될 전망**

- 코로나19는 도소매업, 음식 및 숙박업 등 생활형 서비스의 비중이 높은 소상공인의 경영환경에 영향을 끼치고 있으므로, 소상공인의 경영방식을 변화시키고 체질을 개선하는 선제적 대응 필요
  - \* 자문기관 deVere는 코로나19 과정에서 발생한 생활·일·금융 전반에 걸친 변화가 일시적이 아닌 새로운 국면으로의 전환으로 이어질 수 있다고 언급(하나금융연구소, 2020)

□ 전통적으로 오프라인이 강세였던 유통업 역시 온라인 기반의 거래가 점차 증가하고 있는 추세

- 2020년 주요 유통업체의 전년 동월 대비 월별 매출 증감률은 오프라인은 뚜렷한 감소추세를 보인 반면 온라인은 대조적인 추세를 보임
  - 근거리 생필품 구매 수요 증가로 편의점(2.4%) 매출이 소폭 상승하였으나 SSM(△4.8%), 백화점(△9.8%), 대형마트(△3.0%)의 매출이 전체적으로 감소(△3.6%)
  - 코로나19로 구매 수요가 온라인 쇼핑으로 몰리면서, 식품(51.5%), 생활·가구(25.3%) 등 대부분의 상품군 판매가 큰 폭으로 상승하여 전체 온라인 매출은 대폭 증가(18.4%)

<주요 유통업체의 전년 동월 대비 월별 매출증감률<sup>1)</sup>>

(단위 : %)

| 구분   | '19  | 2020년 |      |       |      |      |      |      |      |      |      |      |      |
|------|------|-------|------|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
|      | 12월  | 1월    | 2월   | 3월    | 4월   | 5월   | 6월   | 7월   | 8월   | 9월   | 10월  | 11월  | 12월  |
| 전체   | 3.0  | 6.6   | 9.1  | △3.3  | 3.9  | 2.0  | 4.6  | 4.4  | 6.6  | 8.5  | 8.4  | 6.3  | 9.0  |
| 오프라인 | △1.9 | 4.1   | △7.5 | △17.6 | △5.5 | △6.1 | △3.0 | △2.1 | △2.4 | 1.0  | 2.1  | △2.4 | △4.4 |
| 온라인  | 10.5 | 10.2  | 34.3 | 16.9  | 16.9 | 13.5 | 15.9 | 13.4 | 20.1 | 20.0 | 17.1 | 17.0 | 27.2 |

주1) 오프라인 유통업체(롯데백화점, 현대백화점, 신세계백화점, 이마트, 홈플러스, 롯데마트, 씨유, 지에스25, 세븐일레븐(바이더웨이 포함), 이마트에브리데이, 롯데슈퍼, 지에스더후레쉬, 홈플러스익스프레스), 온라인 유통업체(이베이코리아(G마켓, 옥션), 11번가, 인터파크, 쿠팡, 이마트몰, 신세계몰, 에이케이몰, 홈플러스, 갤러리아몰, 롯데마트, 롯데온, 위메프, 티몬)

※ 자료 : 산업통상자원부(2021), 「주요 유통업체 매출 동향(e-나라지표)」

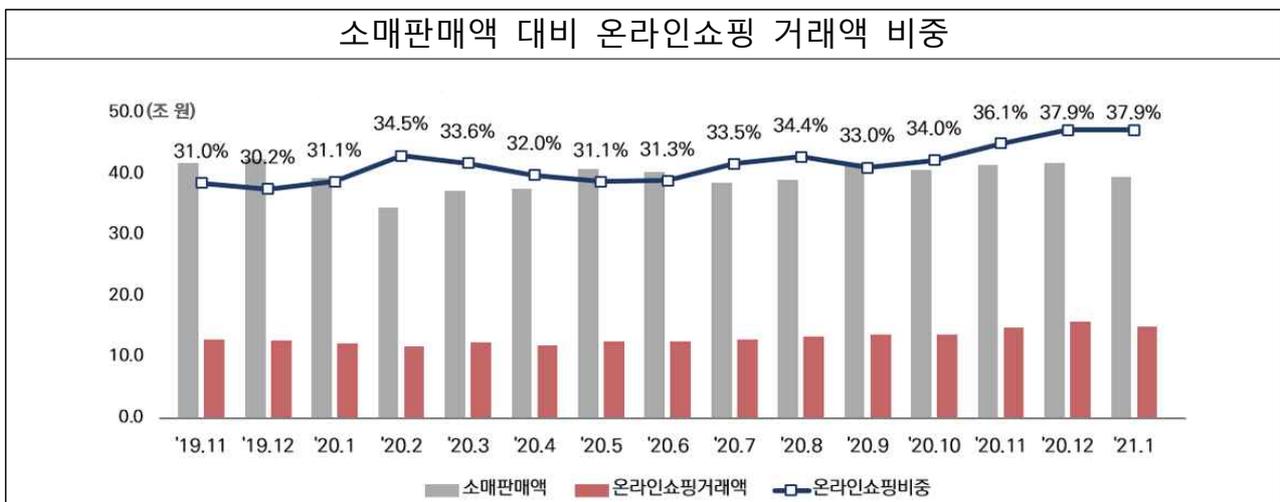
- (온라인 유통) 사회적 거리두기 장기화로, 비대면 소비가 일상화되면서 실내생활을 위한 식품(74.4%), 생활/가구(35.7%) 등의 매출이 지속 상승
  - 계절가전 수요가 늘어 가전·전자(34.0%) 판매량이 급증하였고, 실내에서 보내는 시간이 많아지면서 도서·문구(46%) 매출이 올해 들어 가장 큰 폭으로 증가
  - 반면, 코로나19로 스포츠(9.7%) 관련 상품은 소폭 증가하고 공연 등 서비스·기타(△9.3%) 매출 감소 추세 지속

## 소상공인 경영환경 변화

### 1. 소비환경 패러다임 변화

#### □ 온라인 시장으로 소비 이동

- 5G시대 도입과 디지털화에 의한 인터넷과 스마트폰 생활화로 소비자들의 소비 활동은 오프라인에서 온라인으로 이동하고 있는 추세
  - 코로나19로 인해 식품의 온라인 판매가 높아지고 배달이 증가하는 등 판매 영역의 다양화와 전문화가 이루어지고 있음
- 통계청의 '소매판매액 대비 온라인쇼핑 거래액' 비중을 보면, '19.11월 31% 이던 온라인쇼핑 비중이 '21.1월 37.9%까지 급증

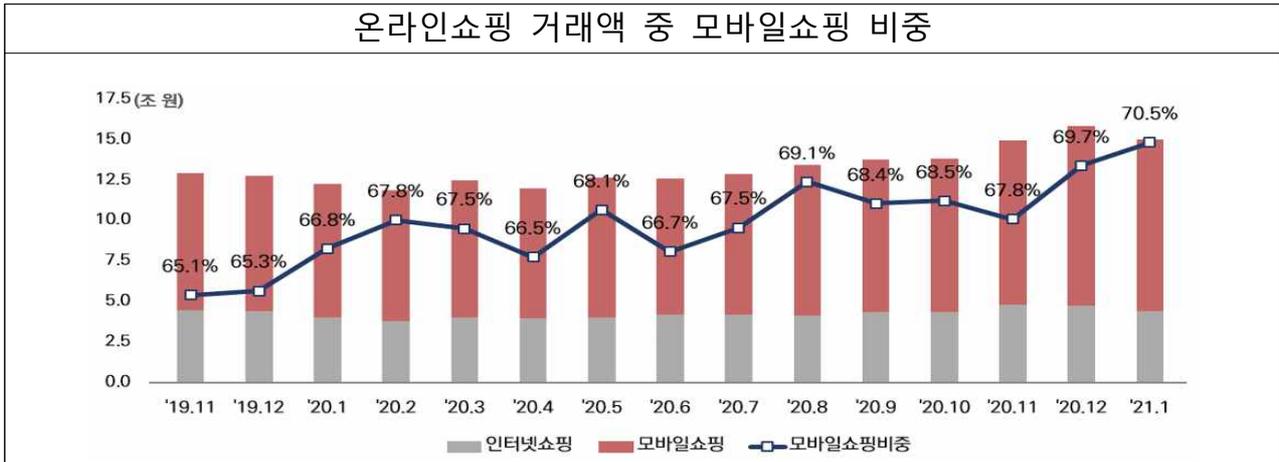


\* 자료 : 통계청, 온라인쇼핑 동향

#### □ 모바일을 이용한 시·공간 제약 없는 소비

- 디지털 기술 중에서도 모바일은 시·공간의 제약 없이 고객과 소통하고 판매할 수 있는 통로
  - 소비자는 구매 결정 과정 대부분 단계에서 상품 정보에 대한 비교와 평가뿐 아니라, 실시간 검색과 교류를 통해서 상권과 방문 장소를 결정(Ramaswamy, 2013; Lewis and Dart, 2014; 이슬기·성현곤, 2017)하기 때문에 생산부터 AS까지 유통 전 과정에서 시·공간 제약 없이 소비자와 소통 할 수 있음

- 통계청의 온라인쇼핑 거래액 중 모바일쇼핑 비중을 보면, '19.11월 65.1%이던 모바일쇼핑 비중이'21.1월 70.5%로 급증



\* 자료 : 통계청, 온라인쇼핑 동향

## □ 홈코노미 경제 부상

- 코로나19 발생과 지속적인 확산세로 인해 집에서 경제 활동하는 홈코노미(Home+Economy) 시장 부상
  - 사회적 거리두기 강화로 집안에서 일과 휴식, 레저를 즐기는 사람들이 늘어남에 따라 이와 관련된 새로운 산업과 서비스, 업종이 대두
- (배달앱) 배달앱은 가장 크게 성장한 산업 중 하나로 소상공인의 주요 판매 매개체로 대두
- 그러나 배달앱 분야는 독과점 확대로 수수료와 광고료 등 문제가 발생하여 소상공인의 영업이익은 크게 늘지 않는 상황
  - 2020년 주요 배달앱(배달의 민족+요기요) 결제금액 추정치를 보면, '20.12월 결제금액은 약 1조 4,407억 원으로 역대 최대 금액을 기록(와이즈앱, 2021)
    - \* 연간결제금액(배달의민족 + 요기요) 추이 : '18년 → 3조 9,287억 원, '19년 → 6조 9,527억 원, '20년 → 12조 2,008억 원(와이즈앱, 2021)
- (가정간편식) 가정간편식(HMR) 시장 또한 홈코노미의 가장 큰 수혜를 입은 시장이며, 최근에는 레스토랑간편식(RMR)이 주목
  - \* 국내 가정간편식 시장규모 : '15년 → 1조 6,823억 원, '17년 → 2조 7,421억 원, '22년 → 5조 원 예상(농림축산식품부)
- (기타) 이외에도 홈퍼니싱, 홈트레이닝 산업 등 다양한 비대면 산업 성장
  - \* 홈퍼니싱 시장 규모 : '10년 → 10조 원 '15년 → 13조 원 '23년 → 18조 원 예상

## 2. 맞춤형 서비스 시장으로 진화

### □ 판매자와 소비자의 직접 교류 증가

- 디지털 소비시장의 진화 중 하나는 판매자와 소비자가 직접 소통하는 것임
- 소셜미디어, 개인방송 등 소비자들과 직접교류를 통해 상품을 판매할 뿐 아니라 홍보하고 새로운 시장 개척 기회 제공
- 소비자와 직접 소통이 가능한 V-커머스와 라이브커머스 등 시장은 계속해서 성장
  - TV를 통한 상거래인 T-커머스 시장은 '15년 2,540억 원 규모에서 '19년 4조 1,900억 원으로 성장하였으며, '20년은 5조 4,100억 원으로 성장 예측(한국T커머스협회)
  - 실시간 온라인 동영상 스트리밍을 통해 상품을 판매하는 라이브 커머스 시장은 '20년 4,000억 원에서 '23년 약 10조 원까지 성장 예상(교보증권리서치센터)

### □ 맞춤형 서비스 증가

- 판매자와 소비자의 직접 소통 채널이 늘어나면서 개개인의 고객 요구를 충족시키는 다품종 소량생산의 맞춤형 소비시장 대두
  - 소매업체들 뿐 아니라 제조업체들 또한 고객에게 직접 제품과 서비스를 전달할 수 있을 뿐 아니라 제품의 기획·생산·유통의 전 과정에 소비자들이 개입 가능



소비자가 생산과정에 참여해 제작 즐거움까지 덤

소비자 맞춤형 제작 사례

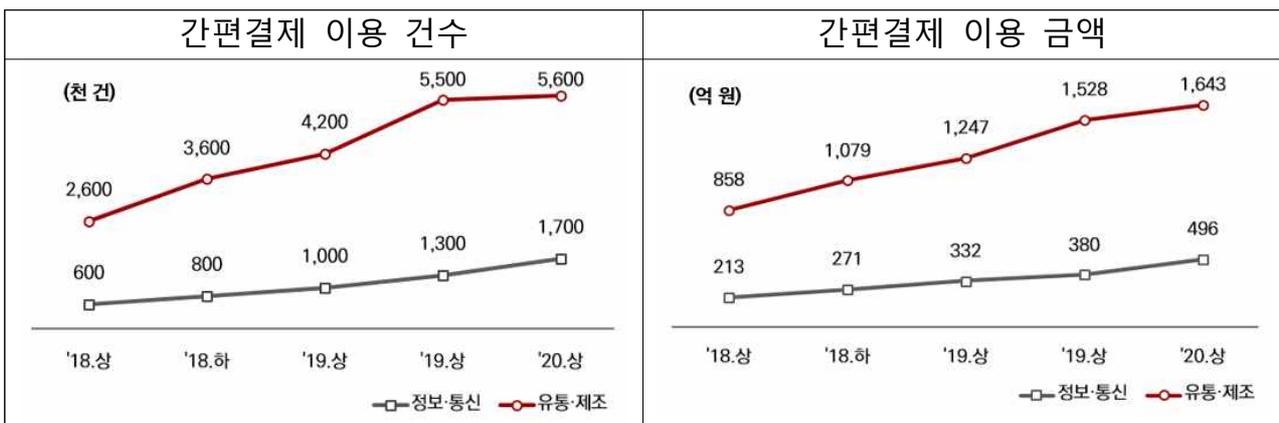
가상피팅룸

\* 자료 : (左) TRADEFOCUS / (右) Virtual Fitting Room by Fits.me

### 3. 안전하고 편리한 거래 환경

#### □ 핀테크 기술을 이용한 간편결제

- 디지털 기술의 발전으로 결제방식에도 변화가 일어나고 있으며, 기존 카드나 현금결제 대신 핀테크 기술을 이용한 간편결제 이용도가 높아지는 추세
- 금융결제 기술 발전으로 보안성과 편의성이 높아지면서 모바일 거래 채널 확대에 기여
  - 모바일 기기의 비밀번호 및 생체인식 등을 포함한 간편인증 수단을 이용한 간편결제 서비스를 통해 결제 절차가 간소해지고 정보보안에 대한 우려 감소
- 한국은행에 따르면, 2020년 상반기 간편 결제서비스 이용실적은 일평균 731만 건으로 전기 대비 8.0% 증가
- 간편 결제서비스 이용금액은 2,139억 원으로 전기 대비 12.1% 증가



\* 자료 :한국은행(2020.0914), 「2020년 상반기 중 전자지급서비스 이용 현황」

### 4. 온라인과 오프라인을 연결한 서비스 제공

#### □ 온라인과 오프라인 네트워크경제

- 생산부터 판매 쉐 단계에서 소비자들이 온·오프라인으로 쉽게 접근할 수 있도록 하고 상호교류를 향상시키는 것이 소상공인과 유통시장의 새로운 생존 전략

- 소비자들은 최대한 편리한 방법으로 상품과 서비스를 제공받기 원하고 거래의 모든 단계에서 거래 채널(channel)이 삶과 경험에 자연스럽게 녹아들기를 원함

## □ 오프라인 경험의 중요성

- 소상공인이 오프라인에서 경쟁력을 얻기 위해서는 매장뿐 아니라 상권의 공간단위까지 확장하여 다양한 경험과 활동을 동시에 제공하는 것이 중요
- 고객들이 매장을 방문하는 가장 큰 이유는 온라인에서 얻지 못하는 정보를 얻기 위해서이며, 제품을 경험하고 직접 보고 바로 만족감 얻기를 원함

## □ 온라인 실감형 서비스

- 온라인에서 구매하던 오프라인에서 구매하던 소비자들은 구매 전에 가상 경험과 체험을 선호
- 가상·증강현실은 시공간과 신체적, 상황적 제약 극복이 가능해 시간과 장소에 구애받지 않고 사용자의 필요에 따라 현실적 경험 제공이 가능



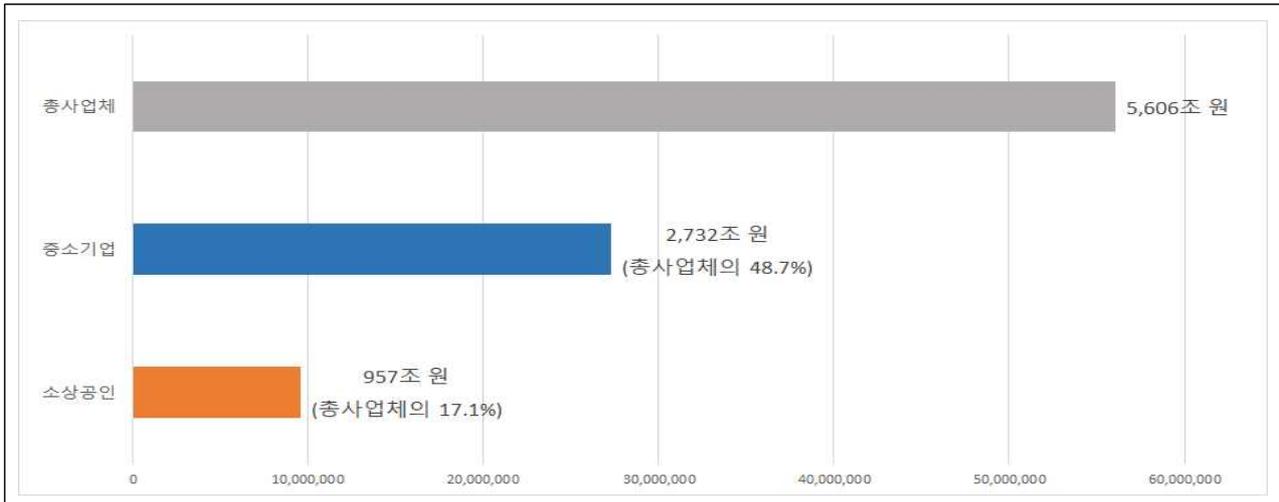
AR 적용사례

\* 자료: (左) <https://www.mediagene.co.jp/2019/11/12528.html/>  
 (右) <https://ar.pinterest.com/pin/335025659787300869/>

### 3. 소상공인의 위상과 역할

#### 1) 통계로 본 소상공인의 위상

① (매출 규모) 2019년 우리나라 전체 사업체의 총매출 규모는 5,606조원이며, 이 중 소상공인 사업체의 총매출 규모는 957조원(17.1%)



[소상공인 사업체 총매출 규모]

(단위 : 10억)

| 산업별(10차) 대분류                    | 2019              |                   |                  |
|---------------------------------|-------------------|-------------------|------------------|
|                                 | 전체                | 중소기업              | 소상공인             |
| <b>전산업</b>                      | <b>56,063,181</b> | <b>27,320,538</b> | <b>9,566,085</b> |
| A. 농업, 임업 및 어업(01~03)           | 247,100           | 237,304           | 135,758          |
| B. 광업(05~08)                    | -                 | 28,665            | 5,720            |
| C. 제조업(10~34)                   | 20,257,887        | 7,502,877         | 1,823,120        |
| D. 전기, 가스, 증기 및 공기조절 공급업(35)    | 707,066           | 50,288            | 23,297           |
| E. 수도, 하수·폐기물처리, 원료재생업(36~39)   | 219,880           | 190,715           | 20,897           |
| F. 건설업(41~42)                   | 4,854,837         | 3,075,857         | 1,120,124        |
| G. 도매 및 소매업(45~47)              | 13,163,955        | 9,100,570         | 3,573,234        |
| H. 운수 및 창고업(49~52)              | 2,073,936         | 1,091,293         | 580,698          |
| I. 숙박 및 음식점업(55~56)             | 1,645,246         | 1,316,789         | 812,306          |
| J. 정보통신업(58~63)                 | 1,870,355         | 690,112           | 114,201          |
| K. 금융 및 보험업(64~66)              | 5,727,074         | 272,372           | 113,725          |
| L. 부동산(68)                      | 1,713,642         | 939,615           | 427,846          |
| M. 전문, 과학 및 기술서비스업(70~73)       | 1,129,956         | 817,274           | 206,468          |
| N. 사업시설관리, 사업지원 및 임대서비스업(74~76) | 925,559           | 626,987           | 124,043          |
| P. 교육서비스업(85)                   | 232,293           | 203,160           | 118,532          |
| Q. 보건업 및 사회복지서비스업(86~87)        | X                 | 683,564           | 111,858          |
| R. 예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업(90~91)   | 243,798           | 186,467           | 97,862           |
| S. 수리 및 기타 개인서비스업(94~96)        | 329,791           | 306,628           | 156,397          |

\* 출처 : 중소벤처기업부, 중소기업통계  
 자료 : 통계청, 통계기업등록부(SBR) 재편 및 가공(2019년 기준)

## ② 생산유발 · 부가가치유발 · 취업유발 · 고용유발효과

- 소상공인 사업체의 총매출 규모는 957조원이며, 생산유발효과 1,546조원, 부가가치유발효과 642조원, 취업유발효과 1,158만명, 고용유발효과 735만명 수준

소상공인 생산·부가가치·취업·고용유발효과



자료 : ①소상공인 매출규모는 2018년 기준이며, ②생산·부가가치·취업·고용유발효과는 소상공인시장진흥공단의 「소상공인의 사회·경제적 가치 평가 모델 개발 및 추정에 관한 연구」(연구기간 : 2021.6~12.9) 보고서의 일부내용을 발췌한 것임

## ③ 일자리 창출

- 한해 평균 약 1,312천개의 기업이 창업시장으로 진입하고 있으며, 이들 대부분이 소상공인으로 경제활동을 시작

창업기업 수



출처 : 중소벤처기업부, 「창업기업동향」, 2016~2020, 각 년도

자료 : [https://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=142&tblId=DT\\_142N\\_F201&conn\\_path=I3](https://kosis.kr/statHtml/statHtml.do?orgId=142&tblId=DT_142N_F201&conn_path=I3)

## 2) 소상공인의 사회·경제적 역할

- ① 사회적 분업의 저변 형성, ②효과적인 고용창출, ③산업평화에 기여
- ④혁신선도 역할, ⑤분업의 확대에 기여, ⑥새로운 산업분야 개척
- ⑦지역경제 활성화 주역, ⑧사회의 안정체로서의 역할

- ① (사회적 분업의 저변 형성) 소상공인은 산업의 저변을 형성하면서, 특히 부품산업 소상공인의 대부분은 재하도급 담당자로서 산업구조의 근저를 형성
  - 소상공인은 생산과 소비의 분업과정에서 전산업에 걸쳐 최하부 기초단위로서 경제의 모세혈관적 기능을 담당
- ② (효과적인 고용창출) 소상공인산업은 창업시장을 통해 효과적으로 새로운 일자리를 생산함으로써 고용창출 역할을 담당
  - 일반적으로 대기업·중견기업·중소기업의 고용증가율보다 높음
  - 모든 국가에서 실업률을 낮추기 위해 고용창출이 중요한 과제로 대두되고 있으며, 대·중견규모의 기업에 의존하기 어려운 상황
- ③ (산업평화에 기여) 소상공인의 노사분규 발생률은 대·중견·중소기업보다 훨씬 낮음
  - 기업 규모가 작을수록 노사 간의 유기적인 관계 형성이 가능하고, 여건 변화에 신속하게 적응할 수 있는 등 노사관리측면에서 유리
- ④ (혁신선도 역할) 소상공인 가운데는 대기업이나 공공연구기관 등에서 하이테크기술을 연마한 고학력의 패기 있는 젊은이들에 의해 창업된 경우가 많음

- 젊은 창업자는 새로운 산업분야를 개척하거나 기존 산업분에서 경쟁을 촉진시키는 등의 국민경제에 활력을 제공

수 (분업의 확대에 기여) 대기업 등은 임금인상과 노무관리의 어려움 등 경영상 애로를 해소하고, 기업조직의 신축성 제고, 제품의 전문화 등을 추구하는 방안으로 자사의 생산라인 일부를 타사에 이양하는 경향이 많음

- 이 과정에서 해당 기업의 간부나 기술자가 그 생산라인을 인수하여 독립된 형태의 '작은 규모'의 기업(소상공인)을 설립하고, 모기업과 기술관계를 유지함으로써 분업의 확대에 기여

⑥ (새로운 산업분야 개척) 소상공인은 기업규모가 작기 때문에 환경·여건변화에 대한 적응력과 신속성이 크기 때문에 새로운 산업분야를 개척하는 '묘목(苗木)'으로서의 역할을 수행

- 경제가 고도화·전문화·세분화되어 감에 따라 새로운 사업영역이 끊임없이 생겨나는데, 소상공인은 그 틈새를 신속하고 적절하게 메꾸어 주는 경제주체로서 기능

⑦ (지역경제 활성화 주역) 지역경제와 많은 연관성을 갖는 소상공인이 지역 내에서 생산되는 원료를 사용하여 제품을 생산하거나 직접 소비자가 되는 등 지역경제 활성화에의 중심에 위치

⑧ (사회의 안정체) 소상공인의 수요의 다양화 및 개성화 추세에 부응하고 기업가적 재능을 가진 사람에게 창업의 기회를 제공할 뿐만 아니라 중산층 육성에 기여하여 그 폭을 두텁게함으로써 사회의 안정체로서의 역할 담당

## 4. 소상공인의 다원적 기능

### 1) 소상공인의 경제적 가치

- 2019년 소상공인 사업체의 총매출 규모는 792조원이며, 생산유발효과 1,546조원, 부가가치유발효과 642조원, 취업유발효과 1,158만명, 고용유발효과 735만명 수준임(소상공인시장진흥공단, 2021.10)

<표> 2019년 소상공인 부문의 매출액·생산·부가가치·취업·고용유발효과

| 산업연관표 분류                    | 매출액<br>(10억 원) | 생산유발<br>(10억 원)  | 부가가치유발<br>(10억 원) | 취업유발<br>(천명)  | 고용유발<br>(천명) |
|-----------------------------|----------------|------------------|-------------------|---------------|--------------|
| 소매                          | 135,364        | 246,274          | 119,211           | 2,290         | 1,448        |
| 음식점                         | 159,400        | 362,576          | 130,084           | 3,185         | 1,687        |
| 숙박서비스                       | 5,524          | 10,096           | 4,951             | 82            | 56           |
| 영상·오디오품 제작 배급               | 368            | 730              | 309               | 5             | 4            |
| 법무 및 경영지원 서비스               | 810            | 1,750            | 669               | 9             | 8            |
| 기타 과학기술 및 전문 서비스            | 4,179          | 6,546            | 3,791             | 55            | 39           |
| 장비·용품 및 지식재산권 임대            | 12             | 22               | 10                | 0             | 0            |
| 교육서비스                       | 12,561         | 19,100           | 11,629            | 190           | 145          |
| 의료 및 보건                     | 42,797         | 76,525           | 36,165            | 501           | 421          |
| 사회복지서비스                     | 421            | 690              | 368               | 13            | 12           |
| 문화 및 여행 관련 서비스              | 571            | 982              | 503               | 10            | 7            |
| 스포츠 및 오락 서비스                | 11,567         | 20,861           | 10,207            | 152           | 96           |
| 자동차 및 소비용품 수리서비스            | 17,933         | 40,628           | 13,833            | 324           | 204          |
| 개인서비스                       | 2,011          | 3,499            | 1,802             | 71            | 35           |
| <b>카드매출액 데이터 포괄 산업부문 합계</b> | <b>393,515</b> | <b>790,279</b>   | <b>333,533</b>    | <b>6,888</b>  | <b>4,159</b> |
| 제조업                         | 158,384        | 318,344          | 106,982           | 1,229         | 912          |
| 건설                          | 49,556         | 99,090           | 40,816            | 550           | 432          |
| 운송서비스                       | 35,887         | 63,446           | 23,611            | 468           | 291          |
| 도매                          | 140,886        | 256,321          | 124,074           | 2,383         | 1,507        |
| 부동산서비스                      | 13,039         | 18,773           | 12,508            | 65            | 46           |
| <b>기타 부문 합계</b>             | <b>397,752</b> | <b>755,975</b>   | <b>307,991</b>    | <b>4,695</b>  | <b>3,188</b> |
| <b>소상공인 전체 합계</b>           | <b>791,267</b> | <b>1,546,253</b> | <b>641,524</b>    | <b>11,584</b> | <b>7,348</b> |

- \* 1. 카드매출액+전국사업체조사 소상공인매출액 포함한 산출  
 2. 위 표에 나타난 수치는 2021.7월부터 소상공인정책연구센터에서 수행하고 있는 연구의 일부분을 발췌(중간보고 시)한 것으로, 연구가 완료되는 2021.12월까지 최종적으로 수정 및 보완하여 최종결과보고서에 포함될 내용으로 수치가 변경될 수 있음을 밝힘

## 2) 소상공인의 다원적(사회적) 기능

### ① 외부성(externality)과 사회적 가치

- 외부성이란 어떤 경제주체의 행위가 의도하지 않게 다른 경제주체의 행위에 긍정적인 영향이나 부정적인 영향을 줄 수 있는데, 이러한 영향에 따른 대가(代價)를 지불하거나 지불받지 않는 현상을 의미
  - 꿀벌이 부지런히 꽃가루를 모으고, 꿀을 채취하는 과정에서 화분수정을 함(즉, 꿀벌이 다리를 이용해 꿀을 모으면서 수술의 화분을 암술로 옮겨줘 수정이 되어 과수원의 과실수가 수정이 되어 열매를 맺게 됨)
  - 따라서 과수원의 개화기에 양봉업자가 다녀가면 훨씬 더 많은 과일이 열리게 됨
  - 양봉업자는 양봉을 통해 꿀을 얻어가지만, 양봉업자가 양봉의 대가로 과수업자로부터 사례금을 받지 않는 경우
  - \* 꿀벌의 꿀채집 활동과 과수원의 관계가 외부성의 대표적 사례
- 외부성에서 편익을 가져오면 긍정적 외부성이라 하고, 손해를 야기하면 부정적 외부성이라 함
  - \* 꿀벌이 꿀을 생산하면서 과수원이나 농산물의 생산에 도움을 주는 것은 긍정적 외부성에 해당하며, 공장이 생산과정에서 폐수나 공기오염 등 환경문제를 야기하여 이웃주민이나 다른 경제주체에 부정적 영향을 주는 것은 부정적 외부성에 해당
- 꿀벌의 활동은 시장가격에 반영되는 부분과 그렇지 않은 부분이 있는데, 시장가격에 반영되는 부분을 경제적 가치라 하고, 시장가격에 반영되지 않는 부분을 사회적 가치라 정의
  - 꿀벌이 꿀을 생산해 내고, 이 과정에서 프로폴리스와 로열젤리, 화분, 밀랍, 봉독 등 부가가치가 높은 다양한 부산물을 만들어 내는데 꿀벌이 생산하는 꿀과 프로폴리스, 로열젤리 등의 다양한 부산물은 경제적 가치로 정의
  - 양봉업자가 꿀을 생산하는 과정에서 의도하지 않게 화분을 통한

과실의 생산에 기여하고, 환경생태계를 유지하는 부분에 해당하는 것을 사회적 가치로 봄

- 꿀벌의 가치는 꿀 가치의 12배에 해당되는 것으로 평가(농촌경제연구원)
  - 우리나라 벌꿀 시장규모를 약 5,000억 원으로 추산하면서 꿀벌의 화분 매개 역할에 따른 가치는 6조원 정도로 평가
- 모든 경제활동이 시장가격에 반영되는 것은 아니기 때문에 경제활동의 진정한 가치를 평가하기 위해서는 경제적 가치만이 아니라 사회적 가치도 함께 평가해야 함
- 일반적으로 외부성이 존재하는 경우 시장에서 자원이 효율적으로 배분되지 못하게 만드는 시장실패의 원인이 됨
  - 긍정적 외부성이 존재하는 경우 과소생산이 이루어지며, 부정적 외부성이 존재하는 경우에는 과대생산이 이루어지는데, 이러한 경우 조세나 보조금을 통해 정부의 개입을 통해 적절한 생산수준을 확보할 수 있음
- 이러한 측면에서 본다면, 소상공인 산업 역시 경제적 가치뿐만 아니라 사회적 가치도 높이 평가되어야 함
  - ⇒ 소상공인은 직접 경영활동을 통해 1년에 921조원의 매출액을 창출하고 있고, 우리의 주변에서 일상생활이 잘 돌아가도록 해 주고 있으며, 지역사회가 유지되도록 하고 있음. 전통시장, 도소매업, 통신판매업 등은 구석구석 소비재를 전달해 줌. 우리는 식당에서 외식을 하고 맛 집을 찾아다니고, 주말 카페에서 가족과 함께, 친구들과 함께 즐거운 시간을 보냄. 택시는 목적지에 빠르고 편안하게 이동시켜 줌. 이러한 모든 것이 소상공인들이 수행하는 사회적, 공익적 기능에 포함될 수 있음

## ② pace maker로서의 소상공인 생태계조성 가치

- 경쟁에서는 승자와 패자로 구분되고, 패자가 패자로 된 것은 단순히 게으르고 능력이 부족한 부정적 측면만이 있는 것이 아니라 승자의 수월성을 제고하는데 매우 중요한 'pace maker' 역할을 함

- 패자는 경쟁과정에서는 경쟁자들 중의 하나였고, 패자가 없었다면 애초에 경쟁은 성립하지 않았을 것임
- 운동경기에서 pace maker의 역할은 승자가 보다 좋은 기록을 내도록 경쟁하면서 조절해 주는 역할을 함
- 시장경쟁에서도 경쟁기업의 기술이 우수할수록 승자로 남는 기업도 더욱 우수한 기술을 갖고 더욱 열심히 노력함
- 따라서 시장경쟁에서 패자는 사후적으로는 패배에 대한 비용을 치러야 하지만 사전적으로는 승자의 효율성을 제고시키는 매우 중요한 역할을 한 시장참여자임
- 패자는 승자와 같이 경쟁을 하면서 승자를 더욱 재촉하고, 나아가 승자의 가치를 높이는데 일정한 기여를 하는데, 이를 패자의 pace maker로서 가치라고 할 수 있고, 이에 대한 보상을 받는 것은 정당하다고 할 수 있음
- 패자가 자신이 경쟁과정에서 기여한 것에 대한 보상을 받는 것은 정당할 수 있음
- 패자가 너무 가혹한 패배의 대가를 치러야 한다면 이는 그 자체로 경쟁을 약화시키는 효과를 가져 올 수 있음
- 만일, 패배의 비용이 너무 가혹하다면 경제주체들은 극단적으로 패배 위험에 대해 기피하는 성향을 보이게 되어 혁신이 일어나지 않게 됨
- 소상공인들은 패자라고 할 수는 없지만, 규모가 작고 경쟁에서 우월적 지위에 있지 못하다는 점에서 패자의 성격을 지니고 있고, 소상공인들이 경제생태계 구성에 중요한 역할을 한다는 점에서 소상공인들의 pace maker로서의 가치를 인정해야 함

- 소상공인은 일상생활에 필요한 다양한 재화나 서비스를 제공하여 국민들의 삶의 질 향상에 기여
  - ▶ 재화나 서비스의 매매 이상의 주민 간의 소통과 관계의 공간으로 커뮤니티 형성에 핵심적 역할
  - ▶ 사회통합적 기능
  - ▶ 전통문화의 향유 및 창출에 기여
  - ▶ 도시경쟁력 강화에 기여

## 6. 소상공인 지원의 필요성

- 소상공인정책은 외환위기 이후 금융기관 및 기업구조조정의 결과로 급격한 실업증가와 서민층의 생활문제 해결방안의 일환으로 창업이 부각되면서 **1999년 소상공인 창업 및 경영개선을 위한 자금지원** 으로부터 본격화
  - 그러나 소상공인을 위한 창업위주의 지원이 양질의 창업을 유도하기 보다는 초기투자비용이 저렴하고, 진입장벽이 낮은 음식점업, 도·소매업 중심의 생계형 소상공인들을 대량으로 출현시키는 결과 초래
  - 이에 업종 내 과당경쟁에 따른 소상공인의 영업이익 감소 등으로 인해 더 큰 사회적 문제가 야기됨에 따라 정부가 적극적으로 소상공인의 자생력과 경쟁력 제고를 위해 매년 대책수립·시행을 강화하는 추세
- 그러나 ‘소상공인 지원’에 대한 상반된 견해가 여전히 존재
  - 개별적으로 독립성을 지닌 경제주체가 스스로의 판단에 따라 참여하는 소상공인의 경제활동 영역은 ‘시장경제의 원리’에 맡겨야 한다는 주장
  - 시장경제의 원리에 따를 경우 필요 이상의 사회·경제적 손실이 발생할 수 있기 때문에 ‘적절한’ 수준에서 ‘정부의 개입’이 필요하다는 의견

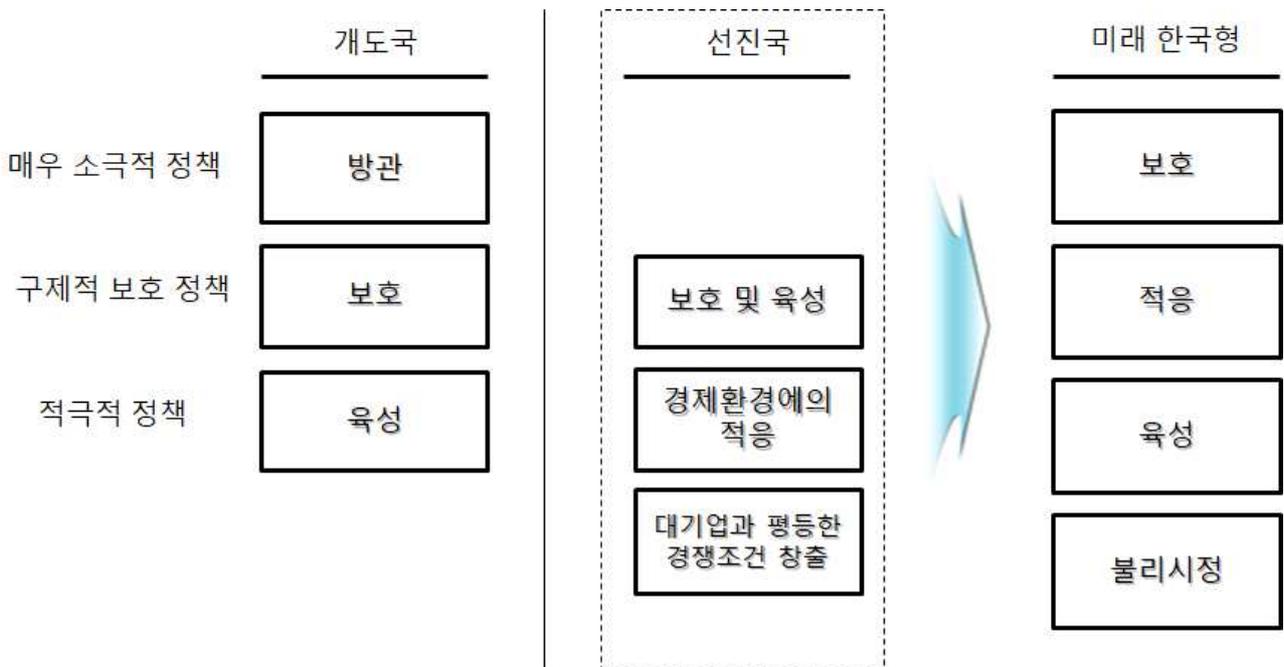
- 이러한 상반된 주장은 **소상공인정책의 양면성(兩面性)**에서 기인
  - 즉, 투자의 효율성을 감안해야 하는 **'경제정책'**의 성격과 서민의 생계안정과 연결되는 **'사회정책적'** 성격을 동시에 지니고 있는 때문
- 시장경제의 원리는 수요와 공급의 자동조절에 의해 가격이 형성되는 것이 기본원리이나, 소상공인 시장(市場)의 특성상 적절한 공급 조절 장치가 없어 한계
  - 그러나 **소상공인의 시장 특성상** 다수의 참여 희망자가 진입제한 없이 시장에 참여하기 때문에 **공급에 대한 적절한 조절장치가 없어** 장기간에 걸쳐 시장에 의해 조절되기를 기다려야만 하는데, 이러한 경우 **사회·경제적 과다비용이 발생하게** 됨
- 또한, 소상공인의 경제활동이 위축될 경우 경제 전체의 **'연관효과'**가 저하될 우려가 높음
  - 예컨대 채소의 경우 농민, 운수업자, 포장용기공급업자, 채소유통업자, 식당 등이 수평·수직적 연관관계를 맺고 있으나, 소상공인의 경제활동이 위축될 경우 연관효과 저하에 따른 또 다른 사회적 비용 증가가 발생할 가능성이 존재
- 소상공인의 상당 부분은 상대적으로 대·중견·중소기업보다 경영자원이 매우 취약(**'힘의 불균형'**)함에도 적절한 대안이 없는 것이 현실
  - 사회안전망 차원의 정책이 충분하지 못할 경우 **소상공인 부문에서 발생하는 사회적 비용이 사전 예방적 정책비용을 상회할** 가능성이 높음
- 소상공인의 영역이 사회구성원에게 다양한 일자리와 창의성을 발휘할 수 있는 **창업의 기회를** 제공하고, **생산과 소비의 하부구조를** 이루고 있는 점도 소상공인 분야에 대한 관심과 지원의 필요성을 뒷받침

### III. 소상공인정책(現)

#### □ 소상공인정책의 유형

- (방관) 소상공인에 대한 특별한 정책을 실시하지 않는 것
  - 소상공인문제에 정책입안자인 정부가 직접 나서서 관여하지 않고, 곁에서 보기만 하는 무관심한 매우 소극적인 상태를 말함
- (보호) 기존의 영세한 소상공인을 대기업이나 중견기업, 중소기업 또는 근대적 산업의 경쟁적 진출에서 보호하려는 것임
  - 이는 영세 소상공인을 경제의 다른 부문을 희생시키면서 경쟁의 압력에서 구제적으로 보호하려는 정책임
- (육성) 소상공인의 생산성을 향상시킴으로써 그 경제적 기여와 경쟁력을 증진시키기 위한 적극적인 정책임
  - 이 정책은 소상공인의 독립을 지원함으로써 소득과 고용증대에 기여하는 것을 목표로 하고 있으며, 소상공인이 새로운 생산방식을 채택하거나 업종을 전환하도록 조성하는 것임
- (보호+육성=보호) 계층으로써의 소상공인을 시장에 있어서의 도태 과정에서 보호하려는 정책임
  - 예컨대, 이는 전통적으로 중산층 정책으로서 전개되어 온 것으로, 이것은 사회정책의 일부로도 생각되고 있으며, 또한 경제적으로는 소극적인 정책임
  - 이러한 보호정책은 소상공인 육성에 관한 내용도 포함고 있음 (예 ; 전통산업과 같은 특정산업에 속하는 소상공인의 경쟁력을 강화하기 위한 육성을 목적으로 하는 보호정책임)
- (경제환경에의 적응) 급속하게 변화하는 시장경제에 소상공인이 적응할 수 있도록 조성하려는 정책임

- 즉, 적응정책은 소상공인 경쟁력을 적극적으로 강화함으로써 향상되는 경제의 생산력 수준에 적응시키는 것을 목적으로 함
  - 이는 구조정책이며, 근대화와 합리화를 위한 정책으로서 특징은 적극적인 경쟁력 강화에 중점을 둠
  - 따라서 적응정책은 소상공인의 생산성을 높여 경쟁력을 강화하려는 것임. 이런 의미에서 적응정책은 적극적인 정책임
- (불리성시정책) 시장에 있어서의 소상공인의 불리성(不利性)을 시정함으로써 대기업과 평등한 경쟁조건을 창출하고자 하는 질서정책임
    - 불리성시정책은 시장경제를 전제로 하고 있으나, 기본성격은 판이하게 다름. 즉, 적응정책이 동태적인 정책인데 반해 불리성시정책은 정태적인 질서정책임
    - 전자가 적극적인 경쟁력 강화책인데 비하여 불리성시정책은 소극적인 정비책임
    - 불리성시정책의 방법은 대기업이 행하는 경쟁제한적인 행위를 금지시키는 것이며, 다른 하나는 대기업에 비하여 소상공인을 단결시켜 대항력을 형성하는 것임(예 : 대형마트 규제 ⇔ 조직화, 협업화 등이 해당)



## □ 정부의 주요 소상공인정책(현재 진행 중)

○ 크게 소상공인, 소공인, 전통시장, 정책자금 등으로 구분 및 지원

1.

### 소상공인 정책자금

- 01. 소상공인정책자금(직접대출)
- 02. 소상공인정책자금(대리대출)

2.

### 소상공인 창업지원

- 01. 상권정보시스템
- 02. 강한 소상공인 성장지원
- 03. 신사업창업사관학교
- 04. 수출두드림기업 지정제도

3.

### 소상공인 성장지원

- 01. 소상공인 연·컨택트 교육
- 02. 소상공인 컨설팅
- 03. 스마트상점 기술보급 지원
- 04. 소상공인 간편결제시스템(제로페이)
- 05. 백년가게 및 백년소공인
- 06. 소상공인 온라인 판로 지원
- 07. 이익공유형사업화지원
- 08. 소상공인 스마트기술 보급
- 09. 소상공인 유통물류 지원
- 10. 상생협력 프랜차이즈 육성
- 11. 소상공인 협업 활성화

4.

### 소상공인 재기지원

- 01. 희망리턴패키지
- 02. 1인 자영업자 고용보험료 지원

5.

### 소공인특화지원

- 01. 소공인 판로개척지원
- 02. 스마트공방 기술보급
- 03. 특화지원센터 설치·운영
- 04. 복합지원센터 구축·운영
- 05. 클린제조환경조성

6.

### 전통시장 활성화 지원

- 01. 문화관광형시장
- 02. 특성화 첫걸음 기반조성
- 03. 디지털전통시장
- 04. 청년몰 조성
- 05. 청년몰 활성화 및 확장
- 06. 청년상인 도약지원
- 07. 상권르네상스
- 08. 전통시장 화재안전점검
- 09. 전통시장 노후전선 정비
- 10. 전통시장 화재알림시설 설치
- 11. 전통시장 화재공제
- 12. 주차환경개선
- 13. 시장경영패키지지원
- 14. 온누리상품권 발행

○ 보호정책, 육성정책, 불리성시정책이 시행 중

## □ 문재인정부의 소상공인 주요정책(2017.5.10.~2022.5.9)

|                         |   |
|-------------------------|---|
| 신용카드가맹점 수수료율 인하         | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 영세/중소가맹점에 대한 우대 수수료율 기준을 2억에서 3억원으로, 3억원에서 5억원으로 확대 추진</li> <li>· 연매출 5억원 이하의 중소가맹점에 대해 적용되는 우대 수수료의 1.3%를 1% 목표로 점진적으로 인하 및 연매출 3억원 이하의 영세가맹점에 대해 적용되는 우대 수수료 인하 추진</li> <li>· 약국, 편의점, 빵집 등 소액 다결제 업종에 대한 우대 수수료율 적용 추진</li> </ul> |
| 을지로위원회 구성               | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 불공정, 갑질 등 해소 위해 범정부차원의 조직 구성</li> </ul>  |
| 골목상권 활성화 추진             | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 공무원 복지수당과 복지포인트의 30%을 온누리상품권과 고향사랑상품권(지역화폐)으로 지급</li> <li>· 상점가 범위 현행 50개 이상 → 30개 이상 점포로 조정하여 혜택 범위 확대</li> </ul>   |
| 전통시장 화재방지 시설과 주차장 설치 지원 | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 전통시장 내 화재방지 설비 설치와 전통시장 주차장 건설이 용이하도록 제반 규제 개선 등 종합적인 대책 마련</li> </ul>   |
| 소상공인 협업화, 금융지원 강화       | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 소상공인 협업화 사업 적극 지원과 금융지원 강화</li> </ul>  |
| 소상공인 규모의 경제효과 실현        | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 소규모 점포의 조직화 및 협업화 지원을 통해 규모의 경제효과 실현</li> <li>· 슈퍼업종(나들가게) 및 기타 생활밀착형 생계형 업종 지원</li> </ul>   |
| 과밀업종 구조조정               | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 소상공인 포화구조에 따른 과밀업종 구조개선을 위해 임금근로자로의 전환(재취업)</li> <li>· 특화형 및 비생계형 업종으로의 재창업 지원</li> </ul>  |
| 젠트리피케이션 방지              | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 과도한 임대료 상승으로 인한 지역상권 내몰림 방지</li> <li>· 상가 임대인/임차인 간의 상생협력이 이루어지는 지역부터 개발 우선 지원</li> </ul>  |
| 대규모점포 규제                | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 복합쇼핑몰 등 대규모점포 규제 및 도시계획단계부터 입지를 제한하여 진출 억제</li> </ul>  |
| 세액공제                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 성실사업자 확대를 통한 소상공인에 대한 의료비, 교육비 세액공제 확대</li> </ul>  |
| 소상공인시장진흥기금 확충           | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 소상공인시장진흥기금 확충(2조원 → 4조원)</li> </ul>  |
| 상가임차인 보호                | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 임차인 보호를 위한 상가건물임대차보호법 개정 : 권리금 보호 대상 확대, 퇴거보상제도 도입, 계약갱신청구권을 5년에서 10년으로 확대, 재건축 시 기존 임차인에게 우선 임차권 제공, 환산보증금액 대폭 증액, 임대료 상승 한도 축소 등</li> </ul>  |
| 전기용품 및 생활용품 안전관리법 개정    | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 전기용품 및 생활용품 안전관리법 개정 : KC인증, 소상공인 생산원가 5% 증가, 소상공인 제품과 관련하여 재검토</li> </ul>   |
| 사회보험료 지원                | <ul style="list-style-type: none"> <li>· 소상공인 자영업자 대상 사회보험료 지원 및 창업지원 등 확대 : 자영업자 고용보험 가입대상 확대 및 지원, 소상공인 공제 누적가입자 확대(노란우산공제)</li> </ul>  |

\* 코로나19 피해 보상을 위한 손실보상지원금+손실보전금+방역물품지원금 등 제외

## IV. 새정부의 소상공인정책

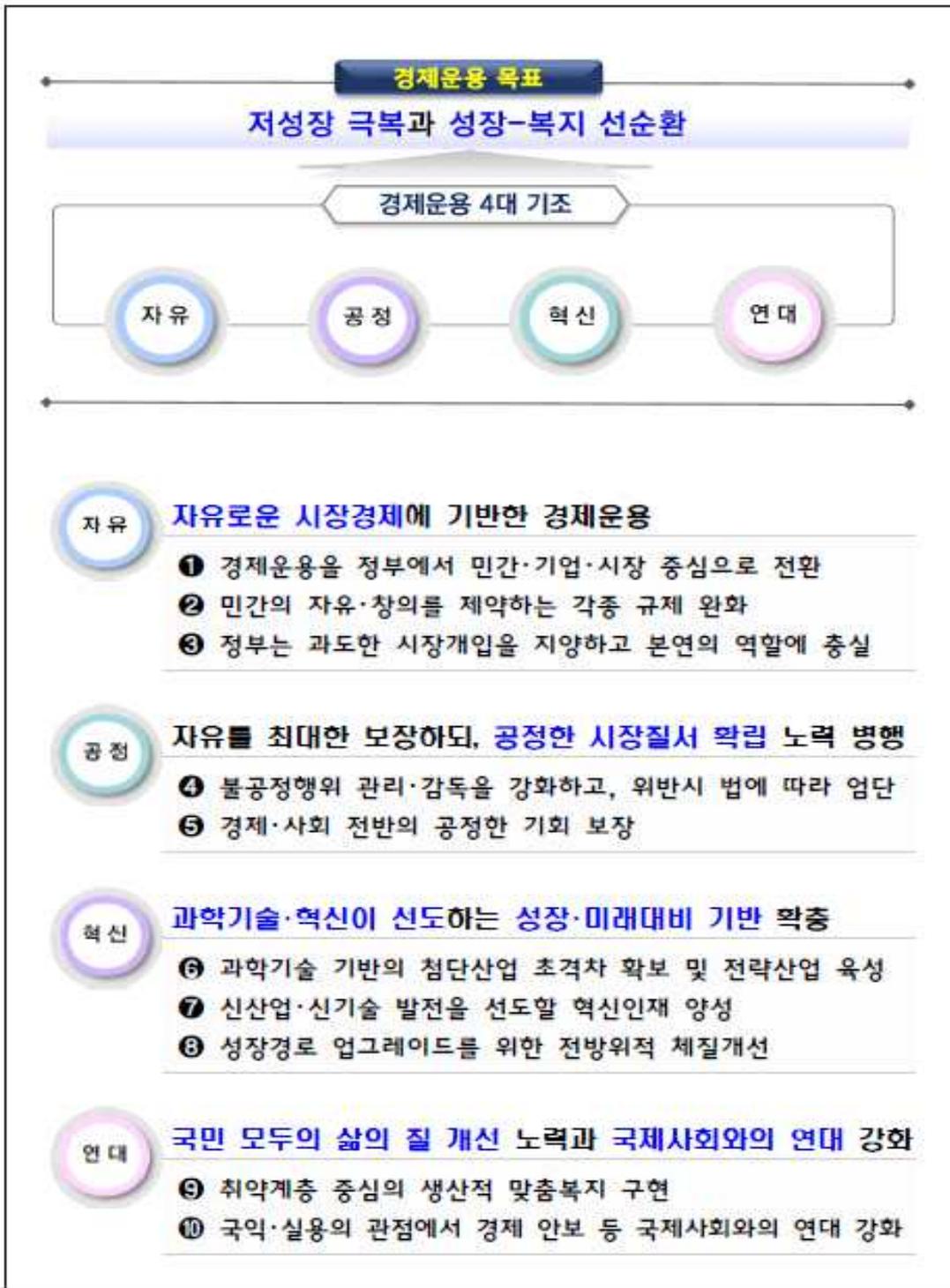
### 1. 소상공인 주요 이슈(최근)

□ 4高와 함께 복합적인 경제위기 상황을 안고 가야하는 부담과 소상공인분야의 다양한 난제를 해결해야 하는 과제가 산재

- ㉠ 4高(코로나, 고물가, 고금리, 고임금(9,620원) 등)로 엔데믹 희망 꺾인 소상공인\_소상공인의 지불능력 급저하
- ㉡ 유통규제 완화\_대형마트 규제 완화\_휴일 온라인 배송, 영업시간 제한 등
- ㉢ 소상공인 손실보상 및 손실보전 등 100% 지원
- ㉣ 소상공인 한계기업, 부실기업 등 재무건전성 악화
- ㉤ 폐업소상공인의 재기, 어떻게 할 것인가?
- ㉥ 소상공인 디지털전환, 어떻게 할 것인가? 등
- ㉦ 소상공인 개념 및 정책대상의 범위 명확화(보호, 기업, 사회/복지 등 혼재) 등

## 2. 새정부의 경제정책방향

- 새정부는 “저성장 극복과 성장-복지 선순환”이라는 목표 아래 ‘자유-공정-혁신-연대’라는 경제운용 4대기조 설정



## □ 기본방향

- (민간중심 역동경제) 민간·기업·시장 중심 경제운용으로 경제활력 제고·저성장 극복 기틀 마련
- (체질개선 도약경제) 5대 부문 구조개혁으로 한국경제 성장경로 업그레이드
- (미래대비 선도경제) 미래 구조전환에 대한 선제적 대응으로 지속 가능한 성장기반 구축
- (함께가는 행복경제) 취약계층 중심 생산적 맞춤형 복지구현을 통해 국민 삶의 질 향상



### 3. 새정부의 소상공인정책

#### 국정1 : 코로나19 피해 소상공인·자영업자의 완전한 회복과 새로운 도약

| 주관부처 | 중기부                                       | 협조부처                               | 기재부, 고용부, 산업부,<br>금융위, 국세청 |                             |
|------|---|------------------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| 관련공약 | 번호  | 공약명                                |                            |                             |
|      | A-1                                       | 소상공인·자영업자의 코로나19 손실을 확실히 보상하겠습니다   |                            |                             |
|      | A-2                                       | 코로나19 극복을 위한 긴급구조플랜을 즉각 가동시키겠습니다   |                            |                             |
|      | A-3                                       | 코로나 긴급구조 특별본부 등을 설치하겠습니다           |                            |                             |
|      | A-4                                       | 임대료 나눔제를 통해 지속적인 경영 안정 지원을 추진하겠습니다 |                            |                             |
|      | A-5                                       | 전통시장 활성화와 디지털 전환을 지원하겠습니다          |                            |                             |
|      | A-12                                      | 자영업자·플랫폼 노동자 지원을 강화하겠습니다           |                            |                             |
|      | A-25                                      | 중소기업을 위한 금융지원 강화(만기연장·이자유예)        |                            |                             |
|      | B-3                                       | 중소벤처기업이 경제의 중심(지역별 소상공인안심재단 설립)    |                            |                             |
| B-24 | 코로나19 특별회계 설치하여 5년간 최대 150조원 확보, 충분한 손실보상 |                                    |                            |                             |
| 실천과제 | 연번  | 실천과제명                              | 주관부처                       | 협조부처                        |
|      | 1   | 소상공인·자영업자 온전한 손실보상                 | 중기부<br>금융위                 | 기재부, 고용부<br>금융위, 국세청        |
|      | 2   | 긴급구제식 채무조정 및 맞춤형 금융 지원             | 중기부<br>금융위                 |                             |
|      | 3   | 소상공인·자영업자 경영 부담 완화                 | 중기부                        | 기재부, 산업부<br>국세청, 관세청<br>법제처 |
|      | 4   | 기업가형 소상공인 육성을 통한 도약 발판 마련          | 중기부                        |                             |
|      | 5   | 전통시장·소상공인 디지털 전환 가속화               | 중기부                        |                             |
|      | 6   | 민간주도의 상권 활력 회복 프로젝트 추진             | 중기부                        | 기재부                         |

### 1 과제개요

#### □ 추진필요성

- 소상공인·자영업자는 그간 누적된 과당경쟁에 더해 최저임금 인상, 코로나19 재난 직면 → 매출감소·부채증가 등 빈곤층 전락 위기
  - \* '20년 소상공인 실태조사 : 사업체당 연평균 매출액, 영업이익은 모두 전년대비 감소(4.5% ↓, 43.1% ↓)하였으며, 총부채 상승(19.3%)
- 그간 재난지원금·손실보상·정책금융 등 현금성·금융지원이 이루어졌으나, ①온전한 회복, ②구조적 체질개선 관점의 정책은 미흡

#### □ 과제 목표

- 단기적으로는 온전한 손실보상 등 긴급구조플랜을 추진하여 소상공인 경영지표를 코로나19 이전 수준으로 회복
- 중장기적으로는 기업가정신·시장경쟁력을 갖춘 기업가형 소상공인, 민간이 스스로 만들어가는 활력상권 육성

### ① 소상공인·자영업자 온전한 손실보상

- 방역조치 장기화로 피해가 집중된 소상공인 등에게 피해규모에 비례한 온전한 보상 실시(기재부 협의)
  - '22.1~2분기 손실보상 시 보정률 상향(90 → 100%), 하한액 인상(분기별 50 → 100만원)
  - 매출 감소 소상공인·소기업 및 방역조치를 적용받은 중소기업(여행업 등 포함) 370만개사에서 최대 600만원 손실보전지원금 지급
  - 1%대 초저금리 대출 확대 및 제도전 대출 신설 등 금융지원 강화
    - \* ①(대상) 매출감소 소상공인 → 매출 미확인자 등, (한도)1~2천만원 → 최대 3천만원
    - ②'20.3~22.6 폐업 75만개사 중 재창업자 대상, 5,000만원 융자(금리 2% 내외) 신설
- 대통령 직속 「코로나 긴급구조 특별본부」 설치 및 운영
  - \*(기능) 소상공인 긴급구조 및 중장기 경쟁력 강화 등을 위한 범부처 컨트롤 타워
- 노란우산공제 및 자영업자 고용보험료 지원 확대(장려금 지원 등) 등 사회안전망 구축 강화

### ② 긴급구제식 채무조정 및 맞춤형 금융지원

- 연체가 발생하거나 연체발생 우려가 높은 상환여력이 취약한 소상공인·자영업자의 대출채권을 매입하여 채무조정 실시
  - 거치, 장기·분할상환 지원 등 상환일정 조정 또는 채무감면
- 정상영업 회복 등에 필요한 대환(또는 금리 이차보전), 운전자금, 시설·설비자금 및 재창업 등 재기지원 자금을 맞춤형으로 공급
- 소상공인에 대한 보증공급 확대를 위해 지역신보 보증재원 확충 추진

### ③ 소상공인·자영업자 경영부담 완화

- 임대인-임차인-정부가 1/3씩 임대료를 나누는 “임대료나눔제” 도입 검토(기재부 협의)  
\*(임대인)이하분에 대한 세액공제, (임차인)대출 후 원금감면/보조금 등 검토
- 영세 소상공인의 경영부담 경감을 위한 부가세·공공요금 경감방안 마련( '22.下)
- 코로나19 피해 사업자의 자금 유동성 확보를 위해 신고·납부기한 연장, 환급금 조기지급, 납세담보 면제 등 다각적 세정지원 실시(국세청, 관세청)
- 소상공인 등의 경영회복 촉진을 위해 처분 유예기간 도입, 처분 감경기준 마련, 교육부담 완화 등 법령 개정을 통해 영업활동 지원(법제처)
- 폐업정리, 채무조정 등 폐업·재도전 과정을 패키지로 지원하고, 전직장려수당(최대 100만원) 등 재취업·업종전환 촉진

### ④ 기업가형 소상공인 육성을 통한 도약 발판 마련

- '생계형 창업'이 아닌 '준비된 창업'이 이루어지도록 상권 AI·빅데이터 플랫폼\*을 구축(~'24)하여 신뢰성 있는 창업정보 제공  
\*(현재) 200만개 사업체, 11종 DB → (개선) 600만개 이상 사업체, 20종 이상 DB
- 대학(청년층), 소상공인혁신허브\*(중장년층)를 활용한 소상공인 창업교육·현장훈련 제공  
\*신사업창업사관학교('21. 12곳) : 코워킹스페이스, 교육장, 제작실습공간, 커뮤니티 등 제공
- 생활혁신 아이디어 보유 소상공인을 선별, 앵커스토어형(지역거점)·전국브랜드형(전국글로벌 진출) 소상공인 선도모델 창출  
\*(앵커스토어형) 지역 상권을 견인하는 거점브랜드 가게(ex. 성심당 등)  
(전국브랜드형) 다수 판매거점유통 채널 등을 활용, 전국적으로 성장(ex. 제주맥주)

- 소상공인·중소 프랜차이즈를 “초기 → 성장 → 대표브랜드” 성장단계에 따른 지재권 보호, 브랜드화, 해외진출 등 원스톱 패키지 지원
- 유망소상공인과 창작자·스타트업 등 혁신가 간 네트워킹·협업 촉진
- 소상공인 특성에 맞는 클라우드 펀딩, 동네펀딩 등 기업가형 소상공인 특성에 맞는 투자프로그램도 별도로 공급

## 수 전통시장·소상공인 디지털 전환 가속화

- 전통시장 상인의 디지털 역량 강화 및 디지털 인프라 확충
  - 전통시장 디지털 전환을 위해 전담인력 공급('23~'27, 300곳)하고, 상인·상인회 대상 O2O 입점 교육 등 디지털화 교육(년, 1만명)  
\*전담인력 역할 : 디지털 맞춤형 상품개발, 입점, 온/오프 마케팅, 온라인 시스템 운영 등
  - 결제 간편화를 위해 카드형 온누리상품권 도입('22.下), 모바일·카드형 온누리상품권 확대('22.44% → '27.85%), 무선 결제단말기 보급
- 소상공인 디지털 전환을 위해 스마트상점·공방(7만개) 보급 및 공급기업 육성, e커머스 활용 소상공인 年 10만명 양성('23~'27)

## ⑥ 민간주도의 상권활력 회복 프로젝트 추진

- 민간주체(상권조합 등)가 자체조성하는 상권발전기금\* 제도 도입('23), 기금 조성 시 정부 보증 매칭 검토(기재부 협의)  
\*추진사업 예시 : 자체 유통물류망 구축, 지역 앵커스토어 육성, 빈점포매입·장기임대 등
- 상권공간 재구성, 소상공인 보육 등을 전문적으로 기획·실행하는 상권기획자를 도입('23)하고, 지역특화거리 등 특화상권 조성(年, 10개)
- 읍면동 단위로 소상공인·지역주민·민간혁신가 등이 참여, 소규모 상권활성화를 기획·추진하는 '동네상권발전소' 조성(~'27, 100곳) 병행

- 지자체의 상권혁신 기본계획 수립을 뒷받침하고, 소상공인에게 교육·멘토링 등을 종합 지원하는 '소상공인안심재단' 설립(~'25. 17곳)
- 전통시장·상점가에 주차시설 490곳 지원('23~'27), 쇼핑편의를 위한 공동배송센터 구축\*(연, 50개소) 및 배송인력 확대('22. 36명 → '27. 500명)
  - \*냉동·냉장 설비, 배송용 차량 유지비(보험료, 유류비), 상담센터 운영 등 지원
- 전통시장·상점가 상인을 1%대 초저금리 대출 대상에 포함('22.下)
- 골목상권 도소매·서비스자영업자의 성장을 위해 「중소유통서비스진흥법」 제정, 로컬상권 유통 인프라 3축\* 혁신 추진
  - \*①디지털통합물류시스템, ②허브형 중소기업물류센터, ③동네단위 유통망

### 3 연차별 이행계획

#### □ 연차별 주요 이행목표

- 2022년도
  - 코로나 긴급구조 특별본부 설치('22.하)
  - 손실보상·재난지원금·초저금리 대출 등 50조원 보상('22.하)
  - 노란우산공제·고용보험료 지원 확대를 위한 법·제도 개편('22.하)
  - 소상공인·자영업자 중장기 경쟁력 강화방안 마련('22.하)
  - 임대료나눔제 법적근거 신설 및 지원('22.하)
  - 신사업창업사관학교(교육·현장훈련 공간) 17개로 확대('22.하)

- 신규 충전식 카드형 은누리상품권 도입('22.하)
- 긴급구제식 채무조정 및 맞춤형 금융지원 방안 마련  
\*(ex) 금융권 협의, 대출채권매각금융회사 협약체결, 보증기관과의 보증기간 연장 등 보증일정 조정협의, 채권양수도 조건 관련 협의 등
- 신고·납무기한 연장, 환급금 조기지급, 납세담보 면제 등 추진('22~'23)

○ 2023년도

- 노란우산공제 가입자수 180만명 달성('23.하)  
\*영세 소상공인(매출액 8천만원 이하) 등에 가입장려금 지원(약 10만명에 월 2만원씩 1년간 지원)
- 소상공인·자영업자 중장기 경쟁력 강화 방안 추진성과 점검 및 추가 보완과제 마련('23.하)
- 소진공 채무조정 법적근거 관련 소상공인법 개정('23.하)
- 전통시장 디지털 전환 촉진 대책 수립('23.상)
- 상권발전기금·상권기획자 도입을 위한 지역상권법 개정 및 빈점포 매입용자 프로그램 시범사업 추진('23.하)
- 소상공인안심재단 6곳 설립('23.하)
- 중소유통물류센터 물류시스템 구축 및 허브화 계획 수립('23.하)
- 긴급구제식 채무조정 및 맞춤형 금융지원 방안 시행(연중)

○ 2024년도

- 상권 AI·빅데이터 플랫폼 구축 완료('24.하)
- 상권발전기금·상권기획자 관련 법개정('24.하)
- 소상공인안심재단 6곳 설립('24.하)
- 긴급구제식 채무조정 및 맞춤형 금융지원 방안 시행에 따른 후속 조치(계속)  
\*(ex) 채무조정을 위한 매입채무 관리·회수 등

○ 2025~2026년도

- 소상공인안심재단 5곳 설립('25.하)

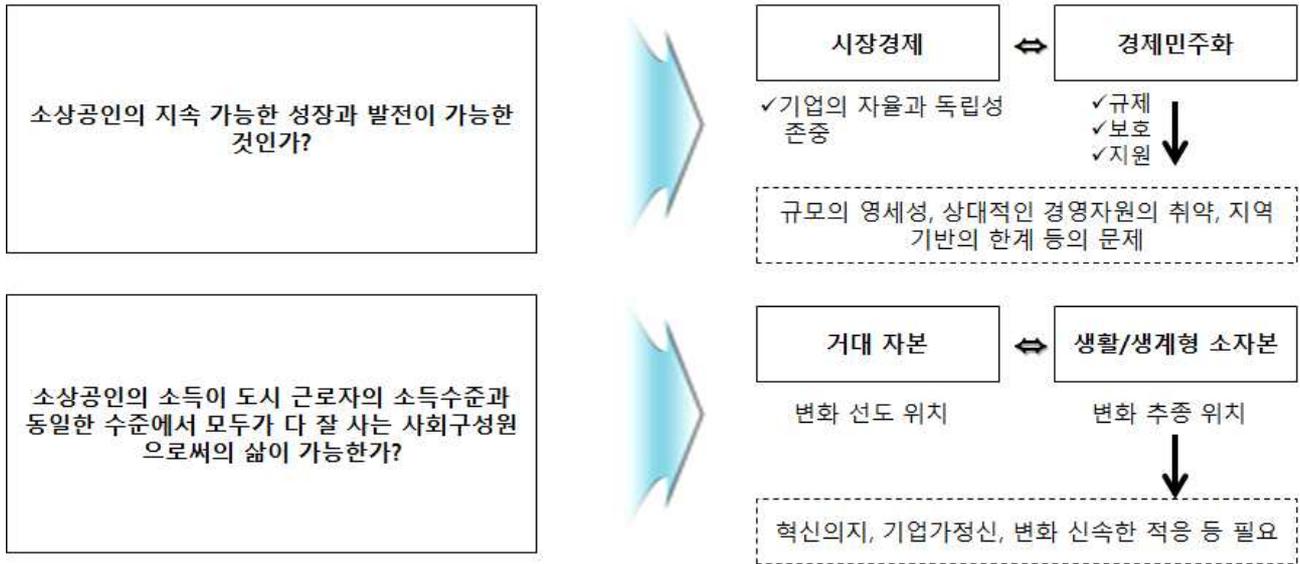
○ 2027년도

- 노란우산공제 가입자수 260만명, 자영업자 고용보험 15만명 달성
- 신사업창업사관학교를 혁신허브로 개편 완료('27.하, 17개소)
- 카드·모바일 온누리상품권 발행 비중 85%로 확대(~'27.하)
- 스마트상점(53,500개사), 스마트공방(16,400개사) 보급(~'27.하) 및 스마트공방 솔루션 구축 지원('27.하, 400개사)
- e커머스 활용 소상공인 50만명 양성(~'27.하)
- 전통시장·상점가에 디지털 전담인력 300곳·배송인력 500곳 지원, 주차시설 490곳, 공동배송센터 250곳 구축 완료(~'27.하)

- 코로나19 긴급구조 특별본부 운영규정 제정('22.하, 대통령령)
- 「소상공인 보호 및 지원에 관한 법률」 개정
  - 고용보험료 지원대상을 전체 소상공인으로 확대('22.하)
  - 소진공 자체 원금감면 근거 신설('23)
  - 소상공인안심재단 설립근거 마련('23)
- 「지역상권 상생 및 활성화에 관한 법률」 개정
  - 상권조합 등 민간주체가 자체 조성하는 상권발전기금 제도 및 기금에 대한 보증출연 근거 신설('23)
  - 상권기획자 등록 및 의무 부여 근거 마련('23)
- 「중소유통서비스진흥법」 제정('24)
  - 도소매·서비스업의 디지털화와 공간·상품·서비스차별화·혁신을 지원  
\*국회 상임위에 관련 법률 제정안 3건 계류 중
- 「조세특례제한법」 개정
  - 착한임대인 세액공제 연장 추진('22.하)
- 「부가가치세법」 시행령 개정 추진('22.하)
- 긴급구제식 채무조정 세부 과제별 추진방식에 따라 개정소요 발생 가능  
\*(ex) 「신보법」, 「캠코법」, 「국가재정법」 개정 소요 발생 가능

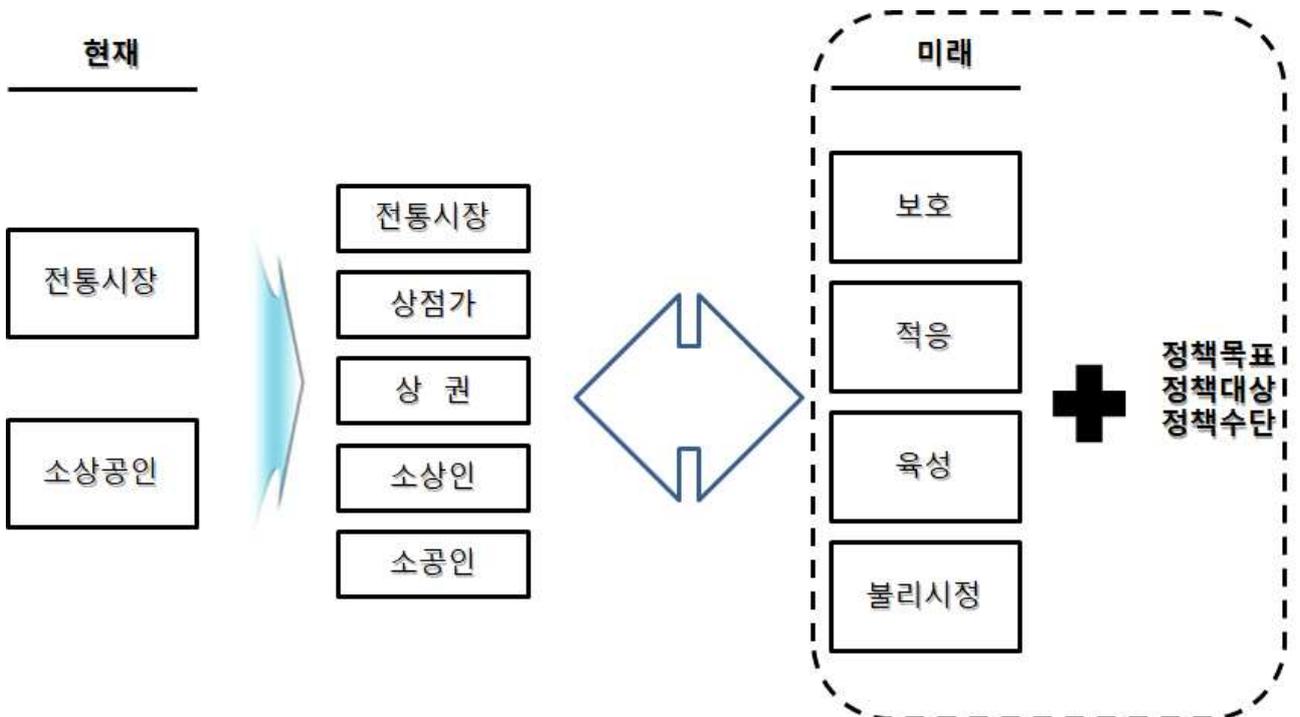
## 2) 미래의 소상공인정책 방향

### (1) 미래의 소상공인정책 방향 이해



대기업 = 중견기업 = 중기업 = 소기업 = 소상공인 함께 성장

### (2) 한국형 미래 소상공인정책 방향



| 정책유형   | 정책대상(예시)   | 정책수단(예시)  |
|--|--|---|
| <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;"> <b>보호</b> </div>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 영세 소상공인</li> <li>• 신규 사업자</li> <li>• 스타트업, 창업자</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 정책자금 : 창업, 재기, 폐업자 등</li> <li>• 제도 정비 : 상임법 등</li> <li>• 인프라 구축 : 고용보험, 노란우산공제 등</li> <li>• 교육, 컨설팅 등</li> </ul> |
| <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;"> <b>적응</b> </div>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 일반 소상공인</li> <li>• 구조조정</li> <li>• 경쟁력 강화 정책</li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 업종전환</li> <li>• 신시장 개척</li> <li>• 유망업종</li> <li>• 정보화 등</li> </ul>   |
| <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;"> <b>육성</b> </div>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 경쟁력을 갖춘 소상공인</li> <li>• 협업화 등</li> </ul>                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 조직화/협업화 등</li> <li>• 역량강화 등</li> </ul>   |
| <div style="border: 1px solid black; padding: 10px; text-align: center;"> <b>불리시정</b> </div> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 경쟁촉진</li> <li>• 규제 / 경쟁제한</li> <li>• 시장 균형</li> </ul>     | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 대형마트 규제</li> <li>• 적합업종 규제 등</li> </ul>  |