정책보고서

소상공인 통계 생산방안 연구

2012. 12

통계개발원
STATISTICAL RESEARCH INSTITUTE

소상공인 통계 생산방안 연구

2012. 12

연구수행기관 : 산업연구원
연구책임자 : 김숙경 (산업연구원 부연구위원)
공동연구자 : 주 현 (산업연구원 선임연구위원)
홍석일 (산업연구원 연구위원)
이동근 (통계개발원)
박병욱 (통계개발원)

통계개발원

본 보고서는 산업연구원이 통계개발원의 연구용역 의뢰를 받아 수행한 연구결과입니다. 보고서의 내용은 연구진의 의견이며 통계개발원의 공식적인 입장이 아님을 밝혀둡니다.

목 차

Contents

제1장 서 론 ····· 3
제1절 연구 배경 및 목적 ····· 3
제2절 연구 범위 및 방법 ····· 4

제2장 소상공인 정책 현황 ····· 13
제1절 우리나라의 소상공인 정책 ····· 13
제2절 주요 국가의 소상공인 정책 ····· 32

제3장 소상공인 정책 영역 및 지표 ····· 51
제1절 정책 영역 구성 ····· 51
제2절 정책 영역별 지표 구성 ····· 63

제4장 소상공인 통계 현황 ····· 79
제1절 우리나라의 소상공인 통계 ····· 79
제2절 주요 국가의 소상공인 통계 ····· 88

제5장 소상공인 정책 필요통계 생산방안 ····· 99
제1절 정책 영역별 필요통계 항목 현황 진단 ····· 99
제2절 필요통계 항목 생산방안 ····· 121

제6장 요약 및 결론 ····· 157
제1절 연구결과 요약 ····· 157
제2절 소상공인 정책 필요통계 생산을 위한 제언 ····· 160

참고문헌 ····· 163

Contents

표 목차

<표 1-1> 우리나라의 소상공인 정의 ····· 5
<표 1-2> 1인 창조기업의 정의 및 범위 관련 법령 내용 ····· 7
<표 1-3> 1인 창조기업의 범위(업종) ····· 8

<표 2-1> 소상공인 지원예산 현황(전통시장 부문 제외) ····· 14
<표 2-2> 정부 및 민간의 상권정보시스템 개요 ····· 18
<표 2-3> 정부 및 민간의 상권정보시스템 DB 구성 내용 비교 ····· 18
<표 2-4> 소상공인 사업체 수 및 종사자 수 현황(2010년) ····· 19
<표 2-5> 전통시장 지원예산(국비) 현황 ····· 20
<표 2-6> 전통시장 경영혁신 지원사업 예산 ····· 21
<표 2-7> 전통시장 수 추이 ····· 24
<표 2-8> 소유형태별 전통시장 점포 현황 ····· 25
<표 2-9> 점포 수 규모별 전통시장 현황 ····· 26
<표 2-10> 전통시장 종사자 현황 ····· 26
<표 2-11> 1인 창조기업 지원예산 현황 ····· 27
<표 2-12> 1인 창조기업 일반 현황(2011년) ····· 31
<표 2-13> 일본의 소규모사업자 정의 ····· 34
<표 2-14> EC의 중소기업 정의 구분 ····· 38
<표 2-15> 일본의 중심시가지 활성화를 위한 주요 지원사업 ····· 42
<표 2-16> 일본의 지역 상점가 활성화를 위한 주요 지원사업 ····· 43

<표 3-1> 2012년도 중소기업 육성시책의 소상공인 정책 구성 ····· 52
<표 3-2> 2011년도 중소기업에 관한 연차보고서의 소상공인 정책 구성 ····· 53

<표 3-3> 소기업 종합지원계획(2011~2013)의 소상공인 정책 구성 ····· 54
<표 3-4> 2012년 중소기업청 소상공인정책국 업무보고서의 소상공인 정책 구성 ····· 55
<표 3-5> 소상공인 정책의 구성 ····· 55
<표 3-6> 2008년 전통시장 활성화 종합계획의 정책의 구성 ····· 57
<표 3-7> 2012년도 중소기업 육성시책의 전통시장 정책 구성 ····· 57
<표 3-8> 2011년도 중소기업에 관한 연차보고서의 전통시장 정책 구성 ····· 58
<표 3-9> 소기업 종합지원계획(2011~2013)의 전통시장 정책 구성 ····· 58
<표 3-10> 2012년 중소기업청 소상공인정책국 업무보고서의 전통시장 정책 구성59
<표 3-11> 전통시장 정책의 구성 ····· 59
<표 3-12> 1인 창조기업 활성화 방안의 정책 구성 ····· 60
<표 3-13> 2011년도 중소기업에 관한 연차보고서의 1인 창조기업 정책 구성 61
<표 3-14> 창조경제 기반 창업·창직 활성화 방안의 1인 창조기업 정책 구성· 61
<표 3-15> 1인 창조기업 정책의 구성 ····· 62
<표 3-16> 소상공인 정책 영역별 필요 지표 구성 ····· 64
<표 3-17> 소상공인 정책영역별 지표체계 및 정책 연계성 현황 ····· 65
<표 3-18> 전통시장 정책 영역별 필요 지표 구성 ····· 68
<표 3-19> 전통시장 정책영역별 지표체계 및 정책 연계성 현황 ····· 69
<표 3-20> 1인 창조기업 정책 영역별 필요 지표 구성 ····· 72
<표 3-21> 1인 창조기업 정책영역별 지표체계 및 정책 연계성 현황 ····· 73

<표 4-1> 전국사업체조사 조사항목(2012년 실시) ····· 79
<표 4-2> 소상공인 실태조사 조사항목(2010년 실시) ····· 80
<표 4-3> 소상공인 경기동향조사의 시도별 목표 표본오차 및 표본크기 ····· 81
<표 4-4> 전통시장 및 점포경영 실태조사 조사항목(2012년 실시) ····· 83
<표 4-5> 전주시 전통시장 및 상점가 동향조사 조사항목(2012년 7월 실시) ·· 85

<표 4-6> 1인 창조기업 실태조사의 조사항목 ····· 87
<표 4-7> 개인기업경제조사 조사 내용 ····· 91
<표 4-8> 일본의 상점가 실태조사의 조사항목(2009년 기준) ····· 94

<표 5-1> 소상공인 경쟁력 강화 정책영역의 필요 지표 및 필요통계 항목 ···· 101
<표 5-2> 소상공인 경영 안정 정책영역의 필요 지표 및 필요통계 항목 ····· 104
<표 5-3> 소상공인 상권정보 제공 정책영역의 필요 지표 및 필요통계 항목 ·· 106
<표 5-4> 전통시장 경쟁력 강화 정책영역의 필요 지표 및 필요통계 항목 ···· 108
<표 5-5> 전통시장 시설현대화 정책영역의 필요 지표 및 필요통계 항목 ····· 111
<표 5-6> 전통시장 경영혁신 정책영역의 필요 지표 및 필요통계 항목 ····· 113
<표 5-7> 1인 창조기업 창업 활성화 정책영역의 필요 지표 및 필요통계 항목 · 116
<표 5-8> 1인 창조기업 역량제고 정책영역의 필요 지표 및 필요통계 항목 ·· 118
<표 5-9> 1인 창조기업 유망분야 육성 정책영역의 필요 지표 및 필요통계 항목 ·· 120
<표 5-10> 기업체 생멸통계의 기업체 유형 ····· 122
<표 5-11> 기업체 모집단 DB의 주요 항목 ····· 123
<표 5-12> 소상공인 관련 필요통계 생산방안 ····· 128
<표 5-13> 전통시장 관련 필요통계 생산방안 ····· 140
<표 5-14> 1인 창조기업 관련 필요통계 생산방안 ····· 151

<표 6-1> 소상공인 통계 생산방안(요약) ····· 158

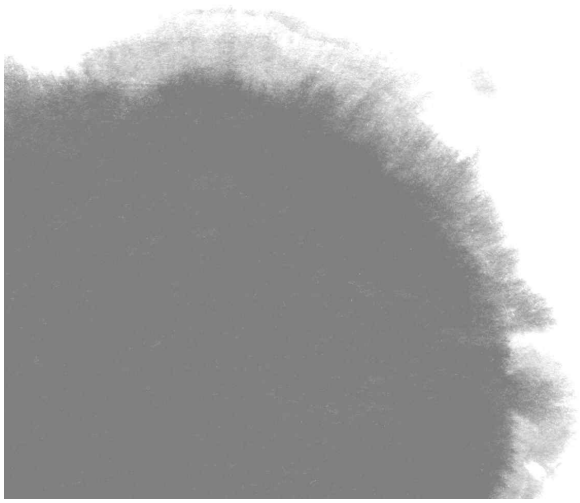
그림 목차

<그림 2-1> 지역별 전통시장 분포 ····· 25
<그림 2-2> 전통시장 및 대형마트 매출액 추이 ····· 26
<그림 2-3> 일본 소규모기업 지원정책 현황 ····· 37

<그림 4-1> 1인 창조기업 실태조사 조사단계 ····· 86
<그림 4-2> 미국 소상공인 기업체 및 사업체 수 구성비 추이 ····· 89
<그림 4-3> 미국 피고용인 1~4인 보유 기업 구성비 추이 ····· 89
<그림 4-4> OECD 국가의 규모별 기업체 수(2007년) ····· 92
<그림 4-5> OECD 국가의 규모별 종사자 수(2007년) ····· 92
<그림 4-6> 미국 전체 기업 및 1인 기업 수, 1인 기업 구성비 추이 ····· 96

01

서 론



제1장 서 론

제1절 연구 배경 및 목적

우리 경제가 선진화됨에 따라 고용문제가 심각한 현안으로 대두되고 있으며, 이에 광범위한 고용을 담보하고 있는 소상공인의 역할 및 중요성이 강조되고 있다. 특히 최근에는 대형마트와 기업형슈퍼마켓(Super Supermarket; SSM)의 진출로 소상공인 및 전통시장의 경영 환경이 크게 악화됨에 따라, 일자리 창출과 지역경제 활성화를 위해 소상공인과 전통시장 지원정책이 적극 추진되고 있는 상황이다. 이와 함께 청·장년층의 실업이 심각한 경제적·사회적 문제로 떠오르면서 새로운 형태의 일자리 창출을 위한 1인 창조기업에 대한 정책도 다양하게 추진되고 있다.

이처럼 일자리 창출 및 지역경제 활성화의 측면에서 소상공인, 전통시장, 1인 창조기업이 중요한 정책 대상으로 부각되면서 보다 실증적이고 경험적인 근거에 기초한 정책의 마련과 평가의 필요성이 제기되고 있다. 정책의 효과를 극대화하기 위해서는 무엇보다 적절한 진단과 정책수립의 토대가 되는 관련 통계의 뒷받침이 중요하다.

현재 소상공인, 전통시장, 1인 창조기업에 대한 통계조사는 관련 법의 근거에 따라 이루어지고 있다. 소상공인의 경우 전국사업체조사, 소상공인 실태조사, 소상공인 경기동향조사 등에 근거하여 관련 통계가 생산되고 있으며, 전통시장은 전통시장 및 점포경영 실태조사, 시장경기동향조사, 전주시 전통시장 및 상점가 동향조사 등에 근거하여 통계가 생산되고 있다. 1인 창조기업은 1인 창조기업 실태조사를 통해 통계가 생산되고 있다. 그러나 이러한 소상공인, 전통시장, 1인 창조기업 관련 통계가 이들 분야에 대한 정책 수립을 위한 지원의 관점에서 그 적절성과 충분성이 검토된 바는 없다. 이에 따라 본 연구는 소상공인, 전통시장, 1인 창조기업 지원정책의 정책분야별

필요통계를 체계적으로 정리하고, 국가통계발전전략(2009.10월 제1차 국가통계위원회 의결)을 추진해나가기 위해 소상공인, 전통시장, 1인 창조기업 지원정책에 필요한 통계의 생산실태를 점검한 다음 부족한 통계의 생산방안을 제시하고자 한다.

본 연구의 목적은 주요 국정과제 및 정책과제인 소상공인, 전통시장, 1인 창조기업 지원 육성을 위한 필요통계를 정비하여, 통계를 기반으로 정책이 수립·집행·평가되는 과학적인 정책 관리 제도의 정착에 기여하는 데 있다. 또한, 국가 통계제도가 분산형으로 운영되는 환경에서 서로 다른 통계작성기관에서 생산되는 관련 통계조사자료 및 행정자료 등의 활용 방안을 연구하여, 소상공인 관련 필요통계 생산의 효율성을 강화하고 통계 품질을 제고하는 데 기여하는 것이다.

이러한 연구 목적을 달성하기 위해 본 연구는 크게 두 부분으로 구성된다. 첫째, 소상공인, 전통시장, 1인 창조기업 정책의 주요 영역 및 정책 영역별 필요지표의 개발이다. 둘째, 소상공인, 전통시장, 1인 창조기업 정책 영역별 필요지표의 생산실태 평가 및 생산방안 제시이다. 우선, 소상공인, 전통시장, 1인 창조기업의 정책 영역별 필요지표를 개발하기 위해 관련 정책에 대한 영역 정의 작업을 수행하였다. 이를 위해 주무부처인 중소기업청에서 발표한 관련 정책자료를 검토하여 소상공인, 전통시장, 1인 창조기업 정책의 영역을 정의하고, 각 정책 영역별 필요지표를 도출하였다. 다음으로 정책 영역별 필요지표의 생산실태를 점검하고 지표의 생산 여부, 추가 개선 및 개발 필요성을 확인하였다. 마지막으로 미생산 지표의 향후 생산방안과 필요통계 생산체계를 구축하기 위한 방안을 제시하였다.

제2절 연구 범위 및 방법

1. 연구 범위 및 대상 정의

가. 연구 범위

앞서 설명한 바와 같이 본 연구는 통계 작성부문 측면에서는 소상공인, 전통시장, 1인 창조기업 통계를 중심으로 대상범위를 설정하고 진행하였다. 연구내용 측면에서

는 소상공인과 관련하여 시행 중인 주요 정책들을 분석하여 필요지표를 도출하였고, 국내·외의 관련 통계작성 현황을 비교·검토하였으며, 최종적으로는 정책에 필요한 통계 항목의 생산방안을 실무 적용이 가능하도록 제안하는데 주력하였다.

나. 연구대상 정의

1) 소상공인

우리나라에서 소상공인이란 「소기업 및 소상공인지원을 위한 특별조치법」 제2조 및 동법 시행령 제2조 규정에 의해 정의되고 있다. 즉 소상공인은 소기업 중 상시근로자 10명 미만인 사업자로서 광업·제조업·건설업 및 운수업의 경우 10인 미만, 그 외 업종은 5인 미만을 의미한다. 「중소기업기본법」에 따르면 중소기업은 기업 규모에 따라 중기업과 소기업으로 구분되므로 결과적으로 소상공인은 중소기업 중에서도 가장 규모가 작은 기업군으로 이해될 수 있다.

<표 1-1> 우리나라의 소상공인 정의

업 종	중 소 기 업		소기업	소상공인
	상시근로자 수	자본금/매출액	상시근로자 수	
제조업	300인 미만	자본금 80억원 이하	50인 미만	10인 미만
광업, 건설업, 운수업	300인 미만	자본금 30억원 이하	50인 미만	10인 미만
출판/영상/방송통신 및 정보서비스업, 사업시설관리 및 사업지원서비스업, 보건업 및 사회복지서비스업	300인 미만	매출액 300억원 이하	10인 미만	5인 미만
농업/임업 및 어업, 전기/가스/증기 및 수도사업, 도매 및 소매업, 숙박 및 음식점업, 금융 및 보험업, 전문/과학 및 기술 서비스업, 예술/스포츠 및 여가 관련 서비스업	200인 미만	매출액 200억원 이하	10인 미만	5인 미만
하수/폐기물 처리/원료재생 및 환경복원업, 교육 서비스업, 수리 및 기타 서비스업	100인 미만	매출액 100억원 이하	10인 미만	5인 미만
부동산 및 임대업	50인 미만	매출액 50억원 이하	10인 미만	5인 미만

2) 전통시장

전통시장이란 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 제2조에 의거하여 다음 중 어느 하나에 해당하는 장소로서, 상업기반시설이 오래되고 낡아 개·보수 또는 정비가 필요하거나 유통기능이 취약하여 경영개선 및 상거래의 현대화 촉진이 필요한 장소로 정의된다.

첫째, 「유통산업발전법」 제8조 및 동법 제2조제3호에 따른 대규모점포로 등록된 시장으로, 이를 '등록시장'이라 한다. 여기서 대규모점포란 ① 하나 또는 둘 이상의 연접되어 있는 건물 안에 하나 또는 여러 개로 나누어 설치되는 매장으로서 ② 상시 운영되고 ③ 매장면적의 합계가 3,000㎡ 이상인 곳이다.

둘째, 등록시장과 같은 기능을 하고 있으나 대규모점포의 요건은 갖추지 못한 곳으로서 대통령령으로 정하는 기준에 적합하다고 특별자치도지사·시장·군수·구청장이 인정한 시장으로, 이를 '인정시장'이라 한다. 여기서 대통령령이 정하는 기준이란 도매업·소매업 또는 용역업을 영위하는 점포의 수가 50개 이상인 곳 중에서 ① 도매업·소매업 또는 용역업을 영위하는 점포에 제공되는 건축물과 편의시설(주차장·화장실 및 물류시설 등 포함, 도로 제외)이 점유하는 토지면적의 합계가 1,000㎡ 이상이거나, ② 상가건물 또는 복합형 상가건물 형태의 시장인 경우에는 판매·영업시설과 편의시설을 합한 건축물의 연면적이 1,000㎡ 이상인 곳을 말한다.

이상의 전통시장 정의는 정부의 지원대상이 되는 전통시장을 규정하려는 목적에 주요하게 근거한 것이다. 따라서 그 정의는 사전적 의미에서의 전통시장의 정의[1]와 다소 차이가 있으며, 또한 실제 존재하는 시장을 모두 포괄하지 못하는 제약을 갖는다. 즉 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」에서 정의된 전통시장 개념에 따르면, 대규모 투자를 통해 시설현대화나 유통기능 개선이 이루어진 시장은 동 법에 의한 전통시장으로 분류하기 어렵게 된다. 또한 동 법에서는 일정 규모 이상의 등록시장이나, 지자체에서 등록시장과 같은 기능을 수행한다고 인정하는 인정시장만 전통시장으로 정의되므로, 여기에 속하지 않는 그 외 시장은 동 법이 정의한 전통시장의 범

1) 사전적 의미에서 전통시장은 근대적인 유통시설이 본격적으로 개발되기 이전에 개설된 장소로, 다수의 수요자와 공급자가 상시 또는 정기적으로 물품을 매매하는 일정 규모 이상의 건물매장 또는 장터로 정의할 수 있다. 시장경영진흥원, 「전통시장 개념 재정립 연구」, 2010. 12.

위에 포함되지 못한다.

이렇듯 법률에 근거한 전통시장 개념은 실제 운영되고 있는 전통시장의 현황을 파악하고자 할 때는 한계가 있기 때문에, 이러한 문제점을 보완하기 위해 시·군·구에서는 등록시장 또는 인정시장은 아니지만 전통시장의 기능을 행하고 있다고 판단하는 시장을 '기타시장'으로 분류하고 있으며, 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」(제9조)에 따른 전통시장 실태조사에서도 기타시장을 포함하여 조사를 시행하고 있다.

3) 1인 창조기업

1인 창조기업의 소관부처인 중소기업청에서는 1인 창조기업의 개념을 창의적인 아이디어, 기술, 전문지식 등을 가진 자가 운영하는 1인 중심기업으로 규정하고 있다. 기업규모로는 창의성 있는 특정인에 의해 운영되는 '1인 중심 기업'이고, 기업형태로는 영리를 주목적으로 경제활동을 하는 법적인 기업이며, 대상업종으로는 국민의 창조적 아이디어 등이 발현되어 경제적 부가가치 및 일자리 창출이 타 업종에 비해 높은 업종을 꼽고 있다.

법적으로 1인 창조기업에 대한 정의는 「1인 창조기업 육성에 관한 법률」 제2조에서 '창의성과 전문성을 갖춘 1인이 상시근로자 없이 지식서비스업, 제조업 등을 영위하는 자'로 규정하고 있다. 1인 창조기업의 범위는 「1인 창조기업 육성에 관한 법률 시행령」 제2조에서 구체적으로 규정하고 있다.

<표 1-2> 1인 창조기업의 정의 및 범위 관련 법령 내용

[1인 창조기업 육성에 관한 법률](2011.4.4 제정, 2011.10.5 시행) 제2조(정의) 이 법에서 "1인 창조기업"이란 창의성과 전문성을 갖춘 1인이 상시 근로자 없이 대통령령으로 정하는 지식서비스업, 제조업 등을 영위하는 자를 말한다. [1인 창조기업 육성에 관한 법률 시행령](2011.9.30 제정, 2011.10.5 시행) 제2조(1인 창조기업의 범위) ① 「1인 창조기업 육성에 관한 법률」(이하 "법" 이라 한다) 제2조에서 "대통령령으로 정하는 지식서비스업, 제조업 등"이란 그 주된 사업이 별표 1에 해당하는 업종을 말한다. ② 제1항에 따른 업종을 영위하는 자에 대한 1인 창조기업 인정의 구체적인 내용은 그 업종 및 운영형태 등을 고려하여 중소기업청장이 정하여 고시한다.

「1인 창조기업 육성에 관한 법률 시행령」에서는 1인 창조기업의 범위를 업종별로 구체적으로 제시하고 있다. 제조업의 일부 업종과 지식서비스업 중에서는 '출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업', '전문, 과학 및 기술 서비스업', '사업시설관리 및 사업지원 서비스업', '예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업' 등이 대상 업종으로 되어 있다.

한편, 1인 창조기업 지원정책을 주관하고 있는 중소기업청의 정책대상인 기업범위는 다소 넓게 규정하고 있는데, 상시 종업원 없이 공동대표 등의 형태로 기업 운영자가 4명 이하까지인 경우를 1인 창조기업으로 인정하고 있다.

<표 1-3> 1인 창조기업의 범위(업종)

구 분	해당 업종	한국표준산업분류
제조업	식료품 제조업	10
	음료 제조업	11
	목재 및 나무제품 제조업;가구 제외	16
	화학물질 및 화학제품 제조업;의약품 제외	20
	전자부품, 컴퓨터, 영상, 음향 및 통신장비 제조업	26
	의료, 정밀, 광학기기 및 시계 제조업	27
	전기장비 제조업	28
	기타 기계 및 장비 제조업	29
	자동차 및 트레일러 제조업	30
	가구 제조업	32
	기타 제품 제조업	33
출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업	출판업	58
	영상·오디오 기록물 제작 및 배급업	59
	통신업	61
	컴퓨터 프로그래밍, 시스템 통합 및 관리업	62
	정보서비스업	63
전문, 과학 및 기술 서비스업	연구개발업	70
	전문서비스업	71
	건축기술, 엔지니어링 및 기타 과학기술 서비스업	72
	기타 전문, 과학 및 기술 서비스업	73
사업시설 관리 및 사업지원 서비스업	사업지원 서비스업	75
예술, 스포츠, 여가 관련 서비스업	창작, 예술 및 여가 관련 서비스업	90
그 밖에 중소기업청장이 고시로 정하는 업종		

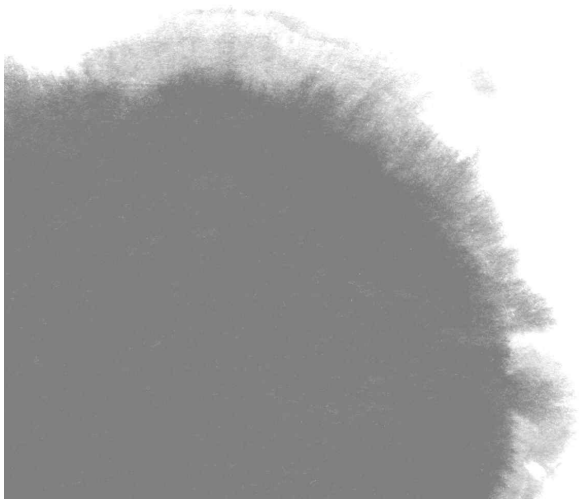
자료: 「1인 창조기업 육성에 관한 법률 시행령」.

2. 연구 방법

소상공인 관련 통계 생산방안에 관한 이번 연구는 통계개발원이 2010년부터 진행해온 정책 필요통계 정리사업의 일환으로 진행된 것으로서, 연구 진행방법도 그 동안 추진해온 다른 정책영역의 통계 생산방안 연구와 같은 궤적으로 추진하였다. 즉, 소상공인과 관련한 최근 정책자료를 수집하고 분류하여 정책과 지표체계 연계 틀을 우선적으로 구축하였는데, 지표체계 구성은 정책 입안자 및 수요자의 요구 빈도가 높고 시의성 있는 항목을 중심으로 선정하였다. 다음으로는 구성된 지표체계와 국내 통계작성 현황을 비교·검토하여, 개선·개발이 필요한 항목별로 향후 생산방안과 필요통계 생산체계를 제안하는 방식으로 연구를 추진하였다. 통계 개선·개발 수요의 발굴 과정에서는 해외 주요 국가의 관련 정책 사례와 통계작성 현황에 대한 검토작업을 병행하였으며, 국내 관련 전문가 집단의 의견수렴 과정을 거쳐 연구의 완성도를 높이고자 노력하였다. 의견수렴 과정은 T/F 팀 회의 및 평가보고회 개최 과정에서 관련 전문가를 초빙하여 자문 의견을 청취하는 형식으로 진행하였다. 관련 전문가로는 정책부처인 중소기업청과 통계작성기관인 통계청의 관계 실·과 담당자를 비롯하여, 소상공인진흥원, 시장경영진흥원, 중소기업연구원, 충남대학교, 한국산업기술대학교 등의 연구기관과 주요 대학 교수진이 참여하여 조언을 제공하였다.

02

소상공인 정책 현황



제2장 소상공인 정책 현황

제1절 우리나라의 소상공인 정책

1. 소상공인

가. 지원예산 규모

중소기업청의 소상공인 지원예산은 지난 5년간 지속적으로 증가해 왔으며, 2012년 투입 규모는 5,327억원에 달하는 것으로 나타났다. 2012년 지원예산을 정책 부문별로 살펴보면, 소상공인 융자지원 부문에 4,250억원이 투입되어 지원예산액의 대부분을 차지하는 것으로 파악되었다. 그 외 부문으로는 지역신용보증재단 출연에 300억원, 소상공인 경쟁력 제고에 420억원, 소규모점포 조직화 부문에 357억원이 투입된 것으로 파악되었다.

한편, 한·미 자유무역협정(FTA) 비준안[2]의 국회 통과 이후, 후속조치로써 2011년 12월에 「소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법」이 개정되었으며, 이에 따라, 중소기업창업및진흥기금 내에 소상공인진흥계정[3]을 신설하기로 결정하였다. 2013년에 약 1조원 규모의 기금액이 신규 조성됨에 따라, 소상공인에 대한 정부 예산 지원액 규모가 향후에는 더욱 큰 폭으로 확대될 것으로 전망된다.

---

2) 한·미 자유무역협정(FTA: Free Trade Agreement) 비준안은 2011년 11월에 국회에서 통과되어, 2013년 3월부터 발효가 예정되고 있다.

3) 중소기업청은 중소기업창업및진흥기금에 약 1조원 규모의 소상공인진흥계정을 신설하여 골목상권과 전통시장의 소상공인에 대한 지원정책을 추진할 것을 발표하였다. 2013년에 관세징수액의 3%를 투입해 조성될 계정 규모는 일반 사업자금 약 3,878억원과 융자지원 자금 7,500억원 규모로 보고하였다, 2012. 9.

<표 2-1> 소상공인 지원예산 현황(전통시장 부문 제외)

단위: 억원

구분	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	소계	연평균 증가율
소상공인 융자지원	2,875	11,000[1)]	3,000	4,450[3)]	4,250	25,575	10.3
지역신용보증재단 출연	180	2,600[2)]	-	200	300	3,280	13.6
소상공인 경쟁력 제고	36	240	235	278	420	1,209	84.8
소규모점포 조직화	-	-	201	247	357	805	33.3
소상공인지원센터운영(보조)	144	149	148	141	-[4)]	582	-

자료: 중소기업청

주: 1) 당초 6,000억원이었으나 금융위기 극복을 위한 추경으로 5,000억원 추가 지원
2) 당초 600억원이었으나 금융위기 극복을 위한 추경으로 2,000억원 추가 지원
3) 당초 4,000억원이었으나 2011년 10월에 물가안정 긴급자금지원으로 450억원 추가 지원
4) 2012년 소상공인지원센터운영(보조) 예산은 소상공인 경쟁력 제고 분야로 통합

나. 금융지원 정책

정부 예산측면에서 소상공인 정책의 가장 중요한 부문은 금융지원이라고 볼 수 있다. 금융지원은 소상공인 창업과 경영안정을 지원하여 신규 고용 창출 및 고용 유지, 산업의 균형발전을 목적으로 실시되며, 융자·보증 등의 형태로 지원되고 있다.

소상공인 융자지원은 중소기업진흥공단이 관리하는 중소기업창업및진흥기금에 의해 실시되고 있는데, 지난 5년 간의 연평균 증가율은 10.3%에 달할 만큼 높은 수준으로 나타났다. 지원자금은 2011년까지는 소상공인자금의 단일 형태로 지원되었으나, 2012년에는 소공인 전용자금이 신설되면서, 총액 4,250억원을 '소상공인자금' 3,800억원, '소공인특화자금' 450억원으로 구분하여 지원하고 있다.

소상공인자금은 중소기업진흥공단이 직접대출 하지 않고 은행이 대리대출하는 방식으로 지원되는데, 은행의 대리대출 과정에서는 지역신용보증재단의 보증과 연계토록 규정하고 있다. 대출한도는 업체당 5,000만원 이내(단, 나들가게는 1억원 이내)이며, 대출금액의 70%는 1년 거치 4년간 3개월(또는 1개월)마다 균등 분할 상환하고, 나머지 30%는 상환기간 만료 일자에 일시 상환하는 조건으로 지원되고 있다. 소공인특화자금은 중소기업진흥공단이 직접대출 하는 방식으로 지원되고 있으며, 대출한도는 업체당 1억원 이내, 융자기간은 5년 이내(거치기간 1년 이내 포함)로 규정하고 있다.[4)]

보증형태의 금융지원 정책인 지역신용보증재단 출연금은 지난 5년 간 연평균 13.6%의 높은 증가율 추세를 나타내고 있다. 지역신용보증재단을 통한 소상공인 신용보증 총 공급 규모는 2011년 기준으로 약 14.5조원에 달하는 것으로 보고되었다.

경제위기 상황에서는 이와 같은 소상공인 대상의 융자 및 보증 지원 정책이 보다 탄력적으로 운영되고 있는데, 2009년의 세계 금융위기 극복을 위한 추가 자금지원, 2011년의 물가안정을 위한 긴급 자금지원이 추경예산 편성을 통해 큰 폭으로 확대 지원된 바 있다.

다. 경영혁신 역량 강화 정책

정부는 소상공인의 준비된 창업 및 경영혁신 역량을 강화하기 위해 교육프로그램 제공, 전용교육장 무상제공, 자영업 컨설팅 및 무료 법률 구조 지원, 소공인 특화지원 등의 각종 사업을 실시하고 있다.

교육프로그램 제공사업은 2005년에 창업교육이 처음 도입된 이후 종합적인 교육시책을 마련하여 추진하고 있으며, 2011년까지 총 104만명의 소상공인 교육실적을 나타내었다. 교육의 주요 내용은 창업교육, 경영개선교육, e-러닝 교육으로 구성되고 있으며, 창업교육은 실전창업교육과 기초창업교육으로 구분된다. 실전창업교육은 전체 창업과정을 6단계로 나누어, 창업 준비에 필요한 이론과 현장실무를 종합적으로 교육하며, 기초창업교육은 성공창업을 위한 최소한의 기본적인 지식을 전달한다. 경영개선교육은 기존 소상공인을 대상으로 경영환경 변화에 능동적으로 대처하고 자생력을 강화할 수 있도록 2006년부터 실시되는 교육프로그램으로, 기초교육과 전문교육으로 구분하여 실시된다. e-러닝 교육은 점포를 비우기 곤란한 소상공인에게 인터넷을 통한 경영교육 기회를 제공하기 위해 2008년부터 운영되는 교육프로그램이다.

전용교육장 무상제공 사업은 전국 주요 거점 도시에 비영리 목적의 소상공인 교육, 각종 행사 및 워크숍 개최를 위한 전용교육장을 마련하여 무료로 지원하는 사업이다.

자영업컨설팅 지원사업은 소상공인들의 자생력 및 경쟁력을 강화하기 위해 창업에서부터 경영안정, 업종전환에 이르기까지 성장단계별로 전문가 컨설팅을 지원하는 사

4) 중소기업청, 「2012년도 중소기업 지원시책」, 2012. 1.

업으로 컨설팅 비용의 80%를 정부에서 지원하고 있다. 컨설팅 지원사업은 경영진단, 상권 및 입지분석, 마케팅을 비롯한 종합적인 컨설팅을 지원하는 전문컨설팅과 업종별 기능장·명장 등의 노하우를 전수하는 비법전수컨설팅, 사업타당성 및 금융 관련 컨설팅을 지원하는 미소금융컨설팅으로 구분된다.

소상공인 무료 법률구조 지원사업은 경영활동 중에 발생하는 법률적 분쟁에 대해 사건해결 비용을 무료로 지원하여 자영업자의 신속한 경영안정을 지원하는 사업을 말하며, 상행위와 관련한 민사사건의 제반 소송비용을 지원하고 있다.[5)]

소공인 특화 지원사업은 영세 소공인 밀집지역의 기술개발 지원을 목적으로 공동기술전수 작업장을 설치하는 사업 등이 2013년부터 시행될 예정이다.

라. 조직화·협업화 정책

유통산업은 국민경제에서 GDP의 7.7%, 총 고용의 15.6%를 차지하여 생산과 고용 측면에서 중요한 비중을 차지하고 있다. 1996년 유통시장 개방 이후 국내의 대형마트 및 SSM 등은 급속하게 성장하고 있는 반면, 중소유통업은 전반적으로 위축되는 추세를 보이고 있다. 이에 정부는 중소 소매업이 대형유통업과 경쟁할 수 있는 역량을 갖출 수 있도록 2009년부터 조직화·협업화를 통해 중소 소매업의 경쟁력을 강화하기 위한 시책을 추진하고 있다.

대표적인 지원사업이 골목슈퍼의 자생력 제고를 위한 '나들가게' 육성지원사업이다. 정부는 2010년부터 혁신의지가 있는 골목슈퍼를 현대식으로 육성하고, 시설 현대화·정보화에 기반한 조직적 역량 결집을 통해 경쟁력을 제고시키고자 나들가게 육성지원사업에 착수하였다. 지원사업은 2010~11년 기간 중 5,300개 점포를 선정하여 추진되었으며, 2012년까지는 1만개 점포를 나들가게로 육성할 계획으로 진행 중이다. 선정된 나들가게에 대해서는 경쟁력 제고를 위해 공동브랜드 간판 사용, POS 도입, 상품진열 및 재고관리 컨설팅 등을 지원하고 있으며, 이를 위해 업체당 660만원의 지원금을 보조하고, 시설 현대화를 위해 1억원 이내에서 융자자금을 지원하고 있다.

소상공인 조직화 사업을 위한 또 다른 형태는 프랜차이즈 활성화 지원사업을 들

5) 중소기업청, 「중소기업 연차보고서」, 2012. 9.

수 있다. 프랜차이즈는 가맹본부가 가맹점에게 경영 노하우 등을 제공하고, 가맹점을 통해 상품·서비스를 판매하는 사업형태를 말하며, 이는 소자본의 조직화와 넓은 판매망 구축으로 경영상의 위험분산이 가능하고, 경험과 자본이 부족한 영세 자영업자가 자원제약을 극복하고 규모의 경제를 달성할 수 있는 유력한 방안으로 떠오르고 있다. 정부에서도 소상공인의 조직화 등 자생력 제고를 위한 수단으로써의 이와 같은 프랜차이즈 시스템의 가능성에 주목하였으며, 2009년에 "자영업자 경쟁력 강화를 위한 프랜차이즈 활성화 방안"을 수립하고, 2010년부터는 관련 지원사업을 본격적으로 실시하였다. 이와 같은 지원사업을 통해 2010~2011년 간 112개의 프랜차이즈에 대해 수준평가 및 우수 프랜차이즈 지정사업을 실시하였으며, 40개의 유망 소상공인 프랜차이즈화 지원사업 및 25개의 프랜차이즈를 대상으로 운영 시스템 및 컨설팅 지원사업이 실시되었다.

마. 지원 인프라 구축 정책

상권별 과당경쟁으로 인한 폐해를 최소화하고 준비된 창업을 유도하여 소상공인의 창업성공률을 높이기 위해 중소기업청은 상권정보시스템을 2006년부터 운영하고 있다. 인터넷을 기반으로 창업 희망·예정 지역을 전자지도에서 실제 상권형태로 구현하여 6개 대분류[6], 20개 중분류 영역별 49종의 세부 정보(동종·유사 업체 현황 및 추이, 유동·거주인구, 교통·공공시설 및 집객시설 등)를 제공하고 있으며, 과밀정보 및 상권조사보고서 등의 부가정보도 제공하고 있다.

중소기업청의 상권정보시스템과 민간 기업의 상권정보시스템을 비교해보면, 중소기업청의 상권정보시스템은 민간기관의 유동인구정보, 매출정보 외에 1,500대 주요상권 정보, 상권그리기 및 로드뷰(Road View)[7] 등의 다양한 기능을 제공하고 있다. 밀집정보 제공업종은 2011년의 경우 음식 17종(고기전문점, 분식, 치킨, 떡, 패스트푸드점

6) 6개 대분류 및 20개 중분류 영역은 선택업종 분석(현황 및 추이, 상권 확장 분석), 경쟁업소 분석(유사 업종 현황), 다른 업종 현황(대분류 업종 현황, 중분류 업종 현황, 업소 증감 추이), 인구 분석(인구구성, 직업 직종, 통근/통학, 주거 형태/아파트), 지역 분석(주요 시설, 집객 시설, 업소 대비 시설 현황, 학교 시설, 교통 시설, 브랜드 지수, 업종별 매출, 점포 임대 시세), 행정동별 분석(행정동별 지역 분석, 업종 분석)으로 구분된다.

7) 실제의 거리 모습을 파노라마처럼 360° 회전하면서 볼 수 있도록 구성한 지도 서비스 기능

등), 서비스 20종(건강식품, 손톱 및 피부관리, 노래방, 세차장 등), 소매 13종(슈퍼, 의복소매, 귀금속판매 등) 등 총 50종에 달한다.

<표 2-2> 정부 및 민간의 상권정보시스템 개요

제공기관(컨텐츠) 명칭	서비스 연월	주요 제공 서비스	시스템 특징
중소기업청(상권정보시스템)	2006.7	매출추정, 유동인구, 로드뷰/상권그리기 기능, 1,500대 주요상권,	인·허가 DB+현장실태조사를 통한 DB 신뢰도 우수
SK텔레콤(지오비젼)	2011.3	매출추정, 유동인구	유동인구 강점(이동통신 정보)
NICE신용평가(비즈맵)	2011.6	매출추정, 유동인구	매출추정 강점(카드 매출정보)
현대카드(마이비즈니스)	2011.10	매출추정, 유동인구	지오비젼과 데이터 공유

<표 2-3> 정부 및 민간의 상권정보시스템 DB 구성 내용 비교

DB	상권정보시스템	지오비젼	비즈맵	마이비즈니스
매출 추정	△(일부)	○	○	○
유동 인구	△(조사)	○	△	○
추정 인구	○	–	–	–
로드뷰	○	–	–	–
최소 제공단위	포인트 블럭	행정동	블록	행정동
상권 그리기	○	–	–	–
주요 상권	○	–	–	–
주요 특징	인·허가 DB 이용, 주요 상권정보 제공	SKT 기지국의 위치정보 기반으로 유동인구 강점	신용카드사용량을 통한 매출추정 강점	창업 및 마케팅용 다양한 컨텐츠 제공

주: 2012년 2월 기준.

바. 소상공인 일반 현황

소상공인이 경영하는 사업체 수와 종사자 수 등에 관한 일반현황 통계는 전국사업체조사 결과자료를 법령상의 소상공인 정의에 맞춰 재편·가공하여 생산되고 있다. 2010년 통계자료를 기준으로 살펴보면, 소상공인은 전체 사업체 수(약 313만개)의 87.9%(약275만개), 전체 종사자 수(약 1,414만명)의 37.7%(약533만명)를 차지하는 것으로 나타났다. 소상공인 사업체 수가 많은 업종은 도매 및 소매업, 숙박 및 음식점업, 운수업, 수리 및 기타 개인서비스업, 제조업의 순으로 나타났고, 종사자 수 기

준으로는 도매 및 소매업, 숙박 및 음식점업, 제조업, 운수업, 수리 및 기타 개인서비스업의 순으로 많은 것으로 나타났다.

<표 2-4> 소상공인 사업체 수 및 종사자 수 현황(2010년)

한국표준산업분류		사업체 수		종사자 수	
		전체	소상공인	전체	소상공인
전체 산업		3,125,457 (100.0)	2,748,808 (87.9)	14,135,234 (100.0)	5,333,561 (37.7)
A	농업, 임업 및 어업	787 (100.0)	240 (30.5)	10,425 (100.0)	588 (5.6)
B	광업	1,759 (100.0)	1,389 (79.0)	14,009 (100.0)	4,244 (30.3)
C	제조업	325,082 (100.0)	263,194 (81.0)	3,392,737 (100.0)	799,366 (23.6)
D	전기, 가스, 증기 및 수도사업	389 (100.0)	203 (52.2)	14,645 (100.0)	438 (3.0)
E	하수 · 폐기물 처리, 원료재생 및 환경 복원업	4,846 (100.0)	1,907 (39.4)	58,345 (100.0)	4,903 (8.4)
F	건설업	96,716 (100.0)	72,916 (75.4)	1,176,098 (100.0)	229,043 (19.5)
G	도매 및 소매업	870,599 (100.0)	785,886 (90.3)	2,577,813 (100.0)	1,432,932 (55.6)
H	운수업	344,290 (100.0)	334,035 (97.0)	930,743 (100.0)	395,394 (42.5)
I	숙박 및 음식점업	633,381 (100.0)	580,537 (91.7)	1,754,779 (100.0)	1,217,939 (69.4)
J	출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업	22,410 (100.0)	11,077 (49.4)	379,296 (100.0)	25,072 (6.6)
K	금융 및 보험업	9,933 (100.0)	5,965 (60.1)	195,347 (100.0)	10,700 (5.5)
L	부동산업 및 임대업	106,935 (100.0)	97,859 (91.5)	291,832 (100.0)	152,614 (52.3)
M	전문, 과학 및 기술서비스업	65,832 (100.0)	42,765 (65.0)	635,580 (100.0)	98,408 (15.5)
N	사업시설 관리 및 사업지원 서비스업	34,038 (100.0)	21,202 (62.3)	762,573 (100.0)	43,274 (5.7)
P	교육서비스업	142,456 (100.0)	118,953 (83.5)	507,437 (100.0)	210,854 (41.6)
Q	보건업 및 사회복지서비스업	82,256 (100.0)	47,355 (57.6)	560,559 (100.0)	152,401 (27.2)
R	예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업	98,579 (100.0)	94,519 (95.9)	252,760 (100.0)	165,916 (65.6)
S	수리 및 기타 개인서비스업	285,169 (100.0)	268,806 (94.3)	620,256 (100.0)	389,475 (62.8)

자료: 통계청, 「2010년 기준 경제총조사」에서 재편 · 가공(중소기업중앙회, 「2012년 중소기업 현황」, 2012. 12에서 재인용).

2. 전통시장

가. 지원예산 규모

중소기업청의 전통시장 지원예산 규모는 2000년대 중반 이후 큰 폭의 증감없이 2천억원 수준에서 계속적으로 유지되어 왔으며, 세부 사업 부문에서는 전통시장 시설현대화 지원사업에 전체예산액의 약 80% 수준이 투입되어 왔음을 알 수 있다.

2012년 예산규모는 전년 대비 0.9% 증가한 2,089억원으로 나타났으며, 지원예산의 세부 내역으로는 시설현대화 지원사업에 1,606억원, 시장경영혁신 지원사업에 483억원이 배분되어, 시설현대화 지원사업 예산이 시장경영혁신 지원사업 예산에 비해 3.3배 정도가 많은 것으로 나타났다. 지원사업 예산간의 배율 변화를 살펴보면, 과거에는 시설현대화 지원사업 예산이 최대 약 6배까지 많았으나, 최근에는 시장경영혁신 지원사업의 중요성이 점차적으로 높아지면서 그 격차가 많이 줄어든 것으로 이해할 수 있다.

<표 2-5> 전통시장 지원예산(국비) 현황

단위: 억원

구분	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
합계	1,906	2,287	2,036	1,939	2,071	2,089
시설현대화 지원사업(a)	1,616	1,968	1,749	1,572	1,660	1,606
시장경영혁신 지원사업(b)	290	319	287	367	411	483
배율(a/b)	5.6	6.2	6.1	4.3	4.0	3.3

자료: 중소기업청

주: 2010년까지는 집행액, 2011년과 2012년은 예산액

시장경영혁신 지원사업은 경영개선, 특성화시장 육성, 상인교육·시장관리, 상권활성화, 시장경영진흥원 운영 등의 세부 지원사업으로 재구분할 수 있다. 2012년의 각 세부 사업별 예산액을 살펴보면, 경영개선 219억원, 특성화시장 육성 108억원, 상인교육·시장관리 67억원, 상권활성화 40억원, 시장경영진흥원 운영 49억원 등으로 배정되었음을 알 수 있다.

<표 2-6> 전통시장 경영혁신 지원사업 예산

단위: 억원

구분	2010년	2011년	2012년
전통시장 경영혁신 지원사업	367	411	483
경영개선 지원	190	188	219
특성화시장 육성 지원	68	70	108
상인교육·시장관리 지원	73	68	67
상권활성화 지원	-	40	40
시장경영진흥원 운영 지원	36	45	49

자료: 중소기업청

주: 2010년은 집행액, 2011년과 2012년은 예산액

나. 재정·금융지원 정책

전통시장에 대한 정부의 재정·금융지원은 재정지출을 수반한 재정사업, 각종 조세특례제도를 통한 조세감면 및 융자 지원사업을 통해 이루어지고 있다.

재정사업은 2004년 제정된 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」에 근거하여 추진되고 있으나, 실질적으로는 동 법이 제정되기 이전인 2002년부터 관련 사업이 시작되었다고 볼 수 있다. 재정사업은 시설현대화 사업과 시장경영혁신 지원사업을 중심으로 추진되고 있다.

시설현대화 사업은 전통시장과 상점가의 주차장, 문화공간, 아케이드, 진입도로, 화장실 등의 기반시설 및 노후 시설물의 개·보수, 전기·가스·소방 등 안전시설과 고효율 LED 조명 설치, 홍보용 간판 등 낙후된 전통시장 시설에 대한 개·보수 등을 통해 시장 환경개선을 지원하기 위한 사업을 포함한다. 시장경영혁신 지원사업은 마케팅지원, 전국 전통시장 공동상품권 발행, 특성화시장(문화관광형시장, 대형국제시장, 민속5일장 등) 육성, 상인교육, 상권활성화 지원 등을 포괄하며, 소프트웨어 측면에서의 유통기능 개선을 지원하기 위한 사업을 말한다. 또한, 2011년에 「소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법」 개정을 통해 '중소기업창업 및 진흥기금'에 소상공인 진흥계정이 신설되었으므로, 향후에는 동 계정의 재원을 통한 추가적인 재정사업이 실시될 것으로 보인다.

조세감면을 통한 지원은 「지방세특례제한법」 제60조에 근거하여 전통시장의 제품 생산, 가공, 수주, 판매, 보관, 운송을 위한 공동시설용 부동산에 대한 취득세 경감과,

동 법 제83조에 따라 시장정비구역에서의 시장정비사업용 부동산에 대한 취득세 면제, 동 법 제126조의2에 근거한 전통시장에서의 신용카드 사용금액에 대한 소득공제율 확대 시행[8] 등을 중심으로 실시되고 있다.

융자 지원사업은 전통시장에서 재개발·재건축·재정비 등의 시장정비사업을 추진하는 경우에 소요자금의 75%까지를 지방자치단체가 융자해주는 사업을 말한다.

이상에서 살펴본, 정부의 재정·금융 지원정책들은 유통환경의 변화에 대응하고, 지역 기반의 경제 활성화 및 일자리 창출을 유도하기 위한 것으로 볼 수 있는데, 재정사업의 경우에는 그 수단적인 방법으로 경쟁력 제고 정책, 조직화·협업화 정책, 지원 인프라 구축 정책으로 구분해 볼 수 있다.

다. 경쟁력 제고 정책

전통시장에 대한 정부재정 지원사업 중 시설현대화 지원사업과 시장경영혁신 지원사업의 세부 부문인 경영개선·특성화시장 육성·상인교육 및 시장관리 사업 부문이 전통시장의 경쟁력 제고를 위한 정책사업 영역에 해당한다.

전통시장 시설현대화 사업은 전통시장 및 상점가의 고객 및 매출 증대를 위해 노후시설을 개선하고 기반시설 및 편의시설을 확충하기 위한 사업을 말하며, 2002년부터 2011년까지 전국 940개 시장을 대상으로 1조 3,512억원이 지원되어 2,301건의 시설개선 사업이 실시되었다. 2012년에는 330개 시장을 대상으로 추가적인 시설현대화 사업이 예정되어 있다.

시장경영혁신 지원사업 중 경영개선 지원사업은 전통시장의 자생력을 강화하기 위한 사업을 말하며, 마케팅 지원, 전국 전통시장 공동(온누리) 상품권 발행, 전통시장 온라인 쇼핑몰 지원, 전통시장 홍보 등의 사업을 중심으로 실시되고 있다. 마케팅 지원사업은 고객 유인 및 매출 증대를 위한 각종 이벤트 및 할인행사 개최, 공동쿠폰 발행 등의 사업을 말하며, 2008년부터 2011년까지 965개 시장(중복 지원을 제외하면 438개 시장)을 대상으로 지원되었다. 전국 전통시장 공동 상품권인 온누리 상품권 발행사업은 최근에 경영개선 지원사업의 핵심 수단으로 부상되고 있는데, 2011년의

8) 전통시장 이용고객의 소비를 촉진하기 위해 2011년 12월에 「조세특례제한법」 제126조의2를 개정하여, 2012년부터 전통시장에서의 신용카드 사용금액에 대한 소득공제율을 기존 20%에서 30%로 확대하였다.

발행액 규모는 2,224억원에 달하여 2009년의 105억원에 비해 약 21배가 증가한 것으로 파악되었다. 특성화시장 육성사업은 지역의 상품성 있는 문화, 관광, 역사, 전통 등의 특성과 전통시장을 연계하여 관광객 유치를 통해 전통시장이 활성화되도록 지원하는 사업을 말한다. 문화관광형시장, 국제관광명소시장, 테마시장 등으로 조성하여 다양한 볼거리, 먹거리, 즐길거리, 쉴거리 등이 제공되는 특성화시장 육성사업에는 2008년부터 2011년까지 24개 시장을 대상으로 246억원이 지원되었다. 상인교육 사업은 전통시장에 종사하는 상인들의 의식 변화와 경영능력 배양을 위해 2005년부터 실시되고 있다. 교육에 참여한 상인 수는 2005년의 7,596명에서 2010년에는 47,583명으로 크게 증가하였으며, 2010년까지 총 17만 2,049명이 참여한 것으로 나타났다.

라. 조직화 · 협업화 정책

전통시장 활성화를 위한 여러 사업이 체계적으로 추진되기 위해서는 상인들이 상인회로 조직화되고, 또 이 조직의 역량이 강화될 필요가 있다. 정부는 이를 위해 상인조직 육성사업을 시행하고 있는데, 이 사업은 경영, 행정, 유통 분야의 각 전문가인 시장매니저[9]를 활용하여 상인회의 경영관리 역량을 강화하기 위한 사업이다. 시장매니저는 전통시장 상인회 운영 및 조직관리, 정부 지원사업 집행을 위한 회계처리 업무 등의 행정업무를 지원한다. 이 사업은 2008년에 시범사업으로 시작한 이래 2011년까지 총 356명을 지원하였다.

한편, 정부는 개별 시장 및 상점가만을 지원하는 방식을 확장하여 전통시장과 주변 상권이 협업하여 지역상권이 활성화될 수 있도록 상권활성화사업을 2011년부터 시행하고 있다. 2011년에는 7개 구역을 선정하여 시범적으로 디자인·캐릭터 개발, 문화축제 개최, 마케팅 등의 경영개선 사항을 중심으로 지원하였으며, 2012년에는 점포의 효과적 집적 및 고객의 편리성을 높이기 위해 전통시장의 시설현대화 사업과 연계하여 테마거리 조성, 주차장 설치, 고객문화센터 개설 등의 기반 인프라 구축에 대해 지원이 이루어질 계획이다.

9) 2012년 중소기업청의 지원계획에 따르면, 시장매니저 인건비는 국가 예산에서 최대 70%(월 105만원)가 지원되며, 나머지 30%는 지방자치단체 혹은 상인회에서 충당하도록 하고 있다. 지원금의 차등지급은 시장별 지원 횟수를 기준으로 산정하는데, 70%(신규 혹은 1회), 50%(2회), 30%(3회)로 구분한다.

마. 지원인프라 구축 정책

정부는 전통시장 및 상점가 활성화 사업을 지원하기 위해 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 제68조에 근거하여 시장경영진흥원을 설치, 운영하고 있다. 시장경영진흥원은 시설현대화 사업의 자문 및 용역, 경영 및 상거래의 현대화·정보화 등 선진유통기법 교육 및 상담, 시장경영 개선을 위한 자문·상담 및 지도, 시장 활성화를 위한 조사·연구 및 평가 등의 사업을 수행하고 있다.

바. 전통시장 일반 현황

전통시장은 등록시장, 인정시장, 기타시장을 포함하여 2010년 기준으로 전국에 1,517개가 분포하는 것으로 파악되었다. 시장 유형별로는 등록시장이 전체의 53.8%인 816개, 인정시장이 30.8%인 467개, 기타시장은 15.4%인 234개로 나타났다.

전통시장 수의 추이를 보면, 전체 전통시장 및 등록시장과 기타시장은 감소 추세를 보이고 있는 반면, 인정시장은 증가 추세를 보이고 있다. 전체 시장은 2006년 대비 2010년에 93개 감소하였고 등록시장은 175개, 기타시장은 83개 감소하였으나, 인정시장은 같은 기간 165개 증가하였다.

<표 2-7> 전통시장 수 추이

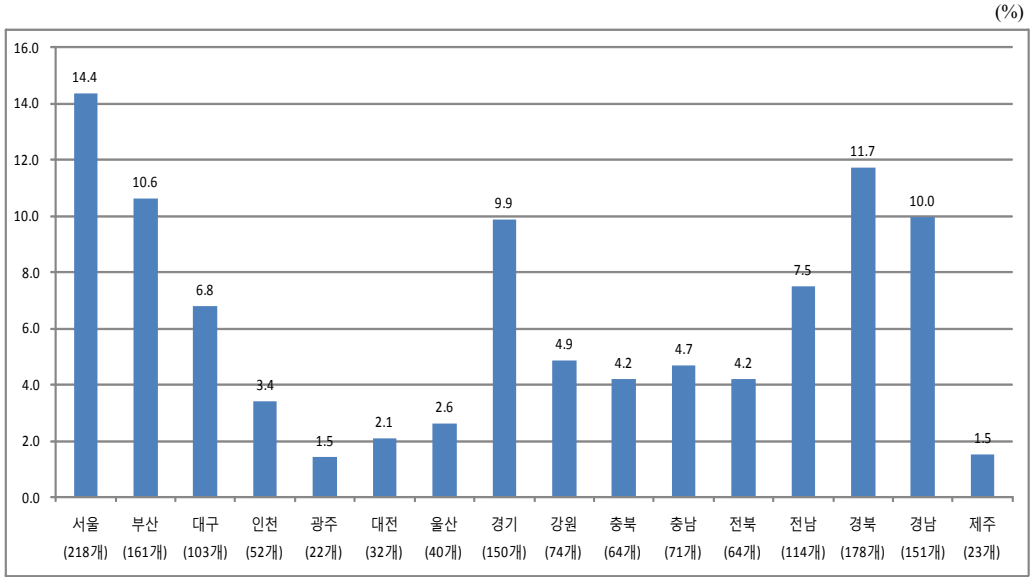
단위: 개, %

구분	2006년		2008년		2010년	
	시장수	구성비	시장수	구성비	시장수	구성비
전체 시장	1,610	100.0	1,550	100.0	1,517	100.0
등록 시장	991	61.5	858	55.4	816	53.8
인정 시장	302	18.8	389	25.1	467	30.8
기타 시장	317	19.7	303	19.5	234	15.4

자료: 시장경영진흥원, 「2010년 전통시장 및 점포경영 실태조사 결과보고서」, 2010. 11.

전통시장의 지역별 분포를 보면, 서울이 218개(14.4%)로 가장 많으며, 그 다음으로 경북 178개(11.7%), 부산 161개(10.6%), 경남 151개(10.0%), 경기 150개(9.9%) 순으로 많이 분포하고 있다. 한편, 특별시 및 6대 광역시의 전통시장 구성 비율은 41.4%(628개)로 나타나, 전체 시장의 절반 가까운 정도가 대도시에 소재하고 있었다.

<그림 2-1> 지역별 전통시장 분포



자료: 시장경영진흥원, 「2010년 전통시장 및 점포경영 실태조사 결과보고서」, 2010. 11.

전국 1,517개 전통시장에는 총 20.1만개의 점포가 운영되고 있으며, 이중 자기소유점포는 22.5%인 4.5만개, 임차점포는 64.5%인 13.0만개로 나타나, 전통시장에 설치된 대부분의 점포가 임차 형태로 운영되고 있었다.

<표 2-8> 소유형태별 전통시장 점포 현황

단위: 천개, %

구분	합계	자기소유점포	임차점포	기타점포
점포 수(구성비)	201(100.0)	45(22.5)	130(64.5)	26(13.0)

자료: 시장경영진흥원, 「2010년 전통시장 및 점포경영 실태조사 결과보고서」, 2010. 11.
주: 기타점포는 창고 및 사무실, 빈점포 등 영업 이외의 목적으로 활용되고 있는 점포임.

전통시장을 점포 수 기준으로 분류하면, 소형시장, 중형시장, 중대형시장, 대형시장으로 구분할 수 있다. 전체 1,517개 시장 중 점포 수가 1,000개 이상인 대형시장은 20개(1.3%), 점포 수가 500~999개인 중대형시장은 41개(2.7%)로 나타난 반면, 점포 수가 100~499개인 중형시장은 480개(31.6%), 점포 수가 100개 미만인 소형시장은 976개(64.3%)로 나타나, 전통시장의 95.9%가 중형시장 및 소형시장인 것으로 나타났다.

<표 2-9> 점포 수 규모별 전통시장 현황

단위: 개, %

합계	소형시장 (점포 수 100개 미만)	중형시장 (100~499개)	중대형시장 (500~999개)	대형시장 (1,000개 이상)
1,517(100.0)	976(64.3)	480(31.6)	41(2.7)	20(1.3)

자료: 시장경영진흥원, 「2010년 전통시장 및 점포경영 실태조사 결과보고서」, 2010. 11.

전통시장에 종사하는 상인 수는 총 35.9만명이며, 점포소유상인이 전체의 12.5%인 4.4만명, 임차상인이 35.8%인 12.8만명으로 나타났으며, 무급 및 유급을 포함한 종업원 수는 34.6%인 12.4만 명인 것으로 나타났다.

<표 2-10> 전통시장 종사자 현황

단위: 천명, %

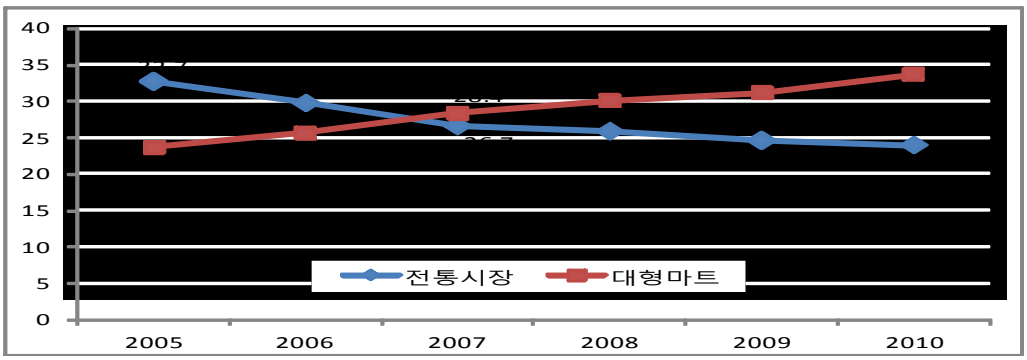
구분	합계	종사자				노점상인
		소계	소유상인	임차상인	종업원	
상인 수(구성비)	359(100.0)	297(82.9)	44(12.5)	128(35.8)	124(34.6)	61(17.1)

자료: 시장경영진흥원, 「2010년 전통시장 및 점포경영 실태조사 결과보고서」, 2010. 11.
주: 총시장상인: 종사자 + 노점상인
종사자: 점포소유상인 + 점포임차상인 + 종업원
종업원: 무급가족종사자, 상용종사자, 임시 및 일일종사자, 무급종사자를 모두 포함

전통시장의 매출액은 2005년의 32.7조원에서 2010년에는 24조원으로 조사되어, 계속적인 감소세에 있는 것으로 나타났으며, 대형마트 매출액은 2007년부터 전통시장 매출액을 추월한 것으로 파악되었다.

<그림 2-2> 전통시장 및 대형마트 매출액 추이

단위: 조원



자료 : 전통시장은 시장경영진흥원, 「2010년도 전통시장 및 점포경영 실태조사 결과 보고서」, 대형마트는 통계청(KOSIS).

3. 1인 창조기업

가. 지원예산 규모

2012년에 중소기업청의 1인 창조기업 지원예산 규모는 2011년의 230억원과 비슷한 수준인 225억원으로 나타났으며, 2010년에 비해서는 89.1%가 증가한 것으로 나타났다. 세부적으로는 앱 창작터 운영(75억원), 지식거래조건부 사업화지원(50억원), 비즈니스센터 운영(40억원), 팀 기술개발 지원(25억원) 등의 사업을 중심으로 예산지원이 이루어졌다.

<표 2-11> 1인 창조기업 지원예산 현황

단위: 억원

구 분	2010년	2011년	2012년
합 계	119	230	225
비즈니스센터 운영	40	55	40
지식거래조건부 사업화지원[1)]	29	40	50
앱 창작터 운영	12	80	75
글로벌 앱 지원센터	3	10	10
참살이 서비스기업 육성	-	18	18
창조문화 환경조성 등	16	7	7
팀 기술개발 지원사업	20	20	25

자료: 중소기업청

주: 1) 지식거래조건부 사업화 지원은 기존의 구매바우처 사업을 개편한 지원사업.

나. 재정·금융지원 정책

1인 창조기업의 운전자금을 지원하는 1인 창조기업 전용정책자금 지원사업이 2012년부터 시행되고 있는데, 사업개시일로부터 5년 미만인 1인 창조기업과 상시 종사자 5인 이하인 지식기반 제조·서비스기업을 대상으로 운영자금을 융자하고 있다. 이는 창업기업지원자금 내에 1인 창조기업 전용자금 형태로 마련하여 추진되고 있으며, 2012년 9월 말까지 총 401개 기업에 589억원의 예산이 지원되었다.

한편, 고위험, 고수익 투자를 목적으로 설립된 국내 벤처캐피탈의 평균 투자규모가 점차 대형화되면서, 1인 창조기업에 적합한 소액형 투자펀드의 필요성이 제기되었으

며, 이를 반영하여 2012년 3월에 모태펀드(중진계정) 출자를 통한 1인 창조기업 전용 펀드가 신설되었다. 펀드의 결성 규모는 472억원인데, 그 중 모태펀드에서 300억원을 출자하였으며, 투자대상은 모바일, 앱 등의 신성장분야 1인 창조기업 및 소규모 창업기업이다. 펀드 운용사는 캡스톤파트너스, 마젤란기술투자, 유니창업투자 3개사이다.

이와 함께 1인 창조기업 특례보증이 지원되고 있는데, 1인 창조기업의 업종 및 규모의 특성을 반영한 특례보증지표를 마련하여 기술보증기금(3억원 한도)과 지역신용보증재단(5천만원 한도)을 통해 운영자금, 임차자금 및 시설자금에 대한 보증 지원이 실시되고 있으며, 2010년부터 2012년 9월까지 2,369개 기업을 대상으로 1,032억원이 지원되었다[10].

다. 경쟁력 제고 정책

지식서비스 구매바우처 지원 사업은 1인 창조기업과 중소기업이 개발, 디자인, 번역 등의 지식서비스 계약을 체결하는 경우에, 계약금의 10%를 중소기업에게 지원(300만원 한도)하던 제도로써, 2009년에 1,383건에 대해 총 21억원을 지원하였고, 2010년에는 1,167건에 대해 총 29억원이 지원되었다. 이 사업은 중소기업과 1인 창조기업 사이의 지식거래시장 규모를 확대하는데 큰 기여를 했다는 평가를 받은 바 있으며, 2011년까지 실시된 이후 2012년부터는 지식거래 조건부 사업화 지원사업으로 변경하여 운영되고 있다. 지식거래 조건부 사업화 지원사업은 지식거래 지원사업과 마케팅 지원사업으로 구성되는데, 지식거래 지원사업은 1인 창조기업이 외부기관과 계약한 프로젝트 수행을 위해 필요한 사업화 비용을 지원하는 사업을 말하며, 마케팅 지원사업은 교육, 시장조사, 브랜드 개발, 디자인 개발, 온라인 마케팅 등의 창업 초기단계에 필요한 마케팅 수단을 패키지 형태로 지원하는 사업을 말한다. 2012년에는 지식거래 지원사업으로 48개 업체, 마케팅 지원사업으로 264개 업체에 대한 지원이 이루어졌다.

한편, 1인 창조기업의 기술적 역량을 높이고 보유기술의 사업화를 촉진하기 위한

10) 특례보증 지원은 2010년에 기술보증기금에서 344개 업체에 201억원, 지역신용보증재단에서 191개 업체에 55억원을 지원하였으며, 2011년에는 기술보증기금에서 344개 업체에 179억원, 지역신용보증재단에서 553개 업체에 136억원이 지원되었다. 2012년에는 9월까지 기술보증기금에서 583개 업체에 372억원, 지역신용보증재단에서 354개 업체에 89억원이 지원되었다.

기술개발 지원사업이 다양하게 이루어지고 있는데, 팀 기술개발 지원사업과 R&D 프로그램 지원사업이 대표적으로 실시되고 있다. 팀 기술개발 지원사업은 우수한 1인 창조기업을 육성하고 창업의 활성화를 통해 일자리 창출에 기여할 목적으로 추진되고 있는데, 아이디어 및 기술을 보유한 1인 창조기업과 공동개발기업(1인 창조기업 또는 중소기업)이 팀을 구성하여 사업화가 가능한 기술개발 과제를 지원하고 있다. 지원규모는 과제당 총 개발비의 75%를 최고 1억원 한도에서 지원하고 있으며, 2010년 이후 2012년까지 80개 과제를 대상으로 65억원이 지원되었다.[11)]

R&D 프로그램 지원사업은 2012년에 1인 창조기업 전용 R&D 프로그램과 앱(App) 전용 R&D 프로그램이 중소기업 창업성장 R&D 사업 내에 별도로 편성되었다. 1인 창조기업 전용 R&D 프로그램은 R&D를 통해 1인 창조기업을 고부가가치의 기술기반형 유망기업으로 성장시키기 위한 목적에서 신설되었다. 2012년 예산지원 규모는 50억원이며, 개발기간이 최대 1년인 107개 선정 과제를 대상으로 5천만원 한도로 정부출연금(75%, 나머지 25%는 기업부담금)이 지원되었다.

앱 전용 R&D 프로그램은 국내 앱 시장이 단순 앱에서 벗어나 다양한 서비스와 융합되고 있는 점을 감안하여 고수익 창출이 가능한 킬러 앱(killer app) 개발을 지원할 목적으로 신설되었으며, 1인 창조기업 또는 5년 이내 창업기업을 대상으로 지원되었다. 2012년 예산지원 규모는 총 92개 과제에 70억원이 지원되었으며, 앱 개발 61개 과제에 30억원, 앱 요소기술개발 31개 과제에 40억원으로 구분하여 지원되었다.

라. 지원 인프라 구축 정책

1인 창조기업을 지원하기 위해 범정부 종합포탈사이트인 아이디어 비즈뱅크(Idea Biz Bank, www.ibiz.go.kr)가 2009년 6월에 구축되어 운영되고 있다. 이를 통해 공공기관 및 기업과의 아이디어지식거래몰(지식정보 거래시스템) 제공, 각종 정부 지원정책의 홍보·신청·접수, 기업경영 정보(세무·법률 등) 공유, 기업 운영 관련 각종 애로사항 온라인 무료상담 제공 등의 다양한 정책지원서비스를 제공하고 있다.

11) 팀 기술개발 지원사업은 2010년에 25개 과제(20억원), 2011년에 24개 과제(20억원), 2012년에 31개 과제(25억원)를 대상으로 지원되었다.

또한, 1인 창조기업에게 사무 공간 제공, 법률·세무 상담, 교육 및 정보 제공 등의 경영지원 서비스를 제공하기 위해 1인 창조기업 비즈니스센터가 운영되고 있다. 2010년까지는 수도권 중심으로 센터가 설치·운영되었으나, 2011년 이후에는 비수도권으로 확대하여 지원이 이뤄지고 있다.[12] 2009년 이후 센터를 통한 지원실적을 살펴보면, 사무공간 활용 3만 5,427명, 경영자문 5,428명, 교육지원 4만 7,016명으로 나타나고 있으며, 매년 지원실적이 꾸준히 증가하고 있어 1인 창조기업에 대한 관심이 증대되고 있음을 알 수 있다.

한편, 1인 창조기업의 유망분야를 육성하는 차원에서 앱 개발 및 상용화, 참살이 서비스 기업 육성을 위한 인프라 지원이 실시되고 있다. 우선 앱 개발사업과 관련하여 앱 창작터가 운영되고 있는데, 앱 개발자를 1인 창조기업으로 육성하기 위해 관련 인프라를 갖춘 전국 대학 등을 앱 창작터로 지정하여 운영하고 있으며, 모바일 기반의 애플리케이션 교육 및 개발 지원, 개발자 네트워크 구축 지원 등의 서비스를 제공하고 있다. 앱 창작터는 2010년 11개가 지정된 이후 2011년에 14개가 추가 선정되었으며, 2012년에는 총 28개가 지정되어 운영되고 있다. 이와 함께 앱 분야 예비창업자를 발굴하여 실전 앱 개발과 창업 및 사업화 등 일련의 과정을 단계별로 일괄 지원함으로써 앱 전문기업으로 육성하기 위해 앱 창업 전문과정이 운영되고 있으며, 2012년에 22억원의 예산이 지원되었다. 또한 앱 창업기업에 대한 보육공간, 앱 품질 향상을 위한 개발 앱 테스트베드(test-bed) 및 동영상 제작 스튜디오 제공 등을 지원하기 위해 앱 창업 누림터가 2012년 9월에 개설되었다[13]. 아울러 글로벌 감성의 앱 개발자를 발굴하여 우수 앱의 해외 유망시장 공략을 지원함으로써 모바일 1인 창조기업의 글로벌 경쟁력을 제고할 목적으로 2010년 10월에 한국생산성본부를 글로벌 앱 지원센터로 지정하여 운영하고 있다. 이를 통해 앱 글로벌 전환 멘토링, 국가 맞춤형 해외 마케팅, 글로벌 킬러 앱 육성, 국가별 앱 기술 및 시장 동향 조사 및 정보 제공 등의 사업을 추진하고 있으며, 관련 예산은 2010년 3억원, 2011년 10억원, 2012년 10억원이 지원되었다. 참살이 서비스 기업 육성을 위해, 참살이 실습터가 7개의 기관

12) 2010년에 18개 센터(수도권 14개, 비수도권 4개)에 37억 7천만원의 예산이 지원되었고, 2011년에는 34개 센터(수도권 19개, 비수도권 15개)에 40억원의 지원이 이루어졌다. 2012년에는 9월까지 34개 센터(수도권 16개, 비수도권 18개)에 40억원의 지원이 이루어졌다.

13) 앱 창업 누림터는 서울 금천구 가산동에 설치되었으며, 2012년 9월에 12팀이 선발되었으며, 연말까지 23개 팀을 추가 선발할 계획으로 있다.

에서 운영되고 있으며, 이론교육 및 전문기술 습득을 위한 실습 교육을 통해 공예디자이너, 네일아티스트, 애견디자이너, 웨딩플래너, 소믈리에, 바리스타, 투어플래너, 푸드코디네이터, 플로리스트, 건강관리사 등의 전문인력을 양성하고 있다. 2012년에는 실습터 운영 및 경진대회 개최 등을 위해 18억원의 예산이 지원되었으며, 2011년부터 2012년 9월까지 교육수료 988명, 창업 52명, 취업 331명의 운영실적을 나타내고 있다.

마. 1인 창조기업 일반 현황

1인 창조기업에 관한 통계는 중소기업청이 표본조사로 실시한 1인 창조기업 실태조사에서 개략적인 현황자료를 파악할 수 있다. 2011년 현재, 전국의 1인 창조기업 수는 약 26.2만개로 파악되었으며, 서울 및 경기 지역이 전체 기업의 49.8%를 차지하는 것으로 나타났다. 경영주 연령별로는 30대가 13.1만명(50.2%)으로 파악되어 가장 많은 것으로 나타났다.

<표 2-12> 1인 창조기업 일반 현황(2011년)

단위: 개

구분	합계	구성비(%)	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
전국	261,855	100.0	35,350	131,451	67,823	16,756	10,475
서울	89,735	34.3	12,114	45,046	23,242	5,743	3,590
부산	11,828	4.5	1,597	5,937	3,064	757	473
대구	9,177	3.5	1,239	4,607	2,377	587	367
인천	12,644	4.8	1,707	6,347	3,275	809	506
광주	17,743	6.8	2,395	8,907	4,595	1,136	710
대전	6,322	2.4	853	3,174	1,637	405	253
울산	6,118	2.3	827	3,071	1,583	392	245
경기	40,583	15.5	5,479	20,373	10,512	2,596	1,623
강원	5,914	2.3	798	2,969	1,532	378	237
충북	5,710	2.2	771	2,867	1,479	365	228
충남	9,177	3.5	1,239	4,607	2,377	587	367
전북	8,157	3.1	1,101	4,095	2,113	522	326
전남	13,460	5.1	1,817	6,757	3,486	862	538
경북	11,624	4.4	1,569	5,835	3,011	744	465
경남	8,565	3.3	1,156	4,300	2,219	547	343
제주	5,098	1.9	688	2,559	1,321	326	204

자료: 중소기업청 외, 「1인 창조기업 실태조사 및 성공요인 분석」, 2011. 12.

제2절 주요 국가의 소상공인 정책

1. 소상공인

소상공인(小商工人)의 사전적 의미는 "소규모로 상공업에 종사하는 사람"이지만, 우리나라에서 정책대상인 소상공인은 앞서 살펴본 바와 같이 소기업 중에서 규모가 상대적으로 작은 특정의 기업군을 의미하고 있다. 따라서, 주요 외국의 소상공인 정책에서도 우리나라와 유사한 규모대의 기업군에 초점을 맞춰 관련 사례를 살펴보았다.

그러나, 법률 등에 의해 중소기업을 개념적으로 중기업과 소기업으로 구분하고, 각각에 대해 특화된 지원정책을 추진 중인 외국 사례는 확인하기 어려웠으며, 소기업보다 규모가 상대적으로 작은 소상공인의 경우에는 관련 사례가 더욱 빈약한 것으로 파악되었다. 결과적으로, 중소기업과 관련해서 다양한 지원정책을 체계적으로 추진하고 있는 국가로는 우리나라와 일본이 가장 앞서고 있는 것으로 확인되었다.

가. 미국

미국은 미연방규정집 제13권 제131장에서 중소기업의 범위에 관한 기준을 정의하고 있으며, '종업원 수' 또는 '매출액' 규모를 기준으로 세부 업종별로 규정하고 있다. 예를 들면, 제조업의 경우 '종업원 500인 미만', 도매·서비스업의 경우 '연매출액 700만 달러 미만'이 중소기업 기준에 해당된다. 그러나 미국에서는 중소기업을 규모에 따라 더 이상 세분하지 않고 있으며, 우리나라의 소상공인정책에 해당하는 별도의 정책지원도 없는 것으로 파악되었다.

다만, 미국 연방정부의 중소기업 지원기구 중에서 중소기업개발센터(Small Business Development Center; SBDC)와 퇴직경영자봉사단(Service Corps of Retired Executives; SCORE)은 소상공인에 국한된 지원기구는 아니지만 실질적인 지원대상이 대부분 우리나라의 소상공인에 해당된다는 점에서 관련 지원정책으로 볼 수 있다.

중소기업개발센터(SBDC)는 1976년부터 시작된 대학기업개발센터(UBDC)가 모체가 되어 발전해 오다가, 1980년에 미국 중소기업청(Small Business Administration: SBA)의 공식 프로그램으로 편성되었다. 전신인 대학기업개발센터는 미국 내 대학을

중심으로 중소기업에 대한 경영 및 기술부문 지원사업을 운영한 바 있으며, 중소기업 개발센터는 중소기업청 지역사무소, 지방 대학, 연방정부 및 지방자치단체 등과 연계하여 중소기업에 대한 비금융 분야의 광범위한 원스톱 지원 프로그램을 제공하고 있다. SBDC는 전국적으로 63개의 거점센터와 약 900개의 서비스센터를 네트워크로 형성하고 있으며, 5천명 이상의 전담자가 해당 업무에 종사하고 있다. SBDC는 각 지방 대학 내에 별도의 조직으로 운영되고 있는 경우가 많으며, 각 센터는 매년 중소기업청에 사업계획서를 제출하여 갱신 및 재지정 여부를 심사받는다. 또한, SBDC 운영기관으로 지정받기 위해서는 연방정부 보조금 이외에 이와 동일한 금액 이상의 현금 또는 현물 자산으로 구성된 매칭펀드의 출자계획을 제시해야 한다. 차기 연도 SBDC 운영기관으로 지정받게 되면, 중소기업청과 협약에 따라 각종 프로그램을 수행하고, 그 결과를 보고하게 된다. 개별 SBDC를 통해 제공되는 프로그램은 원칙적으로 중소기업청 책임 하에 추진되고 있으나, 개별 SBDC는 독자적으로 개발한 프로그램을 추가적으로 추진할 수도 있다. 개별 SBDC는 중소기업에 대한 상담과 교육 및 전문 서비스를 제공하는데, 기술이전 및 유망 기업에 대한 지원 등의 심층 자문과 교육을 중요 프로그램으로 수행하고 있다. SBDC의 자문 서비스를 받은 주 이용계층은 2009년도의 경우 여성기업 43%, 소수민족기업 33%, 퇴역군인기업 9%로 파악되었으며, 2009년에 중소기업청(SBA)으로부터 지원받은 SBDC 예산 규모는 약 1억 3천만 달러로 나타났다.

퇴직경영자봉사단(SCORE)은 중소기업 관련 자문과 교육 서비스 제공을 목적으로 2천여 명의 퇴직 및 현직 경영자들에 의해 1964년에 자발적으로 설립된 비영리조직이며, 전문가들의 역량에 기반한 자원봉사를 통해 미국 전역에서 중소기업의 창업과 발전을 돕고 있다. 자원봉사자들은 다양한 분야의 경영 및 기술 경험을 가진 약 1만 4천명의 퇴직 및 현직 경영자와 회사의 중역 등으로 구성되며, 전국 364개 지부를 통해 SCORE를 운영하고 있다. SCORE의 주요 사업은 중소기업에 대한 자문과 교육인데, 1,200명의 카운슬러가 종사하고 있으며, 질문 및 상담 내용에 대해서는 48시간 이내에 이메일로 답변하고 있다. 또한, 자문 요청이 있는 경우에는 현지를 직접 방문하여 경영자문을 실시하고 있으며, 사업계획서 작성부터 수출입 업무에 이르기까지의 다양한 분야에 걸쳐 저렴한 비용으로 워크숍이나 세미나도 개최하고 있다. SCORE의 운영 예산은 중소기업청(SBA)을 통한 정부 지원 외에 민간기업체의 기부

를 통해서도 조달되고 있는데, 2009년도 SCORE의 전체 지출예산액 1,035만 달러 중 중소기업청(SBA)으로부터 지원받은 예산은 892만 달러로 나타났다. SCORE 재단을 통해 민간부문에서 받은 기부금은 2009년에 약 175만 달러인데, 그 중 89%는 32개 기업으로부터, 나머지 11%는 524명의 개인으로부터 기부를 받았다.

1964년 설립 이래 지금까지 약 850만개 중소기업이 SCORE 프로그램을 통해 지원받았으며, 2009년의 경우에는 약 37만개의 기업체를 대상으로 52만건의 상담 및 교육, 온라인 상담 12만건, 방문 대면상담 20만건, 워크숍 참석자 수는 20만 명에 이르는 실적을 기록하였다. SCORE 프로그램의 주된 이용자는 여성기업 48%, 소수민족기업 23%, 퇴역군인기업 12%인 것으로 나타났다.

나. 일본

일본 중소기업 중 우리나라의 소상공인에 해당하는 개념은 '소규모사업자(小規模事業者)'를 들 수 있다. 소규모사업자는 일반적인 중소기업 기준과는 달리 상시종업원 수만을 기준으로 제조업·건설업·운수업·기타 산업의 경우 종업원 20인 이하, 도·소매업 및 서비스업의 경우 5인 이하 기업으로 정의된다. 우리나라에서 소상공인은 제조업·건설업·운수업 등의 경우 상시근로자 10인 미만으로 정의하고 있으므로, 일본 소규모사업자의 범위가 보다 넓다고 볼 수 있다.

<표 2-13> 일본의 소규모사업자 정의

구분 / 업종	중소기업		소규모사업자
	종업원 수	자본금	종업원 수
제조/건설/운수/기타	300인 이하	3억 엔 이하	20인 이하
도매업	100인 이하	1억 엔 이하	5인 이하
소매업	50인 이하	5천만 엔 이하	
서비스업	100인 이하	5천만 엔 이하	

자료: 中小企業基本法 第二條中小企業者の範囲及び用語の定義, 2009.

일본은 우리나라처럼 소상공인에 특화된 정책체계를 구축하여 시행하고 있는데, 「중소기업기본법」 제8조에서 소규모사업자에 대한 배려 근거를 규정하고 있다. 일본

의 소상공인정책은 법률 대책과 일반 대책으로 구분되며, 법률 대책은 관련 법률에 따른 각종 지원사업을 말하며, 일반 대책은 금융·세제 등을 통한 지원제도를 의미한다. 관련 법률로는 「소규모사업자지원촉진법」, 「소규모사업자등설비도입자금조성법」, 「소규모기업공제법」 등이 시행되고 있으며, 상공회와 상공회의소를 중심으로 지원사업이 진행되고 있다. 금융·세제 지원제도로는 자금융자, 신용보증, 세제 감면 및 각종 보조금 지원 사업 등이 실시되고 있다.

일본의 소규모사업자 지원정책에서 특징적인 것은 상공회 및 상공회의소를 중심으로 관련 정책집행이 실시되고 있는 부분인데, 이는 상공업자 단체들의 높은 조직률에 근거한 것으로 볼 수 있다.

상공회는 1960년에 「상공회법」을 근거로 설립되었으며, 2010년 4월 현재 전국상공회연합회 아래 도도부현 상공회연합회 47개, 전국 각 지역의 상공회 1,747개가 활동하고 있으며, 청년부연합회, 여성부연합회 및 상해사무소 등이 설치되어 있다. 회원수는 상공업자 약 109만 명이 가입하고 있으며, 조직률은 전국 평균 약 61%에 이르고 있다[14]. 상공회의소는 1954년 「상공회의소법」에 의해 설립되었으며, 일본상공회의소 본부는 사무국(11개 부서), 위원회(13개), 특별위원회(7개) 및 청년부연합회, 여성부연합회로 구성되어 있다. 2010년 4월 현재 전국 각 지역에 514개의 상공회의소가 활동하고 있으며, 상공업자 약 135만 명이 가입하고 있다.

일본의 소규모기업 주요 지원정책으로는, 경영개선보급사업, 소규모사업자 경영개선자금융자제도, 소규모기업 설비자금제도, 소규모기업 공제제도 등이 있다. 지원정책별로 주요 사업내용을 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 경영개선보급사업은 「소규모사업자지원촉진법」에 근거하여 시행되는데, 소규모사업자 지원에서 가장 중요한 지위를 차지하고 있다. 2009년의 경우 상공회 및 상공회의소의 경영개선보급사업 실적은 약 419만건에 달했던 것으로 파악되었다[15].

둘째, 소규모사업자 경영개선자금 융자제도는 일본정책금융공고(日本政策金融公庫)

14) 동일 지역에서 6개월 이상 사업을 경영한 경우에는, 원칙적으로 기업 규모와 관계없이 상공회에 가입할 수 있으며, SOHO(Small Office, Home Office) 등 개인사업자들의 가입도 가능하다. 회비는 지역마다 차이가 있으나 월 1,000~2,000엔 수준이다.

15) 일본 중소기업청에서 발간한 2009년 중소기업시책총람에 따르면, 경영개선보급사업은 전체 약 419만건이 실시되었으며, 부문별로는 경영일반(131만건), 금융(59만건), 세무(55만건) 등을 중심으로 진행되었다.

가 1973년부터 시행하고 있는 융자제도를 말하며, 상공회·상공회의소의 경영 지도를 받고 있는 소규모사업자를 대상으로 무담보·무보증·저리의 경영개선자금을 제공하고 있다. 융자금액은 1천 5백만엔을 한도로 제공되며, 설비자금과 운용자금 모두를 대상으로 지원되고 있다[16].

셋째, 소규모기업 설비자금제도는 「소규모사업자등설비도입자금조성법」에 근거하여 시행되는데, 도도부현 중소기업지원센터가 신용이나 자금조달 능력이 부족한 소규모기업의 창업 및 경영기반 강화에 필요한 설비의 도입을 지원하기 위해서 실시되는 융자제도이다. 지원대상 기업은 소규모사업자, 종업원 50인 이하의 중소기업자 중 일정 요건을 충족하는 자, 창업자(1개월 이내 창업할 자 또는 창업 후 5년 이내인 자) 등으로 지정하고 있다. 지원 내용으로는 설비자금 및 설비대여 융자로 구분되는데, 설비자금융자는 4천만엔을 한도로 설비 구입대금의 1/2까지를 무이자로 융자하는 것이며, 설비대여 융자는 6천만엔을 한도로 설비 할부 매입 또는 리스 대금의 2/3까지를 무이자로 융자하는 것을 말한다[17].

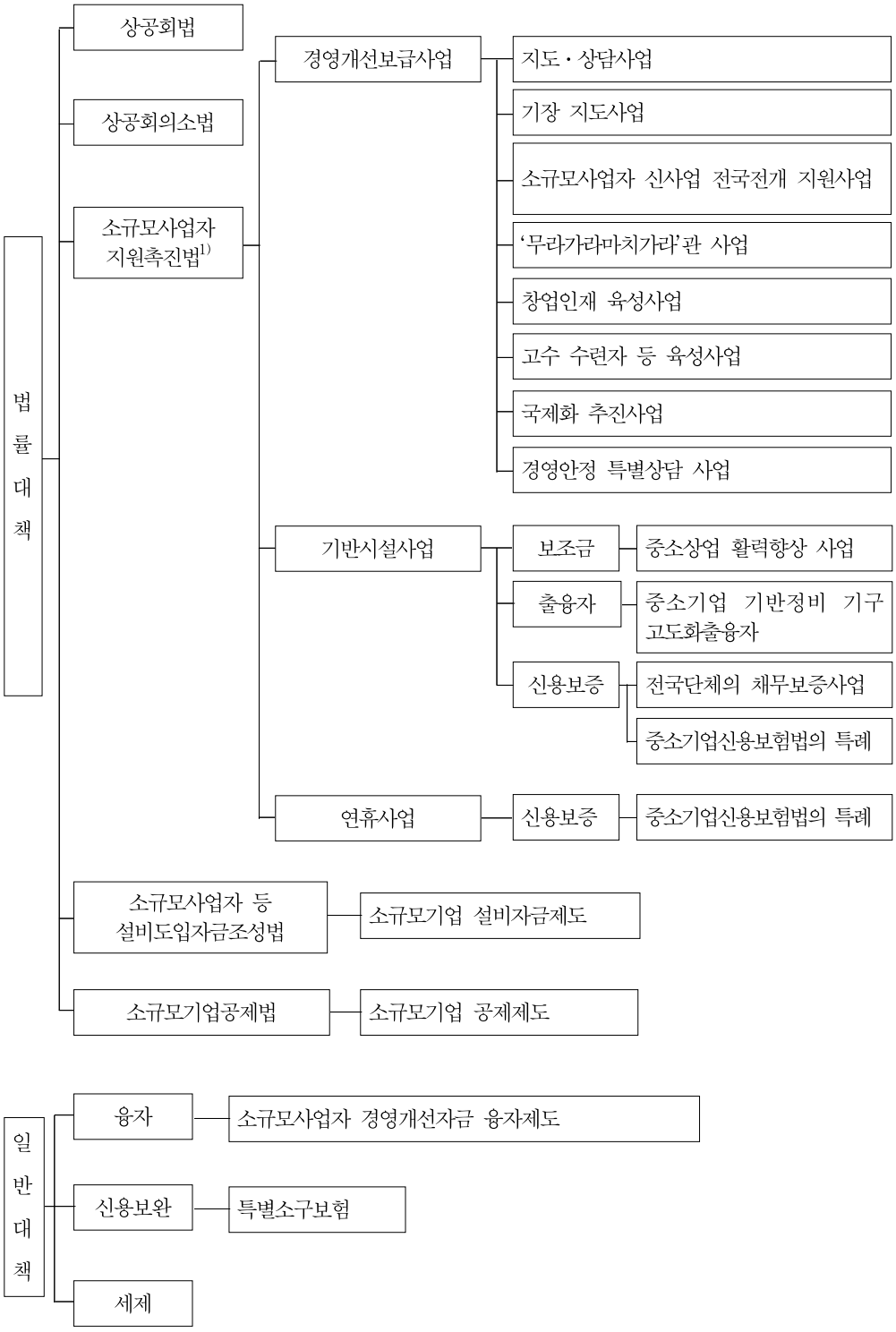
마지막으로, 소규모기업 공제제도는 소규모기업의 개인 사업주 또는 임원이 사업을 그만두거나 퇴직할 경우 생활안정이나 사업재건을 돕기 위한 일종의 경영자 퇴직금제도를 말한다. 공제제도의 가입대상은 ㄱ) 소규모사업자에 해당하는 기업의 사업주 및 임원, ㄴ) 조합원이 20명 이하인 기업조합의 임원, ㄷ) 상시종업원이 20명 이하인 협업조합의 임원, ㄹ) 상시종업원이 20명 이하인 농업 경영을 주로 하는 농사조합법인의 임원 등이다. 가입자의 월정 부금액은 1천엔~7만엔 범위에서 납부되며, 공제금은 회사 폐업, 가입자 사망·노령·퇴직 등의 사유가 발생한 경우에 지급된다[18].

16) 융자자금의 대출 기간은 설비자금인 경우에는 10년 이내(거치기간 2년), 운용자금의 경우에는 7년 이내(거치기간 1년)로 설정되며. 대출 금리는 2011년 10월 13일 현재 1.85%로 변동 금리가 적용된다.

17) 설비자금융자는 창업 후 1년 이상이 경과한 경우에는 대출 한도액이 6천만엔으로 확대된다. 이들 설비자금제도는 무이자인 대신 연대보증인이나 물적담보를 요구하고 있다. 대출신청서의 접수 및 서류심사, 기업진단 등의 대출심사 및 대출 여부 결정 등은 관할 도도부현 중소기업지원센터에서 담당하고 있다.

18) 가입자는 부금액 범위 내에서 5백엔 단위로 자유롭게 설정할 수 있으며, 공제금은 '일괄', '분할(10년·15년)' 또는 '일괄/분할 병용' 방법 중에서 지급방식을 선택할 수 있다. 부금 납부 월수가 240개월 미만인 경우에 해약하면, 부금 합계액보다 적은 금액이 지급된다.

<그림 2-3> 일본의 소규모기업 지원정책 현황



자료: 日本 中小企業廳 編,「中小企業施策總攬」, 平成23年度, 中小企業總合研究機構, 2011.
주: 1)「상공회 및 상공회의소의 소규모사업자 지원에 관한 법률」.

다. EU

유럽연합(EU; European Union) 회원국들은 집행위원회(EC; European Commission)의 권고에 따라, 2005년 이후 통일된 중소기업 정의를 적용하고 있다. 즉, EC는 중소기업을 중기업(medium), 소기업(small), 영세기업(micro)으로 구분하고 있으며, 그 중 우리나라의 소상공인에 해당하는 개념인 영세기업은 종업원 수가 10명 미만이고, 매출액이 200만유로 이하이거나 자산규모가 200만유로 이하인 기업으로 정의하고 있다.

이와 같은, EC의 영세기업(micro)과 우리나라의 소상공인 정의를 비교해보면 다음과 같은 차이점이 있는 것을 발견할 수 있다.

첫째, EC의 영세기업은 소기업의 부분집합이 아니라 소기업과 구분되는 별도의 기업군으로 분류하고 있으나, 우리나라의 소상공인은 소기업 중에서 보다 규모가 작은 특정의 기업군으로 구분하고 있다. 둘째, EC의 영세기업 정의는 종업원 수와 함께 매출액 혹은 자산규모를 함께 고려하지만, 우리나라의 소상공인 정의는 상시근로자 수만으로 정의하고 있다. 셋째, EC의 영세기업 정의에서 종업원 수 상한선은 우리나라 소상공인의 상시근로자 수 상한선보다 높게 설정하고 있다.

한편, EC의 영세기업과 우리나라의 소상공인 정의를 통계생산 및 정책지원 측면에서 비교해 보면, 유럽연합 국가에서는 영세기업 정의를 주로 관련 통계생산 측면에서만 구분하고 있으며 정책지원의 대상으로는 거의 적용하지 않고 있으나, 우리나라는 소상공인 정의를 관련 통계생산 및 정책지원 측면 모두에서 중요하게 적용되고 있음을 확인할 수 있다.

<표 2-14> EC의 중소기업 정의 구분

유 형	종업원 수	매출액 혹은 자산 규모	
중기업 (medium)	250명 미만	5,000만 유로 이하	4,300만 유로 이하
소기업 (small)	50명 미만	1,000만 유로 이하	1,000만 유로 이하
영세기업 (micro)	10명 미만	200만 유로 이하	200만 유로 이하

자료: EC, "Commission Recommendation 2003/361/EC", Official Journal of the European Union, L 124, p. 36, 2003. 5. 20.
EC, "Commission Staff Working Document on the implementation of Commission Recommendation of 6 May 2003 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises", SEC(2009) 1350 final, 2009.

2. 전통시장

미국, 일본, 영국 등의 주요 국가에서 우리나라의 전통시장 및 상점가 육성정책과 유사하게 실시하고 있는 정책사례로는 구도심 지역의 중심시가지 상권 활성화 정책을 살펴볼 수 있다. 이들 국가들은 도시개발 과정에서 구도심 상권의 공동화 현상을 공통적으로 경험하였으며, 이에 따르는 사회·경제적 문제를 해결하기 위해 지역 상권 활성화를 위한 각종 지원정책들을 수립하여 실시하고 있다.

가. 미국

1960년대 이후 교외개발이 확산되면서 도시 중심시가지의 쇠퇴 현상이 심각해졌으며, 이에 대한 대책으로 중심시가지 상권 활성화 정책이 추진되었다. 초기의 지원정책은 상가건물 개량사업 등의 시설현대화 사업을 중심으로 진행하였으나, 조직화에 대한 고려가 부족했고, 경영 및 마케팅 역량의 개선없이 진행되어 사업 성과에는 한계를 나타내었다. 이런 상황은 1985년에 미국 연방정부와 관련 협회가 모델 도시를 대상으로 '중앙집중적 상권 관리(Centralized Retail Management; CRM)' 방법을 개발하면서 전환되기 시작하였다. CRM 방법은 도로 등의 환경정비와 함께, 근대적인 경영기법을 도입하여 중심시가지의 집객력을 높이고자 하였는데, 토지 및 건물 소유자의 협력을 통해 상권 내에 업종, 업태, 규모 등을 고려한 최적의 점포 구성이 갖춰지도록 조정하는 한편, 공동 광고 및 이벤트 등의 통일된 마케팅 활동도 실시하였다.

CRM 방법의 성공으로 1990년대 이후에는 중심시가지 상권 활성화 정책이 미국 전역으로 확산되었으며, 이 과정에서 '상업활동촉진지구(Business Improvement District; BID)'가 조직되어 사업을 주도적으로 운영하였다.[19] BID는 지방정부의 허가 아래 설립된 자발적인 비영리 민간협의체 조직을 말하는데, 해당 지역의 상권 활성화 및 관리를 주된 목적으로 운영되고 있으며, 관련 법률이 미국 내 49개 주에서 제정되어 있다. 한편, BID 운영에 필요한 재원은 해당 지구 내에 소재한 부동산 소유자 및 사업

19) BID의 사업 추진 및 운영은 주민대표로 구성된 지구운영협회(District Management Association; DMA)가 수행하도록 되어 있으며, 지구운영협회는 시 공무원, 상인, 주거지역 세입자, 토지 소유자 등의 대표로 구성된다.

자에게 특별세 또는 특별요금을 부과하여 충당하고 있으며, 조달된 재원을 바탕으로 해당 지역에서 필요로 하는 시설, 설비, 서비스 등을 제공하고 있다. BID가 제공하는 지원사업은 지역마다 다소 차이는 있으나 안전요원 고용, 안전설비·특별 치안장비 구입 및 설치, 공원 및 공공시설 청소·관리, 주차·교통관리, 보도 청소 및 제설작업, 이벤트 개최, 할인카드 발행, 홍보 및 판촉활동, 점포 유치 및 관리 등의 사업을 주로 실시하고 있다.[20]

나. 영국

1980년대에 소매업 중심지가 전통적인 도심의 상가지역에서 도시 외곽으로 급속하게 이동하게 되었으며, 결과적으로 구도심 시가지는 공동화 현상과 함께 상업기능이 현저하게 떨어지게 되었다. 이에 대한 대책으로, 민간 협력조직인 '중심시가지 경영체(Town Center Management; TCM)'가 조직되어 상권의 활력을 유지·발전시키기 위한 각종 사업들을 전개하게 되었다.[21]

TCM은 시가지를 방문하는 시민들과 고객들에게 편의시설을 제공하고, 상권의 집객력을 높이기 위한 다양한 활동들을 추진하고 있다. 즉, 고객의 접근성을 개선하기 위해, 거리 청소, 쓰레기 수거, 차 없는 거리 조성, 주차장 관리 등의 사업을 실시하고 있으며, 적극적인 마케팅 추진을 위해, 문화행사 및 이벤트 개최, 광고 및 홍보 등의 각종 고객유치 행사들도 실시하고 있다.

이러한 TCM 사업의 성과가 확인되면서, 중앙 정부는 1988년에 관련 지침[22]을 마련하고, 그 활용 및 지원 정책을 추진하게 되었으며, 이런 조치에 힘입어 2011년 현재, 영국 전역에는 약 530여개의 TCM이 활발하게 운영되고 있다.

---

20) BID 제도는 정부나 지자체의 세금에 의존하는 재원조달 방식이 아닌 해당 지역의 관계자가 부담하는 방식으로 사업을 수행한다. 이처럼 수익자 부담원칙에 의해 사업이 실시되므로 재원조달이 용이하고 신속한 사업 실시가 가능하다는 장점이 있으나, 지역에 따라 부담능력이 없는 지역은 사업 실시가 어렵다는 문제점도 있다.

21) TCM은 공공 및 민간 부문이 공동으로 참여하여 설립한 조직인데, 공공부문은 당해 지방자치단체가 참여하며, 민간부문은 사업자 및 사업자 단체(상공회의소 등), 지역 시민단체 등이 참여한다. TCM의 조직형태는 파트너십(partnership)이나 주식회사 형태를 취한다.

22) PPG6(Planning Policy Guidance Note 6)은 소매시설 개발 및 중심상권 활성화에 관한 지침으로 1988년에 처음으로 발표되었으며, 1993년 및 1996년에 개정된 바 있다. 2005년에는 PPS6(Planning Policy Statement 6: Planning for Town Centres)으로 변경되었으며, 2009년에는 PPS4(Planning Policy Statement 4: Planning for Sustainable Economic Growth)로 변경되어 시행되고 있다.

한편, TCM 사업의 재원은 크게 공공부문의 보조금과 민간부문의 지원금으로 구성되는데, 민간부문 지원금은 중심시가지 상권개선으로 직접적인 이익을 얻는 부동산 소유 기업이나 대형소매점의 지원금 등으로 충당되고 있다.

다. 일본

상권 활성화를 위한 정부의 지원사업은 「중심시가지활성화법」에 근거하여 시행되는 중심시가지 상권 활성화 사업과 「지역상점가활성화법」에 근거하여 추진되는 지역 상점가 활성화 사업으로 구분하여 시행되고 있다.

중심시가지 상권 활성화 사업은 지역의 상권을 총체적으로 지원하여 경쟁력을 높이고자 하는 목적으로 실시되며, 전체적인 사업 흐름은 중앙정부의 기본방침 설정, 기초지방자치단체의 기본계획 수립,[23] 상권관리기구(Town Management Organization; TMO)'를 통한 사업 실시·운영 등의 절차로 진행된다. 이들 과정에서 중앙정부는 보조금, 융자 및 세제 감면 등에 관한 정책지원 방안을 마련하여 제공하며,[24] 기초지방자치단체가 선정한 TMO는 구체적인 사업의 내용, 목표, 실시 시기, 필요 자금 등에 대한 운영계획을 중앙정부에 제출하며, 운영계획 승인과 함께 정책자금을 수령하여 해당 사업을 운영하게 된다. 사업의 실질적인 경영주체인 상권관리기구(TMO)는 상공회, 상공회의소 또는 제3섹터 형태의 회사(특정회사 또는 재단법인)를 주체로 설립되며, 해당 지역의 상공회 및 상공회의소 대표, 지역 상점가 및 대형점포 관계자, 상업 전문가, 도시계획 전문가, 지역 주민 등이 구성원으로서 참여한다. 상권관리기구는 중심시가지의 상업집적을 일원적이고 계획적으로 운영·관리하며, 공동점포 정비 및 빈 점포 이용촉진, 문화·관광·정보산업과 연계 사업 추진, 주차장 등 기반시설 정비, 포인트카드·택배서비스 제공 및 이벤트 행사 개최 등의 경영개선 사업들을 주요 사업으로 운영한다.

23) 중심시가지활성화법은 기초지방자치단체가 중심시가지를 정비 개선하고 상업을 활성화하기 위한 기본계획을 작성하여 정부에 제출하도록 규정하고 있으며, 사업 수행을 위한 중심시가지의 규모는 토지 이용이나 제반 기능의 집적 실태, 사업실시 범위 등을 고려하여 각 기초지방자치단체가 여건에 따라 다양하게 결정할 수 있도록 규정하고 있다.

24) 중앙정부 부처 중 국토교통성, 경제산업성, 중소기업청 등을 중심으로 보조금, 융자, 세제 혜택 등의 지원사업을 실시하고 있다.

중심시가지 활성화 사업에 대한 정부의 주요 지원 내용을 살펴보면, ① 전략적 중심시가지 상업 활성화 지원사업, ② 중심시가지 상업 활성화 진단·지원 사업, ③ 중심시가지 상업 활성화 전문가 파견 사업, ④ TMO 설립·운영 지원사업, ⑤ 융자제도, ⑥ 조세 감면제도, ⑦ 사업자금 보증제도 등으로 구분해 볼 수 있다.

<표 2-15> 일본의 중심시가지 활성화를 위한 주요 지원사업

사업 명칭		사업 내용
전략적 중심시가지 상업 활성화 지원사업		내각총리대신의 승인을 받은 기본계획을 대상으로, 중심시가지의 필요 시설 설치 및 경영개선 사업을 지원 ·(시설개선) 집객 핵심시설 설치, 세입자 믹스(mix) 점포 설치 등 ·(경영개선) 공동 포인트 카드 사업, 타운맵(상권지도) 작성 사업, 이벤트 사업 등
중심시가지 상업 활성화 진단·지원 사업		효과적인 상업 활성화 사업 추진을 위해, 전문가가 현지를 방문하여 문제점을 진단하고, 해결방안을 지원
중심시가지 상업 활성화 전문가 파견 사업		TMO가 직면하는 각종 문제 해결을 위해 관련 전문가를 파견하여 일정기간 무료로 상담
TMO 설립·운영 지원사업		TMO의 설립·운영 및 경영 정보 제공, TMO간 정보 교류 등을 지원
융자제도	저리융자제도 (기업활력강화자금)	도·소매업이나 서비스업을 경영하는 점포가 중심시가지에 출점하거나 거리조성회사가 점포를 개설하는 경우에 필요한 설비 및 운용자금을 저리로 융자
	고도화융자제도	중소기업자가 경영환경 개선을 위해 아케이드나 주차장 등의 공동시설을 설치하는 경우에 융자를 제공하며, 「중심시가지활성화법」에 따라 중소 소매업 고도화 사업으로 인정받아 아케이드 등의 공동시설을 설치하는 경우에 무이자로 융자를 제공
조세 감면제도 (토지양도소득세 특별 공제)		상점가 등이 실시하는 시설정비사업에 협력하기 위해 토지를 매각하는 경우, 양도소득세 중 1,500만엔까지 특별 공제를 제공
사업자금 보증제도 (중소기업신용보험법 특례)		「중심시가지활성화법」에 따라 중소 소매업 사업계획으로 인정받은 경우, 보증협회가 사업자금의 은행 대출을 보증

자료 : 中小企業庁, 「中小小売商業者を支援します」(2012. 4)의 내용에 기초하여 정리.

다음으로, 지역 상점가 활성화 사업은 상점가의 고객 증가를 통해 중소 소매업 및 중소 서비스업을 활성화하기 위한 목적으로 실시되고 있으며, 주요 지원사업으로는 ① 상점가 활성화 사업, ② 중소상업 활력 향상 사업, ③ 전국상점가지원센터 사업, ④ 상업 활성화 전문가 파견 사업, ⑤ 융자제도, ⑥ 조세 감면 제도, ⑦ 사업자금 보증제도, ⑧ 지역상업재생사업 등이 있다.

<표 2-16> 일본의 지역 상점가 활성화를 위한 주요 지원사업

사업 명칭		사업 내용
상점가 활성화 사업		상가조합(상가진흥조합, 사업협동조합 등)이 지역 주민의 요구를 반영하여 실시하는 상가 활성화 사업에 대해 보조금 지원, 무이자 융자, 세제 지원 등을 실시 ·(창업지원)빈 점포를 이용한 챌린지숍(창업지원 점포) ·(시설지원)아케이드, 커뮤니티 시설(보육/고령자 교류 시설 등) ·(경영지원)지역 자원을 활용한 이벤트 개최, 브랜드 개발
중소상업 활력 향상 사업		상가조합이나 민간사업자가 사회적 과제와 관련있는 상가 활성화 사업을 실시하는 경우에 보조금을 지원 ·(사회적과제)저출산·고령화, 안전, 지역자원 활용, 농상공 제휴, 지역 활성화(재해상가 복구 등), 창업·인재, 환경
전국상점가지원센터 사업		각종 연수 지원, 인재 육성, 상권활성화 전문가 파견 지원, 지진 재해 복구 지원 등
상업 활성화 전문가 파견 사업		개별 상점의 활성화 및 이벤트 성공 개최 등 개별적인 현안 문제 해결을 위해 관련 전문가를 파견하여 일정기간 무료로 상담 지원
융자제도	저리융자제도 (기업활력강화자금)	도·소매업이나 서비스업을 경영하는 점포가 상점가의 빈점포에 출점하거나 거리조성회사가 점포를 개설할 때 필요한 설비·운용자금을 저리로 융자 제공
	고도화융자제도	중소기업자가 경영환경 개선을 위해 아케이드나 주차장 등의 공동시설을 설치하는 경우에 융자를 제공하며, 「지역상점가활성화법」의 인정을 받아 아케이드 등의 공동시설을 설치하는 경우에 무이자로 융자를 제공
	소규모기업자 설비도입 자금제도	신용이나 자금 조달력이 떨어지는 소규모 기업의 창업 및 경영 기반 강화에 필요한 설비 도입자금을 지원
조세 감면 (토지양도소득세 특별 공제)		상점가 등의 시설정비사업에 협력하기 위해 토지를 매각하는 경우, 양도소득세 중 1,500만엔 까지 특별 공제를 제공
사업자금 보증제도 (중소기업신용보험법 특례)		「지역상점가활성화법」의 인정을 받은 경우에, 보증협회가 사업자금의 은행 대출을 보증
지역상업재생사업		거리조성 계획에 부합하면서 지역 커뮤니티(공동체) 기능 재생에 기여하는 사업인 경우에 보조금을 지원

자료 : 中小企業庁, 「中小小売商業者を支援します」(2012. 4)의 내용에 기초하여 정리.

3. 1인 창조기업

지식기반경제사회의 전개[25]와 인터넷 등 정보통신기술의 급속한 발전에 힘입어, 주요 선진국에서는 1인 지식기업이 창업 및 신규 일자리 창출에서 주요한 역할을 수행하여 왔으며, 자생적 성장을 통한 성공사례들도 보고되고 있다. 그러나, 우리나라처럼 1인 창조기업만을 대상으로 정부에서 법률을 제정하고 특화된 관련 지원정책을 실시하고 있는 외국 사례를 찾아보기는 어려웠으며, 이들 국가들은 대체로 1인 기업 전반을 대상으로 하는 정책지원을 실시 중인 것으로 나타났다.

개별 국가에서 실시하고 있는 지원정책들은 해당 국가의 사회·경제 상황을 반영하여 특색을 가지고 있는데, 미국은 민간기관인 NASE를 중심으로 1인 기업 지원사업이 수행되고 있으며, 통일 이후 독일은 범국가적으로 1인 기업 창업을 촉진하기 위한 정책지원이 추진된 바 있다. 영국은 여성·노인·출소자 등의 사회적 약자를 대상으로 1인 기업 창업을 장려하고 있으며, 일본은 프리랜서 형태의 직업군에 대한 다양한 제도적 지원사업을 추진하고 있다. 그 외, 고부가가치 창출이 가능한 지식·콘텐츠·통신기술 산업의 전문인력 양성을 위한 지원사업이 영국, 네덜란드[26] 등에서 실시되고 있다.

가. 미국

중소기업청(SBA)은 1인 기업을 대상으로 특화된 지원정책을 별도로 시행하지는 않고 있으며, 전반적인 중소기업정책의 틀 안에서 1인 기업을 지원하고 있다. 이런 영향으로 1인 기업 지원사업은 민간기관을 중심으로 추진되고 있는데, 1981년에 설립된 '연방자영업자협회(National Association for the Self-Employed; NASE)'가

---

25) 경제선진국의 경제활동 중심이 제조업에서 서비스업으로 이동하는 현상이 보다 일반화되고, 제조업과 서비스업 사이의 경계가 모호해지면서 제조와 서비스의 결합으로 이루어지던 종전 제품과는 차별화되거나 전혀 새로운 제품·서비스의 생산이 확대되고 있다. 특히 이 과정에서 토지, 노동, 자본의 전통적인 생산요소에 더하여 창의적인 지식, 정보, 기술 등 새로운 생산요소의 중요성이 더욱 높아지고 있다.

26) 영국은 창의적인 산업분야(디지털산업, 영화, 게임산업 등)의 전문인력 양성 및 이들의 창업과 초기성장까지를 지원하는 종합적인 프로그램을 운영하고 있으며, 네덜란드는 첨단산업 분야의 전문인력을 양성하기 위해 지역정부, 산업계, 창업보육기관 등이 연계하고, 생계 및 주거까지 지원하는 일관시스템 방식의 정책지원을 제공하고 있다. 중소기업기술정보진흥원, 「1인 창조기업 실태조사 및 육성방안에 관한 연구」, 2009. 12.

대표적으로 활동하고 있다.

NASE는 자기고용(self-employed) 기업을 포함한 종사자 10명 미만의 초소형기업(micro business)이 대기업이나 다른 이익집단들에 대한 구매 협상력을 증대시키기 위한 목적으로 창립되었으며, 회원 수는 2008년까지 약 25만여개 기업이 가입한 것으로 나타났고, 가입 경영주의 연령 분포는 점차적으로 청년층 비중이 증가하고 있는 것으로 파악되었다. 한편, NASE의 재정수입은 대부분을 회원 기업들의 회비로 충당하고 있는데, 2008년 연차보고서에 따르면 전체 수입 중 회비의 비중이 약 99%에 달하는 것으로 나타났다. NASE의 주요 사업내용을 살펴보면, 회원사를 대상으로 세금·금융·경영 등과 관련한 각종 상담 및 자문 지원, 조성 기금을 활용한 자금지원, 협회 구매력을 이용한 건강보험 및 상해보험 가입 지원, 창업 교육 및 훈련 지원, 경영 관련 정보 제공 등을 중심으로 사업을 수행하고 있다. 또한, 법안 제정과정에서 1인기업의 이익을 대변하는 압력단체의 역할도 주요하게 수행하고 있으며, 기타 각종 정책연구 활동들도 진행하고 있다.

나. 독일

통일 이후에 발생한 실업 및 일자리 창출 등의 사회·경제적 환경변화를 반영하여, 범국가적인 1인 기업 지원정책을 운영하고 있는데, 2003년부터 실업자들의 자립과 경기활성화를 목적으로 운영하고 있는 '자기회사 프로그램(Ich-AG)'을 대표적인 지원사원으로 볼 수 있다.

자기회사 프로그램은 노동시장 개혁 프로그램에 따라 도입되었으며, 실업수당 수급 대상자가 소규모 자영업을 창업하여 연간 매출액이 25천 유로를 넘지 않는 경우에는 3년간에 걸쳐 일정액의 창업안정화 지원금을 제공하고 있다[27]. 또한, 기업의 4대 의무 가입 보험 중에 사회보험 및 의료보험 등의 일부를 감면하고 있으며, 생계 운영이 어려운 경우에는 실업수당도 함께 지원하고 있다.

이와 같은 제도도입 이후 단기적으로는 1인기업 수가 급증하여 실업자 감소의 정책성과를 나타내었으나, 과도한 보조금 신청에 따르는 재원의 부족, 낮은 기업 생존

27) 창업 연도에는 매월 600유로, 2년차에는 매월 360유로, 3년차에는 매월 240유로를 한도로 안정화 지원금을 제공하였다.

율[28] 등에 대한 비판이 있어, 지원대상을 점차적으로 제한하는 방향으로 사업내용이 조정되고 있다[29].

다. 영국

소상공인 및 1인 기업(self-employed)의 창업 및 경영지원을 위한 다양한 정책지원이 이루어지고 있는데, 창업 기업을 대상으로는 은행 대출 확대, 연금 부담 완화, 부가세 면제 등의 지원사업이 실시되고 있다. 또한, 정부에서 기업 경영과 관련하여 제공하는 포탈 사이트인 'Business Link'[30]에서는 기업의 창업·폐업·매각, 세제 및 사회보험, 수출입, 기술연구개발, 특허 등에 대한 상세한 지침서를 제공하고 있다.

한편, 1인 기업 창업과 관련하여 주목되는 부분은 사회적 약자인 여성, 노인, 장애인, 출소자[31] 등의 창업을 장려하는 지원 프로그램이 많다는 것이다. 이는 정부가 제공하는 사회서비스 지원정책의 역할을 수행하면서, 유휴 노동력의 적극적인 활용을 통한 경기 활성화 기능도 담당한다고 볼 수 있다.

또한, 창조산업(Creative Industry)[32] 부문의 1인 기업 지원제도로서 '스킬셋(Skill Set)'을 운영하고 있다. 스킬셋은 산업별 전문가 위원회(Sector Skills Council; SSC)가 TV, 영화, 라디오, 애니메이션, 컴퓨터 게임, 출판, 광고, 패션 등의 산업 분야를 대상으로 전문 인력을 양성하는 사업인데, 사업의 실효성을 확보하기 위해 서비스에 대한 품질보증과 도제제도도 함께 시행하고 있다.

그 외, 프리랜서 창업자에 대한 지원사업도 실시하고 있는데, 관련 웹사이트를 구축하여 창업 및 경영 정보 제공, 프리랜서간의 공동작업 연결 사업 등을 지원하고 있다.

---

28) 2005년까지 실시된 1차 지원사업 기간의 기업 생존율은 약 50%정도에 불과하였다. 탈락한 기업가 중 54%는 실직상태로 복귀하였으며, 40%는 다른 업종의 임금종사자로 취업하였다.

29) 2006년 8월부터는 프로그램 지원자격을 대폭 강화하였는데, 창업능력시험제도 및 직업교육 의무이수제도 등을 시행하였다.

30) 2004년부터 서비스되던 Business Link 사이트는 2012년 10월에 중앙정부의 정책서비스 및 정보제공을 위한 포탈 사이트(Welcome to GOV.UK)로 통합되었다. 통합 사이트의 구성 부문 중 'Business and self-employed' 부문이 기존의 기업 경영 및 창업과 관련된 내용을 제공하고 있다.

31) 교도소 출소자들을 대상으로 창업교육프로그램(Let's Talk About Self-Employment: NIACE)을 실시하여, 1인 기업 창업의 장단점 및 창업 절차, 세제 및 창업 비용과 자금조달 방법 등에 대한 다양한 정보들을 제공하고 있다.

32) 영국의 문화미디어체육부는 창조산업을 '개인의 창의성과 기술, 재능 등을 활용하여 지적재산권을 설정하고, 이를 소득과 고용 창출의 원천으로 하는 산업'으로 정의하고 있다.

라. 일본

1인 기업 창업 활성화는 장기 불황 극복을 위한 정부의 경기 부양대책의 일부로써 시행되었는데, 회사설립 요건을 완화하여 기업 창업을 지원하는 관련 법제도의 개선 작업이 중심이 되고 있다. 이러한 개선작업의 배경에는 노동시장 여건 변화와 함께 등장한 프리랜서 직종의 역할이 컸는데, 이들의 활동영역이 확대되면서 1인 기업을 비롯한 소상공인의 창업이 크게 증가한 것으로 평가받고 있다.

1990년대의 경기불황은 기업의 인건비 축소를 위한 파견직 사원제도를 확대하게 만들었으며, 이를 계기로 자신만의 전문 영역에서 독립적인 사업활동을 영위하는 프리랜서가 본격적인 직업군으로 등장하게 되었다[33]. 정부에서 프리랜서 활동을 법적으로 보장하기 위해 노동조합 설립과 가입을 허용하면서, 이들의 활동 부문은 더욱 확대되고 있는데, 이런 추세는 향후에도 지속될 것으로 예상된다.

이와 같은 프리랜서를 중심으로 1인 기업 창업이 증가하자, 정부는 2003년에 주식회사 설립에 필요한 최저 자본금(1천만엔) 규정을 제외하는 특례제도를 시행하였으며, 이의 영향으로 약 26천개의 창의적인 아이디어를 바탕으로 하는 신규회사가 창업되었다. 기업 창업 증가에 따르는 일자리 창출 및 실업문제 해소의 효과를 인정한 정부는 2005년에 「신회사법」을 제정하여 최저 자본금 규정 자체를 삭제하였으며, 소자본과 전문성을 바탕으로 하는 회사설립이 더욱 자유롭게 되었다.

33) 일본에서는 1인기업과 프리랜서를 동일한 의미로 보고 있는데, 프리랜서라는 직종이 대두하게 된 배경에는 직장인을 둘러싼 노동환경이 열악해진데 원인이 있다. 일본은 1992년에 직장인의 노동시간을 연간 1,800시간 이내로 줄이는 것을 목표로 법률을 제정하였으나, 경기불황의 여파로 기업이 인건비를 줄이기 위한 파견직 사원제도를 늘리면서, 도리어 직장인들의 업무강도가 한층 높아지게 되었다. 이런 배경에서 기존 직장인들 중 많은 수가 자신만의 전문성을 바탕으로 독립하여 프리랜서로 활동하게 되었다.

03

소상공인 정책 영역 및 지표

제3장 소상공인 정책 영역 및 지표

본 장에서는 소상공인 대상의 정책영역을 크게 일반적인 소상공인 정책, 전통시장 정책 및 1인 창조기업 정책의 3개 정책영역으로 구분하고, 각 정책영역이 어떤 세부 정책으로 구성되어 있는지를 살펴보았다. 이어서 정책영역별로 필요통계 항목을 도출하기 위한 구체적인 지표체계의 구성방법을 검토하였다.

제1절 정책 영역 구성

1. 소상공인

소상공인 정책을 「소기업 및 소상공인지원을 위한 특별조치법」에 정의된 소상공인 대상의 정책으로 한정한다면, 중소기업청이 소상공인 정책의 핵심적인 역할을 수행하고 있다고 볼 수 있으며, 「중소기업기본법」, 「중소기업진흥에 관한 법률」, 「중소기업제품 구매촉진 및 판로지원에 관한 법률」, 「중소기업협동조합법」, 「중소기업 인력지원 특별법 시행령」, 「벤처기업 육성에 관한 특별조치법 시행령」 등의 법령을 근거로 관련 정책들을 추진하고 있다. 그 외 관계 부처의 소상공인 관련 법령으로는 「지역신용보증재단법」, 「조달사업에 관한 법률」, 「조세특례제한법」, 「소득세법」, 「도로법」, 「산업기술혁신 촉진법 시행령」, 「부품·소재전문기업 등의 육성에 관한 특별조치법 시행령」, 「여신전문금융업법 시행령」 등이 제정되어 있다.

이와 같이, 소상공인과 관련한 법령과 지원정책들이 다양하게 제정되어 시행되고 있으나, 대부분의 경우에는 소기업과 소상공인을 별도로 구분하고 있지는 않으며, 공동의 적용대상으로 규정하고 있는 사례가 많다고 볼 수 있다.

한편, 소상공인 관련 정책영역을 분류하고 체계화하는 작업은 중소기업청의 주요 정책보고서 등을 중심으로 비교·검토하여 정리하는 방식으로 진행하였다. 소상공인만을 대상으로 하는 기본계획이 별도로 수립되어 있지 않은 상황이므로, 「중소기업기본법」에 근거한 「2012년도 중소기업 육성시책」 및 「2011년도 중소기업정책에 관한 연차보고서」, 「소기업 및 소상공인지원을 위한 특별조치법」에 근거한 「소기업 종합지원계획」 등을 중심으로 살펴보았으며, 그 외 중소기업청 소상공인정책국의 자체 업무보고 자료들 중 주요한 내용들을 포함하여 정리하였다.

먼저, 「중소기업기본법」은 정부와 지방자치단체가 중소기업을 육성하기 위하여 추진할 중소기업시책에 관한 계획을 수립하여야 한다고 규정하고 있으며,[34] 해당 규정에 따라 가장 최근에 수립된 계획이 「2012년도 중소기업 육성시책」이다.

이에 따르면 2012년도 중소기업 육성시책의 주요 추진과제는 ① 공정한 기업환경 조성을 통한 공생발전 확산, ② 골목경기 온기회복과 서민경제 활성화, ③ 기업가정신 확산과 창업촉진, ④ 중소기업 성장촉진 및 미래대비 투자 확대로 제시되고 있다. 이 중 소상공인 정책에 관련되는 과제는 ② 골목경기 온기회복과 서민경제 활성화가에 해당된다고 볼 수 있는데, 세부적으로는 소규모 점포 조직화와 소상공인의 안정적 경영여건 조성 정책으로 구분되며, 정책별로 구체적인 사업내용들을 소개하고 있다.

<표 3-1> 2012년도 중소기업 육성시책의 소상공인 정책 구성

대분류	중분류	소분류
2. 골목경기 온기회복과 서민경제 활성화	2-1. 소규모 점포 조직화	2-1-1. 나들가게 1만개 육성 및 지역밀착형 서비스 제공 2-1-2. 가맹본부 역량 강화 및 신규 프랜차이즈로 조직화 2-1-3. 소상공인 업종별 경쟁력 강화방안 마련·시행
	2-3. 소상공인의 안정적 경영여건 조성	2-3-1. 무분별한 과잉창업 억제 및 준비된 창업 유도 2-3-2. 소상공인 등 서민계층에 대한 금융지원 강화 2-3-3. 세제지원 등을 통한 소상공인 경영여건 개선

34) 중소기업기본법 제20조(중소기업 육성계획 수립 및 연차 보고) ① 정부는 매년 정부와 지방자치단체가 중소기업을 육성하기 위하여 추진할 중소기업시책에 관한 계획(이하 "육성계획"이라 한다)을 수립하여 관련 예산과 함께 3월까지 국회에 제출하여야 한다.

둘째, 「중소기업기본법」은 중소기업청장이 중소기업정책에 관한 연차보고서를 국회에 제출해야 한다고 규정하고 있으며,[35] 해당 규정에 따라 가장 최근에 제출된 연차보고서가 「2011년도 중소기업에 관한 연차보고서」이다.

이에 따르면 중소기업 육성시책은 ① 동반성장을 통한 공생발전의 기틀 마련, ② 창업 및 벤처성장 촉진을 통한 좋은 일자리 창출, ③ 중소기업 기술경쟁력 강화 및 경영혁신 촉진, ④ 중소기업의 안정적 성장여건 조성으로 구분되고 있다. 이 중 소상공인에 관련되는 과제는 ① 동반성장을 통한 공생발전의 기틀 마련 과제 중에서 '소상공인의 자생력 제고 및 안정적 경영여건 조성' 정책이 해당된다고 볼 수 있는데, 세부적으로는 소상공인 활력제고 및 지원과 중소 소매업 유통체계 혁신 정책으로 구분되며, 정책별로 구체적인 사업내용들을 소개하고 있다.

<표 3-2> 2011년도 중소기업에 관한 연차보고서의 소상공인 정책 구성

대분류	중분류	소분류
1. 동반성장을 통한 공생발전의 기틀 마련	1-1. 소상공인의 자생력 제고 및 안정적 경영여건 조성	1-1-1. 소상공인 활력제고 및 지원 - 준비된 창업 촉진 및 소상공인 공제제도 운영 - 교육·컨설팅 등 소상공인 경영혁신 역량 강화 - 소상공인 정보제공 효율화 - 소상공인 영업환경 개선 1-1-2. 중소 소매업 유통체계 혁신 - 중소 소매업의 조직화 - 중소 소매업 물류센터 지원

셋째, 「소기업 및 소상공인지원을 위한 특별조치법」은 중앙행정기관의 장 및 광역자치단체장이 3년마다 소기업 및 소상공인을 구분한 지원계획을 수립·시행하도록 의무화하고 있다.[36] 또한 동법은 중소기업청장이 이들 지원계획 및 실적을 통합하여

35) 중소기업법기본법 제20조(중소기업 육성계획 수립 및 연차 보고) ② 중소기업청장은 전년도 육성계획의 실적과 성과를 평가하고, 그 평가결과를 반영하여 중소기업정책에 관한 연차보고서를 정기국회 개회 전까지 국회에 제출하여야 한다.

36) 소기업 및 소상공인지원을 위한 특별조치법 제3조(소기업에 대한 지원계획 수립) ① 중앙행정기관의 장 및 특별시장·광역시장·도지사 또는 특별자치도지사(이하 "시·도지사"라 한다)는 소기업의 경영안정을 지원하기 위하여 3년마다 소기업 지원계획(이하 "지원계획"이라 한다)을 수립·시행하여야 한다. ② 중앙행정기관의 장 및 시·도지사는 지원계획을 수립할 때 소기업과 소상공인에 대한 지원계획을 구분하여야 한다.

‘소기업 종합지원계획’을 수립하고 공고해야 한다고 규정하고 있다.[37]

해당 규정에 따라 2012년에 수립된 종합지원계획에는 전체 24개 기관이 참여하였으며[38], 중앙행정기관의 주요 지원사업을 ① 자금 지원, ② 교육, 컨설팅 지원, ③ 경영혁신 지원, ④ 중소 소매업 지원, ⑤ 전통시장 지원, ⑥ 신기술 지원, ⑦ 우수 컨텐츠 육성 지원, ⑧ 인력 지원, ⑨ 장비 지원, ⑩ 여성·장애인 기업 지원, ⑪ 소기업에 대한 부담 완화 및 우대 지원으로 구분하고 있다. 또한 지방자치단체의 주요 지원사업 부문을 창업, 기술개발, 해외시장 개척, 정책금융, 인력, 판로, 소상공인, 전통시장, 소기업 부담완화 등으로 구분하고 있다.

그런데, 소기업과 소상공인에 대한 지원계획을 구분해야 한다는 법률 규정과는 달리, 실제로는 소기업 종합지원계획에는 소기업과 소상공인에 대한 지원계획이 구분되고 있지는 않다. 이와 같은 현상은 중소기업청 이외의 다른 중앙행정기관들이 소상공인만을 대상으로 하는 지원사업을 아직까지는 거의 시행하지 않고 있음을 나타낸다고 할 것이다.

소기업 종합지원계획은 소상공인 정책에 해당되는 지원사업을 ① 자금 지원, ② 교육 및 컨설팅 지원, ③ 경영혁신 지원, ④ 중소 소매업 지원으로 구분하고 있다.

<표 3-3> 소기업 종합지원계획(2011~2013)의 소상공인 정책 구성

중분류	소분류
1-1. 자금지원	1-1-1. 정책자금(융자) 1-1-2. 일반·특례보증 지원 1-1-3. 소기업·소상공인 공제제도
1-2. 교육, 컨설팅 지원	1-2-1. 창업직업 및 경영개선교육, 자영업컨설팅 지원, 무료 법률구조 지원 등
1-3. 경영혁신 지원	1-3-1. 상권정보시스템 운영 1-3-2. 소상공인방송 운영
1-4. 중소 소매업 지원	1-4-1. 나들가게 육성 지원 1-4-2. 중소유통 공동도매 물류센터 1-4-3. 소상공인 프랜차이즈 지원, 프랜차이즈 수준 평가·육성 및 컨설팅 등

37) 소기업 및 소상공인지원을 위한 특별조치법 제3조 ③ 중앙행정기관의 장 및 시·도지사는 지원계획 및 그 실적을 중소기업청장에게 제출하여야 한다. ④ 중소기업청장은 제3항에 따라 제출된 지원계획 및 실적을 통합하여 소기업 종합지원계획을 수립하고, 이를 일간신문에 공고하여야 한다.

38) 종합지원계획은 2011년에 8개 중앙행정기관과 16개 지방자치단체가 작성하여 1차로 제출하였으며, 2012년 8월에 최종 확정되어 공고되었다. 2011년 실적을 포함한 3개 연도의 지원규모는 중앙행정기관 4.3조원, 지방자치단체 8.5조원을 포함하여 전체 12.8조원 수준으로 나타났다.

넷째, 중소기업청 소상공인정책국의 주요 업무보고 자료에는 소상공인 자생력 제고를 위한 방안으로 ① 성공 가능성 높은 준비된 창업 유도, ② 소상공인 경쟁력 제고 및 사업영역 보호, ③ 소상공인 생업안전망 확충 등을 주요과제로써 추진하고 있다.[39]

<표 3-4> 2012년 중소기업청 소상공인정책국 업무보고서의 소상공인 정책 구성

중분류	소분류
1-1. 성공가능성 높은 준비된 창업 유도	1-1-1. 정확한 상권정보 제공 및 유망업종 발굴 1-1-2. 실전형 창업교육을 통한 창업 성공률 제고 1-1-3. 유망 프랜차이즈를 통한 창업 촉진
1-2. 소상공인 경쟁력 제고 및 사업영역 보호	1-2-1. 골목수퍼를 현대식 점포(나들가게)로 개량 1-2-2. 영세 소공인 특화 지원 1-2-3. 소상공인 사업영역 보호 및 위상 제고
1-3. 소상공인 생업안전망 확충	1-3-1. 소상공인 정책자금 공급 확대 1-3-2. 소상공인의 기초 생업여건 조성 1-3-3. 소상공인 전용 지원계정 신설 및 운용

이상에서, 소상공인 대상의 정책영역 체계화를 위해 살펴본 관련 자료들을 기초로 정책영역 구성체계를 정리하면 다음과 같이 구분해 볼 수 있다.

<표 3-5> 소상공인 정책의 구성

지원 사업		세부 정책		정책 과제
· 창업 및 경영혁신 교육 · 자영업자 컨설팅 · 무료법률구조사업 지원		교육 및 컨설팅		소상공인 경쟁력 강화
· 유망 프랜차이즈 육성		조직화 · 협업화		
· 나들가게 육성 · 중소유통물류센터 건립 · 운영 · SSM 등에 대한 사업 조정	⇦	유통업 소상공인 지원	⇦	
· 기술개발 지원		소공인 지원		
· 융자지원 · 보증지원		자금지원		소상공인 경영 안정
· 공적 보험 적용 확대 · 공제부금 운영 지원		기초 생업여건 조성		
· 상권정보시스템 제공		상권정보 제공		소상공인 상권정보 제공

39) 중소기업청 소상공인정책국, "소상공인정책국 업무보고", 2012. 3. 6.

2. 전통시장

전통시장 지원정책은 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」을 비롯한 중소기업 관련 법령들에 근거하고 있으며, 주관 부처인 중소기업청을 중심으로 실시되고 있다. 이런 관계로 전통시장과 관련된 정책영역을 분류하고 체계화하는 작업은 중소기업청의 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」에 근거한 '2008년 전통시장 활성화 종합계획', 「중소기업기본법」에 근거한 「2012년도 중소기업 육성시책」 및 「2011년도 중소기업정책에 관한 연차보고서」, 「소기업 및 소상공인지원을 위한 특별조치법」에 근거한 '2012년 소기업 종합지원계획' 등을 중심으로 비교·정리하였으며, 그 외 중소기업청 소상공인정책국의 자체 업무보고 자료들 중 주요한 내용들을 포함하여 정리하였다.

먼저, 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」은 중소기업청장이 관계 중앙행정기관의 장과 협의하여 시장과 상점가의 활성화를 위한 기본계획을 3년마다 수립하여야 한다고 규정하고 있으며,[40] 해당 규정에 따라 가장 최근에 수립된 계획이 「2008년 전통시장 활성화 종합계획」이다[41].

이에 따르면, 전통시장 활성화 종합계획의 주요 추진과제는 ① 전통시장 특성에 따른 유형별 맞춤형 지원, ② 고객창출을 위한 경영선진화 촉진, ③ 전통시장 시설현대화 지원, ④ 주변상권 연계 지역상권 활성화 추진 등으로 구분하고 있으며, 추진과제별로 세부 정책과 구체적인 사업내용들을 소개하고 있다.

---

40) 전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법 제5조(시장 및 상점가 활성화 기본계획의 수립) ① 중소기업청장은 「유통산업발전법」 제3조에 따른 유통산업시책의 기본방향과 연계하여 다음 각 호의 사항이 포함된 시장과 상점가의 활성화를 위한 기본계획(이하 "기본계획"이라 한다)을 관계 중앙행정기관의 장과 협의하여 3년마다 수립·시행하여야 한다.
1. 시장과 상점가의 활성화를 위한 기본 방향 및 정책에 관한 사항
2. 주요 사업의 추진에 관한 사항
3. 재원의 조달 및 운용에 관한 사항
4. 제68조에 따른 시장경영진흥원 등 지원기관 및 상인조직의 육성에 관한 사항
5. 그 밖에 시장과 상점가의 활성화를 위하여 필요하다고 인정되는 사항

② 중소기업청장은 기본계획의 수립을 위하여 관계 중앙행정기관의 장, 지방자치단체의 장에게 기본계획의 수립에 필요한 자료를 요청할 수 있다.

③ 중소기업청장은 기본계획을 수립하였을 때에는 관계 중앙행정기관의 장과 시·도지사에게 통보하여야 한다.

④ 제1항부터 제3항까지에서 규정한 사항 외에 기본계획의 수립·시행에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

41) 전통시장 활성화 종합계획은 2006년에 처음으로 발표되었으며, 2008년에 두 번째 계획이 발표되었다.

<표 3-6> 2008년 전통시장 활성화 종합계획의 정책의 구성

대분류	중분류	소분류
1. 전통시장 특성에 따른 유형별 맞춤형 지원	1-1. 시장유형별 지원	1-1-1. 특화전문형 시장, 지역상권형 시장, 근린생활형 시장, 구조전환형 시장
2. 고객창출을 위한 경영선진화 촉진	2-1. 전통시장 활력회복	2-1-1. 빈점포 활용 촉진을 통한 상권활력 회복 지원 2-1-2. 지역사회와 함께 하는 시장활성화 추진
	2-2. 수요창출을 위한 영업기법 개선	2-2-1. 전통시장 상품권 발행 2-2-2. 마케팅 활동 지원 2-2-3. 전자상거래 촉진
	2-3. 상인교육 강화 및 상인조직 육성	2-3-1. 상인지도자 양성을 위한 「상인지도자과정」 신설 2-3-2. 상인대학 등 상인교육 강화 2-3-3. 상인조직 육성을 통한 시장관리 역량 강화
	2-4. 전통시장 이용촉진 및 이미지 개선 홍보	2-4-1. 방송을 활용한 시장 및 특산품 홍보 강화 2-4-2. 대형마트와 가격 비교조사 및 경쟁력 홍보 2-4-3. 시장정보지를 통한 시장간 네트워크 구축
3. 전통시장 시설현대화 지원	3-1. 편리한 쇼핑환경 조성	3-1-1. 편리한 쇼핑환경 조성
	3-2. 시설현대화 실효성 제고	3-2-1. 시설현대화 실효성 제고
	3-3. 시장정비사업 촉진을 위한 제도개선	3-3-1. 시장정비사업 촉진을 위한 제도개선
4. 주변상권 연계 지역상권활성화 추진	4-1. 지역상권 활성화제도 도입 및 추진	4-1-1. 지역상권 활성화제도 도입·추진
	4-2. 상권활성화 지원체계 구축	4-2-1. 상권활성화 지원체계 구축

둘째, 「중소기업기본법」에 근거한 「2012년도 중소기업 육성시책」에서 전통시장 정책에 관련되는 과제는 '② 골목경기 온기회복과 서민경제 활성화'가 해당되며, 전통시장과 지역상권 활성화 정책과 주요 사업 내용들로 구성되어 있다.

<표 3-7> 2012년도 중소기업 육성시책의 전통시장 정책 구성

대분류	중분류	소분류
2. 골목경기 온기회복과 서민경제 활성화	2-2. 전통시장과 지역상권 활성화	2-2-1. 시장·상권 특성별 맞춤형 지원 2-2-2. 「전통시장 가는 날」을 대국민 캠페인으로 전개 2-2-3. 온누리 상품권 판매 확대 및 편의성 제고 2-2-4. 편리한 쇼핑환경 조성 등을 통한 고객유인 확대 2-2-5. 전통시장 활성화를 위한 상인의 자조노력 강화

셋째, 「중소기업기본법」에 근거한 「2011년도 중소기업에 관한 연차보고서」에서 전통시장 정책에 관련되는 과제는 '① 동반성장을 통한 공생발전의 기틀 마련' 중 '전통시장 지원을 통한 지역경제 활성화'가 해당되며, 주요 사업으로는 시설 현대화, 시장경영 혁신, 상권 활성화 사업 등으로 구성된다.

<표 3-8> 2011년도 중소기업에 관한 연차보고서의 전통시장 정책 구성

대분류	중분류	소분류
1. 동반성장을 통한 공생발전의 기틀 마련	1-2. 전통시장 지원을 통한 지역경제 활성화	1-2-1. 시설 현대화 1-2-2. 시장경영 혁신 - 시장 자생력 제고를 위한 경영혁신 지원 - 전통시장 온누리 상품권을 국민상품권으로 확산 - 상인교육 및 상인대학 - 문화관광형 시장 육성 - 전국 우수시장 박람회 개최 1-2-3. 상권 활성화

넷째, 「소기업 및 소상공인지원을 위한 특별조치법」에 따른 소기업 종합지원계획에서 전통시장 지원정책은 시설현대화, 온누리상품권 지원, 특성화시장 육성, 공동 마케팅 지원, 시장 투어 지원, 상인 교육 및 연수, 상인조직 역량 강화 등의 사업으로 구성된다.

<표 3-9> 소기업 종합지원계획(2011~2013)의 전통시장 정책 구성

중분류	소분류
1-5. 전통시장 지원	1-5-1. 전통시장 시설현대화 사업 1-5-2. 온누리 상품권 지원 1-5-3. 특성화시장 육성 1-5-4. 공동 마케팅 지원 1-5-5. 시장투어(tour) 지원 1-5-6. 상인 교육 및 연수 1-5-7. 상인조직 역량 강화

다섯째, 중소기업청 소상공인정책국의 주요 업무보고 자료에는 소상공인 자생력 제고방안 중 전통시장 활성화 정책으로 온누리상품권 판매 확대, 전통시장 편의성 제고 및 이용 촉진, 공공기관 등이 함께하는 전통시장 활성화, 전통시장 특성화 등의 사업으로 구성되어 있다.

<표 3-10> 2012년 중소기업청 소상공인정책국 업무보고서의 전통시장 정책 구성

대분류	중분류	소분류
1. 소상공인 자생력 제고 방안	1-4. 전통시장 활성화	1-4-1. 온누리상품권 판매 확대 1-4-2. 전통시장 편의성 제고 및 이용 촉진 1-4-3. 공공기관 등이 함께하는 전통시장 활성화 1-4-4. 전통시장 특성화

이상에서, 전통시장 대상의 정책영역 체계화를 위해 살펴본 관련 자료들을 기초로 정책영역 구성체계를 정리하면 다음과 같이 구분해 볼 수 있다.

<표 3-11> 전통시장 정책의 구성

지원 사업	세부 정책	정책 과제
· 주차장, 진입로, 아케이드, 공중화장실 등 고객 편의시설 개선 · LED 조명시설 개선 · 전기/가스/소방 등 안전시설 개선 · 상/하수도 등 기반시설 개선	편리한 쇼핑환경 조성 지원	전통시장 시설현대화
· 온누리상품권 발행 · 공동 구매 및 특가 판매 · 문화/공연 이벤트, 테마골목 조성 등 공동마케팅 · 우수시장 상품전시회 개최 · 시장정보지 발행 · 문화/공연이벤트	⇦ 마케팅 지원	⇦ 전통시장 경영혁신
· 문화관광형시장, 대형국제시장, 민속5일장 등	특성화시장 육성	
· 상인 교육/연수 · 상인 대학	상인교육 지원	
· 시장 자문/점포 지도 · 상인조직 역량 강화	시장관리·점포경영 선진화 지원	

3. 1인 창조기업

1인 창조기업 지원정책은 「1인 창조기업 육성에 관한 법률」[42]을 비롯한 중소기업 관련 법령들에 근거하고 있으며, 주관 부처인 중소기업청을 중심으로 실시되고 있다. 이런 관계로 1인 창조기업과 관련된 정책영역을 분류하고 체계화하는 작업은 중소기업청의 「1인 창조기업 육성에 관한 법률」 제정을 전후하여 수립된 '1인 창조기업 활성화 방안'(2009. 3)과 '창조경제 기반 창업·창직 활성화 방안'(2011. 11) 및 「중소기업기본법」에 따라 매년 발표하고 있는 「2011년도 중소기업 정책에 관한 연차보고서」 등을 중심으로 비교·정리하였다.

먼저, '1인 창조기업 활성화 방안'을 살펴보면, 1인 창조기업 육성을 위한 주요 정책과제로 ① 아이디어 발굴 및 거래시스템 구축, ② 창업 활성화를 위한 제도혁신, ③ 자생력 확보를 위한 성장기반 구축을 제시하고 있으며, 과제별로 실시되는 세부 사업 내용들을 함께 설명하고 있다.

<표 3-12> 1인 창조기업 활성화 방안의 정책 구성

대분류	중분류	소분류
1. 1인 창조기업	1-1. 아이디어 발굴 및 거래시스템 구축	1-1-1. Idea Biz Bank 구축 1-1-2. 아이디어 거래 활성화 1-1-3. 사회적 창조문화 확산
	1-2. 창업 활성화를 위한 제도혁신	1-2-1. 1인 창업 촉진을 위한 규제완화 1-2-2. 세제·보험 등 지원강화
	1-3. 자생력 확보를 위한 성장기반 구축	1-3-1. 초기 수요 창출 1-3-2. 자금, 인력 지원 1-3-3. 경영 지원

둘째, 「2011년도 중소기업에 관한 연차보고서」에서 다루고 있는 1인 창조기업 정책 관련 주요 내용을 살펴보면, '창업 및 벤처성장 촉진을 통한 일자리 창출' 과제 중 '성공할 수 있는 우수 창업자 육성' 정책에서 포괄하고 있으며, 세부 사업 내용들도 함께 설명하고 있다.

42) 1인 창조기업 육성에 관한 법률은 2011년 4월에 제정되어 동년 10월부터 시행되고 있다.

<표 3-13> 2011년도 중소기업에 관한 연차보고서의 1인 창조기업 정책 구성

대분류	중분류	소분류
1. 창업 및 벤처성장 촉진을 통한 일자리 창출	1-1. 성공할 수 있는 우수 창업자 육성	1-1-3. 1인 창조기업 육성 - 아이디어비즈뱅크(Idea Biz Bank) 운영 - 지식서비스 구매바우처 지원 - 1인 창조기업 비즈니스센터 운영 - 지식서비스 분야 아이디어 상업화 지원 - 1인 창조기업 팀 기술개발 지원 - 앱 창작터 운영 - 참살이 서비스 기업 육성

셋째, '창조경제 기반 창업·창직 활성화 방안'을 살펴보면, 1인 창조기업에 대한 정책 구성이 더욱 체계적으로 이루어지고 있음을 알 수 있는데, 1인 창조기업 정책 과제로써 ① 1인 창조기업 맞춤형 금융 시스템 구축, ② 완성형 앱 창업·성장 생태계 조성, ③ 사업화 성과창출 역량 강화, ④ 창조경영 인프라 및 저변 확충 등이 제시되고 있으며, 정책과제별로 관련되는 세부 사업 내용들도 함께 설명되고 있다.

<표 3-14> 창조경제 기반 창업·창직 활성화 방안의 1인 창조기업 정책 구성

대분류	중분류	소분류
1. 1인 창조기업	1-1. 1인 창조기업 맞춤형 금융 시스템 구축	1-1-1. 프로젝트 담보형 정책자금 신설 1-1-2. 창조기업 전용 소액 투자형 펀드 조성 1-1-3. 1인 창조기업 전용 R&D 프로그램 도입
	1-2. 완성형 앱 창업·성장 생태계 조성	1-2-1. 창업 특화형 앱 창작터 개편 1-2-2. 앱 전용 R&D 신설 1-2-3. 앱 창업 종합지원 인프라 확충 1-2-4. 앱 상용화 통합정보 시스템 구축
	1-3. 사업화 성과창출 역량 강화	1-3-1. 지식거래형 사업화 지원 프로그램 도입 1-3-2. 창조기업 전용 마케팅 플랫폼 확보 1-3-3. 1인 창조기업 비즈니스 센터 특성화
	1-4. 창조경영 인프라 및 저변 확충	1-4-1. 창조기업 및 콘텐츠 분야 벤처확인 특례 마련 1-4-2. 1인 창조기업 지원센터 네트워크화 1-4-3. 특성화고 대상 창직 연계형 프로그램 확대 1-4-4. 창조문화 저변 확충 및 인식 개선

이상에서, 1인 창조기업 대상의 정책영역 체계화를 위해 살펴본 관련 자료들을 기초로 정책영역의 구성체계를 정리하면 다음과 같이 구분해 볼 수 있다.

<표 3-15> 1인 창조기업 정책의 구성

지원 사업	세부 정책	정책 과제
· Idea Biz Bank 구축 · 아이디어 거래 활성화 · 사회적 창조문화 확산	아이디어 발굴 및 거래 시스템 구축	1인 창조기업 창업 활성화
· 1인 창업 촉진을 위한 규제 완화 · 세제 · 보험 등 지원 강화	창업 활성화를 위한 제도 혁신	
· 특성화고 대상 창직 연계형 프로그램 확대 · 창조문화 저변 확충 및 인식 개선 · 창조기업 및 콘텐츠 분야 벤처확인 특례 마련 · 1인 창조기업 지원센터 네트워크화	창조경영 인프라 및 저변 확충	
· 초기 수요 창출 · 자금, 인력 지원 · 경영 지원	자생력 확보를 위한 성장 기반 구축	1인 창조기업 역량 제고
· 프로젝트 담보형 정책자금 신설 · 창조기업 전용 소액 투자형 펀드 조성 · 1인 창조기업 전용 R&D 프로그램 도입	1인 창조기업 맞춤형 금융시스템 구축	
· 지식거래형 사업화 지원 프로그램 도입 · 창조기업 전용 마케팅 플랫폼 확보 · 1인 창조기업 비즈니스 센터 특성화	사업화 성과창출 역량 강화	
· 창업 특화형 앱 창작터 개편 · 앱 전용 R&D 신설 · 앱 창업 종합지원 인프라 확충 · 앱 상용화 통합정보 시스템 구축	완성형 앱 창업 · 성장 생태계 조성	1인 창조기업 유망 분야 육성
· 앱 창작터 운영 · 참살이 서비스 기업 육성 · 아이디어비즈뱅크(Idea Biz Bank) 운영 · 지식서비스 구매바우처 지원 · 1인 창조기업 팀 기술개발 지원 · 지식서비스분야 아이디어 상업화 지원 · 1인 창조기업 비즈니스센터 운영	성공할 수 있는 우수 창업자 육성	

제2절 정책 영역별 지표 구성

1. 소상공인

소상공인 정책영역은 소상공인 경쟁력 강화 정책, 소상공인 경영 안정 정책, 소상공인 상권정보 제공 정책 등의 3개 과제로 구성되며, 각각의 정책 과제별로 필요 지표체계를 정리하면 다음과 같이 구분해 볼 수 있다.

먼저, 소상공인 경쟁력 강화 정책과 관련한 필요 지표로는, 소상공인 일반 현황, 소상공인 생멸 현황, 소상공인사업체의 조직형태, 자영업 생멸 현황, 소상공인 교육 지원 성과, 자영업 컨설팅 지원 성과, 프랜차이즈 현황 및 지원 성과, 나들가게 지원 성과, 소공인 지원 성과 등으로 구분할 수 있다.

이 중 소상공인 일반 현황 지표는 정책대상인 소상공인의 기본적인 분포 및 규모 등과 관련된 특성을 나타내는 지표이며, 소상공인 생멸 현황 지표는 기업의 창업 및 폐업 등의 현황을 살펴볼 수 있는 지표로써, 지속적인 경제성장을 위해 창업 활성화와 원활한 구조조정이 중요한 쟁점으로 부각되고 있는 최근 경제상황에서 한층 중요성이 증대하고 있는 지표이다.[43] 소상공인 사업체 조직형태 지표는 개인기업과 법인기업으로 구분된 소상공인의 조직형태를 파악하기 위한 지표인데, 소상공인은 대부분이 개인기업으로 구성되지만, 외국사례 연구결과에 따르면 경제성장과 함께 법인기업의 구성 비중이 높아지는 것으로 파악된 바 있다.[44] 한편, 자영업 생멸 현황 지표는 개인사업체의 창업 및 폐업 등의 현황을 살펴볼 수 있는 지표인데, 최근 자영업의 경제적인 중요성이 부각되고 있으므로, 소상공인과는 구분되는 생멸 현황 지표가 필요한 것으로 파악되었다. 소상공인 교육 지원 성과, 자영업 컨설팅 지원 성과, 프랜차이즈 현황 및 지원 성과, 나들가게 지원 성과 지표들은 소상공인 경쟁력 강화를 위한 핵심적인 지원시책의 성과를 파악하기 위한 지표들이다. 소공인 지원 성과 지표는 소상공인 정책의 새로운 프로그램인 소공인 지원을 위해 필요한 현황 지표인데, 그 동안 정책지원이 소상인 중심으로 실시되어, 소공인 지원정책이 정책적 관심에서 상대

43) 통계청이 사업체모집단 DB를 기초로 최근에 분석한 자료에 따르면 4인 이하 사업체의 경우 2009년 기준 약 44만개의 사업체가 창업되었고 약 43만개의 사업체가 소멸되었다. 김현경 외, "사업체 생멸현황분석", 「2011년 상반기 연구보고서」 제1권, 통계개발원, 2011, p. 201.

44) 주현·김숙경·홍석일 외, 「자영업 비중의 적정성 분석 및 정책과제 연구」, 소상공인진흥원·산업연구원, 2010. 9.

적으로 소외되었으나, 최근에 그 중요성이 급부상되고 있는 상황을 반영한 지표이다.

다음으로, 소상공인 경영 안정 정책과 관련된 필요 지표로는, 소상공인 경영 상태, 자영업 경영 상태, 소상공인 경기 동향, 소상공인 융자 지원 성과, 소상공인 보증 지원 성과, 소상공인 사회안전망 수준 등으로 구분할 수 있다.

이 중 소상공인 경영 상태 및 자영업 경영 상태 지표는 소상공인 및 자영업의 기초적인 경영 실태를 살펴볼 수 있는 지표인데, 매출액 증감률과 순이익률, 경영상의 애로사항 등에 대한 지표로 구성된다. 소상공인 경기동향 지표는 소상공인 경영주가 체감하는 경기상황과 전망, 기업경영의 문제점 등을 나타내는 지표이다. 소상공인 융자 지원 성과와 소상공인 보증 지원 성과 지표는 소상공인 경영 안정을 위한 핵심적인 지원시책의 성과를 파악하기 위한 지표들이다. 소상공인 사회안전망 수준 지표는 소상공인이 창업 실패, 실업, 장애 및 노령 은퇴 등으로 겪게 되는 사회적 위험에 대비하기 위해 가입하는 공제부금 및 고용보험 등의 제도적 장치에 대한 지표인데, 최근에 사회서비스 정책의 중요성이 높아지고 있는 상황을 반영하는 지표이다.

끝으로, 소상공인의 창업과 경영개선 지원에 활용되는 상권정보 제공 정책과 관련된 개별 지표로는, 상권정보 신뢰도, 업체·인구·유동량·주요 시설·매출·부동산 정보 등에 관한 지표들이 요구된다. 상권정보 신뢰도 지표는 소상공인 지원을 위한 핵심 인프라인 상권정보시스템의 성과를 파악하기 위한 지표이며, 나머지 지표들은 상권정보시스템 제공정보의 구성 부문으로 요구되는 지표들이다.

<표 3-16> 소상공인 정책 영역별 필요 지표 구성

정책 영역	필요 지표		
소상공인 경쟁력 강화	- 소상공인 일반 현황	- 소상공인 생멸 현황	
	- 소상공인 사업체 조직형태	- 자영업 생멸 현황	
	- 소상공인 교육 지원 성과	- 자영업 컨설팅 지원 성과	
	- 프랜차이즈 현황 및 지원 성과	- 나들가게 지원 성과	
	- 소공인 지원 성과		
소상공인 경영 안정	- 소상공인 경영 상태	- 자영업 경영 상태	
	- 소상공인 경기 동향	- 소상공인 융자 지원 성과	
	- 소상공인 보증 지원 성과	- 소상공인 사회안전망 수준	
소상공인 상권정보 제공	- 상권정보 신뢰도	- 업체 정보	- 인구 정보
	- 유동량 정보	- 주요 시설 정보	- 매출 정보
	- 부동산 정보		

<표 3-17> 소상공인 정책영역별 지표체계 및 정책 연계성 현황

정책영역	필요지표	중소기업청 정책 보고서			
		2012년도 중소기업 육성시책	2011년도 중소기업에 관한 연차보고서	소기업 종합지원계획 (2011~2013)	소상공인정책국 주요 업무 보고서
소상공인 경쟁력 강화	소상공인 일반 현황	* 소상공인 일반 현황은 중소기업청 모든 정책 보고서의 세부 정책 기초자료로 활용			
	소상공인 생멸 현황	2-3-1. 무분별한 과잉창업 억제 및 준비된 창업 유도	-	-	1-1-2. 실전형 창업교육을 통한 창업 성공률 제고
	소상공인 조직 형태	-	1-1-1. 소상공인 활력제고 및 지원	1-2. 교육, 컨설팅 지원	-
	자영업 생멸 현황	2-3-1. 무분별한 과잉창업 억제 및 준비된 창업 유도	-	-	1-1-2. 실전형 창업교육을 통한 창업 성공률 제고
	소상공인 교육 지원 성과	2-3-1. 무분별한 과잉창업 억제 및 준비된 창업 유도	1-1-1. 소상공인 활력제고 및 지원	1-2. 교육, 컨설팅 지원	1-1-2. 실전형 창업교육을 통한 창업 성공률 제고
	자영업 컨설팅 지원 성과	2-3-1. 무분별한 과잉창업 억제 및 준비된 창업 유도	1-1-1. 소상공인 활력제고 및 지원	1-2. 교육, 컨설팅 지원	-
	프랜차이즈 현황 및 지원 성과	2-1-2. 가맹본부 역량 강화 및 신규 프랜차이즈로 조직화	1-1-2. 중소소매업 유통체계 혁신	1-4-3. 유망 소상공인 프랜차이즈 지원, 프랜차이즈 수준 평가, 육성 및 컨설팅 등	1-1-3. 유망 프랜차이즈를 통한 창업 촉진
	나들가게 지원 성과	2-1-1. 나들가게 1만개 육성 및 지역밀착형 서비스 제공	1-1-2. 중소소매업 유통체계 혁신	1-4. 중소 소매업 지원	1-2-1. 골목수퍼를 현대식 점포(나들가게)로 개량
	소공인 지원 성과	2-1-3. 소상공인 업종별 경쟁력 강화방안 마련·시행	-	-	1-2-2. 영세 소공인 특화 지원

정책영역	필요지표	중소기업청 정책 보고서			
		2012년도 중소기업 육성시책	2011년도 중소기업에 관한 연차보고서	소기업 종합지원계획 (2011~2013)	소상공인정책국 주요 업무 보고서
소상공인 경영 안정	소상공인 경영 상태	* 소상공인 및 자영업 경영상태, 소상공인 경기 동향은 중소기업청 모든 정책 보고서의 세부 정책 기초자료로 활용			
	자영업 경영 상태				
	소상공인 경기 동향				
	소상공인 융자 지원 성과	2-3-2. 소상공인 등 서민계층에 대한 금융지원 강화	1-1-1. 소상공인 활력제고 및 지원	1-1. 자금지원	1-3-1. 소상공인 정책자금 공급 확대
	소상공인 보증 지원 성과	2-3-2. 소상공인 등 서민계층에 대한 금융지원 강화	1-1-1. 소상공인 활력제고 및 지원	1-1. 자금지원	1-3-1. 소상공인 정책자금 공급 확대
	소상공인 사회안전망 수준	–	1-1-1. 소상공인 활력제고 및 지원	1-1-3. 소기업·소상공인 공제제도	1-3-2. 소상공인의 기초 생업 여건 조성
소상공인 상권정보 제공	상권정보 신뢰도	2-3-1. 무분별한 과잉창업 억제 및 준비된 창업 유도	1-1-1. 소상공인 활력제고 및 지원	1-3-1. 상권정보시스템 운영	1-1-1. 정확한 상권정보 제공 및 유망업종 발굴
	업체 정보				
	인구 정보				
	유동량 정보				
	주요 시설 정보				
	매출 정보				
	부동산 정보				

2. 전통시장

전통시장 정책영역은 전통시장 시설현대화 정책, 전통시장 경영혁신 정책의 2개 정책과제로 구성되며, 이들 정책과제들은 근본적으로 전통시장의 경쟁력을 강화하여 시장 활성화를 도모하는 것을 궁극적인 목표로 하고 있다. 이런 관계를 고려하면, 개별 정책과제들에 공통적으로 적용되는 시장 및 상권의 일반 현황과 경영 성과에 관한 지표들을 묶어, '전통시장 경쟁력 강화 정책' 이라는 제3의 정책과제로 구성할 수 있다. 이상과 같이 정책영역을 3개의 정책과제로 구성하고, 해당되는 지표체계들을 살펴보면 다음과 같이 구분할 수 있다.

먼저, 전통시장 경쟁력 강화 정책에 해당되는 지표로는 전통시장 일반 현황, 전통시장 상권 현황, 전통시장 경영 성과에 관한 지표로 나눠 볼 수 있다. 전통시장 일반 현황 및 상권 현황 지표는 전통시장 지원정책의 수립 및 집행에 필요한 기초 실태자료를 파악하기 위한 지표로 볼 수 있다. 특히, 전통시장 상권 현황 지표는 각 시장별로 집객의 잠재적 가능성 및 대형유통업체와의 경쟁의 정도 등을 파악하기 위해 요청되는데, 대형마트 및 SSM 등의 대형유통업체 영향으로 전통시장이 크게 위축되고 있는 상황에서는 점차적으로 중요성이 높아지고 있는 지표이다. 전통시장 경영 성과 지표는 다양하게 실시되고 있는 지원정책의 성과를 파악하여 후속되는 정책의 재형성 과정에 환류하기 위한 지표들을 말한다.

다음으로, 전통시장 시설현대화 정책과 관련되는 필요 지표로는, 전통시장 시설 현황, 전통시장 시설 설치 필요도, 전통시장 편의시설 이용도, 시설현대화에 대한 고객 만족도, 시장정비사업 현황, 시장정비사업 성과 등으로 구분할 수 있다. 전통시장 시설 현황 지표는 시장별로 인프라 시설 및 고객 편의시설의 개선·구축 정도를 파악하기 위한 지표이며, 전통시장 시설 설치 필요도 지표는 개선·구축이 필요한 시설을 파악하여 향후 지원정책의 우선순위를 설정하는데 활용될 수 있는 지표이다. 전통시장 편의시설 이용도 및 시설현대화에 대한 고객 만족도 지표는 전통시장을 이용하는 고객의 입장에서 정책의 효과를 직접적으로 평가 받을 수 있으며, 전통시장 시설현대화 정책이 고객에게 어느 정도 긍정적인 영향을 주었는지를 살펴볼 수 있는 지표이다. 시장정비사업 현황 및 시장정비사업 성과 지표는 지방자치단체에서 실시

하고 있는 전통시장의 재건축·재개발 현황 및 재건축·재개발로 현대화된 시장의 활성화 정도를 보여주는 지표를 말하며, 매출액 및 고객 수 증가율 등으로 구성할 수 있다.

마지막으로, 전통시장 경영혁신 정책과 관련된 필요 지표로는, 전통시장 경영관리 현황, 전통시장 경영혁신 성과, 상인교육 지원 성과, 전통시장 조직화 현황 및 전통시장 조직화 성과, 상권활성화구역 대상 현황, 상권활성화사업 성과, 경영혁신에 대한 고객 만족도 등으로 구성된다. 전통시장 경영관리 현황 지표는 시장의 경영혁신을 위해 도입한 각종 제도 및 사업들에 대한 현황 자료와 관련된 지표를 말하며, 전통시장 경영혁신 성과 지표는 경영개선을 위해 도입하고 시행한 각종 혁신 정책들의 정착 정도를 살펴볼 수 있는 지표이다. 상인교육 지원성과 지표는 상인들에게 경영기법 및 서비스정신 등의 의식변화를 가져올 수 있는 상인교육의 성과를 파악하는 지표인데, 시장 활성화를 위해서는 시설 현대화 사업과 함께 고객과 직접 대면하는 시장상인들의 의식변화도 중요하다는 인식에 근거한 지표이다. 전통시장 조직화 현황 및 전통시장 조직화 성과 지표는 시장상인들의 조직화 정도 및 그 성과를 파악할 수 있는 지표를 말하며, 시장 활성화 사업의 성공을 담보할 수 있는 것은 주체적으로 조직되고 관리되는 상인조직이 필수적이라는 경험을 반영하는 지표이다. 상권활성화구역 대상 현황 및 상권활성화사업 성과 지표는 전통시장 및 주변 상권을 연계하여 구성한 지역상권 활성화 사업의 집행 현황 및 성과 평가에 관한 지표를 말한다. 전통시장의 경영혁신에 대한 고객 만족도 지표는 전통시장의 경영혁신 정책을 위해 시행되고 있는 각종 사업들에 대한 고객 입장에서의 평가를 살펴볼 수 있는 지표를 말한다.

<표 3-18> 전통시장 정책 영역별 필요 지표 구성

정책 영역	필요 지표		
전통시장 경쟁력 강화	- 전통시장 현황	- 전통시장 상권 현황	- 전통시장 경영 성과
전통시장 시설현대화	- 전통시장 시설 현황	- 전통시장 시설 설치 필요도	- 전통시장 편의시설 이용도
	- 시설현대화에 대한 고객 만족도	- 시장정비사업 현황	- 시장정비사업 성과
전통시장 경영혁신	- 전통시장 경영관리 현황	- 전통시장 경영혁신 성과	- 상인교육 지원 성과
	- 전통시장 조직화 현황	- 전통시장 조직화 성과	- 상권활성화구역 대상 현황
	- 상권활성화사업 성과	- 경영혁신에 대한 고객 만족도	

<표 3-19> 전통시장 정책영역별 지표체계 및 정책 연계성 현황

정책영역	필요지표	중소기업청 정책 보고서				
		2008년도 전통시장 활성화 종합계획	2012년도 중소기업 육성시책	2011년도 중소기업에 관한 연차보고서	소기업 종합지원계획 (2011~2013)	소상공인정책국 주요 업무 보고서
전통시장 경쟁력 강화	전통시장 현황	* 전통시장 현황, 전통시장 상권 현황 및 경영성과는 중소기업청 모든 정책 보고서의 세부 정책 기초자료로 활용				
	전통시장 상권 현황					
	전통시장 경영 성과					
전통시장 시설현대화	전통시장 시설 현황	3-1. 편리한 쇼핑환경 조성	2-2-4. 편리한 쇼핑 환경 조성 등을 통한 고객 유인 확대	1-2-1. 시설 현대화	1-5-1. 전통시장 시설 현대화 사업	1-4-2. 전통시장 편의성 제고 및 이용 촉진
	전통시장 시설 설치 필요도	3-1. 편리한 쇼핑환경 조성	2-2-4. 편리한 쇼핑 환경 조성 등을 통한 고객유인 확대	1-2-1. 시설 현대화	1-5-1. 전통시장 시설 현대화 사업	1-4-2. 전통시장 편의성 제고 및 이용 촉진
	전통시장 편의시설 이용도	3-1. 편리한 쇼핑환경 조성 3-2. 시설 현대화 실효성 제고	2-2-4. 편리한 쇼핑 환경 조성 등을 통한 고객 유인 확대	1-2-1. 시설 현대화	1-5-1. 전통시장 시설 현대화 사업	1-4-2. 전통시장 편의성 제고 및 이용 촉진
	시설현대화에 대한 고객 만족도	3-1. 편리한 쇼핑환경 조성	2-2-4. 편리한 쇼핑 환경 조성 등을 통한 고객 유인 확대	1-2-1. 시설 현대화	1-5-1. 전통시장 시설 현대화 사업	1-4-2. 전통시장 편의성 제고 및 이용 촉진
	시장정비사업 현황	3-1. 편리한 쇼핑환경 조성	2-2-4. 편리한 쇼핑 환경 조성 등을 통한 고객유인 확대	1-2-1. 시설 현대화	1-5-1. 전통시장 시설현대화 사업	1-4-2. 전통시장 편의성 제고 및 이용 촉진
	시장정비사업 성과	3-1. 편리한 쇼핑환경 조성 3-2. 시설 현대화 실효성 제고 실효성 제고	2-2-4. 편리한 쇼핑 환경 조성 등을 통한 고객 유인 확대	1-2-1. 시설 현대화	1-5-1. 전통시장 시설 현대화 사업	1-4-2. 전통시장 편의성 제고 및 이용 촉진

정책영역	필요지표	중소기업청 정책 보고서				
		2008년도 전통시장 활성화 종합계획	2012년도 중소기업 육성시책	2011년도 중소기업에 관한 연차보고서	소기업 종합지원계획 (2011~2013)	소상공인정책국 주요 업무 보고서
전통시장 경영혁신	전통시장 경영관리 현황	* 전통시장 경영관리 현황은 중소기업청 모든 정책 보고서의 세부 정책 기초자료로 활용				
	전통시장 경영혁신 성과	1-1. 시장유형별 지원 2-2. 수요창출을 위한 영업기법 개선 2-4. 전통시장 이용촉진 및 이미지 개선 홍보	2-2-1. 시장·상권 특성별 맞춤형 지원 2-2-3. 온누리 상품권 판매 확대 및 편의성 제고	1-2-2. 시장경영 혁신	1-5-2. 온누리 상품권 지원 1-5-3. 특성화시장 육성 1-5-4. 공동마케팅 지원 1-5-5. 시장투어 지원	1-4-1. 온누리 상품권 판매 확대 1-4-2. 전통시장 편의성 제고 및 이용 촉진 1-4-4. 전통시장 특성화
	상인교육 지원 성과	2-3. 상인교육 강화 및 상인조직 육성		1-2-2. 시장경영 혁신	1-5-6. 상인교육 및 연수	–
	전통시장 조직화 현황	2-3. 상인교육 강화 및 상인조직 육성	2-2-5. 전통시장 활성화를 위한 상인의 자조노력 강화	–	–	–
	전통시장 조직화 성과	2-3. 상인교육 강화 및 상인조직 육성	2-2-5. 전통시장 활성화를 위한 상인의 자조노력 강화	–	1-5-7. 상인조직 역량 강화	–
	상권활성화구역 대상 현황	4. 주변상권 연계 지역 상권 활성화 추진	–	1-2-3. 상권 활성화	–	–
	상권활성화사업 성과	–	–	–	–	–
	경영혁신에 대한 고객 만족도	–	–	–	–	–

3. 1인 창조기업

1인 창조기업 정책은 1인 창조기업 창업 활성화 정책, 1인 창조기업 역량 제고 정책, 1인 창조기업 유망분야 육성 정책 등의 3개 과제로 구성되며, 각각의 정책 과제별로 필요 지표체계를 정리하면 다음과 같이 구분해 볼 수 있다.

먼저, 1인 창조기업 창업 활성화 정책과 관련한 필요 지표로는 1인 창조기업 생멸 현황, 1인 창조기업 등록 현황, 1인 창조기업 창업 관련 규제 수준, 1인 창조기업 사회안전망 수준, 창업 준비 및 애로사항 등으로 구분할 수 있다. 1인 창조기업 생멸 현황과 1인 창조기업 등록 현황 지표는 1인 창조기업의 창업, 폐업, 성장 등에 대한 동태적인 변화 실태를 살펴보기 위한 지표라고 할 수 있다. 1인 창조기업 창업 관련 규제 수준 지표는 창업과정에서 겪게되는 규제 정도 및 규제 완화 정도 등에 관한 지표이며, 1인 창조기업 사회안전망 수준 지표는 창업 실패, 실업, 장애 및 노령 은퇴 등으로 겪게 되는 사회적 위험에 대비하기 위해 가입하는 공제부금 등의 제도적 장치에 대한 지표인데, 최근에 사회서비스 정책의 중요성이 높아지고 있는 상황을 반영하는 지표이다. 창업 준비 및 애로사항 지표는 1인 창조기업의 창업과정에서 요청되는 각종 준비사항 및 애로사항과 창업자금 소요 부문 등에 관한 지표이다.

1인 창조기업 역량 제고 정책과 관련한 필요 지표로는 1인 창조기업 일반현황, 1인 창조기업 경영 상태, 1인 창조기업 경영자 및 고객 현황, 1인 창조기업 판매 지원 성과, 1인 창조기업 자금·보증 지원 성과, 1인 창조기업 인프라 지원 성과, 1인 창조기업 R&D 지원 성과 등으로 구분할 수 있다. 1인 창조기업 일반현황 지표는 정책대상인 1인 창조기업의 기본적인 분포 및 규모 등과 관련된 특성을 나타내는 지표이며, 1인 창조기업 경영 상태 지표는 기초 재무상태인 매출액, 수익성 등에 대한 정보를 보여주는 지표이다. 1인 창조기업 경영자 및 고객 현황에 대한 지표는 경영자의 인구학적 특성 및 거래 고객 확보 현황 등에 대한 정보로 구성할 수 있다. 1인 창조기업 판매 지원 성과, 1인 창조기업 자금·보증 지원 성과, 1인 창조기업 인프라 지원 성과, 1인 창조기업 R&D 지원 성과에 관한 지표는 1인 창조기업의 역량 제고를 위해 추진 중인 각종 지원정책의 성과를 점검하고, 평가하며, 후속하여 시행될 정책사업들의 방향성도 가늠해 줄 수 있는 지표이다.

마지막으로 1인 창조기업 유망분야 육성 정책과 관련한 지표로는 앱 개발 지원 성과, 참살이 서비스업 육성 성과, 전통식품 제조기업 육성 성과 등으로 구분할 수 있다. 앱 개발 지원 성과와 참살이 서비스업 육성 성과에 관한 지표는 정부에서 정책적으로 육성하고 있는 유망분야의 지원사업에 대한 성과를 평가하고 앞으로의 바람직한 정책방안을 모색하기 위한 지표이다. 전통식품 제조기업 육성 성과에 대한 지표는 「1인 창조기업 육성에 관한 법률」 제18조[45] 와 동법 시행령 제10조[46]에서 규정하고 있는 '전통식품을 제조하는 1인 창조기업에 대한 품질인증 기준 특례'의 지원 성과를 살펴보기 위한 지표이다.

<표 3-20> 1인 창조기업 정책 영역별 필요 지표 구성

정책 영역	필요 지표	
1인 창조기업 창업 활성화	- 1인 창조기업 생멸 현황	- 1인 창조기업 등록 현황
	- 1인 창조기업 창업 관련 규제 수준	- 1인 창조기업 사회안전망 수준
	- 창업 준비 및 애로사항	
1인 창조기업 역량 제고	- 1인 창조기업 일반 현황	- 1인 창조기업 경영 상태
	- 1인 창조기업 경영자 및 고객 현황	- 1인 창조기업 판매 지원 성과
	- 1인 창조기업 자금·보증 지원 성과	- 1인 창조기업 인프라 지원 성과
	- 1인 창조기업 R&D 지원 성과	
1인 창조기업 유망분야 육성	- 앱 개발 지원 성과	- 참살이 서비스업 육성 성과
	- 전통식품 제조기업 육성 성과	

45) 1인 창조기업 육성에 관한 법률 제18조(「식품산업진흥법」에 관한 특례) 「식품산업진흥법」 제2조 제4호에 따른 전통식품을 제조하는 1인 창조기업에 대하여는 같은 법 제22조에도 불구하고 대통령령으로 정하는 바에 따라 전통식품의 품질인증 기준을 완화하여 따로 정할 수 있다.

46) 1인 창조기업 육성에 관한 법률 시행령 제10조(「식품산업진흥법」에 관한 특례) 법 제18조에 따라 「식품산업진흥법」 제2조 제4호에 따른 전통식품을 제조하는 1인 창조기업에 대해서는 같은 법 제22조, 같은 법 시행령 제29조 제2항 및 그에 따른 관계 법령에도 불구하고 별표 6에 따른 전통식품 품질인증의 공장심사 심사항목 및 심사기준을 적용한다.

<표 3-21> 1인 창조기업 정책영역별 지표체계 및 정책 연계성 현황

정책영역	필요지표	중소기업청 정책 보고서		
		1인 창조기업 활성화 방안	2011년도 중소기업 연차보고서	창조경제 기반 창업·창직 활성화 방안
1인 창조기업 창업 활성화	1인 창조기업 생멸 현황	–	1-1-3. 1인 창조기업 육성	–
	1인 창조기업 등록 현황	1-1-1. Idea Biz Bank 구축	1-1-3. 1인 창조기업 육성	–
	1인 창조기업 창업 관련 규제 수준	1-2-1. 1인 창업 촉진을 위한 규제 완화	–	–
	1인 창조기업 사회안전망 수준	1-2-2. 세제·보험 등 지원 강화	–	–
	창업 준비 및 애로사항	1-1-2. 아이디어 거래 활성화 1-2-1. 1인 창업 촉진을 위한 규제 완화	–	–
1인 창조기업 역량 제고	1인 창조기업 일반 현황	1-1-3. 1인 창조기업 육성	1-1-3. 1인 창조기업 육성	1-1-3. 1인 창조기업 육성
	1인 창조기업 경영 상태	1-1-3. 1인 창조기업 육성	1-1-3. 1인 창조기업 육성	1-1-3. 1인 창조기업 육성
	1인 창조기업 경영자 및 고객 현황	* 1인 창조기업 경영자 현황은 중소기업청 모든 정책 보고서의 세부 정책 기초자료로 활용		
	1인 창조기업 판매 지원 성과	1-3-1. 초기 수요 창출 1-3-3. 경영 지원	1-1-3. 1인 창조기업 육성	1-3-2. 창조기업 전용 마케팅 플랫폼 확보
	1인 창조기업 자금·보증 지원 성과	1-3-2. 자금 및 인력 지원	–	1-1. 1인 창조기업 맞춤형 금융 시스템 구축
	1인 창조기업 인프라 지원 성과	1-3-3. 경영 지원	1-1-3. 1인 창조기업 육성	1-3-3. 1인 창조기업 비즈니스 센터 특성화 1-4-2. 1인 창조기업 지원센터 네트워크화
	1인 창조기업 R&D 지원 성과	1-3-3. 경영 지원	1-1-3. 1인 창조기업 육성	1-1-3. 1인 창조기업 전용 R&D 프로그램 도입
1인 창조기업 유망분야 육성	앱 개발 지원 성과	–	1-1-3. 1인 창조기업 육성	1-2. 완성형 앱 창업·성장 생태계 조성
	참살이 서비스업 육성 성과	–	1-1-3. 1인 창조기업 육성	–
	전통식품 제조기업 육성 성과	* 1인 창조기업 육성에 관한 법률에서 규정한 전통식품 제조기업 품질인증 특례제도 관련 정책자료로 활용		

<참고1> 중소기업청 성과계획의 목표 체계

자료: 중소기업청, 「2012년도 성과관리시행계획」, 2012. 2.

<참고2> 중소기업청 성과계획의 관리과제별 성과지표

전략 목표	성과 목표	관 리 과제	성과 지표
Ⅰ. 창업 및 벤처성장촉진을 통해 일자리를 창출한다.			
	Ⅰ-4. 중소 지식서비스기업의 창업 및 성장을 촉진한다.		지식서비스 거래시장 창출 규모(억원)
		① 1인창조기업 지원	우수 아이디어 창업률(%),(공통)
			1인 창조기업 지원사업 만족도(점)
			앱 창작터 교육생의 앱 개발 후 앱스토어 등록률(%)
Ⅳ. 동반성장 촉진을 위한 경제저변의 활성화를 추진한다.			
	Ⅳ-1. 소상공인 자생력을 제고한다.		소상공인 영업 지속률(%)(공통)
		① 상권정보 신뢰도 제고	기초 DB 신뢰도(%)
			시스템 이용 만족도(%)
		② 소상공인 교육을 통한 경영혁신 역량 제고	소상공인 교육이수자에 대한 만족도(점)
			창업교육 이수 후 창업자 영업지속률(%),(공통)
		③ 자영업 컨설팅 지원 강화	자영업 건강진단 컨설팅 참여업체에 대한 만족도(%)
			자영업 건강진단 컨설팅 후 매출액 증가업체 비율(%)
	Ⅳ-2. 전통시장 및 상점가 활성화를 지원한다.		점포당 일평균매출액 증감률(%)(공통)
		① 맞춤형 지원으로 편리한 쇼핑환경 조성	전통시장 주차장 보급률(%)
			상인 · 고객 만족도(점)(공통)
		② 자생적 영업기반 확보를 위한 경영 개선 지원	온누리상품권 판매액(억원)
			상인 만족도(점)(공통)
	Ⅳ-3. 중소소매업의 유통체계를 개선한다.		매출액 증가점포 비율(%)(공통)
		① 골목슈퍼를 경쟁력 있는 현대식 점포(나들가게)로 개선	나들가게 육성사업 지원업체 수(개)
			나들가게 개점 후 점주 만족도(%,)(공통)
		② 유망 프랜차이즈 육성	'11,'12년 모두 수준평가를 받은 브랜드 중 총매장 증가율(%)
			유망 소상공인 프랜차이즈화 지원업체 중 가맹점 출점에 성공한 비율(%)

자료: 중소기업청, 「2012년도 성과관리시행계획」, 2012. 2.

04

소상공인 통계 현황

제4장 소상공인 통계 현황

제1절 우리나라의 소상공인 통계

1. 소상공인

가. 전국사업체조사

통계청에서 실시하는 전국사업체조사(지정통계 승인번호 제10137호)는 1996년에 승인된 이후, 전국의 모든 사업체[47]를 대상으로 매년 조사하고 있다. 2012년의 조사항목은 사업체명, 대표자, 소재지, 창설연월, 사업자등록번호, 조직형태, 사업의 종류, 종사자 수, 연간매출액의 9개 항목으로 구성되었다. 전국사업체조사 결과자료를 종사자 수로 분리하여 집계하면, 소상공인 통계의 기본적인 현황자료를 확보할 수 있으며, 관련되는 각종 표본조사의 모집단 자료로써 활용이 가능하다.

<표 4-1> 전국사업체조사 조사항목(2012년 실시)

- 사업체명	- 대표자명(성별, 연령 포함)
- 소재지	- 창설연월
- 사업자 등록번호	- 조직형태(법인 등록번호 포함)
- 사업의 종류(최대 4종) · 사업별 재료/방법/생산품 및 매출액 비중	- 종사자 수(성별 포함) · 자영업자, 무급가족/상용/임시 및 일용 종사자
- 연간 매출액(영업 개월 수 포함)	

자료: 통계청, "2011년 기준 전국사업체조사 조사표", 2012.

47) 한국표준산업분류 기준으로 개인이 경영하는 농업/임업/어업, 가사 서비스업, 국제기구 및 외국 정부의 우리나라 주재 관공서는 조사에서 제외한다.

나. 전국 소상공인 실태조사

중소기업청이 실시하는 전국 소상공인 실태조사(일반통계 승인번호 제14212호)는 「소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법」 제10조의 3에 근거하며,[48] 소상공인진흥원에 위탁하여 2007년 이후 3년마다 조사하고 있다.[49] 2010년의 조사항목은 사업체 특성, 사업체 일반현황, 창업 관련 사항, 경영 활동 사항 등에 관한 28개 항목으로 구성되었다.

<표 4-2> 소상공인 실태조사 조사항목(2010년 실시)

구분	조사 부문	조사 항목	
응답자 기본정보	응답자 현황	- 지역 - 성별 - 업종 - 연령	
소상공인 일반 현황	사업체 특성	- 사업체 형태 - 창업년도 - 종업원 수	- 사업장 소유 형태 - 사업장 입지 유형 - 성장단계
	사업체 일반현황	- 고객 수 증감 현황 - 주된 경쟁상대 - 월평균 매출액(구간 포함) - 매출액 증감 현황	- 월평균 순이익(구간 포함) - 순이익 증감 현황, 증감 사유 - 인력부족 여부, 부족 인원 - 외국인 근로인력
	창업 관련 사항	- 자영업 경영 동기 - 창업 이전 직종 - 창업 준비 기간 - 창업과정의 애로사항	- 정보수집 출처/방법/만족도 - 창업비용(자기자본 비율 포함) - 창업 이전 사업체 경영/실패 경험
사업체 경영일반	경영활동 사항	- 영업활동 애로사항 - 종업원 관리 애로사항 - 외부자금 조달 및 방법	- 정보화기기 보유여부/활용빈도/활용 애로사항 - 협회/단체 가입 현황, 가입 의향 및 종류, 미가입 사유
구조 개선	사업전환 관련 사항	- 향후 운영 계획, 정리 및 업종 전환 계획 및 어려움	- 취업 계획 및 취업 애로사항
정책 평가	정책 관련 사항	- 정부정책 인지도/인지경로/이용경험/이용만족도	

자료: 중소기업청 · 소상공인진흥원 외, 「2010년 전국 소상공인 실태조사 보고서」, 2010. 7.

48) 소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법 제10조의3에서는 중소기업청장이 3년마다 소상공인육성시책 수립에 필요한 실태조사를 실시하고 그 결과를 공표하도록 규정하고 있다.

49) 2차례의 조사는 모두 위탁용역 형태로 실시되었는데, 2007년에는 소상공인진흥원, 중소기업연구원, 한국갤럽조사연구원에 의해 10개 업종의 7,039개 사업체를 대상으로 조사하였으며, 2010년에는 소상공인진흥원, (주)밀워드브라운미디어리서치, (주)리서치랩에 의해 13개 업종의 10,069개 사업체를 조사하였다.

다. 소상공인 경기동향조사

중소기업청이 실시하는 소상공인 경기동향조사(일반통계 승인번호 제14204호)는 수탁기관인 소상공인진흥원이 전국 56개 소상공인지원센터의 지원을 받아 매월 조사하고 있는데, 소상공인들이 현장에서 체감하는 경기동향을 파악하여 소상공인의 경영계획 수립 및 정부의 경기대응책 마련에 필요한 기초자료들을 제공하고 있다.

조사대상은 전국 16개 시·도의 상시근로자 수가 5인 미만인 소상공인 사업체에서 표본으로 선정된 사업체이며, 방문 및 전화조사를 이용하여 조사하고 있다. 조사업종은 소매업, 음식업 등의 주요 9개 업종을 대상으로 하며, 제조업과 광업은 제외된다. 표본크기는 먼저 주요 시도별 99% 신뢰수준에서 허용오차 한계를 ±5%~±12%까지 차별적으로 적용하고, 업종별 분포비율로 재조정하여 산출한다. 표본 사업체 규모는 2012년 2월부터 기존의 2,010개에서 3,200개로 확대하여 조사하고 있다.[50]

<표 4-3> 소상공인 경기동향조사의 시도별 목표 표본오차 및 표본크기

지 역	표본오차	표본크기
서울, 경기	5%	398개
부산	7.5%	230개
대구, 인천, 경북, 경남	10.0%	180개
광주, 대전, 울산, 강원, 충북, 충남, 전북, 전남	11.0%	173개
제주	12.0%	74개

자료: 소상공인진흥원, "소상공인 경기동향(BSI) 및 분석 세부추진계획", 2012. 2.

조사항목은 사업체 일반정보 항목과 경기동향 정보 항목으로 구성되며, 경기동향 정보 항목은 (전반적인)경기, (월평균)매출, 자금, 고용의 4개 부문을 대상으로 사업체 입장에서의 체감 및 실적과 전망에 대한 정보(호전 또는 증가, 동일, 약화 또는 감소)로 구성된다. 조사결과는 기업경기실사지수(Business Survey Index; BSI)의 형태로 발표되고 있다.

50) 소상공인 경기동향조사의 응답율 수준을 살펴보면, 2012년 7월 조사에서 전체 조사대상 3,200개 사업체 중 3,129개 사업체가 응답하여, 97.8%의 응답율을 나타내었다. 소상공인진흥원, "2012년 7월 소상공인 경기동향(BSI) 조사 결과 보고", 2012. 7.

2. 전통시장

가. 전통시장 및 점포경영 실태조사

시장경영진흥원에서 실시하는 전통시장 및 점포경영 실태조사(일반통계 승인번호 제30902호)는 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 제9조에[51] 근거하며, 2005년에 처음으로 실시되었고, 2006년 이후에는 2년 주기로 조사하고 있다.[52]

2012년 전통시장 및 점포경영 실태조사의 조사대상을 살펴보면, 전통시장 실태조사 부문은 전국 시·군·구에서 파악한 전통시장 및 상점가 중에서 일부 시장을 제외한 1,511개 전통시장 전체를 조사하였으며,[53] 점포경영 실태조사 부문은 1,511개 전통시장에서 영업 중인 점포 중에서 한국표준산업분류(KSIC)의 8개 소분류 업종과 기타 근린생활서비스 업종에[54] 해당되는 점포 약 3만개를 표본추출하여 조사하였다. 조사방법은 직접·개별 면접조사로 실시되었으며, 조사항목은 전통시장 실태조사 부

51) 전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법 제9조는 중소기업청장 및 지방자치단체장이 전통시장 및 상점가 활성화 대책 마련을 위해 필요한 경우에는, 시장과 상점가의 현황, 상업기반시설 및 경영 현황 등에 대해 실태조사를 실시하도록 규정하고 있다.

52) 2005년 기준 실태조사는 전통시장에 대해서만 이루어졌으며, 2006년 기준 실태조사는 전통시장 실태조사와 점포경영실태조사가 각각 이루어졌다. 2008년 이후 실태조사는 통계청 정부승인통계 종합정비계획에 따라 전통시장 및 점포경영 실태조사를 통합하여 실시하고 있다.

53) 제외되는 시장은 재개발 · 재건축 중인 시장, 아파트상가 시장, 기능 상실(영업점포 수 10개 미만) 및 영업중단 시장, 상점가 상인회로 등록한 시장, (지하도)상점가 등이다.

54) 소분류 8개 업종 및 기타 근린생활서비스는 다음과 같다.

업종	한국표준산업분류
농산물	472(47211, 47214)
축산물	472(47212)
수산물	472(47213)
가공식품	472(47215, 47216, 47219, 47221)
의류 및 신발	474(47412, 47413, 47414, 47415, 47416, 47420)
가정용품	473(47312, 47320), 474(47411) 475(47520, 47591, 47592, 47593, 47599) 476(47620), 478(47811, 47812, 47813)
음식점업	561
기타 소매점	473(47311), 475(47511, 47512, 47513, 47519), 476(47611, 47612, 47631, 47632, 47640), 477(47721, 47722, 47723), 478(47821, 47822, 47823, 47829, 47830, 47841, 47842, 47851, 47852)
근린생활서비스	861, 953, 961, 969

*근린생활서비스: 병원, 약국, 미용실, 세탁소, 개인 및 가정용품 수리점 등

문에서 일반현황, 상인회, 공동마케팅, 시설현황, 시장입지 및 상권, 시장관리 현황 등의 30개 항목으로 구성되며, 점포경영 실태조사 부문에서 일반현황, 운영 및 경영성과, 경영관리, 경영승계, 경영주 현황 등의 12개 항목으로 구성된다.

<표 4-4> 전통시장 및 점포경영 실태조사 조사항목(2012년 실시)

<전통시장 실태조사 부문 >	
구분	조사 항목
일반현황	- 시장유형(상권 크기, 소유 형태, 시장 형태) - 행정동 소재지 - 건물형 시장의 건물구조 - 대표 품목(5가지) - 점포 수(소유 형태별 영업 중 점포, 비영업 점포, 노점, 핵점포 등) - 업종 구성 및 점포 수 - 점포 유형별 상인 수 - 빈 점포 입점 주기 - 전체 휴무일 - 평일과 주말 운영 시간
상인회	- 상인회 조직 유무 - 상인회 조직 형태 - 상인회 일반 현황(기본정보, 사무실 정보, 상인회장, 대표자, 기타 정보) - 상인회비 납부 현황
공동마케팅	- 공동사업 현황 - 온누리상품권 가맹 현황 - 상인교육 현황 - 상인회 수익사업 현황
시설현황	- 기반시설 보유 여부 및 노후도 - 편의시설 보유 여부 및 노후도(주차장 관리 현황 포함) - 홍보시설 보유 여부 및 노후도
시장입지 및 상권	- 유동 인구 수 증감 현황 - 외국인 관광객 현황 - 시장 인근 다중이용시설 현황 - 대중교통시설 현황 - 시장 인근 경쟁 유통업체 현황
시장관리 현황	- 화재보험 가입 현황 - 화재발생 경험(화재 원인, 피해액, 보상액) - 자매결연 현황 - 위생 상태 및 점검 상태
<점포경영 실태조사 부문 >	
구분	조사 항목
일반현황	- 일반현황(점포명, 영업 및 소유형태, 보증금 · 임대료, 업종, 주 취급 품목, 사업자 등록 유무 및 번호, 전기료, 점포 면적)
운영 및 경영성과	- 종사자 수 - 일 평균 판매액·고객 수, 월 평균 영업일 수
경영 관리	- 거래수단(유형, 취급여부, 매출비중) - 정보화 기기 보유 및 활용 현황 - 판매촉진 방법 및 상품 진열 현황 - 교환/환불 및 택배시스템 현황 - 상품조달 방법 - 상품구입 지역
경영 승계	- 부모 점포 상속 여부 - 점포 자녀 상속 계획
경영주 현황	- 경영주 현황(성명, 성별, 연령, 영업 기간, 전화번호, 학력, 국민연금 가입 여부, 화재보험 가입 여부)

자료 : 시장경영진흥원, 「2012년도 전통시장 및 점포경영 실태조사 조사표」, 2012.

나. 시장경기 동향조사

시장경영진흥원에서 실시하는 시장경기 동향조사(일반통계 승인번호 제30901호)는 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 제9조에 근거하며, 2005년 6월에 처음으로 조사되었고, 2006년 4월부터는 작성 주기를 분기에서 월간으로 변경하여 조사하고 있다. 시장경기 동향조사는 전통시장 점포 상인들이 현장에서 체감하는 경기동향을 파악하여 점포 상인들의 경영계획 수립 및 정부의 경기대응책 마련에 필요한 기초자료들을 제공하고 있다.

조사모집단은 2010년 기준 전통시장 및 점포경영 실태조사에서 파악된 1,517개 전통시장의 49,618개 점포로 구성되며[55], 표본크기는 지역, 업종, 점포 규모를 고려하여 추출한 1,300개 점포이다. 조사방법은 전화조사로 진행되며, 조사항목은 점포 현황에 대한 항목과 월간 경기동향 체감 및 전망 항목으로 구성된다. 월간 경기동향 체감 및 전망 항목은 매출, 마진, 매입원가, 상품 판매가격, 자금 사정, 구매 고객 수 등의 세부 부문과 경기 전반(업황)에 대한 부문으로 구성되는데, 각각의 부문을 대상으로 전월 대비 동월의 경기 체감과 익월의 전망을 기입하도록 하고 있다. 그 외 경기 전반에 대한 체감 및 전망을 호전과 악화로 응답한 경우와 시급한 현안 문제에 대해서는 해당 이유와 문제를 자유 기입형으로 조사하고 있다. 조사결과는 시장경기동향지수(Market-Business Survey Index; M-BSI)의 형태로 발표하고 있다.

다. 전주시 전통시장 및 상점가 동향조사

전라북도 전주시에서 실시하는 전통시장 및 상점가 동향조사(일반통계 승인번호 제71106호)는 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」 제9조에[56] 근거하며, 2009년에 처음으로 조사되었고, 2010년부터는 작성 주기를 분기에서 반기로 변경하

55) 시장경기 동향조사의 모집단 자료를 제공하는 전통시장 및 점포경영 실태조사는 2010년에 1,517개 시장의 약 5만 점포를 대상으로 조사하였으나, 2012년에는 1,511개 시장의 약 3만 점포를 조사하는 것으로 개편되었다.

56) 전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법 제9조는 중소기업청장 및 지방자치단체장이 전통시장 및 상점가 활성화 대책 마련을 위해 필요한 경우에는, 시장과 상점가의 현황, 상업기반시설 및 경영 현황 등에 대해 실태조사를 실시하도록 규정하고 있다.

여 조사하고 있다. 전주시 전통시장 및 상점가 동향조사는 전주 지역 내 전통시장 및 상점가의 경기 동향 및 서민생활 활성화 정책의 효과를 파악하고 전통시장 지원 시책 수립에 필요한 기초자료들을 제공하고 있으며, 조사대상은 전주 지역의 8개 전통시장 및 상점가[57]의 1,800여개 점포이며, 조사방법은 전수·면접조사로 실시된다.

2012년 7월에는 본조사와 함께 부가조사를[58] 처음으로 실시하였는데, 본조사 항목은 사업체 대표품목, 영업시간 및 고객 수, 영업실적, 사업체 규모, 카드조회기 설치 등에 관한 6개 항목으로 구성되었으며, 부가조사는 공통항목으로 상인들의 소속 시장 평가, 차별화 및 경쟁력 제고 필요 부문, 대형마트 및 SSM 영업제한 등의 항목을 조사하였다. 그 외 시장별 특성항목은 시장 활성화 및 시설 현대화 사업과 관련된 만족도 및 성과 평가 등에 관한 내용으로 구성되고 있다.

<표 4-5> 전주시 전통시장 및 상점가 동향조사 조사항목(2012년 7월 실시)

구분	조사 항목	
본조사	- 사업체 대표 품목 - (하루 평균)영업시간 및 고객 수 - 영업실적(월별 영업일 수, 종사자 수, 매출액, 영업비용) - 사업체 규모(면적, 객석 수) - 카드조회기 설치(유무 및 사용빈도) - 비고(전기 대비 증감 사유, 전년 동기 대비 증감 사유, 사업체 특이사항) *난외 항목에서 시장(상점가)명, 사업체명, 상인회 가입 유무를 조사	
부가조사	공통항목	- 소속 시장 평가(청결/상인 친철도/상품종류 다양성/상품 품질 및 가격/교환·반품·환불/교통/통행 편의성) - 차별화 및 경쟁력 제고 필요 부문 - 대형마트 및 SSM 영업제한(만족도, 매출액 증감 여부)
	특성항목	- 시설·경영 현대화(만족도, 만족한 부분, 불만족시 필요한 부분) - 문화·관광형 시장 조성(만족도, 만족한 부분, 불만족 이유) - 청년 장사꾼 프로젝트(만족도, 만족한 부분, 사업확대에 대한 생각) - 노송천 복원사업(시장 영향 정도, 매출액 증감 여부) - 경관협정사업(만족도, 만족 부문, 매출액 증감 여부)

자료: 전라북도 전주시, 「전주시 전통시장 및 상점가 동향조사표」, 2012. 7.

57) 조사대상 전통시장 및 상점가는 남부시장, 중앙시장, 신중앙시장, 모래내시장, 중앙버드나무상점가, 풍남문상점가, 동문상점가, 전주전자상가이다.

58) 남부시장, 중앙시장·신중앙시장, 모래내시장, 풍남문상점가, 동문상점가, 전주전자상가

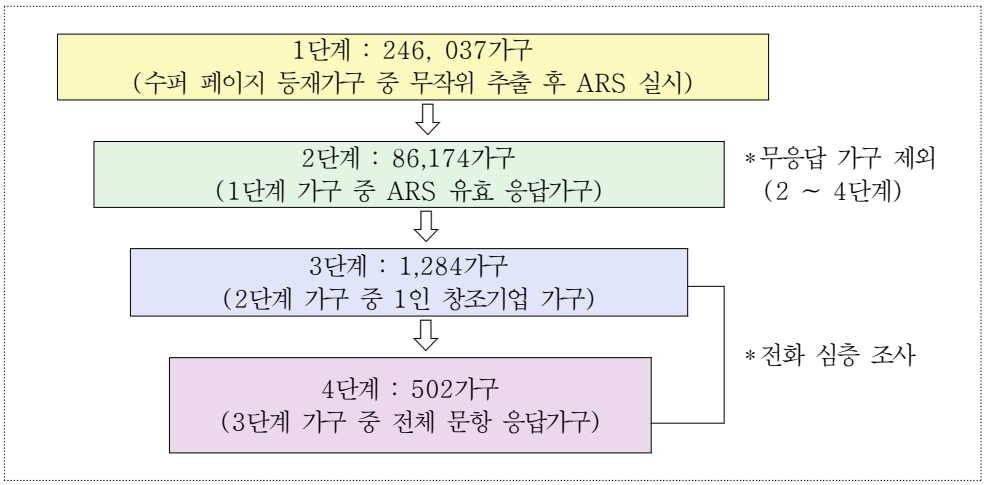
3. 1인 창조기업

가. 1인 창조기업 실태조사

중소기업청에서 실시하는 1인 창조기업 실태조사는 「1인 창조기업 육성에 관한 법률」 제6조에[59] 근거하며, 2009년에 처음으로 실시된 이후 매년 조사하고 있다. 다만, 2009년 이후 3차례에 걸쳐 실시된 1인 창조기업 실태조사는 보도자료 배포 및 보고서 간행물 발간 등으로 공표되고 있으나, 통계법에 의한 정식 승인통계로 등록된 조사는 아니다.

2011년에 실시된 1인 창조기업 실태조사를 살펴보면, 조사 모집단은 전화번호부인 슈퍼페이지를[60] 이용하였으며, 표본크기는 인구총조사 전체 가구의 1.4%에 해당하는 약 25만 가구를 무작위로 추출하고, ARS 전화조사를 통해 '1인 창조기업인' 유무를 확인하였으며, 최종적으로는 유효표본 약 1,300개 '1인 창조기업인'을 대상으로 조사원에 의한 심층 전화조사를 실시하였다.

<그림 4-1> 1인 창조기업 실태조사 조사단계



59) 1인 창조기업 육성에 관한 법률 제6조(실태조사) ① 중소기업청장은 1인 창조기업을 체계적으로 육성하고 육성계획을 효율적으로 수립·추진하기 위하여 매년 1인 창조기업의 활동현황 및 실태 등에 대한 조사를 하고 그 결과를 공표하여야 한다.

60) 슈퍼페이지(www.isuperpage.co.kr)는 통신사업자인 KT 및 하나로텔레콤 전화번호 등록자를 대상으로 구성한 전화번호부 DB를 말한다.

조사항목은 조사대상 확인, 사업자 일반현황, 사업현황, 인적사항 등의 부문에 걸쳐 23개 항목으로 구성되었다.

<표 4-6> 1인 창조기업 실태조사의 조사항목

구분	조사 항목	
조사대상 확인	- 프리랜서 또는 자영업 유무	- 급여 또는 수당/용역비 수령 여부
사업자 일반 현황	- 사업자 등록 유무 - 사무실 소유 유무 - 창업 소요자금 및 지출 내역 - 최근 3개 연도 매출액	- 판매 제품 및 서비스 완성도 - 홈페이지 보유 유무 - 거래업체(개인 포함) 현황
사업 현황	- 사업자 등록 이유/형태/사업 분야/업종 - 창업 동기 - 주된 활동지역 - 창업 준비 기간 중 고려 사항 - 경영 과정의 애로사항	- 정부 지원정책 인지 여부 - 사무실 임대 지원 시 입주 의향 - 정부 지원정책 참여 의사 - 창업 준비기간 및 사업 지속기간 - 기업 성장 단계
인적 사항	- 성별 - 연령	- 최종 학력 - 전공 부문

이상과 같이, 1인 창조기업 부문을 직접적인 조사대상으로 규정 중인 통계조사는 1인 창조기업 실태조사 이외에는 없다. 그 외 간접적으로 1인 창조기업의 규모를 가늠해 볼 수 있는 통계자료는 통계청에서 실시하고 있는 전국사업체조사와 지역별 고용조사, 인구총조사 등이 관련된다고 볼 수 있다. 1인 창조기업의 포괄 대상이 한국표준산업분류의 중분류 업종을 기준으로 정의하고 있으므로 전국사업체조사의 종사자 1인인 사업체 중 해당 업종을 경영하는 사업체를 집계하면, 미등록 프리랜서를 제외한 1인 창조기업의 규모 및 기본현황 자료를 파악할 수 있다. 또한, 지역별 고용조사 및 인구총조사의 표본가구 조사자료 중 「고용원이 없는 자영업자」 항목을 집계하여 모수를 추정한다면, 프리랜서를 포함한 1인 창조기업의 규모 및 기본현황에 대한 자료를 파악할 수 있을 것이다[61].

61) 2011년 기준 전국사업체조사 결과자료에 따르면, 식료품제조업(중분류 10) 등의 22개 1인 창조기업 지원대상 업종에 해당하는 1인 기업은 약 59천개로 나타났으며, 2010년 인구총조사 표본가구 중 고용원이 없는 자영업자는 약 287천명으로 조사되었다. 2011년 기준 지역별 고용조사의 고용원이 없는 자영업자 수는 3/4분기에 약 251천명, 4/4분기에 약 246천명으로 조사되었다.

제2절 주요 국가의 소상공인 통계

1. 소상공인

국제적으로 소상공인의 통일된 정의가 존재하지 않으므로, 주요 국가의 소상공인 통계를 살펴보기 위해서는 우리나라의 소상공인 정의에 해당하는 종사자 규모의 기업군에 대한 통계를 중심으로 비교해 볼 수 있다. 그런데, 앞서 살펴본 바와 같이 대부분의 국가들은 중소기업 지원정책 이외의 소상공인에만 특정한 지원정책은 추진하고 있지 않으며, 이런 영향으로 소상공인에만 특화된 통계도 거의 생산하고 있지 않은 것으로 파악되었다. 대부분의 국가들은 전체 기업(혹은 사업체)이 조사대상인 통계조사의 기업규모별 결과자료에서 소상공인에 대한 기본현황 정도만을 파악해 볼 수 있었다. 결국, 이와 같이 전체 기업을 대상으로 하는 통계자료는 모든 규모대의 기업에 공통된 사항으로 구성되고 있으므로, 소상공인의 특성을 반영한 통계로는 한계가 있다고 할 것이다.

가. 미국

기업 관련 통계는 상무부 통계국(Census Bureau)에서 관장하고 있으며, 대표적인 통계는 전국기업통계(Statistics of U. S. Businesses; SUSB) 및 기업경영주조사(Survey of Business Owners; SBO)를 살펴볼 수 있다.

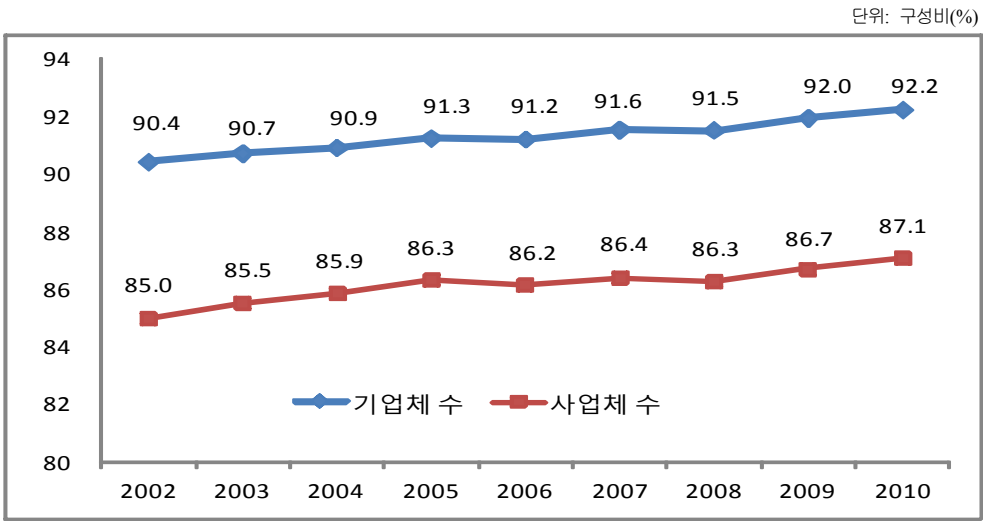
먼저, 전국기업통계(SUSB)는 기업등록부(Business Register)의 매년 3월 자료를 기준으로 지역별, 산업별, 고용 규모별 사업체 현황을 집계한 가공통계인데, 고용 규모별 통계는 종업원 500인 이하의 기업을 0~4인, 5~9인, 10~19인, 20~99인, 100~499인의 5개 계층으로 구분하여 작성하고 있다.

다음으로, 기업경영주조사는 전국의 약 240만개 기업을 대상으로 5년마다 실시하는 실태조사인데, 1인 사업자는 제외하고 있다. 실태조사는 경영주의 특성 항목을 여성기업, 퇴역군인기업, 소수민족기업, 원주민기업 등으로 구분하고 있는데, 이와 같은 경영주의 특성분류 자료는 고용규모별 기업구분 자료와 함께, 중소기업청(SBA) 정책 프로그램의 지원대상을 정의하는 중요한 기준으로 활용되고 있다.

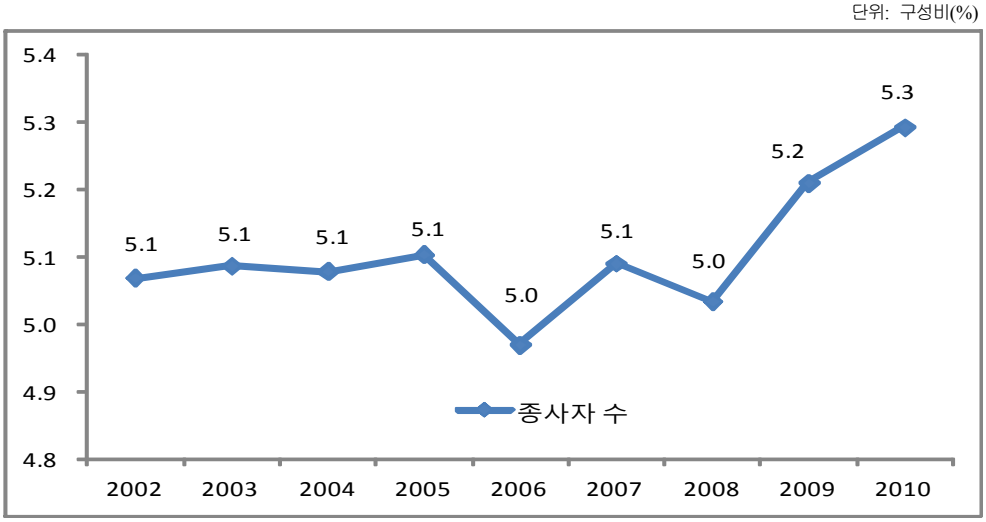
2010년 기준 전국기업통계 자료를 살펴보면, 피고용인이 5인 미만인 기업은 약 358만개로 나타났으며, 전체 기업체 수인 약 573만개의 62.3%를 차지한 것으로 조사되었다. 피고용인이 없는 1인 기업을 포함할 경우에는 전체 기업체 수인 약 2,785만개의 92.2%, 사업체 수 비중은 87.1%로 파악되었다.

또한, 피고용인을 보유한 기업 중 피고용인이 5인 미만인 기업은 전체 고용 부문에서 5.3%, 연간 임금총액에서는 4.6%를 차지하는 것으로 나타났다.

<그림 4-2> 미국 소상공인 기업체 및 사업체 수 구성비 추이



<그림 4-3> 미국 피고용인 1~4인 보유 기업 구성비 추이



나. 일본

소규모 사업자에 대한 기본통계는 총무성 통계국이 주관하는 '경제총조사 기초조사(経済センサス 基礎調査)'와 '개인기업경제조사'(個人企業経済調査) 항목들을 통해 생산되고 있으며, 그 외 소규모기업의 경기 동향 및 전망 파악을 위해 상공회가 '소규모기업 경기동향조사(小規模企業 景氣動向調査)'를 매월 실시하고 있다.

과거에는 사업소·기업통계조사, 서비스업 기본조사, 상업통계조사, 공업통계조사 등과 같은 기업체 대상의 다양한 통계조사가 실시되었는데, 개별 조사들은 소관 부처가 달랐으며, 조사 주기 및 실시연도가 상이하여 전체 경제활동 실태를 동일 시점에서 포괄적으로 파악하기에는 어려움이 있었다. 또한, 국민경제에서 높은 비중을 차지하고 있는 3차 산업에 관한 통계가 부족하였으며, SOHO 등과 같이 기존 조사에서 포착이 어려운 새로운 형태의 사업체도 등장하게 되었다. 이와 같은 문제의식에서 출발하여 기성의 경제 관련 통계조사에 대한 대규모 정비작업을 진행하였으며, 2012년에 경제총조사 실시로 결실을 맺게 되었다.[62)]

총무성 통계국이 주관한 경제총조사는 농림어업, 가사서비스업을 제외한 모든 사업체 및 기업체를 대상으로 실시되었으며, 조사대상 확보를 위한 기초조사와 본조사 성격의 활동조사로 구분하여 추진되었다. '경제총조사 기초조사'는 2009년에 실시되었으며, 행정자료 등의 각종 관련 정보를 이용하여 사업체 및 기업체의 포착에 중점을 두었다. '경제총조사 활동조사(経済センサス 活動調査)'는 2012년에 실시되었는데, 기초조사에서 파악된 조사대상 사업체 및 기업체의 영업활동 파악에 중점을 두고 실시되었다. 기초조사는 사업체에 관한 사항 및 기업에 관한 사항을 조사하였으며, 사업체에 관한 사항은 명칭 및 전화번호, 소재지, 경영조직, 개설시기, 종업원 수, 사업의 종류 등이 포함되었고, 기업에 관한 사항은 자본금 및 외국자본 비율, 결산월, 특수회사 유무, 모기업 유무, 자회사 유무, 법인 전체의 상용 고용자 수, 법인 전체의 주요 사업 종류, 지사·지점 유무 등이 포함되었다.

62) 경제총조사 실시와 함께, 기존 대규모 통계조사의 통·폐합 작업이 진행되었는데, 사업소·기업통계조사 및 서비스업기본조사는 2009년 조사 이후에 폐지되었으며, 상업통계조사는 경제총조사 활동조사 실시 연도 직후 2년 뒤에 실시하는 것으로 계획되고 있다. 공업통계조사는 경제센서스 활동조사 실시 연도 이외에는 매년 조사하지만 전수조사는 실시하지 않을 계획이다.

2009년에 실시한 경제총조사 기초조사에 따르면 전체 기업 수는 421.3만개이며, 대기업 1.2만개(0.3%)와 중소기업 420.1만개(99.7%)로 구성되어 있으며, 중소기업 중 소규모기업은 전체 기업의 87.2%인 366.5만개로 나타났다. 전체 기업의 종업원 수는 4,297만명이며, 대기업 1,463만명(34%)과 중소기업 2,834만명(66%)으로 구성되어 있으며, 소규모기업은 전체 기업의 21.2%인 912만명으로 조사되었다.

한편, 총무성 통계국은 개인기업을 대상으로 '개인기업경제조사(個人企業経済調査)'를 실시하여 개인기업 소득의 추계자료 및 개인경영 사업소에 관한 정책 입안을 위한 기초자료로서 활용하고 있다. 개인기업경제조사는 제조업, 도·소매업, 숙박업 및 음식서비스업, 기타 서비스업 부문의 개인이 경영하는 전국 약 4천개 사업소를 대상으로 실시하고 있다. 개인기업경제조사의 조사표는 동향조사표와 구조조사표로 구분되며, 동향조사표는 업황, 종업원, 영업수지와 관련된 항목들에 대해 분기 단위로 조사하며, 구조조사표는 경영형태, 사업주, 영업수지, 종업원, 정보화, 자산 및 부채와 관련된 항목들에 대해 연간 단위로 조사하고 있다.

<표 4-7> 개인기업경제조사 조사 내용

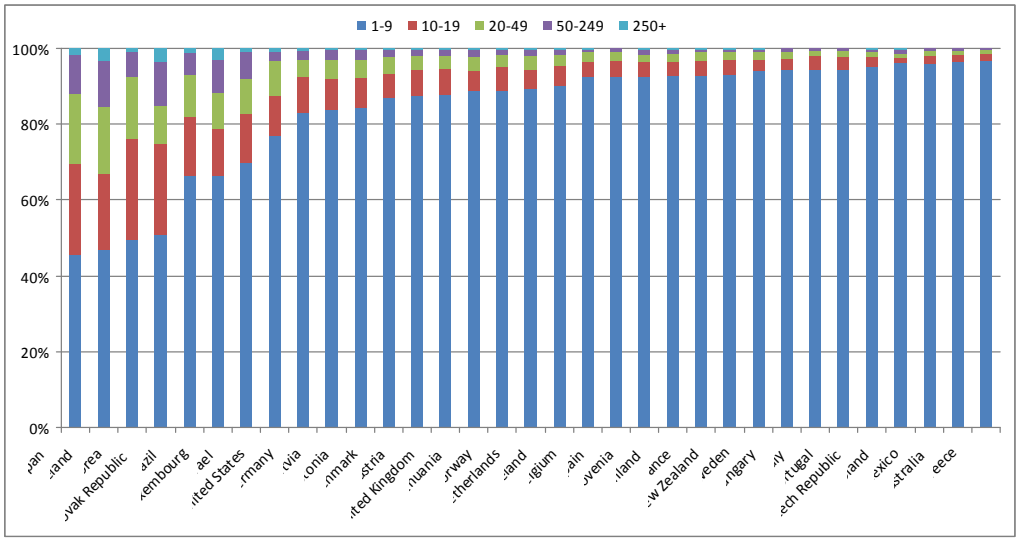
구분	조사 항목
동향조사표	- 업황 판단(업황, 매출, 영업이익, 제품·상품·원재료 재고, 자금 조달, 고용) - 종업원 현황(종업원 수, 급료 및 임금) - 영업수지 현황(매출액, 매입액, 재고액, 영업비용, 설비투자액)
구조조사표	- 경영형태(창업시기, 영업 일수 및 시간, 영업용 토지·건물의 소유 형태, 체인 조직 가입 유무, 납세신고 형태 - 사업주 현황(사업주 연령, 후계자 유무) - 영업수지 현황(매출액, 매입액, 재고액, 영업비용, 설비투자액, 자산 및 부채액) - 종업원 현황(종업원 수, 급료 및 임금, 종업원 채용 및 이직) - 정보화 현황(개인용 컴퓨터 사용 여부) - 경영 계획 및 애로사항(사업 경영상 문제점, 향후 사업 계획, 법인화 예정 등)

한편, 상공회는 소규모 기업의 경기 동향 및 전망 파악을 위해 '소규모 기업 경기동향조사(小規模企業 景氣動向調査)'를 실시하여 관련 정책자료들을 제공하고 있다. 소규모 기업 경기동향조사는 전국의 약 300개 지역 상공회의 경영지도원이 매월 말일 기준으로 담당 지구의 경기 상황에 대한 동향과 전망에 관한 항목들을 작성하고 있다.

다. 국제기구

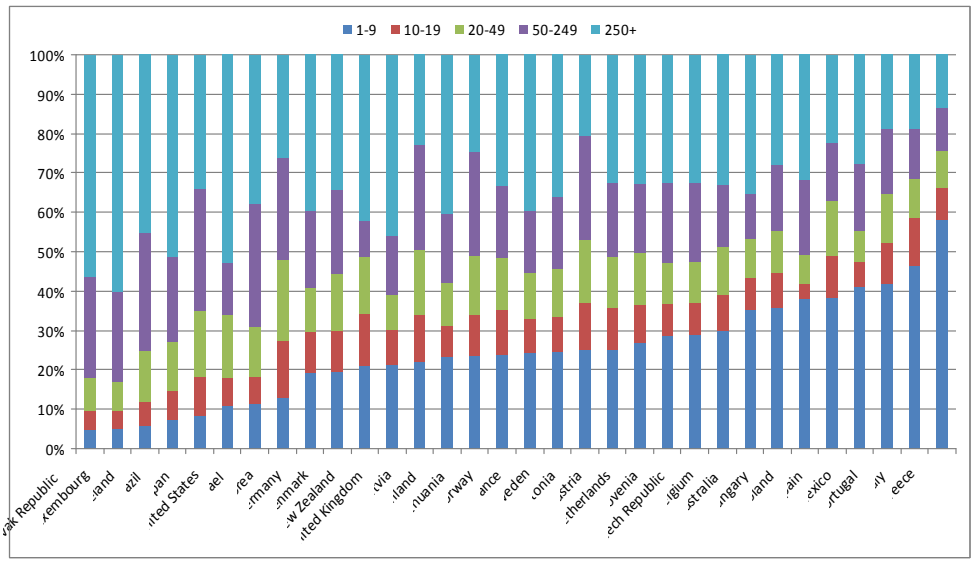
OECD, EU 등의 국제기구는 독자적인 소상공인 관련 통계를 생산하지는 않으며, 각국이 생산한 통계를 취합하여 발표하고 있는 수준이다. 더구나, 소속 국가들을 위한 통일된 기준의 소상공인 정의가 마련되어 있지 않으므로 국가별 제출 통계자료를 비교·분석하는 것도 쉽지는 않은 상황이다.

<그림 4-4> OECD 국가의 규모별 기업체 수(2007년)



자료: OECD, Entrepreneurship at a Glance, 2011, p. 43.

<그림 4-5> OECD 국가의 규모별 종사자 수(2007년)



자료: OECD, Entrepreneurship at a Glance, 2011, p. 45.

2. 전통시장

앞서 살펴본 바와 같이, 주요 국가에서 우리나라의 전통시장에 대한 정의 및 관련 지원정책과 유사한 사례는 일부 국가에서 실시하고 있는 구도심 시가지 활성화 사업 이외에는 확인하기 어려웠다. OECD, EU 등의 국제기구 사정도 비슷하여, 아직까지는 관련 통계생산에 대한 움직임은 없는 것으로 파악되었다. 이런 사정으로 중심상권 활성화 사업과 관련된 외국의 통계작성 사례를 중심으로 검토하였는데, 국가 차원에서 체계적이고 통일성 있게 작성되고 있는 통계조사로는 일본에서 실시 중인 「상점가실태조사」가 성격상 가장 근접한 것으로 파악되었다.

가. 일본

「상점가실태조사」는 경기침체, 대형 상업시설의 진출, 중심 시가지 인구 감소 등의 경영환경 변화에 대처하기 위한 목적으로 실시하고 있으며, 상가 활성화 정책수립을 위한 각종 기초자료들을 제공하고 있다. 1970년에 처음 조사된 상점가실태조사는 이후 5년 주기로 조사하였으나 2003년부터는 3년 주기로 단축하여 조사하고 있다. 2009년에 실시된 제10회 조사는 중소기업청 위탁조사사업으로 전국상점가진흥조합연합회에서 주관하여 실시하였다.

상점가실태조사에서 상점가는 소매업, 서비스업 등을 영위하는 점포들이 주체가 되어 특정 지역에서 상가 지구를 형성한 조직을 말하며, 해당 조직이 법인격 없는 임의단체인 경우들도 포함하고 있다[63]. 조사대상은 전국 상점가 중 8천개를 표본으로 조사하며, 전국 상점가 대비 지역별 구성 비율에 따라 표본 상점가를 할당하고 있다. 상점가명부는 지방자치단체가 보유한 상점가명부에 전국상가진흥조합연합회의 등록자료로 갱신하여 사용하고 있으며,[64] 조사방법은 우편조사와 인터넷조사를 병행하여 실시하고 있다.[65]

---

63) 상점가 조직으로는 상점가진흥조합, 사업협동조합, 상가회(비법인단체) 등으로 구분되고 있다.

64) 2009년 기준 최종 상점가명부의 상점가 수는 14,467개로 나타났으며, 표본조사를 위한 지방자치단체별 상점가 할당 개수 산정방법은 다음과 같다. ① 지방자치단체별 구성비율 산정(각 도도부현 상점가 수 ÷ 14,467), ② 지방자치단체별 표본 상점가 개수 산정(각 도도부현 구성비율 × 8천개)

65) 2009년 기준 상점가실태조사에서 응답율은 46.2%(회답 상점가 수 3,693개)로 파악되었다.

조사항목은 상점가의 일반현황(조직형태, 사무원 수, 회원 수, 점포 수 등), 입지 및 상업환경, 방문객 현황, 경기 현황, 상점가 애로사항 및 개선대책, 각종 공동사업 현황 등을 포함하여 전체 19개 항목으로 구성되었다.

<표 4-8> 일본의 상점가 실태조사의 조사항목(2009년 기준)

구분	조사 항목
일반 현황	- 조직 형태(해산 포함) - 사무원 수(기간제 포함) - 전체 점포 수, 빈 점포 수, 체인점포 수, 회원(조합원) 수 등 - 업종별 점포수, 최근 3년간 점포 수 변화 - 주거 병행 점포 - 상업입지 환경 - 상점가 유형 - 상점가 방문객 계층 - 최근 3년간 상점가 방문객 수 변화, 방문객 요구 사항 및 통행량
경기 변화 현황	- 상점가 최근 현황 - 최근 3년간 변화(체인점·세입자 점포·빈점포) - 대형 소매점포의 출·퇴점과 영향
문제점 및 개선대책	- 상점가 문제점 - 상점가 내 각 점포의 개선 및 활성화 대책
빈 점포 문제	- 빈점포 문제
조직 및 활동	- 상점가 조직 및 활동 - 상점가 각종 사업
행정지원 활용	- 지역상점가활성화법 활용 상황 - 전국상점가지원센터 활용 상황

자료 : 中小企業庁,「平成21年度商店街実態調査報告書」, 2010. 3.

3. 1인 창조기업

주요 국가의 정책사례 검토과정에서 살펴본 바와 같이 1인 창조기업을 대상으로 지원정책을 추진하고, 관련 통계를 체계적으로 작성 중인 국가나 국제기구의 사례는 찾아보기 어려웠다. 이런 결과는 우리나라에서 규정 중인 1인 창조기업이 기업 성격 측면에서는 자기고용(self-employed) 형태의 단독 종사자 기업이고, 산업 특성 측면에서는 창조산업의 성격을 가지는 기업으로 정의되고 있으므로, 이들 양자의 조건을 모두 충족하는 독자적인 통계조사가 일반화되기는 어렵기 때문이다.

따라서, 외국의 유사 사례를 검토하기 위한 작업은 1인 기업 통계가 산업별로 생산되고 있는 경우를 비교할 수 있었는데, 미국 상무성 통계국에서 작성하고 있는 Nonemployer Statistics(1인 기업 통계)가 1인 창조기업 통계에 가장 유사한 형태인 것으로 나타났다.

가. 미국

Nonemployer Statistics는 상무성 통계국이 주관하고 있으며, 1992년까지는 5년 주기로 실시한 경제총조사(Economic Census) 결과자료에서 생산하였으나, 1997년부터는 국세청 자료를 이용한 행정통계 방식으로 매년 작성하고 있다. 이와 같은 Nonemployer Statistics의 결과자료는 북미산업분류(NAICS; North America Industry Classification System)의 약 450개 업종으로 세분·집계하여 제공되고 있다.

Nonemployer Statistics의 행정자료를 이용한 통계작성 과정을 살펴보면, 국세청(IRS; Internal Revenue Service)에서 제공한 사업소득세 자료를 가공하여 잠정적인 1인 기업을 선정한 뒤, 대기업이나 복수 사업체 보유 회사(large or multi-unit company), 투자신탁회사(regulated investment company) 등과의 소유 관계 및 출자 여부, 최소·최대 수입액[66] 제한 기준 등을 고려하여 최종적인 1인 기업을 확정하고 있다. 1인 기업의 법적 형태로는 주식회사(corporation), 개인기업(sole proprietorship),

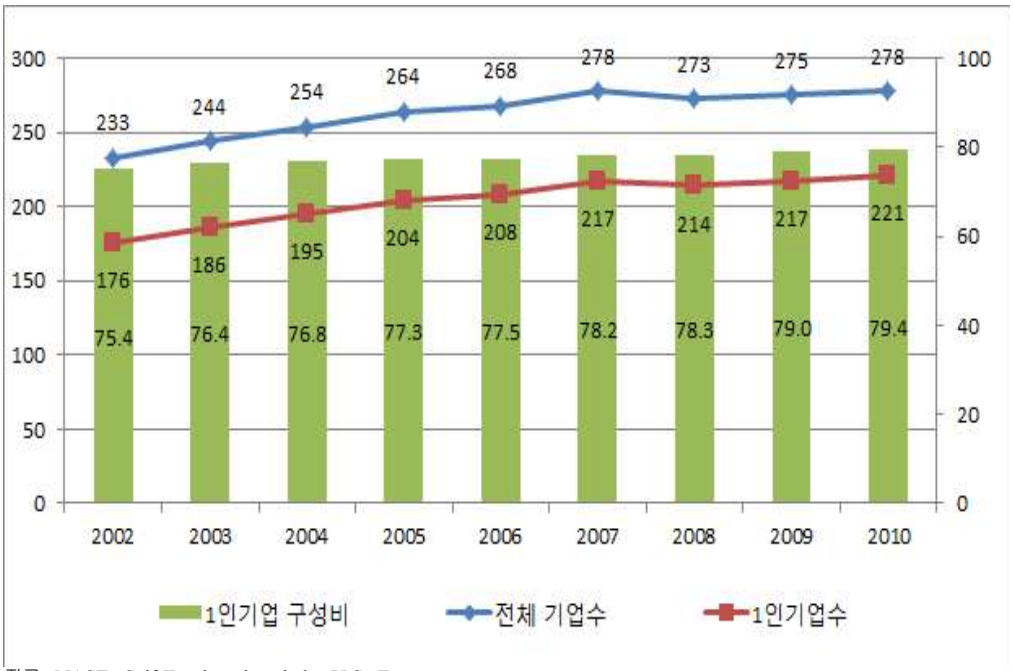
66) 최소 수입액 기준은 1천달러 이상(건설업은 1달러 이상)으로 규정하고 있으며, 최대 수입액 기준은 법인기업인 경우에는 1백만달러(서비스업은 2백만달러), 개인기업인 경우에는 업종에 따라 차별을 두고 있다.

합자회사(partnership)가 포함된다.

2010년 기준 Nonemployer Statistics의 결과자료에 따르면, 1인 기업은 22,111천개로 파악되어, 전체 기업(27,845천개)의 79.4%를 구성하고 있는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 2002년의 1인 기업 구성비(75.6%)에 비해 약 3.8%p가 증가한 수치인데, 지난 8년 동안에 1인 기업 구성비가 지속적으로 높아지고 있음을 보여주고 있다.

<그림 4-6> 미국 전체 기업 및 1인 기업 수, 1인 기업 구성비 추이

단위: 십만개, %



자료: NASE, Self-Employed and the U.S. Economy

05

소상공인 정책 필요통계 생산방안

제5장 소상공인 정책 필요통계 생산방안

제1절 정책 지표별 필요통계 항목 현황 진단

본 절은 제3장에서 구성한 소상공인 정책영역별 필요지표 체계를 대상으로 해당 지표를 설명하고 대변할 수 있는 필요통계 항목들을 도출하였으며, 필요통계 항목과 현재 작성되고 있는 국내 통계 현황의 비교·검토 작업을 수행하였다. 최종 진단 결과는 정책수요와 통계생산의 연계성을 높이기 위해 개선·개발이 요청되는 통계 항목들을 중심으로 제시하였다.

1. 소상공인

가. 소상공인 경쟁력 강화

소상공인 일반 현황 지표와 관련된 필요통계 항목은 소상공인 사업체 수, 소상공인 종사자 수, 소상공인 매출액, 소상공인 사업체 수 기준 비중, 소상공인 종사자 수 기준 비중, 소상공인 매출액 기준 비중 등이 요청되었다. 이들 항목은 정책대상인 소상공인의 분포 및 규모와 국내 경제에서의 기여도 등에 대한 기본 통계 항목에 해당된다. 소상공인 사업체 수 및 종사자 수 항목은 중소기업청이 통계청의 전국사업체조사 결과자료를 단순 가공하여 「중소기업 관련 통계」에서 공표하고 있다. 그러나 소상공인 매출액 관련 항목은 통계청의 전국사업체조사[67]를 통해 조사되고는 있

67) 통계청에서 주관하는 경제총조사(2011년) 실시 연도에는 전국사업체조사를 통합하여 조사하고 있다.

으나 공식적으로 공표되지는 않고 있으므로 개선이 필요하다.

소상공인 생멸 현황 지표와 관련된 필요통계 항목은 소상공인 창업률·하방이동률·폐업률·상방이동률 등이 요청되었다. 소상공인 창업률은 당해 연도에 신규로 창업한 소상공인 수의 비율을 말하며, 소상공인 하방이동률은 직전 연도에는 소상공인이 아니었던 기존 사업체가 당해 연도에 소상공인으로 편입된 사업체 수의 비율을 말한다. 소상공인 폐업률은 당해 연도에 폐업한 소상공인 수의 비율을 말하며, 소상공인 상방이동률은 직전 연도에는 소상공인에 해당되었으나 당해 연도에는 사업체 규모의 성장에 따라 소상공인에서 제외된 사업체 수의 비율을 말한다. 이와 같은 소상공인 생멸 현황 지표의 항목들은 소상공인과 관련된 창업 활성화 및 구조조정 현황 등에 대한 중요한 정보들을 제공할 수 있으므로 신규 개발이 필요하다.

소상공인 조직형태 지표와 관련된 필요통계 항목은 법인 및 개인사업체 비율이 요청되었는데, 경제 구조의 고도화와 함께 소상공인 조직형태가 법인 사업체로 전환되는 비율이 높은 것으로 알려져 있으므로 관련 통계에서 조직형태별 세분 통계가 공표될 필요성이 있다.

자영업 생멸 현황 지표와 관련된 필요통계 항목은 자영업 창업률·법인 전환율·폐업률 등이 요청되었다. 앞서 설명한 소상공인 생멸 현황 지표가 기업 규모와 관련된 개념인 반면, 자영업 생멸 현황 지표는 조직형태와 관련된 개념이므로 필요통계 항목의 구성에서도 기업 규모의 이동과 관련된 항목보다는 개인기업에서 법인기업으로의 전환율 항목이 중요할 것으로 판단된다.

소상공인 교육지원 성과 지표와 관련된 필요통계 항목은 소상공인 교육 이수자 만족도, 창업교육 이수 후 창업자 영업 지속률 등이 요청되었으며, 자영업 컨설팅 지원 성과 지표와 관련된 필요통계 항목은 컨설팅 참여업체 만족도, 컨설팅 참여업체 매출액 증감률 등이 요청되었다. 이와 같은 소상공인 교육지원 성과 지표 및 자영업 컨설팅 지원 성과 지표와 관련된 항목들은 지원사업 주체인 중소기업청에서 사업성과 보고서를 통해 생산되고 있다

프랜차이즈 현황 및 지원 성과 지표와 관련된 필요통계 항목은 프랜차이즈 수, 유망프랜차이즈 매장 증가율, 프랜차이즈화 지원업체 출점 성공 비율 등이 요청되었다. 프랜차이즈 수 항목은 통계청의 경제총조사에서 체인점 가입 여부 항목을 프랜

차이즈 체인 가맹점과 임의연쇄점으로 구분하여 조사하고 있으므로, 해당 결과자료를 소상공인 기준으로 집계하여 생산할 수 있으며, 공정거래위원회(한국공정거래조정원)의 프랜차이즈 가맹본부와 관련된 정보공개서 자료에서도 파악이 가능하다. 프랜차이즈화 지원업체 중 출점 성공 비율 항목은 지원사업 주체인 중소기업청의 사업성과 보고서를 통해 생산되고 있다.

나들가게 지원 성과 지표와 관련된 필요통계 항목은 나들가게 수, 나들가게 점주 만족도 등이 요청되었으며, 소공인 지원 성과와 관련된 필요통계 항목은 공동기술전수 작업장 수 등이 요청되었는데, 이들 항목은 지원사업 주체인 중소기업청의 사업성과 보고서를 통해 생산되고 있다

□ 신규 개발이 필요한 통계 항목: 소상공인 창업률·하방이동률·폐업률·상방이동률, 자영업 창업률·법인전환율·폐업률

□ 개선·공표가 필요한 통계 항목: 소상공인 매출액, 소상공인 매출액 기준 비중, 법인 및 개인사업체 비율

<표 5-1> 소상공인 경쟁력 강화 정책영역의 필요 지표 및 필요통계 항목

범례: ○=공표, ▲=생산가능/미공표, ◆=개선 필요, ★=개발 필요

필요 지표	필요통계 항목	생산 여부	작성 현황	
			통계 명칭	작성 기관
소상공인 일반 현황	소상공인 사업체 수	○	중소기업 관련 통계	중소기업청
	소상공인 종사자 수	○		
	소상공인 매출액	◆	–	–
	소상공인 사업체 수 기준 비중	○	중소기업 관련 통계	중소기업청
	소상공인 종사자 수 기준 비중	○		
	소상공인 매출액 기준 비중	◆	–	–
소상공인 생멸 현황	소상공인 창업률	★	–	–
	소상공인 하방이동률	★		
	소상공인 폐업률	★		
	소상공인 상방이동률	★		

필요 지표	필요통계 항목	생산 여부	작성 현황	
			통계 명칭	작성 기관
소상공인 사업체 조직 형태	법인 및 개인사업체 비율	▲	전국사업체조사, 경제총조사	통계청
자영업 생멸 현황	자영업 창업률	★	–	–
	자영업 법인전환율	★		
	자영업 폐업률	★		
소상공인 교육 지원 성과	교육 이수자 만족도	○	자체 조사	중소기업청
	창업교육 이수 후 창업자 영업지속률	○		
자영업 컨설팅 지원 성과	컨설팅 참여업체 만족도	○		
	컨설팅 참여업체 매출액 증감률	○		
프랜차이즈 현황 및 지원 성과	프랜차이즈 수	○	경제총조사	통계청
			가맹본부정보공개서	공정거래위원회
	유망프랜차이즈 매장 증가율	○	자체 조사	중소기업청
	프랜차이즈화 지원업체 출점 성공 비율	○	내부 자료	중소기업청
나들가게 지원 성과	나들가게 수	○		
	나들가게 점주 만족도	○	자체 조사	중소기업청
소공인 지원 성과	공동기술전수 작업장 수	○		

나. 소상공인 경영 안정

소상공인 경영 상태 지표와 관련된 필요통계 항목은 매출액 증감률, 매출액 대비 순이익률, 경영 애로요인 등이 요청되었다. 소상공인의 성장성을 나타내는 매출액 증감률과 소상공인의 수익성을 나타내는 매출액 대비 순이익률, 소상공인 정책을 효과적으로 추진하기 위해 필요한 경영 애로요인 항목들은 모두 중소기업청의 전국소상공인실태조사에서 조사되고 있다.

자영업 경영 상태 지표와 관련된 필요통계 항목은 매출액 증감률, 매출액 대비 순이익률, 경영 애로요인 등이 요청되었다. 이들 항목은 최근의 자영업에 대한 높은 정책적 관심을 반영하고 있는데, 전국소상공인실태조사 등의 소상공인 경영상태 관련 조사에서 조직형태가 개인기업인 사업체를 대상으로 집계하면 통계생산이 가능할

것으로 판단된다.

소상공인 경기 동향 지표와 관련된 필요통계 항목은 소상공인 경기동향지수가 요청되는데, 소상공인진흥원이 중소기업청의 위임을 받아 조사하는 소상공인경기동향조사에서 매월 조사한 결과를 바탕으로 관련 지수가 생산·공표되고 있다.

소상공인 융자 지원 성과 지표와 관련된 필요통계 항목은 소상공인 융자자금 공급실적, 소상공인 융자자금 지원기업 매출액 증가율, 소상공인 융자자금 정책만족도 등이 요청되었다. 소상공인 융자자금은 중소기업진흥공단이 관리하는 중소기업 창업 및 진흥기금의 일부로서 관리되고 있으며, 관련 필요통계 항목은 중소기업진흥공단이 직접 산출하거나 설문조사를 통해 생산되고 있다.

소상공인 보증 지원 성과 지표와 관련된 필요통계 항목은 지역신용보증재단 기본재산, 소상공인 보증 공급 및 잔액, 소상공인 보증 사고율 및 대위변제율, 보증지원 수혜 소상공인 매출액 증가율 등이 요청되었다. 지역신용보증재단 기본재산 항목은 소상공인 대상의 주된 보증기관인 지역신용보증재단의 보증 여력을 나타내는 항목으로, 관련 내부 자료를 이용하여 생산이 가능한 것으로 파악되었고, 소상공인 보증 공급 및 잔액, 소상공인 보증 사고율 및 대위변제율 항목은 보증지원 성과를 나타내는 항목으로, 보증 지원사업을 실시하는 해당 기관을 대상으로 관련 통계를 취합하여 생산이 가능한 것으로 나타났다. 보증지원 수혜 소상공인 매출액 증가율 항목은 수혜기업을 대상으로 조사자료 또는 행정자료 등을 이용하여 신규 생산될 필요성이 있다.

소상공인 사회안전망 지표와 관련된 필요통계 항목은 소상공인 고용보험 가입률, 공제부금 가입률이 요청되는데, 최근의 사회서비스 정책에 대한 높은 관심과 함께 소상공인 경영안정 정책에서도 그 중요성이 부각되고 있는 항목이다. 이들 소상공인 고용보험 가입률과 공제부금 가입률 항목은 현재 생산되고 있지 않아 모두 신규 개발이 필요한 항목이다.

□ 신규 개발이 필요한 통계 항목: 자영업 매출액 증감률·매출액 대비 순이익률·경영 애로요인, 소상공인 보증 공급 및 잔액·보증 사고율 및 대위변제율, 보증지원 수혜 소상공인 매출액 증가율, 소상공인 고용보험 가입률, 공제부금 가입률

□ 개선·공표가 필요한 통계 항목: 지역신용보증재단 기본재산

<표 5-2> 소상공인 경영 안정 정책영역의 필요 지표 및 필요통계 항목

범례: ○=공표, ▲=생산가능/미공표, ◆=개선 필요, ★=개발 필요

필요 지표	필요통계 항목	생산 여부	작성 현황	
			통계 명칭	작성 기관
소상공인 경영 상태	매출액 증감률	○	소상공인실태조사	중소기업청
	매출액 대비 순이익률	○		
	경영 애로요인	○		
자영업 경영 상태	매출액 증감률	★	–	–
	매출액 대비 순이익률	★	–	–
	경영 애로요인	★	–	–
소상공인 경기 동향	소상공인 경기동향 지수	○	소상공인경기동향조사	중소기업청
소상공인 융자지원 성과	소상공인 융자자금 공급실적	○	내부 자료	중소기업청
	소상공인 융자자금 지원기업 매출액 증가율	○	자체 조사	중소기업청
	소상공인 융자자금 정책만족도	○		
소상공인 보증지원 성과	지역신용보증재단 기본재산	▲	내부 자료	신용보증재단중앙회
	소상공인 보증 공급 및 잔액	★	–	–
	소상공인 보증 사고율 및 대위변제율	★	–	–
	보증지원 수혜 소상공인 매출액 증가율	★	–	–
소상공인 사회안전망 수준	소상공인 고용보험 가입률	★	–	–
	공제부금 가입률	★	–	–

다. 소상공인 상권정보 제공

상권정보 신뢰도 지표와 관련된 필요통계 항목은 기초 DB 신뢰도, 시스템 이용 만족도가 요청되었는데, 이들 항목은 지원사업 주체인 중소기업청의 사업성과 보고서를 통해 생산되고 있다.

한편, 상권정보시스템은 신뢰도와 이용자 만족도를 높이기 위해 관련 기초 제공 정보를 다양하게 구성하고, 적정한 주기의 갱신 작업을 수행할 것이 요청되었는데, 필요한 기초 제공 정보로는 업체, 인구, 유동량, 주요 시설, 매출, 부동산 등에 관한 상세 자료들이 요청되었다.

먼저, 업체 정보 지표와 관련된 필요통계 항목은 사업체 현황, 기업체 현황, 업종별 전화번호, 인·허가업소, 산재보험 가입업체 등이 요청되었다. 이들 항목 중 사업체 현황은 전국소상공인실태조사가 실시되는 3년 주기로만 통계청의 전국사업체조사 결과자료를 제공받고 있으며, 중소기업청이 신뢰도 제고를 위해 매년 별도의 자체 조사를 실시하고 있는 것으로 확인되어 작성체계의 개선이 필요한 것으로 파악되었다. 나머지 항목들은 상공회의소, (주)KT, 행정안전부, 근로복지공단 등의 조사자료 혹은 행정자료를 통해 적절한 주기로 갱신하여 제공되고 있었다.

인구 정보 지표와 관련된 필요통계 항목은 인구·가구, 직업·직종별 통근·통학 등이 요청되었다. 이들 항목은 인구주택총조사 결과자료를 기초로 작성되고는 있으나, 조사구 단위의 집계자료만 제공되고, 거처별 결과자료가 제공되지 않고 있어, 시스템 운영을 담당하는 (주)오픈메이트가 통계청에서 제공한 인구주택총조사 조사구별 집계 자료에 주민등록인구의 지번별 세대 자료를 결합하여 추정한 자료를 사용하고 있으므로 작성체계의 개선이 필요한 것으로 나타났다.

유동량 정보 지표와 관련된 필요통계 항목은 지하철 이용 인원, 교통카드 승하차 통행량, 차량등록 대수, 주요 상권 유동인구 등이 요청되었다. 이들 항목은 도시철도공사, 지방자치단체, 중소기업청 등의 조사자료 혹은 행정자료를 통해 적절한 주기로 갱신하여 제공되고 있었다. 다만, 유동량 정보 지표에 주요 대중교통 수단인 버스 이용 인원이 포함되지 않고 있으므로, 상권별 교통카드 승하차 통행량 항목이 추가적으로 제공되어야 할 것으로 파악되었다.

주요시설 정보 지표와 관련된 필요통계 항목은 각급 학교 현황, 주요 기관 현황, 집객 시설 현황 등이 요청되었다. 이들 항목은 교육과학기술부, (주)KT의 행정자료를 통해 적절한 주기로 갱신하여 제공되고 있었다. 다만, 집객 시설 현황에서 소상고인의 점포 경영에 많은 영향을 줄 수 있는 대형 마트와 기업형슈퍼마켓을 구분하여 제공되지 않고 있어 개선이 필요한 것으로 파악되었다.

매출 정보 지표와 관련된 필요통계는 행정동별 업종별 매출 항목이 요청되었는데, 현재 제공하고 있는 NICE신용평가정보(주)의 신용카드 거래정보 자료는 거래 규모나 정확도 측면에서 개선이 필요한 것으로 나타났다. 현금 거래 규모까지를 포괄하는 매출 정보가 요청되므로 통계청의 전국사업체조사 결과자료 혹은 국세청의 세무

관련 자료를 이용한 보완작업이 필요한 것으로 나타났다.

부동산 정보 지표와 관련된 필요통계 항목은 아파트 현황, 분양상가 공시가격, 임대 시세 등이 요청되었는데, 이들 항목은 국토해양부, 부동산 포탈사이트, 중소기업청 등의 행정자료 및 내부 구축자료를 통해 적절한 주기로 갱신하여 제공되고 있었다. 다만, 임대 시세 항목은 중소기업청의 상가건물임대차실태조사 결과자료와 소상공인진흥원의 정책자금 신청업체의 임대시세 정보를 이용하여 추정한 자료를 이용하여 제공하고 있으나, 5년 주기 및 조사대상인 상가 부동산의 포괄범위에 따르는 한계를 고려한다면,[68] 국세청의 상가 부동산 거래정보 자료로 대체 이용하는 것이 보다 신뢰성을 높일 수 있을 것으로 판단된다.

□ 신규 개발이 필요한 통계 항목: 교통카드 승하차 통행량

□ 개선·공표가 필요한 통계 항목: 사업체 현황, 인구·가구, 직업·직종별 통근·통학, 집객시설 현황, 행정동별 업종별 매출, 임대 시세

<표 5-3> 소상공인 상권정보 제공 정책영역의 필요 지표 및 필요통계 항목

범례: ○=공표, ▲=생산가능/미공표, ◆=개선 필요, ★=개발 필요

필요 지표	필요통계 항목	생산 여부	작성 현황	
			통계 명칭	작성 기관
상권정보 신뢰도	기초 DB 신뢰도	○	자체 조사	중소기업청
	시스템 이용 만족도	○		
업체 정보	사업체 현황	◆	전국사업체조사	통계청
			자체 조사	중소기업청
	기업체 현황	○	내부 자료	상공회의소
	업종 전화번호	○	내부 자료	(주)KT
	인·허가업소	○	행정 자료	행정안전부
	산재보험 가입업체	○	내부 자료	근로복지공단
인구 정보	인구·가구	◆	자체 추정	(주)오픈메이트
	직업·직종별 통근·통학	◆	인구주택총조사	통계청

68) 상가건물임대차실태조사(일반승인통계 제 14206호)는 상가건물임대차보호법 시행에 따라 보호대상이 되는 상가 임대차 보증금 현황 등의 파악을 위해 2002년부터 5년 주기로 실시되고 있다.

필요 지표	필요통계 항목	생산 여부	작성 현황	
			통계 명칭	작성 기관
유동량 정보	지하철 이용 인원	○	내부 자료	도시철도공사
	교통카드 승하차 통행량	★	-	-
	차량등록 대수	○	내부 자료	지방자치단체
	주요 상권 유동인구	○	자체 조사	중소기업청
주요 시설 정보	각급 학교 현황	○	내부 자료	교육과학부
	주요 기관 현황	○	내부 자료	(주)KT
	집객 시설 현황	◆		
매출 정보	행정동별 업종별 매출	◆	내부 자료	NICE신용평가정보
			전국사업체조사	통계청
			행정 자료	국세청
부동산 정보	아파트 현황	○	온나라 부동산통계	국토해양부
	분양상가 공시가격	○	내부 자료	부동산 포탈사이트
	임대 시세	◆	상가건물임대차실태조사	중소기업청
			행정 자료	국세청

2. 전통시장

가. 전통시장 경쟁력 강화

전통시장 현황 지표와 관련된 필요통계 항목은 전통시장 수, 전통시장 점포 수, 전통시장 종사자 수, 점포 보증금 및 임대료 등이 요청되었다. 이들 항목은 정책대상인 전통시장의 규모, 분포 및 임대 시세 등에 대한 기초통계 항목에 해당되며, 중소기업청의 전통시장 및 점포경영 실태조사에서 관련 자료가 작성·공표되고 있다.

전통시장 상권 현황 지표와 관련된 필요통계 항목은 배후상권 인구 수, 배후상권 가구원 수별 가구 수, 배후상권 대형마트 및 기업형슈퍼마켓(SSM) 수 등이 요청되었다. 이들 중 배후상권 인구 수는 전통시장의 잠재 고객 수를 파악하기 위한 항목이며, 배후상권 가구원수별 가구 수는 잠재 고객의 가구 구성별 구매 행태를 예측할 수 있는 항목인데, 예컨대 1인 가구 비중이 높은 배후상권을 보유한 전통시장은 이

들 고객을 적극적으로 유인할 수 있도록, 1인가구의 생활 양식(life style) 및 소비 경향을 고려한 경영 변화가 필요할 것이다. 배후상권 대형마트 및 SSM 수는 전통시장점포의 경영에 중요한 영향을 미치는 경쟁업체의 현황을 파악하기 위한 항목이다. 이상의 전통시장 상권 현황과 관련된 항목들 중 배후상권 인구 수와 가구원수별 가구 수는 신규 개발이 필요한 부문인데, 작성방법으로는 현장조사를 통한 방법보다는 인구주택총조사 결과자료를 활용하는 방안이 적절할 것으로 판단된다. 배후상권 대형마트 및 SSM 수는 전통시장 및 점포경영 실태조사에서 작성·공표되고 있다.

전통시장 경영 성과 지표와 관련된 필요통계 항목은 시장당 매출액, 점포당 매출액, 종사자당 매출액, 시장당 고객 수, 점포당 고객 수, 종사자당 고객 수 등이 요청되었다. 이들 항목은 현재 중소기업청의 전통시장 및 점포경영 실태조사를 통해 2년 주기로 작성·공표되고는 있으나, 최근 대형 마트 및 SSM 등이 급속하게 확산되는 등 전통시장 및 점포의 경영상황이 빠르게 변화되고 있으므로 가능한 제공 주기를 단축하여 정책의 효과성을 높이는 것이 필요하다.

□ 신규 개발이 필요한 통계 항목: 배후상권 인구 수, 배후상권 가구원 수별 가구 수

□ 개선·공표가 필요한 통계 항목: 시장당 매출액, 점포당 매출액, 종사자당 매출액, 시장당 고객 수, 점포당 고객 수, 종사자당 고객 수

<표 5-4> 전통시장 경쟁력 강화 정책영역의 필요 지표 및 필요통계 항목

범례: ○=공표, ▲=생산가능/미공표, ◆=개선 필요, ★=개발 필요

필요 지표	필요통계 항목	생산 여부	작성 현황	
			통계 명칭	작성 기관
전통시장 현황	전통시장 수	○	전통시장 및 점포경영 실태조사	시장경영진흥원
	전통시장 점포 수	○		
	전통시장 종사자 수	○		
	점포 보증금	○		
	점포 임대료	○		
전통시장 상권 현황	배후상권 인구 수	★	–	–
	배후상권 가구원수별 가구 수	★	–	–

필요 지표	필요통계 항목	생산 여부	작성 현황	
			통계 명칭	작성 기관
	배후상권 대형마트 및 SSM 수	○	전통시장 및 점포경영 실태조사	시장경영진흥원
전통시장 경영 성과	시장당 매출액	◆	전통시장 및 점포경영 실태조사	시장경영진흥원
	점포당 매출액	◆		
	종사자당 매출액	◆		
	시장당 고객 수	◆		
	점포당 고객 수	◆		
	종사자당 고객 수	◆		

나. 전통시장 시설현대화

전통시장 시설 현황 지표와 관련된 필요통계 항목은 시장기반시설 설치율 및 노후도, 시장편의시설 설치율 및 노후도 등이 요청되었다. 이들 항목은 중소기업청의 전통시장 및 점포경영 실태조사를 통해 최근 2년 주기로 작성·공표되고 있다.

전통시장 시설 설치 필요도 지표와 관련된 필요통계 항목은 시장기반시설 설치 필요도 및 시장편의시설 설치 필요도가 요청된다. 전통시장 시설현대화 사업은 시장을 이용하는 고객이 보다 편리한 환경에서 구매할 수 있도록 아케이드, 주차장, 화장실, 고객휴게실, 고객안내센터, 유아놀이방 등의 시설을 정비·개선하는 형태로 진행되는데, 제한된 자금으로 사업의 효과를 최대화하기 위해서는 우선 순위 결정을 위한 선호도 자료가 필요하기 때문이다. 이와 같이 시장 기반시설 및 편의시설 설치 필요도 항목은 전통시장을 이용하는 고객의 입장에서 시설 수준을 평가하고, 시설 설치에 대한 수요를 나타낼 수 있는 항목이라고 하겠다. 69)

전통시장 편의시설 이용도 지표와 관련된 필요통계 항목은 주차장 활용도가 요청되었다. 주차장은 2010년 전통시장 및 점포경영 실태조사 결과에서 편의시설 중 가장 설치율이 높은 시설이면서 또한 상인들이 평가하기에 가장 필요성이 높은 시설로

69) 2010년 전통시장 및 점포경영 실태조사에서는 전통시장의 상인을 대상으로 시장기반시설 및 시장편의시설 설치 필요도 항목이 조사되었지만, 정보 활용도가 낮아 2012년 전통시장 및 점포경영 실태조사에서는 해당 항목이 삭제되었다.

나타났으며, 대한상공회의소가 2011년에 실시한 소비자 의견조사[70]에서도 전통시장을 이용하는데 가장 큰 불편사항으로 주차장 부족이 지적된 바 있다. 이런 사정을 고려하여, 중소기업청이 「1시장 1주차장」 확보를 위한 지원정책을 추진하여 왔는데, 현재 사업성과보고서에서 주차장 보급률 자료는 보고되고 있으나 시설의 활용도 항목은 파악되지 않고 있어 개발이 요청된다.

시설현대화에 대한 고객 만족도 지표와 관련된 필요통계 항목은 시장기반시설 만족도와 시장편의시설 만족도가 요청된다. 이들 항목은 전통시장 시설 설치 필요도 지표와 함께 전통시장을 이용하는 고객의 입장에서 시설 현대화 수준에 대한 정책효과를 평가할 수 있는 항목인데, 그 동안 수요자 측면의 평가자료가 빈약했던 사정을 고려하여 신규 개발이 요청된다고 하겠다.

시장정비사업 현황 지표와 관련된 필요통계 항목은 시장정비사업 인·허가 건수와 준공 건수가 요청되는데, 관련 지방자치단체의 행정자료를 이용하여 생산이 가능할 것으로 판단된다. 시장정비사업은 시장·군수·구청장이 사업시행 및 공사 완료 후의 준공인가를 책임지고 있으므로 이들 지방자체단체가 보유한 행정자료에서 해당 사업의 시행 규모 및 현황과 관련된 자료를 파악할 수 있다.

시장정비사업 성과 지표와 관련된 필요통계 항목은 시장정비 후 매출액 증가율 및 고객 수 증가율이 요청되었다. 이들 항목은 시장정비사업의 성과를 직접 나타낼 수 있는 항목인데, 정비사업 대상인 시장의 점포 매출액 및 고객 수 증감 자료를 이용하여 생산할 수 있을 것이다.

□ 신규 개발이 필요한 통계: 시장기반시설 설치 필요도, 시장편의시설 설치 필요도, 주차장 활용도, 시장기반시설 만족도, 시장편의시설 만족도, 시장정비 후 매출액 증가율, 시장정비 후 고객 수 증가율

□ 개선·공표가 필요한 통계: 시장정비사업 인·허가 건수, 시장정비사업 준공 건수

70) 대한상공회의소가 2011년에 전통시장 상인회 300곳과 소비자 300명을 대상으로 실시한 전통시장 활성화를 위한 상인 및 소비자 의견조사에 따르면 상인(38%)과 소비자(35%) 모두 가장 필요한 전통시장 지원정책으로 주차장, 화장실 등의 시설현대화를 지적한 바 있다.

<표 5-5> 전통시장 시설현대화 정책영역의 필요 지표 및 필요통계 항목

범례: ○=공표, ▲=생산가능/미공표, ◆=개선 필요, ★=개발 필요

필요 지표	필요통계 항목	생산 여부	작성 현황	
			통계 명칭	작성 기관
전통시장 시설 현황	시장기반시설 설치율	○	전통시장 및 점포경영 실태조사	시장경영진흥원
	시장기반시설 노후도	○		
	시장편의시설 설치율	○		
	시장편의시설 노후도	○		
전통시장 시설 설치 필요도	시장기반시설 설치 필요도	★	–	–
	시장편의시설 설치 필요도	★	–	–
전통시장 편의시설 이용도	주차장 활용도	★	–	–
시설현대화에 대한 고객 만족도	시장기반시설 만족도	★	–	–
	시장편의시설 만족도	★	–	–
시장정비사업 현황	시장정비사업 인·허가 건수	▲	행정 자료	지방자치단체
	시장정비사업 준공 건수	▲	행정 자료	지방자치단체
시장정비사업 성과	시장정비 후 매출액 증가율	★	–	–
	시장정비 후 고객 수 증가율	★	–	–

다. 전통시장 경영혁신

전통시장 경영관리 현황 지표는 전통시장의 전반적인 경영관리 상황을 나타내는 기본 지표에 해당되며, 관련된 필요통계 항목은 신용카드 가맹률, 가격표시율, 원산지표시율, 교환 및 환불 비율, 공동배송시스템 보유 시장 수, 택배서비스 제공 점포 비율, 공동 마케팅 활용 시장 수, 온누리상품권 가맹률 등이 요청되었다. 이들 항목 중 온누리상품권 가맹률을 제외한 나머지 항목들은 중소기업청의 전통시장 및 점포 경영 실태조사를 통해 최근 2년 주기로 공표되고 있다. 온누리상품권 가맹률은 시장경영진흥원의 가맹시장 승인 자료를 이용하여 중소기업청이 산출하고 있으며, 가맹시장의 점포 참여율은 시장경영진흥원 홈페이지(www.onnurigift.co.kr)에서 공개하고 있다.

전통시장 경영혁신 성과 지표와 관련된 필요통계 항목은 신용카드 사용액, 택배서비스 이용자 수, 온누리상품권 판매액, 공동 마케팅 추진 시장 매출액 및 고객 수,

특성화시장 매출액 및 고객 수 등이 요청되었다. 이들 항목은 경영혁신 사업에의 참여 수준 및 추진 성과를 보여주는 객관적인 자료를 제공할 수 있는데, 현재 생산되지 않거나 공개되지 않고 있어 개선이 요구된다. 신용카드 사용액은 여신금융협회의 신용카드 가맹점 승인실적 자료를 이용하여 생산이 가능한 것으로 판단되며,[71] 온누리상품권 판매액은 중소기업청이 상품권 판매처[72] 자료를 이용하여 사업성과보고서를 작성하고 있으므로 공표가 가능한 것으로 파악되었다. 공동 마케팅 사업 추진 시장 매출액 및 고객 수는 시장경영진흥원에서 공동사업 추진 성과에 대한 자체 조사를 실시하고 있으며, 택배서비스 이용자 수와 특성화시장 매출액 및 고객 수는 신규 개발이 요청된다.

상인교육 지원 성과 지표와 관련된 필요통계 항목은 상인교육 참여도와 상인교육 만족도가 요청되었다. 상인교육 참여도는 중소기업청의 전통시장 및 점포경영 실태조사를 통해 최근 2년 주기로 공표되고 있으나, 상인교육 만족도 항목은 신규 개발이 필요한 것으로 파악되었다.

전통시장 조직화 현황 지표와 관련된 필요통계 항목은 상인조직화 비율, 상인조직 법인화 비율, 상인회 상근직원 고용률 등이 요청되었으며, 전통시장 조직화 성과 지표와 관련된 필요통계 항목은 상인회 공동사업 실시 비율이 요청되었다. 이들 항목은 중소기업청의 전통시장 및 점포경영 실태조사를 통해 최근 2년 주기로 공표되고 있다.

상권활성화구역 대상 현황 지표와 관련된 필요통계 항목은 상권활성화구역 지정 수 및 상권활성화구역 지정 대상 수가 요청되었다. 이들 항목은 상권활성화구역으로 지정된 구역 수와 지정 가능한 구역 수를 확인할 수 있는 항목인데, 소상공인진흥원에서 해당 현황을 파악하고 있으므로 공표가 가능한 것으로 판단된다.

상권활성화사업 성과 지표와 관련된 필요통계 항목은 상권활성화구역 매출 증가율과 고객 수 증가율이 요청되었다. 상권활성화사업은 정부가 지역경제 활성화를 위해 추진 중인 핵심 사업이므로 사업의 성과 측정을 위한 대표 항목으로써 매출액

71) 현재 여신금융협회는 유통업태 중에서 대형할인점, 슈퍼마켓, 편의점, 일반백화점의 월별 카드 승인실적을 공표하고 있다.

72) 온누리상품권은 대구은행, 우리은행, 광주은행, 기업은행, 부산은행, 전북은행, 경남은행, 새마을금고, 우체국, 신협에서 판매되고 있다.

및 고객 수 증가율 항목의 개발이 필요하다.

경영혁신에 대한 고객 만족도 지표와 관련된 필요통계 항목은 신용카드 거래 만족도, 온누리상품권 이용 만족도, 상인 서비스 만족도, 마케팅 활동 만족도, 택배서비스 이용 만족도, 교환 및 환불 만족도, 가격표시 만족도, 원산지표시 만족도 등이 요청되었으며, 경영혁신 사업을 수요자 측면에서 파악하여 정책에 환류하기 위한 항목으로 신규 개발이 요청된다.

□ 신규 개발이 필요한 통계: 택배서비스 이용자 수, 특성화시장 매출액 및 고객 수, 상인교육 만족도, 상권활성화구역 매출액 증가율, 상권활성화구역 고객 수 증가율, 신용카드 거래 만족도, 온누리상품권 이용 만족도, 상인 서비스 만족도, 마케팅 활동 만족도, 택배서비스 이용 만족도, 교환 및 환불 만족도, 가격표시 만족도, 원산지표시 만족도

□ 개선·공표가 필요한 통계: 신용카드 사용액, 온누리상품권 판매액, 공동 마케팅사업 추진 시장 매출액 및 고객 수, 상권활성화구역 지정 수, 상권활성화구역 지정 대상 수

<표 5-6> 전통시장 경영혁신 정책영역의 필요 지표 및 필요통계 항목

범례: ○=공표, ▲=생산가능/미공표, ◆=개선 필요, ★=개발 필요

필요 지표	필요통계 항목	생산 여부	작성 현황	
			통계 명칭	작성 기관
전통시장 경영관리 현황	신용카드 가맹률	○	전통시장 및 점포경영 실태조사	시장경영진흥원
	가격표시율	○		
	원산지표시율	○		
	교환 및 환불 비율	○		
	공동배송시스템 보유 시장 수	○		
	택배서비스 제공 점포 비율	○		
	공동 마케팅 활용 시장 수	○		
	온누리상품권 가맹률	○	내부 자료	중소기업청
전통시장 경영혁신 성과	신용카드 사용액	▲	내부 자료	여신금융협회
	택배서비스 이용자 수	★	–	–

필요 지표	필요통계 항목	생산 여부	작성 현황	
			통계 명칭	작성 기관
	온누리상품권 판매액	▲	내부 자료	중소기업청
	공동마케팅 추진 시장 매출액 및 고객 수	▲	행정자료 및 조사자료	중소기업청
	특성화시장 매출액 및 고객 수	★	–	–
상인교육 지원 성과	상인교육 참여도	○	전통시장 및 점포경영 실태조사	시장경영진흥원
	상인교육 만족도	★	–	–
전통시장 조직화 현황	상인조직화 비율	○	전통시장 및 점포경영 실태조사	시장경영진흥원
	상인조직 법인화 비율	○		
	상인회 상근직원 고용률	○		
전통시장 조직화 성과	상인회 공동사업 실시 비율	○		
상권활성화구역 대상 현황	상권활성화구역 지정 수	▲	행정 자료	지방자치단체
	상권활성화구역 지정 대상 수	▲		
상권활성화사업 성과	상권활성화구역 매출액 증가율	★	–	–
	상권활성화구역 고객 수 증가율	★	–	–
경영혁신에 대한 고객 만족도	신용카드 거래 만족도	★	–	–
	온누리상품권 이용 만족도	★	–	–
	상인 서비스 만족도	★	–	–
	마케팅 활동 만족도	★	–	–
	택배서비스 이용 만족도	★	–	–
	교환 및 환불 만족도	★	–	–
	가격표시 만족도	★	–	–
	원산지표시 만족도	★	–	–

3. 1인 창조기업

가. 1인 창조기업 창업 활성화

1인 창조기업의 창업 활성화를 지원하기 위해서는 우선 잠재적인 창업자들이 창업을 준비하는데 필요한 업종별·특성별 1인 창조기업의 생멸 현황 및 등록 현황과 관련한 기초정보를 정확히 제공하는 것이 중요하다.

1인 창조기업 생멸 현황 지표와 관련된 필요통계 항목은 1인 창조기업 창업 현황, 1인 창조기업 폐업 현황, 1인 창조기업 성장 현황 등이 요청되었다. 이는 당해 연도에 신규로 창업 또는 폐업하였거나 직전 연도에는 1인 창조기업에 해당되었으나 당해 연도에는 1인 창조기업 이상의 규모로 성장한 기업 현황을 나타낸다. 이와 같은 1인 창조기업 생멸 현황 지표의 항목들은 1인 창조기업과 관련된 창업 활성화 및 구조조정 현황 등에 대한 중요한 정보들을 제공할 수 있으므로 신규 개발이 필요하다.

1인 창조기업 등록 현황 지표와 관련된 필요통계 항목은 아이디어 비즈뱅크(Idea Biz Bank) 등록 기업 수가 요청되었다. 아이디어 비즈뱅크는 창조적인 아이디어의 거래, 각종 정부 지원정책의 홍보·신청·접수, 기업 경영 정보 제공 등의 기능을 제공하고 있으므로 1인 창조기업의 창업 활성화 수준을 객관적으로 나타내는 항목으로 볼 수 있는데, 중소기업청이 연차보고서 등을 통해 해당되는 등록 현황을 공표하고 있다.

1인 창조기업 창업 관련 규제 수준 지표와 관련된 통계는 창업 관련 규제 수준 항목이 요청되었는데, 창업과 관련된 정책 및 제도 부문별로 규제 수준을 확인하고, 평가하여 정책담당자의 규제 완화 정책수립을 위한 기초자료를 제공할 수 있으므로 신규 개발이 요청된다.

1인 창조기업 사회안전망 수준 지표와 관련된 필요통계 항목은 공제부금 가입률이 요청되었다. 공제부금 제도는 창업 및 경영과정의 위험부담을 감소시켜 적극적인 창업과 안정적인 경영을 유도하는 기능을 수행하고 있으므로 관련 항목의 신규 개발이 요청되었는데, 중소기업중앙회에서 운영하고 있는 공제부금 가입자를 대상으로

생산이 가능할 것으로 판단된다.

창업 준비 및 애로사항 지표와 관련된 필요통계 항목은 창업 준비기간 중 고려사항, 창업 관련 애로사항, 창업 자금 규모 및 주요 지출 분야 등이 요청되었다. 이들 항목은 중소기업청에서 매년 실시하고 있는 1인 창조기업 실태조사를 통해 생산·공표되고 있다.

□ 신규 개발이 필요한 통계 항목: 1인 창조기업 창업 현황, 1인 창조기업 폐업 현황, 1인 창조기업 성장 현황, 창업 관련 규제 수준

□ 개선·공표가 필요한 통계 항목: 공제부금 가입률

<표 5-7> 1인 창조기업 창업 활성화 정책영역의 필요 지표 및 필요통계 항목

범례: ○=공표, ▲=생산가능/미공표, ◆=개선 필요, ★=개발 필요

필요 지표	필요통계 항목	생산 여부	작성 현황	
			통계 명칭	작성 기관
1인 창조기업 생멸 현황	1인 창조기업 창업 현황	★	-	-
	1인 창조기업 폐업 현황	★	-	-
	1인 창조기업 성장 현황	★	-	-
1인 창조기업 등록 현황	Idea Biz Bank 등록 기업 수	○	내부 자료	중소기업청
1인 창조기업 창업 관련 규제 수준	창업 관련 규제 수준	★	-	-
1인 창조기업 사회 안전망 수준	공제부금 가입률	▲	내부 자료	중소기업 중앙회
창업 준비 및 애로사항	창업 준비기간 중 고려 사항	○	1인창조기업실태조사	중소기업청
	창업 관련 애로사항	○		
	창업 자금 규모 및 주요 지출 분야	○		

나. 1인 창조기업 역량 제고

1인 창조기업 일반 현황과 관련된 필요통계 항목은 1인 창조기업 사업체 수, 1인 창조기업 종사자 수, 1인 창조기업 사업체 수 기준 비중, 1인 창조기업 종사자 수 기준 비중 등이 요청되었다. 이들 항목 중 사업체 수와 사업체 수 기준 비중은 중소

기업청에서 매년 실시하고 있는 1인 창조기업 실태조사를 통해 모수 추정자료가 생산·공표되고 있으나, 1인 창조기업 종사자 수와 종사자 수 기준 비중 항목은 조사되지 않고 있어, 신규 개발이 필요한데, 1인 창조기업의 무급가족 종사자 및 임시·일용 종사자, 공동 경영자 등에 대한 종사자 현황 및 비중 자료가 요청된다.

1인 창조기업 경영 상태 지표와 관련된 필요통계 항목은 매출액 규모 및 증가율, 매출액 기준 비중, 매출액 대비 순이익률, 경영과정 주요 애로사항 등이 요청되었다. 이들 항목 중 매출액 규모 및 증가율과 매출액 기준 비중, 경영과정 주요 애로사항 등은 중소기업청에서 매년 실시하고 있는 1인 창조기업 실태조사를 통해 생산되고 있으며, 매출액 대비 순이익률 항목은 생산되지 않고 있어 개발이 필요하다. 매출액 규모 및 증가율과 매출액 기준 비중 항목은 1인 창조기업 실태조사에서 생산되고는 있으나, 표본사업체의 평균 매출액 기준으로만 공표되고 있으며, 전체 기업을 대상으로 하는 매출액 규모는 생산되고 있지 않아 개선이 요구된다. 매출액 대비 순이익률 항목은 순이익 항목을 조사하여 가공하는 형태로 접근이 가능할 것이다.

1인 창조기업 경영자 및 고객 현황 지표와 관련된 필요통계 항목은 경영자 성별 현황, 경영자 연령 현황, 경영자 학력 현황, 경영자 전공 현황, 거래 고객 수, 사업자등록 수준 등이 요청되었다. 이들 통계 항목은 중소기업청에서 매년 실시하고 있는 1인 창조기업 실태조사를 통해 생산·공표되고 있다.

1인 창조기업 판매 지원 성과지표와 관련된 필요통계 항목은 지식거래조건부 사업화 지원 실적, 중소기업 공공구매시장 참여도[73], 온라인 매출 실적[74], 수출기업 수 및 수출액, 해외진출 실적[75] 등이 요청되었다. 이들 항목 중 지식거래조건부 사업화 지원 실적과 온라인 매출 실적은 업무 주관기관인 중소기업청이 해당 사업 실적을 집계하여 생산·공표하고 있다. 중소기업제품 공공구매시장 참여도와 해외진출 실적 항목은 신규 개발이 요청되는데, 공공구매시장 참여도는 각종 공공기관의 구매

73) 중소기업제품 공공구매제도는 중소기업제품 구매촉진 및 판로지원에 관한 법률 제2조에서 규정한 공공기관(국가기관, 자치단체, 공공기관의 운영에 관한 법률에서 규정한 공공기관, 지방공사, 공단, 기타 특별법인)이 추진하는 중소기업제품 구매를 확대하기 위한 제도를 말한다.

74) 중소기업청은 SK플래닛과의 업무협약으로 인터넷 쇼핑몰인 11번가에 1인 창조기업관을 개설하여 판로를 지원하고 있다(20112.6).

75) 수출입은행은 대기업과 함께 해외에 진출하거나 이들 기업에 납품하는 수출 중소기업들에 자금을 지원하는 프로그램을 운영하고 있다

실적 보고자료를 기초로 작성하고, 수출기업 수 및 수출액은 관세청의 수출입실적 자료, 해외진출 실적 항목은 수출입은행의 지원실적 현황 자료를 기초로 통계생산이 가능할 것으로 판단된다.

1인 창조기업 자금 및 보증 지원 성과 지표와 관련된 필요통계 항목은 특례보증 활용도, 전용 정책자금 활용도 항목이 요청되었으며, 1인 창조기업 R&D 지원 성과 지표와 관련된 필요통계 항목은 전용 R&D 프로그램 활용도, 팀 기술개발 성공률 등이 요청되었다. 이들 항목은 중소기업청의 해당 사업실적보고서에서 현황자료가 생산되고 있다.

1인 창조기업 인프라 지원 성과 지표와 관련된 필요통계 항목은 교육 이수자 만족도, 교육 이수자 창업 및 영업지속률, 컨설팅 참여업체 만족도, 컨설팅 참여업체 매출액 증가율, 비즈니스센터 이용 만족도 등이 요청되었다. 이들 항목에 대한 통계자료는 아직까지는 생산되고 있지 않은데, 1인 창조기업 지원을 위한 각종 교육 및 컨설팅 프로그램과 비즈니스센터 이용자 및 참여 기업을 대상으로 주기적인 만족도 조사와 영업 및 매출액 현황에 대한 기여도 평가 조사를 통해 작성이 가능할 것으로 판단된다.

□ 신규 개발이 필요한 통계 항목: 1인 창조기업 종사자 수·종사자 수 기준 비중, 매출액 대비 순이익률, 중소기업 공공구매시장 참여도, 수출기업 수 및 수출액, 해외진출 실적, 교육 이수자 만족도, 교육 이수자 창업 및 영업지속률, 컨설팅 참여업체 만족도, 컨설팅 참여업체 매출액 증가율, 비즈니스센터 이용 만족도

□ 개선·공표가 필요한 통계 항목: 매출액 규모 및 증가율, 매출액 기준 비중

<표 5-8> 1인 창조기업 역량제고 정책영역의 필요 지표 및 필요통계 항목

범례: ○=공표, ▲=생산가능/미공표, ◆=개선 필요, ★=개발 필요

필요 지표	필요통계 항목	생산 여부	작성 현황	
			통계 명칭	작성 기관
1인 창조기업 일반 현황	1인 창조기업 사업체 수	○	1인 창조기업 실태조사	중소기업청
	1인 창조기업 종사자 수	★	-	-
	1인 창조기업 사업체 수 기준 비중	○	1인 창조기업 실태조사	중소기업청
	1인 창조기업 종사자 수 기준 비중	★	-	-

필요 지표	필요통계 항목	생산 여부	작성 현황	
			통계 명칭	작성 기관
1인 창조기업 경영 상태	매출액 규모 및 증가율	◆	1인 창조기업 실태조사	중소기업청
	매출액 기준 비중	◆		
	매출액 대비 순이익률	★	–	–
	경영 과정 주요 애로사항	○	1인 창조기업 실태조사	중소기업청
1인 창조기업 경영자 및 고객 현황	경영자 성별 현황	○	1인 창조기업 실태조사	중소기업청
	경영자 연령 현황	○		
	경영자 학력 현황	○		
	경영자 전공 현황	○		
	거래 고객 수	○		
	사업자등록 수준	○	1인 창조기업 실태조사	중소기업청
1인 창조기업 판매 지원 성과	지식거래조건부 사업화 지원 실적	○	내부 자료	중소기업청
	중소기업 공공구매시장 참여도	★	–	–
	온라인 매출 실적	○	내부 자료	중소기업청
	수출기업 수 및 수출액	★	–	–
	해외진출 실적	★	–	–
1인 창조기업 자금 및 보증 지원 성과	특례보증 활용도	○	내부 자료	중소기업청
	전용 정책자금 활용도	○		
1인 창조기업 인프라 지원 성과	교육 이수자 만족도	★	–	–
	교육 이수자 창업 및 영업지속률	★	–	–
	컨설팅 참여업체 만족도	★	–	–
	컨설팅 참여업체 매출액 증가율	★	–	–
	비즈니스센터 이용 만족도	★	–	–
1인 창조기업 R & D 지원 성과	전용 R&D 프로그램 활용도	○	내부 자료	중소기업청
	팀 기술개발 성공률	○	내부 자료	중소기업청

다. 1인 창조기업 유망분야 육성

앱 개발 지원 성과 지표와 관련된 필요통계 항목은 앱 개발자 양성 수, 앱 창작터 교육생 앱 스토어 등록률, 앱 창작터 교육생 창업률, 앱 전용 R&D 참여도 및 성공률 등이 요청되었다. 이들 항목은 지원사업 주관기관인 중소기업청의 해당 사업

성과보고서 등에서 관련 항목을 생산하고 있다.

참살이 서비스업 육성 성과 지표와 관련된 필요통계 항목은 참살이 실습터 만족도, 참살이 실습터 교육생 창업률 등이 요청되었다. 이들 항목 중 참살이 실습터 교육생 창업률은 중소기업청의 자체조사를 통해 생산되고 있으나, 참살이 실습터 만족도 항목은 이용자 조사를 통해 신규 개발될 필요성이 있다.

전통식품 제조기업 육성 성과 지표와 관련된 필요통계 항목은 전통식품 품질인증 신청 건수와 전통식품 품질인증 건수 등이 요청되었다. 이들 항목은 농림수산식품부가 주관하는 전통식품 품질인증 신청 건수 및 인증 건수와 관련된 행정자료를 이용하여 생산이 가능할 것으로 판단된다.[76]

□ 신규 개발이 필요한 통계: 참살이 실습터의 만족도

□ 개선·공표가 필요한 통계: 1인 창조기업의 품질인증 신청건수, 전통식품 제조 1인 창조기업의 품질인증 수

<표 5-9> 1인 창조기업 유망분야 육성 정책영역의 필요 지표 및 필요통계 항목

범례: ○=공표, ▲=생산가능/미공표, ◆=개선 필요, ★=개발 필요

필요 지표	필요통계 항목	생산 여부	작성 현황	
			통계 명칭	작성 기관
앱 개발 지원 성과	앱 개발자 양성 수	○	내부 자료	중소기업청
	앱 창작터 교육생 앱 스토어 등록률	○		
	앱 창작터 교육생 창업률	○		
	앱 전용 R&D 참여도 및 성공률	○	내부 자료	중소기업청
참살이 서비스업 육성 성과	참살이 실습터 만족도	★	–	–
	참살이 실습터 교육생 창업률	○	내부 자료	중소기업청
전통식품 제조 기업 육성 성과	전통식품 품질인증 신청 건수	▲	내부 자료	농림수산식품부
	전통식품 품질인증 건수	▲		

76) 전통식품 인증제도는 식품산업진흥법 제22조에 따라 농림수산식품부에서 관장하고 있으나, 1인 창조기업 육성에 관한 법률 시행령 제10조에 따라 품질인증을 위한 공장 심사 항목 및 심사 기준을 별도로 적용받고 있다.

제2절 필요통계 항목 생산방안

본 절은 정책지표별 필요통계 항목에 대한 진단결과를 기초로 하여, 개선·개발이 필요한 항목들의 구체적인 작성방안을 중점적으로 검토하였다. 필요통계 항목별 생산방안에 대한 검토 작업은 협의의 소상공인, 전통시장, 1인 창조기업 부문 순서로 진행하였으며, 부문별 끝 부분에 필요통계 항목의 작성방안을 종합하여 정리하였다.

1. 소상공인

가. 소상공인 경쟁력 강화

소상공인 경쟁력 강화 정책영역과 관련된 전체 필요통계 항목은 24개가 선정되었으며, 공표되고 있는 항목이 14개, 생산이 가능한 항목이 1개, 개선이 필요한 항목이 2개, 개발이 필요한 항목이 7개로 나타났다. 공표 중인 필요통계 항목은 통계청 조사자료 및 중소기업청의 내부 행정자료 등에서 주로 작성·관리되고 있다. 세부 지표별로 필요통계 항목의 생산방안을 살펴보면 다음과 같다.

소상공인 일반 현황 지표는 소상공인 사업체 수, 소상공인 종사자 수, 소상공인 사업체 수 기준 비중, 소상공인 종사자 수 기준 비중 등의 항목이 공표되고 있는 것으로 확인되었으며, 소상공인 매출액 및 소상공인 매출액 기준 비중 항목은 개선이 필요한 것으로 파악되었다. 소상공인 매출액과 매출액 기준 비중 항목은 통계청의 전국사업체조사 또는 경제총조사에서 해당 항목을 매년 조사하고 있으므로 결과자료 집계를 통해 생산이 가능할 것으로 판단된다. 다만, 사업자들의 매출액 노출에 대한 거부감의 영향으로 아직까지는 결과자료가 공표되지 않고 있으므로 어려움은 예상되는데, 장기적인 대안으로 검토한다면, 국세청의 부가가치세 관련 세무 자료의 활용도 검토할 수 있겠다.

소상공인 생멸현황 지표와 자영업 생멸현황 지표는 모든 항목의 신규개발이 필요한 것으로 나타났는데, 이들만을 대상으로 독자적인 생멸통계를 작성하는 것은 비효율적이므로 전체 기업을 대상으로 작성되는 생멸통계에서 종사자 구분을 이용하여

생산하는 방안이 적절할 것으로 판단된다.

한편, 생멸통계 개발에는 사업체 및 기업체 단위의 두 가지 접근방법을 함께 검토할 수 있는데, 소상공인 및 자영업의 개념 정의가 기업체 단위를 전제로 규정된 것이고, 국제기구인 OECD에서도 기업체 단위의 생멸통계 개발을 권고하고 있으므로,[77] 가능하다면 기업체 단위의 접근이 바람직할 것으로 판단된다. 사업체 단위의 생멸통계는 각종 통계조사에서 파악된 연도별 사업체고유번호를 연결고리로 활용하여 작성가능하며, 2011년에 통계청 통계개발원에서 사업체 모집단 데이터베이스를 이용하여 일회적으로 공표한 바 있다.[78] 기업체 단위의 생멸통계는 통계청이 국세청 세무자료 등의 행정자료를 이용하여 기업체 모집단 데이터베이스를 구축하고 있으므로, 조만간 공식통계로써 공표될 것으로 예상된다. 2012년에 보고된 통계청의 기업생멸통계 개발 추진계획에 대한 내용을 간략히 설명하면 다음과 같다. 추진계획에서 기업생멸의 정의는 시간 흐름에 따르는 기업 활동의 변화상태로 규정하고 있으며, 기업 생멸 유형을 신생(birth), 존속(survival), 소멸(death)로 구분하고 있다.

<표 5-10> 기업체 생멸통계의 기업체 유형

유형	포괄 범위
신생	- 신규 등록기업 - 기존 기업 중 소유 주체, 주소, 산업활동(중분류) 중 2개 이상이 변동된 기업 - 기존 기업 중 2년 이상 미가동 상태였으나, 당해 연도에 재가동한 기업
소멸	- 폐업신고 기업 - 존속기업이라도 매출액과 종업원이 없는 상태가 1년 이상 지속된 기업
존속	- 기업 신생 이후 지속적인 경영활동을 수행하는 기업

자료: 통계청, "「기업생멸통계」 개발 추진계획 보고", 2012.

77) 사업체 생멸통계는 장소적 개념의 사업체(establishment)를 조사단위로 한다는 점에서 독립된 경영활동 단위인 기업체를 대상으로 하는 기업체 생멸통계와 구별된다. OECD에서는 기업을 법정단위(legal unit), 기업체(enterprise), 지역단위(local unit)로 구분하며 국가 간 비교가능성 및 기업가 정신을 측정하는 지표로 활용할 수 있도록 기업체 단위로 생멸통계를 작성하도록 권고하고 있다. 그리고 이러한 권고안에 따라 대다수 OECD 회원국가에서는 사업체 단위가 아닌 기업체 단위로 생멸통계를 작성 중이다.

78) 사업체 생멸통계는 통계청의 전국사업체조사 자료를 기본 자료로 하고, 이에 광업제조업조사, 도소매업조사, 서비스업총조사, 기업활동조사, 전문과학기술서비스업조사, 운수업조사 등 7종의 조사 자료를 추가로 결합하여 구축한 사업체모집단 데이터베이스(DB) 자료를 활용하여 작성된 바 있다. 김현경 외, "사업체 생멸현황분석", 「2011년 상반기 연구보고서」 제1권, 통계개발원, 2011, p. 186.

한편, 기업체 생멸통계 작성을 위한 기초 자료원은 국세청 등 행정기관의 사업자 등록자료, 부가가치세 신고자료, 소득자별 원천징수부 등을 이용하며, 행정자료간의 연결작업은 개별 자료에 공통으로 포함되어 있는 사업자등록번호와 법인등록번호를 연결고리로 적용한다. 이와 같이 기업체 생멸통계 모집단 DB가 구축되면 기업의 신생, 소멸, 존속에 대해 산업별, 대표자 성별, 조직형태(개인·법인)별, 매출액 규모별, 지역별 등 다양한 형태의 통계작성이 가능할 전망이며, 이를 통해 소상공인 및 자영업 생멸통계도 생산이 가능할 것으로 판단된다.

<표 5-11> 기업체 모집단 DB의 주요 항목

주요 항목	용도 및 필요성	자료원
사업자등록번호	연계고리 역할 수행	사업자 등록자료, 부가세 신고자료, 소득자 원천징수부, 일용근로자 지급명세서, 휴·폐업 신고서
상호명	연속성 판단 기준	사업자 등록자료
대표자 성명		
대표자 성별	성별 통계 생산	
법인등록번호	연계고리 역할 수행	
본점 사업자등록번호	본·지사 연계	
주업종 산업분류	산업별 통계 작성	
개업 일자	기업 신생 판단 기준	
행정구역분류	지역 분류	
사업장 주소	연속성 판단 기준	
연락처(전화, 휴대폰)	내검 등 확인 작업	
휴·폐업일자	기업 소멸 판단 기준	휴·폐업 신고서
종업원 수(상용)	고용 창출 통계 작성	소득자 원천징수부
종업원 수(일용)		일용근로자 지급명세서
매출액(과세표준)	기업 활동성 파악	부가가치세 신고자료
매출액(면세사업수익)		

자료: 통계청, "「기업생멸통계」 개발 추진계획 보고", 2012.

소상공인 사업체 조직형태 지표는 법인 및 개인사업체 비율 항목으로 구성되는데, 전국사업체조사 또는 경제총조사에서 조직형태가 조사되고 있으므로, 관련 결과자료를 가공하여 생산이 가능할 것으로 판단된다.

그 외 소상공인 교육지원 성과 지표, 자영업 컨설팅 지원 성과 지표, 프렌차이즈 현황 및 지원 성과 지표, 나들가게 지원 성과 지표, 소공인 지원 성과 지표 등의 필요통계 항목들은 작성·공표되고 있다.

나. 소상공인 경영 안정

소상공인 경영 안정 정책영역과 관련된 전체 필요통계 항목은 16개가 선정되었으며, 공표되고 있는 항목이 7개, 생산이 가능한 항목이 1개, 개발이 필요한 항목이 8개로 나타났다. 공표 중인 필요통계 항목은 중소기업청의 조사자료 및 내부 행정자료 등에서 주로 작성·관리되고 있다. 세부 지표별로 필요통계 항목의 생산방안을 살펴보면 다음과 같다.

소상공인 경영 상태 지표는 매출액 증감률, 매출액 대비 순이익률, 경영 애로요인 등의 항목이 모두 공표되고 있다. 다만, 매출액과 관련된 항목들은 전국소상공인실태조사 표본 사업체의 매출액 실적을 집계한 것이므로, 소상공인의 경영상태를 나타내는 동향분석 자료의 역할에 그치고, 소상공인 전체의 매출액 절대 규모를 나타내지는 않고 있다. 특히, 매출액 증감률 항목은 앞서 살펴본 소상공인 경쟁력 강화 정책영역의 일반현황 지표에서 매출액 자료가 개선되어 수집된다면, 보다 정확한 자료를 이용할 수 있을 전망이다.

자영업 경영 상태 지표도 매출액 증감률, 매출액 대비 순이익률, 경영 애로요인 등의 항목으로 구성되어 있는데, 모든 항목들이 신규로 생산될 것이 요청된다. 자영업 경영 상태 지표의 작성방법은 소상공인 경영 상태 지표와 밀접히 관련되는데, 소상공인 관련 통계에서 조직형태가 개인기업과 법인기업으로 구분되고, 표본설계 과정에서 대표성만 확보된다면 동일 자료원으로 소상공인과 자영업자 관련 통계를 동시에 생산할 수 있기 때문이다.

소상공인 경기 동향 지표의 소상공인 경기동향 지수 항목과 소상공인 융자 지원 성과 지표의 소상공인 융자자금 공급실적, 소상공인 융자자금 지원기업 매출액 증가율, 소상공인 융자자금 정책 만족도 등의 항목은 모두 공표되고 있다.

소상공인 보증 지원 성과 지표는 지역신용보증재단 기본재산 항목이 내부자료

집계를 통한 공표가 요청되고 있으며, 소상공인 보증 공급 및 잔액과 소상공인 보증 사고율 및 대위변제율, 보증지원 수혜 소상공인 매출액 증가율 등의 항목은 신규로 생산될 것이 요청되었다. 지역신용보증재단 기본재산 항목은 개별 지역신용보증재단의 결산 완료 이후 신용보증재단중앙회에서 취합하여 공표가 가능한 것으로 파악되었고, 소상공인 보증 공급 및 잔액과 소상공인 보증 사고율 및 대위변제율 항목은 보증 지원사업을 실시하고 있는 지역신용보증재단, 신용보증기금, 기술신용보증기금의 관련 자료를 취합하여 생산이 가능한 것으로 파악되었다. 보증지원 수혜 소상공인 매출액 증가율 항목은 수혜 기업을 대상으로 별도의 신규조사를 실시하거나 관련 사업자등록자료를 연결고리로 행정자료를 활용하여 생산이 가능할 것으로 파악되었다.

소상공인 사회안전망 지표는 소상공인 고용보험 가입률과 공제부금 가입률 항목 모두의 신규 생산이 요청되었다. 소상공인 고용보험 가입률은 고용보험 주무부처인 고용노동부가 파악하여 산출할 수 있는 항목이며, 공제부금 가입률은 주관기관인 중소기업중앙회의 공제부금 가입 정보를 통해 생산이 가능한 것으로 파악되었다.

다. 소상공인 상권정보 제공

소상공인 상권정보 제공 정책영역과 관련된 전체 필요통계 항목은 20개가 선정되었으며, 공표되고 있는 항목이 13개, 개선이 필요한 항목이 6개, 개발이 필요한 항목이 1개로 나타났다. 공표 중인 필요통계 항목은 중소기업청, 통계청 등의 공공기관과 (주)KT, NICE신용평가정보(주) 등의 민간기관의 조사자료, 행정자료 및 영업자료 등을 중심으로 작성·관리되고 있다. 세부 지표별로 필요통계 항목의 생산방안을 살펴보면 다음과 같다.

상권정보 신뢰도 지표는 기초 DB 신뢰도 및 시스템 이용 만족도 항목들이 모두 공표되고 있다.

업체 정보 지표는 기업체 현황, 업종 전화번호, 인·허가 업소, 산재보험 가입업체 등의 항목들이 공표되고 있으며, 사업체 현황 항목은 개선이 필요한 것으로 나타났다. 사업체 현황 항목은 통계청의 전국사업체조사 결과자료를 전국소상공인실태조사가 실시되는 3년 주기로만 수집하고, 매년 개업 및 폐업 사업체 현황에 대해 부분

적인 현지 조사를 실시하여 보완하는 방식으로 항목 정보를 갱신하고 있으므로, 시스템 DB 신뢰도 저하의 주요 원인이 되고 있다. 통계청의 전국사업체조사 결과자료를 매년 수집하여 사업체 현황 항목을 갱신하는 것이 무엇보다도 중요한 것으로 판단되는데, 공간정보화 작업지원을 위해 사업체별 위치정보에 관한 좌표 값 자료도 제공될 수 있으면 시스템 개선에 크게 기여할 수 있을 것으로 파악되었다. 또한, 상권정보시스템에서 사용 중인 사업체 및 기업체 관련 정보들이 민간기관에서 제공한 자료를 중심으로 구성되어 있는 영향으로, 시스템에서 제공되는 업종분류가 한국표준산업분류를 따르지 않고 독자적인 분류체계를 적용하고 있는 부분도 장기적으로는 개선이 요청된다고 할 것이다.

인구 정보 지표는 인구·가구 및 직업·직종별 통근·통학 항목들 모두가 개선이 필요한 것으로 나타났는데, 주요 원인은 기초자료로 사용 중인 인구총조사 결과자료가 조사구 단위의 집계자료로만 제공되고 있어, 직접적으로 적용되지 못하고 있으며 주민등록인구자료 등의 지번 자료를 이용하여 자체 추정한 위치 정보를 사용하고 있기 때문이다. 인구총조사 결과자료가 거처별 위치정보까지 포함된 원시자료 형태로 제공된다면, 배후 상권에 대한 인구 정보 지표의 정확도가 크게 향상되고, 시스템 운영 과정의 효과성도 높아질 것으로 파악되었다.

유동량 정보 지표는 지하철 이용 인원, 차량 등록 대수, 주요 상권 유동 인구 등은 제공되고 있으나, 교통카드 승하차 통행량 항목은 신규 개발이 필요한 것으로 나타났다. 교통카드 승하차 통행량은 지방자치단체별로 실시하고 있는 교통카드시스템의 승하차 통행량 자료를 취합하여 작성이 가능한 것으로 파악되었다. 전국 주요 도시에서 운영하고 있는 교통카드시스템은 스마트칩이 내장된 교통카드를 통해 버스 및 지하철 요금이 호환되면서 정산되는 시스템을 말하며, 스마트칩을 통해 인공위성에서 수신된 위치정보의 이용이 가능하다.[79]

주요 시설 정보 지표는 각급 학교 현황, 주요 기관 현황 등의 항목은 제공되고 있으나 집객 시설 현황 항목은 개선이 필요한 것으로 파악되었다. 집객 시설 현황 항목에서는 최근 들어 소상공인 창업 및 경영에 지대한 영향력을 주고 있는 대형

79) 교통카드시스템의 대표적인 사업자인 (주)한국스마트카드는 서울, 경기, 인천 등의 수도권과 대전 등의 지방 중소도시를 포함하여 전국 약 60여개 주요 도시에서 버스 및 지하철이 호환되는 티머니(T-money) 교통카드시스템을 운영하고 있다.

마트와 기업형슈퍼마켓 현황에 대한 구분 정보의 제공이 요청되고 있는데, 인·허가 등록자료, 전국사업체조사 조사자료 등을 통해 구분 파악이 어렵지 않은 것으로 나타났다.

매출 정보 지표는 행정동별 업종별 매출 항목으로 구성되며, 현행 시스템의 제공 자료가 NICE신용평가정보(주)의 신용카드 거래 금액으로만 구성되고 있어, 대표성의 개선이 필요한 것으로 나타났다. 정부의 신용카드 사용 금액에 대한 세금공제제도 등의 운영으로 신용카드 매출액이 증가하고는 있으나, 아직까지 소상공인 기업체 수준에서는 현금거래 비중도 중요하므로, 신용카드 및 현금 거래 매출액을 모두 포괄할 수 있는 정보의 제공이 요청되는데, 전국사업체조사 등의 조사자료와 국세청의 부가가치세 신고자료 등을 이용하여 대표성을 향상시킬 필요성이 있다.

부동산 정보 지표는 아파트 현황, 분양상가 공시가격 등의 항목은 제공되고 있으나, 임대 시세 항목은 개선이 필요한 것으로 나타났다. 임대 시세 항목은 중소기업청의 상가건물임대차실태조사 결과자료와 소상공인지원센터의 정책자금 신청업체의 임대시세 정보를 이용하여 추정한 자료를 제공하고 있으나, 실태조사가 5년 주기로 실시되고 있어 시의성이 낮은 것으로 평가되며, 정책자금 신청업체의 지역별 대표성도 낮은 것으로 평가받고 있으므로 「상가임대차보호법」에 따른 국세청의 상가부동산 거래정보 관련 행정자료를 이용하는 것이 보다 신뢰성 있는 통계자료 제공이 가능할 것으로 판단된다.

<표 5-12> 소상공인 관련 필요통계 생산방안

□ 소상공인 경쟁력 강화 지표

범례: ○=공표, ▲=생산가능/미공표, ◆=개선 필요, ★=개발 필요

필요 지표	필요통계 항목	생산 여부	작성 현황		생산 방안
			통계 명칭	작성 기관	
소상공인 일반 현황	소상공인 사업체 수	○	중소기업 관련 통계	중소기업청	전국사업체조사 또는 경제총조사 결과자료를 가공하여 중소기업청에서 소상공인에 해당되는 통계를 작성
	소상공인 종사자 수	○			
	소상공인 매출액	◆	중소기업 관련 통계	중소기업청	(1안)전국사업체조사 또는 경제총조사 결과자료의 공표를 조건으로 소상공인에 해당되는 통계를 집계하여 작성
			부가가치세 신고자료	국세청	(2안)국세청 부가가치세 신고자료를 근거로 집계하여 작성
	소상공인 사업체 수 기준 비중	○	중소기업 관련 통계	중소기업청	전국사업체조사 또는 경제총조사 결과자료를 가공하여 중소기업청에서 소상공인에 해당되는 통계를 작성
	소상공인 종사자 수 기준 비중	○			
	소상공인 매출액 기준 비중	◆			소상공인 매출액 항목과 연계되는 항목이며, 매출액 항목작성 대안에 맞춰 가공 · 집계하여 작성
소상공인 생멸 현황	소상공인 창업률	★	기업생멸통계	통계청	국세청 등의 행정자료를 활용하여 기업체 모집단 DB가 구성되면, 종사자 수 기준으로 소상공인에 해당하는 기업의 생멸 현황을 가공하여 작성
	소상공인 하방이동률	★			
	소상공인 폐업률	★			
	소상공인 상방이동률	★			
소상공인 사업체 조직 형태	법인 및 개인사업체 비율	▲	전국사업체조사, 경제총조사	통계청	전국사업체조사 또는 경제총조사 조직형태 항목의 결과자료에서 소상공인 관련 자료를 추출하여 작성

필요 지표	필요통계 항목	생산 여부	작성 현황		생산 방안
			통계 명칭	작성 기관	
자영업 생멸 현황	자영업 창업률	★	기업생멸통계	통계청	국세청 등의 행정자료를 활용하여 기업체 모집단 DB가 구성하고, 종사자 수를 기준으로 소상공인에 해당하는 기업의 생멸 현황을 가공하여 작성
	자영업 법인전환율	★			
	자영업 폐업률	★			
소상공인 교육 지원 성과	교육 이수자 만족도	○	자체조사	중소기업청	소상공인 대상의 교육 이수자 만족도 조사 실시
	창업교육 이수 후 창업자 영업 지속률	○			소상공인 대상의 창업교육 이수자 영업지속률 조사 실시
자영업 컨설팅 지원 성과	컨설팅 참여업체 만족도	○			컨설팅 참여업체 대상의 만족도 조사 실시
	컨설팅 참여업체 매출액 증감률	○			컨설팅 참여업체 대상의 매출액 증감률 조사 실시
프랜차이즈 현황 및 지원 성과	프랜차이즈 수	○	경제총조사	통계청	체인점 가입 여부 항목의 프렌차이즈 및 임의 연쇄점 가맹점 세부 항목을 집계
			가맹본부 정보공개서	공정거래 위원회	가맹사업법에 따라 가맹본부가 의무적으로 제출한 정보공개서를 한국공정거래조정원에서 집계
	유망 프랜차이즈 매장 증가율	○	자체조사	중소기업청	유망 프랜차이즈를 대상으로 매장 증가율을 조사
	프랜차이즈화 지원업체 중 출점 성공 비율	○	내부자료	중소기업청	유망 소상공인 프랜차이즈화 지원업체 중 가맹점 출점에 성공한 사례를 조사
나들가게 지원 성과	나들가게 수	○	내부자료	중소기업청	나들가게 지원업체 현황을 집계하여 성과보고서 작성
	나들가게 점주 만족도	○	자체조사	중소기업청	나들가게 점주를 대상으로 만족도조사 실시
소공인 지원 성과	공동기술전수 작업장 수	○	자체조사	중소기업청	소공인 특화 지원사업의 공동기술전수 작업장 설치 현황을 집계하여 성과보고서 작성

□ 소상공인 경영 안정 지표

범례: ○=공표, ▲=생산가능/미공표, ◆=개선 필요, ★=개발 필요

필요 지표	필요통계 항목	생산 여부	작성 현황		생산 방안
			통계 명칭	작성 기관	
소상공인 경영 상태	매출액 증감률	○	소상공인실태조사	중소기업청	월평균 매출액 및 매출액 구간자료 항목을 조사
	매출액 대비 순이익률	○			월평균 매출액 및 순이익 항목을 조사
	경영 애로요인	○			창업과정 및 영업활동 중 경영 애로요인 항목을 조사
자영업 경영 상태	매출액 증감률	★			표본사업체 선정과정에서 개인기업과 법인기업을 구분하여 추출하고, 소상공인실태조사에 조직형태 항목을 신설하여 개인기업과 법인기업을 구분하여 조사
	매출액 대비 순이익률	★			
	경영 애로요인	★			
소상공인 경기 동향	소상공인 경기동향 지수	○	소상공인경기동향조사	중소기업청	2001년 이후 소상공인경기동향조사 실시
소상공인 융자 지원 성과	소상공인 융자자금 공급실적	○	내부자료	중소기업청	소상공인 융자자금을 관리하는 중소기업진흥공단의 실적자료, 설문조사 자료로 작성
	소상공인 융자자금 지원기업 매출액 증가율	○	자체조사	중소기업청	
	소상공인 융자자금 정책만족도	○			
소상공인 보증지원 성과	지역신용보증재단 기본재산	▲	내부자료	중소기업청	지역신용보증재단의 결산 완료 이후 신용보증재단중앙회에서 취합하여 작성
	소상공인 보증 공급 및 잔액	★			신용보증기금, 기술신용보증기금, 신용보증재단중앙회의 자료를 취합하여 중소기업청에서 작성
	소상공인 보증 사고율 및 대위변제율	★			
	보증지원 수혜 소상공인 매출액 증가율	★	자체조사	중소기업청	(1안)보증지원 수혜 소상공인을 대상으로 자체 조사 실시 (2안)보증지원 수혜 소상공인의 사업자등록번호를 이용하여 전국사업체조사 등의 조사자료 혹은 부가가치세 신고자료로 연계하고 집계

필요 지표	필요통계 항목	생산 여부	작성 현황		생산 방안
			통계 명칭	작성 기관	
소상공인 사회안전망 수준	소상공인 고용보험 가입률	★	내부자료	고용노동부	전국사업체조사 기준의 소상공인 해당기업을 고용보험 가입자 정보와 연결하여 산출
	공제부금 가입률	★	내부자료	중소기업청	전국사업체조사 기준의 소상공인 해당기업을 공제부금 가입자 정보와 연결하여 산출

□ 소상공인 상권정보 제공 지표

범례: ○=공표, ▲=생산가능/미공표, ◆=개선 필요, ★=개발 필요

필요 지표	필요통계 항목	생산 여부	작성 현황		생산 방안
			통계 명칭	작성 기관	
상권정보 신뢰도	기초 DB 신뢰도	○	자체조사	중소기업청	상권정보시스템 이용자 자체 조사 실시
	시스템 이용 만족도	○			
업체 정보	사업체 현황	◆	전국사업체조사	통계청	통계청이 제공하는 전국사업체조사 결과자료를 현행 3년 주기에서 1년 주기로 제공받아 사업체 현황 갱신자료로 활용
	기업체 현황	○	내부자료	상공회의소	대한상공회의소가 제공하는 기업 DB를 구매하여 활용
	업종 전화번호	○	내부자료	KT	KT가 제공하는 전화번호 DB를 구매하여 활용
	인·허가업소	○	행정자료	행정안전부	행정안전부의 인·허가시스템을 통해 전국 인·허가 업종 업소 정보를 활용
	산재보험 가입업체	○	내부자료	근로복지공단	근로복지공단의 등록업체 정보 중 대외적으로 공개 가능한 업체 정보를 활용

필요 지표	필요통계 항목	생산 여부	작성 현황		생산 방안
			통계 명칭	작성 기관	
인구 정보	인구 · 가구	◆	자체추정	오픈메이트	행정동별 인구총조사 집계 자료와 주민등록인구의 거주 지번을 기반으로 가공한 자료를 제공하고 있으나, 인구총조사의 가구별 인구 · 가구 정보 및 거처 관련 위치정보까지를 제공받아 기초자료로 활용
	직업 · 직종별 통근 · 통학	◆	인구총조사	통계청	통계청의 인구총조사 결과에서 시군구별 직업직종 분포, 시군구별 통근통학 현황을 추출하여 제공하고 있으나, 인구총조사의 가구별 정보 및 거처 관련 위치 정보까지를 제공받아 기초자료로 활용
유동량 정보	지하철 이용 인원	○	내부자료	도시철도공사	도시철도공사에서 제공하는 지하철 승하차 인원 정보를 활용
	교통카드 승하차 통행량	★	내부자료	교통카드 사업자	지방자치단체에서 운영하고 있는 교통카드시스템의 승하차 통행량 정보를 활용
	차량등록 대수	○	내부자료	지방자치단체	지방자치단체에서 제공하는 시군구별 용도별 차량등록 대수 자료를 활용
	주요 상권 유동인구	○	자체조사	중소기업청	소상공인진흥원에서 파악한 전국 1,500개 주요 상권 유동량 조사 결과를 활용
주요 시설 정보	각급 학교 현황	○	내부자료	교육과학부	교육과학기술부에서 제공하는 유치원, 초등학교, 중학교, 고등학교, 대학교 현황 정보를 활용
	주요 기관 현황	○	내부자료	KT	KT에서 제공하는 금융 · 언론 · 의료 · 교육 관련 업체의 분포 정보를 활용
	집객 시설 현황	◆			KT에서 제공하는 유통 · 서비스 · 오락 · 숙박 관련 업체의 분포 정보를 활용하고 있으나, 소상공인 경영에 영향력이 큰 대형 마트와 SSM은 분리하여 정보를 제공

필요 지표	필요통계 항목	생산 여부	작성 현황		생산 방안
			통계 명칭	작성 기관	
매출 정보	행정동별 업종별 매출	◆	내부자료	NICE 신용평가정보	NICE신용평가정보의 자료는 신용카드 거래실적으로만 구성되고 있으므로, 현금거래 실적까지를 포괄할 수 있는 통계청 전국사업체조사의 매출액 자료, 국세청 부가가치세 신고자료의 매출액 자료를 활용하여 개선
			전국사업체조사	통계청	
			행정자료	국세청	
부동산 정보	아파트 현황	○	온나라 부동산통계	국토해양부	국토해양부 온나라부동산통계에서 제공하는 전국 아파트 단지별 동별 정보를 활용
	분양상가 공시가격	○	내부자료	부동산 포탈사이트	부동산 포탈사이트에서 분양상가 공시가격 정보를 구매하여 활용
	임대 시세	◆	상가건물임대차 실태조사	중소기업청	5년 주기로 실시되는 상가건물임대차실태조사 결과를 근간으로 하고 소상공인지원센터의 정책자금 신청업체 임대시세 정보를 활용하여 추정하고 있으나, 상가임대차보호법에 따른 국세청의 상가 부동산 거래정보 관련 행정자료를 활용하여 개선
			행정자료	국세청	

2. 전통시장

가. 전통시장 경쟁력 강화

전통시장 경쟁력 강화 정책영역과 관련된 전체 필요통계 항목은 14개가 선정되었으며, 공표되고 있는 항목이 6개, 개선이 필요한 항목이 6개, 개발이 필요한 항목이 2개로 나타났다. 공표 중이거나 개선이 필요한 항목은 중소기업청의 전통시장 및 점포경영실태조사에서 작성·관리되고 있다. 세부 지표별로 필요통계 항목의 생산방안을 살펴보면 다음과 같다.

전통시장 현황 지표는 전통시장 수, 전통시장 점포 수, 전통시장 종사자 수, 점포 보증금, 점포 임대료 등의 모든 항목이 공표되고 있는 것으로 확인되었다.

전통시장 상권 현황 지표는 배후상권 대형마트 및 SSM 수 항목이 전통시장실태조사표에서 조사되고 있으나, 배후상권 인구 수와 가구원수별 가구 수 항목은 신규 개발이 필요한 것으로 나타났다. 배후상권과 관련된 항목의 통계 생산을 위해서는 먼저 전통시장의 상권 범위에 대한 개념 설정이 선행될 필요가 있는데, 상권이란 일반적으로 "단독 또는 집적의 상업시설이 고객을 흡인할 수 있는 지리적 범위"로 해석되고 있다.[80] 이와 관련하여 기존의 정부 정책이나 연구자료 등을 살펴보면, 전통시장의 상권을 설정하는 방법은 시장으로부터 일정 거리 이내의 범위로 설정하는 방법과 전통시장의 고객 분석에 기초하여 상권을 설정하는 방법으로 크게 구분된다. 전자는 사실상 「유통산업발전법」(제13조의3)에서 전통상업보존구역을 지정할 때 사용된 방법이라고 볼 수 있으며,[81] 이 기준으로 전통시장의 상권을 설정할 경우에는 전통시장 이용자의 특성 및 해당 지역의 지형적 요소 등에 따른 상권의 분리 문제 등을 고려하지 못한다는 문제가 있다. 따라서 전통시장의 상권은 시장 방문고객의 주소지, 해당 지역 시민의 시장 지출액, 이용빈도 등을 조사하여 설정하는 것이 보

80) 이용직·최내영, "아날로그기법을 이용한 상권분석 사례연구", 「국토계획」, 제40권 제5호, 2005, p.75.

81) 「유통산업발전법」 제13조의3(전통상업보존구역의 지정) ① 시장·군수·구청장은 지역 유통산업의 전통과 역사를 보존하기 위하여 「전통시장 및 상점가 육성을 위한 특별법」에 따른 전통시장이나 중소기업청장이 정하는 전통상점가의 경계로부터 1킬로미터 이내의 범위에서 해당 지방자치단체의 조례로 정하는 지역을 전통상업보존구역으로 지정할 수 있다.
② 제1항에 따른 전통상업보존구역의 범위, 지정 절차 및 지정 취소 등에 관하여 필요한 사항은 해당 지방자치단체의 조례로 정한다

다 바람직하다고 할 수 있다.[82] 이와 같은 상권 설정범위를 배후 상권 항목과 연결하기 위해서는 전국의 모든 상권을 대상으로 별도의 실태조사를 실시하는 것이 가장 타당한 결과를 가져올 수 있다. 그러나, 현실적인 통계생산 여건을 고려한다면, 인구총조사 결과자료에서 파악되는 인구·가구 특성, 위치정보를 이용한 지형적 특성 등을 활용하여 배후 상권 현황을 구축하는 방법이 보다 가능성 있는 대안이 될 것이다. 다만, 통계청의 인구총조사 관련 자료가 조사구 혹은 행정구역 단위로만 제공되고 있으므로, 자료 활용상의 제약이 많은데, 가구별 거처에 대한 위치정보를 포함한 조사자료가 제공된다면, 보다 정확도 높은 배후상권 관련 통계정보의 서비스가 가능할 것으로 판단된다.

전통시장 경영 성과지표는 시장당 매출액, 점포당 매출액, 종사자당 매출액, 시장당 고객 수, 점포당 고객 수, 종사자당 고객 수 등의 모든 항목의 개선이 필요한 것으로 나타났다. 이들 항목은 전통시장 경쟁력 강화 정책영역의 핵심적인 필요통계 항목에 해당되는데, 현재까지는 2년 주기로 조사하고 있는 전통시장 및 점포경영 실태조사에서 작성·공표되고 있어, 시의성이 낮은 것으로 평가되고 있다. 대형 마트 및 SSM 등이 급속하게 확산되는 등 전통시장 및 점포의 경영상황이 빠르게 변화되고 있음을 고려한다면, 자료 제공 주기를 연간으로 단축하여 정책의 효과성을 높이는 것이 필요할 것이다. 통계 작성방법에서 접근한다면, 매출액과 관련된 항목은 통계청의 전국사업체조사 조사자료 및 국세청의 부가가치세 신고자료를 활용하는 방법이 바람직하며, 고객 수 관련 항목은 별도의 현장조사를 실시하는 방법이 적절할 것으로 판단된다. 즉, 매출액 관련 항목은 전통시장에서 영업하고 있는 상인들의 사업자등록번호를 연결고리로 활용하여 전국사업체조사의 매출액 조사자료 또는 부가가치세 신고자료와 연계하여 생산이 가능할 것으로 판단된다. 다만, 노점상 또는 정기시장의 일부 무점포 상인이 조사자료나 세무자료에서 누락될 가능성은 있으나, 전체 전통시장 규모에서 차지하는 비중이 낮으므로 경기상황이나 경영상태 파악에는 큰 영향은 없을 것으로 판단된다.[83]

82) 이상규(2012)는 시장 방문고객의 주소지 분포를 조사하는 방법과 해당 지역 시민의 시장 지출액 및 이용률 분포를 조사하는 방법을 이용하여 시장 상권을 설정하고 있다. 이상규, "이용자 위치 분석을 통한 전통시장 상권분석", 「한국콘텐츠학회논문지」, 제12권 제3호, 2012, pp. 442~448.

83) 전통시장 및 점포경영 실태조사 결과자료에 따르면, 노점형 시장의 구성비는 2008년의 5.0%에서 2012

한편, 고객 수 관련 항목은 중소기업청 또는 시장경영진흥원에서 별도의 조사를 연간 주기로 개발하여 실시할 필요성이 있는데, 보다 정확하고 객관적인 시장당 고객 수를 집계할 수 있는 방법의 도입도 필요한 것으로 파악되었다. 즉, 현재까지 조사 중인 전통시장 및 점포경영 실태조사는 표본추출 점포를 대상으로 상인의 기억에 의존하여 일 평균 고객 수를 조사하고 있어, 신뢰성이 낮은 것으로 평가되고 있으므로 현장조사 과정에서 연중 계절 및 기상 상태, 평일·주말, 오전·오후 시간대 등의 다양한 요인을 고려하여 조사원이 직접 고객 수를 파악하는 방법이 보다 정확도를 높일 수 있는 것으로 나타났다.

나. 전통시장 시설현대화

전통시장 시설현대화 정책영역과 관련된 전체 필요통계 항목은 13개가 선정되었으며, 공표되고 있는 항목이 4개, 생산이 가능한 항목이 2개, 개발이 필요한 항목이 7개로 나타났다. 공표 중인 항목들은 중소기업청의 전통시장 및 점포경영실태조사에서 작성·관리되고 있다. 세부 지표별로 필요통계 항목의 생산방안을 살펴보면 다음과 같다.

전통시장 시설 현황 지표는 시장기반시설 설치율, 시장기반시설 노후도, 시장편의시설 설치율, 시장편의시설 노후도 항목들이 모두 공표되고 있다.

전통시장 시설 설치 필요도 지표는 시장기반시설 설치 필요도 및 시장편의시설 설치 필요도 항목의 신규 개발이 필요한데, 중소기업청 또는 시장경영진흥원이 주관하여 시장 방문객 대상의 신규 조사를 개발하는 것이 요청된다.

전통시장 편의시설 이용도 지표의 주차장 활용도 항목도 신규 조사가 필요한데, 전통시장 및 점포경영 실태조사에서 주차장이 설치된 시장을 대상으로 일평균 주차차량대수와 차량당 평균 주차시간을 조사하여 주차장 활용도를 산출할 필요가 있다.

시설현대화에 대한 고객 만족도 지표는 시장기반시설 만족도 및 시장편의시설 만족도 항목의 신규 개발이 필요한데, 중소기업청 또는 시장경영진흥원이 주관하여 시

년에는 4.3%까지 낮아지고 있으며, 정기시장의 구성비는 2008년의 24.3%에서 2012년에는 16.5%까지 낮아진 것으로 파악되었다.

장 방문객 대상의 신규 조사를 개발하는 것이 요청된다.

시장정비사업 현황 지표는 시장정비사업 인·허가 건수 및 준공 건수 항목의 공표가 필요한데, 사업 주관기관인 기초 지방자치단체의 시장정비사업 인·허가 자료 및 준공 인가 자료 등의 내부 행정자료를 이용하여 산출이 가능할 것으로 판단된다.

시장정비사업 성과 지표는 시장정비 후 매출액 증가율 및 고객 수 증가율 항목의 신규 개발이 필요한데, 앞서 전통시장 경쟁력 강화 정책영역의 경영성과 지표에서 연도별 매출액과 고객 수 자료가 확보된다면, 시장정비사업 관련 시장의 매출액과 고객 수 증가율을 구분하여 산출할 수 있을 것이다.

다. 전통시장 경영혁신

전통시장 경영혁신 정책영역과 관련된 전체 필요통계 항목은 31개가 선정되었으며, 공표되고 있는 항목이 13개, 생산이 가능한 항목이 5개, 개발이 필요한 항목이 13개로 나타났다. 공표 중인 필요통계 항목들은 중소기업청의 전통시장 및 점포경영 실태조사에서 작성·관리되고 있다. 세부 지표별로 필요통계 항목의 생산방안을 살펴보면 다음과 같다.

전통시장 경영관리 현황 지표는 신용카드 가맹률, 가격표시율, 원산지표시율, 교환 및 환불 비율, 공동배송시스템 보유 시장 수, 택배서비스 제공 점포 비율, 공동마케팅 활용 시장 수, 온누리상품권 가맹률 등의 모든 항목들이 공표되고 있다.

전통시장 경영혁신 성과 지표 중 신용카드 사용액 항목은 여신금융협회의 신용카드 가맹점 카드 승인실적 자료를 이용하여 생산이 가능한 것으로 파악되었다. 정부에서 전통시장 이용고객의 소비를 촉진하기 위해 2012년부터 전통시장 신용카드 사용금액에 대한 소득공제율을 기존 20%에서 30%로 확대함에 따라 각 신용카드사별로 신용카드 사용액 중 전통시장 사용액 부분을 구분하여 관리하고 있으므로, 전통시장의 카드 승인실적 자료만을 추출하여 신용카드 사용액 통계를 생산할 수 있는 것으로 나타났다. 온누리상품권 판매액 항목은 중소기업청이 상품권 판매 지정 대행업체의 내부 보고자료를 이용하여 통계 생산이 가능한 것으로 파악되었다. 공동 마케팅 추진 시장 매출액 및 고객 수 항목은 전통시장 및 점포경영 실태조사에서 조

사하고 있는 공동 마케팅을 실시한 시장의 점포 매출액 및 고객 수 항목을 가공하여 생산이 가능한 것으로 파악되었다. 택배서비스 이용자 수 항목은 신규 개발이 필요한데, 전통시장 및 점포경영 실태조사의 공동배송시스템 항목을 세분하여 생산이 가능할 것으로 판단되며, 특성화시장[84] 매출액 및 고객 수 항목은 특성화시장으로 지정된 시장 현황자료와 전통시장 및 점포경영 실태조사의 조사자료를 연계하여 개발이 가능할 것으로 파악되었다.

상인교육 지원 성과 지표 중 상인교육 참여도 항목은 공표되고 있으나 상인교육 만족도 항목은 신규 생산이 필요한 것으로 나타났으며, 전통시장 및 점포경영 실태조사의 상인교육 참여도 항목을 세분하여 조사하는 것이 적절한 것으로 파악되었다.

전통시장 조직화 현황 지표의 상인조직화 비율, 상인조직 법인화 비율, 상인회 상근직원 고용률 항목과 전통시장 조직화 성과 지표의 상인회 공동사업 실시 비율 항목들은 모두 공표되고 있다.

상권활성화구역 대상 현황 지표는 상권활성화구역 지정 수 및 지정 대상 수 항목의 공표가 필요한데, 상권활성화구역은 시장·군수·구청장이 시·도지사의 승인을 받아 지정하므로, 시군구의 행정자료를 이용하면 구역 지정을 받은 시장 수와 준비 중인 시장 수 항목을 산출할 수 있는 것으로 나타났다.

상권활성화사업 성과 지표는 상권활성화구역 매출액 증가율 및 고객 수 증가율 항목의 개발이 필요한데, 상권활성화구역으로 지정된 시장 현황자료와 전통시장 및 점포경영 실태조사에서 파악된 조사자료를 연계하면 생산이 가능할 것으로 파악되었다.

경영혁신에 대한 고객 만족도 지표는 신용카드 거래 만족도, 온누리상품권 이용 만족도, 상인 서비스 만족도, 마케팅 활동 만족도, 택배서비스 이용 만족도, 교환 및 환불 만족도, 가격표시 만족도, 원산지표시 만족도 등의 모든 항목들이 시장 방문객 대상의 신규 조사에서 개발되어야 할 것으로 나타났다.

이상으로 전통시장의 경쟁력 강화, 시설 현대화, 경영혁신 등의 정책영역에서 요청되는 필요통계 항목들을 살펴보았는데, 이들 정책영역에서 공통적으로 신규 조사

84) 2012년까지 특성화시장은 서울약령시장, 암사시장, 수원팔달문시장, 부산구포시장, 부산남항시장, 대구현풍시장, 평택중앙시장, 평창시장, 속초관광수산시장, 정선시장, 단양구경시장, 금산시장, 충주자유(무학)시장, 공주산성시장, 정읍샘고을시장, 목포종합수산시장, 곡성기차마을시장, 진주중앙유등시장, 온양전통시장, 포항죽도시장, 영해시장, 거창시장, 제주서귀포시장, 제주민속오일장 등의 24개 시장이 선정되었다.

의 개발이 요청되는 부분은 시장 방문객 관점에서의 전통시장 시설 현황과 사업성과를 평가할 수 있는 통계 항목들인 것으로 나타났다. 이와 같은 상황을 고려하여 시장 소비자를 대상으로 하는 신규 조사를 실시한다면, 현실적으로는 기존의 전통시장 및 점포경영 실태조사에서 시장 방문객 실태조사표(가칭)를 새로 개발하여 고객 대상의 필요통계 항목을 조사하는 것이 바람직할 것으로 판단된다. 전통시장, 점포 상인 및 소비자 관련 항목을 동일 시점에서 조사하면, 통계 생산 및 이용상의 일관성과 체계성을 확보할 수 있으며, 상호 자료간의 연관분석까지 가능하므로 보다 효과적인 통계자료의 제공이 가능할 것이기 때문이다.

<표 5-13> 전통시장 관련 필요통계 생산방안

□ 전통시장 경쟁력 강화 지표

범례: ○=공표, ▲=생산가능/미공표, ◆=개선 필요, ★=개발 필요

필요 지표	필요통계 항목	생산 여부	작성 현황		생산방안
			통계 명칭	작성 기관	
전통시장 현황	전통시장 수	○	전통시장 및 점포경영 실태조사	시장경영 진흥원	전통시장 실태조사표에서 유형별 시장 수 및 점포 수, 종업원 및 노점 상인을 포함한 시장 내 종사자 수를 조사하고 있으며, 점포경영 실태조사표에서 보증금과 임대료를 보증부 전세, 보증부 월세, 월세 등으로 구분하여 조사
	전통시장 점포 수	○			
	전통시장 종사자 수	○			
	점포 보증금	○			
	점포 임대료	○			
전통시장 상권 현황	배후상권 인구 수	★	인구총조사	통계청	인구총조사의 인구 및 가구 관련 정보, 거처별 위치 정보 등을 활용하여 상권별 인구 수, 가구원수별 가구 수 항목을 서비스
	배후상권 가구원수별 가구 수	★			
	배후상권 대형마트 및 SSM 수	○	전통시장 및 점포경영 실태조사	시장경영 진흥원	시장별 경쟁상대인 유통업체 현황을 대형마트, SSM 등으로 구분하여 조사
전통시장 경영 성과	시장당 매출액	◆	전통시장 및 점포경영 실태조사	시장경영 진흥원	사업자등록번호를 연결고리로 활용하여, 전국사업체조사 및 부가가치세 신고자료를 집계하여 연간 주기로 작성
	점포당 매출액	◆			
	종사자당 매출액	◆			
	시장당 고객 수	◆			계절 및 기상, 오전 및 오후 시간대, 평일 및 주말 등의 요인을 고려하여 조사원이 고객 수를 직접 조사
	점포당 고객 수	◆			
	종사자당 고객 수	◆			

□ 전통시장 시설현대화 지표

범례: ○=공표, ▲=생산가능/미공표, ◆=개선 필요, ★=개발 필요

필요 지표	필요통계 항목	생산 여부	작성 현황		생산 방안
			통계 명칭	작성 기관	
전통시장 시설 현황	시장기반시설 설치율	○	전통시장 및 점포경영 실태조사	시장경영 진흥원	전통시장 실태조사표에서 소방시설, 전기배선시설 등 18종의 시장기반시설과 유아놀이방, 종합콜센터 등 12종의 시장편의시설에 대한 설치 여부 및 노후도 평가 항목을 조사
	시장기반시설 노후도	○			
	시장편의시설 설치율	○			
	시장편의시설 노후도	○			
전통시장 시설 설치 필요도	시장기반시설 설치 필요도	★	자체조사	시장경영 진흥원	전통시장 및 점포경영 실태조사에서 시장 방문객 실태조사표(가칭)를 신설하여 조사
	시장편의시설 설치 필요도	★			
전통시장 편의시설 이용도	주차장 활용도	★	전통시장 및 점포경영 실태조사	시장경영 진흥원	주차장 설치 시장을 대상으로 일평균 주차 차량 대수와 차량당 평균 주차시간을 조사
시설 현대화에 대한 고객 만족도	시장기반시설 만족도	★	자체조사	시장경영 진흥원	전통시장 및 점포경영 실태조사에서 시장 방문객 실태조사표(가칭)를 신설하여 조사
	시장편의시설 만족도	★			
시장정비사업 현황	시장정비사업 인·허가 건수	▲	행정자료	지방자치단체	기초 지방자치단체의 시장정비사업 사업시행과 관련한 인·허가 자료를 이용하여 작성
	시장정비사업 준공 건수	▲			기초 지방자치단체의 시장정비사업 사업시행과 관련한 준공 인가 자료를 이용하여 작성
시장정비사업 성과	시장정비 후 매출액 증가율	★	행정자료 및 조사자료	시장경영 진흥원	전통시장 경쟁력강화 정책영역의 경영성과 지표에서 개발된 연간 매출액 및 고객 수 자료를 가공하여 작성
	시장정비 후 고객 수 증가율	★			

□ 전통시장 경영혁신 지표

범례: ○=공표, ▲=생산가능/미공표, ◆=개선 필요, ★=개발 필요

필요 지표	필요통계 항목	생산 여부	작성 현황		생산 방안
			통계 명칭	작성 기관	
전통시장 경영관리 현황	신용카드 가맹률	○	전통시장 및 점포경영 실태조사	시장경영 진흥원	전통시장 및 점포경영 실태조사의 거래수단, 판매촉진 및 상품 진열 방법, 교환 · 환불 및 택배시스템 실시 여부, 공동배송 시스템 관련 항목을 집계하여 작성
	가격표시율	○			
	원산지표시율	○			
	교환 및 환불 비율	○			
	공동배송시스템 보유 시장 수	○			
	택배서비스 제공 점포 비율	○			
	공동 마케팅 활용 시장 수	○			
	온누리상품권 가맹률	○	내부자료	중소기업청	시장경영진흥원이 가맹시장으로 승인한 자료를 활용하여 산출하며, 가맹시장의 점포 참여율은 시장경영진흥원 홈페이지(www.onnurigift.co.kr)를 통해 공표
전통시장 경영혁신 성과	신용카드 사용액	▲	내부자료	여신금융협회	신용카드 가맹점의 카드 승인실적 자료를 이용하여 산출
	택배서비스 이용자 수	★	전통시장 및 점포경영 실태조사	시장경영 진흥원	전통시장 및 점포경영 실태조사의 공동배송시스템 항목에서 일평균 이용자 수를 세분하여 작성
	온누리상품권 판매액	▲	내부자료	중소기업청	온누리상품권 지정 판매처의 판매자료를 이용하여 작성
	공동마케팅 추진 시장 매출액 및 고객 수	▲	행정자료 및 조사자료	중소기업청	공동 마케팅 사업을 추진한 전통시장 현황자료와 전통시장 및 점포경영 실태조사의 매출액과 고객 수 항목을 연결하여 작성
	특성화시장 매출액 및 고객 수	★			특성화시장 지정 현황자료와 전통시장 및 점포경영 실태조사의 매출액 및 고객 수 항목 자료를 연계하여 작성

필요 지표	필요통계 항목	생산 여부	작성 현황		생산 방안
			통계 명칭	작성 기관	
상인교육 지원 성과	상인교육 참여도	○	전통시장 및 점포경영 실태조사	시장경영 진흥원	상인교육 여부 및 교육명칭, 교육 이수 상인 수 항목에서 조사
	상인교육 만족도	★			상인교육 여부 항목을 세분하여 교육 이수 만족도를 조사
전통시장 조직화 현황	상인조직화 비율	○	전통시장 및 점포경영 실태조사	시장경영 진흥원	상인회 여부, 조직형태, 일반 현황(상근직원 등), 공동 마케팅 항목에서 조사
	상인조직 법인화 비율	○			
	상인회 상근직원 고용률	○			
전통시장 조직화 성과	상인회 공동사업 실시 비율	○			
상권활성화구역 대상 현황	상권활성화구역 지정 수	▲	행정자료	지방자치단체	시군구의 상권활성화구역 지정 관련 행정자료를 이용하여 작성
	상권활성화구역 지정 대상 수	▲			
상권활성화사업 성과	상권활성화구역 매출 증가율	★	행정자료 및 조사자료	중소기업청	상권활성화구역 현황자료와 전통시장 및 점포경영 실태조사의 조사자료를 연계하여 작성
	상권활성화구역 고객 수 증가율	★			
경영혁신에 대한 고객 만족도	신용카드 거래 만족도	★	전통시장 및 점포경영 실태조사	시장경영 진흥원	전통시장 및 점포경영 실태조사에 시장 방문객 실태조사표(가칭)를 신설하여 조사
	온누리상품권 이용 만족도	★			
	상인 서비스 만족도	★			
	마케팅 활동 만족도	★			
	택배서비스 이용 만족도	★			
	교환 및 환불 만족도	★			
	가격표시 만족도	★			
	원산지표시 만족도	★			

3. 1인 창조기업

협의의 소상공인 및 전통시장 부문과 마찬가지로 정책영역별 필요통계 항목을 도출하여 해당되는 생산방안을 검토하는 작업을 진행하였으나, 소상공인 통계 생산방안 연구 중 1인 창조기업 부문은 보다 근본적인 통계 작성체계의 개선작업도 추가적으로 요청되는 부문이다. 먼저, 필요통계 항목 측면에서 생산방안 검토작업을 수행하고, 작성체계의 개선사항에 대한 논의들을 후속하여 추가적으로 기술하였다.

가. 1인 창조기업 창업 활성화

1인 창조기업 창업 활성화 정책영역과 관련된 전체 필요통계 항목은 9개가 선정되었으며, 공표되고 있는 항목이 4개, 생산이 가능한 항목이 1개, 개발이 필요한 항목이 4개로 나타났다. 공표 중인 필요통계 항목들은 중소기업청의 1인 창조기업실태조사를 중심으로 작성·관리되고 있다. 세부 지표별로 필요통계 항목의 생산방안을 살펴보면 다음과 같다.

1인 창조기업 생멸현황 지표는 창업·폐업·성장 현황 등의 모든 항목들이 신규 개발될 필요성이 있는데, 협의의 소상공인 부문에서 살펴본 바와 같이 사업체 모집단 DB에서 접근하기 보다는 기업체 모집단 DB에서 종사자 규모를 제한하여 활용하는 접근방법이 타당할 것으로 판단된다. 특히, 1인 창조기업 중에 프리랜서 기업인의 경우는 물리적인 사업장과 외관상 확인할 수 있는 상호 자체를 보유하지 않는 특징이 있으므로, 전통적인 사업체 단위 조사체계에서는 포착 자체가 어렵고, 행정자료를 활용하는 기업체 모집단 DB에서만이 관련 통계의 작성이 가능한 것으로 파악되었다. 이와 같은 기업체 모집단 DB는 국세청 세무자료 등의 각종 행정자료를 연계하여 구축되므로 후속하는 필요통계 항목의 개발 수요에도 적절히 활용될 수 있을 것으로 전망된다.

1인 창조기업 등록 현황 지표의 Idea Biz Bank 등록기업 수 항목과 창업 준비 및 애로사항 지표의 창업 준비기간 중 고려사항, 창업 관련 애로사항, 창업 자금 규모 및 주요 지출 분야 등의 항목은 모두 공표되고 있다.

1인 창조기업 창업 관련 규제 지표의 창업 관련 규제 수준 항목은 1인 창조기업 실태조사에서 관련 항목을 신설하여 조사하는 것이 효율적인데, 규제 부문과 규제 완화 부문으로 세분하여 조사하는 것이 적절할 것으로 판단된다.

1인 창조기업 사회안전망 수준 지표의 공제부금 가입률 항목은 주관기관인 중소기업중앙회의 공제부금 가입자 현황자료를 기초로 1인 창조기업인 기준을 적용하여 제한하면 생산이 가능한 것으로 파악되었다.

나. 1인 창조기업 역량 제고

1인 창조기업 역량 제고 정책영역과 관련된 전체 필요통계 항목은 28개가 선정되었으며, 공표되고 있는 항목이 15개, 개선이 필요한 항목이 2개, 개발이 필요한 항목이 11개로 나타났다. 공표 중인 필요통계 항목들은 중소기업청의 1인 창조기업실태조사와 내부 행정자료를 중심으로 작성·관리되고 있다. 세부 지표별로 필요통계 항목의 생산방안을 살펴보면 다음과 같다.

1인 창조기업 일반 현황 지표는 1인 창조기업 사업체 수 및 사업체 수 기준 비중 항목은 공표되고 있으나, 1인 창조기업 종사자 수와 종사자 수 기준 비중 항목은 신규 개발이 필요한 것으로 나타났다. 1인 창조기업 종사자 수 관련 항목은 1인 창조기업실태조사에서 무급가족 종사자 및 임시·일용 종사자, 공동 경영자 등에 대한 종사자 현황 자료의 조사가 필요하며, 조사 집계자료와 전국사업체조사의 종사자 수 현황 자료를 비교하여 종사자 수 기준 비중 항목의 개발이 가능할 것으로 판단된다.

1인 창조기업 경영 상태 지표는 경영과정 주요 애로사항 항목만 공표되고 있으며, 매출액 규모 및 증가율, 매출액 기준 비중, 매출액 대비 순이익률 등의 항목은 개선 또는 신규 개발이 요청된다. 매출액 관련 항목은 1인 창조기업실태조사에서 조사되고는 있으나, 표본 사업체들의 평균 매출액으로만 공표하고 매출액 모수를 추정하지 않고 있어, 결과적으로 전체 1인 창조기업의 매출액 규모 및 매출액 기준 비중은 파악되지 않고 있다. 매출액 관련 필요통계 항목의 개선방향을 검토해 보면, 우선적으로는 1인 창조기업실태조사의 표본설계 과정에서 적정 표본 사업체를 확보하고 모수를 추정하여 공표하는 것이 바람직하며, 차선책으로는 기업체 모집단 DB 자료의

부가가치세 관련 자료를 가공하여 작성할 수 있을 것으로 판단된다. 매출액 대비 순이익률 항목은 1인 창조기업실태조사에서 순이익 항목을 신설하여 조사하고, 매출액 자료와 함께 가공하면 생산이 가능할 것으로 판단된다.

1인 창조기업 경영자 및 고객 현황 지표는 경영자 성별·연령별·학력별·전공별 현황과 거래 고객 수, 사업자등록 수준 등의 모든 항목이 1인 창조기업실태조사에서 공표되고 있다.

1인 창조기업 판매지원 성과 지표는 지식거래조건부 사업화 지원 실적과 온라인 매출실적 등의 항목이 공표되고 있으며, 중소기업 공공구매시장 참여도와 수출기업 수 및 수출액, 해외진출 실적 등의 항목은 신규 개발이 요청된다. 중소기업 공공구매시장 참여도 항목은 중소기업제품 구매촉진 및 판로지원에 관한 법률 제2조에서 규정한 공공기관의 구매실적 보고자료에 1인 창조기업 제품의 구매 비율과 목표액을 추가하여 관련 자료를 수집하는 방안이 가장 용이할 것으로 판단되는데, 이를 통해 1인 창조기업에 대한 지원정책의 역할을 수행하면서 관련되는 필요통계 항목도 효과적으로 수집할 수 있기 때문이다. 수출기업 수 및 수출액 항목은 관세청의 수출입 실적 자료를 기초로 1인 창조기업에 해당하는 부분을 추출하여 작성이 가능할 것으로 판단되며, 해외진출 실적 항목은 수출입은행의 기업 지원실적 현황자료를 기초로 기획재정부에서 관련 통계를 작성하고 있으므로, 1인 창조기업에 해당되는 부분을 추출하여 작성이 가능할 것으로 판단된다.

1인 창조기업 자금 및 보증 지원 성과 지표는 특례보증 활용도 및 전용 정책자금 활용도 등의 항목이 공표되고 있다.

1인 창조기업 인프라 지원성과 지표는 교육 이수자 만족도, 교육 이수자 창업 및 영업지속률, 컨설팅 참여업체 만족도, 컨설팅 참여업체 매출액 증가율, 비즈니스센터 이용 만족도 등의 항목을 신규 개발할 필요가 있다. 이들 항목들은 사업 주관 기관인 중소기업청에서 이용자 만족도 조사 및 참여업체에 대한 사후 이력관리 등을 통해 생산이 가능할 것으로 판단된다.

1인 창조기업 R&D 지원 성과 지표는 전용 R&D 프로그램 활용도, 팀 기술개발 성공률 등의 항목들을 공표하고 있다.

다. 1인 창조기업 유망분야 육성

1인 창조기업 유망분야 육성 정책영역과 관련된 전체 필요통계 항목은 8개가 선정되었으며, 공표되고 있는 항목이 5개, 개발이 필요한 항목이 1개, 생산 가능한 항목이 2개로 나타났다. 공표 중인 필요통계 항목들은 중소기업청의 내부 행정자료를 중심으로 작성·관리되고 있다. 세부 지표별로 필요통계 항목의 생산방안을 살펴보면 다음과 같다.

앱 개발 지원 성과 지표는 앱 개발자 양성 수, 앱 창작터 교육생 앱 스토어 등록률, 앱 창작터 교육생 창업률, 앱 전용 R&D 참여도 및 성공률 등의 모든 항목들이 공표되고 있다.

참살이 서비스업 육성 성과 지표는 참살이 실습터 교육생 창업률이 공표되고 있으며, 참살이 실습터 만족도 항목은 신규 개발이 필요한 것으로 나타났다. 사업 주관기관인 중소기업청에서 참살이 실습터 교육생을 대상으로 만족도 조사를 실시하여 관련 통계를 생산할 것이 요청된다.

전통식품 제조기업 육성 성과 지표는 전통식품 품질인증 신청 건수 및 인증 건수 항목들의 공표가 필요한데, 품질인증 주관기관인 농림수산식품부의 내부 행정자료를 이용하면 용이하게 생산이 가능할 것으로 판단된다.

라. 통계 작성체계 개선

1인 창조기업실태조사는 중소기업청에서 2009년부터 연간 주기로 조사하여 결과자료를 공표하고 있으나, 통계법에 따르는 승인 및 공표 절차를 거치지 않은 미승인 통계 상태를 유지하고 있다. 이런 영향으로 승인통계에서 주기적으로 실시하고 있는 작성통계 품질진단작업을 실시하지 않고 있으며, 승인통계를 대상으로 제공되는 관련 총조사의 모집단 자료 제공도 받을 수 없는 등 품질관리 측면에서 많은 취약점들을 보이고 있다. 이와 같은 상황은 실제 통계작성 단계에서 보다 많은 문제점들로 나타나고 있으며, 결과적으로 조사자료의 신뢰성과 정확성을 떨어뜨리는 것으로 평가되어, 통계 작성체계의 개선작업이 시급하게 요청되고 있다.

1인 창조기업 관련 통계의 품질수준 향상을 위해 우선적으로 요청되는 사항은 국가통계 승인체계로의 편입을 염두에 두고 개선작업을 진행하는 것이 필요하다. 위에서 언급한 바와 같이 국가 공식 통계로 승인되면, 양질의 모집단 자료를 제공 받을 수 있으며, 제3자에 의한 통계조사 품질진단과 방법론상의 각종 자문 및 지원도 가능하므로, 지속적인 품질관리를 통해 신뢰성 높은 통계생산이 이루어질 수 있기 때문이다. 다음으로 요청되는 사항들은 현행 1인 창조기업실태조사의 세부 작성단계별 조사 현황과 문제점을 먼저 검토하고 해당 부문별로 개선방안들을 아래와 같이 제안하고자 한다.

첫째, 모집단 자료는 일반전화 전화번호부 DB인 수퍼페이지 자료를 이용하고 있는데, 수퍼페이지 DB는 전화 개통자가 등록과정에서 동의한 경우에만 등재하고 있으며, 사용자가 급증하고 있는 휴대전화는 대상에서 제외하고 있다. 이와 같은 모집단 자료의 문제점은 수퍼페이지 전화번호의 등재 가구 비율이 60% 수준으로 알려져 있어, 대표성이 낮은 것으로 확인되고 있으며, 휴대전화 사용자가 제외되고 있으므로 편의도 큰 것으로 평가되고 있다. 모집단 자료의 개선은 프리랜서 사업자를 포함할 수 있도록 구성하는 것이 요청되므로, 현재 구축 중인 기업체 모집단 DB 자료를 활용하는 것이 가장 적절할 것으로 판단되지만, DB자료의 구축 및 서비스 제공 시점이 아직까지는 불투명하므로 대안으로써 전국사업체조사 결과자료를 모집단 자료로 활용하는 것이 바람직할 것으로 판단된다. 단순히 1인 창조기업 수 및 경영주 인적 상황에 대한 통계자료가 요청된다면, 통계청의 인구총조사 표본조사 혹은 지역별고용조사 자료를 가공해서 작성할 수도 있으나, 정책수요 등을 반영한 특성항목은 별도의 고유 조사를 실시해야만 확보가 가능하기 때문이다.

둘째, 표본 규모는 246,037가구를 선정하여 1단계로 ARS 조사를 실시하였으며, 응답한 86,174가구를 대상으로 심층 전화조사를 2단계로 실시하여 1,284가구의 1인 창조기업 가구를 확인하였고, 그 중 502가구는 조사표의 전체 항목에 대해 응답한 것으로 파악되었다. 이와 같은 결과는 선정 표본 수 대비 유효 표본 수의 구성비가 각각 0.5%, 0.2%에 불과한 수준으로 지나치게 비효율적인 것으로 평가되고 있어, 방법론상의 개선이 요청되고 있다. 또한, 전체 조사항목에 응답한 유효 표본 수가 502가구에 불과하여, 대부분의 세부 항목들에 대한 모수 추정 작업을 사실상 불가

능하게 만들고 있어 활용성을 저해하는 것으로 평가되고 있다. 적정 규모의 표본 선정과 유효 표본 확보를 위해서는 앞서 살펴본 모집단 자료를 전국사업체조사 혹은 기업체 모집단 DB 자료로 대체하고, 주요 조사항목에 대한 대표성을 유지할 수 있도록 표본 규모를 대폭 확대하는 것이 요청된다.

셋째, 모수 추정은 선정된 표본 가구 수와 대비하여 조사된 1인 창조기업 가구 수 비율을 2010 인구총조사의 일반가구 수에 적용하여 1인 창조기업 전체 가구 수와 시도별 가구 수를 추정하고 있으며, 전체 항목에 응답한 1인 창조기업 가구 수의 연령별 분포 비율을 추정된 전체 1인 창조기업 가구 수에 적용하여 시도별, 연령별 1인 창조기업 가구 수를 추정하고 있다. 이와 같은 추정과정의 승수 값으로 적용하고 있는 선정된 표본 가구 수와 대비한 조사된 1인 창조기업 가구 수의 비율은 심층 전화조사 진행 중 통화가 되지 않는 경우 등을 제외하고 있으므로 많은 편의가 발생하고 있으며, 전체 항목에 응답한 1인 창조기업 가구 수의 연령별 분포 비율은 유효 표본 수가 502가구에 불과하여 전국 연령대별 분포 비율을 16개 시도에 동일하게 적용하여, 결과적으로 모든 시도의 경영주 연령별 비율을 동일한 값으로 발표되고 있다. 더구나, 연령대별 가구와 시도별 가구의 구간별 자료 중에는 유효 표본 수가 20가구 이하인 경우도 확인되고 있는데, 이들 구간의 자료들은 사실상 모수 추정의 기능을 할 수 없다고 평가할 수 있다. 모수 추정방법을 개선하기 위해서는 유효 표본 가구 수를 적정한 규모로 확보할 수 있도록 모집단 자료 및 표본 규모의 개선이 우선적으로 필요하며, 모수 추정식 및 분산 추정식에 대한 통계학적인 검증 작업도 철저히 거쳐야 할 것으로 판단된다.

넷째, 조사방법으로 1단계 ARS 전화조사 및 2단계 조사원을 통한 심층 전화조사를 실시하고 있으나, 23개의 난이도 높은 항목을 가구원별로 조사해야 하는 상황에서는 적절한 조사방법으로 보기는 어렵다. 실태조사에서도 1,284가구의 확인된 1인 창조기업 중 502가구만이 최종적으로 전체 항목에 응답한 것으로 파악되어, 응답률 수준이 39.1%에 불과한 것으로 나타났다. 조사항목의 대폭적인 감소를 기대할 수는 없으므로, 2단계 심층 조사는 조사원 방문면접 조사체계로 전환하는 것이 타당한 것으로 판단된다.

이상으로 1인 창조기업실태조사의 조사 현황 및 주요한 문제점과 개선방안들을

살펴보았는데, 그 외에도 원시자료 관리 및 자료 제공, 조사관리시스템 운영 등의 부분에서도 국가 공식통계로 기능하기 위해서는 많은 부분의 개선이 추가적으로 요청된다고 할 수 있다. 이와 같은 개선작업에는 주관기관인 중소기업청의 실행 의지가 가장 중요하겠지만, 관련하여 예산 및 인력의 증원도 더불어 필요할 것으로 판단된다. 1인 창조기업 지원을 위한 정책 수립·집행·평가 과정을 과학적으로 실시하기 위한 고품질의 통계생산을 위해서는 하루빨리 국가 공식 승인통계 체계에서 관리되고 검증받는 통계 작성체계로의 개선이 요청된다.

<표 5-14> 1인 창조기업 관련 필요통계 생산방안

□ 1인 창조기업 창업 활성화 지표

범례: ○=공표, ▲=생산가능/미공표, ◆=개선 필요, ★=개발 필요

필요 지표	필요통계 항목	생산 여부	작성 현황		생산 방안
			통계 명칭	작성 기관	
1인 창조기업 생멸 현황	1인 창조기업 창업 현황	★	기업생멸통계	통계청	국세청 세무자료 등의 행정자료로 구성된 기업체 모집단 DB 자료를 활용하여 생멸현황 통계 작성
	1인 창조기업 폐업 현황	★			
	1인 창조기업 성장 현황	★			
1인 창조기업 등록 현황	Idea Biz Bank 등록 기업 수	○	내부자료	중소기업청	1인 창조기업 지원을 위한 범정부적인 종합포탈시스템인 아이디어 비즈뱅크(www.ibiz.or.kr)에 등록한 1인 창조기업 수를 집계
1인 창조기업 창업 관련 규제	창업 관련 규제 수준	★	1인 창조기업 실태조사	중소기업청	1인 창조기업 실태조사에 규제 부문 및 규제 완화 부문과 관련된 항목을 세분하여 조사
1인 창조기업 사회 안전망 수준	공제부금 가입률	▲	내부자료	중소기업 중앙회	중소기업중앙회가 보유한 공제부금 가입자 정보에 1인 창조기업 종사자 기준을 적용하여 작성
창업 준비 및 애로사항	창업 준비기간 중 고려사항	○	1인 창조기업 실태조사	중소기업청	1인 창조기업 실태조사에서 창업 준비기간 중 고려사항, 창업 관련 애로사항, 창업 자금 규모 및 주요 지출 분야를 조사
	창업 관련 애로사항	○			
	창업 자금 규모 및 주요 지출 분야	○			

□ 1인 창조기업 역량 제고 지표

범례: ○=공표, ▲=생산가능/미공표, ◆=개선 필요, ★=개발 필요

필요 지표	필요통계 항목	생산 여부	작성 현황		생산 방안
			통계 명칭	작성 기관	
1인 창조기업 일반 현황	1인 창조기업 사업체 수	○	1인 창조기업실태 조사	중소기업청	표본사업체 조사결과를 이용하여 사업체 수 모수를 추정·발표
	1인 창조기업 종사자 수	★			무급가족 종사자, 임시·일용 종사자, 공동 경영자 등에 대한 종사자 현황 항목을 신설 조사
	1인 창조기업 사업체 수 기준 비중	○			추정 사업체 수를 기준으로 전체 사업체 대비 비중자료를 작성
	1인 창조기업 종사자 수 기준 비중	★			종사자 항목을 조사·집계하고 전체 사업체 대비 비중자료를 작성
1인 창조기업 경영 상태	매출액 규모 및 증가율	◆	1인 창조기업실태 조사	중소기업청	(1안) 1인 창조기업실태조사 표본설계 과정에서 매출액 관련 모수 추정이 가능한 수준으로 표본사업체를 추출하여 작성 (2안) 기업체모집단 DB에 포함된 부가가치세 신고자료 및 종사자 자료를 가공하여 작성
	매출액 기준 비중	◆	기업체모집단 DB	통계청	
	매출액 대비 순이익률	★	1인 창조기업실태 조사	중소기업청	순이익 항목을 신설하여 조사하고, 매출액 자료와 연계하여 순이익률을 작성
	경영 과정 주요 애로사항	○			경영 불안요인, 경력 미인정 등의 경영상 애로사항을 조사
1인 창조기업 경영자 및 고객 현황	경영자 성별 현황	○			경영자 성별, 연령별(10세 간격), 학력별, 전공 부문별 경영자 현황을 조사하고 있으며, 개인을 포함한 거래 중인 클라이언트 수를 조사
	경영자 연령 현황	○			
	경영자 학력 현황	○			
	경영자 전공 현황	○			
	거래 고객 수	○			
	사업자등록 수준	○			사업자등록 여부, 사유, 등록형태, 업종분류 및 사업분야 조사

필요 지표	필요통계 항목	생산 여부	작성 현황		생산 방안
			통계 명칭	작성 기관	
1인 창조기업 판매 지원 성과	지식거래조건부 사업화 지원 실적	○	내부자료	중소기업청	지식거래조건부 사업화 지원실적과 관련한 내부자료를 집계하여 공표
	중소기업 공공구매시장 참여도	★	행정자료	중소기업청	공공기관의 구매시장 보고자료에서 1인 창조기업 부분을 추출하여 작성
	온라인 매출 실적	○	내부자료	중소기업청	인터넷 쇼핑몰인 11번가의 1인 창조기업관 매출실적을 집계하여 공표
	수출기업 수 및 수출액	★	행정자료	중소기업청	관세청의 수출입 관련 자료에서 1인 창조기업을 추출하여 작성
	해외진출 실적	★			수출입은행의 해외진출 실적자료를 기획재정부에서 제공받아 1인 창조기업 부분을 추출하여 작성
1인 창조기업 자금 및 보증 지원 성과	특례보증 활용도	○	내부자료	중소기업청	특례보증 지원 실적을 집계하여 공표
	전용 정책자금 활용도	○			전용 정책자금 지원 실적을 집계하여 공표
1인 창조기업 인프라 지원 성과	교육 이수자 만족도	★	자체조사	중소기업청	교육프로그램 이수자 대상으로 만족도 조사를 실시
	교육 이수자 창업 및 영업지속률	★			교육프로그램 이수자 대상으로 이력관리를 통해 작성
	컨설팅 참여업체 만족도	★			컨설팅프로그램 참여업체 대상으로 만족도 조사를 실시
	컨설팅 참여업체 매출액 증가율	★			컨설팅프로그램 참여업체 대상으로 이력관리를 통해 작성
	비즈니스센터 이용 만족도	★			비즈니스센터 이용업체를 대상으로 만족도 조사를 실시
1인 창조기업 R&D 지원 성과	전용 R&D 프로그램 활용도	○	내부자료	중소기업청	전용 R&D 프로그램 지원 실적을 집계하여 공표
	팀 기술개발의 성공률	○			팀 기술개발 지원업체 중 성공실적 자료를 집계하여 공표

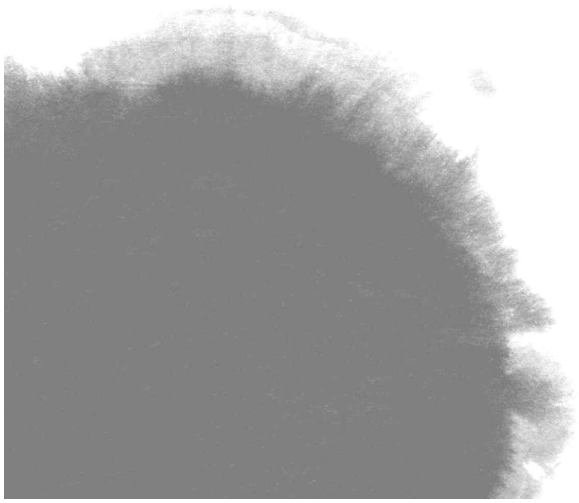
□ 1인 창조기업 유망분야 육성 지표

범례: ○=공표, ▲=생산가능/미공표, ◆=개선 필요, ★=개발 필요

필요 지표	필요통계 항목	생산 여부	작성 현황		생산 방안
			통계 명칭	작성 기관	
앱 개발 지원 성과	앱 개발자 양성 수	○	내부자료	중소기업청	앱 창작터를 통해 양성한 앱 개발자 수를 집계·공표
	앱 창작터 교육생 앱 스토어 등록률	○			앱 창작터 교육생의 앱 개발 후 앱 스토어 등록률을 집계·공표
	앱 창작터 교육생 창업률	○			앱 창작터 교육생의 창업 수를 집계·공표
	앱 전용 R&D 참여도 및 성공률	○			앱 전용 R&D 프로그램 참여업체 및 성공업체 수를 집계·공표
참살이 서비스업 육성 성과	참살이 실습터 만족도	★	자체조사	중소기업청	참살이 실습터 참여업체를 대상으로 만족도 조사를 실시
	참살이 실습터 교육생 창업률	○	내부자료	중소기업청	참살이 실습터 교육생의 창업 수를 집계·공표
전통식품 제조기업 육성 성과	전통식품 품질인증 신청건수	▲	내부자료	농림수산식품부	품질인증 주관기관인 농림수산식품부의 인증 신청 건수 및 인증 건수를 집계·공표
	전통식품 품질인증 건수	▲			

06

요약 및 결론



제6장 요약 및 결론

제1절 연구결과 요약

본 연구는 소상공인 정책부문의 신규 통계수요에 대응하기 위한 목적으로 추진되었으며, 국내·외 관련 정책 및 통계 현황을 비교·검토하여 상호간의 연계성을 점검하고 그 간격을 최소화하기 위한 작업들을 중심으로 진행하였다. 작업과정은 우선적으로 정책대상을 협의의 소상공인, 전통시장, 1인 창조기업의 3개 부문을 구분하고, 부문별로 정책 영역과 지표를 분류하였으며, 해당 지표 단위별로 필요통계 항목을 선정하고, 항목별로 국내 통계작성 현황과 비교·검토하여, 최종적인 생산방안들을 도출하였다.

이와 같은 연구 진행을 통해 소상공인 정책부문은 9개의 정책영역과 55개의 정책지표체계로 분류하였으며, 협의의 소상공인 부문은 '소상공인 경쟁력 강화', '소상공인 경영 안정', '소상공인 상권정보 제공'의 정책영역으로 구분하고 세부 지표 22개를 분류하였다. 전통시장 부문은 '전통시장 경쟁력 강화', '전통시장 시설 현대화', '전통시장 경영혁신'의 정책영역으로 구분하고 세부 지표 17개를 분류하였다. 1인 창조기업 부문은 '1인 창조기업 창업 활성화', '1인 창조기업 역량 제고', '1인 창조기업 유망분야 육성'의 정책영역으로 구분하고 세부 지표 15개를 분류하였다.

세부 지표별로 정책 필요통계 항목은 전체 163개가 도출되었으며, 필요통계 항목 중 기존의 통계조사를 통해 생산·공표 중인 항목은 81개, 생산이 가능하지만 미공표 상태인 항목이 12개, 생산되고 있지만 개선이 필요한 항목이 16개, 신규 개발이 필요한 항목이 54개로 확인되었다. 개선이 필요한 항목들은 기존 작성체계에서 생산

되고 있으나 품질 수준 및 활용성을 높이기 위해 대체 가능한 다른 방법의 검토가 필요한 경우, 포괄범위의 확대·세분이 필요한 경우, 생산 주기의 변경이 필요한 경우 등을 포함하여 제안하였다.

도출된 필요통계 항목을 정책부문별로 살펴보면, 협의의 소상공인 부문이 60개, 전통시장 부문이 58개, 1인 창조기업 부문이 47개로 구성되었으며, 생산이 가능하지만 미공표 상태인 항목은 전통시장 경영혁신 영역에서 5개(41.7%)로 가장 많았고, 개선이 필요한 항목은 소상공인 상권정보 제공 영역과 전통시장 경쟁력 강화 영역에서 각각 6개(37.5%)로 가장 많은 것으로 나타났다. 신규 개발이 필요한 항목은 전통시장 경영혁신 영역에서 13개(24.1%), 1인 창조기업 역량 제고 영역에서 11개(20.4%), 소상공인 경영 안정 영역에서 8개(14.8%), 소상공인 경쟁력 강화 영역 및 전통시장 시설 현대화 영역에서 각각 7개(13.0%) 순으로 많은 것으로 나타났다.

<표 6-1> 소상공인 통계 생산방안(요약)

정책 영역 및 지표	필요통계 항목 소계	생산 중인 필요통계 항목		개선필요 통계 항목 (◆)	개발필요 통계항목 (★)
		생산·공표	생산 가능, 미공표(▲)		
전 체	**163**	**81**	**12**	**16**	**54**
소상공인 경쟁력 강화	**24**	**14**	**1**	**2**	**7**
소상공인 일반 현황	6	4	-	2	-
소상공인 생멸 현황	4	-	-	-	4
소상공인 사업체 조직 형태	1	-	1	-	-
자영업 생멸 현황	3	-	-	-	3
소상공인 교육 지원 성과	2	2	-	-	-
자영업 컨설팅 지원 성과	2	2	-	-	-
프랜차이즈 현황 및 지원 성과	3	3	-	-	-
나들가게 지원 성과	2	2	-	-	-
소공인 지원 성과	1	1	-	-	-
소상공인 경영 안정	**16**	**7**	**1**	**-**	**8**
소상공인 경영 상태	3	3	-	-	-
자영업 경영 상태	3	-	-	-	3
소상공인 경기 동향	1	1	-	-	-
소상공인 융자지원 성과	3	3	-	-	-
소상공인 보증지원 성과	4	-	1	-	3
소상공인 사회안전망 수준	2	-	-	-	2

정책 영역 및 지표	필요통계 항목 소계	생산 중인 필요통계 항목		개선필요 통계 항목 (◆)	개발필요 통계항목 (★)
		생산 · 공표	생산 가능, 미공표(▲)		
소상공인 상권정보 제공	**20**	**13**	**–**	**6**	**1**
상권정보 신뢰도	2	2	–	–	–
업체 정보	5	4	–	1	–
인구 정보	2	–	–	2	–
유동량 정보	4	3	–	–	1
주요 시설 정보	3	2	–	1	–
매출 정보	1	–	–	1	–
부동산 정보	3	2	–	1	–
전통시장 경쟁력 강화	**14**	**6**	**–**	**6**	**2**
전통시장 현황	5	5	–	–	–
전통시장 상권 현황	3	1	–	–	2
전통시장 경영 성과	6	–	–	6	–
전통시장 시설 현대화	**13**	**4**	**2**	**–**	**7**
전통시장 시설 현황	4	4	–	–	–
전통시장 시설 설치 필요도	2	–	–	–	2
전통시장 편의시설 이용도	1	–	–	–	1
시설현대화에 대한 고객 만족도	2	–	–	–	2
시장정비사업 현황	2	–	2	–	–
시장정비사업 성과	2	–	–	–	2
전통시장 경영혁신	**31**	**13**	**5**	**–**	**13**
전통시장 경영관리 현황	8	8	–	–	–
전통시장 경영혁신 성과	5	–	3	–	2
상인교육 지원 성과	2	1	–	–	1
전통시장 조직화 현황	3	3	–	–	–
전통시장 조직화 성과	1	1	–	–	–
상권활성화구역 대상 현황	2	–	2	–	–
상권활성화사업 성과	2	–	–	–	2
경영혁신에 대한 고객 만족도	8	–	–	–	8
1인 창조기업 창업 활성화	**9**	**4**	**1**	**–**	**4**
1인 창조기업 생멸 현황	3	–	–	–	3
1인 창조기업 등록 현황	1	1	–	–	–
1인 창조기업 창업 관련 규제 수준	1	–	–	–	1
1인 창조기업 사회안전망 수준	1	–	1	–	–
창업 준비 및 애로사항	3	3	–	–	–
1인 창조기업 역량 제고	**28**	**15**	**–**	**2**	**11**
1인 창조기업 일반 현황	4	2	–	–	2
1인 창조기업 경영 상태	4	1	–	2	1

정책 영역 및 지표	필요통계 항목 소계	생산 중인 필요통계 항목		개선필요 통계 항목 (◆)	개발필요 통계항목 (★)
		생산 · 공표	생산 가능, 미공표(▲)		
1인 창조기업 경영자 및 고객 현황	6	6	–	–	–
1인 창조기업 판매 지원 성과	5	2	–	–	3
1인 창조기업 자금 및 보증 지원 성과	2	2	–	–	–
1인 창조기업 인프라 지원 성과	5	–	–	–	5
1인 창조기업 R & D 지원 성과	2	2	–	–	–
1인 창조기업 유망분야 육성	**8**	**5**	**2**	**–**	**1**
앱 개발 지원 성과	4	4	–	–	–
참살이 서비스업 육성 성과	2	1	–	–	1
전통식품 제조 기업 육성 성과	2	–	2	–	–

제2절 소상공인 정책 필요통계 생산을 위한 제언

소상공인 부문의 정책 수립·집행·평가 체계를 객관적인 근거 자료로 지원하기 위해 필요통계 항목을 도출하고 구체적인 생산방안들을 제안하였으나, 연구 결과물을 실질적인 성과로 연결하기 위해서는 관련 통계작성기관들의 관심과 협조가 반드시 필요할 것이다. 특히, 필요통계 항목의 많은 부분들을 책임지게 될 중소기업청 및 산하 기관들과 통계청의 역할이 중요한 것으로 나타났고, 한편으로는 관계기관들 간의 협조체계를 긴밀하게 구성하는 것이 통계작성의 효율성을 높일 수 있는 것도 확인되었다. 이와 같은 관련기관과의 협조체계 구축은 필요통계 항목의 생산을 위한 비용을 절감할 수 있으며, 관련 통계자료간의 중복·불일치 문제도 사전에 예방하는 효과를 가져올 수 있을 것이다.

한편, 전통시장 부문에서는 새로운 조사의 필요성도 제기된 바 있는데, 기존 조사체계에서는 소비자 측면의 평가와 관련된 통계자료의 생산이 불가능하기 때문이다. 전통시장 정책은 소비자의 시장 이용도를 높임으로써 시장을 활성화하는 데 그 목적이 있으므로, 관련 정책에 대한 소비자의 평가가 무엇보다 중요하다. 이와 함께 전통시장에 대한 다양한 정책들의 효과를 개별적으로 파악하기 어렵다는 점도 정책에 대한 소비자 평가의 필요성을 높여준다. 전통시장 시설현대화 사업이나 경영혁신 사업이 함께 추진될 경우 매출액 및 고객 수 등의 지표는 추진된 사업 전체의 성과를

보여줄 수는 있지만 개별 사업의 성과를 보여주지는 못한다. 이 경우 개별 사업에 대한 소비자 평가를 통한 성과 파악이 대안이 될 수 있다. 소비자를 대상으로 한 전통시장 정책 평가 조사는 전통시장이 대형마트 및 SSM 등 대형유통업체와의 경쟁 속에서 자생력을 강화하기 위해서는 어떤 활동에 주력해야 하는지를 파악할 수 있도록 함으로써 정부 정책의 효과를 제고하는 데 기여할 수 있을 것이다.

또한, 1인 창조기업 부문은 전반적인 통계의 품질수준이 낮은 것으로 확인되어, 통계 작성체계의 대폭적인 개선이 요청되고 있다. 개선작업은 국가 공식 승인통계 체계로의 편입이 우선적으로 필요할 것이며, 승인통계를 전제로 하여 모집단 구성, 표본 설계, 모수 추정, 조사방법 등의 세부 영역별로 구체적인 개선작업이 조기에 진행되어야 할 것으로 나타났다.

끝으로, 통계청에서 추진하고 있는 행정자료를 이용한 기업체 모집단 DB 자료의 공표 및 관련 원시자료의 적극적인 제공이 대단히 중요할 것으로 판단된다. 이를 통해 소상공인 및 자영업자, 1인 창조기업에 대한 생멸통계 작성, 모집단 구성 및 표본설계, 매출액 및 종사자 등의 일반 현황과 관련한 필요통계 항목 작성 등의 다양한 활용성을 기대할 수 있을 것으로 판단된다.

참고문헌

국가통계포털, 「소매판매액」(http://www.kosis.kr).

김현경 외, "사업체 생멸현황분석", 「2011년 상반기 연구보고서」 제1권, 통계개발원, 2011.

소상공인진흥원, "소상공인 경기동향(BSI) 및 분석 세부추진계획", 2012.

소상공인진흥원, "2012년 7월 소상공인 경기동향(BSI) 조사 결과 보고", 2012. 7.

시장경영진흥원, 「전통시장 개념 재정립 연구」, 2010.

시장경영진흥원, 「2010년도 전통시장 및 점포경영 실태조사 결과보고서」, 2010.

시장경영진흥원, 「2012년도 전통시장 및 점포경영 실태조사 조사표」, 2012.

이상규, "이용자 위치 분석을 통한 전통시장 상권분석", 「한국콘텐츠학회논문지」, 제12권 제3호, 2012, pp. 442~448.

이용직 · 최내영, "아날로그기법을 이용한 상권분석 사례연구", 「국토계획」, 제40권 제5호, 2005, pp. 75~86.

전라북도 전주시, 「전주시 전통시장 및 상점가 동향조사표」, 2012.

주현·김숙경·홍석일 외, 「자영업 비중의 적정성 분석 및 정책과제 연구」, 소상공인진흥원·산업연구원, 2010.

중소기업중앙회, 「2012년 중소기업 현황」, 2012. 12

중소기업청, "1인 창조기업 활성화 방안", 2009.

중소기업청 외, 「1인 창조기업 실태조사 및 성공요인 분석」, 2011.
중소기업청, 「2011년도 중소기업에 관한 연차보고서」, 2011.
중소기업청, "창조경제 기반 창업·창직 활성화 방안", 2011.
중소기업청, 「2012년도 중소기업 지원시책」, 2012.
중소기업청, "소기업 종합지원계획 공고", 2012.
중소기업청, "소기업 지원계획(2011~2013)", 2012.
중소기업청, "소상공인정책국 업무보고", 2012.
중소기업청, 「중소기업 연차보고서」, 2012.
중소기업청, 「2012년도 성과관리시행계획」, 2012.
중소기업청·소상공인진흥원 외, 「2010년 전국 소상공인 실태조사 보고서」, 2010.
통계청, "2011년 기준 전국사업체조사 조사표", 2012.
통계청, "「기업생멸통계」 개발 추진계획 보고", 2012.

日本「中小企業基本法」2009.
日本 中小企業廳,「平成21年度商店街實態調査報告書」, 2010.
日本 中小企業廳 編,「中小企業施策總覽」, 平成23年度, 中小企業總合研究機構, 2011.
日本 中小企業廳,「中小小賣商業者を支援します」, 2012.
http://www.chusho.meti.go.jp/koukai/chousa/chu_placement/index.htm
http://www.stat.go.jp/data/kojinke/index.htm
EC, "Commission Recommendation 2003/361/EC", Official Journal of the European Union, L 124, p. 36, 2003.
EC, "Commission Staff Working Document on the implementation of Commission Recommendation of 6 May 2003 concerning the definition of micro, small and medium-sized enterprises", SEC(2009) 1350 final, 2009.
NASE, Self-Employed and the U.S. Economy.
OECD, Entrepreneurship at a Glance, 2011.
http://www.atcm.org