

소상공인 디지털 전환 지원방안

(소상공인 성장 · 혁신 방안 2.0)

2020. 9. 17.

관 계 부 처 합 동

순 서

I. 추진배경	1
참 고 : 소상공인 성장 · 혁신 1.0 성과	2
II. 현황 및 문제점	3
III. 소상공인 성장 · 혁신방안 2.0 추진방향	5
IV. 주요 추진과제	6
1. 소상공인 생업현장 디지털 혁신모델 확산	6
2. 소상공인 디지털 생태계 조성	10
3. 디지털 전환 지원 인프라 구축	13
V. 기대효과	15
VI. 추진일정	16

I. 추진배경

◇ 코로나19 확산 이후 비대면·디지털 방식 가속화

- 최근 사회 전 분야에서 비대면·디지털화가 전례 없이 빠른 속도로 진행되면서 소상공인의 비즈니스 환경도 급격히 변화
 - 코로나19 이후 더욱 가속화되어 온라인 유통규모가 오프라인에 육박
 - * 연도별 온라인 매출 비중(%) : ('16) 31.8 - ('17) 33.9 - ('18) 37.9 - ('19) 41.2 - ('20.2) 49.0
 - 유통기업들도 저마다 온라인·디지털기술을 활용하여 운영형태와 서비스를 비대면 방식으로 바꾸는 등 대대적인 혁신을 진행 중
 - * (A마트) 스마트 스토어 2곳 오픈('20.4), 스마트 픽, 스마트 카트 도입
 - (B마트) 온라인 물류센터 확대(3→4곳) (금융감독원, 전자공시시스템, '20.8)

◇ 디지털 적용 성공사례가 속속 등장하면서 디지털 인식도 변화 중

- 대한민국 동행세일(6.26~7.12)에서 라이브커머스, 온라인판매 등 디지털 방식을 활용한 소상공인 비즈니스의 성공 가능성*을 확인
 - * 견과바, 카카오 초콜릿, 농산물 꾸러미, 통호밀 세트, 김OO도자기 등 33개 제품 완판
- 소상공인 중에서도 온라인·디지털 기술을 활용하여 경영서비스 혁신, 매출 증대에 성공하는 사례가 나오면서 디지털에 대한 인식의 변화
 - * (서울 암사종합시장) 온라인 장보기·배달 서비스 도입 후 온라인에서 월 3천만원 매출('20.6)

◇ 소상공인 지원의 새로운 패러다임 제시가 필요한 시점

- 그간 정부는 6번의 대책을 통해 '소상공인 성장·혁신 1.0'을 추진, 매출증대, 상권활성화, 전통시장현대화 등 하드웨어적 기반 마련
 - * (경영부담완화) 카드수수료 인하, 임대료 부담 경감(갱신청구 10년, 인상률5%) 등
 - * (매출증대기반) 온누리상품권('17. 1.3조원 → '20. 4.0조원), 지역사랑상품권('17. 0.3조원 → '20. 9조원), 전통시장 주차장 80%대 보급, 상권르네상스 추진

☞ 이제는 비대면·디지털화 흐름에 대처하기 위한 패러다임 전환, 「소상공인 성장·혁신 방안 2.0」으로 디지털 전환에 선제대응 필요
- 디지털 뉴딜 플래그십 프로젝트로 '소상공인 디지털 전환'을 추진

이번 정부 들어 6번의 대책을 통해, 소상공인을 독자적 정책영역으로 공고히 하고 경영애로 해소, 성장·혁신 역량제고, 사회안전망 강화 추진

□ 소상공인을 독자적 정책대상으로 확립 ⇒ **지원 본격화**

- 소상공인기본법 제정, 대통령비서실 내 자영업비서관실 설치, 중기부에 소상공인정책실을 신설하여 체계적 지원 기반 마련

* 연도별 소상공인 예산(조원) : ('17) 2.9 → ('18) 3.0 → ('19) 3.4 → ('20) 6.4

□ 현장의 시급한 경영애로 획기적 개선 ⇒ **경영부담 완화**

- 인건비 부담완화를 위해 일자리안정자금, 사회보험료 직접지원
- * 일자리안정자금(8조원), 사회보험 사각지대 해소(4조원) 등
- 카드수수료*, 상가 임대료** 부담 완화 등 경영 관련 비용 대폭 경감, 결제 수수료가 0%인 소상공인 모바일 간편결제를 도입

* 우대수수료를 적용범위(5→30억원), 5~10억원(2.05→1.4%), 10~30억원(2.21→1.6%)

** 상가임대료 : 인상률 9%→5%, 계약갱신청구권 (5년 → 10년)

□ 골목상권 활력 부여 ⇒ **매출증대 기반 마련**

- 골목상권에 사람이 모이고 소상공인·자영업자의 매출증대를 위해 온누리상품권('20. 4조원) 및 지역사랑상품권('20. 9조원) 확대 발행
- * 온누리상품권(조원): ('17) 1.29 → ('18) 1.50 → ('19) 2.01 → ('20) 4(목표)
- * 지역사랑상품권(조원) ('17) 0.31 → ('18) 0.37 → ('19) 2.3 → ('20) 9(목표)
- 상권르네상스 프로젝트 사업으로 지역상권 활성화, 전통시장 주차장 보급 및 주요 상권에 공영주차장 설치 확대

□ 사회안전망 강화 ⇒ **경영위험으로부터 보호**

- 자영업자의 고용보험 가입요건 완화, 보험금 지급수준 인상, 자영업자 산재보험 가입대상을 전업종으로 확대

* (실업급여) 지급수준 : 50 → 60%, 지급기간 : 90~240일 → 120~270일 ('19.10)

* (출산급여) 1인 자영업자 출산급여 월 50만원 × 3개월 지급('19.7)

- 1인 자영업자 고용보험료 지원 및 노란우산공제 가입자 확대

* (종전) 기준보수액 1등급 30% → (개선) 1~2등급 50%, 3~4등급 30% 지원('19.1)

* 노란우산공제 가입자(만명) : ('17) 113, ('18) 140, ('19) 164, ('20.8) 184

Ⅱ. 현황 및 문제점

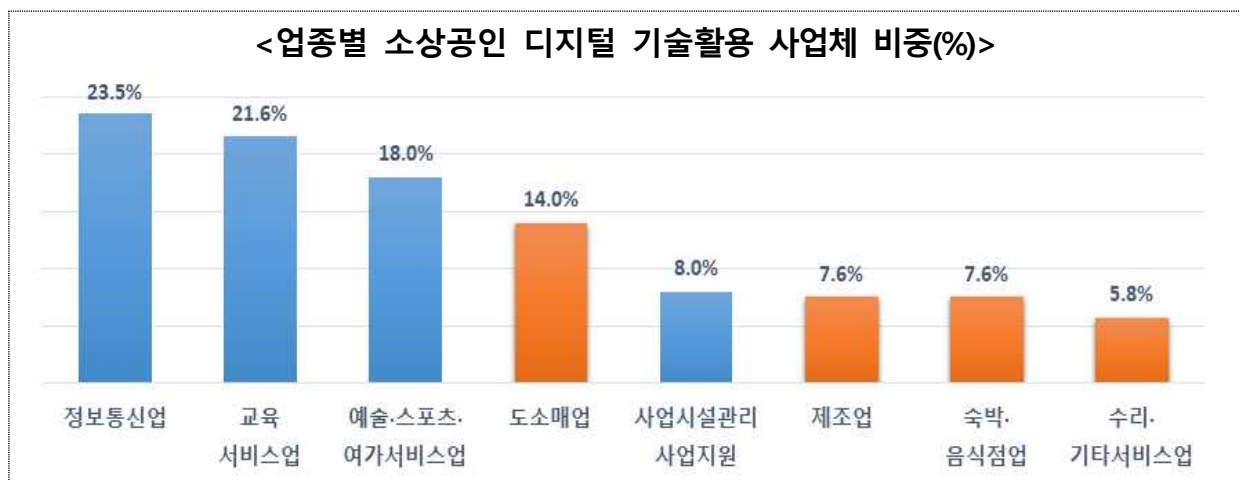
1 소상공인 디지털화 현황

- 소상공인 중 온라인쇼핑(배달앱 등 포함), 스마트오더, 무인결제 등 디지털 기술을 활용하고 있는 사업장은 15.4% 수준 (소진공 '20.8)



<참고> 소상공인 디지털화 개념

- 소상공인이 온라인, 4차 산업혁명기술(IoT, AI, AR, VR), 로봇, 무인결제 등 디지털 기술을 활용하여 새로운 사업을 발굴하거나 경영방식 및 서비스를 혁신하는 활동
- 업종별로는 정보통신업(23.5%), 교육서비스업(21.6%), 여가서비스업(18.0%)은 상대적으로 디지털 기술 활용도가 높으나,
 - 소상공인의 비중이 높은 제조업(7.6%), 숙박·음식점업(7.6%), 도·소매업(14.0%), 수리서비스업(5.8%) 디지털 활용도는 낮음



◇ 디지털 전환 인식 부족

- 소상공인은 디지털 기술의 효율성에 대한 인식 정도가 낮으며, 사업장에 적용할 수 있는 정도를 나타내는 기술수용성도 낮은 상황

* 디지털 전환 인식 : 39.4%, 디지털 기술 수용성 : 32.8% (중기연 '20.3)

- 소상공인과 전통시장 상인의 연령은 취업자 평균보다 크게 높고, 고령층의 디지털 정보화 수준은 낮은 것으로 조사

* 50대 이상 : 소상공인 57.7%, 전통시장 79.5%(중기부 '20.2), 취업자 평균 40.1%(통계청 '20)

* 55세 이상 고령층 정보화 수준 : 역량 51.6%, 활용 63.9% (과기부 '20.3)

◇ 디지털 전환 기반 및 여력 미흡

- 소상공인은 디지털 전환을 위한 인프라·전문인력·지식 부족 등의 요인으로 디지털 전환을 위한 준비가 부족한 상황

* 디지털 전환 준비 상황(%) : 인프라 53.1, 인력 34.5, 지식 38.2 (소진공 '20.8)

- 영업이익은 낮고 부채 비율이 높아 디지털 전환에 투자 여력 부족

* 소상공인 사업체당 연간 평균 매출액 235백만원, 영업이익 34백만원 / 부채가 있는 사업체는 48.4%, 사업체당 부채는 1억 81백만원 (중기부 '20.2)

◇ 온라인 플랫폼 입점 소상공인 불공정 거래 우려 증가

- 소상공인의 온라인 플랫폼 입점·이용이 늘어나면서 온라인 플랫폼 업체의 불공정행위로 인한 입점업체와의 상생의 중요성이 부각

* 온라인 플랫폼 입점 소상공인의 불공정거래 경험 : 오픈마켓 41.9%, 배달앱 39.6%, 소셜커머스 37.3% (중기중앙회, '18.12)

* 전자상거래 불공정 거래 유형 : 광고비 및 판매수수료 과다 35.4%, 일방적인 책임 전가 22.8%, 수수료 등 부당한 차별 20.3%, 일방적인 정산절차 19% 등 (법제연, '19.9)

☞ 소상공인이 디지털 환경변화에 신속히 대응하지 못하면 디지털 격차는 더욱 심화될 우려, 디지털 역량을 강화하여 혁신성장의 계기 마련

Ⅲ. 소상공인 성장 · 혁신방안 2.0 추진방향

비전

소상공인 디지털 전환을 통한 서민경제 활성화

목표 소상공인 디지털 격차해소, 디지털 경쟁력 제고

지원 분야	디지털화 모델 도출				전반으로 확산
◆ 디지털 전통시장	(‘21)	88곳	(‘25)	500곳	⇒ 1,437곳 (전통시장)
◆ 스마트 상점	(‘22)	5만개	(‘25)	10만개	⇒ 183만개 (도소매음식서비스)
◆ 스마트 공방	(‘22)	1,600개	(‘25)	1만개	⇒ 36만개 (소공인)

추진 전략

소상공인 생업현장
디지털 혁신모델 확산



세부 과제

- 전통시장 : 디지털 전통시장 조성
- 소 상 인 : 스마트상점 보급·확산
라이브커머스 등 온라인 진출
- 소 공 인 : 스마트공방 보급·확산
- 상 권 : 디지털 상권르네상스 조성

소상공인
디지털 생태계 조성



- 디지털 교육강화를 통한 디지털 격차 해소
- 디지털 상생협력문화 확산
- 생애주기별 디지털 지원체계 마련

디지털 전환 지원
인프라 구축



- 소상공인 빅데이터 플랫폼 구축
- 소상공인 간편결제 확산·보편화
- 디지털 전환 지원 체계 강화 (금융, 법령, 조직 등)

IV. 주요 추진 과제

1 소상공인 생업현장 혁신모델 확산

① [전통시장] 디지털 전통시장 500곳 조성

그간 대면 판매 중심인 전통시장에 온라인 배달, 무선결제, VR 지도 등 디지털 기술을 도입하여, 고객은 편리하게 쇼핑하고 상인은 매출 증대

※ 도입계획(누계, 곳) : ('21) 88 → ('23) 300 → ('25) 500

□ 전통시장 디지털 전환 기반 구축

- (전통시장 DB 구축) 시장 및 점포정보, 품목, 가격, 배달가능 등 정보를 DB화하여 민간·공공 플랫폼(인터넷지도, 맛집 추천앱 등)에 제공
 - * 전통시장 청년 디지털 인력(1,500명)을 활용하여 정보수집·입력
- (디지털 지도) 전국 시장정보(점포·구역·주차장 등)를 한눈에 볼 수 있도록 'VR 지도'를 구축(~'25. 시장 500곳)하여 민간 플랫폼에 연계

□ 전통시장의 온라인 진출 지원 (~'25. 시장 500곳)

- (온라인 근거리 배달) 시장 인근 주택지를 대상으로 식재료 등을 당일 배달하는 '근린상권 장보기 서비스' 컨설팅
 - * 온라인 진출을 위해 필요한 상품개발, 플랫폼 입점 협의, 마케팅 등을 지원 (시장경영바우처, 디지털 매니저 사업 등 활용)
- (전국 배송체계) 전국 각지로 택배 배송이 가능한 포장 상품 발굴, 온라인 플랫폼 입점 교육 등 '온라인 전국 배송' 컨설팅

□ 디지털 결제 환경 조성

- (디지털 결제시스템 구축) 모바일 상품권(QR결제), 신용카드, 현금영수증 등 다양한 결제가 가능한 무선 복합결제 단말기 보급(~'21. 점포 6만개)
- (모바일 온누리상품권 활성화) 모바일상품권 가맹점 확대(~'23. 17만곳) 및 온라인 배송 플랫폼과의 연계도 확대('20.8월 4곳* → '21. 15곳)
 - * (연계완료) 온누리전통시장(이지웰페어), e경남몰(경상남도), 놀러와요시장(위주) 등 4곳

② [소상인] 스마트상점 10만개 보급




소상인 사업장에 4차 산업혁명 기술(IoT, AR·VR, AI), 로봇기술, 온라인 등을 적용하여 경영·서비스 혁신을 통한 경쟁력 확보

※ 도입계획(누계, 개): ('20) 4.5천, ('21) 2.5만, ('22) 5만, ('23) 7만, ('24) 9만, ('25) 10만

□ 스마트기술(IoT, AR·VR, AI, 로봇기술 등) 도입 지원

- 시범상가를 지정하여 스마트기술을 시범 도입·적용(~'21), 업종별 표준모델을 도출하여 소상인 사업장 전반으로 확산(~'25. 10만개)
- 동네슈퍼의 무인시스템* 적용도 별도 지원('20. 5개→'21. 800개)
- * 출입인증장치, 셀프계산대, CCTV 등 도입으로 심야 무인판매가 가능한 점포

< 스마트상점 업종별 성공사례 >

치킨 튀김용 로봇 (치킨점)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 치킨 튀김 로봇 도입으로 조리과정에서 위험 요인을 제거하고 일정한 음식맛을 유지 - 도입 후 월매출 2천만원 증가, 고객수 3배 증가 	
초콜릿 3D프린터 (카페)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 3D 프린터를 활용하여 고객이 원하는 모양(이름, 문구 등)의 초콜릿 데코레이션을 즉석에서 성형 제작 - 젊은 층의 방문 및 주문 증가 	
스마트 미러 (미용실)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 50여개의 가발스타일 중 스마트 미러를 통해 맞춤형 가발 선택, 시술 전후 촬영 사진을 SNS로 직접 전송 - 도입 이후 월 매출이 23% 증가 	

- 소상인 사업장에 적용 가능한 스마트 기술개발 지원('20하 50개, '21. 30개), 최신 스마트기술을 전시하는 모델샵을 구축 ('20하. 2개)

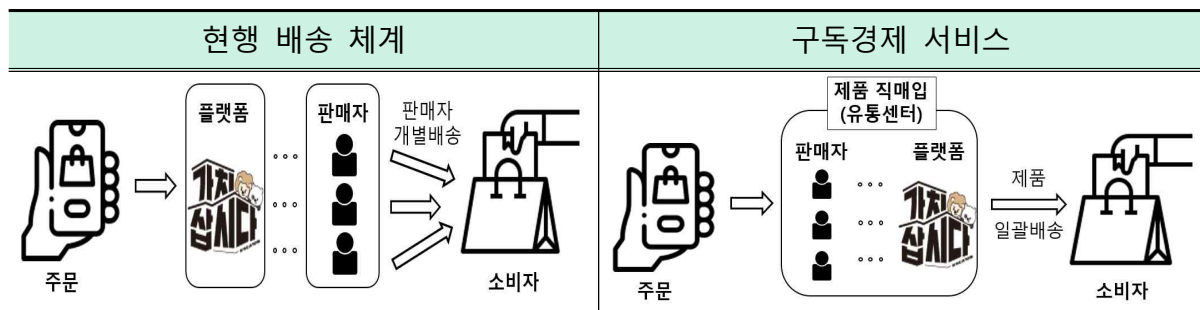
□ 라이브커머스(Live-Commerce) 활용 촉진

- '가치샵시다 플랫폼'에 자체 방송송출 기능 구축, 채널을 다양화('20.12) 하고, 행복한 백화점에 라이브커머스 스튜디오를 구축('20.11 3개)
- * 소상공인의 온라인시장 진출을 위한 테스트베드로, 소상공인이 디지털 역량을 배양하고 경험을 축적할 수 있는 라이브커머스 중심의 공적 플랫폼
- 라이브커머스 방송을 정례화하여 고정 시청자를 확보하고, 출연진과 장기계약 및 방송 고정장비 구축을 통해 비용 절감
- 민간 플랫폼과 협업하여 해외 송출 등을 통해 수출 지원

□ 다양한 온라인 채널 활용 지원

- (O2O 플랫폼) 소상공인의 O2O 플랫폼 입점 부담 경감을 위해 배달수수료, 광고비, 리플릿 제작비용, 홍보알림 지원 등 ('21. 1.6만개)
 - (온라인 쇼핑몰) 전용 기획전 개설 ('21. 400회), 온라인 전담셀러(MD) 1:1로 매칭 ('21. 100명, 1만개 상품), 홍보 영상 제작 지원 ('21. 4,000개)
 - (구독경제 활성화) 반찬·간식 정기배송 등 소상공인 구독경제 모델을 개발 ('20.12)하고, 구독경제관 개설 등 시범 운영 ('21. 1~2곳)
- * (사례) 꾸러미 채소, 반찬 배달(주 2~3회), 피부상태 진단 결과에 맞춰 화장품 배달(월1회)

< 구독경제 서비스 배송체계(안) >



③ [소공인] 스마트공방 1만개 보급

수작업 위주 생산공정에 자동화 기기, 데이터 수집·연계를 위한 기초단계 스마트기술(IoT 등)을 도입하여 제품품질 향상 및 생산성 제고

※ 도입계획(누계, 개): ('21) 600 → ('22) 1,600 → ('23) 3,600 → ('24) 6,600 → ('25) 10,000

□ 스마트기술 도입 및 확산

- 업종별 시범사업을 통해 스마트공방 표준모델 도출('20. 80개)
 - * (예시) B2B 소공인 ⇒ 부품·반제품의 품질·생산성 향상, 원청업체 수·발주 연계
 - B2C 소공인 ⇒ 생산 자동화, 고객 데이터 수집 및 관리·활용 지원
- 소공인 집적지(전국 1,531개 지역) 중심으로 스마트공방 확산
 - 소공인 집적지 내에 ①공동활용 스마트장비 도입, ②개별 소공인 스마트 공방 도입 '패키지' 지원 ⇒ 혁신거점 중심 스마트공방 집적화(75곳 내외)

□ 민간 온라인플랫폼 입점 지원을 통한 판로 개척

- 소공인 집적지별(액세서리, 의류, 식품 등) 대표상품을 민간 온라인 플랫폼*에서 판매할 수 있도록 소공인 전용 플랫폼 선정('21. 3개)

* A 스타트업 : 동대문 도매의류 기반 쇼핑몰 및 물류센터 운영, 7천여 업체 입점

B 스타트업 : 핸드메이드(액세서리, 의류 등) 쇼핑몰 운영, 1만 7천여 업체 입점

⇒ '20년 선정 O2O 플랫폼(6개) 외에 소공인 전용 O2O 플랫폼 추가 선정('21년)

4 [상 권] 디지털 상권 르네상스 시범사업 3곳 추진

하나의 상권(전통시장·상점가)에 디지털 전통시장, 스마트상점·슈퍼, 스마트공방 등 디지털 기술을 집적하여 시너지 창출

※ 도입계획(누계) : ('21) 1곳 → ('22) 3곳 (상권별 3년간 95억원 내외 지원)

□ 상권단위로 디지털 기술 패키지 지원

- (디지털 특화거리) 개별 점포(업종별) 스마트 기술* 도입, 상권 주요 지점 지능형 CCTV 및 사이니지 설치, 디지털 전통시장 조성

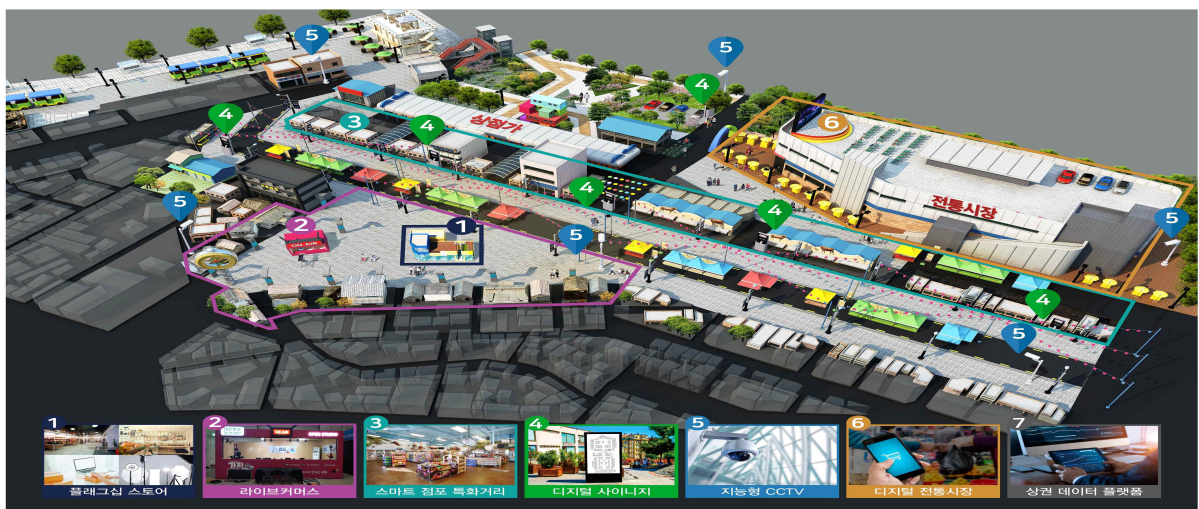
* 스마트상점(음식업;스마트오더), 스마트슈퍼(무인점포), 스마트공방(제조업;IoT) 등

- (온라인 판매) 모바일 앱을 통한 배송체계 구축, '가치삼시다 플랫폼' 등 온라인 플랫폼 입점지원, 라이브커머스를 통한 상품판매

- (복합체험판매 라운지) K-POP, 문화, 체험, 제품판매 등이 결합된 문화복합형 마케팅 전용매장을 구축하여, 즐기고 경험하는 지역 명소화

* 지역 수공예 명품 장터(라이브커머스), 한류스타 온·오프라인 공연(K-POP), 보이는 인터넷 라디오(상인방송), 계절별 지역 대표 축제 등과 연계

[디지털 상권 르네상스 사업 구성도]



1 맞춤형 디지털 교육을 통해 소상공인의 디지털 격차 해소

□ 디지털 취약 소상공인 대상 맞춤형 교육

- (수준별) 디지털 취약계층(중장년층 등) 대상 현장실습교육을 신설, 왕초보 → 기초 단계까지 마스터 가능한 기본교육 강화(~'25. 5만명)
 - * 66개 소상공인지원센터를 활용, 초보적인 스마트기기 작동법부터 기초활용까지 순차적·단계적 지원 후 일반 교육과정으로 전환·흡수
- (대상별) 전통시장*, 소공인** 등 밀집지역에 디지털 매니저 등을 통해 지역별 특성을 고려한 1:1 교육·컨설팅 지원(~'25. 3.5만명)
 - * 플랫폼 입점 교육 등 '25년까지 500개 전통시장 1만개 점포
 - ** 소공인 특화지원센터 등 거점을 활용하여 '25년까지 소공인 2.5만명 교육
- (업종별) 디지털 활용도가 낮은 과밀업종 소상공인 대상 디지털 활용 교육 프로그램을 마련, 협단체와 공동교육 실시(~'25. 1만명)
 - * 과밀업종 디지털 활용도 : 도·소매업(14.0%), 숙박·음식점업(7.6%), 수리서비스업(5.6%) 순

□ 디지털 활용을 위한 온-오프라인 교육 기반을 강화

- * 운영주체 : (기존) 소진공 → (변경) 엑셀러레이터, 민간 플랫폼사 등 전문운영기관
- (오프라인) 디지털에 익숙한 소상공인을 대상으로 디지털 교육·체험·실습이 가능한 '디지털 교육장'을 대폭 확충 ('20.하 1곳 → '22, 8곳)
 - 스마트상점 모델샵 구축, 디지털콘텐츠 제작, 라이브커머스 운영 시스템 등 적극적인 온라인 비즈니스 활용층 대상 프로그램 확대
- (온라인) 소상공인 '온라인전용 교육채널'(가칭 '가치샵시다 에듀')을 신설하여 업종·분야별 맞춤형 교육 지원(~'25. 80만명)
 - 업종별·분야별 수요를 기반으로 세분화된 교육 콘텐츠를 상시 송출하고, 녹화영상은 온라인 플랫폼의 상시 콘텐츠로 활용
 - * 공공기관 주관 교육사업 외 민간기관 교육프로그램 제휴 확대

2 디지털 플랫폼 경제의 **상생협력**

□ **자상한 기업**(자발적 상생협력 기업) **확산**

- 소상공인의 디지털 전환을 지원하는 **자상한 기업**(포털사이트, 오픈마켓, 유통대기업 등)을 지속 발굴 → **디지털 상생문화를 확산**

【자상한 기업 '네이버'의 상생협력 우수사례】

- **파트너스퀘어** : 소상공인에게 온라인 진출을 위한 스튜디오, 소규모 촬영장, 교육·컨설팅 등을 제공, '19.5월 역삼점을 시작으로 전국 6곳 운영 중
- **스마트플레이스** : 소상공인 업체 정보를 네이버에 등록하면, 검색 결과를 제공하고 스마트 주문, 예약, 간편결제 및 네이버 지도 연동 지원

- 자상한 기업에 대해 동반성장지수 등 평가 우대, 수·위탁거래 정기실태 조사 2년 면제, 출입국 우대카드 발급 등 정책 모델화 추진

□ **온라인플랫폼 이익공유 모델 발굴**

- 온라인 플랫폼 기업이 자발적으로 발굴한 **상생모델**을 통해 발생한 이익을 입점 소상공인과 공유하는 사례 적극 발굴

【 이익공유 사례 】

- **A 화장품사** : 고객이 자주 이용하는 오프라인 매장(대리점)을 온라인몰에서 '마이샵'으로 지정하면, 해당 고객의 온라인몰 구매액 일부를 마이샵으로 지정된 대리점에 공유
- **B 홈쇼핑사** : TV 홈쇼핑 방송 매출 실적에 따라 수수료의 일부를 환급하는 방식으로 중소 협력사에 이익 제공

- 다양한 협력 사례 발굴·확산을 위해 참여기업에 **인센티브*** 부여

* 세제지원(상생협력기금 활용시), 정부포상 우대, 출입국 우대카드 발급 지원 등

□ **상생협력기금을 통한 소상공인 디지털 전환 지원**

- '23년까지 **4백억원**('20년부터 매년 1백억원)의 기금을 조성하여 소상공인에게 **키오스크, 디지털 결제(NFC, QR) 단말기 20만대** 보급
- 상생협력기금 지원대상을 기존 협력기업 위주에서 **미거래 소상공인까지 확대** 유도
- 상생기금 출연시 **동반성장평가 반영** 및 **10% 세액공제** 등 제공

□ 온라인플랫폼 상생협력 기반 마련('20.하~)

- (실태조사) 온라인 플랫폼의 거래구조, 수수료체계, 거래관행, 상생협력 내용 등을 조사하여 제도개선 및 상생방안 마련 활용
 - * 불공정거래신고센터에 접수된 상담·민원 등을 분석하여 실태조사에 활용
- (상생협약체 운영) '배달플랫폼 협의회*(가칭)'를 구성하여 수수료 등 사업자-소상공인 간 주요 이슈 등을 논의하고 상생협력 모델 발굴
 - * 온라인 플랫폼 사업자, 소상공인 협·단체, 을지로위원회, 중기부 등 참여
- (제도적 기반 마련) 상생협약체 운영, 분쟁조정위원회 구성 등 입점업체 피해구제, 실태조사 등의 법적근거 마련(상생협력법 개정)

3 창업-성장-재기, 생애 주기별 디지털 지원 체계 마련

□ [창업] 오프라인 점포 창업 지원에서 온라인·스마트 스토어 진출 중심으로 교육 방식, 자금 등 지원체계 전면 개편 운영 ('21~)

- * (기존) 오프라인 점포창업 준비 교육 및 실습, 초기 점포 구축 등 창업 사업화 자금 지원
→ (개편) 온라인 창업을 위한 별도의 교육 커리큘럼 신설, 온라인 창업 자금 지원 강화

□ [성장] 디지털 전환 분야 소상공인 컨설팅을 신설, 업종별·분야별 전문가를 통한 소상공인 점포에 맞춤형 컨설팅 지원('21~)

- * 디지털·온라인 마케팅, 스마트상점 전환, 스마트슈퍼 등

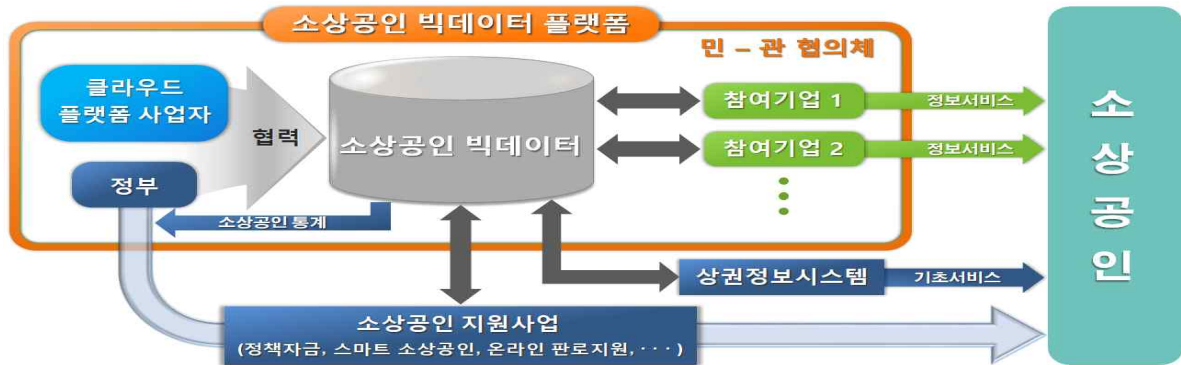
□ [재기] 민간기업과 협업*하여 과밀업종 폐업자의 디지털 기반 업종 전환** 지원 프로그램을 신설하고, 사업화 자금(1천만원 한도) 우대('21.)

- * (민간협업) 온라인몰, 카페24, 공유주방 스타트업 등

- ** (업종전환 예시) 오프라인 도소매 → 온라인 판매, 음식점업 → 식품제조판매업 등

1 소상공인 경영혁신을 돕는 개방형 빅데이터 플랫폼 구축

- 플랫폼 기업과 정부간 협약으로 소상공인 관련 데이터 공유하고, 정부, 기업간 합리적 역할 분담*을 통한 빅데이터 플랫폼 운영('21~)



- * (정부) △ 정부 지원사업 관련 데이터, △ 공공데이터, △ POS 데이터 등 유용한 정보를 확보하여 플랫폼에 제공, 스타트업 대상 빅데이터 활용 창업 경진대회 개최 등
- * (플랫폼기업) 협약을 통해 자신이 보유한 데이터를 플랫폼에 공유, 플랫폼 운영
- * (참여기업) 빅데이터 활용, 새로운 비즈니스 개발, 소상공인 경영지원 서비스 다양화

- (정부) 現상권정보시스템을 고도화하여 AI 기반 예상 매출액·고객 분석, 업종별 유망 상권 추천 등 경영 컨설팅 서비스 확대(~'23. 30개 업종)
- (참여기업) AI 재고관리, 홍보 및 마케팅 전략, 음식점 위생·안전 관리 컨설팅 등 새로운 서비스 발굴하여 소상공인에 제공('22.)

- 소상공인 마이데이터 실현을 위한 빅데이터 운영 체계* 수립

* 민-관협의체 운영을 통해 활용방안 결정, 데이터 제공 소상공인 바우처 지급 등

2 간편결제를 보편적 결제수단으로 정착

- '21년까지 100만개 이상 간편결제 인프라를 지원하고, '23년까지 간편결제 가맹점을 200만개까지 확대 ('20.8말 62만개)

* 가맹점 목표(만개): ('20) 80 → ('21) 120 → ('22) 160 → ('23) 200

- 온라인쇼핑몰 및 배달앱 수수료*(1%대) 인하('21), 외국인이 자국 어플로 국내에서 간편결제할 수 있는 시스템** 마련('20. 하)

* (예시) A 온라인쇼핑몰 : 3.7%(00페이 결제시), B 배달앱 : 평균 2.1%(신용카드 결제시)

** 중국 등 해외 유명간편결제사와 협의 진행 중

3 디지털 전환 지원체계 강화

□ 디지털 전환 지원자금 운용

- (디지털화 자금) 소상공인 사업장의 디지털화* 촉진 및 스마트 소상공인의 성장과 경영안정을 위해 자금 지원 ('21. 3천억원)

* 온라인 쇼핑, 전자결제시스템, 스마트·모바일 기기 활용 등을 통해 온라인화 등 추진 (업체당 1억원 한도, 거치기간 2년 포함 5년 이내 상환, 기준금리 + 0.4%p)

- (스마트 장비자금) 소상공인 스마트 장비* 구입 자금 운용 ('21. 1천억원)

* 실시간 원격 모니터링 또는 제어 가능 기계·설비 장치 등 구입 지원 (업체당 5억원 한도, 거치기간 자율 선택 및 8년 이내 상환, 기준금리 + 0.2%p)

- (스마트기술 특례보증) 스마트 기술 보유·이용기업 특례보증('20하. 2천억원)

* AR 서비스, AI·IoT, 키오스크, 비대면 주문시스템 보유·이용 업체당 1억원 한도 지원

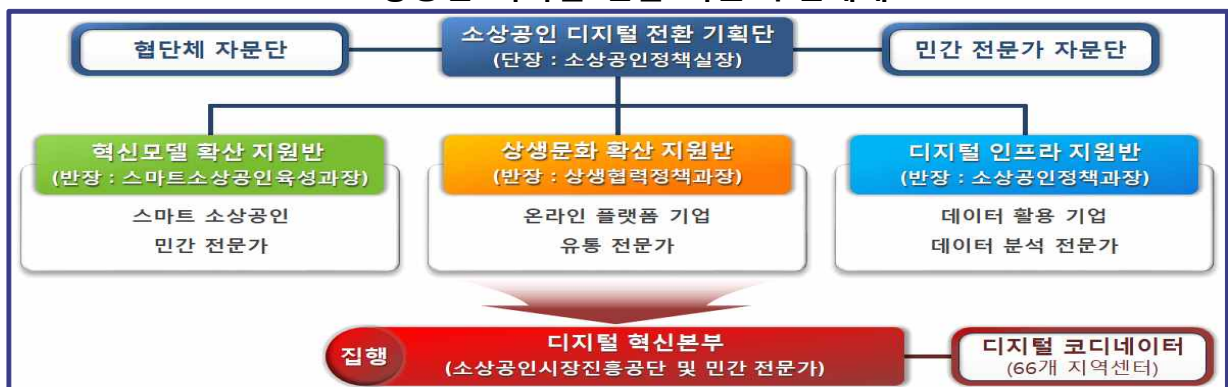
□ 소상공인 디지털 전환 지원 추진체계 마련

- (중기부) 「소상공인 디지털 전환 기획단(단장 : 소상공인정책실장)」을 구성하고, 기획단에 혁신모델 확산반, 상생문화반, 인프라지원반 운영

- (소진공) 집행조직으로 「디지털 혁신본부(단장 : 민간 전문가)」 신설

- 소진공 지역센터에 디지털 코디네이터 지정, 소상공인들의 디지털 전환 지원 관련 요청을 현장에서 원스톱으로 해결

< 소상공인 디지털 전환 지원 추진체계 >



□ 법적 기반 강화

- 소상공인 디지털 전환 지원사업을 안정적으로 추진하기 위해 소상공인 보호 및 지원에 관한 법률 개정 추진 ('20하)

* △ 정부 및 소진공 주요사업에 디지털 전환 지원 추가, △ 디지털 전환 지원조직 설치 근거 마련, △ 소상공인 빅데이터 구축(상권정보시스템 규정 개정) 등

V. 기대효과

Ⅵ. 추진일정

번호	과제 내용	추진 일정	소관 부처
1. 소상공인 생업현장 디지털화 ⇨ 혁신모델 확산			
1) [전통시장] 디지털 전통시장 500곳 조성			
1-1-1	전통시장 정보 DB화 : ('20.하) 750곳	~'20.하	중기부
1-1-2	전통시장 VR 지도 구축 : (~'25) 500곳	~'25	중기부
1-1-3	전통시장 배달·배송 체계 구축 : (~'25) 500곳	~'25	중기부
1-1-4	무선 복합결제 단말기 보급 : (~'22) 6만개	~'21	중기부
1-1-5	모바일 온누리상품권 가맹점 확대 : (~'23) 17만개	~'23	중기부
2) [소상인] 스마트상점 10만개 보급			
1-2-1	상점가 단위 스마트기술 도입 지원 : ('21) 2.5만개	~'21	중기부
1-2-2	스마트상점 보급 확산 : ('22) 5만개 → ('25) 10만개	~'25	중기부
1-2-3	동네슈퍼 스마트 무인점포화 : ('21) 800개	~'21	중기부
1-2-4	소상공인 맞춤형 스마트 기술개발 : ('21) 80개	~'21	중기부
1-2-5	스마트상점 모델샵 구축 : ('20.하) 2개(온라인 1개, 오프라인 1개)	~'20.하	중기부
1-2-6	라이브커머스 전용 스튜디오 설치 : ('20.하) 3개	~'20.하	중기부
1-2-7	민간 O2O 플랫폼 활용 촉진 : ('21) 2만개	~'21	중기부
1-2-8	온라인쇼핑몰 전용 기획전 개설 : ('21) 400회	~'21	중기부
1-2-9	온라인 전담셀러 1:1 매칭 : ('21) 100명, 1만개 상품	~'21	중기부
1-2-10	온라인 제품소개 영상제작 지원 : ('21) 4,000개	~'21	중기부
1-2-11	구독경제 모델 개발 및 구독경제관 개설 : ('21) 2곳	~'21	중기부
3) [소공인] 스마트공방 1만개 보급			
1-3-1	업종별 스마트공방 성공사례 도출 : ('20.하) 80개	~'20.하	중기부
1-3-2	스마트공방 기술 보급 : ('22) 1,600개 → ('25) 1만개	~'25	중기부
1-3-3	스마트공방 집적화 : ('22) 50개 → ('25) 75곳	~'25	중기부
1-3-4	소공인 전용 O2O 플랫폼 선정 : ('21) 3개	~'21	중기부
4) [상권] 디지털 상권 르네상스 시범사업 추진			
1-4-1	디지털 상권 선정 : ('22) 3곳	~'22	중기부
2. 디지털 생태계 조성			
1) 디지털 교육·컨설팅 강화하여 소상공인의 디지털 역량 제고			
2-1-1	디지털 취약계층 기본교육 강화 : ('22) 1만명 → ('25) 5만명	~'25	중기부
2-1-2	대상별 1:1 교육·컨설팅 지원 : ('22) 1.4만명 → ('25) 3.5만명	~'25	중기부
2-1-3	업종별 협단체와 공동교육 실시 : ('22) 5,000명 → ('25) 1만명	~'25	중기부
2-1-4	디지털 체험·실습 교육장 확대 : ('22) 8개	~'22	중기부

번호	과제 내용	추진 일정	소관 부처
2-1-5	업종·분야별 맞춤형 온라인교육 확대 : ('22) 35만 → ('25) 80만	~'25	중기부
2) 상생협력을 통한 건강한 디지털 생태계 구축			
2-2-1	디지털 기반의 자발적 상생협력 확산 : ('22) 2개 → ('25) 5개	~'25	중기부
2-2-2	협력이익공유 모델 발굴 확산 : ('22) 200개	~'22	중기부
2-2-3	키오스크, 디지털 결제 단말기 보급 : ('22) 10만대 → ('25) 20만대	~'25	중기부
2-2-4	온라인 플랫폼 거래 실태조사 : ('22) 1.5만개 → ('25) 3만개	~'25	중기부
2-2-5	배달플랫폼 상생협약체 구성	~'20.하	중기부
2-2-6	플랫폼-소상공인간 협력이익공유제 법제화	~'20.하	중기부
3) 창업-성장-재기, 생애주기별 디지털 지원 체계 마련			
2-3-1	온라인진출 중심의 창업 지원 체계로 개편	'21~	중기부
2-3-2	디지털전환 맞춤형 컨설팅 신설 : ('22) 1,500건 → ('25) 3,750건	'21~	중기부
2-3-3	디지털전환 재기 지원 프로그램 신설	'21~	중기부
3. 디지털 활용을 위한 인프라 지원			
1) 소상공인 경영혁신을 돕는 개방형 빅데이터 구축			
3-1-1	기업-정부 공동 소상공인 빅데이터 플랫폼 구축	'21~	중기부
3-1-2	표준상품DB와 POS기기 등과 연계 체계 구축	~'21	산업부
3-1-3	경영컨설팅 등 서비스 확대 : ('23) 30개	~'23	중기부
3-1-4	소상공인 마이데이터 실현을 위한 빅데이터 운영체계 수립	'21~	중기부
2) 간편결제를 보편적 결제수단으로 정착			
3-2-1	소상공인 간편결제 가맹점 확대 : ('23) 200만개	~'23	중기부
3-2-2	결제수수료 부담 완화(1%대 수수료 적용)	~'21	중기부
3-2-3	해외 관광객의 국내 결제체계 구축	~'20.하	중기부
3) 디지털 전환 지원체계 강화			
3-3-1	소상공인 디지털화 자금 : ('21) 3천억원	'21~	중기부
3-3-2	소공인 스마트장비 구입자금 : ('21) 1천억원	'21~	중기부
3-3-3	소상공인 스마트기술 특례보증 : ('20,하) 2천억원	'20.하~	중기부
3-3-4	소상공인 디지털전환 지원 추진체계 구축	~'21	중기부
3-3-5	디지털전환 지원을 위한 소상공인법 개정	~'20.하	중기부