

보도시점 (전매체) 5. 16.(화) 14:00

소상공인의 새로운 미래를 라이프스타일과 로컬브랜드로 제시하다

— 중소기업부, ‘기업가형 소상공인 육성방안’ 정책 발표 및 토크쇼 개최

중소벤처기업부(장관 이영)는 5월 16일(화) 서울 연남장에서 ‘기업가형 소상공인 육성방안’ 정책 발표 및 토크쇼를 열고 의·식·주 등 생활분야의 가치를 높이는 기업가형 소상공인에 대한 육성방안을 발표하였다.

이번 육성방안은 **창의 인재 양성**, ‘아이디어 발굴 및 창업 → 비즈니스 모델 고도화 및 확장 → 민간금융 연계로 스케일업’으로 이어지는 **성장 단계별 육성 및 스케일업 지원체계 정비** 등의 내용으로 우리 곁 소상공인을 생활 속 혁신기업가로 육성하겠다는 비전을 담았다.

또한 이날 중소기업부는 기업가형 소상공인의 잠재력에 대한 인식 제고 등을 위해 ‘라이콘 기업’(LICORN*)의 브랜드화도 발표하였다.

* LICORN = Lifestyle & Local Innovation uniCORN

정책발표 후 복순도가, 도레도레, 삼진어묵, 재주상회 등 기업가형 소상공인의 성공사례를 공유하고 정책의 필요성 등에 대해 이영 장관과 토론하는 등 토크쇼를 진행하였다.

이영 장관은 “그간 소상공인에 대한 정책은 보호와 지원 위주였고, 성장과 육성은 기술 중심의 스타트업에 집중되어 있었다”며,

“기술 중심의 창업·벤처 정책과 더불어 우리 삶의 가치를 높이는 **생활·로컬 분야**의 기업가형 소상공인을 새롭게 육성하여 지역을 살리고 세계로 뻗어 나가는 브랜드가 될 수 있도록 중소기업부가 함께하겠다”고 말했다.

※ 행사 사진은 15시경 배포 예정입니다. 취재에 참고해 주시기 바랍니다.

담당 부서	소상공인정책관 소상공인성장촉진과	책임자	과 장	이상천 (044-204-7290)
		담당자	사무관	이청수 (044-204-7854)



중소벤처기업부에서 ‘기업가형 소상공인 육성’ 정책이 발표되었다. 특히 이번 대책은 소상공인을 기업으로 바라보고 단순 ‘보호’나 ‘지원’이 아닌 ‘육성’ 방안을 만들었다는 점에서 기존 정책과 큰 차이점이 있다.

첫 번째, 기업가 정신을 가진 소상공인을 더 이상 소상공인이라 부르지 않고 라이프스타일이나 로컬에서 혁신을 일으키는 유니콘 기업이라는 이름의 ‘라이콘’으로 새롭게 브랜드했다는 점이다.

두 번째, 소상공인 창업 분야에 창의인재를 육성한다. 최근 늘어나는 대학생 창업과 MZ 소상공인을 체계적으로 지원하겠다는 의도이다. 특히 대학 내 생활산업 전공자에게 창업교육을 부전공으로 해서 의무적으로 이수하게 하고, 지역기업들과 함께 콘텐츠에 기반한 장인학교를 운영하겠다는 점이 눈에 띈다. 아울러 ‘소상공인 혁신허브’라는 거점 공간을 마련하여 기존 소상공인을 기업가형 소상공인으로 변화시킨다.

세 번째, 성장단계별로 육성하여 글로벌 진출까지 지원한다. 아이디어의 발굴부터 비즈니스모델 고도화 및 확장을 지원하고, 민간금융도 연계한다. 특히 ‘민간 선투자 연계형 매칭융자’를 도입하여, 민간이 1억을 투자할 경우 최대 5억원까지 정책자금을 지원하게 된다. 아울러 로컬크리에이터가 중심이 되는 상권창업도 촉진한다. 역사, 문화 등 지역의 정체성을 담은 상권창업을 촉진하여 소상공인을 로컬브랜드로 키워내고 세계인이 찾는 콘텐츠 상권 나아가 도시를 육성하겠다는 계획이다.

네 번째, 스케일업 지원체계를 정비한다. 그동안의 정부주도에서 벗어나, 민간혁신가가 주도할 수 있도록 상권기획자 제도를 도입하고 기업가형 소상공인 중심의 커뮤니티 구성과 네트워크 구축을 지원한다. 또한 투자펀드 조성, 사업권 투자, 지분전환계약 제도 등 다양한 투자제도를 통해 민간자금을 끌어들이며 혁신창업붐을 소상공인 분야에서도 이룬다는 계획이다.

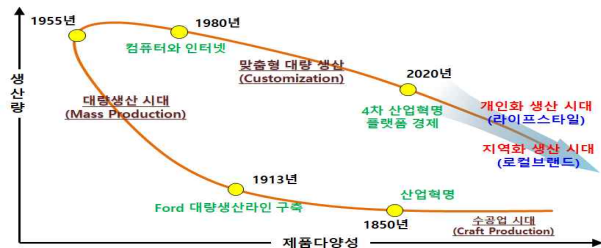
참고2

기업가형 소상공인 육성방안 [요약]

1. 추진배경

- (산업구조 변화) 대량생산의 시대에서 생활분야의 고부가가치 서비스 산업과 소규모 제조업이 발전하는 구조적 변화에 직면

- 농업(14C 이전) → 수공업(18C 이전) → 산업화(18~20C) 시대를 넘어 새로운 소상공인 크리에이터 (21C~) 시대로 진화 중



* 제조 패러다임 변화(대량생산 → 개인화)('10년, Koren)

- (소비트렌드 변화와 융복합) '가치소비' 및 '경험소비'가 확산되고, 전통적 생활분야와 제조·서비스 혁신이 결합하는 '빅블라' 현상 가속화

* 슈퍼키친(반찬), 런드리고(세탁), 다자요(여행), 제주맥주, 쿠팡 같은 기업군이 새롭게 등장

- 기술 중심의 창업·벤처 정책과 더불어 인간 삶의 가치를 높이는 생활·로컬분야의 생활혁신형기업 육성을 위한 새로운 정책 방향 필요

2. 현황

- (비기술 창업 동향) 생활형 분야는 진입장벽이 낮고 단순 창업한다는 인식이 무너지고, 대학생·청년의 기회형 창업비율 지속 증가

* 대학생('16. 45% → '21. 60%), 30대 이하('18. 15% → '21. 21%), 나다움 추구('18. 59% → '21. 65%)

- (기업가형 소상공인 등장) 衣·食·住 등 전통분야에서 ①생활혁신(라이프스타일), ②로컬(문화·공간·자연) ③디지털 접목한 창의기반 소상공인들이 변화를 주도

* 차별화된 서비스와 제품으로, 강릉(커피), 영동(와인), 양양(서핑), 제주(녹차)를 지역 대표 산업으로 개척 중이며, 삼진어묵·제주맥주·테라로사 등이 기업으로 성장

- (산업 규모) 기업가정신·장인정신 및 창의성을 기반으로 하는 '생활 분야 혁신 소상공인' 규모는 약 300만명 규모 추정

* 스마트스토어(51만명), 스마트플레이스(220만명), 인스타그램 이용자 등으로 추정('23, 연세대 모종란)

☞ 산업·소비 트렌드 변화에 맞는 '생활분야의 고부가가치 서비스화' 및 '제조기반 생활혁신형 창업기업' 육성 필요

3. 정책방향 및 세부 추진 방안

비전	우리 곁 소상공인을 생활 속 혁신기업가로		
추진 전략	단기	기업가형 소상공인 육성을 위한 전주기 생태계 구축	
	중장기	세계적 경쟁력을 갖춘 라이프스타일 혁신기업 육성	
세부 과제	① 브랜드화 및 창의 인재 양성	② 성장단계별 육성 (앵커형, 기업형)	③ 스케일업 지원 체계 정비

[1] 브랜드화 및 창의인재 양성

① 기업가형 소상공인 브랜드화

- (정의) 의·식·주 등 생활문화 분야에 '제조기반, 서비스혁신'을 통해 새로운 부가가치를 창출하는 기업
- (브랜드화) 라이프 & 로컬에서 혁신을 통해 새로운 콘텐츠를 창출하여 유니콘 기업을 지향한다는 의미의 '라이콘'으로 브랜드화
 - * 강한소상공인·로컬크리에이터 선호도 조사결과 1위 라이프콘(Lifestyle & Local Innovation Unicorn), 2위 라이프크(Lifestyle & Local Innovation Creator)
- (유형) '제조기반', '혁신서비스', 접목에 따라 ①라이프스타일 혁신, ②로컬크리에이터, ③온라인 셀러 등 3가지로 유형화

② 창의인재 발굴·양성

- (로컬콘텐츠 대학) 지역문제 해결 의지 및 콘텐츠 개발역량이 우수한 지역대학을 생활분야 창의인재 양성대학으로 지정·운영('23년 7개)
 - * 생활산업 전공자 대상 복수(부) 전공으로 '크리에이터 의무과정' 도입
- (부처연계 인재 양성) 문화도시·지역문화인력(문체부), 도시재생·재창조(국토부) 사업에서 발굴된 인재 대상으로 로컬크리에이터 창업교육 실시('23년 200명)

③ 창의인재 교육 인프라 구축

- (콘텐츠기반 장인대학) 지역에서 성장한 로컬브랜드*와 협업하여 기업가·장인정신 및 기술교육 → 장인창업 및 상권 활성화 촉진('23년, 6개 기관·기업)
- (지역창업가 양성프로그램 운영) 창업아카데미·전문기술교육·전자도서관 운영을 통해 스스로 혁신하고 성장할 수 있도록 지원('23년, 1만6천명)
- (혁신허브 구축) 직주락형 혁신허브 구축(교육장·코워킹스페이스·공유가게 등으로 구성)으로 전주기적인 창업교육과 역량강화·교류를 지원('23년 5개소)

[2] 성장단계별 기업가형 소상공인 육성

[1] 아이디어 발굴 및 창업 지원

- (아이디어 발굴) '소상공인 혁신허브'를 통해 매월 창의적 아이디어에 구체적 실행방안을 부여하는 피칭대회 개최('23년, 2천명)
- (맞춤형 창업 컨설팅) 창의적 아이디어 구체화, 경영개선을 위한 맞춤형 컨설팅·바우처 제공으로 '창업, 사업모델 전환·확장' 지원('23년, 1,600명)
- (체험형 창업 지원) '교육 → 상품·서비스 개발 → 체험 → 자금'으로 이어지는 원스톱 창업프로그램으로 준비된 창업 지원('23년, 500명)

[2] 비즈니스 모델 고도화 및 확장

- (개방형 혁신 지원) 피칭으로 선별된 소상공인과 ①창작자 ②스타트업 ③異업종 소상공인의 팀빌딩·융합 집중지원('23년, 350개팀)
- (소상공인-기업간 협업 강화) '선도기업'과의 협업과제 발굴 및 지원을 통해, '기업가형 소상공인'의 제품·서비스 고도화 및 판로 확보('23년, 30팀)
- (기업가형 온라인 셀러 양성) '제조기반 소상공인'이 '숏클립 화법, 라이브 기획 등 온라인 역량을 강화하여 BM 고도화·마케팅 영역 확장('23년, 300팀)
- (IP 창출 지원) 소상공인·전문가 매칭을 통해 상품·디자인 등의 개선부터 IP 창출·활용 등을 패키지로 지원('23년~, 중소벤처기업부·특허청, 2천명)

[3] 민간금융 연계를 통한 사업화 지원

- (우리동네 편당) 투자자가 투자 후 수익을 '현금+현물 리워드'로 돌려받고, 소상공인은 낮은 금리로 자금을 조달하는 新투자모델 추진('23년, 1,700개)
- (민간투자연계 매칭 융자) 민간투자자가 기업가형 소상공인에 先투자 시, 최대 5배까지 정책자금을 後 매칭하여 추가 지원('23년, 800개)
- (정책자금) 기업가형 소상공인에게 최대 1억원 정책자금 연계('23년, 1천개)

[4] 로컬크리에이터 중심의 상권창업 촉진

- 상권기획자와 로컬크리에이터의 연계·협업을 통해 역사·문화 등 지역 정체성을 담은 상권창업 촉진 → 향후, 로컬브랜드로 육성('23년, 4개 상권)

* (예 : 강릉) 보헤미안 등 커피문화 확산 → 커피 재배, 커피거리 축제·스테이 등 연관 산업 결합 → 커피가공 제조업 확장(테라로사) → '강릉 = 커피'라는 로컬브랜드 구축 중

[3] 스케일업 지원체계 정비

① 민간혁신가가 주도하는 스케일업

- (상권기획자 도입) 상권 공간 재구성, 소상공인 보육 등을 전문기획하여 상권발전을 도모하는 상권기획자 제도 신설('23년, 상권법 개정)
- (민간 엑셀러레이터 연계) 지역, 도시재생, 문화콘텐츠 등에서 활동하는 민간기관*을 기업가형 소상공인 보육 전문기관으로 지정·운영('23년, 10개)
* 예시 : (공간기반) 언더독스 / (제조업기반) N15 / (지역 자원연결) 제주·강원창경센터
- (협력 네트워크 구축) 기업가형 소상공인의 모임 결성(로컬브랜드 포럼)과 교류 활성화를 위한 온·오프라인 커뮤니티 조성 지원('23년, 10회)

② 투자펀드, 보증 등을 통한 민간자금 유입 체계

- (전용 자금제도 신설) 기업가형 소상공인·상가건물 등 지역상권 발전에 자금을 공급하는 '상권투자펀드' 및 '상권발전기금' 도입 추진(상권법 개정)
* 상권기획자가 49인 이하의 개인·투자자와 함께 출자하여 결성하는 펀드(합자조합·회사형)
- (지역엔젤 모펀드 조성) 엔젤투자매칭펀드 회수재원을 활용하여, 기업가형 소상공인 등에 대한 엔젤투자 지원('23년~)
- (지분전환계약) 개인사업자 사업권에 대한 투자계약을 체결하고, 추후 법인전환 시 지분 전환하는 제도 도입(소상공인법 개정)
- (사업권 투자) 수익 창출용 자산(부동산·제품·서비스 등)에 투자(수익배분펀드)하고, 창출된 이익을 배분하는 제도 도입(소상공인법 개정)

③ 지원근거·인증제도 도입 및 정책연계로 중장기 성장 전략

- (지원근거 마련) '기업가형 소상공인' 정의, 성장지원, 소상공인 혁신 허브, 협력 네트워크 구축 등에 대한 지원 근거 신설(소상공인법 개정)
- (인증제도 도입) 브랜드 우위를 바탕으로 경쟁력을 확보한 '기업가형 소상공인' 인증(세제혜택 등)을 통해 압축 성장을 집중 지원(소상공인법 개정)
- (임대료 감면) 국가·지자체 보유 유희공간에 소상공인 창업시설 구축시 건축·운영비 지원 및 임대료 감면(소상공인법 개정)
- (수출 지원) '강한소상공인 사업'內 글로벌 트랙을 신설('23년, 100개팀) 하고, 수출물류바우처로 해외진출을 위한 마케팅을 패키지로 지원('24년~)
- (R&D) 뷰티·주류·식품·생활용품·패션 등 생활혁신 분야의 소규모 제조업에 대한 '소상공인 R&D사업' 신설 추진('23년~)

기업가형 소상공인 이란?

개념 및 특징

정의 의·식·주 등 생활문화 분야에 '제조기반, 서비스혁신'을 통해 새로운 부가가치를 창출하는 기업

차별성 우리 삶과 밀접한 아이템에 아이디어를 결합하여 새로운 라이프 스타일을 창조

브랜드

LICORN(라이콘), Lifestyle & Local Innovation uniCORN
라이프 & 로컬에서 혁신을 통해 새로운 콘텐츠를 창출하여 유니콘 기업을 지향한다는 의미

성장 및 발전 모델

앵커스토어 로컬의 차별화된 생산·소비 가치에 집중하여 지역 상권을 견인하는 거점브랜드로 성장

혁신기업 다수의 생산·판매 거점, 유통 채널 등을 활용하여 전국 및 글로벌 시장으로 영역을 확장



기업가형 소상공인 유형



라이프스타일형

기존 생활양식에 아이디어를 결합, 삶을 더욱 풍요롭게 하며 소비 창출

사례 어니언, 론드리프로젝트, 로우로우, 도레도레 등



로컬크리에이티브형

지역 문화, 특산물 등에 창의성 있는 콘텐츠를 입혀 로컬의 차별화된 생산·소비·문화가치 창조

사례 제주맥주, 서퍼비치, 지평막걸리, 농업회사법인 밭, 칠성조선소, 제주상회 등



온라인 셀러형

제조에 기반한 전통 소상공인이 온라인 접목을 통해 마케팅 영역 확장(동네→시도→전국)

사례 사과떡볶이, 장인한과, 들체테리아, 제주할머니떡집, 테라로사, 삼진어묵 등

1 기업가형 소상공인 브랜드

의·식·주 등 생활문화 분야에
'제조기반, 서비스혁신'을 통해
새로운 부가가치를 창출하는 기업

라이콘 기업 LICORN
Lifestyle&local Innovation uniCORN

2 창의인재 양성

- 로컬콘텐츠 중점대학 지정·운영
- 로컬브랜드를 활용한 장인 학교 운영
- 부처연계 지역혁신 창업인재 양성
- 지역창업가 양성프로그램 강화
- 직주락형 '소상공인 혁신허브' 구축
- 직업계고 학생을 위한 '청년 아이디어 도전 트랙'

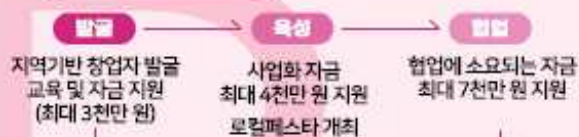
우리 곁 소상공인을 생활 속 혁신기업가로

3 성장단계별 육성

1. 라이프스타일

- | 아이디어 발굴 및 창업 | 비즈니스모델 고도화 및 확장 | 인간금융 연계를 통한 사업화 지원 |
|---|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> 피칭대회 운영 맞춤형 컨설팅 신사업창업사관학교 | <ul style="list-style-type: none"> 강한소상공인 온라인 셀러 양성 IP창출 패키지 지원 | <ul style="list-style-type: none"> 우리동네 크라우드 펀딩 민간투자유치형 매창용자 |

2. 로컬크리에이터



로컬브랜드 창출

로컬크리에이터가 소상공인과 협력, 공목상권을 브랜드화
기획, 교육·컨설팅, 사업화 등 자금 최대 5.5억원 지원

4 스케일업 지원체계

- | | |
|--------------------------|--|
| 민간혁신기가 주도하는 스케일업 | <ul style="list-style-type: none"> 상권기획자 도입 민간 액셀러레이터 연계 협력 네트워크 구축 |
| 민간자금 유입체계 구축 | <ul style="list-style-type: none"> 전용자금 제도 신설 지역엔젤 모펀드 조성 자본전환 계약 및 사업권 투자 |
| 지원근거 마련 및 인증제도 도입 | <ul style="list-style-type: none"> 기업가형 소상공인 지원근거 마련 라이콘 인증제도 마련 소상공인 지원시설 임대료 감면 |
| 정책연계를 통한 중장기 성장전략 | <ul style="list-style-type: none"> 수출지원 연계 소상공인 R&D 사업 신설 |

참고5

‘기업가형 소상공인 육성방안’ 정책발표 및 토크쇼(안)

□ 행사 개요

- (목적) ‘성장단계별 지원’ 발표 및 ‘현장 콘서트’ 개최로 ‘기업가형 소상공인’ 육성이 소상공인의 새로운 미래라는 메시지 전달
- (일시) ‘23. 5. 16(화), 14:00 ~ 17:00
- (장소) 서울 연희동 연남장*
 - * 유리공장을 창의기반의 소상공인 크리에이터를 위한 복합 문화·지원공간으로 재생
- (참석) 이영 장관, 소상공정책실장, 기업가형 소상공인(복순도가, 삼진어묵, 도레도레 등), 로컬브랜드 포럼*, 투자자, 기자단 등 120여명
 - * 로컬크리에이터 등이 중심이 되어 결성한 소상공인 기업 네트워크

□ 행사내용

- 브리핑, 정책 토크쇼(4개 사례발표 후 토론), 자유네트워킹 등

시 간			내 용	발표·토론·참여자
발 표 행 사	14:00 ~ 14:02	(2분)	(영상) 소상공인의 새로운 미래	
	14:02 ~ 14:08	(8분)	인사말씀	* 장관
	14:12 ~ 14:30	(18분)	(브리핑) 육성정책 발표	* 소상공실장
	14:30 ~ 14:40	(10분)	기자단 QnA	* 소상공실장 / 소상공국장
	14:40 ~ 14:50	(10분)	브레이크 타임(장내정리)	
정 책 토 크 쇼	14:50~15:00	(10분)	토크쇼 참석자 소개	
	15:00 ~ 16:00	(60분)	(주제) 기업가형 소상공인 육성 * 개별 사례발표(4건)별 간담회 진행	* 장관, 복순도가·삼진어묵·어반플레이·재주상회 대표 등
	16:00 ~	-	참석자 자유 네트워킹	* 장관, 기업가형 소상공인 등

참고6

토크쇼 참석자

□ 토크쇼 참석자

구분	성명	회사명(직책)	비고
중소벤처기업부	이 영	장 관	
	이대희	소상공인정책실장	
포럼 참석자	 김민규 (’82년)	복순도가 (대표)	·美 쿠퍼 유니언대(건축) ·’15년 샌프란시스코 국제 와인주류 금상
	 박용준 (’83년)	삼진어묵 (대표)	·美 뉴욕시립대 바루크대학 ·’15년 수산 신지식인
	 홍주석 (’83년)	어반플레이 (대표)	·한양대(건축) ·카이스트(문화기술) 석사 ·LBF 이사장
	 김경하 (’85년)	도레도레 (대표)	·연세대(도시공학)
	 고선영 (’75년)	재주상회 (대표)	·이화여대 ·중앙일보 여행기자 ·로컬리지 공동대표 ·LBF 이사장

참고 7

토크 콘서트 진행 순서

- 기업가형 소상공인 육성'이란 주제를 중심으로 4개의 소주제별 사례를 연속 발표한후 토론을 진행

구분(부제)	발제자	발표 내용
토크 1 (15:00~15:05) (소상공인 로컬창업)	복순도가 김민규	양조장·제품·마케팅을 넘어 '발효 건축'이라는 한국 전통 문화에 대한 재해석 프리미엄 전통주뿐만 아니라 화장품, 레스토랑, 펍 등 발효문화 콘텐츠로 다양한 분야가 융합하여 새로운 가치를 창출
토크 2 (15:05~15:10) (어묵장사에서 혁신기업으로)	삼진어묵 박용준	반찬에서 간식으로 어묵의 새로운 가치 발견 지역·전통과 상생하며 글로벌 기업으로 성장 지향 동네어묵(25억)에서 기업(800억원)으로 성장 어묵계의 스티브 잡스
토론 3 (15:15~15:20) (케익에 입힌 라이프스타일)	도레도레 김경하	사람들이 황금빛 여유로 삶을 물들일 수 있도록 ('도레(Dore)'는 프랑스어로 '금빛'이라는 뜻) '무지개 케익' 뿐만 아니라 공간을 즐기고 커뮤니티를 만들 수 있는 달콤한 공간 제공
토론 4 (15:20~15:30) (지역과 상생을 통한 혁신)	어반플레이 홍주석 & 재주상회 고선영	동네 매니지먼트 서비스 "바운드" 지역의 공간과 소상공인 크리에이터를 연결하다 로컬콘텐츠 및 지역공간 비즈니스 개선 & 제주 iin 매거진, 디자인과 디자인과 브랜딩, 로컬상품 협업·제작 등 로컬 콘텐츠 큐레이션을 통해 기존 지역의 가치를 창의적으로 재창조

주최  중소벤처기업부

주관  소상공인시장진흥공단 URBANPLAY

소상공인을 혁신기업으로 '기업가형 소상공인 육성' 정책 발표 및 토크쇼



| 일 시 | '23. 5. 16(화), 14:00~17:00

| 장 소 | 서울 연희동 연남장 (서울 서대문구 연희로5길 22)

| 주요참석자 |



중소벤처기업부
이명 장관



복순도가
김민규 대표



삼진어묵
박용준 대표



도레도레
김경하 대표



어반플레이
홍주석 대표



재주상회
고선영 대표

| 행사내용 |

시 간	내 용
14:00~14:10	인사말 ☞ 중소벤처기업부 장관 이명
발표 행사	14:00~14:30 정책 발표 [기업가형 소상공인 육성방안] ☞ 브랜드 '라이콘(LICORN)' 발표 ☞ 창의인재 양성, 성장단계별 육성, 지원체계 정비 등 종합육성방안 브리핑
	14:30~14:40 기자단 Q&A
	14:40~14:50 휴식 및 장내 정리
정책 토크쇼	14:50~16:00 기업가형 소상공인 사례발표 ① 소상공인의 로컬창업 ☞ 복순도가 김민규 대표 ② 어묵장사에서 혁신기업으로 ☞ 삼진어묵 박용준 대표 ③ 케이크에 입힌 라이프스타일 ☞ 도레도레 김경하 대표 ④ 지역과 상생을 통한 혁신 ☞ 어반플레이 홍주석 대표, 재주상회 고선영 대표
	16:00~ 자유 네트워킹

