

보도시점 (전매제) 11.15(금) 15:00

100년을 향한 도약, 지역을 넘어 세계로!

- 중기부, 백년소상공인과 함께 앞으로의 정책방향 논의 -

- 서울 도시제조허브에서 「백년소상공인 육성전략」을 발표하고, 백년소상공인, 전문가, 유관기관 등 현장 의견을 청취하는 정책간담회 개최
- “세방화(글로벌) 산업과 문화를 선도하는 백년소상공인”이라는 청사진(비전)을 제시하고, ‘27년까지 지역 상권의 중심축이자 세계(글로벌) 시장으로의 도약을 이끄는 백년소상공인 100개 육성을 목표로 맞춤형 지원전략 마련

중소벤처기업부(장관 오영주, 이하 중기부)는 15일(금) 서울 도시제조허브(소공인 광역특화지원센터)에서 “백년소상공인 육성전략”을 발표하고 현장의 의견을 청취하는 등 정책간담회를 개최했다고 밝혔다.

이번 간담회는 백년소상공인 대표와 지역가치창출가(로컬크리에이터), 관련 전문가 및 협단체 등 유관기관 관계자들이 한자리에 모여 백년소상공인 육성전략의 주요 내용을 공유하고 백년소상공인을 세계(글로벌) 경쟁력을 갖춘 지역대표 상표(브랜드)로 성장시키기 위한 정책방향과 지원방안에 대해 논의하는 의미있는 자리였다.

[추진 배경]

중기부는 2018년부터 오랜 역사와 전통을 가진 소상공인들의 지속가능한 성장을 지원하기 위해 백년소상공인 제도를 추진해 왔다.

지난 7년동안 지역의 대표맛집, 전통공예 소공인 등 2,313개의 백년소상공인을 발굴·지원하며 우수 소상공인의 대표 모델로 현장에 안착하였으나, 최근 법적 근거* 마련, 기업성장과 해외진출에 대한 현장의 목소리 등 재정·제도적 여건 변화와 ‘백년’ 상표(브랜드)에 대한 대국민 인지도 제고 등 정책의 지속적 실행을 위한 방향 재정립이 필요하게 되었다.

* 「소상공인법」 개정으로 백년소상공인의 지정 요건, 정부 지원근거 등 마련(24.7.17 시행)

이에, 중기부는 올해 시행된 법적 근거를 기반으로 백년소상공인 전체에 대한 현황과 지원성과를 분석하는 한편, '18년 제도시행 이후 처음으로 백년가게·백년소공인 상표(브랜드)에 대한 대국민 인식조사를 실시하여 백년소상공인이 소상공인의 성공을 넘어 지역 상권의 중심축이자 차별화된 상표(브랜드) 가치를 창출하여 해외시장에서도 인정받는 세계적(글로벌) 상표(브랜드)로 성장할 수 있도록 백년소상공인 육성전략을 마련하게 되었다.

특히, 이번 전략 수립과정에서 제도시행 이후 처음으로 실시한 대국민 상표(브랜드) 인식조사 결과에서는 “백년가게” 상표(브랜드)가 미쉐린가이드나, 블루리본, 착한가게 등 유사 인증제도 중 가장 높은 인지도를 가진 것으로 나오는 등 백년소상공인 정책이 우수 소상공인의 대표 상표(브랜드)로서 자리매김해 가고 있다는 의미있는 결과도 확인되었다.

중기부 오영주 장관은 이날 육성전략의 주요 내용에 대해 설명하면서 “백년소상공인은 수십년간 전통과 가업을 이어오며 우리 경제와 지역상권 활성화에 기여해 온 자랑스러운 주역이자 소중한 자산”이라고 강조하고,

“이번 육성전략의 세부과제들을 실효성있게 추진하여 백년소상공인들이 소상공인을 넘어 중소기업으로 성장하고, 더 나아가 세계시장에서도 인정받는 세계(글로벌) 기업으로 성장하여 새로운 100년을 맞이할 수 있도록 정책적 지원을 더욱 확대해 나가겠다”고 말했다.

[「백년소상공인 육성전략」 주요 내용]

중기부는 그간의 정책 추진현황과 성과를 분석한 결과, 백년소상공인 지정에 대한 상표(브랜드) 자부심과 매출성장 기여 등 사업참여 만족도는 높게 나타났으나, 대표적인 성공사례 창출 등 질적 성장과 온라인·지능화(스마트화) 및 해외 진출에 대한 지원이 부족하다는 실태조사 결과 등을 반영하여 지원체계를 고도화하고 세계화(글로벌화)를 촉진하기 위한 4개의 세부 추진전략을 마련하였다.

< “백년소상공인 육성전략” 추진전략 >

비전	글로벌 산업과 문화를 선도하는 백년소상공인
목표	백년소상공인을 지역상권 및 글로벌화의 주역으로 육성 * '27년까지 지역대표 브랜드 및 소기업으로 성장하는 백년소상공인 100+ 육성
1 백년소상공인 지원체계 고도화	2 지역대표 브랜드화 및 인지도 확산
▲ 브랜드가치 제고 위한 지정·관리체계 강화 ▲ 유형별·역량별 맞춤형 지원체계 구축	▲ 대표 브랜드 육성 및 지역상권 활성화 ▲ 대국민 브랜드 인지도 제고
3 글로벌화 촉진 및 브랜드 역량 강화	4 현장소통 및 성과 확산
▲ '27년까지 글로벌 백년소상공인(100+) 집중 육성 ▲ 민간 상생 협력을 통한 브랜드 역량 강화	▲ 지역별 협의체 구축 및 성과 공유·확산 ▲ 기업승계 및 제도기반 확충

첫째, 백년소상공인 지원체계를 고도화한다.

백년소상공인 상표(브랜드)의 신뢰성과 가치 제고를 위해 지정 및 관리 체계를 강화하고, 소기업 이상으로 성장한 업체는 '명예 백년소상공인'으로 관리하여 성공노하우 전수 등 백년소상공인의 본보기(롤 모델) 등으로 활용 할 예정이다.

지난 7월 시행된 백년소상공인 법적 요건을 준용한 평가체계와 휴·폐업, 행정처분 이력 등 사전·사후 점검(모니터링)을 강화하고 전문가의 역량진단을 통한 맞춤형 지원체계를 구축하여 질적성장을 강화할 계획이다.

둘째, 지역대표 상표화(브랜드화) 및 대국민 인지도를 확산한다.

지역의 역사와 문화 등 상징성을 보유한 핵심점포를 발굴하여 지역을 대표하는 기업으로 육성하고 전국 및 전세계적(글로벌) 관광 상품화로 발전 시켜 지역상권을 활성화할 수 있도록 지원을 강화할 계획이다.

이를 위해 백년소상공인이 지역의 고유상권 구축 및 활성화 등을 주도할 수 있도록 소상공인 협업활성화 사업 등에 ‘상권활성화’ 지원분야(트랙)를 신설하고, 소비자 관점의 상표(브랜드) 구호(슬로건)와 국민이 참여하는 다양한 홍보 행사(이벤트)를 추진하여 국민에게 사랑받는 상표(브랜드)로 성장 할 수 있도록 힘쓸 계획이다.

셋째, 국제화(글로벌화)를 촉진하고 민간 상생협력을 통한 상표(브랜드) 역량을 강화한다.

'27년까지 세계(글로벌) 백년소상공인 100+ 육성을 목표로 제품 경쟁력 및 해외진출 의지 등 국제적(글로벌) 역량을 보유한 우수업체 100개사를 발굴하여 수출기업화 등을 집중 지원하고,

금융기관, 공공기관, 민간기업 등과의 상생협력을 통해 KTX 역사 등에 전용매장 구축·입점 및 밀키트·가정간편식(HMR) 공동개발 등 유통·판로 지원을 확대할 계획이다.

또한, 관계부처와의 협력체계도 더욱 강화하여 위생등급제, 착한가격업소, 맛집지도 등 부처간 인증 연계지원과 공동홍보(마케팅) 등을 함께 지원하여 정부가 인정하는 안전하고 신뢰받는 상표(브랜드) 이미지를 제고할 예정이다.

넷째, 현장소통 및 성과 확산을 강화하고 제도기반을 확충한다.

백년소상공인 간 정보교류와 협업사업 발굴 등 현장 소통을 강화하기 위해 지역별 협의체 구축과 성과공유 네트워킹 행사 등을 정례화하고,

전통 가업과 숙련기술 등이 사장되지 않도록 예비 백년소상공인을 발굴·육성하는 기업승계 특화 프로그램도 운영할 계획이다.

담당 부서	지역상권과	책임자	과 장 김운우 (044-204-7880)
		담당자	사무관 공 윤 (044-204-7280)
			주무관 김한우리 (044-204-7887)
			주무관 윤혜림 (044-204-7868)



참고 1 백년소상공인 육성전략 정책간담회 개요

□ 개요

- (목적) 「백년소상공인 육성전략」 수립에 따라 육성전략 주요내용을 설명, 홍보하는 자리를 마련하고, 현장 의견을 청취
- (일시) '24. 11. 15(금) 15:00~16:10(약 70분 내외)
- (장소) 서울도시제조허브* 6층 회의실(성동구 성수동2가)
 - * '16년도 소공인지원센터(舊 광역특화지원센터 인프라조성) 사업에 서울시가 선정되어 3개 집적지구(문래기계금속종로주얼라성수수제화)를 광역센터로 구축(23.7 개소, 국비 50억원 지원)
- (참석자) 장관, 백년소상공인, 로컬크리에이터, 유관기관 및 관련 협단체 등 20명 내외
- (주요내용) ①「백년소상공인 육성전략」 설명 및 ②애로·건의 청취*
- (핵심메시지) 오랜 전통과 업력으로 지역 경제와 상권 활성화에 기여하는 백년소상공인의 역할 및 육성정책의 중요성 강조

□ 세부일정 (안)

시 간		내 용	비 고
15:00 ~ 15:12	12'	• 서울도시제조허브 소개 및 순시 * 안내 : 센터장(운영기관 : 서울경제진흥원)	장관 등
15:12 ~ 15:15	3'	• 인사말씀	장관
15:15 ~ 15:35	20'	• 안건 발표(각 5분) ① 백년소상공인 육성전략(지역상권과) ② 백년소상공인 상생협력 등 우수사례 발표 (3건) * 코레일유통, 정희윤대표, 오우진 대표	
15:35 ~ 16:05	30'	• 의견청취 및 자유토론	
16:05 ~ 16:08	3'	• 마무리말씀	장관
16:08 ~ 16:10	2'	• 기념 촬영	

참고 2 백년소상공인 육성전략(요약)

I 추진 배경

- 소상공인은 전체 기업체수의 95%(734만개), 고용의 45.8%(1,046만명)를 차지하는 등 서민경제의 근간을 형성하며 양적으로는 꾸준히 성장하였으나,
 - 빈번한 창업과 폐업 등 다산다사의 구조로 인해 5년 생존율이 34.3%에 불과하고 장기간 안정적으로 사업을 영위하는 장수 소상공인은 극소수
 - * 우리나라는 100년 이상 존속하는 소상공인 사업체가 27개인 반면, 일본은 22,000여개사
- 이에 중기부는 '18년부터 우수 소상공인을 백년이상 존속·성장할 수 있도록 지원하는 백년소상공인 정책'을 추진, 현장에 안착하였으나,
 - 최근 법적근거 마련, 기업성장·해외진출에 대한 현장목소리 등 재정·제도적 여건 변화로 정책방향 재설정 필요

II 정책평가 및 진단

- 우수 소상공인의 대표모델로 백년소상공인 육성정책을 추진해 왔으나, 대국민 브랜드 인지도 및 대표성과 창출 등 질적 성장은 다소 미흡
 - ⇒ 백년소상공인을 지역 앵커기업으로 육성하기 위한 지원체계 고도화 필요
- 백년소상공인 선정에 대한 자부심과 사업 만족도는 높은 편이나, 양적 증가에 대한 우려와 온라인·스마트화, 해외진출 등 지원제도 부족
 - ⇒ 백년소상공인 역량별 맞춤형지원과 브랜드가치 제고 위한 관리 강화 필요
- 백년소상공인에 대한 대국민 브랜드 인지도는 74%로 지속 향상하고 있으나, 브랜드 인지가 구매·방문으로 이어지는 질적 인지도는 다소 낮은 상황
 - ⇒ 제품(서비스)의 질적 인지도 및 경쟁력 강화를 위한 브랜드 확산 전략 필요

III 정책비전 및 추진전략

정책비전

글로벌 산업과 문화를 선도하는 백년소상공인

◇ **[목표]** 백년소상공인을 지역상권 및 글로벌화의 주역으로 육성

* '27년까지 지역대표 브랜드 및 소기업으로 성장하는 백년소상공인 100+ 육성

추진전략

1 백년소상공인 지원체계 고도화

- ① 브랜드가치 제고 위한 지정·관리체계 강화
- ② 유형별·역량별 맞춤형 지원체계 구축

2 지역대표 브랜드화 및 인지도 확산

- ① 대표 브랜드 육성 및 지역상권 활성화
- ② 대국민 브랜드 인지도 제고

3 글로벌화 촉진 및 브랜드 역량 강화

- ① '27년까지 글로벌 백년소상공인(100+) 집중 육성
- ② 민관 상생 협력을 통한 브랜드 역량 강화

4 현장소통 및 성과 확산

- ① 지역별 협의체 구축 및 성과 공유·확산
- ② 기업승계 및 제도기반 확충

IV 주요 추진과제

전략 1

백년소상공인 지원체계 고도화

1) 브랜드 가치 제고를 위한 지정·관리체계 강화

- **(지정·관리체계 강화)** 브랜드의 신뢰성과 가치제고를 위해 전체 지정규모를 적정수준으로 유지·관리하는 등 지정·관리체계 강화

* 신규지정은 경쟁률과 업종 등을 고려하여 적정수준 선정하고 중·소기업으로 성장한 업체 등은 "명예 백년소상공인"으로 관리하여 백년소상공인의 롤 모델로 활용

- **(평가·사후관리 강화)** 제품·서비스 차별성 및 사회적 기여 등 법적 요건을 준용한 평가 체계를 마련하고 휴·폐업, 행정처분 이력 등 사후관리 강화

* 평가의 공정성 제고를 위해 공인된 전문가로 '평가자문단'을 구성·운영하고, 개별 업체의 질적 수준을 높이기 위한 행정처분 이력 실시간 모니터링 및 1:1 전담매니저 도입 등 사후관리 강화

- **(국민추천제 확대)** 국민이 인정하는 경쟁력 있는 백년소상공인 발굴 및 브랜드 홍보를 위해 국민이 참여하는 신규 선정(지정) 이벤트 추진

* 지역의 우수업체를 국민이 직접 후보로 추천하는 국민추천제(평가점 부여) 및 신규 지정 신청 (서류적격 통과업체 대상 지역별 국민인지도 투표 추진하여 대국민 참여 유인 및 홍보 효과 제고)

2) 유형별·역량별 맞춤형 지원체계 구축

- **(역량진단)** 백년소상공인의 특성과 역량·의지·수요 등을 고려한 업계 전문가 역량진단 후 맞춤형 지원유형 설계 제공('25~)

* 역량진단제는 백년가게 중 음식점업 대상으로 시범 도입하고 성과분석후 단계적으로 확대, '27년부터는 신규·재지정 평가와 연계·검토 추진

- **(유형별 맞춤형 지원)** 서비스기반 '백년가게'와 제조기반 '백년소공인'을 업종 특성별로 유형화하여 역량단계별 현장 맞춤지원 강화

○ ①역량진단 → ②유형·역량별 컨설팅 → ③역량강화 프로그램 매칭·지원

- **(연계지원 강화)** 타 소상공인 지원사업과의 연계지원 강화로 백년소상공인 디지털 역량강화 등 맞춤지원 성과 확산

* (기존) 8개사업 우대(가점 3~5점) → (확대) 12개사업 우대(가점 3~5점) 및 별도트랙 확대(5개)

전략 2

지역대표 브랜드화 및 인지도 확산

1) 대표 브랜드 육성 및 지역상권 활성화

- **(대표브랜드화)** 지역의 역사·문화 상징성을 보유한 '백년가게' 등을 ①지역대표 핵심점포로 육성 → ②지역관광 상품화 → ③글로벌 상품화

< 브랜드 단계별 성장모델(안) >



- **(지역상권 연계)** 백년소상공인이 우수한 역량을 기반으로 지역 고유상권 구축 및 활성화 등을 주도 할 수 있도록 '상권활성화' 지원트랙 신설

* 백년소상공인 또는 노포 밀집 상권 내 협의체를 구성하여 해당 상권의 문제해결 및 활성화를 지원하고 백년소상공인 리더 역할 견인

2) 대국민 브랜드 인지도 제고

- **(정책홍보 강화)** 소비자 관점의 브랜드 슬로건*과 다양한 홍보영상을 제작·활용하여 백년소상공인 정책 및 브랜드 인지도 제고

* (예) ①세대를 이어 백년을 함께 할 우리 모두의 가게, 백년가게, ②백년이 될 때까지, 백년보다 더 오래 오고싶은 곳, ③27가지 엄격한 기준으로 정부가 인정한 명문 백년소상공인

- **(홍보채널 확대)** 지역의 역사와 전통, 문화 상징성 등을 보유한 ‘백년소상공인’의 다양한 ‘스토리’ 콘텐츠 발굴* 및 홍보채널 다각화**
 - * 개업이후 성장 과정, 제품·서비스 역사 등 백년소상공인 스토리 공모, 고객경험 공모 등
 - ** 방송·콘텐츠 분야 전문가 중심 스토리 발굴 → 콘텐츠 개발 → 방송·SNS 기반 확산

전략 3 글로벌화 촉진 및 브랜드 역량 강화

1) '27년까지 글로벌 백년소상공인 100* 집중 육성

- **(수출기업 육성)** 제품 경쟁력 및 진출 의지 등 글로벌 역량을 보유한 우수업체 100개를 선정하여 해외판로 개척 등 수출기업화 집중 지원
 - 수출유망 소비재 등 백년가게와 백년소상공인별 수출품목을 발굴하여 수출지원 특화·전문기관을 통한 체계적, 전문적 지원 강화
 - * (백년가게) 냉동밀키트·핑거푸드 등, (백년소상공인) 공예품·의료기·의류·도기 등
 - ** 해외진출 공공기관·기업 등과 협업 추진(KOTRA, 중진공, 유통 대기업 등)

2) 민관 상생협력을 통한 브랜드 역량 강화

- **(상생협력)** 대기업·공공기관 등과 협력하여 대국민 지도 서비스, 전용매장 입점 등 브랜드 인지도 및 판로지원 확대
 - **(전용판매장)** 금융기관 및 코레일유통 협업으로 전국 KTX역사 내 백년상품 전용판매장 구축 및 판로지원
 - **(홍보·판로)** 민간기업(카카오, 삼성웰스토리, 펍시코리아, 배달의민족 등)과 전략적 협력을 통한 판로 및 브랜드 홍보 확대
 - **(밀키트·유통)** 식품 대기업(롯데푸드 등)등과 협업하여 백년가게 메뉴의 밀키트·가정간편식(HMR) 공동브랜드 상품개발 및 식재료 유통 등 지원
- **(부처간 협력 확대)** 행안부(착한가격업소), 식약처(위생등급제), 문체부(맛집지도)와 인증지원 등 연계를 강화하고 고용부 등 타부처로 확대 추진
 - **(행안부)** 착한가격업소와 백년소상공인의 기존 연계체계를 강화하고 공동마케팅 등을 통해 우수 소상공인으로 성장 유도

- **(식약처)** 백년가게(음식점) 위생등급 인증 컨설팅 및 평가 지원
 - * 단계적으로 既 지정업체 대상 위생등급 인증을 적극 안내·지원하고 '27년부터는 신규·재지정시 기본요건으로 강화하여 안전하고 신뢰받는 브랜드 이미지 제고
- **(문체부)** 지역대표 음식 33선과 해당 음식을 판매하는 백년가게를 연계, “가이드북” 및 “맛집지도” 제작하고 홍보캠페인* 등 공동 개최
 - * 팸투어 진행, 홍보영상 제작, 지자체/유관기관 협업 홍보, 인플루언서 활용 홍보 등 병행
- **(특허청)** 백년소상공인의 상표·레시피 등의 지식재산권(IP) 확보 지원

전략 4 현장소통 및 제도기반 확충

1) 지역별 협의체 구축 및 성과공유 확산

- **(지역별 협의체·네트워킹)** 지역별 백년소상공인 협의회 구성을 유도하고 ‘백년소상공인협의회’ 운영 및 네트워킹 Day** 개최 등 현장소통 강화
 - * 전국 13개 지방중기청·소진공지역본부·백년소상공인협의회 간 정례 협의회 개최(연2회)
 - ** 성공한 선배(명예)기업 및 전문가를 활용하여 매년 달라지는 소상공인 정책설명회와 함께 세제·금리 등 정보 제공 및 성공사례 공유 기회 제공
- **(올해의 백년소상공인 선정)** 지자체·지역 소상공인 유관기관의 추천 기반, 지역경제 활성화·사회 기여 등 우수 업체*(연도별 10개사) 발굴·선정
 - * 중기부 장관상 표창 및 누적 3회 이상 선정 시, 재지정 평가제외 등 혜택 제공하여 자긍심 제고

2) 기업승계 및 제도기반 확충

- **(예비 백년소상공인 발굴)** 백년소상공인의 은퇴로 인한 가업·기술 단절 또는 후자 폐업을 방지하기 위해 예비 백년소상공인 발굴 추진
 - * 지자체, 소상공인지원센터(77개), 소공인특화·복합지원센터(53개), 지방중기청(13개) 등을 통해 예비 백년소상공인을 발굴·육성하고, 창업지원 연계지원 트랙 마련
- **(기업승계 지원)** 소공인협회, 백년가게협동조합연합회 등과 협력하여 기업승계에 관한 인식개선 교육 및 찾아가는 컨설팅 프로그램 운영
 - * 청년 (예비)창업자, 특성화고생, 현업 소공인 등이 백년소상공인의 전통 가업 및 숙련된 기술 전수교육을 받을 수 있게 특화 프로그램 운영
- **(온누리상품권 사용 확대)** 전통시장·상점가 등 백년소상공인 매출 향상을 위해 온누리상품권 가맹을 적극 유도하고, SNS정책 홍보 추진
 - * 「전통시장법」에 따른 온누리상품권 가맹점 특례 부여(「소상공인법」 개정, '24.9)

V 과제별 추진일정

주요 추진과제	소관부처	추진일정
① 백년소상공인 지원체계 고도화		
(1) 지정·관리체계 강화	중기부	'25.~
(2) 지정평가지침 마련(고시) 및 평가자문단 구성	중기부	'24.下
(3) 유형별 역량진단 실시	중기부	'25.~
② 지역대표 브랜드화 및 인지도 확산		
(1) 지역상권 협력사업 전용트랙 신설·운영	중기부	'25.~
(2) 대국민 정책홍보 콘텐츠 제작	중기부	'25.上
(3) 지역문화 등 연계한 국민참여 이벤트 운영	중기부	'25.~
③ 글로벌화 촉진 및 브랜드 역량강화		
(1) 글로벌 유망기업 100개 선정	중기부	'25.上~
(2) 수출지원 프로그램 연계 지원	중기부	'25.下
(3) KTX 전용판매장 구축(금융기관 협업)	중기부	'25.上
(4) 민간 상생협력 프로그램 지원	중기부	'25.~
(5) 행안부·식약처·특허청 등 우대사업 지원	중기부·행안부·식약처·특허청 등	'25.~
④ 현장소통 및 제도기반 확충		
(1) 지역별 협의체 구축·확대	중기부	'25.上
(2) 성과공유 네트워킹데이 개최	중기부	'25.~
(3) 예비 백년소상공인 특화프로그램 운영	중기부	'25.~
(4) 올해의 백년소상공인 선정	중기부	'25.下
(5) 찾아가는 컨설팅 프로그램 운영	중기부	'25.~