

보도시점 2026. 6. 1.(월) 조간 < 2026. 5. 31.(일) 12:00 >

4월 동행축제, 5,441억 원 매출 성과 달성 - 지역과 함께 만든 소비 활력 -

- 지역축제·대형유통망 협력 확대...지역소비 촉진, 최대 오프라인 매출 달성
- 하반기 범정부 통합 '코리아 그랜드 페스티벌'로 개최 예정

중소벤처기업부(장관 한성숙, 이하 중기부)는 지난 4월 11일부터 5월 10일까지 30일간 진행된 '4월 동행축제'가 국민들의 적극적인 참여와 민간 협력을 바탕으로 성공적으로 마무리됐다고 밝혔다.

이번 동행축제에는 역대 최대 규모인 3만6천 개 중소기업 및 소상공인이 참여했으며, 200개 온·오프라인 유통채널을 통해 다양한 할인 기획전을 운영해 총 5,441억원*의 직접 매출 성과를 거뒀다.

* 온라인 매출 3,695억원, 오프라인 매출 1,746억원

이는 지난해 동행축제 평균 매출액(5,263억 원) 보다 178억(3.4%) 증가한 규모로, 중동전쟁에 따른 고유가 등 어려운 소비여건 속에서도 내수 소비 흐름을 안정적으로 이어갔다는 점에서 의미가 크다.

또한, 축제 기간 디지털 온누리상품권 할인을 한시 상향 정책 등에 힘입어 온누리상품권 판매액은 전년 평균 대비 48% 증가한 5,118억 원을 기록했다. 이는 전통시장과 골목상권 소비 활성화에도 기여한 것으로 분석된다.

이번 동행축제의 가장 큰 특징은 지방정부와 협력해 지역축제와 동행축제 프로그램을 연계하고, 전국적인 판매망을 보유한 대형 유통기업과 협력을 대폭 확대했다는 점이다.

1 지역축제 행사 연계 프로그램을 통한 지방소비 촉진

전국 13개 지방중소벤처기업청이 지역 특성을 반영한 자체 기획 행사와 지역축제를 연계한 총 71개의 특화프로그램을 운영했다. 이들 행사는 지역 주민과 관광객들로부터 큰 호응을 얻으며 지역경제 활성화에 기여했다.

대표 사례로 대구경북지방중소벤처기업청이 자체 기획한 '대구 수제버거 페스티벌'은 지역 골목상권의 청년 외식창업자 10개 업체를 발굴해 로컬 브랜드 제품을 홍보·판매한 행사다. 행사기간(2일간) 기업당 평균 1천만 원의 매출을 기록해 연간 일평균 150만 원 매출 대비 3.3배 증가했으며, 방문객도 1만2천 명에 달해 개최 두 번째 만에 지역 대표 먹거리 축제로 자리매김했다.

또한, 지자체와 협업해 영화 '왕과 사는 남자' 흥행을 계기로 특별 편성된 "엄홍도 시티투어"에 군위 전통시장을 연계*해 점심 식사와 시장 투어 등 지역 골목상권의 소비촉진을 유도하며 지역 상권에 활력을 더했다. 향후에는 정규 여행상품으로 편성하는 방안도 검토하고 있다.

* 동대구역-육신사-하목정-군위전통시장(점심식사 등)-엄홍도묘소-후손마을-동대구역

아울러, 인천지방중소벤처기업청은 '부평 블랙데이' 행사와 인천항 크루즈 입항 관광객 대상 투어버스를 연계해 500명의 외국인 관광객의 지역상권 소비를 유도했다. 이를 계기로 하반기에는 인천관광공사와 협력해 외국인 관광객 대상 소비관광 프로그램을 더욱 확대 운영할 계획이다.

2 민간유통 채널 협력을 통한 판매 촉진

기존 TV홈쇼핑, 온라인 기획전 등 온라인 판매전 중심의 행사에서 대형 마트, 복합쇼핑몰, 편의점, 한살림생협 등 다양한 신규 유통채널이 대거 참여하면서 역대 최대 규모의 오프라인 매출 성과를 견인했다.

한국주방유통협회 및 의류환경협회의체와 협력해 의류·주방용품 재고 할인전도 개최하였으며, 기업의 재고부담을 덜고 판로를 확대하기 위해 향후에도 다양한 업종과 품목을 적극 발굴해 나갈 계획이다.

동행축제를 대표하는 ‘동행 300’ 제품 역시 누리집 직접 판매 지원과 할인쿠폰 제공 등 다양한 온·오프라인 판촉전을 통해 총 18억원의 매출을 달성했다.

* 매출상위 3사 : ㈜산과들(견과류, 3억 원), ㈜이유에프앤씨(계장, 1.6억 원), 드림와이즈컴퍼니(접이식 카트, 1.2억 원)

아울러, 국무총리와 경제부총리, 농림축산식품부 장관, 중기부 장관 등 주요 국무위원들과 중기부 차관도 총 11차례 동행축제 현장을 방문해 소상공인을 격려하고 소비촉진 메시지를 전달하며 소비 분위기 확산에 힘을 보탰다.

3] 향후 운영 계획

중기부는 올해부터 상반기 ‘4월 동행축제’와 하반기 범부처 통합 소비촉진 행사인 ‘코리아 그랜드 페스티벌’을 중심으로 연 2회 소비축제를 정례화해 운영할 계획이다. 이를 통해 소비활성화와 중소기업·소상공인의 매출 확대를 지속적으로 지원한다는 방침이다.

한성숙 장관은 “동행축제에 참여해 주신 국민 여러분께 깊이 감사드린다”며, “올 하반기에는 범정부 소비촉진 역량을 결집한 ‘코리아 그랜드 페스티벌’을 통해 내수 활력을 한층 더 끌어올리겠다”고 밝혔다.

하반기 코리아 그랜드 페스티벌은 국내외 관광객의 지역상권 유입을 확대하고 지역 소비와 상권 활력을 높이는 ‘모두의 소비 축제’로 추진될 예정이다. 범부처 통합 개막식과 대규모 할인전, 지역 여행·관광 연계 프로그램 등 다양한 행사를 중기부, 재경부 등 10개 부처*가 함께 준비하고 있다.

* 중기부, 국조실, 재경부, 과기정통부, 행안부, 문체부, 농식품부, 산업부, 해수부, 관세청

담당 부서	소상공인성장추진과	책임자	과 장	김혜남	(044-204-7290)
		담당자	사무관	강주실	(044-204-7795)
			사무관	박미란	(044-204-7266)
			주무관	박성아	(044-204-7291)
			주무관	박찬영	(044-204-7830)



참고

동행축제 우수사례

1] 지역축제 연계 및 자체기획 행사

1 '대구 수제버거 페스티벌'(5.1~2, 대구 에스24반월당점)

■ 대구 지역 청년 수제버거 업체 10곳이 참여한 먹거리 축제로 방문객 12,000명, 매출액 1억원 성과(전년대비 2배 증가, 기업당 1천만원)

* 방문객 : (25) 4,500명 → (26) 1만2천명

매출 : (25) 4,100만원 → (26) 1억원 / 최다매출 : 오일리버거 1,640만원

■ 대구경북지방청이 자체 기획한 행사로 개최 2회만에 지역상권을 대표하는 축제로 성장 ⇒ 로컬 브랜딩을 통한 지역경제 활성화 성과



2 '부평블랙데이' 외국인 관광객 연계(4.17~26, 부평 르네상스 상권)

■ 부평지역 최대 소상공인 할인축제 '부평블랙데이'와 동행축제를 연계하여 판매전, 라이브커머스, 크루즈관광객 투어버스 등 추진

■ 인천항에 입항한 크루즈 관광객을 부평블랙데이 축제에 유입하여 지역 상권에서 소비할 수 있도록 투어버스 운영(24회 운행, 500여명 연계)

* 투어버스 : 45인승 버스 2대, 영어 가이드 1명(4.23.~24.)

추진성과 : 매출액 1.7억원 방문객 22,855명 ※ 하반기는 인천관광공사와 협업하여 규모 확대



2] 민간협력 우수사례 : 롯데백화점 상생판매전(4.24~5.5, 롯데잠실점)

■ 국내 대표 유동인구 밀집상권에서 백화점의 집객력과 인프라를 활용해 소상공인 100개사 참여하는 판매전을 개최하여 매출 3.5억원 성과

* (매출우수기업) 1천만원 이상 매출 3개사, 5백만원 이상 매출 22개사

■ '25년 9월부터 3회 연속 동행축제 상생판매전에 참여하여, 소상공인에게 판로를 지원하는 동행축제 대표적 상생협력 모델



3] '동행제품 300' 판매 우수사례

■ 견과류를 판매하는 ㈜산과들(대표 장동민)은 동행축제를 대표하는 '동행제품 300' 가운데 매출 1위 달성(매출액 307백만원)

* 전년 동월 대비 10% 상승

■ 소비자 수요에 맞춘 간편 구성(견과 5종), 대규모 할인(44%), 쿠폰 지원, 동행축제 누리집 '동행제품 300' 직접구매 지원(소비자 접근성 확대) 등으로 우수 성과 창출

