넓게 듣겠습니다 바르게 알리겠습니다

보 도 자 료

OPEN 공공누리 출처표시 상업용금지 공공저작물 자유이용허락

배포 일시		2014. 11. 19. 총 12매	
담당 부서	기 재 부	산업경제과	과장 성창훈, 최원석 사무관 (☎ 044-215-4530/4532)
		계약제도과	과장 김정우, 박주언 사무관 (☎ 044-215-5210/5214)
	미 래 부	방송산업정책과	과장 오용수, 김용석 사무관 (☎ 02-2110-1860/1867)
	행 자 부	재정관리과	과장 최두선, 호미영 사무관 (☎ 02-2100-4320/4122)
	공 정 위	유통거래과	과장 서남교, 박진석 사무관 (☎ 044-200-4616/4621)
	조 달 청	구매총괄과	과장 강신면, 백호성 사무관 (☎ 070-4056-7210/7265)
	중 기 청	공공구매판로과	과장 이병권, 정재경·정선욱 사무관 (☎ 042-481-4466/4483)
보 도 일 시		2014. 11. 19 11:00 이후 보도하여 주시기 바랍니다.	

“기발한 아이디어 상품, 이제 판매도 쉬워진다”

– 정부, 「중소기업 판로지원 종합대책」 발표 –

□ 기발한 아이디어 상품들이 유통시장에 원활히 진입할 수 있도록 새로운 시장을 창출하는 **“수요견인형 창조경제 생태계 조성”**이 본격적으로 추진된다.

○ 정부는 19일 개최된 ‘경제관계장관회의’에서 관계부처 합동으로 창조혁신제품의 시장수요를 견인하는 **‘중소기업 판로지원 종합대책’**을 발표했다.

○ 창조혁신제품은 기발한 상상력이 가미된 아이디어 제품, ICT와 결합된 신제품, 기술개발제품 등 **수요자의 선호도가 높을 것으로 예상되는 신제품**으로, **연간 약 2만개가 상품화**되는 것으로 추정된다.

* 창조혁신제품 = ‘창조적인 제품’ + ‘기술혁신제품’ 의 합성어

□ 이번 대책은 창조혁신제품이 수요자를 **쉽게 만날 수 있도록 온·오프라인 유통채널을 확대하여 새로운 수요를 창출**하는 한편,

○ 그동안 업계에서 **고질적인 문제로 제기한** 최저가 낙찰제, 홈쇼핑 불공정 행위 등 **시장의 불합리한 관행의 개선에 중점**을 두고 있다.

대책수립 배경

□ 최근 **창조경제에 대한 기대감으로 창업이 증가**하고 있으나, 이들 창업제품이 **시장에 진입하지 못하면 실패기업 양산이 우려**되고,

* 신설법인 현황(개) : ('13. 1~9월) 56,336 → ('14.1~9월) 62,565(11.1%↑)
* 창업선도대학 창업자 애로사항(%) : (판로) 49, (자금) 35, (멘토링) 13
* 기업실패 원인(%) : (판매난) 48.5, (적자난) 41.8, (대금 회수) 40.8, (거래처 부도) 39.3

○ 유통대기업의 **시장과점 심화**, 공공조달 **최저가 낙찰제** 등으로 중소기업의 창조혁신제품이 **시장에 진입하기 어렵고, 적정가격 확보도 곤란**한 상황이다.

* 상위 3社 시장점유율(%, '13) : (백화점) 84.2, (대형마트) 77.5, (SSM) 69, (홈쇼핑) 66.3

□ 과도한 판매수수료, 갑을관계, 덤핑낙찰 등 불합리한 거래관행이 중소기업의 **수익성을 악화시켜 고용창출 및 투자로 이어지지 않는 악순환이 지속**되고 있다.

○ 이러한 문제점을 해소하기 위해 **창조혁신제품의 선도적인 시장 창출과 함께 시장의 불합리한 거래관행을 개선**하는 **종합대책을 마련**하게 되었다.

대책 주요내용

1. **(유통플랫폼 구축)** '방송·인터넷·모바일·오프라인'이 연계된 「창조혁신제품 통합 유통플랫폼」구축하여 창조혁신제품의 시장진입 교두보 역할 수행 및 시장진입을 촉진
2. **(초기유통채널 확충)** 정책매장을 도큐핸즈式 매장으로 개편하고, 민간보조사업자의 중기제품 구매의무화, 판매조건부 기술개발과제 신설
3. **(공공조달 시장창출)** 기술개발제품 공공구매 확대, 상용화 기술개발제품 지원 강화, 공공조달 우수 기술개발제품의 해외조달 시장진출 지원
4. **(거래관행 정상화)** 최저가 낙찰제 개선, 덤핑 수준의 예정가격 산정 금지 및 다량납품 시 최대 할인율 설정(10%) 등 공공조달 시장의 적정가격 보장과 백화점의 직매입 확대 유도, 홈쇼핑사 등의 불공정 거래행위 근절 추진

1. 창조혁신제품 유통플랫폼 구축

○ 백화점, 대형마트, 홈쇼핑 등 유통시장은 유통대기업의 **과점적 시장지위가 고착화**되어 **높은 시장진입 장벽이 형성**

- 유통대기업은 대기업제품, 수입품 등 수익성 위주의 히트상품 유통에 치중하고, **시장성이 검증되지 않은 제품은 취급 기피**

- 인터넷 쇼핑시장('13년 39.7조원)이 크게 성장*하고 있으나, 창업기업은 **전문인력 부족**으로 **온라인 쇼핑시장 진출에 한계**

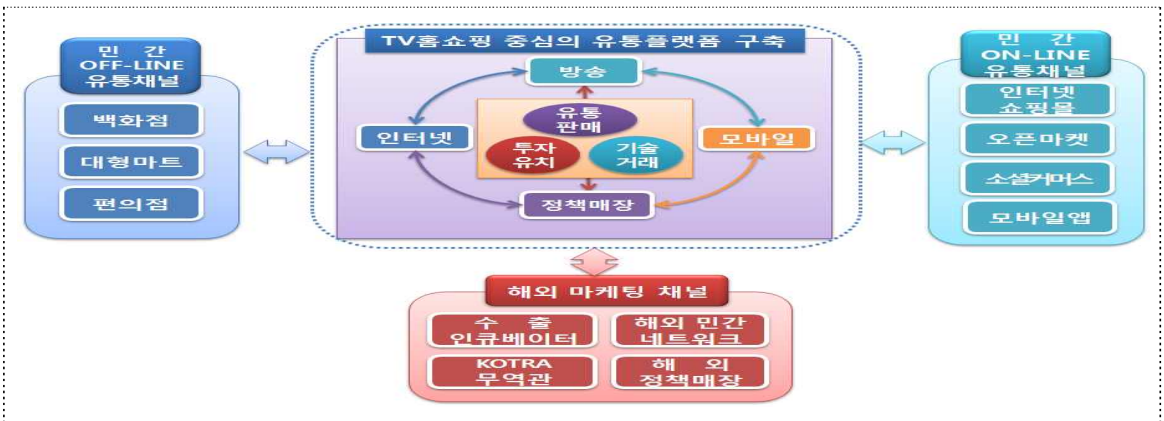
* 업태별 성장률(%, '13년) : (백화점) 9.9, (대형마트) 7.7, (홈쇼핑) 15.2, (온라인) 20.4
* 전자상거래 이용(%) : (안함) 77.4, (약간활용) 6.9, (보통) 9.1, (많이 활용) 6.1
* 전자상거래 애로(%) : (전문인력 부족) 43.5, (판촉곤란) 33.3, (가격경쟁력 애로) 27.8

○ 창조혁신제품이 **시장진입 실패로 사장되는 것을 방지**하기 위해 **시장진입이 원활한 온·오프라인 플랫폼 구축** 필요성이 증가

1 **방송·인터넷·모바일·오프라인' 이 연계된 「창조혁신제품 통합 유통플랫폼」 구축**('15. 6월)

○ 유통플랫폼 내에서 창조혁신제품 **판로, 투자, 기술거래**를 지원하고, 동시에 **해외시장 개척플랫폼과 연계 지원**

- 창조혁신제품이 '**통합 유통플랫폼**'을 거쳐 **국내외 온·오프라인 유통채널에 원활한 진입**을 지원



- **유통플랫폼內 상품특성, 소비자 구매행태**에 따라 방송, 인터넷 쇼핑몰, 모바일, 정책매장에 **동시 또는 단계별 런칭**하고,

- 판매성과 우수제품에 대해서는 백화점, 홈쇼핑 등 **민간채널 및 해외마케팅** 지원사업과 연계 지원

2 창조혁신제품 발굴·소싱시스템 구축



○ 창업사관학교, 무한상상 창업프로젝트 등과 연계, **창조혁신제품의 발굴·소싱이 원활한 지원체계 구축**('15. 2월)

* 판매전문기관인 중소기업유통센터內 상품소싱 전담조직, DB구축·운영

- 판매전문기관인 중소기업유통센터가 **'유통플랫폼'을 통해 테스트베드 판매**하고, 적합한 국내외 온·오프라인 유통채널로 연계 지원

○ **창의적인 아이디어 생활용품 등 중소기업 제품 데이터베이스 구축**('15. 2월, 2,000개 상품)

- 오픈마켓, 쇼핑몰, 소셜커머스 등 **온라인 유통채널**[1]**에 입점 등록 연계 지원 및 '창조혁신제품 기획전' 개최**('15년, 53회)

○ 시장조사를 통해 창조혁신제품을 선별, 유통망 진출까지 일괄 지원하는 **"마케팅 이노베이션 프로젝트"** 도입 (500개 제품, 30억원)

1) (오픈마켓) 11번가, G마켓, 옥션 등, (종합쇼핑몰) CJ몰, 롯데닷컴 등, (소셜커머스) 쿠팡, 위메프 등

2. 내수시장 초기유통채널 조성

1 한국판 '도큐핸즈(TOKYU HANDS)' 개설·운영

○ 일본의 경우, **창의적인 아이디어 제품의 초기시장을 조성**하기 위해 **아이디어 생활용품**을 취급하는 **도큐핸즈 운영**

* 도큐핸즈('76.8 설립)는 창의적인 아이디어 생활용품 및 잡화류 소매점으로, 생활제안형 상품 위주의 15만개 아이템을 취급

- 반면, 우리나라의 경우 **시장성이 검증되지 않았지만, 가능성이 높은** 창의적인 아이디어 **제품의 판매 공간이 부족**한 실정

○ '행복한 백화점(서울 목동)'의 **정책매장(4층)을 도큐핸즈式 매장으로 개편**하여, **창조혁신제품 유통 마중물** 역할 수행

- 공공·상업시설에 운영중인 11개 정책매장*을 **상권특성에 맞는 전문매장**으로 개편하여 창조혁신제품의 초기 유통시장 조성

* 명동·청주 매장, 인천공항, KTX부산역, 고속도로휴게소 5개 등 11개

- **백화점, 대형마트, 아울렛에 샵인샵 방식**의 창조제품 정책매장을 개설하여 **창조혁신제품의 유통시장 진입 촉진**

○ 시내면세점만 적용되는 국산품 매장 의무설치를 **공항출국장 면세점으로 확대** 추진하고, 중소기업제품이 우체국 쇼핑, 하나로 마트, 대기업 몰 등에 입점하도록 지원

* 매장면적의 40% 또는 825㎡ 이상 설치 의무화(관세청 고시)

2 민간보조사업자의 중소기업제품 구매 의무화

○ 정부·공공기관이 중소기업제품을 의무적으로 구매하는 것처럼, 정부로부터 **민간보조금을 받는 사업자**(기관·단체 등)도 판로지원법령에 따라 **중소기업제품**(물품 및 용역) **구매 의무화**

* 중소기업자간 경쟁제품(207개 품목), 공사용자재 직접구매(123개 품목) 및 중소기업자 우선조달제도(2.3억원 미만 물품 및 용역)를 적용

* 판로지원법 개정('15.6월) 및 2016년 예산 및 기금운용계획 집행지침 반영('15.12월)

3 판매조건부 기술개발과제 신설

○ 대형유통채널(백화점, 대형마트, 홈쇼핑)과 중소기업 기술개발역량이 결합된 **'판매조건부 기술개발과제'**를 신설('15.1월)

- 유통회사(MD)의 신상품 개발 제안을 받은 중소기업이 신상품을 개발하면, 유통회사가 **신상품을 직매입하여 판매**

3. 기술개발제품 공공조달 시장창출

○ 중소기업 기술개발제품에 대한 **공공분야의 수요창출**을 위해 수의계약, 기관평가 등을 통해 **구매를 권장**하고 있으나, 공공기관은 **감사·민원 등의 사유로 구매**를 기피하는 상황

* 기술개발제품 지정현황('14.11월, 판로지원법 제14조) : 5,181개 제품
* 수의계약 대상품목 : NET, NEP, GS, 성능인증, 우수조달물품 등 8종
* 기술개발제품 구매비율(%) : (정부) 8.8, (지자체) 9.6, (공공기관) 8.9, (지방공사) 7.1
* 기술개발제품 우선구매 기피사유('13.7월, 516개 공공기관)



1 기술개발제품 공공구매 확대

○ 공공기관의 기술개발제품 구매에 대해서는 **감사를 최소화** 해가는 한편,

- 공공기관이 쉽게 기술개발 제품을 찾아볼 수 있도록 기술개발제품 **상세 DB를 구축**하고, **조달청 나라장터와 연계**하여 서비스

○ 또한 기재부, 행자부, 조달청, 중기청이 합동으로 「**기술개발제품 구매촉진 TF**」를 구성하여 **'15년 상반기중에 기술개발제품 구매촉진 방안을 마련**

2 상용화 기술개발제품 지원 강화

○ 구매조건부 기술개발사업에 참여하는 공공기관을 확대('13년 80 → '17년 120개)하고, 지자체 및 지방공기업에서 **상용화 R&D제품***을 수의계약 할 수 있도록 지방계약법 시행령을 개정

* 구매조건부R&D사업 개발제품, 민관공동투자 기술개발제품 등 2종

3 공공조달 우수 기술개발제품의 해외조달 시장진출 지원

○ 공공조달 시장에 참여한 기술개발 기업들이 **'조달기반의 Born-global' 기업으로 성장**하도록 지원하기 위해,

- 조달청 **해외진출유망기업(PQ, Pre-Qualified) 지정을 확대**하고, **해외시장 진출** 및 **마케팅 집중 지원** ('15년, 300개사)

- 틈새시장인 신흥국 중심으로 우수 기술개발제품의 **전략수립**부터 **입찰, 납품까지** 지원하는 **'해외조달시장 진출 사업'** 신설 ('15년, 50개사)

  * 러시아·CIS 등 신흥국 중심 민간네트워크를 통해 입찰정보 분석 및 적합기업 매칭, 준비부터 사후관리 지원

- **해외공공조달 지원센터**('14년 15개, KOTRA)와 **공공조달특성화 수출인큐베이터**(알마티, 워싱턴) 통해 **현지 거점** 및 **사후관리** 지원

4. 불합리한 거래관행의 정상화

○ 공공조달 시장은 기술개발제품 **초기시장 창출**의 긍정적인 역할에도 불구하고,

- 최저가 입찰, 지나치게 낮은 예가산정 방식 등으로 출혈경쟁이 야기되어 **창조혁신제품도 적정이윤 확보가 곤란**

○ 또한, 상품유통에 영양력이 큰 백화점, TV홈쇼핑 등은 **과점적 시장지위를 남용**하여 **불합리한 거래관행**이 만연한 상황

○ 이에 정부는 조달시장 및 민간 유통시장의 **불합리한 거래관행을 개선**하여 **기업 수익성 제고**와 함께 '갑'과 '을'이 **동반성장할 수 있는 환경을 조성**해 나갈 계획

[공공조달 시장 제값주기 추진]

1 최저가 낙찰제 적용대상 축소

○ **2.3억원 미만 물품입찰** 시, **현재는 최저가 낙찰제가 원칙**이어서 일부 부실기업의 덤핑수주, 저가 수입품 납품 등으로 국내 **제조기업의 동반 부실화가** 우려됨에 따라,

* 최저가 입찰제 11,634건 중 2,909건이 낙찰하한율 미만 낙찰(평균낙찰률 69.6%)

- **2.3억원 미만 물품입찰에 대해 적격심사를 적용**하고, 물품을 제조하지 않고 납품하는 경우에만 최저가 낙찰제를 적용하여 **제조 중소기업의 수익성을 제고**(국가계약법시행령 및 지방계약법 시행령 개정)

* 계약이행능력 심사를 통해서 적정가격(낙찰하한율 80.5%)이 보장

2 불합리한 예정가격 산정 금지

○ 공공기관 등이 업체의 **덤핑가격 및 지나치게 낮은 낙찰금액**(직전 낙찰금액*, 다량납품할인 행사가격 등)**을 예정가격 산정시 반영하지 못하도록 행정지도**(기재부 · 행자부)

* 예시 : (최초 입찰) 예정가격 100만원 80.5만원 낙찰 → (연속 입찰) 예정가격 80.5만원에 65만원 낙찰

3 '중소기업자간 경쟁제품의 낙찰하한율' 적용대상 확대

○ 적정가격 보장을 위해 중소기업자간 경쟁제품의 낙찰하한율이 상향(85→88%)*되었으나,

- 일부 미반영된 **공공기관**(가스공사 등)**의 자체 계약이행능력 심사기준도** 중소기업자간 경쟁제품의 **낙찰하한율을 상향 조정**('15. 3월)

* 낙찰하한율 상향 : 계약이행능력심사 기준 개정(중기청, '13.12월),
적격심사기준 개정(조달청, '14. 4월)

4 MAS(Multiple Award Schedule, 다수공급자계약*)의 적정가격 보장

○ MAS 2단계**경쟁에서 중소기업자간 경쟁제품의 **다량납품할인율 상한선을 10%로 설정**하여 출혈경쟁을 방지하고,

* 조달청이 3개 이상 기업과 단가계약 체결하고, 공공기관이 별도 계약 없이 나라장터 쇼핑몰에서 물품을 구매하는 제도('13년 구매액 6.7조원)

** 공공기관이 일정금액(중소기업자간 경쟁제품 1억원, 일반제품 5천만원) 이상 MAS 물품을 구매할 경우 7개사 이상에 제안을 요청하여 납품기업 선정

- **초·중등학교**의 물품구매 시, **2단계경쟁 적용 기준금액**을 일반 공공기관과 동일하게 **상향조정**('15. 3월)

* (현행) 모든 물품 3천만원 → (개선) 중기간 경쟁제품 1억원, 일반제품 5천만원

5 창업초기기업의 진입장벽 및 비용부담 완화

○ 계약이행능력 심사 시, 창업 2년이내의 기업에게 **신용평가 등급 점수 30점 만점**을 부여하는 것을 **창업후 5년이내 기업**으로 확대

* (현행) 사업자개시일로부터 **2년 이내** → (개선) **5년 이내**

○ **MAS 2단계 평가방식을 개선***하여 **창업기업의 인증비용 부담완화**

* 창업초기기업의 진입장벽으로 작용하는 '기술인증'을 기본평가에서 선택평가로 전환하고, 배점도 축소(15→10점)하여 인증비용 부담 축소

[유통시장의 불합리한 거래관행 개선]

6 백화점 및 홈쇼핑의 직매입 확대 유도

○ 선진국 백화점에 비해 지나치게 낮은 국내 **대형유통기업의 직매입 비중을 높이기** 위해,

* 외국백화점 직매입 비중(%) : (일본 이센탄) 30, (미국 Macy's) 41.6, (영국 Debenhams) 67

* 국내 직매입 비중('13.12월, 공정위) : (백화점 7社) 9.1%, (홈쇼핑 6社) 3.2%

- 「**자율적인 직매입 가이드라인**(예시 : 30%)」 **제시**를 위한 **외국사례 분석, 연구용역** 등을 통해 개선방안 마련(동반위)

- '백화점 공정거래 협약' 이행 평가시 **직매입 확대 노력에 대한 가산점**(현행 최대 3점)**을 상향 조정**(공정위)

- 홈쇼핑사업자 재승인 심사시, **중소기업제품 방송취급 비중 및 직매입 비중을 확대**토록 **승인조건에 반영 추진**(미래부)

* 재승인 일정 : 롯데・현대('15.5), NS('15.6), 홈&쇼핑('16.6), GS・CJ('17.3)

7 홈쇼핑사의 불공정 거래행위 근절

○ TV 홈쇼핑 분야의 **구두발주, 방송제작비용 전가** 등 불공정 거래행위에 대해서는 **강력한 제재조치**('15. 상, 공정위)하고,

- TV 홈쇼핑 분야의 **불공정 거래실태**에 대해 **종합적으로 분석하여 제도 개선을 추진**

- 홈쇼핑사업자 재승인 심사시, 중소기업제품에 대한 **정액 방송*** **비중을 축소**토록 **승인조건에 반영 추진**(미래부)

* 매출액과 관계없이 방송시간당 정액요금을 지불하는 방식

8 홈쇼핑사의 비정상적인 관행의 정상화

○ **관계부처 협업**을 통해 뇌물수수 등 **홈쇼핑의 비정상적인 관행 근절 추진**

- 미래부・공정위・중기청 등이 참여하는 「**홈쇼핑 정상화 추진 TF**」를 구성하여 **비정상적인 관행의 근절방안 마련**

- 비정상적인 거래 및 불공정 피해를 상시 접수하는 「**홈쇼핑 피해 접수 전담창구**」 **운영**(중기청)

- 유통분야 '공정거래 및 동반성장 협약 이행' 평가 시, **뇌물수수 등 동반성장에 반하는 행위에 대한 감점**(현행 5점) **확대**(공정위)

- 비정상적인 관행이 만연된 홈쇼핑 사업자에 대해서는 **사업자 재승인시 불이익 조치**(미래부)

① 피해사례 상시접수(중기청) → ② 피해실태 조사결과 송부(중기청) → ③ 불공정거래 조사・고발(공정위) → ④ 재승인시 불이익 조치(미래부)

- 비정상적인 관행의 정상화를 위한 **홈쇼핑사 및 납품기업의 자정노력*을 적극 유도**(정상화 추진 T/F)

* 뇌물을 제공한 벤더 및 기업의 상품에 대해서는 방송을 일정기간 중단하고, 뇌물요구·수수 홈쇼핑 임·직원의 중징계 및 공정위에 자진 신고

5. 기대효과

1 '방송·인터넷·모바일·오프라인'이 연계된 **'유통플랫폼' 구축**으로, 창업기업제품 및 창조혁신제품의 **유통시장 진입장벽 해소**

○ 창조혁신제품이 **'유통플랫폼'**을 기반으로 **국내외 온·오프라인 유통채널에 보다 원활히 진입하게 될 것으로 기대**

2 내수시장 유통채널 조성 등으로 **중소기업제품 판매 확대 기대**

○ 직접적인 중소기업 제품판로 확대 추정액 : 3년간 10.5조원 예상

① 통합 유통플랫폼 직접 판매액 : **3조원**('15~'17년 총액)
- 공영 TV홈쇼핑 판매액[1] : 2조 1,733억원
- 인터넷, 모바일, 오프라인 판매액[2] : 8,041억원

1」홈&쇼핑 실적의 50%(설립 1년차), 70%(2년차), 90%(3년차) 추정
2」홈쇼핑 5社의 TV방송 판매를 제외한 인터넷 카탈로그 판매의 비중(37%) 적용

② 민간보조금의 중소기업제품 구매 증가 : **7조 5,000억원**('15~'17년 총액)
- 매년 민간보조금('14년 12.5조원)의 약 20%(2.5조원) 상당의 中企제품 구매 증가 예상

3 최저가 낙찰제 등 조달·유통시장의 불합리한 관행 개선으로 **수익성이 제고 되고, 투자 및 고용**으로 이어져 **실물경제 선순환 기대**

* (예시) 최저가 낙찰제 개선 시, 연간 1,007억원(1社 0.6억원) 수익성 개선

4 유통대기업의 **불공정 거래행위 근절**로 대기업과 중소기업이 **동반 성장할 수 있는 환경 조성**

○ 창조혁신제품의 판매 증가와 중소기업 적정 수익성 확보로 **‘창의성이 보상받는 창조경제’** 구현과 **‘내수경기 활력’** 회복

붙임 중소기업 판로지원 종합대책 1부. 끝.

OPEN 공공누리 공공저작물 자유이용허락

이 보도자료와 관련하여 보다 자세한 내용이나 취재를 원하시면 중소기업청 **공공구매판로과 정재경·정선욱 사무관**(☎ 042-481-4466/4483)에게 연락주시기 바랍니다.