

서울특별시 재단법인 서울산업진흥원 출연 동의안

검 토 보 고

1. 회부경위

- 가. 의안번호 : 제1585호
- 나. 제 안 자 : 서울시장
- 다. 제안일자 : 2020년 5월 25일
- 라. 회부일자 : 2020년 5월 29일

2. 제안이유

- 가. 서울시는 코로나19로 인해 달라진 사회경제적 환경과 소비 트렌드를 반영한 새로운 방향의 중소기업 지원정책을 추진함으로써 중소기업 육성 및 경제활성화에 기여하고자 전문가 자문과 기업의 의견 등을 수렴하여 ‘포스트 코로나 중소기업 판로지원 강화방안’을 마련하였음.
- 나. 코로나19 이후 등장한 뉴 노멀(New Normal)에 대응하는 신규 서울시 중소기업 지원정책의 실행에 필요한 재원을 2020년 서울특별시 제3회 추가경정예산에 반영하여 출연코자 하며
- 다. 서울산업진흥원으로서의 출연 여부에 대하여 「지방재정법」 제18조 제3항에 따라 미리 그 동의를 얻으려는 것임.

3. 주요내용

가. 대상기관 : 재단법인 서울산업진흥원

나. 주요사업

- 산업진흥 기반 조성 및 운영, 지역특화산업 육성 등에 관한 지원, 국내외 판로개척 및 기업브랜드화 지원 등 중소기업 육성 지원 사업
- 중소기업지원시설의 건립 및 관리·운영, 시장이 위탁하는 중소기업 육성 사업 등 중소기업의 종합적인 지원 사업

다. 출연 추진근거

- 서울특별시 재단법인 서울산업진흥원 설립 및 운영 조례 제12조

제12조(출연금 등) ① 시는 재단의 설립·시설·운영 및 사업에 필요한 경비에 충당하기 위해 예산의 범위에서 재단에 출연금을 교부하거나 재산을 출연할 수 있다.

라. 추진 필요성

- 코로나19 이후 사회경제적 환경 및 소비 트렌드가 달라짐에 따라 중소기업의 역량 강화 및 판로확대를 위한 새로운 ‘중소기업 판로지원 강화방안’ 추진 필요
- 온라인 판로 강화, 해외시장 진출 지원, 서울메이드 브랜드 가치 제고 등을 통한 중소기업 육성을 위하여 출연금 증액을 통해 신규사업 실행에 소요되는 재원의 확보 필요

마. 출연기관 개요

- 소재지 : 마포구 월드컵북로 400(상암동)
- 시설규모 : 대지 9,864.2㎡, 연면적 43,609㎡ (지하4층~지상14층) 중 74%

4. 소요예산 및 산출근거

가. 2020년 출연금액 : 65,175백만원

(단위:백만원)

세 입				세 출			
구분	2019년	2020년	증감	구분	2019년	2020년	증감
총계	82,344	94,255	11,911	총계	82,344	94,255	11,911
고유사업	14,616	14,845	229	고유사업비	50,665	59,493	8,828
시설운영	6,028	6,148	120	시설운영비	4,239	4,831	592
수탁수수료	1,107	1,107	0	기관운영비	27,340	29,931	2,591
사업외수입	1,980	1,980	0	예비비	100	0	△100
잉여금	5,565	5,000	△565				
출연금	53,048	65,175	12,127				

※ '20년 출연금 본예산 58,548백만원, 2차 추경 △1,000백만원, 3차 추경(안) 7,627백만원 증액(3차 추경과정에서 변경 가능성 있음)

나. 산출근거

구 분	'20년 추경예산(안)
세출예산 총계	94,255,439
고유사업비	59,492,672
글로벌 창업기업육성	5,724,420
기업매출증대지원	25,504,766
유통센터운영	1,987,256
외국인무역인 종합비즈니스지원센터	907,710
소기업판로지원	2,800,000
해외시장진출지원	6,105,000
서울메이드브랜드활성화지원	3,737,000
금천패션지원유통센터	550,000
강소기업육성	1,790,800
서울메이드 뮤지엄 조성(추경 편성)	3,500,000
서울메이드 뮤지엄 운영(추경 편성)	177,000
온라인 판로 강화(추경 편성)	2,950,000
K-Bio 해외진출 지원(추경 편성)	1,000,000
기업인재양성 및 채용지원	6,593,917
콘텐츠산업 활성화	9,300,473
산업거점 활성화	12,369,096
시설운영경비	4,831,584
기관운영경비	29,931,183

5. 검토의견 (수석전문위원 강상원)

가. 동의안의 개요

- 코로나19로 변화된 사회경제적 환경과 소비 경향을 반영하고, 소비 침체로 어려움을 겪고 있는 중소기업에 대한 지원정책의 실행에 필요한 재원을 서울산업진흥원에 출연하기에 앞서 「지방재정법」 제18조제3항¹⁾에 따라 서울시의회의 동의를 받고자 제출되었음.

나. 출연동의안 개요

- 중소기업과 창업 지원에 중점을 두고 있는 서울산업진흥원(이하 ‘진흥원’)은 자체 수입만으로는 정상적인 사업추진이 어려워 그 동안 지속적으로 서울시의 출연금이 편성되어 왔음.

<최근 5년간 서울시 출연금 편성 현황>

(단위 : 백만원)

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
출연금	56,998	60,555	51,040	53,048	58,548

- 2020년 출연금은 일본 수출 규제에 의한 경기침체 방지와 중소기업의 지원을 위해 전년보다 55억원이 증액된 585억 4천 8백만원 이었고, 제2회 추가경정예산안에서 코로나19로 미개최되거나 취소된 사업비 10억원을 감액하였음.

1) 「지방재정법」 제18조(출자 또는 출연의 제한) ③ 지방자치단체가 출자 또는 출연을 하려면 미리 해당 지방의회의 의결을 얻어야 한다.

- 제2회 추경 감액 사항은 강소기업육성 4억원, 애니타운 조성 및 육성 2억원, 해외시장 진출 지원 2억원, 인재 양성 2억원임.

- 이번 제3회 추가경정예산안에서 증액되는 사업은 서울뮤지엄 조성 및 운영(36억 7,700만원), 온라인 판로 강화(29억 5,000만원), K-Bio 해외 시장 진출 지원(10억원)임.

다. 서울메이드 뮤지엄 조성 및 운영

- 진흥원은 구(舊) 을지로청사에 서울메이드 뮤지엄을 조성해 서울메이드 제품을 체험·전시·판매할 수 있는 공간과 서울메이드 기업을 위한 코워킹 스페이스 및 창업보육 사업장을 마련할 계획임.

< 서울메이드 뮤지엄 개요 >

- 위치 : 중구 을지로1가 63
- 용도 : 문화 및 집회시설(박물관)
 - ※ 그레뱅 뮤지엄 운영 : '15.7.~'20.4 (사업자 퇴거 및 원상복구 완료)
- 조성비용 : 총 35억원
 - [공간 기획/설계 1.5억원, 공사 33억 5천만원(1,340평×2,500천원)]
- 규모 : 지상5층, 지하1층 / 연면적 4,419.55㎡(1,340평)
- 층별 구성

5층 (235.97㎡)	[문화·예술·관광 콘텐츠 스타트업 인큐베이팅 센터]
4층 (924.09㎡)	▶ (예비)스타트업(40개社)을 위한 사무공간 및 회의실 제공 ▶ 한류 등 연계 서울메이드와의 문화융합 프로젝트 지원 등
3층 (924.09㎡)	[코워킹 스페이스] ▶ 서울메이드 기업, 유관기관 등 네트워킹 공간 ▶ 북카페
2층 (924.09㎡)	[뮤지엄, 플래그십 스토어, 기념품샵, F&B 등]
1층 (924.09㎡)	▶ 서울메이드 브랜드 및 제품 체험 공간 ▶ 사후 면세점 ▶ 서울메이드 홍보프로모션 및 문화예술(전시, 공연 등) 프로그램 운영

- 서울메이드 뮤지엄은 중소기업 판로지원 시설인 국제유통센터(강서구 등촌동 소재) 보다 접근성이 뛰어나 기업과 제품의 가치를 홍보하는 서울메이드 브랜드 사업의 효과를 제고하고, 중소기업의 매출 증대에도 기여할 수 있을 것으로 보임.
- 다만, 박물관과 관련이 없음에도 뮤지엄이라는 명칭을 사용해 혼선을 주고 있고, 현재 구(舊) 을지로청사는 전층(지하 1층, 지상 5층)이 ‘문화 및 집회시설(박물관)’로 되어 있으므로 향후 조성되는 시설의 성격에 맞춰 건물 용도를 변경해야 함.
- 또한, 서울메이드 제품의 홍보 및 판로지원과 직접적인 연관성이 없는 문화·예술·관광 분야의 스타트업을 보육하는 등 목적과 기능이 상이한 시설들이 혼용되어 판로지원 시설로의 정체성 확보가 어렵고 운영에 비효율성을 초래할 수 있음.
- 아울러, 그 동안 진흥원이 운영했던 오프라인 매장들이 대부분 매출과 실적 부진으로 종료되었고, 인접한 서울시청 지하의 판로지원 시설인 아이마켓유(I·MARKET·U) 매장이 있다는 점에서 추가로 판로지원 시설의 조성이 필요한지 신중한 검토가 요구됨.
- 특히, 구(舊) 을지로청사의 경우 역사성과 접근성에 장점이 있어 서울시 전체 차원에서 해당 건물에 대한 수요를 조사해 더 효과적인 사용방안이 있는지 확인해 볼 필요가 있음.

- 구(舊) 을지로청사에는 유명인을 모델로 한 밀랍인형을 주로 전시하는 그레뱅뮤지엄이 2015년 7월에 개관하였으나, 매출 부진으로 2020년 4월에 폐업하였고, 경제정책실 내에서 시설 사용에 대한 수요 조사를 실시한 결과 서울메이드 뮤지엄만 접수되었음.

라. 온라인 판로 강화

- 진흥원은 코로나19로 인한 비대면 소비 증가로 중소기업의 온라인 판매 역량을 강화하고 판로 확대를 지원하고자 온라인 상품 기획전 개최, 라이브커머스²⁾ 활성화 지원, 인플루언서(Influencer)³⁾ 판매자 양성 및 인프라 구축을 신규 사업으로 추진할 계획임.

< 온라인 판로 강화 사업 현황 >

■ 코로나19 극복 온라인 판매 기획전 (유통플랫폼 30개사×5천만원)	1,500백만원
■ 코로나19 극복 라이브커머스 제작 지원	200백만원
■ 코로나19 극복 오프라인 연계 프로모션	290백만원
■ 동영상 콘텐츠 활용 온라인몰 구축 및 운영	85백만원
■ 온라인 신유통 활용 판매 지원	500백만원
■ 인플루언서 판매자 양성 교육	25백만원
■ 인플루언서 판매자 전용 스튜디오 조성	300백만원
■ 인플루언서 중소기업 우수상품 소싱 지원	50백만원

2) 실시간 동영상 스트리밍을 통해 상품을 소개하고 판매하는 온라인 채널로 TV홈쇼핑과 달리 시청자와 소통하는 양방향으로 방송함.

3) 인스타그램 유튜브 등 소셜네트워크서비스(SNS)에서 수십만 명의 구독자(팔로어)를 보유한 'SNS 유명인'을 의미함. 이러한 인물이 전달하는 정보를 기업이 활용하여 홍보하는 것을 '인플루언서 마케팅'이라고 부르고 있음.

- 올해 7월경에 약 30여개의 유통플랫폼이 참여하는 국내 최대 규모의 온라인 판매 기획전인 (가칭) ‘서울 엑스포’ 를 개최하고, 제조사의 판로 지원과 유통 비용의 경감을 위해 동영상 콘텐츠를 활용한 온라인몰인 라이브커머스를 구축할 예정임.
- 또한, 인플루언서 판매자 양성을 위해 국제유통센터에 방송 스튜디오 시설을 조성하고, 인플루언서와 중소기업과의 매칭을 통해 제품 홍보를 실시할 계획임.
- 코로나19로 인해 소비가 침체되고 비대면 방식으로 거래 선호도가 급변하고 있어 온라인을 통한 판로지원 확대는 타당한 측면이 있음.
- 다만, 진흥원이 추진하고 있는 온라인 판로지원 사업과 일부 중복되거나 유사한 측면이 있어 기존 사업의 조정으로도 신규 사업을 실시할 여지가 있다는 점에서 추가경정예산안 편성의 요건인 시급성을 갖추고 있는지 검토가 필요함.
 - 진흥원의 온라인 판로지원 사업은 홍보콘텐츠제작지원 5억원, 성장지원 프로모션(신규 플랫폼 발굴·협업) 7천 5백만원, T-커머스 홈쇼핑 판로지원 6억원 등임.
- 또한, 인플루언서 마케팅이 광고효과가 뛰어나 많이 활용되었으나, 최근 인플루언서를 이용한 홍보가 기대만큼 효과가 크지 않고, 과대·허위 정보를 소비자에게 전달해 기업에 피해를 주는 경우가 발생하고 있으므로 사업 추진시에 주의할 필요가 있음.

마. K-Bio 해외진출 지원

- 코로나19 이후 높아진 한국과 서울의 위상을 활용해 중소 바이오 기업 제품의 해외 진출을 지원하고자 바이오와 방역을 테마로 한 ‘서울메이드 방역키트’ (이하 ‘방역키트’)를 제작·배포하는 사업임.
- 방역키트는 손소독제 등 생활방역에 필요한 물품과 게임구폰 등 재택생활에 유용한 콘텐츠로 구성되어 있고, 10만개를 제작해 미국과 이탈리아 등에 우선 배포할 예정임.

< 서울메이드 방역키트 개요 >

- 구 성: 생활방역에 필요한 K-방역제품(손소독제, 한지마스크 등), 사회적 거리두기로 인한 자택생활 중 유용한 K-콘텐츠(게임 등 디지털체험쿠폰)



- 규 모 : 방역키트 10만개(1개 7천원)
- 배포처 : 미국 뉴욕 ‘마운트 시나이 아이칸 의과대학’ 연계하여 방역키트 1만개 우선 배포, 미국 샌프란시스코 및 이탈리아 롬바르디아 등 추가 배포
- 흥 보 : 뉴욕 현지 언론사 연계 기획기사 배포 등

- 우리나라는 국제적으로 코로나19 대응 모범 모델로 평가받고 있어 코로나19와 관련된 바이오·방역 기업에게는 해외진출의 좋은 적기라고 할 수 있음.
- 또한, ‘서울메이드 방역키트’에 바이오·방역 제품 외에 문화·디지털 제품을 포함시킨 것은 코로나19로 인한 수혜 분야를 확대할 수 있는 좋은 아이디어라고 판단됨.
- 다만, 해외로 제품이 배포되고 해외 언론사에서 홍보를 받게 되는 만큼 무상배포가 실제 제품 구매로 연계될 수 있도록 배포지역의 선정부터 해외 언론사와의 협업까지 효과적인 추진전략이 강구되어야 할 것임.

담당 조사관	연락처
김성만	02-2180-8055