



대·중소기업 동반성장(상생)

2013.06



목차

- I. 음식점업 적합업종 권고 사항
- II. 적합업종 도입 권고 배경
- III. 골목상권이란?
- IV. 대기업/중견/중소기업 범위
- V. 적합업종 지정의 긍정/부정 효과
- VI. 대.중소기업 동반성장
 - 1. 경제민주화
 - 2. 대기업의 역할
 - 3. 중소기업의 역할
- VII. 동반성장 방향



음식점업 적합업종 권고사항

- 역으로부터 100m(지방 200m)이내
 - 4차선 이상 대로변 나대지 1천 m^2 이상 출점
 - 동종품목(50%이상매출)간이사업자로부터 150m이상 지역 출점
- 다중복합시설 대기업(2만 m^2), 외식대기업(1만 m^2)이상
- 신규브랜드 및 상업지역 전면 허용



음식점 적합업종 도입 배경

○ 중소기업 적합업종·품목의 개념

- 중소기업 적합업종·품목이란 대·중소기업 간의 합리적 역할분담을 유도하기 위하여 중소기업의 형태로 사업을 영위하는 것이 적합한 분야(서비스업을 포함함) (「대·중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률」 제2조제11호).

○ 적합업종 선정의 필요성

- 중소기업 적합업종제도는 중소기업 적합업종·품목을 선정하여 중소기업과 대기업의 합리적인 역할분담을 유도함으로써 중소기업의 사업영역을 보호하기 위한 것 [동반성장위원회].

국민적 Issue? 적합업종 지정(권고) 배경



○ 외식산업 내부환경

- 외식업 경영환경 악화(비용, 고용, 규제)
 - 선진국 대비 낮은 부가가치, 수지적자 지속, 고용비중 높고 영세한 구조, R&D투자 부족으로 낮은 생산성, 경쟁력 취약
 - 음식숙박업 노동생산성 미국의 25%, 일본의 32%(2008년, 생산성 본부)
 - 1인 부가가치 생산액 미국의 43%, 일본의 55% 수준
- 과다경쟁, 경쟁의 다양화
 - 영세자영업자 한국32.8% 미국7.4% 일본 13.8%, 95%가 10명 미만(일본 72%), 식품접객업소 수 86만개(식약청 2012)

○ 외식산업 외부환경

- 소비자 Needs 다양, 급변, 까다로움
- 국내 경제 및 글로벌 경기침체
- 대기업 천문학적 흑자지속, 상대적 박탈감

골목상권이란?



○ 상권(商圈 Trading Area)

- 垞地(집터로서의 땅)나 物件(점포)이 미치는 영향권(거래권)의 범위
- 상가가 형성되어 있는 범위 전체(A,B,C,D,F급 등)의 總合

○ 골목상권

- 대기업이나 대기업의 브랜드를 출점하지 아니한 2개 이상의 점포로 구성된 상권(골목상권 살리기 소비자연맹)
- 영세소상공인이 밀집되어 있는 전통상업지구, 주거지역, 근린상업지역 등
- 주택이 밀집한 곳에 형성된 상권
- 생활용품이나 일상적인 용품, 잡화, 식사 준비에 필요한 식재료 등 판매
- 왕복4차선 이상의 대로변 뒷골목





대기업/중견/중소기업이란?

중소기업기본법(제2조) 및 동법 시행령 규정(제3조)상 기준

농업, 전기, 가스, 도소매업, 숙박/
음식점업, 금융/보험업 등 (A, D,
G, I, K, R)

상시 근로자 수 200명 미만 또는 매출액
200억원 이하

- 외식대기업(중견)기업이란? 소상공인으로 출발하여 50%이상의 주요매출이 음식점 영업으로 발생하는 기업
 - 놀부, 새마을 식당 등
- 일반 중견기업(약2000개사)_ 공정거래법상 상호출자제한기업집단 아닌 기업
 - 농심, 아워홈, 대상, 남양유업, 매일유업 등
- 상호출자제한기업(대기업)_공정위 기준 63개사
 - SK, LG, 롯데, 현대백화점, 신세계, 한화, CJ, 농협, 코오롱, 이랜드, 대성, 대상, 동양 등



적합업종 지정의 긍정/부정 효과

○ 긍정효과

- 상대적 경쟁완화, 중소기업 성장기회 제공
- 대기업에 대한 상대적 박탈감, 적대감 등 사회적 갈등 완화
- 외식근로자 90%이상 절대다수 공존공생 상생(경제민주화)
- 장인정신을 가진 중소상인의 다양한 전통문화 장르 개발
- 로컬푸드, 신토불이, 지산지소, 향토음식점 등 특색음식점 성장
- 협동조합(기업), 리퍼럴시스템(Referral system) 등 활성화



적합업종 지정의 긍정/부정 효과

○ 부정적 효과

- 중소기업
 - 중소상공인_R&D 및 품질향상보다는 가격경쟁 심화 가능성
 - 값싼 수입산 식재료 구매 확대 가능성
- 대기업
 - 국내 외식 핵심인력의 해외브랜드 이동 가능성
 - 양질의 일자리 창출 부족
 - 한식세계화 및 글로벌 식품산업 공격적 육성 한계
 - 중견기업으로 성장하기보다는 자회사 만들어 운영
- 기타
 - 소비자의 다양한 욕구와 편익(브랜드, 가격, 위생, 안전, 품질, 서비스 등)에 대한 대응 부족
 - 역세권 지역 임대료 상승



대.중소기업 동반성장

경제민주화란?

- 헌법 119조 2항 “국가는 균형 있는 국민경제의 성장 및 안정과 적정한 소득의 분배를 유지하고 시장의 지배와 경제력 남용을 방지하며 경제주체 간의 조화를 통한 경제의 민주화를 위해 경제에 관한 규제와 조정을 할 수 있다.”
 - 즉, 헌법상 경제민주화는 자유시장경제 원칙을 지키면서도 이로 인해 생기는 경제적 부작용과 문제점을 막기 위해 국가가 규제와 조정을 통해 개입할 수 있다는 의미로 해석된다.
 - 적정한 소득분배를 강조하면 복지, 경제력 남용에 초점을 맞추면 독과점, 경제주체 간의 조화에 방점을 찍으면 기업구조 문제와 각각 연결된다.
 - 정치권에선 119조 2항을 근거로 대기업에 쏠린 부의 편중 현상을 법으로 완화시켜야 한다고 주장
 - 대기업과 관련된 경제민주화 이슈로는 순환출자와 금산분리, 독과점, 일감몰아주기, 하도급 문제, 대기업 총수의 사면 문제 등
- 119조 1항은 “대한민국의 경제질서는 개인과 기업의 경제상의 자유와 창의를 존중함을 기본으로 한다.”고 규정



- R&D 투자로 신기술과 신상품 개발 및 품질향상
- 대형화·전문화·산업화
 - 대규모 투자 및 융 복합화로 新시장(수요) 개척 및 시장활성화
 - 시스템 개발 등 생산성증대 수치개선 등 전문화 산업화로 고부가가치 추구
 - M&A, 구조조정 등 대형화 전문화
- 다양한 브랜드 전략 창출
 - 신규브랜드 론칭_수익모델의 다각화 전략-위험분산, 수익구조안정적, 시장과위구축, 점유율 확대, 니즈 대응 빠름
 - 브랜드 확장_기 호감도높은 고객 신규고객확보용이
- 조직과 자금력을 바탕으로 마케팅 및 신 시장 개척
- 고등교육자 취업기회 제공(양질의 고용창출)
 - 전문인력 양성 및 각종 인센티브
- 우리농산물 사용촉진
 - 국내산 식재료 사용 농어가 소득증대에 기여(농어업 동반성장)
- 한식세계화 및 한 스타일 국가 브랜드 이미지 제고
 - 해외시장 개척 등 국가경쟁력 강화(글로벌기업 육성)
 - 국내 해외브랜드와 경쟁, 미국 1950년 일본 1980년대 상장기업



- 다양한 고용창출, 중소기업고용흡수율 90%
 - 조리외식 전문기술인력 양성 및 다양한 고용창출
 - 장인정신, 대를 잇는 중소기업 증가
- 전통문화계승
 - 자구노력을 통해 우리 전통문화를 계승할 수 있는 다양한 장르(Concept)를 개발
- 시장기회 확대, 경쟁력 강화를 위한 노력
 - 리퍼럴 시스템(Referral system)



동반성장 방향

○ 기본방향

- 소비자 편익(브랜드, 가격, 안전, 위생, 편의성 등 소비자만족)
- 제도운영의 효율성(중소기업, 소상공인 수)
- 중소기업 적합성(매출액, 규모, 생계형 서비스, 골목상권, 외국사례 등)
- 중소기업성장가능성(R&D, 중소기업 조직화 비율, 서비스경쟁력 수준 등)
- 외국계기업진입으로 역차별 가능성
- 국내외식산업 발전 및 한식세계화 등

○ 적합업종 지정의 어려움

- 소비자의 편익(다양한 욕구), 시장경제(경제민주화), 사회적 약자인 중소기업의 생존권, 산업성장 등
- 사회 경제적 제 조건의 급속한 변화에 따른 이분법적 접근 어려움



동반성장 방향

- 정부
 - 제도정비
 - 제조업 대비 서비스부분 R&D투자 확대(4.3%), 세제지원, 정책자금지원(제조업 편중에서 서비스산업으로)
 - 공정위_거리제한규정 등 소상공인 및 중소기업의 영업보호를 위한 모범거래기준 마련 등
 - 사례, 제과 제빵 500m, 치킨 800m, 피자 1.5km, 커피 500m
- 업계
 - 협력 네트워크와 파트너쉽 구축을 통한 자원공유
 - 공동마케팅, 기술공유, 공동R&D, 상호신용보증, 해외동반진출 등 협동조합(Referral System)설립
 - 재단설립(외식중앙회, 식품산업협회, FC협회 등)
가칭_외식산업동반성장진흥재단'설립
 - 자금, 교육, 컨설팅, 경영정보, 신문고 등 자원지원
 - 상설 협의체 구성(대기업, 중소기업, 학계, 전문가, 소비자)
- 대학/연구소