
사회적경제 판로지원 대책

2021. 9.

관계부처 합동

목 차

I. 추진 배경	1
II. 현황 및 한계	2
III. 추진전략	6
IV. 세부 추진과제	7
1. 다양한 유통채널 진출 지원	7
2. 시장변화 대응역량 제고	9
3. 공공 판로지원 기반 확충	11
4. 민간 참여 및 가치소비 확산	13
V. 과제별 소관 및 일정	15
VI. 판로지원 방안 시행 전후 비교	17

I. 추진 배경

□ 사회적경제는 시장경제의 효율성을 살리면서 실업·빈곤 등 경제·사회 문제를 극복할 수 있는 중요한 정책으로 부상

* EU 등 주요 국가들은 ‘사회적경제에 관한 결의문’을 채택, 저성장·저고용으로 경제구조 변화에 대응 사회적경제를 새로운 대안모델로 평가

○ 정부는 사회적경제 활성화를 국정과제로 설정, 일자리 위원회 논의를 거쳐 범 정부 차원의 지원대책을 마련·추진

* 사회적경제 활성화 방안('17), 사회적경제활성화를 통한 문화서비스 일자리 창출 방안('19), 환경분야 사회적경제 활성화를 통한 일자리 창출방안('20) 등

○ 정부의 지원과 사회적경제주체들의 적극적 참여에 힘입어 사회적경제기업의 양적 성장 지속

* 사회적경제조직(단위: 개): ('17)16,951 → ('18)19,397 → ('19) 22,036 → ('20) 24,983

* 사회적경제기업 종사자(단위: 명): ('17) 253,013 → ('18) 265,398 → ('19) 284,875

□ 그러나, 코로나 19 장기화로 인해 기업의 매출감소, 고용악화 등 사회적경제기업의 어려움이 가중되고 있는 상황

○ 사회적경제기업은 5인 미만 소규모 사업장이 많고, 코로나 19의 직접적 영향이 큰 서비스업, 고령자·여성의 비율이 높은 특징

* 서비스업 종사 비중: (전체) 68.4% (사회적경제) 79.7%

* 55세 이상 고령자 비율: (전체) 22.2% (사회적경제) 39.7%

* 여성 비율: (전체) 43.4% (사회적경제) 60.0%

○ 코로나 19 영향으로 전반적인 경영 어려움이 가중되면서 기업 매출 및 고용에 부정적인 영향을 미친 것으로 조사

* 기업당 평균 고용인원: 20.2명(전년대비 3.3% ↓),

취약계층 평균 고용인원: 12.1명(전년대비 5.5% ↓)

* 기업당 평균매출액(단위: 억원): ('18) 20.0 → ('19) 20.4 → ('20) 19.6

* 사회적경제기업 대상 경기동향 조사 결과('20.3~8): '20년 경영악화 원인은 코로나19로 인한 경기침체, 매출하락

☞ 코로나 19 이후 취약계층의 안정적 일자리 확충과 사회적경제 지속성장 기반 마련을 위한 판로 확장·역량강화 지원 필요

Ⅱ. 현황 및 한계

◇ 다양한 지원을 통해 사회적경제는 지속적으로 성장하고 있으나, 정책의 체감도는 낮은 상황

□ 사회적경제 활성화를 위한 다양한 정책 등에 힘입어 사회적경제 조직은 '16년말 14,916개소에서 '20년말 24,983개소로 크게 증가

* ▲ 「사회적경제 활성화 방안」('17), ▲ 「사회적경제 일자리 창출 지원 방안」('20.8), ▲ 「협동조합 경쟁력 강화방안」('21.5) 등 총 26개 대책

구 분		'16년	'17년	'18년	'19년	'20년
고용부	사회기업	1,713	1,877	2,122	2,435	2,777
기재부	협동조합	10,640	12,540	14,550	16,869	19,492
행안부	마을기업	1,377	1,442	1,514	1,556	1,652
복지부	자활기업	1,186	1,092	1,211	1,176	1,062
↳ 주요 유형 합계		14,916	16,951 (13.6% ↑)	19,397 (14.4% ↑)	22,036 (13.6% ↑)	24,983 (13.4% ↑)

□ 사회적경제 조직 증가에도 전체 고용시장에서 비중은 미미

* 사회적기업, (사회적)협동조합, 마을기업, 자활기업, 농어업법인·단체, 소셜 벤처, 농·수협 등 개별법에 따른 협동조합, 새마을금고까지 포함하는 경우
⇒ '19년 기준 총 임금근로자의 1.42% 추정 (20,690,000명/294,546명)

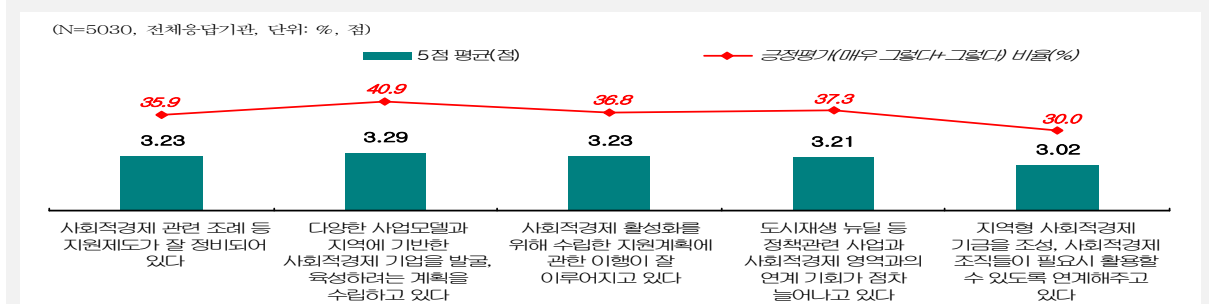
※ 외국의 경우에도 구체적인 기준과 고용규모가 각 나라마다 상이

- (EU) 협동조합, 공제조합, 협회를 기준으로 '15년 총 유급고용의 6.3%
- (프랑스) 협동조합, 상호공제조합, 협회, 재단을 기준으로 사회적경제 고용 규모 공표, '15년 기준 총 고용의 9.1%
- (영국) 사회적기업 고용규모를 발표, '15년 기준 전체 근로자의 5.6%

< 출처 : 2017 EESC 보고서 >

□ 다만, 지역 사회적경제 지원 자원간 연계 및 정책 효과에 대한 사회적경제조직의 체감도는 여전히 낮은 것으로 조사

「2020 사회적경제 지역생태계 구축 지원사업」 공통조사 결과 - 지원자원 인식 조사



◇ 판로망의 지역적 한계, 사회적경제에 대한 낮은 인지도, 제품·서비스의 특정 분야 편중 현상 등은 개선해야 할 과제

□ 사회적기업의 61.9%가 서비스업종으로 대면서비스를 제공하며, 지역적인 한계로 전국단위 판로 확대 및 홍보 등에 한계

* 오프라인 주활용(35.2%)이 온라인(12.8%) 대비 2배이상 / 주고객의 54.4%가 지역기반 ('21.7월, 사회적경제 박람회 설문조사)

<사례-농업회사법인 하봉마을(전주)>

- 지역의 방치되던 생산시설을 지역특산물 제조시설로 되살려 식품회사 기반구축 및 6차 산업 인증
- 전주 지역 납품에서 하나로유통 등을 통한 전국 시장 진입 시 고객응대, 상품수급 등의 문제점 다수 발생



○ 판로확대에 필수적인 민간 대형 유통매장 이외에 농협·생협 등 사회적경제 유통채널에도 사회적경제기업 제품 입점 저조

□ 제품·서비스에 대한 시장 수요는 다양화되고 있으나, 사회적경제조직의 대응노력은 이에 미치지 못하고 있는 상황

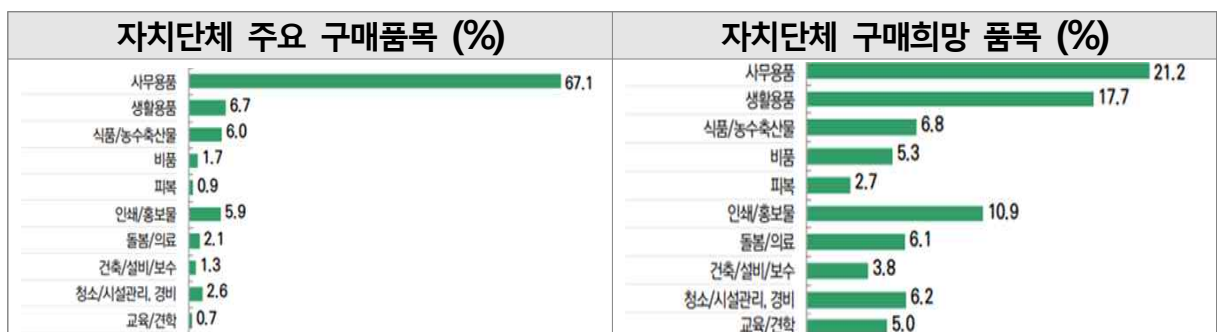
○ 정부지원이 기업 초기 창업 및 성장단계에 집중되어 있어 경쟁력 및 자생력 제고를 통한 성숙단계로의 전환 지원은 미흡

* 부처별 57개 지원사업(창업10, 금융11, 경영5, 판로4, 인력·기술4, 기타23) 운영 중

** 각 부처별 지원 제도는 소관 사회적경제기업 유형에 따른 칸막이식 사업 추진으로 역량분산 및 사업효율성 저하

○ 사회적경제기업이 판매하는 제품·서비스가 특정품목에 편중되어 있고 수요와 공급 미스매치 지속

* 자치단체의 사회적경제 구매품목과 구매희망품목간 불일치 발생 ('20년 지역생태계 조사)



◇ 코로나 19로 인한 경영환경 변화와 새로운 소비 형태의 출현 등 외부환경 변화에 대응하기 위한 종합적 판로지원 체계 미흡

□ 사회적경제 활성화를 위해 각 부처별로 사회적경제조직 육성·발굴, 공공기관 우선구매 등을 통한 판로지원에 주력

○ 공공부문 우선구매제도개선, 전용 온라인 판매 플랫폼(e-store 36.5) 운영 등을 통해 사회적경제조직의 매출은 지속적으로 확대

* 사회적기업 매출: ('20) 52,939억원(공공: 22,951억원(43%), 민간: 29,988억원(57%))
공공구매 실적: 사회적기업 ('19) 1조 2,829억원 → ('20) 1조 6,225억원
사회적협동조합 ('19) 1,616억원 → ('20) 2,656억원



□ 공공구매 제도의 경우, 국가 및 기타공공기관 구매실적이 기관 평가에 미반영되어 공공구매에 대한 관심이 상대적으로 부족

* '20년 공공구매 비율: (국가기관) 1.02% (기타공공기관) 1.00% (전체 공공기관) 2.85%

○ 사회적경제기업 생산제품과 공공기관의 구매내역 등에 대한 현황 정보 및 관리시스템 미비로 체계적인 수요 발굴에 한계

* 공공기관의 우선구매 실적 및 계획을 발표하고 있으나, 세부 품목별 구매현황은 미공개됨에 따라 사회적경제기업이 수요 예측에 곤란

□ 사회적경제 온라인 통합플랫폼(e-store 36.5) 중심의 판로지원에 따라 온라인/비대면 경제 확산에 대응한 신규 유통채널 진출·확보 미흡

* e-store 36.5 플랫폼은 공공구매 관련 품목(사무/컴퓨터/주변기기)이 주로 입점되어 B2G 중심으로 운영, B2C 품목(패션/잡화/식품/출산/육아) 판매 기업 입점 저조

** 사회적경제 기업 제품 판로 확대를 위해 e-store 36.5 플랫폼과 다양한 외부 채널 연계 및 사회적경제기업 제품 전용 판매 채널 신규 확보 필요

☞ **사회적경제기업의 판로역량 강화 및 경영 개선을 통해 지속 가능한 사회적경제기업 성장 생태계 조성 필요**

[참 고] 판로지원 관련 현장 의견

☞ 사회적경제조직의 판로 지원에 대한 애로 및 건의 사항을 실태조사 및 간담회, 성과공유회 등을 통해 현장의견 조사(15회, '20.3~12월)

□ 다양한 온라인/비대면 판로 진출 지원

- ▶ (온라인/비대면 판로지원) 문화·예술, 교육, 여행, 외식 등 서비스 분야 피해가 크며, 대면 매출 부진에 따른 비대면(온라인) 지원 강화 필요
→ 효과적인 온라인/비대면 콘텐츠 제작을 위한 장비·공간·촬영·편집 등 지원 및 온라인 박람회·상담회 등 지원 필요

□ 시장별 대응 강화

- ▶ (민간자원연계) B2B, 특판판매 등 다양한 마케팅·상품구성 지원, 지역 소규모 전화구매·배송 서비스 등 검토, 기업의 CSR 자원연계 지원 필요
- ▶ (맞춤형 지원) B2B, B2C, B2G 등 시장의 특성을 고려한 맞춤형 지원방안 마련 및 차별화된 지원 필요
- ▶ (상시 협력채널 구축) 소셜벤더, 유통채널과 상시 협력체계 마련 필요

□ 사회적경제조직 경쟁력 강화

- ▶ (교육 및 인식제고) 서비스 마케팅 교육, 공공구매 담당자 대상 사회적경제 및 상품에 대한 인식제고 중요
- ▶ (홍보접점 확대) 정량매출보다는 정성적 홍보성과도 중요, SE 친화채널 발굴(해피빈, 와디즈 등), 소셜벤더-기업 스킨십이 강화 필요
- ▶ (제품 개발 및 판로지원) 소통 플랫폼, 샘플제작, 온라인 광고·기획전 등 지원 필요

□ 생태계 조성

- ▶ (네트워크 활성화) 소셜벤더 지원사업의 경우 수행기관 재량범위가 넓고 유통채널까지 연계가능하므로 진흥원의 네트워크 조성 역할 강화 필요
- ▶ (온라인 플랫폼 연계강화) e-store36.5 플랫폼을 통한 개별기업·소셜벤더·유통채널 등에 활용방안·가이드 안내 및 사회적기업대상 교육강화 필요
- ▶ (공동판로개척) 지역·업종 등 네트워크, 공동판로개척 지원 필요

Ⅲ. 추진전략

목표

지속가능한 사회적경제 성장 생태계 조성
 사회적경제 일자리 7.5→10만개 및 100억대 매출 기업 77→100개

추진 방향

- ① 민·관 협력 기반 판로지원 인프라 구축
- ② 판로 역량 제고를 통한 자생력 강화

추진 전략

세부 추진과제

1. 다양한 유통채널 진출 지원

- ① 온라인 유통채널 진출 촉진
- ② 오프라인 유통채널 연계 강화
- ③ 해외시장 개척 지원

2. 시장변화 대응 역량 제고

- ① 사회적경제조직 역량 강화
- ② 민간 유통 전문조직 육성
- ③ 판로 정보 제공

3. 공공판로지원 기반 확충

- ① 공공기관 우선구매 제도개선
- ② 공공 판로지원 기능 강화
- ③ 지역별 판로지원 협력체계 구축

4. 민간참여 및 가치소비 확산

- ① 민간 참여 및 투자 촉진
- ② 가치소비 확산

IV. 세부 추진과제

1. 다양한 유통채널 진출 지원

① 온라인 유통채널 진출 촉진

- (신규 시장 및 유통채널) 신규 온라인 시장(라이브커머스 등) 진출 및 오픈마켓·종합몰 등 다양한 채널 입점 지원('21~ , 고용부)

* ▲TV 홈쇼핑: ('20) 225→('21) 250→('22) 275회, ▲상품기획전: ('20) 11→('21) 12→('22) 12회,
▲(11번가) 사회적기업제품 전용관 (GS홈쇼핑, SK스토아, K쇼핑, NS홈쇼핑 등) 홈쇼핑 기부방송 편성

<온라인 진출 지원 사례-해피빈>

- 한국공항공사 자원 연계를 통해 사회적경제 기업의 네이버 스마트스토어(해피빈 공감가게) 입점·판매 지원
- B2C 판매로 사회적경제조직 22개소가 유통채널 진출 및 기획전 운영, 223백만원 매출('20.6.30.~9.30.)
- 네이버 메인페이지 주요 배너, SNS, 인플루언서를 통해 50,974건, 김포공항에서 250만명 홍보



- (온라인 상품몰 연계) e-store 36.5 상품정보를 지역·민간의 상품몰과 연계를 확대, 원스톱 판로지원 강화('21. 11개로 확대)

* (기존) 상품몰별 제품 등록·판매 → (개선) e-store 36.5 등록 후 다수 상품몰 통합 연계

- (e-store 36.5입점 확대) 사회적협동조합, 자활기업, 마을기업 등 기업·상품 발굴 및 입점 연계('21.~ 고용부, 기재부, 복지부, 행안부)

* ('20) 1,503기업 / 23,410상품 → ('22) 2,000개 기업 / 30,000개 상품 입점

② 오프라인 유통채널 연계 강화

- (유통채널 협력) 농·수·생협 등 자체 유통망을 보유한 사회적 경제조직과 공동으로 상품 발굴·입점·홍보 등 판로지원 연계 강화

- ▶ (농협) 전국 농협 하나로마트에 사회적기업 제품 공급 확대* 및 입점 상품에 대한 마케팅·행사 등 판촉 지원*('21.~, 농식품부)
- ▶ (생협) 생협 주요 매장에 사회적기업 상품을 전시·홍보·판매하는 팝업스토어, 전용관 개설 확대('21.~, 생협)
- ▶ (농협-생협) 농·생협 유통망을 활용, 팝업스토어 개최 및 홍보 지원('21.~, 기재부)
- ▶ (수협) 어촌 지역사회 기반 사회적경제조직에 대해 수수료 우대, 평가 가산점 등 온·오프라인 판로 지원('21.~, 해수부)

* ① (온라인) 수협쇼핑 수수료(10~20%→5~7%), 공영홈쇼핑 런칭 수수료(3%→2~2.5%), 수협쇼핑 입점 평가시 가산점(10점) 부여

② (오프라인) 바다마트 수수료(15~18%→10%), 판촉비(판매실적의 2.5%→2%)

- (유통채널 인프라 활용) 생협 인프라*를 활용, 사회적경제조직의 신제품 출시에서 타 유통채널 입점까지 일관 지원('21.~, 생협)

* 생협: 조합원 130만명, 655개 매장 보유 및 매출 1조4,220억원 규모

* (물품위원회) 상품발굴·입점 → (조합원) 품평회·평가단을 통한 Test 및 검증 → (기업) 제품개선 → (시장확대) 타 유통채널 추가 입점 등

- (유통채널 진입 간소화) 농협 하나로마트 사회적경제조직 제품 입점 선정 시 계통계약* 특례적용으로 구매 계약 신속 체결 지원('21.~, 농협)

* (계통계약) 물품구매 공급 대행 계약으로 농협 하나로마트 본부와 계약을 체결하는 경우 지역 개별 법인들과 계약을 한 것으로 간주하는 계약

<농협 입점 사회적경제조직 유형 >

* '21. 3월말 기준

구 분	사회적기업	마을기업	6차산업	기타	계
계약업체(개소)	20	20	254	27	321
계약품목(개)	335	276	3,110	206	3,927

사례

농협력

- **[공감마켓 정]** 사회적기업 '함께일하는세상'과 농협이 협력하여 창동하나로마트내 사회적경제조직 상설기획매장 마련
- 코리아세일페스타, 경남 우수상품 판매전 등 특별판매전 진행
- 안정적 판로확보 및 상품별 반응에 따른 개선과 매출신장 기대



- (사회적경제 정기장터) 지역, 개별기업 단위로 운영되는 판촉전을 사회적경제 정기장터로 브랜드화('21.하~, 고용부)

* 제주 5일장 등 관광명소로 자리매김한 지역장터를 벤치마킹하여 (가칭) '사회적경제 팔도기획전' 런칭, e-store 36.5 통합관리('22.~)

③ 해외시장 개척 지원

- (해외 진출) 역량진단·교육, 컨설팅, 해외 유통망 입점, 전시회 참가 등 해외시장 진출을 위한 성장단계별 맞춤형 지원 강화('21~, 산업부·코트라)

단계	역량강화	수출 첫걸음	수출확대
지원 내용	<ul style="list-style-type: none"> 기업맞춤형 수출컨설팅 글로벌 역량진단 및 무료 역량강화 교육 외국어 e-카탈로그 제작지원 수수료 할인 가점부여 등 우대 	<ul style="list-style-type: none"> 코트라 BuyKorea 온라인 해외 마케팅 지원 아마존 등 해외 온라인 유통망 입점 교육 해외 거래선 발굴 및 온라인 상담지원 	<ul style="list-style-type: none"> 지사화사업을 통한 해외 현지진출 확대 해외 공동물류센터 활용 바이어 주문시 적기대응 국내·외 전시회 수출상담회 등을 통한 신규 바이어 발굴

- (해외 판로) 해외 판로 컨설팅, 해외 전문가 네트워킹, 온·오프라인 입점 연계 등 지원('22~, 한국공항공사)

2. 시장변화 대응 역량 제고

① 사회적경제조직 역량강화

- (온라인 전환 지원) 오프라인 중심의 소셜벤처기업 대상, 디지털 전략 수립 등 온라인 비즈니스 모델 구축 지원 ('20.~ 중기부)
 - * ('20.) 5개사 → ('21.) 5개사 → ('22.(안)) 5개사
- (역량 강화) 온라인·비대면 시장 진출 대응력을 높일 수 있도록 교육과정 지원 및 멘토링 프로그램 제공('21.~, 고용부)
 - (교육) 공공기관 구매담당자 및 사회적기업 업무담당자 대상 e-store 36.5를 통해 우선구매 자료 및 수준별·맞춤형 강의 제공
 - * ('20.) 7회, 950명 → ('21.) 9회, 1,000명 이상
 - (멘토링) 분야별 우수 사회적경제조직을 발굴하고 후발 기업에 대해 현장 경험 전수 및 실무 멘토링 서비스 제공('21.~, 고용부)
 - * ('21, 시범사업) 2개 멘토기업 발굴, 10개 기업 지원→('22) 3개 멘토기업, 15개 기업 지원
- (컨텐츠 제작 지원) 제품 사업화 맞춤형 패키지 지원 및 온라인 커머스에 필요한 콘텐츠 제작, 웹 UI디자인 개발('21.~, 산업부)
 - * ('20.)플랫폼 1개/55개사(115개제품) → 플랫폼 2개 이상, 전년대비 150%↑

② 민간 유통 전문 조직 육성

- (소셜벤처 육성) 지속적인 판로지원 기반 마련을 위해 지역·업종별 민간 유통 전문조직 육성을 통한 체계적 판로지원('21.~, 고용부)
 - * (소셜벤처) 사회적경제조직의 시장 확대를 위하여 역량강화, 상품발굴, 유통 채널 입점연계 및 사후관리 등 종합적 판로개척을 지원하는 유통 전문조직
 - ** 주요거점별로 소셜벤처를 육성하여 지역기반 판로지원 추진
('20) 5개 시범 운영 → ('21) 8개 확대 운영 → ('22) 9개 확대 운영

소셜벤더 유형	주요 내용	비고(예시)
기본지원형	온·오프라인 유통채널 대상 사회적경제 상품 입점 및 경쟁력 강화	(주)삼표, 엠디글로벌넷, 함께일하는세상
협력형	민간·공공 기관 대상 사업 제안 및 영업을 통한 사회적경제 상품 납품 및 경쟁력 강화	경북종합상사, 오엠인터랙티브
채널형	자사 판매채널을 통한 사회적경제조직 상품 판로 및 경쟁력 강화 지원	행복중심생협, 세이프넷지원센터
서비스형	협력 가능한 사회적경제 서비스 상품 pool을 보유, 상품 납품 및 대외홍보 지원	소박한풍경

- (인력양성) 사회적경제 판로·유통 전문가 육성을 위한 **소셜벤더 종사자 대상 역량강화 교육* 지원**(’21.하~, 고용부)

* 민간·공공 영업전략, 유통채널별 입점기준, 온·오프라인 홍보·마케팅 방법 등

- (특화상품개발) **스토어 36.5 매장 운영기관**(아름다운가게, 행복중심생협 등)과 연계한 **매장 특화 상품 개발**(’21.하~, 고용부)

* 스토어 36.5매장 지역별 특성을 반영한 서비스, 상품 등을 발굴하고 소비자 반응, 수요파악 등을 위한 PB제품 개발

③ 판로 정보제공

- (정보제공) 지역별 사회적경제조직, 공공기관, 오프라인 판매장 정보제공을 통해 **시장, 상품의 공급-수요 불균형 해소 지원** (’21.下~, 고용부)

* 실태조사 등을 통해 확보된 공공기관 수요정보와 사회적경제조직의 제품 정보, 지역별 우수사례 등을 지도형태로 제공

지도 구분	내 용
사회적경제조직	소셜미션, 판매 상품, 위치 정보 등을 확인하여 구매 편의 제고
오프라인 판매장	오프라인 판매장(스토어 36.5 매장)의 정보를 제공하여 접근성 제고
공공기관	공공기관의 구매관련 기본 정보 제공



3. 공공 판로지원 기반 확충

① 공공기관 우선구매 제도 개선

- (제도개선) 공공기관의 사회적경제조직 제품구매 실적 경영 평가 반영 및 지표 개선 등 공공기관 우선구매 활성화
- 지방공기업 구매율 상향(1→2%), 자치단체 구매실적 검증강화, 사회적경제조직 인증 유효기간내 구매실적만 인정 등

<공공기관 사회적기업 우선구매 평가 개선>

	현행(As is)		개선(To be)
지방공기업	(‘20년) 구매율 지표 1% 달성 시 만점	→	(‘21년) 구매율 상향(→2%)
지방자치단체	(‘20년) 품목별 구매실적 임의 제출	→	(‘21년) 품목별 구매실적 필수 제출
국가기관	(‘20년) 기관 자율 우선구매	→	(‘22년) 우선구매 제고방안 마련
기타공공기관	(‘20년) 209개 기관 중 130개 반영	→	(‘22년) 반영기관 확대(→160개)
실적 인정기준 강화	(‘20년) 인증 해당년도 실적 인정	→	(‘21) 인증 유효기간 내 실적만 인정

- (수의계약 특례) 코로나 위기 극복을 위해 한시적으로 완화한 국가 계약법상 수의계약 특례제도 상시 적용 추진(‘21.하~, 기재부)

* 사회적경제조직 수의계약 한도를 현행 5천만원에서 1억원으로 확대

② 공공 판로지원 기능 강화

- (공공구매 지원 강화) 공공기관 우선구매 실적·계획 분석, 맞춤형 구매지원 등을 위한 지원기능(한국사회적기업진흥원) 강화(‘23.~, 고용부)
- * 한국사회적기업진흥원내 공공구매지원센터 기능 강화 및 인력 확충 등을 통해 전담업무 수행(‘23.~)

구 분	주요 기능
구매상담	연계실적 추적조사, 우선구매 우수사례 발굴, 기관별 1:1상담 등
상품DB관리	제품·서비스 인증·사회적가치 정보 제공, 지역별/주요 품목별 제품·서비스 소개자료 제작·배포, e-store 36.5 입점지원
구매정보 관리·분석	품목별·기관 유형별 구매실적 분석정보 제공, 기타 공공구매 정보제공, 사회적경제 상위 제품 리스트의 지역·상품별 분석
협업 제안	신규 사업 수요 발굴·연계, 공공-사회적기업 협력 우수사례 작성 발굴·전파, 사회적경제 유관조직(유통상사 등) 협력 체계 구축
교육·홍보	공공기관·사회적경제조직 대상 교육(바이소셜 연계, e-store 36.5 활용), 우선구매 우수사례 발굴·전파

- (통합플랫폼 개편) e-store 36.5를 판로지원, 조달·상품 정보제공, 공공기관 협력사업을 연계하는 통합플랫폼으로 개편('21.~, 고용부)

* e-store36.5 플랫폼을 활용해 판로지원사업 공고 및 지원 신청, 사업 홍보, 안내 등이 가능하도록 시스템 개선('21.下~)



③ 지역별 판로지원 협력체계 구축

- (지역 인프라 조성) 사회적기업 성장지원센터 - 사회적경제 유통지원센터 - 사회적경제 혁신타운 추가 조성 및 연계지원 추진('21.~)

* 사회경제적기업 창업·판로·홍보 등을 종합 지원하기 위한 시설, 공간 등을 공동활용할 수 있도록 지원센터를 권역별 허브로 조성

	현재(As is)		개선(To be)
사회적기업 성장지원센터(고용부)	(‘21년) 15개소 조성	➡	(‘22년) 2개소 추가 조성
사회적경제 유통지원센터(행안부)	(‘21년) 8개소 선정	➡	(‘22년) 2개소 추가 선정
사회적경제혁신타운 (산업부)	(‘21년) 6개소 선정	➡	(‘22년) 2개소 조성 완료

- (지역별 협업체계 구축) 지자체(시군구)-사회적경제조직 협업체계 구축을 통해 지역의 사회적경제 현안해결 및 활성화 지원('21~, 행안부)

* 시·군·구 사회적경제위원회 등에서 심의·결정된 사회적경제 관련 사업 지원

* '21년 30개 시·군·구 지원(자치단체당 1억원, 국비50%+지방비50%)

4. 민간 참여 및 가치소비 확산

① 민간 참여 및 투자 촉진

- (모태펀드 결성) 한국벤처투자 내 고용부 출자금을 활용, 신규 투자 조합(제7·8호) 결성 추진('21.~ 고용부)

* (제7호) '21년 총 120억원 규모 자펀드 조성·운용(고용부 90억원 출자), 사회적 경제조직 등 중소기업 30여개 대상 투자 집행(기업당 최대 5억원)

* (제8호) '22년 총 40억원 규모 자펀드 조성(고용부 30억원 출자) 추진

- '21년부터 청년(만15세~39세) 고용창출 목표를 달성하는 경우, 펀드 운용사에 추가 인센티브 신규 지급

구 분	적용 조건	추가 성과 보수율
고용창출	① 투자금 누계액 1억원당 2명 (1년 이상 고용 내국인) 이상 고용창출 ② ①의 조건을 청년(만 15세~39세) 고용으로 달성	① 모태펀드가 수령할 초과수익의 10% 이내 ② 모태펀드가 수령할 초과수익의 15% 이내
목적달성	펀드 결성일로부터 3년 내 주목적 투자비율을 10%p 이상 초과 달성	모태펀드가 수령할 초과수익의 10% 이내

- (임팩트펀드 활성화) 사회적 가치를 추구하는 소셜벤처 기업에 대한 투자 확대를 위해 임팩트 펀드 조성(14개, 2,451억원) 추진('21.~ 중기부)

* '21년 모태펀드 100억원을 출자하여 167억원 조성중

- (클라우드펀딩) 온라인 사회적경제 클라우드펀딩 플랫폼 상시 운영, 임팩트 투자 활성화를 위한 모의 기업설명회(IR) 개최('21.~ 고용부)

* (IR 오디션) 클라우드펀딩 참여 업체를 대상으로 임팩트 투자기업의 투자유치 기회 제공 및 직접 투자 연결

↳ 사회적경제조직 지원 확대 : ('20) 7개 → ('21) 9개 → ('22) 12개

- (보증한도) 사회적경제 성장지원 특례보증(신보) 지원 시 사회적경제 조직 우대*('21.하~ 금융위) 및 소셜벤처 임팩트보증 지원확대** (중기부)

* 우수사회적경제기업에 대해 보증한도를 확대(1~3억원 → 3~5억원)하고 우수 협동조합에 대해서는 출자금 한도도 확대(출자금의 3배 → 5배)

** 보증료 0.5%p 감면 및 100% 보증, ('21)1,350억원 → ('22)1,500억원

- (사회투자펀드 확대) 펀드조성액 및 민간 투자비율 확대('21.하~ 금융위)

	현행(As is)		개선(To be)
한국성장금융+KB 출자액(비율)	200억원(80%)	➡	300억원(60%)
민간부문 출자액(비율)	50억원(20%)	➡	200억원(40%)

- (공동기금 확산) 지역내 공공기관이 공동 기금을 조성, 사회적경제조직을 지원하는 사회적경제지원기금 확산 지원

* (예시) 부산, 인천 소재 공공기관이 지역 사회적경제 활성화를 위한 공동기금 조성·운영 중

② 가치소비 확산

- (상생협력 모델 발굴) 민간기업의 사회공헌활동과 연계하여 상시적 사회적기업 협업모델 발굴·확산을 위한 연구용역 추진('22. 고용부)

- (CSR 사례 확대) 일반기업과 사회적경제조직 간 CSR 협업 우수 사례를 발굴·확산, 기업의 사회공헌사업 참여 확대

* 대기업·공공기관과 기업의 사회적가치 창출을 위한 협력사업 협약을 통해 포괄적 지원 추진('20년 1건→'21년 2건→'22년 5건)

* (사내물 입점) 공공기관, 대기업 임직원 대상으로 운영하는 사내복지물에 사회적경제조직 입점 및 구매 촉진

- (주요행사 연계) 코세페('21.하), 식품대전('21.하) 등 정부 주요 프로모션 행사에 사회적경제조직 참여를 위한 전용관 마련

<ul style="list-style-type: none"> ▶ 코세페(산업부), 대한민국식품대전(농식품부) 등 행사 시 사회적기업 전용관 마련 및 홍보 ▶ 사회적경제 박람회 개최를 통해 전국민 대상 사회적경제 관심도 제고 및 판로지원 확대(기재부)
--

- (사회적 가치 확산) 바이소셜(Buy Social) 캠페인을 추진, 사회적가치 확산 및 사회적경제조직 제품 구매 촉진 지원('21.~, 고용부)

* 가톨릭·개신교·불교 등 종교계 공동으로 사회적경제조직 제품 구매·기부 캠페인 추진 등

V. 과제별 소관 및 일정

중점 추진 과제	추진일정	소관 부처
【다양한 유통채널 진출 지원】		
▪ 신규 온라인 시장 및 유통채널 진출 지원	‘21년~	고용부
▪ 지역·민간 온라인 상품물 연계확대	‘21년~	고용부
▪ e-store 36.5 입점 기업 및 상품 확대 * ‘22년 2,000개 기업, 30,000개 상품	~‘22년	고용부
▪ 농협 하나로마트에 사회적기업 제품공급 확대 및 입점상품에 대한 마케팅 행사 등 판촉지원	‘21년~	농식품부, 농협
▪ 생협매장 사회적경제조직 상품 팝업스토어, 전용관 개설 확대	‘21년~	생협
▪ 농·생협 유통망 활용 팝업스토어 개설 및 홍보지원	‘21년~	기재부
▪ 어촌기반 사회적경제조직에 대해 입점수수료 할인 및 평가 우대 추진	‘21년~	수협
▪ 생협 인프라 사회적경제조직 지원 방안 마련	‘21년~	생협
▪ 농협 하나로마트 사회적경제조직 계통계약 특례적용	‘21년~	농협
▪ 사회적경제 정기 장터 브랜드화 추진	‘21.下~	고용부
▪ 사회적경제조직 해외진출 성장단계별 지원	‘21년~	산업부, 코트라
▪ 사회적경제조직 해외판로 지원	‘21년~	한국항공공사
【시장변화 대응 역량 제고】		
▪ 소셜벤처기업 온라인 비즈니스모델 구축 및 확대 지원	‘21년~	중기부
▪ 사회적경제조직 역량강화 교육(9회, 1,000명)	‘21년~	고용부
▪ 사회적경제 멘토기업 발굴 및 멘토링 지원	‘21년~	고용부
▪ 사회적경제조직 사업화 지원	‘21년~	산업부
▪ 공동상품 개발 컨소시엄·연합체 구성 지원	‘22년	고용부
▪ 사회적경제조직 단계별 성장 집중지원	‘21년~	중기부
▪ 지속적 판로지원을 위한 지역·업종별 민간 유통 전 문조직 육성, 지원 체계 마련	‘21년~	고용부
▪ 사회적경제 판로·유통 전문가 육성을 위한 소셜벤 더 종사 대상 역량강화 교육	‘21년~	고용부
▪ 스토어 36.5 연계 오프라인 매장 특화상품 개발	‘21년	고용부

중점 추진 과제	추진일정	소관 부처
【공공 판로지원 기반 확충】		
▪ 공공구매 실적의 공공기관 경영평가 반영 추진 및 대상기관 확대	‘21년~	고용부 등 관계부처
▪ 사회적기업 수의계약 특례적용 제도 개선	‘21년~	기재부
▪ 공공구매 우수사례 발굴 확산	‘21년~	고용부
▪ 공공구매 지원센터 인력 및 역할 확충	~’23년	고용부
▪ e-store 36.5 온라인 판로지원 통합플랫폼 시스템 개편	‘21.下~	고용부
▪ 사회적경제조직 실태조사 추진	‘22년~	고용부
▪ 사회적경제조직 제품 판로 빅데이터 활용방안 마련	‘22년	고용부
▪ 사회적경제 정보제공 지도 제공	‘21.下	고용부
【민간참여 및 가치소비 확산】		
▪ 사회적경제조직 지원 지역 인프라 확대 조성	‘21년	고용부, 산업부, 행안부
▪ 시군구 단위 사회적경제 활성화 민관 협의체 구성	‘21년~	행안부
▪ 신규 모태펀드 투자 결성(제7호, 제8호) 추진	‘21년~	고용부
▪ 소셜벤처기업 대상 임팩트펀드 조성	‘21년~	중기부
▪ 온라인 크라우드 펀딩 플랫폼 운영 및 모의IR 개최	‘21년~	고용부
▪ 사회적경제 성장지원 특례보증 지원	‘21년~	금융위
▪ 소셜벤처 임팩트 보증 지원 확대	‘21년~	중기부
▪ 사회투자펀드 확대조성 및 민간 투자비율 확대	‘21년~	금융위
▪ 사회적기업 협업모델 발굴확산 연구용역	‘22년	고용부
▪ 기업-사회적경제조직 간 협업 우수사례 발굴·확산 * 사회적가치창출을 위한 업무협약 확대(‘22년 5건)	‘22년	고용부
▪ 사회적경제박람회, 코리아세일페스타, 대한민국 식품대전 등 연계 사회적경제조직 제품 판로지원	‘21년~	고용부, 기재부, 농식품부, 산업부
▪ 바이소셜 캠페인 연계 사회적경제조직 제품 판로지원	‘21년~	고용부

VI. 사회적경제조직 판로지원 방안 시행 전후 비교

구분	'20년도	→	'22년도
사회적경제 일자리	75,000개		100,000개('23년) *고용보험 가입자 기준
100억대 매출 사회적경제조직	77개소		100개소('23년)
공공기관 우선구매액	1조6,225억원		2조1천억원
e-store 36.5	1,503개 조직 23,410개 상품 외부 온라인몰 연계 X		2,000개 조직 30,000개 상품 외부 온라인몰 15개 연계
인프라	성장지원센터 13개소 유통지원센터 3개소 혁신타운 5개소		성장지원센터 17개소 유통지원센터 10개소 혁신타운 6개소
소셜벤처 운영	5개, 시범사업		9개, 정규사업화
데이터 기반	기관별 조각데이터		구매정보 빅데이터 구축
판로지원 체계	부처별 개별지원		관계부처 통합 관리·지원
외부자원 연계	CSR 연계 단순구매		ESG 연계 판로지원 모델 확산

참고 1 공공기관의 사회적기업 제품 '20년 구매실적 및 '21년 계획

□ 대상 공공기관

총계	국가 기관	자치단체		교육청	공기업	준정부 기 관	기타 공공 기관	지 방 공기업	지방 의료원	특별 법인
		광역시	기초							
847	54	17	226	17	36	95	209	152	35	6

* 「중소기업제품 구매촉진 및 판로지원에 관한 법률」 제2조 제2호에 따른 총 847개 공공기관

□ '20년 구매실적 및 '21년 구매계획

< 기관 유형별 구매실적 및 계획 >

(단위: 백만원, %)

	'20년 실적			'21년 계획		
	총 구매액(A)	사회적기업 제품 구매액(B)	비율 (B/A)	총 구매액(A)	사회적기업 제품 구매액(B)	비율 (B/A)
국가기관	11,185,578	114,046	1.02	10,903,240	105,514	0.97
자치단체	9,364,279	621,844	6.64	9,416,737	627,415	6.66
교육청	6,615,367	148,132	2.24	6,307,692	148,228	2.35
공기업	14,036,966	421,309	3.00	15,637,259	483,563	3.09
준정부기관	5,461,995	186,145	3.41	5,538,799	165,117	2.98
기타공공기관	6,968,162	69,734	1.00	6,729,273	85,255	1.27
지방공기업	2,620,182	56,603	2.16	2,784,845	54,714	1.96
지방의료원	268,475	3,834	1.43	273,197	4,157	1.52
특별법인	351,891	811	0.23	336,062	235	0.07
합계	56,872,896	1,622,458	2.85	57,927,105	1,674,200	2.89

* 연도별 실적(단위: 억원, %): '13년 2,631(0.68) → '14년 3,550(0.95) → '15년 5,957(1.55) → '16년 7,401(1.80) → '17년 9,428(2.04) → '18년 10,595(2.27) → '19년 12,829(2.50) → '20년 16,225(2.85)

□ 품목별 구매 실적

< 품목별 구매실적 >

(단위 : 백만원, %)

	'18년		'19년		'20년	
	구매금액	구매비중	구매금액	구매비중	구매금액	구매비중
물품	612,038	57.8	824,016	64.2	898,096	55.4
용역	447,511	42.2	458,934	35.8	724,362	44.6
합계	1,059,549	100.00	1,282,950	100.00	1,622,458	100.00

참고 2

e-store 36.5 운영 현황

□ 사회적경제 판로지원 통합플랫폼(e-store36.5)은 사회적경제조직의 판로를 종합적으로 지원

* 사회적경제조직 상품 판매뿐만 아니라, 공공기관 대상 구매상담 및 상품 추천, 사회적경제조직 대상 판로정보 안내

□ 회원 6,281명(일반회원 2,869, 사회적경제조직 2,102, 공공기관 1,227, 기타83명), 입점 사회적경제조직 1,576개, 총 매출액 32억원 달성('21.3월 누적기준)

□ 일반 현황('21.3월 누적기준)

접속자(명)	이용회원(명)	입점기업(개)	입점상품(개)	매출액(백만원)
433,046	6,281	1,576	24,210	3,272

□ 입점기업 현황

구분	사회적기업	예비사회적기업	사회적협동조합	협동조합	마을기업	자활기업	기타	합계
기업수(개)	689	410	114	121	72	42	128	1576
매출액(백만원)	2,374	710	60	32	11	4	81	3,272

□ 입점 상품 현황

입점 제품 현황	입점 서비스 현황
가구/홈데코(6,036) 식품(4,894) 생활/취미(2,485) 패션/잡화(2,382) 출산/육아(1,795) 컴퓨터/주변기기(1,491) 사무/교육(1,354) 기타(746) 뷰티(697) 식물류(690) 기계/전기/소방(496) 건강의료(437) 디지털/가전(327) 공정무역상품(312) 공예(115) 수리시설/설비(52) 보건(5)	환경(240) 기업/행정(206) 여행서비스(191) 교육서비스(191) 기타서비스(172) 문화(135) 건설(64) 사회복지(16) 보건(10) 건강의료(5) 사무/교육(1)

참고 3 공공기관의 사회적기업 · 사회적협동조합 제품구매 주요현황

□ 법적 근거

- 「사회적기업 육성법」 제12조 및 같은 법 시행령 제12조의2
- 「협동조합기본법」 제95조의2 및 같은 법 시행령 제26조

□ 대상 공공기관

- 「중소기업제품 구매촉진 및 판로지원에 관한 법률」 제2조 제2호에 따른 총 847개 공공기관

총계	국가 기관	자치단체		교육청	공기업	준정부 기관	기타 공공기관	지방 공기업	지방 의료원	특별 법인
		광역시	기초							
847	54	17	226	17	36	95	209	152	35	6

□ '20년 우선구매 실적(단위: 백만 원, %)

구 분	총 구매액(A)	사회적기업 제품 구매액(B)	비율 (B/A)	사회적협동조합 제품 구매액 (C)	비율 (C/A)
국가기관	11,185,578	114,046	1.02	7,296	0.07
자치단체	9,364,279	621,844	6.64	166,393	1.78
교육청	6,615,367	148,132	2.24	26,670	0.40
공기업	14,036,966	421,309	3.00	40,188	0.29
준정부기관	5,461,995	186,145	3.41	13,985	0.26
기타공공기관	6,968,162	69,734	1.00	6,290	0.09
지방공기업	2,620,182	56,603	2.16	4,548	0.17
지방의료원	268,475	3,834	1.43	189	0.07
특별법인	351,891	811	0.23	0	0
합계	56,872,896	1,622,458	2.85	265,559	0.47

□ 우수사례

<공공구매 우수사례-경기도 화성시>

- 구매실적: ('19) 246억원(48.6%) → ('20) 577억원(89.4%)
- 판로지원에 관한 조례 마련 및 사회적경제 전담부서 운영, 사회적경제조직 공공기관 구매상담회 개최 등을 통해 사회적경제조직 제품 구매 촉진
- 또한 '생활폐기물수집운반업', '청소 및 방역' 등 구매액이 큰 분야에서 사회적기업 우선구매 추진(약 537억원)



참고 4 소셜벤처 현황 및 주요사례

□ 사업개요

- (사업목적) 소셜벤처를 통한 사회적경제조직의 상품 개선과 판로 지원으로 지속 가능한 성장 인프라 구축 및 자생력 강화
- (사업내용) 사회적기업 유통전문조직을 발굴·육성하여 상품별·기업수준별 맞춤형 개선 → 시장진입 및 확산지원

* (소셜벤처) 사회적경제조직의 상품·서비스 발굴·개선, 유통채널 입점 및 서비스 납품 등 판로 개척을 종합적으로 지원하는 사회적경제 특화 전문조직

□ 선정 현황 및 사례

* ('20) 5개 시범 운영 → ('21) 8개 확대 운영(기본형·협력형·채널형·서비스형 등)

구 분	소셜벤처 선정 현황
'20년(시범운영)	① 재단법인 아름다운가게, ② 주식회사 소박한풍경, ③ 행복중심 소비자생활협동조합연합회, ④ 주식회사 임팩트스퀘어, ⑤ (주)샵플
'21년(확대운영)	① 경상북도 사회적기업종합상사 협동조합, ② (주)샵플, ③ 주식회사 소박한풍경, ④(주)엠디글로벌넷 ⑤ 함께일하는세상(주) ⑥ 행복중심 소비자생활협동조합연합회, ⑦ 사회적협동조합 세이프넷지원센터, ⑧ (주)오엠인터랙티브

<상품 개선 사례-하루숲 진피비누>

- 대상기업: 사회적협동조합 경기시흥작은자리지역자활센터
- (개선내용) 플라스틱 용기를 사용하는 고가격 제품을 화학물질 최소화한 친환경 수제비누로 신규 상품 개발
- (개선결과) 온오프라인 매장 입점 등 신규 판로 개척으로 매출 및 고용 증가(월3백만원 →월1,300백만원, 3명→6명), 상품 신규개발(4종) 및 개발중(3종), 제품 단가 인하(10,000→3,000원)



<소셜벤처 활성화 사례-경북종합상사>

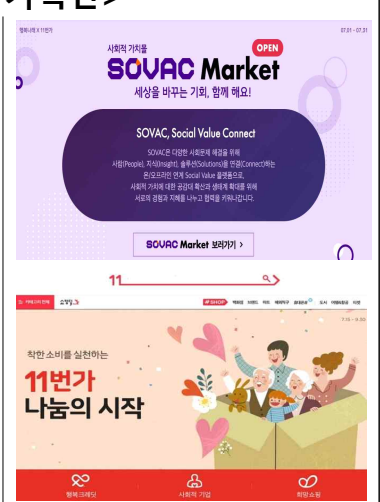
- '15년 95개 사회적경제조직 출자 조합원으로 구성, 개별 기업 애로사항인 시장개척, 판로지원확보 등을 위해 출범
- 現 9개 분야, 209개 기업 조합원으로 구성하여 지역 공동협력 기반의 수평 네트워크로 지속가능한 사회적 경제 판로지원('19 240억원 → '20 322억원)
- 중간지원 조직(소셜벤처) 및 기업간 공동협력을 통해 상품 개선, 시장개척 등 지원체계 구축



참고 5 대기업 등과 연계한 사회적경제조직 판로지원 주요사례

<11번가 사회적기업 전용관 개설 및 온라인 기획전>

- 유형: 사회적경제조직 온라인 판로지원
- 온라인 인프라 및 자원과 사회적경제조직을 연계하여 상품 경쟁력 강화, 판로개척을 통해 상생 협력 및 사회적 가치 창출
- 코로나19 비대면·온라인 시대에 발맞추어, 사회적기업 전용관 신설 및 Buy social 기획전 추진을 통해 사회적기업 온라인 판로개척 지원 및 사회적 가치 창출
- * 고용노동부-11번가, 행복나래 MOU 체결(21.7월)
- 11번가 내 사회적기업 전용관 신설(21.7월, 1,800개소 참여)
- 11번가 내 사회적경제 박람회 온라인 기획전과 연계한 Buy social 온라인 기획전 운영(21.7.1.~7.16.)



<LG헬로비전 사회적경제조직 영상 제작 및 홍보 지원>

- 유형: 사회적경제조직 영상 제작 및 홍보 지원
- 비대면·온라인 광고·홍보에 취약한 사회적경제조직의 판로 확보를 위한 사회적경제조직 영상 제작 및 홍보 지원을 통해 사회적경제조직의 시장경쟁력 강화
- 사회적경제조직 온라인 시장 진출을 위한 영상제작 및 방송 송출 지원을 통해 오프라인 매장 비중이 높은 사회적경제 판로 한계를 극복 및 온라인 판로확대 지원
- * 고용노동부-LG헬로비전 MOU 체결(21.7월)
- '21년 참여기업 영상제작, 광고송출(50개사)



<삼성카드 '소셜굿즈' 프로그램>

- 유형: 민간-사회적경제조직 협력
- 사회적경제조직과 유통채널 인프라/자원을 연계해 상품 경쟁력 강화, 판로개척 지원 및 사회적 가치 창출
- '소셜굿즈' 프로그램 운영을 통해 사회적경제조직 대상 온라인 쇼핑몰 입점 연계 및 판로지원, 디자인·브랜드 컨설팅 통해 상품개선, 홍보 마케팅 지원
- 주요 성과
 - 삼성카드 온라인몰 사회적경제조직 50개소(206개 상품) 입점(20년)
 - 삼성카드 온라인몰 사회적경제조직관 매출 약 44백만원(20년)

