



인천광역시 사회적경제 육성계획 2020~2024

2019. 6.



인천광역시
www.incheon.go.kr



차 례

1 서론

| | |
|---------------------|---|
| 1. 연구배경 및 필요성 | 3 |
| 2. 연구목적 | 4 |
| 3. 주요 연구내용 | 4 |
| 4. 연구범위 | 6 |
| 5. 연구계획 | 7 |

2 사회적경제 정책환경 현황 : 변화와 사례

| | |
|--------------------------|----|
| 1. 문재인 정부 사회적경제 정책 | 11 |
| 2. 지자체 사회적경제 정책 사례 | 16 |

3 인천시 사회적경제 현황과 과제

| | |
|--|----|
| 1. 인천시 사회적경제 관련 행정체계 및 중간지원조직 현황 | 25 |
| 2. 인천시 사회적경제기업의 현황과 과제 | 38 |
| 3. 인천시 사회적경제기업 대상 설문조사 | 70 |
| 4. 인천시 사회적경제 현황 조사 시사점과 SWOT 분석 | 82 |

4 사회적경제 육성계획 기본구상

| | |
|-----------------------------|----|
| 1. 사회적경제 육성계획의 기본방향 | 87 |
| 2. 사회적경제 육성계획의 비전과 전략 | 88 |

차 례

5 신규사업 발굴 제안

| | |
|---------------------------|-----|
| 1. 사회가치 소비시장 확대 | 91 |
| 2. 사회적경제 혁신 거버넌스 정비 | 106 |
| 3. 사회적경제기업 고도화 | 115 |
| 4. 사회가치 저변 확대 | 129 |

6 집행계획 및 성과관리체계

| | |
|-----------------|-----|
| 1. 집행계획 | 139 |
| 2. 성과관리체계 | 148 |

| | |
|------------|-----|
| 참고문헌 | 152 |
|------------|-----|

| | |
|----------|-----|
| 부록 | 157 |
|----------|-----|

표 차례

| | |
|---|----|
| 표 2-1 사회적 가치 지표 구성 | 13 |
| 표 2-2 서울시 사회적경제 2차계획 추진전략 및 세부과제 | 18 |
| 표 2-3 충청남도 사회적경제 2차계획 추진전략 및 세부과제 | 22 |
| 표 3-1 인천광역시 군·구별 사회적경제 추진체계 현황 | 32 |
| 표 3-2 인천광역시 및 시 사회적경제지원센터 지원사업 현황 | 35 |
| 표 3-3 인천광역시 군·구별 고유 사회적경제 지원사업 현황 | 35 |
| 표 3-4 인천광역시 (예비)사회적기업 총괄 현황 | 38 |
| 표 3-5 인천광역시 군·구별 (예비)사회적기업 수 | 39 |
| 표 3-6 인천광역시 최근 3개년 (예비)사회적기업 수 변화 추이 | 39 |
| 표 3-7 인천광역시 (예비)사회적기업 유형별 현황 | 40 |
| 표 3-8 인천광역시 (예비)사회적기업 업종별 현황 | 41 |
| 표 3-9 인천광역시 사회적기업의 일자리 창출 성과 | 42 |
| 표 3-10 광역자치단체별 사회적기업의 취약계층 및 일반인 고용자 수 | 42 |
| 표 3-11 인천광역시 (예비)사회적기업 시장별 매출 현황 비교 추이 | 43 |
| 표 3-12 인천광역시 (예비)사회적기업 시장별 매출 현황 | 44 |
| 표 3-13 광역자치단체별 시장별 매출 현황 비교 | 44 |
| 표 3-14 광역자치단체별 사회적기업 영업이익 및 당기순이익 비교 | 45 |
| 표 3-15 인천광역시 사회적기업 제품 공공구매실적 추이 | 46 |
| 표 3-16 인천광역시 군·구별 사회적기업 제품 공공구매실적 추이 | 46 |
| 표 3-17 인천광역시 공공기관별 사회적기업 제품 공공구매실적 추이 | 47 |
| 표 3-18 광역자치단체별 사회적기업 제품 공공구매실적 추이 | 48 |
| 표 3-19 광역자치단체별 사회적기업 노동생산성 비교 | 49 |
| 표 3-20 광역자치단체별 사회적기업 평균임금 및 평균 근로시간 비교 | 49 |
| 표 3-21 인천광역시 사회적기업의 사회서비스 제공 추이 | 50 |
| 표 3-22 광역자치단체별 사회적기업의 사회서비스 제공 비교 | 51 |
| 표 3-23 인천광역시 사회적기업 사업활동의 사회적가치 추이 | 51 |
| 표 3-24 인천광역시 사회적목적 재투자 사회적기업 수 추이 | 52 |
| 표 3-25 광역자치단체별 사회적목적 재투자 사회적기업 수 비교 | 52 |
| 표 3-26 인천광역시 군·구별 마을기업 수 | 53 |
| 표 3-27 인천광역시 지정연도별 마을기업 수 변화 추이 | 54 |
| 표 3-28 인천광역시 마을기업 업종별 현황 | 55 |

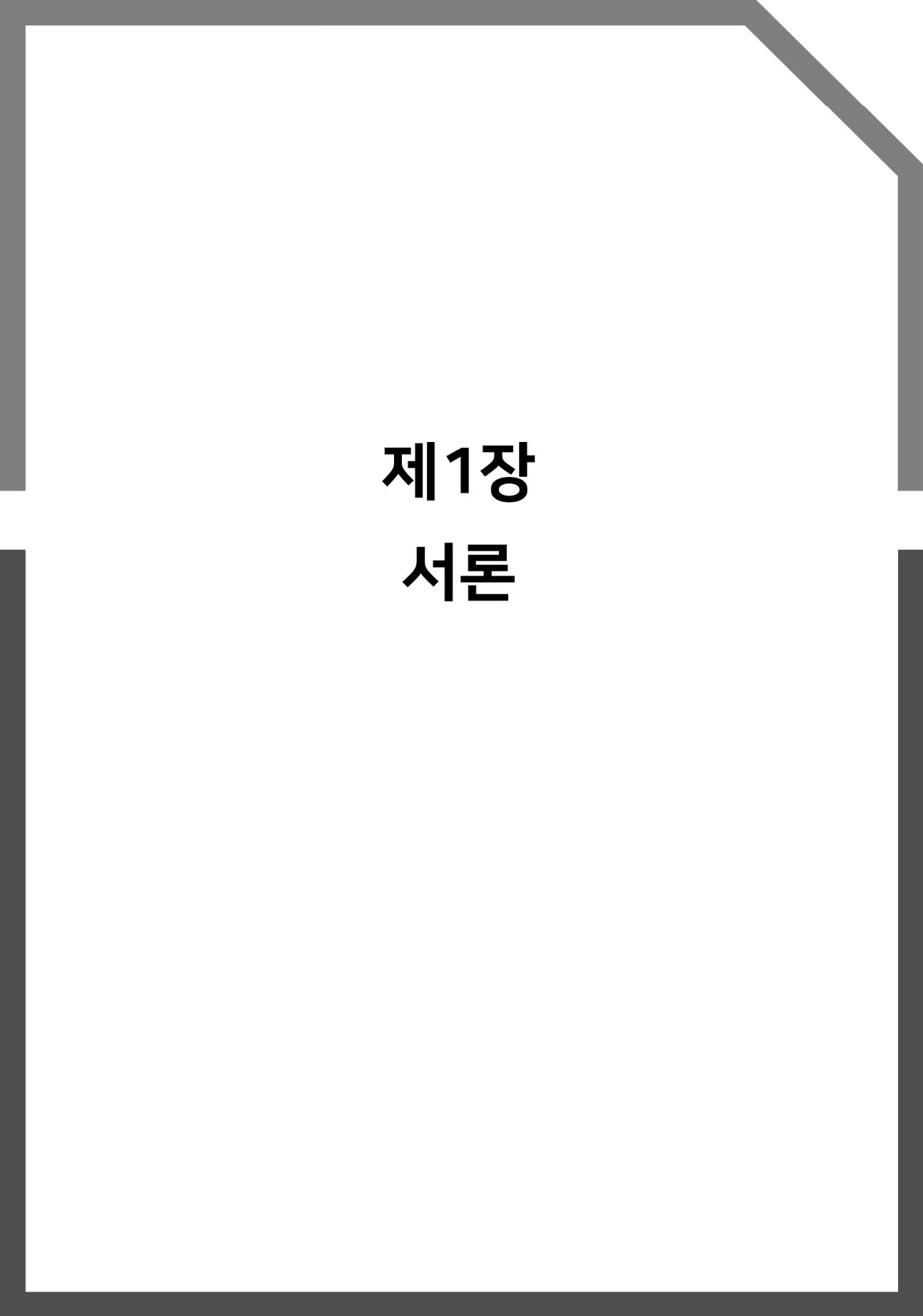
| | |
|---|----|
| 표 3-29 인천광역시 마을기업 성장 추이 | 55 |
| 표 3-30 광역자치단체별 마을기업 고용 및 매출 현황 비교 | 56 |
| 표 3-31 인천광역시 마을기업 고용 및 매출 현황 추이 | 56 |
| 표 3-32 인천광역시 마을기업 지역사회 공헌 활동 비교 | 57 |
| 표 3-33 인천광역시 마을기업 제품 공공구매실적 현황 | 58 |
| 표 3-34 인천광역시 군·구별 협동조합 수 | 59 |
| 표 3-35 인천광역시 지정연도별 협동조합 수 변화 추이 | 59 |
| 표 3-36 인천광역시 협동조합 유형별 현황 | 60 |
| 표 3-37 인천광역시 협동조합 업종별 현황 | 61 |
| 표 3-38 광역자치단체별 협동조합의 취업자 및 평균 취업자 수 추이 | 62 |
| 표 3-39 광역자치단체별 협동조합의 취약계층 임금근로자 현황 | 62 |
| 표 3-40 광역자치단체별 협동조합의 지역사회 재투자 활동 비교 | 63 |
| 표 3-41 광역자치단체별 협동조합의 평균 매출액 비교 | 64 |
| 표 3-42 광역자치단체별 협동조합의 주요 고객별 매출액 비중 | 64 |
| 표 3-43 광역자치단체별 협동조합의 외부자금 조달 시 어려움 | 65 |
| 표 3-44 인천광역시 사회적협동조합 공공구매실적 현황 | 66 |
| 표 3-45 인천광역시 자활기업 업종별 현황 | 67 |
| 표 3-46 인천광역시 설립연도별 자활기업 현황 | 67 |
| 표 3-47 인천광역시 사회적경제기업 공공구매실적 현황 | 68 |
| 표 3-48 인천광역시 경제 규모 대비 사회적경제 비중 | 69 |
| 표 3-49 사회적경제기업별 설문응답 업체 수 | 70 |
| 표 3-50 설문문항 구성 | 70 |
| 표 3-51 사회적경제기업이 추구하는 핵심 사회적 가치 | 71 |
| 표 3-52 사회적경제기업을 운영하는 중요한 사회적 목적 | 71 |
| 표 3-53 사회적경제기업 구성원들의 사회적가치 이해도 | 72 |
| 표 3-54 종사자와의 사회적가치 공유 방식 | 72 |
| 표 3-55 사회적경제기업 주요 고객층 | 73 |
| 표 3-56 향후 3년 이내 발굴 희망 고객층 | 73 |
| 표 3-57 지역사회 고객을 발굴하기 위해 노력하는 부분 | 73 |
| 표 3-58 고객 관계 유지를 위해 노력하는 부분 | 74 |
| 표 3-59 사회적가치 전달 및 홍보 채널 | 74 |
| 표 3-60 연합회/협의체 가입 여부 | 75 |
| 표 3-61 가입하지 않은 이유 | 75 |
| 표 3-62 네트워크 유지를 위한 활동 여부 | 75 |
| 표 3-63 네트워크 유지 활동을 하지 않는 이유 | 76 |
| 표 3-64 중요하게 생각하는 네트워크 파트너 | 76 |

| | |
|---|-----|
| 표 3-65 네트워크를 형성하는 가장 중요한 목적 | 76 |
| 표 3-66 핵심자원 자체평가 | 77 |
| 표 3-67 사회적경제기업이 추진하고 있는 가장 중요한 활동 | 77 |
| 표 3-68 타 업체 및 조직들과 협력하고 있는 가장 중요한 활동 | 78 |
| 표 3-69 주요한 시장 확보 방식 | 78 |
| 표 3-70 상품 및 서비스를 판매하는 데 있어 가장 어려운 부분 | 78 |
| 표 3-71 사회적경제기업의 주요 수익원 | 79 |
| 표 3-72 사회적경제기업의 주요 매출원 | 79 |
| 표 3-73 비용 절감 노력 분야 | 79 |
| 표 3-74 사회적경제기업 성장의 장애요인 | 80 |
| 표 3-75 사회적경제 지원정책의 중요도 파악 | 81 |
| 표 3-76 SWOT 분석을 통한 전략 도출 | 84 |
| 표 5-1 2019년 인천광역시 군·구별 사회적경제 관련 마켓 개최 계획 | 91 |
| 표 5-2 2018년 인천광역시 군·구별 사회적경제 관련 마켓 개최 현황 | 92 |
| 표 5-3 이음마켓 운영 사업예산 예시 | 94 |
| 표 5-4 이음마켓 투어 사업예산 예시 | 95 |
| 표 5-5 관련 사례 - 서울 마르쉐 투어 | 95 |
| 표 5-6 사회적가치 환급액 예시 | 97 |
| 표 5-7 사회적경제기업 집적공간 조성 관련 이차보전액 예시 | 100 |
| 표 5-8 전문유통형 마을기업 설립 지원 사업예산 예시 | 100 |
| 표 5-9 공공구매통합지원단 운영 사업예산 예시 | 103 |
| 표 5-10 공공구매통합정보시스템 구축 및 운영 사업예산 예시 | 103 |
| 표 5-11 중간지원조직간 협업프로젝트 사업예산 예시 | 110 |
| 표 5-12 사회적경제지원센터 예산 확충 예시 | 110 |
| 표 5-13 휴먼북 구축 사업예산 예시 | 112 |
| 표 5-14 휴먼북 확충 및 육성 프로그램 운영 사업예산 예시 | 113 |
| 표 5-15 스케일업 프로젝트 지원(제조 분야) 사업예산 예시 | 116 |
| 표 5-16 스케일업 프로젝트 지원(서비스 분야) 사업예산 예시 | 116 |
| 표 5-17 부문별 협업사업 지원 사업예산 예시 | 119 |
| 표 5-18 업종별 협업사업 지원 사업예산 예시 | 120 |
| 표 5-19 사회적금융 기금 조성 사업예산 예시 | 122 |
| 표 5-20 광역자치단체별 사회적금융 기금 설치 현황(2019년 4월 기준) | 123 |
| 표 5-21 도시재생 전문 사회적경제기업 육성 사업예산 예시 | 125 |
| 표 5-22 지역사회문제해결형 사회적경제기업 육성 사업예산 예시 | 125 |
| 표 5-23 옴부즈만 사례집 발간 사업예산 예시 | 128 |
| 표 5-24 인천 사회적가치 협동조합 운영 사업예산 예시 | 130 |

| | |
|--|-----|
| 표 5-25 사회혁신 전문가 교육 사업예산 예시 | 132 |
| 표 5-26 제3섹터 지역혁신가 양성 사업예산 예시 | 132 |
| 표 5-27 사회혁신인재 국제교류 지원 프로그램 사업예산 예시 | 132 |
| 표 5-28 청년혁신활동가 사업 모집 분야 및 활동개요 | 134 |
| 표 5-29 청년고용 사회적경제기업 근로환경 개선 사업예산 예시 | 135 |
| 표 5-30 인천시 청년고용 우수기업 근로환경 개선사업 지원금액 | 136 |
| 표 6-1 사업추진 로드맵 | 139 |
| 표 6-2 사회가치 소비시장 확대 단계별 추진전략 | 141 |
| 표 6-3 사회적경제 혁신 거버넌스 정비 단계별 추진전략 | 142 |
| 표 6-4 사회적경제기업 고도화 단계별 추진전략 | 143 |
| 표 6-5 사회가치 저변 확대 단계별 추진전략 | 144 |
| 표 6-6 4대 전략 추진 우선순위 | 145 |
| 표 6-7 사회가치 소비시장 확대 실천사업 우선순위 | 145 |
| 표 6-8 사회적경제 혁신 거버넌스 정비 실천사업 우선순위 | 146 |
| 표 6-9 사회적경제기업 지원 인프라 정비 실천사업 우선순위 | 146 |
| 표 6-10 사회가치 저변 확대 실천사업 우선순위 | 146 |
| 표 6-11 재원투입계획 | 147 |
| 표 6-12 사회적경제 총괄 성과지표 | 150 |
| 표 6-13 4대 전략별 성과지표 | 150 |
| 표 6-14 실천사업별 성과지표 | 151 |

그림 차례

| | |
|--|-----|
| 그림 2-1 서울시 사회적경제 단계별 발전전략 | 17 |
| 그림 2-2 충청남도 사회적경제 2차 5개년계획 수립 배경 | 20 |
| 그림 2-3 충청남도 사회적경제 2차 5개년계획 수립 체계 | 20 |
| 그림 3-1 인천광역시 사회적가치 협력사업 “창업아이디어” 공모전 개요 | 33 |
| 그림 4-1 인천시 사회적경제 육성계획 : 비전과 전략 | 88 |
| 그림 5-1 공공구매 온라인 플랫폼 ‘세나비’ 예시 | 104 |
| 그림 5-2 광주광역시 사회적경제 거버넌스 | 111 |
| 그림 5-3 서울 휴먼라이브러리 사람책 예시 | 114 |
| 그림 5-4 한국사회가치연대기금 조성 방안 | 123 |
| 그림 5-5 만부마을 지역 협력 체계 | 126 |
| 그림 6-1 인천시 사회적경제 육성계획 성과관리 체계 | 149 |



제1장 서론

제1장. 서론

1. 연구배경 및 필요성

- ‘인천광역시 사회적경제 육성 및 지원에 관한 조례’ 제5조에서 “시장은 사회적 경제조직의 지원 및 육성을 체계적으로 수행하기 위하여 인천광역시 사회적경제 육성계획(이하 육성계획)을 수립하여야 한다.”고 규정하고 있음
- 하지만 인천광역시는 2010년 조례를 제정한 이후 ‘육성계획’을 수립한 적이 없으며, 사회적경제과의 연도별 계획에 의해 추진되어 오고 있음
- 국내 사회적경제는 본격적으로 제도화된 것이 2007년 사회적기업육성법이 도입된 것으로 본다면 10여 년이라는 시간이 흘렀지만, 인천시 사회적경제는 아직 본격적인 성장을 위한 기본적인 토대의 정비가 필요한 실정
- 인천광역시 사회적경제과와 사회적경제지원센터 등 다양한 이해관계자들의 협력과 소통을 매개하고 효과적인 지원체계와 정책수단을 제시할 수 있는 로드맵 성격의 육성계획 수립이 절실
- 본 연구는 인천광역시 사회적경제의 육성 5개년 계획 수립을 통해 사회적경제의 새로운 10년과 그 이후를 준비하는 정책 방향과 구체적인 실행방안을 제시함

2. 연구목적

- 본 연구는 인천광역시의 사회적경제기업들과 중간조직에 대한 현황 파악을 통해 지역 사회적경제의 생태계에 대한 진단을 수행함
- 인천시 사회적경제 분야별 이해당사자들의 의견 수렴을 통해 사회적경제 육성계획의 비전과 전략을 제안함
- 인천시 사회적경제의 지속가능한 발전과 활성화를 위한 향후 5개년 간의 주요 전략과 세부사업을 제시함
- 인천시 사회적경제 육성계획의 성과관리 방안을 제시함으로써 계획이 소정의 성과를 거둘 수 있도록 지원함

3. 주요 연구내용

1) 기반조사

☞ 인천시 사회적경제 현황 조사

- 사회적경제기업 현황 조사
- 인천시와 군·구 사회적경제 중간지원조직 실태 조사
- 사회적경제기업 대상 설문조사

☞ 인천시 사회적경제 관련 정책사업 진단

- 인천시 사회적경제 분야 창업 동향 및 평가
- 인천시 사회적경제 분야별 정책사업 실태조사 : 재정지원사업 참여기업 수, 사업비 개발사업과 일자리 창출 지원사업 예산액

☞ 사회적경제 관련 국내외 정책동향 검토

- 국내외 사회적경제 정책 및 연구동향
- 사회적경제 우수사례

2) 비전과 전략설정

☞ 사회적경제 육성계획 비전과 전략 설정

- 사회적경제 육성계획의 비전과 전략 설정
 - 사회적경제 육성위원회 위원 대상 키워드 제안
 - 사회적경제 육성계획 추진단 워크숍에서 비전과 전략 설정
 - 이해당사자 의견 수렴 및 사회적경제 육성위원회 승인
- 이해당사자 참여형 사회적경제 육성계획 추진
 - 이해당사자가 참여하는 사회적경제 육성계획 추진단 운영을 통한 계획 수립

☞ 비전과 전략설정을 위한 사회적경제 육성계획 추진단 구성 및 운영

- 사회적경제 관련 이해당사자로 구성된 사회적경제 육성계획 추진단 운영을 통해 현장의 요구를 반영

3) 정책 발굴

☞ 사회적경제기업 발굴·육성 및 사회적경제 기반조성 방안

- 우수모델 및 자생적 사회적경제조직 모델 발굴 및 정착방안
- 자립성·지속성을 강화할 수 있는 지원사업 발굴
- 사회적경제 인력양성 방안

☞ 사회적경제조직 육성을 위한 재원 마련 방안

- 재정지원 필요분야 및 규모 파악과 정부 부처 등 지원사업 연계방안
- 지역 사회적금융 활성화 방안

☞ 사회적경제기업 판로 지원 정책에 관한 사항

- 공공기관 우선구매 확대 방안
- 민간부문 판로개척지원 방안

☞ 유관기관, 시민사회, 사회적경제기업 간 거버넌스 조성 및 활성화 방안

- 사회적경제 역량 강화를 위한 거버넌스 조성·협력방안

☞ 사회적경제 중간조직 역량 강화 및 활성화 방안

- 시와 군·구 지원센터 그리고 중앙정부 연계 지원센터 간의 기능 및 역할의 차별화를 통한 분업 체계 확립
- 중간지원조직과 사회적경제기업 간의 소통 강화
- 중간지원조직의 역량 강화

4. 연구범위

- 시간적 범위
 - 2020~2024년
- 공간적 범위
 - 인천광역시 전체

5. 연구계획

| 주요일정 | | 예상 소요기간 | 월별 공정 | | | | |
|------------------|-----------------------------------|------------|-------|----|----|----|----|
| | | | 2월 | 3월 | 4월 | 5월 | 6월 |
| 현황 및 여건 분석 | 현황조사 및 관련계획 검토 | 1.5개월 | ■ | ■ | | | |
| | 인천시 사회적경제 현황 및 문제점 진단 | 1.5개월 | ■ | ■ | | | |
| 추진단 운영 | 인천 시·군·구 관련부서 의견 수렴 | 1개월 | | ■ | | | |
| | 사회적경제 육성계획 추진단 운영계획 및 모집 | 1개월 | ■ | | | | |
| 사회적경제 육성계획 작성 | 사회적경제 육성계획 추진단 운영 | 3개월 | | ■ | ■ | ■ | |
| | 사회적경제 육성계획(안) 작성 | 3개월 | | | ■ | ■ | ■ |
| 보고 및 회의 | 사회적경제 육성계획 수정 및 보완 | 1개월 | | | | | ■ |
| | 자문회의, 중간 및 최종 보고 | 2회 | | 자문 | 중간 | 자문 | 최종 |

제2장

사회적경제 정책환경 현황: 변화와 사례

제2장. 사회적경제 정책환경 현황

1. 문재인 정부 사회적경제 정책

1) 사회적경제 기본법안 발의

(1) 발의 경과

- 문재인 정부는 국정운영 5개년 계획 및 100대 국정과제 중 하나로 사회적경제 활성화 발표
 - 2017년 10월, 사회적경제 활성화 방안 발표
 - 2018년 2월, 사회적금융 활성화 방안 발표
 - 2018년 7월, 사회적경제 인재양성 종합계획 발표
- 사회적경제기본법안의 첫 발의는 19대 국회(2014년)에서 이루어졌고, 상임위원회에 상정되었으나 회기종료로 자동 폐기
- 사회적경제의 양적 성장과 함께 질적 성장의 필요성이 대두되며 20대 국회(2016년)에서 재발의
 - 사회적경제기본법안(2016년 8월 윤호중 의원 대표 발의), (2016년 10월 유승민 의원 재발의)
 - 공공기관의 사회적가치 실현에 관한 기본법(박광온 의원 대표 발의)
 - 사회적기업제품의 구매촉진 및 판로지원에 관한 특별법(서형수 의원 대표 발의)

(2) 목표

- 사회적경제의 사회화 : 사회적경제가 사회문제 해소의 중요한 역할을 인식하고 공감대를 확산할 수 있는 기본적인 법률적 근거
- 사회적경제 생태계를 조성하기 위한 법적 근거와 정책적 기반 마련
- 정부 부처별 사회적경제 지원정책을 통합하고 정부와 지자체의 기본계획 수립 및 시행에 필요한 체계 마련
 - 사회적경제기업의 통합지원기관 설치로 컨트롤타워 확보

(3) 내용

- 사회적경제조직¹⁾의 정의에 따른 사회적경제조직의 열거와 등록제를 통한 보완
- 국가 등의 책무 및 민관 협력의 강화
- 사회적경제 발전에 관한 기본계획의 수립과 시행
- 대통령 소속 사회적경제위원회의 설치 및 운영
- 사회적경제조직의 협의회를 전국, 지역 단위, 업종, 분야 단위로 설립하여 사회적경제조직간 협력과 연대 촉진
- 지역 중심의 사회적경제 활성화 사업 수행을 위한 권역별 사회적경제 통합지원 센터 지정
- 사회적경제금융 기반 조성
- 사회적경제발전기금 설치 및 운용하여 사회적경제조직의 지원에 필요한 자원 확보

1)본 연구에서는 사회적경제조직과 사회적경제기업을 상호교환가능한 개념으로 사용

2) 사회가치평가

- 사회가치 측정은 사회적경제기업이 창출한 사회가치와 영향을 측정하는 과정
- 기존의 매출, 영업이익 등 경제적 성과 중심의 성과측정에서 사회적 가치 지향성, 지역사회와의 협력을 통합적으로 평가할 수 있도록 개발
- 사회적 가치 지표(SVI : Social Value Index)는 기업의 사회가치 수준 및 사회적 기여 정도를 파악
- 지표는 사회적 성과(60%), 경제적 성과(30%), 혁신 성과(10%)로 구성
 - 사회적 성과 : 조직 미션, 사업활동, 조직 운영 등
 - 경제적 성과 : 인적·물적 자원을 투입하여 얻은 재정성과
 - 혁신 성과 : 제품 및 서비스의 혁신성

| 표 2-1 | 사회적 가치 지표 구성

| 관점 | 범주 | 영역 | 측정지표 | 배점 | |
|----------------|---------------|----------------|---------------------|----------------------|---|
| 사회적 가치 (60) | 조직 미션 (10) | 사회적 미션의 관리 | 1. 사회적 가치 추구 여부 | 5 | |
| | | | 2. 사회적 성과 평가체계 구축 | 5 | |
| | 사업 활동 (30) | 주사업활동의 사회적 가치 | 3. 사업활동의 사회적 가치 지향성 | 10 | |
| | | | 사회적 경제 생태계 구축 노력 | 4. 사회적 경제 조직간의 협력 수준 | 5 |
| | | | | 5. 지역사회와의 협력 수준 | 5 |
| | 조직 운영 (20) | 이윤의 사회목적 재투자 | 6. 이윤의 사회적 환원 노력도 | 10 | |
| | | | 운영의 민주성 | 7. 참여적 의사결정 비율 | 5 |
| | 근로자 지향성 | 8. 근로자 임금수준 | | 10 | |
| | | 9. 근로자 역량강화 노력 | | 5 | |
| 경제적 가치 (30) | 재정 성과 (30) | 고용창출 및 재정성과 | 10. 고용성과 | 10 | |
| | | | 11. 매출성과 | 10 | |
| | | 노동성과 | 12. 영업성과 | 5 | |
| | | | 13. 노동생산성 | 5 | |
| 혁신 성과 (10) | 기업 혁신 (10) | 기업활동에서의 혁신성 | 14. 기업 운영 및 제품의 혁신성 | 10 | |
| 계 | | | 14개 지표 | 100 | |

자료 : 한국사회적기업진흥원(2017), 2018년 사회적 가치 지표(SVI) 활용 매뉴얼

3) 등록제

(1) 배경

- 2007년 사회적기업 육성법 이후 사회적기업의 빠른 양적 성장
- 2018년 사회적기업의 재정의와 등록제 도입 추진 등을 통한 사회적기업의 확대 내용을 담은 제3차 사회적기업 육성 기본계획 발표
 - 사회가치를 추구하는 소셜벤처 등 혁신적 방식으로 사회문제를 해결하는 기업들을 사회적기업으로 포괄
 - 다양한 사회가치를 추구하는 기업의 진입 촉진을 위한 등록제 도입
- 인증제 기반 사회적기업에 대한 인건비 위주의 지원정책은 단기간 사회적기업 육성 역할 수행하나 다양한 분야에서 사회가치를 추구하는 기업을 포용하기에는 어려움
- 또한, 까다로운 인증요건이 창업 초기 단계의 기업의 사회적기업으로 진입하는데 장벽으로 작용

(2) 기본 방향

- 등록제는 현행 인증제도의 세부요건을 완화하는 방식으로 추진하며 등록에 관한 권한은 지자체로 이관
- 시·도지사에게 등록 권한을 위임하여 지역 중심의 사회적경제 생태계 환경 조성
 - 등록요건(기본요건 및 징표적 요건)은 유지하되 실적요건은 폐지
 - 실적요건 : 1명 이상 유급근로자 고용 폐지, 영업활동을 통한 수익과 같은 실적과 무관하게 사업 등록이 가능
- 등록기업은 기존의 사업보고서(매년 1회 고용노동부 제출), 경영공시(매년 1회) 이외에 기업평가(1년에서 2년마다 1회)
 - 평가결과에 따라 일정 기준 이상인 경우에만 재정·판로·금융·구매지원 신청이 가능

- 2019년 상반기에 사회적기업평가위원회를 구성, 하반기에 사회·경제적 성과 평가지표를 확정하고 평가 시행 예정
- 2017년부터 시범운영 중인 평가지표 중 사회적 목적 실현에 관한 지표를 강화하여 부실한 사회적기업 판별에 활용할 예정
- 성장단계를 고려한 단계별 지원체계 마련
 - 초보단계 기업에게는 컨설팅 및 경영 내실화 지원 확대
 - 사회적목적 실현도가 높은 수준의 기업은 민간·공공부문의 판로, 금융, 구매지원 등 사업지원시 인센티브 제공
- 당사자협의체, 네트워크 등 민간의 역할 확대
 - 중앙부처, 지자체가 참여하는 “사회적기업정책협의회”를 구성
 - 등록기업별 현황, 고용, 지원 이력 등 파악 가능한 통합정보시스템 구축 추진

4) 사회적금융 기반 마련 : (재)한국사회가치연대기금

(1) 배경

- 사회적금융이란 사회적 가치 창출을 목적으로 사회적경제기업에게 투자·융자·보증을 통해 자금을 지원하는 금융활동 의미
- 정부·공공재원 중심으로 기존 중소기업·서민 정책금융체계 내 사업이 진행 중
 - 미소금융과 중소기업 정책자금 일부를 사회적기업에 대출
 - 서울시는 사회투자기금을 조성하여 저리융자
 - 신용보증기금·지역신용보증재단은 사회적기업 및 협동조합에 대해 보증비율을 높은 특례보증 제공
- 공공부문 주도로 자금공급을 확대하고 있으나 사회적경제기업의 자금수요를 충족시키기에는 부족하고, 지원방식이 짧은 만기, 대출 및 보증에 편중

- 사회적경제기업 등에 자금을 출자·대출·출연하여 다양한 사업을 수행할 수 있도록 2018년 12월에 (재)한국사회가치연대기금 설립

(2) 기본 방향

- (재)한국사회가치연대기금은 사회적금융중개기관을 통해 사회적경제기업 등에 자금을 지원하는 도매기금의 역할 수행
- 기금설립을 민간이 주도하고 정부가 협력하는 민관협력방식으로 조성
 - 민간의 자발적인 출연·출자 및 기부 등으로 설립
 - 정부 및 지자체는 사회가치연대기금이 성장할 수 있도록 제도적 지원과 재정보완 역할 수행
- 지역 사회적금융 중개기관 육성을 통해 지역별로 사회적경제기업에 필요한 자금을 맞춤형 수단으로 지원하는 체계
- 지자체와 연계된 지역별 특화사업, 소셜주택 및 지역자산화 등 사회적목적 프로젝트 지원
- 사회적금융 중개기관 역량 강화와 지역기반 확대에 필요한 투자지원, 네트워크 구축 등 시장기반 조성

2. 지자체 사회적경제 정책 사례

1) 서울특별시

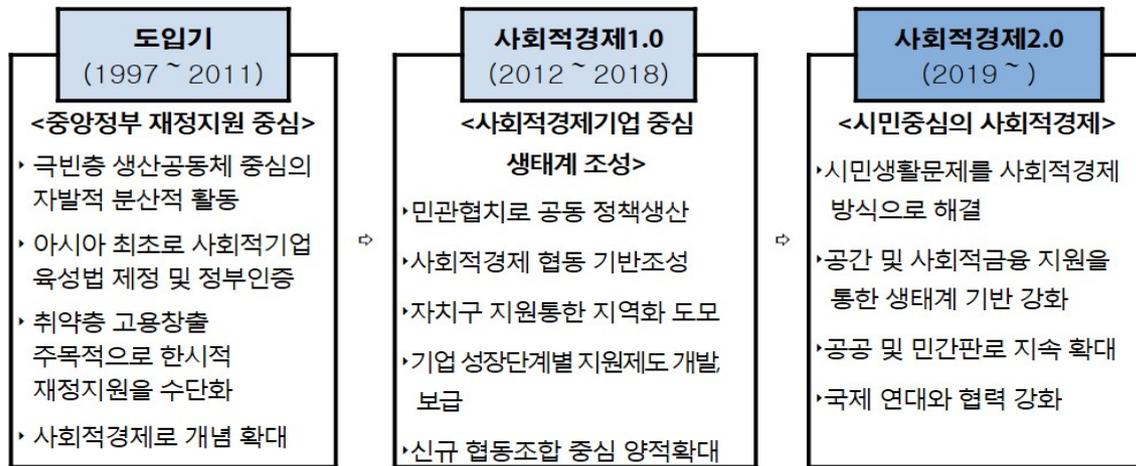
(1) 비전

- 사회적경제가 일상에서 체감되는 도시 만들기

(2) 계획배경

- 서울 사회적경제는 1단계 사회적경제기업별 재정 지원을 통한 사회적경제의 생태계 조성에서 2단계 시민중심의 사회적경제로 변화함

| 그림 2-1 | 서울시 사회적경제 단계별 발전전략



자료 : 서울시(2019), 서울 사회적경제 활성화 2.0 계획 보도자료

(3) 목표 및 추진전략

- 시민 체감형 지역순환 경제 구축
 - 공동주택 내 비즈니스모델 발굴
 - 지역기반 돌봄망 구축
 - 지역주민 교육기관 운영 및 지역기반기업 설립
- 연대와 협력의 시민 자조기반 조성 지원
 - 자생력 강화와 지속적인 성장을 위해 공공의존도를 낮추고 시민자조기반 마련이 요청
 - 사회적경제기업 종사자를 위한 시민자조금융기관 ‘서울사회적경제공제조합’ 설립 지원
 - 관 주도가 아닌 ‘민관거버넌스’ 형태를 촉진하기 위해 특징별 ‘서울시 사회적경제 민관정책협의회’를 확대·개편
- 지속가능한 생태계 기반 강화
 - 성장단계별 집중지원(서울소셜벤처허브센터), 서울시내 유휴 공공시설을 활용(사회적경제 지역거점공간), 사회적금융 생태계 강화를 위한 사회투자기금 마련

○ 판로개척 및 시민인식 제고

- 사회적경제기업에 대한 판로와 민간시장 확대를 위해 브랜드마켓 운영과 TV홈쇼핑 방송 등 유통채널을 늘릴 계획

(3) 세부과제

| 표 2-2 | 서울시 사회적경제 2차계획 추진전략 및 세부과제

| 분야 | 사업명 | 단위 | 2019 | 2020 | 2021 | 2122 | 총합 |
|-------------------------|---|-------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 시민체감형 지역순환경제 구축 | 공동주택 같이살림 프로젝트 추진 | 참여 단지 | 15 | 20 | 30 | 35 | 100 |
| | 사회적경제 지역돌봄사업단 구축 | 자치구 (누적) | 5 | 15 | 18 | 25 | 25 |
| | 주민기술학교 기반 지역관리기업 육성 | 개소 (누적) | 2 | 5 | 8 | 10 | 10 |
| 시민자조기반 형성지원 | 연대·협력의 자조기반 조성 지원 | 지원액 (억원) | 25 | 25 | 55 | 60 | 165 |
| 지속가능한 생태계 기반강화 | 공공자산의 사회적경제 활용 활성화 | 개소 (누적) | 1 | 2 | 4 | 6 | 6 |
| | 소셜벤처 등 혁신기업 발굴·육성 | 수 (누적) | 100 | 120 | 150 | 170 | 170 |
| | 사회투자기금 규모(시출연금) | 억원 | 734 | 1,234 | 1,604 | 1,800 | 5,372 |
| | 사회성과보상사업 지속 확대 | 수 (누적) | 2 | 3 | 4 | 5 | 5 |
| | 사회적가치평가 시스템 구축 | 기업수 (누적) | - | 300 | 500 | 650 | 650 |
| 판로개척 및 시민인식 제고 | 공공구매 및 민간판로 확대 (공공구매/사회적경제 마켓) | 억원/ 개소 (누적) | 1,400 /1 | 1,500 /2 | 1,600 /3 | 1,700 /4 | 1,700/ 4 |
| | 사회적경제기업 경영공시 활성화 | 수 (누적) | 100 | 200 | 400 | 650 | 650 |
| | 시민 인식제고 | 횟수 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 혁신인재 양성 및 국제협력 강화 | 사회적경제 혁신인재 양성 | 인원 | - | 80 | 140 | 260 | 480 |
| | 국제 사회적경제 연대와 협력강화 | 회원수 (누적) | 80 | 100 | 150 | 200 | 200 |

자료 : 서울시(2019), 서울 사회적경제 활성화 2.0 계획 보도자료

- 혁신인재 양성 및 국제협력 강화
 - 다양한 계층의 사회적경제 혁신인재양성을 위해 신증년에게는 ‘사회적경제 취·창업프로그램: 굿잡 5060’을, 청년에게는 인턴십과 시립대 학과과정에 개설될 ‘체인지 메이커 랩’을 계획하고 있음
 - 사회적경제분야의 국제 연대와 협력 강화를 위해 관련 국내외 단체들과 네트워크를 맺고 국제사회적경제협의체(GSEF) 회원 증가를 목표

2) 충청남도

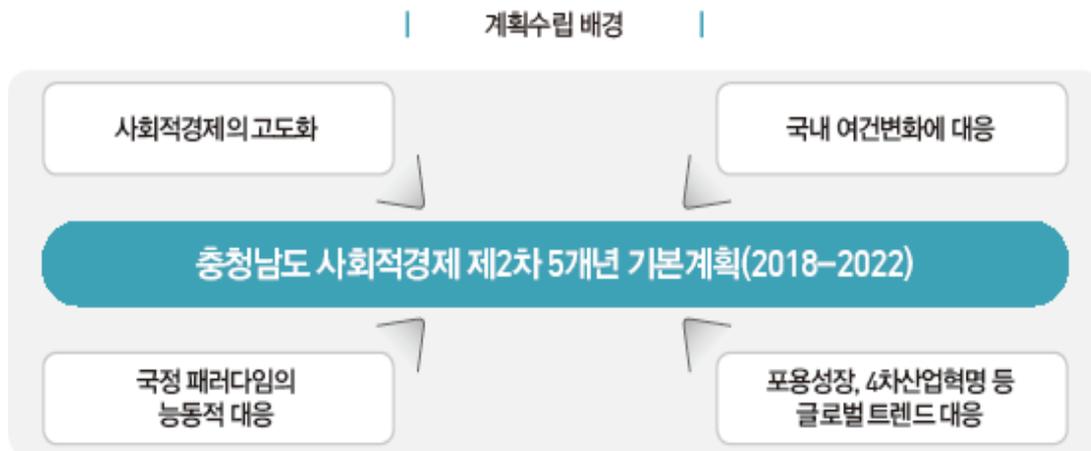
(1) 비전

- 사람중심의 사회혁신을 통한 포용성장 실현
 - 일자리 선순환 경제체계 구축
 - 지역맞춤 사회적경제 생태계 조성

(2) 계획배경

- 사회적경제 1차 5개년계획(2012-2017) 기간 동안 조직 수, 매출액, 고용 모두 양적으로 급성장
 - 기업수 : 172개(2012) → 670개(2017) 약 3.9배 성장
 - 매출액 : 265억원(2012) → 983억원(2015) 약 3.7배 성장
 - 고용자 : 1,136명(2012) → 3,115명(2015) 약 2.7배 성장
- 양적 성장에 더해 일자리 질과 기업의 역량 강화 방안 마련 필요성 대두
 - 기업의 규모는 성장하였으나, 북부권 지역과 농,림,어업에 편중
 - 인구과소지역인 남부권 지역과 업종 다양화 필요
 - 매출과 고용도 증가하였으나, 높지 않은 정규직 고용과 고령자 집중
- 문재인 정부의 사회적경제 육성 의지와 정책에 대한 대응
- 포용성장, 4차산업혁명, 공유사회 등 글로벌 트렌드 대응

| 그림 2-2 | 충청남도 사회적경제 2차 5개년계획 수립 배경



자료 : 충청남도(2017), 충청남도 사회적경제 제2차 5개년 기본 계획

| 그림 2-3 | 충청남도 사회적경제 2차 5개년계획 수립 체계



자료 : 충청남도(2017), 충청남도 사회적경제 제2차 5개년 기본 계획

(3) 계획의 성격 및 역할

- 사회적경제 상위 종합계획이자 1차 5개년 계획의 후속계획으로 사회적경제 육성을 위한 관련 정책 및 사업 융복합을 모색
- 사회적경제 비전과 전략 제시
 - 사회적경제 이해도를 높이고, 사회적경제 방식의 경제활동 추구
- 사회적경제조직 발굴, 성장 지원체계 제시
 - 다양한 정책 및 사업 중 사회적경제와 연계 가능성이 높은 정책 및 사업에 대한 추진방법 제시

(4) 목표 및 추진전략

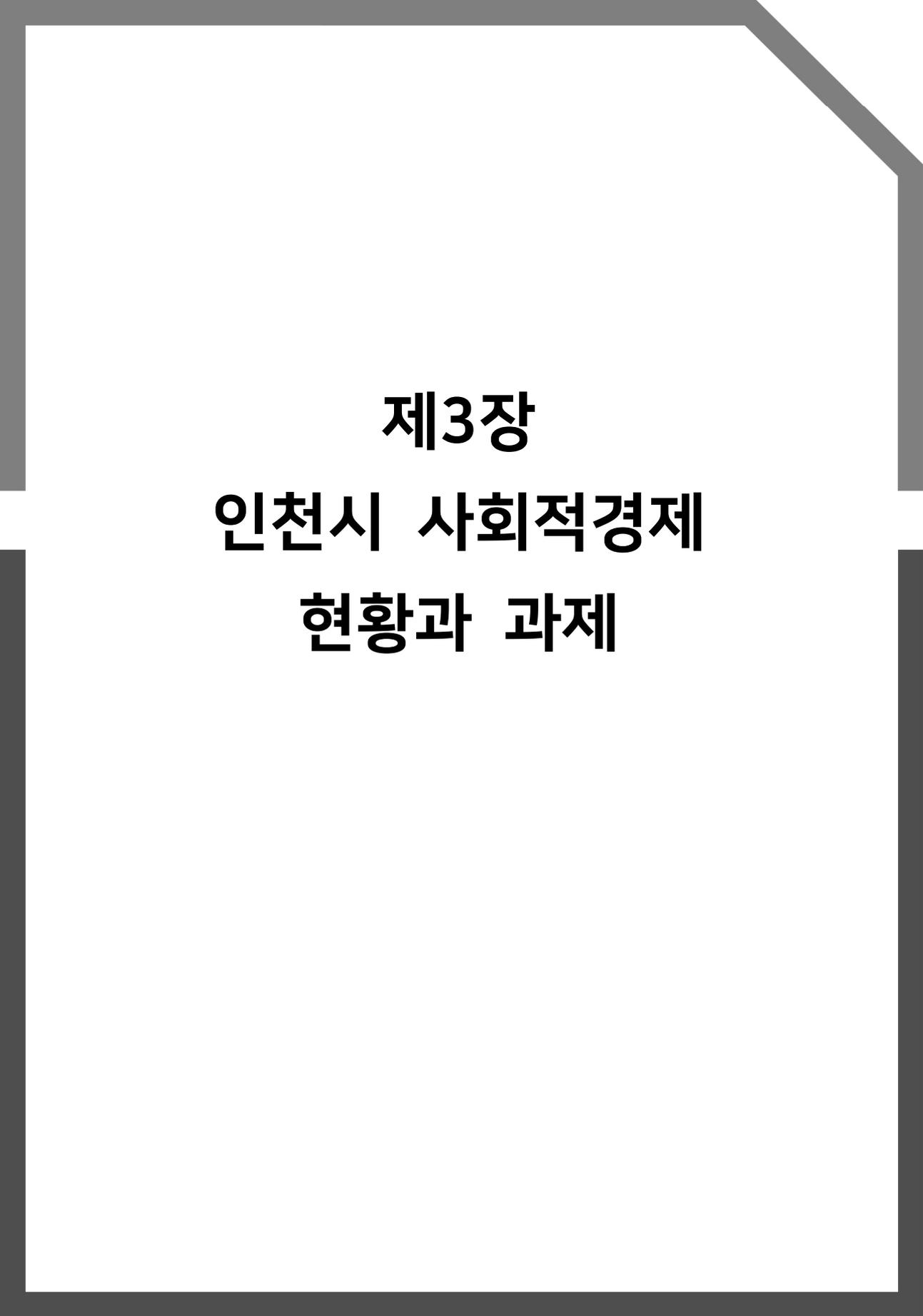
- 지역 내 좋은 일자리 선순환 경제체제 구축
 - 누구나 행복한 좋은 일터를 위한 맞춤형 육성 지원체계 구축
 - 충남도정 다영역간 융·복합을 통한 특화형 사회적경제기업 발굴
 - 사회혁신의 기반이 되는 사회혁신 추구형 인재 발굴 및 양성
- 지역 맞춤형 역동적 사회적경제 생태계 조성
 - 사회적경제 클러스터 등 사회적경제 혁신 플랫폼 구축
 - 충남형 협치체계 구축 등 열린 네트워크 구축
 - 사회적경제조직의 지속가능한 성장 발판을 위한 사회적금융 시스템 구축
 - 중앙정부 대응 및 충청남도 특수성을 반영하는 제도적 기반 구축

(5) 세부과제

표 2-3 충청남도 사회적경제 2차계획 추진전략 및 세부과제

| 세부 전략 | 10대 과제 | 세부사업 |
|---------------------------|--------------------------|----------------------------------|
| 조직·인재발굴 및 육성 | ① 사회적경제 보육기반 조성 | [1-1]사회적경제 창업보유센터 설치·운영 |
| | | [1-2]사회적경제 지속성장 지원체계 구축 |
| | | [1-3]충남 사회적경제 공유 플랫폼 구축 |
| | | [1-4]충남 사회성과 인센티브 제도 도입 |
| | | [1-5]사회적경제기업 ICT 스마트 환경 구축 |
| | | [1-6]사회적경제 통합인력운영 시스템 구축 |
| | ② 사회적경제 특화형 기업 발굴 | [2-1]1060+ 세대별 사회적경제조직 찾아내기 |
| | | [2-2]특화형 사회적경제조직 100 프로젝트 |
| | | [2-3]지역자원 기반 사회적경제조직 만들기 |
| | ③ 사회혁신형 인재양성 | [3-1]충남 사회적경제 교육지원 체계 구축 |
| | | [3-2]사회적경제 청년자원 육성 사업 |
| | | [3-3]학습동아리 150+ 프로젝트 |
| [3-4]사회적경제 아카데미 2.0 | | |
| 시장조성 및 판매촉진 | ④ 사회적경제 민간시장조성 및 확대 | [4-1]유통판매 지원조직 기능강화 |
| | | [4-2]사회적경제 지역기반 장터 운영 |
| | | [4-3]사회적경제기업 해외수출 지원 |
| | | [4-4]사회적경제 슨인숍(친구업체) 판로개척 |
| | | [4-5]「바이소셜(Buy Social)충남」프로젝트 추진 |
| ⑤ 공공구매 활성화 촉진 | [5-1]공공구매 통합지원 시스템 운영 추진 | |
| 협력시스템 구축 | ⑥ 충남형 협치 체계 구축 | [6-1]충청남도 사회적경제 협치체계 확대 |
| | | [6-2]충남 사회적경제 네트워크 고도화 |
| | | [6-3]사회적경제 산·학·연 협력 사업 추진 |
| | ⑦ 글로벌 네트워크 구축 | [7-1]사회적경제 글로벌 네트워크 구축·운영 |
| | | [7-2]사회적경제 해외 기술교류 추진 |
| 물적·제도적 기반 구축 | ⑧ 사회적경제 클러스터 구축 | [8-1]사회적경제 집적공간조성 추진 |
| | | [8-2]충남형 사회적경제 특구제 도입·운영 |
| | ⑨ 사회적금융 체계 구축 | [9-1]충남 사회적경제 기금 조성체계 구축 |
| | | [9-2]사회적금융 교육 및 컨설팅 추진 |
| | | [9-3]기업 사회공헌과 사회적경제기업 연계 추진 |
| | ⑩ 조직·제도·평가 기반 구축 | [10-1]사회적경제 전담부서 및 지원조직 강화 |
| | | [10-2]사회적경제 연구·평가 지원기능 강화 |
| | | [10-3]충남 사회적경제 제도적 기반 강화 |
| | | [10-4]사회적경제 인식조사 및 정책평가 추진 |
| [10-5]사회적경제 표준통계 및 공시제 도입 | | |

자료 : 충청남도(2017), 충청남도 사회적경제 제2차 5개년 기본 계획



제3장
인천시 사회적경제
현황과 과제

제3장. 인천시 사회적경제 현황과 과제

1. 인천시 사회적경제 관련 행정체계 및 중간지원조직 현황

1) 인천시 사회적경제 연혁

(1) 인천광역시 사회적경제과 연혁

- 인천광역시는 2013년 6월 기존 일자리창출과의 사회적기업팀을 중심으로 마을기업과 협동조합 업무를 총괄하는 사회적경제과 신설
- 인천시 사회적경제과는 사회적경제정책팀, 사회적기업육성팀, 협동조합마을팀으로 나누어져 있음
- 2014년 11월 사회적경제과 산하 사회적경제지원센터 설치·운영
- 인천시 기초자치단체도 사회적경제 관련 기능을 일자리 창출 관련 부서, 사회적경제과 혹은 지역경제과 등의 부서에서 추진

(2) 인천광역시 사회적경제 관련 조례 제정 및 시행 현황

- 2010년 1월 인천지역 사회서비스 확충과 일자리 창출을 위한 사회적 기업의 육성지원에 관한 사항을 규정하기 위해 ‘인천광역시 사회적기업 육성 및 지원에 관한 조례’ 제정
- 2011년 1월 ‘인천광역시 사회적기업 육성 및 지원에 관한 조례 시행규칙’ 제정
- 2013년 5월 ‘인천시 협동조합 지원에 관한 조례’를 공포하였으나 2014년 1월 ‘인천광역시 사회적경제 육성 및 지원에 관한 조례’로 통합

- 주요 내용 : 사회적경제 육성위원회 설치, 사회적경제 육성계획 수립, 사회적경제 지원센터 설치
- 2017년 3월 ‘인천광역시 사회적경제기업 생산제품 구매촉진 및 판로개척 지원에 관한 조례’ 시행
 - 주요 내용 : 사회적경제기업 제품 우선구매 대상 공공기관을 시 본청, 직속기관, 사업소, 시의회사무처, 시가 설립한 공사·공단, 시 출자·출연기관 등으로 명시, 구매계획의 수립 및 공고, 구매실적 작성, 판로개척 지원 등 포괄적인 구매 촉진 및 판로개척 관련 조항 포함
- 2019년 4월 ‘인천광역시 사회적 가치 증대를 위한 공공조달에 관한 조례’ 제정 (2019년 7월 시행 예정)
 - 주요 내용 : 사회적 가치를 반영한 공공조달 제도를 도입함으로써 사회적경제기업 및 희망기업 제품 등에 대한 공공조달 우대 및 기업의 사회적책임 평가 확산

☞ 인천광역시 사회적경제 관련 조례 현황의 특징

- 사회적경제조직의 범위에 사회적기업, 마을기업, 협동조합 외에 소비자생활협동조합과 자활기업까지 포괄
- 구매 촉진 및 판로개척에 관한 조례를 별도로 제정해서 시행 중이며, 공공조달 과정에서 사회적 가치 증대를 위한 조례도 시행 예정

(3) 인천광역시 기초자치단체별 사회적경제 추진체계 및 조례 현황

- 중구
 - 2019년 2월 ‘인천광역시 중구 사회적경제 육성 및 지원에 관한 조례’ 제정 (2011년 3월 제정, 2017년 10월 전부개정, 2019년 2월 일부개정)
 - 주요 내용 : 사회적경제 육성위원회 설치, 사회적경제 육성지원계획 수립

○ 동구

- 2018년 12월 ‘인천광역시 동구 사회적경제 육성 및 지원에 관한 조례’ 제정 및 시행
- 주요 내용 : 사회적경제 육성위원회 설치, 사회적경제 육성계획 수립, 사회적경제 지원센터 설치

○ 미추홀구

- 2018년 7월 ‘인천광역시 미추홀구 사회적경제 육성지원에 관한 조례’ 시행 (2010년 9월 제정, 2013년 11월 전문개정, 2015년 9월 일부개정, 2016년 12월 일부개정, 2018년 5월 일부개정, 2018년 5월 일부개정)
- 주요 내용 : 사회적경제 육성위원회 설치, 사회적경제 육성계획 수립, 사회적경제 지원센터 설치, 사회적경제제품 구매촉진 및 판로지원

○ 연수구

- 2019년 2월 ‘인천광역시 연수구 사회적경제 육성 및 지원에 관한 조례’ 일부 개정(2011년 1월 제정, 2012년 12월 일부 개정, 2016년 7월 전부개정, 2018년 12월 전부개정)
- 주요 내용 : 사회적경제 육성위원회 설치, 사회적경제 육성계획 수립, 사회적경제 지원센터 설치, 사회적경제제품 구매촉진 및 판로지원

○ 남동구

- 2018년 8월 ‘인천광역시 남동구 사회적경제 육성 및 지원에 관한 조례’ 일부 개정(2010년 12월 제정, 2015년 3월 전문개정, 2016년 12월 일부개정)
- 주요 내용 : 사회적경제 육성위원회 설치, 사회적경제 육성지원계획 수립, 사회적경제 지원센터 설치

○ 부평구

- 2017년 9월 ‘인천광역시 부평구 사회적경제 육성 및 지원에 관한 조례’ 일부 개정(2010년 12월 제정, 2014년 4월 전부 개정)

- 주요 내용 : 사회적경제 육성계획 수립, 사회적경제 육성위원회 설치, 사회적경제지원센터 설치

○ 계양구

- 2018년 3월 ‘인천광역시 계양구 사회적경제 육성 및 지원에 관한 조례’ 폐지(2010년 10월 제정, 2014년 10월 전부개정)
- 2018년 3월 ‘인천광역시 계양구 마을만들기 및 사회적경제 육성 지원에 관한 조례’ 제정
- 주요 내용 : 사회적경제 육성계획 수립, 사회적경제 육성위원회 설치, 마을만들기 및 사회적경제 통합지원센터 설치

○ 서구

- 2016년 7월 ‘인천광역시 서구 사회적경제 육성 및 지원에 관한 조례’ 전부 개정 (2010년 4월 제정, 2011년 일부개정)
- 주요 내용 : 사회적경제 육성계획 수립, 사회적경제 육성위원회 설치, 사회적경제지원센터 설치

○ 강화군

- 2011년 3월 ‘인천시 강화군 사회적기업 육성 및 지원에 관한 조례’ 제정
- 주요 내용 : 사회적기업육성위원회 설치, 사회적기업 육성계획 수립

○ 용진군

- 2014년 11월 ‘인천광역시 용진군 사회적경제 육성 및 지원에 관한 조례’ 제정
- 주요 내용 : 사회적경제 육성계획 수립, 사회적경제 육성위원회 설치, 사회적경제지원센터 설치

📖 기초자치단체 사회적경제 관련 조례 현황의 특징 및 시사점

- 대부분 사회적경제 육성계획, 사회적경제 육성위원회, 사회적경제지원센터라는 3가지 요소를 중심으로 조례 내용 구성

- 중구와 강화군은 조례에 사회적경제지원센터 설치에 관한 내용 미포함
- 미추홀구와 연수구는 ‘사회적경제제품 구매촉진 및 판로지원’을 강조하면서 구 산하 기관들의 사회적경제제품의 공공구매 촉진을 명시
- 다른 자치구와 군은 자체 청장의 우선구매 촉진 관련 조항에 한정
- 인천시와 기초자치단체 간의 협력을 촉진하고 사회적경제기업의 활동을 촉진하기 위해서는 조례 간의 차이를 최소화하는 방향으로 협의를 진행하는 것이 필요
- 인천시에서 활동하는 사회적경제기업이 기초자치단체 간의 상이한 조례 적용 때문에 사업 전개 과정에서 불필요한 거래 비용을 부담할 가능성이 존재

2) 인천시 사회적경제 관련 중간지원조직 현황

(1) 통합지원기관

- 사회적경제 통합지원기관은 고용노동부의 지원을 받아 지원사업 수행기관으로서 다음과 같은 역할 수행
 - 사회적기업 지원을 위한 지역별 네트워크 구축 및 자원 연계 : 여러 정부 부처, 자치단체, NGO, 종교단체, 기업, 학계, 공공기관, 자원봉사자 및 프로보노 전문기관, 지역별 사회적기업협의회·마을기업협의회 등
 - 신규 사회적기업 모델 발굴 및 확산 : 중앙부처와 자치단체의 재정지원 일자리사업²⁾에 참여하는 기관과 기업의 사회적기업 전환을 유도함으로써 신규 모델을 발굴 및 육성
 - 예비사회적기업 등의 사회적기업 인증(지정) 지원
 - (예비)사회적기업 상시 경영상담 및 현장지원 : 회계·노무·법무·세무 등 분야별 전문기관과 컨소시엄을 구성하여 일상적 경영 자문 서비스를 상시 제공, 사회적기업을 체계적으로 관리하고 통합 DB 구축

2) 고용노동부 사회적기업, 행정안전부 마을기업, 농림수산식품부 농어촌공동체회사, 보건복지부 자활공동체, 자치단체 자체지정 예비사회적기업 등

- 홍보, 교육 등 기타 필요한 업무 : 사회적기업 성공사례 발굴 및 홍보자료 제작·배포, 지역별 활동 현황 및 공지사항 등을 홈페이지 등에 홍보, (예비)사회적기업 또는 일반인에 대한 교육 실시 등
- 인천시의 경우 초기에는 통합지원센터 운영 주체의 잦은 교체로 인해 조직 내 노하우가 축적되지 못하는 어려움을 겪었으나 최근에는 홍익경제연구소가 2년 연속 선정되면서 안정적으로 사업을 추진
 - 2014년 1월 (사)시민과대안연구소가 인천광역시 사회적기업, 협동조합 통합지원센터 수행기관으로 선정되어 7명이 지원 업무를 진행
 - 2015년도는 (사)사회문화정책연구원이 통합지원센터 수행기관으로 선정
 - 2016~2017년도는 (사)시민과대안연구소가 통합지원센터 수행기관으로 선정
 - 2018년도는 (사)홍익경제연구소가 통합지원센터 수행기관으로 선정
 - 2019년도는 (사)홍익경제연구소와 (사)더좋은경제 사회적협동조합 컨소시엄이 수행기관으로 선정
- 마을기업 지원기관도 2017년, 2018년과 2019년 3년 연속으로 사회적협동조합 다원세상이 수행기관으로 선정되면서 전문성과 함께 안정적인 사업 수행을 기대 가능

(2) 인천시 사회적경제지원센터

- 「인천광역시 사회적경제 육성 및 지원에 관한 조례」 제20조를 바탕으로 2014년 11월 인천광역시 사회적경제지원센터 출범
 - 지속적으로 증가하고 있는 사회적경제 조직의 다양한 역량과 요구를 총괄하여 조직간 네트워크 구축 및 체계적인 육성 지원
 - 2014년 1월 ‘인천광역시 사회적경제 육성 및 지원에 관한 조례’ 전부개정
 - 2014년 9월 사회적경제지원센터 설립·운영계획 수립
 - 2014년 11월 사회적경제지원센터 개소 (사회적경제과 직영)

- 2016년 9월 사회적경제지원센터 운영 민간위탁 실시 (사단법인 한국근로장애인진흥회)

○ 조직 구성 : 센터장 1명과 직원 5명으로 구성³⁾

○ 예산 : 6억 4천만원 (2019년도)

○ 역할 및 기능(조례 제21조 지원센터의 기능)

- 1. 사회적경제조직의 설립과 운영에 필요한 전문적인 자문
- 2. 사회적경제조직의 지원제도 및 정책 연구개발
- 3. 사회적경제조직 간의 협력 지원 및 네트워크 구축 운영
- 4. 사회적경제 활성화를 위한 지원 정책에 대한 모니터링
- 5. 사회적경제조직 실태조사
- 6. 사회적경제조직 홍보 및 교육
- 7. 예비사회적기업 발굴 및 지원
- 8. 그 밖에 사회적경제조직의 발굴 및 육성을 위해 필요한 사항

(3) 기초자치단체 사회적경제지원센터 현황

○ 인천시 기초자치단체 중 여섯 개 구에서 사회적경제지원센터를 운영

○ 미추홀구와 연수구는 외부기관에 위탁 운영을 하고 있음. 미추홀구는 활발한 활동과 실적을 거두고 있는데 반해 연수구는 최근 위탁기관이 변경되는 등 제대로된 성과를 거두고 있지는 못한 실정

○ 옹진군은 사회적경제지원센터를 운영하고 있지는 않지만, 임기제 전문직 공무원을 고용하여 지원업무를 진행

○ 대체로 기초자치단체에서 운영하는 사회적경제지원센터는 교육사업, 컨설팅, 사회적경제 조직 간 네트워킹, 그리고 보육활동 등을 수행하고 있지만 사업성과에 대한 관리가 부족한 상황

3) 6명 이외에 산업통상자원부 공모사업 선정을 통한 2명의 계약직 연구원 고용 중

| 표 3-1 | 인천광역시 군·구별 사회적경제 추진체계 현황

| 인천시 군구 | 사회적경제 담당부서 | 사회적경제 지원센터 유무 | 비고 |
|--------|------------|---------------------|--|
| 중구 | 경제과 | x | 경제과 사회적경제팀에서 사회적경제업무 담당 |
| 동구 | 일자리경제과 | x | 일자리경제과에서 사회적경제업무 담당 사회적경제지원센터 설치 예정 |
| 미추홀구 | 일자리정책과 | o | 일자리정책과 사회적기업팀에서 사회적경제업무 담당 사회적경제지원센터는 흥익경제연구소에 위탁 경영 |
| 연수구 | 일자리정책과 | o | 일자리정책과 사회적경제팀에서 사회적기업, 마을기업, 협동조합 관련 업무 수행 사회적경제지원센터는 이스코 사회적협동조합에 위탁 경영(보육공간 운영) |
| 남동구 | 일자리정책과 | o | 일자리정책과 사회적경제팀에서 사회적경제지원센터 운영지원 |
| 부평구 | 일자리창출과 | o | 일자리창출과 사회적경제팀에서 사회적경제업무 담당 사회적경제팀장이 지원센터장 겸임하며 업무 총괄 |
| 계양구 | 일자리정책과 | o | 일자리정책과 사회적경제팀에서 사회적경제지원센터 운영 및 업무 담당 |
| 서구 | 사회적경제일자리과 | o | 사회적경제일자리과 지역공동체팀에서 사회적기업, 마을기업, 협동조합 업무 담당 사회적경제지원센터 민간위탁 운영 예정 (2019년도 하반기) |
| 강화군 | 경제교통과 | x | 경제교통과 지역경제팀에서 사회적기업, 마을기업, 협동조합 업무 담당 |
| 옹진군 | 경제교통과 | x | 경제교통과 일자리정책팀에서 사회적경제기업 업무 담당 사회적경제 담당 임기제 공무원 채용 |

자료 : 각 군구별로 연구진이 유선상으로 직접 확인

- 기초자치단체 사회적경제지원센터가 처한 애로사항은 최근 몇 년간 해소되지 못하고 있는 실정(서봉만, 2016)⁴⁾
 - 인천시 사회적경제지원센터와의 협력과 연계를 통한 효과적인 사업추진 체계가 수립되어야 함
 - 교육사업은 시와 기초자치단체 간의 중복 투자의 문제가 있고 인큐베이팅 사업은 JST제물포스마트타운과 검단산업단지 내 청년 사회적경제 창업실을 보유한 시의 지원센터가 주도적으로 추진하는 것이 합리적
 - 지역 내 사회적경제기업들과의 협력이 원활하게 이루어지지 않음. 특히 지원이 종료된 업체들과의 협력이 거의 이루어지지 못하고 있음
 - 한국중부발전 인천발전본부와 인천광역시 사회적경제지원센터 간의 협업으로 진행되는 ‘인천광역시 사회적가치 협력사업 창업아이디어 공모전’의 하부 프로그램인 창업아카데미 운영과정에서 자치구들과의 협업이 최초로 시도되고 있음

그림 3-1 | 인천광역시 사회적가치 협력사업 “창업아이디어” 공모전 개요

| 프로그램 | 창업아이디어 공모 | 창업아카데미 | 창업경진대회 |
|-----------|--|---|--|
| 모 집 | 4/29 ~ 5/19 | 5월 중 | 10/21~11/1 |
| 운영일정 | · 서류심사 : 5/21 · 대면심사 : 5/28 · 시상식 : 5/31 | · 기초과정 : 5월 중 · 심화과정 : 7~8월 중 · 전문과정 : 8~9월 중 | · 서류심사 : 11/4 · 발표심사 : 11/14 · 시상식 : 11/28 |
| 주요내용 | - 사회적경제창업 희망자 대상 아이디어 공모전 | - 사회적경제 창업 이론 및 실무 전문 교육 | - 사회적경제 기업 발굴 및 육성 |
| 대상 | - 사회적경제 창업 아이디어가 있으며 - 아카데미 전과정 참여 가능한 인천시민 | - 창업아이디어 공모전 참여자 - 사회적경제 창업을 희망하는 인천시민 | - 사회적경제 창업을 진행하거나 준비중인 인천시민 - 2018.10.21. 이후 창업기업 |
| 우수사항 | - 지역문제를 해결하거나 사회적가치를 창출하는 창업아이디어 | - 아이디어 공모전 수상자 필수참여 | - 아이디어 공모전 참여자 및 아카데미 수료자 가점 (최대 10점) |
| 시상 및 지원사항 | - 우수아이디어 시상 - 수상자는 아카데미 참여 필수 | - 사업화 컨설팅 제공  | - 우수팀 시상 - 사회적기업가 육성사업 연계 - 창업실 입주연계 - 인천형 예비사회적기업 지정 컨설팅 |

4) 사회적경제지원센터장 대상으로 전화 인터뷰 진행

- 기초자치단체 차원의 사회적경제지원센터가 본격적으로 가동되기 시작하면 중장기적으로 중간지원조직에서 활동할 수 있는 전문인력에 대한 수요가 급격하게 증가할 것으로 기대
- 2019년에 설립될 예정인 서구 사회적경제지원센터는 기존 인천시 사회적경제지원센터 규모로 운영될 예정

3) 인천시와 자치구의 사회적경제정책 현황

(1) 인천시 사회적경제정책 현황

- 인천시와 인천시 사회적경제지원센터에서 추진하고 있는 정책은 사회적경제 기업 육성사업과 창업교육지원 그리고 판로지원 사업을 중심으로 진행
 - 상대적으로 홍보지원과 네트워크 활성화 분야 사업은 사업 수도 적고 특색 있는 사업도 찾아보기 어려움
- 육성사업의 경우 대부분 중앙정부 추진사업의 매칭 사업이며 자체적인 사업은 디자인 개발지원과 소셜창업실 운영 정도임
- 판로지원은 우수상품 박람회나 행사개최를 통해 이루어지고 있으며, 사회적기업 제품 공공기관 우선구매가 가장 중요한 예산 사업 중의 하나임
 - 국비 공모사업에 선정된 ‘사회적경제 상생유통지원센터 조성’사업이 특색 있는 사업으로 추진되고 있음
- 창업교육지원 사업은 사회적경제 분야별 교육과 함께 시민들과 학생들 대상으로 한 교육 프로그램으로 구성되어 있음
- 실질적인 개별기업의 역량 강화를 위한 인프라 및 프로그램의 부족

표 3-2 인천광역시 및 시 사회적경제지원센터 지원사업 현황

(단위 : 백만원)

| | 판로지원 | 홍보지원 | 네트워크 활성화 | 육성사업 | 창업교육지원 |
|-----|-----------------------------|-------------|----------------------------|--------------------------------------|---------------------------|
| 사업명 | 사회적기업 제품 공공기관 우선구매 | 사회적경제 매체 홍보 | 우수 협동조합 탐방 및 상호 협력 네트워크 구축 | (인천형) 예비사회적기업 지정 및 재정지원 대상 기업 발굴(3회) | 마을기업 중간지원 (컨설팅) 기관 선정(1회) |
| | 마을기업 생산품 판로개척 지원 | 홍보물 제작 | 사회적경제 한마음 워크숍 | 사회적기업 일자리창출 지원(공모2회) | 마을기업 창업 및 육성을 위한 교육 활성화 |
| | 대규모 행사 참여를 통한 홍보 강화 및 판로 개척 | 홈페이지 리뉴얼 | 사회적경제 토론회 | 사회적경제기업 사업개발비 지원(공모2회) | 협동조합 설립 지원 및 컨설팅 지속 추진 |
| | 사회적경제 상생유통지원센터 조성 | - | 사회적가치 페스티벌 | 자치단체 지역특화사업 추진(공모1회) | 찾아가는 학교 교육의 중점 추진 |
| | 판매촉진 행사지원 | - | - | 마을기업 선정 추진 | 협동조합 CEO 및 실무자 교육 추진 |
| | 우수상품박람회 | - | - | 사회적기업, 마을기업 재정 지원 사업 육성 | 경영컨설팅 |
| | 판매채널 확대운영 | - | - | 소셜창업실 운영 | 사회적경제 아카데미 |
| | - | - | - | 디자인 개발지원 | 사회적경제 출동강좌 |
| 예산 | 745.2 | 129.7 | 68.8 | 9,812 | 29 |

자료 : 인천광역시(2019.02), 사회적경제과 내부 자료

(2) 인천시 자치구별 사회적경제정책 현황

- 창업교육지원 사업이 가장 활발하게 진행되고 있으며, 판로지원 그리고 육성사업 분야 등이 상대적으로 활발
- 미추홀구, 남동구, 부평구는 분야별 사업을 골고루 추진하는 반면 그 외 자치구는 판로, 홍보 및 교육지원에 치중
- 네트워크 활성화와 관련한 자치구 사업은 미추홀구와 계양구만 추진

표 3-3 인천광역시 군·구별 고유 사회적경제 지원사업 현황

| 군구 | 판로지원 | 홍보지원 | 네트워크 활성화 | 육성사업 | 창업교육지원 |
|------|-----------------------------|-----------------------|-----------------|--------------------------|----------------------------|
| 중구 | - | 사회적기업 제품(서비스) 우선구매 홍보 | - | - | 사회적기업 인증(지정)을 위한 주민 설명회 개최 |
| | - | - | - | - | 사회적기업 지도, 점검 |
| 동구 | 고정판매 유통채널 발굴 및 입점기업 발굴 및 확보 | 드라마PPL | - | - | 사회적경제 표준교재/교안 개발 |
| | 사회적경제기획 전 | 온라인 홍보채널 운영 | - | - | 사회적경제 창업경진대회 개최(구 협업) |
| | 사회적경제 공동판매장 입점 | SNS를 통한 홍보 | - | - | - |
| 미추홀구 | 사회적경제 복합홍보관[판매장] "두레 온" 활성화 | 사회적가치 확산을 위한 성과보고회 | 프로보노운영 활성화 | 미추홀구형 예비 사회적기업 지정 및 재정지원 | 도시재생 지원사업(신규) |
| | - | 사회적경제 포럼 개최 | 사회연대 경제 네트워크 조성 | 미추홀구 사회적경제육성 지원위원회 운영 | 사회적경제 활성화를 위한 교육지원 |
| | - | 사회적경제 홍보 및 성과 관리 | - | (예비)사회적기업 지도점검 | 자유학년제 및 방과후 수업지원 |
| | - | - | - | 미추홀구 사회적경제지원 센터 운영 | - |

| | | | | | |
|-----|-----------------------|--------------------------|------------------------------------|-----------------------------|--|
| 연수구 | 지역 상생 나눔문화축제 연계 | 구민 및 공무원 인식 확산 교육 | - | - | 청년과 문화예술 기반으로 하는 사회적경제기업 창업지원 |
| | 사회적경제 판매 및 체험존 운영 | - | - | - | 연수구 사회적경제 시민대학 |
| | - | - | - | - | 사회적기업가 양성 교육과정 운영 |
| | - | - | - | - | 청소년 경제교실 운영 |
| | - | - | - | - | 사회적경제기업 창업 아이디어 공모전 |
| 남동구 | 사회적경제 밤야마켓 개최 | 사회적기업 캐리커처 현판 제작지원 | - | 사회적경제 신중년 일자리 사업 | 사회적경제기업 창업캠프 |
| | - | - | - | 사회적경제 청년인턴사업 | - |
| 부평구 | 다중집합장소 제품 판매전 | 사회적경제 홍보강화사업 | - | 코워킹룸 운영 | 사회적경제역량 강화교육 |
| | 사회적경제 공동판매장 | - | - | - | - |
| 계양구 | 사회적경제 마켓 운영 | - | 사회적경제기업 전문재능 봉사단/프로보 노 운영 | - | - |
| 서구 | - | - | - | 사회적경제지원 센터 설립 | 사회적기업 창업 아카데미 |
| | - | - | - | (예비)사회적기 업 육성 맞춤형 컨설팅 | - |
| 강화군 | - | - | - | 마을기업 청년일자리 지원사업 | - |
| 옹진군 | - | - | - | 마을기업의 사회적기업 전환 컨설팅 사업 | - |

자료 : 인천광역시(2019.02), 사회적경제과 내부 자료

2. 인천시 사회적경제기업의 현황과 과제

1) 인천시 사회적기업 현황

- 인천광역시에 등록된 사회적기업의 현황을 2019년 2월 기준 사회적기업의 현황을 파악
- 실태조사 결과를 토대로, 사회적경제기업의 운영실태를 파악하여 사회적경제 추진전략 수립의 방향성 도출과 근거제시를 위한 자료로 활용

(1) 인천광역시 사회적기업 현황

- 인천시 사회적기업은 2019년 2월을 기준으로 인증형 125개, 부처형 10개, 인천형 47개로 총 182개의 사회적기업이 있음

| 표 3-4 | 인천광역시 (예비)사회적기업 총괄 현황

(단위 : 개소)

| 총계 | 인증 | 예비 사회적기업 | |
|-----|-----|----------|-----|
| | | 부처형 | 인천형 |
| 182 | 125 | 10 | 47 |

자료 : 인천광역시(2019.02), 사회적경제과 내부 자료

- 자치구별 (예비)사회적기업의 현황을 보면 초기부터 사회적경제지원센터를 운영해 온 미추홀구와 남동구가 거의 40%를 차지
- 부평구, 계양구, 서구, 연수구 등이 16~20개 정도로 중간 그룹을 형성하고 중구, 동구, 강화군, 옹진군이 하위 그룹을 형성
- 최근 3년간 인천시 예비 사회적기업 수는 지속적인 성장세를 유지
- 양적인 성장세는 향후 등록제 도입 등으로 인해 지속될 것으로 판단되기 때문에, 적극적인 정책 개입을 통해 사회적경제의 활성화와 질적 도약을 이룰 수 있는 중요한 시점이라고 판단

| 표 3-5 | 인천광역시 군·구별 (예비)사회적기업 수

(단위 : 개소, %)

| 구분 | 인증 | 예비 | | 계 | |
|------|-----|-----|-----|------|-------|
| | | 부처형 | 인천형 | 기업 수 | 구성비 |
| 중구 | 7 | - | 5 | 12 | 6.6 |
| 동구 | 10 | 1 | - | 11 | 6.0 |
| 미추홀구 | 21 | 6 | 13 | 40 | 22.0 |
| 연수구 | 10 | - | 6 | 16 | 8.8 |
| 남동구 | 22 | 1 | 9 | 32 | 17.6 |
| 부평구 | 15 | 2 | 3 | 20 | 11.0 |
| 계양구 | 15 | - | 4 | 19 | 10.4 |
| 서구 | 16 | - | 4 | 20 | 11.0 |
| 강화군 | 7 | - | 1 | 8 | 4.4 |
| 옹진군 | 2 | - | 2 | 4 | 2.2 |
| 합계 | 125 | 10 | 47 | 182 | 100.0 |

자료 : 인천광역시(2019.02), 사회적경제과 내부 자료

| 표 3-6 | 인천광역시 최근 3개년 (예비)사회적기업 수 변화 추이

(단위 : 개소, %)

| 구분 | 인증 사회적기업 | 예비 사회적기업 | 계 | |
|----------|-------------|-------------|------|-------|
| | | | 기업 수 | 구성비 |
| 2016 | 18 | 12 | 30 | 27.5 |
| 2017 | 15 | 18 | 33 | 30.3 |
| 2018 | 19 | 27 | 46 | 42.2 |
| 합계 | 52 | 57 | 109 | 100.0 |
| 2019년 현재 | 125 | 57 | 182 | - |

자료 : 인천광역시(2019.02), 사회적경제과 내부 자료

☞ 인천광역시 사회적기업 유형별 현황

- 인천시 사회적기업의 유형별 현황 합계 기업 수를 살펴보면 일자리 제공형이 107개(58.8%)로 대다수를 차지

- 반대로 사회서비스 제공형 사회적기업 수는 전체 기업 수의 8% 미만으로 나타나 적은 비중을 차지
 - 창의·혁신형은 기존의 기타형에서 2019년 명칭이 변경
- 일자리 제공형 이외의 사회적기업 육성을 통한 다양한 비즈니스 모델 확보와 지역사회에 대한 공헌을 확대하기 위한 전략 마련이 필요

표 3-기 인천광역시 (예비)사회적기업 유형별 현황

(단위 : 개소, %)

| 구분 | 인증 | 예비 | | 계 | |
|----------|-----|----|-----|------|-------|
| | | 부처 | 인천형 | 기업 수 | 구성비 |
| 혼합형 | 11 | - | 5 | 16 | 8.8 |
| 지역사회공헌형 | 5 | 2 | 14 | 21 | 11.5 |
| 일자리제공형 | 93 | 2 | 12 | 107 | 58.8 |
| 사회서비스제공형 | 8 | - | 4 | 12 | 6.6 |
| 창의·혁신형 | 8 | 6 | 12 | 26 | 14.3 |
| 합계 | 125 | 10 | 47 | 182 | 100.0 |

자료 : 인천광역시(2019.02), 사회적경제과 내부 자료

☞ 인천광역시 사회적기업 업종별 분포

- 인천시 (예비)사회적기업 업종별 비중을 살펴보면, 제조업(16.9%)이 가장 많았고, 다음으로 문화예술(15.1%), 교육(13.4%), 청소(12.8%)과 식품(9.3%)의 순
- 인증 사회적기업에서는 제조업과 청소업의 비율이 16%로 가장 높았고, 다음으로 문화예술(15.2%), 식품(9.6%), 간병가사와 교육(8.8%) 순
- 일반적으로 사회적기업의 주 노동력이 취약계층임을 고려할 때 숙련된 기술이 필요하지 않고 저임금 노동력으로 사업을 추진할 수 있는 제조업과 청소업종 비율이 높은 것이 확인(인천광역시, 2015)
- 문화예술 분야 (예비)사회적기업의 비율이 제조와 함께 가장 높게 나타나는데, 도시재생 및 공동체 활성화와 연계하여 활용할 수 있는 정책 방안의 도출이 필요(인천광역시, 2015)

| 표 3-8 | 인천광역시 (예비)사회적기업 업종별 현황

(단위 : 개소, %)

| 구분 | 인증 사회적기업 | | 예비 사회적기업 | | 계 | |
|------|----------|-------|----------|-------|------|-------|
| | 기업 수 | 구성비 | 기업 수 | 구성비 | 기업 수 | 구성비 |
| IT | 2 | 1.6 | 1 | 1.8 | 3 | 1.6 |
| 간병가사 | 11 | 8.8 | - | - | 11 | 6.4 |
| 건설 | 7 | 5.6 | 4 | 7.0 | 11 | 6.4 |
| 광고 | 2 | 1.6 | - | - | 2 | 1.2 |
| 교육 | 11 | 8.8 | 12 | 21.1 | 23 | 13.4 |
| 도소매 | 7 | 5.6 | 5 | 8.8 | 12 | 7.0 |
| 문화예술 | 19 | 15.2 | 7 | 12.3 | 26 | 15.1 |
| 미용 | 1 | 0.8 | - | - | 1 | 0.6 |
| 세탁 | 3 | 2.4 | - | - | 3 | 1.7 |
| 스포츠 | 2 | 1.6 | 1 | 1.8 | 3 | 1.7 |
| 식품 | 12 | 9.6 | 4 | 7.0 | 16 | 9.3 |
| 식품제조 | 1 | 0.8 | - | - | 1 | 0.6 |
| 재활용 | 4 | 3.2 | 2 | 3.5 | 6 | 3.5 |
| 제조 | 20 | 16.0 | 9 | 15.8 | 29 | 16.9 |
| 청소 | 20 | 16.0 | 2 | 3.5 | 22 | 12.8 |
| 기타 | 3 | 2.4 | 10 | 17.5 | 13 | 1.7 |
| 합계 | 125 | 100.0 | 57 | 100.0 | 182 | 100.0 |

자료 : 인천광역시(2019.02), 사회적경제과 내부 자료

☞ 인천광역시 사회적기업의 일자리 창출 성과

- 2017년 말 인천시 인증 사회적기업에서 창출한 일자리 수는 총 2,305개이며, 기업당 평균 21.6명을 고용함
- 사회적기업의 수가 증가하면서 일자리도 2013년 1,302개에서 2,305개로 5년간 1,003개가 늘어남
- 인증 사회적기업의 평균 고용 규모는 24.6명에서 21명대로 감소한 후 유지되고 있음

| 표 3-9 | 인천광역시 사회적기업의 일자리 창출 성과

(단위 : 개소, 명)

| 구분 | 인증 사회적기업 수 | 총 근로자 수 | 평균 근로자 수 | 취약계층 근로자 | 일반인 근로자 |
|------|------------|---------|----------|----------|---------|
| 2013 | 53 | 1,302 | 24.6 | 891 | 436 |
| 2014 | 70 | 1,537 | 22.0 | 1,033 | 504 |
| 2015 | 83 | 1,769 | 21.3 | 1,241 | 528 |
| 2016 | 98 | 2,075 | 21.2 | 1,428 | 647 |
| 2017 | 107 | 2,305 | 21.6 | 1,581 | 724 |

자료 : 한국사회적기업진흥원. 각 당해연도 사회적기업 성과분석(기초분석) 재정리

- 인천시 인증 사회적기업당 창출된 21.6개 일자리의 구성을 보면 취약계층 근로자가 14.8명 그리고 일반인 근로자가 6.8명임
- 취약계층 근로자의 수는 부산 다음으로 많으며, 일반인 근로자 수는 중간 수준으로, 인천시 사회적기업은 상대적으로 취약계층 근로자의 비율이 높음

| 표 3-10 | 광역자치단체별 사회적기업의 취약계층 및 일반인 고용자 수

(단위 : 개소, 명, %)

| 구분 | 인증 사회적기업 수 | 취약계층 고용 | | | 일반인 고용 | | |
|-------|------------|---------|-------|---------------|----------|-------|--------------|
| | | 근로자 수 | 비율 | 평균 취약계층 근로자 수 | 총일반인 근로자 | 비율 | 평균 일반인 근로자 수 |
| 전국 | 1,825 | 25,529 | - | 14.0 | 16,388 | - | 9.0 |
| 서울 | 318 | 4,503 | 44.9 | 14.2 | 3,765 | 54.5 | 11.8 |
| 부산 | 86 | 1,394 | 13.9 | 16.2 | 854 | 12.4 | 9.9 |
| 대구 | 63 | 521 | 5.2 | 8.3 | 304 | 4.4 | 4.8 |
| 인천 | 107 | 1,581 | 15.8 | 14.8 | 724 | 10.5 | 6.8 |
| 광주 | 92 | 997 | 10.0 | 10.8 | 526 | 7.6 | 5.7 |
| 대전 | 50 | 329 | 3.3 | 6.6 | 361 | 5.2 | 7.2 |
| 울산 | 68 | 693 | 6.9 | 10.2 | 374 | 5.4 | 5.5 |
| 특·광역시 | 784 | 10,018 | 100.0 | 12.8 | 6,908 | 100.0 | 8.8 |

자료 : 한국사회적기업진흥원(2018) 2017 사회적기업 성과분석(기초분석) 재정리

◆ 인천광역시 사회적기업의 매출 성과

- 인천광역시 인증 사회적기업의 매출액은 2013년 47,979백만원 수준에서 2017년 106,284백만원으로 약 2.2배 확대됨
- 공공시장 매출은 2013년 17,784백만원에서 2017년 51,970백만원으로 약 2.9배 증가함. 공공시장 매출이 전체 매출액에서 차지하는 비율도 37.1%에서 48.9%로 성장함
- 민간시장 매출은 2013년 30,195백만원에서 2017년 54,315백만원으로 약 1.7배 증가함
- 공공시장 매출이 민간시장 매출보다 상대적으로 높은 성장률을 보임

| 표 3-11 | 인천광역시 (예비)사회적기업 시장별 매출 현황 비교 추이

(단위 : 백만원, 개소, %)

| 구분 | 항목 | 평균 매출액 | 인증 기업 수 | 매출액 | 비율 |
|------|--------|--------|---------|---------|-------|
| 2013 | 매출 | 905 | 53 | 47,979 | 100.0 |
| | 공공시장매출 | 539 | 33 | 17,784 | 37.1 |
| | 민간시장매출 | 581 | 52 | 30,195 | 63.0 |
| 2014 | 매출 | 923 | 69 | 63,666 | 100.0 |
| | 공공시장매출 | 536 | 48 | 25,730 | 40.4 |
| | 민간시장매출 | 593 | 64 | 37,936 | 59.6 |
| 2015 | 매출 | 820 | 83 | 68,063 | 100.0 |
| | 공공시장매출 | 548 | 59 | 32,321 | 47.5 |
| | 민간시장매출 | 490 | 73 | 35,742 | 52.5 |
| 2016 | 매출 | 838 | 97 | 81,279 | 100.0 |
| | 공공시장매출 | 594 | 62 | 36,855 | 45.3 |
| | 민간시장매출 | 494 | 90 | 44,424 | 54.7 |
| 2017 | 매출 | 1,003 | 106 | 106,284 | 100.0 |
| | 공공시장매출 | 742 | 70 | 51,970 | 48.9 |
| | 민간시장매출 | 554 | 98 | 54,315 | 51.1 |

자료 : 한국사회적기업진흥원(2018) 2017 사회적기업 성과분석(기초분석) 재정리

- 인증 사회적기업의 평균 매출은 예비 사회적기업에 비해 약 2.8배 크며, 특히 공공시장 매출의 경우 약 7.6배 수준임

| 표 3-12 | 인천광역시 (예비)사회적기업 시장별 매출 현황

(단위 : 천원, %)

| 구분 | 인증 사회적기업 | | 예비 사회적기업 | |
|----------------|----------|-------|----------|-------|
| 공공시장 평균 매출액 | 485,097 | 48.9 | 63,610 | 17.9 |
| 민간시장 평균 매출액 | 507,614 | 51.1 | 293,329 | 82.2 |
| 매출 합계 | 992,711 | 100.0 | 356,939 | 100.0 |

자료 : 인천시사회적경제통합지원센터(2019). 2019년도 사회적경제기업의 변경되는 제도 및 지침 재정리

| 표 3-13 | 광역자치단체별 시장별 매출 현황 비교

(단위 : 백만원, 개소, %)

| 구분 | 항목 | 평균 | 인증 기업 수 | 매출액 | 비율 |
|-------|--------|-------|------------|-----------|-------|
| 전국 | 매출 | 1,950 | 1,822 | 3,552,900 | 100.0 |
| | 공공시장매출 | 991 | 1,227 | 1,215,957 | 34.5 |
| | 민간시장매출 | 1,454 | 1,596 | 2,320,584 | 65.3 |
| 서울 | 매출 | 5,340 | 317 | 1,692,746 | 100.0 |
| | 공공시장매출 | 1,515 | 232 | 351,585 | 20.8 |
| | 민간시장매출 | 4,967 | 270 | 1,341,160 | 79.2 |
| 부산 | 매출 | 961 | 85 | 81,680 | 100.0 |
| | 공공시장매출 | 750 | 62 | 46,522 | 57.0 |
| | 민간시장매출 | 469 | 75 | 35,158 | 43.0 |
| 대구 | 매출 | 724 | 63 | 45,588 | 100.0 |
| | 공공시장매출 | 616 | 38 | 23,402 | 51.3 |
| | 민간시장매출 | 389 | 57 | 22,186 | 48.7 |
| 인천 | 매출 | 1,003 | 106 | 106,284 | 100.0 |
| | 공공시장매출 | 742 | 70 | 51,970 | 48.9 |
| | 민간시장매출 | 554 | 98 | 54,315 | 51.1 |
| 광주 | 매출 | 863 | 92 | 79,379 | 100.0 |
| | 공공시장매출 | 710 | 47 | 33,384 | 42.1 |
| | 민간시장매출 | 511 | 90 | 45,994 | 57.9 |
| 대전 | 매출 | 960 | 50 | 47,980 | 100.0 |
| | 공공시장매출 | 530 | 31 | 16,420 | 34.2 |
| | 민간시장매출 | 672 | 47 | 31,561 | 65.8 |
| 울산 | 매출 | 848 | 68 | 57,644 | 100.0 |
| | 공공시장매출 | 537 | 40 | 21,488 | 37.3 |
| | 민간시장매출 | 540 | 67 | 36,156 | 62.7 |
| 특·광역시 | 매출 | 2,703 | 781 | 2,111,301 | 100.0 |
| | 공공시장매출 | 1,048 | 520 | 544,771 | 25.8 |
| | 민간시장매출 | 2,225 | 704 | 1,566,530 | 74.1 |

자료 : 한국사회적기업진흥원(2018) 2017 사회적기업 성과분석(기초분석) 재정리

- 인천시 인증 사회적기업의 공공시장 매출 비율은 부산, 대구 다음으로 3번째로 높음
 - 인천시 인증 사회적기업의 공공시장 평균 매출은 742백만원 수준으로 광역시 중에서는 부산 다음으로 큰 규모
 - 인천시의 매출 성과가 여타 광역시 대비 상대적으로 양호한 수준이지만 서울시와 비교하면 개선의 여지는 많은 상황
- 인천시 사회적기업의 업종별 매출 실적을 보면 제조업, 세탁, 도소매, 재활용이 평균 매출이 10억 이상인 높은 업종이며, 식품, IT 광고, 문화예술, 미용 등은 5억 이하의 평균 매출을 기록하는 업종(홍익경제연구소, 2018)
- 인천시 인증 사회적기업의 영업이익과 당기순이익은 서울시와 광주를 제외한 다른 광역시 대비 양호

| 표 3-14 | 광역자치단체별 사회적기업 영업이익 및 당기순이익 비교

(단위 : 천원, 개소, %)

| 구분 | 영업이익 | | 당기순이익 | |
|----|---------|------------|---------|------------|
| | 평균 | 인증 사회적기업 수 | 평균 | 인증 사회적기업 수 |
| 전국 | 9,748 | 1,825 | 33,928 | 1,813 |
| 서울 | 33,079 | 318 | 44,041 | 318 |
| 부산 | -28,876 | 86 | -11,583 | 85 |
| 대구 | -22,282 | 63 | 18,800 | 62 |
| 인천 | 1,242 | 107 | 26,229 | 106 |
| 광주 | -3,663 | 92 | 43,696 | 89 |
| 대전 | -20,045 | 50 | 12,037 | 50 |
| 울산 | -35,709 | 68 | 6,097 | 68 |

자료 : 한국사회적기업진흥원(2018) 2017 사회적기업 성과분석(기초분석) 재정리

📦 인천광역시 사회적기업 제품 공공구매 실적

- 인천시의 인증 사회적기업 제품 구매실적은 2015년에 비해 2배 이상 성장하고 있지만 총 공공구매액 대비 비율은 증가추세를 이어가지 못하는 상황

| 표 3-15 | 인천광역시 사회적기업 제품 공공구매실적 추이

(단위 : 백만원, %)

| 구분 | 공공구매실적 | | |
|------|---------|--------------------|---------|
| | 총구매액(A) | 인증 사회적기업 제품 구매액(B) | 비율(B/A) |
| 2015 | 39,850 | 227 | 0.57 |
| 2016 | 44,975 | 568 | 1.26 |
| 2017 | 61,269 | 1,798 | 2.93 |
| 2018 | 60,230 | 1,086 | 1.80 |

자료 : 고용노동부(2016-2019). 2015년~2018년 사회적기업 제품 구매실적 공고

- 군·구별 인증 사회적기업 제품 공공구매 실적은 군·구별로 격차가 큼
- 최근 3년간 지속해서 실적 개선을 보인 연수구와 부평구를 제외한 대부분의 지자체는 뚜렷한 경향을 찾기 힘들

| 표 3-16 | 인천광역시 군·구별 사회적기업 제품 공공구매실적 추이

(단위 : 백만원, %)

| 구분 | 2015년 구매실적 | | | 2016년 구매실적 | | | 2017년 구매실적 | | | 2018년 구매실적 | | |
|------|------------|---------------------|----------|------------|---------------------|----------|------------|---------------------|----------|------------|---------------------|----------|
| | 총 구매액 (A) | 인증 사회적기업 제품 구매액 (B) | 비율 (B/A) | 총 구매액 (A) | 인증 사회적기업 제품 구매액 (B) | 비율 (B/A) | 총 구매액 (A) | 인증 사회적기업 제품 구매액 (B) | 비율 (B/A) | 총 구매액 (A) | 인증 사회적기업 제품 구매액 (B) | 비율 (B/A) |
| 합계 | 112,353 | 3,472 | 3.09 | 92,278 | 3,466 | 3.76 | 124,360 | 10,164 | 8.17 | 135,473 | 6,461 | 4.77 |
| 중구 | 9,065 | 562 | 6.20 | 15,082 | 423 | 2.81 | 12,322 | 792 | 6.42 | 14,920 | 860 | 5.76 |
| 동구 | 4,479 | 435 | 9.71 | 5,142 | 728 | 14.16 | 6,357 | 1,197 | 18.83 | 5,936 | 580 | 9.77 |
| 미추홀구 | 6,353 | 511 | 8.04 | 7,436 | 736 | 9.90 | 6,819 | 1,241 | 18.2 | 9,253 | 772 | 8.34 |
| 연수구 | 12,520 | 443 | 3.54 | 17,851 | 335 | 1.88 | 17,399 | 892 | 5.13 | 24,176 | 1,349 | 5.58 |
| 남동구 | 14,909 | 568 | 3.81 | - | - | - | 16,602 | 2,391 | 14.4 | 15,276 | 638 | 4.18 |
| 부평구 | 18,770 | 461 | 2.46 | 10,059 | 477 | 4.75 | 9,720 | 811 | 8.34 | 10,287 | 1,412 | 13.72 |
| 계양구 | 5,824 | 254 | 4.36 | 5,338 | 587 | 11.0 | 5,926 | 713 | 12.04 | 6,017 | 287 | 4.77 |
| 서구 | 19,650 | 189 | 0.96 | 23,199 | 131 | 0.56 | 28,957 | 1,780 | 6.15 | 29,900 | 364 | 1.22 |
| 강화군 | 11,318 | 41 | 0.36 | 8,067 | 10 | 0.12 | 10,313 | 226 | 2.19 | 12,686 | 120 | 0.94 |
| 옹진군 | 9,465 | 8 | 0.08 | 104 | 39 | 37.38 | 9,945 | 121 | 1.22 | 7,022 | 79 | 1.13 |

자료 : 고용노동부(2016-2019). 2015년~2018년 사회적기업 제품 구매실적 공고

○ 인천시 공공기관의 구매실적은 대체로 개선되고 있지만, 으뜸폭이 둔화하고 있으며 기관별 구매실적의 큰 편차 존재

- 구매실적 비율이 0~2% 사이에 해당하는 기관이 5개, 5~10% 사이에 해당하는 기관이 5개로 기관별로 큰 편차 존재

| 표 3-17 | 인천광역시 공공기관별 사회적기업 제품 공공구매실적 추이

(단위 : 백만원, %)

| 구분 | 2015년 구매실적 | | | 2016년 구매실적 | | | 2017년 구매실적 | | | 2018년 구매실적 | | |
|--------------|------------|---------------------|----------|------------|---------------------|----------|------------|---------------------|----------|------------|---------------------|----------|
| | 총 구매액 (A) | 인증 사회적기업 제품 구매액 (B) | 비율 (B/A) | 총 구매액 (A) | 인증 사회적기업 제품 구매액 (B) | 비율 (B/A) | 총 구매액 (A) | 인증 사회적기업 제품 구매액 (B) | 비율 (B/A) | 총 구매액 (A) | 인증 사회적기업 제품 구매액 (B) | 비율 (B/A) |
| 합계 | 1,015,345 | 8,140 | 0.80 | 1,200,594 | 9,790 | 0.82 | 1,463,999 | 13,388 | 0.91 | 1,589,108 | 21,916 | 1.38 |
| 인천관광공사 | - | - | - | 12,197 | 255 | 2.09 | 25,380 | 296 | 1.17 | 26,609 | 1,506 | 5.66 |
| 인천광역시 의료원 | - | - | - | - | - | - | 10,611 | 742 | 7.0 | 11,691 | 814 | 6.96 |
| 인천광역시 교육청 | 294,835 | 5,070 | 1.72 | 433,272 | 5,048 | 1.17 | 511,856 | 6,682 | 1.31 | 536,353 | 5,964 | 1.11 |
| 인천교통공사 | 15,376 | 258 | 1.68 | 19,728 | 292 | 1.48 | 39,210 | 862 | 2.20 | 61,154 | 751 | 1.23 |
| 인천국제공항공사 | 613,182 | 1,585 | 0.26 | 650,119 | 2,412 | 0.37 | 741,227 | 2,477 | 0.33 | 802,827 | 10,114 | 1.26 |
| 인천도시공사 | 35,562 | 76 | 0.21 | 20,857 | 316 | 1.51 | 31,917 | 420 | 1.32 | 31,093 | 311 | 1.0 |
| 인천항만공사 | 22,822 | 510 | 2.23 | 29,649 | 589 | 1.99 | 59,395 | 753 | 1.27 | 62,094 | 1,271 | 2.05 |
| 인천항 보안공사 | 559 | 6 | 1.07 | 832 | - | - | 847 | - | - | 1,270 | 10 | 0.76 |
| 인천환경공단 | 13,849 | 217 | 1.57 | 13,927 | 389 | 2.80 | 16,347 | 171 | 1.04 | 20,485 | 218 | 1.06 |
| 인천광역시 시설관리공단 | 10,754 | 226 | 2.10 | 10,090 | 216 | 2.14 | 17,376 | 435 | 2.50 | 22,851 | 279 | 1.22 |
| 중구 시설관리공단 | 1,592 | 23 | 1.44 | 1,061 | 33 | 3.08 | 839 | 65 | 7.69 | 1,049 | 98 | 9.33 |
| 마추홀구 시설관리공단 | 830 | 19 | 2.29 | 772 | 28 | 3.63 | 728 | 43 | 5.96 | 1,142 | 35 | 3.09 |
| 연수구시설 안전관리공단 | - | - | - | - | - | - | - | - | - | 1,156 | 104 | 9.02 |
| 남동구 도시관리공단 | 1,145 | 49 | 4.28 | 1,966 | 48 | 2.45 | 1,592 | 122 | 7.68 | 2,356 | 71 | 3.03 |
| 부평구 시설관리공단 | 817 | 13 | 1.59 | 905 | 32 | 3.57 | 1,121 | 39 | 3.46 | 1,471 | 37 | 2.53 |
| 계양구 시설관리공단 | 619 | 21 | 3.39 | 686 | 20 | 2.96 | 995 | 16 | 1.65 | 587 | 27 | 4.56 |
| 서구 시설관리공단 | 3,403 | 67 | 1.97 | 4,533 | 112 | 2.47 | 4,558 | 265 | 5.82 | 4,920 | 306 | 6.23 |

자료 : 고용노동부(2016-2019). 2015년~2018년 사회적기업 제품 구매실적 공고

- 서울시의 경우 2015년부터 정책적으로 인증 사회적기업에 대한 공공구매 비율을 2.4%에서 8.66% 수준까지 제고
- 인천시는 2015년부터 2017년까지 공공구매 비율을 점진적으로 개선하였으나 2018년에는 다시 부산 다음으로 낮은 실적
 - 공공구매가 사회적기업의 매출 시장의 절반을 차지하는 상황에서 정책적인 지원이 필요한 상황
 - 정책적으로 목표 비율을 설정해서 전략적으로 시장 확대 필요

| 표 3-18 | 광역자치단체별 사회적기업 제품 공공구매실적 추이

(단위: 백만원, %)

| 구분 | 2015년 구매실적 | | | | 2016년 구매실적 | | | | 2017년 구매실적 | | | | 2018년 구매실적 | | | |
|------|-----------------|-------------------------------------|-------------|--------|-----------------|-------------------------------------|-------------|--------|-----------------|-------------------------------------|-------------|--------|-----------------|-------------------------------------|-------------|--------|
| | 총 구매액 (A) | 인증 사회적 기업 제품 구매액 (B) | 비율 (B/A) | 순 위 |
| 전국 | 1,293,511 | 26,702 | 2.06 | - | 1,509,517 | 31,251 | 2.07 | - | 1,509,387 | 53,481 | 3.54 | - | 1,591,784 | 62,685 | 3.94 | - |
| 서울 | 319,744 | 7,699 | 2.41 | 2 | 288,471 | 9,235 | 3.20 | 1 | 315,394 | 21,158 | 6.71 | 1 | 309,732 | 26,813 | 8.66 | 1 |
| 부산 | 52,040 | 1,600 | 3.07 | 1 | 72,427 | 1,627 | 2.25 | 2 | 59,630 | 1,765 | 2.96 | 3 | 56,141 | 302 | 0.54 | 7 |
| 대구 | 67,714 | 724 | 1.07 | 5 | 89,228 | 1,024 | 1.15 | 6 | 60,803 | 741 | 1.22 | 7 | 74,586 | 1,654 | 2.22 | 5 |
| 인천 | 39,850 | 227 | 0.57 | 7 | 44,975 | 568 | 1.26 | 5 | 61,269 | 1,798 | 2.93 | 4 | 60,230 | 1,086 | 1.80 | 6 |
| 광주 | 52,179 | 1,138 | 2.18 | 3 | 55,392 | 1,093 | 1.97 | 3 | 45,290 | 707 | 1.56 | 6 | 49,175 | 2,518 | 5.12 | 2 |
| 대전 | 47,029 | 617 | 1.31 | 4 | 50,230 | 815 | 1.62 | 4 | 45,367 | 1,467 | 3.23 | 2 | 48,018 | 2,056 | 4.28 | 3 |
| 울산 | 47,299 | 358 | 0.76 | 6 | 49,488 | 556 | 1.12 | 7 | 53,720 | 875 | 1.63 | 5 | 60,130 | 1,671 | 2.78 | 4 |
| 특광역시 | 625,855 | 12,363 | 1.98 | - | 650,211 | 14,918 | 2.29 | - | 641,473 | 28,511 | 4.44 | - | 658,012 | 36,100 | 5.49 | - |

자료 : 고용노동부(2016-2019). 2015년~2018년 사회적기업 제품 구매실적 공고 재정리

◆ 인천광역시 사회적기업의 노동환경

- 인천시 인증 사회적기업의 노동생산성은 서울, 광주, 대전에 이은 4번째로 중간 정도 수준
- 인천시 인증 사회적기업은 평균 근로시간과 임금수준이 다른 특·광역시에 비해 상대적으로 낮은 수준

- 인천시 인증 사회적기업 종사자 중 취약계층의 경우 근로시간과 평균임금에서 가장 낮은 수준임
- 일반인 근로자의 경우 근로시간은 부산 다음으로 짧고 평균임금은 3번째로 낮은 수준을 보임
- 시간당 평균임금으로 환산하면 취약계층은 부산, 서울 다음으로 3위, 일반인 근로자는 대구, 울산 다음으로 3번째로 낮음
- 인천시 노동자의 충분한 노동시간 확보를 통한 임금 총액 제고가 필요

| 표 3-19 | 광역자치단체별 사회적기업 노동생산성 비교

(단위 : 천원)

| 구분 | 노동생산성 평균 |
|----|----------|
| 전국 | 83,329 |
| 서울 | 130,735 |
| 부산 | 62,913 |
| 대구 | 68,086 |
| 인천 | 71,712 |
| 광주 | 84,072 |
| 대전 | 75,260 |
| 울산 | 57,188 |

자료 : 한국사회적기업진흥원(2018) 2017 사회적기업 성과분석(기초분석) 재정리

| 표 3-20 | 광역자치단체별 사회적기업 평균임금 및 평균 근로시간 비교

(단위 : 천원, 시간)

| 구분 | 취약계층 노동자 | | | 일반인 노동자 | | |
|----|----------|---------|-------|---------|---------|-------|
| | 평균 임금 | 평균 근로시간 | 시간당임금 | 평균 임금 | 평균 근로시간 | 시간당임금 |
| 전국 | 1,369 | 33.2 | 41.2 | 1,821 | 35.2 | 51.7 |
| 서울 | 1,358 | 32.6 | 41.7 | 2,057 | 37.2 | 55.3 |
| 부산 | 1,373 | 32.5 | 42.2 | 1,562 | 30.4 | 51.4 |
| 대구 | 1,351 | 33.9 | 39.9 | 1,591 | 34.7 | 45.9 |
| 인천 | 1,256 | 31.2 | 40.3 | 1,601 | 32.2 | 49.7 |
| 광주 | 1,316 | 32.8 | 40.1 | 1,926 | 37.9 | 50.8 |
| 대전 | 1,275 | 32.6 | 39.1 | 1,923 | 33.9 | 56.7 |
| 울산 | 1,312 | 35.1 | 37.4 | 1,710 | 36.1 | 47.4 |

자료 : 한국사회적기업진흥원(2018) 2017 사회적기업 성과분석(기초분석) 재정리

◆ 인천광역시 사회적기업의 사회서비스 및 사회가치 추구

- 인천시 사회적기업의 사회서비스 제공 추이를 보면 사회서비스를 제공하는 비율이 감소하는 경향
- 사회적경제기업의 사회가치 추구가 강조되는 상황에서 사회서비스 제공 비율은 사회적기업 당사자 대상 교육 및 홍보 그리고 시와 중간지원조직의 적절한 역할을 통해 높일 필요성 존재

| 표 3-21 | 인천광역시 사회적기업의 사회서비스 제공 추이

(단위 : 개소, %)

| 구분 | 인증 사회적기업 수 | 사회서비스 제공 | |
|------|------------|----------|------|
| | | 기업 수 | 비율 |
| 2013 | 53 | 47 | 88.7 |
| 2014 | 70 | 59 | 84.3 |
| 2015 | 83 | 63 | 75.9 |
| 2016 | 98 | 67 | 68.4 |
| 2017 | 107 | 15 | 14.0 |

*2013년~2016년은 전체 사회적기업 대상 사회서비스 제공을 명시한 기업 수로 분석함. 반면 2017년은 사업보고서에 사회서비스 제공에 대한 명시 의무가 있는 사회서비스 제공형과 혼합형의 사회적기업으로 한정 분석함. 따라서 2013~2016년의 결과와 큰 차이가 있음

자료 : 한국사회적기업진흥원. 각 당해연도 사회적기업 성과분석(기초분석) 재정리

- 인천시 사회적기업의 사회서비스 제공 비율은 대구와 광주 다음으로 낮은 것으로 나타났는데 이는 적절한 모니터링과 소통을 통해 개선 필요
- 인천시 사회적기업의 사업 활동의 사회가치를 측정된 결과에서도 뚜렷한 추이가 보이지 않고 있는 상황
- 시와 중간지원조직을 통해 사회적기업의 사회서비스 제공과 사회가치 추구의 중요성을 적극적으로 홍보하는 것이 필요
 - 시 자체의 지침을 만들어서 재정사업 지원과정에서 사회가치를 적극적으로 추구하는 사회적경제기업에 대한 인센티브를 부여하는 방안 검토 필요

| 표 3-22 | 광역자치단체별 사회적기업의 사회서비스 제공 비교

(단위 : 개소, %)

| 구분 | 인증 사회적기업 수 | 사회서비스 제공 | |
|-------|------------|----------|------|
| | | 기업 수 | 비율 |
| 전국 | 1,825 | 276 | 15.1 |
| 서울 | 318 | 54 | 17.0 |
| 부산 | 86 | 23 | 26.7 |
| 대구 | 63 | 4 | 6.3 |
| 인천 | 107 | 15 | 14.0 |
| 광주 | 92 | 12 | 13.0 |
| 대전 | 50 | 9 | 18.0 |
| 울산 | 68 | 10 | 14.7 |
| 특·광역시 | 784 | 127 | 16.2 |

*2013년~2016년은 전체 사회적기업 대상 사회서비스 제공을 명시한 기업 수로 분석함. 반면 2017년은 사업보고서에 사회서비스 제공에 대한 명시 의무가 있는 사회서비스 제공형과 혼합형의 사회적기업으로 한정 분석함. 따라서 2013~2016년의 결과와 큰 차이가 있음

자료 : 한국사회적기업진흥원(2018) 2017 사회적기업 성과분석(기초분석) 재정리

| 표 3-23 | 인천광역시 사회적기업 사업활동의 사회적가치 추이

| 구분 | 사회적가치 추구여부(2점) | 사업활동의 사회적가치 지향성(7점) | 근로자 역량 강화(4점) | 기업운영 및 제품의 혁신성(7점) |
|------|----------------|---------------------|---------------|--------------------|
| 2014 | 2.0 | 3.5 | 2.4 | 5.6 |
| 2015 | 2.0 | 5.6 | 1.2 | 5.7 |
| 2016 | 2.0 | 5.0 | 1.9 | 4.3 |
| 2017 | 2.0 | 4.9 | 1.6 | 4.7 |

자료 : 인천시사회적경제통합지원센터(2019). 2019년도 사회적경제기업의 변경되는 제도 및 지침 재정리

- 인천시 사회적기업의 사회적목적 재투자⁵⁾ 기업의 수의 비율은 2013년 이후 뚜렷한 증가 또는 감소 경향 부재

5) 사회적기업육성법 제3조 3항을 보면 “사회적 기업은 영업활동을 통하여 창출한 이익을 사회적기업의 유지·확대에 재투자하도록 노력하여야 한다”고 규정하고 있음. 사회적목적 재투자 범위에는 ①지역사회 환원, ②설비재투자, 기술개발 또는 사업확장을 위한 추가인력 고용, ③취약계층 근로자의 급여인상 등 근로여건 개선, ④직업훈련 프로그램 개발(이를 위한 적립금 허용), ⑤공익을 위한 기부 등이 포함

○ 2017년 기준으로 다른 특·광역시 대비해서 사회적목적 재투자 기업의 비율은 광주와 서울 다음으로 높은 수준을 유지

- 하지만 수치가 50% 이하인 점을 고려하면 개선 여지 존재

| 표 3-24 | 인천광역시 사회적목적 재투자 사회적기업 수 추이

(단위 : 개소, %)

| 구분 | 인증 사회적기업 수 | 사회적목적 재투자 | |
|------|------------|-----------|------|
| | | 기업 수 | 비율 |
| 2013 | 53 | 31 | 58.5 |
| 2014 | 70 | 29 | 41.4 |
| 2015 | 83 | 42 | 50.6 |
| 2016 | 98 | 71 | 72.4 |
| 2017 | 107 | 49 | 45.8 |

자료 : 한국사회적기업진흥원(2018) 2017 사회적기업 성과분석(기초분석) 재정리

| 표 3-25 | 광역자치단체별 사회적목적 재투자 사회적기업 수 비교

(단위 : 개소, %)

| 구분 | 인증 사회적기업 수 | 사회적목적 재투자 | |
|-------|------------|-----------|------|
| | | 기업 수 | 비율 |
| 전국 | 1,825 | 943 | 51.7 |
| 서울 | 318 | 166 | 52.2 |
| 부산 | 86 | 2 | 2.3 |
| 대구 | 63 | 22 | 34.9 |
| 인천 | 107 | 49 | 45.8 |
| 광주 | 92 | 67 | 72.8 |
| 대전 | 50 | 19 | 38.0 |
| 울산 | 68 | 7 | 10.3 |
| 특·광역시 | 784 | 332 | 42.3 |

자료 : 한국사회적기업진흥원(2018) 2017 사회적기업 성과분석(기초분석) 재정리

2) 인천시 마을기업 현황

◆ 인천시 마을기업 군·구별 설립 현황

- 2019년 2월 기준 인천시 마을기업의 현황을 자치구별로 살펴보면 연수구와 부평구가 20개로 가장 많았고, 옹진군 19개, 미추홀구 16개, 중구와 남동구 12개, 계양구 11개, 동구 9개, 서구와 강화군 8개 순으로 조사
- 마을기업의 경우 상대적으로 강화군과 옹진군 등 농어촌 지역에서 활성화되고 있는 경향

표 3-26 인천광역시 군·구별 마을기업 수

(단위 : 개소, %)

| 구분 | 신규 | 2차 지원 | 고도화 | 예비 마을 | 계 | |
|------|----|-------|-----|-------|------|-------|
| | | | | | 기업 수 | 구성비 |
| 중구 | 8 | 3 | - | 1 | 12 | 8.9 |
| 동구 | 7 | 2 | - | - | 9 | 6.7 |
| 미추홀구 | 10 | 6 | - | - | 16 | 11.9 |
| 연수구 | 12 | 5 | - | 3 | 20 | 14.8 |
| 남동구 | 9 | 2 | - | 1 | 12 | 8.9 |
| 부평구 | 12 | 8 | - | - | 20 | 14.8 |
| 계양구 | 6 | 3 | 1 | 1 | 11 | 8.1 |
| 서구 | 5 | 3 | - | - | 8 | 5.9 |
| 강화군 | 6 | 1 | - | 1 | 8 | 5.9 |
| 옹진군 | 10 | 9 | - | - | 19 | 14.1 |
| 합계 | 85 | 42 | 1 | 7 | 135 | 100.0 |

자료 : 인천광역시(2019.02), 사회적경제과 내부 자료

- 최근 3개년간 신규 지정 마을기업과 예비 마을기업 수의 합을 살펴보면 2017년 11개, 2018년 6개, 2019년 2개로 지속적인 감소 추세
 - 2017년부터 마을기업으로 발전 가능성이 있는 기업을 지정하여 육성하는 예비마을 기업이 지정
 - 인천시에 153개의 읍, 면, 동이 있는 것을 고려하면 60개에 미치지 못하는 마을기업 수는 낮은 수준

| 표 3-27 | 인천광역시 지정연도별 마을기업 수 변화 추이

(단위 : 개소)

| 구분 | 신규 | 2차 지원 | 고도화 | 예비 마을 | 계 |
|------|----|-------|-----|-------|-----|
| 2010 | 13 | - | - | - | 13 |
| 2011 | 13 | 1 | - | - | 14 |
| 2012 | 16 | 8 | - | - | 24 |
| 2013 | 14 | 8 | - | - | 22 |
| 2014 | 9 | 9 | - | - | 18 |
| 2015 | 5 | 4 | - | - | 9 |
| 2016 | 3 | 5 | - | - | 8 |
| 2017 | 5 | 4 | - | 6 | 15 |
| 2018 | 5 | 3 | - | 1 | 9 |
| 2019 | 2 | - | 1 | - | 3 |
| 합계 | 85 | 42 | 1 | 7 | 135 |

자료 : 인천광역시(2019.02), 사회적경제과 내부 자료

☞ 인천광역시 마을기업 업종별 현황

- 인천시 마을기업의 업종별 비중을 살펴보면, 식품(42.6%)이 가장 많았고, 다음으로 교육(18%), 문화·예술(8.2%), 제조(6.6%)등의 순
- 지역의 자원을 활용하여 주민이 참여할 수 있는 식품, 제조 업종이 활발하게 운영되는 것으로 판단되며 식품업종의 마을기업은 향후 1인 가구 및 독거 노인층 대상 서비스 분야로의 확장이 기대
- 연수구의 경우 목공과 원예, 자연염색과 같은 특색 있는 업종을 보유하여 업종별 다양성 존재
- 중구는 관광 분야 마을기업을 활용하여 향후 인천 개항창조도시 재생사업과 연계하는 방안을 모색함으로써 유사분야 사회적경제기업의 발굴과 육성 지원 확대 필요(인천광역시, 2015)

| 표 3-28 | 인천광역시 마을기업 업종별 현황

(단위 : 개소, %)

| 구분 | 기업 수 | 구성비 |
|------|------|-------|
| 교육 | 11 | 18.0 |
| 문화예술 | 5 | 8.2 |
| 식품 | 26 | 42.6 |
| 제조 | 4 | 6.6 |
| 기타 | 15 | 24.6 |
| 합계 | 61 | 100.0 |

자료 : 인천광역시(2019.02), 사회적경제과 내부 자료

☞ 인천광역시 마을기업의 성과

- 2011년부터 지속적으로 기업 수가 증가해 오고 있었으나 2016년부터 54개로 정체. 일자리 수도 증가추세였으나, 2018년은 473명으로 2016년 대비 95명이 감소함
- 마을기업 수와 매출액은 2015년 이후 정체 현상
 - 마을기업의 고용인원 역시 지속적인 감소 추세나 비상근 비율이 낮아지고 있어 마을기업이 고용안정을 위해 노력하고 있음을 반영

| 표 3-29 | 인천광역시 마을기업 성장 추이

(단위 : 개소, 명, 백만원)

| 구분 | 기업 수 | 고용인원 | 매출액 |
|------|------|------|-------|
| 2011 | 26 | 98 | 168 |
| 2012 | 43 | 397 | 1,170 |
| 2013 | 48 | 428 | 1,626 |
| 2014 | 55 | 405 | 2,413 |
| 2015 | 59 | 515 | 2,816 |
| 2016 | 54 | 568 | 2,633 |
| 2017 | 60 | 554 | 5,872 |
| 2018 | 59 | 473 | 5,610 |

자료 : 인천광역시(2017), 인천시 마을기업 실태조사, 인천시 마을기업 지원기관(다원세상)(2019.05), 내부 자료

- 2015년 기준 인천시에는 59개 마을기업 업체당 평균 고용규모는 8.7명으로 서울 다음으로 큼. 2018년 인천시 마을기업 수는 59개 기업으로, 업체당 평균 고용규모는 8.0명으로 2015년에 비해 약간 감소
- 인천시 마을기업의 비상근 고용자의 비율이 다른 특광역시 대비 높게 나타나고 있는 점은 정책적 대응이 필요
 - 최근 비상근직 비율이 개선되고 있는 점은 긍정적으로 평가
- 인천시 마을기업의 업체당 평균 매출액은 특광역시 중에서 제일 낮은 수준
 - 평균 매출액 규모가 서울, 대전, 대구의 대략 50% 수준
- 평균 고용 규모는 크고 매출은 작은 노동집약적 특성

| 표 3-30 | 광역자치단체별 마을기업 고용 및 매출 현황 비교

(단위 : 개소, 명, %, 백만원)

| 구분 | 마을기업 수 | 고용현황 | | | | | 매출 현황 | | |
|----|--------|-------|-------|-----|-----|--------|--------|--------|-----|
| | | 고용 인원 | 평균 고용 | 상근 | 비상근 | 비상근 비율 | 총 매출액 | 평균 매출액 | 순이익 |
| 서울 | 97 | 883 | 9.1 | 215 | 668 | 75.6 | 12,060 | 124 | 372 |
| 부산 | 75 | 546 | 7.3 | 132 | 414 | 75.8 | 4,807 | 64 | 834 |
| 대구 | 83 | 463 | 5.6 | 163 | 300 | 64.8 | 7,301 | 88 | 895 |
| 인천 | 59 | 515 | 8.7 | 115 | 400 | 77.7 | 2,816 | 48 | 46 |
| 광주 | 52 | 259 | 5.0 | 127 | 132 | 51.0 | 2,525 | 49 | 35 |
| 대전 | 51 | 290 | 5.7 | 114 | 176 | 60.7 | 4,651 | 91 | 673 |

자료 : 2015년 전국 마을기업 실태조사

| 표 3-31 | 인천광역시 마을기업 고용 및 매출 현황 추이

(단위 : 개소, 명, %, 백만원)

| 구분 | 마을기업 수 | 고용현황 | | | | | 매출 현황 |
|------|--------|------|-------|-----|-----|--------|-------|
| | | 고용인원 | 평균 고용 | 상근 | 비상근 | 비상근 비율 | 총 매출액 |
| 2015 | 59 | 515 | 8.7 | 115 | 400 | 77.7 | 2,816 |
| 2016 | 54 | 568 | 10.5 | 130 | 438 | 77.1 | 2,633 |
| 2017 | 60 | 554 | 9.2 | 145 | 409 | 73.8 | 5,872 |
| 2018 | 59 | 473 | 8.0 | 121 | 352 | 74.4 | 5,610 |

자료 : 인천시 마을기업 지원기관(다원세상)(2019.05), 내부 자료

○ 인천시 마을기업 중 지역사회 공헌 활동에 참여하는 업체 비율은 70%를 초과

- 지역사회공헌 활동금액은 증가추세

| 표 3-32 | 인천광역시 마을기업 지역사회 공헌 활동 비교

(단위 : 개소, 백만원)

| 구분 | 2016년 | | | | | | 2017년 | | | | | |
|------|-------|------------|-------|-------|--------|----|-------|-----------|-------|-------|--------|----|
| | 합계 | 지역사회 공헌 활동 | | | | | 합계 | 지역사회공헌 활동 | | | | |
| | | 물품 기부 | 현금 기부 | 공간 제공 | 노동력 제공 | 기타 | | 물품 기부 | 현금 기부 | 공간 제공 | 노동력 제공 | 기타 |
| 기업 수 | 46 | 6 | 2 | 7 | 25 | 6 | 43 | 15 | 4 | 1 | 21 | 2 |
| 금액 | 61 | 8 | 2 | 11 | 34 | 6 | 125 | 44 | 9 | 21 | 40 | 11 |

자료 : 인천시 마을기업 지원기관(다원세상)(2019.05), 내부 자료

☞ 인천광역시 마을기업 제품 공공구매 실적

- 인천시 2018년 마을기업 제품 공공구매 누적액은 3억 8천억 규모임
- 마을기업이 생산하는 물품에 대한 공공구매 집계 시 용역으로 주로 계약을 하는 서비스(문화예술공연 등)에 대한 구매액은 불포함
 - 군·구 간 구매실적의 차이가 크며, 문화예술공연 마을기업이 밀집되어있는 남동구의 경우 구매실적이 저평가

| 표 3-33 | 인천광역시 마을기업 제품 공공구매실적 현황

(단위 : 백만원, %)

| 구분 | 공공구매실적 | | |
|--------|---------|----------------|---------|
| | 총구매액(A) | 마을기업 제품 구매액(B) | 비율(B/A) |
| 총합계 | 110,172 | 388 | 0.35 |
| 인천광역시 | 41,061 | 185 | 0.45 |
| 군·구 합계 | 69,111 | 203 | 0.29 |
| 중구 | 6,915 | 4 | 0.06 |
| 동구 | 3,413 | 9 | 0.26 |
| 미추홀구 | 6,700 | 13 | 0.19 |
| 연수구 | 9,850 | 65 | 0.66 |
| 남동구 | 6,941 | 12 | 0.17 |
| 부평구 | 6,144 | 58 | 0.95 |
| 계양구 | 4,290 | 16 | 0.38 |
| 서구 | 9,873 | 9 | 0.09 |
| 강화군 | 8,455 | 11 | 0.13 |
| 옹진군 | 6,531 | 6 | 0.09 |

*마을기업 공공구매 실적은 2018년 5월부터 12월까지의 누적액 기준임

*마을기업 공공구매 실적은 재화에 대한 구매액만 포함. 용역에 대한 구매액은 불포함

자료 : 인천광역시(2019.06), 사회적경제과 내부 자료

3) 인천시 협동조합 현황

☞ 인천시 협동조합 군·구별 설립현황

- 인천시 협동조합은 2019년 3월 15일 기준 437개로, 군·구별로 살펴보면 부평구(82개), 남동구(80개)와 미추홀구(69개)로 전체 협동조합의 50% 이상을 차지

| 표 3-34 | 인천광역시 군·구별 협동조합 수

(단위 : 개소, %)

| 구분 | 협동조합 수 | 구성비 |
|------|--------|-------|
| 중구 | 27 | 6.2 |
| 동구 | 17 | 3.9 |
| 미추홀구 | 69 | 15.8 |
| 연수구 | 38 | 8.7 |
| 남동구 | 80 | 18.3 |
| 부평구 | 82 | 18.8 |
| 계양구 | 36 | 8.2 |
| 서구 | 51 | 11.7 |
| 강화군 | 27 | 6.2 |
| 옹진군 | 10 | 2.3 |
| 합계 | 437 | 100.0 |

자료 : 한국사회적기업진흥원(2019.03), 협동조합 설립현황

- 인천시 협동조합의 지정연도별 현황을 보면 인천시에 사회적경제과가 신설된 2013년부터 급격한 성장을 하고 있음

| 표 3-35 | 인천광역시 지정연도별 협동조합 수 변화 추이

(단위 : 개소, %)

| 구분 | 협동조합 수 | 구성비 |
|---------|--------|-------|
| 2012 | 6 | 1.4 |
| 2013 | 83 | 19.0 |
| 2014 | 88 | 20.1 |
| 2015 | 61 | 14.0 |
| 2016 | 50 | 11.4 |
| 2017 | 64 | 14.6 |
| 2018 | 67 | 15.3 |
| 2019.03 | 18 | 4.1 |
| 합계 | 437 | 100.0 |

자료 : 한국사회적기업진흥원(2019.03), 협동조합 설립현황

- 인천시 협동조합 유형을 살펴보면 사업자유형이 280개(64.1%), 다중이해관계자 유형 131개(30.0%), 직원 유형 15개(3.4%), 그리고 소비자 유형 11개(2.5%) 순으로 사업자유형이 가장 큰 비중을 차지함
- 사업자협동조합은 5개 이상의 개인사업체 또는 법인사업체가 조합을 구성함
- 영세한 사업체들이 수익 창출을 위해 공동으로 과제를 해결하며 사업체 간의 상승효과를 얻을 수 있는 장점

| 표 3-36 | 인천광역시 협동조합 유형별 현황

(단위 : 개소, %)

| 구분 | 협동조합 수 | 구성비 |
|---------|--------|-------|
| 직원 | 15 | 3.4 |
| 소비자 | 11 | 2.5 |
| 사업자 | 280 | 64.1 |
| 다중이해관계자 | 131 | 30.0 |
| 합계 | 437 | 100.0 |

자료 : 한국사회적기업진흥원(2019.03), 협동조합 설립현황

- 인천시 협동조합의 업종별 유형을 살펴보면 도매 및 소매업이 121개(27.7%), 교육서비스업 68개(15.6%)로 두 업종이 전체 협동조합의 40% 이상의 비중을 차지함

| 표 3-37 | 인천광역시 협동조합 업종별 현황

(단위 : 개소, %)

| 업종유형 | 협동조합 수 | 구성비 |
|-------------------------------------|--------|-------|
| 가구 내 고용활동 및 달리 분류되지 않은 자가소비 생산활동 | 1 | 0.2 |
| 건설업 | 15 | 3.4 |
| 교육 서비스업 | 68 | 15.6 |
| 농업, 어업 및 임업 | 25 | 5.7 |
| 도매 및 소매업 | 121 | 27.7 |
| 보건업 및 사회복지서비스업 | 27 | 6.2 |
| 부동산업 및 임대업 | 5 | 1.1 |
| 사업시설관리 및 사업지원 서비스업 | 15 | 3.4 |
| 숙박 및 음식점업 | 20 | 4.6 |
| 예술, 스포츠, 및 여가관련 서비스업 | 17 | 3.9 |
| 운수업 | 14 | 3.2 |
| 전기, 가스, 증기, 및 수도사업 | 9 | 2.1 |
| 전문, 과학 및 기술 서비스업 | 12 | 2.7 |
| 제조업 | 29 | 6.6 |
| 출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업 | 19 | 4.3 |
| 하수, 폐기물 처리, 원료재생 및 환경 복원업 | 10 | 2.3 |
| 협회 및 단체 수리 및 기타 개인 서비스업 | 30 | 6.9 |
| 합계 | 437 | 100.0 |

자료 : 한국사회적기업진흥원(2019.03), 협동조합 설립현황

☞ 인천광역시 협동조합의 성과

- 2017년 기준 인천시 협동조합의 취업자 수는 745명이며, 기업당 평균 취업자 수는 5.3명임
- 협동조합의 수가 급속도로 증가하며, 취업자 수도 2013년 141명, 2015년 343명, 2017년 745명으로 꾸준히 증가함

표 3-38 광역자치단체별 협동조합의 취업자 및 평균 취업자 수 추이

(단위 : 명, %)

| 구분 | 취업자 수 | | | | | | 평균 취업자 수 | | | | | |
|----|-----------|-----------|--------|-------|-----------|-----------|-----------|-----------|-------|-----|-----------|-----------|
| | 2013 년 | 2015 년 | 2017년 | | | | 2013 년 | 2015 년 | 2017년 | | | |
| | | | 전체 | 임원 | 임금 근로자 | 자원 봉사자 | | | 전체 | 임원 | 임금 근로자 | 자원 봉사자 |
| 전국 | 4,362 | 11,605 | 27,129 | 7,738 | 17,707 | 1,684 | 5.8 | 3.9 | 5.3 | 1.5 | 3.5 | 0.3 |
| 서울 | 1,322 | 3,689 | 7,890 | 2,017 | 5,304 | 569 | 6.6 | 4.9 | 6.4 | 1.6 | 4.3 | 0.5 |
| 부산 | 282 | 416 | 1,387 | 298 | 1,067 | 22 | 5.9 | 3.0 | 5.9 | 1.3 | 4.5 | 0.1 |
| 인천 | 141 | 343 | 745 | 222 | 510 | 13 | 6.1 | 3.6 | 5.3 | 1.6 | 3.6 | 0.1 |
| 대구 | 79 | 477 | 1,608 | 373 | 1,132 | 104 | 3.8 | 3.4 | 6.9 | 1.6 | 4.8 | 0.4 |
| 광주 | 429 | 672 | 989 | 344 | 633 | 12 | 6.0 | 2.9 | 3.6 | 1.2 | 2.3 | - |
| 대전 | 136 | 786 | 1,143 | 338 | 795 | 10 | 4.9 | 6.0 | 5.3 | 1.6 | 3.7 | - |
| 울산 | 93 | 212 | 605 | 114 | 491 | - | 5.8 | 4.2 | 8.6 | 1.6 | 7.0 | - |

자료 : 기획재정부(2017), 2017 협동조합실태조사 재정리

표 3-39 광역자치단체별 협동조합의 취약계층 임금근로자 현황

(단위 : 명, %)

| 구분 | 2015년 | | | 2017년 | | | | | | | |
|----|---------------|--------------------------------|--------------------------------|------------|-----|------------|------------|-----|------------------|-------------|-----|
| | 취약계층 근로자 수 | 피고용인 중 취약계층 근로자 비율 | 피고용인 중 취약계층 근로자 비율 | 취약계층 근로자 수 | | | | | | | |
| | | | | 계 | 장애인 | 고졸이하 청년 | 경력단절 여성 | 이민자 | 55세 이상 고령자 | 기초생활 수급자 | 기타 |
| 전국 | 1,737 | 20.2 | 34.7 | 7,662 | 552 | 375 | 665 | 139 | 5,173 | 581 | 177 |
| 서울 | 550 | 18.8 | 30.2 | 2,067 | 171 | 43 | 167 | 26 | 1,460 | 134 | 66 |
| 부산 | 46 | 17.6 | 55.7 | 653 | 12 | 4 | 19 | - | 604 | 11 | 4 |
| 인천 | 24 | 10.1 | 34.6 | 215 | 39 | 22 | 34 | 4 | 82 | 32 | 2 |
| 대구 | 82 | 23.5 | 57.5 | 759 | 26 | 98 | 15 | - | 508 | 66 | 46 |
| 광주 | 77 | 18.1 | 42.7 | 315 | 34 | 25 | 68 | - | 172 | 16 | - |
| 대전 | 249 | 38.1 | 49.8 | 460 | 18 | 23 | 51 | 2 | 328 | 38 | 1 |
| 울산 | 63 | 38.5 | 32.6 | 175 | 11 | 8 | 26 | 11 | 102 | 15 | 3 |

자료 : 기획재정부(2017), 2017 협동조합실태조사 재정리

- 2017년 인천의 사회적목적 재투자 활동률은 66.0%로 특·광역시에서 가장 높은 수준
- 세부적인 재투자 활동 내용은 물품기부 37.9%, 자원봉사 등 노동력 제공이 33.8%, 다음으로 현금기부가 22.7%이고, 공간제공이 12.7% 등의 순
 - 공간제공을 제외한 모든 유형의 재투자 활동의 비중이 특·광역시 중에서 가장 높은 수준

| 표 3-40 | 광역자치단체별 협동조합의 지역사회 재투자 활동 비교

(단위 : %, 개소)

| 구분 | 2015년 | | | | | | 2017년 | | | | | | | |
|----|---------|-----------|-------|-------|--------|------|-------|---------|-----------|-------|-------|--------|------|--|
| | 재투자 활동률 | 재투자 활동 유형 | | | | | 사례 | 재투자 활동률 | 재투자 활동 유형 | | | | | |
| | | 물품 기부 | 현금 기부 | 공간 제공 | 노동력 제공 | 기타 | | | 물품 기부 | 현금 기부 | 공간 제공 | 노동력 제공 | 기타 | |
| 전국 | 48.7 | 19.2 | 13.3 | 13.7 | 27.5 | 5.3 | 5,087 | 22.9 | 15.6 | 12.6 | 21.9 | 7.8 | 47.6 | |
| 서울 | 46.0 | 46.1 | 13.4 | 12.6 | 26.9 | 4.9 | 1,235 | 55.8 | 21.7 | 16.8 | 15.6 | 26.8 | 8.0 | |
| 부산 | 31.5 | 15.4 | 11.4 | 9.8 | 12.1 | 6.5 | 237 | 54.1 | 26.1 | 17.3 | 14.4 | 28.4 | 4.5 | |
| 인천 | 39.1 | 14.3 | 8.1 | 3.4 | 24.9 | 2.3 | 140 | 66.0 | 37.9 | 22.7 | 12.7 | 33.8 | 10.6 | |
| 대구 | 65.0 | 21.1 | 18.1 | 21.0 | 40.0 | 6.8 | 234 | 58.4 | 17.6 | 15.6 | 22.2 | 28.8 | 10.4 | |
| 광주 | 56.3 | 20.7 | 16.0 | 17.7 | 33.9 | 8.9 | 278 | 65.8 | 30.5 | 18.2 | 16.2 | 32.4 | 11.0 | |
| 대전 | 49.5 | 18.8 | 11.5 | 14.6 | 26.6 | 11.8 | 216 | 47.2 | 16.5 | 12.1 | 8.6 | 20.9 | 9.7 | |
| 울산 | 53.1 | 24.4 | 24.4 | 8.1 | 28.7 | 6.2 | 70 | 61.8 | 30.1 | 15.5 | 10.5 | 26.8 | 8.8 | |

자료 : 기획재정부(2017), 2017 협동조합실태조사 재정리

- 2015년과 2017년 인천시 협동조합의 평균 매출액은 특·광역시 중 가장 높음
- 매출액 비중을 살펴보면 정부 및 공공기관(28.1%)과 일반 개인(26.2%)이 주요한 매출원
- 인천시와 지역 공공기관의 협동조합의 제품 또는 서비스를 공공구매하는 비율이 전국 평균 19.8%보다 약 10%가량 높음
- 기획재정부에서 실시한 2017년 협동조합 실태조사에 참여한 92개의 인천시의 협동조합에 관한 결과이기 때문에 일반화하기에는 어려움

| 표 3-41 | 광역자치단체별 협동조합의 평균 매출액 비교

(단위 : 개, 만원)

| 구분 | 2015년 | | 2017년 | |
|-------|-------|--------|-------|--------|
| | 사례 수 | 평균 매출액 | 사례 수 | 평균 매출액 |
| 전국 | 1,694 | 21,039 | 5,087 | 27,272 |
| 서울 | 365 | 26,098 | 1,235 | 21,390 |
| 부산 | 53 | 16,405 | 237 | 26,785 |
| 인천 | 59 | 27,117 | 140 | 27,907 |
| 대구 | 116 | 18,344 | 234 | 19,418 |
| 광주 | 151 | 8,036 | 278 | 22,485 |
| 대전 | 71 | 13,365 | 216 | 26,097 |
| 울산 | 39 | 11,533 | 70 | 23,582 |
| 특·광역시 | 854 | 17,271 | 2,410 | 23,952 |

자료 : 기획재정부(2017), 2017 협동조합실태조사 재정리

| 표 3-42 | 광역자치단체별 협동조합의 주요 고객별 매출액 비중

(단위 : 개소, %)

| 구분 | 사례 수 | 조합원 | 일반 개인 | 일반 기업 | 정부 및 공공기관 | 비영리기관 | 사회적경제 기업 | 기타 |
|----|-------|------|-------|-------|-----------|-------|----------|-----|
| 전국 | 3,744 | 19.8 | 36.1 | 13.9 | 19.8 | 5.2 | 3.0 | 2.3 |
| 서울 | 933 | 21.5 | 28.4 | 11.9 | 25.5 | 6.2 | 4.4 | 2.0 |
| 부산 | 189 | 18.8 | 40.0 | 14.8 | 19.3 | 4.3 | 1.8 | 0.9 |
| 인천 | 92 | 19.8 | 26.2 | 15.5 | 28.1 | 6.0 | 2.1 | 2.4 |
| 대구 | 171 | 21.9 | 35.8 | 12.7 | 21.7 | 3.2 | 4.4 | 0.3 |
| 광주 | 202 | 12.4 | 34.3 | 20.6 | 24.0 | 5.5 | 2.2 | 1.1 |
| 대전 | 149 | 23.2 | 32.0 | 13.6 | 21.4 | 3.2 | 4.1 | 2.5 |
| 울산 | 59 | 10.8 | 34.4 | 17.1 | 30.9 | 3.7 | 3.1 | 0.0 |

자료 : 기획재정부(2017), 2017 협동조합실태조사 재정리

- 인천시 협동조합은 과도한 서류제출(27.8%), 담보 및 보증 부담(19.3%)을 외부자금 조달 시 어려운 부분으로 응답
- 인천신용보증재단과 연계하여 담보 및 보증 부담을 줄일 수 있는 방안을 모색할 필요

표 3-43 | 광역자치단체별 협동조합의 외부자금 조달 시 어려움

(단위 : 개소, %)

| 구분 | 사례 수 | 자금조달 필요성 | | | | 외부자금 조달 시 어려움 | | | | | | | | | |
|-------|-------|----------|------|-------|------|---------------|----------|----------|----------|-----------|------------|------------|-------|-------|------|
| | | 필요하다 | | 필요없다 | | 정보/안내 부족 | 집행 소요 시간 | 재무 성과 입증 | 사회적성과 입증 | 과다한 서류 제출 | 담보 및 보증 부담 | 자금공급기관과 협상 | 상환 기간 | 금리 수준 | 기타 |
| 전국 | 5,087 | 3,718 | 73.1 | 1,369 | 26.9 | 14.9 | 3.6 | 16.1 | 4.8 | 16.7 | 24.0 | 2.4 | 1.1 | 2.8 | 13.7 |
| 서울 | 1,235 | 844 | 68.4 | 391 | 31.6 | 15.2 | 3.7 | 16.0 | 3.4 | 15.0 | 21.5 | 1.4 | 2.3 | 2.4 | 19.3 |
| 부산 | 237 | 186 | 78.4 | 51 | 21.6 | 7.2 | - | 14.0 | 3.7 | 21.0 | 16.9 | 6.7 | - | 0.7 | 29.8 |
| 인천 | 140 | 119 | 85.3 | 21 | 14.7 | 16.1 | 1.2 | 16.2 | 3.0 | 27.8 | 19.3 | 2.8 | 1.4 | 3.5 | 8.8 |
| 대구 | 234 | 181 | 77.5 | 53 | 22.5 | 6.1 | 6.5 | 12.1 | 9.7 | 22.8 | 23.2 | 3.6 | 0.5 | 1.3 | 14.2 |
| 광주 | 278 | 196 | 70.5 | 82 | 29.5 | 18.0 | 0.7 | 26.8 | 6.0 | 9.3 | 25.3 | 2.7 | - | 0.8 | 10.4 |
| 대전 | 216 | 150 | 69.3 | 66 | 30.7 | 23.5 | 3.1 | 22.9 | 5.1 | 15.7 | 13.7 | 5.6 | 0.7 | 2.3 | 7.4 |
| 울산 | 70 | 50 | 70.8 | 20 | 29.2 | 8.0 | 2.9 | 16.0 | 4.8 | 24.7 | 24.0 | - | 1.8 | 3.9 | 14.0 |
| 특·광역시 | 2,410 | 1,726 | 74.3 | 68.4 | 25.7 | 13.4 | 3.0 | 17.7 | 5.1 | 19.5 | 20.6 | 3.8 | 1.3 | 2.1 | 14.8 |

자료 : 기획재정부(2017), 2017 협동조합실태조사 재정리

☞ 인천광역시 사회적협동조합 공공구매 실적

- 인천시는 사업자등록번호, 코드 등을 등록하여 사용하는 e호조 시스템 이용 사회적협동조합의 공공구매 실적 기록을 보유
- 인천시 사회적협동조합 제품 공공구매 규모는 2018년 기준 18억임
- 사회적협동조합 재화나 용역의 공공구매실적 비율은 유사하거나 지속적으로 증가
- 미추홀구, 남동구, 부평구, 계양구는 총 구매액 대비 사회적협동조합 제품 구매비율이 2% 이상으로 타 지역에 비해 높음

| 표 3-44 | 인천광역시 사회적협동조합 공공구매실적 현황

(단위 : 백만원, %)

| 구분 | 2017년 | | | 2018년 | | |
|--------|-------------|-----------------------------|---------|-------------|-----------------------------|---------|
| | 총구매액 (A) | 사회적 협동조합 제품 구매액(B) | 비율(B/A) | 총구매액 (A) | 사회적 협동조합 제품 구매액(B) | 비율(B/A) |
| 총 합계 | 185,905 | 1,218 | 0.66 | 195,900 | 1,888 | 0.96 |
| 인천시 | 60,600 | 157 | 0.26 | 60,230 | 156 | 0.26 |
| 군·구 합계 | 125,305 | 1,601 | 0.85 | 135,670 | 1,732 | 1.28 |
| 중구 | 12,321 | 33 | 0.27 | 14,920 | 89 | 0.59 |
| 동구 | 5,304 | 29 | 0.55 | 5,935 | 70 | 1.18 |
| 미추홀구 | 6,819 | 116 | 1.70 | 9,253 | 236 | 2.55 |
| 연수구 | 19,577 | 121 | 0.62 | 24,176 | 151 | 0.62 |
| 남동구 | 16,601 | 133 | 0.80 | 15,276 | 310 | 2.03 |
| 부평구 | 9,655 | 269 | 2.79 | 9,337 | 339 | 3.63 |
| 계양구 | 5,925 | 167 | 2.81 | 6,017 | 201 | 3.34 |
| 서구 | 27,338 | 149 | 0.54 | 29,900 | 213 | 0.71 |
| 강화군 | 10,313 | 23 | 0.22 | 12,686 | 99 | 0.78 |
| 옹진군 | 11,452 | 21 | 0.18 | 8,170 | 24 | 0.30 |

자료 : 인천광역시(2018), 사회적경제과 내부 자료

4) 인천시 자활기업 현황⁶⁾

☞ 인천시 자활기업 업종별 설립현황

- 인천시 자활기업의 업종별 비중은 택배(33.3%)가 가장 많은 것으로 나타남
 - 나머지 업종은 1~2개로 균일하게 분포되어 있음
 - 사회적기업, 마을기업과 달리 전반적으로 노동집약적 업종이 대다수
- 인천시 자활기업의 업종유형별 고용인원 수는 택배(35.3%) 업종에서 가장 많고, 뒤이어 청소(13.7%), 가사도우미(11.8%), 배송(11.8%) 순

6) 인천시 자활기업의 현황 자료는 사회적기업으로 전환되거나 폐업한 기업은 모두 제외하고 계산

| 표 3-45 | 인천광역시 자활기업 업종별 현황

(단위 : 개소, %, 명)

| 업종유형 | 기업 수 | 구성비 | 고용인원 수 | 구성비 |
|-------|------|-------|--------|-------|
| 건설 | 2 | 11.1 | 4 | 7.8 |
| 가사도우미 | 1 | 5.6 | 6 | 11.8 |
| 농장 | 1 | 5.6 | 1 | 2.0 |
| 배송 | 2 | 11.1 | 6 | 11.8 |
| 서비스업 | 1 | 5.6 | 2 | 3.9 |
| 세차 | 1 | 5.6 | 1 | 2.0 |
| 제조 | 2 | 11.1 | 4 | 7.8 |
| 청소 | 1 | 5.6 | 7 | 13.7 |
| 카페 | 1 | 5.6 | 2 | 3.9 |
| 택배 | 6 | 33.3 | 18 | 35.3 |
| 합계 | 18 | 100.0 | 51 | 100.0 |

자료 : 인천광역시(2018), 사회적경제과 내부 자료

◆ 인천시 자활기업의 설립현황

- 자활기업의 연도별 설립현황을 보면 2005년 초반부터 꾸준히 1~2개 기업이 설립
- 현재 2016년도 이후 설립된 기업의 수가 7개로 거의 40% 수준

| 표 3-46 | 인천광역시 설립연도별 자활기업 현황

(단위 : 개소, %)

| 설립연도 | 기업 수 | 구성비 |
|------|------|-------|
| 2005 | 2 | 11.1 |
| 2007 | 1 | 5.6 |
| 2008 | 1 | 5.6 |
| 2009 | 1 | 5.6 |
| 2010 | 2 | 11.1 |
| 2011 | 1 | 5.6 |
| 2013 | 1 | 5.6 |
| 2014 | 1 | 5.6 |
| 2015 | 1 | 5.6 |
| 2016 | 3 | 16.7 |
| 2017 | 2 | 11.1 |
| 2018 | 2 | 11.1 |
| 합계 | 18 | 100.0 |

자료 : 인천광역시(2018), 사회적경제과 내부 자료

5) 인천시 사회적경제기업 공공구매 총괄 현황

- 인천시, 군·구, 공공기관의 총 사회적경제기업 제품 구매액은 전체 공공구매액 2,090,883백만원의 1.52%에 해당하는 31,739백만원임
 - 현재 누락되고 있는 마을기업의 서비스(문화예술공연 등) 구매액 등을 포함하는 새로운 집계 방식의 도입도 필요함
- 인천시 사회적경제기업 제품과 서비스의 공공구매를 지속적으로 확대하기 위해서 사회적경제기업 제품 구매목표를 매년 주요한 성과지표로 설정하여 시행계획에 명시할 필요가 있음
 - 2016년 발의한 ‘사회적경제기본법안’ 제21조 3항에 따르면 공공구매액의 5% 범위 내에서 사회적경제기업의 재화나 서비스를 구매해야 한다는 항목이 명시되어 있음
 - 현재 1.5%대에 머무르고 있는 사회적경제기업 구매액의 비율을 2024년까지 5% 수준으로 확대할 것을 제안함

| 표 3-47 | 인천광역시 사회적경제기업 공공구매실적 현황

(단위 : 백만원, %)

| 구분 | | 2018년 | | |
|-------------|------|-----------|-------------------|---------|
| | | 총구매액(A) | 사회적경제기업 제품 구매액(B) | 비율(B/A) |
| 인증 사회적기업 | 합계 | 1,784,811 | 29,463 | 1.65 |
| | 인천시 | 60,230 | 1,086 | 1.80 |
| | 군·구 | 135,473 | 6,461 | 4.77 |
| | 공공기관 | 1,589,108 | 21,916 | 1.38 |
| 마을기업 | 합계 | 110,172 | 388 | 0.35 |
| | 인천시 | 41,061 | 185 | 0.45 |
| | 군·구 | 69,111 | 203 | 0.29 |
| 사회적협동조합 | 합계 | 195,900 | 1,888 | 0.96 |
| | 인천시 | 60,230 | 156 | 0.26 |
| | 군·구 | 135,670 | 1,732 | 1.28 |
| 합계 | | 2,090,883 | 31,739 | 1.52 |

*마을기업 공공구매 실적은 2018년 5월부터 12월까지의 누적액이며, 재화에 대한 구매액만 포함됨

자료 : 사회적기업은 고용노동부의 2018년 사회적기업 제품 공공구매실적 공고 참고. 마을기업과 사회적협동조합은 인천광역시(2018), 사회적경제과 내부자료 참고

6) 인천시 경제 규모 대비 사회적경제 비중

- 대략적인 인천시 사회적경제의 비중은 취업자 기준으로 0.43% 그리고 매출액 기준으로 0.2% 수준
- 협동조합 자료가 140개 조합의 매출액만 포함한 값을 사용하였기 때문에 실제 비중은 매출액 기준으로 최소한 0.2%이상으로 추정
 - 2015년 기준 EU 사회적경제의 고용비중이 6.5%인 점을 고려할 때 지속적인 지원을 통한 확대가 필요(일자리위원회, 2017)

| 표 3-48 | 인천광역시 경제 규모 대비 사회적경제 비중

(단위 : 개소, 명, 백만원)

| 구분 | 기업 수 | 취업자 수 | 매출액 |
|------------------------------------|-------------|---------------------|-----------------------|
| 사회적기업(예비 포함) | 162 | 2,758 ⁷⁾ | 120,855 |
| 마을기업 | 60 | 614 ⁸⁾ | 5,872 |
| 협동조합 | 379 | 2,009 ⁹⁾ | 39,069 ¹⁰⁾ |
| 사회적경제 (A) | 601 | 5,381 | 165,796 |
| 인천시 (B) | 196,705 | 1,242,000 | 84,059,372 |
| 인천시 경제 규모 대비 사회적경제 비중 (A/B) | 0.3% | 0.43% | 0.2% |

자료 : 모든 자료는 2017년 12월 말 기준임. 사회적기업은 2017년 사회적기업 사업보고서 참고. 마을기업은 2017년 인천시 마을기업 실태조사 자료 참고. 협동조합은 2017년 사회적기업진흥원 협동조합 현황과 2017년 기획재정부 협동조합 실태조사 자료 참고. 인천시 기업 수 자료는 전국사업체조사, 취업자 수 자료는 경제활동인구조사 종사자지위별 취업자 수(임금근로자), 매출액은 2017년 지역내총생산(GRDP) 자료 활용함

- 7) 사회적기업 취업자 수는 2017년 사회적기업 사업보고서 자료에 대표(고용주)를 포함하여 재계산한 값
- 8) 마을기업 취업자 수는 2017년 마을기업 실태조사 자료에 대표(고용주)를 포함하여 재계산한 값
- 9) 협동조합 취업자 수는 2017년 협동조합 수에 평균 고용률 5.3명(2017 기획재정부 협동조합 실태조사)을 곱한 값
- 10) 협동조합 매출액은 2017 기획재정부 협동조합 실태조사에 참여한 조합 수(140개)의 매출액을 합한 값

3. 인천시 사회적경제기업 대상 설문조사

1) 설문조사 개요

- 설문조사 기간은 2019년 4월 15일~30일까지 진행함
- 설문조사 대상은 인천시 사회적경제기업(사회적기업, 마을기업, 협동조합)의 종사자로 총 116개 업체가 응답
- 설문응답 현황은 아래 표와 같음

| 표 3-49 | 사회적경제기업별 설문응답 업체 수

(단위 : 개소)

| 구분 | 합계 | 사회적기업 | 마을기업 | 협동조합 |
|------|-----|-------|------|------|
| 응답 수 | 116 | 59 | 39 | 18 |

2) 설문문항의 구성

- 설문문항은 ①가치 제언, ②고객/네트워크 유지 및 관리, ③기업의 역량 및 활동, ④사회적경제기업의 수익 및 비용, ⑤기업의 정책 수요 및 애로사항으로 크게 5개 분야로 나누어 구성

| 표 3-50 | 설문문항 구성

| 구분 | 문항 수 | 분석에 사용된 문항 수 | 문항 내용 | | |
|--------------|------|--------------|---------------|---------------|--------------|
| 가치제언 | 8 | 4 | 추구하는 사회적 가치 | 운영 목적 | |
| | | | 구성원의 가치 이해도 | 종사자와의 가치 공유방식 | |
| 네트워크 유지 | 14 | 11 | 주요 고객층 | 연합회/협의체 가입 여부 | |
| | | | 발굴 희망 고객층 | 가입하지 않은 이유 | |
| | | | 고객발굴을 위한 노력 | 네트워크 유지 활동 여부 | |
| | | | 고객관계 유지 노력 | 활동하지 않는 이유 | |
| | | | 사회적가치 전달 및 홍보 | 중요 네트워크 파트너 | |
| | | - | 네트워크 형성 목적 | | |
| 기업의 역량 및 활동 | 9 | 9 | 핵심 자원 자체 평가 | 브랜드 인지도 | 추진 중인 중요 활동 |
| | | | | 물적 자원 | 협력을 위한 중요 활동 |
| | | | | 지적 자산 | 시장 확보 방식 |
| | | | | 인적 자원 | 판매의 어려움 |
| | | | | 재무 자원 | - |
| (사회적)수익 및 비용 | 3 | 3 | 주요 수익원 | | |
| | | | 주요 매출원 | | |
| | | | 비용 절감 노력 분야 | | |
| 정책 및 애로사항 | 2 | 2 | 세부 문항 전부 포함 | | |
| 합계 | 36 | 29 | - | | |

3) 설문조사 결과

(1) 사회적경제기업의 가치제언

- 사회적기업은 취약계층 대상 사회서비스 제공 및 취약계층 우선고용을, 마을기업과 협동조합은 지역사회 공동체 활성화를 핵심 사회적가치로 인식

| 표 3-51 | 사회적경제기업이 추구하는 핵심 사회적 가치

| 구분 | 사회적기업 | | 마을기업 | | 협동조합 | |
|-----------------------|---------------------|------|---------------------|------|-----------------|------|
| | 응답 | % | 응답 | % | 응답 | % |
| 기업이 추구하는 핵심 사회적 가치 | 취약계층 대상 사회서비스 제공 | 58.6 | 지역사회 공동체 활성화 | 94.7 | 지역사회 공동체 활성화 | 70.6 |
| | 취약계층 우선 고용 | 53.4 | 취약계층 대상 사회서비스 제공 | 42.1 | 지역경제 활성화 | 52.9 |
| | - | - | 지역사회에 대한 경제적 공헌 | 42.1 | - | - |

- 사회적기업은 지역사회를 위한 일자리 창출을, 마을기업과 협동조합은 지역사회 공동체 활성화를 기업을 운영하는 가장 중요한 사회적목적으로 응답
- 사회적경제기업의 종사자는 사회적경제기업이 지역사회의 문제의 해결방안이라 인식

| 표 3-52 | 사회적경제기업을 운영하는 중요한 사회적 목적

| 구분 | 사회적기업 | | 마을기업 | | 협동조합 | |
|---------------------------|--------------------|------|--------------------|------|-----------------------|------|
| | 응답 | % | 응답 | % | 응답 | % |
| 기업을 운영하는 중요한 사회적 목적 | 지역사회를 위한 일자리 창출 | 69.0 | 지역사회 공동체 활성화 | 75.7 | 지역사회 공동체 활성화 | 55.6 |
| | 지역사회를 위한 서비스 제공 | 53.4 | 지역사회를 위한 일자리 창출 | 64.9 | 지역사회를 위한 서비스 제공 | 38.9 |
| | - | - | - | - | 구성원의 소득 증대 및 복지 증진 | 38.9 |

- 사회적경제기업 구성원들의 사회적가치에 대한 이해도는 개선의 여지가 있음
 - 사회적경제기업 구성원들의 이해도가 높음과 매우 높음을 합한 비율이 60% 초반대 이하인 것은 설립 취지를 고려할 때 낮은 수준으로 판단

| 표 3-53 | 사회적경제기업 구성원들의 사회적가치 이해도

| 구분 | 사회적기업 | | 마을기업 | | 협동조합 | |
|-----------------|-------|------|------|------|------|------|
| | 응답 | % | 응답 | % | 응답 | % |
| 구성원들의 사회적가치 이해도 | 높음 | 45.8 | 높음 | 39.5 | 높음 | 50.0 |
| | 매우높음 | 16.9 | 매우높음 | 5.3 | 매우높음 | 11.1 |
| | 합계 | 62.7 | 합계 | 44.8 | 합계 | 61.1 |

- 사회적기업은 사회서비스 실천을 통해서, 마을기업은 채용과정에서 사회적가치에 대한 공감대 형성을 통해서, 협동조합은 종사자 대상 교육을 통해서 사회적가치를 종사자들과 공유

| 표 3-54 | 종사자와의 사회적가치 공유 방식

| 구분 | 사회적기업 | | 마을기업 | | 협동조합 | |
|-------------------|----------|------|--------------------------|------|-----------|------|
| | 응답 | % | 응답 | % | 응답 | % |
| 종사자와의 사회적가치 공유 방식 | 사회서비스 실천 | 41.2 | 채용과정에서 사회적 가치에 대한 공감대 형성 | 45.7 | 종사자 대상 교육 | 44.4 |

(2) 사회적경제기업의 고객/네트워크 관리

- 사회적기업과 협동조합은 공공기관과 일반주민이 주요 고객층으로 비슷한 비율
- 마을기업은 일반 주민 고객층의 비율이 94.4%로 매우 높음
- 사회적기업과 협동조합은 상대적으로 마을기업에 비해 공공기관 고객의 중요성이 큼

| 표 3-55 | 사회적경제기업 주요 고객층

| 구분 | 사회적기업 | | 마을기업 | | 협동조합 | |
|--------|-------|------|---------|------|-------|------|
| | 응답 | % | 응답 | % | 응답 | % |
| 주요 고객층 | 공공기관 | 64.4 | 일반 주민 | 94.4 | 일반 주민 | 50.0 |
| | 일반 주민 | 44.1 | 사회적경제기업 | 33.3 | 공공기관 | 50.0 |

- 사회적경제기업이 향후 3년 이내 발굴하고 싶은 고객층 1순위는 공공기관
 - 공공기관 대상 판로 개척, 적극적 홍보 필요
 - 공공기관 다음으로 일반영리기업과 일반주민 등을 희망 고객층으로 응답

| 표 3-56 | 향후 3년 이내 발굴 희망 고객층

| 구분 | 사회적기업 | | 마을기업 | | 협동조합 | |
|--------------------|--------|------|--------|------|------|------|
| | 응답 | % | 응답 | % | 응답 | % |
| 향후 3년 이내 발굴 희망 고객층 | 공공기관 | 70.2 | 공공기관 | 73.0 | 공공기관 | 66.7 |
| | 일반영리기업 | 38.6 | 일반영리기업 | 45.9 | 일반주민 | 44.4 |

- 사회적경제기업은 지역 공공기관, 공기업과의 협력사업(행사참여)을 통해 지역사회 고객을 발굴하기 위한 노력에 초점
 - 기존 사회적경제기업의 판로 확보에서 가장 중요한 사업이 공공기관이나 공기업과 함께 추진한 판매 행사나 장터 개설

| 표 3-57 | 지역사회 고객을 발굴하기 위해 노력하는 부분

| 구분 | 사회적기업 | | 마을기업 | | 협동조합 | |
|--------------------------|------------------------------|------|------------------------------|------|------------------------------|------|
| | 응답 | % | 응답 | % | 응답 | % |
| 지역사회 고객을 발굴하기 위해 노력하는 부분 | 지역 공공기관. 공기업과의 협력사업 (행사참여)강화 | 61.4 | 지역 공공기관. 공기업과의 협력사업 (행사참여)강화 | 61.1 | 지역 특성에 맞는 상품 및 서비스 개발 | 66.7 |
| | 지역주민 대상 사회서비스 제공을 통한 이미지 개선 | 54.4 | 지역 특성에 맞는 상품 및 서비스 개발 | 52.8 | 지역 공공기관. 공기업과의 협력사업 (행사참여)강화 | 55.6 |

- 사회적기업과 마을기업은 자사 제품과 브랜드의 신뢰도 향상을 통한 고객관계 유지에 초점을 두는 반면 협동조합은 새로운 제품과 서비스 발굴을 통한 고객 유지를 강조
- 마을기업은 소모임이나 개별고객에 대한 맞춤형 서비스를 통한 고객 관계 유지를 상대적으로 강조

| 표 3-58 | 고객 관계 유지를 위해 노력하는 부분

| 구분 | 사회적기업 | | 마을기업 | | 협동조합 | |
|----------------------|--------------------|------|---------------------|------|--------------------|------|
| | 응답 | % | 응답 | % | 응답 | % |
| 고객 관계 유지를 위해 노력하는 부분 | 자사 제품과 브랜드의 신뢰도 향상 | 71.9 | 자사 제품과 브랜드의 신뢰도 향상 | 67.6 | 새로운 제품이나 서비스 발굴 | 55.6 |
| | 새로운 제품이나 서비스 발굴 | 61.4 | 소모임을 통한 소비자와의 관계 강화 | 43.2 | 자사 제품과 브랜드의 신뢰도 향상 | 50.0 |
| | - | - | 개별고객에 대한 맞춤형 서비스 지원 | 43.2 | - | - |

- 사회적기업은 직접 방문 및 홍보와 자사 홈페이지를 통해, 마을기업과 협동조합은 당사자협의체를 통한 사회적가치를 전달 및 홍보

| 표 3-59 | 사회적가치 전달 및 홍보 채널

| 구분 | 사회적기업 | | 마을기업 | | 협동조합 | |
|------------------|---------------|------|--------------------|------|---------------------|------|
| | 응답 | % | 응답 | % | 응답 | % |
| 사회적가치 전달 및 홍보 채널 | 직접 방문 및 홍보 활동 | 50.0 | 사회적경제 단체(협회) 관련 행사 | 60.5 | 사회적경제 단체(협의회) 관련 행사 | 50.0 |
| | 자사 홈페이지 | 41.1 | 직접 방문 및 홍보 활동 | 60.5 | SNS | 33.3 |
| | - | - | - | - | 공공기관을 통한 홍보 | 33.3 |

- 사회적경제기업의 당사자 연합회 및 협의체 가입 비율은 80% 이상으로 높음

| 표 3-60 | 연합회/협의체 가입 여부

| 구분 | 사회적기업 | | 마을기업 | | 협동조합 | |
|---------------|-------|------|------|------|------|------|
| | 응답 | % | 응답 | % | 응답 | % |
| 연합회/협의체 가입 여부 | 있다 | 81.0 | 있다 | 83.8 | 있다 | 94.4 |

○ 당사자 연합회에 가입하지 않은 이유에 대해 사회적기업은 ‘정보가 부재해서’, 마을기업은 ‘회비가 부담돼서’, 협동조합은 ‘대표성 있는 연합회 및 협의체가 없어서’로 응답

- 사회적기업협의회의 회비는 약 44만원, 협동조합협의회 약 30만원, 마을기업협회 약 15만원으로 마을기업협회의 회비는 저렴한 편이지만, 마을기업의 규모가 영세해 상대적으로 회비를 부담스러워하는 경우가 많음

| 표 3-61 | 가입하지 않은 이유

| 구분 | 사회적기업 | | 마을기업 | | 협동조합 | |
|------------|----------|------|----------|------|---------------------|-------|
| | 응답 | % | 응답 | % | 응답 | % |
| 가입하지 않은 이유 | 정보가 부재해서 | 81.8 | 회비가 부담돼서 | 60.0 | 대표성 있는 연합회/협의체가 없어서 | 100.0 |

○ 사회적경제기업은 높은 응답률로 네트워크 유지 활동을 하고 있음 확인

| 표 3-62 | 네트워크 유지를 위한 활동 여부

| 구분 | 사회적기업 | | 마을기업 | | 협동조합 | |
|-------------------|-------|------|-------|------|-------|------|
| | 응답 | % | 응답 | % | 응답 | % |
| 네트워크 유지를 위한 활동 여부 | 하고 있다 | 89.8 | 하고 있다 | 86.1 | 하고 있다 | 83.3 |

○ 사회적경제기업이 네트워크 유지 활동을 하지 않는 이유로, 사회적기업은 ‘네트워크에 대한 정보의 부재’를, 마을기업은 ‘네트워크 유지 비용의 부담’을, 협동조합은 ‘네트워크 지원조직의 역량 부족’을 답함

- 당사자 연합회 및 협의체에 가입하지 않은 이유에 대한 응답과 전반적으로 일치

| 표 3-63 | 네트워크 유지 활동을 하지 않는 이유

| 구분 | 사회적기업 | | 마을기업 | | 협동조합 | |
|----------------------|--------------------------|------|------------------|------|---------------------------|-------|
| | 응답 | % | 응답 | % | 응답 | % |
| 네트워크 유지 활동을 하지 않는 이유 | 네트워크를 통한 활동에 대한 정보가 부재해서 | 80.0 | 네트워크 유지 비용이 부담돼서 | 50.0 | 네트워크를 연계해 줄 지원조직 역량이 부족해서 | 100.0 |

- 사회적기업과 협동조합은 사회적경제기업과 공공기관을 중요 파트너로 인식
- 마을기업은 마을기업 협회와 사회적경제기업이 중요한 파트너라고 응답

| 표 3-64 | 중요하게 생각하는 네트워크 파트너

| 구분 | 사회적기업 | | 마을기업 | | 협동조합 | |
|--------------------|-----------|------|---------|------|-----------|------|
| | 응답 | % | 응답 | % | 응답 | % |
| 중요하게 생각하는 네트워크 파트너 | 사회적경제기업 | 58.2 | 마을기업 협회 | 71.4 | 사회적경제기업 | 61.1 |
| | 공공기관, 공기업 | 36.4 | 사회적경제기업 | 65.7 | 공공기관, 공기업 | 33.3 |

- 사회적경제기업은 사회적가치의 실현과 매출 증대를 위해 네트워크를 형성한다고 응답
- 네트워크 형성이 사회적경제기업의 사회적 가치 실현이라는 정체성을 확인하고 공고화하는 통로가 될 수 있음

| 표 3-65 | 네트워크를 형성하는 가장 중요한 목적

| 구분 | 사회적기업 | | 마을기업 | | 협동조합 | |
|----------------------|-----------|------|-----------|------|-----------|------|
| | 응답 | % | 응답 | % | 응답 | % |
| 네트워크를 형성하는 가장 중요한 목적 | 사회적 가치 실현 | 55.3 | 사회적 가치 실현 | 50.0 | 사회적 가치 실현 | 44.4 |
| | 매출 증대 | 31.9 | 매출 증대 | 50.0 | 매출 증대 | 38.9 |

(3) 사회적경제기업의 역량 및 활동

- 핵심자원에 대한 사회적경제기업별 자체평가는 사회적기업, 협동조합, 마을기업 순
 - 대체로 보통 혹은 이하로 응답하고 있어 사회적경제기업의 자원과 역량에 대한 외부의 부정적인 인식과 크게 다르지 않음

| 표 3-66 | 핵심자원 자체평가

| 구분 | | 사회적기업 | 마을기업 | 협동조합 |
|--------------|---------|---------|------|------|
| | | 100점 만점 | | |
| 핵심자원 자체평가 | 브랜드 인지도 | 59.9 | 43.4 | 52.8 |
| | 물적 자원 | 50.0 | 40.8 | 43.1 |
| | 지적 자산 | 57.5 | 41.4 | 47.2 |
| | 인적 자원 | 57.3 | 38.2 | 56.9 |
| | 재무 자원 | 47.8 | 37.5 | 45.8 |
| | 평균 | 54.5 | 40.3 | 49.2 |

- 사회적경제기업은 제품 및 서비스의 개선 활동을 자체적으로 추진하는 가장 중요한 활동으로 응답
 - 사회적경제기업의 제품 및 서비스 개선 활동을 지원하는 방식에 대한 대안적인 접근이 필요

| 표 3-67 | 사회적경제기업이 추진하고 있는 가장 중요한 활동

| 구분 | 사회적기업 | | 마을기업 | | 협동조합 | |
|----------------------------|-----------------|------|-----------------|------|-----------------|------|
| | 응답 | % | 응답 | % | 응답 | % |
| 사회적경제기업이 추진하고 있는 가장 중요한 활동 | 제품 및 서비스의 개선 활동 | 47.3 | 제품 및 서비스의 개선 활동 | 45.7 | 제품 및 서비스의 개선 활동 | 41.2 |

- 사회적경제기업은 시장 개척 및 홍보 활동을 타 업체 및 조직들과 협력하는 가장 중요한 활동으로 응답
 - 사회적경제기업은 협업을 통해 판로 개척과 홍보 부문의 사업활동을 모색

| 표 3-68 | 타 업체 및 조직들과 협력하고 있는 가장 중요한 활동

| 구분 | 사회적기업 | | 마을기업 | | 협동조합 | |
|-------------------------------|--------------------|------|--------------------|------|-----------------|------|
| | 응답 | % | 응답 | % | 응답 | % |
| 타 업체 및 조직들과 협력하고 있는 가장 중요한 활동 | 제품 및 서비스의 시장 개척 활동 | 40.4 | 제품 및 서비스의 시장 개척 활동 | 51.4 | 제품 및 서비스의 홍보 활동 | 29.4 |

- 사회적경제기업은 주로 직접 영업 및 홍보를 통해 시장을 확보한다고 응답
 - 지역사회의 협력기업 또는 단체들을 통하거나 공공기관의 지원을 통한 시장 확보가 두 번째로 중요하다고 응답

| 표 3-69 | 주요한 시장 확보 방식

| 구분 | 사회적기업 | | 마을기업 | | 협동조합 | |
|--------------|--------------------------|------|------------------------|------|------------------------|------|
| | 응답 | % | 응답 | % | 응답 | % |
| 주요한 시장 확보 방식 | 직접 영업 및 홍보를 통해서 | 76.8 | 직접 영업 및 홍보를 통해서 | 63.2 | 직접 영업 및 홍보를 통해서 | 83.3 |
| | 시·도 등 공공기관의 지원으로(예:공공구매) | 35.7 | 지역사회의 협력기업 또는 단체들을 통해서 | 44.7 | 지역사회의 협력기업 또는 단체들을 통해서 | 58.3 |

- 사회적경제기업은 판로 부재, 홍보와 영업 부족이 상품 및 서비스 판매의 장애요인으로 응답한 비율이 높음
 - 판로 확보 지원을 위한 인프라와 프로그램의 개발이 필요

| 표 3-70 | 상품 및 서비스를 판매하는 데 있어 가장 어려운 부분

| 구분 | 사회적기업 | | 마을기업 | | 협동조합 | |
|-------------------------------|----------------------|------|----------------------|------|----------------------|------|
| | 응답 | % | 응답 | % | 응답 | % |
| 상품 및 서비스를 판매하는 데 있어 가장 어려운 부분 | 상품 및 서비스의 안정적인 판로 부재 | 63.8 | 상품 및 서비스의 안정적인 판로 부재 | 76.5 | 상품 및 서비스의 홍보와 영업 부족 | 62.5 |
| | 상품 및 서비스의 홍보와 영업 부족 | 62.1 | 상품 및 서비스의 홍보와 영업 부족 | 76.5 | 상품 및 서비스의 안정적인 판로 부재 | 56.3 |

(4) 사회적경제기업의 (사회적)수익 및 비용

- 사회적경제기업의 주요 수익원은 서비스와 제품의 매출액
 - 사회적기업은 서비스 매출액이라고 응답한 비율이 상대적으로 높은 반면 마을기업과 협동조합은 제품 매출액으로 응답한 비율이 높음

| 표 3-71 | 사회적경제기업의 주요 수익원

| 구분 | 사회적기업 | | 마을기업 | | 협동조합 | |
|-----------------|----------|------|---------|------|---------|------|
| | 응답 | % | 응답 | % | 응답 | % |
| 사회적경제기업의 주요 수익원 | 서비스의 매출액 | 56.1 | 제품의 매출액 | 80.6 | 제품의 매출액 | 50.0 |

- 사회적기업의 경우 주요 매출원이 시장이라고 응답한 비율과 공공부문이라고 응답한 비율이 거의 유사한 반면 마을기업은 시장부문이라고 응답한 비율이 70%를 초과

| 표 3-72 | 사회적경제기업의 주요 매출원

| 구분 | 사회적기업 | | 마을기업 | | 협동조합 | |
|-----------------|-------|------|-------|------|-------|------|
| | 응답 | % | 응답 | % | 응답 | % |
| 사회적경제기업의 주요 매출원 | 시장 부문 | 50.9 | 시장 부문 | 71.4 | 시장 부문 | 66.7 |
| | 공공 부문 | 43.9 | 공공 부문 | 11.4 | 공공 부문 | 27.8 |
| | 제3섹터 | 1.8 | 제3섹터 | 8.6 | 제3섹터 | 5.6 |

- 사회적경제기업의 비용 절감 노력 분야는 제품 원료 구입비와 임대료 등의 관리 비용

| 표 3-73 | 비용 절감 노력 분야

| 구분 | 사회적기업 | | 마을기업 | | 협동조합 | |
|-------------|-------------|------|-----------|------|-----------|------|
| | 응답 | % | 응답 | % | 응답 | % |
| 비용 절감 노력 분야 | 임대료 등 관리 비용 | 54.5 | 제품 원료 구입비 | 45.9 | 제품 원료 구입비 | 33.3 |
| | - | - | - | - | 근로자 임금 | 33.3 |

(5) 사회적경제기업의 장애 요인 및 정책 수요

☞ 장애요인

- 사회적기업은 상품 판매·판로개척 등의 마케팅 기술의 부족, 운영자금 및 투자자금의 부족, 작업시설 및 설비의 부족 순으로 기업 성장의 장애요인을 파악하고 있음
- 마을기업은 운영자금 및 투자자금의 부족, 일반기업과의 경쟁력 확보 어려움, 상품 판매·판로개척 등의 마케팅 기술의 부족 순
- 협동조합은 운영자금 및 투자자금의 부족, 상품 판매·판로개척 등의 마케팅 기술의 부족, 영세한 지역시장의 규모 순
- 사회적경제기업이 공통으로 높게 응답한 장애요인으로는 운영자금 및 투자자금의 부족, 상품 판매·판로개척 등의 마케팅 기술의 부족이 있고 뒤이어 작업시설 및 설비의 부족, 영세한 지역시장의 규모가 따름

표 3-74 사회적경제기업 성장의 장애요인

(단위 : %)

| 항 목 | 사회적기업 | 마을기업 | 협동조합 |
|-------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| 1) 종사자의 기술 수준 부족 | 53.1 | 38.6 | 41.7 |
| 2) 종사자의 근로능력 부족 | 50.9 | 43.6 | 44.4 |
| 3) 전문성을 갖춘 기술/경영 능력 부족 | 54.0 | 42.9 | 52.8 |
| 4) 운영자금 및 투자자금의 부족 | 68.8 | 55.1 | 55.6 |
| 5) 작업시설 및 설비의 부족 | 62.1 | 48.6 | 52.8 |
| 6) 상품 판매·판로개척 등의 마케팅 기술의 부족 | 71.0 | 50.7 | 54.2 |
| 7) 영세한 지역시장의 규모 | 61.6 | 48.6 | 54.2 |
| 8) 상품 및 서비스의 품질개선 및 관리 능력의 부족 | 54.9 | 43.6 | 48.6 |
| 9) 사회적경제기업의 사회적 인지도 부족 | 60.7 | 47.1 | 51.4 |
| 10) 관련 제도 및 법규의 규제에 의한 활동 제약 | 55.4 | 44.3 | 47.2 |
| 11) 지자체 및 관련 공무원의 비협조 | 51.8 | 40.0 | 50.0 |
| 12) 대표의 리더십 부족 | 43.8 | 40.7 | 45.8 |
| 13) 기업의 민주적 의사결정 부족 | 37.5 | 35.7 | 34.7 |
| 14) 일반기업과의 경쟁력 확보 어려움 | 58.5 | 51.4 | 44.4 |
| 평균 | 56.0 | 45.1 | 48.4 |

◆ 정책 수요

- 사회적기업은 고객확보 및 마케팅 지원, 지역사회 유관기관과의 협력체계 구축, 소비자 그룹과의 협력 네트워크 구축 순으로 중요 정책이라 평가함
- 마을기업은 성장기(인증 졸업)기업 재정 지원 강화, 고객확보 및 마케팅 지원, 사회적 인식 강화 프로그램 제공 순
- 협동조합은 지역사회 유관기관과의 협력체계 구축, 성장기(인증 졸업)기업 재정 지원 강화 순
- 사회적경제기업이 공통으로 높게 평가한 정책 항목은 고객확보 및 마케팅 지원, 지역사회 유관기관과의 협력체계 구축이고 성장기(인증 졸업)기업 재정 지원 강화, 자금지원 및 세제혜택의 확대가 뒤따름

| 표 3-75 | 사회적경제 지원정책의 중요도 파악

(단위 : %)

| 항 목 | 사회적기업 | 마을기업 | 협동조합 |
|--|-------------|-------------|-------------|
| 1) 공공기관/공기업의 우선구매 적극적 실시 | 64.5 | 44.1 | 52.8 |
| 2) 자금지원 및 세제혜택의 확대 | 65.4 | 44.1 | 54.2 |
| 3) 고객확보 및 마케팅 지원 | 70.6 | 47.1 | 54.2 |
| 4) 경영컨설팅 및 정보 제공 (경영지원 전문가 및 전문기업 네트워크 연계) | 58.9 | 42.6 | 48.6 |
| 5) 사무실 및 사업장 임대 지원 | 61.0 | 41.9 | 54.2 |
| 6) 재무 및 회계 지원 | 54.4 | 40.4 | 47.2 |
| 7) 인사, 조직 및 운영지원 | 50.9 | 41.2 | 44.4 |
| 8) 전문인력 양성 프로그램 제공 (기술 및 직업교육, 훈련지원) | 52.6 | 44.9 | 51.4 |
| 9) 사회적 인식 강화 프로그램 제공 | 56.7 | 47.1 | 52.8 |
| 10) 지역특화형 사업 발굴 및 육성 | 65.8 | 47.0 | 51.4 |
| 11) 일반기업과의 협력강화 프로그램 개발 | 60.1 | 45.6 | 51.4 |
| 12) 지역사회 유관기관과의 협력체계 구축 | 70.2 | 45.6 | 56.9 |
| 13) 소비자 그룹과의 협력 네트워크 구축 | 67.1 | 46.3 | 48.6 |
| 14) 사회적금융 기관 육성 | 63.6 | 39.6 | 47.2 |
| 15) 해외 우수 프로그램 벤치마킹 | 51.3 | 34.1 | 40.3 |
| 16) 해외 연수프로그램 운영 | 46.1 | 30.1 | 33.3 |
| 17) (사회적)협동조합 전환 및 (예비) 사회적기업/마을기업/자활기업/소셜벤처 등 인증 지원 | 59.6 | 45.5 | 45.8 |
| 18) 창업초기(예비 또는 인증) 기업 재정 지원 강화 | 64.5 | 46.9 | 51.4 |
| 19) 성장기(인증 졸업)기업 재정 지원 강화 | 64.0 | 53.2 | 54.7 |
| 평균 | 60.4 | 43.5 | 49.5 |

4. 인천시 사회적경제 현황 조사 시사점과 SWOT 분석

1) 환경분석

(1) 강점

- 인천시 사회적경제지원센터를 포함해서 통합지원기관, 마을기업지원기관, 그리고 지자체 지원센터 등 행정주체별로 사회적경제 중간지원조직을 설립·운영 중
- 인천시와 10개 군·구 모두 사회적경제 관련 조례를 제정하여 시행 중
- 설문조사 결과 사회적경제 주체들의 제품 및 서비스 개선의지가 높게 나타나고 있다는 점도 향후 역량 강화를 통한 경쟁력 향상이 기대
- 사회적경제기업의 양적 성장 속도와 규모는 전국에서 상위권에 속함
- 인천시 자체 예산사업으로 ‘군·구 사회적경제활성화 지원사업’과 ‘군·구 사회적경제지원센터 설치 지원사업’ 등을 통한 지역특화사업 지원
- 인천 사회적경제 활성화 기금 조성을 통한 지역 사회적금융 확대를 위한 기반 마련

(2) 약점

- 사회적경제기업의 영세성으로 인한 제품과 서비스 시장에서의 경쟁력 확보 어려움
- 사회적경제 중간조직 간 협업을 촉진할 수 있는 거버넌스 체계 부재
- 사회적경제기업의 다양성 부족으로 도시재생, 커뮤니티 케어와 같은 정책사업과의 연계를 추진하기가 어려움
- 사회적경제 시장 규모가 영세하여 사회적경제기업의 성장을 저해
- 사회적금융 중간지원조직의 부재로 인한 지역 사회적금융시장의 활성화 미진

(3) 기회

- 문재인 정부의 사회적경제 활성화 의지
 - 문재인 정부는 국정운영 5개년 계획 및 100대 국정과제 중 하나로 사회적경제 활성화를 포함하고, 사회적경제 활성화 방안, 사회적금융 활성화 방안 그리고 사회적경제 인재양성 종합계획 등을 차례로 발표
- 인천광역시 민선 7기 정부도 사회적경제에 대한 관심과 함께 재정지원을 확대
- 중앙정부 차원에서 진행되는 도시재생뉴딜사업과 커뮤니티 케어 등 사회적경제기업이 참여할 수 있는 정책사업의 확대
- 한국사회가치연대기금 등 중앙정부 차원에서 사회적금융시장 활성화의 토대가 마련됨

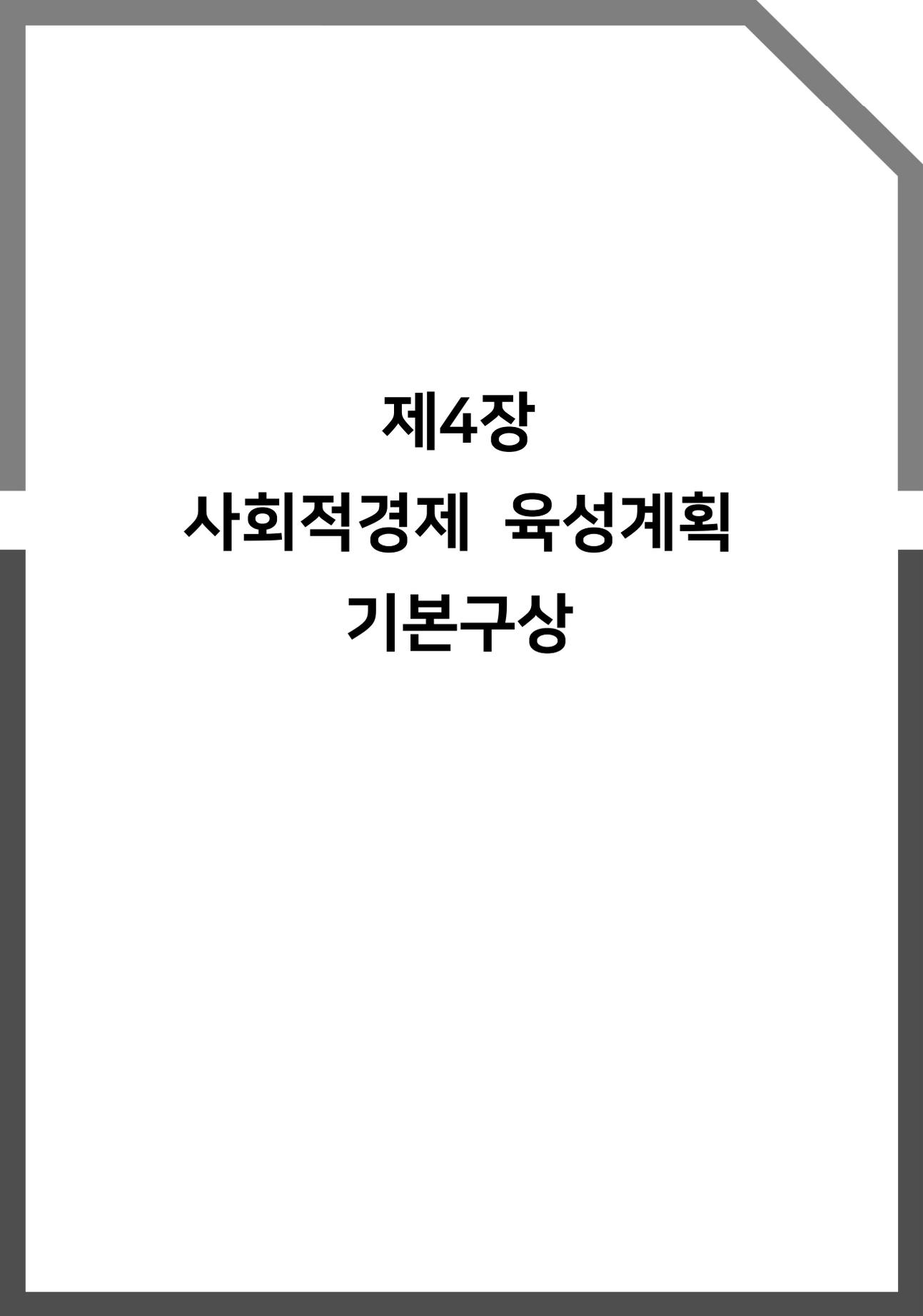
(4) 위협

- 등록제 도입 논의 등으로 사회적경제를 둘러싼 제도적 환경의 불확실성 확대
- 사회적경제기업에 대한 일반 시민들의 인식 개선은 여전히 미흡
 - 한국소비자원 조사 결과 소비자들의 사회적경제에 대한 인지 수준은 여전히 개선의 여지가 있음. 사회적경제에 대해서 이해도를 지닌 소비자의 비율이 서울이 42.4% 그리고 이외 지역에서는 30%대 초반 수준
- 사회적경제 관련 지역인재의 수도권 유출
 - 서울과 경기 지역 사회적경제 영역 활동가들 중 인천 출신자 많음

2) 전략

표 3-76 SWOT 분석을 통한 전략 도출

| SWOT | 기회 (O) | 위협 (T) |
|---|--|---|
| SWOT 분석을 통한 전략 도출 | <ul style="list-style-type: none"> - 중앙정부의 사회적경제 활성화 의지 - 민선 7기 사회적경제 추진 의지 및 재정지원 확대 - 도시재생 뉴딜 등 사회적경제 연계 사업 기회 확대 - 국가차원의 사회적금융 인프라 정비 | <ul style="list-style-type: none"> - 등록제 도입 논의로 인한 불확실성 확대 - 사회적경제기업 이미지 및 인식 개선 미흡 - 사회적경제 관련 지역인재의 수도권 유출 |
| 강점 (S) | 우선수행 (SO: 강점활용 및 기회 확대) | 우선보완 (ST: 강점활용 위협 최소화) |
| <ul style="list-style-type: none"> - 행정주체별 사회적경제 중간지원조직 설립 - 사회적경제 관련 조례 등 제도 정비 - 제품 및 서비스 개선 의지 높음 - 사회적경제기업의 양적 성과 양호 - 군·구별 지역특화 사업 추진 | <ul style="list-style-type: none"> - 지역문제해결형 사회적경제기업 육성(도시재생, 커뮤니티케어 등과 연계한 기업 발굴) - 사회적경제기업의 제품 및 서비스 개선 사업 - 군·구별 특화사업 확대 | <ul style="list-style-type: none"> - 사회적경제 분야 청년기업가/혁신가 양성 - 사회적경제기업 종사자 대상 지원체계 강화 - 인천시 사회적경제기업의 사회적가치 실현 강화 |
| 약점 (W) | 약점해결 (WO: 기회활용 약점보완) | 장기보완 (WT: 생존전략) |
| <ul style="list-style-type: none"> - 사회적기업의 영세성 - 사회적경제 중간조직 간 협력 거버넌스 부재 - 사회적경제기업의 다양성 부족 - 사회적경제 시장 규모 영세 - 사회적금융 중간지원조직 부재 | <ul style="list-style-type: none"> - 사회적경제 소비시장 및 장터 확대(공공구매 포함) - 졸업 사회적경제기업의 스케일업 지원 - 지역 사회적금융 중간조직 육성 | <ul style="list-style-type: none"> - 단계별 사회적경제 주체 역량 강화 - 시민 대상 사회적경제 교육 프로그램 개발 |



제4장
사회적경제 육성계획
기본구상

제4장. 사회적경제 육성계획 기본구상

1. 사회적경제 육성계획의 기본 방향

1) 사회적경제 육성계획 기본방향 도출과정

- 4월 4일, 8일 : 사회적경제 육성계획 추진단 1차 워크숍
- 계획의 개요 및 육성계획 추진단 운영 방안 설명
- 4월 13일~20일 : 사회적경제기업 대상 설문조사 및 현황 자료 정리
- 5월 7일 : 사회적경제 육성계획 추진단 2차 워크숍 - 비전 및 전략 도출
- 6월 18일~20일 : 사회적경제 육성계획 추진단 3차 워크숍 - 전략별 세부사업 도출 및 우선순위 선정

2) 사회적경제 육성계획 기본방향

☞ **사회가치 시장 확대를 통한 사회적경제기업의 성장 토대 마련**

- 시민들의 사회가치 제품과 서비스 소비를 촉진하는 온·오프라인 거점 확보함으로써 시장과 생산 확대를 유도

☞ **사회적경제 중간지원조직 간 협업을 통한 거버넌스 강화**

- 시 사회적경제지원센터가 컨트롤타워로서 중간지원조직 간 역할 분담을 통해 지원서비스의 효율화와 질 제고

☞ 사회적경제기업의 경쟁력 강화

- 민간 액셀러레이팅 기관의 역량을 활용한 사회적경제기업의 역량 고도화

☞ 사회적경제의 차세대 리더 육성을 통한 지속적인 성장 기반 구축

- 지속가능한 사회가치를 창출하는 인재 양성

2. 사회적경제 육성계획의 비전과 전략

1) 비전

☞ 시민과 함께 살아 숨쉬는 사회적경제도시 인천

2) 전략

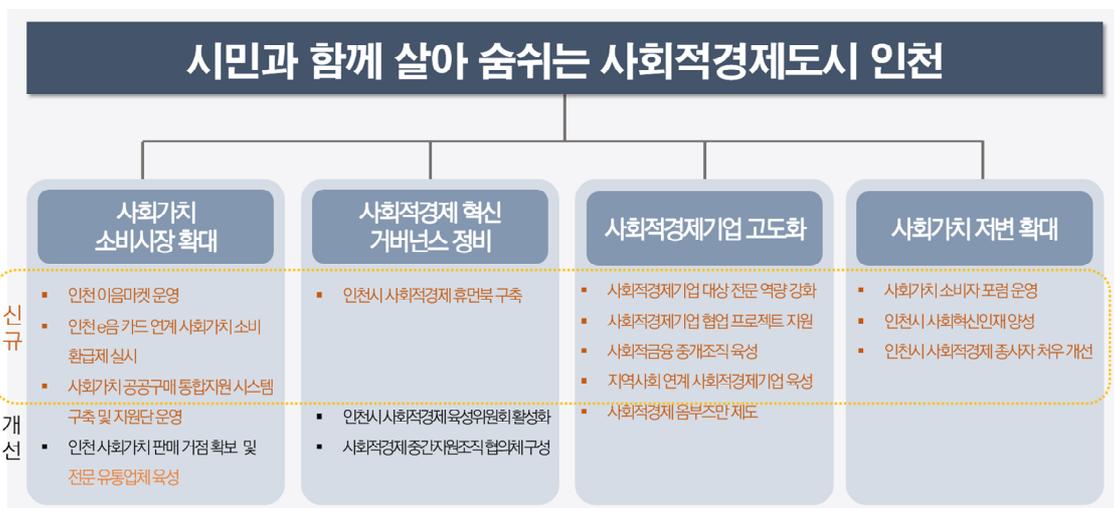
☞ 사회가치 소비시장 확대

☞ 사회적경제 혁신 거버넌스 정비

☞ 사회적경제기업 고도화

☞ 사회가치 저변 확대

| 그림 4-1 | 인천시 사회적경제 육성계획 : 비전과 전략



제5장

신규사업 발굴 제안

제5장. 신규사업 발굴 제안

1. 사회가치 소비시장 확대

1) 인천 사회가치 장터 (가칭) 인천이음마켓 운영

(1) 사업추진 배경 및 필요성

- 현재 인천시는 군·구별로 다양한 규모의 사회적경제 관련 마켓이 비정기적으로 운영되고 있는데, 장소와 시간이 일정하지 않아서 소비자 입장에서 계획된 구매행위를 하는데 어려움이 존재
- 또한 마켓에 참여하는 사회적경제기업의 수가 대체로 30개 이하로 제한되어 있기 때문에 판매하는 제품이나 서비스의 종류가 한정
- 사회적경제 관련 마켓에서 판매되는 제품과 서비스의 다양성을 확대하기 위해서는 지역의 로컬푸드나 친환경 장터 등과의 연계가 필요

표 5-1 | 2019년 인천광역시 군·구별 사회적경제 관련 마켓 개최 계획

| 군구 | 행사명 | 장소 | 참여기업 | 일정 (정기/비정기) | 비고 |
|------|-----------------|--|------------|--|------------------------|
| 중구 | 지역행사 판매부스 참여 | 행사장소 연동 | 2~4개 | 지역축제 일정 연동 | - 중구 주요행사(축제) 참여 |
| 동구 | 지역행사 판매부스 참여 | 행사장소 연동 | 1~2개 | 지역축제 일정 연동 | - |
| 미추홀구 | 미추마켓 | 1,000세 대 이상 아파트 대상 (1회: SK스카이 뷰) | 1회: 13개 | - 정기(연 10~15회 계획) - 사회적경제 관련 판로지원 행사들을 '미추마켓'으로 통합 | 1회 매출액: 4,718,000 |

| | | | | | |
|------|--|-----------------------------------|--------------------------|--|---|
| | 2019 공정무역페스티 벌과 함께하는 사회적경제 한마당 | 송도 UN광장 | 22개 | 비정기 | - 미추홀구 사회적경제지원센터 자체 예산 활용 사업 |
| | (가칭) 에듀포레 아파트단지 연계 판매부스 참여 | 아파트 단지 내 | 미정 | 비정기(하반기 예정) | |
| 연수구 | 사회적경제 한마당 | 미정 | 미정 | 정기(연 1회) | - |
| | 지역 상생 나눔 문화축제 연계 | 행사장소 연동 | 10개 이상 | 지역축제 일정 연동 | - 플라마켓 형태로 개최 |
| | 사회적경제 판매 및 체험존 운영 | 미정 | 10개 내외 | 비정기(연 10회) | - |
| 남동구 | 밤야마켓 | 미정 | 미정 | 비정기(연 1회) | - |
| 부평구 | 사회적경제 한마당 | 미정 | 미정 | 정기(연 1회) | - |
| 계양구 | 사회적경제 마켓 운영 | 공공장소 (구청) 활용예정 | 미정 | 지역축제 일정 연동 | - |
| 서구 | 사회적경제 제품 판매 전시전 | 상반기: 롯데마트 청라점 하반기:미 정 | 상반기: 3개 하반기: 미정 | 정기(상/하반기) 상반기: 2019.3.28.-29 하반기:미정 | - |
| 강화군 | - | - | - | - | - |
| 옹진군 | - | - | - | - | - |
| 구 협업 | 에듀숲속장터 | 에듀포레 푸르지오 아파트 광장 | 20개 이상 | 비정기 (연 3~4회 계획) | - 각 사회적경제 당사자 협의체, 아파트 입주자 대표 회의 주관 - 2019년 6월 행사 매출액 : 20,000,000 |
| | 송현아와 함께하는 사회적경제 기획전 | 송도 현대 아울렛 | 10개 이상 | 일정 미정 | 동구, 미추홀구, 연수구, 부평구 공동 주관 예정 |

자료 : 각 군구별로 연구진이 유선상으로 직접 확인

표 5-2 2018년 인천광역시 군·구별 사회적경제 관련 마켓 개최 현황

| 군구 | 행사명 | 장소 | 참여기업 | 일정 (정기/비정기) | 비고 |
|------|---------------------|-----------------------|--------|-----------------|---|
| 중구 | 지역행사 판매 부스 지원 | 행사장소 연동 | 2~4개 | 지역축제 일정 연동 | - 중구 주요행사(축제) 참여 |
| 동구 | 지역행사 판매 부스 지원 | 행사장소 연동 | 1~2개 | 지역축제 일정 연동 | - |
| 미추홀구 | 미추홀 플리마켓 | SK스카이뷰 | 13개 | 비정기(연 1회) | - |
| | 사회적경제 한마당 | 홈플러스 인하점 | 20개 | 비정기(연 1회) | - 문화예술행사 연계 |
| 연수구 | 사회적경제 한마당 | 송도 1동 해돋이공원 분수대 | 13개 | 비정기(연 1회) | - |
| 남동구 | 사회적경제 한마당 밤야마켓 | 남동초등학교 | 20개 | 비정기(연 1회) | - |
| 부평구 | 사회적경제 한마당 | 부평공원 | 30개 | 비정기(연 1회) | - 사회적경제 토론회와 함께 진행 |
| 계양구 | 지역행사 판매 부스 지원 | 행사장소 연동 | 11개 | 지역축제 일정 연동 | - |
| 서구 | - | - | - | - | - |
| 강화군 | - | - | - | - | - |
| 옹진군 | - | - | - | - | - |
| 구 협업 | 에듀숲속장터 | 에듀포레 푸르지오 아파트 광장 | 24개 | 비정기 | - 각 사회적경제 당사자 협의체, 아파트 입주자 대표 회의 - 매출액 :13,000,000 |
| | 한마음축제 판매부스 참여 | 송도 더샵그린 위크1차 아파트 중앙공원 | 28개 | 비정기 | - 마을공동체만들기 지원사업 연계 |
| | 송현아와 함께하는 사회적경제 기획전 | 송도 현대 아울렛 | 15개 이상 | 비정기 (하반기 2회 개최) | - 팟캐스트 진행 - 부평구, 연수구, 미추홀구 공동 주관 |

자료 : 각 군·구별로 연구진이 유선상으로 직접 확인

(2) 사업 목표 및 추진방향

- 시민들이 사회적경제 상품과 서비스를 생활 속에서 자연스럽게 접하고 소비할 수 있는 기회를 확대함으로써 사회적경제기업의 매출 확대 유도
- 시민들에게 사회적경제기업이 생산하는 제품과 서비스를 구매할 수 있는 예측 가능한 시간과 장소를 제공함으로써 구매를 촉진
- 마켓 투어 프로그램을 통해 이음마켓을 방문하는 소비자들에게 사회적경제기업을 비롯한 다양한 판매자들의 이야기와 함께 사회적경제의 의미를 전달하는 기회를 마련
- 또한 이음마켓 소비자들이 사회적경제기업들의 제품과 서비스에 대한 평가를 통해 제품과 서비스 질을 향상하는 데 기여

(3) 주요 사업 내용

① 이음마켓 운영사업

- 인천시와 군·구 사회적경제 담당자들로 구성된 이음마켓 운영 TF 구성
 - 2020년에는 시범적으로 월1회 정기 마켓으로 운영
 - 참여업체 수는 최소한 50개 업체 이상으로 설정
 - 매달 소비자들로부터 우수한 평가를 받은 업체에게 매대의 위치를 우선 선택할 수 있는 권리를 제공
 - 군·구별로 진행하는 마켓과 날짜가 겹치지 않도록 사전에 일정을 합의하고 인천시 사회적경제 마켓 캘린더 작성 및 온라인 배포
- 이음마켓이 단순한 시장이 아닌 하나의 문화행사로 자리매김하기 위해 지역 문화예술인들의 공연과 연계하여 추진
- 이음마켓의 개최 장소는 시청과 구청의 유휴공간을 활용하여 진행

표 5-3 | 이음마켓 운영 사업예산 예시

| 품목명 | 단가 | 수량 | 예산/년 | 합계/5년 |
|------|-------|-----|---------|---------|
| 문화행사 | 100만원 | 12회 | 1,200만원 | 6,000만원 |

② 이음마켓 투어

- 이음마켓을 찾는 소비자를 대상으로 미리 예약을 받아 이음마켓의 취지와 함께 참여한 사회적경제기업의 제품과 서비스를 소개하고 사회적경제의 개념과 사회가치를 공유할 수 있는 투어 진행
- 투어비용은 10,000원이며, 5,000원을 당일 사용가능한 이음마켓 쿠폰으로 제공함으로써 가치공유와 소비를 촉진

표 5-4 이음마켓 투어 사업예산 예시

| 품목명 | 단가 | 수량 | 예산/년 | 합계/5년 |
|----------|-----|--------|-------|---------|
| 투어가이드 운영 | 5만원 | 5명*12회 | 300만원 | 1,500만원 |

표 5-5 관련 사례 - 서울 마르쉐 투어

| 사례 : 서울 마르쉐 투어 |
|---|
| - 마르쉐 시장 조성 과정, 마르쉐의 시장 개념화, 운영방식 등 마르쉐가 추구하는 가치를 소비자들과 함께 공유 - 시장이 열리는 날 3~40분 정도 신청자들을 대상으로 진행 - 신청자들의 투어비용은 1인당 20,000원이며, 10,000원을 마르쉐 쿠폰 개념으로 환급해서 마르쉐 시장 내에서 가치공유와 소비가 선순환되는 구조 |

(4) 기대효과

- 사회적경제기업 제품의 인식 확산, 홍보 효과 기대
- 사회적경제기업의 제품 구매, 장터 참여로 사회가치 학습 가능

(5) 관련 사례

☞ 서울 마르쉐

- 2012년 ‘사람, 관계, 대화가 있는 시장’을 목표로 민간영역에서 자생적으로 시작된 도시형 농부시장

- 귀촌농부, 도시농부, 청년농부 등 새로운 농업 참여자들을 위한 대안적인 시장공간의 확보, 수공예가, 요리사 등과 같은 다른 영역과의 융합
- 농부시장은 매달 2번째 일요일에 월 1회 혜화에서 개최. 채소시장은 2019년 시작된 실내시장으로 매달 첫 번째 토요일은 성수에서, 4번째 화요일은 합정에서 개최
- 계절별로, 매회 특정한 주제를 가지고 시장 운영
 - 예를 들어, 밀과 보리가 수확되는 여름에는 ‘밀과 보리’, ‘햇밀’을 주제로 제과제빵, 밀과 보리를 활용한 요리 등 농가의 밀을 소개
- 마르쉐는 약 120개의 팀이 참여 가능하며, 참여팀은 모두 직접 생산자임
 - 농부팀 50%, 요리팀 35~40%, 수공예팀 10~15%로 구성
 - 농부팀은 기존의 시장 유통체계에 맞지 않는 다품종소량생산 농부들이 대부분. 요리팀은 농부팀의 재료를 활용하여 요리, 수공예팀은 식문화와 관련된 수공예품(컵, 컵받침 등) 제작자로 구성
- 마르쉐 농부워크숍, 농부의 맛 워크숍
 - 매 마르쉐시장 주제에 맞춰 농부들의 농사와 삶에 관한 이야기를 전해 듣는 프로그램
 - 다양한 농작물의 맛을 테이스팅하고 어울리는 조리법을 배울 수 있음
- 마르쉐 투어
 - 마르쉐 시장 조성 과정, 마르쉐의 시장 개념화, 운영방식 등 마르쉐가 추구하는 가치를 소비자들과 함께 공유
 - 시장이 열리는 날 3~40분 정도 신청자들을 대상으로 진행
 - 신청자들의 투어비용은 1인당 20,000원이며, 10,000원을 마르쉐 쿠폰 개념으로 환급해서 마르쉐 시장 내에서 가치공유와 소비가 선순환되는 구조

2) 인천e음 카드 연계 사회가치 소비 환급제 실시

(1) 사업추진 배경 및 필요성

- 2019년부터 시행한 인천e음 카드의 실적 폭발적 상승세
 - 2019년 5월 19일 기준, 인천e음 실적은 가입자 163,970명, 발행액(충전액) 305억원, 결제액(사용액) 231억원
- 인천시의 전체 사업장 중 99.8%, 17만 5천여 개의 점포에서 결제할 수 있으며, 사용액의 4~15%를 캐시백(포인트) 및 할인액으로 제공
 - 연말정산 시 현금과 같은 30% 소득공제 가능
- 인천시의 사회적경제기업 매출 중 민간 소비시장의 비율이 공공 소비시장에 비해 낮은 실정
- 인천e음 카드와 연계한 사회적경제기업의 민간소비시장 확대 촉진

(2) 사업 목표 및 추진방향

- 사회적경제기업을 포함하는 사회가치 제품 및 서비스에 대한 인천e음 카드의 추가 환급제 실시
- 사회적경제기업의 인천e몰 등록 촉진
 - 인천굿즈 카테고리 내 별도의 사회적경제몰을 구성하여 추진 예정

(3) 주요 사업 내용

- 인천e음 카드를 활용하여 사회적경제기업 제품과 서비스 소비에 대해 추가로 1% 환급
- 전체 환급 예산의 1%를 사회가치 환급액으로 설정하여 추진

표 5-6 사회가치 환급액 예시

| 품목명 | 단가 | 수량 | 예산/년 | 합계/5년 |
|-----|----------|----|----------|-----------|
| 환급액 | 60,000만원 | 1식 | 60,000만원 | 300,000만원 |

(4) 기대효과

- 사회적경제기업의 민간시장 매출 증대
- 시민들의 사회적경제기업 인지도 향상

(5) 관련 사례

☞ 인천e음 전자상품권

- 2018년 12월 정부의 자영업 성장·혁신 종합 대책에 따라 지역화폐 발행액의 4%를 정부에서 한시적으로 지원
- 정부의 지원과 함께 지역 내 지역화폐를 발행하여 역내 소비 증진 및 소상공인 매출 증대 기대
- 소상공인의 카드 수수료 절감 및 매출 증대를 통한 지역경제 활성화
- 전국 최초의 모바일 기반 IC카드 형태로 제공
 - 충전은 모바일앱으로, 결제는 모바일앱과 IC카드 두 방식으로 사용 가능
- 인천시의 전체 사업장 중 99.8%, 17만 5천여개의 점포에서 결제 가능
 - 백화점, 대형마트, SSM등 334개 점포(0.2%)는 결제 제한
- 사용액의 4~15%를 캐시백(포인트) 및 할인액으로 제공
- 연말정산 시 현금과 같은 30% 소득 공제

3) 인천 사회가치 판매 거점 확보 및 전문유통업체 육성

(1) 사업추진 배경 및 필요성

- 상대적으로 성장 속도가 느린 사회적경제기업의 민간시장 확보를 지원하기 위한 판매 거점 확보 필요
- 다양한 사회적경제기업의 제품 전시를 통한 집객 효과 제고로 매출 확대 가능

(2) 사업 목표 및 추진방향

- 쏠쏠마켓(인천시 사회적경제기업 전시판매장, 예술회관역)과 인천 상생유통 지원센터 (제물포역, 2019년 하반기 예정) 등 기존 운영 및 계획 중인 판매 거점에 대한 우선 지원
- 청라와 송도 등 신도시의 아파트 거주민 대상 사회적경제기업 판매 거점을 추가적으로 확보함으로써 구매력이 높은 지역 소비시장 진출 촉진
- 제품 판매를 매개로 한 사회적경제기업들 간 소통 및 교류 확대를 통해 협업 기회 확대를 위한 기반 확보 가능

(3) 주요 사업 내용

① 인천시 사회적경제기업 집적공간 조성 용자사업

- 3개 이상의 사회적경제기업이 공동으로 입주 또는 협업사업을 전개하는 공간 확보에 필요한 자금을 저리로 용자
 - 선도사업으로 판매 공간 1개소와 입주 공간 1개소 우선 추진
 - 선도사업에 대한 모니터링을 통해 사업 확대 여부 결정
- 신축, 임대, 리모델링 자금의 90%를 최대 10억까지 저리(2% 이하)로 용자
- 인천시가 이차보전 그리고 인천신용보증재단이 특례보증 제공
- 인천시와 인천신용보증재단 간의 협의를 거쳐 용자범위 및 조건 결정

| 표 5-기 사회적경제기업 집적공간 조성 관련 이차보전액 예시

| 품목명 | 단가 | 수량 | 예산/년 | 합계/ (2021-2024) |
|--------|---------|----|---------|--------------------|
| 이차보전금액 | 4,000만원 | 1식 | 4,000만원 | 16,000만원 |

② 인천시 전문유통형 사회적경제기업 설립 추진

- 인천시 사회적경제기업의 제품의 판매 촉진에 필요한 다양한 서비스를 제공할 수 있는 유통 전문 사회적경제기업 설립 지원
- 정부의 유통형 마을기업 설립 지원사업과 연계하여 추진
- 자금조달은 보조금의 50% 이상 지방비, 20% 이상 자부담, 나머지 국비 지원
- 마을기업 이외의 사회적경제기업 상품은 30% 이하까지 판매 가능
- 유통형 마을기업의 성과가 좋을 시 시 자체사업으로 전문유통형 사회적경제기업 설립 추진

| 표 5-8 전문유통형 마을기업 설립 지원 사업예산 예시

| 품목명 | 단가 | 수량 | 예산/년 | 합계/(2022년) |
|-------------------|---------|--------|---------|------------|
| 전문유통형 마을기업 설립 지원금 | 5,000만원 | 1개소*1회 | 5,000만원 | 5,000만원 |

(4) 기대효과

- 인천시 사회적경제기업의 판매 및 협업 거점의 다양화
- 사회적경제 제품 전문 유통채널 확보

(5) 관련 사례

☞ 인천 상생유통지원센터

- 추진 배경 및 필요성
 - 사회적경제기업의 안정적인 판로 및 홍보 체계 부재
 - 사회적경제기업간 협업 통로 부재, 공동 마케팅, 공동 브랜드 개발 지원

- 사업 목표 및 추진방향
 - 사회적경제기업의 판로개척과 홍보할 수 있는 공간 구축하여 사회적경제에 대한 인지도 제고
- 위치 : 미추홀구 경인로 129 1층(제물포역사 내 상업공간)
 - 인천대 제물포캠퍼스, 청운대 인천캠퍼스, 인천재능대 등 3개 대학 위치
 - 제물포스마트타운 위치
- 주요 사업
 - 사회적경제기업 제품 상시 판매 및 온라인 채널 운영
 - 사회적경제기업 제품 및 서비스의 체험, 교육프로그램 운영
 - 사회적경제 인력 양성 아카데미 운영
 - 사회적경제기업간 공동브랜드 및 마케팅 등 협업 체계 구축

📖 경기도 사회적경제기업 상가 융자사업

- 경기도는 1년 이상 활동 중인 사회적경제기업을 대상으로 상가 매입비 융자지원 사업 시행
- 대상 : 경기도 내 주된 사업장 소재한 1년 이상 영업활동 중인 사회적경제기업
- 사업내용
 - 지원내용 : 상가 매입비 융자 지원(주된 사업장 및 융자매입 상가는 경기도 내에 소재)
 - 융자규모 : 50억원
 - 융자한도 : 상가매입비의(매매계약서상 금액) 90% 이내 / 최대한도 50억원
 - 융자금리 : 1.5% 고정
 - 융자기간 : 10년(4년 거치 6년 균할분등), 15년(5년 거치 10년 균할분등) 중 선택

4) 사회가치 공공구매 통합지원 시스템 구축 및 지원단 운영

(1) 사업추진 배경 및 필요성

- 2019년 4월부터 ‘인천시 사회적가치 증대를 위한 공공조달에 관한 조례’ 제정 등 공공구매 확대를 위한 제도적 장치 마련
- 사회적경제기업의 공공시장 진입 및 확대는 초기 단계 사회적경제기업의 지속적인 성장을 지원

(2) 사업 목표 및 추진방향

- 사회적경제기업의 제품 및 서비스를 공공기관이 쉽게 접근할 수 있도록 통합시스템 구축
- 공공기관 구성원을 대상으로 한 교육과 홍보를 통해 사회적경제에 대한 인식을 개선하고 공공기관의 사회적경제기업 제품 공공구매 비율의 점진적인 확대

(3) 주요 사업 내용

① 공공구매통합지원단 운영

- 공공구매 전담 인력 확보를 통해 지속적인 관리 체계 확립
 - 인천시 사회적경제지원센터의 고유 업무로서 전문성과 지속성을 확보하는 것이 중요
 - 서울시와 경기도 사례처럼 ‘함께일하는세상’ 위탁 운영 고려 가능
- 사회적경제기업 대상 공공구매 및 공공조달 참여방법(입찰·계약, 마케팅 등) 관련 교육 프로그램 제공 및 상담센터 운영
- 공공구매 및 공공조달 담당자 대상 사회적경제기업 제품 및 서비스 소개 및 인식 개선 프로그램 진행
- 공공구매 및 공공조달 기관과 사회적경제기업 간 소통을 위한 설명회 및 매칭 박람회 기획

표 5-9 공공구매통합지원단 운영 사업예산 예시

| 품목명 | 단가 | 수량 | 예산/년 | 합계/5년 |
|-------------|---------|----|---------|----------|
| 지원단 운영 위탁대금 | 2,500만원 | 1식 | 2,500만원 | 12,500만원 |

② 공공구매통합정보시스템 구축 및 운영

- 공공구매 및 공공조달 기관에서 이용 가능한 사회적경제기업의 제품과 서비스를 소개
- 인천시의 공공구매 수요와 사회적경제기업의 제품과 서비스 공급을 효과적으로 연결해 주는 온라인 플랫폼 구축 및 운영
 - ‘함께일하는세상’에서 개발한 세나비(SENAVI) 체계를 활용
 - 공공기관 예산 분석을 통한 구매 추천 품목과 관련 예산 항목 그리고 부서별 구매 기록을 공개함으로써 구매자와 공급자 간의 매칭을 촉진

표 5-10 공공구매통합정보시스템 구축 및 운영 사업예산 예시

| 품목명 | 단가 | 수량 | 예산/년 | 합계/5년 |
|-----------------|---------|----|---------|----------|
| 통합정보시스템 구축 및 운영 | 2,500만원 | 1식 | 2,500만원 | 12,500만원 |

(4) 기대효과

- 사회적경제기업의 판로개척, 매출증대
- 공공기관 수요 및 데이터 분석을 통한 사회적경제기업의 영업 계획, 전략 수립 가능
- 사회적경제기업 공급물품 다양화 제시

(5) 관련 사례

☞ 서울시 사회적경제 공공구매영업지원단

- 서울시는 2014년 ‘사회적 가치 증대를 위한 공공조달에 관한 조례’ 제정을 통해 사회적경제기업의 공공조달 참여 촉진 및 확대

- 2017년 12월 기획재정부는 ‘혁신성장 지원 등을 위한 공공조달 혁신방안’을 발표, 공공조달 내 사회적가치 실현 및 강화를 위한 제도 개선을 추진
 - 창업 활성화, 벤처·중소기업 지원 및 신시장 창출 등 혁신 성장 지원
 - 사회적경제기업 우대, 근로조건 보호 강화 등 사회적가치 실현
 - 하도급·지역업체 상생성장 기반 마련 등 공정조달 강화
- 서울시 사회적경제지원센터는 2014년부터 공공구매영업지원단 운영
 - 공공구매영업지원단은 사회적기업 ‘함께일하는세상’에 위탁 운영
 - 공공구매영업지원단을 통한 구매 상담과 공공기관 방문 영업으로 공공기관과 사회적경제기업 매칭 건수가 2015년 10건(40억원)에서 2017년 21건(66억원)으로 증가
- 2016년에는 공공구매 온라인 플랫폼 ‘세나비’를 만들어 구매담당 공무원과 사회적경제기업을 연결하는 역할을 수행
 - 공공구매영업지원단은 공공시장 조사 및 분석을 통해 전반적인 공공구매 시장 동향, 구매실적, 기관의 구매 패턴에 따른 추천 제품, 연계 사업 등을 제안

| 그림 5-1 | 공공구매 온라인 플랫폼 ‘세나비’ 예시

| 2018년 구매 추천 품목 | | | | | | |
|----------------|----------|----------|-------|------------------------|------------------------|-------------------------|
| 유선 추천 품목 | | | | | | |
| 추천 품목 | | | | | | |
| 추천유형 | 품목명 | 예산소계(천원) | 예산항목수 | 상품보러가기 | 예산항목보기 | 부서별로보기 |
| 추천품목 | 도서및교재 | 350 | 1 | 상품link | 관련예산항목 | 주요추천부서들 |
| 기본 품목 | | | | | | |
| 추천유형 | 품목명 | 예산소계(천원) | 예산항목수 | 상품보러가기 | 예산항목보기 | 부서별로보기 |
| 기본품목 | 디자인및인쇄출판 | 42,430 | 6 | 상품link | 관련예산항목 | 주요추천부서들 |
| 기본품목 | 사무기기소모품 | 5,544 | 1 | 상품link | 관련예산항목 | 주요추천부서들 |
| 기본품목 | 복사용지 | 870 | 1 | 상품link | 관련예산항목 | 주요추천부서들 |

경기도 사회적경제 공공시장지원단

- 경기도는 2016년 ‘공공조달의 사회적가치 증대를 위한 조례’를 제정하고, 공공시장지원단 운영을 시작하여 공공기관의 수요와 사회적경제의 공급간의 매칭활동 진행
 - 2016년~2018년 ‘함께일하는세상’ 위탁 운영
 - 2019년 경기도 따복공동체지원센터 성장지원팀 자체 운영(2명)
- 공공구매 활성화를 위한 정보 구축 및 공공기관의 인식 개선을 위한 교육과 홍보활동을 지속적으로 전개
- 사회적경제기업과 공공기관 매칭데이 개최하여 사회적경제 제품의 공공구매 영역 판로 지원 및 홍보 기회 제공
 - 2019년 2회 개최, 약 70개 기업이 공공기관과의 매칭에 성공
- 사회적경제기업 소개 책자 제작 및 홍보 채널 확대
- 공공기관, 사회적경제기업, 중간지원조직을 대상으로 공공구매 상담서비스 운용
 - 공공수요 정보, 공급기업 정보, 공공조달 법 제도, 조달시장 참여방법 및 절차 등 상담서비스 제공
 - 상담 내용, 고객정보 등을 DB로 구축
- 공공기관 예산서 및 구매데이터 분석하여 분석정보를 판로개척에 활용할 수 있도록 정보공유시스템 확보

2. 사회적경제 혁신 거버넌스 정비

1) 인천시 사회적경제 육성위원회 활성화

(1) 사업추진 배경 및 필요성

- 인천시 사회적경제 육성위원회는 2014년부터 설립·운영
 - '인천시 사회적경제 육성 및 지원에 관한 조례' 제6조 사회적경제 육성위원회 설치 조항에 근거
 - 제7조에서는 위원회의 기능을 다음 사항에 대한 심의로 규정
 - 1. 사회적경제 육성계획 수립 및 평가에 관한 사항
 - 2. 사회적경제조직 지원에 관한 사항
 - 3. 사회적경제조직의 발굴 및 지정 등에 관한 사항
 - 4. 사회적경제 활성화를 위한 시와 군·구, 유관 기관, 사회적경제 조직간 협력에 관한 사항
 - 5. 그 밖에 사회적경제조직의 육성을 위하여 필요하다고 인정되는 사항
 - 실무소위원회 형식으로 사회적경제전문심사위원회를 설치하여 지정 및 재정지원 심사를 진행
- 사회적경제 육성위원회의 주된 기능은 사회적경제과의 사업계획에 대한 보고를 받고 의견을 제시하는 수준에 그침
 - 특히 시에서 위탁·운영하는 사회적경제지원센터는 별도의 운영위원회를 설치·운영하고 있어서 사회적경제 육성위원회의 권고사항에 대해서 의미 있는 검토 및 실행으로 연결되지 못함
 - 사회적경제 육성위원회의 논의사항과 의견이 사회적경제지원센터 운영에 반영될 수 있도록 감독기관인 사회적경제과의 역할이 중요
 - 사회적경제 육성위원회의 협의과정과 논의가 실질적인 의미를 지니기 위해서는 위원회에 의결권을 부여하고 집행된 사업에 대한 성과관리를 수행하는 것이 필요

(2) 사업 목표 및 추진방향

- 전문화된 소위원회의 설치를 통해 정책사업에 대한 성과관리 기능을 추가로 부여하는 것이 필요
- 도시재생뉴딜사업 등 다른 부서 사업이지만 사회적경제과와 밀접한 관련성이 있는 정책사업에 대한 TF를 구성하여 사회적경제의 새로운 분야를 개척

(3) 주요 사업 내용

① 사회적경제 육성위원회 조직 재정비

- 사회적경제운영위원회의 기능에 연도별 시행계획을 심의하고 의결하는 역할을 추가
- 현재 실질적으로 운영되고 있는 소위원회인 전문심사위원회와 함께 성과관리 소위원회를 설치·운영
 - 성과관리 소위원회는 사회적경제 육성계획에 의거하여 추진되는 사업들의 성과지표를 관리하고 개선방안을 도출하는 역할을 담당

② 사회적경제 협업 TF 운영

- 사회적경제기업의 도시재생뉴딜사업 참여 등 다른 부서와의 협업을 추진하기 위한 TF를 운영
 - 사회적경제과가 주도적으로 협업 TF를 기획하고 협력 가능한 방안을 제안

(4) 기대효과

- 사회적경제 정책사업 추진을 위한 컨트롤타워로서 육성위원회 역할 강화
- 사회적경제 정책사업의 효율적인 성과관리

(5) 관련 사례

📖 충청남도 사회적경제 협치체제 확대

- 배경 및 필요성
 - 사회적경제 영역 확대 및 협업 증대에 따라 민관 협치 요구 증폭

- 각 분야에서 세분화되고 전문화된 다양한 협치체제의 운영 필요

○ 사업내용

- 사회적경제 육성위원회 확대 운영
 - 공유경제, 사회적경제 특구, 사회성과평가 등을 위한 분과위원회 설치·운영
 - 도, 시·군, 유관기관 등 조직간 협력 강화를 위한 정책제안 기능 강화
 - 각종 사업의 실행력을 높이는 정책 반영 및 대외활동 추진
- 사회적경제의 지속발전을 위한 정책자문위원회 구성·운영
 - 창업, 금융, 마케팅 등 분야별 전문가로 정책자문 수요에 대응
 - 주요 정책 단계별 타당성, 실효성 등 검토와 종합 평가 등 참여
- 도정 사회적경제 협업사업 추진체 구성·운영
 - 충청남도 사회적경제 제2차 5개년 기본계획에서 발굴된 협업사업 추진을 위해 관련부서 관계자로 구성된 추진단 운영
 - 협업사업에 대한 추진계획 공유, 추진사항 점검, 성과진단 등 실행
 - 공무원 대상 성과보고 대회 및 우수협업부서 시상 추진

2) 인천시 사회적경제 중간지원조직 협의체 구성

(1) 사업추진 배경 및 필요성

- 사회적경제 관련 사업의 확대로 군·구 사회적경제지원센터가 설치되면서 기존 인천시 사회적경제지원센터, 인천통합지원센터, 마을기업지원센터 등 다양한 차원의 중간지원조직들의 설립
- 개별 중간지원조직들의 유사사업 추진으로 인한 기능 및 역할의 중복 발생
- 군·구 사회적경제지원센터 간 예산 규모와 역량의 차이로 인한 지원 서비스의 지역 간 격차 완화 필요

(2) 사업 목표 및 추진방향

- 사회적경제 중간지원조직 간 유사사업의 통합적 추진을 통해 효율적인 사업의 추진과 프로그램의 다양성 확보
- 중간지원조직 간 협업을 통한 시너지 창출

(3) 주요 사업 내용

① 인천시 사회적경제 중간지원조직 협의체 구성

- 인천시 사회적경제 중간지원조직들이 참여하는 협의체를 구성하고 주요 프로그램별 실무협의체 운영
 - 인천시 사회적경제지원센터장이 협의체의 리더 역할 수행
 - 특히 유사사업의 중복이 심한 교육 프로그램 운영과 전문 컨설팅 사업 등 수요가 제한적인 사업추진과 관련한 실무협의체를 우선적으로 운영

② 중간지원조직 간 협업 프로젝트 지원

- 중간지원조직 협의체와 사회적경제기업 당사자 조직 간 협의를 통해 인천시 사회적경제 활성화를 위한 협업 과제를 발굴 및 제안
 - 협업 프로젝트에 대한 재정지원은 시 자체 예산으로 지원

- 중간지원조직의 전문인력 역량 강화 프로그램 등을 협업 프로젝트로 우선적으로 추진

| 표 5-11 | 중간지원조직간 협업프로젝트 사업예산 예시

| 품목명 | 단가 | 수량 | 예산/년 | 합계/ (2021-2124) |
|----------------|---------|----|---------|--------------------|
| 협업 프로젝트 사업비 | 2,500만원 | 2식 | 5,000만원 | 20,000만원 |

③ 사회적경제지원센터 인력 및 예산 확충

- 인천시 사회적경제지원센터 인력 및 예산 확충을 통해 전문화된 컨트롤 타워로서 기능하기 위한 조직 확대 재구성
 - 센터장과 5명의 직원으로는 부문별 사회적경제기업의 정책 수요에 대응하기 힘든 상황
 - 현재 조직도상 팀별로 3명씩 배치하고 팀별로 전문성을 강화시킬 수 있는 환경 조성이 필요

| 표 5-12 | 사회적경제지원센터 예산 확충 예시

| 품목명 | 단가 | 수량 | 예산/년 | 합계/5년 |
|---------------------|-----------|----|-----------|-----------|
| 사회적경제지원 센터 예산 확충 | 150,000만원 | 1식 | 150,000만원 | 750,000만원 |

(4) 기대효과

- 군·구 사회적경제 생태계의 균형적 발전
- 사회적경제 자원의 효율적 배분 및 활용

(5) 관련 사례

☞ 광주광역시 사회적경제 민관협의회

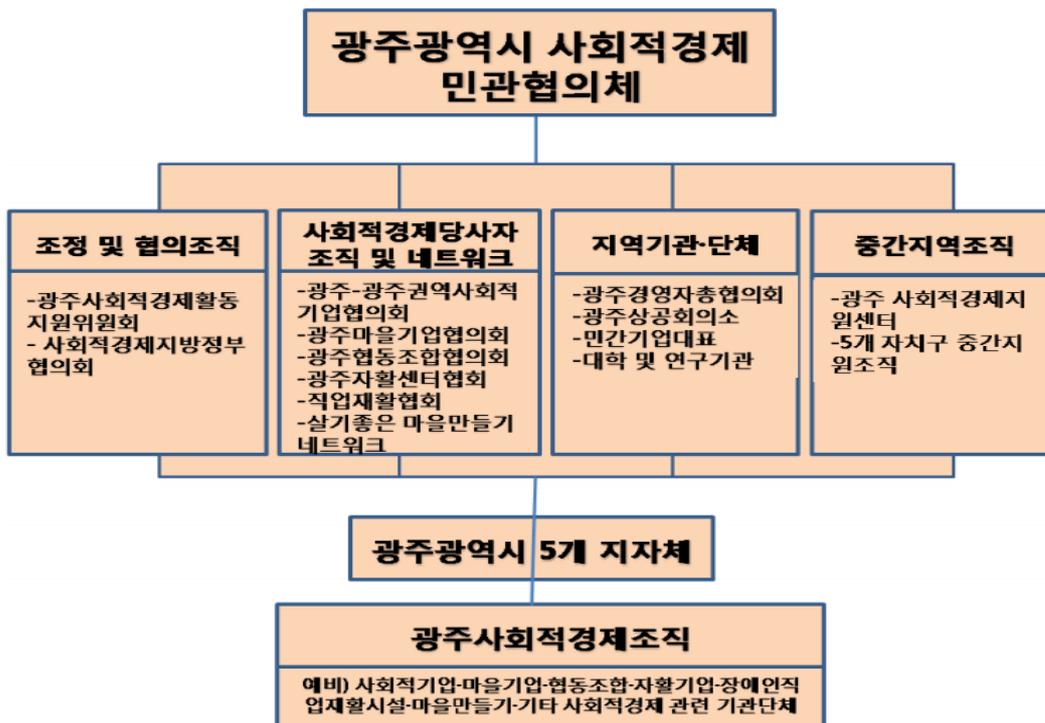
○ 개요

- 민관거버넌스 실현을 위하여 광주광역시 시장과 민간분야 대표가 공동 위원장을 맡고 5개 구청 및 분야별 당사자조직대표, 기업대표, 유관기관 등 20명 내외로 구성하여 실질적이며 상징적인 사회적경제 최고 협의 기구 역할을 수행

○ 민관협의체의 역할 및 기능

- 자치구와 광역 그리고 중간지원조직 민간기업 간 교류와 협력을 강화하기 위해 세부적인 의제발굴과 사업추진을 위해 분기별 회의를 개최
- 광주광역시 사회적경제 활성화를 위한 통합 실무 조직으로 시장경제의 틈새시장과 골목경제를 견인하는 사업아이템 발굴 및 사회적경제 진입과 관련된 정책 및 제도 등을 심의하는 역할을 담당

|그림 5-2| 광주광역시 사회적경제 거버넌스



자료 : 광주광역시(2014), 광주광역시 사회적경제 종합발전계획

3) 인천시 사회적경제 휴먼복 구축

(1) 사업추진 배경 및 필요성

- 인천시와 군·구에서 추진되는 사업 수행 과정에서 전문인력에 대한 수요가 증가할 것으로 기대
- 사업 수행에 필요한 전문인력의 수급을 원활히 하기 위해 분야별로 전문성을 지닌 지역인재풀 구축 필요

(2) 사업 목표 및 추진방향

- 인천시에서 활동 중인 사회적경제 분야별 전문인력풀을 구축하고 필요한 경우 지역 외 전문가풀로 보완
 - 인천시와 군·구의 재정지원사업에 참여한 전문인력들을 우선적으로 전문가풀에 등록하도록 유도
- 전문가풀이 부족한 분야에 대해서는 지역차원에서 육성 프로그램을 운영

(3) 주요 사업 내용

① 인천시 사회적경제 휴먼복 구축 사업

- 인천시 관내 사회적경제 분야 전문인력과 초기 사회적경제기업 대상 멘토 기업가를 중점적으로 발굴하여 인천시 사회적경제 휴먼복 플랫폼 구축
- 인천시와 군·구 재정지원사업에 참여하는 전문인력들의 휴먼복 등록을 의무화 함으로써 초기 인재풀을 조성
 - 교육, 컨설팅(세무, 회계, 마케팅, 홍보), 기술개발, 멘토 등 분야별 전문가 최소 10인 이상 확보

| 표 5-13 | 휴먼복 구축 사업예산 예시

| 품목명 | 단가 | 수량 | 예산/년 | 합계/5년 |
|--------|---------|----|---------|---------|
| 휴먼복 구축 | 1,500만원 | 1식 | 1,500만원 | 1,500만원 |
| 휴먼복 운영 | 500만원 | 1식 | 500만원 | 2,500만원 |

② 인천시 사회적경제 휴먼북 확충 및 육성 프로그램 추진

- 휴먼북 사업추진을 통해 지역 내 전문가풀이 적은 분야의 전문가 발굴을 위한 지역 외부 강사 초청 프로그램 재정지원
- 인천시 중간지원조직 내 분야별 전문가 양성을 위한 인턴십 프로그램 운영
 - 휴먼북에 등록된 전문가와 연계한 인턴십 프로그램에 대한 재정지원

표 5-14 | 휴먼북 확충 및 육성 프로그램 운영 사업예산 예시

| 품목명 | 단가 | 수량 | 예산/년 | 합계/ (2022-2024) |
|----------------|-------|----|-------|--------------------|
| 외부 강사 초청 | 50만원 | 5명 | 250만원 | 750만원 |
| 인턴십 프로그램 운영 | 100만원 | 5명 | 500만원 | 1,500만원 |

(4) 기대효과

- 원활한 전문가 활용을 통한 지역 중간지원조직의 효율적인 활동 지원
- 사회적경제 생태계 내 전문성 강화

(5) 관련 사례

☞ 서울시 휴먼북 사업

- 공유서울 추진계획에 포함된 휴먼북 사업은 2012년 이전에도 이미 여러 기관에서 진행되던 멘토링 사업을 배경으로 하며, 이를 통합한 DB 구축과 상호 정보공유를 목적
- 2012년 이전에도 보건복지부-IBK 휴먼네트워크(www.humannet.or.kr)를 통한 멘토링 사업, 한국자원봉사협의회, 조선일보, 사회복지공동모금회의 ‘재능을 나눴시다’(www.volunteerkorea.or.kr)를 통한 재능기부 사업 등 존재
- 또한 서울시 일부 자치구별로 휴먼(리빙) 라이브러리가 운영되고 있었는데, 강남구, 관악구, 노원구, 성북구에서는 2010년~2012년 사이에 리빙라이브러리 또는 라이브러리를 개관하여 각 30명~130명의 휴먼북을 300~400명 가량의 참여자가 이용

- 서울시의 목표는 ‘기 운영중인 멘토의 DB화’, ‘중양부처 멘토사업과 연계’, ‘자치구간 노하우를 공유하여 휴먼 라이브러리 자치구 확산’임

| 그림 5-3 | 서울 휴먼라이브러리 사람책 예시

경제



소셜중마의 소셜비즈이모작

👤 사람책 김영희
📅 선호 대출 요일 일 ○ 월 ○ 화 ○ 수 ○ 목 ○ 금 ○ 토 ● 선호시간 : 오전

태그
소셜중마
소셜중마의소문나네방송

📄 대출신청

❤️ 0
조회수 647

상세정보

소셜활동을 통하여 인생이모작을 준비하는 55세의 소셜중마입니다. sns를 통하여 소통인맥들과 교류하며 문화관광형시장에 관심이 많고 창업과 소셜홍보마케팅을 컨설팅을 주급씩하는 1인 자영업자입니다. 내용은 추후수정하겠습니다.

3. 사회적경제기업 고도화

1) 사회적경제기업 대상 전문 역량 강화

(1) 사업추진 배경 및 필요성

- 사회적경제기업의 수는 늘고 있지만 제품 및 서비스의 시장 규모는 여전히 미미한 수준
- 사회적경제기업의 제품 및 서비스 품질개선 수요에 대한 전문적인 대응을 통해 시장 경쟁력을 강화함으로써 민간시장 매출 증대 필요

(2) 사업 목표 및 추진방향

- 사회적경제기업 중 마지막 지원대상기업 혹은 졸업기업 중 제품 및 서비스 품질개선을 통한 스케일업 가능성이 있는 업체 대상 선별적 지원
- 선정된 업체들을 민간 액셀러레이터의 전문화된 컨설팅 서비스와 지원 인프라를 활용할 기회 제공

(3) 주요 사업 내용

① 사회적경제기업 스케일업 프로젝트 지원(제조 분야)

- 민간 액셀러레이터의 전문화된 컨설팅 서비스와 지원 인프라 활용을 통해 스케일업 가능성이 있는 제조 분야 사회적경제기업을 발굴하여 집중적인 지원 프로그램을 제공
- 매년 2개 업체를 발굴하고 민간 액셀러레이터와 위탁사업 계약을 맺어서 진행
 - N15(하드웨어 기반 액셀러레이터), WeCook(음식료 관련 액셀러레이터) 등 전문화된 민간 액셀러레이터를 초청하여 사회적경제기업 대상 설명회를 개최하여 관심 있는 사회적경제기업을 발굴

| 표 5-15 | 스케일업 프로젝트 지원(제조 분야) 사업예산 예시

| 품목명 | 단가 | 수량 | 예산/년 | 합계/ (2022-2024) |
|---------|---------|------------------------|--------------------------|--------------------|
| 스케일업 지원 | 1,000만원 | 시범 1개소*1년 계속 2개소*2년 | 시범 1,000만원 계속 2,000만원 | 5,000만원 |

② 사회적경제기업 스케일업 프로젝트 지원(서비스 분야)

- 민간 액셀러레이터의 전문화된 컨설팅 서비스와 지원 인프라 활용을 통해 스케일업 가능성이 있는 서비스 분야 사회적경제기업을 발굴하여 집중적인 지원 프로그램을 제공
- 매년 2개 정도 업체를 발굴하고 민간 액셀러레이터와 위탁사업 계약을 맺어서 진행
 - 분야별 전문 액셀러레이터를 초청하여 사업설명회를 개최하여 관심 있는 사회적경제기업을 발굴하고 중간조직들의 컨설팅을 통해 사업계획서 작성을 지원

| 표 5-16 | 스케일업 프로젝트 지원(서비스 분야) 사업예산 예시

| 품목명 | 단가 | 수량 | 예산/년 | 합계/ (2022-2024) |
|---------|---------|------------------------|--------------------------|--------------------|
| 스케일업 지원 | 1,000만원 | 시범 1개소*1년 계속 2개소*2년 | 시범 1,000만원 계속 2,000만원 | 5,000만원 |

(4) 기대효과

- 사회적경제기업의 제품 및 서비스 경쟁력 강화를 통한 시장 확대
- 사회적경제 분야 컨설팅의 전문화를 통한 중견기업 육성

(5) 관련 사례

🏢 N15 하드웨어 기반 액셀러레이터

- 개요
 - 미국의 테크숍(Techshop) 라이선스가 있는 리더가 서울시에 제안하여 서울시의 일자리 프로젝트로 2015년에 디지털 대장간 사업을 시작

- 서울시의 재원, 용산 전자상가의 공간임대, N15의 콘텐츠제공 및 기획 등 운영능력을 연계하는 3자 MOU를 통해 180평 규모의 공간에 46종 52대의 장비를 갖추어 개소
- 을지로 위워크(본부), 강남과 용산(지점), 베트남과 샌프란시스코(법인) 설립을 통해 국내외 네트워크를 구축. 베트남은 ‘양산’ 과정을, 샌프란시스코는 ‘세일즈’ 과정을 전담. 본부인 위워크 내에 하드웨어랩을 설치
- 2017년 매출은 50억 원으로, 공간운영 10억 원, 엑셀러레이팅 20억 원, Proto X 프로그램으로 20억 원 수준이며, 2018년 매출은 100억 원으로 예상
- 운영인력 4명의 인건비와 프로그램비(시제품 제작 교육, 네트워킹 데이, 네트워킹 파티 등)를 포함한 2억 원에서 2억 5천만 원의 예산으로 추진

○ 운영방법

- 아이디어 단계에서도 프로그램 지원이 가능하며, 아이디어 단계에서부터 시제품 제작, 양산까지 원스톱 솔루션 가능
- 3개월 과정으로 진행하며 졸업기업의 제품, 제작에 관해서 지속적인 멘토링 지원을 제공

○ 협력기관 및 입주기관

- 매년 세계적으로 유명한 기업들까지 전부 참여하는 행사를 기획하여 입주기업들에게 발표, 피칭기회를 제공하고 협력기관들의 경험 공유 및 직간접적인 멘토링을 진행하며 네트워크를 형성
- 6개월에 한 번씩 정해진 형식 없이 입주기업 간의 만남을 통해 네트워크 형성을 지원함

◆ 위쿡(WECOOK) 요식업 분야 액셀러레이터

○ ‘위쿡(WECOOK)’ 기획배경

- 요식업 창업을 위해 작업공간, 주방 설비 등 초기 비용이 높게 발생하는데, 창업 시 초기 비용을 줄이고 창업 전 테스트를 할 수 있는 공간이 필요하다고 판단하여 ‘위쿡’을 기획

- 3년째 운영 중인 스타트업 기업으로, 미국 ‘유니온 키친(Union Kitchen D.C.)’을 벤치마킹
- ‘위쿡(WECOOK)’운영 주체 및 수익형태
 - ‘위쿡’ 본사에서 직영.
 - 멤버십 제도로 운영되며 멤버십 비용과 대관, 제품 매출 등을 통해 수익 창출
 - 주방 공간임대를 토대로 F&B 사업에 필요한 서비스를 연결하는 구조로 운영
- ‘위쿡(WECOOK)’운영 현황
 - 서울창업허브지점을 파일럿형태로 운영하였으며 올 1월 사직지점을 오픈해 현재 사직지점 한 곳만 운영 중
 - 약 80팀 정도가 등록되어 있으며 공유주방, 코워킹 스페이스, 개별주방, 스튜디오, 푸드마켓 공간을 운영 중
 - ‘공유주방’은 넓은 공간에서 다른 사람들과 설비 및 시설을 공유하는 형태로 주로 창업준비생, 프랜차이즈 R&D 팀, 식품제조팀, 푸드트럭 운영자, 플리마켓 셀러 등이 이용
 - ‘개별주방’은 5~10평 규모의 공간을 독점적으로 사용하는 형태로 주로 배송 전문 업체들이 주요 고객
 - 이용자 연령대는 청년 창업가부터 second job, 인생 제2막을 준비하는 중장년층까지 다양하며 2~30대 연령층이 높은 비중
 - 서울을 비롯한 경기, 인천, 춘천 등 비교적 다양한 지역에서 방문해 공유주방을 이용하며, 10명 중 3명 정도는 인천에서 방문

2) 사회적경제기업 협업 프로젝트 지원

(1) 사업추진 배경 및 필요성

- 사회적경제기업은 규모의 영세성과 종사자의 낮은 역량으로 경쟁력 있는 제품과 서비스 생산에 어려움을 경험
- 사회적경제기업의 판로개척 과정에서 협업 추구하는 비율이 높음

(2) 사업 목표 및 추진방향

- 협업을 통해 개별 사회적경제기업의 역량을 공유하고 비용 절감 등 제품과 서비스의 시장 경쟁력을 강화할 수 있는 방안 도출
- 부문 및 업종별 특성에 기초한 사회적경제기업 간 협업을 통해 개별 사회적경제기업의 자조 기반을 조성

(3) 주요 사업 내용

① 사회적경제 부문별 협업사업 지원

- 당사자 조직인 사회적기업협의회, 마을기업협회, 협동조합협의회, 광역자활센터 차원에서 소속 사회적경제기업들 간의 협업 프로젝트를 발굴하여 추진하는 사업에 대한 재정지원 제공
 - 단순한 협의체 구축 활동 및 역량강화 프로그램 그리고 자치구 단위 협의체 구축활동 등은 지원 대상에서 제외

표 5-17기 부문별 협업사업 지원 사업예산 예시

| 품목명 | 단가 | 수량 | 예산/년 | 합계/ (2022-2024) |
|----------------|---------|----|---------|--------------------|
| 부문별 협업사업 지원 | 5,000만원 | 1식 | 5,000만원 | 15,000만원 |

② 사회적경제 업종별 협업사업 지원

- 업종이 유사하거나 동일한 사회적경제기업 간 협업 프로젝트를 통해 공동사업을 발굴하고 육성하는 사업에 대한 재정지원 제공

- 업종 내 과당경쟁을 지양하고 협업사업을 통해 새로운 제품과 서비스 개발 및 판로개척 추진

| 표 5-18 | 업종별 협업사업 지원 사업예산 예시

| 품목명 | 단가 | 수량 | 예산/년 | 합계/ (2022-2024) |
|----------------|---------|----|---------|--------------------|
| 업종별 협업사업 지원 | 5,000만원 | 1식 | 5,000만원 | 15,000만원 |

(4) 기대효과

- 협업을 통한 사회적경제기업의 역량 개발
- 업종별 사회적경제기업 생태계의 고도화

(5) 관련 사례

☞ 서울시 사회적경제 협동화 지원사업

- 사업개요
 - 사회적경제 부문 및 업종 협의회 역량 강화와 조직화를 위한 공동사업 등 사회가치 창출력을 높일 수 있는 공동사업을 발굴하고 육성하는 사업
 - 부문 및 업종별 특성에 기초한 정책사업 및 전략사업으로 당사자 자조 기반을 조성하는 사업
- 신청자격
 - 서울시 수준의 사회적경제 조직들의 대표적인 부문 및 업종 연합/협의회
 - 부문별 협의/연합회란, 서울시에 소재한 (예비)사회적기업, 협동조합, 마을기업, 자활기업의 대표성을 갖춘 협의회로, 각 부문별 연대조직
 - 업종별 협의/연합회란, 서울시에 소재한 업종이 유사·동일한 사회적경제조직이 모인 연합회
- 지원사업 사례 : 서울시 마을기업 공동브랜드화 사업, 서울시 사회적경제 주체 공공급식 협동화 사업, 서울 자활 공공시장 판로개척을 위한 협동화 공동사업 등

3) 사회적금융 중개조직 육성

(1) 사업추진 배경 및 필요성

- 중앙정부 차원에서 민관 사회적금융 도매기금인 ‘한국사회가치연대기금’이 설립되면서 지역차원의 사회적금융기관의 육성이 과제로 부상
- 사회적경제기업의 수가 증가하면서 사업개발비 등 사회적금융 수요가 지속적으로 증가

(2) 사업 목표 및 추진방향

- 사회적금융 도매기금을 활용하여 지역 내 사회적경제기업의 금융 수요 충족시킬 수 있는 인천지역 사회적금융 중간조직의 육성
- 우선 공모사업을 통해 인천지역 사회적금융 중간조직 육성 대상 조직을 선정하고, ‘한국사회가치연대기금’과 협력하여 육성사업을 추진

(3) 주요 사업 내용

① 인천지역 사회적금융 중개조직 육성

- (재)한국사회가치연대기금은 확보한 기금 중 일부를 활용하여 지역 사회적금융 중개조직이 사업에 활용할 수 있도록 재정지원을 할 계획¹¹⁾
- 마이크로크레딧 전문기관인 ‘함께 하는 인천사람들’을 포함해서 지역의 다양한 조직들을 대상으로 한 공모 절차를 거쳐 중개조직을 발굴하고 육성하는 과정이 필요

② 인천시 사회적금융 기금 조성

- 인천시 사회적금융 기금 마련을 위한 조례 제정 필요
 - 서울시 사회투자기금 설치 및 운용에 관한 조례 참고
 - 사회투자기금 운용 관련 전문직 공무원 확보 필요

11) 2019년 6월 말경 구체적인 지역 사회적금융 중간조직 육성 및 지원계획 발표 예정

- (재)한국사회가치연대기금은 지역의 중개조직을 활용한 투·융자사업의 주요 협력 파트너로서 지자체를 상징
- 기금이 확보되면 (재)한국사회가치연대기금과 협력하여 인천시 사회적금융 중개조직을 육성하고 다양한 연계 협력을 통한 투·융자사업을 추진
 - 매년 10억원씩 기금 적립을 통해 장기적으로 100억 마련

표 5-19의 사회적금융 기금 조성 사업예산 예시

| 품목명 | 단가 | 수량 | 예산/년 | 합계/ (2023-2024) |
|----------------|-----------|----|-----------|--------------------|
| 사회적금융 기금 조성 | 100,000만원 | 1식 | 100,000만원 | 200,000만원 |

(4) 기대효과

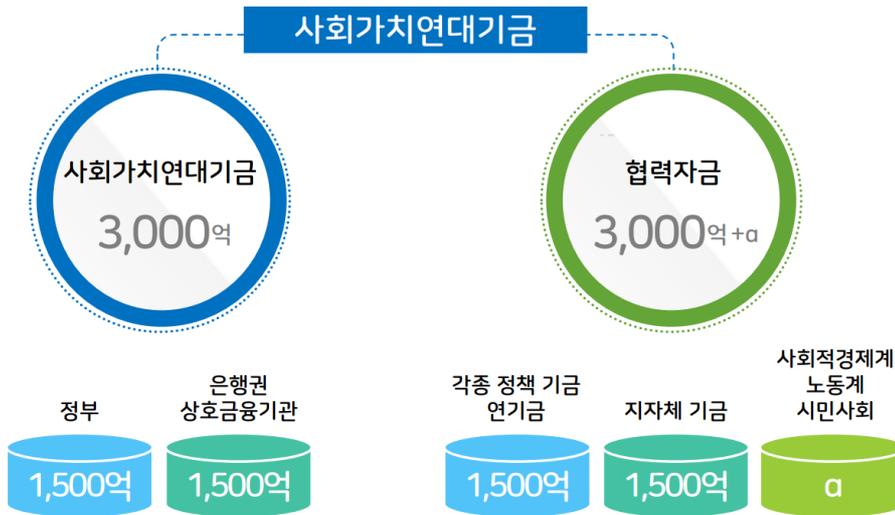
- 사회적금융 중개기관 양성을 통한 지역 사회적금융 활성화
- 지역차원의 사회적금융 활성화를 통한 사회적경제 확대

(5) 관련 사례

☞ 한국사회가치연대기금

- 사업개요
 - 정부의 사회적금융 활성화 방안의 일환으로 2018년 12월에 설립된 민관 협력 사회적금융 도매 기금
- 주요 사업
 - 사회적경제조직 인내 자본 공급 : 사회적경제조직에게 필요한 자금을 지역 중개기관을 통해 공급하고 후순위 참여로 최종 위험 감수자 역할 수행
 - 고임팩트 사회적목적 프로젝트 지원 : 사회문제를 선제적으로 해결하는 혁신 프로젝트에 인내 자본을 제공하여 촉매 효과 창출
 - 사회적금융 중개기관 육성·시장기반 구축 : 지속가능한 사회적 금융시장 조성을 위한 지역 중개기관 육성 및 과학적 사회가치 측정을 위한 제반 연구 지원 사업 추진

| 그림 5-4 | 한국사회가치연대기금 조성 방안



출처 : 한국사회가치연대기금 내부자료

| 표 5-2 | 광역자치단체별 사회적금융 기금 설치 현황(2019년 4월 기준)

| 지역 | 기금(설치년도) | 규모 | 내용 | 비고 |
|----|---------------------------------|------------------------|--|------------------------------|
| 서울 | 서울시 사회투자기금 (2012년) | 841억 (시 578억, 민간 263억) | 2019 예산 215억 - 사회적경제기업 및 사회주택 등 용자 180억 - 민간자산클러스터 25억 - 임팩트투자조합 출자 10억 | 서울특별시 사회투자기금의 설치 및 운용에 관한 조례 |
| | 성북구 사회투자기금 | 11.5억(2018 기준) | 분기별 용자 접수 - 업체당 3천만, 금리 1.5%, 5년 이내 원리금균등분할상환 - 무담보, 무보증(단, 대표자 연대보증은 필요) | 성북구 사회적가치 실현을 위한 사회적경제 기본 조례 |
| 부산 | 부산사회적경제 지원기금(BEF) (2018년) | 10.4억 (2020년까지 50억 목표) | • 캠프, 기보, 부산도시공사, 부산항만공사, 주택도시보증공사, 한국남부발전, 한국예탁결제원, 한국주택금융공사 등 부산지역 8개 공공기관 공동 조성(운영 간사기관: 캠프) | 운영 : (사)사회적기업연구원 |
| 경기 | 경기도 사회적경제기금 (2016년) | 121억 | • 지원사업: 상가매입비 및 사회적 금융기관 협력 용자사업 • 용자 한도 및 용자조건 - 부동산 상가 매입 : 20억 이내, 1.5%, 15년 이내 - 사회적가치 벤처펀드 운영 : 0%, 3년마다 갱신 | 경기도 사회적경제기금 조성 및 운영 조례 |
| 인천 | 인천사회적경제 활성화공동기금 (I-SELF, 2018년) | 15억 | • 수도권매립지관리공사, 인천항만공사, 한국환경공단 공동 출연해 2022년까지 5년 지원 • 스케일업(Scale-up) 기업 최대 5000만 원 무이자 대출, 스타트업(Start-up) 기업은 최대 1500만원 무상 재정지원 | 기금운용 : 사회연대은행 |

자료 : 한국사회가치연대기금(2019.04), 내부자료

4) 지역사회 연계 사회적경제기업 육성

(1) 사업추진 배경 및 필요성

- 지역사회 문제의 범위가 지자체만의 노력으로 해결할 수 있는 범위를 넘어서고 있는 추세이며, 사회적경제기업은 다양한 지역주체와의 연계를 통해 지역문제를 해결할 수 있는 가능성을 보유
- 사회적경제기업의 비즈니스 모델을 다양화하기 위한 효과적인 방법은 도시재생사업과 같은 지역차원의 문제해결과 연계하는 방안

(2) 사업 목표 및 추진방향

- 도시재생뉴딜을 포함하는 다양한 지역문제해결형 사업의 추진 주체로서 사회적경제기업을 육성
 - 사회적경제기업의 도시재생사업 참여과정에서 발생가능한 장애요인에 대한 검토 및 대응 필요
- 지역사회의 요구와 문제를 지속적으로 파악하여 사회적경제와 연계하거나 새로운 사회적경제 주체를 발굴하는 체계를 정착

(3) 주요 사업 내용

① 도시재생 전문 사회적경제기업 육성

- 현재 대부분의 도시재생뉴딜사업은 초기 현황조사 및 계획 단계에 있으며, 실제 사업이 전개되는 과정에서 사회적경제기업의 참여를 촉진할 수 있는 방안 마련 필요
- 도시재생뉴딜사업과 ‘더불어마을’ 사업 등의 추진과 관련하여 사회적경제기업의 참여를 촉진할 수 있는 제도적 장치 마련 필요
 - 도시재생지원센터와 사회적경제지원센터 간 협약을 통해 사회적경제기업의 도시재생사업 참여를 촉진
 - 사회적경제과와 관련 부처 간 TF 구성을 통해 정책사업 추진과정에서 지원 방안 마련

- 인천형 도시재생 전문 사회적경제기업 육성
 - 군·구별 도시재생 전문 사회적경제기업 10개 육성

| 표 5-21 | 도시재생 전문 사회적경제기업 육성 사업예산 예시

| 품목명 | 단가 | 수량/ (2021-2024) | 예산/년 | 합계/ (2021-2024) |
|-------|---------|--------------------|---------|--------------------|
| 육성사업비 | 5,000만원 | 10개소 | 5,000만원 | 20,000만원 |

② 지역사회문제 해결형 사회적경제기업 육성사업 진행

- 지역사회문제 해결형 사회적경제기업 발굴을 위한 정기적인 해커톤 개최
 - 인천시 사회적경제지원센터의 고유사업으로 분기별 지역문제해결을 위한 ‘인천 사회적경제 해커톤’을 개최하고 선발된 팀에게 사회적경제지원센터가 보유한 창업공간과 컨설팅 서비스를 제공
 - 민간의 전문적인 컨설팅 서비스와 연계한 보육사업 진행

| 표 5-22 | 지역사회문제해결형 사회적경제기업 육성 사업예산 예시

| 품목명 | 단가 | 수량 | 예산/년 | 합계/5년 |
|------|---------|-------|----------|----------|
| 해커톤 | 2,500만원 | 1식*4회 | 10,000만원 | 50,000만원 |
| 보육사업 | 2,500만원 | 4개 업체 | 10,000만원 | 50,000만원 |

(4) 기대효과

- 사회적경제기업 생태계의 다양화
- 지역문제해결과 연계한 사회적경제 성장

(5) 관련 사례

◆ 남동구 만부마을 마을관리사회적협동조합

- 사업 개요
 - 만부마을 마을관리사회적협동조합은 도시재생 뉴딜사업의 핵심과제로 국토교통부 주관으로 육성 추진 중인 도시재생형 마을관리협동조합으로서

도시재생사업의 지속성을 확보하기 위해 주민이 주도적으로 주거지를 유지·관리하는 자조조직

- 남동구는 만부마을 도시재생 뉴딜사업의 재정보조 사업이 마무리되는 2020년 이후 만부마을 마을관리사회적협동조합이 지역의 도시재생 사업을 주도할 수 있는 조직으로 육성 계획

○ 만부마을 마을관리 사회적협동조합 성공 요인¹²⁾

- 준비된 주체 ‘주민 협의체’의 역할 : 2014년에 만들어진 주민협의체는 마을길 가꾸기, 마을 축제, 마을 대학, 마을 환경 개선 등 자체적인 활동을 통해 주민 소통의 중심 역할. 도시재생사업이 본격화되면서 주민협의체를 중심으로 ‘도시재생 주민협의체’를 별도 구성
- 지역 이해관계자들 간의 신뢰와 협력 : 사업추진을 위해 구성된 TF 운영과정에서 이해관계자들 간의 원활한 협력

|그림 5-5| 만부마을 지역 협력 체계



- 지역 실정에 맞는 구조 고민 : 국토부의 가이드라인에는 지역의 새마을금고, 신협 등을 운영지원 전문기관으로 지정하고 있지만 만부마을의 경우 TF를 구성하며 도시재생과 사회적경제에 대한 이해가 높은 중간지원기관을 결합. 사업 초기에는 인천시 통합지원기관인 홍익경제연구소가 전문기관 역할을 담당. 사업 안착 후에는 신협이 담당하는 방식으로 결정

12)이로운넷(<http://www.eroun.net>) 국내 1호 마을관리협동조합 탄생시킨 ‘인천 만부마을’을 가다 (2019년 5월 2일자) 참조

5) 사회적경제 ombudsman 제도

(1) 사업추진 배경 및 필요성

- 사회적경제기업들의 정책사업 수행과정에서 느끼는 애로사항을 직접 의회나 행정기관에 전달하는 것은 어려움
- 인천지역 사회적경제기업이 현장에서 체감하는 정책 집행과정 상의 장애요인들을 체계적으로 수집하여 중앙정부와 인천시의 관련 부서에 전달하고 해결책을 모색하는 것이 필요

(2) 사업 목표 및 추진방향

- 인천시 사회적경제지원센터 내에 정책 ombudsman을 배치하여 지속적으로 사회적경제기업의 정책사업 참여와 관련한 애로사항을 체계적으로 수집할 수 있는 조직적 기반을 마련
- ombudsman을 통해 접수된 애로사항을 체계적으로 축적하여 중앙정부와 인천시 그리고 군·구 차원에서 차별적인 해결방안을 제시

(3) 주요 사업 내용

① 인천시 사회적경제 정책 ombudsman 배치

- 인천시 사회적경제지원센터 고유 담당업무 중의 하나로 ombudsman 제도를 도입하고 온라인과 오프라인을 통한 정책 애로사항 접수
- ombudsman 제도를 통해 접수된 애로사항을 인천시 사회적경제과와 관련 중앙부처에 수시로 접수하고 결과를 인천시 사회적경제 관련 당사자들에게 공유

② 인천시 사회적경제 정책 ombudsman 사례집 발간

- 인천시 사회적경제기업들과 중간지원조직들이 제출한 애로사항과 사후 처리 내용을 포함하는 ombudsman 사례집을 발간하고 지역 사회적경제 주체들과 공유

- 옴부즈만 사례집을 통해 개별 주체들이 겪은 애로사항과 정책 대응을 참고하여 다른 기업들이 효과적으로 대응할 수 있도록 지원

| 표 5-23 | 옴부즈만 사례집 발간 사업예산 예시

| 품목명 | 단가 | 수량 | 예산/년 | 합계/5년 |
|-----|-------|----|-------|---------|
| 사례집 | 300만원 | 1식 | 300만원 | 1,500만원 |

(4) 기대효과

- 사회적경제 주체들의 의견이 정책에 반영될 수 있는 제도적 기회 마련

(5) 관련 사례

☞ 중소기업 옴부즈만

- 개요
 - 중소벤처기업부 산하 옴부즈만지원단을 설치하여 불합리한 중소·중견 기업 규제 및 애로사항의 정비를 목적으로 활동
 - 규제 발굴·개선(건의, 권고), 애로사항 해소, 규제 애로 조사·분석, 개선사례 평가 및 분석하는 역할을 수행
- 사례: 외국인 투자기업의 우선고용의무 완화 활동 사례
 - 외국인 투자지역에 입주한 외국인투자기업이 우선고용의무 제도로 인해 인력 수급에 어려움을 겪고 있어서 옴부즈만 제도를 통해 우선고용의무 완화를 위해 ‘외국인투자 촉진법’ 개정 추진

4. 사회가치 저변 확대

1) 사회가치 소비자 포럼 운영

(1) 사업추진 배경 및 필요성

- 기존 사회적경제정책은 공급 측면에 초점을 두고 사회적경제기업의 육성을 통한 일자리 창출을 정책의 핵심목표로 설정
- 하지만 사회적경제기업은 제품과 서비스 판로개척을 주요 애로사항으로 지적하고 있으며, 특히 민간시장 확대를 위한 방안 마련이 필요
- 사회가치 소비에 대한 시민들의 인식을 개선함으로써 사회적경제 제품과 서비스의 민간시장을 확대할 수 있는 저변을 확보하는 것이 중요

(2) 사업 목표 및 추진방향

- 사회가치 소비에 대한 시민의식 제고를 위해 시민대상 교육 프로그램을 운영하고 수요자들을 대상으로 사회가치 협동조합을 구성
- 사회가치 협동조합이 주축이 되어 인천이음마켓을 운영하고 참여하는 사회적경제기업들에 대한 소비자들의 평가를 통해 사회가치 제품과 서비스의 질을 향상

(3) 주요 사업 내용

① 인천 사회가치 협동조합 운영

- 인천시 사회적경제지원센터 주관으로 시민 대상 사회가치 소비자 교육 프로그램 운영
 - 기초 교육 프로그램은 1회당 20명씩 5회에 걸쳐 100명을 대상으로 진행
 - 100명 중 소비자 포럼 참가자 20명을 선발하여 심화교육 프로그램 운영
 - 심화교육을 이수한 시민들을 대상으로 사회가치 협동조합을 설립하고 이음마켓운영사업을 위탁

표 5-24 인천 사회가치 협동조합 운영 사업예산 예시

| 품목명 | 단가 | 수량 | 예산/년 | 합계/5년 |
|----------------|---------|----|---------|----------|
| 기초교육 | 100만원 | 5회 | 500만원 | 2,500만원 |
| 심화교육 | 100만원 | 3회 | 300만원 | 1,500만원 |
| 이음마켓운영 위탁사업 | 3,000만원 | 1식 | 3,000만원 | 15,000만원 |

② 인천 사회가치 제품 모니터링단 운영

- 인천 이음마켓 소비자들에게 구매한 제품과 서비스에 대한 온라인 평가를 통해 우수 사회가치 기업에 대해서는 이음장터 운영시 판매대의 위치를 우선적으로 지정할 수 있도록 배려
- 모니터링에 참여하는 소비자들에게는 사회가치 제품 꾸러미 제공

(4) 기대효과

- 인천시 사회가치 제품과 서비스 민간시장의 확대
- 사회가치 제품과 서비스 질 향상

2) 인천시 사회혁신인재 양성

(1) 사업추진 배경 및 필요성

- 인천시의 지속가능한 사회적경제 발전을 위한 청년인재 육성 필요
 - 특히 사회적경제 중간조직의 운영에 필요한 전문인력의 부족 현상을 해결하기 위한 청년과 시민들을 대상 육성 프로그램이 필요
- 2018년 시민의식조사에서 응답자의 19%가 ‘마을공동체 및 사회적경제조직)을 통한 시민참여 활동에 참여하고 싶다는 의사를 밝힘(서봉만, 2019)
- 지역의 긍정적인 변화 주체로서 사회적경제기업의 역할을 선도할 수 있는 시민 인재 양성을 통해 사회적경제의 지역화를 유도하는 것이 필요

(2) 사업 목표 및 추진방향

- 사회적경제 전문가 교육 프로그램의 도입을 통해 사회적경제 생태계를 발전적으로 선도할 전문인력 양성
- 지역에서 활동 중인 제3섹터 활동가들에게 사회적경제 분야 취창업 교육 프로그램 제공

(3) 주요 사업 내용

① 인천시 사회혁신 전문가 교육사업

- 인천시 사회적경제 생태계의 활성화를 위해서는 기존 구성원들의 역량 강화와 새로운 혁신인재의 발굴을 위한 중·고급 수준의 전문 교육 프로그램 운영
- 인천시 사회적경제지원센터의 고유사업으로 사회적경제 인재육성 전문가 교육과정과 중간지원기관 활동가 교육과정을 지속적으로 운영
 - ① 사회적경제 인재육성 전문가 교육과정 (10명/년)
 - ② 중간지원기관 활동가 교육과정 (10명/년)
- 인천시 사회적경제기업의 판로개척과 홍보를 지원할 소셜마케터와 상품MD 양성 프로그램 운영

- 지역대학 및 상공회의소, 중소기업청 등과 연계하여 매년 5명씩 양성

| 표 5-25 | 사회혁신 전문가 교육 사업예산 예시

| 품목명 | 단가 | 수량 | 예산/년 | 합계/5년 |
|----------|---------|----|---------|----------|
| 인재육성 전문가 | 2,000만원 | 1식 | 2,000만원 | 10,000만원 |
| 중간지원 활동가 | 2,000만원 | 1식 | 2,000만원 | 10,000만원 |
| 마케터/MD | 1,000만원 | 1식 | 1,000만원 | 5,000만원 |

② 인천시 제3섹터 지역혁신가 양성사업

- 인천시 제3섹터에서 활동 중인 지역활동가들 중 사회적경제기업 창업 후보자를 매년 5명씩 선발해서 지속가능한 지역혁신 비즈니스 창업 교육
 - 1년 과정으로 기초부터 전문적인 창업 교육까지 연계한 교육 프로그램
- 우수한 교육 수요자 중 2명에게 해외 선진 프로그램 연수 프로그램 제공
 - 연수 비용의 20%는 자부담

| 표 5-26 | 제3섹터 지역혁신가 양성 사업예산 예시

| 품목명 | 단가 | 수량 | 예산/년 | 합계/ (2022-2024) |
|-------|-------|----|-------|--------------------|
| 창업교육 | 500만원 | 1식 | 500만원 | 1,500만원 |
| 해외 연수 | 300만원 | 3명 | 900만원 | 2,700만원 |

③ 인천시 사회혁신인재 국제교류 지원 프로그램

- 국제적인 사회적경제의 최신 경향을 경험하고 인적 네트워크를 형성할 수 있는 국제사회적경제협의체(GSEF) 연례 행사 참여 지원
 - 국제사회적경제협의체의 지자체 멤버십 가입(회원비 US\$10,000)
 - 매년 30대 청년 사회혁신인재 3명을 선발하여 파견

| 표 5-27 | 사회혁신인재 국제교류 지원 프로그램 사업예산 예시

| 품목명 | 단가 | 수량 | 예산/년 | 합계/5년 |
|----------|---------|----|---------|---------|
| GSEF 멤버십 | 1,000만원 | 1식 | 1,000만원 | 5,000만원 |
| 인재 파견 | 300만원 | 3명 | 900만원 | 4,500만원 |

(4) 기대효과

- 인천시 사회적경제의 지속가능한 발전을 위한 인재풀 확보

(5) 관련 사례

☞ 서울시 사회적경제 전문가 교육과정

○ 개요

- 사회적경제 관련 교육을 공통모듈과 전문교육과정으로 나누어서 진행함으로써 분야별 전문가 양성을 주된 목표로 추진됨. 과정별로 교수 강의용 PPT, 학습자용 워크북, 그리고 운영매뉴얼 제공

○ 교육과정

- 공통모듈

- ① 사회적기업가 정신
- ② Social Fiction
- ③ Theory of Change

- 전문교육과정¹³⁾

- ① 사회적경제 인재육성 전문가 교육과정 (<http://sehub.net/archives/8066>)
- ② 중간지원기관 활동가 교육과정 (<http://sehub.net/archives/8081>)
- ③ 사회적기업 컨설턴트 교육과정 (<http://sehub.net/archives/8088>)
- ④ 사회적기업 인큐베이팅 교육과정 (<http://sehub.net/archives/8093>)
- ⑤ 협동조합 지역코디네이터 교육과정 (<http://sehub.net/archives/8099>)

☞ 서울시 사회적경제 청년혁신활동가 사업

○ 사업 개요

- 사회적경제 영역에서 성장경로를 탐색하는 청년들에게 현장성 있는 훈련과 주체적 일 경험을 제공함. 서울시 사회적경제기업과 관련 기관에서 훈련과 일 경험을 제공하고 월 120만원의 급여 제공

13) 1일 프로그램 1인당 교육비는 2014년 87,000원 수준 (강사비 제외)

○ 분야 및 활동 내용

- 청년혁신활동가 사업 모집 분야 및 활동개요 (아래 표 참조)

| 표 5-28 | 청년혁신활동가 사업 모집 분야 및 활동개요

| 연번 | 참여 분야 | 사업장명 | 활동 개요 | 인원 |
|----|--------------|----------------|---|----|
| 1 | 사회적 회계관리자 | 서울시 사회적경제 지원센터 | 협동조합, 마을기업, 예비사회적기업 등 초기단계 사회적경제 조직들에 대한 회계 지원 서비스 제공, 서울시 사회적경제 회계지원 시범사업 참여 (※ 회계/경리 분야 경력 1년 이상 보유자 참여 가능) | 30 |
| 2 | 학교협동조합 코디네이터 | 서울시사회적경제지원센터 | 학교협동조합 활성화 연구 및 중간지원, 설립지원, 현장활동 지원(매점 운영, 교육 프로그램 수행) | 8 |
| 3 | 윤리적패션 생산MD | 오르그닷 | 윤리적 패션 플랫폼 기반 의류 생산자 및 디자이너 네트워킹, 소규모 봉제공장 홍보 콘텐츠 제작 | 5 |
| 4 | 윤리적패션 생산MD | 성동협동사회경제추진단 | 한국패션사회적협동조합 교육훈련 진행, 의류패션 기술인 양성 및 협동조합 설립지원 | 1 |
| 5 | 윤리적패션 생산MD | 금천 사회적경제연대 | 지역 봉제 제품 공동 브랜드 '금천 made in Seoul' 기획 및 진행 | 1 |
| 6 | 소셜 마케터 | 방물단 | 대안문화장터 기획 및 운영, 영등포 달시장, 상암 월드컵 경기장 마켓 기획/운영 | 1 |
| 7 | 소셜 마케터 | 복지유니온 | 복지시설과 사회적경제 조직들 간에 상호 거래를 촉진하는 홍보 플랫폼 운영 | 1 |
| 8 | 소셜 마케터 | 버리 커뮤니케이션 | 서울시 사회적경제 이슈, 제품/서비스 등 취재. 온/오프라인 매체별 특성에 맞는 콘텐츠로 가공/확산 | 1 |
| 9 | 소셜 마케터 | 은평두레생협 | 사회적경제 전시판매장 운영 지원 조합원 활동 및 교육 지원 업무 | 1 |
| 10 | 소셜 마케터 | 서울시 사회적경제과 | 사회적경제 기업 제품에 대한 공공/민간 기관 구매건수와 구매비율 통계자료 생성 및 관리 | 1 |

자료 : 서울사회적경제포털(sehub.net)

3) 인천시 사회적경제 종사자 처우 개선

(1) 사업추진 배경 및 필요성

- 인천시 사회적경제기업 종사자의 임금 수준은 전국 평균보다 낮은 수준
- 수도권 생활비가 타 지역보다 높은 것을 고려할 때 임금수준의 상향 조정과 함께 생활지원 프로그램 확충 필요

(2) 사업 목표 및 추진방향

- 사회적경제기업 종사자의 임금 수준의 점진적 향상을 통해 일자리 질을 제고함으로써 우수 인력 유인
- 사회적경제기업 창업자와 근로자 대상 주거복지 지원 강화

(3) 주요 사업 내용

① 인천시 청년고용 사회적경제기업 근로환경 개선사업

- 인천시 사회적경제기업 중 자체 청년 고용 비율이 10%를 초과하는 작업장을 대상으로 근로환경 개선 비용을 지원
 - 상시근로자 수가 5인 이상인 사회적경제기업(사회적기업, 마을기업, 협동조합, 자활기업, 소비자 협동조합, 공정무역단체) 대상
 - 일자리 지원사업을 통한 청년 고용 인원은 제외
 - 근로환경 개선을 위한 시설 개·보수 비용과 물품 구입 비용 지원

표 5-29 | 청년고용 사회적경제기업 근로환경 개선 사업예산 예시

| 품목명 | 단가 | 수량 | 예산/년 | 합계/ (2021-2024) |
|-----------|---------|-----|---------|--------------------|
| 근로환경 개선자금 | 1,000만원 | 5개소 | 5,000만원 | 20,000만원 |

② 인천시 사회적경제기업 청년 종사자 대상 주거복지사업

- 청년 창업지원주택 입주자 선정 시 사회적경제기업 종사자 비율 10% 확보

- 미추홀구에 건립 예정인 창업지원주택 200호 중 20호 확보 가능

(4) 기대효과

- 사회적경제기업 일자리에 대한 인식 제고를 통해 우수 인력 유인

(5) 관련 사례

☞ 인천시 청년고용 우수기업 근로환경 개선사업

- 사업개요
 - 근무환경이 열악한 제조기업의 환경개선을 통해 청년들의 지역 중소기업 취업을 촉진하는 사업
- 사업내용
 - 지원대상 : 청년 신규채용 2명이상 포함 상시근로자 수가 5인 이상인 인천 소재 중소기업
 - 지원내용
 - 시설 개보수 비용 지원 : 화장실, 휴게실, 샤워실, 탈의실, 집진·공조시설
 - 물품 구입 비용 지원 : 냉난방기, 공기청정기, 안마기기, 옷장(락커)
 - 지원금액

표 5-30 | 인천시 청년고용 우수기업 근로환경 개선사업 지원금액

| 채용인원 | 2명-3명이하 | 5명 이하 | 10명 이하 | 10명 초과 | 비고 |
|------|------------|------------|------------|------------|----------------|
| 지원금액 | 1,000만원 이내 | 2,000만원 이내 | 3,000만원 이내 | 4,000만원 이내 | 부가가치세 기업 부담 |

제6장

집행계획 및 성과관리체계

제6장. 집행계획 및 성과관리체계

1. 집행계획

1) 사업추진 로드맵

- 단기적으로는 사회적경제기업 발굴과 시장의 확충에 초점
- 중기사업으로는 사회적경제기업 간 협업을 촉진하는 인프라 및 사업 추진
- 장기적으로는 사회적금융 기반 확충을 통한 성장 기반 마련

| 표 6-1 | 사업추진 로드맵

| 전략 | 15대 과제 | 실천사업 | 사업추진 로드맵 | | | | | 사업 추진 기간 |
|----------------------------|--|------------------------------------|-----------------------------------|------|------|------|------|----------|
| | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| 사회 가치 소비 시장 확대 | ① 인천 사회가치 장터 (가칭) 인천이음마켓 운영 | [1-1] 이음마켓 운영사업 | | | | | | 단기 |
| | | [1-2] 이음마켓 투어 | | | | | | 단기 |
| | ② 인천e음 카드 연계 사회가치 소비 환급제 실시 | [2-1] 인천e음 카드 연계 사회가치 소비 환급제 실시 | | | | | | 단기 |
| | | ③ 인천사회가치 판매 거점 확보 및 전문유통업체 육성 | [3-1] 인천시 사회적경제기업 집적공간 조성 용자사업 | | | | | |
| | [3-2] 인천시 전문유통형 사회적경제기업 설립 추진 | | | | | | | 중기 |
| | ④ 사회가치 공공구매 통합지원 시스템 구축 및 지원단 운영 | [4-1] 공공구매통합지원단 운영 | | | | | | 단기 |
| | | [4-2] 공공구매통합정보시스템 구축 및 운영 | | | | | | 단기 |
| | 사회적 경제 혁신 거버넌스 정비 | ⑤ 인천시 사회적경제 육성위원회 활성화 | [5-1] 사회적경제 육성위원회 조직 재정비 | | | | | |
| [5-2] 사회적경제 협업 TF 운영 | | | | | | | | 단기 |

| | | | | | | | | | | |
|---------------------------------------|------------------------------|---|--------------------------------------|--|--|--|--|--|----|----|
| | ⑥ 인천시 사회적경제 중간지원조직 협의체 구성 | [6-1] 인천시 사회적경제 중간지원조직 협의체 구성 | | | | | | | 단기 | |
| | | [6-2] 중간지원조직 간 협업 프로젝트 지원 | | | | | | | 중기 | |
| | | [6-3] 사회적경제지원센터 인력 및 예산 확충 | | | | | | | 단기 | |
| | ⑦ 인천시 사회적경제 휴먼복 구축 | [7-1] 인천시 사회적경제 휴먼복 구축 사업 | | | | | | | 단기 | |
| | | [7-2] 인천시 사회적경제 휴먼복 확충 및 육성 프로그램 추진 | | | | | | | 중기 | |
| | 사회적경 제기업 고도화 | ⑧ 사회적경제기업 대상 전문 역량 강화 | [8-1] 사회적경제기업 스케일업 프로젝트 지원(제조 분야) | | | | | | | 중기 |
| [8-2] 사회적경제기업 스케일업 프로젝트 지원(서비스 분야) | | | | | | | | | 중기 | |
| ⑨ 사회적경제기업 협업 프로젝트 지원 | | [9-1] 사회적경제 부문별 협업사업 지원 | | | | | | | 중기 | |
| | | [9-2] 사회적경제 업종별 협업사업 지원 | | | | | | | 중기 | |
| ⑩ 사회적금융 중간조직 육성 | | [10-1] 인천지역 사회적금융 중개조직 육성 | | | | | | | 중기 | |
| | | [10-2] 인천시 사회적금융 기금 구성 | | | | | | | 장기 | |
| ⑪ 지역사회 연계 사회적경제기업 육성 | | [11-1] 도시재생 전문 사회적경제기업 육성 | | | | | | | 중기 | |
| | | [11-2] 지역사회문제 해결형 사회적경제기업 육성사업 진행 | | | | | | | 단기 | |
| ⑫ 사회적경제 옴부즈만 제도 | | [12-1] 인천시 사회적경제 정책 옴부즈만 배치 | | | | | | | 단기 | |
| | | [12-2] 인천시 사회적경제 정책 옴부즈만 사례집 발간 | | | | | | | 단기 | |
| 사회 가치 저변 확대 | | ⑬ 사회가치 소비자 포럼 운영 | [13-1] 인천 사회가치 협동조합 운영 | | | | | | | 단기 |
| | | | [13-2] 인천 사회가치 제품 모니터링단 운영 | | | | | | | 단기 |
| | ⑭ 인천시 사회혁신인재 양성 | [14-1] 인천시 사회혁신 전문가 교육사업 | | | | | | | 단기 | |
| | | [14-2] 인천시 제3섹터 지역혁신가 양성사업 | | | | | | | 중기 | |
| | | [14-3] 인천시 사회혁신인재 국제교류 지원 프로그램 | | | | | | | 단기 | |
| | ⑮ 인천시 사회적경제 종사자 처우 개선 | [15-1] 인천시 청년고용 사회적경제기업 근로환경 개선사업 | | | | | | | 중기 | |
| | | [15-2] 인천시 사회적경제기업 청년 종사자 대상 주거복지사업 | | | | | | | 중기 | |

2) 단계별 추진전략

(1) 사회가치 소비시장 확대

표 6-2] 사회가치 소비시장 확대 단계별 추진전략

| 15대 과제 | 실천사업 | 1단계 | 2단계 | | 3단계 | |
|----------------------------------|---------------------------------|---|--------------------|------|------|------|
| | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
| ① 인천 사회가치 장터 (가칭) 인천이음마켓 운영 | [1-1] 이음마켓 운영사업 | • 운영 기획 및 조직발굴 | • 이음마켓 운영 | | | |
| | [1-2] 이음마켓 투어 | | • 마켓투어 운영 | | | |
| ② 인천e음 카드 연계 사회가치 소비 환급제 실시 | [2-1] 인천e음 카드 연계 사회가치 소비 환급제 실시 | • 환급제 기획 및 실시 | | | | |
| ③ 인천사회가치 판매 거점 확보 및 전문유통업체 육성 | [3-1] 인천시 사회적경제기업 집적공간 조성 용자사업 | • 사업 홍보 및 컨설팅 | • 판매 공간 및 입주 공간 조성 | | | |
| | [3-2] 인천시 전문유통형 사회적경제기업 설립 추진 | • 사업계획 수립 | • 유통기업(1개업체) 설립 | | | |
| ④ 사회가치 공공구매 통합지원 시스템 구축 및 지원단 운영 | [4-1] 공공구매통합지원단 운영 | <ul style="list-style-type: none"> • 공공구매지원 위탁기업 선정 ✓ 기업 대상 공공구매 참여 교육 ✓ 담당자 대상 인식개선 프로그램 진행 ✓ 공공기관과 사회적기업 간 소통을 위한 설명회 | | | | |
| | [4-2] 공공구매통합정보시스템 구축 및 운영 | <ul style="list-style-type: none"> • 온라인 플랫폼 구축 • 공공조달 품목 분석 및 DB구축 | | | | |

(2) 사회적경제 혁신 거버넌스 정비

표 6-3 사회적경제 혁신 거버넌스 정비 단계별 추진전략

| 15대 과제 | 실천사업 | 1단계 | 2단계 | | 3단계 | |
|---------------------------|-------------------------------------|--|-----------------|------|------|------|
| | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
| ⑤ 인천시 사회적경제 육성위원회 활성화 | [5-1] 사회적경제 육성위원회 조직 재정비 | • 성과관리 소위원회 설치·운영 | | | | |
| | [5-2] 사회적경제 협업 TF 운영 | • 타 부서와의 협업 프로젝트 TF 설치 및 운영 | | | | |
| ⑥ 인천시 사회적경제 중간지원조직 협의체 구성 | [6-1] 인천시 사회적경제 중간지원조직 협의체 구성 | • 중간지원조직 협의체 구성 • 주요 프로그램별 실무협의체 운영 | | | | |
| | [6-2] 중간지원조직 간 협업 프로젝트 지원 | - | • 협업과제 발굴 및 지원 | | | |
| | [6-3] 사회적경제지원센터 인력 및 예산 확충 | • 사회적경제지원센터 전문성 강화를 위한 인력 및 예산 확충 | | | | |
| ⑦ 인천시 사회적경제 휴먼복 구축 | [7-1] 인천시 사회적경제 휴먼복 구축 사업 | • 사회적경제 전문인력 DB 구축 | | | | |
| | [7-2] 인천시 사회적경제 휴먼복 확충 및 육성 프로그램 추진 | - | • 인턴십 프로그램 재정지원 | | | |

(3) 사회적경제기업 고도화

표 6-4 사회적경제기업 고도화 단계별 추진전략

| 15대 과제 | 실천사업 | 1단계 | | 2단계 | | 3단계 | |
|-----------------------|------------------------------------|---------------------------------------|----------------|-------------------|-------------------------|------|--|
| | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| ⑧ 사회적경제기업 대상 전문 역량 강화 | [8-1] 사회적경제기업 스케일업 프로젝트 지원(제조 분야) | • 사업 기획 및 조사 | | • 민간 액셀러레이터 위탁 운영 | | | |
| | [8-2] 사회적경제기업 스케일업 프로젝트 지원(서비스 분야) | • 사업 기획 및 조사 | | • 민간 액셀러레이터 위탁 운영 | | | |
| ⑨ 사회적경제기업 협업 프로젝트 지원 | [9-1] 사회적경제 부문별 협업사업 지원 | • 사업 기획 | • 설명회 및 컨설팅 | • 지원대상 선정 및 지원 | | | |
| | [9-2] 사회적경제 업종별 협업사업 지원 | • 사업 기획 | • 설명회 및 컨설팅 | • 지원대상 선정 및 지원 | | | |
| ⑩ 사회적금융 중개조직 육성 | [10-1] 인천지역 사회적금융 중개조직 육성 | • 사회적금융 기금 관련 조례 제정 및 조직 정비 | | | • 공모를 통한 후보조직 발굴 기획과 지원 | | |
| | [10-2] 인천시 사회적금융 기금 조성 | • 사회적금융 기금 관련 조례 제정 및 조직 정비 | | | • 사회적금융 기금 적립 및 운용 | | |
| ⑪ 지역사회 연계 사회적경제기업 육성 | [11-1] 도시재생 전문 사회적경제기업 육성 | • 사업 기획 및 계획 | • 대상기업 선정 및 육성 | | | | |
| | [11-2] 지역사회문제 해결형 사회적경제기업 육성사업 진행 | • 해커톤 개최 지원 • 보육사업 진행 : 공간과 서비스 제공 | | | | | |
| ⑫ 사회적경제 옴부즈만 제도 | [12-1] 인천시 사회적경제 정책 옴부즈만 배치 | • 옴부즈만 사례 추적 체계 구축 | | | | | |
| | [12-2] 인천시 사회적경제 정책 옴부즈만 사례집 발간 | • 사례집 발간 지원 | | | | | |

(4) 사회가치 저변 확대 단계별 추진전략

표 6-5] 사회가치 저변 확대 단계별 추진전략

| 15대 과제 | 실천사업 | 1단계 | 2단계 | | 3단계 | |
|-----------------------|-------------------------------------|---|--|--|------|------|
| | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 |
| ⑬ 사회가치 소비자 포럼 운영 | [13-1] 인천 사회가치 협동조합 운영 | <ul style="list-style-type: none"> • 소비자 교육 프로그램 운영 • 교육생 중 포럼 참가자 선발 • 소비자포럼 개최 | | | | |
| | [13-2] 인천 사회가치 제품 모니터링단 운영 | <ul style="list-style-type: none"> • 모니터링단 선발 및 평가체계 구축 • 모니터링단 운영 및 평가 반영 | | | | |
| ⑭ 인천시 사회혁신인재 양성 | [14-1] 인천시 사회혁신 전문가 교육사업 | <ul style="list-style-type: none"> • 전문가 교육 프로그램 기획 • 전문가 양성 및 지원 | | | | |
| | [14-2] 인천시 제3섹터 지역혁신가 양성사업 | - | | <ul style="list-style-type: none"> • 후보자 선발 및 교육지원 • 우수 교육수료자 해외 연수 지원 | | |
| | [14-3] 인천시 사회혁신인재 국제교류 지원 프로그램 | <ul style="list-style-type: none"> • GSEF 참여자 선발 및 지원 | | | | |
| ⑮ 인천시 사회적경제 종사자 처우 개선 | [15-1] 인천시 청년고용 사회적경제기업 근로환경 개선사업 | - | <ul style="list-style-type: none"> • 지원 대상 선발 및 운영 | | | |
| | [15-2] 인천시 사회적경제기업 청년 종사자 대상 주거복지사업 | - | <ul style="list-style-type: none"> • 주택확보 및 지원대상 선발과 지원 | | | |

3) 사업별 우선순위 선정

- 사회적경제 육성계획 추진단과 인천시 사회적경제과 공무원을 대상으로 4대 전략과 전략별 실천사업에 대한 우선순위에 대한 설문조사 실시
- 우선순위 선정 결과

| 표 6-6 | 4대 전략 추진 우선순위

| 4대 전략 | 우선순위 | |
|------------------|-------|-----------|
| | 합계 기준 | 1순위 선택 기준 |
| 사회가치 소비시장 확대 | 1 | 1 |
| 사회적경제 혁신 거버넌스 정비 | 2 | 3 |
| 사회적경제기업 고도화 | 2 | 4 |
| 사회 가치 저변 확대 | 4 | 2 |

| 표 6-7 | 사회가치 소비시장 확대 실천사업 우선순위

| 실천사업 | | 우선순위 | |
|-----------------|----------------------------------|-------|-----------|
| | | 합계 기준 | 1순위 선택 기준 |
| 사회가치 소비시장 확대 | ① 인천 사회가치 장터(가칭) 인천 이음마켓 운영 | 1 | 1 |
| | ② 인천e음 카드 연계 사회가치 소비 환급제 실시 | 4 | 4 |
| | ③ 인천사회가치 판매 거점 확보 및 전문유통업체 육성 | 1 | 2 |
| | ④ 사회가치 공공구매 통합지원 시스템 구축 및 지원단 운영 | 2 | 3 |

| 표 6-8 | 사회적경제 혁신 거버넌스 정비 실천사업 우선순위

| 실천사업 | | 우선순위 | |
|------------------------|------------------------------|-------|-----------|
| | | 합계 기준 | 1순위 선택 기준 |
| 사회적경제 혁신 거버넌스 정비 | ① 인천시 사회적경제육성위원회 활성화 | 2 | 2 |
| | ② 인천시 사회적경제 중간지원조직 협의체 구성 | 1 | 1 |
| | ③ 인천시 사회적경제 휴먼북 구축 | 3 | 3 |

| 표 6-9 | 사회적경제기업 지원 인프라 정비 실천사업 우선순위

| 실천사업 | | 우선순위 | |
|-----------------|--------------------------|-------|-----------|
| | | 합계 기준 | 1순위 선택 기준 |
| 사회적경제기 업 고도화 | ① 사회적경제기업 대상 전문 역량 강화 | 1 | 1 |
| | ② 사회적경제기업 협업 프로젝트 지원 | 2 | 2 |
| | ③ 사회적금융 중개조직 육성 | 5 | 4 |
| | ④ 지역사회 연계 사회적경제기업 육성 | 4 | 3 |
| | ⑤ 사회적경제 옴부즈만 제도 | 3 | 4 |

| 표 6-10 | 사회가치 저변 확대 실천사업 우선순위

| 실천사업 | | 우선순위 | |
|---------------|--------------------------|-------|-----------|
| | | 합계 기준 | 1순위 선택 기준 |
| 사회가치 저변 확대 | ① 사회가치 소비자 포럼 운영 | 2 | 2 |
| | ② 인천시 사회혁신인재 양성 | 1 | 1 |
| | ③ 인천시 사회적경제 종사자 처우 개선 | 3 | 3 |

4) 자원투입계획

표 6-11 | 자원투입계획

(단위: 백만원)

| 전략 | 15대 과제 | 실천사업 | 자원투입계획 | | | | | 합계 |
|--|--|---------------------------------------|-----------------------------------|-------|-------|-------|-------|--------|
| | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | |
| 사회 가치 소비 시장 확대 | ① 인천 사회가치 장터 (가칭) 인천이음마켓 운영 | [1-1] 이음마켓 운영사업 | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 60 |
| | | [1-2] 이음마켓 투어 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 |
| | ② 인천e음 카드 연계 사회가치 소비 환급제 실시 | [2-1] 인천e음 카드 연계 사회가치 소비 환급제 실시 | 600 | 600 | 600 | 600 | 600 | 3,000 |
| | | ③ 인천사회가치 판매 거점 확보 및 전문유통업체 육성 | [3-1] 인천시 사회적경제기업 집적공간 조성 용자사업 | - | 40 | 40 | 40 | 40 |
| | [3-2] 인천시 전문유통형 사회적경제기업 설립 추진 | | - | - | 50 | - | - | 50 |
| | ④ 사회가치 공공구매 통합지원 시스템 구축 및 지원단 운영 | [4-1] 공공구매통합지원단 운영 | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 125 |
| [4-2] 공공구매통합정보시스템 구축 및 운영 | | 25 | 25 | 25 | 25 | 25 | 125 | |
| 사회적 경제 혁신 거버넌 스 정비 | ⑤ 인천시 사회적경제 육성위원회 활성화 | [5-1] 사회적경제 육성위원회 조직 재정비 | - | - | - | - | - | - |
| | | [5-2] 사회적경제 협업 TF 운영 | - | - | - | - | - | - |
| | ⑥ 인천시 사회적경제 중간지원조직 협의체 구성 | [6-1] 인천시 사회적경제 중간지원조직 협의체 구성 | - | - | - | - | - | - |
| | | [6-2] 중간지원조직 간 협업 프로젝트 지원 | - | 50 | 50 | 50 | 50 | 200 |
| | | [6-3] 사회적경제지원센터 인력 및 예산 확충 | 1,500 | 1,500 | 1,500 | 1,500 | 1,500 | 7,500 |
| | ⑦ 인천시 사회적경제 휴먼북 구축 | [7-1] 인천시 사회적경제 휴먼북 구축 사업 | 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| [7-2] 인천시 사회적경제 휴먼북 확충 및 육성 프로그램 추진 | | - | - | 7.5 | 7.5 | 7.5 | 22.5 | |
| 사회적 경제기 업 고도화 | ⑧ 사회적경제기업 대상 전문 역량 강화 | [8-1] 사회적경제기업 스케일업 프로젝트 지원(제조 분야) | - | - | 10 | 20 | 20 | 50 |
| | | [8-2] 사회적경제기업 스케일업 프로젝트 지원(서비스 분야) | - | - | 10 | 20 | 20 | 50 |
| | ⑨ 사회적경제기업 협업 프로젝트 지원 | [9-1] 사회적경제 부문별 협업사업 지원 | - | - | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | | [9-2] 사회적경제 업종별 협업사업 지원 | - | - | 50 | 50 | 50 | 150 |
| | ⑩ 사회적금융 증개조직 육성 | [10-1] 인천지역 사회적금융 증개조직 육성 | - | - | - | - | - | - |
| | | [10-2] 인천시 사회적금융 기금 조성 | - | - | - | 1,000 | 1,000 | 2,000 |
| | ⑪ 지역사회 연계 사회적경제기업 육성 | [11-1] 도시재생 전문 사회적경제기업 육성 | - | 50 | 50 | 50 | 50 | 200 |
| | | [11-2] 지역사회문제 해결형 사회적경제기업 육성사업 진행 | 200 | 200 | 200 | 200 | 200 | 1,000 |
| | | | - | - | - | - | - | - |
| | | ⑫ 사회적경제 옴부즈만 제도 | [12-1] 인천시 사회적경제 정책 옴부즈만 배치 | - | - | - | - | - |
| [12-2] 인천시 사회적경제 정책 옴부즈만 사례집 발간 | 3 | | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 | |
| 사회 가치 저변 확대 | ⑬ 사회가치 소비자 포럼 운영 | [13-1] 인천 사회가치 협동조합 운영 | 38 | 38 | 38 | 38 | 38 | 190 |
| | | [13-2] 인천 사회가치 제품 모니터링단 운영 | 1.2 | 1.2 | 1.2 | 1.2 | 1.2 | 6 |
| | ⑭ 인천시 사회혁신인재 양성 | [14-1] 인천시 사회혁신 전문가 교육사업 | 50 | 50 | 50 | 50 | 50 | 250 |
| | | [14-2] 인천시 제3섹터 지역혁신가 양성사업 | - | - | 14 | 14 | 14 | 42 |
| | | [14-3] 인천시 사회혁신인재 국제교류 지원 프로그램 | 19 | 19 | 19 | 19 | 19 | 95 |
| | | | - | - | - | - | - | - |
| ⑮ 인천시 사회적경제 종사자 처우 개선 | [15-1] 인천시 청년고용 사회적경제기업 근로환경 개선사업 | - | 50 | 50 | 50 | 50 | 200 | |
| | [15-2] 인천시 사회적경제기업 청년 종사자 대상 주거복지사업 | - | - | - | - | - | - | |
| 합계(31개 세부사업, 15,696백만원) | | | 2,496 | 2,671 | 2,863 | 3,833 | 3,833 | 15,696 |

2. 성과관리체계

1) 성과평가 개요

☞ 정책 성과평과의 개념과 의의

- 정책 성과관리의 일부분으로 수행되는 성과평가는 정책의 계획에 기반하여 설정한 목표의 달성여부를 점검·평가하여 정책의 의사결정에 반영시키는 활동으로 정의
- 정부업무평가기본법 제2조 6항에 따르면, 성과관리는 정부 업무를 추진하기 위해 임무, 중·장기 목표, 성과지표를 수립하고 집행하는 과정 및 결과를 경제성·능률성·효과성 등의 관점에서 관리하는 일련의 활동을 의미
- 따라서 성과지표 수립, 성과측정 및 평가는 정책의 목적에 공공자원이 적합하게 쓰여졌는지 여부와 투입 대비 산출의 능률성을 평가하고자 하는 행위
- 집행결과가 실제 목적달성에 이바지한 효과를 산출하여 정책결정자들에게 환류(feedback)과정을 통해 사업의 합리적인 결정을 위한 판단 근거 제공

2) 인천시 사회적경제 육성계획 성과평가 방안

☞ 연차별 시행계획의 작성과 확정

- 인천시 사회적경제과는 사회적경제 육성계획에 기초하여 시행계획을 작성하고 사회적경제 육성위원회의 심의를 거쳐 확정
- 사회적경제 육성위원회의 성과관리 소위원회는 연차별 시행계획에서 제시한 정량지표에 대한 별도 심의를 진행하여 확정

☞ 사업참여자 대상 만족도 조사 진행

- 사회적경제지원센터는 1분기와 3분기에 사업참여자들을 대상으로 한 만족도 조사를 진행

- 만족도 조사를 통해서 개선사항을 청취하고 최대한 신속하게 반영

연차별 시행계획 종합 평가

- 연차별 사업 종료 후 만족도 조사와 정량지표 달성 여부를 종합적으로 평가하여 차년도 시행계획에 반영
 - 연차별 시행계획에 대한 평가서는 사회적경제지원센터에서 작성
 - 사회적경제 육성위원회의 성과관리 소위원회는 평가서를 토대로 심의의견서를 작성하고 이를 사회적경제 육성위원회 전체 회의에 제출
 - 사회적경제 육성위원회는 심의의견서를 토대로 차년도 시행계획에 반영할 사항을 건의서 형식으로 사회적경제과에 제시

| 그림 6-1 | 인천시 사회적경제 육성계획 성과관리 체계

| 주체 | 성과관리 내용 | 시기 | 성과관리 결과 |
|-------------------|-------------------------|-------------|--------------------------|
| 사회적경제과 | 연차별 사회적경제육성시행계획 작성 | 전년도 12월초 | 연차별 시행계획(안) |
| 사회적경제육성위원회 | 사회적경제육성시행계획의 심의·의결 | 전년도 12월중 | 연차별 시행계획 확정 |
| 육성위원회 성과관리소위원회 | 사회적경제육성시행계획의 성과지표 심의·의결 | 전년도 12월 | 연차별 성과지표 확정 |
| 사회적경제지원센터 | 사업참여자 만족도 조사 | 당해년도 3월, 9월 | 연차별 사업 평가서 참여자 만족도 결과 |
| 사회적경제지원센터 | 정량 성과지표 달성 조사 | 당해년도 11월말 | 정량성과지표 결과 |
| 육성위원회 성과관리소위원회 | 연차별 사업 평가서 검토 | 당해년도 12월초 | 연차별 사업평가서 심의 의견서 |
| 사회적경제육성위원회 | 연차별 사업 성과 종합 평가 | 당해년도 12월중 | 최종건의서 |

📌 총괄 성과지표 및 전략별 성과지표

○ 총괄 성과지표

- 사회적경제의 정량적인 성장 지표인 사회적경제기업 수, 취업자 수, 매출액, 그리고 사회서비스 제공 비율로 설정

| 표 6-12 | 사회적경제 총괄 성과지표

| 지표 | 단위 | 성과지표 | |
|--------------------|-----|----------------------|---------|
| | | 2017년 ¹⁴⁾ | 2024년 |
| 사회적경제기업 수 | 개소 | 601 | 1,200 |
| 사회적경제기업 취업자 수 | 명 | 5,381 | 10,000 |
| 사회적경제기업 매출액 | 백만원 | 165,796 | 330,000 |
| 사회적기업의 사회서비스 제공 비율 | % | - | 90% |

○ 전략별 성과지표

- 전략별 성과지표는 공공구매 비율, 사업별 성과지표 평균 달성률, 비일자리창출형 사회적기업 비중, 신규 사회적경제 전문인력 수 등 포함

| 표 6-13 | 4대 전략별 성과지표

| 전략 | 지표 | 단위 | 성과지표 | |
|------------------|---------------------------------|----|----------------------|-------|
| | | | 2018년 ¹⁵⁾ | 2024년 |
| 사회가치 소비시장 확대 | 공공구매 비율 ¹⁶⁾ | % | 1.52 | 4.0 |
| 사회적경제 혁신 거버넌스 정비 | 사업별 성과지표 평균 달성률 | % | - | 80.0 |
| 사회적경제기업 고도화 | 비일자리창출형 ¹⁷⁾ 사회적기업 비중 | % | 32.4 | 45.0 |
| 사회가치 저변 확대 | 신규 사회적경제 전문인력 수 | 명 | - | 100.0 |

14) 2019년 자료 수집이 불가능하므로 2017년 자료를 기준점으로 제시

15) 2019년 자료 수집이 불가능하므로 2018년 자료를 기준점으로 제시

16) 공공구매 비율은 총 공공구매액 대비 인증 사회적기업, 마을기업, 사회적협동조합의 제품 구매액 합산액으로 계산함

17) 비일자리창출형은 일자리제공형과 혼합형을 제외한 유형의 사회적기업을 의미

표 6-14 실천사업별 성과지표

| 전략 | 실천사업 (지표) | 지표 (단위) | 성과지표 | | | | | | |
|-----------------------------------|--------------------------------------|----------------------------|--------------|------|------|------|------|-------|----|
| | | | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 | 2024 | 총합 | |
| 사회 가치 소비 시장 확대 | [1-1] 이음마켓 운영사업 | 매출액(억) | - | 10 | 15 | 20 | 20 | 65 | |
| | [1-2] 이음마켓 투어 | 명 | - | 60 | 120 | 240 | 480 | 900 | |
| | [2-1] 인천e음 카드 연계 사회가치 소비 환급제 실시 | 환급액(억) | 6 | 6 | 6 | 6 | 6 | 30 | |
| | [3-1] 인천시 사회적경제기업 집적공간 조성 용자사업 | 공간(개소) | - | - | 2 | 2 | 2 | 6 | |
| | [3-2] 인천시 전문유통형 사회적경제기업 설립 추진 | 업체(개) | - | - | 1 | - | - | 1 | |
| | [4-1] 공공구매통합지원단 운영 | 공공구매(억) | 75 | 100 | 125 | 150 | 200 | 200 | |
| | [4-2] 공공구매통합정보시스템 구축 및 운영 | | | | | | | | |
| 사회적경제 혁신 거버넌스 경비 | [5-1] 사회적경제 육성위원회 조직 재정비 | 정성 | - | - | - | - | - | - | |
| | [5-2] 사회적경제 협업 TF 운영 | 정성 | - | - | - | - | - | - | |
| | [6-1] 인천시 사회적경제 중간지원조직 협의체 구성 | 정성 | - | - | - | - | - | - | |
| | [6-2] 중간지원조직 간 협업 프로젝트 지원 | 프로젝트 수 (개) | - | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 | |
| | [6-3] 사회적경제지원센터 인력 및 예산 확충 | 예산(억) | 12 | 12 | 12 | 12 | 12 | 60 | |
| | [7-1] 인천시 사회적경제 휴먼복 구축 사업 | 전문가(명) | 50 | 75 | 100 | 125 | 150 | 150 | |
| | [7-2] 인천시 사회적경제 휴먼복 확충 및 육성 프로그램추진 | 전문가(명) | - | - | 10 | 10 | 10 | 30 | |
| 사회적경제 기업 고도화 | [8-1] 사회적경제기업 스케일업 프로젝트 지원(제조 분야) | 매출증가액(억) | - | - | 10 | 20 | 20 | 50 | |
| | [8-2] 사회적경제기업 스케일업 프로젝트 지원(서비스 분야) | 매출증가액(억) | - | - | 10 | 20 | 20 | 50 | |
| | [9-1] 사회적경제 부문별 협업사업 지원 | 매출증가액(억) | - | - | 5 | 5 | 5 | 15 | |
| | [9-2] 사회적경제 업종별 협업사업 지원 | 매출증가액(억) | - | - | 5 | 5 | 5 | 15 | |
| | [10-1] 인천지역 사회적금융 중개조직 육성 | 조직 수(개) | - | - | 1 | - | - | 1 | |
| | [10-2] 인천시 사회적금융 기금 조성 | 기금(억) | - | - | - | 10 | 10 | 20 | |
| | [11-1] 도시재생 전문 사회적경제기업 육성 | 기업 수(개) | - | 2 | 2 | 3 | 3 | 10 | |
| | [11-2] 지역사회문제 해결형 사회적경제기업 육성 | 기업 수(개) | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 20 | |
| | [12-1] 인천시 사회적경제 정책 ombudsman 배치 | 정성 | - | - | - | - | - | - | |
| | [12-2] 인천시 사회적경제 정책 ombudsman 사례집 발간 | 배포부수(권) | 300 | 300 | 300 | 300 | 300 | 1,500 | |
| | 사회 가치 저변 확대 | [13-1] 인천 사회가치 협동조합 운영 | 정성 | - | - | - | - | - | - |
| | | [13-2] 인천 사회가치 제품 모니터링단 운영 | 소비자만족 (%) | 60 | 65 | 70 | 75 | 80 | 80 |
| [14-1] 인천시 사회혁신 전문가 교육사업 | | 전문가(명) | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | 100 | |
| [14-2] 인천시 제3섹터 지역혁신가 양성사업 | | 혁신창업가(명) | - | - | 5 | 5 | 5 | 15 | |
| [14-3] 인천시 사회혁신인재 국제교류 지원 프로그램 | | 파견인원(명) | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 15 | |
| [15-1] 인천시 청년고용 사회적경제기업 근로환경 개선사업 | | 지원기업 수(개) | - | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 | |
| [15-2] 인천시 사회적경제기업 청년 종사자 주거복지사업 | | 주택 수(호) | - | 20 | 20 | 20 | 20 | 20 | |

참고문헌

■ 단행본/연구보고서

서봉만(2016). 인천시 사회적경제 육성계획 수립을 위한 기본방향 설정에 관한 연구. 인천발전연구원.

서봉만(2019). 인천시민 의식구조와 정책 수요 분석. 인천연구원.

인천광역시(2015). 인천광역시 사회적경제 현장실태조사. 인천발전연구원.

충청남도(2017). 충청남도 사회적경제 제2차 5개년 기본 계획 2018~2022. 충남연구원

인천시사회적경제통합지원센터(2019). 2019년도 사회적경제기업의 변경되는 제도 및 지침.

■ 관련 법

경기도 공공조달의 사회적가치 증대를 위한 조례(경기도조례 제5291호). 2016.7.19. [제정]

사회적기업 육성법(법률 제11275호). 2012.2.1. [일부개정]

서울특별시 사회적 가치 증대를 위한 공공조달에 관한 조례(서울특별시조례 제7044호). 2019.3.28. [타법개정]

정부업무평가 기본법(법률 제14839호). 2017.7.26. [타법개정]

- 인천광역시 조례 및 규칙

인천광역시 사회적 가치 증대를 위한 공공조달에 관한 조례(인천광역시조례 제6104호). 2019.4.17. [제정]

인천광역시 사회적경제 육성 및 지원에 관한 조례 시행규칙(규칙 제2893호). 2014.6.2. [전문개정]

인천광역시 사회적경제 육성 및 지원에 관한 조례(인천광역시 조례 제5404호). 2014.12.15. [일부개정]

인천광역시 사회적경제기업 생산제품 구매촉진 및 판로개척 지원에 관한 조례
(조례 제5774호). 2017.3.6. [제정]

-인천광역시 기초자치단체 조례 및 규칙

인천광역시 강화군 사회적기업 육성 및 지원에 관한 조례(인천광역시강화군조례
제2033호). 2011.3.2. [제정]

인천광역시 계양구 마을만들기 및 사회적경제 육성 지원에 관한 조례(인천광역시계양구조례 제1134호). 2018.3.23. [제정]

인천광역시 남동구 사회적경제 육성 및 지원에 관한 조례(인천광역시남동구조례
제1476호). 2018.8.8. [일부개정]

인천광역시 동구 사회적경제 육성 및 지원에 관한 조례(인천광역시동구조례 제1
164호). 2018.12.26. [제정]

인천광역시 미추홀구 사회적경제 육성 및 지원에 관한 조례(인천광역시미추홀구
조례 제1484호). 2018.5.21. [일부개정]

인천광역시 부평구 사회적경제 육성 및 지원에 관한 조례(인천광역시부평구조례
제1536호). 2017.9.25. [일부개정]

인천광역시 서구 사회적경제 육성 및 지원에 관한 조례(인천광역시서구조례 제1
487호). 2016.7.8. [전부개정]

인천광역시 연수구 사회적경제 육성 및 지원에 관한 조례(인천광역시연수구조례
제1119호). 2019.2.15. [일부개정]

인천광역시 옹진군 사회적경제 육성 및 지원에 관한 조례(인천광역시옹진군조례
제2259호). 2018.3.28. [일부개정]

인천광역시 중구 사회적경제 육성 및 지원에 관한 조례(인천광역시중구조례 제1
316호). 2019.2.18. [일부개정]

■ 행정자료

고용노동부(2018.10). 2017 사회적기업 성과분석.

고용노동부(2019.4.29.). 공공기관의 사회적기업 제품 구매실적 및 구매계획.

관계부처 합동(2018.11.). 제3차 사회적기업 육성 기본계획('18~'22).

기획재정부(2017). 2017년 협동조합 실태조사.
기획재정부(2017.12.). 혁신성장 지원 등을 위한 공공조달 혁신방안.
일자리위원회(2017). 사회적경제 활성화 방안.
일자리위원회(2018.2.8.). 사회적금융 활성화 방안.
일자리위원회(2018.7.3.). 사회적경제 인재양성 종합계획.
한국사회적기업진흥원(2019.3.15.). 협동조합 설립현황.

■ 보도자료/신문기사

라현윤(2019.5.2.). 국내 1호 마을관리협동조합 탄생시킨 ‘인천 만부마을’을 가다. 이로운넷. <http://www.eroun.net/news/articleView.html?idxno=5377>(검색일: 2019년 6월 4일)
서울특별시(2019.3.14.). 서울시, 사회적경제가 일상에서 체감되는 서울 조성. 서울특별시. http://spp.seoul.go.kr/main/news/news_report.jsp#view/283093(검색일: 2019년 4월 26일)

부록

부록

- 설문조사는 사회적경제기업(사회적기업, 마을기업, 협동조합) 종사자를 대상으로 진행

인천연구원

ID

인천광역시 사회적경제기업 실태조사 (마을기업용)

안녕하십니까?

인천연구원에서는 지역 사회적경제 활성화를 위한 정책 수립의 기초자료 수집을 위한 토대를 구축하기 위해 『인천광역시 사회적경제기업 실태조사』를 실시하고자 합니다. 인천시 사회적경제기업의 사회적가치 제언, 역량 관리 등 실태를 파악하고자 합니다.

바쁘시더라도 잠시만 시간을 내셔서 조사에 협조해 주실 것을 부탁드립니다.

감사합니다.

- 조사대상 : 마을기업 종사자
- 주관기관 : 인천연구원

본 조사와 관련하여 문의사항이 있으시면 아래로 연락주시기 바랍니다.

- 연구 책임자 : 서봉만 연구위원(032-260-2637) / bmseo@ii.re.kr
오수영 연구위원(032-260-2773) / syoh913@ii.re.kr
- 조사시작시점 : 2019년 4월 10일 예정

본 조사의 내용은 통계법 제33조, 34조에 의거하여 비밀이 철저히 보장되며, 설문에 대한 모든 내용은 통계분석과 연구 목적 이외에는 절대 사용되지 않습니다.

2019년 4월

인천연구원

마을기업명 : _____

1. 가치 제언

1. 현재 운영하는 업체는 마을기업으로 창업을 하였습니까? 아니면, 기존 업체를 마을기업으로 전환하였습니까?

| 예, 마을기업으로 창업함 | 아니오, 기존 업체를 마을기업으로 전환함 |
|---------------|---------------------------|
| ① | ② |
| (문 3번으로) | (문 2번으로) |

2. 기존 업체를 마을기업으로 전환하게 된 계기를 2개 선택해주시시오.

.

- ① 기존 업체의 운영가치가 마을기업의 지원 취지와 유사했음
- ② 마을기업 지원사업을 알게 되면서 재정지원을 받기 위해 마을기업으로 전환함
- ③ 마을공동체 지원사업 또는 마을공동체의 숙원사업 해결을 위해 주민들이 협력하여 기존 업체를 마을기업으로 전환함
- ④ 기타 ()

3. 귀 기업의 설립연도는 언제입니까? 마을기업으로 지정되었다면, 지정된 연도도 적어주시시오.

| | |
|------|---|
| 설립연도 | 년 |
| 지정연도 | 년 |

4. 귀 기업이 추구하는 핵심 공동체 가치를 2개 선택해주시시오.

.

- ① 취약계층 대상 사회서비스 제공
- ② 취약계층 우선 고용
- ③ 지역사회에 대한 경제적 공헌
- ④ 지역사회 공동체 활성화
- ⑤ 기타 ()

5. 귀 마을기업을 운영하는 가장 중요한 사회적 목적을 2개 선택해주시요.

.

- ① 지역사회 공동체 활성화
- ② 지역사회를 위한 일자리 창출
- ③ 지역사회를 위한 서비스 제공
- ④ 구성원의 소득 증대 및 복지 증진
- ⑤ 지속가능한 사회 혁신과 발전
- ⑥ 기타 ()

6. 귀 기업의 구성원들은 마을공동체와 마을기업으로서 추구하는 지역 공동체적 가치를 얼마나 잘 이해하고 있다고 생각하십니까?

- ① 아주 낮음
- ② 낮음
- ③ 보통
- ④ 높음
- ⑤ 아주 높음

7. 귀 기업이 추구하는 공동체 가치를 종사자와 어떤 방식을 통해서 공유하십니까?

- ① 종사자 대상 교육
- ② 사회서비스 실천
- ③ 정관 등을 통한 공식적인 홍보
- ④ 채용 과정에서 공동체 가치에 대한 공감대 형성
- ⑤ 기타 ()

II. 고객층, 고객관계 채널, 고객관계 유지 파악(네트워크 유지)

8. 귀 기업의 주요 고객층을 2개 선택해주시요.

.

- ① 일반 주민
- ② 취약계층
- ③ 일반 영리 기업
- ④ 사회적경제 기업(사회적기업, 마을기업 등)
- ⑤ 공공기관/공기업
- ⑥ 기타 ()

13. 고객들에게 귀 기업의 제품이나 서비스의 사회적 가치를 전달 또는 홍보하기 위해 사용하는 채널을 2개 선택해주시시오.

,

- ① 자사 홈페이지
- ② 사회적경제 단체(협의회) 관련 행사
- ③ SNS(인스타그램, 페이스북 등)
- ④ 공공기관/공기업을 통한 홍보
- ⑤ 직접 방문 및 홍보 활동
- ⑥ 소모임 활용
- ⑦ 기타 ()

14. 귀 기업은 마을기업의 당사자 연합회/협의체에 가입하였습니까?

| 있다 | 없다 |
|-----------|-----------|
| ① | ② |
| (문 15번으로) | (문 16번으로) |

15. 가입하였다면 가입한 연합회/협의체의 개수는 몇 개입니까?

| 가입한 연합회/협의체 | 개 |
|-------------|---|
| | |
| (문 17번으로) | |

16. 가입하지 않았다면 그 주된 이유는 무엇입니까?

- ① 필요성을 못 느껴서
- ② 정보가 부재해서
- ③ 대표성 있는 연합회/협의체가 없어서
- ④ 회비가 부담돼서
- ⑤ 기타()

17. 귀 기업은 타 업체 혹은 관련 기관과 네트워크 유지를 위한 활동을 하고 있습니까?

| 하고 있다 | 안 하고 있다 |
|-----------|-----------|
| ① | ② |
| (문 19번으로) | (문 18번으로) |

18. 네트워크 유지를 위한 활동을 하지 않는 주된 이유는 무엇입니까?

- ① 필요성을 못 느껴서
- ② 네트워크를 통한 활동에 대한 정보가 부재해서
- ③ 네트워크를 추진할 자체 역량이 부족해서
- ④ 네트워크를 연계해 줄 지원조직 역량이 부족해서
- ⑤ 네트워크 유지 비용이 부담돼서
- ⑥ 기타()

19. 귀 기업이 가장 중요하게 생각하는 네트워크 파트너를 2개 선택해주세요.

□ . □

- ① 사회적경제 기업 (협동조합, 사회적기업, 마을기업, 소셜벤처 등)
- ② 시에서 운영하는 지원센터
- ③ 구·군별로 운영하는 지원센터
- ④ 마을기업 협회
- ⑤ 비영리단체(시민단체 등)
- ⑥ 민간기업
- ⑦ 공공기업
- ⑧ 기타 ()

20. 귀 기업이 지역에서 네트워크를 형성하는 가장 중요한 목적은 무엇입니까?

- ① 매출 증대
- ② 비용 절감
- ③ 상품/서비스 확보
- ④ 인력 확보
- ⑤ 사회적 가치 실현
- ⑥ 이익집단 형성
- ⑦ 기타()

21. 귀 기업이 상품 및 서비스 생산에 필요한 원재료를 주로 조달하는 대상을 2개 선택해주세요.

□ . □

- ① 지역 내 사회적경제 관련(사회적기업, 협동조합, 마을기업 등) 사업체
- ② 지역 내 일반사업체
- ③ 지역 외 사회적경제 관련 사업체
- ④ 지역 외 일반사업체
- ⑤ 기타 ()

Ⅲ. 마을기업의 역량 및 활동

22. 귀 기업의 핵심 자원들에 대해서 각각 평가해주시시오.

| 항 목 | 매우 낮음 | 낮음 | 보통 | 높음 | 매우 높음 |
|------------------------------|-------|----|----|----|-------|
| 1) 브랜드 인지도 (자체평가) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 2) 물적자원(건물, 생산시설) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 3) 지적자산(브랜드, 저작권, 고객 데이터베이스) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 4) 인적자원(영업팀, 연구개발자) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 5) 재무자원(현금, 신용한도) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

23. 귀 기업에서 현재 추진하고 있는 활동 중에서 가장 중요한 것은 무엇입니까?

- ① 제품 및 서비스의 개선 활동
- ② 고객 관계 강화를 위한 홍보 활동
- ③ 지역사회 내 파트너십 강화 활동
- ④ 종사자의 역량 강화 활동
- ⑤ 기타()

24. 귀 기업이 타 업체 및 조직들과 협력하고 있는 활동 중에서 가장 중요한 것은 무엇입니까?

- ① 제품 및 서비스의 생산 활동
- ② 제품 및 서비스의 시장 개척 활동
- ③ 제품 및 서비스의 홍보 활동
- ④ 제품 및 서비스의 개발 활동
- ⑤ 정보 교환 및 친목 활동

25. 현재 귀 마을기업의 주요한 시장 확보방식을 2개 선택해주시시오.

,

- ① 사·도 등 공공기관의 지원으로(예: 공공구매)
- ② 직접 영업 및 홍보를 통해서
- ③ 중간지원조직을 통해서
- ④ 구성원의 개인적 친분을 통해서
- ⑤ 업종별 공동 네트워크를 통해서
- ⑥ 기타()
- ⑦ 지역사회와의 협력기업 또는 단체들을 통해서

V. 인천시 사회적경제 정책 및 기타 애로사항

30. 다음 지원정책들의 중요도를 평가해주시시오.

| 항 목 | 중요도 | | | | |
|--|-------|----|----|----|-------|
| | 매우 낮음 | 낮음 | 보통 | 높음 | 매우 높음 |
| 1) 공공기관/공기업의 우선구매 적극적 실시 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 2) 자금지원 및 세제혜택의 확대 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 3) 고객확보 및 마케팅 지원 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 4) 경영컨설팅 및 정보 제공 (경영지원 전문가 및 전문기업 네트워크 연계) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 5) 사무실 및 사업장 임대 지원 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 6) 재무 및 회계 지원 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 7) 인사, 조직 및 운영지원 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 8) 전문인력 양성 프로그램 제공 (기술 및 직업교육, 훈련지원) | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 9) 사회적 인식 강화 프로그램 제공 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 10) 지역특화형 사업 발굴 및 육성 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 11) 일반기업과의 협력강화 프로그램 개발 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 12) 지역사회 유관기관과의 협력체계 구축 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 13) 소비자 그룹과의 협력 네트워크 구축 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 14) 사회적금융 기관 육성 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 15) 해외 우수 프로그램 벤치마킹 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 16) 해외 연수프로그램 운영 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 17) (사회적)협동조합 전환 및 (예비) 사회적기업/마을기업/자활기업/소셜벤처 등 인증 지원 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 18) 창업초기(예비 또는 인증) 기업 재정 지원 강화 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 19) 성장기(인증 졸업)기업 재정 지원 강화 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 20) 기타() | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

31. 사회적경제조직의 성장에 있어서 각 장애요인의 정도를 평가해주시시오.

| 항 목 | 장애 정도 | | | | |
|-------------------------------|-------|----|----|----|-------|
| | 매우 낮음 | 낮음 | 보통 | 높음 | 매우 높음 |
| 1) 종사자의 기술 수준 부족 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 2) 종사자의 근로능력 부족 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 3) 전문성을 갖춘 기술/경영 능력 부족 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 4) 운영자금 및 투자자금의 부족 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 5) 작업시설 및 설비의 부족 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 6) 상품 판매·판로개척 등의 마케팅 기술의 부족 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 7) 영세한 지역시장의 규모 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 8) 상품 및 서비스의 품질개선 및 관리 능력의 부족 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 9) 사회적경제기업의 사회적 인지도 부족 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 10) 관련 제도 및 법규의 규제에 의한 활동 제약 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 11) 지자체 및 관련 공무원의 비협조 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 12) 대표의 리더십 부족 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 13) 기업의 민주적 의사결정 부족 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 14) 마을기업의 낮은 시장 경쟁력 | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |
| 15) 기타() | ① | ② | ③ | ④ | ⑤ |

< 끝까지 옆에 참여해 주셔서 감사합니다. >

- 인천시 사회적경제 육성계획 추진단 1차 회의는 4월 4일, 8일 두 차례에 걸쳐 진행

【자문회의 결과】

| | | | |
|---------|-----------------------------|---|-------------------------------|
| 과 계 명 | 인천광역시 사회적경제 육성계획 수립 용역 | | |
| 연구책임자 | 서 봉 만 | 연구기간 | 2019. 01. 25. ~ 2019. 06. 24. |
| 자문회의 일시 | 2019년 4월 4일 (목) 10:00~12:00 | | |
| 자문위원 | 원내 | 권덕진 (사회적협동조합 동그라미 이사장) | |
| | 원외 | 박상희 ((주)파라서 대표) 오은숙 (인천시 사회적경제지원센터 부장) 이창현 (The PL 커뮤니케이션즈) | |

□ 자문내용

| No. | 자문의견 |
|-----|--|
| 1 | <p>[권덕진 : 사회적협동조합 동그라미 이사장]</p> <ul style="list-style-type: none"> • 도시재생박람회(4월 17일-19일)에 50개의 기업이 참여하니, 와서 설문응답을 받는 것도 좋을 듯함 • 사회적경제 기업들 중 개인의 아이디어를 키워 판매, 매출로까지 이어지는 기업들은 극히 소수임. 오히려 위탁사업을 진행하는 것이 수익으로 이어지는 경우가 많음 • 협동조합이 당면한 문제를 파악한 후에, 비전과 전략을 수립하는 것이 필요한데 실태 조사 파악이 부족한 것 같음. 샘플을 뽑아 실태조사를 하고, 그것을 일반화하는 편이 요구됨 |
| 2 | <p>[박상희 : ㈜파라서 대표]</p> <ul style="list-style-type: none"> • 마을기업의 경우, 대부분 대표가 연세 드신 분들이 있어 구글 설문지가 불편할 수 있음. 특히, 신뢰도가 높은 기관에서 설문지를 보내는 것이 더 나을 듯함 • 마을기업의 상황, 경쟁력 확보가 타 사회적기업, 협동조합과는 다른 궤에 있음 • 마을기업은 사회적경제의 큰 매출원이라 할 수 있는 공공구매에는 취약함. 영세한 지역상권의 판로를 가지고 있어, 사회적경제 전체적으로의 판로지원이나 마케팅 부분을 활용하는 데 한계가 있음 |
| 3 | <p>[오은숙 : 인천시 사회적경제지원센터 부장]</p> <ul style="list-style-type: none"> • 설문조사 시행 시, 각 기업의 지원기관에 부탁하는 것이 아니라 통합지원기관에서 나눠주는 것도 좋은 방법임 • 설문조사 응답기간 동안 미응답기업에 대한 참여 독려가 가능하도록 기업명을 설문지에 작성하는 것이 필요 • 사회적기업과 (예비)사회적기업의 등록 수 추이 현황에서 2010년~2015년 사이에 예비 사회적기업 등록 수가 0건인데, 확인 필요 • 사회적기업, 협동조합, 마을기업의 업종유형을 동일하게 할 수 있는지, 할 수 있다면 분류를 통일하는 것이 좋을 듯함 |
| 4 | <p>[이창현 : The PL 커뮤니케이션즈]</p> <ul style="list-style-type: none"> • 구글 설문지를 어려워하는 분들이 계서, 직접 프린트해서 응답을 받는 것이 나은 방법임 • 협동조합과 사회적협동조합의 사업 비율을 나눠보면, 사회적협동조합의 경우가 정부 사업을 받는 비율이 훨씬 높음. 사회적협동조합과 협동조합을 묶어서 설문을 받다보면 놓치는 부분이 있을 듯함 |

【자문회의 결과】

| | | | |
|---------|-----------------------------|---|-------------------------------|
| 과 제 명 | 인천광역시 사회적경제 육성계획 수립 용역 | | |
| 연구책임자 | 서 봉 만 | 연구기간 | 2019. 01. 25. ~ 2019. 06. 24. |
| 자문회의 일시 | 2019년 4월 4일 (목) 10:00~12:00 | | |
| 자문위원 | 원내 | | |
| | 원외 | 문병인 (고용복지나눔협동조합 이사장) 심옥빈 ((주)다사랑보육서비스 회장) 최환 ((주)최고의환환미소 판로개척위원장) | |

□ 자문내용

| No. | 자문의견 |
|-----|--|
| 1 | <p>[문병인 : 고용복지나눔협동조합 이사장]</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사회적경제의 주체들, 시 조차도 근시안적으로 접근하고 있음 • 시가 인천만의 특성, 산업, 고유한 것 중 성장가능성이 있는 것들에 대해 사회적경제 활동가들에게 신규사업 발굴 분야로 제시하는 것이 필요함. 사업화아이템, 정보제공 등이 부족하니 신규사업을 시작했더라도 정착하는 것이 어려움 • 시의 정책방향성, 정책흐름에 맞는 사회적경제조직들이 생겨나는 것이 활성화에 도움이 됨 |
| 2 | <p>[심옥빈 : ㈜다사랑보육서비스 회장]</p> <ul style="list-style-type: none"> • 한국공항공사의 창업경진대회도 사회적기업협의회에서 하고 있지만, 실제 공항도 서울과 손을 잡고 싶어했음. 어떻게 하면 사회적경제 시장을 서울과 공존을 할 수 있을지 고려해보는 것이 중요 • 창업초기 중심의 재정지원 뿐만 아니라, 성장기별 기업에 맞는 재정지원 같은 내용이 설문문항에 포함이 되어야 함 • 사회적경제의 당면한 문제들을 해결하기 위한 전략으로는 거버넌스 구축이 무엇보다 필요함 • 사회적기업협의회 당사자조직 뿐만 아니라 다양한 분야가 모여 총회를 준비 중임 |
| 3 | <p>[최환 : ㈜최고의환환미소 판로개척위원장]</p> <ul style="list-style-type: none"> • 인천시 사회적경제 환경은 사회적경제기업들이 시의 정책 실현을 위한 도구로 쓰이고 있다는 느낌이 강함 • 처음 사회적경제 기업을 위한 사업을 준비할 때부터 사회적경제에 관련한 이해관계자들이 모두 모여 판을 짜는 것이 필요한데, 인천시의 경우 “공간이 비었네, 사회적경제 기업들 쓸데면 써봐” 식으로 사업을 제안하다보니 기업의 니즈에 맞지 않는 공간 제공, 사업 수행 등으로 인해 선순환 체계 구축이 어려움 • 예를 들어, 인천도시공사에서 사회주택 사업을 하는데, 사회주택 사업의 위탁 운영을 사회적경제기업에게 맡겨야 사회적경제 활성화가 되기에 용이한 환경이 될 것이라 생각함. 하지만 인천도시공사는 서울주택공사와 함께 사회주택을 진행하고 있음 • 사회적경제기업 자체의 역량 축적이 되지 않음 사회적경제기업의 지속가능성은 장담할 수 없음. 인천시 사회적경제 자체 리더십과정을 개설한다든지, 좀 더 사회적경제 기업이 직접적으로 원하는 것들을 제시했으면 함 |

○ 인천시 사회적경제 육성계획 추진단 2차 회의는 5월 7일에 진행

【자문회의 결과】

| | | | |
|---------|-----------------------------|--|-------------------------------|
| 과 제 명 | 인천광역시 사회적경제 육성계획 수립 용역 | | |
| 연구책임자 | 서 봉 만 | 연구기간 | 2019. 01. 25. ~ 2019. 06. 24. |
| 자문회의 일시 | 2019년 5월 7일 (화) 14:00~17:00 | | |
| 자문위원 | 원내 | | |
| | 원외 | 김수연 (부평구 사회적경제지원센터 주무관) 김상복 (홍익경제연구소 부장) 문병인 (고용복지나눔협동조합 이사장) 서광일 (전통연희단 잔치마당 대표) 이창현 (The PL 커뮤니케이션즈) 최환 (최고의환한미소 판로개척위원장) | |

자문내용

| No. | 자문의견 |
|-----|--|
| 1 | <p>[김수연 : 부평구 사회적경제지원센터 주무관]</p> <ul style="list-style-type: none"> • 선순환구조가 만들어져야 함. 인천의 경우 졸업기업들이 많은데 이들에게도 재정지원이 필요하고, 구와 시 차원의 지원도 좋지만 공모식의 사업이 필요함. • 키워드제시: 선순환구조 |
| 2 | <p>[김상복 : 홍익경제연구소 부장]</p> <ul style="list-style-type: none"> • 도시재생을 사회적경제 영역으로 포괄하려는 목적에서 마을관리기업(CRC)가 생겨나고 있고 이를 인천시에서도 관심을 가짐. 마을 활성화와 공동체성 증진을 이끌어내는 일을 시민의 커리어가 되도록 하면 시민 차원의 적극적 개입이 예상됨. • 재정지원사업의 한계를 말하자면, 작년부터 사회적 협동조합, 마을기업, 자활기업까지 재정지원을 받게 되며 사회적기업이 가지는 비율이 줄어듬 • 지원이 끝나고 나면 도태되는 사회적기업들이 많음. 지속가능성을 키워드로 제시. • 키워드제시: 지속가능한 환경 개선 |
| 3 | <p>[문병인 : 고용복지나눔협동조합 이사장]</p> <ul style="list-style-type: none"> • 지자체가 사회적경제 활성화에 대한 인식이 있다면 향후 정책, 가령 3, 5개년 중장기 계획들을 사회적경제 주체들에게 공유할 필요가 있음. 도시재생 영역으로 확대 • 사회적기업기본법 12년, 각 주체별로 잘 해왔다고 생각함. 이제는 이를 어떻게 융합시키고 협업체계를 구축할 건지, 거버넌스가 체계적으로 강화되어야 함. 관,민이 지역 여러 자원을 효율적으로 이용해야 함. • 키워드제시: 거버넌스, 역량 강화, 융합과 협업 |

| No. | 자문의견 |
|-----|---|
| 4 | <p>[서광일 : 전통연희단 잔치마당 대표]</p> <ul style="list-style-type: none"> • 협의회 가입기업끼리 친목 이상의 무언가를 할 수 없는 상황이고 협의회와 구 차원에서 인센티브가 필요함. 소통의 질을 높이기 위해 지정, 인증심사 때 이러한 부분이 공지되어야 함 • 정부에 따른 정책 관점이 상이함. 이명박, 박근혜 정부는 사회적기업의 재정 성과에 초점을 맞췄다면 문재인정부는 노무현정부때와 같이 다시 사회적 가치를 중시하고 있음. 이를 반영해 사회적가치 창출로 키워드 제시 • 키워드 제시: 사람 중심 경제, 가치 중심 경제 |
| 5 | <p>[이창현 : The PL 커뮤니케이션즈]</p> <ul style="list-style-type: none"> • 타 기업과 네트워킹을 하는 것에서 사회적기업이 유리하다. 마을기업과 사회적기업이라는 네이밍에 대한 인식구조의 차이에 근거한 것으로 판단됨. • 키워드 제시: 공동체 경제 |
| 6 | <p>[최환 : 최고의환한미소 판로개척위원장]</p> <ul style="list-style-type: none"> • 협업은 쉽지 않음. 민간의 이윤과 이익을 통해서 진행되는 것이지 단순히 모 아놓는다고 해서 연대가 이루어지는 것은 아님. • 인천시 중심의 사회적경제 생활 활성화가 필요. '인천 사람', '인천시' 안에서 경제활성화가 일어나도록 사회적경제 구조를 재편할 필요가 있음. • 키워드 제시: 인천다움, 지속가능한 환경 개선 |

【자문회의 결과】

| | | | |
|---------|-----------------------------|---|-------------------------------|
| 과 제 명 | 인천광역시 사회적경제 육성계획 수립 용역 | | |
| 연구책임자 | 서 봉 만 | 연구기간 | 2019. 01. 25. ~ 2019. 06. 24. |
| 자문회의 일시 | 2019년 5월 7일 (화) 18:00~21:00 | | |
| 자문위원 | 원내 | | |
| | 원외 | 권덕진 (사회적협동조합 동그라미 이사장) 박상휘 ((주)파라서 대표) 오은숙 (인천시 사회적경제지원센터 부장) 심옥빈 ((주)다사랑보육서비스 회장) | |

□ 자문내용

| No. | 자문의견 |
|-----|--|
| 1 | <p>[권덕진 : 사회적협동조합 동그라미 이사장]</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사회적기업이 우후죽순으로 생겨나고 있는 상황에서 규제가 필요하다고 생각함. 인증 심사단계에서의 기준 강화를 통해 기업 자체의 지속가능한 역량을 판단하는 것도 중요함. • 인천시도 복지재단을 만들어 그에 따른 기본적 시스템을 제공해야 함. |
| 2 | <p>[박상휘 : ㈜파라서 대표]</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사회적경제 기금을 인천에서 자체적으로 조달하도록, 은행을 만들고 무이자 등의 혜택을 주는 금융기관을 만드는 것을 검토해 달라. 전국 단위의 사회적경제 기금이 있다. 시 차원에서 기금 조성의 창구가 마련된다면 각 공사에 기금 요청의 체계가 확립될 수 있음. • 서울시 사회적경제 아이템 중 시민체감형 지역순환경제 구축 부분은 아이디어가 신선하고 활용할만하다고 생각함. • 설문조사를 통해 얻을 수 있는 내용은 많이 알리고, 팔고 싶다는 사실이기 때문에 무엇보다 판로 확보에 관한 논의가 필요함. • 비전 제시: '같이 가는 사회, 가치 있는 사회' |
| 3 | <p>[오은숙 : 인천시 사회적경제지원센터 부장]</p> <ul style="list-style-type: none"> • 기금을 받은 사람들에 대한 교육은 흥익경제연구소가 하고 있고 비슷한 사례로 함께하는 인천 사람들(이하 함인사)이 있지만 한계가 있고, 아직까지 이렇다할 기금 운용의 주체가 없음. • 가치, 인식, 교육과 관련해서 인재양성 사업도 신경을 써야 함. |
| 4 | <p>[심옥빈 : ㈜다사랑보육서비스 회장]</p> <ul style="list-style-type: none"> • 사회적기업 설립 초기에 사회서비스에 대한 고민이 크고, 이를 네트워크에 확인하는 경우가 많음. • 비전 제시: '시민과 함께 하는 사회적 경제' |

▮ 연구책임

서봉만 지역경제연구실 연구위원

▮ 연구참여

오수영 지역경제연구실 초빙연구원

본 연구 결과는 연구진의 견해로서
인천광역시의 정책과는 다를 수 있습니다.

