

# 「2016년 소공인특화지원센터」 사업계획서

기 관 명	(사)한국차양산업협회		
작 성 자		연 락 처	

# 1. 소공인 집적지 현황

## 1. 집적지 일반현황

<p>위 치</p>	<p>서울시 서초구 신반포로 194 서울경부고속버스터미널(반포4동)</p>
<p>업종/코드</p>	<p>섬유제품 제조업(의복제외)/13(커튼 및 블라인드 유사제품)</p>
<p>집적지 지도 및 일대전경 사진</p>	

## 가. 형성배경 및 연혁

### □ 형성 배경

- 1970년 7월에 경부고속도로 개통과 서울의 강북과 강남이 연결됨
- 1981년 10월 20일 강남고속버스터미널 본관 개관
- 경부선, 영동선, 구마선의 기점과 종점 역할로 유동인구 증가에 따른 상권 개발
- 3호선(1985년10월18일), 7호선(1996년10월11일), 9호선(2009년 7월24일) 지하철 개통으로 유통인구 증가
- 고속버스터미널과 함께 유락시설, 의류도매 및 커튼과 블라인드 등이 공존하는 유통시장 발달

### □ 연혁

- 1975년 구자춘 서울특별시장은 도심의 집중을 완화하고 강남을 개발하기 위해 반포동에 종합버스터미널 계획 마련
- 1975년 11월 14일 서울강남고속버스터미널 주식회사 설립
- 1981년 10월 20일 강남고속버스터미널 본관 개관
- 1982년 3월 12일 6, 7, 8층에 의류도매상가 개장
- 1983년 4월 11일 2, 4층에 원단상가 개장
- 1998년 3월 15일 3층에 꽃상가 개장
- 2002년 4월 20일 5층에 웨딩홀 개장

## 나. 집적지 특성

### □ 장점

- 섬유제품이 시중보다 20%정도 값싸게 거래됨
- 터미널을 이용하는 소비자, 지방 상인들과의 많은 거래
- 고속버스를 이용한 빠른 거래로 물류비 절감

## □ 단점

- 주변 환경의 변화로 인한 상권의 슬럼화 현상
- 건물의 노후화에 따른 새로운 집적지 필요
- 고속버스 티켓을 직접 구매에서 온라인 예약으로 바뀜으로서 터미널에 머무는 시간이 단축되어 쇼핑으로 연결되지 못함
- 교육센터가 주변에 없어 특화된 교육받을 기회가 없음

## 다. 소공인 현황 및 특성

위치	소공인 업종	업체수	근로자수
반포4동	직물직조 및 직물제품제조업	60	93
합		60	93

위치	소공인 업종	업체수		계
		1~4명	5명 이상	
서초구 전체	직물직조 및 직물제품제조업	110	25	135
합		110	25	135

출처 : 서초구청, 2014년 기준 사업체 보고서 (붙임1. P92 & P180 참고)

## □ 소공인 특성

- 소규모 형태의 구매 및 생산으로 가격경쟁력 약화
- 새로운 형태의 트렌드와 교육을 받을 기회가 없어 예전 방식으로 운영
- 제품의 소량 생산으로 자체 브랜드 가치 하락
- 종사자들이 온라인, SNS, 핀테크 등 첨단 기기의 활용 미흡

## 2. 집적지 당면환경

### 가. 국내외 환경의 변화

- 장기적인 경기불황으로 구매활동 감소
- 온라인 쇼핑의 발달로 직접 매장을 찾는 고객 감소
- 값싼 중국산 제품의 대량 유입에 따른 가격경쟁력 저하
- 동대문, 남대문 상권이 발달로 고객 대거 이탈
- 대형매장(이마트, 롯데마트 등) 새로운 시장 형성

### 나. 주변 환경의 변화

- 고속철도의 개통으로 고속버스터미널 이용 고객 감소
- 주변에 대형 센트럴시티(신세계백화점)와 경쟁으로 고객 감소
- 지하상가의 새 단장으로 주변상권과의 경쟁에서 밀린 상태
- 건물의 노후화로 젊은 고객층 유입이 어려움
- 개인의 자동차 소유에 따른 주차시설의 부족에 따른 이용 어려움

## 3. 지원필요성 및 기대효과

### 가. 지원필요성

- 새로운 기술습득을 위한 훈련장소가 전무하여 기술이 부족한 인력의 능력개발과 역량 강화를 위해 특화지원센터 설립을 위한 지원이 필요
- 공동 브랜드화, 공동 마케팅, 공동 구매 등을 통해서 소규모의 형태의 차양(커튼 및 블라인드)산업의 빈약한 구조적 기반을 변화시켜 경쟁력 있는 소공인 집적지로 재탄생시킴
- 차양(커튼 및 블라인드) 제조업에 관련된 지원 사항은 현재 서울시에서 진행하는 4대 도시형 제조업 고용지원사업, 청년인턴사업, 중소기업청에서 지원하는 소공인 기술개발(R&D)지원 시

범사업의 지원을 받기 어려운 일반 사업자들에게 특화지원센터가 직접적인 도움을 줌

- 서울시 4대 도시형 제조업에 포함되어 있는 귀금속·인쇄·의류봉제·기계 중 커튼 및 블라인드 산업 분야에만 소공인 특화지원센터가 없음
- 커튼 및 블라인드 산업 제조업의 인력 양성, 공동 브랜드 지원책 마련을 통하여 영세한 커튼 및 블라인드 제조업체들의 자생력을 확보하고 커튼 및 블라인드 산업생산 기반을 구축하고자 함
- ERP 구축으로 재고의 효율적 관리, 구매비용 절감, 일관된 운영업무 수행, 운영 노하우 및 지식 공유를 통한 업무 역량 강화
- 제도적 지원책을 통해 신규 창업 및 일자리 창출을 통해 지역경제 활성화와 구인난, 구직난을 해소하고자 함

## 나. 기대효과

### □ 집적지 참여기업 경쟁력 강화

- 소공인 경영교육과 기술교육 강화로 체계적 기업 운영
- 공동 브랜드, 공동 마케팅으로 우수 제품에 대한 홍보 및 신규 판로 개척하여 소공인 이미지 향상
- 공동 브랜드, 공동 마케팅으로 원가절감으로 인한 가격경쟁력 확보 해외 시장 개척을 위한 판로 마련
- 공동 구매 지원에 따른 기업의 원가를 절감하여 가격경쟁력 확보
- ERP구축으로 기업에게 합리적, 과학적 경영기법을 도입기회 제공
- ERP구축으로 실시간 정보 제공과 수요예측으로 정보 비대칭을 해소해 업무의 효율화

### □ 신규 창업

- 차양(커튼 및 블라인드)산업의 소공인 특화(경영, 기술이론, 기술실습) 교육 통하여 기업 경영과 전문적 기술을 교육받아 새로운 창업 할 수 있는 기회 제공

□ 일자리 창출

- 경영교육과 기술교육을 통하여 기업의 역량을 강화하여 새로운 인재를 발굴하여 일할 수 있는 기회를 제공하여 구직 구인난 해소 기회 제공

□ 기타

- 특화지원센터의 설립으로 커튼 및 블라인드 산업의 위상 높아짐
- 차양(커튼 및 블라인드)산업의 인재양성, 연구개발, 토대마련
- 커튼 및 블라인드 산업의 미래과제인 인증제도, 자격제도의 효시
- 업체의 커튼 및 블라인드 제품의 표준(등급제)안 기틀 마련
- 협력기관 확대에 의한 특화지원센터 운영 극대화

## 2. 신청기관 현황

### 1. 주관기관

#### 가. 일반현황

주관기관	기관명	(사)한국차양산업협회	홈페이지	www.kssia.or.kr
	설립일	2011.10.6	인력현황	3명
	사업자등록번호	119-82-79563	법인등록번호	254321-0010384
	주소	서울시 금천구 가산디지털1로119 SK트윈테크타워빌딩 B동B117호		
	주요사업내용	- 차양산업 국가 위탁사업, 공동(구매, 제조, 마케팅, 연구, 개발) 사업 - 차양산업 국가위탁 사업 - 차양산업 조사, 연구 및 홍보 사업 - 지역사회를 위한 공익사업 - 회원사 상담, 교육, 훈련 정보제공 사업		
대표자	성명	권오금	생년월일	1959년 8월 22일
	전화	070-4848-0972~3	F A X	02)6499-4027
	E-mail	ok99kwon@hanmail.net	휴대전화	010-5256-6633
총괄 책임자	성명	권오금	생년월일	1959년 8월 22일
	부서		전화	070-4848-0972~3
	직위	회장	F A X	02)6499-4027
	E-mail	ok99kwon@hanmail.net	휴대전화	010-5256-6633

#### 나. 주요연혁

- 2010년 3월 5일 발기 모임 및 회장선출
- 2010년 4월 14일 한국차양산업협회 설립
- 2010년 9월 3일 1차 세미나 “에너지절감 차양시스템” 개최
- 2011년 2월 9 SBS 국제건축박람회 참가
- 2011년 5월 10일 (사)전국소상공인단체연합회 가입
- 2011년 5월 26일 2차 세미나 “에너지절감 친환경 차양” 및 정기 총회
- 2011년 7월 4일 차양 장치 안전기준안 검토 회의



- 2011년 8월 10일 제 1호 소식지 발간~
- 2011년 10월 6일 지식경제부 법인설립 허가
- 2012년 6월 14일 에너지 절약 포스터 캠페인 사업
- 2012년 7월 30일 한국 차양 연구소 설립
- 2012년 10월 9일 중소기업청 공정혁신지원 사업진행
- 2012년 11월 1일 금천구청과 “희망온돌 따뜻한 겨울나기” MOU체결 행복한 방 만들기
- 2012년 11월 30일 3차 세미나 “차양문화 트렌드와 니즈”
- 2013년 5월 6일 금천구청장 감사패 수상 (2013년 희망온돌 따뜻한 겨울나기) MOU 체결
- 2013년 5월 21일 한국차양산업협동조합연합회 창립
  - 1) 서울서부차양산업협동조합
  - 2) 경기북부차양산업협동조합
  - 3) 대구차양산업협동조합
  - 4) 경기남부차양산업협동조합
- 2013년 7월 10일 한국차양산업협동조합 전국 9개 지부 설립
- 2013년 7월 30일 서울시와 행복한 방 만들기 협약 및 블라인드 기증식 및 감사패 수상
- 2013년 10월 30일 한국차양산업협동조합연합회 기획재정부 설립신청
- 2014년11월 29일 중국 선셰이드마켓 그룹 박람회 한국13개 업체 참가 중국 선셰이드마켓 그룹과 (사)한국차양산업협회와 약100억대 수출상담
- 2014년12월 23일 독일R+T 전시회 코트라 지원 확정
- 2014년12월 29일 권오금 회장 대한민국 NGO대상 중소기업부 부문 수상
- 2015년 2월 24일 독일 R+T 전시회 한국 8개 업체 참가
- 2015년 4월 23일 중국산업 시찰단 한국방문기념 차양재 신재생 에너지 입법추진 계획 설명회 개최
- 2015년 6월 5일 권오금 회장 소상공인 정상화 추진위원회장 당선
- 2015년 8월 26일 제1회 서울 그린차양산업쇼 & 그린차양공모전 개최
- 2015년 10월 16일 “협업만이 살길이다” 제1회(대구간담회)

- 2015년 12월 15일 “협업만이 살길이다” 제2회(전순옥의원 간담회)
- 2016년 1월 4일 권오금회장 소상공인연합회 부회장, 소공인육성위원장 선출

#### 다. 기관 비전 및 미션

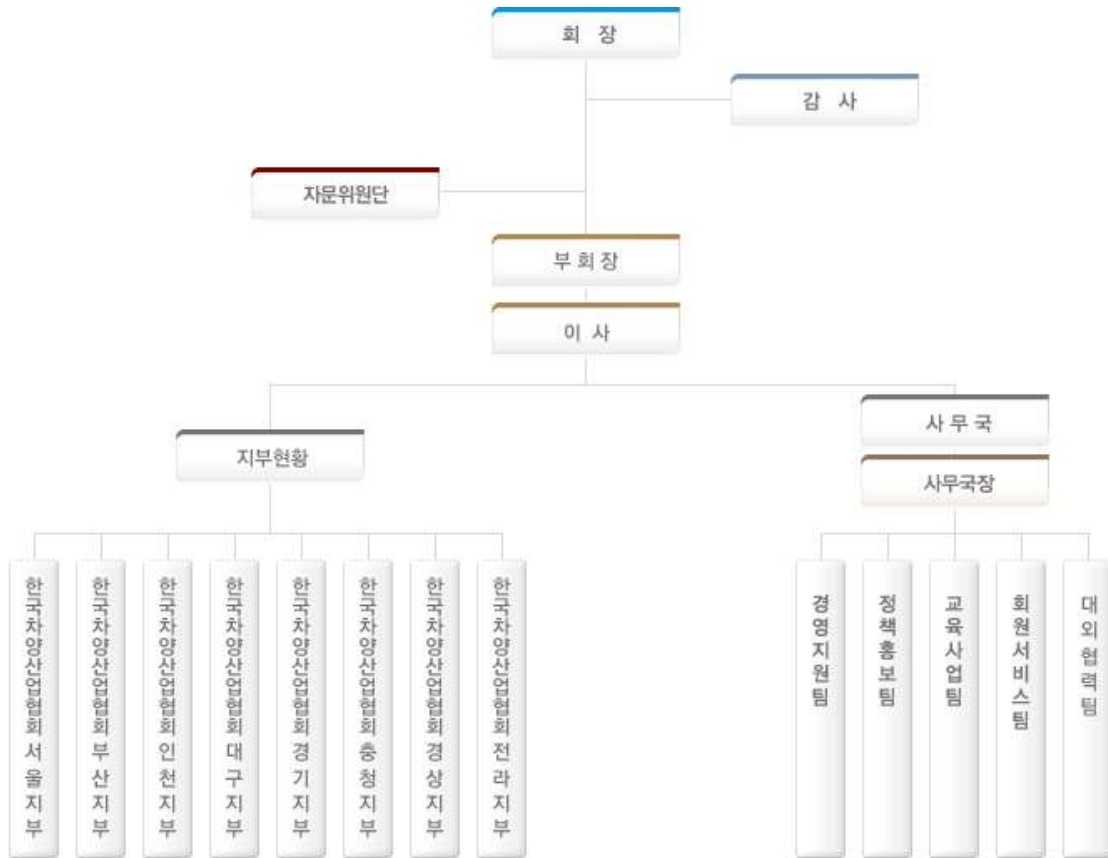
**(사)한국차양산업협회 VISION**

- 01. 차양기술 발전 및 제도 성립**  
공적사업 제도화  
기술 표준화 방안 연구 및 달성  
인증사업 및 표준화 사업의 신뢰성
- 02. 한국 차양브랜드의 위상제고**  
다양한 네트워크 런칭을 통한 마케팅 홍보  
기술표준의 조율과 일관성 사업  
차양연구소 설립 및 제품의 글로벌 스탠다드
- 03. 수익사업의 확대**  
융합성품 개발사업 및 판매  
회원의 신기술 지원방안 사업  
수출의 공공협력 사업  
회원사 성장동력 지원협조
- 04. 혁신적인 조직문화 창달**  
협회내 전문지식 향상과 활용  
회원사간 시너지 극대화 노력  
양방향 커뮤니케이션 구축

#### 라. 인력 및 조직구성

구성	회장	감사	이사	상근 직원	계
인원	1	1	15	1	18

## □ 조직도



## 마. 소공인특화지원센터 운영역량

### □ 집적지 소공인과의 유대관계

- 신청서 작성 전 집적지 소공인들의 요구사항, 기대사항, 염려사항 등을 파악
- 협회장이 동일 업종을 10년 이상 경영하였기에 동질감이 높고 어려움을 잘 파악하고 있음
- 특화지원센터 설립 시 협회장과 센터장이 주1회에 집적지 소공인을 찾아가 면담 예정
- 상담실을 운영하여 소공인들과 직접 대면하여 애로 사항 등을 전문가(금융: 센터장 은행지점장 출신, 기술: 매니저 동일업종 10년 근무, 경영상담: 경영학 박사)와 함께 해결책 도모
- 특화지원센터의 구성원과 소공인간에 SNS를 개설하여 소통을 강화하고 정보교환

## □ 지자체와의 협력관계

- 서초구청과 긴밀한 유대관계를 맺어 특화지원센터 및 교육장 부지 마련
- 주관사의 정보공개 요청을 서초구청이 협조하여 집적지 소공인 정보 획득
- 공동작업장에 필요한 시설자금을 서울특별시가 특화지원센터 지원금의 15% 지원 약속
- 특화지원센터와 서초구청이 슬림화된 집적지를 1980년(혼수백화점)대처럼 활성화 약속
- 지역사회 축제(말죽거리)에 서초구청이 관심과 지원하는 것처럼 특화지원센터와 집적지에도 관심과 지원 정책 마련 중

## □ 제안사의 특징

- 자사의 브랜드 없이 OEM형식의 생산에 따른 경쟁력 약화로 제안사가 특화지원센터를 기반으로 공동브랜드, 공동마케팅으로 경쟁력을 갖도록 준비
- 차양(커튼 및 블라인드)산업과 실내인테리어 산업의 혼재로 소비자 혼돈을 야기함으로 제품의 표준화를 위해 노력
- 제품의 표준화, 제품 인증제도, 인력의 자격기준 등이 마련되지 못해 진입장벽이 낮은 것을 특화지원센터가 향후 과제로 개발
- 소규모 형태의 운영으로 새로운 제품 개발에 따른 연구 개발 부재를 극복하기 위해 향후 과제 설정
- 중국의 저가 제품의 수입으로 가격 경쟁력의 어려움을 특화지원센터의 공동구매로 극복하려고 함
- 전문성과 정보의 부족으로 정보의 비대칭을 완화하기 위해 ERP 시스템 도입 예정
- 차양(커튼 및 블라인드)산업에 다국적기업의 높은 점유율로 인한 소공인들의 시장성장추세에 따른 동반성장이 어려움을 극복하기 위해 대형마트(이마트, 롯데마트)와 협업 진행

- 전동커튼, 전동블라인드 등의 시스템은 선진국 경우 보급률이 높으나 국내의 경우 3% 정도이기에 보급률을 높이기 위해 공동 브랜드, 공동마케팅을 활용할 예정

#### □ 제안사의 장점

- 국내 대형마트에서 소공인 제품인 커튼 및 블라인드 판매 시작으로 소공인과의 동반성장을 위한 상생의 길 마련
- 중국 상하이에 위치한 K-Mall 중심으로 중국진출 발판 마련
- 차양(커튼 및 블라인드)산업의 소공인들은 협업을 통해 새로운 돌파구 마련 중
- 커튼 및 블라인드 산업에 속한 업체 중 업력이 높은 장수기업이 많음
- 협회 임원진을 중심으로 커튼 및 블라인드 산업의 역량을 높이고 있음
- 협회장의 노력으로 소공인 사이에 커튼 및 블라인드 산업의 위상이 높아짐
- 세계시장 동향, 새로운 트렌드와 제품관련 동향 등을 지속적으로 알리는 소식지 발행

### 3. 사업개요

#### 1. 사업 목표

##### 가. 사업 목표 및 방향

- 커튼과 블라인드 실무와 경영 이론을 겸비한 소공인 양성
- 최신 트렌드를 실무에 적용하여 경쟁력 있는 소공인 육성
- 효과적인 기술교육을 통해 기업성과를 향상
- 공동 브랜드, 공동 마케팅으로 우수 제품에 대한 홍보 및 신규 판로 개척하여 소공인 이미지 향상
- 공동 브랜드, 공동 마케팅으로 원가절감으로 인한 가격경쟁력 확보 및 해외 시장 개척을 위한 판로 마련
- 공동 구매 지원에 따른 기업의 원가를 절감하여 가격경쟁력 확보
- ERP구축으로 기업에게 합리적, 과학적 경영기법, 도입기회 제공
- ERP구축으로 실시간 정보 제공과 수요예측으로 정보 비대칭을 해소해 업무의 효율성 증대

## 나. 사업 최종 목표 정성적·정량적 지표

구분	단계적 목표	최종 목표	
정성적 지표	소공인 특화교육	소공인을 커튼 및 블라인드 산업에 맞는 체계적이고 단계적인 맞춤형 인재 양성	<ul style="list-style-type: none"> <li>실무와 이론을 겸비한 융합인 양성</li> <li>경영이론을 가진 현장인 육성</li> </ul>
	특수교육 (기술세미나)	커튼 및 블라인드 산업의 최신 트렌드와 변화 이해	<ul style="list-style-type: none"> <li>최신 트렌드를 실무에 적용하여 경쟁력 있는 기업육성</li> <li>효과적인 기술교육을 통해 기업성장을 향상</li> </ul>
	공동브랜드 사업	공동브랜드 사업에 소공인들의 참여와 공동브랜드 이해	<ul style="list-style-type: none"> <li>공동 브랜드를 활용 소공인들의 브랜드 가치 향상</li> <li>소공인이 공동 브랜드를 공유함으로써 마케팅 활동비용, 시장 개척비용 절감</li> </ul>
	공동마케팅 사업	개별마케팅과 공동마케팅의 차이와 효과성 이해	<ul style="list-style-type: none"> <li>소공인 부담이 많은 제품 홍보물 제작을 공동 제작으로 비용절감</li> <li>공동 마케팅 효과는 소공인 제품 이미지 향상과 매출 증대에 기여</li> </ul>
	ERP시스템 도입	소공인이 업무, 전산시스템에 대한 이해와 적극적 참여 유도	<ul style="list-style-type: none"> <li>일관된 운영업무 수행, 운영노하우 및 지식공유를 통한 업무 역량 강화</li> <li>공동 브랜드를 사용하는 소공인들의 매출증가, 품질향상, 구매원가 절감 등 윈-윈 효과 창출</li> </ul>
	공동구매 사업	소공인의 요구품목을 파악하여 낮은 단가로 구매 및 배분	<ul style="list-style-type: none"> <li>양질의 원자재 공동 구매로 원가 절감에 따른 가격경쟁력 확보</li> </ul>
정량적 지표	소공인 특화교육	경영교육: 총 2회, 회당 3h, 주 2회, 회차 당 4주 기술교육: 총 2회, 회당 3h, 주 2회, 회차 당 5주	<ul style="list-style-type: none"> <li>경영교육 : 총 40명</li> <li>기술교육 : 총 40명</li> </ul>
	특수교육 (기술세미나)	총 1회, 회당 4h	<ul style="list-style-type: none"> <li>총 250명</li> </ul>
	공동마케팅 사업	카탈로그 제작 16페이지 20,000부 국내외 전시회 1회	<ul style="list-style-type: none"> <li>카탈로그 20,000부</li> <li>전시회 1회</li> </ul>
	공동구매 사업	구매원가 5%로 낮추기	<ul style="list-style-type: none"> <li>약 50개 업체</li> </ul>

## 2. 추진전략 및 체계

### 가. 추진전략

- 특화지원센터에서 경영 교육, 기술교육, 기술실습 등을 체계적 학습시켜 차양(커튼 및 블라인드)산업에 맞는 인재육성
- 체계적인 공동마케팅사업으로 커튼 및 블라인드 산업의 소공인에게 매출증가에 기여
- 자율사업의 지원으로 기업경영의 효율화, 원가절감, 정보의 비대칭 해소 등 소공인의 경쟁력 마련
- 주관기관, 지자체 홈페이지, 집적지 홍보지, 정보지 등을 통한 지속적인 사업 홍보
- 단기성 사업 탈피한 지속성을 유지하는 소공인 사업인식 고취로 지원 사업 효과의 극대화

### □ 미래지향적 사업 전개

- 차기년도 지원 사업 연계 방안 모색
- 모든 사업은 지속가능한 사업이라는 목표로 미래지향 지원사업 전개
- 차양(커튼 및 블라인드)산업의 표준화, 인증제도, 자격제도 등의 토대 마련
- 특화지원센터의 교육을 이수한 교육생들에게 신규창업 지원과 지속 가능한 기업을 운영하기 위해 체계적인 컨설팅