

주요 대기업의 강소기업 육성현황과 추진성과 실태분석

- 2013년 동반성장지수 평가대상 기업을 중심으로 -

2013. 11

목 차

< 요 약 >	5
I. 조사개요	7
1. 조사목적	7
2. 조사주관 및 조사대상	7
3. 조사방법 및 조사기간	7
4. 조사내용	7
II. 조사결과 : 주요 대기업의 강소기업 육성현황과 추진성과 실태분석	8
1. 강소기업 육성프로그램 운영여부 및 향후계획	8
2. 강소기업 육성대상 협력사 선정기준과 육성방법	9
3. 강소기업 육성성과와 우수사례	10
4. 강소기업 육성을 위한 정책과제	11
III. 시사점 및 제언사항	13
1. 조사결과의 시사점	13
2. 제언사항	14
<별첨> 「주요 대기업의 강소기업 육성현황과 추진성과」 실태조사 결과	16
<참고문헌>	18

■ 이 자료는 사업팀 이도영 연구원이 작성한 것입니다. 내용과 관련하여 의견이나 문의사항이 있으시면 아래로 연락하여 주시기 바랍니다.

TEL : 02-3771-0490

FAX : 02-3771-0143

E-mail : ldy@fkilsc.or.kr

1. 조사개요

- 조사기간 : 2013. 9. 25 ~ 2013. 10. 25(31일간)
- 조사대상 : 2013년 동반성장지수 평가대상 기업 101社*(응답률 : 45.5%(46社))
* 2013년도 동반성장지수 평가대상 기업(109社) 중 1차 협력사·평가유예 기업(8社) 제외한 101社
- 조사방법 : 온라인, 이메일 조사(설문지 응답)
- 조사내용 : 강소기업 육성 프로그램 운영여부, 강소기업 육성 목적, 도입시기 및 추진계획, 선정기준, 육성대상의 경쟁력 수준, 지원유형, 육성대상의 경영성과, 강소기업 육성 관련 최우선 정책과제 등

2. 조사결과 : 주요 대기업의 강소기업 육성현황과 추진성과 실태분석

(1) 강소기업 육성프로그램 운영여부 및 향후계획

- 세계시장에서 대·중소기업이 함께 경쟁우위를 확보하기 위해 유망 협력사를 글로벌 강소기업으로 키우는 국내 대기업이 늘고 있음
 - 앞으로 5년간 강소기업을 육성하는 대기업은 21개사에서 34개사로 61.9% 늘고, 강소기업 육성대상 협력사 수는 295개사에서 552개사로 81.1% 증가 계획
 - 이들 대기업이 협력사를 강소기업으로 육성하는 이유는 ‘협력사가 우수한 기술력과 마케팅력을 갖추면 대기업이 경쟁사보다 시장선점에 유리하다’(38.2%)가 가장 많음

(2) 강소기업 육성대상 협력사 선정기준과 육성방법

- 주요 대기업은 강소기업 육성대상을 선정할 때 ‘품질, 납기준수, 생산성 등 협력사의 제조 역량’(52.9%)을 가장 중시함
 - 뒤를 이어, ‘협력사의 기술력, CEO의 혁신의지 등 성장가능성’(23.5%), ‘협력사의 매출, 영업이익, 부채 등 재무상태와 경영안정성’(8.8%), ‘유망 협력사 선정 이후 활동성과와 대기업에 대한 기여도’(5.9%) 등의 順임
- 강소기업 육성방법으로는 ‘거래물량 확대와 장기계약 체결(29.4%)이 가장 많음
 - 이밖에 ‘경영컨설팅과 기술지도 등을 통한 생산성 개선’(25.0%), ‘보증·대출 등 운영 자금 지원’(23.5%) 등의 順으로 역점을 두고 있음

(3) 강소기업 육성성과와 우수사례

- 올해 21개 대기업이 강소기업으로 육성 중인 295개 협력사의 최근 5년간(2008~2012년) 연평균 매출액과 영업이익 증가율은 각각 10.3%, 10.2%로 분석됨
 - 이는 국내 전산업체의 연평균 매출액 증가율(8.6%)과 영업이익 증가율(3.4%)보다 각각 1.7%p, 6.8%p 높음
 - 한편, 주요 대기업이 강소기업 육성에 나서면서 이들 육성대상 협력사의 신기술개발, 원가절감 등 가시적인 경영성과가 나타나는 우수사례도 창출되고 있음

(4) 강소기업 육성을 위한 정책과제

- 국내 주요 대기업들이 강소기업 육성대상으로 선정한 유망 협력사의 경우에도 경쟁력이 글로벌 기업의 73.7% 수준에 불과하여 중소기업 전반의 경쟁력 강화가 시급함
 - 부문별로는 원가경쟁력(78.9점)이 가장 높았고, 품질(77.5점), 기술력(76.3점), 생산성(74.9점), 혁신의지(72.9점) 順이며, 마케팅(61.6점)에 대한 평가가 가장 낮음
 - 이에, 대기업은 강소기업 육성을 위한 최우선 정책과제로 ‘협력사의 경영안정을 위한 자금 지원보다 R&D·설비투자 등 자생력 강화에 대한 지원확대’(37.0%)를 가장 중시함

(5) 시사점 및 제안사항

- (시사점) 주요 대기업은 자사의 글로벌 시장 선점과 협력사의 자생력 강화를 위해 유망 협력사를 강소기업으로 육성하여 자발적인 동반성장에 나서고 있음
 - 탄탄한 기술력을 토대로 세계시장에 진출하는 글로벌 강소기업을 많이 키워내야 제2의 삼성전자와 현대자동차가 나올 수 있고, 이를 통해 한국경제도 성장세를 유지할 수 있음
 - 이에, 앞으로는 지금보다 더 많은 대기업들이 유망 협력사 육성에 적극 동참할 필요가 있으며, 이를 촉진하기 위해 강소기업 육성프로그램을 운영하는 기업에 인센티브를 제공하는 등 정책적인 정부지원이 뒷받침될 필요가 있는 것으로 나타남
- (제안사항 1) 글로벌 강소기업 육성을 촉진하기 위해 동반성장지수를 산출할 때 중소기업의 경쟁력 변화를 평가하고, 중소기업체감도 조사대상을 주요 협력사로 한정해야 함
- (제안사항 2) 정부는 강소기업 육성을 위해 한계기업의 퇴출을 저해하는 경영안정 지원보다 유망 협력사의 원천 경쟁력을 높이는 기술개발, 생산성 향상 등의 지원에 주력해야 함

I. 조사개요

1. 조사목적

- 국내 주요 대기업은 세계시장에서 자사 제품의 경쟁우위를 확보하기 위해 기술혁신, 인력양성, 판로개척 등의 지원을 통해 유망 협력사를 글로벌 강소기업으로 육성 중임
- 이에, 국내 주요 대기업의 강소기업 육성현황과 추진성과 조사를 통해 다른 기업이 벤치마킹할 수 있는 우수사례를 제시하고, 이를 산업계 전반으로 확산하기 위한 정책과제를 발굴하고자 함

2. 조사주관 및 조사대상

- 조사주관 : 전경련중소기업협력센터
- 조사대상 : 2013년도 동반성장지수 평가대상 기업 101社
- 2013년도 동반성장지수 평가대상 기업(109社) 중 1차 협력사·평가유예 기업(8社) 제외
- 응답률 : 45.5%(101社 중 46社 응답)

3. 조사방법 및 조사기간

- 조사방법 : 온라인, 이메일 설문조사
- 조사기간 : 2013. 9. 25 ~ 2013. 10. 25(31일간)

4. 조사내용(별첨 참조)

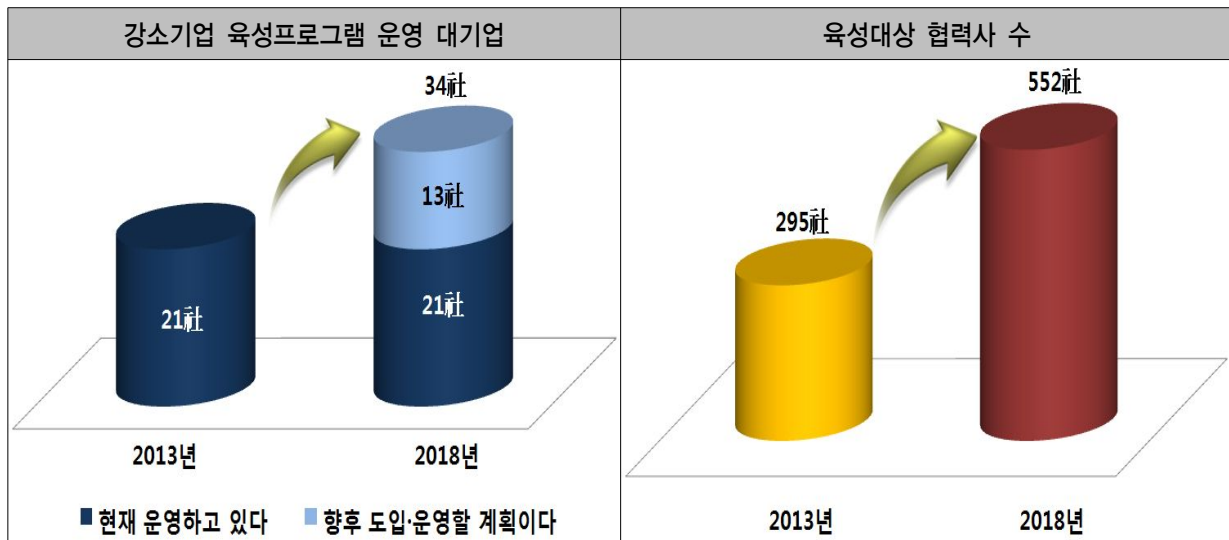
- 강소기업 육성 실태
- 강소기업 육성프로그램 운영여부 및 육성현황·계획, 육성대상 협력사의 선정기준, 강소기업 육성이유 등
- 강소기업 육성 성과
- 강소기업 육성 우수사례, 육성대상 협력사의 경영성과(매출액·영업이익, 수출, 종업원 수)
- 정책과제
- 강소기업 육성대상의 경쟁력 수준, 강소기업 육성을 위한 최우선 정책과제

Ⅱ. 조사결과: 주요 대기업의 강소기업 육성현황과 추진성과 실태분석

1. 강소기업 육성프로그램 운영여부 및 향후계획

- 세계시장에서 대·중소기업이 함께 경쟁우위를 확보하기 위해 유망 협력사를 글로벌 강소기업으로 키우는 국내 대기업이 늘고 있음
 - 46개 응답업체 중 21개 대기업(45.7%)이 295개 유망 협력사를 강소기업으로 육성하는 프로그램을 운영 중임
 - 현재 동 프로그램을 운영하지 않으나 향후 도입할 계획이 있는 대기업은 28.3%(13社)이며, 향후 도입할 계획이 없는 기업은 26.0%(12개사)임
- 이에, 이미 강소기업 육성프로그램을 운영 중인 대기업과 향후 도입할 예정인 대기업을 합치면 5년 후 강소기업을 키우는 대기업과 대상 협력사 수가 모두 증가할 전망이다
 - 강소기업을 육성하는 대기업은 올해 21개사에서 앞으로 5년 후에는 34개사로 61.9% 늘어나고, 대상 협력사 수는 295개사에서 552개사로 87.1% 증가함

<강소기업 육성프로그램 운영 대기업 및 육성대상 협력사 수>



- 이들 대기업이 협력사를 강소기업으로 육성하는 이유는 ‘협력사가 우수한 기술력과 마케팅력을 갖추면 대기업이 경쟁사보다 시장선점에 유리하다’(38.2%)가 가장 많음
 - 이밖에 ‘협력사의 경영성과가 높아지면 자생력 강화로 연결될 수 있다’(23.5%), ‘대·중소기업 간 신뢰관계 강화로 공동체 의식이 높아진다’(17.6%) 順으로 나타남

2. 강소기업 육성대상 협력사 선정기준과 육성방법

- 주요 대기업은 강소기업 육성대상을 선정할 때 ‘품질, 납기준수, 생산성 등 협력사의 제조 역량’(52.9%)과 ‘협력사의 기술력, CEO의 혁신의지 등 성장가능성’(23.5%)을 가장 중시함
- ‘협력사의 매출, 영업이익, 부채 등 재무상태와 경영안정성’(8.8%), ‘유망 협력사 선정 이후 활동성과와 대기업에 대한 기여도’(5.9%), ‘고객의 니즈(needs), 시장점유율 등 제품수요’(3.0%) 등도 육성대상 선정기준으로 활용 중임

<주요 대기업의 강소기업 육성대상 협력사 선정기준>

품질, 납기준수, 생산성 등 협력사의 제조역량 중시	협력사의 기술력, CEO의 혁신의지 등 성장가능성 중시	협력사의 매출, 영업이익, 부채 등 재무상태와 경영안정성 중시	유망 협력사 선정 이후 활동성과와 대기업에 대한 기여도 중시	고객의 니즈(needs), 시장점유율 등 제품수요 중시	기타	계
52.9%	23.5%	8.8%	5.9%	3.0%	5.9%	100%

- 주요 대기업의 강소기업 육성방법으로는 ‘거래물량 확대와 장기계약 체결’(29.4%)이 가장 많이 활용되고 있음
- 예컨대, 현대자동차는 협력사와 평균 거래기간이 27년으로 이는 국내 중소 제조업의 평균 업력(11.1년)보다 2.4배 높음
 - 이를 통해, 현대자동차의 협력사는 중소기업에서 중견·대기업으로 성장함
 - * 현대자동차의 협력사 중 중견기업 수 : 2001년 37개사 ⇨ 2012년 109개사로 약 3배 증가
 - 그밖에 ‘경영컨설팅과 기술지도 등을 통한 생산성 개선’(25.0%), ‘보증·대출 등 운영 자금 지원’(23.5%), ‘해외 동반진출 등 마케팅 지원’(10.3%) 順으로 역점을 두고 있음

<주요 대기업의 강소기업 육성방법>

거래물량을 늘려주거나, 장기계약 체결	경영컨설팅, 기술지도 등으로 생산성 향상	보증·대출 등 운영자금 지원	해외 동반진출, 국내외 시장정보 제공 등 마케팅 지원	공동R&D 등으로 기술력 강화	협력사의 채용 및 인재파견 등 인력 지원	기타	계
29.4%	25.0%	23.5%	10.3%	7.4%	1.5%	2.9%	100%

3. 강소기업 육성성과와 우수사례

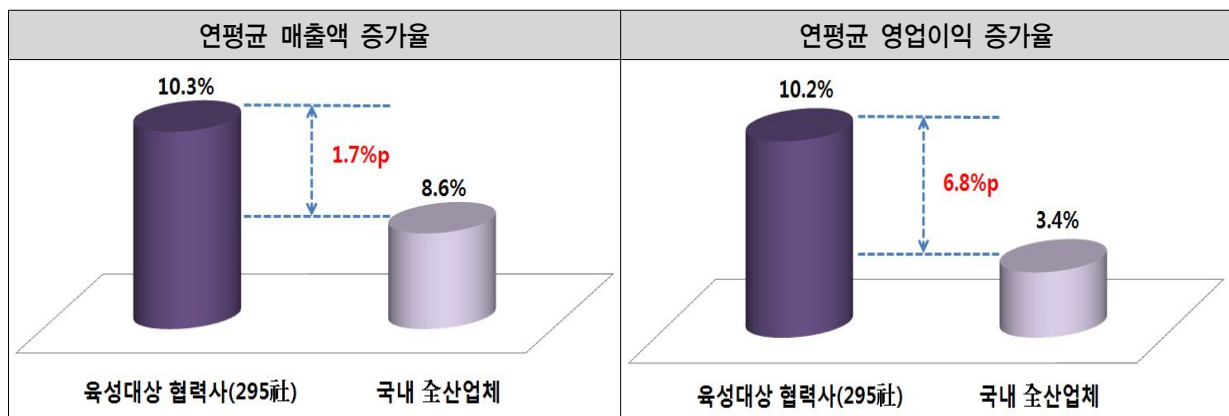
□ 올해 21개 대기업이 강소기업으로 육성 중인 295개 협력사의 최근 5년간(2008년~2012년) 연평균 매출액과 영업이익 증가율은 각각 10.3%, 10.2%로 분석됨

○ 이는 국내 전산업체¹⁾의 연평균 매출액 증가율(8.6%)과 영업이익 증가율(3.4%)보다 각각 1.7%p, 6.8%p 높은 수치임

- 연평균 매출액 증가율(2008년~2012년) : 강소기업 육성대상 협력사는 최근 5년간 연평균 매출액 증가율이 10.3%(18조 8,861억 원→27조 9,229억 원)인 반면, 같은 기간 전산업체는 연평균 매출액 증가율이 8.6%(2,481조 2,300억 원→3,450조 7,640억 원)에 그침

- 연평균 영업이익 증가율(2008년~2012년) : 강소기업 육성대상 협력사는 최근 5년간 연평균 영업이익 증가율이 10.2%(8,721억 원→1조 2,857억 원)인 반면, 같은 기간 전산업체는 연평균 영업이익 증가율이 3.4%(123조 9,818억 원→141조 7,233억 원)에 그침

<강소기업 육성대상 협력사(295社)의 경영성과(2008년~2012년)>



□ 또한, 강소기업 육성대상 협력사는 수출실적과 종업원 수 증가율도 높은 것으로 나타남

○ 강소기업 육성대상 협력사의 수출실적은 2008년 2조 1,164억 원에서 2012년 5조 13억 원으로 연평균 24.0%의 증가율을 보임

○ 강소기업 육성대상 협력사의 종업원 수는 2008년 총 37,811명에서 2012년 총 53,960명으로 연평균 증가율이 9.3%에 달함

□ 한편, 주요 대기업들이 기술개발 지원, 사내외 전문인력 파견을 통한 경영컨설팅 등을 통해 강소기업 육성에 나서면서 이들 육성대상 협력사의 신기술개발, 원가절감 등 가시적인 경영성과가 나타나는 우수사례가 늘고 있음

1) 기업경영분석(2008년~2012년), 한국은행

<주요 대기업의 강소기업 육성 우수사례>

우수사례 #1. 삼성전자(주)의 ‘올해의 강소기업’ : 삼성전자는 제조, 기술, 경영 등 종합경쟁력을 갖춘 협력사 중 사내외 전문가의 현장실사와 협력사 CEO 인터뷰 등을 통해 2013년 ‘올해의 강소기업’으로 14개사를 선정했고, 2015년까지 50개사 내외를 육성할 계획임. 삼성전자는 이들 협력사에 공동개발에 필요한 개발자금 42억을 무상으로 지원하고, 기술개발에 실패해도 투자비용을 회수하지 않고 있으며, 금융권과 연계하여 국내외 설비투자 및 운전자금 1,000여억 원을 저리로 대출해주고 있음. 또한, 삼성전자는 사내외 전문인력을 파견하여 제조현장 혁신은 물론 경영전반에 대한 기술지원을 하며, 무상으로 특허를 지원함.

우수사례 #2. 두산중공업(주)의 ‘협력사 경쟁력 강화 지원단’ : 두산중공업은 협력사의 생산성 혁신, 품질향상, 작업환경 개선 등 7개 분야에서 협력사의 경영역량을 높이기 위해 관련분야의 전문가들로 ‘협력사 경쟁력강화 지원단’을 구성하고 경영컨설팅을 추진함. 지난 1년간 두산중공업으로부터 지원받은 28개 유망 협력사는 제조원가가 83.0% 경감되고, 종합설비효율(OEE)이 26.5% 향상됨.

우수사례 #3. 롯데건설의 ‘Best Partners’ : 롯데건설은 공정·품질·안전 등에 대한 3단계의 평가를 거쳐 우수협력사를 선정하여 시상 중임. 이들 기업에는 필요시 선급금과 긴급자금을 우선 지원하는 한편, 성과공유제를 통해 원가절감분의 최대 50%에 해당하는 연구개발비 지원금을 지급함. 유망 협력사 가운데 내부 심의위원회를 거쳐 각 공정별로 선정된 최우수협력사에는 연 1회의 수의계약 기회를 부여하고, 우수협력사는 계약이행보증증권을 면제하거나 경감해주고 있음.

우수사례 #4. 현대홈쇼핑의 ‘상품개발기금’ : 현대홈쇼핑은 우수한 기술력과 아이디어를 가진 유망 협력사에 상품개발 자금을 무상으로 지원하기 위해 2009년부터 상품개발기금을 운영함. 2012년까지 24개 우수협력사에 12억 원의 개발비를 지원했고, 이를 통해 협력사가 개발한 신상품에서 발생된 매출이 204억 원에 이름. 이외에도, 유망 협력사의 품질개선, 설비투자비 등에 연간 3억 원을 무상으로 지원함.

4. 강소기업 육성을 위한 정책과제

- 국내 주요 대기업들이 강소기업 육성대상으로 선정한 유망 협력사의 경우에도 경쟁력이 글로벌 기업의 73.7% 수준에 불과하여 중소기업 전반의 경쟁력 강화가 시급함

- 응답기업들은 글로벌 기업의 경쟁력을 100점으로 가정했을 때, 자사의 강소기업 육성대상에 선정된 협력사의 경쟁력을 73.7점 수준으로 평가함
- 부문별로는 원가경쟁력(78.9점)이 가장 높았고, 품질(77.5점), 기술력(76.3점), 생산성(74.9점), 혁신의지(72.9점) 順이며, 마케팅(61.6점)에 대한 평가가 가장 낮음
- 이에, 대기업은 강소기업 육성을 위한 최우선 정책과제로 ‘협력사의 경영안정을 위한 자금지원보다 R&D·설비투자 등 자생력 강화에 대한 지원확대’(37.0%)를 가장 중시함
- 그 외에, ‘중견기업을 육성하는 대기업에 법인세·투자세액공제 등 인센티브 제공’(34.8%), ‘중소기업적합업종 등 중소기업의 중견기업으로 성장을 저해하는 기업규제 완화·폐지’(13.0%) 順으로 선호하는 것으로 조사됨

Ⅲ. 시사점 및 제언사항

1. 조사결과의 시사점

- 주요 대기업들은 자사의 글로벌 시장 선점과 협력사의 자생력 강화를 위해 유망 협력사를 강소기업으로 육성하여 자발적인 동반성장에 나서고 있는 것으로 분석됨
 - 유망 협력사를 강소기업으로 키워내면 협력네트워크로 연결된 대기업과 협력사 모두의 경쟁력과 경영성고가 높아지는 윈윈(win-win)의 결과를 불러오기 때문임
 - * 강소기업 육성이유 : 협력사가 우수한 기술력과 마케팅 능력을 갖추면, 당사가 경쟁사보다 시장선점 가능(38.2%) > 협력사의 경영성고가 높아지면, 이들 기업의 자생력 강화로 연결(23.5%) > 협력사와의 신뢰관계가 강화되어 공동체의식 형성(17.6%) > 유망 협력사에 특화된 지원을 확대하면, 다른 협력사의 경영혁신 의지를 자극(14.7%) > 중견기업이 많아져 국가적으로 건강한 기업생태계 구축에 도움(5.9%)
 - 이에, 앞으로 강소기업 육성에 나서는 대기업과 육성대상 협력사가 계속 늘어날 전망이다
 - * 강소기업 육성프로그램 운영현황 : 현재 운영 중(45.7%) > 향후 도입계획(28.3%) > 향후 도입계획 없음(26.0%)
- 최근 5년간 강소기업 육성대상 협력사의 연평균 매출액과 영업이익 증가율이 전산업(全産業) 대비 모두 상승하는 등 협력사의 경영성과 개선효과가 나타남
 - 주요 대기업들이 연구개발, 경영컨설팅, 인력지원 등을 통해 유망협력사의 강소기업 육성에 나서면서 가시적인 경영성과 개선효과가 나타나고, 우수사례가 늘고 있음
 - * 최근 5년간 강소기업 육성대상 협력사 경영성과(동기 전산업 경영성과) : 연평균 매출액증가율 10.3%(8.6%), 영업이익 증가율은 10.2%(3.4%)
- 강소기업 육성을 위해 협력사의 거래물량 확대와 장기계약이 중요함
 - 주요 대기업은 강소기업 육성방법으로 ‘거래물량 확대와 장기계약 체결’(29.4%)이 가장 많이 활용되고 있음
 - * 강소기업 육성방법 : ‘거래물량을 늘려주거나 장기계약을 체결’(29.4%) > ‘경영컨설팅과 기술지도 등을 통한 생산성 개선’(25.0%) > ‘보증·대출 등 운영자금 지원’(23.5%) > ‘해외 동반진출 등 마케팅 지원’(10.3%)
 - 예컨대, 현대자동차는 협력사와 평균 27년의 장기 거래관계를 통해 이들 협력사가 중소기업에서 중견·대기업으로 성장할 수 있는 기회를 제공함
 - * 현대자동차의 협력사 중 중견기업 수 : 2001년 37개사 ⇨ 2012년 109개사로 약 3배 증가
- 대기업은 강소기업 육성 촉진을 위해 협력사의 자생력 강화를 위한 지원에 주력할 수 있는 정책환경 조성 and 중견기업을 키워내는 대기업에 인센티브 제공이 필요하다고 인식함

- 탄탄한 기술력을 토대로 세계시장에 진출하는 글로벌 강소기업을 많이 키워내야 제2의 삼성전자와 현대자동차가 나올 수 있고, 이를 통해 한국경제도 성장세를 유지할 수 있음
- 이에, 앞으로는 지금보다 더 많은 대기업들이 유망 협력사 육성에 적극 동참할 필요가 있으며, 이를 촉진하기 위해 강소기업 육성프로그램을 운영하는 기업에 인센티브를 제공하는 등 정책적인 정부지원이 뒷받침될 필요가 있는 것으로 나타남
- * 강소기업 육성의 최우선 정책과제 : '협력사의 경영안정을 위한 자금 지원보다 R&D·설비투자 등 자생력 강화에 대한 지원확대'(37.0%), '중견기업을 육성하는 대기업에 법인세·투자세액공제 등 인센티브 제공'(34.8%), '중소기업적합업종 등 중소기업의 중견기업으로 성장을 저해하는 기업규제 완화·폐지'(13.0%) 順으로 선호

2. 제안사항

- 대기업의 글로벌 강소기업 육성을 촉진하기 위해 동반성장지수를 산출할 때 중소기업의 경쟁력 변화를 평가하고, 중소기업체감도 조사대상을 주요 협력사로 한정해야 함
 - 현행 동반성장지수는 대기업의 협력사에 대한 공정거래 및 동반성장 협약이행 실적과 중소기업의 체감도 조사결과로 산출되며, 중소기업의 경쟁력 변화는 측정하지 않음
 - 건강한 기업생태계 조성을 위해서는 대기업으로 지원받은 협력사가 강소기업으로 성장하여 완제품 경쟁력을 높이는 선순환 구조가 만들어져야 함
 - 하지만, 현행 동반성장지수는 협력사의 자생력 강화노력은 측정하지 않기 때문에 협력사를 대기업의 역량 있는 동반성장 파트너로 성장시키는 유인이 취약함
 - * 국내 주요 대기업들이 강소기업 육성대상으로 선정한 유망 협력사의 경우에도 경쟁력이 글로벌 기업의 73.7% 수준에 불과함
 - 또한, 이 때문에 대기업의 지원으로 이들 협력사의 경쟁력과 경영성과가 실제로 향상됐는지를 알 수 없어 동반성장지수의 시행효과 측정과 보완과제 발굴이 어려움
 - 거래 대기업에서 지원받은 경험유무를 모든 협력사에 묻는 현행 중소기업체감도 평가방식은 대기업이 유망 협력사 위주로 지원을 확대하는 것을 제약함
 - 성장가능성이 높은 소수의 유망기업에 지원을 주력할 때보다 다수의 중소기업에 지원하는 것이 체감도 점수를 높일 수 있기 때문임
 - 이에, 대기업이 육성 대상으로 선정한 협력사 또는 대기업의 구매비중이 높은 주요 협력사를 대상으로 중소기업체감도의 조사표본 변경을 검토할 필요 있음
- 정부는 강소기업 육성을 위해 한계기업의 퇴출을 저해하는 경영안정 지원보다 유망 협력사의 원천 경쟁력을 높이는 기술개발, 생산성 향상 등의 지원에 주력해야 함

- 중소기업 지원예산의 64.1%가 융자와 보증·보험 등 경영안정을 위한 정책금융이 차지하는 반면, 기술혁신, 판로개척, 인력지원 등 자생력 강화를 위한 지원은 8.6%에 불과함²⁾
- 이에 따라, 2002년 한계기업으로 분류된 1,381개 중소기업 중 2003~2010년간 폐업 및 정상화된 업체는 각각 135개(9.7%), 378개(27.4%)에 불과함. 나머지 868개(62.9%)는 한계기업으로 존속³⁾
- 이와 달리, 독일은 히든챔피언, 일본은 교토식 기업 등 주요 선진국 들은 강소기업들이 글로벌 경기불황에도 성장을 거듭하여 경제회복을 견인하고 있음

2) 중소기업 지원정책 : 예산과 입법과제, 국회예산정책처(2009)

3) 금융안정보고서, 한국은행(2012.4)

「주요 대기업의 강소기업 육성현황과 추진성과」 실태조사 결과요약

1. 조사개요

- 조사기간 : 2013. 9. 25 ~ 2013. 10. 25(31일간)
- 조사표본 : 2013년도 동반성장지수 평가대상 기업 101社*중 46社 응답(응답률 45.5%)
※ 2013년도 동반성장지수 평가대상 기업(109社) 중 1차 협력사·평가유예 기업(8社) 제외한 101社
- 조사방법 : 온라인, 이메일 조사(설문지 응답)
- 조사내용 : 강소기업 육성 프로그램 운영여부, 강소기업 육성 목적, 도입시기 및 추진계획, 선정기준, 육성대상의 경쟁력 수준, 지원유형, 육성대상의 경영성과, 강소기업 육성 관련 최우선 정책과제

2. 강소기업 육성프로그램의 정의

- 정의 : 협력사 중에서 최상위 평가등급을 받거나, 성장 가능성이 높은 업체를 선정하고, 해당 업체에 필요한 자금·기술·인력 등을 지원하여 글로벌 기업과 경쟁할 수 있는 강소기업으로 육성하는 지원제도

1. 강소기업 육성프로그램 운영여부 및 향후계획

1) 강소기업 육성프로그램 운영여부

구분	운영하고 있다	현재 운영하지 않으나, 향후 도입·운영할 계획이다	향후 도입·운영할 계획이 없다	계
응답률	45.7%	28.3%	26.0%	100.0%
응답 수	21	13	12	46

2) 강소기업 육성현황·계획(21개 도입기업과 13개 향후 도입예정 기업 응답)

⇒ 2013년(현황) : 295개 협력사 / 2018년(계획) : 552개 협력사(87.1% 증가)

3) 강소기업 육성대상 협력사(295개사)의 경영성과(2008년~2012년)

구분		2008년 경영성과	2012년 경영성과	연평균 증가율
매출액	육성대상 협력사(295社)*	18조 8,861억 원	27조 9,229억 원	10.3%
	국내 소산업체**	2,481조 2,300억 원	3,450조 7,640억 원	8.6%
영업이익	육성대상 협력사(295社)*	8,721억 원	1조 2,857억 원	10.2%
	국내 소산업체**	123조 9,818억 원	141조 7,233억 원	3.4%
수출실적	육성대상 협력사(295社)*	2조 1,164억 원	5조 13억 원	24.0%
	국내 소산업체**	n/a	n/a	n/a
종업원 수	육성대상 협력사(295社)*	37,811명	53,960명	9.3%
	국내 소산업체**	n/a	n/a	n/a

* 육성대상 협력사의 경영성과는 크레탑(Cretop)의 기업신용정보에서 추출

**국내 소산업체의 경영지표는 한국은행의 기업경영분석(2008~2012)에서 추출

2. 강소기업 육성이유(21개 도입기업과 13개 향후 도입예정기업 응답)

구분	협력사가 우수한 기술력과 마케팅 능력을 갖추면, 당사가 경쟁사보다 시장선점 가능	협력사의 경영성과가 높아지면, 이들 기업의 자생력 강화로 연결	협력사와의 신뢰관계가 강화되어 공동체의식 형성	유망 협력사에 특화된 지원을 확대하면, 다른 협력사의 경영혁신 의지를 자극	중견기업이 많아져서 국가적으로 건강한 기업생태계 구축에 도움	계
응답률	38.2%	23.5%	17.6%	14.7%	5.9%	100.0%
응답 수	13	8	6	5	2	34

3. 강소기업 육성대상 선정기준(21개 도입기업과 13개 향후 도입예정기업 응답)

구분	품질, 납기준수, 생산성 등 협력사의 제조역량 중시	협력사의 기술력, CEO의 혁신의지 등 성장가능성 중시	협력사의 매출, 영업이익, 부채비율 등 재무상태와 경영 안정성 중시	유망 협력사 선정 이후 활동성과와 대기업에 대한 기여도 중시	고객의 니즈(needs), 시장점유율 등 제품수요 중시	기타	계
응답률	52.9%	23.5%	8.8%	5.9%	3.0%	5.9%	100.0%
응답 수	18	8	3	2	1	2	34

4. 강소기업 육성대상의 경쟁력 수준(글로벌 외국기업 경쟁력=100점, 0~200점 이내 응답)

원가경쟁력	78.9점	품질수준	77.5점
기술력	76.3점	생산성	74.9점
혁신의지	72.9점	마케팅	61.6점
6개 항목 평점		73.7점	

5. 강소기업 지원방법(2개 선택, 21개 도입기업과 13개 향후 도입예정기업 응답)

구분	거래물량을 늘려주거나, 장기계약을 체결	경영컨설팅, 기술지도 등으로 생산성 향상	보증·대출 등 운영자금 지원	해외 동반진출, 국내외 시장정보 제공 등 마케팅 지원	공동R&D 등을 통해 기술력을 강화	협력사의 채용 및 인재파견 등 인력 지원	기타	계
응답률	29.4%	25.0%	23.5%	10.3%	7.4%	1.5%	2.9%	100.0%
응답 수	20	17	16	7	5	1	2	68

6. 강소기업 육성을 위한 최우선 정책과제

구분	경영안정을 위한 자금지원보다 R&D·설비투자 등 중소기업의 자생력 강화에 대한 지원 확대	중견기업을 육성하는 대기업에 법인세, 투자 세액공제 등 인센티브 제공	중소 적합업종 등 중소기업의 중견기업으로 성장을 저해하는 기업규제 완화·폐지	중견 기업의 성장 우수 사례와 해외 진출모델 발굴·홍보	세금감면, 자금지원 등 중소기업에 대한 혜택을 일정기간 중견기업에 제공	중소기업 근로자에 소득공제, 연금 등 인센티브를 부여하여 우수인재의 취업유도	기타	계
응답률	37.0%	34.8%	13.0%	4.3%	4.3%	4.3%	2.3%	100.0%
응답 수	17	16	6	2	2	2	1	46

참고문헌

- 헤르만 지몬(2008), “세계시장을 재패한 숨은 1등 기업의 비밀, 히든 챔피언”
- 키스 맥팔랜드(2009), “작지만 위대한 숨은 1등 기업, 브레이크스루 컴퍼니”
- 스에마쓰 지히로(2008), “10년 불황을 극복한 1등 기업에 주목하라. 교토식 경영”
- 국회예산정책처(2009), “중소기업 지원정책 : 예산과 입법과제”
- 한국은행(2012), “금융안정보고서”
- 머니투데이(2013), 삼성이 찍은 ‘글로벌 강소’ 키즈들 성적표 보니...‘역시’
- 삼성전자(2013), “삼성전자의 동반성장 추진 현황”
- 현대자동차그룹(2013), “현대·기아자동차 동반성장 추진현황”