

현안분석 2009-09

「1인창조기업」 육성을 위한 입법화 방안 연구

최환용 · 류창호



「1인창조기업」 육성을 위한 입법화 방안 연구

A Study on Legislation for Promotion of
Self-employed Creative Business

연구자 : 최환용(한국법제연구원 연구위원)

Choi, Hwan-Yong

류창호(아주대학교 법학전문대학원 교수)

Ryu, Chang-Ho

2009. 12. 18.

국문 요약

최근 정부에서는 새로운 일자리로서 1인 창조기업에 대한 지원정책을 전개하고 있다. 그러나 우리나라의 중소기업관련법제에서는 1인 창조기업의 법적 개념, 창조적 아이디어를 거래할 수 있는 시장을 조성하기 위한 법적 기반, 1인 창조기업의 경영안정 지원의 근거 등이 갖추어 있지 못할 뿐 아니라 각종 법적 규제에 인하여 창업의 문턱에서 좌절하는 사례조차 발생하고 있다.

이 보고서에서는 “1인 창조기업”을 법제화하기 위한 기초연구로서 1인 창조기업의 법적 정의를 모색하고, 중소기업청 소관 법률을 중심으로 1인 창조기업을 지원하기 위한 법적·제도적 현황을 검토함으로써 향후 1인 창조기업 지원을 위한 법적 과제를 도출하고자 한다.

먼저, 1인 창조기업의 법적 개념을 확립하기 위해서 정책대상의 명확화, 창의성에 기초를 둔 업종의 선정 등을 고려하여, 양적 기준을 원칙으로 하면서 질적 기준을 보충적으로 적용하는 것으로 구성하였다.

다음으로 1인 창조기업 활성화를 위해서는 지식서비스산업에 중점을 둔 새로운 형태의 입법이 필요하며, 1인 창조기업협회 등 중간단체의 설립근거, 1인 창조기업의 창업지원을 위한 다양한 정책수단의 개발과 이를 위한 법적 근거의 마련, 지원정책에 대한 평가체계의 구축 등이 선행되어야 할 것이다.

이러한 1인 창조기업의 활성화 정책은 전통적인 제조업 중심의 산업구조를 보완하는 역할에서 설계되고 추진되어야 할 것이다.

결론적으로 1인 창조기업이라는 새로운 산업형태를 정착시키기 위해서는 창업 유도 및 창업준비과정에서의 지원, 창업 후 수익창출의 모델 정립 등에 대한 법적인 뒷받침이 요청된다고 할 수 있다.

※ 키워드 : 1인 창조기업, 중소기업, 지식기반산업, 전문지식

Abstract

Recently, the Government has advanced policies to support a self-employed creative business as an opportunity to create new jobs. However, Korean laws and regulations related to small and medium enterprises do not provide legal concepts for the self-employed creative business, legislative foundation for making a market to trade creative ideas or grounds for supporting a stable management of the self-employed creative business. Even, a number of legal restrictions deter an individual from starting out a business.

As a basic research for making legislation dealing with a self-employed creative business, this report aims at identifying legislative tasks for purposes of assisting the self-employed creative business by seeking the legal definition of a self-employed creative business and reviewing the legal and institutional status for assisting the self-employed creative business, based on the relevant laws under the jurisdiction of the Small and Medium Business Administration.

First of all, this report compared similar concepts on the independence in trading relations, taking into account whether the business has personal rights in light of trading or reflecting professional knowledge, whether creativity is involved, or whether the business is carried out in the form of a company. In order to develop the legal concepts of a self-employed creative business, it is desirable to define a self-employed creative business according to a qualitative standard of trading “creative knowledge”, rather than a quantitative standard of “sole proprietorship”.

Second, for facilitating a self-employed creative business, it is required to make legislation in a new form focused on the knowledge-based in-

dustry, to provide legal grounds for supporting the start-up of a self-employed creative business and establishing intermediary organizations, such as an association for self-employed creative business, and to set up a system to evaluate support policies.

Against the background, such policies to facilitate a self-employed creative business shall be designed to supplement the existing industrial structure, which is centered on the traditional manufacturing industry. In conclusion, it is appropriate to lay out the legal foundation for encouraging an individual to start up a business, providing support in the course of the preparation of the business, and establishing models to make profits after starting the business.

※ Key Words : self-employed creative business, small and medium enterprises, knowledge-based industry, professional knowledge

목 차

국 문 요 약	3
Abstract	5
제 1 장 연구의 목적 및 범위	11
제 1 절 연구목적	11
제 2 절 연구범위	12
제 2 장 1인 창조기업 활성화 정책과 법적 과제	13
제 1 절 정책의 추진배경과 기본방향	13
1. 정책의 추진배경	13
2. 1인 창조기업의 정책적 개념	13
3. 정책의 기본방향	17
제 2 절 주요 정책 추진성과	18
1. 주요 정책과제	18
2. 주요정책의 추진성과	19
3. 정책 추진성과에 대한 평가와 한계	22
제 3 장 입법화를 위한 법적 과제	25
제 1 절 입법방식에 대한 검토	25
1. 중소기업 관련법률의 현황과 체계	25
2. 중소기업 관련법제와 1인 창조기업에의 적용가능성	28

3. 『소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법』에의 적용가능성	29
4. 1인 창조기업 육성을 위한 법률 제정 필요성	32
제 2 절 1인 창조기업의 법적 개념 정리	33
1. 문제의 제기	33
2. 1인 창조기업과 중소기업 개념의 비교	34
3. 1인 창조기업과 소호(SOHO) 개념의 비교	39
4. 1인 창조기업의 법적 개념	40
제 3 절 1인 창조기업 지원정책의 지속적 추진기반 조성	42
1. 지원정책에 대한 평가체제 구축과 법적 근거 필요성	42
2. 처분적 조치의 법적 근거 확보 필요	43
3. 1인 창조기업협회의 특수법인화	43
4. 1인 창조기업의 창업지원에 관한 법적 근거	44
제 4 장 “1인창조기업 육성을 위한 법률(안)” 시안	47
제 1 절 입법의 목적과 기본방향	47
1. 입법의 목적	47
2. 입법의 기본방향	47
제 2 절 총칙의 구성	49
1. 입법목적과 1인 창조기업의 범위	49
2. 국가 등의 책무 및 다른 법률과의 관계에 관한 규정	53
제 3 절 진흥종합계획 등에 관한 장	54
1. 1인 창조기업진흥종합계획 등의 수립	54
2. 실태조사에 관한 규정	57

제 4 절 1인 창조기업에 대한 지원시책	59
1. 개 요	59
2. 창업지원시책	59
3. 1인 창조기업지원센터의 지정	61
4. 지식거래의 활성화를 위한 정책수단의 개발	65
5. 교육지원 등 그밖에 지원시책	68
제 5 절 1인 창조기업협회 등 보칙 규정	71
1. 1인 창조기업협회의 설립	71
2. 조세감면 등 세제지원에 관한 확인규정	73
제 5 장 결 론	75
참 고 문 헌	77

【부 록】

1인 창조기업 육성을 위한 특별법(안)	79
-----------------------------	----

제 1 장 연구의 목적 및 범위

제 1 절 연구목적

지난 1월 대통령 신년 국정연설과 3월에 개최된 미래기획위원회 전체회의에서 「중산층 키우기 휴먼뉴딜」 정책을 발표한 바 있으며, 이에 대한 후속대책으로 중소기업청에서는 “1인 창조기업 활성화 방안”을 발표한 바 있다.

중소기업청의 “1인 창조기업 활성화 방안”에 따르면 창의적 아이디어에 기반을 두고 손쉽게 창업할 수 있는 1인 창조기업을 새로운 일자리 창출의 모델로서 제시하고 있으며, 1인 창조기업을 미래형 고부가가치 산업으로 육성하기 위한 정책의지를 표명하고 있다. 이러한 정책방향에 따라 중소기업청에서는 아이디어 비즈 뱅크(Idea Biz Bank)의 구축, 창업활성화를 위한 규제개선, 1인 창조기업을 위한 수요 창출, 1인 창조기업의 경영안정 지원에 관한 각종 시책들을 수립하여 시행하고 있다.

이와 같은 “1인 창조기업 활성화 방안”은 우리 경제의 성장 패러다임이 모방형에서 창조형으로 변화되는데 밑거름이 될 것으로 기대되고 있다.

그러나 현재 우리나라의 중소기업관련법제에서는 1인 창조기업에 대한 법적 개념이 정립되어 있지 않을 뿐만 아니라 창조적 아이디어를 거래할 수 있는 시장을 조성하기 위한 법적 기반, 1인 창조기업의 경영안정 지원의 근거 등이 갖추어 있지 못하기 때문에 이에 대한 입법화방안을 강구할 필요가 있다.

본 연구에서는 중소기업청에서 시행하고 있는 “1인 창조기업 활성화방안”을 토대로 하여 국정의 주요 현안인 1인 창조기업의 법적 개념을 정립하고 1인 창조기업 육성을 위한 법적 과제를 도출함과 동시에

이를 지속적으로 추진할 수 있는 입법화 방안을 연구함을 목적으로 한다.

제 2 절 연구범위

일정한 정부의 정책방향이 설정되면, 이에 대해서 법적으로 어떤 조치를 취할 것인가가 결정되어야 한다. “1인 창조기업 활성화 정책”은 양질의 일자리 창출과 더불어 지식거래시장의 형성이라는 측면에서 종전의 법제와는 다른 패러다임을 구성하고 있다.

이 연구는 기본적으로 정부의 “1인 창조기업 활성화 정책”을 법제도적으로 수용하기 위한 입법론적 과제를 도출하는데 그 중점을 두고자 한다. 입법론적 연구에는 종전의 법령을 개정하는 방식과 새로운 법령을 제정하는 두 가지 방식을 고려할 수 있다. 입법방식을 결정함에 있어서는 “1인 창조기업”의 주요 정책방향과 종전의 중소기업진흥법제와의 정합성을 검토할 필요가 있다. 1인 창조기업 활성화 정책이 현행 중소기업진흥법제에 미치는 영향을 검토함으로써 입법론적 과제를 도출하고 이를 현행 법제도속에서 수용할 수 있는 가능성을 검토하고자 한다.

이 연구의 최종적인 목적이 “1인 창조기업” 활성화 정책을 법률이라는 틀 속에서 담아낼 수 있는 입법화 방안을 연구하는 것에 있기 때문에 현실적으로 활용할 수 있는 법률안을 제시하는 것을 최종적인 결론으로 삼고자 한다.

제 2 장 1인 창조기업 활성화 정책과 법적 과제

제 1 절 정책의 추진배경과 기본방향

1. 정책의 추진배경

중기청에서는 1인 창조기업 활성화 정책의 추진배경에 대해서 첫째, 글로벌 경기침체 극복을 위해서 국민들이 ‘구직(求職)에서 창직(創職)’으로의 패러다임 전환, 세계경제환경이 산업경제에서 창조경제로 변화함에 따른 개인중심 창조경제로의 전환이 필요하다고 설명하고 있다.¹⁾

즉, IT기술의 발달로 시·공간적 제약이 사라짐에 따라 근무형태가 유연하게 변화하고 기업의 아웃소싱 경영방식이 증감함에 따라 1인 기업의 성장환경이 시장에서 조성되고 있으며 미국, 독일과 같은 선진국에서도 1인 기업이 일자리 창출의 새로운 대안 및 성장동력으로 부각되고 있는 점 등을 고려할 때 창조적 1인 기업이 글로벌 경기침체의 극복과 일자리 창출을 주도할 수 있도록 체계적인 육성방안을 마련할 필요가 제기되고 있다는 점을 추진배경으로 들고 있다.

2. 1인 창조기업의 정책적 개념

1인 창조기업 활성화 정책을 성공적으로 수행하기 위해서는 우선 정책의 대상이 되는 ‘1인 창조기업’의 범주를 설정하는 것이 중요하다.

중기청에서는 ‘1인 창조기업’을 “창의적인 아이디어, 기술·전문지식 등을 가진 자가 운영하는 1인 중심기업”으로 그 개념적 범주를 설정하고 있다.

1인 창조기업의 정책적 개념은 대략 기업규모, 기업형태, 그리고 대상업종을 기준으로 하여 정책대상을 확정하고 있다. 기업규모의 측면

1) 2009. 3. 26. 중소기업청 보도자료

에서는 ‘1인 중심기업’이라는 개념을 채용함으로써 제3자가 아닌 가족을 고용하는 ‘가족기업’과 스승과 제자 관계로 운영되는 ‘도제기업’을 포함하고자 하였다. 이 때 ‘1인 중심기업’이란 지배구조에 있어서 창의성 있는 특정인에 의한 운영관계를 기준으로 하고 있다.

다음으로 기업형태의 측면에서는 영리를 주목적으로 하는 경제활동을 하는 법적 기업으로 정의함으로써 사업자 등록여부를 기준으로 하고 있다. 따라서 사업자 등록을 하지 않은 이른바 프리랜서그룹은 정책대상에서 제외되며, 다만 미취업 청년인력, 유휴인력 등을 경제활동인구로 유입하기 위해서 무등록 프리랜서는 잠재적 기업으로 분류되고 있다.

‘1인 창조기업 활성화 정책’의 대상이 되는 업종은 이른바 창조산업에 속하는 직업군으로 소프트웨어, 인터넷 서비스, 컨설팅 등 제조관련 서비스업과 영화·예술·관광 등 문화관련 서비스업, 그리고 전통식품 제조와 같은 일부 제조업이 해당된다.

<표 1> 1인 창조기업 업종별 분류

□ 제조업

관련 업종	산업 세세분류 명칭(분류번호)
제조업(10~33)	수산동물 건조 및 염장품 제조업(10212)
	떡류 제조업(10711)
	장류 제조업(10743)
	탁주 및 약주 제조업(11111)
	청주 제조업(11112)
	기타 발효주 제조업(11119)
	장식용 목제품 제조업(16293)
	나전칠기 가구 제조업(32022)
	모조귀금속 및 모조장신용품 제조업(33120)
	국악기 제조업(33204)

□ 지식서비스업

관련 업종		산업 세세분류 명칭
출판, 영상, 방송 통신 및 정보 서비스업 (58~63)	출판업(58)	교과서 및 학습서적 출판업(58111)
		만화 출판업(58112)
		기타 서적 출판업(58119)
		신문 발행업(58121)
		잡지 및 정기간행물 발행업(58122)
		정기 광고간행물 발행업(58123)
		기타 인쇄물 출판업(58190)
		온라인·모바일 게임 소프트웨어 개발 및 공급업(58211)
		기타 게임 소프트웨어 개발 및 공급업(58219)
		시스템 소프트웨어 개발 및 공급업(58221)
	응용 소프트웨어 개발 및 공급업(58222)	
	영상· 오디오 기록물 제작 및 배급업 (59)	일반 영화 및 비디오물 제작업(59111)
		애니메이션 영화 및 비디오 제작업(59112)
		광고 영화 및 비디오물 제작업(59113)
		방송 프로그램 제작업(59114)
		영화, 비디오물 및 방송프로그램 제작 관련 서비스업(59120)
		음악 및 기타 오디오물 출판업(59201)
	녹음시설 운영업(59202)	
	컴퓨터 프로그래밍, 시스템 통합 및 관리업(62)	컴퓨터 프로그래밍 서비스업(62010)
		컴퓨터시스템 통합 자문 및 구축 서비스업(62021)
컴퓨터시설 관리업(62022)		
기타 정보기술 및 컴퓨터운영 관련 서비스업(62090)		
출판, 영상, 방송 통신 및 정보 서비스업 (58~63)	정보 서비스업 (63)	자료 처리업(63111)
		호스팅 및 관련 서비스업(63112)
		토털 및 기타 인터넷 정보매개 서비스업(63120)
		뉴스 제공업(63910)
		데이터베이스 및 온라인정보 제공업(63991)
그 외 기타 정보 서비스업(63999)		

제 2 장 1인 창조기업 활성화 정책과 법적 과제

관련 업종	산업 세세분류 명칭
연구개발업(70)	물리, 화학 및 생물학 연구개발업(70111)
	농학 연구개발업(70112)
	의학 및 약학 연구개발업(70113)
	기타 자연과학 연구개발업(70119)
	전기·전자공학 연구개발업(70121)
	기타 공학 연구개발업(70129)
	경제학 연구개발업(70201)
	기타 인문 및 사회과학 연구개발업(70209)
전문 서비스업(71)	광고대행업(71310)
	옥외 및 전시 광고업(71391)
	광고매체 판매업(71392)
	광고물 작성업(71393)
	그 외 기타 광고업(71399)
	시장조사 및 여론조사업(71400)
	경영컨설팅(71531)
건축기술, 엔지니어링 및 기타서비스업(72)	건축설계 및 관련 서비스업(72111)
	도시계획 및 조경설계 서비스업(72112)
	건물 및 토목 엔지니어링 서비스업(72121)
	환경컨설팅 및 관련 엔지니어링 서비스업(72122)
	기타 엔지니어링 서비스업(72129)
	물질성분 검사 및 분석업(72911)
	기타 기술 시험, 검사 및 분석업(72919)
	측량업(72921)
	제도업(72922)
	지질조사 및 탐사업(72923)
지도 제작업(72924)	
기타 전문, 과학 및 기술 서비스업(73)	인테리어 디자인업(73201)
	제품 디자인업(73202)
	시각 디자인업(73203)
	기타 전문 디자인업(73209)
	인물사진 및 행사용비디오 촬영업(73301)
	상업용 사진 촬영업(73302)
	사진 처리업(73303)

관련 업종	산업 세세분류 명칭
	번역 및 통역 서비스업(73902)
	사업 및 무형 재산권 중개업(73903)
	물품감정, 계량 및 견본 추출업(73904)
	그 외 기타 분류안된 전문과학 및 기술 서비스업(73909)
사업지원 서비스업(75)	전시 및 행사 대행업(75992)
창작, 예술 및 여가관련 서비스업(90)	연극단체(90121)
	무용 및 음악단체(90122)
	기타 공연단체(90123)
	공연 예술가(90131)
	비공연 예술가(90132)
	공연 기획업(90191)
	공연 및 제작관련 대리업(90192)
	그 외 기타 창작 및 예술관련 서비스업(90199)

3. 정책의 기본방향

1인 창조기업 활성화 정책의 기본방향은 1인 창조기업의 성장잠재력을 극대화하는데 놓여 있다. 이를 위해서는 현실적으로 1인 창조기업의 성장을 저해하는 시장환경을 개선하는 방향으로 정책이 전개될 필요가 있다.

중기청에서는 1인 창조기업의 성장애로요인을 다음과 같이 들고 있다. 우선 창의적 아이디어의 발현 기회 부족 및 거래시장이 형성되어 있지 않다는 점이다. 즉, 아이디어가 상품화되거나 거래되어 경제적 가치로 실현되기 위한 시장이 부족하고, 1인 창조기업에 대한 기업이나 국민들의 인지도가 부족하며, 창업시 행정절차 및 보험 등 경제적 부담에 대한 불안감과 자금, 경영지식 부족으로 인한 경영애로 및 정보 교류의 장이 부족하다는 점 등이 1인 창조기업의 성장잠재력을 저해하고 있다고 한다.

따라서 중기청에서는 1인 창조기업의 성장잠재력을 저해하는 현실적 요인들을 해소하기 위해서 아이디어 발굴 및 창조문화 확산, 성장기반 확충, 규제완화를 통한 1인 창조기업 창업 활성화를 정책의 기본방향으로 설정하고 있다.

제 2 절 주요 정책 추진성과

1. 주요 정책과제

중기청에서는 “1인 창조기업 활성화 방안”에 따라 각종 정책을 추진하고 있다. 이러한 정책 추진은 일정한 법적 근거 없이 정책적인 관점에서 추진되고 있으며, 이를 입법적으로 뒷받침하기 위해서는 중기청에서 추진하고 있는 정책의 기본내용을 파악할 필요가 있다.

우선 중기청에서는 정책과제로서 아이디어 발굴 및 거래 시스템 구축, 창업활성화를 위한 제도 혁신, 자생력 확보를 위한 성장기반 구축의 세 가지 과제를 제시하고 있다.

먼저, 아이디어 발굴 및 거래시스템 구축과 관련하여서는 Idea Biz Bank를 구축하여 창의성 및 상업화 가능성이 높은 아이디어를 발굴, 등록함으로써 경제적 가치로 전환할 수 있도록 지원하고 있다. 다음으로 아이디어 거래 활성화를 위하여 등록된 창의적 아이디어를 대기업 또는 중소기업이 활용할 수 있도록 하고, 아이디어 등 지식거래를 활성화하기 위한 중개자로서 ‘지식거래 알선회사’의 신뢰성을 보장하고 거래 수수료 지원을 추진하고 있다. 그밖에 언론매체 등을 활용한 대국민 인식 개선, 포럼 개최 및 창조거리 조성을 통한 창조문화 붐 조성, 정기적인 실태조사 및 미래 유망 창조직업군 등 정보제공 등이 주요한 시책으로 제시되고 있다.

다음으로 최저자본금제 폐지 등을 통한 소규모 법인의 설립절차 간소화, 식품위생법·식품산업진흥법 등의 개정을 통한 전통식품 등 소

규모 사업장에 대한 영업신고 기준 완화 및 공장설립절차 간소화를 관련 부처와 공동으로 추진하고, 세제감면 및 고용보험, 1인 창조기업 공제제도 범위 확대 등 1인 창조기업의 창업을 촉진하기 위한 정책과제들이 제시되고 있다.

세 번째로 제시되고 있는 정책과제로는 자생력 확보를 위한 성장기반을 구축하는 것으로 공공시장에서의 진입장벽 완화, 민간시장에서의 구매 촉진을 위한 ‘지식서비스바우처’ 지원, 해외시장에 진출하는 1인 창조기업에 대한 지원시책 등이 있다. 또한 경영안정에 필요한 자금 지원, 견습생 제도 도입 및 역량 강화 교육시스템 구축, 경영애로 해결 및 작업공간 지원, 사업아이템에 대한 연구개발 및 상업화 타당성 분석을 지원하고 창의적 아이디어의 재산권화 지원 등이 주요 시책으로 제시되고 있다.

2. 주요정책의 추진성과

중기청에서는 앞서 제시한 정책과제들을 지속적으로 추진해 오고 있다.

먼저, 2009년 3월에 “1인 창조기업 활성화 전략”을 수립하고, 동 전략에 따라 Idea Biz Bank 시스템을 같은 해 6월에 구축하여 시범운영하고 있다. 그리고 같은 7월에는 1인 창조기업 지원사업 관리규정을 중소기업청 내부지침으로 수립한 바 있으며, 1인 창조기업의 정확한 실태를 파악하기 위한 조사작업을 수행한 바 있다.

또한, 1인 창조기업 특례보증제도를 위한 평가지표 개발, 1인 창조기업지원센터의 지정 및 운영, 1인 창조기업 성공포럼의 개최(09년 11월), 1인 창조기업협회 및 연합회 설립, 지식서비스 구매바우처 지원, 각 지방중소기업청에 창업보육실 운영 등 다양한 시책들이 추진되고 있거나 이미 완료되어 시행중에 있다.

제 2 장 1인 창조기업 활성화 정책과 법적 과제

그밖에도 보건복지부, 농림부 등 관련부처와 협의하여 소규모 식품 제도 영업신고기준의 완화, 고용보험 실업급여 임의가입 허용, 전통식품 품질인증기준 완화 등 1인 창조기업 활성화를 위해서 범정부적인 대응에 나서고 있다.

중기청에서 발표한 주요 정책과제에 대한 추진실적은 다음 표와 같다.

<표 2> 1인 창조기업 주요 정책과제

과제명	조치사항	주 관 부 처	조 치 기 한	비 고
① 해외규격인증획득사업 참여요건 완화	관리지침 개정	중기청	'09.12	완료('09.3)
② 1인 창조기업 전용 자금 조성	정책자금 배정	중기청	'09.12	완료('09.4)
③ 콘텐츠 1인 창조기업 온라인 유통지원	사업공고 및 지원	문화부	'09.6	완료('09.4)
④ 아이디어 거래 및 상업화 연계지원	사업공고·지원(공예 분야)	중기청	'09.12	완료('09.4)
⑤ 개인사업자 휴·재업 신고 온라인화	홈페이지 개편	국세청	'09.6	완료('09.5)
⑥ 벤처투자회사 투자 대상 확대	창투자 관리규정 개정	중기청	'09.12	완료('09.5)
⑦ 지식서비스 구매 바우처 지원	사업공고 및 지원	중기청	'09.6	완료('09.5)
⑧ 맞춤형 교육지원 (멘토, 골드카드)	사업공고 및 지원	중기청	'09.6	완료('09.5)
⑨ 유희공간 리모델링 및 입주 지원	지방청 창업보육실 운영	중기청	'09.12	완료('09.5)
□ Idea Biz Bank 구축·운영	시스템 개발 등	중기청	'09.6	완료('09.5)

과제명	조치사항	주 관 부 처	조 치 기 한	비 고
<input type="checkbox"/> 1인 창조기업 해외 진출 지원	전시회, 상담회 등 지원	중기청 (KOIRA)	'09.12	완료('09.6)
<input type="checkbox"/> 1인 창조기업 실태 조사	연구용역 등	중기청	'10.6	조달청('09.6)
<input type="checkbox"/> 1인 창조기업 특례 보증제도 도입	평가지표 개발 등	중기청 (기보)	'09.12	도입예정('09.7)
<input type="checkbox"/> 1인 창조기업지원센터 지정·운영	사업공고 및 지원	중기청	'10.6	완료예정('09.8)
<input type="checkbox"/> 1인 창조기업 성공 포럼	행사 개최	중기청	'09.12	'09.11.3 일 개최 예정
<input type="checkbox"/> 1인 창조기업 C&D 지원사업	사업공고 및 지원	중기청	'10.6	기술료 제출 ('09.5, 20억원)
<input type="checkbox"/> 1인 창조기업 연합회 구성	연합회 설립	중기청	'09.12	협회 설립('09.3), 발전위원회 ('09.8)
<input type="checkbox"/> 1인 창조기업 법적 근거 마련	단독법률 제정 또는 기존 법률 개정	중기청	'10.6	법제연구원 연구('09.4~12)
<input type="checkbox"/> 1인 창조기업 홍보	정책홍보(방송, 신문 등)	중기청	'09.12	계속
<input type="checkbox"/> 소규모 식품제조 영업 신고기준 완화	식품위생법 개정	복지부	'10.9	
<input type="checkbox"/> 즉석판매·제조식품 대상 범위 확대	식품위생법 개정	복지부	'10.9	
<input type="checkbox"/> 전통식품 품질인증 기준 완화	식품산업진흥법 개정	농림부	'10.9	
<input type="checkbox"/> 식용식품 대상 범위 확대	식품공전 개정	식약청	'10.9	
<input type="checkbox"/> 대도시 등록세 증과 제도 제외	지방세법 개정	행안부	'10.9	

과제명	조치사항	주 관 부 처	조 치 기 한	비 고
<input type="checkbox"/> 고용보험 실업급여 임의가입 허용	고용보험법 개정	노동부	'10.9	완료('09.7.7)
<input type="checkbox"/> 공공구매 전산개발 직접생산 기준 완화	고시 개정	중기청	'09.12	
<input type="checkbox"/> 디자인개발사업 참여 요건 완화	관리지침 개정	지경부	'10.9	
<input type="checkbox"/> 부가관련대상 확대 (시나리오 → 영화)	표준협약서 등	문화부	'09.12	
<input type="checkbox"/> 1인 창조기업 견습생 제도	관련예산 확보 등	중기청	'10.12	
<input type="checkbox"/> 1인 창조기업 거리 시범 지정	관련예산 확보 등	중기청	'10.12	

3. 정책 추진성과에 대한 평가와 한계

앞에서 살펴본 것처럼 중기청은 “1인 창조기업 활성화 방안”을 발표한 이래 주요 시책들을 지속적으로 추진해 오고 있다. 이러한 조치들은 종전의 중소기업정책이 제조업과 일부 전통적인 서비스업을 대상으로 하고 있으면서 중소기업에서 상당한 비율을 차지하는 소기업에 대한 관심 부족이라는 한계를 극복하고, 새로운 중소기업정책으로의 전환점을 마련한 것으로 평가할 수 있다.

특히 1인 창조기업이 처해 있는 현실을 정확히 파악함으로써 아이디어 거래를 위한 시장환경을 조성하고, 지속적인 아이디어 개발을 위한 교육을 지원하는 등 보호·육성이라는 종전의 중소기업정책과는 달리 성장과 경쟁력 강화 위주의 시책 추진은 높이 평가할 만하다.

그러나 정책의 지속적 추진이라는 관점에서 보면, 이러한 정책을 법적으로 뒷받침하려는 노력이 필요하다. 즉, 1인 창조기업의 활성화를 통한 일자리 창출과 경제위기 극복이라는 정책목표의 원활한 실현과 더불어 정책의 효율적인 집행을 위해서 중기청과 관련부처들이 정책적으로 실현하고 있는 각종 시책들에 대한 법적 근거를 확보할 필요성이 있다.

특히 앞서 살펴본 일부 정책들 가운데 1인 창조기업지원센터의 지정, 각종 지원사업에의 참여기준과 그에 대한 불이익 등은 국민의 권리 제한 또는 의무 부과 성격의 공권력의 행사로 처분에 해당하기 때문에 법적인 근거를 확보하지 않으면 그 실효성을 담보할 수 없다.

제 3 장 입법화를 위한 법적 과제

제 1 절 입법방식에 대한 검토

일반적으로 새로운 정책사항에 대해서 법적 근거를 확보하기 위한 방안으로는 유사한 정책목표를 가진 기존 법률을 개정하는 방식과 새로운 법률을 제정하는 방식으로 구분된다.

기존의 법률을 개정하는 방식과 새로운 법률을 제정하는 방식은 동일한 입법절차에 따라야 하기 때문에 별다른 차이는 없다. 다만, 유사한 사항에 대해서 새로운 법률을 제정하는 것은 법경제의 측면에서 그다지 효율적이지는 않다.

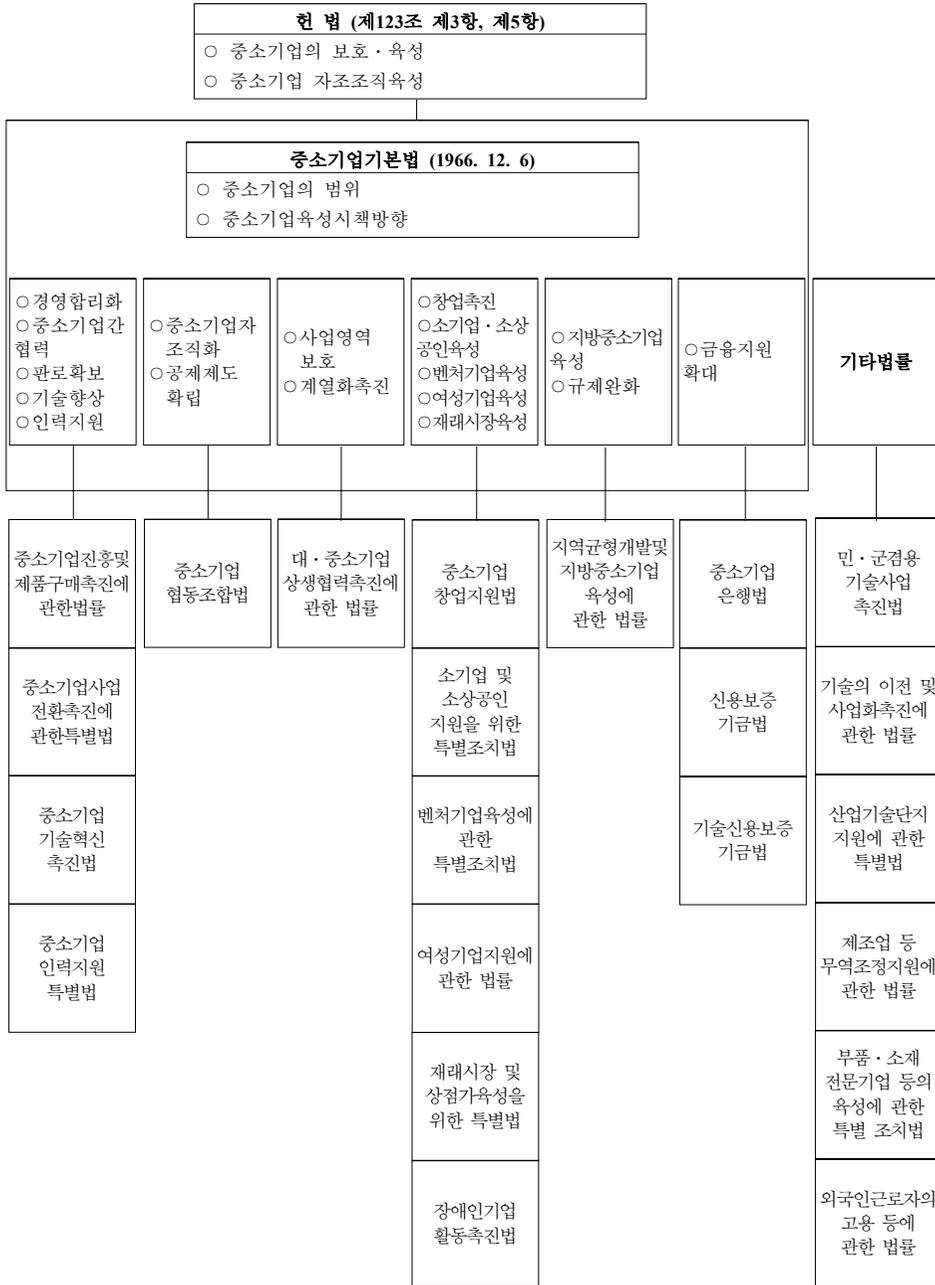
여기서는 현행 중소기업법제를 개정함으로써 “1인 창조기업 활성화”정책을 적용할 수 있는 가능성을 검토하고자 한다.

1. 중소기업 관련법률의 현황과 체계

중소기업정책에 영향을 미치는 법령은 대략 700여개로 중소기업을 직접적인 대상으로 하는 법령뿐만 아니라 간접적으로 기업의 경쟁질서 또는 산업구조 등에 관한 법령, 근로관계법령, 소비자보호관련법령 등 규제법령등이 모두 포함된다. 특히 「유통산업발전법」이나 「문화산업기본법」 등 각종 산업관련법령들에서는 중소기업에 대한 특례나 우대조치를 규정하고 있는 개별조문들을 찾아볼 수 있다.

이 가운데 중소기업을 직접 적용대상으로 하면서 중소기업의 보호·육성 및 지원을 주된 내용으로 하는 법령은 「중소기업기본법」을 중심으로 「중소기업기술혁신촉진법」, 「중소기업은행법」, 「중소기업의 구조개선과 재래시장 활성화를 위한 특별조치법」, 「중소기업의 사업

영역보호 및 기업간 협력증진에 관한 법률, 『중소기업인력지원특별법』, 『중소기업진흥 및 제품구매촉진에 관한 법률』, 『중소기업창업지원법』, 『중소기업협동조합법』, 『지역균형발전 및 지방중소기업육성에 관한 법률』, 『소기업 및 소상공인지원을 위한 특별조치법』, 『여성기업 지원에 관한 법률』, 『벤처기업육성에 관한 특별조치법』, 『대·중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률』등 약 22개 법령이 있다. 이러한 법령 체계는 『중소기업기본법』에서 선언하고 있는 창업 촉진, 판로 확보, 중소기업자의 조직화 등 각종 시책 등을 개별법령에서 구체적으로 규율하는 형태로 분화, 발전되어 왔다.



※ 중소기업간 협업 활성화를 위한 정책방안 연구보고서(미공개), 2007. 11, 65쪽에서 인용

2. 중소기업 관련법제와 1인 창조기업에의 적용가능성

(1) 제조업 등을 기반으로 하는 중소기업 관련법제의 한계

우리나라의 중소기업 관련 법제는 대부분 제조업이나 도·소매업, 운수업 등의 전통적인 서비스업을 영위하는 중소기업을 지원하기 위한 구조를 갖추고 있다.

예를 들어, 『중소기업기술혁신촉진법』은 “중소기업의 기술혁신을 촉진하기 위한 기반을 확충하고 관련 시책을 수립·추진함으로써 중소기업의 기술경쟁력 강화를 통하여 국가경제발전에 이바지함”을 목적으로 제정된 법률로서 제조업의 기술혁신을 주된 정책목표로 하고 있다.

또한 『중소기업 사업전환 촉진에 관한 법률』은 “경제환경의 변화로 인하여 어려움을 겪고 있는 중소기업의 사업전환을 촉진하여 중소기업의 경쟁력을 강화하고 산업구조의 고도화를 달성함으로써 국민경제의 건전한 발전에 기여함”을 목적으로 하고 있으며, 주된 내용은 사업전환의 원활화를 위한 주식교환, 합병절차의 간소화 등 주식회사를 전제로 하고 있으며, 주된 정책수단으로는 정보제공, 컨설팅 제공 등이 규정되어 있다.

그리고 중소기업 진흥정책의 근거법령인 『중소기업진흥 및 제품구매촉진에 관한 법률』 또한 “중소기업의 구조 고도화를 통하여 중소기업의 경쟁력을 강화하고 중소기업 제품의 구매 촉진 및 판로 확대와 중소기업의 경영 기반을 확충하여 국민경제의 균형 있는 발전에 기여함”을 목적으로 제정되었으며, 동법에서는 주로 중소기업의 구조 고도화, 중소기업 제품의 구매 촉진 및 판로 확대, 중소기업의 경영기반 확충 등을 규정하고 있다.

(2) 적용가능성 검토

앞에서 살펴보았듯이 우리나라의 중소기업 관련법제는 전통적으로 중소기업들이 많은 비중을 차지해온 제조업이나 운송업 등 전통적인 서비스업을 진흥함을 목적으로 제정되었다. 따라서 각각의 법령들이 규정하고 있는 진흥목표는 기술혁신이나 경영혁신, 구조 고도화 등이며, 새로운 시장으로서의 “지식거래시장”과 새로운 시장의 주체인 “지식서비스업자”를 육성·지원하는데 한계가 있다.

즉, 현재 “1인 지식서비스업”의 진흥이라는 정책목표를 달성하기 위해서는 제조업이나 전통적인 서비스업을 전제로 하여 형성, 발전되어 온 현행 중소기업 관련법제를 개정하는 것만으로는 한계가 있다. 무형의 자산인 “지식”을 기반으로 하는 1인 지식서비스업의 특성을 반영한 새로운 입법이 필요하다.

3. 『소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법』에의 적용가능성

(1) 연혁적 한계

1인 창조기업의 개념적 범주에 비추어 볼 때, 가장 활용이 가능한 법률로서 『소기업 및 소상공인지원을 위한 특별조치법』을 들 수 있다. 소상공인의 양적 기준에 따르면 1인 창조기업은 소상공인의 범주에 포함시킬 수도 있다.

그러나, 동법은 연혁적으로 “소기업”의 육성·진흥을 위해서 제정되었다는 태생적 한계를 가지고 있다. 즉, 동법은 1997년에 『소기업 지원을 위한 특별조치법』이라는 법령 아래 종래의 “중소기업” 중심의 법령체계에서 소외되어 왔던 “소기업”의 경쟁력을 강화하고, 소기업에 관한 규제 철폐 및 중소기업의 연쇄도산방지를 위한 어음보험계정을

설치하려는 목적으로 제정되었다.

제정 당시 동법은 첫째, 기업의 범위를 상시종업원 50인(제조업관련 서비스업은 30인)이하이며, 사업장면적이 50제곱미터미만인 기업으로 정하여 특별지원하고 둘째, 중소기업청장은 소기업을 육성·지원하기 위하여 매년 소기업지원계획을 수립하여 이를 추진하도록 하였다. 셋째, 소기업에 대하여는 「공장배치및공장설립에관한법률」 제16호의 규정에 의한 공장등록의무를 배제하여 사업자등록증으로 공장등록증에 갈음하도록 하고 넷째, 건축물의 용도가 공장이 아닌 건축물에서 1996년 12월 31일 현재 사업을 영위하고 있는 소기업에 대하여는 건축법 제14조의 용도변경, 제45조의 도시계획 지역 및 지구안에서의 건축금지 또는 제한 및 제50조의 건축시 인접대지경계선으로부터 띄어야 하는 거리에 관한 규정의 적용을 배제하여 공장용도로 사용할 수 있도록 하고, 지방세법에 의한 취득세·등록세 및 재산세를 중과하지 아니하도록 하였다. 다섯째, 소기업에 대하여는 근로기준법에 의한 임금채권 우선변제 적용범위를 최종 3월분의 임금과 최종 3년간의 퇴직금 및 재해보상금으로 명시하여 소기업의 담보제공 능력을 제고시키도록 하는 내용으로 구성되었다.

동법에 “소상공인”의 개념이 포함된 것은 2000. 12. 29 종전의 「소기업 진흥을 위한 특별조치법」에서 소기업중 상시 근로자 10인 이하의 사업자로서 업종별 상시 근로자수 등이 대통령령이 정하는 기준에 해당하는 자를 소상공인으로 정의하고, 소상공인의 창업 및 경영합리화를 촉진하기 위하여 중소기업청장으로 하여금 각종 지원책을 수립하도록 하고 소상공인지원센터의 설치근거를 마련하는 일부개정을 통해서이다.

이후 2005년도에 소상공인의 육성·지원을 체계적이고 지속적으로 수행하기 위하여 소상공인지원원을 설립할 수 있도록 하고, 소상공인의 공동사업·사업전환 등 구조고도화의 지원을 강화하기 위하여 소상공인 구조고도화의 지원 근거를 마련하는 등 일부개정이 이루어져

현재에 이르고 있다.

결국 『소기업 및 소상공인지원을 위한 특별조치법』은 제정당시에는 “소기업” 중심의 법령 체계를 갖추고 있었으며, 이후 2000년과 2005년 일부 개정을 통해서 “소상공인”이 추가되는 형태로 변화해 왔으며, 정책수단 또한 매우 제한적으로 규정되어 있다는 한계를 가지고 있다.

(2) 실체적 정책수단의 한계

앞에서 살펴본 것처럼 『소기업 및 소상공인지원을 위한 특별조치법』은 연혁적으로 “소기업”의 개념을 세분화하여 “소상공인”의 개념을 추가함으로써 그 구성체계에 있어서도 실체적 한계를 가지고 있다.

즉, 동법의 구성체계를 살펴보면, 13개의 조문 가운데 실체적 내용을 규정하고 있는 제3조부터 제8조의 3까지가 소기업에 대한 지원계획이나 공장설립에 관한 특례, 신용보증지원정책의 수립, 창업지원에 관한 특례, 주식회사설립 등에 관한 특례, 소기업에 대한 경영안정지원 등 소기업 중심으로 정책수단이 편중되어 있으며, “소상공인”에 관해서는 제10조의 2부터 제10조의5에서 규정하고 있는 소상공인 육성정책의 수립근거, 소상공인지원센터 설립이나 소상공인지원센터 설립 근거와 같은 조직의 설립 근거 등 구체적이고 완결적인 정책수단을 갖추지 못하고 있다.

이러한 정책수단만으로는 아이디어 거래시장의 조성, 1인 지식서비스업자의 법적 지위의 불안정성 등을 해소하는데 매우 미흡하다고 평가할 수 있다.

<표 3> 『소기업 및 소상공인지원을 위한 특별조치법』의 주요 내용

법 른	시행령
제 1 조(목적)	제 1 조(목적)
제 2 조(정의)	제 2 조(소상공인의 범위 등)

제 3 장 입법화를 위한 법적 과제

법 률	시행령
제 3 조(소기업에 대한 지원계획 수립)	제 3 조(소기업지원계획의 수립 등)
제 4 조(공장설립에 관한 특례)	제 3 조의2(공장설립에 대한 특례 적용 대상 등)
제 5 조(삭제)	제 3 조의3(농지보전부담금 등의 면제 대상 공장용지면적 등)
제 6 조(삭제)	제 4 조(위원회의 설치 및 구성)
제 7 조(신용보증지원시책의 수립)	제 5 조(위원회의 운영)
제 8 조(창업지원에 관한 특례)	제 6 조(운영세칙 등)
제 8 조의2(주식회사설립 등에 관한 특례)	제 7 조(창업지원특례 적용대상 업종)
제 8 조의3(소기업에 대한 경영안정지원)	제 8 조(소상공인지원센터의 설치·운영)
제 9 조(삭제)	제 9 조(소상공인지원상담사의 자격)
제10조(삭제)	제10조(상담사의 보수)
제10조의2(소상공인육성시책)	제11조~제23조(삭제)
제10조의3(실태조사)	제23조의2(권한의 위임)
제10조의4(소상공인지원센터)	제25조(과태료의 부과·징수)
제10조의5(소상공인지원센터)	
제10조의6(조세에 대한 특례)	
제11조(권한의 위임·위탁)	
제12조(별칙적용에 있어서의 공무원 의제)	
제13조(과태료)	

4. 1인 창조기업 육성을 위한 법률 제정 필요성

앞에서 살펴본 것처럼 우리나라의 중소기업법제는 전통적으로 제조업이나 도·소매업, 운수업 등 전통적인 서비스업을 영위하기 위한 중

소기업을 지원하기 위한 법적 구조를 갖추고 있다. 따라서 기존의 중소기업법제로는 아이디어 거래 및 상업화 지원, 지식서비스 구매바우처 지원, 멘토·골드카드와 같은 맞춤형 교육지원 등 1인 창조기업의 특성에 맞는 지원정책을 포괄하기에는 실체적 한계를 지니고 있다.

“1인 창조기업”의 육성을 통한 경제위기 극복 및 양질의 일자리 창출이라는 정책목표를 효율적으로 달성하고, 현재 시행중인 1인 창조기업 육성시책을 지속적으로 추진하기 위해서는 새로운 법률을 제정할 필요성이 있다.

제 2 절 1인 창조기업의 법적 개념 정리

1. 문제의 제기

“1인 창조기업”이라는 용어는 대통령 직속 미래기획위원회에서 최초로 등장한 용어로서 법적인 용어로는 아직 정의된 바 없다. 중소기업청이 발표한 “1인 창조기업 활성화 방안”에서는 “1인 창조기업”을 “창의적 아이디어, 기술·전문지식 등을 가진 자가 운영하는 1인 중심기업”으로 정의하고 있다.

이러한 1인 창조기업들이 주로 활동하는 분야는 상대적으로 경제적 부가가치와 고용창출 효과가 높고 창의력이 필요한 IT, 디자인, 영화, 만화, 전통식품·공예제조 부문 등으로 통계에 따르면 이들 분야에 종사하는 국내 1인 창조기업은 약 4만2천여개이며, 사업자등록을 하지 않은 프리랜서를 포함하면 약 30만개에 달한다고 한다.

그러나 이러한 1인 창조기업에 대한 정의는 정책적 개념으로 아직까지 법적인 관점에서 정의된 바는 없다. 1인 창조기업 활성화 정책을 법적으로 뒷받침하기 위해서는 우선 “1인 창조기업”을 법적으로 어떻게 정의할 것인가가 문제가 된다.

여기서는 중소기업, 소호 등 유사한 개념과의 비교를 통해서 1인 창조기업의 법적 개념 정립을 위한 기초적인 검토를 하고자 한다.

2. 1인 창조기업과 중소기업 개념의 비교

(1) 중소기업의 개념

중소기업은 대기업 보다 규모가 상대적으로 작은 기업을 말하는 것이고, 엄밀한 규정은 각국의 실정상법의 종업원수·자본금·총자산·자기자본 및 매출액 등 양적 기준에 의거하는 것이 보통이다.

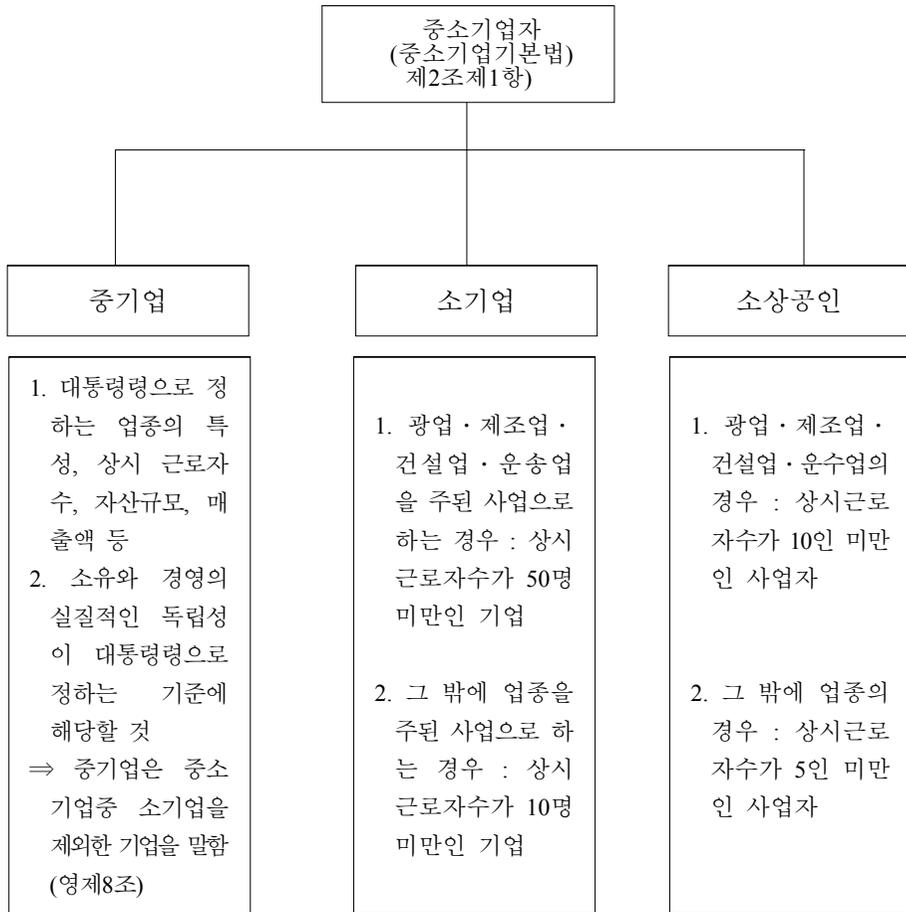
이러한 중소기업의 정의는 대기업에 대해서 상대적인 것으로 각국의 산업적 특성 또는 경제발전의 단계 등에 따라 각각 다르게 나타난다.²⁾

현행 중소기업기본법 제2조 및 동법 시행령 제3조에 따른 중소기업자의 범위는 상시근로자 수 또는 자본금·매출액의 규모에 따라 중기업과 소기업으로 분류되며, 소기업은 「소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법」 제2조제2호에 따라 소상공인으로 재분류된다. 여기서 소상공인이란 소기업중 상시근로자 10인 미만의 사업자로서 광업·제조업·건설업 및 운수업의 경우에는 10인 미만, 그 밖의 업종의 경우에는 5인 미만의 사업자를 말한다.

2) 미국의 경우에는 미연방규정집 제13권 제121장 「Small Business Size Regulations」에서 1,200개 내외의 업종별 기준을 규정하고 있으며, 제조업은 세부 업종별로 500인에서 1500인 까지, 광업은 500인 이하, 도매업은 100인 이하, 소매업은 세부업종별로 600만불에서 2,450만불 이하 등을 Small Business로 규정하고 있다

일본의 경우는 「中小企業基本法」에서 공업·광업·운수업 등은 상시근로자수 300인 이하 또는 자본금 3억엔 이하, 도매업은 상시근로자수 100인 이하 또는 자본금 1억엔 이하, 서비스업은 상시근로자수 100인 이하 또는 자본금 5천만엔 이하, 소매업은 상시근로자수 50인 이하 또는 자본금 5천만엔 이하를 중소기업으로 규정하고 있다.

EU에서는 업종별 구분을 두지 않고 단일 규정을 적용하고 있으며, 상시근로자수 250인 이하로서 매출액 5천만 유로 이하인 기업을 중기업, 상시근로자 50인 이하이고 매출액 1천만유로 이하인 기업은 소기업, 상시근로자수 10인 이하이고 매출액 2백만 유로 이하인 기업은 영세기업으로 규정하고 있다.



따라서 “1인 창조기업”을 정의할 때 “1인 기업”이라는 양적 기준에 중점을 둔다면 1인 창조기업은 소상공인의 범주에 속한다고 볼 수 있다. 여기서 ‘1인 기업’이란 프리랜서, 개인사업자, 자본금 5억원 미만 주식회사 등의 형태로 대표자를 포함한 종사자가 1명인 기업(Single person enterprise)을 의미한다.³⁾

3) 1983년 '전문 서비스 기업(Professional Service Firm)'이라는 이름으로 1인 기업의 개념을 처음 소개한 경영컨설턴트 톰 피터스는 개인이 브랜드가 된다는 의미로 '브랜드 유(Brand U)', '나 주식회사(Me Inc)'라는 이름을 붙이기도 했다(주간동아 2009. 4.7자).

다만, “1인 창조기업”과 “소상공인”은 근로자성을 판단하는 기준에 따라 개념정의가 달라질 수 있다는 점에 유의할 필요가 있다. 즉, 『근로기준법』 제2조제2항제1호에서는 “근로자”를 “직업의 종류와 관계없이 임금을 목적으로 사업이나 사업장에 근로를 제공하는 자를 말한다”고 정의하고 있으며, 이러한 근로자 개념은 사용자와 반대 개념으로 이해된다.

따라서 상시근로자수를 기준으로 구분되는 소상공인의 범위에 1인 창조기업을 포함하는 것에 대해서는 의문이 제기된다. 왜냐하면 1인 창조기업은 본질적으로 영리활동에 참여할 것인가를 단독으로 의사결정하는 주체, 즉 사용자로서의 지위를 가지면서 계약관계에 따라서 근로를 제공하는 근로자로서 이중적인 지위를 가지기 때문이다.

또한 1인 창조기업은 창조적·전문적 지식을 거래의 대상으로 하고 있다는 점에서 “창조성”이 중요한 개념적 징표가 된다. 소상공인의 경우에는 기본적으로 도·소매, 운송 등 전통적인 서비스업을 전제로 하여 양적 기준에 따라 분류한 개념으로 “창조성”이라는 질적 개념을 고려하지 않고 있다.

이러한 측면에서 1인 창조기업은 소상공인과는 다른 관점에서 파악되어야 할 것이다.

(2) 사업자등록 여부에 따른 잠재적 기업과 법적 기업의 구분

중기청에서는 『부가가치세법』에 따른 사업자등록의 여부에 따라 법적 기업과 잠재적 기업으로 구분하고, 아직 창업을 하지 않았으나 창업이 예정되어 있는 예비창업자와 사업자등록을 하지 않은 프리랜서를 잠재적 기업으로 정의하고 있다. 즉, “기업”인가의 여부를 사업자등록이라는 기준에 따라 정의하고 있는 것이다. 이러한 잠재적 기업은 통계청의 조사결과에 따르면 약 30만개로서 지원정책에서 잠재적 지원대상으로 분류되고 있다는 점에서 정책목표를 달성하는데 일정한 한계가 있다.

따라서 “1인 창조기업”의 법적 정의에 현재 잠재적 기업으로 분류되고 있는 사업자 등록을 하지 않은 프리랜서를 포괄할 수 있는가의 여부가 정부의 1인 창조기업 지원정책의 성패를 좌우한다고 할 수 있다.

프리랜서들이 사업자등록을 회피하는 이유는 『부가가치세법』상 사업자등록을 하게 되면 분기별로 부가가치세를 신고하여야 하고, 부가가치세 납부를 위하여 세금계산서를 발행하여야 하는 등의 세무처리관계의 복잡성 때문이다.⁴⁾ 현실적으로 “1인”이 세금계산서의 발행과 신고·납부 등 세무업무를 처리하는 것은 매우 곤란하며, 세무사를 고용하는 것도 비용부담의 한계 때문에 적절한 대안이 될 수 없다.

이러한 현실적인 측면을 고려한다면 1인 창조기업에 대한 지원정책의 대상을 사업자등록 여부를 기준으로 법적 기업과 잠재적 기업으로 구분하는 것에 대해서는 제고할 필요가 있다. 물론 지원정책의 대상 범위를 사업자등록여부를 기준으로 확정함으로써 지원정책의 실효성을 확보한다는 점에서 일견 타당하지만, 1인 창조기업의 범주에 속하는 대부분의 프리랜서들이 현실적으로 사업자등록을 회피하고 있다는 측면을 고려한다면 별도의 등록절차 또는 확인절차를 통하여 제도적 지원을 할 수 있도록 하는 것이 더욱 바람직할 것으로 생각된다.

예를 들어 『소기업 및 소상공인 지원에 관한 특별조치법』상의 “무등록 소상공인 확인제도”와 같은 제도적 장치를 통하여 잠재적 1인 창조기업을 제도적 지원대상으로 포함시키는 방안이 필요하다고 본다.

4) 2008년도 KAIST 기업가정신연구센터의 조사결과에 따르면 사업자 등록 여부에 대한 질문에 대해서 등록을 한 경우가 전체 응답자 500명중 131명으로 26.20%, 등록을 하지 않은 경우가 369명으로 73.8%를 차지하고 있다. 사업자 등록을 한 이유를 살펴보면, 협력업체 등록을 위함(25.95%), 정확한 경력증명을 위함(21.37%), 세금혜택을 위함(23.66%)이라는 이유가 높게 나타나고 있다. 등록을 하지 않은 이유로는 세무업무의 어려움(34.15%)이라는 답변이 가장 많았으며, 그밖에 세금을 추가납부해야 하는 우려(13.28%), 국민연금과 의료보험 등과 같은 원천징수 범위가 늘어날 우려(13.01%)라는 불이익에 대한 인식이 높은 것으로 나타났다.

(3) 1인 창조기업지원정책 대상업종과의 체계적합성 검토

1인 창조기업을 법적으로 정의하고자 하는 것은 정부의 지원정책을 제도적으로 뒷받침하고자 하는데 있기 때문에 지원정책의 대상범위를 고려하여 법적 정의를 시도하는 것이 바람직할 것이다.

중기청에서는 1인 창조기업 지원대상 업종으로 첫째 S/W, 인터넷서비스, 컨설팅, 디자인, 전시 등 제조관련 서비스업 둘째, 영화·예술·관광·저술·시나리오 등 문화관련 서비스업 셋째 전통식품 제조, 공예품 등 일부 제조업종을 들고 있다.

S/W, 인터넷서비스, 컨설팅, 디자인, 전시 등 제조관련 서비스업과 영화·예술·관광·저술·시나리오 등 문화관련 서비스업은 대표적인 지식기반서비스업으로서 고도의 전문적 지식을 갖춘 1인 또는 일시적으로 결합한 수인이 특정 프로젝트의 추진에 전적으로 책임을 지며, 완성품에 대한 대가를 수익으로 취득하는 형태로 영위된다.

이러한 업종의 경우에는 전문적 지식을 거래한다는 점에서 일신전속적이며, 프로젝트 진행에 대한 모든 책임을 부담한다는 점에서 프로젝트 발주자와의 관계에서 독립적이고 대부분의 완성품이 창조성을 반영한 것이라는 점에서 1인 창조기업에 속한다고 할 수 있다.

다만, 중기청의 지원대상업종 가운데 세 번째 범주에 속하는 전통식품 제조, 공예품 등 일부 제조업종의 경우 가족단위로 기능이 전수되고 운영되며 일반적으로 가족기업의 형태를 띠고 있으며, 전통적인 기능을 반영하여 특정 상품을 제조한다는 점에서 “1인” 창조기업으로 보기 어려운 측면이 있다. 그러나 이 경우에도 기능을 보유한 1인에 의하여 지배된다는 점에서 일신전속적이며, 전통적인 기능을 현대적으로 재해석하여 상품에 창조성을 반영한다는 점에서 창조적이라 할 수 있기 때문에 1인 창조기업의 범주에 포함시킬 수 있다.

3. 1인 창조기업과 소호(SOHO) 개념의 비교

(1) 소호의 개념

소호(SOHO : Small Office Home Office)란 소규모 사무실이나 자택을 사업장으로 자신의 전문지식, 경험이나 새로운 아이디어 등을 네트워크나 정보통신기술 등을 활용하여 사업화하는 자영업자를 의미한다.⁵⁾ 일반적으로 일정한 규모 이하의 사무실에서 근무하는 업태를 Small Business라 부르고 자택에서 근무하는 업태를 Home-based Business라고 한다.⁶⁾

소호의 개념은 나라에 따라 다르게 나타나는데 미국에서는 일반적으로 1명에서 1백명 정도 규모의 사업을 소호라 하고, 홈 오피스(Home Office) 형태의 소호는 특별히 텔레워커(Teleworker)라고 한다. 일본에서는 1명에서 20명 정도 규모의 사업을 소호의 범주에 포함하고 있다. 소호는 사업형태에 따라 법인 형태의 회사 소호와 개인사업자로 시작하는 개인 소호의 두 가지 형태로 구분된다.

(2) 1인 창조기업과 소호 개념의 비교

이러한 소호의 개념을 1인 창조기업과 비교해보면 다음과 같은 측면에서 구별된다.

먼저, 지배구조 또는 의사결정의 주체라는 측면에서 차이가 있다. 소호는 지배구조의 측면에서 특정인이 단독으로 의사결정을 하고, 소수의 근로자가 종속되어 있는 경우를 포함하고 있는 반면에, 1인 창조기업은 특정 개인에 의해서 지배되고 운영되며, 상시 근로자가 존재하지 않는다는 측면에서 구별된다.

5) 김선화, 소호비즈니스 활성화를 위한 지원시스템 구축방안, 중소기업연구원(2008), 7쪽

6) 김선화, 앞의 책, 8쪽

다음으로 대상업종에서 구별된다. 소호는 제조업, 유통업 등 업종에 관련 없이 자택 또는 소규모 사업장에서 수행되는 비즈니스를 모두 포함하는 개념이나, 1인 창조기업은 소프트웨어의 개발, 컨설팅, 디자인, 전시 등 제조관련 서비스업, 영화·예술·관광·저술·시나리오 등 문화관련 서비스업 등 개인에게 일신전속적인 전문지식의 거래를 통하여 수익을 창출한다는 측면에서 구별된다.

4. 1인 창조기업의 법적 개념

1인 창조기업의 법적 개념을 도출하기 위해서는 우선 1인 창조기업의 개념요소를 구분하여 검토할 필요성이 있다.

1인 창조기업은 “1인 기업”이라는 양적 기준과 “창조기업”이라는 질적 개념이 통합된 개념으로 분류할 수 있다.

(1) 1인 기업의 개념

1인 창조기업을 법적으로 정의하기 위해서는 우선 “1인 기업”의 개념을 검토할 필요가 있다.

미국 재무부에서는 “1인 기업”을 ‘자기 스스로를 위하여 즉, 한사람의 개인기업(sole proprietor)이거나 독립된 계약상대자(independent contractor)로써 비즈니스를 수행하는 주체’로 정의하고 있다.⁷⁾ 여기서 독립된 계약상대자란 영리를 목적으로 하는 활동에 있어서 단독으로 의사결정을 하는 개인을 의미한다.

1인 기업은 운영형태의 측면에서 사업자 등록을 기준으로 비등록자와 등록자로 구분되며, 사업자 등록을 안 한 경우에는 일반적으로 프리랜서라 한다.

7) Internal Revenue Service, United State Department of the Treasury

사업자 등록을 한 경우에도 개인 사업자와 법인을 설립한 후 개인이 법인의 대표사원이면서 유일한 정규 근로자인 경우로 나뉠 수 있다.⁸⁾

(2) 창조기업의 개념

1인 창조기업을 정의하기 위해서는 “창조기업”의 의미를 검토할 필요가 있다.

최근 들어 산업·경제·도시 등 여러 분야에서 창조경제, 창조산업, 창조도시 등 “창조성”을 강조한 개념들이 등장하고 있다.

이를 각각 살펴보면, “창조경제(Creative Economy)”란 개인의 창의력과 아이디어가 생산요소로 투입되어 무형의 가치를 창출하는 경제구조를 말한다.

창조산업⁹⁾이란 ‘개인의 창의성과 기술, 재능 등을 활용하여 지적재산권을 설정하고 이를 소득과 고용 창출의 원천으로 하는 산업(영국)¹⁰⁾ 또는 창의적 직업군을 분류하여 창조적 직업(creative occupation)이라고 하고 이들 직업이 중요한 영향을 차지하는 산업(호주) 등으로 정의되고 있다.

“창조도시(Creative City)”란 문학·영상·음악·공예와 민족예술·디자인·미디어아트·음식 등 도시의 문화적 자산과 창의력에 기초한 문화산업 육성을 통해 도시의 경제적 발전에 기여함은 물론 도시의 고유한 문화적 특성을 현대적으로 살려냄으로써 문화의 다양성 증진에

8) KAIST, 1인 지식서비스기업 육성방안에 관한 연구(2008.10.), 22쪽

9) 리차드 케이브스는 학문적인 관점에서 창조산업을 “비영리적인 창조활동과 단조롭고 일상적인 영리활동과의 계약에 의한 네트워크”로 정의하고 있으며, 이러한 범주에 속하는 것으로는 시각예술과 공연예술 등의 전통적인 예술활동 이외에도 음반, 영화, TV, 출판, 패션, 완구, 게임 등 문화적, 예술적, 오락적 가치를 가진 것을 포괄한다. Richard Caves, *Creative Industries : Contracts Between Art and Commerce*, Cambridge, Massachusetts, Harvard University Press, p.1

10) 여기에는 광고, 건축, 미술품 및 골동품, 공예, 디자인, 패션, 영화와 비디오, 양방향 여가소프트웨어, 음악, 공연예술, 출판, 소프트웨어와 컴퓨터서비스, TV와 라디오서비스 등 13개 업종이 포함되어 있다.

기여하며, 궁극적으로 도시의 지속가능한 발전을 추구하는 새로운 도시문화를 의미한다.¹¹⁾

창조산업, 창조경제, 창조도시 모두 개인의 창의성과 아이디어의 투입을 통한 부가가치의 창출이라는 점에서 공통적이다.

이러한 측면에서 “창조기업”이란 “개인의 창의성과 아이디어의 투입을 통해서 경제적으로 고부가가치를 창출하는 기업”으로 정의할 수 있다.

(3) 1인 창조기업의 법적 개념

앞에서 살펴본 것처럼 1인 기업과 창조기업의 개념 요소를 통합하여 “1인 창조기업”을 정의한다면 “개인의 창의성과 아이디어의 투입을 통해서 경제적 부가가치를 창출하는 1인 기업”을 말한다. 이 때 “1인 기업”이란 상시적으로 근로자를 고용하지 않고 자기 스스로를 위하여 업을 영위하는 자를 의미한다.

개인의 창의성과 아이디어의 투입을 통하여 경제적 부가가치를 창출하는 산업의 범주는 이른바 창조산업에 속하는 업종을 의미하며, 구체적으로 어떤 범주의 업종을 창조산업으로 볼 것인가에 대해서는 우리나라의 산업구조, 중소기업법제의 체계를 고려하여 유연하게 정책적으로 결정할 수 있어야 할 것이다.

제 3 절 1인 창조기업 지원정책의 지속적 추진기반 조성

1. 지원정책에 대한 평가체제 구축과 법적 근거 필요성

중기청에서는 1인 창조기업을 지원하기 위한 구체적인 지원프로그램을 시행하고 있다. 이러한 지원프로그램 가운데에는 예산상의 조치나

11) 유네스코 창조도시네트워크사업

기존 법률의 관계 규정 등에 기초하여 실행할 수 있는 경우도 있으나, 특별한 법률적 근거가 필요한 경우도 있다.

여기서 쟁점이 되는 것은 각종 지원프로그램에 있어서 평가체제를 어떻게 할 것인가 하는 문제이다. 예를 들면, 지식서비스구매바우처제도과 같은 경우 바우처의 발급과 이의 활용상황에 대한 평가를 수행하고 평가결과에 따라 바우처의 회수 등과 같은 감독조치가 없다면 동 제도의 실효성을 확보하기가 어려울 것이다.

각종 지원프로그램에 대한 평가체제와 감독에 관한 권한은 행정의 상대방인 사업자 또는 사무를 위탁받은 기관에 대한 규제장치로서 법적 근거가 필요하다.

2. 처분적 조치의 법적 근거 확보 필요

현재 중기청에서 시행하고 있는 1인 창조기업 활성화정책 가운데에는 처분적 조치, 즉 국민의 권리를 제한하거나 의무만을 부과하는 사항이 존재한다.

예를 들면, 1인 창조기업 지원센터의 지정과 같은 행정권한은 행정 처분으로서 법적 근거가 필요하다. 그럼에도 현재는 “1인창조기업 지원사업 관리규정”이라는 내부규정에 따라 각종 정책들이 시행되고 있다. 이러한 관리규정이 법적인 효력을 가지려면, 법률이나 대통령령의 차원에서 그 근거를 확보할 필요가 있다.

3. 1인 창조기업협회의 특수법인화

1인 창조기업은 종사자가 1인이라는 점에서 시장질서에서 약자의 지위에 놓일 수밖에 없다. 즉, 단독으로 의사결정을 하고, 단독으로 책임을 져야 하는 1인 창조기업은 금융시장에서의 담보력 확보나 도급업자와의 계약 형성 등에 있어서 매우 불리한 지위에 놓이게 된다.

특히 1인 창조기업은 “지식”을 거래하는 것으로 무형의 자산에 대한 담보가치에 대한 보증 없이는 금융거래가 매우 제한적일 수밖에 없으며, 대부분 개인적 신용에 의존할 수밖에 없다는 한계를 가지고 있다. 따라서 시장질서에서 취약할 수밖에 없는 1인 창조기업을 공정하고 건전한 시장질서에 적응시키기 위해서는 1인 창조기업협회와 같은 공익 법인을 통하여 정부, 1인 창조기업, 지식거래전문회사 등이 정보를 공유하고 1인 창조기업에 대한 보증, 경력 관리 등을 담당해줄 필요가 있다.

4. 1인 창조기업의 창업지원에 관한 법적 근거

(1) 창업지원의 필요성

현재 1인 창조기업의 종사자는 기회형 보다 생계형이 다수를 차지하고 있다. 이러한 생계형 종사자는 시장에서 한계에 부딪혔을 때 다른 산업으로의 이동 가능성이 높고, 경쟁력 개발 등에 취약하여 시장 형성에 도움이 되지 않는다. 그러나 기회형 종사자의 경우에는 자체적인 경쟁력 확보 노력과 더불어 적극적인 시장활동으로 새로운 시장질서의 형성에 기여하는 순기능이 있다. 따라서 1인 창조기업을 새로운 성장 동력으로 육성하기 위해서는 현재의 생계형 창업에서 기회형 창업으로 전환할 수 있도록 적극적인 정책수단을 도입할 필요가 있다.

(2) 창업지원의 법적 근거 미흡

현재 중소기업 관련법제에서는 다양한 창업지원제도를 도입하여 시행하고 있으나, 그 적용대상이 대부분 중소기업을 대상으로 하고 있으며, 일부 『벤처기업육성에 관한 법률』에 근거하여 1인 창조기업의 창업지원프로그램이 적용되고 있을 뿐이다. 그러나 동법은 “벤처기업”의 정의를 “중소기업”에 한정하고 있으며, 사업성 우수 등의 평가요건이

규정되어 있어서 1인창조기업에 직접 적용하기에는 어렵다는 한계를 지니고 있다.

1인창조기업의 창업지원을 위해서는 창업예정자에 대한 창업유도와 세제·법무 등 창업에 필요한 컨설팅 등 다양한 정책수단을 강구할 필요가 있다. 이러한 새로운 창업지원을 위한 정책수단을 지속적으로 발전시켜 나가기 위해서는 법적 근거를 확보할 필요가 있다.

제 4 장 “1인창조기업 육성을 위한 법률(안)” 시안

제 1 절 입법의 목적과 기본방향

1. 입법의 목적

1인 창조기업을 활성화하기 위한 정부의 정책은 일자리 창출과 이를 통한 중산층 키우기에 초점을 두고 있다. 이러한 정책방향은 개인의 창의성이 국가 경쟁력의 핵심일 뿐 아니라 일자리 창출의 새로운 대안으로 부상됨에 따라 개인의 창의성을 극대화하고 창업마인드 확산을 통한 창조경제를 선도하는데 목표를 두고 있다.

“1인 창조기업 활성화정책”은 누구라도 창의적인 아이디어만 있으면 창업할 수 있는 시장환경의 조성과 “지식”거래를 통한 고부가가치의 창출이라는 두 가지 측면에서 새로운 중소기업 육성정책으로 평가할 수 있다.

따라서 1인 창조기업 육성을 위한 법률을 제정함에 있어서도 이와 같은 정책목표를 효과적으로 달성할 수 있도록 목표를 설정하여야 할 것이다.

2. 입법의 기본방향

(1) 보호·육성법적 성격

1인 창조기업은 종사자가 1인이라는 점에서 시장질서에서 약자의 지위에 놓일 수밖에 없다. 즉, 단독으로 의사결정을 하고, 단독으로 책임을 져야 하는 1인 창조기업은 금융시장에서의 담보력 확보나 도급업자와의 계약 형성 등에 있어서 매우 불리한 지위에 놓이게 된다. 이러한 법적 지위의 불안정성을 해소시키고 창의적인 아이디어나 새

로운 기술을 통한 1인 창조기업의 창업 활성화를 위해서는 1인 창조기업에 대한 법적 지위의 안정화, 지식을 기반으로 하는 금융환경 조성 등 시장기반의 형성, 창업 후 안정적인 경영기반의 조성 등을 위한 법적 조치들이 요청된다. 따라서 1인 창조기업 육성을 위한 입법은 기본적으로 보호·육성법적 성격을 가지게 된다.

(2) 특별법적 성격

일반적으로 법령의 형식 내지 체계를 기준으로 할 때 일반법과 특별법으로 구분할 수 있다. 일반법이란 어떠한 사항에 대하여 널리 일반적으로 규정하는 법령형식을 의미하며, 특별법이란 특정한 사람·지역·기간 등을 한정하여 적용되는 내용을 규정하는 법령형식을 말한다.

특별법은 대략 일반법의 적용으로는 새로운 입법수요를 충족시킬 수 없는 현실적·구체적 상황에서 전개되는 입법정책적 목적을 수행하기 위하여 한정된 내용만을 규정함과 동시에 다른 법률에 대한 적용배제 또는 특례를 규정함으로써 강한 법집행력을 수반할 필요성이 있는 경우, 사회변동으로 인하여 특수한 내용을 규율하고자 하는 입법의 필요성이 대두된 경우에 일반법의 근간은 그대로 유지하면서 한정된 범위 내에서 예외적인 조치를 내용으로 하는 특별법을 제정함으로써 법적용의 탄력성을 유지할 필요성이 있는 경우, 국가의 정책추진의지와 입법의지를 국민에게 강하게 인식시키기 위하여 동일한 내용이라 할지라도 일반법의 규정에 포함시키지 않고 특별법·특례법을 마련하여 국가정책에 대한 국민의 이해와 협조를 구할 필요성이 있는 경우 등에 제정된다.

1인 창조기업 육성정책을 위한 입법전략을 구상할 경우 이를 항상 적극적으로 추진되어야 할 정태적인 정책으로 파악할 것인지 아니면 일정기간 내에 소정의 성과를 거두어야 할 실효성 있는 정책으로 추진할 것인지에 관한 입법정책적 판단이 필요하다.

앞에서도 살펴보았듯이 현행 중소기업법제는 제조업이나 전통적인 서비스업의 보호·육성을 위한 법체계로서 창의적 지식을 기반으로 하는 1인 창조기업의 육성에는 한계를 갖고 있다.

1인 창조기업 활성화 정책을 실효성 있게 뒷받침하기 위해서는 지식거래시장의 기반조성, 1인 창조기업의 창업 지원, 1인 창조기업의 운영지원 등 기존의 중소기업정책과는 새로운 패러다임에서 접근해야 할 필요가 있다. 따라서 1인 창조기업 육성을 위한 새로운 입법은 특별법적 성격을 가진다.

제 2 절 총칙의 구성

1. 입법목적과 1인 창조기업의 범위

(1) 입법목적

목적규정은 해당 법률이 달성하고자 하는 입법 목적을 간결하고 명확하게 요약한 것을 말한다. 목적규정은 법률규정의 운용 및 해석지침으로 기능하기 때문에 입법취지를 명확하게 담을 필요가 있다.

1인 창조기업 활성화 정책은 기본적으로 1인 창조기업의 창업 활성화와 안정적인 경영기반을 조성함으로써 양질의 일자리를 창출하고자 하는데 그 목표를 두고 있다. 따라서 이러한 정책목표를 규정화한다면 다음과 같다.

제 1 조(목적) 이 법은 1인 창조기업의 창업을 지원하고 경제활동을 촉진하며 구조개선 및 경영안정을 도모하여 균형 있는 국민경제의 발전에 기여함을 목적으로 한다.

(2) 1인 창조기업의 범위에 관한 규정

1) 개 요

법률안에서는 우선 정책의 대상이 되는 “1인 창조기업”의 범위를 명확히 할 필요가 있다.

1인 창조기업 지원사업 관리규정에서는 “1인 창조기업”을 “지식서비스업 및 제조업(전통식품 제조, 공예품등) 분야에서 창의적인 아이디어, 전문 기술·지식, 지식재산권을 사업화하는 개인과 개인사업자 또는 법인으로서 대표자를 포함한 종사자가 4인 이내의 기업을 말한다. 이 분야의 프리랜서는 잠재적 기업으로 규정한다”고 정의하고 있다. 이 때 “1인 기업”은 개인사업자, 주식회사 및 유한회사 형태의 법인으로 대표자를 포함한 종사자가 1인인 기업“을 말한다.

1인 창조기업의 대상이 되는 업종은 “지식서비스업”과 전통식품 제조, 공예품 등 일부 제조업이 포함된다. “지식서비스업”은 한국표준산업분류상 ‘출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업’, ‘금융 및 보험업’, ‘전문, 과학 및 기술 서비스업’, ‘사업시설관리 및 사업지원 서비스업’, ‘교육 서비스업’, ‘보건 및 사회복지 서비스업’, 예술, 스포츠 및 여가 관련 서비스업’을 의미한다.

2) 1인 창조기업의 개념에 대한 논쟁

1인 창조기업의 법적 개념은 1인 기업과 창조기업이라는 두 가지 개념요소에 따라 결정된다.

먼저, “1인 기업”의 범위를 엄격하게 대표자와 종사자가 “1인”인 기업으로 좁게 보는 경우와 대표자가 1인이면서 상시근로자가 4인 이하 또는 소규모 조직체가 결합된 형태의 기업으로 넓게 보는 경우가 있다.

다음으로 “창조기업”의 범위는 창의적인 아이디어나 전문기술, 지식을 사업화함으로써 고부가가치를 창출하는 업종을 기준으로 결정되어야

할 것이며, 그 범위를 결정하는 것은 정책적 판단에 맡겨 두는 것이 타당적일 것이다.

이 두 가지 개념요소를 어떻게 적절히 조화하는가에 따라 1인 창조기업 육성정책의 범위가 결정될 것이다.

① 최광의의 개념

“1인 창조기업”의 범위를 가장 넓게 파악한다면 1인 기업의 범위를 1인과 결합된 소규모 조직체를 포함하는 것으로 하고 대상업종을 제한하지 않는 방법이 있다. 그러나 이렇게 넓게 1인 창조기업의 범위를 확대하게 되면 1인 창조기업 육성정책의 대상이 너무 광범위해지고 따라서 정책대상이 불명확해짐에 따라 정책의 실효성을 확보하기가 어렵다는 단점이 있다.

② 광의의 개념

다음으로 1인 기업의 범위를 대표자를 포함한 상시근로자 4인 이하의 기업으로 파악하고 대상업종을 지식서비스업과 전통식품 제조 등 일부 제조업에 한정하는 방법이 있다. 1인 창조기업 지원사업 관리규정에서 채택하고 있는 정의이다. 이렇게 1인 기업의 범위를 유연하게 하면서 창조기업의 범위를 일부 업종에 한정한다면 정책대상이 명확해진다는 장점이 있는 반면, 소상공인 개념과 중복되어 정책의 독자성이 부족해진다는 단점이 있다.

③ 협의의 개념

1인 창조기업의 범위를 상시근로자가 없고 대표자와 종사자가 1인인 경우로 한정하고, 대상업종도 지식서비스업 및 일부 제조업으로 한정하는 방법이다. 이렇게 1인 창조기업의 범위를 협의로 파악한다면 정책대상이 명확해진다는 장점이 있는 반면, 정책대상이 협소해짐에 따라 정책의 파급효과가 적어진다는 단점이 있다.

④ 평 가

“1인 창조기업”의 범위는 본질적으로 정책목적에 기준으로 결정해야 할 것이다. 1인 창조기업 육성정책의 목적은 창의적인 아이디어를 가진 개인이 손쉽게 창업할 수 있도록 지원함으로써 양질의 일자리를 창출하는데 있다는 점을 고려한다면 정책대상의 범위를 결정함에 있어서는 우선적으로 양적 기준을 명확히 해 둘 필요가 있다. 즉, “1인 기업”을 원칙적으로 하위 가족관계를 기본으로 하여 운영되는 가족기업과 1인 기업간에 결합하여 공동창업한 경우는 예외적으로 인정하는 것이 타당하다.

대상 업종은 지식서비스업을 중심으로 하위 창의성을 기준으로 하여 정책효과를 극대화할 수 있는 업종으로 제한하는 것이 바람직하다.

3) 1인 창조기업의 법적 개념

1인 창조기업의 범위를 조문화하면 다음과 같다.

제 2 조(1인 창조기업의 범위) ①1인 창조기업을 육성하기 위한 시책(이하 “1인창조기업시책”이라 한다)의 대상이 되는 1인 창조기업의 범위는 다음 각 호의 요건을 모두 충족하는 기업(이하 “1인 창조기업”이라 한다)을 영위하는 자로 한다.

1. 유급상시근로자를 두지 않고 종사자와 대표자가 1인인 기업으로 사업자 등록을 한 개인 또는 법인
2. 대통령령으로 정하는 업종에 종사할 것

②제1항에 따른 1인 창조기업의 범위에는 고용계약을 맺지 않고 가족 또는 스승과 제자관계로 운영되는 가족기업 또는 도제기업을 포함한다.

③제1항을 적용할 때 상시근로자를 고용하여 1인 창조기업에 해당하지 아니한 경우 그 사유가 발생한 연도의 다음 연도부터 2년간은 1인 창조기업으로 본다.

이러한 규정방식은 「중소기업기본법」 제2조에 따른 중소기업자의 범위를 참고한 것이다. 우선 제1항에서는 1인 창조기업의 범위를 종사자와 대표자가 1인인 기업으로 대통령령이 정하는 업종에 종사하는 개인사업자 및 법인으로 규정함으로써 정책의 대상이 되는 창조업종에 탄력성을 부여하였다.

다음으로 제2항에서는 예외적으로 가족기업 및 스승과 제자관계로 구성되는 도제기업을 1인 창조기업의 범위에 포함시키도록 하고, 제3항에서는 1인 창조기업의 범위를 벗어나는 경우에 대한 유예기간을 2년으로 정하고 있다.

2. 국가 등의 책무 및 다른 법률과의 관계에 관한 규정

(1) 국가 등의 책무규정

국가 등의 책무규정은 정부의 1인 창조기업 육성에 관한 정책의지를 선언하는 의미를 지닌다. 일반적으로 중소기업의 진흥에 관한 정책은 국가 및 지방자치단체의 협력사무로 국가 등의 책무를 정함에 있어서는 국가 및 지방자치단체의 책무를 같이 정하는 것이 바람직하다.

제3조(국가 등의 책무) ①국가는 1인 창조기업의 진흥을 위하여 필요한 시책을 수립·시행하여야 한다.
 ②지방자치단체는 국가의 시책과 지역적 특성을 고려하여 지역에서의 1인 창조기업의 진흥을 위하여 필요한 시책을 수립·시행하여야 한다.

(2) 다른 법률과의 관계 규정

하나의 법령에서 규율하고자 하는 대상이나 사항이 다른 법령에서 규율하고 있는 것과 중복되거나 상호 연관되어 있는 경우가 많이 있다.

즉 법령의 규정은 고립하여 존재하는 것이 아니라 상호 간에 유기적으로 결합되어 종합적인 법체계를 구성하고 있다. 그러므로 각 법령 상호간 또는 각 법령의 개별규정 간에 조화와 균형을 유지하려면 다른 법령과의 관계를 명확하게 규정하여 다른 법령과의 충돌을 피하고 법령 상호간의 조화를 도모하여야 한다.

1인 창조기업의 육성에 관해서는 개념상 『소기업 및 소상공인 지원을 위한 특별조치법』과 중복될 가능성이 있다. 따라서 다른 법령과의 관계 규정에서는 “1인 창조기업의 육성에 관하여 다른 법령에 특별한 규정이 없는 한 이 법을 적용하도록 함”으로써 이 법률이 1인 창조기업의 육성정책의 기본이 됨을 명확히 해 둘 필요가 있다. 다만, 다른 법령에서 이 법률에서 정하고 있는 1인 창조기업의 육성에 관한 기본적인 시책 이외에 다른 조치들을 취하고 있는 경우에는 해당 법령의 적용이 배제되는 것은 아니다.

제 4 조(다른 법률과의 관계) 1인 창조기업에 관하여는 다른 법률에 특별한 규정이 있는 경우를 제외하고는 이 법이 정하는 바에 따른다.

제 3 절 진흥종합계획 등에 관한 장

1. 1인 창조기업진흥종합계획 등의 수립

(1) 1인 창조기업진흥종합계획의 수립

국가의 정책이나 시책에 관한 규정은 국가의 장·단기적 계획과 시책의 수립의무 등을 정하는 규정으로 정부의 적극적인 법률집행을 유도하고 중장기적인 관점에서 효율적인 정책추진을 위하여 둔다.

이러한 행정계획은 행정주체가 일정한 행정활동을 위한 목표를 설정하고 상호관련성 있는 행정수단의 조정과 종합화의 과정을 통해서 그 목표로 정한 장래의 시점에 있어서의 보다 나은 질서를 실현할 것을 목적으로 하는 활동기준의 설정행위라 할 수 있다. 즉 행정계획은 행정주체 또는 그 기관이 일정한 행정활동을 함에 있어서 일정한 목표를 정하고 그 목표를 달성하기 위하여 필요한 수단을 선정하며, 그러한 수단들을 조정·종합화한 것을 의미한다.

일반적인 입법례에 따르면 행정계획의 유형에는 제반시책에 대하여 포괄적인 방향을 설정하는 이념을 규정하는 이념형, 구체적인 시책이나 사업을 최종적으로 전개하려는 경우 그 대강을 정하는 대강형, 추상적인 정책이념을 실현하기 위한 제반시책의 근간을 결정하는 주요한 사업이나 시책에 대하여 구체적으로 결정하는 주요시책결정형, 하위계획이나 구체적 사업·시책간의 조정을 도모하는 조정형으로 구분된다.

1인 창조기업을 진흥하기 위한 종합계획(이하 “종합계획”이라 한다)은 현재 정책적인 차원에서 추진하고 있는 주요한 사업이나 시책에 대하여 중장기적인 관점에서 정책방향을 설정하고 주요 시책이나 사업들간의 우선순위를 조정하는 상위계획으로서 기능한다.

따라서 종합계획은 3년을 주기로 수립하도록 하고, 종합계획에 포함되어야 할 내용은 1인 창조기업의 진흥을 위한 정책의 기본방향, 1인 창조기업의 기반조성에 관한 사항, 1인 창조기업의 창업지원 등 1인 창조기업육성에 관한 사항, 1인 창조기업 관련 현황 및 통계의 조사·관리에 관한 사항 등으로 규정하였다. 그리고 종합계획의 수립 및 시행에 있어서는 관련 정보를 충분히 수집하고 이를 토대로 중장기적인 정책방향을 설정하는 것이 중요하기 때문에 제3항에서는 종합계획의 수립과 시행에 필요한 정보를 원활하게 수집할 수 있도록 관계 중앙행정기관의 장, 1인 창조기업 관련 단체 등에 대하여 자료요청권한을 규정하였다.

제 5 조(종합계획의 수립) ①중소기업청장은 1인 창조기업의 육성 및 진흥을 위하여 3년마다 1인 창조기업 진흥종합계획(이하 “종합계획”이라 한다)을 수립·시행하여야 한다.

②종합계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.

1. 1인 창조기업의 진흥을 위한 정책의 기본방향
2. 1인 창조기업의 기반조성에 관한 사항
3. 1인 창조기업의 창업지원 등 1인 창조기업육성에 관한 사항
4. 1인 창조기업 관련 현황 및 통계의 조사·관리에 관한 사항
5. 그밖에 1인 창조기업의 진흥을 위하여 필요한 사항

③중소기업청장은 종합계획의 수립과 시행을 위하여 필요한 때에는 관계 중앙행정기관의 장, 관련 기관, 또는 단체에게 필요한 자료의 제출을 요청할 수 있다. 이 경우 그 요청을 받은 기관 또는 단체의 장은 특별한 사유가 없는 한 이에 협조하여야 한다.

(2) 시행계획의 수립

상위계획으로서의 종합계획이 3년을 주기로 하여 대강의 정책방향을 설정하고 있다면, 이를 구체화하고 실제로 구체적인 시책을 추진하기 위한 시행계획의 수립이 요청된다. 제5조에서는 이러한 시행계획의 수립에 관한 근거를 규정하고 있다.

시행계획은 종합계획에서 제시된 정책방향에 따라 정책목표를 효율적으로 달성하기 위한 주요 사업과 시책들을 추진하기 위한 구체적인 방법과 절차, 성과관리 등에 관한 계획을 의미한다.

특히 1인 창조기업 육성 및 진흥정책은 주관기관인 중소기업청 단독으로 추진하는 것이 아니라는 점을 고려하여 제2항에서는 시행계획의 수립단계에서 관계 중앙행정기관의 장과 협의하도록 함으로써 정부 차원에서 종합적으로 정책이 추진될 수 있도록 하였다.

제 6 조(시행계획의 수립) ①중소기업청장은 종합계획에 따라 매년 1인 창조기업진흥시행계획(이하 “시행계획”이라 한다)을 수립·시행하여야 한다.
②중소기업청장은 시행계획을 수립하고자 할 때에는 미리 관계 중앙행정기관의 장과 협의하여야 한다.
③시행계획의 수립·시행에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

2. 실태조사에 관한 규정

(1) 중기청의 실태조사 결과 분석

중소기업청에서는 프리랜서를 포함한 1인 창조기업에 대한 정확한 현황 및 통계수치를 확보하기 위해 2009년도 12월에 ‘1인 창조기업 실태조사’를 실시하고 그 결과를 발표한 바 있다. 실태조사결과에 따르면 1인 창조기업 전체수는 203,473개로 우리나라 전체 경제활동 2,465만명(‘09.10기준) 대비 약 1%를 차지하고 있다. 지역별로는 서울, 경기 등 수도권 지역에 62.4%, 지방에 37.6%가 거주하고 있으며, 전체 취업자 수 중 지방 거주비율이 50.4%(‘09.10 기준)임에 비교할 때 수도권 집중현상이 심하게 나타나고 20대~30대 청년층이 30.2%, 40대 이상 장년층이 69.8%로 청년층의 비율이 낮으며, 전체 취업자 수 중 청년층 비율이 40.7%(‘09.10 기준)로 청년층의 활동이 저조하다. 그리고 성별로는 남성 52.5%, 여성 47.5%로 여성 비율이 남성보다 약간 낮으나, 전체 취업자 수 중 여성비율이 40.7%(‘09.10 기준)임에 비교할 때 육아 등으로 재택하는 여성들이 1인 창조기업으로 활동하는 비율이 높으며, 학사이상 고학력 비율이 57.4%로 상당히 높으며, 전체 취업자 수 중 학사이상의 비율이 38.1%(‘09.10 기준)임에 비교할 때 고학력 전문성 있는 자의 1인 창조기업 진출이 활발하게 나타나고 있다. 업종별로는 전문 과학·기술서비스(30.9%), 창작·예술·여가(14%), 출판·

영상(5%), 통신·컴퓨터(5.6%) 등 순이며 디자인, 번역, 컨설팅, 만화 등 창의성 있는 분야에서 활동하고 있으며, 1인 창조기업 개인사업자 또는 법인 형태가 아닌 미등록사업자 형태로 많이 활동하고 있음을 알 수 있다. 미등록사업자 수가 많은 이유는 사업자 등록없이 활동이 가능하므로 사업자 등록의 필요성을 인식하지 못하고 있다는 점을 들고 있다. 평균 매출은 4,4백만원으로 매출수준이 높은 편이며, 프로젝트 수주는 주로 인맥을 통해 이루어지는 시장구조를 취하고 있다. 수요자와 공급자간의 신뢰부족에서 기인하는 것으로 해석된다. 이러한 실태조사결과를 통해서 중소기업청에서는 향후 1인 창조기업이 일자리 패러다임의 변화를 가져올 것으로 기대하고 있으며, 정책적으로는 여성 전문인력에 대한 차별적인 지원시책에 대한 강구 필요성을 인식하게 되었다.

(2) 실태조사 근거 규정

1인 창조기업 육성정책의 방향을 설정하고 정책목표를 효율적으로 달성하기 위해서는 1인 창조기업이 처해 있는 현실상황을 파악하는 것이 매우 중요하다. 이러한 관점에서 1인 창조기업의 창업현황, 경영실적, 성공과 실패사례 등 1인 창조기업 육성정책의 공과를 실체적으로 파악할 수 있도록 실태조사에 관한 규정을 둘 필요가 있다.

제7조에서는 중소기업청장으로 하여금 3년을 주기로 하여 1인 창조기업의 창업 현황, 경영실적, 사업전환 현황 등 1인 창조기업 육성정책의 수립에 필요한 실태조사를 실시하도록 하고, 그 결과를 공표하도록 의무를 부여하고 있다.

이러한 실태조사의 결과는 종합계획 및 시행계획에 피드백되어 정책의 효율적인 추진에 기여함과 동시에 국민에게 널리 알리는 기능을 함으로써 1인 창조기업육성정책에 대한 국민적 관심을 불러일으키는데 기여할 것이다.

제 7 조(실태조사) ①중소기업청장은 3년 마다 1인 창조기업의 창업·경영 실적·사업진환 현황 등 1인 창조기업육성시책의 수립에 필요한 실태조사(이하 “실태조사”라 한다)를 실시하고 그 결과를 공표하여야 한다.
②실태조사를 실시하기 위하여 필요한 때에는 공공기관, 1인 창조기업 또는 관련 단체에 대하여 자료의 제출이나 의견의 진술 등을 요구할 수 있으며 해당 요구를 받은 공공기관, 1인 창조기업 또는 관련 단체는 특별한 사유가 없는 한 이에 협조하여야 한다.

제 4 절 1인 창조기업에 대한 지원시책

1. 개 요

1인 창조기업은 제조업을 중심으로 하는 종전의 중소기업지원정책과는 달리 지식을 기반으로 경제활동이 이루어진다는 특성을 가지고 있다.

따라서 1인 창조기업에 대한 지원시책은 우수한 아이디어의 상업화 등 지식기반 거래시장의 활성화 지원, 수도권 내 창업시 부과되는 등록세 증과제도의 개선 등 창업 활성화 지원, 1인 창조기업의 정부사업 참여요건의 완화 및 공공시장에서의 구매 촉진 정책, 1인 창조기업의 경영안정을 위한 민간투자 확대 등에 중점을 두고 추진되고 있다.

이러한 지원시책들을 지속적으로 추진하기 위해서는 각각의 지원시책에 대한 법적 근거를 확보할 필요가 있다.

2. 창업지원시책

1인 창조기업 육성정책은 창업지원, 경영지원, 지식거래시장의 조성 등의 체계로 구성된다.

(1) 중소기업 창업시의 애로요인

중소기업 창업시 애로사항으로는 판로 및 자금분야가 가장 높으며, 인력 및 기술분야, 인프라 등의 순으로 조사된 바 있다.¹²⁾ 창업시에는 사업성을 평가하여 사업방향을 수립하는 것이 필요하며 이를 통해 공신력 있는 기관으로부터 보증을 받아서 사업자금을 마련할 수 있는 방안이 확충될 필요가 있다.

또한 중소기업 창업자에겐 담보 대신 기술평가를 통한 보증을 확대하고 판로개척을 위해서 기술인증, 제품인증, 기업인증 등을 통한 간접지원과 수요자와 공급자간의 매개체를 통한 간접지원방식이 바람직하다.

(2) 1인 창조기업의 특성에 적합한 창업지원시책의 추진

1인 창조기업의 창업을 활성화하기 위해서는 정책자금의 지원이나 융자, 특례보증제도의 도입, 법인세의 감면 등의 정책수단을 고려할 수 있다.

중기청에서는 300억원 규모의 1인 창조기업 전용자금을 확보하여 1인 창조기업의 창업을 지원하고 있으며, 개인사업자가 세무서를 직접 방문하는 번거로움을 해소하기 위하여 국세청과 협력하여 인터넷으로 휴·폐업신고가 가능하도록 하고 있다. 또한, 기술보증기금을 활용하여 창업 및 운영을 위한 운전자금, 시설자금, 사업장임차자금 등에 대해서 3억원 이내에서 보증해주도록 하는 특례보증제도를 도입한 바 있다.

1인 창조기업의 특성상 창업자금의 지원, 보증제도의 확대 등은 매우 바람직하다.

이러한 지원시책을 규정화하면 다음과 같다.

12) 김주미, 『기술 혁신형 중소기업 창업활성화 방안』, 중소기업연구원, 2006, 102쪽

제 8 조(창업 지원) ①중소기업청장은 1인 창조기업을 창업하고자 하는 자에 대하여 창업에 필요한 자금을 지원하거나 용자를 알선할 수 있다.
②제1항에 따라 창업에 필요한 자금을 지원하는데 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

3. 1인 창조기업지원센터의 지정

(1) 정책추진성과

1인 창조기업이 안정적으로 경영될 수 있도록 하기 위해서는 공동사무실을 제공하고, 법률·세무 등 경영에 필요한 컨설팅의 제공 등이 요청된다.

중전의 중소기업 창업지원정책에 있어서 창업보육센터에 대해서 창업자가 보육센터 입주후 특별한 지원이 수반되지 못한다는 측면과 단기간의 보육기간이 문제점으로 지적되어 왔다. 특히 1인 창조기업은 창의적인 아이디어 또는 전문지식만을 기반으로 창업하여야 하기 때문에 중전의 창업보육센터의 기능을 확대하여 창업의 성공을 지원하기 위한 자금, 판로, 인력 등의 종합적인 지원책을 제공할 수 있는 전문기관으로 발전시킬 필요가 있다.

중기청에서는 이를 위해서 전국에 19개소의 “1인창조기업지원센터”를 지정·운영하고 있다. 1인창조기업지원센터는 1인 창조기업을 대상으로 개인·공동 전용사무실 제공 및 회의실, 세미나실, 접견실, 휴게실, 강의실, 전시·판매장 등의 비즈니스 공간지원, 창업의 각 단계별·업종별로 차별화된 세미나·포럼 등 교육서비스, 세무·회계·법률·마케팅 등 전문가 상담 및 컨설팅 등의 경영지원 서비스를 무료로 지원하고 있다.

1인 창조기업지원센터는 일정한 요건을 갖춘 민간비즈니스센터 또는 비영리사단법인을 대상으로 지정·운영하는 것으로 현재는 사업에 참여하고자 하는 단체와 협약을 체결하여 운영하고 있다. 1인 창조기업지원센터로 지정받기 위해서는 일정한 요건을 갖추고 있어야 하며, 센터매니저의 인건비, 교육비, 네트워크 비용, 경영자문비, 창업지원 등에 필요한 예산이 지원된다.

(2) 지정의 법적 성격

“지정”제도를 채택하고 있는 실정법을 분석해 보면, 다음의 네 가지 유형으로 분류할 수 있다.¹³⁾

첫째는 일정한 영업행위에 대하여 행정기관이 지정을 함으로써 실질적으로 허가·인가·특허 등의 법적 효과를 발생시키는 경우이다. 담매소매인의 지정, 별정우체국의 지정, 부동산거래정보망사업자의 지정, 사용 후 핵연료사업자의 지정 등이 그 예이다. 이들은 행정기관이 특정한 영업행위를 허가하고, 허가한 자에게 일정한 권리를 부여하며, 경우에 따라서는 행정기관이 독점해 오던 영업권을 부여하기도 하고, 행정기관으로서의 법적 지위까지 수여하기도 한다.

둘째는 행정청이 지정한 자에게 대하여 일정한 행정업무를 하게 하는 경우이다. 투표참관인의 지정, 자동차운전전문학원의 지정, 출납기관 지정 등이 그 예이다.

셋째는 행정청이 일정한 자를 지원하기 위하여 지원대상자를 지정하는 경우이다. 전문예술법인의 지정이 그 대표적인 예이다.

넷째는 행정청이 일정한 자를 규제하기 위하여 규제대상자를 지정하는 경우이다. 대규모기업집단의 지정이 그 대표적인 예이다.

다섯째는 국가 등이 도시계획 등을 통하여 일정한 지역 또는 지구를 지정하는 경우이다. 개발제한구역의 지정이 그 대표적인 예이다.

13) 오준근, 지정제도의 입법구조 분석, 법제 제534호, 법제처, 15쪽.

이 가운데 1인 창조기업 지원센터의 지정은 두 번째 유형에 해당하는 것으로 1인 창조기업지원센터로 지정되면 사무공간 및 업무공간의 제공, 창업단계별 교육서비스, 법률·세무 등의 컨설팅을 제공할 의무가 발생하게 되며, 필요한 재정적 지원을 받게 된다. 재정적 지원이 수반됨에 따라 중소기업청에서는 감독권한을 행사할 수 있으며, 평가를 통해서 지정이 취소되는 경우도 발생하게 된다.

따라서 “1인 창조기업 지원센터”를 지정하기 위해서는 법적인 근거가 있어야 하며 지정에 필요한 요건이나 지정처분의 취소 등에 관한 절차 등이 법률적으로 구체화되어야 할 것이다.

(3) 1인 창조기업 지원센터의 지정에 관한 규정 체계

지원센터 또는 교육센터와 같은 규정방식은 다른 유사입법례에서 일반적으로 찾아볼 수 있다. 예를 들어 「경제교육지원법」 제9조에서는 지역경제교육센터의 지정권한에 관한 규정¹⁴⁾을 두고 있으며, 「경력

-
- 14) 제 9 조(지역경제교육센터의 지정·운영) ①기획재정부장관은 지역 경제교육을 활성화하기 위하여 경제교육을 주된 목적으로 하거나 경제교육을 실시할 능력이 있다고 인정되는 기관 또는 단체를 지역경제교육센터로 지정할 수 있다. 이 경우 기획재정부장관은 제8조에 따라 지정된 주관기관의 의견을 들어야 한다.
- ②지역경제교육센터는 광역시·도 및 특별자치도(이하 “시·도”라 한다)별로 지정하는 것을 원칙으로 하되, 필요하면 2개 이상의 시·도를 묶어 권역별로 지정할 수 있다.
- ③지역경제교육센터는 다음 각 호의 사업을 수행한다.
1. 지역 경제교육인력의 연수 및 활용
 2. 지역 실정에 맞는 경제교육 교재 및 프로그램의 개발과 운영
 3. 지방자치단체와 지역 경제교육단체 간의 협력망과 지역 경제교육단체 상호 간의 협력망의 구축 및 운영
 4. 소외계층 등 지역주민에 대한 경제교육
 5. 지역 경제교육을 활성화하기 위하여 기획재정부장관 등 중앙행정기관의 장이 위탁하는 사항
 6. 그 밖에 지역 실정에 맞는 경제교육을 하기 위하여 필요한 업무
- ④국가와 지방자치단체는 지역경제교육센터에 대하여 예산의 범위에서 제3항 각 호의 사업 수행에 필요한 경비의 전부 또는 일부를 지원할 수 있다.
- ⑤지역경제교육센터의 지정요건, 지원 내용과 그 밖에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

단절여성등의 경제활동 촉진법』 제13조에서는 경력단절여성지원센터의 지정에 관한 규정¹⁵⁾을 두고 있다.

이러한 유사입법례를 참고하여 1인 창조기업 지원센터의 지정에 관한 규정을 구성해보면 우선 제1항에서 지정권한을 명확히 할 필요가 있다. 앞에서 본 것처럼 지정권한은 공권력의 행사로서 그 법적 근거가 명확해야 하기 때문이다. 지정권한은 중소기업청장이 행사하도록 하고, 지원센터의 역할을 제2항에서 정함으로써 지원센터가 수행하는 행정업무의 범위를 명확히 해둘 필요가 있다.

다음으로 제3항에서는 지원센터의 지정취소권한을 규정하고, 제4항에서는 예산지원에 관한 근거규정을 둬으로써 지원센터에 대한 예산 지원이 가능하도록 한다.

제 9 조(1인 창조기업 지원센터의 지정) ①중소기업청장은 1인 창조기업의 창업 및 운영을 지원하기 위하여 1인 창조기업 지원센터(이하 “지원센터”라 한다)를 지정·운영할 수 있다.

②제1항에 따른 지원센터는 다음 각 호의 업무를 수행한다.

1. 1인 창조기업의 창업에 관한 상담 및 자문
2. 1인 창조기업의 사무 및 영업활동에 필요한 장소의 제공
3. 1인 창조기업의 사업 애로사항 발굴 및 개선
4. 그밖에 1인 창조기업의 지원에 관한 사항

③중소기업청장은 지원센터가 제2항에 따른 업무를 충실히 수행하지 못하거나 대통령령으로 정하는 기준에 미치지 못하는 경우에는 지정을 취소하거나 3개월 이내의 기간을 정하여 지정의 효력을 정지할 수 있다.

④정부는 지원센터에 대하여 예산의 범위에서 제2항 각 호의 사업 수행에 필요한 경비의 전부 또는 일부를 지원할 수 있다.

⑤제1항에 따른 지원센터의 지정 및 운영 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

15) 제13조(경력단절여성지원센터의 지정) ①여성부장관과 노동부장관은 경력단절여성등의 특성을 고려한 상담·정보·취업 및 복지지원 서비스를 종합적으로 제공할 수 있는 경력단절여성지원센터(이하 “지원센터”라 한다)를 지정·운영할 수 있다.
②지원센터의 지정 및 운영 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

4. 지식거래의 활성화를 위한 정책수단의 개발

(1) 지식기반거래시장의 조성

1) 지식거래정보시스템의 구축·운영

1인 창조기업을 육성하기 위해서는 1인 창조기업이 보유하고 있는 창의적인 아이디어나 전문지식이 거래될 수 있는 시장환경의 조성이 필요하다.

중전의 제조업 또는 전통적인 서비스업 중심의 중소기업정책에서는 이러한 창의적 아이디어나 전문지식을 거래할 수 있는 시장환경의 조성이 미흡했기 때문에 창의적 아이디어 또는 전문지식을 사업기반으로 하는 1인 창조기업의 활성화되는데 한계가 있었다.

이러한 정책적 한계를 극복하기 위하여 중소기업청에서는 국민을 대상으로 아이디어나 기술을 찾아내 상품화하거나 판매할 수 있는 온·오프라인 아이디어 수집·발굴시스템을 구축·운영하고 있다. 이러한 지식거래시스템은 기본적으로 지식을 팔고 사는 공급자, 즉 1인 창조기업과 수요자, 그리고 이러한 지식거래를 매개하는 전문회사의 3자로 구성된다.

중소기업청의 1인 창조기업 지원사업 관리규정에 따르면 “지식거래 전문회사”란 “지식서비스업 및 제조업을 영위하면서 1인 창조기업 및 잠재기업을 회원으로 다수 보유하고 이들에게 공공기관·기업 등의 지식거래를 매칭해주는 회사 중 중소기업청으로부터 전문회사로 지정되어 1인 창조기업 지원사업에 참여하는 기업”으로 정의되고 있다. 지식거래전문회사의 지정 또한 처분으로서 법적 근거를 필요로 한다.

2) 지식거래정보시스템의 구축·운영에 관한 입법적 근거

우선, 지식거래정보시스템의 구축·운영에 관해서는 법적 근거를 두고 구체적인 내용은 대통령령으로 위임하면 충분하다.

제10조(지식거래정보시스템의 구축·운영 등) ①중소기업청장은 아이디어 또는 전문지식을 팔고 사는 지식거래정보시스템을 구축·운영할 수 있다.
②제1항에 따른 지식거래정보시스템의 구축·운영에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

다만, 지식거래를 매개하는 지식거래전문회사의 지정권한에 대해서는 처분적 성격을 가지기 때문에 지정요건이나 절차, 불이익처분에 관한 상세한 규정이 필요하다.

제11조(지식거래전문회사의 지정 등) ①1인 창조기업과 창의적인 아이디어 또는 전문지식을 필요로 하는 공공기관 또는 기업 등이 지식을 사고 팔 수 있도록 매개하는 것을 업으로 영위하고자 하는 지식거래전문회사(이하 “전문회사”라 한다)는 중소기업청장에게 등록하여야 한다.
②제1항에 따른 전문회사는 다음 각 호의 요건에 해당하여야 한다.
1. 지식서비스업 및 제조업을 영위할 것
2. 1인 창조기업 회원을 100명이상 보유할 것
3. 최근 3년간 매출이 5억원 이상일 것
③중소기업청장은 제2항에도 불구하고 1인 창조기업 지원사업의 활성화를 위하여 필요한 경우에는 대통령령으로 정하는 요건에 해당하는 지식거래를 매개하는 기업을 한시적으로 전문회사로 승인할 수 있다.
④지식거래전문회사의 등록요건 및 취소 등에 관하여 구체적인 사항은 대통령령으로 정한다.

(2) 지식서비스구매바우처의 발급 등

1) 지식서비스구매바우처의 정의

① 바우처의 의미

본래 바우처(voucher)는 증서나 상품권을 의미한다. 구체적으로 바우처는 정부가 제공하고자 하는 특정상품 혹은 서비스에 대한 지불인증

권을 의미한다. 정부가 일정한 자격기준이 되는 개인에게 특정한 재화 및 서비스에 대한 쿠폰이나 카드형태로 구매권을 인정해주는 정책수단이며, 구매권의 정도와 적용대상은 정부정책에 의해서 결정된다.¹⁶⁾

바우처를 사용하는 목적은 여러 가지가 있을 수 있으나, 바우처는 생산효율성과 분배효율성을 제고하기 위한 목적으로 사용된다. 그리고 특정분야의 공공서비스 확대나 소비촉진, 산업육성, 행정비용 절감 등의 목적으로도 사용된다.¹⁷⁾

② 지식서비스구매바우처의 개념

1인 창조기업지원사업 관리규정에 따르면 “지식서비스구매바우처”란 e-서비스 거래물로 공급자에게 프로젝트를 발주하는 수요자 중 중소기업에 한해 바우처 방식으로 총 프로젝트 비용의 일부를 지원하는 제도를 말한다고 정의된다. 즉, “지식서비스구매바우처”란 중소기업이 1인 창조기업을 대상으로 하여 일정한 프로젝트를 통하여 지식을 구매하고자 할 때 그에 소요되는 비용의 일부를 지원하기 위하여 중소기업청이 발급하는 바우처를 말한다.

지식서비스구매바우처를 발급하는 이유는 1인 창조기업이 공급하는 지식서비스에 대한 구매수요가 있는 중소기업에게 일정한 비용을 지원함으로써 지식서비스거래시장을 활성화하고, 중소기업의 지식서비스구매에 소요되는 비용부담을 경감시킴으로써 중소기업의 경영혁신을 도모할 수 있다는 측면에서 매우 효과적인 정책수단으로 평가할 수 있다.

2) 바우처제도의 입법례

현행 법령상 바우처제도를 도입하고 있는 분야는 매우 다양하며 바우처라는 영문명보다는 서비스이용권이라는 한글식 표현을 사용하고

16) 정광호, 바우처 분석; 한국과 미국을 중심으로, 행정논총 제45권제1호, 63쪽

17) 국내에서는 노동부의 교육훈련카드나 취약계층을 대상으로 한 만 5세 무상보육·교육프로그램, 문화바우처나 여행바우처와 같은 저소득층 문화향유권 보장프로그램, 농림부 친환경교육바우처 등 교육·복지분야에서 바우처제도가 활용되고 있다.

있다. 예를 들어, 『영유아보육법』 제34조의3(18)에서는 “보육서비스 이용권”에 관해서 제1항에서는 지급근거를 정하고, 제2항에서는 관련 업무의 위탁근거를, 제3항에서는 시행규칙에의 위임근거를 정하고 있다. 또한 『사회복지사업법』 제33조의7에서도 유사한 규정을 두고 있다.

이러한 입법례를 참고로 하여 지식서비스구매바우처제도를 조문화 하면 다음과 같다.

제12조(지식서비스구매이용권의 발급 등) ①중소기업청장은 『중소기업기본법』 제2조에 따른 중소기업에게 1인 창조기업으로부터 지식서비스를 구매할 수 있는 이용권(이하 “지식서비스구매이용권”이라 한다)을 발급할 수 있다.

②중소기업청장은 제1항에 따른 지식서비스구매이용권에 관한 업무를 공공기관 또는 민간기관·단체에 위탁할 수 있다.

③지식서비스구매이용권에 관하여 필요한 사항은 중소기업청장이 정하여 고시하여야 한다.

5. 교육지원 등 그밖에 지원시책

(1) 1인 창조기업에 대한 교육지원

1인 창조기업은 창의적인 아이디어 또는 전문지식을 기반으로 영위되기 때문에 새로운 지식의 습득과 계발이 요청된다. 예를 들어, 디자인의 경우에는 제품의 소재에 따라 디자인기법이 새롭게 개발되며, 컨설팅의 경우에도 새로운 경영기법의 등장에 따라 컨설팅기법도 진

-
- 18) 『영유아보육법』 제34조의3 ①국가와 지방자치단체는 제34조제1항, 제34조의2 및 제35조에 따른 비용 지원을 위하여 보육서비스 이용권(이하 “이용권”이라 한다)을 지급할 수 있다.
- ②보건복지가족부장관과 지방자치단체의 장은 이용권에 관한 업무를 공공기관 또는 민간기관·단체에 위탁할 수 있다.
- ③ 이용권에 관하여 필요한 사항은 보건복지가족부령으로 정한다.

화한다. 따라서 1인 창조기업을 활성화하기 위해서는 이러한 새로운 전문지식에 대한 교육기회를 제공할 필요가 있다.

현재 중소기업청에서는 1인 창조기업에 대하여 이른바 Gold-Card사업을 추진하고 있다. 이러한 교육지원사업에 대한 법적 근거를 확보하기 위해서는 다음과 같이 규정할 필요가 있다.

제13조(1인 창조기업에 대한 교육 지원) ①중소기업청장은 1인 창조기업의 경영혁신을 위하여 교육프로그램을 개발하여 지원할 수 있다.
②제1항에 따른 교육프로그램의 개발 및 지원 등에 관하여 필요한 사항은 중소기업청장이 정하여 고시하여야 한다.

(2) 지식서비스사업대가기준의 수립

1인 창조기업이 제공하는 지식서비스는 무형의 지식을 대상으로 하기 때문에 이러한 서비스의 대가를 결정하는 것은 관련 프로젝트의 성격이나 내용 등에 따라 달라질 수밖에 없다.

일반적으로 1인 창조기업이 제공하는 전문지식에 대한 대가는 이를 구매하는 수요자의 입장에서 결정될 가능성이 높으며, 전문지식에 대한 사회적 인식에 비추어볼 때 매우 낮은 수준에서 결정되는 것이 일반적이다.

따라서 1인 창조기업을 활성화하기 위해서는 지식서비스사업에 대한 대가기준을 정부에서 정하고 이를 공공시장에서 활용하도록 함으로써 민간시장을 유도할 필요가 있다.

제14조(지식서비스사업대가의 기준) ①중소기업청장은 1인 창조기업이 지식서비스를 중소기업자에게 제공하는 경우의 표준이 되는 대가기준을 정하여 고시할 수 있다.

②중소기업청장은 국가, 지방자치단체, 『공공기관의 운영에 관한 법률』 제4조에 따른 공공기관, 그밖에 대통령령으로 정하는 자가 1인 창조기업과 지식서비스제공에 관한 계약을 체결하는 경우 제1항에 따른 대가기준에 따라 계약하도록 권고할 수 있다.
③중소기업청장은 제1항 및 제2항에 따른 지식서비스제공에 관한 대가기준을 정할 때에는 재정경제부장관과 협의하여야 한다.

(3) 1인 창조기업의 시장신뢰성 확보를 위한 시책

공공기관에서 발주하는 프로젝트의 대부분은 일정한 사업참가조건을 정하고 있으며, 1인 창조기업은 대표자 및 종사자가 1인이기 때문에 공공시장에서의 참여가 제한적일 수밖에 없다.

따라서 중소기업청 등 정부에서 1인 창조기업의 이행능력에 대한 보증 등 공공시장에서의 1인 창조기업에 대한 신뢰성 확보를 위한 조치가 필요하다.

이를 위해서는 우선 1인 창조기업에 대한 공공시장 참여기회를 확대하기 위한 정보의 제공이 요청된다.

다음으로 1인 창조기업의 성공사례 등을 널리 알리기 위한 성공포럼의 개최 등 홍보가 강화되어야 하며, 1인 창조기업이 국제적인 수준의 전문지식을 습득하기 위한 국제협력에 대한 지원과 해외시장에의 진출을 위한 각종 지원이 요청된다.

제15조(1인 창조기업에 대한 정보의 제공) ①중소기업청장은 공공기관의 지식서비스구매 효율성을 높이기 위하여 1인 창조기업의 사업능력 및 계약실적 등에 대한 정보와 공공기관의 지식구매계획·발주 및 입찰과 낙찰 등에 대한 정보를 수집하여 공공기관과 1인 창조기업에게 제공하여야 한다.

②중소기업청장은 공공기관이나 1인 창조기업의 요청이 있는 때에는 1인 창조기업이 우선구매의 조건과 계약의 이행능력을 갖춘 사실을 증명하는 서류(이하 “이행능력인증서”라 한다)를 발급할 수 있다.

③이행능력인증서의 발급 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제16조(1인 창조기업 진흥활동) 중소기업청장은 1인 창조기업에 대한 국민의 인식을 높이고 창업을 촉진하기 위하여 다음 각 호의 사업을 추진할 수 있다.

1. 독창적인 아이디어를 기반으로 한 창업 사례 및 우수 1인 창조기업의 발굴 및 포상
2. 1인 창조기업 성공사례의 홍보를 위한 행사의 개최
3. 그 밖에 1인 창조기업의 창업 및 진흥에 관한 행사의 개최

제17조(해외진출 및 국제협력 지원) ①정부는 국제적인 경쟁력을 갖춘 1인 창조기업이 해외에 진출할 수 있도록 다음 각 호의 사업을 추진할 수 있다.

1. 해외마케팅 및 홍보활동
2. 해외진출에 관한 정보제공
3. 해외진출을 위한 상담 및 컨설팅의 제공

②정부는 제1항 각 호의 사업을 추진하는 자에게 비용의 전부 또는 일부를 지원할 수 있다.

제 5 절 1인 창조기업협회 등 보칙 규정

1. 1인 창조기업협회의 설립

현재 중소기업청에서 시행하고 있는 1인 창조기업에 관한 지원정책은 대부분 전문적이고 기술적인 분야에 속해 있으며, 이러한 지원정책을 효율적으로 추진하기 위해서는 이를 전담하여 추진하는 기관이 필요하다. 특히 1인 창조기업이 처해있는 현실적 여건을 고려했을 때 1인 창조기업의 입장에서 정책수단을 개발하고 이를 추진할 수 있는 이른바 중간단체의 설립이 요청된다.

현재 2008년도 설립된 사단법인 1인지식서비스기업협회가 2009년도 4월에 1인 창조기업협회로 명칭을 변경하여 1인 창조기업 활성화를 위하여 활동 중에 있다. 다만, “1인 창조기업협회”를 설립하는 목적이 지식거래시장의 성장률 확대 및 1인 창조기업의 신뢰성 확보 등 비효율적 시장의 구조개선에 있다면 특수법인의 형태를 갖추도록 하는 것이 바람직하다. 협회를 특수법인으로 하게 되면, 다음과 같은 긍정적인 효과를 기대할 수 있다.

① 경력증명업무, 수요자 관리 등을 통한 시장의 신뢰성 확보를 정부가 간접적으로 보증하는 점에서 지식거래시장질서 조성에 기여한다는 점, ② 중소기업청이 직접 수행하기 어려운 특정 지원프로그램의 위탁이나 연구개발 업무 등이 용이해지는 점, ③ 상호부조 등 1인 창조기업의 사회보장체계 구축이 용이하다는 점 등이 그러하다.

또한, 1인 창조기업이 종사하는 업종은 매우 다양하기 때문에 1인 창조기업협회라 하더라도 업종별로 협회가 설립되어 있거나 또는 설립할 가능성이 있다. 다만, 업종별로 협회가 설립되어 활동하게 되면, 업종별 이해관계를 조정할 필요가 있기 때문에 연합회의 설립근거도 같이 확보하는 것이 바람직할 것이다.

제19조(1인 창조기업협회의 설립 등) ①1인 창조기업, 지식거래전문회사, 그밖에 1인 창조기업에 관련되는 자는 1인 창조기업의 건전한 발전을 위하여 업종별로 1인 창조기업협회(이하 “협회”라 한다)를 설립할 수 있다.
②제1항에 따른 협회는 법인으로 한다.
③협회는 주된 사무소의 소재지에서 설립등기를 함으로써 성립한다.
④협회의 회원의 자격과 임원에 관한 사항 등은 정관으로 정한다.
⑤협회 정관의 기재사항과 협회의 감독에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제20조(협회설립의 인가절차 등) ①협회를 설립하고자 하는 때에는 회원의 자격이 있는 1인 창조기업 10인 이상이 발기하고 회원의 자격이 있는 1인

창조기업 중 대통령령이 정하는 수 이상의 동의를 얻어 창립총회에서 정관을 작성한 후 중소기업청장에게 인가를 신청하여야 한다.

②중소기업청장은 제1항에 따른 신청에 따라 인가를 한 때에는 이를 공고하여야 한다.

③협회가 성립되고 임원이 선임될 때까지 필요한 사무는 발기인이 행한다.

제21조(1인 창조기업연합회의 설립 등) ①제19조에 따른 1인 창조기업협회 및 지식서비스업종별 협회는 1인 창조기업연합회(이하 “연합회”라 한다)를 설립할 수 있다.

②연합회의 설립에 관해서는 제19조 및 제20조를 준용한다.

2. 조세감면 등 세제지원에 관한 확인규정

조세감면제도에 관해서는 조세특례제한법, 지방세법 등 조세에 관한 법령에서 정하는 바, 각종 진흥법제에서는 이를 확인하는 규정을 두는 것이 일반적이다.

제22조(세제의 지원) 정부는 1인 창조기업의 창업 촉진, 경영기반 확충 및 구조 고도화 등을 위하여 조세에 관한 법률에서 정하는 바에 따라 세제상의 지원을 할 수 있다.

제 5 장 결 론

이상과 같이 본 보고서에서는 현재 추진 중에 있는 1인 창조기업 활성화를 위한 중소기업청의 주요 시책에 대한 검토를 통해서 1인 창조기업 육성을 위해서는 새로운 입법이 필요하다는 점을 도출하였다.

우리나라의 중소기업정책은 세계적인 추세에 따라 제조업 또는 전통적인 서비스업 중심에서 지식서비스업으로 전환하고 있으며, 1인 창조기업의 활성화가 산업구조의 변화에 커다란 역할을 할 것으로 기대되고 있다.

일부에서는 중소기업정책의 변화가 중소기업의 기반이 되는 제조업 홀대로 이어질 것이라는 우려가 제기되고 있으나, 이러한 우려는 1인 창조기업 활성화정책의 제도설계를 어떻게 하는가에 따라서 보완될 수 있을 것이다. 즉, 1인 창조기업 활성화 정책은 전통적인 제조업 중심의 산업구조를 보완하는 역할에서 설계되고 추진되어야 할 것이다.

1인 창조기업이라는 새로운 산업형태를 정착시키기 위해서는 창업 유도와 창업준비과정에서의 지원, 창업 후 수익창출의 모델 정립 등에 대한 법적인 뒷받침이 요청된다고 할 수 있다.

이러한 측면에서 1인 창조기업에 대한 새로운 입법의 설계와 지속적인 관심이 필요할 것이며, 미흡하지만 본 보고서에서는 구체적인 입법화 방안을 제시하고자 노력하였다.

참고문헌

- 김선화, 『소호비즈니스 활성화를 위한 지원시스템 구축방안』, 중소기업연구원(2008).
- 김소희, 『중소기업관련법제의 문제점 및 개선방안에 관한 연구-중소기업기본법의 경쟁정책 부합성을 중심으로-』, 숙명여자대학교 대학원 석사학위논문, 2008.
- 김주미, 『기술 혁신형 중소기업 창업활성화 방안』, 중소기업연구원, 2006.
- 배화숙, “사회복지서비스에서 바우처제도 도입의미와 과제”, 사회복지정책 제31집, 2007.
- 오준근, “지정제도의 입법구조 분석”, 법제 제534호, 법제처, 15쪽.
- 정광호, “바우처 분석; 한국과 미국을 중심으로”, 행정논총 제45권제1호.
- 최환용, “1인 창조기업 지원을 위한 법적 과제”, 아주법학 제3권제1호, 2009.6.
- KAIST, 『1인 지식서비스기업 육성방안에 관한 연구』, 2008.10.
- Richard Caves, *Creative Industries : Contracts Between Art and Commerce*, Cambridge, Massachusetts, Harvard University Press

부 록

1인 창조기업 육성을 위한 특별법(안)

제 1 장 총 칙

제 1 조(목적) 이 법은 1인 창조기업의 창업을 지원하고 경제활동을 촉진하며 구조개선 및 경영안정을 도모하여 균형 있는 국민경제의 발전에 기여함을 목적으로 한다.

제 2 조(1인 창조기업의 범위) ①1인 창조기업을 육성하기 위한 시책(이하 “1인 창조기업시책”이라 한다)의 대상이 되는 1인 창조기업의 범위는 다음 각 호의 요건을 모두 충족하는 기업(이하 “1인 창조기업”이라 한다)을 영위하는 자로 한다.

1. 유급상시근로자를 두지 않고 종사자와 대표자가 1인인 기업으로 사업자 등록을 한 개인 또는 법인
2. 대통령령으로 정하는 업종에 종사할 것

②제1항에 따른 1인 창조기업의 범위에는 고용계약을 맺지 않고 가족 또는 스승과 제자관계로 운영되는 가족기업 또는 도제기업을 포함한다.

③제1항을 적용할 때 상시근로자를 고용하여 1인 창조기업에 해당하지 아니한 경우 그 사유가 발생한 연도의 다음 연도부터 2년간은 1인 창조기업으로 본다.

제 3 조(국가 및 지방자치단체의 책무) ①국가는 1인 창조기업의 진흥을 위하여 필요한 시책을 수립·시행하여야 한다.

②지방자치단체는 국가의 시책과 지역적 특성을 고려하여 지역에서의 1인지식서비스업의 진흥을 위하여 필요한 시책을 수립·시행하여야 한다.

제 4 조(다른 법률과의 관계) 1인 창조기업에 관하여는 다른 법률에 특별한 규정이 있는 경우를 제외하고는 이 법이 정하는 바에 의한다.

제 2 장 1인 창조기업 진흥종합계획 등

제 5 조(종합계획의 수립) ①중소기업청장은 1인 창조기업의 육성 및 진흥을 위하여 3년마다 1인 창조기업 진흥종합계획(이하 “종합계획”이라 한다)을 수립·시행하여야 한다.

②종합계획에는 다음 각 호의 사항이 포함되어야 한다.

1. 1인 창조기업의 진흥을 위한 정책의 기본방향
2. 1인 창조기업의 기반조성에 관한 사항
3. 1인 창조기업의 창업지원 등 1인 창조기업육성에 관한 사항
4. 1인 창조기업 관련 현황 및 통계의 조사·관리에 관한 사항
5. 그밖에 1인 창조기업의 진흥을 위하여 필요한 사항

③중소기업청장은 종합계획의 수립과 시행을 위하여 필요한 때에는 관계 중앙행정기관의 장, 관련 기관, 또는 단체에게 필요한 자료의 제출을 요청할 수 있다. 이 경우 그 요청을 받은 기관 또는 단체의 장은 특별한 사유가 없는 한 이에 협조하여야 한다.

제 6 조(시행계획의 수립) ①중소기업청장은 종합계획에 따라 매년 1인 창조기업진흥시행계획(이하 “시행계획”이라 한다)을 수립·시행하여야 한다.

②중소기업청장은 시행계획을 수립하고자 할 때에는 미리 관계 중앙행정기관의 장과 협의하여야 한다.

③시행계획의 수립·시행에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제 7 조(실태조사) ①중소기업청장은 3년 마다 1인 창조기업의 창업·경영실적·사업전환 현황 등 1인 창조기업육성시책의 수립에 필요한 실태조사(이하 “실태조사”라 한다)를 실시하고 그 결과를 공표하여야 한다.

②실태조사를 실시하기 위하여 필요한 때에는 공공기관, 1인 창조기업 또는 관련 단체에 대하여 자료의 제출이나 의견의 진술 등을 요구할 수 있으며 해당 요구를 받은 공공기관, 1인 창조기업 또는 관련 단체는 특별한 사유가 없는 한 이에 협조하여야 한다.

제 3 장 1인 창조기업에 대한 지원시책

제 8 조(창업 지원) ①중소기업청장은 1인 창조기업을 창업하고자 하는 자에 대하여 창업에 필요한 자금을 지원하거나 용자를 알선할 수 있다.

②제1항에 따라 창업에 필요한 자금을 지원하는데 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제 9 조(1인 창조기업 지원센터의 지정) ①중소기업청장은 1인 창조기업의 창업 및 운영을 지원하기 위하여 1인 창조기업 지원센터(이하 “지원센터”라 한다)를 지정·운영할 수 있다.

②제1항에 따른 지원센터는 다음 각 호의 업무를 수행한다.

1. 1인 창조기업의 창업에 관한 상담 및 자문
2. 1인 창조기업의 사무 및 영업활동에 필요한 장소의 제공
3. 1인 창조기업의 사업 애로사항 발굴 및 개선
4. 그밖에 1인 창조기업의 지원에 관한 사항

③중소기업청장은 지원센터가 제2항에 따른 업무를 충실히 수행하지 못하거나 대통령령으로 정하는 기준에 미치지 못하는 경우에는 지정을 취소하거나 3개월 이내의 기간을 정하여 지정의 효력을 정지할 수 있다.

④정부는 지원센터에 대하여 예산의 범위에서 제2항 각 호의 사업 수행에 필요한 경비의 전부 또는 일부를 지원할 수 있다.

⑤제1항에 따른 지원센터의 지정 및 운영 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제10조(지식거래정보시스템의 구축·운영 등) ①중소기업청장은 아이디어 또는 전문지식을 팔고 사는 지식거래정보시스템을 구축·운영할 수 있다.

②제1항에 따른 지식거래정보시스템의 구축·운영에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제11조(지식거래전문회사의 지정 등) ①1인 창조기업과 창의적인 아이디어 또는 전문지식을 필요로 하는 공공기관 또는 기업 등이 지식을 사고 팔수 있도록 매개하는 것을 업으로 영위하고자 하는 지식거래전문회사(이하 “전문회사”라 한다)는 중소기업청장에게 등록하여야 한다.

②제1항에 따른 전문회사는 다음 각 호의 요건에 해당하여야 한다.

1. 지식서비스업 및 제조업을 영위할 것
2. 1인 창조기업 회원을 100명이상 보유할 것
3. 최근 3년간 매출이 5억원 이상일 것

③중소기업청장은 제2항에도 불구하고 1인 창조기업 지원사업의 활성화를 위하여 필요한 경우에는 대통령령으로 정하는 요건에 해당하는 지식거래를 매개하는 기업을 한시적으로 전문회사로 승인할 수 있다.

④지식거래전문회사의 등록요건 및 취소 등에 관하여 구체적인 사항은 대통령령으로 정한다.

제12조(지식서비스구매이용권의 발급 등) ① 중소기업청장은 중소기업의 경영혁신 등을 위하여 지식서비스의 공급이 필요하다고 인정되는 중소기업자에 대하여 1인 창조기업으로부터 지식서비스를 구매할 수 있는 이용권(이하 “지식서비스구매이용권”이라 한다)을 발급할 수 있다.

②중소기업청장은 제1항에 따른 지식서비스구매이용권에 관한 업무를 공공기관 또는 민간기관·단체에 위탁할 수 있다.

③지식서비스구매이용권에 관하여 필요한 사항은 중소기업청장이 정하여 고시하여야 한다.

제13조(1인 창조기업에 대한 교육 지원) ①중소기업청장은 1인 창조기업의 경영혁신을 위하여 교육프로그램을 개발하여 지원할 수 있다.

②제1항에 따른 교육프로그램의 개발 및 지원 등에 관하여 필요한 사항은 중소기업청장이 정하여 고시하여야 한다.

제14조(지식서비스사업대가의 기준)①중소기업청장은 1인 창조기업이 지식서비스를 중소기업자에게 제공하는 경우의 표준이 되는 대가기준을 정하여 고시할 수 있다.

②중소기업청장은 국가, 지방자치단체, 『공공기관의 운영에 관한 법률』 제4조에 따른 공공기관, 그밖에 대통령령으로 정하는 자가 1인 창조기업과 지식서비스제공에 관한 계약을 체결하는 경우 제1항에 따른 대가기준에 따라 계약하도록 권고할 수 있다.

③중소기업청장은 제1항 및 제2항에 따른 지식서비스제공에 관한 대가기준을 정할 때에는 재정경제부장관과 협의하여야 한다.

제15조(1인 창조기업에 대한 정보의 제공) ①중소기업청장은 공공기관의 지식구매 효율성을 높이기 위하여 1인 창조기업의 사업능력 및 계약실적 등에 대한 정보와 공공기관의 지식구매계획·발주 및 입찰과 낙찰 등에 대한 정보를 수집하여 공공기관과 1인 창조기업에게 제공하여야 한다.

②중소기업청장은 공공기관이나 1인 창조기업의 요청이 있는 때에는 1인 창조기업이 우선구매의 조건과 계약의 이행능력을 갖춘 사실을 증명하는 서류(이하 “이행능력인증서”라 한다)를 발급할 수 있다.

③이행능력인증서의 발급 등에 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제16조(1인 창조기업 진흥활동) 중소기업청장은 1인 창조기업에 대한 국민의 인식을 높이고 창업을 촉진하기 위하여 다음 각 호의 사업을 추진할 수 있다.

1. 독창적인 아이디어를 기반으로 한 창업 사례 및 우수 1인 창조기업의 발굴 및 포상
2. 1인 창조기업 성공사례의 홍보를 위한 행사의 개최
3. 그 밖에 1인 창조기업의 창업 및 진흥에 관한 행사의 개최

제17조(해외진출 및 국제협력 지원) ①정부는 국제적인 경쟁력을 갖춘 1인 창조기업이 해외에 진출할 수 있도록 다음 각 호의 사업을 추진할 수 있다.

1. 해외마케팅 및 홍보활동
2. 해외진출에 관한 정보제공
3. 해외진출을 위한 상담 및 컨설팅의 제공

②정부는 제1항 각 호의 사업을 추진하는 자에게 비용의 전부 또는 일부를 지원할 수 있다.

제18조(1인 창조기업의 성실의무) ①1인 창조기업은 지식서비스를 제공하는 때에는 직무를 성실하게 수행하고 계약내용에 따라 서비스를 제공하여야 한다.

②중소기업청장은 1인 창조기업의 육성을 위한 지원시책을 효율적으로 달성하기 위하여 평가체제를 구축하여 운영할 수 있다.

③제2항에 따른 평가체제의 구축·운영에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제 4 장 보 칙

제19조(1인 창조기업협회의 설립 등) ①1인 창조기업, 지식거래전문회사, 그밖에 1인 창조기업에 관련되는 자는 1인 창조기업의 건전한 발전을 위하여 1인 창조기업협회(이하 “협회”라 한다)를 설립할 수 있다.

②제1항에 따른 협회는 법인으로 한다.

③협회는 주된 사무소의 소재지에서 설립등기를 함으로써 성립한다.

④협회의 회원의 자격과 임원에 관한 사항 등은 정관으로 정한다.

⑤협회 정관의 기재사항과 협회의 감독에 관하여 필요한 사항은 대통령령으로 정한다.

제20조(협회설립의 인가절차 등) ①협회를 설립하고자 하는 때에는 회원의 자격이 있는 1인 창조기업 10인 이상이 발기하고 회원의 자격이 있는 1인 창조기업 중 대통령령이 정하는 수 이상의 동의를 얻어 창립총회에서 정관을 작성한 후 중소기업청장에게 인가를 신청하여야 한다.

②중소기업청장은 제1항에 따른 신청에 따라 인가를 한 때에는 이를 공고하여야 한다.

③협회가 성립되고 임원이 선임될 때까지 필요한 사무는 발기인이 행한다.

부 록

제21조(1인 창조기업연합회의 설립 등) ①제19조에 따른 1인 창조기업협회 및 지식서비스업종별 협회는 1인 창조기업연합회(이하 “연합회”라 한다)를 설립할 수 있다.

②연합회의 설립에 관해서는 제19조 및 제20조를 준용한다.

제22조(세제의 지원) 정부는 1인 창조기업의 창업 촉진, 경영기반 확충 및 구조 고도화 등을 위하여 조세에 관한 법률에서 정하는 바에 따라 세제상의 지원을 할 수 있다.

제23조(보고 및 검사) ①중소기업청장은 제21조에 의하여 위임된 사항에 관해서는 그 업무에 관한 보고를 하게 하거나 소속 공무원으로 하여금 장부·서류 그밖에 물건을 검사하게 할 수 있다.

②제1항에 따른 검사를 하는 공무원은 그 권한을 표시하는 증표를 관계인에게 제시하여야 한다.

제24조(권한의 위임·위탁) 이 법에 따른 중소기업청장의 권한의 일부를 대통령령이 정하는 바에 따라 지방중소기업청장, 협회 또는 관련 단체에 위임 또는 위탁할 수 있다.

부 칙

제 1 조(시행일) 이 법은 공포 후 3월부터 시행한다.

제 2 조(경과조치) 이 법 시행일 이전에 추진된 1인 창조기업에 대한 지원시책은 이 법에 따른 것으로 본다.

제 3 조(1인 창조기업협회에 대한 경과조치) 이 법 시행일 이전에 설립인가를 받은 1인 창조기업협회는 이 법에 따라 설립된 것으로 본다.