

“현장 중심 소상공인 지원 확대… 지역경제 활성화 총력”

인터뷰

김민철

경기도시장상권진흥원장

경기도시장상권진흥원 김민철 원장은 취임 이후 과감한 사업 구조조정과 조직 혁신을 통해 기관 체질을 근본적으로 바꾸며 가시적 성과를 만들어냈다. 불필요한 사업을 정리하고 핵심 사업 중심으로 재편하는 한편, 조직개편과 인사 혁신을 병행해 정책 실행력을 크게 끌어올렸다. 그 결과 기관평가 상위권 진입과 대통령 표창 수상이라는 성과를 거두며 대외 경쟁력을 입증했다.

특히 현장의 요구를 반영해 개선한 ‘통큰 세일’ 사업은 소비자 혜택과 소상공인 매출 증대를 동시에 이끌어낸 대표 정책으로 자리 잡았다. 여기에 31개 시·군을 직접 찾아가는 현장 간담회를 통해 정책과 현실의 간극을 좁히며 체감도 높은 지원 정책을 구현했다. 내부적으로는 ‘팀장 책임제’ 도입과 청렴경영 체계 구축으로 조직 운영의 효율성과 신뢰도를 동시에 강화했다.

메트로신문은 이번 인터뷰를 통해 김민철 원장이 이끌어온 변화의 궤적과 그 성과, 그리고 소상공인 지원을 위한 향후 전략을 심층적으로 조명한다. 다음은 김민철 원장과의 일문일답.

Q. 취임 후 ‘버킷 리스트’를 통해 조직 활성화를 이끌었다고 들었습니다. 주요 성과는 무엇입니까?

취임 이후 조직의 효율성을 높이기 위해 조직개편을 단행하고 센터 기능을 통합하는 등 전반적인 조직 구조를 체계적으로 정비했습니다. 아울러 전략사업팀, 홍보팀, 교육정책팀을 신설해 정책 추진력과 대외 소통 기능을 강화했습니다.

특히 교육정책팀을 중심으로 상권 매니저뿐 아니라 내부 임직원의 역량 강화에도 집중하고 있습니다. 또한 기존 40여 개에 달하던 사업을 핵심 중심으로 축소·통합해 업무 부담은 줄이고 정책의 집중도와 효율성은 높였습니다.

대외적으로는 취임식을 대신해 정담회를 개최하며 현장의 목소리를 직접 듣는데 주력했고, 이후에도 31개 시·군을 대상으로 ‘찾아가는 민생현장 간담회’를 지속적으로 운영하고 있습니다. 이를 통해 소상공인과 자영업자의 의견을 정책에 반영하며 체감도 높은 사업 개선을 추진하고 있습니다.

대표 사업인 ‘통큰 세일’ 역시 경기지역화폐를 활용한페이백 방식으로 개선해 소비자 편의와 소상공인 매출 증대 효과를 동시



김민철 경기도시장상권진흥원 원장

에 도모하고 있습니다.

Q. 인사혁신 차원에서 도입한 ‘팀장 책임제’는 조직 운영에 어떤 변화를 가져왔습니까?

‘팀장 책임제’ 도입 이후 팀 단위 성과에 대한 책임이 명확해지면서 팀장이 단순 전달자가 아닌 조직 운영의 주체로 역할을 수행하게 됐습니다. 이를 통해 조직관리 역량과 문제 해결 능력, 전략적 사고가 함께 향상되고 있습니다.

‘통큰 세일’ 페이백 방식 사업 개선 ‘찾아가는 민생현장 간담회’ 운영 대통령 표창·청렴도 개선 등 성과

구성원들도 개인 업무 중심이 아니라 팀 전체 성과를 위해 협력하는 분위기가 자리 잡으며 팀워크가 강화되고, 이는 전반적인 업무 성과 향상으로 이어지고 있습니다.

또한 2025년에는 각종 대외 표창을 통해 성과를 인정받았고, 정원도 83명으로 확대되는 등 기관 규모와 역량도 함께 성장하고 있습니다. 행정 체크리스트 도입 등으로 업무 책임성과 관리 체계 역시 한층 강화했습니다.

Q. 과거 경기도 산하 기관평가에서 하위권에 머물던 경상원이 최근 대통령상 수상 등 성과를 거두게 된 비결은 무엇입니까?

‘경기 살리기 통큰 세일’ 사업을 중심으로 현장 중심 정책을 강화한 것이 가장 큰 변화였습니다. 지난해 ‘경기도 공공기관 우

수 정책 사례 발표회’에서 장려상을 수상했고, 이어 ‘전국우수시장박람회’에서는 대통령 표창을 받았습니다. 또한 ‘경기도 대표 정책 페스타’에서 통큰 세일이 최우수 정책으로 선정되며 정책 효과를 인정받았습니다.

이 사업은 지역경제 활성화와 소상공인 매출 증대, 도민 소비 혜택을 동시에 실현하는페이백 방식의 정책입니다. 31개 시·군 현장 간담회를 통해 지속적으로 개선하면서 체감도를 높인 것이 성과로 이어졌습니다.

청렴도 역시 크게 개선돼 경기도 공직유관단체 종합청렴도 평가에서 설립 이래 최초로 2등급을 획득했습니다. 익명 신고 시스템 ‘청렴소리함’, 인권침해 상담센터 운영 등으로 투명성과 인권경영을 강화했고, 인권경영 시스템 인증도 획득했습니다.

또한 ‘경기가족친화 알하기 좋은 기업’ 인증과 소비자중심경영(CCM)인증도 연이어 획득하며 지속가능한 경영 기반을 다졌습니다.

Q. 2026년 하반기 추진 예정인 소상공인 해외 판로 지원 사업에 대해 설명해 주십시오.

경기도 소상공인은 약 43만 명 규모로 전국 최대 수준이지만, 자금력과 마케팅 역량 부족으로 해외 진출에는 어려움을 겪고 있습니다.

다만 지난해 박람회에서는 국내외 바이어 상담이 활발히 진행됐고, 미국 조지아주 경제사절단 방문 등으로 글로벌 시장의 관심도 확인할 수 있었습니다.

이에 올해는 해외 바이어 대응 체계를 강화하고 국·영문 홍보물 제작, 통역 지원 등을 통해 실질적인 수출 기반을 지원할 계획입니다. 또한 10개 소상공인을 선정해 미국 라스베이거스 ‘ASD WEEK’ 참가를 지원하는 등 해외 판로 개척을 적극 추진할 예정입니다.

Q. ‘지역화폐’와 ‘온누리상품권’ 통합 필요성을 지속적으로 제기하는 이유는 무엇입니까?

온누리상품권은 영세 소상공인과 취약상권 활성화를 위해 도입된 제도이지만, 최근에는 사용처 제한과 이용 불편 등으로 본래 취지가 점차 약화되고 있는 상황입니다. 실제로 중소벤처기업부에 따르면 지난해 온누리상품권 판매율은 발행 목표 대비 69.3% 수준에 그치며 실효성 측면에서도 한계가 나타나고 있습니다.

특히 사용처가 전통시장과 골목형상점으로 제한돼 일반 골목상점에서는 활용이 어려워, 소비자와 가맹점 모두 불편을 겪고 있습니다. 이와 함께 불법 유통이나 위·변조 문제도 지속적으로 제기되고 있습니다. 반면 지역화폐는 지역 내 자유로운 사용이 가능하도록 설계돼 지역 소비를 촉진하고 있으며, 할인과 인센티브 혜택이 더해져 소비자 만족도도 높은 편입니다.

소상공인 해외 판로개척 본격 추진 지역화폐·온누리상품권 통합 제시 “전통시장·골목상권 적극 지원할 것”

이러한 점을 고려할 때 두 제도는 기본적으로 동일한 정책 목적을 가지고 있는 만큼, 온누리상품권과 지역화폐를 통합해 소비자 혼란을 줄이고 정책 효과를 높일 필요가 있다고 판단합니다.

Q. 마지막으로 경기도 소공인 및 소상공인에게 전하고 싶은 말씀이 있다면?

어려운 경제 여건 속에서도 지역 상권을 지켜온 소상공인과 자영업자 여러분께 깊이 감사드립니다.

경기도시장상권진흥원은 현장의 목소리를 바탕으로 다양한 지원 정책을 지속적으로 추진하고 있으며, 디지털 전환과 유통 환경 변화 속에서도 전통시장과 골목상권이 경쟁력을 유지할 수 있도록 적극 지원하겠습니다.

앞으로도 현장의 어려움을 정책에 반영하며, 소상공인의 든든한 동반자로서 지역경제 활성화에 기여해 나가겠습니다.

/경기=김대의 기자

dykimi@metroseoul.co.kr



metro



경상원은 지난해 경기도 대표 정책 페스타에서 ‘통큰 세일’ 사업 성과로 경기도지사 최우수 표창을 수상했다.



김민철 경상원장이 지난 3월 ‘통큰 세일’ 북부 상권 현장 점검에 나섰다. /경상원