



I S S U E P A P E R

2018

2018년 1/4분기 서울지역 민생경제 체감경기 진단

—
김범식

CONTENTS

I. 소비자 체감경기

서울시민의 체감경기는 하락세로 반전
서울시민이 생각하는 적정 노후생활비는 월평균 251.5만 원

II. 소상공인 업황 조사

서울지역 소상공인의 체감경기는 3월에 회복기미
1/4분기 4대 도심제조업 업황은 전 분기보다 부진

III. 최저임금 특집 민생 현장 조사

최저임금 인상 영향은 업종별로 차별화

IV. 관광업계 체감경기

명동·동대문관광특구, 인사동 문화지구 관광시장 현장점검

부록 : 민생경제 현장점검 포럼

현장에서 본 서울시 인쇄산업의 실태와 과제

이 보고서는 2018년 1/4분기 민생경기 동향을 파악하고자

2018. 2. 5 ~ 2. 22 / 2018. 3. 5 ~ 3. 23

설문조사, 현장조사, 전화면접조사, 이메일조사 등을 거쳐 작성

문의사항 : 시민경제연구실 실장 김범식(02-2149-1276)

업황조사 장윤희(02-2149-1280) / 관광조사 김수진(02-2149-1264)

요 약

2018년 1/4분기 서울시민의 체감경기는 하락

- 2018년 1/4분기 서울의 「소비자태도지수」는 전 분기 대비 6.0p 하락
 - 1/4분기 서울의 「소비자태도지수」는 표준화지수 기준 97.3으로 전 분기보다 6.0p 하락하면서 3분기 연속 상승세가 멈추고 하락세로 반전
- 2018년 1/4분기 서울의 「현재생활형편지수」와 「미래생활형편지수」는 동반 하락
 - 「현재생활형편지수」는 1/4분기 들어 전 분기보다 2.1p 하락한 86.1, 「미래생활형편지수」는 전 분기보다 1.9p 하락한 96.0을 기록
 - 1년 후 가구의 생활형편이 악화될 것으로 본 주된 이유는 ‘가계소득 감소’가 34.7%로 가장 많고, 그다음은 ‘물가 상승’(20.7%), ‘경기 불황’(17.4%), ‘지출비용 증가 예정’(16.4%) 등의 순으로 조사
- 2018년 1/4분기 「현재소비지출지수」는 113.3으로 전 분기 대비 1.3p 소폭 상승했으나, 「미래소비지출지수」는 99.9로 전 분기보다 1.1p 하락
 - 품목별로 본 「미래소비지출지수」는 ‘식료품비’는 상승했지만, ‘교육비’, ‘교통·통신비’, ‘주거비’, ‘의류비’, ‘문화·오락비’ 등은 전 분기보다 하락

서울시민이 생각하는 적정 노후생활비는 월평균 251.5만 원

- 서울시민은 주로 ‘65세 이상’을 노후로 인식
 - 서울시민이 노후로 생각하는 시기는 ‘65세 이상’이라는 응답 비율이 36.4%로 가장 많고, 그다음은 ‘70세 이상’(26.5%), ‘60세 이상’(25.3%) 등의 순
- 노후준비 여부를 조사한 결과 ‘노후준비 중’이 49.9%로 약 절반을 차지
 - 그다음은 ‘노후준비 못함’(28.9%), ‘준비할 예정’(14.6%), ‘준비를 다 함’(6.5%) 등의 순으로 조사

- 서울시민의 노후생활자금 준비 방식은 주로 공적연금과 사적연금에 의존
 - 노후생활자금 준비 방식의 응답 결과를 보면, 1순위 및 1~2순위 합계 모두 ‘공적연금’이 1위이고, 그다음은 ‘사적연금’으로 조사
- 서울시민은 노후 생활비(부부기준)로 월평균 251.5만 원이 적정하다고 인식
 - 구간별 비율을 보면, ‘200만~300만 원 미만’이 46.6%로 가장 많고, 그다음은 ‘300만~400만 원 미만’ 27.4%, ‘100만~200만 원 미만’ 16.2% 등의 순으로 조사
 - 연령별로 본 월평균 적정 노후생활비는 30대 이하가 267.7만 원으로 가장 많고, 그다음은 40대(259.1만 원), 50대(245.3만 원), 60대(230.4만 원) 등의 순으로 응답
- 노후생활 준비가 잘 안 되는 주된 이유는 ‘주택구입 및 부채상환’
 - 1순위 기준으로 노후생활 준비가 잘 안 되고 있는 이유는 ‘주택구입 및 부채상환 때문’이 43.1%로 가장 많고, 그다음은 ‘자녀 교육비 및 양육비 지출이 많아서’(21.8%), ‘아직 노후준비에 관심이 없어서’(12.4%) 등의 순으로 조사
- 서울시민은 노후대책으로 ‘고령자를 위한 일자리 지원정책’이 가장 시급하다고 인식
 - 가장 시급한 노후대책으로 ‘고령자를 위한 일자리 지원정책’이 응답 비율 40%를 기록해 가장 높게 조사

1/4분기 4대 도심제조업 업황은 전 분기보다 부진

- 서울지역 소상공인의 2018년 3월 「체감경기 BSI」는 77.8로 2017년 11월 이후 4개월 만에 처음으로 상승
- 서울지역 소상공인의 3월 「체감경기 BSI」는 전월 대비 20.1p, 전년 동월보다 2.7p 상승
- 「체감경기 BSI」가 여전히 기준치 100을 밑돌고 있어 경기를 좋게 보는 소상공인보다 어렵다고 보는 소상공인이 더 많은 실정
- 그러나 1/4분기 4대 도심제조업 업황은 전반적으로 전 분기보다 부진

- 귀금속제조업 업황은 전 분기(기준=100) 대비 90 수준이고, 수출은 나아졌지만 내수가 전 분기와 비슷하거나 안 좋은 상태
- 기계제조업과 인쇄산업의 업황은 전 분기(기준=100) 대비 각각 80, 60~70 수준
- 의류·봉제 업황은 해외 물량 축소 등으로 전 분기(기준=100) 대비 70 수준

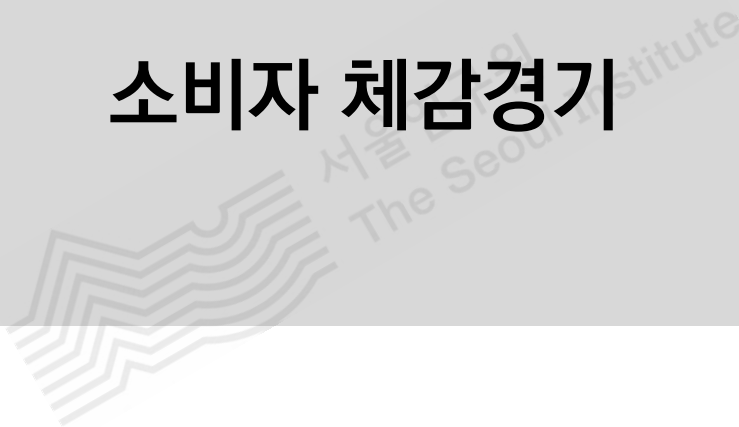
최저임금 인상 영향은 업종별로 차별화

- 인쇄업체는 최저임금이 더 오를 경우 경영난으로 인력 감축이 발생할 가능성
- 기계업체는 인건비 자체가 높기 때문에 최저임금 인상의 직접적 영향이 적은 편
- 의류·봉제업체는 최저임금 인상으로 인건비 부담 확대
- 귀금속업체의 경우 최저임금 인상은 기술자보다 단순 노무인력에 더 큰 영향
- 편의점 업체는 최저임금 인상으로 다점포 운영자들에게 큰 영향을 주었으며, 주로 아르바이트생을 줄이는 경향

1/4분기 명동·동대문관광특구의 매출은 전 분기 대비 소폭 하락하거나 상승

- 1/4분기 명동관광특구 매출은 관광 비수기, 화장품업 매출 부진 등으로 전 분기(기준=100) 대비 90~95 수준, 전년 동기(기준=100) 대비 85~90 수준
- 1/4분기 동대문관광특구 매출은 전 분기(기준=100) 대비 110~115 수준이지만, 전년 동기(기준=100) 대비로는 95 수준에 불과
- 인사동 문화지구는 주변 지역 상권 활성화로 인사동 인지도가 다소 하락하고, 인사동이 '소비 공간'보다 '거쳐 가는 공간'으로 변화되면서 상권 매출 부진
- 한편 3월 들어 봄철 관광객 증가, 한한령 완화 분위기, 평창 동계올림픽 이후 한국의 인지도 상승에 따라 방문객이 서서히 증가할 것이라는 기대감 존재
- 관광업체는 최저임금 상승에 따른 인건비 부담 압력이 높아 인건비 줄이기에 나서는 경향

소비자 체감경기



I. 소비자 체감경기

① 소비자태도지수(CSI) 조사를 통한 소비자 체감경기 진단

서울시민의 체감경기는 하락세로 반전

〈CSI 조사개요〉

조사대상: 2015년 인구센서스 기준 가구주 연령 만 20세~69세 서울시 일반가구
가구주 및 가구주의 배우자(미혼가구 제외)

조사규모: 총 1,013가구(표본오차 95% 신뢰수준에서 $\pm 3.08\%$ p)

조사내용: 1) 기본조사: 생활형편, 경기, 물가, 구입태도, 순자산, 부채,
고용상황 등

2) 부가조사: 서울시민의 노후준비 실태

조사기간: 2018년 2월 5일 ~ 2월 22일

1/4분기 서울의 「소비자태도지수」는 전 분기 대비 6.0p 하락

- 2018년 1/4분기 서울의 「소비자태도지수」는 표준화지수* 기준 97.3으로 전 분기보다 6.0p 하락하면서 3분기 연속 상승세가 멈추고 하락세로 반전
- 3분기 연속 기준치(100) 이상을 기록했던 「소비자태도지수」가 다시 기준치 이하로 하락
- 1/4분기 이후 「소비자태도지수」의 향방은 주로 고용지표 개선에 좌우될 가능성
- 평창 동계올림픽의 성공적 개최 등으로 남북대화의 물꼬가 트이면서 북핵 리스크는 이전보다 진정

* 표준화지수란 개별지수(5개 항목)의 평균값과 표준편차를 이용하여 표준화한 후 단순 평균을 산출하는 방식임. 연도별로 시계열 조사되는 결과값이 성별, 가구 수, 직업 등의 인구통계적 요인에 따라 분기마다 변동이 있어서 표준화한 값을 구하는 것임.

I. 소비자 체감경기

- 최근 고용지표가 청년층을 중심으로 다소 개선되는 모습을 보이고 있지만 아직 시민들이 체감하기에는 미약한 수준



그림 1. 서울의 소비자태도지수

「현재생활형편지수」와 「미래생활형편지수」는 전 분기보다 모두 하락

- 1/4분기 서울의 「현재생활형편지수」와 「미래생활형편지수」는 동반 하락
- 「현재생활형편지수」는 2018년 1/4분기 들어 전 분기 대비 2.1p 하락한 86.1을 기록하였고, 「미래생활형편지수」는 전 분기보다 1.9p 하락한 96.0을 기록
- 1년 후 가구의 생활형편이 악화될 것으로 보는 주된 이유는 ‘가계소득 감소’가 34.7%로 가장 많고, 그다음은 ‘물가 상승’(20.7%), ‘경기 불황’(17.4%), ‘지출비용 증가 예정’(16.4%) 등의 순으로 조사

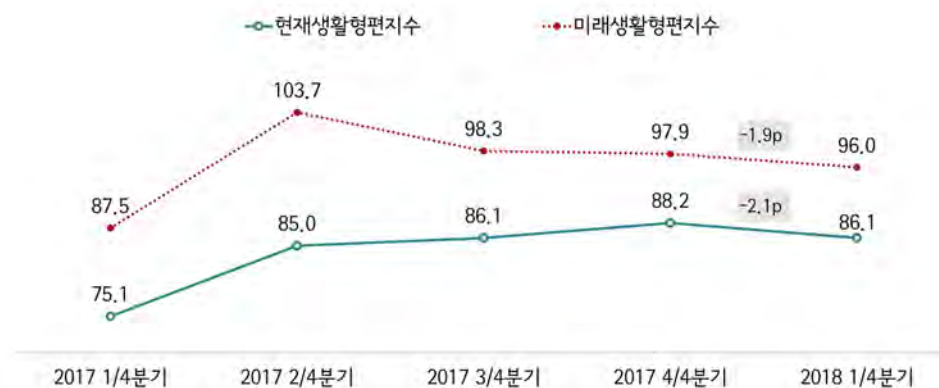


그림 2. 서울의 생활형편지수

I. 소비자 체감경기

「현재소비지출지수」는 전 분기보다 소폭 상승했지만 「미래소비지출지수」는 소폭 하락

- 1/4분기 「현재소비지출지수」는 113.3으로 전 분기 대비 1.3p 소폭 상승
- 「현재소비지출지수」는 2014년 1/4분기부터 꾸준히 기준치(100) 이상을 유지
- 1/4분기 「미래소비지출지수」는 99.9로 전 분기보다 1.1p 하락
- 「미래소비지출지수」는 2017년 3/4분기부터 2분기 연속 기준치(100)를 웃돌았지만, 올해 1/4분기에 99.9로 기준치를 소폭 하회



그림 3. 서울의 소비지출지수

「미래소비지출지수」는 ‘식료품비’만 상승하고 나머지 품목은 모두 하락

- 1/4분기 ‘식료품비’의 「미래소비지출지수」는 101.4로 전 분기 대비 0.7p 상승
- ‘식료품비’는 2017년 3/4분기부터 3분기 연속 기준치(100)를 상회
- 1/4분기 ‘교육비’, ‘교통·통신비’, ‘주거비’의 「미래소비지출지수」는 모두 기준치를 웃돌고 있지만 전 분기보다 하락
- 특히 1/4분기 ‘교육비’ 지수는 111.0으로 전 분기 대비 1.6p 하락하였지만, 여전히 조사 대상 품목 중 가장 높은 수준을 유지
- 이에 비해 1/4분기 ‘의류비’, ‘문화·오락비’의 「미래소비지출지수」는 모두 기준치를 밑돌뿐 아니라 전 분기보다 하락

I. 소비자 체감경기



그림 4. 품목별 서울의 미래소비지출지수

I. 소비자 체감경기

서울시민이 생각하는 적정 노후생활비는 월평균 251.5만 원

서울시민은 주로 '65세 이상'을 노후로 인식

- 서울시민이 노후로 생각하는 시기는 '65세 이상'이라는 응답 비율이 36.4%로 가장 많고, 그다음은 '70세 이상'(26.5%), '60세 이상'(25.3%) 등의 순
- 연령별로 보면, 30대 이하는 '60세 이상', 40대와 50대는 '65세 이상', 60대는 '70세 이상'을 가장 많이 응답하여 나이가 많을수록 노후 인식 시점이 높아지는 경향



그림 5. 노후라고 생각하는 시기

서울시민의 절반 정도는 현재 노후준비를 하고 있는 중

- 노후준비 여부를 조사한 결과, '노후준비 중'이 49.9%로 약 절반을 차지
- 그다음은 '노후준비 못함'(28.9%), '준비할 예정'(14.6%), '준비를 다 함'(6.5%) 등의 순으로 조사



그림 6. 노후준비 여부

I. 소비자 체감경기

서울시민의 노후생활자금 준비 방식은 주로 공적연금과 사적연금에 의존

- 노후생활자금 준비 방식의 응답 결과를 보면, 1순위 및 1~2순위 합계 모두 ‘공적연금’이 1위이고, 그다음은 ‘사적연금’으로 조사
- 1순위 기준으로 ‘국민연금 등 공적연금’이 49.5%로 가장 높았고, 그다음은 ‘개인연금 및 연금보험 등 사적연금’(25.0%), ‘부동산/임대수입/역모기지론 등’(10.8%), ‘예금, 적금 등 은행상품’(10.6%) 등의 순으로 응답
- 1~2순위 합계결과도 ‘국민연금 등 공적연금’이 70.7%로 가장 높고, 그다음은 ‘개인연금 및 연금보험 등 사적연금’(55.8%), ‘예금, 적금 등 은행상품’(31.3%) 등의 순

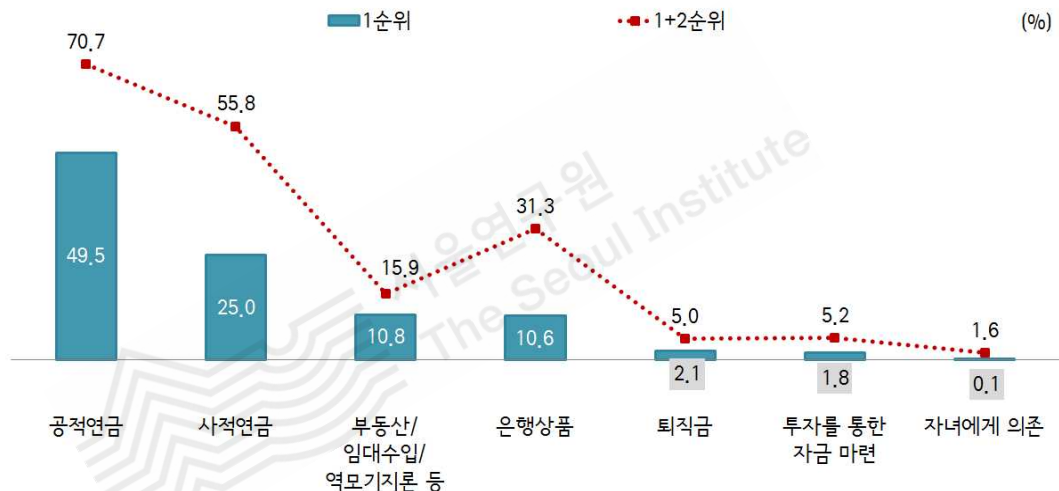


그림 7. 노후생활자금 준비 방식

서울시민이 생각하는 적정 노후생활비는 부부기준으로 월평균 251.5만 원

- 서울시민은 노후 생활비(부부기준)로 월평균 251.5만 원이 적정하다고 인식
- 구간별 비율을 보면, ‘200만~300만 원 미만’이 46.6%로 가장 많고, 그다음은 ‘300만 ~400만 원 미만’ 27.4%, ‘100만~200만 원 미만’ 16.2% 등의 순으로 조사
- 연령별로 본 월평균 적정 노후생활비는 30대 이하가 267.7만 원으로 가장 많고, 그다음은 40대(259.1만 원), 50대(245.3만 원), 60대(230.4만 원) 등의 순으로 응답
- 전반적으로 응답한 적정 노후생활비의 금액은 나이가 적을수록 커지는 경향

I. 소비자 체감경기

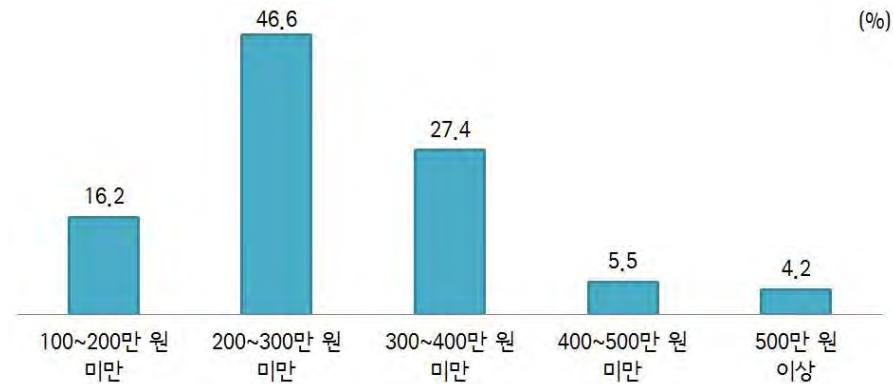


그림 8. 적정 노후생활비 수준(부부 기준)

노후생활 준비가 잘 안 되는 주된 이유는 ‘주택구입 및 부채상환’

- 1순위 기준으로 노후생활 준비가 잘 안 되고 있는 이유는 ‘주택구입 및 부채상환 때문’이 43.1%로 가장 많은 편
- 그다음은 ‘자녀 교육비 및 양육비 지출이 많아서’(21.8%), ‘아직 노후준비에 관심이 없어서’(12.4%) 등의 순으로 조사
- 1~2순위 합계 결과도 ‘주택구입 및 부채상환 때문에’라는 응답이 53.2%로 가장 높은 것으로 조사

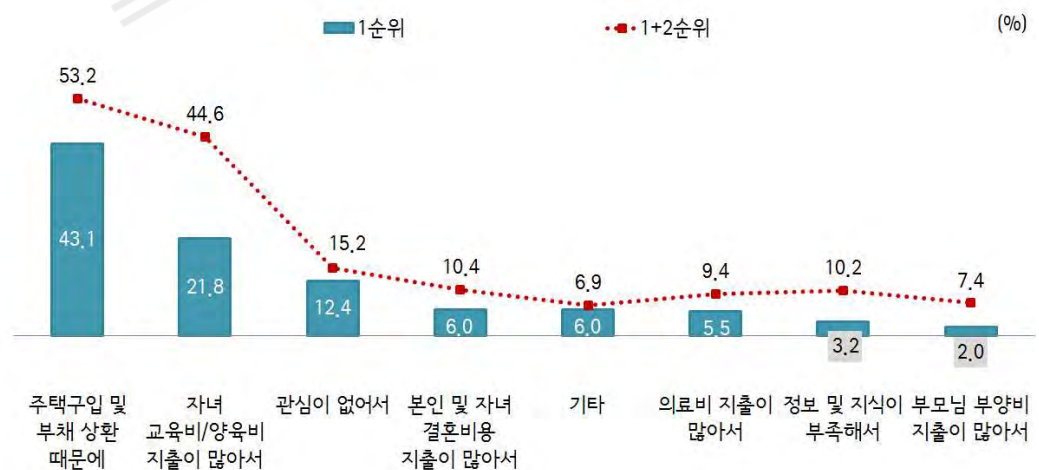


그림 9. 노후생활 준비가 안 되고 있는 이유

I. 소비자 체감경기

가장 시급한 노후대책은 ‘고령자를 위한 일자리 지원 정책’

- 서울시민은 서울시나 정부의 노인복지정책을 어느 정도 인지하는 것으로 조사
 - ‘알고 있다’는 응답 비율이 42.7%로 ‘모른다’는 응답비율(57.3%)을 14.6%p 하회
 - 나이가 많을수록 노인복지정책을 더 잘 인지하고 있는 것으로 조사(노인복지정책 인지 비율: 30대 이하 31.1%, 40대 41.9%, 50대 47.7%, 60대 49.7%)
- 서울시민은 노후대책으로 ‘고령자를 위한 일자리 지원정책’이 가장 시급하다고 인식
 - 가장 시급한 노후대책으로 ‘고령자를 위한 일자리 지원정책’이 응답비율 40%를 기록해 가장 높게 조사
 - 그다음은 ‘노인 의료 복지 서비스 확대’(20.6%), ‘치매국가책임제도 확대’(17.8%), ‘기초노령 연금제도 수급액 및 대상 확대’(11.9%) 등의 순으로 응답

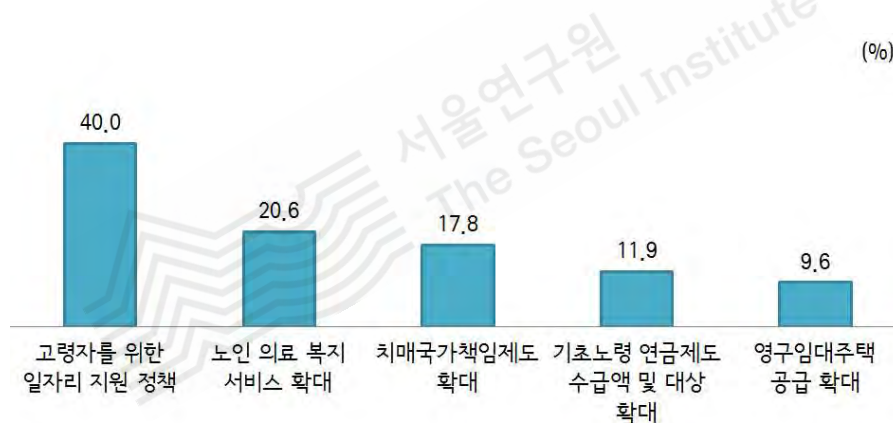


그림 10. 노후대책으로 가장 시급한 정책

소상공인 업황 조사

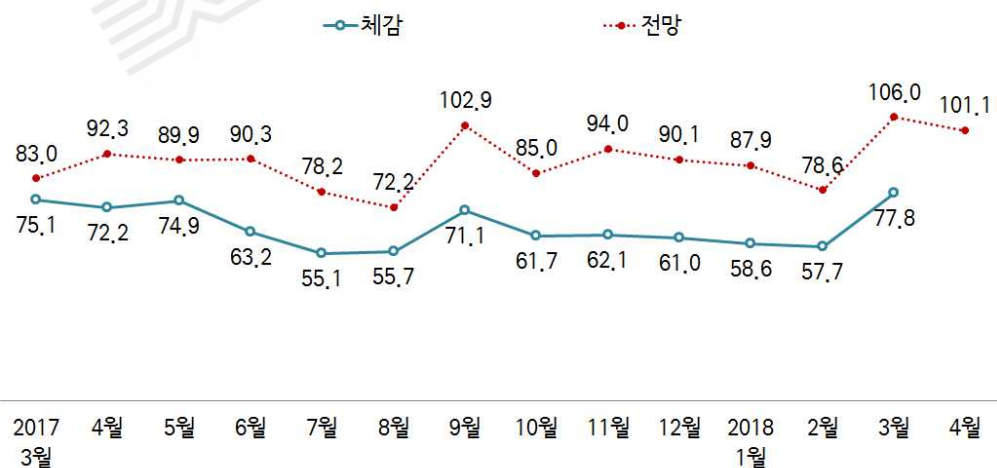
II. 소상공인 업황 조사

- ① 소상공인시장진흥공단 ‘소상공인시장 경기동향조사(BSI)’
- ② 서울시 4대 도심제조업(인쇄, 기계, 의류·봉제, 귀금속) 관련 지원기관 및 협회 인터뷰

서울지역 소상공인의 체감경기 BSI는 3월에 회복기미

서울지역 소상공인의 3월 「체감경기 BSI」는 77.8로 상승세로 전환

- 서울지역 소상공인의 2018년 3월 「체감경기 BSI」는 77.8로 2017년 11월 이후 4개월 만에 처음으로 상승
- 서울지역 소상공인의 3월 「체감경기 BSI」는 전월 대비 20.1p, 전년 동월보다 2.7p 상승
- 그러나 「체감경기 BSI」가 여전히 기준치 100을 밑돌고 있어 경기를 좋게 보는 소상공인보다 어렵다고 보는 소상공인이 더 많은 실정
- 서울지역 소상공인의 4월 「전망경기 BSI」는 101.1로 전월 대비 4.9p 하락하였지만, 기준치(100)를 웃돌아 향후 소상공인 경기가 점진적으로 개선될 가능성



자료 : 2018년 3월 소상공인시장 경기동향조사, 소상공인시장진흥공단

그림 11. 서울지역 소상공인의 체감경기 BSI 추이

II. 소상공인 업황 조사

1/4분기 4대 도심제조업 업황은 전 분기보다 부진

귀금속제조업: 수출은 개선, 내수는 보합 내지 부진

- 1/4분기 업황은 전 분기(기준=100) 대비 90 수준이고, 수출은 나아졌지만 내수가 전 분기와 비슷하거나 안 좋은 상태
 - 주얼리는 완제품을 팔기보다 주로 반제품을 판매하는데, 세계경기 회복 등에 힘입어 인도 등의 반제품 수입 확대 등으로 수출이 개선
 - 내수는 경기가 안 좋으면 소비자들이 주얼리부터 줄이는데다가 예물시장이 크게 축소된 가운데 액세서리 등 패션 주얼리는 1인당 구매단가가 낮은 편
 - 이에 따라 주얼리 소상공인 업체는 작년부터 폐업 수가 증가하고, 직원 수가 줄어든 업체도 많은 편
- 소매시장의 영업경쟁 격화, 도매시장의 매출규모 축소 및 포화 상태 등 경기적 요인과 구조적 요인이 겹치면서 업황 악화
 - 이전에는 소매상이 도매상의 카탈로그를 보고 도매상에게 주문을 했지만, 지금은 직접 물건을 공장에서 대여받아 전국적으로 영업하는 '중상인'이 생겨나 영업이 더 치열해진 상황
 - 또한 이전에 도매상은 도매만 했지만, 지금은 도매상도 사업자등록을 따로 내 직접 물건을 파는 형국

기계제조업: 전 분기 기준(100)으로 본 1/4분기 업황은 80 수준

- 1/4분기 기계제조업 업황은 전 분기(기준=100) 대비 80 수준으로 부진
 - 특히 전년 동기 기준(100)으로 본 1/4분기 업황은 60 수준에 불과
 - 반도체 생산라인 부문은 호황이라 좋은 편이지만, 다른 부문은 어려운 상황
- 기계제조업 소상공인들은 약 80%가 임가공이고, 생산라인을 바꾸면서 대응하기도 어려운 실정

II. 소상공인 업황 조사

- 자동차 부품은 양산 체제이기 때문에 화성이나 안산 같은 대규모 공장에서 자동화로 생산
- 소상공인은 자동화 장비를 갖추기에는 규모가 너무 열악해 가격경쟁이 어려운 실정
- 전체 기계제조 소상공인 업체의 약 20%만 선방하고 40%는 연명 수준
- 다품종 소량생산 위주로 가려고 해도 대기업 투자가 있어야 가능
- 대기업들이 투자를 하여 개발해야 금형을 만드는 것이 가능하지만, 투자부진 등으로 현재 금형제작 업체들은 3개월 동안 일감이 없다고 할 정도
- 한편 기계제조업 소상공인 중 괜찮은 일부 기업은 가업승계를 하는 경우도 발생
- 취업난이 심하고, 취업을 해도 오래 다니지 못하는 경우가 많기 때문에, 가족기업으로 운영하는 업체가 늘어나는 추세
- 소상공인들은 학구열이 높아 자제들의 학력수준이 매우 높고, 특히 해외파들이 들어오면서 해외 오더를 받는 경우가 발생하는 것은 새로운 변화

인쇄: 전 분기 기준(100)으로 본 1/4분기 업황은 60~70 수준

- 1/4분기 인쇄산업 업황은 전 분기 기준(100) 대비 60~70 수준으로 부진
- e북 및 웹진의 확대, 지로용지 축소 등 종이 인쇄물이 줄어드는 추세이고, 홍보 인쇄물량도 감소
- 인쇄전자, 3D 프린팅 연계 사업 등의 부문은 확대되고 있지만, 인력은 아직도 아날로그적 인력 위주로 구성되어 시장 대응에 미흡
- 특히 인건비 상승 등으로 매출이 늘어도 채산성은 오히려 악화
- 한편 규모가 있는 중견 업체들이 문을 닫으면서 소규모 업체는 오히려 증가
- 50~60년 이상 운영해온 중견업체가 문을 닫자 고용인 40~50명 정도가 퇴사하면서 본인이 가진 기술이 인쇄밖에 없다 보니까 1인 기업 또는 5인 이하의 소기업을 차리면서 10인 이하 인쇄소공인은 오히려 증가

II. 소상공인 업황 조사

- 외견상 시장 자체가 커진 것처럼 보이지만, 사실은 시장 자체의 파이는 일정한데 거기에서 경쟁만 더 치열해지는 상황
- 6월 지자체 선거는 인쇄 경기에 큰 영향을 미치지 않을 것으로 판단
- 예전에는 선거가 있으면 인쇄도 같이 늘어났지만, 인쇄가 원정보다 하청 형태로 다 바뀌었기 때문에 선거가 있다 해도 경기가 살아나기는 어려운 구조

의류·봉제: 전 분기 기준(100)으로 본 1/4분기 업황은 70 수준

- 1/4분기 업황은 해외 물량 축소 등으로 전 분기 기준(100) 대비 70 수준
- 의류 제조는 인건비 상승 등의 이유로 생산 자체가 중국이나 베트남 등으로 이동하는 추세
- 이전에는 규모가 큰 물량이 주로 해외에서 제작되었지만 요즘은 중국도 인건비 상승 등으로 소량 생산이 가능한 공장이 생기면서 아예 샘플작업이나 소규모 생산까지 하는 상황이 발생하여 점점 물량이 줄어들고 있는 상황
- 평창 동계올림픽으로 패딩판매가 많이 늘어났다고 하지만 해외생산이 대부분을 차지해 실질적으로 평창 특수효과도 적은 편
- 그나마 지금은 봉제품 생산 때문에 가동률이 70~80% 수준을 유지
- 전통적으로 의류·봉제는 비수기가 있어 성수기에 벌어들인 비수기를 건디는 구조이지만 비수기 기간이 좀 더 길어지는 추세
- 특히 시장이 위축되면서 생산업체들까지 연쇄적으로 어려워지는 상황
- 예전에 물량 주문이 300~400장 정도였다면 지금은 50~60장 수준으로 급감
- 이는 도매시장이나 소매시장 자체가 규모가 줄어들고 위축되면서 생산업체도 같이 어려워졌기 때문
- 특히 도매를 주로 하는 동대문시장이 살아나려면 내수뿐 아니라 외수도 회복될 필요

II. 소상공인 업황 조사

애로사항은 결제금 관행, 설비구입, 라벨같이 등 업종별로 다양

귀금속: '결제금'을 금으로 처리하는 관행을 근절할 필요

- 현재 금으로 '결제금'을 처리하는 관행이 가장 큰 애로사항으로 지적
 - 공장에서 물건을 도매업체에 납품할 때 결제금을 현금으로 주지 않고 금으로 주는 것이 관행화
 - 특히 99.99 순금으로 결제금을 주어야 하는 것을 99.5짜리 금으로 하는 경우도 발생하고, 이것이 누적되면서 손해 규모가 큰 편
- 정부 차원에서 금으로 직접 결제하지 못하도록 규제할 필요
 - 금 결제가 당장 사라지지는 않겠지만 불공정한 거래관행의 근절을 위해서는 무엇보다 조례나 법을 이용해 이를 규제할 필요

기계: 우수장비 도입과 거래선 다변화 등을 위한 지원 확대

- 소상공인들은 우수한 장비를 구입하기가 어려워 시장 경쟁력 약화
 - 요즘은 손기술이 아무리 좋아도 장비가 좋아야 하고, 특히 수동으로 작업해서는 생산량이 많지 않아 단가도 맞지 않는 실정
 - 소상공인들은 시설자금 지원 비용이 기계를 사기에는 부족하여 실효성이 낮고, 시설자금을 받으려면 공장등록증이 있어야 하는데 도시형제조업을 영위하는 업체는 주택가에 많아 공장등록을 할 수 없는 경우도 존재
 - 서울시나 정부 차원에서 공장을 지원하는 것이 아니라 소상공인 관점에서 시설자금 지원을 적극 확대할 필요
- 거래처 다변화를 위한 사업체의 노력과 정부 지원도 필요
 - 기계업종은 보통 특정 기업과 오랫동안 거래를 하지만 담당자가 은퇴해 나가면 새로운 담당자와의 소통 문제, 나이 차이 등으로 거래처가 끊기는 경우가 발생

II. 소상공인 업황 조사

- 거래선을 다변화할 필요가 있지만, 대다수 소상공인의 나이가 많아 새로운 거래선 개척에 어려움 발생

인쇄: 디지털 인력 양성 지원과 공공시장 진입 지원 필요

- 인쇄시장이 디지털 인쇄 등으로 변하고 있지만 이에 대한 대응이 어려운 상황
- 여러 대의 오프셋 인쇄기를 보유한 업체들은 디지털 인쇄기나 다른 장비로 전환하기가 쉽지 않은 실정
- 특히 인쇄가 IT 쪽과 접목되면서 인력도 이에 맞추어 변화돼야 하지만 아날로그적 인력이 많다 보니 디지털 인쇄로의 전환이 빠르지 않은 상황
- 일본은 기존 인쇄산업 인력을 3D 프린팅이나 디지털인쇄 쪽으로 전환할 수 있게 체계적으로 교육
- 인쇄 소상공인은 정부기관 등 공공시장의 수의계약에서 소외
- 정부기관과의 수의계약에서 장애인단체 등과 경쟁할 때 가산점에서 밀려 계약을 하지 못하여 소상공인이 소화해야 할 인쇄물량을 확보하지 못하는 상황
- 특히 인쇄 특성상 옵션에 따라 금액이 다양하지만, 단가 적용 시 인쇄기준 요금의 폐지로 과거 기준을 적용하거나 업체 몇 군데 견적을 받아 평균을 내어 일률적으로 단가를 적용하는 문제도 발생
- 소상공인들이 공동브랜드를 통해 인쇄물량을 수주해 수의계약 형태로 계약할 수 있도록 국가계약법을 개정할 필요

의류·봉제: ‘라벨갈이’ 문제 해결과 제품 경쟁력 확대가 필요

- ‘라벨갈이’가 성행하면서 심각한 문제로 대두
- 라벨갈이는 해외에서 생산을 해 국내로 반입한 후 부분적으로 재가공해 ‘메이드 인 코리아’로 라벨을 교체해서 판매하는 것을 지칭

II. 소상공인 업황 조사

- 라벨갈이는 불법이지만 수입해서 들어올 당시에는 중국 제품으로 들어오기 때문에 단속하기가 쉽지 않은 상황
- 수요물량 축소와 제품 경쟁력 하락에 따른 사업체 운영의 어려움 확대
 - 수요물량 확대는 경기적 요인, 구조적 요인 등 복합적 문제가 얹혀 있기 때문에 정부나 지자체 차원에서 직접적인 수요 진작 대책을 마련하기가 힘든 상황
 - 한편 의류는 디자인 관점에서 독창성이나 정체성 없이 손쉽게 카피 위주로 판매되면서 제품경쟁력이 약화되고, 가격도 높아져 제품 구매 메리트가 저하
 - 중장기적 관점에서 수요확대를 위해서는 의류·봉제 사업체의 제품 경쟁력 향상을 도모하는 지원책을 강화할 필요



최저임금 특집 민생 현장 조사

Ⅲ. 최저임금 특집 민생 현장 조사

- ① 서울시 4대 도심제조업(인쇄, 기계, 의류·봉제, 귀금속)에 대한 방문 인터뷰
- ② 최저임금의 영향, 애로사항, 건의사항 등 최저임금 관련 현장의 목소리를 청취

최저임금 인상 영향은 업종별로 차별화

방문대상: 인쇄, 기계, 의류·봉제, 귀금속 등 4대 도심제조업의 소상공인
인터뷰 장소: 업체별 사업장
조사기간: 2018년 3월 5일 ~ 3월 23일

서울시 내 4대 도심제조업과 편의점 등의 사업체를 방문 인터뷰

- 중구의 인쇄업체, 영등포구 문래동의 기계업체, 종로구 창신동의 의류·봉제업체, 종로구의 귀금속업체와 강북 및 강남 편의점을 방문 인터뷰
- 편의점은 4대 도심제조업이 아니지만, 최저임금의 영향을 가장 빠르고 직접적으로 받고 있기 때문에 조사에 포함

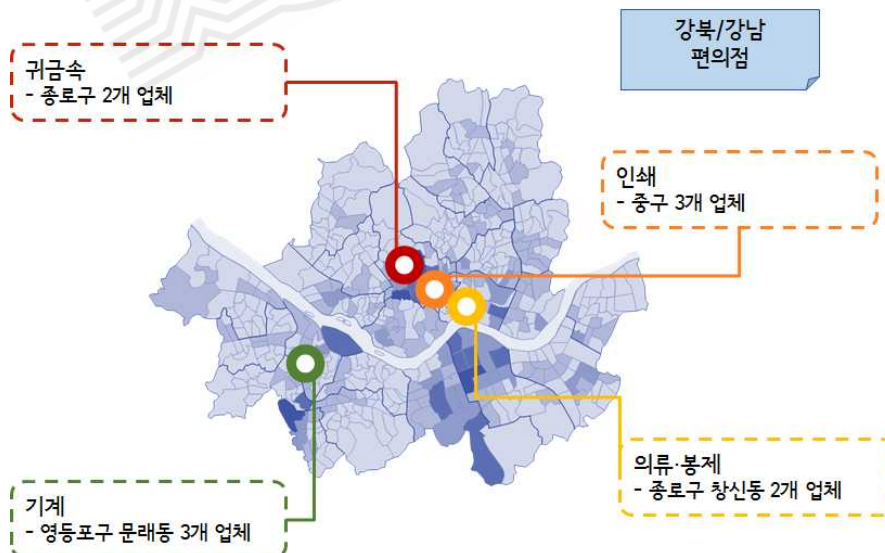


그림 12. 인터뷰 대상 사업체 분포

Ⅲ. 최저임금 특집 민생 현장 조사

인쇄업체: 최저임금이 더 오르면 인력 감축 발생 우려

위 치 : 중구 필동로 14
인 터 뷰 : ○○기획 대표
창 업 연 도 : 1991년
종 사 자 수 : 9명



“직원 8명 중 3명이 일자리 안정자금 받고 있어”

1991년에 창업해 28년간 사업체를 운영하고 있다. 공장을 제외한 사무실 직원만 8명을 고용하고 있는데, 이 중 일자리 안정자금을 받는 직원은 3명이다. 카탈로그 전문회사로 디자인 전공자가 많고 연구실도 있어서 일반 인쇄회사보다는 전문적이다. 모두 전문직이다 보니 단기아르바이트는 없고 관리직도 나 혼자이다. 예전에는 영업직이 있었지만, 수지가 맞지 않아 지금은 쓰지 않는다.

인쇄 공장이 따로 있어서 여러 사고요소가 많지만 위험성 평가 인증에서 합격점을 받았다. 사고가 한 번 있었는데 산재처리를 해주었다. 회사에 다소 불이익이 있더라도 가능한 한 산재처리를 해주는 게 맞다고 본다.

일자리 안정자금은 3명이 신청해서 받고 있다. 올해 1월 중소기업인 간담회에서 국세청 처장이 와서 직접 설명해주었다. 상공회에서 여러 가지로 도움이 되는 지원을 많이 해주고 있어 고맙게 생각한다.

Ⅲ. 최저임금 특집 민생 현장 조사

“경영난으로 최저임금 더 오르면 인력 줄일 수밖에 없어”

최저임금의 급격한 상승으로 신규 직원과 기존 직원 간 임금 형평성 문제가 생긴다. 기존 직원의 임금 상승이 최저임금 상승을 따라가지 못하고 있다. 예전엔 수습기간 중 월급이 127만 원이었는데, 지금은 무조건 신입의 월급이 157만 원이다. 공장의 경우 일이 힘들기 때문에 사무직보다 급여가 높다.

현재 인쇄업계는 부가가치도 높지 않고 하향산업이라 임금이 앞으로 더 오르면 인력을 줄일 수밖에 없는 상황이다. 최저임금이 1만 원까지 오를 경우 인원을 절반으로 줄여야 한다. 현재 문을 닫는 인쇄소가 늘고 있으며, 중국집 같은 경우도 사장이 직접 배달을 하거나 배달을 아예 안 하는 게 낫다고 들 한다.

“서울시나 정부에서 상 받은 기업에 일감 주거나 입찰 시 가산점 혜택을”

오래도록 성실하게 운영해온 회사에 대한 지원이 있어야 한다고 본다. 신생업체는 지원해주더라도 얼마 안 되어 사라지는 곳이 많기 때문에 오래된 업체에 대한 지원이 더 효과적이기 때문이다. 또한 규모가 큰 업체들 위주로 포상이 이루어지는데, 규모가 작은 업체도 포상을 받을 수 있도록 해야 한다.

우리 회사는 성실납세 및 운영 등으로 상을 여러 번 받았다. 그런데 상장만 주지 말고 상 받은 기업에 서울시의 인쇄 일감을 주거나 입찰 시 가산점을 주는 방식으로 인센티브가 있었으면 한다. 서울시의 사업 입찰은 조건이 까다롭고 바빠서 신청해본 적이 없지만 대규모 업체 위주로 이루어지는 것 같다. 또한 최저금액 입찰 때문에 손해를 보면서 일감을 확보하는 경우가 많은데 이러한 악순환 고리를 끊어야 한다.

또한 최근 조합원비가 30만 원에서 120만 원으로 올랐다. 이렇게 진입장벽이 높아지게 되면 젊은 인력이 들어오지 않고 전체 조합원 수도 줄어들 수밖에 없다. 이익을 내는 것이 아니라 가능한 많은 업체가 참여하게 하는 것이 조합이 할 일이 아닌가 싶다.

Ⅲ. 최저임금 특집 민생 현장 조사

위 치 : 중구 을지로 108
인 터 뷰 : ○○인쇄 대표
창 업 연 도 : 2003년
종 사 자 수 : 5명



“인쇄업계 전체 파이 줄어 운영 어려워”

2003년 창업하여 현재 직원은 4명이 있고, 그중 한 명만 일자리 안정자금을 받고 있다. 전반적으로 운영이 어려운 상황인데, 4차 산업혁명 등 외부변수로 인쇄업계의 전체적인 파이가 감소한 상태이다. 4년 동안 30% 정도 물량이 감소했다. 수출을 많이 한 편이었는데 이도 점점 줄어드는 추세이다.

기존 직원들의 인건비가 높기 때문에 최저임금 상승의 영향은 거의 받지 않고 있다. 1명이 지원을 받고 있는 중인데, 새로 제대로 고용을 했으면 다 지원을 받았을 것이다. 일자리 안정자금 신청 절차가 복잡하지 않아서 힘들진 않았는데 지원기간이 1년밖에 안 되기 때문에 보여주기식 지원 같다는 생각이 들 정도로 너무 짧다고 생각한다. 아무 대안 없이 지원하는 것도 바람직하지 않지만, 작은 영세기업들은 지속적인 지원이 필요하다.

정부 차원에서 수출기업을 육성한다는데 작은 기업은 지원대상이 되기 어렵다. 수출내역이 있는 업체 중심으로 멘토링 지원을 해서 수출선도기업을 육성하는 것이 좋을 것 같다. 인쇄는 내가 그만두면 그대로 문을 닫아야 하는 업종이라 대를 이어서 하는 경우가 많은데, 2세 경영을 위한 대책도 마련해주었으면 한다. 공동구매를 위한 모바일페이지 작성 등과 같은 정책적 지원도 필요하다고 본다.

Ⅲ. 최저임금 특집 민생 현장 조사

위 치 : 중구 마른내로 72
인 터 뷰 : ○○○인쇄 대표
창 업 연 도 : 1990년대 후반
종 사 자 수 : 5명



“경쟁 치열해 원재료 상승비 가격반영 힘들어”

1990년대 후반에 창업해서 20년 정도 되었다. 현재 종사자는 고정인원 3명에 프리랜서 2명을 쓰고 있는데, 일자리 안정자금은 1명이 받고 있다. 최근 종이 값이 많이 상승했다. 업체 간 경쟁이 치열하기 때문에 원재료 상승비만큼의 가격을 올리지 못해 타격이 크다. 게다가 몇몇 거대업체가 일감을 독점하고 있는 상황이다.

저임금 근로자가 없기 때문에 최저임금 인상에 따른 직접적인 피해는 없다. 고급기술자는 이미 200만 원 이상을 받고 있는 상태다. 임금보다는 제본소 등의 하청업체가 단가를 올리는 등의 간접적 비용이 부담이 된다. 단순가공노무는 최저임금 상승의 영향을 받는다. 이는 가공비 상승으로 인한 인쇄비 상승을 초래한다. 1년 후에는 지원이 없어지기 때문에 일자리 안정자금은 정부의 생색내기로 보인다.

정책적으로 인쇄업체를 저가 무한경쟁으로 내몰기보다는 조달 기본 단가를 준수해주는 것이 좋다. 현재 장비비용이 굉장히 비싼데, 디지털로 넘어가는 과도기여서 장비 투자도 부담이 된다. 공공기관은 지정입찰이 되면서 앞으로 공공기관 판로가 더 힘들어질 것으로 예상되는데 공개입찰이 바람직할 것 같다.

Ⅲ. 최저임금 특집 민생 현장 조사

기계업체: 최저임금의 직접적 영향은 적은 편

위 치 : 영등포구 문래동
인 터 뷰 : ○○기계제조 대표
창 업 연 도 : 1984년
종 사 자 수 : 3명



“설립 때 42명이었던 직원이 점점 줄어 지금은 3명에 불과”

1984년에 42명으로 시작했지만 경기가 어려워짐에 따라 인력이 점차 감소하여 지금은 3명으로 운영하고 있다. 올해 업황은 작년 대비 80% 수준으로 경기가 계속 나빠지고 있는 것 같다.

국내는 인구가 적어 시장이 너무 작고, 자동차 공장같이 기계부품과 관련 있는 분야들은 모두 외국에 공장을 짓다 보니 기계제조 분야가 어려워질 수밖에 없다. 국내에서 만든 제품들을 팔 곳이 없다.



Ⅲ. 최저임금 특집 민생 현장 조사

“기계분야는 인건비가 높아 최저임금 영향 적어”

기계 분야는 인력이 주로 기능사이기 때문에 섬유나 전자와 달리 평균 인건비가 높은 편이다. 평균 인건비가 높기 때문에 최저임금에 직접적으로는 영향을 받지 않는다. 경력자는 400만 원 수준이고, 여성들도 220만 원 정도 받는다.

기계설비는 국내에서 성장이 어려운 분야로, 현재 인력도 많이 줄어든 상태로 인력 채용 계획은 없다. 요즘 문래동 기계제조업은 신규 채용에서 가족, 특히 주로 부부가 함께 운영하는 사례가 늘고 있다. 기계가 좋아지면서 여성들도 조작만 할 줄 알면 생산이 가능하기 때문이다.

“정부나 서울시가 노후시설 교체 지원해야”

영등포구청, 소상공인지원센터 관계자들이 와서 설명을 자주 하고 통지서, 전화 등도 많이 받아서 일자리 안정자금을 잘 알고 있다. 이미 최저임금 이상을 받는 종사자뿐이라 해당사항이 없다. 일자리 안정자금도 결국은 세금에서 나오는 것인데 세금으로 언제까지 이러한 정책을 펼칠지 걱정이다.

기계가 인력을 대체하는 시대라 기계를 들여놓는 것이 중요한데, 정부나 서울시가 노후시설 교체 등을 지원해주면 좋겠다.

Ⅲ. 최저임금 특집 민생 현장 조사

위 치 : 영등포구 문래동
인 터 뷰 : ○○기계 대표
창 업 연 도 : 2007년
종 사 자 수 : 2명



“3년 전부터 진짜 힘든 상황 이어져”

이 직종에 1984년부터 종사하고 있으며, 현재 사무실은 2007년에 차렸다. 직원은 나를 포함해 2명인데, 나이도 먹고 다른 곳에 취직하기도 힘들어 현재까지 일하고 있다.

진짜 힘든 상황이 3년 전부터 이어져오고 있다. 국내에는 세금 등 제재가 많아서 기업을 운영하기 힘든 환경이다. 특히 강성 노조 때문에 외국기업들이 못 들어오는 경우도 많다.

20년 전만 해도 자동차 업체가 좋았는데 최근에는 자동차 가격은 올리면서 하청업체의 가격을 계속 깎는 등의 문제가 발생하고 있다. 자동차 가격은 많이 올렸지만 정작 기계부품을 제공하는 하청업체의 경영상황은 더 어려워졌다. 국내기업의 공장이 베트남, 중국 등 해외로 나가게 만드는 것도 문제다. 무조건 해외로 나가기보다는 국내의 인건비 사정에 맞춰서 운영하는 것이 맞다고 생각한다.

기존에는 도면 제작만 했는데 작년 초반부터 생산을 시작했다. 생산을 하려면 고가의 기계가 필요하지만 일은 없는데 돈이 들어가야 하니까 더 어려워졌다. 올해 후반기쯤에는 기계에 투자한 것이 회수되니 그것을 기대하고 있다.

Ⅲ. 최저임금 특집 민생 현장 조사

“최저임금의 수준·인상 폭은 중소기업 현실에 맞출 필요”

기계업종은 대부분 기능직으로 최저임금 이상을 주고 있다. 우리도 마찬가지로 때문에 일자리 안정자금을 신청할 일은 없었다.

다만 업종을 떠나서 최저임금 수준과 인상 폭은 중소기업이 아니라 대기업에 적합한 것 같다. 우리나라 GDP가 얼마고, 평균 인건비는 얼마기 때문에 최저임금을 올려야 한다고 하는데 중소기업 현실을 고려하면 적용하기가 힘든 것 같다.



“동종업종이 모여 일하도록 지원해 줬으면”

시설자금 명목으로 대출을 받고 중간에 사라져 갚지 않는 업체가 많다. 돈을 돌려받을 수 있는 기업에 빌려줘야 하는데 그냥 날리는 것도 문제이다.

사장님들이 관련 서류를 작성하기 힘들어 소상공인지원센터에서 컨설팅을 해주는데 필요한 금액보다 너무 적은 금액만 주기 때문에 도움이 안 된다. 가령 1억 원이 필요한데 600만 원 정도만 준다.

앞으로 계속 생산을 하려면 이사도 해야 하는데, 그런 지원도 해주었으면 좋겠다. 주변에 동종업종들이 많이 있어서 융합이 잘 되고 택배시간도 줄어드는 등 장점이 많은데 이사를 가더라도 함께 할 수 있는 장소 마련이 절실하다. 현재 구평항, 평택항 쪽을 산업단지로 개발하고 있어 그런데 들어갔으면 좋은데, 있는 사람들만 돈을 가지고 들어갈 수 있는 상황이어서 안타깝다.

Ⅲ. 최저임금 특집 민생 현장 조사

위 치 : 영등포구 문래동
인 터 뷰 : ○○기계제조 대표
창 업 연 도 : 2000년
종 사 자 수 : 2명



“최저임금 받는 직원 적어 인상 영향은 간접적”

여기 문래동에서 일을 배워 2000년에 내 사업을 시작했다. 작년에 비해 올해 경기는 60% 수준밖에 안 되는 것 같다.

기계제조 분야는 기능공이고, 기계를 다루기 때문에 안전 문제 등의 이유로 최저임금을 받는 사람들을 쓰는 경우는 적다. 즉 하루 이틀에 배워서 일을 할 수 있는 분야가 아니고 대부분 기술직이기 때문에 최저임금보다 많이 받고 있다.

과거에는 사람을 꾸려서 업체를 이끌어가곤 했다. 요즘은 젊은 사람이 없어서 업체마다 일을 품앗이로 나눠서 하는 경우가 많다. 바쁜 업체가 생기면 다른 업체에서 서로 도와주고, 나중에 도와준 업체가 바쁘면 우리가 가서 해주는 식으로 일을 처리하고 있다. 사람을 새로 채용하는 것보다 그게 더 도움이 된다.

최저임금이 올라가면서 힘든 부분은 중소기업이나 대기업은 최저임금을 주고서라도 사람을 쓰는데 우리는 중소기업에서 다시 일을 받아오기 때문에 거기서 인건비가 높아지면서 우리에게도 간접적으로 비용부담이 전가되고 있다. 일자리 안정자금도 우리 사업 분야와 큰 관련이 없다고 생각하여 신청을 안 했다.

Ⅲ. 최저임금 특집 민생 현장 조사

“교통·접근성이 좋은 공간 조성 필요”

기계 제조를 담당하던 청계천이나 성수동이 다 없어지고 있고, 문래동도 사라지고 있는 상황이다. 서울지역은 인건비와 임대료가 지방보다 비싸기 때문에 자금이 많이 들어간다. 안 그래도 어려운데, 문래동에서까지 나가게 되면 큰일이다. 그저 몰아내기만 하는 정책을 펴서는 안 된다.

문래동에서 나가게 되더라도 교통이나 접근성이 좋은 곳으로 공간을 만들어 내려갈 수 있게 해주는 정책이 만들어지면 좋겠다.



“오래전에 만들어진 네트워크가 이전해도 유지되도록 지원해야”

소상공인지원센터는 기계를 구입할 때 시설자금을 보조해주는 경우가 많다. 그러나 그런 것보다 여기 있던 사람들은 대부분 문래동이라는 산업단지에서 20~30년 한평생 살아오고 알아오던 사람들인데 뿔뿔이 흩어지는 상황이 오는 것이 가장 힘들다.

이렇게 형성된 인맥이 끊어지지 않고, 다양한 기계산업이 다른 지역으로 옮겨가도 함께 할 수 있어야 할 것이다.

Ⅲ. 최저임금 특집 민생 현장 조사

의류·봉제업체: 최저임금 인상으로 인건비 부담 확대

위 치 : 종로구 창신동
인 터 류 : ○○패션 대표
창 업 연 도 : 2013년
종 사 자 수 : 12명



“최저임금 올라 임금부담은 늘고 구인난”

2013년에 창업하여 5년 된 봉제회사로 전체 종사자는 12명이다. 직원의 반은 고용보험에 가입되어 있는 근로자이고 나머지는 일당을 받고 있다. 올해 1/4분기에 일감이 늘어났다. 온라인몰을 함께 운영해서인지 경기 변동 영향을 덜 받고 있고 일이 밀려 있어서 다음 분기도 바쁠 것 같다. 그러나 중국 업체와 단가경쟁을 하다 보니 수익률이 떨어지는 것은 큰 문제이다. 일이 많아도 수익률이 떨어지면 남는 것이 없어 걱정이다.

최저임금 인상으로 임금지급 부담이 증가하였고 인력을 구하기도 어렵다. 높아진 임금을 지급할 수 없다면 근무시간을 줄여야 한다. 그런데 노동자들은 일을 최대한 많이 하고 그만큼 더 임금을 받고 싶어 하기 때문에 노동자 스스로 최저임금 인상을 바라지 않는 경우도 있다. 보통 봉제사업장은 일당을 받는 노동자가 많기 때문이다. 우리 사업장만 정부 정책을 따르면 일손을 놓칠 수가 있다. 모두가 합의를 봐야 지켜질 것이다. 고용보험에 가입하고 최저임금을 준수하는 형태의 추가 고용은 당분간 없을 것이다.



Ⅲ. 최저임금 특집 민생 현장 조사

“봉제공장은 일당식 고용 많아 일자리 안정자금 신청 안 해”

일자리 안정자금을 알고 있지만 신청하지 않았다. 장점이 있겠지만 일단 일자리 안정자금을 받으려면 고용형태가 온전해야 하는데 이를 지키는 것이 어렵다. 봉제 사업체는 특히 직원 중 부부가 함께 일하는 경우가 많은데, 이를 사업장에서 고용보험에 가입하고 비용을 내면 한 가정을 중복해서 지원하는 것으로 온당하지 않다고 본다. 최저임금을 앞으로 계속해서 인상한다고 하는데 마땅한 대책이 없다.



“작업환경 개선 지원하고 4대 보험료도 인하해야”

최근 최저임금 상승과 맞물려 고용보험 등 4대 보험료도 인상되어 타격이 크다. 정부에서 보험료 인하 정책을 폈으면 한다. 서울시는 작업환경 개선을 지원해주었으면 좋겠다. 작년에 서울시에서 사업장 작업의자를 교체해준 적이 있다. 직원들이 작업하기 편해졌다고 좋아했는데 이와 비슷한 지원이 계속되었으면 좋겠다.

중국산 직물에 한국산 라벨을 붙이는 ‘라벨바꿔치기’ 사례가 늘고 있다. 가뜰이나 중국 업체와 가격경쟁에서 밀리는데 ‘라벨바꿔치기’까지 성행해서 타격이 크다. 서울시가 이와 관련한 단속을 지속적으로 해주었으면 한다.



Ⅲ. 최저임금 특집 민생 현장 조사

위 치 : 종로구 창신동
인 터 뷰 : ○○○봉제 대표
창 업 연 도 : 2010년
종 사 자 수 : 4명



“직원 모두 고용보험 가입 최저임금 인상에 긍정적”

2010년부터 사업체를 운영 중인데 올해 들어 업황이 나아졌다고 느끼고 있다. 확실히 1/4분기에 일감이 늘어나 일을 많이 하고 있다. 이런 수준이면 올해 일이 많이 들어오고 경기도 좋아질 것이라고 본다.

봉제 노동자들은 이곳저곳 사업장을 옮기는 경우가 많았다. 최저임금 인상이 오히려 안정적으로 임금을 지급할 수 있는 계기가 되어 기존에 일했던 직원들을 붙잡을 수 있게 되었다. 직원 만족도가 높아졌고, 오랫동안 호흡을 맞춰온 노동자와 계속 일 할 수 있어서 다행이라고 생각한다. 현재 인력에 만족하고 있고, 추가로 인력을 더 고용하지는 않을 계획이다. 향후 최저임금이 1만 원까지 상승하는 것에 대한 특별한 대책은 없지만 정부에서 후속 지원정책을 제공할 것으로 생각하고 있다.



Ⅲ. 최저임금 특집 민생 현장 조사



“일자리 안정자금으로 부담 덜어”

일자리 안정자금을 현재 신청하여 서류심사 중이다. 최저임금 인상으로 인해 고용주로서 솔직히 부담이 되었는데, 일자리 안정자금과 같은 지원정책이 있어서 부담을 조금 덜었다. 심사에서 합격되리라 믿고 있다.

최근 산재보험과 고용보험 등 4대 보험료가 인상되어 부담이 큰데, 일자리 안정자금을 몇 년 더 받을 수 있으면 좋겠다. 앞으로도 이런 지원정책을 적극 활용할 예정이다. 다만 지원금 규모나 기간을 늘려주는 등 지원을 계속해주었으면 한다.



“서울시가 작업장 환경 개선 지원을”

서울시에서 클린사업이라는 것을 한 적이 있다. 일정시간 교육에 참여하면 사업장 집기를 교체해주는 사업이었는데 반응이 좋았다. 올해는 작업장 환경을 개선하고 싶는데 서울시에서 이와 관련한 지원 정책을 늘려주면 좋겠다.

Ⅲ. 최저임금 특집 민생 현장 조사

귀금속업체: 기술자보다 단순노무 인력에 큰 영향

위 치 : 종로구
인 터 뷰 : 귀금속 ○○업체 대표
창 업 연 도 : 2015년
종 사 자 수 : 3명



“최저임금 인상은 주로 단순업무 인력에 영향”

2015년에 설립해 운영자 1명, 기술자 1명, 영업직 1명, 총 3명이 근무하고 있다. 전년 동기 대비 매출액이 20% 하락하는 등 업황이 좋지 않고 향후에도 계속 하락할 것으로 보고 있다. 미국, 중동 등 해외수출이 매출에서 큰 비중을 차지하는데 수출이 크게 감소한 게 매출부진의 주 요인으로 작용했다.

대부분의 영세한 귀금속 제조업체들은 비싼 제조설비 구입보다 1~2명의 제조 기술자를 고용해 운영하고 있다. 고객응대나 운영보조 등 단순업무 인력은 최저임금의 영향을 받는다. 그러나 매출이 적은 영세업체들은 인건비를 줄이기 위해 사업주나 기술자가 단순업무도 같이 한다. 기존 인력이 워낙 적고, 대부분 공임비에서 매출이 발생하기 때문에 최저임금이 인상되었다고 해서 인건비 부담이 크지는 않다. 그래도 최저임금 인상은 향후 공임단가 인상으로 이어질 수 있기 때문에 서비스 질을 향상시켜 소비자 만족도를 높이는 등 매출 증대를 위해 노력해야 될 것 같다.

Ⅲ. 최저임금 특집 민생 현장 조사

“단순노무 인력은 최저임금 영향 크게 받아 서비스 질 높여 공임비 인상으로 대응”

기존의 귀금속·보석 시장이 저가 액세서리 시장으로 변질되다 보니 고급기술자보다 단순노무 인력이 향후에 더 필요해질 것으로 보인다. 단순인력은 최저임금 영향을 더 크게 받기 때문에 서비스 질을 계속 높여서 공임비 인상으로 대응해야 할 것 같다. 일자리 안정자금은 모르고 있었고 아직은 신청할 계획이 없다.



“정부 자금지원은 오히려 큰 업체에 유리”

소규모 업체나 온라인쇼핑몰을 창업하는 귀금속업체들은 1~2년 이상을 버티지 못하고 폐업하는 경우가 많다. 이는 산업 생태계만 교란시키는 결과를 초래한다. 일자리 안정자금 등의 금전적 지원을 할 때는 수혜기업들이 실제로 그 산업에 애착을 가지고 지속적으로 업체를 운영할 것인지, 사업주의 운영 의지와 산업에 대한 의지가 있는지를 판별하여 지원해야 한다.

영세사업장들은 대부분 매출액이 크지 않아서 4대 보험 가입 등 근로자에게 보장해줄 수 있는 것이 제한적이다. 공임비는 단가가 너무 작아 매출에 포함시키지 않는 곳도 많다. 따라서 실제 매출액을 공개하고 지원을 받으려는 업체가 많지 않다. 정부의 자금지원은 오히려 큰 업체에 유리한 구조이다.

신기술의 발달에 따라 고가의 제조장비들이 등장하고 있지만 영세한 귀금속 제조업체들이 설비를 구입하기에는 비용부담이 너무 크다. 종로3가, 5가 등 귀금속 제조업체 밀집지역에서 일부 기기를 리스해주기도 하지만 실 이용률은 높지 않다. 서울시가 설비나 기기 지원을 해주었으면 한다.

Ⅲ. 최저임금 특집 민생 현장 조사

위 치 : 종로구
인 터 뷰 : 서울〇〇〇협동조합
창 업 연 도 : 1997년



“서울시 지원받아 각종 경영지원 활동”

서울시 지원을 받아 1997년부터 주얼리산업의 발전 방향 제시 및 경영활동에 필요한 각종 자료를 제공하고 있다. 인근 지역 내 귀금속 업체를 대상으로 무작위로 선정해 순도 검사도 하고 있다.

내수경기 침체와 수출 감소로 경기상황이 좋지 않다. 기존 귀금속 산업은 수출 중심이다. 한국귀금속가공업협동조합연합회에서 추산한 2017년 수출액은 7,000만 달러 수준이다. 이는 과거 수출액인 1억 달러 수준과 비교하면 30%나 감소한 것이다. 중국과의 가격경쟁 및 관세 문제 등의 악재가 지속되기 때문에 앞으로도 점차 산업이 축소될 전망이다.

수출이 상당부분을 차지했던 귀금속 산업은 수출과 내수시장이 감소하면서 계속 침체되고 있다. 몇년 전까지만 해도 중국, 미국, 홍콩 등에서 열리는 주얼리쇼에 국내업체들이 진출하였지만 지금은 이마저도 감소하고 있다. 현재 조합에서 해외전시에 필요한 자금지원, 각종 대회 개최 등의 노력을 하는 중이다.

Ⅲ. 최저임금 특집 민생 현장 조사

“귀금속 산업 침체로 최저임금 인상은 장기적으로 부담”

귀금속 산업이 저가의 액세서리 시장에 편입되면서, 내수시장에서도 경쟁력을 잃고 있다. 이러한 상황에서 영세 제조업체들이 계속 오르는 최저임금에 맞추기에는 현실적으로 한계가 있다. 당장은 큰 부담이 아닐지라도 장기적으로 보면 산업위축 및 인력부족 등의 이슈와 맞물려 사업체에 비용부담이 될 것이다.

일자리 안정자금을 조합차원에서 지속적으로 홍보하고 있지만, 사업주들은 매출액이나 운영에 신경쓰다 보니 관심을 갖고 이용하는 사람이 많지 않다. 최저임금 인상에 영세 제조업체들이 동참하도록 하려면 제도정비와 수출경쟁력 제고 등 귀금속 산업 전반을 활성화하려는 노력이 우선적으로 필요하다.

“산업 전체 경쟁력 강화 지원책 필요”

인건비 부담이 증가하는 상황이기 때문에 다른 측면에서 지원이 필요하다. 원재료 구입비 또는 제조설비 등의 비용이나 업체 홍보를 지원해주거나, 수출 확대에 필요한 행사를 개최해주면 좋겠다.

협동조합이 인근 업체들을 대상으로 실시하는 무작위 순도검사에 필요한 재료를 독일에서 수입을 하는데 이 재료비용을 지원해준다면 해서 업체의 제품 품질이 향상되면 이는 주얼리 산업 전체의 경쟁력 강화로 이어질 수 있다.



Ⅲ. 최저임금 특집 민생 현장 조사

편의점 업계: 아르바이트생·다점포 운영자에 영향

“최저임금 인상을 너무 가팔라 사장이 직접 운영해야 할 판”

종업원을 시간당 1명만 고용하더라도 최저임금 7,530원 적용 시 24시간이면 18만원, 한 달이면 542만 원이 된다. 여기에 야간근로수당과 주급(주휴수당)까지 주게 되면 600만 원이 나온다. 이제는 사장이 직접 일하지 않으면 수익이 나지 않는 구조가 되었다.

팔리는 물건이 워낙 고정적이라 매출액이 큰 변동이 없는데 최저임금 인상률이 너무 가팔라. 서울 강남이면 모를까 변두리 지방 같은 데는 절대로 아르바이트 비용만큼 수익이 안날 거다.

아르바이트 문의 전화가 오면 제일 먼저 최저시급을 맞춰 주느냐고 묻고, 힘들다고 하면 바로 끊어버리는 경우가 많다. 반대로 아르바이트생 입장에서도 급하게 며칠 일해야 하는데 고용이 쉽지 않게 되면, 밖에다가는 최저시급을 받는 것처럼 하고선 서로 합의하고 암암리에 6천 원대를 받고 일하는 사례도 많을 거다.

- 강남 ○○ 편의점 사장A



Ⅲ. 최저임금 특집 민생 현장 조사

“최저임금 인상은 다점포 운영자에게 직격탄”

편의점 업계는 다점포를 운영하는 사람이 많다. 보통 사장은 점포 한군데에서 직접 일을 하고, 나머지 점포는 풀로 아르바이트생을 돌리는 구조이다. 인건비와 운영비를 빼고 점포당 50~100만 원씩만 수익이 나기도 이익이기 때문에 여러 개를 돌릴 수 있다. 점포를 3~4개씩 돌린다고 치면 400만 원 정도를 벌게 된다.

그런데 최저시급의 인상으로 예전처럼 수익이 나지 않으니 다점포 운영자들이 속속 문을 닫을 수밖에 없다. 이미 주변에도 다점포 편의점주가 많이 문을 닫았고, 나도 지금은 여기 하나만 하고 있다. 내가 직접 일하고, 다른 가족들이 돌아가면서 점포를 맡는 식으로 가족경영을 할 수밖에 없다. 가족은 따로 고용 계약서를 안 써도 되고, 단기로도 활용이 가능하기 때문에 다른 편의점들도 거의 이런 식으로 경영을 하고 있다.

노량진에서 편의점을 할 때는 CCTV를 달더라도 훔쳐가는 물건이 한 달에 50만 원은 되었다. 술 취한 사람들이나 행패를 부리는 사람도 많아서 아르바이트생 한 명으로는 운영이 불가능해서 두어 명은 써야 했는데 최저임금이 올라가면서 그것도 불가능해졌다.

- 강남 ○○ 편의점 사장B



Ⅲ. 최저임금 특집 민생 현장 조사

“인건비 부담 늘어 직원을 4명에서 3명으로 줄여”

올해 1, 2월 한파가 심해서 고객이 감소했다. 편의점은 원래 계절적 변동이 심한 업종이라 예상했던 바다. 다음 분기의 매출은 평년과 같을 것으로 예상한다.

2010년부터 편의점을 운영하고 있는데 최저임금 문제는 편의점의 업종 특성에 맞지 않는 측면이 있다. 편의점에서 일하는 직원은 대부분 아르바이트를 하는 학생이다. 편의점에 뜻이 있어서 오랜 기간 일하러 오는 것이 아니고 단기로 용돈을 벌려는 친구들이다. 점주뿐만 아니라 고용인들도 고용보험에 가입해야 할 필요성을 느끼지 못한다. 일자리 안정자금도 들어봤지만 업종 특성상 필요하지 않아 신청하지 않았다. 최저임금의 상승으로 인건비 부담이 늘어나 직원 수를 4명에서 3명으로 줄였다. 원래 저(점주)는 일요일에 쉬었는데 이제는 일주일 내내 일을 한다.

지금은 최저임금상승이 큰 부담처럼 느껴지지만, 달리 생각하면 그만큼 물가도 상승하고 매출도 오르고 있다고 생각한다. 장기적으로 1만 원까지 시급이 상승해도 적응할 수 있을 것이다. 다만 고용보험에 가입하고 최저임금을 준수하는 형태의 추가 고용은 당분간 없을 것이다.

- 강북 ○○ 편의점 사장C



관광업계 체감경기

Ⅳ. 관광업계 체감경기

명동·동대문관광특구, 인사동 문화지구 관광시장 현장점검

조사지역 : 서울시 관광특구(명동, 동대문)와 인사동 문화지구 일대
조사대상 : 관광특구협의회·문화지구 관계자, 종로문화재단 및 종로구청 관계자,
음식·숙박·화장품 관계자, 관광안내소(동대문, 인사동) 관계자
조사방법 : 명동, 동대문, 인사동 등을 중심으로 현장방문 및 전화 인터뷰, 답사
조사기간 : 2018년 3 월 5일 ~ 19일

- 명동, 동대문, 인사동 등의 주요 상권 내 관광시장 변화와 업계 동향 조사
 - 명동, 동대문관광특구협의회, 인사동 문화지구 관계자, S호텔 본부장, 화장품 대표, 한식당 대표 등을 대상으로 심층 인터뷰
 - 2018년 1/4분기 중 국내외 관광객 변화, 관광업계의 경기 흐름과 경기 체감도 조사
 - 명동, 동대문, 인사동 주변 상권 영업 상태의 현장 답사
 - 명동 화장품업, 동대문 호텔업, 인사동 음식업 관계자 등에게 주요 고객의 소비패턴을 파악하고 관광특구의 현안 및 문제점 점검과 개선방안을 문의
- 1/4분기에 새로 추가된 인사동 문화지구의 지역 상권구성, 이용객 및 관광활동의 패턴 등을 점검
 - 인사동 주요 거리 내 업종 분포, 내외국인 관광객의 구성 현황 및 관광 행태 조사
 - 문화지구 발전을 위한 서울시 건의 사항 및 정책지원 사항에 대한 현장 의견 조사

Ⅳ. 관광업계 체감경기

매출은 올랐지만 순이익은 제자리이거나 감소

명동관광특구 : 관광 비수기, 화장품업 매출 부진 등으로 전 분기보다 매출 소폭 하락

- 명동의 업황 조사 결과, 전 분기 기준(작년 12월 말 기준 100)으로 본 2018년 1/4 분기 매출 수준은 약 90~95로 소폭 하락
 - 1~2월은 관광 비수기로 외래 관광객 수가 적기 때문에 매출 상승효과 약화
 - 한한령 완화 및 해제 분위기에도 불구하고 중국 관광객 증가가 아직 크지 않은 실정
 - 중국 관광객 수요가 약화되면서 명동상권 내 브랜드 화장품의 매출은 적자 상태를 지속하는 반면, 면세점의 화장품 매출은 중국 개별관광객 및 보따리상(파이공)들의 대량 구매로 증가
 - 숙박업의 매출 수준은 전 분기와 비슷한 수준으로 중국과 일본 개별 관광객들의 이용에 큰 변화가 없는 상태
 - 의류업종(보세 브랜드)은 영업장 수 자체가 적고, 업황이 부진한 가운데 SPA브랜드, 온라인 쇼핑몰 등으로 매출 둔화가 이어지는 실정
- 전년 동기 기준(100)으로 본 2018년 1/4분기 명동 상권의 매출도 85~90 수준으로 사드사태 이전 수준을 하회
 - 2017년 1/4분기는 경기가 어려웠지만 사드배치 문제 때문에 중국 단체관광객의 감소가 본격화되지 않은 시점
 - 그러나 그 이후 1년 가까이 중국 단체관광객의 발길이 끊기면서 전반적으로 명동상권 매출이 감소
 - 특히 화장품업종은 명동 상권 내에서 더 이상 성장을 기대하기 어려울 정도로 영업장 입점이 줄고 폐점 업장도 발생할 정도
 - 요식업은 비싼 임대료 부담에도 불구하고 인근 오피스 빌딩의 방문고객 등에 힘입어 매출이 발생하고 있지만 영업이익이 큰 폭으로 늘어나기보다는 현상 유지 중

Ⅳ. 관광업계 체감경기

- 명동상권은 매출 둔화 속에 높은 임대료 부담으로 상인들의 체감경기가 악화되고 있고 주가로 뒤 골목길은 빈 상가도 다수
- 명동 주요 거리에 입점한 상가들은 비싼 임대료 때문에 매출이 증가해도 순이익이 마이너스를 기록하는 등 영업유지 자체를 힘들어하는 분위기
- 주가로나 변화가 1층에 주로 자리 잡고 있는 화장품 브랜드점포는 중국 관광객의 감소로 인해 영업활동 자체가 부진
- 음식점장의 경우 골목 상권은 현상유지 상태이지만 주요 도로의 상권은 인원 감축이나 업종 변경 또는 폐업도 발생하는 분위기

표 1. 2018년 1/4분기 명동관광특구의 매출 체감도

구분	전 분기 (기준=100) 대비	전년 동기(기준=100) 대비
명동 전체	90~95	85~90
숙박업	100	90
요식업	100	90
의류업	90	90
화장품업	80	80



IV. 관광업계 체감경기

“매출 증가해도 순이익은 여전히 마이너스”

날씨가 풀리고 관광객이 조금 늘었다는 반응이다. 일본, 동남아 관광객들이 지속해서 들어오고 있고, 한한령도 완화되는 분위기라 중국 개별 관광객도 보이고 있다. 매출이 다소 증가하고 있지만, 업장의 이야기를 들어보면 영업 순이익은 여전히 마이너스다. 우선 지속적인 경기 침체로 소비가 크게 늘지 않았고, 비싼 임대료를 내고 나면 남는 것이 없다고 한다. 임대료를 못 내서 폐업하는 경우도 있고, 조금만 더 버티자는 마음으로 손해를 감수하고 영업하는 업장도 많다.

면세점 업계도 마찬가지이다. 관계자의 말에 따르면, 올해 들어 타이공들의 방문이 확실히 늘어 매출은 늘었다고 한다. 이들이 대량으로 화장품을 구매하는데, 할인 정보를 미리 다 알고 와서 쿠폰 및 각종 할인혜택을 다 받아간다. 그러다 보니 화장품 1개 판매 대비 순이익은 크지 않다고 한다. 언론에서는 매출이 늘었다고 보도하지만 실상은 그렇지 않다.

- 명동 관광특구협의회



Ⅳ. 관광업계 체감경기

“식당은 버텨서 현상유지 화장품은 견디기 힘들어”

명동의 임대료가 상대적으로 너무 비싸다. 매출은 안 오르는데 높은 임대료까지 부담하려니 상인들의 고충이 더욱 깊어간다.

음식업장의 이야기를 들어보면, 지금 장사하고 있는 곳은 매출의 큰 증가가 없었지만 인원 감축 등 각자의 경영방식으로 버티고 버틴 결과이다. 하지만 화장품업은 중국 고객도 대폭 줄었고, 화장품 가게도 너무 많아서 더 이상의 매출 증대를 기대하기 어렵다. 큰 길목에 위치한 화장품업장들은 견디기 힘들다고 얘기한다.

- 명동 관광특구협의회

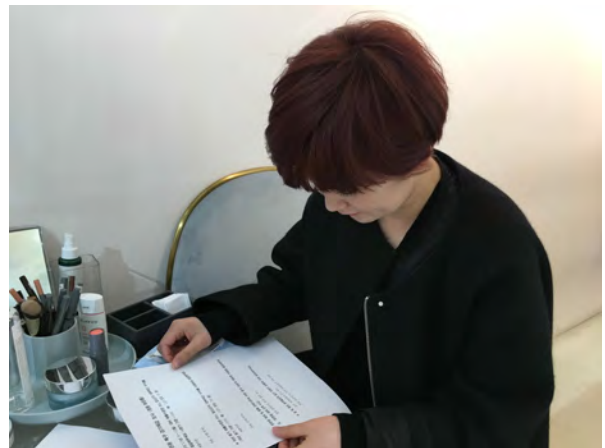


IV. 관광업계 체감경기

“제도권 브랜드 아닌 자체 브랜드로 고객맞춤형 제품 판매해 판로 모색”

명동의 화장품 장사가 잘 안 된다. 중국 고객이 줄어서 전반적으로 다 힘든 분위기이다. 우리 브랜드는 일반적인 제도권 브랜드*가 아니라 자체 브랜드로 고객맞춤형 제품을 판매한다. 기초에서 색조 화장품까지 다양하며, 주로 고객이 매장을 방문해 상담을 통해 제품을 판매한다. 중국 고객이 많이 방문하는데, 재방문율이 높고 온라인으로도 구매한다. 명동에 많은 브랜드의 화장품 매장이 있지만 우리처럼 자체 브랜드로 경쟁력을 키우는 곳도 있다. 판매가 주가 되기보다는 고객의 피부 상담 서비스로 차별화하려고 한다. 오픈한 지 1년도 되지 않았지만 매출이 오르고 있다. 침체된 상권 분위기가 살아나야 하는데 걱정이 된다.

- 명동 OO화장품 매니저



* 더페이스샵, 미샤, 이니스프리 등 기업에서 제조·판매하는 브랜드를 통상적으로 지칭

Ⅳ. 관광업계 체감경기

동대문관광특구 : 매출은 전 분기보다 증가, 전년 동기보다는 하락

- 동대문관광특구의 2018년 1/4분기 매출은 전 분기 기준(100)으로 110~115 수준
 - 요식업, 의류업, 화장품업의 매출이 중국의 개별 관광객 및 보따리상(파이공)의 구매, 내국인 방문 증가 등에 힘입어 전 분기 대비 10~20% 증가
 - 숙박업은 사드배치 문제 이후 중국 바이어 감소 등으로 전 분기의 보합 수준
- 전 분기 대비 매출 증가는 중국 보따리상(파이공)의 화장품 및 의류 구매 증가가 주요 요인으로 작용
 - 의류 도매업의 주요 고객인 중국 바이어들의 방문이 본격적으로 늘지 않았지만, 개별 방문하여 의류를 구매하는 파이공이 나타나기 시작
 - 특히 화장품은 동대문 두타면세점에서 구매가 늘어나는 등 면세점 매출이 소폭 상승하는 데 도움이 되었다는 분위기
 - 사드배치 문제로 한중 관계가 불편하던 2017년에는 물품 통관 절차가 매우 엄격하여 바이어 및 파이공들의 물품 구매가 거의 없어
 - 최근 들어 파이공에 대한 통관절차가 다소 완화되면서 의류와 화장품의 매출도 함께 상승하고 있다는 반응
- 동대문의 비즈니스호텔의 객실가동률은 90% 정도를 유지하고 있지만, 객실 단가는 여전히 하락 추세
 - 주요 방문 고객은 일본, 중국 등의 개별 관광객이며, 동남아 관광객들도 꾸준히 방문하고 있어 사드 사태와 무관하게 객실가동률은 90% 이상을 유지하는 상태
 - 경기침체, 호텔 간 과잉 경쟁 등으로 인해 동종 업계에서 객실 요금을 낮추고 있어 매출과 영업순이익의 상승폭이 같이 가지 않는 것이 가장 큰 문제
 - 즉, 매출 증가가 이루어져도 순이익이 늘어날 조짐을 보이지 않아 향후 동대문 숙박업계의 난황이 예상된다는 분위기

Ⅳ. 관광업계 체감경기

- 한편 전년 동기 기준(100)으로 본 동대문관광특구의 매출은 95 수준으로 소폭 하락
 - 현상 유지를 하고 있는 요식업(100)을 제외한 숙박, 화장품, 의류 상권의 매출이 전년 동기 대비 5~10% 감소
 - 음식 상권은 외래 관광객보다 내국인이 주요 고객으로 꾸준히 방문하고 있지만, 전반적인 내수 부진 때문에 큰 폭의 매출 증대는 없는 실정
 - 사드배치 이후 의류도매업은 전년 동기보다 중국 바이어의 방문이 급감하고 수출 판로도 막혀서 경영상황이 힘든 실정
- 사드배치 문제로 인한 중국 바이어 감소 문제 외에도 동대문 패션트렌드 변화에 따른 의류도매상권의 침체 문제도 잠복
 - 동대문 브랜드의 매력도 감소, 온라인 판매와 SPA 브랜드 등의 이유로 동대문 도매업의 판로 개척에 어려움 발생
 - 신규 시장의 개척이 없이는 동대문 도매상권의 매출 성장이 어렵다는 부정적 분위기가 많은 편

표 2. 2018년 1/4분기 동대문관광특구의 매출 체감도

구분	전 분기(기준=100) 대비	전년 동기(기준=100) 대비
동대문 전체	110~115	95
숙박업	100	95
요식업	120	100
의류업	110	90
화장품업	120	90

IV. 관광업계 체감경기

“한한령 완화로 타이공이 산 물품의 통관 정도는 이해해주는 분위기”

사드 사태가 한창일 때는 중국 바이어들이 정상적으로 구매하는 제품이나 수출물량 통관이 너무 엄격해 수출 자체가 막힐 정도였다. 그런데 한한령이 완화 되는 분위기라 타이공들이 사가는 물품 정도는 이해해준다는 이야기가 들려온다. 최근 타이공들이 자주 오가면서 물건을 구매하고 있어 동대문 상권의 매출 상승에 긍정적 영향을 미쳤다.

두타 면세점의 매출이 올랐는데, 관계자에게 물어보니까 타이공들이 화장품을 많이 사가면서 매출 신장에 도움이 되었다고 한다.

- 동대문관광특구 협의회



IV. 관광업계 체감경기

“객실가동률 높지만 객실단가 떨어져 영업이익은 크게 증가하지 않을 듯”

요즘 우리 호텔 객실가동률은 90% 이상이다. 외부에서는 객실가동률이 높으면 매출도 같이 오를 것으로 생각하는데 현실은 그렇지 않다. 호텔은 객실을 비워두는 것 자체가 손해이기 때문에 객실단가를 낮추어서라도 가동을 해야 한다. 최근 호텔이 많이 오픈을 해서 업체 간 경쟁이 심하다. 신규 특급 호텔들도 프로모션을 하고 있어서 객실단가가 저렴하다 보니, 상대적으로 비즈니스호텔도 객실 단가를 낮출 수밖에 없다.

언론에서 매출이 증가했다는 보도가 나가지만, 매출 증가보다는 영업순이익이 증가해야 업황이 좋아지고 있다고 판단할 수 있다.

우리 호텔도 봄을 맞이해서 객실가동률은 더 상승할 전망이지만, 영업이익이 크게 증가할 것으로 생각하지 않는다.

- 동대문 OO호텔 본부장



Ⅳ. 관광업계 체감경기

인사동 : 임대료 상승과 시대적 변화로 전통문화업종이 설 자리 잃어

- 인사동은 문화지구 지정으로 권장업종과 준권장업종이 상권을 구성*하고 있지만, 그 안에서 업종의 변화를 겪고 있는 중
 - 2002년 4월 문화지구 지정 이후 화랑과 공예품이 증가했지만 표구, 골동품, 필방 등의 업종은 감소하고 찻집, 생활의복, 화장품, 기념품점 등이 증가
 - 주가로에는 프랜차이즈 음식점, 복합상가, 국내 브랜드 화장품업장, 기념품 판매장 등이 입지
 - 화랑과 공예품은 주가로가 아닌 인사동 10길에 위치하고, 구매력 있는 고객층이 주로 이용하고 있어 상대적으로 경기의 영향을 덜 받는 편
- 전반적으로 인사동 상권의 매출은 사드배치 문제 등으로 관광객이 줄어들면서 감소
 - 외국인들의 화장품 쇼핑과 식당 방문이 명동만큼 활발하지는 않지만 외교문제나 메르스 사태 같은 외생적 충격이 발생할 경우 외래 관광객 감소가 눈에 띄게 발생
 - 외래관광객의 감소로 기념품 가게나 식당들의 매출이 줄었고, 아직 사드배치 문제 발생 이전으로 상권 매출이 회복되지 못한 실정
- 오랜 영업기간과 노하우를 지닌 일부 전통찻집과 한식당은 내국인 중심의 고정고객을 보유하여 관광경기과 무관하게 영업상태가 양호
 - 인사동 내 요식업장이 다수 있지만 업장별로 매출 편차가 심한 것으로 조사
 - 규모가 있고 한식을 전문으로 하는 업체는 인근 회사원들을 주요 고객으로 하여 장사가 꾸준히 잘 되고 있고, 관광성수기에는 매출이 다소 증가
- 임대료 상승, 주 이용객 및 쇼핑패턴 변화 등에 따라 권장업종 영업으로 수익창출이 어려운 상황이고, 전통문화 상권과 신상권의 마찰이 발생하고 있는 중
 - 문화지구 지정 이후 임대료가 지속적으로 상승하면서 임대료 감당을 위해 매출이 발생 하는 화장품, 프랜차이즈 음식점 등 생활소비업종이 입점하기 시작

* 권장업종은 골동품, 표구, 필방/지업사, 화랑, 공예품 등으로, 준권장업종은 전통찻집, 한정식, 전통생활한복, 액자점 등으로 구성

IV. 관광업계 체감경기

- 문화지구 지정에 따른 정책(차 없는 거리)이 차량을 이용해 표구, 그림, 골동품을 구매하던 주요 고객들의 불편을 초래해 인사동으로의 발길을 줄였다는 의견도 제기
- 또한 집들이 선물의 의미 퇴색 등 대형 표구·그림 소장에 대한 대중의 관심도 변화하고 있어 과거에 비해 구매율이 낮은 실정
- 기존 상인들은 문화지구의 특성 보존 차원에서 비권장업종의 입점을 막고 싶지만 강제할 수 없는 상황
- 비권장업종 입점은 허가제가 아닌 신고제이고, 과태료 부과도 1회에 그치고 있어 협회나 전통상권 상인들은 법적 제재 장치가 필요하다는 의견
- 특히 주변 지역상권의 활성화로 인사동 인지도가 다소 하락하고, 인사동이 ‘소비 공간’보다 ‘거쳐 가는 공간’으로 변화되면서 상권 매출 부진
- 삼청동, 북촌이 외래 관광객들에게 관광명소로 부각되어 인기가 높아지면서 인사동은 단순히 거쳐 가는 경우가 많이 발생
- 젊은 층들도 인사동에서 전통적인 식사나 쇼핑을 즐기기보다 현대문화가 접목된 삼청동과 북촌에서의 소비활동을 선호
- 인사동에서 물품을 구매하더라도 저가의 기념품 위주로 매장별 영업순이익 증가에 크게 기여하지 못하는 실정
- 또한 인사동 상권에는 ‘1인 사업장’이 많고, 일용직(아르바이트)을 고용할 만큼 경제적 여력이 안 되는 업장이 대다수



IV. 관광업계 체감경기

“주요 고객층 변화로 인사동 상권 매출은 더 감소”

인사동은 원래 내국인 중심의 표구, 화랑의 구매가 주를 이루었다. 구매력 있는 고객이 차를 몰고 와서 작품을 사가는 곳이었지, 외국인이 주요 고객은 아니었다. 하지만 문화지구 설정 이후 ‘차 없는 거리’가 되면서 걸어서 구경하는 일반 시민들이 늘었고, 주변에 삼청동, 북촌 등이 관광명소로 되면서 거쳐 가는 곳으로 변화했다.

값비싼 전통상품의 구매보다는 저렴한 기념품을 구매하는 정도인데, 거리를 다니다 보면 표구를 파는 가게 앞 가판에 기념품을 팔고 있는 것을 쉽게 볼 수 있다. 주 가로에 있는 권장상권들의 매출이 줄고 여기에 임대료가 상승하니까 임대료를 감당하기 위한 업종으로 계속 변경되다 보니, 전통문화 상권이 변질되고 있다는 우려의 목소리가 많다. 또한 중국 관광객들에게 관광지로 알려지면서 방문이 늘고, 화장품 업종이 9개 정도 들어와 있는 상태이지만, 사드 사태 이후로 더 이상의 입점은 멈춘 상태이다.

- 종로구청 관계자



IV. 관광업계 체감경기

“화장품·옷가게 잔뜩 들어오고 중국산 기념품 팔아 이미지 훼손”

인사동이 예전 같지 않다. 솔직히 말하면 전통상권이 다 망가진 것 같다. 표구, 화랑 등이 사라지고, 화장품이랑 옷가게들이 잔뜩 들어왔다. 인사동의 임대료가 계속 올라가니까 임대료를 내기 위해서라도 그나마 팔리는 물건을 파는 것 같은데, 중국산 기념품을 팔고 있으니 인사동 이미지가 나빠지고 있다. 중국 관광객들이 늘었다고 해도 인사동에 오면 중국산 제품은 사가지도 않는다.

그리고 이곳은 관광지가 아니라 문화보존 지역인데, 관광지로서 구경만하고 지나가는 곳으로 정책을 접근하려 하는지 화가 난다. 명소화되어 관광객이 많이 올 수는 있지만, 지역성 차원에서는 권장업종의 영업 지원이나 전통 상권분위기 조성 등을 위한 시의 노력이 필요하다.

- 인사전통문화보존회 관계자



IV. 관광업계 체감경기

“권리금도 못 받고 문 닫는 가게 점점 늘어”

요즘 임대료 상승과 경기 불황으로 인사동에 빈 가게들이 점점 늘어간다. 권리금을 내고 영업했던 곳들인데, 경기가 어려우니까 권리금조차 못 받고 나가는 경우가 허다하다. 권리금을 못 받으니까 원래 해놓은 인테리어를 일부러 망가뜨리고 나가기도 한다. 인사동 메인 거리의 임대료가 많이 올랐고, 기념품 가게가 많이 들어섰다. 듣기로는 월 500만 원 이상 내는 곳도 있다고 한다. 기념품을 대체 몇 개 팔아야 월세가 충당 가능한 건지 의문이다. 원래는 기념품 가게들이 아니었는데, 오히려 비싼 월세를 감당하려고 기념품으로 업종을 변경해서 매출을 올리려는 방침일 수도 있다. 아무튼 요즘 인사동에 상권 경기가 많이 안 좋다.

- 인사동 한식당 대표



Ⅳ. 관광업계 체감경기

평창 동계올림픽 영향과 향후 온화한 날씨로 관광객 증가 기대

평창 동계올림픽으로 발길은 다소 늘었지만 매출 증대는 다소 부진

- 평창 동계올림픽 기간(2월9일~2월25일) 중 관광특구를 비롯해 서울을 방문한 외래 관광객은 약 10%~20% 증가*
- 동계올림픽 기간 중 관광객의 급격한 증가는 없었고, 올림픽 경기를 관람할 목적으로 북미, 유럽권 국가의 관광객 방문이 다소 증가
- 동대문관광특구 내 관광안내소는 관광 관련 정보를 문의하는 관광객이 평소보다 10% 정도 증가하였고 방문 국가는 다양
- 북인사 관광안내소는 서양권 관광객이 평소보다 약 30% 증가하였고, 서울-평창 교통편 문의, 인사동 및 서울 주요 관광지와 음식점 문의가 다수
- 남인사, 인사동 홍보관의 방문 문의 관광객은 약 5~10% 늘었으며, 스위스 스노보드 대표팀 등도 방문
- 전반적으로 방문객은 평소보다 다소 늘었지만 주변 상권 내 음식점 및 숙박업소의 매출 신장으로 연결되지는 않은 것으로 판단
- 평소보다 올림픽 관련 복장(모자, 액세서리, 단체복 등 착용)의 외래 관광객이 많이 지나다녔지만 구매력이 높지 않은 편
- 일부 영업장을 제외하고 식당에 와서 식사를 하고 가거나 기념품 구매 및 쇼핑 활동을 하는 관광객이 크게 늘지 않아 매출에는 별다른 영향이 없다는 반응이 대다수

* 명동, 동대문, 인사동 관광안내소의 방문건수를 통해 1/4분기 관광객 변화를 파악한 결과

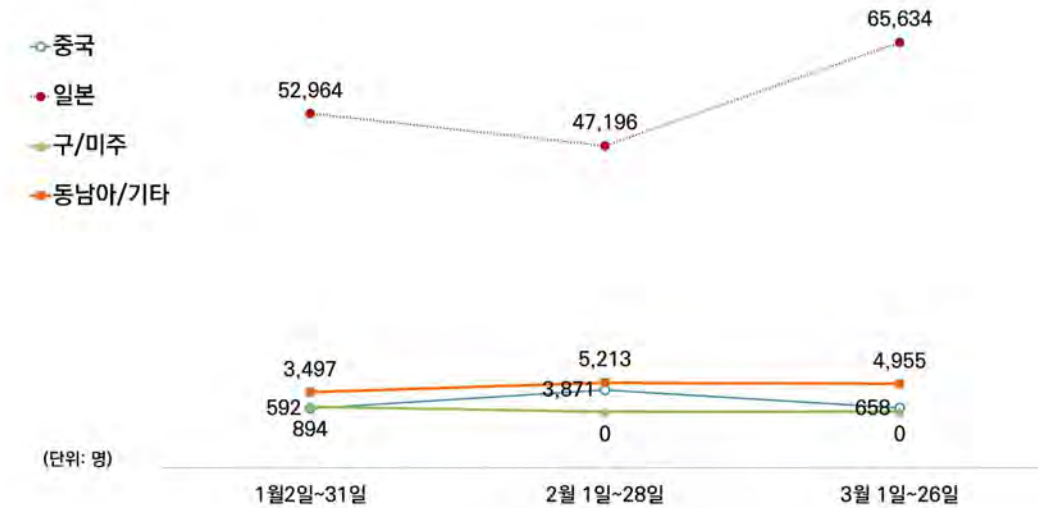
IV. 관광업계 체감경기

3월 들어 봄철 관광객 증가와 한한령 완화 분위기에 따른 중국 관광객 방문 기대

- 작년 말에 비해 올해 1~2월 관광객이 다소 늘고 있고, 특히 관광성수기인 3월 들어 일본 관광객이 많이 증가
 - 일본 관광객 수는 명동과 인사동 현장 관계자들의 눈에 띄 정도로 늘었다는 의견
 - 여행업계도 3월 들어 한국 입국 일본 관광객 수를 하루 3천 명 이상으로 보고 있으며, 이 중 명동 방문객 수가 2천 명 이상일 것으로 예상
 - 여행신문의 인바운드 통계 기사에 따르면, 1월 2일부터 3월 26일 현재까지 입국 예정 일본 관광객은 총 165,794명이고, 3월 일본 관광객은 작년 4/4분기(5만여 명)보다 약 30% 증가한 65,634명으로 조사
 - 전반적으로 볼 때, 연말에 비해 관광객이 조금씩 늘어나고 있지만, 중국 단체관광객은 아직까지 보이지 않고 개별 관광객만 다소 보이는 실정
- 동계올림픽 이후 한국의 인지도 상승에 따라 봄 시즌 이후 방문객이 서서히 증가할 것이라는 긍정적인 분위기
 - 관광객 방문이 관광특구 내 상권의 매출상승과는 아직 직결되지 않고 있지만 방문 자체에 대한 긍정적인 반응도 존재
 - 동계올림픽 기간 중 서울을 경유하는 관광객이 예상보다 많지 않았지만 한국의 인지도가 올라 향후 서울 방문율 증가에 긍정적 영향 기대
 - 동계올림픽 기간 중 숙소 및 항공권의 성수기 요금 적용 등으로 미쳐 서울을 방문하지 못했던 관광객들이 서서히 나타날 것으로 전망
- 연말 이후 한한령 완화 또는 해제 분위기가 확산되면서 중국 단체 관광객들의 방문도 차츰 늘어날 것이라는 기대도 존재
 - 한한령의 완전한 해제 소식이 들리지 않아 상반기에 상권 분위기가 바로 회복될 것이라는 확신은 없는 상황
 - 그러나 개별관광객의 등장과 중국 보따리상의 통관 절차 완화 등으로 화장품과 의류

IV. 관광업계 체감경기

매출량이 소폭 증가하고 있어 하반기에는 중국 단체관광객의 방문으로 침체된 상권이 점차 살아날 것으로 기대



자료 : 여행신문

그림 13. 2018년 입국예정 인바운드 통계 추이



“다양한 국적의 해외 관광객이 안내소 찾아 평창 교통편 문의”

평창 동계올림픽 기간 중 안 보이던 관광객들이 다소 늘었다. 평소 문의 건수보다 약 10% 정도 늘었다. 문의 내용은 교통편, 음식점, 쇼핑정보 문의가 주를 이루었다.

평창으로 가는 교통편을 묻는 관광객이 많았고, 현장에서 인터넷을 이용하여 KTX 발권을 도와주기도 하였다.

- 동대문 관광안내소

IV. 관광업계 체감경기

“평창 동계올림픽 즐기는 관광객 방문 늘어”

안내소 방문 관광객 중 평창 동계올림픽 모자나 옷을 입고 오는 관광객들이 많이 보였다. 기념품 문의나 주변 맛집에 대해 물어보기도 하고, 평창으로 가는 교통편도 많이 물어보셨다. 평소에는 중국어 안내 서비스가 많았지만, 평창 동계올림픽 기간에는 서양권 국가 방문객이 많아 영어 안내 서비스가 확실히 늘었다.

- 북인사 관광안내소

“서울 방문 관광객 규모는 기대에 못 미쳐”

평창 동계올림픽으로 인해 세계적으로 많은 관광객이 서울을 방문할 것으로 생각했는데, 기대보다는 적게 방문한 것 같다. 88올림픽처럼 외국관광객들이 거리로 쏟아져 나왔다고 말할 수 있는 수준은 아닌 것 같다. 오히려 인천 공항에서 바로 평창으로 가는 관광객이 많아 서울에서는 많이 보이지 않은 것으로 판단된다.

- 인사동 홍보관



IV. 관광업계 체감경기

“일본관광객 꾸준히 늘어… 3월에 2천 명 이상 방문 예상”

명동에 일본관광객이 꾸준히 방문하고 있다. 3월이 시작되면서 예상 일본관광객 수가 2천 명을 훌쩍 넘을 것 같다. 여행업계 관계자에 따르면, 일본인 항공 입국 수치를 보면 3천 명 가까이 되고, 이 중 90% 이상은 명동을 거의 들르기 때문이다. 실제로 일본인들이 자주 찾는 명동의 OO설령탕집은 아침부터 두 줄로 줄을 서 있는 것을 볼 수 있다. 원화가치가 떨어진 것도 있고, 날씨가 풀려서 많이 오는 것 같다. 예전에 일본과 외교적 문제가 있을 때에는 입국자가 800명도 안 되기도 했다. 평균적으로 1,300명 정도가 명동을 방문하는데, 3월 중 일본인 입국자가 3천 명을 넘는다는 것은 명동을 방문하는 일본관광객이 확실히 늘어날 것임을 예상할 수 있다.

- 명동 관광특구협의회

“평창 동계올림픽 기간에 외국손님 늘어 매출 증가”

인사동에서 34년째 장사를 하고 있다. 한식이 주요 메뉴이고, 음식이 중간 정도의 가격대이다 보니 사람들이 꾸준히 찾아온다. 연말에 내국인들 회식 장소로 예약이 가득 차 장사가 잘되었다. 인사동에 식당이 많은데 장사가 되는 곳은 계속 잘되었다. 평소에도 외국인 관광객들이 자주 방문하고, 중국 관광객들은 와서 비싼 음식들을 다양하게 먹고 가는 등 씬씀이가 커서 좋다. 평창 동계올림픽 기간에는 외국 관광객들 방문이 늘어 매출 증가에 도움이 되었다.

- 인사동 한식당 대표



Ⅳ. 관광업계 체감경기

최저임금 상승에 따른 인건비 부담 압력 확대

영세업장은 인건비 줄이기에 나서고 일자리 안정자금 신청은 저조

- 최저임금에 맞춰 월급을 지급하는 분위기지만 지속적인 경기 침체와 임대료 부담 문제 등으로 인건비 상승에 따른 사업주의 부담 증가
- 매출 증가폭이 크지 않은 상태에서 비싼 임대료를 지불해야 하는 사업주 입장에서는 가장 먼저 줄일 수 있는 것이 인건비
- 사드 사태 이후 길어진 영업 부진 때문에 명동 상권에서는 식당과 화장품 가게 등을 중심으로 인력을 줄인 영업장이 다수라는 반응
- 명동, 동대문 및 인사동은 요식업과 소매유통업이 주를 이루고 있고, 1인 종사자 업장과 같은 영세 업장도 상당수를 차지
- 매출이 좋은 곳은 직원 6명 내외이지만 직원 1~2명을 고용하는 업장도 많아 일자리 안정자금 신청에 대한 열의는 저조
- 특히 동대문 의류소매업과 인사동 기념품 판매점 등은 영세한 1인 사업장이 많아 직원의 추가 고용에 대한 관심도가 낮은 편
- 관광특구 내 소매 서비스업종은 최저임금 대책으로서 일자리 안정자금 제도가 상인들의 경제난 해소에 큰 도움이 되지 못한다는 반응

호텔 및 숙박 관련업은 인력을 줄이고 무인시스템을 도입하는 추세

- 비즈니스 호텔업계에서는 업체 간 과다 경쟁으로 객실 단가가 지속적으로 낮아지는 상황에서 최저임금 상승에 따른 인건비 상승은 부담이라는 의견
- 2012년 시행된 관광숙박시설 확충을 위한 특별법 이후 특급호텔에서 비즈니스호텔까지 호텔 수가 2배 이상 증가하여 업계 내 과잉 경쟁 심화
- 특히 객실가동률 증가를 위해 객실 단가를 계속 낮추고 있어 호텔의 영업이익 증가폭은 과거에 비해 감소하여 무인화·자동화 시스템을 도입하여 인건비를 줄이려는 경향

Ⅳ. 관광업계 체감경기

- 예약 및 체크인 업무는 자동화 시스템 도입으로 변하고 있어, 호텔 및 숙박 전반의 인력감축 현실화
- 환대산업인 관광업에서 호텔업은 인력 서비스 부분을 빼놓을 수 없지만 비즈니스호텔 중심으로 자동시스템 도입과 인원 감축이 추세
- 면대면 서비스였던 예약 업무, 안내 데스크 업무의 인력을 전자동화 시스템과 기계화로 대체하는 업체가 증가
- 호텔업계에서는 무인 전자동 체크인 시스템 도입으로 안내데스크에 1~2명만으로 업무를 운영하는 것이 가능하다는 의견
- 객실 예약 담당업무도 전산시스템으로 변경하여 근무 인력을 줄이는 업체가 증가
- 단, 객실 청소 업무는 바닥청소에서부터 시설 관리 등을 점검해야 하기 때문에 자동화로 인한 인력대체가 단기간에 발생하지는 않을 것이라는 의견

“호텔 객실예약 담당 직원 줄이고, 안내데스크에 키오스크 설치 고려”

우리 호텔은 지점이 여러 개 있고, 예약 문의나 예약 건수가 많다. 예약 담당 직원이 전체 20여 명 되었는데, 전자동화 시스템으로 바꾸고 난 후 12명 정도로 인원을 감축했다. 최근 안내데스크에도 객실 체크인을 무인자동기계로 대체할 수 있는 키오스크(KIOSK)를 설치할지 고려 중이다. 주변에서도 실제로 키오스크를 운영하면서 인력을 줄이는 사례도 보았다. 우리 호텔 동대문 업장은 키오스크를 도입하면 안내데스크 직원이 1명 또는 2명만 있어도 충분할 듯하다.

다만 객실의 청소 담당업무는 로봇 등의 기계로 대신할 수 없다. 단순히 바닥을 쓸고 닦는 것 외에도 욕실 및 침대 청소, 시설 점검 등 사람의 손길이 여전히 필요한 고유의 업무이기 때문이다.

- 동대문 OO호텔 본부장

Ⅳ. 관광업계 체감경기

각 관광특구의 특징에 맞는 발전 방향과 지원 필요

침체된 분위기 개선과 홍보 공간 활용으로 명동의 재방문을 제고

- 명동의 골목상권은 빈 상가가 많고 상대적으로 방문객 발길이 적어 분위기가 많이 침체
 - 비싼 임대료를 감당하기 힘든 업장이 폐업을 하면서 빈 상가가 1층에서 시작해서 연쇄 반응처럼 건물 전체나 옆 건물까지 확산되는 추세지만, 건물주들은 임대료를 인하해 새 임차인을 받으려는 의지가 약한 편
 - 골목길 건물에 네온사인도 꺼져있고, 쇼핑을 위한 점포도 없는 등 이동을 위해 소수 사람만 통행하고 있어 분위기가 어두운 곳도 존재
- 침체된 골목의 분위기를 살릴 수 있는 방안으로 조명 조형물이나 네온사인 간판 등을 설치하여 방문객의 호기심을 자극하는 유인효과가 필요
 - 경기침체와 예산 문제 등으로 비어있는 상가를 단기간에 활성화시킬 수는 없지만, 유동인구가 늘어나면 자연스레 상권 분위기가 개선될 가능성
 - 건물 위로 조명 조형물을 설치하여 밝은 분위기를 조성하고, 명동의 랜드마크 역할도 기대
 - 중구청 또는 관광특구로서의 재정적 지원 및 시설 설치를 위한 법제도적 지원도 필요
- 한편 명동이라는 장소를 명동을 알리는 축제의 공간이자, 지자체의 대표적 행사를 홍보하는 공간으로 활용하면 관광객 유입효과에 큰 도움
 - 명동의 인지도를 높이기 위한 다양한 축제나 길거리 퍼레이드, 지역 축제 홍보의 공간으로 명동을 활용하였는데 방문객 호응이 큰 편
 - 명동은 내외국인의 관심이 집중되는 곳으로 지자체 축제나 각종 행사를 홍보하면 행사 자체의 인지도가 올라가고, 명동으로 관광객을 유인하는 효과도 발생

IV. 관광업계 체감경기



“관광객이면 꼭 한번 들르는 곳에서 지자체 행사 홍보하면 서로 윈윈”

명동은 하나의 홍보 공간으로도 인기가 높다. 3월 6일에 ‘해양수산부 김의 날’ 행사를 했는데, 김 시식도 하고, 증정용 김도 받아가면서 반응이 좋았다. 3월 9일에는 ‘영암왕인문화축제’ 사전 홍보 행사를 개최했다. 전통예복을 입고 퍼레이드를 하니 순식간에 많은 사람이 모여들고 구경하기에 바빴다.

명동 자체의 축제를 여는 것도 좋지만, 최근에는 이렇게 지자체와 협력해서 행사 홍보 공간을 빌려주니 반응이 좋다. 행사 홍보 효과도 크고, 명동에 사람이 모일 수 있어서 지자체와 명동이 상생하는 좋은 방법이다.

- 명동 관광특구협의회



Ⅳ. 관광업계 체감경기

동대문 본연의 패션 도매업 활성화 시급

- 온라인쇼핑, SPA브랜드로 인해 동대문 패션 브랜드의 강점이 다소 약화되어 동대문 상권과 분위기 침체에 영향
 - 동대문 패션은 의상 디자인부터 제작, 시판까지 2~3일이면 가능하다는 것이 가장 큰 장점이었지만 SPA브랜드 출시 이후로 약화
 - 중국산 원단의 사용이 늘면서 주요 고객인 중국 바이어들의 관심도 떨어지고, 심지어 중국 내에서 디자인만 복사해 자체 제작하는 경우도 발생
 - 온라인쇼핑의 대중화에 따라 의류 쇼핑을 위해 24시간 방문하는 사람들(소매는 낮 시간, 도매는 밤 시간)이 감소하면서 상권 침체
 - 동대문 브랜드의 가치를 되살리기 위해서는 동대문 매출의 80% 이상을 차지하는 도매업 상권을 살려야 한다는 목소리가 높은 편
 - 동대문은 패션업으로 유명한 지역이기 때문에 사람들이 24시간 붐비는 패션 도매업으로서 활기를 되찾으면 자연스럽게 관광지 명소화 가능
- 동대문의 랜드마크인 DDP를 패션 도소매업과 연계하여 산업과 지역상권이 상생할 수 있는 방안 필요
 - DDP가 동대문 안에 입지하는 것 자체만으로도 큰 의미가 있지만, 아직은 인근 패션 도소매업과의 연계가 부족하다는 반응
 - 패션 관련 행사가 있지만 한시적인 것에 그치고 있고, DDP의 방문객을 도소매 고객으로 유치하는 역량이 부족하다는 지적
 - 도매업의 주요 고객인 해외 바이어들의 정기적인 방문을 유도할 수 있도록 상인 및 상권 관계자들의 자체적인 노력이 요구
 - 공개공지 사용 등 관광특구로서 시행할 수 있는 정책을 적극 추진할 수 있도록 중앙 정부 및 서울시의 노력이 필요하다는 의견

Ⅳ. 관광업계 체감경기

인사동은 관광지로서의 접근보다 문화지구에 대한 고려 필요

- 인사동은 중국산 기념품 판매와 관광지로서의 인식이 굳어지고 있어 기존 전통문화 상권 보존에 대한 관심이 사라지고 있다는 비판의 목소리가 높은 편
 - 표구, 화랑, 골동품을 판매하는 업장이 줄고, 관광객의 소비패턴에 맞추려는 기념품이나 화장품, 의류 업종이 증가하면서 전통문화 상권의 이미지 퇴색
 - 규제를 해야 하는 문화지구의 특성과 규제를 완화해야 하는 관광특구의 특성을 명확히 구분하여 발전방안을 모색할 필요
- 전통성과 새로운 문화 트렌드를 결합한 신상품 발굴에 대한 관심도 필요
 - 한복입기 체험, 인사동 박람회 등 전통 문화 행사를 이용해 인사동의 정체성을 고취시키고, 지자체의 적극적인 행사 지원 필요
 - 전통상품 판매로 상권을 살리기보다 한복입기, 전통 음식 만들기 등의 체험관광을 활성화하고 스쳐가는 공간이 아닌 머무르는 공간을 만들자는 의견 제시



“전통 바탕의 새로운 문화작품 발굴도 중요”

전통상품을 대하는 대중의 관심이 예전과는 많이 변한 것 같다. 표구나 그림도 큰 사이즈보다는 소형화해서 생활 디자인으로 소장하려는 분위기이다. 전통문화 보존의 입장에서 보면 전통성을 흐리는 것이 바르지 않다고 생각할 수 있다. 그러나 기존 전통을 바탕으로 새로운 문화작품이 나오는 것도 전통계승의 의미가 될 수 있다. 인사동의 전통상품을 만들 수 있는 신진 발굴도 중요하고, 이를 위한 다양한 계층의 사람들의 지원과 관심, 이해가 필요하다.

- 종로문화재단 관계자

Ⅳ. 관광업계 체감경기

“한복 입고 식당 방문하면 음식값 할인도 해줘”

종로구에서 한복 입기 이벤트에 참여하는 업체가 100여 개 된다. 예를 들어 한복을 입고 음식점에 방문하면 10%를 할인해 주는데, 우리 가게도 여기에 동참하고 있다. 의외로 외국인들이 많이 입고 방문하는데, 한국의 전통을 알릴 수 있어서 좋다. 주인인 나도 항상 한복을 입고 손님들을 맞이하는데 외국 관광객들이 신기해하고, 같이 사진을 찍어서 개인 소셜미디어에 올리기도 한다.

- 인사동 한식당 대표

“종로구 첫 브랜드축제 ‘한복축제’ 반응이 가장 좋아”

종로구 축제 중 가장 반응이 좋은 ‘종로한복축제’는 한복을 주제로 한 종로구 첫 브랜드 축제로 2016년에 처음 개최되었다. 인사동, 북촌 등지에서 다양한 행사로 펼쳐지고, 외국인 30%, 내국인 70% 정도가 참여하고 있다. 서양권 국가 관광객들의 참여가 두드러진다.

- 종로 문화재단 관계자



민생경제 현장점검 포럼 『현장에서 본 서울시 인쇄산업의 실태와 과제』

목적

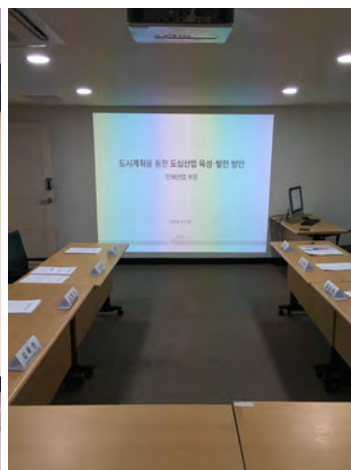
- 해당분야의 전문가 발표 및 이해당사자 간 토론을 통해 서울의 민생현장 의견을 수렴하고, 실효성 있는 개선방안 및 정책 아이디어 발굴

일시 및 장소

- 일시: 2018년 2월 9일 15시
- 장소: 서울인쇄센터 2층 교육장

발표주제 및 토론자

- 황일하 서울시인쇄정보산업협동조합 소공인특화지원센터 센터장, '서울 인쇄소공인 집적지 생태현황과 과제'
- 김태현 서울연구원 연구위원, '서울시 도심인쇄산업의 실태와 과제'



[부록 그림 1] 인쇄산업 민생경제 포럼

주요 토론 내용

○ 인쇄산업의 특성

- 업체당 평균 종사자 수는 3.9명에 불과하고, 종사자 10인 미만 사업체 수가 전체 사업체의 93.6%를 차지하는 등 영세 소공인이 대부분을 차지
- 수주산업이라는 인쇄산업의 특성상 발주처나 원청업체 상황에 따른 연동 가능성이 크고, 내수시장의 변동에도 크게 좌우되는 경향
- 구조적으로도 방대한 하청사슬 시스템 구조로 상시적 위험요소가 작용하고 있는데, 이는 주로 인쇄업체의 규모가 작고 범위가 단품목이기 때문

○ 서울시 중구 인쇄 집적지의 특성

- 인쇄산업은 서울시 중구 을지로, 광희동, 충무로, 인현동, 필동 일대 15개동에 분포하고 있고, 이 지역이 서울시 전체 업체의 68%를 점유
- 주요 업종은 ‘인쇄 제조업’, ‘간판 및 광고물 제조업’ 등이며, 주요 생산제품은 책자, 상업인쇄물, 사무용인쇄물, 판촉인쇄물 등의 인쇄물

○ 정부 및 지자체에 바라는 정책

- 인쇄소공인 사업자 중심의 정책방향 수립: 현장 밀착형 지원제도 수립 및 실행, 인쇄업종 정책 수요자들의 참여와 자생할 수 있는 생태환경 제공, 정부 및 지자체, 유관기관의 공동체 협업으로 지속적 지원과 모니터링을 통한 사후관리 등
- 전문인력 양성을 위한 맞춤형 교육과 환경개선: 맞춤형 교육 설계 및 실행, 현장의 피드백을 통해 보완하는 교육 정책방향, 숙련 기술인력의 경력DB 구축 및 지속적 관리, 인쇄집적지 기반 인프라 환경과 활성화라는 복합적 문제를 동시에 해소
- 협업생산을 위한 공동작업 인프라 구축: 공동인프라 구축, 지식센터, 디자인센터, 콘텐츠센터, 3D 프린팅센터 등 구축

○ 인쇄산업의 트렌드

- 현재 인쇄산업은 아날로그 필름, 오프셋 인쇄 방식에서 디지털 프린트 방식으로 변

화하는 단계이며, 필름, 제판 공정 등의 생략으로 작업이 단순화되고, 공간도 쾌적화 되는 추세

- 각종 보고서, 논문자료, 교육자료, 판촉물, 광고지, 포장용기 등 개인화 트렌드에 따라 생산방식도 인쇄물에서 패키징까지 다양한 고객 수요에 대응하는 다품종 소량 생산방식으로 변화
- 기존 종이 중심의 인쇄에서 디지털 매체, 3D 프린팅까지 확대·진화되는 등 인쇄매체가 다양화
- 친환경 제지와 잉크, 기술을 통해 인쇄과정 및 생산품의 친환경화를 추구하고 공해저감장치를 통해 인쇄 폐수, 화학잉크 등 유해물질 배출도 최소화
- 도심 인쇄산업의 특징과 한계
 - 신속·정확한 납품과 제품 감리를 위해 고객과 밀착된 도심입지가 필수이고, 생산품별로 다양한 인쇄공정으로 구분되어, 공정이 곧 개별기업이라고 할 정도로 세분화
 - 그러나 미관, 소음, 악취, 폐기물 문제 등 도시관리 차원에서 정비 필요성이 증대되었고, 인쇄인 입장에서도 열악한 조업 환경이 큰 문제
- 인쇄산업의 비전 및 시책방향
 - 인쇄 밀집지역인 세운상가 축 재생을 통해 도심산업지역에 대한 파급효과 확산으로 도심재생 완성
 - 인식전환 및 가치제고로 인쇄산업 재조명, 환경개선 및 유지기반을 마련해 입체적 집적, S/W 측면의 재생지원으로 인쇄산업의 활력강화를 지원
- 도시계획적 측면의 인쇄산업 활성화 실현 방안
 - 인쇄전용 지식산업센터 건립지원, 지식창조 및 문화산업의 성장기반이 되는 인쇄역사박물관 조성, 인쇄산업 생태계 유지를 위해 세운 재정비촉진계획의 일부 변경, 도시재생활성화 구역으로 지정하여 종합적 재생지원 추진

부 록

토론 정리 및 전문가 코멘트

- 인쇄는 매출이 작고 하청 위주의 구조라 영세해서 젊은 인력의 유입이 저조하며, 디지털 인쇄 분야에서만 젊은 인력이 일부 들어오는 실정
- 인쇄는 완제품이 아닌데 정책 방향이 완제품 회사 위주로 되어 있어 불합리
- 5인 이하 소공인 업체가 많은데 대기업의 텀핑 처리 때문에 일을 할수록 적자가 나는 악순환이 되풀이되는 실정임. 관공서라도 최저가격이 아닌 제값을 지켜줘야 함. 텀핑 문제로 을지로에서 충무로까지 점차 밀려 내려가고 있음. 앞으로 인쇄업을 계속 할 수 있는 사람은 땅이 있고, 돈이 있는 속칭 토지주만 가능
- 환경이나 미래비전 등을 종합적으로 고려해봤을 때 청년 유입도 없고, 인쇄업 자체의 경쟁력이 떨어지고 있다고 판단



[부록 그림 2] 인쇄산업 민생경제 현장점검 포럼