

서울시정관련 연구동향

최근의 국제 재정통계 지침으로 본 우리나라의 공공부문 채무 수준

LG 경제연구원 | Weekly 포커스 | 2013.5.15

<http://www.lgeri.com/economy/domestic/article.asp?grouping=01010100&seq=937>

우리나라의 일반정부 부채 수준은 낮은 편이나 공기업 채무가 매우 많은 상황 이므로 공기업을 통해 이루어지는 준재정활동에 대한 보다 엄격한 준칙수립과 감시가 필요

- 주요국 대비 우리나라의 일반정부 부채 수준은 낮은 편
 - 우리나라의 2011 년도 일반정부 부채규모는 468 조 6 천억원, GDP 대비 37.9%로 OECD 국가 전체 평균(102.9%)에 비해 낮은 편이나, 일반정부 채무 대비 공기업 채무가 매우 많은 상황
 - 세계은행 등 9 개 주요 국제기구들이 2011 년 말 공개한 ‘공공부문 채무 통계 작성 지침’에 따르면 공공부문 전체의 채무를 작성하도록 권고
- 공공기관들의 부채가 늘어나고 채무 건전성이 악화된 원인
 - 보금자리사업, 4 대강 사업, 학자금 대출 등 정책사업 추진
 - 에너지 관련 시설 투자 등 미래 대비 중장기 투자
 - 서민생활 안정을 위한 공공요금 인상억제 등
- 올바른 재정 정책 수립의 출발점은 재정건전성에 대한 정확한 판단
 - 재정건전성 판단의 기준과 방법은 전문가들의 검토와 연구, 국민적인 합의와 동시에 국제기준 중시
 - 공기업을 통해 이루어지는 준재정활동에 대한 보다 엄격한 준칙수립과 감시가 필요
 - 개편된 국제 재정통계 기준에 맞추어 일반정부뿐만 아니라 공기업까지 포괄하는 공공부문 채무 지표의 산출과 활용이 필요

해외 주택시장 동향 분석: 미국, 유럽, 중국을 중심으로

한국개발연구원 | 부동산시장 동향분석 2013 1/4 분기 | 2013.5.7

http://www.kdi.re.kr/report/report_class_e5.jsp

미국 주택시장의 여건은 전반적으로 개선되고 있으며, 중국정부는 주택가격 상승에 적극적으로 대응하는 모습이나, 유럽의 주택시장은 정상화까지 상당한 시간이 걸릴 것으로 예상

- 해외 주택시장 동향
 - 미국은 주택부문의 주요 지표들이 개선되는 추세를 보이며, 주택시장 여건이 전반적으로 개선되는 모습
 - 중국정부는 주택가격 상승이 지속됨에 따라 2013년 3월 '부동산시장 통제업무에 관한 지시' 사항을 발표하며 주택가격 상승에 적극적으로 대응하는 모습
 - 유럽의 주요국 중 재정위기 상태인 국가의 실질주택가격은 크게 하락하였으며, 비교적 주택시장이 안정적이었던 덴마크의 주택가격도 하락
- 해외 주요국의 주택시장과 거시경제와의 연계
 - 미국의 2012년 4/4분기 GDP 성장률은 전년동기대비 1.6%, 민간소비는 1.9%를 기록
 - 중국의 GDP 성장률은 전년동기대비 10.1%의 높은 증가세 기록
 - 유럽 주요국 중에서 스웨덴과 영국은 GDP 성장률이 소폭 상승하였으나 오스트리아, 스페인은 전년 동기대비 GDP 성장률과 민간소비 증가율 모두 하락
 - 미국과 중국의 거시경제환경은 부분적으로 개선되고 있으나, 유럽은 대외 경제상황의 불확실성이 여전히 존재하여 주택시장의 정상화까지 상당한 시간이 걸릴 것으로 예상
 - 대외개방도가 높은 우리나라 경제구조의 특성상 해외 주요국들의 경제환경 변화가 국내 경제에 미치는 영향을 감안할 때, 미국·중국·유럽 주요국에 대한 지속적인 모니터링이 필요

2012 국가브랜드지수 조사 결과

삼성경제연구소 연구보고서 | 2013.1.10

<http://www.seri.org/db/dbReptV.html?menu=db01&submenu=&pgno=1&pubkey=db20130110001>

우리나라의 2012 년 국가브랜드지수는 실체 13 위, 이미지 17 위로 2009 년 조사 이후 지속적으로 지수가 향상되며 ‘대한민국’ 브랜드가 모든 면에서 약진

- 종합 결과
 - 국가브랜드위원회와 삼성경제연구소가 공동 개발한 국가브랜드지수 2012 년 조사결과, 한국은 총 50 개국 중 실체 기준 13 위, 이미지 기준 17 위 기록
- 개선 전략
 - 4 대(정책/제도, 인프라, 국민, 전통문화/자연) 취약부문의 실체를 개발하고 적극 활용
 - 대한민국의 ‘유명인’과 ‘현대문화’를 적극 홍보
- 국가브랜드 전략에 관한 종합 제언
 - 국가브랜드 전략의 기본 틀 및 방향성에 대한 재검토 및 공감대 확산 필요
 - 선진국과 신흥국, 인접국과 비인접국 등 지역별로 차별화된 맞춤형 전략 구사
 - 해마다 자화상(국내 평가)과 타화상(해외 평가)의 격차가 발생하므로 국내외의 균형있는 소통을 위한 대책 강구
 - 지난 4 년간 한국의 국가브랜드가 꾸준히 상승했고, 특히 2012 년에는 이미지도 상당히 개선되었으므로 이를 토대로 한 지속적인 브랜드 관리 전략이 필요

공간정보로 만들어가는 스마트국토, 행복한 국민

국토연구원 | 월간국토 통권 379호 | 2013.5.10

<http://www.krihs.re.kr/>

고부가가치와 청년일자리 창출뿐만 아니라 다양한 분야와 융복합되어 무한한 가치를 창출할 수 있는 공간정보산업과 국가공간정보정책 소개

1. 정부 3.0 구현을 위한 국가공간정보정책 방향
2. 공간빅데이터로 똑똑하고 신뢰받는 정부 구현방안
3. 공간정보 융·복합 산업을 이끌어갈 글로벌 리더 양성과 일자리 창출
4. 공간망원경으로 여는 행복한 생활국토
5. 공간정보 기반 창의교육을 위한 현황과 과제
6. 공간정보산업의 세계 진출 전략과 과제

경제, 사회 여건변화에 대비한 교통투자시설 평가체계 정립에 관한 연구

한국교통연구원 | KOTI-Brief Vol.5 7호 | 2013.4.26

http://www.koti.re.kr/board/publication/index.asp?code=publication_regular&cate=13&mCode=040501

장래의 교통투자 여건변화에 대응하기 위해서는 평가의 실효성 확보를 통한 교통관련 계획수립 체계 전반에 걸친 개선이 필요

- 배경
 - 복지정책 확대 및 재정건전성 강화 등의 요구로 인한 교통시설 투자규모의 축소 우려
 - 교통서비스의 질적 수준을 유지하기 위해서는 교통투자의 효율성 확보가 필요
- 교통투자사업 평가체계 개선방향
 - 계획단계에서는 교통 부문 상위계획 간 계획수립 체계의 개선
 - 선정단계에서는 예비타당성조사 신청사업 선정과정의 개선과 중기교통시설투자계획 대상사업의 일괄 예비타당성 조사 시행
 - 추진단계에서는 타당성 평가과정의 독립성 강화 및 평가과정 체계화
- 교통투자사업 평가방법 개선방향
 - 교통수단별, 유형별 특성을 반영한 평가항목 선정과 이를 중심으로 AHP를 활용한 종합평가 시행
 - 경제성 분석 시 화물 편익과 화물자동차 편익을 추가
 - 조건부 가치측정법의 개선을 통하여 통행시간 신뢰성 가치, 쾌적성 가치, 선택가치 등을 도로부문에 확대 적용
 - 재생사업 등 경제성 분석으로 사업추진 여부를 결정하기 곤란한 사업들에 대해서는 별도의 사업추진 체계 마련

사회서비스 분야의 산업화를 통한 육성이 필요하다: 사회서비스산업의 국제 비교와 시사점

현대경제연구원 VIP Report | 2013.4.29

<http://www.hri.co.kr/storage/newReView.asp?boardid=1,2,8,38,125,126,127,128,129,5,132&column=&thirdDepth=&numIdx=18906&skin=&mode=&GotoPage=2&keyword=&firstDepth=1&fourthDepth=&secondDepth=0&sortby=>

사회서비스산업의 육성을 통하여 고용창출 효과 증대, 소비자 선택권 확대, 서비스 차별화 및 IT 기술과 보건·의료산업과 연계한 신성장 융합 산업화로 고부가가치 추구

- 배경 및 중요성
 - 국민들의 복지욕구 충족을 위해 공적·사적으로 제공되는 사회서비스는 저출산·고령화의 가속화와 여성의 경제활동참가율 등이 증가하면서 지속적으로 수요 증대가 예상됨
 - 사회서비스산업은 고용증가가 없는 성장과 경기침체가 지속되는 중에도 새로운 일자리 창출을 주도 (2005년 이후 증가한 취업자의 약 42%가 사회서비스산업에서 창출)
- 사회서비스산업의 국제 비교
 - 한국 사회서비스산업이 경제에서 차지하는 부가가치 비중은 4.6%로 OECD 평균(6.7%)을 크게 하회 (OECD 26개국 중 21위)하고, 고용 비중은 5.4%로 25위
 - 한국 사회서비스산업의 생산성은 OECD 평균의 68% 수준으로 21위
 - 인구 천명당 사회서비스산업 종사자 수(26명)는 선진국의 절반 정도에 불과
- 시사점
 - 사회서비스산업의 육성을 위하여 정부가 선도하는 시장조성 노력이 필요
 - 고용창출 효과를 증대하고 양질의 사회서비스 종사자 확보를 위해 체계적인 인력양성 시스템의 구축이 필요
 - 정부는 사회서비스 지원방식을 수요자 중심으로 변경하여 소비자 선택권 확대, 서비스 차별화, 공급자 간 경쟁 유도를 통한 품질 향상 추구가 필요
 - IT 기술과 보건·의료산업과 연계한 신성장 융합 산업화 등을 통하여 고부가가치 추구
 - 한국형 사회서비스산업 발전 모델의 정립이 필요

중산층 현황에 대한 다면적 분석과 중산층 확대전략에의 시사점

한국개발연구원 | KDI 경제전망 2013 상반기 | 2013.5.23

http://www.kdi.re.kr/report/report_class_e2.jsp

중산층의 축소는 중산층의 개념 중 소득분포의 분산성 증가에 국한된 관찰로, 이에 대한 대응방안은 중·하층부의 숙련증진과 기술기반을 고도화하여 소득분포 전체의 상향이동성 증가

- 배경
 - 중산층 강화는 정치·경제·사회적 측면에서 중산층의 순기능에 대한 호의적인 인식으로 반발을 일으키지 않음
 - 어떤 중산층 개념을 차용하는지에 따라 경제상황이나 문제인식, 개선책에 차이 발생
- 중산층에 대한 다양한 정의 및 현황
 - ‘중위 60% 인구의 소득점유율’의 경우 소득비중이 외환위기 이전 수준을 상회
 - ‘중위소득 50~150% 내 인구비중’의 경우 중산층 비율이 지속적으로 상승하다가 1990년대 초반에 역전된 후 최근 약간 상승
 - ‘항상소득의 대리변수로서의 소비’의 경우 지난 20년간의 가구 소비지출의 추이에서 중산층의 경제력 비중과 중산층 비중은 약간 상승했거나 일정 수준을 유지
 - 1992년 이후 2인 이상의 도시가구 중 소득 중위가구와 상위 25% 가구 간의 큰 폭의 소득차이 증가로 인한 터널효과로 박탈감이 심화되었을 것으로 추측
- 시사점
 - 중산층의 축소는 소득분포의 분산성 증가에 국한된 관찰이며, 다른 관점에서 관찰할 경우 중산층의 비중은 약간 상승했거나 일정 수준을 유지
 - 소득분포의 분산성 증가에 대응하기 위해서는 중·하층부의 숙련을 증진시키는 시스템적 노력의 강화와 기술기반의 고도화를 통한 소득분포 전체의 상향이동성 증가가 필요
 - 저소득층 취업지원은 빈곤정책과 중산층 정책에 가장 효과적인 반면, 중간층 지원은 빈곤율을 악화시킴
 - 중산층 확대정책과 빈곤정책, 고학력 여성인력의 고용률 제고는 상호 간에 영향을 미치며 또한 경제 전체의 생산성 제고도 고려해야 하므로 종합적 시각의 정책조합이 필요

유통시장, 대형점 줄고 생활밀착형 늘고 있다

LG 경제연구원 | Weekly 포커스 1248 호 | 2013.5.8

<http://www.lgeri.com/management/marketing/article.asp?grouping=01020300&seq=395>

가구구조의 변화에 따른 생활밀착형유통의 부상, 소비심리 변화에 따른 아울렛, 창고형 할인매장의 성장, IT 기술의 발전과 병행한 온라인 시장의 성장으로 새로운 유통 트렌드 형성

- 유통산업에서 관찰되는 현상
 - 2012년 대형마트의 성장률은 1.4%로 추정되고, 백화점은 4.9%로 성장세 둔화
 - 2012년 온라인 시장은 11.8%의 성장률을 보이며 5년 이상 두 자리 수 성장률 유지
 - 유통시장에서 관찰되는 변화의 움직임
 1. 근린형 소비에 대응하는 생활밀착형유통*의 부상
 - 편의점은 지난해 매출액 성장률 19.8%에 총 점포수도 지난 해 대비 3,280여 개 증가
 - 기업형 슈퍼마켓 역시 1~2인 가구증가와 근거리 소량구매 패턴의 정착으로 점포수가 2011년 대비 약 230여 개 증가
 2. 가치소비에 적합한 아울렛, 창고형 할인매장의 성장
 - 가치소비** 성향이 강해지면서 2009년 이후 아울렛, 할인매장이 지속적으로 성장
 - 지난해 교외형 프리미엄 아울렛이 41.3%의 성장을 함에 따라 백화점 3사는 아울렛 사업에 주력하고, 대형마트 역시 창고형 할인매장 확장에 속도를 낸
 3. 백화점보다 더 커진 온라인 시장
 - 온라인 시장은 2011년 백화점을 제치고 유통시장 규모 2위를 차지하며 매년 20% 내외의 고성장세 유지
 - 스마트폰 등 모바일 기기 확산으로 모바일 쇼핑의 급속한 성장과 소셜 커머스의 성장
 - 유통시장 변화의 동인
 - 1인 가구 증가로 인한 인구구조 변화와 선진국 대비 매우 빠르게 전개되는 고령화
 - 저성장의 고착화로 인한 소비심리 위축과 가치소비를 지향하는 경향의 심화
 - IT 기술에 기반을 둔 전자상거래의 지속적인 성장과 소셜 커머스 등 새로운 모델의 부상
- 가치소비는 자신이 지향하는 가치를 지키면서 좀 더 합리적인 가격에 구매하려는 소비 성향**

* 생활밀착형 유통이란 주거지 혹은 근무지 근처 등 근거리에서 소량 구매할 수 있는 유통

** 가치소비는 자신이 지향하는 가치를 지키면서 좀 더 합리적인 가격에 구매하려는 소비 성향

※ 본 자료는 연구 활동 및 시정 업무의 참고자료로
활용하기 위해 작성된 것임.

서울연구원 도시정보센터 출간자료팀

email: urbandata@si.re.kr

phone: 02-2149-1022