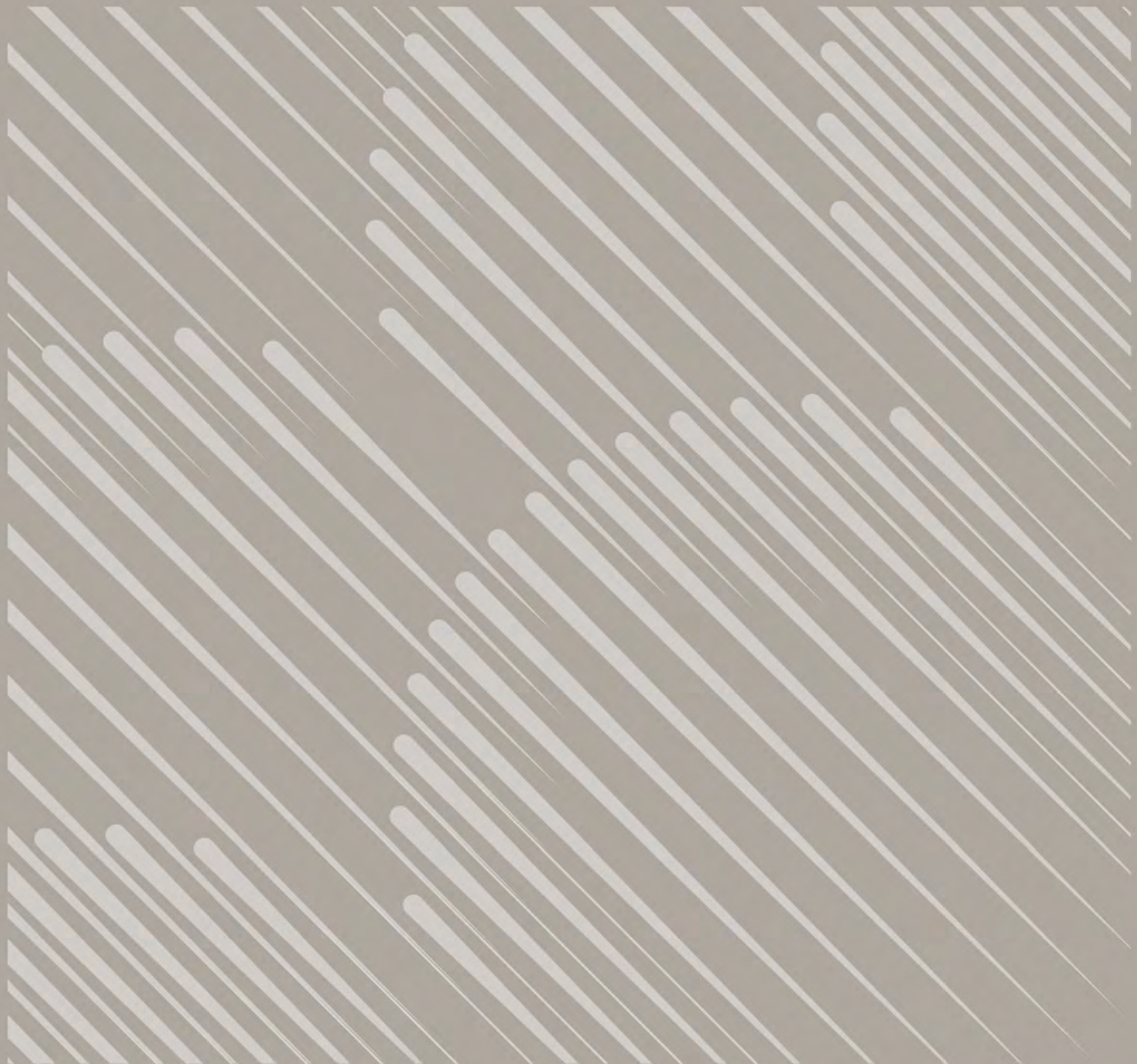




ISSUE PAPER

2019년 2/4분기 서울지역
민생경제 체감경기 진단

CONTENTS

01 소비자 체감경기

2분기 서울시민 체감경기는 전 분기보다 소폭 하락
서울시민 “주 52시간 근무제로 삶의 질 향상 기대”

02 소상공인 업황 조사

서울지역 소상공인 체감경기 BSI는 전달보다 소폭 상승
서울지역 전통시장 체감경기도 올해 들어 소폭 상승세

03 50플러스 세대 민생현장 조사

중·장년 세대의 전문성·노하우는 우리 사회 큰 자산

04 관광업계 체감경기

명동·동대문 관광특구 상권: 관광스타트업계 현장점검
봄철 성수기 이후 외래관광객 발길 늘고 매출 소폭 올라
중국 관광객 증가추세 ... 쇼핑품목은 신발·과자 등이 인기
관광스타트업: 플랫폼 기반 B2C, B2B 사업모델 관심 ‘쑥쑥’
서울 관광시장 다변화 위한 정책·제도적 지원 ‘발등의 불’

부록 민생경제 현장점검 포럼

마곡지구의 산업과 정책과제

요약

2분기 서울시민 체감경기는 전 분기보다 소폭 하락

서울시민의 체감경기를 대표하는 「소비자태도지수」는 2019년 2/4분기 92.7로 전 분기 대비 1.0p 하락했다. 「소비자태도지수」의 구성요소인 「현재생활형편지수」는 전 분기에 비해 1.0p 떨어진 86.0이며, 「미래생활형편지수」도 전 분기보다 2.0p 하락한 88.8을 기록했다. 「현재소비지출지수」는 114.8로 전 분기 대비 0.6p 상승하였으며, 「미래소비지출지수」도 전 분기보다 0.5p 오른 96.1을 기록했다. 「미래 소비지출지수」를 품목별로 살펴보면 ‘식료품비’, ‘문화·오락비’, ‘의류비’, ‘교통·통신비’는 전 분기 대비 소폭 증가하였고, ‘주거비’, ‘교육비’는 전 분기에 비해 감소하였다.

서울시민 “주 52시간 근무제로 삶의 질 향상 기대”

서울시민의 88.2%가 주 52시간 근무제를 인지하고 있었으며, 그중 55.0%는 주 52시간 근무제가 제대로 지켜지지 않고 있다고 응답하였다. 서울시민 56.3%가 주 52시간 근무제를 긍정적으로 인식하고 있으며, 긍정적으로 생각하는 요인은 1순위 기준으로 ‘여가시간 확대로 삶의 질 향상’이 68.6%로 가장 높게 나타났다. 반면 부정적으로 생각하는 요인 1순위는 ‘초과수당 줄어 임금 감소’가 50.2%로 조사되었다. 응답 가구의 63.9%가 주 52시간 근무제가 큰 영향을 미치지 않는다고 생각하였으며, 주 52시간 근무제 시행으로 ‘업무 강도’는 증가하였지만 ‘삶의 만족도’도 함께 증가한 것으로 분석되었다.

서울지역 소상공인 체감경기 BSI는 전달보다 소폭 상승

서울지역 소상공인의 5월 「체감경기 BSI」는 전월 대비 2.4p, 전년 동월 대비 1.3p 상승한 71.8이며, 6월 「전망경기 BSI」는 전월 대비 2.9p 하락한 79.5로 나타났다. 서울지역 전통시장의 5월 「체감경기 BSI」는 56.7로 지난달보다 5.3p 상승하였지만, 기준치(100)를 크게 밑돌았으며, 6월 「전망경기 BSI」는 전달 대비 5.3p 하락한 76.4였다.

50플러스 세대의 전문성·노하우는 우리 사회 큰 자산

50플러스 세대(50~64세)는 제2의 인생을 살아가는 시기로, 지금까지의 삶의 방식을 바꾸고 새로운 환경에서 새로운 것을 배우고 적응하기 위한 전환의 시간이 필요하다. 서울시 50플러스재단은 50플러스 세대에게 제2의 삶을 발굴하고 새로운 진로를 모색해나가는 활동들을 보조해주는 역할을 담당하고 있다. 단순한 금전적 지원이나 재취업 알선이 아니라 50플러스 세대와 사회를 다시 이어주는 연결고리의 하나로 작용하는 것이 가장 바람직하고 50플러스 세대에게 유용한 활동이다. 50플러스 세대는 일과 삶이 분리되지 않고 일과 삶이 융합된 형태로 변화해야 한다. 50플러스 세대가 쌓아온 전문성과 노하우를 제대로 매칭하여 적재적소에 활용할 수 있다면 사회의 큰 자산이 될 것이다.

봄철 성수기 이후 외래관광객 발길 늘고 매출 소폭 올라

명동관광특구의 2/4분기 매출은 1분기(100) 대비 조금 상승한 105 수준이었으며, 전년 동기 대비 매출 수준도 110으로 올라 외래관광객 증가에 따른 매출 상승효과가 뚜렷하게 작용하였다. 동대문관광특구의 매출 상황은 전 분기보다 소폭 상승한 105~110 수준이었으며, 전년 동기 대비 역시 105~110 수준으로 상승하였다. 다만 의류업계는 여전히 침체되었으며, 중국 의류시장의 성장 및 온라인 쇼핑 등으로 회복이 어려운 것으로 보인다. 3~5월 중 방한 외래관광객 수는 약 427만 명이며, 중국 관광객 수도 점차 증가하는 추세이다. 관광스타트업은 플랫폼 기반의 B2C, B2B 비즈니스모델, 체험 서비스에 관심이 증가하는 추세로, 기업 경쟁력 강화와 관광시장 활성화를 위해 서울시 지원 및 제도 개선 등이 필요할 것으로 보인다. 서울 관광시장 다변화를 위해서도 외래관광객에게 다양한 볼거리와 즐길거리를 제공할 수 있도록 관광특구만을 위한 지원이 필요하다. 서울 재방문율을 높이기 위하여 지역 관광지와 연계 인프라 구축이나 양질의 쇼핑 품목 발굴, 쇼핑 환경 재정비뿐 아니라 관광스타트업의 성장을 통해 다양한 관광상품을 판매하고, 글로벌 플랫폼 기업으로 성장할 수 있도록 제도 개선이 시급하다. 서울시와 글로벌 규모의 포털이나 소셜네트워크 사이트를 연계하여 유망 관광스타트업의 배너 광고를 지원해주거나 해외 순방 동행 등 국내외적으로 서울시의 적극적인 홍보 등도 요구된다.

소비자 체감경기

01 소비자 체감경기

① 소비자태도지수(CSI) 조사를 통한 소비자 체감경기 진단

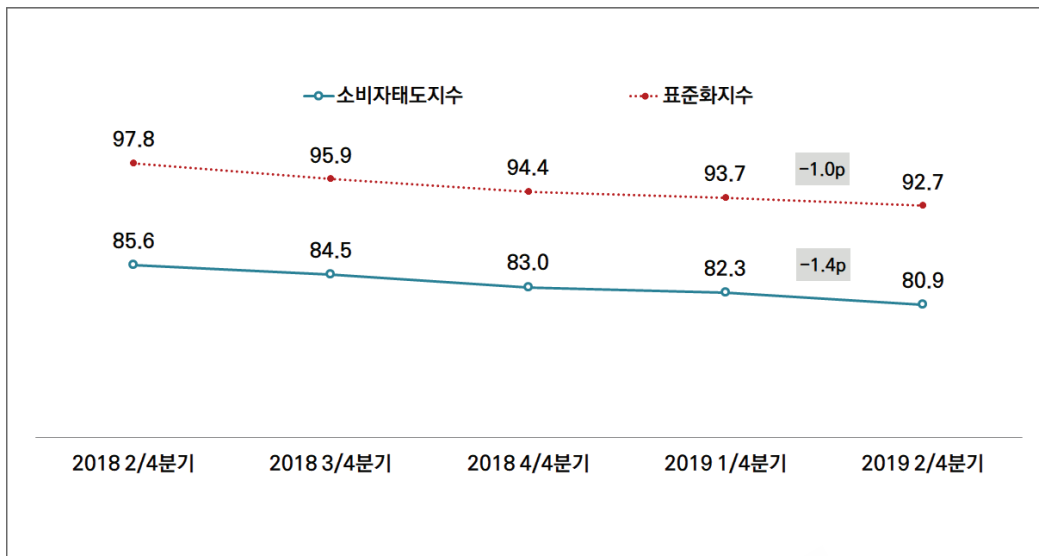
2분기 서울시민 체감경기는 전 분기보다 소폭 하락

〈CSI 조사개요〉

조사대상: 2015년 인구센서스 기준 가구주 연령 만 20세~69세
서울시 일반가구 가구주 및 가구주의 배우자(미혼가구 제외)
조사규모: 총 1,200가구(표본오차 95% 신뢰수준에서 $\pm 2.83\%p$)
조사내용: 1) 기본조사: 생활형편, 경기, 소비지출, 구입태도, 순자산,
고용상황, 물가예상, 가계부채 등
2) 부가조사: 주 52시간 근무제
조사기간: 2019년 5월 8일 ~ 5월 22일

2/4분기 서울의 소비자태도지수는 전 분기 대비 소폭 하락

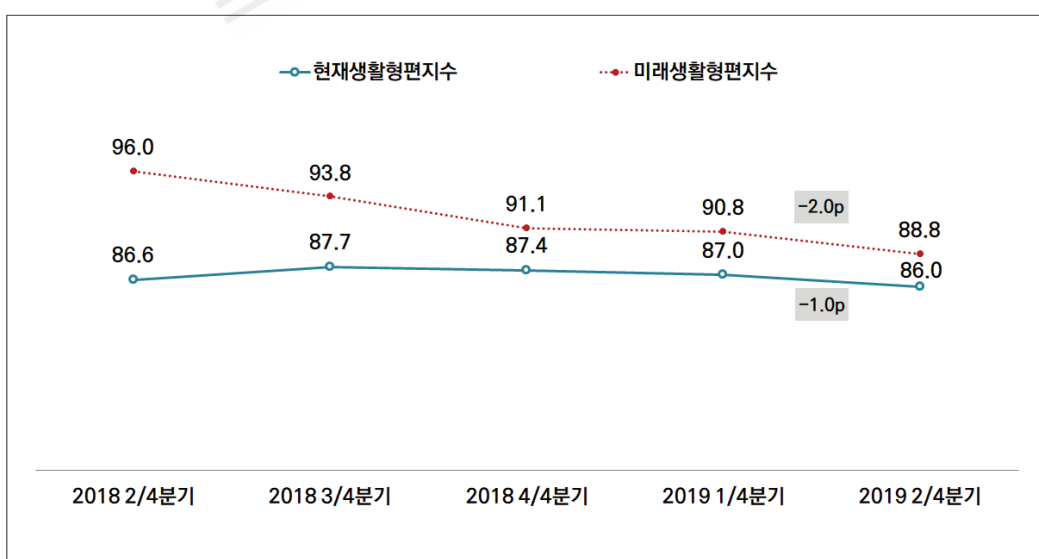
- 2019년 2/4분기 서울의 「소비자태도지수」는 표준화지수 기준 92.7로 전 분기 대비 1.0p 하락
 - 「소비자태도지수」는 2018년 2/4분기 이후 4분기 연속 하락하였으며, 2018년 1/4분기 이후 지속적으로 기준치(100) 이하를 기록
 - 연령별로는 40대에서 전 분기에 비해 가장 크게 하락
- 2/4분기 이후 서울시민의 「소비자태도지수」 향방은 고용지표의 개선 정도에 좌우될 것으로 판단
 - 민생과 직결된 고용지표의 하락이 전체적으로 「소비자태도지수」에 반영된 것으로 보이며, 주택가격의 안정화로 주택 구입 심리 등이 개선되고 있으므로, 하반기에 반등할 가능성



[그림 1] 서울의 소비자태도지수

현재생활형편지수 · 미래생활형편지수 모두 전 분기보다 소폭 하락

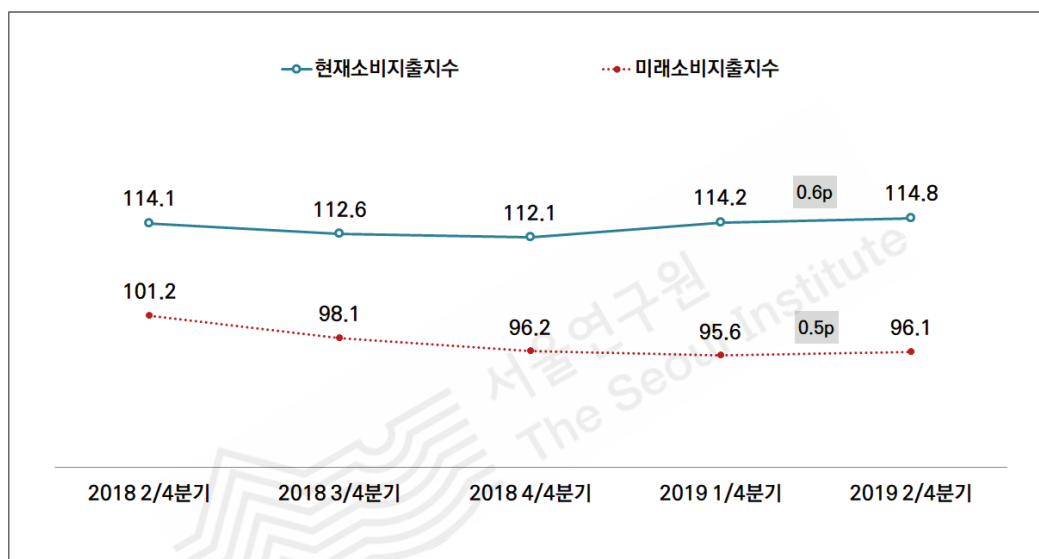
- 2019년 2/4분기 서울의 「현재생활형편지수」는 전 분기보다 1.0p 하락한 86.0이며, 「미래생활형편지수」는 전 분기 대비 2.0p 하락한 88.8을 기록
 - 1년 후 가구 생활형편이 악화될 것으로 본 주된 이유는 ‘경기 불황’이 29.4%로 가장 높았으며, ‘가계소득 감소’(27.3%)도 비슷한 수준으로 조사
 - 그다음은 ‘물가 상승’(16.8%), ‘지출비용 증가 예정’(10.6%), ‘가계부채 증가’(10.3%) 등의 순으로 응답



[그림 2] 서울의 생활형편지수

서울의 현재소비지출지수·미래소비지출지수 모두 상승

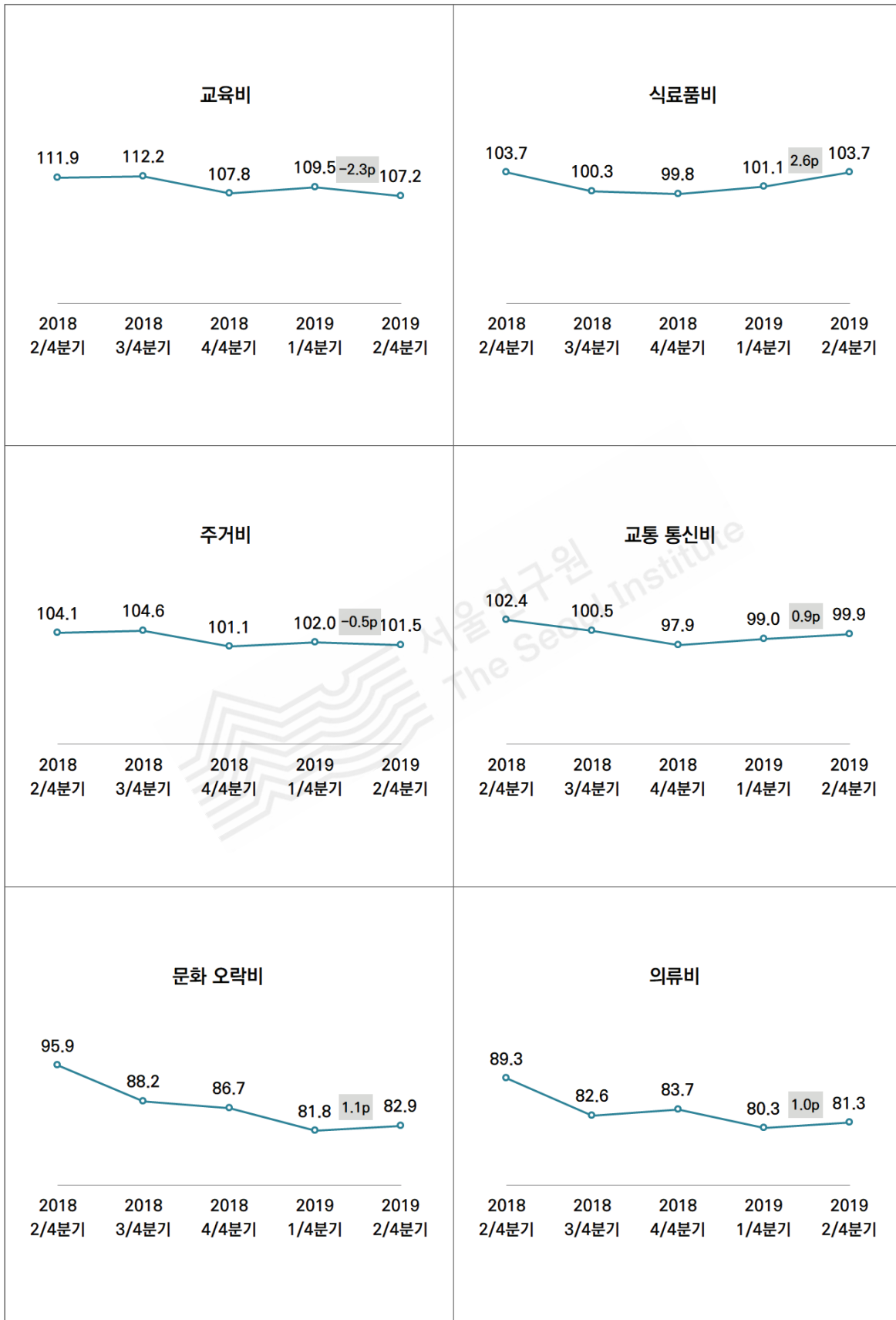
- 2019년 2/4분기 서울의 「현재소비지출지수」는 114.8로 전 분기 대비 0.6p 상승
 - 2/4분기 「현재소비지출지수」는 2분기 연속 상승하며 2014년 1/4분기부터 꾸준히 기준치(100) 이상을 유지
- 2019년 2/4분기 서울의 「미래소비지출지수」는 96.1로 전 분기보다 0.5p 상승
 - 3분기 연속 하락하였던 「미래소비지출지수」는 소폭의 오름세로 반등하였지만, 아직 기준치(100) 이하



[그림 3] 서울의 소비지출지수

미래소비지출지수는 주거비, 교육비 제외한 모든 품목이 상승

- 2019년 2/4분기 ‘교육비’, ‘식료품비’, ‘주거비’의 「미래소비지출지수」는 기준치(100)를 상회
 - ‘교육비’ 지수는 전 분기 대비 2.3p 하락하였지만, 기준치 이상인 107.2로 여전히 조사 대상 품목 중 가장 높은 수준
 - ‘식료품비’ 지수는 전 분기보다 2.6p 상승한 103.7로, 2018년 4/4분기를 제외하고 꾸준히 기준치(100) 이상
 - ‘주거비’ 지수는 전 분기에 비해 0.5p 소폭 하락하였지만, 기준치 이상인 101.5를 기록
- 2019년 2/4분기 「미래소비지출지수」는 ‘주거비’와 ‘교육비’를 제외한 나머지 4개 품목이 모두 상승하였지만, 소폭 상승에 불과
 - ‘문화·오락비’ 지수는 전 분기 대비 1.1p 상승한 82.9로, 3분기 연속 하락 후 소폭 반등
 - ‘의류비’ 지수도 전 분기보다 1.0p 소폭 상승하며 81.3을 기록하였지만, 지수 수준이 여전히 조사 대상 품목 중 가장 낮은 것으로 조사
 - ‘교통·통신비’ 지수는 전 분기에 비해 0.9p 오른 99.9로, 2분기 연속 상승



[그림 4] 품목별 서울의 미래소비지출지수

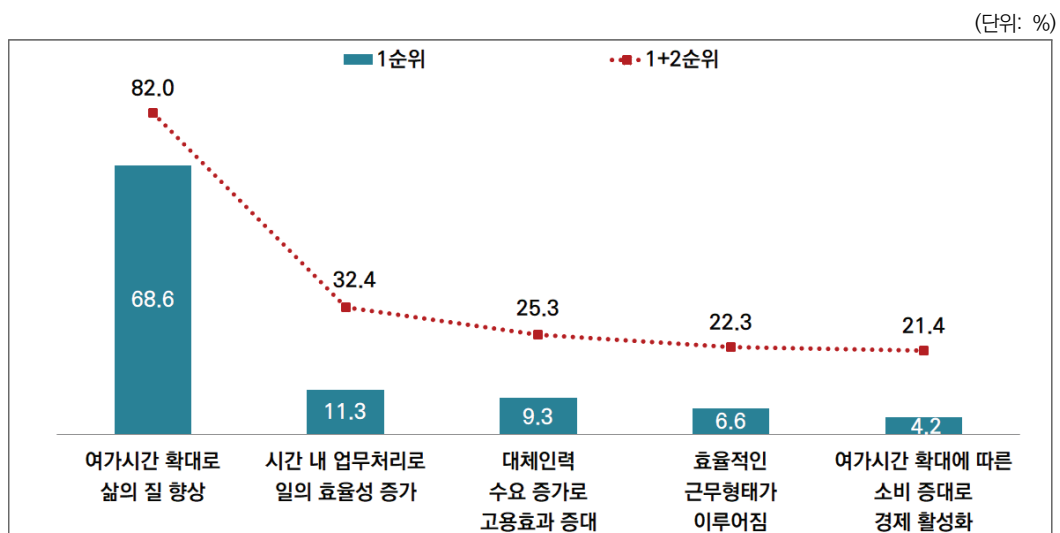
서울시민 “주 52시간 근무제로 삶의 질 향상 기대”

서울시민 55.0% “주 52시간 근무제 잘 지켜지지 않는다.”

- 2018년 7월부터 시행된 주 52시간 근무제를 인지하고 있는 응답자는 전체의 88.2%
- 주 52시간 근무제를 인지하고 있는 가구 중 55.0%는 주 52시간 근무제가 제대로 지켜지지 않고 있다고 응답
 - ‘전혀 안 지켜지고 있다’(5.3%)와 ‘별로 안 지켜지고 있다’(49.7%)를 합한 ‘지켜지지 않고 있다’는 응답이 55.0%로 절반 이상 차지
 - ‘잘 지켜지고 있다’(42.6%)와 ‘매우 잘 지켜지고 있다’(2.4%)를 합한 ‘지켜지고 있다’는 응답은 45.0%

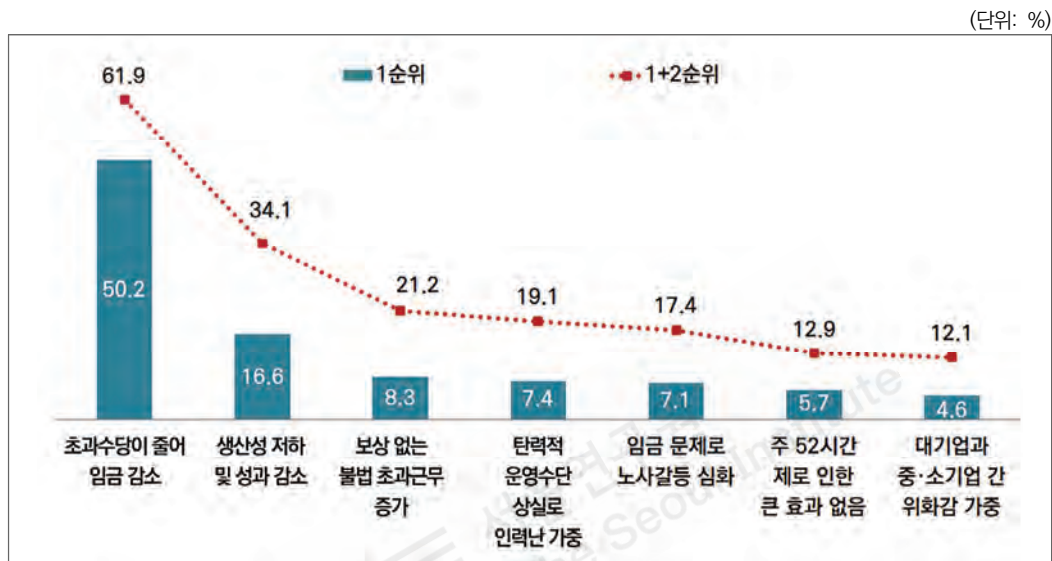
서울시민 56.3% “주 52시간 근무제는 긍정적인 제도”

- 주 52시간 근무제에 대해 서울시민 56.3%는 긍정적, 43.7%는 부정적으로 인식
 - ‘긍정적이다’(48.0%)와 ‘매우 긍정적이다’(8.3%)를 합한 ‘긍정적’이라는 응답이 56.3%로 절반 이상을 차지
 - ‘매우 부정적이다’(7.3%)와 ‘부정적이다’(36.4%)를 합한 ‘부정적’이라는 응답은 43.7%
- 주 52시간 근무제에 따른 긍정적 요인 1순위는 ‘여가시간 확대로 삶의 질 향상’
 - 서울시민들이 주 52시간 근무제를 긍정적으로 생각하는 요인은 1순위 기준으로 ‘여가시간 확대로 삶의 질 향상’이 68.6%로 가장 높고, 그다음은 ‘시간 내 업무처리로 일의 효율성 증가’(11.3%), ‘대체인력 수요 증가로 고용효과 증대’(9.3%) 등의 순



[그림 5] 주 52시간 근무제를 긍정적으로 생각하는 요인

- 주 52시간 근무제에 따른 부정적 요인 1순위는 ‘초과수당이 줄어 임금 감소’
 - 서울시민들이 주 52시간 근무제에 대해 부정적으로 생각하는 요인은 1순위 기준으로 ‘초과수당이 줄어 임금감소’가 50.2%로 가장 높고, 그다음은 ‘생산성 저하 및 성과 감소’(16.6%), ‘보상 없는 불법 초과근무 증가’(8.3%), ‘탄력적 운영수단 상실로 인력난 가중’(7.4%) 순

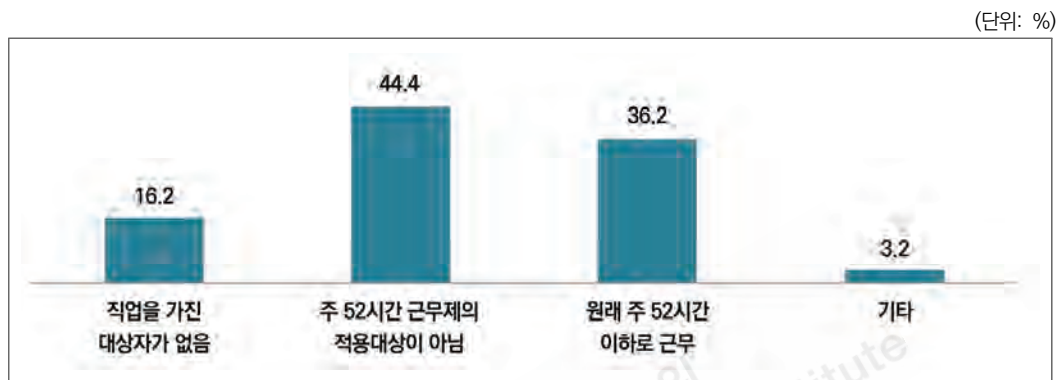


[그림 6] 주 52시간 근무제를 부정적으로 생각하는 요인

응답 가구 63.9% “주 52시간 근무제가 큰 영향 미치지 않는다”

- 응답 가구의 63.9%는 주 52시간 근무제 시행에 큰 영향을 받지 않는다고 응답
 - ‘별로 영향 없음’(47.7%)과 ‘전혀 영향 없음’(16.2%)을 합한 ‘영향 없음’이라는 응답이 63.9%로 절반 이상을 차지
 - ‘어느 정도 영향 있음’(30.7%)과 ‘매우 영향 있음’(5.4%)을 합한 ‘영향 있음’이라는 응답은 36.1%
- 주 52시간 근무제 시행으로 ‘업무 강도’는 증가하였지만 ‘삶의 만족도’도 함께 증가
 - 주 52시간 근무제 시행으로 ‘업무 강도’와 ‘삶의 만족도’, ‘소비지출’은 증가한 반면, ‘근무 시간’과 ‘금전적 수익’은 감소
 - 항목별로는 ‘금전적 수익’이 감소했다는 응답비율은 56.3%, 증가했다는 응답비율은 2.8%
 - ‘근무시간’이 감소했다는 응답비율은 46.9%, 증가했다는 응답비율은 7.4%
 - ‘삶의 만족도’가 증가했다는 응답비율은 34.6%, 감소했다는 응답비율은 20.3%
 - ‘업무강도’가 증가했다는 응답비율은 34.3%, 감소했다는 응답비율은 13.7%
 - ‘소비지출’이 증가했다는 응답비율은 33.4%, 감소했다는 응답비율은 27.4%

- 주 52시간 근무제에 영향이 없는 가구의 44.4%는 주 52시간 근무제 적용대상이 아니기 때문
 - 주 52시간 근무제에 영향이 없는 이유는 ‘주 52시간 근무제의 적용대상이 아님’이 44.4%로 가장 많았으며, 그다음은 ‘원래 주 52시간 이하로 근무’(36.2%), ‘직업을 가진 대상자가 없음’(16.2%) 순
 - 기타 의견으로는 ‘사업장이 주 52시간 근무제를 지키지 않음’, ‘자영업으로 주 52시간을 지킬 수 없음’, ‘재택근무로 대체’ 등



[그림 7] 주 52시간 근무제 시행에 영향이 없는 이유

소상공인 업황 조사

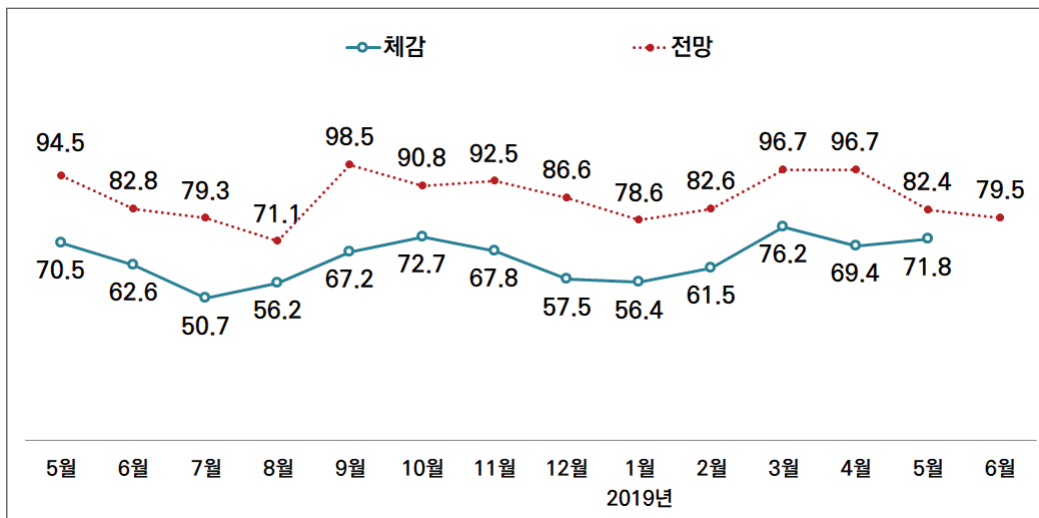
02 소상공인 업황 조사

① 소상공인시장진흥공단 ‘소상공인시장 경기동향조사(BSI)’

서울지역 소상공인 체감경기 BSI는 전달보다 소폭 상승

서울지역 소상공인의 5월 체감경기 BSI는 71.8로 전월 대비 2.4p 상승

- 서울지역 소상공인의 2019년 5월 「체감경기 BSI」는 전월 대비 2.4p, 전년 동월 대비 1.3p 상승한 71.8을 기록
 - 3월 큰 폭으로 상승하며 76.2를 기록하였던 서울지역 소상공인의 「체감경기 BSI」는 4월 다시 69.4로 하락하였지만 1개월 만에 반등
- 서울지역 소상공인의 6월 「전망경기 BSI」는 전월보다 2.9p 하락한 79.5를 기록
 - 3~4월 기준치(100)에 근접하며 상승하였던 「전망경기 BSI」는 2개월 연속 하락하며, 전년 동월 대비 3.3p 낮은 수치 기록



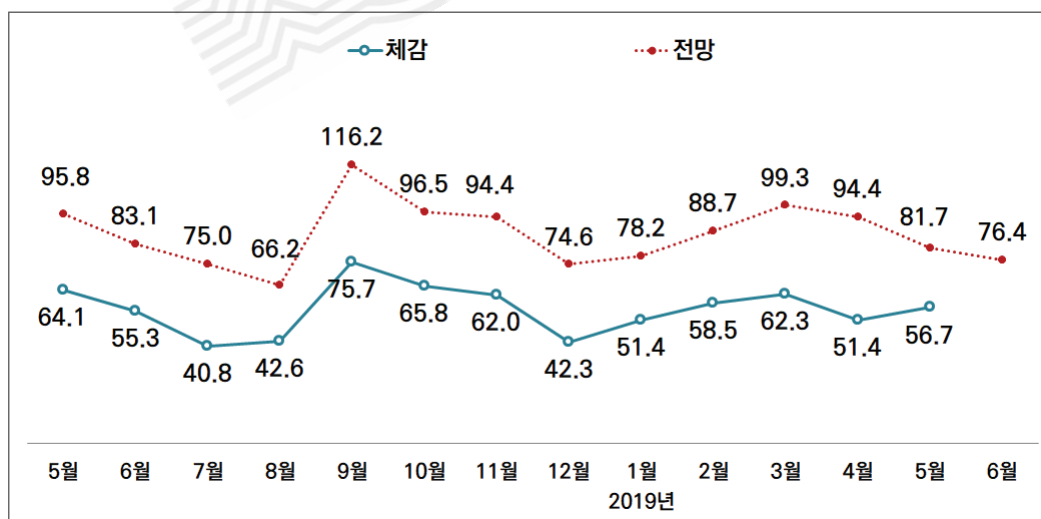
[그림 8] 서울지역 소상공인의 체감경기 BSI 추이

자료: 2019년 5월 소상공인시장 경기동향조사, 소상공인시장진흥공단

서울지역 전통시장 체감경기도 올해 들어 소폭 상승세

서울지역 전통시장의 5월 체감경기 BSI는 56.7로 전달보다 상승

- 서울지역 전통시장의 5월 「체감경기 BSI」는 56.7로 지난달보다 상승하였지만, 기준치(100)를 크게 하회
 - 서울지역 전통시장의 5월 「체감경기 BSI」는 전월 대비 5.3p 상승했지만, 전년 동월 대비로는 7.4p 낮은 수준
 - 전통시장 「체감경기 BSI」는 3월까지 3개월 연속 상승하였지만, 4월 큰 폭으로 하락 후 다시 반등
 - 전통시장 경기는 2019년 들어 전체적으로 소폭의 상승세에 있지만, 전년 동기에 비해 낮은 수치를 보이고 있으며, 야외 시장의 특성상 여름철에 더욱 하락할 것으로 보여 회복에 시간이 걸릴 것으로 판단
- 서울지역 전통시장의 6월 「전망경기 BSI」는 76.4로 전월 대비 5.3p 하락
 - 서울지역 전통시장의 「전망경기 BSI」는 3월 99.3으로 기준치(100)에 근접하였지만, 이후 3개월 연속 하락하며 6월 70대 기록
 - 「전망경기 BSI」는 전년 동월 대비 6.7p 하락하는 등 체감경기보다 하락폭이 상대적으로 커 소상공인들의 미래 경기전망이 체감경기보다 더욱 떨어짐을 시사



[그림 9] 서울지역 전통시장의 체감경기 BSI 추이

자료: 2019년 5월 소상공인시장 경기동향조사, 소상공인시장진흥공단

50플러스 세대 민생현장 조사

03 50플러스 세대 민생현장 조사

① 서울시50플러스 재단 지역별 캠퍼스 및 보람일자리 대상

중·장년 세대의 전문성·노하우는 우리 사회 큰 자산

조사대상: 지역별 50플러스캠퍼스 공유사무실 입주자 및 보람일자리
조사장소: 서부캠퍼스, 중부캠퍼스, 남부캠퍼스, 그 외
조사내용: 운영현황, 업무, 애로사항, 필요지원 등 현장의 목소리 청취
조사기간: 2019년 6월 10일 ~ 6월 24일



[그림 10] 서울시 50플러스재단 및 캠퍼스

서울시50플러스재단

- 이 재단은 50플러스 세대(50~64세)의 새로운 길 찾기와 성공적 인생 재설계를 지원하기 위해 2016년 4월 설립
 - 2016년 5월 서울시50플러스 서부캠퍼스 개관을 시작으로, 중부캠퍼스, 남부캠퍼스 등 3개 캠퍼스와 7개 센터를 운영 중
 - 2020년까지 동남캠퍼스, 북부캠퍼스, 동부캠퍼스 등 3개 캠퍼스가 추가 개관 예정
 - 2013년 설립한 인생이모작지원센터가 전신
- 3대 전략방향
 - 시민이 공감하는 차별화된 50플러스 사업 추진
 - 50플러스신문화 확산 생태계 구축
 - 지속가능한 경영관리 체계 구축

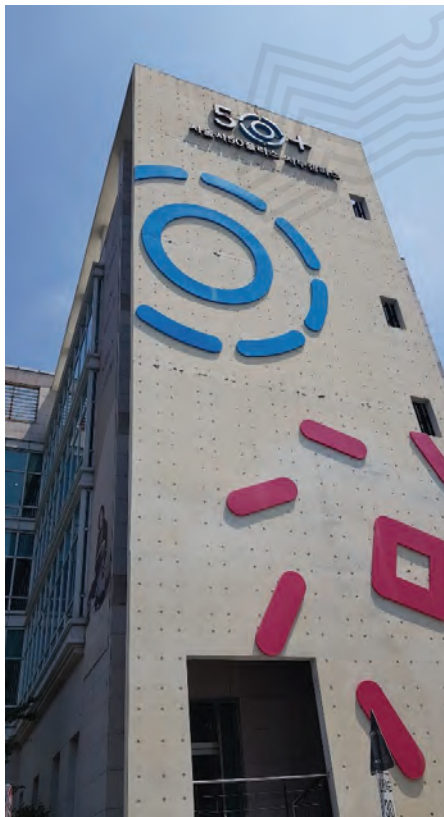
서울시50플러스 캠퍼스

- 서울시50플러스재단이 운영하는 서울시50플러스 캠퍼스는 50플러스 세대를 위한 교육과정을 운영하고, 일자리 및 창업 지원, 사회참여 지원, 여가와 일상 지원 활동을 펼치는 기관
 - 50플러스 세대의 새로운 인생 모델을 창조하고 지원하는 플랫폼이자 다양한 주체가 경험을 나누고 소통하는 광장
- 교육프로그램
 - 인생전환을 준비하는 50플러스 세대가 반드시 거쳐야 하는 두 번째 배움학교로, 관심이나 선호, 경험, 지향하는 가치에 따라 자유롭게 프로그램을 신청하여 참여
- 공유사무실
 - 사무 공간이 필요한 50플러스 세대가 최대 3년까지 저렴한 비용으로 이용 가능
 - 책상, 사물함, 복합기 등의 사무 집기와 업무 공간, 교육과 컨설팅 서비스 제공

서울시50플러스센터

- 이 센터는 50플러스 활동의 지역거점 역할
 - 50플러스 세대의 인생설계와 경력개발을 지원하여 사회참여와 일자리 창출을 돕는 지역 활동 거점으로서 성공적인 50플러스 인생전환 지원
 - 전 과정(상담→인생설계→경력개발/커뮤니티/문화조성)에 걸친 양질의 종합패키지 서비스 제공
 - 교육과 일거리, 활동거리 연계로 특색 있는 50플러스 성공모델 발굴
 - 열린학교 등 당사자의 프로그램 직접 운영 기회 확대로 참여 활성화
 - 사회공헌 및 지역 활동주체인 커뮤니티의 발굴 및 역량 강화

서울시50플러스 공유사무실 입주기업: 교육서비스업



“50플러스 세대의 인생 2막 위해 재능기부 등 제2 커리어 발굴·매칭”

장수시대에 50플러스들이 기존과는 다른 제2의 커리어를 새로 발굴하고 매칭하여 새로운 인생 2막을 보낼 수 있는 교육서비스업을 하고 있다. 50플러스재단이 일자리 상담만 하다가 2016년 8월 일자리 발굴팀이 잠시 생겼는데, 일자리 발굴에 관심이 있어서 들어왔고 50플러스재단에서 보람 일자리 컨설턴트를 했던 6명이 모여서 2017년 6월 창업을 하게 되었다. 창업 직후 한국사회적기업진흥원의 사회적기업가 육성사업 공모가 있다고 해서 ‘50플러스 일자리 매칭 플랫폼’을 냈는데 당선되어 혹독한 훈련을 받고 12월 예비 사회적기업 지정도 받았다.

과거와 다르게 60세에 은퇴하는 것이 아니기 때문에 직업이 중요한데, 옛날 노인들처럼 폐지 줍는 것이 아닌 양질의 지속가능한 일자리를 발굴해내는 것이 필요하다. 인생 1막이 영리추구였다면, 2막은 재능기부나 사회적 가치에 치중하는 비영리에 비중을 두고 활동하고자 한다.

미국 베이비부머는 1946~1964년에 태어난 사람을 말하는데, 선진국이고 사회안전망도 잘 갖춰져 있음에도 갑자기 인구가 늘며 문제를 많이 겪고 해결책을 찾고 있었다. 이를 연구하고 벤치마킹을 하면서 앞으로 우리나라도 이렇게 흘러갈 것이라고 생각하던 차에 50플러스재단이 생기고, 컨설턴트와 일자리발굴도 생겨서 타이밍이 잘 맞았다. 원래는 서울시 인생2모작 지원센터였는데, 이를 50플러스센터가 이어받았다.



“기업-인력 온라인 자동 매칭이 목표”

발로 뛰는 일이다 보니 여럿이 사무실에 계속 앉아있을 필요가 없어 공유사무실은 1인실을 팀원들이 돌아가며 사용하고 있다. 그 외에 다른 공유 공간들도 많아서 업무하는 데 불편함이 없다. 캠퍼스 내의 다른 기업들도 그렇겠지만 각자 하는 일이 다양해 팀원이 모두 모이기가 힘든데, 매주 목요일 정기적으로 만나 서로 해야 할 일들을 토론하고, 커뮤니티도 활발하게 하는 편이다.

일자리발굴 및 매칭 업체가 전혀 없진 않지만 공유사무실 내에는 없다. 홈페이지에 콘텐츠 등이 모두 제공되고 있고, 아직 데이터 축적이 안 되어있어 지금은 불가능하지만 앞으로 홈페이지 내 온라인상에서 기업과 인력 간 모든 매칭이 자동으로 이루어질 수 있도록 하는 것이 목표다.

“올해부터 젊은 층과 세대교류에 힘써”

서울시가 50플러스재단을 선도적으로 운영하다 보니 다른 시도 벤치마킹을 많이 하고 있다. 사회적기업이지만 사업이다 보니 매출이 중요한데, 오산시가 우리 기업에 대해 알고 콘택트를 해 와서 전문성을 전수하고 있다.

그리고 올해부터 젊은 층과 세대교류에 힘쓰고 있다. 캠퍼스 바로 옆에 있는 동명여고에서 창업가정신을 가르쳐주는 강의도 하고, 50플러스재단의 공익활동 지원 공모금 500만원으로 서울혁신파크와 연계하여 상상청에서 창업프로그램을 1일 체험할 수 있도록 하고 있다.

“비영리·사회적경제 추구 제3섹터 코디네이터 양성”

고3 학생들이 입시 후 시간이 많이 남는데 빈 시간을 활용하여 학생들을 혁신파크에 데리고 와서 창업가 정신과 창업생태계에 대해 직접 보여주고 가르쳐줄 수 있다면 큰 도움이 될 것이라고 생각한다. 서부캠퍼스에만도 240개 업체가 있는데 마음에 드는 기업을 직접 방문하고 인터뷰하는 프로그램을 한다면 사회공헌도 되고 양쪽 모두에 좋은 일이 될 것이다.

50플러스센터에서 가장 유용한 수업은 커리어 모색이라고 생각한다. 무언가를 배워서 제2 커리어까지 직접 연결되기 때문에 인기가 가장 많다. 일상적인 학부의 다른 수업들은 취미에 가깝다. 우리 기업의 가장 큰 주력사업은 ‘제3섹터 코디네이터’다. 50플러스 퇴직자와 50플러스를 원하는 구인기관이 있지만 직접 알아서 매칭하게 두면 얼마 가지 못한다. 제3섹터는 비영리와 사회적경제인데, 이익을 극대화하기보다 사회적 가치, 인간 중심적 측면에서 사회공헌과 소득창출을 동시에 해보고자 하는 곳이다. 그런 의미에서 제3섹터 코디네이터 양성과정을 지속해서 운영하고 있다. 매 학기 수업마다 20명씩 양성하고 있다.

“공공사업 특성상 일자리매칭도 공백 생겨”

현재 50플러스 인력을 채용할 때 서울시에서 월 57시간에 52만 원 정도를 보조해주고 있다. 기업 입장에서는 돈을 안 내고 전문성 있는 인력을 쓸 수 있어 좋은데, 그 비용을 직접 내면서 쓰려는 기업은 아주 가끔 있을 뿐이다. 그런데 막상 기업이 그 인력을 쓰고자 해도 반대로 그분이 워낙 역량이 많다 보니 기업에서 정식으로 일하는 것을 꺼리는 경우도 발생한다. 이런 식으로 양쪽의 니즈를 동시에 만족시키는 일자리 매칭이 매우 어려운 편이다. 일자리 매칭도 기간이 2~3주 만에 급하게 이루어지는데 그렇게 하지 말고, 50플러스 구직인력이 원하는 기업에 들어가서 몸풀기하듯 일하다 그 기업이 인력을 뽑을 때 바로 지원하여 들어가면 좋겠다고 생각하는데, 공공사업 특성상 지원사업을 12월에 끝내야 하고, 다음 해에 다시 예산을 받고 하려면 시일이 너무 오래 걸리는 게 문제다. 향후 매칭 노하우도 쌓이고 기술도 좋아지면 점점 나아질 것이라고 본다.

서울시50플러스 공유사무실 입주기업: 공동체 협동조합



“재무적 성취에서 사회 가치 추구로 삶의 전환 모색하려 협동조합 설립”

창업 준비기간 2년여를 거쳐 2015년 사회적기업가 육성사업이라는 사회적기업 인큐베이팅 지원프로그램을 진행하고 연말에 법인설립을 했다. 2014년 고용노동부에서 주관하는 소셜벤처 경연대회에 나갈 때 제출했던 ‘시니어 소셜 하우스’라는 고령자 공동주택 아이디어를 사업화하여 협동조합을 설립하게 되었고, 2016년부터 활동을 시작하면서 50플러스재단 서부캠퍼스에 입주했다.

창업 전에는 IT벤처 사업을 꽤 길게 했었는데, 재무적인 성취를 추구하는 벤처기업에서 사회적 가치를 추구하는 쪽으로 삶의 전환을 모색하던 차에 협동조합을 설립하게 되었다. 현실적으로 70세 전후인 분들이 집에서 자연스럽게 사회적 고립현상이 발생하기 때문에 청년 세어하우스와는 조금 다르게 개별적 주거가 가능한 형태로 원룸과 공유공간이 합쳐진 고령자 대상의 임대주택 사업을 하려고 했었다. 하지만 고령자들은 주거를 바꾸는 게 힘들고 임대료를 낼 만한 시장도 형성이 안 되어 있어서 중·장년층 대상의 코하우징(Co-Housing)으로 바꾸었다. 다양한 세대 구성이 함께 어울려서 하는 형태고, 주로 40, 50, 60대와의 접점이 필요하던 차에 50플러스재단과 캠퍼스가 생기면서 활동도 하고 공유사무실 입주도 하게 되었다.



“서울시와 적극 협력해 시민 상담·교육 등 수행”

공유사무실에 2+1년으로 최대 3년까지 있을 수 있는데 3년이면 충분히 지원해주는 것이라고 생각한다. 내년에는 공유사무실을 나가 다른 곳에 사무실을 얻을 생각이다.

우리 사업은 거의 자부담이다. 서울시의 주택공급과에 공동체주택 업무를 하는 파트가 있어 서울시와 협력하여 공동체주택 아카데미도 하고 시민상담, 교육, 박람회 등 공공과의 협력을 적극적으로 하고 있다. 수업 과정에 서울시 담당 주무관이 강사로 와주시기도 한다.

“공유주택 개념 생겨 공동체 코디네이터 역할이 중요”

일반 주택과 다르게 우리는 공동체주택 또는 협동조합주택이라고 해서 개인에게 분양하는 것이 아니고 처음부터 입주자를 결성하고, 그분들을 대상으로 서로 좋은 이웃으로 살아가기 위한 여러 프로그램을 진행하면서 건축을 병행한다. 공동체주택에 관련된 활동을 하는 협동조합 몇 개가 모여서 연합회를 만들어 사업 시행은 연합회가 하는데, 그중 건축시공을 하는 회사도 있고, 우리는 공동체 관계 프로그램을 전문으로 하는 식이다. 공동체주택이라는 정규과정 강좌를 50플러스 캠퍼스에서 1년에 2번 정기적으로 개설하고 있다. 중·장년 세대들의 집 집착과 집을 자산으로 생각하는 고착된 생각들을 바꾸려고 노력하고 있다.

공동체 코디네이터를 전문으로 하는 기업은 우리가 유일하지 않을까 싶다. 건축사업을 하는 입장에서는 힘든 일인 게, 부동산은 빨리 지어 개발하는 게 효율이 높는데 공동체주택은 효율성 측면에서 0점이다. 감정노동도 해야 하고, 조합원 중에는 SH공사의 코디네이터가 3명 정도 있는데, 임대주택의 주민관계 형성을 촉진하는 활동가들이다.

“중·장년층이 새로운 삶 시작하도록 50플러스재단이 인큐베이팅 역할”

우리 협동조합의 전체 조합원 수는 40명 정도이고 굉장히 다양한 층위로 구성되어 있다. 협동조합 내에서 직접 경제활동을 하거나 급여를 받는 사람은 없고, 상근으로 일하는 사람은 나 하나이다. 조합원들은 다들 주된 경제활동이 따로 있고, 커뮤니티 활동으로 참여하는 식이다. 50플러스재단을 중심으로 주거 공공성을 다시 회복하고 공동체 회복, 세대통합 등 크게 3가지 사회적 가치를 지향하며 활동하고 있다.

중·장년 세대에게 경제적인 일자리 중심의 창업지원 정책이 유효한가 하는 생각이 든다. 50플러스재단에서도 창업수업 참여율이 가장 낮는데, 창업 두려움이 크기 때문이다. 강좌 호응도가 낮고, 수강하시는 분들도 현실적인 창업으로 이어지는 경우가 적다. 강사님도 훌륭하고 프로그램 내용도 좋은데 세대 특성상 맞지 않는 것 같다. 특정 기술을 가진 사람들은 이곳이 아니라도 기술창업을 위한 지원 트랙이 충분히 있기 때문에 그 외의 사람들이 50플러스재단에서 창업을 하자고 하면 성격이 애매하다. 어느 정도 시간이나 경제력이 있는 사람들이 와서 활동을 하기 때문에 50플러스 재단이 복지로 접근한다면 정책효과성이 떨어진다고 본다. 기존 삶의 방식에서 벗어나서 자기의 존재 의미와 사회적 역할을 찾아내고 이것을 활동으로 연계시켜 주는 것이 의미가 있다고 생각한다.

50플러스 세대들은 여태까지의 삶의 방식을 바꾸는 데에 전환의 시간이 필요하다. 그리고 사회적경제 섹터로 들어오기 위해서는 자기 스스로 문제인식을 하는 것이 중요하다. 내 경우 주거 문제는 남의 문제가 아닌 곧 다가올 우리의 문제라는 생각이 들어서 쉽게 다가설 수 있었다. 그리고 이를 공유하는 사람들이 늘어나야 영향력이 생긴다. 이런 활동을 하는 데 있어 50플러스재단이 인큐베이터 역할을 훌륭하게 하고 있다고 생각한다.

서울시50플러스 공유사무실 입주기업: 재무상담 서비스업



“창업교육은 콘텐츠보다 네트워킹 가능해 좋았다”

공동창업자 1명과 함께 2018년 4월 재무상담 및 생활경제교육 주식회사를 창업했다. 공동창업자는 나보다 10살 정도 젊은 사람으로 은퇴 후 새로운 경제활동을 하는 개념이 아니다. 사업 준비 기간은 넓게 보면 창업 관련 교육을 받았던 2015년을 기준으로 약 4년이 되었고 현재 회사 설립을 적극적으로 준비한 것은 1년 반 정도다.

한국은행 연수원장으로 일하다 은퇴 후 첫 번째 창업을 했는데 외국 투자은행을 대상으로 하는 경영컨설팅이었다. 한국은행에서 일했던 것의 전관예우 차원에서 시작했는데 점점 일감이 떨어져서 창업한 지 2년 만에 사업자등록증을 반납했다. 그 후 사회연대은행, 인생이모작지원센터 등에서 시니어 교육을 받고 신용상담사 자격증도 땀다. 서울시50플러스재단의 전신인 인생이모작지원센터에서도 각종 교육을 받았는데, 창업과 관련한 구체적인 교육은 이곳에 입주한 후 받았다. 교육의 질 자체가 만족스러웠다기보다는 교육을 통해 네트워킹을 할 수 있어서 좋았다.

사업 대상이 사회취약계층인데, 이들을 대상으로 재무 상담을 해주는 회사가 많지 않다는 점에서 경쟁력이 있다. 주로 지역자활센터가 우리에게 비용을 지급하고, 센터와 연계된 사람들을 우리가 무료로 상담해주는 형식이다.



“임대료 싸고 시설 좋은 공유사무실 입주에 만족”

사회연대은행에 있던 분이 서울시50플러스재단으로 직장을 옮기면서 이곳을 소개해주었다. 창업을 준비하던 중 중부캠퍼스가 2017년 개관해서 공유사무실 입주자를 모집한다는 소식을 들었다. 예비창업자도 지원할 수 있다고 해서 입주를 먼저 신청했다.

우리처럼 전용입주공간을 사용하는 팀도 있고 일반 공유공간을 사용하는 사람들도 있다. 개인 노트북만 준비하면, 프린터 등 공용 집기도 잘 갖추어져 있고, 회의실과 탕비실도 있다. 공유공간은 월 임대료 3만 원이며, 전용입주공간도 월 10만 원으로 저렴하다. 처음 2년 입주기간이 보장되고 심사를 거쳐 1년 연장이 가능하다. 3년 동안 임대료 부담 없이 안정적으로 사업할 수 있다는 장점이 있다.

“강의식 교육보다 멘토제 바람직”

강의식 교육은 다양한 사람들을 대상으로 평균치에 맞춘 교육을 하기 때문에 큰 도움을 주지 못한다. 멘토제가 대안이 될 수 있지만 멘토와 멘티 뜻이 맞아야 한다는 조건이 있다.

창업은 창업 직후에 매출이 발생하지 않아, 오랜 기간을 기다리고 돈도 많이 들기 때문에 힘든 과정이다. 사업자등록, 정관대표자 변경 등 등기할 때마다 비용이 들어간다. 공유공간 ‘힘나’ 입주팀을 대상으로 하는 창업경진대회에서 2등을 해서 등기 비용을 지원 받았다. 이러한 지원정책이 확대되었으면 한다.



서울시50플러스 공유사무실 입주기업: 교육 협동조합



“엄마가 잘하는 일 상품화해야”

처음에는 단순한 공부모임이었는데, 이때 모인 대여섯 명이 현재 엄마학교협동조합의 조합원이 되었다. 2017년 초 5명이 발기인이 되어 창업 준비위원회를 만들고, 그 후 일주일에 한 번씩 모여서 본격적인 창업을 준비하여 교육, 워크숍 기획 등을 하는 협동조합으로 2018년 1월 사업자등록을 완료했다.

주목적인 엄마들의 성장 교육과 비즈니스 모델을 개발하는 것이다. 가부장적 사회에서 경제활동은 남성 위주로 이루어지고 여성은 결혼하면 경력단절이 되는 등의 문제들을 겪게 된다. 이런 맥락 속에서 엄마들을 한데 묶어서 스스로 교육해야 한다는 생각이 들었다. 사업 내용은 크게 두 가지로 나누어볼 수 있다. 첫째, 엄마들이 스스로 사회적 성장을 꾀하고 이를 위해 서로 교육을 주고받는 것이 있고, 둘째, 엄마들이 잘하는 것을 상품화하는 것이다. 엄마는 가정에서 자녀와 남편을 연결하는 관계와 소통의 중심 역할을 하고 있다. 이러한 강점을 상품화로 연계하는 것이다. 여행과 워크숍 기획이 대표적이다. 작년에는 ‘2050 소통여행’을 운영했고, 올해는 ‘2050 공감페스티벌’을 개최할 예정이다. 통일 관련 NPO와 함께 탈북민을 비롯한 다양한 주체가 참여하는 워크숍도 준비하고 있다. 또한 매달 이야기파티를 열어 엄마들의 경험을 공유하고 교육할 수 있는 장을 만들 계획이다.

“조직 구성원 간 합이 잘 맞는 것이 경쟁력”

조직의 다양한 구성원의 합이 잘 맞는 것이 경쟁력이다. 조합 설립 이전에 2년 동안 매주 만나 왔는데 구성원마다 다른 배경과 특색이 있어 만날 때마다 재미가 있다. 최근에는 이러한 조직 특성을 반영해 ‘차이 Yes, 갈등 No’라는 캐치프레이즈를 만들었다.

설립은 협동조합으로 했지만 향후 멤버십 형태는 열려있다. 협동조합으로 막상 사업을 시작해 보니 어려움이 있어서, 앞으로 확대될 엄마 커뮤니티는 협동조합과 별개의 회원제로 운영하는 방안을 고려하고 있다. 협동조합 시스템에 익숙해지고 사업이 안정화되면 조합원 형태로 멤버십을 모집할 수도 있다. 다음 단계에 대한 다양한 가능성을 열어두고 있다.

“공유사무실 등 각종 지원사업 행정절차 간소화 필요”

조합 설립 당시 50플러스재단으로부터 200만 원 정도 설립지원금을 받았다. 공유사무실 ‘함나’는 2017년 11월에 입주한 이후 1년 반 정도 되었다. 월 10만 원이라는 저렴한 임대료에 각종 지원시설을 갖추고 있다는 점이 강점이다. 최대 입주 기간인 3년을 다 채울 생각이고, 추후 연장이 된다고 하면 더 머물고 싶다.

서울시 협동조합지원센터에서 조합 설립과 관련된 교육을 받았다. 당시 대형 강의 형태의 교육에서 얻는 내용은 많지 않았다. 반면 네트워킹을 하면서 알게 된 전문가 한 분이 있어 그분에게 조합설립과 관련하여 궁금한 것들을 일대일로 물어보았던 것이 큰 도움이 되었다. 재무 같은 분야는 특히 대형 강의보다 일대일 교육이 절실하다.

여러 가지 지원은 매우 도움이 되었지만, 지원체계가 단순화되었으면 한다. 재단과 캠퍼스의 지원을 받아 일하는 사람들은 대부분 딱딱한 행정체계에 익숙하지 않은 분들이다. 공공이 이들과 사업을 할 때 서식이나 형식을 과감히 축소하고 이들의 사업을 신뢰해주어야 한다고 생각한다.

서울시50플러스 공유사무실 입주기업: 교육 서비스업



“50플러스 세대, 일·삶 융합돼야”

2017년 6월에 50플러스재단 중부캠퍼스에서 인생학교라는 교육프로그램이 있었는데 당시 수강생들과 사회적경제 공부모임을 만들었다. 당시 커뮤니티플러스라는 프로그램으로 지원금을 받아서 공부모임 경비로 사용했는데, 이후 단체 전환 때 단체설립 지원금을 받을 수가 있었다. 이 금액으로 2018년 12월 창립총회와 사업자등록, 등기까지 완료하고 명함도 만들었다. 현재 발기인이자 조합원은 7명인데 이 중 다른 일을 겸하는 분이 4명 있어 사실상 3인 체제로 운영되고 있다.

원래 직업이 소프트웨어를 개발하거나 데이터를 다루는 일이었고, 최종 직업은 시민사회, 마을 활동과 관련된 일이었다. 그러면서 사회적경제와 협동조합에 관심이 많아졌다. 현재는 교육과 연구가 주요 사업 영역으로, 정관상 사업 분야는 탐방, 교육, 일자리, 연구 등 50플러스 세대와 관련한 다양한 경제활동이 들어있다.

50플러스 세대는 일과 삶이 따로가 아니라 융합된 형태로 변화해야 한다고 생각한다. 50플러스 이후 삶의 문화 전환과 관련한 기획을 구상 중이다. 예를 들면 인생의 터닝포인트로서 의미 있는 환갑잔치 정도는 필요할 것이라고 생각해 작년에 불광동 기반의 협동조합 ‘루덴스클럽’과 함께 파일럿 형태의 환갑잔치를 열기도 했다.

“공유사무실 내 모니터 같은 장비 지원 요망”

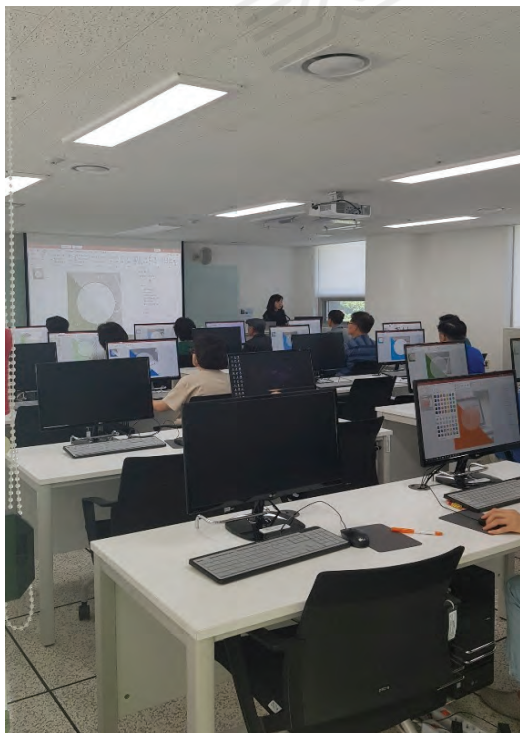
공유공간 ‘힘나’ 내 공간 사용 유형은 독립사무실과 공유테이블의 두 가지가 있는데, 월 사용료는 독립사무실이 10만 원이고 공유테이블은 3만 원이다. 공유테이블은 지정석이 아닌 자유롭게 사용하는 공간으로, 책상과 책장, 사물함이 제공된다. 우리는 고정비용을 최소화하려고 공유테이블 1석을 사용하는데, 자리는 여유가 있지만 아무래도 고정 자리가 아니다 보니 계속 자리를 옮겨야 해서 불편한 감이 있다.

공유공간은 만족스럽다고 보기 어렵다. 그래서 공유공간과 관련한 주제로 연구를 하는 중인데, 공유사무실, 코워킹 스페이스 등 개념 차이와 서울시50플러스재단의 각 캠퍼스 공유공간별 특징을 조사할 예정이다. 우리처럼 나이가 있는 사람들은 시력이 좋지 않아 개인 노트북 화면으로 작업하기가 어렵다. 집에서 일할 때는 노트북에 모니터를 연결해서 사용하는데 이곳 공유테이블은 지정석이 아니어서 모니터 같은 기기를 테이블에 놓고 쓸 수 없다. 50플러스 세대의 특성을 고려해서 모니터 같은 장비 지원이 있었으면 한다.

“수익성만 따지는 사업 평가방식은 지양”

대부분 창업 지원 프로그램은 수익성을 따진다. 멘토 컨설팅을 받아보면 멘토들이 ‘돈도 안 되는데 이걸 왜 하세요?’라는 말부터 시작한다. 그런데 50플러스 세대들이 경제활동만을 위해 창업을 하려는 것은 아니라고 생각한다. 기존 경제 활동 기준으로 제안을 막기보다는 미숙한 점을 개선할 수 있는 발전적인 조언이 필요하다.

서울시50플러스 공유사무실 입주기업: 사회공헌 커뮤니티



“은퇴인력 사회에서 활용하는 선순환 구조 만들어 나갈 필요”

전직 IT계열 프로그래머로, 은퇴 후 2018년 9월부터 커뮤니티를 만들어 회사의 대표를 맡고 뜻이 맞는 분들과 활동을 계속하고 있다. 50플러스 남부캠퍼스에서 '사회공헌을 위한 사진가 양성과정'을 수료하고 현재 드론과정을 이수 중이다. 현재 회사는 사회소외계층의 사진을 찍어 드리는 봉사 활동을 목적으로 하는 커뮤니티이다. 서울시 각 자치구 및 주민자치센터 등에서 운영하는 프로그램의 장애인, 외국인, 노년층 등 다양한 분들의 사진을 찍어 드리고 있다.

50플러스 캠퍼스의 가장 좋은 점은 다른 창업센터에는 없는 노년층을 위한 프로그램이 있다는 점이다. 은퇴 후 제2의 인생을 설계하기 위한 프로그램이 다른 시설의 생계형 창업 목적의 교육 과정과는 달랐다. 창업이나 취업을 위한 과정보다 사회공헌이나 봉사를 위한 활동을 계획하고 있었는데 그 목적과 프로그램의 목적이 잘 맞아 과정을 이수하고 현재 커뮤니티를 구성하여 활동하고 있다.

50플러스센터의 가장 큰 장점은 비슷한 사정과 목적을 가진 분들을 만날 수 있다는 것이다. 이렇게 시작된 커뮤니티활동이 사회적기업으로 이어져 이윤이 발생하고, 그것이 다시 사회공헌을 위한 창업 활동으로 이어지도록 유도한다면 우리와 같은 은퇴인력을 사회에서 활용하는 훌륭한 방안이 될 것이다.

“커뮤니티 활동비용 운영심사 더 세심해져야”

사회공헌은 이후 창업을 위한 연습과정으로 커뮤니티 활동비용이 지급되어 잘 활용하고 있다. 하지만 개별 커뮤니티가 등록이 되면 별다른 심사 없이 운영비가 지급되기 때문에 이를 악용하는 사람도 간혹 있다. 또한 배움이나 참여에는 관심이 없고 캠퍼스 과정을 이수하면서 운영비 사용을 목적으로 하는 학생들도 나타나고 있다. 비용운영에 더 세심한 심사과정을 도입할 필요가 있다.

커뮤니티 활동 지원 시 공간만이 아니라 행정적인 지원도 같이 해준다면 활동이 더 수월할 것으로 기대한다. 봉사활동을 위해 자치구나 지역 주민센터를 섭외 시 민간 단체로서 연락을 취하다 보니 섭외하기가 쉽지 않다. 50플러스센터에서 다른 기관으로의 공문발송을 협조해준다면 큰 도움이 될 것이다.



“3개 캠퍼스학사일정 통합 관리 필수”

50플러스센터를 통해 사진을 찍어 드리는 봉사활동을 하고, 배움을 지속할 수 있다는 점이 매우 만족스럽다. 캠퍼스에서 진행되고 있는 수업에 대한 만족도가 높기 때문에 다른 분들께도 소개하고 이용을 권하고 있는데, 한 과목당 수강인원이 15명 정도로 규모가 작아 아쉽다.

또한 캠퍼스별로 학사 과정을 별도 공지하는 방식으로 진행하지 말고, 50플러스 3개 캠퍼스(서부, 중부, 남부) 전체의 학사일정을 공유하고 일관된 일정으로 진행했으면 한다. 학사일정 공지·커리큘럼을 일반 시민들도 알기 쉽게 일원화해준다면 접근성이 더 높아질 것이다.

서울시50플러스재단 보람일자리: 50플러스 컨설턴트

“장노년층, 재취업방향 재설정 필요”

금융기관(은행)에서 36년간 근무하고 명예퇴직을 하였다. 금융기관에서 퇴직 전 교육을 이수하였는데 실업급여 수급과 내일배움카드를 이용한 교육비 일부 지원, 워크넷 이용방법, 각종 자격증 취득 등 다양한 프로그램으로 진행되어 만족도가 높았다. 금융 관련 경력이 있기 때문에 재무·회계 등 분야로 재취업을 시도했는데 쉽지 않았다. 그간의 금융 경험을 바탕으로 중소기업 컨설팅, 경영지원 지도사 등 각종 자격증도 취득했고 블라인드 채용으로 이력서에 나이가 기재되지 않다 보니 면접까지 갈 수는 있다. 그러나 면접에서 나에게 질문을 많이 하지 않는 것을 보면 마지막엔 나이가 걸림돌로 느껴진다. 또한 장노년층을 대상으로 한 일자리는 주로 경비, 청소 등 단순 업무에 한정되어, 퇴직 후 1년간 공공기관을 중심으로 재취업을 희망했지만 시행착오만 겪었다.

50플러스재단의 ‘새로운 일 방향 찾기 50+양코르크리어 특강’을 수강하며 재취업에 관한 인식이 바뀌었다. 과거 은행에 입사하기 위해 대학에서 준비했던 경험과 마찬가지로 명예퇴직 후 생애전환기를 맞이하며 새로운 경험, 학습, 관계를 탐색할 자유학기제(갭이어)가 필요하다. 그래서 경험을 쌓기 위해 처음 시도한 일이 예비 사회적기업의 인턴이다. 사회적기업은 경영상황이 열악해 전문인력의 수요가 많다. 은행 경험을 바탕으로 다수 일반고객으로부터 크라우드펀딩을 받아 사회공헌 기업에 P2P대출을 심사하는 일을 하게 되면서 나뿐만 아니라 예비 사회적기업의 만족도도 높았다. 이때 느낀 것이 반드시 풀타임 일자리를 고집할 필요가 없다는 점이다. 좋은 일자리는 젊은이들에게도 부족하고, 조직문화에 적응하기에 장노년층은 불리할 수 있다. 그렇지만 요일, 시간을 구분한 단기일자리는 전문경력도 살리면서 사업주에게 부담이 적다. 물론, 급여나 사회보험에 불이익이 있지만 여러 가지 일자리로 포트폴리오를 구성한다면 일을 할 수 있는 기회는 많다고 본다. 앞으로 이런 일자리가 장노년층 재취업의 한 대안이 될 수 있다고 본다.



“보람일자리, 사회공헌·일하는 즐거움 모두 가능”

현재 활동하고 있는 보람일자리는 50플러스 컨설턴트로, 50세 이후 즐거운 삶의 방향을 결정하는데 중요한 생애 7대 영역(일, 재무, 사회공헌, 사회적 관계, 가족, 여가, 건강)을 종합적으로 진단해 앞으로 어떻게 살아갈지 함께 고민하는 자리다. 그래서 상담하러 오시는 분을 가르치기보다는 같이 고민하고, 경험하고, 공유하는 일이어서 준비하는 과정이 즐겁다. 그리고 동년배의 삶을 이해하고 새로운 길을 함께 모색하면서 배우는 점도 많다. 주 2회 중 부캠퍼스에 출근해 6시간을 근무하다 보니 다른 일이나 여가활동을 할 수 있어 시간을 스스로 관리할 수 있는 점도 장점이라고 생각한다.

이외에도 50플러스센터에서 지속적으로 모여 정보를 공유하고 비즈니스 모델을 고민하는 모임을 하고 있다. 센터에서 장소와 경비를 일부 지원해주고 있는데 경비집행이 너무 복잡하고 까다롭다. 모임의 활성화를 위해 경비처리가 회사법인 수준이었으면 좋겠다.

“보람일자리 급여 올리고 계약기간 늘렸으면”

보람일자리의 취지가 양질의 일자리를 제공하는 것이 아닌 건 알고 있지만, 사회적기업진흥원의 비슷한 사업과 비교해 다소 적은 급여와 의료보험 가입이 어려운 점은 아쉽다. 또한 매년 사업을 새로 시작하다 보니 최소 2개월 이상 공백기가 발생한다. 보람일자리는 사회공헌의 의미도 크기 때문에 사업 공백이 없이 계약기간이 늘어났으면 좋겠다. 특히 컨설턴트 등 전문성이 요구되는 일자리는 1년 단위로 연장한다면 퇴직금도 고려할 수 있을 듯하다. 보람일자리는 은퇴 후 지원하는 사람이 많은데, 면접을 진행하면서 면접자 배려가 조금 부족한 것 같다. 기회의 공정성을 위해 외부위원을 활용해야 하는 건 공감하지만 일반 면접과 동일하게 진행하다 보니 자존심이 상하는 경우가 꽤 있다. 면접자의 커리어를 감안해서 배려하는 문화가 정착되었으면 좋겠다.

보람일자리가 현재 50플러스재단 등 한정된 기관에서만 진행되고 있는데 SH, 서울보증재단 등 여러 산하기관으로 확산되었으면 좋겠다. 이런 기관에는 전문적인 상담 등 50플러스 세대가 담당할 수 있는 업무가 많다. 앞으로 50플러스 세대는 더 늘어날 것이고, 일을 하려는 여력과 의지가 많기 때문에 잘 활용한다면 경제에 도움이 될 것이다.

서울시50플러스재단 보람일자리: 학교안전교육단

“교통·재난 등 4대 분야 안전교육 중점 진행으로 현장에서 만족도 높아”

초등학교 교직원으로 일하며 교장을 마지막으로 2015년 퇴직했다. 교직에서 그동안 하지 못했던 IT를 공부하며, 서울시 직업교육원을 이용해 전자 CAD기능사, 조경기능사 등 다양한 자격증을 취득했다. 재취업을 목적으로 취득한 건 아니지만, 취업을 시도하려고 해도 나이제한이 있어 어렵다. 과거 연구사로 일하며 사이버강좌구축 등 IT 관련 사업을 관리 감독한 경험도 있고 동년배에 비해 컴퓨터를 잘 다룬다고 생각하지만 나이가 큰 장벽이다.

학교안전교육단은 서울시 퇴직교원으로 구성된 교육인생 2모작에서 제안하고, 시교육청에서 교육자료와 학교배정 등을 협조해 50플러스재단에서 인건비를 부담하며 운영하는 보람일자리 사업이다. 작년 처음 사업을 시작하며 1, 2학년을 대상으로 교통·재난·생활·신변 등 4대 분야 안전교육을 중점적으로 진행했고 반응이 좋아 올해는 3, 4학년까지 확대되었다. 업무가 확대되다 보니 작년 20명이던 규모는 올해 40명으로 두 배 늘었다. 주로 초등학교 근무 경력을 가진 교직원이 오지만 드물게 공무원, 소방원, 경찰분들도 오신다. 다만 초등학생을 가르쳐야 한다는 부담감에 대다수 교직원만 남게 된다.



“교육청보다 서울시가 교육자료 지원해야”

보람일자리는 아이들을 만나는 것 자체가 행복해 봉사로 생각한다. 다만 다른 분들 얘기를 수렴하다 보면 급여가 다른 기관과 비교해 적다는 의견이 있다. 아이들을 가르치는 시간 53시간, 회의시간 4시간 등 한 달에 57시간으로 구성된다. 봉사로 오시는 분들은 급여에 큰 의미를 두진 않지만 아무래도 급여를 준다는 것과 아침에 출근한다는 것, 아이들을 만나는 것이 장점이다. 그리고 내가 기쁘다 보니 가족들의 응원이 크다. 작년 학교 안전교육단에 참여했던 15명 가운데 10명이 올해도 같이 하고 있으니 참가자들의 만족도가 높다고 볼 수 있다. 그리고 학교에서도 못하는 교육을 제공해 만족도가 높고 참관하는 선생님도 많다.

단점은 거주지와 멀리 배정되는 점이다. 학교가 가까워야 열의가 있고 마음이 편한데 학교 가는데 1~2시간 걸린다. 50플러스재단에 건의는 했지만 지역별로 나눠서 지원받기가 어렵다는 답변을 받았다. 어쩔 수 없는 일이지만 아쉬운 점 중 하나다. 그리고 교육자료를 교육청이 아닌 시에서 지원해줬으면 좋겠다. 교육청은 재정이 빠듯하다 보니 교육자료가 적거나 늦게 지원된다. 화재교육 보조기구는 500만 원 상당의 비용이 들다 보니 몇 개 안 되는 기구를 선생님들이 직접 옮겨가며 사용해 작년에 고생이 많았다. 또한, PPT 등 교육자료도 직접 만들어 활용하고 있다. 아이들이 미래 서울시민이고 교육자료를 계속해서 쓸 수 있다는 점을 고려해 지원이 있으면 좋겠다.

서울시50플러스재단 보람일자리: 자활기업지원단 코디네이터

“퇴직 후 사회참여가 경제적 요소보다 중요”

과거 건설회사에서 영업·관리직 임원으로 34년 근무하다 회사의 경제적 사정이 어려워져서 퇴직하고, 현재 서울시 50플러스재단의 '50+자활기업지원단 코디네이터'로 활동 중이다. 그 외 복지원과 요양원 봉사활동, 마을공동체 커뮤니티 활동, 학교운영회 자문역할 등을 하고 있다.

50플러스자활기업지원단 코디네이터는 자활기업과 50+지원단(참여자) 간 매칭지원, 갈등관리, 수요조사, 보고서 작성 등의 활동을 수행하는 일이며, 월 최대 57시간, 525,020원의 활동비를 지원받는다.

퇴직을 하고 2~3개월 동안 무엇을 할까 고민하다가 인터넷을 통해 강동구청(현재 강동구 거주 중)의 사회적경제 활동가를 알게 되어 활동하면서 서울시 50플러스재단도 자연스럽게 알았다. 주변 친구들은 모르는 경우가 많다.

‘50+자활기업지원단 코디네이터’와 같은 사업이 확대되었으면 한다. 코디네이터와 같은 활동은 50플러스 세대들에게 퇴직 후에도 사회참여 기회를 주는 것으로, 사회참여 및 활동은 50플러스 세대가 건강한 생활을 유지하는 데 원동력이 된다. 경제적인 것도 중요하지만 이 부분이 더 중요하다고 생각된다.



“50플러스 세대 일자리 창출방안 함께 고민”

‘50+자활기업지원단 코디네이터’는 총 5명이 있는데, 대기업 그룹 계열사 대표, 외국계 회사 부장, 공무원, 사업체 대표 등을 지냈던 사람들로 자체적으로 주 1회 미팅을 하면서 자활기업 갈등사례 해결책도 고민하고, 발전 방안에 관한 이야기도 나눈다. 이렇게 자연스럽게 사람들과의 관계가 형성되면서 50플러스 세대의 일자리 창출 방안도 함께 고민하게 되었다. 최근에는 자활기업의 사회적경제 전환을 통한 50플러스 세대 일자리 창출방안을 고민하고 있다. 50플러스재단 사업에 참여한 사람 중에서 창업하는 사람들이 있다면 기업 육성 차원에서 재단이 일정 부분 보육을 해주었으면 좋겠다.

“50플러스 세대 다양한 특성 반영한 다각적 사업 발굴을”

50플러스 세대가 재취업을 할 수 있는 분야가 많지 않고, 있는 것도 단순노무직이 많다. 경비원이나 빌딩 관리인도 기존의 경력을 보기 때문에 화이트칼라들은 뽑히기 어렵다. 50플러스재단이 입소문으로 알려지기 시작하면서 애초보다 사업 참여 경쟁률이 높아지고 있어, 사업들이 확대되고 많아졌으면 한다. 50플러스 세대가 전문직에 종사한 사람만 있는 것은 아니다. 계층이나 학력 등이 다양한 만큼 이러한 특성을 파악하여 다양한 사업이 만들어졌으면 좋겠다. 현재는 사업별 모집대상들이 특수집단(관리직, 사무직, 대졸 이상 등)에 한정되어 있는 느낌인데, 그러다 보니 자활기업과 직무신청자 간 차이가 커서 갈등 사례도 많다. 자활기업에서는 단순노무직을 원하는데 직무신청자들은 대부분 화이트칼라이다 보니 작업환경에 대한 불만, 커뮤니티에서 문제 등이 발생한다.

사업에 참여하면 활동을 평가받는데, 1인당 참여 횟수를 제한하여 다양한 사람들에게 공평한 기회를 주는 것은 바람직하지만 평가가 우수한 전문 인력들에게는 기회를 계속 주는 것도 좋을 것 같다.

서울시50플러스재단 보람일자리: IT지원단

“노년층 대상 IT강사 현장평가로 선발 필수”

외국계 IT업종에서 29년 근무하고 2년 전쯤 희망퇴직을 하였다. 지금까지 치열하게 직장생활을 하면서 살아왔다. 그러다가 보람있는 일을 하면서 살자는 생각이 들었고, 당시 뉴스에서 고령화 문제가 엄청 이슈가 되고 있어서 그쪽으로 알아보던 중 50플러스재단에서 고령자 대상 IT 강사를 모집하기에 지원하게 되었다.

2019년부터 50플러스 중부캠퍼스에서 IT지원단으로 활동 중이다. 주로 노인종합복지관을 방문해서 노년층을 대상으로 스마트폰 교육을 담당한다. 수강생들이 강의를 재미있어하고, 내가 열심히 하는 걸 알아주시면서 고생한다는 말 한마디 해주실 때마다 보람을 많이 느낀다.

IT지원단은 노년층을 대상으로 강의해야 하기 때문에 강의 자질이 매우 중요하다. 단순히 지원서와 면접을 통해서만 확인할 수 있는 사항이 아니므로 현장평가로 선발하는 것이 필요하다. 퇴직을 하기 전에도 IT 전문직들을 대상으로 강의를 했기 때문에 강의 경험은 풍부하다. IT지원단 면접을 볼 때만 해도 자만심이 있었던 것 같다. 그런데 현장에서 직접 강의를 해보니 전문 지식과 강의 능력은 기본이고, 그 이상의 노하우와 강의 자질이 필요하다는 것을 새삼 느끼게 되었다. 노년층을 대상으로 강의할 때는 그분들을 이해하고, 눈높이를 맞춰 강의해야 할 뿐 아니라 수강생들이 재미를 느끼고, 조금이라도 오래 기억할 수 있도록 전달하는 강의 능력이 중요하다.



“IT지원단 활동 경험자끼리 커뮤니티 구성해 운영”

2019년 IT지원단 중에는 2017~2018년에 활동하셨던 분들도 계시는데 그분들의 역할이 중요하다. 기존 경험을 바탕으로 복지관별 교육 내용, 교육 장비 현황 등 노하우를 잘 전달해 주시고, 50플러스재단이 현장에서 직접 지원하지 못하는 것들을 도와주셔서 새로운 분들에게는 큰 도움이 된다. 그분들이 아니었으면 초보자는 어려웠을 것이다. 그래서 IT지원단 활동을 했던 분들끼리 자체적으로 커뮤니티를 구성해서 운영 중이다.

직접 강의를 하다 보니까 이 경험을 바탕으로 노년층 수준을 고려한 IT기기 활용 교재를 만들 어보고 싶어서 재취업보다는 창업을 생각하고 있다. 노년층과 중·장년층들이 알기 쉽고 오래 기억할 수 있도록 가르치는 기법을 더욱 연구해서 동영상 교육자료를 만들어 배포할 생각을 하고 있다. 얼마 전 50플러스재단에서 유튜브크리에이터 강의도 듣고, 따로 공부도 하고 있다.

“노년층 위한 IT교육·대상연령 확대 필요”

복지관도 예산이 정해져 있어 듣고 싶은 사람은 많은데 수강인원이 한정되어 배 우지 못하는 분이 많다. 노년층들의 IT교육 수요가 높으므로 기회를 넓힐 수 있 도록 서울시가 적극 지원해줬으면 한다. 스마트폰뿐만 아니라 블루투스 스피커, 스마트폰과 TV 연결, 사진 편집 등 다른 교육 프로그램도 다양해졌으면 한다.

노인종합복지관들의 교육 환경이 열악하여 이 부분의 개선도 필요하다. 강의 시 설이 갖추어져 있지 않아 노트북도 직접 가져가야 하고, 연결 케이블선, 포인터 등도 강사가 직접 구매해서 가져간다. 이런 부분은 서울시가 일괄적으로 개선방 안을 마련해도 좋을 것 같다. 또한 노년층뿐만 아니라 중·장년층들도 IT기기 활 용을 어려워하는 사람이 많아 연령층 확대도 필요하다.

서울시50플러스재단 보람일자리: 사회적기업 지원 전문위원

“2모작 사업은 안정적으로 운영하고 50플러스 세대는 ‘꼰대’ 기질 버려야”

2012년까지 대기업에서 근무하다 퇴직을 했다. 본인이 회사 생활을 할 당시만 해도 부장 직급 정도면 실무를 몰라도 상관이 없었지만 지금은 그렇지 않은 것 같다. 제2 인생을 살기 위해서는 본인의 전공과 실무 경험이 중요한 것 같다.

한국사회적기업진흥원 사업 중 사회적기업을 지원하는 전문위원 제도를 지인의 소개로 알게 돼서 2016년부터 활동 중이다. 사회적기업의 경우 열정은 있지만 기업 경영에 어려운 부분이 많아 전문위원들이 사회적기업의 경영 컨설턴트로 활동하고 있다. 컨설팅을 해주었던 기업들이 성장하는 모습을 보면 보람을 느낀다. 주 3일 출근하고 월 170만 원을 받는데 만족도가 높은 편이다.

중앙 및 자치단체에서 운영하는 제2모작 사업들은 사업 자체가 단기계약 위주로 추진되다 보니 50플러스 세대가 활동을 하는 데 안정적인 측면이 부족해, 연 단위로 개선이 되었으면 하는 바람이다. 활동을 하다 보면 연령에서 오는 문화적 차이가 존재한다. 그래서 커뮤니케이션이 잘 안 되기도 하는데, 젊은 층은 50플러스 세대를 이해하기 위한 노력이 필요하고, 50플러스 세대는 들으려는 자세가 필요할 것 같다. 50플러스 세대는 소위 ‘꼰대’ 기질을 버려야 한다.



관광업계 체감경기

04 관광업계 체감경기

명동·동대문 관광특구 상권: 관광스타트업계 현장점검

조사지역: 서울시 관광특구(명동, 동대문) 일대

조사대상: 관광특구협의회 관계자, 관광스타트업, 관광안내센터, 의류업, 요식업, 화장품업 관계자 등

조사방법: 명동, 동대문을 중심으로 현장 방문, 대면 및 전화 인터뷰

조사기간: 2019년 6월 10일 ~ 20일

- 명동, 동대문 관광특구 상권 내 관광시장 변화와 업계 동향 조사
 - 명동, 동대문 관광특구 관계자, 주요 상권 내 의류업, 음식업, 관광안내센터 관계자를 대상으로 심층 인터뷰
 - 2019년 2/4분기 관광업계의 동향과 경기 흐름 체감도 조사
 - 관광특구 내 상권 매출 상황, 상권 구성 변화, 임대료 증감 여부 등 조사
- 명동과 동대문 상권 내 매출 변화와 외래관광객 방문 빈도, 쇼핑 행태 조사
 - 관광안내센터를 방문하여 개별 외래관광객 증감 변화, 관광활동 패턴 및 주요 이슈 조사
 - 관광특구 내 영업장을 방문하여 외래관광객의 주요 쇼핑 구매 품목 변화 및 선호도 조사
- 관광스타트업 협회 및 업계 대표를 대상으로 심층인터뷰
 - 관광스타트업협회의 운영 취지와 운영상의 애로사항, 서울시 협조 및 건의사항 문의
 - 관광스타트업계의 주요 서비스 분야 및 비즈니스 모델 변화, 고객층 이용 패턴 변화 등 업계 동향 심층 인터뷰
 - 관광스타트업계 발전을 위한 산업 여건 개선 및 서울시 협조 사항 의견 조사

봄철 성수기 이후 외래관광객 발길 늘고 매출 소폭 올라

명동관광특구 : 2/4분기 매출은 전 분기 대비 105 수준으로 다소 상승하였고, 전년 동기 매출 수준 대비 110으로 상승

- 명동관광특구 내 상권의 2019년 2/4분기 매출은 1분기보다 다소 상승한 105 수준으로 외래관광객 증가에 따른 매출 상승효과 작용
 - 봄철 온화한 날씨 영향으로 외래관광객 방문과 내국인 발길이 늘어나 명동 관광특구 내 상권의 매출은 소폭 상승
 - 일본 골든위크와 중국 노동절 기간에 방한한 외래관광객이 늘어 명동 상권 매출 증가에 직접적인 영향을 끼쳤다는 것이 업계 관계자의 판단
 - 메인거리를 비롯하여 골목 등 낮 12시부터 4시 사이에 걸어 다니는 관광객 수가 눈에 띄게 증가
 - 숙박업, 요식업, 의류업(신발과 액세서리 포함)의 매출 수준은 지난 1분기에 전월 조금 오른 105 수준이며, 스낵을 파는 잡화마트 개업 증가
 - 의류업의 매출 상승은 일반 의류보다 신발 판매 비중이 늘었고, 멀티숍(ABC마트, 폴더, 레스모어 등)의 운동화 제품 인기가 높아진 것이 원인
 - 반면, 화장품업계의 매출은 하향세로 접어들어 지난 1분기보다 소폭 감소한 95 수준으로 조사되었고, 매출 하락으로 폐점하는 업장 다수
- 전년 동기 기준(100)으로 본 2019년 2/4분의 명동 상권 매출 수준은 110으로 상승하였고 개별관광객의 방한 증가 뚜렷
 - 일본 및 중국의 개별관광객 방문이 늘었고, 이들의 쇼핑, 식도락 활동은 명동 상권 매출 신장에도 도움
 - 숙박업, 의류업, 요식업의 매출은 작년 동기 대비 110 수준으로 증가
 - 화장품업은 작년 동기와 비교하여 매출 수준이 90으로 하락하였고, 화장품 주요 고객인 중국관광객의 감소와 면세점 화장품 할인, 중국 내 화장품 기술 및 유통 라인 발달 등이 매출 감소의 주요 요인으로 작용
 - 호텔업은 객실가동률을 높이기 위해 가격을 낮추어서라도 판매를 하고 있어, 객실 손님이 꾸준히 있지만 순이익은 감소하고 있는 것으로 조사
 - 요식업은 작년 동기보다 매출이 올라 매출수준이 110이며, 매출 상승 요인은 관광객 증가와 더불어 무더운 날씨에 따른 카페의 음료 판매 증가
 - 중국 단체관광객 수가 예전만큼 회복되지 않았지만, 개별관광객이 늘어나면서 이들에 대한 상인들의 관심도 커지는 추세
 - 범중화권(홍콩, 타이완, 싱가포르 등)의 개별관광객과 할랄문화권(말레이시아 등), 베트남의 가족 단위 관광객이 꾸준히 증가하며 명동 상권 매출 상승에 기여
 - 불황 속 임대료를 감당 못해 폐업하는 업장이 속출하고 있어, 임대료를 인하해주는 분위기 조성

[표 1] 2019년 2/4분기 명동 관광특구의 매출 체감도

구분	전 분기(기준=100) 대비	전년 동기(기준=100) 대비
명동 전체	105	110
숙박업	105	110
요식업	105	110
의류업(의류, 신발, 액세서리)	105	110
화장품업	95	90



“낮에 걸어다니는 관광객 눈에 띄게 많이 늘어”

봄철 이후 명동을 돌아다니는 관광객들이 눈에 띄게 많이 늘었다. 낮 12시에서 4시 사이에 걸어 다니는 관광객들이 예전에 비해 급증한 것을 알 수 있다. 평소 명동 유동인구 중 내·외국인 비중은 내국인이 8, 외국인이 2였다면, 최근 점심시간에는 6:4(내국인:외국인)까지 외국인이 늘어난 것을 확인할 수 있다. 중국 관광객은 방문객 수가 90%까지 회복된 것 같다는 생각이 든다. 특히 중국 관광객은 깃발을 든 단체 관광객도 있지만, 예전만큼 비중이 높지는 않은 대신, 개별관광객 중심으로 바뀌면서 이들의 발길이 점차 늘어나고 있다.

- 명동 관광특구협의회



“화장품 인기는 내리막 멀티숍 운동화 구매 늘어”

명동 쇼핑하면 떠오르는 것이 화장품이었다. 하지만 작년부터 화장품 인기가 내리막에 접어들고 있는 반면, 신발 구매가 늘어나고 있는 분위기다. 주변 상인들로부터 ABC마트나 레스모어 등 신발 브랜드 멀티숍에서 운동화를 구매하는 관광객이 늘고 있다고 들었다. 예전보다 매장에 손님들도 많아 보이고, 중국인 사이에서 운동화 인기가 점차 높아지고 있는 것 같다.

- 명동 관광특구협의회

“단기계약 형태 잡화마트 늘고 임대료도 인하추세”

작년 하반기부터 명동 거리의 1층에 자리 잡은 잡화마트가 많이 늘었다. 빈 상가를 그대로 두기 어려워 임시방편으로나마 6개월 내외로 단기계약하여 영업하는 곳이 많다. 명동에 잡화마트가 11개 정도 된다. ‘1+1, 끼워 팔기’ 등 행사가 있어 관광객들이 저렴하다는 인식을 하는지 구매를 많이 하고 있다.

그리고 화장품도 장사가 잘 안 되고, 명동 상권이 어려워 세입자들이 못 견디는 상태다. 그래서 요즘은 임대료를 인하해주려는 분위기가 조성되고 있다.

- 명동 관광특구협의회



동대문관광특구 : 2/4분기 매출은 전 분기보다 소폭 상승, 의류업은 여전히 침체

- 동대문관광특구의 2019년 2/4분기 매출 상황은 전 분기 기준(100)으로 소폭 상승하여 105~110 수준
 - 2/4분기 상권 매출 상태는 숙박업, 요식업, 화장품업의 매출이 지난 1/4분기에 비해 조금 오른 상황
 - 봄철 성수기를 맞이하여 외래 관광객 증가 및 내국인 방문이 늘어 동대문 상권의 매출이 소폭 상승
 - 2/4분기 화장품업의 매출 수준은 110인데, 중국 왕홍 마케팅의 활약과 더불어 면세점과 멀티숍의 화장품 판매 증가가 매출 증가로 연결
 - 화장품의 경우 일본 관광객들은 주로 마스크팩을 구매하고, 색조 화장품 등은 중국 관광객들이 많이 구매하는 추세
 - 의류업은 도매와 소매 모두 매출 하락을 겪고 있지만, 그나마 봄철 관광객의 증가로 1/4분기 매출수준과 보합 상태
 - 음식업의 매출은 전 분기 대비 큰 변화가 없지만 외국인 방문 비중이 늘고 있는 추세
- 전년 동기 기준(100)으로 본 2/4분기 동대문 관광특구의 매출은 105~110 수준으로 미약하게나마 상승하였지만 의류업계는 여전히 침체
 - 전년 동기에 비해 중화권(타이완, 홍콩 등) 관광객이 조금 늘었으며, 내국인 발길도 늘어 상권의 매출이 소폭 증가
 - 의류업계는 전년 동기보다 지속해서 매출이 감소하고 있고, 중국 의류시장의 성장 및 온라인 쇼핑 등으로 도소매 의류업계 불황 회복이 어려운 상황
 - 화장품업종 중 하나인 드러그스토어(화장품, 의약품, 건강용품 판매 등)는 내국인 방문이 늘면서 구매력도 다소 향상되어 매출 증가에 직접적 영향
 - 과거에 견주어 동대문의 상권 인기가 주춤하고, 경기침체 지속으로 임대료 부담이 가중되고 있어, 건물주들은 임대료를 인하해주는 추세

[표 2] 2019년 2/4분기 동대문 관광특구의 매출 체감도

구분	전 분기(기준=100) 대비	전년 동기(기준=100) 대비
동대문 전체	105~110	105~110
숙박업	110	110
요식업	110	110
의류업	100	100
화장품업	110	110



“동대문 의류상권 하향세 회복 돌파구 안 보인다”

의류업체가 사실상 하향세에 접어든 것 같다. 도매는 물론이거니와 소매도 상권 회복이 어렵다. 2012년~2013년까지 중국 바이어들이 많았다. 하지만 중국 내 의류 시장이 성장하면서 가격경쟁력에서 동대문의 메리트를 잃었다. 이제는 봉제가격이 중국이 더 싸니까 동대문은 거의 디자인만 담당하는 수준이다. 인건비 자체가 게임이 안 되고, 중국 원단 품질도 상당히 향상되었다. 소매에서는 온라인 쇼핑 판매 비중이 높아져 소매상권의 경기가 어렵다.

- 동대문 관광특구협의회



“화장품 중 마스크팩이 외국인에게 인기 최고”

얼마 전 영업점을 확장하였다. 매장을 넓히고 나니, 내국인 고객들도 늘었고 매출도 조금 올랐다. 외국인도 많이 방문하는데 비중을 살펴보면, 중국인이 60%, 일본인이 40% 정도다. 화장품이 가장 많이 팔리고, 특히 마스크팩이 인기가 많다.

- 동대문 OO드러그스토어



“외국인 손님이 70%에 달해”

가게를 문 연 지 2달밖에 안 되었다. 이전에는 삼겹살을 팔던 곳이었는데 치킨집으로 개조해 오픈하였다. 지난달에 비하면 손님이 조금 줄기도 하였다.

방문하는 손님 중 70%는 외국인인데, 주로 중국인들이 많이 찾는다. 중국 단체도 가끔 오기도 하지만, 단체 손님은 주로 한국인이 많다. 그리고 일본, 타이완, 홍콩에서도 많이 오신다.

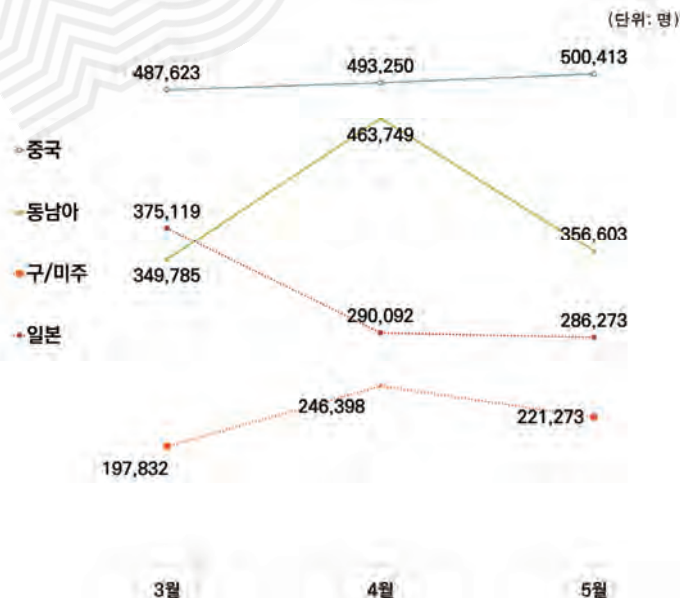
- 동대문 OO치킨



중국 관광객 증가추세 … 쇼핑품목은 신발·과자 등이 인기

2019년 3~5월¹ 방한 외래관광객은 약 427만 명, 중국 관광객은 증가 추세

- 3~5월 중 방한한 외래관광객²은 총 4,268,410명이며, 3월에 1,410,359명, 4월에는 이보다 약 80만 명이 더 많은 1,493,489명, 5월에는 1,364,562명이 방한
- 방한 외래관광객 중 가장 많이 방문한 국가는 중국으로, 총 1,481,286명이 방문하였고 3월에는 487,623명, 4월에는 493,250명, 5월에는 500,413명이 방한
- 중국 관광객 수가 점차 증가하고 있고, 5월에 가장 많은 방문자를 기록하였는데, 이는 중국 노동절(5월 1일~4일) 연휴에 방한한 관광객이 많았던 것으로 판단
- 일본 관광객은 총 951,484명이 방문하였는데 3월 방문자 수(375,119명)가 2월 방문자 수(213,200명)보다 늘었지만, 4월과 5월은 다소 주춤하여 각각 290,092명, 286,273명으로 조사
- 주요 동남아지역³의 방한 외래관광객 수는 총 1,170,137명이며, 3월에 349,785명, 4월에는 약 13만6천명이 많은 463,749명이 방한하였고, 5월에는 356,603명으로 다시 감소
- 구/미주 지역⁴은 총 665,503명이 방한하였으며, 3월에는 197,832명, 4월에는 246,398명, 5월에는 221,273명이 방문
- 명동과 동대문은 일본 관광객들이 선호하는 특정음식점에서 일본인들이 줄 서서 기다리는 모습과 중국 단체관광객들이 깃발 든 모습이 지난 동기에 비해 증가했다는 평가



[그림 12] 2019년 3~5월 방한 관광객 수

자료: 여행신문

1 지난 1/4분기 방한관광객 조사 기간은 1~2월이었으며, 이어 2/4분기에는 3~5월 기간의 관광객 수를 반영
 2 자료: 한국관광공사 한국관광통계 공표
 3 타이완, 홍콩, 필리핀, 인도네시아, 말레이시아, 태국, 베트남 포함
 4 미주(미국, 캐나다, 브라질, 멕시코, 미주 기타), 구주(러시아, 영국, 독일, 프랑스, 이탈리아, 네덜란드 등)

“일본·동남아 관광객 방문 꾸준히 증가 체험활동, 미주·유럽 젊은 층에 인기”

일본 관광객들은 항상 서울을 꾸준히 방문하고 있는 것 같다. 특히 재방문율이 다른 국가보다도 높다. 반면에 사드사태 영향으로 중화권은 최근 3년간 하락하는 추세이지만, 올해는 개별 관광객들이 많아지고 있다. 그리고 동남아 관광객들의 방문이 늘고 있다는 것을 체감할 수 있는데, 그중에서도 베트남 사람들이 많이 방문한다. 문화체험을 위주로 하는 곳이다 보니, 한복 체험, K-POP 댄스교실 등 프로그램을 운영하고 있다. 체험 활동은 미주, 유럽 젊은 층들이 많이 신청하고 있다. 홈페이지에서 참여 모집을 하는데, K-POP 댄스 교실 같은 경우 무료로 진행하니까 참여율이 매우 높다. 외국인 대상의 프로그램이라서 구글링에 잘 노출되도록 노력 중이다. 서울시가 홍보하는데 도움을 주면 좋을 것 같다.

- 명동 서울글로벌문화체험센터 관계자



“외국인 관광객 확실히 늘어 맛집 찾는 개별관광객 많아”

1/4분기에 비해 관광객이 확실히 늘었다. 여기는 단체 관광객들보다는 개별 관광객들이 여러 가지 여행 정보를 얻기 위해 방문한다. 동남아 관광객이 많은데, 말레이시아 분도 많다. 중국 관광객도 작년보다는 훨씬 늘었다. 일본 관광객들은 대개 정확한 목적지를 정해놓고 방문하여 위치를 물어보는 편이다. 동대문에서는 주로 닭한마리 칼국수나 설빙, 오설록 등의 음식점 위치를 물어본다. 쇼핑 상품으로는 마스크팩을 파는 곳을 물어본다. 중국 관광객들은 옷을 주로 사가기 때문에 옷가게 등을 묻고, 삼겹살 가게를 많이 찾는다.

할랄 문화권 관광객도 종종 오는데, 인근의 할랄 음식점이나 생선 골목을 찾는다. 주로 이들은 동대문에서는 쇼핑하고, 숙소는 이슬람사원이 있는 이태원 쪽에 많이 잡는다. 동대문에 러시아 관광객도 자주 보이는데, 러시아어를 할 수 있는 분이 없다. 이분들이 오시면 번역기를 써가면서 소통을 하는데, 이런 부분을 서울시가 좀 도와주면 좋겠다.

- 동대문 관광안내센터 관계자



중국 관광객이 주요 고객 부상… 화장품 구매 줄고 운동화 인기 높아

- 한국 화장품의 인기 다소 주춤, 대형면세점 할인 정책으로 명동과 동대문 로드숍 화장품 구매율은 감소
 - 2017년 정도까지 K-뷰티 인기가 매우 높았고, 화장품은 중국 관광객들의 주요 쇼핑 품목
 - 명동의 메인거리 1층에 국내 브랜드의 화장품업장이 자리 잡고 있었지만, 사드사태로 말미암은 중국관광객 감소로 판매율이 급격히 감소
 - 중국 보따리상인(다이공)들의 화장품 구매는 여전히 이어지고 있지만, 대형면세점의 각종 할인 정책(쿠폰, 1+1, 마일리지 적립 등)으로 로드숍보다 대부분 면세점을 이용
 - 화장품의 마진율이 높아 명동의 비싼 임대료를 감당할 수 있었지만, 판매 부진으로 폐점하는 업체 속출
 - 화장품 영업장이 철수하고 단기 계약(일명 깔세, 6개월 내외)을 맺고 스낵점이 영업 중
- 멀티숍의 제도권 브랜드 운동화 인기가 늘고 있는 추세이며, 중국이나 동남아에 판매되지 않는 모델이 많아 판매량 증가
 - 운동화는 판매가 눈에 띄 정도로 증가하지 않았지만, 중국, 동남아 관광객들 사이에서는 인기 쇼핑품목으로 주목
 - 다른 국가에 판매되지 않고 한국에서만 판매되는 모델이 있어 명동을 방문해서 구매하는 관광객 증가
 - 계절별 구매 특성이 있는데, 비행기값이 비쌀 때에는 상대적으로 쇼핑에 쓰는 비용을 줄이는 추세
 - 봄철보다는 8~9월 이후에 비행기 가격이 저렴하기 때문에 이 시기와 비슷하게 신발 판매량이 많아지는 경향
 - 개별 관광객들이 신발을 소량으로 구매하는 사례도 있지만, 중국이나 동남아에서 신발 판매를 하는 사람들이 대량으로 구매하는 편



**“한국에서만 파는 신발모델 사려고
중화권 관광객들, 멀티숍 많이 찾아”**

중국, 타이완에도 나이키나 아디다스 등이 판매되고 있지만, 한국에서만 판매되는 신발 모델이 따로 있다. 그리고 우리처럼 멀티숍이 있는 곳이 많지가 않다. 타이완에 ABC마트가 있지만 모델이 여기처럼 다양하지 않은 것 같고, 중국에는 ABC마트가 아예 없다. 방문 관광객 중 중국이 90%를 차지하고, 일본은 5% 정도이며, 동남아는 5% 미만으로 많지가 않다. 중국은 중국 본토, 타이완, 홍콩 등 범중국권을 말한다. 화장품이 인기가 많았는데 이제는 신발의 인기가 오르고 있는 것 같다.

- 명동 ABC마트 관계자



“한국어 가능한 직원 고용해 신발 대량 구매”

사드사태 이전에는 중국 관광객이 훨씬 많았지만, 아직은 그 정도의 방문객을 회복하지는 않았다. 예전에는 중국 보따리상(파이궁)들이 직접 와서 대량으로 구매하기도 했는데, 요즘에는 한국말이 되는 직원을 고용해서 사간다. 소매 정가로 판매되는 제품인데 대량으로 사가니까 느낌으로는 많이 팔리는 것 같다. 하지만 매출이 뚜렷하게 늘어난 것은 아니다. 그리고 주변에 멀티숍들이 많이 생겨서 신발에 관심은 커졌지만 상생효과는 없는 것 같다. 화장품 인기가 주춤해서 신발의 판매가 늘어난 것처럼 보이지만, 실제 매출액은 크게 오르지 않았다. 여름이다 보니 날씨가 더워서 그런지, 오후 4시부터 마감까지 손님이 계속 이어진다. 저녁 8시 이후에 오는 사람들도 많다.

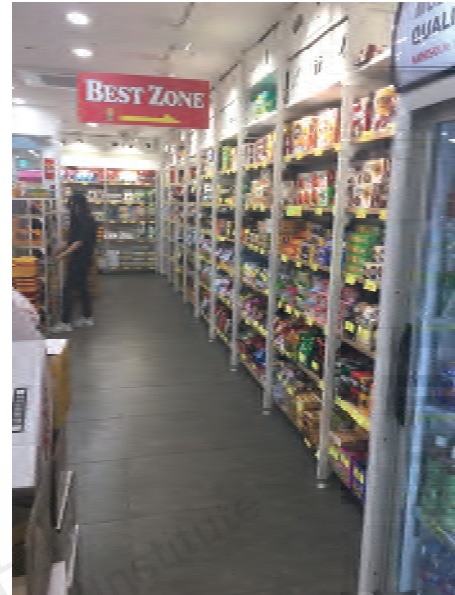
- 명동 FOLDER 관계자



**“식료품보다 과자 많이 사고
중국·일본 관광객이 주 고객”**

젊은 층부터 노년층까지 다양한 연령대의 관광객들이 방문하고 있다. 점심, 저녁 시간대에 꾸준히 손님이 있다. 식료품도 있지만 주로 과자를 많이 구매한다. 방문하는 관광객들은 대부분 중국인이거나 일본인이다.

- 명동 OO잡화 마트 관계자



관광스타트업: 플랫폼 기반 B2C, B2B 사업모델 관심 ‘쑥쑥’

관광스타트업협회 : 관광시장 활성화, 서울시 지원·제도 개선 등의 노력 필요

- 2017년 6월 1일, 관광스타트업 업체(10개) 대표들과 협회를 조직하여 스타트업 기업의 네트워킹을 구축하고 서비스 경쟁력을 제고시켜 관광시장의 활성화를 도모
 - ‘관광스타트업’이라는 신생 용어를 알리고 가입한 회원사들과 서울시, 관광공사 등 전국의 지자체 주무부서와 네트워킹 구축을 위해 힘쓰는 중
 - 운영진 중심으로 자문회의나 박람회 등 대외업무를 통해 협회 홍보
 - 협회는 회원사를 모집하여 받은 연회비와 2018년 관광스타트업 인큐베이팅 사업의 예산 일부를 받아 함께 운영
 - IT를 기반으로 하고, 관광 콘텐츠를 발굴하여 사업화하는 업체들이 주를 이루고, 체험기반의 콘텐츠를 기반으로 하는 업체는 상대적으로 적은 상태
- 방한하는 외래관광객 중심의 인바운드 관광시장과 내국인 등 다양한 대상을 고객으로 삼고 있으며, 대개 플랫폼 기반으로 스타트업 운영
 - 관광지 입장, 교통, 숙박 등의 티켓을 판매하는 업체가 주를 이루고 있지만, 최근 들어 체험활동을 콘텐츠로 하는 관광상품을 판매하는 업체 증가
 - ‘야놀자’, ‘여기어때’, ‘벅시’ 등과 같은 숙박, 교통 분야의 스타트업이 크게 성장
 - 예를 들어 서핑 1일 체험, 쿠팡클래스, 제주도 요가교실 등 체험활동 상품이 늘고 있는 추세
- 관광스타트업이 급성장하기에는 투자 자금 모집의 어려움, 동종 업계의 대규모 업체 간 경쟁, 잦은 폐업률, 제도 지원상의 한계 등 각종 제약 존재
 - 스타트업의 운영에서 투자자를 모집하여 적극적인 투자를 받는 것이 중요하지만, 규모 자체가 영세하고 시작단계의 스타트업이 많아 대규모 투자를 받기는 어려운 실정
 - 많은 투자금을 받은 회사라고 하여 반드시 순매출이 발생하는 것이 아니며, 실제로 적자인 회사들도 다수
 - 스타트업 대부분이 영세하기 때문에 성장을 하더라도 동종 업계의 대규모 업체와의 경쟁에서 밀려 성장의 한계 발생
 - 관광스타트업을 위한 산업 구분이 되어있지 않아, 현재의 관광산업이나 스타트업의 육성을 위한 각종 법이나 제도를 활용하기가 모호
 - 관광진흥법상의 관광서비스 신설이 필요하고, 관광진흥기금이 있지만 일반 여행업 등록과 담보 대상이 있어야 하는 등 조건이 까다로워 배제되는 기업 다수
 - 소규모의 다양한 콘텐츠를 발굴하는 관광스타트업 관계자들은 기존 제도의 제약 사항으로 신규진입에 애로점이 많고, 정착하기가 매우 어렵다는 의견

“관광시장 트렌드 변화에 따른 제도 개선 시급”

한국을 방문하는 외래관광객의 국적도 다양해졌고, 단체보다는 개별 관광의 비중이 늘고 있다. 방문 연령층도 다양하고, 이들이 이용하는 서비스도 단순 관광지 방문에서 체험 위주로 영역이 매우 광범위해졌다. 관광시장 트렌드가 이렇게 변하다 보니, 관광스타트업들도 다양한 콘텐츠를 들고 비즈니스화하고 있다. 관광스타트업에 대한 명확한 산업 구분이 없는 상황에서 업계는 여러 제도적 장벽에 부딪히고 있다. 이들의 사업 영역으로는 기존 제도에서 관광업이라고 분류되는 일반 여행업이나 숙박업 등으로 등록하여 운영할 수가 없기 때문에 재정지원이나 영업 활동 등에 많은 제약이 따른다.

정부에서 이런 점들을 개선하고 있다고는 하지만, 조속한 움직임이 필요할 것 같다. 신생 스타트업들이 많이 생겨나는 반면, 경제적 어려움으로 폐업하는 회사도 많다. 관광 스타트업 분야는 지역 중심의 틈새 관광시장을 겨냥한 관광아이템이 많다. 이들을 발굴하는 업체들은 대부분 소규모이고 영업 범주를 딱 몇 가지로 규정하기 어렵다. 따라서 이런 소규모 스타트업들이 특색 있는 관광상품을 만들어 관광시장 다양화에 이바지할 수 있게 관광시장 트렌드 변화에 따른 제도의 개선도 시급하다.

- 한국관광스타트업협회 회장



서울패스 (주) 트래블루션: 외국인 대상 관광지 입장권·액티비티 상품 판매로 관광시장 개척

- 플랫폼을 기반으로 하여 인바운드 관광객에게 관광지 입장권, 투어 티켓을 판매하고, B2C에서 B2B로 비즈니스(사업)모델을 전환하여 운영 중
 - 2014년 창업을 하고, 투어, 액티비티, 여행상품 티켓, 체험상품 등을 개별 고객(내국인이거나 외국인 대다수)들에게 판매하는 B2C 비즈니스모델로 시작
 - 2016년 ‘디스커버 서울패스(서울시 35개 관광지를 무료입장할 수 있는 패스권)’를 만들어 서울지역 관광지 입장권을 판매하는 유통권만 보유하고, 서울관광재단에 저작권 및 사업권을 넘긴 상태
 - 트래블루션은 ‘서울패스’로 전국 여행 활동 및 관광지의 입장권이나 체험활동 등 지역 콘텐츠를 발굴하여 수요가 있는 업체를 연결해주는 B2B 유통으로 전환
- 인바운드 관광객 중 단체보다는 개별 관광객이 늘어나고 있는데, 이들의 방문지가 서울을 벗어나 지방으로까지 확장되면서 서울 재방문을 향상에도 기여
 - 예전에는 단체관광객이 많았고 주로 서울 시내 유명 관광지를 돌아다니는 형태
 - 개별관광객의 비중도 점차 늘고 서울 외에 수도권, 부산, 제주도, 강원도 등 외래관광객들의 활동 범위가 확장
 - 서울 이외의 지역에 관심이 커지면서, 서울에 숙소를 두고 KTX를 이용하여 당일치기 여행상품을 구매하는 경향 증가
 - 지방 방문 외래관광객이 증가할수록 이들은 인천과 서울을 거쳐 지방을 가게 됨으로써, 서울 재방문을 증가에 기여
- 원데이(하루)투어 여행 상품의 인기가 증가하고 있으며, 국적별 선호지역 차이도 보이지만 점차 다양해지는 추세
 - 동남아 관광객은 남이섬, 춘천, 가평 등을 선호하고, 미주 관광객은 JSA, DMZ를 방문하는 성향을 보였지만 최근에는 영역의 경계가 허물어지는 추세
 - 에버랜드 등 테마파크나 지역 축제 등 원데이 티켓 구매량이 증가
 - 다양한 여행 정보와 상품 등으로 불특정 다수의 플랫폼에서 구매한 상품을 같이 즐기는 조인투어 형태도 증가



“서울에 숙소 잡고 지방으로 원데이투어 관광객 증가”

예전에는 관광객들이 서울에 머물렀다가 지방으로 여행을 가면서 그곳에서 숙박을 하는 경우가 많았다. 예를 들어 강원도나 전주를 가면, 교통편 및 이동 시간 때문에 꼭 그 지역에서 숙소를 잡았어야 했다. 하지만 KTX를 이용할 수 있게 되면서 서울에 숙소를 그대로 두고, 원데이투어 상품을 구매하여 당일로 다녀오는 관광객이 늘었다. 지역 관광 상품이 발달할수록 서울에 대한 관심이 떨어질 수 있다고 느낄 수 있다. 하지만 서울을 한 번 다녀간 관광객들이 오히려 다른 지방에 관심을 두며 한국을 재방문하게 되고, 경유지로 서울을 재방문하면서 서울시 관광시장에도 긍정적인 영향을 미치는 것 같다.

- 트래블루션 대표

“플랫폼 경제에서 B2C는 무한경쟁...B2B로 비즈니스모델 전환”

창업 초창기에는 여행자를 직접 만나려고 했다면 지금은 로컬 콘텐츠를 찾아내서 그들과 업체를 연결해주는 B2B 형태로 비즈니스모델이 전환되었다. B2C 시장은 경쟁이 정말 치열하기 때문에 스타트업계에서 살아남기가 어렵다. 창업 초반에 자금 여유가 있거나 투자금을 많이 받은 회사는 성장 가능성이 있어도, 영세한 스타트업은 생존하기가 힘들다. 그래서 우리도 비즈니스모델을 바꾸었다. 아직도 일부는 B2C 상품을 유지하고 있지만 비중으로 보면 9(B2B)대 1 정도다. 서울에 관광지가 많으니까 초반에는 서울 지역의 콘텐츠 발굴에 집중하다가 지금은 서울 외의 지역 콘텐츠를 찾고 있다. 지방은 오프라인 콘텐츠가 온라인화되어 있는 곳이 적고 외국인 대상은 더 적다. 따라서 로컬 콘텐츠를 찾고 글로벌 고객을 연결하는 데 집중하는 중이다.

- 트래블루션 대표

프렌트립(프립): 지역 여가콘텐츠 발굴하는 호스트와 직장인·관광객 연결

- 20~30대 직장인들을 대상으로 여가·라이프를 즐길 수 있는 콘텐츠를 호스트들이 개발하고 이를 일반인들이 이용할 수 있게 하는 여가 액티비티 플랫폼
 - 문화관광체육부가 관광벤처 기업으로 분류하고 있고, 일반 여행업으로 등록하여 운영 중
 - 일반적인 여행과 관광보다는 체험과 활동에 중점을 두고 있기 때문에 제공하는 서비스는 액티비티 프로그램이 많으며, 나아가 소셜모임이나 여행 등의 프로그램도 운영
 - 여가·라이프, 여행 등 아이템을 가진 누구나 호스트로 등록하여 활동 가능
 - 호스트들은 8,000명 정도가 등록되어 있고, 서비스 제공 지역은 수도권과 제주, 강원도이며 향후 지방의 관광 및 여가 콘텐츠를 발굴하여 판매할 계획
 - 직장인들의 여가를 위한 프로그램이 많지만, 이들의 일과 특성상 주말 또는 평일 저녁에만 참여하는 특징
- 인바운드 시장의 중요성이 부각됨에 따라 평일 낮 시간대 활용 프로그램 및 지역의 다양한 콘텐츠로 구성된 프로그램을 제공할 예정
 - 인바운드 관광객도 주요한 고객으로 생각하고 있으며, 호스트들이 평일 낮에도 활동할 수 있도록 외래관광객을 위한 프로그램도 계속 마련 중
 - 예를 들어 한지 만들기, 민화 그리기, 도장 만들기 등의 단발성으로 가볍게 참여할 수 있는 프로그램
 - 여행 상품과 여가 상품의 경계 구분 없이 다양한 프로그램을 제공하는 것이 바른 방향
- 관광스타트업의 영역을 크게 플랫폼 비즈니스와 콘텐츠 비즈니스로 구분할 수 있는데, 플랫폼 성장을 위한 인프라 구축과 양질의 콘텐츠 발굴 필요
 - 플랫폼 비즈니스는 일종의 인프라로 수요자와 공급자를 잘 모아줄 수 있도록 자본의 적극적인 투자가 필요
 - 콘텐츠 비즈니스는 양적 성장보다 양질의 콘텐츠를 발굴하여 집중적으로 키워야 하고, 중소형 콘텐츠를 갖춘 기업들도 성장할 수 있는 여건 마련 바람직
 - 플랫폼이 성장하려면 양질의 콘텐츠는 반드시 필요하고, 이를 통해 국내에서 글로벌 플랫폼 탄생도 기대 가능
- 스타트업계 직원들은 도전·개척에 가치를 두는 성향이 강하고, 개인의 적성 및 사업의 비전, 회사의 상황에 따라 이직을 하는 경우가 많은 편
 - 스타트업계의 직원 평균 나이는 20대 중후반~30대 중반이며, 근속연수는 3년 정도인 것으로 조사
 - 플랫폼을 기반으로 하는 스타트업계는 다양한 콘텐츠를 발굴하고 상품화하는 곳으로 인재들도 트렌드 변화에 민감하기 때문에 인재의 이동·이직이 잦은 경향
 - 개인의 관심과 적성을 찾아 이직하거나, 회사의 비즈니스 변화에 따라 새로운 인재가 필요한 상황은 매우 흔한 일상으로 여겨지는 상황

- 스타트업에 근무하는 인재들은 대체로 도전 및 개척 정신이 뛰어나고 변화에 두려움이 덜한 성향을 지니고 있어 적성에 맞는 직군이나 회사를 찾아 이직
- 플랫폼 기반의 스타트업들의 경쟁이 치열하기 때문에 경쟁에서 살아남기 위해 투자자 모집부터 상품화까지 고군분투하는 사람이 대다수

“여행 등 체험콘텐츠 제공 시 누구나 호스트가 될 수 있다”

20~30대 직장인을 대상으로 평일 퇴근 후나 주말에 할 수 있는 여가활동을 제공하고 있다. 일상의 여가부터 여행, 어학, 소셜 모임 등 다양한 프로그램이 있다. 체험 콘텐츠를 제공할 수만 있다면 누구나 호스트가 될 수 있다. 즉, 박원순 시장님도 호스트가 될 수 있다. 주로 내국인 직장인을 위한 프로그램이 많다. 서핑은 평소에 쉽게 못 하니까 인기가 많고, 양양, 강릉으로 한 주에 버스도 몇 대씩 보내주고 관리하는 역할도 한다. 프로그램 중에서 특히 여성분들이 좋아할 만한 것들이 인기가 많다. 요가나 쿠킹클래스 등은 관광보다 일상에 대한 것들이다. 제주도에서 하는 요가가 있는데 관광이자 일상이 되는 것이다. 최근에 인바운드 시장도 중요하고 주중 낮 시간에 일을 하지 않는 호스트분들도 있다. 따라서 평일 낮 시간에 외래 관광객들이 체험할 수 있는 액티비티나 체험 프로그램을 더 늘려보려고 한다. 예를 들어 민화 만들기, 도장 만들기 등은 가볍게 외국인들도 참여할 수 있고, 영어가 되는 호스트들도 많아서 진행이 가능하다.

- 프렌트립 대표

“업계 트렌드에 맞춰 회사 인재상도 변화 자신에게 걸맞은 회사로 이직사례 많아”

관광스타트업을 포함하여 스타트업계의 비즈니스모델은 상황에 따라 변화한다. 따라서 그에 맞추어 회사가 원하는 인재상도 변화하는데, 이런 점 때문에 직원들이 한곳에서 오래 근무하고 안 하고는 중요하지 않다. 스타트업은 정말 생존경쟁이라고 할 수 있을 만큼 업계의 변화가 빠르다. 이런 변화에 맞출 수 있는 인재들이 필요하기 마련인데, 한 회사에 오래 근무하지 않을 뿐 개인의 관심사와 적성, 비즈니스 트렌드 등을 고려하여 각자에게 맞는 회사로 이직하는 사람이 많다. 자연스러운 현상이다.

- 프렌트립 대표



서울 관광시장 다변화 위한 정책·제도적 지원 ‘발등의 불’

- 외래관광객에게 다양한 볼거리와 즐길거리를 제공할 수 있도록 관광특구만을 위한 지원이 필요
 - 관광특구 지정 이후 명동, 동대문에서 영업을 하고 있는 상인과 관계자들은 다른 상권(강남, 홍대 등)과 견주어 영업 활성화를 위한 지원 혜택을 받지 못한다는 의견이 대다수
 - 옥외광고물 설치 완화, 공공용지 활용, 행사를 위한 공공의 협조 등 중앙이나 서울시의 적극적인 제도개선 및 행정 지원이 필요
 - 예를 들어, 명동의 정기적인 축제를 활성화하기 위한 재정 지원이나, 동대문 DDP에서 다양한 행사를 마련하여 방문객들이 인근의 소매상권으로 발길이 이어지는 방안 모색
- 서울 재방문율을 높이기 위하여 지역 관광지와 연계한 인프라 구축이나 양질의 쇼핑 품목 발굴, 쇼핑 환경 재정비 필요
 - 개별 관광이 꾸준히 증가하고 있으며, 서울에 숙소를 마련하고 지방 원데이투어 상품을 즐기고, 체험 위주의 관광상품을 선호하는 등 관광활동의 패턴이 변화 중
 - 서울의 재방문율을 높이기 위하여 지역 관광지와 서울을 연계하는 관광상품을 발굴하거나, 합리적인 가격의 숙소, 편리한 교통편 정보 제공 등 관광환경 여건을 개선할 필요
 - 화장품의 인기가 주춤하는 대신, 신발이나 스낵류에 관심이 높아지는 추세로 관광객들의 쇼핑 활동 패턴과 수요를 조사하여 쇼핑환경을 재정비할 필요
 - 다양한 쇼핑 품목을 발굴하면 서울 재방문율도 높이고, 서울 관광시장도 다변화될 수 있으며, 나아가 관광특구 내 다양한 상권을 형성하는 데 이바지할 것으로 예상
- 관광스타트업의 성장을 통해 다양한 관광상품을 판매하고, 글로벌 플랫폼 기업으로 성장할 수 있도록 제도의 개선 시급
 - 양질의 콘텐츠가 있어야 플랫폼의 성장을 기대할 수 있으므로, 서울시 관광시장 활성화를 위해 비인기 지역의 관광아이템 발굴에 힘쓰는 소규모 스타트업에게 관심과 지원 필요
 - 서울의 관광자원은 많지만 가공된 관광 상품이 없다는 것이 업계 관계자들이 지적하는 사항이며, 체험 위주의 지역 관광콘텐츠 발굴을 위해 업계와 지자체 노력이 필요
 - 관광스타트업은 초기에 투자를 받거나 자금지원을 받는 것이 중요하지만 현재의 제도상으로는 해결이 어려운 부문이 많은 것으로 조사
 - 예를 들어, 현재 자금지원 제도로는 관광진흥기금이 있지만 담보를 전제로 하기 때문에 대부분 부동산이 없는 업체들은 활용하기 어려운 제도
 - 일부 스타트업들은 사회혁신 기금을 신청하기도 하지만 상환 연수가 짧아 다른 방식의 기금 지원 방안 모색이 절실
 - 서울시가 개최하는 관광스타트업 공모전은 수상 기업에게 일부 재정을 지원함으로써 회사 운영에 도움
 - 그러나 예산 활용범위가 제한적이고 행정처리 과정이 너무 복잡하여 행정직원을 추가로

고용하는 상황이 발생하므로 적절한 개선이 필요하다는 지적

- 서울시와 글로벌 규모의 포털이나 소셜네트워크 사이트가 연계하여 유망 관광스타트업의 배너 광고를 지원해주거나 해외 순방 동행 등 국내외적으로 서울시의 적극적인 홍보 필요
 - 소규모로 시작해서 대규모 업체로 성장해나가는 관광스타트업들이 점차 증가하고 있지만, 여전히 글로벌 플랫폼 기업이 탄생하기에는 어려움이 많은 상태
 - 현장의 업계 관계자들은 재미있고 이색적인 아이디어를 바탕으로 다양한 콘텐츠를 만드는 관광스타트업이 많은데, 소규모이다 보니 홍보가 부족하다는 어려움 토로
 - 서울시 공모전을 통해 발탁된 업체나 서울시 관광에 기여하고 있는 업체들을 글로벌 포털 사이트에 배너를 걸어 홍보한다면 효과적일 것이라는 의견
 - 최근 문재인 대통령이 북유럽 순방 중 한-핀란드 스타트업 서밋에 스타트업 대표들과 동행하며 한국 스타트업의 유럽진출과 투자의 발판을 마련한 것처럼 서울시장의 외국 순방에 스타트업 대표들도 동행하면 좋겠다는 의견 제시

“플랫폼 경제에서 특정 플랫폼 성장할수록 새로운 산업 관심 커지고 사업 영역도 확장”

플랫폼 경제에서 우려되는 부분이 ‘독식’ 구조다. 즉 인기 있는 플랫폼이 커지면서 소규모 플랫폼을 흡수하거나 고객을 가져가는 등 자연스레 가장 많은 고객을 지닌 플랫폼이 살아남는 것이 현실이다. 하지만 주관적으로 생각하면 이런 현상이 비즈니스 생태계에서 단순히 나쁜 것만은 아니다. 오히려 산업에 관한 관심과 사업의 영역을 넓혀주는 것 같다. 예를 들어 배달의 민족이 성장하면서 영세 업장을 죽이기보다는 배달 서비스 및 제공 지역의 범위를 확장시켰다. 에어비앤비는 외국인 도시민박업의 매출 감소에 직접적 영향을 끼쳤지만, 오히려 부동산 시장을 활발하게 하기도 했다. 따라서 플랫폼 경제에서 특정 플랫폼이 성장할수록 새로운 산업에 관심도 높아지고, 사업의 영역도 확장되는 긍정적인 효과가 있다. 이런 점을 비추어 볼 때 플랫폼 기반의 스타트업들이 성장할 필요가 있다.

- 트래블루션 대표

“서울시, 관광스타트업 육성 위해 적극 지원·글로벌 홍보 절실”

서울시가 관광스타트업을 육성하기 위해 정기적으로 공모전도 개최하고 수상 기업에게 재정지원을 해주는 것은 좋은 일이다. 지원금을 받은 업체는 공적인 돈을 출처가 투명하게 사용하는 것이 필요하지만 가끔은 돈의 지출 범위가 너무 제한적인 경우가 있어 정말 필요한 곳에 쓸 수가 없다. 또한 페이퍼 작업이 너무 많아 별도로 관리해야 할 직원도 두어야 할 정도이다. 재정 지원은 고맙지만 효율적으로 사용하고 처리할 수 있도록 절차가 개선되면 좋겠다.

그리고 서울시가 재정적인 지원 외에도 홍보에 적극 나서준다면 영세한 스타트업들에게 큰 도움이 될 것 같다. 스타트업이다 보니 기업 홍보가 꼭 필요한데, 홍보비용도 만만치 않아 제대로 홍보를 못하고 있다. 따라서 공모전 또는 심사를 거쳐 관광시장에 활력을 불어넣는 기업이 있다면 서울시가 적극적으로 홍보해주면 좋겠다. 현재는 공모전 수상 기업이 글로벌 사이트인 구글이나 페이스북에는 배너 광고를 할 수 없게 되어있다. 서울시 돈으로 외국 기업에게 광고비를 주는 것이 현실과 맞지 않는다는 입장인데, 조금은 멀리 내다보았으면 한다. 글로벌 사이트 홍보 효과가 매우 크고, 그에 따른 기업의 성장이나 서울시 관광 홍보가 크게 될 수도 있기 때문이다. 또한 최근 문재인 대통령이 북유럽 3국(핀란드, 노르웨이, 스웨덴)을 순방할 때 유망 스타트업 대표들과 직접 동행한 것을 보았다. 스타트업 대표들이 참석한다는 것이 정말 이례적인 일이면서도 해외진출 및 투자유치 등을 할 수 있는 절호의 기회가 되었다. 이처럼 서울시장도 외국 순방에 서울시 유망 스타트업 대표들과 동행한다면 여러모로 좋을 것 같다.

- 프렌트립 대표

부록 민생경제 현장점검 포럼

민생경제 현장점검 포럼 『마곡지구의 산업과 정책과제』

목적

- 해당 분야의 전문가 발표와 이해당사자 간 토론을 거쳐 서울의 민생현장 의견을 수렴하고, 실효성 있는 개선방안 및 정책 아이디어 발굴

일시 및 장소

- 일시: 2019년 4월 25일 15시
- 장소: 마곡 FITI시험연구원 1층 세미나실

발표주제 및 토론자

- 발표
 - ‘마곡 R&D 융복합 혁신거점 구축 전략’(이재훈 SBA 신성장기획팀 팀장)
 - ‘빅데이터로 본 마곡의 현재’(김영룡 서울연구원 초빙부연구위원)
- 토론자
 - 소달영 LG사이언스파크 책임, 장수영 로보티즈 이사, 신창호 서울시립대 교수, 서울연구원 시민경제연구실 연구원 등



[부록 그림 1] 마곡지구 민생경제 현장점검 포럼

발표 1: 마곡 R&D 융복합 혁신거점 구축 전략

- 마곡단지는 산업·업무·주거를 갖춘 자족적 클러스터로 변모
 - 마곡 클러스터는 총면적 366만㎡로, 산업단지(산업시설용지 및 지원시설용지) 112만㎡, 주거용지 59만㎡, 업무 및 상업용지 39만㎡, 서울식물원 50㎡, 기타 106만㎡로 구성된 산업·주거·업무·자연이 어우러진 자급자족의 산업도시
 - 산업단지에는 첨단산업(연구개발업, IT, BT, GT, NT)을 유치하고 연구면적 비율이 40% 이상인 기업이 입주
- 마곡지구 개발로 서남권 발전
 - 2006년에서 2017년 사이 서울시 인구는 2.2% 감소하였지만, 마곡지구 인근 가양동, 발산동, 우장산동, 방화동 인구는 22.5% 증가
 - 136개 입주확정기업 사업계획서 기준 일자리 6만5천 개, 투자금액 7조 6천억 원 규모
- 마곡지구에 대한 공공 역할을 초기 기반조성 및 토지분양에서 융복합 산업단지에 맞는 역할로 전환할 필요
 - 토지분양이나 기반조성공사 등 하드웨어 인프라 구축에서 기업지원 등의 소프트웨어 인프라 구축으로 변화시켜 4차 산업혁명 및 R&D 시대에 대비
 - 분양 위주 토지공급에 따른 대기업 편중을 해결하고 기업의 다양성을 확보할 필요가 있지만, 여전히 중소기업에게는 진입장벽 존재
- 마곡 R&D 혁신거점 4대 추진전략
 - 현장밀착형 전문 관리기관 운영 및 M밸리 포럼을 통한 기업지원 협력방안을 논의하는 등 기업중심의 성장 지원체제로 역할 전환
 - 토지공급방식을 전면 개편하여 다양한 기업, 기관 입주 유도, 기업 연구공간 제공 및 지원을 위한 공공지원센터 건립, 산·학·연 협력을 위한 M-융합캠퍼스 건립, 융·복합 지원을 위한 R&D 레지던스 운영 등 혁신아이디어만 있으면 입주할 수 있는 공간 마련
 - 지속가능한 기업지원을 위한 재정적 기반 마련 및 정부협업을 통한 공공연구소 유치 협의 등 자체 성장동력 마련
 - 비강남권 최대의 MICE 복합단지 조성, 자연과 문화가 있는 휴식공간 조성, 일과 놀이의 조화를 위한 문화시설 건립 등 문화·산업·자연이 어우러진 혁신환경 조성
- 향후 추진계획
 - 마곡산업단지 관리기관 출범, 기금 관련 SH공사 조례 개정, 스페이스K 서울(코오롱미술관) 착공, 공공지원센터 착공, MICE 복합단지 민간사업자 공모, 공공 R&D 센터 설계 공모, 마곡광장 준공 등

발표 2: 빅데이터로 본 마곡의 현재

- 산업혁명의 변화
 - 2차 산업혁명 시대의 집적은 원료, 시장, 운송비를 중심으로 이루어짐
 - 3차 산업혁명 시대의 집적은 지식, 기술, 혁신에 따라 교외의 신산업지구, 혁신 클러스터 중심
 - 4차 산업혁명 시대의 집적은 창업 생태계, 도시 어메니티에 따라 도심의 혁신지구 (innovative districts) 중심
- 혁신지구는 R&D와 창업이 도시 내에서 결합하는 모형
 - 앵커기관, 스타트업, 기업 인큐베이터, 액셀러레이터 등이 서로 연결되는 장소
 - 혁신지구의 잠재력을 평가하는 지표는 경제적 자산, 물리적 자산, 네트워킹 자산의 3가지로 나눌 수 있음. 경제적 자산은 혁신을 추동하고 지원하는 기업, 기관, 시설 등이고, 물리적 자산은 접근성 및 연결성 증진을 통해 혁신에 이바지하는 요소이며, 네트워킹 자산은 개인 및 기업 간 아이디어 교환을 촉진하는 요소
 - 경제적 자산에는 기술업종 종사자 수, 창업지원시설 등이, 물리적 자산에는 대중교통(버스+지하철) 승하차 수, 오피스 연면적, 공원 면적, 13시 기준 생활인구, 와이파이 핫스팟 등이, 네트워킹 자산에는 커피숍, 문화시설 등이 포함
- 서울시 6대 산업거점의 혁신지구 자산
 - G밸리와 DMC는 경제적, 물리적, 네트워킹 자산이 고르게 우수하지만 혁신지구 내 앵커가 부족하여, 혁신지구와 인접한 대학과의 연계가 필요
 - 마곡 M밸리는 사업이 진행됨에 따라 혁신지구 자산의 성장 및 축적이 기대되는 곳으로, 앵커에서는 G밸리, DMC의 선례를 참고하여 선제적 대응이 필요
 - 양재 R&CD 혁신허브는 기업활동과 관련된 경제적 자산이 부족하기 때문에 기존의 물리적, 네트워킹 자산을 어떻게 활용하여 경제적 자산을 끌어들이지에 대한 고민이 필요
 - 홍릉과 마포는 모든 혁신자산이 상대적으로 부족하다고 판단되기 때문에 앵커기관을 중심으로 한 혁신지구 전략 필요
- 마곡지구의 목표
 - 마곡지구는 분양이나 임대사업이 최종 목적이 되어서는 안 되며, 이후 어떤 기업들이 정착하고 새로 유입될 것인가를 고려하는 혁신 생태계를 조성하는 방향으로 나아가야 함
 - 또한 주변 대학 및 병원을 활용한 앵커시설과의 연계로, 고립된 산업단지가 되지 않아야 함
 - 그렇게 된다면 4차 산업혁명 시대의 인재들에게 매력적인 지역이자 살기 좋은 지역, 일하기 좋은 지역, 놀기 좋은 지역이 될 것

토론 정리 및 전문가 코멘트

- 마곡은 아직 여러 기본시설이 부족하지만 개선 중임
 - 가산동은 중소기업이 많아 여러 지원시설과 은행, 센터 등이 풍부해 생활에 큰 불편이 없었지만 마곡은 아직까지 시설이 부족
 - 거리상으로 크게 떨어진 것은 없지만 거주지가 경기 쪽인 사람들에게는 이전이 큰 고민이고, 혼자 사는 신입 직원들은 근처 원룸에 많이 들어갔는데 1년 새 월세가 너무 많이 오름
 - 다른 여러 복지는 좋긴 한데 우수인력 확보를 위해서는 거주 지원이 되어야 할 것
- 2014년부터 마곡에서 근무하고 있어서 기반시설에 어느 정도 적응
 - 공항이 가깝고 3개 노선의 전철이 뚫려있어 위치적으로는 나쁘지 않은데, 지역적으로는 서울시 중심에서 벗어난 위치에 있어 출퇴근이 어렵다는 의견이 많아 통근버스 운행
 - 그러나 출퇴근 시간에 차가 너무 몰리고, 주차할 곳이 마땅치 않아 도로에 불법 주차하는 실정이라 이런 사소한 부분의 인프라도 필요
 - 또한 거주 비용 부담을 많이 느끼고 있어 근무하는 연구원들을 대상으로 행복주택을 우선 분양하는 사업을 고려하였으면 함
- DMC나 판교, 마곡 모두 산업단지나 산업거점만 만드는 사업은 아님
 - 판교나 DMC는 도시를 만드는 사업이었고, 마곡도 전체 중에서 1/3이 주택, 1/3이 산업단지, 1/3이 업무시설로 되어있는데, 3개 단지 모두 여기서 일하는 사람들이 살기가 너무 어렵다는 공통점이 있음
 - 사업방식의 문제로, 일하는 사람과 거주가 고려되지 않고 개발비용을 맞추는 쪽이 우선시되다 보니 반복되는 문제
 - 입지로서 훌륭한 곳은 아니지만 어떻게 개발해야 더 좋아질지를 고민하고 있음
 - 레지던스, 원룸, 행복주택, 기숙사 등도 향후 남아있는 자리에 어떻게 넣을지 고민 중
- 토지분양 시 대기업에 많이 분양되었지만, 사업체 수는 중소기업이 많은 마곡
 - 기업의 구성으로 볼 때 다양성이 중요한데, 지식산업센터 분양 시 중소기업이나 벤처기업 등이 많이 들어와 다양성은 확보될 것
 - 대학이나 공동연구소를 유치해야 한다고 하는데 쉬운 일이 아님. 유치해놓더라도 단지 내의 기업들과 긴밀하게 협업이 될지 염려
 - 기존의 다른 비슷한 단지들도 같은 사업을 하고 있는데, 바로 옆에 있지 않아도 협업은 가능하지 않을까 싶음
- 마곡 내 기업과 마곡에 들어오고 싶은 외부 연구원들의 요구를 잘 섞는 것이 중요
 - 혁신지구가 될 수 있는 다양한 요소를 어떻게 매칭을 해야 할 것인지가 SBA의 역할이라고 생각

◦ 단지 내 대기업과 중소기업과의 상생

- 왜 마곡단지 내에서만 상생을 해야 하는지, 이런 제한을 걸어놓는 게 맞는지를 생각해봐야 함
- 대기업은 중소기업과 함께 일할 때 유출에 대한 걱정과 나중에 이 기업과 관계가 틀어졌을 때 중소기업의 기술만 빼돌렸다는 얘기를 들을 수 있어 민감함. 그런 합이 맞는 기업을 찾기도 어렵고, 마곡 내에 있기는 더 어려움
- 마곡에 토지를 분양받아 건물을 지을 정도면 중소기업은 아니고 중견기업 수준이라고 생각
- LG는 마곡의 관리 기본계획을 벗어나지 않는 선에서 스타트업 입주시켜 육성하려고 계획 중인데, 육성 장소를 제공하는 데 제약이 있어 규제를 풀어달라고 요청 중
- 공간을 제공해주면서 회계, 마케팅에 관한 컨설팅 등 대기업이 줄 수 있는 지원들을 생각 중

◦ 대기업과 대학의 상생

- 기업과 학교가 같은 지역 내에 붙어있어야 하는지는 의문임. 대전의 카이스트나 포항의 포스텍과도 협업 중인데 지역적인 거리가 큰 문제는 아님
- 마곡에 들어오는 대학이나 대학원들의 연구가 기업과 맞는다는 보장도 없어 회의적

◦ 협업을 하는 기업이나 학교들이 같은 지역에 있을 필요는 없다고 생각

- 로봇티즈 같은 경우 LG전자의 투자를 받고 공동개발도 하고 있는데, 개발은 부분적으로 나눠서 진행되고 있어 LG로봇 담당자들이 마곡에 있지 않아도 회의시간을 정해 만나서 얘기하기 때문에 같은 지역에 있는 것이 필수적이지는 않음
- 그러나 꼭 필요하진 않지만 가까이 있다면 다른 부분의 시너지는 더 날 것이라고 생각



[부록 그림 2] 마곡지구 민생경제 현장점검 포럼



이 보고서는 2019년 2/4분기 민생경기 동향을 파악하고자
2019. 5. 8 ~ 5. 22 / 2019. 6. 10 ~ 6. 28
설문조사, 현장조사, 전화면접조사, 이메일조사 등을 거쳐 작성

〈문의사항〉

시민경제연구실 연구위원 최봉(02-2149-1059) / 반정화(02-2149-1239)
업황조사 장윤희(02-2149-1280) / 관광조사 김수진(02-2149-1264)