

| 함께 만드는 서울, 함께 누리는 서울 |

서울경제

SEOUL ECONOMIC BULLETIN
December 2014 vol.117

이달의 이슈

식품산업과 식품안정성
황재현
서울시 서비스 수준,
무엇으로 평가할까?
원혜영

생생리포트

2015 서울시 녹색산업 지원사업 안내

임인순

인포그래픽스

을미년(2015년), 서울시민들이 생각하는
주요 경제 이슈는?

서울경제분석센터

경제동향

생산/소비/고용/물가

부동산/금융/수출입

경제통통

FOCUS/ZOOM IN/HOT
ISSUE/
김가영

12

을미년(2015년), 서울시민들이 생각하는 주요 경제이슈는?

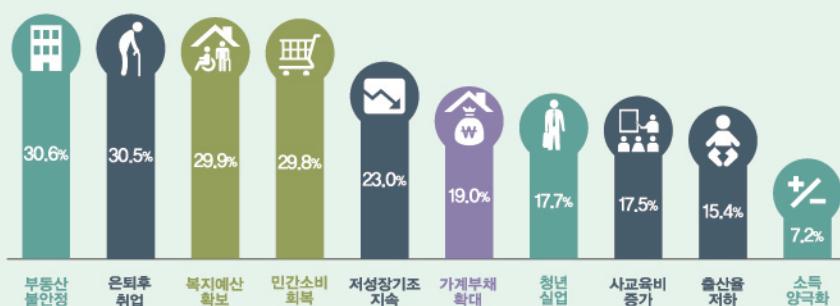
중요도 1순위는 '부동산 불안정', 관심도 1순위는 '복지예산 확보'로 조사

관심도 대비 중요도



개선될 것으로 예상한 응답 비중

각 이슈별 개선될 것 (매우 개선될 것 + 약간 개선될 것) 의 응답 비중



서울경제

2014 vol.117 12

- 이달의 이슈** 3 식품산업과 식품안정성
황재현(동국대학교 식품산업관리학과 교수)
- 10 서울시 서비스 수준, 무엇으로 평가할까?
원혜영(한국외식산업경영연구원 실장)
- 생생리포트** 19 2015 서울시 녹색산업 지원사업 안내
임인순(서울시녹색산업지원센터 책임)
- 인포그래픽스** 29 을미년(2015년), 서울시민들이 생각하는 주요 경제 이슈는?
박희석(서울연구원 서울경제분석센터 센터장)
장윤선(서울연구원 서울경제분석센터 연구원)
- 경제동향** 35 요 약
37 생 산
39 소 비
40 고 용
43 물 가
44 부동산
46 금 융
54 수출입
곽지원(서울연구원 서울경제분석센터 연구원)
정의영(서울연구원 서울경제분석센터 연구원)
- 경제통통** 61 FOCUS/ZOOM IN/HOT ISSUE
김가영(서울특별시청 경제진흥실)

식품산업과 식품안전성

황재현*
동국대학교 식품산업관리학과 교수
hwang0627@dongguk.edu



1. 식품산업의 정의

우리나라 국민의 소득수준이 향상되면서 식탁의 먹거리에 대한 관심이 나날이 증가하고 있다. 우리가 일상적으로 소비하고 있는 먹거리라고 하면 신선농산물과 가공식품 그리고 외식소비를 의미한다. 이러한 먹거리는 국내생산을 통해 공급되기도 하나, 국내 농경지 면적의 제한으로 인해 주로 해외 수입을 통해 공급되고 있으며, 특히 해외 생산 농산품의 의존도가 점차 높아지고 있는 상황이다.

식품은 사람들이 섭취 가능한 먹거리를 의미하는 것으로 식품위생법에 의하면 모든 음식물로 정의되며, 농어업·농어촌 및 식품산업기본법에 의하면 사람이 직접 먹거나 마실 수 있는 농수산물 또는 농수산물을 원료로 하는 모든 음식물로 정의할 수 있다.

본 원고는 황재현(2013)과 박재홍 외(2014)를 수정, 보완하여 작성하였음을 밝힙니다.

* 저자 학력, 경력 및 최근 연구:

- University of Kyushu at Fukuoka 경제학 박사
- 최근연구 : 농촌관광마을 체험객의 친환경농산물 구매영향요인분석(2014)
주정의 합리적인 관리방안에 대한 연구(2014) 등

이를 근거로 하여 식품산업을 정의하면 다음과 같다. 광의의 의미에서 식품산업은 1차 산업인 농림어업을 포함하여 여기에서 생산한 농림수산물을 원료로 가공식품을 생산하는 2차 산업인 식품제조업(가공식품산업)과 3차 산업인 식품유통산업(농식품 도소매업) 및 외식산업 등으로 구성된다. 반면 협의의 의미에서 식품산업을 정의하면, 원료생산과 관련된 농림어업과 구분하여 식품제조업과 식품유통산업 및 외식산업 전반을 의미한다고 할 수 있다.

외국과의 교역량이 증가함에 따라 식품산업도 수출입량이 꾸준히 증가하고 있으며, 이러한 추세는 앞으로도 지속될 것으로 예상되고 있다. 따라서 식품의 안전성은 국내산 농산품의 안전 관리 문제뿐만 아니라 수입산 농산품의 안전 관리 문제도 그만큼 중요성이 높아지고 있는 실정이다. 이는 우리 식탁의 먹거리 안전문제가 국내 생산 농산물뿐만 아니라, 해외로부터 수입되는 농산품의 안전 상태와도 밀접히 연계되어 있음을 시사한다.

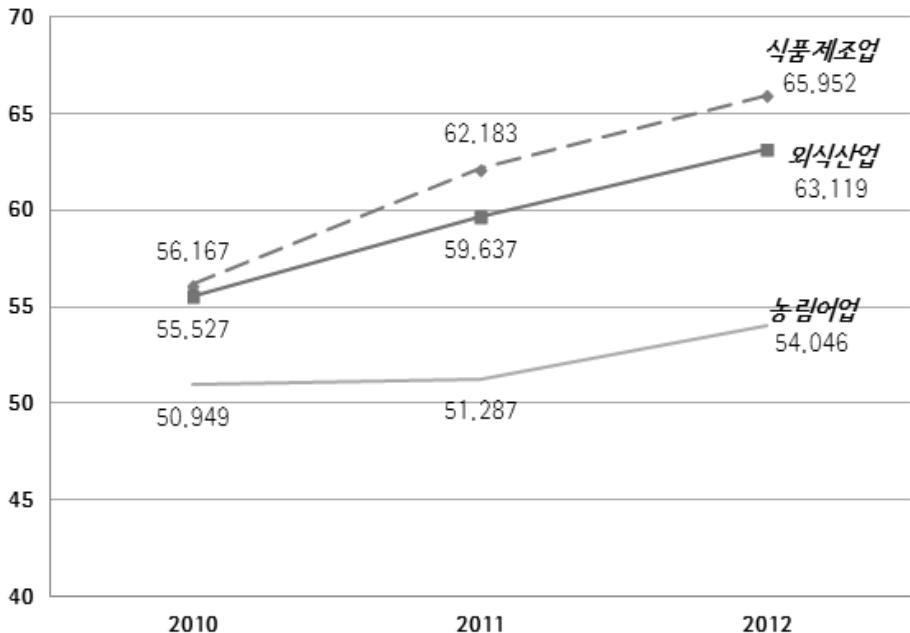
2. 식품산업의 현황

세계 식품시장 규모는 2015년 약 6조 달러에 이를 것으로 전망 (한국 농식품 유통공사, 2012)되는 가운데 국내 식품산업도 2012년 매출액이 150조원 (농림수산식품교육문화정보원, 2014)을 넘어서고 있으며, 이는 2005년에 비해 7년간 약 65% 증가한 것으로, 농림어업 생산액 (약 54조원)의 2.8배 수준에 이른다.

<그림 1>은 농림어업 및 식품산업의 생산액을 2010년부터 2012년까지 나타낸 것이다. 2012년 현재 농림어업이 국민경제에서 차지하는 생산액의 비율은 3.9% 수준인 약 54조원을 나타내고 있으며, 식품제조업은 4.8%로 약 66조원, 외식산업은 4.6%로 약 63조원을 나타내고 있다. 2010년과 비교하여 매년 생산액이 증가하고 있으며, 특히 외식산업의 경우 최근 성장률이 높아지고 있다.

반면, 1차 산업인 농림어업 생산액의 증가율은 감소하고 있으며, 해외로부터 수입농산물이 증가하고 있는 상황에서 농산업의 발전을 도모하고 농림어업의 부가가치를 증가시키기 위해서는 식품가공·유통산업 및 외식산업과의 연계를 강화시키고 도시 소비자의 니즈에 맞는 상품을 생산·공급해야 할 것이다. 그러나 농산물시장 개방의 확대와 국내 농산물의 낮은 가격경쟁력으로 인해 국내 농림어업과 식품산업 간의 연계는 어려워지고 있는 실정이다.

(단위 : 일조 원)



자료 : 통계청

<그림 1> 농림어업 및 식품산업 생산액 현황

<표 1>은 2012년 현재 식품제조업 종사자 규모별 사업체수를 업종별로 구분하여 나타낸 것이다. <표 1>에 의하면, 9인 이하의 영세 사업체가 전체의 약 91%를 차지하고 있으며, 이외는 반대로 100인 이상의 대규모 사업체는 전체의 약 0.7%에 불과한 실정이다. 그러나 매출액 측면에서 살펴보면 9인 이하의 영세 사업체는 약 4%를 차지하는데 반해, 100인 이상의 대규모 사업체는 전체의 약 49%를 차지하고 있다. 우리나라의 식품제조업은 다수의 영세업체와 규모화 된 대규모 사업체가 혼재되어 있으며, 상대적으로 식료품 시장은 다수의 영세업체가, 음료품시장은 대규모 사업체로 구성되어 있는 구조적 특징을 나타내고 있다.

<표 2>는 2012년 현재 업종별 외식업 종사자의 규모별 사업체수를 나타낸 것이다. 사업체수는 약 45만개가 있으며, 종사자수는 약 134만 명(통계청, 2012년, 비정규직 포함)으로 추산하고 있다. 4인 이하의 사업장이 전체의 약 88%를 차지하고 있으며, 20인

이상의 사업체는 0.6%에 불과한 실정이다. 업종별로는 한식 음식점이 약 65%로 압도적인 지위를 차지하고 있으며, 그 다음으로는 기타 음식점, 중식 음식점, 서양식 음식점 순으로 나타나고 있다. 최근에는 식생활 소비의 서구화, 다양화, 전문화와 더불어 대기업 주도의 규모화 된 프랜차이즈 레스토랑이 다수 출점하고 있는 실정이다.

<표 1> 식품제조업 종사자 규모별 사업체수 (2012년)

(단위 : 개)

구분	축산 가공	수산 가공	청과 가공	곡물 가공	조미료	음료	기타 식품	계
1~9인	940	2,279	1,499	4,784	3,663	1,072	35,085	49,322
10~19인	268	408	184	155	146	135	732	2,028
20~49인	299	301	187	67	105	67	556	1,582
50~99인	87	71	51	20	27	64	178	498
100인 이상	68	38	17	17	24	62	137	363
계	1,662	3,097	1,938	5,598	3,965	1,400	36,688	54,348

주: 10인 이상 사업체 대상, 음료는 액상시유 및 기타 낙농제품 제조업, 커피류 가공업, 차류 가공업을 포함함.

자료: 통계청. 2013. 「전국사업체조사」

이상의 논의를 바탕으로 우리나라 식품산업의 구조적 특징을 요약하면 다음과 같다. 1차 산업인 농림어업의 생산부문과 2차·3차 산업인 식품산업과의 연계가 취약한 상태이며, 값싼 해외농산물에 의존하여 산업이 성장해 왔다. 식품제조업과 외식업의 경우 9인 이하의 영세업체가 다수를 점하고 있는 상황에서 일부 대규모 사업체가 높은 매출규모를 나타내고 있다. 그러나, 최근 소비자는 자신의 건강과 직결되는 먹거리에 대한 관심이 높아지고 있으며, 낮은 가격보다는 높은 질(안전성과 맛)을 선호하는 쪽으로 급속히 소비 트렌드가 변화하고 있다.

〈표 2〉 외식업 종사자 규모별 사업체수 (2012년)

(단위 : 개)

구분	한식	중식	일식	양식
1~4인	263,699	17,593	4,804	6,002
5~9인	27,073	3,500	1,905	1,840
10~19인	3,737	510	404	715
20~49인	747	70	85	422
50인 이상	92	7	13	196
계	295,348	21,680	7,211	9,175

〈표 3〉 외식업 종사자 규모별 사업체수 (2012년)

(단위 : 개)

구분	기타 외국식	기관 구내식	출장 및 이동	기타	계
1~4인	849	4,332	344	97,131	394,754
5~9인	514	1,666	114	8,727	45,339
10~19인	125	655	24	2,164	8,334
20~49인	15	252	11	801	2,403
50인 이상	-	50	3	147	508
계	1,503	6,955	496	108,970	451,338

자료 : 통계청. 2013. 「도소매업조사」

3. 식품안전성이 중요한 이유

과거 우리나라의 식품산업은 위생과 안전성이라고 하는 관점보다는 상대적으로 경제적 효율성을 우선해 왔다. 경제적 효율성을 우선시 하다보면 식품의 위생 안전문제와 충돌이 발생할 수 있다. 식품위생과 안전문제를 우선시 하다보면 비용이 증가되어 가격경쟁력이 하락하는 문제가 발생하기 때문이다. 그러나, 식품의 안전 및 위생문제를 등한시하게 되면 기업의 생존자체와 소비자 건강을 위협한다는 사실을 우리는 과거의 경험을 통해 쉽게 알 수 있다.

2000년 일본에서 발생한 유끼지루시(설인) 유업 집단식중독사건은 대표적인 사례라 할 수 있다. 1925년에 북해도에서 창업한 유끼지루시 유업은 당시 일본의 대표적인 유제 품생산업체로서 100여개의 계열사를 거느린 식품 전문 업체이었다. 그러나, 유끼지루시 유업은 2000년에 발생한 집단식중독 사건을 시작으로 원산지의 허위표기 사건까지 발생하여 결국 도산에까지 이른다.

종업원 약 7,000여명, 설립 80여년의 역사를 지닌 유명 식품전문 대기업은 식품위생 안전에 대한 방심과 원산지표기의 위장으로 하루아침에 시장의 신뢰를 잃어, 결국 도산하게 된 것이다. 유끼지루시 유업의 도산으로 인해 본사가 위치한 북해도의 지역경제 역시 심각한 타격을 보았을 뿐 아니라, 우유를 공급해온 축산농가 등 관련 경제 주체들도 막대한 경제적 손실과 정신적 피해를 입게 되었다. 유끼지루시 사건 이외에도 식품 안전과 관련된 사건·사고는 그 피해사례가 무수히 많아, 그 예를 열거하기 힘든 실정이다. 중국과 한국에서도 식품 안전과 관련되어 많은 피해사례들이 나타나고 있으며, 그 경우 다수의 피해자가 속출하고 있으며, 심한 경우 사망에 이르는 경우도 보고되고 있다.

식품기업의 경우 위생과 안전을 토대로 한 윤리경영이념은 그 기업의 성패를 좌우하는 가장 중요한 문제임을 확인할 수 있다. 유끼지루시 유업 사건에서도 알 수 있듯이 14,780명의 소비자가 구토와 설사 증상으로 병원 치료를 받았으며 그로 인한 정신적 육체적 경제적 피해 또한 막대한 것으로 조사되었다. 집단식중독 사건의 발생빈도가 증가하고 있으며, 그 피해는 노약자와 어린이(특히, 초·중·고 학생들)에게 집중적으로 발생하고 있으며, 일반적으로 그 피해 증상도 심각한 것으로 보고되고 있다.

4. 서울을 식품안전의 메카로

최근 우리나라에서 이슈가 되고 있는 부정, 불량식품 사고도 초등학생을 중심으로 하는 어린이를 대상으로 한다는데 그 심각성이 크다고 할 수 있다. 어린이의 경우 식품소비 시 부정, 불량식품에 대한 판단력이 낮기 때문에 초등학교 주변을 중심으로 부정, 불량식품이 유통 판매되고 있는 실정이다.

어린이를 대상으로 하는 부정, 불량식품을 근절하기 위해서는 안전한 식품소비에 대한 사회적 관심을 높이고 학교 교육을 강화할 필요가 있다. 교육을 통해 소비자의 판단력을 높임과 동시에 부정, 불량식품에 대해 비교적 관대한 사회 통념을 전환할 필요가 있다.

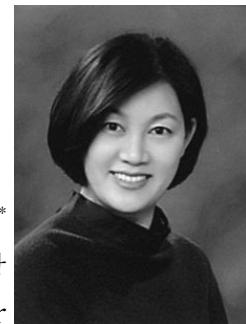
그럼에도 불구하고 서울이 식품산업과 식품안전성의 중심지가 되기 위해서는 더 많은 노력이 필요하다. 우선, 부정, 불량식품의 제조, 유통, 수입, 판매와 관련된 법규와 제도의 강화가 필요하다. 식품 제조업체, 유통업체, 수입업체, 판매업체에 대한 감시와 감독을 강화하는 한편, 주요 식자재 원산지표기에 대한 기준도 엄격히 적용하여 소비자의 알 권리를 확대할 필요가 있다. 부정, 불량식품의 근절은 그 사회의 기업윤리와 성숙도를 나타내는 지표로 사용되고 있다.

식품위생과 안전은 식품산업의 발전을 나타내는 척도일 뿐만 아니라, 그 사회의 건전성과 미래성장성을 나타내는 표시라 할 수 있다. 따라서 글로벌 도시로 성장해가고 있는 서울의 위상에 걸 맞는 노력이 필요한 시점이다. 예를 들어, 음식메뉴(특히, 한식)의 영문 표기 통일이나, 음식점의 식자재 원산지표기에 대한 영문표기, 식자재 정보에 대한 공개 확대 등 서울의 먹거리 안전과 글로벌화를 위한 노력들이 동시에 추진되어야 할 것이다. 지금부터 서울을 글로벌화 된 식품소비의 안전지대로 만들어가는 전략마련이 시급하다.

참고문헌

- 박재홍, 최지현, “식품산업과 농업의 연계 강화 방안”, 한국식품유통학회, 하계학술대회논문집, 2014.8월.
- 황재현, “부정·불량식품을 통해본 식품안전의 중요성”, 현대불교신문, 오피니언 칼럼, 2013.

서울시 서비스 수준, 무엇으로 평가할까?



원혜영*

(사)한국외식산업경영연구원 실장

why@foodbank.co.kr

1. 세계는 음식 전쟁 중

‘세계는 지금 음식전쟁 중’이라는 말이 무색하지 않을 정도로 이미 많은 나라들이 자국의 음식문화를 활성화하고 더 나아가 세계화하는데 열심이다. 단순히 맛있는 음식을 만드는 차원에서 벗어나 음식에 스토리와 문화를 입힘으로써 새로운 가치를 불어넣고 있다. 과거 미식대국이라고 하는 프랑스나 이탈리아 등 일부 국가에 한정됐던 이러한 움직임이 최근에는 보다 많은 나라별·도시별로 확대되고 있다는 사실을 느끼기는 그리 어렵지 않을 것이다. 음식문화에 일가견이 있고 음식을 잘 아는 사람이 아니더라도 조금만 주의 깊게 주위를 둘러보면 생각 이상의 다양한 외국 음식점(해외에서 진출한 브랜드 건 또는 현지에서 자생한 브랜드 건)이 있다는 것에 놀랄 것이다.

이처럼 과거의 ‘음식’은 우리가 살아가는 데 가장 기본요소인 의식주의 한 분야 정

* 저자 학력, 경력 및 최근 연구:

- 경기대학교 대학원 관광학 박사

- 최근 연구 : 외식서비스 진단 등을 통한 외식산업발전 및 외식관계법령 정비 방안 연구

도로만 인식되었지만 소위 ‘살기 위해 먹는다’에서 ‘어떻게 먹을 것인가’에 포커스가 집중되는 시대에 있다 보니 이제 ‘음식 문화’라는 모습으로 가장 자연스럽게 타 문화에 침투하고, 또 흡수되는 파워풀한 감성코드로 성장하고 있다.

2. 국내 외식산업 성장, 서비스 수준 개선 필요

이러한 움직임은 국내도 예외는 아니다. 한국 역시 정부차원의 한식 세계화를 목표로 해외 한식당을 대상으로 한 컨설팅 및 교육, 국내 외식업체의 해외 진출 지원, 그리고 한식 및 한국을 알리기 위한 홍보 마케팅 등 다양한 사업을 진행하고 있으며, 이에 따라 최근 K-Pop 못지 않게 K-Food 열풍이 확산되고 있다. 이러한 배경에는 국내 외식산업의 빠른 질적 및 양적 성장이 기반이 됐기 때문이다. 국내 외식산업은 1970년대를 시작으로 88서울올림픽 등 국제행사를 개최하면서 급성장했으며, 1980~1990년대 해외 브랜드의 국내 진출로 시장 형성이 본격화되기 시작했다. 외식산업 규모는 2002년 40조 4900억 원에서 2012년 77조 2850억 원으로 10년 사이 91%의 성장세를 보였다. 점포수 역시 2002년 60만개에서 2012년 62만개로 3.3%, 종사자수는 2002년 159만 명에서 2012년 175만 명으로 10.1% 증가하는 등 매출 및 점포수, 종사자 모두 10년간 꾸준한 성장세를 보였다.

특히 표준화를 키워드로 선진화된 시스템이라 할 수 있는 외식 프랜차이즈 산업은 2002년 11조 1800억 원에서 2005년 24조 700억 원, 2008년 40조 1700억 원, 2011년 27조 4100억 원으로 2002년 대비 2011년 매출이 145.2%의 급성장세를 나타냈다. 이와 함께 과거 해외 현지에서 자생한 한식당 중심이었던 한식 세계화의 흐름이 이제는 국내에서 진출한 한식 및 외식기업들의 비중이 기하급수적으로 증가함에 따라 한식 세계화를 통한 국가 브랜드 제고에도 혁혁한 공을 세우고 있다. 외식기업들의 해외 진출 현황을 보면 2005년 221개 점포가 운영되던 것이 2009년 990여개, 2012년 말 현재 1700여개로 7년 동안 670%가 증가하는 등 한국의 국가 브랜드 및 한식·한국 외식 브랜드에 대한 선호도가 높아지는 가운데 프랜차이즈 브랜드 및 시스템을 통한 해외진출이 활성화 될 경우 해외로 진출하는 외식업체 수는 훨씬 증가할 것으로 전망된다.

〈표 1〉 국내 외식산업 시장 규모

	매출	사업체수	종사자수
2002년	40조 4900억 원	60만개	159만 명
2012년	77조 2850억 원	62만개	175만 명
‘02년 대비 ‘12년 성장률	91%	3.3%	10.1%

자료 : 통계청 「도소매업 조사」

이에 따라 2011년 외식산업진흥을 골자로 한 외식산업진흥법이 제정되었으며, 외식프랜차이즈 산업 육성을 위한 가맹사업 거래의 공정화를 위한 법률, 가맹사업 진흥을 위한 법률, 원산지 표시제도 시행에 따른 위생, 식재료 이력 추적강화 등 산업 육성 및 체질강화를 위한 법률 및 제도의 제정 및 개정을 통해 산업의 발전을 도모하고 있다.

그러나 이러한 산업의 영향력 제고 및 규모의 성장에도 불구하고 보다 높은 산업의 질적 성장을 위해서는 다시 한 번 되짚어 보고 개선해야 할 부분들이 있다. 그 중 하나가 바로 외식업소의 서비스 수준의 문제다. 즉, 자체 및 위탁을 통한 서비스 교육을 진행하고 있는 기업형 및 대형 외식업체를 제외한 대부분의 업소들이 생계형 비중이 높다 보니 체계적인 전문교육을 받고 외식업에 종사하는 경우가 드물어 경영주 및 점포의 경쟁력이 부족하며, 서비스 수준 역시 높지 않다는 것이다. 물론 기업형 및 대형 외식업체라고 해서 모두 서비스 수준이 높은 것은 결코 아니다.

한국관광공사가 발행한 2013년 관광불편신고 종합 분석서에 따르면 13가지 관광유형 중 음식점 이용에 따른 불편신고가 전체의 5.6%로 쇼핑, 택시, 여행사, 숙박, 공항 및 항공 다음으로 높게 나타났다. 특히 음식점 이용 시 세부 불편 내용을 보면 ‘서비스 불량’이 전체의 31%로, 부당요금 청구(31%)와 함께 1위를 차지했을 정도로 음식점의 서비스 수준이 매우 미약한 것으로 나타났다. 서비스 불량 관련 내용은 음식점 직원이 불친절하게 응대하고 잘못을 지적해도 무성의하게 대응하여 불쾌감을 느낀 경우, 외국인에게 부적합한 메뉴라거나 1인은 판매하지 않는다는 이유 등으로 음식 판매를 하지 않으려는 경우, 고객의 주문 내용에 대해 한숨을 쉬는 등 무시하는 태도를 보인 경우, 주문한 메뉴가 동시에 제공되지 못하고 하나씩 하나씩 지나치게 천천히 나와서 식사에 불편을 겪은 경우, 중국인 여행객임을 확인하고 음식 판매를 거절하는 등 국적에 따른 차별을 하는 경우 등

으로 나타났다.

이처럼 음식점의 서비스 수준 저하는 고객의 만족도 저하로 인해 재방문을 저해하는 등 결과적으로 음식점의 경쟁력 및 영업력을 약화시키는 주요인으로 작용하고 있으며, 이는 곧 외국인 관광객들에게는 단지 해당 음식점 뿐 아니라 한국에 대한 국가 브랜드 이미지 저하와 함께 관광산업 등 이들과 연계된 타 산업으로까지 악영향을 끼치는 요인으로 작용한다.

3. 서비스 퀄리티 제고를 통한 외식산업의 경쟁력 강화

외식뿐 아니라 모든 산업에 걸쳐, 그리고 국내 뿐 아니라 국제적으로도 서비스에 대한 중요성은 날로 높아지고 있다. 특히 외래 관광객이 증대함에 따라 이들을 만족시키기 위한 자체 및 국가 차원에서의 서비스 강화를 위한 다양한 제도도 도입되고 있다.

국내의 경우 민간 산업체를 대상으로 하는 정부의 평가 및 인증 사업이 이미 산업통상자원부, 문화체육관광부, 지자체(시·군·구), 여성가족부, 교육부 등에서 분야별로 도입되어 주도적으로 실시되고 있는 상황이다.

해외 사례로는 홍콩, 미국, 태국, 호주 등이 서비스 관련 인증 제도를 운영하고 있으며, 이 외에 민간주도로는 미슐랭 가이드와 자갓서베이, 밀레가이드 등이 서비스 평가를 포함해 운영되고 있다. 이 중 대표적인 관광국가인 홍콩은 홍콩 방문 관광객들의 만족 수준 향상을 도모하기 위해 홍콩 관광 진흥청에서 품질관광 서비스 인증제(Quality Tourism Services: QTS)를 운영하고 있다. 홍콩의 품질관광 서비스 인증제는 홍콩 방문 관광객들의 만족 수준 향상을 도모하고자 실시된 제도로 홍콩 관광진흥청이 주관하고 홍콩 경제부가 지원하는 품질관광 서비스 인증제는 1999년 11월에 추진된 이후, 2000년 4월부터 본격적으로 시행하고 있다.

국내 역시 다양한 외식업소 관련 인증제도와는 별개로 외식업소에 대한 서비스를 중심으로 평가하는 외식 서비스 인증제도 도입이 필요하다는 의견이 개진되고 있으며, 이에 따라 관계부처에서도 이에 대한 적극적인 도입을 검토하고 있다.

농림축산식품부와 (사)한국외식산업경영연구원이 2014년 6월 온라인과 오프라인 설문 조사를 통해 일반 소비자들을 대상으로 외식업 서비스 수준 및 인증제도의 필요성 등에

대해 조사한 결과를 보면, 전체 응답자 중 35.9%만이 외식업체에서 제공하는 서비스에 만족하는 것으로 나타났다. 또한 9가지 서비스 항목에 대한 중요도와 실행도를 분석한 결과 서비스 항목에 대한 중요도 평균은 3.95인 반면 실제 외식업소에서 실행되는 정도는 평균 2.98로 중요도에 비해 실행도는 매우 낮게 나타났다. 이와 함께 향후 외식업소 서비스 수준 향상을 위해 (가칭)서비스 인증제도 도입이 필요한지에 대해서는 일반 소비자와 외식업 종사자 모두 필요하다는 의견이 높게 나타났다. 현 외식업소의 서비스에 대한 수준 및 인증제도 도입에 대한 부분은 전문가를 대상으로 한 델파이조사에서도 동일한 결과를 보였다.

외식산업의 성장에 따라 맛 뿐 아니라 서비스(인적 및 물리적)에 대한 중요성이 더욱 높아지고 있으며, 이에 따라 외식업소들은 서비스 퀄리티 제고를 통해 고객만족을 높이고 업소 경쟁력을 강화해야만 지속성장을 할 수 있다는 것은 더 이상 새로운 사실이 아니다. 또한 이제는 단순히 외식산업이 아니라 국내외 관광객을 대상으로 하는 음식관광 산업으로 연결돼 다양한 부가가치를 창출해야 하는 상황이다. 그러기 위해서는 외식산업에 종사하는 외식업체 경영주 및 종사자들의 외식서비스에 대한 인식 전환과 함께 외식 서비스문화가 만들어져야 비로소 음식관광의 산업화 및 미식대국 대열에 합류 할 수 있을 것이라 사료된다.

4. 서울시, 도시경쟁력 제고를 위한 외식업 서비스 강화 절실

2012년 기준으로 서울시에 소재한 음식점은 11만 5577개로 전국 17개시도 중 경기도 (124,051개) 다음으로 가장 많은 음식점이 운영되고 있으며, 매출로는 19조 5523억 원으로 음식점수가 가장 많은 경기도(16조 3892억 원) 보다 높다. 서울을 찾는 국내외 관광객이 매년 증가하고 있으며, 이들은 서울만의 특화된 음식 및 음식거리, 음식문화를 경험하기 위해 음식관광을 목적으로 하는 비중이 날로 높아지고 있다.

이에 따라 서울시에서 영업 중인 외식업체의 서비스 퀄리티가 어떠나에 따라 서울시에 대한 평가가 달라진다. 이는 비단 음식관광을 온 국내외 관광객만이 아니라 다른 목적의 관광객이라 할지라도 외식업체는 반드시 방문할 수밖에 없는 필수장소이기 때문에 외식업체의 서비스 수준은 곧 서울시의 서비스 수준을 나타내는 바로미터라 할 수 있다.

일본 모리기념재단이 발표한 2014년 글로벌 도시경쟁력지수(GPCI: Global Power City Index)에서 서울은 세계 40개 도시 중 3년 연속 6위를 기록했다. 서울시 외식업소의 서비스 수준은 도시경쟁력지수의 정량적인 측면에서는 매우 미약한 부분을 차지할지 몰라도 정성적인 부분에 있어서는 아주 중용한 부분을 차지하고 있다고 할 수 있다.

이에 서울시는 시내의 외식업소를 대상으로 경영주 및 종사자들의 서비스 마인드 제고와 함께 서비스 퀄리티를 높일 수 있는 다양한 정책 사업을 강구할 필요가 있음을 잊지 말아야 할 것이다.

생
생
리
포
트

SEOUL ECONOMIC BULLETIN

생생리포트

■ 2015 서울시 녹색산업 지원사업 안내

임인순(서울시녹색산업지원센터 책임)

2015 서울시 녹색산업 지원사업 안내

임인순

서울시녹색산업지원센터 SBA G밸리활성화팀 책임
islm@sba.seoul.kr

I. 녹색산업의 이해

1. 녹색산업 및 제품에 대한 정의
2. 녹색제품 사용해야 하는 이유
3. 서울시가 지원하는 녹색산업은

II. 서울시 녹색산업지원 주요사업(2015)

1. 기본방향
2. 주요사업 소개
3. 서울시녹색산업지원센터

I. 녹색산업의 이해

1. 녹색산업 및 제품에 대한 정의

녹색산업[綠色產業]이란, 경제·금융·건설·교통물류·농림수산·관광 등 경제활동 전반에 걸쳐 에너지와 자원의 효율을 높이고 환경을 개선할 수 있는 재화(財貨)를 생산하고 서비스를 제공하여 저탄소 녹색성장을 위한 모든 산업을 말한다.

녹색산업은 기존의 산업구조를 유지하되 이를 친환경적인 산업구조로 재구축하여 자연친화적 체제를 갖춘 산업을 의미하며, 사용에너지와 탄소배출을 줄이는데 관련된 모든 관련 산업, 상품생산의 효율성을 높임으로써 자원의 효율적 사용과 공해요소를 줄이는 것과 연관된 산업, 기존의 석탄, 석유, LPG, LNG 등의 탄소배출 연료의 효율을 높이는 것과 관련된 산업, 기존에 폐기물로 여기던 자원을 재활용하는 산업분야 등이 녹색산업의 범위에 있는 산업들이라고 할 수 있다. [※ 관련법령 : 저탄소 녹색성장 기본법]

녹색제품이란, 에너지자원의 투입과 온실가스 및 오염물질의 발생을 최소화하는 제품으로써 동일 용도의 다른 제품 또는 서비스에 비하여 자원절약에 기여하고, 환경오염을 줄일 수 있는 제품이다.



[그림] 녹색제품 인증마크(예시)

* 녹색제품: 에너지·자원의 투입과 온실가스 및 오염물질의 발생을 최소화하는 제품
(저탄소 녹색성장 기본법 제1장 제2조(정의) 5항)

2. 녹색제품 사용해야 하는 이유

녹색제품은 사용 단계에서 환경영향을 최소화하고, 환경 복원비용을 절감함으로써 사회적 비용을 줄이고, 소비자 입장에서도 녹색제품을 구매하는 것은 사회적·환경적 편익 창출에 기여할 뿐만 아니라 경제적으로도 이익을 가져다준다.

구매단계에서는 비용이 일부 추가 되더라도 사용단계에서 전기료, 물, 폐기물 발생량 절감을 통해 비용 회수가 가능하다. 녹색제품 구매 확대를 통해 기업의 녹색제품 개발·생산을 유도하고 제품의 환경 경쟁력을 강화해서 국가경제에 기여할 수 있다.

3. 서울시가 지원하는 녹색산업

국가 신성장 동력산업이면서 도시의 기후·대기·환경 전반에 걸쳐 지속가능한 도시의 성장모델로 육성할 수 있는 도시형 산업으로 서울시는 녹색산업을 선정 집중 육성하고 있다. 서울시가 지원하는 녹색산업은 다음과 같다.

〈표 1〉 서울형 7대 녹색산업 분야

대분류	중분류	세분류(제품 및 서비스)
그린카	그린카 제조 연료전지, 수소에너지	전기차/하이브리드 차량/구동모터/구동전장품 연료전지 제조, 연료전지 발전, 수소발생장치 제조
녹색건축	친환경건축 자재 에너지고효율빌딩	친환경 인증/단열창호/보온단열재 생산 친환경건축물 건축/기타 자재 및 설계
신재생에너지	재생에너지 신에너지	태양광, 태양열, 풍력, 바이오에너지, 태양에너지, 지열, 수력, 폐기물에너지 관련 부품의 제조, 건설, 에너지 생산 청정에너지 등과 관련한 부품의 제조, 건설, 에너지 생산 등
LED	신광원 고효율 조명	LED 웨이퍼/칩/패키지/모듈/램프 등의 생산 LED 조명장치의 생산
녹색서비스	환경서비스 에너지서비스	환경 및 에너지 부문 컨설팅 및 용역 서비스의 제공 평가, 분석, 에너지진단 등 각종 측정 분석 서비스 제공 환경 및 에너지 관련 연구 및 개발
그린IT	환경 융합형 IT 에너지 융합형 IT	환경 및 에너지와 관련한 각종 시스템 및 소프트웨어의 개발(에너지관리시스템, 스마트그리드시스템, 전력관리 SW, 녹색교통시스템 등)
도시자원순환	오염저감 및 처리 자원효율성	대기, 토양, 지하수, 폐기물 등 각종 환경오염의 저감을 위한 제품 생산 및 서비스의 제공 재활용, 재이용, 재사용 등 자원순환을 통한 제품의 생산 및 서비스 제공 수자원, 천연자원, 생물종 등 생태보존을 위한 관련 제품 및 서비스의 제공

※출처 : 서울시 녹색산업 현황조사 및 녹색일자리 창출 연구용역, 2013.2, SBA

II. 서울시 녹색산업지원 주요사업(2015)

1. 기본방향



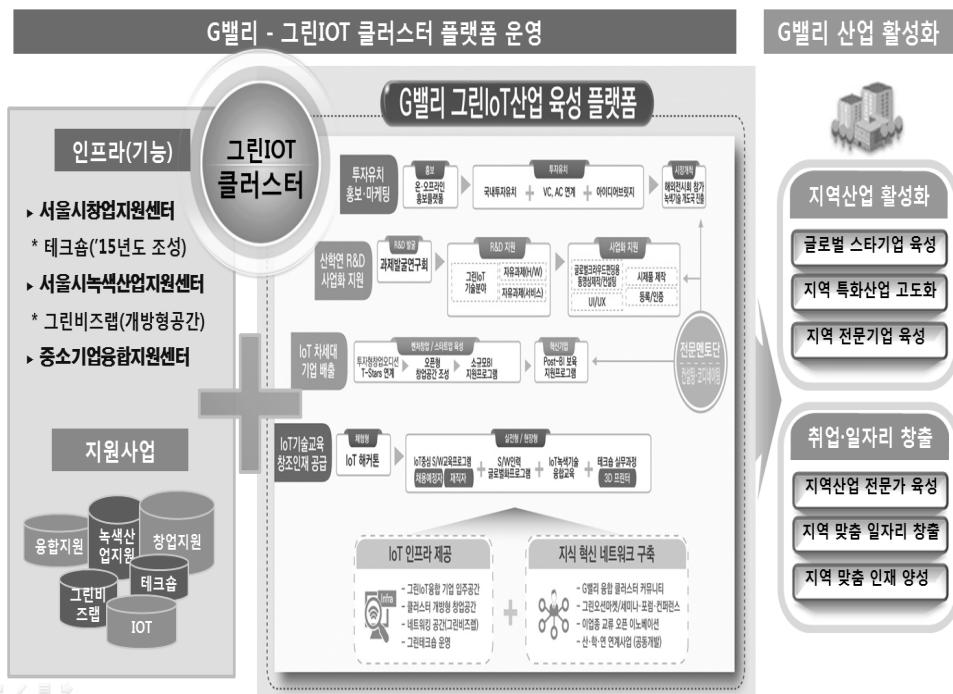
* 클러스터 성공모델을 서울시 주요 권역으로 단계별 확산

G밸리 녹색산업 클러스터 구성(‘14) 현황

▶ 조성분야 : 그린IT, IoT 융복합, 신재생에너지(서울형 7대 녹색산업)

▶ 참여기업 : 45개사(녹색기업 위주)

▶ 참여기관 : (사)서울시녹색산업협회, 서울디지털단지 경영자협의회, 신재생에너지협회, 태양광협회 등



[그림] 플랫폼 운영

2. 주요사업 소개

(1) 녹색산업 클러스터 운영

① 녹색기술 정보 플랫폼 구축 (신규)

- 서울시 녹색산업, 녹색기술(제품), 정보동향, 유망 녹색기업 등을 국내외에 실시간 소개 가능한 온라인 통합정보시스템의 필요성 증대에 따라 녹색기술 정보 플랫폼을 구축할 계획이다.

- 이 정보 플랫폼을 활용하여 서울지역 녹색기업의 기술 동향, 유망제품 정보 등을 실시간 검색할 수 있도록 하여 국내외 홍보 및 수출 사업 등 e-Biz 사업화에 가교 역할을 수행할 것이다.

② 그린테크숍 설치 운영 (신규)

- 중소기업의 녹색기술 시제품 제작 수요 증가에 따른 대안으로 기업 또는 창업가들의 풍부한 아이디어를 필요시 언제든 시제품을 DIY 개발, 제작해 볼 수 있는 공동 작업실 형태의 “그린테크숍” 을 (구로)서울시창업지원센터 내 조성하여 전문가 기술 현장 지원 등 밀착지원 예정이다. 이를 통해서 녹색기업은 시제품 제작 기술 노하우 축적은 물론, G밸리 기업 네트워크 허브로 활용, 기업 간 다양한 협업이 가능할 것으로 기대한다.

③ 녹색기술 인력양성

- 녹색기업들의 사업화 가능한 녹색기술 R&D 과제개발 활성화를 위해 R&BD 최고위 과정(20명 내외)을 매년 운영한다. 본 교육정은 녹색기업 CEO 대상으로 사업화 가능한 R&D 기술제안서 작성 실습을 통해 서울시 ‘원전 하나 줄이기’ 사업을 견인할 신사업 발굴 육성하는데 그 목적이 있다. 또한, 녹색산업체 재직자 양성을 위해 녹색기술인증 지원사업과 연계한 녹색기술인증 교육과정(2회), 실무 세미나(그린IT 또는 테크숍, 1회)(45명 내외) 등의 교육과정을 운영할 계획이다.

(2) 녹색기술 경쟁력 강화

① 녹색기술 컨퍼런스 개최(하반기)

- 서울지역 선도 녹색기술(IoT 등) 발굴, 투자유치 및 스타기업으로 육성하기 위해 녹색기술 컨퍼런스(하반기)를 개최한다. 녹색 신기술, 우수사례 발표(50개사 내외), 녹색기술상품시제품 전시회(20개사 내외, 하반기)를 통해서 언론사, 창투사, 투자기관,

대기업 등과 연계한 상생협력은 물론 향후 해외 바이어 초청 수출사업화의 주요 채널로 확대해 나갈 계획이다.

- 녹색 전주기적 시스템 구축



[그림] 민관 협력 네트워크를 활용한 성장 단계별 녹색기업 육성 시스템

② 지구를 살리는 녹색제품 전(30개사 내외)

- 녹색기술(제품)에 대한 소비자 인식 개선을 통한 판로 및 이용 확대를 위해 서울시청 신청사 로비공간 활용 전시회를 매년 개최하고 있다. 녹색제품 전을 통해서 관람 시민들 대상으로 서울소재 녹색 중소기업 제품 홍보, (공공) 판로 마케팅을 지원한다.



[그림] MBC 뉴스이브닝 (14.5.23(금) 16:41)

(3) 녹색기술 해외통상 지원

① 녹색기술 수출 상담회(10개사 내외) (신규)

- 우수 녹색기술 해외 홍보, 글로벌 판로개척 및 수출 사업화 지원을 위한 사업으

로 아시아 지역 서울시 우호협력 관계인 해외 도시에서 개최하는 녹색기술 포럼(설명회), 비즈니스상담회 등에 서울시 녹색기업을 참가, 수출 상담회 등을 개최하여 지원할 계획이다.

② 해외 마케팅 대행관 운영(12개사 내외) (신규)

- 우수 녹색기술(제품) 보유기업 대상으로 해외 시장경쟁력 강화 및 수출 사업화 촉진을 위해 유망 녹색기술 발굴하고 녹색, 환경 관련 글로벌 Top.5 전문 전시회에 해외 마케팅 대행관으로 참가, 녹색기술 수출 플랫폼 역할을 수행할 계획이다.

3. 서울시녹색산업지원센터

구 분	서울시녹색산업지원센터	그린비즈랩
개 관 일	2011.11.24	2014.07.15
위 치	구로구 디지털로 26길 402호	구로구 디지털로 26길 413호
규 모	194m ²	307 m ²
입주건물 전경 및 내부사진	 	

- 문의처 : 02-866-5273(임인순 책임)

인
포
그
래
픽
스

SEOUL ECONOMIC BULLETIN

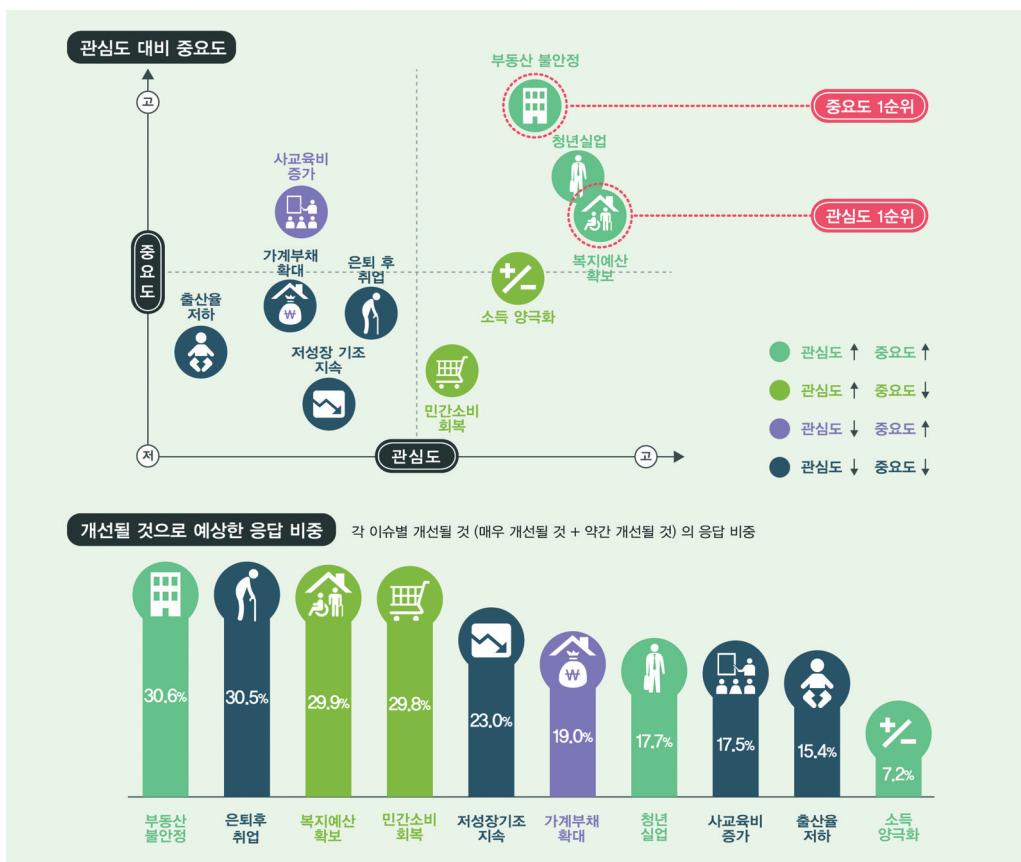
인포그래픽스

■ 을미년(2015년), 서울시민들이
생각하는 주요 경제이슈는?

박희석 (서울연구원 서울경제분석센터 센터장)
장윤선 (서울연구원 서울경제분석센터 연구원)

을미년(2015년), 서울시민들이 생각하는 주요 경제이슈는?

서울연구원 서울경제분석센터
 박희석 센터장 hspark@si.re.kr
 장윤선 연구원 changys@si.re.kr



중요도 1순위는 ‘부동산 불안정’ , 관심도 1순위는 ‘복지예산 확보’로 조사

- 가장 중요하게 생각하는 이슈는 ‘부동산 불안정’, 가장 관심있는 이슈는 ‘복지예산 확보’로 조사
 - 중요도와 관심도가 모두 높은 이슈는 ‘부동산 불안정’, ‘청년실업’, ‘복지예산 확보’로 3대 주요 경제이슈로 나타남
 - 중요도와 관심도가 평균보다 낮은 이슈는 ‘출산율 저하’, ‘저성장기조 지속’, ‘가계부채 확대’, ‘은퇴 후 취업’으로 나타남
 - ‘사교육비 증가’는 중요도는 높으나 관심도는 낮은편으로 나타났으며, ‘민간소비 회복’은 관심도는 평균보다 높지만 중요도는 평균보다 낮은 것으로 나타남

- 개선될 것으로 예상한 응답 비중이 가장 큰 이슈는 ‘부동산 불안정’, 가장 낮은 이슈는 ‘소득 양극화’
 - 개선될 것으로 예상한 응답 비중은 ‘부동산 불안정’ 30.6%, ‘은퇴 후 취업’ 30.5%, ‘복지예산 확보’ 29.9% 순
 - 개선 예상 응답 비중이 낮은 이슈는 ‘소득 양극화’ 7.2%, ‘출산율 저하’ 15.4%, ‘사교육비 증가’ 17.5% 순
 - ‘부동산 불안정’은 관심·중요도도 높고 개선될 것이란 응답 비중이 큰것으로 나타났으며, ‘소득 양극화’는 높은 관심·중요도에 비해 개선 예상 응답 비중이 낮은 것으로 나타남

주: 소비자체감경기 조사모집단은 2010년 인구센서스를 기준으로 가구주 연령이 만 20세부터 69세까지의 서울시 일반가구로 한정하였으며 미혼은 제외하며, 목표 표본은 서울 소재 1,000가구

자료 : 2014년 4/4분기 서울지역 소비자 체감경기 전망 부가조사 (서울연구원 서울경제분석센터)

올미년(2015년), 서울시민들이 생각하는 주요 경제이슈는?

<표 1> 내년도 예상 경제 이슈별 관심도 및 중요도

(단위: %)

구분	관심도	중요도
부동산 불안정	57.3	38.1
가계부채 확대	47.7	20.2
저성장 기조 지속	48.8	9.1
민간소비 회복	53.3	14.3
출산율 저하	44.2	15.8
소득 양극화	57.1	21.8
청년실업	59.0	29.9
은퇴 후 취업	50.8	19.3
복지예산 확보	59.3	27.3
사교육비 증가	48.0	24.1
평균	52.6	22.0
최 소값(min)	44.2	9.1
최 대값(max)	59.3	38.1

〈표 2〉 내년도 예상 경제 이슈별 개선 예상 정도

(단위: %)

항목	사례수 (명)	개선될 것				개선되지 않을 것			모름/무 응답
		매우 개선될 것	약간 개선될 것	개선될 것	별로 개선되지 않을 것	전혀 개선되지 않을 것			
부동산 불안정	575	1.1	29.6	30.6	46.3	19.2	65.6	3.8	
민간소비 회복	535	0.6	29.2	29.8	48.8	19.1	68.0	2.3	
복지예산 확보	595	0.5	29.5	29.9	43.8	21.3	65.1	4.9	
은퇴 후 취업	510	2.0	28.5	30.5	41.1	24.2	65.4	4.1	
저성장 기조 지속	490	0.6	22.4	23.0	49.9	23.2	73.1	3.9	
가계부채 확대	479	1.0	17.9	19.0	48.1	29.9	78.1	3.0	
청년실업	592	0.3	17.4	17.7	48.1	30.1	78.2	4.1	
사교육비 증가	482	0.6	16.9	17.5	48.0	30.9	78.9	3.5	
출산율 저하	444	1.1	14.3	15.4	45.9	35.1	80.9	3.6	
소득 양극화	574	-	7.2	7.2	42.1	49.3	91.4	1.4	
기타	25	4.1	15.9	20.0	24.1	27.9	52.0	28.0	

SEOUL ECONOMIC BULLETIN

경제동향

■ 요 약

■ 생 산 제조업지수/재고지수

■ 소 비 대형소매점 판매액

■ 고 용 경제활동인구/취업자/실업률·고용률

■ 물 가 소비자물가/ 신선식품

곽지원 연구원(서울연구원 서울경제분석센터)

■ 부동산 주택매매가격/주택전세가격

■ 금 응 가계대출/개인파산/신용보증재단

■ 수출입 수출입액/수출입 품목/국가별 품목

정의영 연구원(서울연구원 서울경제분석센터)

| 요 · 약 | 10월 서울의 경제동향

생 산

- 서울의 10월 제조업생산지수는 109.2로 전년 동월 대비 5.8% 감소
- 10월 제조업 출하·재고 지수는 각각 전년 동월 대비 3.1% 감소, 10.4% 증가하여 경기하강기

소 비

- 서울의 10월 대형소매점 판매액은 2조1,491억원으로 전국(6조3,493억원)의 33.8%를 차지
- 10월 백화점 판매액은 전년 동월 대비 6.9% 감소, 대형마트 판매액은 전년 동월 대비 10.8% 증가

고 용

- 서울의 10월 취업자는 516만2천명으로 전년 동월 대비 7천명(0.1%)이 증가
- 서울의 10월 고용률은 60.5%로 전년 동월 대비 동일, 실업률은 4.5%로 전년 동월 대비 1.1%p 상승

물 가

- 2014년 10월 서울시 소비자물가지수는 109.7(2010년=100.0)로 전년 동월 대비 1.4% 상승

부 동 산

- 서울의 10월 주택매매가격은 중구(0.37%), 강북구(0.40%)와 서초구(0.54%)를 중심으로 전월대비 0.20% 상승. 강남지역(0.24%), 강북지역(0.16%) 모두 전월대비 상승
- 서울의 10월 주택전세가격은 중구(0.74%), 강북구(0.61%), 금천구(0.52%) 중심으로 전월대비 0.37% 상승. 강북(0.37%), 강남(0.37%) 모두 상승

금 융

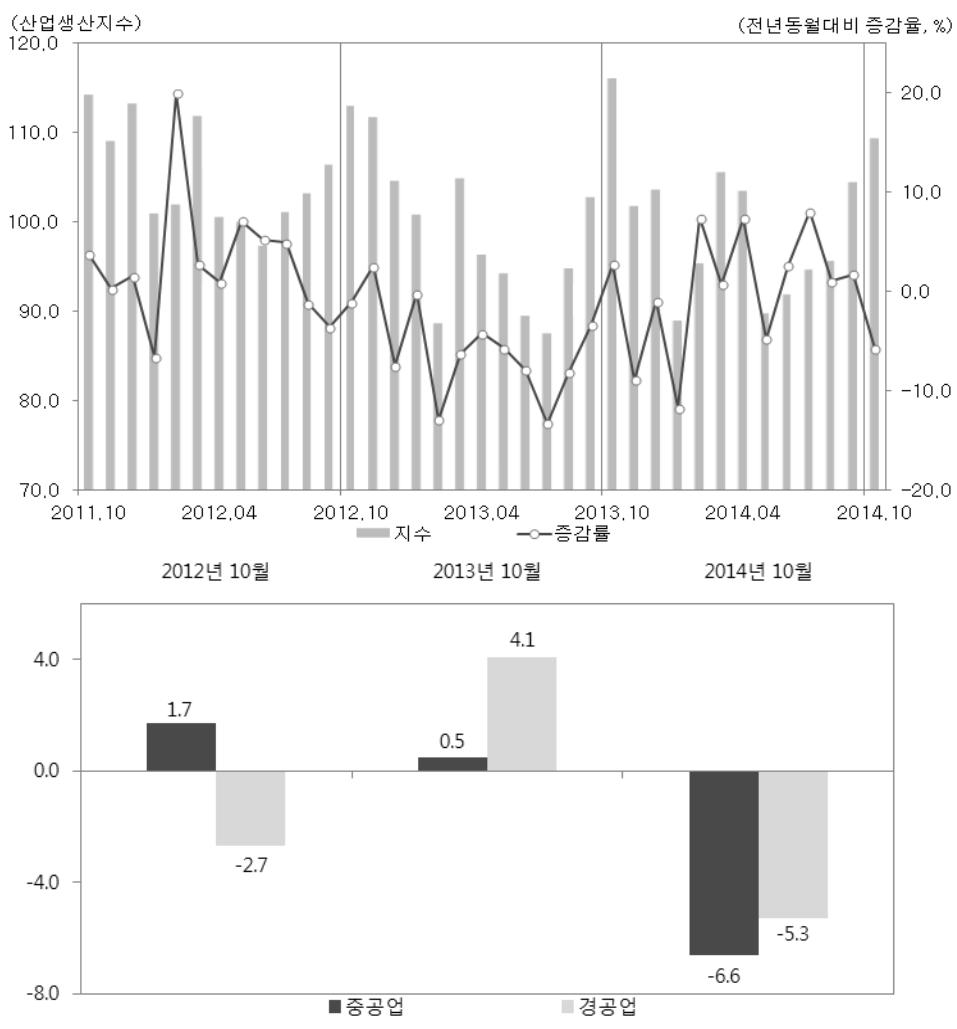
- 서울의 10월 전체 대출금 잔액은 593조 5,128원으로 전월대비 1.17% 증가. 가계대출은 186조 2,062 억원으로 전월대비 1.1% 증가
- 서울의 10월 신설법인 수는 2,419개로 전월대비 12.5% 증가
- 서울의 10월 부도업체 수는 22개로 전월대비 12% 감소
- 서울의 10월 보증금액, 보증지원건수 전월대비 각각 22.6%, 22.9% 증가

수 출 입

- 서울의 10월 수출은 53.7억 달러를 기록하여 전년동월대비 1.3% 증가, 품목별로는 자동차 부품, 국가별로는 중국이 1순위 차지
- 서울의 10월 수입은 121.61억 달러를 기록하여 전년동월대비 0.4% 증가, 품목별로는 석유제품, 국가별로는 중국이 1순위 차지

| 생 · 산 |

- 서울의 2014년 10월 제조업생산지수 109.2(2010=100)로 전년 동월 대비 5.8% 감소
 - 공업구조별로 중공업 부문은 전년 동월 대비 6.6%, 경공업은 5.3% 각각 감소
 - 제조업 부문별로 전년 동월 대비 전기장비(62.4%), 종이제품(20.8%), 가죽 및 신발(14.0%) 등 증가, 전자부품·컴퓨터·영상음향통신(-25.0%), 기계장비(-9.1%), 의복 및 모피(-6.6%) 등 각각 감소



자료: 통계청, 경인지방통계청(2010=100)

〈그림〉 산업생산 추이 및 증감률

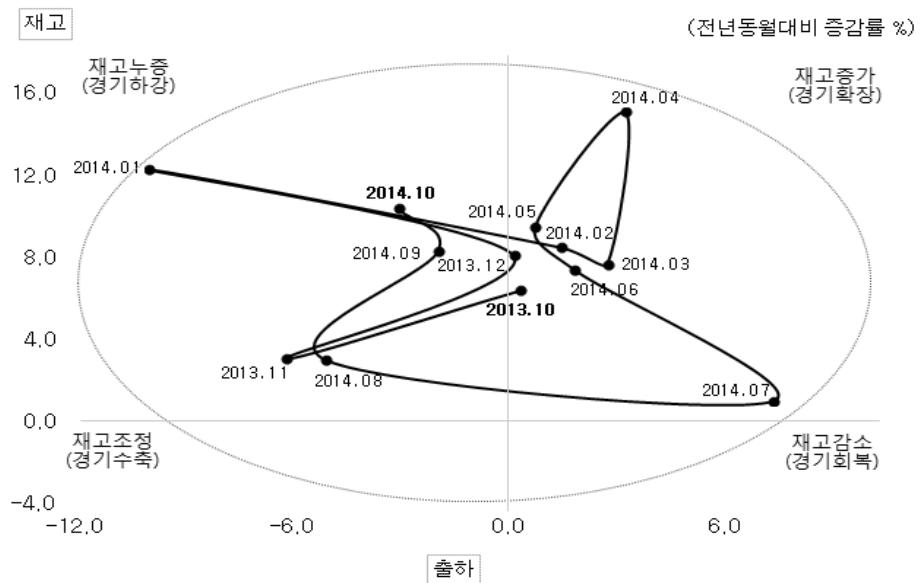
| 출하 · 재고 순환 |

■ 서울의 10월 제조업 전년 동월 대비 출하 감소, 재고 증가로 경기하강기

- 서울의 10월 출하지수는 110.8(2010=100.0)로 전년 동월 대비 3.1% 감소
- 서울의 10월 재고지수는 129.7(2010=100.0)로 전년 동월 대비 10.4% 증가
- 출하 감소, 재고 상승하여 경기하강 단계로 해석할 수 있음(<Box> 참조)

<참고> 출하 · 재고 순환 상관표

경기수축기	경기회복기	경기확장기	경기하강기
출하↓	출하↑	출하↑	출하↓
재고↓	재고↓	재고↑	재고↑
재고조정	재고감소	의도된 재고증가	재고누증



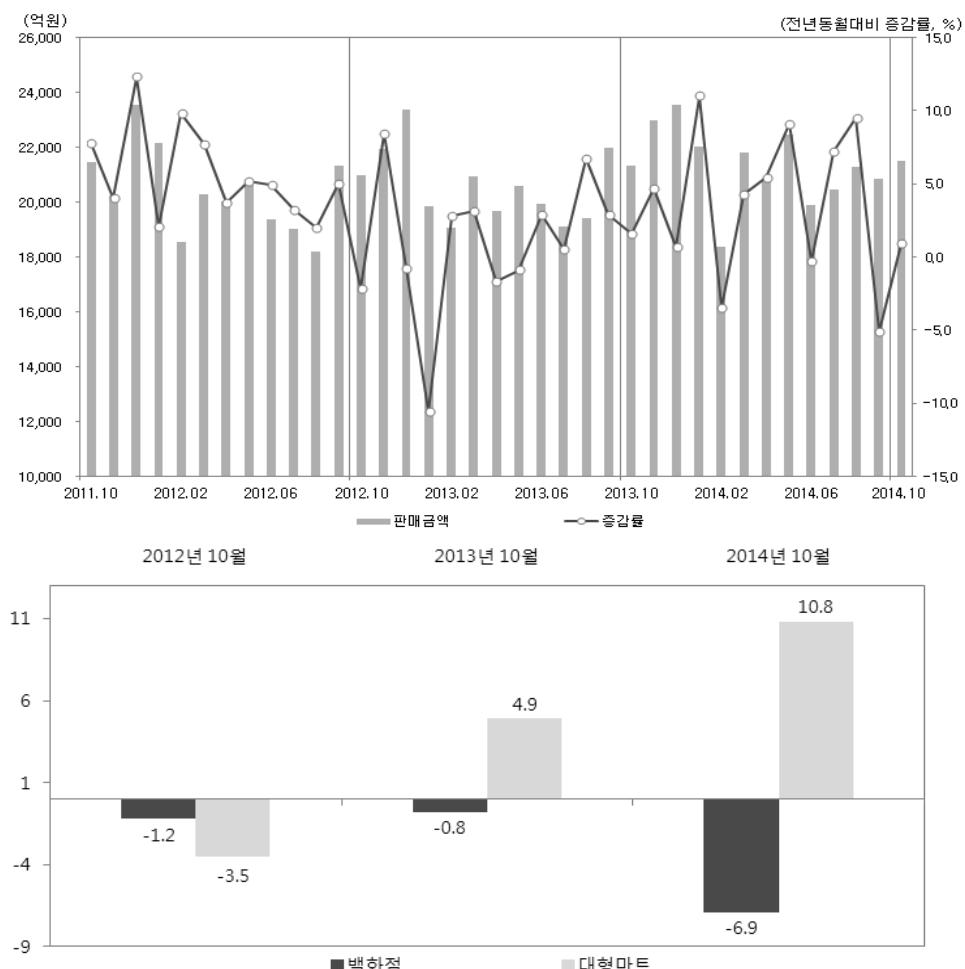
자료: 통계청, 경인지방통계청(2010=100)

<그림> 서울의 출하 · 재고 증감률 추이

| 소·비 |

■ 서울의 10월 대형소매점 판매액 전년 동월 대비 0.9% 증가

- 서울의 10월 대형소매점 판매액은 2조1,491억원으로 전국(6조3,493억원)의 33.8%를 차지
- 백화점 판매액은 1조1,122억원으로 전국(2조5,035억원)의 44.4%, 대형마트 판매액은 1조369억원으로 전국(3조8,457억원)의 27.0%를 차지
- 서울의 10월 대형소매점 판매액지수는 106.4로 전년 동월 대비 1.4% 감소



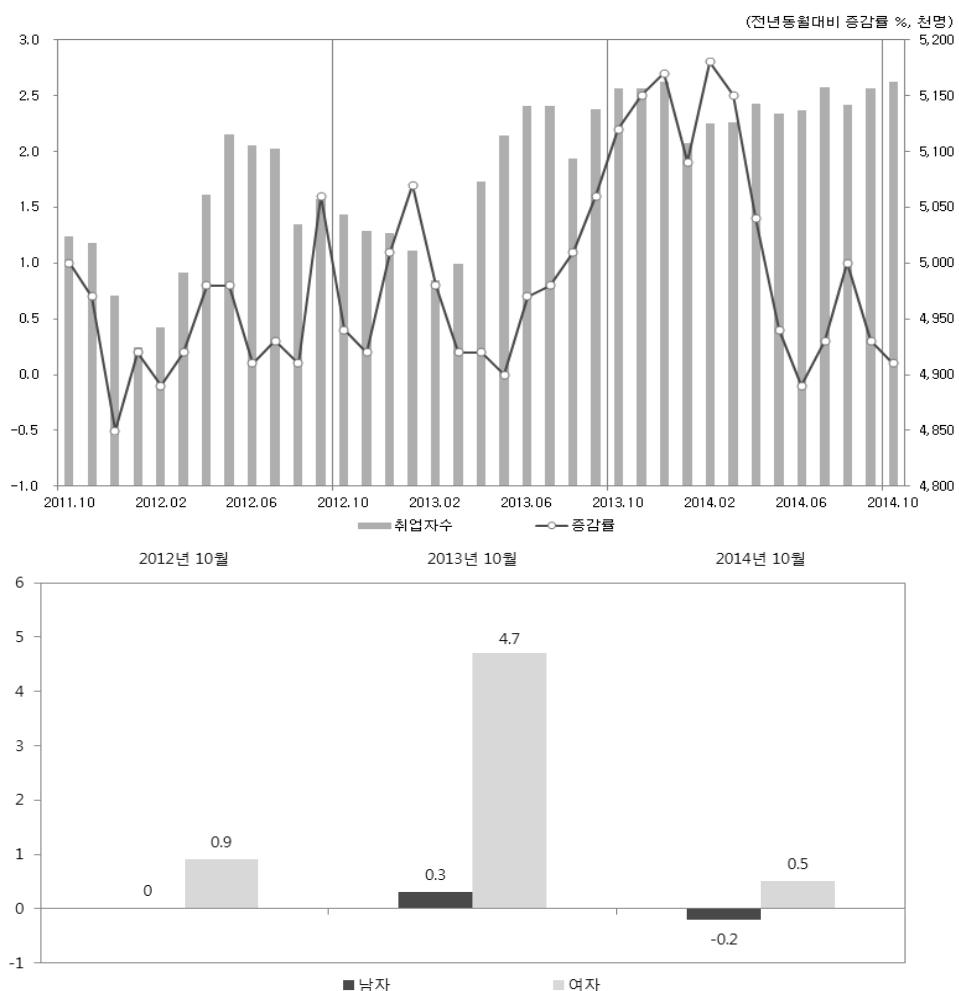
자료: 통계청, 경인지방통계청

<그림> 서울의 대형소매점 판매 추이 및 증감률

| 취 · 업 · 자 |

■ 서울의 10월 취업자 수 전년 동월 대비 0.1% 증가

- 서울의 10월 취업자는 516만2천명으로 전년 동월 대비 7천명(0.1%)이 증가
- 성별로 보면, 남자는 287만명으로 전년 동월 대비 5천명(-0.2%) 감소, 여자는 229만3천명으로 1만1천명(0.5%) 증가
- 산업별로 보면, 도소매·숙박음식업 10만7천명(7.9%), 건설업 3천명(0.8%)이 각각 증가

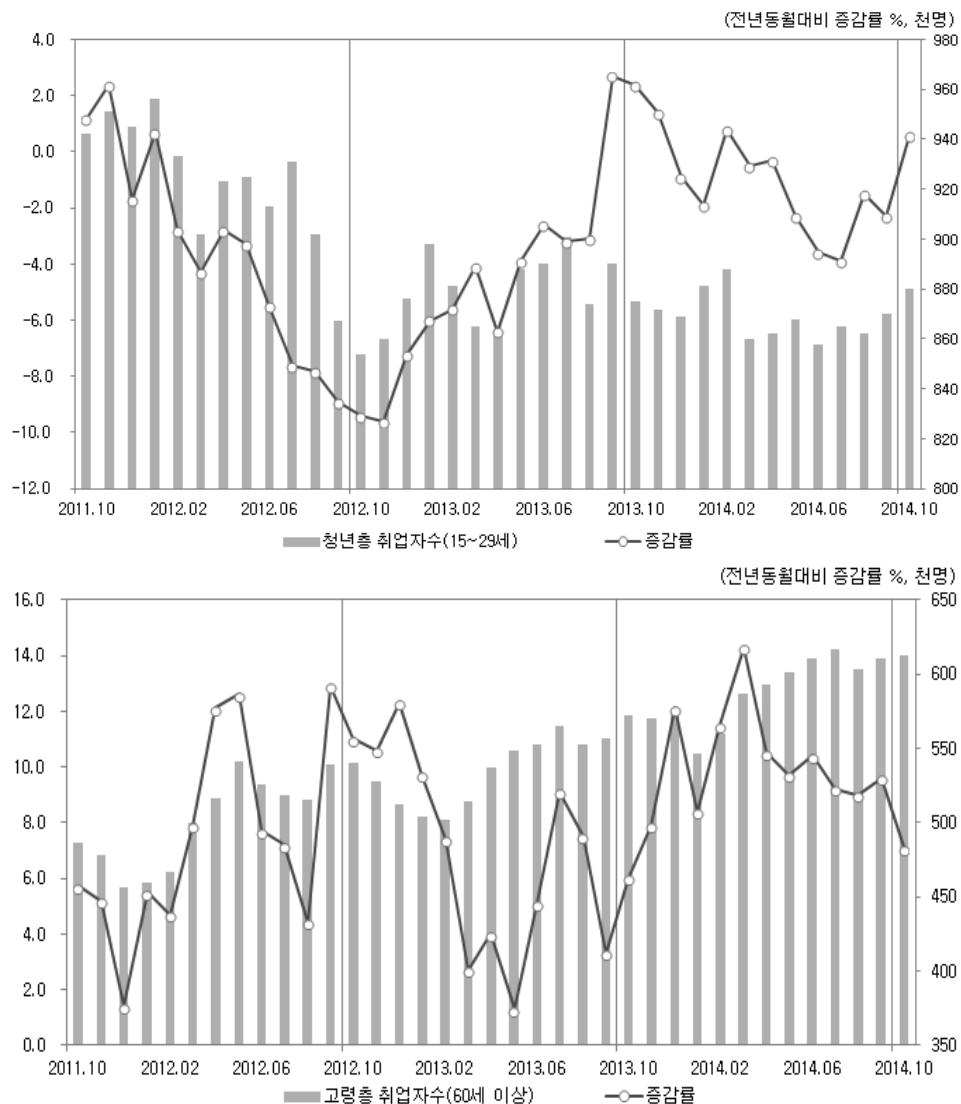


자료: 통계청, 경인지방통계청

<그림> 서울의 월별 취업자 추이 및 증감률

■ 서울의 10월 청년층(15세~29세)과 고령층(60세 이상) 증감률은 플러스 증가세

- 서울의 10월 청년층(15세~29세) 취업자는 88만명으로 전년 동월 대비 0.6% 증가
- 서울의 10월 고령층(60세 이상) 취업자는 61만3천명으로 전년 동월 대비 7.1%로 꾸준한 플러스 성장
- 청년층의 취업 증감률은 2014년 하반기 이후 전반적으로 증가 추세



자료: 통계청, 경인지방통계청

<그림> 서울의 월별 청년층 및 고령층 취업자 추이

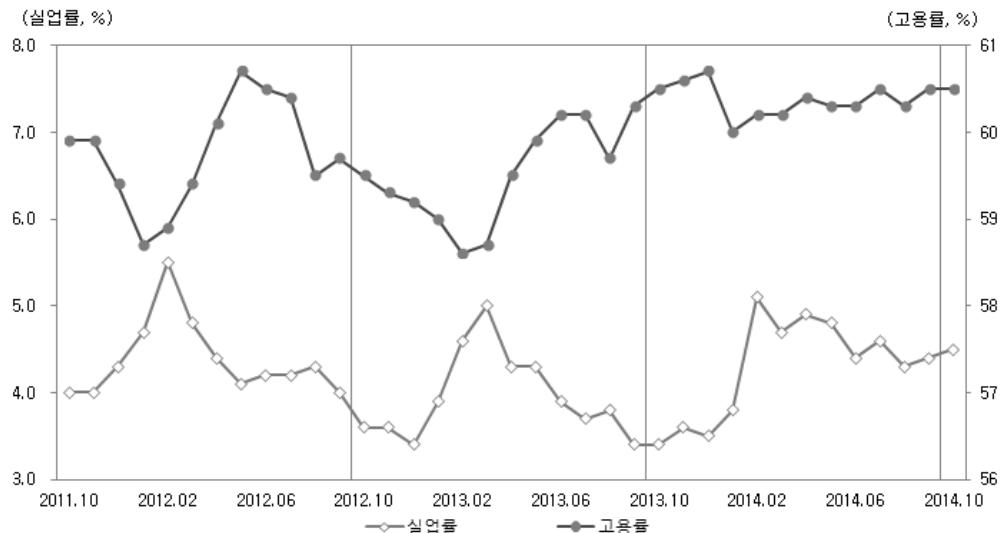
| 고 · 용 · 률 · 및 · 실 · 업 · 률 |

■ 서울의 10월 고용률 전년 동월 대비 동일, 전국대비 낮은 수준

- 서울의 10월 고용률은 60.5%로 전년 동월 대비 동일
- 성별로 보면, 남자는 70.2%로 전년 동월 대비 0.1%p 감소, 여자는 51.6%로 0.1%p 증가
- 2014년 10월 서울시 고용률은 전국(60.9%)보다 0.4%p 낮은 수준

■ 서울의 10월 실업률 전년 동월 대비 상승, 전국대비 높은 수준

- 서울의 10월 실업자는 24만4천명으로 전년 동월 대비 6만명(32.5%)이 증가
- 실업률은 4.5%로 전년 동월 대비 1.1%p 상승
- 성별로 보면, 남자는 4.4%로 전년 동월 대비 0.6%p 증가, 여자는 4.6%로 1.6%p 상승
- 2014년 10월 서울시 실업률은 전국(3.2%)에 비하여 1.3%p 높은 수준



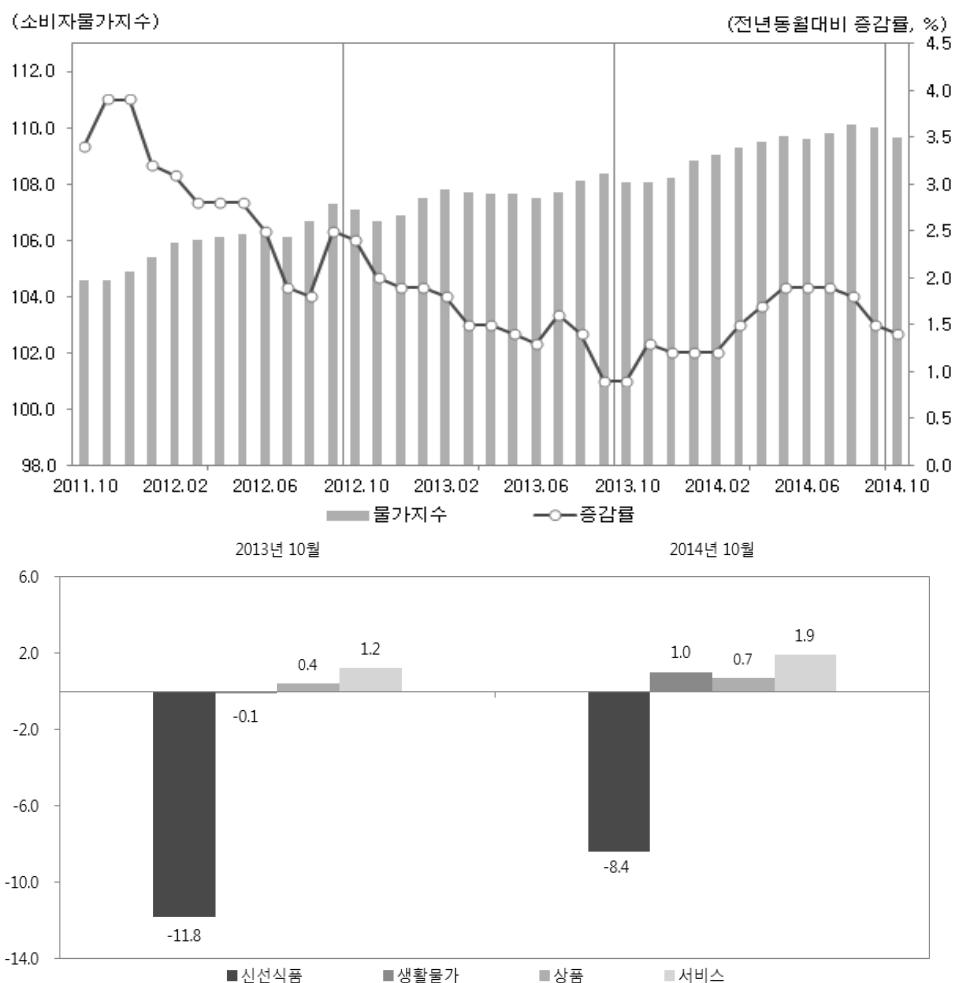
자료: 통계청, 경인지방통계청

<그림> 서울 실업률, 고용률 추이

| 물 · 가 |

■ 서울의 10월 소비자물가지수 전년 동월 대비 1.4% 상승

- 2014년 10월 서울시 소비자물가지수는 109.7(2010년=100.0)로 전년 동월 대비 1.4% 상승
- 전년 동월 대비 주요 등락 부문을 보면, 교통(-2.1%), 주류 및 담배(-0.5%), 통신(0.0%)을 제외한 나머지 부문 상승



자료: 통계청, 경인지방통계청(2010=100)

<그림> 서울의 소비자물가 추이 및 동향

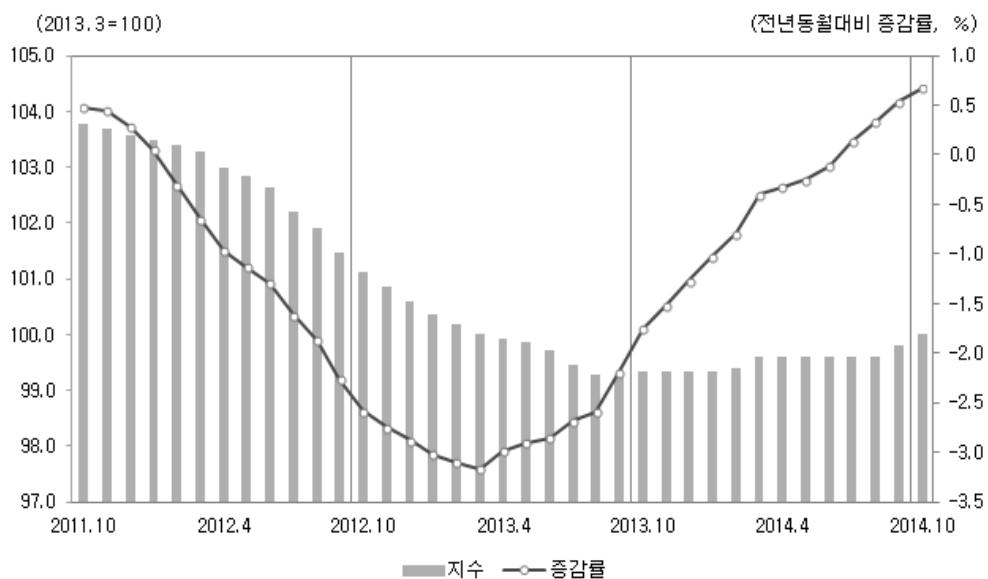
| 주 · 택 · 매 · 매 · 가 · 격 |

■ 서울의 10월 주택매매가격지수 전월대비 0.20% 상승

- 강남지역(0.24%), 강북지역(0.16%) 모두 전월대비 상승
- 주요 상승지역: 중구(0.37%), 강북구(0.4%) / 서초구(0.54%), 동작구(0.36%)
- 주요 하락지역: 용산구(-0.04%), 은평구(-0.02%)
- 아파트(0.29%), 연립주택(0.10%), 단독주택(0.06%) 모두 상승

■ 전국의 10월 주택매매가격 전월대비 0.29% 상승

- 광역시(0.38%), 수도권(0.26%), 기타지방(0.29%) 모두 전월대비 상승



자료 : 국민은행연구소

<그림> 서울 주택 매매가격 종합지수 및 증감률 추이

■ 서울의 10월 아파트 평당 매매가격 전월대비 증가, 매매거래건수 전월대비 증가

- 평당 매매가격(1,653.8만원)은 전월(1,648.1만원)대비 0.34% 증가
- 매매거래건수(10,866건)는 전월(8,767건) 대비 23.9% 증가

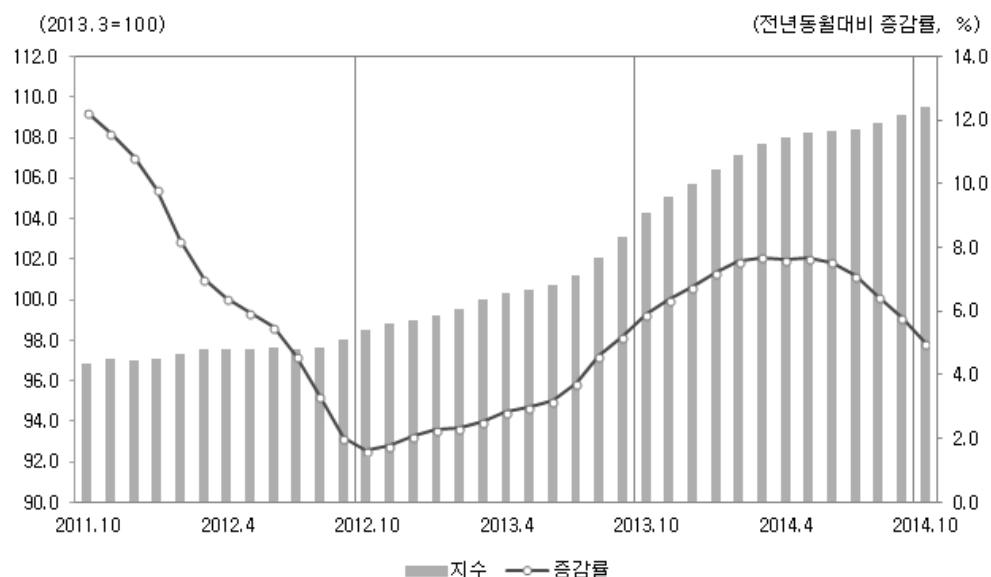
| 주 · 택 · 전 · 세 · 가 · 격 |

■ 서울의 10월 주택전세가격 전월대비 0.37% 상승

- 강북지역(0.37%), 강남지역(0.37%) 모두 전월대비 상승
- 주요 상승지역: 중구(0.74%), 강북구(0.61%) / 강남구(0.50%), 금천구(0.52%)
- 아파트(0.43%), 연립주택(0.33%), 단독주택(0.21%) 모두 상승세 지속

■ 전국의 10월 주택전세가격 전월대비 0.33% 상승

- 광역시(0.28%), 수도권(0.40%), 기타지방(0.20%) 모두 전월대비 상승



자료 : 국민은행연구소

<그림> 서울 주택 전세가격 종합지수 및 증감률 추이

■ 서울의 10월 아파트 평당 전세가격 전월대비 증가, 전세거래건수 전월대비 증가

- 평당 전세가격(1,035만원)은 전월(1,026만원)대비 0.9% 증가
- 전세거래건수(12,759건)는 전월(9,372건) 대비 36.1% 증가

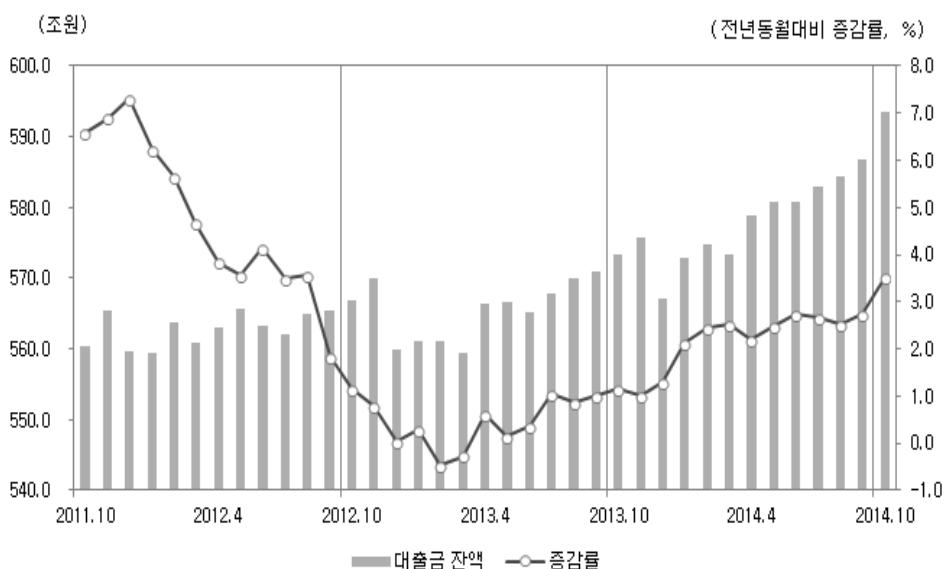
| 가 · 계 · 대 · 출 |

■ 10월 기준 서울의 전체 대출금 잔액은 전월대비 1.17% 증가

- 전체 대출금 잔액(593조 5,128억원)은 전월(586조 6,726억원)대비 1.17% 증가
- 그 중 예금은행(488조 6,001억원)과 비예금은행(104조 9,127억원)은 전년동월대비 각각 5.1% 증가, 3.0% 감소

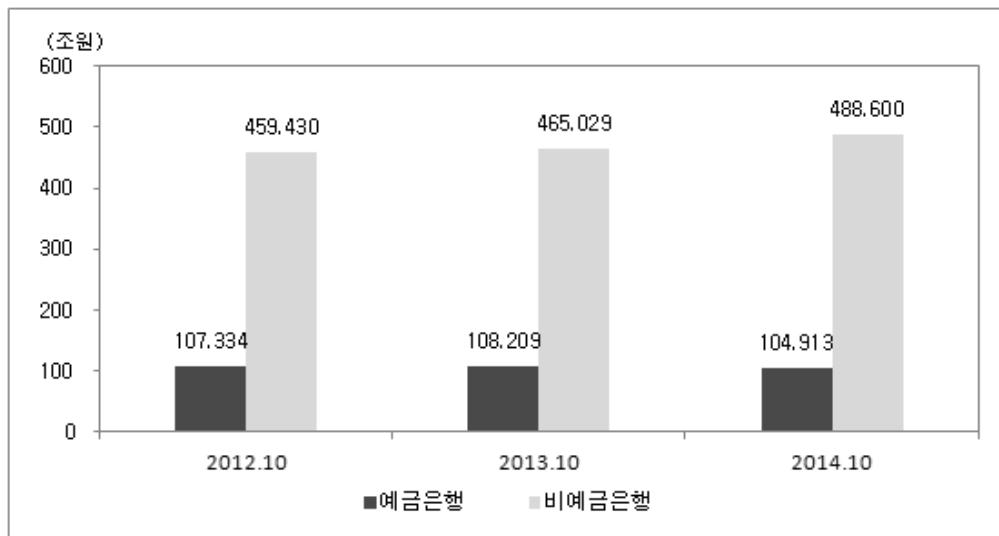
■ 10월 기준 전국지역의 전체 대출금 잔액은 전월대비 1.08% 증가

- 전체 대출금 잔액(1,612조 5,388억원)은 전월(1,595조 3,119억원)대비 1.08% 증가



주 : 말잔 금액, 대출금은 예금은행과 비은행금융기관(한국수출입은행, 종합금융회사, 신탁회사, 상호저축은행, 상호금융, 새마을금고, 신용협동조합)의 총합
자료 : 한국은행

<그림> 서울시 금융기관 대출금 잔액 및 증감률 추이

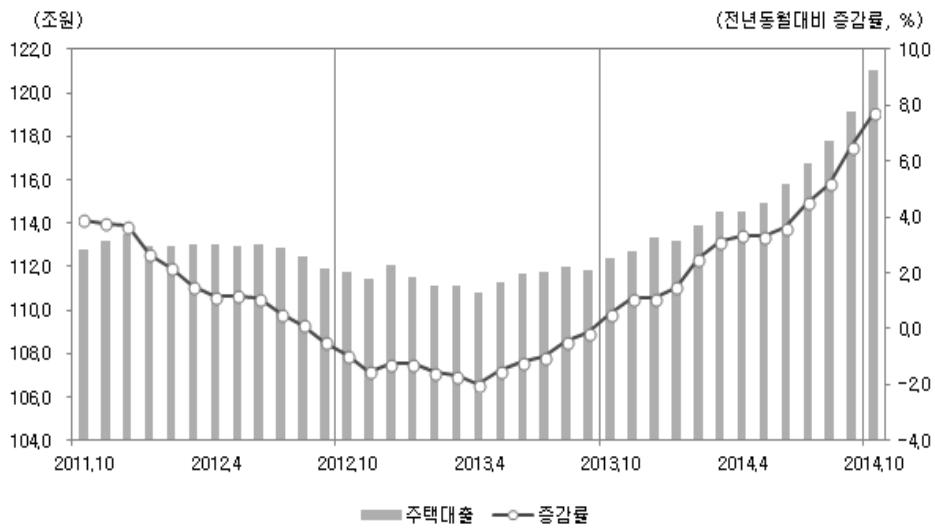


자료 : 한국은행

<그림> 서울시 예금은행과 비예금은행의 대출금 잔액

■ 10월 중 서울의 은행 가계대출은 전월대비 증가

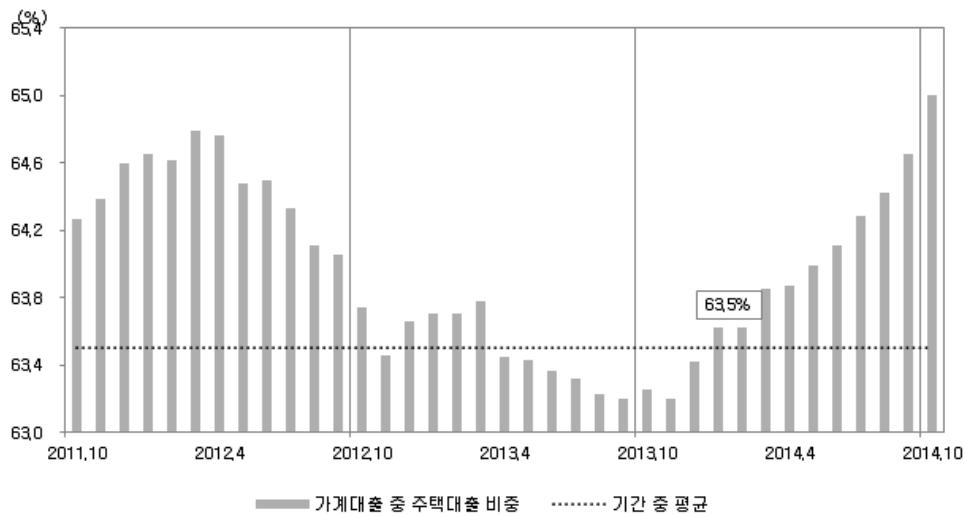
- 은행 가계대출(186조 2,062억원)은 전월(184조 2,497억원)대비 1.1% 증가
- 그 중 주택대출(121조 373억원)은 전년동월대비 7.7% 증가



주 : 말잔 금액, 주택대출은 주택담보대출과 주택관련 집단대출 중 주택담보이외의 대출의 총합

자료 : 한국은행

<그림> 서울의 은행 주택대출 추이

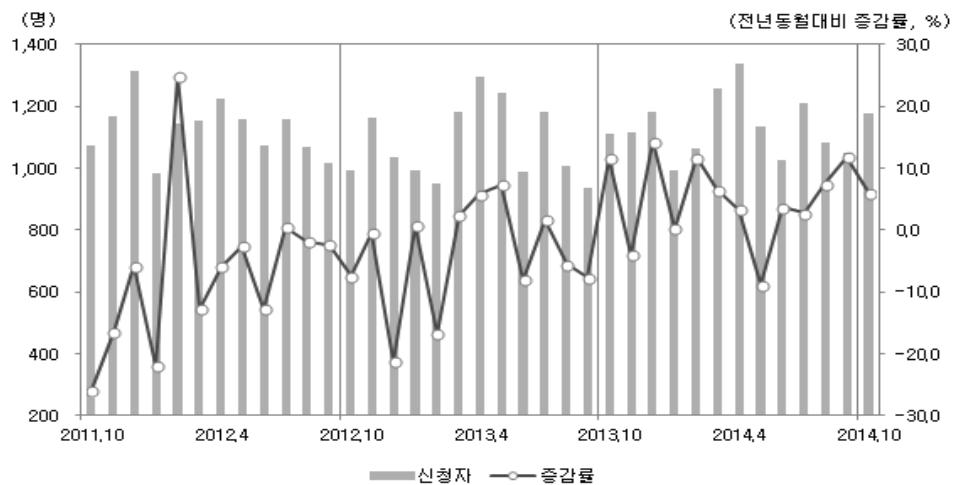


자료 : 한국은행

<그림> 서울의 은행 가계대출 중 주택대출의 비중 추이

■ 10월 중 개인파산 신청자는 전월대비 증가

- 개인파산 신청자(1,176명)은 전월대비(1048건) 12.2% 증가, 전년동월대비 6.0% 증가
- 개인파산 선고 전 기각 처리 건수 (54건)은 전년동월대비 6.9% 감소. 개인파산 선고전 기각율은 4.4%로 전년동월대비 1.7%p 증가. 9월의 면책 기각 처리 건수는 87건이고 면책 기각률(5.4%)은 전년동월대비 0.3%p 감소



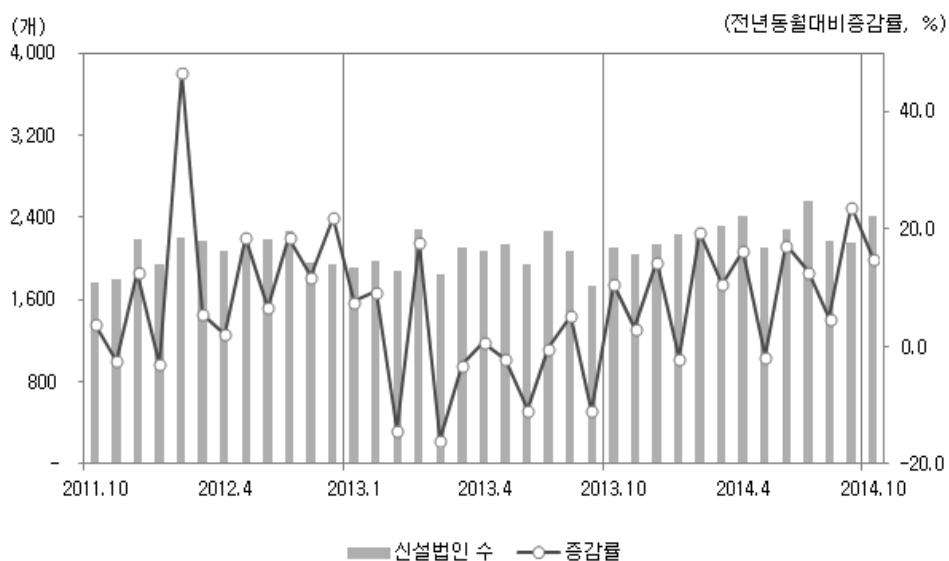
자료 : 대법원

<그림> 서울시 개인파산 신청자 추이

| 신·설·및·부·도·법·인 |

■ 서울의 10월 신설법인 수는 전월대비 증가

- 서울의 신설법인 수는 2,419개로 전월(2,151개)대비 12.5%증가, 전년동월대비 14.9% (313개) 증가

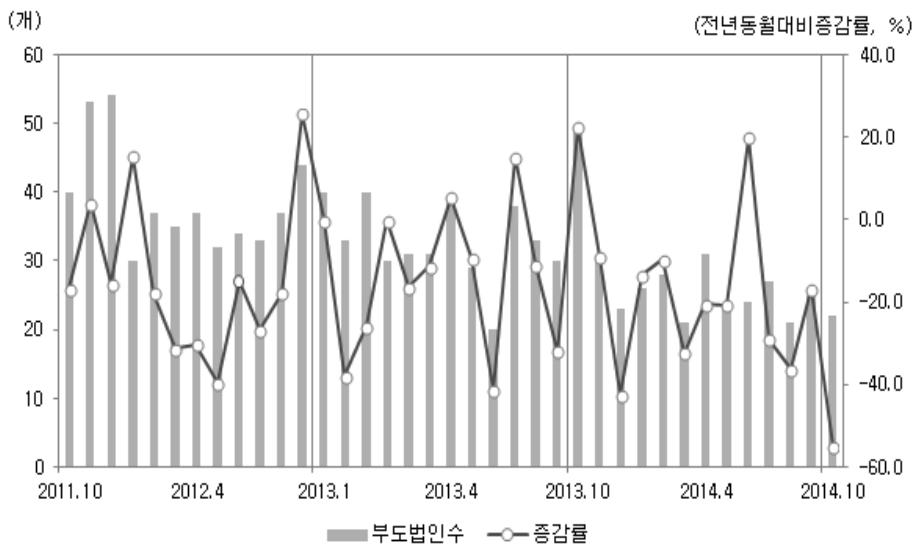


자료 : 중소기업청

<그림> 서울시 신설법인 추이

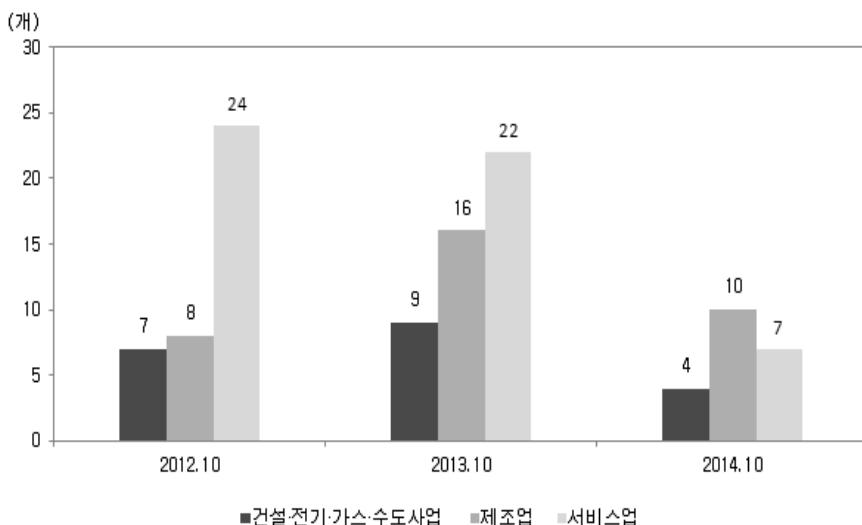
■ 서울의 10월 부도업체 수 전월대비 감소

- 서울의 부도업체 수는 22개로 전월 25개 대비 12% (3개) 감소, 전년동월대비 55.1% (27개) 감소
- 업종별 부도업체 수는 제조업 10개, 서비스업 7개, 건설 및 설비업 4개씩으로 각각 전월대비 11.1% 증가 및 30%, 20% 감소



자료 : 한국은행

<그림> 서울시 부도법인 추이

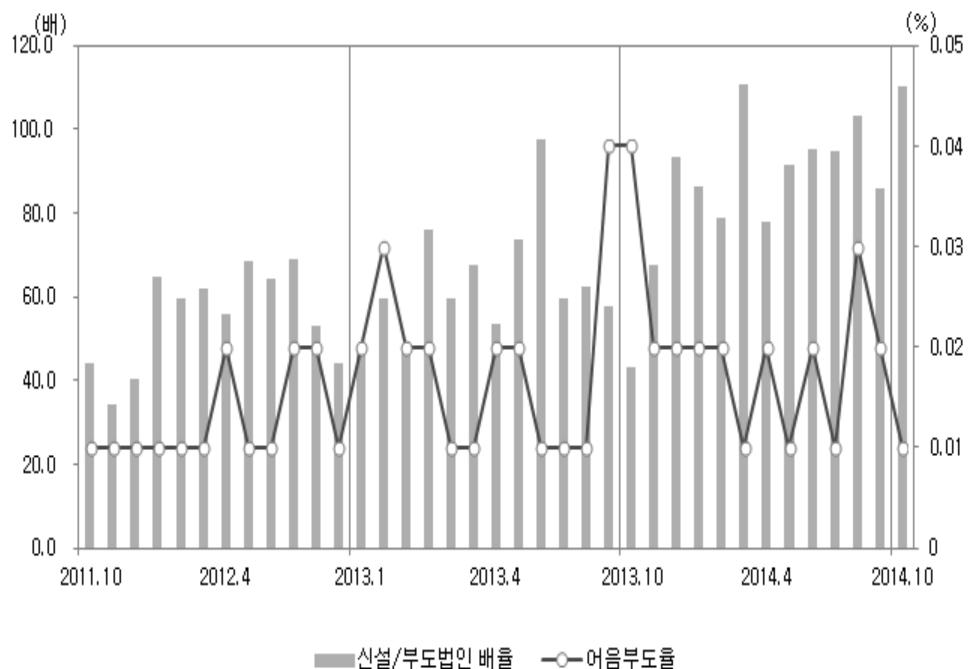


자료 : 한국은행

<그림> 서울시 산업별 부도법인 현황

- 10월 중 서울의 부도법인 수에 대한 신설법인수의 배율 전월대비 증가

- 서울의 어음부도율은 0.01% 이고 서울의 신설법인/부도법인 배율은 110.0으로 전월 (86.0)대비 증가



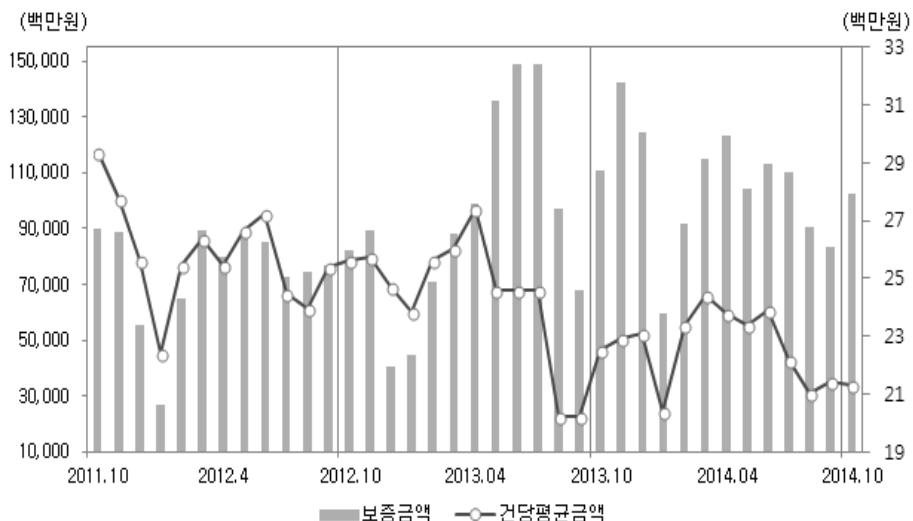
자료 : 중소기업청, 한국은행

〈그림〉 서울시 어음부도율 및 신설/부도법인 배율 동향

| 신·용·보·증 |

■ 서울의 10월 보증금액, 보증지원건수 전월대비 증가

- 서울신용보증재단을 통한 서울시 신용보증공급은 월중 102,394백만원 / 4,805건
 - 보증금액과 보증건수는 전월대비 각각 22.6%, 22.9% 증가, 건당 평균지원금액(21.3백만원)은 전월대비 0.5% 감소
- 전년동월대비 보증금액과 보증지원건수는 각각 7.3%, 2.2% 감소. 건당 평균지원금액은 5.3% 감소



자료 : 서울신용보증재단

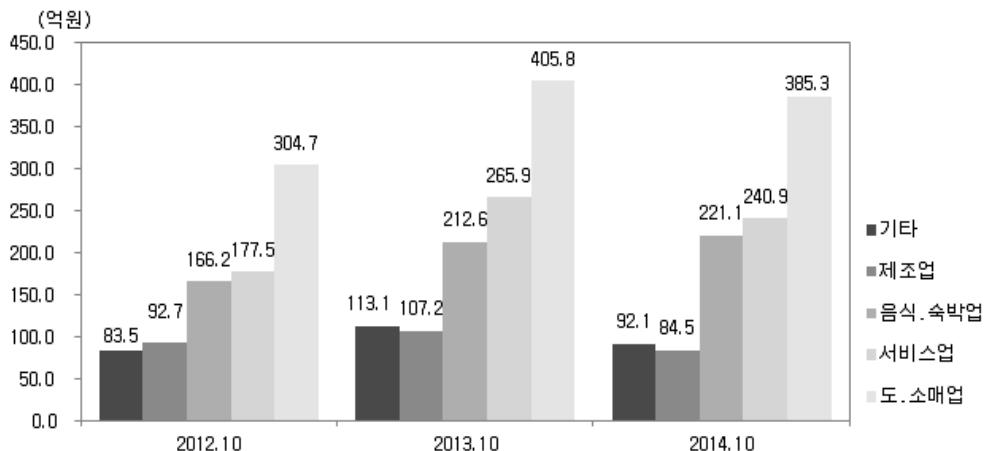
<그림> 서울의 보증금액 및 건당 평균 금액 추이

■ 도소매업 보증지원 비중 전월대비 감소, 제조업 지원 비중 전월대비 증가

- 10월 중 도소매업에 대한 보증지원비중은 공급금액기준 37.6%로 전월(39.1%)대비 1.5%p 감소한 반면, 제조업에 대한 보증 지원비중은 공급금액기준 8.3%로 전월(7.9%)대비 0.4%p감 증가
- 보증건수를 기준으로 하면, 도소매업이 34.6%로 전월대비(36.8%) 2.3%p감소, 제조업 비중은 약 6.6%로 전월대비(약 6.8%) 0.1%p 감소

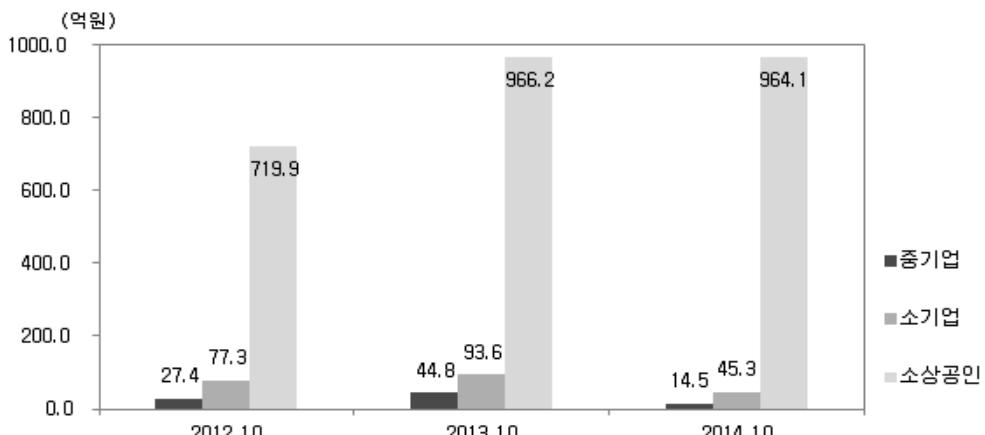
■ 서울의 10월 소상공인 지원 금액 비중 전월대비 증가

- 기업규모별 신용보증지원 비중은, 소상공인이 금액기준 94.2%로 전월(94.1%)대비 0.1%p 증가하였고 건수기준 97.8%로 전월(97.4%)대비 0.4%p 증가
- 소기업 지원 비중은 금액기준으로 4.4%로 전월(5.0%)대비 0.6%p 감소하였고, 보증 건수를 기준으로하면 1.9%로 전월(2.3%)대비 0.4%p 감소
- 중기업 지원비중은 금액기준으로 1.4%로 전월(0.9%)대비 0.5%p 증가하였고, 보증건수를 기준으로하면 0.4%로 전월(0.3%)대비 0.1%p 증가



자료 : 서울신용보증재단

<그림> 업종별 공급금액 기준



자료 : 서울신용보증재단

<그림> 기업규모별 공급금액 기준

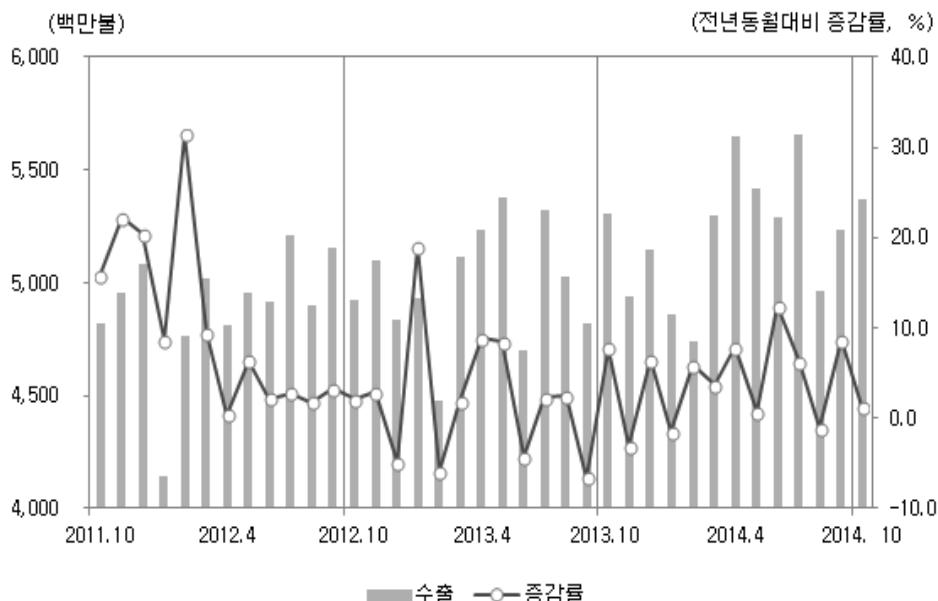
| 수 · 출 · 입 |

■ 서울의 10월 수출, 수입 모두 전년동월대비 증가

- 서울의 수출은 53.7억 달러를 기록하여 전년동월대비 1.3% 증가하였고 수입은 121.61억 달러를 기록하여 전년동월대비 0.4% 증가
- 전국의 수출은 514.4억 달러를 기록하여 전년동월대비 1.9% 증가하였고 수입은 442.4억 달러 기록하여 전년동월대비 3.0% 감소

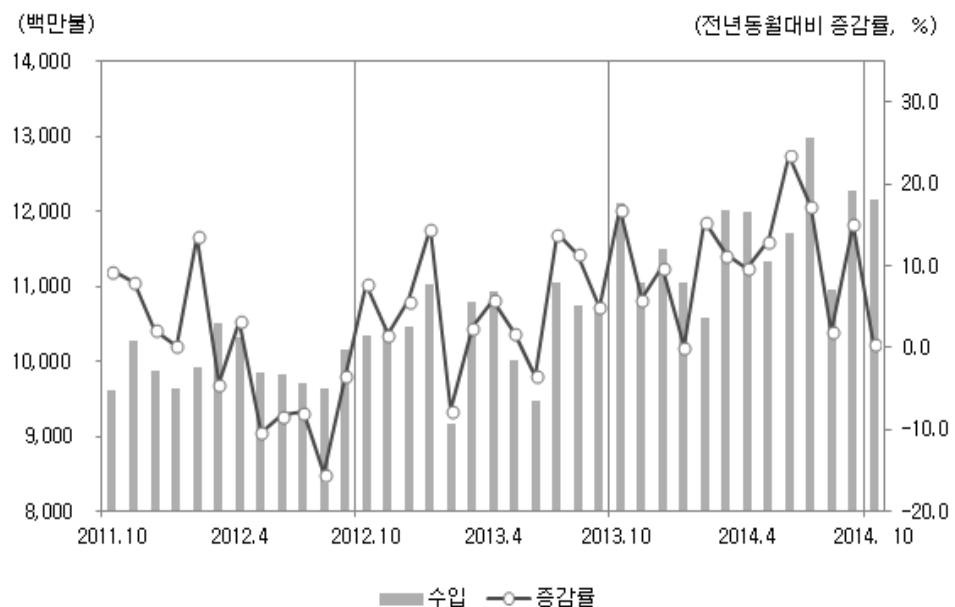
■ 서울의 10월 수출 1순위는 자동차부품, 수입 1순위는 석유제품

- 서울의 품목별 수출의 경우, 자동차부품이 616백만 불로 가장 높은 수치를 기록하였고 다음은 합성수지, 반도체, 편직물, 고무제품 순
- 서울의 품목별 수입의 경우, 석유제품이 1,033백만 불을 기록하였고 다음은 반도체, 의류, 무선통신기기, 자동차 순

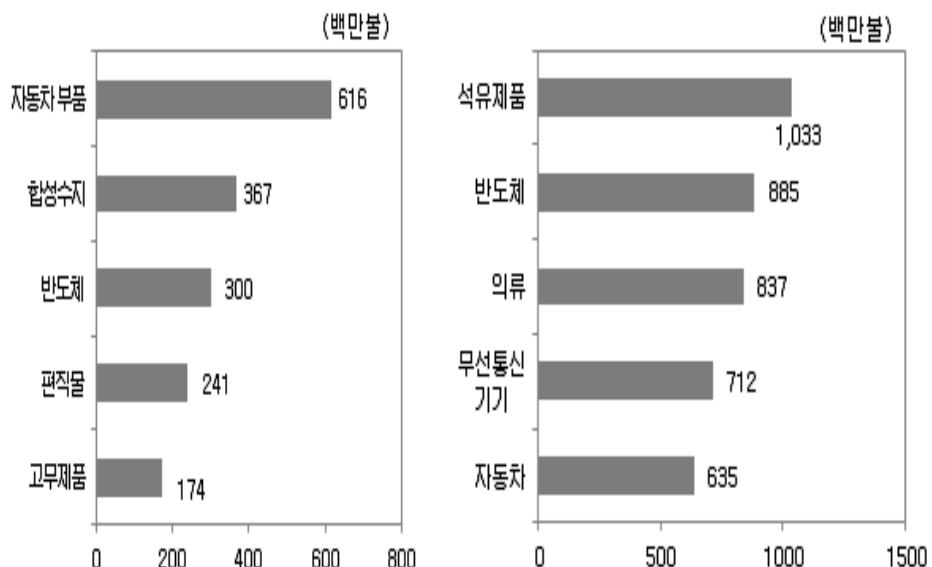


자료 : 무역협회

<그림> 서울시 수출액 및 증감률 추이



자료 : 무역협회



<그림> 서울시 수입액 및 증감률 추이

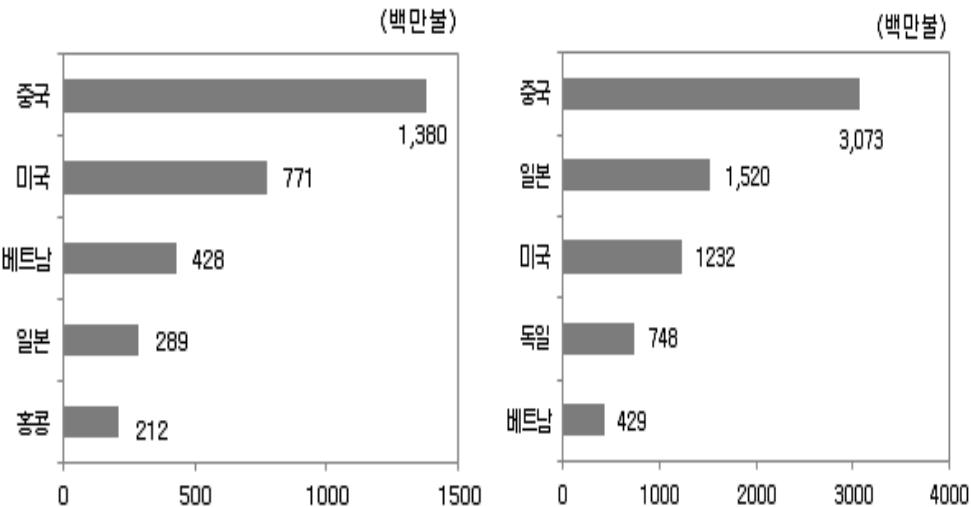
자료 : 무역협회

<그림> 10월 서울시 품목별 수출액

<그림> 10월 서울시 품목별 수입액

■ 서울의 10월 수출·입국 1순위는 중국

- 서울의 국가별 수출의 경우, 중국이 전년동월대비 11.0% 감소한 1,380백만불을 기록하여 여전히 가장 큰 비중을 차지, 그 다음으로 미국, 베트남, 일본, 홍콩 순
- 서울의 국가별 수입의 경우 역시, 중국이 전년동월대비 14.1% 증가한 3,073백만불을 기록하였고 그 다음으로 일본, 미국, 독일, 베트남 순



자료 : 무역협회

<그림> 10월 서울시 국가별 수출액

<그림> 10월 서울시 국가별 수입액

| 자 · 료 · 출 · 처 |

경인지방통계청, 「2014년 10월 서울시 산업활동동향」

경인지방통계청, 「2014년 10월 서울시 고용동향」

경인지방통계청, 「2014년 10월 서울시 소비자물가동향」

경제통계시스템, 「<http://ecos.bok.or.kr>」

농수산물유통공사, 「<http://www.garak.co.kr/youtong>」

관세청, 「2014년 10월 수출입 및 무역수지동향」

국민은행연구소, 「2014년 10월 전국주택가격동향조사」

부동산114, 「2014년 10월 서울시 아파트 평당매매가격」

중소기업청, 「2014년 10월 중 신설법인 동향」

중소기업청, 중소기업조사통계시스템, 「<http://stat2.smiba.go.kr>」

통계청, 「2014년 10월 산업활동동향」

통계청, 「2014년 10월 고용동향」

통계청, 「2014년 10월 소비자물가동향」

통계청, 통계정보시스템, 「<http://kosis.kr>」

한국무역협회, 무역정보네트워크, 「<http://stat.kita.net>」

한국은행, 「2014년 10월중 어음부도율 동향」

한국은행, 「2014년 10월중 금융시장 동향」

한국은행, 경제통계시스템, 「<http://ecos.bok.or.kr>」

서울특별시, 서울부동산정보광장, 「<http://land.seoul.go.kr/land>」

SEOUL ECONOMIC BULLETIN

경제통통

FOCUS

- 해커들의 마라톤 글로벌 해커톤, 2015년 7월 서울서 열린다
- 서울시내 전통시장, 신용카드 · 티머니 결제 가능해진다

ZOOM IN

- 유제품업계 ‘일명 밀어내기’ 다소 개선, 지속적 근절노력과 관심 필요

HOT ISSUE

- 中 녹지그룹, 상암 DM C개발 공개 경쟁 입찰 참여
- 서울시, 시가 155억 원 상당 위조 상품 45,096점 적발

김가영(서울시 경제진흥실 gykim@seoul.go.kr)

| 해커들의 마라톤 글로벌 해커톤, 2015년 7월 서울서 열린다

해커들의 마라톤, 「글로벌 해커톤(Hackathon)」이 미국·중국 등 전 세계 청년과 IT개발자, 신생기업 등 2천 여 명이 참가한 가운데 ‘15년 7월 서울에서 열린다. 서울에서 국제규모의 해커톤 대회가 열리는 것은 이번이 처음.

해커톤은 해커(Hacker)와 마라톤(Marathon)의 합성어

정해진 시간 안에 특정한 주제에 대한 아이디어를 공유하고 이를 혁신적인 프로그램, 제품 등 구체적인 결과물로 만들어 내는 미국 실리콘밸리식 끝장대회

• 주제에 맞는 모바일 앱·콘텐츠 등 구체적 IT제품개발, 우수 아이디어는 창업지원

「글로벌 해커톤 서울」은 3박 4일간 정해진 주제의 모바일 앱, 콘텐츠 등 IT제품을 개발하는 방식이며, 결과물을 심사 평가해 우수한 참여자에게 상금과 부상을 지급한다. 또한 행사에 국내외 우수 IT기업과 투자자를 직접 초청, 참가자들의 아이디어가 실제 창업으로 이어질 수 있도록 지원하고, 또 유명 기술자와 CEO 등 IT분야의 저명인사를 연사로 초청해 최신기술과 IT산업의 흐름에 대한 정보도 제공할 계획이다.

• 참여기업에게는 제품·기술력 홍보기회 제공, 해외진출·IT인재유치 기반마련

참여기업 홍보 부스도 별도로 마련, 국내외 투자자 및 언론에 우수 제품과 브랜드를 홍보할 기회를 제공하고, 해외진출 기반 조성, 국내외 기업 간 네트워크 구축 및 부족한 IT분야 인재 채용도 지원한다.

• 서울시 - 美 비영리단체 글로벌 해커톤과 행사개최 위한 업무협력 협약 체결



이를 위해 서울시와 미국비영리단체 ‘글로벌 해커톤’은 2014년 12월 29일 「서울시-글로벌 해커톤 간 업무협력 협약」을 체결했다.

이 단체는 해커톤 참여 청년들이 창설한 미국 미시건주 주재 비영리 단체로, 국제 해커톤을 세계 주요 도시에서 개최해 정보통신(ICT)분야의 발전과 글로벌 네트워크 형성을 목적으로 활동하고 있다.

| 서울시내 전통시장, 신용카드·티머니 결제 가능해진다

이제 신용카드 한 장만 있으면 전통시장에서 장을 볼 수 있는 시대가 열린다.

콩나물 천 원어치도 카드로 결제할 수 있고 지하철이나 버스에서 내린 후 1시간 이내 탑승 시 사용한 교통카드로 장을 보면, 구매금액에서 천원이나 깎아 준다.

• 망원·길동·신원·신창·영천·정릉시장 시작으로, 2018년까지 서울시내 전체시장으로 확대

서울시는 ▲망원시장(마포구) ▲길동시장(강동구) ▲신원시장(관악구) ▲신창시장(도봉구) ▲영천시장(서대문구) ▲정릉시장(성북구) 등 6개 시장으로 시작으로 2018년까지 서울시내 330개 전통시장에서 신용카드는 물론 티머니형 교통카드, 후불교통카드까지 사용할 수 있도록 할 계획이다.

• 단말기에 대기만 하면 결제완료, 5만원 이하 무서명거래, 1만원 이상 결제시 1천원 할인



- ❶ 티머니나 후불교통카드를 대기만하면 결제가 되는 RF방식의 간편결제단말기를 점포에 비치해 빠른 결제가 가능하도록 했다.
- ❷ 소액거래가 많은 전통시장의 특성을 고려해 5만원 이하 소액 신용카드 결제는 ‘무서명 거래 방식’을 도입하고 신용카드 가맹점도 늘려갈 예정이다.
- ❸ 버스·지하철 하차 후 1시간 내 해당 교통카드로 전통시장에서 1만원 이상 구매하면 물건값에서 1천원을 즉시 환승 할인해 준다.

• 소액결제 활성화 위해 6천원 이하 카드수수료의 70% 시가 지원, 결제대금 입금일 통일

상인들이 신용카드 결제를 기피하는 관행을 없애기 위한 방안도 내놨다. 6천원 이하 카드결제시 카드수수료(평균 1.5%)의 70%를 시가 지원하고 2015년부터는 지원 대상기준을 1만원으로 대폭 늘린다. 또 한국스마트카드사가 신용카드 매출을 일괄 취합해, 한날한시에 결제대금을 상인들에게 입금해주는 서비스를 도입한다.

서울시는 간편 카드결제시스템 도입으로 전통시장의 서비스 경쟁력을 강화하고, 시민과 상인이 편리하게 거래할 수 있는 전통시장을 만들겠다고 밝혔다.

| 유제품업계 ‘밀어내기’ 다소 개선, 지속적 근절노력과 관심 필요

서울시는 유제품업계 불공정거래 관행 개선여부 확인을 위해 292개 대리점을 대상으로 7월~9월까지 두 달간 「유제품 가공본사-대리점간 불공정거래 현황 실태」 전수조사를 실시했다.

① ‘밀어내기’등 부당강요는 다소 개선되었으나 ‘변함없다’는 응답도 있어

미주문상품 공급 및 주문량 이상의 제품구매를 강요받는 일명 ‘밀어내기’ 관행

⇒ ‘개선’ 65.8%, ‘경험 없음’ 26.4%, ‘변함없거나 악화되었다’ 7.5%

‘밀어내기’ 관행이 일부 유제품 업계를 중심으로 여전히 남아 있는 것으로 확인

② 밀어내기 때문에 발생했던 ‘주문내역 임의변경’도 개선된 것으로 나타나

본사가 주문내역에서 제품의 종류·수량을 임의로 변경하거나 주문내역 관련 서류·정보 열람을 거부하는 관행 ⇒ ‘개선’ 59.6%, ‘경험 없음’ 33.9%로 조사

‘밀어내기’를 위해 발생했던 불공정거래 관행이므로 함께 개선된 것으로 분석됐으나 19개 대리점은 ‘변함없거나 악화되었다’고 응답해 지속적인 개선 노력 필요

③ ‘반품거부’는 11.7%가 <변함없다> 응답, 불공정거래 관행이 남아 있어

제품 공급시 본사 잘못으로 제품이 파손됐거나 유통기한 임박 및 경과 물품에 대해 반품을 부당하게 거부하는 경우, 또 반품비용을 대리점으로 전가하는 관행에 대해선 ⇒ ‘개선’ 49.7%, ‘경험 없음’ 38.6%, ‘변함없거나 악화되었다’ 11.7%

타 항목에 비해 불공정거래 관행 여전한 것으로 분석

④ ‘떡값강요’등 부당 요구도 많이 개선, 상대적으로 불공정 관행 가장 적어

거래와 무관한 명절떡값, 소개비, 회식비 등을 강요하는 관행

⇒ ‘개선’ 37.7%, ‘경험 없음’ 비율이 57.9%, 변함없거나 악화되었다 0%

타분야에 비해 상대적으로 불공정거래 관행이 적은 것으로 조사

⑤ ‘판촉사원 인건비 부담’은 14.0%가 <변함없다>고 응답해 개선 시급

본사로부터 위탁판매를 하고 있는 대형마트의 판촉사원 인건비 전부 또는 일부를 대리점이 부담하도록 하는 관행

⇒ ‘개선’ 33.6%, ‘경험 없음’ 52.4%, 변함없거나 악화되었다’ 14.0%

‘반품거부’와 함께 불공정거래 관행이 가장 많은 분야로 조사

* 서울시 불공정피해상담센터(02-2133-5561~2, <http://economy.seoul.go.kr/tearstop>)



| 中 녹지그룹, 상암DMC 랜드마크 개발 공개 경쟁 입찰 참여



서울시와 중국 최대 부동산 개발업체인 녹지(綠地:뤼디)그룹이 「상암DMC 랜드마크 부지 개발을 위한 투자의향서(LOI)」를 체결했다.

DMC 랜드마크 사업은 F1블록($3만777.4m^2$)과 F2블록($6484.9m^2$) 등 2개 필지(총 $3만7262.3m^2$)에 초고층 빌딩을 짓는 것

으로, 이곳을 숙박·문화·집회·업무시설로 개발해 세계적인 IT와 디지털 미디어 콘텐츠 생산 중심지로 조성할 계획이다.

• 녹지, 서울의 디지털미디어산업 경쟁력과 한-중교류 급증기대로 투자계획

녹지그룹 측은 서울은 한류 열풍 등 세계적으로 인정받는 디지털미디어&엔터테인먼트 산업 경쟁력을 확보하고 있으며, 최근 한-중 FTA 체결, 위안화 국제허브 구축 등으로 양 국간 경제 교류가 급증할 것으로 예상돼 DMC 투자를 계획했다고 밝혔다.

또한 서울의 디지털미디어&엔터테인먼트 산업발전에 기여하고, 동시에 중국기업들의 서울 투자를 지원·유도하기 위해 랜드마크가 될 건축물을 개발할 것이라고 전했다.

• 시, 공개경쟁을 통해 더 좋은 개발(안) 선정하기 위해 경쟁조건 논의 중

서울시는 부동산 상황과 개발여건 등을 고려해 경쟁조건과 평가기준에 대해 위원회 등과 논의하고 각계 전문가들로부터 의견수렴 절차를 거쳐 2014년 연말까지 우선협상 대상자 선정을 위한 일정을 구체화하고 부동산 매각 여건이 마련되는 대로 특별한 사정이 없는 한 내년 상반기 중 공개경쟁입찰방식 공모를 통해 매각을 추진할 계획이다. 서울시는 이번 투자의향서 체결은 상암 DMC랜드마크 개발 재개를 위한 신호탄으로 앞으로 많은 기업들이 서울시와 DMC 랜드마크 투자의향서를 체결하기를 기대하고 있다며 세계적인 디지털 미디어 & 엔터테인먼트 산업의 상징물이 될 수 있도록 노력할 계획이라고 밝혔다.

| 서울시, 시가 155억 원 상당 위조 상품 45,096점 적발

서울시는 2014년 한해 남대문시장을 비롯해 주택가 및 일반상가, 특1급 호텔 등에서 위조 상품 단속을 벌여 90건을 적발, 총 45,096점을 압수했다. 정품 시가로 치면 약 155억 5,115만원에 달한다.



• 도용품목 액세서리(71.7%) > 의류(15.9%) > 귀금속(2.5%) > 잡화(2.1%)순

단속 결과 적발된 품목 총 1,118종으로 액세서리가 32,376점(71.7%)로 가장 많았으며, ▲ 의류 7,189점(15.9%) ▲ 귀금속 1,170점(2.5%) ▲ 패션잡화 964점(2.1%) ▲ 지갑 872점(1.9%) ▲ 안경 438점(0.97%) ▲ 가방 379점(0.86%) ▲ 화장품 270점(0.60%)이 뒤를 이었다.

• 도용상표는 샤플(32.8%) > 에트로(15.8%) > 루이비통(14.1%) > 토리버치(6.8%)순

도용상표는 171종으로 샤플이 14,810점(32.8%)으로 가장 많았고 ▲ 에트로 7,153점(15.8%) ▲ 루이비통 6,361점(14.1%) ▲ 토리버치 3,108점(6.8%) ▲ 구찌 2,151점(4.7%) ▲ 페라가모 1,949점(4.3%) ▲ 베버리 1,659점(3.6%) ▲ 몽클레어 1,528점(3.3%) 순이었다.

• 불법제품 계도 및 단속 지속 실시, 이번달부터 KC마크 홍보 캠페인도 실시

서울시는 시는 위조상품 유통에 가담한 피의자 65명을 검거하여 검찰에 불구속 의견으로 송치하고, 대형 도매상가 등을 대상으로 지속적인 단속을 펼칠 계획이다.

아울러, 도매상 대상 현장설명회, 시민과 지역 상인 대상 국가통합인증(KC, Korea Certification)마크 계도 캠페인도 추진하고 있으며 계도기간이 끝나는 2015년 5월 1일부터는 공산품안전관리(KC 마크)위반 단속을 펼칠 계획이다.