

함께 만드는 서울, 함께 누리는 서울

서울경제

SEOUL ECONOMIC BULLETIN

3

March 2016 vol.132



이달의 이슈

- 서울의 4種4色 1인가구, 대세로 자리 잡다
- 서울에 사는 1인가구의 여가살이



생생리포트

혼자이되 혼자이지 않은,
청년들의 적절한 일상 공유



인포그래픽스

서울시민들은 인터넷쇼핑을
얼마나 할까?



경제동향

요약/고용/생산/소비/물가
부동산/금융/수출입



경제통통

FOCUS/ZOOM IN



서울특별시



서울연구원
The Seoul Institute

서울경제

발행인 박원순 (서울특별시장), 김수현 (서울연구원장)

연구책임 조달호 (서울연구원 시민경제연구실 선임연구위원)

연구진 장윤선 (연구위원), 최윤진 (연구위원)

편집위원 서울연구원

최봉 (연구위원), 김범식 (연구위원), 김묵한 (연구위원)

서울시 경제정책과

김태희 (과장), 김선수 (팀장), 나성조 (주무관)

발행일 매월 말

발행처 서울특별시·서울연구원

주소 (우06756) 서울특별시 서초구 남부순환로 340길 57(서초동 391번지)

전화 (02)2149-1233

팩스 (02)2149-1289

홈페이지 www.si.re.kr

* 본 간행물은 서울연구원 홈페이지에서 열람하실 수 있습니다.

서울경제

3

2016 vol.132

이달의 이슈

- 06 | 서울의 4種4色 1인가구, 대세로 자리 잡다
변미리(서울연구원 글로벌미래연구센터장)
- 12 | 서울에 사는 1인가구의 여가살이
윤주(한국문화관광연구원 관광산업연구실 부연구위원)

생생리포트

- 22 | 혼자이되 혼자이지 않은,
청년들의 적절한 일상 공유
이진영(청년아지트 강동팻 대표)

인포그래픽스

- 30 | 서울시민들은 인터넷쇼핑을 얼마나 할까?
조달호(서울연구원 시민경제연구실 선임연구위원)
장윤선(서울연구원 시민경제연구실 연구원)

경제동향

- 36 | 요약
- 37 | 고용
- 41 | 생산
- 42 | 소비
- 44 | 물가
- 45 | 부동산
- 48 | 금융
- 54 | 수출입
- 장윤선(서울연구원 시민경제연구실 연구원)
최윤진(서울연구원 시민경제연구실 연구원)

경제통통

- 60 | FOCUS / ZOOM IN
나성조(서울특별시청 경제진흥본부)



이달의 이슈



서울의 4種4色 1인가구, 대세로 자리 잡다

변미리

서울연구원 글로벌미래연구센터장
miree21@si.re.kr

서울에 사는 1인가구의 여가살이

윤주

한국문화관광연구원 관광산업연구실
부연구위원
zooyaya@kcti.re.kr

이달의 이슈 I 01

서울의 4種4色 1인가구, 대세로 자리 잡다



변 미 리

서울연구원 글로벌미래연구센터장
miree21@si.re.kr

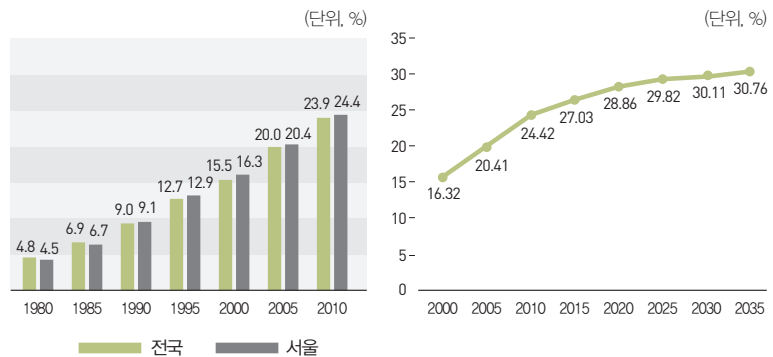
1. 혼자 사는 사람들, 30년 만에 열 배 이상 증가하다

“혹 그 사실 아세요? 지하철 2호선이 싱글벨트라는 거?” “싱글벨트, 그게 뭐예요?” “서울의 지하철 2호선 주변으로 혼자 사는 사람들이 많이 몰려 살아요. 그래서 서울에서는 그 지하철 노선을 싱글벨트라고 불러요.” “아하!~~”

“둘만 낳아 잘 기르자”는 표어가 우리 사회의 캠페인이었던 것이 불과 몇 십 년 전이었음을 우리는 기억하고 있다. 그런데 어느 날 눈을 떠보니 ‘혼자 사는 것이 특별하지 않은’ 시대로 이미 들어 와 있다. 결코 길지 않은 그동안, 대체 무슨 일이 일어난 것일까? 2015년 기준 서울의 네 가구 중 한 가구가 혼자 사는 가구이다. 통계청 인구센서스에 따르면 한국 전체가구 중 1인가구는 23.9%를 차지하고 있다. 서울에서 혼자 사는 사람들도 24.4%에 달한다. 20년 전에는 그 비율이 9%에 지나지 않았다. 30년 전인 1980년, 1인가구란 말이 낯설었던 그 시기, 단지 4.5% 사람들만 혼자 살았다. 지난 30년간 혼자 사는 사람들이 무려 10배 넘게 늘어난 것이다(〈그림 1〉 참조).

저자 학력, 경력 및 최근 연구

- 서울대 사회학박사, 서울연구원 선임연구위원
- 최근 연구: “시민참여형 미래서울 만들기”, “메가시티 삶의 질과 서울형 행복지표”, “서울시 1인가구 대책 정책연구”, “도시경쟁력 평가체계 비교 분석” 등



자료 통계청, 2011, 인구주택총조사 전수집계결과
(가구, 주택부문)(<http://kostat.go.kr>)

자료 통계청, 2010, 장래가구추계

〈그림 1〉 서울시 1인가구 비중과 장기전망

지금까지 우리 사회 가구의 전형적인 모습인 2세대 4인으로 구성된 가구(부모와 2명의 자녀)는 23.5%에 지나지 않는다. 서울에서 혼자 사는 사람과 2인가구를 합한 소규모 가구가 전체 가구의 절반에 이르는 47%에 달하고 있다. 우리가 생각하는 일반적인 가구 구성원으로서 부부와 2명의 자녀로 이뤄진 가구는 더 이상 전형적이지 않다. 더욱이 조부모세대, 부모세대, 자녀세대가 함께 사는 3대 이상의 대가족은 이제 정말 찾아보기 어렵게 되었다. 이러한 현상을 반영하듯 가구당 평균 가구원 수는 1980년 4.47명이던 것이 1990년대 3명대로 떨어졌다가 2005년에는 2명대로 떨어지면서 계속 감소하는 추세이다. 2012년 기준 서울의 평균 가구원 수는 2.69명이다. 가구당 평균 가구원 수의 감소에는 출산율 감소와 함께 1인가구의 증가가 큰 영향을 미친 것이다.

2. 혼자 사는 사람들, 왜 갑자기 늘어났을까?

불과 몇 십 년의 짧은 기간 이뤄진 1인가구의 증가 원인은 무엇일까? 한 가지 이유만으로는 설명하기는 어렵다. 1인가구의 증가 현상을 인구학적, 사회경제적 관점에서 분석해보면, 여성의 경제활동 증가와 젊은 세대의 결혼관 변화에 따른 비(非)혼과 만혼의 증가, 한국의 교육환경에 기인한 기러기 가족의 증가, 이혼·별거 등 경제적 빈곤이 원인인 가족 해체 등에 따른 비(非)자발적 독신층의 증가, 그리고 고령화 진전에 따른 노인 독신가구의 증가 등 여러 요인이 함께 맞물려 있다.

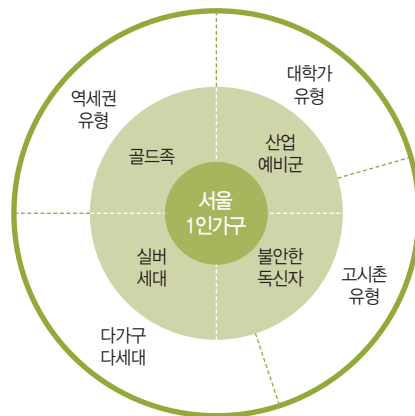
3. 각각 다른 이유, 그러나 꼬덕여지는 싱글들의 혼자 사는 이유

여성들의 경제활동 참여율이 높아지면서 의식의 변화가 함께 나타난다. 결혼을 더 이상 필수적인 인생 여정으로 여기지 않거나 결혼을 늦추면서 일정 기간 혼자 사는 사람이 증가한다. 이는 남성들도 마찬가지이다. 이제 노처녀, 노총각이라는 단어는 점차 사용빈도가 줄어들면서 골드 미스, 골드 미스터란 단어로 대체되고, 혼자 사는 것이 뭔가 '간지나는' 것으로 여기는 문화도 한편으로 나타나고 있다. 이를 반영하듯 서울에서 처음 결혼하는 나이인 초혼 연령은 남자가 32.2세, 여자 29.8세로 남녀 모두 30세가 되어야 처음 결혼을 한다.

또 다른 이유는 빠른 고령화의 결과이다. 이미 서울을 포함한 전국에서 65세 인구가 전체 인구의 10%를 넘었고, 이 중 배우자 없이 혼자 사는 사람이 늘어났다. 한편, 사회문화적 현상인 기러기 가족, 이혼율의 증가 등으로 인해 혼자 사는 사람이 늘어났다. 서울의 전체 이혼율은 7~8% 대이나 40~50대 이혼율은 12~13%로 전체 이혼율보다 높다. 이러한 모든 문제가 압축적으로 드러난 모습이 우리 사회 1인가구의 급격한 증가이다.

4. 4종4색 1인가구들

앞의 언급에서 유추할 수 있듯이 서울의 1인가구 증가 원인이 복합적인 것처럼 1인가구도 하나의 동질적인 집단이 아니라 개별화된 4종류의 유형으로 구분할 수 있다. 20대부터 30대 초반까지 직업을 구하지 못해 결혼할 엄두를 못내는 소위 '산업예비군 그룹', 30대 후반부터 50대까지 가족의 해체, 실직, 기러기현상 등이 복합된 '불안한 독신자 그룹', 65세 이상 고령의 '실버세대' 1인가구, 마지막으로 전문직종에 종사하면서 독신의 삶을 누리는 '트렌드세터 골드족'이 그것으로 4종4색의 1인가구가 존재한다(〈그림 2〉 참조).



〈그림 2〉 4종4색 1인가구와 공간분포

도시의 트렌드세터, 골드족 1인가구

골드족 1인가구는 자발적으로 선택한 혼자 사는 삶을 즐기는 집단이다. 자신을 위해 아낌없이 투자하고 자신의 일상을 풍부하게 만들기 위한 사회적 관계를 만들어가고 있다. 서울의 골드족 1인가구의 특성은 이들 중 과반수가 관리·전문직종에 종사하면서 대졸 이상의 학력과 월평균 소득이 350만 원 이상인 소득자 비율이 높다. 이들은 도시의 새로운 가치의 ‘담지자’이자 도시적 문화형성에 기여한다. 지난 10년 동안 1인가구 중 전문가 계층이 2배 이상 증가한 것과 개인주의 가치의 확산, ‘필수 아닌 선택’으로서의 결혼 등 사회문화적 요인이 ‘화려한 싱글’ 집단의 성장 요인이다. 시장에서는 골드족을 겨냥한 문화, 쇼핑, 운동과 건강 관련 영역들이 눈에 띄게 증가하고 있다. 최근 개장한 한 고급백화점은 ‘남자들의 럭셔리 놀이터’라는 타이틀로 골드 미스터들에게 유혹의 손길을 보내고 있다. 이러한 스타일리시한 맵시 있는 1인가구들은 도시에 새로운 문화 활력을 가져오고, 고유한 싱글 문화 트렌드를 만들고 있다. 도시의 ‘핫 플레이스’로 부상하는 곳들은 ‘쿨한 싱글’들의 아지트로써 도시 문화를 만들고 있다.

불안한 독신자 그룹

불안한 독신자 그룹은 중장년층 이혼율의 증가(서울은 전 연령층의 이혼율보다 40~50대 연령층의 이혼율이 2배 가까이 높다)와 한국사회의 교육문제와 관련한 기러기 가족의 증가, 중장년 실업 문제 등으로 증가하고 있는 1인가구이다. 경제·사회적 약자로서 불안한 독신자 그룹에게는 ‘사회적 돌봄’ 서비스가 필요하다. 우리가 살아가는 세상은 내가 다른 타인들과 더불어 ‘연결’되어 있을 때 살아가는 의미를 갖는다. ‘강제적’으로 혼자 사는 사람들은 사회와의 ‘연결’이 약하기 때문에 떠돌아다니게 된다. 그 결과로 사회적 통합성, 공동체성이 약해지고 극단적으로는 혼자 사는 사람들이 비(非)사회적 현상의 중심에 서는 경우도 있다.

혼자 밥 먹는 것이 싫은 산업예비군들

산업예비군 그룹은 아직 사회적 직업을 갖지 못한 젊은 20~30대 취업준비생이거나 비정규직 1인가구이다. 물론 사무직종에 종사하는 1인가구가 포함될 수 있으나 이 부류는 사무직종과 블루칼라 직종의 경계에 있는 집단이라고 할 수 있다. 따라서 이들에게는 무엇보다 양질의 일자리를 제공하는 방안이 필요하다.

한편, 이들이 일상생활에서 가장 힘들다고 느끼는 것이 ‘밥 먹는 문제’라는 조사 결과도 있다. 그래서 아침을 거르는 비율이 높고, 저녁도 ‘먹는 것’이 아니라 ‘한 끼 때우는’ 것이 되었다. 최근 나타나는 ‘사회적 가족

(소셜팸)’이나 ‘함께 밥먹기(소셜다이닝)’ 등의 현상은 젊은 1인가구들이 자신들의 문제를 극복하기 위한 새로운 시도이다.

고령화에 따른 실버세대 1인가구

한국사회가 빠르게 고령화되고 있다. 한국의 수도 서울의 고령인구는 2013년 10%를 넘어섰다. 이 비율이 2019년이 되면 14.3%로 증가해 고령사회로 진입하게 되고, 2026년에는 고령인구 비율이 20% 이상이 되는 초고령사회로 진입한다. 이러한 고령인구의 증가와 남녀 평균수명의 차이에 따라 실버세대 1인가구가 늘어나고 있다. 이들 실버세대 1인가구는 크게 두 부류로 나눌 수 있는데, 절대 빈곤 상태인 독거노인과 어느 정도 경제력을 갖고 사회적으로 활동하는 액티브실버 집단이 있다. 액티브실버를 위한 주거, 여가 등의 시장은 이제 막 성장하고 있으며, 앞으로 좀 더 다양한 영역으로 확장될 것으로 예상된다.

5. 가족의 외연을 확장하는 사회적 가족의 형성

우리 사회에서 나타나고 있는 1인가구 증가 현상은 자본주의 발전과정에서 나타나는 일반적인 현상일 수 있다. 서구사회와 비교해볼 때, 북유럽국가들의 1인가구 비율은 거의 40%에 달하며, 미국의 1인가구 비율도 30%대 수준이고, 일본의 1인가구 비율은 우리와 비슷하다. 하지만 문제는 우리사회의 1인가구 증가가 너무 빠르게 진행되고 있다는 것이다. 우리의 머릿속에는 4명의 가족이 함께 살아가는 것이 아직도 일반적인 가족의 모습인데 사회는 이미 1~2인가구가 대세가 된 현실이 우리 앞에 놓인 것이다.

앞에서 언급한 것처럼 서울에는 서로 다른 유형의 1인가구가 있으며, 이들이 야기할 사회문제 역시 다를 수밖에 없다. 이른바 골드족 1인가구는 스스로 선택한 혼자 사는 삶이 도시에 새로운 활력을 가져오고 싱글문화도 창출하는 긍정적 요소를 갖고 있다. 따라서 이들이 도시문화의 트렌드세터로서 기여할 수 있는 잠재력을 끌어낼 필요가 있다. 다만 골드족들은 주거 이동성이 높지만 이를 뒷받침할 주거선택에서 아직은 자유롭지 못하다. 지금까지의 주택정책이 4인 가구 중심으로 이뤄져왔던 탓이 크다. 따라서 다양화된 가구 규모에 맞는 주거정책의 전환이 필요하다.

한편, 골드족과 구분되는 나머지 세 집단을 관통하는 본질적인 문제는 ‘빈곤’과 ‘사회적 고립’이다. 이들 집단은 스스로 원해서 혼자 사는 것일까? 그렇지 않다. 이들은 어쩔 수 없는 독신그룹이다. 어떤 의미에서 소수자로서 사회와의 연결이 약화된 채 혼자 쓸쓸히 살아가는 사람들이н 것이다. 비자발적 1인가구로서의 청년, 여성, 중장년층, 노인 등은 일차적

으로 경제적 자립도가 현저히 낮다. 따라서 무엇보다 양질의 일자리를 제공하는 방안들을 정책적으로 고려할 필요가 있다. 여성 1인가구는 주거 안정성에 대한 수요가 높다. 이들에게는 커뮤니티의 안전성이 절실한 문제이다. 지역·문화적 요소를 통해 공동체성을 복원시킨다면 주거 안정성이 상대적으로 확보되기 쉬울 것이다.

불안한 독신자그룹 등 경제사회적 약자인 1인가구 그룹을 위해서는 ‘사회적 돌봄’ 서비스가 필요하다. 혼자 사는 40대 중년층은 부부가구에 비해 뇌졸중 발생률이 3배 이상 높다는 조사결과도 있다. 이런 의미에서 스스로 원하지 않았지만 혼자 살게 된 사람들에게 대한 사회적 보살핌을 제공하는 공공의 역할이 필요하다. 사회적 연결망의 역할을 복원하고, 커뮤니티 단위에서의 건강검진, 심리상담 등 1인가구를 위한 사회적 돌봄 서비스가 필요하다.

실버세대 1인가구를 위해서는 빈곤한 독거노인 대책과 함께 일정 정도의 경제력은 있지만 사회적으로 고립된 실버세대에 대한 사회·정책적 지원이 필요하다. 한국사회의 노인자살률은 노인 10만 명당 64.9명으로 고령사회인 일본의 2배가 넘는다. 이는 OECD 국가 중 1위라는 부끄러운 기록이다. 전체 노인 중 다른 사람과의 사회적 교류가 없는 독거노인이 전체의 절반가량이라는 점을 염두에 둔다면 실버 싱글 마이너리티 지원체계를 확장하며, 동시에 노인들의 사회적 교류가 가능할 수 있는 방안을 만들 필요가 있다.

1인가구는 오늘날 우리 사회에서 되돌릴 수 없는 하나의 흐름을 형성하고 있다. 이제 우리는 다양한 가구형태를 열린 마음으로 받아들이면서 공동체로서의 사회를 유지하기 위한 ‘사회적 가치’를 담은 시도를 할 필요가 있다. ‘비자발적’ 1인가구에 대한 정책지원을 개발하는 것도 이러한 맥락에서 계속되어야 할 것이다. 혼자 사는 1인가구, 그렇지만 사회 속에서 함께 살아가는 우리들이 될 수 있을 때 우리 사회의 모자이크화된 다양성이 자리 잡을 수 있을 것이다. 이것이 건강한 사회의 모습이다.

참고문헌

1. 변미리 외, 2015, “서울특별시 1인가구 대책 정책연구”, 서울연구원·서울시의회
2. 변미리, 2015, “도시에서 혼자 사는 것의 의미: 1인가구 현황 및 도시정책 수요”, 『한국심리학회지:문화 및 사회문제』, Vol.21, No.3
3. Combat Poverty Agency, 2010, 『Access to housing for one-person households in Ireland』
4. EuroStat, 2014, 『EuroStat regional yearbook 2014』

이달의 이슈 102

서울에 사는 1인가구의
여가살이

윤 주

한국문화관광연구원 관광산업연구실
부연구위원
zooyaya@kcti.re.kr

1. 평일 여가시간이
부족한 서울의
1인가구

여가생활에 가장 필요한 것은 무엇일까? 돈이 많다면 여가활동 선택의 폭이 넓어 여가를 부담 없이 즐길 수 있다. 하지만 시간이 없다면 여가생활도 그림의 떡이다. 그러므로 여가생활에 가장 기본이 되는 것은 여가 시간이다. 2014년 국민여가활동조사에 따르면 우리나라 국민의 평균 여가시간은 평일 3.6시간, 휴일 5.8시간으로 나타났다. 그러나 전국에 있는 1인가구의 평균 여가시간은 평일 4.3시간, 휴일 6.3시간으로 전 국민 평균보다 많은데, 이는 배우자나 자녀 또는 부양가족이 없어 가사노동 등에 따른 시간이 줄어들기 때문으로 볼 수 있다.

〈표 1〉은 지역별 1인가구의 평일/휴일 여가시간 실태조사 결과로 서울시 1인가구의 평균 여가시간은 평일이 3.3시간으로 전국 1인가구 평균값보다 적은 반면, 휴일은 6.2시간으로 전국 1인가구 평균값과 유사하게 나타났다. 평일 여가시간은 다른 지역과 비교해도 상대적으로 적은데 이는 서울시 1인가구의 연령분포가 30~40대 청장년층에 집중되고, 이 연령층이 60% 이상의 취업률을 보이기 때문에 직장인들의 여가시간 형태와 유사한 것으로 분석된다.

저자 학력, 경력 및 최근 연구

- 한양대학교 관광학 박사, 한국문화관광연구원 부연구위원
- 최근 연구: “한국형 여가교육 모형 개발 연구(2014)”, “1인가구 여가활동 분석 및 대응정책 연구(2013)”

〈표 1〉 1인가구의 평일/휴일 평균 여가시간

구분		평균(시간)	
		평일	휴일
1인가구		4.3	6.3
성별	남자	3.8	6.3
	여자	4.7	6.3
연령	10대	4.2	5.7
	20대	3.5	6.5
	30대	3.1	6.3
	40대	3.2	6.2
	50대	3.8	5.8
	60대	4.8	6.1
	70대이상	5.7	6.5
지역	서울	3.3	6.2
	부산	3.9	6.5
	대구	6.7	7.8
	인천	3.5	6.0
	대전	4.8	5.6
	광주	4.8	6.2
	울산	5.7	8.2
	세종	3.1	3.6
	경기	3.7	6.4
	강원	3.8	5.9
	충북	4.4	5.5
	충남	4.4	5.4
	전북	5.7	6.4
	전남	5.7	5.9
	경북	6.4	7.6
	경남	4.1	6.3
	제주	4.2	5.2

주 2014년 국민여가활동조사 자료를 기초로 '사후층화(post-stratification)' 방법에 따라 가중치를 적용하여 지역별 1인가구의 여가활동 실태를 추정함 ('2010년 인구주택총조사'의 1인가구를 모집단으로 활용하여 지역별 가중치로 재산출하고, 세종시는 2013년 자료를 적용함)

2. 취미·오락 활동에 적극적인 서울의 1인가구

우리나라 국민이 여가시간에 가장 많이 하는 여가활동 유형은 ‘휴식 활동’으로 나타났다. 2014년 국민여가활동조사 결과에 따르면 ‘휴식 활동’(62.2%)이 여가활동 중 1순위를 차지하였고, <표 2>와 같이 전국에 있는 1인가구도 평균적으로 ‘휴식 활동’(65.2%)의 비중이 매우 높은 것으로 분석되었다. 서울시 1인가구의 여가활동 실태를 살펴보면 전국 1인가구 평균과 마찬가지로 ‘휴식 활동’(40.9%)의 비중이 가장 높았다. 하지만 다른 지역의 70~80%대 비중과 비교할 때 ‘휴식 활동’ 비중이 매우 낮은 편이었다. 한편, 2순위인 ‘취미·오락 활동’(33.7%)은 ‘휴식 활동’ 못지 않게 비중이 높았고, 3순위인 ‘스포츠 참여’(15.4%)도 다른 지역보다 비중이 높은 것으로 조사되었다. 이는 서울시 1인가구의 여가생활이 개인의 취미·오락 활동과 스포츠 참여 등 다른 지역보다 다양하다는 것을 의미한다.

<표 2> 1인가구의 여가활동 유형

구분	휴식 활동	취미· 오락	스포츠 참여	사회 및 기타	문화· 예술관람	스포츠 관람	관광 활동	문화예술 참여
1인가구(%)	65.2	19.6	6.4	5.5	1.5	1.3	0.3	0.2
성별	남자	55.1	26.9	6.2	8.0	2.0	1.1	0.7
	여자	73.1	13.9	6.5	10.0	1.2	1.4	0.4
연령	10대	0	90.0	0	10.0	0	0	0
	20대	28.1	45.9	8.6	11.9	4.3	1.1	0
	30대	45.1	33.2	12.0	5.4	2.2	1.6	0.5
	40대	60.5	23.7	10.5	2.6	0	2.6	0
	50대	77.9	6.3	9.5	1.1	1.1	4.2	0
	60대	85.0	6.8	1.5	5.3	0	0	0.8
	70대이상	88.6	3.6	2.1	3.6	0.9	0.9	0.3
지역	서울	40.9	33.7	15.4	8.7	1.4	0	0
	부산	70.4	14.1	1.4	9.9	0	2.8	0
	대구	74.5	19.1	4.3	2.1	0	0	0
	인천	53.2	29.8	8.5	8.5	0	0	0
	대전	88.7	5.7	1.9	1.9	0	1.9	0
	광주	77.8	5.6	0	11.1	5.6	0	0
	울산	75.0	15.0	0	5.0	5.0	0	0
	세종	60.0	20.0	0	0	0	0	20.0
	경기	58.9	27.6	5.2	1.6	4.2	2.6	0
	강원	59.9	12.8	15.4	7.7	2.6	2.6	0
	충북	63.6	21.2	3.0	9.1	0	3.0	0
	충남	69.6	13.0	10.9	4.3	2.2	0	0
	전북	86.6	7.0	2.3	4.7	0	0	0
	전남	89.6	4.2	0	6.3	0	0	0
	경북	76.4	9.7	4.2	4.2	2.8	1.4	1.4
	경남	78.6	10.0	0	7.1	0	2.9	1.4
	제주	100.0	0	0	0	0	0	0

자료 2014년 국민여가활동조사, 2010 인구주택총조사를 기초로 연구자 재작성

여가활동 유형과 함께 대표적인 여가활동 참여 형태는 ‘TV 시청’을 꼽을 수 있다. 이는 평일과 휴일에 상관없이 휴식 활동을 겸해 나타나는 여가 형태로 2014년 우리나라 국민의 절반인 51.4%가 ‘TV 시청’을 통해 여가시간을 보내는 것으로 나타났다. 전국의 1인가구는 <표 3>과 같이 ‘TV 시청’(56.0%)의 비중이 가장 높았고, 다음이 ‘인터넷 검색/SNS 활동’(8.3%), ‘산책’(4.8%), ‘게임’(3.3%), ‘헬스’(2.6%) 순으로 조사되었다.

서울시 1인가구는 앞의 조사결과와 유사하게 ‘TV 시청’(36.2%)의 비중이 높았으나, 다른 지역보다 비중이 낮았고, ‘인터넷 검색/SNS 활동’(18.1%), ‘헬스’(7.1%), ‘독서’(7.1%), ‘이성 교제’(4.3%) 등 여가 형태의 다양성이 높은 것으로 조사되었다. 특히, 서울시 1인가구는 ‘인터넷 검색/SNS 활동’의 비중이 높은 것에서 알 수 있듯이 온라인 여가활동에 적극적으로 참여하는 경향을 보였다.

<표 3> 1인가구의 여가활동 참여 형태

구 분	TV 시청	인터넷검색/SNS 활동	산책	게임	헬스	독서	이성 교제	쇼핑	댄스	친구만남/동호회
1인가구(%)	56.0	8.3	4.8	3.3	2.6	1.7	1.3	0.9	0.7	0.9
성별	남자	47.5	9.6	3.3	6.5	2.5	2.9	1.3	0.7	0.7
	여자	62.4	7.2	5.9	0.7	2.8	0.9	0	0.5	1.0
연령	10대	0	80.0	0	0	0	0	0	0	0
	20대	17.7	29.0	1.6	7.0	3.2	2.2	4.3	3.2	1.6
	30대	40.4	9.0	1.1	9.0	4.8	5.3	2.7	0	0
	40대	50.0	5.1	2.6	3.8	10.3	0	0	3.8	0
	50대	64.6	2.1	6.3	0	3.1	0	0	0	0
	60대	75.6	0	5.9	0	0.7	3.0	0	0	1.5
	70대이상	77.8	0	8.1	0	0	0	0	1.2	0.9
지역	서울	36.2	18.1	2.9	2.9	7.1	7.1	4.3	2.9	2.9
	부산	61.4	8.6	5.7	0	0	0	1.4	0	0
	대구	65.3	16.3	6.1	0	0	0	0	0	2.0
	인천	46.5	16.3	4.7	4.7	4.7	2.3	4.7	0	0
	대전	78.2	1.8	1.8	1.8	1.8	0	0	0	0
	광주	62.5	0	6.3	0	0	0	0	0	6.3
	울산	73.7	5.3	5.3	5.3	0	0	0	0	0
	세종	40.0	20.0	0	0	0	0	0	1.5	0
	경기	48.2	6.6	2.5	6.6	2.5	0	0	0	0
	강원	28.6	0	14.3	4.8	2.4	2.4	0	0	2.4
	충북	47.1	2.9	8.8	5.9	0	0	2.9	0	0
	충남	45.8	4.2	10.4	4.2	4.2	2.1	0	0	2.1
	전북	82.9	4.9	7.3	0	0	0	0	0	0
	전남	87.0	2.2	0	0	0	0	0	0	4.3
	경북	69.4	4.2	4.2	0	1.4	0	0	0	0
	경남	73.9	1.4	5.8	5.8	0	0	0	0	1.4
	제주	88.9	0	0	0	0	0	0	0	0

자료 2014년 국민여가활동조사, 2010 인구주택총조사를 기초로 연구자 재작성

3. 여가를 통해 즐거움과 심적 안정을 찾고 싶은 서울의 1인가구

전국 1인가구의 주된 여가활동 목적은 ‘개인의 즐거움’(41.6%), ‘마음의 안정과 휴식’(14.3%), ‘스트레스 해소’(12.3%), ‘건강’(10.9%) 순으로 나타났다. 서울시 1인가구의 여가활동 목적은 <표 4>에서와 같이 ‘개인의 즐거움’(30.8%)이 주된 목적으로 나타났지만 다른 지역보다 낮은 반면, ‘마음의 안정과 휴식’(21.2%)의 목적이 다른 지역보다 높은 것으로 분석되었다.

<표 4> 1인가구의 주된 여가활동 목적

구 분		개인의 즐거움	안정 /휴식	건강	스트레스 해소	자기 만족	시간 보내기	대인 관계	자기 계발	가족과 시간
1인 가구(%)		41.6	14.3	10.9	12.3	4.9	9.4	4.5	1.9	0.3
성별	남자	42.5	12.2	8.2	17.4	6.5	5.6	4.2	3.1	0.2
	여자	77.8	16.0	13.2	8.3	3.3	12.3	4.6	0.9	0.2
연령	10대	43.8	11.1	0	0	11.1	0	0	0	0
	20대	51.1	8.6	4.9	21.1	6.5	3.8	5.9	4.9	0.5
	30대	53.2	14.5	7.0	17.7	4.3	0.5	2.2	2.2	0.5
	40대	33.7	10.4	14.3	6.5	5.2	5.2	1.3	3.9	0
	50대	34.1	14.7	7.4	17.9	9.5	9.5	6.3	1.1	0
	60대	36.9	13.3	11.9	7.4	6.7	20.0	6.7	0	0
	70대이상	30.8	18.5	16.4	6.5	2.1	14.3	4.5	0.6	0.3
지역	서울	30.8	21.2	13.9	12.5	7.2	7.2	4.3	2.9	0
	부산	50.0	18.1	4.2	9.7	0	8.3	9.7	0	0
	대구	47.8	17.4	6.5	8.7	6.5	10.9	2.2	0	0
	인천	43.5	15.2	10.9	10.9	10.9	4.3	4.3	0	0
	대전	30.8	11.5	23.1	7.7	7.7	11.5	3.8	1.9	1.9
	광주	33.3	22.2	16.7	11.1	11.1	0	5.6	0	0
	울산	47.4	21.1	0	15.8	0	15.8	0	0	0
	세종	20.0	0	20.0	40.0	20.0	0	0	0	0
	경기	51.0	7.8	10.4	13.0	2.6	4.2	6.8	4.2	0
	강원	25.0	15.0	15.0	12.5	5.0	12.5	7.5	5.0	2.5
	충북	36.4	9.1	18.2	12.1	9.1	9.1	3.0	0	3.0
	충남	46.8	8.5	10.6	23.4	4.3	4.3	0	2.1	0
	전북	32.6	14.0	16.3	9.3	4.7	20.9	2.3	0	0
	전남	42.9	4.1	8.2	6.1	6.1	30.6	2.0	0	0
	경북	44.4	19.4	6.9	13.9	1.4	8.3	4.2	1.4	0
	경남	57.1	10.0	1.4	15.7	1.4	10.0	2.9	1.4	0
	제주	16.7	25.0	25.0	8.3	0	25.0	0	0	0

자료 2014년 국민여가활동조사, 2010 인구주택총조사를 기초로 연구자 재작성

4. 여가소비에 아낌이 없는 서울의 1인가구

전국 1인가구의 한 달 평균 여가비용은 2014년 기준 약 11만 원으로 조사되었고, <표 5>와 같이 성별에 따라 여가비용의 차이가 큰 것으로 나타났다. 남성 1인가구의 평균 여가비용은 약 14.9만 원이었으며, 여성은 약 7.9만 원으로 남성의 절반 수준인 것으로 조사되었다. 연령별로는

30~40대 1인가구의 평균 여가비용이 16~17만 원대로 가장 많았다. 향후 희망 여가비용은 평균 여가비용보다 5만 원 정도 더 많은 약 16만 원으로 나타났다. 한편, 서울시 1인가구의 한 달 평균 여가비용은 약 13만 원으로 전국 1인가구 평균보다 더 많았으며, 다른 지역보다 상대적으로 많은 비용을 여가활동에 소비하고 있었다. 향후 희망하는 여가비용도 약 18.9만 원으로 평균보다 더 높은 것으로 조사되었다.

〈표 5〉 1인가구의 한 달 평균/희망 여가비용

구 분		한 달 평균 여가비용(원)	한 달 평균 희망 여가비용(원)
1인가구		109,561	160,216
성별	남자	148,835	209,218
	여자	78,593	121,577
연령	10대	81,002	160,644
	20대	146,716	207,247
	30대	170,699	229,526
	40대	162,670	215,431
	50대	133,417	186,011
	60대	83,947	140,503
	70대이상	47,300	83,774
지역	서울	130,254	188,592
	부산	103,906	156,797
	대구	111,786	162,500
	인천	165,641	234,872
	대전	78,147	125,280
	광주	117,209	167,907
	울산	136,964	208,929
	세종	75,714	107,143
	경기	113,270	167,711
	강원	112,576	175,254
	충북	106,132	137,000
	충남	97,458	136,271
	전북	101,837	133,480
	전남	53,695	83,876
	경북	107,256	155,012
	경남	71,000	109,500
	제주	127,143	187,000

자료 2014년 국민여가활동조사, 2010 인구주택총조사를 기초로 연구자 재작성

5. 시간 부족으로 여가생활에 만족하지 못하는 서울의 1인가구

우리나라 국민이 여가생활에 만족하지 못하는 주된 이유는 ‘시간 부족’(46.1%)과 ‘경제적 부담’(40.4%)이라는 두 가지 이유 때문인 것으로 나타났다. 이는 흔히 이야기 하듯이 돈이 있으면 시간이 없고, 시간이 있으면 돈이 없는 생애주기별 특성에 따른 현상으로 이해될 수 있다. 그러

나 전국 1인가구의 여가생활 불만족 이유는 <표 6>과 같이 '경제적 부담'(66.3%)이 매우 높은 반면, '시간 부족'은 19.5%로 비교적 낮게 나타났다. 이는 연령별로 볼 때 '경제적 부담'은 모든 연령대에서 공감하고 있으나, '시간 부족'은 20대와 60대 이상에서 낮게 인식하고 있기 때문인 것으로 분석된다.

<표 6> 1인가구의 여가생활에 만족하지 못하는 이유

구분		시간 부족	경제적 부담	함께 여가를 즐길 사람 없음	여가정보 및 프로그램 부족	여가시설 부족	이전 경험 부족 /할줄 모름
1인 가구(%)		19.5	66.3	5.8	3.2	2.6	2.6
성별	남자	33.3	56.0	9.3	0	1.3	0
	여자	9.0	73.9	3.6	5.4	0	4.5
연령	10대	0	0	0	0	6.7	0
	20대	13.3	60.0	0	20.0	0	0
	30대	30.3	60.6	9.1	0	0	0
	40대	40.0	33.3	26.7	0	0	0
	50대	30.8	69.2	0	0	5.6	0
	60대	19.4	75.0	0	0	2.7	0
	70대이상	9.5	73.0	5.4	2.7	0	6.8
지역	서울	40.0	50.0	10.0	0	0	0
	부산	40.0	53.3	0	6.7	0	0
	대구	12.5	75.0	0	12.5	0	0
	인천	0	92.3	7.7	0	0	0
	대전	0	92.3	0	0	0	7.7
	광주	50.0	50.0	0	0	0	0
	울산	33.3	66.7	0	0	0	0
	세종	0	0	0	0	0	0
	경기	16.1	64.5	9.7	9.7	0	0
	강원	23.1	53.8	15.4	0	7.7	0
	충북	33.3	66.7	0	0	0	0
	충남	0	50.0	0	0	25.0	25.0
	전북	0	93.3	0	0	0	6.7
	전남	0	72.7	9.1	0	9.1	9.1
	경북	27.3	45.5	9.1	9.1	9.1	0
	경남	14.3	78.6	0	0	7.1	0
	제주	50.0	25.0	0	0	0	25.0

자료 2014년 국민여가활동조사, 2010 인구주택총조사를 기초로 연구자 재작성

한편, 서울시 1인가구의 여가생활 불만족은 '경제적 부담'(50%)과 '시간 부족(40%)'의 이유가 거의 유사하게 높은 비중을 차지하는 것으로 나타났다. 이는 앞서 분석한 바와 같이 서울시 1인가구의 평일 여가시간이 상대적으로 적은 이유와 유사한 맥락으로 이해할 수 있다. 즉, 청장년층 1인가구는 경제적 부담뿐만 아니라 시간적 여유도 없어 이들이 여가생활을 제대로 누리기 어려운 현실을 반영한 것으로 보인다. 한편, '여가정

보 및 프로그램 부족'이나 '여가시설 부족' 등 여가기반 자원의 부족에 따른 여가생활 불만족은 더 이상 심각한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

6. 서울의 1인가구 특성을 고려한 여가산업의 정책 방향

2014년을 기준으로 서울의 1인가구 비율은 36.4%로 전국의 1인가구 비율(34%)보다 높았으며 지난 35년 동안 7배나 증가하였다. 따라서 서울시는 다가올 1인가구 전성시대에 대비하기 위해 1인가구의 소비성향에 맞는 여가산업 육성방안을 능동적으로 발굴하고, 빠르게 변화하는 관련 산업의 흐름에 주목해야 한다.

1인가구의 일반적인 소비성향과 여가활동은 무관하지 않다. 서울에 사는 1인가구는 높은 주거비 부담에도 불구하고 한 달 평균 여가비용이 다른 지역보다 많게 나타났다. 이는 서울시 1인가구의 여가소비 형태가 변화하더라도 자기만족을 위한 여가소비는 꾸준히 증가할 것을 시사한다. 서울시 1인가구의 여가활동 유형이나 참여 형태를 보면 다른 지역과 비교했을 때 취미·오락 활동의 비중이 높았고, 인터넷 검색/SNS 활동 등 온라인 여가활동에 적극적이었다. 부족한 여가시간을 효율적으로 활용하기 위해 언제 어디서나 접근 가능한 온라인 환경에서의 여가활동 참여는 향후에도 더욱 확대될 것으로 보인다.

한편, 창조경제를 이끄는 여가산업 분야에서 1인가구의 여가 형태가 새로운 산업과 연계되어 발달하고, 1인가구의 생활패턴과 가치변화에 맞춘 다양한 맞춤형 상품과 서비스가 등장하고 있다. 또한, 창조경제와 더불어 논의되고 있는 '차량 공유'와 '숙박 공유'와 같은 공유경제 비즈니스 모델도 1인가구의 여가생활에 상당한 영향을 미치고 있다. 이는 온라인과 모바일 플랫폼 시장의 성장을 기반으로 한 유희(遊休) 재화와 유희 서비스를 활용하는 산업의 등장과 더 이상 기존의 대량생산과 과잉소비가 통하지 않는 시대의 흐름에 맞게 여가산업이 변모해가고 있다는 것을 의미한다. 향후에는 개인 간의 협력적인 소비 또는 공동체의 협력적 소비개념이 1인가구 여가소비에서도 확산될 것으로 보여 관련 여가산업의 성장을 위한 정책적 지원이 요구된다.

참고문헌

1. 문화체육관광부, 2014.12, "2014 국민여가활동조사"
2. 현대경제연구원, 2015.8, "싱글족(1인가구)의 경제적 특성과 시사점"
3. 산업연구원, 2015.10, "1인 가구 증가에 따른 문화서비스 지출형태 및 트렌드 변화"
4. 대한상공회의소, 2013, "1인가구 증가가 소비시장에 미치는 영향 조사"
5. 한국문화관광연구원, 2013, "1인가구 여가활동 분석 및 대응정책 연구"



생생리포트



혼자이되 혼자이지 않은,
청년들의 걱정한 일상 공유

- I. 정류장에서
- II. 정류장에서 만난 사람들
- III. 우리에게 더 많은 정류장이 필요하다

청년아지트 강동팻 대표

이진영 handulsen@gmail.com

생생리포트

혼자이되 혼자이지 않은, 청년들의 걱정만 일상 공유

I. 정류장에서

1. 버스를 기다리다

고도로 개인화된 현대사회를 살아가는 사람들에게 연대, 협력, 공유, 커뮤니티와 같은 단어들은 어떤 의미로 인식될까? 특히 1980~1990년대에 태어나 현재 청년이라는 세대로 불리는 사람들은 특히나 내가 가진 무엇과 상대방이 가진 어떤 것을 기꺼이 서로 주고받으며 '관계'라는 이름으로 엮이는 것에 익숙하지 않은 것 같다. 이들은 그렇게 살아 본 적이 별로 없기 때문이다. 프랑스의 철학자 사르트르는 파리 시내의 버스를 기다리는 사람들을 예로 들며 집단을 이야기했다. 버스정류장에 모여 버스를 기다리는 사람들은 서로에게 무관심하며 이들의 관계는 우연적이고 일시적이라는 것이다.

현대사회, 거대도시 서울에서, 각자도생하며 살아가는 사람들의 관계는 사르트르가 이야기하는 버스를 기다리는 사람들의 그것만큼일지 모른다. 그래서 마을공동체, 청년들의 연대와 협력, 커뮤니티라는 개념 아래 삶과 일상을 공유해 나간다는 것은 영영 이룰 수 없는 목표일지 모른다. 어쩌면 우리는 모두 버스 정류장에서 잠시 각자의 버스를 기다리고 있는 사람들일 뿐이니까.

2. 청년아지트 강동팻

각자의 버스를 기다리며 서로에게 무관심한 사람들이지만, 조금은 아지트다운 공간에서 서로의 안부를 묻고 공통된 무언가를 해볼 수 있다면 어떨까 하는 생각으로 지난 2014년, '청년아지트 강동팻(이하 강동팻)'이라는 마을 청년들의 커뮤니티 공간을 만들게 되었다. 강동구는 관내에 위치한 대학교도 없고, 주거밀집지역이라는 지역의 특성상 그동안 청년들의 이슈를 의제

로 삼아 활동하거나 교류하는 단체가 거의 없었다. ‘청년’을 의제로 삼아 활동을 하고, 공간을 운영한다면 지역의 특성을 이해하는 작업이 우선되어야 했다. 강동팓이 위치한 지역의 특성은 1인가구 비율이 높다는 것이었다. 인접한 두 동 성내2동과 천호3동의 1인가구 비율은 2015년 현재 각각 43.1%와 45.7%이다. 1인가구 중 청년이 아닌 세대의 비율도 검토해야 하지만, 굳이 세대를 가르지 않더라도 ‘군중 속의 고독’을 느끼고 있을 많은 이가 함께 할 수 있는 프로그램이 필요하다는 생각이 들었다.



〈그림 1〉 청년아지트 강동팓 전경

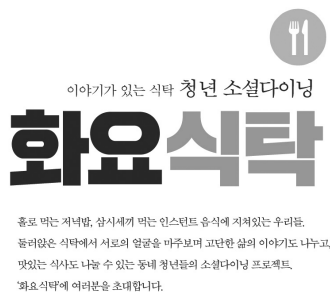
Ⅱ. 정류장에서 만난 사람들

사람들이 소통하고 엮이길 바라는 마음에서 다양한 프로그램을 기획하지만 강동팓은 그 공간을 이용하는 사람들에게 ‘정류장’ 느낌이길 바란다. 공간이나 프로그램이 부담되거나 강요하는 느낌이 들면 안 되고, 자연스러운 소통

이 일어났으면 하기 때문이다. 그렇지만 각자의 버스를 잠시 기다리다가 버스가 오면 홀연 떠나버려 아무것도 남지 않게 되는 공간이 되는 것도 바람직하지 않다고 생각한다. 버스를 기다리던 사람들이 작은 이벤트를 계기로 대화하고, 서로의 관심사를 공유하게 하려고 참 어렵지만 ‘적절한’ 균형을 맞추기 위해 지난해부터 강동팍에서 시도해 온 다양한 네트워크 활성화 프로그램을 소개하고자 한다.

1. 청년 소셜다이닝 '화요식탁'

‘화요식탁’은 함께 식사하며 이야기를 나누고 정보를 공유하는 ‘소셜다이너’ 프로그램이다. 팍팍한 일상을 살아가는 마을청년들이 일주일에 하루만이 라도 함께 모여 따뜻한 밥 한 끼를 만들어 먹고 소소한 이야기를 나누며 ‘뽕뽕한’ 일상을 꿈꾸어 보는 것인데, 매번 이야기의 주제와 식사 메뉴를 달리 하여 진행한다. ‘성안마을 독거청년의 집밥 레시피’, ‘치킨보이 사장님의 청년창업 이야기’, ‘유학 시절 외로움을 달래주던 소울푸드’, ‘프리백수를 자처하는 포토그래퍼의 사진 이야기’, ‘메르스를 이겨내는 건강밥상 이야기’ 등 다양한 주제와 내용으로 프로그램이 진행되고 있다.



〈그림 2〉 청년 소셜다이닝 화요식탁



〈그림 3〉 청년 소셜다이닝 화요식탁

2. 공유부엌: 공식(共食)의 가치

‘공유부엌: 공식(共食)의 가치’는 함께 밥을 먹는 것뿐만 아니라 참여자들이 직접 음식을 만들고 그것을 매개로 일상을 공유하는 문화적인 부분에 조금 더 특화된 프로그램이다. 주로 주말(일요일 오전부터 오후까지)에 모여 함께 만들 음식의 메뉴를 정하고 장을 보며 요리를 한다. 그날 만든 음식은 각자 가져가기도 하고 마을의 다양한 주민과 나누기도 한다. 주로 1인가구들의 참여가 많은 편인데 서로 비슷한 관심사가 생



〈그림 4〉 공유부엌: 共食의 가치

기면 함께 다른 프로그램을 기획해서 진행해 보기도 하고, 꾸준히 참여하는 사람들은 '식구'라는 이름의 '멤버십'으로 지속적이고 확장된 교류활동을 하고 있다.



〈그림 5〉 공유부엌: 共食의 가치

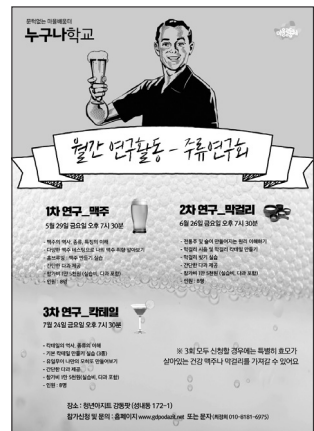


〈그림 6〉 누구나 학교: D.I.Y 페인팅 체험

3. 문턱 없는 마을학교 '누구나 학교'

‘누구나 학교’는 누구나 가르치고 누구나 배울 수 있는 문턱 없는 마을학교이다. 강동팍 공간을 찾는 사람들의 다양한 욕구를 반영하기 위해 열어 놓은 공유학습 플랫폼이라고 할 수 있다. 열린 개념으로 시작했지만 오랫동안 익숙해져버린 ‘학교’라는 개념들이 남아있어 운영 초반에는 인문학이나 철학 등의 주제로 4, 5회차 연속으로 진행하는 학습 위주의 프로그램을 기획하였다. 그런데 실제로 진행해보니 청년과 마을주민들의 욕구는 학습이 아니라 체험 및 실습에 있는 것 같았다. 연속으로 진행되는 교

육에는 참가율도 들쭉날쭉하였고 만족도도 높지 않았기 때문이다. 그래서 일방적으로 프로그램을 기획해서 사람을 모으는 것이 아니라 실제로 교육을 받고 싶거나 강의를 해보고 싶은 수요가 파악되면 기획을 진행하는 방식으로 방향을 전환하게 되었고, 그러고 나니 기획과 운영의 폭이 넓어지게 되었다. ‘화요식탁’이나 ‘공유부엌’과 연계하여 리빙라이브러리(사람책 도서관)를 진행해 보기도 하고, 셀프가드닝이나 페인팅 체험, 맥주·막걸리·각테일 등 직접 술을 만들어 보는 ‘주류 연구회’ 등 더 다양한 분야를 포괄하는 프로그램이 진행되었으며, 앞으로도 더욱 다양한 주제와 사람들을 연결하는 플랫폼으로서 ‘누구나 학교’ 프로그램을 계속해 나가려고 한다.



〈그림 7〉 누구나 학교: 주류연구회

Ⅲ. 우리에게 더 많은 정류장이 필요하다

정류장은 정류장일 뿐이다. 버스를 기다리는 사람들에게 편의를 제공하고 다양한 노선을 안내하는 것, 정류장의 역할은 그뿐일지도 모른다. 그렇지만 정류장에 잠시 머무르며 누군가의 삶을, 서로의 일상을 공유하는 많은 활동은 ‘정류장’의 의미와 역할을 확대할 수 있다.

1. 사회적 자본으로서의 커뮤니티 공간

청년들을 모으고 엮어내기 위한 다양한 프로그램을 운영하면서 얻게 된 가장 큰 성과는 ‘커뮤니티 공간’이 품고 있는 다양한 가능성을 확인했다는 것이다. 사람들은 저마다 ‘공간’을 향유하는 것에 대한 다양한 욕구가 있고 그 욕구는 매우 기본적인 것으로 생각한다.

서울시에 거주하는 청년 1인가구 3명 중 1명은 주거빈곤상태에 있고, 청년들의 소득대비 주거비 지출 비율도 점점 높아지고 있는 추세이다. 공간을 향유할 수 있는 절대적인 기회가 줄어들고 있는 것이다. 개인적으로 향유할 수 있는 공간이 늘어날 수 없다면 공동의 공간을 늘려나가는 것이 대안일 수 있다.

‘커뮤니티 공간’의 정의가 다양하긴 하지만 소비(금전거래, 물품판매)를 매개로 이뤄지는 상업시설이나 이력 쌓기, 혹은 시간 때우기를 위한 여타의 공간들과는 다른 정체성을 인식하는 것이 중요하다. 그저 언제, 어떤 이유로라도 공간에 머무를 수 있고, 사람을 만나고, 서로의 안부를 지속적으로 걱정해줄 수 있는 그런 공간, 물리적인 공간만이 아니라 마음과 마음을 기댈 수 있는 서로에게 ‘비밀 언덕’이 되어주는 사회적 자본으로서의 ‘커뮤니티 공간’ 말이다.

물론 공간의 수가 양적으로 늘어난다고 문제가 자연스럽게 해결되는 것이 아니므로 한편으로는 청년을 포함한 다양한 주민의 욕구를 파악하고 적절한 범위의 참여를 제안하여 공간이 스스로 운영될 수 있는 ‘생태계’를 만들어 나가는 것이 중요한 과제가 되어야 한다.

2. 이웃에 방해가 되지 않는 선에서, 정류장이어도 괜찮아

자이도 혼자이지 않은 일상이란 무엇일까? 가사처럼 이웃에 방해가 될까 봐 ‘슬픈 노래를 부르며 자정의 공원을 혼자서 달리는’ 것이 아니라 고된 하루의 일상을, 가끔씩 찾아오면 감정의 북받침을, ‘미안해하지 않으면서’, ‘적절한 관심 아래’ 공유하고 이해받는 것이 아닐까? 그런 관계들이 형성되기 위해서는 일상의 다양한 지점들에 서로의 일상을 공유할 수 있는 거점이 있어야 한다.

다시 버스정류장으로 돌아와, 그들 각자의 버스를 기다리던 사람들이 서로 눈을 마주치고, 이야기를 나누며, 무언가 이벤트를 경험하게 되면서 공통의 관심사가 생긴다면, 어떤 순간에는 우리가 함께 '가지 않은 길'에 대한 새로운 버스 노선을 제안하거나 그들 스스로 직접 버스를 몰게 될지도 모르는 일이다. 그런 다양성을 제공하는 장(場; field)으로서 마을 곳곳에 좀 더 많은 정류장이 생긴다면 어떨까. 정류장이어도 괜찮지 않을까?



〈그림 8〉 청년아지트 강동팻 전경

내일은 출근해야 하고
주변의 이웃들은 자야 할 시간
벽을 쳤다간 아플테고
갑자기 떠나버릴 자신도 없어

그래 알고 있어 한심한 걸
걱정끼치는 건 나도 참 싫어서
슬픈 노랏 부르면서
혼자서 달리는 자정의 공원

브로콜리 너마저, '이웃에 방해가 되지 않는 선에서' 가사 중



인포그래픽스

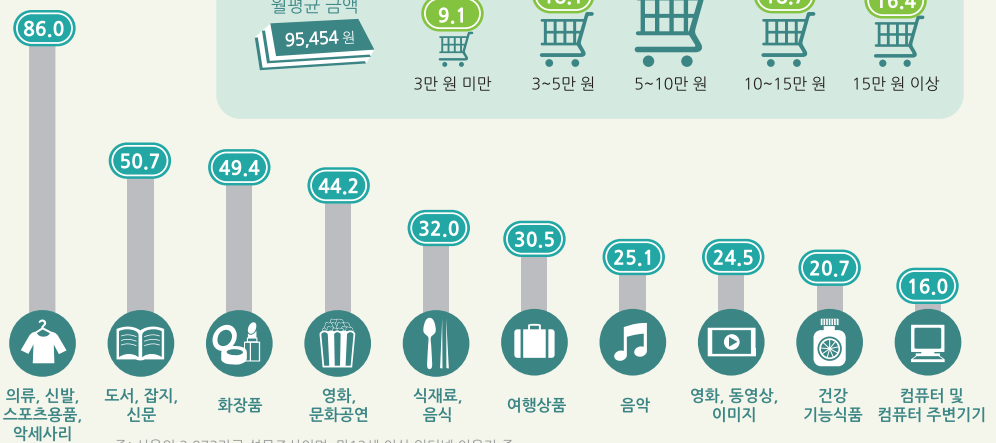
서울시민들은 인터넷쇼핑을
얼마나 할까?

서울연구원 시민경제연구실

조달호 선임연구위원 dhcho@si.re.kr

장윤선 연구원 changys@si.re.kr

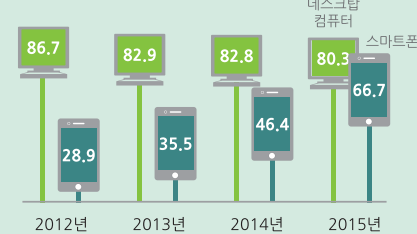
인포그래픽스

서울시민들은 인터넷쇼핑을
얼마나 할까?서울시민들은 인터넷쇼핑을
얼마나 할까?최근 1년 이내
인터넷쇼핑 이용 여부인터넷쇼핑 구매 품목
10순위 (복수응답)주: 서울의 2,973가구 설문조사이며, 만12세 이상 인터넷 이용자 중
최근 1년 이내 인터넷쇼핑을 이용한 사람 대상

자료: 미래창조과학부-한국인터넷진흥원(2015), 인터넷이용실태조사

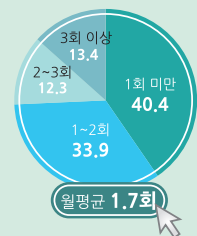
단위: %

인터넷쇼핑 이용 기기 변화 (복수응답)



주: 노트북 컴퓨터, 스마트패드 제외

월평균 인터넷쇼핑 이용 빈도



월평균 인터넷쇼핑 지출 비용



서울연구원 시민경제연구실

조달호 선임연구위원 dhcho@si.re.kr / 장윤선 연구원 changys@si.re.kr

서울시민의 55.3%가 최근 1년 이내에 인터넷쇼핑을 이용한 경험이 있으며, 최근 3년간 스마트폰을 사용하여 인터넷쇼핑하는 시민들이 빠르게 증가하는 추세
서울의 인터넷쇼핑 이용자들은 월평균 1.7회 인터넷쇼핑을 하며, 주로 구매한 품목은 '의류, 신발, 스포츠용품, 악세사리'

서울시민 중 55.3%가 2015년에 인터넷쇼핑을 이용한 경험이 있으며, 스마트폰을 사용하여 구매한 비중이 최근 급증하는 추세

- 2015년 인터넷쇼핑 이용 기기는 데스크탑 컴퓨터가 80.3%로 스마트폰(66.7%)보다 더 많이 사용되는 것으로 나타남
- 그러나 스마트폰의 이용률은 2012년 28.9%에서 2015년 66.7%로 빠르게 증가하고 있는 반면, 데스크탑 컴퓨터는 86.7%에서 80.3%로 감소

서울의 인터넷쇼핑 이용자들은 월평균 1.7회 인터넷쇼핑을 하며, 월평균 9만 5천 원 가량을 소비

- 월평균 인터넷쇼핑 이용 빈도는 '1회 미만' 이 40.4%로 가장 높고, 그다음으로는 '1~2회' 33.9%, '3회 이상' 13.4%, '2~3회' 12.3% 순
- 월평균 인터넷쇼핑에 지출하는 비용은 '5~10만 원'이 37.7%로 가장 높고, 그다음으로는 '10~15만 원' 18.7%, '3~5만 원' 18.1%, '15만 원 이상' 16.4%, '3만 원 미만' 9.1%

인터넷쇼핑을 통해 주로 구매한 품목은 '의류, 신발, 스포츠용품, 악세사리(86.0%)'

- 그다음으로는 '도서, 잡지, 신문' 50.7%, '화장품' 49.4%, '영화, 문화공연' 44.2%, '식재료, 음식' 32.0% 순으로 상품뿐만 아니라 예약, 예매를 포함한 다양한 서비스 품목도 인터넷쇼핑을 통해 구매되고 있음

〈표 1〉 2015 서울의 인터넷쇼핑 이용률

[단위: %]

	이용	이용안함
서울	55.3	44.7

주 서울의 2,973가구 설문조사이며, 만12세 이상 인터넷 이용자 중 최근 1년 이내 인터넷쇼핑을 이용한 사람 대상

자료 미래창조과학부 · 한국인터넷진흥원(2015), 인터넷이용실태조사

〈표 2〉 서울의 인터넷쇼핑 이용 기기 변화 (복수응답)

[단위: %]

	2012	2013	2014	2015
데스크탑 컴퓨터	86.7	82.9	82.8	80.3
스마트폰	28.9	35.5	46.4	66.7
노트북 컴퓨터	15.1	21.4	21.7	20.3
스마트패드	—	—	3.5	3.6
기타	3.9	6.7	0.4	0.7

주 서울의 2,973가구 설문조사이며, 만12세 이상 인터넷 이용자 중 최근 1년 이내 인터넷쇼핑을 이용한 사람 대상

자료 미래창조과학부 · 한국인터넷진흥원(2015), 인터넷이용실태조사

〈표 3〉 2015 월평균 서울의
인터넷쇼핑 이용 빈도

[단위: %]

	2015
1회 미만	40.4
1~2회 미만	33.9
2~3회 미만	12.3
3회 이상	13.4
평균	1.7회

〈표 4〉 2015 월평균 서울의
인터넷쇼핑 지출 금액

[단위: %]

	2015
3만원 이하	9.1
3~5만원	18.1
5~10만원	37.7
10~15만원	18.7
15만원 이상	16.4
평균	95,454원

주 서울의 2,973가구 설문조사이며, 만12세 이상 인터넷 이용자 중 최근 1년 이내 인터넷쇼핑을 이용한 사람 대상

자료 미래창조과학부 · 한국인터넷진흥원(2015), 인터넷이용실태조사

〈표 5〉 2015 서울 인터넷쇼핑 구매 품목 (복수응답)

[단위: %]

구매품목	비중	구매품목	비중
의류, 신발, 스포츠용품, 액세서리	86.0	컴퓨터 및 컴퓨터 주변기기	16.0
도서, 잡지, 신문	50.7	가전, 전자제품	15.6
화장품	49.4	유료 콘텐츠	12.2
영화, 문화공연	44.2	ICT 서비스	9.1
식재료, 음식	32.0	컴퓨터 소프트웨어(게임 제외)	8.4
여행 상품	30.5	금융상품	8.0
음악	25.1	컴퓨터 게임 또는 비디오게임 소프트웨어	8.0
영화, 동영상, 이미지	24.5	교육	2.3
건강 기능식품	20.7	기타	0.3

주 서울의 2,973가구 설문조사이며, 만12세 이상 인터넷 이용자 중 최근 1년 이내 인터넷쇼핑을 이용한 사람 대상

자료 미래창조과학부 · 한국인터넷진흥원(2015), 인터넷이용실태조사



경제동향



요약

고용 경제활동인구/취업자/실업률·고용률

생산 제조업지수/출하·재고지수

소비 대형소매점 판매액

물가 소비자물가

서울연구원 시민경제연구실

장윤선 연구원 changys@si.re.kr

부동산 주택매매가격/주택전세가격/주택월세가격

금융 가계대출/개인파산/신설·부도/신용보증

수출입 수출입액/품목별 수출입/국가별 수출입

서울연구원 시민경제연구실

최윤진 연구원 erdene@si.re.kr

경제동향 | 요약

요약 | 1월 서울의 경제동향



고용

- 서울의 1월 취업자는 511만 4천 명으로 전년 동월 대비 4천 명(-0.1%) 감소
- 산업별로는 전기·운수·통신·금융업이 전년 동월 대비 6.0%로 가장 크게 증가
- 종사상 지위별로는 상용근로자만 전년 동월 대비 5.1% 증가했으며, 이를 제외하고 모두 전년 동월 대비 감소
- 고용률은 59.8%로 전년 동월 대비 0.1%p 하락, 실업률은 4.1%로 전년 동월 대비 0.2%p 하락



생산

- 서울의 1월 제조업생산지수는 93.1로 전년 동월 대비 2.1% 증가
- 1월 제조업 출하지수는 전년 동월 대비 4.8% 증가, 재고지수는 4.2% 감소하여 경기 회복/상승 국면을 시사



소비

- 서울의 1월 대형소매점 판매액은 2조 3,401억 원으로 전년 동월 대비 16.0% 증가 하였으며, 전국(6조 8,915억 원)의 34.0%를 차지
- 백화점 판매액(12.4%)과 대형마트 판매액(19.6%)은 모두 전년 동월 대비 크게 증가



물가

- 서울의 1월 소비자물가지수는 111.8(2010년=100.0)로 전년 동월 대비 1.4%의 소폭 상승에 그쳐 저물가 기조 지속
- 신선식품물가지수(6.6%), 서비스물가지수(2.8%), 생활물가지수(0.8%)는 상승한 반면 상품물가지수(-0.7%)는 하락



부동산

- 서울의 1월 주택매매가격지수는 재건축 이주수요와 전세매물부족에 따른 매매전환 수요 증가로 전월 대비 0.09% 상승한 100.1 기록
- 서울의 1월 주택전세가격지수는 겨울방학을 맞아 학군을 준비하려는 학군수요 및 재건축 이주수요 등으로 전월 대비 0.30% 상승한 100.3 기록
- 서울의 1월 월세통합가격지수는 월세의 하락에도 불구하고 준전세가 상승세를 지속하여 전월과 동일한 수준인 100.3 기록



금융

- 서울의 1월 전체 대출금 잔액은 634조 1,639억 원으로 전월 대비 0.7% 증가
- 서울의 1월 가계대출 잔액은 240조 9,628억 원으로 전월 대비 0.4% 증가
- 서울의 1월 신설법인 수는 2,571개, 부도법인 수는 11개로 전월 대비 각각 7.2%, 21.4% 감소
- 서울의 1월 보증지원금액은 326억 원, 보증지원건수는 1,820건으로 전월 대비 각각 62.9%, 49.9% 감소



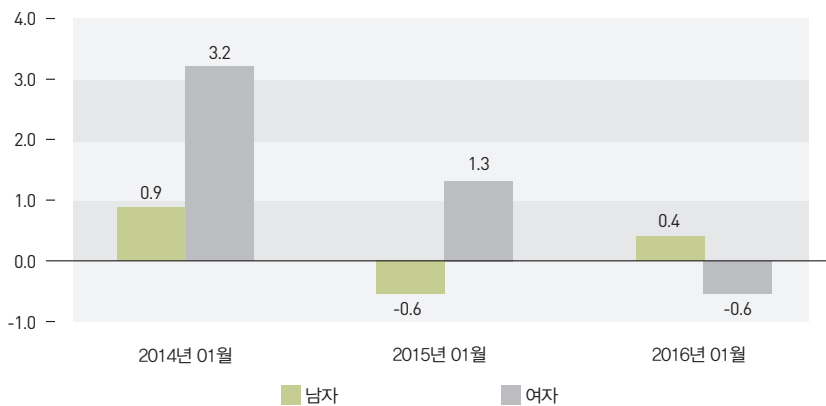
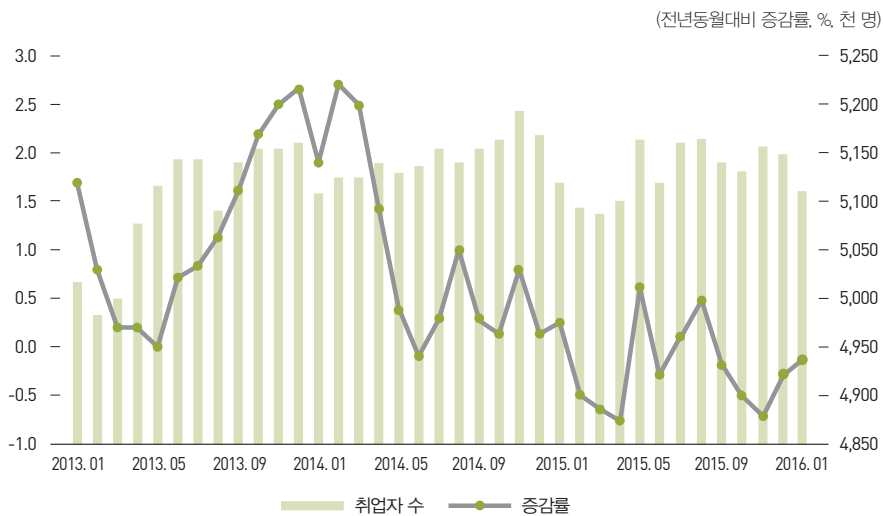
수출입

- 서울의 1월 수출액은 46.3억 달러를 기록하여 전년 동월 대비 3.0% 감소, 품목별로는 무선통신기기, 국가별로는 중국이 1순위 차지
- 서울의 1월 수입액은 96.8억 달러를 기록하여 전년 동월 대비 23.5% 감소, 품목별로는 원유, 국가별로는 중국이 1순위 차지

취업자

서울의 1월 취업자 수는 511만 4천 명으로 전년 동월 대비 0.1% 감소

- 서울의 1월 취업자는 511만 4천 명으로 전년 동월 대비 4천 명(-0.1%) 감소
- 성별로 보면, 남자는 284만 6천 명으로 전년 동월 대비 1만 1천 명(0.4%) 증가, 여자는 226만 8천 명으로 1만 5천 명(-0.6%) 감소

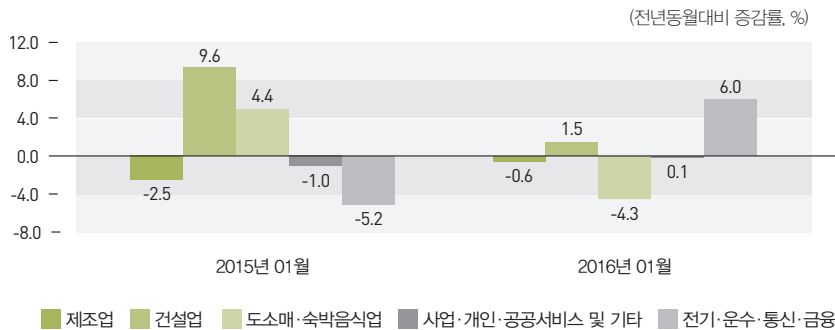


자료 통계청, 경인지방통계청

〈그림〉 서울의 월별 취업자 추이 및 증감률

서울의 1월 산업별 취업자는 전년 동월 대비 전기·운수·통신·금융업에서 가장 크게 증가

- 전년 동월 대비 도소매·숙박 음식점 6만 2천 명(-4.3%), 제조업 3천 명(-0.6%) 감소한 반면, 전기·운수·통신·금융업 4만 8천 명(6.0%), 건설업 5천 명(1.5%), 사업·개인·공공서비스업 2천 명(0.1%) 증가

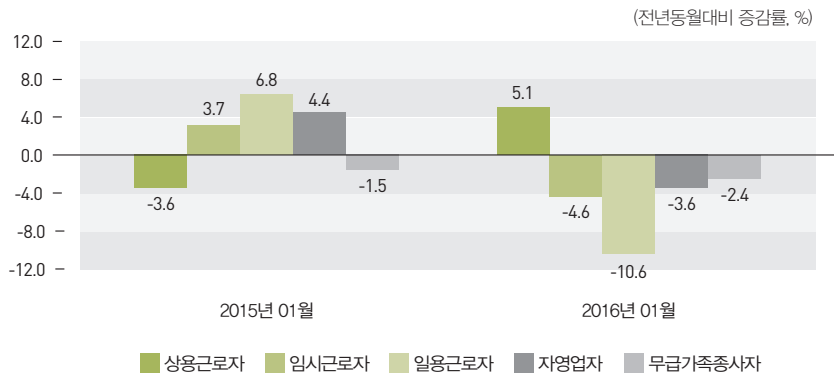


자료 통계청, 경인지방통계청

〈그림〉 서울의 산업별 취업자 증감률

서울의 1월 종사상 지위별 취업자 중 상용근로자만 전년 동월 대비 증가

- 임금근로자는 전년 동월 대비 3만 4천 명(0.9%) 증가, 비임금근로자는 전년 동월 대비 3만 8천 명(-3.4%) 감소
- 임금근로자 중 상용근로자는 12만 6천 명(5.1%) 증가한 반면, 임시근로자는 5만 2천 명(-4.6%), 일용근로자는 4만 1천 명(-10.6%) 감소
- 비임금근로자 중 자영업자는 3만 5천 명(-3.6%), 무급가족종사자는 4천 명(-2.4%) 감소

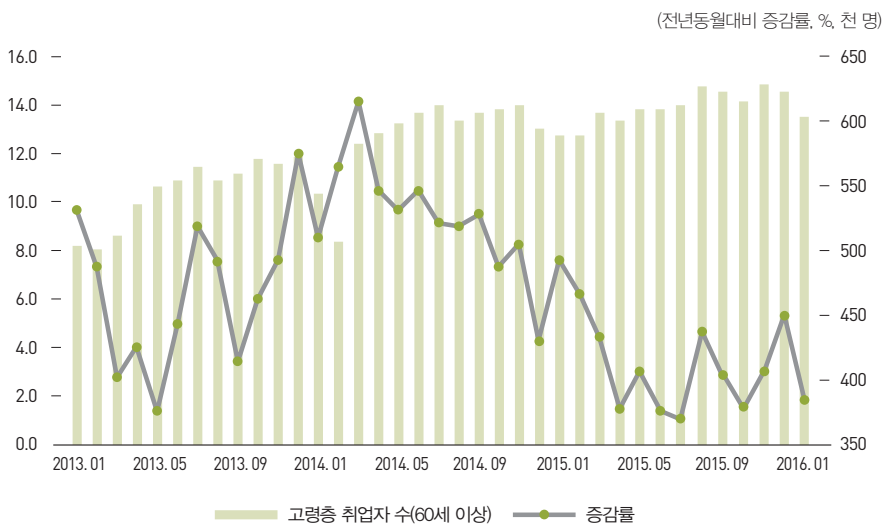
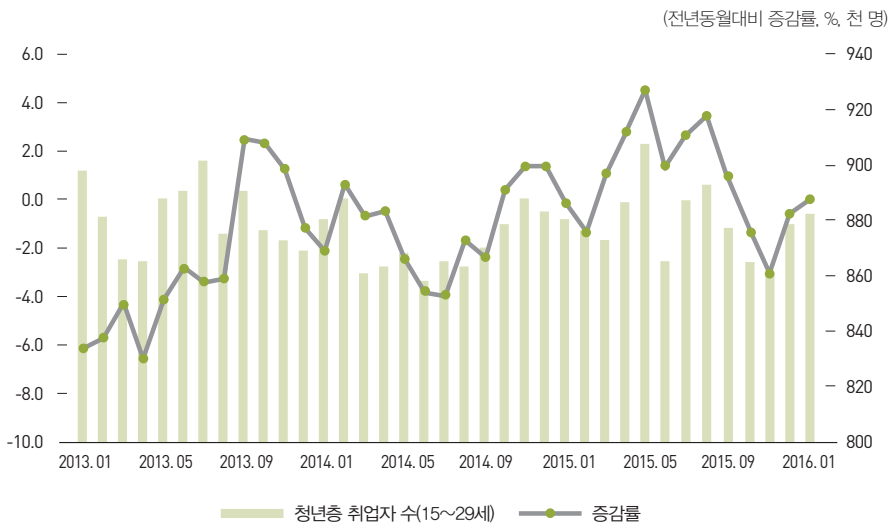


자료 통계청, 경인지방통계청

〈그림〉 서울의 종사상 지위별 취업자 증감률

서울의 1월 청년층(15세~29세) 취업자 수와 고령층(60세 이상) 취업자 수는 전년 동월 대비 모두 증가

- 서울의 1월 청년층(15세~29세) 취업자 수는 88만 2천 명으로 전년 동월 대비 0.1% 증가
- 서울의 1월 고령층(60세 이상) 취업자 수는 60만 4천 명으로 전년 동월 대비 1.9% 증가



자료 통계청, 경인지방통계청

〈그림〉 서울의 월별 청년층 및 고령층 취업자 추이

경제동향 | 고용

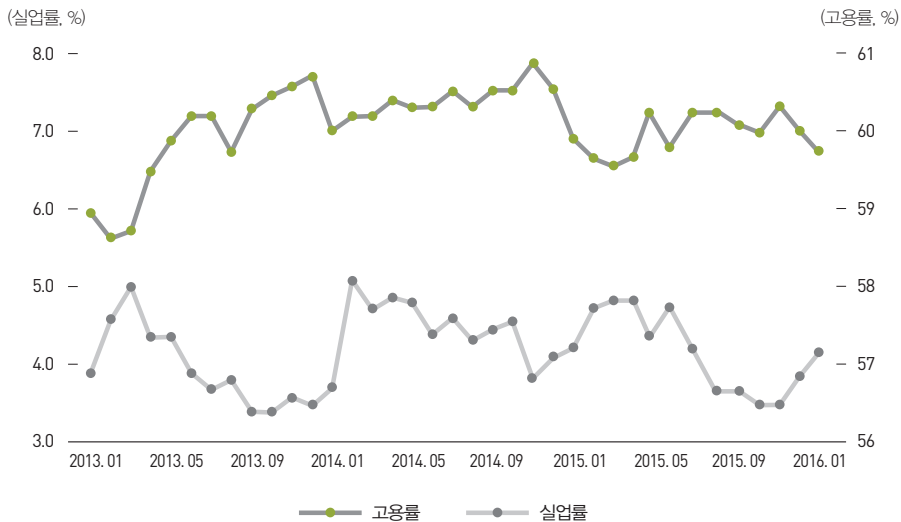
고용률 및 실업률

서울의 1월 고용률은 전년 동월 대비 소폭 감소했으나, 전국 대비 높은 수준

- 서울의 1월 고용률은 59.8%로 전년 동월 대비 0.1%p 감소했으나 전국(58.8%) 보다는 높은 수준
- 성별로 보면, 남자는 69.6%로 전년 동월 대비 0.3%p 상승, 여자는 50.8%로 전년 동월 대비 0.5%p 하락

서울의 1월 실업률은 전년 동월 대비 소폭 감소했으나, 전국 대비 높은 수준

- 서울의 1월 실업자는 21만 6천 명으로 전년 동월 대비 1만 6천 명(-6.8%) 감소
- 실업률은 4.1%로 전년 동월 대비 0.2%p 하락
- 성별로 보면, 남자는 4.1%로 전년 동월 대비 0.5%p 하락, 여자는 4.0%로 전년 동월 대비 보합
- 2016년 1월 서울시 실업률은 전국(3.7%)에 비하여 0.4%p 높은 수준



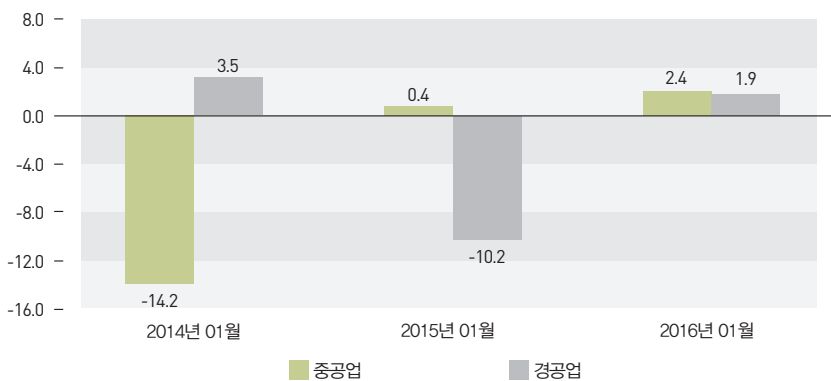
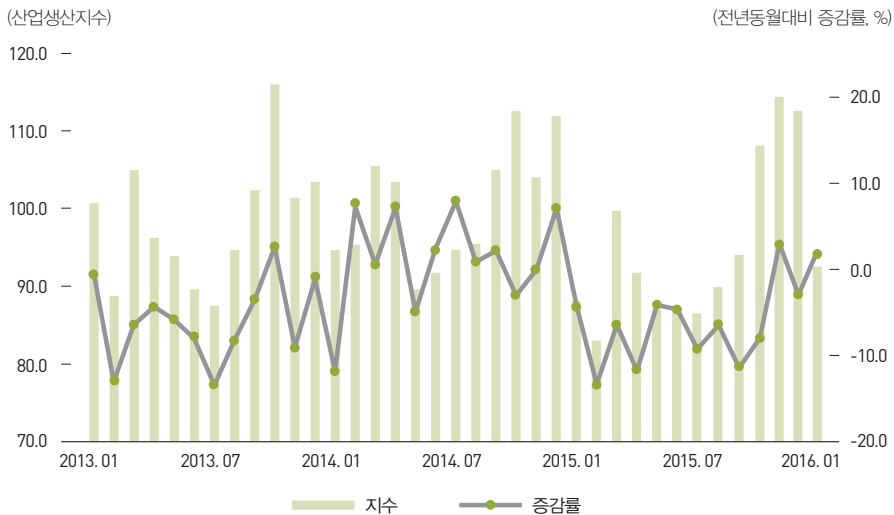
자료 통계청, 경인지방통계청

〈그림〉 서울 실업률, 고용률 추이

생산

서울의 1월 제조업생산지수는 93.1(2010=100)로 전년 동월 대비 2.1% 증가

- 서울의 1월 제조업생산지수는 전년 동월 대비 2.1% 증가하여 플러스 성장률 기록
- 전년 동월 대비 중공업 부문은 2.4%, 경공업은 1.9% 증가
- 부문별로 전년 동월 대비 기계장비(25.1%), 전자부품·컴퓨터·영상음향통신(6.7%) 등은 증가한 반면, 전기장비(-17.8%), 인쇄 및 기록매체(-17.0%) 등은 감소



자료 통계청, 경인지방통계청(2010=100)

〈그림〉 산업생산 추이 및 증감률

경제동향 | 소비

출하·재고 순환

서울의 1월 제조업 출하지수는 전년 동월 대비 4.8% 증가, 재고지수는 전년 동월 대비 4.2% 감소하여 경기 회복/상승 국면을 시사

- 서울의 1월 출하지수는 101.0(2010=100.0)로 전년 동월 대비 4.8% 증가
- 서울의 1월 재고지수는 135.4(2010=100.0)로 전년 동월 대비 4.2% 감소

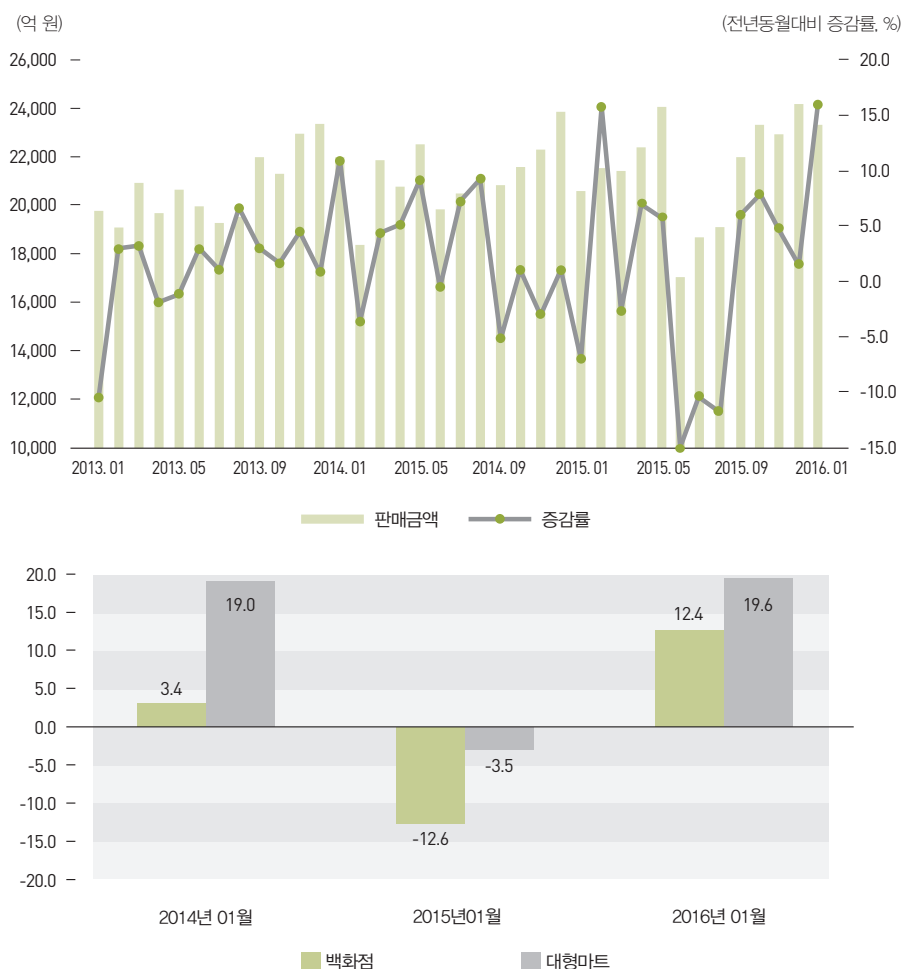


〈그림〉 서울의 출하·재고 증감률 추이

소비

서울의 1월 대형소매점 판매액은 전년 동월 대비 16.0% 증가

- 서울의 1월 대형소매점 판매액은 2조 3,401억 원으로 전국(6조 8,915억 원)의 34.0%를 차지하고 있으며 전년 동월 대비 16.0% 증가
- 1월 백화점 판매액은 1조 1,286억 원으로 전년 동월 대비 12.4% 증가, 대형마트 판매액은 1조 2,114억 원으로 전년 동월 대비 19.6% 증가



자료 통계청, 경인지방통계청

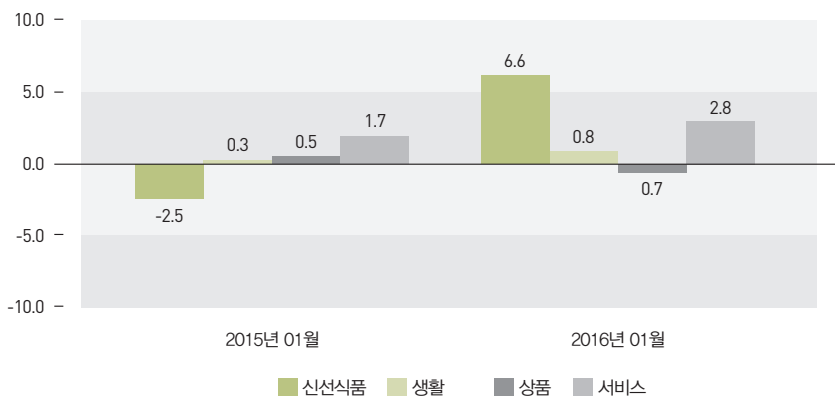
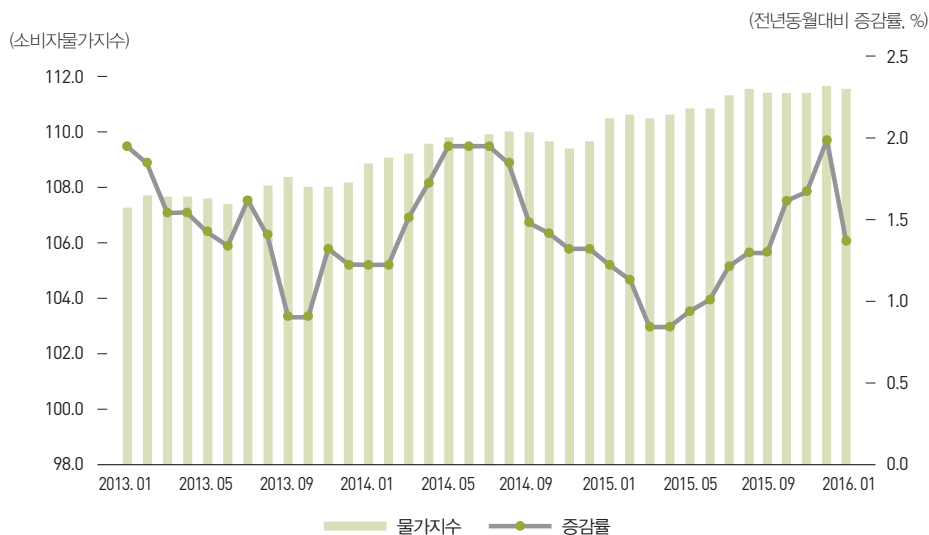
〈그림〉 서울의 대형소매점 판매 추이 및 증감률

경제동향 | 물가

물가

서울의 1월 소비자물가지수는 전년 동월 대비 1.4% 상승에 그쳐 저물가 기조 지속

- 1월 서울시 소비자물가지수는 111.8(2010년=100.0)로 전년 동월 대비 1.4% 상승
- 전년 동월 대비 주요 등락 부문을 보면, 신선식품물가지수(6.6%), 서비스물가지수(2.8%), 생활물가지수(0.8%)는 상승한 반면 상품물가지수(-0.7%)는 하락



자료: 통계청, 경인지방통계청(2010=100)

〈그림〉 서울의 소비자물가 추이 및 동향

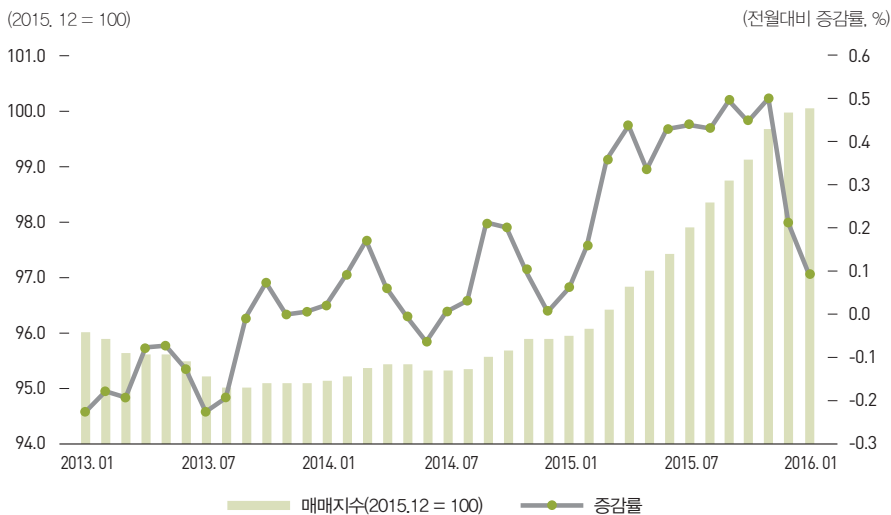
주택매매가격

서울의 1월 주택매매가격지수*는 전월 대비 상승하였으나 상승폭은 축소

- 서울의 1월 주택매매가격지수는 100.1로 전월 대비 0.09% 상승. 한강이남지역(0.09%)은 재건축 이주 수요와 전세매물부족에 따른 매매전환 수요로 상승세 지속. 한강이북지역(0.09%)은 단독/연립수요 증가와 가격 부담이 적은 지역의 저가 매물 수요로 상승세 지속
 - 주요 상승지역 : 중구(0.38%), 양천구(0.28%), 중랑구(0.27%), 서초구(0.19%)
- * 2016년 1월 자료부터 기준연도 변경(2013.3→2015.12)

전국의 1월 주택매매가격지수는 전월 대비 상승하였으나 상승폭은 축소

- 전국의 1월 주택매매가격지수는 100.1로 전월 대비 0.08% 상승. 계절적 비수기와 미국 금리인상 및 공급증가 우려 등으로 매수심리가 둔화되면서 상승폭이 2개월 연속 축소됨. 수도권(0.09%), 5개 광역시(0.10%), 기타지방(0.06%) 모두 전월 대비 상승폭 축소



자료 KB국민은행

〈그림〉 서울 주택매매가격 종합지수와 증감률 추이

서울의 1월 아파트 평당 매매가격은 전월 대비 소폭 상승, 거래 수는 전월 대비 대폭 위축

- 아파트 평당 평균 매매가격*(1,761만 원)은 전월 대비 0.01% 상승, 거래건수(5,477건)는 32.9% 감소
- 동대문구(1.34%), 양천구(0.84%)에서는 아파트 평당 매매가격이 상승한 반면, 송파구(-0.53%)에서는 하락. 아파트 매매 거래건수는 노원구(533건), 강남구(337건), 송파구(324건) 순임

자료 부동산114

경제동향 | 부동산

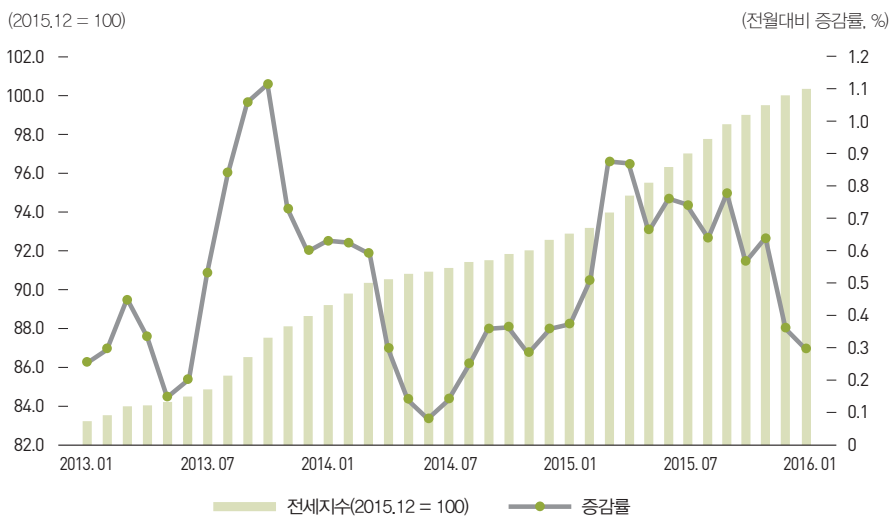
주택전세가격

서울의 1월 주택전세가격지수*는 전월 대비 상승하였으나 상승폭은 축소

- 서울의 1월 주택전세가격지수는 100.3으로 전월 대비 0.30% 상승. 한강이남지역(0.27%)은 겨울 방학을 맞아 미리 학군을 준비하려는 학군수요, 재건축 이주수요 등으로 상승세 지속. 한강이북 지역(0.33%)은 아파트보다 단독/연립주택을 중심으로 상승세 지속
- 주요 상승지역: 용산구(0.95%), 서대문구(0.67%), 양천구(0.54%), 중구·강남구(0.43%)
- *2016년 1월 자료부터 기준연도 변경(2013.3 → 2015.12)

전국의 1월 주택전세가격지수는 전월 대비 상승하였으나 상승폭은 축소

- 전국의 1월 주택전세가격지수는 전월 대비 0.19% 상승한 100.2를 기록. 계절적 비수기와 매매가격 상승폭 둔화 영향으로 2개월 연속 상승폭이 축소됨. 수도권(0.25%), 5개 광역시(0.13%), 기타지방(0.11%) 모두 전월 대비 상승하였으나 상승폭은 축소



자료 KB국민은행

〈그림〉 서울 주택전세가격 종합지수와 증감률 추이

서울의 1월 아파트 평당 전세가격은 전월 대비 상승, 거래건수는 전월 대비 감소

- 아파트 평당 평균 전세가격*(1,243만 원)은 전월 대비 0.8% 상승, 전세거래건수(7,832건)는 16.0% 감소
- 동대문구(2.19%)와 강동구(2.15%) 지역의 아파트 평당 전세가격이 가장 높은 상승폭을 기록. 전세거래 건수는 노원구(814건), 강남구(801건), 송파구(695건) 순임

자료 부동산114

주택월세가격

서울의 1월 월세통합가격지수는 전월 대비 보합 기록

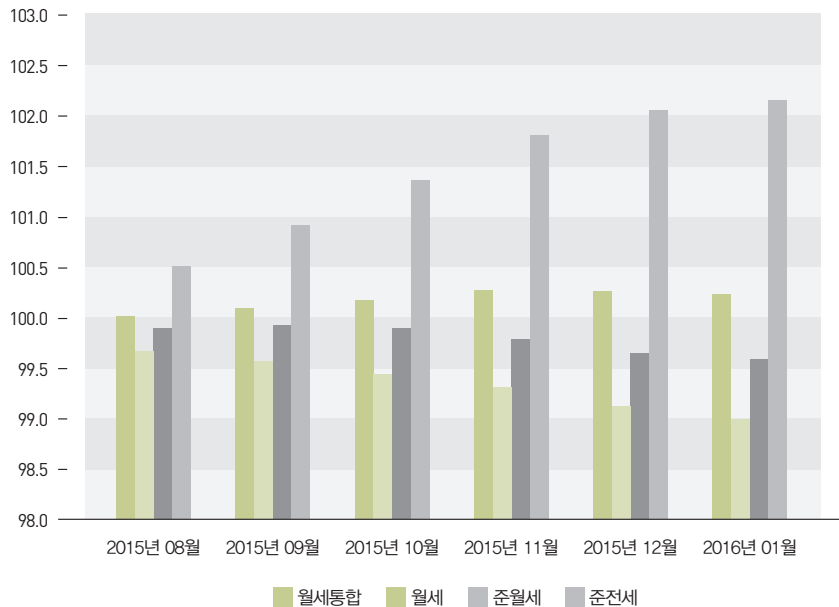
- 서울의 1월 월세통합가격지수는 100.3으로 전월과 동일한 수준 유지. '월세'는 하락함에도 불구하고 '준전세'가 상승세를 지속하여 전체적으로 지난달 하락에서 보합 기록
- 한강이남지역(-0.01%)은 임대인의 월세 선호로 공급이 증가하여 서초구(-0.25%), 강동구(-0.06%)를 중심으로 하락세를 보임. 한강이북지역(0.02%)은 대학가, 역세권 인근 등 주거환경 및 교통환경이 비교적 양호한 광진구(0.05%), 동대문구(0.02%)를 중심으로 상승세를 보임

주 보증금이 1년 치 월세 미만이면 '월세', 보증금이 전세금의 60% 초과하면 '준전세', 월세와 준전세 중간영역의 월세는 '준월세'로 구분

전국의 1월 월세통합가격지수는 전월 대비 상승

- 전국의 1월 월세통합가격지수는 100.3으로 전월 대비 0.01% 상승. 월세 부담이 적은 준전세의 상승세가 지속되고, 월세와 준월세는 임대인 월세 선호에 따른 물량 증가로 하락세를 지속

(2015. 06 = 100)



자료 한국감정원

〈그림〉 서울시 월세통합가격지수 추이

경제동향 | 금융

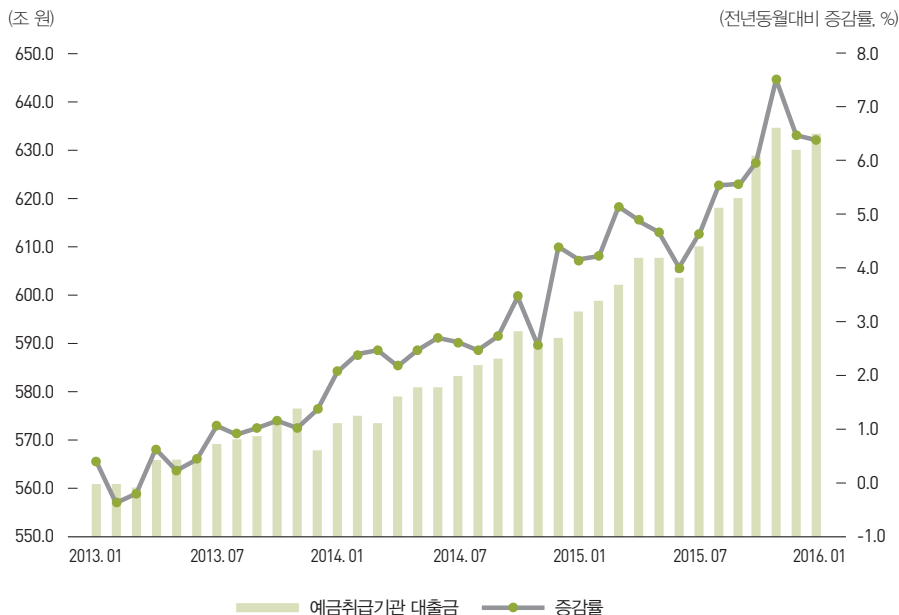
가계대출

1월 기준 서울의 전체 대출금 잔액은 전월 대비 증가

- 전체 대출금 잔액(634조 1,639억 원)은 전월 대비 0.7% 증가, 전년 동월 대비 6.3% 증가
- 그 중 예금은행(528조 5,037억 원)과 비예금은행(105조 6,602억 원)은 전월 대비 각각 0.6%, 1.4% 증가하였고, 전년 동월 대비 각각 6.0%, 7.7% 증가

1월 기준 전국의 전체 대출금 잔액은 전월 대비 증가

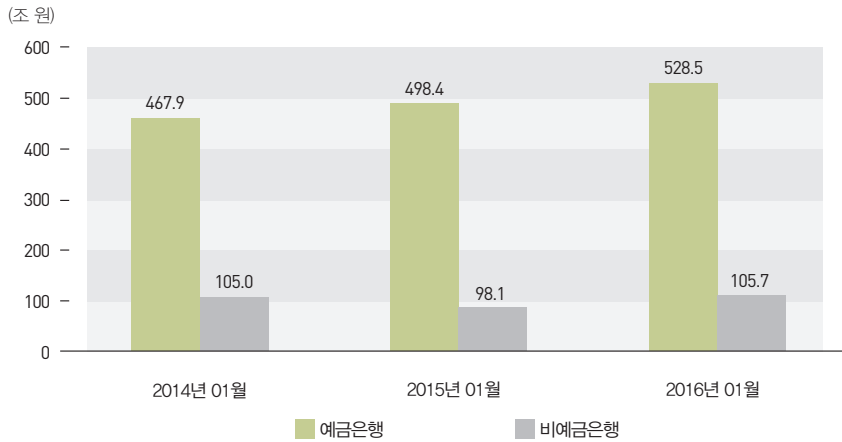
- 전체 대출금 잔액(1,766조 4,927억 원)은 전월 대비 0.6%, 전년 동월 대비 7.8% 증가
- 그 중 예금은행(1,353조 6,707억 원)과 비예금은행(412조 8,220억 원)은 전월 대비 각각 0.5%, 1.0% 증가하였고, 전년 동월 대비 각각 7.6%, 8.5% 증가



주 말잔 금액, 대출금은 예금은행과 비은행금융기관(한국수출입은행, 중합금융회사, 신탁회사, 상호저축은행, 상호금융, 새마을금고, 신용협동조합)의 총합

자료 한국은행

〈그림〉 서울시 금융기관 대출금 잔액과 증감률 추이

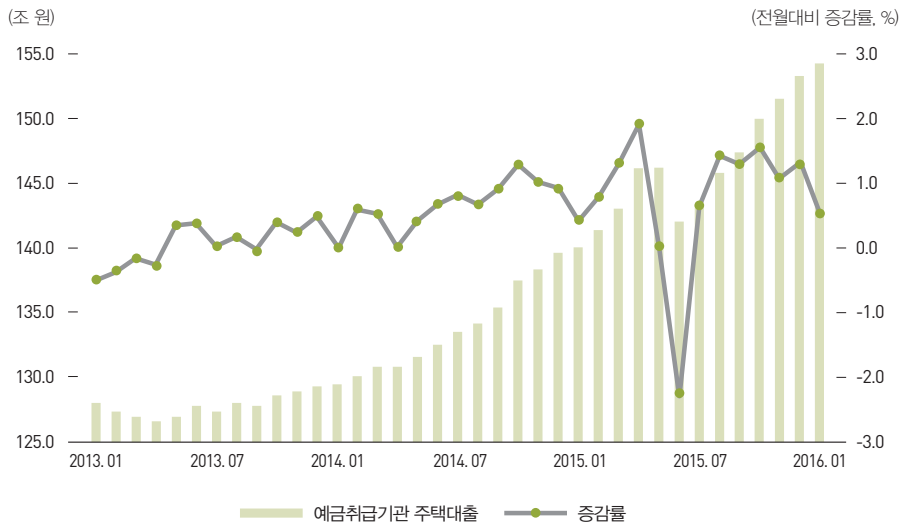


자료 한국은행

〈그림〉 서울시 예금은행과 비예금은행의 대출금 잔액

1월 중 서울지역 가계대출 잔액은 전월 대비 증가

- 예금취급기관 가계대출(240조 9,628억 원)은 전월(240조 774억 원) 대비 0.4% 증가
- 그 중 주택대출(154조 3,529억 원)은 전월(153조 5,768억 원) 대비 0.5% 증가하였고, 가계대출 중 주택담보대출 비중은 64.1% 차지

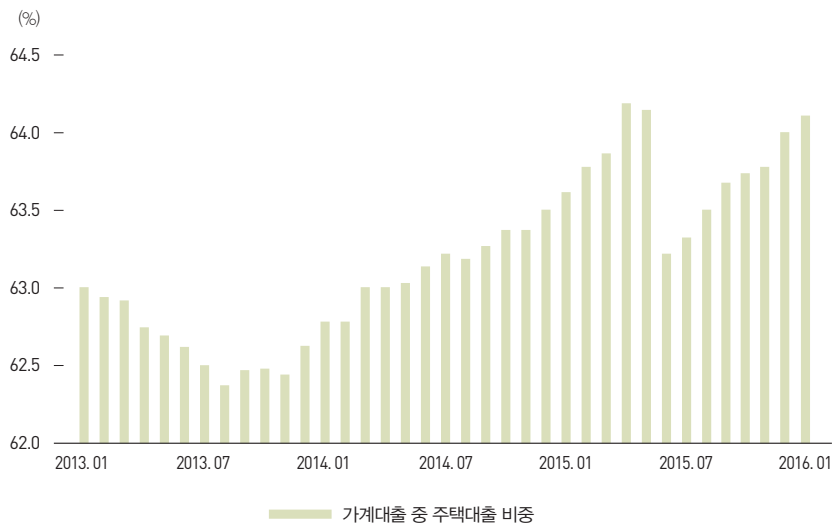


주 말잔 금액, 주택대출은 주택담보대출과 주택관련 집단대출 중 주택담보 이외의 대출의 총합

자료 한국은행

〈그림〉 서울의 예금취급기관 주택대출 추이

경제동향 | 금융

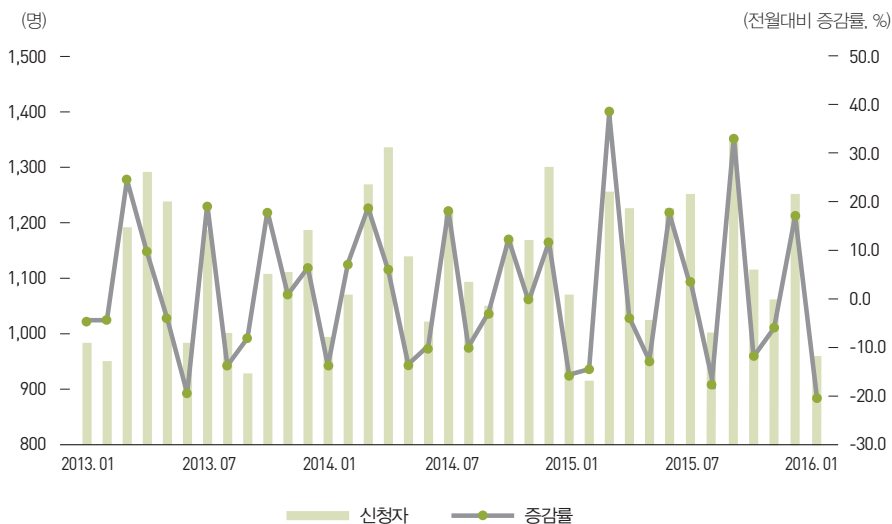


자료 한국은행

〈그림〉 서울의 예금취급기관 가계대출 중 주택대출의 비중 추이

1월 중 개인파산 신청자는 전월 대비 감소

- 서울의 1월 개인파산 신청자(966명)는 전월(1,252명) 대비 22.8% 감소



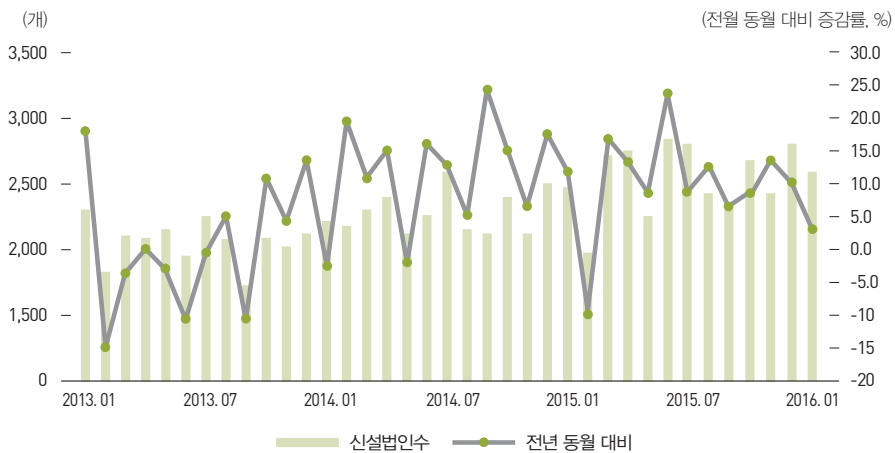
자료 대법원

〈그림〉 서울의 개인파산 신청자 추이

신설법인

서울의 1월 신설법인 수는 전년 동월 대비 증가

- 서울의 신설법인 수는 2,571개로 전월 대비 7.2% 감소, 전년 동월 대비 3.2% 증가

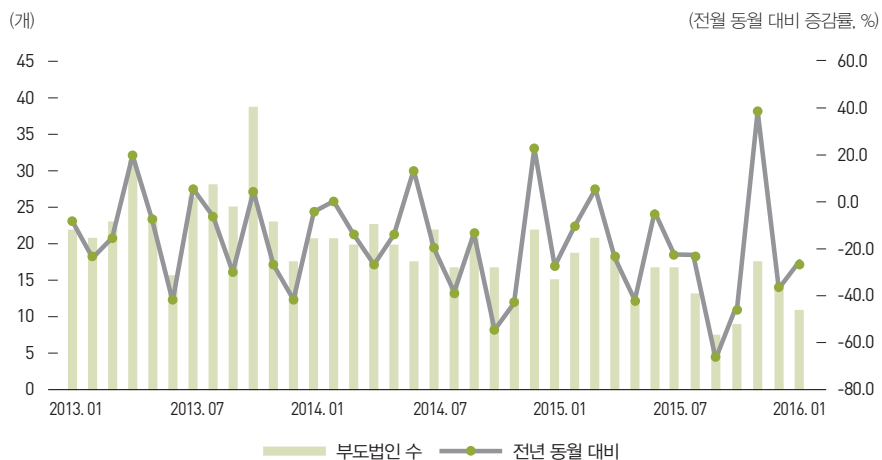


자료 중소기업청

〈그림〉 서울시 신설법인 추이

서울의 1월 부도법인 수는 전년 동월 대비 감소

- 서울의 부도법인 수는 11개로 전월(14개) 대비 21.4% 감소, 전년 동월 대비 26.7% 감소



자료 금융결제원

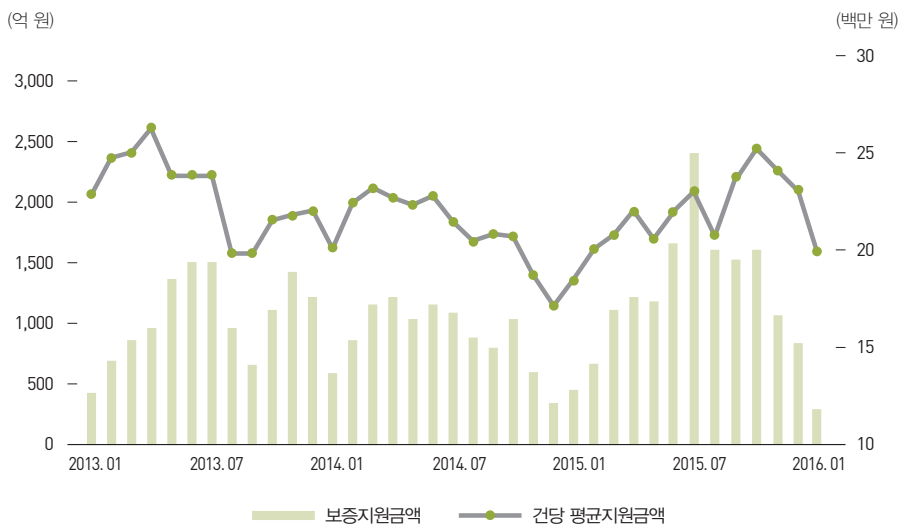
〈그림〉 서울시 부도법인 추이

경제동향 | 금융

신용보증

서울의 1월 보증지원금액, 보증건수, 건당 평균지원금액 모두 전월 대비 감소

- 서울신용보증재단을 통한 서울시 신용보증공급은 1월 중 326억 원 / 1,820건
- 보증지원금액과 보증건수는 각각 전월 대비 62.9%, 49.9% 감소, 전년 동월 대비 각각 26.0%, 22.1% 감소
- 건당 평균지원금액(1,990만 원)은 전월 대비 17.8% 감소, 전년 동월 대비 5.3% 증가



자료 서울신용보증재단

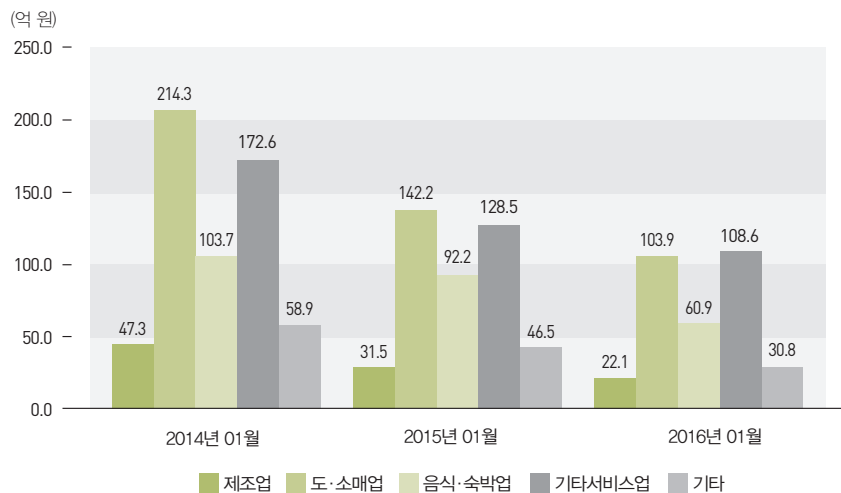
〈그림〉 서울시 신용보증 지원금액과 건당 평균지원금액 추이

전 업종에서 보증지원금액이 전월 대비 큰 폭으로 감소

- 신용보증공급 비중은 금액 기준 기타서비스업(33.3%), 도·소매업(31.8%), 음식·숙박업(18.7%), 건수 기준 기타서비스업(36.3%), 도·소매업(29.6%), 음식·숙박업(18.7%) 순임
- 기타서비스업의 보증지원금액은 108.6억 원으로 전월 대비 55.4% 감소, 전년 동월 대비 15.5% 감소, 보증지원건수는 661건으로 전월 대비 38.9% 감소
- 도·소매업의 보증지원금액은 103.9억 원으로 전월 대비 65.3% 감소, 전년 동월 대비 26.9% 증가, 보증지원건수는 538건으로 전월 대비 55.6% 감소
- 음식·숙박업(60.9억 원), 제조업(22.1억 원)의 보증지원금액이 전월 대비 각각 67.0%, 65.3% 감소, 전년 동월 대비 각각 33.9%, 29.7% 감소

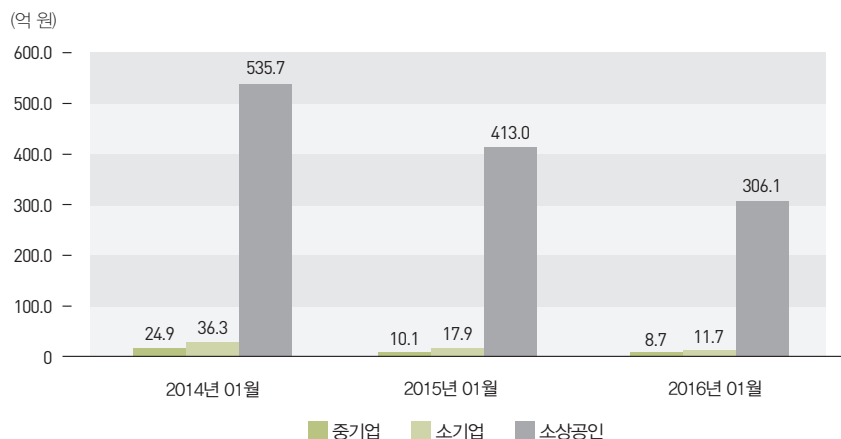
소상공인, 소기업, 중기업 모두 보증지원이 전월 대비 대폭 감소

- 소상공인 보증지원금액은 전월 대비 62.6% 감소, 전년 동월 대비 25.9% 감소한 306.1억 원으로 전체 보증금액의 93.8%를 차지. 소상공인 보증지원건수는 전체의 98.4%인 1,790건
- 소기업 보증지원금액은 전월 대비 63.3% 감소, 전년 동월 대비 34.9% 감소한 11.7억 원으로 전체 보증금액의 3.6%를 차지. 소기업 보증지원건수는 전체의 1.2%인 21건
- 중기업 보증지원금액은 전월 대비 71.4% 감소, 전년 동월 대비 14.0% 감소한 8.7억 원으로 이는 전체 보증금액의 2.7%를 차지. 중기업 보증지원건수는 전체의 0.5%인 9건



자료 서울신용보증재단

〈그림〉 업종별 공급금액 기준



자료 서울신용보증재단

〈그림〉 기업규모별 공급금액 기준

경제동향 | 수출입

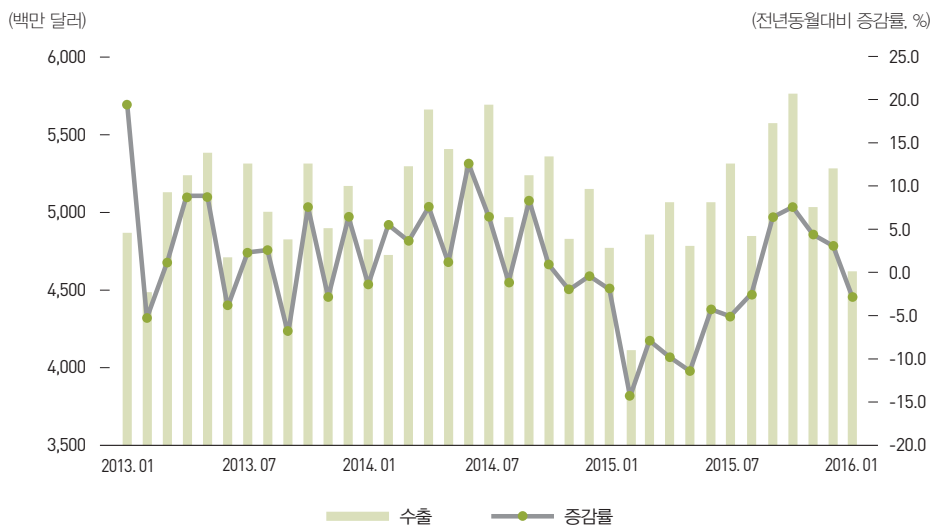
수출입

서울의 1월 수출은 전년 동월 대비 소폭 감소, 수입은 전년 동월 대비 대폭 감소

- 서울의 수출은 46.3억 달러를 기록하여 전년 동월 대비 3.0% 감소하였고, 수입은 96.8억 달러를 기록하여 전년 동월 대비 23.5% 감소
- 전국의 수출은 366.2억 달러를 기록하여 전년 동월 대비 18.8% 감소하였고, 수입은 314.2억 달러를 기록하여 전년 동월 대비 20.2% 감소

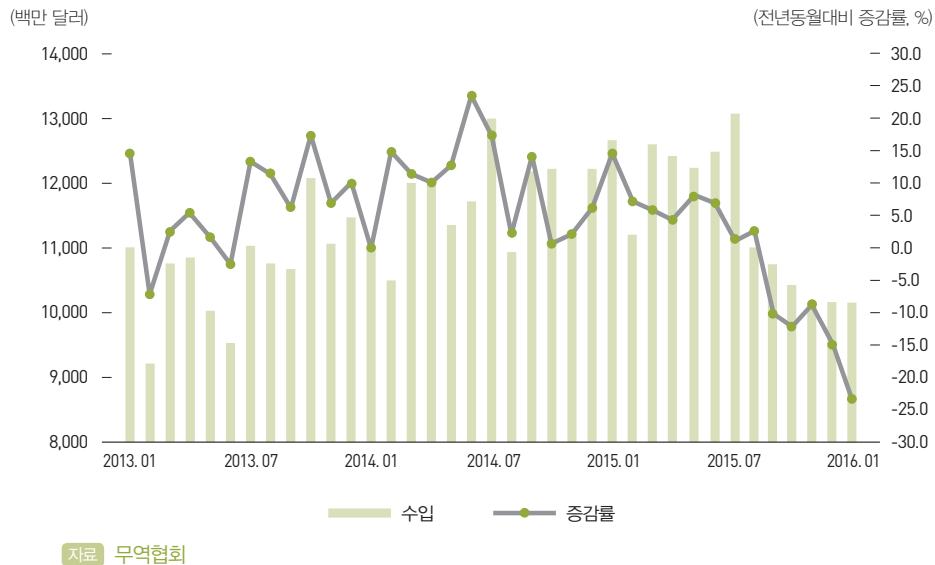
서울의 1월 수출 1순위는 무선통신기기, 수입 1순위는 원유

- 서울의 품목별 수출은 무선통신기기(719백만 달러)가 가장 많고, 다음으로 자동차부품, 반도체, 합성수지, 영상기기 순임. 무선통신기기 수출은 전월 대비 0.8% 감소하였으며, 주로 중국(243백만 달러), 미국(176백만 달러)으로 수출하는 것으로 나타남
- 서울의 품목별 수입은 원유(714백만 달러)가 가장 많고, 다음으로 반도체, 자동차, 컴퓨터, 석유제품 순임. 원유 수입은 전월 대비 30.7% 감소하였으며, 주로 쿠웨이트(194백만 달러), 러시아(121백만 달러)로부터 수입하는 것으로 나타남

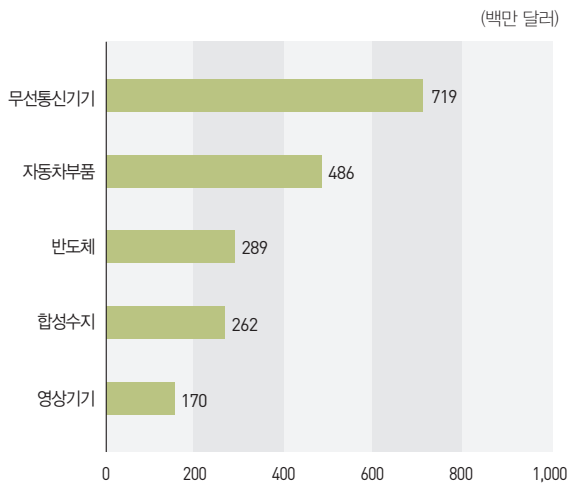


자료 무역협회

〈그림〉 서울시 수출액과 증감률 추이

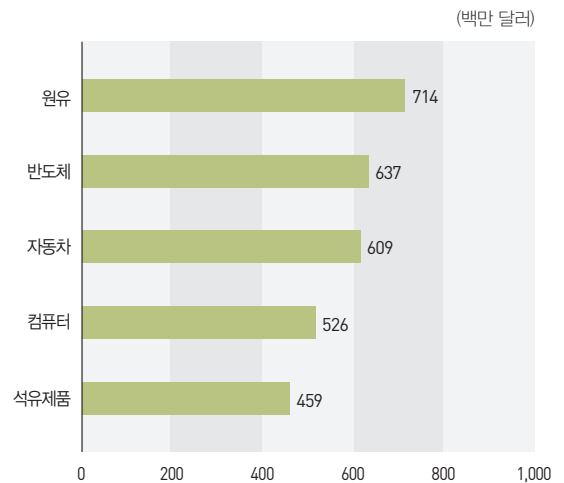


〈그림〉 서울시 수입액과 증감률 추이



자료 무역협회

〈그림〉 1월 서울시 품목별 수출액

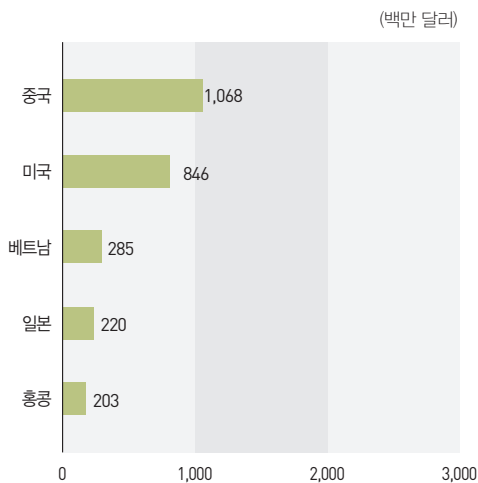


〈그림〉 1월 서울시 품목별 수입액

경제동향 | 수출입

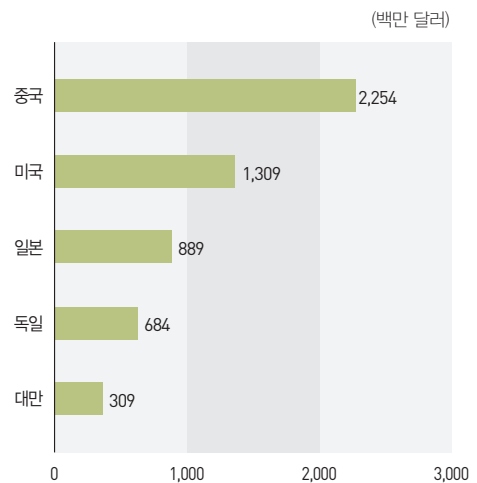
서울의 1월 수출입 1순위 상대국은 중국

- 서울의 국가별 수출은 중국이 전년 동월 대비 17.2% 감소한 1,068백만 달러를 기록하여 가장 높은 비중을 차지하고, 그 다음으로 미국, 베트남, 일본, 홍콩 순임
- 국가별 수출은 대체로 전년 동월 대비 감소하는 경향이 나타났으며, 특히 베트남에 대한 수출이 전년 동월 대비 37.9% 감소하여 가장 큰 감소폭을 보여주고 있음
- 서울의 국가별 수입은 중국이 전년 동월 대비 30.0% 감소한 2,254백만 달러를 기록하여 가장 높은 비중을 차지하고, 그 다음으로 미국, 일본, 독일, 대만 순임
- 국가별 수입은 대체로 전년 동월 대비 감소하는 경향이 나타났으나, 중국, 미국으로부터의 수입은 전월 대비 각각 7.5%, 5.9% 증가함



자료 무역협회

〈그림〉 1월 서울시 국가별 수출액



〈그림〉 1월 서울시 국가별 수입액

자료출처

- 경인지방통계청, 『2016년 1월 서울시 산업활동동향』
- 경인지방통계청, 『2016년 1월 서울시 고용동향』
- 경인지방통계청, 『2016년 1월 서울시 소비자물가동향』
- 국민은행, 『2016년 1월 월간 KB주택가격동향』
- 대한민국 법원, 법원통계월보, 『<http://www.scourt.go.kr>』
- 부동산114, 『2016년 1월 서울시 아파트 평당매매가격』
- 부동산114, 『2016년 1월 서울시 아파트 평당전세가격』
- 서울신용보증재단, 『2016년 1월 신용보증동향』
- 서울특별시, 서울부동산정보광장, 『<http://land.seoul.go.kr/land>』
- 중소기업청, 『2016년 1월 신설법인동향』
- 통계청, 『2016년 1월 산업활동동향』
- 통계청, 『2016년 1월 고용동향』
- 통계청, 『2016년 1월 소비자물가동향』
- 통계청, 통계정보시스템, 『<http://kosis.kr>』
- 한국감정원, 『2016년 1월 전국주택가격동향조사』
- 한국무역협회, 무역정보네트워크, 『<http://stat.kita.net>』
- 한국은행, 경제통계시스템, 『<http://ecos.bok.or.kr>』



경제통통

FOCUS

- 서울시, '일자리대장정' 연중화... 체험 가능한 청년일자리에 집중
- 서울시, 개성공단 입주기업 지원 대책 마련

ZOOM IN

- 서울시, 일자리 창출 외투기업에 '고용보조금' 지원
- 서울시, 소상공인 '노란우산공제' 가입 장려금 3년간 100억 원 지원

서울시 경제진흥본부

나성조 sjna@seoul.go.kr

FOCUS I 01

서울시, ‘일자리대장정’ 연중화… 체감 가능한 청년일자리에 집중

서울시는 장기적으로 지속되고 있는 일자리 문제 해결을 위해 작년에 이어 올해에도 ‘일자리대장정’을 추진한다. 이 프로그램은 일자리 창출 현장을 직접 방문하고, 기업-대학-노동계와의 협력을 통해 전 사회적 참여를 이끌어 내기 위한 것으로, 서울시민 일자리창출을 위한 현장과 정책이 결합된 대표 브랜드로 만들어 나갈 계획이다.

지난해 진행된 ‘일자리대장정’이 한 달 동안 현장에서 일자리문제를 파악하고 시정책 중심의 문제해결에 초점을 맞췄다면, 올해는 매월 마지막 주를 일자리대장정 주간으로 선정하고, 연중 캠페인성으로 추진해 전 사회가 일자리 창출에 힘을 모으고 성과를 가시화할 수 있도록 노력할 예정이다.

올해는 매주 1회 이상, 연간 100회 이상 기업 CEO와 대학총장을 만나 민간 일자리 창출에 집중하는 자리를 마련하고, 사업효과 극대화를 위해 기업, 경제계, 노동계, 지역사회리더십 등으로 구성된 ‘민관협의체’를 연중 운영한다. ‘일자리대장정’은 상반기 3~6월, 하반기 9~11월에 진행된다. 3월은 공직선거법에 저촉되지 않는 범위 내에서 긴급한 현장을 중심으로 운영하고, ▲4월 경제민주화·노동존중 ▲5월 청년일자리 ▲6월 서울형 유망산업 육성 ▲9월 사회적경제일자리 ▲10월 국내외 투자유치 활성화 ▲11월 취약계층 일자리를 중심으로 이뤄진다.

특히, 서울시는 가장 긴급한 청년실업 해결을 위해 ① 서울전역에 취업준비 공간·서비스를 제공하는 ‘일자리카페’ 300개를 열고, ② 강소기업 1천개 발굴 및 복지·공공서비스 확대로 일자리를 늘리며, ③ 알바청년권리보호센터 확대, 서울형 노동시간 단축기관 시범운영 등 실제 추진현황을 체감할 수 있는 청년일자리정책을 추진한다. 앞으로도 시민들의 목소리를 지속적으로 청취해 여성, 베이비부머, 어르신 등 계층별 시민을 위한 일자리정책도 빠른 시간에 마련하고, 차질 없이 추진한다는 계획이다.

또한, 일자리, 창업, 경제민주화 등의 주제로 청년, 분야별 전문가 등 집단지성을 활용한 제안대회를 정례 운영하고, 홈페이지, SNS를 통해서도 지속적으로 일자리 관련 제안을 수렴해 우수 아이디어는 실제 정책에 반영할 예정이다.



FOCUS I 02

서울시, 개성공단 입주기업 지원 대책 마련

서울시는 개성공단 전면중단으로 어려움을 겪고 있는 서울시 소재 44개 입주기업의 경영지원을 위해 시급한 분야부터 관련대책을 신속하게 추진키로 하였다. 서울시는 지난 2월 19일 박원순 시장 주재로 열린 입주기업 대표와의 간담회와 기업 전수조사를 통해 건의된 지원 사항을 토대로 ▲긴급자금 지원 ▲대체부지 지원 ▲고용유지 지원 ▲제품판매 지원 ▲세제 지원의 대책을 마련하였다.

서울시는 중소기업육성기금 150억 원을 신규 편성하여, 지난 2월 25일부터 1개 업체당 5억 원 한도 내에서 금리 2%로 긴급자금을 지원하고 있다. 또한 원활한 자금지원을 위해 서울신용보증재단의 보증비용 100% 및 8억 원 특례보증과 기존 대출 건(4개 기업)에 1년 동안 원리금 상환도 유예토록 했다.

생산 대체부지를 희망하는 입주기업에는 서울시 산하기관이 관리하는 지식산업센터를 활용하여 대체부지를 지원할 예정이다. SBA(서울산업진흥원)가 운영하고 있는 DMC 첨단산업센터(940㎡), 성수 IT센터(500㎡)의 일부 공간을 한시적으로 활용하여, 1~2년간 임대료 면제 또는 감면하는 방안을 추진할 계획이다. 3,300㎡ 이상의 대규모 부지를 희망하는 기업에는 온수산업단지 가용부지(4,950㎡)와 경기도 등 다른 지자체와 협조하여 적합한 부지를 알선키로 하였다. 한편, 개성공단 기업이 생산을 위해 근로자를 신규로 채용하면 고용보조금을 제공하고, 전담상담사를 배치하여 고용과 관련한 상담을 진행한다. 또한, 개성공단 기업이 당장 필요한 경영자금 확보에 도움을 주기 위해 3월 중으로 '개성공단 도움 바자회'를 시청광장과 시청본관(다누리매장)에서 개최할 계획이다. 이 밖에 공공기관의 공공구매 시 입주기업에서 생산한 제품을 우선적으로 구매할 수 있도록 자치구·출연기관 등 유관기관에 협조를 구할 예정이다.

마지막으로 44개 입주기업뿐만 아니라 입주기업과 거래관계가 있는 협력기업까지 포함한 개성공단 관련기업에 세제 지원을 제공한다. 기업의 보유재산에 취득세 등 신고납부 세목의 기한을 최대 1년까지 연장해 주고, 기존 지방세 부과 및 체납액도 최장 1년까지 유예하기로 하였다.



ZOOM IN | 01

서울시, 일자리 창출 외투기업에 ‘고용보조금’ 지원

서울시가 지난해 신규 일자리를 창출한 서울소재 외국인투자기업(이하 외투기업)에 고용 및 교육훈련 보조금을 지원한다. 이 사업은 외투기업이 더 많은 근로자를 신규 채용할 수 있도록 유도해 일자리 창출에 기여하고 이를 통해 서울 경제를 활성화하는 것이 목표이다.

서울시는 지난 2005년부터 2015년까지 총 45개 외투기업의 신규 고용 1,633명에 38억 7,100만 원을 지원하여 기업의 투자활성화를 유도했으며, 2015년에는 총 88명을 신규로 고용한 외투기업 4개사가 총 3억 4천 만 원을 지원받았다.

**서울 8대 신성장동력
분야 외투기업 중
2015년 신규 채용
10명 초과기업 대상**

보조금 신청조건은 외투기업 등록 후 5년 이내(추가로 외국인 직접투자가 있는 경우에는 투자가 있는 날로부터 5년) 서울시 소재 기업으로 연간 신규 고용인원이 전년 대비 10명을 초과해야 하고, 외국인 투자 비율이 30% 이상이어야 한다.

지원 대상 업종은 서울시가 전략적으로 육성하고 있는 8대 신성장동력 산업인 ▲IT융합 ▲디지털콘텐츠산업 ▲녹색산업 ▲비즈니스서비스업 ▲패션 ▲디자인 ▲금융업 ▲관광컨벤션업 ▲바이오메디컬 산업이다.

**10인 초과 인원 1인당
월 100만 원 이내,
최대 6개월,
기업당 최대 2억 원**

신규 고용인원 10인을 초과하는 인원 1인당 월 100만 원 이내의 금액을 최대 6개월간, 기업당 최대 2억 원 이내로 지원한다. 아울러 근로자를 신규 채용해 한국능률협회·상공회의소 등 직업교육훈련기관에서 교육을 실시한 외투기업도 교육훈련 보조금을 받을 수 있다.

서울시는 외투기업에 대한 보조금 지원이 서울시 일자리 창출은 물론 외국인투자환경 개선에도 이바지해, 서울지역 경제 활성화에 도움을 줄 것으로 기대하고 있다.

ZOOM IN I 02

서울시, 소상공인 ‘노란우산공제’ 가입 장려금 3년간 100억 원 지원

서울시는 영세 소상공인들의 사회안전망을 확충하기 위해 ‘노란우산공제’ 가입 장려금을 지원한다. 이 대책은 서울 경제의 허리 역할을 하고 있지만 대형 유통기업 위주의 시장구조와 내수부진 장기화, 생계형 창업의 영세성, 과다경쟁에 따른 매출감소 등으로 어려움을 겪고 있는 영세 소기업·소상공인을 위해 마련되었다.

서울시는 신용도와 담보력이 취약한 영세 소상공인이 자금조달 수단으로 노란우산공제를 적극 활용하고, 폐업과 노령화에 대비할 수 있도록 지자체 최초로 노란우산공제 가입 장려금을 지원하는 것이다. 3월 2일(수)부터 신규로 가입하는 연매출 2억 원 이하 소상공인은 월 1만 원씩 1년간 가입 장려금을 지원받는다. 예컨대, 가입자가 월부금액을 5만 원씩 청약하면 서울시 장려금 1만 원이 자동으로 추가 적립돼 총 6만 원씩을 청약하는 방식이다.

‘노란우산공제’는 「중소기업협동조합법」에 의해 지난 2007년 9월에 도입돼 중소기업중앙회가 운영하고 있는 대표적인 사회안전망 상품으로, 소기업·소상공인이 저축을 통해 폐업, 사망, 퇴임, 노령 등에 따른 생계 위협으로부터 안정을 찾고, 재기할 수 있도록 돕는 것을 목표로 한다. 월부금액 5만 원~100만 원(1만 원 단위) 단위로 가입이 가능하며, 공제사유(폐업, 사망, 부상·질병에 의한 퇴임, 노령(*60세, 10년 이상 납부)) 발생 시 납입한 금액에 연복리 이자율을 적용한 공제금을 지급받을 수 있다.

서울시는 2018년까지 3년간 시비 총 100억 원을 투입하여 매년 평균 3만 5천 명씩 신규가입을 유도하고, 현재 26.6%(15년 말 기준)인 가입률을 50%까지 끌어올리겠다고 밝혔다. 우선, 올해는 가입률 34%를 목표로 19억 9천 5백만 원을 투입해 약 3만 3천 명의 신규 가입자에게 장려금을 지급할 계획이다.

가입을 희망하는 소상공인은 중소기업중앙회 노란우산공제사업본부(인터넷), 시중금융기관 창구 방문을 통해 가입 가능, 사업장의 서울 소재 사실 확인과 연매출 금액 확인을 위해 사업자등록증 및 부가가치세 과세 증명원 제출

- 방문 가입 가능 시중금융기관: 우리은행, 국민은행, KEB하나은행, 기업은행, 신한은행, 농협은행, 대구은행, 광주은행, 부산은행, 경남은행, 우체국 지점
- 자세한 사항은 중소기업중앙회 노란우산공제사업본부 콜센터(☎1666-9988)로 문의