

함께 만드는 서울, 함께 누리는 서울

서울경제

SEOUL ECONOMIC BULLETIN

11

November 2016 vol.140



이달의 이슈

- 활발해지고 있는 서울 스타트업 생태계와 그 과제
- 서울 창업생태계의 주역, 코워킹스페이스



생생리포트

- 전통시장, 청년 창업의 또 다른 현장



인포그래픽스

서울 벤처기업은 정보처리 및 S/W 분야 비중이 높아



경제동향

요약/고용/생산/소비/물가
부동산/금융/수출입



경제통통

FOCUS/ZOOM IN/HOT ISSUE



서울연구원
The Seoul Institute

서울경제

발행인 박원순 (서울특별시장), 김수현 (서울연구원장)

연구책임 조달호 (서울연구원 시민경제연구실 선임연구위원)

연구진 장윤선(연구원), 최윤진(연구원)

편집위원 서울연구원

최봉(연구위원), 김범식(연구위원), 김묵한(연구위원)

서울시 경제정책과

김태희(과장), 박주선(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.

이달의 이슈

- 06 | **활발해지고 있는 서울 스타트업 생태계와 그 과제**
임정욱(스타트업 얼라이언스 센터장)
- 16 | **서울 창업생태계의 주역, 코워킹스페이스**
김영환(과학기술정책연구원 혁신기업연구센터 부연구위원)

생생리포트

- 26 | **전통시장, 청년 창업의 또 다른 현장**
최윤진(서울연구원 시민경제연구실 연구원)
장윤선(서울연구원 시민경제연구실 연구원)

인포그래픽스

- 44 | **서울 벤처기업은 정보처리 및 S/W 분야 비중이 높아**
조달호(서울연구원 시민경제연구실 선임연구위원)
장윤선(서울연구원 시민경제연구실 연구원)

경제동향

- 50 | 요약
- 51 | 고용
- 55 | 생산
- 58 | 소비
- 60 | 물가
- 61 | 부동산
- 64 | 금융
- 70 | 수출입
장윤선(서울연구원 시민경제연구실 연구원)
최윤진(서울연구원 시민경제연구실 연구원)

경제통통

- 76 | **FOCUS / ZOOM IN / HOT ISSUE**
고태경(서울특별시청 경제진흥본부)





이달의 이슈

활발해지고 있는
서울 스타트업 생태계와 그 과제

임정욱

스타트업 얼라이언스 센터장
jlim@startupall.kr

서울 창업생태계의 주역,
코워킹스페이스

김영환

과학기술정책연구원
혁신기업연구센터 부연구위원
younghwankim@stepi.re.kr

이달의 이슈 | 01

활발해지고 있는 서울 스타트업 생태계와 그 과제



임 정욱

스타트업 얼라이언스 센터장
jlim@startupall.kr

1. 새로운 전환기를 맞이한 스타트업 환경

한국에 아이폰이 처음 상륙한 2009년 11월에 한국의 창업생태계도 새로운 전환기를 맞이했다. 아이폰을 통해 스마트폰을 처음 써본 사람들은 이 새로운 혁신적인 기계에서 많은 영감을 받았다. 특히 스마트폰 앱을 만들어 사람들의 불편을 해소하고 돈을 벌어보겠다는 창업 욕구가 분출되기 시작했다. 1999년의 인터넷 붐만큼 과열되지는 않았지만 아이폰 상륙 이후 흥미로운 회사들이 서서히 나오기 시작했다. 카카오톡이라는 메신저나 음식배달정보를 찾을 수 있는 배달의 민족 같은 앱이 이때부터 나오기 시작했다. 스마트폰 보급률이 급속히 높아지면서 이러한 모바일 기반 창업 아이디어는 점점 더 많이 쏟아져 나왔다.

하지만 2010년 당시 한국의 창업 환경은 매우 척박했다. 창업한 지 얼마 되지 않는 초기 스타트업에 기꺼이 투자해주는 벤처캐피털은 많지 않았다. 그리고 스타트업 관련 정보를 구하거나 비슷한 생각을 하는 사람들을 만날 수 있는 행사나 장소도 거의 없었다. 창업자들은 '맨땅에 헤딩

저자 학력, 경력 및 최근 연구

- University of California, Berkeley 경영대학원 졸업, 전 조선일보 JNS 대표이사, 전 미국 라이코스 CEO, 전 다음 커뮤니케이션 글로벌부부장, 현 스타트업 얼라이언스 센터장

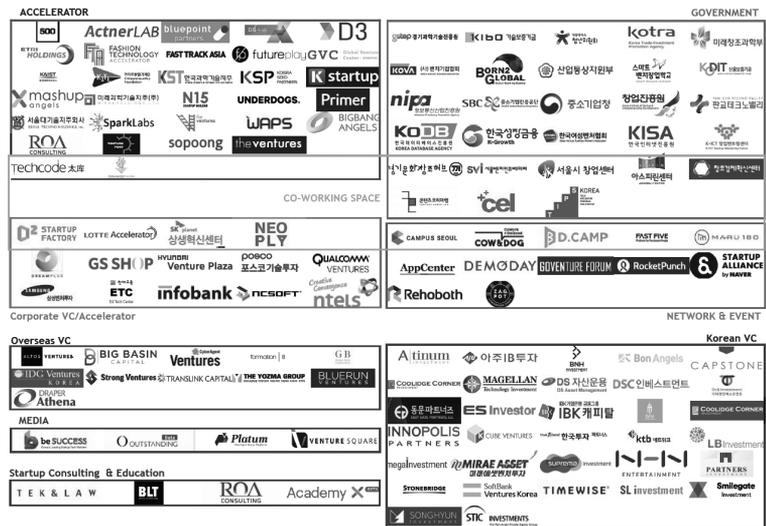
하는' 식으로 자력으로 성장해야 했다.

이와 같은 상황은 2013년 박근혜정부가 출범하고 나서 서서히 바뀌기 시작했다. 스타트업을 육성하는 창조경제를 정권의 최우선과제로 삼았기 때문이다. 미래창조과학부를 비롯해 중소기업청, 문화체육관광부 등 수많은 정부부처와 기관이 나서서 스타트업 창업 지원을 위한 각종 정책과 프로그램을 속속 발표했다.

다양한 정부지원책에 힘입어 초기 스타트업에 투자하는 엔젤투자자나 벤처캐피털이 늘어났다. 창업자들이 모여 일을 하거나 정보를 얻을 수 있는 스타트업 커뮤니티도 많이 생겼다. 쿠방이나 우아한 형제들(배달의민족)과 같이 성과를 내는 스타트업들도 늘어나 예비창업자들의 창업의욕을 자극했다. 그 결과 한국은 스타트업을 창업하기에 좋은 조건을 갖춘 나라가 되어 가고 있다.

2. 최근 스타트업 생태계에서 관찰되는 트렌드

<그림 1>은 한국의 스타트업 생태계 지도이다. 정부, 코워킹스페이스, 스타트업 관련 미디어, 벤처캐피털, 엑셀러레이터와 각종 스타트업 관련 행사를 주최하는 대표적인 기관들을 열거한 이 지도를 보면 몇 가지 흥미로운 트렌드를 발견할 수 있다.



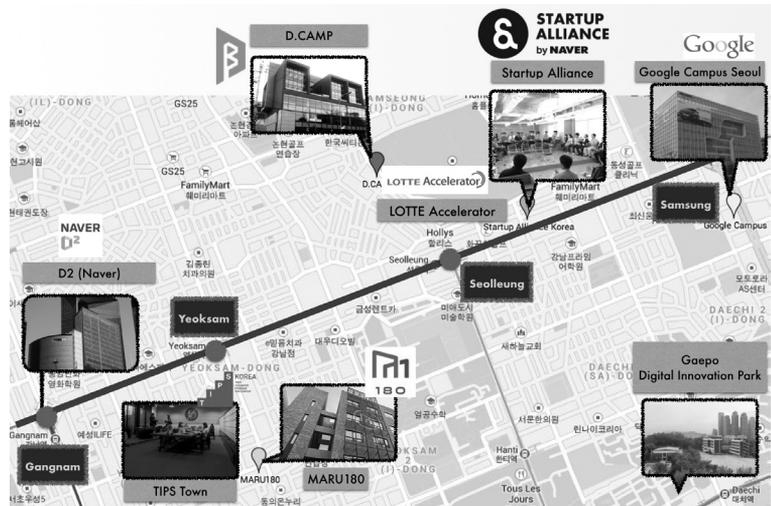
자료 스타트업 얼라이언스, Korean Startup Ecosystem 2016

<그림 1> 한국의 스타트업 생태계 지도

1) 스타트업 허브로 부상하는 강남 테헤란로

지난 3년간 서울의 창업생태계에서 가장 두드러진 현상은 서울 강남 테헤란로를 중심으로 스타트업 허브가 부상한 점이다. 2013년 3월에 선릉역 인근에 탄생한 은행권청년창업재단의 디캠프(D.CAMP)를 필두로 해서 2014년 3월에 스타트업 얼라이언스, 2014년 4월에 마루180, 2015년 4월에 구글캠퍼스 서울, 2015년 5월에 네이버 D2 스타트업 팩토리, 2015년 7월에 팁스(TIPS)타운 등 강남, 역삼, 선릉, 삼성역을 따라서 많은 스타트업 지원센터가 생겼다. 그리고 지난 10월 말에는 개포동의 옛 일본인학교 자리에 개포디지털혁신파크가 문을 열었다.

이들 센터는 대부분 예비창업자가 자유롭게 와서 일을 할 수 있는 카페나 협업 공간을 제공한다. 디캠프 등은 초기 스타트업들이 단기간 동안 입주해 일할 수 있는 독립된 사무실 공간을 제공하기도 한다. 그리고 100명 내외의 사람이 모임을 가질 수 있는 이벤트공간에서 수시로 행사를 개최한다. 덕분에 이들 센터에서 거의 매일처럼 스타트업 관련 행사와 모임이 열리게 되었고 한국의 스타트업 창업 붐을 만드는 데 큰 공헌을 하게 됐다.



자료 스타트업 얼라이언스

〈그림 2〉 강남 테헤란로의 스타트업 허브

그렇다면 왜 강남에 이렇게 스타트업 허브가 형성됐을까? 여기에는 몇 가지 이유가 있다. 테헤란로는 원래 1999년~2000년 인터넷 붐 당시 IT 기업들이 모였던 곳으로 테헤란밸리라고 불렸다. 지금은 분당이나 판교로 이전했지만 네이버, 넥슨, NC소프트 등이 이곳에 있었다. 지금도 쿠

팡, 티켓몬스터, 위메프 등 전자상거래 회사들과 구글코리아, 페이스북 코리아, 이베이코리아 등 많은 IT회사가 있다. 즉, 스타트업의 고객이 될 만한 회사들이 많은 것이다. 또 성장하기 위해 투자를 받는 것이 절실한 스타트업 입장에서는 투자자들에게 가까이 있는 것이 중요하다.

한국벤처캐피털협회가 제공한 자료에 따르면 117개 벤처캐피털회사 중 서울에 본거지를 둔 곳이 89%이고 그중에서 77%가 강남구에 본거지를 두고 있다. 교통의 요지인 강남에 사무실을 두는 것이 인재를 채용하는데 유리하다는 장점도 있다. 이렇다 보니 스타트업들도 주로 서울에, 특히 강남3구에 집중되어 있는 경향을 보인다. 스타트업 데이터베이스 서비스를 제공하는 로켓펀치에 등재된 3,815개의 스타트업의 소재지를 분석해보면 3,815개의 스타트업 중 79%인 3,036개가 서울에 있었으며, 서울에 있는 3,036개의 스타트업 중 42%인 1,302개가 강남3구에 있었다.

2) 스타트업 엑셀러레이터의 급증

최근 몇 년 사이에 비약적으로 가장 많이 늘어난 투자기관이 있다. 바로 스타트업 엑셀러레이터이다. <그림 1>의 스타트업 생태계 지도에는 거의 30개 가까운 엑셀러레이터가 있다. 2005년 미국 실리콘밸리의 ‘와이컴비네이터(Y Combinator)’가 처음 시작한 엑셀러레이터 모델은 새로운 스타트업 창업 지원 모델로 각광받으며 전 세계적으로 우후죽순처럼 생겨났다. 실리콘밸리의 현인으로 존경받는 와이컴비네이터 창업자 폴 그램의 유명세와 이 프로그램 출신 스타트업으로 에어비앤비(Airbnb), 드롭박스(Dropbox) 등 조 단위의 기업 가치를 자랑하는 세계적인 성공 사례들이 나오면서 엑셀러레이터 모델이 크게 주목받게 됐다. 지금은 전 세계에 수백 개 이상의 엑셀러레이터들이 쏟아져 나오고 있다.

엑셀러레이터 프로그램의 핵심요소는 초기 스타트업에 대한 소액 지분투자자와 함께 이뤄지는 일정한 기간의 집중훈련(멘토링)이다. 보통 엑셀러레이터는 보통 한 기수에 적게는 여러 곳에서 많게는 수십 곳의 유망한 스타트업을 선발해 각각 수천만 원 수준의 자금을 투자해 5% 내외의 지분을 확보한다. 그런 다음 이들을 자신들의 창업 보육 공간에 입주 시킨 뒤 3개월이나 6개월의 스파르타식 교육과 멘토링을 거쳐 제품이나 서비스를 빠르게 개발할 수 있도록 한다. 성공 경험을 가진 창업자 출신들이 아주 자세하게 제품개발과 마케팅 등의 방법을 조언해주는 것이다. 더불어 프로그램을 마무리하는 시점에 자신들의 네트워크를 통해 많은 투자자를 모아놓고 데모데이를 실시해 추가 펀딩을 받을 수 있는 기회를 스타트업들에게 마련해준다.

한국도 예외가 아니다. 한국의 엑셀러레이터로는 ‘다음’의 공동창업자인 이재웅, 이택경 씨와 ‘이니시스’의 창업자인 권도균 씨 등이 2010년

출범시킨 '프라이어'가 효시라고 할 수 있다. 프라이머는 인큐베이팅 프로그램을 이용해 매회 10~20개 팀에 투자하고 멘토링을 활용해 스타트업의 성장을 지원했다. 그리고 '엔틴십'이라는 온·오프라인 창업 교육 프로그램을 통해 3백여 개 팀을 교육하기도 했다. 이후 '스톤브리지' 출신의 박지웅 대표의 '패스트트랙아시아', '올라웍스'를 창업해 인텔에 매각한 류중희 대표가 이끄는 '퓨처플레이', '비키(Viki)'를 창업해 '라쿠텐'에 매각한 호창성, 문지원 씨가 이끄는 '더벤처스', 글로벌네트워크를 강조하는 '스파크랩스' 등이 국내 액셀러레이터로서 활발히 활동하고 있다.

미리 선정한 스타트업 액셀러레이터나 초기 스타트업에 투자하는 벤처캐피털이 1억 원을 기술 기반 스타트업에 투자한 후 신청하면 중소기업청에서 R&D 지원금으로 5억 원을 매칭 투자해주는 '민간투자 주도형 기술창업 프로그램'인 팁스(TIPS) 프로그램도 액셀러레이터가 늘어나게 만든 요인 중의 하나다. 중소기업청의 팁스 프로그램은 지난 2년여 동안 제휴한 20여 개의 창업투자사가 초기 투자한 180여 개의 스타트업을 선정해 자금을 지원했다.

3) 해외 벤처캐피털의 서울 진출

실리콘밸리와 일본의 몇몇 벤처캐피털이 한국에 들어와 활발하게 투자하고 있는 가운데 최근에는 중국의 벤처캐피털까지 들어오고 있다. 실리콘밸리 투자사로는 '알토스벤처스'와 '500스타트업'이 꼽힌다. 1990년대 스탠포드대에서 MBA학위를 이수하고 알토스벤처스를 창업한 김한준 대표는 쿠광과 우아한 형제들 등 급성장하는 한국의 스타트업에 일찍 투자해 성장시킨 뒤 골드만삭스, 모건스탠리, 세콰이어캐피털 등 해외투자 자본을 끌어들이 수백억 원씩 투자하도록 하는 전략으로 주목을 받고 있다. 쿠광은 2015년 일본 소프트뱅크에서 10억 달러(1조 1,500억 원)의 투자를 이끌어내 화제를 모았고, 배달의 민족 앱을 운영하는 우아한 형제들도 중국의 힐하우스캐피털 등에서 올해 4월 570억 원의 투자를 유치하는 등 순조롭게 성장하고 있다. 이와 같은 성공에 힘입어 알토스벤처스는 2013년 700억 원 규모의 KOF펀드(한국기회펀드) 1호를 조성했고 올해 4월에는 1,200억 원 규모의 2호 펀드 구성을 완료했다.

일본의 벤처캐피털로는 '글로벌브레인'과 '사이버에이전트'가 서울 지사를 설립하고 투자를 늘리고 있다. 글로벌브레인이 2013년 25억 원을 초기 투자한 '파이버락스'는 2014년 실리콘밸리의 '탭조이'에 매각되는 성공을 거뒀다. 이에 고무된 글로벌브레인은 올해 4월 4백억 원 규모의 한국 전용 펀드를 결성했다.

중국의 벤처캐피털인 DT캐피털도 한국투자를 늘리고 있다. 중국 내 10대 벤처캐피털인 이 회사는 지난해부터 한국에 진출해 전자상거래 스

타트업 ‘비투링크’, 모바일콘텐츠 스타트업 ‘스마트스터디’ 등에 수십억 원씩을 투자했다.

해외 벤처캐피탈의 국내 스타트업 투자는 성장 단계에 접어들어 더 많은 자금이 필요한 국내 스타트업들에게 큰 힘이 되고 있다. 또 이들 벤처캐피탈의 글로벌한 네트워크를 활용해 해외진출에 도움을 받는 등 더 큰 후속 투자도 유치할 수 있게 됐다.

4) 대기업의 스타트업 투자와 육성 노력

대기업들도 워낙 변화가 빠른 요즘 내부적으로 빠른 혁신을 만들어내기 어렵다는 점을 절감하고 있다. 그래서 회사내부에 벤처캐피탈펀드를 만들고 스타트업 투자에 나서거나 액셀러레이터를 설립해 스타트업을 키우기 시작했다.

예를 들어 삼성전자는 삼성벤처스를, 인텔이나 퀄컴 같은 회사들은 인텔캐피탈, 퀄컴벤처스 같은 회사를 운영해서 본사의 장기 비전에 맞는 스타트업을 일찍 발굴해 투자하고 있다. 이 같은 대기업 내의 벤처캐피탈을 CVC(Corporate Venture Capital)라고 한다. 또 최근 몇 년간 대기업들은 초기 스타트업에 직접 투자하고 사무실 공간, 멘토링 등을 지원하는 인큐베이터, 액셀러레이터 역할까지 나서고 있다. 한화그룹의 IT계열사인 한화S&C는 2014년부터 ‘드림플러스’라는 액셀러레이터를 만들고 25개 스타트업에 투자했다. 한화는 최근 여의도에 핀테크 센터를 열기도 했다. 네이버는 지난해 5월에 강남역 근처에 ‘D2 스타트업 팩토리’라는 액셀러레이터를 만들었다. 네이버는 ‘플라리언트’, ‘아이데카’, ‘로플렛’ 등의 기술 스타트업에 투자하고 사무실 공간도 제공하고 있다. 롯데는 지난 2월 선릉역 인근에 ‘롯데액셀러레이터’를 만들고 활발히 투자하고 있다. SK플래닛과 GS홈쇼핑도 스타트업에 투자하고 활발히 육성하고 있다.

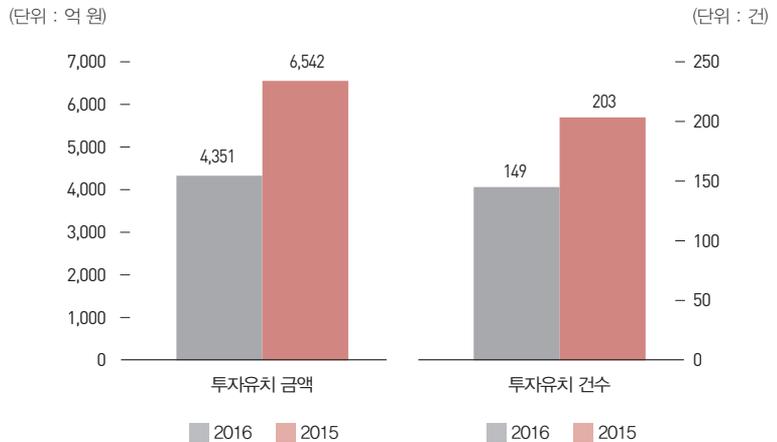
3. 국내 스타트업 투자 현황

① 2015년 5월 있었던 일본 소프트뱅크의 쿠팡 10억 달러 (1조 1천억 원) 투자 건은 워낙 액수가 크고 쿠팡이 이미 스타트업 단계를 벗어난 것으로 보여 제외했다.

이런 분위기에 힘입어 스타트업 생태계의 여건은 여전히 좋다. 스타트업 전문 미디어 ‘플랫폼’의 매월 투자동향리포트를 바탕으로 2015년과 2016년 10월까지 누적된 테크 스타트업 투자 실적을 비교해보면 스타트업의 투자유치 금액과 투자유치 건수가 2016년에 훨씬 더 늘었다는 것을 알 수 있다. 투자유치 금액은 4,351억 원에서 6,542억 원으로 50%나 늘었다. 투자유치 건수도 149건에서 203건으로 증가했다.①

2015년 전체와 2016년 8월까지의 투자유치 상위 10개사를 비교해보면 올해 성적이 좋다는 것을 알 수 있다. 2015년에는 650억 원 투자를 받은 ‘쏘카’와 590억 원 투자를 받은 ‘직방’이 주목을 받았는데 2016년에

는 10월까지 500억 원이 넘는 투자를 받은 회사가 '미미박스', '우아한 형제들(배달의 민족)', '레진엔터테인먼트' 등 3개 사다. 스타트업 얼라이언스는 10억 원 이상의 투자를 받은 주요 스타트업을 분야별로 망라한 인포그래픽을 2015년 10월부터 작성하고 있는데 처음에 80여 개 회사로 시작했던 것이 1년 사이에 2백여 개 회사로 2배 이상 늘었다. 중소기업청의 집계에 따르면 2016년 상반기의 벤처펀드 결성액도 1조 6,682억 원으로 사상 최대를 기록해 이 같은 투자기조는 당분간 이어질 전망이다.



주 2015년 6월 소프트뱅크의 쿠팡 10억 달러 투자 제외

자료 플래텀

〈그림 3〉 2015년과 2016년 스타트업 투자 실적 비교(1월부터 10월까지의 누적수치)

한국의 스타트업 생태계는 어떤 분야가 가장 뜨거운가? 우선 오프라인비즈니스를 스마트폰을 통해 온라인으로 연결해주는 O2O(Online to Offline)비즈니스가 가장 뜨겁다. 음식배달을 비롯해 차량, 의료, 가사, 배달, 여행, 숙박, 부동산중개 등 생활 밀착형 분야에 많은 스타트업이 등장해 치열한 경쟁을 벌이고 있다. 올해 1백억 원 이상 투자를 받은 10개의 스타트업 중 '우아한 형제들', '야놀자', '여기어때', '핑퐁' 등은 O2O 스타트업이다. 두 번째로 뜨거운 분야는 핀테크다. 송금, 자산관리, 대출, 지급결제 등 다양한 분야에서 새로운 기업이 등장하고 있다. 그중 특히 P2P대출 분야에서 수많은 창업이 이루어지고 있다.

이처럼 한국의 스타트업 생태계는 표면적으로는 잘 되는 것처럼 보인다. 하지만 숙제도 있다. 우선 다양한 분야에서의 스타트업 창업이 부족하다. 알파고 충격 이후 인공지능 분야에 글로벌한 관심이 쏟아지고 있으나 '마인즈랩', '코노랩스' 등 몇몇 스타트업을 제외하고 아직 많지 않

다. 가상현실(VR), 증강현실(AR)도 관심을 모으고 있는 분야이며 많은 관련 스타트업이 등장하고 있으나 이미 VR체험방이 4천 개 이상 있다는 중국에 비하면 뒤쳐진 상태다.

‘우버’, ‘디디추싱’, ‘리프트’, ‘그랩’ 등 수조 원에서 수십조 원 기업가치의 스타트업이 전 세계에 쏟아지고 있는 승차공유(Ridesharing) 분야도 한국은 규제로 인해 불모지에 가깝다. 출퇴근시간 카풀방식으로 승차서비스를 제공하는 ‘폴리스’ 등의 스타트업이 나오고 있지만 아직 갈 길이 멀다. 새롭게 떠오르는 오토테크 분야의 스타트업도 거의 없다.

흥미로운 하드웨어 제품을 내서 ‘킵스타터’ 등에서 주목을 모으고 있는 한국 스타트업은 많다. 하지만 1백억 원 이상을 투자받을 정도로 성장단계에 이른 하드웨어 스타트업은 보이지 않는다. 게임 분야도 스타트업들은 조용하다. 모바일 게임 스타트업에 대한 투자가 눈에 띄게 줄어들었다.

스타트업 생태계에 선순환이 일어나기 위해서는 엑시트(Exit, 투자회수)이 많아져야 한다. 엑시트는 스타트업이 주식시장에 상장(IPO)하거나 대기업에 매각(M&A)되는 것을 말한다. 벤처투자자가 스타트업에 투자한 돈은 이 엑시트 과정을 통해 회수된다. 이처럼 스타트업을 시작한 창업자와 벤처투자자가 엑시트를 통해 돈을 벌어야 다시 또 좋은 스타트업에 돈이 투자된다. 선순환이 시작되는 것이다. 그런데 올해 들어서 테크 스타트업의 상장도 전무하고 1백억 원 이상 가격으로 M&A가 이뤄진 경우도 없다. 규모가 되는 스타트업 인수합병은 지난해 5월 카카오가 ‘김기샤’ 앱으로 유명한 ‘룩엔롤’을 626억 원에 인수한 것이 마지막이다. 국내 대기업이 스타트업을 인수하지 않는다면 해외 기업이 인수해주는 것이 중요한데 그것도 2년 전 미국의 ‘탭조이’가 국내 스타트업 ‘파이브락스’를 인수한 것이 마지막이었다. 글로벌 스타트업 붐과 창조경제 정책으로 스타트업 투자가 많이 늘어난 것처럼 보이지만 엑시트가 거의 없다는 것은 우려할 만한 일이다.

4. 서울시의 향후 과제

서울은 창업하는 데 상당한 경쟁력을 가진 곳이다. 국내 인구의 1/4과 대부분의 부, 그리고 주요 기업이 모인 서울은 스타트업 성공을 위한 시장이 있는 곳이다. 서울에 위치한 주요 대학도 스타트업에 인재를 공급해줄 수 있다. 그리고 이들 스타트업에 투자해줄 수 있는 벤처캐피털(창업투자사)들도 거의 90%가 서울에 위치하고 있다. 또 세계 최상위권의 인터넷, 모바일 인프라도 빠뜨릴 수 없는 강점이다. 이런 서울에 더 필요한 것은 한 단계 업그레이드된 스타트업 생태계를 키우는 것이다.

첫째, 서울 창업생태계의 글로벌화가 필요하다. 많은 외국인이 서울에 와서 창업을 하거나 국내 스타트업에 해외 인재들이 들어와 섞이는 것

이 필요하다. 서울 스타트업 생태계에 좀 더 다양성이 생겨야 국제 경쟁력도 따라온다. 해외투자자들이 좀 더 자주 서울에 와서 스타트업을 만나는 기회도 마련해 줘야 한다. 지금 서울시가 운영하고 있는 서울글로벌창업센터가 한국에 들어오는 외국인 창업가들을 도와주고 있는데 이를 더욱 강화할 필요가 있다. 외국인들이 많이 모이는 이태원 같은 곳에서 창업센터를 운영하는 것도 고려할 만하다. 해외투자자들이 방문해서 한국의 주요 스타트업들을 만나고 트렌드를 살펴볼 수 있도록 영어로 진행되는 글로벌한 스타트업 콘퍼런스를 하는 것도 필요하다. 매년 열리는 핀란드 헬싱키의 ‘슬러쉬’나 오스트리아 비엔나의 ‘파이오니어스 페스티벌’은 그 지역을 대표하는 스타트업 행사로 자리 잡아 매년 글로벌 투자자들을 끌어들이고 있다.

둘째, 더욱 적극적인 규제완화가 요구된다. 스마트폰이 등장한 이래 수십 년 된 기존의 각종 법규와 규칙이 새로운 변화를 따라가지 못하고 있다. 대표적인 것이 교통, 운송 관련 각종 규제다. 싱가포르, 베이징이나 샌프란시스코 심지어는 자카르타 같은 도시까지 스마트폰을 이용한 각종 서비스가 교통과 물류시스템을 혁명적으로 변화시키고 있다. 큰 문제가 되지 않는다면 서울시도 점진적으로 시민의 편의를 위해 규제를 줄여나가면서 이런 새로운 서비스들이 등장해 다양한 실험을 할 수 있도록 허용해야 한다. 교통, 운송, 의료, 금융 등 다양한 분야에서 서울이 혁신적인 스타트업을 가장 적극적으로 받아들이는 도시라는 이미지를 만들어야 한다.

셋째, 주요 대학가를 중심으로 창업생태계를 구축할 필요가 있다. 스탠포드대학을 중심으로 실리콘밸리생태계가 만들어진 것처럼 대학이 창업생태계의 중심적 역할을 하는 것이 필요하다. 하지만 서울의 대학들은 창업생태계와 단절되어 있는 모습이다. 대학가에 스타트업들이 모여들고 투자자들의 사무실까지 생길 수 있도록 해야 한다. 서울시는 이미 대학가 주변 창업거점센터를 조성, 운영하는 사업을 진행 중인데 더 박차를 가할 필요가 있다. 대학과 연계해서 대학가 외부에 창업센터를 조성하고 벤처투자자들의 사무실을 지원하는 것도 방법이다.

넷째, 특성화된 스타트업 허브가 육성되어야 한다. 지역의 특성과 맞물리게 해서 하드웨어 스타트업은 성수동, 핀테크 스타트업은 여의도, 게임 스타트업은 구로디지털단지 같은 식으로 특색이 있는 허브를 구성하는 것이다. 지역별로 해당 분야 스타트업이 오면 임대료나 세금을 감면해주는 것도 방법이다.

다섯째, IT분야 국내·외 대기업을 주요 거점에 유치하는 것도 필요하다. 최근 10년 사이에 네이버, 카카오, 엔씨소프트 등 주요 IT기업이 분당, 판교 등으로 본거지를 옮겼다. 필연적으로 관련 핵심엔지니어들도

생활의 터전을 그쪽으로 옮기게 된다. 나중에 창업을 하더라도 계속 그 근처에 머물게 되는 것은 물론이다. 샌프란시스코 시는 슬럼가가 된 시빅센터 주변 지역에 트위터 본사를 유치하는 방법으로 새로운 스타트업 허브를 만들었다. 서울시도 좋은 기업을 유치하기 위한 노력을 게을리해서는 안 된다. 이런 노력을 기울이다 보면 서울시가 세계적으로 주목받는 스타트업 중심지가 될 수 있을 것이다. 다만 하루아침에는 될 수 없고 최소한 10년은 내다보고 일관되게 정책을 밀어붙여야 한다.

이달의 이슈 102

서울 창업생태계의 주역, 코워킹스페이스



김영환

과학기술정책연구원 혁신기업연구센터 부연구위원
younghwankim@stepi.re.kr

1. 서울의 창업 대중화 현상

최근 몇 년간 한국에 창업 대중화 바람이 거세게 불고 있다. 특히 서울은 창업을 꿈꾸는 청·장년 예비창업자들이 자신의 사업 기회를 실현시키기 위해 모여드는 한국 창업대중화의 대표 도시라고 할 수 있다. 이러한 창업대중화의 경향은 최근 3년간 서울시의 신설법인 수의 증가 추세에서도 확인할 수 있다(〈표 1〉 참조).

〈표 1〉 서울시 신설법인 수 추이

구분	2013년	2014년	2015년	연평균 증가율(%)
서울	24,747	27,537	30,364	10.8

주 연평균 증가율은 2013~2014년, 2014~2015년의 증가율을 단순 평균한 것임

자료 중소기업청, 신설법인동향(2016.9.기준)

저자 학력, 경력 및 최근 연구

- 한국과학기술원(KAIST) 공학박사(기업가정신), KAIST 기업가정신연구센터 연구원, University of Pennsylvania, Wharton School 방문연구원, 현 과학기술정책연구원(STEPI) 부연구위원
- 최근 연구: 창업지원 코워킹스페이스 현황 및 활성화를 위한 정책 연구, 한국의 Young Innovators 사례 발굴 및 확산 연구, 기업가정신 모니터링 연구, 국내외 액셀러레이터 심층 분석 및 법제화 방안 연구, 기업가정신 국제비교를 통한 창업환경 진단 및 개선방안 연구, 글로벌 기업가정신 지수개발 연구 등

서울에는 창업기업(스타트업)뿐만 아니라 한국의 창업생태계를 구성하고 있는 액셀러레이터, 코워킹스페이스, 벤처캐피털, 정부기관, 미디어 기업 등 다양한 지원 조직 상당수가 위치해 있다. 이들 지원 조직을 통해 스타트업은 창업에 필요한 다양한 정보를 얻고, 투자 자금을 유치하며, 우수 인력을 찾는다. 자체 자원이 부족한 창업자와 스타트업은 외부 자원과 정보의 활용 및 수집이 필수적이므로 이러한 다양한 창업 지원 조직에 대한 지리적 근접성은 창업생태계 활성화의 중요한 성공 요인이 된다.

특히 서울의 창업생태계는 ‘역삼 스타트업 밸리’를 중심으로 활성화되고 있다. 역삼 스타트업 밸리는 강남역부터 역삼역 일대에 구성되어 있는 스타트업 및 창업지원 기관의 밀집 지역을 의미한다. 기술창업을 지원하기 위한 목적으로 2015년에 설립된 중소기업청 주도 창업지원 기관인 TIPS타운과 함께 다양한 민간 창업지원 기관이 위치하고 있다. 이들 창업지원 기관에 입주한 기업을 포함해 많은 스타트업이 창업 과정에서 필요한 인력과 자금을 유치하기 위해 이곳 역삼 스타트업 밸리로 모여들고 있다.

2. 창업지원 코워킹스페이스의 특성과 필요성

창업대중화를 이끄는 창업생태계의 다양한 지원 조직 중에서도 코워킹스페이스의 역할은 매우 크다. 코워킹스페이스란 서로 다른 소속의 전문가 또는 프리랜서들이 같은 업무공간을 공유하면서 서로의 아이디어를 교류하는 협업 공간을 뜻하는데, 2005년 샌프란시스코의 ‘Hat Factory’를 그 시초로 보고 있으며 샌프란시스코의 ‘Citizen Space’는 최초의 업무 전용 코워킹스페이스로 알려져 있다.¹

창업과 관계된 다양한 사람에게도 이러한 공간의 필요성이 부각되면서 창업지원에 특화된 코워킹스페이스가 생겨나게 되었다. 창업지원 코워킹스페이스는 (예비)창업자가 자신의 사업 아이디어를 구현(사업화 및 창업)하기 위한 교류 및 협업 공간을 의미한다. 창업자뿐만 아니라 스타트업에 대한 투자, 멘토링, 컨설팅, 네트워킹, 법률 등 다양한 지원 조직의 관계자들도 함께 업무공간을 공유하게 된다. 창업지원 코워킹스페이스는 단순한 공간 제공과 지식 공유의 목적을 넘어 네트워킹 및 인맥 형성, 투자 결정, 사업 계약, 합병 등 스타트업의 주요 사업 활동이 이루어지는 무대가 되기도 한다. 따라서 창업자와 초기 스타트업에게 창업 과정에서 필요한 모든 것을 제공하는 오픈소스 플랫폼으로서 코워킹스페이스의 중요성이 부각되고 있다(김영환, 2015).

¹ Wikipedia, 2015, “Coworking”, <http://en.wikipedia.org/wiki/Coworking>(2015.5.19)

창업생태계가 가장 활성화된 미국에는 2011년에 설립된 ‘로켓스페이스(Rocket Space)’에 180개의 스타트업과 700여 명의 창업 인력이 입주하여 코워킹 공간 및 독립 사무 공간, 교육 및 강연 프로그램 및 멘토링 등 자문 서비스 등을 제공받고 있다. 이곳은 액셀러레이터와 인큐베이터의 중간 형태로 기술 기반 스타트업의 캠퍼스를 표방한다. 로켓스페이스를 통해 ‘우버(Uber)’, ‘자포스(Zappos)’ 등 글로벌 성공 기업이 탄생했으며, 입주 기업들의 총 유치 자금이 30억 달러가 넘는다(정세롬, 2014).

중국은 정부의 적극적인 대중 창업 지원 정책과 함께 민간의 코워킹스페이스 구축 및 운영 성과도 본격적으로 나타나고 있는데, 이 중 대표적인 것이 베이징 근교 중관촌에 위치한 창업거리(INNO WAY)의 ‘차쿠(車庫)카페’이다. 2011년 설립된 200명 규모의 카페 형태의 공간인 차쿠카페는 월정액으로 카페 공간을 자유롭게 이용할 수 있으며, 카페 내에 창업자들의 사업 아이템 데모가 시연되고, 인재 채용 공고가 벽면에 붙어 있어 창업이나 스타트업에 관심이 있는 사람이라면 누구든지 서로 교류할 수 있다. 또한 매일 오후 동료 창업자와 투자자 대상으로 사업 모델에 대한 발표회가 개최된다. 2014년 말 기준 130여 개 회사가 차쿠카페를 통해 창업했고, 70여 개 회사가 자금 조달에 성공하는 등 가시적 성과를 보이고 있으며, INNO WAY 내 ‘3W카페’, ‘빙고카페’, ‘IC카페’ 등 다양한 창업카페와 함께 중국의 민간 중심 창업생태계 활성화에 기여하고 있다(이동훈, 2015).

3. 서울의 창업지원 코워킹스페이스 현황

한국의 창업생태계에서도 코워킹스페이스의 역할은 매우 크다. 서울은 창업자에게 필수적인 투자, 멘토링, 컨설팅, 네트워킹, 법률 등 다양한 지원 조직이 밀집해 있고, 창업지원 코워킹스페이스도 활발하게 설립·운영되고 있다. 서울에 위치한 대표적인 창업지원 코워킹스페이스는 ‘D.CAMP’, ‘마루180’, ‘구글캠퍼스 서울’, ‘TIPS타운’ 등이 있다. TIPS타운을 제외하고는 주로 민간을 주체로 설립되었다는 것이 특징이다.

1) 은행권청년창업재단 ‘D.CAMP’

D.CAMP는 2013년 3월 대형 시중은행들 출자기관인 은행권청년창업재단이 설립한 최초의 민간 창업생태계 허브이다. 투자, 네트워크, 공간이라는 창업생태계 3대 요소의 유기적인 결합을 목표로 한다. D.CAMP는 ‘D.’를 브랜드화한 다양한 프로그램을 운영하고 있다. 특히 매월 마지막 목요일에 열리는 ‘D.DAY’는 구체적인 사업 계획을 가지고 제품/서비스 출시가 임박한 초기 스타트업이 5분 발표(pitching)를 하고, 전문투자자 및 업계전문가를 포함한 다양한 청중이 심사위원이 되어 사업 모델의

가능성을 평가한다. 사업성이 높은 스타트업은 'D.ANGEL'이라는 프로그램을 이용해 D.CAMP 내 사무 공간 및 투자 기회를 제공받을 수 있다. D.CAMP는 스타트업 보육 공간뿐 아니라 다양한 행사 개최가 가능한 이벤트홀, 개방형 협업 공간, 라운지와 유료 사무실, 카페 등을 보유하고 있다. 출자금을 기반으로 중소기업 성장사다리펀드와 분야별 창업지원 펀드, 액셀러레이터 등과의 매칭 투자 등 투자 활동도 동시에 진행하고 있다. 방문인원 17만여 명, 자체 프로그램 300여 회, 개최 이벤트 2,600여 건, 스타트업 지원 3,300여 건 등의 실적을 달성했다(2016년 3월 기준).²

2) 아산나눔재단 '마루180'

마루180은 2014년 4월 아산나눔재단이 설립한 창업 관련 종합 솔루션 제공 공간으로 강남구 역삼로에 위치해 있다. 스타트업을 위한 사무 공간뿐 아니라 벤처캐피털(캡스톤파트너스, DSC인베스트먼트) 및 액셀러레이터(스파크랩, 퓨처플레이) 등이 함께 입주하여 복합 창업지원 체계가 갖추어져 있다. 교육, 콘서트, 네트워킹 이벤트를 무료로 개최하는 이벤트홀과 코워킹 및 네트워킹을 위한 카페도 운영하고 있다. 법인설립 후 3년 이내, 16인 이하의 직원 수를 보유한 스타트업 중 심사를 통해 입주기업을 선정하며, '망고플레이트', '모두의 주차장', '엠버스', '웨이', '플리토', '드라마앤컴퍼니' 등 성공 졸업 기업을 배출했다. 마루180은 투자, 홍보, UI/UX, 데이터 분석 등 다양한 분야의 전문가가 참여하는 1:1 방식의 멘토링랩(Mentoring Lab)을 매주 개최하고 있으며, 스타트업들이 개발한 소프트웨어 서비스를 출시 전에 시험해 볼 수 있는 디바이스랩(Device Lab)도 운영하고 있다. 또한 아산나눔재단의 '정주영 창업경진대회'도 매년 개최하고 있다.

3) 구글 '구글캠퍼스 서울'

구글캠퍼스 서울은 구글이 만든 아시아 최초의 창업가 전용 공간으로 영국 런던 및 이스라엘 텔아비브에 이어 세계 세 번째로 2015년 5월 서울에 설립했다. 구글캠퍼스 서울은 마루180이 스타트업 입주 및 운영 지원 업무를 위탁 운영하고 있으며, 구글은 우수 개발 인력 및 사업화 전문 인력들의 멘토링 서비스나 구글캠퍼스 간의 교류 프로그램을 제공하는 데 집중하고 있다. 구글캠퍼스는 국내 스타트업의 해외진출보다 해외 우수 창업인력의 국내유입에 초점을 맞춘 글로벌 창업생태계의 허브를 표방하며, 특히 출산 및 육아로 인한 경력단절 여성에 특화된 창업 교육 프로그램을 운영하고 있다. '콜버스랩', '플런티' 등 6개 스타트업과 '스트롱벤처스', '500스타트업', '글로벌브레인'과 같은 벤처캐피털이 입주해 있다.

² D.CAMP 브로슈어(한글),
[http://dcamp.kr/files/
 dcamp_br_ko.pdf](http://dcamp.kr/files/dcamp_br_ko.pdf)

4) 네이버 'D2 스타트업 팩토리'

네이버 D2 스타트업 팩토리(Startup Factory)는 2015년 설립된 기술 기반 스타트업 지원 조직으로 액셀러레이터를 표방하고 있다. 기술 개발 역량에 초점을 맞추어 선발한 스타트업들에게 네이버의 기술 전문가들을 통한 멘토링, 네이버 인프라를 활용하는 보육 프로그램을 제공한다. 다른 코워킹스페이스와 마찬가지로 기술 기반 창업 활동에 대한 다양한 행사와 교육 프로그램도 운영하고 있다.

5) 중소기업청 'TIP스타운'

이렇게 민간을 중심으로 활발히 조성·운영되어 온 코워킹스페이스의 역할을 공공에서도 주목하게 되면서 TIPS타운이 탄생했다. TIPS타운은 중소기업청의 민간 투자 주도형 기술 창업 지원 프로그램인 TIPS(Tech Incubator Program for Startup) 프로그램을 지원하기 위해 지난 2015년 설립된 공간으로, 하나의 건물이 아닌 스타트업들과 다양한 창업지원 조직이 밀집된 창업가 거리나 구역을 조성하기 위한 목적으로 만들어졌다. TIPS타운은 현재 역삼동(해성빌딩, 명우빌딩)에 조성되어 TIPS프로그램 운영사(액셀러레이터) 중 6곳과 스타트업 50여 개가 입주해 있다.

6) 민간 프랜차이즈형 비즈니스센터

한편 창업대중화 현상이 본격적으로 나타나기 이전부터 운영되어 오던 코워킹스페이스들도 창업자들을 위한 공간과 함께 다양한 이벤트 및 네트워킹 프로그램을 제공하고 있다. 국내 최초 민간 비즈니스센터인 르호봇(Rehoboth) 비즈니스센터는 전국 41개의 센터 네트워크를 바탕으로 창업자를 위한 사무 공간, 회의 공간, 비즈카페 등을 제공하고 있으며, 송파구에 위치한 자체 창업보육센터는 만 40세 이상의 시니어 창업자들을 위한 입주 공간을 제공하고 교육 프로그램을 운영하고 있다. 비즈온(BizON) 역시 소호사업자, 1인 창조기업, 프리랜서들을 위한 비즈니스센터를 표방하며 서울 내 8개의 프랜차이즈 센터를 보유하고 있다.

7) 해외 글로벌 기업의 진출

코워킹스페이스에서도 글로벌 기업의 진출이 본격화되고 있다. 싱가포르 투자그룹 마블스톤의 공식 액셀러레이터 브랜드인 10K는 2015년 하반기부터 한양대와 교대 부근에 미국의 코워킹스페이스 '위워크(WeWork)'와 액셀러레이터 '와이컴비네이터(Y-Combinator)'를 결합한 형태의 창업 지원 공간을 운영하고 있으며, 글로벌 액셀러레이터 스파크랩은 스타트업 코워킹스페이스 '스파크플러스'를 2020년까지 25곳으로 확대할 예정이다.

8) 소규모 코워킹스페이스

최근 주목할 만한 점은 서울 내 소규모 코워킹스페이스가 확대되고 있다는 것이다. 2015년 7월 문을 연 ‘피치트리’는 역삼동에 위치해 있는 스타트업 인큐베이터이며, 초기 창업자들에게 저렴한 가격에 창업공간을 제공한다. 피치트리에 입주한 회사들은 오픈된 사무공간에서 함께 일하면서도 한쪽 벽면에 설치된 게시판 등을 통해 업계의 유용한 최신 정보나 이슈를 서로 공유할 수 있다. 또한 피치트리는 입주한 스타트업에게 재무, 회계, 디자인, 앱 개발 등 창업과 관련한 컨설팅을 지원하며, 강남역삼동 주소로 사업 소재지를 등록할 수 있도록 도와준다. 2016년에는 신논현역 부근에 2호점을 오픈했다. ‘하이브아레나’도 워드프레스 관련 창업 경험을 보유한 두 명의 대표가 교육과 코워킹스페이스의 결합 필요성을 느껴 설립한 코워킹스페이스로, IT트렌드에 관심이 많은 디지털 노마드와 창업자, 개발자, 디자이너 등에게 네트워킹 및 교육 프로그램, 업무 공간, 3D 프린터 등의 시설을 회원제로 제공한다.

소규모 코워킹스페이스는 특히 1인 창조기업에 특화된 프로그램을 제공하는 경우가 많다. 이는 1인 창조기업을 위한 사무 공간 제공, 세무, 법률 등의 전문가 자문, 교육 등 경영지원, 사업화 지원 등의 목적으로 운영되는 소규모 코워킹스페이스에 정부가 경영지원비, 인건비, 센터 운영비 등을 지원하는 ‘1인 창조기업 비즈니스 센터’ 사업에 힘입은 바가 크다. 서울 내에 공공 및 민간의 19개 센터가 위치해 있다.³⁾



³⁾ K-Startup 1인 창조 기업
비즈니스센터 소개
- <http://bit.ly/1T9IHff>

주 이 그림에 표현된 위치는 청년위원회에 자체 등록한 지원 기관만 표시되어 있어 실제와 다를 수 있음
자료 청년위원회, 청년포털-창업 핫 플레이스(2016.11.9.기준)

〈그림 1〉 서울의 창업지원 코워킹스페이스 분포

4. 창업지원 코워킹스페이스 발전 방향과 시사점

한국의 창업생태계 발전과 창업 활동의 대중화에서 코워킹스페이스는 큰 역할을 담당했다. 공공 및 민간의 다양한 주체가 코워킹스페이스를 개설·운영하면서, 창업자들은 창업 과정에서 필수적인 공간뿐만 아니라 투자, 멘토링, 컨설팅, 네트워킹, 법률 등 다양한 지원 서비스를 한 곳에서 손쉽게 받을 수 있게 되었고, 창업자 개인의 환경과 역량에 적합한 코워킹스페이스를 활용할 수 있게 되었다. 특히 서울에서는 코워킹스페이스 대부분이 밀집하여 코워킹스페이스 간의 협력이 활발하게 이루어지고 있고, 특히 강남 지역을 중심으로 스타트업에 위한 자금과 인력이 집중되어 있어 코워킹스페이스에서 창업자와 투자자, 창업자와 우수 개발 인력 간의 만남과 의사소통이 자유롭게 이루어지는 등 건전한 지역 창업 생태계가 형성되어가고 있다. 더욱이 코워킹스페이스가 대중화되면서 이러한 공간 및 운영 프로그램의 제공을 사업 모델로 창업한 스타트업들도 생겨나고 있다는 점은 고무적이다.

하지만 창업지원 코워킹스페이스와 창업생태계의 성장 및 발전을 위해서는 다음과 같은 사항들도 고려되어야 한다.

첫째, 창업지원 코워킹스페이스의 저변이 더욱 확대되어야 한다. 역삼 지역에 밀집한 코워킹스페이스가 서울 내 다른 지역에서도 조성되어야 한다. 창업지원 코워킹스페이스 수요가 높은 지역(예: 마포, 상암, 대하로 등)을 선정하여 다양한 주체의 코워킹스페이스 설립을 유도해야 한다. 또한 창업 수요의 한정적인 여건을 감안하여 청년 밀집 지역이 아닌 경우에는 다양한 창조 활동에 초점을 두는 코워킹스페이스를 만들어 창업의 기반이 되는 창의적인 아이디어 창출 인프라를 조성할 필요가 있다.

둘째, 코워킹스페이스의 양적 성장보다 질적 성장에 초점을 맞추어야 한다. 코워킹스페이스의 대중화 경향으로 늘어난 코워킹스페이스의 수에 비해 운영 프로그램은 크게 차별화되어 있지 않다. 이는 사업화, 재무, 회계, 경영, 법률 등 전문 창업지원 인력 풀의 한계라는 근본적인 문제도 있으나, 창업자의 창업 환경 및 개인 역량을 고려한 맞춤형 창업지원 프로그램의 개발 노력이 부진한 데에서도 그 원인을 찾을 수 있다. 대부분의 창업지원 코워킹스페이스가 창업 정보를 습득하고 인력을 발굴하는 미국이나 중국의 우수 사례와 달리 업무 공간의 활용 수준에 그치고 있다. 따라서 성별, 연령별, 지역별, 직종별, 분야별로 창업에 관심을 가지고 있는 (예비)창업자의 구성이 다양화되는 최근 추세를 감안하여, 이러한 창업자의 특성을 고려한 특화 창업교육 프로그램을 개발하고, 코워킹스페이스마다 경쟁력 있는 전문가 풀 및 창업 네트워크를 확보하기 위해 노력할 필요가 있다.

셋째, 코워킹스페이스에서 이루어지는 다양한 창업 관련 활동과 논의로 축적되어가는 지식과 노하우를 공유하고 확산시킬 수 있는 시스템 및

문화를 만들어가야 한다. 코워킹스페이스 내의 운영 프로그램이 대부분 일회성의 이벤트 및 네트워킹 행사에 집중되어 다양한 전문가의 창업 관련 지식 혹은 노하우의 전파가 어렵고, 창업이나 특정 주제에 관심이 있는 사람들에게만 전달되는 한계가 있다. 따라서 코워킹스페이스는 차별화된 운영 프로그램을 바탕으로 논의된 많은 지식을 취합할 수 있는 인력과 시스템을 구축하고, 이를 자체적으로 혹은 공공 기관 등과의 연계 채널을 통해 효과적으로 전파할 수 있도록 해야 한다. 창업 지식 및 노하우의 공유·확산은 공공 차원에서도 매우 중요하고 이를 위해서는 코워킹스페이스 간 협력이 필수적이므로 정부에서는 이러한 지식 공유·확산을 위한 채널을 구축하는 데 필요한 지원을 다해야 한다.

셋째, 코워킹스페이스를 통해 많은 창업 성공 사례가 나타나야 한다. 코워킹스페이스의 공간 활용 및 운영 프로그램을 이용해 창업 자원을 조달하고 창업 활동에 필요한 지식을 학습한 창업자들이 해당 사업 및 기술 분야에서 성공을 이루게 된다면 창업생태계 내 코워킹스페이스의 역할과 기여에 대한 긍정적인 평가를 받을 수 있다. 이를 위해서는 코워킹스페이스가 단순히 공간과 프로그램을 제공하는 소극적인 역할에서 벗어나 유망 창업자들의 성공을 위한 맞춤 지원과 같은 적극적인 역할에 관심을 가질 필요가 있다. 또한 우수한 창업자와 창업 스토리를 사례로 정리하는 작업은 많은 (예비)창업자가 이를 자신의 역할 모델로 활용할 수 있을 뿐 아니라 창업의 꿈을 실현하기 위해 코워킹스페이스를 이용하도록 유인하는 데 도움이 될 것이다.

참고문헌

1. 김영환, 2015, “창업지원 코워킹스페이스 현황 및 활성화를 위한 정책 과제”, STEPI Insight 제164호
2. 이동훈, 2015. 3. 16., “220m 거리에 창커 4만여 명 복적 테이블 1개서 10개 회사 탄생 - 베이징 중관촌 車庫 카페를 가다”, 주간조선
3. 정새롬, 2014. 9. 25., “18조 원 우버도 ‘로켓 스페이스’에 올라타지 않았다면 탄생하지 못했다 - 던칸 로건 대표 인터뷰”, 비석세스(BeSuccess)





생생리포트

전통시장, 청년 창업의 또 다른 현장

- I. 들어가며
- II. 광주 '1913 송정역시장'
- III. 서울의 전통시장 청년 창업 사례
- IV. 나가며

서울연구원 시민경제연구실

최윤진 erdene@si.re.kr

장윤선 changys@si.re.kr

전통시장, 청년 창업의 또 다른 현장

I. 들어가며

전통시장이 빠르게 늙어가고 있다. 과거 활기가 넘치던 시장은 노후화되어 대형마트, 편의점 등에 밀려 우리 생활에서 점차 멀어져갔다. 전국 각지의 지방자치단체들은 전통시장에 새로운 활기를 불어넣기 위해 다양한 형태로 전통시장 현대화 사업을 진행하고 있으며, 이 과정에서 전통시장에 젊은 피를 수혈해야 한다는 목소리가 커지고 있다. 즉, 전통시장을 창업의 공간으로 만들어 젊은 청년상인들을 유치하고 전통시장에 새로운 활기를 불어넣겠다는 것이다. 각 지방자치단체는 전통시장 활성화 사업의 하나로 아이디어가 있는 청년상인들에게 초기 임대료와 마케팅 비용 등을 지원하고 있으며, 한편 청년들도 전통시장에서 새로운 '문화'를 만드는 데 힘을 보태고 있다. 전국 각지에서 청년들이 전통시장 창업에 뛰어드는 상황이 벌어지고 있는데 11월 생생리포트에서는 광주의 대표적인 '1913 송정역시장'과 서울 구로시장의 '영-프라자', 경동시장의 '상생장'을 방문해 현장의 목소리를 담았다.

II. 광주 '1913 송정역시장'

거리 길이 약 180m, 총 65개의 상점이 모여 있는 전남 광주의 '1913 송정역시장'은 최근 들어 광주에 오면 꼭 한 번쯤 들러야 하는 필수여행코스 중 하나로 손꼽히고 있다. 광주송정역 맞은편에 위치한 이 시장은 1913년에 호남선 기차역이 세워졌을 때부터 지역의 물류 중심지 역할을 했던 곳이다. 하지만 편리하고 다양한 편의시설을 갖춘 대형마트에서 장

보는 것이 현대인들의 익숙한 삶의 패턴으로 자리 잡으면서 전통시장을 찾는 발길도 뜸해지자, 이곳에서 장사하던 상인들도 하나둘씩 떠나기 시작했고, 불과 2년 전까지만 해도 이곳은 시장의 기능을 상실한 채 존폐 위기에 있었다.

존폐 위기에 있던 이 시장이 활기를 다시 찾기 시작한 것은 2015년 전통시장 활성화 프로젝트를 시작하면서부터였다. 과거 ‘송정역매일시장’으로 불리던 이 시장은 ‘1913 송정역시장’이라는 이름으로 지난 2016년 4월 18일 새롭게 문을 열었다. 빈 점포에는 청년상인들이 새롭게 문을 열었고, 기존 전통시장의 분위기와 어울리면서도 시장에 새로운 활기를 불러 일으켰다. 6개월이 지난 지금 현재 1913 송정역시장은 평일 하루 평균 2천 명, 주말 하루 평균 4천 명이 찾는 대표적인 지역명소로 거듭나 제2의 전성기를 맞고 있다. 이처럼 송정역시장이 활기를 찾은 원인 중 하나는 청년상인으로 볼 수 있는데, 이곳에 청년상인이 등장하기까지 전 과정을 함께 했던 1913 송정역시장 청년상인지원사업단의 윤현석 대표를 만나 청년상인 지원사업 전반의 이야기를 들을 수 있었다.

1) 1913 송정역시장을 간단하게 소개해 주세요.

1913 송정역시장 프로젝트는 2015년 3월부터 창조경제혁신센터 주도의 지역 활성화 사업으로 시작했어요. 보통 창조경제혁신센터는 지역의 베이스 산업과 연결할 수 있는 벤처기업을 육성하는 일을 하는데, 광주 지역은 현대자동차 그룹과 함께 자동차 관련 산업을 육성하는 일을 하고 있지만 다른 지역과 달리 지역 커뮤니티 사업에도 관심이 있었어요. 창조적 전통시장 활성화 사업의 하나로 진행될 이 프로젝트를 현대자동차 그룹 내에서 과거에 ‘봉평장’ 사업을 했던 현대카드와 함께 하게 됐죠.

새로 문을 열기 전 이 시장에는 전체 55개 점포 중에서 17개 점포가 비어 있었는데 이곳에 청년상인을 유치해서 빈 점포 문제를 해결하고, 앞으로 시장을 이끌어 가는 새로운 공동체의 주역으로 만들어가고자 했어요. 이 사업의 특별한 점은 정부 기관과 지자체, 지역의 민간 파트너, 대기업의 민간 전문가 그룹 등 다양한 사람의 협업으로 진행했다는 점이에요. 시장 활성화 측면에서는 경제적 활성화, 사회·문화적 활성화, 공동체 활성화 중에서도 경제적 활성화를 가장 우선적인 목표로 했기 때문에 가장 낙후했던 송정역시장을 선정하게 됐어요. 광주에도 큰 규모의 전통시장이 있지만 이름이 알려진 시장은 대부분 정부 지원을 받아서 이미 다양한 사업을 경험했기 때문에 이 시장은 기존의 지원사업과 무관하게 새로운 접근법으로 프로젝트를 진행할 수 있었어요.

2) 어떤 사람들이 주로 찾아오고 있고, 생각하고 있는 주요 고객층은 누구 인가요?

처음 송정역시장 활성화 사업을 기획했을 때 KTX를 이용하는 방문객들을 주요 고객층으로 생각했어요. 외부 방문객들에게 새로운 먹거리와 볼거리를 줄 수 있는 콘텐츠가 시장에 필요했는데, 청년상인들이 이러한 콘텐츠를 만들어내는 역할을 하고 있어요. 이 시장은 지역의 내수용 생활 시장이 아니기 때문에 특히 먹거리가 많고, 음식점의 비중이 높은 편이에요. 또한 '1913 송정역시장'이라는 새로운 브랜드를 개발하면서 이 시장만의 분위기를 조성하는 것이 굉장히 중요했어요. 단순히 디자인적으로 우수한 시장이 아니라 외부에서 오는 방문객들이 만족할 수 있도록 쾌적함, 편리함 등 여러 가지 측면에서 디자인, IT, 문화 요소들을 고려했죠. KTX, 기차, 내일로 등 다양한 열차여행 상품을 이용하는 개별 여행객 분석에 따르면 여성 여행객의 비중이 높다고 해요. 여성 고객들이 선호하는 안전함, 편안함, 깨끗함 같은 요소는 기존 시장이 단순히 청결을 유지한다고 해서 얻어지는 것이 아니기 때문에 시장을 좀 더 심미적으로 보완하는 데 디자인의 역할이 매우 중요했어요.

이 시장이 만들어지기 전에는 하루 평균 방문객이 100명이 채 안됐다고 해요. 55개 점포에 100명이 온다는 것은 시장에 상거래 목적으로 온다고 보다 커뮤니티 목적으로 찾아오는 것이고, 시장을 찾아오는 분들의 나이도 매우 많았어요. 하지만 이제는 젊은 여성 고객들을 비롯해서, 친구, 가족, 연인 단위로 다양한 사람이 이 시장에 찾아와요. 지금은 데이트 코스, 여행 코스 중 하나로 자리 잡았고, 광산구에 거주하는 사람들보다 광주시 전역을 비롯해서 다른 지역에서 찾아오는 방문객이 더 많아요.



〈그림 1〉 1913 송정역시장 입구



〈그림 2〉 KTX 전광판과 물품보관소



〈그림 3〉 누구나가게



〈그림 4〉 컬처네트워크 윤현석 대표

3) 이 시장이 다른 시장과 차별화되는 점은 무엇이라고 생각하시나요?

기존의 전통시장 활성화 사업의 방향과 방법을 한 번에 뒤집는 형태였다고 생각해요. 보통 시장 활성화 사업은 주로 주차장 개발이나 도로 포장, 아케이드 건립, 간판 정비와 같은 시설정비 사업을 많이 진행하고, 백화점과 마트를 경쟁상대로 해서 시장을 활성화하려는 대책을 많이 내요. 하지만 송정역시장은 다른 곳의 활성화 사업과 다르게 원래 시장이 가진 정서를 좀 더 시각화하고 브랜드화하는 데 노력을 많이 기울였어요. 보통 시장 상인들이 생각하는 제일 큰 숙원 사업 중 하나는 아케이드를 설치하는 것이에요. 유럽의 아케이드형 시장은 처음 시장을 설계할 때부터 동선, 환기, 채광, 배수 등을 고려해 만들어졌는데, 원래 있던 시장에 철제 기둥을 심고 천막을 치는 것으로는 실제 아케이드가 되기 어렵다고 판단했어요. 그래서 환기, 채광, 배수 측면에서 아케이드와 비슷한 효과를 주면서 시장의 정서와 기능을 한 번에 살릴 수 있는 여러 가지 대안을 세부적으로 고민했죠. 그래서 매쉬 소재로 된 그늘막이라든지, 좀 더 복고적인 조명을 설치해서 기존 전통시장이 주는 복고적인 분위기에 현대적인 색채를 결합하고, 상점마다 고유한 개성도 담고자 했어요. 이 과정에서 지역의 청년 디자이너들도 많이 참여했어요. 이렇게 해서 만들어진 이 시장만의 특별한 분위기가 사람들을 이곳으로 이끌고 있다고 생각해요.

활성화 사업을 진행하면서 기존 상인과 신규 청년상인들에게 사업 컨설팅도 제공했어요. 기존 상인들에게는 상품 진열을 새롭게 구성하고, 원래 취급하던 상품뿐만 아니라 요새 소비자들이 선호하는 생과일주스나 소포장 상품을 개발해 사업이 수익성 있도록 바꿔주는 자문 역할을 했어요. 한편, 새롭게 사업을 시작하는 예비 청년상인들을 대상으로 일주일간 심층면접을 하면서 이들이 가져온 아이템과 아이디어가 시장의 영업 방식에 맞도록 상품을 개발하고, 상품의 패키징, 마케팅 등 전체적인 청년상인의 브랜딩 작업을 진행했어요. 기존 공간이 주는 분위기에 실용적인 부분을 고려해 매장을 연출하고, 상품의 생산방식과 제작방식을 발전시키면서 시장에 맞는 상품과 시장에 맞는 상인이 되어가는 데 6개월 이상의 시간을 보냈어요.

4) 처음에 시작할 때 정부의 지원 중에서 가장 큰 도움이 된 것은 무엇이었나요?

현재 정부에서 지원하고 있는 청년 창업 지원사업 중에서 소상공인을 대상으로 하고 있는 사업은 극히 드물어요. 흔히 청년 창업이라고 하면 벤처기업을 떠올리고, 벤처기업은 주로 IT 기술 위주로 스마트폰 애플리케이션, 플랫폼 비즈니스 관련 기술 창업이 많죠. 다른 한편으로는 사회적 경제 영역에서 사회적기업과 사회적 협동조합을 지원하는 사업들도 있

어요. 하지만 창업 영역을 생활서비스와 소상공인에 초점을 둔 청년 창업 지원사업은 많지 않은데 그 점에서 이 사업은 좋은 시도였다고 생각해요. 지방은 서울과 달리 벤처 창업을 했을 때 성장할 수 있는 인프라도 부족하고, 네트워크와 자원들이 굉장히 열악해요. 그래서 지방에 있는 청년들은 창업에 관심이 있어도 주변에서 쉽게 접하는 것이 카페, 레스토랑 같이 식음료를 제공하는 서비스업이어서 이 분야에 창업이 두드러지는 것 같아요. 창업을 할 때 두려움을 없애는 것 중 하나가 누군가의 성공담을 듣고 자신도 같은 길을 걸었을 때 실패율이 줄지 않을까 하는 기대감을 갖게 되는 것이거든요. 최근에는 나름의 감성과 개성이 있는 청년 창업이 점점 늘어나면서 SNS를 통해 보고, 직접 방문해서 경험하는 친구들이 많아졌고, 이 친구들이 지역에 돌아와서 자기도 이렇게 창업해보면 어떨까 하고 생각을 하게 되죠. 개인적으로 투자가 필요한 부분에서 공공의 도움을 받아 창업의 기회가 주어진다는 것은 당장 고정비를 줄일 수 있는 큰 혜택을 얻게 되는 거죠.

활성화 사업을 하면서 청년상인들은 정부로부터 일부 인테리어 비용과 10개월 동안 임대료 지원을 받았고, 사업단은 공간 연출 컨설팅에 도움을 주었어요. 청년상인들도 가게의 인테리어 비용을 부담했지만 다른 점포와 함께 공사를 진행해서 시공비를 낮출 수 있었고, 필요한 자재도 공동 발주해서 비용을 절감할 수 있었어요.

5) 현재 정부의 지원을 받고 있는 부분은? 정부지원 종료 후에 입을 타격은?

12월이 되면 청년상인들이 10개월간 받고 있는 월 임대료 지원이 종료돼서 사실상 모든 정부 지원이 올해로 끝나게 돼요. 이 사업이 중장기 계획을 가지고 꾸려졌으면 좋았을 걸 하는 아쉬움이 남는데 지금은 시장이 잘 되고 있지만 후속사업이 만들어지지 않은 상태로 종료돼서 더 잘되게 할 수 있는 골든타임을 놓치지 않았나 하는 생각이 들죠. 정부 지원의 종료로 입을 타격보다는 전문가들의 후속 관리가 종료되어서 걱정되는 부분이 더 많아요. 송정역시장이 2016년 4월 18일에 개장되고, 사업단은 2개월 후인 2016년 6월에 철수해서 청년상인들이 사업단 없이 영업한 시간은 6개월밖에 되지 않아요. 청년상인과 기존 상인 간에는 공동체라는 개념과 함께 사회적인 활동을 하는 것이 충분히 습득이 안 된 상황이예요. 앞으로는 상인 커뮤니티가 스스로 시장의 발전을 계획하고 고민해서 발전 방안과 해답을 직접 찾아야 한다고 말씀드렸지만, 지금 현재로서는 이곳에 방문객들이 물밀 듯이 오고 있기 때문에 시장의 미래를 다 같이 고민할 수 있는 여유가 없는 상황이죠.

현재 발생하고 있는 문제는 과거에 장사를 하셨던 연로한 상인들이 가게 문을 닫고 가게를 임대하기 시작하면서 이곳에 비싼 임대료를 주고

들어오는 상인들이 생겨났어요. 전에는 시장을 살리기 위해 기존 상인과 청년상인이 많은 것들을 같이 연구하고, 고민도 함께 나눴지만 돈을 벌기 위해 나중에 새로 들어온 상인과는 경쟁이 시작되죠. 경쟁이 심해지면 자기 가게를 알리는 홍보 매대도 무분별하게 앞에 내놓게 되고, 호객 행위도 하면서 시장의 전체적인 분위기를 흐리게 하는 문제가 발생하게 돼요. 또한 인테리어 측면에서도 새로운 상인들이 개별적으로 매장을 꾸미기 때문에 원래 계획했던 시장의 분위기와 다르게 안 어울리는 부분도 생겨나게 되죠. 개성 있는 청년상인이 아니라 어느 정도 사업 경험이 있고 자본력도 있는 상인들이 이 시장에 들어오고 싶어 해요.

또 한 가지 문제는 젠트리피케이션(동지내몰림) 문제예요. 이곳에 있는 청년상인들은 건물주와 2년간 임대 계약을 체결했는데 2년 이후에 생길지 모르는 젠트리피케이션 방지를 위해 광산구청에서 5년간 월 임대료 9% 인상 제한을 약속하는 다자간 협약식을 맺었어요. 하지만 그 협약이 법적 구속력이 있는 것도 아니고 일종의 공동체적 약속일 뿐이기 때문에 여전히 불안함은 남아있는 상황이에요.

6) 시장 안에 있는 ‘누구나가게’의 활용도는 어떤가요?

이 시장의 좋은 자원이 몇 가지 있는데 그 중 하나가 ‘누구나가게’이고, 심터의 KTX 열차 전광판이에요. 송정역시장의 청년상인들이 창업에 성공했다는 이야기가 나오면서 광주의 수많은 사람이 창업을 긍정적으로 생각하고 있어요. 하지만 소상공인 창업 경험을 할 수 있는 곳이 부족하기 때문에 ‘누구나가게’가 예비창업자들에게 굉장히 큰 관심을 받고 있지요. 매월 초에 예약을 받는데 벌써 예약이 다 찼다고 해요. 지금은 단순히 팝업스토어의 형태로 운영되고 있는데 앞으로는 예비창업자들이 도제식으로 기술을 쌓고 다른 곳에서 창업할 수 있도록 돕는 직업학교처럼 될 수 있지 않을까 생각해요.

주요 대상은 기창업자보다 특별한 아이디어가 있거나 개성이 돋보이는 상품을 직접 만든 예비창업자들, 사회적 목적이 있는 대안학교 청소년들을 우선으로 하고 있지만 실제 공간 대여는 이곳 상인회가 자체적으로 운영하고 있어요. 여기에서의 경험이 실제 창업으로 이어지는 경우도 많아요. 최소 하루에서 일주일 정도 운영해보고 상품이 좋은 반응을 얻으면 창업을 준비해서 실제 창업으로 이어지게 되죠. 그리고 자기를 알릴 수 있는 좋은 마케팅 수단으로 생각해서 하시는 분도 많이 계세요.

7) 만약 앞으로 정부에서 지원을 해준다면 추가적으로 정부에게 바라는 지원 시설이나 정책이 있나요?

시설적인 부분보다는 유지 관리 부분이 필요할 것 같아요. 시간이 지나

면 노후화 되거나 파손된 부분을 고치더라도 '1913 송정역시장' 브랜드가 지속되도록 일정한 기준에 따라 지켜졌으면 해요. 무엇보다 가장 걱정되는 부분은 시장 공동체 부분인데요. 이것이 좋은 것인지 아닌지는 잘 모르겠지만 상인회장과는 별개로 다른 전문영역에서 시장 코디네이터와 같은 역할을 할 수 있는 리더가 있었으면 해요. 아직까지는 시장이 어느 정도 공동체가 구성되고, 자생력을 갖출 수 있도록 계속해서 역량을 쏟아 부을 전문가가 시장에 필요해보이고, 이러한 활동이 진행될 수 있도록 하는 후속사업이 생겼으면 해요. 문화 이벤트 행사는 지역 단위에서 얼마든지 알아서 진행되기 때문에 정부에서 따로 할 필요가 없다고 생각해요.

다만 이 시장은 스케일이 작다 보니 방문객들의 정주시간이 매우 짧은 편이에요. 현재 방문율은 높지만 정주시간은 짧기 때문에 재방문율을 높일 수 있는 방안에 대한 고민이 지금은 덜 되고 있는 것 같아요. 그런데 지자체는 이걸 중심으로 해서 다른 자원과 연계하고 확장하는 것에 고민을 하고 있어요. 굉장히 앞선 고민이죠. 정부사업 자체가 커뮤니티에 대한 관심이 있는지도 의문이에요. 왜냐하면 시장이 잘 유지되려면 결국 이곳에 있는 공동체의 역량이 얼마만큼 끌어올려져 있는지가 상당히 중요한데 그런 부분에 대한 논의가 잘 이루어지지 못하고 있으니깐요.

Ⅲ. 서울의 전통시장 청년 창업 사례

서울의 청년 창업을 통한 전통시장 활성화 사례로 잘 알려진 구로시장의 '영-프라자'와 최근에 새롭게 문을 연 경동시장의 '상생장' 두 곳을 방문하여 전통시장 창업에 뛰어든 청년상인 대표들을 만났다.

1. 구로시장 '영-프라자'

구로구와 '구로는예술대학'팀이 만나 2015년 1월 구로시장의 노후화된 점포를 활용해 '영-프라자'라는 청년상인몰을 만들었다. 2015년 상하수도 매립 등 기반시설 보수와 인테리어 공사 후 점포 4곳이 새롭게 문을 열면서 청년상인몰로 첫발을 내딛었으며, 2016년에는 서울시 '전통시장 청년상인 육성사업' 시범 대상지로 선정돼 지금은 총 16개 점포가 영업을 하고 있다. 이곳에 청년상인이 등장하기까지 전 과정을 함께 했던 구로시장 청년상인지원사업단의 최현호 대표를 만나 청년창업 현장의 이야기를 들을 수 있었다.

1) 영-프라자를 간단하게 소개해 주세요.

영-프라자를 소개하기 전에 구로시장을 먼저 간략하게 소개해드리자면 구로시장은 1960년대 상권이 만들어진 뒤 1970년대부터 이어져 오는 시장으로 역사가 아주 오래된 시장은 아니에요. 경인국도가 뚫리면서 인천·경기지역 사람들이 서울로 찾아오기 편해졌고 이곳에 거주지역이 생기면서 상권이 만들어지기 시작했죠. 가장 번성했던 시기는 구로공단이 확 타올랐던 시기였다고 해요. 과거 구로공단에서 일하던 여성노동자들의 패션을 주도했었고, 한복과 포복 전문점이 많아 경인국도를 타고 찾아오는 고객이 많았다고 해요. 시간이 지나고 유통환경에 점차 밀리면서 구로시장에 입점한 가게들도 하나둘씩 문을 닫기 시작했고, 점점 퍼져나가고 있다는 판단이 들어 이걸 막기 위해 구로시장 상인회, 구청, 구로는예술대학팀이 함께 협의해 2015년부터 구로시장 안의 빈 공간에 청년상인몰을 만들게 됐어요. 제가 속한 곳은 구로는예술대학팀인데요. 이 팀은 구로지역의 청년으로 이루어져 있고 구로지역에서 사회적경제와 예술 분야의 행사 및 프로젝트를 진행하고 있어요. 구로시장과의 인연은 시장이라는 공간에서 상인들과 커뮤니케이션이나 스킨십을 할 수 있는 프로그램을 진행하다가 자연스럽게 시작됐어요. 이 관계가 지속되면서 구청과 함께 세 주체가 모여 구로시장의 활성화를 논의하는 자리가 마련되었고, 그때 청년상인몰을 만들어보자는 아이디어로 시작하게 되었죠. 영-프라자의 풀네임은 구로아날로그단지 영-프라자인데, 이곳 이름을 영-프라자라고 지은 것도 영문법 표기가 정착되지 않았던 시절의 아날로그 감성에 착안한 거예요. 지금은 영-프라자 내 16개 점포에 청년상인들이 입점해 아기자기하고 재미있게, 하지만 치열하게 장사를 하고 있습니다.



〈그림 5〉 영-프라자 입구



〈그림 6〉 영-프라자 골목 안



〈그림 7〉 영-프라자 청년상인 점포



〈그림 8〉 영-프라자 최현호 대표

2) 어떤 사람들이 주로 찾아오고 있고, 생각하고 있는 주요 고객층은 누구인가요?

일반적으로 전통시장에는 주로 연세 드신 분들이, 영-프라자에는 학생 또는 직장인, 신혼부부, 어린이를 동반한 가족 등 주로 젊은 분들이 많이 찾아오세요. 그래서 젊은 사람들을 주요 고객층으로 생각하게 되는 것 같아요. 젊은 친구들이 어디 가서 논다고 하면 홍대나 그 인근, 강남과 같이 항상 소비되고 노는 공간으로 가잖아요. 굳이 그런 곳에 가지 않더라도 주변에서 쉽게 찾을 수 있는 재미있는 공간을 만드는 것이 목표이고, 이곳을 찾은 고객들이 전통시장에서 또 다른 소비로 자연스럽게 이어지도록 하는 것을 기대하고 있어요.

아직까지 이곳을 찾는 발길은 뜸한 편이에요. 오랫동안 사람의 시선이 닿지 않는 곳이었고, 사람이 지나다니는 골목이라는 인식이 없었기 때문에 지금도 이 앞을 지나가는 수많은 사람도 여전히 여기가 내가 들어갈 수 있는 골목인지 인식을 못 하시는 것 같아요. 실제 길이 아니었던 곳도 있었어요. 예전에 길을 다 막아놔었는데 지적도를 떼서 길을 새로 찾은 곳도 있죠. 이 주변에 사시는 분들조차도 구로시장에 매일 오면서 여기는 처음 보신다면서 언제 생겼냐는 질문을 하실 때도 있어요. 기본적으로 보행인구가 많지 않아서 주중에는 한적하지만 주말에는 사람들이 꽤 있는 편이에요. 주로 SNS를 통해 여기에서 파는 음식이나 상품을 보고 사러 오시는 분들이죠.

3) 이 시장이 다른 시장과 차별화되는 점은 무엇이라고 생각하시나요?

영-프라자는 공동체를 지향하고 있어요. 내 가게를 열어서 혼자 장사하려는 친구들보다 어떻게 하면 내 가게도 잘되고 이 공간이 잘될 것인가를 고민하는 친구들이 많아요. 한 달에 한 번씩 정기적으로 행사를 개최하고, 매주 1회씩 청년상인들이 모여서 주간회의를 진행하고 있어요. 월별 행사라고 해서 크고 거창한 것이 아니라 일상적인 공간에 조금씩 다른 분위기를 연출해 다양한 문화를 소개해줄 수 있는 행사들을 하고 있는데 지난번에는 할로윈 풍으로 공간을 꾸며 할로윈 분장을 하고 영업을 했죠. 주간회의에서는 매주 1가지 안건을 가지고 회의를 진행하고 있어요. 예를 들면 점포운영, 공동체 활동, 환경 미화, 청년상인 대표 선출 등 다양한 안건에 대해 같이 지켜나가야 할 규약과 규칙을 만들고 있어요. 아직은 먼 일이지만 청년상인들이 사업단 없이도 스스로 조직의 형태를 갖춰서 필요한 부분에 목소리를 낼 수 있는 단계까지 가야 하지 않나 생각해요.

물리적인 측면에서는 몰의 형태로 운영된다는 점이 다른 시장과 차별점이라고 생각해요. 전통시장 안에 10개 이상의 청년 점포가 한 곳에 모

여서 장사하는 경우가 드물거든요. 가보지 못한 곳도 많아 잘 모르지만 몰의 형태로 운영되는 곳이 전주 남부시장과 원주 중앙시장, 서울에는 구로시장에 있는 것으로 알고 있습니다.

4) 처음에 시작할 때 정부의 지원 중 가장 큰 도움이 된 것은 무엇이었나요?

환경 개선 부분이 가장 큰 도움이 됐던 것 같아요. 짧게는 5년에서 길게는 10년 정도 비어 있는 가게들은 이미 셔터가 다 망가져서 다시 문을 여는 것조차 힘들거든요. 셔터를 다 부셔서 문을 열게 되어도 청소만 하면 장사할 수 있는 환경인 가게도 전혀 없었어요. 오랫동안 먼지가 쌓여 있기도 하지만 옛날에 쓰던 시설과 집기들이 방치된 곳이 대부분이어서 최소한의 영업을 할 수 있는 환경을 만드는 것이 급선무였고, 이 부분에 대한 지원이 가장 큰 도움이 됐죠. 예전에 이곳은 상·하수도관 등 기반 시설 자체가 전혀 없었고 인터넷도 안 되는 섬 같은 곳이었어요.

5) 현재 정부의 지원을 받고 있는 부분은? 정부지원 종료 후에 입을 타격은?

지금은 서울시와 구로구의 지원을 받고 있고, 서울시로부터 기존 점포의 보증금과 월세, 신규 점포에 한해서는 기반시설을 조성할 수 있는 비용, 이외에는 홍보 활동이나 행사에 들어가는 예산을 지원받고 있어요. 지원 종료 후 입을 타격은 명확한 것 같아요. 어느 정도 안정되지 않은 상황에서 지원이 끊겨버린다면 일부 친구들은 나갈 수밖에 없겠죠. 월세 지원이 끊겨도 괜찮은 가게들도 있지만 유지하기 어려운 가게도 있어요. 그나마 괜찮은 점은 조금씩 나아지고 있다는 거예요. 청년들이 생계를 유지하고 자립할 수 있는 시점을 5년 정도로 봤는데 지금 3년째 이어져왔고 앞으로 2년이 더 남았네요.

구청에서 젠트리피케이션 방지를 위한 협약을 맺어서 아직은 이 부분을 크게 걱정 안할 수도 있지만 매일 걱정하고 있어요. 장사가 잘되는 만큼 지가가 올라가는 것은 당연하지만 지금 현재로선 임대인 마음대로 월세를 조정하게 되면 세입자도, 구청도, 사업단도 보호할 수 없는 상태예요. 현재 사업단이 총 17개 점포의 임대인들을 만나 부동산 계약 일지정비를 하고 있어요. 사업단이 중간에서 부동산 계약을 체결했기 때문에 지금은 공적인 주체로 젠트리피케이션 문제를 논의할 수 있지만, 사업단이 나가고 나면 임대인이 마음대로 월세를 올려도 세입자가 어떻게 할 수 없어요. 관련 법 개정이 바뀌지 않는 이상 영원히 해결될 수 없는 문제라고 생각해요.

6) 만약 앞으로 정부에서 지원을 해준다면 추가적으로 정부에게 바라는 어떤 지원 시설이나 정책이 있나요?

여전히 물리적인 환경 개선 지원이 필요한 것 같아요. 지금 이 구간에 화장실이 없어요. 음식점이 많은데 화장실이 없어서 이곳을 찾아오는 고객들이 많이 불편해하세요. 기반시설을 갖춰서 화장실을 임대만 해준다면 상인들이 돈 모아서 월세는 부담할 수 있거든요. 그리고 장사하는 친구들이 임대차보호법 안에서 보호받을 수 있는 정책이 보완될 필요가 있는 것 같아요.

2. 경동시장 '상생장'

상생장은 국내 최대 먹거리 시장인 경동시장 안에 있는 복합 문화공간이다. 정부의 지원 없이 젊은 청년들이 뜻을 모아 만든 곳으로, 비교적 최근인 2016년 8월 15일에 문을 열었다. 나영규 대표를 만나 경동시장에 새롭게 문을 연 상생장 이야기를 들을 수 있었다.

1) 상생장을 간단하게 소개해 주세요.

저는 6년간 요식 사업을 했어요. 사업을 하면서 좋은 아이템으로 창업해 이슈가 되고 나면, 기업들이 카피하고 진입해서 오히려 젊은 창업가들이 밀려나는 모순적인 상황을 많이 보게 되었어요. 그런 문제점들에 대해 생각하다가, 외국의 여러 사회적기업들이 좋은 일을 하면서도 이익을 창출하는 것을 보면서 음식사업을 의미 있는 일과 접목할 수 있는 방법을 고민하게 되었어요. 때마침 우연히 경동시장에 장을 보러왔다가 여기 이 공간을 발견했어요. 타지에 있는 대기업들의 공격을 받기 어려운 공간이라고 생각했어요. 그리고 경동시장의 인프라를 활용한다면 흥대나 이태원에서는 요식업으로 1등은 못하더라도 재래시장에서 1등은 할 수 있겠다는 생각을 했죠. 처음에는 단순히 이곳에 푸드코트만 창업하려고 생각했었어요. 그런데 주변에서 같이 도와주시는 분들이 이 공간을 보시고 청년 창업지원이나 아티스트 전시대관도 할 수 있는 곳으로 만들면 좋겠다는 의견을 주셨어요. 그래서 20년 넘게 버려진 창고가 시장 상인들과 상생을 꿈꾸면서 먹고, 보고, 마시고, 즐길 수 있는 복합 문화공간인 상생장으로 변신하게 되었어요.



〈그림 9〉 상생장 전시 및 문화공간



〈그림 10〉 상생장 입구



〈그림 11〉 상생장 나영규 대표

2) 어떤 사람들이 주로 찾아오고 있고, 생각하고 있는 주요 고객층은 누구 인가요?

저는 남녀노소라는 말을 좋아해요. 모두를 위한 공간을 표방하지만 특별한 고객층을 꼽아야 한다면 1차적으로는 시장에서 생활하시는 분들을 생각하고 있고, 시장에서 장사하시는 어르신들에게 실 수 있는 공간을 제공하고 싶어요. 2차적으로는 젊은 청년들을 시장으로 유입하고 싶어요. 요새 재래시장에는 젊은 층이 많이 빠져있는 상태잖아요. 젊은 사람들이 재래시장으로 데이트하러 오면 좋은데, 시장에 오면 제대로 실 공간도 없고, 위생적인 화장실도 제대로 구비가 안 되어 있고, 여러 면에서 불편하기 때문에 방문하지 않는 것 같아요. 근데 생각해보면 젊은 사람들도 외국에 여행 나가면 꼭 그 나라의 재래시장은 구경하잖아요. 그 이유는 아마도 재래시장에서 현지 사람들의 삶을 느낄 수 있기 때문인 것 같아요. 한국의 시장에도 젊은 사람들이 관광하고 놀러가는 개념으로 많이 방문해줬으면 좋겠어요. 나중에 어르신들이 연로하셔서 시장을 떠나게 되면 우리의 전통과 정을 느낄 수 있는 재래시장이 사라질 수도 있는데, 젊은 사람들이 재래시장으로 많이 유입되어야 재래시장에 활기와 에너지가 생기고 발전할 수 있다고 생각해요. 남녀노소 모두가 손잡고 재래시장을 방문하고 구경하다가 상생장에 들러 편의시설을 누리는 그림을 생각하고 있어요.

3) 이 시장이 다른 시장과 차별화되는 점은 무엇이라고 생각하시나요?

저도 상생장을 준비하면서 알게 된 사실인데요, 경동시장이 식품 단일로는 전국에서 가장 큰 시장이래요. 수산물부터 시작해서 청과물, 한약재

등 8개의 재래시장이 모여 있어요. 그런데 특이하게도 조리된 먹거리가 빈약하고, 먹거리 골목도 없어요. 그래서 푸드코트가 있는 상생장에게 유리하게 적용되는 특별한 곳인 것 같아요.

또 다른 점은 다른 시장들은 처음부터 정부의 지원을 받아서 기획해서 시작하는 경우가 많은데 저희는 개인적으로 만든 공간이에요. 아무래도 정부기관의 투자를 받으면 인건비나 진행비를 지원받는다는 장점이 있겠지만 새로운 것을 시도하고 새롭게 바꾸고 싶을 때 승인 절차가 복잡하고 시간이 오래 걸리더라고요. 자율적으로 기획하고 다양한 것을 시도할 수 있다는 것이 큰 장점이에요. 예를 들면 당장 내일 여기서 플리마켓을 열어도 되고, 음악 공연을 할 수도 있어요.

마지막으로는 상생장은 복합 문화공간이라는 점이에요. 보통 재래시장에서 청년 창업은 자영업, 특히 먹거리만 생각하더라고요. 저희는 요식업에서만 그치는 것이 아니라 작품을 전시해서 그림을 판다든지, 공연을 해서 공연료를 번다든지, 다른 예술 분야에 있는 청년들도 경제활동이 가능해요. 또한 요즘 젊은 사람들은 오감의 만족을 중요하게 생각해요. 먹기 위해 어떤 장소를 찾아가기도 하지만, 볼거리를 포함한 다양한 콘텐츠들이 있다면 더 큰 만족감을 느끼게 되죠. 이처럼 예술계통의 청년들과 먹거리 사업이 함께 융합하는 상생 공간이에요.

4) 시장 운영에 어려운 점이 있다면?

경동시장에서 오래 장사하셨던 분들 중에 상생장이 손님을 빼앗아 간다고 배타적으로 생각하는 분들이 간혹 계세요. 그래서 저희는 그분들의 손님이 되어드리고, 그분들도 저희의 고객이 되어 상생한다는 콘셉트를 계속 알려드리려고 노력하고 있어요. 시장의 어르신들께 자주 인사드리는데 아무래도 친해지는 데 시간이 걸리는 것 같아요.

또 다른 어려운 점은 홍보 문제예요. 아무래도 사람들이 상생장 한 곳만을 오기 위해 재래시장으로 찾아온다는 것은 쉽지 않거든요. 경동시장과 융합해서 재래시장이 활성화 될 수 있는 그림을 어떻게 그려야 하는지가 고민되는 부분이에요.

5) 만약 정부의 지원이 필요하다면 어떤 정책이 좋을까요?

재래시장에 들어가는 지원금이 다양한 것으로 알고 있는데, 저희는 다양한 디자인 및 도시재생 전문가들과 연결시켜 주는 지원을 받으면 좋을 것 같아요. 전문가들이 앞서서 시장의 특수성을 살리고 재래시장마다의 색깔을 유지하면서 더 보기 좋게 만들 수 있다면 재래시장의 발전에 큰 도움이 될 것 같아요. 관광 시장으로 만들기 위해 무분별하게 옛날의 정취를 다 지워버리고 새롭고 현대적인 인프라를 만들면 대형마트와 다를

것이 없다고 생각하거든요. 요즘 남대문 시장도 한국인지 중국인지 구별이 안 될 만큼 중국어 광고판으로 도배되어 있어요. 개인적으로 예전에 가지고 있던 한국의 전통적인 시장으로서의 멋을 잃어버린 느낌이에요. 그래서 전문가들의 컨설팅으로 재래시장이 현재 모습을 유지하되 더욱 발전될 수 있는 방향으로 갈 수 있도록 도와주면 좋을 것 같아요.

또한 홍보에 도움을 주는 정책이 있으면 좋겠어요. 경동시장은 아직 옛 모습을 잘 유지하고 있는 재래시장이라고 생각해요. 우리도 외국에 여행을 나가면 관광객만 넘치는 재래시장보다 현지인들이 주로 찾는 시장을 구경하고 싶잖아요. 정부에서 홍보를 돕는다면 외국인들이나 젊은 청년들이 시장을 방문하여 좀 더 새롭고 진취적인 곳으로 바뀌 줄 수 있을 거예요.

IV. 나가며

통계청 조사에 따르면 전통시장의 하루 평균 매출액은 2008년 5,358만 원에서 2014년 4,471만 원으로 줄었고, 전국의 전통시장은 2006년 1,610개에서 2014년 1,536개로 감소해 침체를 겪고 있다. 한편 전국의 대형마트는 2006년 357개에서 2014년 537개로, 체인화 편의점은 9,847개에서 26,874개로 증가해 대형마트와 체인화 편의점을 중심으로 유통환경이 변화하고 있다. 이처럼 유통환경에 밀려 침체를 겪고 있는 전통시장을 살리기 위해 정부와 지자체는 전통시장 시설 현대화 사업, 청년상인 지원을 비롯해 대형마트 영업시간 및 의무휴업일 규제 등 다양한 정책 노력과 지원을 계속하고 있다. 하지만 이같이 다양한 정책 노력이 실제 성과로 이어졌는지는 확인하기 어렵다.

전통시장의 창업 현장에서 만난 청년들을 인터뷰하면서 정부와 지자체의 전통시장 활성화 정책에 참고할 수 있는 몇 가지 교훈을 얻을 수 있었다. 첫째, 기반시설을 재정비할 때에는 시장 특유의 개성도 함께 살릴 필요가 있다. 지금까지 아케이드 설치와 간판 재정비 등 시설현대화 작업이 활발하게 이루어졌다. 하지만 도심의 시골과 같은 향수를 불러일으키는 전통시장 특유의 정취와 분위기를 살리지 못한다면 정책 효과를 극대화하기 어려울 것이다.

둘째, 도움이 필요할 때 접촉할 수 있는 전문가 집단과 네트워크를 구축할 필요가 있다. 초기 창업가가 창업 열정이 있더라도 사업성까지 갖추기는 어렵다. 최근 소비 트렌드에 맞게 시장에서 팔릴 수 있는 상품을 개발하고, 고객을 상대로 홍보하면서 자체 브랜드화할 수 있게 전문가의

자문이 상시적으로 이루어질 필요가 있다.

셋째, 창업 의지가 있다면 시험해볼 수 있는 테스트베드가 전통시장에도 필요하다. 현재 소상공인이 창업 경험을 할 수 있는 곳이 매우 부족하다. 송정역시장의 누구나가게 사례에서 봤듯이 일시적인 창업 경험은 실제 창업으로까지 이어졌다. 예비창업자들이 도제식으로 기술을 쌓고 다른 곳에서 새로운 창업이 이루어지는 창업학교의 역할이 필요하다.

넷째, 지원사업단 종료 후에도 자체적으로 유지되고 관리될 수 있게 후속사업을 보완할 필요가 있다. 과거의 점포가 문을 닫고 새로운 점포가 들어와도 그 시장만의 특성과 분위기가 유지되고 조화를 이룰 수 있도록 하는 공동체가 조직될 필요가 있으며, 정책 필요 시 정부와 지자체에 한 목소리를 낼 수 있도록 상인 공동체의 역량을 키울 필요가 있다.

다섯째, 임차인을 보호할 수 있는 안전망을 구축할 필요가 있다. 구청에서 쟁트리피케이션 방지를 위한 다자간 협약을 맺었음에도 이는 일종의 공동체적 약속일 뿐이기 때문에 점포 운영의 불안함이 여전히 남아있다. 청년 창업이 안정적으로 이루어질 수 있게 이 부분에서도 보완 장치가 필요하다.

창업 의지가 있더라도 도전을 망설이게 만드는 요인은 성공 가능성이 불투명하다는 것과 한 번 실패하고 나면 다시 일어설 수 없다는 불안감 때문일 것이다. 정부와 지자체는 창업 현장에서 도전이 빈번하게 이루어질 수 있도록 이와 같은 점을 고려하여 정책을 개발할 필요가 있다.





인포그래픽스

서울 벤처기업은 정보처리 및
S/W 분야 비중이 높아

서울연구원 시민경제연구실

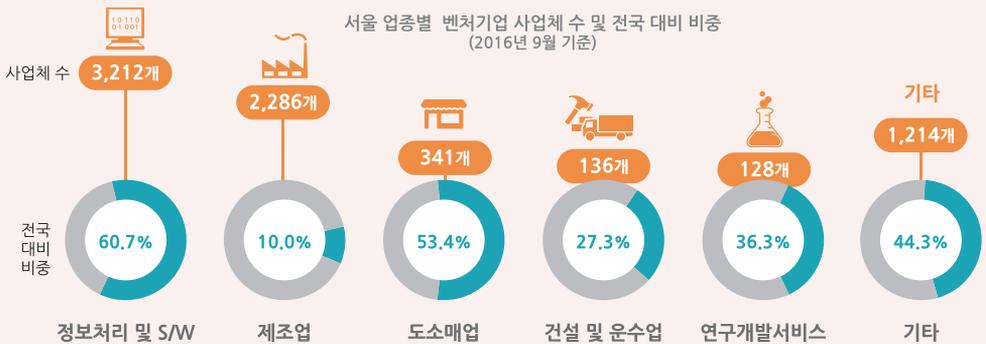
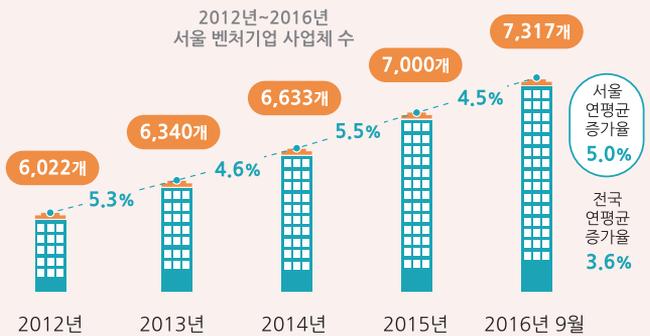
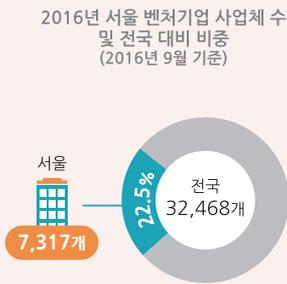
조달호 선임연구위원 dhcho@si.re.kr

장윤선 연구원 changys@si.re.kr

인포그래픽스

서울 벤처기업은 정보처리 및 S/W 분야 비중이 높아

서울 벤처기업은 정보처리 및 S/W 분야 비중이 높아



주: 기타는 농,어,임,광업, 전기,가스,증기 및 수도사업, 하수폐기물 처리, 원료재생 및 환경보전업, 숙박 및 음식점업, 출판업, 금융 및 보험업, 전문 기술 및 서비스업
자료: 벤처기업연합회, 벤처기업 협회(각 연도 12월 기준, 2016년은 9월 기준)

서울연구원 시민경제연구소

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

**서울 벤처기업 사업체 수는 전국(3.6%)에 비해 빠른(5.0%) 속도로 증가
정보처리 및 S/W 부문의 사업체 수가 3,212개로 가장 많고 전국 대비
서울의 비중도 60.7%로 가장 높게 나타남**

**서울의 벤처기업 사업체 수는 7,317개로 전국의 22.5%를 차지하며, 2012년부터
지속적으로 증가하는 추세**

- 서울의 벤처기업 사업체 수는 2016년 9월 기준 7,317개로 전국 32,468개의 22.5%
- 서울의 벤처기업은 2012년 6,022개에서 2016년 9월 7,317개로 연평균 5.0%씩 꾸준히 증가하였으며, 전국(연평균 3.6%)보다 빠르게 증가

**서울의 벤처기업 중 정보처리 및 S/W 부문의 사업체 수가 3,212개로 가장 많고,
전국에서 차지하는 서울의 비중도 60.7%로 가장 높게 나타남**

- 서울 벤처기업 업종별 사업체 수는 정보처리 및 S/W가 3,212개로 가장 많고, 그다음은 제조업(2,286개), 기타(1,214개), 도소매업(341개), 건설 및 운수업(136개), 연구개발서비스(128개) 순
- 전국 대비 서울의 업종별 벤처기업 비중은 정보처리 및 S/W(60.7%), 도소매업(53.4%), 연구개발 서비스업(36.3%) 부문에서 높게 나타남
- 제조업 부문 벤처기업 수는 서울의 업종 중 2번째로 많은 것으로 나타났으나, 전국 대비 비중은 10.0%로 가장 낮게 나타남

〈표 1〉 서울 벤처기업 사업체 수 및 전국 대비 비중

[단위: 개, %]

	서울	전국	전국 대비 서울 비중
2012년 12월	6,022	28,193	21.4
2013년 12월	6,340	29,135	21.8
2014년 12월	6,633	29,910	22.2
2015년 12월	7,000	31,260	22.4
2016년 9월	7,317	32,468	22.5
연평균 증가율	5.0	3.6	

자료 벤처기업 현황, 벤처기업협회(각 연도 12월 기준, 2016년은 9월 기준)

〈표 2〉 서울 업종별 벤처기업 사업체 수 및 전국 대비 비중

[단위: 개, %]

구분	서울	전국	전국 대비 서울 비중
정보처리 및 S/W	3,212	5,292	60.7
제조업	2,286	22,872	10.0
기타	1,214	2,813	43.2
도소매업	341	639	53.4
건설운수	136	499	27.3
연구개발서비스	128	353	36.3
합계	7,317	32,468	22.5

주 기타는 농·어·임·광업, 전기·가스·증기 및 수도사업, 하수폐기물 처리, 원료재생 및 환경보건업, 숙박 및 음식점업, 출판업, 금융 및 보험업, 전문 기술 및 서비스업

자료 벤처기업 현황, 벤처기업협회(2016년은 9월 기준)



경제동향

요약

고용 경제활동인구/취업자/실업률·고용률

생산 제조업지수/출하·재고지수/서비스업 생산지수

소비 대형소매점 판매액

물가 소비자물가

서울연구원 시민경제연구실

장윤선 연구원 changyuns@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



고용

- 서울의 9월 취업자는 515만 6천 명으로 전년 동월 대비 1만 9천 명(0.4%) 증가
- 산업별 취업자는 건설업(9.6%)에서 전년 동월 대비 가장 크게 증가
- 임금근로자가 전년 동월 대비 0.4% 증가한 반면 비임금근로자는 2.2% 감소
- 고용률은 60.3%로 전년 동월 대비 0.2%p 상승, 실업률은 4.2%로 전년 동월 대비 0.3%p 상승



생산

- 서울의 9월 제조업생산지수는 107.6으로 전년 동월 대비 0.7% 증가
- 9월 제조업 출하지수는 전년 동월 대비 3.6% 감소, 재고지수는 20.6% 증가하여 경기 둔화/하강 국면을 시사
- 2016년 3/4분기 서비스업 생산지수는 115.5로 전년 동 분기 대비 4.0% 증가



소비

- 서울의 9월 대형소매점 판매액은 2조 4,141억 원으로 전년 동월 대비 10.9%로 크게 증가하였으며, 전국(7조 3,596억 원)의 32.8%를 차지
- 2016년 3/4분기 소매판매액 지수는 109.9로 전년 동 분기 대비 5.0% 증가



물가

- 서울의 9월 소비자물가지수는 112.9(2010년=100.0)로 전년 동월 대비 1.3% 상승
- 여름 폭염과 추석에 따른 계절적 요인으로 신선식품물가지수(17.6%)가 크게 상승했으며, 서비스물가지수(2.1%), 생활물가지수(0.3%), 상품물가지수(0.1%)도 모두 상승



부동산

- 서울의 9월 주택매매가격지수는 전월 대비 0.31% 상승한 102.0 기록
- 서울의 9월 주택전세가격지수는 전월 대비 0.17% 상승한 102.0 기록
- 서울의 9월 월세통합가격지수는 100.2로 준전세의 상승폭이 확대되고, 월세와 준월세의 하락폭이 축소되면서 전월 대비 0.01% 하락



금융

- 서울의 9월 전체 대출금 잔액은 660조 4,641억 원으로 전월 대비 0.4% 증가
- 서울의 9월 가계대출 잔액은 257조 8,480억 원으로 전월 대비 0.6% 증가
- 서울의 9월 주택담보대출 잔액은 166조 1,804억 원으로 전월 대비 1조 4,908억 원 (0.9%) 증가, 주택담보대출이 가계대출에서 차지하는 비중은 64.4%
- 서울의 9월 신설법인 수는 2,301개로 전월 대비 13.6% 감소, 부도법인 수는 14개로 전월보다 4개 증가
- 서울의 9월 보증지원금액은 852.8억 원, 보증지원건수는 3,707건으로 전월 대비 각각 1.6%, 0.4% 증가



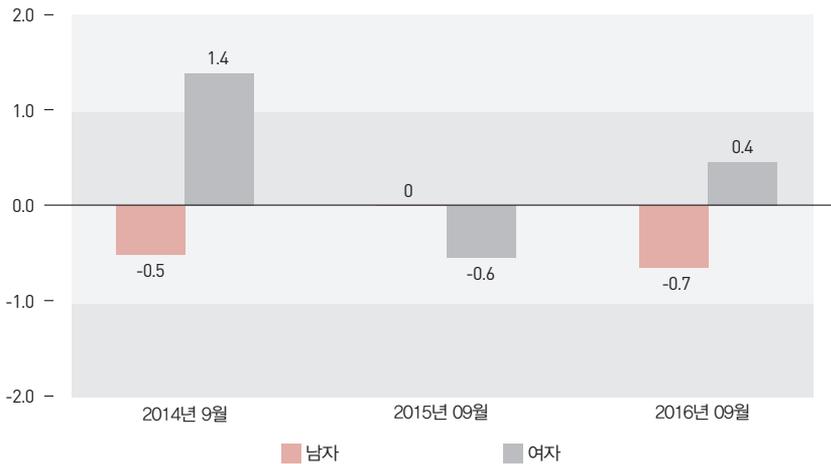
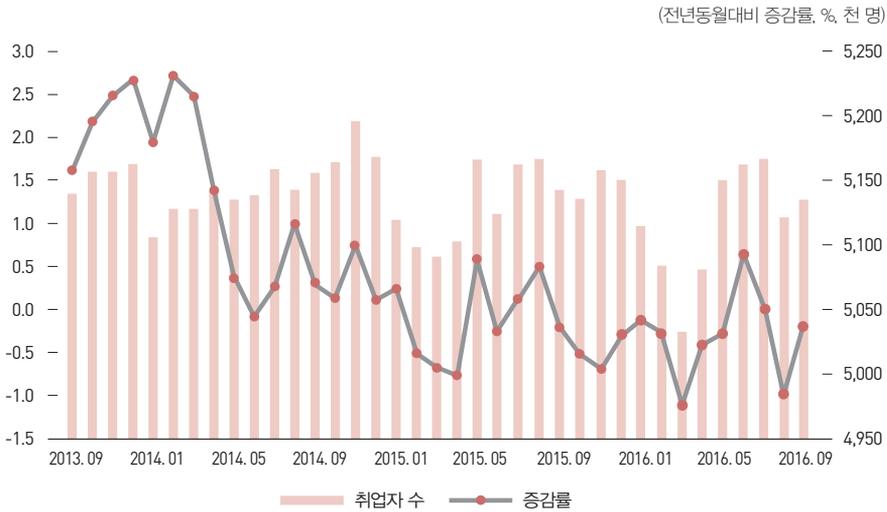
수출입

- 서울의 9월 수출액은 42.1억 달러를 기록하여 전년 동월 대비 24.3% 감소, 품목별로는 자동차부품, 국가별로는 중국이 1순위 차지
- 서울의 9월 수입액은 109.9억 달러를 기록하여 전년 동월 대비 5.9% 감소, 품목별로는 원유, 국가별로는 중국이 1순위 차지

취업자

서울의 9월 취업자 수는 513만 4천 명으로 전년 동월 대비 0.2% 감소

- 서울의 9월 취업자는 513만 4천 명으로 전년 동월 대비 1만 명(-0.2%) 감소
- 성별로 보면, 남자는 284만 2천 명으로 전년 동월 대비 2만 명(-0.7%) 감소, 여자는 229만 1천 명으로 전년 동월 대비 1만 명(0.4%) 증가

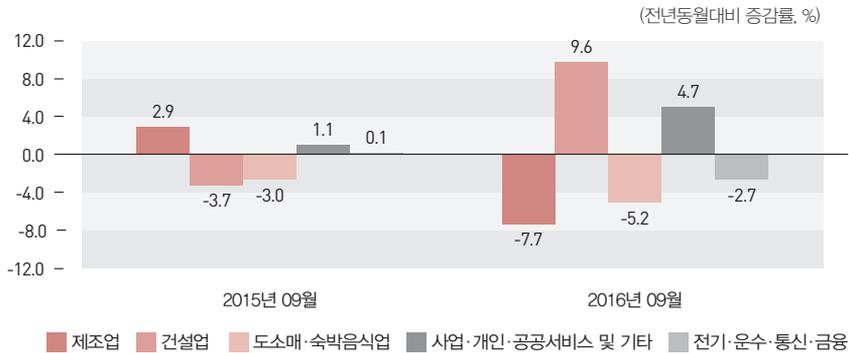


자료 통계청, 경인지방통계청

〈그림〉 서울의 월별 취업자 추이 및 증감률

산업별 취업자 도소매·숙박·음식점업과 제조업에서 감소한 반면, 건설업은 증가

- 취업자 수는 전년 동월 대비 도소매·숙박·음식점업 7만 4천 명(-5.2%), 제조업 3만 9천 명(-7.7%), 전기·운수·통신·금융업 2만 2천 명(-2.7%)이 감소한 반면, 사업·개인·공공서비스업 및 기타는 9만 7천 명(4.7%), 건설업 3만 1천 명(9.6%) 증가

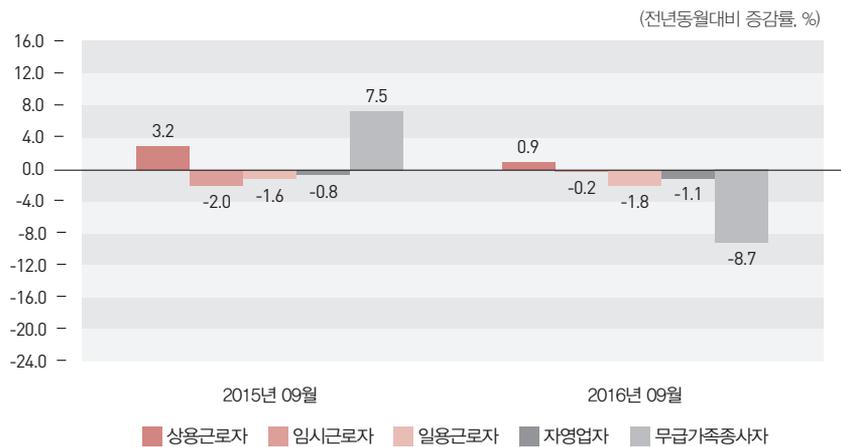


자료 통계청, 경인지방통계청

〈그림〉 서울의 산업별 취업자 증감률

서울은 9월에 임금근로자는 증가한 반면 비임금근로자는 감소

- 임금근로자는 전년 동월 대비 1만 4천 명(0.4%) 증가, 비임금근로자는 전년 동월 대비 2만 5천 명(-2.2%) 감소
- 임금근로자 중 상용근로자는 2만 3천 명(0.9%) 증가한 반면, 임시근로자는 3천 명(-0.2%), 일용근로자는 6천 명(-1.8%) 감소
- 비임금근로자 중 자영업자는 1만 1천 명(-1.1%), 무급가족종사자는 1만 4천 명(-8.7%) 감소

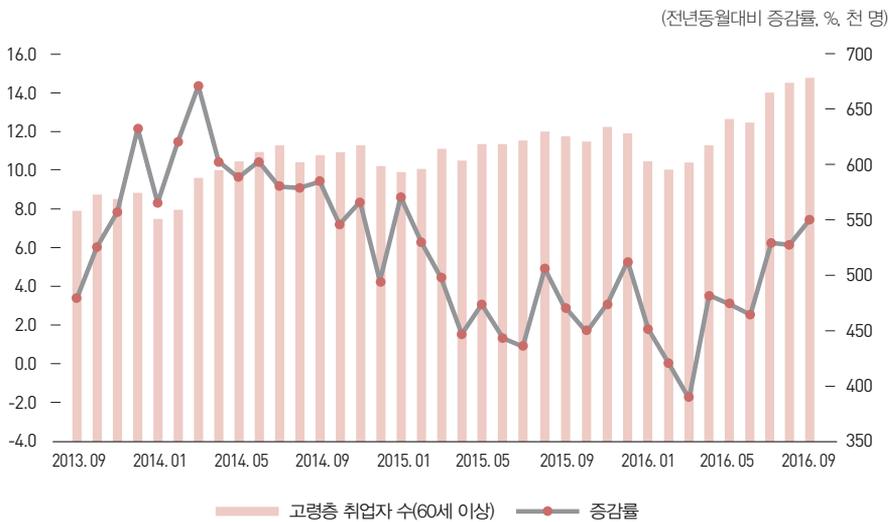
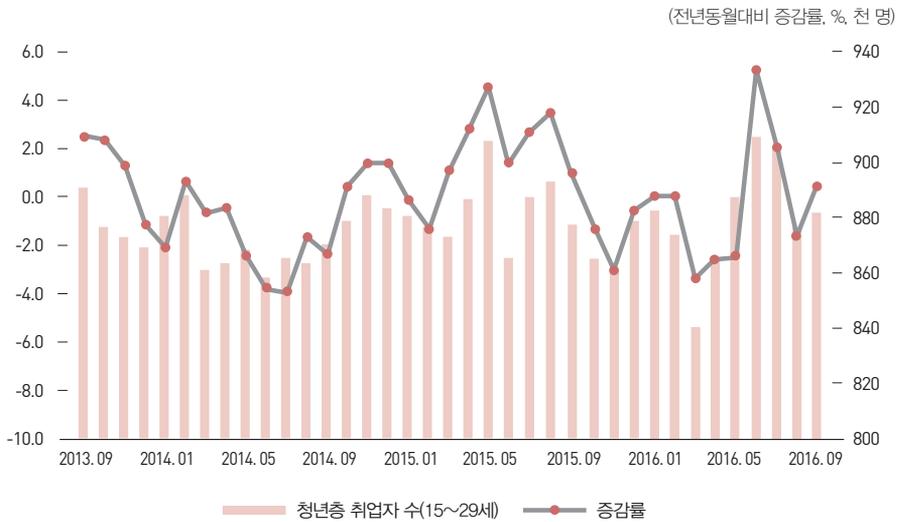


자료 통계청, 경인지방통계청

〈그림〉 서울의 종사상 지위별 취업자 증감률

서울의 9월 청년층(15세~29세) 취업자 수와 고령층(60세 이상) 취업자 수는 모두 증가

- 서울의 9월 청년층(15세~29세) 취업자 수는 88만 1천 명으로 전년 동월 대비 0.4% 증가
- 서울의 9월 고령층(60세 이상) 취업자 수는 67만 6천 명으로 전년 동월 대비 7.6% 증가
- 올해 6월부터 고령층 취업자 수는 전년 대비 빠르게 증가하는 추세



자료 통계청, 경인지방통계청

<그림> 서울의 월별 청년층 및 고령층 취업자 추이

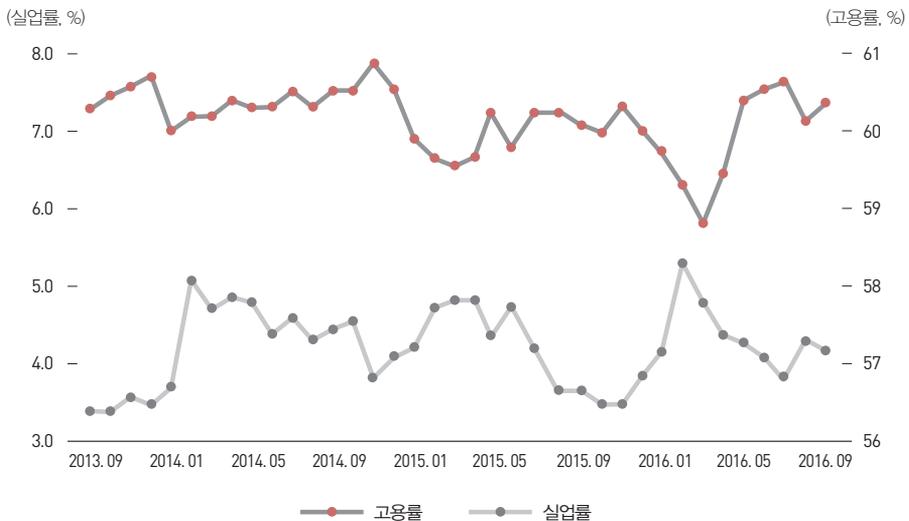
고용률 및 실업률

서울의 9월 고용률은 전년 동월 대비 증가했으나, 전국 대비 낮은 수준

- 서울의 9월 고용률은 60.3%로 전년 동월 대비 0.2%p 상승했으나 전국(61.0%)보다는 낮은 수준
- 성별로 보면, 남자는 69.8%로 전년과 비슷한 수준이며, 여자는 51.6%로 전년 동월 대비 0.5%p 상승

서울의 9월 실업률은 전년 동월 대비 상승했으며, 전국 대비 높은 수준

- 서울의 9월 실업자는 22만 7천 명으로 전년 동월 대비 1만 9천 명(9.3%) 증가
- 실업률은 4.2%로 전년 동월 대비 0.3%p 상승
- 성별로 보면, 남자는 4.4%으로 전년 동월 대비 0.4%p 상승, 여자는 4.0%로 전년 동월 대비 0.3%p 상승
- 2016년 9월 서울시 실업률은 전국(4.1%)에 비하여 0.7%p 높은 수준



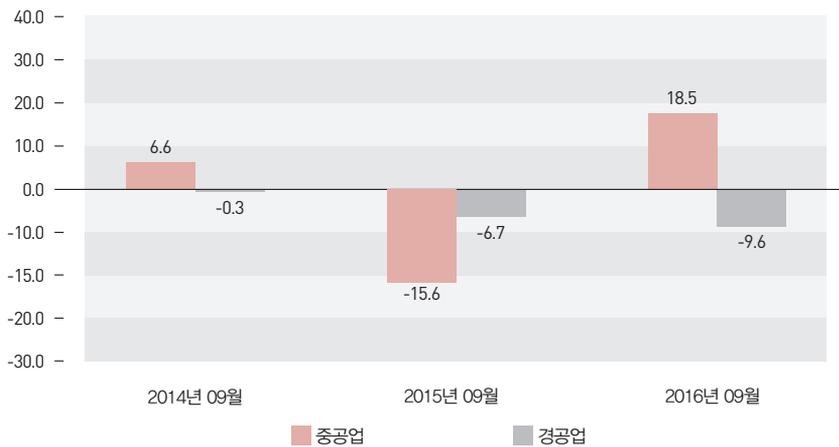
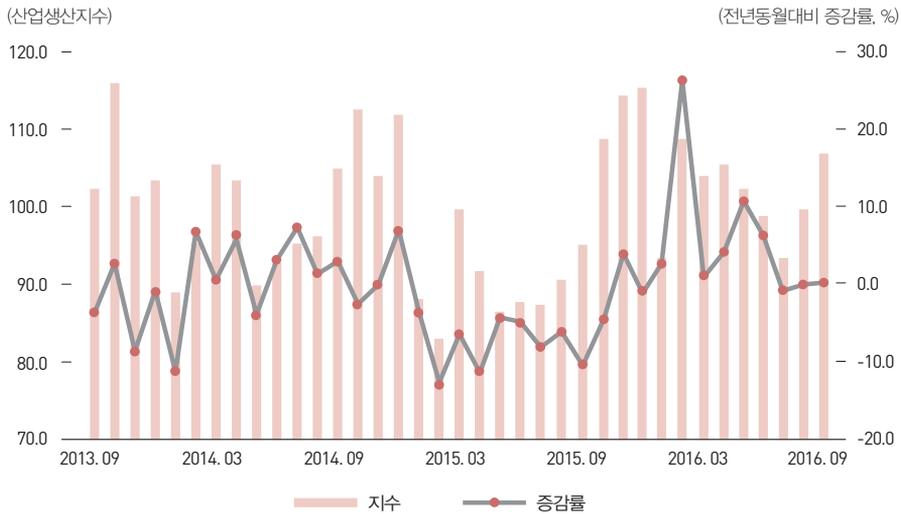
자료 통계청, 경인지방통계청

〈그림〉 서울 실업률, 고용률 추이

생산

서울의 9월 제조업생산지수는 0.7% 증가

- 서울의 9월 제조업생산지수는 전년 동월 대비 0.7% 증가
- 전년 동월 대비 중공업 부문은 18.5%로 크게 증가한 반면, 경공업은 9.6% 감소
- 업종별로 보면 전년 동월 대비 비금속광물(293.1%), 가죽 및 신발(59.7%) 등은 증가한 반면, 고무 및 플라스틱(-42.0%), 섬유제품(-15.2%) 등은 감소



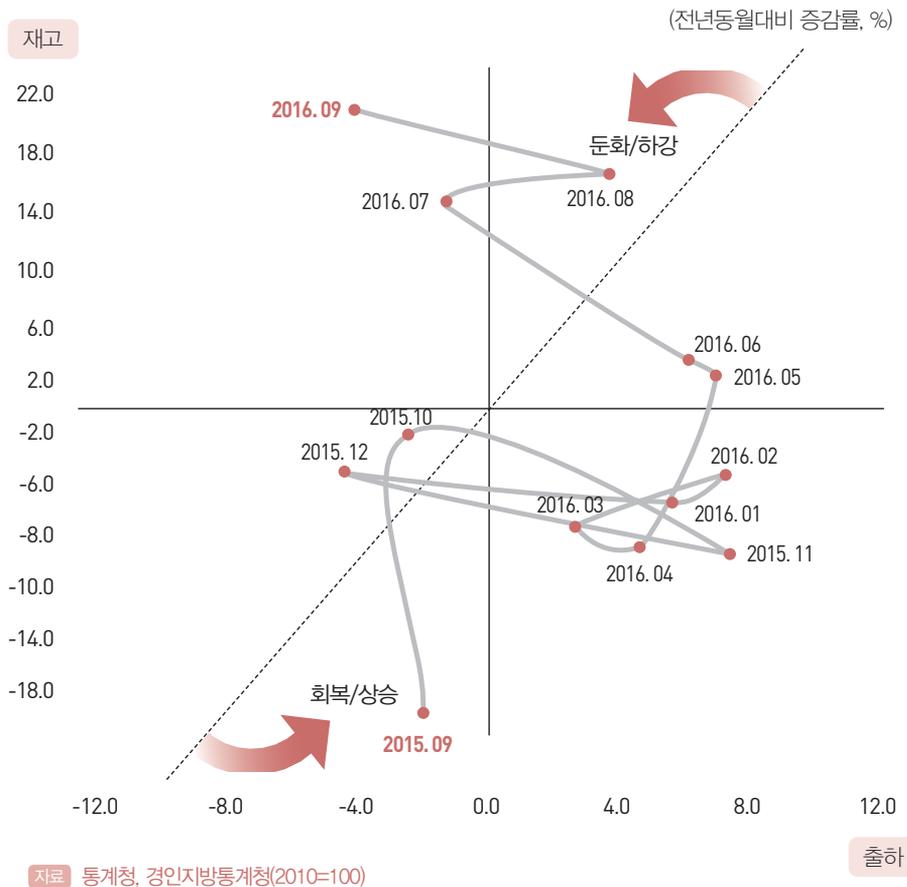
자료 통계청, 경인지방통계청(2010=100)

〈그림〉 산업생산 추이 및 증감률

출하·재고 순환

서울의 9월 제조업 출하지수는 3.6% 감소, 재고지수는 20.6% 증가하여 경기 둔화/하강 국면을 시사

- 서울의 9월 출하지수는 110.8(2010=100.0)로 전년 동월 대비 3.6% 감소
- 서울의 9월 재고지수는 157.8(2010=100.0)로 전년 동월 대비 20.6% 증가

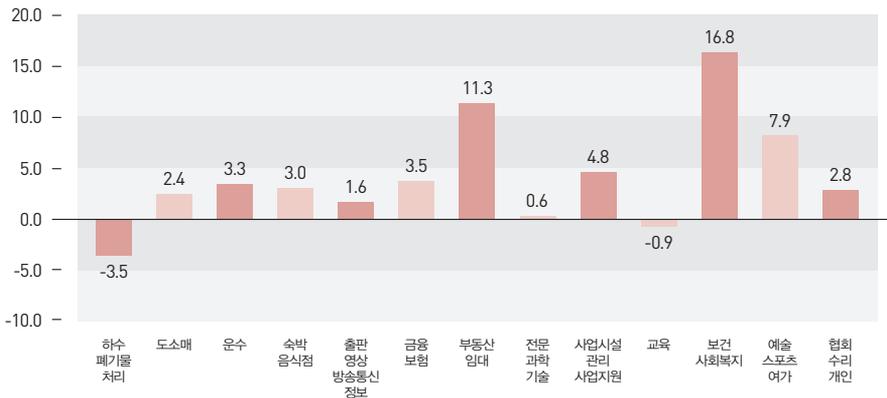
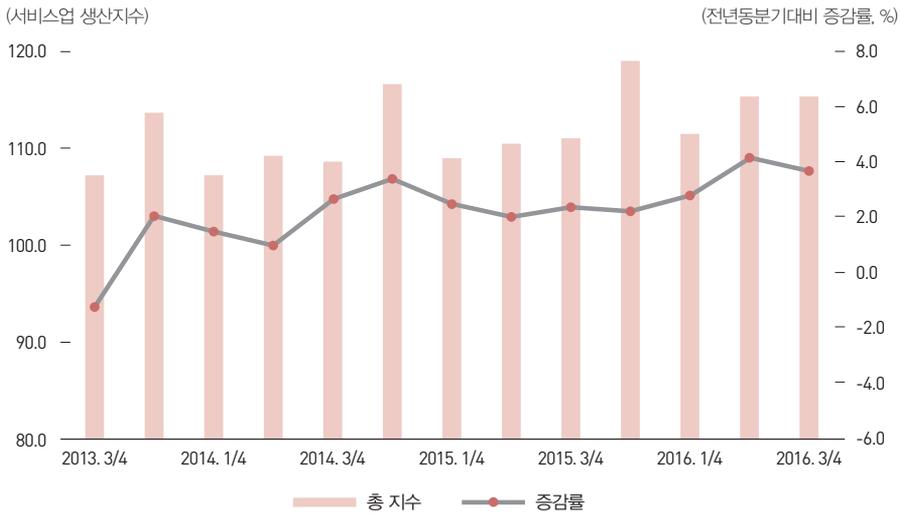


〈그림〉 서울의 출하·재고 증감률 추이

서비스업·생산

서울의 2016년 3/4분기 서비스업 생산지수는 115.5(2010=100)로 전년 동 분기 대비 4.0% 증가

- 서울의 서비스업 생산지수는 2013년 4/4분기부터 지속적으로 전년 동 분기 대비 증가세를 보임
- 부문별로 보면 전년 동 분기 대비 보건·사회복지(16.8%), 부동산·임대(11.3%) 등은 크게 증가한 반면, 하수·폐기물처리(-3.5%), 교육(-0.9%)은 감소



자료 통계청, 경인지방통계청(2010=100)

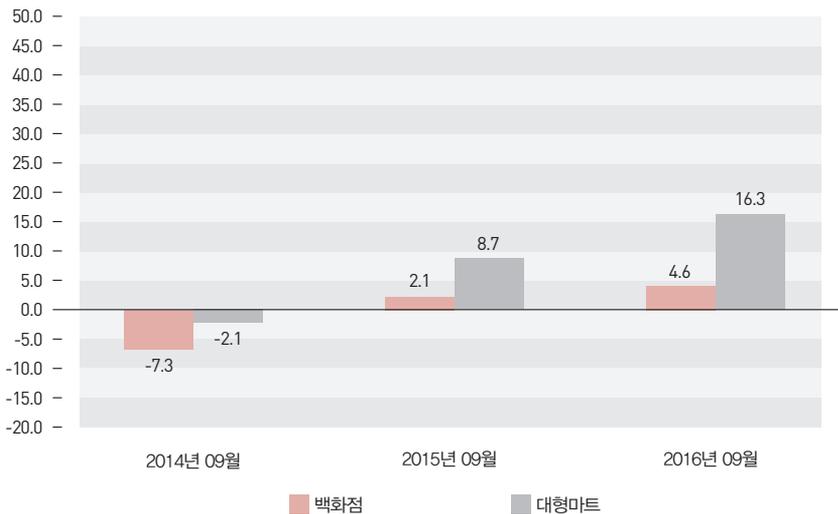
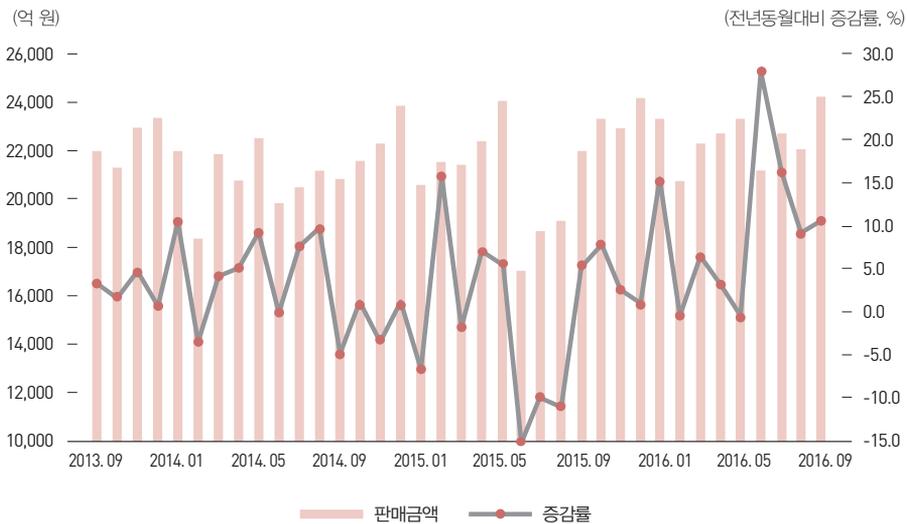
〈그림〉 서비스업 생산 추이 및 증감률

경제동향 | 소비

소비

서울의 9월 대형소매점 판매액은 10.9% 증가

- 서울의 9월 대형소매점 판매액은 2조 4,141억 원으로 전국(7조 3,596억 원)의 32.8%를 차지하고 있으며 전년 동월 대비 10.9% 증가
- 9월 백화점 판매액은 1조 594억 원으로 전년 동월 대비 4.6% 증가, 대형마트 판매액은 1조 3,546억 원으로 전년 동월 대비 16.3% 증가

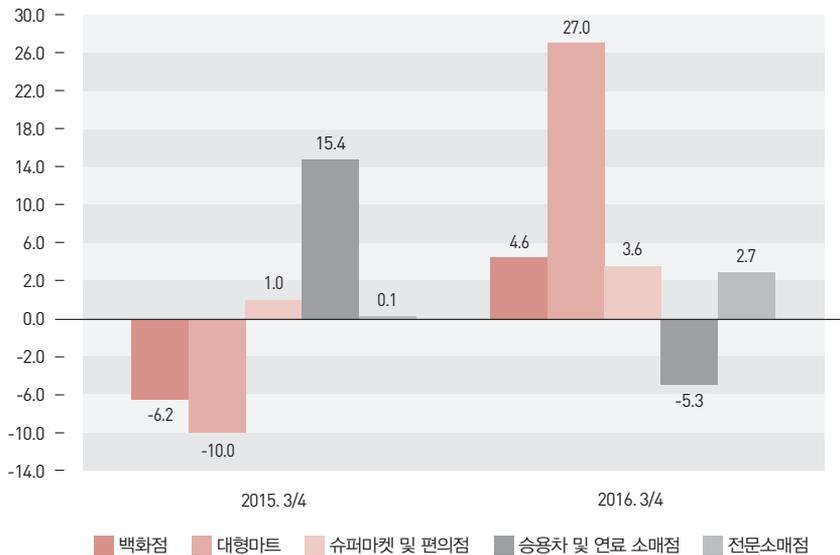
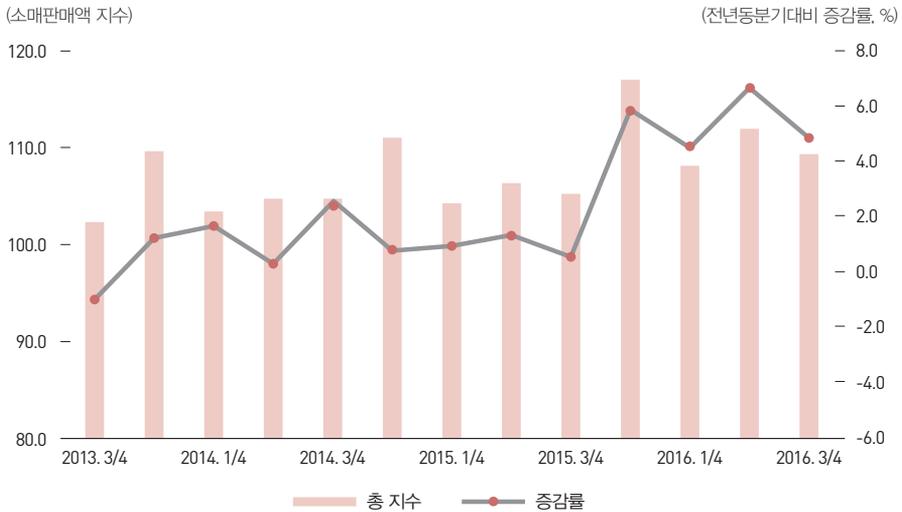


자료 통계청, 경인지방통계청

〈그림〉 서울의 대형소매점 판매 추이 및 증감률

서울의 2016년 3/4분기 소매판매액 지수는 109.9로 전년 동 분기 대비 5.0% 증가

- 서울의 소매판매액 지수는 2013년 4/4분기 이후로 전년 동 분기 대비 지속적인 증가세를 보임
- 승용차 및 연료 소매점(-5.3%)을 제외하고 모두 증가했으며, 특히 대형마트(27.0%)에서 큰 증가율을 보임



자료 통계청, 경인지방통계청

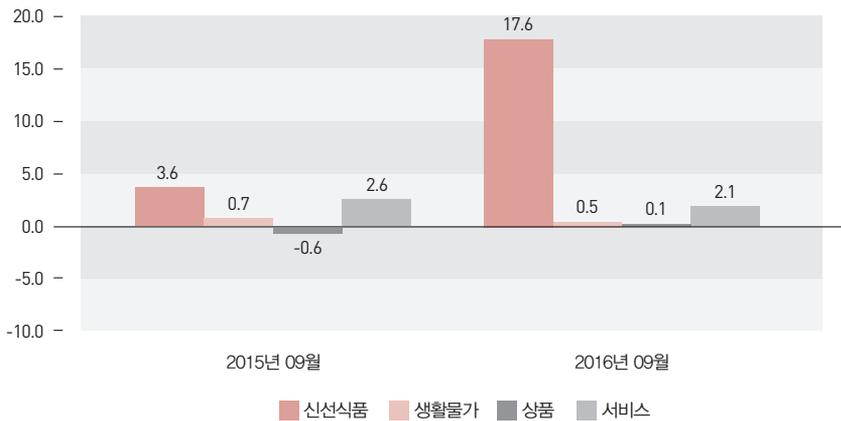
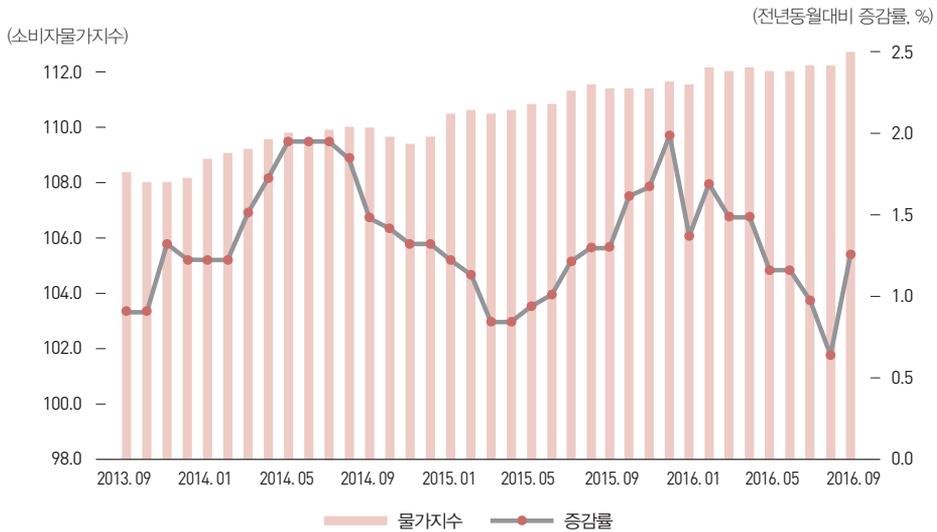
〈그림〉 서울의 소매판매액 지수 추이 및 증감률

경제동향 | 물가

물가

서울의 9월 소비자물가지수는 1.3% 상승

- 9월 서울시 소비자물가지수는 112.9(2010년=100.0)로 전년 동월 대비 1.3% 상승
- 전년 동월 대비 주요 등락 부문을 보면, 신선식품물가지수(17.6%), 서비스물가지수(2.1%), 생활물가지수(0.3%), 상품물가지수(0.1%) 모두 상승
- 여름 폭염과 추석에 따른 계절적 요인으로 인해 신선식품물가지수가 높게 나타남



자료 통계청, 경인지방통계청(2010=100)

<그림> 서울의 소비자물가 추이 및 동향

주택매매가격

서울의 9월 주택매매가격지수¹¹⁴는 전월 대비 상승

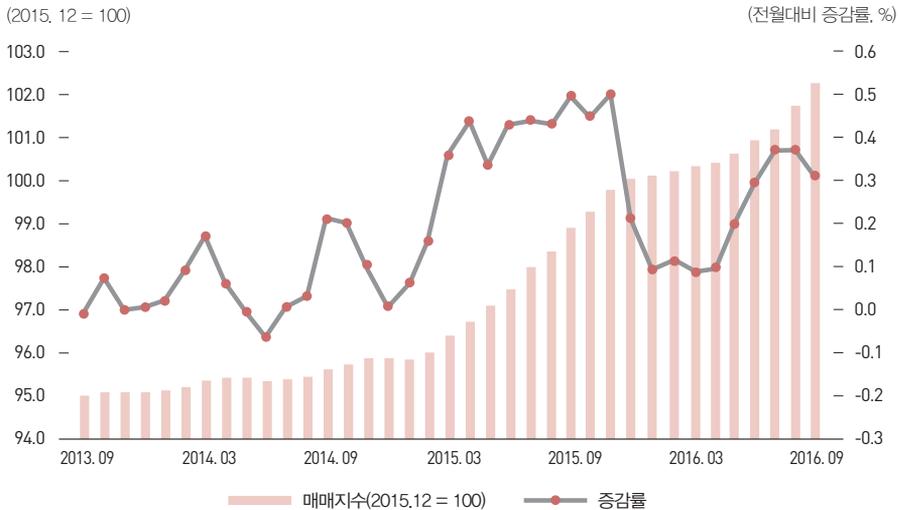
- 서울의 9월 주택매매가격지수는 102.0으로 전월 대비 0.31% 상승. 한강이남지역(0.37%)은 재건축 아파트의 높은 분양가격 및 성공적인 분양과 강남지역의 개발 호재로 상승세 지속. 한강이북지역(0.24%)은 신분당선 연장 호재와 재건축단지 투자수요로 상승세 지속
 - 주요 상승지역: 강남구(0.59%), 서초구(0.56%), 양천구(0.48%)

주 2016년 1월 자료부터 기준연도(2013.3→2015.12) 변경

서울의 9월 아파트 평당 매매가격은 전월 대비 상승, 거래건수는 전월 대비 감소

- 아파트 평당 평균 매매가격¹¹⁵(1,870만 원)은 전월 대비 1.58% 상승, 거래건수(10,898건)는 9.6% 감소
- 강남구(2.91%)의 아파트 평당 매매가격이 가장 높은 상승률을 기록. 아파트 매매 거래건수는 노원구(1,115건), 송파구(708건), 강동구(675건) 순임

주 부동산114



자료 KB국민은행

〈그림〉 서울 주택매매가격 종합지수와 증감률 추이

수도권과 5개 광역시는 상승세 지속, 기타 지방은 상승 전환

- 전국의 9월 주택매매가격지수는 100.8로 전월 대비 0.14% 상승. 낮은 기준금리(1.25%)와 정부의 집단대출 규제에도 신규 분양시장 호황으로 상승세 지속. 수도권(0.23%)과 5개 광역시(0.04%)는 3개월 연속 상승하고, 기타 지방(0.02%)은 하락세를 마감하고 상승 전환

주택전세가격

서울의 9월 주택전세가격지수[■]는 전월 대비 상승

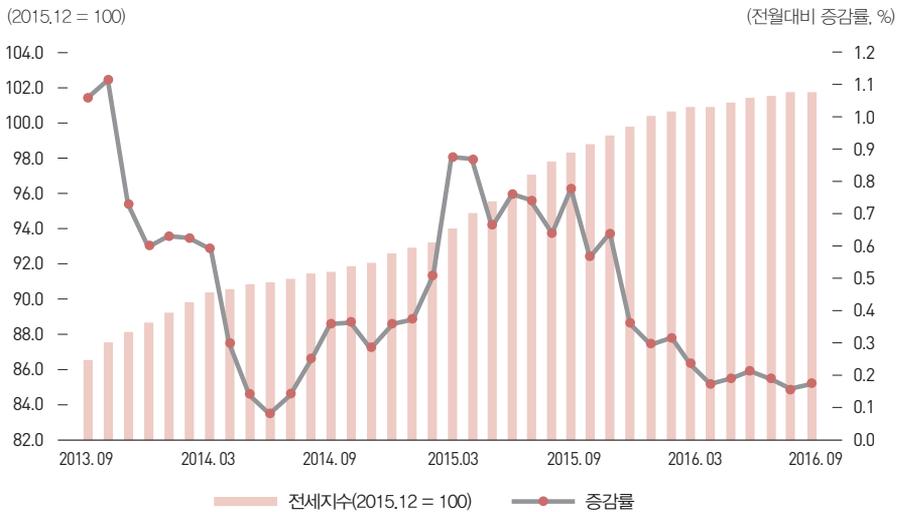
- 서울의 9월 주택전세가격지수는 102.0으로 전월 대비 0.17% 상승. 한강이남지역(0.08%)은 위례 신도시 등 신도시 입주물량 영향으로 낮은 상승세 유지. 한강이북지역(0.26%)은 재개발 이주 수요와 대학생 임차수요가 늘면서 상승폭 확대
- 주요 상승지역: 동대문구(0.39%), 서대문구(0.36%), 마포구(0.34%)

주 2016년 1월 자료부터 기준연도(2013.3-2015.12) 변경

서울의 9월 아파트 평당 전세가격은 전월 대비 상승, 거래건수는 전월 대비 증가

- 아파트 평당 평균 전세가격[■](1,294만 원)은 전월 대비 0.6% 상승, 거래건수(11,043건)는 7.8% 증가
- 서대문구(2.01%) 지역 아파트 평당 전세가격이 가장 높은 상승률을 기록. 거래건수는 노원구(884건), 송파구(872건), 강서구(814건) 순임

주 부동산114



자료 KB국민은행

〈그림〉 서울 주택전세가격 종합지수와 증감률 추이

수도권과 5개 광역시는 상승세 지속, 기타 지방은 상승폭 확대

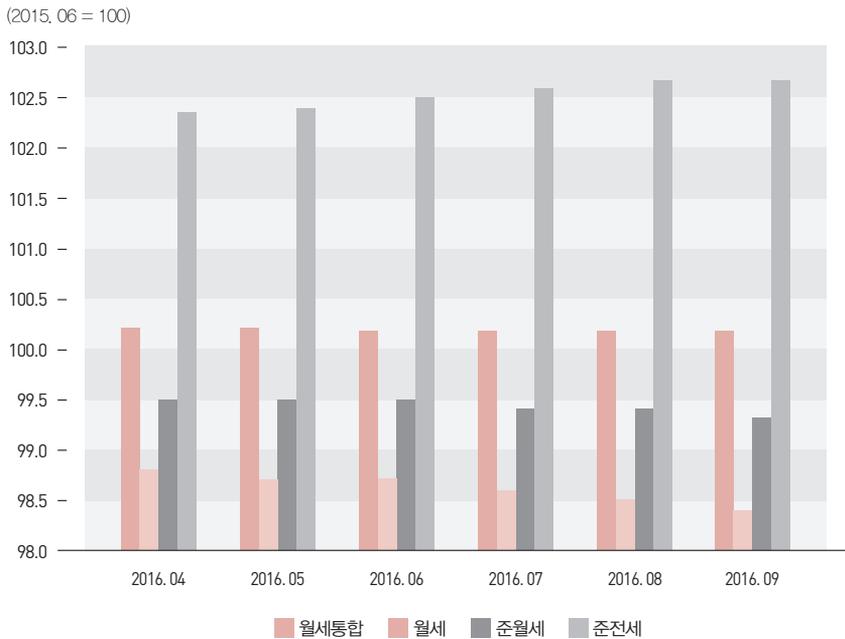
- 전국의 9월 주택전세가격지수는 전월 대비 0.10% 상승한 101.1을 기록. 저금리 기조와 월세 전환 가속화에 따른 전세물량 부족으로 상승세 지속. 수도권(0.15%)과 5개 광역시(0.04%)는 상승폭 유지, 기타 지방(0.03%)은 상승폭 확대

주택월세가격

서울의 9월 월세통합가격지수는 전월 대비 하락

- 서울의 9월 월세통합가격지수는 100.2로 전월 대비 0.01% 하락. '준전세'(0.06%)의 상승폭이 확대되고, '월세'(-0.07%)와 '준월세'(-0.04%)는 하락폭이 축소되어 월세통합은 전월 대비 하락폭 감소
- 한강이남지역(-0.06%)은 전세매물 부족으로 월세로 전환하는 임차인이 늘어나며 전월 대비 하락폭 축소. 한강이북지역(0.00%)은 직장인 수요의 영향으로 도심 접근성이 양호한 종로구, 마포구가 상승을 주도한 가운데 연립·다세대와 단독주택이 상승 전환되며 전월 하락에서 보합 전환

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



자료 한국감정원

〈그림〉 서울시 월세통합가격지수 추이

전국의 9월 월세통합가격지수는 전월 대비 하락

- 전국의 9월 월세통합가격지수는 100.1로 전월 대비 0.02% 하락. '준전세'(0.04%)는 상승폭이 늘었고, '월세'(-0.05%)와 준월세(-0.03%)는 하락폭 축소되어 월세통합은 전월 대비 하락폭 축소

경제동향 | 금융

가계대출

9월 기준 서울의 전체 대출금 잔액은 전월 대비 증가

- 전체 대출금 잔액(660조 4,641억 원)은 전월 대비 0.4% 증가, 전년 동월 대비 6.7% 증가
- 그 중 예금은행(545조 2,359억 원)과 비예금은행(115조 2,282억 원)은 전월 대비 각각 0.4%, 0.5% 증가하였고, 전년 동월 대비 각각 5.7%, 11.5% 증가

9월 기준 전국의 전체 대출금 잔액은 전월 대비 증가

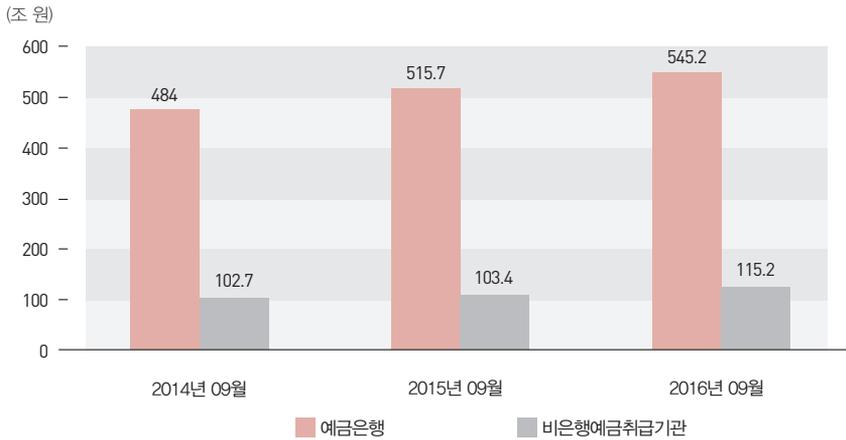
- 전체 대출금 잔액(1,868조 741억 원)은 전월 대비 0.7%, 전년 동월 대비 9.1% 증가
- 그 중 예금은행(1,414조 2,320억 원)과 비예금은행(453조 8,421억 원)은 전월 대비 각각 0.5%, 1.2% 증가하였고, 전년 동월 대비 각각 7.6%, 14.0% 증가



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

자료 한국은행

〈그림〉 서울시 금융기관 대출금 잔액과 증감률 추이

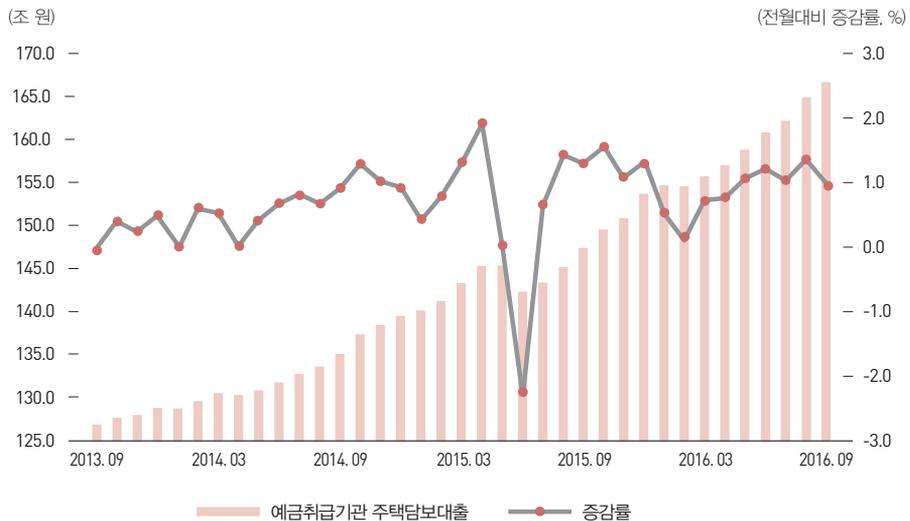


자료 한국은행

〈그림〉 서울시 예금은행과 비예금은행의 대출금 잔액

9월 중 서울의 가계대출 잔액과 주택담보대출 잔액 모두 전월 대비 증가

- 예금취급기관 가계대출(257조 8,480억 원)은 전월(256조 3,644억 원) 대비 0.6% 증가
- 그 중 주택담보대출(166조 1,804억 원)은 전월(164조 6,896억 원) 대비 1조 4,908억 원(0.9%)이 증가하였고, 가계대출 중 주택담보대출이 차지하는 비중은 64.4%



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

자료 한국은행

〈그림〉 서울시 주택담보대출 추이

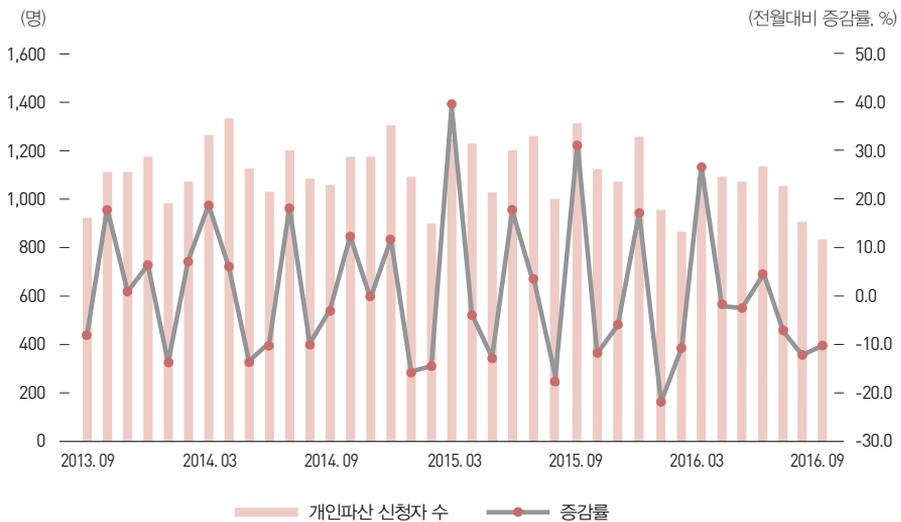


자료 한국은행

〈그림〉 서울의 예금취급기관 가계대출 중 주택대출의 비중 추이

9월 중 개인파산 신청자는 전월 대비 감소

- 서울의 9월 개인파산 신청자(836명)는 전월(928명) 대비 9.9% 감소



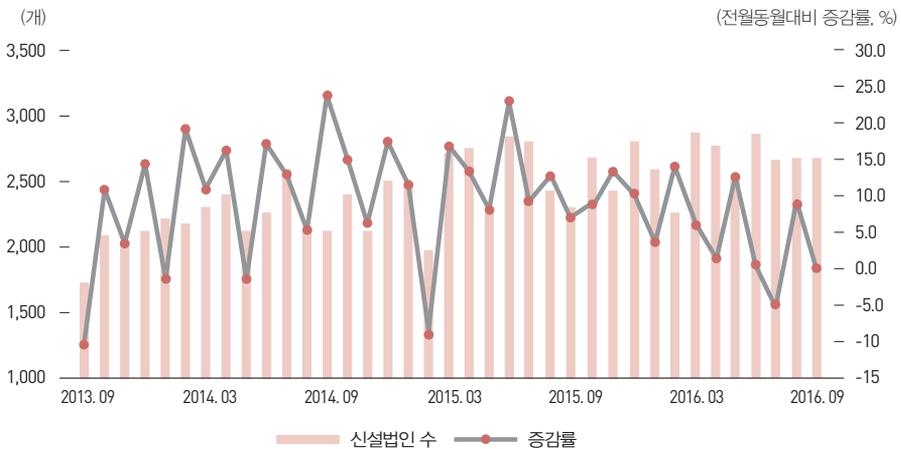
자료 대법원

〈그림〉 서울의 개인파산 신청자 추이

신설법인

서울의 9월 신설법인 수는 전년 동월 대비 증가

- 서울의 신설법인 수는 2,301개로 전월 대비 13.6% 감소, 전년 동월 대비 0.6% 증가

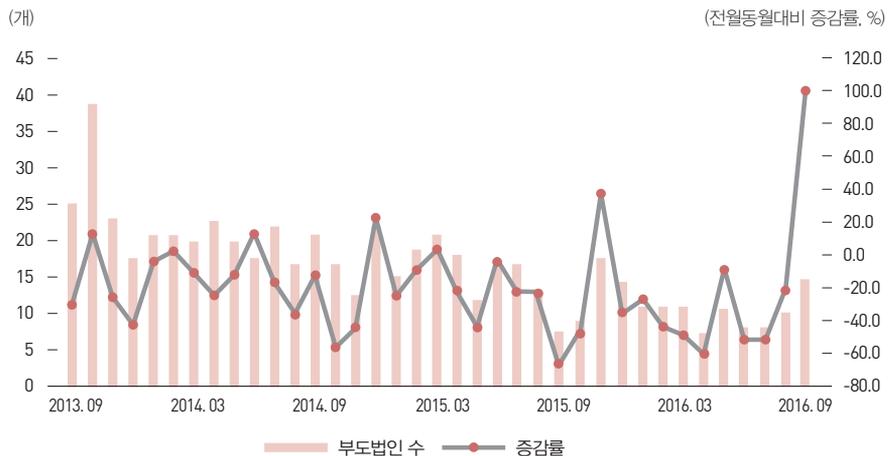


자료 중소기업청

〈그림〉 서울시 신설법인 추이

서울의 9월 부도법인 수는 전년 동월 대비 증가

- 서울의 부도법인 수는 14개로 전월(10개) 대비 증가, 전년 동월 대비 100.0% 증가



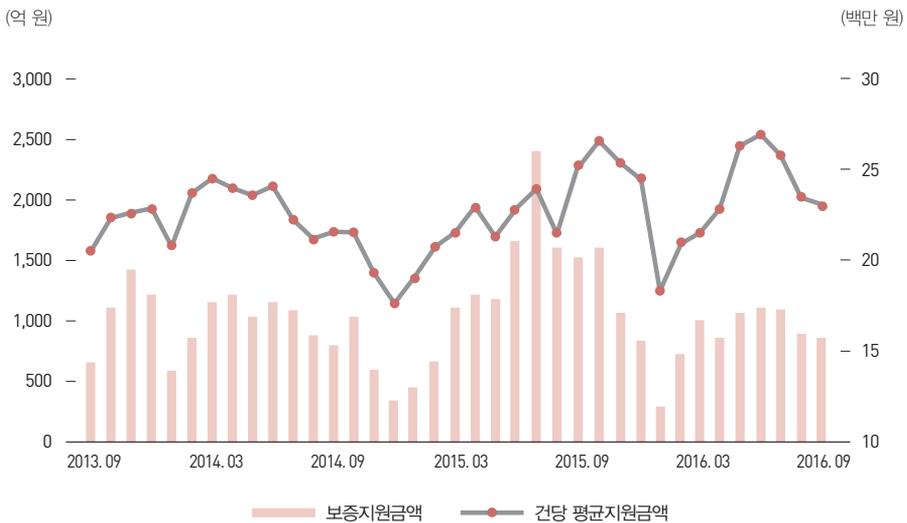
자료 금융결제원

〈그림〉 서울시 부도법인 추이

신용보증

서울의 9월 보증지원금액, 보증건수, 건당 평균지원금액 모두 감소

- 서울신용보증재단을 통한 서울시 신용보증공급은 9월 중 852.8억 원 / 3,707건
- 보증지원금액과 보증건수는 각각 전월 대비 1.6% 감소, 0.4% 감소, 전년 동월 대비 각각 44.6%, 40.1% 감소
- 건당 평균지원금액(2,300만 원)은 전월 대비 1.2% 감소, 전년 동월 대비 7.6% 감소

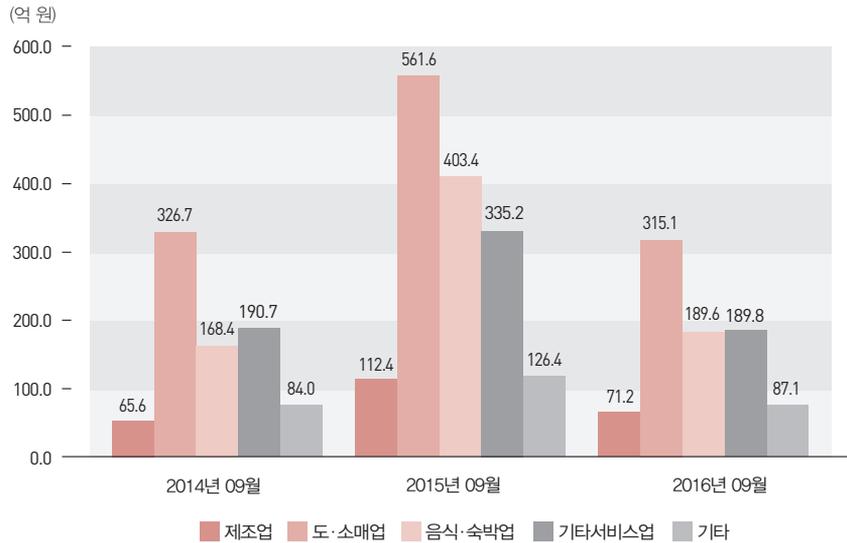


자료 서울신용보증재단

〈그림〉 서울시 신용보증 지원금액과 건당 평균지원금액 추이

전 업종에서 전년 동월 대비 보증지원금액 축소

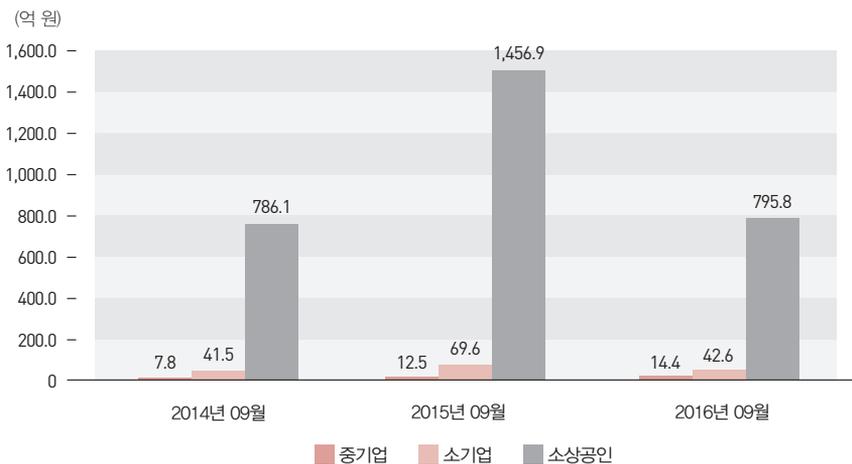
- 신용보증공급 비중은 금액 기준 도·소매업(36.9%), 기타서비스업(22.3%), 음식·숙박업(22.2%), 건수 기준 도·소매업(34.7%), 기타서비스업(27.3%), 음식·숙박업(22.2%) 순임
- 도·소매업의 보증지원금액은 315.1억 원으로 전월 대비 2.4% 감소, 전년 동월 대비 43.9% 감소. 보증지원건수는 1,285건으로 전월 대비 3.9% 감소
- 기타서비스업의 보증지원금액은 189.8억 원으로 전월 대비 0.3% 증가, 전년 동월 대비 43.4% 감소. 보증지원건수는 1,013건으로 전월 대비 2.2% 감소
- 음식·숙박업(189.6억 원), 제조업(71.2억 원)의 보증지원금액이 전월 동월 대비 각각 53.0%, 36.7% 감소



〈그림〉 업종별 공급금액 기준

소기업과 소상공인 보증지원은 줄고 중기업 보증지원은 증가

- 소상공인 보증지원금액은 전월 대비 2.4% 감소, 전년 동월 대비 45.4% 감소한 795.8억 원으로 전체 보증금액의 93.3%를 차지. 소상공인 보증지원건수는 3,621건으로 전월 대비 1.0% 감소
- 소기업 보증지원금액은 전월 대비 10.0% 감소, 전년 동월 대비 38.8% 감소한 42.6억 원으로 전체 보증금액의 5.0%를 차지. 소기업 보증지원건수는 75건으로 전월 대비 17.2% 감소
- 중기업 보증지원금액은 전월 대비 256.6% 증가, 전년 동월 대비 14.8% 증가한 14.4억 원으로 이는 전체 보증금액의 1.7%를 차지. 중기업 보증지원건수는 11건으로 전월 대비 450.0% 증가



〈그림〉 기업규모별 공급금액 기준

경제동향 | 수출입

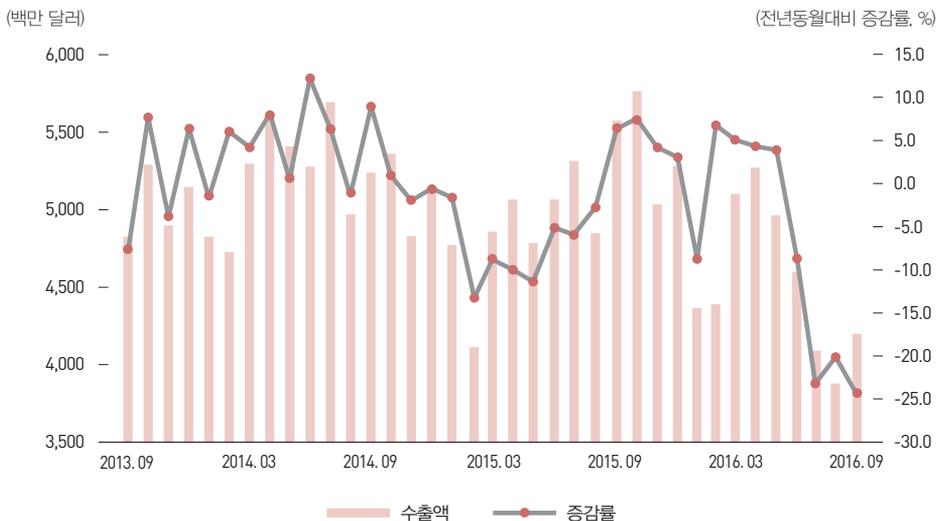
수출입

서울의 9월 수출과 수입은 모두 전년 동월보다 감소

- 서울의 수출은 42.1억 달러를 기록하여 전년 동월 대비 24.3% 감소하였고, 수입은 109.9억 달러를 기록하여 전년 동월 대비 1.5% 감소
- 전국의 수출은 408.6억 달러를 기록하여 전년 동월 대비 5.9% 감소하였고, 수입은 339.5억 달러를 기록하여 전년 동월 대비 1.7% 감소

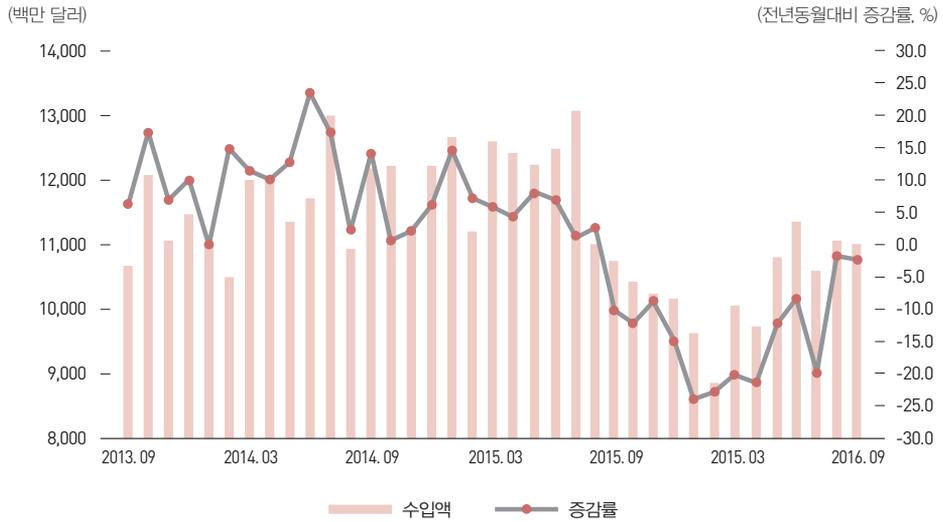
서울의 9월 수출 1순위는 자동차부품, 수입 1순위는 원유

- 서울의 품목별 수출은 자동차부품(467백만 달러)이 가장 많았고, 다음으로 반도체, 합성수지, 비누·치약 및 화장품, 고무제품 순임. 자동차부품 수출이 전월 대비 26.3% 증가한 반면, 합성수지, 고무제품 수출은 전월보다 소폭 감소
- 서울의 품목별 수입은 원유(1,092백만 달러)가 가장 많았고, 다음으로 의류, 자동차, 반도체, 석유제품 순임. 원유 수입이 전월 대비 43.6% 증가해 수입 1순위 품목을 기록했으며, 전월 1순위 품목이었던 자동차 수입은 전월 대비 6.4% 감소



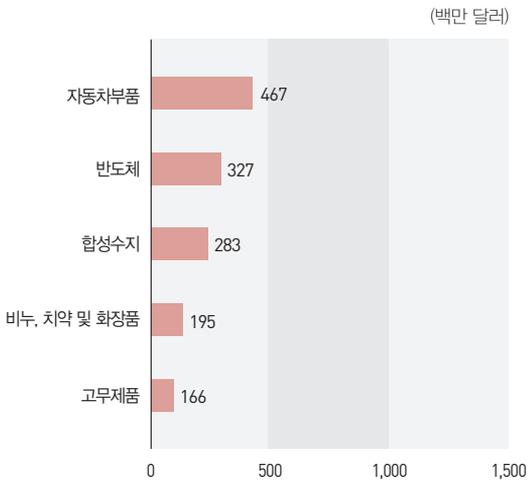
자료 무역협회

〈그림〉 서울시 수출액과 증감률 추이



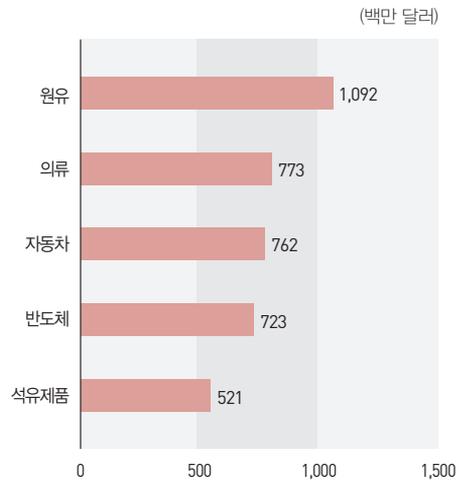
자료 무역협회

〈그림〉 서울시 수입액과 증감률 추이



자료 무역협회

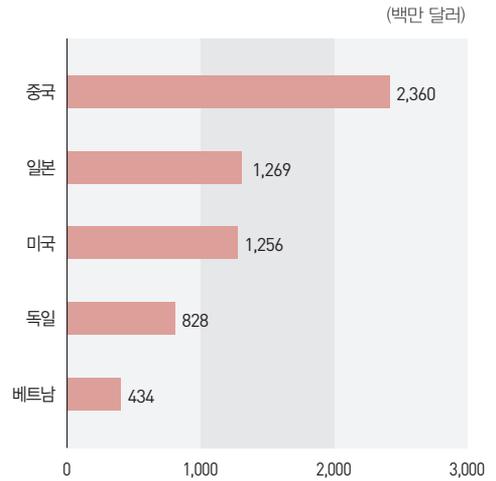
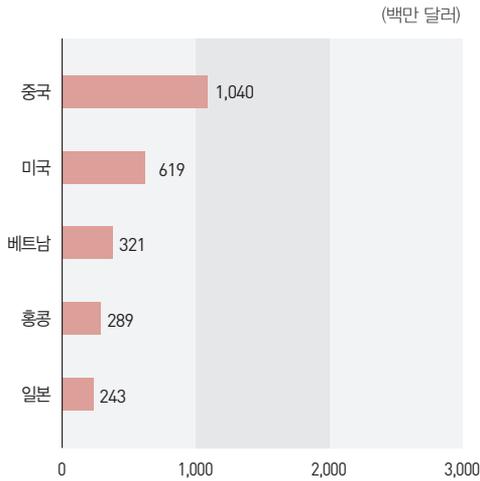
〈그림〉 9월 서울시 품목별 수출액



〈그림〉 9월 서울시 품목별 수입액

서울의 9월 수출·입 1순위 상대국은 중국

- 서울의 국가별 수출은 중국(1,040백만 달러)이 가장 많고, 그 다음으로 미국, 베트남, 홍콩, 일본 순임. 중국 수출은 전월 대비 18.8% 증가, 전년 동월 대비 16.4% 감소
- 주요 상대국 수출이 전월 대비 증가했으나 미국과 베트남은 전년 동월 대비 각각 35.4%, 20.3% 감소
- 서울의 국가별 수입은 중국(2,360백만 달러)이 가장 많고, 그 다음으로 일본, 미국, 독일, 베트남 순임. 중국 수입은 전월 대비 0.1% 증가, 전년 동월 대비 3.3% 감소
- 지난달보다 미국 수입은 줄고(-6.3%), 일본 수입이 늘어(10.1%) 일본 수입 비중이 확대됐고, 베트남 수입 확대(7.1%)로 베트남이 주요 수입상대국에 진입



자료 무역협회

〈그림〉 9월 서울시 국가별 수출액

〈그림〉 9월 서울시 국가별 수입액

자료출처

- 경인지방통계청, 『2016년 9월 서울시 산업활동동향』
- 경인지방통계청, 『2016년 9월 서울시 고용동향』
- 경인지방통계청, 『2016년 9월 서울시 소비자물가동향』
- 국민은행, 『2016년 9월 월간 KB주택가격동향』
- 대한민국 법원, 법원통계월보, 『<http://www.scourt.go.kr>』
- 부동산114, 『2016년 9월 서울시 아파트 평당매매가격』
- 부동산114, 『2016년 9월 서울시 아파트 평당전세가격』
- 서울신용보증재단, 『2016년 9월 신용보증동향』
- 서울특별시, 서울부동산정보광장, 『<http://land.seoul.go.kr/land>』
- 중소기업청, 『2016년 9월 신설법인동향』
- 통계청, 통계정보시스템, 『<http://kosis.kr>』
- 한국감정원, 『2016년 9월 전국주택가격동향조사』
- 한국무역협회, 무역정보네트워크, 『<http://stat.kita.net>』
- 한국은행, 경제통계시스템, 『<http://ecos.bok.or.kr>』





경제통통

FOCUS

- 2017년 OECD 포용적 성장 회의, 서울에서 열린다

ZOOM IN

- 330만 명 즐기고 간 서울밤도깨비야시장, 굿바이!
- 매일 첫 현금손님 매출 모아 지역사회에 환원...소상공인 15명 표창

HOT ISSUE

- 52개 기업 참여하는 글로벌기업채용박람회, 이력서 가지고 오세요
- 투자·일자리창출·사회공헌 앞장서는 외국인 투자기업의 날 개최

서울시 경제진흥본부

고태경 kotaekyung@seoul.go.kr

FOCUS | 01

2017년 OECD 포용적 성장 회의, 서울에서 열린다

서울시가 경제협력개발기구(OECD)와 미국 포드재단이 주도하는 ‘도시 내 포용적 성장 회의(Inclusive Growth in Cities Campaign, 이하 ‘포용적 성장 캠페인’)’의 2017년 개최도시로 확정되었다.

* 경제협력개발기구인 OECD(Organization for Economic Cooperation and Development)는 회원국 간 상호 정책조정 및 협력을 통해 세계경제의 공동 발전 및 성장과 인류의 복지증진을 도모하는 정부 간 정책연구 협력기구이며, 우리나라는 1996년 12월에 29번째 회원국으로 가입

서울시는 파리, 뉴욕 등 세계 주요도시와 함께 ‘도시 내 포용적 성장 캠페인’ 창립에 참여했으며, 경제협력개발기구(OECD) 본부가 있는 프랑스 파리에서 현지시간 2016년 11월 21일(월) 열린 포용적 성장 캠페인 제2차 회의를 마무리하는 자리에서 박원순 서울시장을 대신하여 서동록 서울시 경제진흥본부장이 3차 회의의 서울 개최를 수락했다고 밝혔다.

시는 ‘함께 잘 사는 사회, 공정한 삶의 가치가 실현되는 사람 중심의 경제 도시’를 위한 노력이 ‘경제적 불평등, 불균형으로 인한 사회적 갈등을 극복하고 더불어 잘 사는 사회를 만들자’는 포용적 성장의 개념과 궁극적으로 같은 가치를 지향한다고 판단해, 내년 개최를 통해 아시아는 물론 전 세계 도시에 ‘서울형 포용적성장 모델’을 확산한다는 계획이다.

OECD의 포용적 성장 캠페인은 내년 6월 서울에서 개최될 예정이며, 파리액션플랜 이행에 대한 모니터링을 진행하고, 도시의 현안에 맞는 포용적 성장 사례를 벤치마킹할 수 있도록 정책 플랫폼을 구상할 뿐 아니라 파리액션플랜의 다음 단계를 그리는 서울선언문을 챔피언시장단과 함께 발표할 예정이다. 또한, 현재 ICLEI, WEGO 등 다양한 국제기구의 회장도시를 ‘서울시’가 역임하고 있는 만큼 아시아는 물론, 전 세계 도시에 서울의 경제민주화 정책 등의 우수사례를 OECD가 각 회원도시의 포용적 성장을 위한 우수 정책사례와 문제해결방안을 공유할 수 있도록 구축한 온라인 플랫폼을 이용해 확산할 계획이다.

시는 “서울은 반세기 동안 눈부신 성장을 이루었지만, 대기업과 속도 중심으로 성장했기 때문에 불균형과 불평등의 성장통을 겪었다.”며, “경제민주화 실천에 대한 강한 의지를 바탕으로 ‘포용적 성장’을 위한 도시의 역할이 한국과 아시아를 넘어 전 세계로 확산될 수 있도록 회원도시들과 경험과 지혜를 나누겠다.”고 강조했다.

330만 명 즐기고 간 서울밤도깨비야시장, 굿바이!

지난해 시범운영 성과를 토대로 서울시에서 야심차게 준비한 ‘서울밤도깨비야시장’이 7개월의 대장정을 마치고 이번 주에 문을 닫는다. 2016년 야시장에는 102대의 푸드트럭, 200여 팀의 핸드메이드 작가, 240여 공연팀, 그리고 약 330여만 명(1일 평균 7만 명)의 시민이 함께했다. 서울의 밤을 즐기는 새로운 방식으로 자리 잡은 서울밤도깨비야시장은 2015년 10월 ‘서울밤도깨비야시장@여의도’의 첫 개장 이후 올해 4곳(여의도한강공원, 동대문디자인플라자[DDP], 목동운동장, 청계광장)으로 야시장 장소를 확대하여 매주 금요일, 토요일에 운영해왔다. 한편 ‘서울밤도깨비야시장’은 10월 27일(목)~30일(일) 4일간 부산에서 열리는 제 4회 대한민국 지방자치박람회에서 서울시의 대표 사업으로 소개되기도 했다.



시는 “7개월간 330여만 명의 시민이 함께 즐긴 서울밤도깨비야시장은 본격적으로 푸드트럭이 도입된 실험 무대이자, 핸드메이드 작가와 버스킹 공연팀의 경험 무대가 되었다.”며, “다시 찾고 싶은 곳, 함께 가고 싶은 장소가 될 수 있도록 올해보다 더욱 매력 넘치는 서울밤도깨비야시장으로 내년에 돌아오겠다.”고 밝혔다.

ZOOM IN | 02

매일 첫 현금손님 매출 모아 지역사회에 환원...소상공인 15명 표창

매일 첫 현금손님은 금액에 관계없이 '마수걸이'라고 이름 붙인 통장에 적립해 연간 600여만 원을 경로당과 자율방범대 등에 후원해온 이연우씨, 지역 어르신과 청소년 문화행사 등 지역 행사에 사회와 심사로 봉사해 온 김영석씨 등 지역사회와 어려운 이웃을 위해 지속적인 나눔활동을 해 온 지역사회공헌 우수 소상공인 15명이 11월 15일(화) 서울시장 표창을 받았다.

지역사회공헌 우수 소상공인 15명에 시장표창 및 인증점포 현판 수여

올해로 2회째를 맞는 '지역사회공헌 우수 소상공인' 시상식은 소규모 점포를 운영하는 넉넉지 않은 상황에서도 나누고 베푸는 소상공인의 미담 사례를 발굴·전파하기 위해 개최되며, 대 시민 공모를 통해 추천받은 후보자(8.22~9.26)에 대한 선발심사위원회의 다각적인 심사를 통해 총 15명을 선발했다. 자치구와 중소기업중앙회, 상공회의소, 소상공인연합회 등 기관·단체에서 추천받은 후보자에 대해, 관련 전문가들로 구성된 선발심사위원회가 공헌활동 내용과 활동의 적극성, 수혜범위, 파급효과 등을 종합적으로 심사했다.

매일 첫 현금 매출 모아 경로당 후원, 레크레이션 경험 살려 지역행사 사회 재능기부

서울시는 시상식에서 15명의 수상자들에게 서울시장 표창장과 함께 '지역사회공헌 인증점포' 현판을 수여하여, 점포와 연계한 봉사활동이 지속될 수 있도록 격려하고, 해당 점포를 방문하는 지역 주민들에게는 생활 속에 실천하는 나눔과 봉사를 확산할 계획이다. 또한, 이날 수상한 소상공인들에게는 점포 경영의 어려움을 해소하기 위해 서울신용보증재단을 통해 경영컨설팅을 지원하고, 올해와 지난해 선발된 지역사회공헌 우수 소상공인이 함께하는 봉사 커뮤니티를 구성하여 서로 활동내용을 공유하고 봉사에 협업 기회를 만들도록 지원할 계획이다.

시는 "지역경제 활성화뿐만 아니라 이웃을 위해 나눔을 실천하는 소상공인들이 있어 우리 지역, 우리 동네는 희망이 있다고 생각한다."며, "지역사회공헌 소상공인들에게 좀 더 많은 지원을 해드릴 수 있도록 더욱 노력해 나가겠다."고 말했다.

52개 기업 참여하는 글로벌기업채용박람회, 이력서 가지고 오세요

청년 구직자들과 외국기업을 위한 글로벌 인력 채용의 장이 펼쳐진다. 서울시는 금융감독원과 공동으로 11월 11일(금) 동대문디자인플라자(DDP) 알림 1관에서 「2016 서울 글로벌기업 채용박람회」를 개최했다.

HSBC銀 등 20개 외국계 금융사, 지멘스 등 32개 외국인투자기업 참가

이번 박람회는 서울에서 이뤄지는 채용박람회 중에서 외국계 금융사가 가장 많이 참여하는 박람회로, 외국계기업 취업을 희망하는 청년구직자들에게는 채용정보와 면접기회를 제공하고, 외국계기업에게는 우수한 인재를 확보할 수 있는 소통의 장을 마련하기 위해 준비되었다. 시는 그동안 외국인들이 기업하기 좋은 투자환경 조성을 위해 지속적인 현장방문 및 외국기업과의 간담회 등 다양한 채널을 통해 의견을 수렴했으며, 그 결과 외국기업들이 우수인력 채용에 어려움을 겪고 있는 것으로 파악되어 이러한 문제를 조금이나마 덜어주기 위해 올해로 4년째 매년 채용박람회를 개최하고 있다.

52개 기업 인사담당자 현장 면접 실시 직접 기업 정보 제공, 면접지원 취업컨설팅

박람회는 ▲HSBC은행 ▲중국은행 ▲중국공상은행 등 총 20개의 외국계 금융사를 비롯해 ▲지멘스(주) ▲볼보그룹코리아 ▲자트코 코리아 등 32개 외국인투자기업이 참가했으며, 참여기업부스에서는 각 기업의 인사(HR)담당자가 상주하면서, 구직자를 대상으로 기업 및 채용 정보를 안내하고 현장에서 컨설팅과 면접을 진행했다. 또한, 이외에도 취업 경쟁력을 높이기 위해 실제 취업에 필요한 ▲국문·영문 이력서 클리닉 ▲면접 이미지 컨설팅 ▲원어민과의 (영·중·일)모의면접 컨설팅 ▲면접코디 및 메이크업 등도 제공되었다.

시는 “서울 글로벌기업 채용박람회가 취업을 희망하는 청년 구직자들에게는 꿈을 펼치고 역량을 발휘할 수 있는 기회가 되고 참가 외국기업들에게는 우수한 인재를 확보해 기업 성장에 도움이 되는 좋은 계기가 되기를 바란다.”고 말했다.

HOT ISSUE | 02

투자·일자리창출·사회공헌 앞장서는 외국인 투자기업의 날 개최

서울시는 활발한 투자를 통해 서울의 경제, 사회발전에 기여해 온 우수 외국인투자기업을 표창하고, 지속적인 투자활동을 이끌어내기 위해 '2016 서울시 외국인투자기업의 날' 행사를 11월 7일(월) 개최했다고 밝혔다. 서울 경제 발전에 동참하고 있는 외국인기업에 투자유치, 일자리 창출, 사회공헌의 3개 부문에 대한 서울시장 표창도 함께 진행되었다.

**투자유치, 일자리 창출,
사회공헌으로
서울경제 기여한
우수기업 3개사 표창**

먼저, 투자유치 부문에서는 1년간 10만 명 이상의 외국인 관광객을 유치하고, 190억 원을 투자해 서울의 관광 콘텐츠를 다양화하고 문화 품격을 높였다는 평가를 받고 있는 (주)그레벡코리아가 선정되었다. 일자리 창출 부문에서는 중국공상은행 서울지점이 선정되었다. 최근 5년간 약 10억 원의 증액투자는 물론 약 60명의 고용창출 성과를 달성했다. 특히, 청년 층과 여성일자리 창출에 앞장섰다는 평가를 받고 있다. 마지막으로 사회 공헌 부문에서는 노숙자와 탈북자를 위한 지속적인 나눔을 이어가고 있는 허버트 스미스 프리힐즈(HSF)가 선정되었다.

한편, 이날 행사에 앞서 「기업하기 좋은 도시 서울을 위한 제언을 주제로 서울의 투자환경 등 외국기업이 해외 투자 시 고려하는 중요 요인에 대한 설문조사 결과를 바탕으로 제47차 외국인투자자문회의(FIAC)가 진행되었다.

*FIAC : Foreign Investment Advisory Council(외국인투자자문회의)

설문조사 결과, 최근 3년간 투자변화에 대해서는 '증가' 및 '유지'라는 응답이 94.2%로 투자는 증가하는 것으로 되었고, 또한 향후 3년간 투자계획에 대해서도 '증가할 것'이라는 응답이 49.4%로 '감소할 것'이라는 응답(5.7%)을 크게 앞서는 것으로 나타났다. 서울의 투자환경에 대한 전체적인 만족도는 평균 3.41(5점 만점)점으로 나타났고, 과반수의 기업이 지속 투자 의향을 보여주었으나, 높은 인건비, 임대료 및 외국자본에 대한 부정적 인식 등은 중점적으로 개선되어야 할 사항인 것으로 조사되었다. (서울 소재한 외국인 투자기업 임원 등을 대상으로 총 106개사가 응답한 결과 분석)

시는 “국내 기업의 투자가 저조한 상황에서는 외국인기업의 투자는 우리 경제의 중요한 버팀목이 된다.”라며 “외국인 기업이 투자하기 좋은 도시, 기업하기 좋은 서울을 만들기 위해 지속적으로 노력하겠다.”고 다짐했다.

