

| 함께 만드는 서울, 함께 누리는 서울 |

서울경제

SEOUL ECONOMIC BULLETIN
May 2014 vol.110

5

이달의 이슈

공공부문의 빅데이터 활용과 시사점
최 봉
빅데이터 시장동향과 활용분야 확대 흐름
채승병

생생리포트

국내 가구산업의 이해와 발전관계
이용원
인포그래픽스
서울의 경력단절여성은 얼마나 될까?
서울경제분석센터

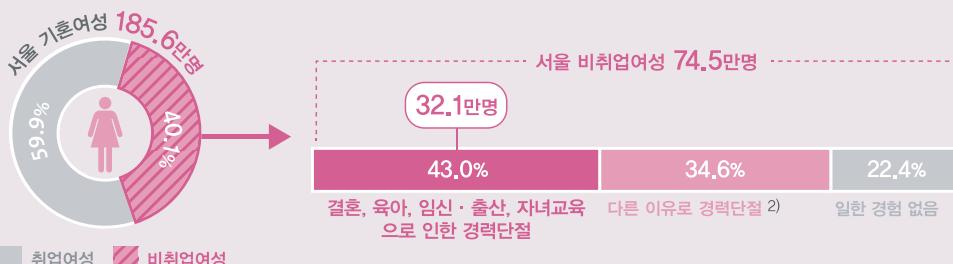
경제동향

생산/소비/고용/물가
부동산/금융/수출입
부록
통계표

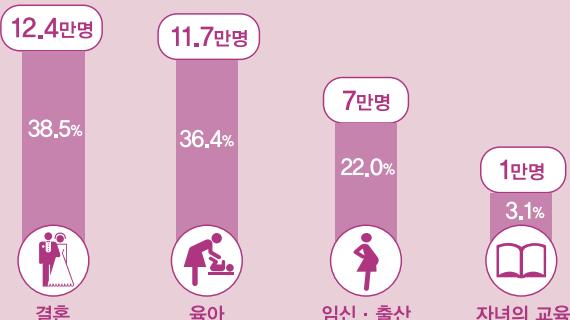
서울의 경력단절여성은 얼마나 될까?

서울의 비취업여성 중 '결혼, 육아, 임신·출산, 자녀교육'으로 인한 경력단절여성은 43.0% 경력단절의 사유로 '결혼'이 38.5%로 가장 많아..

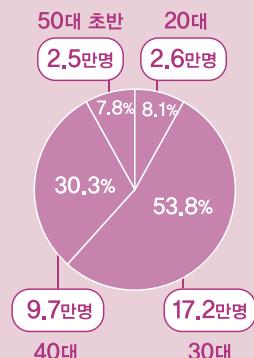
서울 기혼여성 비취업 현황



결혼, 육아, 임신·출산, 자녀교육으로 인한 경력단절여성



연령대별 현황



서울경제

2014 vol.110

5

- 이달의 이슈** 3 공공부문의 빅데이터 활용과 시사점
최봉(서울연구원 시민경제연구실 실장)

- 10 빅데이터 시장동향과 활용분야 확대 흐름
채승병(삼성경제연구소 수석연구원)

- 생생리포트** 21 국내 가구산업의 이해와 발전관계
이용원(한국가구산업협회 사무국장)

- 인포그래픽스** 41 서울의 경력단절여성은 얼마나 될까?
박희석(서울연구원 서울경제분석센터 센터장)
장윤선(서울연구원 서울경제분석센터 연구원)

- 경제동향** 47 요 약
49 생 산
51 소 비
52 고 용
55 물 가
56 부동산
58 금 융
66 수출입

곽지원(서울연구원 서울경제분석센터 연구원)
이소은(서울연구원 서울경제분석센터 연구원)

공공부문의 빅데이터 활용과 시사점



최 봉*
서울연구원 시민경제연구실장
cbong@si.re.kr

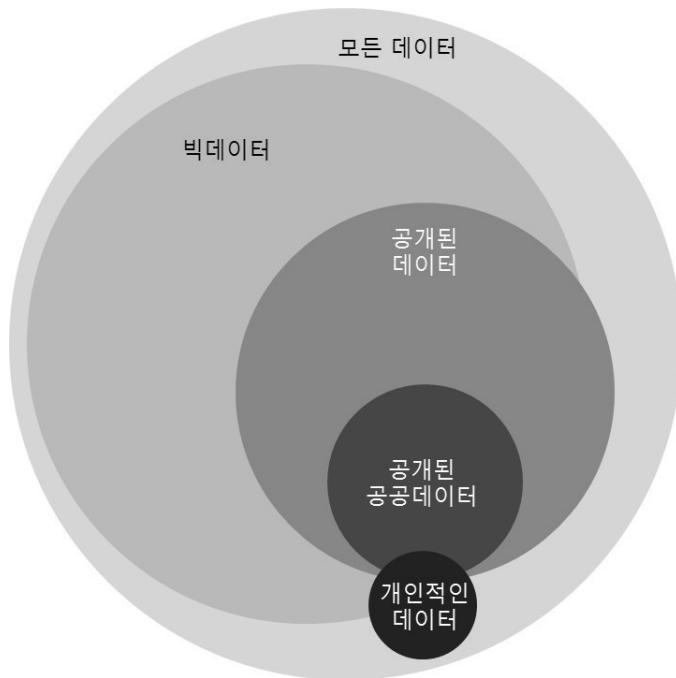
빅데이터 시대의 도래

- 최근 디지털 정보량이 기하급수적으로 증가하면서 무한정에 가까운 정보가 실시간으로 생성
 - 하루에도 수천 개에서 수억 개의 데이터가 쏟아지고 있으며 인터넷이 일상화된 최근 10년 사이 디지털 데이터가 폭증
 - 스마트폰의 이용이 보편화되면서 개인의 활동, 위치정보 등 새로운 유형의 정보가 실시간으로 생성
- 대규모 데이터를 통칭하는 빅데이터(Big Data)라는 용어가 등장하면서 이에 대한 관심이 증가
 - 머브 에이드리언(2011)은 데이터 홍수(Data Deluge)의 시대에 빅데이터를 이용한 사업기회 증가에 주목해야 한다고 언급
 - 창조경제 시대에 적합한 아이템으로 빅데이터를 이용한 사업에 관심이 모아지고 있는 상황

* 저자 학력, 경력 및 최근 연구:

• 성균관대학교 경영학박사
• 소셜네트워크서비스와 서울시의 활용방안 연구(2011), 서울시 중소 모바일콘텐츠 기업 육성전략(2012) 등

- 공공부문도 빅데이터에 대한 관심 고조와 함께 활용가치가 높은 공공데이터의 이용 활성화에 주목
 - 2013년 11월 제28차 경제관계장관회의에서 미래창조과학부는 빅데이터를 창조경제 시대의 핵심동력으로 선정하고 관련산업을 육성하기 위한 ‘빅데이터 산업 발전전략’을 관계부처와 협동으로 발표



자료 : MGI(2011)

[그림 1] 데이터 관계도

공공부문의 빅데이터 활용 현황

1. 국내 공공부문의 빅데이터 활용

- 국가정보화전략위원회는 빅데이터를 활용한 스마트 정부구현(안)과 관련하여 2012년 11월에 빅데이터 마스터플랜 수립
 - 교육과학기술부, 행정안전부, 지식경제부, 방송통신위원회, 국가과학기술위원회와

- 협의하여 계획을 수립하였으며, 6개 분야에서 16개 빅데이터 대상과제를 제시
- 미래창조과학부는 2013년 총 14억원의 예산으로 빅데이터 활용 스마트 서비스 사업 6개를 시행
 - 빅데이터 기반 서비스를 발굴하고 확산시켜 공공 및 민간서비스의 경쟁력을 높이고 이를 통한 일자리 및 비즈니스 창출을 지원

[표 1] 2013년 미래창조과학부 빅데이터 시범사업 선정 과제

컨소시엄	서비스명	내용
(주)KT (서울특별시)	심야버스 노선 정책 지원	서울시의 교통데이터와 KT의 유동인구 데이터를 연계, 분석하여 최적의 심야버스 노선 정책 수립 지원
국민건강보험공단 (다음소프트)	국민건강 주의 예보 서비스	국민건강보험공단의 건강보험 DB와 SNS 정보를 연계하여 흥역, 조류독감, SAS 등 감염병 발생 예측 모델을 개발하고 주의예보
에스지에이(주) (한국의약품안전관리원, (주)와이즈넷)	의약품 안전성 조기경보 서비스	유해사례 DB, 진료기록, SNS 등을 분석하여, 유의 의약품을 추출하고, 병의원, 제약회사 및 유관기관 등에 위험도 예측 서비스 제공
서울아산병원 (ETRI, 한국MS, (주)테크아이, 켐아이넷(주), 한국싸스소프트웨어)	심실부정맥 예측 등 보건의료 서비스	포털(다음), 질병관리본부 데이터와 병원 자체 데이터를 활용하여 독감 유행 예측, 심실부정맥 예측, 입원 병상 배정 최적화 등 제공
(주)오픈메이트 (비씨카드(주), 한국감정원)	소상공인 창업성공률 제고를 위한 점포이력분석 서비스	카드거래, 부동산, 상가이력 정보 등의 연계 분석을 통해 창업관련 과거/현황 분석 및 예측 정보를 제공하여 소상공인 창업지원
차세대융합 기술연구원 (서울대 융합과학 기술대학원, 이스플러스)	모바일을 통한 지능형 뉴스검색 서비스	대량의 기사 DB에 대해 중요도, 관계도 등 다각도의 고급분석을 적용하여 지능형 뉴스 검색 서비스 제공

자료 : 미래창조과학부(2013)

- 특히 서울시와 KT가 공동으로 수행한 심야버스(N버스, 일명 올빼미버스) 노선 정책지원 사업은 대표적인 성공사례로 평가
 - 심야 교통데이터, 유동인구 등의 빅데이터를 활용하여 최적의 버스노선 수립을 통해 시민들의 야간통행 이동비용 및 유류비 절감, 이산화탄소 배출 감소에 따른 환경개선 등의 효과를 기대

2. 해외 공공부문의 빅데이터 활용

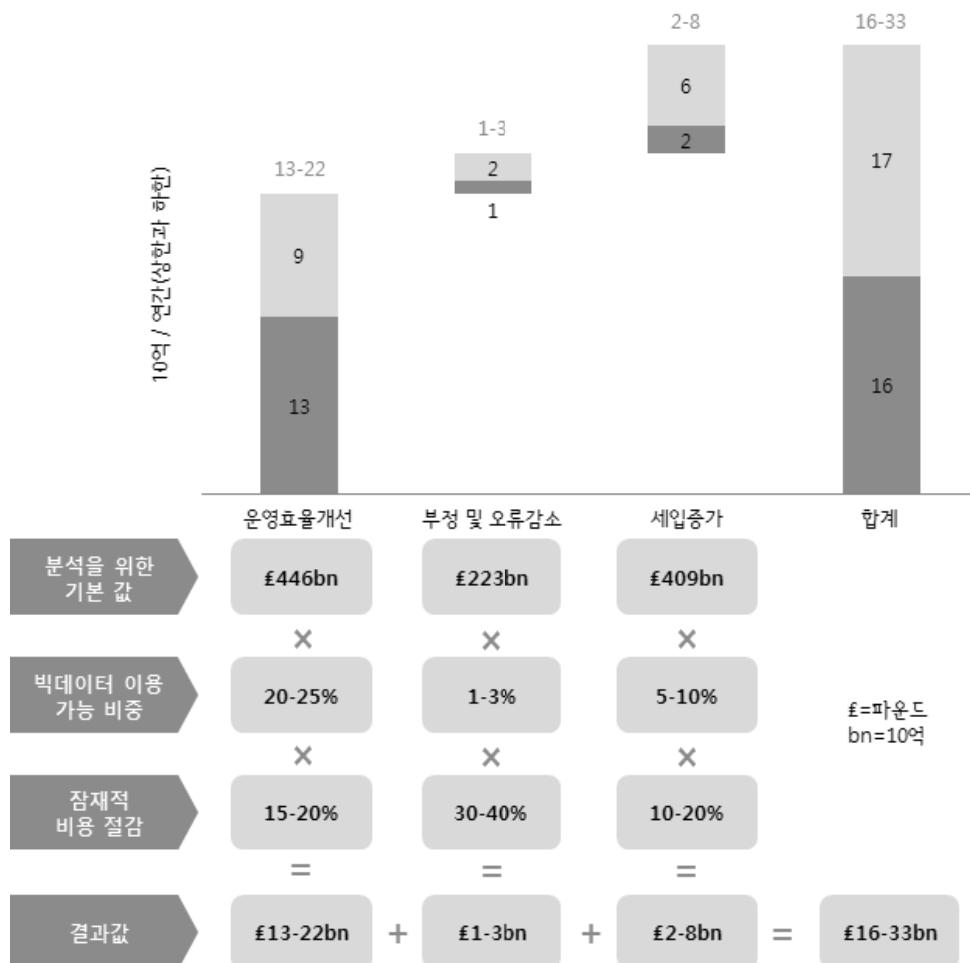
1) 주요국 빅데이터 활용 현황

- 미국은 국토보안, 치안, 의료 등의 공공분야에서 빅데이터를 활용한 다양한 사업을 전개
 - 국토안보부를 중심으로 테러·범죄 방지를 위한 범정부적 빅데이터 수집, 분석 및 예측체계를 도입하였으며, 국내외 금융시스템의 감시로 테러자금 조달 색출 기능을 강화
 - 치안분야에서 FBI는 범인의 DNA와 관련된 빅데이터를 구축(DNA 색인 시스템 CODIS) 하여, 범인의 DNA가 확보되면 1시간 안에 분석이 가능하도록 주정부 데이터와 연계 및 실시간 분석 솔루션을 확보
 - 미 국립보건원(National Library of Medicine)은 검색을 통해 수집된 약(Medicine)에 대한 정보 관련 빅데이터를 이용하여 주요 질병 분포, 연도별 증가 등에 대한 통계적 확보 가능
- 영국은 정부 사이트(data.gov.uk)를 통해 공공부문의 정보 공유 및 활용을 위한 데이터 원스톱 서비스와 함께 일반인들의 참여를 장려하는 커뮤니티를 제공
- 싱가포르는 국가위험관리 차원에서 테러 및 전염병으로 인한 불확실한 미래에 대비
 - RAHS(Risk Assessment & Horizon Scanning) 시스템을 통해 모든 국가적 위험을 수집 및 분석하여 위험을 선제적으로 관리하며, 수집된 정보는 분석되어 사전에 위험을 예측

2) 빅데이터 활용에 따른 비용절감 효과: 영국 공공부문 사례

- 빅데이터를 활용하면 공공부문의 서비스 수준을 높이고 효율을 향상시키며 국가 재정의 건전성을 향상시킬 것으로 기대
 - 영국의 공공부문 생산성은 십 년 이상 큰 변화가 없었는데, 빅데이터를 이용한다면 공공부문의 생산성 향상이라는 변화를 가져올 수 있을 것
- Chris(2012)는 영국 공공부문 빅데이터 이용에 따른 잠재적 비용 절감효과를 160억 파운드에서 330억 파운드로 추정
 - 이는 1인당 연간 약 250~500파운드를 절감하는 것으로 정부 총예산인 7,000억 파운드의 2.5%~4.5%에 해당

- 정부운영의 효율성 증대 부문의 비용절감효과는 130억 파운드에서 220억 파운드로 추정
- 복지제도 내 부정 및 오류의 근원을 찾아내 이를 감소시켜 재정 부담을 완화하는 금액은 10억 파운드에서 30억 파운드로 추정
- 조세제도 개선에 따른 세입 증가 분야의 비용절감 효과는 20억 파운드에서 80억 파운드로 추정



자료 : Chris Yiu(2012)

[그림 2] 영국 공공부문의 빅데이터 이용 절감 비용 추산

시사점

- 국내에는 데이터를 다룰 수 있는 전문가는 많지만 빅데이터를 다룰 수 있는 전문 인력은 부족한 실정으로 이들의 양성이 시급
 - 빅데이터 큐레이터 양성 프로젝트*의 참여자를 늘리고 이들에게 적극적으로 일자리를 매칭
 - 산·관·학 협력 활성화를 통해 공공과 민간의 빅데이터 활용현장의 실무경험을 쌓을 수 있는 기회를 제공
- 시정 핵심사업에 공공부문 빅데이터 활용방안을 적극 모색
 - 시정사업에 빅데이터를 활용하면 운영 효율성이 증대되어 비용절감 효과가 있을 것으로 판단
 - 서울시 주요 핵심사업에 빅데이터를 적용할 수 있는 분야를 지속적으로 탐색 후 사업에 적용해야 하며, 빅데이터 큐레이터와 협업하여 새로운 정책사업 발굴에 주력
- 다양하고 긴밀한 분석을 위해서는 공공부문뿐만 아니라 민간부문의 데이터가 필요
 - 공공부문 데이터와 민간부문 데이터 융합으로 시너지효과를 기대
 - 공공과 민간이 협력하여 플랫폼을 구축하고 업무를 공유하며, 특히 민간과 공공부문에서 보유하고 있는 기존의 빅데이터를 활용하기 위한 알고리즘을 개발
 - 공공부문은 민간부문에 의미 있는 사업을 제안하여 이들이 보유하고 있는 빅데이터 확보를 위해 노력
- 빅데이터 자문위원회의 상설화 방안 모색
 - 2014년 3월 대전, 4월 대구를 시작으로 17개 시·도에 창조경제혁신센터가 개설될 예정
 - 창조경제혁신센터 산하에 빅데이터 자문위원회를 설치하여 지역 실정에 맞는 신규 정책발굴 등의 업무를 수행
 - 빅데이터 자문위원회는 빅데이터 전문가 위주로 구성되어야 하며, 위원장은 반드시 빅데이터 전문가를 임명

* 서울시는 청년 미취업자를 대상으로 전문가의 지도로 전문지식과 직무경험을 축적하고 서울시 전략수립 및 신규사업에 활용 가능한 빅데이터 기반 과제 발굴을 위해 서울형 뉴딜 일자리사업의 일환으로 ‘빅데이터 큐레이터 양성 프로젝트’를 시행

참고문헌

- 국가정보화전략위원회, 2012, 「스마트 국가 구현을 위한 빅데이터 마스터 플랜」
- 머브 에이드리언, 2011, “이제는 빅데이터이다” , Teradata Magazine
- 미래창조과학부, 2013, 창조경제 실현을 위한 2013 빅데이터 국내 시례집
- Chris Yiu, 2012, The Big Data Opportunity, Policy Exchange
- McKinsey Global Institute(MGI), 2011, Big data: The next frontier for innovation

빅데이터 시장동향과 활용분야 확대 흐름



채승병*
삼성경제연구소 수석연구원
seanchae@gmail.com

1. 빅데이터 시장의 중·단기 동향전망

지난 2011년 이후 빅데이터(Big Data)는 ICT 업계의 기술담론을 넘어 산업의 중요한 경쟁우위 요소, 범 세계적인 협안의 솔루션으로 주목받으며 세계 각국에서 많은 이목을 끌어왔다. 2012년 1월 세계경제포럼(다보스포럼)에서 빅데이터 기술을 향후 국제개발의 가장 중요한 기술로 지목(World Economic Forum, 2012)한 이래, 세계 주요 국가들은 빅데이터 관련 기술과 인력 확보, 시장 진흥을 ICT 정책의 주요 부분으로 채택했다. 우리나라 정부가 표방한 정부 3.0 비전에서도 국내외 빅데이터를 활용하여 ‘데이터 기반의 과학적 행정 구현’을 하겠다는 것이 주요한 내용으로 들어가 있다.

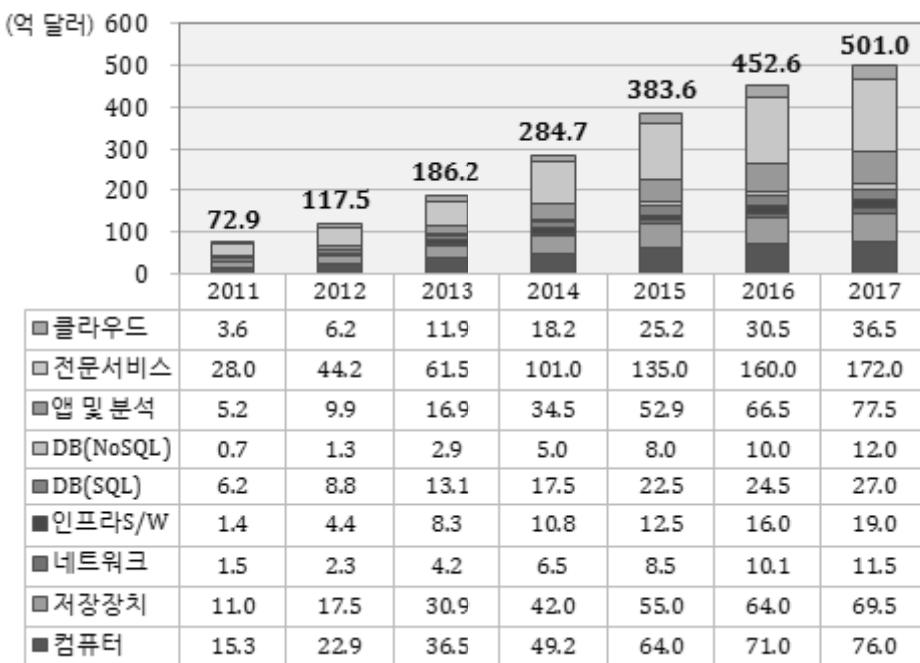
이러한 빅데이터 유행과 함께 자연스럽게 떠오른 가장 큰 의문은, 과연 얼마나 빅데이터 관련 시장이 형성·확대되고, 관련 기업들의 수익이 증가할 것인가의 문제였다. 그

* 저자 학력, 경력 및 최근 연구:

- KAIST 이학박사 (통계물리학 전공)
- 현재 삼성경제연구소 산업전략1실 복잡계센터 수석연구원 재직
- 최근 연구보고서: 스마트 뉴딜: 공공데이터 개방과 기업의 활용(삼성경제연구소, 2013), 기업의 新경쟁력 빅데이터 큐레이션(삼성경제연구소, 2013), 제조강국의 완성 소프트웨어 융합(삼성경제연구소, 2013) 등
- 주요 저서: 『빅데이터 경영을 바꾸다』(2012), 『복잡계 개론』(2005) 등

동안에도 초기에 반짝 주목을 받고 투자가 집중되다가, 기대한 수익을 얻지 못하면 업계와 사회로부터 외면 받은 기술담론은 비일비재해왔다. 그럴듯한 걸모습으로 잠시 여러 사람을 미혹시킬 수 있어도, 머지않아 시장성에 대한 가혹한 검증의 시간을 통과하지 못하면 이내 관심도 식어버리는 법이다. 이미 빅데이터에 대해 부정적인 견해를 보여 왔던 측에서는 빅데이터는 말만 무성한 거품일 뿐이며, 실질적인 경제적 가치는 거의 나오지 않을 것이라는 비관적인 전망을 해왔다. 설령 긍정적인 측에서도 빅데이터가 기존의 우수 활용기업, 즉 구글, 아마존, 페이스북 등 선도기업들을 제외하고 다른 다양한 기업들까지 고루 편익을 향유할 수 있을지에 대해서는 유보적인 태도를 보여온 것이 사실이다.

2014년은 아직 이러한 의문에 대해 명확한 결론을 내리기에는 이른 감이 있다. 다만 중간성적표를 들고 앞으로의 추이를 전망해볼 정도의 징후는 나타나고 있다. 이와 관련되어서는 미국의 IT 분야 실무자, 컨설턴트 커뮤니티를 운영하고 있는 위키본(Wikibon)의 시장조사 결과(Wikibon, 2014)가 흥미를 끌고 있다. 사실 빅데이터 관련 사업은 기존 IT 하드웨어, 소프트웨어, 서비스 영역 전반에 분산되어있고, 시장도 독립적으로 구분되어 있지 않기 때문에 정확한 시장규모를 추정하기가 쉽지 않다. 위키본은 빅데이터 관련 사업을 영위하는 글로벌 IT업체들의 사업보고서를 분석하여 2013년까지의 영역별 빅데이터 시장 규모와 2017년까지의 간단한 미래 예측값을 추정하였다.



자료: Wikibon (2014). Big Data Vendor Revenue and Market Forecast 2013–2017.

[그림 1] 빅데이터 관련 산업의 부문별 시장 규모 전망 (단위: 억 달러)

이 자료에서는 2013년의 글로벌 빅데이터 시장 규모가 186억 달러(약 19조원)에 이르렀고, 2017년에는 501억 달러(약 51조원) 수준으로 성장할 것으로 예측하였다. 성장률로 본다면 2013년에 전년 대비 59% 성장했으며, 2014년에도 53%에 가까운 가파른 성장세를 이어갈 것으로 전망한 것이다. 물론 이 가운데에는 여전히 정말 ‘빅데이터 관련’ 영역인지 의문스러운 부분들이 있기는 하나, 현재의 빅데이터 인기를 업고 많은 관련 기업들이 이 수익을 향유하고 있는 것은 사실이다. 또한 이 추정에서 빠져 있으나 빅데이터의 가치를 실증하고 있는 구글, 아마존과 같은 기업, 내부적으로 빅데이터 활용 조직을 정비하고 있는 제조기업, 중소규모의 관련 서비스, 솔루션 기업들까지 포함하면 실질적인 시장규모는 이보다 더 클 것으로 보인다. 이를 감안하면 3~5년 정도의 중·단기 관점에서 빅데이터 시장 전망은 긍정적이라 할 수 있다.

오늘날의 기술 및 경영 트렌드와도 맞춰 보더라도 이러한 전망은 충분한 설득력이 있다. 작년 하반기 무렵부터 ICT 기술 트렌드는 빠르게 사물인터넷(Internet of Things, IoT) 및 사물지능통신(Machine-to-Machine, M2M) 영역으로 이동해가고 있다. 그러나 본질을 들여다 보면 이는 빅데이터와 상충되는 흐름이 아니다. 2000년대 중반부터 IT 산업을 바짝 달구어왔던 소셜 열풍의 피로감이 더해지고, 인터넷 접속 비용이 계속 감소하면서 다양한 사물에 센서와 통신모듈이 내장되고 한층 막대한 데이터 스트림이 발생하고 있는 것이다. 사물인터넷 시대에 적절히 대응하기 위해서는 그 이면에서 빅데이터 관련 역량이 더더욱 필요하게 될 것이 분명하다.

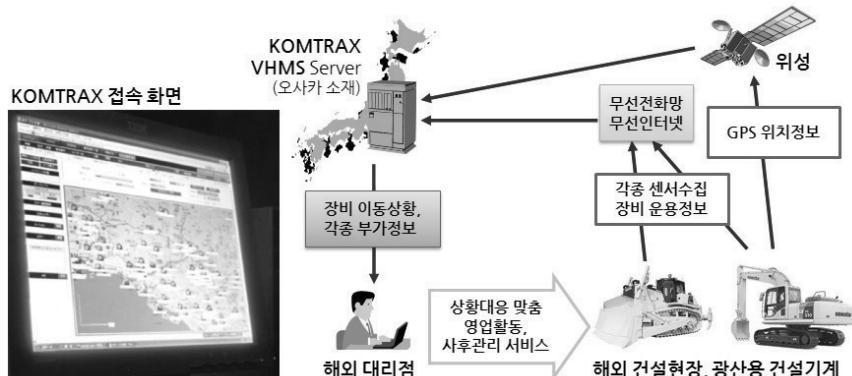
또한 경영 트렌드 측면에서 보더라도 ‘(비)데이터 기반의 과학적, 효율적 경영’은 간과될 수 없는 방향이다. 세계 경제가 여러 구조적 함정에 빠져 대세회복이 어려운 상황에서 저성장은 이제 당분간 감내해야 할 분명한 현실이다. 이럴 때일수록 명멸하는 인접 산업 영역의 중소 규모 사업기회에도 발 빠르게 진출할 수 있는 역량은 무엇보다 중요하다. 이러한 유연성, 민첩성, 효율성을 동시에 달성하기 위해서는 가용한 정보자원을 종합적으로 활용하는 빅데이터 관련 역량이 어느 이상 갖춰져야 한다.

이러한 시대적 요구를 종합적으로 반영하여 독일에서는 4차 산업혁명, 또는 ‘산업4.0(Industrie 4.0)’이라는 새로운 비전까지 내세우고 있다 (Kagermann, 2013). 이는 기존에 축적해온 제조업 부문의 경쟁우위를 한층 고도화하기 위해 스마트 환경과 산업 인프라-조달 및 생산시설-유통체계에 이르기까지 유기적인 정보 흐름과 최적화가 이뤄지는 종합적인 산업환경 업그레이드를 일컫는 것이다. 이러한 ‘산업 4.0’에서도 산업환경 전반에서 발생하는 빅데이터의 처리와 활용이 핵심 과제가 될 수밖에 없다. 현재 독일 이외에도 영국이 여기에 큰 관심을 가지고 적극 협력하고 있는 추세를 보더라도 빅데이터는 산업정책 측면에서도 당분간 충분한 성장동력을 공급받을 수 있을 것으로 기대된다.

2. 빅데이터 혁신기업에서 엿보는 활용의 지평

이러한 흐름에 발맞추어 현재 여러 산업 영역에서 빅데이터로 무장하고 재탄생하는 전통기업, 새롭게 태어나는 혁신기업들이 가시적 성과로 새로운 미래를 예고하고 있다. 이러한 움직임은 위낙 다양한 영역에서 동시다발적으로 일어나고 있기 때문에 일목요연하게 살펴보기는 매우 어렵다. 따라서 나열식의 단조로움을 무릅쓰고 시장에서 주목받고 있는 여러 기업들의 동향을 통해 간략하게 빅데이터 활용 흐름을 살펴보자.

우선 전통 제조기업의 대표주자라 할 수 있는 GE는 이미 수 년 전부터 ‘산업인터넷(industrial internet)’이라는 독자적인 사물인터넷 비전 하에서 빅데이터 활용에 심혈을 기울이고 있다. GE가 주목하는 것은 실제 제조만 해서는 수익성을 높이기 어렵다는 점이다. GE는 에너지, 항공, 헬스케어, 운송 등 다양한 분야의 산업기기를 제조하면서 동시에 관련 운영 서비스를 제공하고 있는데, 매출로 보자면 제조와 서비스가 약 6:4의 비중이지만, 영업이익은 반대로 서비스에서 3/4이 발생하고 있다. 다시 말해 제품의 납품에 만족하지 않고 고품질의 서비스를 패키지로 제공해야 수익창출을 극대화할 수 있다는 이야기이다. GE는 이를 위해 전 세계의 인프라 시설에 납품된 GE제 설비에서 지속적으로 빅데이터를 전송받아 이를 통합적으로 운영, 관리하는 솔루션 개발에 많은 투자를 하고 있다. 10억 달러에 이르는 돈을 들여 글로벌 소프트웨어센터를 산라몬에 설립하고 빅데이터 전문 인력을 대거 고용한 것이 대표적이다. GE는 이런 역량을 기반으로 세계적으로 친환경 고효율 관리수요를 흡수하여 2015년까지 관련 분야 매출을 50억 달러로 늘린다는 목표를 세우고 있다.



자료: 고마쓰 홈페이지의 정보를 이용하여 저자 작성.

[그림 2] 고마쓰의 Komtrax 시스템의 접속화면과 모식도

이와 유사한 노력을 쏟는 기업으로 일본의 건설기계 제조업체 고마쓰(小松製作所)가 있다. 고마쓰는 캐터필러(Caterpillar)를 추격하는 세계 2위의 건설기계 업체로 전 세계에 걸친 판매 및 영업망을 갖고 있다. 고마쓰는 여기에 만족하지 않고 전 세계에 펼린 자사의 건설기계로부터 가동이력 데이터를 수집하여 사후관리 서비스와 연동시킬 수 있는 ‘콤트랙스(Komtrax)’라는 시스템을 10년 넘게 운영, 발전시켜오고 있다. 이를 기반으로 고마쓰는 향후 ‘제조업계의 구글’을 지향한다는 목표까지 세우고 있을 정도이다. 이처럼 빅데이터는 제조기업에게 고부가 관리서비스 영역에 진출할 수 있는 디딤돌로 활용되고 있다.

또 다른 IT 업계의 거물 IBM은, 구글과 마찬가지로 인공지능 기술의 고도화를 위해 빅데이터 부문에 역시 많은 투자를 하고 있다. IBM은 2011년 퀴즈쇼 저퍼디(Jeopardy!)에서 인간 퀴즈왕을 누른 인공지능 컴퓨터 ‘왓슨(Watson)’을 미래 상품화하는 작업을 계속 진행해오고 있다. 왓슨은 인간이 사용하는 언어를 이해할 수 있는 로직을 내장하고 디지털화된 수많은 정보와 대조하여 최적의 선택을 하는 각종 자동화시스템으로 발전해 가고 있다. 이러한 시스템이 빛을 발하는 분야로는 의사가 다 파악하기 어려운 최신 의학정보를 종합하여 잘못된 진단 및 처방에 의한 의료사고의 위험을 줄여주는 임상 의사 결정 지원시스템(clinical decision support system)이라든가, 기업에 쏟아지는 문의나 민원을 해결해주는 콜센터를 대체하는 시스템 등이 우선적으로 시험되고 있다. IBM은 이러한 왓슨 응용 솔루션 시장이 2015년에는 160억 달러 규모로 확대될 것이라는 희망적인 기대를 피력하고 있다.

이와 더불어 무궁무진한 빅데이터가 쏟아질 유망 영역이 바로 인간의 유전체(genome) 정보 및 임상데이터 활용 사업이다. 이미 선진 의료기관들은 각 개인의 유전체 정보로부터 선천적인 건강의 취약점을 예측하고 이를 사전에 관리하는 서비스를 준비하고 있다. 예를 들어 미국의 마운트 시나이 의대(Icahn School of Medicine at Mount Sinai)와 부설 병원은 자체적으로 ‘미네르바(Minerva)’라는 이름의 슈퍼컴퓨터를 운영하면서 수많은 사람의 유전체 빅데이터와 각종 임상 관찰기록 사이의 통계적 관계를 규명하는 연구를 해오고 있다. 그리고 이를 토대로 부설 병원을 통해 고급 맞춤의료 서비스를 제공하는 사업을 함께 추진하고 있다. 점차 의료서비스의 무게중심이 맞춤형 헬스케어 서비스로 이행해가고 있는 요즘, 이러한 빅데이터 활용 기술과 노하우는 모두가 확신하는 유망 분야라 할 수 있다. 다만 아직도 인간의 유전체와 다양한 생리 메커니즘 사이의 관계가

규명되고 충분히 안전한 서비스로 정착되기까지는 많은 시간과 노력이 필요하기에, 그만큼 장기적인 안목의 투자와 노력이 요구되는 활용 분야이기도 하다.

이렇게 빅데이터 활용 분야가 넓어짐에 따라 이에 필수적인 요소기술과 자원을 제공하는 기업들도 역시 각광받고 있다. 당장 현장에서 빅데이터를 활용하려고 하다 보면 맨 처음 부딪히는 문제가 목적에 맞는 데이터를 한데 모으기부터가 만만치 않다는 점이다.흔히 쓰이는 각종 소셜미디어의 데이터만 해도 아무 때나 원하는 만큼의 데이터를 수집할 수 있는 것이 아니다. 또한 어떻게 수집이 되었다 하더라도 분석업무에 맞게 전처리(preprocess)하는 과정에는 엄청난 수고가 따른다.*^{**} 이를 모두 자력으로 해내기에는 투자 부담이 너무 과중해진다. 이를 위해 자주 쓰이는 각종 소셜미디어, 개인미디어 등의 원시 빅데이터를 미리 모아놨다가, 고객의 요구에 따라 필요한 부분만 추출, 가공하여 판매하는 사업들이 국내외에서 이미 성업 중이다.

그리고 분석 단계에 흔히 부딪히는 난점, 즉 유능한 분석가(이른바 데이터과학자)의 확보 문제도 다양한 해결책이 모색되고 있다. 기존의 대규모 IT 서비스 업체들은 관리 시스템부터 분석 인력까지 모두 큰 풀(pool)로 관리하며 종합 서비스로 접근하지만, 이럴 경우 빅데이터 활용 과정에서 파생되는 노하우가 제대로 조직 내에 축적되지 못하는 경우가 빈번하다. 캐글(Kaggle)과 같이 분석 전문인력 커뮤니티를 운영하고 갖가지 공개 콘테스트를 열어 수요자와 전문인력을 짹지어주는 서비스도 이에 따라 뎅달아 각광받고 있다. 앞으로 점차 빅데이터의 활용 수요가 증가하고 영역이 세분화될수록 기존의 컨설팅업체 형식을 벗어난 색다른 기능의 공급 형태, 그리고 이들과 수요처를 연결하는 색다른 중개서비스가 활발히 출현할 것으로 전망된다.

*^{**} 흔히 데이터 분석주기에서 전처리 단계가 차지하는 시간은 약 50~60%에 이른다.

3. 빅데이터 활용 촉진을 위한 과제

이와 같은 글로벌 시장의 고무적인 신호에도 불구하고 국내 빅데이터 활용은 여전히 충분한 동력을 갖고 역동적으로 성장해가는 단계에는 미치지 못하고 있다. 정부 3.0 및 창조경제 실현 과제로 시도되고 있는 다양한 공공 시범사업, 그리고 여러 국내 주요기업 내에서 진행되고 있는 관련 프로젝트로 인해 일부 글로벌 IT 기업과 역량이 풍부한 중소 기업들, 일부 데이터분석 전문가들이 수혜를 보고 있으나 아직 소수에 불과하다. 많은 국내 업계 관계자들은 향후 2~3년 내에 가시적인 국내시장의 태동이 이뤄지지 못한다면 그간 고조되어왔던 긍정적 기대와 투자가 물거품이 될 것으로 우려하고 있다.

이러한 기로에서 서울시를 비롯한 공공부문의 역할은 어느 때보다도 중요하다. 여기서 이를 강조하는 것은 단순히 시장 작동을 위한 재원 공급 때문만은 아니다. 국내 민간부문도 적지 않은 재원을 투입할 여력은 있으나, 결정적으로 국내 민간부문이 주도하는 빅데이터 활용사업은 충분히 그 내용을 홍보하기 어렵다는 문제점이 있다. 최근 개인정보 관련 사고가 빈발하면서 디지털 정보를 이용한 민간의 사적 이익 추구에 대한 반감이 높아졌기 때문이다. 각 기업들은 설령 법적으로 아무런 하자가 없는 활용사례라 하더라도 예상하기 어려운 국민 정서의 반발을 불러일으킬 위험, 또한 기업 고유의 데이터 활용 노하우가 누출될 위험 등에 대한 우려로 공개를 극히 꺼리고 있는 실정이다. 이런 면에서 빅데이터 활용을 통해 공익을 증진시키는 다양한 공공사업 사례가 나와야만 국민 인식개선과 시장 활성화의 두 마리 토끼를 모두 잡을 수 있다.

서울시는 이미 빅데이터 활용에 있어 국내 공공부문의 선두주자라 해도 과언이 아니다. 작년 각계의 많은 호평을 이끌어낸 심야버스 노선 책정에서도 서울시가 보유한 데이터는 물론, 이동통신사(KT)의 데이터를 결합시켜 설득력 있는 수요 추정을 해낸 바 있다. 또한 어느 지자체보다 앞서 자체 공공데이터 공개 서비스를 운영하여 국내 빅데이터 관련 업체들에게 매우 유용한 데이터 자원을 공급해주고 있다.

서울시의 선도적인 데이터 관련 정책은 빅데이터/공공데이터 중심의 정부 3.0 비전 실현 방안에 골몰하는 많은 국내 공공주체들에게 다양한 민·관 빅데이터 협력 프로젝트에 나서도록 하는 견인차가 되고 있다. 일례로 지방자치단체와 이동통신사(SKT)의 데이터 결합을 통해 지역축제에서의 관광객 정보 분석이 시도되고 있으며, 지역별 대민서비스 수요도출 및 최적설계로 발전해나갈 움직임도 활발하다. 이러한 움직임이 앞으로도 성공적으로 이어진다면 과거 통합 대중교통 환승체계 구축 성과물이 오늘날 다양한 해외 도

시로 수출되듯이, 빅데이터 기반 시정혁신의 성과물이 국내 기업들에 의해 전 세계 공공부문에 수출되는 미래도 그려볼 수 있을 것이다.

아직 척박하기 그지없는 한국의 빅데이터 토양은 공공, 민간을 아우르는 모든 주체들의 정성스러운 노력이 매우 긴요하다. 공공부문이 좀 더 리더십을 발휘하고 민간부문도 적극 호응해가는 협력체제가 몇 년 더 지속되어야만 지금 조금씩 싹트고 있는 희망의 새싹들이 결실을 맺을 것이다. 그 속에서 미래의 또 다른 희망을 엿보고 더 많은 씨앗을 뿌려나가는 선순환이 거세게 일어나기를 희망해본다.

참고문헌

- Kagermann, H. et al. (2013). Umsetzungsempfehlungen für das Zukunftsprojekt Industrie 4.0. <http://www.bmbf.de/pubRD/Umsetzungsempfehlungen_Industrie4_0.pdf>.
- Wikibon (2014). Big Data Vendor Revenue and Market Forecast 2013-2017. <http://wikibon.org/wiki/v/Big_Data_Vendor_Revenue_and_Market_Forecast_2013-2017>.
- World Economic Forum (2012). Big Data, Big Impact: New Possibilities for International Development. <http://www3.weforum.org/docs/WEF_TC_MFS_BigDataBigImpact_Briefing_2012.pdf>.
- Fast Company (Feb 10, 2014). The World's Top 10 Most Innovative Companies in Big Data.
- 채승병 외 (2013). 스마트 뉴딜(New Deal): 공공데이터 개방과 기업의 활용. 삼성경제연구소.

생생리포트

SEOUL ECONOMIC BULLETIN

생생리포트

■ 국내 가구산업의 이해와 발전

이용원(한국가구산업협회 사무국장)

국내 가구산업의 이해와 발전과제

이용원

한국가구산업협회 사무국장

kofa@kofanet.or.kr

I. 가구산업의 이해와 발전과정

1. 국내가구산업의 이해
2. 국내가구산업의 발전과정

II. 가구산업의 현황

1. 세계 주요국 가구산업 현황
2. 국내 가구산업의 현황

III. 가구산업의 문제점

1. 가구산업의 내부 구조적 문제점
2. 가구산업의 대외 경쟁력 측면의 문제점

IV. 국내 가구산업의 미래와 발전방향

1. 국내 가구산업의 발전과제
2. 미래 가구산업의 전망

부록. 이용원 사무국장님과의 인터뷰

I. 가구산업의 이해와 발전과정

1. 가구산업의 이해

국내 가구산업은 그 동안 전형적인 내수산업으로서 한국인의 장인 정신과 손기술에 의한 나름대로의 발전을 이어 오고, 고용창출에 크게 기여해 왔으나 영세업체의 위주와 내수산업 중심으로 인해 해외 진출 판로개척에 어려움을 겪으면서 정체기를 걷고 있다. 또한 2004년 수입관세철폐로 인한 무차별한 중국, 동남아 저가 가구의 수입급증과 가구 원부자재에 관세가 붙는 역관세 구조로 가격경쟁력의 어려움과 장기간의 주택건설 침체로 국내제조기반이 흔들리고 있다.

더불어, 글로벌 가구회사인 이케아(IKEA)의 2014년도 한국시장 진출로 국내가구산업은 지각변동이 일어날 것으로 예상되며 영세중소업체의 도산이 우려됨과 동시에 국내가구시장에 큰 변화가 있을 것으로 생각된다.

가구산업의 일반적 분류에 의하면 가구제조업은 가구의 기능, 용도, 구조, 재료, 형태, 생산방법 등을 기준으로 보통 분류하는데 그 중 사용하는 원자재에 따라 금속가구 제조업, 목재가구 제조업, 나전칠기 가구제조업, 매트리스 및 내장가구 제조업, 등가구 제조업, 플라스틱가구 제조업 등으로 분류하지만 디자인 방법론적인 측면에서 공간적인 개념으로 주거용, 사무용, 공공용, 상업용 등으로도 분류하며, 한국표준산업에 따른 분류로는 국내 가구산업은 가구제조업과 가구판매업으로 분류할 수 있고, 가구제조업은 한국표준산업분류의 대 분류상 가구제조업(32), 가구판매업은 자동차를 제외한 소매업(47)으로 분류될 수 있다.

<표 1> 한국 표준 산업분류에 의한 가구산업분류

32 가구 제조업		47 가구 제조업 / 46 도매업	
320	가구 제조업	47	소매업, 자동차 제외
3201	침대 및 내장가구 제조업	475	기타가정용품 소매업
32011	운송장비용 의자 제조업	47520	가구 소매업
32012	매트리스 및 침대 제조업		
32019	소파 및 기타 내장가구 제조업	4786	중고상품소매업
3202	목재가구 제조업	47861	중고가구소매업
32021	주방용 및 음식점용 목재가구 제조업		
32022	나전칠기가구 제조업	46	도매 및 상품 중개업
32029	기타 목재가구 제조업	46431	가정용 가구 도매업
3209	기타 가구 제조업	465	기계장비 및 관련물품 도매업
32091	금속 가구 제조업	46591	사무용 가구 및 기기도매업
32099	그 외 기타가구 제조업		

2. 국내 가구산업의 발전과정

국내 가구산업의 발전과정을 살펴보면 가구산업은 그 시대의 시대적 특성을 잘 반영하고 있다. 이에 시대적 가구산업의 발전과정을 요약해 본다.

□ 1950년대 : 단순 수공에 의한 주문형식의 근대적 가구생산 단계

40년대에는 모든 공정이 기술 장인의 손에 의한 재래식 수공구에 의한 전통가구의 생산 단계(소규모 주문생산)로 볼 수 있으며 2차 대전 이후 서구식 가구제조업이 태동하기 시작하였다.

1950년대 들어와서 가구산업은 한국전 직후 건설수요, 관공서의 대량건립 등으로 내수가 급증하였으나 영세성을 벗어나지 못하였고 영세한 소규모 주문생산 체제의 가내수공업 형태가 주를 이루었다. 그러나 서양의 가구생산 방식에 의해 급속도로 발전하는 시대를 맞이하였으며 좌식에서 입식형태의 서구식 양식 변화의 태동기라 할 수 있다.

□ 1960년대 : 기계생산에 의한 가구산업의 본격화 단계

1960년대 하반기 새로운 소재의 합판관련 산업 발전으로 서구적 현대가구를 생산하기 시작하였으며, 기업단위의 가구생산이 본격적으로 시작되어, 공공건물, 교육기관, 사무실, 가정용가구 등의 생산을 위한 다양한 생산체계가 확립되기 시작하였다. 60년대 경제

개발 계획으로 국민소득이 점진적으로 증가하고, 인구증가, 가족구조의 변화, 인구 도시 집중화에 따라 주택 신축 증가 등과 더불어 목재, 합판, 기계설비 등의 관련 산업의 발전에 힘입어 가구산업은 내수산업으로서 발전기반을 형성하였다.

□ 1970년대 : 대형 기업화 및 가구산업의 수출 시작 단계

인구집중으로 인한 건설수요의 증가, 소득의 전반적인 향상, 핵가족화 등의 영향으로 내수 시장이 확대됨에 따라 현재방식의 제조기술 등이 도입되고, 비록 미국과 일본 등의 한정적인 지역이었지만 국내건설업체의 해외 진출로 인해 가구류의 수출이 시작되었다.

1970년대 건설시장과 함께 현대식 양산체제를 갖춘 대기업이 가구업종에 다수 참여하는 등 내수시장을 주도하는 체제로 전환되었다. 서구적 인테리어 도입 등 실내 장식적 가구 도입과 맞춤형가구 유행하였으며 아파트형 가구디자인 등장으로 주방가구 및 거실 가구 수요 증대와 서구식 생활양식이 유행하였다.

□ 1980년대 : 다각적 활동으로 기업경쟁과 수출 산업단계

1980년대 세계 가구시장과의 교류가 본격적으로 시작되었으나 1970년대 말 제 2차 석유 파동영향으로 소비절약 풍조에 따른 가구 수요가 격감하였다. 그러나 전반적인 경기침체와 공급파이ning에 대응한 수출증대 노력으로 1988년 수출실적이 2억 달러에 달하기도 하였으며 이때 상당수의 중소기업들이 대기업으로 성장하여 80년대 들어와서는 경쟁이 심화되었다.

제품의 질적 향상, 신제품 개발, 제품이 다양화, 새로운 시장개척 등 다각적인 활로 모색과 국내에서 정기적인 국제가구전시회 개최로 국제적인 인지도가 제고 되었으며 유럽 선진가구회사와의 기술제휴 등으로 도시형 주거 공간으로 아파트 문화에 따른 우수한 기능을 겸비한 가구들이 등장하였다.

□ 1990년대 : 침체기 및 경쟁력 약화로 국제적 경쟁 단계

국제시장 개방으로 국내가구산업의 시장은 경쟁이 심화되면서 다양한 측면에 있어서의 전문화가 가속화 되었으나 가구산업 성장률이 둔화 되면서 많은 영세업체들의 폐업이 속출하였으며, 특히 IMF이후 가구업체는 전반적으로 쇠퇴기에 있다는 인식이 확산되었다. 이에 인건비가 저렴한 중국, 동남아등으로 이전하는 현상으로 전개되었으며 고가품의 유

럽산 가구 및 저가품의 동남아 가구 등의 수입증가로 국내 가구업체는 샌드위치로 어려움에 처하게 되었다. 한편, 1990년대 중반 이후 가구디자인의 다양한 소재, 기술 발전 가속화로 가구 브랜드 설립이 증가 되었으며 유행에 민감한 시장에 대응하기 위하여 선진기술 도입으로 디자인 분야에 자원이 중점적으로 강화되었다. 1990년부터 2000년대 들어 서울의 가구제조업은 급격히 문화되고 상대적으로 경기지역은 급성장하는 경향을 보이며 꾸준한 성장이 이루어졌다.

□ 2000년대 : 신 디자인 시대로 새로운 활로의 모색

가구시장의 새로운 국면전환과 더불어 디자인 소량생산체제, 전문화, 국제화, 디자인 우위 경쟁 등으로 새로운 활로 모색을 하였으며 디자인에 대한 새로운 마케팅의 개척시대로 신규시장의 분석과 대응, 정확한 고객욕구의 분석 등으로 업체별 브랜드 개발이 증가 되었다.

2000년대 상반기 SOHO 개념의 확산으로 미래형 오피스시대 시작으로 해외 조립식 가구로서의 사무용 가구판매 급증하였으며, 2000년대 중반에는 로하스 (웰빙 & 친환경) 확산에 따른 가구트렌드 변화로 목재의 표면처리와 가공방법이 다양해지고 실용적 디자인과 nature한 수공 제품이 증가하였다.

□ 2010년대 : 글로벌 국제주의 양식의 다양화

가구산업도 인터넷의 확산으로 사이버를 통한 상품정보가 풍부해지고 쇼핑문화가 발전하게 되었으며 가구의 온라인 쇼핑몰 이용이 급증하였다.

FTA 협정 등에 따른 글로벌 시장의 확대로 거대한 중국시장과 이태리, 미국 등 시장의 변화에 따른 디자인 트렌드는 소재 본연의 가치와 편안하고 단순한 자연주의적 느낌의 소재를 제시하며 특히 디테일에 대한 고도의 첨단기술 발달을 접목하기 시작하였다. 형태는 중세 유럽의 스타일을 표방한 가구 디자인에 부는 복고 바람과 디자인과 융합하려는 예술·패션·기업 등이 등장하였으며 예술과 디자인이 융합되는 추세로 예술성이 가미된 ‘아트 퍼니처’ 시장이 등장하기 시작하였다.

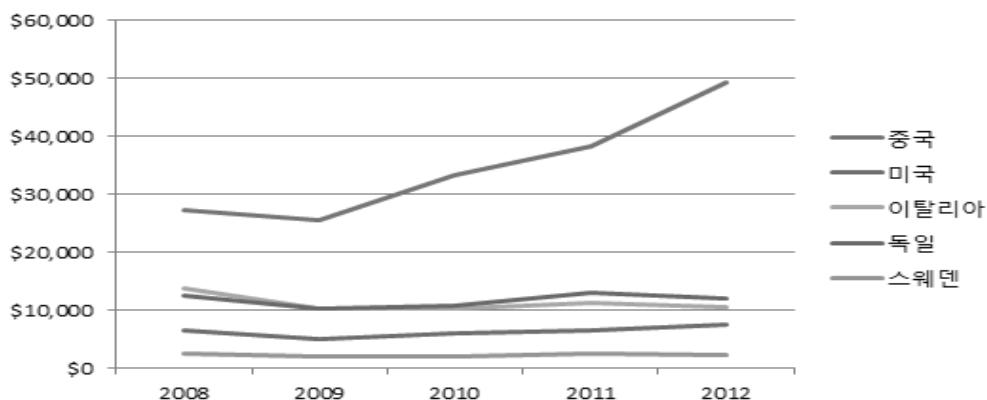
II. 가구산업의 현황

1. 세계 주요국 가구산업 현황

세계 가구시장은 2012년 약 2,200억 달러(약 240조원)로 추산되며, 세계 가구교역도 지속적으로 증가하여 2012년 수출총액 2,105억 달러 기록하였고 중국 등 주요국의 가구수출이 가파른 상승 추세에 있다. 그 중심에는 중국이 세계가구시장을 장악하고 있다고 해도 과언이 아니다. 지난해(2012년) 중국의 가구수출이 500억불에 육박해 전 세계 가구수출에 23.4%를 차지하고 있으며, 그 다음이 독일(5.7%), 이탈리아(5.0%)를 차지하고 있다.

<표 2> 세계 주요국 가구수출 현황

국가	2008	2009	2010	2011	2012
중국	27,237 (15.3)	25,609 (17.5)	33,322 (19.9)	38,352 (20.1)	49,363 (23.4)
미국	6,489 (3.6)	4,981 (3.4)	6,081 (3.6)	6,643 (3.5)	7,432 (3.5)
이탈리아	13,791 (7.8)	10,264 (7.0)	10,363 (6.2)	11,297 (5.9)	10,562 (5.0)
독일	12,449 (7.0)	10,352 (7.1)	10,792 (6.4)	13,009 (6.8)	12,104 (5.7)
스웨덴	2,472 (1.4)	1,961 (1.3)	2,111 (1.3)	2,420 (1.3)	2,270 (1.1)
세계가구교역 (수출)	177,863 (100)	146,309 (100)	167,410 (100)	191,137 (100)	210,554 (100)



※출처: WTO「International Trade Statistics(2013). 금액단위: 백만불」

<그림 1> 세계 주요국 가구수출 현황

2008년 1,778억 달러에서 2012년 2,015억 달러로 세계 가구시장은 2000년 이후 연평균 11.0% 증가율을 기록하고 있는 가운데 중국의 성장세는 꾸준하며 독일, 이탈리아 등은 점유율이 줄어들고 있다.

2. 국내 가구산업의 현황

국내 가구산업은 전통적인 내수중심의 노동집약적 산업으로 고용창출에는 크게 기여하였고 국내 가구시장의 규모도 매년 증가하나 국내 기업의 기술경쟁력 약화로 중국, 베트남 등의 저가 품목과 이탈리아, 독일 등 고가품목의 수입의존도가 높아지는 샌드위치 신세로 전락되었다.

이는 가구제조업이 소규모 기업형태로 구성이 되어 있고[10인 미만 업체 비중 86.9%], 마케팅이나 제품 개발력에 있어서 중소기업의 경쟁력이 약해지면서 우리나라 가구산업이 한계산업으로 불리어지는 이유가 되기도 한 것이다.

<표3> 가구제조업 업체 수 현황, 2010년

구분		업체수		
		전체(a)	10인미만(b)	비율(b/a)
제조업 전체	전국	320,053	261,194	81.6%
가구 제조업		10,059	8,742	86.9%

가구산업은 제품의 설계, 디자인, 제조, 판매에 이르기까지 소비자의 감성에 호소하는 패션지향적이며 디자인, 소량생산체제의 중소기업형 산업으로 다양한 디자인과 숙련기술이 필요하고 목재업에 비해 6배 이상의 고부가가치형 생산구조를 지닌 산업이다. 또한 그동안 고용 창출에 크게 기여해 온 노동집약적 산업으로 부가가치 10억 원 당 고용유발 인원이 제조업평균 11명보다 1.4배 높은 15명으로 나타나고 있다. 가구산업 종사자수는 2012년 전국사업체 조사에 의하면 사업체수는 26,561개, 종사자수는 116,770명으로 조사되었다.

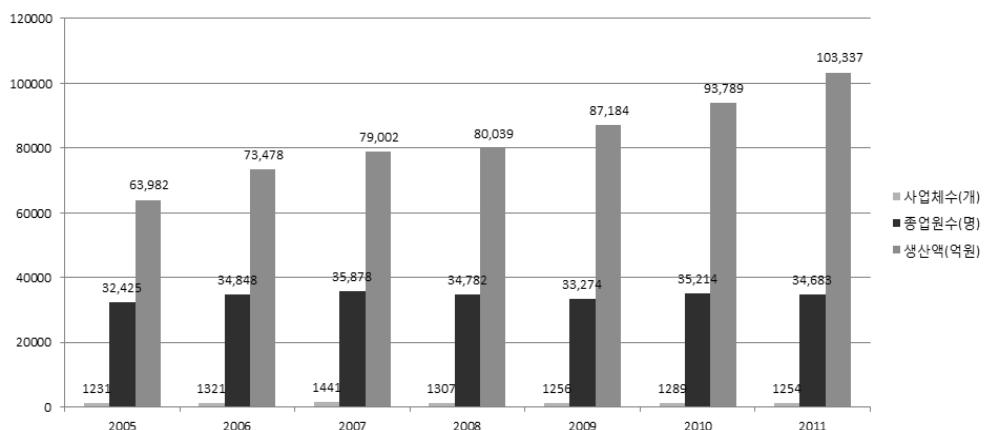
< 가구산업의 개요 >

- 생산업체수 : 1만여 개 (10인 이상 1,289개)
- 종업원수 : 6만여 명 (10인 이상 기업 35,214명)
- 판매업체수 : 1만6천여 개
- 종사자수 : 5만여 명
- 시장규모 : 약 10조원 (2011년 기준, 순수 가구제조업 4조 9260억)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	연평균증가율 ('05~'11)
사업체수(개)	1,231	1,321	1,441	1,307	1,256	1,289	1,254	0.2%
종업원수(명)	32,425	34,848	35,878	34,782	33,274	35,214	34,683	0.7%
생산액(10억원)	6,398.2	7,347.8	7,900.2	8,003.9	8,718.4	9,378.9	10,333.7	6.2%
부가가치(10억원)	2,256.4	2,541.5	2,679.7	2,742.4	2,974.3	2,955.1	3,109.8	3.8%
수출액(백만 달러)	424.7	587.3	619.7	577.7	517.6	676.0	885.2	10.8%

※출처 : 광공업통계조사보고서(2012), KOTIS

〈그림 2〉 국내가구산업 현황

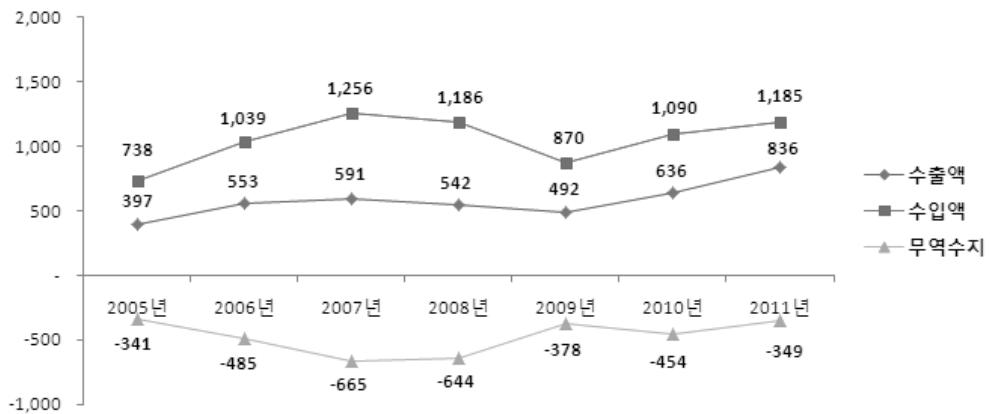


※출처: 통계청, 광업·제조업 통계(2010년, 10인 이상)

〈그림 3〉 국내가구산업 주이

국내가구산업의 수출입구조를 살펴보면 ‘11년 기준 수출 8억 3600만 불, 수입 11억 8500만 불로 약 3억 5천불의 무역수지적자를 보이고 있으며 지역별 수입구조를 살펴보면 중국으로부터 수입이 2/3이상을 차지한 가운데 베트남, 이탈리아, 미국 등으로부터의 수입비중이 높다.

가구제품 해외 수출입은 중국 및 동남아의 중저가 수입과 이탈리아 등 유럽의 고가품 수입으로 무역수지는 적자이나, 2009년 이후 의자 및 사무용 가구의 수출 증가로 수출액은 다소 증가하는 추세를 보이고 있다.



※ 자료 출처 : 한국무역협회 무역통계(품목별 수출입, 단위: 백만불)

<그림 4> 국내 가구산업 수출입 현황

III. 가구산업의 문제점

1. 가구산업의 내부 구조적 문제점

국내 가구산업의 구조적 문제점은 전체 가구제조업에서 86.9%가 10인 이하의 기업으로 영세 업체 위주의 임가공 구조되어 있다는데서 기인한다고 볼 수 있다. 이에 중국, 베트남 등지에서 무관세로 저가 제품이 무차별적으로 수입되고, 고급가구는 유럽에서 수입되어 수입가구로 인한 국내 가구제조 생산기반은 점점 악화되고 있다.

목재가구의 원·부자재에 대한 높은 관세 부과로 인한 제조원가는 상승하고 고임금에 이 중고를 겪으면서 가구 제조를 포기하고 유통회사로 전환하는 사례는 가구업계에서 쉽게 찾아 볼 수 있는 현실이다.

가구 원부자재중 주요한 비중으로 사용되는 파티클보드(PB), 중밀도 섬유판(MDF)등은 원·부자재 수입 시 8% 관세 부과되고, 특히 파티클보드는 국내생산이 국내사용량의 50% 정도만 생산되어 50% 이상은 무조건 수입해서 사용해야하는 실정으로 가구 제조의 경쟁력을 잃어가고 있는 실정이다.

국내가구산업의 또 한 가지의 문제점이라고 생각되는 것은 국내 가구산업의 여러 단체들이 있지만 가구산업 마스터플랜과 단체의 재원들의 부족으로 각각 독자횡보 노선을 가지고 있어 가구산업 발전을 위한 노력보다는 생존을 위해서만 활동 한다는 것이다. 중소기

업으로 구성된 지역조합, 전국조합이 있고 중견기업을 포함한 가구협회가 있지만 각각의 목적이 달라 이중 노선을 겪고 있고, 국내 가구선도기업이 단체에 무관심한 것도 이러한 문제점을 뒷받침 한다. 그나마 가구협회가 만들어 지고 가구단체의 통합 필요, 국내 가구산업의 발전방향을 제시하면서 조금씩 나아지고 있지만 가구업계 대·중·소 상생의 길을 찾는 것이 어렵고 각각의 의견차이가 분분해 아직 가야할 길이 멀다고 생각된다.

2. 가구산업의 대외 경쟁력 측면에 문제점

현재 국내가구산업은 고임금과 관세로 인한 가구 원부자재 가격인상 등에 의한 가격경쟁력 약화와 OEM 생산으로 자체 브랜드 및 마케팅력이 부족한 실정이다. 업계 전반이 영세성 및 임가공 위주로 새로운 디자인 개발 등에 대한 R&D 투자가 미흡하기 때문에 디자인 등 전문 인력 양성 시스템이 미비하여 선진국에 비해 디자인 경쟁력 취약하다.

국내 가구 제조 기술은 이탈리아 등 선진국보다는 다소 뒤지고 있으나 중국 등 개도국에 비해서는 매우 우수하다. 그러나 최근에는 중국의 엄청난 기술 발전을 볼 수가 있다. 이는 이탈리아, 독일 등 선진국이 인건비가 싸고 가구 원자재가 풍부한 중국에서 가구를 생산하면서 중국이 자체적으로 기술 습득 및 생산노하우를 접목하여 자체적으로 엄청난 발전을 하고 있어 한국은 더욱 어려운 현실을 맞이하고 있다. 또한 이탈리아 등 유럽의 고급가구시장의 선진국에 비하면 노동비용 등 가격 면에서는 유리하지만 디자인, 품질, 마케팅, 기술수준, 숙련도 등에서 불리하여 고급가구 시장에서도 경쟁력이 밀리고 있는 실정이다.

이탈리아 등 선진국의 경우는 고급 브랜드 이미지를 바탕으로 고가 시장의 위치를 확고히 하는 동시에 중가(中價)대 제품까지 생산 라인을 다양화함으로써 국제경쟁력을 강화하고 있어 한국의 가구산업 경쟁력은 점차 힘을 잃어 가고 있다.

반면, 중국, 베트남 등 동남아의 개도국에 비하여 기술수준, 디자인 및 품질 등은 다소 유리하나 임금 등 생산비용, 가격 등에서 매우 불리한 상황이다.

글로벌 가구업체 IKEA(이케아)가 2014년 광명을 시작으로 향후 고양시, 서울 고덕, 이후 광역시 등 5곳 이상을 추가로 매장을 개설하며 한국에 진출함에 따라 국내중소가구업계는 구조조정이 불가피하며 붕괴가 우려된다. IKEA는 2004년 국내 진입 시도이후 철수

한 이후 철저하게 한국시장을 분석하고 재진출하는 것이기 때문에 일정부문 국내 진출의 성공을 예견하고 있으며, 국내 중소가구업체 뿐만 아니라 브랜드 업체에도 영향을 줄 것으로 예상된다. 사무용 가구시장보다는 국내 혼수 시장 및 저가의 온라인 시장에 큰 타격을 줄 것으로 예상되며, 특히 소품류(소파, 식탁, 장식장, 책장, 티테이블류) 품목에 진출 확대 할 것으로 예상된다.

또한, 가구산업의 문제점이라 함은 국내 가구산업에 대한 정부지원책이 그동안 거의 미미한 실정으로 이루어져 왔다는 것이다. 그나마 경기도에서 섬유산업과 함께 특화산업으로 지정하고, 가구산업발전 조례를 제정(2013년)하여 가구산업에 많은 지원책을 준비 중에 있다는 것은 다행스러운 일이다.

현재 경기도 지자체 차원에서 가구업계의 디자인개발, 부품 및 신소재개발, 시제품생산, 전문 인력 육성 등을 위한 가구산업 육성종합계획안을 발표하고 ‘가구산업기술지원센터(가칭)’ 건립을 계획 중에 있다.

IV. 국내 가구산업의 미래 (발전방향)

1. 국내 가구산업의 발전과제

국내 가구산업의 발전을 위해선 우선 가구산업의 경쟁력 강화와 인프라 구축이 선행되어야 하고, 브랜드 등 고부가가치를 창출하여 글로벌 경쟁력을 키워야 하며, 가구산업의 협업 및 네트워크를 강화할 필요성이 있다고 본다. 또한 가구산업관련 법·제도 개선이 되어야 하고 정부에 필요한 가구산업의 정책 제안이 꾸준히 이루어져 할 것이다.

또한 IKEA 같은 세계적 가구회사와 경쟁하기 위해서 생산 및 유통환경의 개선과 동시에 끊임없는 제품 및 기술개발, 특히 시장 상황에 맞는 제품개발이 이루어져야 하고 디자인이나 소재의 차별화가 있어야 하며 디자인에 대한 저작권의 보호 및 관리체계가 구축되어야 할 것으로 생각된다. 중견기업의 브랜드 및 중소기업의 경쟁력 있는 품목을 발굴하여 전략적 수출 상품으로 선정하고 적극 지원하여 가구의 수출시장을 개척해 나갈 필요성이 있으며 이와 함께 중국 등 저가제품과 이태리 등 고가제품과의 차별성 확보 등이 필요하다.

먼저 가구산업의 산업경쟁력 강화 및 인프라 구축면에서는 가구산업 전용 산업단지의 조성이 추진되어야 한다. 이는 가구산업의 집적화 및 선도기업 육성을 통해 단순 OEM 생산에서 탈피하여 기획·디자인-생산-판매로 이어지는 원스톱 협업 체계가 구축되어야 한다.

또한 여기에 ‘가구기술지원센터(가칭)’ 가 건립되어 가구산업의 연구개발(R&D)이 이루어지게 하고, 이에 대한 지원이 강화되어야 한다(목재용 대체 신소재 개발 및 친환경 무독성 접착제 개발, 디자인분야의 혁신과 연구개발을 중심으로 R&D 사업지원).

가구디자인관련 전문인력은 국내 45개 대학(교)에서 매년 3,000여명이 배출되고 있으나 전문기능인을 양성할 수 있는 실업계고등학교나 직업훈련 학교는 없는 실정으로 가구업체 인력양성 교육을 위한 가구전문학교가 신설되어야 한다.

국내 가구산업을 그 동안의 내수 위주 산업에서 고부가가치 수출 주도산업으로 도약하기 위해서는 국내외시장에서의 인지도확보 및 고부가가치화를 위해 글로벌 브랜드 개발이 필요하다. 그 동안 가구산업은 열악함과 더불어 사양산업으로의 인식으로 정부의 규제가 많을 뿐더러 지원책도 미비하여 고부가가치 창출의 어려움을 겪었다. 이에 2013년 ‘한샘’ 이 매출 1조 시대를 개척하였지만 제2의, 제3의 매출 1조 클럽에 가입할 수 있는 브랜드가 탄생 할 수 있는 토대가 마련되어야 할 것이다.

다시 말해 가구 분야별 글로벌 브랜드·마케팅을 선도할 수 있는 핵심역량을 가진 스타기업을 발굴하여 이를 집중 육성 및 지원하여 글로벌 브랜드(가구 KOREA)를 만들어 고부가가치 수출 주도산업 전환해야 할 것이다.

가구산업의 발전과제로 다른 면에서는 가구산업의 협업 및 네트워크가 강화되어야 한다. 예를 들어 가구산업 대·중견·중소기업 상생 협력 체계를 구축하여 상호간 공정거래 및 공정 하도급거래를 통한 공정거래 정착 및 생산 협업 시스템을 구축해야 한다.

ex) 이탈리아 가구 디자인 시스템 : 하도급업체(중소기업)를 통해 가구부위별로 디자인을 특화·전문화한 후 모기업(대기업)이 최종적으로 조립, 생산

그 밖의 가구관련 부품소재산업 육성 사업 추진, e-비즈니스 및 유통구조 선진화 사업 추진, 가구류의 국내 및 해외 온라인(B2B) 판매에 대한 공동지원등이 필요할 것이다.

또한 가구산업의 발전을 위해선 한국 가구 산업을 이끌고 있는 협회, 연합회, 조합 등 가구 단체들의 모임을 정례화 하여 통합 및 상생 방안을 논의하고, 친목 도모 뿐 아니라 상호협력체계 구축, 가구산업 발전을 위한 전반적인 현안에 대해 지속적인 논의를 하고 향후 강력한 통합단체가 만들어져서 한국가구산업의 마스터플랜을 제시하며 산업을 이끌어 갈 필요성이 절실하다.

마지막으로 국내가구산업의 발전과제로는 가구산업과 관련 법·제도가 개선되어져야 한다. 국내 가구산업의 가장 큰 문제점인 역관세 구조는 하루 빨리 개선되어야 한다. 특히 가구의 핵심 원·부자재인 파티클보드(PB), 중밀도 섬유판(MDF) 등의 수입관세는 즉시 인하되거나 없애야 한다. 가구제조기반이 흔들리면 국내 가구산업은 초토화 될 것이며 IKEA와 같은 글로벌 기업이 들어오는 상황에서 그들과 공정하게 경쟁하기 위해서는 가구 산업의 역관세 문제를 조기에 해결 되어야 한다. 이를 통해 가구제조의 경쟁력을 키우는 한편, 급증하는 수입 가구에 대한 경쟁력도 키울 수 있다.

한편, 국내 고급가구시장 확대를 위해서 현실에 맞지 않는 고급가구에 대한 개별소비세(특소세) 문제도 없어져야 할 것이다.

또한, 가구산업에 대한 환경 규제 관련 법이나 제도도 개선되어 져야 한다. 가구산업은 타 산업과 달리 각종 인증, 환경규제가 심한 산업으로 중복규제의 문제점이 있는바 이를 가구산업의 현실에 맞게 순차적 적용도록 개선하고 통합되어야 한다.

2. 미래 가구산업의 전망

미래의 산업체제는 생산자 중심에서 소비자 중심으로 패러다임이 급속히 전환 될 것이며 가구산업역시 마찬가지 일 것이다.

특히 가구산업은 IT산업을 통한 미래 주거공간과 문화의 변화에 민감하게 작용할 것으로 보여진다.

보다 나은 삶을 추구하는 웰빙시대와 글로벌화된 국제시장은 소비자 욕구와 기족의 소규모화로 인한 작은 공간을 활용할 수 있는 기능성가구와 친환경 가구가 각광을 받을 것으로 예상된다.

<표 4> 가구산업의 새로운 생산구조와 변화

구분	20세기 패러다임	21세기 패러다임
경쟁	Win/Loss(단순경쟁)	Win/Win(경쟁과 협력)
상호관계	일방적 관계	쌍방적 관계
시장변화	생산자 중심 규모의 경제(Economy of scale)	소비자 중심(Market-pull) 범위의 경제(Economy of Scope)
시장제도	표준화 제품의 평면적 시장 (국내외 시장간의 차별화)	입체적 시장구조 (지역별·소득별·성별·연령별 시장)
규제 및 조정	정부의 일방적 규제	정부와 업계 그리고 업체간의 협조
제품특성	레귤러(표준화)제품 모방제품	고감성, 고기능의 차별적 제품 전문화, 특성화 제품
경영	경직/경영 및 가격경영	유연/시간경영 및 품질경영
생산요소	기계, 자본, 토지	지식과 정보를 활용할 수 있는 인재
기업조직	피라미드형 관료 조직	모듈형 오케스트라형 조직
생산조직	기계중심의 소품종 대량생산 체제	정보중심, 사람중심의 다품종 소량생산체제
생산과정	공정의 분단화(분업화)	스트립(공정)간 네트워크(아웃소싱)

* 자료 출처 : 경기북부 가구산업 현황분석 및 육성개발, 경민대학교 가구산업개발원

IT산업의 발달은 모든 산업에 영향을 미치고 있으며 특히 주거환경과 접목되어 실내가구에도 첨단화된 가구들이 등장할 것으로 예상되며 고령화에 따른 웰빙가구, 병원용가구가 발전할 것으로 예상된다. 최근 소비자들에게 자신만의 개성과 획일화되지 않은 나만의 개성이 있는 가구에 대한 욕구가 증가되고, 개인 선호도에 의한 DIY(Do It Yourself) 가구도 발달 할 것으로 예상된다.

가정용가구는 유통 중심으로 변화할 것이며 다양한 소비자 욕구에 맞춰진 제품개발 필요성이 대두될 것이며 변화하는 국제시장에 맞추어 라이프스타일에 맞춘 가구로서 디자인 경쟁력 확보가 필요 할 것이다. IT시대에 새로운 유통구조는 인터넷 뿐 만아니라 홈쇼핑 등 다양한 유통채널로 진화 할 것이며 더욱 발전할 것이다.

특히 온라인 마케팅으로서 블로그 마케팅과 같은 바이럴 마케팅, 트위터 마케팅, 페이스북 마케팅 등 소셜 네트워크서비스(SNS) 마케팅이 활발하게 이루어짐에 따라 기업의 마케팅 부분에서도 온라인 커뮤니티에 대한 관심이 늘어나고 있으며 기업의 마케팅 활동

에서 수동적이었던 소비자들은 시장흐름에 영향을 줄 수 있는 능동적인 소비자 커뮤니티의 형태로 진화시켰고, 단순한 정보교류나 친목도모의 차원을 넘어, 기업의 마케팅 활동에 능동적인 영향력을 발휘하고 있어 이에 대한 기업의 마케팅 대응은 보다 다양해 질 것으로 예상되며, 국내 가구산업은 생존을 위해 더욱 치열해 질 것이다.

참고문헌

- 경기개발연구원, 「경기도 가구산업 종합발전계획 연구」
- 한국은행 경기본부, 「경기 북부지역의 가구산업 현황 및 과제」
- 한국가구산업협회, 「IKEA의 성공전략 및 한국시장 진출 영향 분석」
- 한국무역협회, <http://www.kita.net>」
- 국가통계포털, <http://kosis.kr>」
- WTO 「International Trade Statistics(2013)」
- 경민대학교 가구산업개발원, 「경기북부 가구산업 현황분석 및 육성개발」
- 통계청 통계분류, 「한국표준산업분류」
- 통계청, 「광업·제조업통계(2010)」
- 이케아, 미래의 창, 르디거 용블루트, 2006년

부록. 한국가구산업협회 이용원 사무국장님과의 대화

최근 해외의 유명 가구브랜드 ‘IKEA’가 경기도에 입점하면서 가구 산업에 대한 관심이 재조명 되고 있는 가운데 서울의 가구산업의 현실에 대한 이해를 돋고자 동대문구 장안동에 위치한 한국가구산업협회의 이용원 사무국장님을 찾아뵙고 인터뷰를 요청하였다.

1. 서울의 가구산업의 현황

Q1. 현재 우리나라 뿐 아니라 서울시에서의 가구산업 현황이 어떤지 궁금합니다.

▶ 이용원사무국장님(이하, 국장님): 현재 우리나라에서의 가구산업은 특히 제조업을 중심으로 경쟁력이 약화되고 있습니다. 보통 가구 원자재는 수입 관세가 붙는데 완제품은 무관세로 들여오다 보니 국내에서 가구 제조는 거의 포기하고 유통 중심으로 살아남아 있는 상태입니다. 특히 ‘PB’라고 불리는 ‘Partly Board’는 가구 만들 때 가장 많이 쓰이는데, 위 글에서 언급했다시피 50%는 수입을 해야 하는 실정이다. 마찬가지로 이 자재에도 관세가 붙을 수밖에 없어 현재 우리는 ‘Made in Korea’가 아닌 중국이나 베트남 등지에서 만든 가구를 수입해서 판매하고 있는 실정이며 많은 제조업 등 관련 가구업체가 부도를 맞고 쇠퇴하였다. 서울 및 수도권은 국내 최대의 유통의 메카이긴 하지만 산업 자체는 전국 순위의 9, 10등 정도에 위치해 있다.

2. 서울 및 국내 가구산업 관련 단체

Q2. 현재 우리나라 뿐 아니라 서울시의 가구산업 관련 단체는 어떤 것들이 있으며 협회는 어떻게 생겼는지 궁금합니다.

▶ 이용원사무국장님(이하, 국장님): 원래 가구조합 등의 전국에 11개의 연합회가 먼저 있었다. 수십 년 전에 가구산업이 활성화 되었을 때에는 자금도 충분했고 이러한 단체가 활발하게 움직일 수 있었으나 현재에는 자본 부족 등으로 인해 어떤 정책적 제안이나

시도도 하지 못하고 있는 실정이다. 그러다가 2009년 쯤 관세 문제에 대항해서 몇 개 큰 가구회사들이 가구산업을 일으켜보자고 모인 곳이 현재 가구산업협회이고, 지금 가구조합은 중소기업이 더 많이 모여 있다. 제조 뿐 아니라 유통조합 등 가구산업에 관련한 단체들이 많아 이를 통합하려는 시도를 하고 있으나 중소기업과 중견기업과의 상호 입장 문제 등으로 인해서 한 방향으로 가는 것이 힘든 상황이다. 게다가 가구 유통의 메카인 서울은 심지어 유통조합이 활성화 되어 있지 않은 상황이다.

3. 서울시나 정부의 지원 방향

Q3. 가구산업의 발전을 위해 서울시나 정부가 어떤 지원을 할 수 있으며 향후 가구산업의 방향성이 궁금합니다.

▶ **이용원사무국장님(이하, 국장님):** 지금 가구 제조업들은 경기도 쪽으로 많이 이전되어 있어 경기도 쪽에 이케아 매장 근처로 국내 가구를 팔 수 있는 깔끔한 공동 판매장과 물류센터, 가구기술지원센터를 요청하고 있는 상태이다. ‘가구발전조례법’ 경기도에서 2년 전에 만들어졌는데 서울시에는 이러한 법이 없다. 서울시에서는 10여 년 전에 가구기술지원센터를 건립하려는 계획이 수립되었다가 내부 문제로 무산되었었다. 따라서 다른 산업에 비해 4~5배 고용인력을 창출할 수 있는 가구 산업에 지원을 해 줄 수 있다면, 가구기술지원센터를 지원해주었으면 좋겠다. 또한 가구조합 주최로 가구박람회 등을 하는데 사실상 큰 기업들이 없고 잘 준비되지 못하다 보니 외국 바이어들이 많이 오지 않고, 큰 기업들도 이것을 잘 하려고 하지 않는다. 따라서 이런 전시회나 박람회 등을 잘 준비될 수 있게 기획 및 홍보에 도움을 주었으면 한다. 가구산업은 다른 의류나 봉제 등의 산업과는 다르게 정부의 지원을 거의 받지 못했다. 이제는 가구산업을 공공과 사업체 및 공동 단체가 함께 연합하여 일으켜 나갔으면 한다. 또한 국민들이 가구가 비싸게 될 수 밖에 없는 구조에 대해서 관심을 가져주었으면 한다.



〈그림 4〉 한국가구산업협회 건물 외부 및 내부 모습과 이용원 사무국장님



〈그림 5〉 서울 최대 규모이기는 하나 정비가 필요해 보이는 아현동 가구거리

SEOUL ECONOMIC BULLETIN

인포그래픽스

■ 서울의 경력단절여성은 얼마나 될까?

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

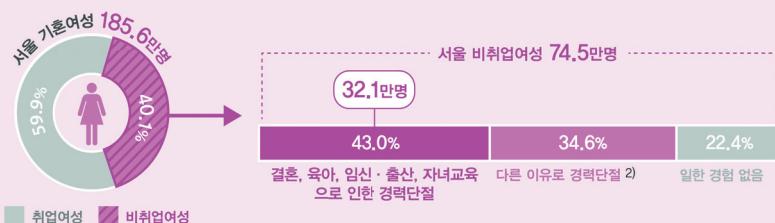
서울의 경력단절여성은 얼마나 될까?

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

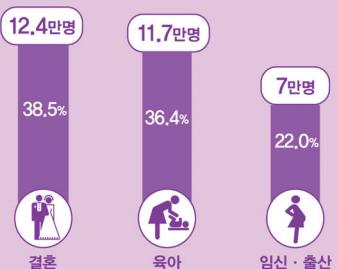
서울의 경력단절여성은 얼마나 될까?

서울의 비취업여성 중 '결혼, 육아, 임신·출산, 자녀교육'으로 인한 경력단절여성은 43.0% 경력단절의 사유로 '결혼'이 38.5%로 가장 많아..

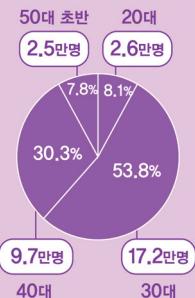
서울 기혼여성 비취업 현황



결혼, 육아, 임신·출산, 자녀교육으로 인한 경력단절여성



연령대별 현황



**서울의 비취업여성 중 ‘결혼, 육아, 임신·출산, 자녀교육’으로 인한 경력단절여성은 43.0%
경력단절의 사유로 ‘결혼’이 38.5%로 가장 많아..**

- 서울의 기혼여성 중 40.1%가 비취업여성이며 그 중 43.0%가 ‘결혼, 육아, 임신·출산, 자녀의 교육’으로 인한 경력단절여성
 - 서울 기혼 여성 185만6천명 중 59.9%는 취업여성, 40.1%는 비취업여성.
 - 비취업여성 중 32만1천명(43.0%)은 ‘결혼, 육아, 임신·출산, 자녀의 교육’ 경력단절여성이며, 34.6%는 다른 이유로 직장을 그만둔 여성, 22.4%는 일한 경험이 없는 여성.
- ‘결혼, 육아, 임신·출산, 자녀의 교육’으로 인한 경력단절여성은 총 32만1천명이며 ‘결혼’이 12만4천명인 38.5%로 가장 많은 비중 차지
 - ‘결혼, 육아, 임신·출산, 자녀의 교육’으로 인한 경력단절여성은 ‘결혼’이 12만4천명(38.5%)으로 가장 큰 사유.
 - 그 다음으로는 ‘육아’ 11만7천명(36.4%), ‘임신/출산’ 7만명(22.0%), ‘자녀의 교육’ 1만명(3.1%)순.
 - ‘결혼, 육아, 임신·출산, 자녀의 교육’으로 인한 경력단절여성 중 30대가 17만2천명(53.8%)으로 가장 많은 비중 차지.

서울의 경력단절여성은 얼마나 될까?

〈표 1〉 서울 경력단절여성1) 현황

(단위: 명)

서울전체여성	기혼여성	비취업여성	합계: 14,955,213	
			합계: 1,856,431	
			취업여성	합계: 1,111,154
				합계: 745,277
			결혼, 육아, 임신·출산, 자녀교육으로 인한 경력단절	320,594
			다른 이유로 경력단절	258,001
			일한 경험없음	166,681

자료 : 통계청 (2013년 지역별고용조사 경력단절여성 부기조사)

〈표 2〉 서울 결혼, 육아, 임신·출산, 자녀교육으로 인한 경력단절여성

(단위: 명)

	20대	30대	40대	50대 초반	합계	비율
결혼	10,393	55,324	41,971	15,845	123,533	38.5%
임신, 출산	8,573	40,819	18,801	2,225	70,418	22.0%
자녀의 교육 (초등학생)	0	3,085	5,711	1,227	10,024	3.1%
육아	6,934	73,224	30,788	5,672	116,619	36.4%
합계	25,900	172,452	97,272	24,970	320,594	100.0%
비율	8.1%	53.8%	30.3%	7.8%	100.0%	

자료 : 통계청 (2013년 지역별고용조사 경력단절여성 부기조사)

1) 경력단절여성: 만 15세이상 54세이하의 기혼여성중 결혼, 임신·출산, 자녀의 교육, 육아로 인해 직장을 그만둔 여성 (여성가족부, 통계청기준)

〈표 3〉 서울 연령대별 사유별 경력단절여성

(단위:명)

항목	연령별					전체
	20대	30대	40대	50대 초반	합계	
무응답	0	368	497	707	1,573	
개인, 가족관련 이유	합계	22,332	119,347	109,097	60,306	311,082
	결혼	10,393	55,324	41,971	15,845	123,533
	임신, 출산	8,573	40,819	18,801	2,225	70,418
	자녀의 교육(초등 학생)	0	3,085	5,711	1,227	10,024
	기타 개인, 가족관련 이유	3,366	20,119	42,613	41,008	107,106
육아	6,934	73,224	30,788	5,672	116,619	
가사	735	9,718	22,797	16,186	49,436	
심신장애	0	1,201	6,360	6,378	13,939	
정년퇴직, 연로	0	0	0	176	176	
작업여건(시간, 보수등) 불만족	1,798	5,659	13,474	8,028	28,959	
직장의 휴업, 폐업	0	2,630	4,935	4,393	11,958	
명예, 조기퇴직, 정리해고	0	1,170	5,076	1,733	7,979	
임시 또는 계절적 일의 완료	244	3,567	8,341	5,025	17,177	
일거리가 없어서 또는 사업경영 악화	598	1,838	8,228	8,269	18,933	
기타()	0	161	313	291	766	
합계	54,972	338,230	319,004	177,471	889,678	

자료 : 통계청 (2013년 지역별고용조사 경력단절여성 부기조사)

SEOUL ECONOMIC BULLETIN

경제동향

■ 요 약

■ 생 산 제조업 지수/재고지수

■ 소 비 대형소매점 판매액

■ 고 용 경제활동인구/취업자/실업률·고용률

■ 물 가 소비자물가/신선식품

곽지원 연구원(서울연구원 서울경제분석센터)

■ 부동산 주택매매가격/주택전세가격

■ 금 융 가계대출/개인파산/신용보증재단

■ 수출입 수출입액/수출입 품목/국가별 품목

이소은 연구원(서울연구원 서울경제분석센터)

| 요 · 약 | 3월 서울의 경제동향

생 산

- 서울의 3월 제조업생산지수는 105.8로 전년동월대비 1.1% 증가
- 3월 제조업 출하·재고 지수는 각각 전년동월대비 3.2%, 11.4% 각각 증가하여 경기확장기

소 비

- 서울의 3월 대형소매점 판매액은 2조1,882억원으로 전국(6조4,720억원)의 33.8%를 차지
- 3월 백화점과 대형마트 판매액은 전년동월대비 각각 1.0%, 9.2% 증가

고 용

- 서울의 3월 취업자는 512만6천명으로 전년동월대비 12만7천명(2.5%)이 증가
- 서울의 3월 고용률은 60.2%로 전년동월대비 1.5%p 증가, 실업률은 4.7%로 전년동월대비 0.3%p 감소

물 가

- 2014년 3월 서울시 소비자물가지수는 109.3(2010년=100.0)으로 전년동월 대비 1.5% 상승

부 동 산

- 서울의 3월 주택매매가격은 강남지역(0.21%) 특히 송파구(0.38%)와 강남 구(0.35%)를 중심으로 전월대비 0.17% 상승
- 서울의 3월 주택전세가격은 강북지역(0.60%) 특히 동대문구(0.98%)와 성 동구(0.91%)를 중심으로 전월대비 0.59% 상승

금 융

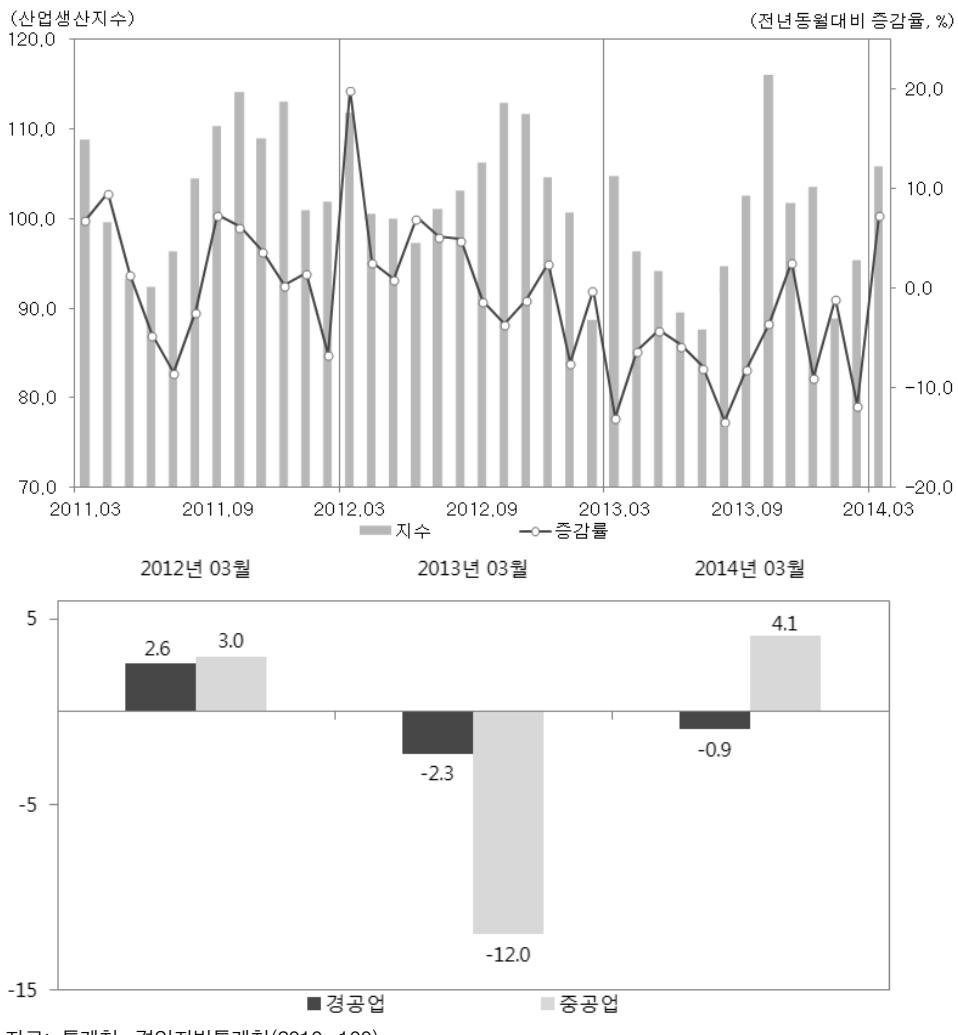
- 서울의 3월 전체 대출금 잔액은 573조 4,640억 원으로 전월대비 0.2% 감소, 그 중 가계대출은 114조 5,637억 원으로 전월대비 3.1% 증가
- 서울의 3월 신설법인수는 2,321개로 서비스업을 중심으로 전월대비 5.4% 증가
- 서울의 3월 보증지원 건당 평균지원금액은 전월대비 4.3% 증가

수 출 입

- 서울의 3월 수출은 53.1억 달러를 기록하며 전년동월대비 3.9% 증가, 품목 별로는 평판디스플레이 및 센서 부품, 국가별로는 중국이 1순위 차지
- 서울의 3월 수입은 120.0억 달러를 기록하며 전년동월대비 11.3% 증가, 품목별로는 석유제품, 국가별로는 중국이 1순위 차지

| 생·산 |

- 서울의 2014년 3월 제조업생산지수 105.8(2010=100)로 전년동월대비 1.1% 증가
 - 공업구조별로 중공업 부문 전년동월대비 4.1% 증가, 경공업 부문 0.9% 감소
 - 제조업 부문별로 전년동월대비 의료정밀광학(20.4%), 전기장비(13.0%), 전자부품·컴퓨터·영상음향통신(11.1%) 등 증가, 화학제품(-64.1%), 전기·가스·증기업(-13.7%), 인쇄 및 기록매체(-9.2%) 등 각각 감소



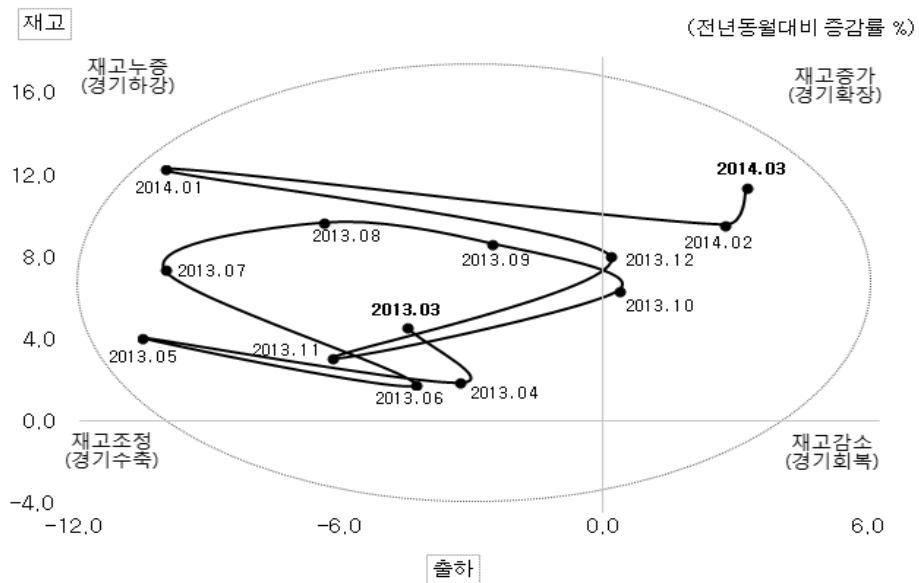
| 출하 · 재고 순환 |

■ 서울의 3월 제조업 전년동월대비 출하, 재고 증가로 경기확장기

- 서울의 3월 출하지수는 111.9(2010=100.0)로 전년동월대비 3.2% 증가
- 서울의 3월 재고지수는 120.2(2010=100.0)로 전년동월대비 11.4% 증가
- 출하, 재고 상승하여 경기확장 단계로 해석할 수 있음(<Box> 참조)

<참고> 출하·재고 순환 상관표

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



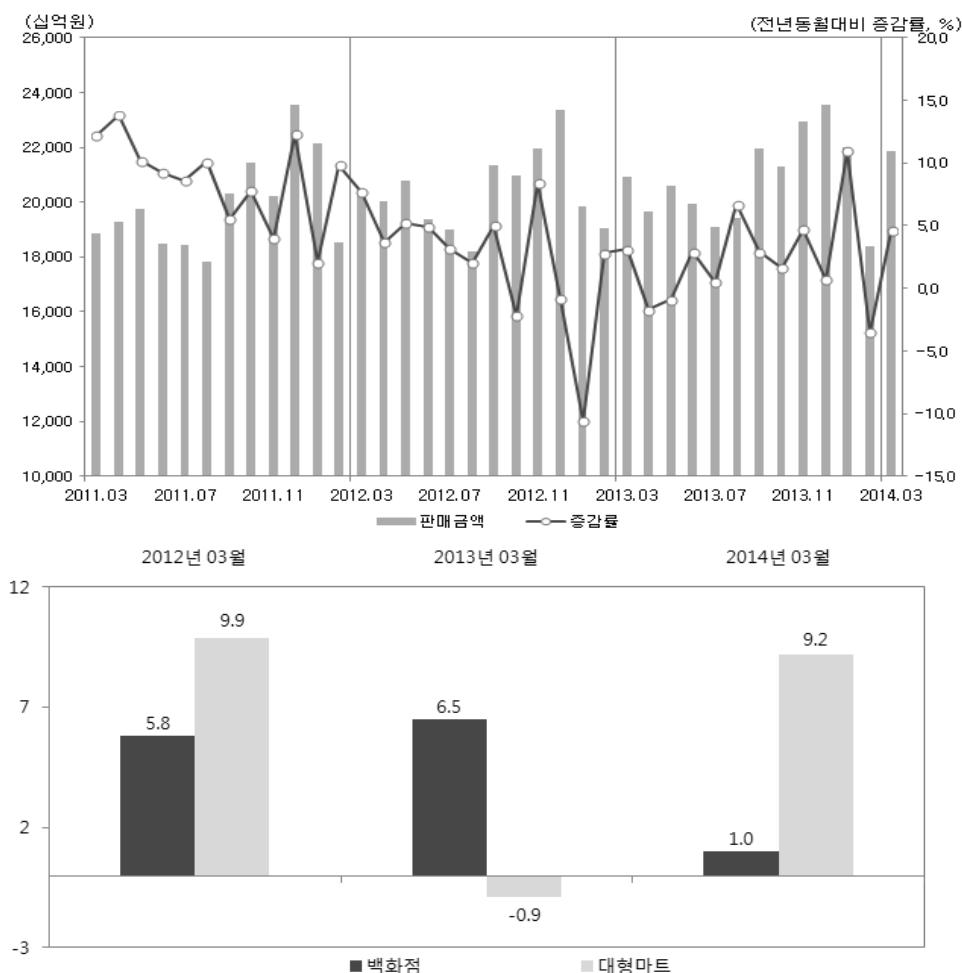
자료: 통계청, 경인지방통계청(2010=100)

<그림> 서울의 출하·재고 증감률 추이

| 소 · 비 |

■ 서울의 3월 대형소매점 판매액 전년동월대비 4.6% 증가

- 서울의 3월 대형소매점 판매액은 2조1,882억원으로 전국(6조4,720억원)의 33.8%를 차지
- 백화점 판매액은 1조1,852억원으로 전국(2조5,870억원)의 45.8%, 대형마트 판매액은 1조30억원으로 전국(3조8,850억원)의 25.8%를 차지
- 서울의 3월 대형소매점 판매액지수는 108.8로 전년동월대비 1.5% 증가

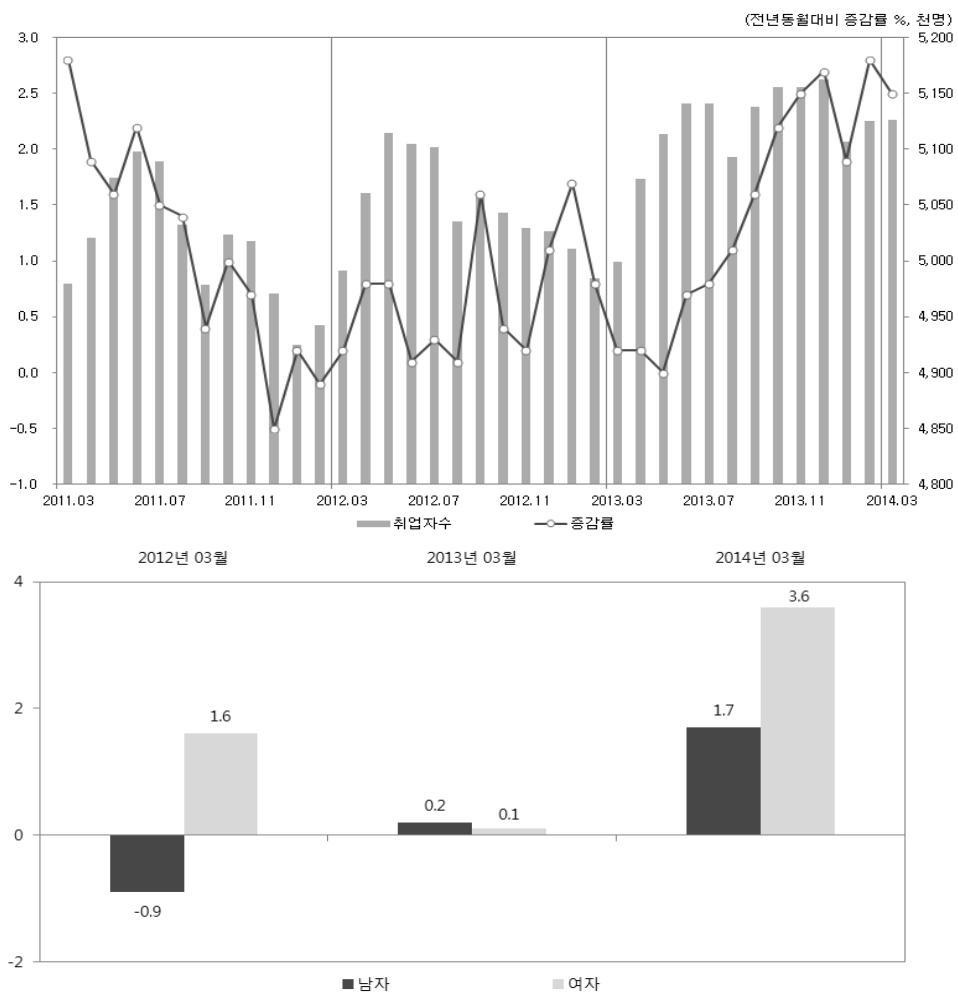


자료: 통계청, 경인지방통계청

<그림> 서울의 대형소매점 판매 추이 및 증감률

| 취 · 업 · 자 |

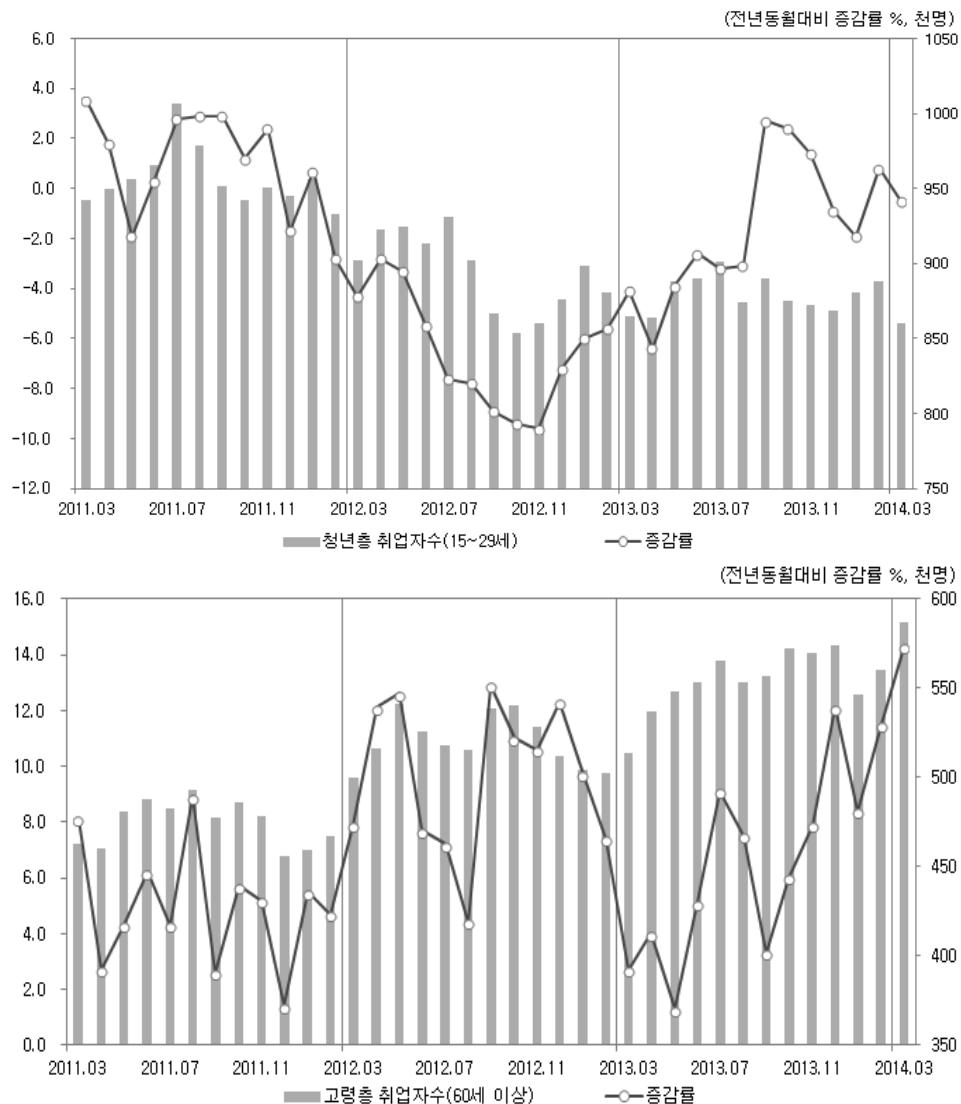
- 서울의 3월 취업자 수 전년동월대비 2.5% 증가
 - 서울의 3월 취업자는 512만6천명으로 전년동월대비 12만7천명(2.5%)이 증가
 - 성별로 보면, 남자는 286만6천명, 여자는 226만1천명으로 전년동월대비 남자는 4만9천명(1.7%), 여자는 7만8천명(3.6%) 각각 증가
 - 산업별로 보면, 제조업이 6만명(13.6%), 도소매·숙박·음식업이 9만8천명(7.6%), 사업·개인·공공서비스업이 2만2천명(1.0%)이 각각 증가



자료: 통계청, 경인지방통계청

<그림> 서울의 월별 취업자 추이 및 증감률

- 서울의 3월 청년층(15세~29세) 증감률은マイ너스, 고령층(60세 이상)은 플러스 증가세
 - 서울의 3월 청년층(15세~29세) 취업자는 86만명으로 전년동월대비 0.5% 감소
 - 서울의 3월 고령층(60세 이상) 취업자는 58만7천명으로 전년동월대비 14.3%로 꾸준한 플러스 성장
 - 청년층의 취업은 회복세 기대하였으나 다시 주춤하여 고령층과 대비



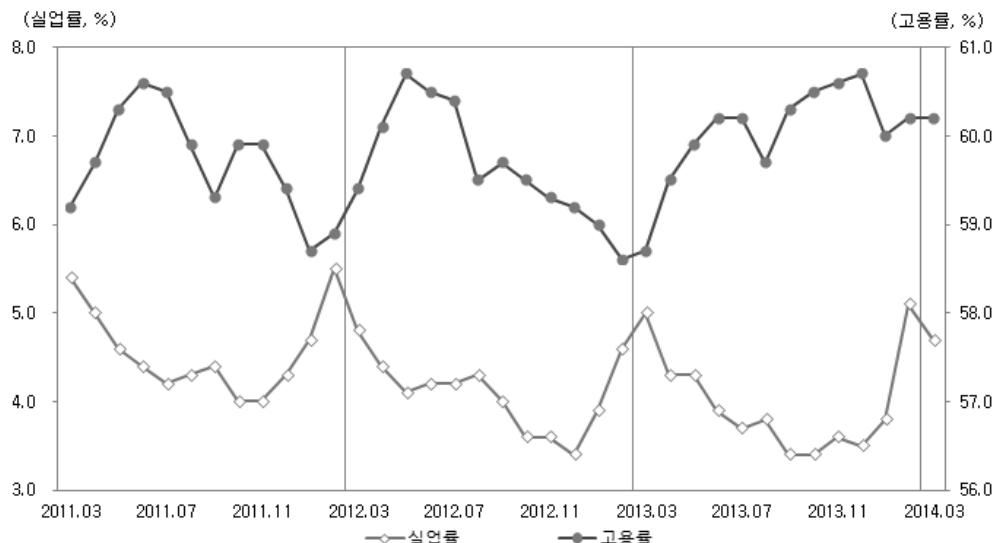
자료: 통계청, 경인지방통계청

<그림> 서울의 월별 청년층 및 고령층 취업자 추이

| 고 · 용 · 률 · 및 · 실 · 업 · 률 |

- 서울의 3월 고용률 전년동월대비 증가, 전국대비 높은 수준
 - 서울의 3월 고용률은 60.2%로 전년동월대비 1.5%p 증가
 - 성별로 보면, 남자는 70.2%로 전년동월대비 1.4%p, 여자는 51.0%로 1.6%p 각각 증가
 - 2014년 3월 서울시 고용률은 전국(59.4%)보다 0.8%p 높은 수준

- 서울의 3월 실업률 전년동월대비 동일, 전국대비 높은 수준
 - 서울의 3월 실업자는 25만3천명으로 전년동월대비 1만2천명(-4.3%)이 감소
 - 실업률은 4.7%로 전년동월대비 0.3%p 감소
 - 성별로 보면, 남자는 5.0%로 전년동월대비 0.1%p 상승, 여자는 4.3%로 0.9%p 감소
 - 2014년 3월 서울시 실업률은 전국(3.9%)에 비하여 0.8%p 높은 수준



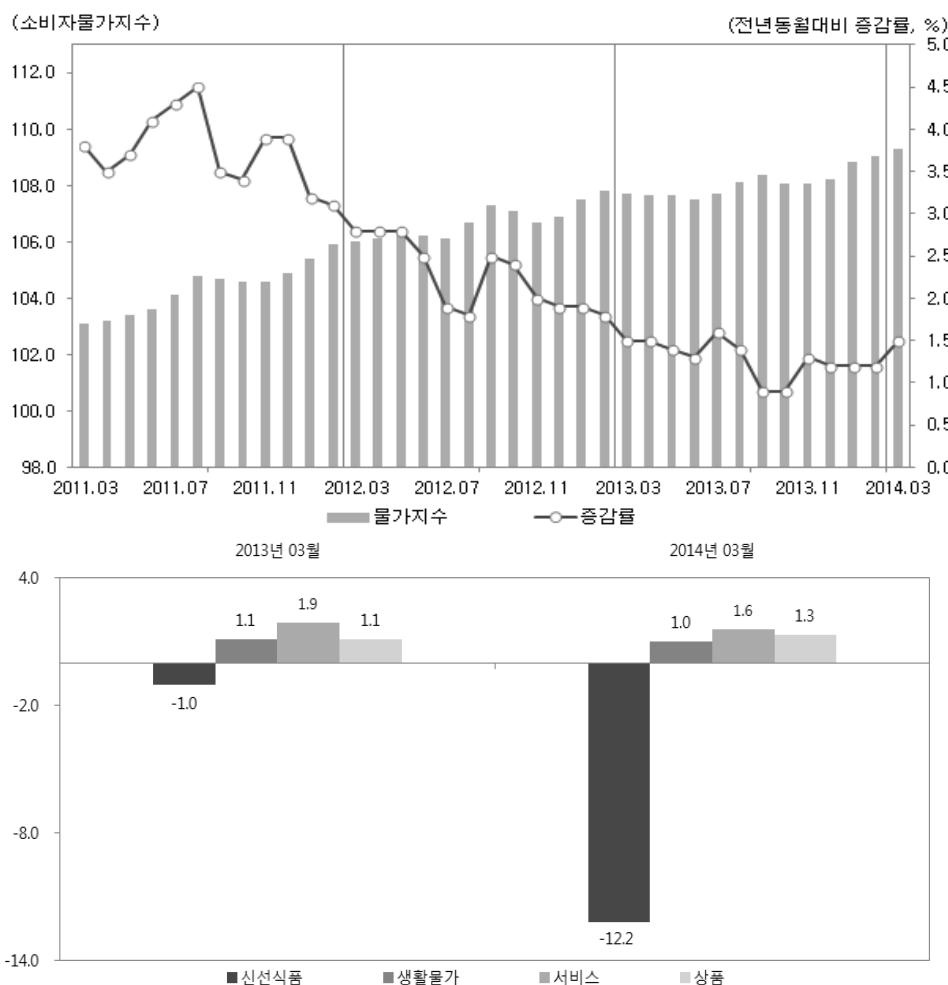
자료: 통계청, 경인지방통계청

<그림> 서울 실업률, 고용률 추이

| 물 · 가 |

■ 서울의 3월 소비자물가지수 전년동월대비 상승

- 2014년 3월 서울시 소비자물가지수는 109.3(2010년=100.0)으로 전년동월대비 1.5% 상승
- 전년동월대비 주요 등락 부문을 보면, 교통(-1.3%), 식료품 및 비주류음료(-0.3%), 주류 및 담배와 오락 및 문화(-0.2%), 통신(-0.1%) 부문을 제외한 나머지 부문 상승

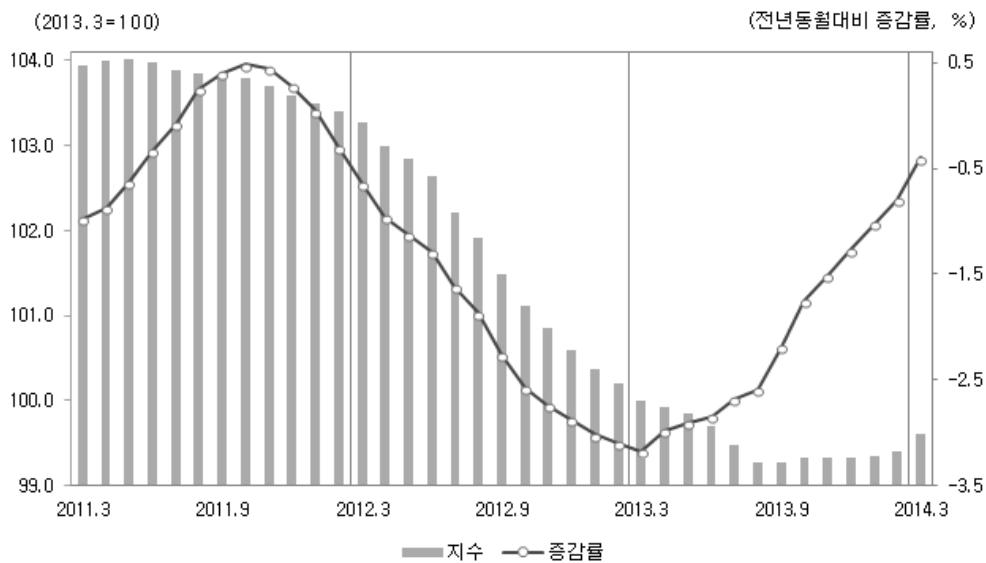


자료: 통계청, 경인지방통계청(2010=100)

<그림> 서울의 소비자물가 추이 및 동향

| 주 · 택 · 매 · 매 · 가 · 격 |

- 서울의 3월 주택매매가격 전월대비 0.17% 상승
 - 강남지역(0.21%), 강북지역(0.13%)로 전월대비 상승
 - 상승률 상위지역: 서대문구(0.45%), 송파구(0.38%), 강남구(0.35%), 마포구(0.30%)
 - 아파트(0.23%), 연립주택(0.11%), 단독주택(0.04%)
- 전국의 3월 주택매매가격 전월대비 0.28% 상승
 - 광역시(0.39%), 기타지방(0.33%), 수도권(0.21%) 모두 전월대비 상승



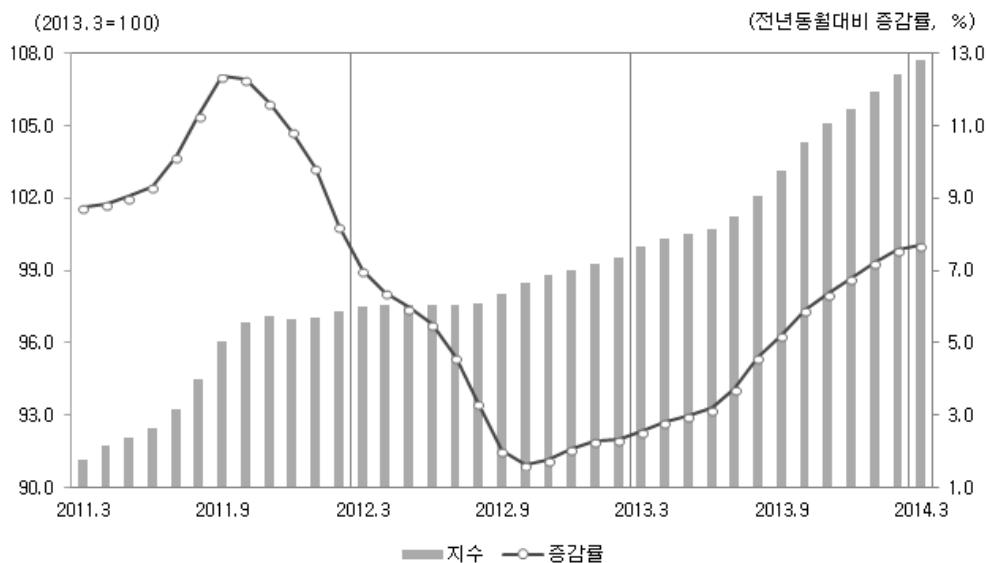
자료 : 국민은행연구소

<그림> 서울 주택 매매가격 종합지수 및 증감률 추이

- 서울의 3월 아파트 평당 매매가격 전월대비 증가, 매매거래건수 전월대비 증가
 - 평당 매매가격(1,633만원)은 전월(1,628만원)대비 0.26% 증가
 - 매매거래건수(9,485건)는 전월(7,835건) 대비 21.1% 증가

| 주 · 택 · 전 · 세 · 가 · 격 |

- 서울의 3월 주택전세가격 전월대비 0.59% 상승
 - 강남지역(0.59%), 강북지역(0.60%) 등 전 지역에서 전월대비 상승
 - 상승률 상위지역: 동대문구(0.98%), 성동구(0.91%), 송파구(0.90%), 금천구(0.83%)
 - 아파트(0.70%), 연립주택(0.58), 단독주택(0.20%) 등 상승세 지속
- 전국의 3월 주택전세가격 전월대비 0.53% 상승
 - 수도권(0.67%), 기타지방(0.36%), 광역시(0.34%) 모두 전월대비 상승



자료 : 국민은행연구소

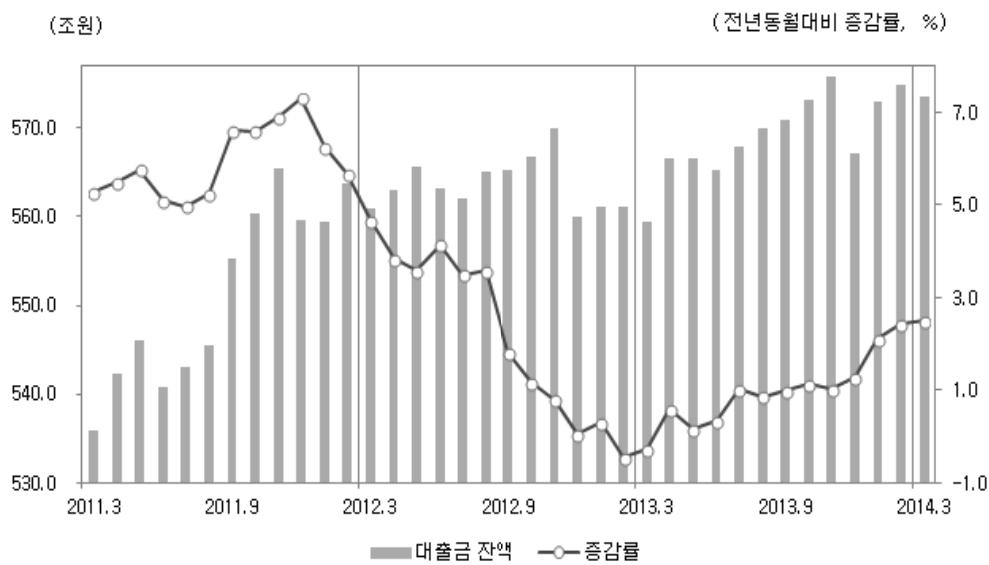
〈그림〉 서울 주택 전세가격 종합지수 및 증감률 추이

- 서울의 3월 아파트 평당 전세가격 전월대비 증가, 전세거래건수 전월대비 증가
 - 평당 전세가격(평균 1,002만원)은 전월(996만원)대비 0.6% 증가
 - 전세거래건수(10,753건)는 전월(13,362건) 대비 19.5% 감소

| 가 · 계 · 대 · 출 |

- 3월 기준 서울의 전체 대출금 잔액은 전월대비 감소
 - 전체 대출금 잔액(573조 4,640억원)은 전월(574조 8,004억원)대비 0.2% 감소
 - 그 중 예금은행(469조 4,720억원)과 비예금은행(103조 9,920억원)은 전년동월대비 각각 4.2% 증가, 4.4% 감소

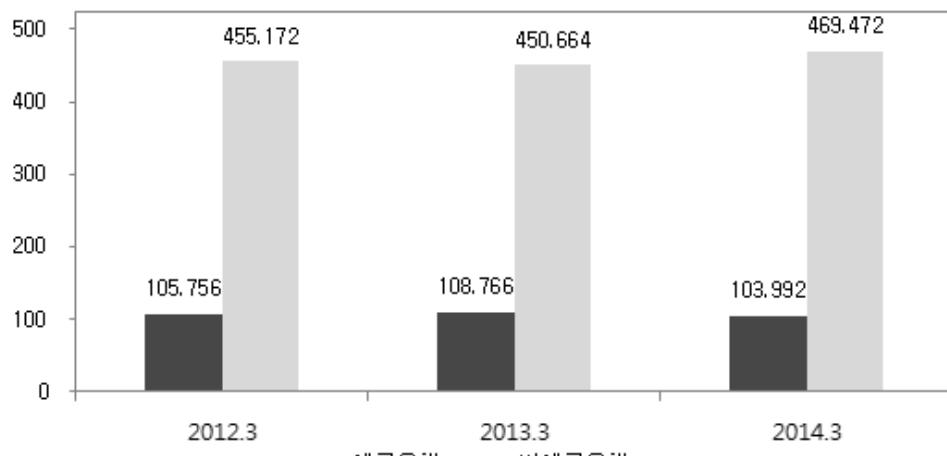
- 3월 기준 전국지역의 전체 대출금 잔액은 전월대비 증가
 - 전체 대출금 잔액(1,534조 9,850억원)은 전월(1,530조 9,121억원)대비 0.3% 증가



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

<그림> 서울시 금융기관 대출금 잔액 및 증감률 추이

(조원)

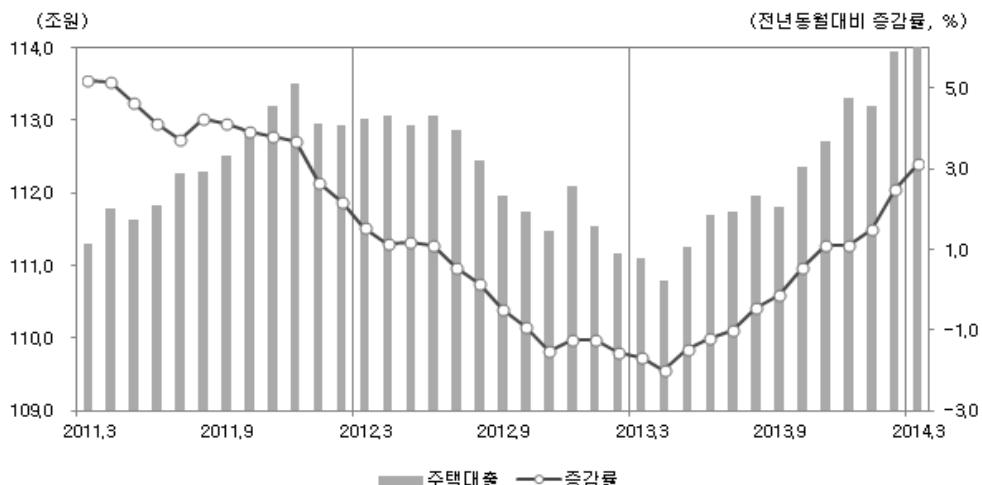


자료 : 한국은행

<그림> 서울시 예금은행과 비예금은행의 대출금 잔액

■ 3월 중 서울의 은행 가계대출은 전월대비 증가

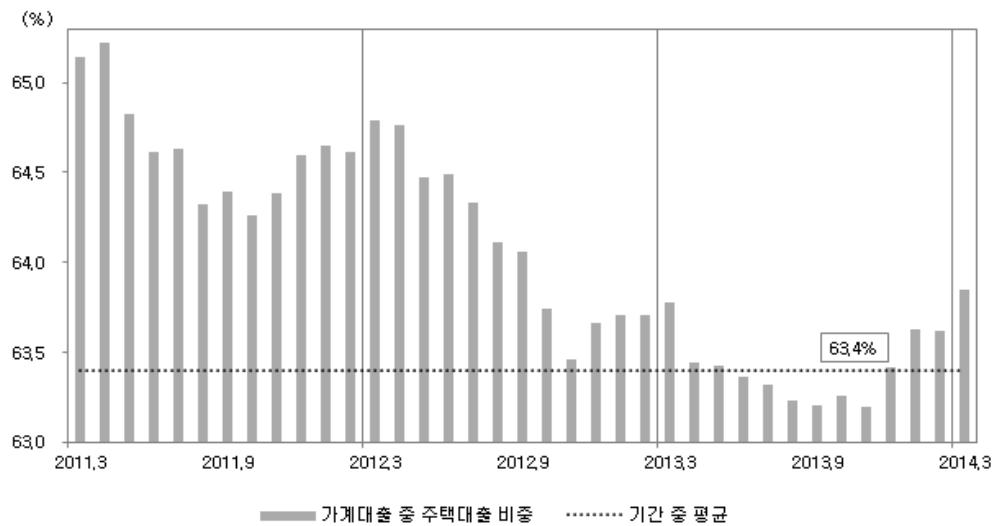
- 은행 가계대출(179조 4,298억원)은 전월(179조 937억원)대비 0.2% 증가
- 그 중 주택대출(114조 5,637억원)은 전년동월대비 3.1% 증가



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

자료 : 한국은행

<그림> 서울의 은행 주택대출 추이

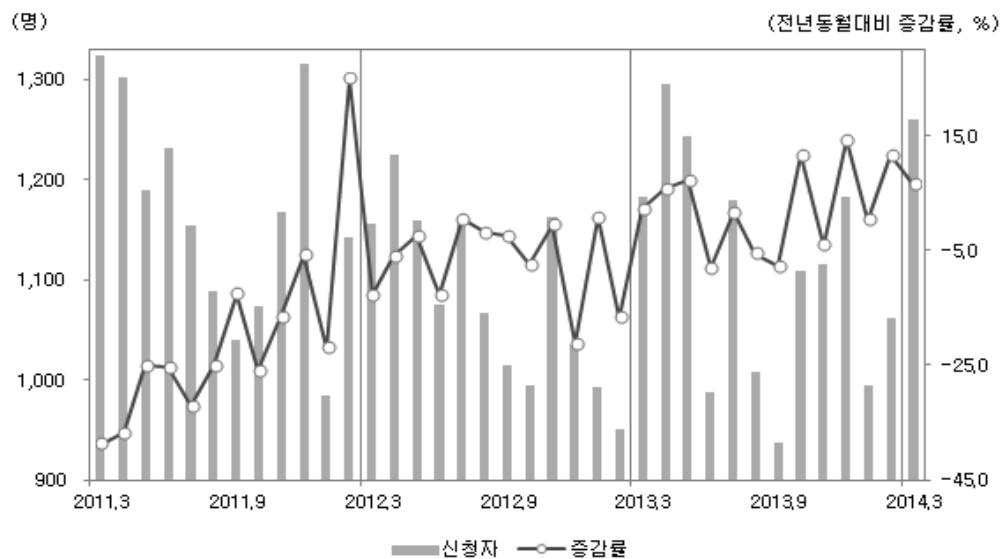


자료 : 한국은행

<그림> 서울의 은행 가계대출 중 주택대출의 비중 추이

■ 3월 중 개인파산 신청자는 전월대비 증가

- 개인파산 신청자(1,260명)은 전월대비 18.6% 증가, 전년동월대비 6.5% 증가
- 개인파산 선고전 기각률(0.9%)은 전년동월대비 79.2%p 감소, 면책 기각률(2.0%)은 전년동월대비 61.2%p 감소



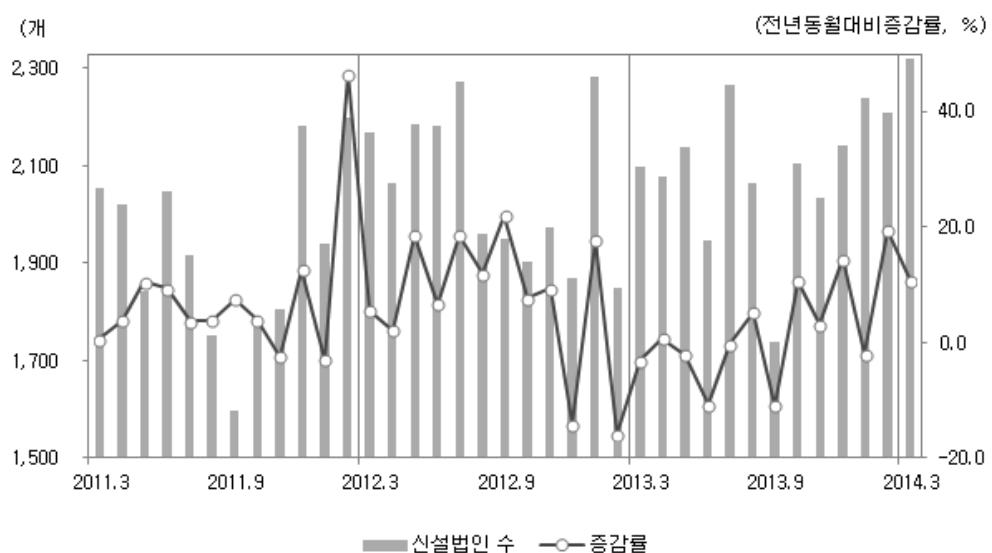
자료 : 대법원

<그림> 서울시 개인파산 신청자 추이

| 신·설·및·부·도·법·인 |

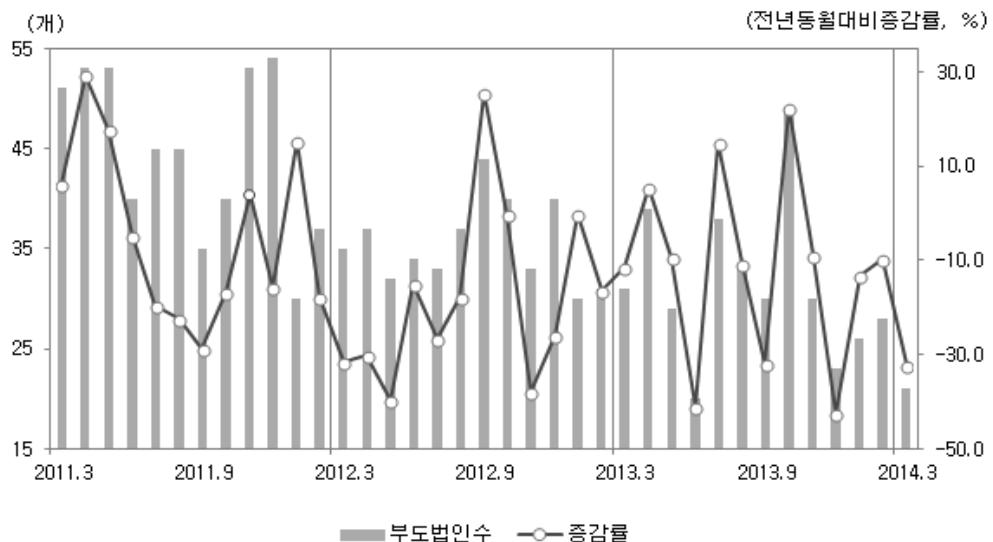
- 서울의 3월 신설법인 수는 서비스업을 중심으로 전월대비 증가
 - 서울의 신설법인 수는 2,321개로 전월대비 5.4%(113개) 증가, 전년동월대비 10.6%(222개) 증가
 - 업종별로는 건설 및 설비업과 제조업이 전월대비 각각 6.1%(8개), 1.8%(5개) 감소, 서비스업은 전월대비 7.5%(134개) 증가

- 서울의 3월 부도업체 수 제조업을 중심으로 전월대비 감소
 - 서울의 부도업체 수는 21개로 전월대비 25.0%(7개) 감소, 전년동월대비 32.3%(10개) 감소
 - 업종별로는 제조업과 서비스업이 전월대비 각각 72.7%(8개), 18.2%(2개) 감소, 건설 및 설비업은 전월대비 60.0%(3개) 증가



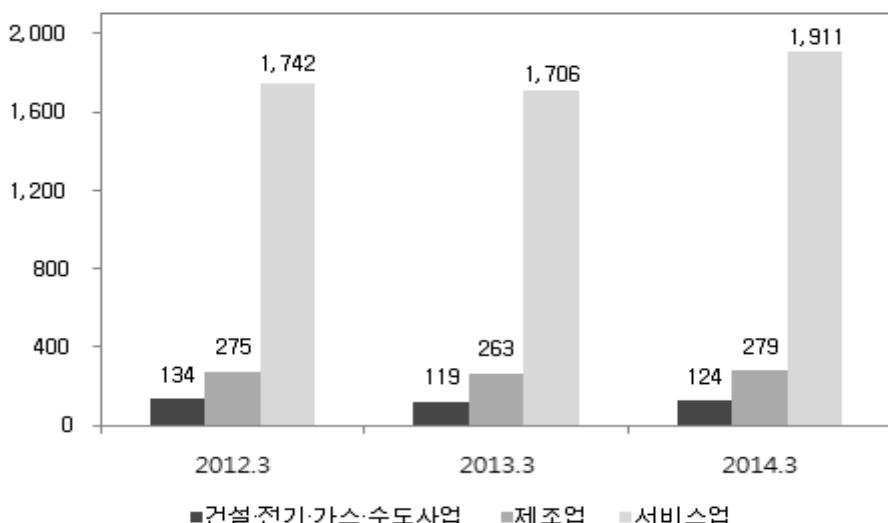
자료 : 중소기업청

<그림> 서울시 신설법인 추이



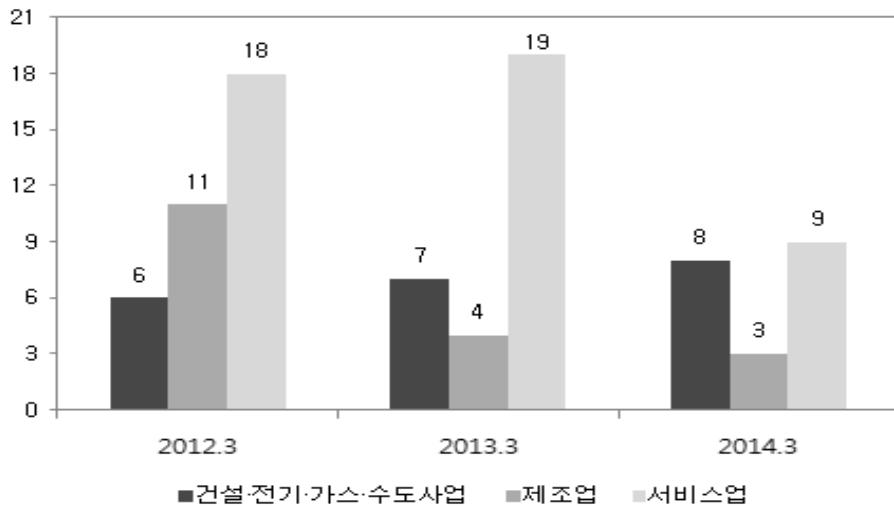
자료 : 중소기업청

<그림> 서울시 부도법인 추이



자료 : 중소기업청

<그림> 서울시 산업별 신설법인 현황

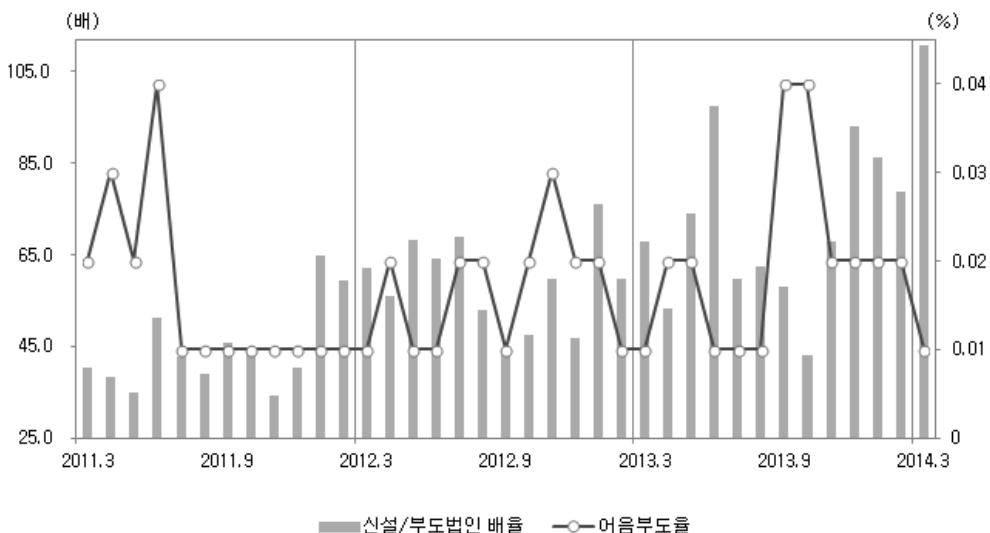


자료 : 한국은행

<그림> 서울시 산업별 부도법인 현황

■ 3월 중 서울의 부도법인수에 대한 신설법인수의 배율 전월대비 증가

- 서울의 어음부도율은 0.01% 이고 서울의 신설법인/부도법인 배율은 110.5로 전월(78.9배)대비 증가

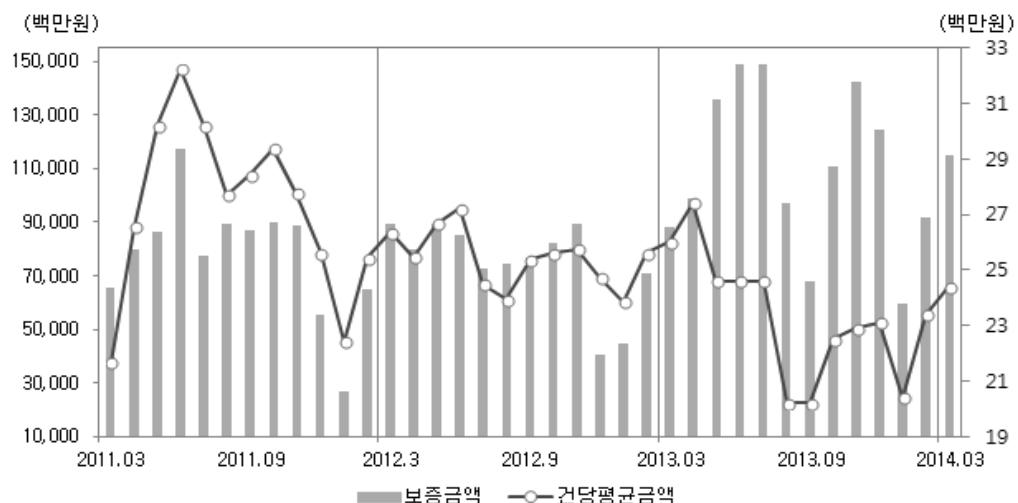


자료 : 중소기업청, 한국은행

<그림> 서울시 어음부도율 및 신설/부도법인 배율 동향

| 신 · 용 · 보 · 증 |

- 서울의 3월 보증지원 건당 평균지원금액은 전월대비 증가
 - 서울신용보증재단을 통한 서울시 신용보증공급은 월중 115,190백만원, 4,719건
 - 보증금액과 보증건수는 전월대비 각각 26.0%, 20.8% 증가, 건당 평균지원금액은 전월 대비 4.3% 증가
 - 전년동월대비 보증금액과 보증지원건수는 각각 30.3%, 38.8% 증가하였고, 건당 평균 지원금액은 6.2% 감소



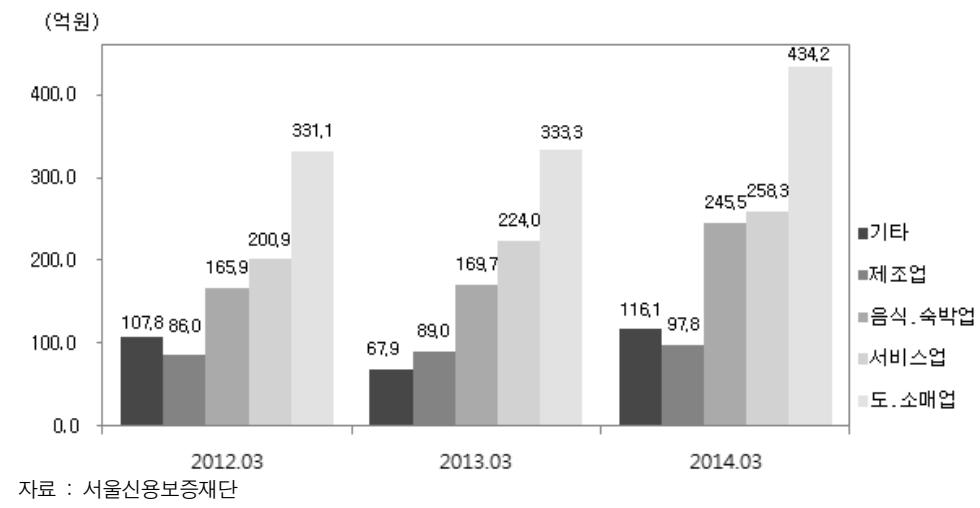
자료 : 서울신용보증재단

〈그림〉 서울의 보증금액 및 건당 평균 금액 추이

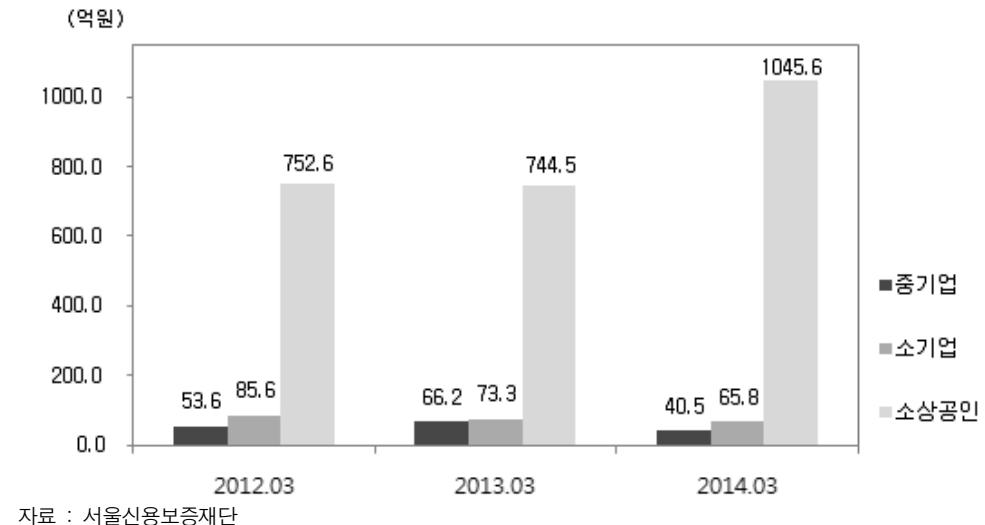
- 서울의 3월 제조업종 보증지원 비중 전월대비 증가
 - 3월 중 제조업종에 대한 보증지원 비중이 공급금액기준 8.5%로 전월(8.4%) 대비 0.1%p 증가한 반면, 도·소매업종에 대한 지원 비중은 37.7%로 전월대비 보합 수준
 - 보증건수 기준 시 제조업종은 7.0%로 전월(6.7%)대비 0.2%p 증가하였으며, 도·소매업종은 35.2%로 전월(34.7%)대비 0.5%p 증가

■ 서울의 3월 소상공인 지원금액 비중 전월대비 증가

- 기업규모별 신용보증지원 비중은, 소상공인이 금액기준 90.8%로 전월대비 1.2%p 증가하였고 건수기준 96.3%로 전월대비 0.1%p 증가
- 소기업 지원 비중은 금액기준으로 5.7%로 전월대비 0.9%p 감소하였고 건수기준 2.6%로 전월대비 0.3%p 증가
- 중기업 지원비중은 금액기준으로 3.5%로 전월대비 0.3%p 감소하였고 건수기준으로는 1.1%로 전월대비 0.4%p 감소



<그림> 업종별 공급금액 기준



<그림> 기업규모별 공급금액 기준

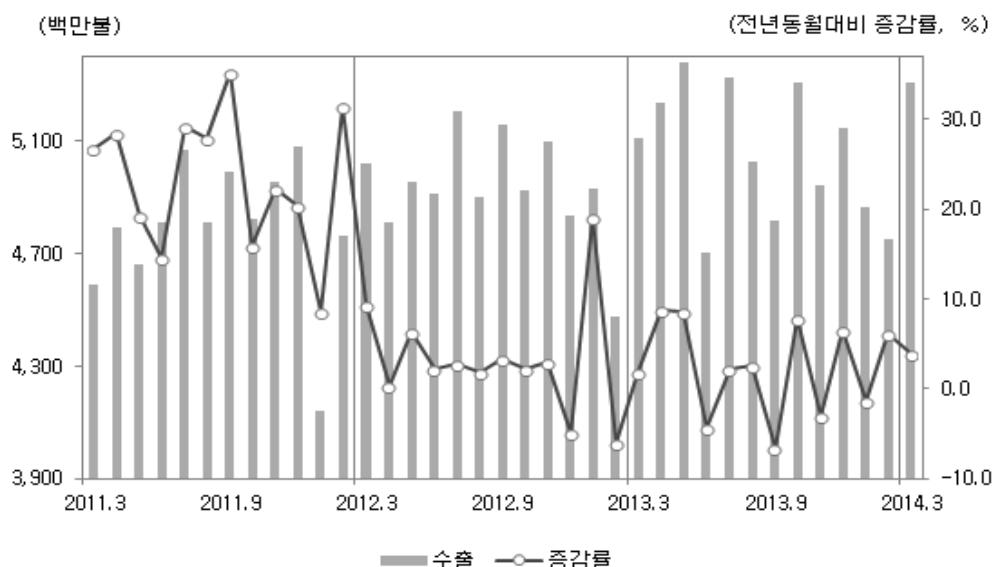
| 수 · 출 · 입 |

■ 서울의 3월 수출, 수입 모두 전년동월대비 증가

- 서울의 수출은 53.1억 달리를 기록하여 전년동월대비 3.9% 증가하였고 수입은 120.0 억 달리를 기록하여 전년동월대비 11.3% 증가
- 전국의 수출은 497.2억 달리를 기록하여 전년동월대비 5.0% 증가하였고 수입은 455.5 억 달러 기록하여 전년동월대비 3.4% 증가

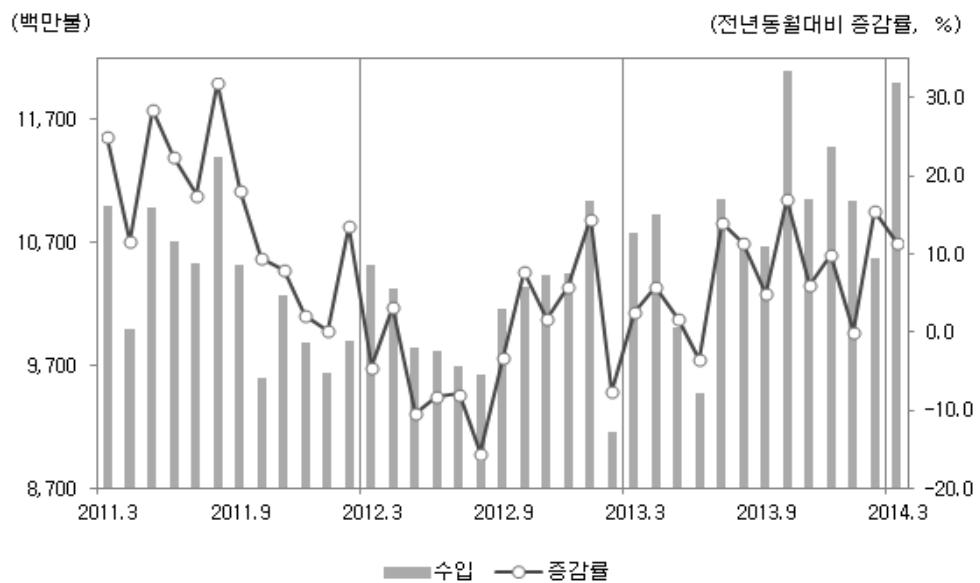
■ 서울의 3월 수출 1순위는 평판디스플레이 및 센서, 수입 1순위는 석유제품

- 서울의 품목별 수출의 경우, 평판디스플레이 및 센서가 508백만 불로 가장 높은 수치를 기록하였고 다음은 자동차 부품, 합성수지, 반도체, 고무제품 등 순
- 서울의 품목별 수입의 경우, 석유제품이 1,197백만 불을 기록하였고 다음은 반도체, 자동차, 컴퓨터, 의류 등 순



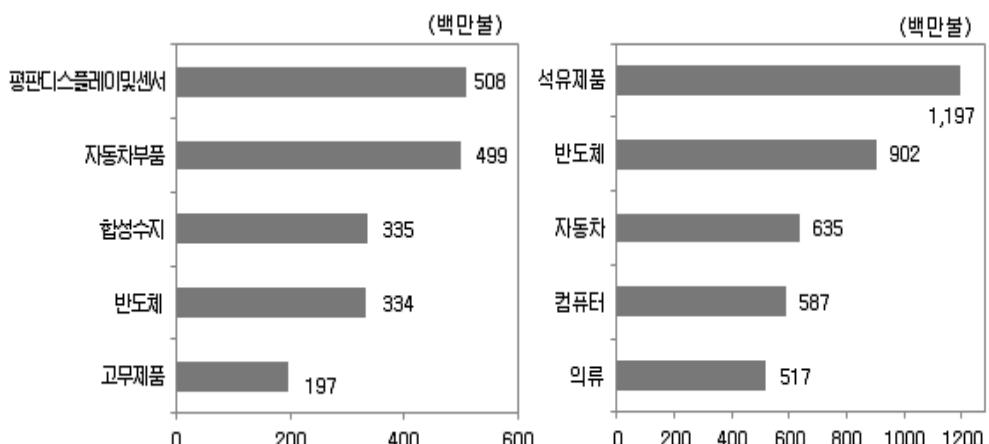
자료 : 무역협회

<그림> 서울시 수출액 및 증감률 추이



자료 : 무역협회

<그림> 서울시 수입액 및 증감률 추이



자료 : 무역협회

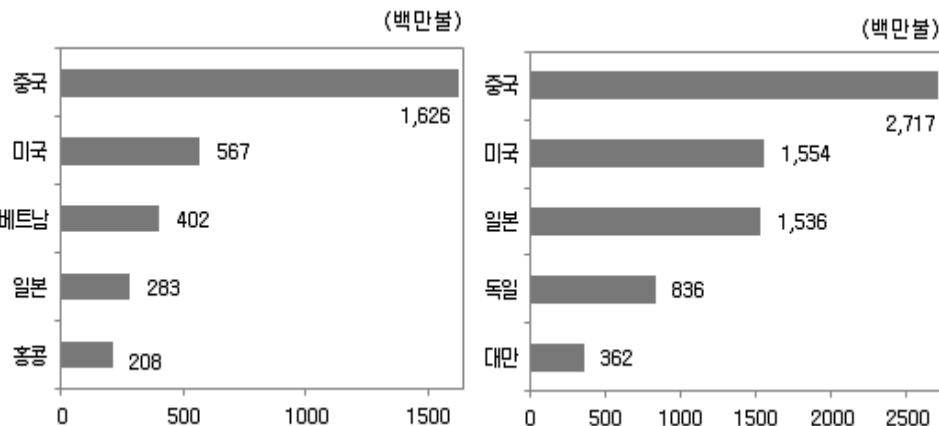
<그림> 3월 서울시 품목별 수출액

<그림> 3월 서울시 품목별 수입액

수출입

■ 서울의 3월 수출·입국 1순위는 중국

- 서울의 국가별 수출의 경우, 중국이 전년동월대비 9.8% 증가한 1,626백만불로 가장 높았고 그 다음으로 미국, 베트남, 일본, 홍콩 순
- 서울의 국가별 수입의 경우, 중국이 전년동월대비 21.1% 증가한 2,717백만불을 기록하였고 그 다음으로 미국, 일본, 독일, 대만 순



자료 : 무역협회

<그림> 3월 서울시 국가별 수출액

<그림> 3월 서울시 국가별 수입액

| 자 · 료 · 출 · 처 |

경인지방통계청, 「2014년 3월 서울시 산업활동동향」

경인지방통계청, 「2014년 3월 서울시 고용동향」

경인지방통계청, 「2014년 3월 서울시 소비자물가동향」

경제통계시스템, 「<http://ecos.bok.or.kr>」

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

관세청, 「2014년 3월 수출입 및 무역수지동향」

국민은행연구소, 「2014년 3월 전국주택가격동향조사」

부동산114, 「2014년 3월 서울시 아파트 평당매매가격」

중소기업청, 「2014년 3월 중 신설법인 동향」

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

통계청, 「2014년 3월 산업활동동향」

통계청, 「2014년 3월 고용동향」

통계청, 「2014년 3월 소비자물가동향」

통계청, 통계정보시스템, 「<http://kosis.kr>」

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

한국은행, 「2014년 3월중 어음부도율 동향」

한국은행, 「2014년 3월중 금융시장 동향」

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

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