

부 록



부 록

민생경제 현장점검 포럼 『서울시 창업활동의 현실과 과제』

목적

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

일시 및 장소

- 일시: 2018년 10월 19일 16시
- 장소: 서울창업허브 별관 2층 중회의실

발표주제 및 토론자

- 문경일 서울창업허브 운영팀장, ‘서울시의 창업정책과 창업허브의 역할’
- 김영덕 롯데엑셀러레이터 상무, ‘현장에서 본 창업활동 애로사항과 개선방안’
- 황희철 블루포인트파트너스 이사, 서형준 토이스미스 대표, 신창호 서울시립대 교수, 서울연구원 시민경제연구실 연구원 등



[부록 그림 1] 민생경제 현장점검 창업 포럼

발표 1 : 서울시의 창업정책과 창업허브의 역할

- 서울시의 창업 정책의 발달 과정
 - 1990~1995년이 창업 정책의 태동기로 닷컴 붐 및 벤처창업이 활발해지고, 테헤란로, 양재-포이밸리, 벤처기업 등이 등장하였으며, 1995년 이후 본격적인 창업 지원이 시작되고, 2000년대 중반부터 창업지원시설이 확장
 - 창업관련 센터는 2005년 4개에서 2018년 5월 현재 총 43개로 늘어났고, 연면적은 202,703㎡에 달함
- 기존 창업생태계의 문제점
 - 창업생태계 컨트롤타워와 일관된 정책방향이 없고, 지원체계도 개별 센터별로 산만
 - 민·관의 별도 정책 추진으로 지원 효율성이 감소하고 창업생태계 조사·분석도 미흡
- 서울시 창업 생태계 플레이어
 - 공공기관(23개), 액셀러레이터(58개), 클라우드 펀딩(14개), 벤처캐피탈(114개), 엔젤투자조합(479개), 네트워크 행사지원(20개), 코워킹공간 제공기관(52개) 등 다양하게 구성
- 권역별 창업지원시설 현황
 - 서울시 창업지원시설은 총 43개소로 도심권에 7개소, 서북권에 14개소, 서남권에 6개소, 동북권에 9개소, 그리고 동남권에 6개소 배치
- 중장기 창업지원 정책 방향
 - 기존 창업 정책: 서울형 창업지원체계와 혁신기술형 창업육성, 성과우수 창업기업에 차등 지원
 - 중장기 창업정책 방향: 첨단기술 창업인프라 부족, 청년 창업활동 미흡, 자금조달 및 재기창업 지원 부족 등 현장의 목소리를 반영해 창업 인프라의 지속적 확충, 청년·대학생 창업 활성화, 성장 지원·안전망 구축, 글로벌 생태계 진입 촉진 등에 초점

발표 2 : 현장에서 본 창업활동 애로사항과 개선방안

- 지원방식의 문제점 해소하고 개선할 필요
 - 지원 프로그램이 너무 많아 브로커와 에이전시만 이득을 보고 창업가는 정작 혜택을 못 받고 있고, 특히 지원 프로그램마다 선발 기준이 다르며 지원방식도 제각각이라 지원하기가 어려움 → 지원프로그램의 통합 필요
 - 지원 프로그램 선발 심사 시 심사위원의 평가 능력에 불만이 많으므로 창업 경험과 전문성을 갖춘 사람들로 심사위원을 구성할 필요
 - 준비 안 된 해외 전시회 참가가 많은 것이 현실이므로 최소 6개월 전에 참여기업을 확정해 사전에 충분히 준비하고 미팅 대상을 선정할 필요
- 자생력 갖춘 생태계 조성할 필요
 - 창업기업 및 지원기업의 수는 생태계 측면에서 중요도가 크지 않으며, 오히려 과도한 지원 프로그램은 회사의 자생력을 약화시키면서 좀비 생태계를 조성할 우려
 - 무조건 연락해 행사에 와달라고 요청하는 일이 발생하기도 하는 등 창업지원 기관의 소통방식이 변화할 필요
 - 사고의 사전 예방을 위해 감사 규정이 까다로운 것은 이해가 가지만, 다수의 정직한 기업에게는 비용 증가의 문제가 발생하므로 오히려 문제 기업을 일벌백계하는 등 사후 대응을 강화하는 방식으로 바꿀 필요
- 스타트업 환경 개선 도모
 - 스타트업에 대한 사회적 인식이 여전히 부족하므로 성공사례 홍보 등 필요
 - 창업자, 근로자들의 주거문제, 통근 문제가 부담이 되므로 지원 거점에 숙소사, 주거시설, 통근 대안 등을 고려
 - 실효성 있는 경영 능력을 키울 수 있는 교육 제공 등으로 스타트업 창업자의 경영 능력을 향상

토론 정리 및 전문가 코멘트

- 창업허브와 지원 내용에 전반적으로 만족하지만 아쉬운 부분도 존재
 - 창업허브의 위치에 대해 처음에 반발이 있었지만 와보니 시설이 좋아 만족함. 아쉬운 것은 회사마다 규모가 다른데 공간 사이즈가 일률적임. 업종이나 사업 내용에 따라 공간을 다르게 배정해주면 더 좋을 것
 - 지원방식에서는 심사위원의 전문성이 좀 더 요구됨. 스타트업 지원을 신청하는 모든 사람이 평가방식과 평가위원에 아쉬움이 있음
 - 지원금보다 공공구매가 스타트업에 가장 큰 지원
 - 스타트업을 경력으로 인정 안 해주는 곳이 많음. 공공과 기업이 스타트업 경력을 좀 더 인정해주어야 함
 - 정부사업을 따내기 위해 급조한 좀비기업이 많음. 이러한 좀비기업을 걸러내서 제대로 된 스타트업에 지원을 해주어야 함
- 스타트업이 발전하기 위해서는 정책이 아닌 스타트업 문화가 발전해야 함
 - 아직까지 창업보다 직장명이 중요하게 생각되는 문화가 남아있어 경력직 이동이 어려움. 이는 창업을 두렵게 하는 가장 큰 요소가 됨
 - 스타트업 스펙은 좋은데 대기업에서 스타트업 경력이나 직급을 인정 안 해줘 급여나 직급 등에서 불이익
 - 서울시뿐만 아니라 중앙정부도 스타트업 문화를 좀 더 장려하는 방향으로 가야 함
- 창업허브에 입주해있는 좀비 사무실 걸러내야
 - 입주기업 명패는 있는데 사람 흔적이 없는 사무실도 많음. 여러 인큐베이터에 지원해서 여러 곳에 선발될 경우 사무실을 분산해서 쓰고 있음. 주소만 필요해서 창업허브에 등록하는 사람도 존재

부 록

- 회사가 일정 규모나 재정 레벨이 되어야 정부 일을 맡을 수 있어 제약
 - 이 같은 제약 때문에 정부 사업을 하고 싶어도 할 수 없는 스타트업 기업이 많음. 그래서 대기업을 끼워서 같이 사업을 하게 되는데 이렇게 하면 마진이 남지 않음. 대기업은 이름만 빌려주는데도 수수료를 40% 정도 가져감
- 글로벌 스타트업 기업이 300여 개 정도인데 한국은 3개 정도에 불과
 - 미국이 160여 개로 가장 많고, 중국이 80여 개, 독일이 5개, 한국과 일본은 2~3개 수준
- 우리나라의 중소기업 정책 자체는 많은 편이지만 구체적인 운영이 문제
 - 액셀러레이터 관련 정부 보고도 많고 관심은 많이 갖고 있지만, 성장시키는 방법에서 아직 부족
- 스타트업은 주 52시간에 큰 영향 받지 않아
 - 주 40시간이 거의 지켜지고 있어서 이미 그보다 적은 시간을 근무 중임. 근무시간이 초과하게 되면 평일 대체 휴일을 주는 방식



[부록 그림 2] 민생경제 현장점검 창업 포럼

민생경제 현장점검 포럼 『이태원 관광특구의 변화와 발전 방안 모색』

목적

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

일시 및 장소

- 일시: 2018년 12월 5일 15시
- 장소: 이태원 관광특구 대회의실

발표주제 및 토론자

- 이호성 이태원 관광특구 사무국장, ‘이태원 관광특구의 어제와 오늘’
- 정지희 서울대학교 국토문제연구소 선임, ‘multy-ethnicity 소비에 의한 이태원의 재활성화: 에트닉 레스토랑을 중심으로’
- 이병철 앙카라 피크닉 대표, 신창호 서울시립대 교수, 서울연구원 시민경제연구실 연구원 등



[부록 그림 3] 민생경제 현장점검 이태원 관광특구 포럼

발표 1 : 이태원 관광특구의 어제와 오늘

○ 이태원의 유래 및 변천

- 조선 효종 시대 배 밭이 많아서 이태원(梨泰院)으로 명명되었고, 임진왜란 때 왜군들이 귀화 및 거주하여 이타인(異他人)으로 불렸으며, 현재는 혼혈인 거주지라는 의미에서 이태원(異胎園)으로 불렸다는 등 의견이 다양
- 조선시대에는 청·일군 주둔지였고, 한국전쟁 때는 주한 미군사령부와 국방부 입지
- 1960년대 이태원동 및 한남동에 56개국 주한외국공관이 입주하였으며, 1970년대 미군 1만여 명이 주둔하면서 기지촌 및 보세물품 쇼핑가를 형성
- 1980년대 이후 일본 관광객이 증가하면서 피혁 등 쇼핑과 유흥 위락 시설이 관광명소화되었고, 2000년대 들어 동남아 및 중동 등의 관광객도 늘어나면서 전통과 현대, 한국적인 것과 세계적인 것이 공존하는 지역으로 발달

○ 이태원 관광특구 현황

- 문화체육부 고시 제43호(1997. 9. 29)로 관광특구로 지정되었으며, 이태원·한남동 일부 383,292㎡ 규모
- 로테오 패션 거리, 앤티가구 거리, 세계음식 거리, 퀴논 거리, 한남동 가로수길 등 특화거리로 구성
- 홍보관 1개, 관광안내소 3개, 관광호텔 4개 등 관광편의시설과 2,300여 개의 점포가 입지

○ 이태원의 미래: 다문화, 다민족성 갖춘 관광특구로 부가가치 창출

- 외국인 관광객 위주에서 블로그, 페이스북, 인스타그램 등 각종 SNS를 이용해 핫플레이스 장소로 급부상하면서 내국인 관광객 비율이 늘어나는 추세
- 이태원의 주 고객이었던 주한 미군이 떠난 공간을 동남아 및 이슬람 문화권 관광객 유치 등으로 다문화, 다민족성 등을 갖춘 관광특구로 발전시켜 다양한 세계문화의 장이자 세계인의 관광특구로 발전시킬 필요

발표 2 : multy-ethnicity 소비에 의한 이태원의 재활성화: 에스닉 레스토랑을 중심으로

- 이태원 에스닉 레스토랑의 운영 주체는 외국인 이주자, 한국인 이주 귀환자, 한국인 등으로 구성
 - 초기에 이태원의 에스닉 레스토랑을 형성한 개척자들의 국적은 미국, 호주, 유럽, 중동, 아프리카 등이며, 주로 이태원에 거주하는 외국인 대상으로 운영
 - 미국, 호주 출신들은 맥주와 함께 본국의 스포츠 문화를 즐기는 형태의 스포츠 펍 유형이 대부분
 - 유럽 출신들은 그 개수가 많지 않은 관계로 대사관 등 고위층을 타깃으로 설정
 - 중동 출신들은 종교상 이유로 엄격한 조리법과 식문화를 고수하는 등 존재 자체만으로 이태원의 이국적 분위기를 상징
 - 한국인 이주 귀환자는 현지파견 주재원, 유학, 개인사업(자영업) 등의 목적으로 이주했다가 귀환한 사람들로 이주국에서 경험했던 문화를 바탕으로 한국에 거주하는 외국인들을 대상으로 사업
 - 이들은 ‘특별한 것’을 판매한다는 목적의식을 가지고 본국에서 셰프를 초빙하거나 본인이 직접 조리하고, 상징적으로 드러나지는 않지만 이태원의 탈영토적 속성을 유지 및 강화시키는 핵심 집단
 - 한국인은 이태원의 에스닉 레스토랑 형성에서 비교적 후발주자로 1년 이상의 해외 거주 경험은 없지만 대부분이 다수의 해외 여행 경험을 보유
 - 이들은 현지 스타일로 조리하기 위해 현지 셰프를 초빙하거나 본인이 직접 단기적으로 현지에서 음식을 배워오며, 특히 엄격한 현지 조리 방식 고수보다는 한국화를 가미한 혼성적 조리법을 선호하는 등 이태원에 한국적 취향을 더하면서 재영토화
- 이태원 에스닉레스토랑 운영자들의 특성
 - 이주자와 귀환자들은 자신들의 출신 국가 및 이주 경험 국가와 지속적인 관계와 왕래를 유지(재료조달, 친지 방문, 사업 아이템 구상)

- 이주 경험이 없는 내국인은 이태원에서 사업을 운영하기 위한 아이템 개발, 메뉴구상 등을 위해 주기적으로 해외를 방문해 현지인들과 연계를 맺고 있음
- 이태원 에스닉 레스토랑의 운영 특성
 - 메뉴구성 및 제공 유형은 ‘현지 방식 그대로의 재현’, ‘한국화가 가미된 변형’, ‘완전 한국식’으로 대별
 - ‘현지 방식 그대로의 재현’은 오리지널 정통 방식, 지금 그곳에서 유행하는 방식, 현지인 요리사 고용 등
 - ‘한국화가 가미된 변형’은 향신료를 따로 구비하고, 메뉴의 한국화를 추진(주류를 판매하는 중동음식점 등)
 - ‘완전 한국식’은 한국 프랜차이즈 주점, 트렌디한 한식당 등이 대표적
- 이태원 에스닉 레스토랑 운영 방식
 - 현지의 문화와 풍토 이식, 현지를 재현하는 내부 인테리어, 상상과 욕구를 충족시키는 ‘분위기’의 상품화 등을 추진
- 이태원 방문객의 계층과 소비방식
 - 초기에는 해외 경험 기반을 가진 사람들이 주로 방문: 이태원의 경우 2008년 무렵부터 한국인들의 증가가 눈에 띄게 증가하였으며, 많은 운영자들이 유학생들의 귀환과 해외 여행자들의 증가를 그 원인으로 꼽고 있음
 - 이후에는 SNS 및 블로그 등 매체노출로 유입되는 계층이 확대: 블로그 등을 통해 추종 그룹(팔로워)들을 양산(일종의 ‘웹구전효과’)
 - Multi-ethnicity 소비방식은 기억과 경험의 재현이며, 음식을 이용한 간접체험으로 문화적 호기심을 충족시키는 한편, 진입장벽이 높은 에스닉 푸드를 소비한다는 일종의 과시적 소비행위도 포함

토론 정리 및 전문가 코멘트

- 이태원의 관광특구로서의 위상 및 행정편의 부재
 - 세계 각국의 음식을 보여주고 파는 포차 등이 늘어나면서 세계음식거리의 특화성은 오히려 희석
 - 현재 이태원은 전체적으로 매출이 줄어들면서 권리금이 감소하는데 임대료는 상승
- 미군기지 이전으로 주 고객층이 변화하고 상주 외국인도 변화
 - 가장 큰 고객인 미군기지가 이전하며 점차 상권이 쇠퇴하고 있고, 특히 기존 이태원이란 브랜드 이미지를 상실
 - 세계음식거리를 서울미래유산으로 지정할 필요
- 현재 이태원은 미군의 소비력 유출과 맞물린 저성장 등으로 침체 상태
 - 지구촌축제는 상인들이 주도하는 축제이기 때문에 이태원의 이미지와 맞는지 의문
 - 통금해제 이후 관광특구의 장점이 사라진 상황에서 ‘즐거운 도시가 승리한다’는 이야기처럼 이태원은 본래의 활력을 되찾는 것이 시급
- 다민족 및 다문화에 대한 차별이 없는 이태원이 미래 한국 사회의 초석이 될 것
 - 88 서울올림픽을 계기로 이태원에 대한 인식 변화
 - 2002~2008년 외국음식점이 생겨났는데, 이때 외국 셰프들이 소자본으로 창업에 성공해서 강남으로 진출
 - 현재 행정규제가 심해서 이태원의 발달을 저해
- 이태원의 문제를 해결할 수 있는 방법을 구체적으로 검토해 논의할 필요
 - 이태원의 문제를 해결하려면 그 문제를 구체적으로 해결할 수 있는 방법과 그 방법에 대한 결정권이 있는 파트너를 찾아 대화를 이어나가야 함
 - 모종린 교수의 골목길 자본론에 따르면 가장 복사하기 힘든 곳이 이태원이므로 앞으로 발전할 수 있는 잠재력을 보유한 것으로 판단

부 록



[부록 그림 4] 민생경제 현장점검 이태원 관광특구 포럼