

## 이달의 이슈

- 06 | 서울시 창조계층의 규모와 주요 특징  
김범식(서울연구원 시민경제연구실 연구위원)
- 16 | 창조경제 생태계 조성을 위한 도시재생의 활용  
박정은(국토연구원 국토관리·도시연구본부 책임연구원)

## 생생리포트

- 24 | 창조인재 어떻게 양성할 것인가?  
문경일(서울산업진흥원 창조산업본부 창조인재팀)

## 인포그래픽스

- 36 | 서울 시민은 국내 관광여행을 얼마나 갈까?  
조달호(서울연구원 시민경제연구실 선임연구위원)  
장윤선(서울연구원 시민경제연구실 연구원)

## 경제동향

- 42 | 요약
- 43 | 생산
- 45 | 소비
- 46 | 고용
- 49 | 물가
- 50 | 부동산
- 52 | 금융
- 57 | 수출입
- 장윤선(서울연구원 시민경제연구실 연구원)  
정의영(서울연구원 시민경제연구실 연구원)

## 경제통통

- 64 | FOCUS / ZOOM IN / HOT ISSUE  
김가영(서울특별시청 경제진흥본부)





## 이달의 이슈



서울시 창조계층의 규모와 주요 특징

**김범식**

서울연구원 시민경제연구실 연구위원  
kbs@si.re.kr

창조경제 생태계 조성을 위한  
도시재생의 활용

**박정은**

국토연구원 국토관리·도시연구본부  
책임연구원  
jepark@krihs.re.kr

## 이달의 이슈 | 01

# 서울시 창조계층의 규모와 주요 특징



김 범 식

서울연구원 시민경제연구실  
연구위원  
kbs@si.re.kr

## 1. 창조계층은 도시와 지역발전의 핵심 추진세력

21세기 들어서도 성장잠재력 약화가 지속되면서 국가나 도시 모두 새로운 경제 패러다임인 창조경제에 주목하고 있다. 상상력과 아이디어 등 창조성에 기인한 무형자산이 과거 어느 때보다 경제적 가치로서 그 중요성이 높아졌기 때문이다. 이에 따라 창의적이거나 혁신적인 업무에 종사하는 사람들을 지칭하는 ‘창조계층(creative class)’이 국가나 지역발전의 핵심 추진세력(key driver)으로 부상했다. 이는 도시의 경제성장이 단지 인적자본의 밀집에서 생기는 생산효과만으로 설명되지 않고, 창조계층이 보유한 창의적 능력인 창조자본(creative capital)에 달려있다고 보기 때문이다.

창조계층은 미국의 도시경제학자 리처드 플로리다가 “도시의 경제성장은 창조계층에서 만들어진다”는 이론을 제기하면서 처음으로 주창되었다. 특히 일자리 창출에 관한 기존 이론이 “기업이 있는 곳으로 사람이 이동한다(People-to-Job)”에 초점을 맞추었다면, 창조계층이론은 “창조계층이 풍부한 곳으로 기업이 이동한다(Job-to-People)”는 점에 서 시각 차이를 보인다. 플로리다는 다양하고 관대하며, 새로운 아이디어

### 저자 학력, 경력 및 최근 연구

- 성균관대학교 대학원 통계학 박사
- 지방재정학회 이사, 경인행정학회 이사, 경기종합지수 자문위원(통계청) 등
- 대형마트 영업제한의 전통시장 매출 증대에 대한 영향 분석(2012), 서울시 물가구조의 특성분석과 정책방향(2013), 서울시 관철은 일자리(Decent Job) 실태분석과 정책방향(2014) 등

어에 개방적인 곳을 선호하는 창조계층에 의해 도시의 경제 발전이 촉진된다고 보았다. 그는 창조계층이 정착하여 도시의 혁신과 경제 성장을 자극하기 위해서는 도시가 3T, 즉 기술(technology), 인재(talent), 관용(tolerance)을 모두 갖추어야 한다고 주장했다. 예를 들어 볼티모어, 세인트루이스 등은 세계 수준의 대학과 기술에도 불구하고 창조계층을 유인하고 유지하는 데 필요한 관용과 개방성이 부족해 실패했다. 마이애미와 뉴올리언스도 다양한 생활양식의 중심지이지만 취약한 기술기반으로 인해 성공하지 못했다. 반면, 샌프란시스코, 보스턴, 워싱턴 DC, 오스틴과 시애틀 등은 3T를 모두 갖추면서 성공적인 도시로 발전했다.

플로리다는 창조계층을 직업 특성에 따라 ‘핵심 창조계층’, ‘창조적 전문가’, ‘보헤미안’ 등으로 분류하고 있다. 핵심 창조계층은 과학자, 공학 전문가 등 주로 연구개발 분야에 종사하는 사람들로 쉽게 전파되고 유용하게 쓰일 새로운 아이디어와 콘텐츠 등을 만들어 내는 계층이다. 창조적 전문가는 주로 법률, 의료 관련 직종 등에 종사하며, 특정 문제를 해결하기 위해 복잡한 지식체계에 의존해 창조적으로 문제를 해결하는 계층이다. 보헤미안은 작가, 디자이너, 배우 등 문화, 예술 분야 종사자들로 도시의 새로운 문화에 대한 수용력을 보여주는 계층이다.

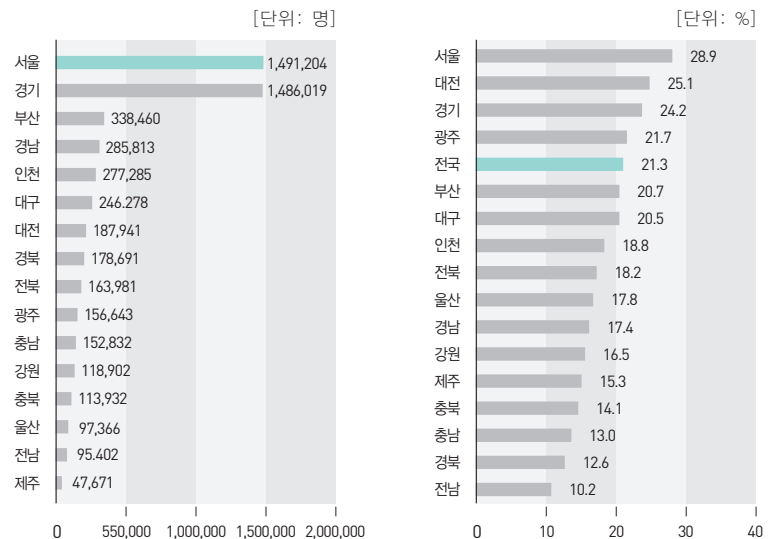
〈표 1〉 창조계층의 유형과 개념

구분	개념	한국표준직업분류로 본 해당 직업
핵심 창조계층	쉽게 전파되고 유용하게 쓰일 새로운 아이디어와 콘텐츠 등을 창출	과학 전문가 및 관리자, 정보통신 전문가 및 기술직, 공학전문가 및 기술직, 교육전문가 및 관련직
창조적 전문가	복합적인 지식을 다루면서 창조적으로 문제를 해결	공공 및 기업고위직, 행정 및 경영지원 관리직, 전문서비스 관리직, 건설·전기 및 생산관련 관리직, 판매 및 고객서비스 관리직, 보건·사회복지 및 종교 관리직, 법률 및 행정 전문직, 경영·금융전문가 및 관련직
보헤미안	문화와 예술분야에 종사	문화·예술·스포츠 전문가 및 관련직

주 한국표준직업분류로 본 직업은 중분류 기준임

## 2. 서울시 창조계층 규모는 16개 시·도 중 1위

통계청의 ‘지역별고용조사(A형)’ 원자료를 이용해 분석한 결과, 2013년 서울시 창조계층 규모는 149만 1,204명으로 전국의 27.4%를 점유하고 있다. 그다음에 경기도가 148만 6,019명으로 서울보다 약간 작은 수준이고, 부산이 33만 8,460명, 경남이 28만 5,813명 등의 순이며, 제주도가 4만 7,671명으로 16개 시·도 중 규모가 가장 작다. 서울시 창조계층 규모는 16개 시·도 중 가장 크고, 입지상(LQ)으로 본 창조계층의 집중도도 1.4로 기준치 1을 웃돈다. 16개 시·도의 창조계층 규모를 보면, 서울과 경기도를 제외한 나머지 시·도는 상대적으로 취약한 ‘2強 14弱’ 구조를 보이고 있다.



[그림 1] 2013년 시·도별 창조계층 종사자수 및 비중

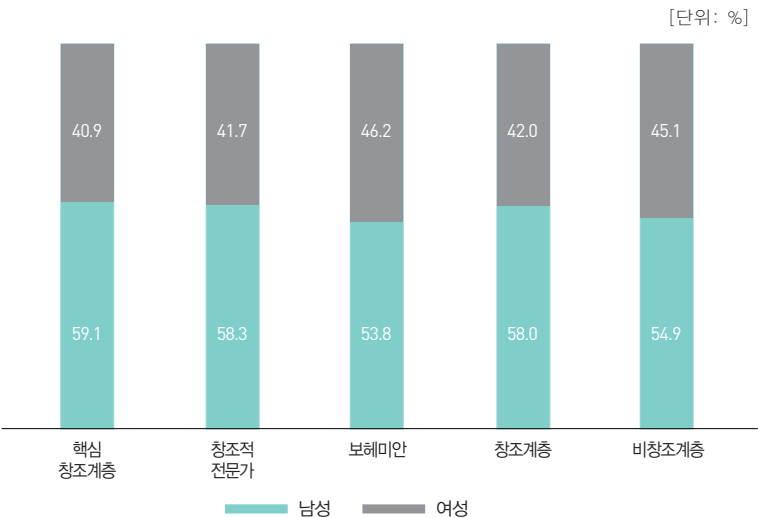
또한 서울시 전체 취업자 중 창조계층이 차지하는 비중도 28.9%로 전국 평균을 7.6%p 상회하고, 16개 시·도 중 가장 높다. 흥미로운 점은 창조계층의 규모와 각 지역 내 창조계층의 비중 순위가 서로 다르다는 점이다. 창조계층 규모는 서울, 경기, 부산 등의 순이지만, 지역 내 창조계층의 비중은 서울, 대전, 경기 등의 순이다. 특히 창조계층 규모가 서울보다 약간 작았던 경기도가 지역 내 창조계층 비중은 24.2%로 3위로 하락했고, 대전은 창조계층 규모가 7위로 중위권이지만 창조계층 비중은 25.1%로 서울에 이어 두 번째로 높았다. 이는 경기도가 전체 취업자 중 비(非) 창조계층이 상당히 큰 비중을 차지하는 반면, 대전은 다른 지역에 비해 비 창조계층보다 창조계층에 집중된 고용구조를 지녔다는 것을 의미한다. 한편, 서울의 창조계층 비중은 국내에서는 1위이지만, 54개 해외 주요 도시와 비교하면 36위로 낮은 수준이다. 비교 대상인 54개 해외

주요 도시 중 오슬로(46.8%)를 비롯해 상위 9개 도시의 창조계층 비중은 모두 40%대에 달한다.

창조계층을 유형별로 보면, 서울시는 핵심 창조계층과 창조적 전문가가 각각 44.1%, 40.6%, 보헤미안이 15.2%를 차지해 핵심 창조계층과 창조적 전문가 중심으로 구성되어 있다. 그러나 서울시 보헤미안 인력은 서울 내 비중은 낮지만, 전국 보헤미안 인력의 41.6%를 차지할 정도로 국내 다른 시·도에 비해 규모가 큰 편이다. 서울시 창조계층은 2008년 133만 647명에서 2013년 149만 1,204명으로 연평균 2.3% 증가했다. 이는 서울시 전체 취업자 증가율(1.0%)을 1.3%p 웃도는 수준이다. 창조계층 유형별로 지난 5년간 연평균 증가율을 보면, 핵심 창조계층(1.2%), 창조적 전문가(2.5%)보다 보헤미안(5.2%)의 인력 증가세가 높다.

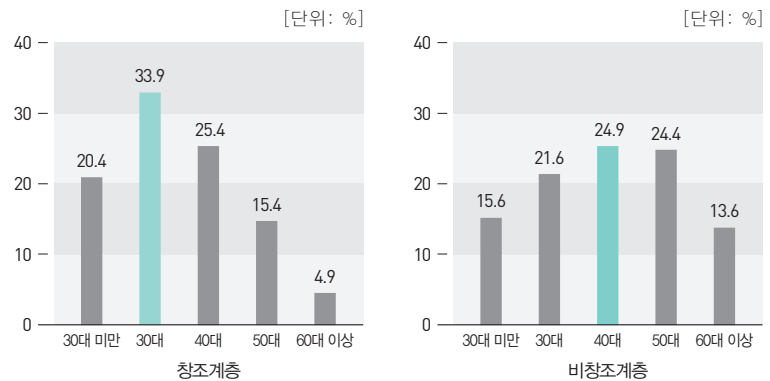
### 3. 서울시 창조계층은 비 창조계층과 차별적 특성 보여

서울시 창조계층의 인구 통계적 특성을 보면 비 창조계층과 차별적이다. 첫째, 서울시 창조계층의 성별 구조는 비 창조계층에 비해 남성 우위적이다. 2013년 서울시 창조계층의 58.0%가 남성으로 이는 비 창조계층의 남성 비중을 3.1%p 상회한다. 창조계층 유형별로 보면 보헤미안보다 핵심 창조계층과 창조적 전문가에서 남성 우위적 구조가 더 뚜렷하다. 그러나 2008~2013년 중 서울시 여성 창조계층의 연평균 증가율은 3.9%로 남성(1.2%)보다 3배 이상 빠른 속도로 증가하고 있다. 지난 5년간 서울시 여성 창조계층은 주로 창조적 전문가와 보헤미안에서 큰 폭으로 늘어났다.



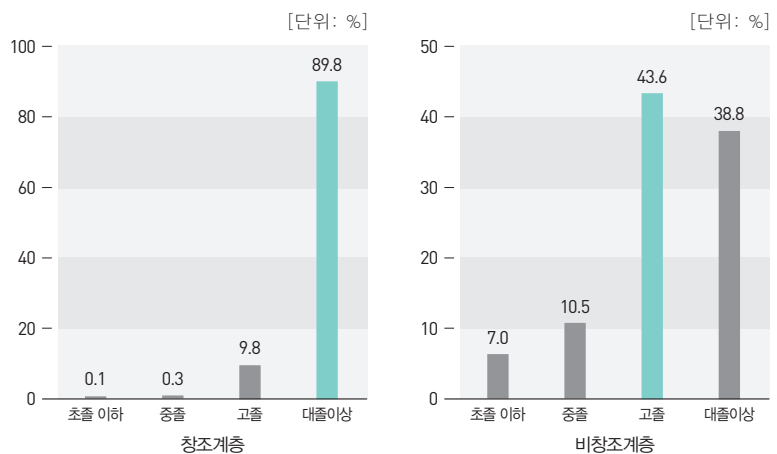
[그림 2] 2013년 서울시 창조계층 및 비 창조계층의 성별 구조

2013년 서울시 창조계층의 연령별 구조를 보면 30대가 33.9%를 차지해 가장 많고, 그다음은 40대 25.4%, 30대 미만 20.4% 등의 순이다. 이러한 연령별 구조는 40대가 24.9%로 가장 많고, 50대 24.4%, 30대 21.6% 등의 순인 비 창조계층과 대조적이다. 창조계층 유형별로 보면 핵심 창조계층과 보헤미안은 30대가, 창조적 전문가는 40대가 많은 구조이다.



[그림 3] 2013년 서울시 창조계층 및 비 창조계층의 연령별 구조

2013년 서울시 창조계층은 대졸 이상 고학력자가 89.8%로 대부분을 차지한다. 이는 비 창조계층의 2배 이상 되는 수준이다. 비 창조계층의 학력별 구조는 고졸이 43.6%로 가장 많고, 대졸 이상이 38.8%이지만 중졸도 10.5%에 달한다. 창조계층 유형별로 보면, 핵심 창조계층에서 대졸 이상 비중이 92.7%로 가장 높고, 창조적 전문가와 보헤미안에서 대졸 이상 비중은 각각 88.0%, 85.8%로 나타났다.



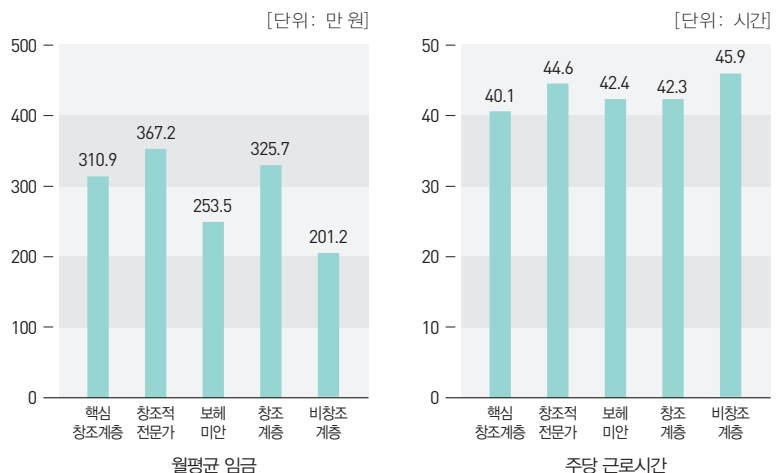
[그림 4] 2013년 서울시 창조계층 및 비 창조계층의 학력별 구조



2013년 서울시 창조계층을 종사상 지위별로 보면, 83.1%가 상용직으로 비 창조계층(54.5%)에 비해 고용안정성이 매우 높다. 그러나 고용안정성은 창조계층 유형별로 차별적이다. 상용직 비중은 창조적 전문가가 90.2%로 가장 높고, 핵심 창조계층과 보헤미안의 상용직 비중은 각각 79.6%, 73.9%로 상대적으로 낮다. 창조계층의 상용직 비중은 2008년 84.6%에서 2013년 83.1%로 1.5%p 하락했다. 특히 보헤미안 인력은 지난 5년간 임시직 종사자가 연평균 13.2% 증가해 임시직 비중이 6.2%p나 확대되었다.

2013년 서울시 창조계층의 월평균 임금은 325.7만 원으로 전국(300만 원)보다 8.6% 많고, 서울시 비 창조계층(201.2만 원)에 비해 1.6배 많다. 이는 창조계층이 높은 경제적 기회를 가진다는 플로리다 이론과 부합한다. 창조계층 유형별로 보면, 창조적 전문가가 367.2만 원으로 가장 많고, 핵심 창조계층은 310.9만 원, 보헤미안은 253.5만 원으로 가장 적었다. 2008~2013년 중 연평균 임금증가율은 창조적 전문가 2.6%, 보헤미안 2.3%, 핵심 창조계층 1.9%로 나타났다.

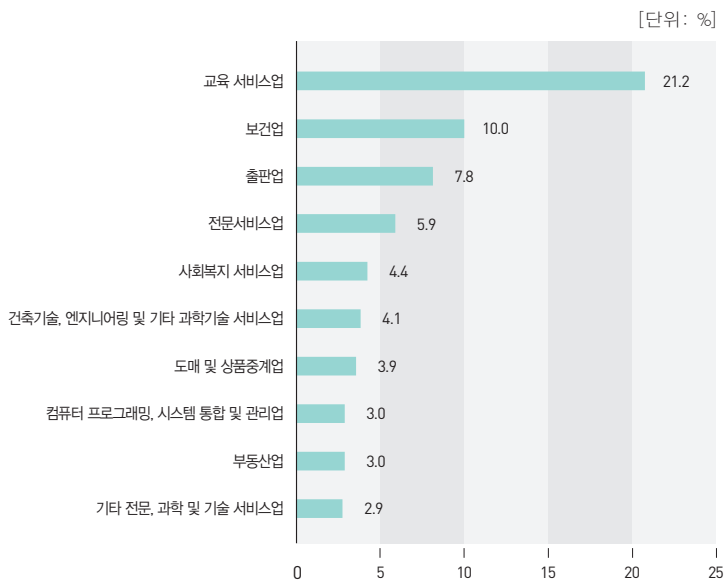
월평균 임금과 달리 창조계층의 주당 근로시간은 42.3시간으로 비 창조계층(45.9시간)에 비해 3.6시간 짧다. 플로리다 이론과 달리 창조계층의 근로시간이 비 창조계층보다 짧은 것은 소득수준이 높아지면서 일보다 삶의 질을 추구하는 경향이 커졌기 때문이다. 창조계층 유형별로는 창조적 전문가가 44.6시간으로 가장 길고, 보헤미안은 42.4시간, 핵심 창조계층은 가장 짧은 40.1시간이다. 창조계층의 근로시간은 2008년 이후 점진적으로 단축되는 추세이다.



[그림 5] 2013년 서울시 창조계층의 월평균 임금 및 주당 근로시간

#### 4. 서울시 창조계층은 교육 서비스업에 가장 많이 밀집

2013년 서울시 창조계층 인력의 산업 밀집도를 총 75개 중분류 기준으로 보면, 교육 서비스업, 보건업, 출판업, 전문 서비스업 등 4개 산업에 전체 창조계층 인력의 44.9%가 밀집되어 있다. 창조계층의 산업 밀집도가 1% 이상인 산업은 총 75개 산업 중 24개이고, 이 중 10% 이상은 2개, 2% 이상은 16개에 불과할 정도로 소수 산업에 밀집되어 있다. 전국은 서울에 비해 출판업의 밀집도가 매우 낮고, 사회복지 서비스업의 밀집도가 높은 편이다.



[그림 6] 2013년 서울시 창조계층 인력의 산업 중분류별 밀집도

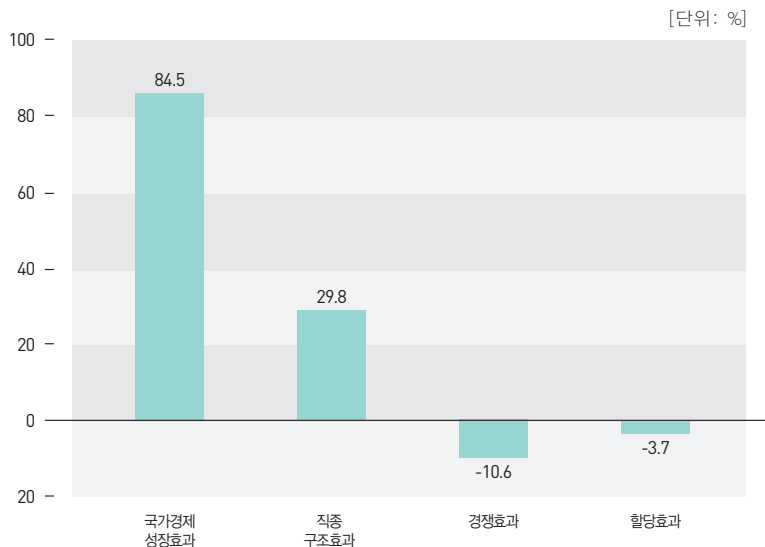
창조계층 유형별로도 3~5개 산업에 집중된 형태이나, 밀집된 산업은 유형별로 상이하다. 핵심 창조계층은 교육 서비스업에만 44.4%가 밀집되어 2위인 출판업(12.2%)과 32.2%p의 격차를 보였고, 창조적 전문가로는 보건업이 23.8%로 가장 높고, 사회복지 서비스업과 전문서비스업도 10% 내외의 밀집도를 보이고 있다. 그러나 보헤미안은 기타 전문·과학 및 기술 서비스업의 밀집도가 17.3%로 가장 높지만, 출판업, 창작·예술 및 여가관련 서비스업 등도 10% 이상으로 특정 산업에 집중된 형태를 보이지 않았다.

지난 5년간 창조계층의 산업 밀집도 순위 변화를 보면, 교육 서비스업과 보건업이 각각 6년 연속 1위, 2위를 유지했다. 출판업은 2008년 4위에서 2013년 3위로, 전문서비스업은 6위에서 4위로, 컴퓨터 프로그래밍·시스템 통합 및 관리업은 10위에서 8위로 상승했다. 특히 사회복지 서비스업은 14위에서 5위로 급상승했다. 전반적으로 지난 5년간 교

육 서비스업, 보건업, 출판업 등에 창조계층이 많이 몰린 가운데 전문서비스업, 사회복지 서비스업, 컴퓨터 프로그래밍·시스템 통합 및 관리업 등으로 창조계층이 지속적으로 유입되고 있는 것으로 보인다.

또한 서울시 전 산업의 창조계층 평균 비중(28.9%)과 산업 특화도(LQ)를 기준으로 75개 산업을 분석한 결과, 출판업, 영상 오디오 기록물 제작 및 배급업, 정보서비스업, 컴퓨터 프로그래밍·시스템 통합 및 관리업, 전문서비스업, 기타 전문·과학 및 기술 서비스업, 방송업, 연구개발업, 금융 및 보험 관련 서비스업, 창작·예술 및 여가관련 서비스업, 건축기술·엔지니어링 및 기타 과학기술 서비스업, 보건업 등 14개 산업이 서울형 창조산업으로 발전 가능성이 큰 것으로 나타났다.

한편, 창조계층의 고용변화 요인을 변이할당 모형을 이용해 분석한 결과, 서울시 창조계층의 고용증가는 80% 이상이 국가경제 성장효과이고, 29.8%는 직종구조효과로 나타나 해당 직종의 비교우위나 전문화 등을 보여주는 경쟁효과와 할당효과는 약한 것으로 분석되었다. 이를 창조계층 유형별로 보면, 핵심 창조계층만 경쟁효과와 할당효과가 정(+)의 효과를 보이고, 창조적 전문가와 보헤미안에서 경쟁효과와 할당효과는 모두 부(-)의 효과를 보였다. 특히 창조적 전문가에서 경쟁효과와 할당효과는 각각 -41.3%, -14.3%로 지역 경쟁력에 의한 고용증가가 약한 것으로 나타났다. 또한 창조적 전문가와 핵심 창조계층은 국가경제 성장효과가 가장 컸으며, 보헤미안은 전국적으로 빠르게 성장하는 직종에 집중된 효과를 보여주는 직종구조효과가 가장 큰 것으로 분석되었다.



[그림 7] 2008~2013년 중 변이할당 모형에 의한 서울시 창조계층의 고용변화 요인

## 5. 창조계층의 양적·질적 확대 도모

서울시 창조계층의 규모는 국내에서는 1위이지만, 해외 주요 도시에 비해서는 아직 낮은 수준이다. 특히 지난 5년간 서울시 창조계층이 양적으로 성장했지만, 그 요인이 주로 국가경제 성장 및 직종구조 효과로 서울 고유의 비교우위 및 전문화 등에 기인한 경쟁력 요인은 미흡하다. 따라서 향후 서울시는 인력양성 등을 통한 직접 확대 전략과 산업육성 등을 통한 간접 확대 전략을 통해 창조계층의 양적·질적 확대를 도모할 필요가 있다.

창조계층의 직접 확대 전략의 하나로 비 창조계층 인력을 창조계층으로 유인할 필요가 있다. 우선적으로 서울에 특화되어 있지만, 창조계층 비중이 낮은 산업을 중심으로 산업 특성에 맞는 인력 양성 전략을 추진하는 것이 효율적이다. 창조계층 비중과 산업 특화도를 이용해 분석한 결과, 의복·의복 액세서리 및 모피제품 제조업, 인쇄 및 기록매체 복제업, 가죽·가방 및 신발제조업 등 도심형제조업과 사업지원 서비스업 등이 적절한 분야로 판단된다.

또한 서울시가 추진해온 창조전문인력 양성사업이 소기의 성과를 거두고 있으나 이를 지속적으로 업그레이드할 필요가 있다. 창조전문인력 양성사업의 성과 확산과 질적 제고를 위해서는 기존 사업에 대한 객관적 평가를 통해 사업의 지속성 여부, 보완 여부, 신규 사업 개발 여부 등을 검토해야 한다. 또한 기존 교육기관 주도의 프로그램에서 벗어나 기업과 연계한 맞춤형 프로그램을 개발할 필요가 있다.

창조계층의 간접 확대 전략의 하나로 창조계층의 밀집도가 높고 특화도도 높은 산업을 산업정책과 연계해 육성하는 것이 바람직하다. 분석 결과에 의하면, 출판업, 컴퓨터 프로그래밍, 정보서비스업, 전문서비스업, 연구 개발업, 창작·예술 및 여가관련 서비스업 등이 대표적인 산업으로 나타난다.

그리고 지역 어메니티(Amenity) 개선을 통해 창조계층 유입을 촉진할 필요가 있다. 창조계층의 주된 활동무대는 자연자원이나 세금우대 조치 등과 같은 인센티브에 의해 결정되는 것이 아니므로 창조계층이 필요로 하고 친숙하게 느끼는 인프라를 조성해줄 필요가 있다. 예를 들어 창조계층은 박물관, 전시관 같은 전통적 문화공간보다 카페나 레스토랑 등 캐주얼한 도시 내 시설을 더 선호하는 것으로 알려져 있다.

## 참고자료

1. 구문모·박정수, 2014, “우리나라 창조계층 인력의 통계적 산출과 지역발전 정책의 함의”, 『지방행정연구』 제28권 제1호.
2. 김범식·김묵한·장윤희, 2015, 『서울시 창조계층의 고용실태와 특성분석』, 서울연구원.
3. 김영수, 2013, “창의계층의 산업별·지역별 추이와 정책적 시사점”, 『KIET 산업경제』 2013년 11월, 산업연구원.
4. 김홍주·박기풍, 2010, “도시의 창조적 계급·기술·관용의 공간적 집중과 클러스터”, 대한민국도·도시계획학회지 『국토계획』 제35권 제1호.
5. 리처드 플로리다, 2011, 『제3차 세계 리셋』, 김민주·송희령 옮김, 비즈니스맵.
6. 리처드 플로리다, 2011, 『신창조계급』, 이길태 옮김, 북콘서트.
7. 서울산업진흥원, 2015, “2015년도 창조전문인력 양성사업 사업계획”, 서울산업진흥원.
8. 오은주·김도형, 2014, 『창조인재 육성을 위한 창조환경 조성방안』, 한국지방행정연구원.
9. 이대창, 2013, “창조직업과 지역발전 관계에 대한 실증분석”, 『고용과 직업연구』 제7권(1).
10. 이훈·오동훈, 2011, “플로리다 창조계급론의 국내적용가능성에 관한 연구: 임금구조를 중심으로”, 부동산학연구 제17집 제3호.
11. Esteban-Marquillas, J. M., 1972, “A reinterpretation of shift-share analysis”, 『Regional and Urban Economics』, vol.2, no.3.
12. Florida, R., 2002, The Rise of the Creative Class, New York: basic Books.
13. Florida, R. 2003, “Cities and the Creative Class”, 『City & Community』, vol.2, no.1.
14. Florida, R., 2004, Cities and Creative class, Routledge.
15. Florida, R., 2007, The Rise of the Creative Class, New York: basic Books.
16. Fritsch, M., and Stuetzer, M., 2012, “The geography of creative people in Germany revisited”, Jena Economic Research papers.
17. Gabe, T., 2006, “Growth of Creative Occupations in U.S. Metropolitan Areas: A Shift-Share Analysis”, 『Growth and Change』, vol.37, no.3.
18. Herzog, H. W. and R. J. Olsen, 1977, “Shift-Share Analysis Revisited: The Allocation Effect and The Stability of Regional Structure”, 『Journal of Regional Science』, vol.17, no.3.
19. Martin Prosperity Institute, 2011, Creativity and Prosperity: The 2010 Global Creativity Index.
20. Martin Prosperity Institute, 2013, Creative and Diverse: Ranking Global Cities.

## 이달의 이슈 102

# 창조경제 생태계 조성을 위한 도시재생의 활용



**박정은**

국토연구원 국토관리·도시연구본부  
책임연구원  
jepark@krihs.re.kr

## 1. 창조경제 3가지 키워드로 살펴본 공간의 중요성

창조경제는 2000년 비즈니스 위크(Business Week)지에서 처음 소개되었다. 여기에서 피터 코이(Peter Coy)는 창조경제를 위한 진정한 자산(The Real Asset)이 아이디어임을 강조하며 인적자본의 중요성을 강조하였다. 그 이듬해인 2001년 존 호킨스(John Howkins)는 『The Creative Economy』에서 창의력이 중시되는 연구·개발, 디자인 등 15가지 창조경제 핵심 분야를 제시하였다.

창조경제에 대한 논의가 이루어진 지 10여 년이 훌쩍 지난 지금 우리는 ‘창조경제’라는 단어를 보통 명사처럼 흔히 사용하고 있다. 그러나 창조경제라는 단어를 자주 접하게 되었음에도, 뭔가 그 개념이 아직까지 명확하게 와 닿지 않는다. 이것은 우리만의 고민은 아닌데, 2010년 유엔무역개발협의회(UNCTAD)의 창조경제 보고서(Creative Economy Report 2010)에서도 이와 같은 내용이 언급된 바 있다. 2010년 보고서는 창조경제에 대한 유일한 정의가 없다고 설명하며 오히려 ‘창조경제’는 이

### 저자 학력, 경력 및 최근 연구

- 서울대학교 공학박사(건설환경공학부 도시계획전공)
- 국가 도시재생 기본방침 수립을 위한 기초연구(2013), 도시재생실증연구단/도시거주성 및 기능성 향상을 위한 도시재생 실증연구(3세부 : 경제기반형 도시재생 모델 개발 및 실증)(2014~현재), 도심의 기존 기능과 연계한 점진적 도시재생 방안 연구(2015) 등

전부터 지속적으로 형성되어 온 주관적인 개념임을 명시하였다. 2013년 보고서는 한 층 더 나가 Michale Keane(2013)의 표현을 인용하여 창조경제가 ‘신비스러운 존재(mysterious animal)’라고 설명하기도 하였다.

어떤 단어를 자주 접하면서도 그 개념이 추상적으로 다가오는 이유는 왜일까? 이는 그 단어를 들을 때 반사적으로 떠오르는 대표 이미지 혹은 손에 잡히는 명확한 그림이 존재하지 않기 때문일 것이다. 창의력에 의해 무엇이든 새롭게 만들어낼 수 있다는 것이 창조경제의 핵심 가치이기 때문에 우리가 명확히 떠올리기를 원하는 ‘그 무언가’를 정의하는 것 자체가 방향을 잃은 노력일 수 있다.

우리는 어떤 개념을 잘 이해하기 위해 이와 관련된 여러 이미지로부터 공통적으로 나타나는 키워드를 찾고 그 의미에 관해 자세히 검토하곤 한다. 이 글에서는 창조경제를 수식하는 키워드인 ‘창의성’, ‘융·복합화’, ‘시너지 효과’의 세 가지에 주목해 논의하고자 한다. 각각의 키워드가 지닌 의미를 면밀히 관찰하면서 우리는 자연스럽게 ‘공간’의 중요성에 대해 살펴 보게 된다.

우선 창의성에 대해 살펴보자. 창의성은 기본적으로 정형화되고 획일적인 환경에서는 제대로 발현되기 어렵다. 에드워드 글레이저(Edward Glaeser)는 「도시의 승리」라는 책에서 런던, 뉴욕, 파리가 전 세계인들에게 사랑받는 이유가 역사적 건축물, 박물관, 공원이 곳곳에 다양하게 존재하기 때문이라고 설명하면서, 이러한 자원들이 인간의 창의성을 극대화시켜주는 요소라고 주장하였다. 리차드 플로리다(Richard Florida)도 창조계층에 대해 언급하며 이들이 선호하는 개방적이고 다양성이 있는 공간의 중요성을 강조하였다.

한편, 창조적 아이디어의 융·복합을 이루어내려면 다양한 분야가 한 장소에 존재하고 서로 교류할 수 있어야 한다. 도시가 특정 산업의 대규모 특화보다는 산업의 다양성을 강조하고, 다양한 분야가 서로 만나고 정보를 교류하기에 적합한 환경을 제공할 수 있어야 한다는 말이다. 바로 여기서 우리가 도심을 재조명할 이유를 찾을 수 있다. 대부분의 도시에서 도심은 오랜 기간 다양한 기능과 활동이 자연스럽게 축적된 공간이다. 이러한 점에서 도심은 융·복합화를 위한 기본 요건을 갖추고 있는 공간적 특징을 지닌다.

마지막으로 다양한 분야 간 시너지 효과를 창출하기 위해서는 공간과 공간 사이의 연계를 염두에 두고 도시와 지역을 개발해야 한다. 즉, 특정 거점 공간을 전략적으로 개발하되 그 공간이 주변 공간들과 연계되어 있어야 한다. 과거의 경험을 통해 우리는 지역 개발에 어느 정도 선택과 집중이 필요함을 알고 있다. 그러나 이때 거점 공간이 주변 공간과 연계되어 있지 않으면 한 지역에서 나타난 긍정적 효과가 주변 지역까지 파급되기가 쉽지 않다.

## 2. 창조경제 생태계 조성과 도시재생

창조경제의 핵심 키워드인 ‘창의성’, ‘융·복합화’, ‘시너지 효과’는 결국 창조경제 생태계를 어떻게 조성하는가와 깊은 관련이 있다. 그리고 창조경제 생태계 조성을 위한 하나의 수단으로 도시재생을 고려할 수 있다. 장소를 중심으로 다양한 부문 또는 주체 간 융합과 연계를 통해 그 파급효과를 확산시키는 것을 목표로 하는 도시재생의 기본 개념과, 우리가 창조경제의 핵심 키워드로부터 알 수 있었던 교훈 사이에 닮은 점이 많기 때문이다.

나라와 지역마다 처해 있는 상황과 여건이 다르기 때문에 우리의 여건과 완벽하게 일치하는 사례는 찾아보기 어렵다. 그러나 서로 다른 여건이라 할지라도 각 지역에 공통적으로 발생하는 문제를 어떠한 방식으로 풀어갔는가에 초점을 맞추어 해외 사례를 살펴보는 것은 우리 논의의 유용한 출발점이 될 것이다. 여기에서는 창조경제 구현을 위해 도시재생 방식을 활용한 사례로 캐나다 그랜빌 아일랜드(Granville Island)와 세계적인 R&D 허브로 잘 알려진 싱가포르 원노스(One North)를 소개하고자 한다.

싱가포르 원노스는 과거 영국군 주둔지였던 지역을 첨단 융·복합 산업 단지로 탈바꿈시킨 사례이다. 활용도가 떨어진 지역에 창의성과 융합을 모토로 새로운 경제 기반을 형성하고 이를 지렛대 삼아 싱가포르 국가 전체의 경쟁력을 제고하는데 성공한 사례이다. 원노스는 전 세계의 유능한 인재를 한곳에 불러 모은다는 전략으로 바이오·메디컬 연구기능 중심의 바이오폴리스(Biopolis), 정보통신 및 미디어 산업 중심의 퓨저노폴리스(Fusionopolis), 쇼핑·문화·교통 기능 중심의 비스타 익스체인지(Vista Xchange)를 조성하였다. 그 중에서도 원노스 지역 개발의 핵심은 첫째, 창조 인재를 위한 세계 최고의 환경 조성, 둘째, 분야 간 융·복합 시도, 셋째, 단계적 연계 개발을 통한 개발 효과 극대화 등 세 가지로 요약할 수 있다. 원노스 개발에서 가장 역점을 둔 부분은 세계적 전문 인재 유치 위한 환경 조성이다. 원노스가 있는 부오나 비스타 MRT역에 내



리면 가장 먼저 눈에 들어오는 것은 복합 쇼핑·문화공간인 비스타 익스체인지(Vista Xchange)이다. 거대한 쇼핑몰을 구경하고 나오면 교육부(Ministry of Education) 청사가 있다. 그리고 이 주변에 군데군데 놀이터와 공원들이 위치해 있다. 우리가 일반적으로 떠올리는 회색빛 산업단지 이미지와 상당한 거리가 있지 않은가? 바로 이것이 오늘의 원노스를 있게 한 차별화 전략이다. 창조 인력들은 직장과 거주지가 가까이 있고 주변에 여가 시간을 보내며 재충전할 수 있는 문화적 기회와 어메니티(Amenity)를 필요로 함을 전략적으로 활용한 것이다.

원노스, 그중에서도 가장 먼저 조성이 완료된 바이오폴리스의 생태계 조성 방식을 통해 공간의 융·복합화를 활용해 어떻게 분야 간 융합을 이뤄내고 있는지 살펴볼 수 있다. 바이오폴리스는 건물 7동으로 이루어져 있는데 모두 스카이라인으로 연결되어 있다. 분야 간 교류, 융합을 의도에 둔 상징적 표현이자 실질적 수단이라 할 수 있다. 연구원들은 직종 특성상 외부와 분리된 공간에서 장시간 실험하는 것이 일반적이며, 실질적으로 학회나 세미나 같은 공식적 행사만이 타 분야 연구자들과 교류하는 기회이다. 그러나 바이오폴리스에서는 예외다. 바이오폴리스 조성 시 바로 이 부분을 공략하였다. 개방형 공간에서 고가의 실험 장비, 연구실, 기타 연구 기자재 등을 공동으로 활용하게 하여 이 과정에서 생겨나는 의도치 않은 분야 간 융합을 유도하고자 하였다.

원노스의 단계적 연계 개발도 살펴볼 만한 주제이다. 원노스는 바이오폴리스를 중심으로 2001년부터 2020년까지 단계적으로 개발 중이다. 이 지역은 주변의 싱가포르국립대, 국립대학병원, 사이언스 파크와 연계되어 공간의 완결성을 갖는다. 뿐만 아니라 공간적으로 거리가 있지만, 이곳에서 연구개발 계획서를 토대로 임상실험을 하면 곧바로 화이자, 노바티스 등 25개 기업이 생산 공장을 두고 있는 투어스 산업단지(Tuas Medical Park)에서 시제품 생산이 가능하다. 각 분야 간 보이지 않는 촘촘한 연계망이 짜여 있어서 분야 간 시너지 효과가 극대화되고 있음을 알 수 있다.

다음은 캐나다의 그랜빌 아일랜드이다. 그랜빌 아일랜드는 과거 창고, 공장 지대였던 지역을 문화를 매개로 하여 새로운 창조공간으로 변모시킨 곳이다. 이곳에는 산업화 시대의 상징인 높은 굴뚝, 공장 건물들이 그대로 남아 있는 가운데, 지금은 예술가들의 작업실, 분위기 좋은 음식점 등이 들어서 있다. 이곳의 핵심 개발 전략으로는 첫째, 다양성을 존중하고 이를 활용하기 위한 매개체로서 문화의 활용, 둘째 점진적인 변화의 유도가 있다. 과거 공장지대였다는 특성 때문에 이곳에 들어서면 이색적인 분위기가 느껴진다. 그러나 한 바퀴 둘러보고 나면 무엇 하나 같은 것 없는 이곳의 건물과 활동에 특별함을 느끼게 된다. 군데군데 있는 소형

선박 수리점, 카누숍, 양조장, 퍼블릭 마켓, 아트 씨어터, 공방, 미술대학 등은 서로 연관성이 있어 보이지 않지만 각각이 제 기능을 하며 살아 있는 조직처럼 융합하기도 하고 독자성을 가지고 로컬 브랜드로서 대표 상품이 되기도 한다. 특히, 다양하게 펼쳐지는 축제 등의 문화행사에서 각 기능의 융·복합화는 그 진가를 발휘한다.

그랜빌 아일랜드는 지금과 같은 명소가 되기까지 이 지역이 갖는 기존의 특성과 다양성을 최대한 존중하는 가운데 이곳만이 갖는 개성과 장점을 축제와 같은 문화 행사를 매개로 지역사회에 알리고 서서히 변화시켜 나갔다. 공간적으로 가장 중심에 있고 광장을 끼고 있어 많은 사람들이 모이는데 제격인 퍼블릭 마켓(Public Market)이 그 구심점이 되었다. 많은 사람들이 다양한 과일, 채소, 빵 등 식재료를 구경하며 사가는 이곳을 중심으로 점진적인 변화가 확산되어 갔다. 이 과정에서 자연스럽게 문화는 변화의 매개체 역할을 담당했으나, 의도적으로 문화 기능을 도입하고자 물리적 환경을 조성하지는 않았다.

### 3. 창조경제, 창조 서울 구현을 위한 제언

최근 들어 그간 시도되지 않았던 다양한 지역 개발 사업들이 서울시에서 활발히 추진되고 있다. 대표적으로는 G밸리, 신홍합 밸리, 서울역 7017 프로젝트, 성수동 수제화 거리 등이 있다. 서울시는 서울시가 갖는 기존의 자원을 활용하여 미래 변화를 선도해 나갈 새로운 방식을 찾아나가는 데 한창이다. 새로운 시도를 통해 변화하게 될 서울의 모습이 벌써부터 기대된다. 이 시점에서 서울시 도시재생 사업들이 해외 사례로부터 배울 수 있는 몇 가지 교훈을 짚고 넘어가고자 한다.

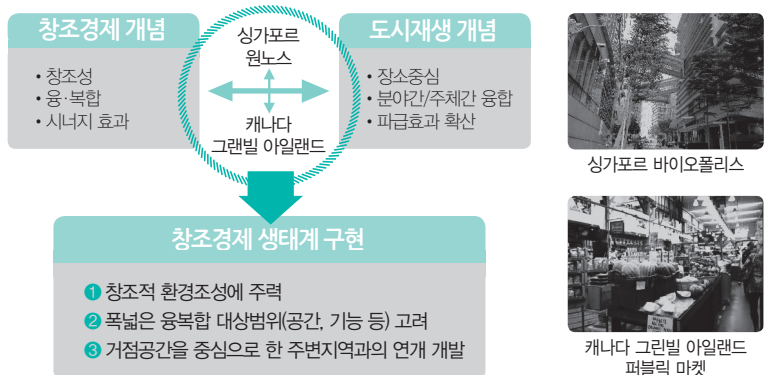
혹시 아직까지도 여러 분야(기능)가 들어올 수 있는 물리적 공간 조성 과 분야 간 교류가 일어날 수 있는 장소 마련에만 힘을 쏟고 있지는 않은지 재고해 볼 필요가 있다. 우리가 앞서 살펴본 해외 사례를 통해 배운 교훈은 생산 기능뿐만 아니라, 주거, 여가, 교육, 문화 등을 복합적으로 수용할 수 있는 공간이 진정한 창조경제 생태계로서 지속 가능하게 발전해 나갈 수 있다는 것이다. 이러한 관점에서 다음의 세 가지 사항을 중점적으로 고려할 필요가 있다.

첫째, 창조 인력이 선호하는 창조적인 환경 조성에 주력하여야 한다. 창조적 생산은 업무·작업 현장에서만 일어나는 것이 아니다. 이는 주거와 여가의 공간에서도 생겨날 수 있으므로 우리가 계획하는 도시재생 사업의 범위를 확대해서 이해할 필요가 있다. 여기서 도시재생 공간이 반드시 대규모의 잘 정비된 공간일 필요는 없다. 도시가 기존에 가지고 있던 다양성과 역동성을 잘 보여준다면 오히려 창조 인력들은 이를 더 선

호하는 경향이 있기 때문이다. 따라서 서울시는 서울 곳곳의 문화적, 공간적 특성에 좀 더 폭넓게 관심을 가지고 이들의 개성을 살려낼 필요가 있다.

둘째, 관련 분야뿐만 아니라 전혀 관계가 없을 것으로 판단되는 분야 간에도 의도하지 않은 융합의 산출물이 생길 수 있음을 염두에 두어야 한다. 서울시가 갖는 다양한 산업, 활동이 장소를 중심으로 어떻게 융·복합할 수 있을 것인지에 대해 고민해야 한다. 이는 바꾸어 생각하면 도시재생을 수행함에 각 지역이 갖는 기존 기능을 무시한 채 새로 수립된 도시계획 목적에 따라 이전에 없던 새로운 기능을 도입하는 것에만 매몰돼서는 안 된다는 뜻이다. 필요에 따라 새로운 기능 도입을 해야 하는 시점이 올 수 있지만, 기존 기능들을 배제한 채 신규 도입된 기능이라면 상호 간에 활발한 융합을 이끌어내기가 쉽지 않기 때문이다.

셋째, 융합이 일어날 수 있는 거점공간을 먼저 확보하고 이를 중심으로 주변 공간들을 연계하여 도시재생의 효과를 확산시켜 나가는 개발 전략이 필요하다. 핵심이 되는 거점공간 개발은 한정된 자원과 시간을 고려하여 가장 큰 파급력을 가지고 단기에 실천할 수 있는 사업을 중심으로 가급적 소박한 규모부터 구체적으로 시작하여야 한다. 그다음 이를 거점으로 어떻게 효과를 파급시켜 나갈 것인지 촘촘한 연계망을 구축하고 거점을 확대해 나가는 전략이 필요하다.



#### 참고문헌

1. 김기현·김현식, 2013, 『창조경제란 무엇인가』, 북코리아
2. 김동주·유재운 외, 2013, 『창조경제 구현을 위한 중추 도시권 발전과 도시재생 융합 방안』, 경제·인문사회연구회
3. 경제·인문사회연구회, 2013, “창조경제 새로운 발전패러다임”
4. 리처드 플로리다 지음, 김민주·송희령 옮김, 2011, 『제3차 세계 리셋』, 비즈니스맵
5. 박경현·류승한·박정호, 2013, “창조산업 집적현황과 지역연계전략”, 국토연구원
6. 에드워드 글레이저 지음, 이진원 옮김, 2011, 『도시의 승리』, 해냄
7. 유재운, 2013, “창조경제의 공간적 의미와 도시재생”, 『월간국토』통권 380호





## 생생리포트



### 창조인재 어떻게 양성할 것인가?

- I. 창조시대와 창조인력
- II. 창조전문인력 양성사업 현황과 과제
- III. 창조인재 양성을 위한 제언

서울산업진흥원 창조산업본부

창조인재팀

문경일 팀장 mkhana@sba.kr

# 창조인재 어떻게 양성할 것인가?

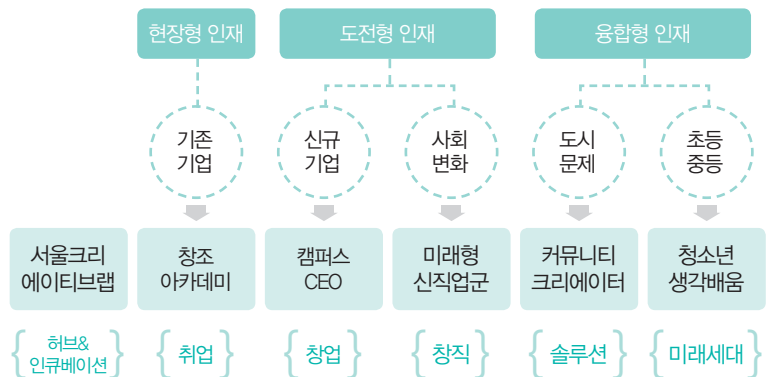
## I. 창조시대와 창조인력

창조시대에는 창조적 인재가 필요하다. 하지만 창조적 인재를 의미하는 다양한 관점이 존재함에도 불구하고, 지금까지는 주로 창조산업으로 정의된 분야의 지원이나 특정 개인의 창조 역량을 강조하는 데에만 창조적 인재에 관한 논의가 집중된 경향이 있었다.

서울 창조전문인력 양성사업은 2012년 7월부터 2015년 6월까지 1단계 사업이 진행되었으며, 현재는 2단계 사업이 진행 중이다. 1단계 사업 가운데 창조 아카데미 사업과 캠퍼스 CEO 사업, 서울 크리에이티브 랩 사업은 계속 진행되고 있으며, 2단계 사업을 시작하면서 청소년 생각배움, 미래형 신직업군 사업을 새로 진행 중이다. 서울 창조전문인력 양성 사업은 창조적 인재 자체보다 창조시대를 맞아 우리 사회에 어떤 일자리와 어떤 역량이 요구되는지에 초점을 두고 진행되고 있다.



서울창조전문인력



[그림 1] 서울 창조전문인력 양성사업의 인재상과 주요 사업

인재 양성사업을 성공적으로 수행하기 위해서는 우선 사회가 원하는 바람직한 인재상을 먼저 정립하고, 어떤 분야에서 이들 인재가 활약할 수 있을 것인지에 관하여 뚜렷한 사업의 지향점을 설정해야 한다. 이 과정을 통해 창조적 인재들에게 필요한 역량이 무엇인지 파악하고 이를 강화함으로써, 개개인에 맞는 좋은 일자리를 창출하는 것이 이 사업의 핵심이다. 그러나 인재 양성사업의 목표가 일자리 창출에만 국한되는 것은 아니다. 이 사업은 양성된 인재를 이용해 국내 기업들의 경쟁력을 높이고 궁극적으로 서울의 산업 생태계를 활성화시키는 비전을 갖고 있다.

창조경제시대에 필요한 인재, 통섭적 역량을 갖춘 인재를 육성하는 것은 이 사회의 모목을 심는 것과 같고 이를 위한 사회의 장기적인 투자가 필요하다. 그러나 이 모든 목표를 한 가지 사업만으로 모두 달성하는 것은 불가능하다. 따라서 인재 양성사업은 기존 외부 시스템 및 자원들과의 협업을 통해 젊은이들이 자신의 역량을 발견하고 강화해 나갈 기회를 창출하는 것에 주력하고자 한다.

## Ⅱ. 창조전문인력 양성사업 현황과 과제

### 1. 창조 아카데미

기업 등의 조직은 변화하는 사회 흐름에 발맞추어 조직의 발전을 이끌 수 있는 창조적 인력이 필요하다. 창조적 인재가 갖춰야 할 역량은 산업 분야에 따라 다를 수 있으나, 기본적으로 현장 중심적이며 사회 수요에 부합해야 한다는 공통점이 있다.

창조 아카데미는 서울에서 일정 규모의 노동시장이 형성되어 있으며 앞으로 더 많은 노동 수요가 예상되는 IoT-UX, MICE, 정보보안, 스마트 디바이스, 공연예술, 3D 프린팅, 오픈 소스, ICT 융합, 멀티 플랫폼, 정보 포렌식 분야를 대상으로 기업 현장의 수요를 반영한 교육 프로그램을 통해 이들 분야의 현장 맞춤형 인재를 양성하는 것을 목표로 한다. 이를 위해 대학, 협회, 기업이 함께 컨소시엄의 주체가 되어 현장 맞춤형

인재 양성을 위한 교육 프로그램을 개설하고 교육 과정을 수료한 자원들이 기업 현장에 투입되었을 때 바로 활용될 수 있는 전문적 역량을 갖추 수 있도록 교육이 이루어진다.

〈표 1〉 창조 아카데미 주요 선정분야 및 참여기관

분야	참여기관	사업 내용
IoT-UX	연세대학교, 대한사용자경험전문협회	3세대 비즈니스 패러다임, 사물인터넷-UX 융합인재 양성
정보보안	국민대학교, 지식정보보안산업협회	정보보호 프로젝트, 시스템 보안(IT계열 중심), 비IT 계열 보안교육 확대
MICE	경희대학교, 한국PCO협회 한국이벤트프로모션협회 한국전시주최자협회	관광산업 일자리 창출을 위한 컨벤션·전시·이벤트 전문 인재 양성
오픈 소스	한양대학교, 국민대학교 시립대학교 한국공개소프트웨어협회	공개 소프트웨어 특성화 교육을 통해 고급 개발인력 양성
스마트 디바이스	광운대학교, 한국전자정보통신 산업진흥협회, 한국정보산업연합회	임베디드 SW에 기반을 둔 차세대 디바이스 프로그래머 양성
ICT 융합	서강대학교, 한국인터넷전문가협회, 숙명여자대학교	고객가치 창출을 위한 빅데이터 분석과 IoT 프로토타입 제작
공연예술	이화여자대학교, 한국공연장매니저협회, 문화예술서비스협회, 좋은공연만들기협의회, 한국문화예술회관연합회	하우스매니저 등 공연 분야 여성특화 인력 양성
3D 프린팅	홍익대학교, 한국앱융합산업협회, 3D융합산업협회	모바일 디자인, UX 디자인, 3D 프린팅 등을 융합한 디자인 프로젝트
멀티 플랫폼	방송정보국제교육원, 한국미디어융합산업협회, 한국디지털컨버전스협회	스마트 디바이스 환경에서 다(多)플랫폼 간 UX를 적용한 연계시스템 구현
디지털 포렌식	한국IT직업전문학교, 차세대융합콘텐츠산업협회	전문 보안기술자 양성 (사이버범죄 증거 자료수집, 보안 취약점 분석 등)



## 2. 미래형 신 직업군

변화하는 사회에서는 새롭게 나타나는 노동 수요가 있다. 이 새로운 노동시장은 기존 역량의 융합으로 만들어지거나, 틈새시장을 키우거나, 기존에 없던 완전히 새로운 직업의 형태로 나타난다. 이들은 유형은 다르지만 미래의 노동 수요에 부합한다는 점에서 공통점이 있다.

미래형 신 직업군 사업은 취업 아니면 창업이라는 우리 사회의 이분법적인 노동시장 진입의 대안으로 사회 변화에 따라 향후 노동 수요가 많이 발생할 것으로 예상되는 신 직업군을 발굴하고 지원하는 사업이다. 이 사업은 서울이 갖는 특성을 살려 사회서비스, 디지털융합 분야에 집중할 계획이다. 미래형 신 직업군 사업은 새로운 영역에서 일자리를 창출하는 사업이므로 해당 분야에 전문성이 있는 단체나 기관(예를 들어 업사이클링 전문기관 등)이 중심이 되어 핵심역량을 교육한다. 이 핵심역량이 무엇인지를 파악하기 위해서는 수요기관과의 컨소시엄이 필수이다. 마지막으로 교육으로만 끝나서는 일자리로 바로 연결이 되지 않기 때문에 지속성을 갖추기 위해 창직 플랫폼(예를 들면 협동조합, 사단법인이나 온라인 플랫폼 등의 형태)을 갖추는 것이 필요하다.

〈표 2〉 미래형 신 직업군 주요 분야 (2015년 선정분야)

신직업명	참여기관	사업 내용
데이터 디자이너	뉴로 어소시에이츠	데이터 분석부터 시각화까지 전 과정을 다루는 융합 직업
스마트 영상작가	(사)50플러스 코리안	아날로그 감성으로 가족, 단체, 기업 역사를 디지털 영상으로 기록하는 직업
전문 업사이클러	소셜이큐	어제의 물건을 내일의 가치로 바꾸는 창의적인 전문 업사이클러
사물인터넷(IOT) 보안 전문가	(주)에스아이 에스티	사물인터넷 디바이스 장치에 보안기술을 적용한 융합 직업
Edu-Toolkit 디자이너	상상우리	교육 기획력과 디자인 역량을 바탕으로 한 교육용 툴킷 개발 전문 직업
IP 디자이너	디자인 아이피	디자인 창출에 기여하면서 법과 지식재산권을 알고 활용/관리할 수 있는 직업
아트 커뮤니케이터	예술로 생생디자인	예술창작 활동을 통해 소통하며 개인과 사회를 치유하는 전문 직업

### 3. 캠퍼스 CEO

캠퍼스 CEO 사업은 경영 전반의 이론과 실무에 관해 체계적으로 훈련된 창업가(entrepreneur)를 육성하기 위한 사업이다. 특히, 이들 중 뚜렷한 가능성을 보이는 벤처 창업가(startup)들은 서울시, 중소기업청, 교육부, 대학 자체 창업 보육 사업과의 연계를 통해 실제 성과를 낼 수 있도록 지원할 계획이다.

캠퍼스 CEO 육성과정은 서울 소재 대학의 재학생을 대상으로 경영 이론과 실무를 교육하는 프로그램이다. 이를 통해 서울시의 창업 저변을 확대하고, 젊은 세대의 창업 역량을 강화하여 성공적인 청년 창업가들을 양성하는 것을 목표로 한다. 최근 각 대학들도 재학생 창업을 중요하게 생각하여 창업 지원단과 같은 창업 전담 조직을 신설하고 대학생 창업을 지원하고 있다. 캠퍼스 CEO 사업은 앞으로 이들 프로그램들과 적극 연계해 나갈 계획이다.

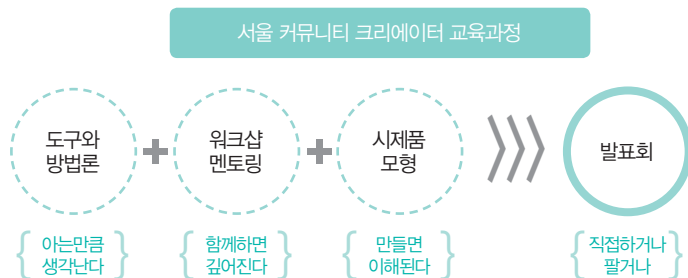
〈표 3〉 캠퍼스 CEO 참여기관 및 주요 사업내용

참여 기관	사업내용
건국대	기초-심화-실무과정의 체계적 커리큘럼 및 창업선도대학 지원사업과의 연계를 통해 창업아이템 발굴을 넘어 학생 창업까지 지원
고려대	이론-실전-R&D CEO과정의 단계별 커리큘럼 및 다양한 행사지원 (워크숍, 경진대회, 홈커밍데이), 투자유치기회, 글로벌 시장진출 기회 확보
국민대	기본과정(아이디어 발굴)과 특화과정(SNS 마케팅, 창업 전문가) 운영, 수료생을 대상으로 한 사업화, 창업 보육, 성장지원의 체계적 지원 인프라 확보
동국대	기초-기본-심화-실전 과정의 전 주기적 강좌 운영 및 지역 사회 연계형 특성화 프로그램, 전담 멘토제, 다양한 연계지원, 우수수료생 관리 등 다양한 사후관리 지원
동양미래대	두 트랙형(프로젝트형/일반형) 창업 강좌 운영 및 창업/작품개발 동아리 중심으로 사업화 추진 및 창업 인프라를 통한 후속지원
명지전문대	실전형 위주의 창업강좌 운영 및 창업보육 센터, 창업 동아리, 협동조합, 경진대회 등 다양한 사후관리 지원
서울과기대	티움(창업 강좌, CEO특강, 멘토 런치)-키움(창업 동아리, 경진대회, 원스톱 컨설팅)-피움(창업, 창직, 스타트업)으로 이어지는 체계적 프로그램 운영
서울대	기업가 정신, 기술 창업, 특허 등 학생 맞춤형 창업 강좌 운영, 엑셀러레이팅(Be the Rocket), 밸류업(해커톤, 창업포럼) 등 다양한 사후관리 지원
세종대	창업 관련 교양필수 과목 개설 및 융합창업 연계전공 개설을 통한 다양한 기회 제공, 창업현장 실습, 경진대회, 창업 캠프 등 다양한 사후관리 지원
숙명여대	여대생 대상 다양한 창조적 과제 수행 중심의 강좌 운영을 통한 잠재력 개발, 직무 역량 강화, 적성에 맞는 진로 선택 기회 제공

참여 기관	사업내용
송실대	창업 장벽 허물기 프로젝트(실전창업 기초, 실전창업 심화, 비교과과목) 및 창업 동기 계발-교육지원-기술지원-자금지원 등 단계별 창업지원 프로세스 구축
연세대	기업가정신 등 창업역량 강화 및 글로벌 마인드 함양을 위한 창업 강좌 운영 및 연세 학생벤처센터 입주지원 등 다양한 사후관리 프로그램 진행
이화여대	기업가정신 함양-사업계획서 작성-제품(서비스)개발의 여성 맞춤형 창업을 위한 체계적 창업 강좌와 스타트업 레지던스(몰입형 창업) 등 사후관리 인프라 구축
인덕대	캡스톤 디자인, 콘텐츠, 벤처기술, 디자인 등 다양한 커리큘럼 및 창업선도대학 지원 사업과의 연계를 통해 아이템 발굴부터 학생 창업까지 체계적 지원
중앙대	아이디어 발굴-시제품 제작-사업화과정의 체계적 커리큘럼 및 링크 사업단 관련 지원 연계를 통해 창업 아이템 발굴을 넘어 학생 창업까지 지원
한양대	창업 강좌 운영-사업모델 개선 및 보강-창업성공-매출, 이익 증가로 이어지는 창업 전 주기 지원시스템 및 자체 엔젤투자 클럽 등 투자인프라 구축
한양여대	IT 관련 이론, 기술, 아이디어, 트렌드 전반을 교육하는 강좌 운영 및 입주지원 인프라 구축을 통한 청년 여성 창업 활성화 기반 구축

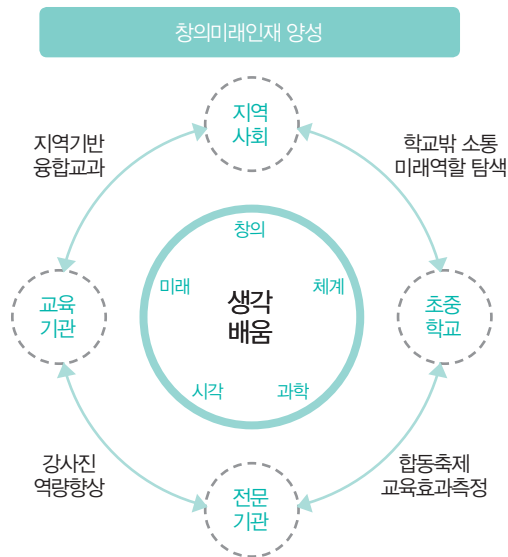
#### 4. 서울 커뮤니티 크리에이터

서울 커뮤니티 크리에이터는 서울의 미래 도시사회 문제에 대해 창의적 아이디어를 내고 이를 구체화할 수 있는 능력을 갖춘 인재를 양성하는 사업으로, 일상의 창의성을 발현할 수 있는 일반 서울 시민들을 대상으로 한다. 사용자 경험, 인포그래픽, 창의성 등 다양한 기초 역량 교육과 미래 통찰, 리서치, 서비스 디자인을 중심으로 한 심화 역량 교육을 통해 실현 가능한 아이디어를 창출할 수 있도록 지원한다. 실제 활용 가능한 아이디어는 시제품이나 작동 모형을 만들어 관련 공공 기관, 민간기업, 지역사회단체 등의 집행기관에 소개하고 채택하도록 유도할 계획이다.



## 5. 청소년 생각배움

청소년들은 매우 중요한 미래의 인재이다. 청소년 생각배움 사업은 초·중·고등학교 학생들이 스스로 사고할 수 있는 역량을 배양하고, 미래 사회에 맞는 새로운 역할을 주도적으로 탐색하며, 변화하는 사회에 능동적으로 대처하는 창의적 미래 인재를 양성하는 것을 목표로 한다. 이 프로그램은 학생 참여 중심 워크숍 형태인 '생각배움' 프로그램으로 진행된다. 즉, 이 프로그램은 일방적인 주입식 교육을 통해서가 아니라 학생들이 주도적으로 각자 아이디어를 발굴하고, 스스로 생각하며, 이를 토론하고 표현할 수 있는 기회를 제공하는 방식으로 이루어진다. 또한 교육 프로그램은 학생들이 내가 살고 있는 지역사회와 관련된 문제를 탐구할 수 있도록 이와 관련된 주제들을 다루며, 초·중·고등학교의 기존 교과목과 연계되는 통합·융합 교과목으로 운영할 계획이다. 전문성을 갖춘 교육공급자와 학교 현장(교육청-교육지원청-학교)을 연결하여 현장 수요에 최적화된 프로그램으로 운영될 수 있도록 지원한다.



## 6. 서울 크리에이티브 랩

서울 크리에이티브 랩에서는 서울, 미래, 창조라는 키워드를 중심으로 사회 수요에 맞는 다양한 인재양성 사업을 진행 중이다. 정보통신, 예술, 디자인 등 다양한 분야를 다루고 있지만 대부분의 교육과정이 공통적인 철학을 공유하고 있다. 첫째로 일상의 창의성을 바탕으로 기존 문제에 대해 새로운 시각을 제시하고자 한다. 둘째로 '어떤 방식으로 할 것인가'뿐만 아니라 '기존의 어떤 방식대로는 하지 않을 것인가'에 대해 고민한다. 마지막으로 각각의 교육들은 특화된 방법론을 중심으로 교육을 하고 있다. 예를 들면, CPS(Creative Problem Solving)나 시스템 다이내믹스, 미래 시나리오 기법 등이 그것이다.

서울 크리에이티브 랩의 목표는 다양한 지식이나 방법론의 개발에 그치지 않는다. 이 프로그램은 도시·사회 문제에 관심을 갖고 문제 해결을 자신의 일로 여기는 열정 있는 사람들에게 초점을 맞추고 있다. 많은 사람이 우리 곁의 여러 사회 문제에 대해 문제의식을 갖고 있으나 이를 해결하기 위해 어디 서부터 무엇을 어떻게 시작해야 할지 모르는 경우가 많다. 서울 크리에이티브 랩은 필요한 지식과 방법론, 비슷한 관심을 갖는 사람들, 그리고 관련 기관과의 네트워크를 통해 이러한 수요를 창출하고 충족시키고자 한다.

하지만, 이 모든 일을 서울 크리에이티브 랩 담당자들이 홀로 기획하고 진행하는 것은 불가능할 뿐만 아니라 불필요하다. 서울지역에는 전문성과 열정을 갖춘 수많은 기관이 존재한다. 이러한 여러 전문기관의 전문성과 서울의 미래 도시 사회의 수요가 서로 만나는 지점을 넓히는 것이 서울 크리에이티브 랩의 핵심적인 과제이다. 이를 위해 누구나 접근할 수 있는 열린 장(오픈 플랫폼)을 만들고자 하며, 열린 장을 구현하는 방식(프로그램)이 '서울 콜라주 프로그램'이다. 서울 콜라주 프로그램을 통해 다양한 기관과 기업이 각자가 갖고 있는 전문성을 바탕으로 상호 교류하며 새로운 인재 양성 프로그램을 시도하고 있다. 서울 콜라주 프로그램의 핵심 가치는 미래 지향성, 특화 역량 그리고 지속 가능성이다. 즉, 현재 가치보다는 미래 가치가 더 커질 수 있는 분야를 개척하고(미래지향성), 어느 곳에도 없는 특화된 역량을 갖춘 사람을 키우며(특화 역량), 이 과정에서 함께 하게 된 사람들이 같이 일할 수 있는 지속가능한 시스템을 만드는 것(지속 가능성)에 주력하고 있다. 이는 필요에 따라서 협동조합과 같은 조직 형성, 수료생이 주체가 되는 프로그램의 확대, 다른 지역으로의 프로그램 확대 등 다양한 방식을 통해 나타날 수 있다.

### Ⅲ. 창조인재 양성을 위한 제언

모든 기관과 조직이 뛰어난 인재를 원한다. 하지만, 시대가 급속도로 변함에 따라 갖추어야 할 능력은 계속해서 확대·심화되고 있다. 창조인재 육성 프로그램의 핵심은 이처럼 빠르게 변화하는 사회에서 변화를 이끌어 갈 수 있는 역량을 갖춘 인재들을 키워내는 것이다. 같은 맥락에서, 인재양성 교육의 핵심 주제는 '어떻게 하면 내가 원하는 것을 다른 사람도 원하게 만들 것인가?'가 되어야 할 것이다.

창조적 인재 양성은 대학, 공공기관과 같은 특정 기관만이 단독으로 전담할 수 있는 성질의 것이 아니며, 외부 전문기관 및 기업들이 공공부문과 함께

인재 양성과 관련된 논의를 진행해 나갈 수 있는 장이 필요하다. 따라서 창조 아카데미, 캠퍼스CEO, 서울 크리에이티브 랩 등 서울시의 모든 창조전문인력 양성사업들은 외부의 전문가들과의 협력을 확대하고 있다.

한편, 미래의 변화에 대응하기 위해서는 비슷한 문제의식, 관심사를 공유하는 사람들을 모아 그 관심의 깊이를 더할 수 있는 모임과 논의의 틀이 필요하다. 즉, 서울 크리에이티브 랩과 같이 구성원들의 지향점이 같은 큰 플랫폼을 만들고 이 안에서 같은 문제의식을 공유하되 내용적으로는 다양한 여러 기관이 함께 하는 장이 필요하다. 이를 통해 다양한 분야의 협업과 더욱 창조적인 결과물을 낳을 수 있다. 단, 이때 여러 기관이 함께 하는 오픈 플랫폼은 이를 운영하는 주체의 지휘 아래 조직화되어야 한다. 함께 하는 여러 사람, 기관과의 의견 충돌이나 이해관계의 상충문제를 해결하고, 비전을 가지고 지속적으로 사업을 운영하며, 미래의 가능성을 발굴하고 이를 달성하기 위해 필요한 인내의 시간을 견디는 운영주체가 있을 때만이 오픈 플랫폼이 기능하며 성공할 수 있다.

다양한 기회를 통해 시민들이 변화하는 사회에 맞는 능력을 육성하고, 이 능력을 바탕으로 소속된 조직과 사회의 부가가치를 높여 활발한 산업 생태계를 조성하는 서울, 미래 지향적 창조 도시 서울을 이룩하는 데 서울 창조전문인력 양성사업이 큰 역할을 할 수 있을 것이다.









## 인포그래픽스



서울 시민은 국내 관광여행을  
얼마나 할까?

서울연구원 시민경제연구실

조달호 선임연구위원 dhcho@si.re.kr

장윤선 연구원 changys@si.re.kr

## 인포그래픽스

# 서울 시민은 국내 관광여행을 얼마나 할까?

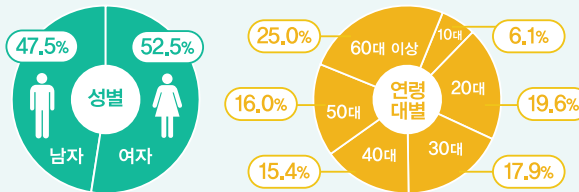
## 서울 시민은 국내 관광여행을 얼마나 할까?

2014년 국내 관광여행을 1회 이상  
떠난 서울 시민?

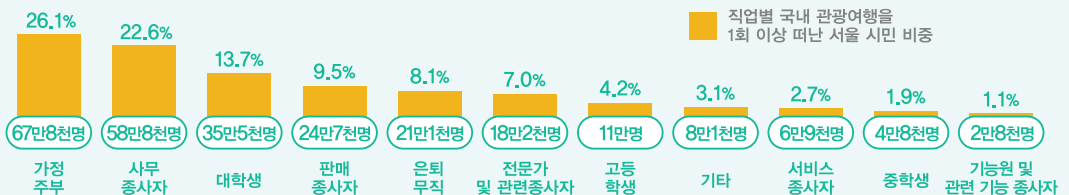


주: 1. 국내여행이란 행정구역상 현 거주지(일상생활권)를 벗어나 다른 지역을 다녀온 모든 여행을 의미하며, 단순 영화감상이나 쇼핑만을 목적으로 행정구역을 벗어난 경우나 근처의 산책이나 등산, 취미나 교양생활, 스포츠 등의 일상적이며 규칙적인 여가활동은 여행에서 제외,  
2. 국내여행의 목적은 관광여행과 기타여행으로 분류되며, 본 인포그래픽스는 관광여행만을 대상으로 함.  
· 관광여행: '여가/취미/휴가', '건강/치료', '종교/성지순례' 등 목적의 여행,  
· 기타여행: '비즈니스나 출장 등 업무상 목적', '교육/훈련/연수', '쇼핑' 등 목적의 여행

서울의 성별 및 연령대별 국내 관광여행 비중

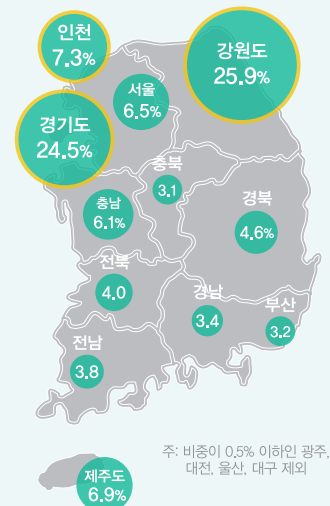


서울의 직업별 국내 관광여행 비중



주: '기타'는 비중이 1.0% 이하인 관리자, 단순노무자, 군인, 농림 어업 숙련 종사자, 대학원생, 장차/기계 조작 및 조립 종사자  
자료: 한국문화관광연구원(2014) 국민여행실태조사

서울 시민들이 국내 여행을  
주로 가는 광역시·도는?



서울연구원 시민경제연구실

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

## 2014년, 서울 시민 중 국내 관광여행을 1회 이상 떠난 사람은 29.4% 서울 시민들은 주로 서울 근교인 강원도, 경기도, 인천 등으로 여행을 간 것으로 나타났으며, 여행을 간 사람들 중에서는 가정주부가 67만 8천 명으로 가장 많은 것으로 나타남

### 서울 시민 중 국내 관광여행을 1회 이상 떠난 사람은 서울 시민 전체의 29.4%

- 국내 관광여행 평균 횟수는 2.0회이며, 여행 1회당 평균 지출 비용은 20만 8천 원으로 나타남
- 서울 시민들이 가장 많이 여행한 광역시·도는 강원도 25.9%, 경기도 24.5%, 인천 7.3% 순으로 강원도와 수도권 지역 여행의 비중은 총 64.1%로 나타남

### 서울에서 국내 관광여행을 가장 많이 떠난 사람들은 가정주부로 67만 8천 명

- 국내 관광여행을 1회 이상 떠난 여성의 비중이 52.5%로 남성보다 근소하게 큰 것으로 나타났으며 연령대별로는 60대 이상이 25.0%, 20대 19.6%, 30대 17.9% 순으로 국내 여행을 많이 떠난 것으로 나타남
- 국내 관광여행을 떠난 사람이 많은 직업군은 가정주부(67만 8천 명), 사무종사자(58만 8천 명), 대학생(35만 5천 명) 순으로 나타남

〈표 1〉 2014년 국내 관광여행 총량

[단위: 명, 회, 원, %]

국내 관광여행 참가자	총 인원 수 (명)	2,597,519	여행 경험률 (%)	29.4
국내 관광여행 참가 횟수	총 횟수 (회)	5,227,810	1인당 평균 횟수 (회)	2.0
국내 관광여행 비용	총 비용 (백만 원)	1,088,995	1인당 평균 비용 (원)	419,244
			1회당 평균 비용 (원)	208,308

- 주 1. 국내여행이란 행정구역상 현 거주지(일상생활권)를 벗어나 다른 지역을 다녀온 모든 여행을 의미하며, 단순 영화감상이나 쇼핑만을 목적으로 행정구역을 벗어난 경우나 근처의 산책이나 등산, 취미나 교양생활, 스포츠 등의 일상적이며 규칙적인 여가활동은 여행에서 제외.
2. 국내여행의 목적은 관광여행과 기타여행으로 분류되며, 본 인포그래픽스는 관광여행만을 대상으로 함.
- 관광여행: '여가/위락/휴가', '건강/치료', '종교/성지순례' 등 목적의 여행.
  - 기타여행: '비즈니스나 출장 등 업무상 목적', '교육/훈련/연수', '쇼핑' 등 목적의 여행

자료 한국문화관광연구원(2014) 국민여행실태조사

〈표 2〉 2014년 서울의 성별 및 연령대별 국내 관광여행

[단위: 명, %]

		인원 수	비중
성별	남	1,234,555	47.5
	여	1,362,964	52.5
연령대별	10대	158,355	6.1
	20대	510,376	19.6
	30대	463,976	17.9
	40대	399,876	15.4
	50대	414,640	16.0
	60대 이상	650,295	25.0
합계		2,597,519	100.0

자료 한국문화관광연구원(2014) 국민여행실태조사

〈표 3〉 2014년 서울의 직업별 국내 관광여행

[단위: 명, %]

	인원 수	비중
가정주부	678,180	26.1
사무 종사자	587,988	22.6
대학생	354,735	13.7
판매 종사자	246,652	9.5
은퇴/무직	210,743	8.1
전문가 및 관련 종사자	181,814	7.0
고등학생	109,933	4.2
기타	81,373	3.1
서비스 종사자	69,262	2.7
중학생	48,422	1.9
기능원 및 관련 기능 종사자	28,416	1.1
합계	2,597,519	100.0

주 '기타'는 비중이 1.0% 이하인 관리자, 단순노무자, 군인, 농림 어업 숙련 종사자, 대학원생, 장치/기계 조작 및 조립 종사자

자료 한국문화관광연구원(2014) 국민여행실태조사





## 경제동향



요약

생산 제조업지수/재고지수

소비 대형소매점 판매액

고용 경제활동인구/취업자/실업률·고용률

물가 소비자물가/신선식품

부동산 주택매매가격/주택전세가격

금융 가계대출/개인파산/신용보증

수출입 수출입액/수출입 품목/국가별 품목

서울연구원 시민경제연구실

정의영 연구원 altophone@si.re.kr

장윤선 연구원 changys@si.re.kr

## 경제동향 | 요약

## 요약 | 6월 서울의 경제동향



## 생산

- 서울의 6월 제조업생산지수는 86.4로 전년 동월 대비 6.5% 감소하여 생산 부진
- 6월 제조업 출하지수도 전년 동월 대비 9.3% 감소, 재고지수는 5.2% 증가하여 경기 둔화/하강 국면 지속을 시사



## 소비

- 서울의 6월 대형소매점 판매액은 1조 7,204억 원으로 전년 동월 대비 14.4% 하락하여 2015년 들어 가장 낮음
- 6월 백화점 판매액은 전년 동월 대비 12.1%, 대형마트 판매액은 전년 동월 대비 16.8%하락하는 등 메르스로 인한 심각한 소비 부진



## 고용

- 서울의 6월 취업자는 512만 3천 명으로 전년 동월 대비 1만 3천 명(0.3%) 감소
- 서울의 6월 고용률은 59.8%로 전년 동월 대비 0.5%p 감소, 실업률은 4.7%로 전년 동월 대비 0.3%p 증가하여 고용 시장 위축



## 물가

- 2015년 6월 서울시 소비자물가지수는 110.7(2010년=100.0)로 전년 동월 대비 1.0% 소폭 상승하여 저물가 기조 지속
- 상품물가지수(-0.1%)는 하락한 반면 신선식품물가지수(6.9%), 서비스물가지수(1.8%), 생활물가지수(0.2%)는 상승



## 부동산

- 서울의 6월 주택매매가격지수는 재건축 이주 수요 발생, 지하철 9호선 연장 개통 등의 영향으로 전월 대비 0.4% 상승한 101.9 기록
- 서울의 6월 주택전세가격지수는 전세 매물의 부족으로 인한 가격 상승의 영향으로 전월 대비 0.8% 상승한 114.8 기록



## 금융

- 서울의 6월 전체 대출금 잔액은 604조 3,468억 원으로 전월 대비 0.5% 감소
- 서울의 6월 은행 가계대출은 193조 1,787억 원으로 전월 대비 1.5% 감소
- 서울의 6월 보증금액, 보증지원건수는 각각 1,610억 원과 7,064건으로 전월 대비 각각 36.2%, 27.5% 증가
- 전 업종에서 보증지원이 증가한 가운데, 도·소매업에 대한 신용 보증은 전월 대비 30.3% 증가한 566억 원이며, 음식·숙박업에 대한 보증지원(361.8억 원)이 38.5% 증가하여 가장 큰 폭의 상승세 시현



## 수출입

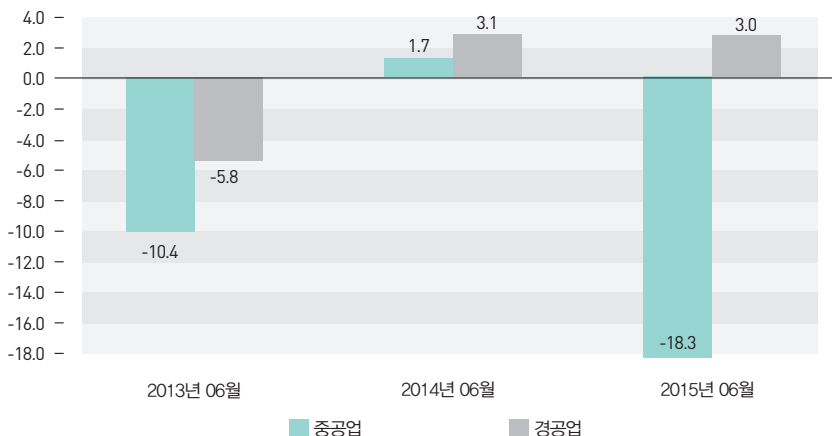
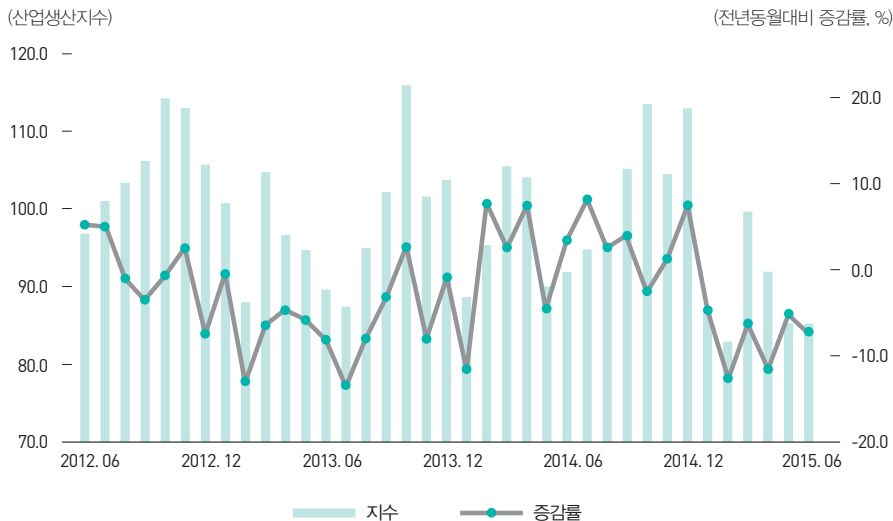
- 서울의 6월 수출은 50.4억 달러를 기록하여 전년 동월 대비 4.7% 감소, 품목별로는 자동차 부품, 국가별로는 중국이 1순위 차지
- 서울의 6월 수입은 125억 달러를 기록하여 전년 동월 대비 6.8% 증가, 품목별로는 원유, 국가별로는 중국이 1순위 차지



# 생산

## 서울의 6월 제조업생산지수는 86.4(2010=100)로 전년 동월 대비 6.5% 감소

- 2015년 들어서면서부터 6월까지 제조업생산지수는 모두 전년 동월 대비 마이너스 성장률을 기록
- 중공업 부문은 전년 동월 대비 18.3% 감소, 경공업은 3.0%로 증가하여 중공업 생산 부진
- 부문별로 전년 동월 대비 의료정밀광학(17.4%), 가죽 및 신발(14.9%), 의복 및 모피(3.5%) 등은 증가한 반면 기계장비(-38.8%), 전자부품·컴퓨터·영상음향통신(-25.7%), 금속가공(-25.7%) 등은 감소



자료 통계청, 경인지방통계청(2010=100)

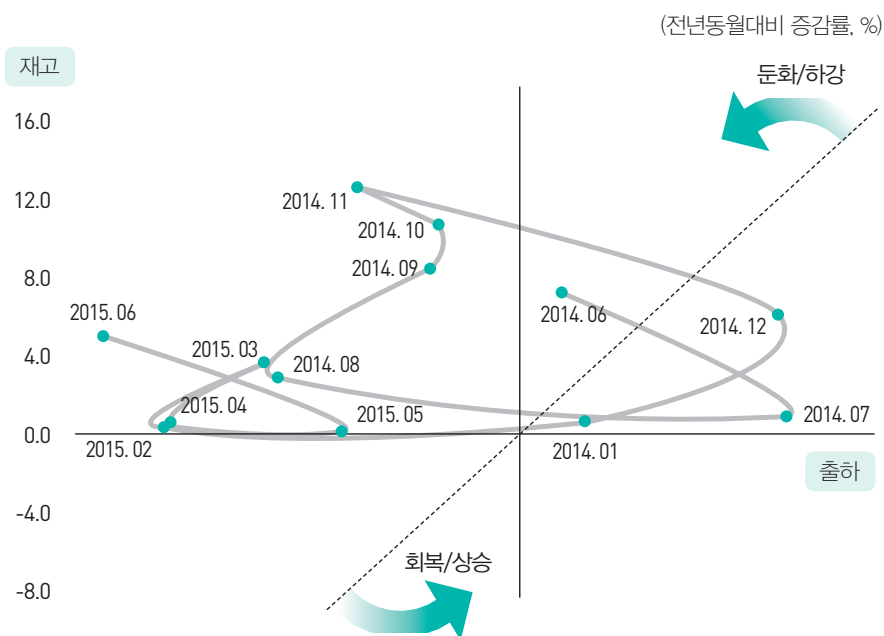
〈그림〉 산업생산 추이 및 증감률

## 경제동향 | 생산

## 출하·재고 순환

서울의 6월 제조업 출하지수는 전년 동월 대비 감소, 재고지수는 전년 동월 대비 증가

- 서울의 6월 출하지수는 88.2(2010=100.0)로 전년 동월 대비 9.3% 감소
- 서울의 6월 재고지수는 120.6(2010=100.0)로 전년 동월 대비 5.2% 증가



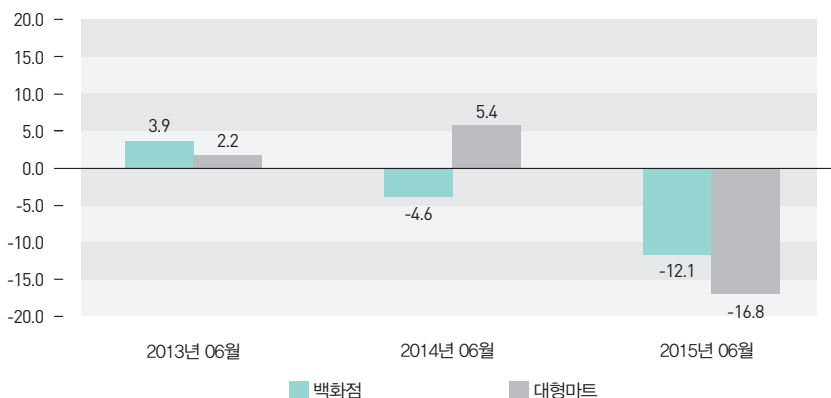
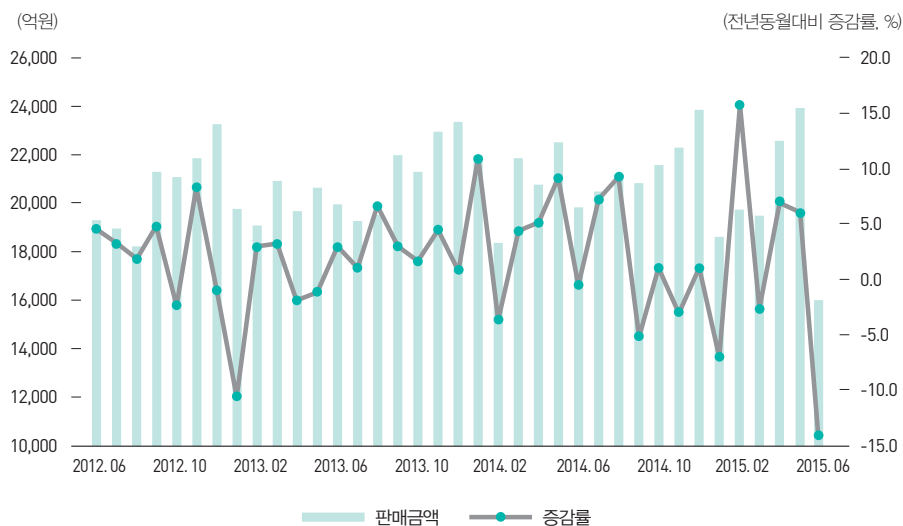
자료 통계청, 경인지방통계청(2010=100)

〈그림〉 서울의 출하·재고 증감률 추이

# 소비

## 서울의 6월 대형소매점 판매액은 대폭 하락하여 전년 동월 대비 14.4% 감소

- 서울의 6월 대형소매점 판매액은 1조 7,204억 원으로 전국(5조 3,982억 원)의 31.9%
- 메르스 영향으로 6월 백화점 판매액은 8,840억 원으로 전년 동월 대비 12.1% 감소하였으며 대형마트 판매액도 8,364억 원으로 전년 동월 대비 16.8% 감소
- 특히 대형마트 판매액의 전년 동월 대비 증감률은 -16.8%로 전국(-9.5%)보다 상대적으로 큰폭으로 하락



자료 통계청, 경인지방통계청

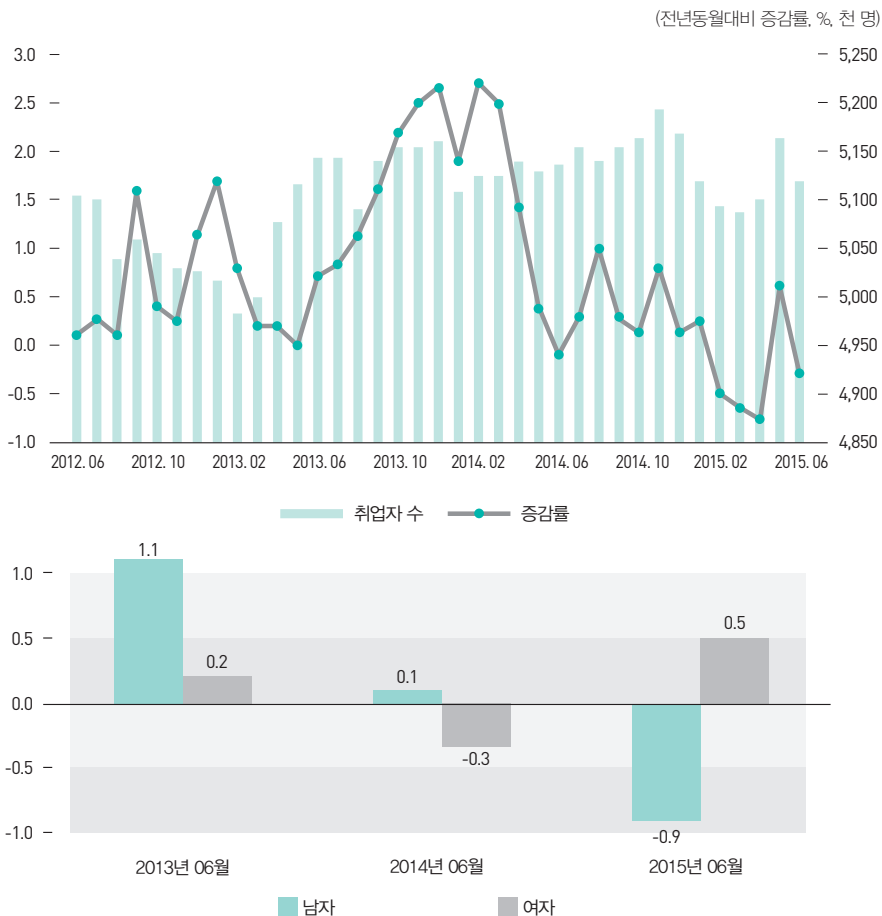
〈그림〉 서울의 대형소매점 판매 추이 및 증감률

## 경제동향 | 고용

## 취업자

## 서울의 6월 취업자 수는 512만 3천 명으로 전년 동월 대비 0.3% 감소

- 서울의 6월 취업자는 512만 3천 명으로 전년 동월 대비 1만 3천 명(0.3%) 감소
- 성별로 보면, 남자는 287만 5천 명으로 전년 동월 대비 2만 5천 명(0.9%) 감소하고, 여자는 226만 2천 명으로 1만 1천 명(0.5%) 증가
- 산업별로 보면, 도소매·숙박음식업이 3만 4천 명(2.5%), 건설업이 7천 명(2.0%), 제조업이 6천 명(1.3%) 증가한 반면 사업·개인·공공서비스업이 3만 8천 명(-1.8%), 전기·운수·통신·금융업이 2만 2천 명(-2.6%) 감소

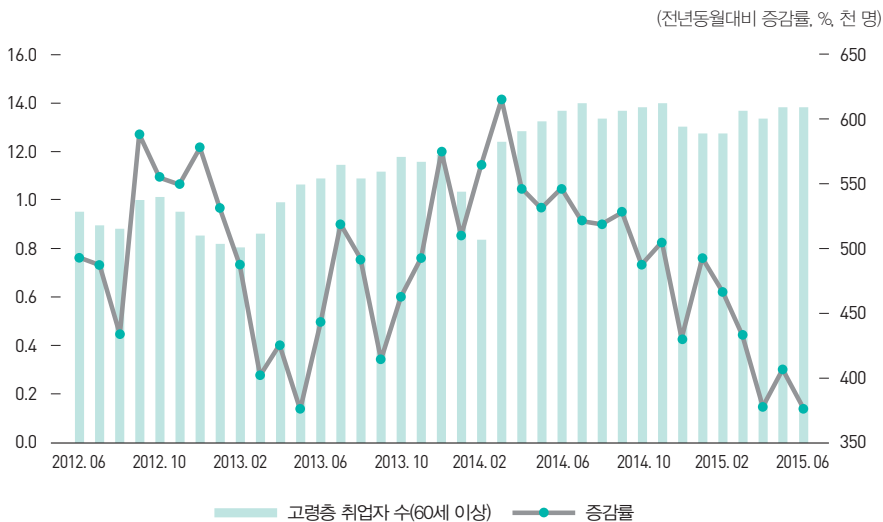
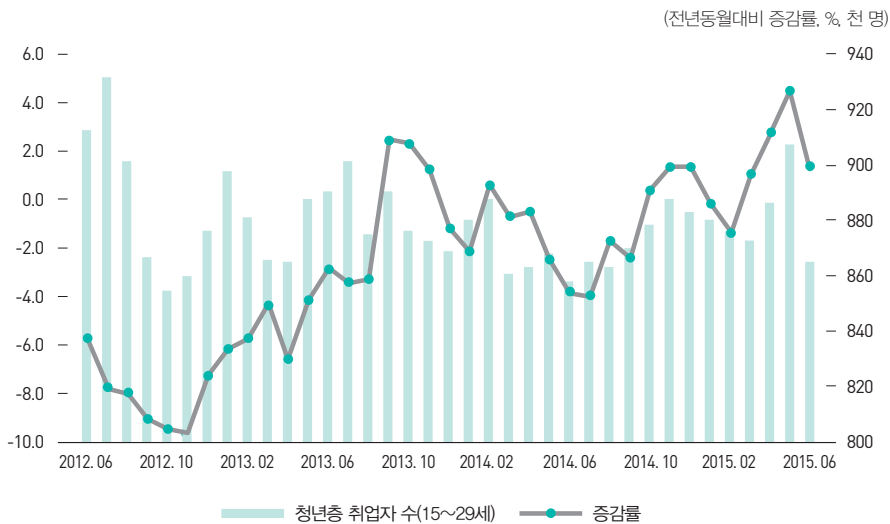


자료 통계청, 경인지방통계청

〈그림〉 서울의 월별 취업자 추이 및 증감률

## 서울의 청년층(15세~29세) 취업자수는 3월부터 증가 추세를 지속하였으나 6월 들어 반전

- 서울의 6월 청년층(15세~29세) 취업자 수는 86만 6천 명으로 전년 동월 대비 0.9% 증가
- 3월부터 청년층 취업자 수는 증가하는 추세였으나 6월에는 4만 3천 명 감소
- 서울의 6월 고령층(60세 이상) 취업자는 61만 9천 명으로 전년 동월 대비 1.4% 증가하였으나 고령층 취업자의 전년 동월 대비 증감률은 금년 중 전반적으로 둔화 추세를 지속



자료 통계청, 경인지방통계청

〈그림〉 서울의 월별 청년층 및 고령층 취업자 추이

## 경제동향 | 고용

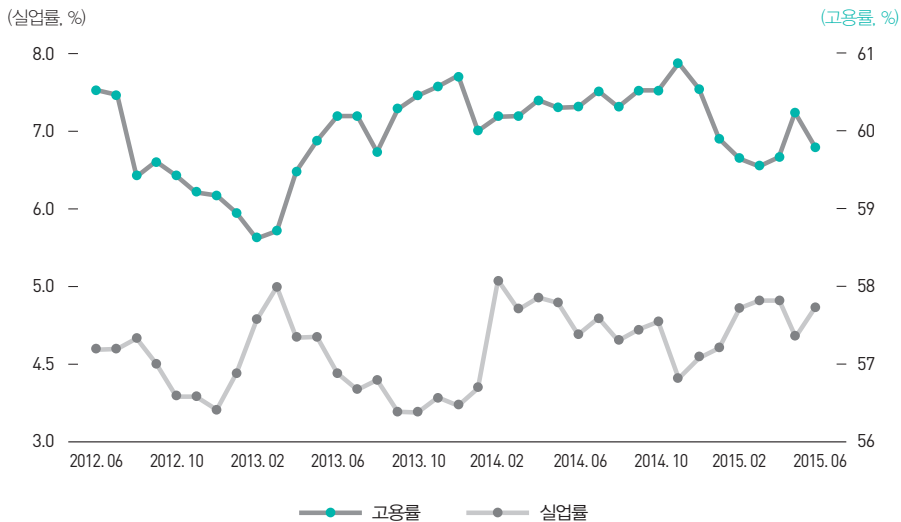
## 고용률 및 실업률

## 서울의 6월 고용률은 전년 동월 대비 보합, 전국 보다 낮은 수준

- 서울의 6월 고용률은 59.8%로 전년 동월 대비 0.5%p 하락하였으며 전국(60.9%) 보다 낮은 수준
- 성별로 보면, 남자는 69.5%, 여자는 50.9%로 전년 동월 대비 각각 0.1%p 하락

## 서울의 6월 실업률은 전년 동월 대비 소폭 감소했으며, 전국 대비 높은 수준

- 서울의 6월 실업자는 25만 5천 명으로 전년 동월 대비 1만 6천 명(6.6%) 증가
- 실업률은 4.7%로 전년 동월 대비 0.3%p 상승
- 성별로 보면, 남자는 4.7%로 전년 동월 대비 0.7%p 상승한 반면, 여자는 4.8%로 전년 동월 대비 0.3%p 하락
- 2015년 6월 서울시 실업률은 전국(3.9%)에 비하여 0.8%p 높은 수준



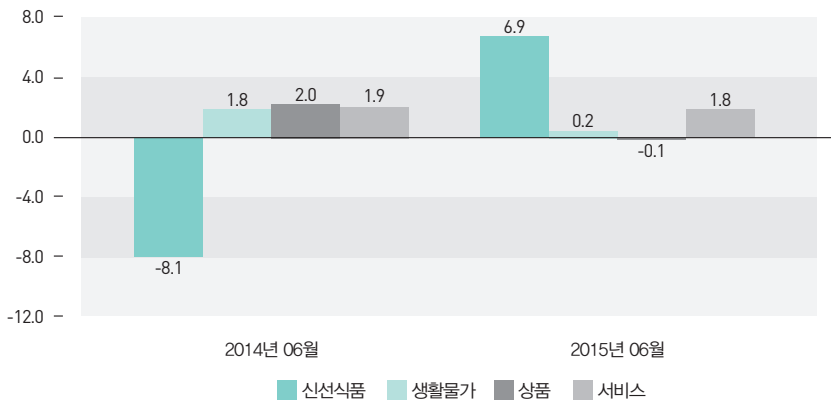
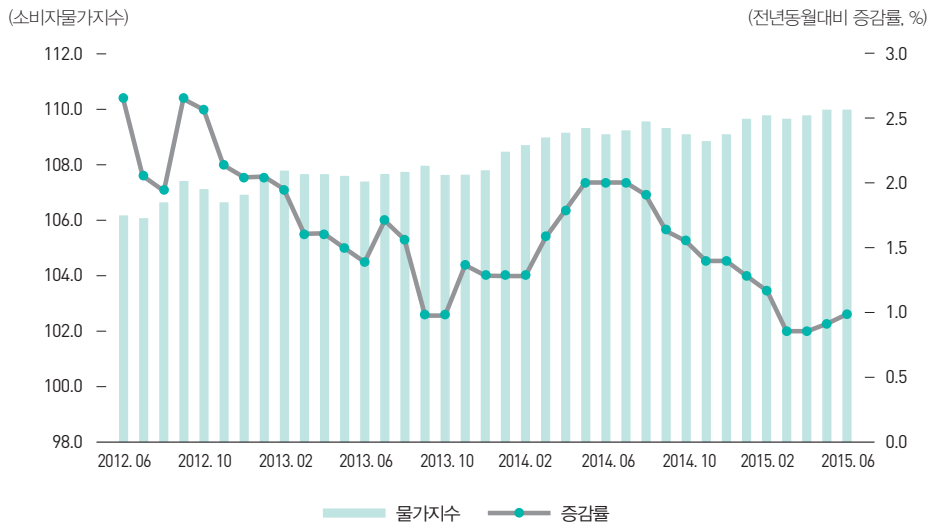
자료 통계청, 경인지방통계청

〈그림〉 서울 실업률, 고용률 추이

# 물가

## 서울의 6월 소비자물가지수는 전년 동월 대비 1.0% 상승에 그쳐 저물가 기조 지속

- 2015년 6월 서울시 소비자물가지수는 110.7(2010년=100.0)로 전년 동월 대비 1.0% 상승
- 전년 동월 대비 주요 등락 부문을 보면, 상품물가지수(-0.1%)는 하락한 반면 신선식품물가지수(6.9%), 서비스물가지수(1.8%), 생활물가지수(0.2%)는 상승
- 특히 신선식품물가지수는 2014년 6월 대비 대폭 상승



자료 통계청, 경인지방통계청(2010=100)

〈그림〉 서울의 소비자물가 추이 및 동향

## 경제동향 | 부동산

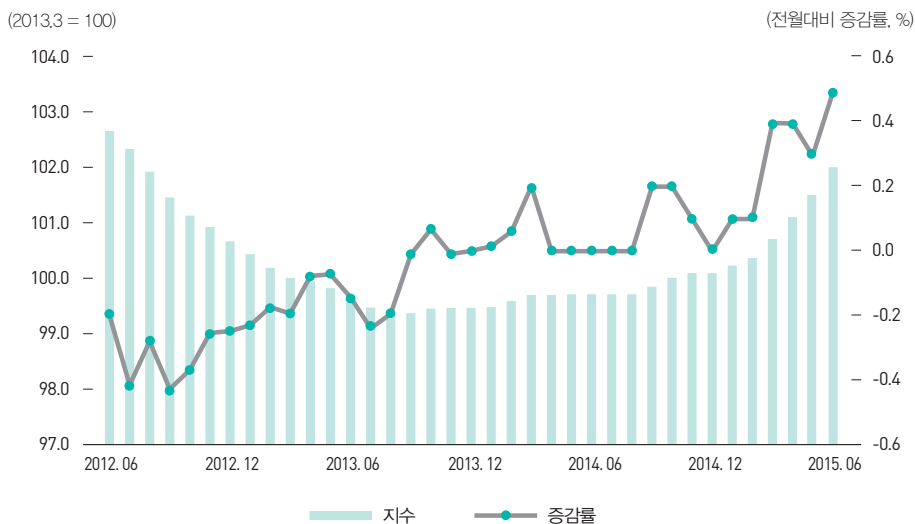
## 주택매매가격

## 서울의 6월 주택매매가격지수는 전월 대비 상승

- 서울의 6월 주택매매가격지수는 101.9로 전월 대비 0.4% 상승. 강남지역은 재건축 이주 수요와 지하철 9호선 연장 개통의 영향으로 전월 대비 0.5% 상승, 강북지역은 타 지역으로부터 수요가 유입되고 동대문구가 지난달에 이어 높은 상승폭을 지속하면서 전월 대비 0.4% 상승
- 주요 상승지역 : 동대문구(0.84%), 강남구(0.77%), 영등포구(0.69%), 성북구(0.63%)

## 전국의 6월 주택매매가격지수는 전월 대비 상승

- 전국의 6월 주택매매가격지수는 104.8으로 전월 대비 0.5% 상승. 저금리로 인한 구매력 상승과 전세 물량 부족에 따른 매매전환 수요가 발생하면서 비수기임에도 불구하고 상승폭 확대. 수도권, 5개 광역시, 기타 지방은 전월 대비 각각 0.5%, 0.7%, 0.2% 상승



자료 국민은행연구소

〈그림〉 서울 주택 매매가격 종합지수와 증감률 추이

## 서울의 6월 아파트 평당 매매가격은 전월 대비 상승한 반면, 거래건수는 빠르게 감소

- 아파트 평균 매매가격(1,710만 원), 매매거래건수(11,216건)는 전월 대비 각각 0.5%상승, 10.8% 감소
- 매매 물량 공급이 제한된 상황에서 매매전환 수요가 증가하면서, 매매가격은 지속적으로 상승하고 있으나 거래건수는 지난달에 이어 6월에도 감소



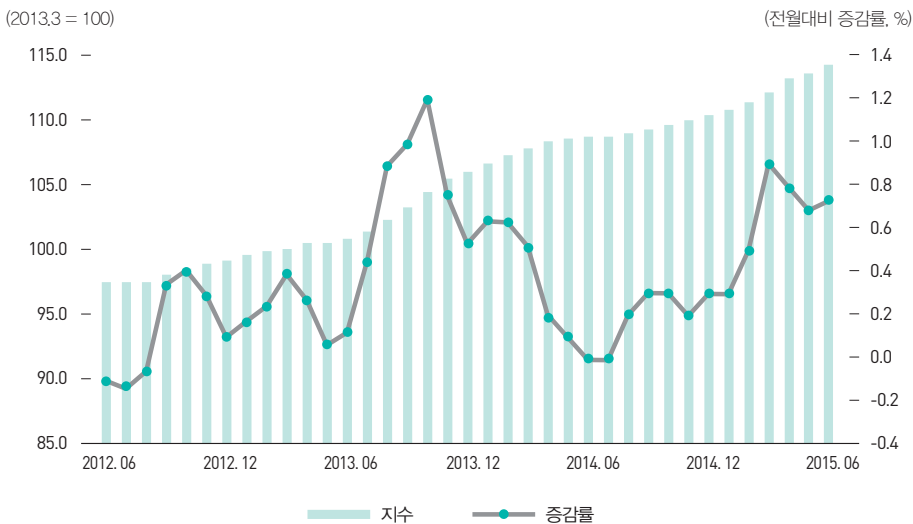
# 주택전세가격

## 서울의 6월 주택전세가격지수는 전월 대비 상승

- 서울의 6월 주택전세가격지수는 114.8로 전월 대비 0.8% 상승. 전세 매물이 전반적으로 부족한 가운데, 강남지역(0.7%)은 9호선 연장개통에 따른 수요 증가의 영향으로 강서구를 중심으로 강세를 보이고 있으며, 강북지역(0.8%)은 타 지역 대비 저렴한 전세 가격으로 인해 수요가 유입되면서 은평구와 성북구를 중심으로 크게 상승
- 주요 상승지역: 은평구(1.34%), 성북구(1.29%), 강서구(1.25%), 영등포구(1.15%)

## 전국의 6월 주택전세가격지수는 전월 대비 상승

- 전국의 6월 주택전세가격지수는 전월 대비 0.5% 상승한 111.8을 기록. 저금리로 인한 월세 선호에 따라 전세 매물이 부족해지면서 전세가격은 상승세를 지속하고 있으며 상승폭도 확대되는 양상. 수도권, 5개 광역시, 기타 지방 모두 전월 대비 각각 0.70%, 0.46%, 0.17% 상승



자료 국민은행연구소

〈그림〉 서울 주택 전세가격 종합지수와 증감률 추이

## 전세 물량 부족의 영향으로 서울의 6월 아파트 평당 전세가격은 전월 대비 증가

- 아파트 평당 전세가격(1,140만 원), 전세거래건수(9,263건)는 전월 대비 각각 1.1% 증가, 2.2% 감소
- 전세 수요는 큰 변화가 없는 반면 전세 물량은 빠르게 감소하면서 전세 가격 상승 추세 지속

## 경제동향 | 금융

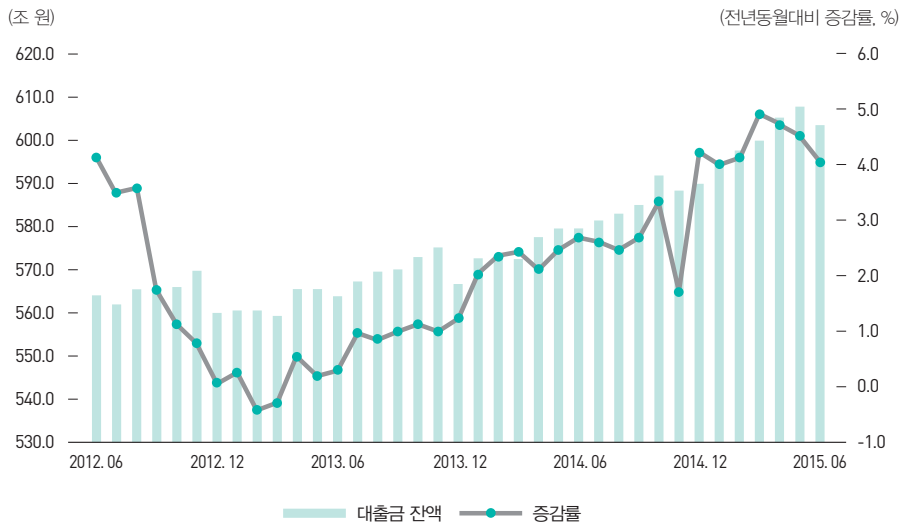
## 가계대출

## 6월 기준 서울의 전체 대출금 잔액은 전월 대비 감소

- 전체 대출금 잔액(604조 3,468억 원)은 전월 대비 0.5% 감소, 전년 동월 대비 4.1% 증가
- 그 중 예금은행(504조 3,362억 원)과 비예금은행(100조 106억 원)은 전월 대비 각각 0.6% 감소, 0.1% 증가하였고, 전년 동월 대비 각각 5.6% 증가, 3.2% 감소

## 6월 기준 전국의 전체 대출금 잔액은 전월 대비 감소

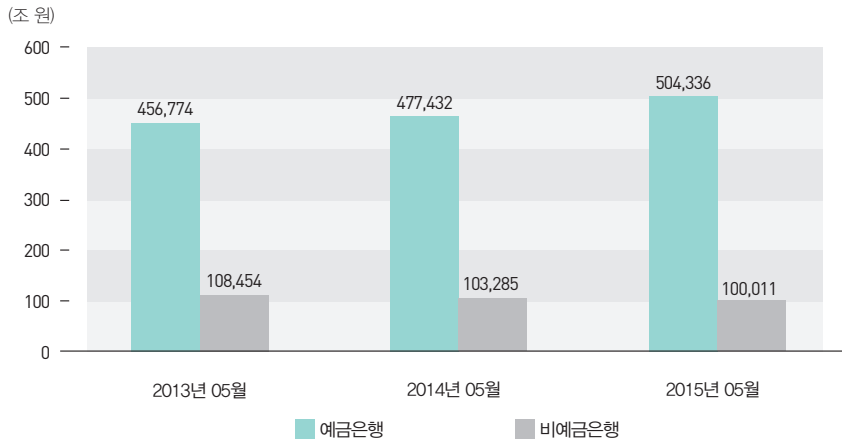
- 전체 대출금 잔액(1,671조 7,208억 원)은 전월 대비 0.4% 감소, 전년 동월 대비 6.7% 증가
- 그 중 예금은행(1,283조 7,724억 원)과 비예금은행(387조 9,484억 원)은 전월 대비 각각 0.7% 감소, 0.8% 증가, 전년 동월 대비 각각 7.2%, 5.2% 증가



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

자료 한국은행

〈그림〉 서울시 금융기관 대출금 잔액과 증감률 추이

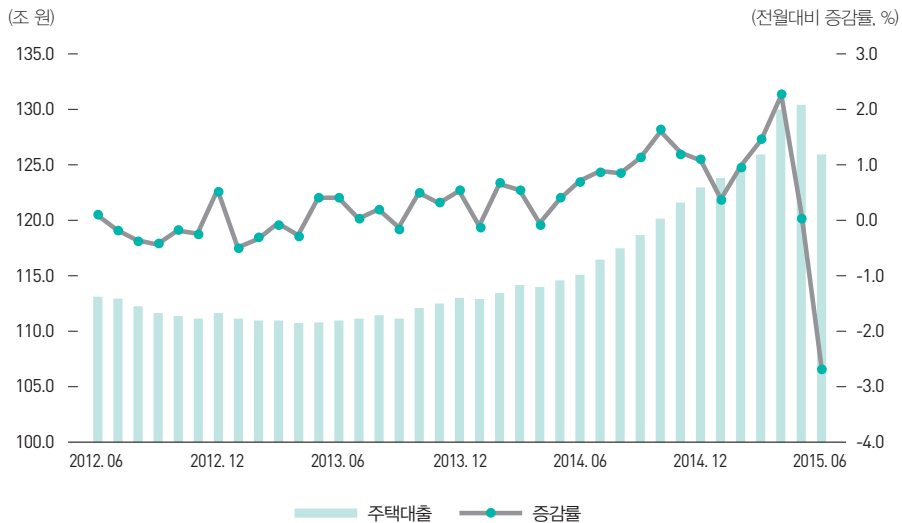


자료 한국은행

〈그림〉 서울시 예금은행과 비예금은행의 대출금 잔액

## 6월 중 서울의 은행 가계대출은 전월 대비 소폭 감소

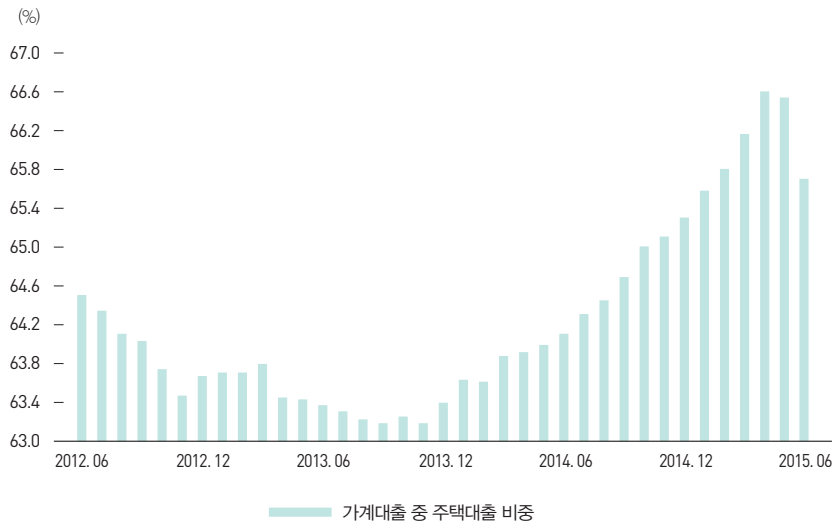
- 은행 가계대출(193조 1,787억 원)은 전월(196조 1,069억 원) 대비 1.5% 감소
- 그 중 주택대출(126조 9,135억 원)은 전월 대비 2.7% 감소하였고, 가계대출 중 주택대출 비중은 65.7%를 차지



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

자료 한국은행

〈그림〉 서울의 은행 주택대출 추이

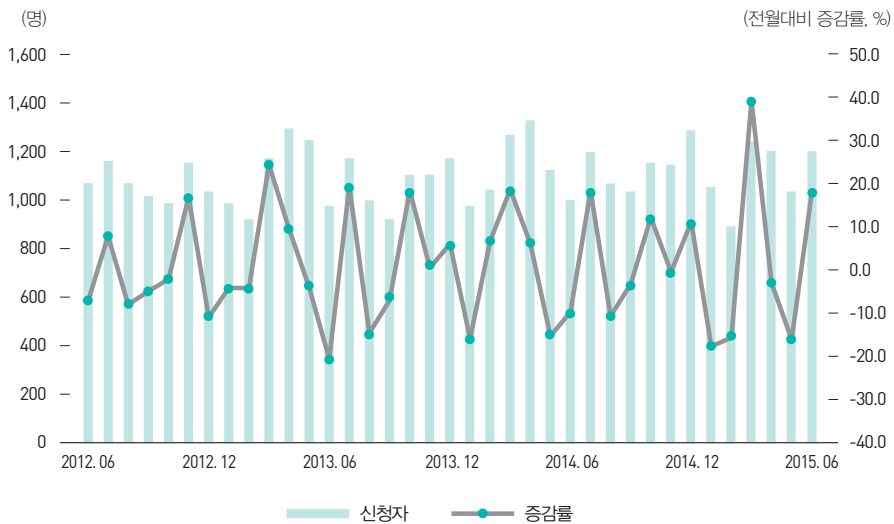


자료 한국은행

〈그림〉 서울의 은행 가계대출 중 주택대출의 비중 추이

## 6월 중 개인파산 신청자는 전월 대비 증가

- 서울의 6월 개인파산 신청자(1,208명)는 전월(1,025명) 대비 17.9% 증가



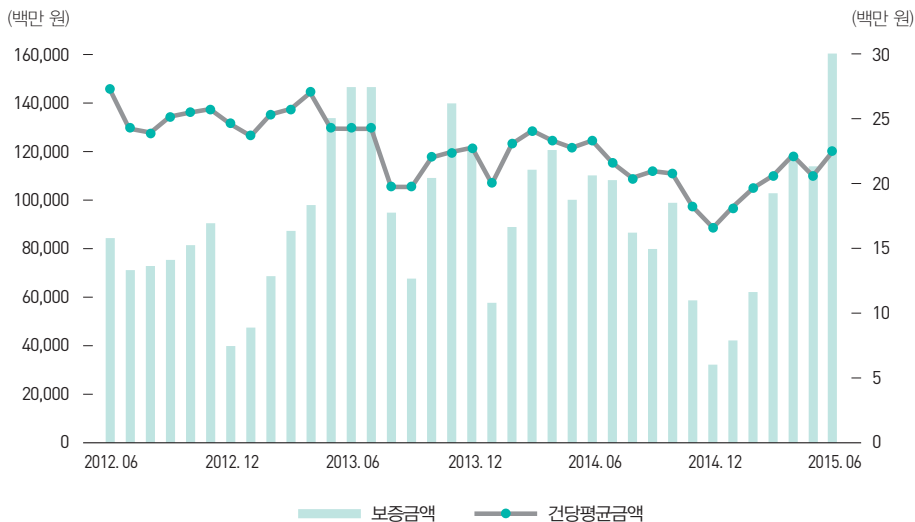
자료 대법원

〈그림〉 서울의 은행 가계대출 중 주택대출의 비중 추이

## 신용보증

### 서울의 6월 보증금액과 보증지원건수 전월 대비 크게 증가

- 서울신용보증재단을 통한 서울시 신용보증공급은 6월중 1,610억 원 / 7,064건
- 보증금액과 보증지원건수는 전월 대비 각각 36.2%, 27.5% 증가, 건당 평균 지원 금액(2,280만 원)은 전월 대비 6.8% 증가
- 전년 동월 대비 보증금액과 보증지원건수는 각각 42.3%, 49.0% 증가했으며 건당 평균 지원 금액은 4.5% 감소



자료: 서울신용보증재단

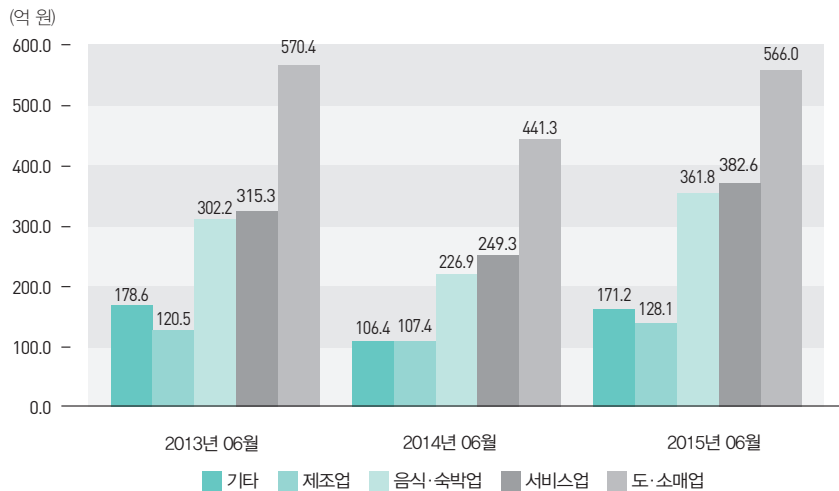
〈그림〉 서울의 보증금액과 건당 평균 지원 금액 추이

### 도·소매업을 포함한 모든 업종에서 보증지원 전월 대비 크게 증가

- 도소매업에 대한 보증금액은 566.0억 원으로 전체 보증의 35.1%를 차지. 도소매업 보증지원은 전년 동월 대비 28.3%, 전월 대비 30.3% 증가. 도소매업 보증지원 건수는 전체 보증의 33.9%인 2,398건으로 이는 전월 대비 23% 증가한 수치
- 서비스업, 음식·숙박업, 제조업, 기타 부문 모두에서 보증지원이 증가한 가운데 음식·숙박업(361.8억 원)과 서비스업(382.6억 원)이 전월 대비 각각 38.5%, 37.4% 증가하면서 가장 큰 폭의 상승세를 시현
- 제조업에 대한 보증금액은 128.1억 원으로 전월 대비 35.3% 증가. 제조업 보증 건수는 492건으로 이는 전체 보증지원 건수의 7.0%를 차지

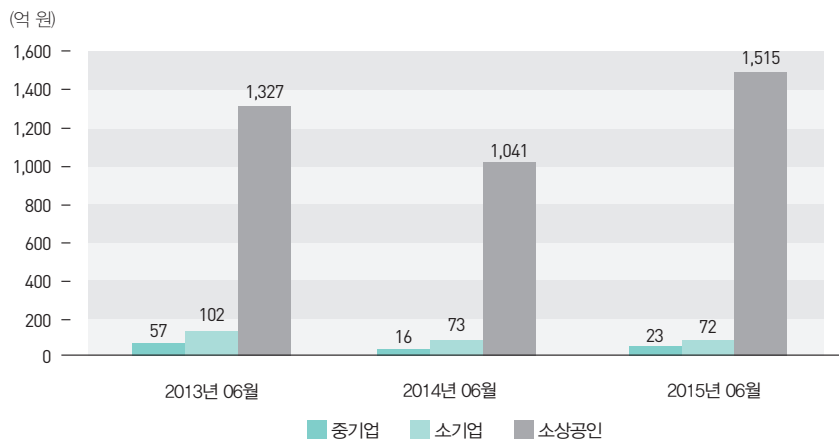
## 모든 기업규모에서 보증지원 금액 전월 대비 증가

- 소상공인에 대한 보증금액은 전년 동월 대비 45.5% 증가, 전월 대비 33.6% 증가한 1,515억 원이며 이는 전체 보증금액의 94.1% 차지. 소상공인 보증지원건수는 6,940건으로 전체의 98.2%
- 중소기업에 대한 보증금액은 전년 동월 대비 2.3% 감소, 전월 대비 84.0% 증가한 71.8억 원으로 전체 보증금액의 4.5%를 차지. 중소기업 보증지원건수는 전체의 1.5%인 107건
- 중기업에 대한 보증금액은 전년 동월 대비 38.2%, 전월 대비 139.5% 증가한 22.5억 원으로 이는 전체 보증금액의 1.4%를 차지. 중기업 보증지원건수는 전체의 0.2%인 17건



자료 서울신용보증재단

### 〈그림〉 업종별 공급금액 기준



자료 서울신용보증재단

### 〈그림〉 기업규모별 공급금액 기준

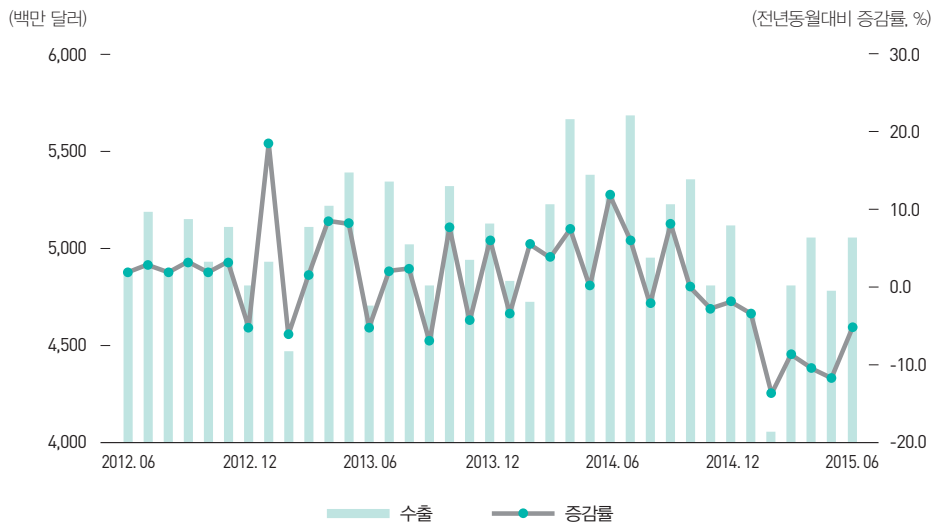
## 수출입

### 서울의 6월 수출은 전년 동월 대비 감소, 수입은 전년 동월 대비 증가

- 서울의 수출은 50.4억 달러를 기록하여 전년 동월 대비 4.7% 감소하였고, 수입은 125억 달러를 기록하여 전년 동월 대비 6.8% 증가
- 전국의 수출은 466.8억 달러를 기록하여 전년 동월 대비 2.5% 감소하였고, 수입은 367.0억 달러를 기록하여 전년 동월 대비 13.4% 감소

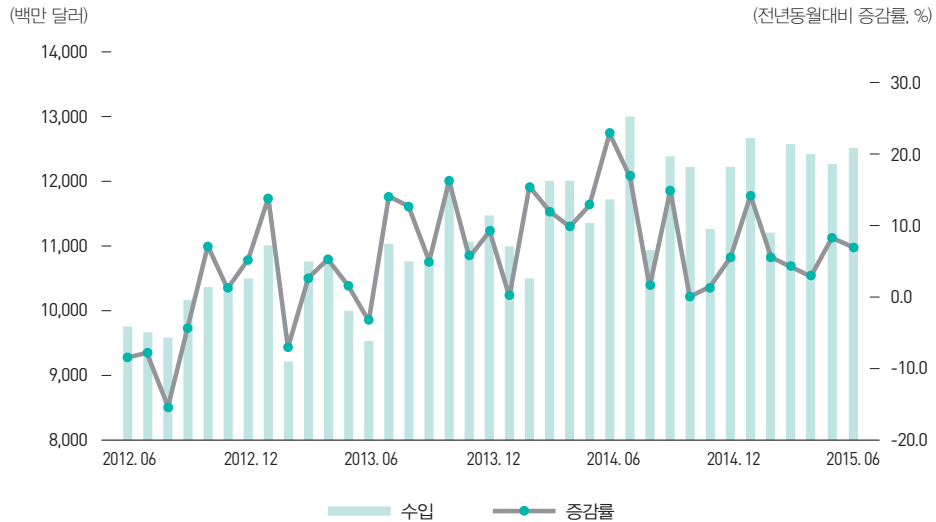
### 서울의 6월 수출 1순위는 자동차부품, 수입 1순위는 원유

- 서울의 품목별 수출은 자동차부품이 474백만 달러로 가장 많고 다음으로 합성수지, 반도체, 편직물, 고무제품 순
- 서울의 품목별 수입은 원유가 1,247백만 달러로 가장 많고 다음으로 석유제품, 자동차, 반도체, 항공기 및 부품 순



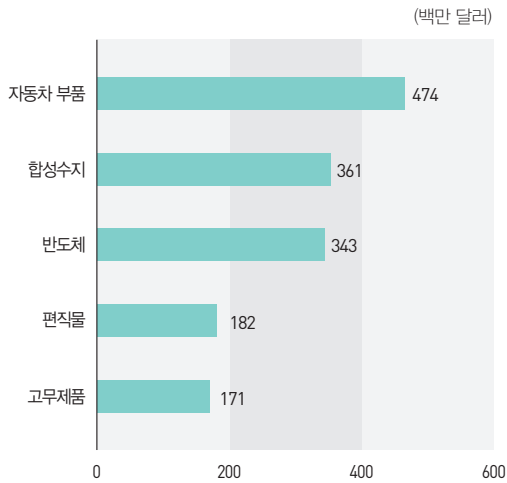
자료 무역협회

〈그림〉 서울시 수출액과 증감률 추이



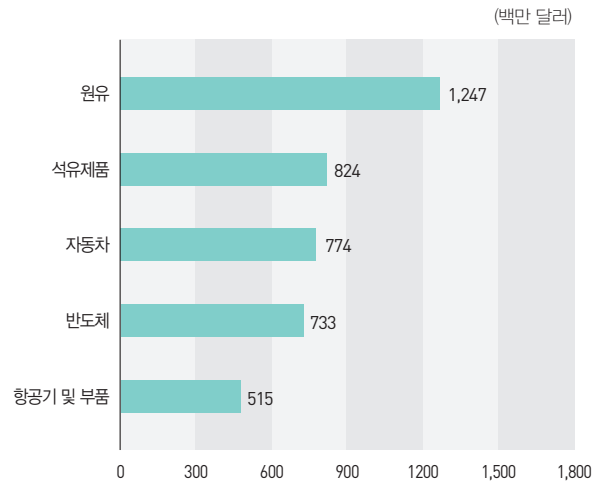
자료 무역협회

〈그림〉 서울시 수입액과 증감률 추이



자료 무역협회

〈그림〉 6월 서울시 품목별 수출액

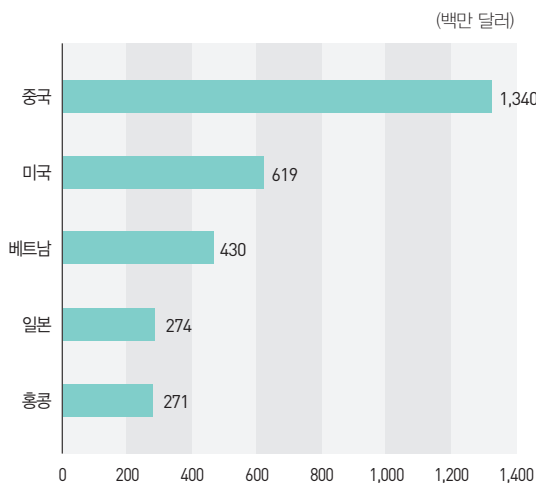


〈그림〉 6월 서울시 품목별 수입액



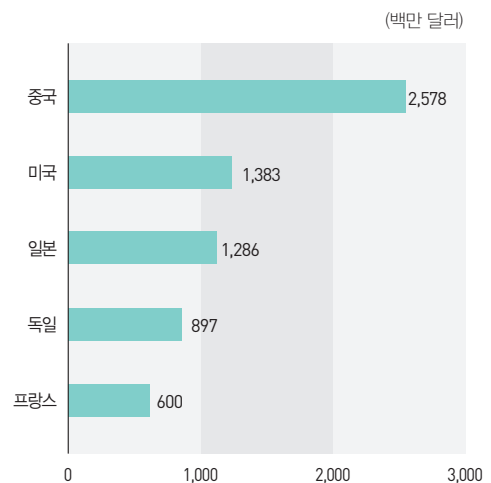
## 서울의 6월 수출·입 1순위 상대국은 중국

- 서울의 국가별 수출은 중국이 전년 동월 대비 10.8% 감소한 1,340백만 달러를 기록하여 가장 큰 비중을 차지하며 그 다음으로 미국, 베트남, 일본, 홍콩 순
- 대 홍콩 수출은 전년 동월 대비 21.5% 증가한 271백만 달러를 기록하여 가장 큰 상승폭을 보여줌. 대 중국 수출은 전년 동월과 대비해서는 감소하였으나 전월 대비 2.8% 증가하며 소폭의 회복세를 보여줌
- 서울의 국가별 수입은 중국이 전년 동월 대비 3.3% 감소한 2,578백만 달러를 기록하여 가장 큰 비중을 차지하고 그 다음으로 미국, 일본, 독일, 프랑스 순
- 지난달까지는 원유 수입 증가에 따라 대 중동 국가들(사우디아라비아, 쿠웨이트 등)로부터의 수입이 서울의 전체 수입 중 상당 부분을 차지하였으나 6월 들어 대 수입 상위 5개국에서 밀려남. 대신 항공기 및 부품 수입의 증가로 대 프랑스 수입이 전년 동월 대비 35% 상승한 6억 달러를 기록하며 새로이 순위권에 진입



자료 무역협회

〈그림〉 6월 서울시 국가별 수출액



〈그림〉 6월 서울시 국가별 수입액

## 자료출처

## 자료출처

- 경인지방통계청, 『2015년 6월 서울시 산업활동동향』
- 경인지방통계청, 『2015년 6월 서울시 고용동향』
- 경인지방통계청, 『2015년 6월 서울시 소비자물가동향』
- 경제통계시스템, 『<http://ecos.bok.or.kr>』
- 농수산물유통공사, 『<http://www.garak.co.kr/youtong>』
- 관세청, 『2015년 6월 수출입 및 무역수지동향』
- 국민은행연구소, 『2015년 6월 전국주택가격동향조사』
- 부동산114, 『2015년 6월 서울시 아파트 평당매매가격』
- 중소기업청, 『2015년 6월 중 신설법인 동향』
- 중소기업청, 중소기업조사통계시스템, 『<http://stat2.smba.go.kr>』
- 통계청, 『2015년 6월 산업활동동향』
- 통계청, 『2015년 6월 고용동향』
- 통계청, 『2015년 6월 소비자물가동향』
- 통계청, 통계정보시스템, 『<http://kosis.kr>』
- 한국무역협회, 무역정보네트워크, 『<http://stat.kita.net>』
- 한국은행, 『2015년 6월 중 어음부도율 동향』
- 한국은행, 『2015년 6월 중 금융시장 동향』
- 한국은행, 경제통계시스템, 『<http://ecos.bok.or.kr>』
- 서울특별시, 서울부동산정보광장, 『<http://land.seoul.go.kr/land>』
- 대한민국 법원, 법원통계월보, 『<http://www.scourt.go.kr>』







## 경제통통



### FOCUS

- 밀랍인형 전문 「그레뱅 뮤지엄」, 22 최초로 서울에 개관
- 서울시, 상가임대차 분쟁조정제도 8월부터 본격 운영

### ZOOM IN

- 中 IT글로벌기업, 서울 유망 스타트업에 100억 원 투자
- 서울시 안고 있는 고민 해결할 '혁신형 사회적기업' 10곳 선정

### HOT ISSUE

- 지속가능한 일자리정책 수립을 위한 민·관 거버넌스  
일자리위원회 설치
- 서울시민 전자상거래 소비자 피해 급증, 전년 상반기 대비  
72% 증가

서울시 경제진흥본부

김가영 gykim@seoul.go.kr

## FOCUS | 01

## 밀랍인형 전문 「그레뱅 뮤지엄」 또 최초로 서울에 개관

세계적 밀랍인형 박물관인 프랑스 '그레뱅(Grevin)'이 7월말 아시아 최초로 서울에 문을 열었다.

「서울 그레뱅 뮤지엄」은 14개 콘셉트와 주제 공간에 한류스타와 국내·외 유명인사, 한국의 역사인물 등 총 80개의 밀랍인형이 전시되어 있으며, 기존의 밀랍인형 뮤지엄을 구성했던 해외스타와 유명인사는 물론 한류스타 밀랍인형도 다수 전시된 세계 최초 한류스타 전문 박물관이라는 점이 특징이다.

**문화콘텐츠 보강으로  
관광 활성화 기대,  
전시 기획 등 관련  
전문일자리 창출에도  
도움**

서울시는 그동안 한국을 방문한 외국 관광객들로부터 볼거리와 체험 인프라가 부족하다는 지적을 받아왔었는데 이번 박물관 개관을 계기로 서울을 대표할 수 있는 문화 콘텐츠가 보강 돼 관광산업 활성화에도 큰 역할을 할 것으로 기대하고 있다. 중국인들이 선호하는 시진핑, 성룡, 이소룡, 랑랑과 더불어 싸이, 김수현, 이민호, 장근석, 현빈 등 한류스타 밀랍인형이 전시되어 있어, 중국 관광객들의 발길이 끊이지 않고 있다.

또한 박물관 운영을 계기로 인형제작과 유지보수 관련 전문 인력을 양성하는 등 일자리 창출에도 기여할 것으로 예상하고 있다.

서울시는 “그동안 한국의 외국인투자는 IT, 제조업 등과 연계된 것이 대부분으로 그레뱅과 같은 문화·관광분야의 투자사례는 많지 않았다”며 “이번 그레뱅 뮤지엄 개관을 시작으로 관광·문화 등 다양한 분야에서의 세계적 기업 유치를 위해 지속적으로 노력하겠다”고 밝혔다.



## FOCUS I 02

# 서울시, 상가임대차 분쟁조정제도 8월부터 본격 운영

▶ **시설비 보상** | 임차인 A씨는 임대인으로부터 건물 리모델링을 이유로 계약 3년째 퇴거를 요구받았다. 당초 리모델링 후 재입점과 시설비 보상을 구두로 합의했으나 임대인은 재입주만 보장하겠다고 명도 소송을 진행했다. 서울시 조정결과, 임대인은 명도소송을 취하하고 A씨는 재입주 없이 5,200만 원의 보상금을 받았다.

▶ **임대인의 협력의무 불이행과 손해배상금 지급** | 임차인 B씨는 신규임차인(권리금 3,500만 원)을 주선했으나 임대인으로부터 계약을 거절당했고 이후 계약종료 2개월전 또 다른 신규임차인(권리금 5,000만 원)과의 계약체결을 요청했으나, 임대인은 점포를 직접 운영하겠다고 또 계약을 거절했다. 권리금 회수 기회를 잃은 B씨는 서울시에 조정을 신청했고 손해배상금 3,500만 원을 받고 합의했다.

서울시가 임대인과 임차인의 중재 및 조정자로 나서 대화와 타협을 유도하는 동시에 대안을 제시해 소송 등으로 인한 사회적 비용을 줄여주는 ‘분쟁조정제도’가 8월부터 본격적으로 운영된다. 그동안의 ‘분쟁조정제도’는 임대인이 조정에 응하지 않을 경우 강제성이 없어 활용이 잘되지 않았다. 하지만 지난 5월 상가건물임대차보호법 개정으로 임대인이 임차인의 권리금 회수에 협력할 의무가 부여되면서 실질적인 조정이 가능하게 된 것이다.

## 서울시 상가임대차 상담센터에서 명예갈등조정관 중재로 분쟁조정제도 운영

분쟁조정은 서울시가 운영하고 있는 ‘서울시 상가임대차 상담센터’ 내에 있는 변호사, 갈등해결전문가, 부동산전문가 등으로 구성된 명예갈등조정관이 주축이 돼 진행된다. 이들 조정관들은 전문성과 공정성을 갖고 양측의 기대치를 감안한 대안을 제시하는 동시에 임대인과 임차인의 권리균형을 유도해 신속한 분쟁해결을 돕는다. 특히 이러한 조정은 당사자 간 신뢰를 바탕으로 이루어지므로 합의 내용의 실행가능성이 더 높은 것이 특징이다.

분쟁조정 신청은 서울시 상가임대차 상담센터(중구 무교로21 더익스 체인지 서울빌딩 3층)를 방문하여 신청하거나, 전화(02-2133-1213, 5546) 또는 팩스(02-2133-0714), 인터넷 게시판(<http://economy.seoul.go.kr/tearstop>)을 통해 신청할 수 있고, 상담내용이 조정사안에 해당할 경우 피신청인의 조정의사 확인과정을 거쳐 조정절차가 진행된다.

## ZOOM IN | 01

## 中 IT글로벌기업, 서울 유망 스타트업에 100억 원 투자



중국의 IT서비스 글로벌기업 아이소프츠스톤(iSoftStone)이 100억 원 규모의 자금을 조성하여 서울의 유망한 스타트업과 중소 IT기업 육성을 위해 투자하기로 했다.

아이소프츠스톤은 서울의 역량 있는 창조혁신기업이 내실을 키워 신형 IT 강국인 중국 무대에 원활하게 진출할 수 있도록 발굴하고 지원하며, 향후 투자규모도 점차 확대할 계획이다.

또한 향후 주력분야인 스마트시티 사업의 하나로, 이미 우수한 기업과 인프라를 다수 보유하고 있는 서울시에 자사 IT 융복합 R&D센터 설치를 희망하고 있으며, 서울시와 함께 세부 진출방안을 모색할 예정이다.

아이소프츠스톤은 시스템 구축 아웃소싱 업무를 중심으로 성장한 SI 기업으로, 최근 중국 정부의 스마트시티 사업에 참여하고 있으며, 헬스케어, 모바일 분야 등으로 사업 다각화를 추진 중이다.

8월 초 박원순 시장은 아이소프츠스톤 베이징 본사를 직접 방문해 류텐원 회장과 환담을 나누고, R&D센터 서울 유치 공동 추진 등을 내용으로 하는 업무협약을 체결했다.

업무협약은 ▲서울의 우수한 ICT 관련 인력과 인프라를 활용해 중국 기업들의 IT 융복합 R&D센터 서울 유치 공동 추진, ▲서울의 역량 있는 기업의 발굴 및 중국 진출 지원, ▲시 우수정책 프로그램 국제 확산 상호협력 등을 주요골자로 한다.

박원순 시장은 “서울은 1만여 개의 IT기업과 고급인력, 최적의 인프라를 갖추고 있어 러시아(RSS), 일본(도레이), 벨기에(솔베이) 등 우수기업의 연구소가 진출해 있다”며 “이번 업무협약을 통해 국내 스타트업의 글로벌 진출을 돕고, 서울 R&D센터 유치에도 힘을 보태 일자리 창출에 기여할 것으로 기대된다”고 밝혔다.



## ZOOM IN | 02

## 서울이 안고 있는 고민 해결할 ‘혁신형 사회적기업’ 10곳 선정

서울시가 서울의 다양한 사회적 문제를 해결하기 위한 혁신적 사업모델을 제시한 사회적기업 10곳을 선정해, 맞춤형 기업컨설팅은 물론 기업발전에 필요한 사업자금도 지원한다.

서울시는 이들 기업에 최대 5천 5백만 원의 사업비를 지원하고 6개월 후 중간평가를 통해 최대 4천 5백만 원을 추가로 지원해 기업당 최대 1억 원까지 지원한다는 계획이다.

주거/재생,  
유통/급식 등 기업,  
초기 사업비  
5천5백만 원 등  
기업당 최대 1억 원  
지원



이번에 선정된 혁신형 사회적기업은 ▲주거/도시재생 ▲유통/급식 ▲문화/교육 분야 등 10곳으로, 선정된 기업에는 ‘기업별 담당컨설턴트’가 성공적 사업수행을 위한 주기적 경영컨설팅을 비롯해 공공구매와 전문투자기관과

연계한 투자도 병행하여 지원한다. 사업기간은 1년이며 사업종료 후 최종평가를 실시해 그동안의 사업성과를 고려하여 향후 추진방향을 모색한다.

선정된 기업을 살펴보면 대학생 및 사회초년생의 높은 주거비와 열악한 주거환경 문제를 해결하기 위해 집을 공유하는 개념을 도입하여 온라인상에서 저렴하고 좋은 환경의 주거공간을 제공하는 ‘세어하우스우주(주)’ <세어하우스 프랜차이즈 사업>, 친환경 전기차를 이용한 승용차 공동이용(카셰어링)을 활성화해 대중교통 및 주차 취약지역의 주민 이동편의를 저비용으로 제공하고, 배출가스로 인한 대기오염 절감에 기여하는 ‘(주)한가’ <승용차 공유정거장 구축 사업>, 저소득층 아동의 낮은 자존감, 우울, 불안 등의 문제를 해결하기 위한 지역기반형 문화예술교육 프로그램으로 문화격차를 해소하고 참여아동의 정서적 안정감과 자존감 등을 향상시키는 <뭉든지 예술학교> 등으로 다양하다.

서울시는 “혁신형 사회적기업이 사회문제 해결을 위한 새로운 모델을 제시하고, 공공서비스 분야 전달체계를 개선하는 의미 있는 시도가 될 것”이라며 “서울이 안고 있는 다양한 사회적 문제를 효과적으로 해결할 수 있도록 노력하겠다”고 덧붙였다.

## HOT ISSUE | 01

## 지속가능한 일자리정책 수립을 위한 민·관 거버넌스 일자리위원회 설치

서울시가 분산되어 있는 일자리 정책을 총괄하고 서울시 일자리정책의 컨트롤타워 역할을 수행할 민·관 거버넌스 「서울시 일자리위원회」를 설치하고 운영한다.

그동안 실·본부·국별, 정책 대상별, 수단별로 각각 운영되던 일자리 정책을 효율적으로 조정하고 연계하는 동시에 일자리 수요자인 시민, 기업 및 관련 전문가 단체 등의 의견 수렴을 상시화하고 체계적인 거버넌스 시스템을 구축하는 것이 목적이다.

### 체계적이고 종합적인 일자리정책을 위해 일자리위원회 설치· 운영

이를 위해 서울시는 지난 8월 12일 「제1차 서울시 일자리위원회」를 개최하여 일자리정책을 공유하고 향후 일자리창출에 대한 협력방안 등을 논의했다.

일자리위원회의 주요 역할은 ▲공공·민간 고용지원서비스 및 고용환경과 고용률 제고를 위한 경제산업 정책과의 연계 ▲노사화합, 노사안정 근로자 권익보호 ▲중앙정부 및 민간영역과의 협력기능 강화 ▲일자리 정책 성과 및 시책사업 일자리 효과 평가 등이다.

또한 일자리 창출 현장을 다양한 분야의 민간전문가와 함께 직접 찾아가 ‘현장의 소리’를 듣고 실질적으로 시민에게 필요한, 시민이 체감할 수 있는 일자리정책 수립에도 도움을 줄 계획이다.

일자리위원회는 산업·경제·민간단체 각계 대표, 전문가 등 본위원 30명과 실무위원 19명 등 총 49명으로 구성된다.

서울시는 일자리위원회를 일자리 분야의 대표적인 거버넌스로 발전시켜 ‘더 많은 일자리, 더 좋은 일자리’를 만들고, 각계·각층의 전문가와 함께 서울형 일자리 창출에 대해 고민하고, 더 좋은 일자리를 만들어 시민이 체감하는 서울시 일자리 정책을 추진할 계획이다.



# 서울시민 전자상거래 소비자 피해 급증, 전년 상반기 대비 72% 증가

올해 상반기 인터넷 쇼핑물 관련 소비자 피해가 작년에 비해 급증했다.

서울시는 “지난 1월부터 6월까지 서울시전자상거래센터에 접수된 소비자 피해상담은 총 10,522건으로 전년 동기 6,118건에 비해 72% 늘었다”고 밝혔다.

<구매유형>을 살펴보면 먼저 일반 인터넷 쇼핑물 피해가 5,205건(49.5%)으로 가장 많았으며, 작년 상반기 7.8%에 불과했던 해외거래 관련 피해는 올해 3,898건(37.0%)으로 약 7.6배 늘었다. 그 뒤는 오픈마켓 607건(5.8%), 소셜마케팅 178건(1.7%), 인터넷 공동구매 156건(1.5%) 순으로 나타났다.

## 해외거래 피해 약 7.6배 증가, 계약취소에 따른 반품·환급 거절이 최다 피해 유형

특히 저렴한 가격과 국내에서 구하기 어려운 제품을 살 수 있다는 장점을 가진 해외거래는 해외 쇼핑물 특성상 거래조건이 다양하고 청약 철회 등의 방법이 국내와 달라 소비자 피해가 큰 것으로 분석됐다. 세부적인 해외구매 방법에 대한 피해유형은 ▲구매대행 3,841건(98.54%) ▲배송대행 29건(0.74%) ▲직접구매 28건(0.72%) 순이었다.

<피해유형>은 계약취소에 따른 반품·환급거절이 5,054건(48.0%)으로 최다였고, 배송지연이 3,374건(32.1%), 운영중단·폐쇄 등에 따른 연락불가가 728건(6.9%), 제품불량 및 하자 피해가 567건(5.4%)으로 나타났다. 특히 계약 취소에 따른 반품·환급 거절과 배송지연이 대폭 늘었다.

<피해품목>은 의류·속옷이 5,123건(48.7%), 신발·가방 등 패션잡화 및 귀금속이 2,691건(25.6%)으로 패션 관련 품목이 70% 이상을 차지했고, 유아·아동 완구가 3.6%(374건), 가구·주방 잡화가 3.2%(332건)로 나타났다. 해외구매의 대부분이 해외브랜드 의류나 신발 등 패션제품이라 관련 소비자 피해도 증가한 것으로 분석된다.

## 피해 시 전자상거래센터 또는 서울시 눈물그만 사이트 에서 신고하면 도움

인터넷 쇼핑물을 이용하다 피해를 입었을 경우에는 서울시전자상거래센터(<http://ecc.seoul.go.kr>)나 서울시 민생침해 신고시스템 '눈물 그만'([economy.seoul.go.kr/tearstop](http://economy.seoul.go.kr/tearstop))과 다산콜센터(국번 없이 '120')로 신고하면 도움을 받을 수 있다.