

# 서울경제

SEOUL ECONOMIC BULLETIN  
February 2014 vol.107

## 이달의 이슈

新실버세대를 위한 젊은 비즈니스  
김정근  
고령친화산업의 부상과 육성 방향  
문혜선

## 생생리포트

서울어르신취업훈련센터의 실천경험을 통해 본  
고령자취업활성화 방안  
박주임  
인포그래픽스  
서울의 '음식·음료업' 중 무엇이 가장 크게 증가했나?  
서울경제분석센터

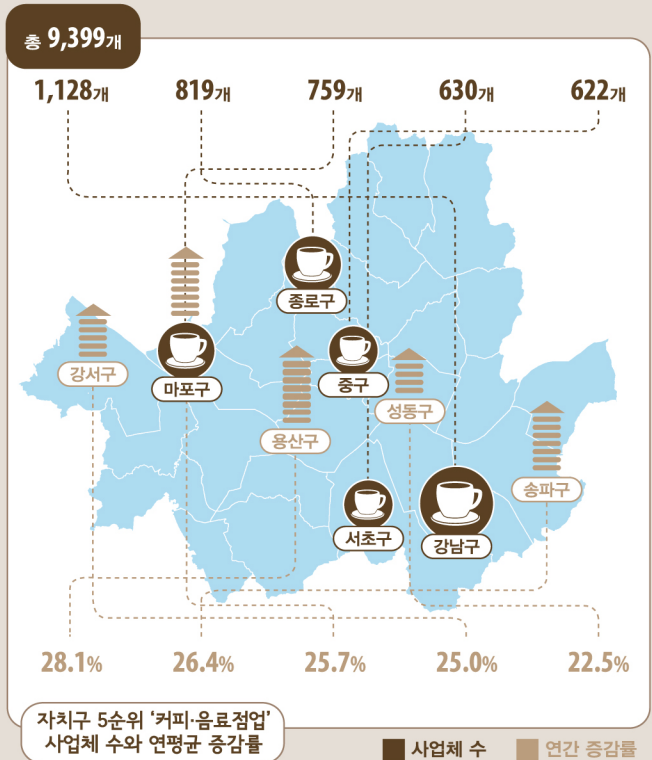
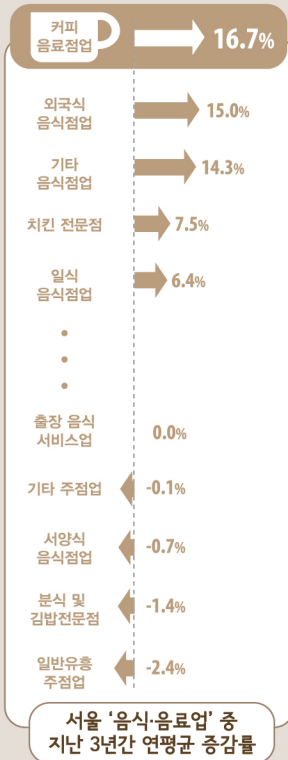
## 경제동향

생산/소비/고용/물가  
부동산/금융/수출입  
부록  
통계표

2

## 서울의 '음식·음료업' 중 무엇이 가장 크게 증가했나?

커피·음료점업이 지난 3년간(2008년~2011년) **연평균 16.7%**로 가장 크게 증가  
강남구에 가장 많은 사업체가 있으며, 용산구의 증가율이 가장 높음



<b>이달의 이슈</b>	3	<b>新실버세대를 위한 젊은 비즈니스</b> 김정근(삼성경제연구소 수석연구원)
	8	<b>고령친화산업의 부상과 육성 방향</b> 문혜선(산업연구원 소재생활친화산업팀 연구위원)
<b>생생리포트</b>	15	<b>서울어르신취업훈련센터의 실천경험을 통해 본 고령자취업활성화 방안</b> 박주임(서울노인복지센터 고령사회대비활기찬미래연구소 과장)
<b>인포그래픽스</b>	27	<b>서울의 ‘음식음료업’ 중 무엇이 가장 크게 증가했나?</b> 박희석(서울연구원 서울경제분석센터 센터장) 장윤선(서울연구원 서울경제분석센터 연구원)
<b>경제동향</b>	35	<b>요 약</b>
	37	<b>생 산</b>
	39	<b>소 비</b>
	40	<b>고 용</b>
	43	<b>물 가</b>
	44	<b>부동산</b>
	46	<b>금 융</b>
54	<b>수출입</b> 곽지원(서울연구원 서울경제분석센터 연구원) 이소은(서울연구원 서울경제분석센터 연구원)	

# 新실버세대를 위한 젊은 비즈니스



김정근\*

삼성경제연구소 수석연구원

jkun.kim@samsung.com

## 1. 새로운 실버세대의 중심, 베이비부머

필자가 13년전 미국에서 노인학 수업을 듣고 있었을 때 담당교수가 “노인하면 떠오르는 것이 무엇이나?”는 질문을 학생들에게 한 적이 있었다. 노인하면 빈곤, 질병, 고독 등 3고(苦)가 먼저 생각났던 시기에 필자가 놀랐던 것은 미국 젊은 학생들의 대답이었다. “골프, 빨간 스포츠카, 캠핑카, 여행.” 미국 젊은이들에게 노인은 경제적·육체적 어려움을 상징하는 대상이 아니라 삶의 여유를 즐기는 집단, 고급소비재의 소비자로 인식되고 있었던 것이다.

우리나라와 미국의 문화적·경제적 수준이 같지는 않지만 최근 이런 움직임들이 우리나라 중·고령층에서도 조금씩 일어나고 있다. 여전히 OECD국가 중 노인빈곤율 1위라는 오명을 갖고 있지만, 베이비부머라고 불리는 신세대 중장년층이 고령층 연령에 접근하게 되

\* 저자 학력, 경력 최근 연구:

- 한국외국어대학교 경제학 학사, 서강대학교 경제학 석사
- Washington University in St. Louis 사회복지학 석사, University of Wisconsin-Madison 사회복지학 박사
- (전) 미국 국립고령화연구소(National Institute on Aging)박사후 연구원, University of Michigan-Ann Arbor겸임교수
- (현) 삼성경제연구소 수석연구원, 저출산·고령사회위원회 경제·산업분야 정책운영위원
- 배우자 사별후 고령층의 가구소득변화 분석(2013), Balancing eldercare and employment: The role of work interruptions and supportive employers(2013), 일본 고령화와 실버산업(2012), 고령화시대 노인1인가구 소득변화(2011),

면서 새로운 변화들이 우리사회에서도 일어나고 있다. “세시봉 콘서트”, “조용필 콘서트”, “이문세 콘서트”에 참석한 중년관객들, ‘7번방의 선물’, ‘광해, 왕이 된 남자’ 등 영화분야에 나타난 50대의 막강해진 티켓파워, “꽃보다 할배”로 인한 노년층의 여행수요 등, 과거 소비의 소외층으로 간주되었던 중·고령층들이 점차 소비의 주류층으로 이동하고 있다.

특히 주목할 것은 우리나라 고령화시대를 주도하게 될 베이비부머세대가 2012년 현재 우리나라 총 인구 4명 중 1명을 차지할 만큼 큰 규모를 이루고 있을 뿐만 아니라 자산이나 소득규모에 있어서도 현재의 고령층과는 구별되는 소비여력을 가지고 있어 새로운 비즈니스의 수요층으로 부상하고 있다는 것이다.<sup>1)</sup> 최근 자료에 의하면 노후준비에 있어서도 베이비부머세대는 현재 고령층에 비해 상대적으로 양호한 노후준비를 하고 있는 것으로 조사되었다.

<표 1> 세대별 노후 준비현황

(단위: %, 만원)

구분	국민연금 가입률	퇴직연금 가입률	개인연금 가입률	월평균 노후준비부담금
베이비부머 이전세대(노인세대)	75.7	2.8	16.4	13.3
1차 베이비부머	91.2	3.7	26.9	19.9
2차 베이비부머 및 이후세대	95.1	12.0	36.1	23.1

자료: 보건복지부(2012.9.26.). “국민연금, 사적연금 가입률 및 노후준비 인식 등 실태조사 결과 발표”, 보도자료

## 2. 새로운 실버세대를 위한 젊은 비즈니스 5選

베이비부머가 경험한 삶의 과정은 현재 고령층과는 확연히 구별되며 새로운 소비경향을 형성하는 계기가 된다. 일제강점기, 한국전쟁 등 고통의 시대를 경험하면서 근검과 절약이 몸에 밴 현재의 고령층과는 달리 베이비부머 세대는 경제성장, 대중문화, 대중소비를 경험하면서 자기표현 욕구가 강하고 능동적인 소비성향을 가진 세대로 새로운 실버문화를 준비하고 있다. 신(新)실버세대는 젊고 능동적으로 살고자 하는 욕구가 강하고, 자신

1) 베이비부머는 1~2차 베이비부머를 모두 지칭. 1차베이비부머는 1955-1963년생으로 총 714만명(인구의 14.3%), 2차 베이비부머는 1968-1974년생으로 총 606만명(12.1%)으로 1~2차 베이비부머세대의 총규모는 우리나라 총인구의 26.4%를 차지 (통계청, kosis). 1차 베이비부머 세대 가구의 총자산 규모는 3억 4천만원으로 고령층의 총자산 평균 3.1억원 (2010년)보다 높은 수준(통계청 2010, 가계금융조사). 소득의 경우 1차 베이비부머 세대의 연평균 소득은 5,067만원(2011년)으로 고령층의 1,720만원에 비해 높은 수준(통계청2012, 2011년 가계금융조사)

들의 젊은 감각을 일깨울 수 있는 것에 소비하는 경향이 높아 아래와 같은 5가지 젊은 비즈니스가 부상할 것으로 전망한다.

베이비부머가 고령층이 되면서 새롭게 주목받게 될 첫 번째 비즈니스는 건강·힐링과 관련된 프로액티브(Pro-active) 케어관련 비즈니스이다. 프로액티브란 일반적으로 미리 사전적으로 준비한다는 의미로 프로액티브 케어 비즈니스는 종전의 육체적 관리 및 치료뿐만 아니라 예방적인 차원에서 정신적 심리적 안정을 모두 포함한 건강지원 비즈니스를 지칭한다. 이미 미국 샌프란시스코에 위치한 바이프런트 브레인즈(Vibrant Brains)라는 회사는 50 대 이상의 소비자를 대상으로 한 프로액티브 케어 비즈니스의 한 예로 두뇌헬스클럽을 운영하고 있다. 이 곳에서는 치매와 알츠하이머 등의 예방을 위해 신체를 단련하듯이 두뇌를 단련하는 정신적 항노화프로그램을 진행하고 있다.

두 번째는 원거리 효(孝)비즈니스이다. 효를 중시하는 사회적 풍토와 IT기술을 활용해 부모와 떨어져 살아도, 원거리에서 부모 봉양을 가능하도록 지원하는 비즈니스이다. 최근 핵가족화와 도시화가 진행되면서 학업, 사업, 직장 등의 이유로 부모와 멀리 떨어져 사는 것이 보편화된 현실에서 사회적 가치인 효를 원거리에서도 수행하도록 하는 비즈니스는 단순히 비즈니스차원을 넘어 사회적 가치 및 가족의 지속성을 유지시키는 역할을 할 수 있다. 예를 들면, 일본의 도쿄가스(Tokyo Gas)는 혼자 사는 부모님들의 가스사용량 및 사용시간 등을 자녀들의 스마트폰이나, 이메일로 발송하여 부모와 떨어져 살고 있어도 자녀가 부모의 식사준비, 목욕 등의 생활 및 건강상태 등을 매일 점검할 수 있도록 돕는다. 최근에는 가사도우미 로봇도 개발되어 집에 혼자 있는 몸이 불편한 고령층을 돕는 일을 하고 있으며, 이 가사도우미 사용료를 의료보험에서 포함시켜야 할지 여부를 고민하는 단계까지 구체적으로 IT기술을 활용한 효비즈니스가 이루어지고 있다.

셋째는 목적지향 휴(休) 비즈니스이다. 몸을 쉬게 하는 단순한 개념의 휴식이 아닌, 휴식과 함께 의미있는 것들이 추가로 더해지는 비즈니스이다. 과거에는 ‘휴식’이라는 것이 몸을 편하게 하는 여가에 초점을 두었다면, 베이비부머들이 추구하는 휴식은 무엇인가를 배우며 공동체를 통해 사람들과의 사회적 관계를 강화하는 ‘의미있는 휴식’을 포함하고 있다. 예를 들면, 실버층을 대상으로 하는 미국의 ‘로드스칼라(Road Scholar)’ 프로그램은 여행과 교육을 결합한 상품으로 이미 미국 내 50개주와 세계 150개국에서 6,500개의 여행교육프로그램을 운영하고 있다. 링컨이 태어난 미국 일리노이주의 스프링필드를 링컨전문가와 함께 다니며 링컨의 생애와 관련된 역사적 장소와 기관들을 둘러보는 여행, 캘리포니아의 포도주 제조 공장을 방문하여 포도주의 제조과정과 포도숙성에 대한 이야기를 듣는 여행 등, 사실 고령층 대상의 여행상품이지만 일반인들도 참여하고 싶은 다양한 여행상품들이 있다.

넷째는 나눔지원 비즈니스이다. 실버세대가 가지고 있는 숙련된 기술, 능력, 지식 등을

은퇴 후에도 지역사회와 나눌 수 있도록 지원하는 사업이다. 최근에 국내에서도 협동조합 또는 시니어직능클럽 등이 증가하고 있는데, 과거와는 달리 사회 및 지역사회 활동에 참여하여 자신들의 경험과 지식을 지역사회 현안과 깊이 연계함으로써 지역경제 활성화에도 기여하는 비즈니스모델이다. 예를 들면 2002년 설립된 일본의 '경영지원 NPO클럽'은 평균연령 70.5세인 160명의 은퇴한 대기업 고위간부들로 구성되어 있다.<sup>2)</sup> 이들은 지역 중소기업에게 하루 천엔 정도의 요금으로 자신들의 지식과 경영노하우를 전수하여 중소기업의 경쟁력 수준을 향상시키고 있다. 현장에서 오랫동안 활약하면서 직접 몸으로 체득한 노하우를 배울 수 있는 이 비즈니스는 컨설팅 수요가 이미 수개월 전부터 예약되어 있을 정도로 큰 인기를 끌고 있다.

다섯째는 스마트실버 비즈니스이다. 베이비부머는 디지털기기에 익숙하면서도 여전히 아날로그적 감성을 유지하고 있기 때문에 디지로그(Digilog)의 수요 증가가 예상된다. 따라서 최신 IT기술에 감성을 접목하거나, 그들에게 특화된 맞춤형 SNS 및 온라인 쇼핑몰이 인기를 얻을 전망이다. 미국의 '골드바이올린(www.goldviolin.com)'은 실버층을 위한 온라인 쇼핑몰로 "실버층일수록 늙은이로 취급받는 것을 싫어한다"는 점에 착안해 쇼핑몰 이름에 실버층을 직접 언급하지 않고, 세련된 디자인과 연령층에 따라 세분화된 맞춤 상품을 제시하여 시니어 회원들로부터 '가장 스타일리시한 사이트'라는 찬사를 받고 있다.

### 3. 서울은 어떻게 고령화를 성장동력의 기회로 활용할 수 있을까?

베이비부머의 신(新)비즈니스 모델들은 소비층의 다양한 건강상태, 소득수준 및 소비욕구를 반영한 큰 그림이며, 실제적으로 실버산업 소비자는 다양한 소비욕구를 가진 다양한 계층의 집합체임을 잊어서는 안 된다. 따라서 서울시가 실버산업트렌드를 종합적으로 활용하여 고령화를 새로운 성장동력으로 활용하기 위해서는 아래의 5가지 과제들을 지속적으로 이루어가는 것이 필요하다.

첫째, 고령화를 비즈니스기회로 활용할 수 있는 선제적 마인드, 즉 생각의 변화가 필요하다는 것이다. 즉, 실버산업의 확대를 단순히 국내로만 국한시킬 것이 아니라 서울을 중심으로 중국, 일본 등 글로벌 시장으로 진출할 수 있는 기회로 활용하는 것이다. 왜냐하면 인구고령화는 우리나라만의 현상이 아니라 세계적인 현상으로 특히, 일본과 중국을 포함하는 한·중·일 3개국은 2035년 세계노인인구의 30%를 차지할 만큼 고령층이 많은 지역이기 때문이다. 서울시는 단순히 서울의 고령화를 대비하고 활용하기 위

2) [特集] 老人パワーが炸裂". (2012. 9. 10.). 『日経ビジネス』

해서 실버산업에 중점을 두는 것이 아니라 글로벌 시장 개척을 위한 일환으로 실버산업의 발전을 바라보는 것이 필요하다.

둘째는 중앙정부정책과의 연계성이다. 초기 단계에 있는 국내 실버비즈니스의 활성화를 위해서는 정부정책과의 연계성을 통해 혁신적인 상품 및 서비스를 개발하고 고령층의 수요 및 욕구를 촉진시키는 것이 필요하다. 정부정책과의 연계는 초기 단계의 실버 상품 서비스에 대한 소비를 촉진시켜 민간기업들의 참여를 유도하고 산업화를 추진할 수 있다. 일본의 경우 2006년 개호보험 정비로 서비스의 질적 수준도 향상되어 실버산업 규모도 확대되었다. 또한 일본의 양로사업활성화 사업은 다른 업종 업체들의 양로원 운영 진입을 촉진시켜 양로사업의 산업화를 유도하는데 기여하여, 오릭스부동산, 미쓰비시지소, 도쿄급행전철 등의 업체들이 양로원운영에 참여하는 계기를 마련해 주었다.

셋째, 실버산업의 양적·질적 발전을 위해 R&D, 유통, 판매 등 관련 인프라를 구축하는 것이다. “소량다품종” 형태로 이루어진 실버 상품 및 서비스의 특성상 대부분 기업들이 중소기업이기 때문에 새로운 제품과 서비스 개발에 자원과 시간을 투입하기가 현실적으로 어려운 실정이다. 이와 같은 문제를 해결하기 위해 서울시는 실버산업진흥원(가칭)을 설립하여 새로운 제품과 서비스를 개발하고, 그 결과물을 중소기업들이 활용할 수 있는 방안을 모색할 수 있다. 실제로 미국의 경우 상무부 NIST(National Institute of Standard and Technology)는 중소기업을 위해 실버층을 위한 첨단 의료기술 개발을 지원하고 있으며, 일본은 1987년에 후생노동성 소관의 재단법인으로 테크노에이드(Technology Aid)협회를 설립하여 복지용구의 연구개발과 시범평가 등을 통해 및 고령자의 복지증진에 기여하고 있다.

마지막으로 서울시가 고령화를 성장동력으로 활용하기 위해서는 시민들 스스로 노후 준비를 할 수 있도록 돕는 ‘서울형 노후준비인프라’를 구축하여 지속적이고 안정적 수요층을 만드는 것이 무엇보다도 필요하다. 국민연금, 퇴직연금, 개인연금 등의 가입률과 보장성을 확대하여 노후소득안정성을 강화함으로써 베이비부머뿐만 아니라 모든 시민들이 노후에 필요한 제품과 서비스를 사용, 삶의 질을 향상시킬 수 있는 제도적 여건을 마련하는 것이다. 이를 위해 중장년층 및 취약계층을 위한 ‘서울형 금융자문서비스모델’을 개발하여 대상자들의 노후준비 접근성 및 실효성을 증대시킬 수 있다면 현재 걸음마 단계인 국내 실버시장이 성장할 수 있는 계기를 마련하는 좋은 사례가 될 것이다.

# 고령친화산업의 부상과 육성 방향



문혜선\*

산업연구원 소재생활친화산업팀 연구위원

hsmoon@kiet.re.kr

## 1. 고령화사회와 산업 발전 과제

우리나라는 고령화의 진행속도가 매우 빠른 국가 중 하나로서 2020년에는 인간 수명 100세 시대가 도래할 것으로 전망되며 2026년에는 만 65세 이상 인구의 비중이 20%에 달하는 초고령사회로 진입할 것으로 예상되고 있다. 이와 같은 인구 고령화는 노동 인력의 부족, 복지 비용의 증가, 세대 간 갈등의 증폭 등 경제사회 전반에서 해결해야 할 많은 과제들을 노정하고 있다. 산업 측면에서 볼 때도 고령화사회로의 진입은 산업 인력의 고령화, 노동 인력 부족 업종 발생 등의 문제를 초래할 것으로 보인다. 그러나 다른 한편으로 인구 고령화는 새로운 수요와 시장을 창출함으로써 신규 산업 분야의 성장을 촉진하고 고령자 수요에 기반한 기존 시장의 확대를 통해 산업발전을 견인해 갈 수 있는 기회 요인을 제공하기도 한다. 미국에서 베이비부머 세대들이 주요 소비계층으로 부상하면서 의약, 헬스 산업 등의 고부가가치 산업분야가 활성화되고 있는 것은 그 대표적인 사

\* 저자학력, 경력 및 최근 연구

-서울대학교 경제학 박사

-카네기멜론 대학교 초청 연구원, 한국과학기술기획평가원 부연구위원

-현)산업연구원 연구위원

- 의약산업의 혁신역량 진단 및 발전방향 연구(2012), 100세 시대 고령사회 산업 활성화 방안 (2012), 고령화 시대 향노화산업의 부상과 성장전략(2013)



레이다. 따라서 고령화시대에 대비한 우리 산업의 문제는 산업 인력 고령화 등 공급 측면에서 맞는 위험에 효과적으로 대처하는 동시에 부상하는 고령자의 수요를 어떻게 산업 발전으로 견인해낼 것인가에 있다. 본 고에서는 이러한 산업 측면의 과제 중에서 고령화 사회의 환경변화에 보다 적극적으로 대처한다는 점에서 고령자 수요의 증가와 이로 인한 고령친화산업의 성장 가능성에 초점을 두고자 한다.

## 2. 고령친화산업이란?

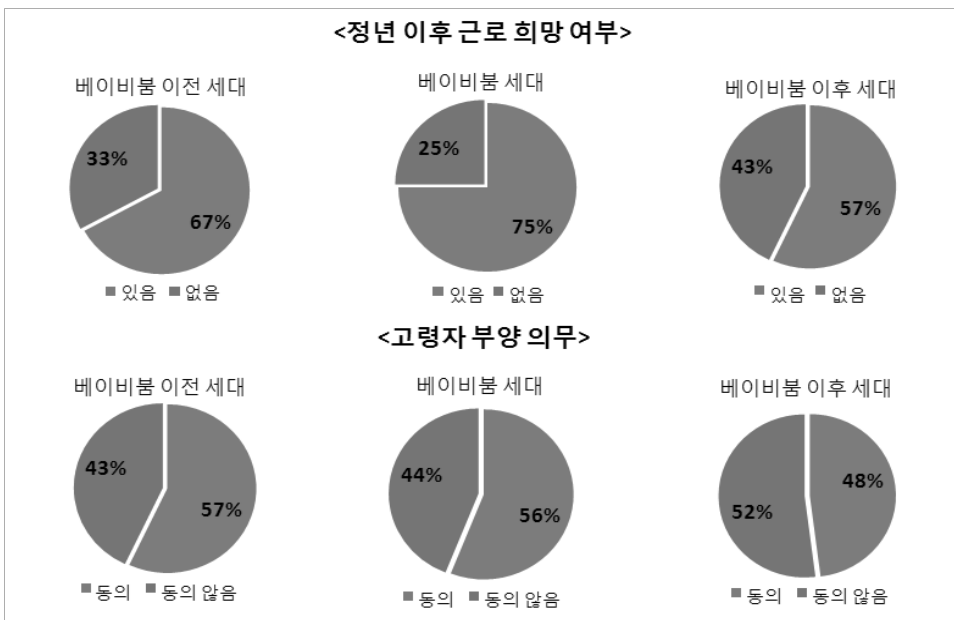
고령친화산업의 정의 및 범주는 관련 정책 및 제도 또는 연구자마다 조금씩 상이하지만, 고령자의 건강한 삶 영위를 지원하기 위한 제품 및 서비스 산업이라는 점에서는 공통적이다. 특히 인생 100세 시대가 도래함에 따라 고령화에 대한 대처는 고령자만이 아니라 인생 전반에 걸쳐 이루어지는 것이 필요하다는 점을 고려할 때 고령친화산업의 대상은 고령자를 포함하여 고령화에 대비한 모든 수요로 정의하는 것이 적절하다. 이렇게 볼 때, 고령친화산업의 범위는 “고령자 또는 향후 고령화로 인해 예상되는 신체적·경제적·사회적 기능저하를 보완하고 100세까지 건강한 삶을 누리기 위해 필요한 모든 제품 및 서비스”로 정의될 수 있다. 이러한 고령친화산업의 범위를 인구고령화에 대비한 주요 수요에 따라 구분한다면 다음의 [표 1]과 같이 분류하여 볼 수 있다.

[표 1] 고령화 수요 유형에 따른 고령친화산업의 분류

고령화 수요	관련 산업	주요 품목
질병 치료 및 신체적 기능 보조	고령친화 기기용품 산업	휠체어 등 이동지원기기, 재택진단 및 의료용 기기, 보청기 등 신체기능 보조 기기, 고정밀 영상진단기기
	고령친화 의약품 산업	신경계 의약품, 호흡계, 순환계, 대사성, 근골격계, 소화계 의약품
건강관리	항노화(Anti-aging) 산업	피부관리제품/서비스, 모발관리제품/서비스, 외모향상제품/서비스
	건강보조식품 및 건강관리 서비스 산업	노화방지/건강유지용 보조식품, 건강관리서비스
	U-헬스 및 홈케어 산업	원격진료서비스, 건강관리 홈케어
자산관리	노후준비관련 보험 및 금융산업	역모기지, 역모기지 외의 연금, 건강 및 간병 관련 보험, 자산관리서비스
문화 및 거주	실버 주거지 및 고령자 주택산업	고령자용 주택개조, 양로시설 공급, 실버(임대)주택 공급
	고령자 여가 및 관광산업	휴양단지/시설, 관광래저, 스포츠, 고령자대상 문화 콘텐츠(영화/게임/공연)
사회복지	노인 장기 요양산업	시설요양, 재가요양 서비스
	재교육 및 재취업 관련 서비스 산업	재취업 위한 재교육, 재취업 알선, 취미교육

### 3. 고령친화산업의 세대별 수요 차이와 전략적 유형

고령화사회로의 변화에 있어서 베이비부머 세대( '55-' 63년 출생자)는 중요한 의미를 갖고 있다. 이들은 그동안 우리나라의 경제성장을 이끌어왔던 주역이면서 전체 인구의 14.6%를 차지하는 주요 계층으로서 최근 베이비부머 세대의 은퇴가 본격화되면서 산업 인력 구조의 변화, 소비 패턴 및 시장 환경의 변화 등 사회전반에 걸친 변화가 예상되기 때문이다. 또한 베이비부머 세대는 가족에 대한 부양 의무가 높은 세대로서 [그림 1]에서 보는 바와 같이 정년 이후에도 경제활동의지가 높으며, 부양가족에 대한 의무도 높다는 특성을 보인다.



[그림 1] 세대별 근로희망 여부와 고령자 부양의무에 대한 인식

산업연구원(2011)의 조사 결과에 의하면 베이비부머 세대들과 그 이전 및 이후 세대들은 고령친화산업에 대해서도 상이한 수요 기반을 가지고 있다. 베이비부머 이전 세대들은 고령화의 진행에 따라 주로 신체적 기능 및 건강 저하에 대비하려는 수요가 가장 높아 노인장기요양산업, 건강관리 및 식품 서비스, 고령친화 의약품 산업 등에 주요 수요 기반이 있는 반면, 베이비부머 세대들은 경제적 안정에 대한 수요가 가장 높아 자산

관리의 중요성을 높게 평가하였으며, 다음으로 신체건강 저하에 대비한 건강관리 수요가 높다. 미래의 고령화에 대비한 베이비부머 이후의 세대들은 자산관리를 통한 경제적 안정성에 대한 수요가 가장 높고 이 외에도 문화 및 여가 등에 대한 수요가 높다.

한편 고령친화산업은 그 범주가 매우 다양하기 때문에 국가 차원에서의 지원과 육성 필요성이 높은 분야를 우선적으로 지원하는 방안이 필요하다. 국가의 지원 및 육성 필요성을 판별하는 기준으로 성장성, 경제적 파급효과, 공익성 측면에서 설문조사를 수행한 결과에 의하면(산업연구원, 2011), 성장성 측면에서는 전 연령대에 걸친 수요기반을 가진 노인장기요양산업, 베이비부머 및 그 이후 세대에서 수요가 높은 자산관리 산업 등의 중요성이 높다. 또한 경제적 파급효과 측면에서는 고령친화 기기용품, U헬스 및 홈케어 등의 산업에 중요성이 높으며, 공익성 측면에서는 노인장기요양산업, 고령친화기기용품 산업 등에 우선순위가 있다.

#### 4. 고령친화산업의 전략 유형별 발전 방향

앞에서 언급한 조사결과를 종합해보면 고령친화산업의 범주는 몇 가지 전략 유형으로 구분될 수 있으며, 각 유형별 특성에 따라 해당 산업의 지원 및 육성 정책의 방향은 차별적으로 설정되는 것이 바람직하다. [표 2]에서 보는 바와 같이 노인장기요양산업의 경우 전 연령대에 수요가 높고 공익성도 높다는 특성이 있으므로 국가 차원의 지원 범위를 확대하는 한편, 민간 수요에 바탕을 두고 고품질의 서비스를 차별화하여 개발함으로써 산업발전을 견인하는 것이 필요하다. 또한 공익성은 낮지만 베이비부머 및 그 이후의 세대를 중심으로 하여 시장이 형성되고 있는 노후준비 관련 보험 및 금융산업, 고령자 주택 산업, 고령자 여가 및 관광산업 등에 대해서는 공공성이 낮기 때문에 국가가 직접적으로 지원하기 보다는 젊은 층의 수요에 대비하여 다양한 상품을 개발하고 다각화된 수요에 따라 맞춤형 지원을 하는 것이 바람직하다. 건강기능식품 및 건강관리 서비스, 고령친화 의약품 등 건강관리 및 질병 치료와 관련된 산업은 수요의 규모가 크지는 않지만 현재의 고령층이 주요 수요층을 형성하고 있으므로 고령자의 수요를 정확히 파악하고 이에 부합되는 구체적 제품과 서비스에 대한 지원이 필요하다. 다음으로 경제적 파급효과는 크지만 아직까지 국내 수요 기반이 확충되지 않은 산업으로는 고령친화기기용품산업, U-헬스 및 홈케어 산업 등이 있으며 이러한 산업은 국내 수요 자체는 크지 않지만 글로벌 시장을 대상으로 할 때 성장성이 높아 국가의 전략적 육성이 필요한 산업이다. 따라

서 해외 수요자들의 니즈를 파악하고 수요를 개척하며 국제 기준에 부합되는 기술 및 제품 개발에 역점을 둘 필요가 있다. 마지막으로 시장성 및 경제적 파급효과는 낮지만 공공성이 높은 산업으로서 재교육 및 재취업 서비스 산업을 들 수 있다. 이 산업은 산업 자체로서의 시장 규모나 타 산업에 대한 직접적인 파급효과는 낮지만 재취업 의사가 높은 베이비부머 세대의 수요를 고려할 때 국가 차원에서 고령자의 전문성과 경력을 활용한 서비스의 개발과 정책 마련이 필요하다.

[표 2] 고령친화산업의 전략유형별 정책방향

유형	특성	산업	특성에 따른 정책방향
1유형	공익성, 시장성, 파급성이 모두 높은 산업	노인장기요양산업	전 연령대 높은 수요, 공익성 높음 -> 민간 수요에 바탕을 둔 차별적 서비스 개발 + 국가 차원의 지원 범위 확대
2유형	공익성은 낮지만 젊은 층을 중심으로 시장성이 높은 산업	노후준비 관련, 보험 및 금융산업, 실버주거지 및 고령자 주택 산업, 고령자 여가 및 관광 산업	-국가의 직접지원보다는 젊은 층이 고령화에 안정적 준비를 할 수 있도록 다양한 상품의 개발, 다각화된 수요에 따른 맞춤형 지원. -공익성이 낮으므로 국가의 직접적 지원보다는 산업발전 위한 제도 정비, 인프라 구축 -시급성 높지 않으나 미래시장에 대한 잠재수요에 대비
3유형	공익성은 낮지만 고령층을 중심으로 시장성이 높은 산업	건강기능식품 및 건강관리서비스, 고령친화의약품 산업	-수요의 규모는 크지 않지만 현 고령층을 중심으로 수요가 높아 시의성 중요 -고령자니즈를 명확히 파악하고 수요 개발 필요
4유형	파급성이 높지만 시장성이 낮은 산업	고령친화기기용품산업, U-헬스 및 홈케어 산업, 향노화산업	-국내 수요 크지 않지만 파급성이 커서 국가 전략 산업 역할 -국내 수요만으로는 한계 -> 해외 수요 개척, 해외 시장 니즈 파악, 국제 기준에 맞는 기술 및 제품 개발
5유형	시장성, 파급성은 낮지만 공공성이 높은 산업	재교육 및 -재취업 관련 서비스	-공익성 높으므로 국가 차원에서 고령자의 전문성, 경력을 활용한 재교육, 재취업 서비스 지원 필요

참고문헌

- 대한민국정부(2010), 「저출산고령사회 기본계획(보완판) 새로마지플랜」
- 산업연구원(2011), 베이비붐 세대 은퇴 관련 산업 활성화 방안
- 보건복지부(2011), 「베이비붐 세대의 현재와 미래, 무엇이 문제인가?」
- 저출산고령사회위원회(2005), 「고령친화산업 활성화 전략」
- 통계청(2010), 「사회조사를 통해 본 베이비붐 세대의 특징」

SEOUL ECONOMIC BULLETIN

# 생생리포트

■ 서울시어르신취업훈련센터의 실천경험을  
통해 본 고령자취업활성화 방안

박주임 과장(서울노인복지센터 고령사회대비활기찬미래연구소)

# 서울시어르신취업훈련센터의 실천경험을 통해 본 고령자취업활성화 방안

박주임 과장  
서울노인복지센터 부설  
고령사회대비활기찬미래연구소/서울시어르신취업훈련센터  
jooim99@hanmail.net

## I. 들어가며

1. 고령자취업환경의 변화
2. 고령자취업교육의 필요성

## II. 서울시어르신취업훈련센터의 실천경험

1. 서울시 고령자취업현황
2. 서울시어르신취업훈련센터 운영현황
3. 취업훈련 성과

## III. 고령자취업활성화 방안

## I. 들어가며

### 1. 고령자 취업환경의 변화

2010년부터 본격화된 베이비부머의 은퇴는 한국사회 전반에 걸쳐 영향을 주고 있다. 특히, 712만 명(전체인구의 14%)에 달하는 거대한 인구집단이 노년층으로 진입하면서, 노인복지분야는 가장 직접적이고 큰 영향을 받고 있다. 베이비부머 이전 세대와 확연히 다른 생활양식과 문화를 가진 세대이기 때문에 그간의 노인복지제도 및 서비스 전반에 걸쳐 질적 변화를 요구한다.

베이비부머는 한국전쟁 이후부터 인구 억제 정책이 도입된 1963년 이전에 태어난 세대로, 비교적 경제적으로 안정화되는 시기에 성장하였으며, 이전세대에 비하여 높은 학력수준을 갖고 있고, 경제사회적으로는 민주화, 서구화로 개인의 권리를 요구하는데 익숙한 세대이다(활기찬미래연구소, 2011). 은퇴 이후에도 소득이 있는 일을 하길 원하며, 직무에 있어서도 단순노무직 보다는 전문기술직을 원하고, 산업현장을 떠나 취미여가활동으로 즐기던 인문학, 사진, 커피 등을 소득활동과 연결하여 활동하길 원하고 있다. 이에 정부는 중장년 일자리지원센터, 인생이모작지원센터 등을 신설하고, 새로운 노년세대를 맞이할 준비를 하고 있다.

서울시어르신취업훈련센터(이하 취업훈련센터)는 이러한 변화에 대비하고자, 2012년 취업교육방향에 대하여 세미나를 개최한 바 있다. 그 결과, 새로운 세대를 위한 신규교육과정의 개발과 새로운 운영방식의 도입을 제안 받아, 2013년 내일행복학교와 시니어직업능력학교로 운영체계를 개편하였다. 본고는 새롭게 개편된 취업훈련센터의 운영체계와 신규교육과정의 실천경험을 평가하고, 향후 고령자 취업 활성화 방안 모색을 목적으로 한다. 이에 교육과정의 효과성을 검증하기 위해, 취업알선사업과 취업교육사업의 취업률을 비교하였으며, 내용평가를 위해 자기효능감을 척도로 취업교육 사전-사후검사를 실시하였다.

## 2. 고령자취업교육의 필요성

### 1) 인적자본론

고령자의 취업지원을 위해 교육훈련을 실시하는 이론적 근거는 인적자본론에서 찾을 수 있다(정은하, 2005). 인적자본론은 직업훈련 또는 직업교육을 통한 노동자의 인적자원의 증가가 소득과 고용확률 증가로 연계될 것이라고 가정한다. 인적자본이론에서는 교육과 직업훈련을 통해 근로자의 인적자본을 축적하여 노동생산성을 높이는 것이 실업자의 재취업 확률을 높이고, 재취업 임금수준을 상승시킬 수 있는 대안으로 제시된다(Adamchik 외, 1999 ; 정소영, 2007:8).

### 2) 구직활동과 자기효능감

Bandura(1986)는 어떤 일에 자신을 기꺼이 몰입하도록 하는 주요 요인을 자기효능감(self-efficacy)이라 하였는데, 이는 성공에 필요한 신체적, 지적, 정서적 자원을 동원할 수 있는 자신의 능력에 대한 신념이다.

구직활동에서의 자기효능감은 다양한 구직활동을 성공적으로 수행하리라는 자기능력에 대한 확신을 말한다. 실업자의 구직활동과 재취업에 영향을 미치는 개인적 요인으로 실업자 스스로가 재취업에 성공할 수 있다는 자기 확신과 같은 심리적 요인을 들 수 있다. 실업자 스스로 구직활동을 성공적으로 수행할 수 있다는 자기 확신에 따라 구직 성공률이 달라진다. 많은 연구들에서 높은 자기 확신을 갖고 있는 실업자의 경우 구직강도가 높을 뿐만 아니라 구직 성공률도 높다고 주장한다(Kanfer & Hulin, 1985 ; 노연희, 1998).

재취업성공에 영향을 주는 자기효능감은 수행성취의 경과로 얻어지지만, 교육을 통한 충분한 정보제공과 성공사례를 통해서도 획득할 수 있다.



## II. 서울시어르신취업훈련센터의 실천적 경험

### 1. 서울시고령자취업현황

2013년 9월 말 현재, 9,785명의 구직자가 구직등록을 하였으며, 4,564개의 업체가 구인등록을 하였다. 구인처에 비하여 2배수 정도 구직자의 수가 많다. 이들을 대상으로 상담알선을 실시한 건수는 29,531건이며, 취업자는 4,065명이다. 구직자 대비 취업률은 41.6%로 나타나 비교적 높은 취업률을 보이고 있으나, 알선 대비 취업률은 13.8%에 불과하다. 또한 상담원이 구인처와 구직자간 상담알선을 통해 취업한 구직자는 2,693명이다. 이는 100명을 알선하여 그 중 1명을 취업시키는 결과로 노력에 비하여 효율성이 낮다고 할 수 있다.

<표 1> 고령자취업현황

(2013.09.30.현재)

구분	구직	구인	알선	취업			상담	사후 관리
				총계	상담알선	그 외		
계	9,785	4,564	29,531	4,065	2,693	1,372	125,139	9,687

취업자의 직종현황을 보면, 청소직(29.6%), 시설경비직(22.6%), 배달직(13.2%) 등의 순으로 단순노무직종이 가장 많았다. 이는 젊은 세대가 기피하고, 고령자가 특별한 기술 없이 쉽고 빠르게 취업할 수 있는 직종이 단순노무직이기 때문에 나타난 결과라 할 수 있다. 최근 들어 서비스직, 교육직, 사무직 등이 증가하고 있는 추세이나, 구직자의 높아진 학력수준과 욕구에 응하기에는 미미한 수준이다. 이에 취업직종 확대와 근로환경개선을 위한 노력이 요구되고 있다.

<표 2> 고령자취업자 직종

(2013.09.30.현재)

구분	기술직	전문직	생산직	사무직	노무직	서비스	운전/주차
인원	128	39	27	86	185	160	224
%	3.1	1.0	0.7	2.1	4.6	3.9	5.5
구분	배달직	청소직	시설경비	도우미직	교육직	기타직	계
인원	537	1,203	920	341	71	183	4,065
%	13.2	29.6	22.6	8.4	1.7	3.5	100

## 2. 서울시어르신취업훈련센터 운영현황

### 1) 개요

- 설립목적: 노동능력을 가지고 있으나, 노동시장에서 상대적으로 경쟁력이 떨어지는 고령구직자의 재취업 지원을 목적으로 설립
- 취업훈련센터 인력 및 시설 현황
  - 위치: 서울노인복지센터(종로구 경운동)
  - 인력: 과장 1명, 사회복지사 1명, 훈련전담 1명(계약직 사회복지사)
  - 시설: 서울노인복지센터 1층 사무실, 별관 교육실 3개
- 이용대상
  - 구직자: 서울시 거주 55세 이상 취업희망자 중 구직등록자
  - 구인처: 55세 이상인자 고용희망 사업주(개인 및 법인)
- 사업내용
  - 직무분석을 통한 훈련과정개발 및 교재발간사업
  - 취업훈련진행: 직종별로 소양교육, 직무교육, 현장실습

### 2) 2013년 취업훈련센터 운영현황

취업훈련센터는 변화하고 있는 취업환경과 베이비부머의 진입에 대비하고자 2013년 취업훈련 운영체계와 교육과정을 개편하였다. 고령자구인업체의 욕구에 기반 하여 소양교육과 직무교육을 실시하던 기존의 방식에서 나아가, 구직자의 특성을 반영하여 새로운 교육과정을 개설하였다. 변화된 운영체계는 다음과 같다.

<표 3> 취업훈련 운영체계

구분	시니어직업능력학교	베이비부머 내일행복학교
목적	<ul style="list-style-type: none"> <li>구인처의 욕구를 중심으로, 고령 자재취업시장에서 구직자의 경쟁력 확보를 목적으로 함</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>구직자의 변화된 특성과 욕구를 중심으로, 미래의 새로운 일자리 개발 및 인력풀 구축을 목적으로 함</li> </ul>
특징	<ul style="list-style-type: none"> <li>경제적 이유 등으로 즉각적으로 취업을 원하는 구직자를 위한 교육과정</li> <li>고령자다수채용직종을 중심으로 5일 이내</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>고령자의 경력과 장점을 활용할 수 있는 직종 발굴을 위한 신규교육과정</li> <li>전문인력풀을 구축하기 위한 중장기 직무교육</li> </ul>
내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>step1. 취업준비교육</li> <li>step2. 직종교육(경비원, 주차관리원, 배달원, 환경관리원, 주유원, 아동·노인·가사도우미, 계산판매원 등)</li> <li>step3. 맞춤형교육</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>창의직업아카데미(도슨트, 상담가, VJ 등)</li> <li>직업전문아카데미(바리스타, 조사원 등)</li> <li>사회공헌아카데미 (문화해설사, 사서도우미 등)</li> <li>노년설계아카데미</li> <li>창업아카데미(소자본창업, 협동조합)</li> </ul>

시니어직업능력학교와 내일행복학교를 통해 취업교육을 실시한 결과, 2013년 9월 말 현재, 868명이 교육을 수료했으며, 이중 292명이 취업하여 34.3%의 취업률을 보였다.

<표 4> 서울시어르신취업훈련센터 운영현황

(2013.9.30.기준)

훈련과정		교육(H)	수료(명)	취업(명)	취업률	
시니어 직업 능력 학교	step1.기초교육	취업준비	6	388	122	31.5
	step2.직종교육	경비·주차원	32	93	38	40.9
		배달환경원	17	50	12	24.0
		도우미	18	22	8	36.4
		캐셔	13	23	7	30.4
		디쉬업	8	19	8	42.1
	step3.맞춤형 교육	주유원	15	52	21	40.4
		산모도우미	20	31	13	41.9
	계		-	678	229	35.95
베이비 부머 내일 행복 학교	노년설계		22	14	3	21.5
	창의직업아카데미	도슨트	130	34	7	20.6
		민생상담가	33	31	5	16.2
		영상제작	45	9	5	55.6
	창업아카데미		33	34	12	35.3
	사회공헌아카데미	문화해설사	30	17	1	5.9
	직업전문아카데미	설문조사원	24	30	26	86.7
		바리스타	44	21	4	19.1
	계		-	190	63	32.61

### 3. 서울시어르신취업훈련센터 교육성과

취업훈련센터는 변화하고 있는 취업환경과 베이비부머의 진입에 대비하고자 2013년 취업훈련 운영체계와 교육과정을 개편하였다. 본고는 새롭게 신설된 교육과정과 운영체계에 대하여 평가하기 위해 훈련생의 취업률을 비교하였으며, 교육 내용의 효

과성을 알아보기 위해 자아효능감을 척도로 사용하여, 그 의미를 알아보았다.

취업훈련센터의 수료자의 취업률은 34.3%로 구직자등록자 취업률보다는 낮게 나타났지만, 알선 대비 취업률은 13.8%에 불과하여, 행위에 비하여 취업률이 3배 정도 높은 것으로 나타났다. 고령자 취업에 있어 교육을 실시하는 것이 보다 효율성이 높음을 알 수 있다.

취업훈련센터 운영체계의 변화에 대한 평가는 구인처에 기반한 시니어직업능력학교 취업률(33.8%)과 구직자의 욕구에 기반한 내일행복학교의 취업률(30.6%)을 비교하였는데, 시니어직업능력학교 수료생의 취업률이 조금 더 높은 것으로 나타났다. 하지만 그 차이가 3.8%에 불과하여, 구인처를 확보하지 않은 상태에서 인력풀을 구축하는 것에 대한 우려가 기우였음을 확인할 수 있었다.

내일행복학교의 기획취지에 부합하는지 알아보기 위하여, 교육참여자를 대상으로 구직활동과 성공적 재취업에 영향을 미치는 요인인 자기효능감의 변화를 측정하였다. 그 결과, 교육참여 전보다 교육참여 후 효능감이 높아진 결과를 확인할 수 있었다. 하지만, 통계적으로 유의미한 결과는 아니었다. 이에 자기효능감을 요인분석하여, 하위요인으로 구분하여 측정한 결과, 자기조절요인에서 통계적으로 유의미한 차이가 있음을 검증하였다.

<표 5> 훈련참여자 자기효능감 사전사후검사

항목	평균		사례수	t	sig. (2-tailed)
	사전	사후			
자기효능감	3.86	3.91	67	-.950	.345
효능감1 (자기조절)	3.68	3.83	66	-2.183	.033*
효능감2 (난이도선호)	3.97	3.94	66	.403	.688
효능감3 (자신감)	4.16	4.21	66	-.695	.489
효능감4 (사회적 효능감)	3.12	3.22	66	-1.066	.290

### Ⅲ. 고령자취업활성화 방안

#### 1. 베이비부머 특성과 욕구를 반영한 취업교육 확대

이전세대보다 젊고, 경제적으로 여유로운 베이비붐세대의 노년기 진입으로 인해 고령자고용시장 환경에 변화가 예상된다. 이들은 생계형보다는 자기발전과 여가활용이 가능한 일을 선호할 것이며, 향후 고령자취업시장은 물론, 경제활동을 주도할 가능성이 크다. 이에 고령자취업현황에 대한 지속적 모니터링과 새로운 구직자의 특성과 욕구를 반영한 교육과정을 개발해 나가야 할 것이다. 올해 취업훈련센터는 내일행복학교의 도슨트, 실버VJ, 민생상담가 과정을 통해, 이러한 교육으로 구축된 인력풀로 새로운 일자리가 창출되는 과정을 경험한 바 있다.

#### 2. 구인업체 채용요건의 맞춤형 교육 실시

취업훈련센터의 각 과정별 취업률을 보면, 고령자채용기업을 연계하였거나, 기업맞춤형 교육의 수료자 취업률이 월등히 높게 나타난 것을 볼 수 있다. 따라서 구인처 각각의 근무환경과 직무내용을 분석하여, 실제적으로 구인처에서 요구하는 직무내용을 반영하여 교육과정을 편성하고, 또한 인사담당자를 초빙하여 직접 교육을 할 수 있도록 할 필요가 있다. 이러한 맞춤형 교육을 통해, 구직자는 구인처의 직무환경을 알고, 이에 부합하는 요건을 준비할 수 있어 취업률을 제고할 수 있을 것이다. 또한 구인처에는 고령구직자의 특성을 이해하고, 이들의 직무능력을 직접 평가할 수 있어, 구인처에 적합한 인재를 채용할 수 있을 것이다.

#### 3. 고령자의 특성을 고려한 업무환경 개선으로 고령자일자리 확대

기존의 고령자다수채용직종은 특별한 기술 없이 경제적 어려움을 해소할 수 있는 일자리이지만, 근로시간이 길고 육체적으로 힘든 일이 대부분이다. 이전세대보다 경제적으로 여유 있는 새로운 노년세대들은 이러한 일자리에 참여하지 않을 것으로 예상된다. 이에 고령자의 신체적 특성과 시간적 여유로움을 고려하여 work-share형태로 업무환경을 개선한다면, 고령자 일자리 확대에 도움이 될 것이다.

#### 4. 사회서비스 강화를 통한 고령자 일자리 창출

고령자의 취업률을 높이기 위해 민간부문의 일자리를 확대해 가는 것도 중요하지만, 상대적으로 업무경쟁력이 취약한 고령자는 공공부문에서 상당부분 수용해야 할 것이다. 국공립도서관의 사서도우미, 문화해설사와 같은 마을활동가, 민생경제 사업 등에 고령자를 활용할 수 있는 정책 및 제도가 마련되어야 할 것이다. 또한 더불어 고령자 일자리의 안정적 유지와 고용확대를 위한 제도적 지원도 필요하다.

#### 5. 취업교육확대를 위한 정책 및 제도적 지원

앞서 살펴보았듯이, 고령자취업활성화를 위해서는 신규 직종 개발 및 인력풀 구축이 우선되어야 하며, 이를 위해서는 무엇보다 재취업교육이 필요하다. 이에 고령자취업훈련사업에 대한 정책 및 제도적 지원이 필요하다. 취업훈련센터는 개소 이래 지금까지 2명의 인력으로 운영되고 있다. 2009년 창업과정 신설로 1명이 충원되었지만, 한시적 전담인력으로 연속성을 담보할 수 없다. 새로운 직종개발과 보다 내실 있는 교육훈련 운영을 위해서는 인력 확충이 절실하다.

SEOUL ECONOMIC BULLETIN

# 인포그래픽스

인포그래픽스

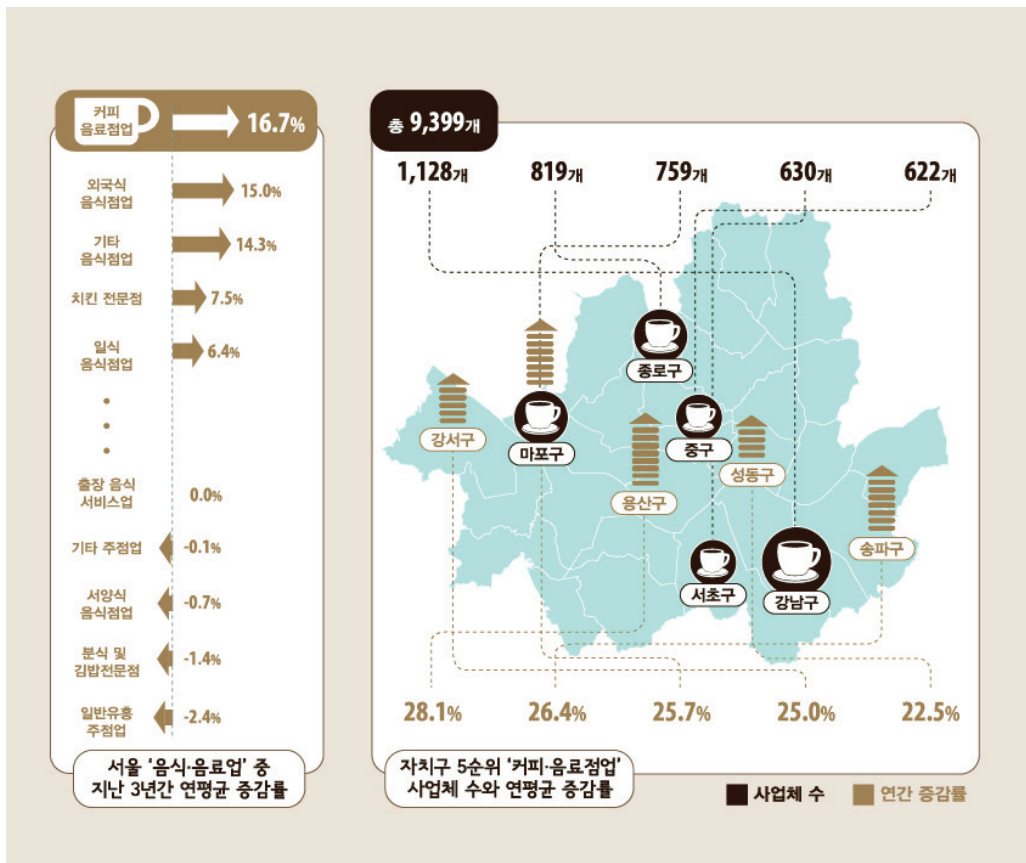
## ■ 서울의 ‘음식·음료업’ 중 무엇이 가장 크게 증가했나?

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



# 서울의 '음식·음료업' 중 무엇이 가장 크게 증가했나?

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



## 커피·음료점업이 지난 3년간(2008년~2011년) 연평균 16.7%로 가장 크게 증가 강남구에 가장 많은 사업체가 있으며, 용산구의 증가율이 가장 높음

- 서울의 '음식·음료업' 중 '커피·음료점업'이 지난 3년간(2008년~2011년) 연평균 16.7%로 가장 크게 증가
  - 서울 전체 '음식·음료업'은 최근 3년간 연평균 1.69% 증가하였으며, 가장 크게 증가한 것은 '커피·음료점업'
  - 그 다음으로는 '외국식 음식점업' 15.0% 증가, '기타 음식점업' 14.3% 증가, '치킨 전문점' 7.5% 증가한 순
- 서울의 '커피·음료점업'은 '강남구'에 가장 많은 사업체가 있으며, '용산구'의 증가율이 가장 높음
  - 서울의 '커피·음료점업'은 총 9,399개로, 그 중 가장 많은 1,128개(12.0%) 사업체가 '강남구'에 입지
  - 서울 모든 자치구의 '커피·음료점업'은 증가하였으며, '용산구'는 연평균 28.1% 증가
- '마포구'는 사업체 수가 759개로 많으면서 연평균 25.7%씩 빠르게 증가하는 추세
  - '마포구'는 사업체 수와 연평균 증가율이 모두 높으며, 대학이 위치한 서교동에 대부분의 사업체(372개)가 밀집
  - 요즘 서울의 젊은 청년들이 커피와 차를 많이 선호한다고 예상할 수 있음

〈표 1〉 2008년 2011년 ‘음식점 및 주점업’ 사업체 수와 연평균 증감률

(단위: 개)

산업분류명칭	2008년	2011년	사업체 연평균 증감률
	총 사업체 수	총 사업체 수	
<b>음식점 및 주점업</b>	<b>106,951</b>	<b>112,458</b>	<b>1.7%</b>
<b>음식점업</b>	<b>76,852</b>	<b>79,251</b>	<b>1.0%</b>
한식 음식점업	47,752	47,873	0.1%
중식 음식점업	3,805	3,806	0.0%
일식 음식점업	2,020	2,434	6.4%
서양식 음식점업	2,545	2,493	-0.7%
기타 외국식 음식점업	336	511	15.0%
기관구내식당업	700	744	2.1%
출장 음식 서비스업	98	98	0.0%
제과점업	2,849	3,381	5.9%
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업	2,614	3,036	5.1%
치킨 전문점	3,536	4,388	7.5%
분식 및 김밥 전문점	9,997	9,590	-1.4%
그외 기타 음식점업	600	897	14.3%
<b>주점 및 비알콜음료점업</b>	<b>30,099</b>	<b>33,207</b>	<b>3.3%</b>
일반유흥 주점업	4,823	4,487	-2.4%
무도유흥 주점업	191	208	2.9%
기타 주점업	19,169	19,113	-0.1%
비알콜 음료점업	5,916	9,399	16.7%

〈표 2〉 2008년 2011년 '비알콜음료점' 사업체 수와 연평균 증감률

(단위: 개)

	2008년	2011년		사업체 연평균 증감률
	사업체수	사업체 수	사업체 비율	
강남구	721	1,128	12.0%	16.1%
강동구	162	291	3.1%	21.6%
강북구	103	174	1.9%	19.1%
강서구	123	240	2.6%	25.0%
관악구	197	320	3.4%	17.6%
광진구	160	281	3.0%	20.7%
구로구	179	287	3.1%	17.0%
금천구	95	166	1.8%	20.4%
노원구	135	227	2.4%	18.9%
도봉구	70	127	1.4%	22.0%
동대문구	246	329	3.5%	10.2%
동작구	169	279	3.0%	18.2%
마포구	382	759	8.1%	25.7%
서대문구	256	374	4.0%	13.5%
서초구	394	630	6.7%	16.9%
성동구	100	184	2.0%	22.5%
성북구	168	305	3.2%	22.0%
송파구	239	483	5.1%	26.4%
양천구	125	226	2.4%	21.8%
영등포구	338	468	5.0%	11.5%
용산구	140	294	3.1%	28.1%
은평구	122	195	2.1%	16.9%
종로구	640	819	8.7%	8.6%
중구	520	622	6.6%	6.2%
종랑구	132	191	2.0%	13.1%
합계	5,916	9,399	100.0%	16.7%

<표 2> 2011년 '마포구' 의 '비알콜음료점' 사업체 수와 비율

(단위: 개)

	2011년	
	사업체 수	사업체 비율
마포구	758	100.00%
공덕동	36	4.75%
대흥동	36	4.75%
도화동	26	3.43%
망원동	24	3.17%
상암동	51	6.73%
서강동	60	7.92%
서교동	372	49.08%
성산동	23	3.03%
신수동	8	1.06%
아현동	19	2.51%
연남동	15	1.98%
염리동	7	0.92%
용강동	27	3.56%
합정동	54	7.12%

- 주: - '음식음료업' 사업체 기초통계 조사 표기: 음식 및 주점업  
 - '커피음료점업' 사업체 기초통계 조사 표기: 비알콜음료업  
 - '외국식 음식점업' 사업체 기초통계 조사 표기: 기타 외국식 음식점업 (한식, 중식, 일식, 서양식을 제외한 정식류를 제공)  
 - '기타 음식점업' 사업체 기초통계 조사 표기: 그외 기타 음식점업(어느 분류에도 속하지 않은 음식점)  
 - '기타 주점업' 대포집, 선술집 등과 같이 접객시설을 갖추고 대중에게 술을 판매하는 기타의 주점  
 - '일반유희 주점업' 접객요원을 두고 술을 판매하는 유희주점

자료 : 통계청 (2008, 2011년 사업체 기초통계 조사자료)

# 경제동향

## ■ 요약

■ 생산 제조업지수/재고지수

■ 소비 대형소매점 판매액

■ 고용 경제활동인구/취업자/실업률·고용률

■ 물가 소비자물가/신선식품

곽지원 연구원(서울연구원 서울경제분석센터)

■ 부동산 주택매매가격/주택전세가격

■ 금융 가계대출/개인파산/신용보증재단

■ 수출입 수출입액/수출입 품목/국가별 품목

이소은 연구원(서울연구원 서울경제분석센터)

## | 요약 | 12월 서울의 경제동향

생  
산

- 서울의 12월 제조업생산지수는 101.4로 전년동월대비 1.5% 상승
- 12월 제조업 출하·재고 지수는 각각 전년동월대비 3.3%, 0.2% 증가하여 경기확장기

소  
비

- 서울의 12월 대형소매점 판매액은 2조5,908억원으로 전국(6조9,786억원)의 37.1%를 차지
- 12월 백화점 판매액은 전년동월대비 1.0% 감소, 대형마트 판매액은 3.4% 증가

고  
용

- 서울의 12월 취업자는 516만2천명으로 전년동월대비 13만5천명(2.7%)이 증가
- 서울의 12월 고용률은 60.7%로 전년동월대비 1.5%p 증가, 실업률은 3.5%로 전년동월대비 0.1%p 증가

물  
가

- 2013년 12월 서울시 소비자물가지수는 108.2(2010년=100.0)로 전년동월대비 1.2% 상승

부  
동  
산

- 서울의 11월 주택매매가격은 강북지역(-0.03%) 특히 용산구(-0.86%)와 광진구(-0.11%)를 중심으로 전월대비 0.01% 하락
- 서울의 11월 주택전세가격 역시 강남지역(0.80%) 특히 영등포구(1.01%)와 강서구(1.00%)를 중심으로 전월대비 0.73% 상승

금  
융

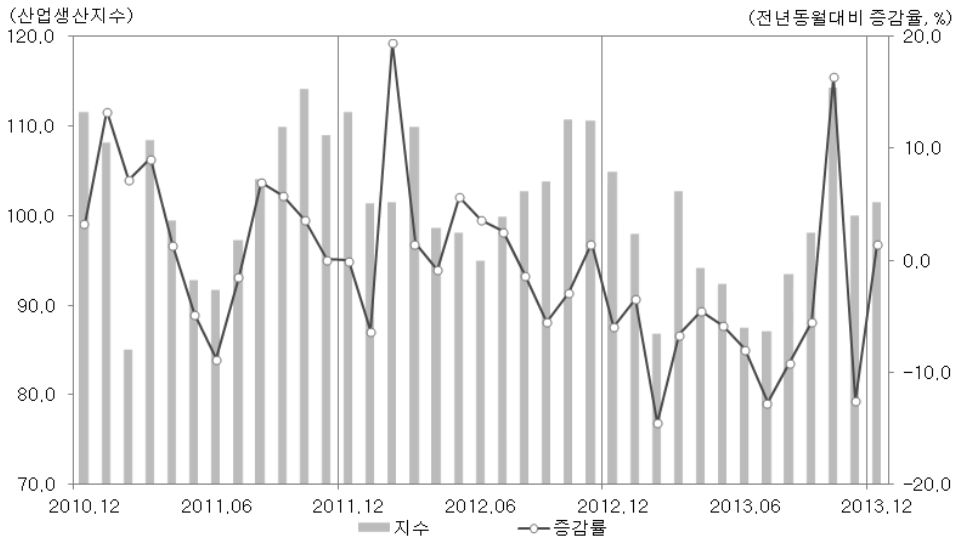
- 서울의 11월 전체 대출금 잔액은 575조 7,659억 원으로 전월대비 0.4% 증가, 그 중 가계대출은 178조 3,605억 원으로 전월대비 0.4% 증가
- 서울의 11월 신설법인수 2,033개로 제조업을 중심으로 전월대비 3.5% 감소
- 서울의 11월 보증지원 건당 평균지원금액은 전월대비 1.8% 증가

수  
출  
입

- 서서울의 11월 수출은 49.4억 달러를 기록하며 전년동월대비 3.1% 감소, 품목별로는 자동차 부품, 국가별로는 중국이 1순위 차지
- 서울의 11월 수입은 110.6억 달러를 기록하며 전년동월대비 5.9% 증가, 품목별로는 석유제품, 국가별로는 중국이 1순위 차지

## | 생 · 산 |

- 서울의 12월 제조업생산지수 101.4(2010=100)로 전년동월대비 1.5% 상승
  - 공업구조별로 경공업 부문은 전년동월대비 -10.3% 감소, 중공업부문은 24.4% 증가
  - 제조업 부문별로 전년동월대비 섬유제품(23.0%), 전기장비(22.3%), 기타제품(21.9%) 등 증가, 전자부품·컴퓨터·영상음향통신(-24.1%), 기계장비(-16.3%), 전기·가스·증기업(-9.6%) 등 각각 감소



자료: 통계청, 경인지방통계청(2010=100)

<그림> 산업생산 추이 및 증감률

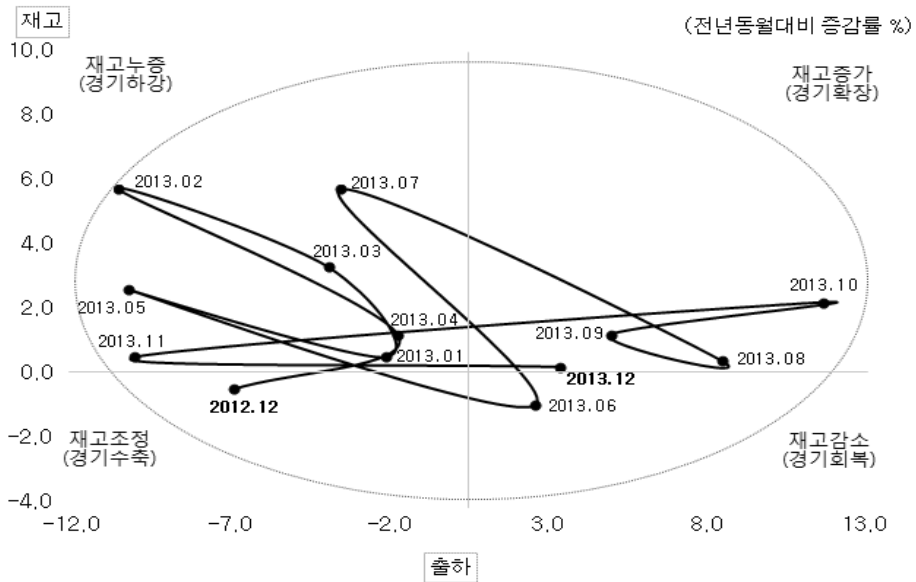


## | 출하 · 재고 순환 |

- 서울의 12월 제조업 전년동월대비 출하, 재고 증가로 경기확장기
  - 서울의 12월 출하지수는 105.2(2010=100.0)로 전년동월대비 3.3% 증가
  - 서울의 12월 재고지수는 115.0(2010=100.0)으로 전년동월대비 0.2% 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



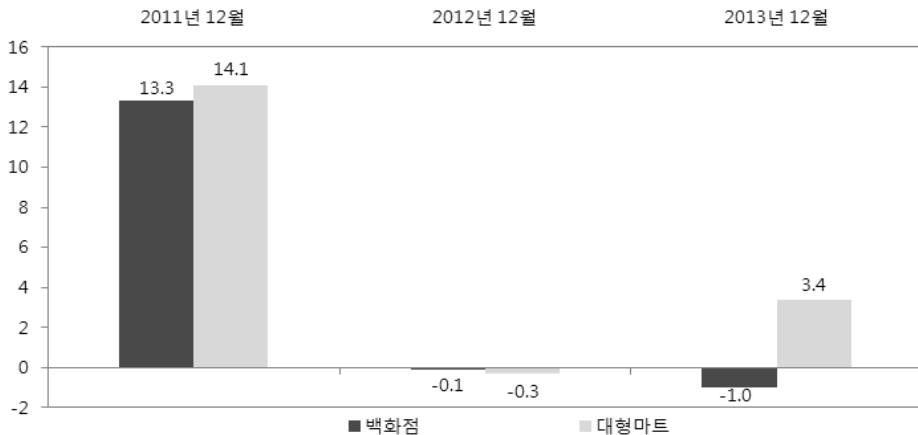
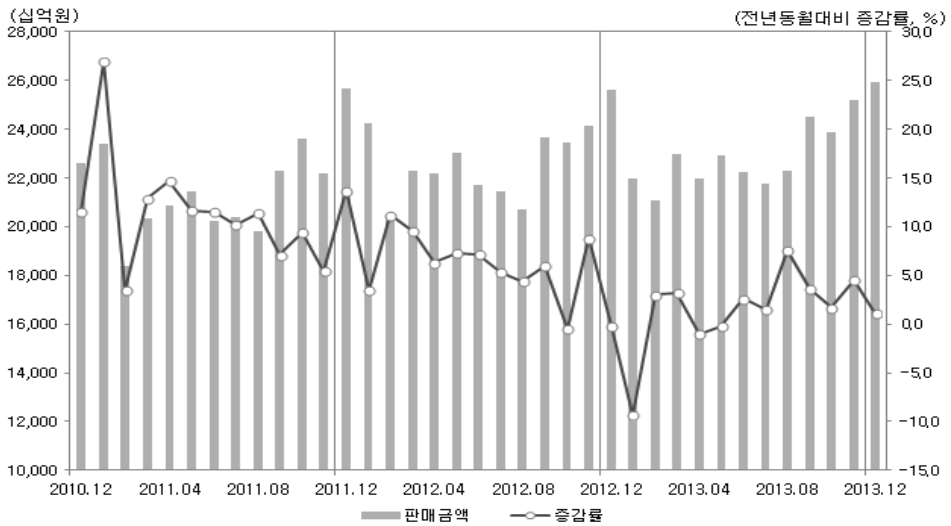
자료: 통계청, 경인지방통계청(2010=100)

<그림> 서울의 출하·재고 증감률 추이

## | 소 · 비 |

### ■ 서울의 12월 대형소매점 판매액 전년동월대비 1.1% 증가

- 서울의 12월 대형소매점 판매액은 2조5,908억원으로 전국(6조9,786억원)의 37.1%를 차지
- 백화점 판매액은 1조3,621억원으로 전국(3조168억원)의 45.2%, 대형마트 판매액은 1조 2,287억원으로 전국(3조9,618억원)의 31.0%를 차지
- 서울의 12월 대형소매점 판매액지수는 121.0으로 전년동월대비 1.1% 감소



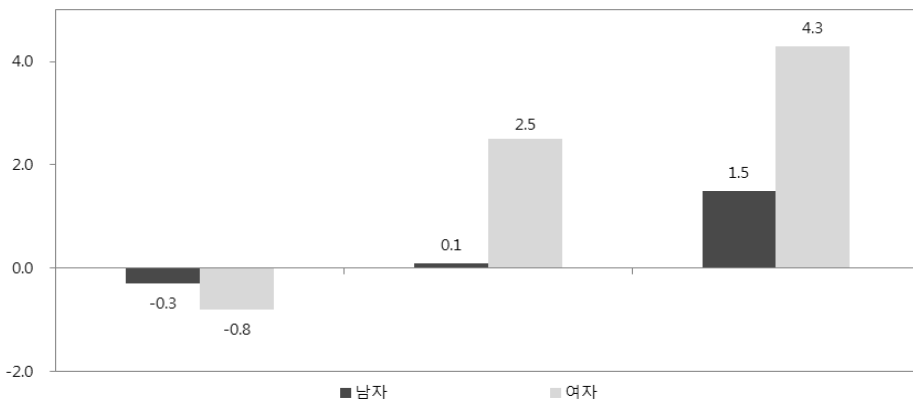
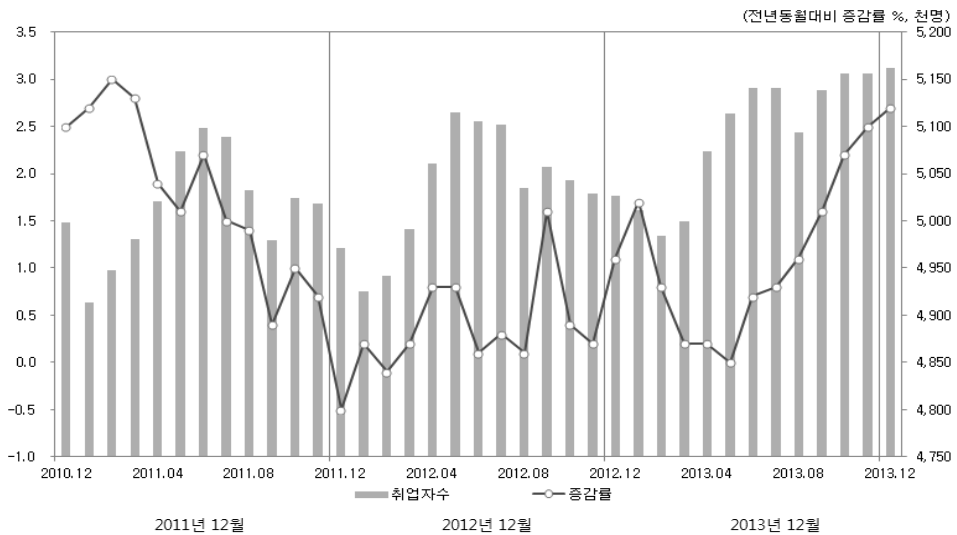
자료: 통계청, 경인지방통계청

<그림> 서울의 대형소매점 판매 추이 및 증감률

## | 취·업·자 |

## ■ 서울의 12월 취업자 수 전년동월대비 2.7% 증가

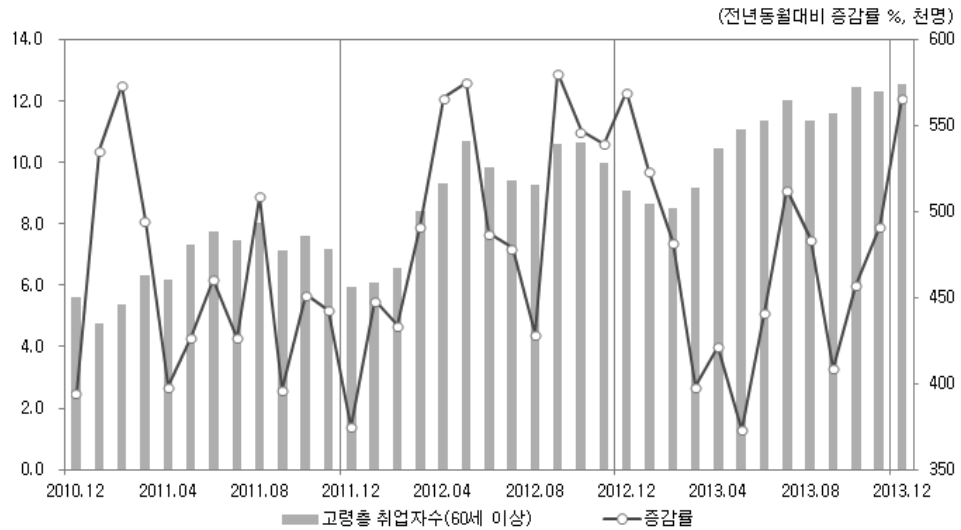
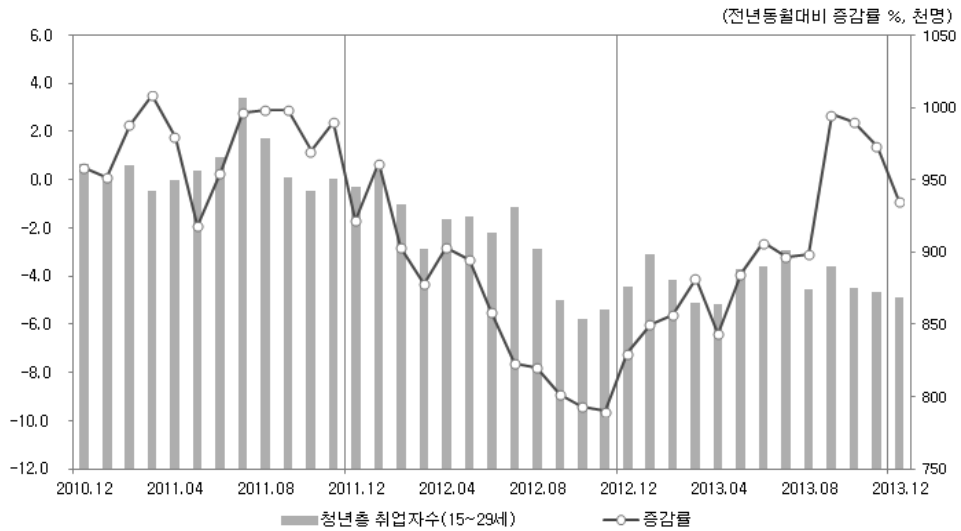
- 서울의 12월 취업자는 516만2천명으로 전년동월대비 13만5천명(2.7%)이 증가
- 성별로 보면, 남자는 287만5천명, 여자는 228만6천명으로 전년동월대비 남자는 4만2천명(1.5%), 여자는 9만3천명(4.3%) 각각 증가
- 산업별로 보면, 제조업이 3만4천명(7.0%), 도소매·숙박·음식점업이 8만4천명(6.4%), 전기·운수·통신·금융업이 2만2천명(2.7%), 사업·개인·공공서비스업이 3만4천명(1.7%), 각각 증가



자료: 통계청, 경인지방통계청

<그림> 서울의 월별 취업자 추이 및 증감률

- 서울의 12월 청년층(15세~29세)과 고령층(60세 이상) 취업자 수 전년동월대비 증가세
  - 서울의 12월 청년층(15세~29세) 취업자는 86만9천명으로 전년동월대비 0.9% 감소하여 3개월 연속 증감률 하락세
  - 서울의 12월 고령층(60세 이상) 취업자는 57만4천명으로 전년동월대비 12.1%로 꾸준한 플러스 성장
  - 최근 3개월 고령층과 청년층 취업자 수 증감률 격차 점점 심화

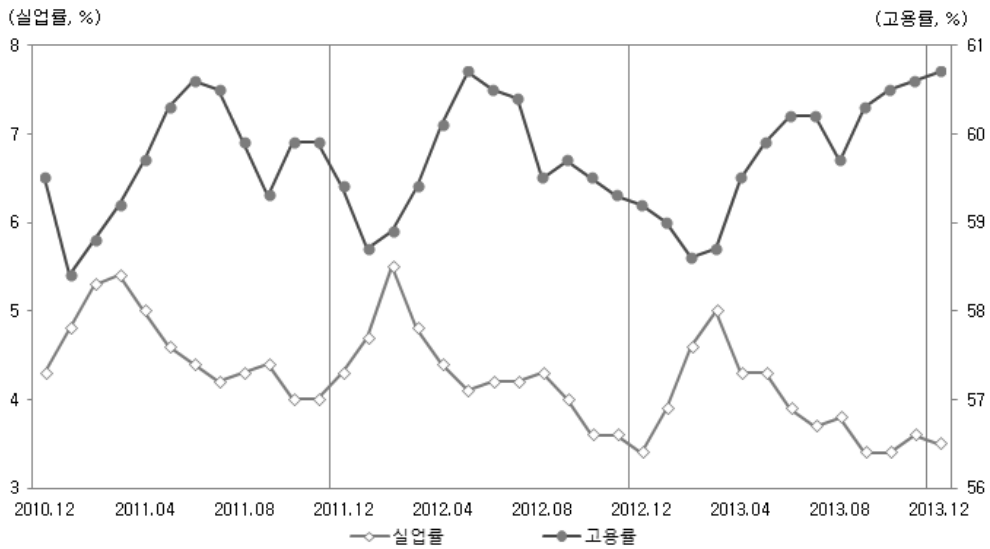


자료: 통계청, 경인지방통계청

<그림> 서울의 월별 청년층 및 고령층 취업자 추이

## | 고 · 용 · 률 · 및 · 실 · 업 · 률 |

- 서울의 12월 고용률 전년동월대비 증가, 전국대비 높은 수준
  - 서울의 12월 고용률은 60.7%로 전년동월대비 1.5%p 증가
  - 성별로 보면, 남자는 70.5%로 전년동월대비 1.3%p, 여자는 51.7%로 1.9%p 각각 증가
  - 2013년 12월 서울시 고용률은 전국(59.1%)보다 1.6%p 높은 수준
  
- 서울의 12월 실업률 전년동월대비 동일, 전국대비 높은 수준
  - 서울의 12월 실업자는 18만9천명으로 전년동월대비 1만1천명(6.1%)이 증가
  - 실업률은 3.5%로 전년동월대비 0.1%p 증가
  - 성별로 보면, 남자는 3.9%로 전년동월대비 동일, 여자는 3.1%로 0.2%p 증가
  - 2013년 12월 서울시 실업률은 전국(3.0%)에 비하여 0.5%p 높은 수준



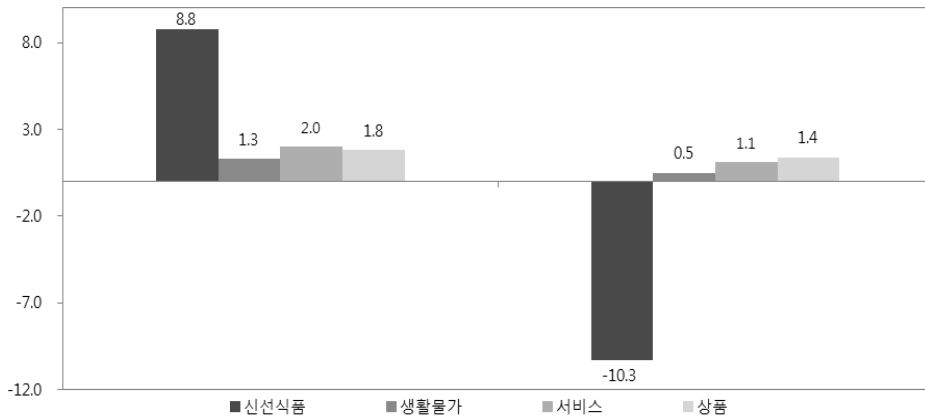
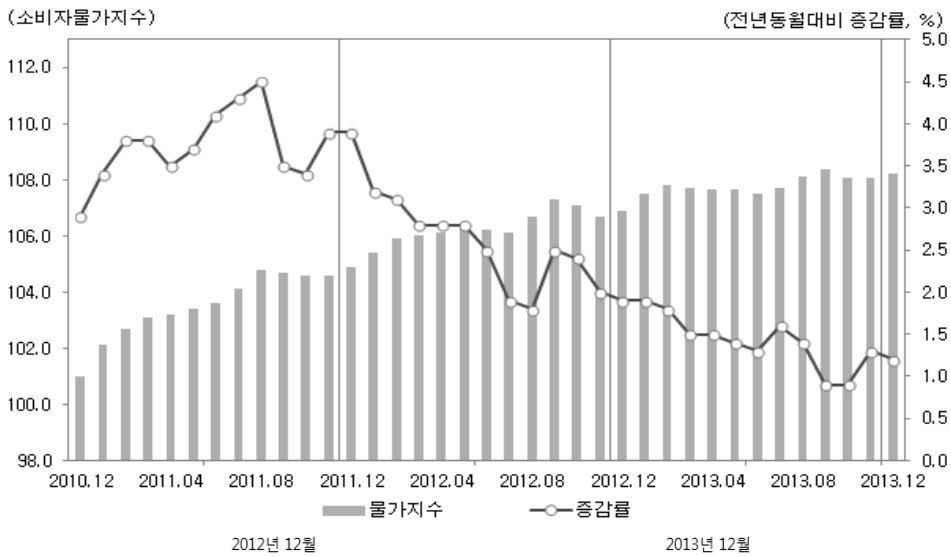
자료: 통계청, 경인지방통계청

<그림> 서울 실업률, 고용률 추이

# | 물 · 가 |

## ■ 서울의 12월 소비자물가지수 전년동월대비 상승

- 2013년 12월 서울시 소비자물가지수는 108.2(2010년=100.0)로 전년동월대비 1.2% 상승
- 전년동월대비 주요 등락 부문을 보면, 교통(-0.6%), 식료품 및 비주류음료(-0.4%), 교육(-0.3%), 통신(-0.1%), 오락 및 문화(0.0%) 부문을 제외한 나머지 부문 상승

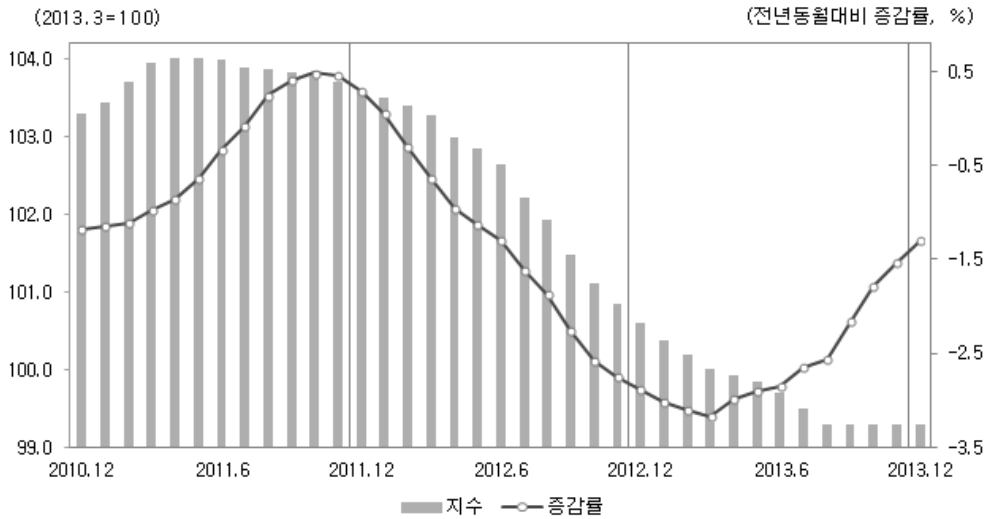


자료: 통계청, 경인지방통계청(2010=100)

<그림> 서울의 소비자물가 추이 및 동향

## | 주 · 택 · 매 · 매 · 가 · 격 |

- 서울의 12월 주택매매가격 전월대비 보합 수준
  - 강북지역(0.01%) 전월대비 상승, 강남지역(-0.01%) 전월대비 하락
  - 하락률 상위지역: 용산구(-0.16%), 동대문구(-0.16%), 동작구(-0.15%), 구로구(-0.10%)
  - 아파트(0.00%), 연립주택(-0.03%), 단독주택(0.05%)
  
- 전국의 12월 주택매매가격 전월대비 0.19% 상승
  - 광역시(0.41%), 기타지방(0.36%), 수도권(0.02%) 모두 전월대비 상승



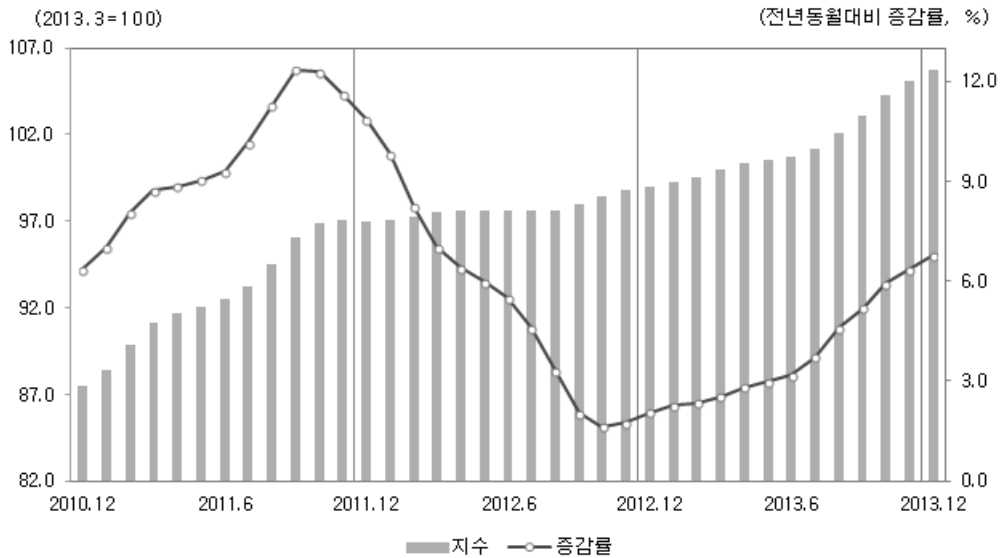
자료 : 국민은행연구소

<그림> 서울 주택 매매가격 종합지수 및 증감률 추이

- 서울의 12월 아파트 평당 매매가격 전월대비 감소, 매매거래건수 전월대비 감소
  - 평당 매매가격(1,622만원)은 전월(1,626만원)대비 0.20% 감소
  - 매매거래건수(6,537건)는 전월(6,573건) 대비 0.5% 감소

## | 주 · 택 · 전 · 세 · 가 · 격 |

- 서울의 12월 주택전세가격 전월대비 0.59% 상승
  - 강남지역(0.72%), 강북지역(0.46%) 등 전 지역에서 전월대비 상승
    - 상승률 상위지역: 중구(1.17%), 서초구(1.12%), 강서구(1.03%), 마포구(0.96%)
  - 아파트(0.89%), 연립주택(0.20), 단독주택(0.16%) 등 상승세 지속
  
- 전국의 12월 주택전세가격 전월대비 0.58% 상승
  - 수도권(0.62%), 광역시(0.53%), 기타지방(0.53%) 모두 전월대비 상승



자료 : 국민은행연구소

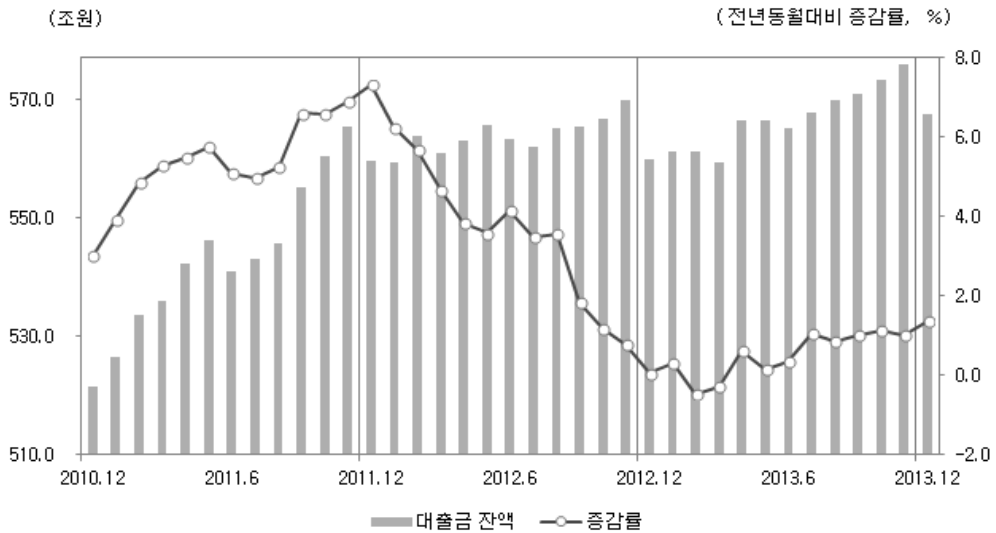
<그림> 서울 주택 전세가격 종합지수 및 증감률 추이

- 서울의 12월 아파트 평당 전세가격 전월대비 증가, 전세거래건수 전월대비 증가
  - 평당 전세가격(평균 971만원)은 전월(961만원)대비 1.1% 증가
  - 전세거래건수(7,907건)는 전월(6,870건) 대비 15.1% 증가



## | 가 · 계 · 대 · 출 |

- 12월 기준 서울의 전체 대출금 잔액은 전월대비 감소
  - 전체 대출금 잔액(567조 4,622억원)은 전월(575조 7,659억원)대비 1.4% 감소
  - 그 중 예금은행(462조 4,431억원)과 비예금은행(105조 191억원)은 전년동월대비 각각 2.0% 증가, 1.2% 감소
  
- 12월 기준 전국지역의 전체 대출금 잔액은 전월대비 감소
  - 전체 대출금 잔액(1,514조 9,932억원)은 전월(1,520조 881억원)대비 0.34% 감소

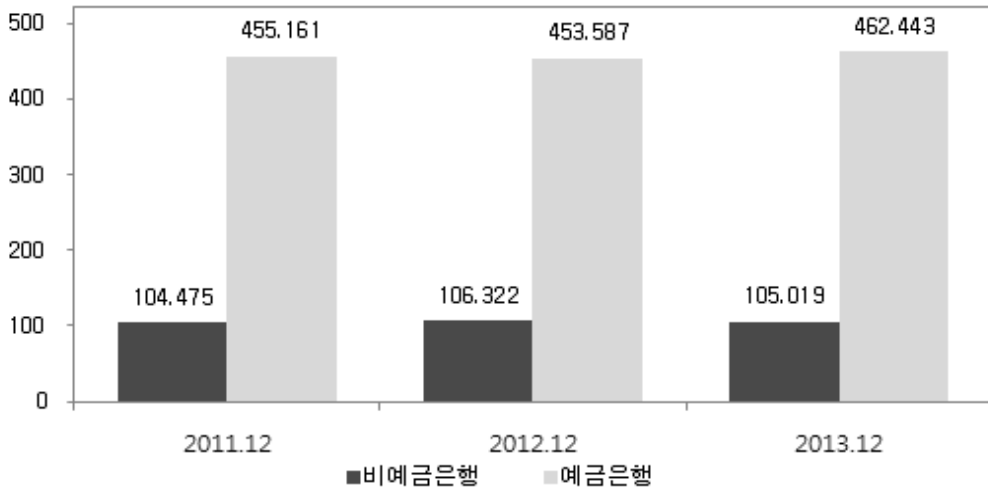


주 : 말잔 금액, 대출금은 예금은행과 비은행금융기관(한국수출입은행, 종합금융회사, 신탁회사, 상호저축은행, 상호금융, 새마을금고, 신용협동조합)의 총합

자료 : 한국은행

<그림> 서울시 금융기관 대출금 잔액 및 증감률 추이

(조원)

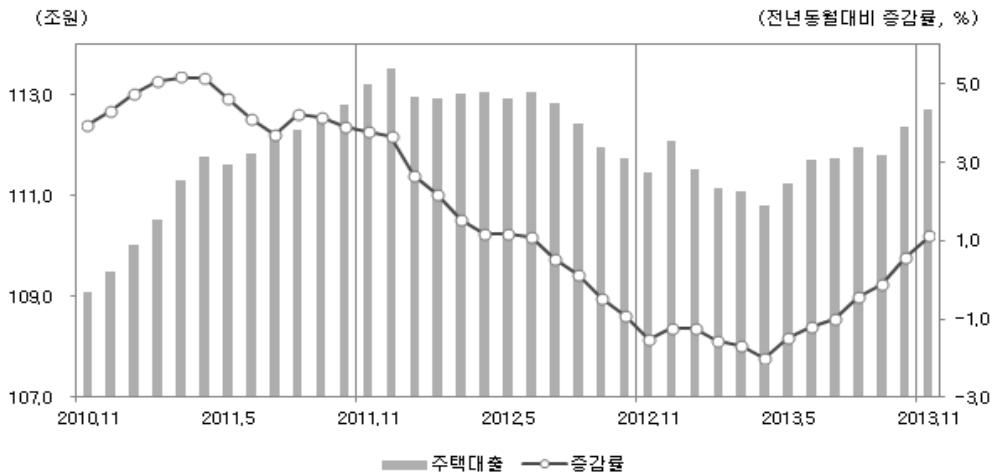


자료 : 한국은행

<그림> 서울시 예금은행과 비예금은행의 대출금 잔액

■ 12월 중 서울의 은행 가계대출은 전월대비 증가

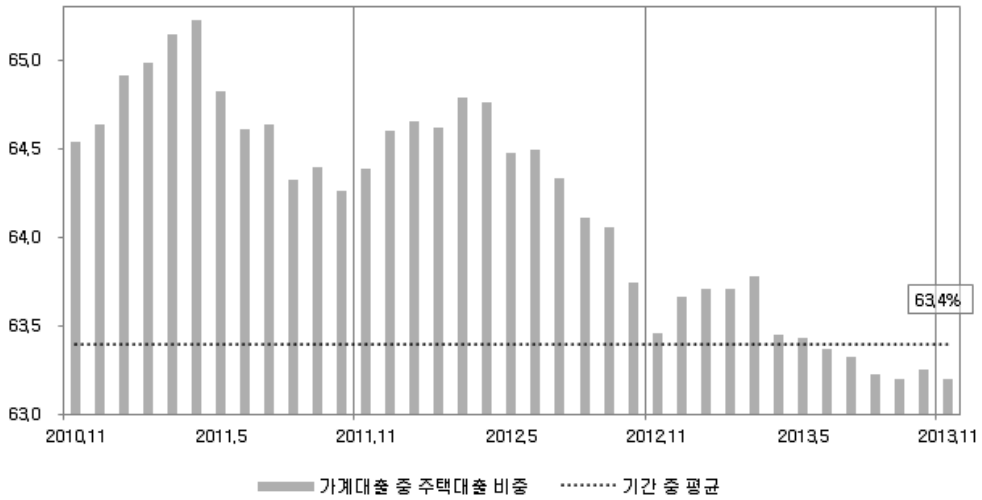
- 은행 가계대출(178조 6,809억원)은 전월(178조 3,605억원)대비 0.2% 증가
- 그 중 주택대출(113조 3,140억원)은 전년동월대비 1.1% 증가



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

자료 : 한국은행

<그림> 서울의 은행 주택대출 추이

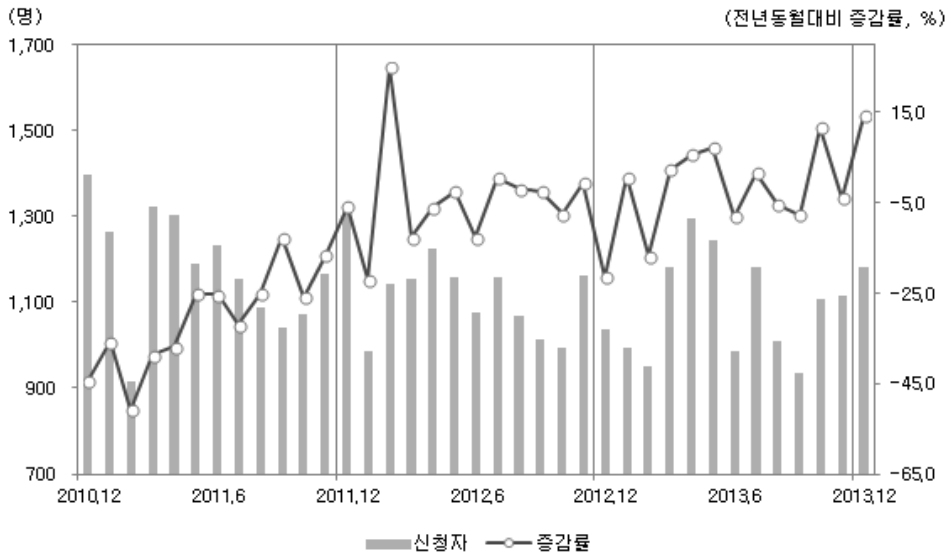


자료 : 한국은행

<그림> 서울의 은행 가계대출 중 주택대출의 비중 추이

■ 12월 중 개인파산 신청자는 전월대비 증가

- 개인파산 신청자(1,183명)은 전월대비 6.1% 증가, 전년동월대비 14.3% 증가
- 개인파산 선고전 기각률(0.1%)은 전년동월대비 98.1%p 감소, 면책 기각률(1.1%)은 전년동월대비 85.5%p 감소

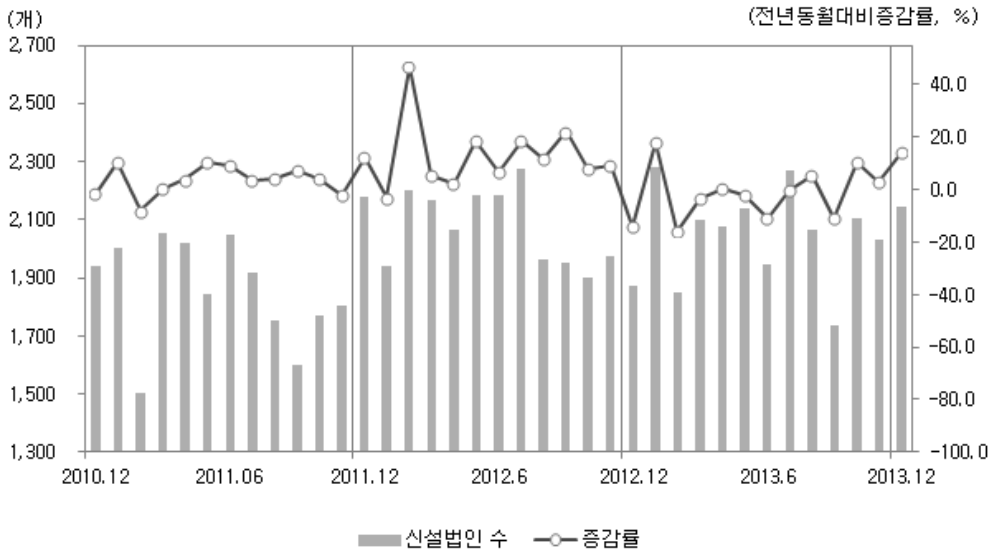


자료 : 대법원

<그림> 서울시 개인파산 신청자 추이

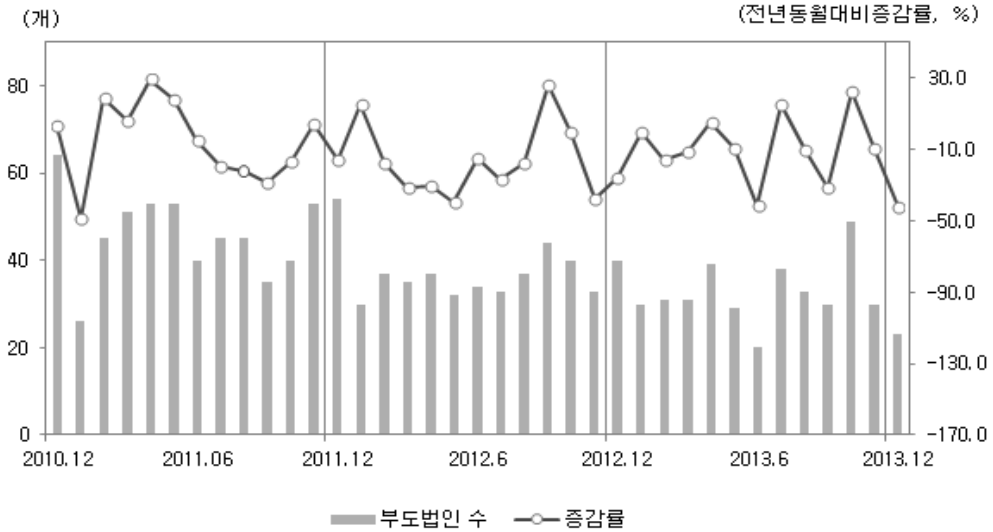
## | 신·설·및·부·도·법·인 |

- 서울의 12월 신설법인 수는 서비스업을 중심으로 전월대비 증가
  - 서울의 신설법인 수는 2,142개로 전월대비 5.4%(109개) 증가, 전년동월대비 14.5%(271개) 증가
  - 업종별로는 건설 및 설비업이 전월대비 14.2%(16개)감소, 서비스업과 제조업은 전월 대비 각각 4.7%(78개), 14.7%(40개) 증가
  
- 서울의 12월 부도업체 수 제조업을 중심으로 전월대비 감소
  - 서울의 부도업체 수는 23개로 전월대비 23.3%(7개) 감소, 전년동월대비 42.5%(17개) 감소
  - 업종별로는 제조업이 전월대비 10.0%(1개) 증가, 건설 및 설비업 전월대비 보합수준, 37.5%(6개), 서비스업 53.3%(8개) 감소



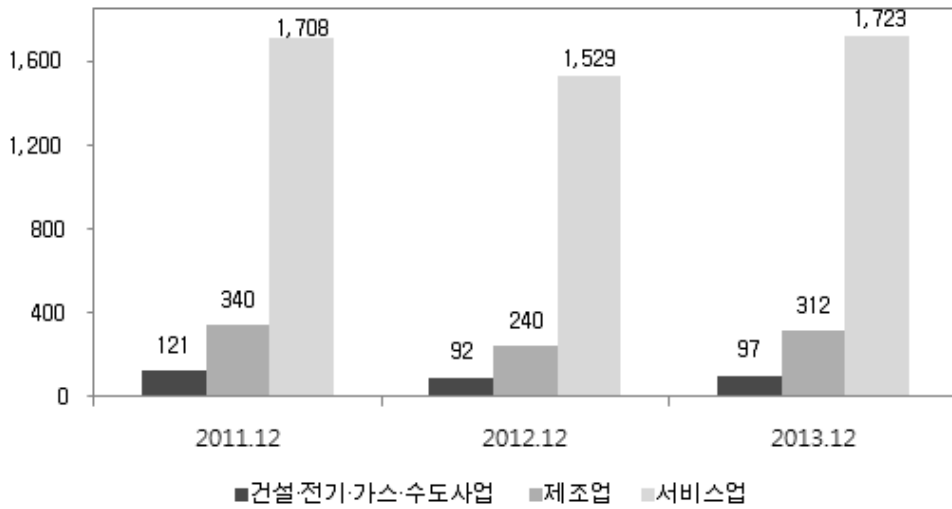
자료 : 중소기업청

<그림> 서울시 신설법인 추이



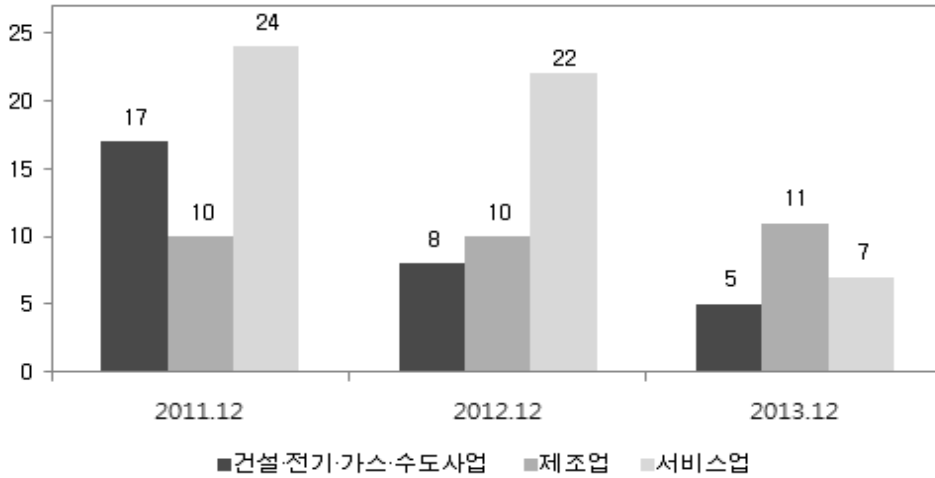
자료 : 중소기업청

<그림> 서울시 부도법인 추이



자료 : 중소기업청

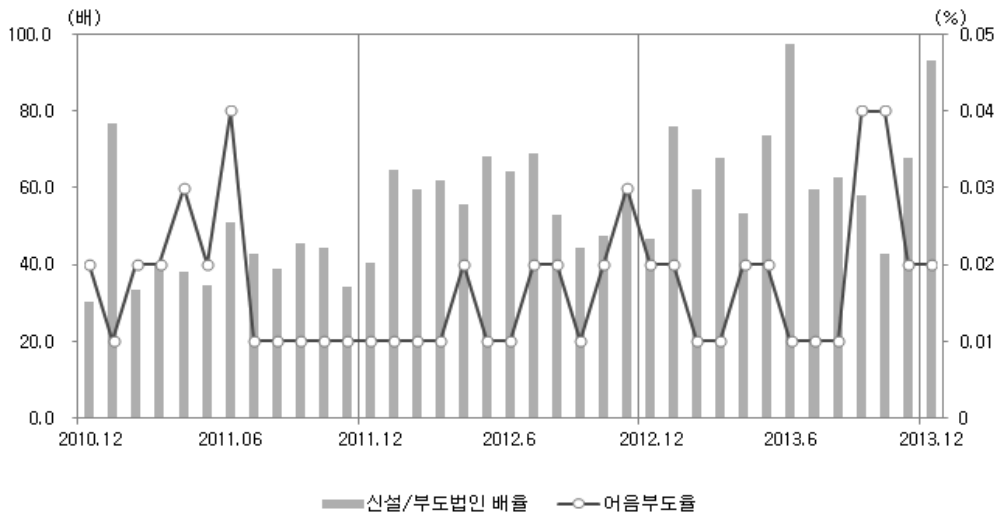
<그림> 서울시 산업별 신설법인 현황



자료 : 한국은행

<그림> 서울시 산업별 부도법인 현황

- 12월 중 서울의 부도법인수에 대한 신설법인수의 배율 전월대비 증가
  - 서울의 어음부도율은 0.02% 이고 서울의 신설법인/부도법인 배율은 93.1배로 전월 (67.8배)대비 증가

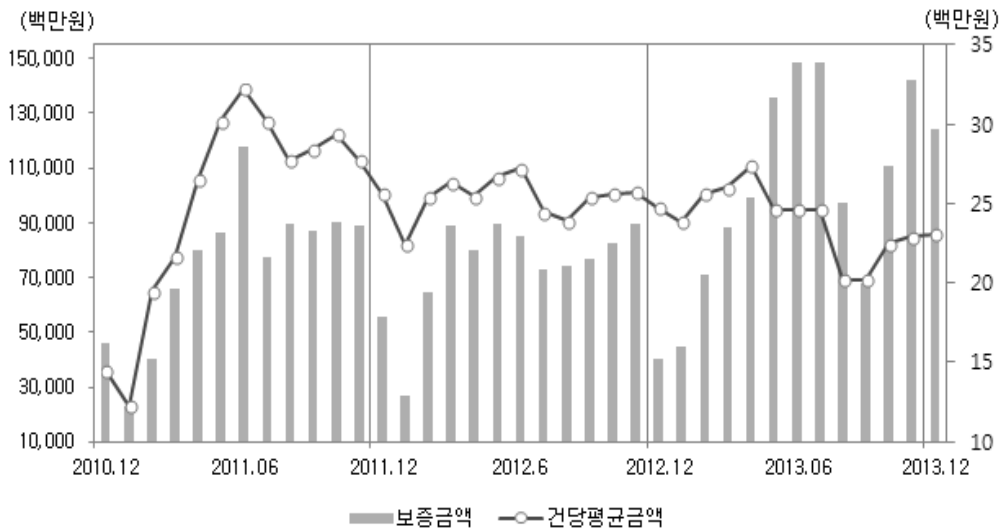


자료 : 중소기업청, 한국은행

<그림> 서울시 어음부도율 및 신설/부도법인 배율 동향

## | 신 · 용 · 보 · 증 |

- 서울의 12월 보증지원 건당 평균지원금액은 전월대비 증가
  - 서울신용보증재단을 통한 서울시 신용보증공급은 월중 124,165백만원, 5,366건
  - 보증금액과 보증건수는 전월대비 각각 12.8%, 13.6% 감소, 건당 평균지원금액은 전월 대비 0.9% 증가
  - 전년동월대비 보증금액과 보증지원건수는 각각 206.8%, 227.8% 증가하였고, 건당 평균지원금액은 6.6% 감소



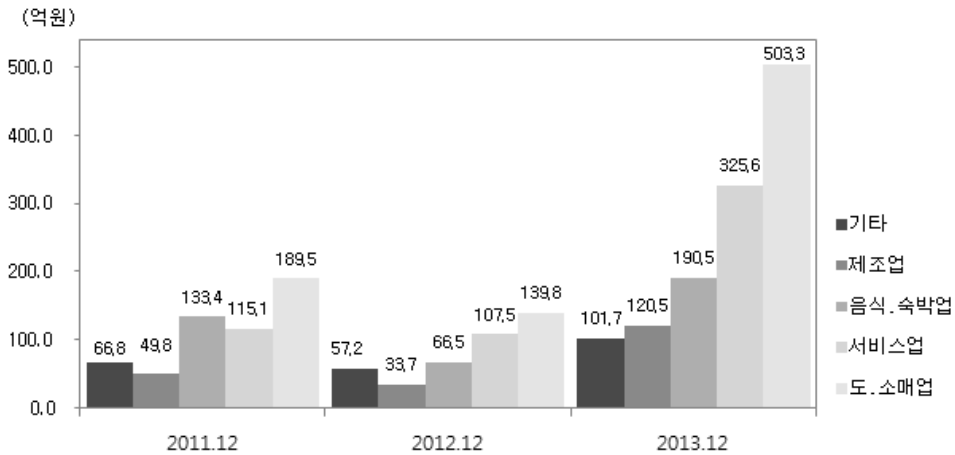
자료 : 서울신용보증재단

<그림> 서울의 보증금액 및 건당 평균 금액 추이

- 서울의 12월 제조업종 보증지원 비중 전월대비 증가
  - 12월 중 제조업종에 대한 보증지원 비중이 공급금액기준 9.7%로 전월(8.8%) 대비 0.9%p 증가한 반면, 도·소매업종에 대한 지원 비중은 40.5%로 전월(40.7%) 대비 0.2%p 감소
  - 보증건수 기준 시 제조업종은 7.1%로 전월(7.3%)대비 0.1%p 감소하였으며, 도·소매업종은 37.6%로 전월(37.6%)대비 0.1%p 감소

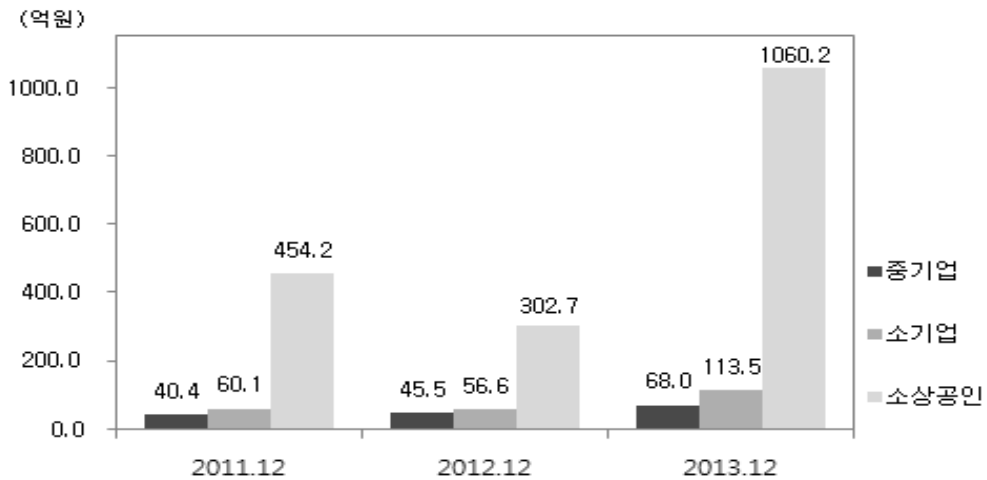
■ 서울의 12월 소상공인 지원금액 비중 전월대비 감소

- 기업규모별 신용보증지원 비중은, 소상공인이 금액기준 85.4%로 전월대비 4.2%p 감소하였고 건수기준 94.4%로 전월대비 1.8%p 감소
- 소기업 지원 비중은 금액기준으로 9.1%로 전월대비 0.6%p 증가하였고 건수기준 3.4%로 전월대비 0.4%p 증가
- 중기업 지원비중은 금액기준으로 5.5%로 전월대비 3.6%p 증가하였고 건수기준으로는 2.2%로 전월대비 1.4%p 증가



자료 : 서울신용보증재단

<그림> 업종별 공급금액 기준



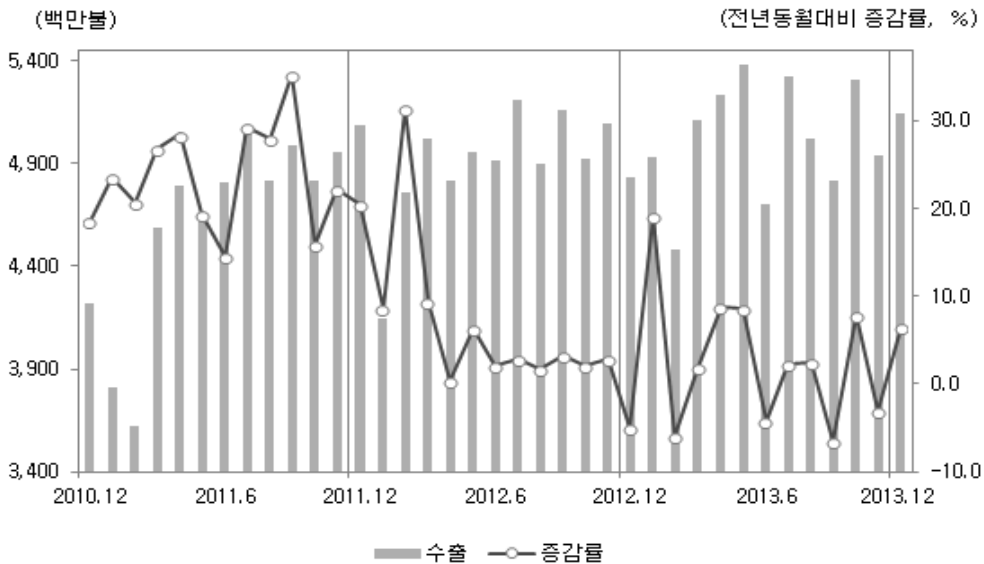
자료 : 서울신용보증재단

<그림> 기업규모별 공급금액 기준



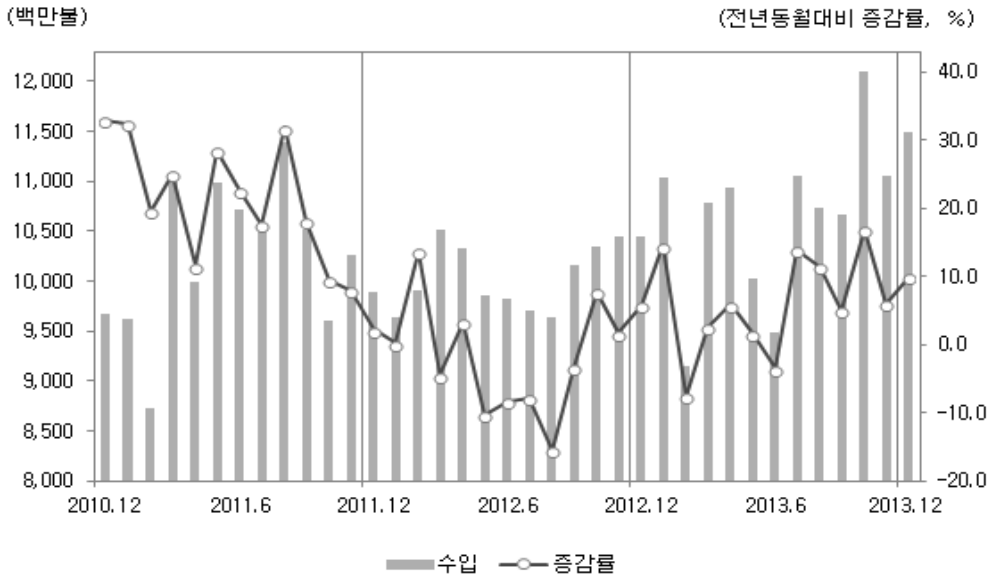
## | 수 · 출 · 입 |

- 서울의 12월 수출, 수입 모두 전년동월대비 증가
  - 서울의 수출은 51.5억 달러를 기록하여 전년동월대비 6.5% 증가하였고 수입은 114.8억 달러를 기록하여 전년동월대비 9.9% 증가
  - 전국의 수출은 479.8억 달러를 기록하여 전년동월대비 6.9% 증가하였고 수입은 443.5억 달러 기록하여 전년동월대비 3.0% 증가
  
- 서울의 12월 수출 1순위는 자동차 부품, 수입 1순위는 석유제품
  - 서울의 품목별 수출의 경우, 자동차 부품이 501백만 불로 가장 높은 수치를 기록하였고 다음은 평판디스플레이 및 센서, 합성수지, 반도체, 편직물 등 순
  - 서울의 품목별 수입의 경우, 석유제품이 1,160백만 불을 기록하였고 다음은 반도체, 컴퓨터, 자동차, 의류 등 순



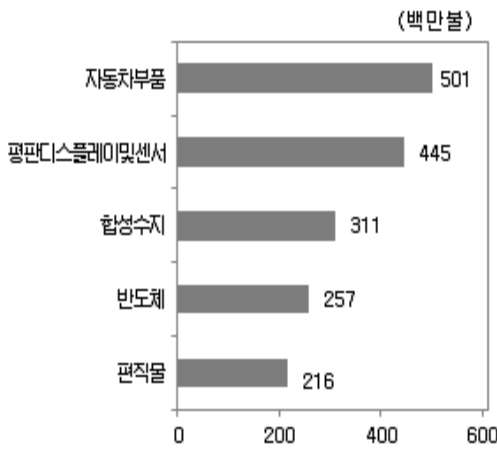
자료 : 무역협회

<그림> 서울시 수출액 및 증감률 추이



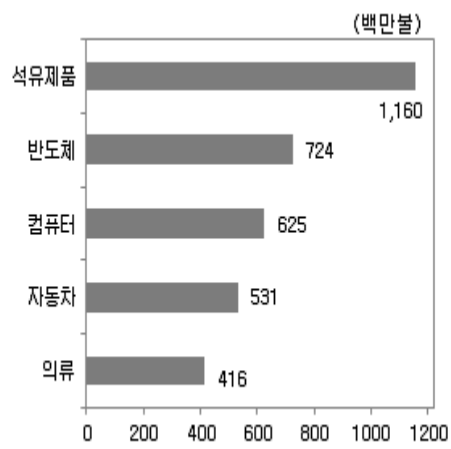
자료 : 무역협회

<그림> 서울시 수입액 및 증감률 추이



자료 : 무역협회

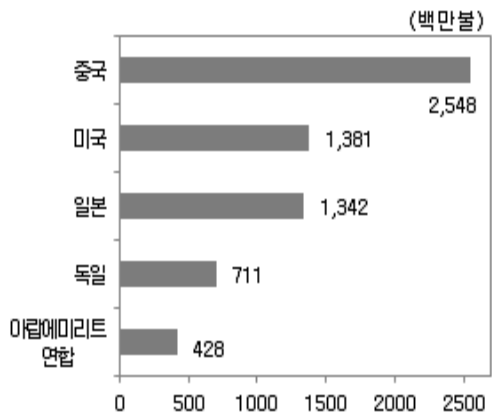
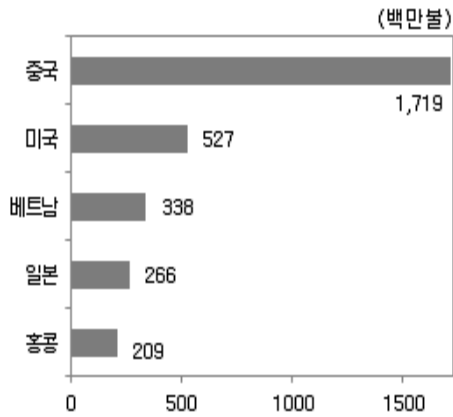
<그림> 12월 서울시 품목별 수출액



<그림> 12월 서울시 품목별 수입액

■ 서울의 12월 수출입국 1순위는 중국

- 서울의 국가별 수출의 경우, 중국이 전년동월대비 10.1% 증가한 1,719백만불로 가장 높았고 그 다음으로 미국, 베트남, 일본, 홍콩 순
- 서울의 국가별 수입의 경우, 중국이 전년동월대비 7.4% 증가한 2,548백만불을 기록하였고 그 다음으로 미국, 일본, 독일, 아랍에미리트 연합 순



자료 : 무역협회

<그림> 12월 서울시 국가별 수출액

<그림> 12월 서울시 국가별 수입액

## | 자 · 료 · 출 · 처 |

경인지방통계청, 「2013년 12월 서울시 산업활동동향」  
 경인지방통계청, 「2013년 12월 서울시 고용동향」  
 경인지방통계청, 「2013년 12월 서울시 소비자물가동향」  
 경제통계시스템, 「<http://ecos.bok.or.kr>」  
 농수산물유통공사, 「<http://www.garak.co.kr/youtong>」  
 관세청, 「2013년 12월 수출입 및 무역수지동향」  
 국민은행연구소, 「2013년 12월 전국주택가격동향조사」  
 부동산114, 「2013년 12월 서울시 아파트 평당매매가격」  
 중소기업청, 「2013년 12월 중 신설법인 동향」  
 중소기업청, 중소기업조사통계시스템, 「<http://stat2.smba.go.kr>」  
 통계청, 「2013년 12월 산업활동동향」  
 통계청, 「2013년 12월 고용동향」  
 통계청, 「2013년 12월 소비자물가동향」  
 통계청, 통계정보시스템, 「<http://kosis.kr>」  
 한국무역협회, 무역정보네트워크, 「<http://stat.kita.net>」  
 한국은행, 「2013년 12월중 어음부도율 동향」  
 한국은행, 「2013년 12월중 금융시장 동향」  
 한국은행, 경제통계시스템, 「<http://ecos.bok.or.kr>」  
 서울특별시, 서울부동산정보광장, 「<http://land.seoul.go.kr/land>」