

ISSUE PAPER

2023년 1/4분기 서울지역
민생경제 체감경기 진단

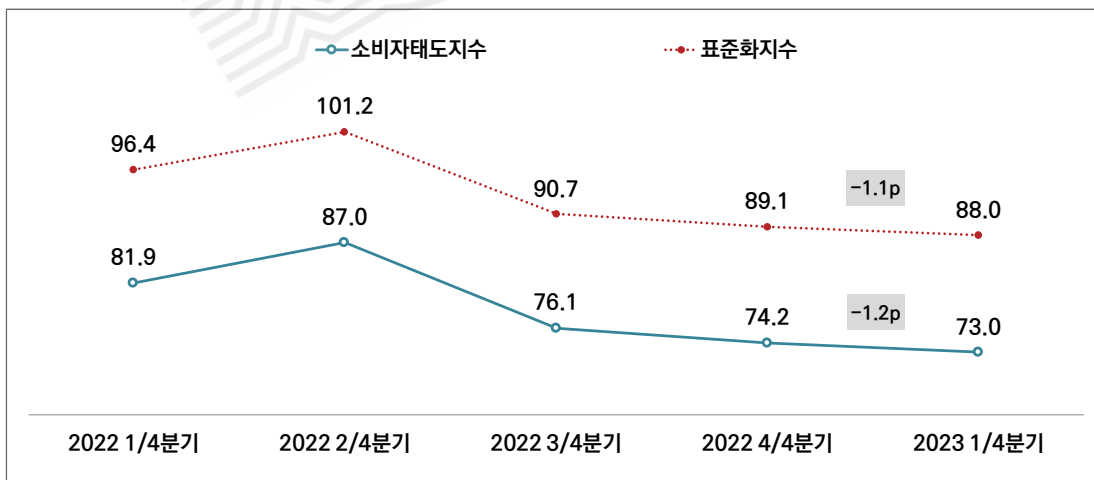
01. 통계로 보는 서울경제

1. 소비자 체감경기 동향¹

서울시민의 체감 경기지수는 3분기 연속 하락, 작년 동기 대비 저조

1/4분기 서울의 소비자태도지수는 하락세가 지속되며 작년 동기 대비 낮은 수준을 기록

- 시민의 체감경기를 종합하는 서울의 「소비자태도지수」는 2023년 1/4분기 현재 표준화지수² 기준 88.0을 기록해 작년 같은 기간의 96.4보다 저조
 - 2023년 1/4분기의 「소비자태도지수」는 전 분기 대비 1.1p 소폭 하락한 88.0으로 3분기 연속 하락세를 보인 가운데, 작년 같은 기간의 96.4보다 8.4p 낮은 수준을 기록
- 올해 서울시민의 「소비자태도지수」는 물가, 금리, 유가의 불안정성과 저성장 환경 등에 기인
 - 2022년 중반 이후 지속된 물가와 금리의 상승은 당분간 소비심리에 부정적 영향을 미치고, 이에 따라 가계의 실질 구매력 또한 약화될 것으로 전망
 - 민간소비 위축과 수출 부진 등은 경기 변동과 직결된 고용여건에도 영향을 줄 것으로 예상



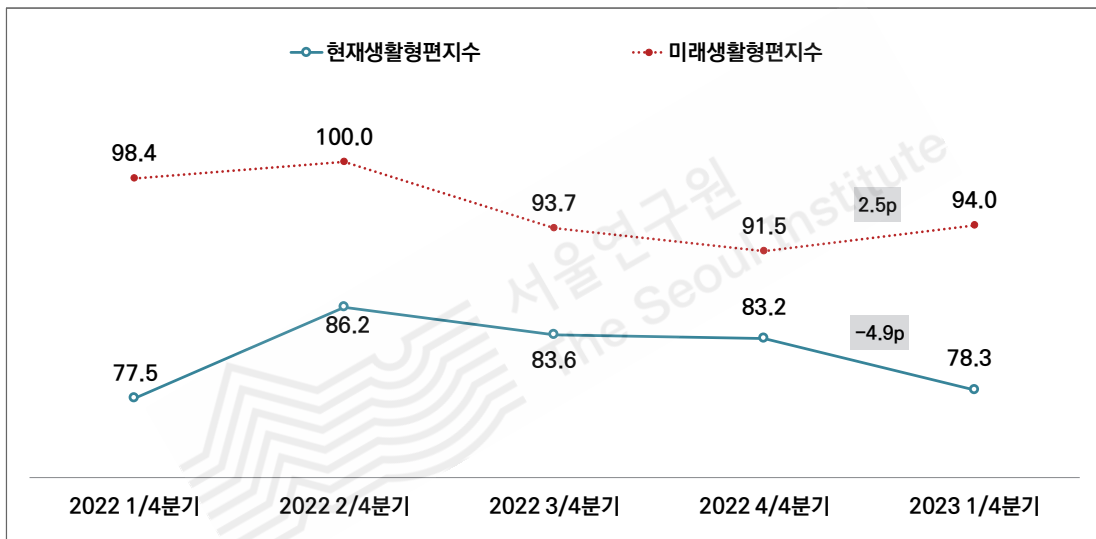
[그림 1-1] 서울의 소비자태도지수

1 소비자 체감경기 동향의 조사 개요에 대해서는 <부록1>을 참조

2 표준화지수란 개별지수(5개 항목)의 평균값과 표준편차를 이용하여 표준화한 후 단순 평균을 산출하는 방식임. 연도별로 조사되는 시계열의 결과값이 성별, 가구 수, 직업 등의 인구통계적 요인에 따라 분기마다 변동이 있기 때문에 표준화한 값을 구함

현재생활형편지수는 하락세를 지속한 반면, 미래생활형편지수는 상승 전환

- 2023년 1/4분기 서울의 「현재생활형편지수」는 전 분기 대비 하락한 반면, 「미래생활형편지수」는 전 분기 대비 상승
 - 「현재생활형편지수」는 3분기 연속 하락세를 보인 가운데 전 분기보다 4.9p 내린 78.3을 나타냈고, 「미래생활형편지수」는 전 분기 대비 2.5p 오른 94.0으로 상승세로 전환
- 서울시민들이 1년 후 가계 생활형편이 호전될 것으로 본 주된 이유는 '가계소득 증가'³
 - 시민들은 '가계소득 증가'(44.6%)를 가계 생활형편 호전의 가장 큰 이유로 응답
 - 그 외에 '가계부채 감소'(14.1%), '보유자산의 가치 상승'(11.6%), '막연한 기대감'(9.1%) 등도 주된 이유로 응답

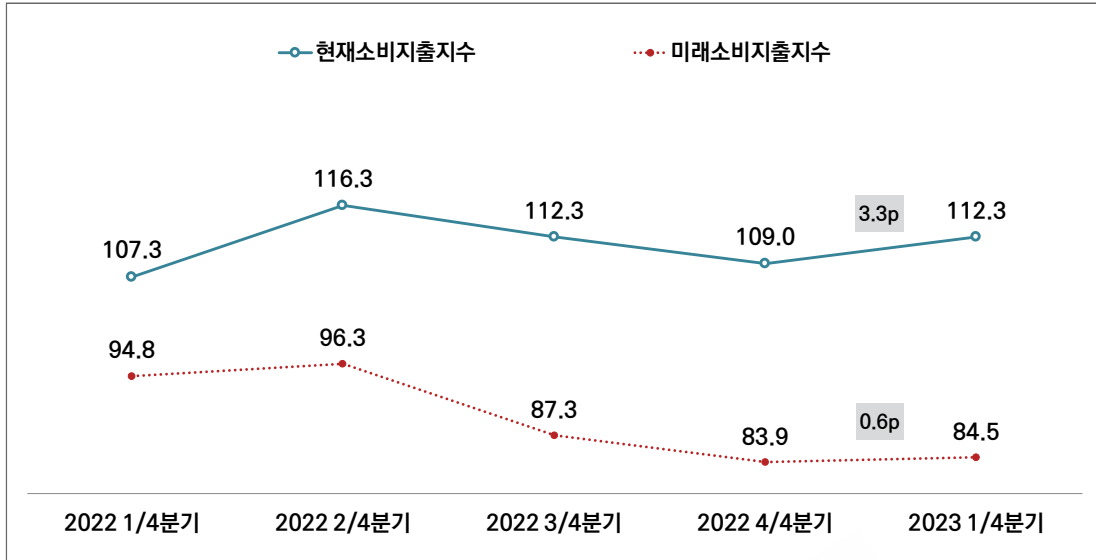


[그림 1-2] 서울의 생활형편지수

2023년 1/4분기 서울의 소비지출지수는 현재와 미래 모두 상승 전환

- 2023년 1/4분기 서울의 「현재소비지출지수」는 하락세를 멈추고 상승으로 반전
 - 2023년 1/4분기 「현재소비지출지수」는 112.3으로 전 분기 대비 3.3p 상승하며 반등
- 2023년 1/4분기 서울의 「미래소비지출지수」는 84.5로 전 분기 대비 0.6p 소폭 상승

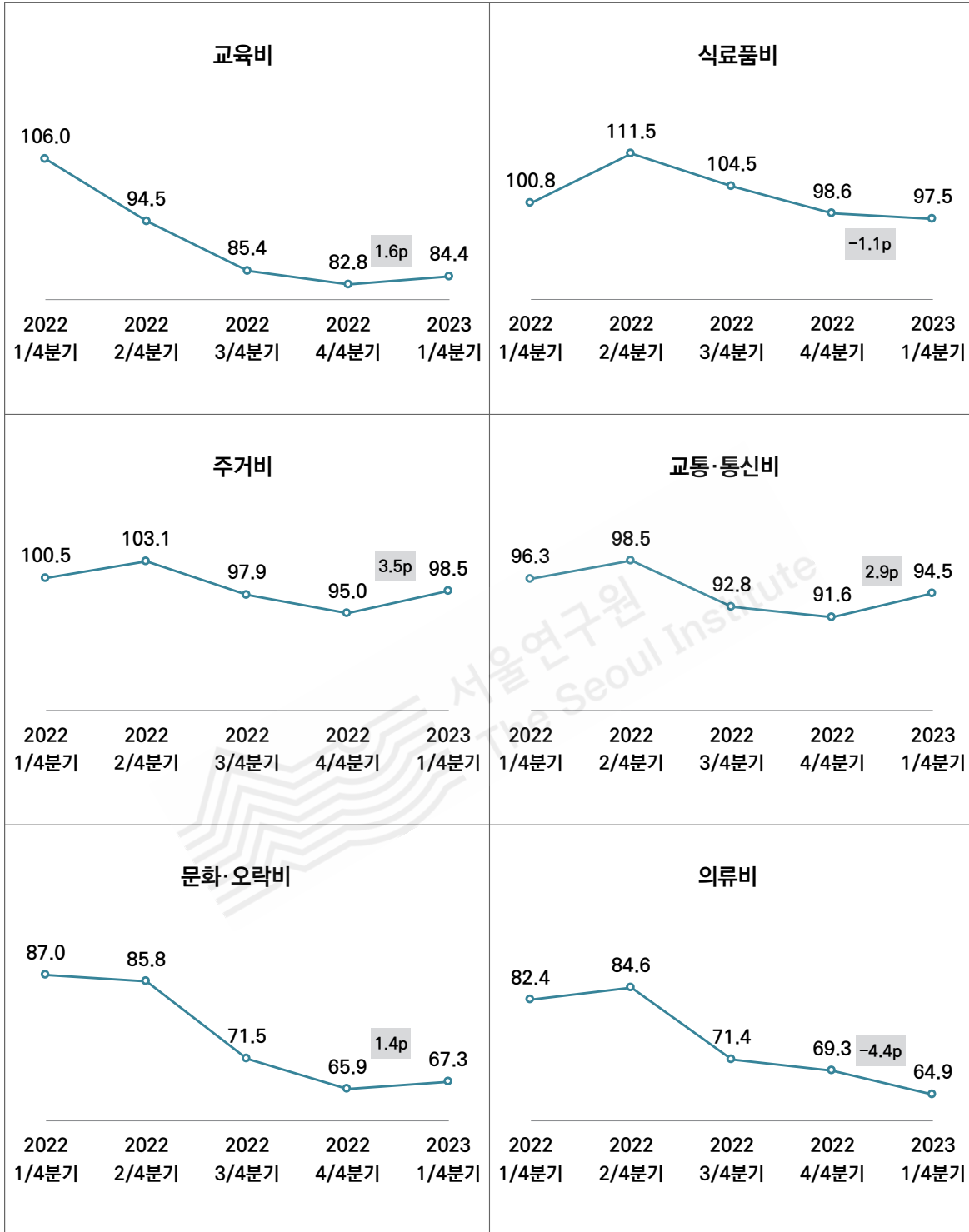
³ 1년 후 미래생활형편에 대해 서울시민의 23.0%(276명)는 '호전', 29.6%(355명)는 '악화'를 전망했는데, 이 가운데 미래생활형편이 호전될 것으로 전망한 응답자를 대상으로 그 이유를 설문



[그림 1-3] 서울의 소비지출지수

주거비, 교통·통신비 등의 품목이 미래소비지출지수의 상승을 주도

- 2023년 1/4분기 미래소비지출지수를 품목별로 살펴보면 주거비, 교통·통신비, 교육비, 문화·오락비가 상승을 견인
 - 1/4분기 ‘주거비’ 지수는 98.5로 전 분기 대비 3.5p 상승하였고, ‘교통·통신비’ 지수는 전 분기보다 2.9p 상승한 94.4를 기록하면 두 품목 모두 기준치(100) 가까이 도달
 - 반면, ‘교육비’ 지수는 전 분기 대비 1.6p 상승했고, ‘문화·오락비’ 지수도 전 분기에 비해 1.4p 상승했지만 지수는 각각 84.4와 67.3에 머물며 기준치를 하회
- 2023년 1/4분기 「미래소비지출지수」 품목 중 ‘의류비’가 비교적 큰 폭으로 하락
 - 1/4분기 ‘의류비’ 지수는 64.9로 전 분기 대비 4.4p 하락하며 조사 품목 중 가장 큰 하락폭을 보였고, 지수 수준 또한 가장 낮은 것으로 조사
 - ‘식료품비’ 지수도 전 분기 대비 1.1p 하락한 97.5를 기록

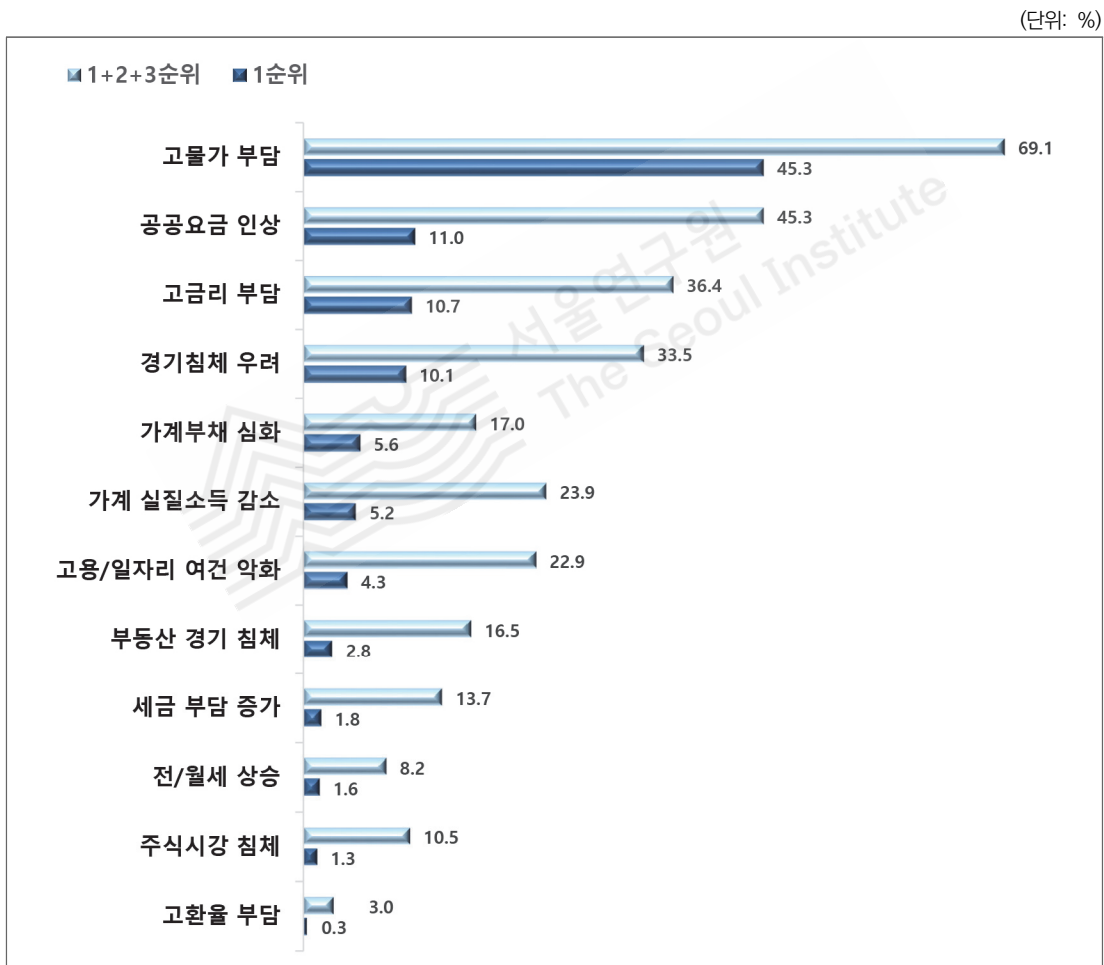


[그림 1-4] 품목별 서울의 미래소비지출지수

1/4분기에 서울 시민이 느끼는 올해 경제여건은 전반적으로 부정적

서울 시민이 생각하는 올 한해 주요 경제현안은 ‘고물가 부담’, ‘공공요금 인상’, ‘고금리 부담’ 등

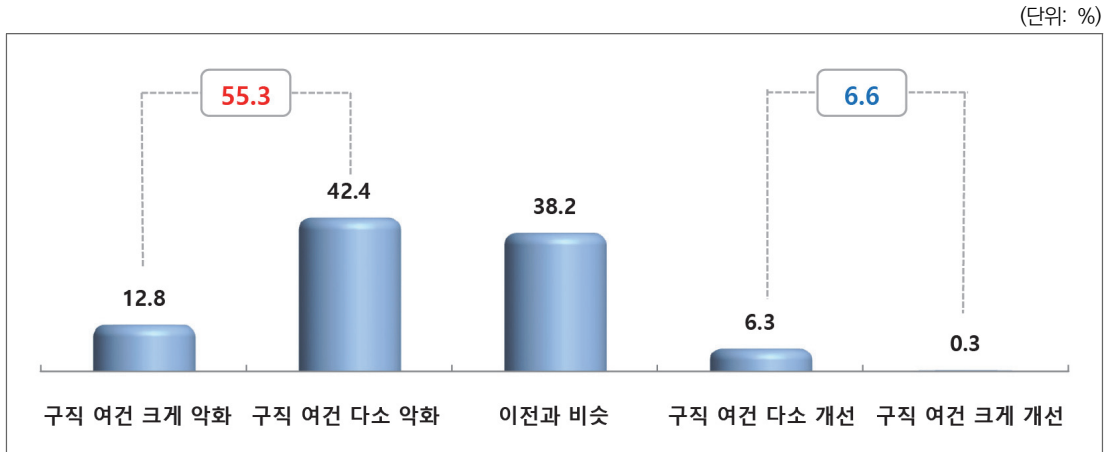
- 서울 시민은 ‘고물가 부담’(45.3%)을 2023년 가장 중요한 경제현안이라고 응답
 - 시민들은 ‘공공요금 인상’(11.0%), ‘고금리 부담’(10.7%), ‘경기침체 우려’(10.1%) 등도 경제현안으로 인식(1순위 기준)
 - 복수응답에서도 ‘고물가 부담’(69.1%), ‘공공요금 인상’(45.3%), ‘고금리 부담’(36.4%), ‘경기침체 우려’(33.5%) 등이 높은 순위를 차지



[그림 1-5] 서울 시민이 생각하는 2023년 주요 경제 현안

2023년 1/4분기의 구직 여건에 대해 서울시민의 절반 이상은 악화된 것으로 응답

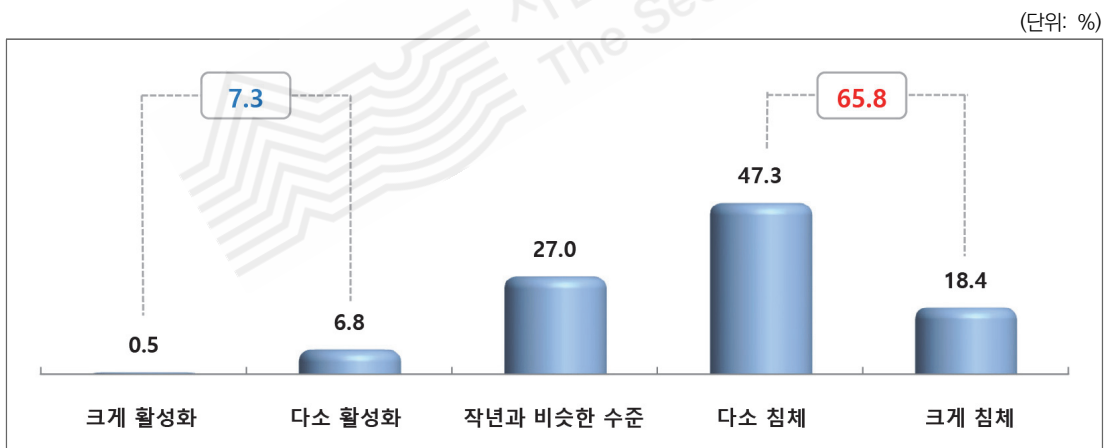
- 2023년 1/4분기의 구직 여건이 전 분기 대비 ‘악화되었다’(크게 악화 12.8% + 다소 악화 42.4%)고 응답한 비중은 55.3%로 절반 이상을 차지
 - 구직 연건이 ‘개선되었다’(다소 개선 6.3% + 크게 개선 0.3%)라는 응답은 6.6%에 불과



[그림 1-6] 2023년 1/4분기 서울 시민이 체감하는 구직 여건

2023년 1/4분기 부동산 체감경기 또한 ‘침체’ 응답이 압도적 우위 차지

- 서울 시민의 2/3 정도는 부동산 체감경기가 작년 동기 대비 ‘침체되었다’고 인식
 - ‘침체’(다소 침체 47.3% + 크게 침체 18.4%) 응답이 65.8%로 압도적으로 높은 반면, ‘활성화’(크게 활성화 0.5% + 다소 활성화 6.8%) 응답은 7.3%로 미미

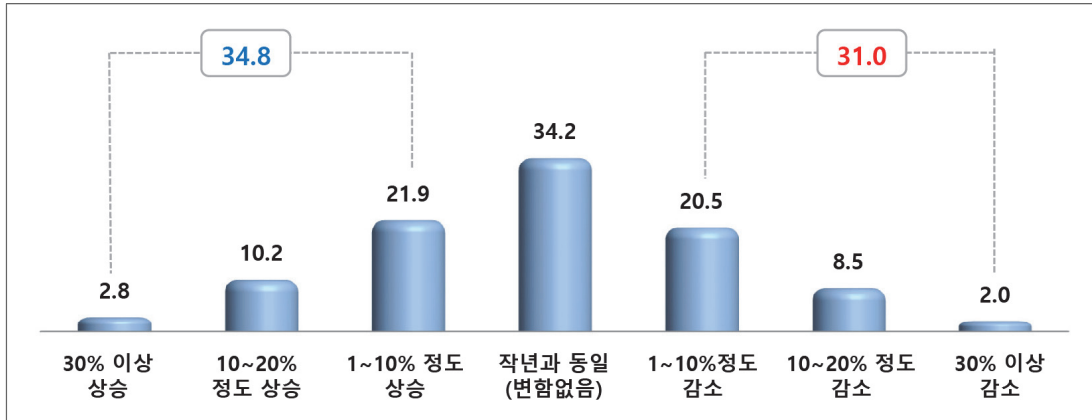


[그림 1-7] 2023년 1/4분기 서울 시민의 부동산 체감경기

부동산 경기의 한 축을 구성하는 임대료 수준은 ‘상승’ 대 ‘감소’의 비율이 비슷한 수준

- 2023년 1/4분기 임대료 수준에 대한 인식은 작년 동기 대비 ‘상승’(34.8%)이 ‘감소’(31.0%)보다 약간 높게 나타남
- ‘상승’을 응답한 경우 1~10% 정도 상승(21.9%), 10~20% 정도 상승(10.2%), 30% 이상 상승(2.8%)의 순서를 나타냄

(단위: %)

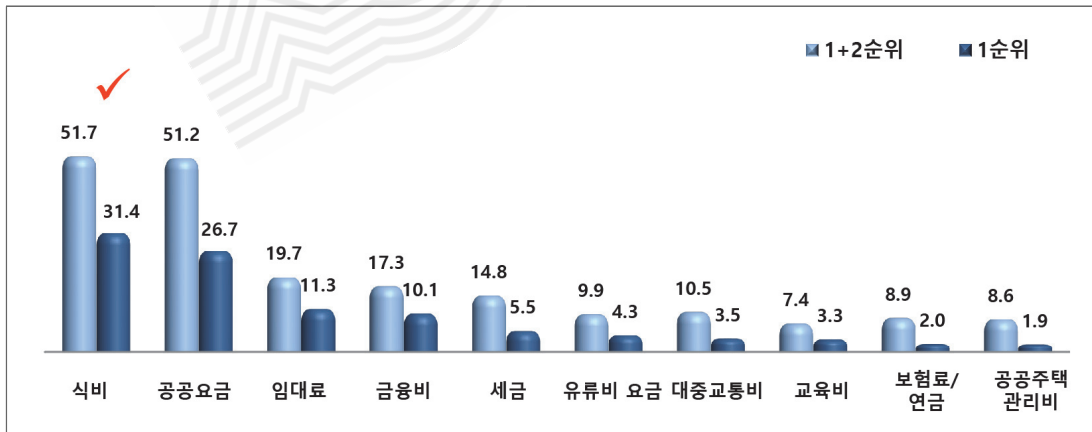


[그림 1-8] 2023년 1/4분기 서울 시민의 임대료 체감 수준

서울 시민의 가계생계비 중 가장 부담되는 요소는 '식비'와 '공공요금'으로 조사

- 서울 시민의 가계 생계비에 가장 부담이 되는 요소로 '식비'(51.7%)와 '공공요금'(51.2%)이 압도적 우세를 보임(복수응답 결과)
- 이외에도 '임대료'(19.7%), '금융비'(17.3%) 등도 부담 요소로 지목됨
- 1순위를 기준으로 한 부담의 강도면에서는 '식비', '공공요금', '임대료', '금융비' 등을 우선적 요소로 응답

(단위: %)



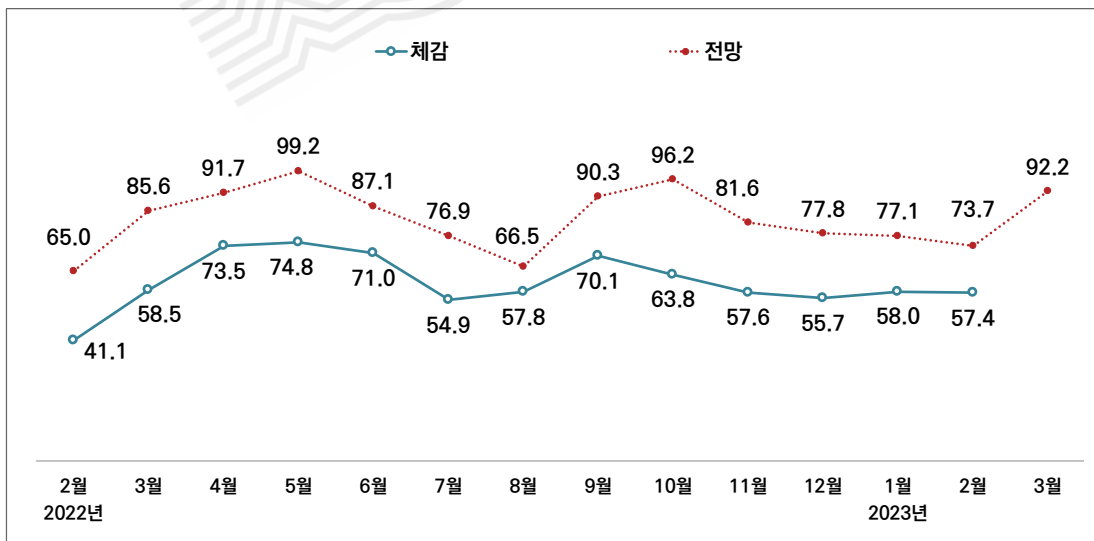
[그림 1-9] 가계 생계비에 가장 부담이 되는 요소

2. 소상공인 경기동향⁴

서울지역 소상공인 체감 BSI는 전망 BSI 대비 여전히 크게 저조

서울지역 소상공인 체감 BSI는 57.4로 4개월 연속 50선 수준에서 등락을 반복

- 2023년 2월의 서울지역 ‘소상공인 체감 BSI’는 57.4로 전월 대비 0.6p 소폭 하락
 - 2월의 ‘소상공인 체감 BSI’는 전월과 비슷한 50선 수준에 머무르고 있지만, 작년 같은 기간의 41.1보다는 16.3p 상승
- 이에 비해 3월에 대한 ‘소상공인 전망 BSI’는 92.2로 전월 대비 18.5p에 달하는 큰 폭의 상승
 - 서울지역 3월 ‘소상공인 전망 BSI’는 92.2로 4개월 연속 지속된 하락세를 멈추고 반등하였는데, 이는 전년 동월(85.6) 대비 6.6p 높은 수준



자료: 소상공인시장진흥공단, 2023년 2월 소상공인시장 경기동향조사

[그림 1-10] 서울지역 소상공인 체감 BSI 추이

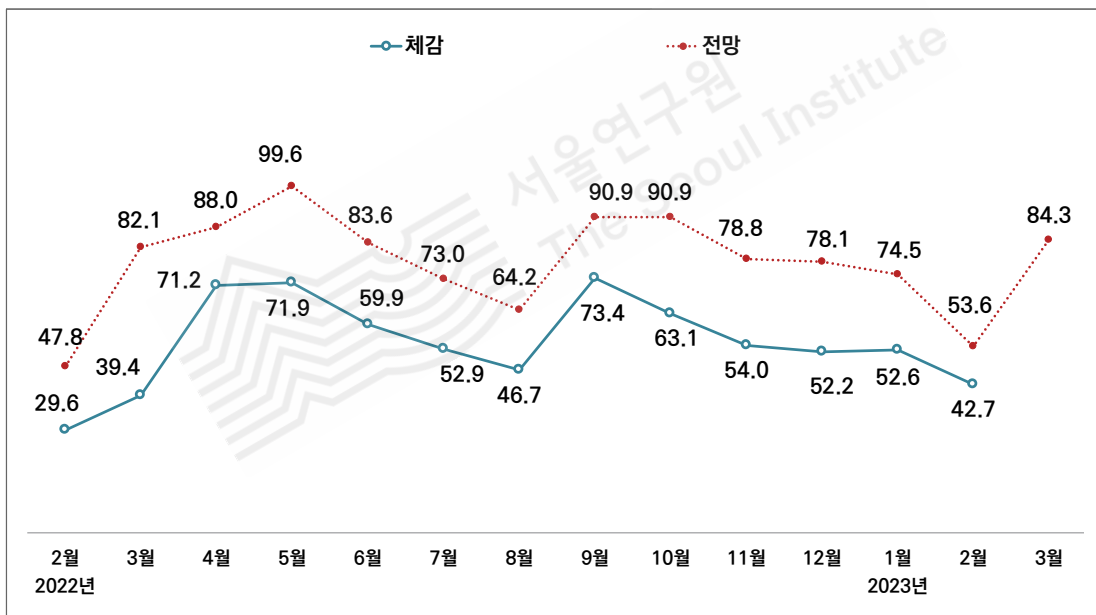
4 소상공인 경기동향의 조사 개요에 대해서는 <부록2>를 참조

서울지역 전통시장 체감 BSI는 50 이하의 수준으로 크게 하락

서울지역 전통시장의 2월 체감 BSI는 전월 대비 큰 폭으로 하락하며 42.7을 기록

- 2023년 2월 서울지역 ‘전통시장 체감 BSI’는 42.7로 전월 대비 9.9p 하락
 - 이러한 추세는 전통시장이 직면한 어려운 경제 여건을 반영한 결과이지만, 전년 동월(29.6) 대비 증가한 점은 다소 긍정적

- 2023년 3월 서울지역 전통시장의 ‘전망 BSI’는 84.3으로 크게 반등
 - 어려운 경제 여건하에서도 3월의 ‘전망 BSI’가 전월 대비 30.7p나 상승한 점은 그나마 다행스러운 모습임
 - 이러한 긍정적 전망에 유동인구 증가와 같은 계절적 요인이 영향을 주었을 것으로 추정됨



자료: 소상공인시장진흥공단, 2023년 2월 소상공인시장 경기동향조사

[그림 1-11] 서울지역 전통시장 체감 BSI 추이

02. 분기별 이슈: 전문가 논단

※ 본 장은 서울연구원에서 매월 발간하는 「서울경제이슈브리프」(연구원 홈페이지 게재)를 취합해 구성함

1. 지속가능한 서울경제로 가는 길, 중소기업 ESG 경영 생태계 조성

이해관계자 자본주의로 대전환기에 ESG 투자와 ESG 소비, ESG 경영

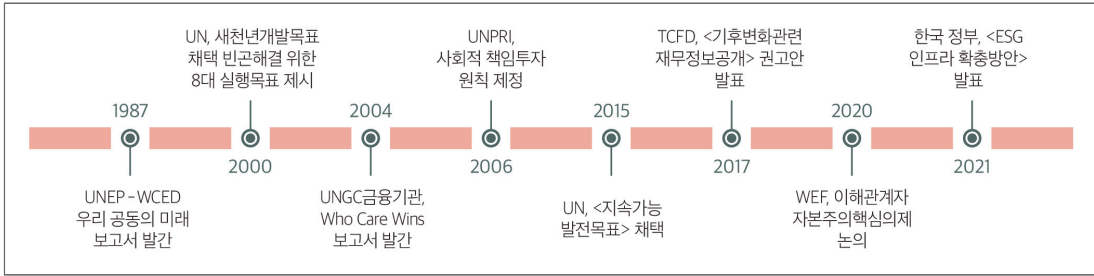
- 20C 후반 글로벌 경제는 이른바 '이해관계자 자본주의'라는 새로운 패러다임으로 전환
 - 전통적인 자본주의 모델은 주주 이익의 극대화를 최우선으로 하는 주주 자본주의 (shareholder capitalism) 패러다임에 기반
 - 20세기 후반 들어 글로벌 경제환경의 변화와 기후·에너지 위기의 심화 등을 계기로 '이해관계자 자본주의'(stakeholder capitalism)로 이행하고 있다는 인식이 확산
 - 이해관계자 자본주의라는 새로운 패러다임에서는 회사의 주주와 종업원 외에, 투자자, 고객, 협력사, 나아가 정부, 지역사회, 미디어 등 다양한 이해당사자들의 이익과 요구를 고려하는 가운데, 경제적 가치와 비경제적 가치를 균형적으로 고려해야 하는 자본주의로 변모

[참조] 이해관계자 자본주의와 세계경제포럼(WEF)의 <다보스선언 2020> 내용

- 1990년대에 경제학자들을 중심으로 이해관계자 자본주의에 대한 논의가 대두한 이래, 2020년 세계경제포럼에서는 이해관계자 자본주의가 공식적 의제로 채택
- <다보스선언 2020>에서는 이해관계 자본주의의 조건으로 다음의 3가지 요소를 주창
 - ① 모든 이해당사자는 자신과 관련한 의사결정의 위치에 있어야 한다.
 - ② ESG 목표달성 측면에서 단지 재무적 측면 뿐만 아니라 모든 이해당사자의 진정한 가치창출이나 파괴를 측정하는 적절한 시스템이 있어야 한다.
 - ③ 각 이해당사자는 사회에서 취한 것을 받을 수 있고, 세계적으로나 지역적으로 기여한 만큼의 몫을 전체 과실에서 받을 수 있도록 견제와 균형이 있어야 한다.

- 이해관계자 자본주의 패러다임 전환에 의해 기업의 투자도 '사회적 책임투자 원칙'(PRI)을 거쳐 기업의 E·S·G 활동을 적극 고려하는 ESG 투자가 거시적 트렌드로 확립
 - 1987년 UNEP에 의해 「우리 공동의 미래」 보고서가 발간된 이래, '지속가능성'이나 '포용성장' 등이 도전적 글로벌 의제가 되면서 ESG에 대한 경제사회적 관심도 고조
 - 이에 글로벌 기관들을 중심으로 '기업의 재무적 성과 외에 지속가능성(E), 사회적책임(S), 지배구조(G)와 관련된 비재무적 요소를 종합적으로 고려'하는 ESG투자 원칙을 확립⁵

⁵ 이러한 ESG투자 원칙은 글로벌 자산운용기관인 블랙록(Blackrock)이 2020년 초 주주 연례서한을 통해 처음으로 'ESG 투자우선주의'를 천명한 이래, 수많은 투자기관들이 채택하고 있음. 국내에서도 국민연금이 20년 11월에 향후 22년까지 전체 자산의 50%가량을 ESG를 고려해 투자할 것으로 발표

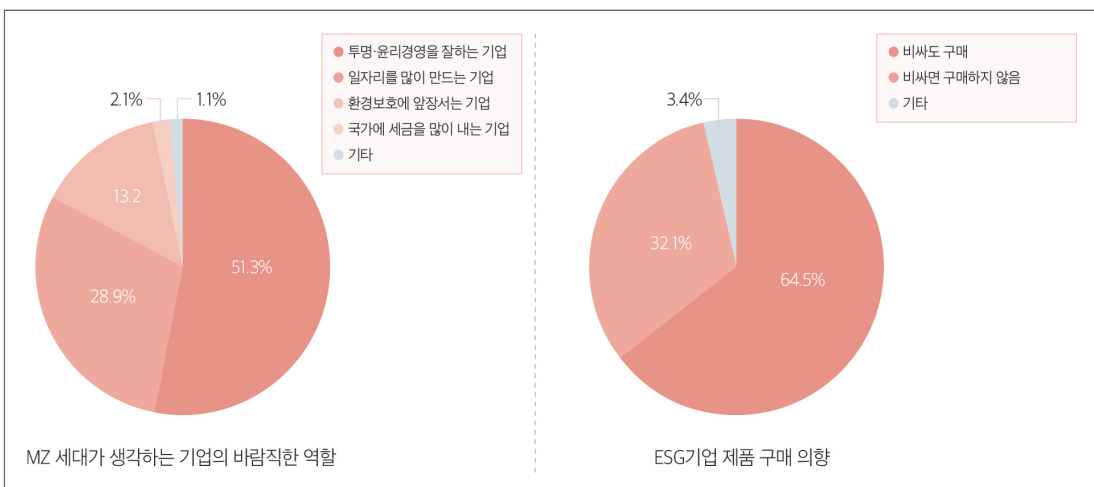


[그림 2-1] ESG를 둘러싼 국내외 동향

[참조] UN의 사회적 책임투자 원칙(Principles for Responsible Investment, PRI) 주요 내용

- PRI는 ESG 이슈를 중심으로 투자결정 시 반영해야 할 6개 투자원칙과 35개 세부 실천 프로그램으로 구성
- PRI 6개 원칙의 주요 내용 :
 - 우리는 투자 의사결정 시 ESG 이슈들을 적극 반영한다
 - 우리는 투자 철학과 운용 원칙에 ESG 이슈를 통합하는 적극적 투자자가 된다
 - 우리는 우리의 투자대상에게 ESG 이슈들에 대한 정보공개를 요구한다

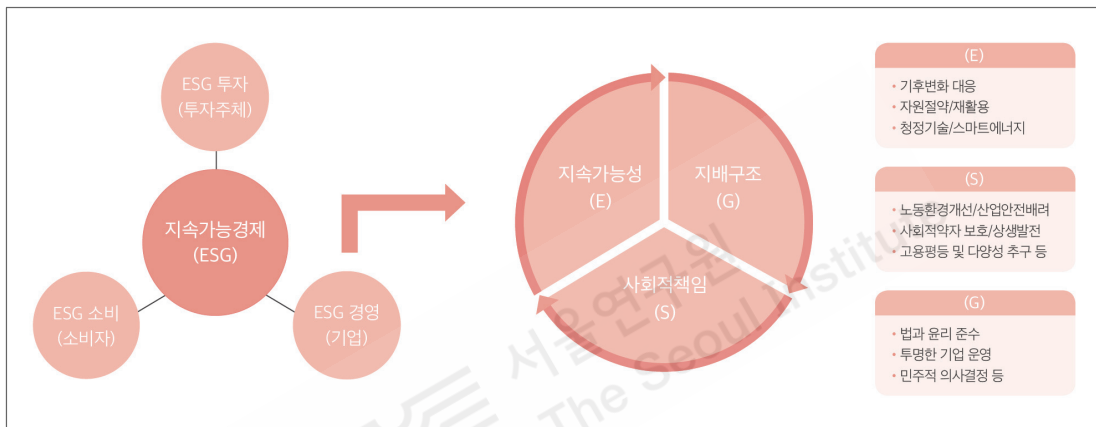
- 경제환경의 변화는 소비시장에서도 활발해 새로운 소비양식들이 출현하고 있는데, 이와 맞물려 이른바 윤리적 소비, 나아가 ESG 소비를 중심으로 한 새로운 트렌드로 확립
 - 특히, MZ 세대는 ‘가치소비’ 풍조 - 가격이나 기능에 더해 자신의 취향이나 가치를 중시해 제품을 구매·소비 - 를 중심으로 ‘미닝아웃’(meaning out)이라는 신소비 문화 확립
 - 최근 한 조사에서 이러한 흐름을 확인해 볼 수 있는데, MZ 세대는 윤리경영 주체로서 기업의 역할과 함께 ESG 기업의 제품에 대해 강한 구매의향을 보임(대한상공회의소, 2021)
 - 이러한 소비양식은 제품이나 서비스 가격이나 기능을 넘어, 환경, 사회적가치, 윤리경영 등을 종합적으로 고려해 구매하는 ESG 소비 트렌드로 확립



자료: 대한상공회의소, 2021

[그림 2-2] MZ 세대가 생각하는 기업의 역할과 제품구매 의향

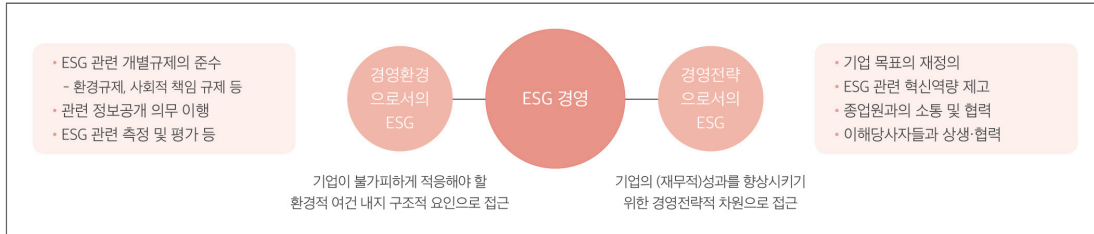
- 이러한 글로벌 트렌드의 출현·성장 속에 ESG 경영, 즉 기업경영을 둘러싼 ESG 활동 또한 회사가 지속가능경영을 실현하는 데 필수불가결한 시대사적 과제로 부상
 - 20C 후반에 이해관계자 자본주의로의 전환 속에 기업들은 이미 '이익극대화 모델'에서 탈피해, '사회적책임(CSR) 모델'을 거쳐 '공유가치창출(CSV) 모델'로 진화
 - ESG 투자와 윤리적 소비가 주요 사회의제로 대두한 2010년을 전후해 기업들의 ESG 경영도 기업들이 지속가능한 경영을 확립하기 위해 적응해야 할 시대사적 과제로 부상
 - 여기서 ESG 경영이란 '경제적 이익 증대와 함께 사회적가치 - 사회적책임과 지속가능성, 지배구조 등 비경제적 요소들을 포괄 - 실현을 기업의 목표로 설정하고 자원을 합리적으로 배분하는 경영 프레임'으로 개념화해 볼 수 있음([그림 2-3]을 참조)



[그림 2-3] 지속가능경제(ESG)와 ESG 경영의 구성요소

이상과 현실의 괴리에 직면한 중소기업 ESG 경영

- 현재 ESG 경영은 지속가능경제를 선도하는 다른 두 축인 ESG 투자 및 소비에 의해 견인되는 가운데, 대체로 2가지 접근방법 하에 전개되는 경향을 보임
 - '경영환경으로서 ESG 경영'과 '경영전략으로서 ESG 경영'이 그것으로, 전자는 ESG를 불가피한 구조적 경영압력 요인으로 인식하고, 관련 요소를 도입하는 다소 소극적인 접근에 해당([그림 2-4]를 참조)
 - 반면, 후자는 ESG 경영 활동을 통해 브랜드 이미지 향상은 물론, 신사업 기회와 이를 통한 투자자금 유치를 모색해 볼 수 있는 경영전략의 일환으로 접근해 관련 활동을 도입하는 적극적 접근으로 이해
 - 이러한 경영 전략의 하나로 회사의 목표를 재정의하고, ESG 관련 혁신역량을 높이며, 이해당사자들과의 소통과 협력을 강화하는 노력 등이 다각적으로 모색될 수 있음



[그림 2-4] ESG 경영의 2가지 접근

- 중요한 점은 기업들이 ESG 경영에 대해 어떠한 접근을 취하든 그것이 활성화되기 위해서는 ESG 도입과 관련해 경제적으로 실질적 효과를 창출할 수 있어야 한다는 점임
 - 실제, ESG 투자에 관한 여러 실증연구에 따르면 ESG 투자나 ESG 경영과 재무적 성과 사이에 긍정적 효과가 우세⁶
 - 이러한 긍정적 성과는 ESG 경영을 도입하는 데 수반되는 사업운영, 특히 재무적 부담에도 불구하고, 다음과 같은 다양한 효과를 기대할 수 있기 때문

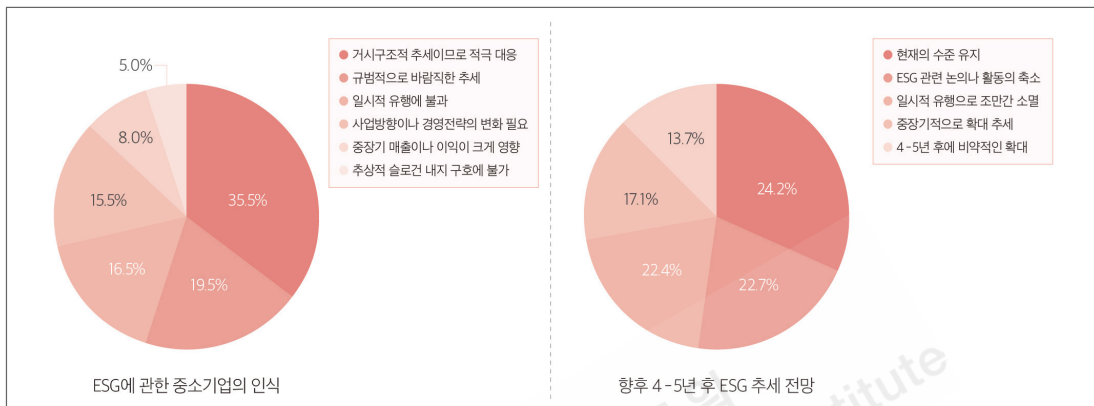
[참조] ESG 경영을 통해 기대되는 다양한 효과

- ESG 금융 메커니즘을 통한 안정적 자금조달 기회 확대
- ESG 소비 지향의 고객 유인을 통해 제품 선호 증진과 매출 증대
- ESG 관련 활동을 중심으로 한 공정의 효율화와 혁신적 사업기회 발굴
- ESG를 지향하는 이해당사자들과 우호적 관계 형성에 의해 기업의 사회적 평판 개선 및 브랜드 가치 향상

- 이러한 긍정적 기대효과 속에 현재 ESG 경영은 글로벌 투자기관에 의한 구조적 압력에 의해 글로벌 대기업 및 이에 연계된 중견 협력사 주도로 전개됨
 - 반면, 중소기업들은 ESG를 바라보는 이상(ideal)과 이를 도입하는 데 수반되는 경영현실 사이에 적지 않은 괴리가 존재하고 있는 실정
 - 이러한 경영여건과 함께, 역량이 상대적으로 취약한 중소기업들이 ESG 경영을 보다 적극 도입하는 데 기여할 수 있는 제도적 환경도 다소 미흡

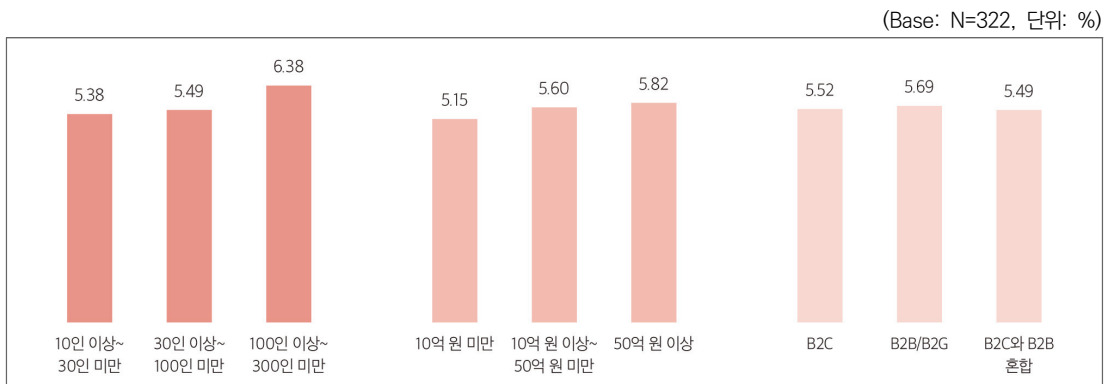
⁶ ESG 투자성가에 관한 대표적 연구의 하나로 인식되는 Friede(2015) 등에 의해 2,200여 건에 달하는 선행연구들을 토대로 한 메타분석 연구에서는 약 48%의 연구가 ESG 투자와 수익률간 정(+)의 관계, 23%는 중립적이고 다른 11%가 부(-)의 관계가 존재하는 것으로 분석됨. 아울러 다수 실증연구는 기업의 사회적책임 활동이나 ESG 활동과 기업의 성과 사이에 정(+)의 관계가 존재하는 것으로 주장 (Donaldson&Preston, 1995; Barnett, 2007; Surroca, 2010)

- 최근 중소기업을 대상으로 한 조사⁷에 의하면 조사대상 기업의 2/3가 ESG 경영을 인지하는 가운데 ESG에 관한 다양한 인식이 존재하고 있음을 보여줌
 - 중소기업은 ESG가 거시적·구조적 추세(55.0%), 회사의 경영전략 변화(15.5%)가 필요하다는 인식이 우세하며, 일부 중장기 매출이나 이익에의 영향(8.0%)을 줄 것으로 인식
 - 아울러 향후 4~5년 후 ESG 추세에 대해서도 현재의 수준을 유지(24.2%)하거나 중장기적으로 확대(30.8%)될 것으로 보는 인식이 다수 우위를 보임



[그림 2-5] 중소기업들의 ESG에 관한 인식과 중장기 추세 전망

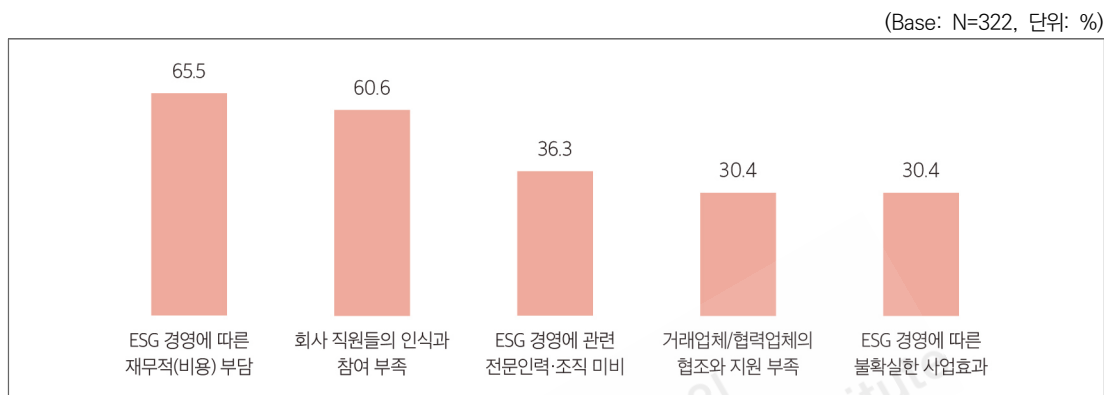
- 그럼에도 불구하고 ESG 경영을 도입하는 데는 다소 소극적 인식을 나타내고, 도입 시에도 규제적 환경으로 인식해 수세적으로 대응하려는 모습이 강함
 - 현재 중소기업들의 ESG 경영 도입 수준은 평균 5.6점(10점 만점)⁸ 정도로 비교적 저조한 수준이며, 규모가 적을수록 더 저조한 수준인 것으로 조사됨
 - 아울러, 중소기업들은 ESG 경영 도입에 대해 필요성을 못 느끼거나 경영 여건상 도입하지 못한다는 인식이 전체 기업의 60%를 상회



[그림 2-6] 중소기업의 ESG 경영 수준(10점 만점 기준)

7 동 조사는 2022년 10월 서울연구원이 실시한 조사로 B2B 및 B2G 기업(50.3%), B2C(25.8%), B2B와 B2C 혼합(23.9%)으로 구분해 서울시 소재 322개 중소기업을 대상으로 실시한 조사임
 8 여기서 10점 만점은 회사의 CEO의 강력한 의지 하에 전담조직과 인력을 충실히 갖추고, ESG 경영 내지 지속가능경영 내용을 회사의 중장기 목표나 사업계획에 반영한 경우, 그리고 0점은 ESG나 지속가능경영에 대해 무관심하거나 전혀 모르는 경우를 기준으로 함

- 이러한 소극적 인식과 제한적 수준의 대응은 ESG 도입과정에서 경험하거나 경험할 것으로 예상하는 다양한 애로요인에서 비롯
 - 주된 애로로는 재무(비용)적 부담(65.5%)과 직원들의 인식과 참여 부족(60.6%)에 더해, 전문인력 및 조직 미비(36.3%), 불확실한 사업효과(30.4%) 등을 우선 요소로 인식
 - 따라서 이러한 애로요인들을 해소하고, 적극적 인센티브 제공 등을 통해 유리한 제도적 환경을 조성하는 것이 ESG 경영 관련 정책의 방향이 되어야 할 것으로 판단됨



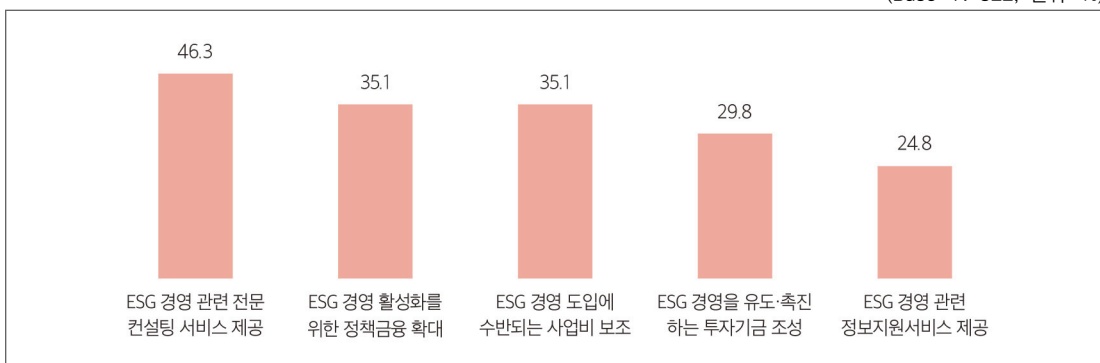
[그림 2-기] ESG 경영 도입과정에서 겪은(겪을) 주요 애로요인(복수응답)

중소기업의 ESG 경영 활성화를 향해

- 서두에 언급한 바와 같이 이해관계자 자본주의로의 전환 속에 ESG 투자와 ESG 경영은 시대사적 과제로 부상
 - 현 지질시대를 홀로세에서 인류세(anthropocene)로의 전환이라 인식할 만큼 기후위기가 심화되고, 기업경영에 영향을 주는 이해당사자들의 가치와 요구도 전례없이 다원화
 - 이에 글로벌 투자기관들 주도로 사회적책임 투자 → 대기업의 ESG 경영 → 협력사에 ESG 경영 부과로 이어지는 최근의 메커니즘은 산업 전반에 확산되는 핵심 트렌드로 자리 잡을 가능성이 높음
 - 그럼에도 불구하고 중소기업들은 ESG 경영에 대해 아직은 관심 밖에 있고, 도입하려는 경우에도 다소 소극적인 대응이 주를 이루는 이상과 현실 간 괴리에 직면
- 이러한 현실적 인식 하에 정부와 지방자치단체는 중소기업들의 ESG 경영 생태계가 활성화될 수 있도록 다각적인 지원 모색 필요

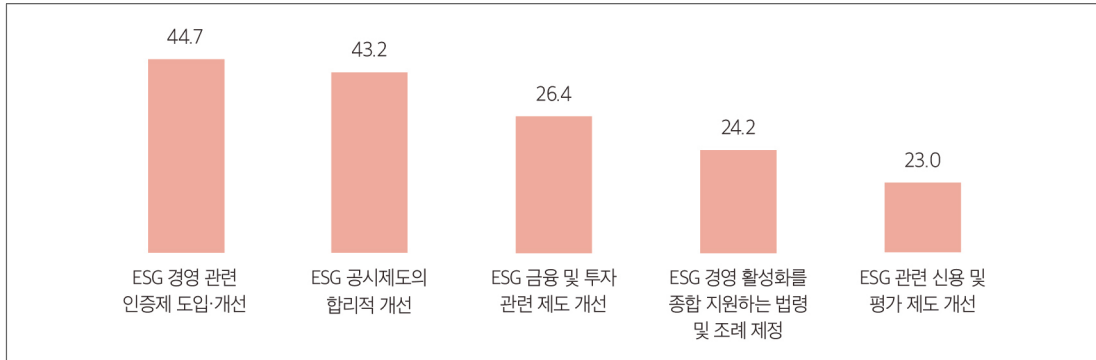
- 우선 중소기업 전반에 ESG 경영을 활성화할 수 있도록 사회적 인식을 제고하고 실천을 확산하는 것이 필요
 - 이러한 사회적 인식 확산과 관련해 ESG 경영이 단순히 행정적·재무적 부담 요소로만 작용하는 것이 아닌, 다양한 긍정적 효과 인식을 확산하는 것이 필요
 - 아울러 ESG 경영을 경영전략의 일부로 도입·정착시키는 데 필요한 방법, 절차 등에 대한 정보의 공유와 학습 노력도 필요
- 이에 공공 영역은 업계와 더불어 ESG 경영의 사회적 인식을 제고하고 실천을 확산시킬 수 있는 다각적인 노력을 모색
 - 공공은 중소기업을 대상으로 사회적 인식과 수범적 모델의 확산을 목적으로 하여 ESG 관련 포럼의 운영 등 각종 네트워킹 사업을 추진
 - 이와 함께 다양한 경제 주체들을 대상으로 ESG에 관해 각종 이론과 실무에 관한 교육 프로그램을 운영하는 것도 효과적
- 둘째, 중소기업의 ESG 경영 생태계 구성에 유리한 제도적 지원환경 조성도 긴요한 과제
 - 중요한 점은 중소·중견 기업들에 초점을 두되, 단순히 규제에 대응하려는 소극적 관점이 아닌 적극적·전략적 관점이나 접근방법에 기초해 ESG 경영 생태계를 확립하도록 유도
 - 이러한 중소기업 친화적인 제도적 환경을 모색하되, 이를 위해서는 규제일변도의 제도 보다는 인센티브 방식의 제도를 다각적으로 고려하는 것이 필요
- 이와 관련해 앞서 소개한 기업 대상 조사에서는 다양한 지원책 가운데 ESG 도입에 따른 행정적·재무적 부담을 완화할 수 있는 정책에 대한 요구가 상대적으로 강한 것으로 나타남
 - 조사결과를 살펴보면, ESG 경영 관련 전문컨설팅 서비스 제공이나 ESG를 뒷받침하는 정책금융 확대, 투자기금 조성, 사업비 보조 등에 대한 선호가 상대적으로 강함
 - 아울러 제도개선 사항으로 ESG 경영 관련 인증제의 도입 및 개선, ESG 공시제도의 합리적 개선, ESG 금융 및 투자 관련 제도 개선, 활성화를 지원하는 법령 및 조례 제정에 대해 우선순위가 높은 것으로 확인됨

(Base: N=322, 단위: %)



[그림 2-8] 중소기업들의 ESG 경영 활성화를 위한 정책선호

(Base: N=322, 단위: %)



[그림 2-9] 중소기업의 ESG 경영 활성화를 위한 제도개선 우선순위

- 마지막으로 앞서 언급한 ESG 경영 생태계의 확립과 이를 위한 제도적 환경 조성을 선도할 수 있는 정책거버넌스 구축도 중요 과제에 해당
 - 이해관계자 자본주의로의 전환에서 시사하듯이 ESG를 중심으로 다양한 주체들의 참여와 상호 협력은 필수불가결한 요소
 - 이러한 여건을 고려해 공공 부문이 주도하고 ESG에 관련된 다양한 주체들이 참여해 각종 현안을 공동으로 모색하는 ESG 경영 협력거버넌스를 구축하는 것이 바람직

참고문헌

대한상공회의소, 2022, "MZ 세대가 바라보는 ESG경영과 기업인식 조사", 대한상공회의소 보도자료.

정병순, 2022, 「지속가능 서울경제 실현을 위한 중소기업 ESG 경영 활성화 정책방안」, 서울연구원 연구보고서(출간예정).

Barnett. M., 2007, "Stakeholder influence capacity and the variability of financial returns to corporate social responsibility", *Academy of Management Review*, 32(3).

Friede. G, et al., 2015, "ESG and Financial performance: aggregated evidence from more than 2000 empirical studies", *Journal of sustainable finance & investment*, 5(4).

Donaldson. T, and Preston. L., 1995, "The stakeholder theory of the corporation: Concept, evidence and implications", *Academy of management Review*, 20(1).

Surroca. J, et al., 2010, "Corporate Responsibility and Financial Performance: The Role of Intangible Resources: The Role of Intangible Resources", *Strategic Management Journal*, 31(5).

2. 인공지능(AI)은 서울경제를 어떻게 변화시키는가?

생성형 AI의 부상과 챗GPT

- 소프트웨어(SW)는 산업과 사회의 융·복합을 발생시키는 매개체이자 기기와 사람을 연결하는 수단으로 디지털 전환의 가속화와 新SW 융합으로 새로운 비즈니스 모델을 생성하는 창조적 파괴(creative destruction)의 수단
 - 특히 인공지능(AI)⁹은 특성별 그룹화, 휴리스틱(heuristic)¹⁰ 탐색, 언어 및 형상인지, 콘텐츠 생성 등과 같은 혁신에서 인간의 한계를 극복
- 구글 알파고 이후, 2017년 BERT¹¹, GPT 등 트랜스포머가 등장해 자연어처리 가능성을 확대했으며, 2021년 1월 등장한 AI 모델 DALL-E는 인간의 언어를 그림화하는 데 성공해 신개념을 제시
 - GPT(Generative Pre-trained Transformer)는 기존 스크립트로만 대화를 진행하는 '연산형' 변환기에서 진일보해 딥러닝을 통해 스스로 언어 생성과 추론이 가능한 변환기
 - DALL-E 모델에서는 DALL-E 2의 경우 전문 일러스트레이터 수준으로 발전하였고, 코덱스(CODEX) AI는 깃허브¹²의 데이터를 학습해 무인 코딩이 가능한 수준으로 발전

[표 2-1] 빅테크 기업의 대표 초거대 AI 모델

| 기업명 | 대표 초거대 AI | 학습 매개변수(파라미터) | 주요특징 |
|------|-------------|---------------|--|
| 오픈AI | GPT-2 | 15억 | • 언어생성, 번역, 검색, 기사 작성 등 |
| | GPT-3 | 1,750억 | • 기존 모든 기능 고도화, 프로그래밍 |
| | GPT-4 | 100조(추정) | • 2023년(예정) |
| MS | MT-NLG 530B | 5,300억 | • 초대형 언어모델 |
| 구글 | 스위치 트랜스포머 | 1조 6,000억 | • 최초 조 단위 파라미터 모델 • 연구자에게 논문과 소스코드 형태로 제한적 공개 |
| 메타 | RoBERTa | 3억 5,500만 | • 언어 생성, 번역, 검색, 기사 작성 등 |

<뒷장: 표 연속>

9 AI는 로봇과 융합하여 동적 기능의 대부분을 인간 한계치에 근접하는 수준으로 진화 중임.

10 휴리스틱이란 복잡한 과제의 의사결정 과정을 단순화하여 처리할 수 있도록 하는 경향을 의미함.

11 BERT(Bidirectional Encoder Representations from Transformers): 2017년 구글의 자연 언어 처리 딥러닝 모델

12 깃허브(GitHub)는 다양한 오픈소스 프로젝트 관련 데이터들이 있는 저장소

[표 2-1 연속] 빅테크 기업의 대표 초거대 AI 모델

| 기업명 | 대표 초거대 AI | 학습 매개변수(파라미터) | 주요특징 |
|-----------------|-----------|---------------|---|
| 베이징 지위안 인공지능연구원 | 우다오2.0 | 1조 7,500억 | • 기존 모든 기능 고도화, 중국어와 이미지 생성 |
| 네이버 | 하이퍼클로바 | 2,040억 | • 국내 기업 최초 자체 개발 인공지능 모델 • GPT-3보다 6500배 많은 한국어 데이터 학습 |
| 카카오 | KoGPT | 60억 | • 한국어 특화모델 |
| | MinDALL-E | 300억 | • 이미지 생성 등 멀티모델 |
| LG | 엑사원 | 3,000억 | • 언어, 이미지 이해 생성, 데이터 추론 |

자료: 소프트웨어정책연구소

- 한편 오픈AI社(OpenAI, 미국)가 최근 개발한 챗GPT(ChatGPT)는 사용자의 대화를 통해 질문에 응답하도록 설계된 대규모 언어모델로써 질문 맥락을 이해하고 실시간으로 완성도 있는 문장형 답변을 생성함으로써 인공지능의 잠재력을 발현한 획기적 서비스로 주목
 - 챗GPT는 2022년 11월 30일 출시 후 5일 만에 100만 명, 40일 만에 1천만 명 이상 가입자를 확보하였으며, 무료 서비스 공개 후 두 달 만에 피크타임을 달성
 - 2023년 2월 1일에는 빠른 응답과 서비스 개선 사항이 우선 적용된 유료 서비스를 출시하는 등 오픈AI는 GPT-3를 기반으로 이미지 생성(DALL-E), 컴퓨터 코드 생성(Copilot) 등의 핵심 서비스를 추가로 발굴하고 수익화 모델을 모색

[참조] AI를 활용한 주요 수익화 모델

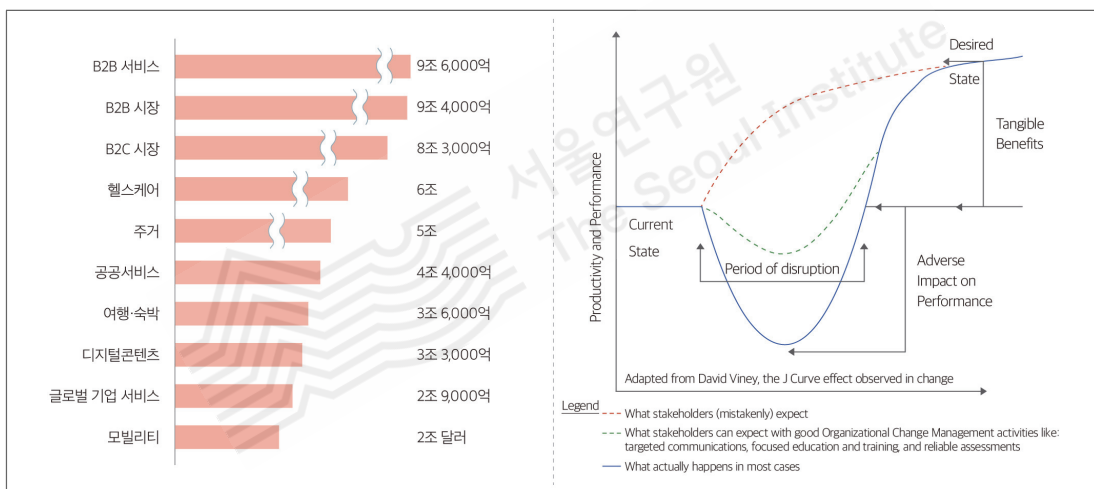
- [DALL-E] 이미지 460장 생성에 15달러 부과
- [GPT-3] 750단어 생성에 최대 6센트를 부과
- [ChatGPT+] 월 구독료 20달러로 미국에서 먼저 출시 후 글로벌로 확대 예정

- 이러한 추세 속에 글로벌 빅테크와 국내 선도기업들도 소스코드 또는 API 공개를 통해 AI 생태계 육성에 박차를 가하는 중
 - 대표적인 빅테크인 구글은 '챗GPT'의 인기에 적색경보(Code Red)를 발동하고 LaMDA 기반의 챗GPT 대항 기술인 'Apprentice Bard' 테스트에 돌입한 상황
 - 메타(Meta)의 초거대모델 OPT 오픈소스 공개, 허깅페이스(Hugging Face)의 BLOOM¹³ 공개, 네이버의 초거대 언어모델 '하이퍼클로바' API 공개 등도 AI 생태계 육성을 위한 다양한 노력에 해당

13 다운로드를 하지 않고 즉시 사용할 수 있는 AI 언어모델에 기반을 둠.

AI 융합은 산업의 혁신 및 생산성에 어떤 영향을 미치는가?

- 구글, 아마존 등의 빅테크들은 제조업, 금융, 커머스 등과 융합하면서 전통적인 산업의 경계를 뛰어 넘는 빅블러¹⁴가 가속화되는 가운데 새로운 제품과 서비스를 창출하는 디지털 플랫폼 생태계로 진화
 - (業(산업)의 경계파괴) 테슬라(전기차 + 에너지), 샤오미(n + 가전), 가민(GPS + 시계 + 인슈어테크¹⁵), 아크바(양식 + 기계설비), 일본(조선 + 항만물류) 등 산업 간 교량 및 연계를 통해 새로운 시장과 가치를 창출하는 등 산업의 경계를 해체
 - AI를 생산과정에 투입하면 효율 및 비용 절감을 달성하고 융합을 통한 시너지와 새로운 가치 창출이 가능하다는 주장이 있는가 하면, ICT 투자 증가에도 불구하고 생산성이 비례해서 증가하지 않거나 오히려 감소한다는 주장도 있음
 - 후자의 경우 혁신의 주체가 새로운 기술의 수용성을 높여야 하고, 조직 재편, 인적자본 확충, 제도개선 등 기술혁신을 보완할 충분한 투자와 전환이 필요함을 시사



자료: (좌) 이코노미조선, 2023. 3. 1. / (우) 브린올프슨(Erik Brynjolfsson)

[그림 2-10] 산업경계의 파괴로 창출된 시장(좌), 브린올프슨의 ICT생산성 J커브(우)

- AI가 생산성 하락의 위기를 극복하고 생산성 제고를 가져오는 혁신을 실현할 수 있게 한 동력은 무엇인가?

① 니치 혁신

- AI는 구체적인 문제를 발굴하고 해결하는 데 활용, 이때 전체 공정 중 일부에 인공지능을 도입하는 방법으로 도입 시 효율을 높일 수 있는 부분을 찾아내는 것이 혁신 성공의 출발점
 - AI는 산업별로 존재하는 작지만 구체적인 문제의 탐색과 해결 솔루션 제공에 활용함으로써 생산성을 제고
 - 혁신의 출발은 공정 전체나 일부에 대해 효율을 향상할 수 있는 부분을 찾아내는 데서 출발

14 빅블러(Big Blur)는 경계 융화가 일어나는 현상을 의미함

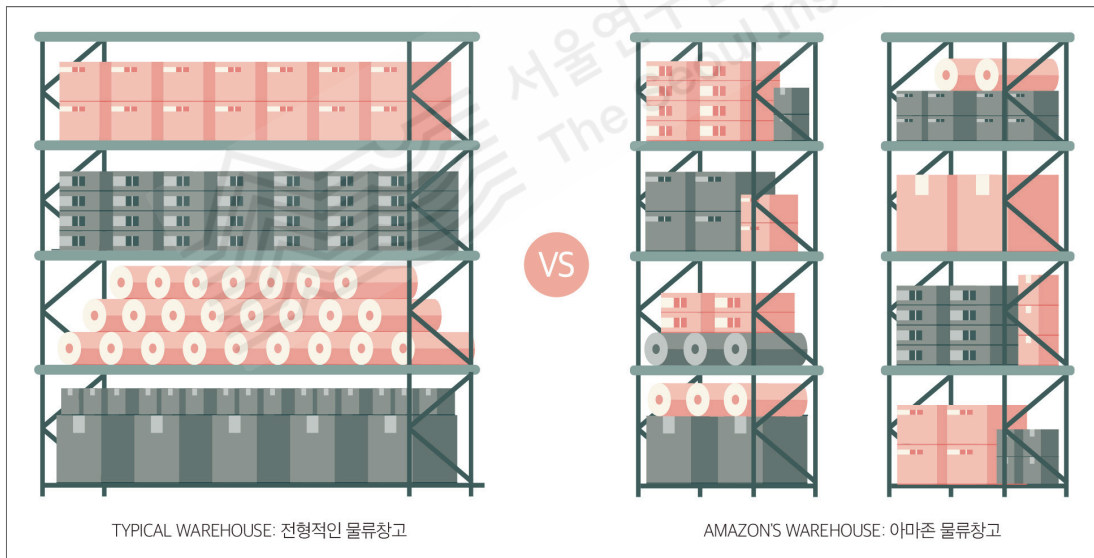
15 보험(Insurance)과 기술(Technology)의 합성어

② 설계디자인 혁신

- 이는 AI를 활용해 기존 설계 방식을 벗어나 인간이 도전할 수 없는 복잡한 설계의 구현에 성공한 사례로, 인간에게는 무질서로 인식되는 랜덤형 정리를 통해 효율성을 달성
 - 인간의 상식과 역량에 의존하는 방식을 벗어나려면 조직적 저항과 관행을 극복하며 새로운 방식으로 설계 전환을 이룩해야 하는데, AI를 활용해 어렵지만 이러한 과정을 통해 혁신을 달성

[참조] AI를 활용한 설계디자인 혁신의 주요 사례

- 아마존 물류창고인 랜덤스토(Random Stow)는 입고된 제품을 인공지능에 의해 계산된 무질서에 따라 배치
- 무질서의 방식으로 물류창고의 공간활용도를 높이고 작업자의 실수를 방지해서 기존의 물류창고 공간 활용은 50~70% 수준이나 아마존은 92~94%에 달함
- 또한 기존 물류창고에서는 유사한 제품이 같은 위치에 있어 작업자 실수로 유사하지만 다른 제품을 픽업하는 실수가 쉽게 발생하지만, 이 방식에서는 전혀 이질적인 제품들 사이에서 구별이 어렵지 않음



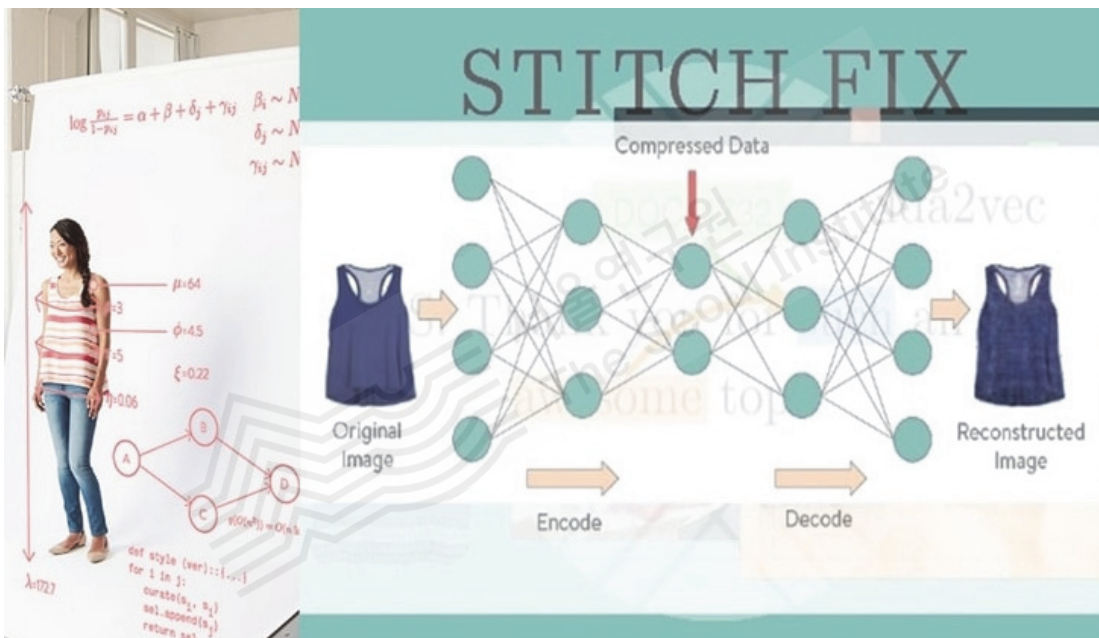
[그림 2-11] 기존 물류창고(좌), 아마존의 랜덤 스토(Random Stow)(우)

③ 학습 혁신

- 다양한 옵션 혹은 경우의 수가 너무 많고 데이터도 부족해 복잡성과 변동성이 높은 상황에서 AI가 데이터를 생성하며 학습하는 방식으로 어려운 문제를 해결
 - 전통적으로 기업 경영에서 혁신은 고객수요라는 타겟을 설정해 혁신을 추진하는데, 개인의 수요가 복잡하고 변동성이 높아 보다 고도화된 수요예측 방안이 필요
 - AI가 고객으로부터 반응을 유도하고 그로부터 획득한 데이터를 학습함으로써 기존의 수요 개념을 넘어 변화하는 개인의 선호를 예측하는 것이 가능

[참조] AI를 활용한 학습 혁신의 주요 사례

- 스티치픽스는 2017년 나스닥에 상장해 시가총액이 44억 달러(약 5조 원)로 성장한 스타일링 구독 서비스(정기적으로 옷을 배송) 기업
- 몇 개의 옷을 고객에게 보내면 고객은 마음에 드는 옷을 선택하고 나머지는 반품하는 과정에서 인공지능이 고객의 개별 선호를 학습하며 혁신을 달성
- 최근에는 원하는 스타일로 프로필을 채우면 인공지능이 맞춤형 스타일을 추천하는 ‘프리스타일 (free style)’이라는 서비스를 제공
- 유명 브랜드가 패션을 주도하고 소규모 브랜드거나 소비자는 수동적으로 스타일을 수용했다면 스티치픽스가 이 방식을 바꿔 능동적 소비자로 전환하게 함



자료: 스티치픽스 홈페이지

[그림 2-12] 미국 스티치픽스의 반품데이터 학습 인공지능

④ 탐색 혁신

- AI의 도입은 제조업의 생산과정에서 사람의 눈으로 확인하기 어려운 불량·오류 등을 탐색하거나 제약 바이오 분야에서 방대한 후보물질 간의 최적의 조합을 탐색하고 제조방안을 제시하는 것도 가능
 - 광범위한 데이터를 학습한 AI가 기존에는 사람이 하던 반복적이며 어렵고 힘든 일을 더욱 빠르고 정확하게 24시간 내내 수행하여 탐색 비용을 절감하고 작업 효율을 크게 개선

[참조] AI를 활용한 탐색 혁신의 주요 사례

○ 동원 F&B

- 동원F&B의 참치 통조림 공정은 연간 2억 캔 이상의 참치캔을 판매하고 있는데 기존 X선 장비에 20만 장이 넘는 참치 뼈 이미지를 학습한 AI를 탑재
- AI는 육안이나 X선으로 발견하지 못한 미세한 뼈까지 잡아내며 X선 장비만 쓸 때보다 검출 성능이 6배 이상 증가하고 있음
- 제품에 섞이지 못할 참치 뼈나 이물질을 잡아내는 데 AI를 활용하여 혁신하고 있으며, 최근에는 참치 꼬리 부분의 절단면 색상·무늬를 판별해 참치 등급을 A·B·C로 나누고, 원양어선의 참치 떼 이동 경로 탐색과 예측까지 담당

○ CJ제일제당

- CJ제일제당은 김치용 배추 등급을 총 네 등급으로 나눈 배춧잎 사진 수천 장을 학습한 AI가 배추를 스캔해서, 해당 배추가 어떤 등급인지 분류하면서 평균 정확도는 88% 수준을 달성
- 기업 관계자는 깨씨무늬(흑색 반점)가 없는 1등급은 94.6%, 다량으로 있는 4등급은 100% 정확도를 보인다고 하며 그간 수작업으로 해왔던 배추 품질 분류의 정량화가 가능해졌다고 함

○ 아모레퍼시픽과 코스맥스

- 화장품 회사들은 그간 개인의 주관적 판단에 의존했던 사용감을 AI를 활용해 측정하는 기술을 개발
- 아모레퍼시픽은 수분감, 발림성과 같은 특징을 고객이 스마트폰 카메라로 얼굴 사진을 찍고, 몇 가지 질문에 답하면 100만여 건의 피부 데이터를 학습한 AI가 주름·모공 등 피부 상태를 분석해 개인별 맞춤형 에센스를 제조하는 혁신을 달성
- 국내 대표 화장품 ODM(제조업자 개발생산) 기업인 코스맥스도 3년간의 연구 끝에 AI로 화장품 사용감을 측정하는 기술을 개발, AI 학습을 통해 사용감을 1~5단계의 수치로 정밀하게 표현 가능

⑤ 협업 혁신

- AI는 사람과 협력해 본연의 가치 집중과 효율성 향상의 계기로 작용하고 있으며, 특히 감정이 개입되거나 복잡성이 증가한 분야에서는 사람이 이해할 수 있는 정도로 제약조건을 낮춤으로써 사람과 인공지능 간 혁신을 둘러싼 협력을 가능하게 함
 - 동대문 패션 생태계는 그간 구매·디자인·생산·판매 등 각 단계가 분절되어 있었으나, AI와 같은 디지털 기술이 각 가치사슬 단계들이 긴밀하게 협업할 수 있도록 연결하면서 생산성 제고를 실현

[참조] AI를 활용한 협업 혁신의 주요 사례

- 심미성, 안전성 등 많은 제약사항이 존재하는 산업디자인에서 디자이너는 이 제약사항을 만족시키는 최고의 디자인을 찾아야 하는데 AI와 협업을 통해 이러한 목표를 달성
- 오토데스크의 디자인 소프트웨어인 드림캐처(Dreamcatcher)는 AI가 제약사항 대부분을 고려하도록 하고 인간 디자이너는 드림캐처가 제시한 디자인 중 심미적인 부분에 집중하는 방식으로 제약사항을 극복하는 설계 혁신 달성
- 어도비(Adobe)의 센세(Sensei)도 오토데스크의 드림캐처와 유사 기능 제공



자료: 오토데스크 홈페이지

[그림 2-13] 오토데스크가 AI+인간의 협업으로 설계한 모터사이클

[참조] 동대문 패션 생태계의 AI를 활용한 협업 혁신

- 구매·디자인·생산·판매의 4단계 가치사슬로 구성되어있는 동대문의 패션 생태계에서는 생산은 자체공장이나 하청공장, 판매는 점포에서 이루어지는데, 디지털 기술은 이러한 동대문 특유의 생산-유통체제 곳곳에 적용되면서 새로운 혁신과 부가가치를 창출
- 동대문 스타트업인 패브릭타임이 개발한 스와치온은 현재 20만 종 이상의 원단DB와 AI시스템으로 세계 80여개국에 2,000여명에 달하는 디자이너들과의 글로벌 커넥션으로 실시간 협업 진행 중
- 플랫폼기업인 중달랩은 구글포토 시스템처럼 40만 개 이상의 의류 부자재 이미지DB와 딥러닝 기술을 기반으로 소비자가 원하는 의류 부자재 이미지를 넣으면 해당 상품 정보가 매칭되는 플랫폼이 40여 회사를 [생산공장 → 동대문 → 소비자] 루트에서 [생산공장 → 소비자]로 전환
- 동대문 의류생태계의 거래 네트워크는 제품등록(도매) → 주문(사입자) → 픽업+포장+출고(물류) → 정산(구매)의 도매 업무와 상품주문(사입자) → 택배(물류) → 주문서+세금 계산서→정산(사입자)으로 진행되는데, 다품종소량생산에 최적화된 정산앱(일명 삼촌앱)
- 이 개발되어 수십만 개의 소점포 간 복잡하게 진행되는 B2B 정산을 정확한 일정에 해결해 주면서 디지털 기술 기반의 신뢰 네트워크가 고도화
- 인스타그램, 유튜브, 블로그 등 의류 판매 1인 커머스(일명 세포마켓)도 동대문 의류 생태계의 디지털 전환에 중요한 요소인데, 인스타그램에 #마켓을 검색하면 170만 개의 게시물이 뜨고 개인 간 거래를 촉진하는 C2C는 약 20조 원의 부가가치 창출

디지털 혁신으로 도약하는 서울경제를 기대하며

- AI+인간의 협업은 선택이 아닌 생존을 위한 필요조건
 - 앞서 다양한 사례가 시사하듯이 AI와 인간의 협업은 기업과 산업의 역량에 따라 차별적이지만 니치의 발굴, 설계디자인 혁신, 학습 혁신, 탐색과 협업의 혁신 등을 통해 생산성 혁신을 달성할 수 있음
- AI 활용 역량이 곧 기업혁신 나아가 산업혁신의 출발점
 - 과거에는 사람이 모든 소프트웨어를 직접 코딩했지만 SW2.0 시대에는 AI가 방대한 데이터를 인공지능경망에 투입해 스스로 알고리즘을 짜는 것으로 소프트웨어 개발의 패러다임이 변화
 - 누구나 쉽게 코딩할 수 있는 로우코딩¹⁶플랫폼 기술이 확산하고, 인공지능이 스스로 알고리즘을 짜는 소프트웨어 2.0이 본격화되고 있으며, 누구나 활용·개발·참여가 가능한 오픈소스¹⁷가 혁신을 선도함에 따라, 수요에 맞춰 AI 등 디지털 기술을 활용하는 것이 핵심 경쟁력으로 작용
- 기업 생태계 차원의 협업 재구조화도 중요
 - 국내 중소-중견 기업들은 대기업의 1차, 2차, 3차, 4차 벤더에 있는 중간 협력사로, 이러한 원-하청 구조에서는 부품 제조기업이 특정 공정의 향상은 가능할 수 있어도 최종재의 설계에 반영되는 혁신을 구현하기는 불가
 - 따라서 대기업이 전체 혁신의 설계와 조율의 역할을 맡아 플랫폼 리더로 기능하고, 중소-중견기업들의 혁신을 지원하는 혁신 모델도 필요
- 대도시 산업경제는 AI를 활용해 (산업)혁신을 다각적으로 모색 중
 - 지역혁신(regional innovation)은 주로 산업, 기업, 정부와 같은 주체 간에 상호작용(Triple-Helix)에 의해 성패가 결정된다고 했는데, 디지털 기술은 일종의 혁신의 촉매로서 혁신의 방향과 진도를 가속화 하는 요인으로 기능
 - 도시는 기존의 공간적·행정적 개념을 넘어서 디지털에 의해 실제와 가상의 공간으로 확장되고, 디지털 트윈(digital twin)에 의한 버추얼 관제의 영역과 결합하여 지능화되고 플랫폼화되는 혁신을 모색
- AI가 가져오게 될 서울경제의 미래상
 - 동대문 의류 생태계에서 볼 수 있듯이 도심 내 기존 산업클러스터의 일부는 디지털로 전환되고, AI와 로봇에 의한 물류 혁신에 기반해 유통 리드타임을 단축하며, AI와의 협업을 통해 새로운 일자리를 창출하는 공간적 단위로 진화
 - 전력관리, 쇼핑몰, 공항, 지하철, 고층빌딩 등 도시 공간을 구성하는 인프라 또한 디지털 트윈으로 통합 관제하는 스마트도시가 서울의 미래상으로 자리매김할 것으로 기대됨

16 코딩 전문지식이 부족해도 소프트웨어를 빠르게 개발·배포할 수 있도록 하는 개발환경

17 글로벌 SW시장에서 SW개발 시 90% 이상이 오픈소스를 활용

참고문헌

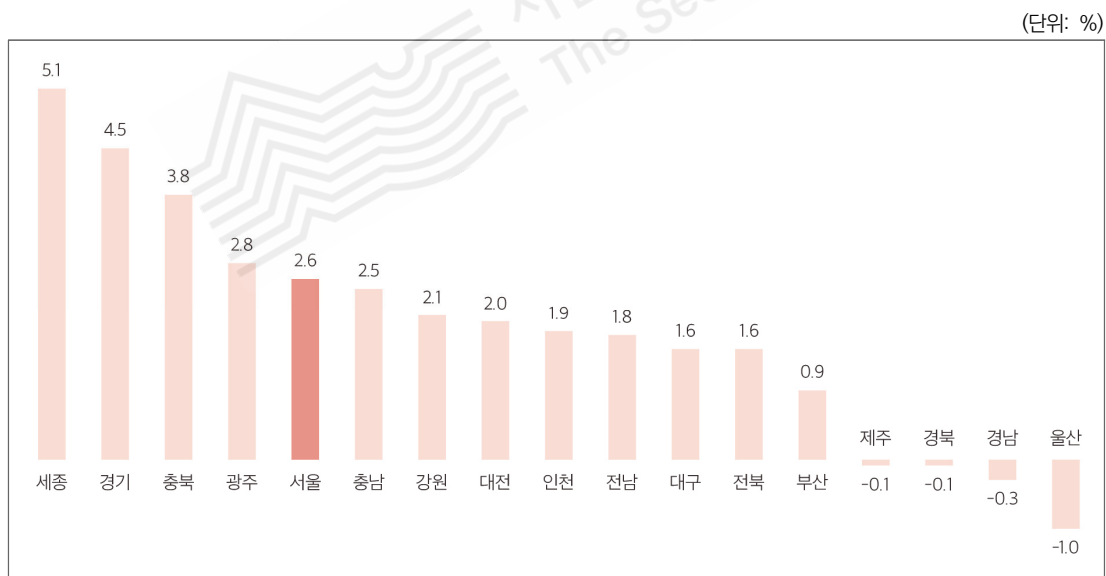
- 조선일보, 2023. 2. 6., “시가 짠 택배 경로, 거리 22%·시간 11% 줄어”.
- 이코노미조선, 2023. 3. 1., “디지털 혁신 시대 생존전략”.
- 더스쿠프, 2020. 7. 16., “쿠팡과 쓱의 딜레마 “인간이냐 기계냐””.
- 티타임즈, 2023. 2. 20., “웃구독 모델은 왜 실패할 수밖에 없었나?”.
- 매일경제, 2023. 2. 1., “식품업계도 Si무장 … 홈집 배추 골라내고, 참치 작은뺨까지 탐지”.
- 매일경제, 2019. 9. 2., “Si, 산업 현장 업무 방식 어떻게 바꿀까?”.
- 동아닷컴, 2023. 1. 31., “아모레퍼시픽, 인공지능기술 활용 … ‘개인 맞춤’ 화장품 출시”.
- 소프트웨어정책연구소, 2019. 5. 22., “동대문의 디지털 봄”.
- 이근 외, 2022, 「2023 한국경제대전망」 21세기북스, “4장 2023년 교차점에 선 산업과 기업” 참고.



3. 서울경제 미래 먹거리, 신산업의 현안과 대응

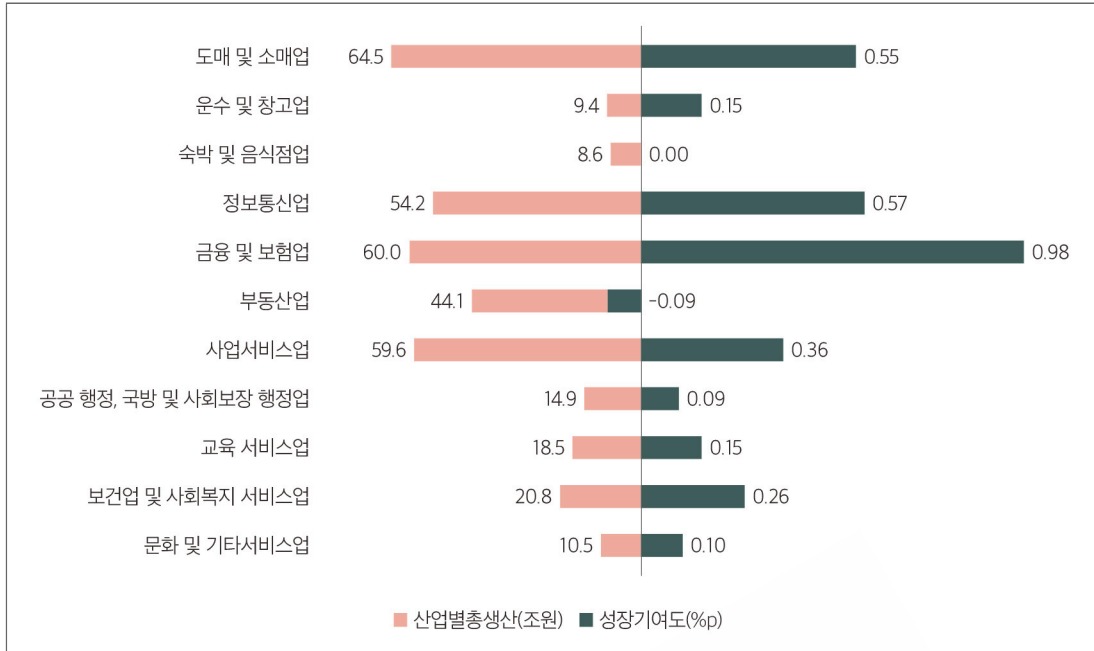
서울의 새로운 경제성장 축, '디지털 전환'과 연계된 산업

- 새로운 경제성장의 축을 모색할 시점에 다다른 서울, 서비스업 중심의 산업 및 경제성장 전략 모색 필요
 - 서울의 지역 내 총생산 평균 증가율은 2.6%로, 17개 시도 중 세종(5.1%), 경기(4.5%), 충북(3.8%), 광주(2.8%)에 이어 5위권이며, 전국 평균인 2.4%보다 약간 높은 수준에 불과
 - 서울은 총부가가치의 92.8%를 서비스업에서 생산(2021년 GRDP 기준)하는 서비스업 중심의 산업구조를 형성하고 있어 서울의 특성에 맞는 산업 및 경제성장 전략이 필요함



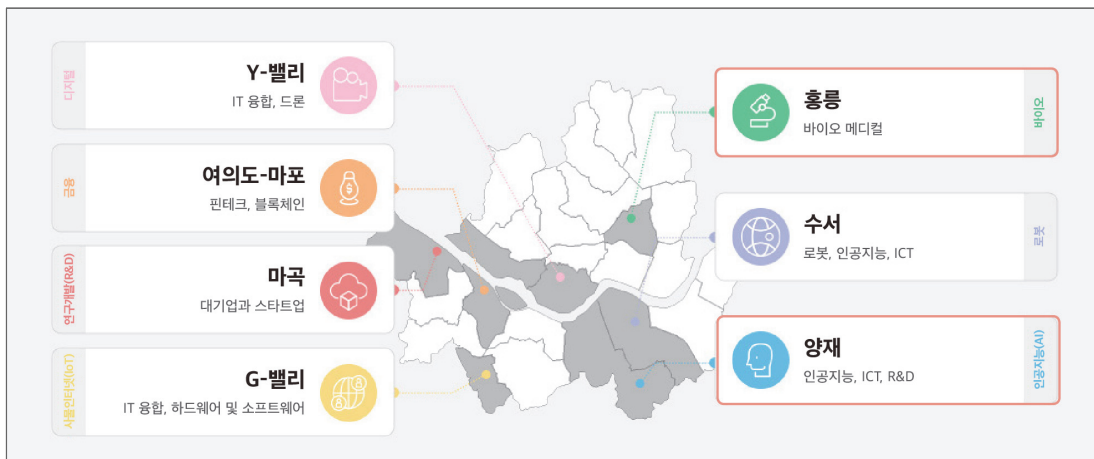
[그림 2-14] 시도별 지역 내 총생산 평균 성장률(2017~2021년)

- 서비스업 중에서도 서울은 정보통신업, 금융·보험업, 사업지원서비스업의 성장기여도가 높아 이들 산업의 성장을 촉진하는 방안이 효과적으로 판단
 - 도소매업을 제외하면, 금융·보험업(60.0조 원) > 사업지원서비스업(59.6조 원) > 정보통신업(54.2조 원) 순으로 지역내총생산액이 높음(2021년 잠정치 기준)
 - 지역경제성장에 대한 기여도는 금융·보험업(0.98%p) > 정보통신업(0.57%p) > 사업지원서비스업(0.36%p) 순으로 높으며, 이들 산업이 서울의 성장을 주도



[그림 2-15] 서울시의 서비스업종별 총생산 및 성장기여도

- 그 중 ‘디지털 전환’과 연관성이 높으면서 서울의 산업 발전에 큰 영향을 끼칠 것으로 판단되는 인공지능, 바이오·헬스, 핀테크, 스마트모빌리티, 로봇 등 5개의 분야를 중심으로 논의를 진행
 - 디지털 전환은 최근 수년간 급속히 발달한 정보통신 기술(인공지능, 빅데이터, 초고속 통신 등)이 기존의 산업들과 결합하여 새로운 비즈니스 모델로 발전해가는 과정을 일컫음
 - 디지털 전환과 관련한 산업 중에서 서울의 지역적 특화도가 상대적으로 높은 ① 인공지능(양재동 일대), ② 바이오·헬스(홍릉 일대), ③ 핀테크(강남 및 여의도 일대)를 분석 대상으로 선정
 - 그리고 아직 본격 산업화가 이루어지지 않았으나, 미래의 성장 가능성을 고려하여 선제적으로 육성할 필요성이 높은 ④ 스마트모빌리티, ⑤ 로봇 분야를 분석 대상으로 추가함



자료: 서울투자청 홈페이지

[그림 2-16] 서울시 주요 지역 산업클러스터

서울의 주요 미래 신산업들은 서비스 분야를 중심으로 성장

- 인공지능 분야는 소프트웨어와 서비스 제공 부문을 중심으로 급격히 성장 중
 - 인공지능 기술은 인간과 같은 고도의 학습 및 추론능력이 필요한 작업을 수행할 수 있도록 고안된 컴퓨터 프로그램 및 시스템을 의미
 - 인공지능 기술이 적용된 프로그램이나 시스템은 개별소비자 대상(B2C)보다는 기업의 생산활동을 위한 자원(B2B)으로서 활용되고 있음

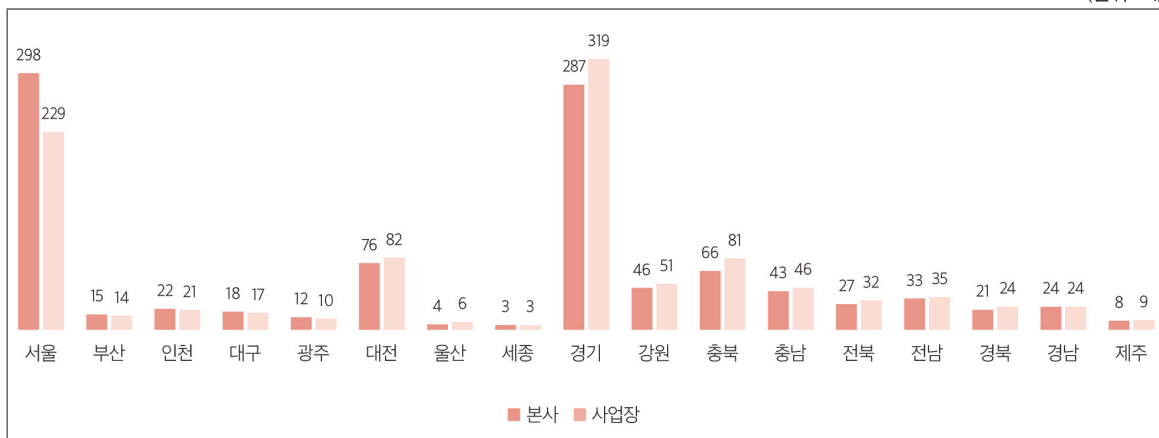
[표 2-2] 인공지능 부문 주력 사업 분야(2021년 기준)

| 구분 | 기업 수 (개) | 분야(%) | | | | 계 |
|--------|----------|----------------|---------------|-----------------------|-------------------|-----|
| | | 인공지능 시스템 소프트웨어 | 인공지능 응용 소프트웨어 | 인공지능 구축·관리 및 관련 정보서비스 | 인공지능 연산 및 처리부품/장치 | |
| AI SW | 713 | 29.6 | 70.4 | 0 | 0 | 100 |
| AI 서비스 | 634 | 0 | 0 | 100 | 0 | 100 |
| AI HW | 19 | 0 | 0 | 0 | 100 | 100 |
| 전체 | 1,365 | 15.5 | 36.7 | 46.4 | 1.4 | 100 |

자료: 과학기술정보통신부(2022)

- 바이오·헬스 분야는 고도의 기술집약이 필요하며 IT 기술과 접목이 활발히 진행 중
 - 바이오·헬스 산업은 생명공학과 의·약학 지식에 기초하여 인체에 사용되는 제품을 생산하거나 서비스를 제공하는 산업으로 과거 질병 치료의 개념에서 현재는 예방·관리 중심으로 패러다임이 변화하면서 IT 기술과 접목이 활발하게 시도되고 있음
 - 오랜 기간 높은 수준의 연구개발 투자가 필요하지만 우수한 성과가 한번 나오면 시장을 선점하여 즉각적인 고수익을 얻을 수 있는 기술집약적 특성이 있음

(단위: 개)



자료: 산업통상자원부(2020)

[그림 2-17] 바이오산업 사업체 소재지별 분포(2020년)

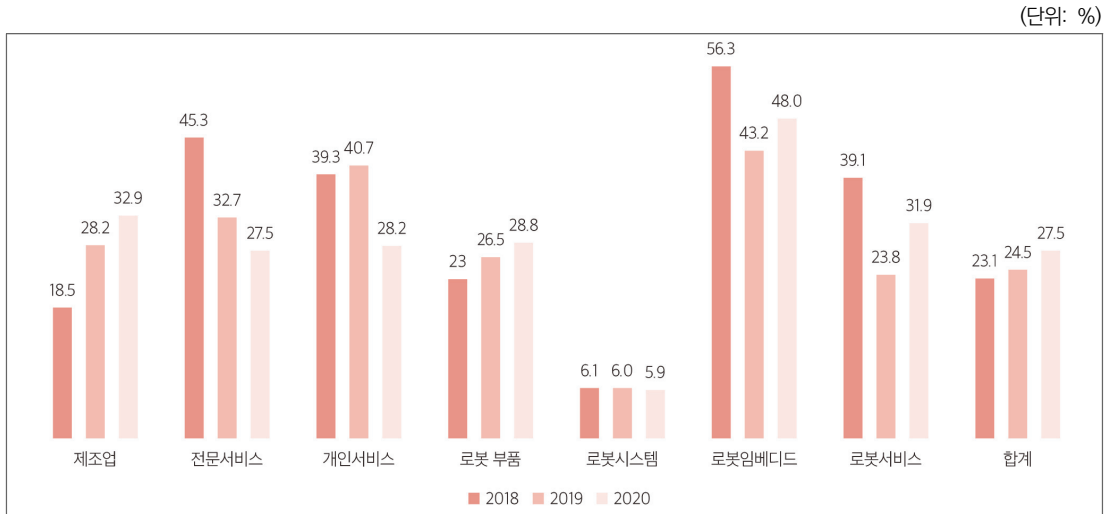
- 핀테크 분야는 간편결제·송금 서비스를 중심으로 빠르게 성장, 다양한 금융서비스 분야로 비즈니스 모델을 확대
 - 금융과 정보기술(IT)의 결합을 통하여 새롭게 등장한 서비스업으로, 비즈니스 분야에 따라 송금·결제, 펀딩, P2P 대출, 보안인증, 자산관리, 보험 등으로 나눌 수 있음
 - 현재 대부분의 핀테크 기업은 서울(75%)에 위치하며, 자치구별로는 강남구와 영등포구, 마포구 등에 모여 있음

[표 2-3] 서울시 자치구별 핀테크 사업체 수와 종사자 수 현황

| 구분 | 사업체 수(개) | | | 종사자 수(명) |
|--------|-------------|-------------|-----|----------|
| | 근로자 100명 이하 | 근로자 100명 이상 | 계 | |
| 강남구 | 72 | 9 | 81 | 3,063 |
| 영등포구 | 72 | 5 | 78 | 2,223 |
| 마포구 | 42 | 2 | 44 | 839 |
| 중구 | 21 | 5 | 26 | 3,632 |
| 구로구 | 18 | 2 | 20 | 830 |
| 기타 자치구 | 111 | 3 | 113 | 2,030 |
| 계 | 336 | 26 | 362 | 12,617 |

자료: 한국핀테크지원센터(2021)

- 스마트모빌리티 분야는 다양한 교통수단이 통합·운용되는 시스템, 향후 데이터의 통합과 연계가 이루어지는 플랫폼이 정착되면 경제·사회적 영향력이 확대될 것으로 예상
 - 스마트모빌리티는 정보통신기술을 활용하여 버스, 철도, 전동킥보드 등 다양한 교통체계를 통합함으로써 맞춤형 교통서비스를 제공하는 것을 의미
 - 자율주행셔틀, 차량공유, 수요대응형(DRT) 버스 등 새로운 서비스 모델이 창출되고 있으며, 이들 개별 서비스 부문들이 기능적으로 통합되어 데이터의 통합·연계·공유가 이루어지는 플랫폼이 구축되어야 일상생활에서 현실화 가능
- 로봇 분야는 일상생활에서의 서비스를 제공하는 형태로 점차 확대 적용이 모색되는 상황
 - 과거에는 공장에서의 고위험 작업에 활용되는 제조용 로봇이 주로 개발되었으나, 최근에는 전문서비스(의료, 물류 등)와 개인서비스(청소, 접대 등) 등 서비스용 로봇으로 영역이 확장 중
 - 우리나라 로봇기업 2,400여 개(2020년 조사 기준)는 중소기업이 대부분(99%)이며, 매출 10억 원 미만의 영세 사업체 비중이 높은 편(69%)



[그림 2-18] 로봇산업 분야별 전국 대비 서울 소재 사업체의 매출액 비중(2018년~2020년)

미래 신산업 육성을 위해서는 무엇이 필요한가?

- 인공지능 분야에서 공급기업은 우수인력이 부족하고 수요기업은 기술 활용도가 미흡한 실정으로, 인력양성 프로그램과 공공데이터 공개 등에 대한 정책 지원이 필요
 - 공급기업에서는 질적·양적 측면에서 기술개발 인력이 부족하고, 수요기업에서는 인공지능 기술의 활용도가 낮으며 기술에 대한 이해가 부족한 실정
 - 다양한 형태의 인력양성 프로그램을 시급히 추진해야 하며, 공공데이터의 공개와 융복합 클러스터 등의 인프라 구축도 필요함
- 바이오·헬스 분야는 민간 부분의 역량과 투자에 한계가 있으므로 산·학·연 협력, 클러스터 구축, 실증사업 등의 지원이 필요
 - 국내 바이오·헬스 기업은 글로벌기업과 비교하여 임상 수행 경험과 능력, 인적 구성 등 전문적인 외주기관(CRO)의 역량이 부족한 상황에서 서울지역은 중소·벤처 회사는 많으나 대기업이 없어 산업육성에 한계
 - 바이오 클러스터와 같은 집적환경을 조성해 기업과 대학 간 협업을 강화할 필요가 있으며, 규제 특례를 받을 수 있는 실증사업을 추진하여 제품 검증이 원활히 이루어져야 함
- 핀테크 분야는 제도적 측면의 장애로 인력 확보에 어려움이 있으며, 사업화 과정에서 금융규제와 법률관계 확인 등 법·제도적인 지원책이 필요
 - 핀테크는 규제산업으로 성장의 한계가 있다는 선입견과 작업환경이 열악하다는 인식으로 인해 우수인력 확보가 어려운 상황
 - 핀테크는 금융산업과 관련이 있으므로 사업화와 관련(규제, 해외 진출 등)된 법률적 자문 지원이 필요하며, 서울에 특화된 맞춤형 서비스를 산·학·연이 함께 시도할 수 있는 기회를 마련하는 것이 바람직함

- 스마트모빌리티 분야는 우수인력 확보를 비롯해, 기존 업계와의 이해관계 측면에서의 문제를 해결해야 하며, 산·학·연 협력체계 구축이 필요
 - IT 기술 기반 전문인력 수요가 높은 분야지만, 타 산업과의 임금 격차, 근무지 입지, 근무여건 불만 등으로 인력의 유치와 양성이 어려움
 - 신산업 발생에 따른 소비자의 이득이나 편의성 향상보다 기존 산업 기득권의 이해관계를 침해하지 않는 것을 더 중요하게 생각하는 업계의 상황도 문제점 중 하나
 - 클러스터 조성을 통해 기업 성장기반에 도움이 되는 인프라가 구축될 필요가 있으며 공공 데이터에 대한 접근성 및 활용도가 제고되어야 함
- 로봇 분야는 로봇 활용을 위한 규제가 걸림돌이 되고 있으며, 실증환경 제공 및 실적 확보 지원 등이 필요
 - 서비스로봇 산업의 현장 적용 확대나 도로교통법 개선, 로봇 기능 향상을 위한 데이터 수집 허용 등 다양한 분야의 규제개선이 요구되고 있으며, 로봇 관련 인력양성, 제조 기업에 대한 세제혜택, 지속적 연구환경 등에 대한 지원이 부족
 - 실증공간 및 연구개발 환경 등 영세기업에 도움이 되는 지원이 필요하며, 실효성 있는 인력양성사업, 실적 확보 지원 등이 추진되어야 함

서울시 핵심 미래 신산업 육성, 무엇을 할 것인가?

- 서울은 지역이 가진 강점을 적극 활용하고 기업들이 나타내는 수요를 우선 반영하는 방향으로 신산업 지원전략이 필요
 - 서울의 (상대적으로) 여유 있는 재정 상황을 감안한다면 과거 시설 제공 사업에 한정된 인프라 구축 정책을 넘어 보다 적극적인 역할을 할 수 있을 것으로 기대
 - 과거 인력양성 정책은 기업을 대상의 교육에 집중하였지만, 현재는 서울의 우수하고 풍부한 인적자원을 고려하여 이를 최대한 활용하는 방안을 강구하는 것이 바람직
 - 서울시의 기업육성 및 지원 정책은 주로 중소기업을 대상으로 하였으나, 앞으로는 기업에 대한 지원을 넘어 다양한 산·학·연 주체들 사이의 시너지 효과를 창출할 수 있는 환경을 조성해야 함
 - 한편 과거에는 공급자 주도로 정책이 추진되었다면, 앞으로는 기업 수요와 소비자 수요가 높은 서울시의 환경적 특성을 활용할 수 있는 수요자 중심의 지원 방안을 모색
- 현황 진단과 전략적 정책수립 방향을 고려하여 신산업 육성을 위해 서울시가 추진해야 할 전략으로
 - ① 맞춤형 인력 수급, ② 창업 네트워크 활성화, ③ 신사업 실증기회 제공, ④ 융합형 신규서비스 유도 등 네 가지로 제안

① 맞춤형 인력 수급

- 산업계 수요에 대응이 가능한 실무형 인재양성 교육 프로그램 지원
 - 기업 현장에서 대면할 수 있는 실무형 프로그래밍 과제에 교육 참여생이 프로젝트에 참여해 직접 해결하는 방식을 통해 자기주도적인 학습을 유도하는 훈련과정이 최근 각광

- IT분야 고급 연구인력이 서울지역 대학에 상주하도록 우수인력 유치 목적의 장학금 수여 및 거주 지원사업을 추진
 - 현재 서울시의 장학사업은 차상위 계층에 대한 복지 성격이 강하며, 우수인력 양성을 목적으로 한 장학사업은 상대적으로 부족함
 - 해외 유학생을 포함한 우수 인적자원 보유한 자연스럽게 해당 지역으로의 기업 유치로 연결

[참조] 해외사례: 캐나다 AI 인력

- 우버, 엔비디아, 삼성전자, LG전자 등 주요 글로벌 IT기업이 캐나다의 주요 도시에 AI 연구 거점시설을 설립함
- AI 분야 석학을 중심으로 한 풍부한 연구인력을 보유한 것이 기업 유치의 가장 큰 요인인 것으로 분석됨
 - 토론토: AI 분야 석학 G. Hinton 교수(토론토대) → 주요 연구소 (Vector Institute)에 대학원생 및 연구자 운집 → 우버, 엔비디아, 삼성전자, LG전자 등 기업 연구소 유치
 - 몬트리올: 딥러닝 분야 석학 Y. Bengio 교수(몬트리올대) → 주요 연구소(IVADO, MILA) 위치 → 구글, 메타, IBM 등 기업 연구소 유치

② 창업 네트워크 활성화

- 새로운 산업일수록 유관 주체들 사이의 협력이 원활히 이루어지는 협업환경 조성이 필요
 - 철저한 임상데이터가 요구되는 바이오·헬스 분야의 경우, 학(기초이론)-연(응용연구)-병(임상검증)-산(사업화) 협력을 통한 데이터 구축이 반드시 필요
 - 스마트모빌리티 분야도 도로와 교통체계 등의 도시 인프라를 활용하므로 학(기반기술)-연(사업화 검증)-산(사업 솔루션)-관(통합관리) 사이의 협업이 필수적

[표 2-4] 학·연·병·산 네트워크 구축 사례

| 구분 | | 강북권 | 강남권 |
|-----------|---|---------------------|---------------------------------|
| 거점기관(개관일) | | 메디사이언스파크(2021년 10월) | 옵니버스파크(2022년 5월) |
| 협업 네트워크 | 학 | 고려대학교 의과대학 | 가톨릭대학교 의과대학 |
| | 연 | 의료빅데이터연구소(고려대) | 의생명산업연구원(가톨릭대) 정보융합진흥원(가톨릭대) |
| | 병 | 고려대의료원 안암병원 | 가톨릭대 서울성모병원 |
| | 산 | 바이오 벤처 6개사 입주 | 대형 제약사, 바이오 벤처 등 17개 사 입주 |

- 제도적인 제약이 많은 핀테크 분야의 경우 법률서비스, 투자매칭 등 전문적인 컨설팅 서비스 제공
 - ‘기존 금융서비스의 디지털화’를 거쳐, ‘핀테크를 통한 신규 금융서비스의 확대’로 핀테크의 영역이 빠르게 확장되는 상황에서 중소기업의 관련 법률서비스 접근성은 아직 부족한 상황

③ 신사업 실증기회 제공

- 규제가 최소화된 자유로운 환경에서 실제 운용환경에 기반한 트랙 레코드(track record)를 확보할 수 있는 실증환경 조성
 - 신규서비스는 다양한 환경에서의 실제 운용 데이터를 많이 확보하는 것이 신뢰성 판단의 척도가 되나, 법·제도적 규제로 인해 실제 적용이 곤란함
- 공공부문이 공공데이터 활용에 보다 적극적으로 참여
 - 공공부문이 공공데이터를 활용한 신규서비스를 민간과 함께 개발하는 개방형 혁신(open innovation)을 모색할 필요가 있음

[참조] 해외사례: 런던교통공사의 공공데이터 활용

- 런던교통공사(Transport for London, TfL) 내 상업화혁신(Commercial Innovation) 부서는 교통 부문의 공공데이터를 이용하여 당면문제에 대한 실질적인 해결방안을 외부 민간업체와 함께 모색하는 프로젝트 팀을 운영
- 기존과 같이 RFP(제안요청서)를 제시하고 외부 업체에 일임하는 방식에 비해, 적극적이고 활용도 높은 서비스 개발로 이어짐
 - 프로젝트 목표: 시내 화물트럭을 줄여 안전하고 효율적인 운송시스템을 마련하기 위한 LFL(London Freight Lab) 프로젝트
 - 참여 민간기업: 기술솔루션 설계(Plexal社) 및 노상주차 관리(AppyWay社), 전기차용 타이어(Enso社), 대기질 모니터링(Emsol社), 스쿠터 및 배달원 관리(Fernhay社), 배송수단 연결 소프트웨어(Ford Mobility社), 사고예방용 행동분석 소프트웨어(Humanising Autonomy社) 업체 참여

④ 융합형 신규서비스 유도

- 교육, 안전, 재난, 치안, 보건 등 사회문제 분야에서 신사업의 신규수요를 창출하고, 공공조달을 통한 사업화까지 연계
 - 신사업의 경우 리빙랩 형태의 기술개발은 수요 측면의 불확실성을, 공공조달은 초기 사업화의 실패 위험을 완화하는 효과가 있음
- 제조업, 콘텐츠업 등 서울시 기존 주요산업의 디지털 전환(DX)을 지원
 - 이종 산업 간 산업융합 플랫폼을 통해 디지털 기술이 타 산업과 시너지 효과를 내면서 신규 서비스를 창출함(예: A+IX 등)
 - 전통 산업에 속한 기업이 디지털 기술 공급업체와 협업할 수 있도록 업종별·수준별 지원 사업 추진

참고문헌

과학기술정보통신부, 2022, 「2021 인공지능산업 실태조사 보고서」,
산업통상자원부, 2020, 「바이오산업 실태조사 보고서」,
한국핀테크지원센터, 2021, 「2020대한민국 핀테크 기업편람」

03. 서울(민생)경제포럼 운영

1. 2023년 1/4분기 서울(민생)경제 포럼(1차) 운영

1차 포럼 운영 개요

포럼의 목적과 개최 일시 및 장소

- 포럼의 목적
 - 2023년 서울경제 주요 현안과 정책방향에 대해 논의하기 위해 서울시 경제·산업 기관 협력 네트워크인 '서울(민생)경제 포럼'을 구성
 - 제1차 포럼에서는 최근 주요 경제 현안의 하나로 부각된 '고물가에 따른 경제·사회적 영향'에 대해 살펴보고, 정책의 방향을 논의

제1차 서울(민생)경제 포럼 『고물가의 시대에 시민경제의 영향과 소상공인의 현실』

- 개최 일시 및 장소
 - 일시: 2023년 4월 6일(목), 11시~14시
 - 장소: 서울연구원 대회의실(226호)



[그림 3-1] 2023년 제1차 서울(민생)경제 포럼 개최

주제 발표 및 토론

[표 3-1] 2023년 제1차 서울(민생)경제 포럼 참석자

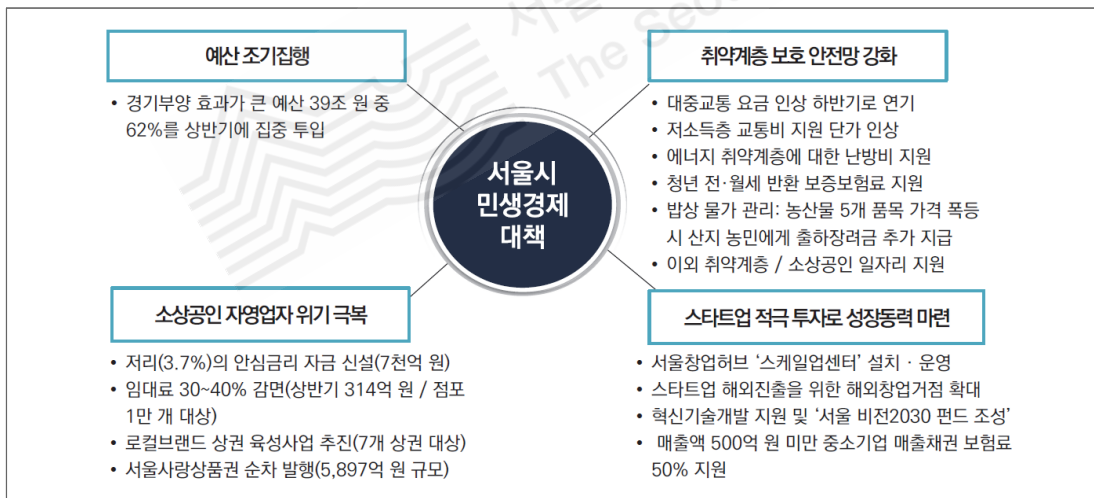
| 구분 | 발표자 및 토론자 | |
|-------|---|---|
| 주제 발표 | 발제 1 | 서울시 시민경제의 주요 여건과 현안(정병순 서울연구원 경제상생연구그룹장) |
| | 발제 2 | 3고 시대(물가·환율·금리), 서울시 소상공인 실태: 소상공인 사업체 패널을 중심으로 (안영수 서울신용보증재단 소상공인정책연구센터 센터장) |
| | 발제 3 | 지방정부 차원의 물가안정 방안(김진하 서울연구원 연구위원) |
| 토론 | <ul style="list-style-type: none"> • 신창호 지식문화재단 지역경제연구원장 • 박선옥 서울신용보증재단 소상공인정책연구센터 정책연구팀장 • 우영진 서울연구원 부연구위원 • 송주배 서울산업진흥원 팀장 • 최봉 경희대학교 연구위원 | |



2. 포럼의 주요 내용

발제 1. 서울시 시민경제의 주요 여건과 현안(정병순 그룹장)

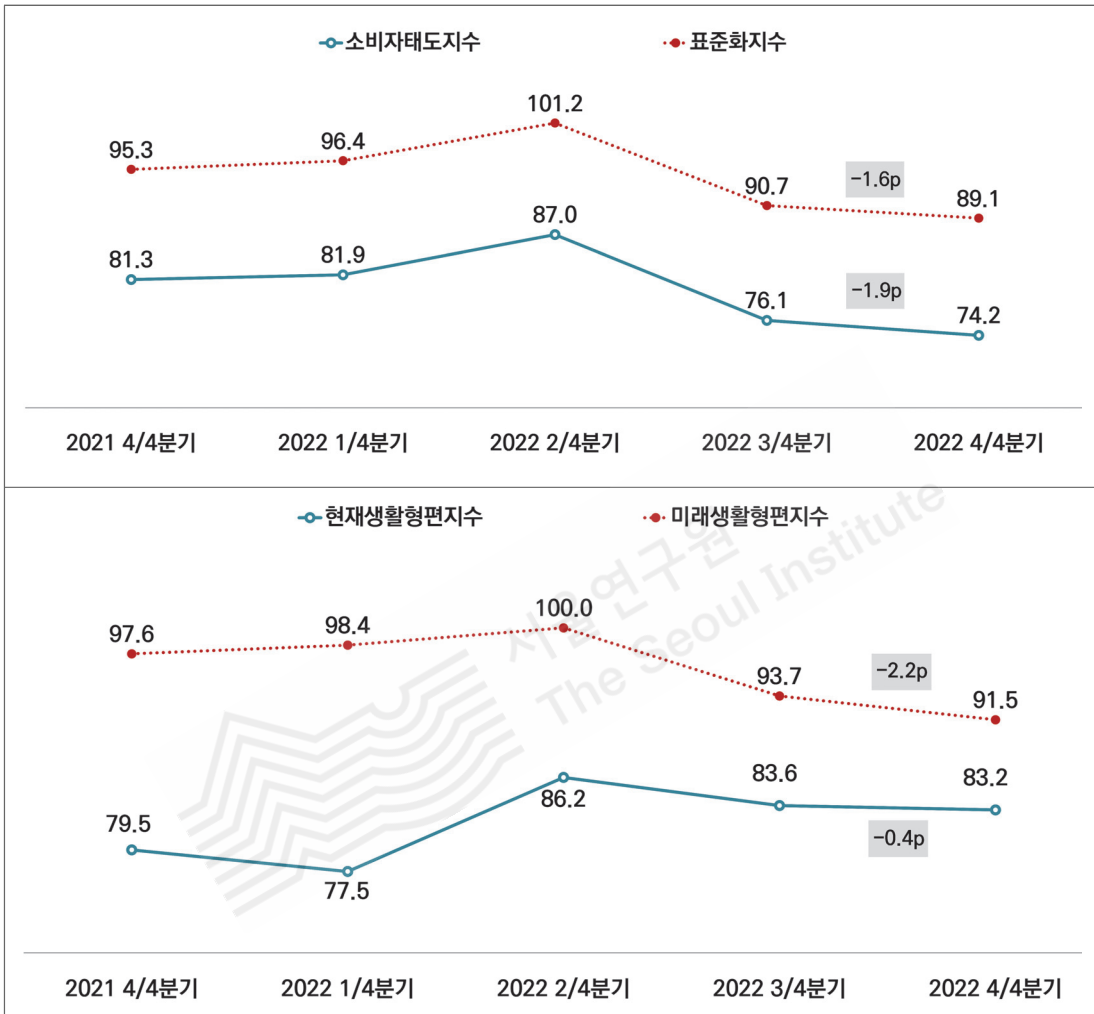
- 서울시는 2023년 2월 들어 취약계층·소상공인을 비롯한 경제 전반의 어려움 해소를 위해 ‘민생경제 활력 회복 대책’을 발표
 - 서울시는 상기 대책과 관련해 예산 조기집행, 취약계층 보호 안전망 강화, 소상공인·자영업자 위기 극복, 스타트업 적극 투자로 성장동력 마련 등의 대책을 모색
 - 이에 서울(민생)경제포럼은 ‘대책’의 주요 영역인 고물가/고금리, 일자리/고용, 소상공인/(골목)상권, 창업/스타트업 등을 주요 주제로 하여 향후 포럼을 주기적 개최 예정



[그림 3-2] 서울시 '민생경제 활력 회복 대책'(2023. 2.) 주요 내용

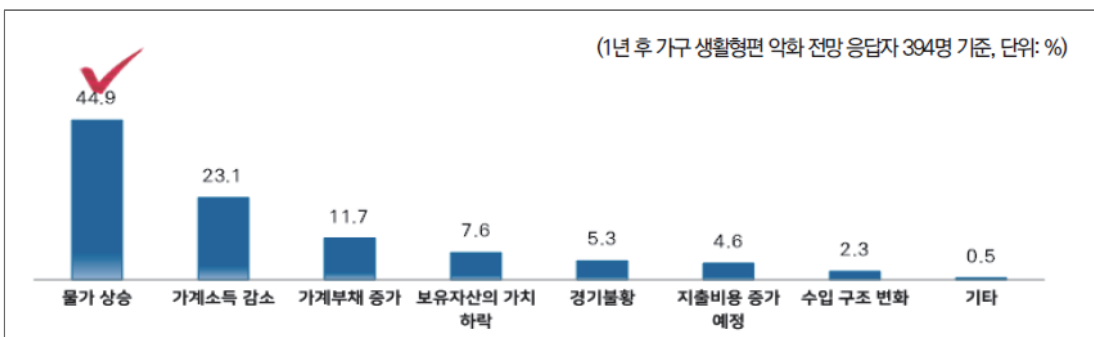
- 시민경제의 주요 단면인 소비자 체감경기는 2022년 2/4분기 이후 하락세를 보이고 있는 가운데, 미래에 생활형편이 어려워질 것으로 보는 이유로 '물가상승'을 지목
 - 소비자 체감경기 동향을 나타내는 소비자태도지수는 2022년 2/4분기(표준화 지수 101.2)에 높은 수준을 기록한 이후 2분기 연속 하락세를 나타내며 2022년 4/4분기에는 74.2를 나타냄
 - 생활형편지수도 2022년 2/4분기를 정점으로 완만한 하락세를 보이고 있으며, 특히 현재 생활형편지수보다 미래생활형편지수가 상대적으로 더 큰 하락세를 나타냄

- 미래생활형편이 더욱 어려워질 것으로 보는 이유로는 ‘물가상승’(44.9%)이 절반에 가까운 비중을 차지한 가운데 가장 우세했고, 그 외 ‘가계소득 감소’(23.1%), ‘가계부채 증가’(11.7%)도 주된 이유로 응답



자료: 오은주·유인혜(2022), 2022년 4/4분기 서울시 소비자 체감경기, 서울연구원

[그림 3-3] 2022년 4/4분기: 서울의 소비자태도지수(상) 및 생활형편지수(하)



자료: 상계서

[그림 3-4] 2022년 4/4분기: 미래생활형편이 악화될 것으로 예상하는 이유

- 2023년 한해 서울 시민들이 생각하는 주요 경제현안으로 ‘물가 관련 요소’를 가장 우선적으로 인식하고 있었으나, 소득수준과 연령대에 따라 개별 현안 인식에 차이가 존재
 - 올 한해 시민들이 생각하는 중요 경제 현안으로는 ‘고물가 부담’이 최우선적 요소이고, ‘공공요금 인상’, ‘고금리 부담’, ‘경기침체 우려’, ‘가계 실질소득 감소’, ‘가계부채 심화’ 등도 주요 현안으로 인식
 - 주요 경제현안에 대한 계층별 인식을 살펴보면, ‘공공요금 인상’은 저소득 계층과 50대에서 응답률이 높고, ‘고용/일자리’ 현안은 2,400만 원 미만과 30대 이하에서 응답률이 높음
 - ‘경기침체 우려’는 경제활동의 중추 계층인 소득이 높은 계층과 40대 및 50대 계층에서 상대적으로 높게 나타남
 - ‘가계부채 심화’에 대해서는 저소득 계층과 40대 이하 연령계층에서 현안으로서 인식 강도가 상대적으로 높게 나타남

(단위: %)



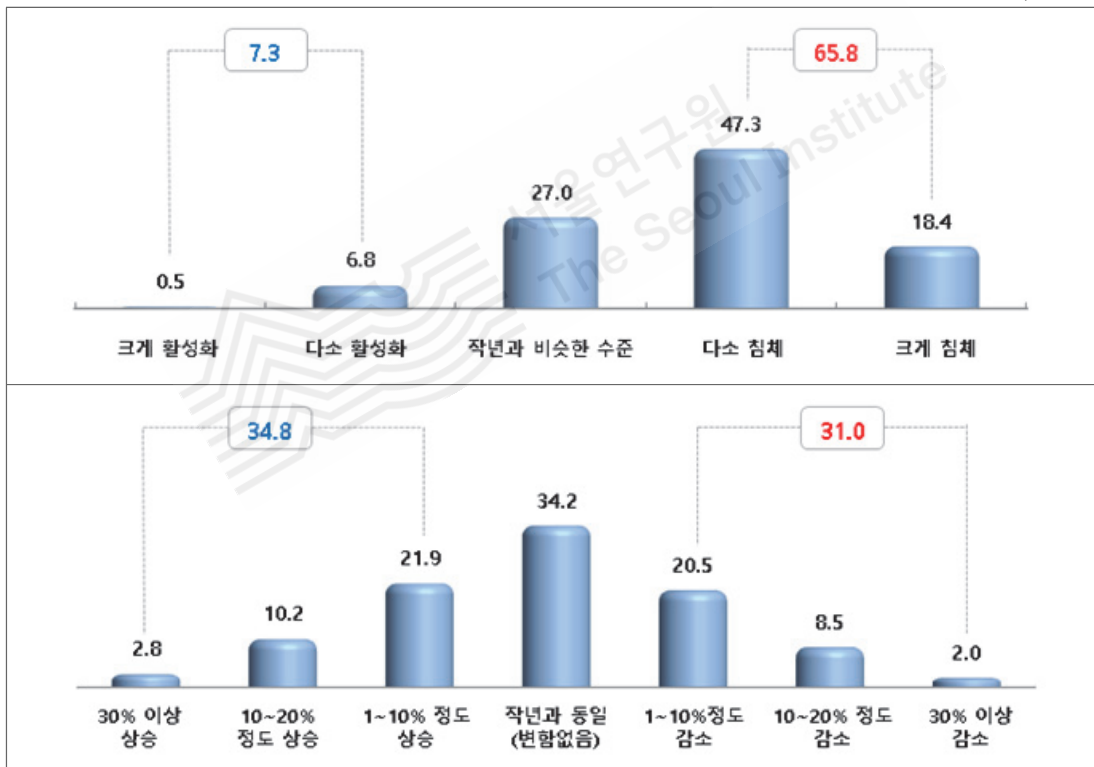
자료: 정병순·유인혜(2023), 2023년 1/4분기 서울시 소비자 체감경기 설문조사 결과, 서울연구원

[그림 3-5] 2023년 한해 시민들이 생각하는 주요 경제 현안

- 2023년 1/4분기 구직여건에 대해 절반 이상이 전 분기 대비 ‘악화’되었다고 응답
 - 서울 시민의 55.3%는 구직여건이 악화되었다고 인식한 반면, 구직여건이 개선되었다는 응답은 6.6%에 불과
 - 특히, 구직여건 악화에 대한 인식은 저소득 계층(3,600만 원 미만)과 50대 이상의 연령계층에서 상대적으로 높게 나타남

- 부동산 체감경기 또한 ‘침체’라는 응답이 압도적으로 높았지만, 계층별 및 권역별로 차이 존재
 - 2023년 1/4분기의 부동산 체감경기가 작년 동기 대비 ‘침체’되었다고 응답한 비율이 65.8%로 ‘활성화’(7.3%)되었다는 응답보다 압도적으로 높음
 - 부동산 경기에 대한 체감이 지역별로 차이가 존재하는 가운데, ‘침체’에 대한 응답은 동남권(62.5%)이 상대적으로 낮고, 서북권(70.3%)이 가장 높게 나타남
 - 아울러 자가 소유율이 높은 고소득층과 고연령 계층인 50대 이상에서 부동산 경기 침체에 대한 응답이 높음
 - ‘임대료 수준’은 부동산 경기가 침체된 상황에서 동반하락이 예상되었으나, 조사결과 상승 대 감소 비율이 비슷한 수준(상승 34.8%, 감소 31.0%)을 보임
 - 임대료 수준의 감소세 응답이 가장 높은 지역은 동남권(40.5%)으로 나타났으며, 저소득 계층 및 30대 이하 연령계층에서 임대료 수준의 상승이 상대적으로 높게 조사됨

(단위: %)

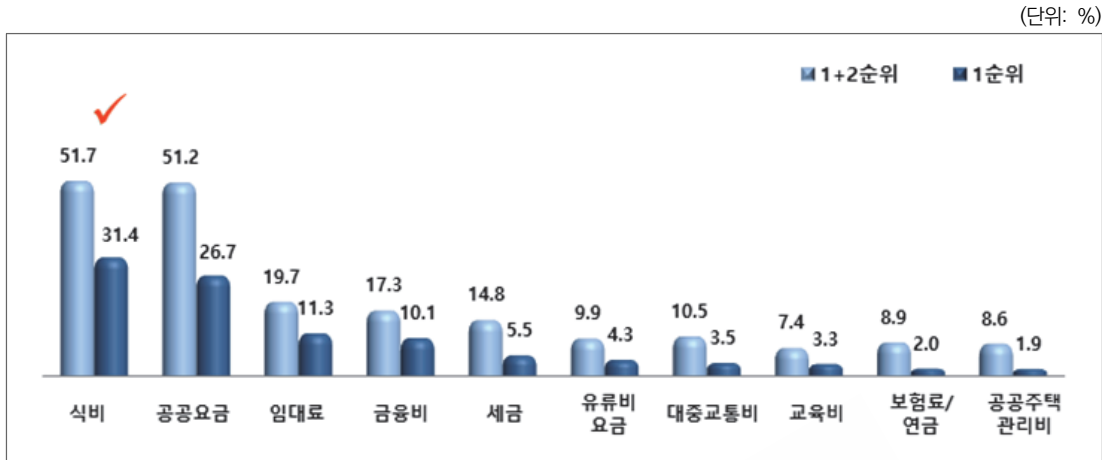


자료: 상계서

[그림 3-6] 2023년 1/4분기: 부동산 체감경기(좌) 및 임대료 체감수준(우)

- 생계비에 부담을 느끼는 항목으로는 ‘식비’와 ‘공공요금’이 최우선의 요소였으며, 생계비 부담 경감을 위한 서울시 필요 정책으로는 ‘공공요금 동결’에 대한 수요도가 높게 나타남
 - 생계비 부담 요소 중 ‘식비’와 ‘공공요금’이 가장 큰 부담으로 인식되었고, 그 외 임대료, 금융비, 세금, 대중교통비, 유류비 등도 주된 부담요소임
 - 소득계층별로는 저소득 계층(3,600만 원 미만)에서 공공요금, 임대료, 대중교통비의 부담이 큰 것으로 나타났고, 30대 이하는 임대료, 대중교통비 부담이 큰 것으로 조사

- ‘생계비 부담 경감을 위해 필요한 서울시 정책’으로는 ‘공공요금 동결’(57.0%)과 ‘전기/가스요금 지원 폭 및 대상 확대’(44.2%)에 대한 수요가 가장 높게 나타남



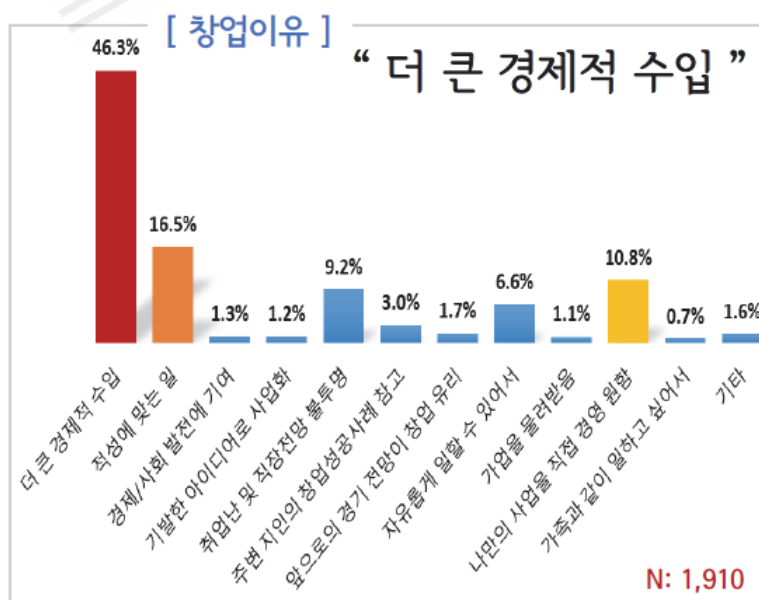
자료: 상계서

[그림 3-7] 서울시민이 생계비에 부담을 느끼는 항목(2023년 1/4분기 기준)

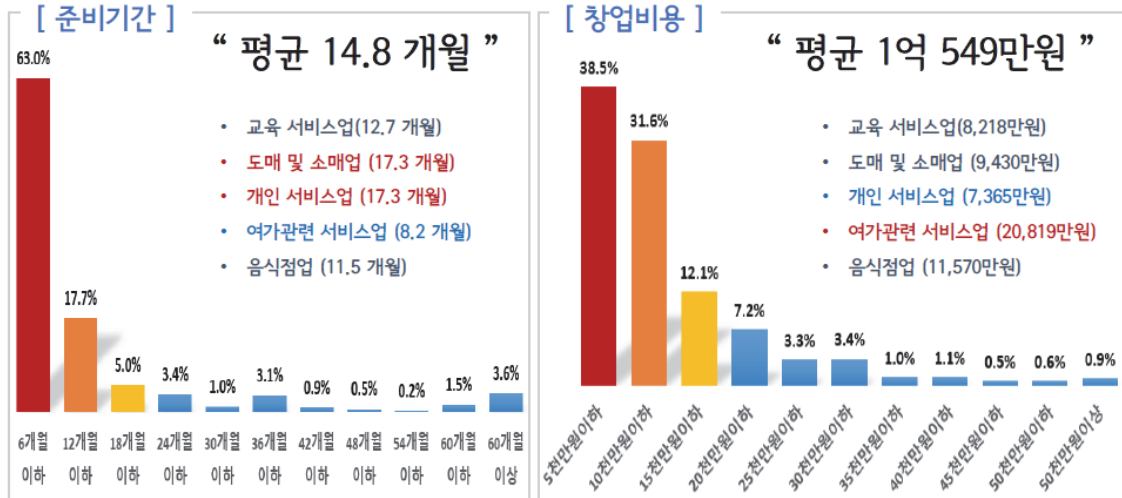
- 소비자 체감경기 조사로 살펴본 주요 조사결과의 시사점
 - 현재 소비자로서 서울시민의 경제적 삶은 코로나19 이후 경제환경의 불확실성 증대 속에 다양한 경제 현안에 직면
 - 서울시민들이 인식하고 있는 경제 현안들은 고물가 부담, 소득 감소, 가계 부채 등과 같은 대중매체 등을 통해 거론되고 있는 통념적인 현안 인식과도 일치
 - 주요 현안들에 대한 인식 강도는 상대적으로 저소득 계층에서 우위를 나타내 연구나 정책 개발에서 ‘소득의존적 접근’이 필요함을 시사
 - 조사에서 확인된 추세들은 민생경제 관련 정책이 각종 의제별, 계층별 여건이나 특성을 고려한 실효성 있는 대책이 지속되어야 함을 시사
 - 이러한 제반 여건에 상응해 시민들의 경제적 여건 및 현안 대응을 위해 주기적인 조사와 심층적, 실효성 있는 정책개발 연구도 긴급

발제 2. 3고(물가·환율·금리) 시대, 서울시 소상공인 실태(인영수 센터장)

- 소상공인 정책연구센터에서는 기존 자료들의 한계를 보완해 ‘서울 소상공인 사업체 패널조사’를 설계
 - 기존 소상공인 관련 실태조사는 통계청의 전국 단위조사가 있으나 적시성, 구체성이 떨어지고, 서울시 자료 또한 자치구 단위나 분야별 실태조사가 미비한 상황
 - 이러한 제약 하에 소상공인 지원정책의 수립을 위해 소상공인 실태를 면밀히 파악할 수 있는 소상공인 사업체 패널조사를 설계 및 실시
 - 동 패널조사에서는 2,500개 업체를 대상으로 총 11개 카테고리(약 270문항)를 조사 하였으며, 서울신용보증재단의 보증사업체 50%와 일반사업체 50%로 진행
- 소상공인의 대부분은 더 큰 경제적 수입을 위해 직장 퇴사 후 창업을 선택
 - 소상공인의 약 80%는 약 10.9년 간 직장생활을 하는 것으로 조사되었으며, 평균 246.8만 원의 월급을 받고, 평균 37.5세에 퇴사하여 창업함
 - 창업 시, 57%는 기존 종사 업종과는 다른 업종으로 창업하며, 창업의 주된 이유로는 ‘더 큰 경제적 수입을 위해서’(46.3%)가 가장 높게 나타남
 - 창업 준비에 필요한 기간은 약 14.8개월, 창업비용은 평균 1억 549만 원이었으며, 점포 임대비용은 97.2%로 대부분을 차지함
 - 권리금으로는 평균 4,150만 원을 지불하는 것으로 나타났으며, 그중 여가 관련 서비스업의 평균 권리금이 7,234만 원으로 가장 높게 나타남

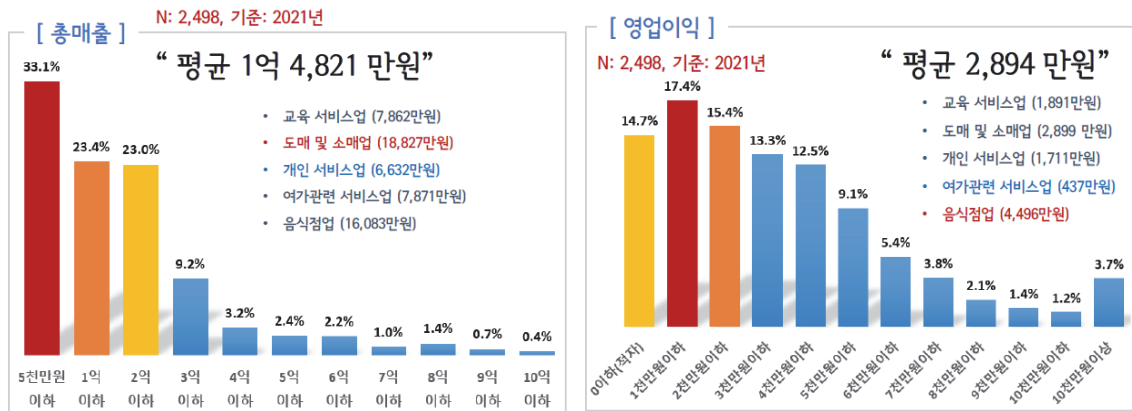


[그림 3-8] 소상공인의 창업이유

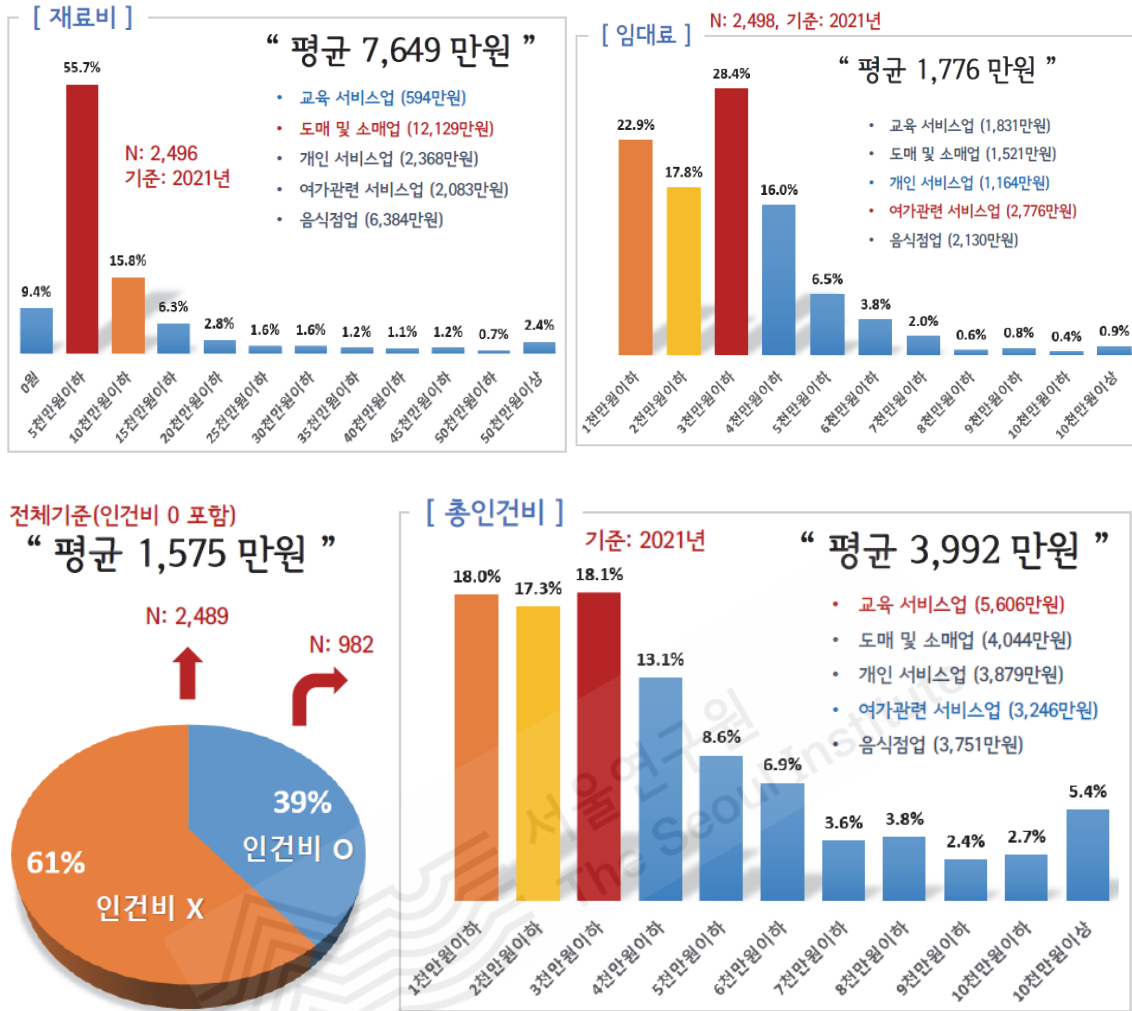


[그림 3-9] 소상공인의 창업 준비기간과 창업비용

- 소상공인의 경영환경은 낮은 영업이익률 대비 높은 임대료 및 인건비 지출에 따른 구조적 애로가 존재해, 약 20%는 다른 소득을 통해 이를 극복하고 있음
 - 소상공인들의 평균 연간 매출액은 1억 4,821만 원, 비용요소로는 임대료가 평균 1,776만 원, 인건비 1,575만 원, 재료비 7,649만 원, 기타 935만 원으로 조사됨
 - 이러한 사업구조로 인해 영업이익은 최저생계비 수준에 불과한 2,894만 원으로 나타남
 - 낮은 영업이익으로 인해 소상공인의 19.9%는 월평균 263만 원 정도의 부가 소득을 통해 생계를 유지하고 있다고 응답
 - 소상공인들이 사업 과정에서 가장 우려하는 요인들로는 상권 쇠퇴(19.2%), 경쟁 심화(18.9%), 재료비 증가(18.1%) 순으로 나타남
 - 소상공인(16.7%)의 매출액 가운데 32.6%는 온라인 매출이 차지하나, 수수료(배달 수수료 월 86만 원, 온라인 수수료 월 23만 원)에 큰 부담을 느끼는 것으로 조사됨



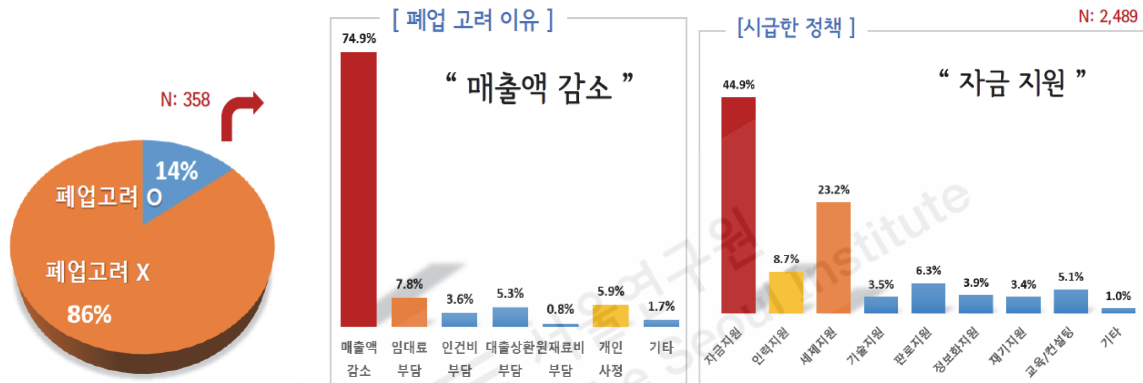
[그림 3-10] 소상공인의 경영환경: 총매출과 영업이익



[그림 3-11] 소상공인의 경영환경: 재료비, 임대료, 인건비 등

- 소상공인의 생활환경은 정기적인 휴일이 없거나 홀로 근무하는 소상공인들이 상당수
 - 근무시간은 하루 평균 11.9시간, 주당 평균 5.9일이며, 정기적인 휴일이 없는 소상공인도 34%를 차지
 - 홀로 근무하는 소상공인 비율은 42.4%인데, 무급가족 종사자 비율(37.8%)이 높은 음식점업의 경우 21.4%로 타 업종보다 상대적으로 낮은 수준임
 - 소상공인의 업무 피로도는 평균 3.51점으로 높은 편이나, 로봇이나 키오스크를 도입할 의사가 있는 소상공인은 6.6%에 불과
 - 소상공인들이 보유한 부채는 평균 7,522만 원이었고, 특히 여가 관련 서비스업은 평균 10,975만 원으로 가장 높게 조사

- 소상공인 활성화를 위해서는 정부의 자금지원과 세제지원이 시급하다고 응답
 - BSI(소상공인 경기동향지수) 조사결과, 올해는 경기 전반적으로 다소 감소(BSI 47.8)했으나 내년에는 다소 나아질 것(BSI 57.7)으로 예상함
 - 판매실적, 자금 사정, 구매자 수는 내년에 다소 나아질 것으로 전망했으나, 비용 상황은 더 나빠질 것으로 전망함
 - 향후 1년 이내에 폐업을 고려 중인 소상공인은 14.4%였으며, 폐업 고려 이유로는 매출액 감소가 압도적(74.9%)
 - 이러한 상황을 반영해 소상공인 활성화를 위한 정책으로 자금지원(44.9%)과 세제지원(23.2%) 등을 시급한 것으로 인식

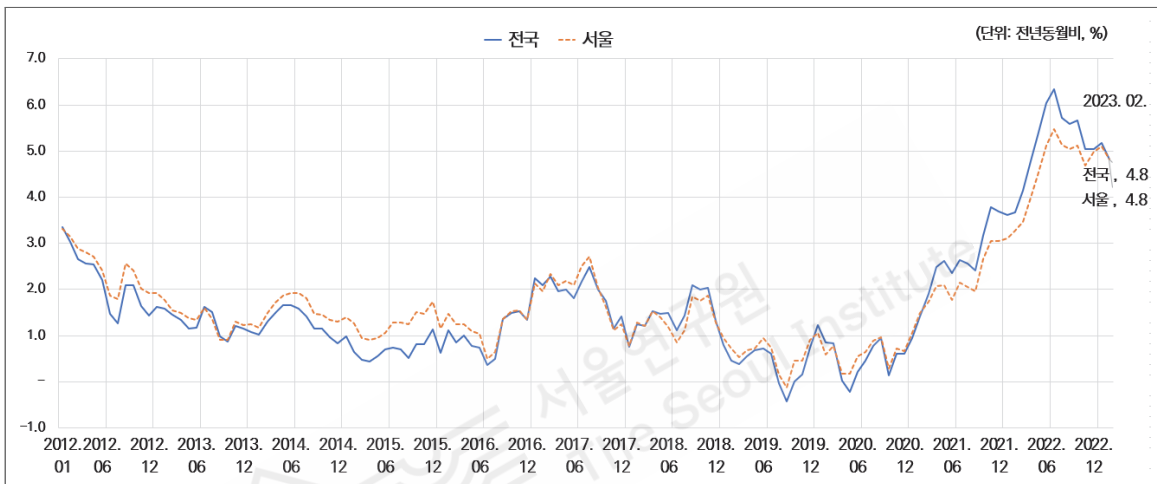


[그림 3-12] 소상공인들의 폐업 사유와 소상공인 활성화 정책

- 시사점
 - 회복하지 못하는 영업이익: 물가상승은 매출을 소폭 상승시켰으나 재료비, 임대료 상승 등으로 인해 영업이익을 큰 폭으로 감소시켰으므로 실질적 소득효과는 미미
 - 창업 동기의 중요성: 특색있는 아이디어를 바탕으로 창업한 소상공인들의 매출과 영업이익이 높게 나타났으며, 직업 및 삶의 만족도 또한 높았음
 - 투입 규모와 영업이익의 한계: 창업 준비 기간이나 비용, 권리금, 근로시간 등의 투입규모가 크다고 해서 매출과 영업이익이 무조건 상승하는 것은 아니므로, 투입에 대한 결정은 신중 필요

발제 3. 지방정부 차원의 물가안정 방안¹⁸(김진하 연구위원)

- 서울시 물가상승률은 2021년 11월 3%대에 진입하였고, 2022년 7월에는 5.5%를 기록
 - 전국 물가상승률은 2021년 10월에 3%대에 진입하여 2022년 7월에는 6.3%까지 상승
 - 연간으로는 2021년 2.5% 상승 이후 2022년에는 5.1% 상승해 외환위기 이후 최고 기록
 - 서울은 2021년 11월에 전월 대비 3%대에 진입한 이후, 2022년 7월 5.5%로 정점을 찍었고, 연간으로는 2021년 2.1% 상승에서 2022년 4.5%로 상승



주: 소비자물가지수(2020=100)

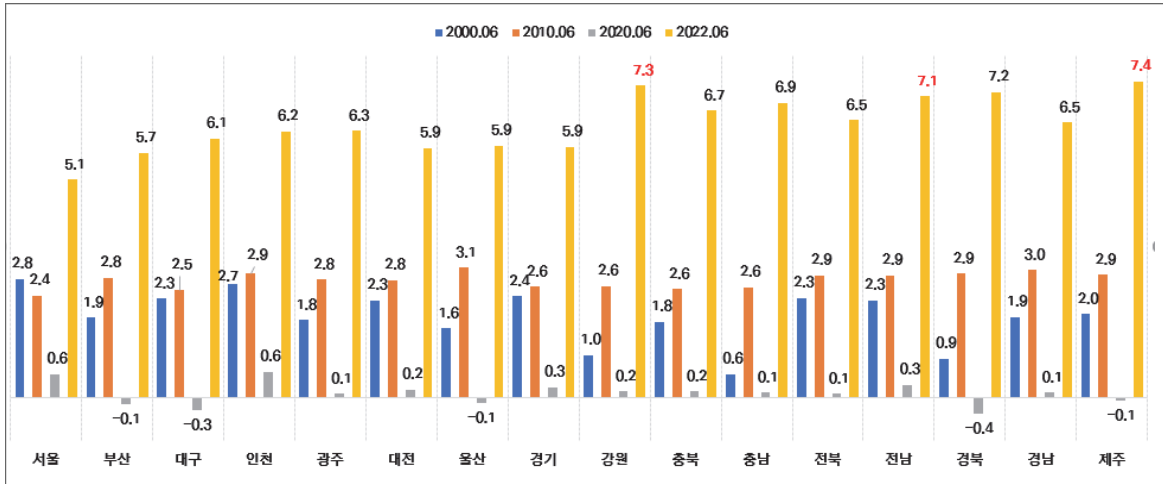
자료: 통계청(2012.01~2023.02), 소비자물가지조사

[그림 3-13] 전국과 서울 소비자물가지수 상승률 차이

- 서울시 생활물가지수는 전년보다 크게 상승한 5.6%를 기록했는데, 특히 밥상물가 타격이 심각
 - 2022년 서울시 생활물가지수는 전년 대비 5.6%가 상승하였는데, 특히 밥상물가의 주된 요소인 식품 물가 상승률은 2021년 10월 2.5%에서 2022년 8월 8.7%로 증가
 - 서울은 2000년, 2020년에 전국에서 물가가 가장 비싼 도시였으나 최근에는 제주, 강원, 경북, 전남이 7%대의 더 높은 물가 상승률을 보임
 - 이러한 양상은 생산 구조 취약으로 물류비용이 많이 들고 원유가격 상승에 민감하며, 관광지가 많은 지역의 경우 외식물가 상승률이 높는데 기인

18 이 발제는 김진하·오은주·정현철(2022, 서울연구원)의 「물가 불안품목 집중관리·불공정거래 감시 포함 서울시 차원의 단계별 물가안정 추진방안 필요」를 요약·정리한 것임

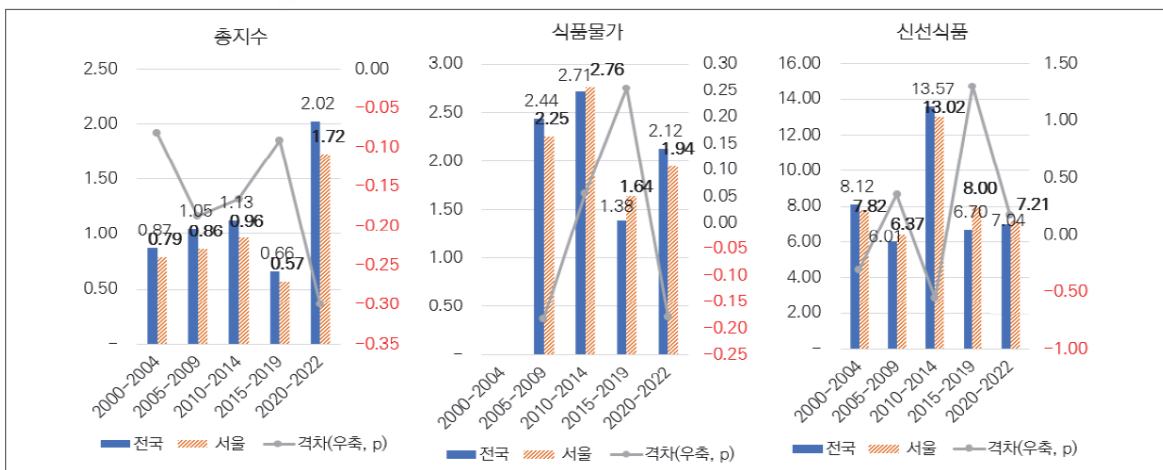
(단위: %)



주 1. 소비자물가지수(2020=100)
 주 2. 세종특별자치시의 소비자물가지수는 2020년부터 공표되어 과거 수치가 없어 제외하였음
 자료: 통계청(2000년, 2010년, 2020년, 2022년 각 6월), 소비자물가지조사

[그림 3-14] 광역시·도별 소비자물가지수 변화

- 서울은 신선식품의 물가 변동성이 크고, 최근 들어 물가 불안요인이 변화
 - 물가 변동성을 산출한 결과, 서울의 소비자물가지수는 2020~2022년 동안 1.72로 확대
 - 식품부문은 2014년 이후부터 감소세 속에 전국보다 낮은 수준이나 서울의 신선식품 물가 변동성은 2020~2022년 전국보다 0.17p 높게 나타남
 - 코로나19 대유행 기간인 2020~2022년 동안 서울의 생활물가 기여율이 높은 항목은 돼지고기, 공동주택관리비, 국산 쇠고기, 보험서비스료 등이었는데, 2022년 상반기 들어 휘발유가 가장 높은 기여율을 기록



주 1. 김범식(2014) [그림 3]을 인용 및 수정
 주 2. 소비자물가지수(2020=100)
 주 3. 소비자물가 변동성은 기간 내 월별 소비자물가지수의 저년 동월 대비 상승률의 표준편차로 산출
 주 4. 식품물가는 생활물가지수 중 식품부문 물가인데, 2005년 1월부터 제공되어 변동성은 2006년부터 산출
 자료: 통계청, 각 연도, 소비자물가지조사

[그림 3-15] 소비자물가의 변동성 추이

[표 3-2] 최근 서울시 생활물가 상승을 주도한 상위 15개 품목

(단위: %)

| 구분 | 가중치 비중 | 주요 품목별 가격 상승률 | | | 생활물가 기여율 | | 서울시 품목관리 |
|---------|--------|---------------|-------|----------|---------------|----------|----------|
| | | 2020년 | 2021년 | 2022년(상) | 2020~2022년 평균 | 2022년(상) | |
| 생활물가지수 | 100.0 | | | | | | |
| 돼지고기 | 2.00 | 13.6 | 10.0 | 11.9 | 19.8 | 6.1 | ○ |
| 국산쇠고기 | 1.66 | 9.4 | 8.4 | 3.8 | 11.1 | 1.6 | ○ |
| 배추 | 0.28 | 48.3 | -19.8 | 19.0 | 6.9 | 1.4 | ○ |
| 달걀 | 0.51 | 11.1 | 46.2 | -2.5 | 6.7 | -0.3 | ○ |
| 수입쇠고기 | 0.66 | 1.9 | 4.7 | 28.4 | 2.7 | 4.8 | |
| 치킨 | 1.32 | 1.7 | 2.1 | 8.7 | 2.6 | 2.9 | ○ |
| 구내식당식사비 | 2.25 | 1.7 | 5.8 | 2.1 | 4.5 | 1.2 | |
| 휘발유 | 3.93 | -5.9 | 13.2 | 22.1 | 3.3 | 22.2 | |
| 공동주택관리비 | 3.97 | 3.2 | 5.5 | 4.8 | 11.8 | 4.8 | ○ |
| 전기료 | 2.93 | - | -0.5 | 8.0 | 1.8 | 6.0 | |
| 상수도료 | 0.91 | - | 2.7 | 21.2 | 2.0 | 4.9 | |
| 보험서비스료 | 1.62 | 7.9 | 9.0 | 13.3 | 11.1 | 5.5 | |
| 외래진료비 | 3.63 | 2.4 | 1.8 | 2.3 | 6.4 | 2.1 | |
| 중학생학원비 | 2.42 | 3.2 | 1.9 | 1.8 | 5.3 | 1.1 | |
| 고등학생학원비 | 2.55 | 2.8 | 0.8 | 2.4 | 4.7 | 1.5 | |

주 1. 김진하·오은주·정현철(2022)의 [표 2]를 인용

주 2. 주요 품목별 가격 상승률 중 2022년 1~6월 상승률을 평균하여 사용


주 3. 생활물가 기여율은 2020~2022년은 2000년, 2021년, 2022년(1~6월)의 기여율을 평균하여 사용

주 4. 생활물가지수(2020=100) 가중치는 소비자물가지수 가중치 중 생활물가지수 품목을 재환산

자료: 통계청, 각 연도, 소비자물가지조사

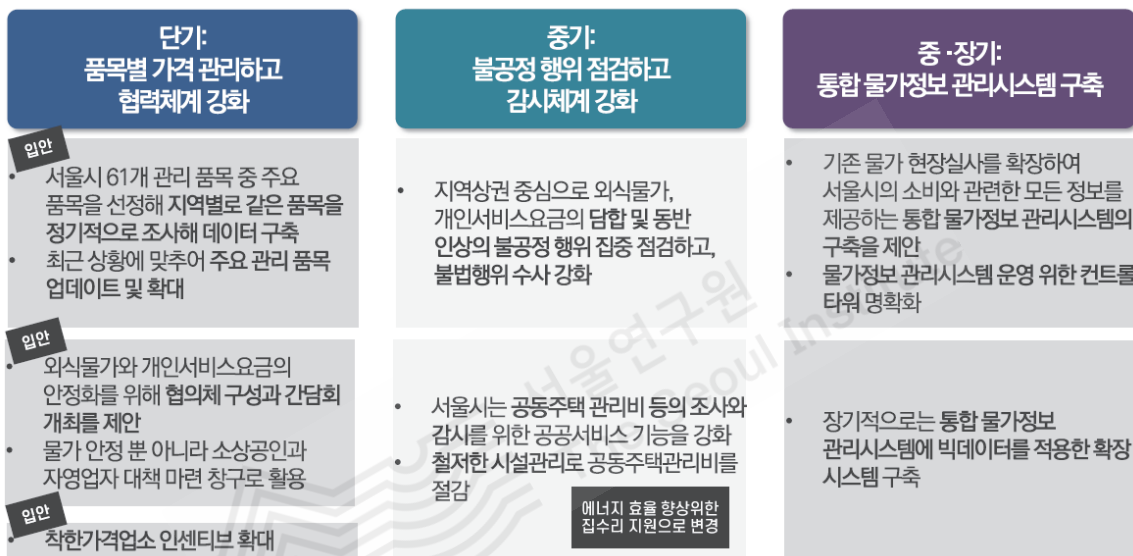
- 2022년 물가상승세가 본격화함에 따라 정부는 물가안정을 위한 대책 구체화
 - 정부는 2022년에 비축물량 방출, 가격할인 및 통제, 소비촉진, 보조금 지급 등으로 물가 안정을 유도하였고, 2023년 주요 과제로 생계비 경감, 식품가격 안정, 취약계층 지원, 소상공인 및 자영업자 지원 등을 설정
 - 러시아-우크라이나 전쟁으로 물가 변동성이 커지자 관세 및 쿼터 조정, 유류세 인하 및 LNG 할당관세 0% 적용 등 시장에 적극 개입
- 서울시는 지자체 특성에 맞는 물가대응책 중점 추진
 - 물가대책위원회를 운영하여 중앙정부의 공공요금 동결 요청에 따라 버스요금, 쓰레기봉투 요금 인상을 연기
 - 물가정보 누리집을 61종에서 82종으로 개편하고, 착한가격업소를 831개에서 연내 1,500개로 확대할 계획
 - 타 지자체들도 품목관리, 불공정거래행위 단속, 소비자권익보호를 시행하고 있는데, 지역 별로 중점 시책은 상이(대구·부산·강원·제주 등 관광활성화 지역은 온라인을 통한 물가정보 제공에 노력)

- 미국과 프랑스는 연방정부가 물가관리와 불공정거래를 단속하고 지방정부는 이를 적극 지원하는 한편, 일본과 영국은 물가 취약계층에 대한 보조금 지급 및 긴급수급물품 가격 통제
 - 미국 뉴욕주는 코로나19에 따른 물가 폭등에 대응하여 가격 상승폭 규제법안(GBL396-r)을 제정, 2022년 아기용 조제분유 공급 차질 시 긴급행정명령도 발동
 - 프랑스는 자유경쟁이 기본 원칙이나 정부가 분쟁해결과 소비자의 합리적 선택과정에 적극 개입(예. 소비자에게 추천상품 정보 제공)하고, 파리시는 주차비 등 시 관련 공공요금, 임대료, 생활비 등에 대해 구체적인 자료를 공개하여 정보를 제공
 - 도쿄도 등 일본의 지방정부는 물가통계 자료 관리, 공공요금 인상 시 공청회 개최, 물가 상승으로 피해를 본 사회집단에 보조금을 지급
 - 영국의 지방정부는 복지 관점에서 물가를 관리하고, 중앙정부보다 지원 시기나 대상을 구체화하여 접근

| 미국 | 프랑스 |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ● 뉴욕주는 코로나19에 따른 물가 폭등에 대응하여 가격상승폭 규제하는 법안 GBL 396-r 제정 • 전국에서 아기용 조제분유 공급에 차질 발생해 뉴욕주는 분유 관련 비상사태 선포, 2022년 5월 21일 긴급행정명령 98(Emergency Executive Order 98)을 발령 • 이 긴급행정명령에 따르면 소비자는 뉴욕주에 부당한 가격 책정 사례를 직접 고발할 수 있고, 뉴욕주는 분유를 구하기 어렵거나 구매할 능력이 없는 시민을 지원 ● 뉴욕시의 소비자보호법에 따라 가격표시제 시행하고, 코로나19 비상사태 선언되기 직전 가격 불법 인상 사례에 벌금 부과 | <ul style="list-style-type: none"> ● 자유경쟁 원칙 아래 물가관리 하지만, 분쟁해결과 소비자물건 선택에는 적극 개입 • 경제부 소속 관리국인 소비 및 부정 거래 관리국(DGCCRF)은 직접 기업에 벌금 부과해 재정적 제재 • 프랑스국립소비연구소는 현명한 소비 위한 추천 상품 정보 제공 ● 파리시는 주차비 등 시 관련 공공요금 관리, 임대료 통제, 생활비 공개  |
| 일본 | 영국 |
| <ul style="list-style-type: none"> ● 도쿄도 등 지방정부는 물가 통계 자료 관리, 공영 수도 요금 · 공립학교 수업료 · 공중목욕탕 입욕료 · 인감증명서 수수료 등 직접 결정 ● 공공요금 조정시 공청회 개최 • 요금 인상하려는 사업자가 담당관청인 경제산업성에 요금개정 신청 → 공청회 개최(국민소비자위원회 의견 청취) → 경제산업성-소비자청 협의 ● 물가상승 피해본 사회집단 특정해 보조금 지급 • 러시아-우크라이나의 전쟁에 따른 수입사료 가격 상승을 감안해 축산업자의 곡물 수입 비용 보전 • 주택건설업자의 수입 목재 비용 일부 지원 | <ul style="list-style-type: none"> ● 영국 지방정부는 복지 관점에서 물가관리, 지원시기대상은 중앙정부보다 구체적 • 런던시는 각종 요금 정보, 부채, 소득, 위기, 정신건강, 이민자의 구제 정보를 홈페이지에 제공 • 한국인들이 많이 거주하는 리치몬드구는 물가 안정을 위해 자금(비용), 연료와 물, 가족 등의 정책을 시행 ● 영국 정부는 저소득층 취약계층 대상 지원 토대로 현재의 고물가 상황 해결 위해 노력 • 2022년 봄에 생활비 지원을 포함한 종합지원대책 발표 : 생활임금 인상, 유류비 인하와 전기요금 보조, 식료품 지원 펀드, 복지지출 확대 등이 대표적 |

[그림 3-16] 해외 주요국의 물가관리 대책

- 서울시는 물가 불안품목 관리, 불공정거래 감시, 협력체계 구축 강화 등의 대책을 단계적으로 추진하는 것이 바람직
 - 서울시는 밥상물가 관련 요소를 중심으로 상승폭이 크고, 신선식품 물가변동에 관한 불안 심리가 큰 특성을 나타냄
 - 코로나19 이후 식료품(돼지고기, 국산쇠고기)과 식품류 외 일부 항목(휘발유, 공동주택 관리비, 보험료)이 서울시 생활물가 전체의 상승을 주도하는 상황
 - 서울시 차원에서의 물가안정 방안은 크게 3가지로, 각각은 물가 불안 품목에 대해 확대 관리, 불공정거래를 적극 감시, 관련 단체와 협력체계 구축 제안 등임



[그림 3-17] 단계별 서울시 물가안정 추진 방안 제안

종합토론

신창호 연구원장(지식문화재단 지역경제연구원)

- 소비자체감경기를 나타내는 CSI 수치 해석 시 신중한 접근 필요
 - 같은 기간 동안 소상공인 BSI는 50~60선 수준인 반면, 소비자체감경기를 나타내는 CSI는 80~90선 수준으로 차이가 발생
 - CSI데이터가 서울의 경기를 체감적으로 잘 반영하고 있는지 확인 필요
- 창업 교육에서 소상공인 사업체 패널데이터 결과들을 적극적으로 활용하는 것 필요
 - 소상공인 사업체 패널데이터의 결과는 소상공인의 경영환경과 현실적 어려움(예. 근로자 일 때보다 소득이 낮음)을 파악할 수 있는 의미 있는 자료임
 - 의미 있는 결과들을 창업 교육에 활용함으로써 창업을 더 신중하고 철저하게 준비하고, 소상공인 생존률을 높일 수 있도록 유도하는 것이 필요
- 현재 조사항목 외 폐업한 소상공인의 실태, 신용보증지원 여부에 따른 차이 등을 조사하는 것도 의미가 있을 것으로 보임
 - 소상공인의 폐업 전후 실태(예. 폐업 과정, 폐업 후 어떻게 되는지 등), 신용보증재단의 신용보증을 받은 기업과 받지 못한 기업의 생존률 등을 비교분석하는 것도 소상공인 창업에 큰 도움이 될 것 같음
- 서울시(지자체) 수준에서 물가안정을 위해 취할 수 있는 정책 수단이 많지 않은 것이 현실

박선옥 팀장(서울신용보증재단 소상공인정책연구센터 정책연구팀)

- 민생경제와 관련된 정책을 설계하는 데 세밀한 설계가 필요
 - 민생경제와 관련된 주요 현안을 계층별(소득별, 연령대별)로 다르게 인식하고 있으므로, 정책 설계 시 세밀한 설계가 중요
- 소상공인들이 직접적으로 체감할 수 있는 물가안정 대책을 마련하는 것이 바람직
 - 소비자물가가 높아질수록 소비가 줄어들 가능성이 높아지기 때문에 소상공인들은 이중고에 처해있는 상황
 - 제안해주신 물가안정 대책들도 필요해 보이나, 물가안정 대책의 효과가 직접적으로 나타나기에는 일정 정도의 한계가 존재
 - 소상공인 사업체 패널데이터에 따르면 소상공인 활성화를 위해서는 세제 혜택이 가장 필요하다고 응답하는바, 착한가격업소에게 소모품(예. 쓰레기봉투)을 지원하는 간접적인 방식보다는 수도세나 전기세 면제, 외식업종의 경우 플랫폼 수수료를 지원하는 것이 더 실효성이 있을 것
 - 착한가격업소를 확대하기보다 직접적인 재정을 투입하여 자생적으로 착한가격업소가 늘어날 수 있게 하는 방법도 고민해 볼 필요가 있다고 봄

우영진 부연구위원(서울연구원 도시모니터링센터)

- 무분별한 창업을 방지하는 데 소상공인 사업체 패널데이터가 유용할 것
 - 소상공인의 수익이 직장인 월급보다 적을 수 있다는 정보만 제공해도 무분별한 창업을 막는 데 효과적인 것으로 판단됨
- 재난지원금은 물가 측면에서 물가 상승을 자극할 가능성이 있으므로 신중하게 접근하는 게 필요
 - 과거 재난지원금이 외식 확대를 통해 한우가격 인상을 유발
 - 물가 변동을 부추기는 여러 가지 기여 품목들을 보면서 수요를 부추기는 재난지원금이 과연 타당했는지 의문이 듦
- 물가안정 대책 마련 시 서울시가 잘 할 수 있는 부분에 집중하는 게 필요
 - 일반 국민이 자주 사용하는 민간 플랫폼(예. 네이버맵, 카카오맵)에서 전국 휘발유 가격 정보를 제공하고 있는 상황에서 공공에서도 유사한 사이트를 개설·운영 중
 - 물가안정 대책을 마련하는 데 민간이 잘 운영하는 영역을 공공이 개입하기보다는 정부나 지자체 등 공공이 잘 할 수 있는 영역에 집중하는 것이 바람직함

최봉 연구위원(경희대학교)

- 소비자체감지수의 조사 목적은 경기에 대한 소비자들의 인식과 트렌드를 파악하는 것
 - 과거 소비자체감경기를 연구할 때 지수 체감이 쉽지 않은 상황에서 조사결과가 얼마나 의미가 있는지 많은 고민이 있었음
 - 소비자체감지수를 해석하는 데 수치에 연연하기보다는 큰 방향에서 소비자들이 경기를 어떻게 생각하고, 어떻게 흘러가고 있는지 트렌드를 파악하는 것이 중요
 - 경기가 안 좋은 상황에서 소비자체감지수가 높게 나오는 이유는 소비자들이 보수적으로 답할 가능성이 있기 때문이라고 생각됨
 - 실제 소비자 체감경기 조사가 5점 척도로 실시되는데 ‘매우 좋다’나 ‘매우 나쁘다’ 등 극단적으로 체크하는 사람이 많지 않아 편준화하는 경향 존재
 - 았다보니 수치도 크게 벗어나지는 않을 것 같음
- 소상공인 사업체 패널조사를 다각도로 활용한 의미 있는 분석과 인사이트 도출 기대
 - 본인부담으로 창업을 한 그룹과 정부로부터 지원금을 받은 그룹 간 사업실적, 생존률 등을 비교분석 하는 것도 유용할 것으로 판단됨
 - 그 외에 프랜차이즈와 비프랜차이즈, 신규 창업과 인수창업 간에도 차이가 있을 것으로 예상되므로 다각도의 분석을 통해 의미 있는 인사이트가 도출되기를 기대
- 서울시 물가안정 대책으로 유통 단계 축소 방안도 고려해볼 수 있음
 - 저렴하게 물건을 거래할 수 있도록 산지와 소비자 간 직거래가 가능한 플랫폼을 운영 또는 지원하는 방법도 서울시 차원에서 생각해 볼 수 있을 것임

추가 논의 및 제언

- 소비자 체감경기 조사결과는 수치에 대한 기계적 해석을 넘어 소비자들의 경기 체감에 영향을 주는 거시적 맥락과 영향요인, 개별 지수들의 추세와 지수 간 비교 분석 등을 다각적으로 살펴보는 것이
긴요
- 서울시 소상공인 패널조사 결과는 무분별한 창업을 제어하고, 폐업에 따른 피해를 최소화하는
정책에 적극 활용 필요
 - 소상공인 생존율, 폐업 요인 및 폐업 이후의 삶 등에 대한 교육을 통해 예비창업자들이
창업에 신중하게 접근할 수 있도록 유도
 - 신용보증재단의 보증사업체들의 기간별 생존율, 폐업 고려요인 및 폐업 이후 상황에 대한
면밀한 조사가 추가로 진행된다면 보다 유용할 것으로 기대
 - 창업에 소요되는 비용 중 본인 부담과 정부 지원금 비율에 따라 영업실적이나 생존율의
차이가 존재하는가를 분석하는 것도 의미가 있을 것
 - 이러한 조사 및 분석을 통해 무분별한 창업 억제와 폐업으로 이어지는 피해를 최소화하고,
소상공인들의 창업 후 생존율을 높이는 방안 모색 필요
- 소비위축에 따른 소상공인 부담을 경감시키기 위해서는 실효성 있는 대책 발굴이 중요
 - 소비위축과 원자재 및 재료비 상승은 소상공인의 이중고를 심화시키는 핵심 요인으로,
서울시에서는 실효성 있는 물가대책을 마련할 필요가 있을 것임
 - 특히, 생활물가지수 중 식품류와 외식 분야를 중심으로 하는 밥상물가 부담이 심한 상황
에서, 소상공인이 많은 외식 분야의 대책이 강구됨
- 서울시 물가안정 대책 마련에 있어 실효성 있는 접근이 필요
 - 착한가격업소 인센티브제의 경우, 지원금이나 업체 수 등과 같은 양적 확대에 치중하기
보다는 직접적인 혜택을 제공하여 자생적인 확대가 가능하게 해야 함
 - 특히 외식업종은 코로나19를 계기로 플랫폼 활용이 활성화되었으므로 플랫폼 수수료,
수도세, 전기세 등과 같은 직접적인 세제혜택을 제공해야 효과를 높일 수 있음
 - 물가정보 제공 채널은 활용도 높은 민간 플랫폼이 많으므로, 정부나 지자체 차원에서 굳이
별도 운영하는 것은 실효성이 크지 않을 수 있음
 - 서울시는 물가정보 시스템, 정보 거래센터, 소비자 보호센터를 구분하여 운영 중인데,
정보 접근성 제고와 효율적인 운영을 위해서는 통합적 정보시스템도 고려 필요

부록 1. CSI 조사개요 및 산출방법

〈CSI 조사개요〉

- ① 소비자 체감 경기동향은 소비자태도지수, 생활형편지수, 소비지출지수 등을 조사·분석
- ② 소비자 체감 CSI(경기동향지수)를 통해 소비자의 동향을 진단

- 조사대상: 2023년 주민등록인구통계 기준 가구주 연령 만 20세~69세 서울시 일반가구 가구주 및 가구주의 배우자
- 조사규모: 총 1,200가구(표본오차 95% 신뢰수준에서 $\pm 2.82\%p$)
- 조사내용: 1) 기본조사: 생활형편, 경기, 소비지출, 구입태도, 순자산, 고용상황, 물가예상, 가계부채 등
2) 부가조사: 구직 여건, 부동산 경기, 임대료 수준, 올 한해 중요 경제 현안, 생계비 부담항목, 생계비 부담 경감을 위한 서울시 필요 정책 등
- 조사기간: 2023년 3월 14일 ~ 3월 27일

〈CSI 산출방법〉

- ‘소비자태도지수’는 5개 주요지수(현재생활형편지수, 미래생활형편지수, 현재경기판단지수, 미래경기판단지수, 내구재구입지수)를 이용하여 아래와 같은 식으로 산출(단, 표준화 값 적용)

$$\text{소비자태도지수} = \frac{(a + b + c + d + e)}{5}$$

a : 현재생활형편지수 b : 미래생활형편지수 c : 현재경기판단지수 d : 미래경기판단지수 e : 내구재구입지수

- 위 5개 항목별($a \sim e$) CSI는 소비자의 경기 체감 및 전망의 응답 값을 5점 척도로 파악하여, 응답 값별로 0~200점의 수치를 부여한 후 아래와 같은 식으로 산출
- ‘매우 감소, 매우 악화’ 0점, ‘다소 감소, 다소 악화’ 50점, ‘동일, 유지’ 100점, ‘다소 증가, 다소 호전’ 150점, ‘매우 증가, 매우 호전’ 200점

$$CSI_{a \sim e} = \left(\frac{0 \sum_{ij \in n_1} n_{ij1} + 50 \sum_{ij \in n_2} n_{ij2} + 100 \sum_{ij \in n_3} n_{ij3} + 150 \sum_{ij \in n_4} n_{ij4} + 200 \sum_{ij \in n_5} n_{ij5}}{\sum_{ij} n} \right)$$

i : 권역을 나타내는 첨자 ($i = 1(\text{도심권}), 2(\text{서북권}), 3(\text{서남권}), 4(\text{동남권}), 5(\text{동북권})$)

j : 가구주 연령을 나타내는 첨자 ($j = 1(20\text{대}), 2(30\text{대}), 3(40\text{대}), 4(50\text{대}), 5(60\text{대})$)

n_{ij} : i 권역, j 가구주 연령 그룹 내의 조사된 응답 가구 수

n : 조사된 전체 응답 가구 수 ($(n_1, n_2, n_3, \dots, n_n) \in n$: 문항별 조사된 응답 가구 수)

부록 2. BSI 조사개요 및 산출방법

〈BSI 조사개요〉

- ① 소상공인 경기동향은 소상공인과 전통시장의 체감 BSI(경기동향지수)를 분석
- ② 소상공인 경기동향 분석은 소상공인시장진흥공단 「소상공인시장경기동향조사(BSI)」의 조사 결과 중 서울시 해당 자료를 활용

| 구분 | 소상공인시장진흥공단 「소상공인시장 경기동향조사(BSI)」 | |
|-------|---|---|
| | 소상공인 | 전통시장 |
| 조사대상 | <ul style="list-style-type: none"> • 2020년 기준 경제총조사 중 제조업, 소매업, 서비스업 등 주요 9개 업종의 5인 미만 사업체 ※ 제조업 10인 미만 사업체 | <ul style="list-style-type: none"> • 2021년 전통시장 상점가 및 점포경영 실태조사 중 농산물, 축산물, 수산물 등 주요 8개 업종에 해당하는 전통시장 내 점포 |
| 표본수 | <ul style="list-style-type: none"> • 총 2,400개 사 (표본오차 95% 신뢰수준에서 ±2.00) | <ul style="list-style-type: none"> • 총 1,300개 사 (표본오차 95% 신뢰수준에서 ±2.70) |
| 조사 지역 | <ul style="list-style-type: none"> • 전국 17개 시도 | |
| 조사 항목 | <ul style="list-style-type: none"> • 매출, 자금사정, 비용상황, 구매고객수, 경기 전반 | |
| 조사 기간 | <ul style="list-style-type: none"> • 2023년 2월 18일 ~ 2월 22일(5일간) | |

주: 이 연구에서는 전국 17개 시도 자료 중 서울시 자료만을 사용

〈BSI 산출방법〉

- 경기 체감 및 전망의 응답 값을 5점 척도로 파악하여, 응답 값별로 0~200의 점수를 부여
 - ① '매우 감소, 매우 악화' 0점, ② '다소 감소, 다소 악화' 50점, ③ '동일, 유지' 100점, ④ '다소 증가, 다소 호전' 150점, ⑤ '매우 증가, 매우 호전' 200점
- BSI = [(① 응답빈도 × 0) + (② 응답빈도 × 50) + (③ 응답빈도 × 100) + (④ 응답빈도 × 150) + (⑤ 응답빈도 × 200)] / (총 응답빈도수)



이 보고서는 2023년 1/4분기 민생경기 동향을 파악하고자
2023. 3. 14. ~ 3. 27.

설문조사, 전화면접조사, 이메일조사 등을 거쳐 작성

〈문의사항〉

경제사회연구실

선임연구위원 정병순(02-2149-1223) / 연구원 유인혜(02-2149-1073)