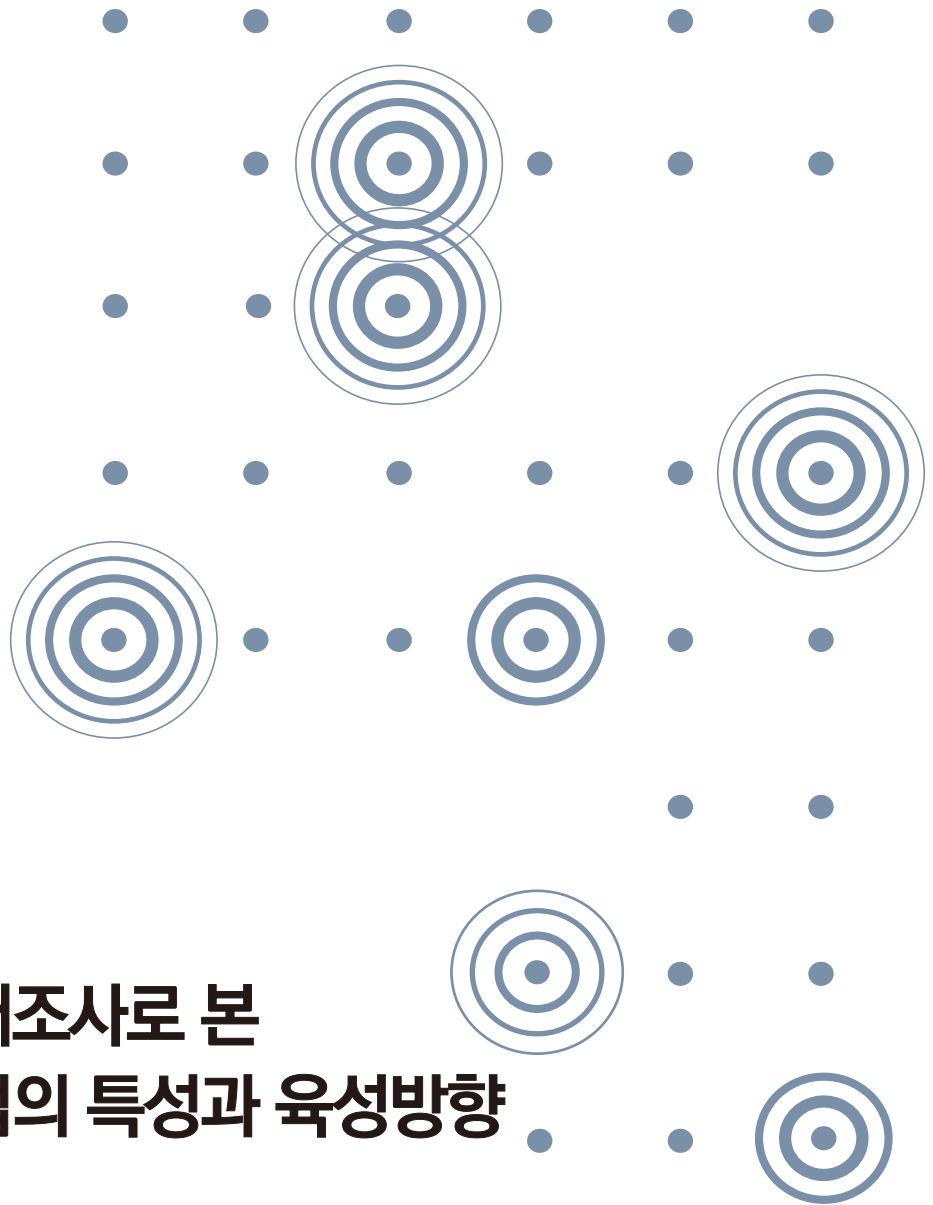


정책리포트

제324호 2021. 5. 17



—
**통계분석과 실태조사로 본
서울시 여성기업의 특성과 육성방향**

김범식

선임연구위원

장윤희

연구원

————— 서울연구원 정책리포트는 서울시민의 삶의 질을 향상하고
서울의 도시 경쟁력을 강화하기 위해 도시 전반의 다양한 정책 이슈를 발굴하여 분석함으로써
서울시의 비전 설정과 정책 수립에 기여하고자 작성된 정책보고서입니다.

제324호

통계분석과 실태조사로 본 서울시 여성기업의 특성과 육성방향

발행인 유기영

편집인 양재섭

발행처 서울연구원

06756 서울특별시 서초구 남부순환로 340길 57

02-2149-1234

www.si.re.kr

ISSN 2586-484X

발행일 2021년 5월 17일

※ 이 정책리포트는 서울연구원의 연구보고서 「통계분석과 실태조사에 기반한 서울시 여성기업 특성」을 바탕으로 작성되었습니다.

※ 이 정책리포트의 내용은 연구진의 견해로 서울특별시의 정책과 다를 수 있습니다.

2021. 5. 17
서울연구원 정책리포트
324

통계분석과 실태조사로 본 서울시 여성기업의 특성과 육성방향

김범식 선임연구위원
02-2149-1276
kbs@si.re.kr

장윤희 연구원
02-2149-1280
yhjang80@si.re.kr

| | |
|------------------------------|----|
| 요약 | 3 |
| I. 통계분석으로 본 서울시 여성기업의 구조적 특성 | 4 |
| II. 실태조사로 본 서울시 여성기업의 경영 특성 | 11 |
| III. 서울시 여성기업 육성을 위한 정책방향 | 17 |

요약

국내외적으로 여성기업이 단순히 사회적 약자라는 인식에서 벗어나 여성기업의 중요성에 주목해 지원정책을 수립하는 경향이 높아졌다. 이는 저출산·고령화 등의 상황 속에서 양질의 여성노동력 활용이 중요하고, 미래 경제성장의 주체로서 여성기업의 역할이 중요하다는 인식에 기반한다. 여성기업의 창업활동이 늘어나고 있고, 일자리 창출 효과도 남성기업보다 큰 것으로 분석됨에 따라 서울경제의 성장잠재력과 일자리 창출력 강화를 위해 여성기업에 대한 연구가 중요하다. 여기서는 서울 소재 여성기업의 정형화된 특징을 분석하고, 여성기업의 제반 실태와 경영활동상의 애로요인 등을 파악해 향후 여성기업 육성을 위한 정책방향을 제시하고자 한다.

여성기업의 위상은 남성기업에 비해 열위, 점차 개선되는 추세

2018년 서울시 전체 사업체 중 여성기업 비중은 34.5%로 남성기업보다 31.0%p 낮지만, 여성기업과 남성기업의 비중 차이는 점차 축소되고 있고, 여성기업의 연평균 증가율(1.9%)은 남성기업(1.2%)보다 높았다. 특히 2018년 서울시 여성기업의 전체 근로자 중 여성 근로자 비중은 62.9%로 남성기업의 여성 근로자 비중(38.8%)보다 24.1%p 높게 나타났다. 이는 여성기업이 상대적으로 여성 근로자 고용에 더 적극적이거나 여성들이 일하기에 적합하다는 것을 보여준다.

여성기업은 판로개척 등 판매선 확보에 가장 큰 어려움

여성기업이 경영활동을 하면서 가장 어려움을 겪는 분야는 '판로개척 등 국내 판매선 확보'(75.0%)였다. 그다음은 '자금조달 등 자금관리'(64.2%), '인력확보 등 인사관리'(22.4%), '경영 관련 정보 획득'(7.9%) 등의 순으로 나타났다. 서울시가 경쟁력 있는 여성기업 육성을 위해 중점적으로 추진해야 하는 지원정책으로 여성기업들은 '경영안정 자금 지원', '국내외 판로개척 지원(제품 홍보, 박람회 등)', 그리고 '기술개발 및 사업화 자금 지원' 등을 꼽았다.

여성기업 육성 위해 지역특성에 기반한 맞춤형 전략 수립

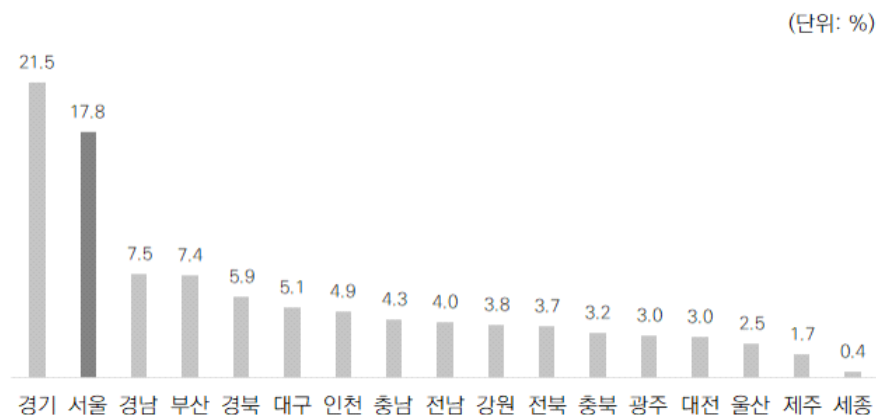
서울시 여성기업의 육성을 위해 다음과 같은 정책방향을 설정할 필요가 있다. 첫째, 서울은 중앙정부와 달리 지역 특성에 기반한 맞춤형 전략을 수립하고 중앙정부와 차별화된 전략을 구사해야 한다. 둘째, 향후 경제성장을 주도할 수 있는 고부가가치 업종을 중심으로 여성기업을 육성해야 한다. 셋째, 권역별 집적지와 서울의 산업거점 조성 계획 등을 연계해 유망 여성기업을 적극적으로 육성해야 한다. 넷째, 창업 및 판매 활성화를 위한 지원정책을 강화해야 한다. 다섯째, 서울시·중앙정부의 여성기업 지원정책과 여성기업제품에 대한 홍보 강화, 지원 절차 등을 개선할 필요가 있다.

I. 통계분석으로 본 서울시 여성기업의 구조적 특성

I 여성기업 위상은 남성기업에 비해 열위, 점차 개선되는 추세

서울 소재 여성기업은 서울시 전체 사업체 중 34.5% 차지, 전국 내 비중은 2위

- 2018년 서울시 전체 사업체 중 여성기업 비중은 34.5%로 남성기업보다 31.0%p 낮은 수준
 - 여성기업과 남성기업의 비중 차이는 2010년 33.4%p에서 2018년 31.0%p로 점차 축소
 - 여성기업은 2010년 23만 443개에서 2018년 26만 8,069개로 연평균 1.9% 증가해 남성기업의 연평균 증가율(1.2%)을 상회
 - ※ ‘여성기업’이란 중소벤처기업부·(재)여성기업종합지원센터의 정의를 따라 사업체 대표가 여성이고, 경영조직 형태는 개인사업체 및 상법상 회사법인인 경우를 말함
- 2018년 전국에서 서울시 여성기업이 차지하는 비중은 17.8%로 경기도(21.5%)에 이어 2위
 - 전국 내 서울시 여성기업 비중은 2010년 19.1%에서 2018년 17.8%로 1.3%p 감소
 - 이는 사업부지 매입의 어려움, 높은 임대료 등으로 인해 서울의 여성기업들이 상대적으로 사업부지 구입이 용이한 경기도 등 서울의 주변 지역으로 이전했기 때문인 것으로 판단



[그림 1] 전국 내 시·도별 여성기업 사업체 수 비중(2018)

여성기업 내 여성 근로자 비중은 62.9%로 남성기업보다 24.1%p 높아

- 2018년 서울시 여성기업 종사자는 전체 종사자 중 20.4%를 차지
 - 여성기업 종사자 비중이 사업체 비중보다 낮다는 것은 여성기업의 영세성을 의미
 - 여성기업의 사업체당 평균 종사자 수도 3.2명으로 남성기업(6.7명)의 48.7% 수준에 불과
 - 그러나 여성기업 종사자 수는 2010년~2018년 중 연평균 3.2% 증가해 남성기업(1.4%)보다 높고, 사업체당 평균 종사자 수도 2010년 2.9명에서 2018년 3.2명으로 점차 확대

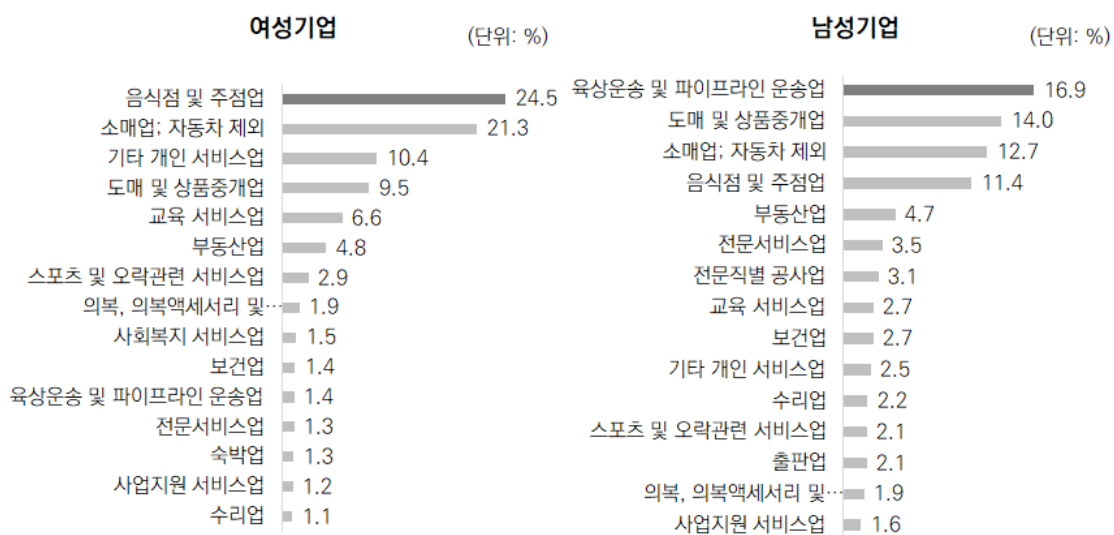
- 특히 2018년 서울시 여성기업의 전체 근로자 중 여성 근로자 비중은 62.9%로 남성기업의 여성 근로자 비중(38.8%)을 24.1%p 상회
 - 이는 여성기업이 상대적으로 여성 근로자 고용에 더 적극적이거나 여성들이 일하기에 적합하다는 것을 시사

여성기업은 개인사업체가 약 90%로 압도적이거나, 회사법인도 갈수록 증가 추세

- 2018년 서울시 여성기업 중 개인사업체는 89.8%인 데 비해 회사법인은 10.2%에 불과
 - 서울시 여성기업의 개인사업체 비중은 남성기업(75.4%)보다 14.4%p 높은 수준
 - 그러나 서울시 여성기업 내 개인사업체는 2010~2018년 중 연평균 1.3% 증가한 데 비해 회사법인은 연평균 9.9% 증가해 점차 회사법인이 확대되는 양상

여성기업은 남성기업에 견줘 음식점·주점업 등 소수업종에 집중

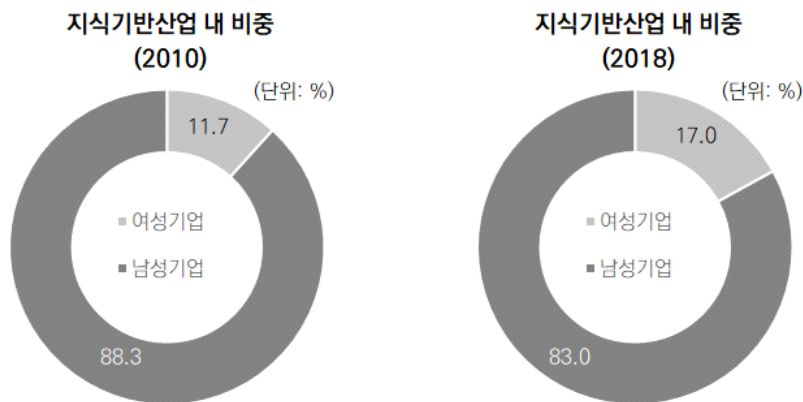
- 서울시 여성기업을 업종별로 보면, ‘음식점 및 주점업’, ‘소매업’, ‘기타 개인 서비스업’ 등 생계형 업종 위주로 구성
 - ‘음식점 및 주점업’이 24.5%로 가장 높고, ‘소매업’(21.3%)과 ‘기타 개인 서비스업’(10.4%)도 10% 이상의 비중을 차지하면서 상위 3개 업종에 56.2%가 집중되는 등 소수 업종에 대한 의존도가 남성기업보다 높은 편
 - 2010~2018년 중 여성기업의 업종별 증가율은 ‘전문서비스업’(12.1%), ‘육상운송 및 파이프라인 운송업’(5.7%), ‘사업지원 서비스업’(5.7%) 등에서 높았고, 집적도 1~3위 업종인 ‘음식점 및 주점업’(0.1%), ‘소매업’(1.0%), ‘기타 개인 서비스업’(2.2%) 등은 낮은 편



[그림 2] 서울시 여성기업과 남성기업의 산업 중분류별 집적도(2018)

지식기반산업 내 여성기업 위상은 열위, 그러나 성장속도는 남성기업보다 빨라

- 2018년 서울시 지식기반산업에서 여성기업 비중은 17.0%로 남성기업(83.0%)보다 열위
 - 2018년 지식기반산업 내 여성기업과 남성기업은 각각 21,543개, 104,877개
 - 지식기반산업 내 여성기업과 남성기업은 모두 95% 이상이 지식기반서비스업으로 구성
 - 2010~2018년 중 지식기반산업 내 여성기업 수는 연평균 8.7% 증가하면서 남성기업 (2.9%)보다 빠른 속도로 늘어나는 추세



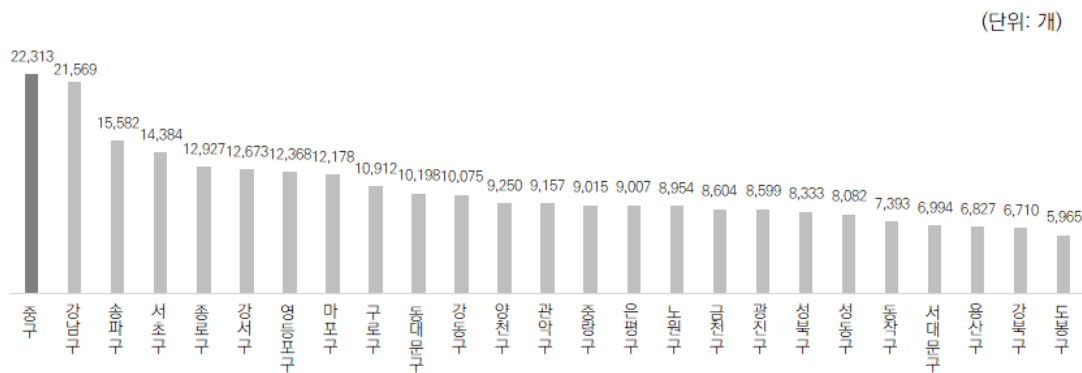
[그림 3] 서울시 지식기반산업 내 여성기업과 남성기업 비중

서울시 여성기업 중 고위기술 업종도 점차 늘어나는 추세

- 서울시 여성기업 중 제조업을 기술 수준별로 살펴본 결과, 저위기술 업종에 속한 사업체가 가장 많지만, 고위기술 업종 사업체도 점차 늘어나는 추세
 - 2018년 서울시 여성기업은 저위기술 업종 사업체가 제조업 중 85.1%(11,728개)를 차지
 - 그다음은 중고위기술 업종 사업체 6.2%(852개), 중저위기술 업종 사업체 5.6%(774개), 고위기술 업종 사업체 3.1%(431개) 등의 순으로 구성
- 2010~2018년 중 서울시 여성기업의 기술 수준별 사업체의 연평균 증가율을 보면, 고위기술 업종 사업체의 연평균 증가율이 가장 높은 것으로 분석
 - 2010년 이후 여성기업 중 고위기술 업종 사업체의 연평균 증가율이 8.2%로 가장 높고, 그다음은 중고위기술 업종 사업체(7.3%), 저위기술 업종 사업체(3.7%), 중저위기술 업종 사업체(3.6%) 등의 순
 - 여성기업은 저위 또는 중저위기술에서 중고위기술, 고위기술 등 기술 수준이 높아질수록 사업체 증가율이 커지는 경향
 - 남성기업의 기술 수준별 사업체의 연평균 증가율도 고위기술 업종 사업체의 연평균 증가율이 가장 크지만 2.7%에 불과, 그다음은 저위기술 업종 사업체(0.4%), 중고위기술 업종 사업체(0.0%), 중저위기술 업종 사업체(-2.4%) 등의 순으로 여성기업과 대조적

서울시 여성기업은 중구와 강남구에 많이 밀집

- 2018년 자치구별 여성기업 수를 보면, 중구(22,313개)와 강남구(21,569개)가 가장 많은 편
 - 그다음은 송파구 15,582개, 서초구 14,384개, 종로구 12,927개 등의 순이었으며, 여성기업이 가장 적은 구는 도봉구(5,965개)
 - 2018년 전체 여성기업 내 자치구별 비중을 보면, 중구와 강남구가 각각 8.3%, 8.0%로 큰 비중을 차지하고, 나머지 자치구들은 2~5%대의 비중
- 밀집도 1위, 2위인 중구와 강남구에 소재한 여성기업 업종은 주로 ‘도매 및 상품중개업’, ‘음식점 및 주점업’ 등
 - 중구는 ‘도매 및 상품중개업’이 가장 많고, 그다음은 ‘소매업’, ‘음식점 및 주점업’, ‘인쇄 및 기록매체 복제업’, ‘기타 개인서비스업’ 등으로 구성
 - 강남구는 ‘음식점 및 주점업’이 가장 많고, 그다음은 ‘소매업’, ‘기타 개인 서비스업’, ‘교육 서비스업’, ‘도매 및 상품중개업’, ‘부동산업’ 등으로 구성



[그림 4] 서울시 여성기업의 자치구별 사업체 수(2018)

- 서울시 여성기업 중 지식기반산업에 속한 사업체는 강남구, 서초구 등에 가장 많이 밀집하는 등 전체 여성기업의 자치구 밀집도와 차별적
 - 2018년 강남구에 소재한 지식기반산업 사업체는 3,144개로 지식기반산업 여성사업체의 14.6%가 밀집하고, 그다음은 서초구(1,896개, 8.8%), 마포구(1,480개, 6.9%), 송파구(1,181개, 5.5%) 등의 순
 - 특히 강남구는 2010년부터 2018년까지 9년 연속 지식기반산업 사업체가 가장 많이 밀집

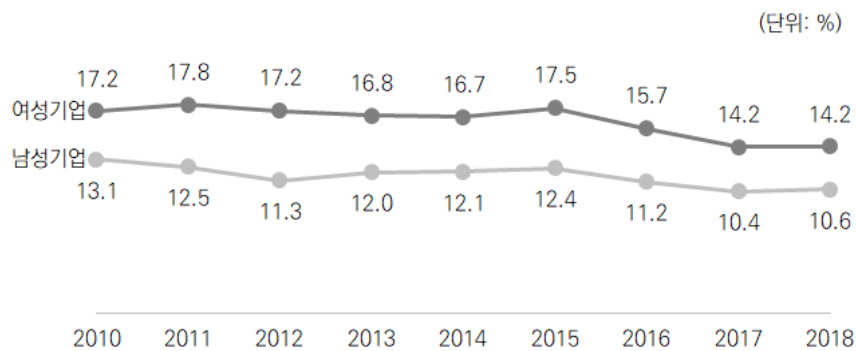
서울시 여성기업의 창업 활동은 남성기업보다 활발

- 2018년 서울시 여성기업의 창업률은 14.2%로 남성기업(10.6%)을 3.6%p 상회
 - 2018년 서울시 여성기업과 남성기업의 창업 사업체 수는 각각 38,019개, 53,733개

- 그러나 서울시 여성기업과 남성기업의 창업 활동은 모두 이전보다 다소 저조
 - 여성기업 창업률은 2010년 17.2%에서 2018년 14.2%로 2010년 대비 3.0%p 하락했고, 남성기업 창업률도 2010년 13.1%에서 2018년 10.6%로 2010년 대비 2.5%p 하락

$$\text{창업률}(s)_t = \frac{\text{창업 및 유입 사업체수}_t}{\text{전체 사업체수}_t}$$

- s는 여성기업 또는 남성기업, t는 연도



[그림 5] 서울시 여성기업과 남성기업의 창업률 추이(2010~2018)

- 서울시 여성기업의 창업은 주로 ‘숙박 및 음식점업’, ‘도매 및 소매업’ 등이 큰 비중 차지
 - 창업 사업체의 절대 수만을 보면, ‘숙박 및 음식점업’과 ‘도매 및 소매업’의 창업이 전체 여성 창업의 59.2% 차지
 - 2018년 여성기업의 대분류 업종별 창업 사업체 수: ‘숙박 및 음식점업’ 11,327개, ‘도매 및 소매업’ 11,172개, ‘협회 및 단체, 수리 및 기타 개인서비스업’ 3,866개, ‘교육 서비스업’ 2,632개 등의 순
- 그러나 서울시 여성기업의 업종별 창업률은 ‘출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업’, ‘금융 및 보험업’, ‘예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업’, ‘전문, 과학 및 기술 서비스업’ 등이 높은 편
 - 2018년 서울시 여성기업의 업종별 창업률: ‘출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업’ 18.8%, ‘금융 및 보험업’ 18.4%, ‘예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업’ 17.4%, ‘전문, 과학 및 기술 서비스업’ 16.4%, ‘숙박 및 음식점업’ 16.4%, ‘교육 서비스업’ 14.8% 등의 순

서울시 여성기업, 창업 후 3년이 지나면 생존율 절반 이하로 하락

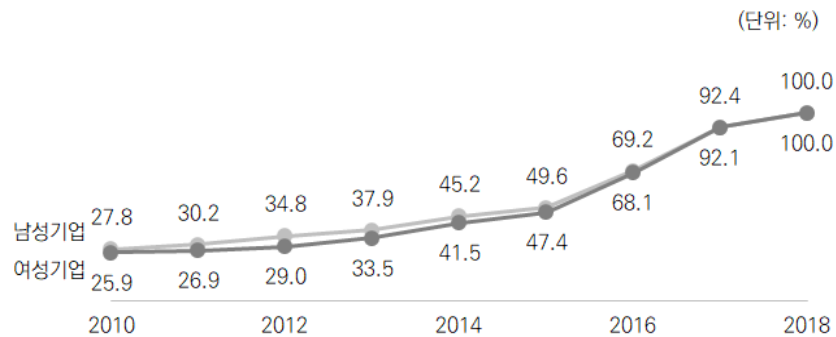
- 2018년을 기준으로 창업 후 1년간 살아남은 여성기업의 생존율은 92.1%로 남성기업과 유사
 - 남성기업의 창업 후 1년간 생존율도 92.4%로 분석

- 그러나 창업 후 2년간 여성기업 생산율은 68.1%로 하락하고, 창업 후 3년간 여성기업 생산율은 47.4%로 절반 이하로 급감
 - 특히 창업 후 8년간 살아남은 여성기업의 비율은 25.9%에 불과
 - 남성기업도 창업 후 2년간 생산율은 69.2%, 창업 후 3년간 생산율은 49.6%, 그리고 창업 후 8년간 생산율은 27.8%로 시간이 지날수록 여성기업과 마찬가지로 하락

$$\text{생산율}(s)_n = \frac{\text{창업 및 유입 사업체수}(s)_{t-n,t}}{\text{창업 및 유입 사업체수}(s)_{t-n,t-n}}$$

- s는 여성기업 또는 남성기업, 창업 및 유입 사업체수(s)_{t-n,t}는 t-n년에 대상 지역에서 창업하거나 대상 지역으로 유입한 사업체 중 t년에 대상 지역에 입지하고 있는 사업체 수

- 전반적으로 여성기업의 생산율은 남성기업보다 소폭 낮은 수준
 - 그 격차는 창업 후 1년간은 0.3%p로 미미하다가 시간이 지날수록 점차 확대되면서 창업 후 6년에는 5.8%p까지 높아지다가 창업 후 7년에는 다시 3.3%p로 줄어들고 창업 후 8년에는 1.9%p로 축소
 - 이를 기업 활동 여건에 국한해 해석하면, 창업 초기에는 여성기업과 남성기업에 큰 차이가 없다가 시간이 지날수록 상대적으로 여성기업에 불리했으나, 창업 후 7년, 즉 일정 기간을 지나 살아남은 여성기업은 남성기업과 큰 차이 없이 기업 활동을 영위



[그림 6] 서울시 창업 사업체 생산율(2018년 기준)

창업률과 생산율을 기준으로 본 여성기업의 개별 업종은 '성장 유형'에 가장 많이 포진

- 창업률과 생산율을 기준으로 한 여성기업의 개별 업종은 '성장 유형', '순환 유형', '쇠퇴 유형', '정체 유형' 등 4가지로 구분
 - 이때 창업률의 기준값은 2000~2018년간 업종별 창업률 평균이고, 생산율의 기준값은 창업 후 8년차 업종별 생산율의 평균으로 설정

- 성장 유형: 창업률과 생산율이 모두 전체 산업보다 높아 산업의 성장이 나타나는 구역
 - 순환 유형: 창업률은 높고 생산율이 낮아 산업의 순환이 빠르게 일어나는 구역
 - 쇠퇴 유형: 창업률과 생산율이 모두 낮아 산업의 쇠퇴가 드러나는 구역
 - 정체 유형: 창업률이 낮고 생산율은 높아 산업이 정체 중인 추세가 관찰되는 구역
- 여성기업은 ‘성장 유형’이 8개 업종으로 가장 많고, ‘순환 유형’과 ‘정체 유형’은 각각 3개 업종인 반면, ‘쇠퇴 유형’은 하나도 없는 것으로 분석
- 성장 유형: ‘사업시설관리 및 사업지원 서비스업’, ‘전문, 과학 및 기술 서비스업’, ‘출판, 영상, 방송통신 및 정보서비스업’, ‘금융 및 보험업’, ‘부동산업 및 임대업’, ‘건설업’, ‘도매 및 소매업’, ‘협회 및 단체, 수리 및 기타 개인 서비스업’ 등 8개 업종
 - 순환 유형: ‘교육 서비스업’, ‘예술, 스포츠 및 여가관련 서비스업’, ‘숙박 및 음식점업’ 등 3개 업종
 - 정체 유형: ‘운수업’, ‘보건업 및 사회복지 서비스업’, ‘제조업’ 등 3개 업종



[그림 7] 창업률과 생산율로 본 서울시 여성기업의 업종 유형

II. 실태조사로 본 서울시 여성기업의 경영 특성

I 여성기업은 판로개척 등 판매선 확보에 가장 큰 어려움

서울시 여성기업의 80% 이상이 경영진 대상 직무 관련 교육경험 전무

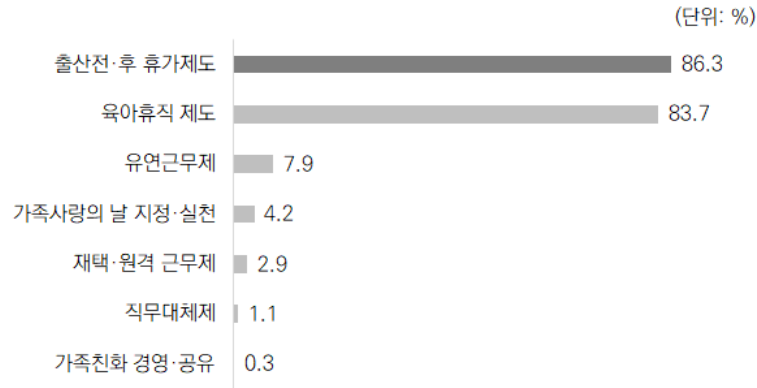
- 서울 소재 여성기업에 대한 실태조사 결과, 조사대상 기업의 86.8%가 경영진 대상의 '직무 관련 교육을 받은 경험이 없다'고 응답
 - 직무 관련 교육에 참여하지 않은 이유는 '교육이 필요하지 않아서'가 45.8%로 가장 많았고, 그다음은 '시간적인 부담'(43.3%), '교육·연수기관에 대한 정보 부족'(7.9%), '교육훈련 비용 부담'(1.8%), '교육 효과 미흡'(0.9%), '커리큘럼이 다양하지 않기 때문에'(0.3%) 등의 순
- 여성기업 경영진을 대상으로 한 교육 및 연수에 참여할 기회가 있을 때 희망하는 분야는 '영업/마케팅 교육'을 가장 선호
 - '영업/마케팅 교육'이 37.4%로 가장 많고, 그다음은 '산업트렌드 교육'(18.2%), '기업가 정신/리더십 향상 교육'(12.6%), '경영자 자질 함양 교육'(11.1%), '기술사업화 교육'(6.1%) 등의 순

서울시 여성기업 실태조사 개요

- 서울 소재 여성기업의 경영실태 및 애로사항 파악을 위해 실태조사 실시
- 사업체 현황을 비롯해 인력, 교육, 연구개발, 4차 산업혁명 대응 여부, 일·가족 양립 직장문화, 그리고 애로사항 및 정책 수요 등 조사
- 조사 기간: 2020년 6월 17일 ~ 8월 7일
- 조사 방법: 전문면접원과 구조화된 설문지를 활용한 현장 방문 조사, 응답자 요청 시 이메일 및 팩스 조사 병행
- 조사 대상: 서울 소재 여성기업 중 지식기반 및 비지식기반 제조업, 지식기반서비스업에 속한 380개 사업체의 경영·기획·전략·인사·총무 부문 책임자

조사대상 기업의 88.7%는 일·가정 양립을 위한 제도 시행

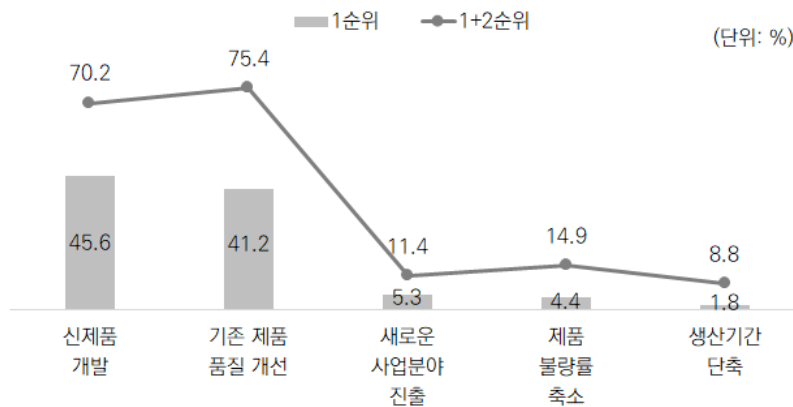
- 사내 추진 정책의 대부분은 '출산 전·후 휴가제도'(86.3%)와 '육아휴직제도'(83.7%)
 - 그다음은 '유연근무제'(7.9%), '가족사랑의 날 지정 실천'(4.2%) 등의 순
 - 즉, 서울시 여성기업들의 일·가정 양립을 위한 사내 제도는 '출산 전·후 휴가제도'와 '육아 휴직제도'에만 집중



[그림 8] 여성기업의 일·가정 양립 관련 시행 제도(복수응답)

여성기업 30%만 기존 제품 품질 개선·신제품 개발 중심의 R&D 활동 수행

- 지난 3년간 R&D 활동을 수행한 적이 있는 여성기업은 30.0%에 불과
 - R&D 활동의 목적은 '기존 제품 품질 개선'(75.4%)과 '신제품 개발'(70.2%)이 70% 이상의 응답률
- 조사에 참여한 여성기업의 R&D 활동은 자체 연구개발 비중이 95.9%로 대부분을 차지
 - 공동 연구개발(3.4%)과 위탁 연구개발(0.7%) 비중은 낮은 것으로 조사



[그림 9] 지난 3년간 여성기업의 R&D 활동 목적

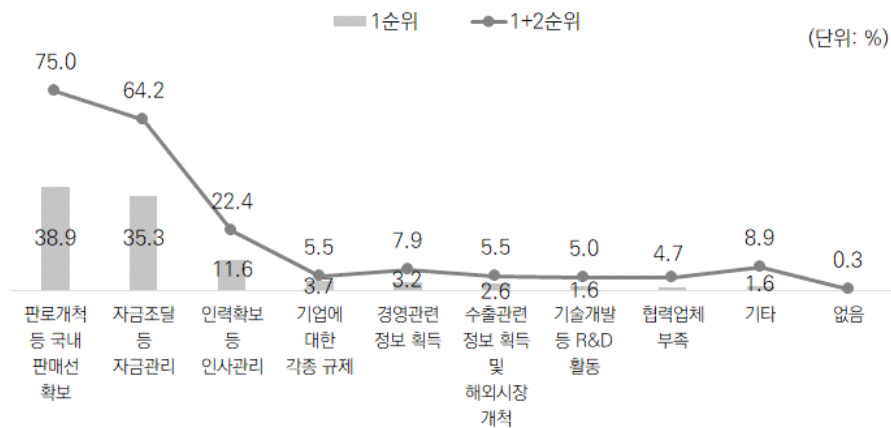
여성기업의 17%만 4차 산업혁명에 준비·대응 중

- 조사대상 기업 중 4차 산업혁명에 준비하거나 대응하고 있는 기업은 17.4%에 불과
 - 조사대상 기업의 82.6%가 4차 산업혁명에 준비하지 못하거나 대응하지 못하는 실정
 - 주된 이유는 '4차 산업혁명과 관계없는 업종이어서', '4차 산업혁명기술 도입 시 투자비용 부담 때문', '신제품의 수요창출 불확실성' 등의 순으로 응답

- 4차 산업혁명을 준비하거나 대응하는 방법은 주로 세미나 및 포럼 참석
 - 복수응답 기준으로 '세미나 및 포럼 참석'이 74.2%였으며, 그 뒤로는 '전문인력 확보'(40.9%), '교육 강좌 수강'(16.7%) 등의 순

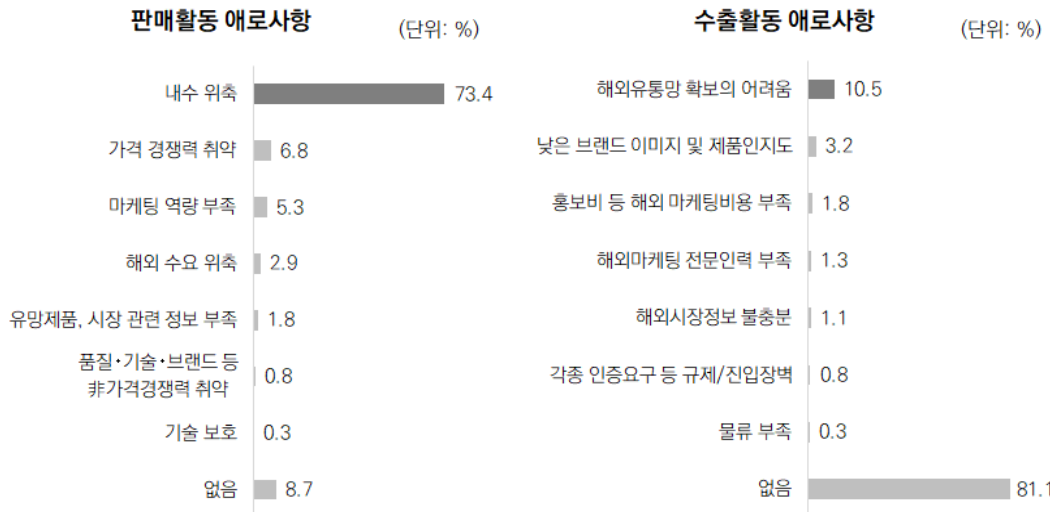
여성기업의 경영 어려움은 판로개척 등 국내 판매선 확보가 75%로 1위

- 여성기업이 경영활동을 하면서 가장 어려움을 겪는 분야는 종합순위(1+2순위) 기준으로 '판로개척 등 국내 판매선 확보'가 75.0%로 가장 크게 조사
 - 그다음은 '자금조달 등 자금관리'(64.2%), '인력확보 등 인사관리'(22.4%), '경영 관련 정보 획득'(7.9%) 등의 순
 - 특히 '판로개척 등 국내 판매선 확보'는 지식기반제조업(78.5%), 비지식기반제조업(85.3%), 지식기반서비스업(63.8%) 등 모든 업종에서 가장 큰 애로사항으로 지적



[그림 10] 여성기업의 경영활동 애로사항

- 판매활동 관련 애로사항으로는 조사대상 기업의 73.4%가 '내수 위축'으로 응답
 - 그다음은 '가격 경쟁력 취약'(6.8%), '마케팅 역량 부족'(5.3%) 등을 지목
- 여성기업들이 지적한 수출활동 관련 애로사항 중 1순위는 '해외유통망 확보의 어려움'(10.5%)
 - 그다음은 '낮은 브랜드 이미지 및 제품인지도'(3.2%), '홍보비 등 해외 마케팅비용 부족'(1.8%), '해외마케팅 전문인력 부족'(1.3%), '해외 시장정보 불충분'(1.1%) 등의 순

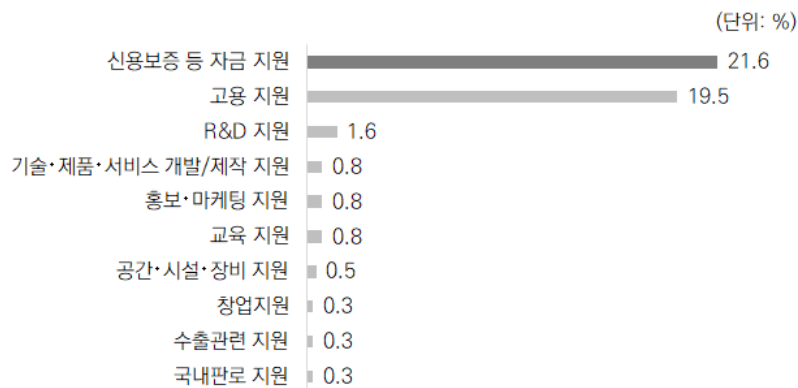


[그림 11] 여성기업의 판매 및 수출 활동 관련 애로사항

- 특히 조사대상 기업들은 코로나19로 인해 가장 크게 어려움을 겪은 분야로 제품과 서비스 수요 감소를 지적
 - ‘제품과 서비스 수요 감소’에 대한 응답 비율은 종합순위(1+2순위) 기준으로 58.9%였고, 그다음은 ‘사업 결정과정의 불확실성 증대’(36.6%), ‘관리 및 운영비용 증가’(25.8%), ‘계약의무 이행의 어려움 증가’(15.8%) 등의 순으로 조사
 - 조사대상 기업들은 코로나19 사태 동안 활용한 디지털기술은 복수응답 기준으로 ‘업무 메신저’가 58.2%로 가장 많았고, 그다음은 ‘온라인배송’(15.3%), ‘화상회의’(7.1%), ‘온라인 경영시스템’(4.2%), ‘온라인 교육’(3.9%) 등의 순
- 마케팅 부문의 경우 41.3%가 ‘수요예측 등 시장정보 수집’이 가장 취약하다고 응답
 - 그다음은 ‘수요처 개발 및 유통채널 관리’(36.1%), ‘신제품 개발 또는 제품개선 기획’(5.0%), ‘브랜드 홍보 및 광고 능력’(3.4%) 등의 순
- 인력 채용 및 관리 관련 애로사항은 종합순위(1+2순위) 기준으로 ‘연금, 복지시설 등 복리후생’(61.3%)과 ‘전문 및 일반 인력의 구인난’(60.3%) 문제가 가장 크게 조사
 - 그다음은 ‘동종업계 대비 낮은 임금수준’(34.2%), ‘인력들의 잦은 이직’(20.8%), ‘고용법률 준수에 어려움’(16.1%) 등의 순
- R&D 활동을 하면서 겪은 애로사항은 종합순위(1+2순위) 기준으로 ‘R&D 자금 부족’이 1위
 - 조사대상 업체의 65.8%가 ‘R&D 자금 부족’을 지적했고, 그다음은 ‘R&D 인력확보 곤란’(48.2%), ‘개발 후 상품화의 어려움’(18.4%), ‘R&D 설비 및 기자재 부족’(15.8%), ‘관련 기술·정보 부족 및 획득 곤란’(14.9%) 등의 순

서울시 여성기업은 자금·고용 지원 위주의 지원정책 경험

- 조사대상 기업들이 2017년 이후 서울시나 중앙정부로부터 정책 지원을 받아본 적이 있는 분야는 주로 자금 지원과 고용 지원
 - ‘신용보증 등 자금 지원’이 21.6%이고, ‘고용 지원’도 19.5%로 조사
 - 이밖에 ‘R&D 지원’(1.6%), ‘기술제품·서비스 개발·제작 지원’(0.8%), ‘홍보·마케팅 지원’(0.8%) 등은 활용경험 비율이 1% 내외로 미미



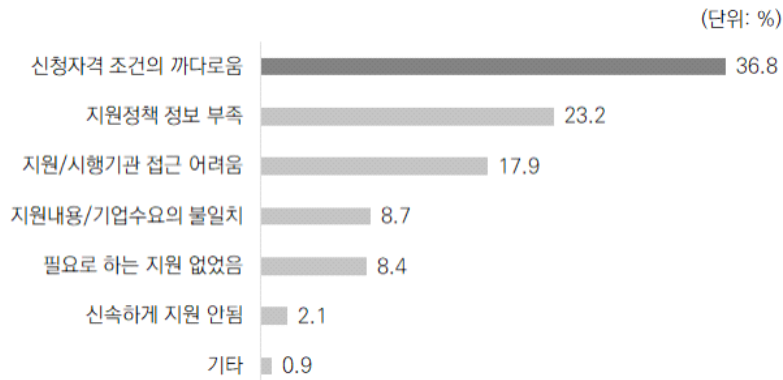
[그림 12] 여성기업의 주요 지원제도별 활용경험 비중

- 지원효과 측면에서도 ‘고용 지원’과 ‘신용보증 등의 자금 지원’이 유용했다는 평가가 각각 81.1%, 68.3%로 높게 조사
 - 그러나 활용경험과 유용성이 높았던 ‘신용보증 등 자금 지원’과 ‘고용 지원’의 경우 각각 조사대상 기업의 78.4%, 80.5%는 활용한 적이 없을 정도로 서울 소재 여성기업들은 서울시나 중앙정부의 지원제도를 활용한 경험이 적은 편
 - 지원형태도 여성기업 전용 지원보다 일반지원이 대부분을 차지하고 있어 여성기업 전용 지원의 강화가 필요
- 서울시가 여성기업의 판로지원을 위해 추진하고 있는 ‘공공구매 확대 및 홍보 지원’에 대한 인지도는 60.3%로 높은 편
 - 특히 여성기업 확인서를 발급받은 사업체의 ‘공공구매 확대 및 홍보 지원’에 대한 인지도는 68.4%로 미발급 사업체(32.6%)보다 매우 높게 조사
 - ‘공공구매 확대 및 홍보 지원’ 제도를 인지하고 있는 여성기업 중 공공구매를 통해 공공기관에 납품한 경험이 있는 비율은 17.0%를 차지

복잡한 서류·절차, 정보 부족, 접근 어려움 등으로 지원정책 활용 못해

- 여성기업이 서울시 및 중앙정부 지원정책을 활용하지 않는 이유는 주로 담보, 서류 및 절차 등 신청자격 조건이 까다롭거나 지원정책에 대한 정보가 부족하기 때문

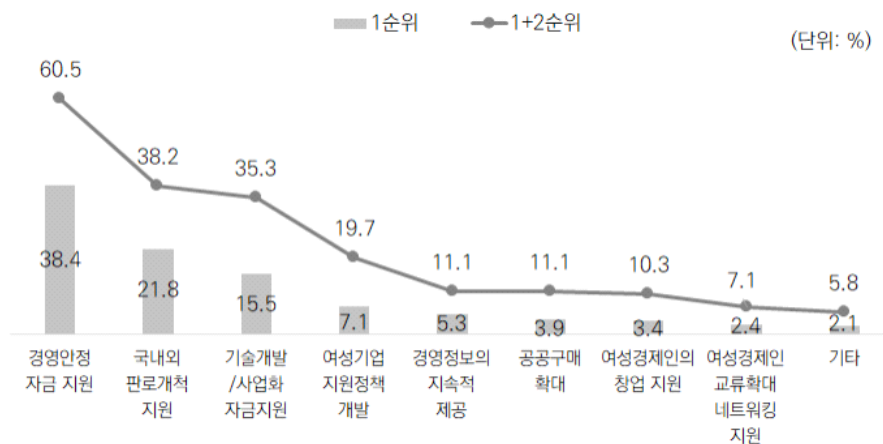
- ‘신청자격 조건의 까다로움’으로 응답한 비율이 36.8%로 가장 많았고, 그다음은 ‘지원정책 정보 부족’(23.2%), ‘지원 및 시행기관에 대한 접근의 어려움’(17.9%), ‘지원내용과 기업 수요의 불일치’(8.7%), ‘필요로 하는 지원이 없었음’(8.4%) 등의 순



[그림 13] 여성기업의 지원정책 미활용 이유

여성기업은 ‘경영안정자금’과 ‘국내외 판로개척 지원’ 등에 대한 정책수요가 높아

- 서울시가 경쟁력 있는 여성기업 육성을 위해 중점적으로 추진해야 하는 지원정책으로 ‘경영안정 자금 지원’, ‘국내외 판로개척 지원’, ‘기술개발 및 사업화 자금 지원’ 등 지목
 - 특히 ‘경영안정자금 지원’은 1순위와 2순위를 합한 종합순위 기준으로 조사대상 기업의 60.5%가 응답했는데, 이는 코로나19 사태에 따른 경영위기 상황을 반영한 결과로 판단
 - 그다음은 ‘국내외 판로개척 지원’(38.2%), ‘기술개발 및 사업화 자금 지원’(35.3%), ‘여성 기업 지원정책 개발’(19.7%), ‘기술정보, 해외시장 정보, 지원정책 정보 등 경영정보의 지속적 제공’(11.1%), ‘공공구매 확대’(11.1%), ‘여성경제인의 창업지원’(10.3%) 등의 순



[그림 14] 여성기업 육성을 위한 서울시의 중점 추진 정책

Ⅲ. 서울시 여성기업 육성을 위한 정책방향

Ⅰ 여성기업 육성 위해 지역특성에 기반한 맞춤형 전략 수립

양질의 여성 노동력 활용과 서울의 성장잠재력 강화를 위해 여성기업 육성 필요

- 저출산·고령화 등의 상황 속에서 양질의 여성 노동력 활용이 중요하고, 미래 경제성장의 주체로서 여성기업의 역할이 중요
 - 최근 들어 국내외적으로 여성기업이 단순히 사회적 약자라는 인식에서 벗어나 여성기업의 중요성에 주목해 지원정책을 수립하는 경향 확대
- 서울경제의 성장잠재력과 일자리 창출력 강화를 위해서도 여성기업 육성이 중요
 - 과거 여성창업은 도소매업 중심이었으나 고학력 여성층을 중심으로 혁신성장을 주도하는 산업부문에서 창업활동이 점차 늘어나는 추세
 - 특히 고학력 여성층을 중심으로 혁신성장을 주도하는 산업부문에서 창업활동이 늘어나고 있고, 여성기업의 일자리 창출 효과도 남성기업보다 큰 것으로 분석

서울시 여성기업 육성을 위한 5가지 정책방향 설정

- 첫째, 서울은 중앙정부와 달리 지역 특성에 기반한 맞춤형 전략을 수립하고 중앙정부와 차별화된 전략을 구사
 - 중앙정부의 여성기업 지원정책은 전국에 소재한 다양한 여성기업을 대상으로 하고 있기 때문에 지원정책도 다소 일반적이거나 범용적 성격
 - 서울은 거대도시로서의 위상, 우수한 인적자원 및 인프라, 전략 산업 등에 기반한 맞춤형 전략을 수립하는 것이 바람직
 - 또한, 중앙정부에서 이미 추진하고 있는 사업보다는 정책의 사각지대를 발굴해 정책의 차별성을 높이고, 정책자원의 효율성을 높이는 것이 요구
- 둘째, 향후 경제성장을 주도할 수 있는 고부가가치 업종을 중심으로 여성기업 육성
 - 서울은 R&D 역량이 뛰어나고 우수한 여성 인적자원, 대학 및 연구기관 등을 보유하고 있으므로 서울시 여성기업 지원정책은 '혁신형 여성기업 육성'을 핵심 정책의 하나로 설정할 필요
 - 이때 혁신형 여성기업 육성은 창업단계, 성장단계, 성숙단계 등 성장단계별로 지원을 달리할 필요
 - 창업단계에서는 창업아이디어에 대한 검증, 창업교육 및 멘토링, 창업공간 제공, 시제품 개발 등 인큐베이팅과 더불어 각종 지원정책에 대한 정보 제공 등에 초점

- 성장단계에서는 자금지원과 더불어 공공구매를 통한 국내 수요 창출을 확대하는 한편, 인사 및 인력 채용, 재무관리, 마케팅 분야, R&D 기획 등의 역량을 강화하는 프로그램 등을 개발해 운용하고, 동종 업종은 물론 이업종 간 네트워크 구축을 지원
 - 성숙단계에서는 국내에서 축적한 기업역량을 해외로 돌릴 수 있도록 해외시장 개척 등 해외 마케팅 강화 및 해외시장 관련 정보 제공, 국내외 네트워킹 강화, 정보화 및 연구개발 지원 등에 초점을 맞추는 것이 바람직
- 셋째, 권역별 집적지와 서울의 산업거점 조성 계획 등을 연계해 유망 여성기업을 적극적으로 육성
 - 서울은 ‘서울 미래 혁신성장 프로젝트 추진계획’에서 도심제조, 바이오·의료, R&D, 문화콘텐츠 등을 서울형 유망산업으로 선정하고 지역자원과 연계한 유망산업 거점을 육성 중
 - 도심제조 분야의 산업거점은 종로, 성수, 동북권 일대, 바이오·의료 분야는 홍릉, 창동·상계, R&D 분야는 양재, 홍릉, 마곡, G밸리, 그리고 문화콘텐츠 분야는 남산 에니타운 일대와 상암 DMC 등
 - 이러한 산업거점 또는 기존에 형성된 집적지에 여성기업이 우선 입주할 수 있도록 정책 방안 마련
 - 넷째, 창업 및 판매 활성화를 위한 지원정책 강화
 - 공공구매 확대, 창업지원 등 기존 정책은 유지하되, 여성 제조기업을 위한 O2O(Online-To-Offline) 플랫폼 구축 등 중앙정부의 정책과 차별화된 아이템 발굴
 - O2O는 온라인과 오프라인을 유기적으로 연결해 새로운 가치를 창출하는 서비스로, O2O 플랫폼을 활용할 경우 창업과 판매 활성화 모두 도모 가능
 - 구체적으로 온라인 매칭에서 생산 희망자는 자신의 아이디어를 등록하고, 이에 대해 창의적 사용자의 피드백 및 이 과정에서 생산활동을 하는 기존 생산업체와 서비스업체 등의 조언도 받을 수 있는 방식
 - 오프라인 플랫폼은 평가를 마친 아이디어를 대상으로 제작을 지원하는 것으로, 서울에 산재한 업체들과 개발을 지원하는 개발전문회사를 연계·결합해 운영
 - 다섯째, 서울시·중앙정부의 여성기업 지원정책과 여성기업제품에 대한 홍보 강화, 지원 절차 등 개선
 - 공공기관의 지원정책을 활용하지 않는 주된 이유였던 신청자격 조건과 지원정책에 대한 정보 부족 해소
 - 자격조건은 완화하기 힘들지만, 서류 및 절차 등은 간소화시켜 부담을 줄이는 방안 검토
 - 서울 및 중앙정부의 다양한 여성기업 지원정책을 주기적으로 업데이트하여 적기에 여성기업들에게 정보를 제공할 필요
 - 서울기업지원센터 홈페이지에 배너를 개설·운영하거나, 서울시 홈페이지 등에 별도의 여성기업 지원정책을 게시해 지원제도 소개 및 절차 등의 정보를 제공하는 것도 하나의 방안

06756

서울특별시 서초구

남부순환로 340길 57

02-2149-1234

www.si.re.kr