

코로나19 팬데믹으로 서울 자영업 매출 큰폭 감소 보편적 재난지원금, 손실이 심한 업종엔 도움 미미

코로나19 확산·사회적 거리두기 정책으로 서울 자영업 매출 2020년 급감

2019년 말 중국 후베이성 우한시의 원인 불명 폐렴 환자에게서 처음 발견된 코로나 바이러스-19(이하 코로나19)는 호흡기 바이러스와 비슷하게 감염된 사람의 침방울 등 비말로 주로 전파되며, 무증상부터 증증 폐렴, 또는 사망까지 매우 다양한 증상이 나타난다. 국내에서는 2020년 1월 11명이 확진된 이래 2022년 5월까지 18,103,618명이 감염되는 등 전 국민 가운데 약 35.0%가 확진되었다. 서울수도 2020년 1월 7명에서 2022년 5월 3,391,497명까지 약 37.2%가 코로나19를 경험하였다. 특히, 확산 초기인 2020년에는 2~4월(신천지 관련), 8~9월(8·15 도심집회), 11~12월(전국 유행) 등 세 차례의 확산기가 있었으며, 중앙정부는 2020년부터 사회적 거리두기 등 밀접접촉을 제한하는 정책을 시행하였다. 서울수도 집단감염신속대응단과 선별진료소를 운영하는 등 코로나19의 확산을 저지하기 위한 여러 정책적 수단을 동원하였다. 정부의 사회적 거리두기는 밀접접촉을 막기 위한 목적으로 사적모임과 영업시간을 제한해 서울 자영업의 매출에 직·간접적인 영향을 미쳤다.

자영업, 서울 전체 사업체의 38.5% ... 2020년 4분기 공실률 7.5%까지 올라

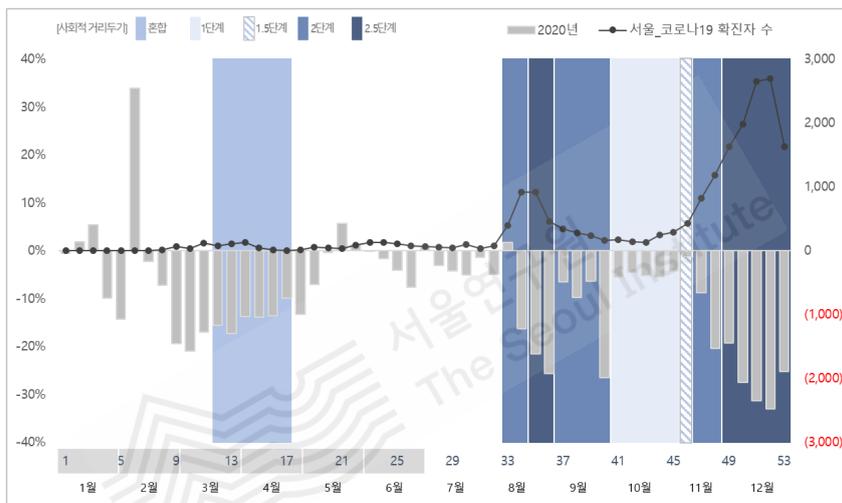
코로나19 사태로 직격타를 맞은 서울 자영업은 서울시 전체 사업체의 38.5%의 비중을 차지하는 주요 경제주체다. 2020년 기준 서울시 자영업은 주로 음식점(17.6%), 옷가게(8.3%), 학원(4.6) 등 상위 10개 업종이 77.9%를 차지하며, 지역별로는 강남구가 9.7%로 가장 많았다. 서울시 소규모 상가의 폐업 등에 따른 공실률은 코로나19가 발현한 2020년 1분기 4%에서 2020년 4분기 7.5%까지 상승하는 등 서울 자영업에 직접적 피해가 확인됐다.

[표 1] 서울 및 지역별 소규모 상가 공실률

(단위 : %)

지역	2019년				2020년				2021년			
	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기	1분기	2분기	3분기	4분기
서울	2.9	3.2	3.4	3.9	4	4.2	5.7	7.5	6.5	6.5	6.7	6.7
도심	2.2	2.8	3.1	3.5	1.9	3.3	8.4	10.5	8.5	8.2	9.8	11.2
강남	4.5	4.5	2.1	3.1	2.8	2.5	2.5	2.5	3.9	2	5.4	4.9
영등포신촌	3.1	1.3	3.3	2.9	4.8	4.7	5	7.8	7.7	8.2	9	10.3
기타	2.2	2.4	3.5	3.9	4.3	4.4	5.2	6.8	6.2	6.3	5.2	4.6

자영업 2020년 매출, 9.1% 감소 ... 사회적 거리두기 강도가 매출감소 좌우



[그림 1] 2020년 사회적 거리두기 단계에 따른 서울 자영업 주별 매출증감률 추이

서울 자영업 연간 매출은 2018년 2.9%, 2019년 2.7% 증가했지만, 2020년은 코로나 19 사태와 사회적 거리두기 같은 정책에 따라 9.1% 줄어들며 폭락하였다. 2020년 상반기 서울시의 코로나 확진자 수는 적었지만, 초기 감염확산 우려로 소비 심리가 위축되며 매출 감소가 뚜렷했다. 2020년 하반기 사회적 거리두기 강도에 따라 매출 감소 수준도 극명하게 반응했다. 매출증감률과 코로나19 확진자 수 간 상관계수는 2020년 7월~2021년 2월까지 높은 음의 관계(-0.78)를 보였지만, 2021년 3월~2021년 9월까지의 관계가 없는 것(0.04)으로 분석돼 시기별 차이를 보였다. 상관관계의 약화는 감염확산 방지를 위한 영업제한 등의 자영업 경제활동에 직접 제약에 더하여 재난지원금의 지급 등과 같은 정책개입 때문으로 보인다.

이발소·미용실, 커피·음료점, 음식점 등 대면서비스 업종 매출 큰폭 감소

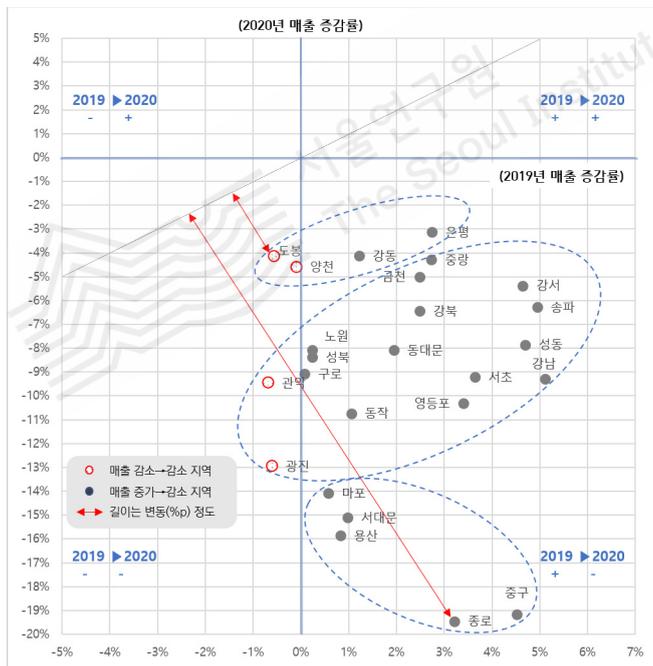
서울 대다수 자영업 업종이 눈에 띄게 매출이 감소했지만, 영향 정도는 달랐다. 2020년 서울의 정육점, 청과물, 슈퍼마켓, 가구·가전, 약국 등 5개 업종은 매출증감률이 증가하는 등 업황이 다소 개선되었지만, 이밖에 업종은 모두 매출증감률이 떨어졌다. 매출증감률 하락 유형별로 살펴보면, 편의점·식품잡화·개인병원 등 상승세가 둔화했다. 반면, 이발소·미용실, 커피·음료점, 음식점, 목욕탕, PC방 같은 대면서비스업과 관광여행사 등 행정정책에 영향을 받은 업종은 2019년 증가세에서 2020년 감소세로 전환되었다. 제과점, 전문서비스, 패스트푸드, 당구장, 안경, 학원, 화장품, 옷가게, 신발, 숙박, 노래방, 주점 등 업종은 감소세의 폭이 2019년과 비교해 2020년 더 커져 부진이 심화되었다.



[그림 2] 서울 자영업 업종별 매출증감률 변화

중구·종로구 포함한 서울 도심권, 발달상권·관광특구 매출 감소 두드러져

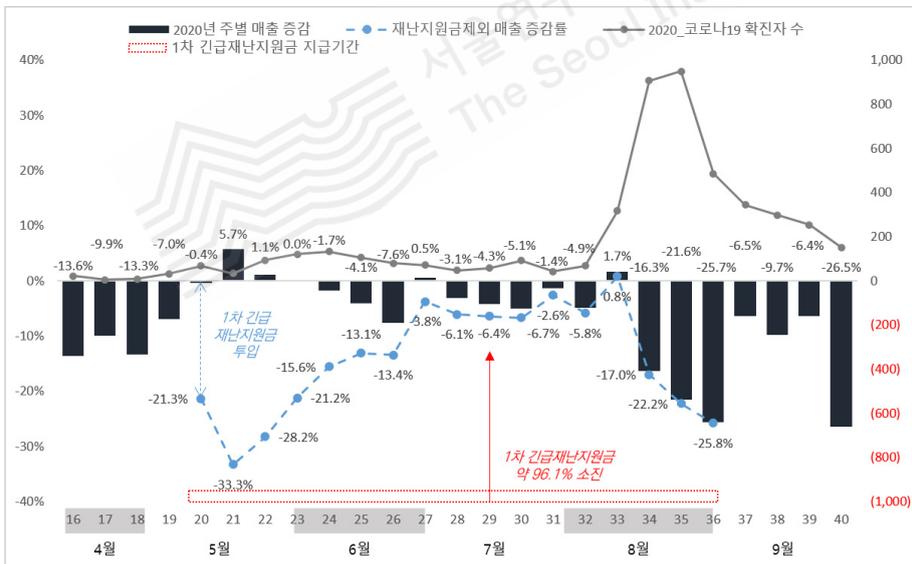
도봉·양천·관악·광진을 제외한 21개 자치구는 2019년 양의 매출증감률을 보였지만, 2020년에는 모든 자치구가 감소세로 전환되었다. 자치구별로 살펴보면, 중구(-23.7%), 종로구(-22.7%), 용산구(-16.7%), 서대문구(-16.1%), 마포구(-14.7%) 등 도심권과 그 일대 등에서 자영업 매출이 -23%에서 -14%대로 폭락했다. 반면, 도봉구(-3.6%), 양천구(-4.5%), 강동구(-5.3%), 은평구(-5.9%) 등 서울 외곽지역의 자영업 매출은 -5%대 이내로 상대적으로 양호한 모습을 보였다. 이와 유사하게 시장(상권) 유형별 특징에서도 전통시장(4.0%→1.2%)은 유일하게 2020년 매출증가세를 유지했으며, 골목상권(1.9%→-7.3%)과 발달상권(2.8%→-13.8%), 그리고 관광특구(4.0%→-27.9%)는 모두 감소세로 전환되었다. 특히, 발달상권과 관광특구의 매출 감소폭은 전통시장·골목상권보다 더 컸다.



[그림 3] 서울 자영업 지역(자치구)별 매출증감률 변화

1차 재난지원금, 전반적 매출증가로 연결 ... 대면서비스 업종에 효과 미미

정부의 1차 긴급재난지원금은 2020년 20~29주(5월 중순~7월 중순, 약 10주간) 서울 자영업 매출 손실의 대부분을 상쇄하며, 서울 자영업의 전체 매출 증가를 견인해 소비진작 효과를 보였다. 2020년 5~7월 서울시의 코로나19 확진자 수가 적고 매출 감소율이 다소 양호했지만, 1차 긴급재난지원금 사용 금액을 제외하면 극심한 경기 부진이 나타났을 것이다. 1차 긴급재난지원금에 따른 소비진작 효과는 김미루·오윤혜(2020), 이승호·홍민기(2021) 등 선행연구에서도 언급된 바 있다. 단, 서울 자영업 업종별로 1차 긴급재난지원금의 효과는 차이를 보였다. 청과물, 정육점, 식품잡화, 슈퍼마켓 등 식자재 업종과 약국 등은 코로나19 사태로 매출이 더욱 늘어난 반면, 음식점, 당구장, PC방, 노래방, 목욕탕, 레저스포츠, 주점, 숙박, 관광여행사 등 코로나19 사태의 타격이 심대한 대면서비스 업종의 매출 증대효과는 미미했다. 잘 나가는 업종은 더 잘 되지만, 타격이 심한 업종의 매출 증가효과는 약한 재난지원금의 양극화 효과가 나타난 것이다.



[그림 3-17] 1차 재난지원금의 서울 자영업 매출 증진 효과

보편적 재난지원금, 자영업 피해 규모 반영한 손실보전 수단으로 미흡

정부의 1차 재난지원금으로 서울의 소비가 증가하고 자영업 일부 업종의 매출이 증대하면서 전체적으로는 긍정적 효과를 가져왔지만, 자영업의 피해를 피해 정도별로 보전한다는 목적에 부합하기에는 효과가 다소 부족한 것으로 보인다. 대면서비스 등 사회적 거리두기에 따른 피해가 가장 큰 업종이 1차 긴급재난지원금의 소비 진작 효과가 더 낮았기 때문이다. 특히, 음식점, 당구장, PC방, 노래방, 목욕탕, 레저스포츠, 주점, 숙박, 여행사 같은 대면서비스업 업종은 코로나19 사태에 따른 손실은 가장 컸지만, 재난지원금의 매출 증대효과는 미미하게 나타나 보편적 재난지원금의 큰 단점으로 발견되었다. 영업제한이나 감염 우려에 따른 소비자의 선택이 제한적인 경우에는 1차 긴급재난지원금 같은 보편적 지원은 손실이 클수록 손실보전이 커지는 효과가 약하고, 가장 큰 손실이 발생하는 업종에 효과가 거의 없어 문제의 소지가 있다.

