

요 약

2018년 3/4분기 서울시민의 체감경기는 전 분기보다 소폭 하락

- 2018년 3/4분기 서울의 「소비자태도지수」는 표준화지수 기준 95.9로 전 분기 대비 1.9p 하락
 - 2017년 2/4분기부터 3분기 연속 기준치(100) 이상이었던 「소비자태도지수」가 최근 3분기 연속 기준치 이하를 기록
- 2018년 3/4분기 서울의 「현재생활형편지수」는 전 분기보다 상승하였지만, 「미래생활형편지수」는 전 분기에 비해 하락
 - 2018년 3/4분기 서울의 「현재생활형편지수」는 전 분기 대비 1.1p 상승한 87.7이며, 「미래생활형편지수」는 전 분기보다 2.2p 하락한 93.8을 기록
 - 1년 후 가구의 생활형편이 악화될 것으로 보는 주된 이유는 ‘가계소득 감소’가 31.5%로 가장 많고, 그다음은 ‘경기 불황’(26.9%), ‘물가 상승’(24.7%), ‘지출비용 증가 예정’(7.3%) 등의 순
- 2018년 3/4분기 「현재소비지출지수」는 112.6으로 전 분기 대비 1.5p 하락하고, 「미래소비지출지수」도 98.1로 전 분기보다 3.1p 하락
 - 3/4분기 「현재소비지출지수」는 소폭 하락하였지만, 2014년 1/4분기부터 꾸준히 기준치(100) 이상을 유지하여 서울시민의 현재 소비활동은 비교적 원활
 - 품목별로 본 「미래소비지출지수」는 ‘주거비’와 ‘교육비’가 소폭 상승하고, ‘식료품비’, ‘교통·통신비’, ‘문화·오락비’, ‘의류비’ 등은 하락

올해 추석경기는 작년보다 좋지 않을 것으로 예상하고, 추석 지출은 작년 수준으로 계획

- 올해 추석경기는 ‘작년 추석보다 나쁠 것’이라는 응답비율이 55.6%로 절반 이상을 차지

- 그다음은 ‘작년 추석과 비슷할 것’이라는 응답비율이 30.8%, ‘작년 추석보다 좋아질 것’이라는 응답비율은 13.6%로 조사
- 올해 추석 지출이 작년과 ‘비슷할 것이다’는 응답비율이 60.3%로 대부분을 차지
 - 서울시민의 올해 추석 예상 지출액은 ‘20만~50만 원 미만’이 40.6%로 가장 많고, 그다음은 ‘50만~100만 원 미만’(33.3%), ‘100만~150만 원 미만’(14.7%) 등의 순
- 추석 준비 때 가장 부담되는 비용은 ‘가족 및 친·인척 용돈’이 50.1%로 1위
 - 그다음은 ‘추석 상차림비’(25.8%), ‘명절 선물비’(19.1%) 등의 순으로 조사
- 서울시민은 주로 대형마트와 전통시장에서 추석 상차림 제품을 구입
 - 1순위 기준으로 ‘대형마트’가 53.0%로 가장 많고, 그다음은 ‘전통시장’ 36.0%, ‘농협·수협·축협’ 3.9%, ‘슈퍼마켓’ 3.7%, ‘온라인 쇼핑몰’ 3.1% 등의 순
- 추석 민생안정을 위해 가장 역점을 두어야 할 과제는 ‘추석 성수품 물가 안정’
 - ‘추석 성수품 물가 안정’의 응답비율이 48.3%로 가장 높은 것으로 조사
 - 그다음은 ‘소비심리 회복’(21.4%), ‘취약·소외 계층 배려’(13.7%), ‘먹거리 안전 강화’(11.3%), ‘교통 및 물류 대책 마련’(5.4%) 등의 순으로 조사

서울지역 소상공인의 체감경기 BSI는 소폭 상승하였지만, 기준치 이하로 부진

- 서울지역 소상공인의 2018년 8월 「체감경기 BSI」는 전월 대비 5.5p, 전년 동월 대비 0.5p 상승한 56.2를 기록했지만 기준치 이하로 여전히 부진
- 서울지역 소상공인의 9월 「전망경기 BSI」는 전월(71.1)보다 큰 폭으로 상승한 98.5를 기록
- 서울지역 전통시장의 8월 「체감경기 BSI」는 42.6으로 전월 대비 1.8p 상승
- 그러나 서울지역 전통시장의 9월 「전망경기 BSI」는 8월 66.2에서 9월 116.2로 50.0p나 상승
- 이는 전통시장 상인들의 9월 추석경기 기대감이 크기 때문인 것으로 판단

주얼리산업의 업황은 내수 부진으로 전반적으로 부진하고, 사업체마다 나름대로 자구노력 경주

- 주얼리산업은 내수 위주로 경기에 민감하고, 가업승계가 많은 업종
 - 내수 부진에 따른 수요 감소와 경쟁 심화 속에 젊은 세대의 연애문화 및 간소화된 예물 트렌드 영향 등으로 주얼리 업계가 전반적으로 어려운 실정
 - 주얼리산업은 일종의 패밀리 산업으로 가업승계가 많고, 이를 통해 세컨드 브랜드를 론칭하기도 하고, 2세대 상인 모임을 이용한 정보교류도 활발
- 내수부진을 극복하기 위해서는 수출시장을 적극적으로 개척하고 이를 지원할 필요
 - 도금, 실버제품 등 틈새시장을 공략하거나 관련 업종 다변화, 온라인 시장 진출 등 내수부진을 극복하기 위해 노력
 - 그러나 미래경쟁력을 갖추기 위해서는 해외로 시장을 넓혀야 되고, 이를 위해서는 경쟁력 있는 주얼리 업체들의 해외 판로 개척 지원 등이 필요
 - 세공 등 기술자에 대한 사회적 인식이 제고되어야 청년 기술자의 양성이 가능하고, 우리나라를 대표하는 주얼리 브랜드를 적극 육성할 필요
 - 또한 ‘작업장 환경개선 사업’, ‘뉴딜일자리’, ‘시제품 개발 지원사업’ 등의 만족도가 높지만, 일부 지원사업은 산업 이해 부족으로 실효성이 저하되는 경우도 발생하므로 향후 지원사업은 주얼리산업 특성에 부합하는 방향으로 추진

동대문 관광시장 매출은 전 분기보다 나아졌지만, 명동·마포 등은 부진

- 3/4분기 명동관광특구 매출은 화장품 업계의 매출 부진 등으로 전 분기(기준=100)보다 소폭 하락한 90~95 수준
- 3/4분기 동대문관광특구 매출은 숙박업, 요식업, 화장품업 등을 중심으로 전 분기(기준=100)보다 증가한 115~120 수준
- 3/4분기 마포(홍대입구역 일대) 관광시장은 무더위로 내국인 방문이 감소해 전 분기에 견줘 매출 부진

- 일본, 동남아, 구/미주 관광객이 증가했지만 중국 관광객의 회복 여부는 미지수
 - 2018년 3/4분기 중 여행사를 이용해 입국하는 단체 관광객 수를 조사한 결과, 일본 관광객 방문이 가장 많았고, 중국 관광객은 여전히 적은 편
 - 일본 관광객은 7~9월 중 197,814명으로 가장 많았고, 7월(50,023명)보다 9월(76,541명)에 더 많이 방문
 - 3/4분기 중 입국한 중국 관광객은 총 4,777명으로 조사되어 사드사태 이전의 방문 관광객 수준에 여전히 크게 미달
 - 동남아 관광객은 7월 2,374명, 8월 3,434명, 9월 3,746명으로 꾸준히 늘어나는 추세
- 경쟁력 있는 쇼핑 아이템과 볼거리 발굴 필요
 - 한국 화장품을 찾는 중국 고객이 감소하는 추세이며 동대문의 의류 브랜드를 찾는 바이어도 감소
 - 명동 축제 등 볼거리를 추가하고 쾌적한 관광환경 등을 조성하여 관광특구의 경쟁력을 높일 필요
- 호텔 신축 및 허가·무허가 게스트하우스의 영업 등으로 객실이 넘쳐나면서 숙박업계는 공급과잉 상태에 빠져 업체 간 가격 경쟁 치열
 - 호텔 업체 간 가격 경쟁 속에서 객실이용료는 점차 하락하고 있어서 개별 관광객이 증가하여도 순이익의 증가를 체감할 수 없는 상황
 - 신규 호텔로 인한 업체 간 경쟁이 발생해도 호텔 등급별 운영방침과 서비스 제공이 이루어지면 선의의 경쟁 환경이 조성되고 서비스의 질도 개선될 것이라는 의견
 - 게스트 하우스는 호텔 객실료 인하와 무허가 게스트하우스의 영업 횡행 등으로 매출 부진
 - 불법 운영의 미흡한 단속으로 불법 운영 게스트하우스가 지속적으로 증가하고 있어 실효성 있는 단속 방안 필요