

## 요약

---

### 서울시민 2020년 4/4분기 체감경기는 전 분기보다 소폭 개선

서울시민의 체감경기를 대표하는 「소비자태도지수」는 2020년 4/4분기 89.4로 전 분기 대비 1.5p 증가했다. 「소비자태도지수」의 구성요소인 「현재생활형편지수」는 전 분기에 비해 1.4p 오른 75.8이며, 「미래생활형편지수」는 전 분기보다 0.7p 상승한 93.9를 기록했다. 「현재소비지출지수」는 96.0으로 전 분기 대비 1.3p 하락한 반면, 「미래소비지출지수」는 전 분기보다 1.8p 상승한 85.1을 기록했다. 「미래소비지출지수」는 모든 품목이 전 분기보다 상승했으며, '의류비'가 전 분기에 견줘 3.7p 올라 상승 폭이 가장 큰 것으로 조사되었다.

### 서울지역 소상공인 체감경기 BSI는 10월 급반등 후 소폭 하락

서울지역 소상공인의 「체감경기 BSI」는 5월 최고점 이후 9월까지 연속 하락하고 10월 79.2로 전월 대비 27.0p 급등한 후 11월 77.3으로 소폭 하락하였지만 전년 동월 대비 높은 것으로 조사되었다. 7월 이후 2개월 연속 상승하던 「전망경기 BSI」는 10월 94.4, 11월 97.0, 12월 96.3을 보이며 미미한 수준에서 하락과 상승을 반복하고 있는 것으로 나타났다. 서울지역 전통시장의 상반기 「체감경기 BSI」는 5월 연중 처음으로 기준치(100)를 넘어섰지만 이후 절반 수준까지 하락하는 모습을 이어오다가 9월부터 반등하면서 11월까지 상승세를 유지하였다. 전통시장 「전망경기 BSI」는 11월 98.0으로 4개월 만에 최고치를 기록하였지만 12월 88.9로 전월보다 9.1p 하락한 것으로 나타났다.

### 서울시민이 본 2021년 경제이슈 1위는 '청년실업 및 고용문제'

서울시민의 2021년 경제이슈 1순위 및 1~3순위 합계의 응답 결과를 보면, 모두 '청년실업 및 고용문제'가 가장 높은 것으로 조사되었다. 1순위 기준으로 '청년실업 및 고용문제'가 24.1%로 가장 높았지만, 작년 대비 3.9%p 낮은 수준이며, 그다음은 '생활물가'(10.6%), '코로나19 관련'(10.2%) 등의 순으로 나타났다. 각 경제이슈가 2020년보다 얼마나 개선될 것이냐는 질문에 대다수 시민은 크게 개선되지 못할 것으로 보았으며, 11개 경제이슈의 개선 전망 점수가 모두 기준치(100)보다 낮은 것으로 나타났다. '주식시장'이 200점 만점에 86.1점으로 가장 높은 것으로 조사되었으며, '저출산 및 고령화 문제'가 50.0점으로 가장 개선이 어려울 것으로 예상되었다.

### 전문가가 본 2021년 경제이슈도 '청년실업 및 고용문제'가 1위

전문가들이 2021년 주요 경제이슈 3개를 꼽았을 때 '청년실업 및 고용문제'가 51.3%로 가장 높은 것으로 조사되었으며, 그다음은 '자영업자 등 소상공인 문제'(50.0%), '코로나19 관련'(46.3%), '전월세 가격 인상'(30.0%), '소비심리 및 내수경기'(23.8%), '서울시장 보궐선거'(21.3%), '주택대출 및 가계 빚 증가'(15.0%) 등의 순으로 나타났다. 각 경제이슈의 개선 정도에 대해 대다수 전문가는 크게 개선되지 못할 것으로 보았으며, 11개의 경제이슈 중 기준치(100)를 웃도는 이슈는 '주식 시장'이 121.9점으로 유일하였다. 반면, '소득 양극화'가 36.9점으로 가장 개선이 어려울 것으로 예상하였다. 전문가 중 절반 이상인 52.5%는 2021년 경기가 하락할 것으로 예측하였지만, 상승할 것이라는 응답비율도 38.8%에 달했다. 하락 이유로 전문가들은 코로나19 영향에 따른 소상공인 및 자영업자의 경영악화를 가장 크게 우려하는 것으로 조사되었다.

### 보여주기식 아닌 가맹점에 실질 도움되는 지원책이 진정한 상생

코로나19 사태가 장기화되면서 많은 영세 자영업자가 어려움을 겪고 있는 가운데 프랜차이즈 가맹본부와 가맹점 간 상생협력을 기반으로 위기를 극복하고 있는 사례가 있어 민생현장에서 인터뷰하였다. 그 결과 가맹본부는 가맹점과 공동운명체라는 인식하에 다양한 방안을 마련하여 상생을 도모하고 있었다. 그중 가맹본부의 보여주기식의 지원이 아닌 가맹점주들의 피부에 직접적으로 와닿는 실질적인 지원정책들에 가맹점들의 만족도가 높았다. 다만 업종별 특성에 따라 상생 방안이 차이가 있었다. 코로나19 시대, 학원을 운영하는 가맹점주는 온라인 수업이 이루어질 수 있도록 본사 차원에서 방안을 마련해줘서 매출 타격을 최소화할 수 있었다며 만족해했다. 치킨업계 가맹점은 강매나 의무조항이 없는 가맹시스템이 오히려 본사 신뢰로 이어질 수 있었다고 이야기했으며, 건강식품을 판매하는 업종에서는 가맹점주가 제품력과 소비자의 온라인 구매가 증가함에 따라 로드숍인 가맹점의 손실분을 메워주기 위한 본사의 노력에 만족하는 것으로 나타났다. 외식업에서는 가맹점의 고민에 귀 기울여주는 슈퍼바이저 제도와 O2O(Online to Offline) 배달 서비스에 최적화된 배달 브랜드를 도입해 추가 매출을 이끄는 슝인슝 전략, 배달 증가에 따라 쇼핑백 및 배달 플랫폼 내 프로모션 지원, 로열티 감면, 밀키트 제작 등이 실질적으로 도움이 되었다고 응답하였다. 편의점을 운영하는 가맹점은 위약금 감면과 배달 서비스 도입, 복지서비스 등에 만족도가 높은 것으로 조사되었다. 프랜차이즈업에서 영세 자영업자들의 비중이 높은 만큼 서울시는 가맹본부와 가맹점이 동반 성장해 나갈 수 있도록 정책을 설계해 나가는 것이 필요하다고 지적하였다.