함께 만드는 서울, 함께 누리는 서울

서울경제

SEOUL ECONOMIC BULLETIN

7

June 2016 vol.136

이달의 이슈

- 소비 불황기 주목할 트렌드, '작은 사치'와 '가벼운 소비'
- 가계 전방위적으로 소비 줄여

생생리포트

2/4분기 서울시 소비자 체감경기와 관심 경제 이슈

인포그래픽스

서울을 찾는 외래관광객들이 가장 많이 방문하고 쇼핑하는 곳은 어딜까?

경제동향

요약/고용/생산/소비/물가 부동산/금융/수출입

경제통통

FOCUS/ZOOM IN/HOT ISSUE

서울특별시

서울연구원
The Seoul Institute

서울경제

발 행 인 박원순(서울특별시장), 김수현(서울연구원장)
연구책임 조달호(서울연구원 시민경제연구실 선임연구위원)
연 구 진 장윤선(연구원), 최윤진(연구원)
편집위원 서울연구원
최봉(연구위원), 김범식(연구위원), 김묵한(연구위원)
서울시 경제정책과
김태희(과장), 김선수(팀장), 나성조(주무관)
발 행 일 매월 말
발 행 처 서울특별시·서울연구원
주 소 (우06756)서울특별시 서초구 남부순환로 340길 57(서초동 391번지)
전 화 (02)2149-1233
팩 스 (02)2149-1289
홈페이지 www.si.re.kr

*본 간행물은 서울연구원 홈페이지에서 열람하실 수 있습니다.

SEOUL ECONOMIC BULLETIN

서울경제

7 2016 vol.136

이달의 이슈

06 소비 불황기 주목할 트렌드, '작은 사치'와 '가벼운 소비'
황혜정(LG경제연구원 연구위원)

14 가계 전방위적으로 소비 줄여
김천구(현대경제연구원 연구위원)

생생리포트

22 2/4분기 서울시 소비자 체감경기와 관심 경제 이슈
최봉(서울연구원 시민경제연구실 연구위원)

인포그래픽스

34 서울을 찾는 외래관광객들이 가장 많이 방문하고 쇼핑하는 곳은 어딜까?
조달호(서울연구원 시민경제연구실 선임연구위원)
장윤선(서울연구원 시민경제연구실 연구원)

경제동향

40 요약
41 고용
45 생산
47 소비
48 물가
49 부동산
52 금융
58 수출입
장윤선(서울연구원 시민경제연구실 연구원)
최윤진(서울연구원 시민경제연구실 연구원)

경제통통

64 FOCUS / ZOOM IN / HOT ISSUE
고태경(서울특별시청 경제진흥본부)

이달의 이슈

소비 불황기 주목할 트렌드,
'작은 사치'와 '가벼운 소비'

황혜정
LG경제연구원 연구위원
hjhwang@lgeri.com

가계 전방위적으로 소비 줄여

김천구
현대경제연구원 연구위원
ck1009@hri.co.kr

이달의 이슈 | 01

소비 불황기 주목할 트렌드, '작은 사치'와 '가벼운 소비'

황 혜 정
LG경제연구원 연구위원
hjhwang@lgeri.com

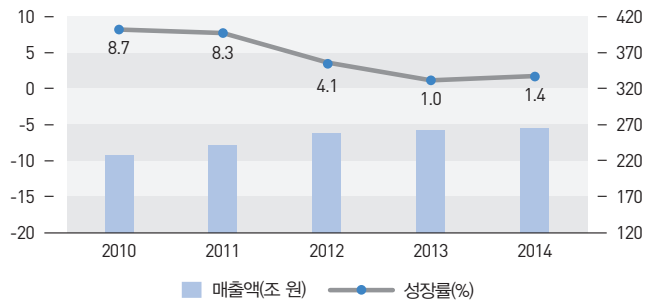
소비 행태는 내 주머니 사정과 가치관에 영향을 받는다. 어디에 돈을 쓸 것인가, 내가 소비할 수 있는 여력은 어느 정도인가의 조합에 따라 소비의 흐름이 결정된다. 경제 상황이 나아질 기미를 보이지 않고 불황이 장기화되면서 소비자 주머니는 얄팍해졌다. 얇아진 지갑으로 효용을 극대화하기 위해서는 어디에 소비할 것인가 라는 선택이 예전보다 더 중요한 요소가 되었다. 젊은 세대를 중심으로 소유 개념은 희박해지고 있으며 무엇을 소유하여 얽매이기보다 현재 삶을 즐기는 것이 이들에게는 더 중요하다. 이러한 변화와 맞물려 최근 서울에서 두드러지게 나타나는 소비 트렌드인 '작은 사치'와 '가벼운 소비'에 대해 알아본다.

저자 학력, 경력 및 최근 연구

- 현 LG경제연구원 경영연구부문 연구위원
- 서강대 신문방송학과 석사, UC Berkeley에서 Marketing과 Global Business Management 과정 이수
- 최근 연구: '오프라인 유통, 아마존의 정글 벗어나고 있다', '손가락 까딱하지 않고 쇼핑하는 시대', '소비자들 묵직한 소유 내려놓고 '가벼운 소비'로', '여성의 시각으로 보면 같은 시장도 새롭게 보인다' 등

1. '작은 사치', 절제된 소비의 작은 탈출구

소비 시장이 가라앉아 있다. 통계청에서 발표하는 연도별 소매 총액 자료에 따르면 5년 전만 해도 매년 8%대의 성장률을 보이던 소매 총액이 3~4년 전부터 1%대의 성장률을 좀처럼 벗어나지 못하고 있다. 이처럼 전체 소비 시장은 정체 상태임에도 불구하고 소비가 늘어나는 시장이 있다.



자료 통계청(승용차 및 연료소매점 제외)

〈그림 1〉 연도별 소매 총액

우리나라 경제가 위기에 처한 사건 중 국민들이 체감하는 가장 어려웠던 시기는 IMF 사태일 것이다. 국가 부도를 막기 위해 IMF에 구제 금융을 신청할 정도로 경제 상황이 악화되면서 많은 회사가 부도 및 경영 위기를 겪었다. 이에 따라 미래 소득에 대한 불안감도 증폭되었고 사회적으로 소비 절약 분위기가 광범위하게 확산되면서 소비 심리도 크게 위축되었다. 이 당시에 한국방송공사가 매년 실시하던 전국소비자인식조사 자료를 보면 의외의 결과가 나타난다. IMF 사태로 인한 경제 위기가 발생했던 1997년과 그 여파가 계속된 1998년의 소비 욕구에 관한 항목들의 점수가 IMF 사태 이전인 1996년과 비교해서 비슷하거나 오히려 일부 항목은 높아진 것이다. 대표적으로 '나는 갖고 싶은 물건이 많다'라는 항목의 평균 점수는 3년 동안 거의 비슷한 수준을 유지했다. 주머니 사정이 좋지 않더라도 소비 욕구는 없어지지 않는다는 것을 알 수 있다.

〈표 1〉 경기불황기에도 사그라지지 않는 소비 욕구

소비 욕구 측정 항목	평균		
	1996년	1997년	1998년
사고 싶은 것을 못 사서 스트레스를 받는 경우가 많다	2.86	2.98	2.94
사고 싶은 것을 모두 살 수 있으면 좋겠다	3.50	3.52	3.56
물건을 사는 일이 즐겁다	3.37	3.37	3.41
나는 갖고 싶은 물건이 많다	3.26	3.25	3.31
절약해야 하는 생활이 스트레스를 준다	2.78	2.89	2.87

자료 한국방송광고공사 전국소비자인식조사

경기 침체기에도 소비 욕구는 사라지지 않는데 현실의 경제적인 제약으로 소비 욕구를 계속 억누르면 스트레스가 생긴다. 누구나 질이 떨어지는 소비를 계속하면 스트레스가 쌓이게 마련이다. 이는 절약 생활에 대한 피로감 때문이다. 그 피로가 일정 수준 이상 쌓이게 되면 어느 부분에서는 소비 욕구를 발산하여 해소하고자 하는 욕망이 커진다. 맘껏 질러보고 싶은 소비 욕구와 현실적인 경제적 제약이라는 상황이 맞물리면서 소비자의 합리적인 선택으로 나타나는 소비 현상이 '작은 사치'이다.

1) 불황기에도 호황인 디저트 시장

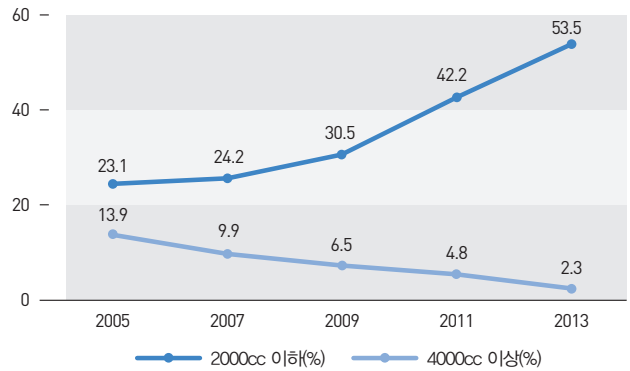
미국 드라마 촬영지로 유명세를 타고 있는 컵케이크 전문점 '매그놀리아'는 컵케이크를 구매하려는 고객으로 문전성시를 이룬다. 아이 주먹만 한 컵케이크 하나가 4천 원대, 푸딩은 1만 원 가까이 되는 가격에도 불구하고 고객들은 서슴없이 지갑을 연다. 홍콩 '마약 쿠키'라고 불리는 제니 베이커리의 쿠키는 날개 돋친 듯 팔리고 저녁때가 되면 거의 모든 품목이 동이 나서 아쉬워하며 발길을 돌리는 고객이 적지 않다.

고급 디저트 시장이 급성장하고 있다. 업계가 추산하는 국내 디저트 시장 규모는 2013년 3천억 원에서 2015년 1조 5천억 원으로 약 5배 성장하였다. 형형색색의 마카롱부터 일본 청정지대에서 키운 소에서 생산되는 우유로 만든 롤케이크까지 국내·외를 가리지 않고 유명 디저트 업체가 속속 들어서고 있다. 백화점 역시 유명 디저트 브랜드 유치에 총력을 기울이고 있다. 매출 성장세가 둔화되고 있는 백화점과 대조적으로 백화점 내 고급 디저트 매출은 가파른 성장세를 보이고 있다.

2) 수입차, 중소형 차량 비중이 절반

한국수입자동차협회의 자료에 따르면 우리나라 수입차는 2000년대 말까지

5% 미만의 낮은 점유율을 근근이 유지하며 크게 확산되지 않았으나, 2012년에 처음으로 10%를 넘어섰으며 지난해 초에는 18%까지 치솟는 빠른 속도의 성장세를 보이고 있다. 수입차가 늘어나고 있는 추세에서 한 가지 눈에 띄는 점은 2,000cc 미만인 소형 차량의 판매량이 전체의 절반 가까이 된다는 점이다. 반면 4,000cc 이상의 대형차는 10여 년 전 약 17%의 높은 비중을 보이다 점점 줄어들어 지난해에는 2%대의 미미한 비중을 보이고 있다. 전형적으로 사치품으로 여겨지는 수입차 시장에서도 소형차 위주의 판매가 늘고 있는 작은 사치 현상이 나타나고 있다. 국산 차보다 약간 높은 가격만 지급하면 럭셔리의 상징인 수입차를 몰면서 과시할 수 있다는 가치가 소비자에게 어필한 것이다.



자료 한국수입자동차협회

〈그림 2〉 소형 수입차 및 대형 수입차 비중 추이

고도 성장기에는 오늘보다 나은 미래가 있고, 자신의 부모 세대보다 경제적으로 더 풍족한 삶을 살 수 있다는 믿음이 있다. 그러나 저성장 시대에는 그런 믿음을 가지기 어려워진다. 성장의 공간이 많이 열려있을 때는 노력하면 다 가질 수 있다는 꿈을 가질 수 있었으나 성장의 여력이 적을 때는 언제 올지 모르는 내일로 만족을 미루기보다 오늘을 살자는 의식이 강해질 수 있다. 소비 시장이 전반적으로 가라앉아 있는 시기에 작은 사치 트렌드가 확산되는 이유이다.

소비로 존재를 증명하는 현대인에게 소비 행위는 끊임없이 이루어진다. 다만 상황에 따라서 소비의 흐름이 달라질 뿐이다. 1990년대에 파산 직전의 구찌를 부흥시킨 디자이너 톰 포드(Tom Ford)는 '옷 하나로 살맛이 날 수도 있고, 이 구두 하나면 인생이 달라질 것 같은 느낌이 사람 사는 데 중요하다'고 했다. 이는 경기가 어려울 때도 유효한 소비 행위일 것이다. 현실의 경제적인 제약으로 과거처럼 집 구매 등과 같은 큰 소비에서 행복감을

얻기가 점점 어려워지는 요즘, 주변에서 작은 사치를 누림으로써 만족을 얻는 소비 행위는 앞으로도 늘어날 것으로 보인다.

2. '가벼운 소비'에 끌리다

대형 전자제품 매장에 들어서면 수 십 개의 TV가 벽에 걸려있다. 벽을 가득 메운 수많은 TV 중에서 내가 잘 샀다고 느낄 만한 올바른 하나를 골라낸다는 것은 여간 어려운 일이 아니다. TV 같은 내구재는 한 번 구매하면 오래 사용해야 하고 지급해야 하는 비용도 높기 때문이다. 그만큼 구매 결정 시 중압감도 높다. 이처럼 제품 구매 주기가 긴 내구재를 구매하는 행위는 고도의 지적 활동이 요구된다. 소비자들은 너무 많은 제품으로 피곤하다.

1) 넘쳐나는 제품으로 피곤한 소비자들

제품이 넘쳐나는 시대이다. 저서 '디퍼런트(Different)'에 따르면, 수십 가지의 비슷비슷한 제품들이 눈앞에 펼쳐져 있는 과잉 공급 시대에는 카테고리 내 브랜드와 제품의 수가 증가할수록 제품 간의 차이는 점점 줄어들고, 그 차이의 경계도 점점 희미해진다고 한다. 한 카테고리가 과잉 성숙의 단계에 접어들면 과도한 경쟁 때문에 초세분화(Hyper-Segmentation)가 함께 나타나기 때문이다. 따라서 소비자들은 엄청나게 많은 대안이 있음에도 불구하고 개별 브랜드 간의 차이를 인지하기 어렵다. 너무 많은 대안은 소비자에게는 다양성의 축복이 되기보다 오히려 피로와 스트레스를 준다. 제품이 넘쳐나는 시대에 구매 결정의 부담감을 덜어주고 가볍게 소비할 수 있는 제품이 필요한 이유이다.

2) '묵직한' 소유를 꺼리는 젊은 세대

20~30대 젊은 세대에게는 무엇을 소유하는 것에 대한 가치가 점점 줄어들고 있는 것으로 보인다. 소유가 중요한 것이 아니라 얼마나 잘 쓰고 잘 즐기느냐가 이들에게는 더욱 중요하다. 소유 가치보다 사용 가치를 중시하는 것이다. 어떤 제품을 적지 않은 돈을 주고 구입하여 오랫동안 간직해야 한다는 부담감보다 그때그때 필요한 것들을 향유하는 것이 이들이 사는 방식으로 보인다.

이는 우리나라에서만 나타나는 현상이 아니다. 블룸버그에 따르면 미국에서도 2008년 금융위기 이후 20~34세 젊은 세대를 중심으로 '리세션 세대(Recession Generation)'가 등장하였다. 서브프라임 모기지(비우량 주택담보대출) 등으로 인해 큰 경제 위기를 겪은 이들은 집이나 자동차처럼 돈이 많이 들고 고정된 투자에 대해 일단 리스크가 높다고 생각한다. 금융위기를 통해 보유 자산에 대한 가치가 떨어지는 것을 경험한 이들은 무엇을 소유하는 것을 경계하고 무슨 일이 일어나더라도 유연하게 대응할 수 있기를 원한다.

이로 인해 나타나는 현상은 미국 젊은이 중 대부분이 '렌털(Rental)'로 생활하고 있다는 것이다. 이들은 집이나 차뿐만 아니라 심지어 의류도 렌털한다. 'Rent the Runway'는 정장이나 드레스 등의 하이패션 의류를 구매 가격의 약 10%의 비용으로 빌려주는 웹사이트이다. 뉴욕타임즈에서 '오뜨 쿠뛰르의 넷플릭스(Netflix) 모델'이라고 평할 만큼 럭셔리한 의류 경험을 렌털로 제공함으로써 소유의 의미를 바꿔가고 있다. 렌털도 마다치 않는 젊은 세대의 소비 방식은 더 잘 즐기기 위해 그들이 선택한 더 나은 소비 방법이다. 이들 세대에게 소유란 '영구적으로' 무언가를 갖는 것이 아니라 '그들이 필요한 기간' 동안만 갖는 것이 되고 있다.

이처럼 가벼운 소비는 이 시대에 어필할 수 있는 가치가 될 수 있다. 이를 선택하여 어려운 시기에도 성과를 내고 있는 기업들이 있다. 내구재를 소비재 성격으로 전환하여 소비자에게 어필하고 있는 몇 가지 사례들을 살펴보자.

3) 이케아, '가벼운' 글로벌 가구 공룡

2014년에 이케아(IKEA)가 국내에 진출했다. 국내에 들어오기 전에는 가구를 손수 조립하는 것에 익숙하지 않은 우리나라 사람들의 특성과 다른 국가보다 비싼 가격 논란 등으로 이케아가 성공할 수 있을지 반신반의하는 시각도 있었다. 하지만 광명에 오픈한 이케아 매장은 연면적만 13만㎡가 넘는 전 세계에서 가장 큰 규모에도 불구하고 방문자가 많아 매장에 들어갈 수 없을 정도로 사람들이 몰리고 있다. 이케아 광명점은 개장 1년 만에 670만 명이 방문했으며 3천억 원 이상의 매출을 올렸다. 단일 매장 매출로는 국내 가구 업계 최고이다.

일반적으로 가구를 구매할 때 소비자들은 신중하게 고민한다. 앞으로 10년 동안 이 가구와 함께 할 수 있을까? 적지 않은 비용이 드는데 내가 올바른 결정을 한 걸까? 이케아는 가구 구매에 대한 스트레스와 중압감을 날려버릴 수 있게 함으로써 이런 고민들을 가치 없게 만들었다. 이케아의 가장 큰 매력은 가구를 자주 바꿀 수 있다는 점이다. 쓸만한 품질의 제품을 비싸지 않은 가격으로 판매하고 있기 때문이다. 이케아는 가구를 내구재가 아닌 '소비재'로 차별화하고 있다. 일반 가구점에서 들을 수 있는 '이 가구 한 번 사시면 최소 10년 이상은 쓰실 수 있을 겁니다'와 같은 말을 이케아 매장에서는 들을 수 없다. 오히려 이케아에서 판매하는 가구는 소비재에 불과하며 그렇기 때문에 몇 년 지나면 바꾸어야 할 제품이라고 한다.

이케아는 가구의 실제적인 이용 가치에 초점을 맞추고 있다. 가구는 몇 년 정도 일상적인 필요에 맞게 사용할 수 있으면 그만일 뿐 그 이상의 품질은 의미가 없다고 생각한다. 이케아는 '매우' 튼튼한 가구는 아닐지언정 지급한 가격에 비추어 소비자가 기대하는 사용 기간에는 품질에 큰 문제가 없는 가구를 지향한다. 소비자들도 이케아 제품을 오랫동안 쓸 것이라고 기대하지

않는다. 제품에 지급한 가격과 구매 결정에 들인 노력 등을 감안할 때 균형을 맞출 수 있는 수준의 품질이면 되는 것이다.

4) 패스트 패션, 가볍게 사고 가볍게 버린다

유니클로(Uniqlo)에서 옷을 구매하는 방식은 다른 의류 매장과 다르다. 선반에 올려 있는 제품들을 둘러보면서 마음에 드는 제품을 몇 개 골라 피팅룸에 가서 입어본 후 살 제품들만 골라서 장바구니에 넣고 계산대에 가서 계산을 마치고 나면 끝이다. 여느 의류 매장처럼 의류에 대한 직원의 조언이 필요하지 않다. 직원의 도움이라면 내가 찾는 물건이 어디 있는지 정도 물어보는 것이 전부이다. 이는 마치 대형 마트에서 생활용품을 구매하는 것과 흡사한 구매 방식이다.

유니클로, 자라(ZARA), H&M 등 패스트 패션은 옷을 구매하는 방식에 혁신을 가져왔다. 무릇 의류란 한 번 구매하면 오래 입어야 한다는 생각에 제품의 소재, 디자인 등을 꼼꼼히 따져서 구매해야 하는 제품이었다. 브랜드 의류들은 한 번에 지급하는 가격도 만만치 않아 신중함이 더해진다. 그래서 구매하고 나서도 내가 잘 산 건가라는 불안감을 가지기도 한다. 패스트 패션 제품들은 이런 고민에서 자유롭다. 소비자들의 유행을 빠르게 맞추면서도 가격이 부담스럽지 않고, 제품 품질도 지급하는 가격을 고려하면 나쁘지 않다. 패스트 패션 제품을 사면서 사람들은 한 두 시즌 입을 수 있을 정도의 품질만을 기대한다. 유니클로, 자라, H&M 등 패스트 패션 기업들의 글로벌 매출은 매년 성장하고 있다. 유행에 맞춰 혹은 필요할 때 잠시 입고 부담없이 버릴 수 있는 '생활용품' 같은 성격이 소비자들에게 어필한 것이다.

3. 불황기 소비트렌드에서 얻는 새로운 기회

소비자들이 어디에 가치를 두고 소비가 어디로 흐르고 있는지를 파악하는 것은 중요하다. 시장을 잘 들여다보면 기회가 보이기 때문이다. 작은 사치는 절제된 소비의 작은 탈출구이다. 소비자들에게 별 부담을 주지 않으면서 팍팍한 일상에서 잠시나마 삶에 활력과 즐거움을 줄 수 있는 새로운 '작은 사치'를 발굴하는 것은 오늘을 사는 대한민국 소비자에게 제공할 수 있는 작지만 의미 있는 가치가 될 수 있을 것이다.

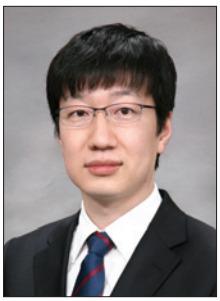
차별화로 치장한 초고가 제품보다 '쓸 만한' 품질 수준의 제품을 깊이 고민하지 않고 가벼운 마음으로 구매하게 하는 것도 이 시대에는 소비자에게 어필할 수 있는 가치이다. 사용자의 피로도를 높이는 '넘치는 품질'이 만연한 지금 단순함이 새로운 가치가 될 수 있다. 선택의 위험을 줄이고 소비자의 구매 결정을 가볍게 해주는 제품에 새로운 기회가 있는 이유이다. 복잡한 세상에서 눈을 돌려 단순함을 찾아보자. 여기에 새로운 기회가 있다.

참고문헌

1. 문영미, 2011, "디퍼런트"
2. 한국방송공사, 1998, "소비자 인식 조사"
3. 한국수입자동차협회, 2015, "월간통계(배기량 통계)"
4. Caroline Fairchild, 2012, "Recession Generation Opts to Rent, Not Buy Houses to Cars"

이달의 이슈 | 02

가계 전방위적으로 소비 줄여



김 천 구
현대경제연구원 연구위원
ck1009@hri.co.kr

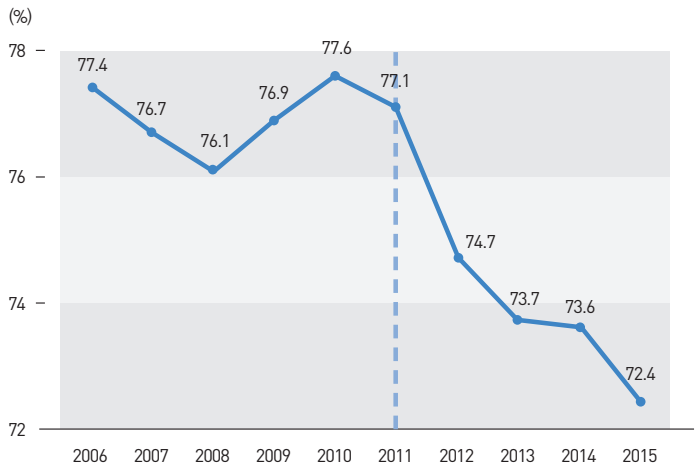
최근 수년간 가계의 평균소비성향이 급감하는 모습이다. 2006~2011년 가계의 평균소비성향은 77%대 전후를 유지했으나 2012년 이후부터 평균소비성향이 급감하였다. 2015년 평균소비성향은 72.4%로 2006년 전국 1인 이상 가구 가계동향조사 통계가 작성된 이래 가장 낮은 수준이다. 2003년부터 자료가 제공되는 전국 2인 가구 통계를 기준으로 했을 때도 평균소비성향은 사상 최저치를 기록했으며, 1990년부터 자료가 제공되는 도시 2인 가구 이상 통계에 따르면 2015년 현재 평균소비성향은 외환위기 이래 최저 수준이다. 이처럼 평균소비성향이 낮아진다는 것은 가계가 돈이 생겨도 소비를 늘리기보다 저축을 선호한다는 것을 의미한다.

가계가 돈을 안 쓰고 저축을 늘리는 것은 나름의 이유가 있다. 가뜩이나 경기가 안 좋은 상황에서 일자리가 불안하고, 평균수명은 점차 늘어나며, 은퇴 이후 노후생활을 위한 돈도 많이 필요할 것으로 예상되기 때문이다. 개인적으로 현재 소비를 줄이는 것이 매우 합리적인 행동일 수 있다. 하지만 다수의 가계가 현재 소비를 줄이고 저축을 늘리는 데만 집중한다면

저자 학력, 경력 및 최근 연구

- 현 현대경제연구원 연구위원, 서강대학교 경제학과 박사 과정
- 최근 연구: 평균소비성향 변동의 기여요인 분해와 시사점, 월별 소비변동과 시사점, 맞벌이 가구 현황과 소비특성, 국내 잠재성장률 추이 및 전망

사회 전체적으로는 어떤 현상이 나타날까. 가계의 소비 감소는 경제 총수요를 줄어들게 하고, 이는 기업의 생산 활동을 위축시켜 고용이 감소하는 결과로 이어지게 된다. 즉, 개인의 합리적 행동이 오히려 국민소득을 감소시켜 개인을 가난하게 만드는 역설적인 상황을 낳는다.



주 전국 1인 이상 가구 기준 통계자료는 2006년부터 제공됨
자료 통계청 가계동향조사

〈그림 1〉 평균소비성향 추이

그렇다면 가계는 여러 소비 항목 중 어떤 품목의 소비를 줄이고 있을까. 평균소비성향이 급감하기 이전인 2011년과 가장 최근 시점인 2015년을 비교하여 평균소비성향 변동요인별 기여도[1]를 산출하였다. 예를 들어 전체 평균소비성향이 2011년 77.1%에서 2015년 72.4%로 4.7%p 하락했을 때 식사비의 가처분소득 대비 소비지출이 2011년 9.5%에서 2015년 9.3%로 하락했다면 식사비는 전체 평균소비성향 하락분인 4.7%p 중에서 0.2%p 하락으로 설명된다. 가계동향조사의 소비지출 항목은 12개 대분류와 97개 중분류, 393개 소분류로 구성되어 있는데 분석에서는 중분류 기준을 사용하였다.

$$\text{평균소비성향 변동요인별 기여도}_j = \frac{\text{품목별 소비지출}_{j,2015}}{\text{가처분소득}_{2015}} - \frac{\text{품목별 소비지출}_{j,2011}}{\text{가처분소득}_{2011}}$$

1 구체적으로 2015년 가처분소득 대비 j 상품의 소비지출과 2011년 가처분소득 대비 j 상품의 소비지출 차이를 구하여 품목별로 전체 평균소비성향 증감에 대한 기여분을 산출하였다.

평균소비성향의 하락 현상은 광범위한 품목에서 진행되고 있었다. 2011~2015년 평균소비성향 하락에 기여한 품목 수는 97개 품목(중분류 기준) 중 63개 품목인 반면, 평균소비성향 상승에 기여한 품목 수는 34개 품목이었다. 평균소비성향 하락에 기여한 품목 수가 평균소비성향 상승에 기여한 품목 수보다 두 배가량 많았다는 것은 특정 품목에서 평균소비성향 하락 현상이 나타나는 것이 아니라 가계가 전방위적으로 소비지출을 줄이고 있음을 시사한다.

〈표 1〉 평균소비성향 상승, 하락에 기여한 품목 수

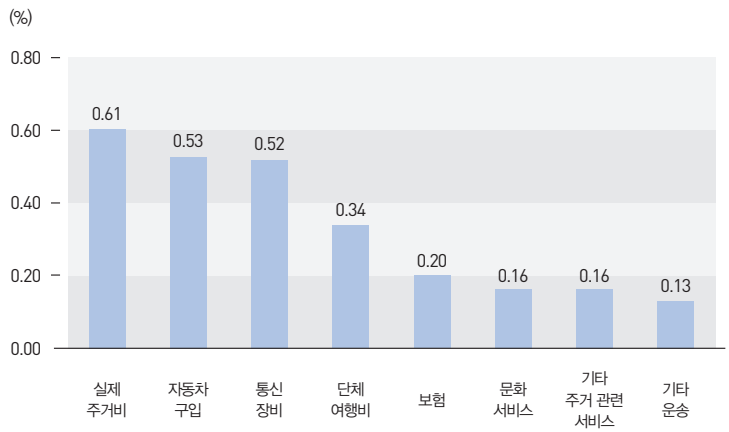
	평균소비성향 상승에 기여한 품목 수	평균소비성향 하락에 기여한 품목 수
전체	34개	63개
식료품·비주류음료	3개	15개
주류·담배	1개	1개
의류신발	0개	6개
주거·수도·광열	2개	3개
가정용품 · 가사서비스	6개	4개
보건	4개	3개
교통	3개	6개
통신	2개	1개
오락 · 문화	9개	11개
교육	0개	6개
음식·숙박	1개	1개
기타상품서비스	3개	6개

자료 현대경제연구원 자체 추정

물론 2011~2015년 사이에 평균소비성향을 높이는 데 크게 기여한 품목도 있었다. 대표적인 상승 품목은 실제주거비 등 대부분의 서울 시민이 체감하고 있는 주거 관련 소비였다. 전세 수요가 늘어난 것과 대조적으로 공급이 줄어 같은 기간에 전세 가격이 폭등하였다. 전세 가격은 2012년에 전년 동월 대비 10% 이상 상승하였으며 이후에도 소비자물가 상승률을 크게 웃도는 수준으로 올랐다. 전세에서 월세로 빠르게 전환되고 있는 현상도 실제주거비가 평균소비성향을 높이는 데 기여하였다.

자동차, 통신장비 등 일부 내구재 소비 역시 평균소비성향을 높이는 데 기여하였다. 정부가 2015년 8월 27일부터 2015년 말까지 시행했던 자동

차에 부과되는 개별소비세 인하 조치로 자동차 구입이 크게 증가하였으며, 수입자동차 수요도 꾸준히 늘고 있다. 또한 비교적 고가품인 스마트폰이 필수화되면서 가계의 통신장비 지출도 큰 폭으로 증가하였다. 단체여행비, 문화서비스와 같은 여가와 관련된 소비 지출과 보험 등도 가계가 소비를 꾸준히 늘리고 있는 품목이다. 문화서비스의 수요가 꾸준히 늘었고, 보험료는 고령화로 인한 수요 증가와 소비자 니즈를 충족시키는 다양한 상품 출시 등에 따른 수요 증가로 평균소비성향 상승에 기여하였다.



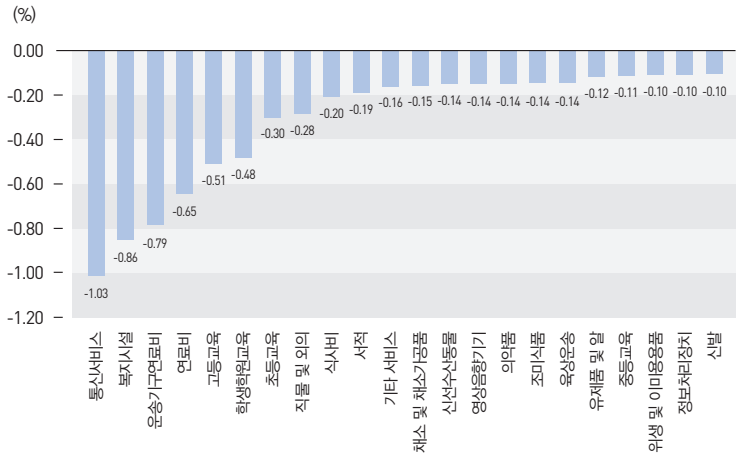
주 평균소비성향을 0.1%p 이상 높이는 데 기여한 품목
자료 현대경제연구원 자체 추정

〈그림 2〉 평균소비성향 상승 기여도 품목

그렇다면 분석기간 동안 평균소비성향 하락에 크게 기여한 품목은 어떤 것일까. 분석결과 평균소비성향 하락에 가장 크게 기여한 품목은 운송기구연료비, 연료비 등 석유류 관련 품목이었다. 몇 년 전까지 서울 시내 주유소에서 주유할 때 휘발유 1리터에 2,000원 전후의 비용이 들었지만 최근에는 국제유가가 하락하면서 1,000원대 중반의 비교적 낮은 가격으로 주유할 수 있다. 교육 관련 품목도 평균소비성향을 낮추는 데 크게 기여하였다. 1990년까지만 해도 서울 초등학교 학급당 인원은 50명을 훌쩍 넘었다. 하지만 현재 서울 시내 초등학교에서 한 반에 수업을 듣고 있는 학생은 20명 초반 수준까지 줄어들었다. 즉, 저출산 현상으로 인한 학령인구 감소가 교육 서비스의 수요 저하요인으로 작용하여 가계의 교육에 대한 지출 비중이 줄어들었다.

이외에도 정부의 통신료 인하를 위한 정책적 노력으로 통신비에 대한 가계소득 대비 지출 비중이 줄었으며, 영유아 보육료 지원으로 가계가 어린이집에 지출하는 비용이 감소하였다. 식사비, 채소 및 채소가공품,

신선·수산·동물 등 식료품 관련 지출의 가계소득 대비 지출 비중도 감소하였다. 식료품은 가계의 소득이 늘어날수록 가계소득에서 차지하는 비중이 줄어드는 대표적인 품목이며 엥겔계수[2]가 이를 나타낸다. 2008년부터 2012년까지 높은 상승폭을 보이던 식료품 가격 상승률이 2013년 이후부터 안정화되면서 가계의 식료품 지출 부담 완화에 기여했다는 것을 알 수 있다.



주 평균소비성향을 0.1%p 이상 낮추는 데 기여한 품목
자료 현대경제연구원 자체 추정

〈그림 3〉 평균소비성향 하락에 기여한 품목

분석을 종합하면 주거비 급등, 정부의 내수 활성화 정책, 가계의 수요 변화 등이 평균소비성향을 높이는 데 기여하였다. 반면 학령인구 감소 등 인구구조 변화, 석유류, 통신비 등 필수재의 가격 안정과 소득 향상에 따른 식료품 소비 비중 감소 등은 평균소비성향을 낮추는 데 기여하였다. 평균소비성향 하락 요인 중 석유류, 통신비 등은 가격이 안정되어 가계의 다른 품목에 대한 소비 여력을 높이는 데 도움이 되었다. 하지만 필수재의 가격 안정으로 늘어난 가계의 소비여력에도 불구하고 소비재 중 일부 내구재를 제외하고는 뚜렷하게 가계의 소비확대로 이어지지 못한 채 오히려 광범위한 품목에서 평균소비성향 하락 현상이 나타나고 있다.

가계의 평균소비성향이 지속적으로 줄고 있는 것은 더 이상 방관해서는 안 되는 문제다. 가계가 앞으로도 계속 소비를 줄여 나간다면 경제 총수요가 줄어들어 우리나라가 처한 장기 저성장 국면에서 더욱 빠져나오기 어렵기 때문이다. 따라서 소비성향 하락 현상에 대한 적극적인 대응이 필요하다.

2 소득이 높아도 식비는 다른 지출에 비해 크게 오르지 않는다는 것을 전제로 한 개념으로, 식료품지출/소득 또는 식료품지출/총소비 등으로 측정

먼저 정책 당국은 현재 내구재 중심인 소비 활성화 대책을 비내구재, 서비스 등 다양한 부분으로 확대할 필요가 있다. 자동차나 대용량 가전제품 등 내구성 소비재는 비교적 사용기간이 길어서 소비 진작의 효과가 일회적일 수 있다는 우려가 있다. 따라서 내용기간이 비교적 짧은 비내구재 서비스 등의 소비를 진작하는 정책을 병행하여 중장기적으로 가계의 소비가 안정적으로 늘어나게 할 필요가 있다.

최근 수요가 늘고 있는 문화서비스와 관광 분야의 소비를 늘리기 위한 대책이 필요하다. 여행객들의 수요에 맞는 국내의 관광 기반을 갖추어 해외로 유출되고 있는 여가 관련 소비가 국내에서 더욱 확대되도록 유도해야 한다. 다양한 요구에 걸맞은 국내 관광 인프라를 확충하고, 고급 리조트와 골프장 등 가계의 수요에 맞는 관광 시설에 대한 투자를 확대하여 해외의 관광 수요를 국내로 전환하려는 노력과 지원이 강화되어야 한다. 또한 낙후된 국내 관광 시설을 개선하고, 관광 명소와 맛집, 전통 유적 등 여행정보를 제공하는 시스템과 애플리케이션 등을 개발하여 국내 여행의 편의를 개선할 필요가 있다.

서울시는 특히 가계가 소비를 늘리기 어려운 요인 중 하나인 가계의 주거비 부담을 완화하기 위해 지속적으로 임대주택을 공급하고 저소득층의 주거안정을 위해 주거복지 지원 체계를 강화할 필요가 있다. 주택 공급 확대 및 임대 주택의 활성화 등을 통해 전·월세 가격을 안정시키고 주거비 부담이 상대적으로 큰 저소득층에게는 임차인 보조금 확대, 저리 융자 자금 확대 등을 고려해 볼 필요가 있다.

미래 불확실성으로 냉각된 소비심리를 자극할 수 있는 정책도 지속적으로 추진해야 한다. 정부의 적극적인 경기 부양정책 추진 의지는 각 경제주체의 경기 회복에 대한 심리적 기대감을 고조시킴으로써 가계들의 불안한 미래심리를 회복하는 데 도움이 된다. 코리아 그랜드 세일과 같은 대규모 할인행사를 정례화해서 최근 억눌려 있는 소비심리를 자극할 필요가 있다.

참고문헌

1. 현대경제연구원, 2013, “평균소비성향에 영향을 미치는 주된 요인과 시사점”
2. 현대경제연구원, 2014, “2020년 인구 효과에 따른 소비구조 전망”
3. 현대경제연구원, 2014, “소비 부진의 요인별 분석과 경제적 파급영향”
4. 한국개발연구원, 2014, “연령별 소비성향의 변화와 거시경제적 시사점”
5. 한국은행, 2015, “소비자물가 중 가격하락 품목 수 증가의 원인 및 평가”

생생리포트

2/4분기 서울시 소비자 체감경기와 관심 경제 이슈

Ⅰ. 최근의 서울경제 여건

Ⅱ. 서울의 2/4분기 소비자 체감경기

Ⅲ. 서울시민의 관심 경제 이슈

: 연말정산과 카드 공제

서울연구원 시민경제연구실 연구위원
최봉 cbong@si.re.kr

생생리포트

2/4분기 서울시 소비자 체감경기와 관심 경제 이슈

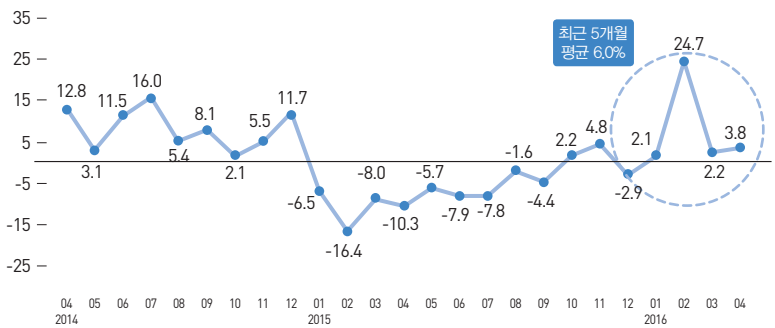
* 이 생생리포트는 서울연구원 정책리포트 214호를 인용한 것입니다(최봉, 2016, "2/4분기 서울시 소비자 체감경기와 관심 경제 이슈", 서울연구원 정책리포트, 214호).

Ⅰ. 최근의 서울경제 여건

서울의 산업생산과 소비는 증가, 고용은 침체

2016년 4월 서울의 「산업생산지수」는 전년 대비 증가세

- 서울의 「산업생산지수」는 2016년 들어 4개월 연속 전년 동월보다 증가
  - 2016년 4월은 전년 동월보다 3.8% 증가하는 등, 최근 5개월은 전년 동월 대비 평균 6.0% 성장하며 회복세를 유지
  - 2월(24.7%)의 높은 증가율은 전년 동월 -16.4%로 급감했던 것이 원인
  - 서울과 달리 전국 제조업의 산업생산지수는 전년 동월보다 2.8%의 마이너스 성장률을 기록하는 등, 2월을 제외하고 3개월 모두 감소
- 부문별로 중간재는 15.6%의 높은 증가율을 보였으며 소비재도 2.7% 증가하였으나, 자본재는 -0.4%로 소폭 감소
  - 최근 5개월 동안 중간재가 27.7%의 높은 증가율을 보였으며, 자본재와 소비재도 각각 0.5%, 1.7% 늘어나는 등 모두 증가세



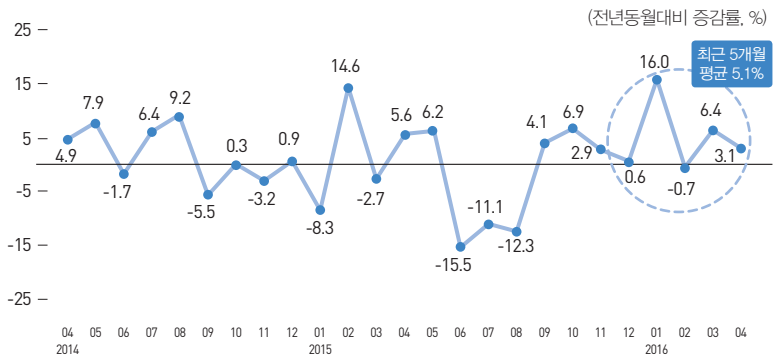
자료 통계청, 광업제조업동향조사 ①

〈그림 1〉 서울의 산업생산지수 증감률(제조업)

① 최근 2개월 수치에는 잠정치(p)가 포함되어 있으며, 추후 수정될 수 있음. 매년 1월분 통계 공표(2월말 또는 3월초) 시에는 연간 보정으로 인해 최근 몇 개년 자료가 수정될 수 있음.

「대형소매점 판매액지수」는 4월에 전년 대비 3.1% 성장

- 내수로 대표되는 서울의 「대형소매점 판매액지수」는 2016년 4월 전년 동월 대비 3.1% 성장하는 등 최근 5개월간 평균 5.1% 증가
  - 2월 -0.7%를 제외하고 전년 동월보다 지속적인 상승세를 기록
- 최근 5개월간 백화점 판매액은 평균 1.6%, 대형마트 판매액은 평균 8.7% 증가
  - 백화점 판매액은 2015년 12월과 2016년 2월 마이너스를 기록하였으나 1월 10% 이상 증가하며 전체적으로 큰 폭으로 성장하였으며, 대형마트 판매액은 꾸준히 높은 성장세 유지
  - 전체적으로 2016년 「대형소매점 판매액」은 백화점보다 대형마트와 대형소매점의 상승세가 전체 성장을 주도



자료 통계청, 서비스업동향조사[2]

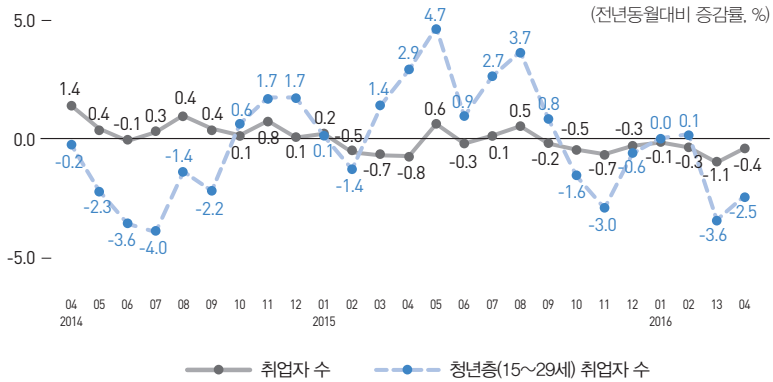
〈그림 2〉 서울의 대형소매점 판매액 증감률

전체 「취업자 수」는 2015년 가을 이후 변동폭이 작으나, 청년층은 월별로 큰 차이

- 2016년 4월 서울의 「취업자 수」는 전년 동월 대비 0.4% 감소한 508만 명
  - 「취업자 수」의 증감률은 8개월 연속 마이너스를 기록 중이며, 2016년 3월 감소율은 -1.1%까지 떨어졌으나 4월 -0.4%로 다소 회복

[2] 최근 2개월 수치에는 잠정치(p)가 포함되어 있으며, 추후 수정될 수 있음. 매년 1월분 통계 공표(2월말 또는 3월초) 시에는 연간 보정으로 인해 최근 몇 개년 자료가 수정될 수 있음.

- 서울의 청년층 취업자 수는 전년 동월(88만 7천여 명)보다 낮은 86만 5천여 명을 기록하는 등 전체 취업자 수와 마찬가지로 감소세
  - 청년층의 취업자 수는 최근 5개월 평균 -1.3%였으며, 2016년 3월 -3.6%, 4월 -2.5%를 기록하는 등 감소세가 심화
  - 1월과 2월은 전년 동월과 비슷한 수치를 유지하였으나, 기업의 구조조정과 경제상황 악화로 3월 들어 급격히 하락하고 있는 점에 유의



자료 통계청, 경제활동인구조사

〈그림 3〉 서울의 취업자 수 증감률

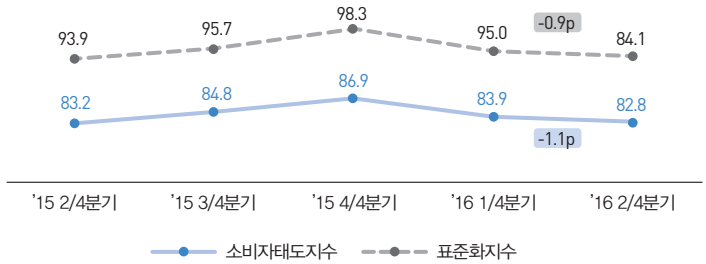
Ⅱ. 서울의 2/4분기 소비자 체감경기

2016년 서울시민의 체감 경기는 2분기 연속 하락

서울의 2/4분기 「소비자태도지수」는 전 분기에 이어 연속 하락

- 2016년 2/4분기 서울의 「소비자태도지수」는 표준화지수[3] 기준 94.1로 전(前) 분기보다 0.9p 하락
  - 2016년 1/4분기에 3.3p 하락한데 이어, 2/4분기에도 하락
- 2016년 상반기는 하락세로 마감하였으나 여름휴가, 추석특수 등 하반기 반등 기대
  - 2015년에 소폭 개선되던 경기가 2016년 들어 하락세를 지속
  - 7월 이후 여름휴가, 추석특수 등으로 소비자태도지수는 다소 상승 가능
  - 반면 한국은행 기준으로 전년 동기 대비 수출 감소가 올해 5월까지 17개월 연속 이어지고, 수입도 20개월간 감소하는 등 기업경기 악화로 큰 폭의 반등은 어려운 상황

③ 표준화지수란 개별지수(5개 항목)의 평균값과 표준편차를 이용하여 표준화한 후, 단순 평균을 산출하는 방식이다. 연도별로 시계열 조사되는 결과값이 성별, 가구수, 직업 등의 인구통계적 요인에 따라 분기마다 변동이 있기 때문에, 이러한 변수들을 표준화한 값을 구한다.

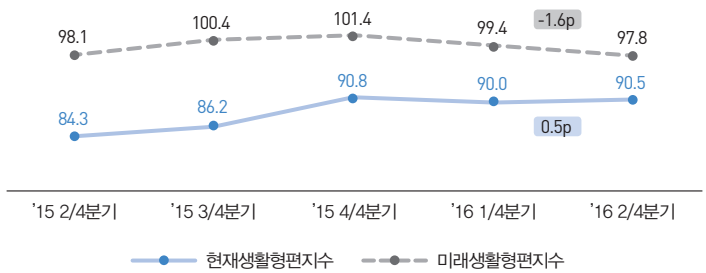


자료 통계청, 경제활동인구조사

〈그림 4〉 서울의 소비자태도지수

서울의 현재와 미래 생활형편에 대한 기대감은 모두 하락세

- 2016년 2/4분기 「현재생활형편지수」는 전 분기 대비 0.5p 증가한 90.5이나, 「미래생활형편지수」는 97.8로 전 분기 대비 1.6p 감소
  - 「현재생활형편지수」는 전 분기에 소폭 하락(−0.8p)하였으나, 이번 분기 0.5p 반등에 성공하며 전 분기를 제외한 최근 1년간 상승세 유지
  - 반면 「미래생활형편지수」는 97.8로 전 분기보다 1.6p 하락하며 최근 2분기 연속으로 기준치(100)를 하회



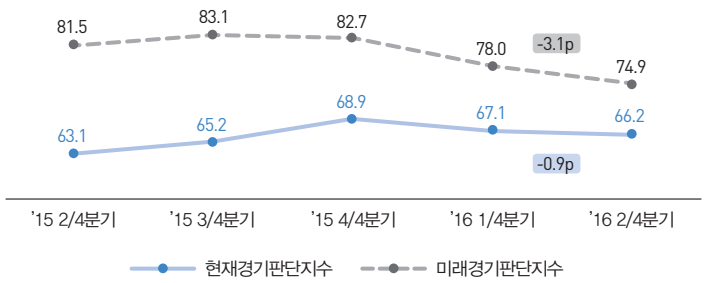
자료 통계청, 경제활동인구조사

〈그림 5〉 서울의 생활형편지수

서울의 미래 경기에 대한 기대감은 매우 낮은 편

- 2016년 2/4분기 「현재경기판단지수」는 전 분기 대비 0.9p 하락한 66.2를 기록
  - 2015년 상승세이던 「현재경기판단지수」는 2016년 1/4분기에 이어 2분기 연속 하락하며, 기준치(100)에 크게 미달
- 2016년 2/4분기 「미래경기판단지수」 역시 74.9로 전 분기보다 3.1p 하락

–「미래경기판단지수」 역시 2분기 연속 큰 폭으로 하락하였는데, 「현재경기판단지수」보다 하락 폭이 커 하반기에도 경기회복에 대한 기대감은 낮은 것으로 조사

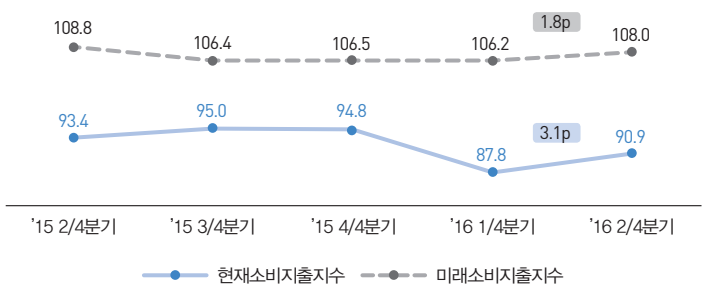


자료 통계청, 경제활동인구조사

〈그림 6〉 서울의 경기판단지수

서울의 현재 소비와 미래 소비 모두 소폭 상승

- 2016년 2/4분기 「현재소비지출지수」는 108.0으로 전 분기 대비 소폭 상승
  –「현재소비지출지수」는 지난 분기보다 1.8p 상승하며 1년 전과 비슷한 수준으로 회복
- 「미래소비지출지수」는 90.9로 전 분기 대비 3.1p 상승하였으나, 전년도 동기(93.4)에 비해서는 아직 낮은 수준
  –2014년 이후 전반적인 하락세이던 「미래소비지출지수」는 전 분기 큰 폭의 하락을 딛고 반등하는 모습을 보여, 하반기 소비지출이 다소 회복될 것으로 예측

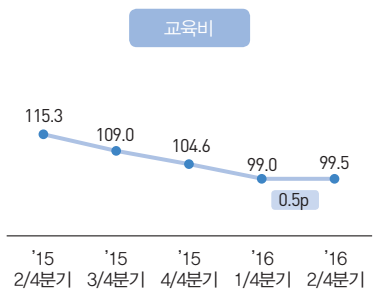


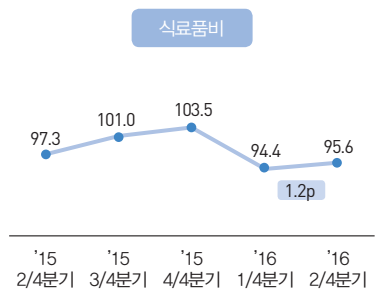
자료 통계청, 경제활동인구조사

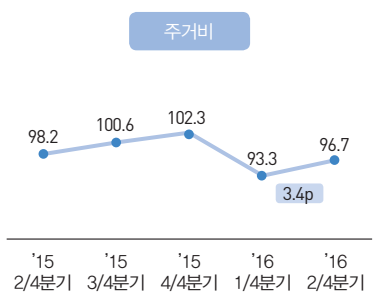
〈그림 7〉 서울의 소비지출지수

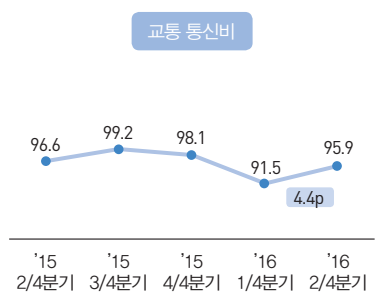
미래소비지출은 각 품목에서 모두 전 분기 대비 상승하였으나 여전히 기준치를 하회

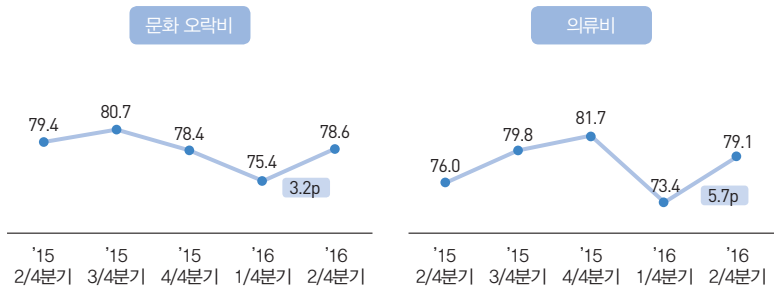
- '교육비'는 전 분기보다 0.5p 상승한 99.5를 기록
  - 하락을 거듭하던 '교육비'는 5분기만에 상승세로 돌아서며 기준치(100)에 거의 근접
- '주거비', '식료품비', '교통/통신비' 모두 90대 중반으로 상승
  - '교통/통신비'가 4.4p로 가장 크게 상승한 가운데, 주거비와 식료품비가 각각 3.4p, 1.2p 상승하는 등 의식주 필수 항목은 모두 기준치(100)에 근접
- '의류비'는 79.1로 전 분기(73.4) 대비 가장 큰 폭으로 증가
  - 전 분기 최하위를 기록하였던 '의류비'는 5.7p 상승하였으나, 여전히 다른 품목에 비해 크게 낮은 편
- '문화오락비'는 78.6으로 전 분기 대비 3.2p 상승하는 데 그치며 '의류비'보다 낮은 최하위 차지
  - '문화오락비'는 의식주에 영향을 미치는 필수항목이 아니기 때문에 소비지출지수가 80을 넘지 못하는 등 다른 품목에 비해 소비 심리가 낮은 것으로 추정
- 2015년까지 '교육비', '식료품비', '주거비' 등 세 품목은 모두 기준치 100을 웃돌았으나, 2016년 들어 아직 이 수준까지 회복하지 못한 상태
  - 전 품목 모두 전 분기 대비 미래소비지출지수가 증가하였으나, 아직 기준치를 상회하는 품목은 없는 것으로 조사







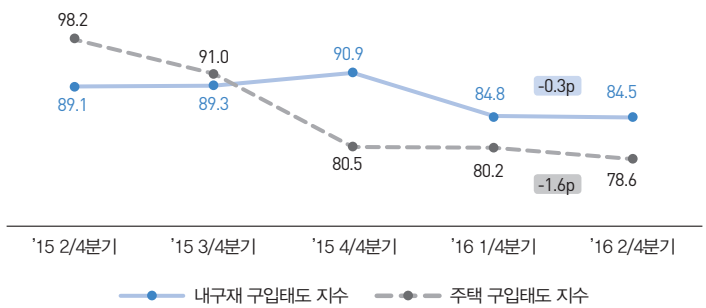




〈그림 8〉 품목별 서울의 미래소비지출지수

서울시민의 내구재구입과 주택구입 의사는 지속적으로 저하

- 2016년 2/4분기 「내구재 구입태도지수」는 전 분기 대비 0.3p 하락한 84.5
  - 2016년 1/4분기 이후 2분기 연속 감소하며 소비심리가 회복되지 못하는 상태
- 「주택 구입태도지수」도 전 분기보다 1.6p 하락하며 5분기 연속 감소
  - 전년 동기 대비 17.6p나 하락한 78.6으로 80대도 붕괴
  - 기준치 100을 크게 밑돌아 주택구입에 대한 부정적인 시각은 당분간 지속될 것으로 추정

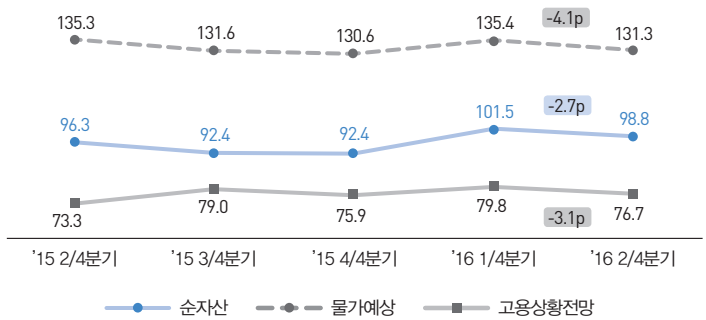


〈그림 9〉 서울의 내구재 및 주택 구입태도지수

순자산을 비롯해 물가예상과 고용상황전망이 모두 하락

- 2016년 1/4분기 모두 상승하였던 「순자산지수」, 「물가예상지수」, 「고용상황전망지수」는 2/4분기 들어 일제히 하락
  - 「물가예상지수」는 4.1p 하락하여 감소폭이 가장 컸으며, 「고용상황전망」과 「순자산지수」는 각각 3.1p, 2.7p 하락

- 지난해 같은 기간보다 「순자산」과 「고용상황전망」은 상승하였으며, 「물가예상」만 감소
  - 「순자산」과 「고용상황전망」은 지난해 동기보다 소폭 상승하였으나 여전히 100 이하이며, 특히 「고용상황전망지수」는 5분기 연속 80 이하로 고용에 대한 시민들의 기대가 여전히 낮은 수준



〈그림 10〉 서울의 순자산지수, 물가예상지수, 고용상황전망지수

Ⅲ. 서울시민의 관심 경제 이슈: 연말정산과 카드 공제

카드 공제 폐지 시, 카드 사용 감소 예상

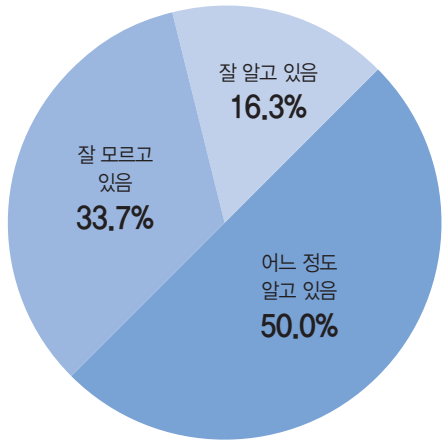
연말정산 카드 공제 제도 폐지④에 대해 상당수가 인지

- 연말정산 카드 공제 제도 폐지에 대해 '알고 있다'는 응답은 '잘 알고 있다'와 '어느 정도 알고 있다'를 합해 대부분인 66.3%
  - '잘 모른다'는 응답은 33.7%로 10명 중 6~7명이 카드 공제 제도 폐지에 대해 인지

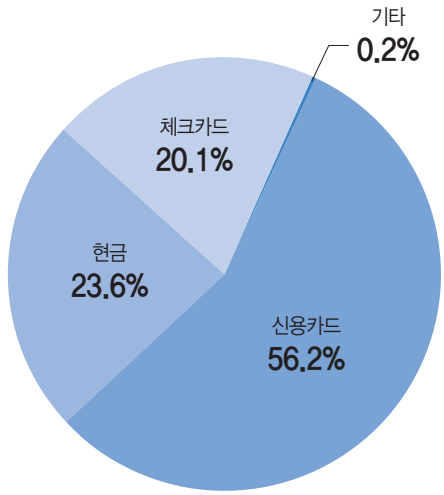
현재 소비지출 시 사용하는 결제 방법은 신용카드 비중이 56.2%로 절반 이상

- 신용카드가 56.2%로 결제수단의 대부분을 차지
  - 그다음이 현금 23.6%, 체크카드 20.1% 순이었으며, 기타 상품권·모바일결제·계좌이체 등은 0.2% 수준에 불과

④ 연말정산 카드 공제란 근로소득 연말정산 시 신용카드와 체크카드 사용금액의 일정액을 소득에서 공제해주는 제도로, 2016년 말 종료될 예정이다.



〈그림 11〉 연말정산 카드 공제 제도 폐지 인지 여부

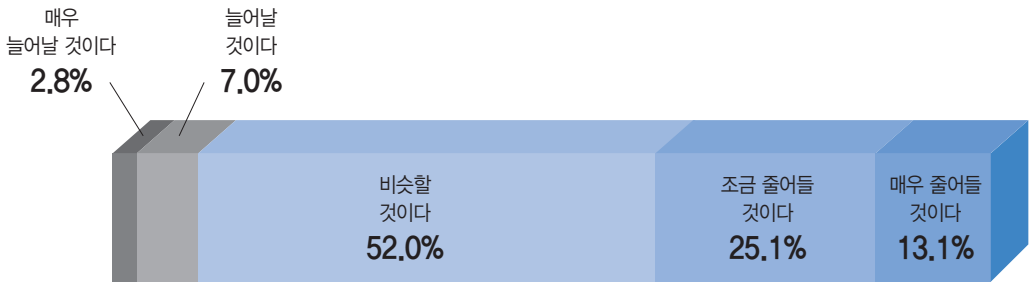


〈그림 12〉 소비지출 방법에 따른 평균 사용 비중

카드 공제 제도를 폐지하면, 카드 사용이 줄어들 것이란 응답이 38.2%

- '비슷할 것이다'란 응답이 52.0%로 절반 이상을 차지한 가운데, '늘어날 것이다'(9.8%)라는 예상보다는 '줄어들 것이다'(38.2%)라는 예상이 많아, 카드 사용이 전체적으로는 감소할 것으로 판단
  - 카드 사용이 줄어들 것 같은 가장 큰 이유는 '카드 공제가 안 돼서'가 67.0%로 대부분을 차지
  - 카드 사용이 비슷할 것 같은 이유로는 '카드 사용의 편리성'이 21.9%, '소비 패턴 변동이 없어서'가 18.8%, '공제와 상관이 없어서'가 14.3% 등의 순

– 카드 사용이 늘어날 것 같은 이유는 '카드 사용의 편리성'이 51.7%로 절반 이상이었으며, '카드 사용 혜택'(16.2%), '공제가 도움 안 돼서'(16.0%) 등도 높은 편



〈그림 13〉 카드 공제 제도 폐지 이후, 카드 사용 정도

카드 공제 폐지 시, '현금영수증을 통한 세금 감면 비중 증가'를 기대

• 연말정산 카드 공제 제도를 폐지 시, 이를 대체할 가장 적절한 지원제도로 '현금영수증을 통한 세금 감면 비중 증가'가 41.8%

– 그다음은 '세액공제 및 한도금액 상향조정'(29.7%), '종합소득, 근로소득 공제 기준 법개정'(16.6%), '비과세 감면 대상 줄임'(10.4%)의 순

인포그래픽스

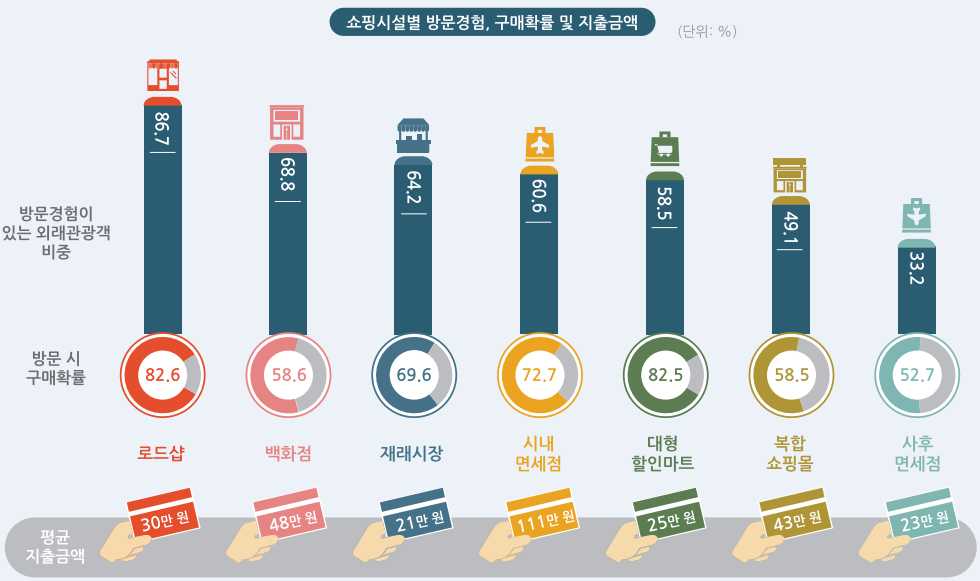
서울을 찾는 외래관광객들이 가장 많이
방문하고 쇼핑하는 곳은 어딜까?

서울연구원 시민경제연구실
조달호 선임연구위원 dhcho@si.re.kr
장윤선 연구원 changys@si.re.kr

인포그래픽스

서울을 찾는 외래관광객들이 가장 많이 방문하고 쇼핑하는 곳은 어딜까?

서울을 찾는 외래관광객들이 가장 많이 방문하고 쇼핑하는 곳은 어딜까?



자료: 서울연구원, 2016 ,「서울시 쇼핑관광 실태분석 연구」
(2015년 12월 19일 부터 12월 31일까지 인천공항과 김포공항에서 출국하는 외래관광객 1,045명을 대상으로 한 설문조사)

서울연구원 시민경제연구실
조달호 선임연구위원 dhcho@si.re.kr / 장윤선 연구원 changys@si.re.kr

가장 많이 방문하는 곳은 로드샵(86.7%)이며 방문 시 구매할 확률(82.6%)도 가장 큼

시내면세점은 외래관광객 방문경험이 쇼핑시설 중 중간 정도(60.6%)에 그쳤으나 평균 지출금액(111만 원)은 가장 많고, 방문 시 구매확률(72.7%, 3순위)도 높은 것으로 조사

서울의 쇼핑시설 중 외래관광객들이 가장 많이 방문하고 구매하는 곳은 로드샵, 가장 많이 지출하는 곳은 시내면세점

- 방문경험이 가장 많은 곳은 로드샵(86.7%), 백화점(68.8%), 재래시장(64.2%), 시내면세점(60.6%), 대형할인마트(58.5%) 순
- 방문 시 구매확률이 높은 쇼핑시설은 로드샵(82.6%), 대형할인마트(82.5%), 시내면세점(72.7%), 재래시장(69.6%) 순
- 쇼핑비를 가장 많이 지출하는 곳은 시내면세점으로 평균 111만 원이며, 그다음은 백화점(48만 원), 복합쇼핑몰(43만 원) 순

로드샵과 대형할인마트는 방문 시 대부분 구매로 이어지는 것으로 조사

- 로드샵은 방문경험(86.7%)과 방문 시 구매확률(82.6%) 모두 가장 크지만, 지출금액(30만 원)은 다른 쇼핑 시설에 비해 적은 편
- 대형할인마트는 방문경험(58.5%)이 적고 평균 지출금액(25만 원)이 소소하게 나타났으나, 방문 시 대부분 구매(82.5%)
- 백화점은 방문경험(68.8%)이 높고, 평균 지출금액(48만 원)이 많은 편으로 나타났으나, 방문 시 구매로 이어질 확률(58.6%)이 낮은 편
- 재래시장은 방문경험이 3순위(64.2%)이며, 방문 시 구매확률(69.6%)도 높은 편으로 조사되었으나 지출금액(21만 원)은 쇼핑시설 중 가장 적음

〈표 1〉 서울 방문 외래관광객 방문경험, 구매확률, 지출금액

[단위: %, 만 원]

	방문경험	방문 시 구매확률	평균 지출금액
로드샵	86.7	82.6	30
백화점	68.8	58.6	48
재래시장	64.2	69.6	21
시내면세점	60.6	72.7	111
대형 할인마트	58.5	82.5	25
복합쇼핑몰	49.1	58.5	43
사후면세점	33.2	52.7	23

자료 서울연구원, 2016 , 「서울시 쇼핑관광 실태분석 연구」 (2015년 12월 19일 부터 12월 31일까지 인천공항과 김포공항에서 출국하는 외래 관광객 1,045명을 대상으로 한 설문조사)

경제동향

요약

고용 취업자/실업률·고용률

생산 제조업지수/출하·재고지수

소비 대형소매점 판매액

물가 소비자물가

서울연구원 시민경제연구실
장윤선 연구원 changys@si.re.kr

부동산 주택매매가격/주택전세가격/주택월세가격

금융 가계대출/개인파산/신설·부도/신용보증

수출입 수출입액/품목별 수출입/국가별 수출입

서울연구원 시민경제연구실
최윤진 연구원 erdene@si.re.kr

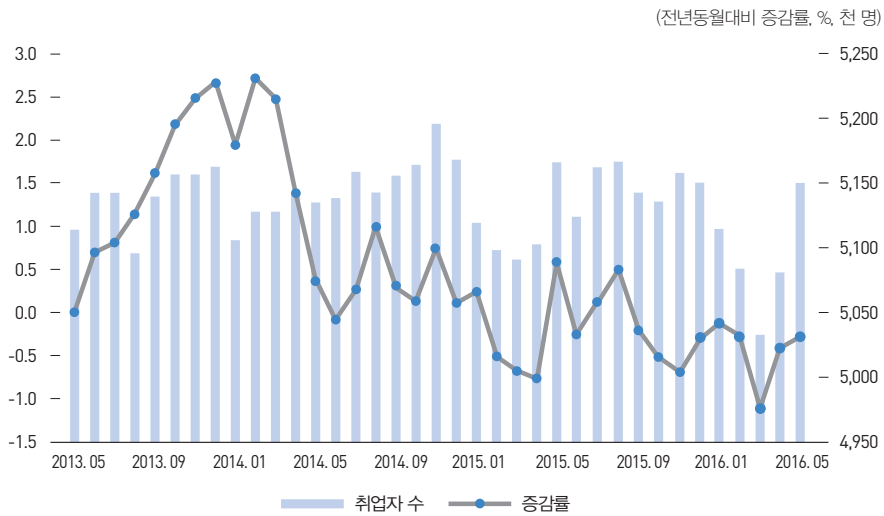
경제동향 | 요약

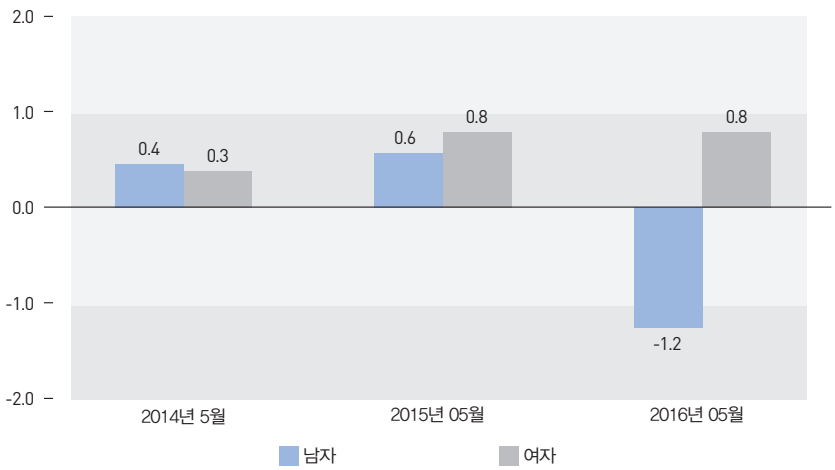
고용	• 서울의 5월 취업자는 515만 1천 명으로 전년 동월 대비 1만 6천 명(–0.3%) 감소 • 산업별로 건설업에서 전년 동월 대비(–6.4%) 가장 크게 감소 • 종사상 지위별로는 임금근로자가 전년 동월 대비 0.6% 증가한 반면, 비임금근로자는 전년 동월 대비 3.5% 감소 • 고용률은 60.4%로 전년 동월 대비 0.1%p 하락, 실업률은 4.3%로 전년 동월 대비 0.1%p 하락
생산	• 서울의 5월 제조업생산지수는 98.0으로 전년 동월 대비 6.4% 증가 • 5월 제조업 출하지수는 전년 동월 대비 3.3% 증가, 재고지수는 4.5% 감소하여 경기 회복/상승 국면을 시사
소비	• 서울의 5월 대형소매점 판매액은 2조 3,554억 원으로 전년 동월 대비 0.8% 감소하였으며, 전국(7조 35억 원)의 33.6%를 차지 • 백화점 판매액(–6.3%)은 전년 동월 대비 크게 감소한 반면, 대형마트 판매액(4.6%)은 증가
물가	• 서울의 5월 소비자물가지수는 112.0(2010년=100.0)으로 전년 동월 대비 1.2%의 소폭 상승에 그쳐 저물가 기조 지속 • 서비스물가지수(2.8%), 신선식품물가지수(1.1%), 생활물가지수(0.6%)는 상승한 반면, 상품물가지수(–1.1%)는 하락
부동산	• 서울의 5월 주택매매가격지수는 전월 대비 0.20% 상승한 100.6 기록 • 서울의 5월 주택전세가격지수는 전월 대비 0.20% 상승한 101.2 기록 • 서울의 5월 월세통합가격지수는 100.3으로 준전세 상승폭은 확대되었으나 월세와 준월세의 하락폭이 확대되며 전월과 보합
금융	• 서울의 5월 전체 대출금 잔액은 647조 8,481억 원으로 전월 대비 0.6% 증가 • 서울의 5월 가계대출 잔액은 248조 3,278억 원으로 전월 대비 1.1% 증가 • 서울의 5월 주택담보대출 잔액은 158조 7,788억 원으로 전월 대비 1조 7,281억 원(1.1%) 증가, 주택담보대출이 가계대출에서 차지하는 비중은 64.0% • 서울의 5월 신설법인 수는 2,559개로 전월 대비 7.5% 감소, 부도법인 수는 10개로 전월보다 3개 증가 • 서울의 5월 보증지원금액은 955.1억 원, 보증지원건수는 3,643건으로 전월 대비 각각 18.5%, 2.0% 증가
수출입	• 서울의 5월 수출액은 52.0억 달러를 기록하여 전년 동월 대비 8.9% 증가, 품목별로는 무선통신기기, 국가별로는 중국이 1순위 차지 • 서울의 5월 수입액은 107.6억 달러를 기록하여 전년 동월 대비 12.1% 감소, 품목별로는 원유, 국가별로는 중국이 1순위 차지

취업자

서울의 5월 취업자 수는 515만 1천 명으로 전년 동월 대비 0.3% 감소

- 서울의 5월 취업자는 515만 1천 명으로 전년 동월 대비 1만 6천 명(−0.3%) 감소
- 성별로 보면, 남자는 285만 1천 명으로 전년 동월 대비 3만 5천 명(−1.2%) 감소, 여자는 230만 명으로 전년 동월 대비 1만 9천 명(0.8%) 증가



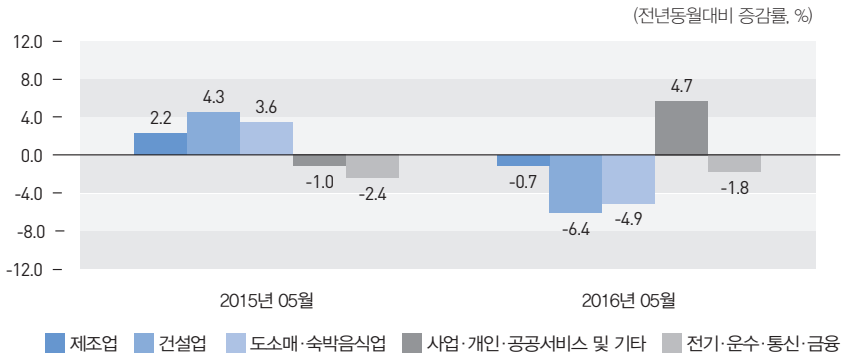


자료 통계청, 경인지방통계청

〈그림〉 서울의 월별 취업자 추이 및 증감률

서울의 5월 산업별 취업자는 전년 동월 대비 건설업이 가장 크게 감소

- 전년 동월 대비 건설업 2만 2천 명(−6.4%), 도소매·숙박·음식점업 7만 1천 명(−4.9%), 전기·운수·통신·금융업 1만 5천 명(−1.8%), 제조업 3천 명(−0.7%) 감소한 반면, 사업·개인·공공서비스업 및 기타 9만 7천 명(4.7%) 증가

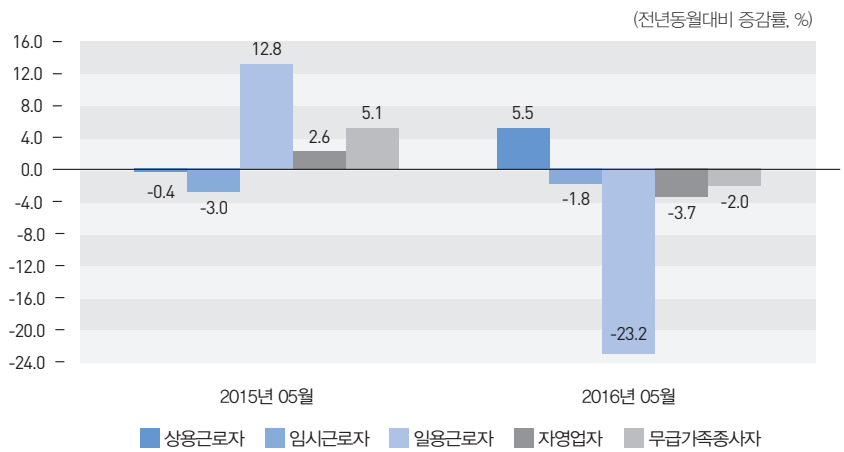


자료 통계청, 경인지방통계청

〈그림〉 서울의 산업별 취업자 증감률

서울은 5월에 임금근로자 중 일용근로자가 전년 동월 대비 크게 감소했으며, 비임금근로자는 모두 감소

- 종사상 지위별 취업자 중 임금근로자는 전년 동월 대비 2만 4천 명(0.6%) 증가, 비임금근로자는 전년 동월 대비 3만 9천 명(−3.5%) 감소
- 임금근로자 중 상용근로자는 13만 9천 명(5.5%) 증가한 반면, 임시근로자는 2만 명(−1.8%), 일용근로자는 9만 6천 명(−23.2%) 감소
- 비임금근로자 중 자영업자는 3만 6천 명(−3.7%), 무급가족종사자는 3천 명(−2.0%) 감소

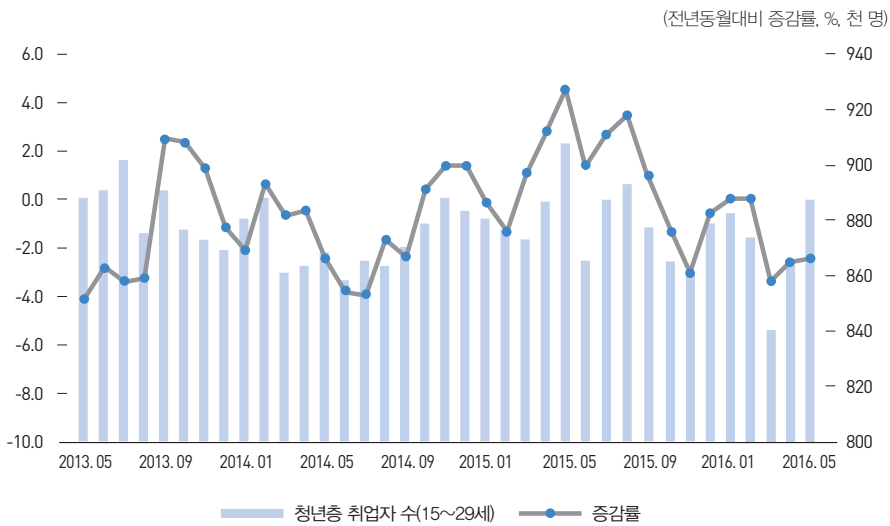


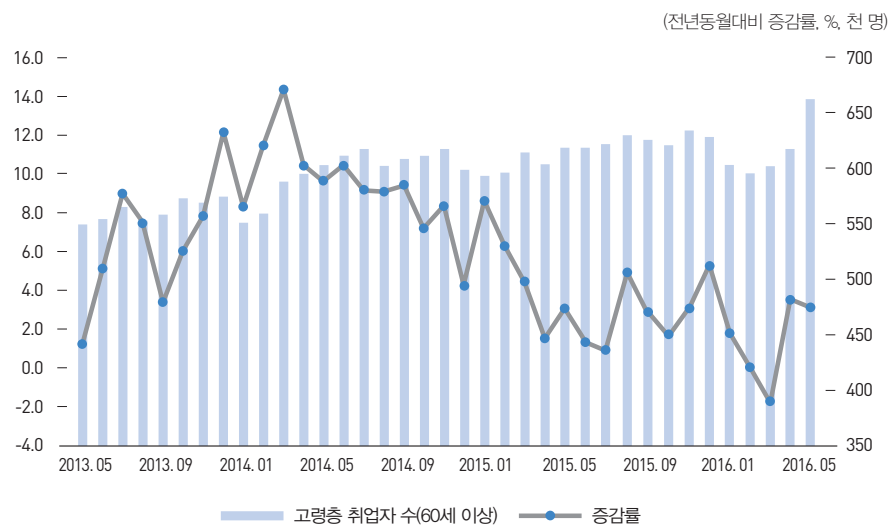
자료 통계청, 경인지방통계청

〈그림〉 서울의 종사상 지위별 취업자 증감률

서울의 5월 청년층(15세~29세) 취업자는 전년 동월 대비 감소한 반면, 고령층(60세 이상) 취업자는 전년 동월 대비 증가

- 서울의 5월 청년층(15세~29세) 취업자 수는 88만 9천 명으로 전년 동월 대비 2.3% 감소
- 서울의 5월 고령층(60세 이상) 취업자 수는 63만 8천 명으로 전년 동월 대비 3.1% 증가
- 올해부터 증가 폭이 크게 둔화되었던 고령층 취업자는 4월부터 다시 상승세로 전환





자료 통계청, 경인지방통계청

〈그림〉 서울의 월별 청년층 및 고령층 취업자 추이

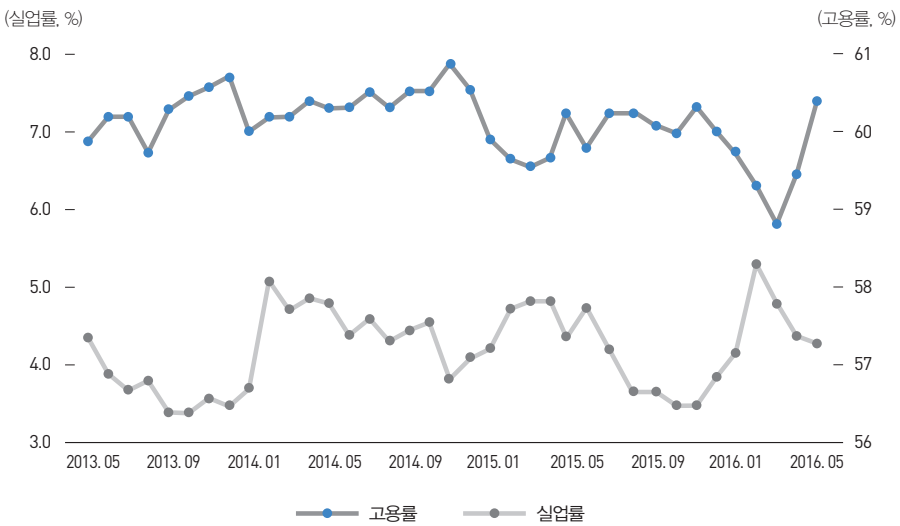
고용률 및 실업률

서울의 5월 고용률은 전년 동월 대비 소폭 감소했고, 전국 대비 낮은 수준

- 서울의 5월 고용률은 60.4%로 전년 동월 대비 0.1%p 감소했으며 전국(61.0%) 보다도 낮은 수준
- 성별로 보면, 남자는 69.8%로 전년 동월 대비 0.6%p 하락, 여자는 51.7%로 전년 동월 대비 0.6%p 상승

서울의 5월 실업률은 전년 동월 대비 감소했으나, 전국 대비 높은 수준

- 서울의 5월 실업자는 23만 4천 명으로 전년 동월 대비 2천 명(−0.9%) 감소
- 실업률은 4.3%로 전년 동월 대비 0.1%p 하락
- 성별로 보면, 남자는 4.2%로 전년 동월 대비 0.3%p 하락, 여자는 4.5%로 전년 동월 대비 0.3%p 상승
- 2016년 5월 서울시 실업률은 전국(3.7%)에 비하여 0.6%p 높은 수준



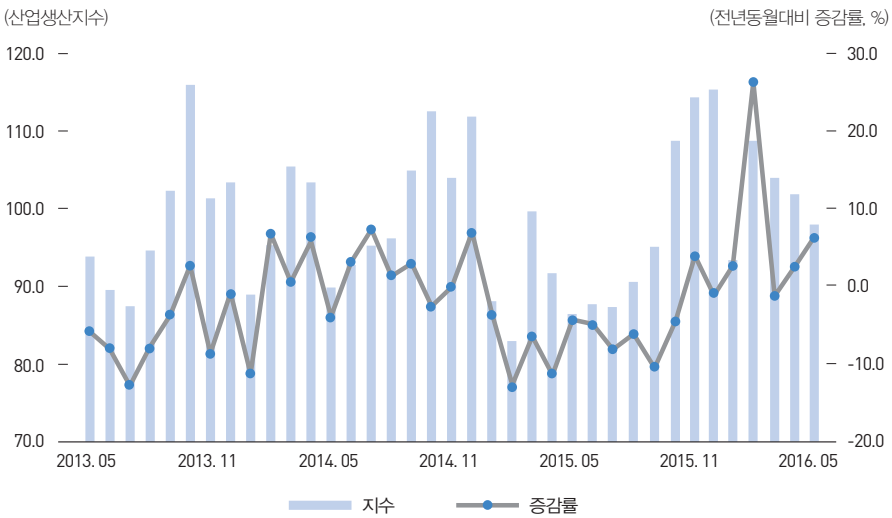
자료 통계청, 경인지방통계청

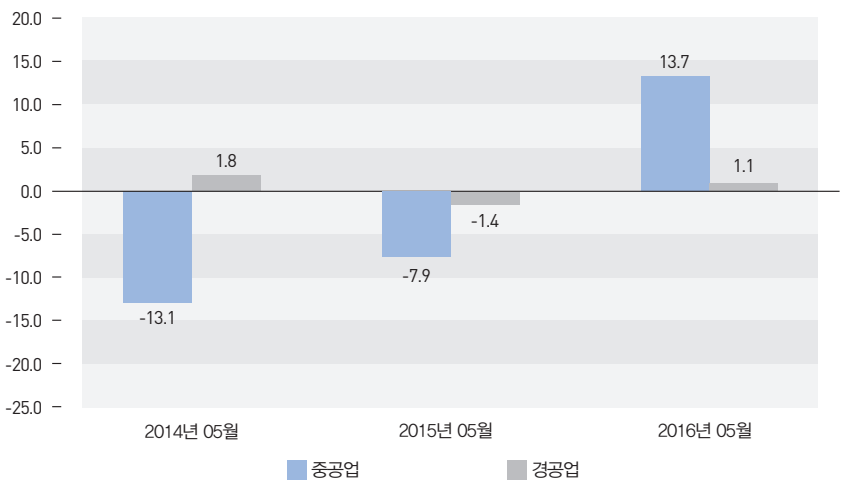
〈그림〉 서울 실업률, 고용률 추이

생산

서울의 5월 제조업생산지수는 98.0(2010=100)으로 전년 동월 대비 6.4% 증가

- 서울의 5월 제조업생산지수는 전년 동월 대비 6.4% 증가하여 올해 들어서 지속적으로 플러스 성장률 기록
- 전년 동월 대비 중공업 부문은 13.7%, 경공업은 1.1% 각각 증가
- 부문별로 전년 동월 대비 섬유제품(30.1%), 전자제품·컴퓨터·영상음향통신(18.1%) 등은 증가한 반면, 고무 및 플라스틱(−55.1%), 가죽 및 신발(−22.5%) 등은 감소





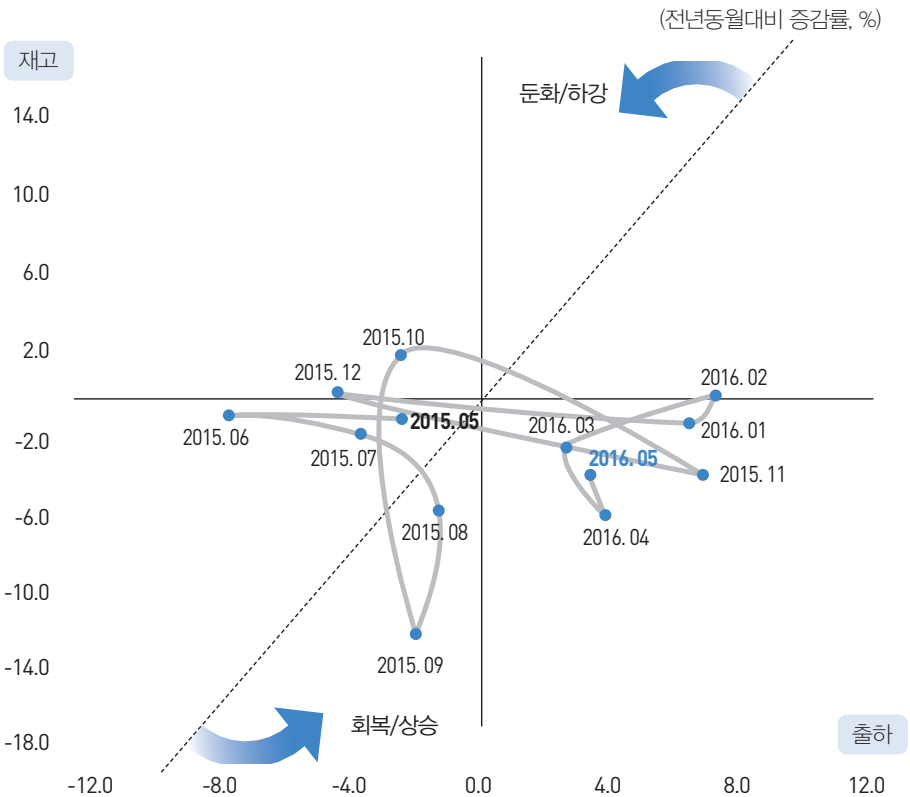
자료 통계청, 경인지방통계청(2010=100)

〈그림〉 산업생산 추이 및 증감률

출하·재고 순환

서울의 5월 제조업 출하지수는 전년 동월 대비 3.3% 증가, 재고지수는 전년 동월 대비 4.5% 감소하여 경기 회복/상승 국면을 시사

- 서울의 5월 출하지수는 99.7(2010=100.0)로 전년 동월 대비 3.3% 증가
- 서울의 5월 재고지수는 136.6(2010=100.0)로 전년 동월 대비 4.5% 감소



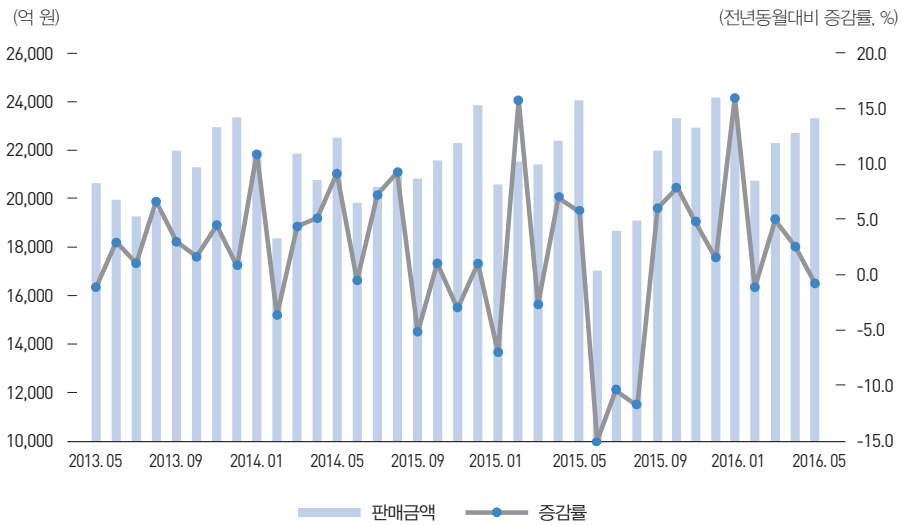
자료 통계청, 경인지방통계청(2010=100)

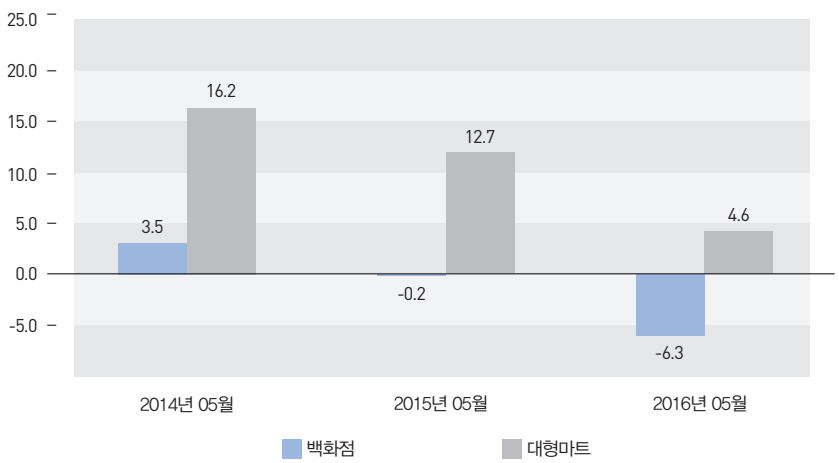
〈그림〉 서울의 출하·재고 증감률 추이

소비

서울의 5월 대형소매점 판매액은 전년 동월 대비 0.8% 감소

- 서울의 5월 대형소매점 판매액은 2조 3,554억 원으로 전국(7조 35억 원)의 33.6%를 차지하고 있으며 전년 동월 대비 0.8% 감소
- 5월 백화점 판매액은 1조 1,021억 원으로 전년 동월 대비 6.3% 감소, 대형마트 판매액은 1조 2,533억 원으로 전년 동월 대비 4.6% 증가





자료 통계청, 경인지방통계청

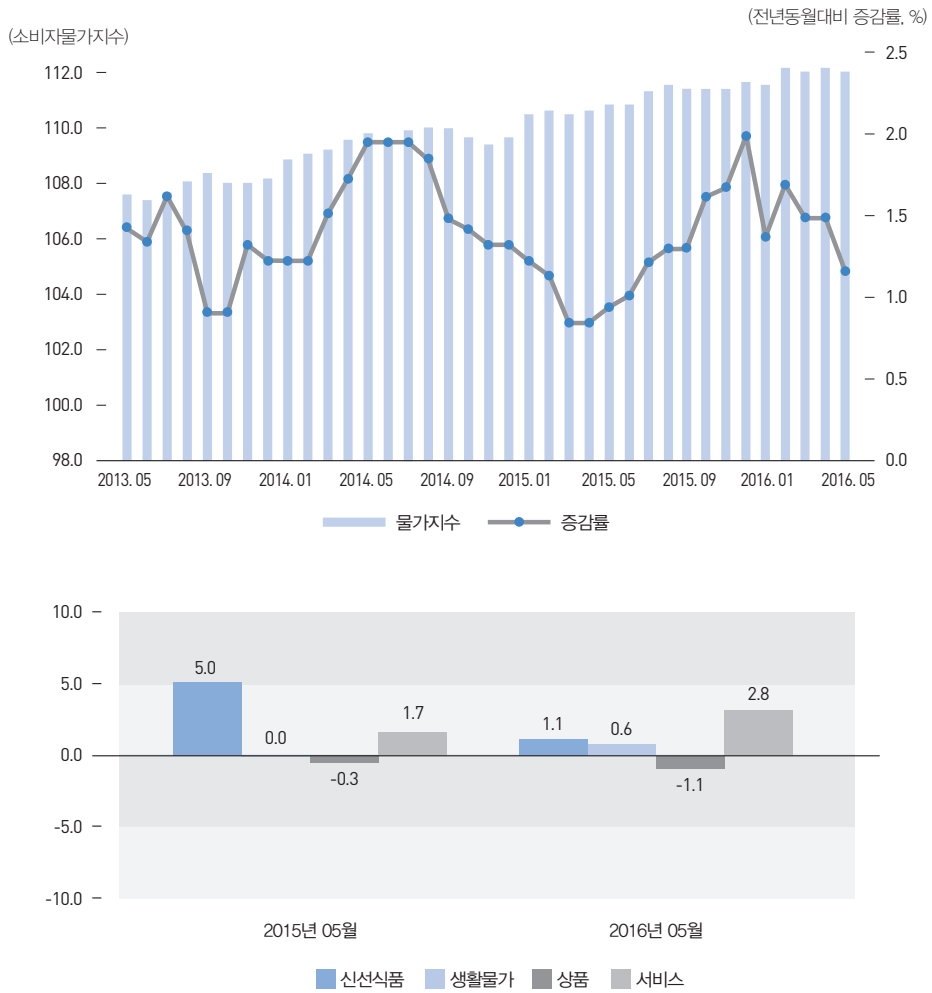
〈그림〉 서울의 대형소매점 판매 추이 및 증감률

경제동향 | 물가

물가

서울의 5월 소비자물가지수는 전년 동월 대비 1.2% 상승에 그쳐 저물가 기조 지속

- 5월 서울시 소비자물가지수는 112.0(2010년=100.0)으로 전년 동월 대비 1.2% 상승
- 전년 동월 대비 주요 등락 부문을 보면, 서비스물가지수(2.8%), 신선식품물가지수(1.1%), 생활물가지수(0.6%)는 상승한 반면, 상품물가지수(-1.1%)는 하락



자료 통계청, 경인지방통계청(2010=100)

〈그림〉 서울의 소비자물가 추이 및 동향

주택매매가격

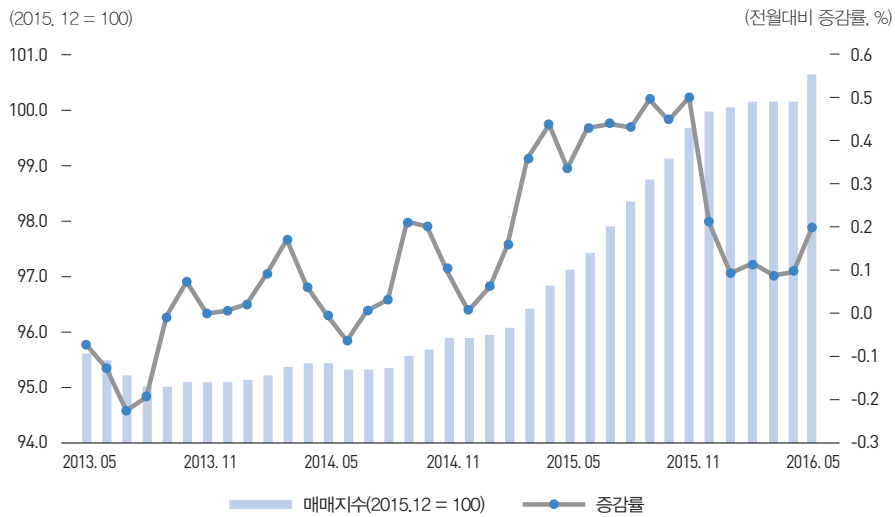
서울의 5월 주택매매가격지수[주]는 전월 대비 상승

- 서울의 5월 주택매매가격지수는 100.6으로 전월 대비 0.20% 상승. 한강이남지역(0.23%)은 재건축 아파트의 투자수요 유입과 한전부지 개발 등 여러 개발 호재로 상승폭 확대. 한강이북지역(0.16%)은 접근성 양호한 뉴타운 지역 신축아파트를 중심으로 상승세를 지속
  – 주요 상승지역: 서초구(0.50%), 강남구(0.48%), 영등포구(0.27%)

주 2016년 1월 자료부터 기준연도(2013.3→2015.12) 변경

수도권은 상승한 반면, 5개 광역시, 기타 지방은 하락

- 전국의 5월 주택매매가격지수는 100.3으로 전월 대비 0.07% 상승. '대출심사 선진화 가이드' 시행 영향으로 매수심리 위축 현상이 지속됨. 수도권(0.15%)은 상승폭이 확대된 반면, 5개 광역시(–0.02%)는 하락세로 전환, 기타 지방(–0.04%)은 하락폭 확대



자료 KB국민은행

〈그림〉 서울 주택매매가격 종합지수와 증감률 추이

서울의 5월 아파트 평당 매매가격은 전월 대비 상승, 거래건수는 전월 대비 증가

- 아파트 평당 평균 매매가격[주](1,782만 원)은 전월 대비 0.64% 상승, 거래건수(10,229건)는 20.7% 증가
- 용산구(1.45%)와 강남구(1.15%) 지역 아파트 평당 매매가격이 높은 상승률을 기록. 아파트 매매 거래건수는 노원구(860건), 강서구(775건), 강남구(768건) 순임

주 부동산114

주택전세가격

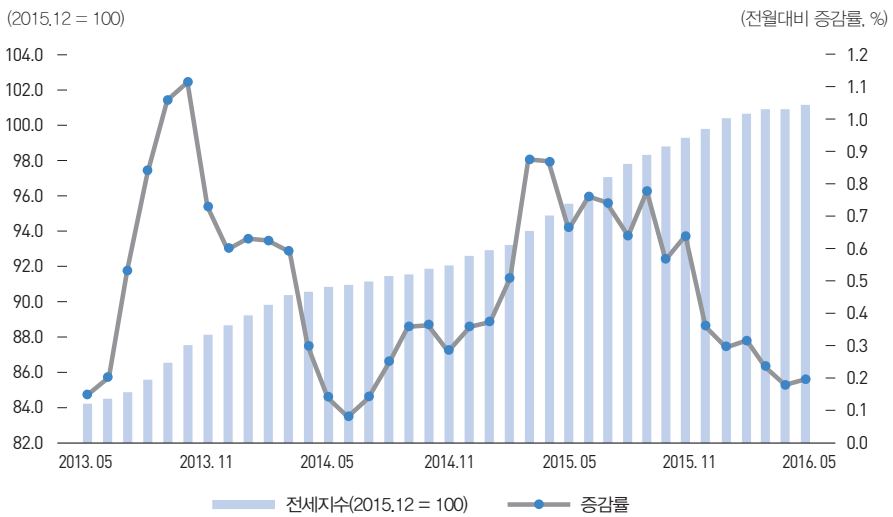
서울의 5월 주택전세가격지수[주]는 전월 대비 상승

- 서울의 5월 주택전세가격지수는 101.2로 전월 대비 0.20% 상승. 한강이남지역(0.17%)은 전월 대비 상승폭 확대. 한강이북지역(0.22%)은 직장인 수요가 많은 마포구 등 거주환경이 우수한 뉴타운과 접근성 좋은 역세권을 중심으로 상승세 지속
  - 주요 상승지역: 마포구(0.39%), 도봉구(0.34%), 동작구(0.33%), 영등포구(0.33%)

주 2016년 1월 자료부터 기준연도(2013.3→2015.12) 변경

수도권은 상승폭이 확대된 반면, 5개 광역시, 기타 지방은 상승폭 축소

- 전국의 5월 주택전세가격지수는 전월 대비 0.11% 상승한 100.8을 기록. 저금리 기조와 월세 전환 가속화로 전세물량 부족현상이 지속되며 전월과 비슷한 상승세 유지. 수도권(0.19%)은 상승폭이 확대된 반면, 5개 광역시(0.02%), 기타 지방(0.03%)은 상승폭 축소



자료 KB국민은행

〈그림〉 서울 주택전세가격 종합지수와 증감률 추이

서울의 5월 아파트 평당 전세가격은 전월 대비 상승, 거래건수는 전월 대비 증가

- 아파트 평당 평균 전세가격[주](1,263만 원)은 전월 대비 0.4% 상승, 거래건수(8,703건)는 5.2% 증가
- 용산구(1.98%)와 마포구(1.45%) 지역 아파트 평당 전세가격이 높은 상승률을 기록. 거래건수는 노원구(958건), 강남구(805건), 송파구(727건) 순임

주 부동산114

주택월세가격

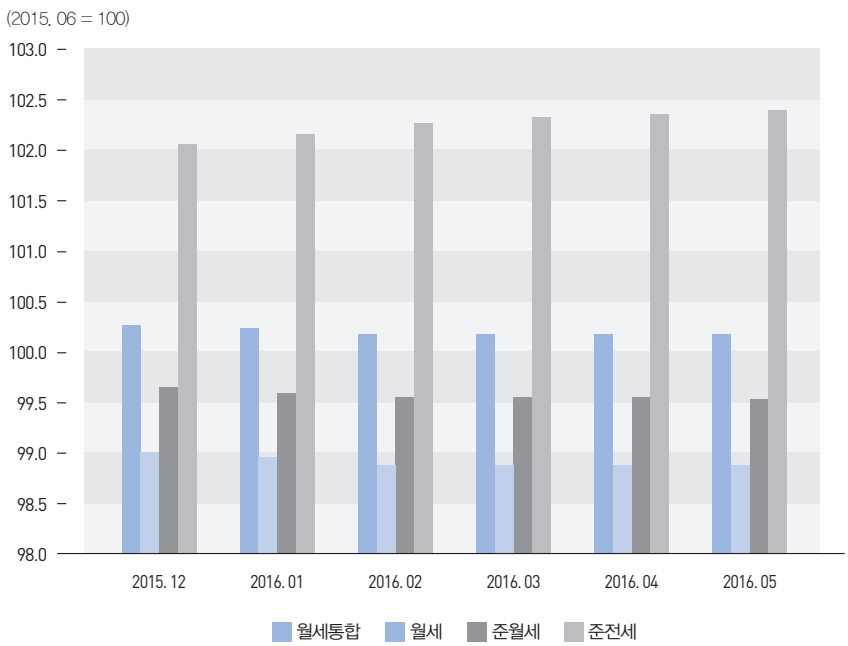
서울의 5월 월세통합가격지수는 전월과 보합

- 서울의 5월 월세통합가격지수는 100.3으로 전월과 보합. '준전세'의 상승폭은 확대되었으나 '월세'와 '준월세'의 하락폭이 확대되며 전체적으로 지난달의 상승에서 보합으로 전환
- 상대적으로 저렴한 구로구, 관악구에서 상승폭이 확대된 반면, 서초구, 강동구, 송파구의 하락폭 확대로 한강이남지역(−0.02%)은 하락 전환. 한강이북지역(0.02%)은 성북구, 은평구가 상승 전환되고 마포구와 서대문구에서 상승폭이 확대되며 지난달 상승폭 유지

주 보증금이 1년 치 월세 미만이면 '월세', 보증금이 전세금의 60% 초과하면 '준전세', 월세와 준전세 중간영역의 월세는 '준월세'로 구분

전국의 5월 월세통합가격지수는 전월 대비 하락

- 전국의 5월 월세통합가격지수는 100.2로 전월 대비 하락. '월세'와 '준월세'는 지난달 대비 하락폭 확대, '준전세'는 상승폭 축소되며 지난달의 보합에서 하락으로 전환



자료 한국감정원

〈그림〉 서울시 월세통합가격지수 추이

경제동향 | 금융

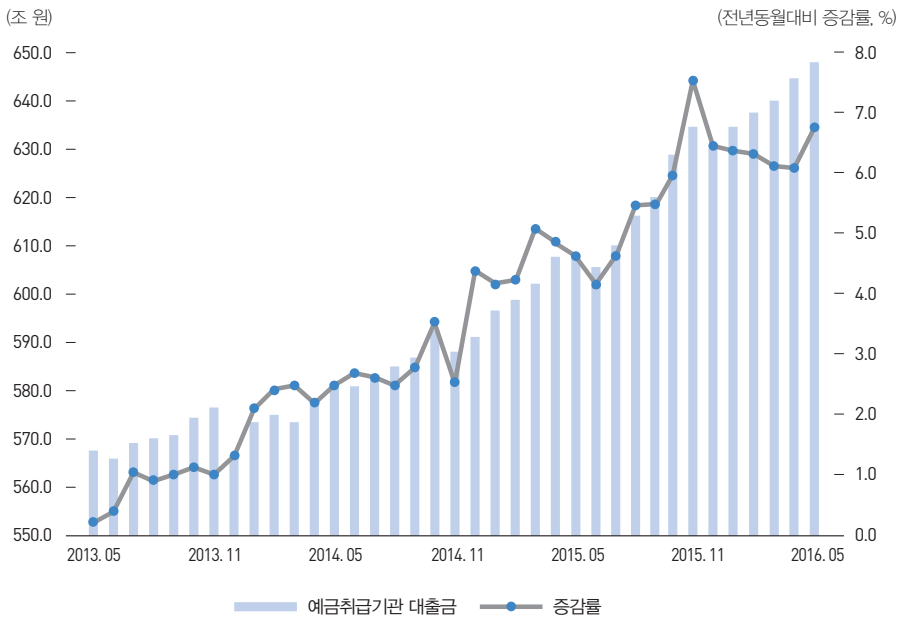
가계대출

5월 기준 서울의 전체 대출금 잔액은 전월 대비 증가

- 전체 대출금 잔액(647조 8,481억 원)은 전월 대비 0.6% 증가, 전년 동월 대비 6.7% 증가
- 그 중 예금은행(536조 4,287억 원)과 비예금은행(111조 4,194억 원)은 전월 대비 각각 0.6%, 1.1% 증가하였고, 전년 동월 대비 각각 5.7%, 11.5% 증가

5월 기준 전국의 전체 대출금 잔액은 전월 대비 증가

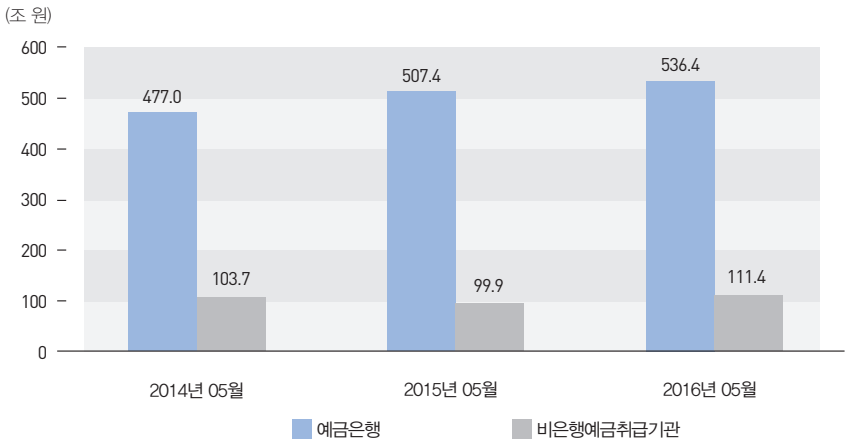
- 전체 대출금 잔액(1,814조 9,455억 원)은 전월 대비 0.9%, 전년 동월 대비 8.2% 증가
- 그 중 예금은행(1,382조 5,250억 원)과 비예금은행(432조 4,205억 원)은 전월 대비 각각 0.7%, 1.3% 증가하였고, 전년 동월 대비 각각 7.0%, 12.3% 증가



주 말잔 금액, 대출금은 예금은행과 비은행금융기관(한국수출입은행, 종합금융회사, 신탁회사, 상호저축은행, 상호금융, 새마을금고, 신용협동조합)의 종합

자료 한국은행

〈그림〉 서울시 금융기관 대출금 잔액과 증감률 추이

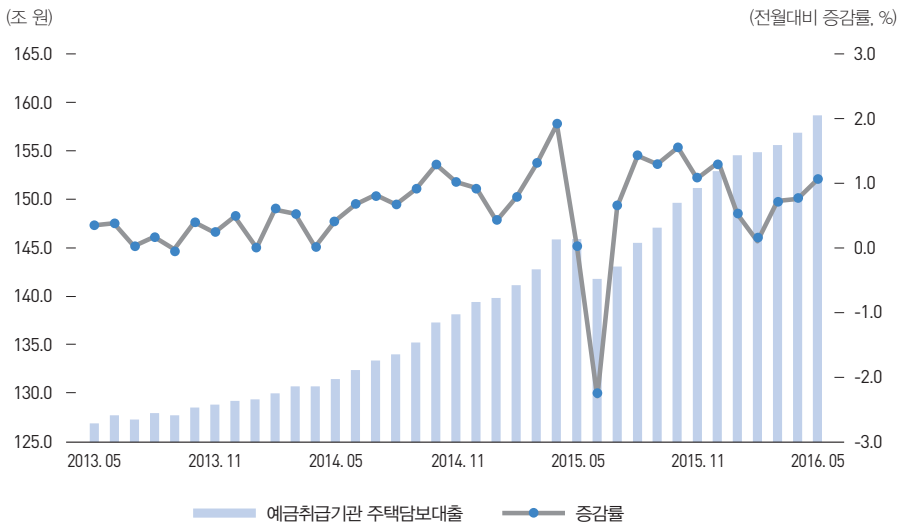


자료 한국은행

〈그림〉 서울시 예금은행과 비예금은행의 대출금 잔액

5월 중 서울의 가계대출 잔액과 주택담보대출 잔액은 모두 전월 대비 증가

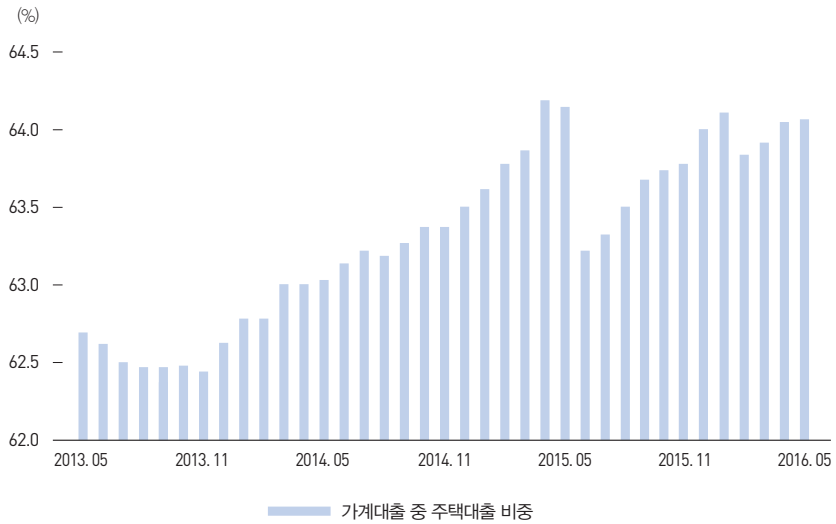
- 예금취급기관 가계대출(248조 3,278억 원)은 전월(245조 3,709억 원) 대비 1.1% 증가
- 그 중 주택담보대출(158조 7,788억 원)은 전월(157조 507억 원) 대비 1조 7,281억 원(1.1%)이 증가하였고, 가계대출 중 주택담보대출이 차지하는 비중은 64.0%



주 말잔 금액, 주택대출은 주택담보대출과 주택관련 집단대출 중 주택담보 이외의 대출의 총합

자료 한국은행

〈그림〉 서울시 주택담보대출 추이

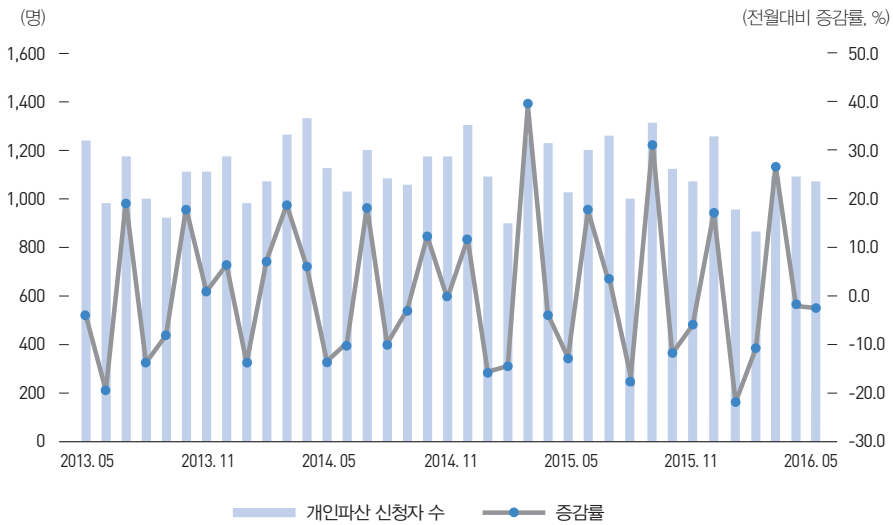


자료 한국은행

〈그림〉 서울의 예금취급기관 가계대출 중 주택대출의 비중 추이

5월 중 개인파산 신청자는 전월 대비 감소

- 서울의 5월 개인파산 신청자(1,075명)는 전월(1,092명) 대비 1.6% 감소



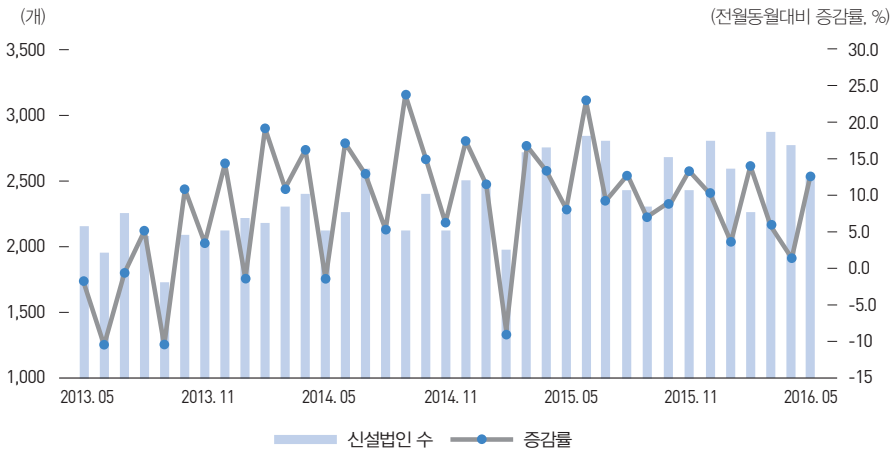
자료 대법원

〈그림〉 서울의 개인파산 신청자 추이

신설법인

서울의 5월 신설법인 수는 전년 동월 대비 증가

• 서울의 신설법인 수는 2,559개로 전월 대비 7.5% 감소, 전년 동월 대비 12.7% 증가

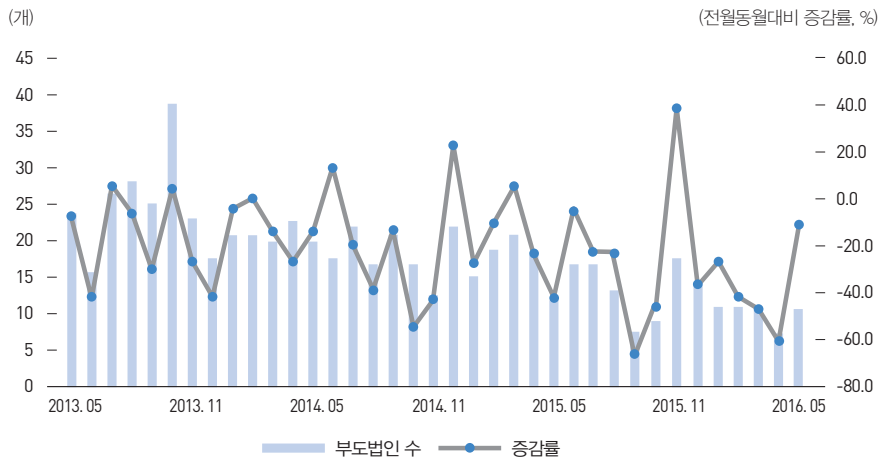


자료 중소기업청

〈그림〉 서울시 신설법인 추이

서울의 5월 부도법인 수는 전년 동월 대비 감소

• 서울의 부도법인 수는 10개로 전월(7개) 대비 3개 증가, 전년 동월 대비 9.1% 감소



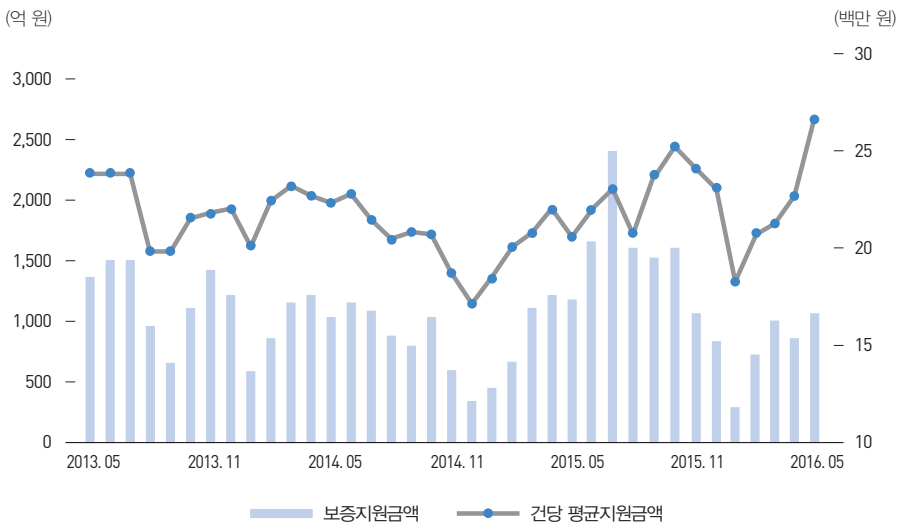
자료 금융결제원

〈그림〉 서울시 부도법인 추이

신용보증

서울의 5월 보증지원금액, 보증건수, 건당 평균지원금액은 모두 전월 대비 증가

- 서울신용보증재단을 통한 서울시 신용보증공급은 5월 중 955.1억 원 / 3,643건
- 보증지원금액과 보증건수는 각각 전월 대비 18.5%, 2.0% 증가, 전년 동월 대비 각각 19.2%, 34.2% 감소
- 건당 평균지원금액(2,620만 원)은 전월 대비 15.9% 증가, 전년 동월 대비 22.8% 증가



자료 서울신용보증재단

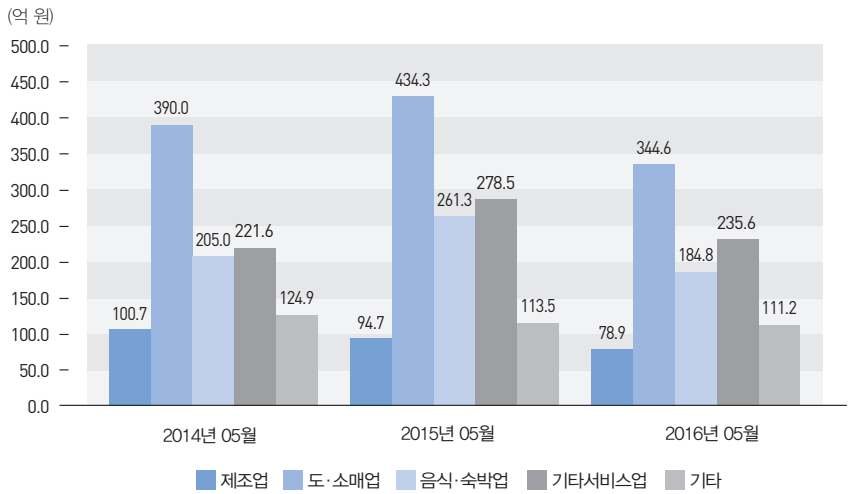
〈그림〉 서울시 신용보증 지원금액과 건당 평균지원금액 추이

전 업종에서 보증지원금액이 전월 대비 증가, 전년 동월 대비 감소

- 신용보증공급 비중은 금액 기준 도·소매업(36.1%), 기타서비스업(24.7%), 음식·숙박업(19.4%), 건수 기준 도·소매업(33.7%), 기타서비스업(29.8%), 음식·숙박업(20.3%) 순임
- 도·소매업의 보증지원금액은 344.6억 원으로 전월 대비 16.1% 증가, 전년 동월 대비 20.7% 감소. 보증지원건수는 1,229건으로 전월 대비 3.1% 증가
- 기타서비스업의 보증지원금액은 235.6억 원으로 전월 대비 18.3% 증가, 전년 동월 대비 15.4% 감소. 보증지원건수는 1,084건으로 전월 대비 0.5% 증가
- 음식·숙박업(184.8억 원), 제조업(78.9억 원)의 보증지원금액이 전월 대비 각각 15.4%, 19.5% 증가, 전년 동월 대비 각각 15.4%, 16.7% 감소

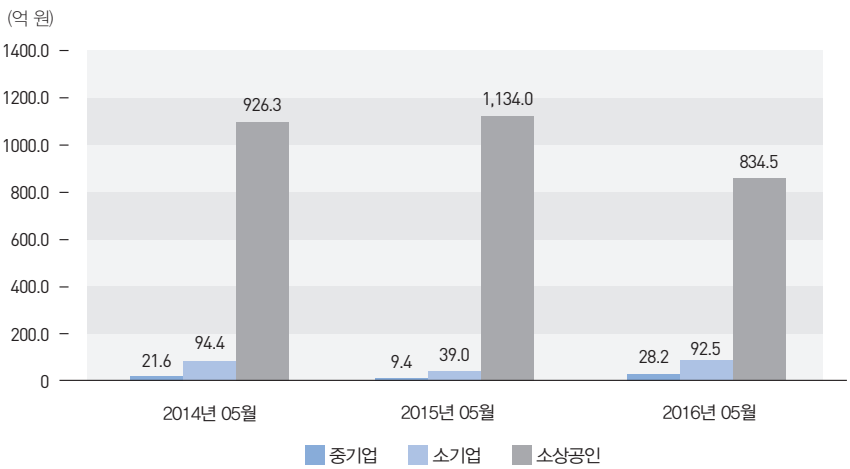
소상공인 지원 비중은 감소한 반면, 소기업, 중기업 지원 비중은 증가

- 소상공인 보증지원금액은 전월 대비 13.5% 증가, 전년 동월 대비 26.4% 감소한 834.5억 원으로 전체 보증금액의 87.4%를 차지. 소상공인 보증지원건수는 전체의 96.9%인 3,531건
- 소기업 보증지원금액은 전월 대비 54.7%, 전년 동월 대비 137.1% 증가한 92.5억 원으로 전체 보증금액의 9.7%를 차지. 소기업 보증지원건수는 전체의 2.6%인 96건
- 중기업 보증지원금액은 전월 대비 164.9%, 전년 동월 대비 200.1% 증가한 28.2억 원으로 이는 전체 보증금액의 3.0%를 차지. 중기업 보증지원건수는 전체의 0.4%인 16건



자료 서울신용보증재단

〈그림〉 업종별 공급금액 기준



자료 서울신용보증재단

〈그림〉 기업규모별 공급금액 기준

경제동향 | 수출입

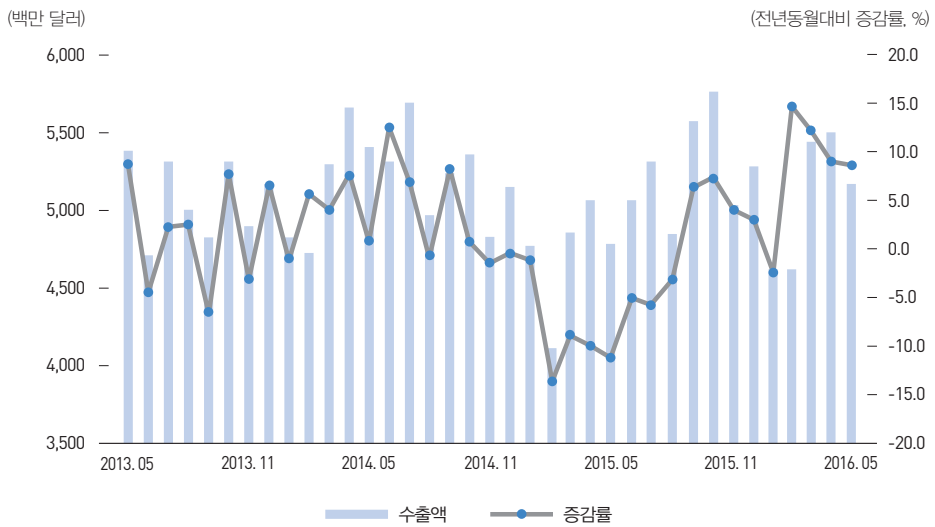
수출입

서울의 5월 수출은 전년 동월 대비 증가, 수입은 전년 동월 대비 감소

- 서울의 수출은 52.0억 달러를 기록하여 전년 동월 대비 8.9% 증가하였고, 수입은 107.6억 달러를 기록하여 전년 동월 대비 12.1% 감소
- 전국의 수출은 397.9억 달러를 기록하여 전년 동월 대비 6.0% 감소하였고, 수입은 328.1억 달러를 기록하여 전년 동월 대비 9.0% 감소

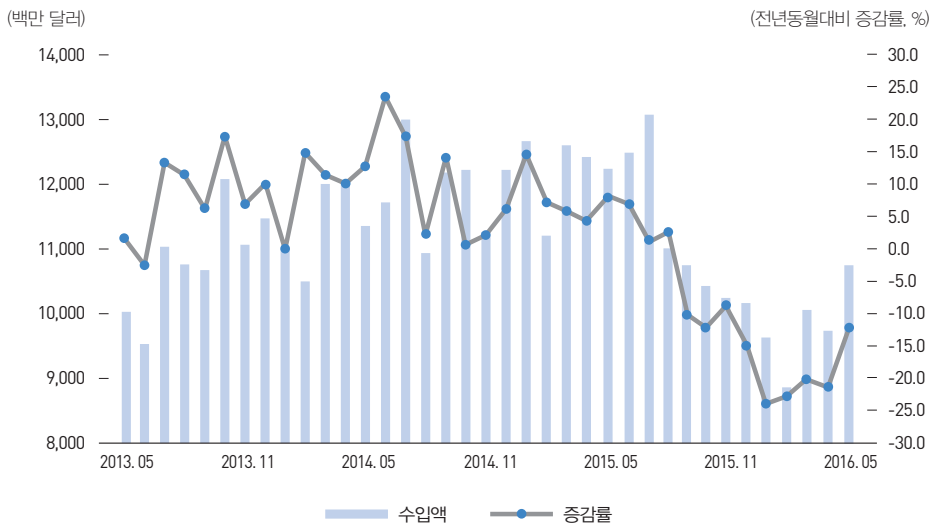
서울의 5월 수출 1순위는 무선통신기기, 수입 1순위는 원유

- 서울의 품목별 수출은 무선통신기기(769백만 달러)가 가장 많았고, 다음으로 자동차부품, 반도체, 합성수지, 영상기기 순임. 무선통신기기 수출은 전월 대비 13.9% 감소
- 서울의 품목별 수입은 원유(769백만 달러)가 가장 많았고, 다음으로 자동차, 반도체, 항공기 및 부품, 석유제품 순임. 원유 수입은 전월 대비 31.2% 증가하였으며, 주로 쿠웨이트(451백만 달러)에서 수입이 이루어짐. 특히, 미국으로부터 항공기 및 부품 수입이 급증(596백만 달러)한 것으로 나타남



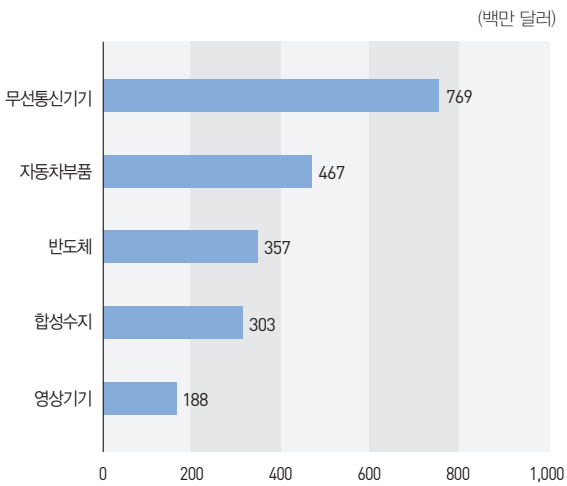
자료 무역협회

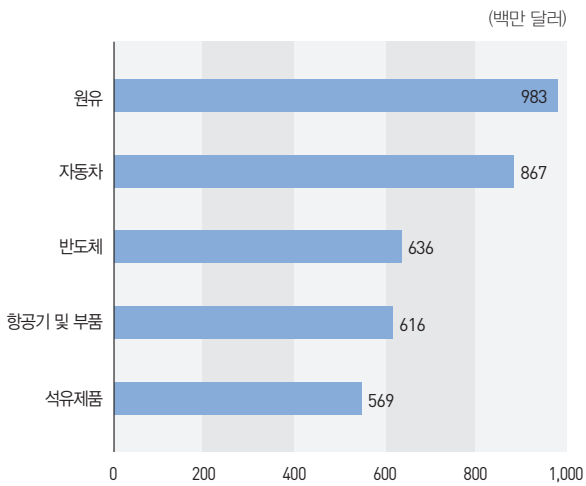
〈그림〉 서울시 수출액과 증감률 추이



자료 무역협회

〈그림〉 서울시 수입액과 증감률 추이





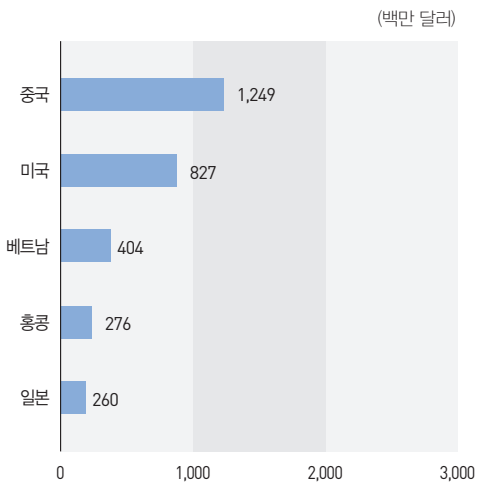
자료 무역협회

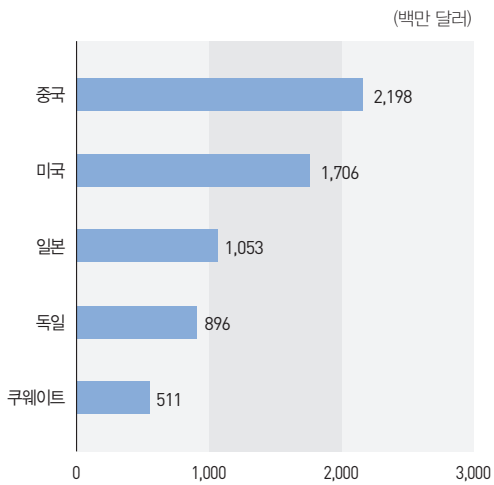
〈그림〉 5월 서울시 품목별 수출액

〈그림〉 5월 서울시 품목별 수입액

서울의 5월 수출·입 1순위 상대국은 중국

- 서울의 국가별 수출은 중국(1,249백만 달러)이 가장 많고, 그 다음으로 미국, 베트남, 홍콩, 일본 순임. 대 중국 수출액은 전월 대비 1.1% 증가, 전년 동월 대비 4.3% 감소
- 미국과 베트남, 홍콩으로의 수출액은 전월 대비 각각 14.7%, 1.9%, 0.5% 감소한 반면, 일본으로의 수출액은 전월 대비 23.1% 증가
- 서울의 국가별 수입은 중국(2,198백만 달러)이 가장 많고, 그 다음으로 미국, 일본, 독일, 쿠웨이트 순임. 대 중국 수입액은 전월 대비 1.9% 증가, 전년 동월 대비 11.7% 감소
- 미국과 독일로부터의 수입액은 전월 대비 각각 48.2%, 10.5% 증가. 특히, 쿠웨이트로부터의 원유 수입이 대폭 늘어나 쿠웨이트로부터의 수입이 전월 대비 83.2% 증가





자료 무역협회

〈그림〉 5월 서울시 국가별 수출액

〈그림〉 5월 서울시 국가별 수입액

자료출처

- 경인지방통계청, 『2016년 5월 서울시 산업활동동향』
- 경인지방통계청, 『2016년 5월 서울시 고용동향』
- 경인지방통계청, 『2016년 5월 서울시 소비자물가동향』
- 국민은행, 『2016년 5월 월간 KB주택가격동향』
- 대한민국 법원, 법원통계월보, 『http://www.scourt.go.kr』
- 부동산114, 『2016년 5월 서울시 아파트 평당매매가격』
- 부동산114, 『2016년 5월 서울시 아파트 평당전세가격』
- 서울신용보증재단, 『2016년 5월 신용보증동향』
- 서울특별시, 서울부동산정보광장, 『http://land.seoul.go.kr/land』
- 중소기업청, 『2016년 5월 신설법인동향』
- 통계청, 통계정보시스템, 『http://kosis.kr』
- 한국감정원, 『2016년 5월 전국주택가격동향조사』
- 한국무역협회, 무역정보네트워크, 『http://stat.kita.net』
- 한국은행, 경제통계시스템, 『http://ecos.bok.or.kr』

경제통통

FOCUS

- 124만 소상공인 원스톱 지원하는 자영업 지원센터 문열어

ZOOM IN

- 실력 좋은 봉제공장과 디자이너 힘 합쳐 '의류 브랜드' 만든다
- 서울시, 상담~구제 '불법 대부업 피해 상담센터' 오픈

HOT ISSUE

- 서울에서 열린 88개국 작품 '만화·웹툰·애니메이션 축제'
- 서울시-핀테크 스타트업 '디지털 온누리상품권' 시범 도입

서울시 경제진흥본부
고태경 kotaekyung@seoul.go.kr

FOCUS I 01

124만 소상공인 원스톱 지원하는 자영업지원센터 문열어

124만 명은 바로 서울시 전체 사업체의 83%에 해당하는 65만 개 업체에서 종사하는 소상공인의 수이다. 그간 소상공인이 서울경제에서 큰 비중을 차지하면서도 경영구조의 열악함, 과도한 임대료 인상, 유통환경 변화 등으로 소상공인의 입지가 좁아지고 권익보호의 한계점이 두드러지고 있다.

소상공인들을 지원하기 위해 서울시는 이들의 경쟁력을 키우고, 경제활동에서 약자인 소상공인이 제도적으로 보호받을 수 있도록 4개 분야로 구성된 '소상공인 지원 종합계획'을 발표하고 종합지원체계를 가동한다. 특히, 지금까지의 정책 지원 방향이 이미 영업 중인 자영업 소상공인 위주였다면 앞으로는 '진입기'와 '퇴로 · 전환기'의 지원을 대폭 강화하여 소상공인 전생애주기별 공백 없는 지원서비스를 제공한다.

소상공인 지원 종합계획 주요 내용

① 생애주기별(창업·성장·퇴로 단계) 맞춤형 원스톱 서비스 제공
② 주민주도형 골목경제 활성화와 유통·판로확대로 건전한 자영업 생태계 조성
③ 연간 1조 원 규모의 선별적·탄력적 금융지원 및 금융 사각지대 해소
④ 상가임대차, 프랜차이즈 권익보호 및 대·중·소유통업 상생발전 지원

종합지원체계의 첫 시작으로 2011년 5월부터 운영하던 4개 권역별 소상공인 경영지원센터(중·동·남·서부)를 통합해 소상공인을 위한 원스톱 지원서비스를 제공하는 '서울시 자영업지원센터(마포구 서울신용보증재단 내)' 운영을 시작한다. 이 센터는 10개 민간기업 및 협력단체와 협약을 통해 민간의 자금과 전문성을 결합하여 지원에 나선다.

서울시는 "지역경제의 최일선에는 골목경제 내 소상공인들이 있다."고 강조하면서 "서울시, 민간기업, 관련단체가 협업하여 서울경제의 허리 역할을 하는 소상공인의 경쟁력을 높이고, 이들의 권익을 보호함으로써 건전한 지역경제 생태계 조성에 최선을 다하겠다."고 말했다.

함께서울 시민과 함께 세계와 함께 소상공인지원과

ZOOM IN I 01

실력 좋은 봉제공장과 디자이너 힘 합쳐 '의류브랜드' 만든다

서울의 봉제공장들은 좋은 실력에도 불구하고 해외 중저가 SPA브랜드(Specialty store retailer of Private label Apparel Brand)의 국내의류 시장 잠식으로 인한 일감 감소로 위기를 겪고 있다. 이러한 실력 좋은 봉제공장과 경쟁력 있는 디자이너가 만나 '자체 브랜드'를 만드는 시범사업이 2016년 8월 첫 발을 내딛는다.

시, 중저가브랜드 시장 잠식으로 위기 맞은 봉제공장 독자적 일감 창출 위해 브랜드 개발 지원

서울의 봉제공장의 86.2%가 브랜드기업이나 동대문 시장 등 유통상인이 기획하고 디자인한 옷을 주문받는 단순 제조 납품(OEM, original equipment manufacturing)업체로 주문자에게 크게 의존하고 있다. 그러다 보니 국내 소비시장 위축으로 일감 자체가 감소한 가운데 SPA브랜드 진출로 가격경쟁이 심화되면서 낮은 납품단가를 맞춰야 하는 부가가치 없는 생산이 고착화하고 있으며, 의류제조분야의 존폐위기까지 내몰리고 있다. 이를 해결하기 위해 서울시는 뛰어난 봉제기술력과 장인정신을 가진 봉제공장을 선발하여 디자이너와의 협업, 홍보, 마케팅 등 다양한 체험기회를 제공하여 장기적으로 자체 브랜드를 만들고 궁극적으로 경쟁력을 키워 자생적인 일감을 창출하는 모델을 만들 계획이다.

패션 컨설팅 기관 선정해 디자인-생산-유통-마케팅까지 원스톱 지원

'봉제공장-디자이너 협력지원 시범사업'은 장기적으로 봉제공장의 디자인 역량을 키워 수익구조를 개선하고, 동시에 디자이너와의 협업을 강화하기 위해 '디자인(기획)-생산-유통·마케팅'의 각 단계를 일원화해 지원한다. 시는 그간 봉제공장과 디자이너 상호 간 협업 경험 부족을 보완하고 우수한 제품을 생산하기 위해 기획 디자이너 섭외 및 개발, 마케팅 등 모든 과정을 원스톱으로 추진할 수 있는 패션 컨설팅 기관을 별도 선정해 전문성을 한층 강화하고, 참여하는 디자이너 중 수주(판매) 실적이 우수한 디자이너를 선발하여 서울패션위크 트레이드쇼에 참여시키는 등 상생차원의 지원방안도 마련한다. 서울시는 '매뉴팩처 뉴욕'(Manufacture New York)을 벤치마킹한 '매뉴팩처 서울'의 하나로 시작되는 이 사업은 디자이너와 봉제공장 간 협력으로 경쟁력 있는 브랜드를 만들어가는 첫 걸음"이라며, "고용창출의 효과가 큰 봉제산업과 패션산업의 동반성장을 위해 지원을 아끼지 않겠다."고 밝혔다.

ZOOM IN I 02

서울시, 상담~구제 '불법 대부업 피해상담센터' 오픈

서울시가 불법 대부업에 눈물 흘리는 서민들의 피해상담부터 구제, 회생, 분쟁조정, 불법 대부업체 처분까지 원스톱으로 돕는 '불법 대부업(사금융) 피해상담센터'를 개설해 운영한다. 서울시는 가계부채가 1,200조 원이 넘는 상황에서 제1·2금융권 대출을 받을 수 없는 어려운 형편에 놓인 시민들에게 공공의 도움이 절실히 필요하다는 판단하에 센터를 열게 되었다. 특히, 시는 실의에 빠진 피해자들이 실질적으로 자립할 수 있도록 불법 대부업 피해처리뿐만 아니라 '서울형 기초보장제도', '서울형 긴급복지지원' 등 시의 다양한 복지서비스와 '서울시 일자리센터', '자치구 노동복지센터' 등 고용 인프라와도 연계해주는 지원시스템을 가동한다. 이 과정에서 시는 서울금융복지상담센터(개인회생, 파산·면책, 채무대리인 지원), 민생연대(불법 사금융 자문), 법률구조공단(법률전문상담), 금융감독원, 신용회복위원회 등 민간·시민단체·중앙정부와도 전 방위로 협력해 실행력과 효과성을 높인다는 계획이다.

피해상담·구제·분쟁조정·처분·수사까지 원스톱 지원… 온라인 상담 → 오프라인 확대

'불법 대부업(사금융) 피해상담센터'의 활동은 크게 ① 상담·구제, ② 처분, ③ 사후관리로 구분되며, 센터는 서울시 민생경제과(중구 무교로 더익스체인지서울빌딩 3층) 내에 설치된다. 민생경제과장을 센터장으로 하며 금융감독원 파견직원, 전문조사관, 민생호민관 등 상주하는 전담직원과 전문변호사가 법률 자문역할로 참여해 소송장 작성을 돕는다.

시는 그동안 운영해온 온라인 '눈물그만(http://economy.seoul.go.kr/tearstop)' 창구를 오프라인 센터로 확대 전환해 운영한다고 밝혔다. 처리범위도 기존의 등록 대부업체로 인한 피해뿐만 아니라 미등록 대부업체로 인한 피해까지도 적극적으로 수용한다는 계획이다.

전문조사관, 금감원 직원 등 10명 상주해 기초·심층 상담, 변호사가 소장 작성도 지원

서울시는 "'불법 대부업 피해상담센터' 개소는 불법 사금융으로부터 시민들의 피해를 최소화하는 데 선제적인 역할을 하겠다는 서울시의 강한 의지를 담고 있다."며 "피해를 방지하기 위해 대부업체를 이용하지 않는 것이 최선의 방법이겠지만 불가피하게 이용해야 할 경우 업체 등록여부를 반드시 확인하는 등 시민들의 각별한 주의가 필요하다."고 강조했다.

HOT ISSUE I 01

서울에서 열린 88개국 작품 '만화·웹툰·애니메이션 축제'

서울 최대 만화·애니메이션 콘텐츠 축제인 '제1회 서울 카툰 애니메이션 위크'가 성황리에 막을 내렸다. 엿새간 동대문디자인플라자(DDP) 일대가 전 세계 88개국 만화·웹툰·애니메이션인들과 작품들이 한 자리에 모이는 축제의 장으로 변신한 것이다. '서울 카툰 애니메이션 위크'는 크게 ①서울 국제 만화 애니메이션 페스티벌(Seoul International Cartoon & Animation Festival, SICAF), ②서울 상상산업 마켓(Seoul Promotion Plan, SPP), ③서울 상상산업 포럼(Seoul Creative Dream)으로 구성되어 운영되었다.

서울 국제 만화 애니메이션 페스티벌: 88개국에서 작품 출품하는 세계 5대 애니메이션 영화제

올해 20회를 맞이한 '서울 국제 만화 애니메이션 페스티벌(SICAF)'은 '서울 카툰 애니메이션 위크'의 메인행사이다. 특히 올해는 '와이파이 SICAF'라는 슬로건 아래 일상 속 와이파이처럼 친숙하게 SICAF 문화를 공유한다는 의미를 살려 부산, 광주, 남해, 태백 등 국내를 비롯해 프랑스, 몽골, 일본 등 해외에서도 우수 작품을 상영하는 미니 애니메이션 영화제 'SICAF in Local'을 개최했다.

서울 상상산업 마켓: 국내·외 273개 콘텐츠 기업 참여, 국내기업 해외 진출 기회

국내 만화·웹툰·애니메이션의 해외 진출과 투자유치의 기회를 만드는 B2B(Business to Business) 마켓인 '서울 상상산업 마켓'에는 The Walt Disney Company, CCTV Dream Channel 등 해외 바이어 84개사, 국내 바이어 64개사 등 총 273개의 콘텐츠기업이 참여했다. ▲바이어와 셀러의 매칭을 통해 투자유치를 유도하는 비즈매칭 ▲경쟁을 통해 우수 작품을 선정하는 프로젝트 컴피티션 ▲주요 기대작 상영 제작발표회도 진행되었다. ※상상산업 : 만화·애니메이션 등 캐릭터와 배경, 스토리 등이 상상에 의해 구성되는 콘텐츠 산업

서울 상상산업 포럼: 100여 명 전문가 콘텐츠산업 현재·미래 논의, 취업 연결 '직업상담회'

서울 상상산업 포럼에서는 상상산업에 관심 있는 이들이라면 누구나 만나보고 싶은 100여 명의 전문가가 모여 콘텐츠 산업의 현재와 미래를 조망하는 토론회와 구직자들을 위한 직업상담회 등이 열렸다. 서울시는 "한국의 만화·애니메이션의 문화적, 산업적 가치를 세계 속에 드높일 수 있는 행사이자 남녀노소 누구나 함께 즐길 수 있는 대중적인 축제로 자리매김하도록 지원을 아끼지 않겠다."고 설명했다.

HOT ISSUE I 02

서울시-핀테크 스타트업 '디지털 온누리상품권' 시범 도입

서울시가 핀테크 스타트업과 손잡고 현금이나 카드결제 없이 전통시장에서 QR코드로 결제할 수 있는 디지털 온누리상품권 '에스코인(S-coin)(가칭)'을 시범 도입한다. 시는 우선 공무원 복지 포인트의 일정 부분을 제공하고 있는 온누리상품권 일부를 '에스코인'으로 공무원들에게 시범적으로 지급하고 추후 소상공인 상점 등에서도 사용할 수 있도록 인프라를 확대해나간다는 계획이다.

현금·카드결제 없이 QR코드 활용 결제… 시 공무원 복지 '온누리 상품권'에 시범적용

서울시는 일본, 미국 뉴욕 등 전 세계적으로 디지털 화폐라는 새로운 금융거래 방식이 금융거래를 빠르게 대체하고 있는 가운데 시 복지사업 일부를 디지털 화폐 형태로 전환함으로써 신성장 동력사업인 핀테크 기업의 육성과 일자리 창출 기반도 마련해나간다는 계획이다.

에스코인 도입으로 시장 상인은 상품권을 현금으로 교환하기 위해 은행을 방문하는 번거로움을 줄이는 것은 물론 상품권 잔액을 현금으로 지급해야 하는 불편을 겪지 않아도 된다.

전통시장 간편 결제, 모바일 소액 외환송금, 중국인 관광객 간편 결제도 추진

'영세상인 대상 카드2폰·폰2폰 결제 시스템'은 전통시장 등에서 장사하는 무점포 영세 상인들이 별도의 카드결제 단말기 없이도 카드결제가 가능한 간편 결제 시스템이다. 최근 전통시장에서의 카드 사용이 증가하는 추세 속에서 고객 편의가 높아질 것으로 기대하고 있다. '모바일 소액 외환송금 서비스'는 서울에 거주하고 있는 27만여 명의 외국인 근로자가 본국으로 급여를 송금할 때 은행의 높은 송금 수수료가 부담돼 불법 환치기 업체를 이용하고 있는 상황을 개선하고자 한다. '중국인 관광객 간편 결제 시스템'은 중국인 관광객이 서울에서도 별도의 환전이나 충전 없이 평소에 중국에서 익숙하게 사용했던 결제 방식을 그대로 이용할 수 있도록 간편한 결제 환경을 제공하는 것이 핵심이다.

서울시는 "이번 시범 사업은 핀테크 스타트업이 아이디어를 내고 공공이 플랫폼 역할을 해서 창의적 아이디어의 실현을 지원하는 사업으로서 시민 편의를 높이는 것은 물론 신성장 동력사업인 핀테크 기업 육성과 일자리 창출 효과까지 기대된다."며 "4개의 시범 사업을 시작으로 앞으로도 다양한 핀테크 사업들을 추가로 발굴, 핀테크 스타트업이 점차 활동 영역을 넓혀 글로벌 기업으로 성장해나갈 수 있도록 적극 지원하겠다."고 밝혔다.