

요약

4/4분기 서울시민 체감경기는 지난 분기보다 소폭 개선

서울시민의 체감경기를 대표하는 「소비자태도지수」는 2019년 4/4분기 93.3으로 전 분기 대비 1.1p 증가했다. 「소비자태도지수」의 구성요소인 「현재생활형편지수」는 전 분기에 비해 0.5p 상승한 84.9이며, 「미래생활형편지수」도 전 분기보다 0.9p 상승한 89.1을 기록했다. 「현재소비지출지수」는 112.6으로 전 분기 대비 0.9p 상승하였으며, 「미래소비지출지수」도 전 분기보다 1.5p 상승한 96.1을 기록했다. 「미래소비지출지수」의 6개 품목 모두가 상승하였지만, 상승폭은 크지 않았다.

서울지역 소상공인 체감경기 BSI는 소폭 하락

서울지역 소상공인의 11월 「체감경기 BSI」는 68.9로 전월 대비 7.5p 하락하였지만 전년 동월보다 1.1p 상승하였으며, 12월 「전망경기 BSI」는 전월에 견줘 7.4p 하락한 85.3으로 나타났다. 서울지역 전통시장의 11월 「체감경기 BSI」는 73.9로 지난 달보다 2.4p 상승하였고, 12월 「전망경기 BSI」는 전월 대비 12.3p 하락하였지만, 전년 동월보다 높은(12.4p) 수치를 기록하였다.

서울시민이 본 2020년 경제이슈 1위는 '청년실업 및 고용문제'

서울시민의 2020년 경제이슈 1순위 및 1~3순위 합계의 응답 결과를 보면, 모두 '청년실업 및 고용문제'가 가장 높은 것으로 조사되었다. 1순위 기준으로 '청년실업 및 고용문제'가 28.0%로 가장 높았지만 2019년에 비해 5.1%p 하락하였으며, 그다음은 '부동산 경기'(9.9%), '소비심리 및 내수경기'(7.7%) 등의 순으로 나타났다. 각 경제이슈가 2019년보다 얼마나 개선될 것이냐는 질문에 대다수 서울시민은 크게 개선되지 못할 것으로 보았으며, 13개의 경제이슈 중 기준치(100)를 웃도는 이슈는 '4차 산업혁명 대응'뿐이고, 나머지 이슈는 기준치 이하로 분석되었다. '4차 산업혁명 대응'이 200점 만점에 102.9점으로 유일하게 100점을 넘었으며, '저출산 및 고령화 문제'가 54.8점으로 가장 개선이 어려울 것으로 예상하였다.

전문가가 본 2020년 경제이슈 1위도 '청년실업 및 고용문제'

전문가들이 2020년 주요 경제이슈 3개를 꼽았을 때 '청년실업 및 고용문제'가 52.9%로 가장 높았으며, 그다음은 '부동산 경기'(47.1%), '소득양극화'(25.5%), '4차

산업혁명 대응'(19.6%), '국내 경제성장을 둔화'(19.6%), '소비심리 및 내수경기'(19.6%) 등의 순으로 나타났다. 각 경제이슈의 개선 정도에 대해 대다수 전문가는 크게 개선되지 못할 것으로 보았으며, 13개의 경제이슈 중 기준치(100)를 웃도는 이슈는 '4차 산업혁명 대응'이 115.0점으로 유일하였다. '남북경협', '에너지 정책', '주식 시장'의 3개 항목은 기준치 100으로 나타났으며, '저출산 및 고령화 문제'가 47.0점으로 가장 개선이 어려울 것으로 예상하였다. 전문가 중 45.1%가 2020년 경기가 현재 상태를 유지할 것으로 예측하였으며, 유지의 주요 키워드를 분석한 결과 경기 저점 도달이 가장 많이 언급되었다.

오래가게, 서울의 역사·전통 잇는 다리로 87곳 선정

2017년부터 2019년까지 서울시는 종로·을지로 일대 39곳, 서북권 26곳, 서남권 22곳의 오래된 가게를 발굴하고 '오래가게'라는 브랜드로 홍보하고 있다. 오래가게는 조부모 대부터 집안의 가업으로 이어져 오고 있는 사례가 많았으며, 과거로부터 현재까지 역사와 전통을 계승하고 있다는 점에 자부심을 느끼게 한다. 그러나 서울의 주요 요지에 입지하고 있기에 비싼 임대료를 감당하지 못하여 폐업을 고려하는 가게가 늘어나는 추세이다. 외국인도 많이 방문하고, 구매도 많이 이루어지고 있지만 외국어 책자 제작 등 서울시의 오래가게 홍보가 미흡하다는 지적도 많다.

관광특구 가을철 관광객은 늘었지만 상권 매출은 제자리

명동관광 특구의 4/4분기 매출은 3분기와 비교하여 포함수준이지만, 화장품업의 매출부진이 이어지고 있으며, 지속되는 경기침체로 상권의 활기가 되살아나지는 못한 상황이다. 10~11월은 선선한 가을 날씨로 중국인을 비롯하여 여러 나라의 관광객이 늘었지만, 명동 상권의 매출상승에 크게 기여하지는 않았다는 것이 업계의 반응이다. 화장품 인기가 시들해짐에 따라 명동 1층 상가의 화장품업장들이 폐업을 하면서, 과자점, 액세서리점 등으로 채워지며 상권의 변화가 보이고 있다. 동대문 상권의 4/4분기 매출수준은 전 분기 대비 115이며, 가을철 외래관광객 증가가 동대문 상권 전반의 매출 증가로 이어졌고, 침체를 겪던 의류 도소매업이 다소 호전되었다. 이태원 관광특구의 4/4분기 매출은 전 분기에 비해 65~70 수준에 그치면서, 상권은 전반적으로 침체를 겪고 있으며, 음식업과 의류업계의 매출 부진이 매우 심각한 실정이다. 미8군부대가 평택으로 이전하면서 이태원의 주요 고객인 미군과 더불어 미군을 상대로 영업하던 매장도 이전하여 상권이 활기를 잃어가기 시작하였다. 관광특구의 상권 매출이 전반적으로 하락하면서 폐업하는 업장도 늘고, 높은 임대료로 상인들의 부담도 가중되었던 상황이었지만 일부 건물주들이 임대료를 동결시키거나 인하해주는 분위기가 조성되고 있는 것으로 전해졌다.