ISSUE PAPER

2019년 1/4분기 서울지역 민생경제 체감경기 진단

서울연구원
The Seoul Institute

최 봉

CONTENTS

01 소비자 체감경기

서울시민 체감경기는 전 분기보다 소폭 하락
택시요금 올라도 서비스품질 개선 기대 안해
카풀 서비스 '긍정적', '제도도입 필요'가 우세

02 소상공인 업황 조사

서울지역 소상공인 체감경기 BSI는 소폭 오르며 반등
전통시장 체감경기는 상승세에도 작년 동기보다 부진

03 지역서점 특집 민생현장 조사

오래 운영한 동네서점 도서의 공공기관 구매 절실
같은 지역서점이라도 입지·특성별로 큰 차이 존재

04 관광업계 체감경기

명동·동대문 관광특구 상권 - 호텔업계 현장점검
사드여파 여전 속 봄철 성수기·한한령 해제 기대
개별관광객 증가 추세…관광객 다변화 전략 필요
호텔업계 이슈: 소비트렌드 변화, 객실 과잉공급

부록 민생경제 현장점검 포럼

서울시의 소셜벤처와 정책과제

서울연구원 The Seoul Institute

요약

서울시민 체감경기는 전 분기보다 소폭 하락

서울시민의 체감경기를 대표하는 「소비자태도지수」는 2019년 1/4분기 93.7로 전 분기 대비 0.7p 소폭 하락했다. 「소비자태도지수」의 구성요소인 「현재생활형편지수」는 전 분기에 비해 0.4p 하락한 87.0이며, 「미래생활형편지수」도 전 분기보다 0.3p 하락한 90.8을 기록했다. 「현재소비지출지수」는 114.2로 전 분기 대비 2.1p 상승한 반면, 「미래소비지출지수」는 전 분기보다 0.6p 하락한 95.6을 기록했다. 「미래소비지출지수」는 '교육비', '주거비', '식료품비', '교통·통신비'는 전 분기 대비 소폭 증가하였고, '의류비', '문화·오락비'는 전 분기에 비해 감소하였다.

서울시민, 택시 요금 올라도 서비스품질 개선 기대 안해

서울시민이 생각하는 적정 택시 기본요금은 '3,000~3,500원 미만'이 54.7%로 가장 높았다. 택시 요금 인상 후 서비스품질은 86.5%가 '별 차이 없을 것'이라고 응답한 반면, '개선될 것 같다'는 응답은 7.5%에 불과하였다. 택시 요금 인상 후 시민들이 원하는 개선사항 1순위는 '승차거부'로 나타났다. 카풀 서비스에 대해서는 '긍정적'이라는 응답이 44.5%로 '부정적'(21.4%)이라는 응답보다 2배 이상 높았으며, 서울시민의 41.6%가 카풀 제도 도입이 '필요하다'고 응답하여 '필요 없다'(22.5%)보다 높았다.

서울지역 소상공인 체감경기 BSI는 소폭 오르며 반등

서울지역 소상공인의 2월 「체감경기 BSI」는 전월 대비 5.1p, 전년 동월 대비 3.8p 상승한 61.5였으며, 3월 「전망경기 BSI」는 전월에 견줘 14.1p 상승한 96.7로 나타났다. 서울지역 전통시장의 2월 「체감경기 BSI」는 58.5로 지난달보다 상승하였지만, 기준치(100)를 크게 밑돈 반면, 3월 「전망경기 BSI」는 전달 대비 10.6p 상승한 99.3으로 기준치(100)에 근접하였다.

오래 운영한 동네서점 도서의 공공기관 구매 절실

동네서점은 서점이자 지역 문화공간 역할을 담당하며 북페스티벌이나 문화사랑방, 인문학강의 등 다양한 활동이 이루어지는 곳이다. 지역도서관이나 관공서가 도서구매 시 지역서점에서 납품할 수 있게 해주는 정책이 매우 도움이 되었는데 다른 지역의 오래되지 않은 서점들이 책을 납품할 수 있게 된 점은 개선이 필요하다. 온라인 서점의 확대와 도서정가제로 할인율이 높아지고 마진율이 10% 이내로 떨어지면서 운영이 힘들어지고 있는 실정이다. 책 판매 하나만으로는 서점을 유지하기 어려워 문구판매, 카페운영 등 여러 가지 사업을 겸하는 곳이 많다. 독립서적이나 특정 분야의 책만 파는 전문서점의 등장은 최근 트렌드와도 잘 맞고, 좀 더 다양한 서점의 형태를 볼 수 있다는 점에서 긍정적이다.

관광업계, 사드여파 여전 속 봄철 성수기·한한령 해제 기대

명동관광특구의 매출은 전 분기 대비 80~85 수준으로, 전년 동기 기준 비슷하거나 소폭 하락하였다. 중국 관광객의 방문 감소, 최저임금 인상, 임대료 및 물가 상승 등의 복합적인 요인으로 사업 유지가 어려운 업장이 많았다. 그러나 4~5월 봄철 성수기를 맞이하여 외래관광객은 물론 내국인들의 방문도 늘어날 것으로 보여 이에 따른 매출 상승을 기대하고 있다. 동대문관광특구의 매출은 전 분기 수준을 유지하거나 소폭 하락한 상태이며, 전년 동기 대비 110 수준으로 다소 상승하였지만, 체감도는 아직 미약하다. 또한 비싼 임대료가 로드숍 및 쇼핑몰 영업주들에게 부담으로 작용하여 쇼핑몰 판매시설의 공실률은 50% 이상으로 심각한 상태이다.

2019년 1~2월 방한 외래관광객 수는 약 230만 명으로, 예전에 비해 일본 및 중국 단체관광객은 줄었지만, 일본, 중국을 포함한 동남아 개별관광객은 꾸준히 증가하는 추세이다. 한한령 해제를 계기로 중국관광객들의 방문이 다시 이어진다면 침체되었던 관광시장도 되살아날 것으로 보인다. 외래관광객이 주요 고객인 호텔업계는 국가별 외교 상황이 매출 증감에 큰 변수로 작용하고 있어 외래관광객 다변화를 위한 서울시와 중앙정부의 노력이 필요하다. 객실 과잉공급과 중국 단체관광객의 감소, 인건비 상승 등은 비즈니스호텔 영업 적자의 원인이 되고 있다. 개별관광객의 이용 계층별 소비트렌드 변화에 따라 호텔 영업 전략도 변화해야 할 것이다.

소비자 체감경기

01 소비자 체감경기

① 소비자태도지수(CSI) 조사를 통한 소비자 체감경기 진단

서울시민 체감경기는 전 분기보다 소폭 하락

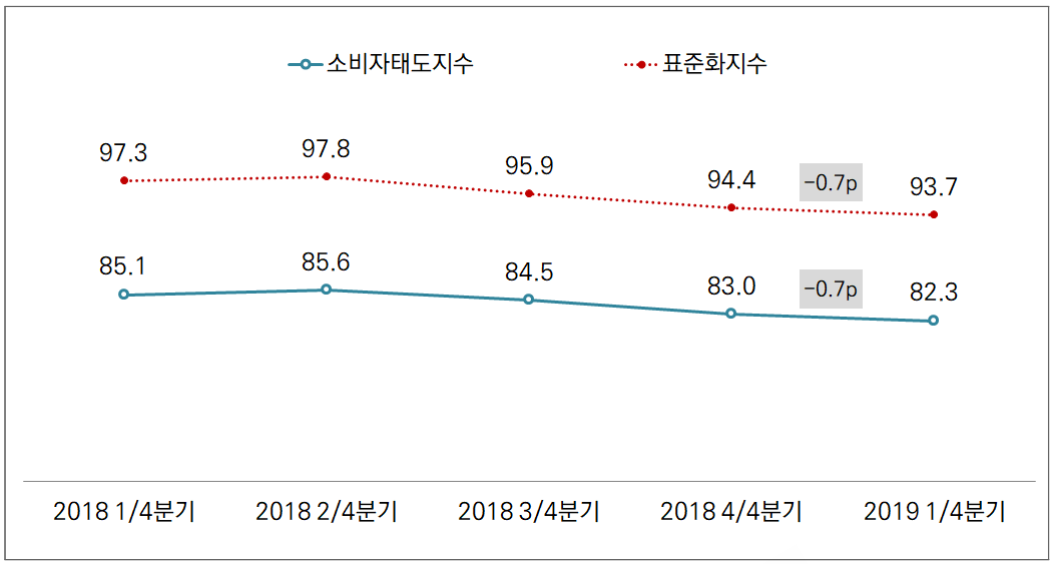
〈CSI 조사개요〉

조사대상: 2015년 인구센서스 기준 가구주 연령 만 20세~69세
서울시 일반가구 가구주 및 가구주의 배우자(미혼가구 제외)
조사규모: 총 1,200가구(표본오차 95% 신뢰수준에서 ± 2.83%p)
조사내용: 1) 기본조사: 생활형편, 경기, 소비지출, 구입태도, 순자산, 고용상황, 물가예상, 가계부채 등
2) 부가조사: 서울시 택시 요금 인상
조사기간: 2019년 2월 14일 ~ 2월 22일

1/4분기 서울의 소비자태도지수는 전 분기 대비 소폭 하락

○ 2019년 1/4분기 서울의 「소비자태도지수」는 표준화지수 기준 93.7로 전 분기 대비 0.7p 하락
- 2018년 1/4분기부터 기준치(100)를 밑돌았던 「소비자태도지수」는 3분기 연속 하락하며 93.7로 2017년 1/4분기 이래 최저치
- 연령별로는 40대를 제외한 모든 연령대에서 전 분기보다 하락

○ **2019년 서울시민의 「소비자태도지수」 향방은 고용지표, 주택 구입태도지수 등에 좌우될 것으로 판단**
- 민생과 직결된 고용지표가 여전히 감소세를 보이는 등 개선되지 못하고 있으며, 주택 가격 불안정 등도 시민의 경제심리에 큰 영향을 미칠 것으로 예상

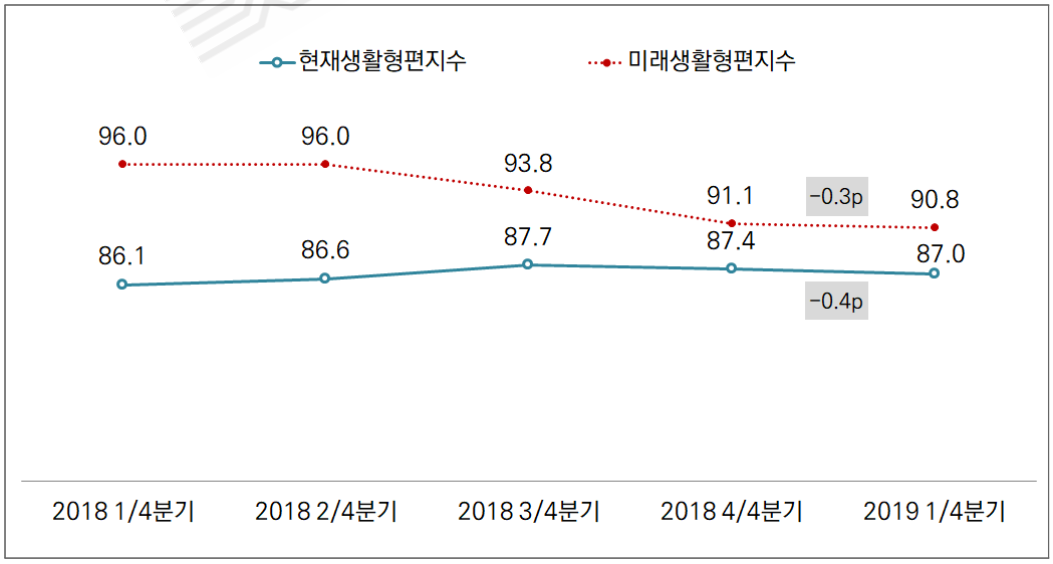


[그림 1] 서울의 소비자태도지수

현재생활형편 · 미래생활형편지수 모두 전 분기보다 소폭 하락

○ 2019년 1/4분기 서울의 「현재생활형편지수」는 전 분기보다 0.4p 하락한 87.0이며, 「미래생활형편지수」는 전 분기 대비 0.3p 하락한 90.8을 기록

- 1년 후 가구 생활형편이 악화될 것으로 본 주된 이유는 '가계소득 감소'가 31.5%로 가장 높았으며, 그다음은 '경기 불황'(24.8%), '물가 상승'(14.2%), '지출비용 증가 예정'(12.4%) 등의 순



[그림 2] 서울의 생활형편지수

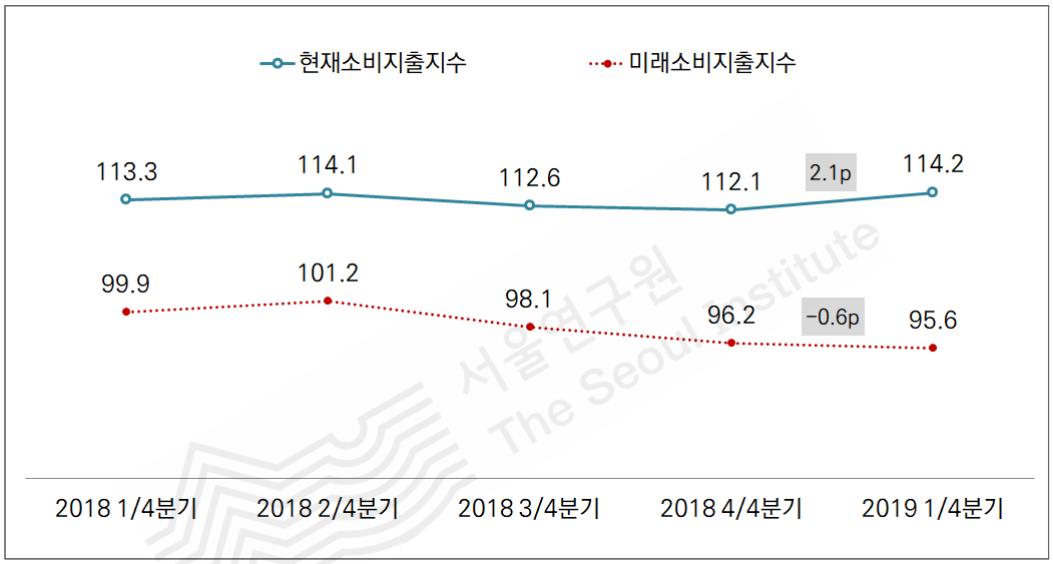
서울의 현재소비지출지수는 상승, 미래소비지출지수는 하락

○ 2019년 1/4분기 서울의 「현재소비지출지수」는 114.2로 전 분기 대비 2.1p 상승

- 1/4분기 「현재소비지출지수」는 2분기 연속 하락하였다 반등하며 2014년 1/4분기부터 꾸준히 기준치(100) 이상을 유지

○ 2019년 1/4분기 서울의 「미래소비지출지수」는 95.6으로 전 분기보다 0.6p 하락

- 「미래소비지출지수」는 2018년 2/4분기에 101.2로 기준치(100)를 웃돌았지만, 이후 3분기 연속 하락하면서 기준치를 하회



[그림 3] 서울의 소비지출지수

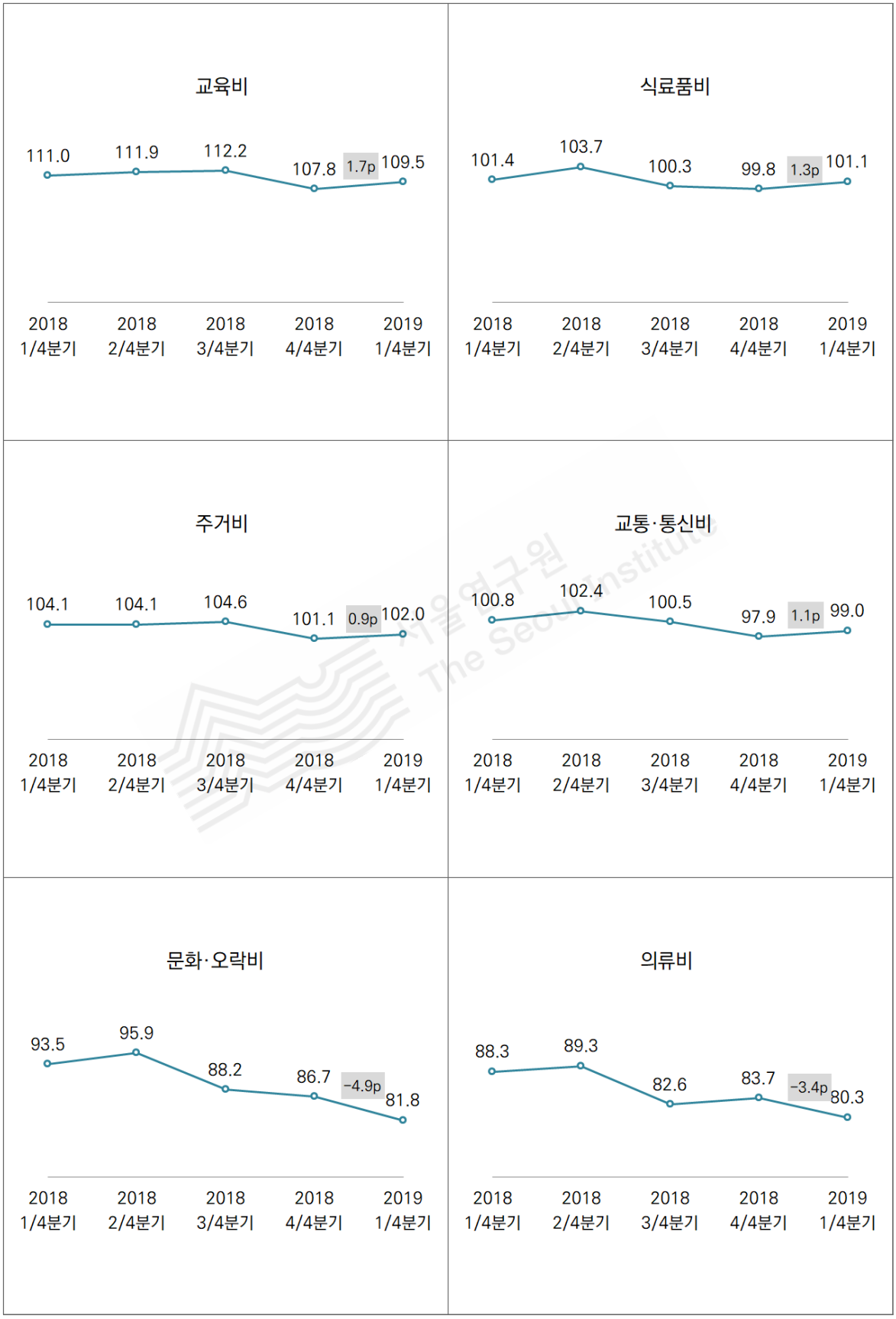
미래소비지출지수는 의류비, 문화·오락비 제외한 모든 품목이 상승

○ 2019년 1/4분기 '교육비', '주거비', '식료품비'의 「미래소비지출지수」는 기준치(100)를 상회

- 1/4분기 '교육비' 지수는 전 분기 대비 1.7p 상승한 109.5로 여전히 조사 대상 품목 중 가장 높았고, '식료품비' 지수는 전 분기보다 1.3p 상승한 101.1, '주거비' 지수는 전 분기에 비해 0.9p 상승한 102.0을 기록하며 세 품목 모두 기준치(100) 이상 기록
- '교통·통신비' 지수는 전 분기 대비 1.1p 상승하였지만 99.0을 기록하면서 기준치에는 미치지 못한 것으로 조사

○ 2019년 1/4분기 「미래소비지출지수」는 대부분의 품목이 상승한 가운데 '문화·오락비'와 '의류비'가 비교적 큰 폭으로 하락하며 기준치 이하를 기록

- 1/4분기 '문화·오락비' 지수는 전 분기 대비 4.9p 하락한 81.8을 기록해 2018년 2/4분기 이후 3분기 연속 하락
- '의류비' 지수도 전 분기 대비 3.4p 하락하며 80.3을 기록해, 지수 수준이 조사 대상 품목 중 가장 낮은 것으로 조사



[그림 4] 품목별 서울의 미래소비지출지수

택시 요금 올라도 서비스품질 개선 기대 안해

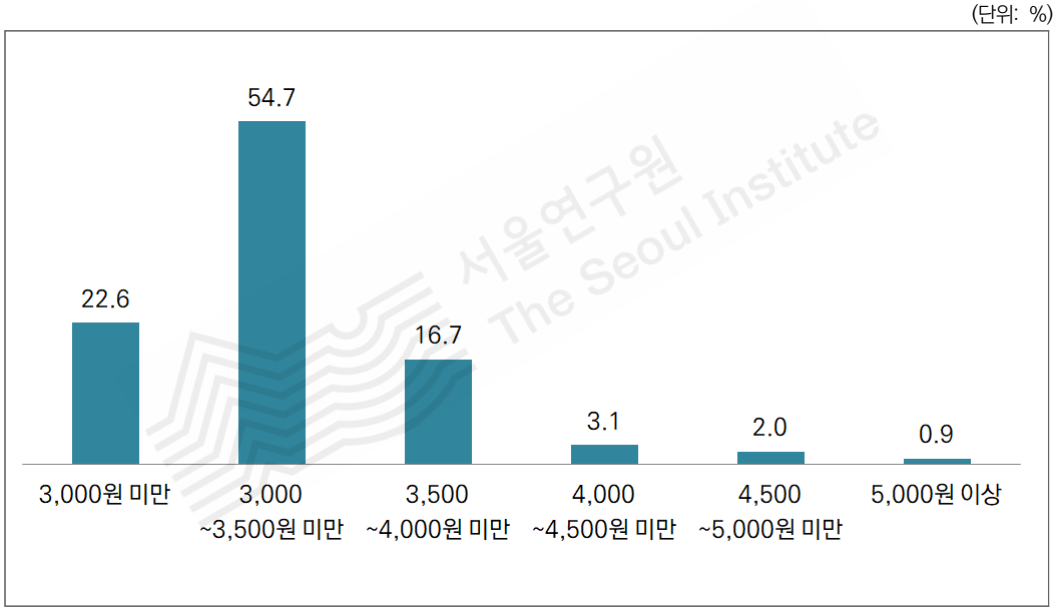
서울시민이 생각하는 적정 택시 기본요금은 3,500원 미만

○ 2019년 2월 16일 서울시 택시 요금 인상을 인지하고 있는 응답자는 전체의 87.0%

○ 서울시민들이 생각하는 적정 택시 기본요금은 3,000~3,500원 미만

- 서울시민들이 생각하는 적정 택시 기본요금은 '3,000~3,500원 미만'이 54.7%로 가장 높았으며, 그다음은 '3,000원 미만'(22.6%), '3,500~4,000원 미만'(16.7%) 등의 순
- 적정 택시 기본요금은 3,500원 미만이 전체의 77.3% 차지

(단위: %)



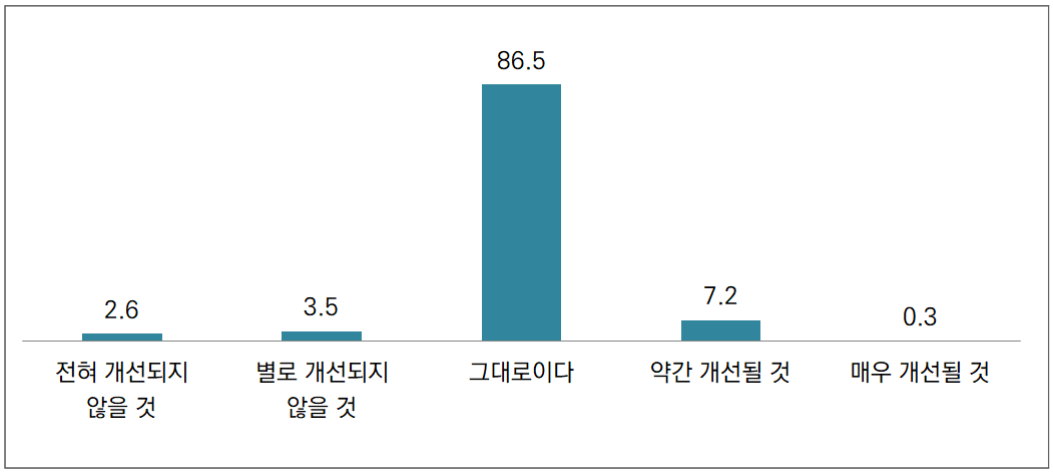
[그림 5] 서울시 적정 택시 기본요금

서울시민 대다수 "택시 요금이 올라도 서비스에 별 차이가 없을 것"

○ 서울시민들은 택시 요금 인상 후 서비스 품질에 대해 86.5%가 '별 차이 없을 것'이라고 응답

- 서비스 품질이 '개선될 것 같다'는 응답은 7.5%에 불과하여 서비스품질 개선의 기대수준은 극히 낮은 상황

(단위: %)

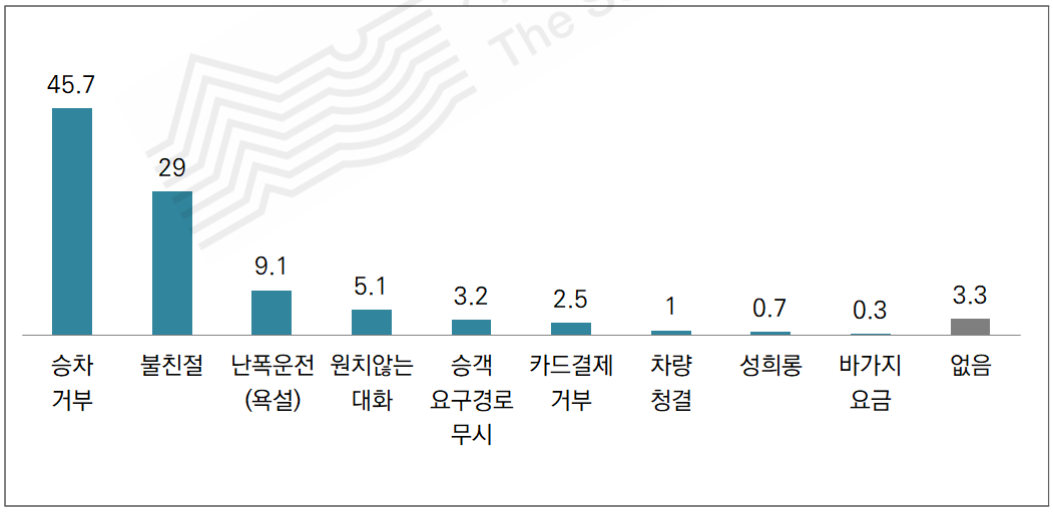


[그림 6] 서울시 택시 요금 인상 후 서비스 품질

○ 택시 요금 인상 후 시민들이 원하는 개선사항 1순위는 '승차 거부'

- 서울시민들이 택시요금 인상 후 희망하는 개선사항은 '승차 거부'가 45.7%로 가장 높았으며, 그다음이 '불친절'(29.0%), '난폭운전(욕설)'(9.1%) 등의 순

(단위: %)



[그림 7] 서울시 택시 요금 인상 후 희망 개선사항

카풀 서비스 '긍정적', '제도도입 필요'가 우세

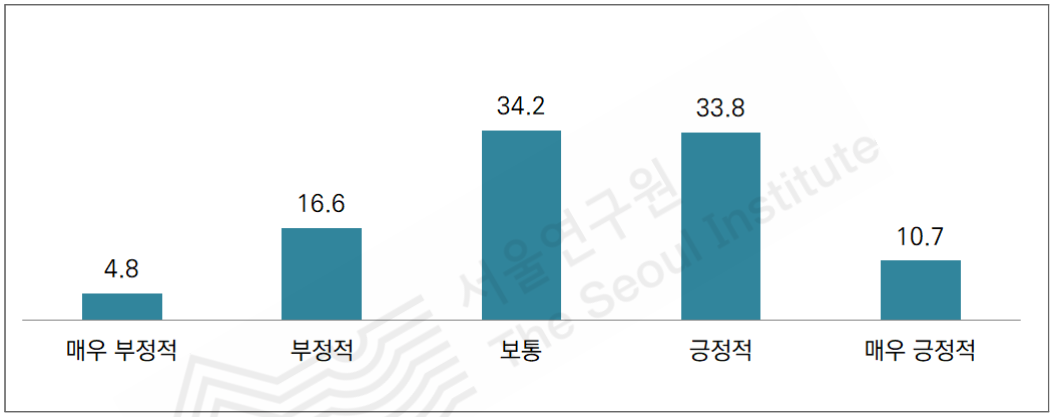
서울시민은 카풀 서비스에 긍정적으로 반응

○ 카풀 앱 서비스에 대해 서울시민의 91.9%가 인지

○ 카풀 서비스가 '긍정적'이라는 응답이 '부정적'이라는 응답보다 높게 조사

- 서울시민들의 카풀 서비스에 대한 이미지는 '보통'이 34.2%로 가장 높았지만, '긍정적'(44.5%)이라는 응답이 '부정적'(21.4%)이라는 응답을 2배 이상 상회

(단위: %)

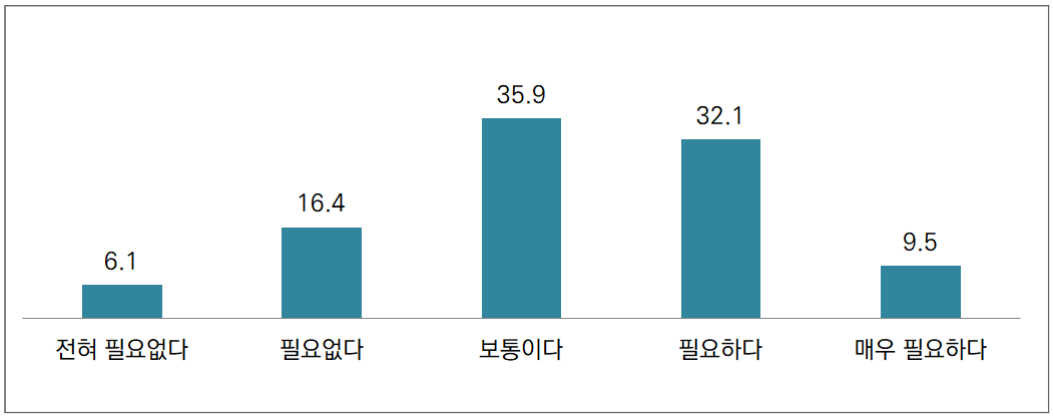


[그림 8] 카풀 서비스 이미지

○ 서울시민의 41.6%가 카풀 제도 도입이 필요하다고 생각

- 카풀 제도 도입 필요성에 대한 의견으로는 '보통이다'가 35.9%로 가장 높았지만, '필요하다'(41.6%)는 응답이 '필요 없다'(22.5%)는 응답보다 높은 것으로 조사

(단위: %)



[그림 9] 카풀 제도 도입 필요성

소상공인 업황 조사

서울연구원
The Seoul Institute

02 소상공인 업황 조사

① 소상공인시장진흥공단 '소상공인시장 경기동향조사(BSI)'

서울지역 소상공인 체감경기 BSI는 소폭 오르며 반등

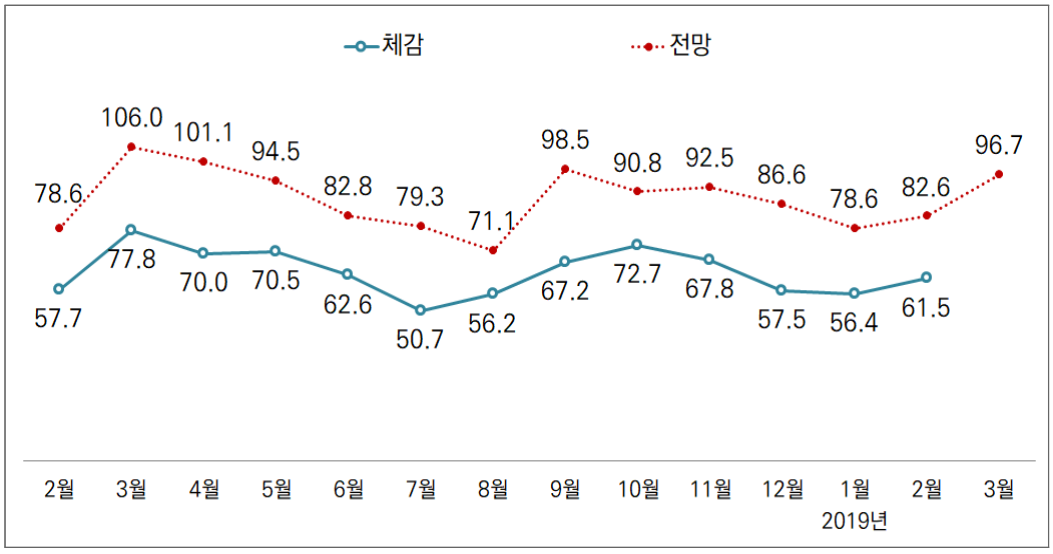
서울지역 소상공인의 2월 체감경기 BSI는 61.5로 전월 대비 5.1p 상승

○ 서울지역 소상공인의 2019년 2월 「체감경기 BSI」는 전월 대비 5.1p, 전년 동월 대비 3.8p 상승한 61.5를 기록했지만 여전히 기준치에 크게 미치지 못하며 부진

- 그러나 서울지역 소상공인의 「체감경기 BSI」는 3개월 연속 하락세를 멈추고 반등

○ 서울지역 소상공인의 3월 「전망경기 BSI」는 전월보다 14.1p 상승한 96.7을 기록하며 기준치(100)에 근접

- 「전망경기 BSI」는 2개월 연속 상승하면서 기준치(100)에 근접하는 등 소상공인들의 경기 회복 기대감이 다소 커진 것으로 조사



[그림 10] 서울지역 소상공인의 체감경기 BSI 추이

자료: 2019년 2월 소상공인시장 경기동향조사, 소상공인시장진흥공단

전통시장 체감경기는 상승세에도 작년 동기보다 부진

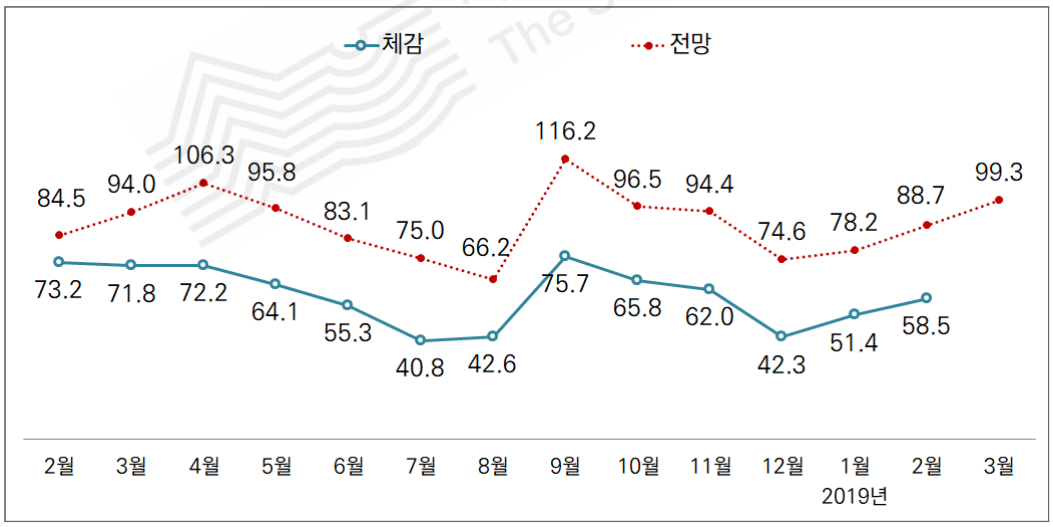
서울지역 전통시장의 2월 체감경기 BSI는 58.5로 전월 대비 상승

○ 서울지역 전통시장의 2월 「체감경기 BSI」는 58.5로 지난달보다 상승하였지만, 기준치(100)를 크게 하회

- 서울지역 전통시장의 2월 「체감경기 BSI」는 전월 대비 7.1p로 비교적 크게 상승했지만, 전년 동월 대비로는 14.7p 낮은 수준
- 전통시장 「체감경기 BSI」는 1년 이상 기준치(100)에 미치지 못하는 가운데 2018년 9월 이후 3개월 연속 큰 폭으로 하락하였지만, 최근 2개월 연속 상승하며 반등
- 그러나 전년 동기에 비해 크게 하락해 전통시장 경기가 여전히 어려운 것으로 판단

○ 서울지역 전통시장의 3월 「전망경기 BSI」는 99.3으로 기준치(100) 근접

- 서울지역 전통시장의 3월 「전망경기 BSI」는 전달 대비 10.6p 상승
- 이는 전통시장의 특성상 추운 겨울이나 더운 여름보다, 날씨가 좋은 봄·가을에 상대적으로 방문객이 늘어나는 계절적 요인이 작용한 것으로 판단



[그림 11] 서울지역 전통시장의 체감경기 BSI 추이

자료: 2019년 2월 소상공인시장 경기동향조사, 소상공인시장진흥공단

지역서점 특집
민생현장 조사

서울연구원 Seoul Institute

03 지역서점 특집 민생현장 조사

① 서울시 권역별 지역서점 방문 인터뷰
② 운영 특징 및 애로사항, 서울시 지원방안 등 현장의 목소리 청취

오래 운영한 동네서점 도서의 공공기관 구매 절실

방문대상: 서울시 권역별 지역서점(독립서점, 동네서점 등)
인터뷰 장소: 개별 서점 사업장
조사기간: 2019년 3월 11일 ~ 3월 25일

강동구 D서점

"대형·온라인서점에 밀려 마진율 하락추세"

강동에서 11년째 동네 지역서점을 운영하고 있다. 8학군의 끝자락이라 학생손님 등이 많아 지하에 100평 정도로 그나마 큰 규모로 운영하고 있다. 서점이자 지역 문화공간의 일익을 담당하고 있다는 자부심도 있다. 강동구 동네서점들이 모여 '사람이 아름다운 동네서점 협동조합'을 만들어, 강동 북페스티벌, 동네책방 문화사랑방, 인문학강의 등 다양한 행사도 열고 있다.

길 건너 아파트가 재개발이 되면서 지역주민의 이주 때문에 작년 대비 매출이 30% 수준으로 떨어졌다. 현재 나 포함 직원 2명이 일하고 있는데 계속 운영을 해야 할지 고민이다. 대형서점이나 온라인서점 등에 밀려 마진율이 점점 떨어지는 것도 문제다. 10% 이하의 마진율로는 수익을 내기 어렵다.

“지역도서관·관공서에 책 납품으로 고정적 매출 생겨 안정적 운영 가능”

작년까지 서울시 교육청 도서관담당을 통해 수의계약 위탁 방식으로 지역도서관이나 관공서 등에 책을 납품했었는데 천만 원 정도라도 고정적으로 매출이 생기니까 안정적이고 좋았다. 다른 지원 프로그램보다 도서구매 지원이 가장 바람직한 것 같다.

“지역도서관·공공시설만이라도 지역서점들이 책 납품하게 해야”

교육청 입찰을 통한 지역도서관의 책 납품 절차가 번거롭지만 성실하게 서류를 작성해서 제출하였는데, 올해부터 입찰이 제한되는 바람에 지역서점이 아닌 곳에서 납품을 하게 됐다. 알아보니 심지어 서점이 아닌 곳에서 외주를 따가기도 했다.

입찰을 위해 서점 면허만 따고 실제로 서점을 운영하지도 않았던 사람이 혜택을 보는 일이 있어서는 안 된다고 본다. 지역도서관이나 공공시설만이라도 지역구 내에서 꾸준히 오래 운영한 지역서점이 책을 납품할 수 있게끔 해주면 좋겠다. 그래야 지역을 위한 다양한 문화활동이 가능하고 국민복지도 이루어진다고 생각한다.

서울연구원 The Seoul Institute

강동구 B서점

“수익이 줄어 온라인서점·유통도 병행”

강동에서 40년 정도 동네책방을 운영 중이다. 직원은 2명이며 서점 규모는 동네서점치고는 꽤 큰 편이라고 생각한다. 주요 방문고객들은 어머니들로, 주변에 학교가 많아서 학습서 등을 많이 구매한다.

오프라인만으로는 수익이 점점 줄어들어 온라인서점과 유통도 함께 하고 있다. 온라인에서는 일반도서 위주로 팔리고 있다. 지역 아파트 재개발로 인해 매출이 절반 수준이지만 입주까지 버티려고 한다.

서울연구원 The Seoul Institute

강동구 H서점

“지역학생 대상으로 참고서·학습지 판매”

여기서 서점 문을 연 지 24년 정도 되었다. 지하 1층에 80평 정도 규모로 운영하고 있으며 나와 부인, 그리고 문구판매를 도와주는 아르바이트생 1명이 함께 일하고 있다. 주로 판매되는 도서는 학교 참고서나 학습지인데, 학교 근처 서점이다 보니 학생들이 주로 들러서 책을 구매하고 있다.

“마진율이 낮아 큰 문제…문구류 팔아 보완”

우리의 주요 애로사항은 낮은 마진율이다. 정가의 75% 가격에 공급받고, 정가의 10% 할인, 5%를 포인트로 적립하고 나면 실질적인 마진율은 10% 이내이다. 여기에 카드 수수료, 상품권 수수료 등을 제하고 남는 금액으로 운영을 해야 한다. 다행히 학교 근처라 학생들을 대상으로 문구류를 판매해 마진율을 보완하고 있다.

문구를 판매한 지는 10여 년이 넘었는데, 지금 새로 문구를 취급하려 했다면 아마 시작하지 못했을 것이다. 과거와 달리 지금은 온라인 구매도 많아졌고, 도서정가제에 따른 낮은 마진율, 최근 입점한 대형서점 등으로 운영이 예전보다 어려워졌다. 새로운 사업을 진행할 자본을 마련하기도 쉽지 않다. 게다가 문구는 제품이 워낙 작아서 소규모로 운영하더라도 재고비용이 매우 높은 편이다. 오히려 예전부터 문구를 취급하고 있었기 때문에 아직도 서점도 운영이 가능했다고 본다. 온라인 판매도 알아보았지만, 현재 마진율로는 택배비를 충당할 수 없어 대형 온라인서점과 가격경쟁력 측면에서 매우 열위인 실정이다.

“공공조달사업 참여, 서점 운영에 큰 도움”

전국서점연합회에 가입되어 있고 동시에 강동구 서점 10곳이 함께 뜻을 모아 ‘사람이 아름다운 동네서점 협동조합’을 운영하고 있다. 이 협동조합은 같은 지역의 서점운영자들이 고민을 나누고 지역서점 발전을 위해 결성되었다. 지난해까지 구청협조로 구립도서관, 시립도서관에 10개 서점이 힘을 모아 도서 납품을 진행했다. 공공조달사업에 참여하는 의의도 있었고 실제 서점 운영에도 큰 도움이 되었는데 올해는 다른 지역의 서점이 낙찰되는 바람에 납품을 못했다. 각 지역의 구립도서관이나 시립도서관의 장서 조달 때 지역 서점들에게 가점을 주거나 우선적으로 구매량을 할당하는 방식이 도입된다면, 지역서점의 경기활성화에 큰 도움이 될 것이라고 생각한다.

“공공기관 주최행사에 참여 의사”

중앙정부나 서울시, 자치구 등 공공사업에 협조하고 싶은 의사는 있다. 서점인의 날 등의 행사가 동네서점의 매출 증대로 이어지지는 않았지만, 협동조합에 가입된 서점 중 문화 행사를 할 수 있는 공간이 있는 서점은 꾸준히 참여하고 있는 것으로 알고 있다. 시립도서관 등 공공기관에서 주최하는 행사에는 항상 참여할 의사가 있다.

종로구 BS서점

“예술서적 특화 판매로 계절 안 타는 편”

2010년부터 서점을 운영하며 2층에 40평 정도 규모로 예술관련 서적을 특화판매하고 있다. 영화 관련 일을 하면서 소규모 출판도 진행하고 있는데, 하고 있는 일과 연관성도 있어 판매 서적은 직접 출판사를 골라서 납품하고 있다. 전공자나 관련 업계 전문가가 주요 고객이며, 예술서적에 특화하여 판매하다 보니 3월 입학 등 계절을 타지 않는 편이다. 올해는 지난해보다 매출액이 적은 편으로, 2명의 종업원을 두고 운영하다가 현재는 혼자 운영하고 있다. 사무실 한편을 환경단체와 공유하여 임대료 부담을 줄이고, 일손도 서로 주고받고 있다.

“입지여건 안정적…주변 특화서점 많아”

홍대에서 시작하였는데 점포 임대료가 오르기도 했고 개인적으로 서촌에 자리 잡고 싶기도 해서 2014년에 이전했다. 이후 4년간 눈에 띄는 임대료 상승 등은 없었으며, 비교적 안정적인 입지여건을 갖춘 곳이라고 생각한다. 근처에 독립서점이라고 일컬어지는 다양한 특화서점이 있어서 알음알음 운영자끼리 모여 거리행사, 중고책 이벤트 등을 진행하였다. 을지로 인쇄소는 단가가 비싸 주로 파주인쇄단지를 이용해 출판하고 있다.

서울연구원 The Seoul Institute

종로구 Y서점

"역사 관련 다양한 분야 서적 판매"

작년 5월 경복궁 앞에 약 30평, 5,000여 권 규모로 오픈하였다. 파트타임 종업원 1명을 고용하고 있으며, 주요 고객층은 지역주민, 관광객 등으로 다양하다. 처음에는 무겁고 어려운 역사 서적으로 시작했지만, 역사와 여행이 같은 맥락이라는 손님의 의견을 받아들여 여행 섹션을 추가하고, 서촌 코너도 만들었다. 손주를 데리고 오는 손님도 계셔서 어린이 역사책도 들여놓게 되었고, 건축사, 미술사도 진열하는 등 지금은 역사와 관련된 다양한 분야의 서적을 판매하게 되었다. 매달마다 그달의 역사적 기념일과 관련된 서적을 전시하고 있는데, 역사책방이기에 할 수 있는 전시라고 생각한다.

시작한 지 얼마 되지 않았을 때 출판사로부터 먼저 연락이 와서 유시민 작가의 북토크를 열게 된 적이 있다. 당시 유시민 작가의 책 제목이 〈역사의 역사〉였는데 '역사책방'에서 북토크를 하는 게 의미 있을 것 같다며 제안이 들어왔다.

"온라인·동네서점 책값 차별 없어야"

도서정가제가 시행되고 있지만 대형서점과 달리 동네책방에서는 5% 적립조차 어려운 실정이다. 온라인서점은 10% 할인뿐만 아니라 신용카드사와 연계하여 지역서점보다 더 저렴한 가격으로 도서 구입이 가능해 가격차별을 없애는 것이 필요하다.

서초구 MT서점

“서점 매출은 마이너스 상태로 여행사·카페 함께 운영해 유지”

기존에 인도지역 전문여행사를 운영했는데, 다른 곳과 차별화된 요소를 찾다 지적자본이 겸해지면 좋겠다는 생각에 2017년부터 카페와 서점을 같이 운영하게 되었다. 대표와 매니저 1명이 운영하고 있는데 내가 하고 싶어서 하는 건 좋지만 사실 서점만으로는 운영이 어렵다. 서점 매출은 마이너스로, 여행사와 카페를 합쳐 서점 유지가 가능하다. 시민의식이 개선되지 않으면 지역서점은 더욱 어려워질 것으로 보인다. 손님들이 와서 마음에 드는 책이 있으면 사진 찍어서 다음날 인터넷으로 주문하는 경우가 많아, 지역서점이 설 자리가 좁아지고 있다.

“우·책·작 등 서울도서관 시행사업 만족도 높아”

서울도서관에서 시행한 ‘우·책·작’, ‘서울서점주간’, ‘블라인드 북’ 사업의 만족도가 높다. 특히 서울도서관에서 운영하는 책방 활성화 사업인 ‘우리 동네 책방에 작가가 놀러왔다(우·책·작)’는 지역서점의 눈높이에 맞춘 지원 사업인 것 같다. 유명 작가들과의 토크와 같은 행사도 지역서점을 마케팅하는 데 많은 도움을 준다. 지역서점 입장에서 작가들을 섭외하는 게 쉽지 않은데 이러한 부분을 잘 도와준 것 같다. 신청서류 등도 복잡하지 않아 좋았는데, 지역서점은 혼자서 일하는 사례가 많다 보니 일반 정책사업들은 요청하는 행정서류들이 너무 많아 지역서점 수준에서 대응해주는 것이 쉽지 않다. ‘우·책·작’ 지원사업은 서점이 섭외를 원하는 작가와 간단한 신청 사유서만을 한 쪽짜리 페이퍼로 작성하면 끝이다. 이후 작가 섭외, 비용 지급, 홍보, 책자 발간까지 모든 것을 서울도서관에서 꼼꼼하게 담당해줘서 작가와 서점, 주민들도 모두 만족했다.

서울연구원 The Seoul Institute

“여행 관련 모임 운영에 적극 참여”

출판인협회에 가입되어 있기는 하지만 여행에 초점이 맞춰져 있어서 활동은 거의 하지 못하고 있는데, 여행작가협동조합, 여행학교 운영 등에는 적극 참여하고 있다. 여행작가협동조합에서 여행작가들과 친분도 쌓고 정보도 공유하며 작가와의 만남을 진행하기도 하며, 서점에서 작가분들의 작품을 전시하기도 한다.

여행학교는 여행을 가기 전에 읽어보면 좋을 책이나 영화 등에 관한 정보를 공유하는 식으로 운영하고 있다.

서울연구원 The Seoul Institute

“지역서점 눈높이 맞춘 지원사업 늘려야”

물리적인 지원도 필요하지만 시민들의 문화성숙도를 향상시킬 수 있는 정책이나 홍보가 있었으면 좋겠다. 예를 들면 직접적인 지원보다는 ‘지역서점에서 책 한 권의 구입은 미덕입니다’와 같은 캠페인이 있다면 시민들의 의식을 바꾸는 데 조금이라도 도움이 될 것 같다.

그리고 ‘우·책·작’이나 ‘서울서점주간행사’와 같이 지역서점의 눈높이를 고려한 지원사업들이 더 많았으면 좋겠다.

서초구 S서점

“30년 넘게 운영…임대료 싸 버티는 중”

아는 사람에게 서점을 물려받아 1988년부터 30년 넘게 혼자 운영 중이다. 1년에 전체 매출액이 납품 포함 3억 원 정도인데, 정부에서 도와줘서 이 정도 유지가 가능하다. 품목별로는 참고서가 90% 정도 비중을 차지하고, 나머지는 잡지와 단행본 등이다. 동네서점의 장점은 급할 때 사기 좋다는 점이다. 근처 학교에서 필요한 물건이 다 있기 때문에 좋다는 얘기를 고객들로부터 들었다.

1990년대 중반까지 호황이었지만 도서정가제가 무너지고부터 경영이 악화되었다. 주변지역의 주거비가 비싸서 동네에 젊은 사람 유입이 안 되고 있으며, 학생도 줄어들고 있다. 여기서만 30년 이상 영업을 해서 그나마 임대료가 싸서 버티는 중인데, 건물주의 리모델링, 사업악화 등으로 현재 폐업을 고려하고 있다. 온라인서점이 가장 큰 타격이며, 전자책으로 인한 매출 타격은 거의 없다.

“동네서점은 지속 감소 속 남은 서점끼리 상생 노력”

최근에 서점이 계속 없어지니까 신경이 쓰인다. 서초구에 1990년대는 80여 개의 동네서점이 있었지만 지금은 10여 개에 불과하다. 방배동의 큰 서점도 현재는 규모를 과거의 절반 이상 줄였다. 서초구 서점연합회의 멤버로 활동 중인데, 상대적으로 모범적으로 운영되고 있다고 생각한다. 서로 공존하고 (입찰 시) 금액 덤핑 안 하고 상생하는 분위기다.

“서점학교 교육이 여러 가지로 도움됐다”

나는 한국서점조합연합회에서 시행한 서점학교 1기 졸업생이다. 그 당시 컴퓨터 관련 교육 중심이었고, 그 외에 대형서점 종사자의 강의, 실무 강의도 있었다. 실무는 이미 대부분 체득하고 있었기 때문에 다시 확인하는 정도였지만, 교육이 여러 가지로 도움이 되었으며, 지원사업도 효과가 있었다고 생각한다.

“도서정가제로 공공도서관에 납품 가능”

예전에는 공공도서관 등에 납품할 생각조차 못했는데 정가제 이후로는 가능해졌다. 완전 도서정가제를 시행하면 그나마 동네서점에 도움이 될 것으로 생각한다. 도서관이 생기면 서점은 장사가 안 되는 것이 아이러니다. 바로대출 제도가 도입되면 서점은 장사가 더 안 될 것으로 전망한다.

서울연구원 The Seoul Institute

마포구 H서점

“대형 출판사도 독립서적 판매해 일반·독립서적 경계가 모호해져”

2013년 11월에 개업해 6년이 되었다. 독립서적을 좋아하는 독자였고, 개인적으로 독립서적과 제작자에 대해 알고 싶던 점을 손님들과 공유하기 위해 독립서점을 시작하게 되었다. 또, 영업시간이 정해져있어도 유동적으로 시간을 조절할 수 있다는 점과 혼자 일하는 개인적인 성향도 한몫했다. 초창기에는 독립서점이 적었지만 최근에는 서점 및 제작자가 많아지며 양적으로 팽창한 것 같다. 제작자와는 1:1로 주로 소통하고 연남동에 있는 독립서점 사장님들과 가끔 만난다. 2년 전에는 연남동에 있는 독립서점과 스탬프투어라는 행사도 진행했었다.

서점은 8평 규모로 혼자서 일하고 있다. 전체 서적의 80%가 독립서적인데 다만, 최근에는 대형 출판사도 독립서적을 판매하고 있어 일반 서적과 명확한 구분은 어렵다고 생각한다. 주요 고객은 연남동에 방문하는 20~30대 여성이 많으며 동네서점이라고 말하기 어려울 정도로 지역 주민의 방문횟수는 적다. 한 달 순이익은 매출의 30%로 나의 인건비를 가져가는 정도다.

우리 서점의 강점은 유동인구가 많은 곳에 위치한 것이다. 다른 서점은 2층이나 안쪽 지역에 있어 눈에 잘 띄지 않는다. 주로 20~30대가 공감할만한 에세이가 많은 것도 강점이다.

“책방 계속 운영하고 싶은데 연남동 임대료 상승이 걱정”

사람들과 소통하기 위해 책방을 시작했는데 현재 공간이 좁아 인근에 새로운 공간을 대여했다. 어떻게 책을 만들어 가는지 경험을 공유하는 시간을 갖고자 앞으로도 연남동에서 책방을 운영하고 싶은 마음이 크지만 임대료 상승이 걱정이다. 아직 우리 건물은 월세가 오르지 않았지만 건물주가 바뀌고 재건축이 진행되면서 가게를 옮긴 사례를 들었다.

서울연구원 The Seoul Institute

“결과보고서 작성 등 행정처리가 많아 지원사업 선호 안해”

서점 관련 교육은 받은 적이 없지만 서울도서관에서 진행하는 서점주간에 다른 책방과 함께 프로그램을 진행했었다. 특정 주제를 가지고 우리 책방에서 글을 쓰면 사슴책방에 넘어가 그림을 그려 간단한 책을 만드는 작업이다. 매출에 영향이 없고 지원비를 받는 목적이 크지만, 결과보고서 등 행정처리가 많다 보니 지원 사업을 개인적으로 선호하진 않는다.

성동구 N서점

“서점 방문은 외부인이 많지만 동네주민 구매력·지지도 높아”

2018년 8월 꽃가게 내 팝업매장으로 개업했다. 본래 책을 좋아했는데 친구인 사장님의 제안으로 매대를 두고 시작했다. 식물과 책이 잘 어울리고 성수동 주민들이 좋아해 계속하게 되었다. 인근 서점은 복합문화공간인 성수연방에 몇 군데 더 있지만 모두 회사에서 운영하고 있다. 주변에 작은 서점이 없어 동네서점은 여기 하나로 생각된다.

매장 규모는 4평으로 혼자 일하고 있다. 처음엔 헌책방으로 시작했지만 지금은 전체서적의 10%가 독립서적, 45%는 새책, 45%는 헌책으로 구성되어 있다. 주된 분야는 내가 읽고 싶거나 가지고 있는 책으로 구성하다 보니 음식, 문학, 인문 순이다. 고객은 주말에 외부에서 오는 20대 여성 또는 커플이 많지만 나이가 많은 동네주민이 평일에 자주 오시고 구매력이 높다. 헌책방도 겸하다 보니 동네주민들이 기부를 많이 해주신다.

“동네서점은 사람 모으는 장점…다양한 사업아이템 발굴해야”

구립도서관이 동네서점의 책을 구매해주는 사업을 진행한다고 들었다. 작은 서점을 키우기 위해 좋은 사업이라고 생각한다. 책도 하나의 상품이다. 도서정가제로 판매가격이 정해져 있어 마진을 남기기 어렵다. 물론 대형서점이 할인율을 높이지 못하는 점을 생각하면 양날의 칼이라고 본다. 최근 많은 동네서점이 책판매보다 워크숍 등 새로운 아이템을 찾고 있다. 동네서점이 사람을 모으는 장점이 있는 만큼 서점에서 참가비를 받을 수 있는 콘텐츠를 구상하고, 독립출판도 겸하기 위해 준비 중이다.

용산구 G서점

"단골손님은 외지인이 대부분 시·에세이 등 문학분야 특화"

출판사 편집자로 일하다 보니 좋은 책이 많지만 마케팅이 미흡해서 독자들에게 미처 소개되지 못할 때가 많다는 것을 깨달았다. 그 이유는 책 홍보가 보통 인터넷서점이나 대형서점 위주로 이루어지기 때문이다. 그래서 작은 서점들이 다양한 책들을 소개하는 구조를 만들면 좋을 것 같다고 생각해서 직접 창업하게 되었다. 처음에는 카페 안에 서점이 있는 숍앤숍 형태로 시작했다가 서점만 전문으로 하는 공간으로 확장 이전했다. 며칠 전부터는 창고로 쓰던 방을 모임방으로 만들어 전체 공간이 10평 정도로 커졌다.

외지에서 찾아오는 2030 여성층이 주 고객이며, 이태원이라는 지역 특성상 관광객이 많이 찾아온다. 단골손님도 지역주민이라기보다 외지에서 찾아오는 분들이 대부분이다. 보통 독립서점이 에세이 위주로 운영되는 것과는 달리 시와 에세이 등 문학에 특화된 서점이다. 이러한 희소성 때문에 작가 행사 등을 할 때에도 손님들이 많이 방문해주신다.

동네책방네트워크라는 모임 구성 초기에 참여했었지만, 현재는 참여하지 않고 있다. 서점 경영을 혼자 하는 것도 쉽지 않아 조직활동에 적극 참여하는 것이 부담스럽다.

“낮은 유통마진·비싼 임대료 감당못해 폐업하는 독립서점이 늘어나는 실정”

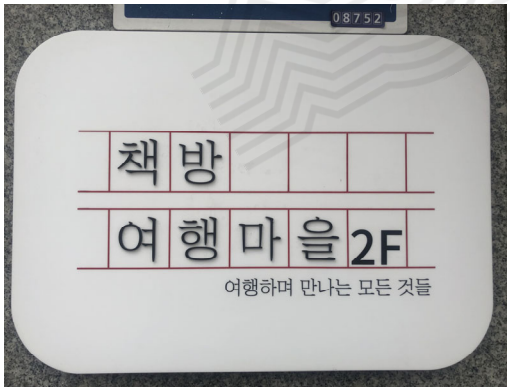
대형서점이나 인터넷서점보다 물류 환경이 나쁘다. 도매업체는 지역에 있는 작은 서점과 거래를 꺼리며, 도매업체와 거래를 하더라도 서점의 유통마진을 낮게 잡아서 계약을 해야 한다. 또 주문량이 어느 정도 모여야 배송을 해주기 때문에 고객들이 책을 주문해도 바로 받아볼 수 없을 때가 많다. 3년 전 1세대 독립서점이 생긴 이래로 이곳저곳에서 작은 서점들이 생겨났다. 하지만 결국 대다수 서점이 폐점했다. 대부분 낮은 유통마진에 오르는 임대료를 감당하지 못해서 문을 닫았다. 방문객이 많은 것 같지만 실제로 도서를 구입하는 고객은 많지 않아 고객들의 선의에 기대 가게를 계속 운영하는 것은 어렵다. 도매업체에서 취급해주지 않는 책은 인터넷 서점에서 주문해서 되팔기도 한다. 고객 유치를 위해 주문을 하지만 역마진이 발생하기도 한다.

서울연구원 The Seoul Institute

“도서구매 권고 지역서점에도 적용”

문화체육관광부의 전국 작은서점 지원사업에 선정되어 월 70만 원 정도의 임대료 지원과 작가 초빙료를 받고 있다. 문학 작가들과 한 달에 2~3번 행사를 하며 작가들에게 사례비를 주고 서점에서 행정처리를 하는 방식이다. 예전에 다른 기관에서 받았던 지원사업은 비용 집행에 제약이 많았고 행정 작업이 번잡해서 만족도가 낮았는데 그에 비해 매우 만족스러웠다. 일부 자치구에는 관할 도서관이나 학교에서 도서를 구입할 때 지역 내에서 도서를 구입하도록 권고하는 지침이 있다고 들었다. 이 범위를 실질적으로 운영하는 지역서점으로 확대하길 바라고, 자치구 차원을 넘어서 서울시 차원에서 관련 정책을 만들어 시행해주었으면 좋겠다.

관악구 Y서점



"정체성 지키려고 독립서적만 판매"

2017년 4월 17평 규모로 혼자 운영을 시작했다. 업종은 도소매업(책), 출판사, 일반음식점, 통신판매업으로 다양하게 걸쳐있다. 평소 독립서적을 읽으면서 많은 위로를 받았는데 국책 연구기관에서 일하다 퇴사 후 독립서점을 차렸다. 동네 사람은 드물게 오고, 외부에서 SNS 등을 통해 정보를 접하고 오는 분이 대부분이다. 20~30대 손님이 90%이고, 그 중 여성분이 2/3 정도 된다. 남성 고객도 다른 독립서점에 견줘 상대적으로 많은 편이다. 여행 관련 책자가 많은 편인데 이 책들을 남성들이 많이 찾는다.

취급하는 도서를 독립서적으로만 구성했다. 일반 도서를 취급하는 도매상과 직거래하는 것이 부담스럽기도 하고, 또 독립서점으로서 정체성을 유지하고 싶기도 하다. 온라인 서점 운영으로 발생하는 매출이 꽤 많다. 오프라인과 온라인 매출 비율이 1:1 정도인 시기도 있다. 온라인은 주로 지방에 있는 고객들이 이용한다. 지방에도 독립 서적에 대한 수요가 꽤 있지만 이를 오프라인으로 판매하는 서점들이 부족하다. 이런 분들에게 좋은 책을 소개하고 싶어서 온라인 마켓을 운영하기 시작했는데 이것이 매출 증가로 이어졌다. 팟캐스트, 네이버 오디오 클립 등의 플랫폼에서 독립출판물을 소개하는 콘텐츠도 만들어 올리고 있는데, 이를 보고 연락을 해오거나 서점을 방문해주시는 분이 늘어나고 있다.

“만족감도 적지 않지만 운영 스트레스도 큰 편”

내가 기획한 공간, 프로그램에 손님들이 찾아와주시고 호응해주실 때마다 보람을 느낀다. 회사생활에서 느낄 수 없었던 만족감이다. 반면 모객이 잘 안 될 때의 스트레스도 큰 편이다. 독립출판물을 제작하는 작가분들과 1대 1로 거래를 한다. 사업 초반에는 작가들을 수소문해서 책 입고를 부탁하느라 품이 많이 들었는데, 지금은 어느 정도 서점 인지도도 생기고 사업도 안정기에 접어들어 작가분들이 책을 소개해달라고 찾아오신다. 독립서적도 전용 온라인 플랫폼이 만들어지고 있긴 하지만 수수료 부담 때문에 이용하지 않는다.

“독립서점 맞춤형 지원정책 만들어지길”

서울도서관과 함께 ‘우리 동네 책방에 작가가 놀러왔다’라는 프로그램을 진행한 적이 있다. 서울도서관이 작가 초빙비를 지불해주는 대신 우리 서점 공간을 빌려서 행사를 진행하는 방식이었다. 평소 좋아하는 작가를 초빙 비용 부담 없이 모실 수 있었고, 의자, 집기 등을 모두 준비해주어서 효율적이었다.

독립서점이라는 특수한 업태를 고려하지 않고 다른 지원 분야와 같은 틀로 지원 사업을 설계하는 경향이 있다. 다른 업종과의 형평성 문제로 임대료 지원, 장비 및 집기 구입 지원이 안 된다고 한다. 서점은 유통마진이 낮아 열악하게 운영되기 때문에 지원정책을 개발할 때 현장의 목소리를 듣고 실질적으로 도움이 되는 방안을 만들어 주기를 바란다.

동작구 D서점

**"매출은 한 달에 80만 원 이하
한 권도 못 파는 날 부지기수"**

원래 1987년부터 있던 서점을 2015년에 인수하여 재단장했다. 과거에는 아내와 함께 운영하다가 지금은 혼자서 하고 있다. 매출은 한 달에 80만 원 이하이며, 하루에 한 권도 팔지 못한 날이 부지기수다.

예전부터 오래된 것이 없어지는 추세가 아쉬웠고, 동네주민들도 서점이 계속 있었으면 좋겠다는 분위기였다. 중심 상권이 아닌 주거지 상권이고 다양한 연령대인 동네분위기를 고려하여 여러 분야의 도서를 구비하고 있다.

서점개업 초기에는 알려지지 않은 책을 많이 비치하였다면, 최근엔 잘 알려지거나 주민들이 좋아하는 책을 주로 취급하고 있다. 작년에는 작가 초청 행사 등을 많이 진행하였지만, 지금은 쉬고 있는 중이다.

독립서점은 도서관 등 공공기관에 납품할 수가 없다. 서점조직(한국서점조합연합회)에 들어가야 납품을 할 수 있지만 연합회에 가입하려면 절차가 복잡하다. 독립서점은 기존의 서점과 다른 새로운 트렌드라고 생각한다. 문제집을 팔면 생존이 가능하지만 독립서점의 취지에 맞지 않는다.

“공모사업 행정처리 간소화 급선무”

예전에 예술인복지재단에서 예술인과 공간을 연결해 주는 프로그램을 지원받은 적이 있다. 동네에 사는 예술인들과 매칭해서 프로그램을 진행하는 것인데, 영상 하는 사람, 음악 하는 사람, 연극 하는 사람 등과 함께 사업을 진행했다. 공모사업이 좋기는 한데 행정 부분 때문에 신청부터 진행까지가 너무 힘들었다. 행정처리를 간소화해 행사에 집중할 수 있는 환경을 만들 수 있기를 희망한다.

서울도서관 지원사업도 재작년에 받았는데 반응이 좋았다. 서점은 공간을 제공하고, 서울도서관은 유명작가를 불러 비용을 지원해주었기에 초청받은 작가도 좋아하였으며 서점 입장에도 도움이 되었다. 아쉬운 점은 40~50대를 위한 창업정책이 없어서 정책 지원을 받고 싶어도 지원사업을 이용할 수 없다는 점이다.

“도서정가제 정착이 전반적으로 도움 될듯”

생존방안은 사실 답이 없다고 본다. 그나마 도서정가제 정착이 전반적으로 도움이 될 듯하다. 큰 서점에서는 책을 볼 수 있게 하는데 그건 서점업계를 공멸하는 길이므로 그렇게 하지 않는 것이 바람직하다고 생각한다. 공간을 중요시하는 사람들이 공간의 가치를 알아주셨으면 하는 바람이다.

같은 지역서점이라도 입지·특성별로 큰 차이 존재

지역서점들은 각기 다른 특성 보유

○ **학교 근처나 대단지 아파트 등 주거 밀집지역 인근은 학부모, 학생 대상의 비교적 큰 서점이 운영**

- 오랜 기간 운영하며 학부모나 학생들 대상으로 학습도서 및 참고서 등이 주요 판매 품목
- 학습도서나 참고서 등은 다른 서적류에 비해 온라인보다 오프라인이 선호되는 경향이 높은 점이 장점
- 온라인서점 활성화와 학생 수 감소 등의 이유로 떨어진 매출을 메우기 위해 문구판매를 병행하는 곳이 많은 편

○ **도심의 작은 책방들은 독립출판물이나 특정 분야에 특화된 서적을 파는 작은 규모의 서점 위주**

- 인쇄기술의 발달로 책 제작이 일반인도 쉽게 할 수 있도록 간단해지고, 개인의 개성을 담은 서적도 다양해지며 개인출판이 활발해지는 추세
- 서점의 종류도 다양해지며 각자의 특성과 취미에 맞춘 특정 분야의 책만 파는 독립서점도 증가
- 오래된 서점보다 비교적 최근에 생겨난 서점이 많으며, 이미 유통되는 책을 판매하기만 하는 서점이 아닌, 직접 만들고, 출판도 겸하며 다양한 업종으로 확장
- 특정 분야의 서적을 취급하며 그 분야와 관련된 다양한 산업과 연계되고, 다양한 활동을 함께 하는 것이 특징으로, 예를 들어 여행 전문서점은 실제로 여행사를 겸하여 운영

○ **서점별 특화전략이 중요**

- 소규모 서점들은 문화·예술, 역사, 관광 등 각각의 특정 분야를 전문으로 하는 특화전략도 필요
- 서적 판매만으로 수익이 나지 않을 경우 서점과 콘셉트가 맞는 업체와 가게를 나눠쓰거나, 오픈 시간이 아닌 시간대에 공간 대여 또는 문화공간으로 제공 등 공간을 공유하는 방식으로의 활용도 이루어지는 추세

서점별 특성에 따라 애로사항에도 차이

○ **대량으로 생산되는 일반 책 위주의 판매를 하는 서점은 도서정가제에 오히려 불만**

- 책값 인하 경쟁을 막기 위한 도서정가제는 모든 도서를 정가의 10%까지만 할인이 가능하도록 하면서 오히려 동네서점의 마진율을 떨어뜨리는 결과 초래
- 10% 가격할인에 적립 등 간접할인을 5%까지 할 수 있어 최대 15%의 할인이 가능해지면서 오프라인 서점의 마진율은 10% 이하가 되어버려, 10% 이하의 마진으로는 도저히 운영이 불가능한 상황
- 그러나 독립서점 등 특정서적을 파는 서점은 도서정가제 환영

○ **서울시의 서점 지원정책이나 사업 등에 대한 평가는 좋았지만, 정책의 허점 등도 지적**

- 지원정책 중에서는 서울도서관의 '우·책·작'(우리 동네 책방에 작가가 놀러왔다)이 가장 좋은 평가
- 작가 연계부터 행사 준비 및 물품까지 모두 지원해줘 서점 측에서 부담 없이 진행하기 수월
- 다른 지원사업들은 서류 준비 등 행정처리가 너무 많아 신청하는 것 자체가 부담스러운 상황으로, 지원사업의 행정 간소화가 절실

○ **공공도서관의 서점 납품을 동네서점이 할 수 있도록 정책 마련**

- 구립도서관 등에서 지역서점 책을 구매해주는 정책이 매우 유용했지만 같은 서점의 지속적 납품을 막기 위함인지 지역 외의 다른 서점이 납품하는 사태 발생
- 같은 서점이 아니더라도, 지역 내에서 오랫동안 운영해온 서점들에게 돌아가며 기회를 주는 것이 합리적이라고 생각
- 입찰 방식도 경쟁입찰이 아닌 지역서점 협회 등을 이용한 수의계약 방식으로 한다면, 동네서점 지원 취지에 더 적합할 것

서울연구원 The Seoul Institute

관광업계 체감경기

서울연구원 The Seoul Institute

04 관광업계 체감경기

명동·동대문 관광특구 상권 – 호텔업계 현장점검

조사지역: 서울시 관광특구(명동, 동대문) 일대
조사대상: 관광특구협의회 관계자 및 숙박업, 음식업 관계자, 호텔업협회 관계자 등
조사방법: 명동, 동대문을 중심으로 현장방문, 대면 및 전화 인터뷰
조사기간: 2019년 3월 12일 ~ 20일

서울연구원 The Seoul Institute

○ **명동, 동대문 관광특구 상권 내 관광시장 변화와 업계 동향 조사**

- 명동, 동대문 관광특구 관계자, 주요 상권 내 호텔업, 음식업 대표들을 대상으로 심층 인터뷰
- 2019년 1/4분기 관광업계의 경기 흐름과 경기 체감도 조사, 국내·외 관광객 변화 및 관광 활동 패턴 변화 조사
- 명동, 동대문 관광특구 내 업장 및 관광 현장을 답사하고, 고객의 소비패턴 등을 파악
- 관광특구의 현안 및 문제점 점검과 관광시장 다변화를 위한 개선방안 조사

○ **호텔업계 전반의 이슈 및 비즈니스호텔의 영업 환경 조사**

- 관광숙박시설 확충 특별법 이후 호텔업계의 이슈, 외래관광객 입국 변화에 따른 호텔영업 전략, 비즈니스호텔의 주 이용객 파악 등을 위한 관계자 인터뷰
- 호텔업계 경기 부흥 및 관광시장 개선을 위한 호텔종사자의 의견 청취 및 서울시 개선사항 문의

사드여파 여전 속 봄철 성수기·한한령 해제 기대

명동관광특구: 전 분기 대비 80~85 수준, 전년 동기 기준 비슷하거나 소폭 하락

○ 명동관광특구 내 상권의 2019년 1/4분기 매출은 전 분기(작년 12월 말 기준 100)와 비교하여 80~85 수준으로 감소폭이 큼

- 관광업계의 연중 가장 비수기인 1~3월의 명동의 매출 수준은 2018년 4/4분기보다 15~20 정도 감소한 상황
- 상인들이 표면적으로 느끼는 외래관광객의 방문은 늘어난 것 같지만 업장의 순이익은 오히려 감소
- 구매력이 크지 않은 타이완, 홍콩, 동남아권 외래관광객은 증가하였지만, 매출 상승으로는 직결되지 않음
- 숙박업과 화장품업의 매출 수준은 지난 분기(기준 100) 대비 85 정도로 하락
- 의류업과 요식업의 매출 수준은 지난 분기보다 20 정도 감소한 80으로 하락폭이 다소 큼
- 요식업계는 점심시간대에 주로 인근의 회사원들이 이용하는 경우 외에 관광객의 이용은 감소

○ 전년 동기 기준(100)으로 본 2019년 1/4분의 명동 상권 매출은 95~100으로 보합 수준

- 사드 사태로 중국 단체관광객의 방문이 크게 감소한 작년 1~3월과 비교하여, 매출 상황은 전혀 나아지지 않은 것으로 조사
- 한한령이 완벽히 해제되지 않아 중국 단체관광객의 증가세가 미약하며, 특히 화장품과 숙박업계의 매출이 지속적으로 감소하고 있어 상인들의 경제적 상황은 여전히 악화
- 최근 2~3년 동안 중국인을 주요 고객층으로 하는 호텔과 화장품 업장이 크게 증가하였지만, 중국 관광객의 방문이 감소하면서 폐업하는 업장이 다수

○ 중국 관광객 방문 감소, 최저임금 인상, 임대료 및 물가 상승 등의 복합적인 요인으로 영업 유지 어려운 업장이 다수

- 화장품, 의류 등 구매력이 높았던 중국 관광객들의 입국이 크게 줄면서 명동 업장의 매출에 큰 타격
- 내수 부진, 관광객 구매력 감소 등으로 업장별 수익 증가폭이 둔화되었고, 더불어 최저임금 상승, 원자재 가격 인상, 임대료 상승은 업장 운영·관리에 큰 부담으로 작용
- 명동의 중심 거리 1층에 자리 잡았던 화장품 가게들이 임대료를 감당하기 어려워 폐업하기 시작하였고, 빈 상가에는 단기 계약 형태의 과자점 등이 입점하고 있는 실정
- 상대적으로 비싼 명동의 임대료는 임차인의 영업에 가장 부담스러운 부분이며, 명동의 공실률이 줄어들지 않자 일부 건물주들도 임대료 인하를 고려하는 분위기

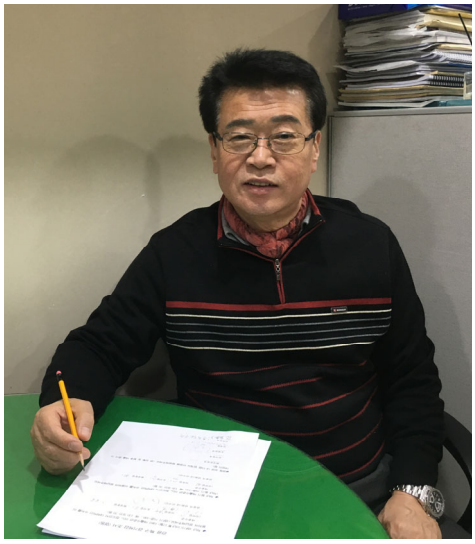
서울연구원 The Seoul Institute

○ 4~5월 봄철 성수기를 맞이하여 외래관광객은 물론 내국인들의 방문이 늘어날 것으로 기대하는 동시에 업장의 매출 상승도 기대

- 봄(4~5월)철은 관광 성수기로 일본, 동남아 관광객들의 입국이 증가할 것으로 예상
- 5월경 한한령 해제가 될 수 있다는 소식이 있어 상인들도 중국 관광객의 방문이 매출상승에 큰 도움이 될 것으로 기대하는 분위기

[표 1] 2019년 1/4분기 명동 관광특구의 매출 체감도

구분	전 분기 (기준=100) 대비	전년 동기(기준=100) 대비
명동 전체	80~85	95~100
숙박업	85	95
요식업	80	100
의류업	80	100
화장품업	85	95



“불경기로 빈 건물이 늘어나는 추세 건물주도 임대료 인하 필요성 느껴”

명동 임대료가 다른 지역들에 비해 상대적으로 많이 비쌌고, 불경기에도 인하되는 기미가 안 보였다. 그런데 메인거리 1층 상가 또는 이면도로의 건물 전체가 비는 경우가 속출하다 보니, 이제는 일부 건물주들도 임대료 인하가 필요하다고 느끼는 것 같다. 명동 상가 중 5월에 계약이 만료되는 업장들도 더러 있는데, 이 시기를 기점으로 일부 건물주들은 임대료를 인하해줄 것을 기대해본다.

- 명동 관광특구협의회

“주고객 발길 끊겨 화장품업장 매출 심각”

명동의 비싼 임대료를 부담하려면 그만큼 판매마진이 높아야 한다. 마진율이 높은 것이 바로 화장품이다. 중국 관광객들이 많이 들어오던 2010년대 초중반에는 명동 메인거리뿐만 아니라 골목 상권에도 화장품 가게가 많았다. 워낙 많은 고객이 대량 구매하니까 유지가 되었다. 하지만 이제는 주요 고객층인 중국 관광객의 발길이 끊긴 상태이고, 여전히 비싼 임대료를 감당하기 어려운 업장이 많다. 메인거리 1층에는 어떻게든 화장품 업장이 들어와서 영업을 했는데, 지금은 폐업하는 업장도 4곳 이상이고, 여기에 단기계약 형태의 과자점들이 입점하고 있다.

- 명동 관광특구협의회

서울연구원 The Seoul Institute

“고정고객층 있지만 매출은 안 늘어”

2016년 연말부터 영업하고 있다. 할랄푸드를 팔고 있어서 찾아오는 고정 고객층이 있다. 관광객들도 있지만, 지방이나 서울 다른 곳에서도 음식을 먹으러 온다. 방학 시즌에 주로 여행을 오는 관광객들 때문에 매출이 다소 증가하는데, 매출 상승 폭이 크지 않다. 월세도 2년마다 조금씩 오르니 이것도 부담이 된다. 최근에 대통령이 말레이시아를 방문하는 것으로 들었다. 아마 그 효과로 한국으로 관광 오는 사람들이 늘어나게 될 것이다. 우리 업장에도 손님이 늘어날 것으로 조금은 기대하고 있다.

- 명동 OO음식점 대표

서울연구원 The Seoul Institute

동대문관광특구: 매출은 전 분기 수준 유지하거나 소폭 하락한 상태

○ **동대문관광특구의 2019년 1/4분기 매출은 전 분기 기준(100)으로 보합 수준 또는 소폭 하락**

- 1/4분기 숙박업과 요식업은 작년 4/4분기의 매출과 비슷한 수준이지만, 일부 비즈니스호텔은 매출이 소폭 상승하는 등 업장별로 달라
- 의류업은 지속되는 경기침체와 더불어 온라인쇼핑, SPA브랜드 등 소매업 패러다임의 변화, 중국과의 거래 감소 등으로 순이익이 계속 감소세
- 동대문 로드숍 화장품업계 매출은 지난 분기 대비 90 수준으로 감소한 반면, 면세점은 화장품 판매량이 소폭 증가했다는 것이 업계의 반응
- 면세점은 화장품을 대량 구매하는 따이공(중국 보따리상) 때문에 화장품 매출이 증가하였지만, 최근 중국 정부가 전자상거래법을 시행하여 향후 이들의 구매량이 다소 주춤할 것으로 예상

○ **전년 동기 기준(100)으로 본 1/4분기 동대문관광특구의 매출은 110 수준으로 다소 상승하였지만, 체감도는 미약**

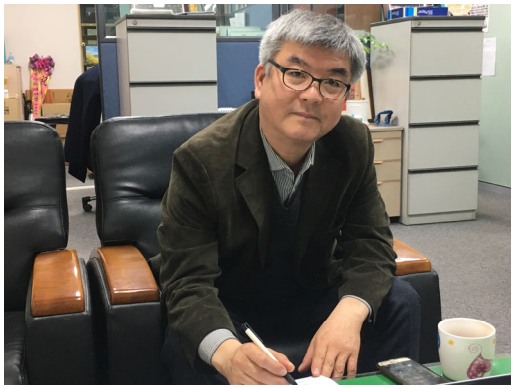
- 한한령의 완전한 해제는 없지만 작년 중국 관광객과 바이어 방문이 줄었던 시기에 비해 매출은 110 수준으로 증가
- 숙박업 매출은 작년과 비슷한 수준이며, 의류업과 화장품업 매출은 110 정도로 소폭 상승
- 의류소매업은 대기업 쇼핑몰(현대아울렛, 두타, 롯데피트인 등) 중심으로 매출이 발생하고 있지만, 순이익 측면에서 증가보다 현상유지라는 것이 업계의 반응
- 요식업은 내국인과 개별 외래관광객들의 방문 등으로 매출이 작년 동기보다 상승한 120 수준
- 숙박업계는 업장별로 영업방침 및 전략이 달라 매출상태도 상이한 것으로 조사
- 일부 비즈니스호텔은 비수기임에도 불구하고 매출이 발생하여 작년보다 매출 수준이 소폭 증가

○ **임대료는 로드숍 및 쇼핑몰 영업주들에게도 부담으로 작용하며, 쇼핑몰의 판매시설 공실률은 50% 이상으로 심각한 상태**

- 동대문관광특구도 불경기 및 매출 감소로 임대료를 감당하지 못해 폐업하는 상가가 속출하면서 침체된 상권 분위기 팽배
- 주요 중견 소매 쇼핑몰(3곳)의 판매시설 공실률은 대략 50%를 넘어 건물의 용도변경을 통한 상권 변화 절실

[표 2] 2019년 1/4분기 동대문 관광특구의 매출 체감도

구분	전 분기 (기준=100) 대비	전년 동기(기준=100) 대비
동대문 전체	100	110
요식업	100	120
숙박업	100	100
의류업	100	110
화장품업	90	110



“중국의 전자상거래법 시행은 향후 따이공 구매에 영향 줄듯”

침체되었던 동대문 상권인데, 사드 여파 속에서도 따이공들의 면세점 화장품 구매가 이어져왔다. 하지만 최근 중국에서 전자상거래법을 시행하면서 따이공들을 개별사업자로 등록시키고, 세금을 부과하겠다는 정책이 발표된 것으로 들었다. 그래서인지 따이공들이 예전처럼 사재기를 하지는 않은 것 같다. 만약에 중국 정부가 규제를 강하게 하면, 그나마 따이공을 통해 매출이 발생하였던 일부 업종과 품목들도 매출이 줄어들 것이다.

- 동대문 관광특구협의회

서울연구원 The Seoul Institute

“주요 쇼핑몰 판매시설의 공실률이 50% 넘어 심각”

요즈음 대기업 쇼핑몰은 소매 쇼핑몰 중에서 상대적으로 영업을 유지하고 있다. 반면 중견 쇼핑몰은 빈 상가를 넘어서 한 개의 층이 전체가 비어있는 사례도 있다. 동대문의 주요 쇼핑몰 판매시설의 공실률만 봤을 때, A쇼핑몰은 50%, B쇼핑몰은 60%, C쇼핑몰은 80%까지 치닫는다. 장사가 안 되니 임대료도 못 내고 나가는 상인이 많다. 쇼핑몰 입장에서는 빈 상가를 놔둘 수 없어 다른 업종으로 변경을 생각하고 있다. 하지만, 현행법상 판매시설의 용도 변경 자체가 제도적으로 매우 경직되어 있고 까다로워 다른 업종으로 변경하여 영업하기가 쉽지 않은 상황이다. 상가가 오랫동안 비어있으면 상권 침체뿐만 아니라 관광특구 차원에서도 좋은 것은 아니다.

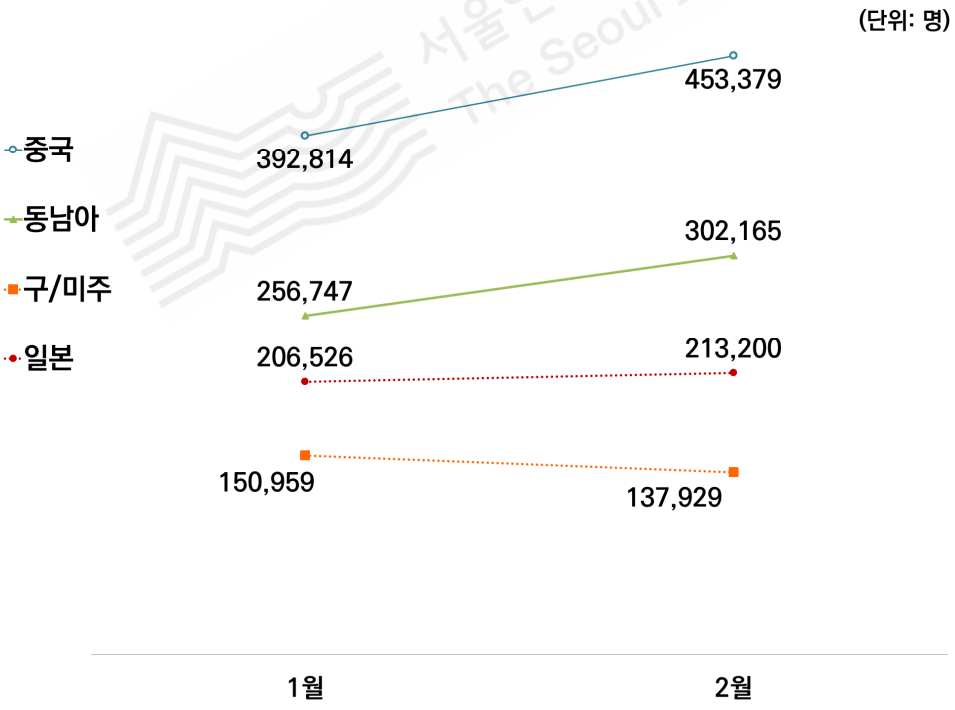
-동대문 관광특구협의회

개별관광객 증가 추세…관광객 다변화 전략 필요

2019년 1~2월 방한 외래관광객 수는 약 230만 명이며, 개별관광객은 증가 추세

○ 1~2월 중 한국으로 입국한 외래관광객[1]은 총 2,306,605명이며, 1월(1,104,803명)에 견줘 2월에 방한한 외래관광객(1,201,802명)이 더 많은 것으로 조사

- 가장 많은 외래관광객 국적은 중국이며, 총 846,193명이 방문하였고, 1월에는 392,814명, 2월에는 6만 명가량 늘어난 453,379명이 방한
- 일본 관광객은 총 419,726명이 방문하였는데,1월에는 206,526명, 2월에는 213,200명이 방한
- 주요 동남아지역[2]의 방한 외래관광객 수는 총 558,912명이며, 1월 방한 관광객 수(256,747명)에 비해 2월 방한 관광객 수는 약 5만 명이 증가하여 302,165명을 기록
- 구/미주 지역[3]은 총 288,888명이 방한하였으며, 1월에는 150,959명, 2월에는 다소 감소한 137,929명이 방문한 것으로 조사



[그림 12] 2019년 1~2월 방한 외래관광객 통계

1 자료: 한국관광공사 한국관광통계 공표
2 타이완, 홍콩, 필리핀, 인도네시아, 말레이시아, 태국, 베트남 포함
3 미주(미국, 캐나다, 브라질, 멕시코, 미주 기타), 구주(러시아, 영국, 독일, 프랑스, 이탈리아, 네덜란드 등)

○ **예전에 비해 일본 및 중국 단체관광객은 줄어들었지만, 일본, 중국을 포함하여 동남아의 개별관광객은 꾸준히 늘어나고 있다는 현장의 반응**

- 여행사를 이용하기보다 개별적으로 항공권을 발권하고 호텔을 예약하는 형태가 늘고 있는 추세
- 동대문 일대 비즈니스호텔을 이용하는 고객 비중도 개별관광객이 다수를 차지하며, 중국 관광객은 대부분 개별관광객으로 인근 쇼핑몰을 이용하는 것으로 조사
- 사드 사태 이후 비즈니스호텔 관계자들도 단체관광객보다는 개별관광객 유치에 주력

○ **관광특구 관계자들은 중국관광객들의 방문이 한한령 해제를 계기로 다시 이어진다면 침체되었던 관광시장도 되살아날 것으로 기대**

- 대다수 상인은 중국정부의 한한령 해제 발표를 기다리고 있으며, 중국 관광객의 입국으로 호텔, 음식점, 로드숍 등의 이용객 증가로 이어질 것을 기대
- 중국 회사의 인센티브투어 유치는 대규모 관광객의 방문을 통해 서울시 관광시장의 매출 신장 및 홍보효과 발생
- 단체관광객부터 개별관광객까지 중국 관광객의 방문이 꾸준히 이어지면 업장의 매출이 올라 임대료나 인건비 상승 등의 부담이 어느 정도 해소가 될 것으로 기대

**“중국 관광객은 여전히 주요 고객
방문 이어지면 상인들 숨통 트여”**

명동이 중국 관광객을 위한 공간으로 바뀌었다고 일부에서는 비판 섞인 말을 하고 있지만, 중국 관광객은 여전히 우리의 주요 고객이다. 최근 몇 년간 아무리 많은 중국 관광객이 다녀갔다고 해도, 아직까지 중국 본토에서 오지 않은 관광객이 훨씬 더 많다. 한 번도 한국에 오지 않았던 중국 관광객뿐만 아니라 서울을 재방문하는 중국 관광객이 빨리 늘어났으면 좋겠다. 중국 관광객들만 와도 명동에서 장사하는 상인들의 숨통이 트일 것이라고 생각한다. 쇼핑객도 늘면 당연히 구매도 늘 것이다. 중국 관광객이 여전히 중요한 관광객이기 때문에 이들을 위한 관광 프로모션이나 정책들이 중요하다.

- 명동 OO호텔 관계자

서울연구원 The Seoul Institute

“주고객이 개별관광객으로 변해 이들 대상 국적별 프로모션 시행”

동대문의 비즈니스호텔 이용 고객 중 개별관광객이 많이 늘었다. 사드 사태 이전에는 중국 단체관광객을 많이 받았는데, 한한령 이후로 중국 단체관광객이 끊기고 매출이 많이 감소했다. 하지만 동대문에 쇼핑 오는 중국 개별관광객은 꾸준히 늘고 있다. 우리 호텔도 주요 고객이 개별관광객으로 변하고 있으며, 이들을 위한 국적별 프로모션도 시행한다. 예전에 단체관광객들은 저가 여행상품으로 오는 경우가 있었는데 객실을 함부로 이용하는 경향이 있었다. 하지만 개별관광객들은 소비력을 갖춘 사람이 많아 객실을 제 가격에 주고 이용하고, 객실도 깨끗하게 이용해서 호텔 입장에서는 좋다.

- 동대문 OO호텔 관계자

“현장에선 ‘한한령 해제’ 못 느껴 매스컴, 섣불리 보도 안 했으면”

‘한한령이 곧 해제된다’, ‘해제되었다’ 등을 언급하며 중국 관광객 입국이 늘어날 것으로 보도하고 있지만 실상은 그렇지 않다. 오히려 매스컴이 섣불리 보도하지 않았으면 한다. 호텔의 매출 감소 요인 중 중국 관광객이 오지 않는 것이 크다고 할 수 있다. 중국 개별관광객도 여전히 입국하고 우리 호텔을 이용하고 있지만, 단체 관광객이 없어서 매출 피해가 상당하다. 한한령 해제는 아직 시기상조이니 제발 언론에서 거짓말하지 않았으면 한다.

- 명동 OO호텔 관계자

외래관광객 다변화 위한 서울시·중앙정부의 노력 필요

○ **관광객들이 면세점 외에도 다양한 로드숍에서 쇼핑품목을 구매할 수 있도록 서울시의 관광 전략 및 제도개선 필요**

- 면세점 화장품업장의 쿠폰이나 할인프로모션을 이용하는 관광객이 여전히 많으며, 이러한 쇼핑패턴이 쇼핑품목을 단조롭게 만들고 관광객의 쇼핑 구매력을 약화시킬 수 있음
- 관광객들이 면세점 외에도 로드숍을 적극 이용할 수 있도록 로드숍만의 프로모션 발굴이나, 면세점의 과다한 할인 정책 자제 등의 권고 필요
- 품질이 우수하고 가격이 합리적인 제품을 만들어 정찰제로 판매하는 분위기를 조성하면 구매율도 상승하고 판매자의 마진율도 지켜져서 영업장 운영에 도움

○ **외래관광객이 주요 고객인 호텔업계는 국가별 외교 상황이 매출 증감에 큰 변수로 작용하고 있어, 정부나 서울시의 발 빠른 대처가 필요**

- 서울시 방문 외래관광객 2천만 명을 바라보던 호황기('15~'16년)도 이어지지 못하고 메르스 유행('15년), 사드 사태('16~'17년) 등의 주요 이슈와 한일 외교 문제, 북핵 문제 등이 발생하면서 외래관광객 입국 성장세 둔화
- 호텔업계를 포함한 관광시장 종사자는 외교적 사안이나 질병 유행 등 예기치 못한 상황으로 관광객 감소의 직접적인 피해를 감안해야 하는 상황
- 관광시장 관계자들은 정부의 실리 외교 정책과 더불어 침체된 관광시장 부흥을 위한 정책 수립을 바라고 있으며, 서울시가 적극적인 해외 홍보활동으로 외래관광객을 대거 유치해 주길 기대

“가격경쟁력에서 면세점에 밀리는 관광특구 내 로드숍 상권 활성화 필요”

명동 관광특구에 근무하다 보니, 상권 활성화에 관심이 많다. 언론 매체를 통해 면세점 화장품 판매가 증가했다는 기사를 많이 접한다. 매출액이 증가한 것을 보여주는 동시에 관광시장 경기가 살아나는 것이라고 여겨질 수도 있다. 하지만 매출 순이익이 늘었는지가 중요할 텐데, 지금의 면세점들은 각종 할인과 프로모션을 펼치고 있어 로드숍 고객들이 모두 면세점으로 몰려가는 것일 뿐 순이익이 증가했는지는 잘 모른다. 그리고 예전에는 명동의 화장품 가게에 관광객의 방문이 많아 주변 상권 분위기도 활발했었다. 그러나 지금은 로드숍 화장품 가게들이 문 닫는 곳이 한두 개가 아닐 정도로 고객이 없다. 면세점의 일방적인 할인행사가 과연 공정한 것인지 묻고 싶을 정도로, 명동 거리의 화장품 가게들은 면세점과의 가격 경쟁력에 밀려 경기 침체를 벗어날 수가 없다. 명동 상권 활성화를 위해서라도, 할인을 쉽게 할 수 없는 일반 가맹주들과 면세점과의 판매구조 개선이 필요하다.

-명동 OO호텔 관계자

서울연구원 The Seoul Institute

호텔업계 이슈: 소비트렌드 변화, 객실 과잉공급

개별관광객의 이용 계층별 소비트렌드 변화에 따라 호텔 영업 전략도 변화

○ **연초(1월~3월)는 관광 비수기로 매출 감소폭이 상대적으로 크지만, 일부 호텔은 매출이 꾸준히 발생하는 등 업장별로 매출상황 달라**

- 1월~3월은 관광비수기로 호텔업계는 매출 감소를 어느 정도 감안하고 운영
- 얼리버드 특가, 패키지 상품 등 할인 프로모션을 제공하여 이용 고객확보에 주력하고 있지만, 구매율이 예전만큼 높지는 않다는 것이 업계의 반응
- 대개 방문 한 달 전부터 객실상품을 구매하는데, 고객들이 여러 숙박사이트를 비교하면서 2주 혹은 1주 시간을 앞두고 구매하는 추세

○ **개별관광객 증가와 내국인의 이용 증가는 호텔이 숙박을 위한 공간에서 휴식과 여가를 즐기는 공간으로 변화한다는 소비트렌드를 반영하여 호텔 마케팅 전략도 바뀔 필요**

- '가성비, 가심비, 쉬코노미, 호캉스' 등 다양한 키워드를 내세운 호텔업계 영업 전략[4]이 있지만, 관광특구 내 비즈니스호텔의 영업 전략과는 다소 상이
- 합리적인 가격으로 고객을 겨냥하는 마케팅 전략(가성비, 가심비)이나 여성 고객층들을 위한 객실 서비스 프로모션 제공, 휴가철이나 주말 등 호텔 내에서의 즐길거리 패키지 상품 등 판매 상품 유형이 다양
- 비즈니스호텔에 비해 4성급 이상의 호텔들은 단순한 숙박을 위한 곳이기보다 즐길거리가 있는 공간으로 변모
- 다만, 명동과 동대문의 관광특구 내에서 외래관광객들은 주로 3~4성급 호텔을 이용하고 있어 이들 호텔의 새로운 마케팅 프로모션을 활용할 필요

객실 과잉공급, 중국 단체관광객 감소, 인건비 상승 등은 비즈니스호텔의 영업 적자 원인

○ **호텔 객실가동률은 일정수준 이상 유지되고 있지만, 신규호텔 개업에 따라 객실 공급량이 증가하여 일평균객실료(ADR, Average Daily Rate)는 오히려 하락**

- 특급호텔 및 비즈니스호텔은 객실의 가동률을 높이기 위해 가격인하와 패키지상품 등으로 고객유치 중
- 객실가동률 자체로는 유지되는 업장이 많지만 실상은 일평균객실료가 하락하여 순이익이 마이너스인 호텔이 대다수
- 양적으로 증가한 비즈니스호텔은 가격경쟁이 심해지고, 글로벌 체인 호텔들의 신규 오픈이나 시즌 할인 행사 등은 비즈니스호텔의 일시적인 고객감소로 귀결

4 가성비(가격대비 성능), 가심비(가격대비 마음의 만족도), 쉬코노미(여성이 경제 주체로 활발한 소비활동을 벌이는 경제 상황), 호캉스(국내 호텔에서 보내는 휴가, 호텔과 바캉스의 합성어)

○ **호텔은 서비스업이자 환대산업으로 관광산업 중 일자리 창출이 많은 업종이지만, 최저임금 상승과 업계 매출 하락 등으로 인력 감축 문제에 직면**

- 관광산업은 다른 산업보다 취업유발계수, 고용유발계수 등이 높아 직접적인 일자리 및 파생되는 일자리가 많은 산업
- 최근 경기 침체에 따른 업계의 적자 운영과 인건비 상승으로 인력 감축이 진행 중
- 인력 운영의 비용 부담으로 일부 비즈니스호텔은 셀프주차 서비스나, 숙박 체크인-체크아웃을 위한 무인화시스템을 도입 중이지만 시스템 개선이 여전히 필요
- 호텔 객실상품이 여러 단계를 거쳐 판매되는 시스템으로 바우처 코드명 또는 이름 등의 혼선이 발생해 무인시스템을 호텔에 비치하기에는 시기상조
- 호텔 내 외식산업(F&B)도 인건비나 원재료비 상승, 이용 고객 감소로 적자 운영하는 곳이 많아 자체 운영에서 외부 업체 위탁 방식으로 전환하는 추세

○ **과잉 공급과 경기 침체 등 호텔운영의 부담을 덜어주는 방안으로 현장의 관계자들은 일시적인 세제 감면을 제안**

- 이용객이 늘어나면 매출도 덩달아 발생하지만, 호텔 공급 과잉으로 순수익이 예전 같지 않으며, 특히 유커를 대상으로 신축한 호텔들은 도산 위기에 처한 상황
- 더욱이 인건비 및 물가 상승 등 운영비용의 부담이 늘고 있어 운영의 선순환을 위해 호텔 현장 및 협회 등에서는 일시적인 세제감면의 필요성을 제안하는 분위기[5]
- 과거 긍정효과 사례를 바탕으로 호텔운영자의 부담 경감과 고객 유치를 위해 현 상황에 맞는 일정 기준을 제시하고 해당 업계들에 조세감면 혜택을 적극 부여할 필요

5 2008년부터 2014년까지 정부가 관광, 호텔업종의 재산세를 감면하는 조례를 적용, 관광호텔업계에서 외국인 투숙객 비율이 20% 이상이면 재산세를 50% 경감해준다는 내용(월간 호텔&레스토랑, 2017.04.06.)

“서울시 신규 등록 호텔 최근 2년간 100여 개”

서울시 신규 등록 호텔은 최근 2년간 100여 개 이상이다. 명동을 지나다니다 보면, 하나 건너 호텔이라고 말해도 과언이 아닐 정도로 호텔이 너무 많다. 관광숙박시설 확충을 위한 특별법(2012.7) 때문에 신축 허가를 받은 호텔이 너무 많다. 더불어 용적률, 건축물 높이, 주차장 기준 등을 완화해 주어 신규 등록 호텔이 더 늘었다. 중국 단체관광객이 물밀 듯이 입국하던 시절이 아니다 보니, 공급 과잉인 상태다.

- 한국호텔업협회 사무국장

서울연구원 The Seoul Institute

“인건비 줄이려 발레파킹 서비스 없애”

호텔 인력운영이 상당히 심각하다. 매출은 크게 늘지 않고 인건비가 오르다 보니 직원을 예전만큼 고용할 수가 없다. 비즈니스호텔은 인력감축을 하게 되면 관리자급부터 인력을 줄인다. 우리 호텔도 발레파킹 서비스를 운영하였지만 인건비를 줄이려고, 이제는 ‘셀프 주차’로 바꾸었다.

- 동대문 OO호텔 관계자

“무인 체크 인-아웃 시스템 도입은 시기상조”

호텔도 인력난 및 운영난을 겪다 보니 인원을 줄이고 운영비를 절약하기 위한 방편으로 무인 체크 인-아웃 시스템인 키오스크(KIOSK)를 비치하려고 한다. 작년에 시범적으로 비치해두었지만, 시스템 이용 과정에서 오류가 있어 다시 업체에 돌려보내고 문제점을 개선 중이다. 호텔객실은 하나의 상품으로 여러 단계에 걸쳐 판매가 된다. 예를 들어 중국여행사가 호텔사이트에 나온 우리 호텔 객실 상품을 구매하고, 그것을 고객에게 재판매하는 경우가 많다. 이럴 때 우리가 부여한 객실 예약코드가 현지 여행사로부터 받은 예약코드와 일치하지 않아서 한국 호텔에 도착하여 키오스크에 입력하면 오류가 발생한다. 또 고객이름의 표기(알파벳, 한자 등)나 발음이 다소 달라 전산상에서 입력할 때 문제가 있다. 시스템 이용 자체를 어려워하는 고객도 있고, 시스템의 체계가 잡히지 않아 나타나는 문제 등 아직까지는 시스템을 편리하게 사용하기 이른 것 같다. 이러한 문제점을 개선하려고 키오스크를 수거하여 다시 보완 중이다. 하지만 무인시스템이 완벽하게 개선되어도, 호텔의 대면서비스를 원하는 고객들은 여전히 있을 것이다. 다른 숙박업과는 차별화되는 서비스로, 이 때문에 호텔을 찾는 고객도 아직은 많다.

- 명동 OO호텔 관계자

서울연구원 The Seoul Institute

“비즈니스호텔, 수지 안 맞는 레스토랑 없애는 실정”

호텔 레스토랑은 호텔의 격을 나타내는 지표로 여겨진다. 고급 호텔의 레스토랑에서 식사를 한다고 하면 비싼 가격을 지불하고 고급 음식과 서비스를 받는다는 인식이 있다. 고급호텔들은 이런 레스토랑의 운영이 호텔 영업의 중요한 부분이기도 하다. 비즈니스호텔들도 조식 서비스를 포함하여 저녁 식사 서비스를 운영하지만 최근에는 이용률이 낮고, 수지타산이 맞지 않아 서비스를 없애거나 외주를 주는 사례가 늘어나고 있다. 왜냐하면 비즈니스호텔 이용객들은 호텔 내 식사비용을 다소 부담스럽게 여기는 사람이 상당수 있고, 외부에서 식사를 해결하고 숙박으로만 이용하는 사례가 많다. 그리고 인건비나 물가 상승과 맞물려 호텔도 레스토랑 운영에서 이윤을 올리지 못해 외식서비스를 없애거나 외주에 맡기는 형태로 변하고 있다.

-명동 OO호텔 관계자

서울연구원 The Seoul Institute

부록 민생경제 현장점검 포럼

민생경제 현장점검 포럼 『서울시의 소셜벤처와 정책과제』

목적

○ 해당분야의 전문가 발표와 이해당사자 간 토론을 거쳐 서울의 민생현장 의견을 수렴하고, 실효성 있는 개선방안 및 정책 아이디어 발굴

일시 및 장소

○ 일시: 2019년 2월 21일 15시

○ 장소: 성수동 헤이그라운드 지하1층 세미나룸(공감)

발표주제 및 토론자

○ '국내 소셜벤처 생태계 진단과 해외 정책 사례'(최세경 중소기업연구원 연구위원)

○ '소셜벤처기업 판별가이드 및 범용평가 모형'(오창호 한신대학교 교수)

○ 토론자 : 허재형 루트임팩트 대표, 노순호 소셜벤처 동구밭 대표, 신창호 서울시립대 교수, 서울연구원 시민경제연구실 연구원 등

[부록 그림 1] 소셜벤처 민생경제 현장점검 포럼

서울연구원 The Seoul Institute

발표 1: 국내 소셜벤처 생태계 진단과 해외 정책 사례

○ **왜 소셜벤처인가**

- 세계는 사회적경제 패러다임의 확산으로 사회적기업과 소셜벤처 육성에 주력
- 사회적기업은 빈곤, 환경 등 사회문제를 시장경제의 모델로 해결할 뿐만 아니라 양질의 사회포용적 일자리를 창출
- 특히 소셜벤처는 사회적기업보다 지속가능성 확보와 청년일자리 창출에 유리
- 사회적경제의 실현과 혁신성장을 위해 국내 소셜벤처 육성이 시급

○ **국내 소셜벤처 생태계의 현황과 문제점**

- 국내 사회적기업은 2016년 말 기준 1,713개이지만, 취약계층에 일자리를 제공하는 유형이 69.7%이며 벤처기업은 81개에 불과해 현황을 파악하기 위한 객관적 자료 부족
- 소셜벤처의 창업보육과 사업화 지원, 투자와 혁신 중개 등을 전담하는 전문 중개지원기관은 대기업, 금융기관 등을 포함하여 약 20개에 불과

○ **소셜벤처 생태계의 문제점**

- 소셜벤처 인식이 부족하고 사회적기업가 양성이 저조하며, 소셜벤처의 자금조달원인 임팩트투자 시장이 아직까지 미성숙
- 임팩트투자 부족 등으로 소셜벤처, 사회적 목적 사업에 대한 가치평가도 활성화되지 않아 자금접근성 전반을 제약
- 정부의 소셜벤처 육성을 위한 정책기반도 부족하고 특화 지원도 미흡

○ **해외 정책 동향**

- 영국은 정책기반 구축, 임팩트투자 펀드 조성, 중개지원기관 활성화 등을 통해 사회적기업의 핵심으로 소셜벤처를 집중 육성
- 미국은 소셜벤처 투자 활성화를 위한 임팩트투자 펀드를 조성하고 민관협력의 소셜벤처 액셀러레이터 및 사회적기업가 양성에 주력
- 호주는 소셜벤처 자금지원을 위한 임팩트투자 펀드를 조성하고 사회편익채권을 운영
- 일본은 민간주도 임팩트투자 중개지원기관이 다양한 유형의 재정적 지원과 경영활동 지원을 추진하고 정부는 이를 육성

○ **시사점과 정책 방향**

- 소셜벤처가 발전하기 위해서는 임팩트투자 시장의 생태계 활성화가 중요하기 때문에, 임팩트투자의 수요와 공급을 모두 장려하는 정책 추진이 필요
- 소셜벤처 활성화에 핵심이 되는 임팩트투자 시장을 촉진하기 위해 소셜벤처 또는 임팩트 평가모형 개발과 보급이 매우 중요

서울연구원 The Seoul Institute

발표 2: 소셜벤처기업 판별가이드 및 범용평가 모형

○ **정부와 공공기관, 민간 대기업 및 재단 등을 중심으로 사회문제 해결을 지향하는 소셜벤처를 지원하기 위한 다양한 사업이 계획되거나 시행되고 있는 가운데, 소셜벤처를 판별하고 평가할 수 있는 객관적이고 투명하면서도 공유된 기준 필요**

- 기술보증기금 소셜벤처 범주에 속할 수 있는 사회성과 혁신성장성을 보유했는지, 그리고 소셜벤처로서 사회성과 혁신성장성 수준이 어느 정도인지를 객관적인 기준으로 평가하고, 향후 창출할 사회적 성과와 경제적 성과 수준을 사전에 예측할 수 있는 소셜벤처기업 판별 기준과 평가모형 개발을 추진
- 소셜벤처전문가협의회와 연구진 운영으로 판별가이드 및 평가모형 개발
- 공청회 개최 후 2019년 1월 중소벤처기업부 공식 보도자료 배포

○ **소셜벤처기업의 정의**

- 사회적기업가 정신을 지닌 기업가가 기존과 다른 혁신적인 기술이나 비즈니스 모델을 이용해 사회적 가치와 경제적 가치를 동시에 창출하는 기업
- 그러나 현재 국내에 법적 정의와 판별기준은 없는 상황

○ **판별기준과 평가모형 설정의 균형점 찾기**

- 정교하고 엄격한 모형은 더 많은 변수 및 데이터를 통해 판별·평가 정확도가 높아져야 하는데, 이를 위해서는 투입자원 및 노력, 소요기간이 증가하고 평가 전문인력도 필요
- 단순하고 융통성 높은 모형은 판별과 평가가 쉬우며, 더 많은 대상 포함이 가능한 반면, 판별·평가의 오류가 증가하고 잘못된 적용 및 악용 우려

○ **소셜벤처기업 판별기준의 목적과 적용 대상**

- 정부와 공공·민간 부문이 계획하는 소셜벤처기업에 대한 다양한 지원사업이 더 효과적으로 이루어지고 확대되어 소셜벤처 생태계가 활성화되는 데 기여
- 법인, 개인기업 등 기업의 형태나 규모, 업력, 업종 등과 관계없이 적용이 가능
- 소셜벤처의 판별은 대상기업의 역량이나 사회적·경제적 영향 및 성과를 판단하기 위한 것이 아니라, 소셜벤처의 속성을 충족하는지 여부를 판단하기 위한 기준

○ **소셜벤처기업 평가모형 목적과 기본 구성, 활용**

- 소셜벤처기업이 갖고 있는 사회성과 혁신성장성 등 두 가지 측면의 요소들을 평가하여 기업 역량을 측정
- 소셜벤처기업에 대한 임팩트 투자 및 융자, R&D지원 사업 등에서 소셜벤처기업에 대한 지원 여부, 지원 규모, 지원 조건 등을 설정하는 데 활용
- 소셜벤처기업뿐만 아니라 사회적기업, 협동조합, 자활기업, 마을기업 등 사회적경제조직의 사회성 평가에도 활용

토론 정리 및 전문가 코멘트

○ **소셜벤처란 용어는 기업가들이 사회적기업과 구분하고 스스로의 정체성을 드러내기 위해 쓰기 시작**

- 사회적경제 활성화의 일부로, 소셜벤처와 임팩트투자의 활성화 차원에서 개념적 정의가 사용
- 사회적기업은 인증을 받아야 하기 때문에 인증을 받지 못하면 소셜벤처란 말을 사용한다고도 하고, 사회혁신기업, 임팩트벤처라고 지칭하는 기업도 출현
- 크게 다르지 않은 개념을 의도적으로 쓰려다 보니 많은 혼란이 있어, 사회적기업이라는 말로 통합해서 쓰였으면 함
- 해외에서는 영리/비영리에 대해 크게 구분 짓지 않고 있는데, 우리나라도 그런 것에서 자유로워지고 관점 자체도 좀 더 통합적·총체적이 되었으면 함

○ **스스로 소셜벤처라고 정의내리지 않는 회사들도 본인들이 해결하고자 하는 사회문제들이 정의되어 있고, 그 문제들을 해결하기 위해 사업을 운영**

- 과거처럼 사업을 통한 의식주 해결만이 목표가 아니고, 사회적 문제 및 결핍들을 해결하지 못하면 서비스나 제품이 시장에서 존재가치를 인정받지 못하는 추세
- 새로운 패러다임을 확장해 회사가 소셜벤처인지 아닌지 개념 짓지 않고, 소셜벤처에 '소셜'자를 빼도 대부분 사람이 소셜벤처를 떠올리는 세상이 올 것
- 소셜벤처인지 단순히 본인들이 하고 싶은 사업을 하는지 결정하는 요인은 회사가 소셜벤처로서 해결하고자 하는 문제가 있는지 없는지에 달린 것
- 최초 해결하고자 하는 문제가 자주 바뀌는 것도 사회적 문제를 시장의 관점으로만 바라보는 것이라고 생각

○ **구체적인 사회적 문제의 발굴 자체가 이루어지고 있지 않는 상황**

- 정부나 지자체에서 지원하는 사회적기업 사업발표회 등을 보면, 지원을 받고자 하는 기업이 정의하고 있는 사회적 문제가 무엇인지 구체화되지 않음
- 노인문제, 장애인문제 등과 같은 큰 개념이 아닌 노인의 어떤 문제인지 구체화해 제시하고, 그 문제의 구성은 어떻게 되어 있으며 원인은 무엇인지, 어떻게 자원을 배분하여 해결할지를 구체적으로 계획서에 담아서 설명하는 기업이 거의 없음
- 사회적기업 및 소셜벤처 평가모형설정에 이런 부분이 포함되어야 할 것

○ **사회적 가치에 대해 구체적으로 손에 잡히게 설명하고 문제를 정의**

- 사회적 가치란 말이 너무 추상적이기 때문에, 그 정의만 제대로 할 수 있다면 정부 지원뿐 아니라 민간투자를 받기에도 쉬움

○ **소셜벤처는 최근 언론이나 정부에서 관심을 가지면서 생각한 것보다 훨씬 숭고하고 고차원적인 개념을 가진 시민들의 행동으로 발전**

- 우리나라의 경제성장은 굉장히 빠르고 성과가 있다고 평가를 받고 있지만, 그런 고도성장 과정에서 생겼던 문제들을 시민이 자발적으로 해결하기 위해 이런 움직임을 보이기 시작
- 시민사회를 중심으로 변화 동력을 자발적으로 형성하기 시작했다는 점에서 소셜벤처는 사회적기업과 더불어 굉장히 높이 평가할 부분
- 사회적기업과 소셜벤처 등 이름이 다른 건, 다양한 층의 기업이, 다양한 성격의 기업이 생겨나기 때문으로, 시민사회가 사회적 문제에 관심을 갖게 되면서 생겨나는 활동들이 좀 더 다양해지고, 분화되고, 확장되는 긍정적 발전과정으로 볼 수 있음
- 앞으로 더 많은 용어가 생겨나겠지만 나쁘게 볼 것은 아님

○ **소셜벤처의 가이드라인이 복잡하게 된 이유는 지원 시스템의 악용 방지를 위함**

- 이런 엄격한 모델이 생겨나게 된 이유는 이를 악용하는 기업들을 잡아내기 위한 것으로, 경제학적 입장에서 관료시스템이 비효율적인 것은 의도적
- 절차를 복잡하게 만들어 부적절한 사람을 솎아내는 것이 목적으로, 사회적 가치에 대한 진정성을 가진 사람이라면 엄격하고 복잡한 평가 기준에 직면하더라도, 의도가 나쁜 사람보다 상대적으로 수고를 덜 하고 지원기준을 통과할 수 있을 것

○ **소셜벤처는 시장원리로 지속가능한 모델이 아니지만, 그렇다고 그 가치가 사라지는 것은 아님**

- 소셜벤처는 청년 비중이 대단히 높고 이는 청년들에게도 굉장한 기회이기 때문에, 정부의 소셜벤처 정책도 청년정책의 하나로 실행되는 것이 좋을 것 같음

[부록 그림 2] 소셜벤처 민생경제 현장점검 포럼

서울연구원
The Seoul Institute

이 보고서는 2019년 1/4분기 민생경기 동향을 파악하고자
2019. 2. 14 ~ 2. 22 / 2019. 3. 11 ~ 3. 25
설문조사, 현장조사, 전화면접조사, 이메일조사 등을 거쳐 작성

〈문의사항〉
시민경제연구실 연구위원 최봉(02-2149-1059) / 반정화(02-2149-1239)
업황조사 장윤희(02-2149-1280) / 관광조사 김수진(02-2149-1264)