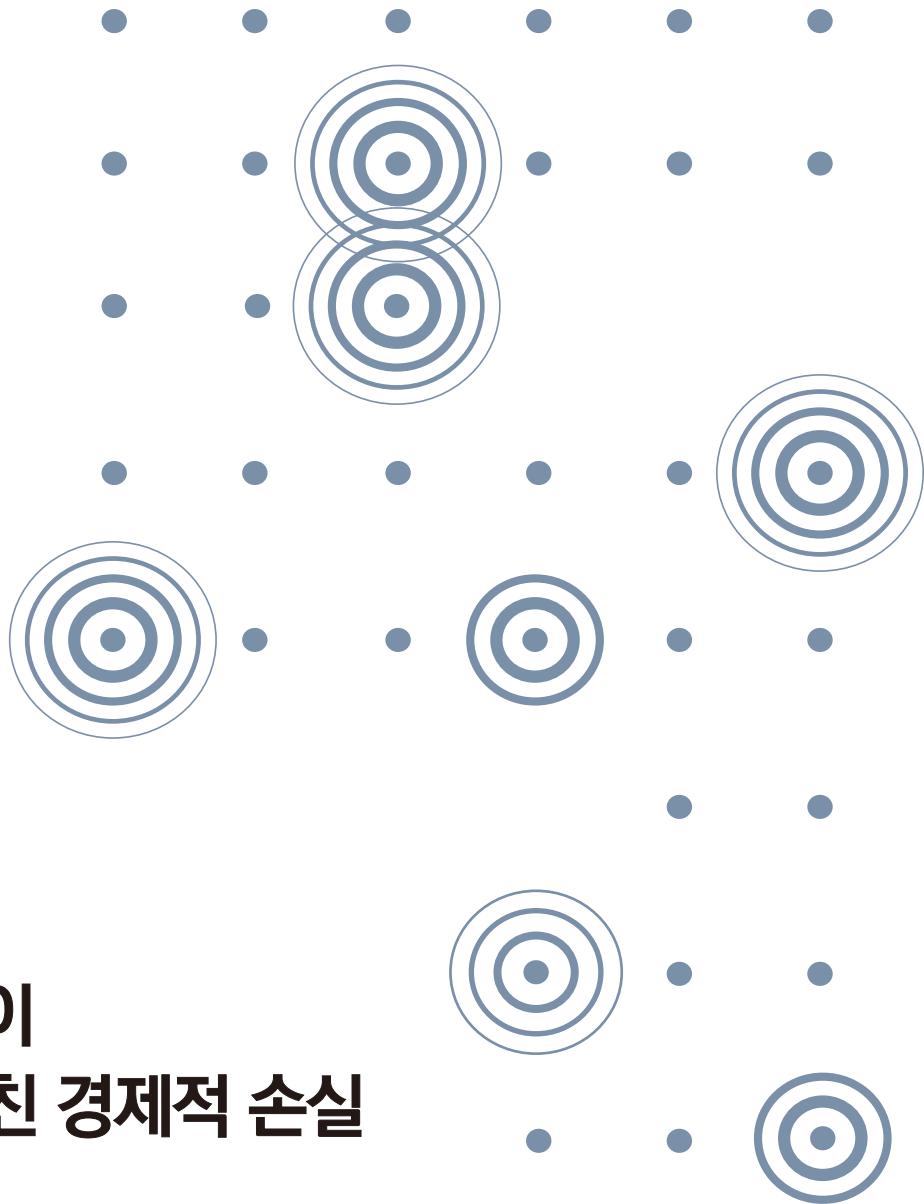


정책리포트

제322호 2021. 4. 12



— 코로나19 확산이 서울 지역에 미친 경제적 손실

주재욱

연구위원

노승철

빅데이터분석팀장

윤종진

연구원

서울연구원 정책리포트는 서울시민의 삶의 질을 향상하고
서울의 도시 경쟁력을 강화하기 위해 도시 전반의 다양한 정책 이슈를 발굴하여 분석함으로써
서울시의 비전 설정과 정책 수립에 기여하고자 작성된 정책보고서입니다.

제322호

코로나19 확산이 서울 지역에 미친 경제적 손실

발행인 유기영

편집인 양재섭

발행처 서울연구원

06756 서울특별시 서초구 남부순환로 340길 57

02-2149-1234

www.si.re.kr

ISSN 2586-484X

발행일 2021년 4월 12일

※ 이 정책리포트의 내용은 연구진의 견해로 서울특별시의 정책과 다를 수 있습니다.

2021. 4. 12
서울연구원 정책리포트
322

코로나19 확산이 서울 지역에 미친 경제적 손실

주재욱 연구위원

02-2149-1212
jujaeuk@si.re.kr

노승철 빅데이터분석팀장

02-2149-1106
nsc0203@gmail.com

윤종진 연구원

02-2149-1381
jyun@si.re.kr

요약

3

I . 서울시 코로나19 현황과 사회적 거리두기	4
II . 코로나19 확산이 서울 지역에 미친 경제적 손실 규모	6
III . 서울시, 업종별로 피해 규모 고려하여 차등 지원해야	19

요약

서울시는 코로나19 확진자 수의 변화 추이에 따라 사회적 거리두기와 다중이용시설에 대한 방역 조치를 실시했다. 감염 우려로 인한 경제활동 위축과 서울시의 사회적 거리두기 및 방역 조치에 따른 영업활동의 제약으로 경제적 손실이 발생한 것으로 판단된다. 본 연구는 2019~2020년 신한카드 데이터를 이용해 음식점과 소매업을 중심으로 손실 규모를 살펴보고, 패널데이터 분석을 통해 코로나19의 매출 감소 효과를 추정했다.

코로나19로 인한 생활인구 감소로 매출이 감소, 점포 매출 전년 대비 4조 8천억 원 감소

매출의 감소는 유동인구의 감소와 관련이 있다. 유동인구가 감소하는 원인은 감염 우려에 따른 자발적 감소와 서울시 사회적 거리두기 조치의 효과가 혼재되어 있다. 서울시 생활인구는 2020년 6주차부터 전년 대비 차이를 보이기 시작했다. 관광특구에서는 25.5% 감소했으며, 발달상권에서는 13% 감소했다. 1주차부터 40주차까지 기간 동안 서울 점포 매출액은 평균 6.2% 감소했으며, 그 규모는 약 4조 8천억 원으로 추산된다. 매출 감소가 가장 커던 업종은 한식으로, 매출액은 전년 대비 14.1%, 약 1조 5천억 원 감소했다. 지역별로는 상업시설이 밀집한 마포구 서교동과 서대문구 신촌동의 매출 감소가 가장 커다. 반면 2020년 음식점업 폐업률은 전년과 비교해 거의 변화가 없는 것으로 나타났다.

유동인구 감소로 음식점업 매출액 감소, 관광특구와 발달상권에서 큰 폭으로 감소

고정효과모형을 이용해 분석한 결과, 2020년 음식점업은 전년 대비 평균 매출이 11% 감소했으며, 2단계 이상 사회적 거리두기로 인한 매출 감소 효과는 14%로 추정되었다. 유동인구 1% 변화는 음식점업 매출 0.34%를 변화시키는 효과가 있다. 유동인구가 평균 7.6% 감소하였으므로, 유동인구 감소에 따른 매출 효과는 약 -2.6%로 추정된다. 유동인구 감소가 더 커던 관광특구와 발달상권에서는 매출액 변화가 각각 -8.7%, -4.4%로 추정된다. 반면 소매업은 코로나19로 인해 평균 매출이 4.2% 증가한 것으로 나타났다.

코로나19로 인한 피해는 업종별로 다르므로, 피해 업종 지원 방안 수립 시 고려해야

서울시 소상공인들은 코로나19로 인해 막대한 경제적 손실을 입었으며, 음식점의 경우 큰 폭의 매출 감소가, 소매업의 경우 소폭의 매출 상승이 발생했다. 백신의 보급에 따른 집단 면역과 변이 바이러스 발생 등 변수들로 인해 코로나19의 확산 여부는 예상하기 어려운 상황이다. 코로나19에 대한 불확실성은 경제활동을 위축시켜 지역경제에 악영향을 미칠 수 있으며, 경제 효과 또한 업종별로 비대칭적으로 발생해 경제적 불평등 심화가 우려된다. 서울시는 유동인구, 업종별 매출액 데이터 분석 결과를 고려하여, 피해 업종에 대한 재난지원금 등 피해 소상공인 지원 방안을 마련할 필요가 있다.

I . 서울시 코로나19 현황과 사회적 거리두기

I 서울시 코로나19 현황과 서울시 사회적 거리두기 시행 경과

서울의 코로나19 확진자 수는 2020년 말 2차·3차 대유행과 함께 누적 19,004명까지 급증

- 서울 지역 확진자 수는 31주차까지 100명 미만으로 도시 규모 대비 매우 낮은 수치를 기록
 - 2차 대유행 당시 895명까지 상승했으나 사회적 거리두기 2.5단계까지 격상하며 지역 확진자 수는 40주차 100명대로 내려앉아 안정세를 찾은 모습이었음
- 그러나 3차 대유행과 함께 47주차 1,261명으로 지역 확진자 수가 1천 명을 돌파하였고, 51주차 3,679명까지 급증하는 등 수도권 중심의 확산이 지속되는 상황
 - 전국 가운데 서울 확진자 비중은 10%대에서 2차 대유행과 함께 20%대로 올라섰고, 그 이후 3차 대유행으로 30.6%까지 상승

사회적 거리두기는 다중이용시설의 영업 방법·시간에 대한 규제를 동반

- 사회적 거리두기는 생활 방역(1단계), 지역적 유행(2단계), 전국적 유행(3단계)으로 구분
 - 방역 및 의료체계의 감당 수준과 주 평균 일일 확진자 수를 감안해 조정
 - 사회적 거리두기의 방역 조치는 ①다중이용시설, ②일상 및 사회·경제적 활동에 대한 제한으로 구분
 - 2단계부터 다중이용시설 이용을 자제하고, 3단계는 원칙적으로 집에 머무르면서 다른 사람과 접촉을 최소화
- 서울시는 2020년 약 절반에 해당하는 182일 동안 15회의 사회적 거리두기를 실행
 - 2단계 57일, 1단계 43일, 2.5단계 52일로 2단계 비중이 가장 높아
 - 지방자치단체 사정에 따른 서울시만의 사회적 거리두기는 2회
 - 추석 연휴 특별방역 및 11.19~11.23 1.5단계 격상
- 다중이용시설은 사회적 거리두기에 따른 직접적인 경제적 피해 대상이라고 볼 수 있음
 - 또한 모임·행사의 금지, 교통시설의 운행 감소, 종교활동 및 직장활동 등 단체활동이 제한됨에 따라 발생하는 간접적인 경제적 손실도 존재
 - 대표적으로 서울시가 11월 27일부터 연말까지 실행한 대중교통 오후 10시 이후 운행횟수 20% 감축 등이 있음
- 정부는 다중이용시설을 중점관리시설과 일반관리시설로 구분
 - 중점관리시설은 마스크 착용이 어려운 장소 등을 중심으로 선정

[표 1] 정부의 다중이용시설 구분

중점관리시설: 유흥시설 5종(클럽·룸살롱 등 유흥주점, 단란주점, 감성주점, 콜라텍, 헌팅포차), 방문판매/직접판매 홍보관, 노래연습장, 실내 스텐딩 공연장, 일정규모 이상 식당·카페(일반음식점·휴게음식점·제과점)

일반관리시설: 결혼식장, 장례식장, 목욕장업, 영화관, 공연장, PC방, 오락실·멀티방 등, 실내체육시설, 학원(교습소 포함), 직업훈련기관, 독서실·스터디카페, 놀이공원·워터파크, 이·미용업, 상점·마트·백화점(한국표준 산업분류상 종합소매업(업종코드 471), 300㎡ 이상)

출처: 2단계 마스크 착용 방역지침 준수 행정명령 변경(서울시, 2020.11.23)

- 사회적 거리두기 격상에 따라 음식점업과 소매업 업종은 방역 강화 조치를 취해야 함
 - 음식·카페는 식품위생법상 일반음식점, 휴게음식점, 제과점에 해당하며, 서울시 식품위생과에서 인허가한 업종이 해당함
 - 소매 가운데 상점은 종합소매업(업종코드 471)에 속하며, 전용면적 300㎡ 이상 업종시설에 해당, 마트와 백화점은 각 세세분류로 구분
- 시설에 대한 2단계 주요 방역조치는 ①4㎡당 1명 인원제한, ②행위금지, ③영업방법 제한, ④영업 시간 제한 등으로 나눌 수 있음
 - 1.5단계까지는 방역수칙 하 일반적인 영업이 다소 가능하나, 2단계 이후부터는 영업의 방법(테이크아웃만 가능) 또는 시간(21시 이후 영업금지)을 제한하는 등 직접적인 경제활동의 제약 발생

[표 2] 다중이용시설에 대한 방역조치

구분	1단계	1.5단계	2단계	2.5단계	3단계
중점 관리시설	이용인원 제한 등 핵심방역수칙 의무화	이용인원 제한 강화, 위험도 높은 활동 금지	유흥시설 5종 집합금지, 이외 시설은 21시 이후 운영 중단 등 제한 강화, 위반 시 원스트라이크아웃제	방문판매 등 직접판매 홍보관, 노래연습장, 실내 스텐딩 공연장 집합금지	필수시설 외 집합금지, 이외 시설도 운영제한
일반 관리시설	정상 운영, 기본 방역수칙 3가지 의무화	시설별 특성에 따라 이용인원 제한	이용인원 제한 강화, 위험도 높은 활동 금지	21시 이후 운영 중단 등 제한 강화, 위반 시 원스트라이크 아웃제	운영제한
기타시설	정상 운영	마스크 착용 의무화	이용인원 제한		

II. 코로나19 확산이 서울 지역에 미친 경제적 손실 규모

I 분석 개요

2020년 코로나19로 인한 음식점업·소매업의 지표 변화와 손실 규모 추정

- 업종별 제한조치 기준에 따라 음식점업 및 소매업 업종 구분
 - 매출액은 신한카드 매출데이터, 사업자 수는 지방행정인허가DB 활용
 - 음식점업은 서울시 고시와 동일, 소매업은 백화점·대형마트·슈퍼마켓·편의점으로 한정
- 분석의 시간적 범위는 2019년~2020년 주 단위, 공간적 범위는 서울시 424개 행정동
 - 단, 상권별 생활인구의 변화는 상권에 대한 공간적 범위 적용

[표 3] 분석을 위한 음식·카페 및 소매 데이터

구분	매출	사업자 수
음식점업	서울시 업종별 내외국인 신한카드 매출데이터 (한식, 일식, 양식, 중식, 제과점, 커피전문점, 패스트푸드, 기타요식)	지방행정인허가DB (일반음식점업, 휴게음식점업, 제과점영업업)
소매업	서울시 업종별 내외국인 신한카드 매출데이터 (백화점, 할인점/슈퍼마켓, 슈퍼마켓, 편의점)	지방행정인허가DB (대규모점포 중 백화점·대형마트, 담배소매업)

주1: 서울시 업종별 내외국인 신한카드 매출데이터는 서울시 빅데이터캠퍼스 자료임

주2: 소매업 가운데 기타 음·식료품 위주 종합소매업(47129), 면세점(47130), 그 외 기타 종합소매업(47190)은 제외함
주3: 지방행정인허가DB의 대규모점포는 대형마트, 백화점, 쇼핑센터, 복합쇼핑몰 등 다수의 사업자로부터 납품받아 판매하는 업소를 의미

주4: 담배소매업은 담배를 매입하여 일반인에게 판매하는 업소정보로 슈퍼마켓·편의점을 모두 포함

- 분석은 코로나19 및 사회적 거리두기에 따른 ①상권별 생활인구 변화, ②카드매출액의 변화, ③폐업률과 공실률의 변화, ④매출액 감소 추정으로 구성

① 상권별 생활인구의 변화

- ‘서울시 우리마을가게 상권분석서비스’에서 제공하는 상권영역(골목·발달·전통시장·관광특구)을 이용해, 서울 전체 상권 및 관광특구·발달상권 등 주요 상권의 유동인구 변화를 파악
 - 상권과 집계구의 교차면적을 고려해 생활인구를 배분하여 상권별 유동인구 추정
 - 11시~14시 및 18시~24시 등 첨두시간의 생활인구를 유동인구로 가정

② 카드매출액의 변화

- 서울 전체 음식점업 및 소매업의 카드매출 변화 비교
 - 2020년 코로나19 주요 시점(사회적 거리두기)별 카드매출액 감소 확인

③ 폐업률과 공실률의 변화

- 서울 전체 음식점업 및 소매업의 폐업률 변화를 비교하고, 서울시 주요 지역의 공실률 현황 분석
 - 폐업률과 공실률은 음식점업·소매업의 사후 결과

④ 매출액 감소

- 2020년은 모든 기간에 걸쳐 코로나19의 영향이 광범위하게 미치고 있는 점을 고려해, 확산세가 심해졌을 때 발효되는 ‘사회적 거리두기’를 코로나 확산의 대리변수로 활용
 - 또한 사회적 거리두기 2단계 이상부터는 영업제한으로 인한 직접 영향도 있음
- 경제적 규모 손실은 2019년~2020년 주 단위 행정동별 패널데이터를 활용해 고정효과모형(Fixed-effects model)을 활용해 추정
 - 관측치의 고유효과를 제거해 2019년과 비교한 코로나의 경제적 손실 규모 추정 가능
- 2019년~2020년 1월~10월 서울시 행정동(397개)에 대한 균형 패널데이터 구축
 - 월요일부터 일요일까지를 한 주로 정의하며, 상권이 없는 일부 행정동(27개)은 분석 대상에서 제외하였음
- 모형은 다음 독립변수로 인한 매출 감소 정도를 파악
 - 2020년 더미: 코로나19가 발생한 2020년과 2019년간 매출액 차이
 - 사회적 거리두기 더미: 영업제한으로 인한 직접적인 경제적 피해 규모
 - 국가재난지원금 지급기간 더미: 긴급재난지원금 지급을 통한 소비 진작효과
 - 유동인구: 시민의 사회적 활동 감소로 인한 매출 감소

[표 4] 모형 개요

$$\log\left(\frac{sales_{jt}}{n_{jt}}\right) = \beta_0 + \beta_1 \log(fpop_{jt}) + \beta_3 SocialDistance_t + \\ \beta_4 Y20_t + \beta_5 cfund_t + \beta_6 anniversary + month + a_j + u_{jt}$$

n: 행정동 내 음식점(또는 소매점) 수

sales: 행정동 카드매출액(보정)

fpop: 행정동 내 상권의 유동인구(11시~14시 및 18시~22시)

SocialDistance: 사회적 거리두기 2단계 및 2.5단계(더미)

Y20: 2020년 더미

cfund: 국가 재난지원금 지급 기간 더미(2020년 5월 1주차~2020년 8월 4주차)

anniversary: 설날 및 추석 더미

month: 월 더미

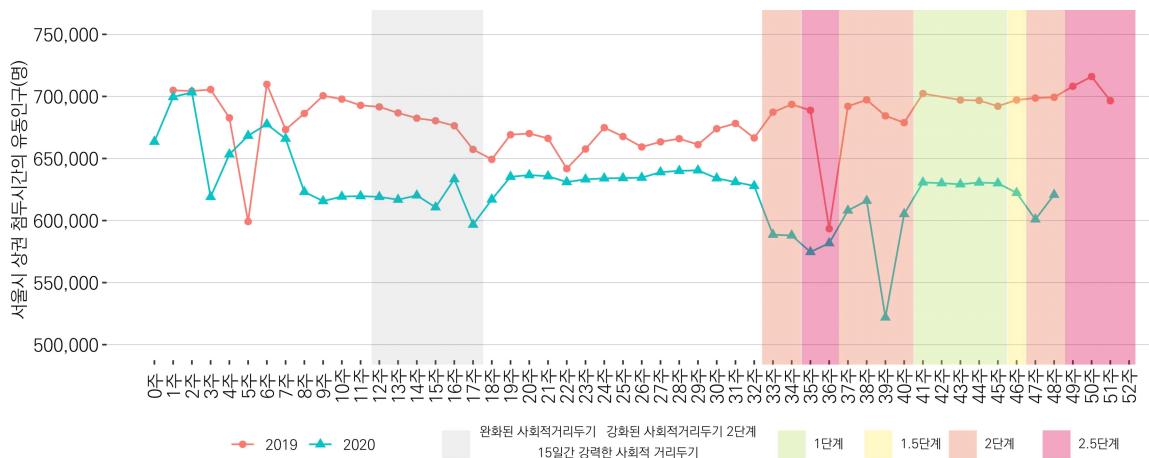
a: 개별고정효과

u: 오차항

I 상권별 생활인구 변화

2020년 서울시 생활인구, 6주차부터 2019년과 현저한 차이를 보이기 시작

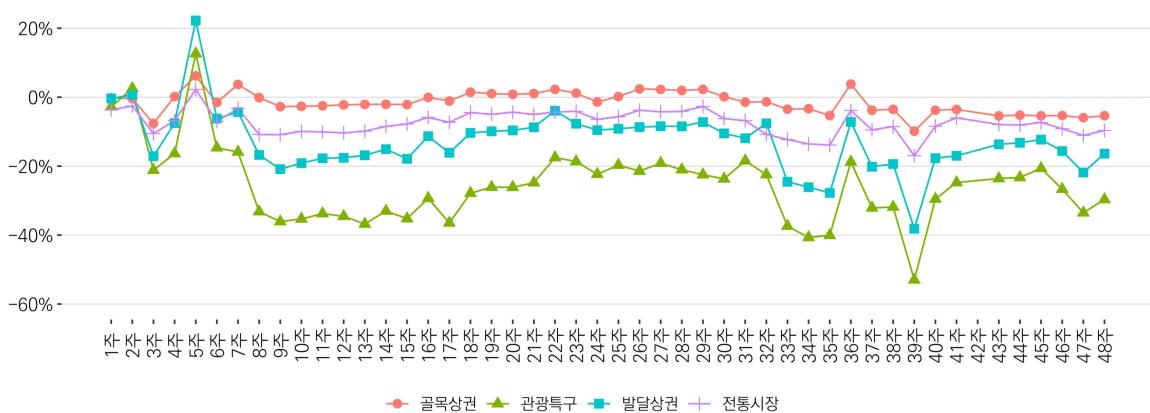
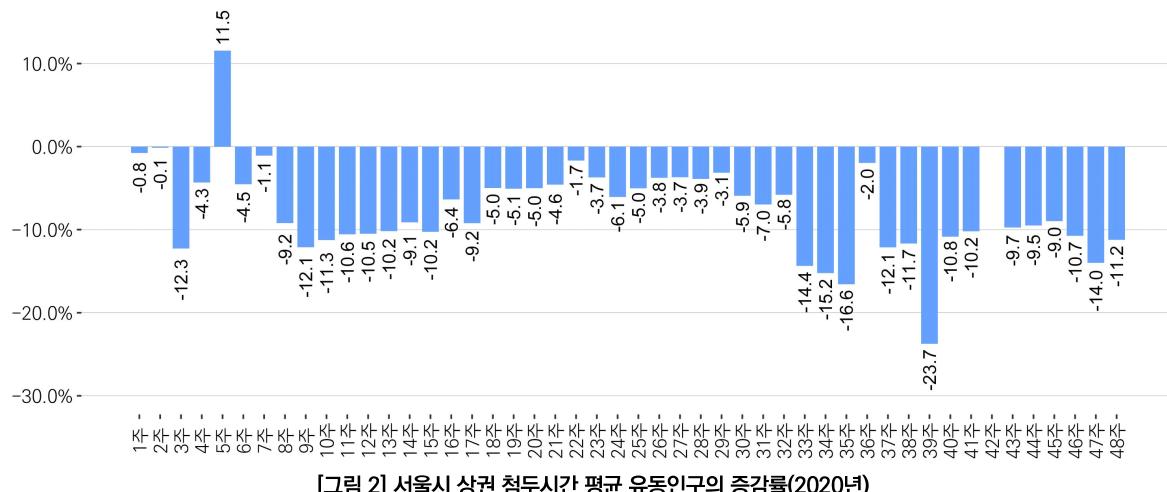
- 2019년 서울시 상권의 첨두시간 평균 유동인구 수는 약 65만~70만 명
 - 연간 급격한 하락을 보이는 두 지점은 설날·추석 등 명절에 해당
- 2020년 6주차(2.10~2.16)부터 급격히 감소, 유동인구 약 5만 명 줄어
 - 2020년 6주차 이후 상권 유동인구 60만~65만 명
- 사회적 거리두기 단계 격상과 동시에 유동인구는 약 0.7만~4만 명 더 감소
 - 2020년 33주차 서울시 2단계로 격상되며 32주차보다 3.9만 명 감소
 - 2020년 35주차 수도권 2.5단계로 격상되며 34주차보다 1.3만 명 감소
 - 2020년 46주차 서울시 1.5단계로 격상되며 45주차보다 0.7만 명 감소
 - 2020년 47주차 수도권 2단계로 격상되며 46주차보다 2.1만 명 감소
- 그러나 격상 이후 해당 단계가 유지될 경우 유동인구의 큰 변화는 없어



[그림 1] 서울시 상권 첨두시간 평균 유동인구 수(2019년~2020년)

- 2020년은 2019년보다 평균적으로 유동인구가 약 7.6% 감소하는 등 전반적 감소세
 - 유일하게 증가한 5주차는 설날에 따른 기저효과
- 사회적 거리두기를 시행하면 약 10% 감소
 - 코로나 확진자 수가 적었고 안정적이었던 18주~32주차(5.4~8.16) 동안은 약 5% 정도의 감소세 유지

- 상권유형별로 살펴보면 2020년 6개 관광특구¹⁾의 유동인구가 약 25.5%로 가장 큰 감소세
 - 유동인구 변화가 거의 없는 골목상권(약 -1.5%)과 비교해 약 17배 수준
 - 외국인을 제외한 내국인만으로도 높은 감소세를 보여, 실제 관광특구 내 소상공인이 체감하는 유동인구(외국인을 포함한) 감소폭은 더 클 것으로 추정
- 253개 별달상권²⁾도 평균적으로 약 13%의 감소세를 보임
- 골목상권 및 전통시장의 유동인구는 크게 줄지 않았음
 - 골목상권은 주거지역과 인접하여 소규모 음식점 등 생활밀접업종이 주로 입지하며, 전통시장은 생필품 등 필수재의 유통이 주목적으로 감소폭이 크지 않은 것으로 판단됨
 - 골목상권의 유동인구는 약 1.5% 줄어 2019년과 비교해 거의 차이가 없으며, 전통시장도 약 7.4% 감소로 그침

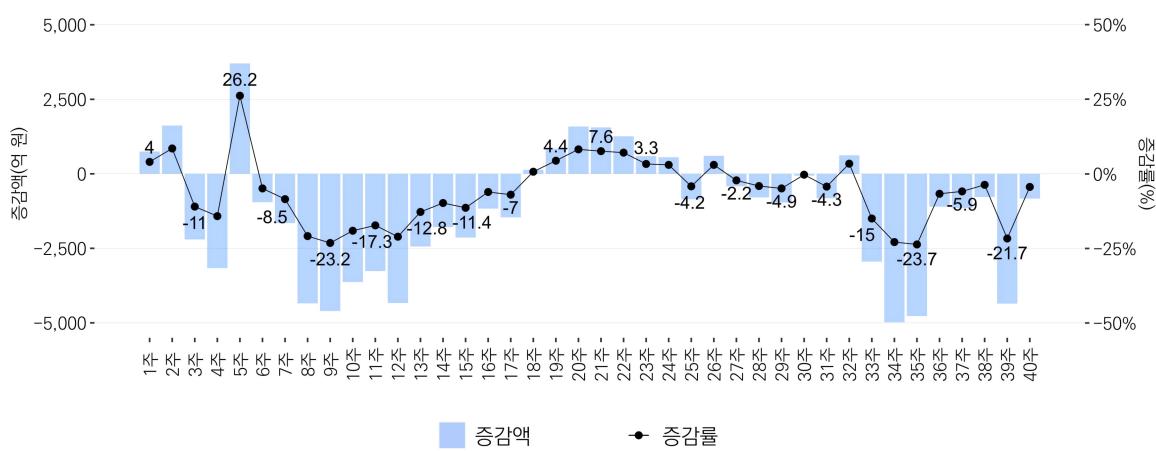


- 1) 종로·청계 관광특구, 잠실 관광특구, 강남 마이스 관광특구, 이태원 관광특구, 명동 남대문 북창동 다동 무교통 관광특구, 동대문 패션타운 관광특구
- 2) 2천m² 이내 50개 이상의 상점이 분포하는 경우 '상점가'라고 하며, 배후지를 고려하지 않은 도보 이동이 가능한 범위 내의 상가업소밀집 지역을 별달상권으로 정의(<https://golmok.seoul.go.kr/>)

I 서울시 점포 매출액 변화

신한카드의 점포 매출액을 토대로 시기별 서울시 점포들의 매출액 변화를 분석

- 40주간 2019년 대비 2020년 점포 매출액은 약 4조 8,162억 원 감소하여 6.2% 감소
- 주차별 매출액을 보면 2019년 주별 매출액이 평균 1조 9천억 원인 반면, 2020년에는 1조 8천억 원으로 주별로 약 1천2백억 원 정도의 매출액이 감소
- 주차별 매출액 감소액이 가장 커진 주는 34주차(2020.8.24~8.30)로 4,980억 원(22.9%)의 매출이 감소
 - 매출 감소율이 가장 커진 주는 35주차(2020.8.31~9.6)로 전년 동기 대비 약 23.7% (4,773억 원)이나, 이는 2019년과 2020년의 연휴 기간 차이로 인한 결과
 - 설 연휴는 2019년(2019.2.4~2.6)의 경우 5주차, 2020년(2020.1.24~1.26)의 경우 3주 차에 해당
 - 일반적으로 매출은 설 연휴 전주에 증가했다가 설 연휴 주에 감소하므로 2주차부터 5주차 기간 동안의 2019년, 2020년 매출 차이는 두 해 설 연휴 주간의 불일치로 인한 결과



[그림 4] 주차별 매출 증감액과 증감률

- 7주차(2020.2.17) 이후 지속적인 매출액 감소가 나타나다 18~27주차(2020.5.4~7.5) 동안 전년 동기 대비 1~8%의 매출이 증가
 - 5월 초 연휴(근로자의 날(5월 1일, 금) ~ 어린이날(5월 5일, 화))로 시작되어 국가 긴급재난 지원금이 지급되기 시작한 시기(5월 11일)와 겹치는 시기
 - 이 외 32주차에 매출액이 다소 증가하였으며, 이 시기는 광복절 연휴가 속한 시기로 전년과 다른 연휴의 영향으로 매출액이 증가한 것으로 볼 수 있음

- 주차별 매출액의 감소가 컸던 시기는 8~12주차(2020.3.2~4.5)와 33~35주차(2020.8.24~9.13) 두 시기임
 - 8~12주차 시기에 약 2조 원의 매출액이 감소하였고, 33~35주차 시기에 약 1조 2,700억 원이 감소
 - 주 평균 매출 감소액으로 보면 8~12주차 동안은 주 평균 약 4,037억 원이 감소했고, 33~35주차 동안은 약 4,233억 원이 감소

[표 5] 서울시 점포 매출액 감소 시기

매출감소 시기	주차	주차 시작일	증감액(억 원)	증감률(%)
	소계		-20,183	
	8	2020-02-24	-4,347	-20.9
신천지 발 확진자 증가	9	2020-03-02	-4,605	-23.2
	10	2020-03-09	-3,632	-19.1
	11	2020-03-16	-3,262	-17.3
	12	2020-03-23	-4,337	-21.1
	소계		-12,700	
	33	2020-08-17	-2,947	-15.0
8.15 집회 발 확진자 증가	34	2020-08-24	-4,980	-22.9
	35	2020-08-31	-4,773	-23.7

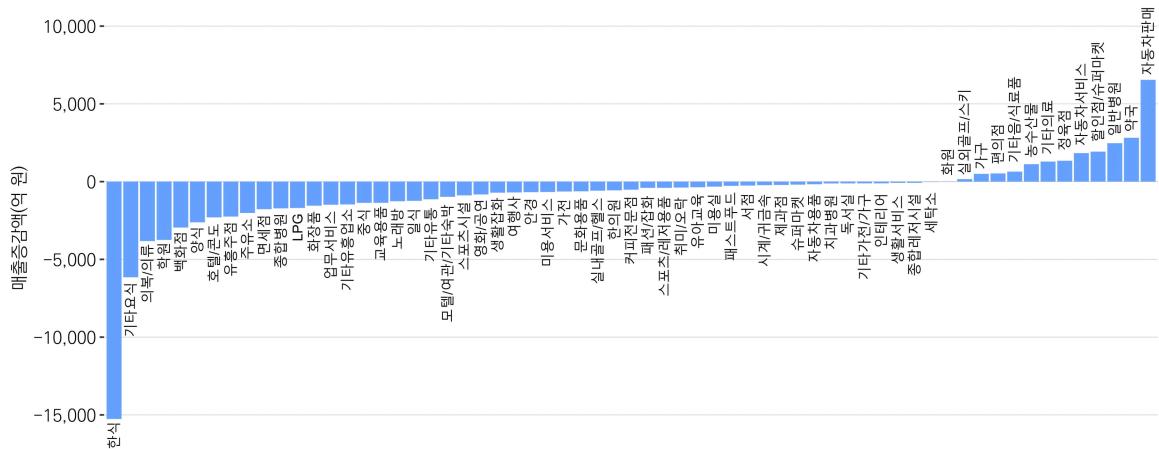
- 1년 중 가장 매출액이 큰 명절의 매출액을 비교하면, 구정 연휴 포함 3주간 약 1,709억 원(3.0%)이 증가했으며, 추석에는 3주간 약 3,787억 원(6.5%)이 감소해 코로나 확산으로 인한 명절 매출 감소는 구정보다 추석 기간에 집중된 것으로 나타남

[표 6] 명절 매출액 비교

(단위: 억 원)

구정					추석					
2019년		2020년			2019년		2020년			
주차	매출액	주차	매출액	증감액 (증감률, %)	주차	매출액	주차	매출액	증감액 (증감률, %)	
소계	56,353		58,062	1,709 (3.0)		58,277		54,490	-3,787 (-6.5)	
명절 전전주	3	20,035	1	19,592	-443	34	21,776	37	18,399	-3,377
명절 전주	4	22,201	2	20,638	-1,563	35	20,118	38	20,409	291
명절	5	14,117	3	17,832	3,715	36	16,383	39	15,682	-701

- 업종별 매출을 보면, 서울 내에서 매출 규모가 가장 큰 한식과 기타요식업의 매출액 감소 규모가 가장 크고, 의복/의류, 학원, 백화점, 양식 업종의 매출도 크게 감소
 - 40주간 매출이 가장 크게 감소한 업종은 한식으로 약 1조 5,264억 원(14.1%)이 감소하였고, 이어 기타요식, 의복/의류, 학원, 백화점, 양식 등의 순임
 - 전체 63개 업종 중 매출액이 감소한 업종은 50개 업종이며, 50개 업종의 매출 감소액은 6조 9,372억 원임
 - 전체 감소액 6조 9,372억 원 중 한식업의 감소액이 약 1/5(22%)을 차지하고, 한식업을 포함한 상위 6개 업종(기타요식, 의복/의류, 학원, 백화점, 양식)의 매출 감소액이 전체 매출 감소액의 약 절반(49.8%)을 차지함



[그림 5] 업종별 매출 증감액

[표 7] 주요 매출 감소 및 증가 업종

매출 감소 상위 10개 업종			매출 증가 상위 10개 업종		
업종명	매출 감소액 (억 원)	매출 감소율 (%)	업종명	매출 증가액 (억 원)	매출 증가율 (%)
한식	-15,264	-14.1	자동차판매	6,546	210.6
기타요식	-6,152	-10.7	약국	2,819	20.6
의복/의류	-3,824	-19.6	일반병원	2,474	5.5
학원	-3,749	-12.6	할인점/슈퍼마켓	1,929	2.2
백화점	-2,954	-5.8	자동차서비스	1,834	20.8
양식	-2,616	-19.5	정육점	1,341	21.0
호텔/콘도	-2,300	-32.5	기타의료	1,291	20.9
유흥주점	-2,248	-49.2	농수산물	1,123	16.8
주유소	-2,015	-7.5	기타음식료품	646	6.1
면세점	-1,773	-82.8	편의점	529	1.7

- 반대로 63개 업종 중 자동차판매, 약국 등 13개 업종은 전년 동기 대비 매출액이 증가했으며, 13개 업종의 매출 증가액은 2조 1,210억 원임
 - 매출 증가 업종 중에는 자동차 판매가 6,546억 원 증가하여 전년 동기 대비 2배 이상 증가하였고, 매출 증가 13개 업종 증가액의 약 30%를 차지함
 - 그러나 자동차 판매액은 양재동의 현대기아자동차 본사의 매출액으로 서울시 점포의 직접적인 매출로 보기 어렵기 때문에, 점포로는 약국의 매출 증가액(2,819억 원)이 가장 큰 것으로 볼 수 있음
- 매출 증감률로 보면 여행, 여가, 유통 등의 업종에서 매출 감소율이 크고, 가정 내 활동 관련 업종의 매출은 증가하였음
 - 면세점의 매출액이 82.8% 감소해 가장 큰 감소율을 보였으며, 이어 여행사, 종합레저시설 등이 50% 이상 매출액이 감소함
 - 반대로 자동차 판매와 실외골프/스키업이 약 2배 매출이 증가하였고, 가구, 정육점, 농수산물 등의 매출이 증가함

[표 8] 주요 매출 감소율 및 증가율 업종

매출 감소율 상위 10개 업종			매출 증가율 상위 10개 업종		
업종명	매출 감소액 (억 원)	매출 감소율 (%)	업종명	매출 증가액 (억 원)	매출 증가율 (%)
면세점	-1,773	-82.8	자동차판매	6,546	210.6
여행사	-696	-60.9	실외골프/스키	162	95.9
종합레저시설	-79	-52.4	가구	501	23.3
유통주점	-2,248	-49.2	정육점	1,341	21.0
기타유통업소	-1,468	-48.6	기타의료	1,291	20.9
유아교육	-361	-47.4	자동차서비스	1,834	20.8
스포츠시설	-883	-42.9	약국	2,819	20.6
노래방	-1,262	-40.7	농수산물	1,123	16.8
영화/공연	-827	-39.1	기타음/식료품	646	6.1
모텔/여관/기타숙박	-978	-32.8	일반병원	2,474	5.5

- 지역별로 보면 실외 활동의 감소로 상업시설이 밀집해 있는 지역의 매출액이 크게 감소하고, 가정 내 생활의 증가로 주거중심 지역의 매출액이 증가함
 - 매출이 가장 크게 감소한 지역은 마포구 서교동으로 40주간 약 2,241억 원의 매출이 감소하였고, 이어 서대문구 신촌동, 중구 명동의 순으로 상업시설이 집중되어 있고 관광객이 많은 지역의 매출 감소가 크게 나타남
 - 반대로 영등포구 여의동, 강서구 발산1동, 노원구 월계1동 등 주거 중심지역에서는 매출액이 증가한 것으로 나타남
 - 서초구 양재2동은 현대기아자동차 본사가 위치해 있는 지역으로 앞서 본 것과 같이 자동차 판매가 지역의 매출로 계산되면서 증가한 것으로 나타남

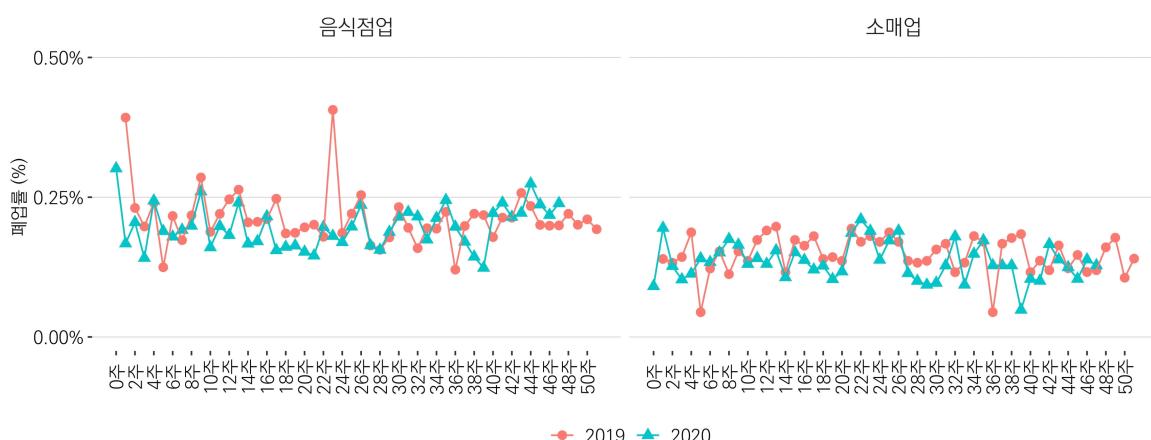
[표 9] 매출액 증감 상위 15개 행정동

매출 감소 상위 15개			매출 증가 상위 15개			
	행정동 명	매출 감소액 (억 원)	행정동 명	매출 증가액 (억 원)	매출 증가율 (%)	
1	마포구 서교동	-2,241	-19.0	서초구 양재2동	4,623	78.7
2	서대문구 신촌동	-2,195	-27.6	영등포구 여의동	974	7.2
3	중구 명동	-2,075	-26.2	강서구 발산1동	617	22.5
4	강남구 삼성1동	-1,876	-16.8	노원구 월계3동	469	34.6
5	강남구 역삼1동	-1,786	-8.0	강남구 도곡2동	415	18.3
6	송파구 잠실3동	-1,605	-28.7	강동구 고덕2동	297	154.4
7	용산구 한강로동	-1,566	-20.2	은평구 진관동	256	9.9
8	중구 소공동	-1,533	-17.0	동대문구 용신동	239	6.7
9	종로구 종로1.2.3.4가동	-1,415	-11.7	송파구 가락1동	230	9.2
10	구로구 구로5동	-1,300	-34.2	양천구 목2동	167	19.4
11	중구 광희동	-1,281	-31.2	양천구 신월3동	160	36.2
12	강남구 대치4동	-1,189	-16.8	강서구 화곡본동	159	16.2
13	금천구 가산동	-1,047	-12.5	영등포구 당산2동	154	7.6
14	강서구 방화2동	-1,024	-25.2	송파구 위례동	144	24.2
15	용산구 이태원1동	-952	-40.7	강서구 가양1동	143	2.5

I 폐업률과 공실률의 변화

2020년 음식점업과 소매업은 2019년과 비교해 폐업률 변화 거의 없어

- 음식점업의 연평균 폐업률은 0.21%(2019년)에서 0.19%(2020년)로 0.02%p 감소
 - 소매업의 연평균 폐업률은 0.15%(2019년)에서 0.13%(2020년)로 0.02%p 감소
- 그러나 위 결과가 음식점업·소매업의 상황이 좋다는 것을 의미하는 것은 아님
 - 주인만 바뀌는 ‘영업자의 지위 승계’로 창업이 전년과 변화가 거의 없고³⁾, 폐업을 할 경우 그간의 대출금을 갚아야 하는 등 여러 이유로 신고하지 않는 경우가 대다수



주: 폐업률 = 폐업 / (영업 + 폐업)

[그림 6] 서울시 음식점업 및 소매업의 폐업률 변화(2019년~2020년)

- 서울 주요 상권의 소규모 매장 공실률은 강남을 제외한 모든 지역에서 증가
 - 도심은 2020년 4분기 공실률 10.5% 높은 증가세, 영등포신촌·기타 지역도 2020년 3분기에 5% 넘어섬



[그림 7] 서울시 주요 상권지역의 소규모 매장 공실률(한국부동산원)

3) 정자연, “[데이터로 보는 경기] 절박한 자영업자들, 폐업이 줄었다고?… 휴업상태로 버틸뿐”, 경기일보, 2020.12.23.

I 코로나19에 따른 매출액 감소 추정

음식점업 모형

- 2020년 서울 음식점업의 매출은 2019년 대비 평균 약 11% 감소
 - 유동인구가 1% 감소하면 매출액은 0.34% 감소, 2020년은 유동인구가 평균적으로 7.6% 감소하였으므로 유동인구 감소로 인한 추가적인 매출 감소는 2.6%
 - 따라서 유동인구 감소 효과를 포함할 경우, 2020년 서울 음식점업 매출액 감소 폭은 13.6%로 확대
- 2020년 관광특구 매출은 19.7% 감소, 밸달상권은 15.4% 감소
 - 유동인구 감소로 인한 매출감소 효과는 관광특구가 8.7%, 밸달상권은 4.4%

[표 10] 음식점업 모형 결과

변수	추정치	표준오차	t
log(유동인구)	0.34081***	0.0061	55.91443
2020년 더미	-0.11685***	0.00186	-62.6705
사회적 거리두기 더미	-0.1401***	0.00297	-47.0922
국가재난지원금 더미	0.08049***	0.00259	31.09754
설날·추석 더미	-0.16203***	0.00309	-52.4591
2월	-0.04992***	0.00282	-17.6914
3월	-0.09357***	0.00285	-32.8528
4월	-0.0367***	0.00277	-13.2267
5월	0.02879***	0.00304	9.47247
월(시간) 고정효과	6월	-0.05804***	0.00314
	7월	-0.01394***	0.00311
	8월	-0.04395***	0.00316
	9월	-0.03641***	0.00319
	10월	0.05841***	0.00378
			15.43721

R-Squared: 0.45689

Adj. R-Squared: 0.44979

F-statistic: 1883.74 on 14 and 31349 DF, p-value: < 2.22e-16

Balanced Panel: n = 397, T = 80, N = 31760

- 코로나19 확산으로 인한 사회적 거리두기 시행 시 2020년 서울시 음식점업 매출은 최대 27.6% 까지 감소
 - 2단계 이상 사회적 거리두기 시행의 추가 매출 감소 효과는 약 14%
 - 국가재난지원금이 지급된 시기 동안 매출액은 약 8% 증가
 - 사회적 거리두기 캠페인을 시행했던 3월의 시간고정효과도 -9.4%에 달해
- 국가재난지원금이 지급된 동안 매출액이 일부 늘었음에도 불구하고, 작년 수준을 회복하지 못한 것으로 나타나
 - 단, 재난지원금 대부분이 사용된 5월은 유일하게 매출이 늘어난 달(+2.9%)⁴⁾

[표 11] 음식점업 모형 결과 요약

구분	서울 전체	관광특구	발달상권
유동인구 감소를 고려한 2020년 매출감소 비중 (A)	-13.6%	-19.7%	-15.4%
A + 사회적 거리두기 2단계 시행 시	-27.6%	-33.7%	-29.4%
A + 국가재난지원금 기간	-5.6%	-11.7%	-7.4%

소매업 모형

- 2020년 서울 소매업 매출은 2019년 대비 평균 약 4.2% 증가
 - 유동인구가 1% 증가하면 매출액은 0.30% 증가, 2020년은 유동인구가 평균적으로 7.6% 감소해 매출액이 2.3% 감소
 - 따라서 유동인구 감소 효과를 포함할 경우 2020년 서울 소매업 매출은 평균 1.3% 증가
- 반면 관광특구 매출은 3.5% 감소, 발달상권 매출은 0.3% 감소
 - 2단계 이상 사회적 거리두기 시행 시 약 5.4% 더 증가
 - 국가재난지원금이 지급된 시기 매출액은 1.3% 증가
 - 단, 슈퍼마켓·편의점이 관광특구 또는 발달상권 내 다수 분포하지 않기 때문에 서울의 소매업은 사실상 매출이 증가했다고 볼 수 있음
- 코로나19 확산으로 인해 사회적 거리두기 시행 시 매출은 7.3% 더 늘어

4) 10월은 추석 명절효과와 사회적 거리두기 더미변수 효과로 양의 값이 나온 것으로 판단됨

[표 12] 소매업 모형 결과

variable	Estimate	Std.error	t-value	
log(유동인구)	0.29599	0.00779	37.988***	
2020년 더미	0.04199	0.00238	17.61756***	
사회적 거리두기(2단계 이상) 더미	0.05395	0.0038	14.18584***	
국가재난지원금 더미	0.01365	0.00331	4.12424***	
설날·추석 더미	0.04832	0.00395	12.23855***	
2월	-0.05335	0.00361	-14.7902***	
3월	-0.01326	0.00364	-3.64234***	
4월	-0.01332	0.00355	-3.75535***	
5월	0.05006	0.00389	12.88151***	
월(시간) 고정효과	6월	0.03494	0.00402	8.69461***
	7월	0.02447	0.00398	6.15418***
	8월	0.0407	0.00404	10.08306***
	9월	0.06312	0.00408	15.47306***
	10월	0.01476	0.00484	3.05132**

R-Squared: 0.13609

Adj. R-Squared: 0.1248

F-statistic: 352.753 on 14 and 31349 DF, p-value: < 2.22e-16

Balanced Panel: n = 397, T = 80, N = 31760

[표 13] 소매업 모형 결과 요약

구분	서울 전체	관광특구	발달상권
유동인구 감소를 고려한 2020년 매출감소 비중 (A)	+1.9%	-3.5%	-0.3%
A + 사회적 거리두기 시행 시	+7.3%	+1.9%	+5.1%
A + 국가재난지원금 기간	+3.2%	-2.2%	+1.0%

III. 서울시, 업종별로 피해 규모 고려하여 차등 지원해야

I 업종별 경제적 손실의 실시간 모니터링 체제 구축

신한카드 빅데이터와 지방행정인허가 서비스 통계를 활용해 업종별 피해 추정

- 2020년 서울시 상권 첨두시간 유동인구는 2019년에 비해 약 7.6% 감소했으며, 이는 대부분 코로나19가 원인으로 추정됨
 - 신한카드 데이터에 의하면 2020년 40주간 서울시 점포 매출액은 전년 대비 약 6.2% 감소
 - 조사 대상 63개 업종 중 한식업, 기타요식, 의복/의류, 학원, 백화점, 양식 업종의 매출 감소가 가장 커졌으며, 이들 6개 업종의 매출 감소는 전체의 49.8%
- 매출이 가장 크게 감소한 지역은 상업시설이 밀집한 마포구 서교동, 서대문구 신촌동, 중구 명동
 - 매출이 가장 크게 증가한 지역은 현대기아자동차 본사가 있는 양재2동으로, 자동차 판매 증가가 지역 매출에 포함된 결과
- 음식점, 소매업의 경우 2020년 폐업률의 유의미한 변화는 발견되지 않고 있으며, 영업 실적이 악화되었음에도 폐업으로 이어지지 않고 있음
 - 서울 주요 상권의 소규모 매장 공실률은 강남을 제외한 모든 지역에서 증가
- 코로나19로 인한 총 서울의 매출 감소 효과는 11%
 - 음식점업의 경우 코로나19로 인해 매출이 평균 13.6% 감소했으며, 사회적 거리두기 시행 시 27.6%까지 감소
 - 국가재난지원금은 5월 일시적 매출 증가에 기여했고, 소비 진작 효과는 약 4주간 발생
 - 소매업의 경우 코로나19로 인해 매출이 평균 1.9% 증가했으며, 사회적 거리두기 시행 시 7.3%까지 증가

I 업종별 코로나19 피해 구제 대책 마련

업종별 피해 규모를 고려한 차등 지원 실시

- 코로나19의 확산으로 인한 유동인구의 감소와 이에 대응한 서울시의 사회적 거리두기 시행은 시민들의 생활패턴을 변화시키고 업종별로 상이한 경제적 효과를 야기하였음
 - 서울시 소상공인들은 코로나19로 인해 막대한 경제적 손실을 입었으며, 음식점의 경우 큰 폭의 매출 감소가, 소매업의 경우 소폭의 매출 상승이 발생
 - 코로나19의 불확실성은 경제활동을 위축시켜 지역경제에 악영향을 미칠 수 있으며, 경제 효과 또한 업종별로 비대칭적으로 발생해 경제적 불평등 심화가 우려됨
 - 서울시는 유동인구, 업종별 매출액 데이터 분석 결과를 고려하여 피해 업종에 대한 손실 보상과 재난지원금 등 피해 소상공인 지원 방안을 마련할 필요가 있음

06756
서울특별시 서초구
남부순환로 340길 57

02-2149-1234
www.si.re.kr