

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. 독립서적이거나 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.