

코로나19로 변화한 생활인구와 음식업 창·폐업 행태 : 서울시 주요 상권을 중심으로

지 상 훈*

서울시의 주요 상권별 생활인구수와 음식업 점포 수의 변화를 코로나19 발생 시기를 중심으로 살펴보았다. 서울시 주요 상권 중 발달상권과 관광특구의 생활인구는 코로나19 확산 시기에 크게 감소한 반면 골목상권의 생활인구는 큰 변동이 없었다. 음식점의 창업과 폐업 역시 상권별로 다르게 나타났는데, 발달상권과 관광특구에서는 폐업이 감소하였지만 창업이 더 크게 감소하며 음식업이 쇠퇴한 반면 골목상권에서는 폐업이 감소하고 창업은 소규모 점포를 중심으로 오히려 늘어났다.

1. 머리말

코로나19로 시민들은 외부 이동을 자제하였고 이는 대면서비스업의 소비 감소로 이어졌다. 하지만 코로나19의 영향이 모든 상권에서 동일하게 나타난 것은 아니다. 서울시에서는 시민들이 주거지에서 생활하는 시간이 늘어난 만큼 대형 소비 상권 방문은 줄어들었지만 주거지 인근 골목상권 방문은 상대적으로 덜 감소하였다(주재욱 · 노승철 · 윤종진, 2021). 이는 코로나19가 시민의 이동에 미치는 영향이 상권의 특성에 따라 차이가 있다는 것인데, 이러한 차이는 상권 내 자영업자에게까지 영향을 미칠 수 있다. 특히 음식업은 코로나19로 유동인구가 감소하면서 매출에도 충격을 받은 대표적인 업종(주재욱 · 노승철 · 윤종진, 2021)으로 코로나19 상황이 1년 넘게 지속되고 있는 만큼 음식업의 매출 충격은 자영업자의 창업과 폐업에도 영향을 미칠 수 있으며 이는 상권의 특성에 따라 상이하게 나타날 수 있다. 이를 확인하기 위해 본고에서는 시민들의 상권 방문 행태 및 음식업의 창·폐업 변화를 서울시 자료를 활용하여 면밀히 살펴보고자 한다.

* 한국노동연구원 연구원(sanghoonjee@kli.re.kr).

II. 서울시 주요 상권 데이터 분석

1. 서울시 내 주요 상권의 구분 및 정의

본고에서는 서울시 생활인구수 및 음식업 점포 수의 변화를 서울시 주요 상권에 따라 구분하여 살펴보았다. 상권의 구분은 ‘우리마을가게 상권분석서비스’ 자료를 활용하였는데, 해당 자료는 서울시 내에 존재하는 다양한 상권들을 골목상권, 전통시장, 발달상권, 관광특구 4가지로 정의하여 구분(표 1)한 것으로, 서울시에서 자영업자의 창업을 지원하기 위해 개발한 상권 분석 시스템을 통해 제공되는 자료이다.

각 상권에 대해 설명하면, 우선 골목상권은 소매업 및 음식업 등 생활밀착형 서비스를 제공하는 점포들이 주를 이루며 주거지와 인접한 곳에 형성되어 있는 상권이다. 영세 자영업자가 다수를 차지하고 주요 소비인구가 도보를 통해 접근할 수 있는 곳을 의미한다. 전통시장은 지역 내에 형성된 상설시장이나 정기시장으로 대부분 소형 상권이지만 남대문시장과 같은 대형 시장도 존재한다. 전통시장은 형태별로 주거지역 인근에 위치하는 골목형 시장, 건물에 위치한 상가형 시장, 광장 및 공터에 자리잡은 광장형 시장 등이 있다.

발달상권은 소매, 음식과 같은 생활밀착 서비스뿐만 아니라 금융, 교육 등 다양한 업종이 밀집되어 있는 상권으로 지하철 및 버스 정류장과 인접하여 교통 접근성이 좋고 영화관, 복합쇼

〈표 1〉 서울시 상권별 정의

상권 구분	정의 및 특징
골목상권	거주지 내의 좁은 도로를 따라 형성된 상업 범위로 음식업, 소매업, 서비스업 관련 점포가 30개 이상 밀집된 상권임. - 백화점, 대형마트, 기업형 슈퍼마켓의 반경 200m 내에 포함된 점포는 제외되고 배후지가 주거 밀집 지역에 포함되는 점포만 해당됨.
전통시장	오랜 기간에 걸쳐 일정한 지역에서 자연 발생적으로 형성된 상설시장이나 정기시장
발달상권	2천 제곱미터 이내 도소매, 음식·숙박, 생활서비스, 금융, 부동산, 학문·교육, 의료복지, 문화예술종교, 관광 여가오락 관련 점포가 50개 이상 밀집되어 있고 배후지를 고려하지 않고 도보 이동이 가능한 범위 내의 상가 업소 밀집 지역임. - 2016년 중소벤처기업부(소상공인시장진흥공단)에서 정의한 260개 발달상권 중에서 전통시장 등을 제외한 나머жим.
관광특구	관광활동이 주로 이루어지는 상권을 뜻함. - 이태원, 명동·남대문·북창동·다동·무교동, 동대문패션타운, 종로·청계, 잠실, 강남마이스가 포함됨.

자료 : 우리마을가게 상권분석서비스 홈페이지, <https://golmok.seoul.go.kr/introduce3.do>.

핑물, 대형마트 등과 같은 소비인구를 끌어들이는 집객시설이 있는 경우가 많다. 발달상권은 주로 외부에서 유입되는 방문객과 직장인구가 주요 소비인구를 구성한다. 관광특구는 전국 관광특구로 지정된 상권으로 서울시에는 이태원, 명동 등 총 6개의 상권이 있다. 「관광진흥법」에 따르면 관광특구는 “외국인 관광객의 유치 촉진 등을 위하여 관광 활동과 관련된 관계 법령의 적용이 배제되거나 완화되고, 관광 활동과 관련된 서비스·안내 체계 및 홍보 등 관광 여건을 집중적으로 조성할 필요가 있는 지역으로 이 법에 따라 지정된 곳”을 의미한다. 따라서 관광특구는 외국인을 대상으로 하는 점포들이 밀집되어 있는 만큼 코로나19로 외국인의 입국이 제한되면서 가장 큰 피해를 입었을 것으로 예상되는 지역이다.

〈표 2〉를 통해 서울시에 분포되어 있는 상권 수를 보면 우선 골목상권은 총 1,010곳으로 그 수가 가장 많으며, [그림 1]에서 보면 골목상권은 서울시 전역에 고루 퍼져 있다. 평균 면적은 발달상권이나 관광특구보다 작지만 상권 수가 많아 총면적은 4개 상권 형태 중 가장 크다. 또한 골목상권 내에서 상주하거나 활동하는 인구(생활인구)수는 전체 상권 내 생활인구수의 60%가량을 차지하여 그 규모 역시 가장 크지만 생활인구 밀도는 발달상권이나 관광특구보다 낮다. 다음으로 발달상권은 총 253곳이 있으며 전체 상권 내 생활인구수의 28.9%를 차지하여 두 번째로 비중이 높다. 서울시청을 중심으로 한 종로구 및 중구 상권과 코엑스, 강남역 및 압구정 등 강남구 내에 위치한 상권 등이 대표적인 발달상권이다. 전통시장은 총 227곳으로 발달상권보다 그 수가 조금 적은 수준이다. 골목상권과 마찬가지로 고르게 퍼져 있지만 전통시장의 생활인구수는 상권 전체에서 4.5% 정도로 규모가 작아 생활인구 밀도가 낮다. 마지막으로 관광특구는 상권 수가 6곳으로 매우 적지만 각 개체의 평균 면적은 84만 8,672m²로 매우 넓으며 생활인구의 밀도 역시 가장 높아 매우 많은 수의 인구가 집중되는 상권이다.

〈표 2〉 서울시 내에 존재하는 상권의 수 및 특징

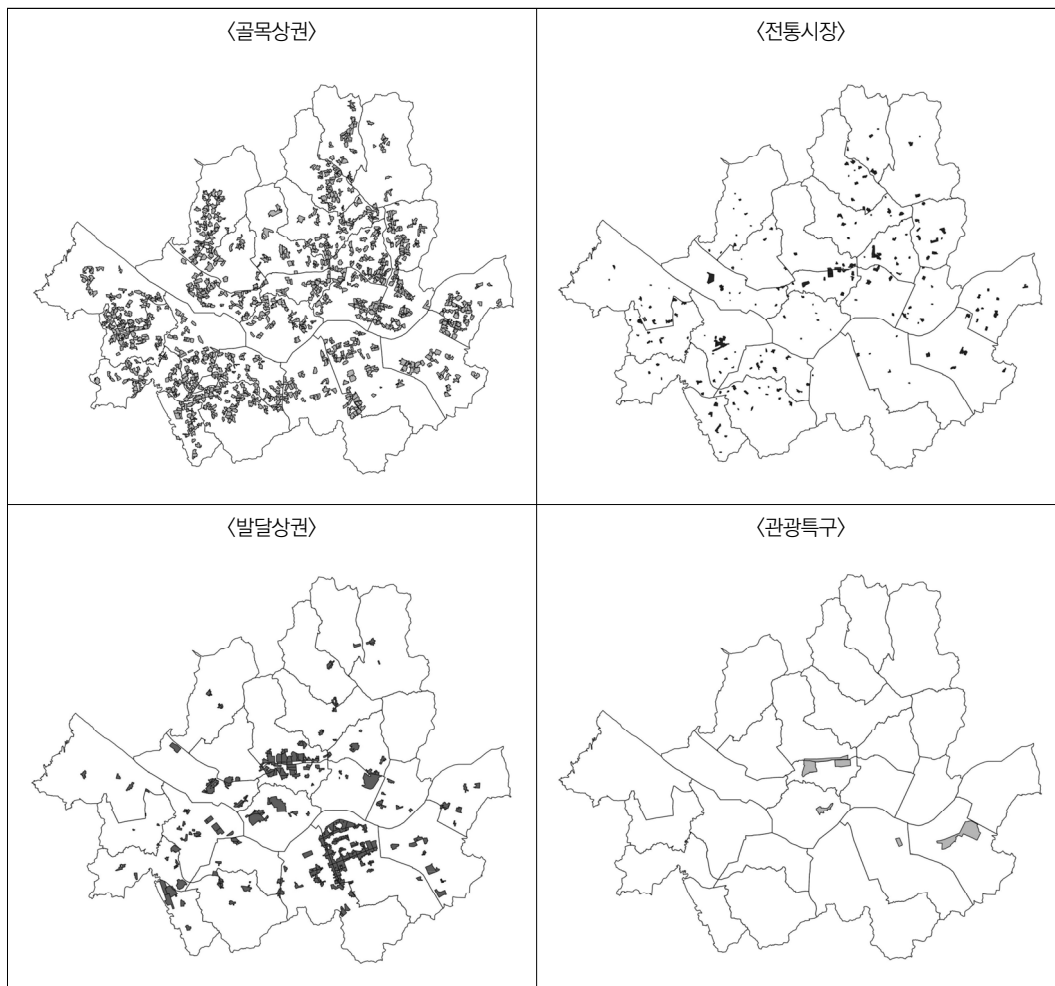
항 목	골목상권	전통시장	발달상권	관광특구	전 체
상권 수(개)	1,010	227	253	6	1,496
평균 면적(m ²)	74,459	29,056	116,421	848,672	77,771
총면적(m ²)	75,203,782	6,595,618	29,454,513	5,092,033	116,345,416
총생활인구수(명)	2,381,025	178,151	1,138,259	242,342	3,939,776
생활인구 밀도(명/m ²)	0.032	0.027	0.039	0.048	0.034

주 : 1) 총생활인구 수는 각 상권 생활인구수의 총합이며 2019년 평균임.

2) 생활인구 밀도는 2019년 평균 총생활인구 수를 총면적으로 나눈 것임.

자료 : 서울 열린데이터 광장, 「서울시 우리마을가게 상권분석서비스(상권영역)」, 「집계구 단위 서울 생활인구(내국인)」 원자료.

[그림 1] 상권 구분에 따른 각 상권 개체의 서울시 내 위치



자료 : 서울 열린데이터 광장, 「서울시 우리마을가게 상권분석서비스(상권영역)」.

2. 서울시 상권별 생활인구의 변화

서울시의 생활인구는 서울 열린데이터 광장에서 제공하는 서울 생활인구 자료 중 집계구 단위 내국인 생활인구를 사용하여 살펴보았다. 서울시 생활인구는 KT의 LTE 시그널을 바탕으로 특정 시점에 각 집계구에 존재하는 인구수를 추정한 것으로 일별, 시간대별, 성별, 연령별 인구수가 제공된다. 서울시 생활인구는 총 1만 9,153개 집계구로 구분되어 있어 서울시 내에 존재하는 다양한 상권 내 생활인구를 분석할 수 있고 일별·시간대별 인구수가 제공되어 코로나19 충격에 따른 변화를 신속히 관찰할 수 있다는 장점이 있다. 이 절의 분석은 서울시 생활인구

집계구 자료를 기반으로 하여 각 상권에 포함되는 집계구의 생활인구를 기간에 따라 합산하여 산출한 상권별 생활인구수를 사용하였다.¹⁾

생활인구의 변동과 코로나19 발생 현황을 [그림 2]에서 보면 서울시의 생활인구는 코로나19 발생에 따라 크게 변동하였다. 서울시의 생활인구를 주요 상권 내 생활인구와 상권 외 생활인구로 나누어 보면 2019년까지는 전년동월대비 증감률의 월별 등락이 상권 여부에 관계없이 유사하였는데 코로나19 확산세가 나타난 2020년 2월부터 상권과 비상권의 증감률이 큰 폭으로 벌어졌다. 서울시 주요 상권 내 생활인구수는 1차 확산기인 2~3월 크게 감소한 후 확산세가 진정되고 긴급재난지원금이 지급된 4~7월 동안 서서히 회복한 반면, 상권 외 생활인구 수는 2020년 9월까지 전년동월대비 증가세를 유지하였다. 2차 확산이 있었던 8~9월 역시 마찬가지로 상권 내 생활인구는 -8.3%까지 다시 감소하였고 3차 확산기인 11~12월 및 2021년 1월에는 -11.9%까지 감소하였다. 반면 상권 외 생활인구는 3차 확산기에도 -1.7%까지만 감소하여 코로나19 시기의 생활인구 변동은 주요 상권을 중심으로 나타났다.

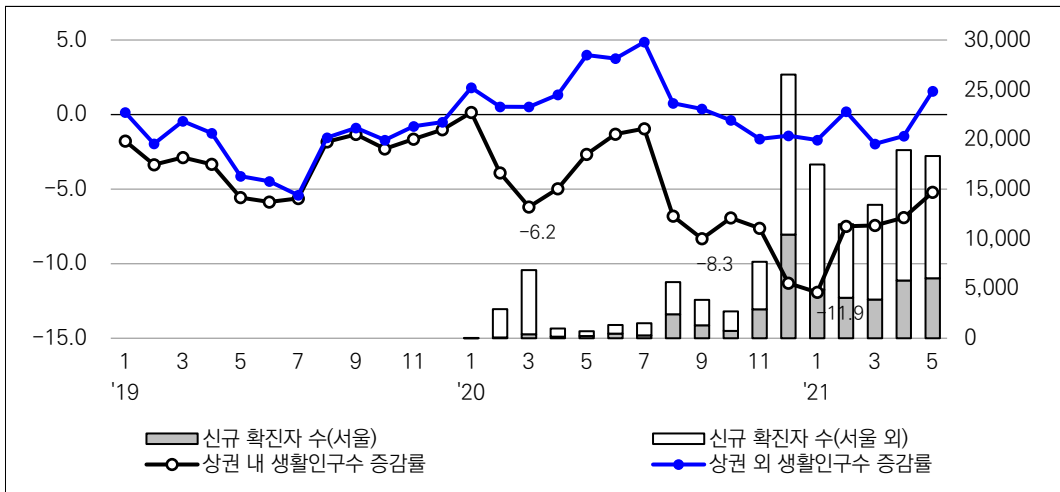
주목할 만한 점은 1~2차 확산기와 비교하면 3차 확산기의 신규 확진자 수는 4배 정도 증가하였음에도 주요 상권 내 생활인구 감소율은 1차 확산기와 비교하면 2배에도 못 미쳤다는 점이다. 이는 노래방, 유흥업소 등의 집합금지와 음식점 등의 영업시간 규제와 같이 상권 방문을 제한하는 사회적 거리 두기 정책들이 3차 확산기에 더 강하게 시행되었음에도²⁾ 상권 내 생활인구의 감소가 상대적으로 크게 나타나지 않았다는 것을 의미한다.³⁾ 하지만 2021년 5월에도 상권 내 생활인구수는 2019년 5월과 비교하면 -5% 수준의 감소를 나타내고 있어 여전히 크게 위축되어 있다고 할 수 있다.

코로나19에 따른 생활인구의 변동은 상권의 특성에 따라서도 차이가 있다. 특히 골목상권의 생활인구 변동은 그 외의 상권과 비교하여 뚜렷한 차이가 있다. [그림 3]은 전년동월대비 생활인구의 월별 변화를 상권별로 나타낸 것이다. 우선 전체 상권의 생활인구 증감률에서 각 상권이 기여하는 비율(그림 3 왼쪽 그림)을 보면 2019년 전체 상권 내 생활인구의 증감률은 생활인구의 비중이 큰 골목상권에 의해 주로 나타난 변동이었다. 하지만 2020년에 나타난 상권 내 생활인구의 감소는 발달상권의 감소에 크게 기인한 것임을 알 수 있다. 골목상권의 경우 1차 확산기인 2~3월에는 생활인구의 감소가 거의 없었으나 2차와 3차 확산기를 거치면서 생활인구

- 1) 각 상권과 겹치는 집계구의 면적 비율에 따라 집계구 인구를 배분하였다. 예를 들면, 집계구가 상권에 전부 포함될 경우는 집계구 생활인구의 100%를 배분하고 집계구의 면적이 상권 면적에 50%만 포함되면 집계구 생활인구의 50%만 배분하였다.
- 2) 2020년 8월과 9월에 사회적 거리 두기 2.5단계는 2주간, 사회적 거리 두기 2단계는 6주간 시행되었다. 2020년 12월과 2021년 1월에 사회적 거리 두기 2.5단계는 8주간 시행되었다.
- 3) 코로나19 상황 초기와 달리 감염병과 공존하는 생활에 적응하고 거리 두기 관련 피로도가 누적되면서 시민들이 확산세에 덜 민감하게 반응하였을 가능성이 있다.

[그림 2] 서울시 주요 상권 내외 생활인구수 증감률(좌) 및 신규 확진자 수(우) 변화

(단위: 명, %, 전년동월대비)



주: 1) 전년동월대비 증감률 중 설날과 추석에 포함된 달은 매칭을 하였음. 따라서 2020년 1월은 2019년 2월 대비, 2020년 2월은 2019년 1월 대비, 2020년 9월은 2019년 10월 대비, 2020년 10월은 2019년 9월 대비임.

2) 2021년 1~5월 증감률은 2019년 1~5월 대비임.

3) 상권 외 생활인구수는 서울시 전체 생활인구수에서 상권 내 생활인구수를 뺀 값임.

자료: 서울 열린데이터 광장, 「집계구 단위 서울 생활인구(내국인)」, 원자료, 각 연도.

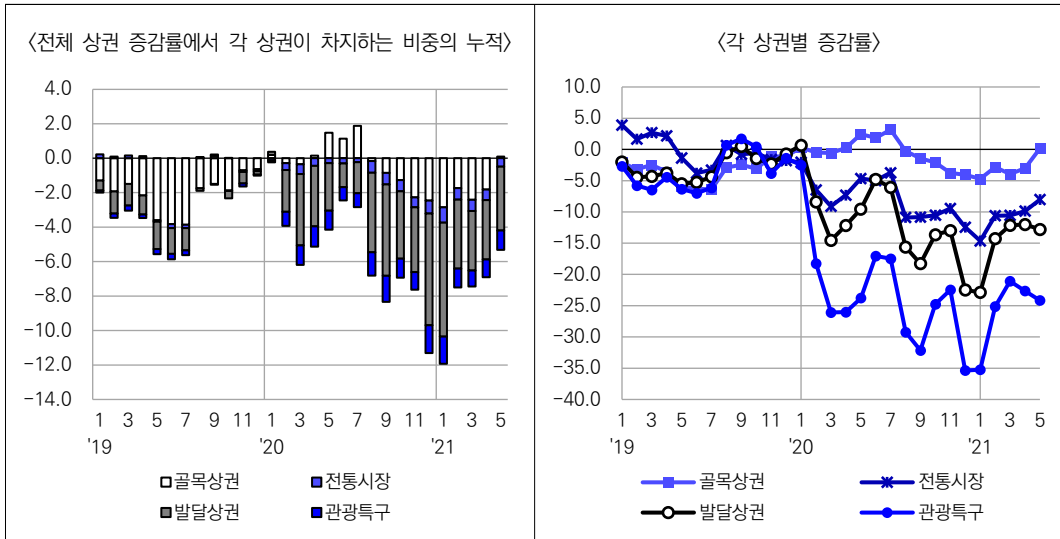
의 감소세가 -5% 수준까지 확대되어 갔고 2021년 5월에는 2019년 5월 수준으로 다시 회복되었다. 또한 골목상권은 코로나19 확산이 누그러들고 긴급재난지원금이 지급되었던 5~7월에는 오히려 전년동월대비 생활인구가 증가하였다. 따라서 골목상권에서는 사회적 거리 두기의 영향이 약한 시기에는 생활인구 변동이 적었고 수도권을 중심으로 확진자가 증가했던 2차와 3차 시기에는 생활인구도 감소하여 코로나19의 영향을 받았다고 할 수 있지만, 전반적으로 코로나19로 인하여 크게 변동한 것은 아니었다. 이는 앞서 살펴본 상권 외 지역에서의 생활인구 변동 패턴과 유사한데, 골목상권이 주로 주거지 인근에 위치하여 배후지역의 상주인구를 중심으로 소비가 이루어진다는 점이 동일하기 때문이다.

전통시장은 코로나19의 영향이 골목상권보다 더 강하게 나타났다. 2020년 3월 기준으로 전년동월대비 9% 정도 감소하였고 7월에는 -3.7%대까지 감소세가 완화된 회복의 기미가 있었으나 다시 8월 -10.9%, 12월 -12.4%까지 감소하며 감소세가 확대되었다. 이후 2021년 1~5월에는 확진자 증가 추세가 높은 수준을 유지하였지만 생활인구 감소세는 점차 완화된 5월에는 2019년 5월 대비 -8% 수준으로 축소되었다.

발달상권도 전반적인 변화의 패턴은 전통시장과 비슷하게 나타났는데, 전통시장보다는 생활인구의 감소세가 더 큰 것이 특징이며, 누적 비중을 보면 2020~21년의 상권 내 생활인구의 감소는 발달상권에서의 감소가 주원인이었음을 알 수 있다. 발달상권은 주로 역세권에 위치해

[그림 3] 상권별 생활인구수 증감률의 변화

(단위 : %p, %, 전년동월대비)



주 : 1) 전년동월대비 증감률 중 설날과 추석에 포함된 월은 매칭을 하였음. 따라서 2020년 1월은 2019년 2월 대비, 2020년 2월은 2019년 1월 대비, 2020년 9월은 2019년 10월 대비, 2020년 10월은 2019년 9월 대비임.

2) 2021년 1~5월 증감률은 2019년 1~5월 대비임.

자료 : 서울 열린데이터 광장, 「서울시 우리마을가게 상권분석서비스(상권영역)」, 「집계구 단위 서울 생활인구(내국인)」, 원자료, 각 연도.

있고 대형 집객시설과 상가가 밀집해 있는 상권으로, 코로나19로 인해 대중교통과 영화관, 복합쇼핑몰 등의 집객시설 이용객이 감소한 것이 원인으로 주목된다.⁴⁾ 코로나19 확산이 누그러들었던 2020년 4~7월에는 생활인구 감소율이 절반 이상 축소되어 상권의 생활인구가 회복되어 가는 모습도 전통시장과 유사하다. 관광특구도 발달상권과 유사한 패턴을 보이거나 관광객과 같이 외부에서 유입되는 소비인구의 비중이 높은 만큼 그 추세가 더 극대화되어 나타났다. 다만 발달상권과 관광특구는 전통시장보다 코로나19 확산기에 감소세의 확대폭이 더 크지만 진정국면에서는 감소세의 축소폭도 더 커 변동성이 큰 것으로 나타났다.

상권별 생활인구의 변동은 연령별로도 차이가 있다(표 3). 우선 전체 상권 내에서의 2019년 대비 2020년의 감소율을 보면 60세 이상이 -6.8%로 감소율이 가장 컸고, 그다음이 5.5% 감소한 20대, 3.4% 감소한 19세 이하이다. 주력 근로 연령층인 30~50대는 1~2%가량 감소하여 상권 내에서의 감소세가 상대적으로 약했다. 연령별로 살펴보면 60세 이상은 골목상권을 포함한 전 상권에서 생활인구가 감소하였고 전통시장을 포함한 다른 상권에서도 19세 이하를 제외한 나머지 연령대에 비해 생활인구 감소율이 높아 코로나19로 인해 고령층이 이동을 자제하였음을

4) 2020년 서울시 1~9호선 분기별 총승차객의 전년동기대비 감소율은 1분기 -19.6%, 2분기 -30.1%, 3분기 -27.1%, 4분기 -32.2%이다. 2020년 영화관의 전년대비 관객 수, 매출액 감소율은 각각 -73.3%, -73.7%이다.

〈표 3〉 연령별 2019년 대비 2020년 평균 생활인구수 증감률

(단위 : %, 전년대비)

상권 구분	19세 이하	20대	30대	40대	50대	60세 이상	전체
골목상권	2.5	1.9	3.1	3.4	1.7	-1.8	-0.4
전통시장	-6.1	-6.2	-4.8	-4.9	-5.8	-9.9	-7.7
발달상권	-15.3	-13.4	-8.2	-6.6	-8.0	-16.7	-11.6
관광특구	-46.3	-25.9	-17.9	-16.7	-17.9	-26.4	-23.1
전 체	-3.4	-5.5	-2.4	-1.2	-2.4	-6.8	-5.1

자료 : 서울 열린데이터 광장, 「서울시 우리마을가게 상권분석서비스(상권영역)」, 「집계구 단위 서울 생활인구(내국인)」, 원자료, 각 연도.

알 수 있다. 주력 근로 연령층인 30~50대는 다른 연령대에 비해 발달상권과 관광특구에서의 감소율이 상대적으로 낮다. 이는 발달상권이 도심가에 위치해 있고 직장 및 주요 대중교통시설과 인접해 순수한 소비의 목적과 더불어 직장 때문에 발달상권 방문이 상대적으로 더 빈번했을 것으로 해석할 수 있다. 19세 이하의 경우 발달상권과 관광특구에서 감소율이 다른 연령대와 비교해 높은 편이었는데, 이는 학생들이 코로나19 감염 위험이 상대적으로 높은 인구 밀집 지역의 방문을 다른 연령층보다 더 자제하였다는 것을 보여 준다.

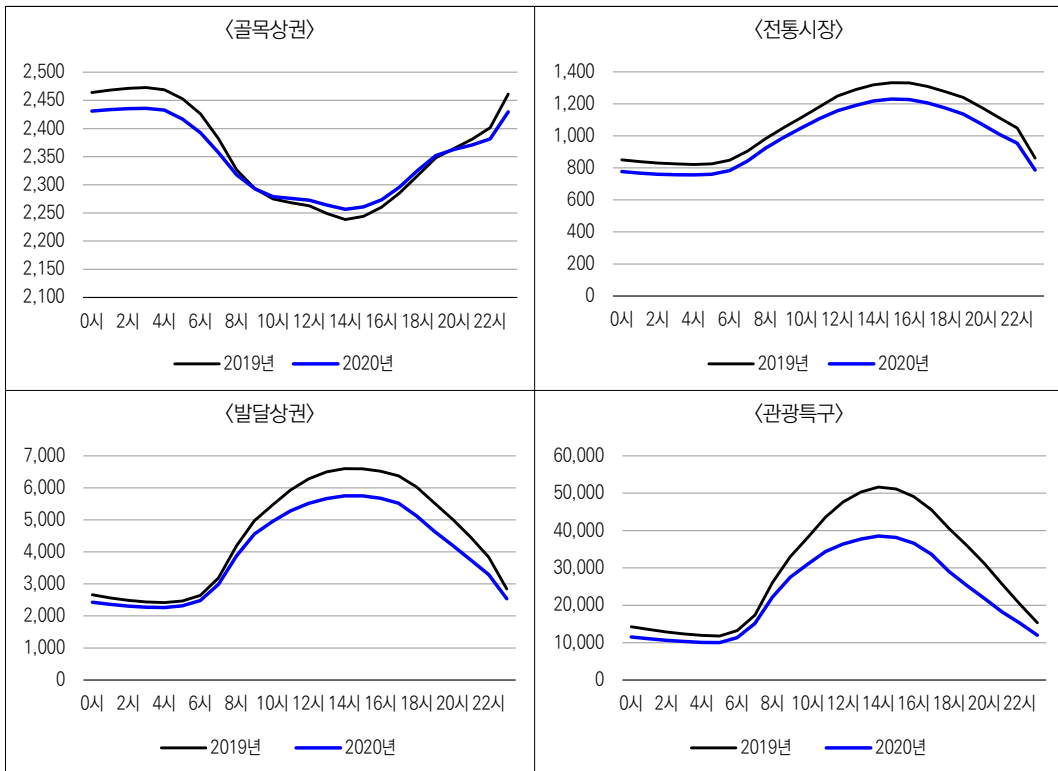
상권별로 각 시간대의 평균 생활인구수는 상권의 특징에 따라 다른 양상이 나타난다(그림 4). 주거지역 인근에 위치한 골목상권은 상권 내에 주택가, 소형 아파트 등의 주거인구가 일부 포함되고 주로 거주민을 대상으로 하는 상권인 만큼 주간 시간대에는 생활인구가 감소하고 출근과 퇴근시간인 이른 오전과 야간에 생활인구가 증가하는 패턴이 나타난다. 2019년과 2020년을 비교하면 20시~다음날 9시까지의 출퇴근시간 및 야간시간의 골목상권 생활인구수는 2020년에 2019년보다 감소하였지만 10~19시까지 상존하는 주간 생활인구는 2019년보다 소폭 증가하였다. 이는 코로나19로 야간시간의 활동은 줄었지만 직장인의 재택근무와 학생들이 원격수업 등 주간시간에 주거지에 머무르는 인구가 증가한 것이 반영된 것으로 보인다.

반대로 전통시장, 발달상권 및 관광특구와 같이 직장인과 외부 방문객의 소비가 주를 이루는 상권은 주간 생활인구가 증가한다. 새벽시간에는 생활인구가 저점을 나타내며 출근시간부터 생활인구가 점차 증가하여 14~15시에 정점을 이룬 후 다시 퇴근과 저녁시간대에는 감소하여 골목상권과는 반대의 패턴이 나타난다. 2019년과 비교하면 2020년 들어 전통시장은 시간대에 따라 크게 차이를 보이지 않고 5% 내외로 생활인구가 감소한 모습이 특징이다. 반면 발달상권과 관광특구 내 생활인구수의 변화는 출근시간 이후 오전에서 오후로 갈수록 감소폭이 더 확대되고 14시부터 퇴근시간인 19시 정도까지는 비슷한 감소폭을 유지하다 이후 점차 축소되는 양상이다.

다음으로 [그림 5]를 통해 각 상권의 시간대별 생활인구수 증감률을 코로나19가 확산되었던

[그림 4] 상권별 시간대별 평균 생활인구수 변화 : 2019~2020년

(단위 : 명)



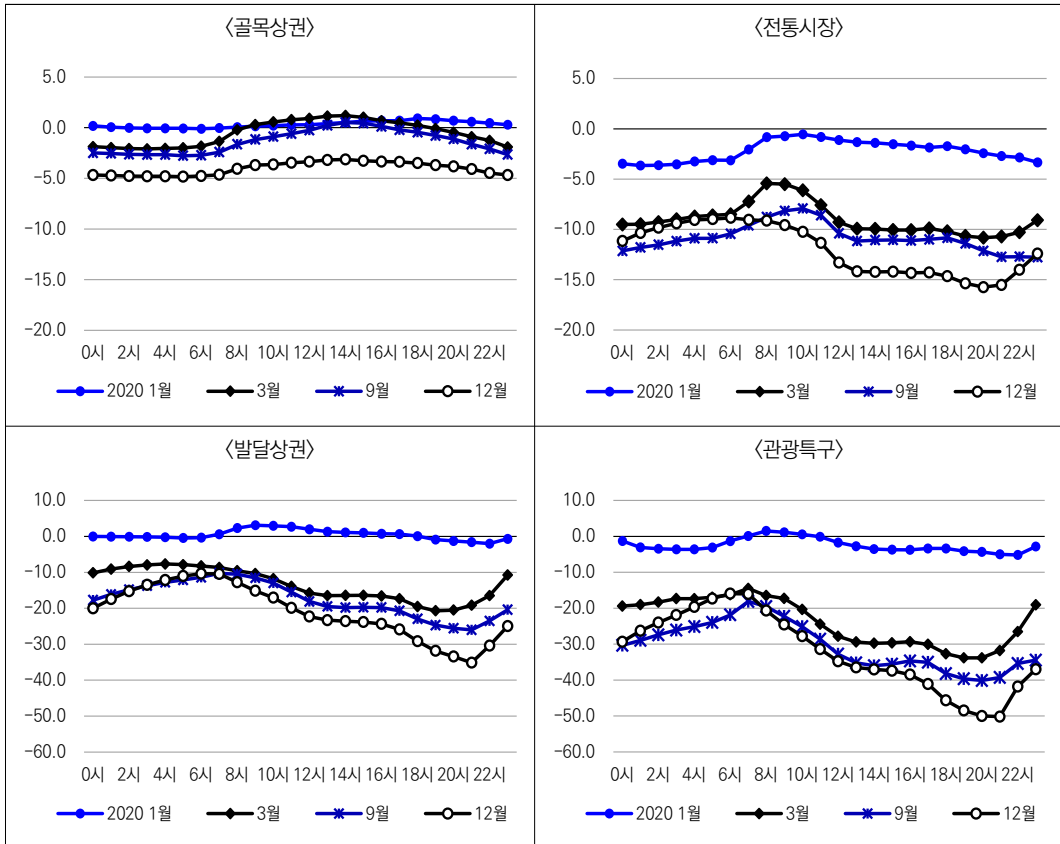
자료 : 서울 열린데이터 광장, 「서울시 우리마을가게 상권분석서비스(상권영역)」, 「집계구 단위 서울 생활인구(내국인)」, 원자료, 각 연도.

시기를 중심으로 보면, 1차에서 3차로 갈수록 저녁시간대의 생활인구수 감소가 큰 것으로 나타난다. 골목상권은 2019년과 비교해 2020년 1월, 3월, 9월까지의 시간대별 생활인구의 감소가 3% 내외로 큰 편은 아니었으나 12월에는 야간인구가 5% 가까이 감소하며 감소율이 확대되었다. 전통시장, 발달상권 및 관광특구에서도 야간시간대의 감소율이 3차 확산기에 가장 극대화 된 양상은 골목상권과 동일하다. 하지만 1~3차로 진행될수록 야간시간의 감소율이 비교적 균등하게 확대되어 왔다.

야간시간대 생활인구수 감소를 2020년 12월을 중심으로 더 자세히 살펴보면 21시에 전년동월대비 감소율이 최고치를 달성하고 그 이후 감소율이 축소되는 모습이다. 이는 2020년에는 상권 내 방문 인구의 유출 시간대가 앞당겨지면서 21시를 기점으로 상당수가 빠져나가 감소세가 약해진 반면, 2019년에는 유출 시간대가 상대적으로 늦어 21시 이후에도 지속적으로 유출되었기 때문에 상권 내 인구의 전년동월대비 감소폭이 21시 이후로 축소된 것이다. 이러한 변화는 발달상권 등의 야간시간 소비가 외식업 및 유흥문화를 중심으로 형성되어 있어 2차와

[그림 5] 상권별 시간대별 평균 생활인구수 증감을 변화

(단위: %, 전년동월대비)



주: 전년동월대비 증감률 중 설날과 추석에 포함된 월은 매칭을 하였음. 따라서 2020년 1월은 2019년 2월 대비, 2020년 9월은 2019년 10월 대비임.

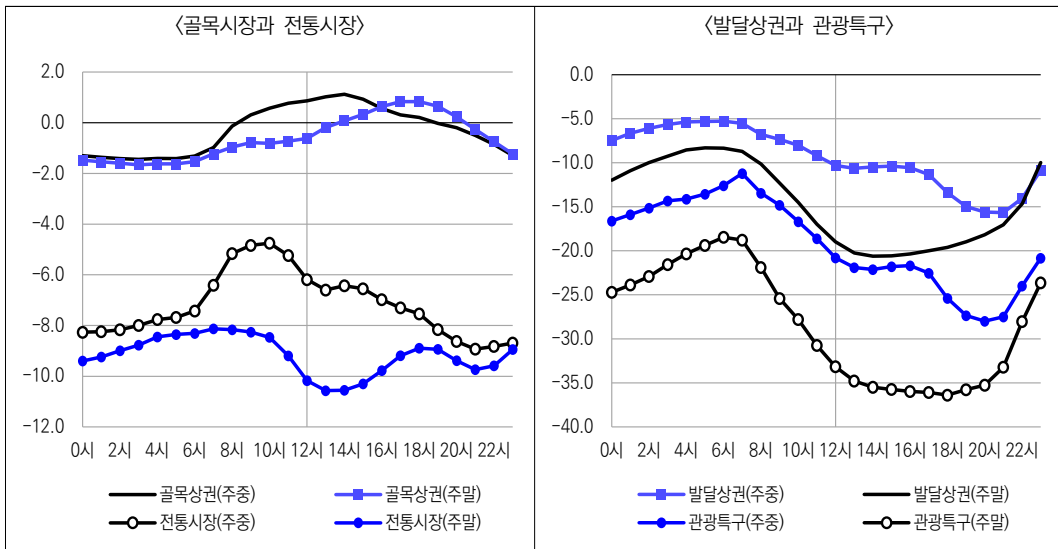
자료: 서울 열린데이터 광장, 「서울시 우리마을가게 상권분석서비스(상권영역)」, 「집계구 단위 서울 생활인구(내국인)」, 원자료, 각 연도.

3차 확산기에 강화된 사회적 거리 두기로 유흥시설에 대한 집합금지가 있었고 노래방, 음식점, 카페, 학원 등의 운영시간이 제한되면서 소비가 줄어든 영향이 반영된 것으로 판단된다.

마지막으로 상권별 생활인구의 변화를 주중과 주말로 나누어 살펴본다(그림 6). 우선 골목상권의 경우 2019년 대비 2020년의 주중 생활인구는 9시~18시에 증가한 반면 주말에는 14시~20시에 증가하여 주중에는 근로시간 위주로 상권 내 생활인구가 소폭 증가하고 주말에는 오후시간에 소폭 증가하는 형태가 나타나 차이가 있었다. 반면 전통시장은 전반적으로 주말에 생활인구가 더 크게 감소하는 모습이 뚜렷하게 나타났다. 시간대별로는 주중에는 6시~10시에 전년대비 감소율이 0~5시에 비해 축소되어 주중의 시간대별 생활인구 변동은 골목상권과 유사한 모습이다. 반면 주말에는 9~14시에 감소율이 확대되는 것으로 나타나는 데 이는 발달상권이나

[그림 6] 2019년 대비 2020년의 주중 및 주말 시간대별 생활인구 증감률

(단위 : %, 전년대비)



자료 : 서울 열린데이터 광장, 「서울시 우리마을가게 상권분석서비스(상권영역)」, 「집계구 단위 서울 생활인구(내국인)」, 원자료, 각 연도.

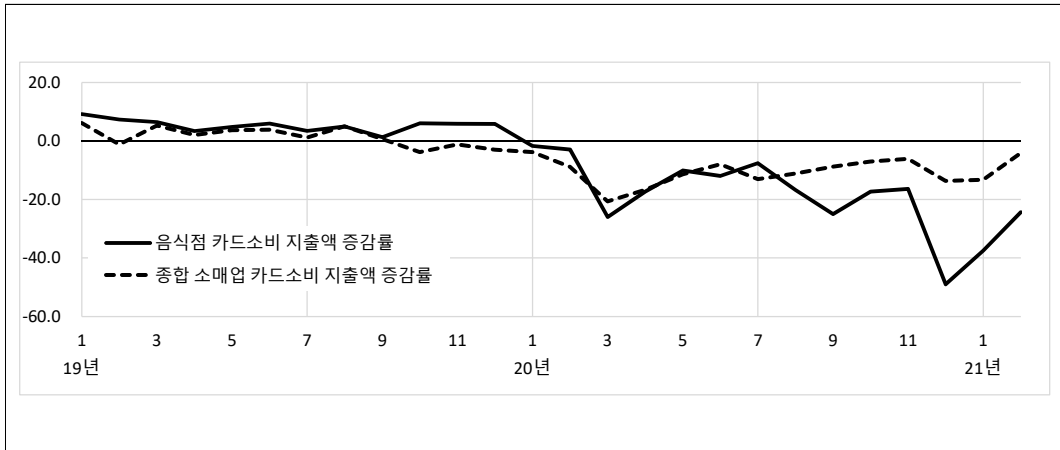
관광특구와 비슷한 패턴이다. 즉, 전통시장은 주중과 주말의 생활인구 시간대별 변동 패턴의 차이가 크며, 이는 주중과 주말에 전통시장을 방문하는 유입 인구의 특성이 다르기 때문일 가능성이 있다. 발달상권과 관광특구 역시 전년대비 생활인구 감소율은 주중에 비해 주말에 더 큰 것으로 나타났다. 시간대별 변화 패턴 역시 두 상권이 유사한데, 주중에 비해 주말에 9~15시 정도까지 생활인구가 더 급격히 감소하여 직장인구가 부재한 주말에는 상권 내 생활인구가 크게 감소한 것을 알 수 있다. 따라서 음식업과 같은 대면서비스업의 매출 충격 역시 주말에 더 컸을 것으로 추측된다.

3. 음식업종 점포 수의 변화

2020년은 코로나19로 인해 대면소비가 크게 감소하였다. 특히 음식업은 코로나19의 영향을 매우 크게 받은 업종 중 하나이며 그 여파가 비교적 오래 지속되고 있다. [그림 7]을 통해 서울시 전체 음식업과 종합 소매업의 소비액 변동을 보면 음식업은 1차 확산기에 카드소비가 25% 가량 감소하였고 이는 종합 소매업에서도 유사한 형태로 나타났다. 이후 긴급재난지원금과 코로나19 확산세가 완화되면서 음식업과 소매업 전반에서 소비가 회복되는 모습이 나타나 비슷한 추이를 보였다. 하지만 2차 확산기에는 소매업과 음식업의 소비 변화에 차이가 있었다. 소매업은 위축되긴 했지만 5~7월 수준의 감소율을 유지한 반면 음식업은 다시 1차 확산기 수준으로

[그림 7] 서울시 음식점 및 종합 소매업 카드소비 지출액 증감률

(단위 : %, 전년동월대비)



주 : 1) 종합 소매업은 백화점, 대형마트/유통전문점, 슈퍼마켓, 편의점, 면세점, 의복/직물, 복식잡화, 시계/귀금속/안경, 화장품 소비액을 포함함.

2) 음식점 및 종합 소매업 카드소비 지출액은 대면 소비액만을 포함함. 따라서 음식점의 경우 주문중개앱(배달의 민족 등)으로 소비된 금액은 포함되지 않음. 종합 소매업 역시 인터넷 쇼핑몰 등을 통해 소비된 금액은 포함되지 않음.

자료 : 한국은행, 「지급결제통계-지역별 소비유형별 개인 신용카드」, ECOS, 각 연도.

감소하여 음식점종에서의 소비가 더 민감하게 반응한 것을 알 수 있다. 3차 확산기 역시 마찬가지로 음식점에서 큰 타격이 있었지만 소매업의 감소율은 그보다는 완만하게 확대되어 2차 확산기 수준까지만 감소하였다. 따라서 음식점에서의 소비는 코로나19 확산세에 따라 감소하는 모습이고 상권 내 생활인구 변화 패턴과도 유사하게 나타났다.⁵⁾ 코로나19 상황이 1년 넘게 진행되고 있어 누적된 음식점 소비 감소는 자영업자의 창업 감소와 폐업의 증가로도 이어졌을 가능성이 크다. 이를 확인하기 위해 다음에서는 음식점 점포 수의 창업·폐업 변화를 살펴본다.

상권 내 음식점 창업과 폐업 수의 변화는 행정안전부가 제공하는 지방행정 인허가 데이터를 활용하여 조사하였다.⁶⁾ 인허가 데이터는 인허가일자, 폐업일자, 소재지 주소 등의 자료가 포함되어 있어 창업 혹은 폐업하는 음식점의 위치와 일자를 알 수 있고, 이를 통해 상권별·시기별 창·폐업 음식점 수를 파악할 수 있다.⁷⁾

5) 음식점 카드소비 지출액에는 주문중개 앱을 통한 지출액이 포함되지 않았다. 코로나19로 주문중개 앱을 통한 음식점 소비가 크게 늘어났던 만큼 이를 반영한 전체 음식점 소비액 감소는 [그림 7]에 나타난 것보다는 완화될 수 있음에 주의해야 한다. 이는 종합 소매업 카드소비 지출액 역시 마찬가지이다.

6) 음식점은 일반음식점, 휴게음식점, 제과점을 포함한다. 지방행정 인허가 데이터 개방 홈페이지에 따르면 1) 일반음식점은 “한식, 중식, 일식 등 음식류를 조리 및 판매하며, 식사와 함께 음주행위가 허용되는 업소”, 2) 휴게음식점은 “주로 다류, 아이스크림류 등을 조리하여 판매하거나 패스트푸드점 또는 공향 등에서 음식류를 조리하여 판매하며, 음주행위가 허용되지 않는 업소”, 3) 제과점은 “빵, 베이커리와 같은 빵류, 제과류 등을 만들어 판매하는 업소”로 정의된다(<https://www.localdata.go.kr/main.do>).

7) 창업 시기는 인허가 등록일로, 폐업 시기는 폐업일자로 정의한다.

〈표 4〉를 통해 상권 내 음식업종 창·폐업 수의 변화를 보면, 음식업의 매출은 코로나19로 인하여 큰 타격을 받았지만 매출 감소가 폐업의 급증으로 나타나지는 않았다. 우선 창업부터 보면, 서울시 전체로 보았을 때 음식업 관련 창업은 2019년에 전년대비 5.0% 증가하였지만 2020년에는 3.1% 감소하였다. 폐업은 2018년과 2019년에는 증가했지만 2020년에는 -3.3%로 창업과 마찬가지로 감소로 돌아섰다. 따라서 2020년에 음식업종은 창업과 폐업이 모두 감소하는 현상이 나타나 음식업종의 성장이 정체되었다고 볼 수 있다. 하지만 창업 점포 수가 폐업 점포 수보다는 많기 때문에 서울시 전체로 보면 음식업 점포 수는 여전히 증가하고 있어 음식업 자체가 쇠퇴한 것은 아니다.

하지만 창업과 폐업 현황을 상권별로 보면 차이가 드러난다. 앞서 정의된 서울시 내 주요 상권에서는 2018~2019년 음식업 창업 수와 폐업 수가 모두 전년대비 증가하여 음식업이 순환을 하며 성장했다. 하지만 2020년에는 창업과 폐업이 전년대비 감소하였고, 특히 창업의 감소율이 폐업의 감소율보다 더 높아 성장세가 크게 둔화되었다. 반면 상권 외 지역에서는 2019년 창업이 폐업에 비해 크게 늘어났고 이러한 추세는 2020년에도 약하게나마 이어지면서 코로나19가 있었던 2020년에 오히려 전년보다 더 성장하였다. 특히 2021년 1~5월까지의 창·폐업 현황을 보면 상권 외 지역으로의 편중은 더 강해진 모습인데, 이는 음식업 창업 행태가 주요 상

〈표 4〉 상권 여부에 따른 음식 업종 창·폐업 점포 수 및 증감률

(단위 : 개소, %, 전년동월대비)

		주요 상권	상권 외 지역	서울시 전체
2018년	창업	12,883 (0.8)	6,668 (-3.3)	19,551 (-0.6)
	폐업	11,684 (2.2)	5,769 (4.2)	17,453 (2.8)
	변동	1,199	899	2,098
2019년	창업	13,362 (3.7)	7,162 (7.4)	20,524 (5.0)
	폐업	11,849 (1.4)	5,823 (0.9)	17,672 (1.3)
	변동	1,513	1,339	2,852
2020년	창업	12,531 (-6.2)	7,360 (2.8)	19,891 (-3.1)
	폐업	11,233 (-5.2)	5,864 (0.7)	17,097 (-3.3)
	변동	1,298	1,496	2,794
2021년 1~5월	창업	5,467 (-4.0)	3,621 (19.7)	9,088 (4.2)
	폐업	5,019 (1.2)	2,693 (6.2)	7,712 (2.9)
	변동	448	928	1,376

주 : 1) 음식 업종은 일반음식점업, 휴게음식점업, 제과점업을 포함함.

2) 변동=창업 수-폐업 수

3) 2021년 1~5월의 창·폐업 증감률은 2019년 1~5월 대비임.

자료 : 서울 열린데이터 광장, 「서울시 우리마을가게 상권분석서비스(상권영역)」, 원자료.
행정안전부, 「지방행정 인허가 데이터개방」, 원자료, 각 연도.

권에서 상권 외 지역으로 이동하였음을 의미한다. 상권 외 지역은 주거지역에 인접해 있지만 식당 및 상점이 밀집되어 있지 않은 지역으로 외부인의 소비보다는 주거민을 대상으로 하는 소비에 집중된 지역이라고 할 수 있다. 상권 외 지역에서의 음식업 창업이 2019년에도 크게 증가한 것을 고려하면, 코로나19가 변화되고 있던 음식업 창업 행태를 가속화했을 것으로 볼 수 있다.

앞서 설명하였듯이 서울시 주요 상권은 특성에 따라 4가지로 분류되는데, 각 상권은 그 특성에 따라 음식업의 창업과 폐업이 상이하게 나타난다. <표 5>를 보면 골목상권은 2020년에 창업 점포 수의 증가세가 2019년보다는 다소 축소되었지만 여전히 증가하였다. 반면 폐업한 점포 수는 2018~2019년에는 큰 차이가 없었지만 2020년에 오히려 감소하여 식당 수의 순증가는 2019년보다 확대되었으며 전반적으로 골목상권의 음식업이 성장하였다. 이는 상권 외 지역의 동향과 유사하다. 골목상권 역시 배후지에 주거 밀집 지역이 포함되는 만큼 주거민을 대상으로 한 소비가 주를 이루는데, 골목상권의 생활인구가 크게 감소하지 않았던 만큼 골목상권 내 음식업 개업이 상대적으로 유리할 수 있기 때문에 창업이 집중되었을 수 있다. 또한 코로나19로 배달업이 크게 성장하였는데 골목상권이 다른 상권보다 배달을 통한 운영이 상대적으로 더 용이한 것도 원인일 수 있다.

전통시장 또한 2020년에 음식업 점포 수가 순증가하였는데 골목상권과는 다르게 창업이 증가했다기보다는 폐업이 전년대비 크게 감소한 영향이 크다. 전통시장의 생활인구는 코로나19의 확산세에 따라 감소하였던 만큼 전통시장의 음식점 매출이 늘었다고 보기는 힘들 것이다. 따라서 폐업의 감소는 상대적으로 업황이 좋지 못한 상황에서 권리금 등의 이유로 폐업을 미루는 경향이 일부 반영되었을 수 있어 이것이 긍정적인 신호는 아닐 수 있다. 다만 2020년의 창업 점포 수 감소가 크지 않고 2021년 1~5월에 2019년 대비 창업 점포 수가 증가한 점은 전통시장이 침체된 것을 아닐 수 있음을 의미한다.

발달상권은 코로나19의 영향이 음식업에 직접적으로 나타난 상권이다. 2018~2019년까지는 창업과 폐업이 모두 증가하여 상권이 활발하게 순환되고 있었다. 하지만 2020년에는 창업이 크게 감소하였고 폐업 역시 감소하며 순감소로 돌아섰다. 창업과 폐업이 동시에 감소하고 특히 창업이 상대적으로 더 크게 감소하면서 발달상권의 음식업은 전반적으로 쇠퇴하였다고 볼 수 있다. 또한 2021년 1~5월 누적 창업 점포 수는 2,053개로 2020년 1~5월의 1,805개보다는 증가하였지만 2020년 8~12월 수치인 2,039개와는 큰 차이가 없어 2021년에도 여전히 위축되어 있다. 폐업 점포 수는 2020년 1~5월 1,833개, 2020년 8~12월 2,209개, 2021년 1~5월 2,153개로 2020년 하반기에 폐업 점포 수가 증가한 후 그 추세가 2021년 상반기에도 유지되고 있어 최근 까지도 발달상권의 음식업 상황은 크게 개선되지 않고 있다.⁸⁾ 발달상권은 생활인구의 감소가 뚜렷하게 나타났고 이러한 수요의 감소가 1년여 넘게 누적되면서 상권 내 음식업의 쇠퇴로 이

어진 것으로 보인다.

위의 결과에 따르면 주요 상권에서 공실이 증가한 것은 폐업이 급증했기 때문이라기보다는 폐업한 자리를 창업이 대체하지 않고 있기 때문으로 해석할 수 있다. 이러한 경향은 특히 관광특구에서 더 강하게 나타났는데 관광특구는 2019년에도 정체되어 다소 위축된 양상이었지만 2020년에는 창업이 전년보다 30% 가까이 감소하고 폐업은 -12% 정도에 그쳐 발달상권과 마찬가지로 창업의 감소로 인하여 식당 수가 순감소하였다. 이는 골목상권과 대비되는데, 발달상권은 교통, 입지 등 상업 여건이 골목상권보다 유리한 만큼 임대료가 높아 진입장벽이 높지만 골목상권은 주택가에 위치한 만큼 창업 부담이 상대적으로 적은 것이 창업 수의 차이로 나타났을 수 있다. 또한 발달상권은 직장인과 더불어 소비인구가 외부에서 유입되는 만큼 배달을 통한 매출을 기대하기 어려워 창업이 감소하였을 가능성도 있다. 특히 2021년 1~5월 관광특구 내 음식업 창업 수는 2019년 동 기간과 비교하면 41.6% 감소로 2020년 1~5월 감소율(-39.0%)보다 더 확대되어 대형 상업지구로의 음식업 창업이 크게 위축되었다고 볼 수 있다.

〈표 5〉 상권별 음식 업종 창·폐업 점포 수 및 증감률

(단위 : 개소, %, 전년동월대비)

		골목상권	전통시장	발달상권	관광특구	전 체
2018년	창업	5,542 (2.2)	1,002 (0.9)	5,282 (2.7)	1,057 (-13.8)	12,883 (0.8)
	폐업	4,966 (2.6)	878 (-0.1)	4,861 (1.3)	979 (6.5)	11,684 (2.2)
	변동	576	124	421	78	1,199
2019년	창업	5,974 (7.8)	984 (-1.8)	5,448 (3.1)	956 (-9.6)	13,362 (3.7)
	폐업	4,958 (-0.2)	911 (3.8)	5,123 (5.4)	857 (-12.5)	11,849 (1.4)
	변동	1,016	73	325	99	1,513
2020년	창업	6,151 (3.0)	971 (-1.3)	4,742 (-13.0)	667 (-30.2)	12,531 (-6.2)
	폐업	4,829 (-2.6)	792 (-13.1)	4,855 (-5.2)	757 (-11.7)	11,233 (-5.2)
	변동	1,322	179	-113	-90	1,298
2021년 1~5월	창업	2,713 (4.3)	457 (6.3)	2,053 (-8.6)	244 (-41.6)	5,467 (-4.0)
	폐업	2,164 (2.7)	381 (-3.3)	2,153 (2.6)	321 (-10.1)	5,019 (1.2)
	변동	549	76	-100	-77	448

주 : 1) 음식 업종은 일반음식점업, 휴게음식점업, 제과점업을 포함함.

2) 변동=창업 수-폐업 수

3) 2021년 1~5월 증감률은 2019년 1~5월 대비임.

자료 : 서울 열린데이터 광장, 「서울시 우리마을가게 상권분석서비스(상권영역)」, 원자료.
행정안전부, 「지방행정 인허가 데이터개방」, 원자료, 각 연도.

8) 발달상권의 2019년 누적 창업 점포 수는 1~5월이 2,246개, 8~12월이 2,237개이다. 2019년 누적 폐업 점포 수는 1~5월이 2,099개, 8~12월이 2,081개이다.

마지막으로 <표 6>에서는 소규모 음식점과 일반 규모 음식점의 창·폐업 수를 상권별로 비교하여 살펴본다. 이를 위해 지방행정 인허가 데이터상 점포의 시설 총규모 자료를 활용하여 규모가 33m²(약 10평) 이하인 점포는 매장 내에 좌석 수가 적은 소규모 식당으로 정의하고 33m²

<표 6> 상권별 소규모 음식점과 일반 음식점 창·폐업 점포 수 및 증감률

(단위: 개소, %, 전년동월대비)

소규모 매장		골목상권	전통시장	발달상권	관광특구	전 체
2018년	창업	2,446 (3.0)	630 (-1.3)	1,930 (-2.2)	601 (-13.6)	5,607 (-1.3)
	폐업	2,052 (2.0)	485 (3.4)	1,520 (6.6)	471 (10.6)	4,528 (4.5)
	변동	394	145	410	130	1,079
2019년	창업	2,735 (11.8)	589 (-6.5)	2,016 (4.5)	525 (-12.6)	5,865 (4.6)
	폐업	2,102 (2.4)	497 (2.5)	1,582 (4.1)	384 (-18.5)	4,565 (0.8)
	변동	633	92	434	141	1,300
2020년	창업	2,963 (8.3)	569 (-3.4)	1,705 (-15.4)	308 (-41.3)	5,545 (-5.5)
	폐업	2,045 (-2.7)	442 (-11.1)	1,456 (-8.0)	261 (-32.0)	4,204 (-7.9)
	변동	918	127	249	47	1,341
2021년 1~5월	창업	1,413 (15.4)	279 (6.1)	773 (-5.0)	83 (-61.6)	2,548 (1.2)
	폐업	920 (5.1)	177 (-18.1)	566 (-12.1)	81 (-53.2)	1,744 (-8.6)
	변동	493	102	207	2	804
일반 매장		골목상권	전통시장	발달상권	관광특구	전 체
2018년	창업	3,090 (1.6)	371 (6.0)	3,337 (5.8)	451 (-13.1)	7,249 (2.6)
	폐업	2,621 (3.7)	311 (-4.3)	3,033 (0.5)	387 (12.2)	6,352 (2.2)
	변동	469	60	304	64	897
2019년	창업	3,232 (4.6)	393 (5.9)	3,424 (2.6)	428 (-5.1)	7,477 (3.1)
	폐업	2,589 (-1.2)	352 (13.2)	3,216 (6.0)	363 (-6.2)	6,520 (2.6)
	변동	643	41	208	65	957
2020년	창업	3,183 (-1.5)	388 (-1.3)	2,915 (-14.9)	313 (-26.9)	6,799 (-9.1)
	폐업	2,534 (-2.1)	288 (-18.2)	2,995 (-6.9)	370 (1.9)	6,187 (-5.1)
	변동	649	100	-80	-57	612
2021년 1~5월	창업	1,295 (-5.6)	146 (-12.0)	1,145 (-19.7)	98 (-51.0)	2,684 (-15.2)
	폐업	1,127 (0.4)	154 (2.0)	1,315 (-0.5)	159 (9.7)	2,755 (0.5)
	변동	168	-8	-170	-61	-71

주: 1) 음식점종은 일반음식점, 휴게음식점, 제과점업을 포함함.

2) 소규모 음식점은 시설 총규모가 33m²(약 10평) 이하인 점포임. 일반 매장은 시설 총 규모가 33m²를 초과하는 점포임. 시설 총규모 자료가 존재하지 않거나 0인 경우는 제외함.

3) 변동=창업 수-폐업 수

4) 2021년 1~5월 증감률은 2019년 1~5월 대비임.

자료: 서울 열린데이터 광장, 「서울시 우리마을가게 상권분석서비스(상권영역)」, 원자료.

행정안전부, 「지방행정 인허가 데이터개방」, 원자료, 각 연도.

를 초과하는 점포는 일반 식당으로 정의하였다.⁹⁾ 결과를 보면 골목상권에서는 2019년부터 소규모 음식점이 크게 증가했고 이런 추세는 2020년에도 이어져 창업 수는 전년대비 8.3% 증가하고 폐업은 2.7% 감소하여 점포 수가 순증가하였다. 반면 골목상권 내 일반 매장은 창업과 폐업이 전년대비 소폭 감소하여 큰 변화를 나타내지 않아 골목상권에서는 소규모 음식점의 성장이 더 크게 나타났다. 이러한 변화는 코로나19로 촉발된 외식 행태의 변화와 관련이 있을 수 있다. 예를 들면, 골목상권에서 소규모 음식점이 증가한 것은 외식인구가 지역 외부로 나가기보다 거주지 인근에서 소규모로 외식을 하거나 배달을 통해 집에서 소비를 하는 행태가 증가하는 등 외식 행태가 복합적으로 변화하여 나타난 결과일 수 있다.

반면 그 외 상권에서는 매장 크기에 따라 창업이나 폐업의 감소율이 골목상권처럼 큰 차이를 나타내진 않았다. 소규모 점포는 발달상권이나 관광특구에서 모두 창업의 감소율이 폐업의 감소율보다 더 높아 성장이 둔화되었지만 2020년에도 여전히 그 수는 순증가를 나타내어 순감소를 나타낸 일반 점포보다는 코로나19의 충격을 상대적으로 덜 받았다고 볼 수 있다. 이는 발달상권과 관광특구 역시 소규모 점포 위주로 음식점 점포 수가 증가하는 경향이 짙어지고 있는 조짐으로 해석할 수 있다. 따라서 <표 6>의 결과는 소규모 점포가 상권 전반에서 점차 활성화되고 있으며 특히 골목상권을 중심으로 그 수가 확대되고 있음을 나타낸다.

III. 맺음말

본고에서는 서울시 주요 상권의 생활인구수와 음식점 점포 수의 변화를 시기별로 살펴보았다. 분석 결과 서울시의 생활인구는 코로나19가 유행하던 시기에 급감하고 확산세가 완화되는 시기에는 점차 회복되는 양상이 드러났다. 특히 외부에서 유입되는 소비인구에 크게 의존하는 발달상권과 관광특구는 코로나19로 인해 생활인구가 큰 폭으로 감소하였는데, 특히 주말 및 저녁시간대에 그 경향이 심화되었다. 반면 인근 지역 거주민을 대상으로 하는 골목상권의 생활인구는 큰 변화를 나타내지 않아 상권의 특성에 따라 생활인구의 변동은 차이가 있음을 보여주었다. 음식점의 창·폐업 역시 상권별로 결과가 다르게 나타났다. 생활인구가 크게 감소한 발달상권과 관광특구에서는 2020년도에 폐업한 음식점 수가 2019년보다 오히려 감소하였지만 창업하는 음식점 수는 그보다 더 크게 감소하여 해당 상권의 공실은 폐업의 증가보다는 창업의 감소 때문인 것으로 드러났다. 반면 골목상권은 2020년에 음식점의 창업이 전년보다 증가하였

9) 지방행정 인허가 데이터상 점포의 시설 총규모 수치가 존재하지 않거나 0인 경우는 제외하였다.

고 폐업은 감소하며 음식점이 활성화되는 양상이었다. 골목상권의 활성화는 배달 및 포장을 주로 할 것으로 생각되는 소규모 점포의 증가에서 기인한 것으로 골목상권이 거주지 인근에 위치하여 배달이 용이하기 때문인데, 이러한 결과는 코로나19의 영향으로 시민들이 집에서 생활하는 시간이 늘어나면서 거주지로 배달되는 음식 수요가 크게 증가한 현상과 일치하는 결과이다. 따라서 본고에서 살펴본바, 코로나19는 소비자의 이동 행태 뿐만 아니라 자영업자의 창업 행태 변화에까지 연결되어 있음을 관찰하였다.

본고에서는 음식점종 근로자 수의 변화까지 분석하지는 못하였다. 하지만 창업과 폐업의 변화를 바탕으로 음식점 고용에 미쳤을 영향을 추측하자면, 발달상권과 관광특구와 같이 음식점의 점포 수가 감소하는 곳에서는 음식점종 종사자 수 역시 큰 타격을 받았을 것으로 생각할 수 있다. 하지만 상대적으로 상황이 양호했던 골목상권에서도 음식점종 근로자 수는 증가하지 않을 수 있다. 이는 골목상권에서의 음식점 창업이 근로자를 고용하는 수요가 일반 매장보다는 적은 소규모 점포 위주로 증가하여 고용원이 없는 1인 자영업자 위주로 늘어났을 수 있기 때문이다. 오히려 소규모 점포의 증가는 배달업 종사자의 수를 증가시키는 방향으로 나타날 수도 있다. 그러므로 골목상권에서는 코로나19가 회복된 후에도 음식점종 종사자 수가 제한적으로 회복될 가능성이 있다. 따라서 본고에서 분석하지 못한, 코로나19로 인한 상권의 변화와 노동시장의 관계를 살펴보는 후속 연구가 필요할 것이다. **KL**

[참고문헌]

주재욱·노승철·윤종진(2021), 「코로나19 확산이 서울 지역에 미친 경제적 손실」, 『정책리포트』 322호, 서울연구원.