

# 재난지원금이 인천시 주요 상업공간에 미친 업종별 영향 분석

석종수 / 도시정보센터장

조형진 / 도시정보센터 전임연구원

홍승연 / 도시정보센터 전임연구원

유소현 / 도시정보센터 전임연구원

## 배경과 목적

- 코로나19의 영향으로 지역 경제가 급격하게 위축되는 상황에서 지역 경제 활성화를 목적으로 전 시민을 대상으로 재난지원금이 지급되었으며, 이의 효과를 분석할 필요가 있음
- 재난지원금이 주요 업종에 미친 효과를 파악해서 차후에 재난지원금이 다시 지급될 때, 업종별로 골고루 효과가 나타날 수 있도록 하는 정책적 수단을 구상할 필요가 있음
- 시민의 소비행태와 직접 관련이 있는 14개 업종을 중심으로 재난지원금이 사용된 비율과 재난지원금이 소비 진작에 이바지한 정도를 파악해서 재난지원금의 효과를 살펴보는 것이 분석의 목적임

## 정책제안

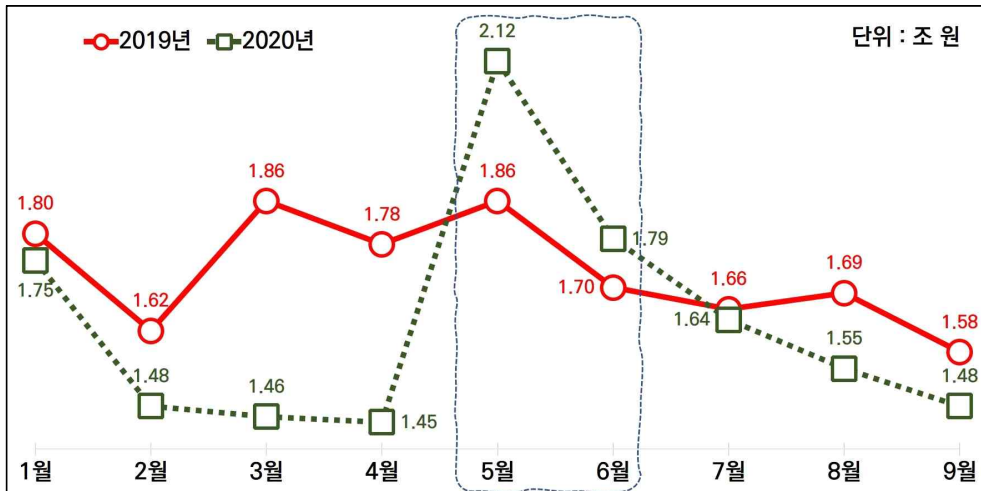
- 재난지원금의 효과가 업종별로 골고루 나타나기보다 식료품 판매 업종, 의류·잡화 업종 위주로 나타나고, 문화·관광 업종과 교통운송·정보통신 업종에는 재난지원금의 효과가 미미함
- 재난지원금이 다시 지급될 때는 지역적인 균형과 함께 업종 간 균형이 이루어질 수 있도록 정책적 수단을 마련해야 함
- 상대적으로 재난지원금의 효과가 낮은 것으로 파악되는 교통운송·정보통신 업종, 문화·관광 업종 등에 재난지원금이 많이 사용될 수 있도록 유도할 필요가 있음
- 상권의 특성과 상업공간별 주요 판매(서비스) 품목 등을 고려해서 지역적으로 고른 효과가 나타나는 방안을 찾아야 함

# 1 총매출액 변화와 재난지원금 사용 행태

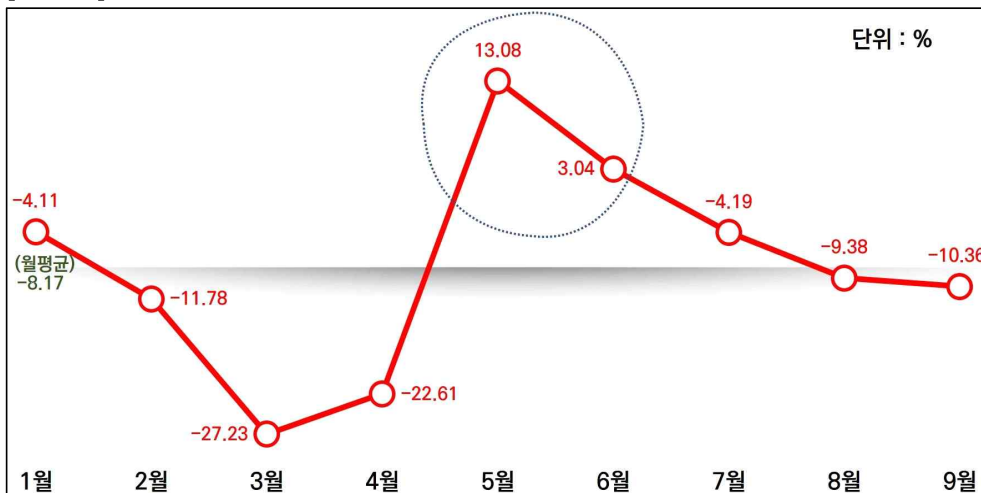
## ● 재난지원금을 포함한 총매출액은 지난해 같은 기간보다 약 5.46% 감소

- 2019년 15조 5,500억 원에서 2020년 14조 7,000억 원으로 8,500억 원 감소(1월부터 9월까지 매출액 기준)
- 지난해 같은 기간보다 월평균 8.17% 감소했으며, 3월(27.23%)과 4월(22.61%)에 특히 많이 감소
- 재난지원금이 지급된 5월과 다음 달인 6월에는 지난해보다 총매출액이 증가

[그림 1] 2019년과 2020년의 월별 매출액 비교



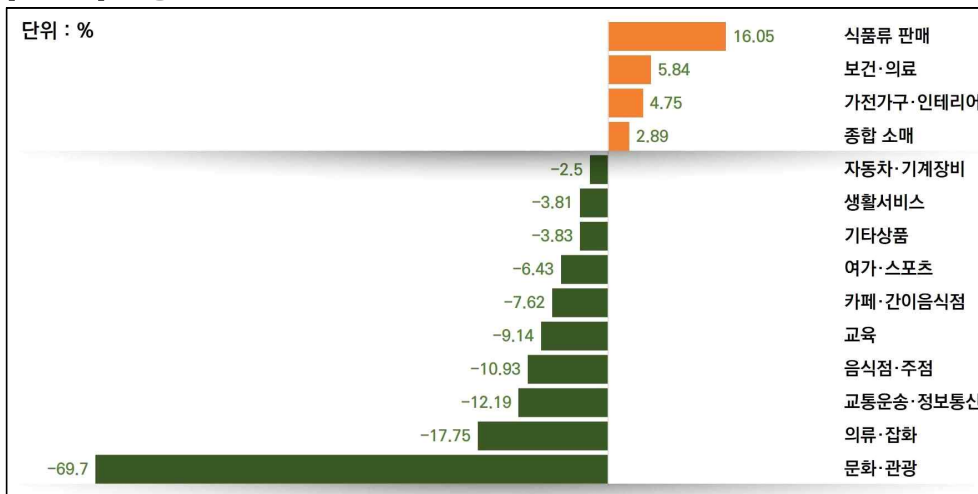
[그림 2] 월별 매출액 변화율 변화 추이



● **식품류 판매 업종의 월평균 매출액이 많이 증가(16.05%)했지만, 문화·관광 업종의 월평균 매출액이 많이 감소(-69.90%)**

- 전년 대비 평균 매출액이 증가한 업종은 식품류 판매(16.05%), 보건·의료(5.84%), 가전 가구·인테리어(4.75%), 종합 소매(2.89%)임
- 전년 대비 평균 매출액이 감소한 업종은 문화관광(-69.90%), 의류·잡화(-17.75%), 교통 운송·정보통신(-12.19%), 음식점·주점(-10.93) 등임

[그림 3] 업종별 매출액 변화

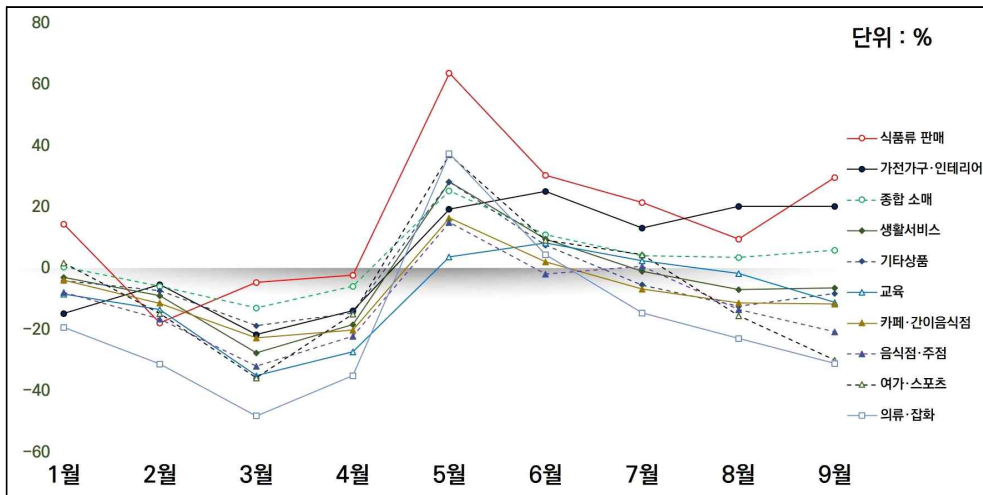


- 재난지원금의 효과가 큰 업종은 의류·잡화 업종, 여가·스포츠 업종, 가전가구·인테리어 업종임
  - 의류·잡화 업종과 여가·스포츠 업종은 재난지원금이 지급되기 전인 4월까지 전년보다 매출액이 많이 감소했으나, 재난지원금이 지원된 5월과 6월에는 매출액이 지난해 같은 기간보다 많이 증가함
  - 의류·잡화 업종 외에도 음식점·주점 업종, 카페·간이음식점 업종, 기타 상품 업종, 생활 서비스 업종이 재난지원금의 효과가 있는 업종임
  - 식품류 판매 업종과 가전가구·인테리어 업종, 종합 소매 업종은 재난지원금 지급 이후 매출이 전년도보다 많은 상태를 유지함

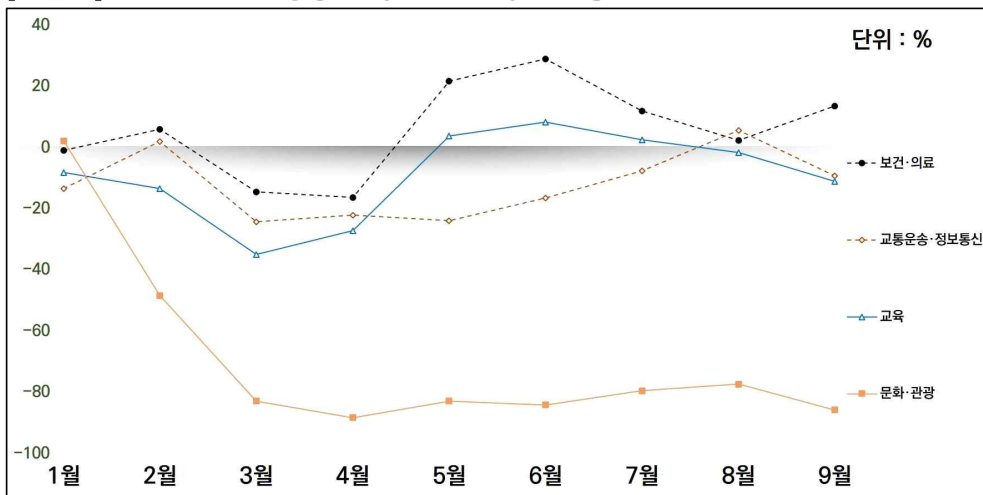
□ 재난지원금의 효과가 크지 않은 업종은 문화·관광 업종, 교통운송·정보통신 업종임

- 문화·관광 업종은 2월 이후 매출액이 감소한 후에 전혀 회복되지 않음
- 보건·의료 업종과 교육 업종은 3월과 4월의 매출이 전년보다 많이 감소했으나, 전반적으로 매출의 변화가 크지 않음
- 교통운송·정보통신 업종은 매출의 변화가 크지 않지만, 3월 이후 꾸준히 증가하는 추세임

[그림 4] 재난지원금의 영향을 많이 받은 업종의 월별 매출액 변화율 변화추이



[그림 5] 재난지원금의 영향을 많이 받지 않은 업종의 월별 매출액 변화율 변화추이



[표 1] 업종별 월별 매출액 변화율(2020년 기준, 지난해 같은 기간 대비) (단위: %)

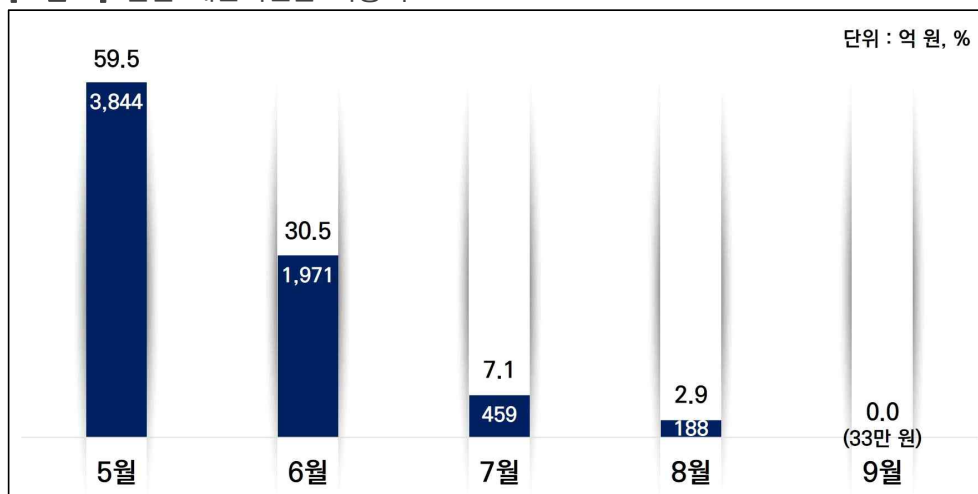
업종		월 매출액 변화율(2019년 대비 2020년)									
		월평균	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월
상품 소매	종합 소매	2.89	0.55	-5.76	-12.90	-5.87	25.33	11.00	4.12	3.56	5.98
	식품류 판매	16.05	14.38	-17.80	-4.58	-2.27	63.56	30.45	21.59	9.60	29.57
	의류·잡화	-17.75	-19.19	-31.18	-48.10	-35.01	37.41	4.52	-14.46	-22.76	-31.00
	가전가구·인테리어	4.75	-14.70	-5.29	-21.64	-13.73	19.31	25.09	13.24	20.25	20.21
	기타상품	-3.83	-4.03	-7.26	-18.67	-14.50	28.12	7.65	-5.36	-12.34	-8.11
서비스	생활서비스	-3.81	-2.96	-8.95	-27.61	-18.33	28.17	9.65	-1.01	-6.97	-6.29
식당 ·카페	음식점·주점	-10.93	-7.86	-16.40	-31.88	-22.06	14.97	-1.77	0.64	-13.39	-20.62
	카페·간이음식점	-7.62	-3.87	-11.33	-22.55	-20.06	16.44	2.19	-6.64	-11.16	-11.64
문화 ·여가	문화·관광	-69.70	2.05	-48.39	-82.98	-88.31	-82.84	-84.23	-79.52	-77.23	-85.87
	여가·스포츠	-6.43	1.70	-14.70	-35.63	-14.85	37.12	9.25	4.45	-15.37	-29.80
보건 ·복지	교육	-9.14	-8.26	-13.48	-34.98	-27.19	3.72	8.27	2.43	-1.66	-11.08
	보건·의료	5.84	-0.96	5.91	-14.54	-16.28	21.58	28.98	11.96	2.31	13.56
교통 ·통신	자동차·기계장비	-2.50	-0.99	7.87	-0.82	-15.84	-5.96	8.05	-2.47	-11.65	-0.72
	교통운송·정보통신	-12.19	-13.37	1.87	-24.30	-22.20	-23.86	-16.47	-7.67	5.55	-9.23
인천시 전체		-8.17	-4.11	-11.78	-27.23	-22.61	13.08	3.04	-4.19	-9.38	-10.36

◆ 인천시 관내에서 사용된 재난지원금은 총 6천 460억 원으로 추정<sup>1)</sup>되며, 5월과 6월에 집중적으로 사용됨

□ 5월과 6월에 전체 재난지원금 사용액의 59.8%가 사용됨

- 재난지원금이 지급된 당월인 5월에 전체 사용액의 59.5%가 사용되었고, 6월에 30.5%가 사용됨

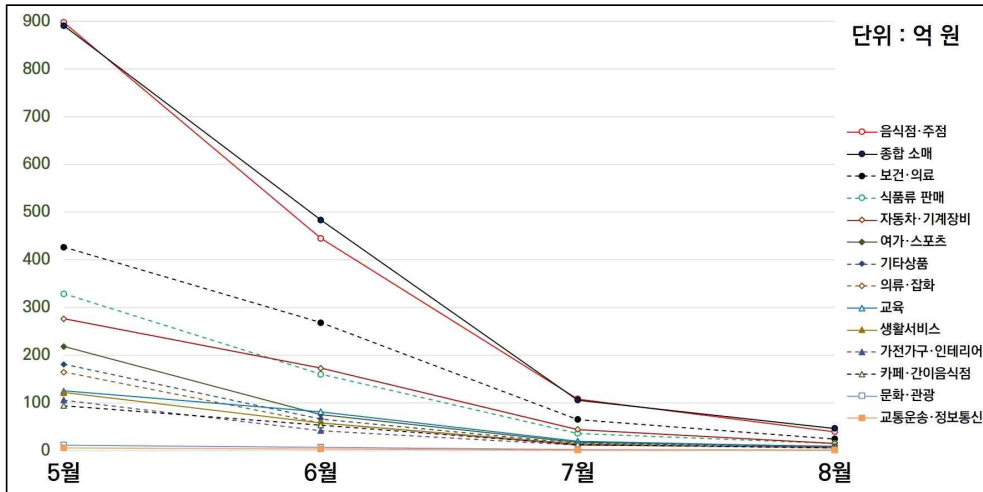
[그림 6] 월별 재난지원금 사용액



1) S신용카드사의 매출액을 기초로 추정한 금액

- 재난지원금 월별 사용금액의 비율은 업종 간 차이가 크지 않으며, 음식점·주점 업종, 종합 소매 업종에 집중적으로 사용되었고, 보건·의료 업종, 식료품 판매 업종, 자동차·기계장비 업종에도 많이 사용됨

[그림 7] 업종별 재난지원금 사용액 추이



[표 2] 업종별 재난지원금 사용액 추이

(단위: 억 원)

업종		2020년				
		5월	6월	7월	8월	9월
상품 소매	종합 소매	890	483	105	46	-
	식료품 판매	328	160	35	15	-
	의류·잡화	165	58	11	6.13	0.003
	가전가구·인테리어	105	41	11	7.25	-
	기타상품	181	66	15	7.87	-
서비스	생활서비스	122	58	13	5.11	-
식당·카페	음식점·주점	897	445	108	39	-
	카페·간이음식점	94	53	12	4.81	-
문화·여가	문화·관광	11	6.08	2.26	0.95	-
	여가·스포츠	218	75	17	8.25	-
보건·복지	교육	125	81	19	7.39	-
	보건·의료	426	268	65	24	-
교통·통신	자동차·기계장비	276	173	44	15	-
	교통운송·정보통신	5.76	3.06	1.02	0.47	-
인천시 전체		3,844	1,971	459	188	0.003

## 2 업종별 재난지원금의 효과<sup>2)</sup>

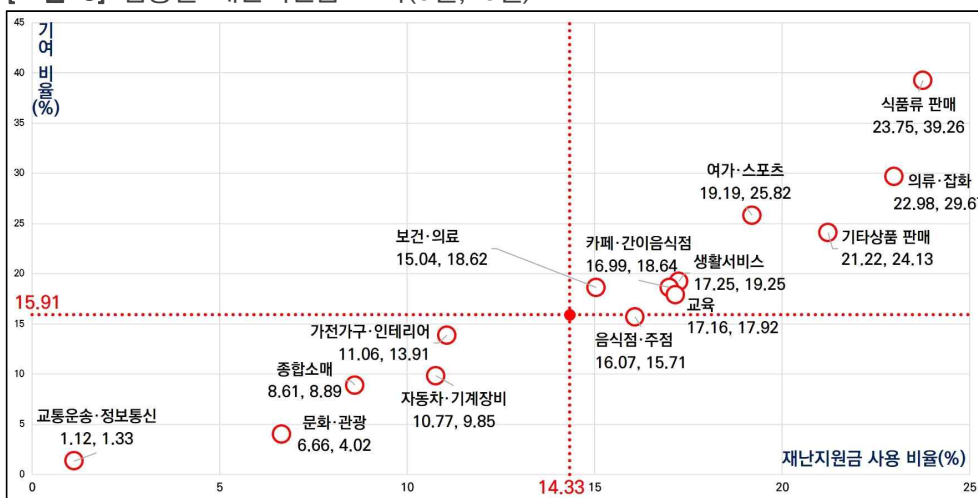
### ● 재난지원금의 효과가 가장 큰 업종은 식품류 판매 업종이고, 재난지원금의 효과가 가장 적은 업종은 교통운송·정보통신 업종임

- 재난지원금 기여 비율은 재난지원금을 포함한 매출액 변화율에서 재난지원금 사용액을 제외한 매출액 변화율을 뺀 값임
- 재난지원금 기여 비율이 전체 평균보다 높은 업종은 식품류 판매 업종, 의류·잡화 업종, 여가·스포츠 업종, 기타상품 판매 업종, 생활 서비스 업종, 카페·간이음식점 업종, 교육 업종임
- 재난지원금 기여 비율이 전체 평균보다 낮은 업종은 교통운송·정보통신 업종, 문화·관광 업종, 종합소매 업종, 자동차·기계장비 업종, 가전가구·인테리어, 음식점·주점 업종임

### ● 재난지원금 사용 비율이 가장 높은 업종은 식료품 판매 업종이며, 재난지원금 사용 비율이 가장 낮은 업종은 교통운송·정보통신 업종임

- 재난지원금 사용 비율은 2020년 총매출액 중 재난지원금 사용액의 비율임

[그림 8] 업종별 재난지원금 효과(5월, 6월)



2) 재난지원금이 집중적으로 사용된 5월과 6월의 총매출액과 재난지원금 사용액을 분석

- 재난지원금 사용 비율이 전체 평균보다 높은 업종은 식품류 판매 업종, 의류·잡화 업종, 기타상품 판매 업종, 여가·스포츠 업종, 생활 서비스 업종, 교육 업종, 카페·간이음식점 업종, 음식점·주점 업종, 보건·의료 업종임
- 재난지원금 사용 비율이 전체 평균보다 낮은 업종은 교통운송·정보통신 업종, 문화·관광 업종, 종합소매 업종, 자동차·기계장비 업종, 가전가구·인테리어 업종임

◆ 대체로 재난지원금 사용 비율과 재난지원금 기여 비율이 비례하는 경향이 있음

- 전반적으로 재난지원금 사용 비율이 높으면 재난지원금 기여 비율이 높고, 재난지원금 사용 비율이 낮으면 재난지원금 기여 비율도 낮음
- 음식점·주점 업종은 재난지원금 사용 비율은 평균보다 높지만, 재난지원금 기여 비율은 평균보다 낮은 유일한 업종임
- 카페·간이음식점 업종, 생활 서비스 업종, 교육 업종, 음식점·주점 업종은 재난지원금 사용 비율과 재난지원금 기여 비율이 평균에 가까운 업종임
- 음식점·주점 업종, 문화·관광 업종, 자동차·기계장비 업종은 재난지원금 기여 비율이 재난지원금 사용 비율보다 낮은 업종임

[표 3] 업종별 재난지원금 효과

업종	매출액(억 원) <sup>3)</sup>		재난지원금 (억 원)	재난지원금 효과		
	2019년	2020년		사용 비율(% <sup>4)</sup>	기여 비율(% <sup>5)</sup>	
상품 소매	종합 소매	6,740	6,954	599	8.61	8.89
	식품류 판매	931	1,540	366	23.75	39.26
	의류·잡화	783	1,011	232	22.98	29.67
	가전가구·인테리어	470	591	65	11.06	13.91
	기타상품	810	921	195	21.22	24.13
서비스	생활서비스	500	558	96	17.25	19.25
식당·카페	음식점·주점	4,255	4,161	669	<b>16.07</b>	<b>15.71</b>
	카페·간이음식점	443	486	83	16.99	18.64
문화·여가	문화·관광	247	149	10	<b>6.66</b>	<b>4.02</b>
	여가·스포츠	976	1,313	252	19.19	25.82
보건·복지	교육	557	582	100	17.16	17.92
	보건·의료	2,662	3,295	496	15.04	18.62
교통·통신	자동차·기계장비	430	393	42	<b>10.77</b>	<b>9.85</b>
	교통운송·정보통신	373	443	5	1.12	1.33
인천시 전체		20,117	22,397	3,210	14.33	15.91

3) 2020년 매출액 = 신용카드 매출액 + 재난지원금 사용액

4) 사용 비율(%) = (재난지원금 사용액 ÷ 2020년 매출액) × 100

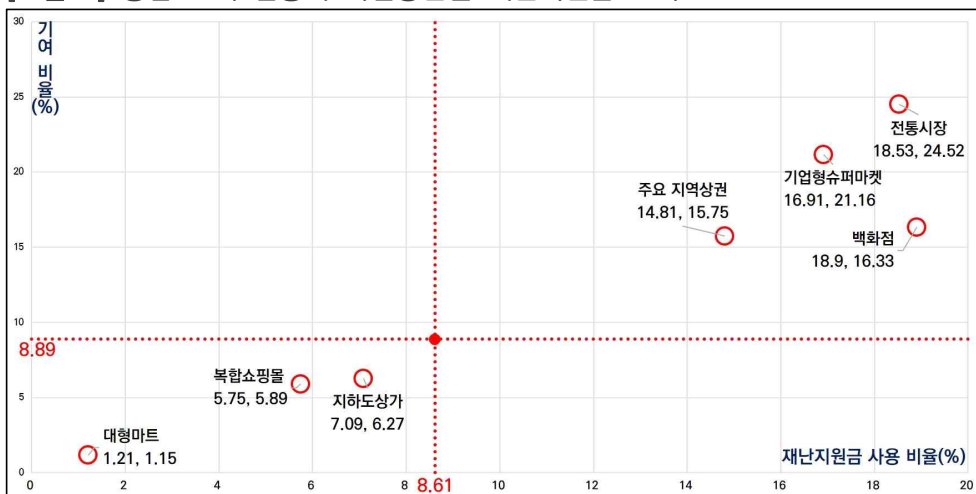
5) 기여 비율(%p) = 재난지원금을 포함한 매출액 변화율(%) - 재난지원금 사용액을 제외한 매출액 변화율(%)



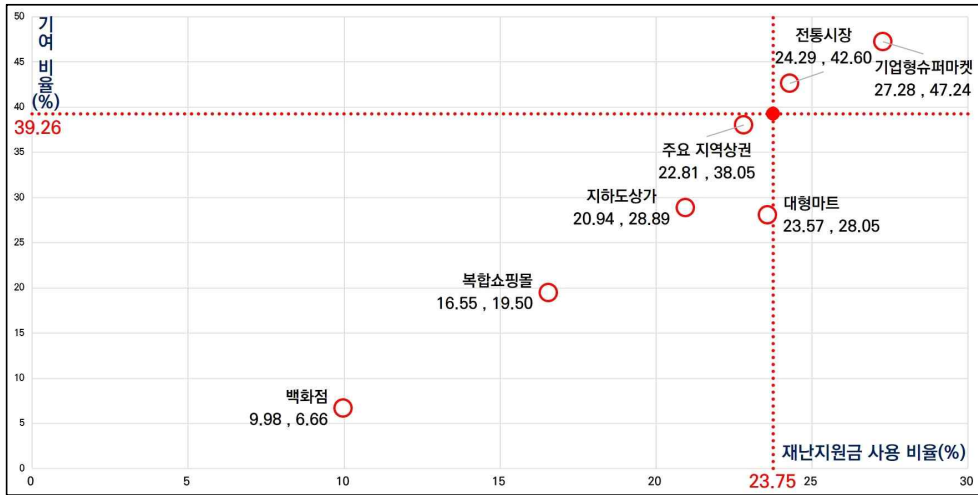
◆ 상품 소매 업종은 전통시장, 기업형 슈퍼마켓 주변 상권에서 사용 비율이 높음

- 종합 소매 업종은 전통시장, 기업형 슈퍼마켓, 백화점, 지역 주요 상권에서 재난지원금이 많이 사용되고 기여율도 높지만, 대형마트, 복합쇼핑몰, 지하도상가 주변 상권에서는 재난지원금 사용 비율과 기여도가 낮음
- 식품류 판매 업종은 기업형 슈퍼마켓과 전통시장 주변 상권에서 재난지원금의 기여도와 사용 비율이 높고, 백화점, 복합쇼핑몰, 지하도상가, 주요 지역 상권, 대형 마트 주변에서 재난지원금의 사용 비율과 기여도가 낮음
- 의류·잡화 업종은 전통시장, 기업형 슈퍼마켓, 주요 지역 상권에서 재난지원금의 사용 비율과 기여도가 높고, 백화점, 대형마트, 지하도상가, 복합쇼핑몰 주변 상권에서 재난지원금 사용 비율과 기여도가 낮음
- 가전가구·인테리어 업종은 백화점, 복합쇼핑몰 주변 상권이 재난지원금 사용 비율과 기여도가 상대적으로 높으며, 지하도상가는 재난지원금 사용 비율은 업종 평균보다 낮아도 기여도는 평균보다 더 높음
- 기타상품 판매 업종은 기업형 슈퍼마켓 주변 상권에서 재난지원금 사용 비율과 기여도가 높으며, 지하도상가, 백화점 주변 상권의 재난지원금 사용 비율과 기여도가 낮음

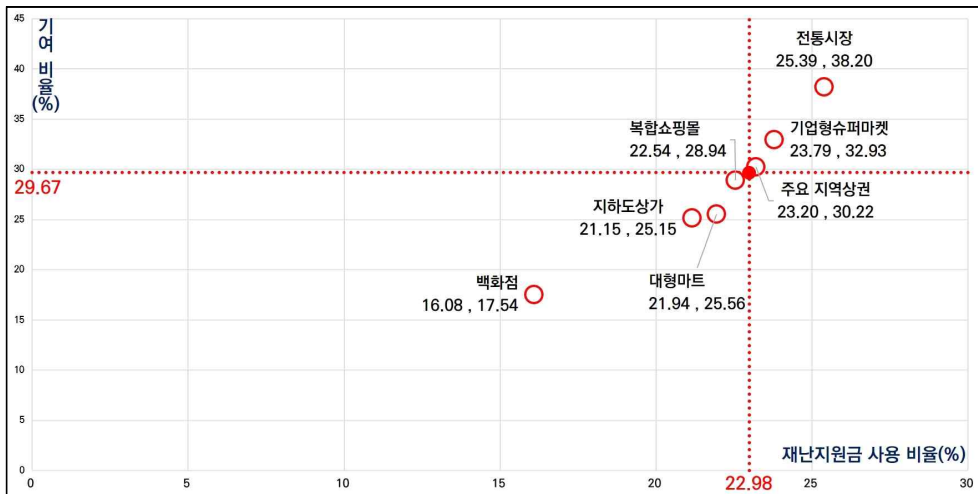
[그림 9] 종합 소매 업종의 사업공간별 재난지원금 효과



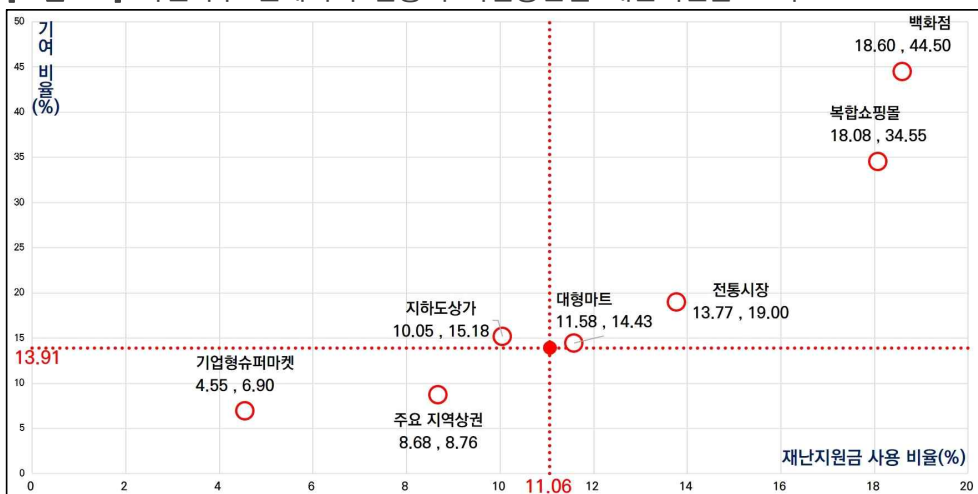
[그림 10] 식품류 판매 업종의 사업공간별 재난지원금 효과



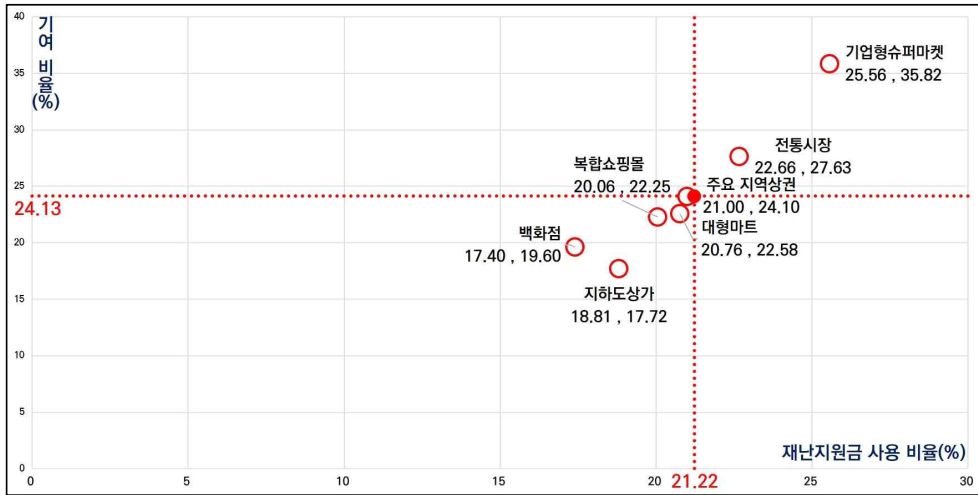
[그림 11] 의류·잡화 업종의 사업공간별 재난지원금 효과



[그림 12] 가전가구·인테리어 업종의 사업공간별 재난지원금 효과



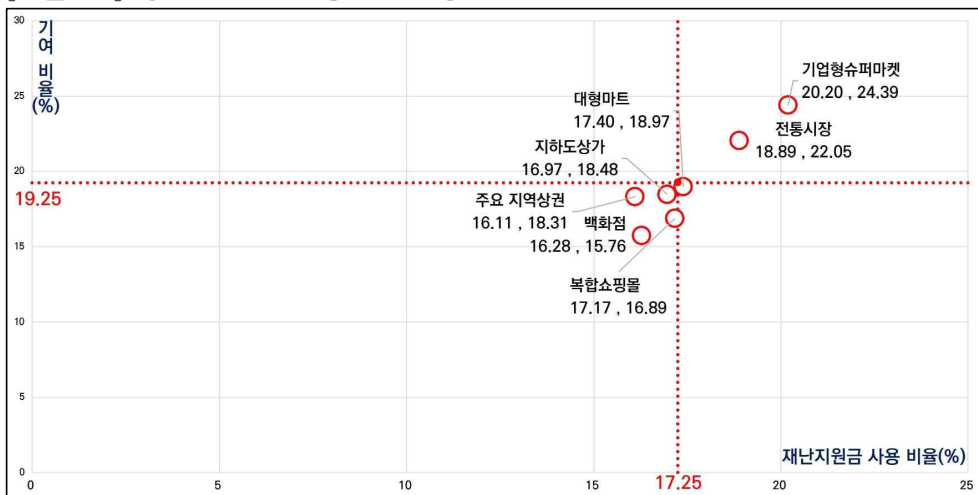
[그림 13] 기타상품 판매 업종의 사업공간별 재난지원금 효과



● 서비스 업종은 기업형 슈퍼마켓과 전통시장 주변 상권에서 재난지원금 사용 비율과 기여 비율이 높음

- 생활 서비스 업종은 기업형 슈퍼마켓과 전통시장 주변 상권에서 재난지원금의 사용 비율과 기여도가 높으며, 나머지 업종은 대부분 평균치 정도임

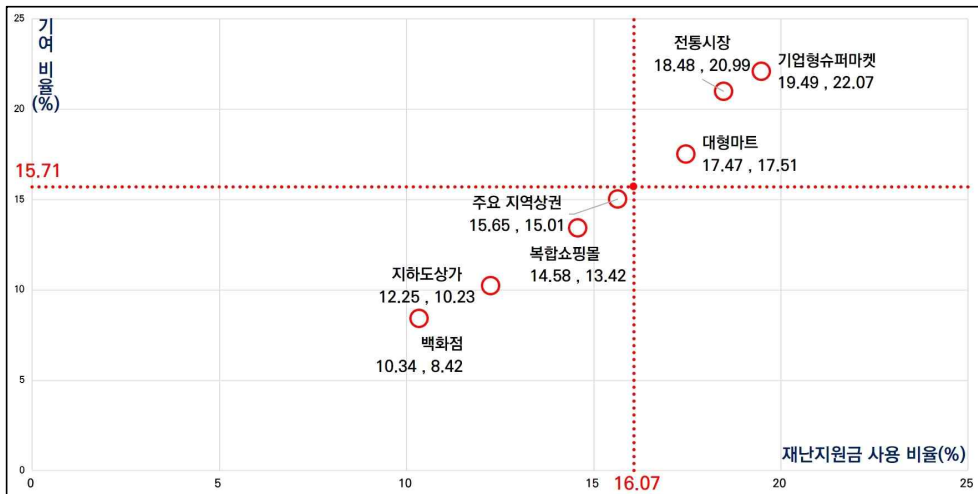
[그림 14] 생활 서비스 업종의 사업공간별 재난지원금 효과



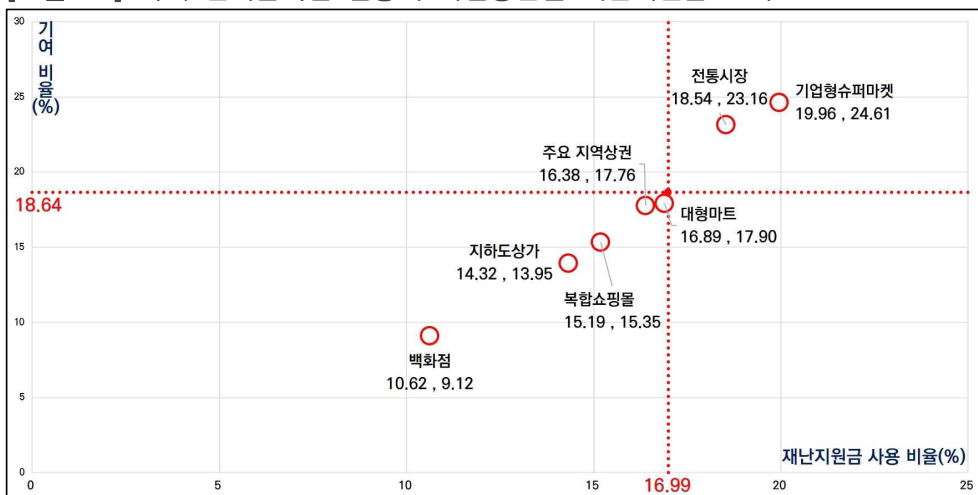
◆ 식당·카페 업종은 기업형 슈퍼마켓, 전통시장 주변 상권에서 효과가 있었음

- 음식·주점 업종은 기업형 슈퍼마켓, 전통시장, 대형마트 주변 상권에서 재난지원금 사용 비율과 기여도가 높으며, 백화점, 지하도상가, 복합쇼핑몰 주변 상권에서 재난지원금 사용 비율과 기여도가 낮음
- 카페·간이음식점 업종은 기업형 슈퍼마켓과 전통시장에서 재난지원금 기여도와 사용 비율이 높고, 백화점, 지하도상가, 복합쇼핑몰 주변 상권에서 재난지원금 사용 비율과 기여도가 낮음

[그림 15] 음식·주점 업종의 사업공간별 재난지원금 효과



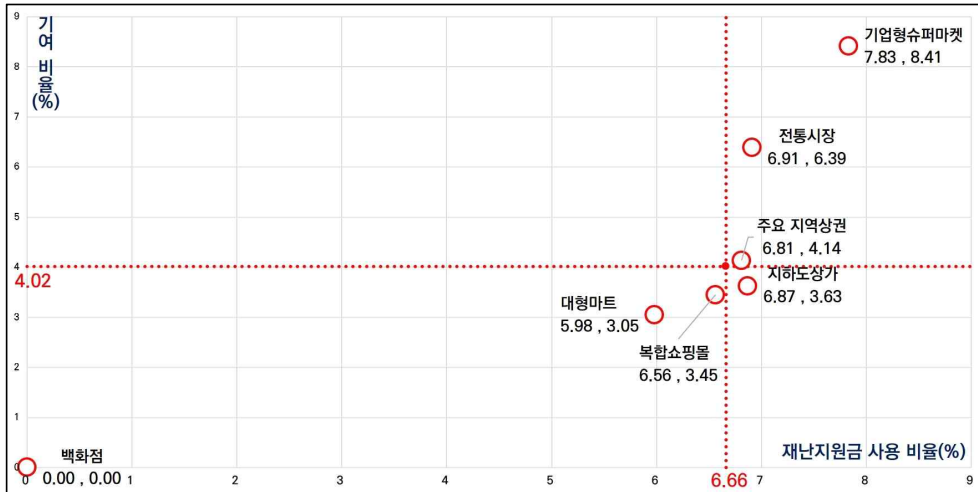
[그림 16] 카페·간이음식점 업종의 사업공간별 재난지원금 효과



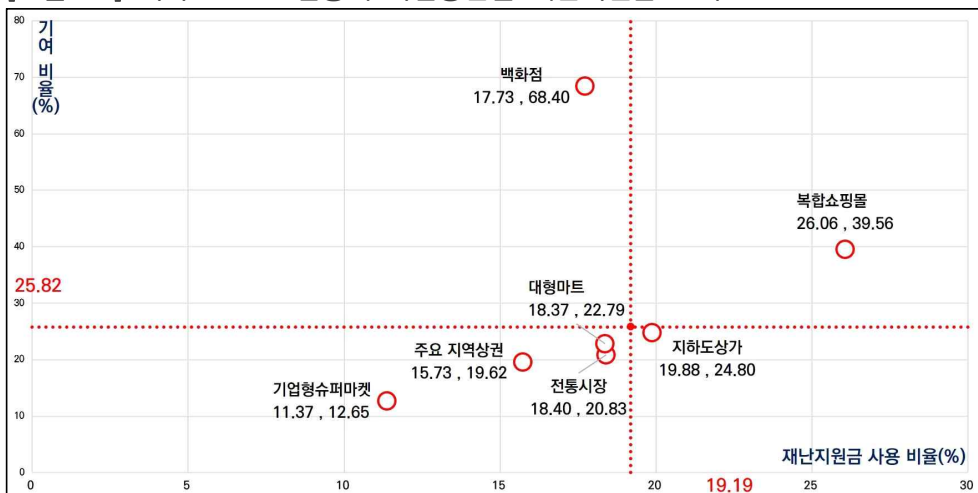
● 문화·여가 업종은 재난지원금의 효과가 거의 없었으나, 기업형 슈퍼마켓과 전통시장 주변 상권에서 기여도가 업종 평균 이상임

- 문화·관광 업종은 기업형 슈퍼마켓, 전통시장 주변 상권에서 재난지원금이 어느 정도 사용되었지만, 백화점 주변 상권에서는 재난지원금이 전혀 사용되지 않았음
- 여가·스포츠 업종은 복합쇼핑몰에서 재난지원금이 평균 이상 사용되고 기여도가 평균 이상이며, 백화점 주변 지역은 재난지원금 사용 비율은 업종 평균 이하지만 기여도는 다른 상권보다 월등하게 높은 특징이 있음

[그림 17] 문화·관광 업종의 사업공간별 재난지원금 효과



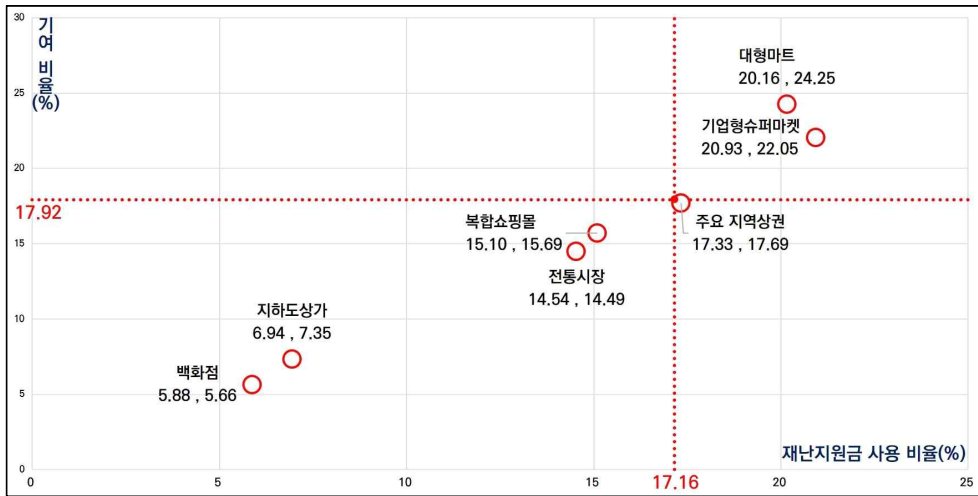
[그림 18] 여가·스포츠 업종의 사업공간별 재난지원금 효과



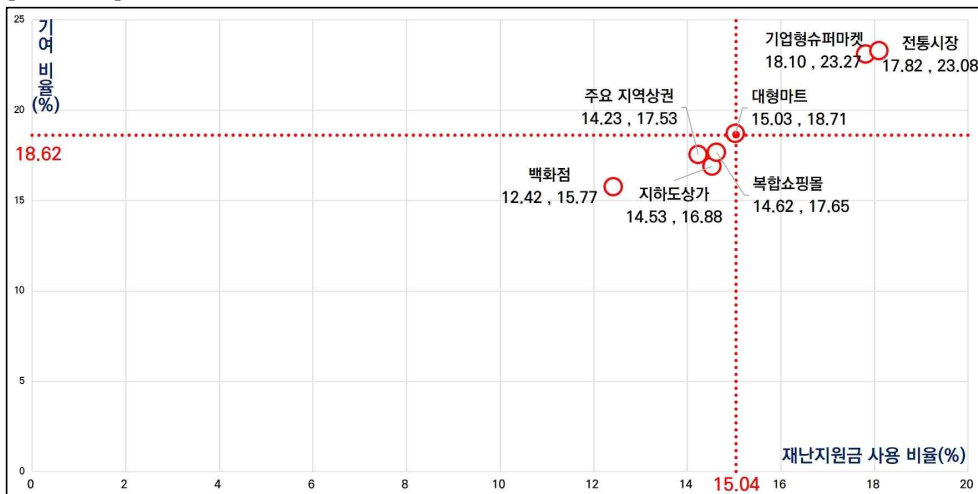
● **보건·복지 업종은 교육 업종과 보건·의료 업종의 재난지원금 효과 지역이 다름**

- 교육 업종은 대형마트, 기업형 슈퍼마켓 주변 상권에서 재난지원금 기여도와 사용 비율이 업종 평균 이상이고, 백화점, 지하도상가 주변 상권은 재난지원금 사용 비율과 기여도가 업종 평균 이하임
- 보건·의료 업종은 전통시장과 기업형 슈퍼마켓 주변 상권에서 업종 평균보다 많은 재난지원금이 사용되었고 기여도도 업종 평균 이상임

[그림 19] 교육 업종의 사업공간별 재난지원금 효과



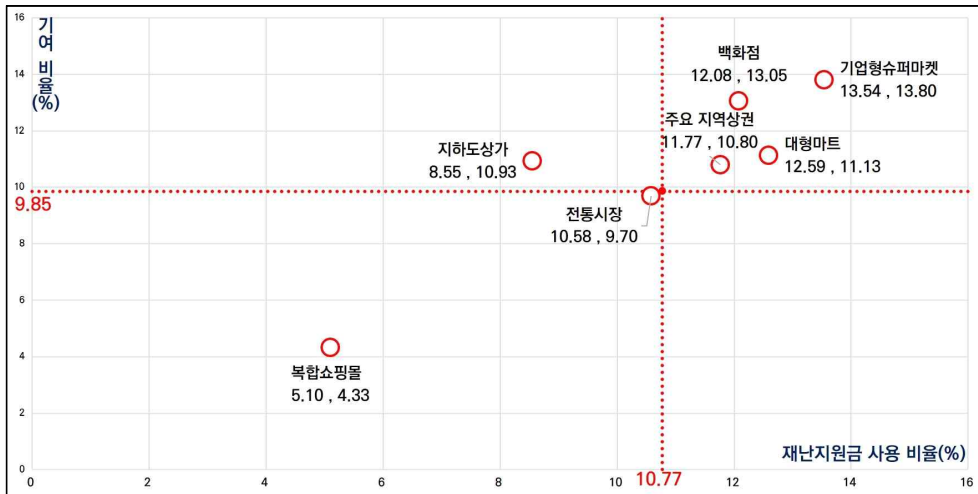
[그림 20] 보건·의료 업종의 사업공간별 재난지원금 효과



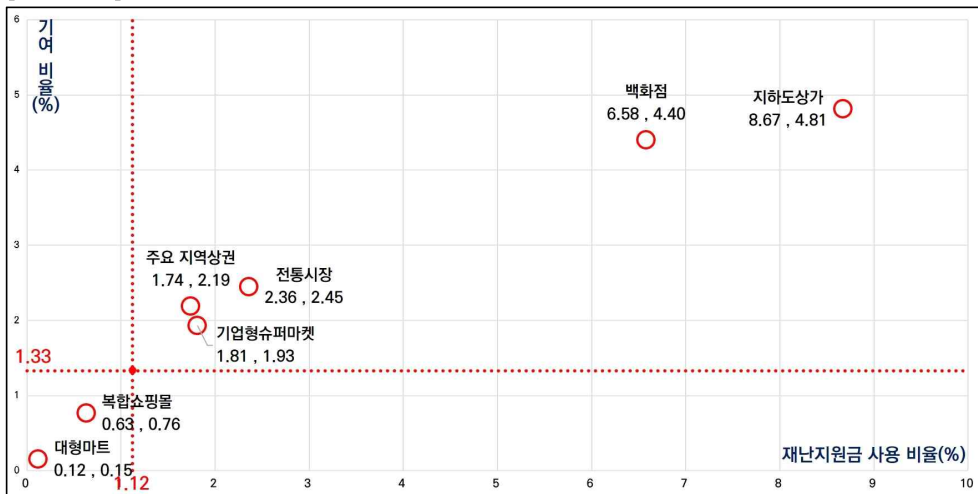
● **교통·통신 업종은 전반적으로 재난지원금의 효과가 낮았으며, 자동차·기계장비 업종이 그나마 다소 효과가 있었음**

- 자동차·기계장비 업종은 기업형 슈퍼마켓, 백화점, 주요 지역 상권, 대형마트 주변 상권이 미미하지만 업종 평균 이상의 재난지원금이 사용되고 업종 평균 이상의 이바지를 했지만, 복합쇼핑몰 주변은 재난지원금 사용 비율과 기여도가 업종 평균이 훨씬 못 미침
- 교통운송·정보통신 업종은 백화점, 지하도상가 주변에서 재난지원금 사용 비율과 기여도가 업종 평균보다 상대적으로 높으며, 다른 업종은 평균 수준임

[그림 21] 자동차·기계장비 업종의 사업공간별 재난지원금 효과



[그림 22] 교통운송·정보통신 업종의 사업공간별 재난지원금 효과

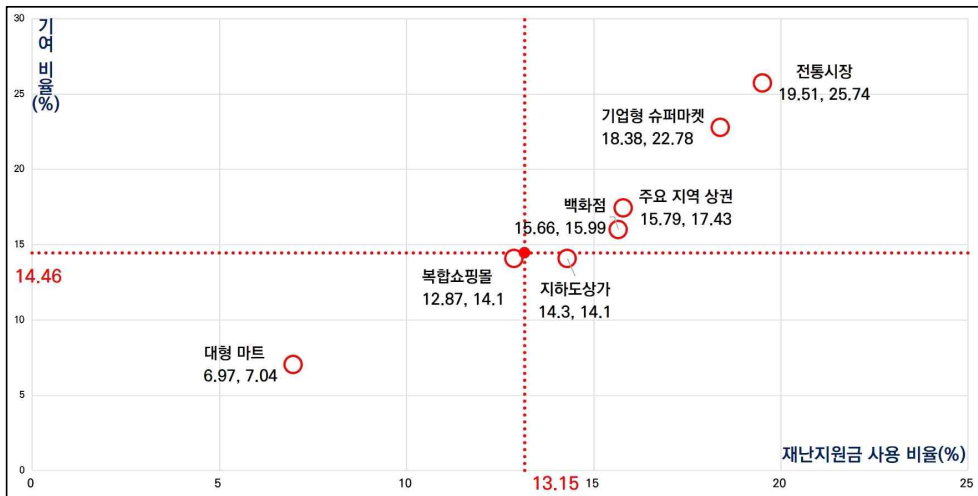


### 3 상업 공간별 재난지원금의 효과와 정책제언

● **전통시장과 기업형 슈퍼마켓 주변 지역에서 재난지원금의 사용 비율이 전체 평균보다 높고, 기여도가 높음**

- 전통시장과 기업형 슈퍼마켓 주변지역은 재난지원금 사용 비율이 전체 평균보다 높으면서 기여 비율도 높은 상권임
- 대형마트 주변 상권은 재난지원금 사용 비율도 낮고 기여도도 낮은 상권임
- 나머지 상권들은 재난지원금 사용 비율과 기여도가 전체 평균과 비슷한 상권임

[그림 23] 상업공간별 재난지원금 효과



[표 4] 상업공간별 재난지원금 효과

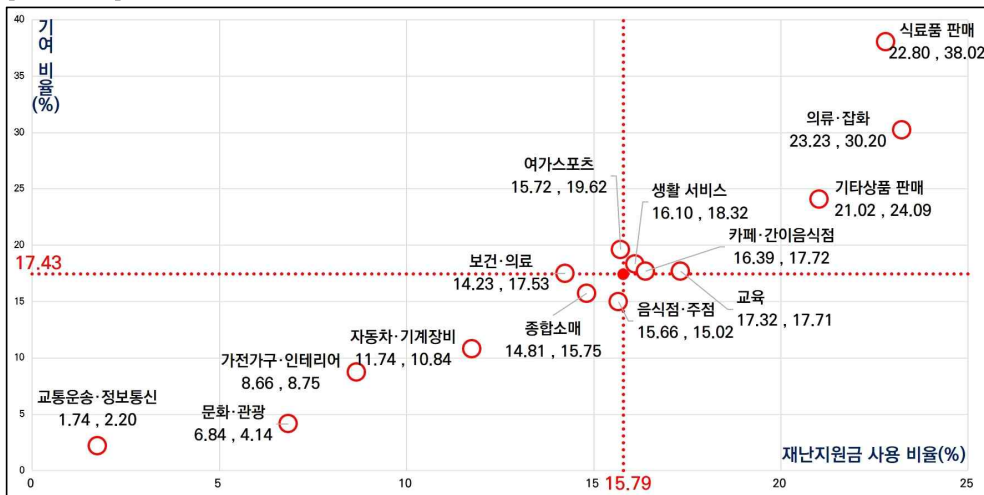
상업공간	매출액(억 원)		재난지원금 (억 원)	재난지원금 효과	
	2019년	2020년		사용 비율(%)	기여 비율(%)
주요 지역 상권	7,314	8,071	1,275	15.79	17.43
전통시장	2,377	3,136	612	19.51	25.74
지하도상가	1,057	1,042	149	14.30	14.10
백화점	595	607	95	15.66	15.99
복합쇼핑몰	2,591	2,839	365	12.87	14.10
대형마트	4,499	4,540	317	6.97	7.04
기업형 슈퍼마켓	1,744	2,162	397	18.38	22.78
전체	22,196	24,417	3,210	13.15	14.46



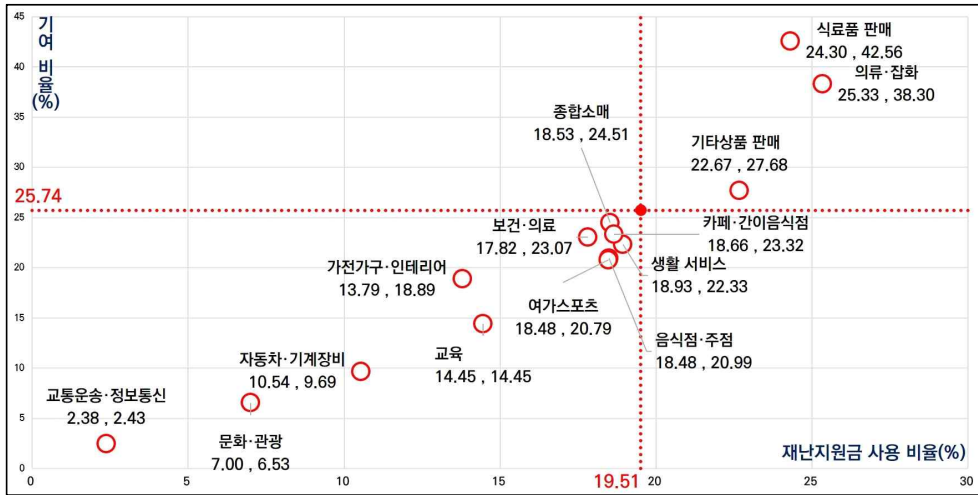
● 대부분 상권에서 식료품 판매 업종, 의류·잡화 업종의 재난지원금 사용 비율과 기여도가 높지만, 복합쇼핑몰 주변, 백화점 주변 상권은 여가·스포츠 업종의 재난지원금 사용 비율과 기여도가 높음

- 생활 밀착형 상권이라고 할 수 있는 지역 주요 상권, 전통시장, 지하도상가, 대형마트, 기업형 슈퍼마켓 주변 상권은 식료품 판매, 의류·잡화 업종, 기타상품 판매 업종 등이 재난지원금 사용 비율과 기여도가 높음
- 백화점, 복합쇼핑몰 주변 지역 등은 여가·스포츠 업종, 가전가구·인테리어 업종 등의 재난지원금 사용 비율과 기여도가 높음
- 생활 서비스 업종, 카페·간이음식점 업종, 보건·의료 업종, 음식점·주점 업종 등은 대부분 상권에서 평균 근처에 분포함
- 교통운송·정보통신 업종과 문화·관광 업종은 대부분 상권에서 사용 비율과 기여도가 낮음

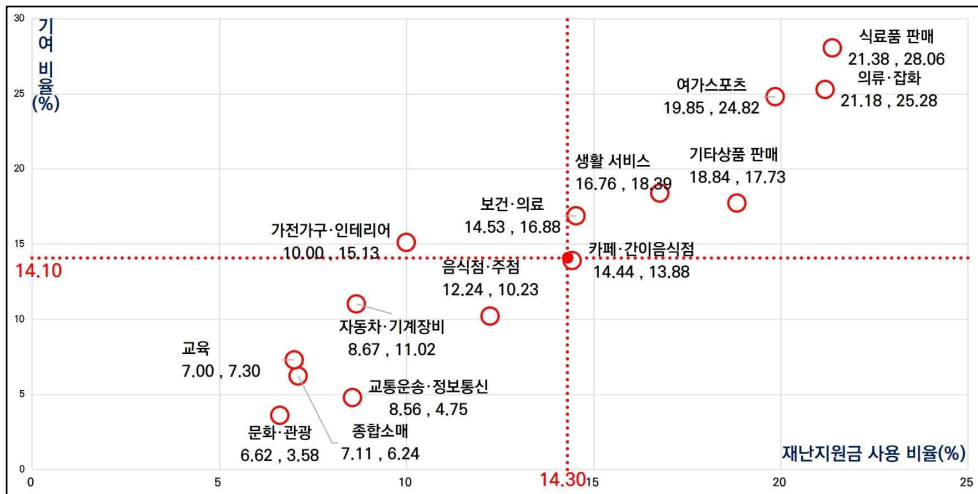
[그림 24] 주요 지역 상권의 업종별 재난지원금 효과



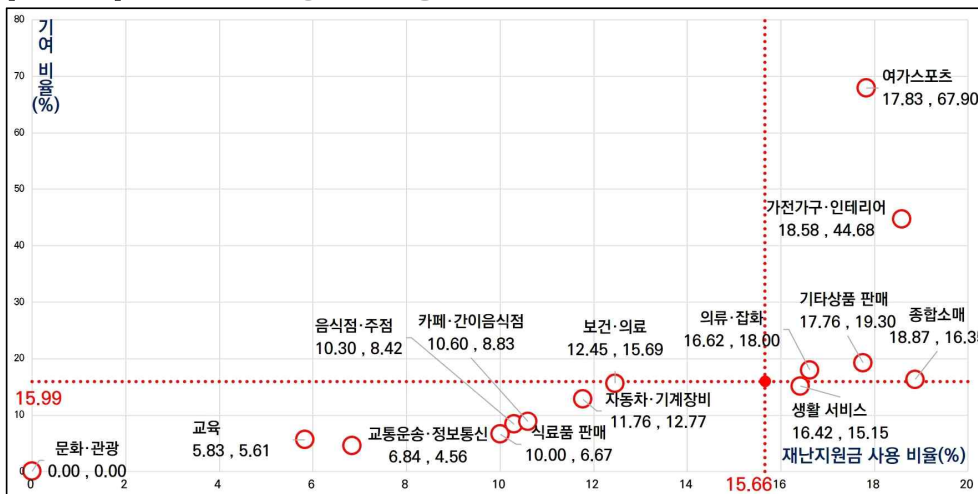
[그림 25] 전통시장 상권의 업종별 재난지원금 효과



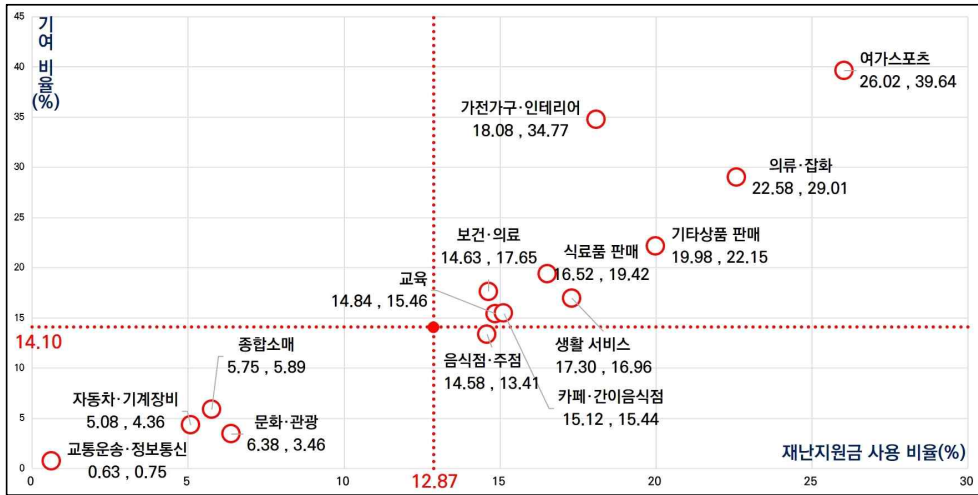
[그림 26] 지하도상가 상권의 업종별 재난지원금 효과



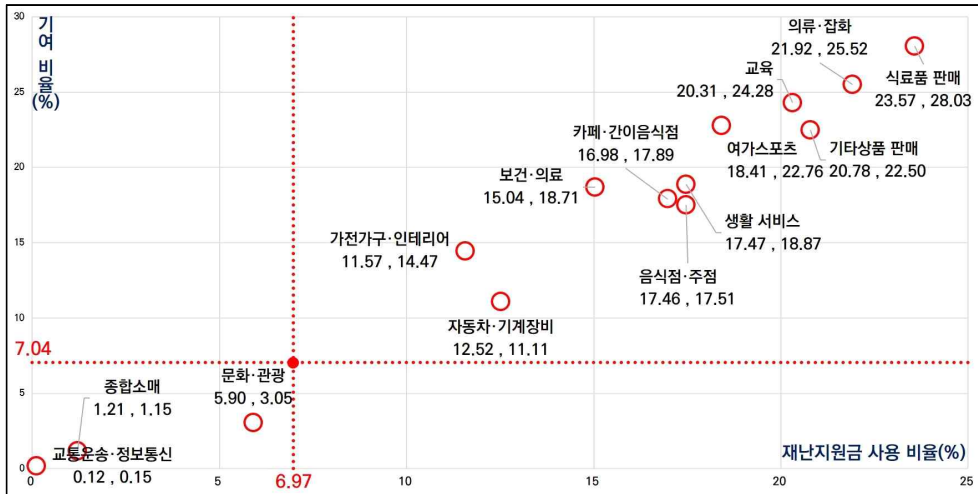
[그림 27] 백화점 주변 상권의 업종별 재난지원금 효과



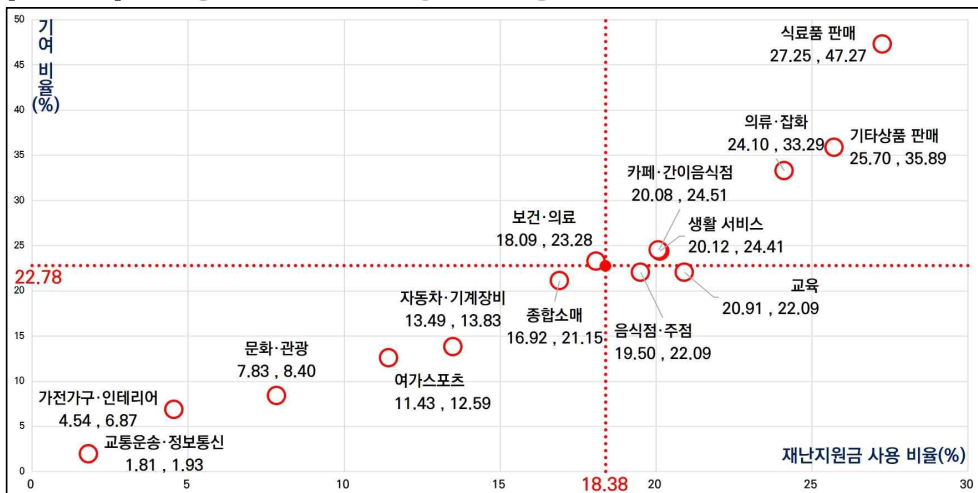
[그림 28] 복합쇼핑몰 주변 상권의 업종별 재난지원금 효과



[그림 29] 대형마트 주변 상권의 업종별 재난지원금 효과



[그림 30] 기업형 슈퍼마켓 주변 상권의 업종별 재난지원금 효과



● **재난지원금 지원 효과가 낮은 업종의 매출액 증대를 위한 정책적 수단이 필요**

- 재난지원금이 다시 지급될 때는 지역적인 균형과 함께 업종 간 균형이 이루어질 수 있도록 정책적 수단을 마련해야 함
- 상대적으로 재난지원금의 효과가 낮은 것으로 파악되는 교통운송·정보통신 업종, 문화·관광 업종 등에 재난지원금이 많이 사용될 수 있도록 유도할 필요가 있음

● **상권의 특성과 상업공간별 주요 판매(서비스) 품목 등을 고려해서 지역적으로 고른 효과가 나타나는 방안을 찾아야 함**

- 1차 재난지원금 사용 행태를 보면, 결과적으로 식료품 판매 업종, 의류·잡화 업종 여가·스포츠 업종이 많이 분포한 상업공간 위주로 재난지원금이 사용되었으므로, 재난지원금이 지역적으로 골고루 효과가 나타날 수 있도록 업종을 고려한 지원 정책이 연구되어야 함

## ▶ [참조] 업종 분류

업종		세부업종
상품 소매	종합 소매	대형 종합 소매업, 그 외 기타 종합 소매업, 음·식료품 위주 종합 소매업 (편의점, 할인점, 슈퍼마켓, 농수축협직판장)
	식품류 판매	식료품 소매업(농수산물, 식품잡화, 인삼 및 건강제품 등) 식료품 제조업, 육류 가공 및 저장 처리업
	의류·잡화	의복 소매업, 섬유, 직물 및 의복 액세서리 소매업
	가전·가구 ·인테리어	가전제품 및 정보 통신장비 소매업(가전제품, 냉난방기, 정보통신기기), 가구 소매업, 기타 생활용품 소매업(전기용품 및 조명장치, 주방용품, 유리액자거울, 철물, 공구, 창호 및 건설자재 등)
	기타 상품 판매	기타 상품 전문 소매업(수입상품점, 중고 상품 소매업, 장식용품, 문화용품 등) 시계 및 귀금속 소매업, 안경 및 렌즈 소매업, 사무용 기기 소매업, 가정용 연료 소매업, 애완동물 동물 및 관련용품 소매업, 화초 및 식물 소매업, 화장품, 비누 및 방향제 소매업
서 비 스	생활 서비스	세탁업, 이용 및 미용업, 욕탕, 마사지 및 기타 신체관리 서비스업, 부동산업, 법무관련 서비스업, 회계 및 세무관련 서비스업, 금융 및 보험업, 결혼 상담 및 준비 서비스업, 장례식장 및 관련 서비스업, 컴퓨터 및 통신장비 수리업, 기타 개인 및 가정용품 수리업, 사업 지원 서비스업(전시, 컨벤션 및 행사대행업), 사진 촬영 및 처리업, 광고업, 열쇠도장, 인쇄출판업
식당 카페	음식점·주점	음식점업(한식, 외국식, 일반대중음식), 주점업
	카페·간이음식점	커피전문점, 제과점, 패스트푸드
문화 여가	문화·관광	관광·여가관련 소매업(면세점, 기념품, 관광 민예품 및 장식용품 소매업), 일반 및 생활 숙박시설 운영업(호텔, 휴양 콘도, 여관, 모텔, 기타 숙박시설), 여가관련 서비스업(식물원, 동물원 및 자연공원 등), 수련원 및 체험장, 여행사 및 기타 여행 보조업, 창작 및 예술관련 서비스업
	여가·스포츠	유원지 및 테마파크 운영업, 문화, 오락 및 여가 용품 소매업, 운동용품 및 자전거 소매업, 악기소매업, 서적 및 문구용품 소매업, 노래연습장 운영업, 오락장 운영업(전 자오락실, PC게임방, 비디오방), 골프장 및 스키장 운영업(골프 연습장 운영업 포함), 기타 스포츠시설 운영업(스포츠센터, 레포츠클럽, 당구장 운영업 테니스장, 볼링장, 수영장, 수련원체험장 등)
보건 복지	교육	유아 교육기관, 기타 교육기관, 독서실 운영업, 과학 및 교육기자재 소매업 등
	보건·의료	종합병원, 일반병원, 공중 보건 의료업(보건소), 보건업(치과병원), 한의원, 의료용 기구 소매업, 의약품 및 의료용품 소매업, 개인 간병 및 유사 서비스업
교통 통신	자동차 ·기계장비	자동차 판매업(모터사이클 포함), 자동차 부품 및 내장품 판매업, 자동차 수리 및 세차업, 주차장 운영업, 임대업(기계장비임대업), 운송장비용 주유소 운영업 및 가스 충전업
	교통운송 ·정보통신 등	육상 운송업, 도로화물 운송업(자동차 견인 서비스 포함), 항공 운송업(항공사), 해상 운송업(여객선), 보관 및 창고업, 전기통신업(통신, 유선TV 등), 전자지급결제대 행(PG), 무점포 소매업, 전자상거래, 자동판매기, 방문판매 등

▶ [참조] 업종별 월 매출액

인천시 업종별 월 매출액(2019년)

(단위: 억 원)

업종		2019년								
		1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월
상품 소매	종합 소매	3,735	3,402	3,948	3,640	3,940	3,735	3,578	3,699	3,650
	식품류 판매	827	775	736	751	788	708	631	679	837
	의류·잡화	366	334	423	401	441	372	327	282	322
	가전가구·인테리어	523	507	679	612	650	555	555	550	466
	기타상품	757	762	835	715	708	567	512	497	456
서비스	생활서비스	413	365	441	409	438	388	370	373	336
식당 ·카페	음식점·주점	3,568	3,225	3,682	3,488	3,739	3,383	3,212	3,329	2,897
	카페·간이음식점	367	341	384	364	376	345	339	347	313
문화 ·여가	문화·관광	819	792	790	779	811	874	857	878	849
	여가·스포츠	656	635	822	748	801	700	668	662	678
보건 ·복지	교육	820	738	769	732	723	654	648	626	593
	보건·의료	1,999	1,707	1,929	2,002	1,970	1,703	1,780	1,764	1,599
교통 ·통신	자동차·기계장비	2,811	2,376	2,847	2,904	2,914	2,777	2,847	2,933	2,575
	교통운송·정보통신	325	248	298	284	280	270	268	238	261
인천시 전체		17,986	16,206	18,583	17,831	18,581	17,030	16,592	16,857	15,832

인천시 업종별 월 매출액(2020년)

(단위: 억 원)

업종		2019년								
		1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월
상품 소매	종합 소매	3,756	3,206	3,439	3,427	4,938	4,145	3,725	3,831	3,868
	식품류 판매	946	637	703	734	1,289	923	767	745	1,084
	의류·잡화	295	230	220	261	606	389	280	218	223
	가전가구·인테리어	446	480	532	528	776	694	629	661	560
	기타상품	726	706	679	612	907	610	485	436	419
서비스	생활서비스	400	332	319	334	562	426	366	347	315
식당 ·카페	음식점·주점	3,288	2,696	2,508	2,719	4,299	3,323	3,233	2,883	2,300
	카페·간이음식점	353	302	297	291	438	353	317	308	277
문화 ·여가	문화·관광	836	409	134	91	139	138	176	200	120
	여가·스포츠	667	541	529	637	1,098	765	698	560	476
보건 ·복지	교육	753	639	500	533	750	709	664	615	527
	보건·의료	1,980	1,808	1,649	1,676	2,395	2,196	1,993	1,804	1,816
교통 ·통신	자동차·기계장비	2,783	2,563	2,823	2,444	2,741	3,001	2,777	2,591	2,557
	교통운송·정보통신	281	253	226	221	214	225	248	251	236
인천시 전체		17,511	14,802	14,558	14,507	21,151	17,896	16,355	15,451	14,777

▶ [참조] 업종별 재난지원금 효과

업종	상업공간	매출액(억 원)		재난지원금 (억 원)	재난지원금 효과	
		2019년	2020년		사용 비율(%)	기여 비율(%p)
종합 소매	주요 지역 상권	1,287	1,369	202.74	14.81	15.75
	전통시장	552	730	135.29	18.53	24.52
	지하도상가	107	94	6.68	7.09	6.27
	백화점	284	246	46.43	18.90	16.33
	복합쇼핑몰	1,186	1,215	69.86	5.75	5.89
	대형마트	2,825	2,676	32.38	1.21	1.15
	기업형 슈퍼마켓	499	624	105.55	16.91	21.16
	전체	6,740	6,954	599	8.61	8.89
의류·잡화	주요 지역 상권	316	527	120.14	22.81	38.05
	전통시장	390	683	165.97	24.29	42.60
	지하도상가	16	21	4.49	20.94	28.89
	백화점	2.25	1.5	0.15	9.98	6.66
	복합쇼핑몰	57	67	11.07	16.55	19.50
	대형마트	37	44	10.37	23.57	28.05
	기업형 슈퍼마켓	113	196	53.41	27.28	47.24
	전체	931	1,540	366	23.75	39.26
가전가구·인테리어	주요 지역 상권	199	201	17.41	8.68	8.76
	전통시장	92	126	17.38	13.77	19.00
	지하도상가	6.61	10	1	10.05	15.18
	백화점	0.47	1.13	0.21	18.60	44.50
	복합쇼핑몰	39	75	13.56	18.08	34.55
	대형마트	88	110	12.73	11.58	14.43
	기업형 슈퍼마켓	45	68	3.09	4.55	6.90
	전체	470	591	65	11.06	13.91
기타상품 판매	주요 지역 상권	335	384	80.71	21.00	24.10
	전통시장	113	138	31.28	22.66	27.63
	지하도상가	85	80	15.07	18.81	17.72
	백화점	23	25	4.44	17.40	19.60
	복합쇼핑몰	92	102	20.38	20.06	22.25
	대형마트	109	118	24.52	20.76	22.58
	기업형 슈퍼마켓	53	74	19.02	25.56	35.82
	전체	810	921	195	21.22	24.13

업종	상업공간	매출액(억 원)		재난지원금 (억 원)	재난지원금 효과	
		2019년	2020년		사용 비율(%)	기여 비율(%p)
생활 서비스	주요 지역 상권	218	248	39.93	16.11	18.31
	전통시장	39	46	8.71	18.89	22.05
	지하도상가	31	34	5.7	16.97	18.48
	백화점	13	12	1.97	16.28	15.76
	복합쇼핑몰	51	50	8.65	17.17	16.89
	대형마트	87	94	16.42	17.40	18.97
	기업형 슈퍼마켓	61	74	14.89	20.20	24.39
	전체	500	558	96	17.25	19.25
음식점·주점	주요 지역 상권	2,181	2,092	327.52	15.65	15.01
	전통시장	421	478	88.35	18.48	20.99
	지하도상가	360	301	36.84	12.25	10.23
	백화점	142	116	11.95	10.34	8.42
	복합쇼핑몰	386	355	51.76	14.58	13.42
	대형마트	366	367	64.09	17.47	17.51
	기업형 슈퍼마켓	399	452	88.12	19.49	22.07
	전체	4,255	4,161	669	16.07	15.71
카페·간이 음식점	주요 지역 상권	186	201	32.95	16.38	17.76
	전통시장	56	70	13.06	18.54	23.16
	지하도상가	26	25	3.61	14.32	13.95
	백화점	12	10	1.06	10.62	9.12
	복합쇼핑몰	48	49	7.41	15.19	15.35
	대형마트	56	59	10.02	16.89	17.90
	기업형 슈퍼마켓	59	72	14.46	19.96	24.61
	전체	443	486	83	16.99	18.64
문화·관광	주요 지역 상권	114	69	4.72	6.81	4.14
	전통시장	15	14	0.98	6.91	6.39
	지하도상가	24	13	0.86	6.87	3.63
	백화점	1.25	-	-	-	-
	복합쇼핑몰	24	13	0.83	6.56	3.45
	대형마트	60	31	1.83	5.98	3.05
	기업형 슈퍼마켓	8.33	8.94	0.7	7.83	8.41
	전체	247	149	10	6.66	4.02



재난지원금이 인천시 주요 상업공간에 미친 업종별 영향 분석

업종	상업공간	매출액(억 원)		재난지원금 (억 원)	재난지원금 효과	
		2019년	2020년		사용 비율(%)	기여 비율(%p)
여가·스포츠	주요 지역 상권	375	468	73.56	15.73	19.62
	전통시장	104	117	21.62	18.40	20.83
	지하도상가	60	75	14.89	19.88	24.80
	백화점	21	80	14.26	17.73	68.40
	복합쇼핑몰	237	361	93.95	26.06	39.56
	대형마트	110	136	25.04	18.37	22.79
	기업형 슈퍼마켓	69	76	8.69	11.37	12.65
	전체	976	1,313	252	19.19	25.82
교육	주요 지역 상권	269	275	47.63	17.33	17.69
	전통시장	44	44	6.36	14.54	14.49
	지하도상가	47	49	3.43	6.94	7.35
	백화점	3.21	3.09	0.18	5.88	5.66
	복합쇼핑몰	24	25	3.71	15.10	15.69
	대형마트	46	55	11.17	20.16	24.25
	기업형 슈퍼마켓	124	131	27.39	20.93	22.05
	전체	557	582	100	17.16	17.92
보건·의료	주요 지역 상권	1,379	1,698	241.67	14.23	17.53
	전통시장	282	365	65.05	17.82	23.08
	지하도상가	192	223	32.41	14.53	16.88
	백화점	77	97	12.08	12.42	15.77
	복합쇼핑몰	199	240	35.12	14.62	17.65
	대형마트	324	403	60.61	15.03	18.71
	기업형 슈퍼마켓	209	269	48.66	18.10	23.27
	전체	2,662	3,295	496	15.04	18.62
자동차·기계장비	주요 지역 상권	130	120	14.09	11.77	10.80
	전통시장	99	91	9.59	10.58	9.70
	지하도상가	1.18	1.5	0.13	8.55	10.93
	백화점	0.47	0.51	0.06	12.08	13.05
	복합쇼핑몰	70	60	3.05	5.10	4.33
	대형마트	89	79	9.89	12.59	11.13
	기업형 슈퍼마켓	40	41	5.53	13.54	13.80
	전체	430	393	42	10.77	9.85

업종	상업공간	매출액(억 원)		재난지원금 (억 원)	재난지원금 효과	
		2019년	2020년		사용 비율(%)	기여 비율(%p)
교통운송· 정보통신	주요 지역 상권	95	120	2.09	1.74	2.19
	전통시장	47	48	1.14	2.36	2.45
	지하도상가	7.79	4.32	0.37	8.67	4.81
	백화점	2.85	1.9	0.13	6.58	4.40
	복합쇼핑몰	20	24	0.15	0.63	0.76
	대형마트	156	198	0.24	0.12	0.15
	기업형 슈퍼마켓	44	47	0.85	1.81	1.93
	전체	373	443	5	1.12	1.33



**발행처** 인천연구원 **발행인** 이용식

**주소** 인천광역시 서구 심곡로 98 **전화** 032.260.2600 [www.ii.re.kr](http://www.ii.re.kr)

- 출처를 밝히지 않고 이슈브리프를 무단전재 또는 복제하는 것을 금합니다.
- 본 이슈브리프의 내용은 연구책임자의 개인적 의견이며, 연구원의 공식적인 의견이 아님을 밝힙니다.