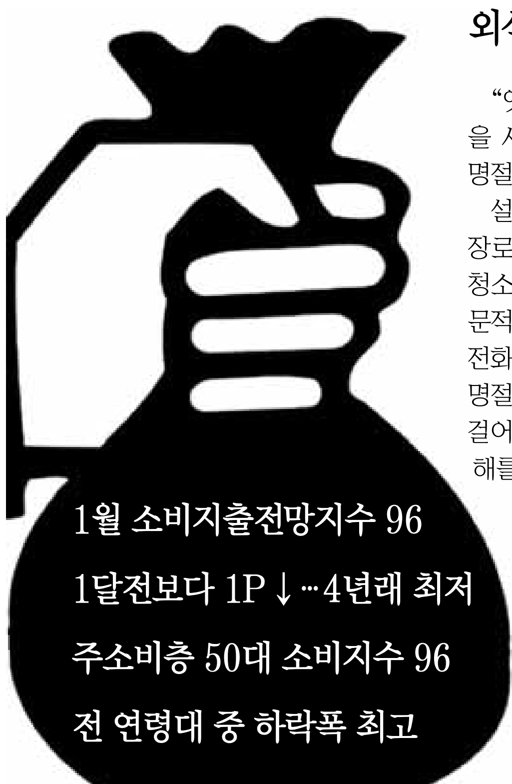
얼어붙은 소비심리…세뱃돈도 안 풀린다



외식·오락·문화…설연휴 청소년들 '명절 특수' 사라져

"옛날에는 명절 연휴에 용돈을 받아 옷을 사려는 청소년들로 붐볐는데 요즘은 명절 뒤끝에도 옷 한 벌 못 팔고 있어요."

설 연휴 마지막 날인 30일 오후 광주 충장로 일대는 밀려드는 인파로 가득했다. 청소년들이 즐겨 찾는 중저가 상품을 전문적으로 파는 옷 가게와 신발 가게, 휴대전화 판매점 등이 모여 있는 이곳은 한 때, 명절 연휴 마지막 날에는 "사람에 떠밀려 걸어간다"는 소리가 나올 정도로 인산인해를 이루고 덩달아 매출도 급증했다.

하지만 이날 상인들의 표정은 어두웠다. 계속되는 경기침체로 구도심 일대를 찾는 사람을 많지만 이들의 소비는 크게 줄어 '명절 특수'도 사라졌다는 게 이곳 상인들의 설명이다.

이처럼 극심한 경기 부진과 미래에 대한 불안감으로 소비자들이 의류 구입이나 외식, 오락·문화 등의 지출을 급격히 줄이고 있다.

30일 한국은행에 따르면 1월 소비지출전망 CSI(소비자심리지수) 항목 중 의류비는 96으로 조사돼 작년 12월보다 1포인트 하락했다. 소비자심리지수가 100보다 크면 과거 평균 경기상황보다 좋고, 100보다 적으면 과거보다 좋지 않음을 나타낸다.

1월 의류비 지출전망지수는 2013년 2월(95) 이후 3년 11개월 만에 가장 낮은 수준이다.

외식비 지출전망지수도 87로 조사돼 작년 12월(88)보다 1포인트 하락하면서 2013년 4월(86) 이후 3년 9개월 만에 최저로 떨어졌다. 이 조사는 한은이 지난 10일부터 17일까지 전국의 2천200가구를 대상으로 실시한 것이며 소비지출전망은 현재와 비교한 6개월 후의 소비전망을 보여준다.

소비자들이 지출을 줄이려는 것은 의류, 외식비뿐이 아니다. 1월 가구 등 내구재 지출전망지수는 전월과 변동이 없는 90이었다. 2013년 5월(89) 이래 3년 8개월간 이보다 낮았던 적은 없다.

소비지출전망의 9개 부문 중 지수가 가장 낮은 것은 교양·오락·문화비였다.

교양·오락·문화비 지출전망지수는 86으로 집계됐다. 금융위기 직후인 2009년 4월(81) 이후 7년 9개월간 이보다 낮았던 경우는 없었다.

여행비는 90으로 지난해 12월보다 1포인트 상승했지만 금융위기 이후 줄곧 유지해온 80~90수준을 벗어나지 못했다.

주소비층 중 하나로 손꼽혔던 50대의 소비 심리도 위축되고 있다. 올 1월 50대 가구주의 CSI는 96으로 작년 12월보다 2포인트(p) 떨어졌다. 지난해 10월 105에서 11월 100으로 떨어진 이후 석 달 연속 내려갔고 2009년 4월(96) 이후 7년 9개월 만에 최저치를 기록했다. 50대의 소비심리는 60대(94)나 70세 이상(95) 등 고령층과 비슷할 정도로 움츠러든 것으로 평가된다.

반면 40세 미만의 젊은층(20~30대)은 112, 40대는 108로 50대보다 각각 10p 넘게 높았다. 특히 최근 1년간 50대 중년층의 하락세는 두드러진다. 50대의 CSI는 작년 1월보다 7p나 떨어지면서 전체 연령대에서 하락 폭이 가장 컸다.

/오광록기자 kroh@·연합뉴스

중소기업 전망도 '캄캄'

광주·전남 2월 경기전망 75.6…전달보다 5.4%P 하락

지역 중소기업의 경기전망지수가 지난달보다 5포인트 이상 하락하는 등 경기전망이 어둡다.

30일 중소기업중앙회 광주전남지역본부(본부장 조동석)에 따르면 지난 16일부터 20일까지 광주·전남 중소기업체 201개를 대상으로 실시한 '2월 경기전망조사' 결과, 광주·전남 지역 중소기업 업황전망 건강도지수(SBHI)는 75.6으로 지난달대비 5.4%포인트 하락했다. 전국(78.8)보다도 3.2포인트 낮은 것이다.

이는 지속적인 소비심리 위축과 대외 불확실성 증가(중국 사드보복조치, 미국 보호무역주의 등)등 부정적 요인에 따른 것으로 분석됐다.

지역별로 광주는 전월(82.3) 대비 4.3포인트 하락한 78.0이었으며 전남은 전월(78.4) 대비 7.5포인트 대폭 하락한 70.9로 나타났다.

업종별로 제조업은 전월(73.2)대비 0.1포인트 상승한 73.3을 기록했으나 비제조업은 전월(86.7)대비 9.3포인트 대폭 하락해 77.4를 나타냈다.

항목별로는 내수판매(78.4→74.6), 경상이익(77.7→74.4), 자금사정(75.9→71.9), 고용수준(98.2→95.8)전망은 하락한 반면, 수출(83.3→87.0)전망만 상승한 것으로 조사됐다.

지역 중소업체들은 최대 경영애로점으로 내수부진(71.1%), 인건비 상승(62.2%), 업체간 과당경쟁(35.8%), 원자재 가격상승(23.9%), 인력확보난(22.9%) 등을 꼽았다.

한편 지난달 광주·전남지역 중소제조업의 평균가동률은 전월대비 1.6%포인트 상승한 73.6%을 기록했으며 광주는 전월대비 2.2%포인트 상승한 74.9%, 전남은 전월 대비 0.4%포인트 상승한 71.5%로 조사됐다.

/김대성기자bigkim@kwangju.co.kr

? 업황전망건강도지수(SBHI)
응답내용을 5점 척도로 세분화하고 각 빈도에 가중치를 곱해 산출한 지수로, 100이상이면 다음 달 경기가 좋아질 것으로 전망한 업체가 그렇지 않을 것으로 보는 업체보다 더 많음을 나타내며, 100미만이면 그 반대를 뜻한다.

코스피 5년간 수익률 11%

주요국 지수중 최저 수준

지난 5년간 주식에 장기투자했다면 수익률이 얼마나 됐을까? 예상보다 저조했다. 코스피 수익률은 11%에 그쳤다. 코스닥지수 수익률도 26% 머물렀다.

일본은 '엔저' 정책에 힘입어 수익률 1위를 차지했다. 미국도 '제로금리' 효과를 톡톡히 봤다.

30일 한국거래소에 따르면 코스피는 지난해 말 2,026.46으로 유럽발 금융위기가 터진 5년 전 2011년 말(1,825.74)보다 11.0% 오르는 데 그쳤다.

같은 기간에 수익률은 일본 닛케이지수가 8,455.35에서 19,114.37로 상승, 126.1%로 가장 높았다.

일본 다음으로 미국 나스닥지수 수익률이 106.6%였다. 이어 독일 DAX지수는 94.6%, 베트남 VNI지수 89.1%, 미국 스탠더드앤드푸어스(S&P)500지수 78.0%, 인도 센섹스지수 72.3% 등 순을 높았다.

홍콩 항셍지수는 수익률이 19.3%에 그쳐 코스피 다음으로 저조했다. 한국 코스닥지수도 수익률은 26.2%에 머물렀다.

대만 가권지수 수익률은 30.8%, 중국 상하이종합지수 수익률은 41.1%로 우리나라 증시와 비교해 상대적으로 나은 편에 속했다.

지난 5년간 코스피 수익률이 11%에 그친 것은 아무래도 국내 증시의 매력이 그만큼 떨어졌기 때문으로 풀이된다.

/연합뉴스

광주창조경제혁신센터 창업 설명회 지난 25일 광주시 북구 첨단과기로 광주창조경제혁신센터에서 열린 '2017 창업지원 합동설명회'가 성황리에 마무리됐다. 이날 행사에서는 창조경제혁신센터와 광주테크노파크, 광주연합기술지주, 광주정보문화산업진흥원 등 광주 창업 기관 13곳이 올해 지원 사업을 설명했으며 기관별로 부스를 마련해 상담 창구를 운영했다. 〈광주창조경제혁신센터 제공〉

은행 가계대출 첫 500조 돌파

지난해 순증 1위는 농협

지난해 5대 시중은행의 가계대출 잔액이 처음으로 500조원을 돌파했다.

가계대출 규모가 가장 큰 은행은 KB국민은행이었으며 작년 한 해 동안 순증액이 많은 건 농협은행이었다.

30일 은행권에 따르면 신한·국민·우리·하나·농협 등 5대 시중은행의 작년 12월 말 가계대출 잔액은 500조9230억원으로 전년 말(458조7181억원) 보다 42조2049억원(9.2%) 늘었다.

이들 은행의 가계대출 잔액이 500조원을 돌파한 건 지난해가 처음이다. 잔액 규모는 국민은행이 123조1397억원으로 가장 많았다. 우리은행도 102조5234억원으로 100조원을 돌파했다.

하나은행은 95조676억원으로 3위를, 신한은행(93조6285억원)과 농협은행(86조5638억원)이 그 뒤를 이었다.

이들 은행 가운데 작년 한 해 순증액이 가장 많았던 곳은 농협이다. 농협은 11조1404억원(14.8%)이 늘어 증가량과 증가율에서 모두 다른 은행들을 압도했다.

조선·해운 구조조정으로 1조7000억원 넘는 충당금을 쌓았던 농협은 가계대출을 통해 손실을 만회했다. 가계대출 증가세에 힘입어 4분기에 흑자전환에 성공했다.

우리은행도 가계 여신이 연간 10조3196억원(11.7%) 증가했다. /연합뉴스

금리 0.1%P 오르면 폐업 위험 10.6%↑

자영업 폐업률 결정요인 분석…음식·숙박업 최고 민감

대출 금리(이자율)의 상승이 자영업자의 폐업위험을 크게 높인다는 경고가 나왔다.

한국은행 경제연구원의 남윤미 미시제도연구실 부연구위원은 30일 한은이 발간한 '국내 자영업의 폐업률 결정요인 분석'이라는 보고서에서 이같이 밝혔다.

남 부연구위원은 통계청의 '전국사업체조사' 자료를 활용해 2006~2013년 도·소매업, 음식·숙박업, 수리 및 기타 개인서비스업 등 3대 자영업 업종의 폐업에 업체 소재 지역의 인구, 소비자물가지수, 임대료, 중소기업 대출 금리 등의 변수가 미친 영향을 분석했다.

이들 3대 자영업종은 국내 자영업의 약 60%를 차지한다. 수리 및 기타 개인서비스업에는 자동차, 가전제품 등의 수리업과 이·미용업, 세탁업, 장례서비스 등이 들어간다. 자영업 폐업률을 모형화해 추정한 결과, 중소기업 대출 금리가 0.1% 포인트(p) 오르면 폐업위험도가 7~10.6% 올라가는 것으로 나타났다.

업종별로는 음식·숙박업의 폐업위험도가 10.6% 상승, 금리에 가장 민감하게 반응했다.

중년층이 직장에서 은퇴한 후 많이 차리는 치킨집과 소규모 식당이 금리 인상의 직격탄을 맞을 수 있다는 것이다. 반면 도·소매업과 수리 및 기타 개인서비스업은 7~7.5%로 상대적으로 덜 반응했다.

보고서는 "폐업위험도 상승에는 자영업체가 직면한 금리 부담의 증가뿐 아니라 금리 인상으로 인한 소비지출의 위축이 폐업률에 미치는 영향도 포함됐을 가능성이 높다"고 밝혔다.

또 "중소기업 대출 금리가 임대료 증가보다 자영업자의 폐업위험도를 훨씬 높이는 것으로 추정됐다"고 설명했다.

작년 하반기부터 미국 금리 인상 전망의 영향으로 금융기관의 중소기업 대출 금리가 꾸준히 올랐다. 한은의 금융기관 가중평균금리 통계를 보면 작년 12월 예금은행의 중소기업 대출 금리는 3.77%(신규취급액 기준)로 전월보다 0.09%p 상승했다.

아울러 3대 자영업 업종의 평균 생존기간을 살펴보면 음식·숙박업이 3.1년으로 가장 짧았고 도·소매업은 5.2년, 수리 및 기타 개인서비스업은 5.1년으로 파악됐다.

보고서는 "음식·숙박업은 소비자물가지수로 대변되는 경기에 가장 민감한 업종이고 경쟁업체의 증가가 폐업률을 높이는 효과도 가장 크게 나타났다"고 분석했다. /연합뉴스