

6 지역·사회



민생회복쿠폰은 전국 소비를 끌어올렸지만 대학가의 경우 방종 줄어든 유동인구로 인해 체감 효과가 낮은 상황이다.

(사진=원희재 기자)

민생회복쿠폰 효과, 대학 상권에서는 ‘글썸’ 사용방식 · 방학 특수성으로 체감도 낮아

원희재 기자 whj6470@khu.ac.kr
최단 기자 dan2530@khu.ac.kr

민생회복쿠폰이 전 국민을 대상으로 지난 7월 발행됐다. 이는 전국 소비를 끌어올리며 지역 상권에 숨을 불어넣기 위한 목적으로 시행됐다. 실제로 행정안전부 통계에 따르면 전국 가맹점 매출액이 상승한 모습을 보이기도 했다. 하지만 대학가에서는 방학 기간이라는 특수성 등으로 유동 인구가 감소해 민생회복쿠폰의 혜택을 크게 보지 못했다는 상인이 많았다. 국제캠이 위치한 영통3동은 매출이 상승했지만 실질적인 체감은 크지 않았다는 의견이 있었다. 우리신문은 회기동과 영통동 일대의 상인을 만나 민생회복쿠폰의 체감이 어느 정도였는지 알아봤다.

지난 7월부터 발행된 민생회복쿠폰은 전국 소비를 끌어올리며 지역 상권에 숨을 불어넣었다는 평을 받은 바 있다. 특히 전통시장과 음식점을 중심으로 매출 증가 효과가 뚜

렷했다는 평가가 나왔다.

행정안전부 통계에 따르면 지급 2주 만에 전체 지원금 5조 7,679억 원 중 2조 6,518억 원(약 46%)이 사용됐다. 음식점이 1조 989억 원(41.4%)으로 가장 많았고, 마트·식료품 4,077억 원, 편의점 2,579억 원, 의류·잡화 1,060억 원순이었다. 7월 4주(7.21~7.27) 전국 가맹점 매출액은 직전 주보다 19.5%, 전년 같은 기간보다 5.5% 늘었다.

대학가 상권 효과 미미 “매출 큰 차이 없어”

하지만 대학 상권에서는 성과가 제한적이었다. 서울시 상권분석서비스에 따르면 회기동 유동인구는 2024년 2분기 520만 명에서 3분기 448만 명으로 약 14%가 줄었고, 이문 1동도 같은 기간 962만 명에서 833만 명으로 약 13%가 감소했다. 방학 기간으로 유동 인구가 크게 줄어 특수성을 크게 보지 못한 것이다.

이 같은 감소는 민생회복쿠폰 사용에도 불구하고, 매출 정체로 이어졌다. 상권분석 서비스 ‘오픈업’의

예상 매출액 자료에 따르면 회기동 예상 매출은 2025년 6월 96억 원에서 7월 87억 원으로 줄었고, 전년도 같은 달인 2024년 8월(88억 원)과 비교해도 제자리였다. 인근 대학가인 이문1동(외대 앞) 역시 6월 76억 원에서 7월 70억 원으로 감소했으며, 전년도 8월(65억 원)과 비교하면 소폭 늘어나는 데 그쳤다.

학교 대로변 안경점 ‘시선안경’ 김두리 매니저는 “작년 이맘때보다 약간 올랐을 뿐 큰 차이는 없었고,

손님도 학생보다 인근 주민이 많다”며 “코로나 시절 지원금이 오히려 매출에 더 영향을 줬다”고 설명했다.

서울캠 정문 뒷골목 음식점 ‘슬로우캐리’ 매출 변화 또한 크지 않았다. 다만 슬로우캐리 소진경 사장은 “쿠폰 덕분에 시장이 활발해지고 경제가 돌아가야 식당도 잘 된다”며 “정책의 방향성 자체는 긍정적으로 본다”고 말했다. 상인들은 대체로 취지에는 공감했지만, 매출에

는 큰 폭의 변화가 없었다고 평가했다.

학생 반응도 비슷했다. 윤주연(관광·엔터테인먼트학 2025) 씨는 “쿠폰은 음식점에서만 썼다”며 “평소보다 외식을 조금 더 자주 한 정도였다”고 말했다. 이어 “방학이라 학교에 나올 일이 적어 회기동 상권을 더 이용하진 않았다”며 “쿠폰이 있다고 해서 소비 패턴이 크게 달라진 않았다”고 덧붙였다.

대학가가 아닌 지역은 상승세를 확인할 수 있었다. 답십리1동은 6월 97억 원에서 7월 103억 원으로 늘어나며 전년도 8월(96억 원)을 넘어섰다. 용신동(용두·신설 일대)은 2024년 8월 268억 원에서 2025년 7월 338억 원으로 26% 넘게 늘었다.

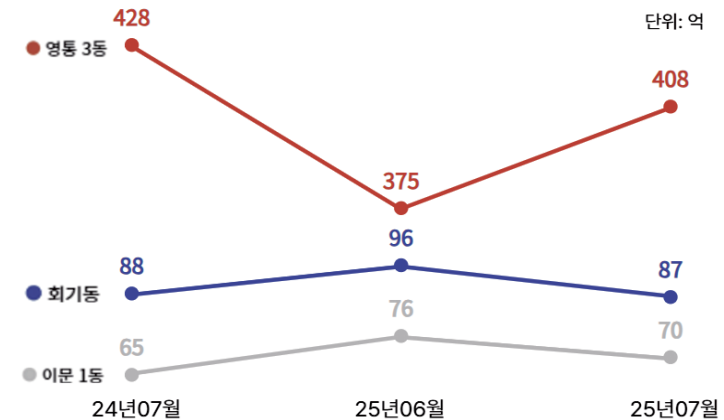
국제캠 영통3동 역시 “원가 상승해 오히려 손해 봐”

반면 국제캠 상권은 조금 다른 모습을 보였다. ‘오픈업’에 따르면 국제캠 상권이 위치한 영통3동은 민생회복쿠폰이 지급된 시점에 매출이 증가하는 모습을 보여줬다. 영통3동 매출은 2025년 6월에 375억을 기록했는데, 7월에는 408억 원으로 약 8.5% 증가한 수치를 보여줬다.

하지만 매출 상승에도 불구하고 영통3동 상인들 사이에서는 쿠폰 효과를 체감하지 못했다는 의견이 있었다. 실제로 서울캠 인근에서 만난 음식점 슬로우캐리 소 사장은 “카드 결제에 자동 차감되다 보니, 손님들이 더 많이 쓰는지 뚜렷하게 느껴지지는 않았다”고 말했다.

국제캠 앞 꽃집 ‘플라워 유화’의 사장은 “민생회복쿠폰 발급 이후에도 매출액은 큰 차이가 없었다”며 “최근 학위수여식 같은 큰 행사에도 매출 증가가 눈에 띄지 않았다”고 말했다. 또한 민생회복쿠폰 발급 이후 오히려 제품 원가가 상승했다는 고충을 털어놓기도 했다. 국제캠 인근에서 편의점을 운영하는 사장은 “민생회복쿠폰 발급 이후 제품 원가가 상승했지만, 매출액은 늘지 않아 오히려 손해를 봤다”고 말했다.

민생회복쿠폰은 단기적인 소비 촉진 효과를 보였지만, 실질적으로 상권을 살리기 위해서는 보완 장치가 필요하다는 지적이 나온다. 김상래(경제학) 교수는 “정책이 시행된다면 매출 30억 원 이상 사업체와 온라인 상점에서도 사용할 수 있도록 하고, 소득·자산 수준에 따른 차등 지급이 반드시 필요하다”고 말했다. 김 교수는 “사용 제한을 두면 용처가 줄어 승수효과가 떨어져 사용처를 넓혀야만 정책 효과가 제대로 난다”며 “동일 금액의 보편 지급은 한계효용이 낮고 불평등을 심화시킬 수 있다”고 덧붙였다.



상권분석 서비스 ‘오픈업’의 예상 매출액 자료로, 영통3동과 회기동의 2024년 7월, 2025년 6월, 2025년 7월 매출액이다.