

2022 대한민국 자영업 보고서 -코로나 팬데믹 상황이 자영업에 미친 영향을 중심으로-

김기식 소장, 최새봄 연구원
(재)더미래연구소

1. 서론

- 2020년 1월 코로나19가 발생한 이후 3년의 시간이 흘렀다. 2020년 3월 사회적 거리두기 방역조치가 시작됐고, 2020년 말 연말연시 특별방역으로 수도권 식당, 카페, 주점 등의 9시(10시) 이후 영업금지, 5인 이상 사적모임 금지, 클럽·펍과 같은 유흥시설 영업금지 등 초유의 방역정책이 이루어졌다. 2021년에는 누적확진자 수가 1월 6만명에서 12월 63만명까지 급증하면서 18시 이후 사적 모임 2인(이후 4인, 6인으로 단계적 완화됨) 제한, 9시(이후 10시로 단계적 완화됨) 이후 영업금지, 유흥시설 집합금지, 예식장·장례식장 50인 미만 인원 제한 등 가장 강력한 4단계 방역조치가 거의 1년간 지속되었다. 2022년 들어서 오미크론 변이로 누적확진자 수가 1월 63.5만명에서 5월 1,727만명으로 폭증했지만, 상대적으로 사망률은 낮아지고 중환자 수도 줄어들면서 코로나19가 일상화되었다. 이에 2022년 4월 18일 사회적 거리두기 방역조치가 전면 해제되었고, 2023년 3월 20일 대중교통 마스크 착용 의무까지 해제되면서 3년 만에 코로나19 팬데믹 상황은 사실상 종식되었다.
- 한편, 영업금지 및 제한 등 초유의 방역조치로 타격이 불가피했던 자영업 소상공인에 대해 정부는 2020년부터 2년간 재정 및 금융지원정책을 실시하였다.
 - 재정지원정책으로 소상공인 대상 재난지원금은 2020년 이후 총 8차례에 걸쳐 약 2,213만 개 사업체를 대상으로 약 54조 6천억 원이 지급된 것으로 추산된다.

표 1 코로나 19 소상공인 재정지원정책의 지원규모 및 지급액

	지원규모	지원대상 수	지급액	매출액 및 업종구분(소상공인·소기업 조건)
긴급고용안정지원금 ('20.7)	1.4조원	94만개	150만원	업종 구분X, 매출감소
새희망자금 ('20.9)	2.8조원	251만개	100~200만원	집합금지, 영업제한업종 매출액 감소 무관 일반업종 매출액 감소
버팀목자금 ('21.1)	4.2조원	301만개	100~300만원	집합금지, 영업제한업종 매출액 감소 무관 일반업종 매출액 감소
버팀목자금플러스 ('21.3)	4.8조원	291만개	100~500만원	집합금지업종 매출액 감소 무관 영업제한업종, 일반업종 매출액 감소
희망회복자금 ('21.8)	4.2조원	190만개	40~2,000만원	집합금지업종 매출액 감소 무관 영업제한업종, 일반업종 매출액 감소
방역지원금	1차 ('21.12)	351만개	100만원	영업제한업종 매출액 감소 무관 일반업종 매출액 감소
	2차 ('22.2)	364만개	300만원	영업제한업종 매출액 감소 무관 일반업종 매출액 감소
손실보전금* ('22.5)	23조원*	371만개*	600~1,000만원	연매출 50억원 이하 중기업까지 포함. 매출액 감소 무관
합계	54.6조원	2,213만개	-	-

출처: 중소벤처기업부 보도자료(2022. 05. 30), 표 “소상공인 재난지원금 지원규모와 지급액” 및 내용을 재구성
주1) *는 시행공고 상의 수치이며, 나머지는 지급실적임.

- 8차례 지급된 지원금의 공통된 요건은 매출액이 소기업¹⁾이며, 개업일이 코로나 확산 이전 이고, 신청 당시 휴·폐업이 아닌 영업 중인 사업체여야 한다는 것이었다.
- 지원대상을 ①집합금지업종, ②영업제한업종, ③매출액이 감소한 일반업종으로 구분하여 지급액에 차등을 두었다.
- 집합금지업종에는 유흥주점, 뷔페, 대형학원, 노래연습장, 실내집단운동시설, PC방, 독서실 등 주점 및 실내 다중이용시설 등이 포함되었고, 영업제한업종에는 일반음식점, 휴게음식점, 제과점, 프랜차이즈형 커피·음료점 등이 포함되었다.
- 한국금융연구원²⁾에 따르면, 코로나 확산 이후 소상공인을 대상으로 한 금융지원액은 약 65조 2천억 원으로 추산되며, 대출 원금상환 만기연장 및 이자상환 유예조치의 규모는 2022년 6월 기준으로 총 141.4조원인 것으로 추산된다.

표 2 코로나19 소상공인 금융지원정책의 지원규모

구분	지원규모
소상공인금융지원1차	14.8조원
소상공인금융지원2차	7조원
집합제한업종 임차 소상공인특별지원 (임대료 부담)	0.8조원
중·저신용소상공인특례보증	0.6조원
브릿지보증	0.2조원
희망플러스특례보증	1.1조원
신용보증기금지역신용보증재단신규대출*	3조원
소상공인진흥기금융자*	0.2조원
신보특례보증대환대출*	7.5조원
캠코채무조정지원*	30조원
합계	65.2조원
대출 원금상환 만기연장('20.4.1~' 25.9) 및 이자상환 유예('20.4.1~' 23.9) 조치	만기연장 124.7조원 (2022.6월 기준)
	상환유예 16.7조원 (2022.6월 기준)
합계	141.4조원

출처: 한국금융연구원, '코로나19 관련 소상공인 금융지원정책 현황 및 시사점', p. 9-10 내용을 표로 재구성, "코로나대출 만기연장 3년 추가...사실상 5번째 재연장". 연합뉴스포맷스. 2022년 9월 27일자.

주1) *는 시행공고 상의 수치이며, 나머지는 지급실적임.

- 금융지원의 경우 지원대상은 주로 ①코로나19로 피해를 받은 소상공인, ②신용등급이 낮은 개인사업자 및 소상공인이었으나, 사실상 업종 등의 제한 없이 누구나 대출 및 보증 지원을 받을 수 있는 형태로 이루어졌으며³⁾ 지원자에 대해서는 금리, 보증, 보증요율 등에 우대를 적용하여 상환 부담을 낮추고자 하였다. 한편, 2020년 4월 1일부터 2020년 3월 31일 이전에 대출받은 개인사업자 및 중소기업 등에 대해 대출원금 만기 연장과 원금상환유예, 이자유예 등의 혜택이 주어졌고, 5번의 재연장을 통해 만기연장의 경우 2025년 9월, 이자상환 유예의 경우 23년 9월까지 혜택이 유지되고 있다.

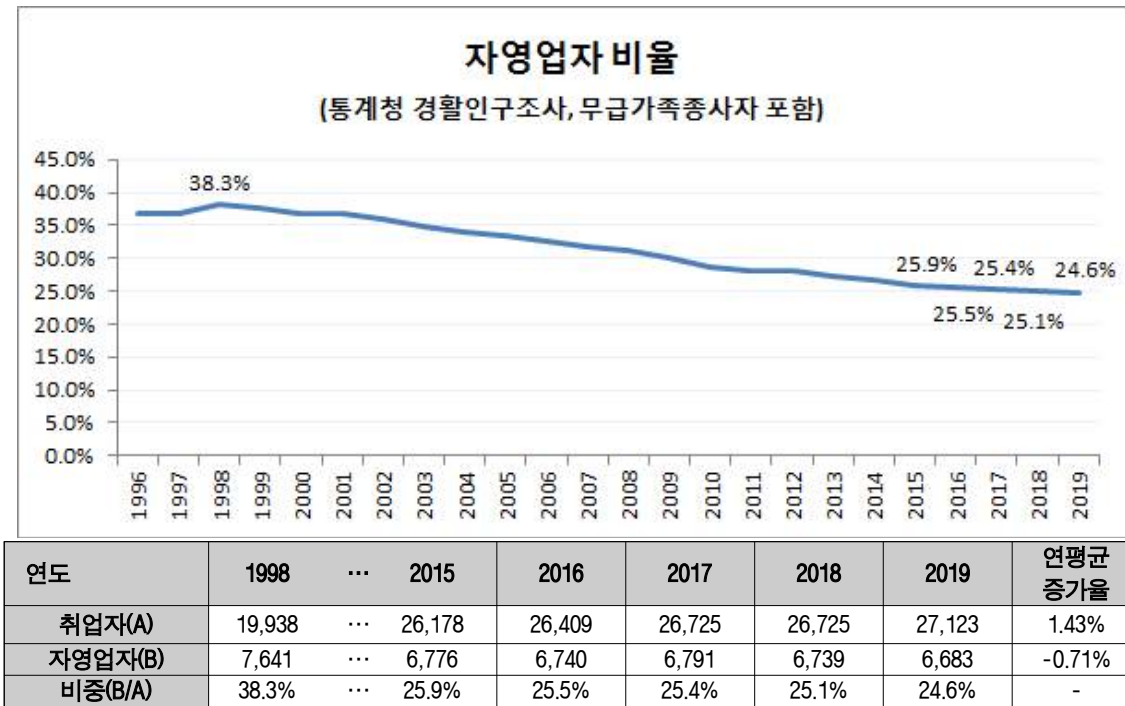
1) 소상공인 포함에 해당하는 사업체로 매출액이 10~120억원 이하(음식·숙박: 10억원, 도소매: 50억원, 제조: 120억원 등 업종에 따라 상이함), 대부분의 지원요건에서 상시근로자수는 무관하게 지원함.

2) 한국금융연구원, '코로나19 관련 소상공인 금융지원정책 현황 및 시사점', p. 7-8.

3) 한국금융연구원, '코로나19 관련 소상공인 금융지원정책 현황 및 시사점'. p.10

- 코로나19가 전 세계적으로나 국내 경제에 지대한 영향을 주었음은 공히 인지된 사실이다. 이동이 제한되면서 여행·관광·항공 산업 등이 직접적인 타격을 입었고, 소비활동은 물론이고 사회경제적으로 광범위하게 영향을 끼쳤다. 특히 자영업은 초유의 코로나19 방역조치로 매출감소는 물론 폐업의 증가 등 매우 큰 부정적 영향을 끼쳤을 것으로 우려되었다.
- 앞서 언급했듯이 2023년 3월 마지막 남았던 대중교통 마스크 착용 의무 방역조치까지 해제되면서 코로나19는 사실상 종식되었다. 이에 본 보고서는 코로나19 유행과 영업금지·제한 등 방역조치가 실제 자영업에 미친 영향을 객관적인 통계를 통해 분석하고자 한다.
- 먼저 전제할 것은 우리나라의 경우 자영업의 구조조정이 코로나19 이전부터 진행되어왔다는 점이다.
 - 통계청 경제활동인구조사에 따르면 무급가족종사자를 포함한 자영업자 수는 1998년 764.1만명에서 2015년 677.5만명, 2016년 674만명, 2017년 679.2만명, 2018년 673.9만명, 그리고 코로나19 유행 직전인 2019년 668.3만명을 기록하며 연평균 -0.71% 감소하는 경향을 보였다. 전체 취업자에서 자영업자들이 차지하는 비중 역시 1998년 38.3%에서 2019년 24.6%로 지난 20년간 감소해왔다.

그림 1 자영업자 비중 (단위: 천명, %)



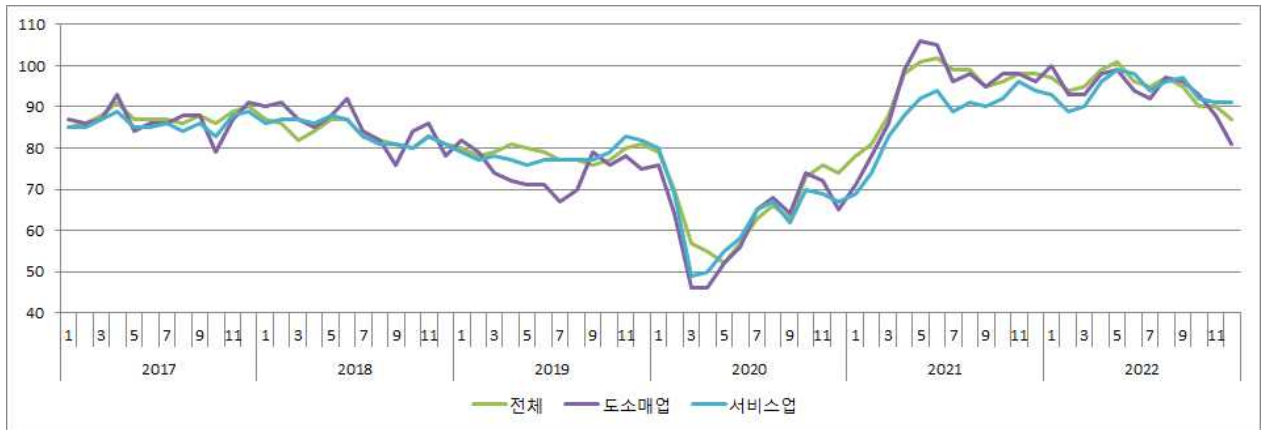
출처: 통계청. 경제활동인구조사

주1) '자영업자'에는 무급가족종사자가 포함되어있음.

- 코로나19가 자영업에 큰 영향을 미치고 특히 일부 업태에는 치명적인 타격을 주었음은 분명하다. 그러나 후술하겠지만 국세청과 통계청 조사에 따르면 2020년 상반기 코로나19 확산 초기에는 자영업 부문이 일시적으로 위축되었지만, 이후에는 일부 업태를 제외하고는 사업자 수와 매출 모두 증가한 것으로 확인되고 있다.

- 한국은행의 기업경기실사지수 조사⁴⁾에서 자영업과 일반기업을 모두 포함한 매출은 2020년 상반기에 급락했지만 3개월 안에 급속도로 반등하면서, 2021년부터는 오히려 코로나19 유행 이전인 2018년 하반기~2019년 수준을 상회하였고, 2022년에도 이러한 추세가 이어졌다.

그림 2 기업경기실사지수 매출 (단위: BSI지수)



출처: 한국은행. 기업경기실사지수.

주1) 매출은 전년동월대비 확대, 비슷, 둔화로 판단, 100이하면 확대 100이상이면 둔화.

- 한국은행에서 발표하는 민간소비⁵⁾ 역시 코로나19 1차 유행기인 2020년 1/4분기에 전분기 대비 -6.6%씩 크게 감소했으나, 2/4분기에는 곧바로 전분기대비 1.1% 상승하며 회복하였고, 3차 유행기에도 감소했지만 곧바로 반등하여 2021년부터는 코로나19가 유행하기 이전인 2019년보다 민간소비가 오히려 증가한 것으로 나타났다.

그림 3 민간소비 전분기대비 증가율 (단위: %)



출처: 한국은행. 국민계정 주요지표. 국내총생산에 대한 지출(실질, 계절조정, 전기비) 민간소비.

4) 기업의 매출, 생산 등 주요 경영활동의 결과와 전망에 대해 설문조사하여 그 결과를 지수화해 산출한 통계임.
5) 민간소비란 가계와 민간 비영리 단체가 최종 생산물을 사들이기 위해 하는 지출임.

- 코로나19 유행의 직접적인 영향을 받는 대표적인 대면업종인 소매업과 음식점업의 경기실사지수도 급락했다가 바로 급반등하는 등 V자 곡선을 보이며 코로나19 기간동안 등락을 반복하였다. 심지어 2020년 5월과 같은 유행 초기에는 코로나19 이전의 경기실사지수보다 오히려 높게 반등하는 양상까지 보인 바 있다.
- 중소기업벤처부의 자기기업식 설문조사인 ‘소상공인 경기실사지수’에 따르면 2020년 3월 음식점업의 경기실사지수는 역대 최저수준(24.2)으로 내려갔다. 이후에도 코로나 3차유행이었던 2021년 1월과 4차유행이었던 2021년 7월, 그리고 5차 유행이었던 2022년도 초에도 소매업과 음식점업의 경기실사지수는 급락한 모습을 보였다. 그럼에도 주목할 점은 급락한 지 1~3개월내에 곧바로 이전 수준으로 반등했고, 2022년 5차 유행 이후부터는 코로나19 유행 이전인 2017~2019년 수준을 회복했다는 점이다.

그림 4 소상공인 경기실사지수 (단위: BSI지수)



출처: 중소기업벤처부. 소상공인시장경기동향조사(체감) 매월

주1) BSI는 경기실사지수로 100초과면 호전, 100미만이면 악화를 뜻함.

- 물론 사우나, 헬스장과 같이 아예 영업을 금지된 업종이나, 노래방과 호프집 등 9시 이후 영업을 주된 업종으로 영업시간 제한의 직접적인 타격을 받은 업종 등은 생존 불가능할 정도로 심각한 타격을 입은 것이 분명하다.
- 그러나 후술하겠지만 자영업 전반에서 코로나19가 미친 영향은 매우 차별적이었던 것으로 분석된다. 소매업의 경우, 한편에선 위축된 측면도 있지만 온라인·플랫폼을 기반으로 한 통신판매 소매업은 오히려 활성화된 측면도 있고, 음식점의 경우에도 배달이 대폭 확대되면서 배달전문 음식점체는 물론 기존 음식점들도 매출이 확대된 부분도 있다.
- 이에 지난 코로나 3년 기간, 특히 코로나 유행의 영향이 컸던 2020~2021년 기간을 중심으로 실제 코로나19가 자영업 전반과 외식업 등 생활밀접업종에 미친 영향을 객관적으로 분석하는 한편, 이를 근거로 막대한 재원을 투입했던 자영업 지원정책의 실효성과 타당성을 검토하고, 향후 소상공인 지원정책의 바람직한 정책 방향을 제언하고자 한다.

2. 코로나19 이전과 이후 자영업 상황

1. 전체 자영업(개인사업자) 현황

1) 자영업자 수

- 국세청 통계에 따르면 국내 개인사업자 수는 코로나19 유행 이전인 2017년 634.2만명, 2018년 673.5만명, 2019년 704.3만명으로 증가해왔는데, 코로나19 이후에도 2020년 756.5만명, 2021년 802.9만명으로 코로나19 유행에도 불구하고 계속해서 증가하는 추세를 보였다. 통계청 경제활동인구조사에서는 자영업자 수가 무급가족종사자를 제외하고 코로나19 유행 이전인 2017~2019년 기간 568.2만명, 563.8만명, 560.6만명으로 감소했고, 코로나19 유행 이후에도 2020년, 2021년 각각 553.1만명, 551.3만명으로 감소 추세가 이어지다가, 상황이 일상화된 2022년에는 563.2만명으로 다소 증가한 것으로 나타났다⁶⁾.

표 3 전체 산업 자영업자 추이 (단위: 명)

구분	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년
국세청	6,342,420	6,734,617	7,043,264	7,565,364	8,028,710	-
전년대비 증가율	4.82%	6.18%	4.58%	7.41%	6.12%	-
통계청 (무급가족종사자 제외)	5,682,000	5,638,000	5,606,000	5,531,000	5,513,000	5,632,000
전년대비 증가율	1.21	-0.77%	-0.57%	-1.34%	-0.33%	2.16%

출처: 국세통계, 부가가치세 가동사업자현황; 통계청 경제활동인구 취업자 수.

주1) 국세청 자료는 2022년 12월 31일 기준 법인사업자를 제외한 개인사업자(일반+간이+면세)를 집계한 자료임.

주2) 국세청의 2022년 자료는 2023년 상반기에 나올 예정.

주3) 통계청 자료는 무급가족종사자를 제외한 자영업자 수입.

- 국세청 통계의 자영업자 연평균증가율은 코로나19 유행 이전인 2017~2019년 기간동안 5.4% 였지만 코로나19가 유행한 기간(2020~2022년)에는 6.8%로 코로나19 유행 이후 자영업자 증가폭이 더 컸음을 알 수 있다. 통계청 경제활동인구조사의 무급가족종사자를 제외한 자영업자 수는 2017년부터 코로나19 유행 이전인 2019년까지 연평균증감률 -0.7%를 보이며 감소했으나, 코로나19 유행 이후 2020~2022년 기간동안에는 연평균증감률 0.6%를 보이며 미세하게나마 증가한 것으로 나타났다.

6) 우리나라의 자영업자 통계는 대표적으로 국세청 자료와 통계청 경제활동인구조사 자료가 있다. 이 두 자료는 포괄 범위와 집계방식에 차이가 있는데, 국세통계는 세수파악을 위한 목적으로 등록사업자를 대상으로 집계하고, 경제활동인구조사는 개인의 경제활동을 중심으로 고용동향 등을 파악하기 위함이다. 국세청은 면세사업자인 농림어업 자영업자나 노점상 등과 같은 비등록자는 제외되지만, 통계청 경제활동인구조사는 모든 산업에서 사업주는 물론 무급가족종사자를 포함해 취업자 모두를 포착하고 있다. 또한 동일사업자가 별도의 사업장을 갖고 있으면 국세청은 각각으로 집계하지만, 통계청에서는 취업자 1인으로 조사된다. 따라서 국세청 개인사업자 수와 통계청 자영업자 수는 당연히 차이가 나타난다. 일반적으로 우리나라 전체 자영업자 규모를 논할 때에는 통계청의 경제활동조사 자료를 활용하지만, 본 보고서에서는 업태와 매출액이 나타난 국세청 자료를 주로 활용하여 분석하고자 한다.

표 4 전체 산업 자영업자 증감률 (단위: %)

	'17~' 19 연평균증감률	'20~' 22 연평균증감률
국세청	5.4%	6.8%
통계청	-0.7%	0.6%

출처: 국세통계. 부가가치세; 통계청 경제활동인구 취업자 수.

주1) 국세청은 '20~' 21년 연평균증감률임.

주2) 연평균증감률은 기하평균을 활용해 해당 기간에 늘어난/줄어든 값을 포함한 기간의 평균값으로 구함.

- 3차 산업의 자영업자 추이 역시 이와 비슷하다. 국세청 통계에 따르면 3차산업 개인사업자는 2017년 548만명, 2018년 581.6만명, 2019년 608.3만명에서 코로나19가 유행한 뒤인 2020년 655.7만명, 2021년 696.1만명으로 2019년에 비해 약 90만명 가까이 증가했다. 연도별 8월 기준으로 집계한 통계청 자료로도 3차산업 자영업자는 무급가족종사자를 제외하고 2017년 399.3만명에서 2021년 382.5만명으로 감소했지만, 회복세에 접어든 2022년 389.1만명으로 전년대비 1.73% 증가했다.

표 5 3차산업 자영업자 추이 (단위: 명)

구분	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년
국세청	5,479,869	5,816,061	6,083,105	6,556,850	6,961,051	-
전년대비 증감률	4.67%	6.14%	4.59%	7.79%	6.16%	-
통계청 (무급가족종사자 제외)	3,993,000	3,948,000	3,927,000	3,875,000	3,825,000	3,891,000
전년대비 증감률	1.65%*	-1.13%	-0.53%	-1.32%	-1.29%	1.73%

출처: 국세청. 부가가치세 가동사업자 현황; 통계청. 경제활동인구조사 비임금근로자 부가조사.

주1) 국세청 자료는 법인사업자를 제외한 개인사업자(일반+간이+면세)를 집계한 자료임.

주2) 국세청의 2022년 자료는 2023년 상반기에 나올 예정.

주3) 국세청 3차산업에는 도매업, 소매업, 부동산매매업, 음식업, 숙박업, 운수창고통신업, 부동산임대업, 대리중개도급업, 서비스업이 포함됨.

주3) 통계청 자료는 무급가족종사자를 제외한 자영업자 수임.

주4) 통계청 자료는 해당연도 8월 기준시점으로 집계된 자료임.

주5) 통계청 3차산업에는 도소매업, 음식숙박업, 전기·운수·통신·금융업, 사업·개인·공공서비스 및 기타가 포함됨. 전기업은 3차산업에 해당되지 않지만 별도로 분리가 불가능해 포함하게됨.

주6) 통계청의 2017년 전년대비 증감률은 2016년 자료가 없는 관계로 2015년 자료를 활용하여 계산함.

- 한편, 통계청 자료의 주목할 점은 코로나19 이후인 2020~2021년 기간동안 자영업자 수가 다소 줄었는데, 그 중에서도 고용원이 있는 자영업자의 수는 크게 줄어든 반면 고용원이 없는 자영업자는 오히려 계속해서 증가했다는 것이다. 이는 코로나19 국면에서 고용원을 둔 자영업자들이 경영상의 어려움으로 폐업한 경우와 함께, 기존의 고용원을 내보내고 고용원 없이 운영하는 형태로 전환한 경우도 상당했음을 의미하는 것으로 분석된다.
 - <표 6>을 살펴보면 자영업자 중에서도 고용원이 있는 자영업자 수가 확연히 감소했는데, 2019년 고용원이 있는 자영업자 수는 153.8만명이었지만 2020년 들어서는 -10.8% 감소한 137.2만명으로 약 16.6만명 줄어들었고, 2021년에는 또 다시 -4.7%, 6.5만명이 감소한 130.7만명으로 집계되었다. 이후 상황이 일상화된 2022년 들어서 136.5만명으로 전년대비 4.4%가

증가했다. 한편, 고용원이 없는 1인 자영업자는 2019년 406.8만명에서 2020년 415.9만명으로 전년대비 2.2% 증가, 2021년 420.6만명으로 전년대비 1.1% 증가했으며 2022년에도 426.7만명으로 1.5% 증가하는 등 고용원이 있는 자영업자와 달리 이들은 코로나19 유행 이후에도 계속해서 증가하였다.

- 한편, 무급가족종사자는 2019년 107.7만명에서 2020년 104.2만명, 2021년 100.7만명, 2022년 95.5만명으로 계속해서 감소해왔는데, 이들은 국세청 통계에서는 포함되지 않는 대상으로 통계청 경제활동인구조사상의 자영업자 종사자 감소의 큰 요인 중 하나였다.

● **코로나19 기간 임금근로자의 고용동향에서도 주목할 점은 상용근로자와 임시근로자, 일용근로자들의 고용동향이 이질적이었다는 것이다.** 소위 정규직에 해당하는 상용근로자는 코로나19에도 불구하고 계속해서 증가하는 양상을 보였다. 반면 아르바이트생들이 포함된 임시근로자는 코로나19 유행이 시작된 2020년 전년 대비 -6.5% 급감하여 경영상 어려움에 처한 사업주들이 고용원을 내보내는 과정에서 임시근로자들 역시 고용한파를 겪었음을 짐작할 수 있다. 그러나 코로나19가 일상화된 2021년에는 곧바로 전년대비 3.4% 상승하였고, 2022년에는 또 다시 0.9% 증가한 467.8만명으로 집계되는 등 반등하는 경향을 보였다. 한편, 건설근로자 등 일용근로자는 일상회복단계에 접어든 2022년까지도 계속해서 감소하였다.

- 상용근로자는 2019년 1,421.6만명, 2020년 1,452.1만명, 2021년 1,488.7만명, 2022년 1,569.2만명 등 코로나19 유행에도 불구하고 매년 증가하는 모습을 보였다. 아르바이트생들이 포함된 임시근로자는 2019년 479.5만명에서 2020년 코로나19로 고용이 급감하며 전년대비 -6.5% 감소한 448.3만명으로 집계되었다. 그러나 2021년에는 463.4만명, 2022년에는 467.8만명 등 코로나19가 일상화되면서 다시 증가하는 경향을 보였다. 일용근로자는 2019년 142.9만명에서 2020년 132.8만명으로 전년대비 -7.1% 감소했는데, 고용이 회복된 임시근로자와는 다르게 일용근로자는 2021년 123.1만명, 2022년 113.2만명으로 계속해서 감소하였다.

표 6 종사상 지위별 취업자 (단위: 천명, 전년대비)

구분	2019년		2020년		2021년		2022년	
	인원	인원	증감률	인원	증감률	인원	증감률	
계	27,123	26,904	-0.8%	27,273	1.4%	28,089	3%	
비임금근로자	6,683	6,573	-1.6%	6,520	-0.8%	6,588	1%	
자영업자	5,606	5,531	-1.3%	5,513	-0.3%	5,632	2.2%	
-고용원이 있는 자영업자	1,538	1,372	-10.8%	1,307	-4.7%	1,365	4.5%	
-고용원이 없는 자영업자	4,068	4,159	2.2%	4,206	1.1%	4,267	1.4%	
무급가족종사자	1,077	1,042	-3.2%	1,007	-3.4%	955	-5.1%	
임금근로자	20,440	20,332	-0.5%	20,753	2.1%	21,502	3.6%	
-상용근로자	14,216	14,521	2.1%	14,887	2.5%	15,692	5.4%	
-임시근로자	4,795	4,483	-6.5%	4,634	3.4%	4,678	0.9%	
-일용근로자	1,429	1,328	-7.1%	1,231	-7.3%	1,132	-8.1%	

출처: 통계청. 경제활동인구조사

1-2) 창업자 수 및 창업률⁷⁾

- 코로나19가 자영업의 창업에 부정적 영향을 미쳤을 것이라는 일반적인 예측과는 달리, 개인사업자 기준 창업자 수는 코로나19가 유행하기 이전인 2017년 116만명, 2018년 124만명, 2019년 118만명에서 코로나19 유행이 시작된 2020년 137만명으로 전년대비 약 16% 증가해 중소벤처기업부 보도자료의 언급처럼 “역대 최대치” 를 기록했다⁸⁾. 2021년에는 창업자 수가 130만명으로 다소 줄었으나, 코로나19 유행기간인 2020~2021년의 기간동안 코로나19 유행 이전인 2017~2019년에 비해 최소 5.5만명에서 최대 20.6만명까지 증가했고, 연평균 4.9%씩 증가해 **코로나19 기간동안 오히려 창업이 더욱 활발하게 이루어졌음을 알 수 있다.**
 - 창업자 수의 전년대비 증감률을 살펴보면, 코로나19 유행 이전 2018년, 2019년은 약 120만명 수준에서 유지되었는데, 코로나19 유행이 시작된 2020년에는 전년대비 15.9%나 증가하면서 137만명까지 증가했고, 2021년에는 전년대비 -5% 감소했지만 여전히 130만명으로 코로나19 유행 이전 수준을 상회하였다.
 - 2018년 18.5%에서 2019년 16.7로 하락했던 창업률은 2020년 18.1%를 보였다. 한편, 2021년에는 창업률이 16.2%로 전년대비 -1.9%p 하락했는데, 창업자 수가 약 130만명으로 코로나19 이전보다 많은데도 창업률이 내려간 것은 직전년도인 2020년에 역대 최대치 창업 열풍으로 자영업자 수는 증가한 반면, 폐업자 수는 감소해 모집단인 전체 가동사업자 수가 커졌기 때문이다.

표 7 창업자 수 및 창업률 변화 (단위: 명)

구분	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	‘17~’ 19 연평균증감률	‘20~’ 21 연평균증감률
창업자 수	1,159,802	1,242,756	1,178,769	1,366,067	1,297,819	0.8%	4.9%
전년대비 증감률	-	7.2%	-5.1%	15.9%	-5%		
창업률	18.3%	18.5%	16.7%	18.1%	16.2%		

출처: 국세청 부가가치세 사업자 현황.

주1) 일반사업자, 간이과세자, 면세사업자를 모두 포함한 수치임.

1-3) 폐업자 수 및 폐업률⁹⁾

- 코로나19 유행 이전 폐업자 수는 2017년 83.8만명, 2018년 83.1만명, 2019년 85.3만명이었는데, 코로나19가 시작된 2020년에는 폐업자 수가 82.8만명으로 오히려 전년대비 -2.9% 감소하였고, 4인(2인) 이하 인원제한, 9시(10시) 시간 제한 등 가장 강력한 사회적 거리두기 4단계 방역조치가 취해진 2021년에도 폐업자 수는 81.9만명으로 더욱 감소하였다. 2017~2019년 기간동안 폐업자 수는 연평균 0.9%씩 증가한 반면, 코로나19 유행 이후인 2020~2021년

7) 창업률은 당해연도 신규사업자 수/가동사업자 수 *100로 계산함.

8) “코로나19에도 신규창업은 역대 최대치 달성”. 중소벤처기업부 보도자료. 2021년 2월 24일자.

9) 폐업률은 당해연도 폐업자 수/(가동사업자 수+폐업자 수) *100로 계산함.

에는 오히려 -2%씩 감소해, **코로나19 기간동안 폐업은 오히려 감소했음을 알 수 있다.**

- 폐업률도 2017년 11.7%, 2018년 11%, 2019년 10.8%, 2020년 9.9%, 2021년 9.3%로 꾸준히 감소하였다.

표 8 폐업자 수 및 폐업률 변화 (단위: 명, %)

구분	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	'17~' 19 연평균증감률	'20~' 21 연평균증감률
폐업자 수	837,714	830,884	852,572	827,832	819,190	0.9%	-2%
전년대비 증감률	-	-0.8%	2.6%	-2.9%	-1.0%		
폐업률	11.7%	11.0%	10.8%	9.9%	9.3%		

출처: 국세청 부가가치세 사업자 현황.

주1) 일반사업자, 간이과세자, 면세사업자를 모두 포함한 수치임.

1-4) 순증가

- 자영업 부문 순증가세를 살펴보면 코로나19 유행 이전(2017~2019년)에는 평균 약 35만명씩 순증했으나, 코로나19 유행이 시작된 2020년 54만명, 2021년 48만명으로 평균 약 51만명이 증가해 오히려 더 크게 증가한 것으로 확인된다. 이러한 증가는 창업자 수 증가도 영향을 미쳤지만, 폐업자 수 감소 역시 상당 부분 영향을 크게 미쳤다는 점에서 코로나19로 폐업이 속출했을 것이라는 통념과 상반된다.

표 9 연도별 자영업자 수 및 순증가 (단위: 명)

구분	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	'17~' 19 평균 순증가	'20~' 21 평균 순증가
자영업자 수	6,342,420	6,734,617	7,043,264	7,565,364	8,028,710	-	-
순증가	322,088	411,872	326,197	538,235	478,629	353,386	508,432

출처: 국세청 부가가치세 사업자 현황.

주1) 순증가는 창업자 수에서 폐업자 수를 제외한 수를 뜻함.

2) 매출세액¹⁰⁾ 및 1인당 매출세액 추이

※ 코로나19 전후 자영업자들의 매출액에 대한 공식 통계자료는 없다. 다만 매출세액의 증감은 매출액과 직접적으로 연동된다는 점에서 매출세액의 추이를 통해 정확한 매출액은 아니어도 매출액 추이는 객관적으로 추론할 수 있다.

- 전체 산업의 자영업자 매출세액 추이는 2017년 67.4조원, 2018년 69.4조원, 2019년 70.3조원으로 점차 증가하다가, 코로나19 유행이 시작된 2020년에는 69.5조원으로 전년도에 비해 -1.1% 감소한 것으로 파악된다. 그러나 2020년 6만명 수준이던 코로나19 감염자가 63만명까지 급증하고 사회적 거리두기 4단계 조치가 1년간 지속된 2021년에는 75.7조원을 기록하여 전년대비 9% 상승했고, 코로나19 유행 이전인 2019년과 비교하더라도 7.8% 상승해, 자영업

10) 매출세액은 사업자가 공급한 재화 또는 용역에 대한 세액으로, 사업자가 재화 또는 용역을 공급할 때 공급받는 자로부터 10%의 세율을 적용해 거래 징수한 세액의 합계액을 뜻함. 출처: 네이버 국세청 블로그.

매출이 코로나19 유행 이전보다 오히려 증가한 것으로 확인된다.

- 일반과세자 매출세액은 2017년 66.8조원, 2018년 68.8조원, 2019년 69.7조원으로 통계확인 가능한 2006년부터 꾸준히 증가해왔지만, 코로나19가 유행한 2020년에 처음으로 전년대비 감소(-1.1%)해 0.8조원 하락한 68.9조원으로 집계되었다. 간이과세자 매출세액은 2017년 5,717억, 2018년 5,616억, 2019년 5,816억원에서 2020년에는 5,763억원으로 전년대비 -0.9% 감소했다. 즉, 작은 차이지만 매출에 대한 코로나19의 영향이 간이과세자보다 일반과세자에 더 크게 나타나, 영세사업자보다는 매출이 높은 자영업자들이 더 타격이 컸음을 알 수 있다. 한편, 전체 매출세액이 증가해왔음에도 사업자 수의 증가율이 더욱 커서 2017년 1,740만원, 2018년 1,690만원, 2019년 1,640만원으로 계속 감소해온 1인당 매출세액은 2020년 1,540만원으로 더욱 감소했다가, 코로나19가 일상화된 2021년에는 1,670만원으로 코로나19 이전 수준으로 회복했다.
- 한편, 2021년 간이과세자 매출세액의 경우 8,189억원으로 전년대비 42.1%나 증가했으나, 이는 간이과세기준이 연매출 4,800만원에서 8,000만원으로 상향조정되어 기존의 연매출 4,800~8,000만원 이하 사업자들이 일반과세자에서 간이과세자로 전환된 영향으로 분석된다¹⁾. 간이과세자 1인당 매출세액 역시 이러한 영향으로 2019년 36만원에서 2021년 44만원으로 크게 증가했다.

표 10 전체 산업 자영업자 매출세액 추이 (단위: 백만원, 명)

귀속년도		2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
매출세액 합계		67,375,426	69,374,209	70,260,849	69,511,318	75,746,334
전년대비 증가율		-	3.0%	1.3%	-1.1%	9.0%
일반사업자	매출세액	66,803,743	68,812,562	69,679,200	68,934,948	74,927,476
	전년대비 증가율	-	3.0%	1.3%	-1.1%	8.7%*
	신고인원	3,834,354	4,068,351	4,249,286	4,464,458	4,496,594
	전년대비 증가율	-	4.3%	4.4%	5.1%	2.2%
1인당 매출세액	17.4	16.9	16.4	15.4	16.7	
전년대비 증가율	-	-2.9%	-3.0%	-6.1%	8.4%	
간이과세자	매출세액	571,683	561,647	581,649	576,370	818,858
	전년대비 증가율	-	-1.8%	3.6%	-0.9%	42.1%*
	신고인원	1,646,242	1,562,693	1,602,698	1,684,147	1,877,513
	전년대비 증가율	-	-5.1%	2.6%	5%	11.5%
1인당 매출세액	0.35	0.36	0.36	0.34	0.44	
전년대비 증가율	-	2.9%	0.0%	-5.6%	29.4%	

출처: 국세청. 부가가치세. 개인 일반과세자 부가가치세 신고현황. 간이과세자 부가가치세 신고현황 과세분매출 세액.

주1) *: 2021년 일반사업자와 간이과세자의 매출액의 전년대비 증가율은 이해를 돕기 위한 지표일 뿐, 전년도와 직접적인 비교는 불가함.

주2) 신고인원은 미신고자, 폐업자, 기한 후 신고자 등으로 실제 <표 3>의 가동사업자 수보다 적을 수 있음.

주3) 신고인원에는 면세분매출(부가가치세법상 26~27조 해당) 인원과 영세율매출 인원이 제외됨.

11) 부동산임대사업자들은 과세기준 변경에서 제외되었다.

- 국민들이 일반적으로 인식하는 자영업자 대부분이 포함된 3차산업 역시 유사한 양상이 나타나고 있다. 3차산업 전반적으로 매출세액은 2017년 25.1조원, 2018년 25.9조원, 2019년 26.6조원으로 증가하다가 코로나19 유행이 시작된 2020년 26.2조원으로 전년대비 -1.3% 소폭 감소하였지만, 감염자가 급증하고 사회적 거리두기 조치가 보다 강화된 2021년 29.1조원으로 전년대비 10.7% 상승해 코로나19 이전인 2019년보다 매출세액이 증가한 것으로 나타났다.
- 3차 산업 자영업자 중 일반과세자의 매출세액은 2017년 24.5조원, 2018년 25.4조원, 2019년 26조원으로 매년 0.5조원씩 증가하다가 코로나19가 유행한 2020년에는 25.7조원으로 전년대비 소폭 감소(-1.3%)하였고, 간이과세자 역시 2017년 5,641억원, 2018년 5,539억원, 2019년 5,735억원에서 2020년 5,684억원으로 소폭 감소(-0.9%)했다. 그러나 2021년에는 일반과세자 매출세액은 28.2조원으로 전년대비 10.1%나 대폭 증가했고, 기준변경으로 대상과 금액이 크게 증가한 간이과세자 매출세액은 8,048억원으로 41.6%나 증가한 것으로 나타났다. 1인당 매출세액은 일반사업자의 경우 2019년 760만원에서 코로나19가 유행한 2020년 720만원까지 감소했다가 2021년에는 곧바로 780만원까지 다시 증가했고, 간이과세자의 경우 2019년 36만원에서 2020년 34만원이었다가 2021년에는 44만원으로 증가했다.

표 11 3차산업 자영업자 매출세액 추이 (단위: 백만원, 명)

귀속년도	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	
매출세액 합계	25,075,182	25,946,067	26,567,674	26,231,176	29,050,105	
전년대비 증가율	-	3.5%	2.4%	-1.3%	10.7%	
일반사업자	매출세액	24,511,059	25,392,207	25,994,153	25,662,810	28,245,296
	전년대비 증가율	-	3.6%	2.4%	-1.3%	10.1%
	신고인원	3,132,250	3,257,931	3,403,913	3,580,069	3,641,514
	전년대비 증가율	-	4.0%	4.5%	5.2%	1.7%
1인당 매출세액	7.8	7.8	7.6	7.2	7.8	
전년대비 증가율	-	-0.4%	-2%	-6.1%	8.2%	
간이과세자	매출세액	564,123	553,860	573,521	568,366	804,809*
	전년대비 증가율	-	-1.8%	3.5%	-0.9%	41.6%
	신고인원	1,618,828	1,536,849	1,575,839	1,654,667	1,840,201
	전년대비 증가율	-	-5.1%	2.5%	5.0%	11.2%
1인당 매출세액	0.35	0.36	0.36	0.34	0.44	
전년대비 증가율	-	3.4%	1%	-5.6%	27.3%	

출처: 국세청. 부가가치세. 개인 일반과세자 부가가치세 신고현황. 간이과세자 부가가치세 신고현황.

주1) *: 2021년 일반사업자와 간이과세자의 매출액의 전년대비 증가율은 이해를 돕기 위한 지표일 뿐, 전년도와 직접적인 비교는 불가함.

주2) 신고인원은 미신고자, 폐업자, 기한 후 신고자 등으로 실제 <표 5>의 가동사업자 수보다 적을 수 있음.

주3) 신고인원에는 면세분매출(부가가치세법상 26~27조 해당) 인원과 영세율매출 인원이 제외됨.

2-1) 종합소득세 과세소득 및 세수, 소매판매액 통계

- 한편, 코로나19가 시작된 2020년 매출세액은 줄었으나 자영업자들의 전체적인 소득은 증가한 것으로 파악된다. 국세청 자료에 따르면 종합소득세 과세소득¹²⁾ 금액은 2019년 234조원에서 2020년 코로나19가 시작되었음에도 248.8조원으로 6.3% 증가했고, 2021년에는 299.5

12) 전체 소득 중 과세대상이 되지 않는 비과세소득을 제외한 나머지 소득을 뜻함.

조원으로 전년대비 20.4%나 증가해 증가폭이 더 커졌다.

- 이처럼 코로나19 유행이 시작된 2020년은 물론, 특히 감염자가 급증하고 4단계 사회적 거리두기 조치가 취해진 2021년에도 자영업은 전체적으로 그 수나 매출, 그리고 과세소득이 코로나19 이전보다 증가한 것으로 확인된다.

표 12 종합소득세 과세소득 금액 (단위: 조원)

귀속년도	2019	2020	2021
종합소득세 과세소득 금액	234	248.8	299.5
전년대비 증감률		9.5%	6.3%
			20.4%

출처: 국세청. 국세통계. 세목별 세수현황 수납액, 종합소득세 확정신고 현황 과세소득

- 반면 한 해동안 건힌 종합소득세 세수는 코로나19 기간동안 납부유예로 크게 감소했는데, 국세청에 따르면 세제지원의 혜택으로 종합소득세 세수는 2019년 18.9조원에서 2020년에는 18.0571조원으로 전년대비 -4.3% 감소했고, 2021년에도 불과 0.2% 증가한 18.098조원에 그쳤다. 그러나 2022년 세제지원 혜택이 종료되면서 당해연도 종합소득세 세수는 전년대비 43.7% 증가한 26조원으로 급증했다.

- 국세청은 코로나19로 어려움을 겪는 소규모 자영업자에 대해 2020년 11월(87만명), 2021년 11월(136만명) 두 차례 종합소득세 중간예납의 납기연장을 실시했다¹³⁾¹⁴⁾. 이에 따라 2020년과 2021년 당해연도 종합소득세 세수는 감소하게 되었는데, 2022년에는 세제지원 혜택이 사라지면서 세수가 급격하게 증가하게 되었다.

표 13 종합소득세 세수 및 과세소득 금액 (단위: 조 원)

귀속년도	2019	2020	2021	2022*
종합소득세	18.8592	18.0571	18.0976	26.0116
전년대비 증감률		3.3%	-4.3%	0.2%
				43.7%

출처: 국세청, 국세통계포털 연도별 세목별 세수현황, 신동근 의원실 내부자료.

주1) 국세통계에서는 종합소득세 세수에 근로장려금과 자녀장려금이 모두 포함된 금액으로 표기하고 있음.

- 통계청 서비스업 동향조사에 따르면 코로나19 유행이 시작된 2020년 1분기 소매판매액은 111.6조원으로, 전년동분기인 2019년 1분기 112.9조원에 비해 소폭 감소했지만, 2분기 들어서 119.2조원을 기록해 전년동분기인 2019년 2분기 118.2조원보다 상승했다. 이후 2021년, 2022년 전 분기에 걸쳐 2019년 동분기 대비 소매판매액은 크게 증가한 것으로 나타났다. 연간 총 소매판매액 기준으로는 2019년 473.2조원에서 코로나19 유행이 시작된 2020년 475.2조원으로 유사한 수준을 유지했고, 코로나19가 일상화된 2021년 518.4조원에 이어 2022년에는 551.9조원으로 2019년과 비교해 약 17% 크게 증가하였다.

13) “국세청, 소규모 자영업자 87만명 종소세 중간예납세액 납기 3개월 연장”. 한국세정신문. 2020년 11월 5일자.

14) “국세청, 소상공인 등 136만명 종합소득세 중간예납 3개월 연장”. 한겨레. 2021년 11월 8일자.

표 14 소매판매액 (단위: 조원)

연도/분기	2019	2020	2021	2022
1/4	112.9	111.6	120.6	129.8
2/4	118.2	119.2	129.3	138.8
3/4	117.0	120.0	130.3	139.7
4/4	125.1	124.4	138.2	143.6
총계	473.2	475.2	518.4	551.9

출처: 통계청, 서비스업동향조사.(경상)

주1) 2022년 4/4분기는 잠정치임.

3) 소결

- 코로나19 유행이 시작된 2020년부터 영업시간 및 인원제한은 물론 영업금지 등 강도 높은 방역조치가 이루어졌다. 이 때문에 매출감소를 견디지 못한 자영업자들의 폐업이 속출할 것이라는 우려가 일반화되었고, 특히 자영업 비중이 다른 선진국에 비해 매우 높은 우리나라의 특성상 자영업자들에 대한 각종 지원대책이 시급하다는 주장이 크게 제기되었다. 이에 따라 총 2,213만개 사업체에 대해 약 54.6조원의 재정지원, 약 206.6조원의 대출 상환 유예 등을 포함한 금융지원이 이루어졌다.
 - 한국경제연구원이 2021년 9월 발표한 ‘자영업자 실태조사’에 따르면, 자영업자 2,215명 중 40%는 당시 ‘폐업을 고려하고 있다’고 응답했으며, 매출액 감소 등 경영부진을 이유로 꼽았다. 그러면서 “1년 이내 폐업을 예상하는 자영업자 비중이 91.4%”에 이르는 등 매우 심각한 상황이라고 평가한 바 있다¹⁵⁾.
- 그러나 이러한 우려가 무색하게 자영업자 수는 줄어들기는 커녕 증가했고, 오히려 유행 이전기간보다 유행 이후 증가폭이 더욱 크게 나타났다. 중소기업벤처부에서 ‘역대 최대치의 창업자 수’를 기록했다고 보도자료를 배포했을만큼 창업자 수는 코로나19가 시작된 2020년 가장 크게 증가했다. 또한 우려와는 달리 폐업자 수 역시 코로나19 유행 이후 오히려 크게 감소해, 전체 자영업자의 순증가세는 더욱 커졌다.
- 자영업자의 대부분을 차지하는 3차산업 분야 매출세액은 2020년 전년대비 -1.3% 감소하여, 코로나19 유행이 시작된 2020년에는 자영업 전반적으로 타격이 있었음을 알 수 있다. 그러나 이듬해인 2021년 곧바로 전년대비 10.7% 상승하면서 코로나19 유행 이전 수준을 회복한 것을 넘어 오히려 상회하는 양상을 보였고, 1인당 매출세액 역시 비슷한 양상이었다. 특히 주목할 점은 2021년은 2020년에 비해 감염자가 급증하여, 영업시간 및 인원 제한 등 사회적 거리두기 방역조치가 4단계로 강화되어 1년간 지속되었음에도 불구하고 매출세액이 급증하여 코로나19 이전 수준을 상회했다는 점이다.
- 또한 일반적인 경기 침체의 양상과 다르게 코로나19 유행이 시작되어 매출이 감소했던 2020년의 경우에도 폐업자 수가 감소했다는 점도 주목할 필요가 있다. 이는 매출 회복에

15) “자영업자 10명 중 4명 폐업 고려 중...이유는 매출감소”. 노동법률. 2021년 9월 1일자.

대한 기대감과 2020년 상반기 이후 나타난 뚜렷한 매출 회복세도 영향을 주었지만, 정부의 지원금 수령과 폐업 시 대출금 상환 부담이 동시에 작용한 것으로 분석된다.

- 일부 언론에서도 폐업률이 감소한 이유에 대해서 코로나 사태 회복에 대한 기대보다는 정부 지원금 수령과 폐업 시 대출금 상환 부담으로 코로나19 기간을 버텼다고 해석하였다¹⁶⁾. 폐업하면 정부의 자영업자 보상지원금 지원대상에서 제외되고, 폐업 시 사업자금 대출 원리금도 즉시 상환해야 하기 때문에 사업자 등록을 유지하며 폐업을 피했다는 것이다.
- 후술하겠지만 영업금지 업종이나, 영업시간 제한 조치의 영향이 컸던 9시 이후 영업을 주된 업종 등 타격을 입은 업종이 분명히 존재한다. 그러나 전반적으로 자영업자 대부분이 큰 타격을 받았을 것이라는 사회적 통념과는 달리 자영업자 수는 오히려 증가하였고, 매출 역시 2020년 소폭 감소했을 뿐, 2021년 들어서는 보복소비 등 국내 소비증가로 곧바로 반등해 코로나19 이전 수준을 상회했고, 자영업자의 종합소득도 2021년 크게 증가했다는 것은 코로나19가 자영업에 미친 영향을 보다 객관적으로 분석할 필요가 있음을 반증한다. 후술하겠지만 코로나19 유행이 자영업에 미친 영향은 업태별로 매우 차등적이다. 이에 코로나19가 자영업에 미친 영향을 구체적인 업태별로 분석해보고자 한다.

16) “자영업자 폐업 안 하는게 코로나 사태 호전 기대 때문?”. 연합뉴스. 2021년 12월 25일자.

2. 업태별 자영업 현황

1) 업태별 자영업자 수

- 코로나19 확산으로 집합(영업)금지나 영업제한은 물론, 물류나 이동이 제한되면서 업태 구분 없이 자영업 전반이 어려움을 겪을 것이라 예상되었다. 그러나 코로나19 기간동안 업태별로 살펴본 개인사업자 수는 광업을 제외한 모든 업태에서 증가하였다.
- 특히 주목할 점은 3차산업 중에서도 대면접촉이 많은 서비스업, 음식업, 숙박업 등이 큰 타격을 입었을 것이라는 통념과는 달리, 이들 업태에서마저 자영업자 수는 매년 계속해서 증가했다는 점이다.
 - 3차 산업 중 연평균증감률이 높은 업태는 자영업 비중이 1% 미만으로 매우 낮은 ‘부동산 매매업(연평균증감률: 12.5%)’ 과, 코로나19와는 직접적인 관계가 없는 ‘부동산임대업(8.9%)’ 을 제외하면 ‘소매업(7.8%)’, ‘서비스업(6.6%)’, ‘숙박업(4.4%)’, ‘대리중개도급업(3.3%)’, ‘음식업(2.5%)’ 순으로 나타났다. 소매업, 서비스업은 3차산업 자영업자 중에서도 높은 비중을 차지하고 있는 업태인데, 이들은 코로나19 유행이 시작된 2020년에도 사업자 수가 꾸준히 증가했다.
 - ‘소매업’의 사업자 수는 2017년 84.6만명, 2018년 87.3만명, 2019년 91.5만명에서 코로나19 유행이 시작된 2020년에는 101.6만명, 2021년에는 114.2만명으로 크게 증가했다. 3차산업 자영업자 중 소매업자가 차지하는 비중은 2017년 15.4%에서 2021년 16.4%로 증가했다.
 - ‘서비스업’의 사업자 수는 2017년 114.4만명, 2018년 121.2만명, 2019년 128.6만명에서 2020년 137.4만명, 2021년 147.8만명으로 코로나19 유행 이후에도 계속해서 증가했다. 3차산업에서 이들이 차지하는 비중은 2017년 20.9%에서 2021년 21.2%로 증가하는 등 계속해서 높은 비중을 유지했다.
 - ‘음식업’의 사업자 수는 2017년 70.2만명, 2018년 71.5만명, 2019년 73.1만명에서 2020년 75.1만명, 2021년 77.6만명으로 코로나19 유행 이후에도 계속해서 증가했다. 다만 3차산업 중 음식업 자영업자들이 차지하는 비중은 2017년 12.8%에서 2021년 11.2%로 줄었는데, 최근 5년간 음식업 자영업자 증가폭보다 타 업태 자영업자들의 증가폭이 더 컸기 때문이다.
 - ‘숙박업’의 사업자 수는 2017년 4.6만명, 2018년 4.8만명, 2019년 5만명에서 2020년 5.1만명, 2021년 5.5만명으로 코로나19 유행 이후에도 계속해서 증가했다. 여행이나 이동이 제한되어 많은 숙박업자들이 폐업했을 것이라는 통념과는 다른 수치이다. 비중은 0.8%로 크게 달라지지 않았다.

표 15 3차산업 업태별 개인사업자 수 및 비중 변화(2017~2021) (단위: 명, %)

구분	개인사업자 수 (비중)					연평균증감률
	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	
도매업	462,551	467,655	472,825	483,384	495,250	
전년대비 증감률	-	1.1%	1.1%	2.2%	2.5%	1.7%
비중	8.44%	8.04%	7.77%	7.37%	7.11%	
소매업	845,580	873,096	915,275	1,016,291	1,142,076	
전년대비 증감률	-	3.3%	4.8%	11.0%	12.4%	7.8%
비중	15.43%	15.01%	15.05%	15.50%	16.41%	
부동산매매업	14,144	15,848	19,719	21,085	22,669	
전년대비 증감률	-	12.0%	24.4%	6.9%	7.5%	12.5%
비중	0.26%	0.27%	0.32%	0.32%	0.33%	
음식업	702,292	714,830	730,852	751,008	776,254	
전년대비 증감률	-	1.8%	2.2%	2.8%	3.4%	2.5%
비중	12.82%	12.29%	12.01%	11.45%	11.15%	
숙박업	46,273	47,737	49,603	51,283	54,942	
전년대비 증감률	-	3.2%	3.9%	3.4%	7.1%	4.4%
비중	0.84%	0.82%	0.82%	0.78%	0.79%	
운수창고통신업	547,619	555,446	563,360	574,722	590,299	
전년대비 증감률	-	1.4%	1.4%	2.0%	2.7%	1.9%
비중	9.99%	9.55%	9.26%	8.77%	8.48%	
부동산임대업	1,651,245	1,859,281	1,973,320	2,211,136	2,326,226	
전년대비 증감률	-	12.6%	6.1%	12.1%	5.2%	8.9%
비중	30.13%	31.97%	32.44%	33.72%	33.42%	
대리중개도급업	66,219	69,844	71,713	73,497	75,325	
전년대비 증감률	-	5.5%	2.7%	2.5%	2.5%	3.3%
비중	1.21%	1.20%	1.18%	1.12%	1.08%	
서비스업	1,143,946	1,212,324	1,286,438	1,374,444	1,478,010	
전년대비 증감률	-	6.0%	6.1%	6.8%	7.5%	6.6%
비중	20.88%	20.84%	21.15%	20.96%	21.23%	

출처: 국세청. 국세통계연보(부가가치세) 가동사업자 각 연도.

주1) 일반사업자, 간이과세자, 면세사업자를 모두 포함한 수치임.

주2) '비중' 은 3차산업 내에서의 비중을 뜻함.

- 부동산임대업·매매업, 대리중개도급업을 제외하면 모든 업종에서 코로나19 이전보다 코로나19 이후 증가율이 상승했다. 특히 앞서 언급한 '소매업'·'서비스업'·'숙박업'·'음식업' 등 코로나19로 타격을 받았을 것으로 우려되는 대면서비스 업태에서 더 큰 증가율을 보였다. 이는 후술하겠지만 코로나19 기간동안 창업자 수 증가와 함께 지원금 수령으로 폐업을 하지 않고 버티는 등 폐업자 수가 크게 감소했기 때문이다. 한편, 코로나19 유행 이후 증가율이 가장 높은 업태는 '소매업(11.7%)' 으로, 온라인 상거래가 활발해지면서 이전보다 3배 가까운 증가율을 보이며 급격하게 증가하였다.
- 국세청에서 분류하고 있는 '소매업'에는 온라인통신망(SNS, 오픈마켓, 블로그, 카페, 소셜커머스 등)을 활용한 전자상거래 소매업도 포함되어있다. 코로나19로 비대면 경제활동인 온라인쇼핑 수요가 급격히 증가하였고, 소매업 창업자 수 역시 2020년에만 5만명 이상 증가하면서 코로나19 유행 이후 소매업 사업자 수의 연평균증감률은 11.7%로 모든 업태 중 가장 큰 것으로 나타났고, 코로나19 유행 이전(4%)과 유행 이후(11.7%)의 차이도 7.7%p로 가장

켰다.

- 서비스업과 음식업, 숙박업 역시 마찬가지로 오히려 코로나19 유행 이후의 증가폭이 유행 이전보다 더욱 크게 나타났다. 서비스업은 창업자 수도 증가하고 코로나19 이전 증가하던 폐업자 수가 코로나19 기간동안 오히려 감소했기 때문이고, 음식업은 코로나19 기간동안 창업자 수가 감소하였지만 폐업자 수가 더 크게 감소했기 때문이며, 숙박업은 상황이 일상화되면서 창업자 수는 증가하고 폐업자 수는 감소했기 때문이다.
- 서비스업의 사업자 수는 코로나19 유행 이전(2017~2019년)에는 연평균증감률 6%를 보였지만, 유행 이후(2020~2021년)에는 연평균 7.2%로 1.2%p 증가했고, 음식업 역시 2%에서 3.1%로 1.1%p 확대되었다. 또한 숙박업은 연평균증감률이 3.5%에서 5.2%로 1.7%p 확대되어 3차 산업 중 소매업 다음으로 증가폭이 컸다.

표 16 코로나19 전후 3차 산업 업태별 자영업자 수 연평균증감률 비교(2017~2021) (단위: %)

구분	코로나19 유행 이전 (2017~2019년)	코로나19 유행 이후 (2020~2021년)	차이
도매업	1.1%	2.3%	1.2%p
소매업	4.0%	11.7% (1위)	7.7%p
부동산매매업	18.1%	7.2%	-10.9%p
음식업	2.0%	3.1% (4위)	1.1%p
숙박업	3.5%	5.2% (3위)	1.7%p
운수창고통신업	1.4%	2.4%	1%p
부동산임대업	9.3%	8.6%	-0.7%p
대리중개도급업	4.1%	2.5%	-1.6%p
서비스업	6.0%	7.2% (2위)	1.2%p

출처: 국세청. 국세통계연보(부가가치세) 가동사업자 각 연도.

주1) 일반사업자, 간이과세자, 면세사업자를 모두 포함한 수치임.

주2) 코로나19와 무관한 부동산임대업·매매업은 순위에서 제외하였음.

1-2) 업태별 창업자 수 및 창업률

- 코로나19가 유행하기 이전부터 유행 이후까지 창업자 수가 계속해서 증가한 업태는 ‘소매업’ 과 ‘서비스업’ 이며, 유행 이전부터 이후까지 창업자 수가 계속해서 감소한 업태는 ‘도매업’ 과 ‘음식업’, ‘대리중개도급업’ 이다. 한편, 코로나19 유행 직후 다소 감소했다가 2021년에 다시 그 이전수준으로 회복한 업태는 ‘숙박업’ 과 ‘운수창고통신업’ 이다. 반면 ‘부동산임대업’ 은 예외적으로 부동산 시장이 폭등한 2020년에 반짝 증가한 모습을 보였다.

① 코로나19 유행 이전, 이후 지속적으로 창업자 수가 증가한 업태

- ‘소매업’ 의 창업자 수는 코로나19가 유행하기 이전부터 2017년 19만명, 2018년 19.6만명, 2019년 22.1만 명으로 증가하는 양상을 보였는데, 코로나19 유행 이후에는 2020년 27.8만 명, 2021년 31.6만명으로 오히려 창업자 수 증가폭이 더 커졌다. 창업률 역시 2017년 22.5%, 2018년 22.5%, 2019년 24.2%에서 2020년 27.3%, 2021년 27.6%로 코로나19 이후

더 크게 증가했다.

- ‘서비스업’의 창업자 수는 2017년 24만명, 2018년 25만명, 2019년 25.9만 명으로 연간 1만명씩 증가했으며, 코로나19 유행 이후에도 2020년 26.3만명, 2021년 27.8만명 등으로 해마다 증가했다. 창업률은 20.9%, 20.6%, 20.1%에서 19.2%, 18.8%로 감소했는데, 이는 창업자 수 증가에도 불구하고 코로나19 유행 이전 증가하던 폐업자 수가 코로나19 이후 오히려 크게 감소하여, 모집단인 가동사업자 수의 증가폭이 커졌기 때문이다.

② 코로나19 유행 이전, 이후 창업자 수가 감소한 업태

- ‘도매업’의 창업자 수는 2017년 6.4만명, 2018년 6.1만명, 2019년 5.9만명, 2020년 5.8만명, 2021년 5.7만명으로 해마다 줄어들었다. 창업률 역시 13.7%, 13.0%, 12.4%, 12.0%, 11.4%로 감소했다.
- ‘음식업’의 창업자 수는 2017년 17.6만 명, 2018년 17.3만 명, 2019년 17.6만 명에서 코로나19 유행 이후인 2020년 15.8만명, 2021년 15.1만명으로 감소하는 등 코로나19 유행 이후 급감했다. 창업률 역시 2017년 25.0%, 2018년 24.2%, 2019년 24.0%, 2020년 21.0%, 2021년 19.5%로 매년 감소하였다.
- ‘대리중개도급업’의 창업자 수는 2017년 2만명, 2018년 1.9만명, 2019년 1.8만명에서 2020년 1.6만명, 2021년 1.4만명으로 감소했다. 창업률 역시 2017년 30.3%, 2018년 27.9%, 2019년 25.3%, 2020년 22.0%, 2021년 18.8%로 감소하였다.

③ 코로나19 초반(2020년) 감소했다가 이후 증가한 업태

- ‘숙박업’ 창업자 수는 2017년 0.95만명, 2018년 0.85만명, 2019년 0.86만명이었고 코로나19 유행 이후 이동제한으로 숙박에 대한 수요가 크게 줄어 2020년에는 창업자 수 역시 0.8만명으로 전년대비 -6.4% 급감했다. 그러나 2021년에는 코로나19가 일상화되고 사실상 금지된 해외여행 대비 국내 여행 수요가 대폭 증가하면서 숙박업의 창업자 수는 약 0.98만명으로 증가해, 오히려 코로나19 유행 이전인 2017년보다 더 높은 수준을 보였다. 창업률 역시 2017~2020년 각각 20.5%, 17.8%, 17.3%, 15.7%로 점차 낮아지다가 2021년에는 17.9%로 2018년 수준을 회복했다.
- ‘운수창고통신업’ 창업자 수는 2017년~2019년 5.8만명 수준에서 코로나19 유행이 시작된 2020년에는 창업자 수가 5.5만명으로 전년대비 -4.4% 감소하였다. 이는 코로나19 확산 초창기에 전 세계 선박 및 물류이동이 제한되었던 영향 때문인 것으로 분석된다¹⁷⁾. 그러나 곧바로 다음 해인 2021년 창업자 수는 5.9만명으로 이전 수준을 회복했다. 창업률 역시 10.5%, 10.2%, 10.3%에서 2020년 9.6%로 감소했다가 2021년 10.1%로 다시 상승했다.
- 한편, ‘부동산임대업’의 창업자 수는 2017년 26.2만명, 2018년 32.6만명 2019년 23.5만명이었는데, 부동산 과열과 사업자등록 의무제가 시행되었던 2020년에는 창업자 수가 39만명으로 전년대비 40% 가까이 급증했다가¹⁸⁾ 2021년에는 창업자 수 26.8만명으로 2017년 수준

17) “물류업계, 팬데믹 상황에 ‘초비상’...”코로나19 장기화 땐 최악“. 한국무역협회 종합무역뉴스(뉴시스). 2020년 3월 26일자.

으로 급감했다. 창업률 역시 2017~2019년 기간 각각 15.8%, 17.5%, 11.9%에서 2020년 17.6%로 급등한 뒤 2021년 11.5%로 급락했다¹⁹⁾.

표 17 자영업자 3차산업 업태별 창업자 수 및 창업률 (단위: 명, %)

연도	2017		2018		2019		2020		2021	
	창업자	창업률	창업자	창업률	창업자	창업률	창업자	창업률	창업자	창업률
합계	1,021,502	18.6	1,094,796	18.8	1,041,243	17.1	1,231,492	18.8	1,158,280	16.6
도매업	63,575	13.7	60,663	13.0	58,545	12.4	58,178	12.0	56,683	11.4
소매업	190,117	22.5	196,288	22.5	221,114	24.2	277,505	27.3	315,778	27.6
부동산매매업	3,615	25.6	4,252	26.8	7,067	35.8	5,405	25.6	5,314	23.4
음식업	175,886	25.0	172,801	24.2	175,627	24.0	157,634	21.0	150,988	19.5
숙박업	9,472	20.5	8,520	17.8	8,600	17.3	8,044	15.7	9,843	17.9
운수창고통신업	57,511	10.5	56,790	10.2	57,796	10.3	55,269	9.6	59,498	10.1
부동산임대업	261,696	15.8	326,299	17.5	235,407	11.9	389,862	17.6	268,475	11.5
대리중개도급업	20,085	30.3	19,476	27.9	18,123	25.3	16,147	22.0	14,180	18.8
서비스업	239,545	20.9	249,707	20.6	258,964	20.1	263,448	19.2	277,521	18.8

출처: 국세통계연보, 부가가치세.

주1) 창업률은 전년 대비 당해연도 창업률로 산식은 신규사업자수/가동사업자수*100

주2) 일반사업자, 간이과세자, 면세사업자를 모두 포함한 수치임.

- 코로나19 이후 업태별 창업자 수 증감률이 가장 큰 업태는 온라인 플랫폼 활성화로 창업열기가 컸던 ‘소매업(19.5%)’ 이었고, 그 다음은 ‘숙박업(7%)’ 이었으며, 사업자 등록의무화로 코로나19 상황과는 무관하게 창업자 수가 크게 증가한 ‘부동산임대업(6.8%)’ 을 제외하고 ‘서비스업(3.5%)’ 이 그 뒤를 이었다. 부동산매매업·임대업을 제외하면 소매업과 숙박업이 코로나19 전후 증감률 차이가 가장 컸다.

표 18 코로나19 전후 창업자 수 연평균증감률 비교

구분	코로나19 유행 이전 (2017~2019년) 연평균증감률	코로나19 유행 이후 (2020~2021년) 연평균증감률	차이
도매업	-4.0%	-1.6%	2.4%p
소매업	7.8%	19.5% (1위)	11.7%p
부동산매매업	39.8%	-13.3%	-53.1%p
음식업	-0.1%	-7.3%	-7.2%p
숙박업	-4.7%	7.0% (2위)	11.7%p
운수창고통신업	0.2%	1.5%	1.3%p

18) 부동산임대업이 2020년에 급증한 것은 부동산 과열로 임대사업자 수 자체가 증가한 것 이외에도, 2020년 1월 연 2천만원 이하 주택임대소득 과세를 위해 사업자등록이 의무화됨에 따른 영향으로 분석된다. 이전까지 연간 주택임대소득이 2천만원이 안되는 소액 임대업자들은 소득세를 별도로 신고납부하지 않아도 됐었지만, 이제는 소액임대소득도 세금을 신고하고 납부해야 한다. 임대소득 신고대상은 3주택 이상인 임대소득자와 월세 임대수입이 있는 2주택자이다. 출처: “코로나19에도 경주지역 사업자수는 증가”. 경주신문.

19) ‘부동산매매업’은 그 규모가 5천명 남짓으로 전체 자영업자 중 1%도 채 되지 않아 서술에서 제외했다.

부동산임대업	-5.2%	6.8%	12.0%p
대리중개도급업	-5.0%	-11.5%	-6.5%p
서비스업	4.0%	3.5% (3위)	-0.5%p

출처: 국세통계. 부가가치세

주1) 코로나19와 무관한 부동산임대업·매매업은 순위에서 제외하였음.

1-3) 업태별 폐업자 수 및 폐업률

- 코로나19 유행 이후 폐업자 수가 감소한 업태는 ‘도매업’ 과 ‘음식업’, ‘숙박업’, ‘서비스업’ 등이며, 폐업자 수가 증가한 업태는 ‘소매업’ 과 ‘부동산임대업’ 이다.

① 코로나19 유행 이후(2020년) 폐업자 수가 감소한 업태

- ‘도매업’ 의 폐업자 수는 2017년 5.8만명, 2018년 5.4만명 2019년 5.3만명으로 코로나19 유행 이전 소폭 감소해왔는데 유행 이후에는 2020년 4.7만명, 2021년 4.3만명 등으로 더 크게 감소했다. 폐업률 역시 2017년 11.1%, 2018년 10.4%, 2019년 10.1%, 2020년 8.9%, 2021년 8%으로 낮아졌다.
- ‘음식업’ 의 폐업자 수는 2017년 16.3만명, 2018년 15.8만명 2019년 15.8만명이었는데, 코로나19가 유행한 이후인 2020년 13.6만명, 2021년 12.4만명으로 영업제한 조치로 가장 큰 타격을 입었을 것이라 우려되는 다르게 폐업자 수가 오히려 전 업태 중 가장 크게 감소했다. 폐업률 역시 2017년 18.8%, 2018년 18.1%, 2019년 17.7%, 2020년 15.3%, 2021년 13.8%로 코로나19 이후 대폭 하락했는데, 배달증가의 영향과 함께 정부의 지원금 수령을 위해 폐업을 하지 않고 버틴 음식점 자영업자가 상당수였던 것으로 분석된다.
- ‘숙박업’ 의 폐업자 수는 2017년 7,077명, 2018년 7,117명, 2019년 6,789명에서 코로나19가 유행한 뒤인 2020년 6,545명, 2021년 6,417명으로 감소했다. 폐업률 역시 2017년 13.3%, 2018년 13.0%, 2019년 12.0%, 2020년 11.3%, 2021년 10.5%로 감소 추세를 보였는데, 이 역시 숙박업 창업자 수 증가요인과 마찬가지로 해외 여행이 현실적으로 어려워진 상황에서 국내여행 수요 증가에 대한 기대감이 반영된 것으로 보인다.
- ‘운수창고통신업’ 의 폐업자 수는 2017~2019년 5만명 수준에서 유지되고 있다가 코로나19 유행 이후인 2020년과 2021년 각각 약 4.5~4.6만명으로 감소했다. 앞서 살펴보았듯 코로나19로 인해 전 세계적으로 항공이나 선박 등 물류 이동이 제한되어 폐업자들이 대거 발생했을 것이라는 우려와는 다르게, 폐업자 수는 오히려 코로나19 유행 직후 감소했다.
- ‘대리중개도급업’ 의 폐업자 수도 코로나 발생 이전인, 2017~2019년 약 1.5~1.6만명 수준에서 코로나19 발생 이후인 2020년 1.4만명, 2021년 1.2만명으로 오히려 감소세를 보였다.
- ‘서비스업’ 의 폐업자 수는 2017년 17.3만명, 2018년 17.5만명, 2019년 18만명으로 조금씩 증가하고 있었는데, 코로나가 발생한 직후인 2020년에는 오히려 16.8만명으로 감소했고, 2021년에도 16.5만명으로 감소하며 서비스업의 폐업자 증가 추세가 반전되었다. 한편, 폐업률은 2017년 13.1%, 2018년 12.6%, 2019년 12.3%, 2020년 10.9%, 2021년 10%로 계속해서 감소하였다. 서비스업은 코로나19 유행 이후 대면 서비스 기피로 큰 타격을 받았을

것이라는 우려가 제기된 바 있으나, 창업자 수는 증가한 반면 폐업자 수와 폐업률은 감소하여 전체적으로 사업자 수가 증가했다.

② 코로나19 유행(2020년) 이후 폐업자 수가 증가한 업태

- ‘부동산임대업’의 폐업자 수는 2017년 11.2만 명, 2018년 11.4명, 2019년 11.8만 명으로 11만~12만명 수준을 유지하다가, 임대사업자 등록제가 의무화된 2020년 14.8만 명, 2021년 14.9만 명으로 급격하게 증가하였다. 이는 코로나19 영향보다는 2020년 임대사업자 등록 의무화로 모집단인 부동산 임대업자 수가 대폭 증가한 영향으로 분석된다.
- ‘소매업’의 폐업자 수는 2017년 16.7만명, 2018년 16.3만명, 2019년 17.3만명에서 코로나 19 유행 직후 2020년 17.3만명, 2021년 19만명으로 증가하는 경향을 보였다. 다만 폐업률은 16.5%, 15.7%, 15.9%, 14.6%, 14.3%로 감소했는데, 이는 부동산임대업과 마찬가지로 2020~2021년 소매업 창업자 수가 대폭 증가하여 모집단인 소매업자 수가 대폭 증가한 영향으로 분석된다.

표 19 자영업자 3차산업 업태별 폐업자 수 및 폐업률 (단위: 명, %)

연도	2017		2018		2019		2020		2021	
	폐업자	폐업률	폐업자	폐업률	폐업자	폐업률	폐업자	폐업률	폐업자	폐업률
합계	746,852	12.0	738,270	11.3	756,008	11.1	740,518	10.1	737,679	9.6
도매업	57,791	11.1	54,368	10.4	53,012	10.1	47,097	8.9	43,304	8.0
소매업	167,363	16.5	162,884	15.7	172,645	15.9	173,135	14.6	189,882	14.3
부동산매매업	2,352	14.3	2,264	12.5	2,964	13.1	3,553	14.4	3,371	12.9
음식업	163,057	18.8	157,990	18.1	157,595	17.7	135,926	15.3	123,794	13.8
숙박업	7,077	13.3	7,117	13.0	6,789	12.0	6,545	11.3	6,417	10.5
운수창고통신업	50,163	8.4	49,049	8.1	49,623	8.1	44,992	7.3	45,707	7.2
부동산임대업	111,787	6.3	113,811	5.8	117,671	5.6	147,620	6.3	149,016	6.0
대리중개도급업	14,699	18.2	15,454	18.1	15,803	18.1	13,571	15.6	11,541	13.3
서비스업	172,563	13.1	175,333	12.6	179,906	12.3	168,079	10.9	164,647	10.0

출처: 국세통계연보, 부가가치세

주1) 폐업률은 전년 대비 당해연도 폐업률로 산식은 폐업자수/(가동사업자수+폐업자수)*100

주2) 일반사업자, 간이과세자, 면세사업자를 모두 포함한 수치임.

- 3차산업 전반적으로 폐업자 수는 코로나19 직전 2017~2019년동안 연평균 0.6% 증가 추세에 있었던 반면 코로나19 직후 2020~2021년 기간에는 오히려 연평균 -1.2% 감소했다. ‘소매업’과 ‘부동산임대업’만 폐업자 수가 증가했는데 이는 모집단의 증가효과이며, 나머지 업태들은 우려와는 달리 모두 코로나19 기간동안 폐업자 수와 폐업률이 되려 감소했다. 주목할 점은 코로나19 이후 영업제한과 인원제한으로 가장 큰 타격을 받아 폐업이 속출했을 것으로 예상되었던 음식업이 자영업자 비중이 낮은 대리중개도급업을 제외하고 폐업자

수 감소폭이 가장 컸고(-11.4%), 이어 도매업(-9.6%), 그리고 대면 업종인 서비스업(-4.3%)이 그 다음으로 크게 감소했다는 점이다. 코로나 이전과 이후 증감률 차이도 대리중개도급업과 코로나19 상황과 무관한 부동산임대업을 제외하면 음식업(-9.7%p), 서비스업(-6.4%p), 도매업(-5.4%p)순으로 비슷한 양상이었다.

표 20 코로나19 전후 폐업자 수 연평균증감률 비교

구분	코로나19 유행 이전 (2017~2019년) 연평균증감률	코로나19 유행 이후 (2020~2021년) 연평균증감률	차이
합계	0.6%	-1.2%	-1.8%p
도매업	-4.2%	-9.6% (3위)	-5.4%p
소매업	1.6%	4.9%	3.3%p
부동산매매업	12.3%	6.6%	-5.7%p
음식업	-1.7%	-11.4% (2위)	-9.7%p
숙박업	-2.1%	-2.8%	-0.7%p
운수창고통신업	-0.5%	-4.0%	-3.5%p
부동산임대업	2.6%	12.5%	9.9%p
대리중개도급업	3.7%	-14.5% (1위)	-18.2%p
서비스업	2.1%	-4.3% (4위)	-6.4%p

출처: 국세통계, 부가가치세

1-4) 업태별 자영업자 순증가

- 앞서 확인했듯이 코로나19가 유행했음에도 ‘역대급’ 창업은 물론 폐업 역시 감소하여 3차 산업 전반에서 자영업자들의 순증가가 이어졌고, 특히 ‘소매업’, ‘서비스업’, ‘음식업’ 등 타격이 컸을 것으로 예상되었던 업태에서마저 해마다 사업자 수는 증가했다. 특히 코로나19 시작 이전엔 창업자가 줄어드는 등 구조조정 과정에 놓였던 음식업과 같은 업태들조차 폐업자 수가 크게 감소하여 증가폭이 커졌는데 이는 누차 강조했듯이 코로나19로 자영업자들이 큰 타격을 받아 폐업이 속출했을 것이라는 통념과는 다른 양상이다.
- 앞서 살펴보았듯 소매업은 코로나19 유행 뒤 폐업자 수도 증가했지만 창업자 수가 더 크게 증가해 자영업 업태 중 가장 크게 순증가했고, 서비스업은 창업자 수는 꾸준히 증가한 반면 오히려 폐업자 수는 감소해 순증가세가 더욱 커졌다. 음식업은 창업자 수 감소폭보다 코로나19 이후 폐업자 수 감소폭이 더욱 커져 전체적으로는 순증가세가 이어진 업태다.

표 21 자영업자 업태별 창업자수-폐업자수(순증가) (단위: 명)

연도	2017	2018	2019	2020	2021
도매업	5,784	6,295	5,533	11,081	13,379
전년대비 증감률	-	8.8%	-12.1%	100.3%	20.7%
소매업	22,754	33,404	48,469	104,370	125,896
전년대비 증감률	-	46.8%	45.1%	115.3%	20.6%
부동산매매업	1,263	1,988	4,103	1,852	1,943
전년대비 증감률	-	57.4%	106.4%	-54.9%	4.9%
음식업	12,829	14,811	18,032	21,708	27,194
전년대비 증감률	-	15.4%	21.7%	20.4%	25.3%
숙박업	2,395	1,403	1,811	1,499	3,426
전년대비 증감률	-	-41.4%	29.1%	-17.2%	128.6%
운수창고통신업	7,348	7,741	8,173	10,277	13,791

전년대비 증감률	-	5.3%	5.6%	25.7%	34.2%
부동산임대업	149,909	212,488	117,736	242,242	119,459
전년대비 증감률	-	41.7%	-44.6%	105.8%	-50.7%
대리중개도급업	5,386	4,022	2,320	2,576	2,639
전년대비 증감률	-	-25.3%	-42.3%	11.0%	2.4%
서비스업	66,982	74,374	79,058	95,369	112,874
전년대비 증감률	-	11.0%	6.3%	20.6%	18.4%

출처: 국세통계연보

주1) 일반사업자, 간이과세자, 면세사업자를 모두 포함한 수치임.

2) 업태별 매출세액 및 1인당 매출세액 현황

- 앞서 확인했듯이 일반사업자 및 간이과세자를 모두 합친 3차 산업 개인사업자의 매출세액은 2017년 25.1조원, 2018년 25.9조원, 2019년 26.6조원에서 코로나19가 시작된 2020년에는 26.2조원으로 전년도에 비해 -1.3% 감소했다가, 2021년 코로나19 이전보다 큰 29.1조원으로 전년대비 10.7%나 증가해 자영업 전반적으로 코로나19에도 불구하고 매출이 회복·증가했음을 알 수 있다.
 - 코로나19가 시작되었던 2020년 ‘소매업’, ‘음식업’, ‘서비스업’, ‘숙박업’ 등 전체 매출세액의 60%에 가까운 비중을 차지하는 업태들의 매출세액은 감소하였다. 그러나 2021년 전년도와 비교해 적게는 8.1%, 많게는 18.8%까지 매출세액이 증가하며, 코로나19 유행 이전 수준을 회복한 것을 넘어 오히려 크게 상회했다. 한편, ‘부동산매매업·임대업’ 과 ‘운수창고통신업’, ‘대리중개도급업’ 은 코로나19 유행이 시작된 2020년에도 오히려 매출이 상승하였고, 2021년도에는 더욱 상승했다.
 - 소매업의 매출세액은 2019년 5.98조원에서 2020년 전년대비 -0.1% 감소한 5.97조원이었으나 2021년에는 12.1%나 증가한 6.69조원으로 유행 이전보다 크게 증가했다. 코로나19 기간동안 가장 어려웠을 것으로 예상된 음식업조차 2019년 5.58조원에서 2020년 5.19조원으로 -7% 감소했지만 2021년 들어 5.61조원으로 8.1% 상승하는 등, 2019년 수준을 곧바로 회복하였고, 서비스업 역시 2019년 2.99조원에서 2020년 2.97조원으로 -0.8% 감소했지만 2021년 3.29조원으로 10.7% 증가하는 등 마찬가지로의 양상을 보였다. 숙박업도 2019년 2,137억원에서 2020년 1,988억원으로 -7% 감소했지만 2021년 2,363억원으로 18.8% 증가하는 등 코로나19 유행 이전보다 높은 매출규모를 보였다. 운수창고통신업과 대리중개도급업 또한 각각 2020년에 1.54조원, 1.2조원으로 4.1%, 9.2%씩 상승했고, 2021년에도 1.66조원, 1.32조원으로 각각 7.4%, 9.5% 성장했다.
 - 한편, 부동산매매업과 부동산임대업의 매출세액은 코로나19보다는 부동산 시장의 과열에 따라 2020년에 전년대비 11.8% 상승하거나 같았고, 2021년에도 55.6%, 5.2%씩 더욱 성장하였다.
- 1인당 매출세액 역시 대부분의 업태에서 코로나19가 시작되었던 2020년에는 다소 감소했지만, 곧바로 2021년에 그 이전 수준을 회복하거나 오히려 상회하는 양상이 동일하게 나타나고 있다.

- 3차산업 전체의 개인사업자 1인당 매출세액은 2019년 461만원에서 2020년 433만원으로 전년대비 -6.1% 감소했으나, 2021년에는 458만원으로 5.8% 증가하는 등 코로나19가 유행하기 직전과 비슷한 수준을 보였다.
 - 음식업의 1인당 매출세액은 2019년 682만원에서 2020년 620만원으로 -9.1% 감소했지만 2021년에는 8.7% 오른 674만원을 기록해 유행 이전 수준을 거의 회복한 것을 알 수 있다. 숙박업 역시 2019년 429만원에서 2020년 380만원으로 -11.5% 감소했지만, 2021년에 436만원으로 14.7%로 상승해, 코로나19의 타격이 클 것으로 예상되었던 음식업과 숙박업의 1인당 매출도 2021년 들어서 회복된 것으로 보인다. 이 밖에도 부동산매매업과 임대업, 운수창고통신업, 대리중개도급업의 1인당 매출세액 역시 2021년에는 코로나19 유행 이전과 유사한 수준이거나 오히려 상회하는 양상을 보였다.
- 한편, 소매업과 서비스업의 1인당 매출세액은 아직 코로나19 유행 이전 수준을 회복하지 못한 것으로 나타났는데, 전체 매출은 증가했지만 앞서 살펴보았듯 업태의 사업자 수가 크게 증가해 1인당 매출세액이 줄어든 것으로 분석된다.
 - 소매업의 1인당 매출세액은 2019년 786만원에서 2020년 704만원으로 -10.4% 감소한 뒤, 2021년 725만원 수준으로 3%밖에 회복하지 못했고, 서비스업의 1인당 매출세액 역시 2019년 413만원에서 2020년 375만원으로 -9.3% 하락한 뒤 2021년 388만원으로 3.4% 상승에 불과해 아직 회복세가 더디게 나타나고 있다.

표 22 3차산업 매출세액 추이 (단위: 백만원)

구분		2017년	2018년	2019년	2020년	2021년
3차산업 전체	매출세액	25,075,182	25,946,067	26,567,674	26,231,176	29,050,105
	전년대비 증감률	-	3.5%	2.4%	-1.3%	10.7%
	1인당 매출세액	4.60	4.69	4.61	4.33	4.58
	전년대비 증감률	-	1.9%	-1.5%	-6.1%	5.8%
도매업	매출세액	7,241,783	7,154,484	6,965,105	6,896,606	7,817,598
	전년대비 증감률	-	-1.2%	-2.6%	-1.0%	13.4%
	1인당 매출세액	19.50	19.14	18.50	17.87	19.70
	전년대비 증감률	-	-1.8%	-3.4%	-3.4%	10.2%
소매업	매출세액	5,846,560	6,053,791	5,977,777	5,969,866	6,694,321
	전년대비 증감률	-	3.5%	-1.3%	-0.1%	12.1%
	1인당 매출세액	7.87	8.29	7.86	7.04	7.25
	전년대비 증감률	-	5.3%	-5.1%	-10.4%	3.0%
부동산매 매업	매출세액	87,486	97,025	87,524	97,837	152,259
	전년대비 증감률	-	10.9%	-9.8%	11.8%	55.6%
	1인당 매출세액	11.39	12.45	9.23	9.71	12.64
	전년대비 증감률	-	9.3%	-25.8%	5.2%	30.2%
음식업	매출세액	4,881,677	5,238,412	5,578,876	5,186,802	5,608,315
	전년대비 증감률	-	7.3%	6.5%	-7.0%	8.1%
	1인당 매출세액	6.11	6.57	6.82	6.20	6.74
	전년대비 증감률	-	7.6%	3.8%	-9.1%	8.7%
숙박업	매출세액	189,264	201,028	213,749	198,844	236,312
	전년대비 증감률	-	6.2%	6.3%	-7.0%	18.8%
	1인당 매출세액	3.95	4.21	4.29	3.80	4.36
	전년대비 증감률	-	6.6%	1.9%	-11.5%	14.7%
운수창고 통신업	매출세액	1,386,853	1,435,832	1,483,838	1,544,019	1,658,047
	전년대비 증감률	-	3.5%	3.3%	4.1%	7.4%

	1인당 매출세액 전년대비 증감률	2.66 -	2.74 3.0%	2.80 2.0%	2.87 2.4%	3.06 6.6%
부동산임 대업	매출세액 전년대비 증감률	1,909,303 -	2,026,381 6.1%	2,165,193 6.9%	2,165,187 0.0%	2,277,864 5.2%
	1인당 매출세액 전년대비 증감률	1.40 -	1.46 4.5%	1.51 3.4%	1.46 -3.2%	1.45 -0.9%
대리중개 도급업	매출세액 전년대비 증감률	1,007,400 -	1,045,555 3.8%	1,103,299 5.5%	1,204,590 9.2%	1,319,140 9.5%
	1인당 매출세액 전년대비 증감률	3.98 -	3.95 -0.8%	3.98 0.8%	4.14 4.0%	4.39 6.0%
서비스업	매출세액 전년대비 증감률	2,524,856 -	2,693,559 6.7%	2,992,313 11.1%	2,967,425 -0.8%	3,286,249 10.7%
	1인당 매출세액 전년대비 증감률	3.93 -	4.07 3.5%	4.13 1.5%	3.75 -9.3%	3.88 3.4%

출처: 국세통계연보

주1) '매출세액' 은 과세분매출세액을 뜻함.

주2) 일반사업자, 간이과세자를 모두 포함한 수치임.

3) 소결

- 3차 산업 중에서도 코로나19로 인해 가장 타격이 컸을 것이라 예상되었던 소매업, 서비스업, 음식점, 숙박업 등도 오히려 코로나19 유행 이후 사업자 수 증가폭이 더욱 큰 것으로 나타났다. 이는 창업자 수 증가와 함께 폐업자 수가 크게 감소했기 때문인데, 이는 코로나19로 많은 대면업태 자영업자들의 폐업이 증가할 것이라는 우려와는 상반된다.
 - 창업자 수는 코로나19가 시작된 2020년 역대 최고치를 기록했다. 그 중에서도 코로나19 기간동안 창업자 증가율이 가장 큰 업태는 소매업이었고, 뒤이어는 업황이 어려울 것으로 우려되었던 숙박업이었다. 대표적인 대면업태인 서비스업에서조차 창업자 수는 코로나19 유행에도 불구하고 계속해서 증가하는 양상을 보였다.
 - 또한 폐업자 수는 코로나 기간 오히려 더 감소하는 양상을 보였는데, 특히 사람 간 대면상황이 많은 업태 특성상 폐업자가 급증할 것으로 우려된 소매·서비스·음식·숙박업 모두 폐업률은 코로나19 유행에도 불구하고 계속해서 감소하는 경향을 보였고 특히 음식점은 4개 업태 중 폐업자 감소율이 가장 컸다.
- 한편, 모임과 이동이 제한되면서 매출에 큰 타격을 입었을 것이라 예상된 음식점과 숙박업은 유행이 시작된 2020년에는 매출세액이 다소 감소했지만, 2021년 들어서 곧바로 회복하거나 오히려 유행 이전 수준을 상회했고 1인당 매출세액 역시 2021년 들어서는 모두 회복되었다. 소매업과 서비스업의 총 매출세액 역시 2021년 들어서 코로나19 유행 이전 수준을 상회하는 것으로 나타났다. 다만 이들의 1인당 매출세액은 사업자 수가 크게 증가함에 따라 아직 회복이 더디게 나타나고 있다.

3. 연령별 자영업(개인사업자) 현황

1) 연령대별 자영업자 수

- 지난 5년간 연령별 자영업자 수를 살펴보면, 코로나19 유행 이전부터 모든 연령층에서 사업자 수는 증가해왔고 코로나19 유행이 시작된 2020년과 2021년에도 증가세는 계속되었다. 특히 50대를 제외한 대부분의 연령층에서 코로나19가 유행하기 이전인 2017~2019년 기간보다 유행 이후인 2020~2021년 기간에 증가폭이 더욱 컸다. **코로나19 유행 이후 가장 증가폭이 컸던 연령대는 30세 미만의 청년층과 60대 은퇴후 연령층이었는데, 이들의 연평균증감률은 각각 12.3%였고, 그 다음은 70대 이상으로 9.5%였다.**
 - 코로나19 유행 이후 30대 미만의 청년층과 60대, 70대 이상의 고령층 자영업자 수가 증가하면서 이들의 비중 역시 증가하게 되었다. 30대 미만은 2017년 3.6%에서 2021년 4.3%로, 60대는 17.4%에서 2021년 21.3%로, 70대 이상은 7%에서 8.1%까지 증가했다. 반면 30대, 40대, 50대의 비중은 각각 14.2%, 26.9%, 30.8%에서 13.3%, 23.8%, 29.2%로 감소했다.

표 23 연령별 자영업자 수 (단위: 명, %)

구분	2017년	2018년	2019년	2020년	2021년	연평균증감률	
						2017~2019 코로나 이전	2020~2021 코로나 이후
30세 미만	228,077	251,912	273,181	312,355	344,293		
전년대비 증가율	-	10.5%	8.4%	14.3%	10.2%	9.4%	12.3%
비중	3.6	3.7	3.9	4.1	4.3		
30세 이상	902,259	946,729	958,688	1,004,639	1,066,707		
전년대비 증가율	-	4.9%	1.3%	4.8%	6.2%	3.1%	5.5%
비중	14.2	14.1	13.6	13.3	13.3		
40세 이상	1,704,302	1,742,700	1,764,484	1,837,574	1,907,088		
전년대비 증가율	-	2.3%	1.3%	4.1%	3.8%	1.8%	4.0%
비중	26.9	25.9	25.1	24.3	23.8		
50세 이상	1,948,162	2,065,674	2,139,846	2,249,638	2,341,957		
전년대비 증가율	-	6.0%	3.6%	5.1%	4.1%	4.8%	4.6%
비중	30.8	30.7	30.4	29.8	29.2		
60세 이상	1,104,551	1,224,545	1,355,052	1,543,883	1,708,022		
전년대비 증가율	-	10.9%	10.7%	13.9%	10.6%	10.8%	12.3%
비중	17.4	18.2	19.3	20.4	21.3		
70세 이상	445,326	493,297	542,190	607,385	650,638		
전년대비 증가율	-	10.8%	9.9%	12.0%	7.1%	10.3%	9.5%
비중	7.0	7.3	7.7	8.0	8.1		

출처: 국세통계포털, 가동사업자 현황

주1) 일반사업자, 간이과세자, 면세사업자를 모두 포함한 수치임.

주2) 외국인 등 '기타' 로 분류된 사업자는 제외된 수치임

1-1) 연령대별 창업자 수 및 창업률

- 창업률은 대체로 60, 70대를 제외하고 2019년까지 하락하다가, 코로나19 유행이 시작되었던 2020년 오히려 반전하는 양상을 보였다. 이후 2021년에는 다시 하락해 2019년 수준으로 회귀했다.
 - 코로나19가 유행한 2020년에는 경기 악화로 창업자 수가 줄어들 것으로 예상되었으나, 앞

서 살펴본 바와 같이 오히려 증가했다. 이는 모든 연령대에서 나타났는데, 2019년까지 30세 미만 50.9%, 30대 28.2%, 40대 18.1%, 50대 13.4%, 60대 9.6%, 70대 6%였던 창업률이 코로나19가 유행한 2020년에는 각각 53.4%, 28.9%, 19.1%, 14.7%, 11.4%, 8.2%로 작게는 0.7%p에서 크게는 2.5%p까지 증가하였다. 한편, 2021년에는 창업률이 예년 수준으로 감소했다.

표 24 연령별 창업자 수 및 창업률

연도	2017		2018		2019		2020		2021	
구분	창업자	창업률	창업자	창업률	창업자	창업률	창업자	창업률	창업자	창업률
30세 미만	122,625	53.8%	131,959	52.4%	139,049	50.9%	166,758	53.4%	176,559	51.3%
30세 이상	276,631	30.7%	281,772	29.8%	270,741	28.2%	290,514	28.9%	302,710	28.4%
40세 이상	341,818	20.1%	352,868	20.2%	319,755	18.1%	351,305	19.1%	342,616	18.0%
50세 이상	283,374	14.5%	313,173	15.2%	286,281	13.4%	330,565	14.7%	294,971	12.6%
60세 이상	109,523	9.9%	131,400	10.7%	129,529	9.6%	176,655	11.4%	146,963	8.6%
70세 이상	25,119	5.6%	30,818	6.2%	32,623	6.0%	49,529	8.2%	33,328	5.1%

출처: 국세통계연보, 부가가치세

주1) 창업률은 전년 대비 당해연도 창업률로 산식은 신규사업자수/가동사업자수*100

주2) 일반사업자, 간이과세자, 면세사업자를 모두 포함한 수치임.

주3) 외국인 등 '기타' 로 분류된 사업자는 제외된 수치임

1-2) 연령별 폐업자 수 및 폐업률

- 폐업률은 전 연령대에서 2019년까지 하락하는 경향을 보였다. 그러나 코로나19 유행이 시작된 2020년에 상승했다가 2021년 하락했던 창업률과는 달리, 폐업률은 2020년과 2021년까지도 계속해서 하락하는 양상을 보였다. 특히 폐업률은 앞서 살펴보았듯 코로나19가 유행하기 이전 2017~2019년 기간보다 유행이 시작된 이후 2020~2021년 기간동안 더 크게 낮아졌는데, 이 역시 전 연령대에서 동일하게 나타났다.
 - 코로나19가 유행하기 이전인 2017~2019년동안 20% 남짓이었던 30세 미만의 폐업률은 유행이 시작된 2020년 19.3%, 2021년 18.9%까지 감소했다. 마찬가지로 30대에서도 2017~2019년 기간동안 평균 15%였던 폐업률은 2020~2021년 기간동안 평균 13%까지 감소했고, 40대 역시 평균 11.5%에서 평균 9.5%로 감소했다.

표 25 연령별 폐업자 수 및 폐업률

연도	2017		2018		2019		2020		2021	
구분	폐업자	폐업률	폐업자	폐업률	폐업자	폐업률	폐업자	폐업률	폐업자	폐업률
30세 미만	58,811	20.5%	62,784	20.0%	68,498	20.0%	74,572	19.3%	80,204	18.9%
30세 이상	170,258	15.9%	165,579	14.9%	166,920	14.8%	154,264	13.3%	152,970	12.5%
40세 이상	232,905	12.0%	222,117	11.3%	221,555	11.2%	202,217	9.9%	190,278	9.1%
50세 이상	220,516	10.2%	219,306	9.6%	222,148	9.4%	210,925	8.6%	200,586	7.9%
60세 이상	109,885	9.0%	114,230	8.5%	123,691	8.4%	132,954	7.9%	138,718	7.5%
70세 이상	44,650	9.1%	46,289	8.6%	49,162	8.3%	52,358	7.9%	55,962	7.9%

출처: 국세통계연보, 부가가치세

주1) 폐업률은 전년 대비 당해연도 폐업률로 산식은 폐업자수/(가동사업자수+폐업자수)*100

주2) 일반사업자, 간이과세자, 면세사업자를 모두 포함한 수치임.

주3) 외국인 등 '기타' 로 분류된 사업자는 제외된 수치임

2) 소결

- 코로나19에도 불구하고 자영업자 수는 모든 연령층에서 증가했다. 특히 코로나19 기간동안 20대 청년층과 60대 은퇴 연령층의 증가율이 가장 높았다.
- 거의 대부분의 연령층에서 창업률은 2019년까지 감소하다가 창업자 수가 역대급 규모였던 2020년에 창업률이 급증하였고, 이후 2021년에는 다시 평균 수준으로 돌아갔다. 폐업률의 경우 모든 연령층에서 2019년까지 감소하다가 코로나19가 유행한 2020년부터 감소세가 더욱 커져 2021년에는 최근 5년간 가장 낮은 폐업률을 보였다.

3. 코로나19 기간 프랜차이즈 및 100대 생활밀접업종 추이

1. 프랜차이즈 현황

- 전국 프랜차이즈 사업체 수는 2018년 21만개에서 2019년 21.5만개, 2020년 23.5만개, 2021년 26만개로 코로나19 유행에도 불구하고 계속 증가했다. 한편, 프랜차이즈 산업의 전체 매출액은 2018년 68.3조, 2019년 74.6조에서 코로나19 유행이 시작된 2020년 74.3조원으로 3천억 가량 소폭 감소했으나, 2021년 들어서는 84.8조원으로 전년대비 14.2%나 증가해 오히려 코로나19 이전 매출액을 대폭 상회했다.
 - p.33의 <표 26>는 2018~2021년 기간동안 3차산업 위주의 프랜차이즈 사업체 수와 매출을 나타낸 통계청의 프랜차이즈 조사 표이다. 코로나19 시작 전 2018~2019년 기간동안 사업체 수는 연평균 2.4% 증가했지만, 코로나19 유행이 시작된 2020~2021년에는 연평균 9.1% 증가하면서 오히려 코로나19 유행 이후 사업체 증가율이 더 큰 것으로 나타났다.
- 그러나 프랜차이즈 내부에서도 매출액이 감소한 업종과 증가한 업종, 그리고 감소했다가 회복한 업종 등 코로나19의 영향은 업종별로 차등적으로 나타났다.
 - 음식점업 중에서도 ‘김밥, 기타 간이 음식점 및 포장 판매점’ 과 같이 포장음식업종의 매출은 2.8조원에서 3조원으로 2020년 전년대비 8%, 2021년에는 4.3조원으로 전년대비 무려 41.2% 증가하는 등 코로나19 상황 속에도 성장했다. 또한 ‘제과점업’, ‘피자, 햄버거, 샌드위치 및 유사 음식점업’, ‘치킨전문점’ 등과 같이 배달이 익숙하거나 배달로의 전환이 손쉬운 업종들도 매출이 2020년 전년대비 각각 2.8%, 7.9%, 2.5% 증가했고, 2021년에는 전년대비 12.7%, 11.8%, 22.5%씩 증가했다. 이들의 사업체 수 역시 코로나 기간 계속해서 증가하는 경향을 보였다.
 - 재택근무가 활성화되고, 아동들이 등교·등원을 하지 않고 집에 머무르는 시간이 길어지면서 ‘문구용품 및 회화용품 소매업’의 매출액 역시 2019년 0.65조원에서 2020년 0.68조원, 2021년 0.78조원으로 전년대비 각각 4.9%, 14.6% 성장하였다.
 - 마스크와 백신 접종 후 복용 약제 판매 등으로 ‘의약품 및 의료용품 소매업’의 매출은 2019년 3.9조원에서 2020년 4.3조원, 2021년 4.6조원으로 전년대비 각각 11%, 8.5%씩 성장했다.
 - 음식점업 중에서도 배달 및 포장이 상대적으로 까다로워 곧바로 배달로의 전환이 어려웠던 ‘한식’, ‘외국식 음식점업’은 코로나19가 유행했던 2020년 매출액이 전년대비 각각 -5.5%, -4% 감소했다. 그러나 상황이 장기화된 2021년 들어서는 매출이 각각 24.2%, 38.3%로 대폭 증가하며 코로나19 유행 이전 수준을 상회하는 양상을 보였다.
 - ‘커피 및 기타 비알코올 음료점업’ 역시 배달 전환이 까다롭고 모임 축소 및 영업제한 조치가 이루어지면서 타격을 받은 업종이다. 2020년 당시 매출액이 전년대비 -0.8% 감소했

지만 2021년 매장 판매가 허용되고, 배달·포장으로 전환하며 14.6% 증가해 코로나19 이전 수준을 상회하였다.

- ‘**체인화 편의점**’ 역시 사람들이 외출하지 않고 온라인을 통해 식품 및 생필품을 배달시키면서 2020년 매출이 -1.4% 감소했지만, 2021년 들어서 코로나19 상황이 일상화되면서 편의점 매출은 전년대비 5.3% 증가해 코로나19 이전 수준을 회복하였다.
- ‘**안경 및 렌즈 소매업**’, ‘**두발 미용업**’의 매출액은 코로나19 유행 당시 외출자제 및 모임 축소, 마스크 착용 등으로 외모를 치장하는 수요도 상대적으로 감소하면서 2020년 전년대비 각각 -3.1%, -0.9%씩 감소했다. 그러나 전국민 코로나 지원금으로 특수를 누리기도하는 한편²⁰⁾, 코로나19 상황이 일상화된 2021년 각각 22.6%, 8.1%씩 증가해 코로나19 유행 이전보다 더 높은 매출을 올렸다.
- 유행 초기 사람들이 이동과 여행을 자제하면서 ‘**자동차 전문 수리업**’의 2020년 매출액은 전년대비 -10.9% 감소했지만, 2021년 들어서 매출이 전년대비 10% 증가해 2019년 수준을 회복하였다.
- 흥미로운 점은 상기한 업종들 모두 2020년에 매출은 감소했으나 사업자 수는 증가했다는 점이다. 한식과 외국식 음식점업, 카페는 각각 2019년 대비 2020년에 14.3%, 11%, 16.3%씩 증가했고, 편의점 역시 12% 증가했다. 안경점과 미용업의 사업체 수 역시 각각 2.9%, 4.9% 증가했고, 자동차 수리업만 예외적으로 -22% 감소했다. 매출이 감소했음에도 불구하고 사업체 수가 증가하게 된 것에는 앞서 설명했듯 폐업률이 영향을 미쳤는데 이는 정부지원금 등을 받으며 버틴 경우라고 할 수 있다.
- 코로나19 유행으로 가장 크고 실질적인 타격을 받은 업종은 ‘**생맥주 및 기타주점업**’이었으며 ‘**가정용 세탁업**’도 다른 프랜차이즈 업종과는 달리 코로나19 기간 내내 매출 및 사업체 수가 감소했다. 생맥주 및 기타주점업은 주된 영업시간이 밤 9시~10시 이후인 소위 2차 업종인데, 2020년 8월부터 밤 9시로 영업시간이 제한되며 매출액이 2019년 1.8조원에서 2020년 1.53조원으로 -15.4% 감소해 큰 타격을 받았다. 2021년에는 밤 10시로 제한이 완화되면서 매출이 전년대비 0.1% 증가했지만 여전히 코로나19가 유행하기 직전 2019년 수준의 85%에 불과한 수준이었다. 주점업의 사업체 수 역시 2019년 9,965개에서 2020년 9,937개, 2021년 9,676개로 감소했다. 가정용 세탁업의 매출은 사람들이 외출을 자제하고, 재택근무가 활성화되면서 수요가 크게 줄어 2019년 0.52조원에서 2020년 0.42조원으로 -18% 감소하였다. 2021년에도 전년대비 -12.9% 감소했고, 가정용 세탁업 사업체 수 역시 2019년 4,832개, 2020년 4,720개, 2021년 4,735개로 줄어들었다.

20) “깜짝 놀란 안경점...재난지원금 어디 썼나보니”. KBS 뉴스. 2020년 6월 11일자.

표 26 전국 프랜차이즈 현황 (단위: 개, 억원)

구분	2018		2019		2020		2021*	
	사업체수	매출액	사업체수	매출액	사업체수	매출액	사업체수	매출액
합계	210,099	682,600	215,188	746,198	234,872	742,600	259,662	848,020
증가율	1.7%	7.6%	2.4%	9.3%	9.1%	-0.5%	10.6%	14.2%
김밥, 기타 간이 음식점 및 포장 판매점	13,077	24,573	13,371	28,128	15,812	30,390	18,841	42,900
증가율	10.3%	18.4%	2.2%	14.5%	18.3%	8.0%	19.2%	41.2%
치킨전문점	25,110	42,466	25,687	52,878	27,303	54,214	28,594	66,390
증가율	1.8%	15.2%	2.3%	24.5%	6.3%	2.5%	4.7%	22.5%
제과점업	7,354	30,726	7,390	29,954	7,701	30,791	8,318	34,700
증가율	-5.9%	-3.1%	0.5%	-2.5%	4.2%	2.8%	8.0%	12.7%
피자, 햄버거, 샌드위치 및 유 사 음식점업	11,576	32,538	12,468	37,867	14,072	40,873	15,742	45,680
증가율	-1.5%	5.7%	7.7%	16.4%	12.9%	7.9%	11.9%	11.8%
문구용품 및 회 화용품 소매업	1,688	6,994	1,675	6,479	1,674	6,798	1,725	7,790
증가율	-9.1%	-1.4%	-0.8%	-7.4%	-0.1%	4.9%	3.0%	14.6%
의약품 및 의료 용품 소매업	3,632	37,963	3,836	38,582	4,072	42,810	4,090	46,440
증가율	-6.7%	-0.1%	5.6%	1.6%	6.2%	11.0%	0.4%	8.5%
한식 음식점업	29,209	87,124	30,927	94,556	35,349	89,396	40,548	111,070
증가율	3.4%	8.8%	5.9%	8.5%	14.3%	-5.5%	14.7%	24.2%
외국식 음식점 업	7,561	27,452	7,476	28,587	8,300	27,452	11,457	37,970
증가율	-	-	-1.1%	4.1%	11.0%	-4.0%	38.0%	38.3%
커피 및 기타 비알코올 음료 점업	17,615	34,085	18,350	38,451	21,342	38,151	24,438	43,710
증가율	4.9%	15.7%	4.2%	12.8%	16.3%	-0.8%	14.5%	14.6%
체인화 편의점	41,359	210,955	41,394	231,980	46,364	228,788	49,098	240,990
증가율	4.6%	9.5%	0.1%	10.0%	12.0%	-1.4%	5.9%	5.3%
안경 및 렌즈 소매업	3,184	10,605	3,169	10,538	3,260	10,216	3,838	12,530
증가율	8.9%	5.8%	-0.5%	-0.6%	2.9	-3.1	17.7	22.6
두발 미용업	3,897	9,803	3,933	10,523	4,126	10,429	4,183	11,280
증가율	12.7%	15.6%	0.9%	7.3%	4.9%	-0.9%	1.4%	8.1%
자동차 전문 수 리업	7,038	31,682	7,044	33,348	5,494	29,701	5,533	32,670
증가율	-7.7%	6.8%	0.1%	5.3%	-22.0%	-10.9%	0.7%	10.0%
생맥주 및 기타 주점업	11,676	20,282	9,965	18,063	9,937	15,277	9,676	15,290
증가율	-2.9%	17.9%	-14.7%	-10.9%	-0.3%	-15.4%	-2.6%	0.1%
가정용 세탁업	4,575	4,422	4,832	5,171	4,720	4,242	4,735	3,690
증가율	8.4%	23.2%	5.6%	16.9%	-2.3%	-18.0%	0.3%	-12.9%

출처: 통계청 프랜차이즈 조사

주1) *: 2021년은 잠정치임.

주2) 파란글씨는 전년대비 증가를, 빨간글씨는 감소를 뜻함.

주3) 증가율은 전년대비 증가율을 뜻함.

주4) 2018년의 전년대비 증가율을 표기하기 위해 활용한 2017년 프랜차이즈 조사는 산업분류의 기준이 상이하며, '외국식 음식점업'의 증가율이 표기되지 않음.

2. 100대 생활밀접업종 (매출액 자료는 부재함)

※ 국세청에서는 법인사업자를 포함해 국민생활과 밀접한 100대업종의 사업자 수를 공개하고 있는데, 이 중 전문지식서비스사업(ex. 공인노무사, 공인회계사, 병의원 등)을 제외한 업태들을 살펴보았음.

- 코로나19가 유행하기 이전인 2019년 대비 코로나19 유행 후인 2022년의 사업자 수 증감률 상위 20개, 하위 20개 업종은 다음과 같다.

표 27 2019년 대비 2022년 사업자 수 증가율 상위, 하위 20개 업종 (단위: %)

상위 20개 업종	2019년 대비 2022년 증감률	하위 20개 업종	2019년 대비 2022년 증감률
통신판매업	124.0%	간이주점	-31.1%
펜션·게스트하우스	95.9%	호프전문점	-23.7%
커피음료점	68.6%	구내식당	-19.7%
기술및직업훈련학원	67.5%	예식장	-18.3%
실내스크린골프점	59.2%	PC방	-14.7%
피부관리업	58.5%	독서실	-11.7%
교습소·공부방	57.8%	노래방	-11.7%
헬스클럽	56.5%	목욕탕	-11.3%
스포츠시설운영업	47.0%	기타음식점	-10.9%
실내장식가게	42.6%	여관·모텔	-10.5%
애완용품점	40.4%	담배가게	-7.4%
가전제품수리점	35.5%	신발가게	-7.3%
사진촬영업	34.1%	실외골프연습장	-6.3%
장난감가게	33.9%	슈퍼마켓	-5.7%
스포츠교육기관	32.7%	당구장	-4.7%
제과점	32.0%	식료품가게	-1.6%
기타외국식전문점	30.4%	주유소	-0.8%
패스트푸드점	29.6%	자전거판매점	-0.2%
채소가게	28.1%	LPG 충전소	0.3%
편의점	27.7%	칩구·커피가게	0.9%

출처: 국세통계포털 100대생활밀접업종 재구성.

주1) 법인사업자 포함.

주2) 2019년 상반기와 2022년 하반기를 비교함

① 2019년 대비 2022년 증감률 상위 20개 업종

- 가장 눈에 띄는 업종은 ‘통신판매업(124%)’ 이다. 통신판매업은 인터넷이나 플랫폼 등 온라인을 통해 상품을 판매하는 사업을 뜻하는데, 코로나19의 영향으로 비대면 거래가 활발해진 영향으로 2022년 통신판매업자 수는 2019년 대비 무려 124%나 증가하며 증가율 1위를 보였다. 이외에도 1인 가구 수 증가로 수요가 증가한 ‘편의점(27.7%, 20위)’ 도 증가하였다.
- 사업자 수가 감소했던 ‘여관·모텔’ 과는 다르게 ‘펜션·게스트하우스(95.9%)’ 는 큰 폭으로 증가했다. 이는 코로나19로 해외여행이 제한되고 국내여행 수요가 증가하면서, 사람과 접촉을 피할 수 있는 숙소를 선호한 영향이다. 숙박 전문 B2B 스타트업인 온다에서 코로나 19 기간동안 숙박업체들의 매출을 분석한 결과에 따르면, 독채 펜션, 풀빌라, 리조트, 글램

핑과 같은 프라이빗한 숙소는 코로나19 유행 기간 높은 성장세를 기록했고, 그 중 1박당 객실단가가 매우 높은 풀빌라 타입이 가장 높은 거래액 성장세를 보인 것으로 나타났다. 또한 호텔과 리조트 예약매출이 2021년 상반기 대비 2022년 상반기 각각 326%, 315%씩이나 성장하며 급격하게 증가했는데²¹⁾, 이 역시 해외여행이 사실상 어려운 상황에서 고급 국내여행 수요가 크게 증가한 영향으로 분석된다. 즉, 숙박업 내에서도 그 특성에 따라 코로나19의 영향이 차별적이었던 것으로 확인된다.

- 음식업 중에서는 ‘**커피음료점(68.6%)**’의 사업체 수가 크게 증가했다. 앞서 프랜차이즈 조사에서 2018년 대비 2021년 프랜차이즈 커피 사업체 수는 약 7천개 가량 증가했는데, 전체 사업자를 나타낸 100대 생활업종조사에서는 2018년 대비 2021년 약 3만 6천개 가량 증가했다. 즉, 프랜차이즈 커피전문점의 증가속도보다 일반 (개인)카페 증가속도가 더욱 빠르게 이루어졌다는 것이다. 이와 관련해 일부 언론에서도 고용원 없는 자영업자가 증가하고 카페가 증가한 것을 교차해 ‘1인 카페’ 사업자가 크게 증가했다고 분석한 바 있다²²⁾. 한편 프랜차이즈 업종 분석과 마찬가지로 음식업 중에서 포장과 배달이 상대적으로 용이했던 ‘**제과점(32%)**’, ‘**기타외국식전문점(30.4%)**’, ‘**패스트푸드점(29.6%)**’ 등의 사업체 수가 증가했다.
- 재택근무와 모임제한 등으로 개인 시간이 증가하면서 기술 및 취미 관련 수요 증가로 ‘**기술 및 직업훈련학원(67.5%)**’의 사업체 수가 크게 증가했고, 등교제한 및 온라인 수업이 진행되면서 학습격차에 대한 우려와 돌봄 공백에 대한 대안으로 입시, 보습 학원은 물론 미술이나 체육학원 등이 포함된 ‘**교습소·공부방(57.8%)**’의 사업체 수 역시 크게 성장했다. 코로나19 감염에 대한 염려로 등교가 중지되었지만 돌봄 공백에 대한 우려 때문에 학원이 성행해, 과연 방역조치로서 등교중지 대책이 효과적인 방안이었는지 의문을 품게하는 대목이다.
- 코로나19 유행으로 사람들이 건강관리에 대한 관심이 높아지면서 관련 업종인 ‘**실내스크린골프점(59.2%)²³⁾**’, ‘**헬스클럽(56.5%)**’, ‘**스포츠시설운영업(47%)**’, ‘**스포츠교육기관(32.7%)**’과 ‘**피부관리업(58.5%)**’ 등의 사업자 수가 증가했다. 특이한 점은 헬스장은 코로나19 기간 영업금지과 영업제한 등으로 프랜차이즈 현황에서도 살펴보았듯 매출이 감소했던 대표적인 업종이었으나, 전체 사업자 수는 코로나19가 시작되었던 2020년은 물론 사회적 거리두기 방역조치가 강화되었던 2021년에도 오히려 증가한 것으로 나타나, 이들이 코로나19 기간동안 폐업 신고를 하지 않고 지원금 등으로 버텼음을 알 수 있다.
- 또한 코로나 장기화로 가정 내 거주시간이 길어지면서 인테리어 수요가 증가해 ‘**실내장식가게(42.6%)**’ 역시 크게 증가했고, 등교제한으로 집에 머무르는 아이들에게 필요한 ‘**장난**

21) “국내 여행 늘었는데 펜션은 왜 망했나...온라인 여행산업의 ‘불편한 진실’”. 한국경제 직스. 2022년 8월 11일자.

22) “작년 코로나 팬데믹에도 카페 창업 1만개 늘었다”. 서울경제. 2021년 5월 18일자.

23) 실내 스크린골프점은 코로나19 유행 직후 사업자 수가 감소했던 실외골프연습장과는 달리 계속해서 증가추세를 보였다. 이는 2030세대가 골프에 유입되면서 상대적으로 낮은 가격에 접근하기 쉽고, 소수 지인들과 독립된 공간에서 즐길 수 있다는 점에서 수요가 늘어났기 때문인 것으로 파악된다. 출처: “코로나에 골프 인기라는데...골프연습장은 1000곳 폐업”. 경향신문. 2021년 6월 6일자.

감가계(33.9%)’의 사업자 수도 대폭 증가했다.

② 2019년 대비 2022년 증감률 하위 20개 업종

- 반대로 현재까지도 여전히 코로나19 직전 수준을 회복하지 못한 업태는 방역조치로 직접적·간접적 타격을 받았던 간이주점 및 유흥시설, 예식장을 비롯해 재택 및 등교제한으로 운영이 중단된 구내식당, 다중밀집시설인 PC방, 여관·모텔, 목욕탕 등이었다.
 - 프랜차이즈 통계에서도 확인했듯, 밤 9시, 10시 이후 영업중단이라는 강력한 제한 조치로 이 시간대가 주 영업시간인 ‘간이주점(-31.1%)’, ‘호프전문점(-23.7%)’의 사업체 수가 가장 크게 감소했다. 또한 재택근무가 활성화되고 등교가 제한되면서 운영중단 기간이 길어져 폐업한 업체가 상당수인 ‘구내식당(-19.7%)’의 사업체 수도 크게 감소했다.
 - ‘예식장(-18.3%)’, ‘PC방(-14.7%)’, ‘독서실(-11.7%)’, ‘노래방(-11.7%)’, ‘목욕탕(-11.3%)’, ‘당구장(-4.7%)’은 모두 밀폐된 실내 다중이용밀집시설로 코로나19 방역조치의 직격탄을 맞아 사업자 수가 크게 감소한 업종이다. 직접적으로 영업이 제한되었을 뿐만 아니라 타인과의 접촉 우려로 시민들도 자발적으로 이용을 자제하면서 후술하겠지만 2022년 상반기까지 매출을 회복하지 못했다.
 - ‘여관·모텔(-10.5%)’은 코로나기간 사업체 수가 증가한 펜션·게스트하우스와는 달리 사업자 수가 크게 감소했는데 이는 대면접촉에 노출되기 쉬운 숙박시설의 특성이 반영된 것으로 보인다.
- 전체 100대생활밀집업종 중 코로나 기간동안 증가한 업종과 감소한 업종은 <표 28>, <표 29>와 같다.

표 28 100대 생활밀집업종 중 사업자 수 증가 업종 (단위: 명)

구분	2019		2020		2021		2022		
	상	하	상 (1차)	하 (2~3차)	상	하 (4차)	상	하1)	
소 매	가구점	7,479	7,503	7,508	7,601	7,760	7,922	8,009	8,034
	가전제품판매점	9,947	10,080	10,057	10,193	10,322	10,434	10,615	10,792
	건강보조식품가게	13,124	13,423	13,617	13,987	14,588	14,892	15,183	15,632
	건어물가게	7,158	7,197	7,191	7,350	7,505	7,618	7,788	7,843
	곡물가게	5,013	5,019	4,996	5,057	5,044	5,060	5,109	5,170
	과일가게	11,604	11,833	11,875	12,266	12,448	12,665	12,845	13,067
	꽃가게	21,736	23,718	23,922	24,361	24,848	25,458	26,231	26,969
	생선가게	10,981	11,229	11,502	12,054	12,508	12,966	13,345	13,638
	서점	8,210	8,274	8,363	8,452	8,659	8,854	8,997	9,119
	스포츠용품점	15,023	15,054	15,035	15,189	15,522	16,080	16,901	17,341
	시계·귀금속점	8,135	8,174	8,144	8,139	8,176	8,287	8,427	8,465
	안경점	9,155	9,228	9,227	9,249	9,290	9,358	9,417	9,445
	애완용품점	7,821	7,974	8,074	8,423	8,939	9,682	10,396	10,981
	악곡	22,410	22,612	22,861	23,149	23,428	23,676	23,969	24,204
	의료용품가게	6,956	7,076	7,170	7,208	7,212	7,232	7,257	7,321
	이륜자동차판매점	2,616	2,654	2,652	2,696	2,758	2,794	2,832	2,870
	장난감가게	2,301	3,066	3,021	3,027	3,002	2,988	3,035	3,081
	정육점	19,594	19,735	19,749	20,129	20,514	20,988	21,382	21,648
중고차판매점	4,774	4,806	4,828	4,814	4,868	4,885	4,949	4,957	

이점	채소가게	10,969	11,242	11,435	12,087	12,627	13,159	13,555	14,052
	컴퓨터판매점	4,993	4,985	5,038	5,138	5,316	5,524	5,799	5,950
	통신판매업	233,166	259,619	288,449	337,952	389,058	433,570	474,028	522,363
	편의점	40,025	41,517	42,624	44,369	46,126	48,016	49,658	51,119
	휴대폰가게	18,011	18,061	18,318	18,673	19,074	19,185	19,632	19,682
음식	기타외국식전문점	23,038	23,672	23,946	24,761	26,182	27,735	29,090	30,049
	분식점	53,974	53,981	53,994	54,201	55,022	55,586	55,839	55,017
	제과점	16,560	17,052	17,391	17,924	18,943	20,121	21,265	21,857
	중식전문점	23,559	24,405	24,736	24,946	25,605	26,384	27,279	27,737
	커피음료점	54,597	60,092	64,172	69,674	74,606	81,274	87,523	92,073
	패스트푸드점	36,950	38,459	39,894	42,124	44,334	46,044	47,424	47,879
	한식전문점	380,943	385,489	388,986	395,267	401,479	404,922	409,599	409,813
숙박	펜션·게스트하우스	11,749	13,320	14,374	15,834	17,520	19,585	21,339	23,015
교육서비스	교습학원*	55,833	56,062	56,189	56,412	57,164	58,554	60,457	61,509
	교습소·공부방*	31,221	33,199	35,332	38,657	41,673	44,310	47,280	49,281
	기술및직업훈련학원	12,600	13,476	14,347	15,302	16,424	17,898	19,714	21,110
	스포츠교육기관	23,746	24,640	25,405	26,105	26,959	28,303	30,168	31,513
기타서비스	예술학원	30,709	30,942	30,957	30,863	30,944	31,558	32,374	32,926
	가전제품수리점	14,236	15,278	16,244	16,950	17,632	18,192	18,838	19,286
	간판광고물업	12,932	12,984	13,012	13,025	13,054	13,020	13,067	13,105
	결혼상담소	1,577	1,601	1,623	1,664	1,684	1,690	1,746	1,793
	미용실	99,575	101,320	102,656	104,210	105,863	107,536	109,462	110,727
	부동산중개업	123,279	124,838	127,649	131,210	136,051	140,238	145,717	148,340
	사진촬영업	13,645	14,057	14,317	14,803	15,507	16,359	17,441	18,300
	세탁소	22,852	23,194	23,538	24,094	24,596	24,829	25,344	25,410
	스포츠시설운영업	7,226	7,800	8,192	8,692	9,236	9,797	10,405	10,621
	실내스크린골프점	4,665	4,852	5,017	5,238	5,623	6,123	6,801	7,426
	실내장식가게	53,570	55,990	58,467	61,319	65,432	69,320	73,185	76,412
	이발소	11,815	11,872	11,894	12,107	12,407	12,451	12,675	12,700
	자동차수리점	43,319	43,867	44,324	44,947	45,748	46,308	46,948	47,323
	주차장운영업	7,480	7,754	7,938	8,210	8,521	8,817	9,132	9,327
	LPG 충전소	1,614	1,614	1,607	1,610	1,624	1,625	1,633	1,619
피부관리업	34,306	37,066	39,193	41,361	44,063	47,424	51,173	54,379	
헬스클럽	7,272	7,616	7,965	8,384	8,911	9,657	10,603	11,379	

출처: 국세통계포털 100대생활밀접업종. 국세통계에서는 월별로 나타내는데, 본 보고서에서는 편의를 위해 1~6월의 평균치를 상반기, 7~12월의 평균치를 하반기로 같음함.

주1) 교습학원과 교습소·공부방은 시설 기준, 교습과목, 강사 채용 등 조건에 따라 차이가 있다. 시설 기준 면에서는 학원이 허가제, 교습소가 신고제로 운영되는 등 학원 설립이 더 까다롭고, 학원은 모든 과목을 교습할 수 있으나 교습소는 1과목만 가능하고 강사채용이 불가능한 점 등 교습 면에서는 교습소가 학원에 비해 제약이 많다.

주2) 법인사업자 포함.

주3) 2022년 하반기에는 7~10월까지만 포함.

표 29 100대 생활밀접업종 중 사업자 수 감소 업종 (단위: 명)

		2019		2020		2021		2022	
		상	하	상 (1차)	하 (2~3차)	상	하 (4차)	상	하1)
소매	담배가게	13,182	12,835	12,336	12,338	12,109	12,157	12,155	12,208
	슈퍼마켓	30,060	29,722	29,043	28,790	28,811	28,653	28,478	28,340
	신발가게	6,748	6,631	6,482	6,411	6,298	6,261	6,293	6,254
음식	간이주점	15,376	14,803	13,812	12,833	11,827	11,103	10,742	10,596
	구내식당	22,987	22,115	21,359	20,662	20,076	19,441	18,973	18,462
	기타음식점	24,335	23,921	23,096	22,570	22,303	22,144	22,046	21,679
	호프전문점	34,516	33,611	31,947	30,282	28,235	27,032	26,404	26,330
숙	여관·모텔	21,299	21,123	20,731	20,306	19,985	19,658	19,388	19,071

박									
기 타	노래방	31,014	30,508	29,966	29,126	28,441	27,932	27,714	27,389
	당구장	18,510	18,303	18,027	17,912	17,827	17,722	17,800	17,632
	독서실	9,892	9,828	9,645	9,702	9,704	9,494	9,434	8,731
	목욕탕	5,578	5,534	5,459	5,332	5,241	5,105	5,035	4,949
	실외골프연습장	2,308	2,254	2,209	2,185	2,170	2,160	2,166	2,162
	예식장	939	906	881	841	823	795	779	767
	PC방	10,421	10,241	10,041	10,146	9,772	9,361	9,305	8,884

출처: 국세통계포털 100대생활밀접업종. 국세통계에서는 월별로 나타내는데, 본 보고서에서는 편의를 위해 1~6월의 평균치를 상반기, 7~12월의 평균치를 하반기로 같음함.

주1) 법인사업자 포함.

주2) 2022년 하반기에는 7~10월까지만 포함.

- 사업체 수 증감률 상·하위 업종 외에 2022년 하반기에 코로나19가 유행하기 전 2019년 수준을 회복하거나 그보다도 사업자 수가 증가한 업종은 ‘문구점’, ‘식료품가게’, ‘옷가게’, ‘자전거판매점’ 등 일부 소매업종과 모임제한이 풀리면서 수요가 증가한 패션관련 업종, 그리고 개인시간 증가로 수요가 증가하게 된 취미 관련 업종들이었다. ‘침구·커튼가게’는 ‘집콕’ 생활로 인테리어 수요가 증가하면서 코로나19 유행 당시인 2020년 상반기에만 잠깐 감소하고 바로 하반기부터 증가하기 시작했고, 2022년 현재는 코로나19가 유행하기 이전인 2019년보다 더 많은 사업자 수를 보이고 있다.
- 한편, ‘여행사’는 주 매출이 해외여행·관광에서 나오는만큼 해외여행이 제한된 코로나19 기간동안 매우 큰 타격을 입었을 것으로 예상되었다. 후술하겠지만 서비스업생산지수상 여행사업은 코로나19 기간 가장 큰 타격을 받은 업종이다. 그러나 여행사 사업자 수는 유행이 시작된 2020년 상반기부터 2021년 상반기까지 줄어드는 양상을 보였지만 2021년 하반기부터 반등을 시작했고, 2022년 하반기 기준으로는 코로나19 유행 이전인 2019년 상반기를 상회한 것으로 나타났다.

표 30 100대 생활밀접업종 중 사업자 수 증감 업종 (단위: 명, %)

		2019		2020		2021		2022	
		상	하	상 (1차 유행)	하 (2~3차 유행)	상	하 (4차 유행)	상	하1)
소 매	문구점	9,277	9,226	9,158	9,092	9,156	9,319	9,685	9,935
	식료품가게	49,755	49,325	48,226	48,446	48,581	48,814	48,869	48,935
	옷가게	86,574	86,482	85,352	85,194	85,213	85,832	87,475	88,229
	자전거판매점	2,577	2,544	2,518	2,525	2,544	2,551	2,561	2,571
	철물점	8,855	8,846	8,797	8,788	8,854	8,891	8,952	8,976
	침구·커튼가게	10,000	9,931	9,818	9,884	9,994	10,035	10,086	10,095
	화장품가게	35,044	35,125	34,882	35,092	35,457	36,517	38,119	39,152
음 식	일식전문점	18,064	18,195	17,845	18,145	18,929	19,932	20,854	21,298
기 타	여행사	14,028	14,196	14,119	13,670	13,421	13,517	13,798	14,179

출처: 국세통계포털 100대생활밀접업종. 국세통계에서는 월별로 나타내는데, 본 보고서에서는 편의를 위해 1~6월의 평균치를 상반기, 7~12월의 평균치를 하반기로 같음함.

주1) 법인사업자 포함.

주2) 2022년 하반기에는 7~10월까지만 포함.

주3) 빨간글씨는 전기 대비 감소한 기간을 뜻함.

3. 서비스업동향조사 서비스업생산지수

- 통계청은 법인사업자 포함 17,300개 사업체에 대한 표본조사를 기초로 서비스업생산지수²⁴⁾를 월별로 밝히고 있다. 100대 생활밀접업종의 업종 분류를 참고해 일부 업태들의 코로나 기간 생산지수 추이를 살펴보면 <표 31>과 같다.

표 31 2019년 대비 2022년 서비스업생산지수 증가율 상위, 하위 10개 업종 (단위: %)

상위 10개 업종	2019년 대비 2022년 증감률	하위 10개 업종	2019년 대비 2022년 증감률
외국식 음식점업	64.00%	여행사업	-67.35%
통신 판매업	53.11%	욕탕 및 기타 신체관리 서비스업	-36.96%
연료 소매업	35.03%	컴퓨터·통신기기 및 소프트웨어 소매업	-27.48%
커피 등 비알코올 음료점업	24.18%	기타 스포츠 서비스업	-23.51%
세탁업	13.14%	미용 관련 서비스업 및 마사지업	-10.71%
의약품, 의료용 기구, 화장품 및 방향제 소매업	11.90%	휴양콘도 운영업	-9.99%
골프장 운영업	11.35%	음·식료품 소매업	-7.52%
초등 교육기관	8.68%	섬유, 의복, 신발 및 가죽제품 소매업	-6.80%
문화, 오락 및 여가 용품 소매업	7.75%	주점업	-6.54%
종합 소매업	5.75%	여관업	-5.57%

출처: 서비스업동향조사 서비스업생산지수(경상)

주1) 법인사업자 포함.

주2) 2022년은 잠정치임.

주3) 해당 통계는 100대 생활밀접업종과 유사하면서도 개인사업자가 많은 업종만을 대상으로 집계함. 제외된 업종: 도매업 전반, 수도·하수·폐기물처리업 전반, 면세점, 운수창고업 전반, 정보통신업, 금융 및 보험업, 부동산업, 전문·과학 기술 서비스업, 사업시설 관리업, 보건 및 사회복지서비스업, 창작 및 예술 관련 서비스업, 협회 및 단체, 장례식장 등.

- 코로나19가 유행하기 직전인 2019년과 상황이 완화된 2022년을 비교했을 때 생산지수 증감률 상위 10개와 하위 10개를 살펴보면, 100대 생활밀접업종에서 살펴보았듯 통신판매업과 카페 중심으로 생산지수가 크게 증가했고, 해외여행 수요 감소로 매출이 급감한 여행사업, 대면 업종인 욕탕업 및 기타 신체관리 서비스업 등의 생산지수는 크게 감소했다.
- 생산지수 증감률이 가장 높았던 업종은 2022년 하반기에 급격하게 증가한 ‘외국식 음식점업’을 제외하고 100대 생활밀접업종에서 확인한 바와 같이 온라인·플랫폼을 활용해 제품을 판매하는 ‘통신판매업’과 개인 카페 위주의 ‘비알코올 음료점업’ 등이며, 이외에도 해외여행이 제한됨에 따라 이를 대체하여 수요가 증가한 골프장과 등교제한으로 수요가 증가한 초등 교육기관, 문화·오락 및 여가용품 소매업 등이 있었다.

24) 생산지수는 매출을 직접적으로 나타내지 않으나 생산활동을 통해 간접적으로 특정 업태의 업황을 살펴볼 수 있는 점에서 널리 활용된다. 생산지수의 기준년도는 2020년(=100)이며, 생산지수 중 경상지수는 월별로 조사한 대표업종별 매출액을 대표업종별 기준액(2020년 기준년도의 월평균 매출액)으로 나누어 작성한 지수이다.

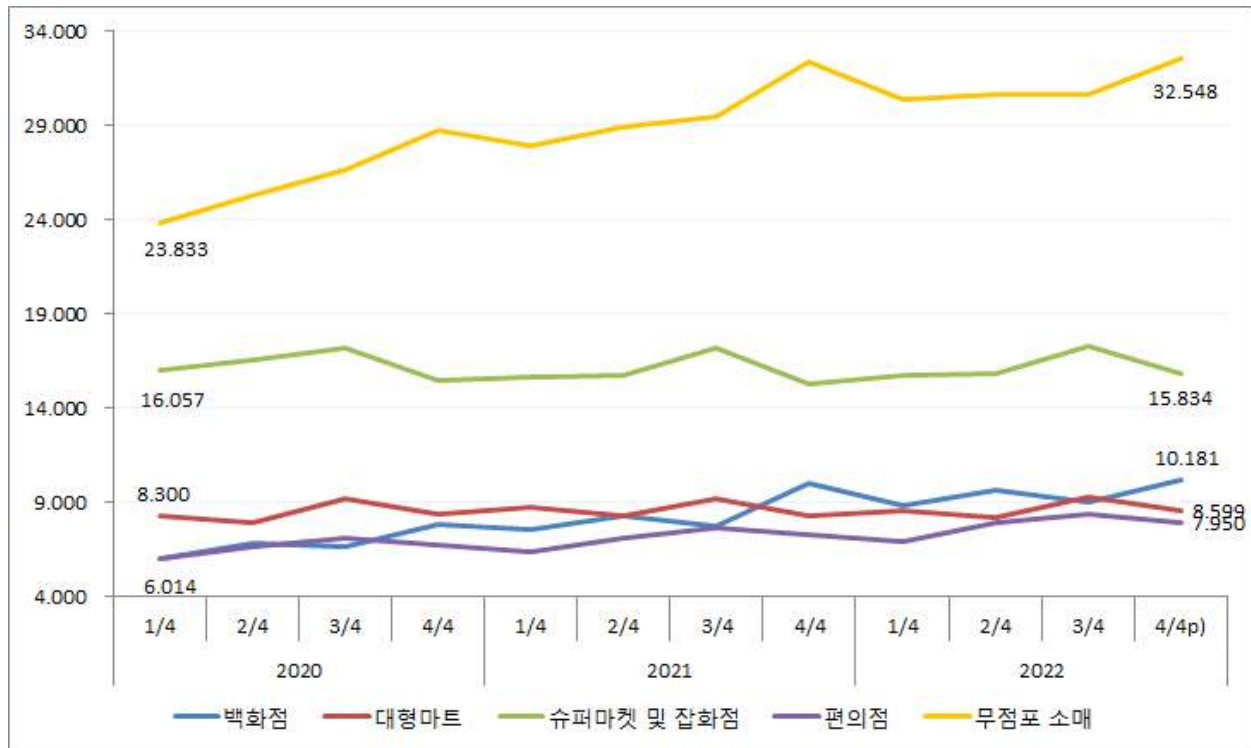
- 반면, 가장 크게 감소한 ‘여행사업’ 을 비롯해 대면서비스 업종인 ‘옥탕업 및 기타 신체 관리 서비스업’ 과 ‘미용 관련 서비스업 및 마사지업’, ‘섬유, 의복, 신발 및 가죽제품 소매업’ 등 미용·패션 관련 산업들이 크게 감소했다. 특히 여행사업은 2022년 4분기까지도 회복하지 못하였을 정도로 매우 큰 타격을 입었다.

4. 자영업의 변화

1. 온라인 시장 확대

- 온라인 유통은 이전부터 성장하고 있었지만 코로나19 유행 이후 급속하게 확대되었다.
 - 통계청 서비스업동향조사²⁵⁾에 따르면, 앞서 100대생활밀접업종에서도 살펴본 바와 같이 온라인 소매업이 포함된 ‘무점포 소매(온라인 스마트스토어 등 오프라인 점포 없이 소매업하는 사업체)’의 판매액은 코로나19 기간동안 2020년 1분기 23.8조원에서 2022년 4분기 32.548조원으로 불과 2년만에 1.4배 증가했다. 이 규모는 나머지 4가지 소매업태 중 가장 큰 슈퍼마켓 및 잡화점의 매출액 15.834조원보다 2배 가까이 큰 규모이다.

그림 5 소매업태별 판매액 (단위: 조원)



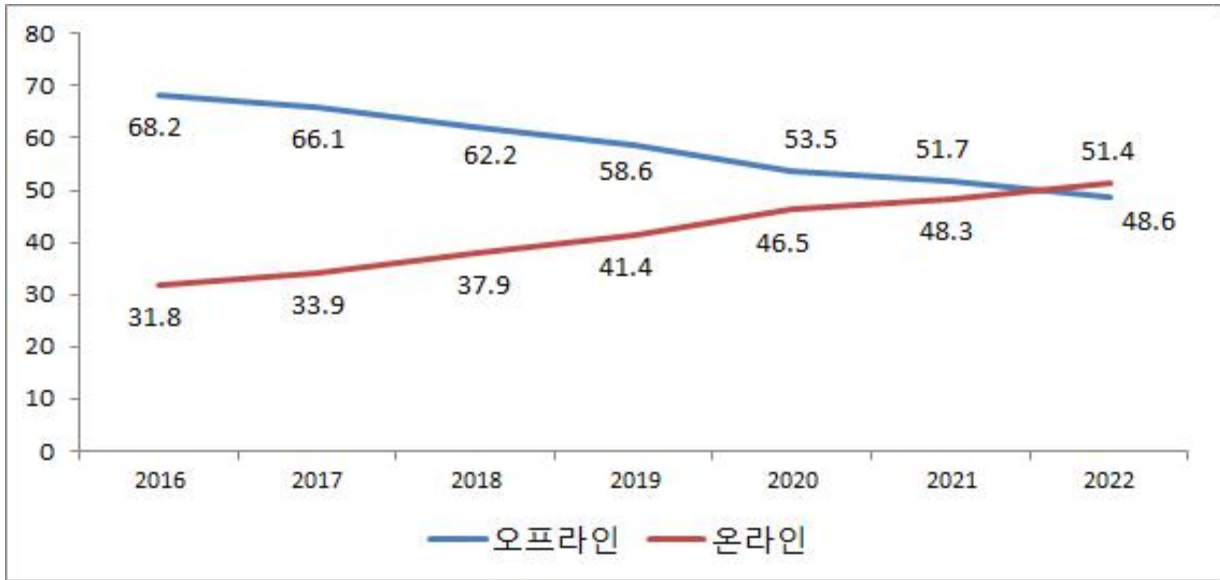
출처: 통계청, 서비스업동향조사(2020~2022 소매업태별 판매액)

- 주요 유통업체들의 매출 중 오프라인 비중은 점점 감소하는 반면 온라인 매출 비중은 증가하고 있다.
 - 산업통상자원부는 오프라인 주요 유통업체 13개사와 온라인 유통업체 12개사의 매출동향을 매월 파악해 ‘주요 유통업체 매출동향’을 발표하고 있다. 조사대상인 오프라인 주요 유통업체는 이마트·롯데마트·홈플러스 등 대형마트 3개사, 롯데백화점·현대백화점·신

25) 통계청에서는 유통업의 부가가치세액을 제외한 판매액을 집계하고 있는데, 백화점과 대형마트는 전수조사, 슈퍼마켓 및 잡화점, 편의점, 무점포소매 등은 일부 표본을 추출한 뒤 모집단을 추정하고 있다.

세계백화점 등 백화점 3개사, CU·GS25·세븐일레븐(바이더웨이) 등 편의점 3개사, 롯데슈퍼·GS슈퍼·이마트에브리데이·홈플러스익스프레스 등 SSM(기업형 슈퍼마켓) 4개사이며, 온라인 유통업체는 G마켓글로벌, 11번가, 인터파크, 쿠팡, SSG, 에이케이몰, 홈플러스, 갤러리아몰, 롯데마트, 롯데온, 위메프, 티몬 등 12개사이다. <그림 6>에 나타나듯이 주요 유통업체의 오프라인 매출 비중은 2016년 68.2%에서 코로나19가 시작된 2020년 53.5%까지 감소했고, 2021년에는 51.7%, 2022년에는 48.6%로 불과 6년사이에 -20%p 가까이 감소했다. 반면 온라인 매출 비중은 2016년 31.8%에서 2020년 46.5%로 증가하고, 2021년 48.3%, 2022년에는 51.4%로 증가하는 등 2022년 들어서는 온라인 매출이 오프라인 매출을 뛰어넘었다.

그림 6 유통업체 온·오프라인 매출 비중 (%)



출처: 산업통상자원부, 주요 유통업체 매출 동향조사.

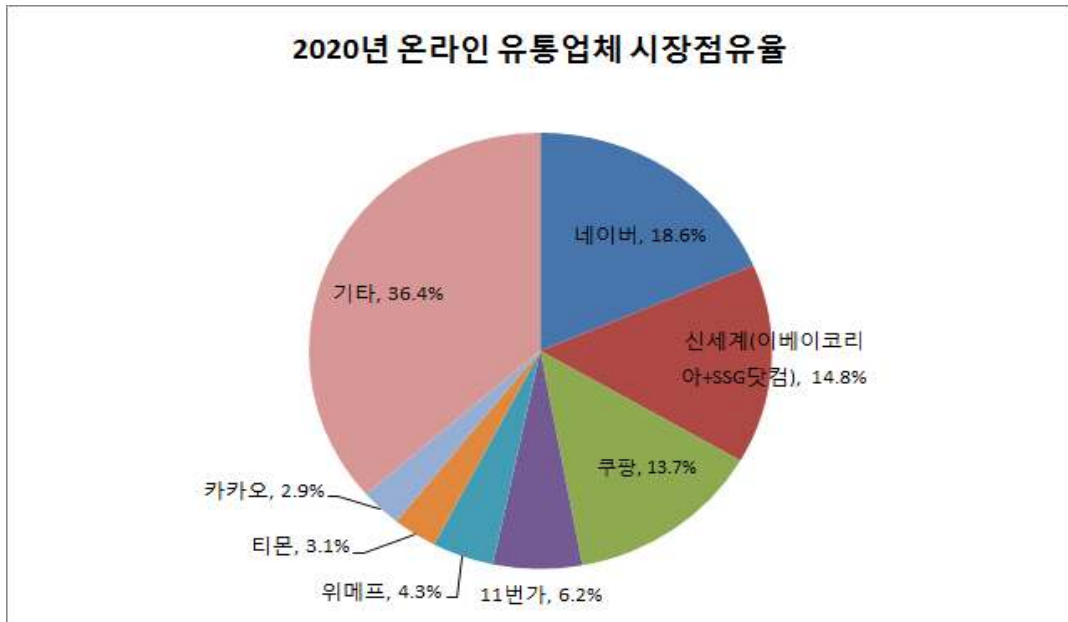
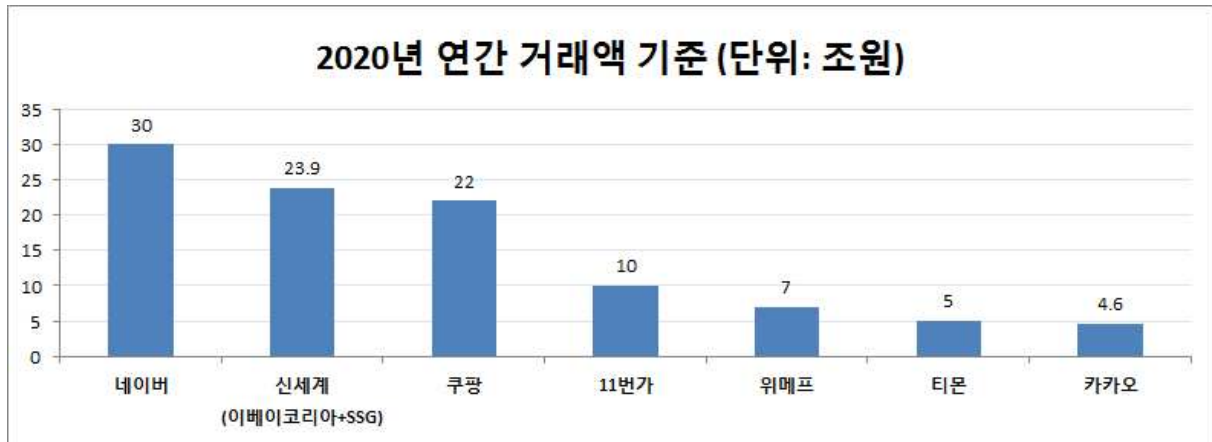
주1) 해당 통계는 오프라인 주요 유통업체 13개사와 온라인 12개사를 대상으로 매출을 집계한 것임.

- 메리츠증권 리서치 센터 자료에 따르면 온라인 유통업체들의 거래액²⁶⁾은 2020년 기준 네이버 30조원, 이베이코리아와 SSG닷컴을 포함한 신세계가 23.9조원, 쿠팡이 22조원으로 추산되었으며, 이외에도 11번가가 10조원, 위메프 7조원, 티몬 5조원, 카카오 4.6조원으로 추산된다. 이들의 시장점유율은 거래액을 기준으로 네이버 18.6%, 신세계 14.8%(이베이코리아 G마켓 12.4%+SSG닷컴 2.4%), 쿠팡 13.7%, 11번가 6.2%, 위메프 4.3%였다²⁷⁾.

26) 쿠팡은 사업모델은 직매입 방식, 네이버 이커머스의 사업모델은 중개 역할을 하는 채널링 서비스와 스마트스토어 등 2가지로 구성되어있는데, 네이버의 채널링 서비스는 매출이 거의 확인되지 않는다. 따라서 양사의 비교를 위해서는 매출보다는 거래액으로 활용하는 것이 바람직하다.

27) “네이버·쿠팡·신세계 이커머스 왕좌 쟁탈전”. 뉴시스. 2021년 10월 4일자.

그림 7 2020년 기준 온라인 유통업체 거래액 (단위: 조원)



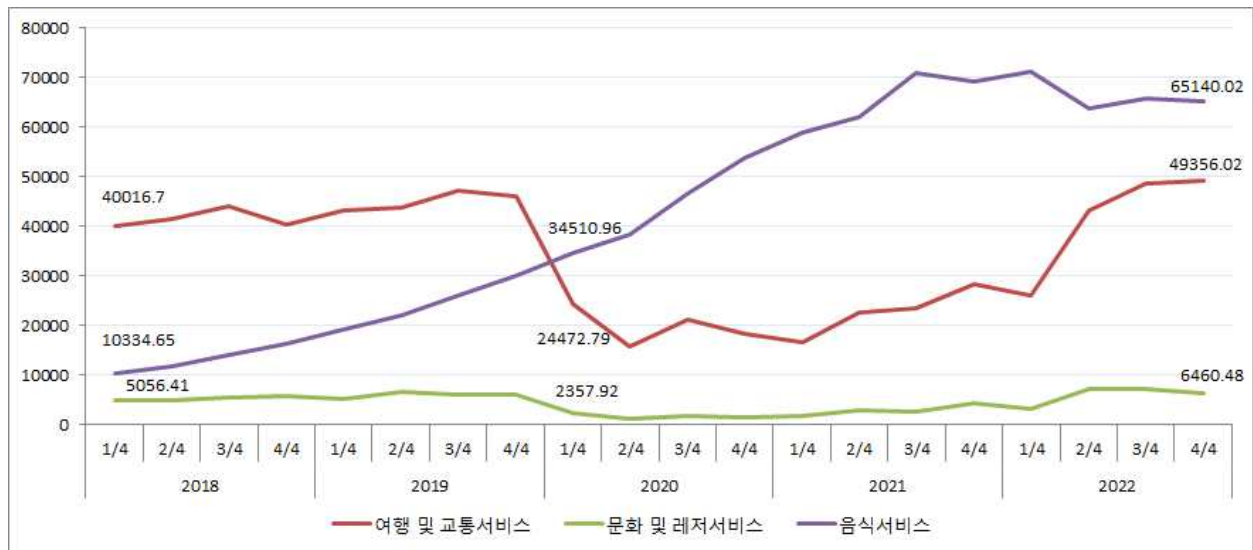
출처: 메리츠증권 리서치센터. “네이버·쿠팡·신세계 이커머스 왕좌 쟁탈전”. 뉴시스. 2021년 10월 4일자.

- 한편, 신세계·쿠팡·롯데의 실적보고서를 토대로 온라인과 오프라인을 종합해 살펴본 매출액 통계에서는 여전히 전통 유통업 강자인 신세계가 선두를 보이고 있었는데, 눈여겨볼 점은 온라인 유통만을 전문으로 하는 쿠팡이 또 다른 전통강자인 롯데쇼핑을 제치고 2위로 올라섰다는 점이다. 롯데쇼핑은 오프라인과 온라인을 모두 합쳐도 쿠팡에 밀려 3위로 내려앉았다.
- 거래액이 아닌 매출액을 기준으로 온라인과 오프라인을 종합하면 여전히 전통의 유통업 강자 신세계그룹이 선두를 보이고 있다. 이마트·백화점·이커머스·홈쇼핑을 포함한 신세계 그룹 유통부문 9개사 합산 매출은 2021년 27.2조원에서 2022년에는 12% 증가한 30.5조원을 기록했고, 쿠팡은 2021년 21.1조원에서 2022년 26% 증가한 26.6조원으로 신세계그룹보다 4조원 가량 낮았다. 그럼에도 2022년 전년대비증가율은 쿠팡이 온·오프라인 채널을 모두 합한 신세계보다 2배 이상 높게 나타나는 등 온라인 유통업의 성장세가 강하게 나타났다. 마트·백화점·편의점 등 6개 유통사업 부문의 롯데쇼핑 매출액은 영화관을 제외하고 2021

년 15조 1,440억원, 2022년 15조 70억원을 기록하며 오프라인과 온라인을 모두 합쳐도 쿠팡보다 낮게 나타나는 등²⁸⁾²⁹⁾, 전통의 유통업 강자인 롯데가 온라인 기반의 쿠팡에게 2위 자리를 내준 것으로 나타났다.

- 통계청 온라인쇼핑동향조사³⁰⁾에 따르면 <그림 8>에서 보이듯 음식 배달과 온라인 식품 주문이 포함된 ‘음식서비스’의 거래액은 코로나19 기간 급증한 반면, 여행과 문화 관련 서비스 거래액은 코로나19가 시작된 2020년 1분기에 감소하는 모습을 보였다. 특히 여행 및 교통서비스는 우려했던 바와 같이 전분기대비 50% 가까이 폭락했다. 그러나 코로나19가 일상화된 2021년부터 이들의 거래액은 점차 회복되기 시작했는데, 특히 2022년 2분기에는 전년동분기 대비 2배 가까이 증가하여 억눌렸던 여행 및 문화 서비스에 대한 수요가 폭발적으로 증가했음을 알 수 있다.

그림 8 서비스품목 온라인쇼핑 거래액 (단위: 억원)



연도	분기	여행 및 교통서비스	문화 및 레저서비스	음식서비스
2018	1/4	40,016.7	5,056.4	10,334.7
	2/4	41,635.9	4,883.3	11,684.0
	3/4	43,937.9	5,610.4	14,176.1
	4/4	40,223.6	5,702.4	16,433.0
2019	1/4	43,358.3	5,267.3	19,313.8
	2/4	43,686.6	6,525.4	22,031.8
	3/4	47,144.1	6,026.5	26,008.1
	4/4	46,033.4	5,981.2	29,999.9
2020	1/4	24,472.8	2,357.9	34,511.0
	2/4	15,731.3	1,295.5	38,373.0
	3/4	21,091.2	1,786.3	46,604.3
	4/4	18,328.9	1,556.5	53,882.7
2021	1/4	16,785.5	1,757.4	59,065.2
	2/4	22,515.5	2,808.6	62,180.3

28) “신세계·롯데 사이 쿠팡...국내 유통지도 ‘빅3’ 재편”. 디지털투데이. 2023년 3월 5일자.

29) “3년 뒤면 700조 유통시장 ‘빅뱅’...이마트·쿠팡 무한경쟁 시대 개막”. 서울경제TV. 2023년 3월 1일자.

30) 약 1,100개의 온라인쇼핑 운영업체를 대상으로 거래액을 조사하고 있다.

	3/4	23,369.5	2,598.1	71,050.1
	4/4	28,380.8	4,402.9	69,301.0
2022	1/4	26,049.1	3,183.3	71,343.4
	2/4	43,121.3	7,210.4	63,695.1
	3/4	48,626.3	7,104.4	65,761.0
	4/4p)	49,356.0	6,460.5	65,140.0

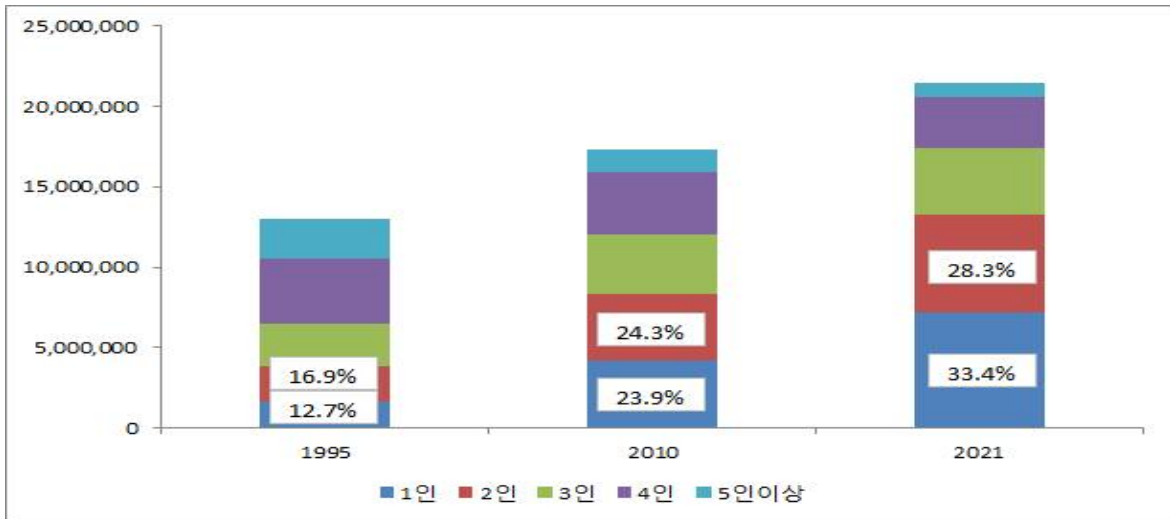
출처: 통계청 온라인쇼핑동향조사. 2020년 표본 기준.

주1) 2022년 4분기는 잠정치임.

2. 가구 구조의 변화가 소매판매업에 미친 영향

- 1~2인 가구 비중은 1995년 29.6%에서 2010년 48.2%, 2021년 61.7%까지 증가했다. 반면 3인 이상 가구 비중은 1995년 70.4%에서 2010년 51.8%, 2021년 38.3%까지 감소했다.

그림 9 가구구성원 비율 변화



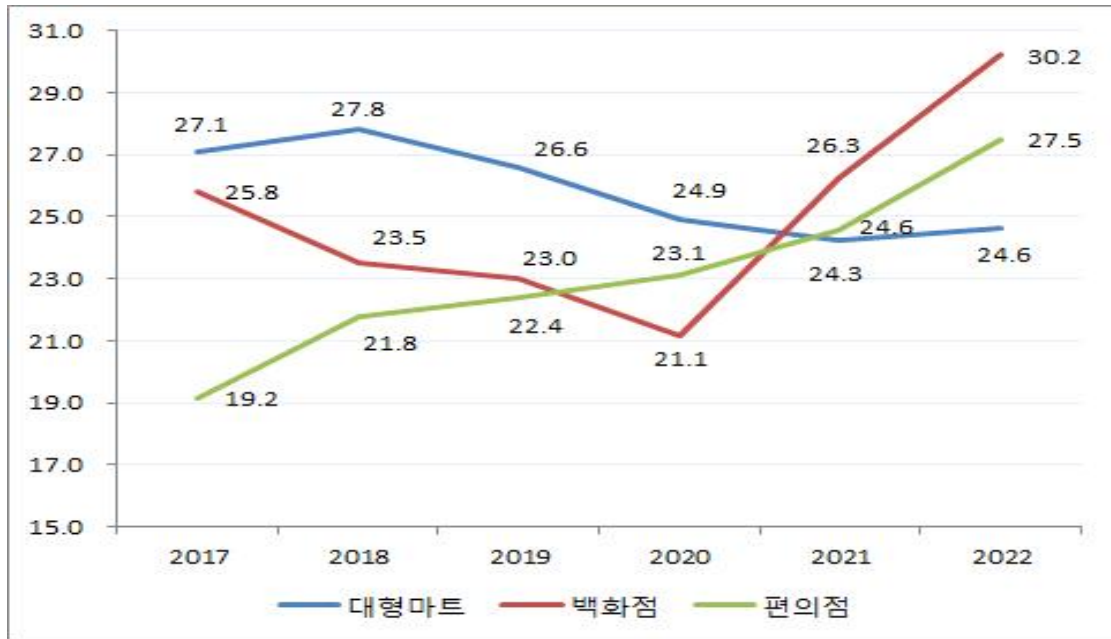
출처: 통계청. 인구총조사 가구부문.

- 이러한 1~2인 가구 위주의 가구구조 변화는 소비방식 역시 변화시켰는데, 이들의 소비패턴 상 소용량을 판매하고 자가용 없이도 쉽게 접근이 가능한 근거리 쇼핑채널인 편의점이 크게 선호되었다. 산업통상자원부의 통계를 살펴보면 코로나19 이후 소매·유통업계가 온라인으로 쏠렸지만 여전히 편의점의 성장세는 지속되었고, 대형마트는 계속해서 부진했다. 2021년에는 처음으로 편의점 3사(CU, GS25, 세븐일레븐)의 매출이 대형마트 3사(이마트, 롯데마트, 홈플러스)의 매출을 추월했고, 이들의 격차는 2022년 더욱 더 벌어졌다. 한편, 백화점은 코로나19 유행 이전까지 매출이 감소세였지만, 코로나19 확산 이후 보복소비 심리와 해외여행 제한으로 지출 여력이 백화점으로 쏠리면서 매출이 크게 증가하였다. 코로나19 유행 이후 오프라인 소매업계는 편의점 혹은 백화점으로 매출이 양극화되는 양상이 나타나고 있는 것이다.

- 산업통상자원부 통계에 따르면 온라인을 제외한 오프라인 업체 중 대형마트는 2017년 27.1조원에서 코로나19 유행이 시작된 2020년 24.9조원, 2021년 24.3조원, 2022년 24.6조원으로

감소하였다. 반면, 편의점은 2017년 19.2조원에서 2020년 23.1조원으로 증가했고, 2021년에는 24.6조원으로 처음으로 대형마트를 추월했고, 이후 2022년 27.5조원까지 증가했다. 한편, 백화점은 2017년 25.8조원에서 2020년 21.1조원으로 급격히 감소해왔으나, 해외여행 제한 등으로 보복소비 심리가 크게 나타났던 2021년 26.3조원, 2022년 30.2조원으로 다시 크게 증가했다.

그림 10 연도별*업태별 주요 유통업체 매출 (단위: 조원)



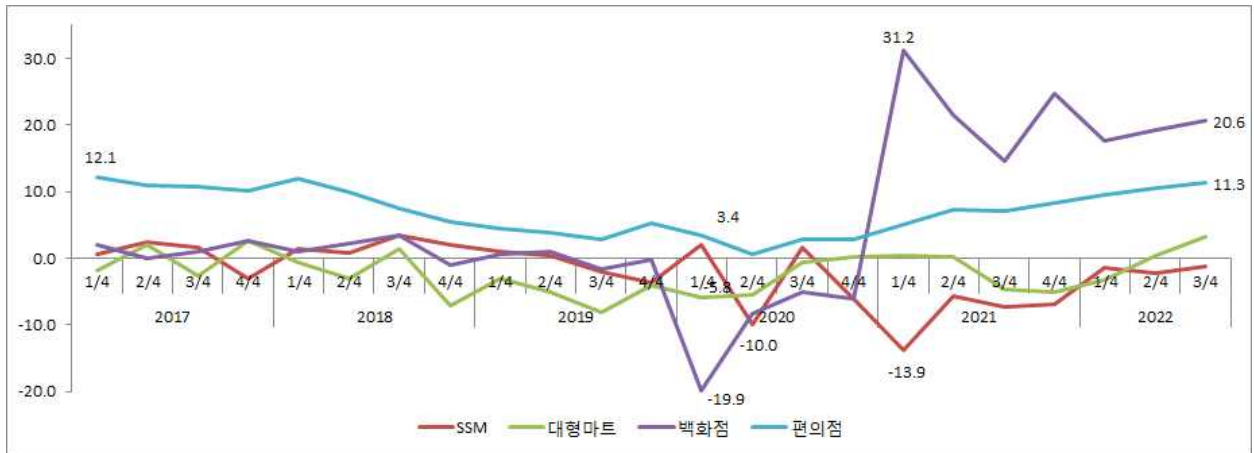
구분	2017	2018	2019	2020	2021	2022
대형마트	27.1조원 (23.2%)	27.8조원 (22%)	26.6조원 (20.2%)	24.9조원 (17.9%)	24.3조원 (15.7%)	24.6조원 (14.5%)
백화점	25.8조원 (22.1%)	23.5조원 (18.6%)	23조원 (17.5%)	21.1조원 (15.2%)	26.3조원 (17%)	30.2조원 (17.8%)
편의점	19.2조원 (16.4%)	21.8조원 (17.2%)	22.4조원 (17%)	23.1조원 (16.6%)	24.6조원 (15.9%)	27.5조원 (16.2%)
SSM	5.1조원 (4.4%)	5.4조원 (4.3%)	5.4조원 (4.1%)	5.3조원 (3.8%)	4.8조원 (3.1%)	4.8조원 (2.8%)

출처: 산업통상자원부 연도별 주요 유통업체 매출동향 보도자료.

주1) 그림에는 SSM 매출을 표시하지 않음.

주2) 괄호 안의 숫자는 온라인 포함 전체 업태 대비 해당 업태의 비중을 뜻함.

그림 11 소매업체 전년동분기대비 매출증감률 (총계) (단위: %)

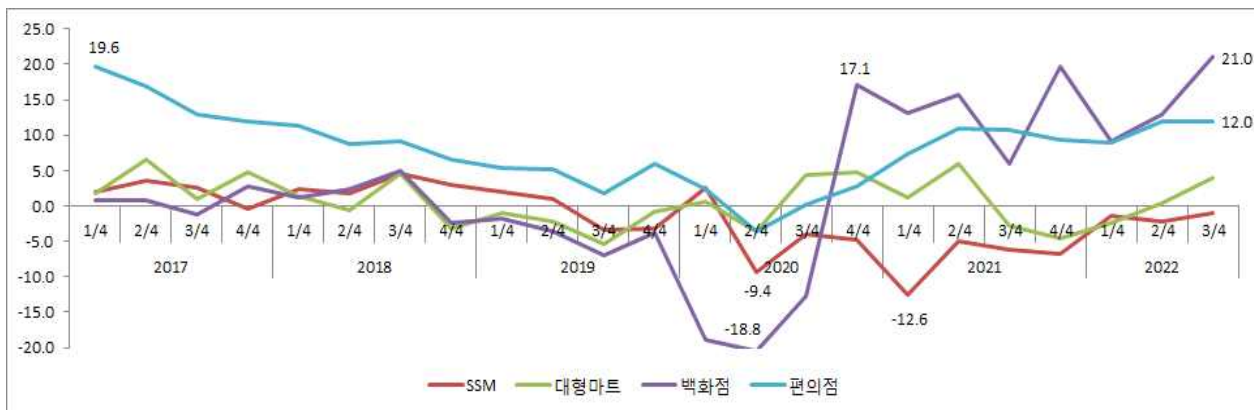


출처: 산업통상자원부. 주요 유통업체 매출 동향조사.

주1) 해당 통계는 주요 유통업체 13개사를 대상으로 전 매장을 집계한 표임.

- 전년동분기 대비 매출증감률 추이를 살펴보아도 동일한 양상이 나타난다. 코로나19가 유행하기 이전인 2017년부터 편의점 매출은 전년동분기대비 매출이 최대 10% 이상씩 성장하며 계속 플러스(+) 매출증감률을 기록한 반면, SSM과 대형마트, 백화점은 대체로 마이너스(-) 매출증감률을 기록하거나 매출 증가율이 5% 미만이었다. 코로나19가 시작된 2020년 1분기에는 편의점 매출마저 예년보다 감소하고, 백화점 매출은 전년동분기 대비 -20% 가까이 급락할 정도로 당시 소매업계가 타격을 받았다. 그러나 코로나가 일상화된 2021년 1분기에는 해외여행이 제한되어있는 상황에서 백화점 명품으로 쏠리는 보복소비가 증가하는 등, 백화점 매출이 전분기 대비 31.2%까지 치솟았고 편의점 매출 역시 2021년 이후 매분기마다 증가했다. 반면, SSM과 대형마트의 매출은 계속해서 전년동분기 대비 마이너스(-) 매출증감률을 보였다. 오프라인 유통업체들의 이러한 매출증감률 추이는 코로나19의 영향과 함께 1인 가구의 증가로 소매업계에서 구조 조정이 일어나고 있는 것으로 해석될 수 있다.

그림 12 소매업체 전년동분기대비 매출액 증감률 (식품소계) (단위: %)



출처: 산업통상자원부. 주요 유통업체 매출 동향조사.

주1) 해당 통계는 주요 유통업체 13개사를 대상으로 전 매장을 집계한 표임.

- 1, 2인가구는 특성상 다른가구에 비해 ‘혼밥’ 비율이 높는데³¹⁾, 집에서 간단히 먹을 수 있는 ‘간편식(HMR)’에 대한 수요 증가도 상대적으로 접근성이 용이한 편의점의 성장세에 기여한 것으로 분석된다. 식품만을 대상으로 매출동향을 집계한 <그림 12>를 살펴보면 편의점의 식품 매출은 코로나19 유행이 시작되기 이전과 이후에도 대부분 플러스(+) 성장률을 보였다. 그러나 나머지 SSM과 대형마트, 백화점의 식품 매출은 코로나19 유행 이전부터 5%를 하회하거나 마이너스 증가율을 보여주었으며, 2020년에는 특히 백화점 매출이 전년동분기대비 -18.8%를 보이며 폭락하였다. 백화점 매출은 2021년에 회복세를 보이면서 반등했지만 SSM과 대형마트는 여전히 부진했다.

3. 소비자의 소비방식 변화

- 코로나19의 영향으로 배달앱과 배달대행을 이용하는 사업자 비중이 눈에 띄게 증가했다. 일반음식점은 물론이고 제과점과 카페까지 배달이용이 크게 확대되었다.
 - 전국 3,000개 외식업체를 대상으로 배달앱과 배달대행 이용여부를 조사한 통계청 자료에 따르면, 2018년 전체 배달앱 및 배달대행 이용률은 각각 7.6%, 5.4%에서 코로나19가 시작된 2020년 각각 19.9%, 15.4%로 증가했으며, 2021년에는 배달앱 이용은 29.5%로 2018년에 비해 3.9배, 배달대행 이용은 18.5%로 3.4배 증가했다.
 - 배달앱과 배달대행 이용이 가장 크게 증가한 업종은 간이 음식 포장 판매 전문점, 제과점 그리고 비알콜 음료점업이다. 앞서 프랜차이즈 분석과 마찬가지로 외식업체경영실태조사에서도 음식점업 중 배달로의 전환이 용이했던 업종들은 코로나19가 시작된 2020년에 오히려 성장한 모습을 보였는데, 간이 음식 포장 판매 전문점은 2018년 1.7%, 0.7%였던 배달앱, 배달대행 이용률이 2021년 33%, 26.6%까지 각각 19.4배, 38배 증가했고, 제과점은 2018년 1.5%, 1.9%에서 2021년 37.1%, 23.6%로 각각 24.7배, 12.4배 증가했다. 카페와 같은 비알콜 음료점업도 2018년 2.5%, 1.3%에서 2021년 27.6%, 17.6%로 각각 11배, 13.5배 증가했다.
 - 매출액 규모별로 살펴봐도 5억원 이상의 큰 규모 뿐만 아니라 5천만원 미만의 영세 규모까지 배달앱과 배달대행 이용율이 증가했다. 매출액 5억원 이상의 점포들은 2018년 9.8%, 8.5%에서 2020년 28.1%, 19.4%, 2021년 38.9%, 32.9%로 크게 증가했는데, 매출액 5천만원 미만 점포들도 2018년 배달앱 및 배달대행 이용률이 각각 2.2%, 3%에서 2020년 각각 6.4%, 4.6%, 2021년 9.9%, 8.9%로 증가했다.

31) “‘1인가구’ 2명 중 1명은 ‘삼시세끼’ 모두 혼자...의협 ‘혼밥’ 심포지엄”. 경향신문. 2017년 5월 16일자.

표 32 배달앱과 배달대행 이용여부 (단위: %)

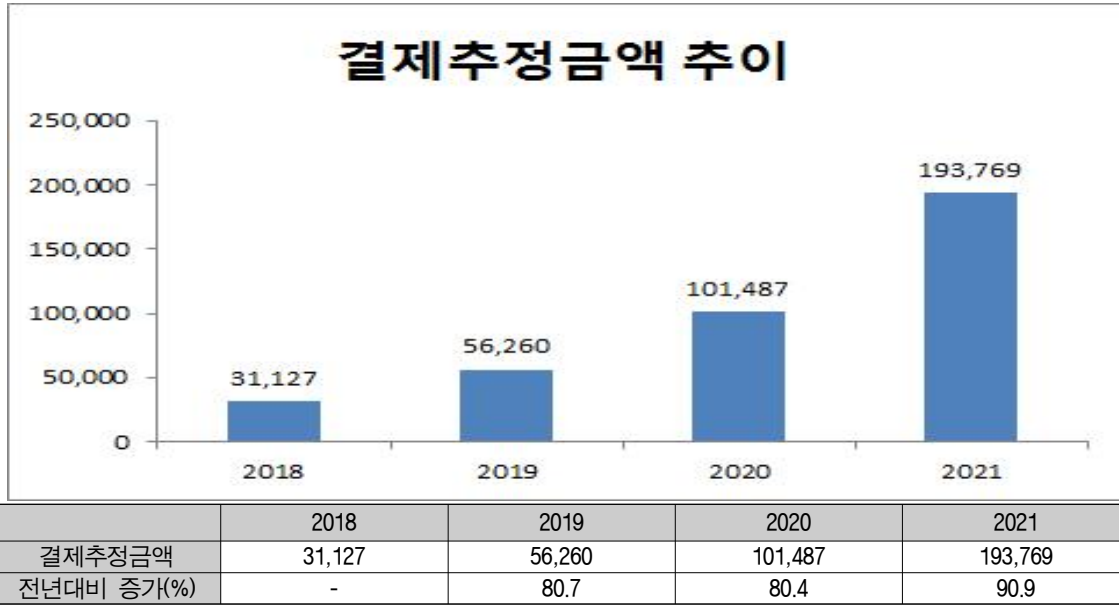
연도		2018		2019		2020		2021		2018<>2021년 비교 (단위: 배)	
구분		배달 앱	배달 대행	배달 앱	배달 대행	배달 앱	배달 대행	배달 앱	배달 대행	배달 앱	배달 대행
합계		7.6	5.4	11.2	10.0	19.9	15.4	29.5	18.5	3.9	3.4
업종 별	간이 음식 포장 판매 전문점	1.7	0.7	10.0	6.4	22.2	22.1	33.0	26.6	19.4	38.0
	제과점	1.5	1.9	1.6	2.8	27.6	19.6	37.1	23.6	24.7	12.4
	비알콜 음 료점업	2.5	1.3	6.6	4.3	14.0	7.7	27.6	17.6	11.0	13.5
	김밥 및 기 타 간이 음 식점업	6.4	4.7	7.3	6.9	24.9	20.6	46.0	28.5	7.2	6.1
	일반음식점	6.2	4.0	9.4	8.9	17.0	13.5	26.5	17.5	4.3	4.4
	주점업	2.2	1.9	2.0	1.8	5.7	3.7	8.4	4.7	3.8	2.5
	피자·햄버 거·샌드위 치 및 유 사 음식점 업	43.1	38.2	55.2	49.4	65.9	61.8	79.0	47.2	1.8	1.2
	치킨전문점	45.5	31.8	57.4	49.2	79.4	61.6	85.7	45.6	1.9	1.4
매출액 구분 별	5천만원 미 만	2.2	3.0	2.0	2.3	6.4	4.6	9.9	8.9	4.5	3.0
	5천만원~1 억원 미만	5.3	4.0	5.9	5.5	15.3	12.7	22.0	10.6	4.2	2.7
	1억원~5억 원 미만	9.7	6.4	13.8	12.3	23.2	18.0	36.2	22.7	3.7	3.5
	5억원 이상	9.8	8.5	19.1	15.8	28.1	19.4	38.9	32.9	4.0	3.9

출처: 통계청, 외식업체경영실태조사, 배달앱 및 배달대행 이용현황

주1) '배달앱' 은 주문중개어플로, 소비자와 판매자 간 주문을 중개해주는 배달의 민족, 요기요, 쿠팡이츠와 같은 배달어플을 뜻함.

- 대표적인 배달앱 3사(배달의민족, 요기요, 쿠팡이츠)의 결제추정금액은 매년 전년대비 80%, 90%씩 증가하며 빠른 속도로 커졌다.
 - 시장조사업체 와이즈앱에서 만 20세 이상 이용자들의 신용카드, 체크카드, 계좌이체, 소액 결제 등으로 결제한 금액을 표본조사하여 이를 토대로 추정해본 결과, 배달앱3사의 결제 추정금액은 2018년 3조 1천억원에서 2019년 5조 6천억원, 2020년 10조 1천억원, 2021년 19조 4천억원으로 4년동안 6.2배 증가했다.

그림 13 배달앱 3사 결제추정금액 추이 (단위: 억 원)



출처: “배달앱 3사 결제액 전년比 91% ↑, 올해 24조원 넘기나”. 조선일보. 2021년 11월 9일자.

5. 정책적 시사점

- 코로나19와 그에 따른 방역조치는 자영업 전반에 치명적인 타격을 줄 것으로 우려되었다. 영업시간과 인원 제한은 물론, 집합금지로 아예 영업을 금지된 업종까지 있어, 많은 자영업자들이 매출 감소를 넘어 폐업 위기에 내몰릴 것으로 예상되었기 때문이다. 자영업 비중이 20%가 넘는 우리나라의 특성상 자영업의 위기는 사회경제적으로 상당한 영향을 미치는 바, 코로나19가 장기화됨에 따라 깊고 긴 내수침체를 겪을 것으로 예상되었다.
- 그러나 실제 통계를 확인해본 결과, 자영업 부문에 대한 코로나19의 영향은 일시적이고 매우 차별적이었음이 확인된다. 영업을 금지됐던 업종이나, 호프집과 노래방 등 9시 이후 영업을 주된 업종으로 영업시간 제한조치의 직격탄을 맞은 업종, 당구장, PC방과 같은 실내 다중이용시설은 아직까지도 회복하지 못할 정도로 심각한 타격을 받았다. 그러나 코로나19가 시작된 2020년에조차 온라인 통신판매소매업을 비롯해, 배달 음식점 등 특성에 따라 성장한 업태도 존재했다. 2021년 들어서는 방역조치가 가장 강력한 4단계로 강화되었음에도 불구하고, 코로나가 일상화됨에 따라 보복소비현상과 함께 해외여행을 가지 못해 생긴 지출 여력이 더해져 대부분의 자영업 업태와 사업체들의 매출은 객관적인 통계상 코로나19 이전 수준을 회복하거나 오히려 이를 상회한 것으로 나타난다.
- 그럼에도 불구하고 정부의 지원은 실제적 피해 여부와 피해 규모를 반영하지 않고, 집합금지·영업제한 업종 등에 대한 차등만 두었을 뿐, 기본적으로는 자영업 전반을 대상으로 정액 지급 방식으로 지급되었다. 비록 21년 이후 지원금에 매출감소에 따른 일정한 차등을 두었지만, 특정 업종에 집중된 실제 피해와 그 규모보다는 방역조치의 강도에 따라 업종별로 보편적이고 일률적인 지원방식을 취한 것이 적절했는지에 대해서는 근본적인 재검토가 필요하다.
 - 2020년~2022년 기간 동안 자영업자들에 대한 재정지원정책은 연매출이 적은 소기업을 대상으로 집합금지·영업제한·일반업종으로 나누어 지원되었다. 집합금지 업종은 매출감소와 무관하게 해당 업종에 속한 사업체라면 모두 지원이 되었는데, 이에 해당하는 사업체들은 유흥주점, 노래방, PC방 등이었다. 영업제한 업종은 2021년 1월까지 매출감소와 무관하게 지원되었고, 이후에는 매출 감소율(20%미만, 20~40% 등)을 적용하여 정액을 차등 지급하였다. 영업제한 업종에는 식당, 카페, 미용실 등이 포함되어있다. 일반 업종은 집합금지나 영업제한 등 방역조치의 대상은 아니었지만, 매출이 감소한 사업체에 대해 매출감소 증빙을 조건으로 정액의 지원이 이루어졌다.
 - 지원금은 사업체의 실제 피해 규모와 무관하게 사업체가 속한 업종을 기준으로 매출감소를 부분 반영(영업제한업종, 일반업종)하여 일정 금액을 정액지급 하였다. 시기별 지원금마다 상이했지만, 집합금지 업종은 최소 200만원(새희망자금)에서 최대 2000만원(희망회복자금), 영업제한업종은 최소 150만원(새희망자금)에서 최대 900만원(희망회복자금), 일반업종은 최소 40만원에서 최대 400만원(희망회복자금)이 지급되었다³³⁾.

표 33 코로나19 소상공인 재정지원정책의 지원규모 및 지급액

구분	지급액	업종구분 (소상공인·소기업 ³² 이어야 함)	업종 구분
긴급고용안정 지원금 (‘20.7) 총액: 1.4조원	150만원	-업종 구분X -매출감소 여부 0	-
새희망자금 (‘20.9) 총액: 2.8조원	●100~200만원 ①집합금지업종: 200만원 ②영업제한업종: 150만원 ③일반업종: 100만원	-집합금지, 영업제한업종 매출액 감소 무관 -일반업종 매출감소 여부 0	①집합금지업종: 유흥주점, 뷔페, 대형학원, 노래연습장, 실내집단운동, PC방, 수도권 학원, 독서실, 실내체육시설 등 ②영업제한업종: 수도권 일반음식점 , 휴게음식점, 제과점, 프랜차이즈형 커피·음료점 등
버팀목자금 (‘21.1) 총액: 4.2조원	●100~300만원 ①집합금지업종: 300만원 ②영업제한업종: 200만원 ③일반업종: 100만원	-집합금지, 영업제한업종 매출액 감소 무관 -일반업종 매출감소 여부 0	①집합금지업종: 유흥주점, 노래연습장, 실내체육시설, 학원 등 ②영업제한업종: 식당, 카페 , 이미용업, PC방, 독서실, 직업훈련기관, 오락실, 영화관, 목욕탕 등
버팀목자금플러스 (‘21.3) 총액: 4.8조원	●100~500만원 ①집합금지업종: 4~500만원 ②영업제한업종: 300만원 ③일반업종: 100~300만원	-집합금지업종 매출액 감소 무관 -영업제한업종, 일반업종 매출감소 여부 0	①집합금지업종: 유흥주점, 노래연습장, 실내 스탠딩 공연장, 실내체육시설, 학원, 교습소 등 ②영업제한업종: 식당, 카페, 숙박업, 이미용업, PC방, 독서실, 스터디카페, 오락실, 영화관, 목욕탕 등
희망회복자금 (‘21.8) 총액: 4.2조원	●40~2,000만원 ①집합금지업종: 300~2,000만원 ②영업제한업종: 200~900만원 ③일반업종: 40~400만원	-집합금지업종 매출액 감소 무관 -영업제한업종, 일반업종 (‘경영위기업종’) 매출감소 여부 0	①집합금지업종: 유흥주점, 콜라텍, 무도장, 클럽, 나이트 등 ②영업제한업종: 식당, 카페, 노래방, 목욕탕, 실내체육시설, 당구장, 학원, 영화관, 독서실, 결혼식장, 장례식장, 놀이공원 등 ③경영위기업종: 영업제한을 받지 않았지만 택시 운송업, 가정용 세탁업, 결혼 상담 및 준비 서비스업 등
방역지원금	1차 (‘21.12) 총액: 3.5조원	●100만원	-영업제한업종 매출액 감소 무관 -일반업종 매출감소 여부 0
	2차 (‘22.2) 총액: 10.7조원	●300만원	-영업제한업종 매출액 감소 무관 -일반업종 매출감소 여부 0
손실보전금* (‘22.5) 총액: 23조원	●600~1,000만원 ①개별업체: 600~800만원 ②여행업 등 매출 감소율 40% 이상인 50개 업종과 방역조치를 이행한 연매출 50억 원 이하 중기업 상향지원: 700~1,000만원	-연매출 50억원 이하 중기업까지 포함. -매출감소 여부 0 -방역조치(금지, 제한) 무관하게 ‘19년 대비 ‘20, ‘21년 감소, ‘20년 대비 ‘21년 매출감소만 증빙되면 지원(대상자 확대)	①일반업체: 매출액 규모(2억원 미만~4억원 이상), 매출감소율(40% 미만~60% 미만) ②여행업 등 매출감소율 40% 이상인 50개 업종, 방역조치 이행 연매출액 50억원 이하 중기업

출처: 중소벤처기업부 보도자료(2022. 05. 30), 표 “소상공인 재난지원금 지원규모와 지급액” 및 내용을 재구성
주1) *는 시행공고 상의 수치이며, 나머지는 지급실적임.

- 이에 비해 외국은 매출이 일정 비율 이상 감소한 자영업자들을 대상으로, 피해규모에 상응하는 지원금을 지급했다는 점에서 우리나라와 차이가 있다. 독일과 프랑스, 일본은 30% 또는 50% 이상 매출이 감소한 사업체를 지원 대상으로 했고, 지원 금액은 실제 피해규모를 반영해 매출감소분 전체 혹은 매출 감소 비율에 따라 지급하였다.

표 34 국가별 코로나19 자영업자 지원금 비교

구분	한국	독일	프랑스	일본
지원대상*	소상공인→소기업	매출 50만 유로→750만 유로	근로자 수 10인→50인	자본금 10만 엔 등
지급요건	매출 감소	매출 30% 감소	매출 50% 감소	매출 50% 감소
지급금액	정액	매출 감소 비율별 고정비	매출감소분	매출 감소의 1년 치
GDP 대비 코로나19 재정지출	4.5%	13.64%	9.6%	16.5%

출처: 「자영업자의 코로나19 영향 및 정부정책에 대한 평가」. 한국노동연구원. p.122.

주1) 지원대상은 코로나19가 장기화됨에 따라 기준이 변경되었다.

- 전체 지원규모에서도 독일, 프랑스, 일본의 경우, 지급대상에 매출감소요건(30~50%) 등 제한을 두었지만, 지원금은 실제 매출 감소분을 반영해 지급해서 총 지원규모가 GDP 대비 독일 13.64%, 프랑스 9.6%, 일본 16.5%에 이른 반면, 우리나라는 기본적으로 보편적이고 일률적인 지원방식을 취했음에도 불구하고, 지원금이 실제 피해규모를 반영하지 않고 소액 지급되어 총 지원규모는 GDP 대비 4.5%에 불과했다.
- 보편적인 소액 지원으로 피해가 없거나 오히려 매출이 증가한 자영업자까지 지원금을 수령하는 경우가 다수 발생한 반면, 코로나19의 타격이 집중된 업종의 자영업자는 실제 피해 규모에 비해 ‘언 발에 오줌 누기’ 수준의 미미한 지원만 받은 셈이 된 것이다
 - 앞서 통계로 확인했듯이 유흥주점이나 호프집, 노래방과 같이 집합금지나 영업시간제한 등의 방역조치로 직격탄을 맞은 업종들을 제외하고, 대부분의 업종들은 2021년에 곧바로 코로나 이전의 매출을 상회하는 양상을 보였고, 코로나19가 시작된 2020년에도 배달과 포장 이 용이했던 제과점, 치킨, 피자, 포장음식점 등은 오히려 매출이 증가하는 등 실제 피해는 사업체 특성에 따라 차별적으로 나타났다. 그러나 지원금은 실제 피해와는 무관하게 지급되어 예컨대 음식점 중 2020년 배달을 시작하면서 매출이 2019년보다 증가한 경우에도 지원금을 받는 사례가 발생하기도 하였다³⁴⁾. 반면 코로나19의 피해가 집중된 업종과 사업체에는 실제 피해에 비해 매우 불충분한 지원금만 지급되어 거친 항의와 비판이 제기되었다³⁵⁾.
- 코로나19 지원 방식에 대한 위와 같은 비판에 대해 선별과 차등의 어려움, 매출감소 파악

32) 소기업의 기준은 보건, 사회복지서비스업, 개인서비스업, 교육서비스업, 숙박·음식점업 등은 연매출 10억원 이하, 도소매업 등은 50억원 이하, 농임업 등은 80억원 이하, 제조업 등은 120억원 이하 등임.

33) 소상공인방역지원금 시행공고 등 참고.

34) “배달 시작해서 매출 늘었는데 지원금 받을 수 있나요”. 요기요 사장님포털 자영업상식.

35) “방역대책 더는 못참겠다...거리로 뛰쳐나온 자영업자들”. 서울경제. 2021년 12월 22일자.

을 위한 행정비용의 과다 등을 들어 반론을 제기할 수 있으나, 이는 우리나라가 다른 나라에 비해 자영업자의 매출을 신속하고 비교적 정확하게 파악할 수 있는 행정적, 사회적 인프라와 기반을 구축하고 있다는 점을 간과한 주장이다. 우리나라의 현금 사용률은 2021년 기준 14.6%에 불과하고, 이마저도 감소하고 있는 추세다. 거의 대부분의 결제가 신용카드, 체크카드, 모바일 카드, 계좌이체, 각종 페이 등에 의해 이루어지고 있고, 이는 시스템적으로 실시간 파악된다는 점에서 프랑스나 독일, 일본과 같이 현금 사용률이 높은 나라보다 훨씬 신속하고 정확한 매출파악이 이루어질 수 있다는 것이다.

- 한국은행이 약 3,500명의 성인을 대상으로 설문조사를 실시한 ‘2021년 지급수단 및 모바일금융서비스 이용행태 조사결과’에 따르면 지급수단별 이용비중은 금액을 기준으로 현금 14.6%, 신용카드 49.5%, 체크카드 16.9%, 계좌이체 10%, 전자화폐 1.3%, 모바일카드 6.6% 등으로 나타나, 85%에 가까운 대부분의 결제금액이 전자시스템으로 파악되고 있다. 세계경제포럼의 보고서에 따르면 우리나라 현금사용 비중(추정)은 2018년을 기준으로 14%에 불과해, 일본(82%), 프랑스(68%), 중국(40%) 등 다른 나라에 비해 ‘현금 없는 사회’로의 진전이 전세계에서 가장 빠른 국가로 나타났다³⁶⁾.
- 페이 머니 등 모바일 결제시장 규모도 커졌는데, 한국은행에 따르면 선불전자지급 서비스 이용 건수는 일평균 2019년 1,753만건에서 2020년 1,864만건, 2021년 2,380만건으로 증가했고, 이용 금액은 일평균 2019년 2,933억원에서 2020년 4,676억원, 2021년은 6,647억원으로 증가했다³⁷⁾.
- 2020년 정부차원에서 코로나19 긴급재난지원금을 지급할 당시, 경남도는 도민들의 건강보험료 납부 데이터를 활용해 지원대상자를 선정, ‘경남형 긴급재난지원금’을 중앙정부보다 앞서 지급한 바 있다³⁸⁾. 행정 전산 인프라를 이용해 신청주의가 아닌 선정주의 방식으로 행정절차를 간소화하고, 지원금을 신속하게 지급한 것이다. 또한 서울시에서는 2020년 6월 카드 3사(신한카드, 비씨카드, KB국민카드), 서울지방국세청, 국민건강보험공단 등과 협력하여 신청자의 매출액을 파악해 ‘자영업자 생존자금’을 지급한 바 있다³⁹⁾
- 한편, 원리금 상환유예, 신규 대출, 보증지원 등 금융지원은 재정지원보다 느슨한 기준이 적용되어 더 많은 자영업자들이 혜택을 받을 수 있었다. 금융지원 정책, 특히 원리금 상환유예는 코로나19로 갑작스럽게 어려움을 겪게 된 자영업자들에게 필요한 조치였지만, 문제는 실제 피해가 컸던 사업체에 대한 재정적 지원이 미미한 상태에서 신규 대출 등이 이루어지고, 그 대상도 영업금지·제한 등 방역조치와 무관한 일반자영업자까지 확대됨에 따라 자영업의 가계부채 문제를 심화시키는 부작용을 초래했다는 점이다. 그 결과 자영업자 대출 규모는 2022년 3월말 기준 960.7조원으로, 코로나19 이전인 2019년말 684.7조원 대비 40.3%나 증가해,⁴⁰⁾ 2022년 하반기 고금리 기조로 전환된 이후 주택담보대출과 함께 가계

36) World Cash Report. World Economic Forum. p. 26

37) “2021년중 전자지급서비스 이용 현황”. 한국은행 보도자료. 2022년 3월 23일자.

38) “김경수 지사 “경남형 긴급재난지원금 정부보다 먼저 지급””. 연합뉴스. 2020년 4월 7일자.

39) “25일부터 ‘자영업자 생존자금’ 온라인 접수…140만원 지원”. 서울특별시. 2020년 5월 18일자.

40) 「금융안정보고서」. 2022.6. 한국은행. p.157.

부채 문제의 핵심적인 시한폭탄이 되어버렸다.

- 실제 피해에 비해 재정지원이 매우 불충분했던 자영업자는 금융지원으로 결국 빚내서 연명하게 하게 되었고, 피해와 무관했던 자영업자까지 저금리 신규 대출로 빚을 늘렸다는 점에서 외국에 비해 재정지원규모를 줄이면서 그보다 큰 규모로 금융지원을 한 정책기조가 타당했는지도 근본적인 재검토가 필요하다.
- 경영상의 책임이 따르는 기업 구조조정 과정에서는 정부의 직접적인 재정 지원이 부적절하고, 통상 대출만기연장, 출자전환, 신규 대출 등 지원 자금 회수를 전제로 한 금융지원 방식이 취해진다. 그러나 자영업 부문의 경영상의 이유와 무관하게 코로나19 재난 상황에서 공동체의 안녕을 위해 정부가 방역조치로 영업을 금지하거나 제한한 업종과 사업체에 대해서는 그 피해에 준하는 손실을 보상하는 것이 마땅하다. 그럼에도 불구하고 재정지원을 피해규모와 무관하게 소액 정액지급하면서, 통상 기업구조조정 과정에서 사용하는 금융지원을 확대한 것은 정책적으로 매우 부적절하고, 필연적으로 이미 구조조정과정에 있었던 자영업 부문의 가계부채 심화라는 부작용을 내재한 것이라 아니할 수 없다.
- 결론적으로 실제 피해와 그 규모를 고려하지 않은 일률 정액 지급 방식의 재정지원은 한정된 국가 재정 자원을 집중하지 못해 정작 피해가 큰 사업체들에게는 충분한 보상을 해주지 못하였고, 대규모 금융지원 정책은 오히려 자영업자들이 빚내서 연명하도록 해 가계 부채 문제를 심화시켰다는 점은 부인할 수 없는 현실이다. 또한 코로나19 지원 정책이 코로나19와 무관하게 기존에 진행되어 온 취약한 자영업 부문의 구조조정을 지연시킨 측면 역시 부인할 수 없다.
- 이러한 점에서 앞으로 코로나19와 같은 재난 상황에서의 지원 정책은 실제 피해 및 그 규모에 입각해 지원 대상을 선별하고, 피해액에 상응하는 만큼 지원하는 정책 기조로 나아가야 한다. 또한 정부의 조치로 피해를 입은 경우 그 피해만큼 재정지원을 우선하고, 금융지원 방식은 매우 엄격하게 제한적으로 이루어져야 한다.
- 한편, 코로나 기간 지연된 자영업 부문의 구조조정은 오히려 코로나가 종식된 올해 이후 코로나 이전보다 더 급격하게 이루어질 가능성이 높다는 점에 유의할 필요가 있다. 수요의 측면에서 물가상승과 고금리로 인한 원리금 상환 부담 증가로 가처분소득과 소비 여력은 축소될 것이며, 억눌렸던 해외 여행의 폭증으로 국내 소비 여력은 더욱 위축될 것이다, 여기에 더해 자영업 부문의 늘어난 부채는 고금리하에서 원리금 상환 부담이 커져 자영업 전반의 고통을 가중시킬 것으로 예상된다.
- 우리나라 자영업은 IMF 경제위기 이후 계속해서 비중이 감소하는 등 구조조정이 진행되고 있었던 바, 이러한 구조조정은 선진국 사례를 살펴보더라도 일반적인 현상이다. 더구나 우리나라는 지난 10년간 급격한 출생률 저하로 인구가 순감소하는 단계에 진입해 중장기적으로 내수시장이 축소될 것으로 예상되는 바, 선진국에 비해 더뎠던 자영업 구조조정이 향후 가속화될 것으로 예측된다.

- 더미래연구소의 「2020 대한민국 자영업 보고서」에 따르면, 우리나라 자영업은 경제발전 단계와 규모가 비슷한 다른 선진국에 비해 상대적으로 과잉공급 상태였으며, 이에 따라 통계청 고용동향상의 자영업 비율(무급가족종사자 포함)은 1998년 38.3%에서 코로나19 유행 이전인 2019년 24.5%로 13.7%p 감소하는 등 이미 구조조정이 진행 중이었다. ‘자영업자 비중과 1인당 국민소득이 대체로 역의 관계에 있고, 경제발전단계가 높아질수록 자영업자 비중이 낮아진다⁴¹⁾’ 는 것은 국제적으로 검증된 명제로, 미국, 독일은 자영업 비중이 이미 70년대부터 10%내외 수준이었고, 일본의 경우도 80년대까지 20%이상이었으나 최근에는 10% 수준으로 축소되었다.
- 더구나 우리나라는 급격한 출생률 저하와 인구감소로 자영업 구조조정이 향후 가속화될 것으로 예측되는 바, 2030대 청년층이 감소함에 따라 일부 업종은 더욱 직격탄을 맞을 것으로 우려된다. 우리보다 앞서 노령화를 겪었던 일본의 경우, 2000년~2018년 기간 동안 2030 청년층의 인구 비중이 27.6%에서 21.5%로 6.1%p 감소했는데, 동기간 자영업자 비율은 16.6%에서 10.3%로 6.3%p 감소하는 등 동반 감소하는 양상을 보였다. 특히 동네주점, 노래방, 옷가게, 식당, 이미용실, 세탁소 등의 매출이 하락했는데, 이는 이들 업종의 주 소비층인 청년이 줄어들었기 때문으로 분석되고 있다⁴²⁾.
- **영업금지과 제한으로 매출 감소와 함께 폐업이 증가할 것이라는 예상과는 달리 코로나19 기간 동안 폐업자 수와 폐업률은 오히려 그 이전보다 감소했다. 이러한 양상은 자영업자들이 코로나 지원금 수령을 통해 버틴 측면도 있지만, 이에 더해 코로나19 상황과 무관하게 폐업할 자영업자들이 재정 및 금융지원으로 폐업을 미룬 측면도 반영된 결과라 할 수 있다. 그러나 코로나 기간 동안의 폐업 감소는 구조조정이 지연된 것일 뿐, 코로나19 지원금이 종료되고 코로나19 상황도 사실상 종식된 2023년부터 고금리와 이로 인한 가처분소득의 감소, 물가 상승 및 경기 침체 등으로 지연됐던 자영업 부문의 구조조정이 급격히 진행되면서 폐업자수와 폐업률이 대폭 증가할 가능성이 있다.**
 - 코로나19 지원금이 코로나로 인한 자영업자들의 폐업을 방지하는 수준의 효과만 있었다면 예년과 비슷한 수준의 폐업자 수와 폐업률이 유지되었어야 함에도 불구하고 코로나19 기간 폐업자 수와 폐업률은 오히려 줄어들었다. 폐업자 수는 코로나19 유행 이전 2017~2019년 동안 연평균 0.9%씩 증가한 반면, 유행 이후에는 2020~2021년 동안 -2%씩 감소했고, 폐업률 역시 2017년 11.7%에서 2021년 9.3%로 오히려 감소했다. 이는 코로나19로 피해를 입은 자영업자들이 지원금 덕분에 어려운 시기를 버틴 측면 이외에, 코로나19와는 무관하게 구조조정이 진행되었어야 할 자영업자들의 폐업을 지연시킨 측면도 존재한다는 것을 방증한다. 일련의 보고서들 역시 무차별적인 코로나19 지원정책으로 ‘희생불가’ 자영업자들의 폐업 시기를 오히려 지연시키는 결과를 낳았다고 비판하고 있다⁴³⁾.

41) 「지역경제 자영업 활동 결정요인 및 구조개선 방안 : 경기도를 중심으로」. 주동헌 외. 한국은행 경기본부. p.112

42) “20년 전 일본보다 더 걱정되는 한국...왜 소비인가”. 머니투데이. 2017년 1월 2일자.

43) 「금융안정보고서」. 2022.6. 한국은행. p.157., 한국금융연구원 이수진, 「코로나19 관련 소상공인 금융지원정책 현황 및 시사점」. 2022.7.

- 코로나19 이전부터, 그리고 코로나19 기간 동안 앞서 확인했듯이 업종별로, 또 같은 업종 내에서도 구체적인 업태와 영업방식에 따라 부침이 확연하게 드러나고 있는 바, 이는 자영업 부문이 양적 구조조정과 함께 내적으로 질적 구조조정이 동시에 진행되고 있음을 의미한다.
 - 국제통계연보에 따르면 3차 산업 자영업 중 부동산임대업을 제외하고 비중이 큰 소매업과 음식업의 비중은 코로나 이전 시기 1998년 각각 24.27%, 19.74%에서 2019년 15.05%, 12.01%로 감소한 반면, 서비스업의 비중은 1998년 11.53%에서 2019년 21.15%로 확대되었다, 코로나19 기간 음식업은 2022년 11.15%로 더욱 감소했고, 소매업은 2022년 16.41%로 다시 증가했으나, 이는 온라인 통신판매소매업자가 급증한 영향으로 분석된다. 한편 서비스업은 2022년에도 그 비중이 21.23%로 부동산임대업을 제외하고 가장 큰 비중을 보였다.
 - 업종 내부적으로 보면 구조조정 과정에 있던 소매업 내에서도 오프라인 소매업은 축소되고 온라인 통신판매소매업이 급성장하고 있으며, 오프라인 소매업내에서는 편의점의 성장세가 두드러지는 등 내부적인 질적 구조조정이 진행 중인 것으로 확인된다. 음식업 내부적으로도 구체적인 업태와 배달 이용 정도에 따라 부침이 나타나고 있으며, 서비스업 내부적으로는 고령화와 여가시간의 증가, 웰빙문화 확산의 영향으로 건강 및 여가 생활 관련 업종 등이 성장하고 있다.
- 분명한 것은 우리나라의 경제발전단계로 보나, 전 세계적으로 유례가 없는 출생률 하락 및 그에 따른 인구 감소로 인해 자영업 부문의 양적인 구조조정은 불가피하다는 점이다. 이와 같이 필연적으로 진행될 자영업 부문의 양적 구조조정에 대처하기 위해서는 향후 노동력 공급이 부족할 것으로 예측되는 바, 현재와 미래의 자영업 부문 종사자들을 최대한 노동시장으로 흡수하기 위한 적극적인 노동시장정책이 필요하다.
 - 2022년 더미래연구소의 「급격한 출생률 저하의 사회적 영향 분석 및 정책적 고려사항에 대한 제언」 보고서에서 분석했듯이 우리 사회는 20대 인구가 2021년 기준 약 640만명에서 2030년대 약 413만명, 2040년대 약 261만명으로 급격히 감소함에 따라 심각한 노동력 공급 부족 상태에 직면할 것으로 예측된다. 이런 점에서 현재와 미래의 자영업 부문 종사자들을 최대한 노동시장으로 흡수하는 적극적인 노동시장 정책은 가능하고 현실적인 대책이며, 자영업 구조조정 대책이자 예상되는 노동력 공급 부족에 대한 대책이기도 하다.
 - 한편, 청년 일자리 대책의 일환으로 중앙정부와 각 지방자치단체에서 경쟁적으로 도입한 자영업 창원 지원 정책은 양적 구조조정이 불가피한 현실에서 충분한 검토와 준비 없는 창업이 되지 않도록 전면적으로 재고될 필요가 있다. 최근 몇 년간 중앙정부의 지원하에 각 지방자치단체별로 추진된 청년몰 사업은 대부분 실패해 폐점이 속출한 것으로 확인된다. 20대 청년층의 경우 50%가 넘는 높은 창업률 만큼이나 다른 연령대에 비해 높은 폐업률을 보이는 바, 준비 없는 창업으로 사회생활을 실패와 부채로 시작하지 않도록 청년창업지원 정책을 세밀히 재검토할 필요가 있다. 또한 은퇴자의 경우도 오랜 노동 이력을 거쳐 어렵게 마련한 은퇴 자금을 선부른 창업으로 소진해 고통스러운 노후를 보내지 않도록 정책적

으로 면밀히 점검할 필요가 있다.

- 양적 구조조정과 함께 진행 중인 질적 구조조정에 대해서도 정부가 적극적인 대책과 지원책을 마련하는 것이 필요하다. 앞서 지적했듯이 자영업 부문은 업종별로나 업종 내부적으로 부침이 엇갈리는 질적 구조조정이 진행 중인 바, 창업 혹은 재창업 시 문턱이 낮아 창업이 손쉬운 반면 경쟁이 심하고 쇠퇴하는 업종보다는 통신판매소매업, 노령층 및 건강 관련 업종, 반려동물 관련 업종 등 인구 및 가구 구조와 소비방식의 변화에 맞춰 ‘되는 업종’을 선택하거나 전환하도록 유도하는 정책 설계가 필요하다. 여기에 더해 온라인 판매, 배달, 온라인 리뷰와 SNS 관리 등 소비자의 소비패턴 변화에 적응할 수 있도록 자영업 창업 및 재교육을 강화할 필요가 있다. 우리나라는 노동 교육 및 재교육 기관에 비해 자영업 교육 및 재교육 기관은 거의 부재한 상황인데 이와 관련하여 더미래연구소의 「구조조정 위기의 대학, 평생·직업교육훈련기관으로 전환을 위한 제언」 보고서에서 제안했듯이 수도권 4년제 대학과 지방 국립대를 제외한 대부분의 대학을 학문연구기능 중심에서 평생교육훈련기관으로 전환하는 대학의 질적 구조조정 정책을 적극적으로 검토, 추진할 필요가 있다.
 - 2019년 중소기업중앙회 ‘폐업 소상공인 실태조사’에 따르면 재창업 의사를 밝힌 이들 중 ‘같은 업종에 재창업’ 하겠다는 소상공인의 비중은 약 65%인 반면, 업종을 변경하여 재창업 하겠다는 비중은 16%에 불과했다.
- 이 보고서는 코로나 기간 상당수 자영업자들이 겪은 고통과 피해를 외면하거나 폄하하고자 하는 것이 아니다. 누차 강조했듯이 코로나 기간, 생존이 어려울 수준의 타격과 피해를 받은 업종과 자영업자들이 상당수 존재한다. 그러나 자영업 전반이 크게 피해를 받았을 것이라는 사회적 통념과는 다른 현실도 객관적 통계로 확인된다. 무엇보다 강조하고자 하는 것은 막대한 국가 재정을 투입하는 정책을 수립, 집행함에 있어 현실을 객관적으로 분석해서 정책의 타당성과 실효성을 제고하려는 노력은 국민의 세금으로 조성된 국가 재정 운용을 책임지고 있는 정부와 국회의 책무이자, 반드시 견지되어야 할 태도라는 점이다. 코로나기간 형성된 사회적 통념과 달라 다소 논쟁적인 이 보고서가 향후 재난 상황에서의 지원 대책 수립 및 집행에 있어, 나아가 복지정책 등 국가 재정을 투입하는 재정지원정책에 대한 검토에 있어 유의미한 기여를 할 수 있기를 기대한다.

참고자료

논문, 보고서 및 단행본

한국금융연구원(2022). 「코로나19 관련 소상공인 금융지원정책 현황 및 시사점」.
한국노동연구원(2021). 「자영업자의 코로나19 영향 및 정부정책에 대한 평가」.
한국은행(2022.6). 「금융안정보고서」.

온라인 자료

OECD Statistics. Self-employment rate.
국세통계 100대 생활밀접업종
국세통계 부가가치세
산업통상자원부. 주요 유통업체 매출 동향조사.
중소벤처기업부. 소상공인시장경기동향조사
중소벤처기업청. 보도자료(2022. 05. 30)
통계청 온라인쇼핑동향조사
통계청 프랜차이즈 조사
통계청. 경제활동인구조사
통계청. 서비스업동향조사.(경상)
통계청. 외식업체경영실태조사.
한국은행 기업경기조사.
한국은행, 국민계정.

신문 기사

“자영업자 10명 중 4명 폐업 고려 중...이유는 매출감소” . 노동법률.
“ ‘1인가구’ 2명 중 1명은 ‘삼시세끼’ 모두 혼자...의협 ‘혼밥’ 심포지엄” . 경향신문.
“20년 전 일본보다 더 걱정되는 한국...왜 소비인가” . 머니투데이.
“3년 뒤면 700조 유통시장 ‘빅뱅’ ...이마룻 ‘쿠’ 무한경쟁 시대 개막” . 서울경제TV.
“국내 여행 늘었는데 펜션은 왜 망했나...온라인 여행산업의 ‘불편한 진실’ ” . 한국경제 키스.
“국세청, 소규모 자영업자 87만명 증소세 중간예납세액 납기 3개월 연장” . 한국세정신문.
“국세청, 소상공인 등 136만명 종합소득세 중간예납 3개월 연장” . 한겨레.
“깜짝 놀란 안경점...재난지원금 어디 썼나보니” . KBS 뉴스.
“네이버·쿠팡·신세계 이커머스 왕좌 쟁탈전” . 뉴시스.
“대형마트보다 잘 나가는 편의점...3사 비교 지난해 매출 첫 역전” . 영남일보.
“물류업계, 팬데믹 상황에 ‘초비상’ ...” 코로나19 장기화 땀 최악 “. 한국무역협회 종합무역뉴스(뉴시스).
“방역대책 더는 못참겠다...거리로 뛰쳐나온 자영업자들” . 서울경제.
“배달 시작해서 매출 늘었는데 지원금 받을 수 있나요” . 요기요 사장님포털 자영업상식.
“배달앱 3사 결제액 전년比 91% ↑, 올해 24조원 넘기나” . 조선일보.
“부유층 코로나 보복소비에... ‘수백만원짜리 고급 샴페인도 품절’ ” . 연합뉴스.
“신세계·롯데 사이 쿠팡...국내 유통지도 ‘빅3’ 재편” . 디지털투데이.
“여행 수요 급증...일본 여행객, 3년전 대비 140% ↑” . 뉴스핌.
“자영업자 10명 중 4명 폐업 고려 중...이유는 매출감소” . 노동법률.
“자영업자 폐업 안 하는게 코로나 사태 호전 기대 때문?” . 연합뉴스.
“작년 코로나 팬데믹에도 카페 창업 1만개 늘었다” . 서울경제.
“지난달 일용직 14만 9천명 감소...50대 남성 직격타” . 연합뉴스.
“코로나 자영업 통계, 행간에 숨은 것” . 경향신문.
“코로나19에도 경주지역 사업자수는 증가” . 경주신문.

더미래연구소 IF REPORT 2023-02

2022 대한민국 자영업 보고서: 코로나 팬데믹 상황이 자영업에 미친 영향을 중심으로

발행일 2023.3.30

발행처 (재)더미래연구소(이사장: 원혜영)

Copyright ©더미래연구소, 2023 ※본 자료는 더미래연구소 웹사이트에서 다시 볼 수 있습니다.



더미래연구소는 대한민국의 '더 좋은 미래' 를 만들어 가는 '독립 민간 싱크탱크' 입니다.
더미래연구소의 성장은 '후원회원' 의 힘과 꿈으로 가능합니다.

07237 서울특별시 영등포구 국회대로68길 23, 903호(여의도동, 정원빌딩)

T: 02-785-2030, F: 02-786-2017, E: themirae2030@gmail.com

웹사이트: themirae.org

페이스북: www.facebook.com/themirae

블로그: blog.daum.net/themirae2030

※ 본 보고서는 더불어민주당의 당론 및 더좋은미래의 공식입장과 무관합니다 ※