

弘報室 : (02)
 6050-3602~5

이 자료는 4/18(火)자 朝刊부터 보도해 주시기 바랍니다.
 - 통신, 인터넷 등은 4/17(月) 11:00부터

문의 : 유통물류조사팀 임재국 팀장(02-6050-1440), 이선해 대리(02-6050-1509)

2분기 유통경기전망치 '90'... 8분기 연속 기준치 하회

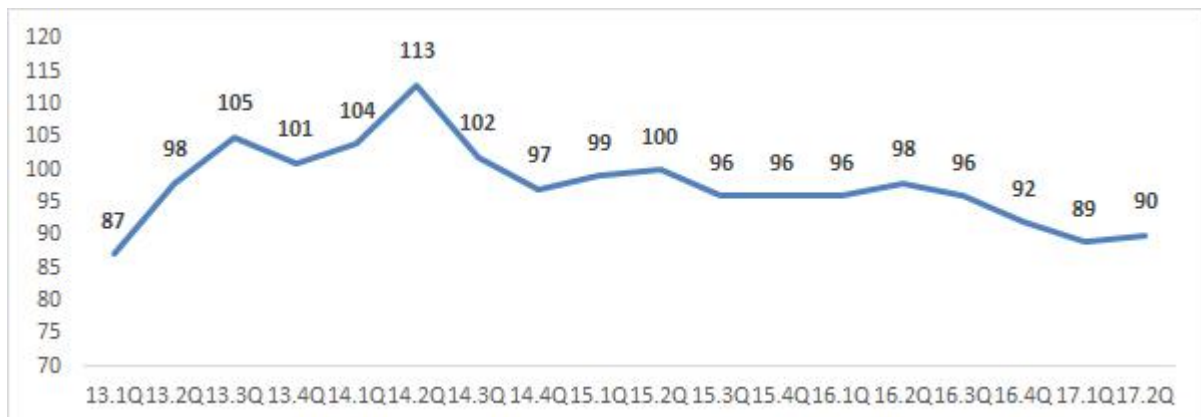
- 대한상의, 소매유통업 경기전망지수 '90' 발표... 15년 2Q '100' → 17년 2Q '90'
- 인터넷쇼핑몰(105), 홈쇼핑(104)은 긍정적, 백화점(90), 대형마트(82), 편의점(82) 등은 부정적 전망
- 2분기 경영애로 요인 : 수익성 하락(47.5%), 인력부족(13.7%), 유통관련 규제강화(9.6%) 순

소매유통업경기가 8분기(2년) 연속 기준치를 밑돌았다. 봄철 반짝 소비가 늘고 있지만, 유통업계의 침체된 분위기를 반전시킬 수준은 아니라는 분석이 나왔다.

대한상공회의소(회장 박용만)는 서울 및 6대 광역시 1000여개 소매유통업체를 대상으로 '2017년 2분기 소매유통업 경기전망지수'를 조사한 결과, '90'으로 집계됐다고 밝혔다.

소매유통업 경기전망지수(RBSI : Retail Business Survey Index)는 유통업체들이 체감하는 경기를 수치화한 것으로 지수가 100을 넘으면 다음 분기 경기가 이번 분기보다 호전될 것으로 예상하는 기업이 더 많다는 의미이고 100미만이면 반대다.

<그림 1> 소매유통업 경기전망지수 추이



대한상이는 “전통적으로 이사, 입학, 관광 시즌인 2분기에는 내수소비가 늘기 때문에 긍정적 경기전망이 고개를 든다”이라며 “올해는 사드보복으로 인한 중국인 관광객 감소, 국내외 정세불안에 따른 소비위축으로 인해 유통업계 분위기가 어둡다”고 말했다.

업체별로는 인터넷쇼핑몰과 홈쇼핑경기는 호전될 것으로 예상된 반면, 대형마트와 편의점은 고전할 것으로 보인다.

<표 1> 소매유통업 경기전망지수(RBSI) 추이

업체	'14년				'15년				'16년				'17년	
	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4	3/4	4/4	1/4	2/4
종합	104	113	102	97	99	100	96	96	96	98	96	92	89	90
인터넷쇼핑몰	104	111	112	111	108	106	108	108	104	111	110	105	108	105
백화점	117	122	100	99	101	104	90	91	95	98	94	94	89	90
대형마트	108	112	97	91	96	98	96	93	96	96	92	81	79	82
홈쇼핑	106	126	120	126	118	96	87	119	104	89	97	121	104	104
편의점	86	104	100	90	88	95	96	87	84	85	88	83	80	82
슈퍼마켓	83	101	96	85	88	94	99	90	91	94	92	89	85	88

인터넷쇼핑(105)은 육류, 채소, 과일 등 신선식품 판매확장에 힘입어 성장을 이어갈 것으로 보인다. 지난해부터 인터넷쇼핑몰 업체들은 신선식품 판매를 위한 물류·배송시스템과 자체브랜드를 구축해놓은 상태로, 올해 본격적인 성과를 거둘 것으로 보인다.

홈쇼핑의 2분기 경기전망치는 1분기와 같은 104를 기록했다. 업체별 단독(자체)브랜드 판매가 성장의 견인차 역할을 담당할 것으로 예상된다. 1인 가구수 증가에 맞춰 도입중인 무인택배, 여성안심 배송서비스 등도 긍정적 요인으로 작용할 전망이다.

백화점은 90을 기록해 부정적인 전망이 앞섰다. 대한상이는 “백화점들은 봄맞이 대규모 정기세일을 시작했지만 고객들의 지갑은 좀처럼 열리지 않고 있다”며 “사드배치가 마무리되는 5~7월까지의 중국인 방문객 증가도 기대하기 어렵다”고 말했다.


대형마트는 전분기(79) 대비 3포인트 오른 82를 기록했으나, 기준치를 넘지 못했다. 온라인 시장과의 가격경쟁이 심화되고 마트를 방문하는 고객이 감소하는 등 부진한 업계상

황이 반영됐다. 업체들은 신규점포 출점 계획을 미루거나, 기존매장을 축소하는 추세여서 당분간 성장 동력을 찾기 힘들 것으로 보인다.

슈퍼마켓(88)과 편의점(82) 전망도 기준치를 크게 하회했다. 다만, 음료·아이스크림 등 시즌상품 매출 증가에 대한 기대감에 힘입어 전망치는 전분기 대비 소폭 상승했다.

2분기 실적에 영향을 미칠 것으로 예상되는 요인으로 유통기업들은 '소비심리 위축에 따른 매출부진'(49.5%), '업태간 경쟁 격화'(15.5%), '업태 내 경쟁 심화'(10.5%)등을 꼽았다. <'판촉 및 할인행사'(6.1%), '상품가격 상승'(5.6%), '광고 확대'(1.6%), '유커 등 외국인 관광객'(1.1%), '기타'(10.1%)>

2분기에 예상되는 경영애로 요인으로는 '수익성 하락'(47.5%)이 가장 많이 꼽혔다. '수익성 하락'을 꼽은 기업들은 1분기(42.6%)보다 4.9%포인트 늘어났다. 이어 '인력부족'(13.7%), '유통관련 규제강화'(9.6%), '자금사정 악화'(8.3%), 순이었다. <'정부정책 비일관성'(5.5%), '노사 문제'(0.1%), '기타'(15.3%)>

서덕호 대한상의 유통물류진흥원장은 "5월 대선(大選)·징검다리 연휴를 전후로 국내 소비심리의 변화가능성이 높으므로 이를 예의주시할 필요가 있다"면서 "업계는 소비를 유인할 수 있는 차별화된 마케팅 전략으로 대응하고, 정부는 사드 영향 최소화와 더불어 소비심리 회복을 위한 다양한 정책 틀을 마련해야 할 것"이라고 말했다. 

< 조사 개요 >

- 조사기간 : 17. 3. 9 ~ 3. 28
- 조사업태 : 대형마트, 백화점, 인터넷쇼핑몰, 슈퍼마켓, 편의점, 홈쇼핑 등
소매유통업체 944개사, 회수율 79.1%
- 조사지역 : 전국 7대 도시
- 조사방법 : 전화 또는 팩스
- RBSI 산출식 : (호전예상 응답 기업수-악화예상 응답 기업수)/응답기업수 x100 +100