

弘報室 : (02)
6050-3602~5

이 자료는 4/1(화)자 夕刊부터 보도해 주시기 바랍니다.
- 통신, 인터넷 등은 3/31(월) 06:00부터

문의 : 유통산업정책실 이영준 실장(6050-1510), 황미정 과장(6050-1514)

소비시장 ‘봄 기지개’ 커나.. 2분기 소매유통업 체감경기 '113'

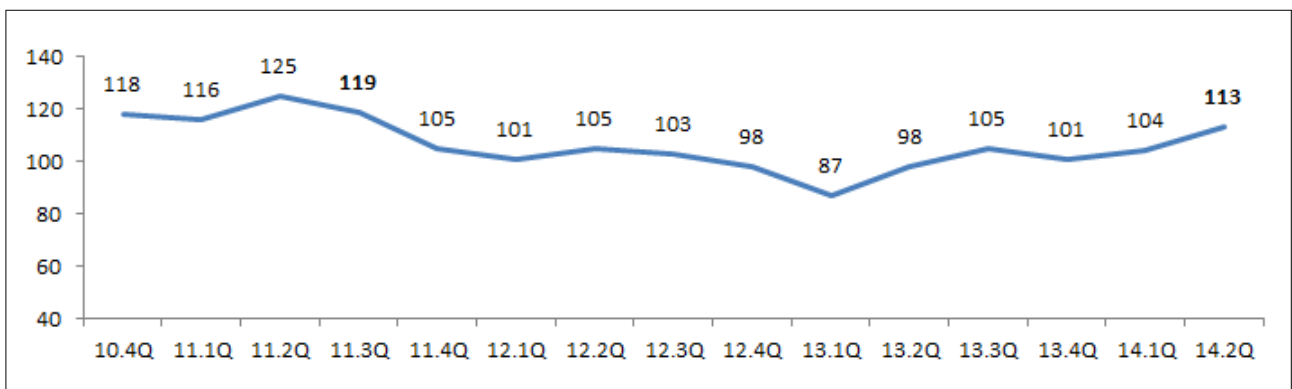
- 대한상의 소매유통업 경기전망지수 조사 : 1Q '104'→ 2Q '113', '11년 3Q이후 최고치
- 전 업태 기준치 상회하며 소비시장 회복 기대감 높아
- 홈쇼핑(126), 백화점(122), 할인점(112), 인터넷쇼핑몰(111), 편의점(104), 슈퍼마켓(101)

2분기 소매유통업 체감경기가 크게 상승하며 소비시장 회복에 대한 기대감을 드러냈다.

대한상공회의소(회장 박용만)는 최근 서울 및 6대 광역시 943개 소매유통업체를 대상으로 '2014년 2분기 소매유통업 경기전망지수'를 조사한 결과, 2분기 전망치가 113으로 집계됐다고 밝혔다. 이는 전분기보다 9포인트 상승한 것으로 '11년도 3분기 이후 최고치다.

대한상의는 “최근 거시경제 지표상 내수회복에 대한 기대감이 높아지는 데다 '12년도부터 시작된 영업규제의 기저효과로 소비시장이 본격적으로 활기를 띌 것으로 보인다”고 분석했다.

<그림> 소매유통업 경기전망지수 추이



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.

업체별로는 전업체가 기준치를 상회하며 실적 향상에 대한 자신감을 내보였다. 계절적 비수기에도 불구하고 홈쇼핑(126)이 1분기 대비 20포인트 상승하며 매출증가에 대한 기대감을 높였으며, 이어 백화점(122), 대형마트(112), 인터넷쇼핑몰(111)도 긍정적 전망을 보였다. 1분기 기준치 이하였던 편의점(104)과 슈퍼마켓(101) 역시 상승반전하며 실적이 개선될 것으로 예상됐다.

〈표〉 소매유통업 경기전망지수(RBSI) 추이

업체	‘10년				‘11년				‘12년				‘13년				‘14년	
	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	3/4	4/4	1/4	2/4
홈쇼핑	104	133	129	134	102	122	118	109	115	139	134	138	77	104	104	148	106	126
백화점	116	116	120	121	134	129	109	105	96	107	109	102	95	109	113	108	117	122
대형마트	122	122	126	124	131	131	130	102	103	97	87	87	76	82	98	92	108	112
인터넷쇼핑몰	116	115	120	114	104	124	114	134	108	114	114	103	105	115	113	105	104	111
편의점	109	120	124	105	72	118	125	112	105	105	112	98	81	93	105	90	86	104
슈퍼마켓	120	115	116	106	95	114	111	96	91	97	103	96	83	94	97	106	83	101


홈쇼핑(126)은 시청률이 감소하는 계절적 비수기에도 불구하고 패션 상품군의 지속적 강화와 안방 시청을 대체할 수 있는 모바일 쇼핑을 중심으로 쇼핑수요가 증대되면서 호조세를 이어갈 것으로 예상됐다.

백화점(122)은 기존점 매출 부진을 타개하기 위해 단행한 매장 리뉴얼에 대한 기대감과 2분기 중국 등 외국인 관광객 유입 증가에 따른 매출증가로 봄 특수를 크게 누릴 것으로 보인다.

대형마트(112)는 이번 분기 예상보다 저조한 실적으로 인한 기저효과와 더불어 2분기 진행할 대대적 프로모션에 대한 기대감으로 선전할 것으로 보이며 인터넷쇼핑몰(111) 역시 장기 불황에 따른 저가 소비가 지속되며 안정적 성장세를 이어갈 것으로 전망됐다.

편의점(104)은 공정위 출점제한 조치에도 불구하고 야외활동이 증가하는 계절적 특수로 1분기 대비 매출이 상승할 것으로 기대되며 슈퍼마켓(101)은 기준치를 힘겹게 넘어서며 다소나마 실적이 개선될 것으로 보이나 정부 영업규제 여파를 완전히 벗어나지는 못할 것으로 예상됐다.

2분기 예상되는 경영애로 요인으로 유통업체들은 ‘소비심리 위축에 따른 매출부진’(32.8%)을 첫 손에 꼽았고 이어 ‘수익성 하락’(19.1%), ‘업태간 경쟁 심화’(11.3%), ‘업태내 경쟁심화’(9.8%), ‘유통관련 규제강화’(9.8%), ‘인력부족’(6.6%), ‘상품가격 상승’(3.9%) 등을 차례로 꼽았다. <‘자금 사정 악화’3.1%, ‘기타’3.6%>

김경중 대한상의 유통물류진흥원장은 “소비심리 관련 경제지표의 긍정적 신호에도 불구하고 실제 기업들의 실적은 크게 개선되지 않은 것으로 보인다”며 “여전히 동면(冬眠) 중인 소비심리에 봄바람이 불 수 있도록 기업 차원에서 적극적인 마케팅 활동을 전개해야 할 것”이라고 말했다. 

< 조사 개요 >

- ☐ 조사기간 : 3/3(월)~3/19(수)
- ☐ 조사업태 : 대형마트, 백화점, 인터넷쇼핑몰, 슈퍼마켓, 편의점, 홈쇼핑 등 소매유통업체 943개사
- ☐ 조사지역 : 전국 7대 도시
- ☐ 조사방법 : 전화 또는 팩스