

弘報室 : (02)
6050-3602~5

이 자료는 7/2(水)자 朝刊부터 보도해 주시기 바랍니다.
- 통신, 인터넷 등은 7/1(火) 11:00부터

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

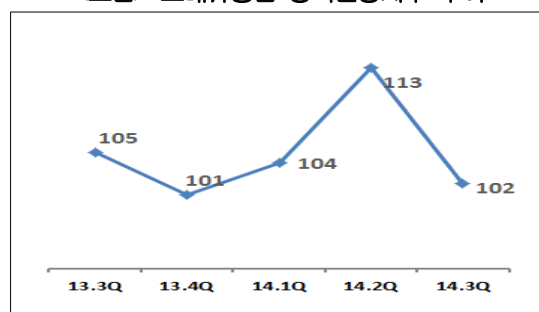
3분기 유통업 BSI 하락 '102' ... 무더위·이른 추석특수에 기준치 턱걸이

- 대한상의 소매유통업 경기전망지수(RBSI) : 2Q '113'→ 3Q '102'
- 홈쇼핑(120) 무더위 특수로 매출증가 기대 ... 대형마트(97), 슈퍼마켓(96)은 전망 어두워
- 애로사항은 '소비심리 위축 따른 매출 부진'(39%), '업태간 경쟁격화'(13%), 수익성 하락'(10%) 순

제조업 경기전망지수에 이어 3분기 유통업 체감경기도 하락세를 보였다. 다만 무더위와 이른 추석 특수로 기준치인 100은 간신히 넘었다.

대한상공회의소(회장 박용만)가 최근 서울 및 6대 광역시 943개 소매유통업체를 대상으로 '2014년 3분기 소매유통업 경기전망지수'를 조사한 결과, 3분기 전망치가 전분기대비 11포인트 떨어진 '102'로 집계됐다고 29일 밝혔다.

〈그림〉 소매유통업 경기전망지수 추이



대한상의는 "소비시장 회복에 대한 기대감이 지난해 3분기부터 지속됐으나 세월호 여파로 소비심리가 위축되면서 3분기 경기전망지수가 하락했다"며 "다만 휴가시즌을 거치며 소비심리가 다소나마 개선되고, 일찍 찾아온 무더위와 추석 특수로 인해 기준치인 100은 상회했다"고 설명했다.

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 홈쇼핑(120)과 인터넷쇼핑(112)이 낙관적으로 전망된 가운데 편의점(100)과 백화점(100)은 2분기와 비슷한 수준을 유지할 것으로 전망됐다. 반면 대형마트(97)와 슈퍼마켓(96)은 다소 부진한 성과가 예측됐다.

〈표〉 소매유통업 경기전망지수(FBSI) 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	3/4	4/4
홈쇼핑	104	133	129	134	102	122	118	109	115	139	134	138	77	104	104	148	106	126	120	
인터넷쇼핑몰	116	115	120	114	104	124	114	134	108	114	114	103	105	115	113	105	104	111	112	
편의점	109	120	124	105	72	118	125	112	105	105	112	98	81	93	105	90	86	104	100	
백화점	116	116	120	121	134	129	109	105	96	107	109	102	95	109	113	108	117	122	100	
대형마트	122	122	126	124	131	131	130	102	103	97	87	87	76	82	98	92	108	112	97	
슈퍼마켓	120	115	116	106	95	114	111	96	91	97	103	96	83	94	97	106	83	101	96	

홈쇼핑(120)은 장마, 무더위 등 계절적 영향으로 안방 쇼핑족이 증가할 것으로 기대되고 휴가 시즌 여행상품 판매 증가로 여름 특수를 가장 크게 누릴 것으로 나타났다.


인터넷쇼핑몰(112)은 엄지족 증가에 따른 모바일 쇼핑의 지속적 성장과 바캉스 시즌을 맞은 의류·패션 잡화 매출 증가가 실적 향상에 기여할 것으로 예상됐다.

편의점(100)은 하절기 야간 매출증가와 음료, 빙과류, 주류 등 인기 상품 매출 증가가 예상되고, 백화점(100)은 3분기 복합쇼핑몰 오픈과 이른 추석에 대한 기대감이 긍정요인으로 작용했다.

대형마트(97)와 슈퍼마켓(96)은 바캉스 용품과 식료품 구매매출이 증가되는 계절적 특수에도 불구하고 부진이 계속될 것으로 예상됐다. 대한상회는 “올해 대형마트의 신규 출점이 없는데다 기존점포의 매출 역시 신장하지 못하고 있다”며 “두 업체의 부진이 타 업체 대비 크다는 점에서 매출부진에 대한 근본적인 진단이 필요할 것으로 보인다”고 말했다.

3분기 예상되는 유통상 경영애로 요인으로 기업들은 ‘소비심리 위축에 따른 매출부진’(38.5%)을 첫 손에 꼽았고, 이어 ‘업체간 경쟁 심화’(13.3%), ‘수익성 하락’(10.4%), ‘유통 관련 규제’(7.7%), ‘인력부족’(7.3%) 등을 차례로 꼽았다. <‘업체내 경쟁심화’(7.2%), ‘상품가

격 상승'(6.7%) '자금사정 악화'2.9%, '기타'5.9%>

김경중 대한상의 유통물류진흥원장은 “월드컵 특수가 실종되었다고 할 정도로 현재 소비시장은 활력을 찾지 못하고 있어 3분기에도 완만한 회복에 그칠 것으로 보인다”며 “침체된 사회 분위기를 쇄신하고 우리 경제에 활력을 불어넣을 수 있는 정부와 기업 간 공조가 절실히 필요한 시점이다”고 말했다. 

< 조사 개요 >

- ☐ 조사기간 : 5/28(수)~6/13(금)
- ☐ 조사업체 : 대형마트, 백화점, 인터넷쇼핑몰, 슈퍼마켓, 편의점, 홈쇼핑 등
소매유통업체 943개사
- ☐ 조사지역 : 전국 7대 도시
- ☐ 조사방법 : 전화 또는 팩스