

弘報室 : (02)
6050-3602~5

이 자료는 12/2(火)자 朝刊부터 보도해 주시기 바랍니다.
- 통신, 인터넷 등은 12/1(月) 11:00부터

문의 : 유통산업정책실 이영준 실장(6050-1510), 허은진 차장(6050-1511)

商議 “내년 소매유통업 성장률 2.4% 전망”

- 유통전문가 대상 조사 ... 소매유통업 성장률 '13년 1.6% → '14년 2.2% → '15년 2.4%
- 업체별로 인터넷쇼핑몰(14.3%), 편의점(4.0%), 대형마트(3.8%) 성장 지속 ... 전통시장(-5.0%)은 감소
- 2015년 소비키워드 : ‘옴니채널 소비’(58%), ‘모바일 쇼핑’(52%), ‘글로벌 소비(해외직구)’(47%) 순

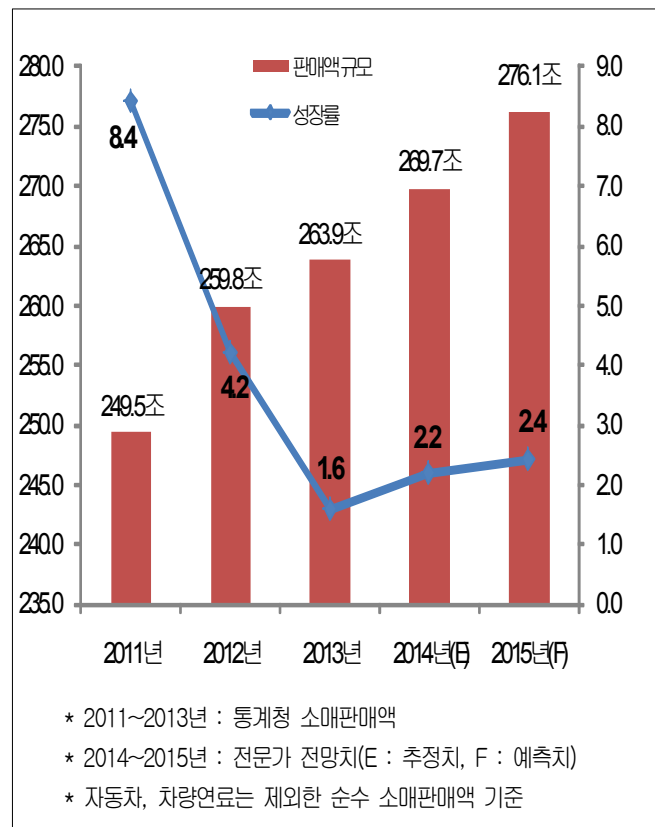
내년 소매유통업시장 매출액은 올해보다 2.4% 성장한 276조원을 기록할 것으로 전망됐다.

대한상공회의소(회장 박용만)는 최근 유통업계와 관련단체, 학계 등의 유통전문가 90명을 대상으로 ‘2015년 유통산업 전망’을 조사한 결과 이같이 집계됐다고 밝혔다.

올해 소매시장 매출액은 지난해보다 2.2% 증가한 269.7조원을 기록할 것으로 추정되고 있다.

대한상의는 “2011년 8.4%에서 지난해 1.6%까지 떨어지며 하향세를 면치 못했던 소매시장 성장률이 점차 회복세를 보이고 있다”며 “다만 국내경기 둔화와 소비심리 위축으로 성장세는 소폭에 그칠 것으로 예상된다”고 말했다.

<그림1> 연도별 순수 소매판매액 성장률 추이



내년 소매시장은 합리적 가격비교가 가능한 인터넷 쇼핑몰의 성장세가 두드러질 것으로 전망됐다.

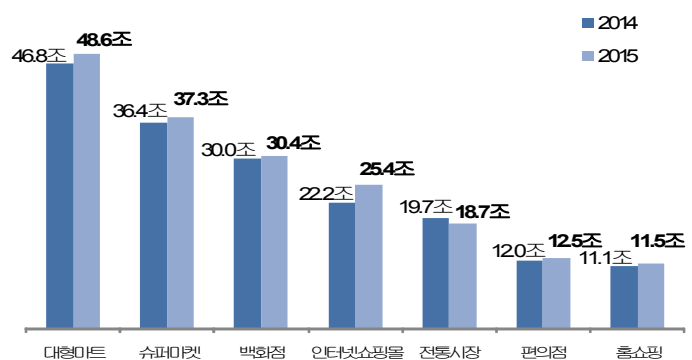
업체별 예상 매출성장률을 살펴보면 인터넷쇼핑몰이 올해보다 14.3% 오르며 고성장세를 이어갈 것으로 보인다. 이어 편의점(4.0%), 대형마트(3.8%), 홈쇼핑(3.2%), 슈퍼마켓(2.3%), 백화점(1.3%) 순으로 성장할 것으로 조사됐다. 반면, 전통시장(-5.0%)은 올해에 이어 내년에도 마이너스 성장을 기록할 것으로 예상됐다.

〈표〉 주요 업체별 예상 매출 성장률

구분	'14년(E)	'15년(F)
소매업 전체	2.2%	2.4%
인터넷쇼핑몰	13.0%	14.3%
편의점	3.1%	4.0%
대형마트	3.8%	3.8%
홈쇼핑	3.0%	3.2%
슈퍼마켓	1.9%	2.3%
백화점	1.0%	1.3%
전통시장	-4.8%	-5.0%

* 전년대비 전문가 전망치(E : 추정치, F : 예측치)

〈그림〉 주요 업체별 예상 매출 규모



- * 2013년 통계청 소매판매액을 기준으로 예상 성장률을 반영한 추정치
- * 인터넷쇼핑몰과 홈쇼핑은 통계청 소매판매액 '무점포소매'에서 추정
- * 전통시장은 소상공인시장진흥공단의 2013년도 전통시장 매출 추정액 참조

인터넷쇼핑몰(14.3%)의 고성장요인으로는 '모바일 쇼핑(M-commerce)확산'(87.5%)과 '오프라인 유통기업의 온라인몰 강화'(82.5%)가 꼽혔다. 이어 '합리적 소비패턴 강화'(72.5%), '경쟁적 판촉 경쟁에 따른 시장 확대'(15.0%) 등도 인터넷쇼핑몰의 성장을 이끌어갈 요인으로 지목됐다. <복수 응답>

대한상회의는 “국민 10명중 4명 이상이 모바일쇼핑을 경험한 가운데 모바일쇼핑은 앞으로도 더욱 확산될 것으로 보인다”며 “모바일쇼핑을 필두로 한 인터넷쇼핑몰의 고성장세는 당분간 지속될 것으로 전망된다”고 진단했다.

2011년부터 2013년까지 평균 14.6%의 고성장을 보인 편의점(4.0%)은 내년에는 성장세가 다소 주춤할 것으로 예상됐다. '간편식 구매 증가'(42.5%), '까페형, 베이커리형 등 점포컨셉 다양화'(37.5%) 등이 성장을 이끌겠지만, '편의점간 경쟁격화'(37.5%)가 부정적인 영향을 미칠 것으로

전망됐다. <PB상품 및 지속적인 상품 개발' 35.0% '소용량 구매증가' 35.0% 복수응답>

대한상익은 “점포수 포화에 따라 신규출점 여력이 떨어진 편의점업계는 내년에는 외형적 점포수 확대보다는 부진 점포 정리를 통한 수익률 향상에 초점을 맞출 것으로 보인다”고 말했다.

대형마트는 '대형마트 온라인몰 강화(47.5%), 'PB상품 강화 직소싱 확대(40.0%) 등으로 2015년 평균 소매시장 성장률(24%)보다 높은 3.8%의 성장률을 기록할 것으로 예상됐다. <실속 소비자 패턴 확산' 37.5% '신규점포 출점 둔화' 32.5% '자가포맷(참고형 매장 등) 확대' 30.0% 복수응답>


전년까지 호조를 보이다 올해 들어 성장세가 둔화된 홈쇼핑은 내년에도 '성장 모멘텀 부재(60.0%), '합리적 소비패턴 확산(37.5%), '케이블TV 시청 가구 수 정체(37.5%) 등에 따라 3.2% 성장에 그칠 것으로 전망됐다. <인터넷 모바일 연계 강화' 50.0% '서비스 상품 등 다양한 상품 개발 노력' 30.0% 복수응답>

슈퍼마켓(3.2%)은 '대형마트 영업규제 강화(72.5%), '소량구매·근거리 쇼핑 선호'(62.5%) 등에 따라 매출증대의 요인으로 꼽혔다. <배송서비스 확대' 50.0% '타업체와 경쟁심화' 50.0% '경기침체로 소비 심리 위축' 37.5% 복수응답>

백화점(1.3%)은 '합리적 소비패턴 확산(65.0%), '복합몰 등의 신규출점(52.5%), '중산층 소비 위축(42.5%) 등이 부정적인 요인으로 꼽혔으나 '외국인 관광객 증가(47.5%)와 '온라인 부분 강화(32.5%) 등에 따라 올해보다는 나은 성장률을 보일 것으로 조사됐다. <자산 가치 하락' 15.0% '신규 부지 확보 어려움' 10.0% 복수응답>

유일하게 마이너스 성장세가 예상된 전통시장(-5.0%)은 '온라인 시장 성장(60.0%), '주차장 등의 편의시설 부족(50.0%), '대형마트·슈퍼마켓의 배송서비스 강화(35.0%) 등으로 내년에도 고전을 면치 못할 것으로 전망됐다. <소비자들의 소비패턴 변화' 32.5% '대형유통업체 출점영향' 25.0% 복수응답>

한편, 2015년 주요 소비키워드로는 온·오프라인을 동시 이용하는 '옴니채널 소비(65.0%)가 가장 많이 꼽혔고, 언제 어디서나 접속가능한 '모바일 쇼핑'(62.5%), 해외직구와 같은 '글로벌 소비(47.5%), 철저한 가격비교를 통한 '합리적 소비(37.5%), 쇼핑과 함께 여가 및 문화생활을 즐기는 '몰링소비(35.0%) 등이 차례로 꼽혔다. <복수응답>

김경중 대한상의 유통물류진흥원장은 “국내 소비시장이 활력을 되찾기 위해서는 온·오프라인 채널을 융합한 옴니채널 등 소비트렌드 변화에 업계가 적극 대처해야 한다”고 말했다. 

< 조사 개요 >

- ☐ 조사기간 : 11/4(화)~11/19(수)
- ☐ 조사대상 : 유통업계, 학계 및 관련단체 유통전문가 90명
- ☐ 조사방법 : 온라인 설문조사