

弘報室 : (02)
6050-3602~5

이 자료는 1/5(月)자 朝刊부터 보도해 주시기 바랍니다.
- 통신, 인터넷 등은 1/4(日) 11:00부터

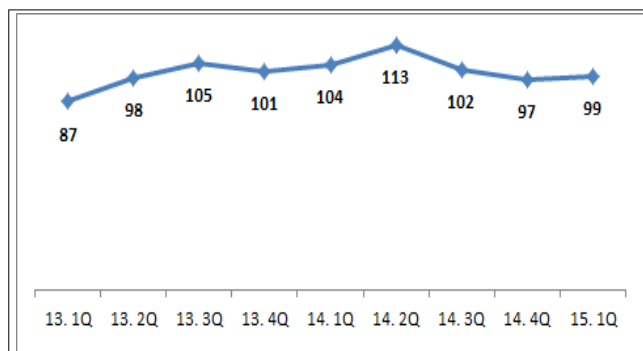
문의 : 유통산업정책실 이영준 실장(6050-1510, 010-3353-3391), 강수정 대리(6050-1513, 010-5045-2915)

새해 1분기 유통업 체감경기 '회복' 조짐

- 대한상의 소매유통업 경기전망지수 조사 : 2014년 4Q '97' → 2015년 1Q '99'
- 홈쇼핑(118), 인터넷쇼핑몰(108), 백화점(101) '호전' ... 대형마트(96), 편의점·슈퍼마켓(88) '고전' 전망

2분기 연속 하락하던 소매유통업 체감경기가 새해 들어 소폭 상승하며, 국내 소비시장이 회복 조짐을 보이고 있다. 업태별로는 합리적 소비패턴에 확산에 따라 홈쇼핑, 인터넷쇼핑몰은 계속 호조세를 이어갈 것으로 예상됐다.

〈그림〉 소매유통업 경기전망지수 추이



대한상공회의소(회장 박용만)는 최근 서울 및 6대 광역시 943개 소매유통업체를 대상으로 '2015년 1분기 소매유통업 경기전망지수'를 조사한 결과, 올해 1분기 전망치가 전분기보다 2포인트 상승한 99로 집계됐다고 밝혔다.

대한상의는 “지난 2분기 연속 하락하던 경기지수가 소폭 개선되며 새해 소비시장이 회복 조짐을 보이고 있다”며 “예년보다 긴 설 특수에다, 지난해 600만명을 넘으며 최대치를 기록한 중국 관광객이 춘절(음력1월일)을 맞아 대거 방한하며 국내 소비시장에 활력을 불어넣을 것으로 기대된다”고 말했다.

아울러 “합리적 소비자층을 흡수하는 홈쇼핑, 인터넷쇼핑몰의 성장이 새해에도 지속되고, 최근 고전했던 백화점과 대형마트가 경기불황을 극복하기 위한 공격적인 마케팅이 효과를 거두며 소비심리를 자극할 것으로 예상된다”고 말했다.

그러나 상의는 “1분기 회복세가 지난해 세월호 이후 극심한 소비침체에 대한 기저효과의 영향으로 반짝 회복세에 그칠 가능성도 있다”며 “지속적인 경제활성화 정책과 구조개혁을 통해 경기회복에 대한 확실한 신호가 나타나야만 소비시장도 구조적인 성장국면에 진입할 수 있을 것”이라고 말했다.

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.

업체별로 살펴보면, 홈쇼핑(118)과 인터넷쇼핑몰(108)이 새해 소비시장을 주도할 것으로 예상됐다.

홈쇼핑은 동절기 특수와 홈쇼핑 업체가 운영하는 온라인 및 모바일 쇼핑몰의 매출 확대에 안정적 성장세를 이어갈 것으로 전망됐다. 인터넷쇼핑몰도 실속형 소비가 지속되는데다 모바일쇼핑 확산과 오프라인 유통기업의 온라인몰 강화로 당분간 호조세가 계속될 것으로 예상됐다.


〈표〉 소매유통업 경기전망지수(RBSI) 추이

| 업체 | ‘11년 | | | | ‘12년 | | | | ‘13년 | | | | ‘14년 | | | | ‘15년 |
|--------|------|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|------|-----|-----|-----|------|
| | 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 |
| 종합 | 116 | 125 | 119 | 105 | 101 | 105 | 103 | 98 | 87 | 98 | 105 | 101 | 104 | 113 | 102 | 97 | 99 |
| 홈쇼핑 | 102 | 122 | 118 | 109 | 115 | 139 | 134 | 138 | 77 | 104 | 104 | 148 | 106 | 126 | 120 | 126 | 118 |
| 인터넷쇼핑몰 | 104 | 124 | 114 | 134 | 108 | 114 | 114 | 103 | 105 | 115 | 113 | 105 | 104 | 111 | 112 | 111 | 108 |
| 백화점 | 134 | 129 | 109 | 105 | 96 | 107 | 109 | 102 | 95 | 109 | 113 | 108 | 117 | 122 | 100 | 99 | 101 |
| 대형마트 | 131 | 131 | 130 | 102 | 103 | 97 | 87 | 87 | 76 | 82 | 98 | 92 | 108 | 112 | 97 | 91 | 96 |
| 편의점 | 72 | 118 | 125 | 112 | 105 | 105 | 112 | 98 | 81 | 93 | 105 | 90 | 86 | 104 | 100 | 90 | 88 |
| 슈퍼마켓 | 95 | 114 | 111 | 96 | 91 | 97 | 103 | 96 | 83 | 94 | 97 | 106 | 83 | 101 | 96 | 85 | 88 |

백화점(101)은 동절기 의류 매출 증가와 설 특수에 대한 기대감으로 4분기 대비 매출이 소폭 증가할 것으로 전망됐다. 대형마트(96)는 온라인, 모바일 채널 강화에 따른 매출 확대와 PB상품·패션MD 강화 등에 따른 수익성 개선이 예상됐다.

반면 편의점(88)과 슈퍼마켓(88)은 동절기 유동인구 감소에 따른 영향과 드럭스토어와 같은 경쟁업체 확산으로 고전할 것으로 전망됐다.

김경중 대한상의 유통물류진흥원장은 “지난해 국내 유통시장은 모바일, 요우커가 트렌드로 부

상하고, 직구와 병행수입 등 소비패턴이 다양해지면서 그 어느때 보다도 빠르게 변하고 있다”며 “유통기업들은 옴니채널, 빅데이터 등 새로운 마케팅 전략 등을 도입해 변화하는 소비트렌드에 적극 대처해야만 경기회복의 기운을 체감할 수 있을 것”이라고 말했다. 

< 조사 개요 >

- ☐ 조사기간 : 11/17(월)~12/5(금)
- ☐ 조사업태 : 대형마트, 백화점, 인터넷쇼핑몰, 슈퍼마켓, 편의점, 홈쇼핑 등
소매유통업체 943개사
- ☐ 조사지역 : 전국 7대 도시
- ☐ 조사방법 : 전화 또는 팩스