

弘報室 : (02)  
6050-3602~5

이 자료는 **4/2(木)자 夕刊부터** 보도해 주시기 바랍니다.  
- 통신, 인터넷 등은 **4/2(木) 06:00부터**

문의 : 유통산업팀 엄성용 팀장(6050-1490, 010-5226-1430), 강수정 대리(6050-1513, 010-5045-2915)

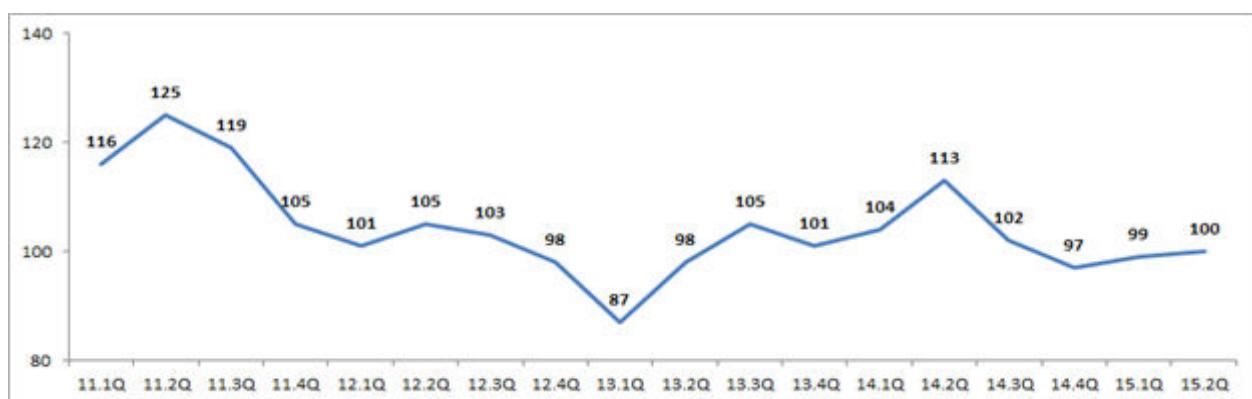
## 유통업체감경기 회복 기대감 솔솔 … 2분기 RBSI ‘100’

- 대한상의 소매유통업 경기전망지수(RBSI) : 14년 4Q '97'→ 15년 2Q '100'
- 인터넷쇼핑(106), 백화점(104) 2분기 소비시장 주도 전망
- 애로사항으로 '소비심리 위축 따른 매출 부진'(36%), '수익성 하락'(26%), '업태간 경쟁 심화'(11%) 순

소매유통업 경기가 2분기 연속 상승하며 국내 소비시장에 봄기운이 스며들고 있다. 업태별로는 온라인쇼핑과 백화점이 2분기 소비시장을 이끌 것으로 기대된다.

대한상공회의소(회장 박용만)가 최근 서울 및 6대 광역시 944개 소매유통업체를 대상으로 ‘2015년 2분기 소매유통업 경기전망지수’를 조사한 결과, 2분기 전망치가 전분기 대비 1포인트 상승한 ‘100’로 집계됐다고 2일 밝혔다.

<그림> 소매유통업 경기전망지수 추이



대한상의는 “지난해 2분기 이후 위축되던 소매유통경기가 작년 4분기를 기점으로 바닥을 치고 서서히 반등의 기미를 보이고 있다”며 “편리성과 합리적인 가격으로 무장한 온라

인쇼핑과 요우커 특수 효과가 큰 백화점이 상승 기조의 견인차 역할을 하고 있다”고 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.

업태별로는 인터넷쇼핑(106)과 백화점(104)이 2분기 소비시장을 주도할 전망이다.

인터넷쇼핑(106)은 1인가구 증가와 저가 소비경향이 지속되며 호조세를 지속할 것으로 예상됐다. 백화점(104)은 청명절, 노동절 등 중국 공휴일 기간 동안 방한하는 요우커 효과에 힘입어 매출이 증가할 것으로 예상된다.

<표> 소매유통업 경기전망지수(RBSI) 추이

업태	'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	2/4
종합	116	125	119	105	101	105	103	98	87	98	105	101	104	113	102	97	99	100
인터넷쇼핑몰	102	122	118	109	108	114	114	103	105	115	113	105	104	111	112	111	108	106
백화점	104	124	114	134	96	107	109	102	95	109	113	108	117	122	100	99	101	104
대형마트	134	129	109	105	103	97	87	87	76	82	98	92	108	112	97	91	96	98
홈쇼핑	131	131	130	102	115	139	134	138	77	104	104	148	106	126	120	126	118	96
편의점	72	118	125	112	105	105	112	98	81	93	105	90	86	104	100	90	88	95
슈퍼마켓	95	114	111	96	91	97	103	96	83	94	97	106	83	101	96	85	88	94

대형마트(98)는 의무휴업 규제와 절약형 소비패턴의 확산의 영향으로 여전히 기준치를 밑돌았으나 가정용 간편식을 비롯한 PB 브랜드의 선전 등이 긍정적인 영향을 끼치며 전 분기보다는 나아질 것으로 전망됐다.

홈쇼핑(96)은 TV시청 패턴 변화와 모바일쇼핑족 증가 등의 영향으로 전분기보다 큰 폭의 하락세를 보였다. 이밖에 편의점(95)과 슈퍼마켓(94)은 날씨가 풀리고 소비자들의 바깥 활동이 늘면서 음료·아이스크림 등 효자 품목의 매출이 상대적으로 늘어날 것으로 기대되며 전망치가 상승했다.

2분기 예상되는 경영애로 요인으로 유통기업들은 ‘소비심리 위축에 따른 매출부진’(36.4%)을 첫 손에 꼽았고, 이어 ‘수익성 하락’(26.3%), ‘업태간 경쟁 심화’(11.3%), ‘유통관련 규제’(6.1%) 등을 차례로 들었다. <‘업태내 경쟁심화’ 4.5%, ‘상품가격 상승’ 3.6%, ‘인력부족’ 3.5%, ‘자금사정 악화’ 2.2%, ‘기타’(6.1%)>

김경종 대한상의 유통물류진흥원장은 “스마트폰이 점차 대중화되고 결제·배송 등 관련 서비스가 개선되면서 오프라인보다 온라인 특히 모바일쇼핑으로 구매패턴의 변화가 가속화되는 추세”라며 “유통사들이 급속한 고령화, 1인 가구의 증가, 모바일쇼핑의 확산 등의 변화에 민감하게 대응해 소비자들에게 어필할 수 있는 경영전략을 적극적으로 모색해야 한다”고 말했다. 

#### < 조사 개요 >

- 조사기간 : 2/23(월)~3/13(금)
- 조사업태 : 대형마트, 백화점, 인터넷쇼핑몰, 슈퍼마켓, 편의점, 홈쇼핑 등  
소매유통업체 944개사
- 조사지역 : 전국 7대 도시
- 조사방법 : 전화 또는 팩스