

2014년 3/4분기 부산지역 소매유통업 경기전망 조사결과

2014. 6

I. 조사개요	1
II. 조사결과	2
1. 경기전망	2
2. 업태별 전망	3
3. 경영지표 전망	4
4. 경영애로 요인	5

I. 조사 개요

1. 조사목적

- 지역 소매유통업체의 경기상황 및 전망을 조사·분석하여 소매유통업체의 경영활동 계획 및 경제운용 정책 수립의 기초 자료 제공

2. 조사방법 및 대상

- 조사방법 : 대한상의 직접조사(전화/팩스) 후 집계 파일 수령
- 조사대상 : 부산지역 백화점, 대형할인마트, 슈퍼마켓 등 183개체

3. 조사기간

- 대한상의 조사 및 데이터 정리 : 2014년 5월 28일 ~ 6월 19일
- 부산지역 데이터 분석 및 보고 : 2014년 6월 20일 ~ 6월 27일

4. 조사지표 : 소매유통업 경기전망지수(RBSI : Retail Business Survey Index)

- 소매유통업체를 대상으로 현장체감경기를 조사, 지수화한 것으로 기준지수(100)를 넘으면 이번 분기 경기가 전분기에 비해 호전될 것으로 예상하는 기업이 더 많음을 의미하며, 100 미만이면 그 반대임.

$$RBSI = \frac{\text{호전예상업체수} - \text{악화예상업체수}}{\text{총유효응답업체수}} \times 100 + 100$$

※ 기준지수=100, 지수 100 초과 : 경기호전, 지수 100 미만 : 경기악화

5. 유의사항

- 각각의 지수는 소수점 첫째자리에서 반올림했으며, 항목의 비율은 소수점 둘째자리에서 반올림되어 그 합이 '100.0%'가 되지 않을 수 있음.

II. 조사 결과

1. 경기전망

○ 2014년 3/4분기 부산지역 소매유통업 경기전망지수(RBSI) : '97'

- 최근 소비자심리지수는 양호한 수준으로 유지되고 있지만 계속 이어지고 있는 내수경기 침체로 인한 소비 부진으로 경기전망지수는 기준치인 100이하로 나타남에 따라 향후 부산지역의 전반적인 소매유통경기는 부진했던 전분기와 비슷할 것으로 전망됨.
- 업체별 전망치를 살펴보면 성수기에 접어든 편의점 등은(슈퍼마켓 104, 편의점 106, 전자상거래 103)기준치 100을 상회하여 전망이 밝은 반면, 백화점(94), 대형마트(99)은 기준치 이하로 조사되어 위축된 소비회복을 본격적으로 기대하기는 어려울 것으로 전망됨.

〈 부산지역 소매유통업 경기전망지수(RBSI) 〉



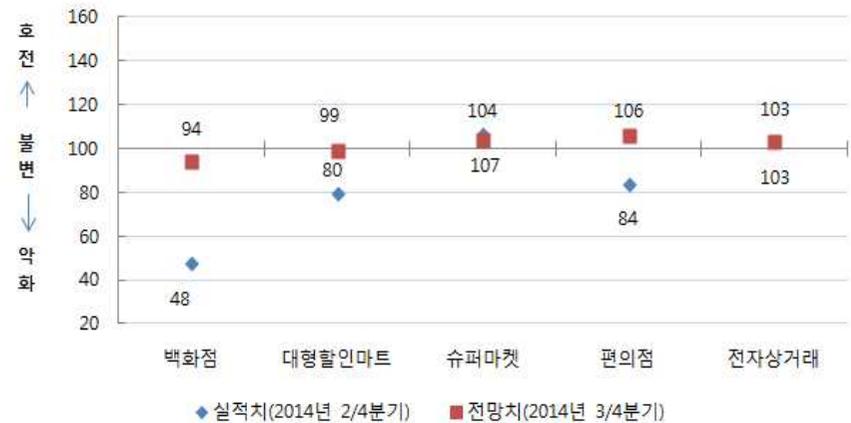
○ 2014년 2/4분기 실적지수는 '62'로 부진 했던 것으로 나타남.

- 소비부진과 세월호 여파로 소비심리 악화까지 겹친 4월의 부진한 매출실적과 5~6월의 황금연휴와 이른 더위 및 월드컵 특수로 가전제품 및 계절상품 등의 소비가 반짝 살아나는 듯 했지만 좀처럼 상승세를 이어가지 못하고 슈퍼마켓 및 전자상거래 업종을 제외한 전 업체에서 100이하로 조사됨.

2. 업체별 전망

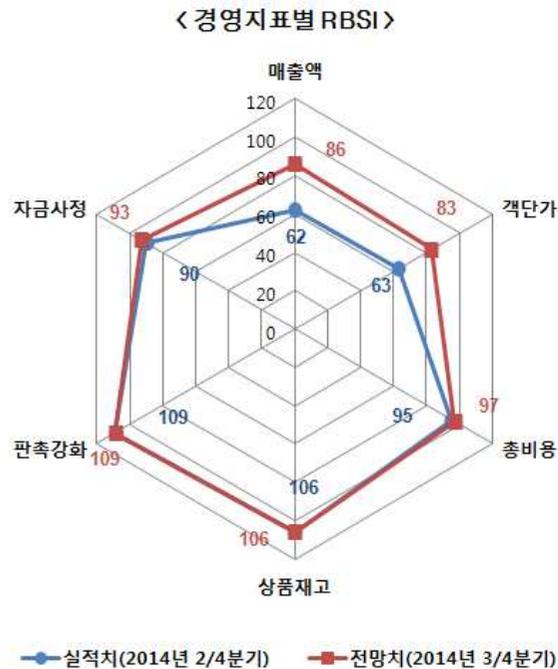
- 소매업체중 가장 낮은 전망치를 나타낸 백화점(94)은 장기간 여름세일에 각종 특가전 등의 판촉강화 이벤트와 추석명절 특수 기대에도 불구하고 좀처럼 회복되지 못하고 있는 경기회복 지연으로 주 고객층의 소비 부진이 지속 될 것으로 전망하고 있기 때문임.
- 대형할인마트(99)는 무더위 여름철 야외활동 관련 레저용품 판매와 다양한 판촉 활동 강화로 고품질 저가격 상품의 판매가 늘어날 것으로 기대는 하지만 의무휴일 및 업체간 경쟁 심화로 전분기와 비슷한 전망치를 나타냄.
- 슈퍼마켓(104)은 계절적 요인에 의한 계절식품 수요 증가와 뛰어난 접근성과 소량구매 트렌드 변화로 고객이 늘어남에 따라 전분기 실적에 이어 전망치도 기준치를 웃도는 것으로 조사됨.
- 편의점(106)은 여름 성수기를 맞아 야간활동인구가 늘어나고 무더운 날씨 탓에 빙과류·음료수·주류 등의 판매 증가와 생활 서비스 확대, 제품가격 인하 등의 고객 유치노력으로 업체중 가장 높은 전망치를 나타냈고, 또한 전자상거래(103)도 소비패턴 변화로 온라인을 찾는 알뜰 소비자들이 늘어남에 따라 기준치를 조금 웃도는 것으로 나타남.

〈 업체별 소매유통업 경기전망지수(RBSI) 분포 〉



3. 경영지표 전망

- 부산지역 소매유통업의 경영지표 전망도 내수부진에 따른 경기불황으로 주요 경영지표들이 기준치 100이하로 나타남에 따라 3/4분기의 경영 여건도 대체적으로 크게 호전되지는 않을 전망이다.
- 경영지표별로 살펴보면, 매출액(86), 객 단가(83), 자금사정(93), 총비용(97)은 2/4분기 실적치보다 각각 24p, 20p, 3p, 2p 높게 나타난 반면, 상품재고(106), 판촉강화(109)에서는 전분기와 같은 전망치로 조사되었음.
- 이는 경기불황으로 매출액이 늘어나지 못함에 따라 매출액, 객단가, 자금사정에서 기준치 이하로 나타났고, 이에 따른 수익성 제고를 위해 비용이 많이 드는 판촉활동 등을 선별적으로 시행하여 비용절감 노력을 강화하고 있는 것으로 나타남.



4. 경영애로 요인

- 2014년 3/4분기 예상되는 경영애로 요인 중 소비심리위축에 따른 매출부진(31.8%)이 가장 큰 비중을 차지, 다음으로 수익성 하락(19.6%), 업태 간 경쟁(14.5%), 업태 내 경쟁(8.1%), 유통규제강화(7.8%) 등의 순으로 나타남.
- 예상되는 경영애로 요인 중 2/4분기 중에 겪은 애로요인 대비 크게 증가한 항목은 매출부진 및 저가 판매에 따른 수익감소와 공격적인 마케팅 강화에 따른 비용증가로 『수익성 하락』(19.6%)에 대한 응답에서 2/4분기 10.0%보다 9.6%p 높게 나타남.
- 또한, 예상되는 경영애로 요인 중 2/4분기 중에 겪은 애로요인 대비 크게 감소한 항목은 최근 경제상황에 대한 소비자들의 심리를 종합적으로 나타내는 소비자심리지수가 100이상의 양호한 수준으로 꾸준히 유지되고 있어 『소비심리위축』(31.8%)에 대한 응답이 2/4분기 42.9%보다 11.1%p 하락함.

< 부산지역 소매유통업 경영애로 요인 >

(단위 : %, %p)

구 분	2014년 2/4분기 경영애로요인	2014년 3/4분기 예상애로요인	증 감
소 비 심 리 위 축	42.9	31.8	-11.1
업 태 간 경 쟁	13.9	14.5	0.6
업 태 내 경 쟁	4.4	8.1	3.7
자 금 사 정 약 화	1.9	3.4	1.5
유통규제강화	8.3	7.8	-0.5
상 품 가 격 상 승	5.8	2.8	-3.0
수 익 성 하 락	10.0	19.6	9.6
인 력 부 족	6.6	6.7	0.1
정 책 의 비 일 관 성	0.6	1.1	0.5
기 타	5.5	4.2	-1.3
계	100.0	100.0	