

2015년 1/4분기 부산지역
소매유통업 경기전망 조사결과

2014. 12

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

I. 조 사 개 요

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 185개체

3. 조사기간

- 대한상의 조사 및 데이터 정리 : 2014년 11월 20일 ~ 12월 17일
- 부산지역 데이터 분석 및 보고 : 2014년 12월 18일 ~ 12월 29일

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.

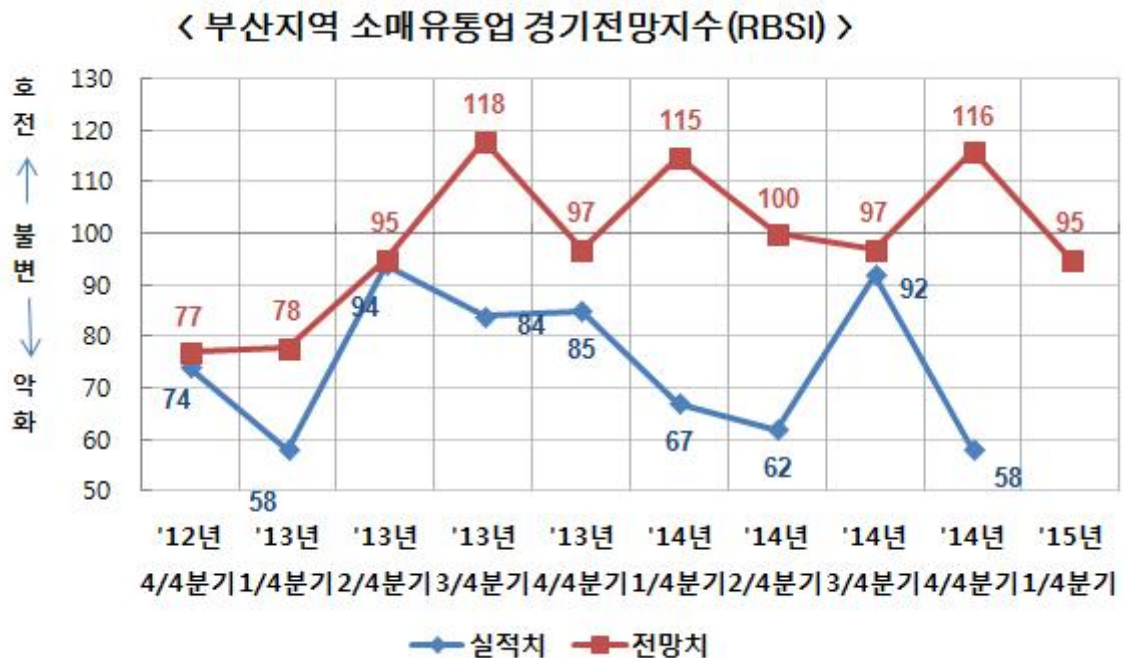
II. 조 사 결 과

1. 경기전망

○ 2015년 1/4분기 부산지역 소매유통업 경기전망지수(RBSI) : '95'

－최근 경기 부진이 장기화되면서 경제상황에 대한 소비자들의 심리를 종합적으로 나타내는 소비자심리지수가 2개월 연속 하락하는 등 소비부진이 이어지면서 회복세를 보였던 경기전망지수가 한분기만에 다시 기준치 100이하로 나타나면서 향후 부산지역 소매유통경기는 전 분기에 비해 호전되지는 않을 것으로 전망됨.

－업태별 전망치를 살펴보면 전자상거래(104)와 슈퍼마켓(101)에서만 기준치 100을 조금 상회한 반면, 명절 및 신학기 특수에도 불구하고 백화점 및 대형마트에서도 기준치 100이하로 조사되어 위축된 소비회복을 기대하기는 어려울 것으로 전망됨.(백화점96, 대형마트 91, 편의점 86)



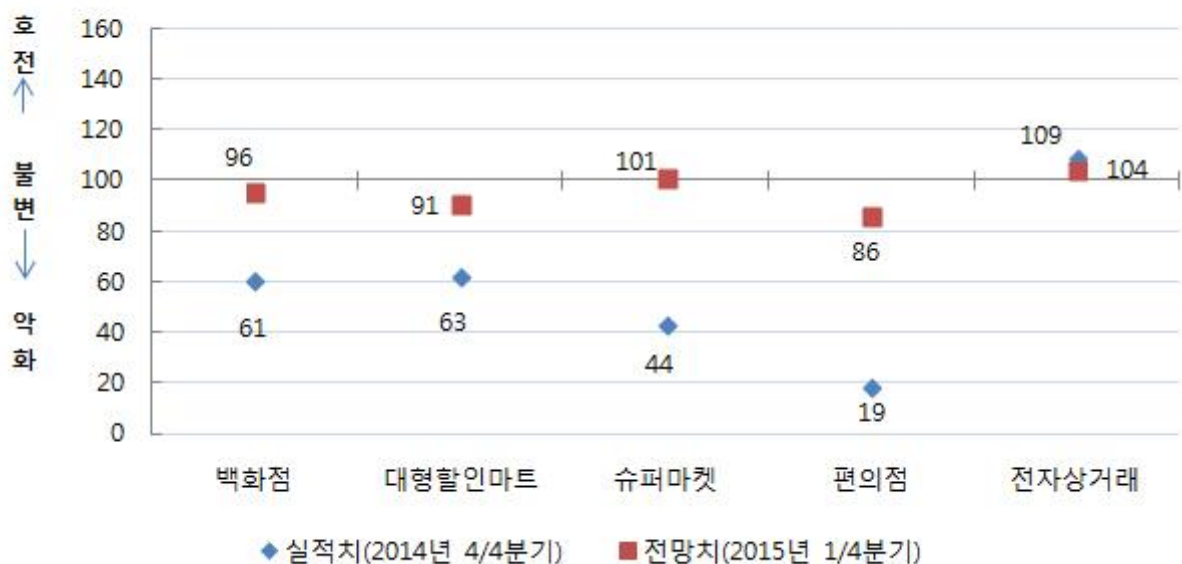
○ 2014년 4/4분기 실적지수는 '58'로 나타남.

－지속되고 있는 저성장 저물가에 따른 경기부진이 계속 이어지면서 백화점 및 대형마트의 정기 겨울세일에도 매출이 저조하였고, 편의점도 비수기에 접어들면서 전반적인 경기실적이 나빠진 것으로 조사됨.

2. 업체별 전망

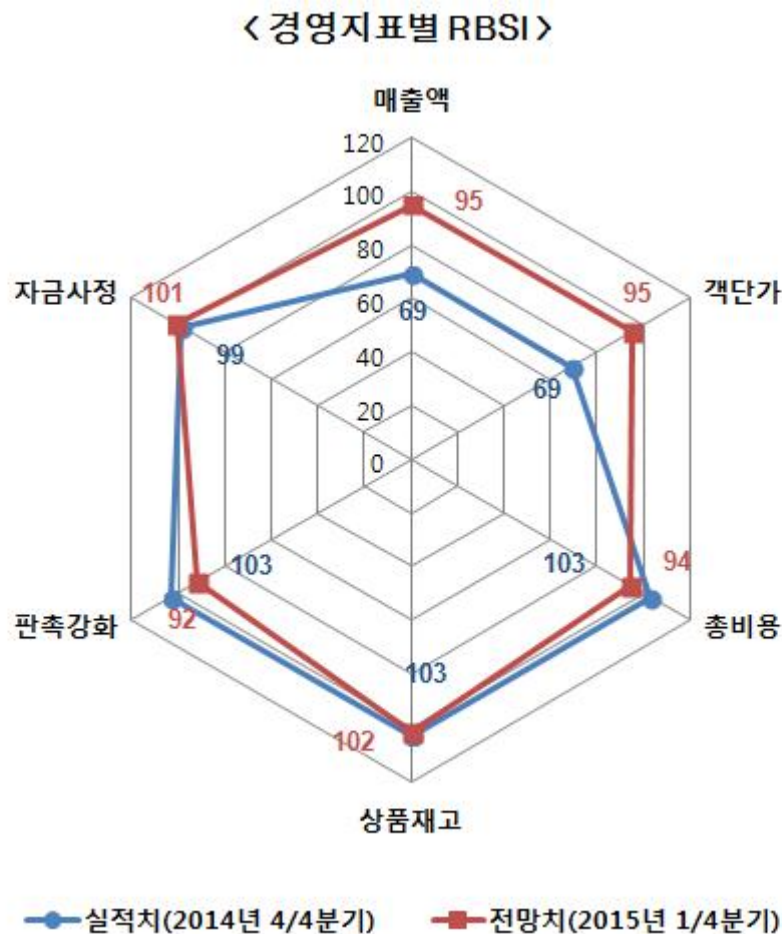
- 백화점(96)은 각종 할인행사, 특가전 등의 다양한 판촉행사 및 젊은 고객을 위한 판매전략 강화와 설날 및 신학기 특수에도 불구하고 좀처럼 회복되지 못하고 있는 경기회복 지연으로 주 고객층의 소비 부진이 지속 될 것으로 전망하고 있기 때문이며,
- 대형할인마트(91)도 다양한 판촉활동 강화에도 불구하고 주 고객층인 서민가계의 더딘 소비회복과 시간 절약형 쇼핑 및 근거리 소량구매에 따른 쇼핑패턴 변화로 대형마트의 영업환경은 어려울 것으로 전망됨.
- 반면, 슈퍼마켓(101)은 뛰어난 접근성에 가격 할인행사를 통한 고객 유치노력과 온라인 매장과 연계강화 등의 노력으로 기준치 100을 조금 웃도는 것으로 나타남.
- 한편, 소매업체 중 가장 낮은 전망치를 나타낸 편의점(86)은 동절기 야간 유동인구 감소, 음료 및 병과류 매출 감소 등 비수기인 계절적 요인으로 기준치 100이하로 나타났고, 가장 높은 전망치를 나타낸 전자상거래(104)업체는 On-Line을 통한 편안한 소비패턴 변화와 취급 상품 다양화 노력 등으로 기준치를 조금 웃도는 것으로 나타남.

〈 업체별 소매유통업 경기전망지수(RBSI) 분포 〉



3. 경영지표 전망

- 부산지역 소매유통업의 경영지표 전망은 4/4분기 실적에 비해 다소 높게 나타났으나 여전히 경기불황에 따른 소비부진으로 주요 경영지표들은 기준치 100을 하회함에 따라 1/4분기 경영여건도 어려울 것으로 전망됨.
- 경영지표별로 살펴보면, 주요지표인 매출액(95), 객 단가(95), 자금사정(101)에서 4/4분기 실적치보다 각각 26p, 26p, 2p 높게 나타났으나 기준치 100을 하회함에 따라 매출액 및 객 단가의 상승은 기대하기 어려울 것으로 전망되어지며, 또한 수익성 제고를 위해 비용과 상품재고를 줄이고 비용이 드는 판촉활동은 자제함에 따라 총비용(94), 상품재고(102), 판촉강화(92)에서 각각 9p, 1p, 11p 낮게 나타남.



4. 경영애로 요인

- 2015년 1/4분기 예상되는 경영애로 요인 중 소비심리위축에 따른 매출부진(35.1%)이 가장 큰 비중을 차지, 다음으로 수익성 하락(26.2%), 업태 간 경쟁(7.4%), 기타(6.8%), 유통규제강화 및 업태 내 경쟁(5.2%)등의 순으로 나타남.
- 예상되는 경영애로 요인 중 4/4분기 중에 겪은 애로요인 대비 크게 증가 한 항목은 소비부진에 따른 공격적인 마케팅 강화로 인한 비용 증가와 매출 부진 및 고객유인을 위한 저가 할인판매로 『수익성 하락』(26.2%)에 대한 응답에서 4/4분기 19.9%보다 6.3%p 높게 나타남.
- 또한, 예상되는 경영애로 요인 중 4/4분기 중에 겪은 애로요인 대비 크게 감소한 항목은 최근 경기 불황이 계속 이어지면서 수익성 하락에 대한 경영애로를 크게 느끼면서 상대적으로 『소비심리위축』(35.1%)에 대한 응답에서 4/4분기 45.5%보다 10.4%p 하락하는 것으로 나타남.

〈부산지역 소매유통업 경영애로 요인〉

(단위 : %, %p)

구 분	2014년 4/4분기 경 영 애 로 요 인	2015년 1/4분기 예 상 애 로 요 인	증 감
소 비 심 리 위 축	45.5	35.1	-10.4
업 태 간 경 쟁	9	7.4	-1.6
업 태 내 경 쟁	4.1	5.2	1.1
자 금 사 정 악 화	1.9	4.9	3.0
유통규제강화	6.8	5.2	-1.6
상 품 가 격 상 승	1.4	4.4	3.0
수 익 성 하 락	19.9	26.2	6.3
인 력 부 족	5.7	4.6	-1.1
정 책 의 비 일 관 성	0	0.3	0.3
기 타	5.7	6.8	1.1
계	100.0	100.0	