

## 2015년 2/4분기 부산지역

# 소매유통업 경기전망 조사결과 요약

### 1. 경기전망

- 2015년 2/4분기 부산지역 소매유통업 경기전망지수(RBSI) : '101'  
전반적인 경기부진에 따른 소비위축이 지속되고 있는 가운데 유가하락 등에 의한 소비자물가가 안정되고 실질구매력이 다소 개선될 여지를 보이면서 경기전망지수가 1분기 만에 다시 기준치 100을 조금 웃도는 것으로 나타남에 따라 향후 부산지역의 전반적인 소매유통경기는 전 분기 보다는 다소 나아질 것으로 전망됨.
- 2014년 1/4분기 실적지수는 '78'로 조사됨.

### 2. 업체별 전망

- 백화점(103)은 주 고객층에서 최근 유가하락 등으로 인한 실질구매력이 다소 개선 될 것으로 기대하는 기대치가 반영됨에 따라 기준치 100을 조금 웃도는 것으로 나타남.
- 대형할인마트(96)는 지속되고 있는 저성장 경기부진으로 주 고객층인 서민가계의 더딘 소비회복과 업체간 경쟁심화 및 1인 가구 증가에 따른 소비패턴 변화 등으로 대형마트의 영업환경은 어려울 것으로 전망됨.
- 슈퍼마켓(102)은 뛰어난 접근성에 가격 할인행사를 통한 고객 유치노력으로 1/4분기 실적치(105)와 전망치 모두 기준치 100을 조금 상회.
- 편의점(85)은 경쟁심화와 수익성 악화로 영업환경이 어려워지면서 기준치를 밑도는 것으로 나타났고, 전자상거래(110)업체는 On-Line을 통한 편안한 소비패턴 변화로 소비자들이 늘어남에 따라 가장 높은 전망치를 나타냄.

### 3. 경영지표 전망

- 1/4분기 실적에 비해 다소 높게 나타났으나 여전히 지속되고 있는 저성장 경기 불황으로 경영여건이 크게 좋아지지는 않을 것으로 전망됨.
  - 매출액 (78→101), 객 단 가 (77→91), 자금사정 (84→101), 총비용 (92→105), 상품재고 (99→102), 판촉강화 (104→103)

### 4. 경영애로 요인

- 2015년 2/4분기 예상되는 경영애로 요인 중 소비심리위축에 따른 매출부진(35.8%)이 가장 큰 비중을 차지, 다음으로 수익성 하락(28.0%), 업체 간 경쟁(11.8%), 유통규제강화 및 기타(5.4%), 업체내 경쟁(4.6%)등의 순으로 나타남.

# 2015년 2/4분기 부산지역 소매유통업 경기전망 조사결과

2014. 3

|                  |   |
|------------------|---|
| I. 조사개요 .....    | 1 |
| II. 조사결과 .....   | 2 |
| 1. 경기전망 .....    | 2 |
| 2. 업체별 전망 .....  | 3 |
| 3. 경영지표 전망 ..... | 4 |
| 4. 경영애로 요인 ..... | 5 |

# 1. 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 186개체

## 3. 조사기간

- 대한상의 조사 및 데이터 정리 : 2015년 2월 25일 ~ 3월 19일
- 부산지역 데이터 분석 및 보고 : 2015년 3월 20일 ~ 3월 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. 조 사 결 과

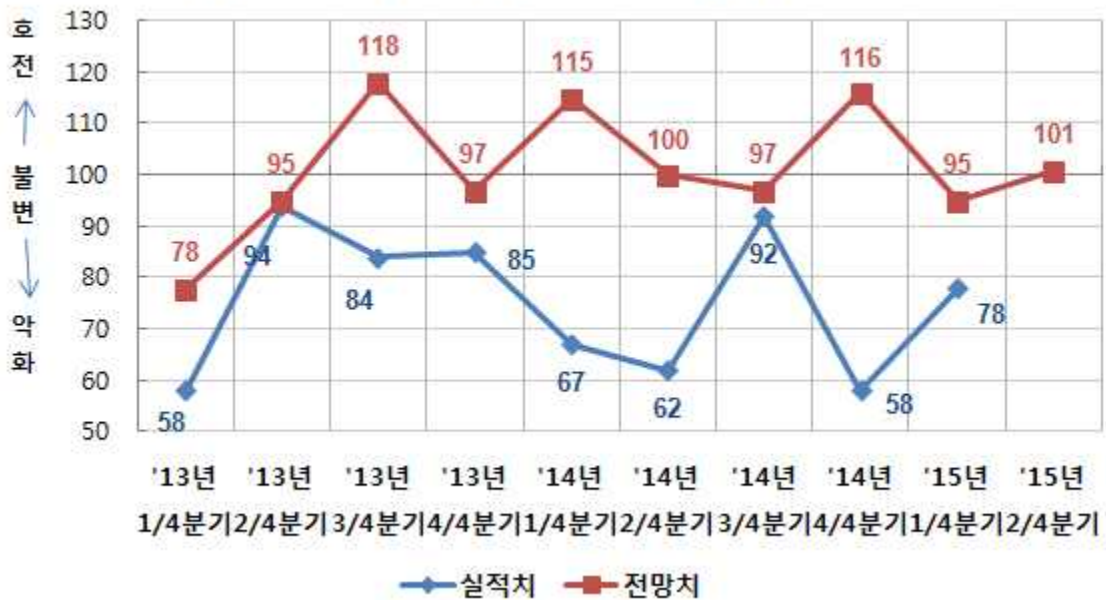
### 1. 경기전망

○ 2015년 2/4분기 부산지역 소매유통업 경기전망지수(RBSI) : '101'

- 전반적인 경기부진에 따른 소비위축이 지속되고 있는 가운데 유가하락 등에 의한 소비자물가가 안정되고 실질구매력이 다소 개선될 여지를 보이면서 경기전망지수가 1분기 만에 다시 기준치 100을 조금 웃도는 것으로 나타남에 따라 향후 부산지역의 전반적인 소매유통경기는 전 분기 보다는 다소 나아질 것으로 전망됨.

- 업태별 전망치를 살펴보면 전자상거래(110), 백화점(103), 슈퍼마켓(102)에서 기준치 100을 조금 상회한 반면, 서민층이 주고객인 대형마트(96), 편의점(85)에서는 기준치 100이하로 조사되어 위축된 서민 가계의 소비회복을 기대하기는 어려울 것으로 전망됨.

〈 부산지역 소매유통업 경기전망지수(RBSI) 〉



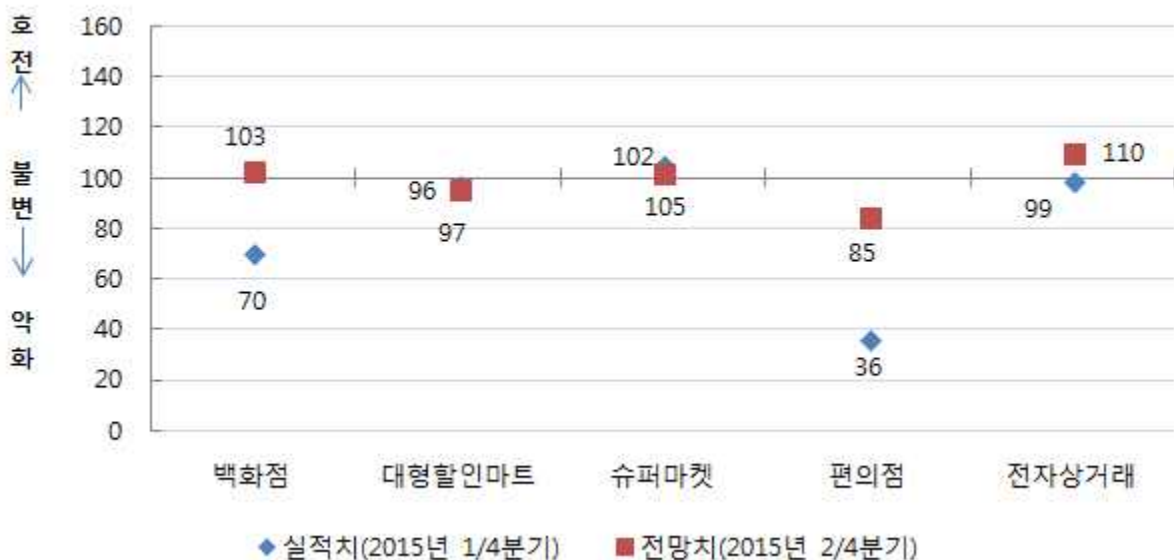
○ 2015년 1/4분기 실적지수는 '78'로 나타남.

- 지속되고 있는 저성장 경기부진이 계속 이어지고 있는 가운데 설 명절 및 신학기 특수 등으로 지난 4/4분기 실적치(58) 보다는 20p 높게 나타났지만 기준치인 100이하로 조사됨에 따라 실적부진은 계속 된 것으로 조사됨.

## 2. 업태별 전망

- 백화점(103)은 봄철 나들이객 증가로 매출이 줄어드는 비수기 극복을 위해 대폭적인 각종 할인행사, 특가전, 문화행사 등의 다양한 이벤트로 고객을 붙잡기 위한 판매 전략을 더욱 더 강화하고 있으며, 특히 주 고객층인 중산층에서 최근 유가하락 등으로 인한 실질구매력이 다소 개선 될 것으로 기대하는 기대치가 반영됨에 따라 기준치100을 조금 웃도는 것으로 나타남.
- 대형할인마트(96)는 지속되고 있는 저성장 경기부진으로 주 고객층인 서민가계의 더딘 소비회복과 업태 간 경쟁심화 및 1인 가구 증가에 따른 소비패턴 변화 등으로 대형마트의 영업환경은 어려울 것으로 전망됨.
- 반면, 슈퍼마켓(102)은 뛰어난 접근성에 가격 할인행사를 통한 고객 유치노력과 소량구매 및 근거리 쇼핑트렌드 확산으로 1/4분기 실적치(105)와 전망치 모두 기준치 100을 조금 웃도는 것으로 나타남.
- 한편, 소매업태 중 가장 낮은 전망치를 나타낸 편의점(85)은 점포수 포화로 인한 경쟁 심화와 수익성 악화로 영업환경이 어려워지면서 기준치 100이하로 나타났고, 전자상거래(110)업체는 On-Line을 통한 편안한 소비패턴 변화로 알뜰 소비자들이 늘어남에 따라 가장 높은 전망치를 나타냄.

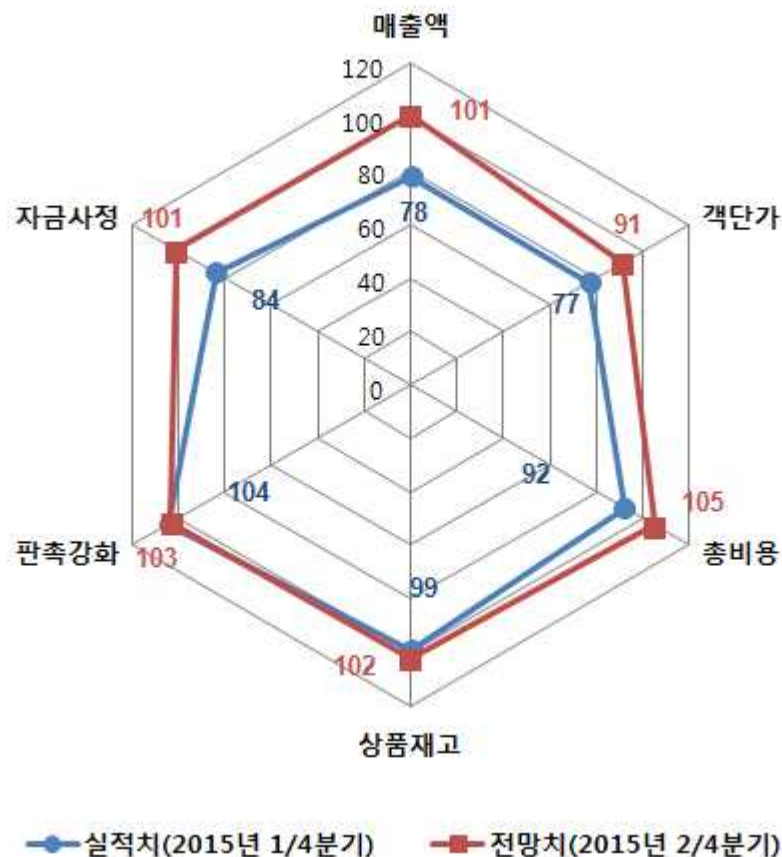
〈업태별 소매유통업 경기전망지수(RBSI) 분포〉



### 3. 경영지표 전망

- 부산지역 소매유통업의 경영지표 전망은 1/4분기 실적에 비해 다소 높게 나타났으나 여전히 지속되고 있는 저성장 경기 불황으로 경영여건이 크게 좋아지지는 않을 것으로 전망됨.
- 경영지표별로 살펴보면, 주요지표인 매출액(101), 객 단가(91), 자금사정(101)에서 1/4분기 실적치(78), (77), (84)보다 각각 23p, 14p, 17p 높게 조사되어 전 분기 보다는 경영여건이 다소 개선 될 것으로 전망되며,
- 또한, 각종 이벤트 강화에 따른 비용 증가로 총비용(105)과 상품재고(102)도 전 분기 실적치(92), (99)보다 각각 13p, 3p 높게 조사되었으며, 다만 판촉강화(103)에서는 전 분기 실적치(104)보다 1p 낮게 조사됨.

〈 경영지표별 RBSI 〉



#### 4. 경영애로 요인

- 2015년 2/4분기 예상되는 경영애로 요인 중 소비심리위축에 따른 매출부진(35.8%)이 가장 큰 비중을 차지, 다음으로 수익성 하락(28.0%), 업태간 경쟁(11.8%), 유통규제강화 및 기타(5.4%), 업태내 경쟁(4.6%)등의 순으로 나타남.
- 예상되는 경영애로 요인 중 1/4분기 중에 겪은 애로요인 대비 크게 증가 한 항목은 경기부진으로 매출은 늘어나지 못하고 비용은 마케팅 비용 증가와 인건비 상승으로 늘어나 수익성이 악화됨에 따라 『수익성 하락』(28.0%)에 대한 응답에서 1/4분기 18.8%보다 9.2%p 높게 나타남.
- 또한, 예상되는 경영애로 요인 중 1/4분기 중에 겪은 애로요인 대비 크게 감소한 항목은 최근 경제상황에 대한 소비자들의 심리를 종합적으로 나타내는 소비자심리지수가 기준치 100이상으로 꾸준히 유지되고 있어 『소비심리위축』(35.8%)에 대한 응답에서 1/4분기 41.7%보다 5.9%p 하락하는 것으로 나타남.

〈부산지역 소매유통업 경영애로 요인〉

(단위 : %, %p)

| 구 분           | 2015년 1/4분기<br>경영애로요인 | 2015년 2/4분기<br>예상애로요인 | 증 감  |
|---------------|-----------------------|-----------------------|------|
| 소 비 심 리 위 축   | 41.7                  | 35.8                  | -5.9 |
| 업 태 간 경 쟁     | 11.8                  | 11.8                  | 0.0  |
| 업 태 내 경 쟁     | 4.0                   | 4.6                   | 0.6  |
| 자 금 사 정 악 화   | 1.3                   | 3.0                   | 1.7  |
| 유통규제강화        | 7.5                   | 5.4                   | -2.1 |
| 상 품 가 격 상 승   | 6.2                   | 3.8                   | -2.4 |
| 수 익 성 하 락     | 18.8                  | 28.0                  | 9.2  |
| 인 력 부 족       | 3.8                   | 2.4                   | -1.4 |
| 정 책 의 비 일 관 성 | 0.0                   | 0.0                   | 0.0  |
| 기 타           | 4.8                   | 5.4                   | 0.6  |
| 계             | 100.0                 | 100.0                 |      |