

2015년 3/4분기 부산지역

소매유통업 경기전망 조사결과 요약

1. 경기전망

○ 2015년 3/4분기 부산지역 소매유통업 경기전망지수(RBSI) : '125'

- 국내외 경기변동, 민간소비 위축으로 매우 부진했던 2/4분기에 비해, 3/4분기에는 메르스 여파 진정, 추석 명절 및 바캉스 특수 등으로 국내외 고객 증가, 소비심리 회복 등이 기대됨에 따라 백화점을 중심으로 경기가 전분기보다는 다소 개선될 것으로 전망됨.

○ 2015년 2/4분기 실적지수는 '66'으로 조사됨.

2. 업태별 전망

- 백화점(103)은 메르스 사태 진정으로 외국인 관광객을 비롯한 국내외 고객수 증가, 추석 명절 및 바캉스 특수 진입 효과, 특별 할인 행사(명품, 아웃도어 등) 개최 등을 통한 매출 회복 등으로 전반적 경기가 호전될 것으로 전망.
- 대형할인마트(96)는 모바일 커머스를 비롯한 신규채널 부상, 기업형 슈퍼마켓(SSM)의 업력 확대 등으로 경쟁이 심화되고, 더딘 가계 소비회복세로 가전, 가구 품목 등에서 매출이 둔화되며 업황이 다소 부진할 전망
- 반면, 슈퍼마켓(102)은 가격 경쟁력을 강화, 하절기 진입으로 야간매출 비중 증대 및 계절품목 판매 증가로 매출이 증가할 것으로 기대하는 업체가 많은 것으로 나타남.
- 편의점(85)은 국내외 경기불확실성에 따른 알뜰 소비패턴 확대, 대형할인마트 및 슈퍼마켓의 배송서비스 강화 등으로 근린소매 수요가 줄면서 영업환경이 악화될 것으로 전망.

3. 경영지표 전망

- 부산지역 소매유통업의 경영지표는 경기 불황으로 실적이 부진했던 2/4분기 대비, 여름휴가철 및 추석명절을 맞이해 소비심리가 다소 회복될 것으로 기대되면서 매출액, 객단가 등의 전망치가 상승한 것으로 조사됨.
 - 매출액 (68→125), 객 단 가 (68→131), 자금사정 (106→108), 총비용 (100→100), 상품재고 (98→108), 판촉강화 (123→108)

4. 경영애로 요인

- 2015년 3/4분기 예상되는 경영애로 요인으로 『소비심리 위축에 따른 매출 부진(37.6%)』이 가장 큰 비중을 차지하였고, 이어, 『수익성 하락(29.3%)』, 『업태 간 경쟁격화(11.0%)』 등의 순으로 나타남.

2015년 3/4분기 부산지역 소매유통업 경기전망 조사결과

2015. 7

I. 조사개요	3
II. 조사결과	4
1. 경기전망	4
2. 업태별 전망	5
3. 경영지표 전망	6
4. 경영애로 요인	7

I. 조 사 개 요

1. 조사목적

- 분기별로 지역 주요 소매유통업체의 경기 상황 및 전망을 조사·분석하여 기업의 경영계획과 정부의 정책 수립 시 필요한 기초자료로 제공

2. 조사방법 및 대상

- 조사방법 : 대한상의 직접조사(전화/팩스) 후 집계 파일 수령
- 조사대상 : 부산지역 백화점, 대형할인마트, 슈퍼마켓 등 187개체

3. 조사기간

- 대한상의 조사 및 지역별 데이터 정리 : 2015년 5월 25일 ~ 6월 24일
- 부산지역 데이터 분석 및 보고서 작성 : 2015년 6월 25일 ~ 7월 3일

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 미만일 경우는 그 반대임.

$\text{소매유통업 경기전망지수} = \frac{\text{호전(증가)표시 업체수} - \text{악화(감소)표시 업체수}}{\text{총유효응답업체수}} \times 100 + 100$
--

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

5. 유의사항

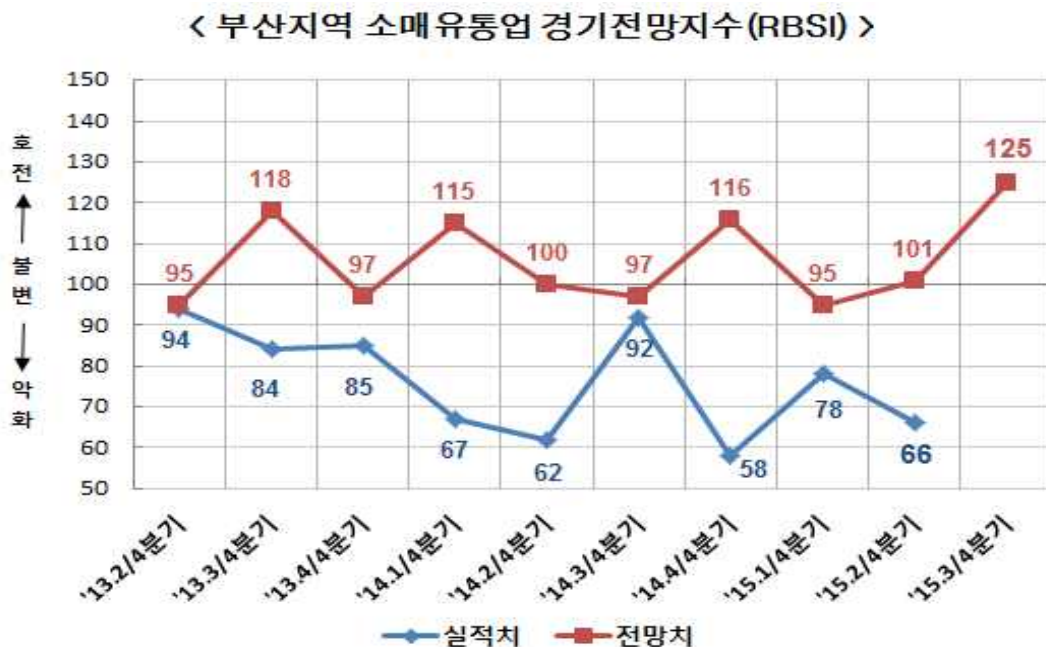
- 각각의 지수는 소수점 첫째자리에서 반올림했으며, 항목의 비율은 소수점 둘째자리에서 반올림되어 그 합이 '100.0%'이 되지 않을 수 있음.

II. 조 사 결 과

1. 경기전망

□ 부산지역 소매유통업 2015년 3/4분기 경기전망지수(RBSI) : '125'

- 국내외 경기변동, 민간소비 위축으로 매우 부진했던 2/4분기에 비해, 3/4분기에는 메르스 여파 진정, 추석 명절 및 바캉스 특수 등으로 국내외 고객 증가, 소비심리 회복 등이 기대됨에 따라 백화점을 중심으로 경기가 전분기보다는 다소 개선될 것으로 전망됨.
- 업체별 전망치를 살펴보면, 2/4분기 실적이 매우 부진했던 백화점(140)의 3/4분기 전망치가 가장 높았으며, 슈퍼마켓(102)과 전자상거래(101)에서도 기준치(100)를 소폭 상회한 것으로 나타남.
- 반면, 대형마트(97), 편의점(89)에서는 주요 고객층인 서민가계의 부채 증가, 실질 소득 감소 등에 따른 소비여력 감소로 업황이 3/4분기에도 부진할 것으로 전망하는 업체들이 많았음.



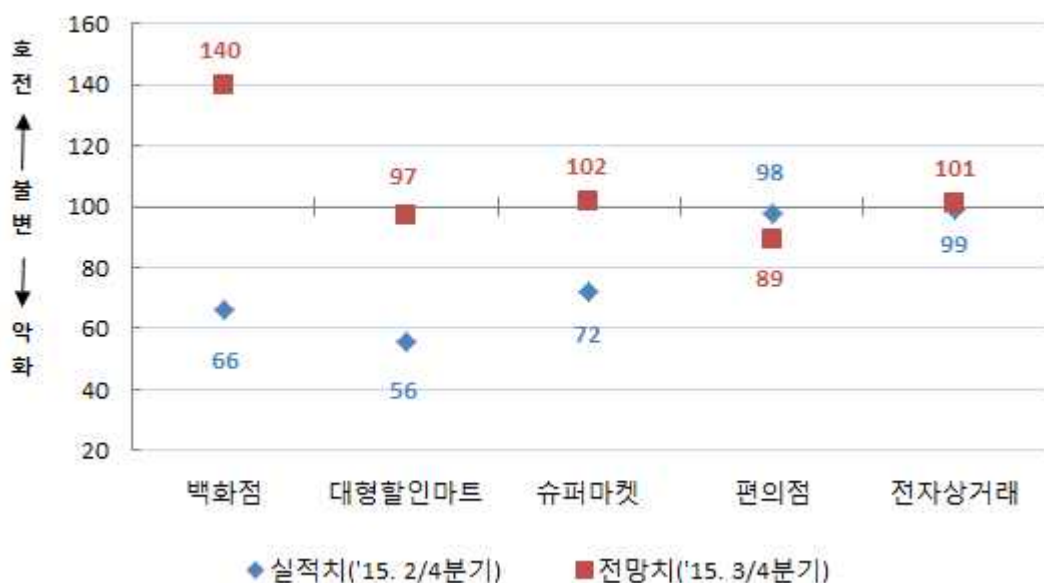
□ 2015년 2/4분기 실적지수는 '66'로 나타남.

- 1/4분기의 설 명절 및 신학기 특수가 소멸되었고, 2/4분기에 메르스 사태 및 국내외 경기불확실성 증대로 경기가 위축되고 소비심리가 둔화됨에 따라 실적이 악화되었음.

2. 업태별 전망

- **백화점(140)**은 매우 저조하였던 전분기 실적(66) 대비 3/4분기에는 메르스 사태 진정으로 외국인 관광객을 비롯한 국내외 고객수가 증가하고, 추석 명절 및 바캉스 특수 진입 효과가 기대되며, 특별 할인 행사(명품, 아웃도어 등) 개최 등을 통한 매출 회복 등으로 전반적 경기가 호전될 것으로 전망.
- **대형할인마트(97)**는 모바일 커머스를 비롯한 신규채널 부상, 기업형 슈퍼마켓(SSM)의 업력 확대 등으로 경쟁이 심화되고, 더딘 가계 소비회복세로 가전, 가구 품목 등에서 매출이 둔화되며 업황이 다소 부진할 전망
- 반면, **슈퍼마켓(102)**은 기업형 슈퍼마켓(SSM)에서 농수축산, 생활잡화를 중심으로 가격 경쟁력을 강화하고 있으며, 하절기 진입으로 야간매출 비중 증대 및 계절품목 판매 증가로 매출이 증가할 것으로 기대하는 업체가 많은 것으로 나타남.
- 한편, 가장 낮은 전망치를 나타낸 **편의점(89)**은 국내외 경기불확실성에 따른 알뜰 소비패턴 확대, 대형할인마트 및 슈퍼마켓의 배송서비스 강화 등으로 근린소매 수요가 줄면서 전분기 대비 영업환경이 악화될 것으로 전망.

〈 업태별 부산지역 소매유통업 경기전망지수(RBSI) 분포 〉



3. 경영지표 전망

□ 부산지역 소매유통업의 경영지표는 경기 불황으로 실적이 부진했던 2/4분기 대비, 여름휴가철 및 추석명절을 맞아해 소비심리가 다소 회복될 것으로 기대되면서 매출액, 객단가 등의 전망치가 상승한 것으로 조사됨.

- 경영지표별로 살펴보면, 주요지표인 매출액(125), 객단가(131) 전망치가 2/4분기 실적치보다 각각 57p, 63p로 크게 상승한 것으로 집계됨.
- 한편, 명절 및 계절 특수에 따른 고객유입 및 매출 증가가 기대되면서 판촉강화 부문은 2/4분기(123) 대비 감소한 108로 나타났으나, 상품재고(108)가 증가함에 따라 총비용(100) 및 자금사정(106)은 전분기와 비슷한 수준일 것으로 전망

〈경영지표별 부산지역 소매유통업 경기전망지수(RBSI) 분포〉



4. 경영애로 요인

□ 2015년 3/4분기 예상되는 경영애로 요인으로 소비심리 위축에 따른 매출 부진(37.6%)이 가장 큰 비중을 차지하였음.

○ 내수경기 침체, 가계 부채 증가 등으로 소비심리가 위축되면서 매출이 부진할 것으로 우려하는 기업들이 가장 많았음.

□ 이어, 수익성 하락(29.3%), 업체 간 경쟁격화(11.0%) 등의 순으로 나타남. 마케팅 비용 증가, 할인판매 비중 확대 등에 따른 수익성 하락과 최근의 유통채널 다양화로 유통업체 간 경쟁 심화 등이 예상됨.

〈부산지역 소매유통업 경영애로 요인〉

(단위 : %, %p)

순 위	구 분	'15. 2/4분기 경 영 애 로 요 인	'15. 3/4분기 예상 경 영 애 로 요 인	증 감
1	소비심리 위축에 따른 매 출 부 진	40.8	37.6	-3.2
2	수 익 성 하 락	22.3	29.3	7.0
3	업 태 간 경 쟁 격 화	13.1	11.0	-2.1
4	기 타	6.4	7.3	0.9
5	인 력 부 족	5.6	4.6	-1.0
6	유통 규제 강화	5.1	3.8	-1.3
7	업 태 내 경 쟁 심 화	2.9	3.0	0.1
8	상 품 가 격 상 승	3.2	2.2	-1.0
9	자 금 사 정 악 화	0.5	1.3	0.8
10	유통 규제 완화	-	-	-
	정부정책의 비일관성	-	-	-
계		100.0	100.0	-