

2014년 2/4분기 부산지역 소매유통업 경기전망 조사결과

2014. 3

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 3월 3일 ~ 3월 21일
- 부산지역 데이터 분석 및 보고 : 2014년 3월 24일 ~ 3월 31일

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.

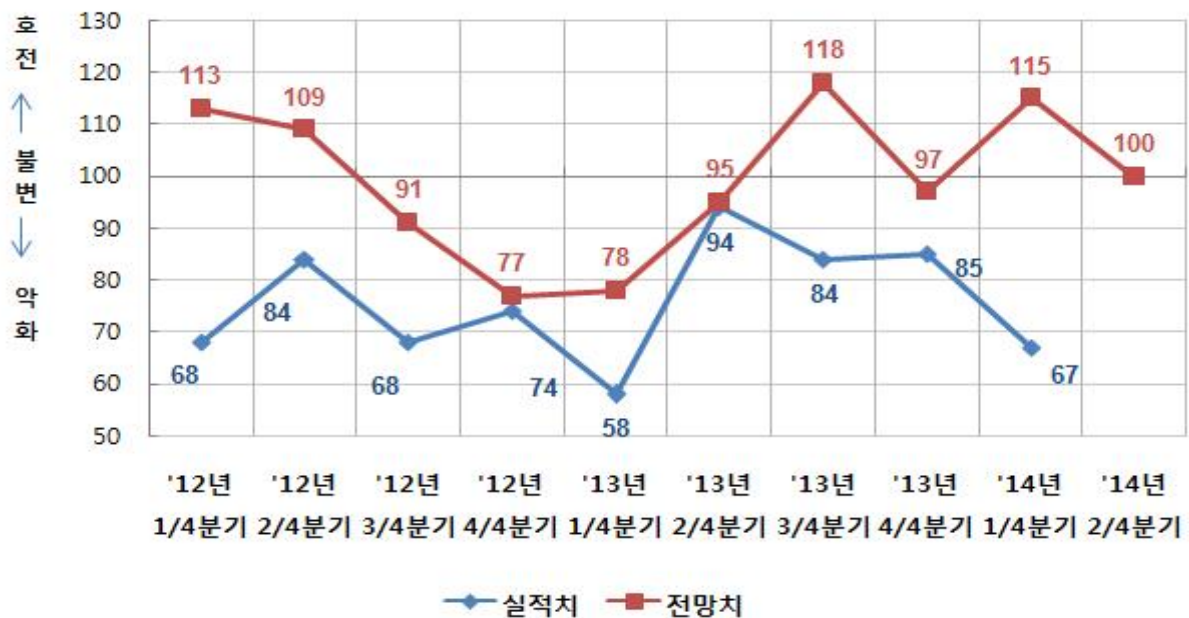
II. 조 사 결 과

1. 경기전망

○ 2014년 2/4분기 부산지역 소매유통업 경기전망지수(RBSI) : '100'

- 최근 안정적인 소비자물가와 양호한 수준으로 소비자심리지수가 유지되는 되고 있지만 경기전망지수는 기준치인 100으로 나타남에 따라 향후 부산지역의 소매유통경기는 크게 좋아지지는 않고 전분기와 비슷할 것으로 전망됨.
- 업태별 전망치를 살펴보면 백화점을 제외한 모든 업태에서는(대형마트111, 슈퍼마켓 115, 편의점 106, 전자상거래 109)기준치 100을 상회하였지만 백화점(94)은 기준치 이하로 조사되어 본격적인 소비회복에 대한 기대감은 아직은 밝지 않을 것으로 전망됨.

〈 부산지역 소매유통업 경기전망지수(RBSI) 〉



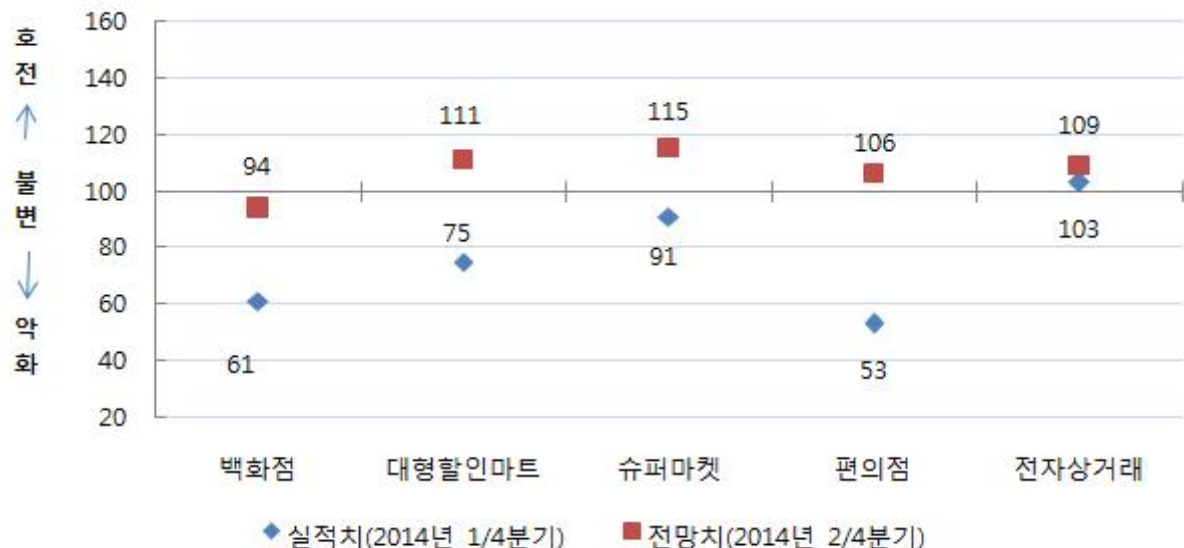
○ 2014년 1/4분기 실적지수는 '67'로 나타남.

- 지난 1월 설 명절 특수로 백화점 및 대형마트 매출이 늘어나는 듯 했지만 올겨울 예상보다 포근한 날씨가 이어지면서 방한의류, 난방가전, 겨울식품 등의 매출부진과 AI로 인해 가금류까지 매출이 줄어드는 등 소비 부진이 이어지면서 실적지수는 기준치인 100이하로 나타남에 따라 부산지역 소매유통업의 실적부진은 계속된 것으로 조사됨.

2. 업태별 전망

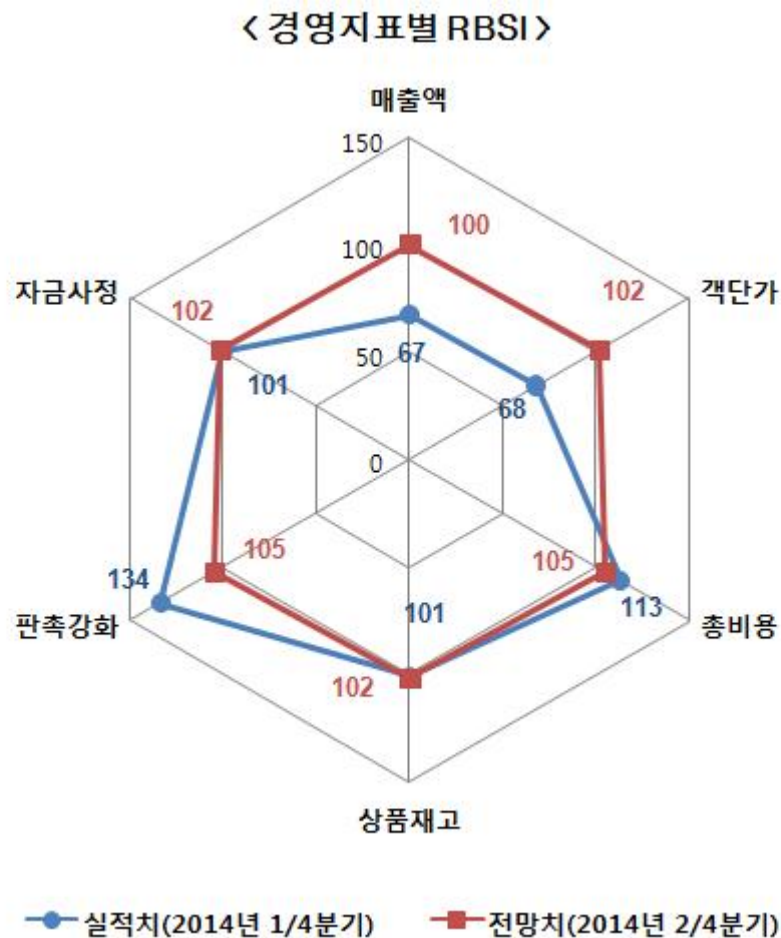
- 소매업태중 유일하게 기준치 이하로 나타난 백화점(94)은 봄 정기 세일 돌입, 봄철 야외활동용 아웃도어 판매, 혼수관련 상품 등의 판매가 늘어 날 시즌인데도 불구하고 기준치 이하로 나타난 것은 최근 급속히 성장하고 있는 타 업태간 경쟁으로 인한 고객유출과 본격적인 경기회복 지연으로 주 고객층의 소비가 확연하게 살아나지 않고 있기 때문임.
- 대형할인마트(111)는 휴일 의무휴업으로 인한 매출감소를 만회하기 위해 온라인 사업 강화, 각종 판촉활동(창립기념 대폭 할인행사 등), 고품질 저가격 상품 확대 등의 다양한 마케팅 활동을 지속적으로 강화함에 따른 기대치가 반영되었기 때문임.
- 슈퍼마켓(115)은 편의점 출점 증가에 따른 근린 상권의 경쟁이 심화되고 있지만 뛰어난 접근성과 가격 할인행사 강화로 고객을 유치함에 따라 업태 중 가장 높은 전망치로 나타남.
- 편의점(106)은 실적치가 가장 낮았던 전분기 보다는 봄철 야외 활동 증가와 근거리 소량 구매고객층이 점차 늘어나고 있고, 또한 전자상거래(109)도 최저가 검색이 가능한 온라인을 많이 찾는 알뜰 소비자들이 늘어남에 따라 기준치를 웃도는 것으로 나타남.

〈 업태별 소매유통업 경기전망지수(RBSI) 분포 〉



3. 경영지표 전망

- 부산지역 소매유통업의 주요 경영지표의 전망치가 모두 기준치인 100과 비슷하게 조사됨에 따라 2/4분기의 경영 여건도 대체적으로 크게 호전되지는 않을 전망이다.
- 경영지표별로 살펴보면, 매출액(100), 객 단가(102), 자금사정(102), 상품재고(102)의 전망치는 1/4분기 실적치보다 각각 33p, 34p, 1p, 1p 높게 나타난 반면, 총비용(105), 판촉강화(105)에서는 8p, 29p낮게 나타남.
- 이는 지속되는 경기부진으로 수익성 악화가 늘어나는 추세에 대응하기 위해 비용이 많이 드는 판촉활동 등은 선별적으로 시행하여 수익성 제고를 위한 비용절감 노력을 강화하기 때문임.



4. 경영애로 요인

- 2014년 2/4분기 예상되는 경영애로 요인 중 소비심리위축에 따른 매출부진(36.1%)이 가장 큰 비중을 차지, 다음으로 수익성 하락(16.0%), 업체 간 경쟁(12.4%), 유통규제강화(10.5%), 업체 내 경쟁(7.2%) 등의 순으로 나타남.
- 예상되는 경영애로 요인 중 1/4분기 중에 겪은 애로요인 대비 크게 증가한 항목은 매출부진에 따른 수익감소와 공격적인 마케팅 강화에 따른 비용 증가로 『수익성 하락』(16.0%)에 대한 응답에서 1/4분기 8.5%보다 7.5%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 양호한 수준으로 꾸준히 유지됨에 따라 『소비심리위축』(36.1%)에 대한 응답이 1/4분기 38.9%보다 2.8%p 하락함.

〈부산지역 소매유통업 경영애로 요인〉

(단위 : %, %p)

구 분	2014년 1/4분기 경 영 애 로 요 인	2014년 2/4분기 예 상 애 로 요 인	증 감
소 비 심 리 위 축	38.9	36.1	-2.8
업 태 간 경 쟁	15.1	12.4	-2.7
업 태 내 경 쟁	7.1	7.2	0.1
자 금 사 정 악 화	3.3	3.3	0.0
유통규제강화	10.4	10.5	0.1
상 품 가 격 상 승	6.6	4.7	-1.9
수 익 성 하 락	8.5	16.0	7.5
인 력 부 족	5.2	5.2	0.0
정 책 의 비 일 관 성	1.4	1.1	-0.3
기 타	3.6	3.6	0.0
계	100.0	100.0	