

## 2017년 2/4분기 부산지역 소매유통업 경기전망 조사

### 【 요 약 】

#### ☐ 2017년 2/4분기 소매유통업 경기전망

- 2/4분기 부산지역 소매유통업 경기전망지수(RBSI)는 '72'를 기록
- 각종행사와 야외 나들이로 외부활동이 늘어나는 시기를 맞이해 지역 소매유통 업계는 매출 확대를 위한 자구적 노력을 확대하고 있으나, 주력 업종의 업황 침체 장기화와 이에 따른 고용불안 및 소득감소, 가계 대출금리 인상 우려 등 불안정성이 확대됨에 따라 소비 심리가 위축되면서 부진할 것으로 전망됨. 따라서 소매유통업계의 자구책과 더불어 소비 심리 완화를 통한 내수 확대 위해 국가적 차원의 장기적인 진작책 마련이 필요

#### ☐ 업태별 전망

- 백화점(61)은 본격적인 봄 정기 세일과 창립기념 세일 등 각종 프로모션의 확대를 바탕으로 의류 품목 중심의 판촉 확대가 예상되나, 지역 경기 부진의 영향으로 부진 지속 전망
- 대형할인마트(73)는 창립기념 프로모션 연장 확대, 사은품 증정 및 PB상품 마케팅 강화 등 각종 판촉 확대에도 불구하고 소비심리위축과 온라인 등으로 소비채널이 이동함에 따라 잡화와 의류를 중심으로 소비가 감소해 부진 전망
- 슈퍼마켓(87)은 일부 창립기념 행사가 진행되고 있는 기업형슈퍼마켓(SSM)의 매출 상승으로 비교적 전망지수가 높게 나타났으나, 업태 간 경쟁심화, 상권 내 인구감소로 부진 전망
- 편의점(75)은 지역 내 편의점 점포수의 증가로 업태 내 경쟁이 과열되는 가운데 경기 불황에 따른 소비 위축, 슈퍼마켓을 비롯한 다른 업태 간 경쟁 심화로 부진 전망

#### ☐ 경영지표 전망

- 내방 고객 감소, 소비여력이 감소에 따른 저가 식품군 위주의 소비로 객단가 부진이 예상되는 가운데, 각종 창립기념 행사 등 판촉 및 광고 확대로 총비용은 증가해 순이익 부진 전망

| 지표 | 매출액 | 고객수 | 객단가 | 순이익 | 할인행사 | 광고확대 | 판촉강화 | 총비용 |
|----|-----|-----|-----|-----|------|------|------|-----|
| 지수 | 72  | 76  | 68  | 79  | 108  | 108  | 108  | 108 |

#### ☐ 실적요인 및 경영애로요인

- 2/4분기 예상되는 실적요인으로는 '소비심리 위축에 따른 매출부진'이 52.3%로 가장 높음
- 2/4분기 예상되는 경영애로요인으로는 '수익성 하락'이 52.1%로 가장 높음

## 목 차

|            |   |
|------------|---|
| I. 조사 개요   | 1 |
| II. 조사 결과  | 2 |
| 1. 경기전망    | 2 |
| 2. 업태별 전망  | 3 |
| 3. 경영지표 전망 | 4 |
| 4. 실적요인    | 5 |
| 5. 경영애로요인  | 6 |

# I. 조사개요

## 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 조사(전화/팩스) 후 집계 파일 수령
- 조사대상 : 부산지역 백화점, 대형할인마트, 슈퍼마켓 등 193개체

## 3. 조사기간

- 대한상의 조사 및 지역별 데이터 정리 : 2017년 3월 9일 ~ 3월 28일
- 부산지역 데이터 분석 및 보고서 작성 : 2017년 4월 1일 ~ 4월 12일

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

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

$$\text{소매유통업 경기전망지수} = \frac{\text{호전(증가)표시 업체 수} - \text{악화(감소)표시 업체 수}}{\text{총 유효 응답 업체 수}} \times 100 + 100$$

※ 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. 조사결과

### 1. 경기전망

#### □ 2017년 2/4분기 부산지역 소매유통업 경기전망지수(RBSI): '72'

##### ○ 2015년 4/4분기 '95'를 기록한 이래 7분기 연속 기준지수(100) 미만을 기록

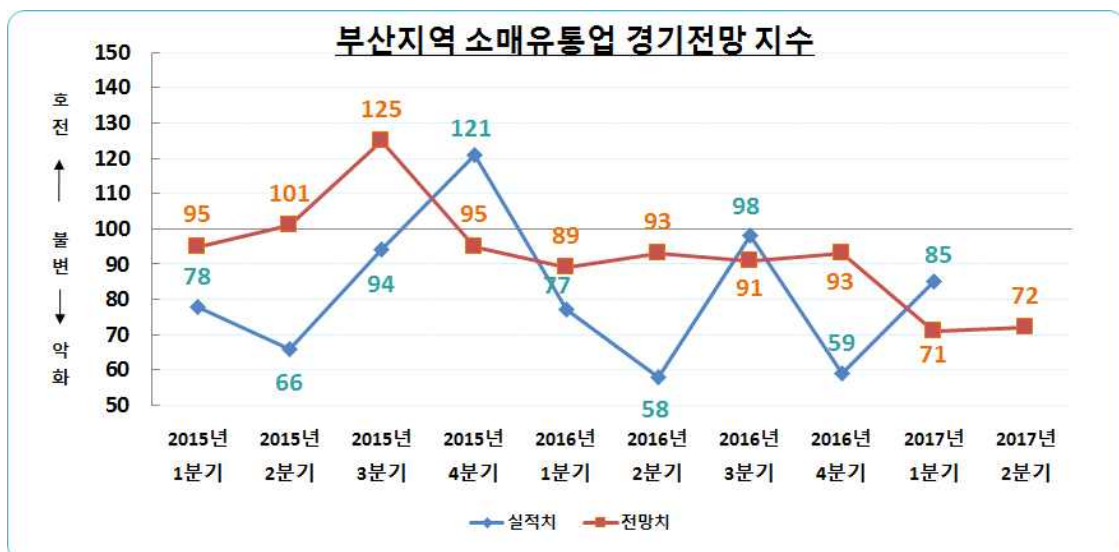
- 2/4분기 부산지역 소매유통업은 각종행사와 야외 나들이로 외부활동이 늘어나는 시기를 맞이해 매출 확대를 위한 자구적 노력을 확대하고 있으나, 조선 및 조선기자재, 해운업 등 주력 업종의 업황 침체 장기화와 이에 따른 고용불안 및 소득감소, 가계 대출금리 인상 우려 등 불안정성이 확대됨에 따라 소비심리가 위축되면서 부진이 전망됨. 또한 내방 고객 수와 객단가 감소로 상권이 약화됨에 따라 업체 간 경쟁도 심화될 것으로 예상됨. 따라서 소매유통업계의 자구책과 더불어 소비심리 완화를 통한 내수 확대를 위해 국가적 차원의 장기적인 진작책 마련이 필요

#### □ 2017년 1/4분기 실적지수는 '85'로 나타남

##### ○ 2016년 4/4분기 실적지수 '59' 대비 26포인트 증가

- 2017년 1/4분기 소매유통업 실적지수는 설명절과 졸업·입학 시즌 등 각종 특수에도 불구하고 지역 주력업종의 내수와 수출 부진의 이중고가 지속된 가운데 본격적인 탄핵 정국과 사드배치 결정에 따른 중국의 경제보복조치 현실화, 미국의 기준금리인상 등 대내외 불안정성의 확대로 소비심리가 크게 얼어붙어 매출과 순이익 등 각종 경영 지표들이 부진하면서 기준지수(100)를 하회

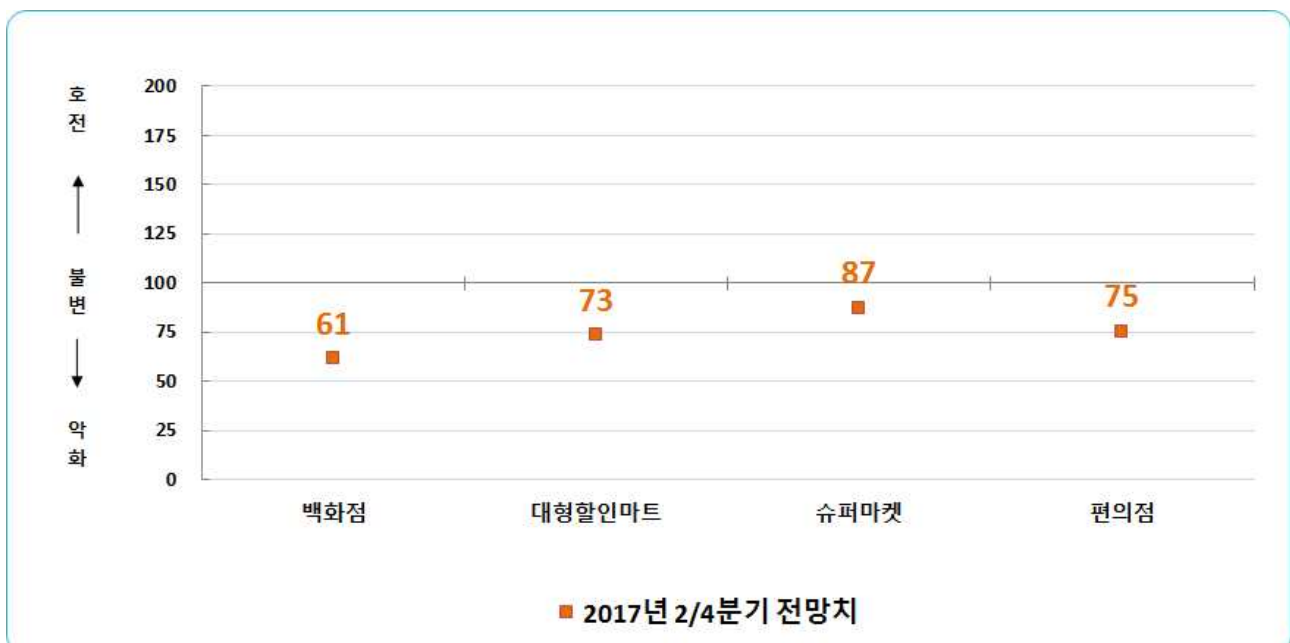
【 부산지역 소매유통업 경기전망 지수(RBSI) 】



## 2. 업태별 전망

- 업태별 전망을 살펴보면, 백화점(61), 대형할인마트(73), 슈퍼마켓(87), 그리고 편의점(75) 등 모든 업태에서 기준지수(100) 미만을 기록
- 백화점(61)은 본격적인 봄 정기 세일과 롯데백화점의 그룹 창립 50주년 기념 세일 등 각종 프로모션의 확대를 바탕으로 수입 의류 브랜드와 패션잡화 브랜드, ‘컨템포러리 브랜드(유명 브랜드)’ 등 봄철 패션의류 품목 중심의 판촉 확대가 예상되나, 지역 경기 부진의 영향으로 매출 확대를 기대하기 어려워 부진이 지속될 전망
  - 대형할인마트(73)는 봄철 나들이 시즌과 홈플러스 등 창립기념 프로모션의 확대, 사은품 증정 및 PB상품 확대 등 각종 판촉 확대에도 불구하고 소비심리위축과 소셜커머스 등 온라인 쇼핑몰로의 소비채널 이동 등의 요인으로 오락·취미 용품 등 잡화와 의류를 중심으로 소비가 감소해 부진 전망
  - 슈퍼마켓(87)은 일부 창립기념 행사가 진행되고 있는 기업형슈퍼마켓(SSM)의 매출 상승으로 다른 업태에 비해 비교적 전망지수가 다소 높게 나타났으나, 대형할인마트와 편의점과의 경쟁심화, 상권 내 인구 감소 등의 요인에 따라 소규모 슈퍼마켓을 중심으로 부진 전망
  - 편의점(75)은 ‘1+1’과 사은품 증정과 같은 정기 프로모션이 지속되고 있으나, 지역 내 편의점 점포수의 증가로 업태 내 경쟁이 과열되는 가운데 경기 불황에 따른 소비 위축, 슈퍼마켓을 비롯한 다른 업태 간 경쟁 심화로 부진 전망

【 업태별 부산지역 소매유통업 경기전망지수(RBSI) 분포 】



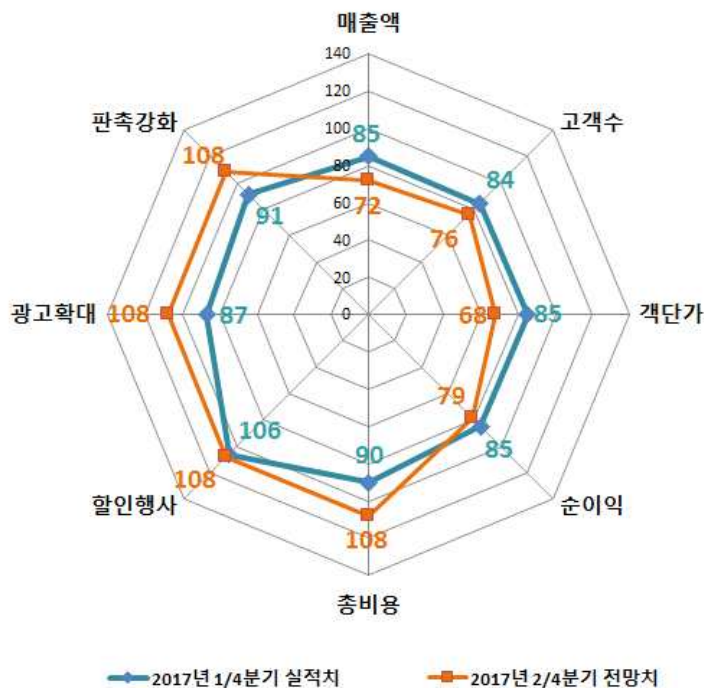
### 3. 경영지표 전망

#### □ 내방 고객수 감소와 객단가 하락에 따른 매출액 감소

##### 광고 및 할인행사, 각종 판촉 강화에 따른 비용 증가로 순이익 감소

- 경영지표별로 살펴보면, 주요 지표인 **매출액(72)**, **고객 수(76)**, **객단가(68)**, **순이익(79)** 등 주요 전망치가 기준지수(100)를 하회하고 있어 올해 1/4분기에 이어 부진 지속
- 특히 지역 경기 회복이 불투명한 가운데, 소비심리가 크게 위축됨에 따라 내방 고객수가 전 분기에 비해 더욱 감소할 것으로 보이며, 비교적 고가 상품군인 잡화·의류 소비가 줄고 음식료품 위주의 저가 상품 비중이 늘면서 객단가도 하락할 것으로 보여 매출이 부진할 것으로 전망
- **할인행사(108)**, **광고확대(108)**, 그리고 **판촉강화(108)** 등의 경영지표는 기준지수(100)를 상회하는 국가적 차원의 소비진작책이 상대적으로 부족한 반면, 백화점과 대형할인마트를 중심으로 봄철 정기세일, 창립기념 프로모션 확대 등 매출 진작을 위한 업계 자체 방안이 확대 될 것으로 예상되기 때문

【 경영지표별 부산지역 소매유통업 경기전망지수(RBSI) 분포 】



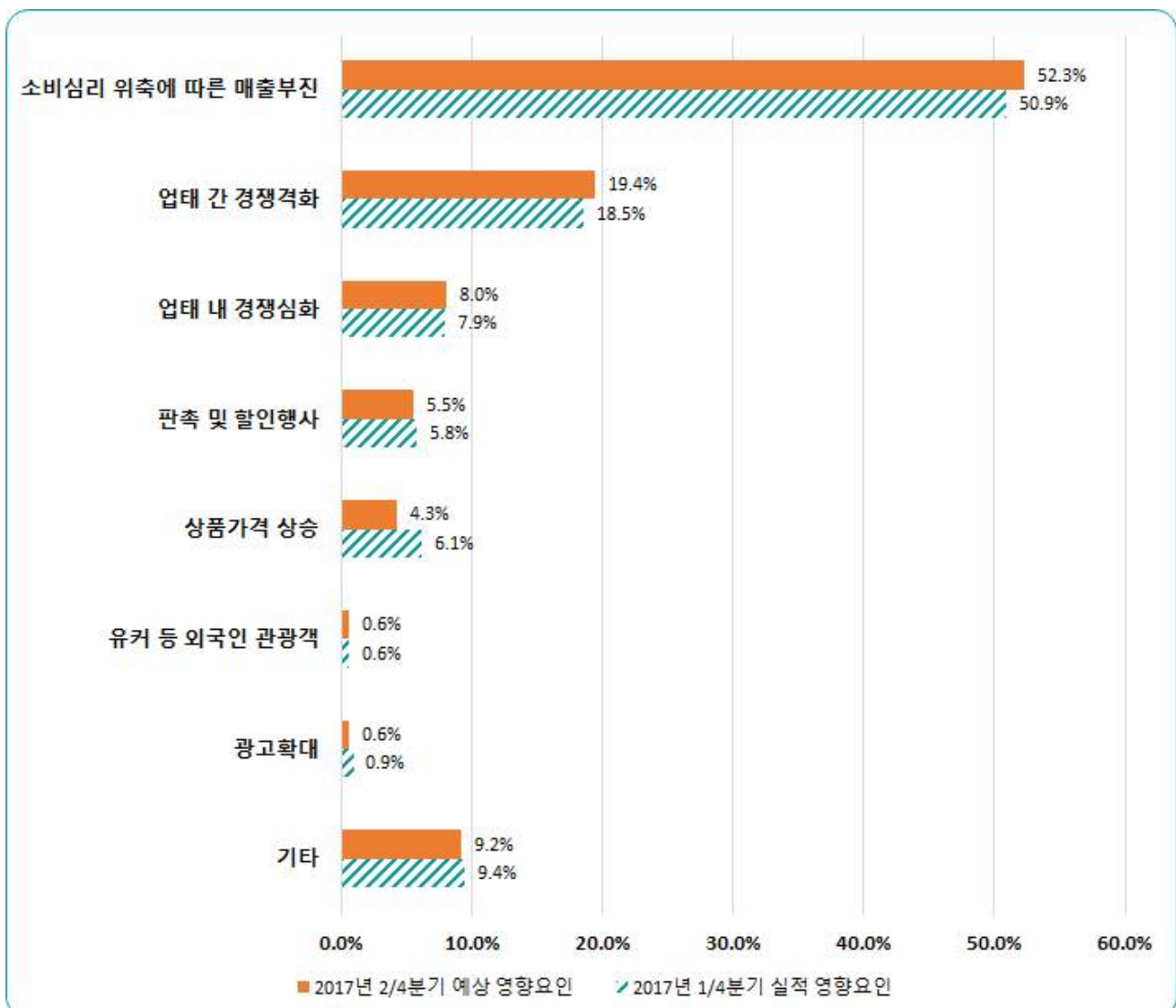
## 4. 실적요인

□ 2017년 2/4분기 예상되는 영향요인으로는 소비심리위축에 따른 매출부진 (52.3%)이 가장 큰 비중을 차지

○ 부산지역 경제는 조선 및 조선기자재, 자동차 부품 등 주력 업종의 업황 부진이 지속되는 가운데 소득감소, 구조조정에 따른 실업 등 고용 불안, 가계 대출금리 인상 우려 등의 요인으로 인해 소비심리위축으로 매출 부진이 지속될 것으로 전망

- 부정적인 실적요인은 소비심리위축에 따른 매출부진(53.9%)에 이어 업태 간 경쟁격화 (19.4%), 업태 내 경쟁심화(8.0%), 상품가격 상승(4.3%) 등의 순으로 나타난 반면, 긍정적인 실적요인인 판촉 및 할인행사(5.5%), 유커 등 외국인 관광객(0.6%), 광고확대 (0.6%) 등은 상대적으로 낮음

【 부산지역 소매유통업 영향요인 】



## 5. 경영애로요인

□ 2017년 2/4분기 예상되는 경영애로요인으로는 수익성 하락(52.1%)이 가장 큰 비중을 차지

○ 야외활동이 늘어나는 봄철 나들이 시즌임에도 불구하고 내방 고객수와 객단가는 감소하면서 수익성 하락이 가장 큰 애로요인으로 나타남.

- 특히 예상되는 경영애로요인 중 수익성 하락의 비중이 지난 1/4분기에 대비 6.1%p 증가한 것으로 나타나 부산지역 소매유통업의 수익성 부진이 더욱 심화될 것으로 예상
- 수익성 하락(52.1%)에 이어, 인력부족(11.2%), 자금사정 악화(9.4%), 유통관련 규제 강화(7.9%), 정부정책의 비일관성(3.7%)등의 순으로 나타남.

【 부산지역 소매유통업 경영애로요인 】

