

2026년 1/4분기

인천지역 소매유통업 경기전망 보고서

2026. 1



Contents

SECTION 1.		<표 목차>	
설문조사 개요	1	1. 업태별 소매유통업 경기전망지수	4
		2. 2026년 1분기 경영 활동 현안 및 애로사항	5
SECTION 2.		<그림 목차>	
1. 소매유통업 경기 전망	2	1. 인천 소매유통업 경기전망지수 추이	2
① 종합 경기 전망	2		
② 부문별 경기 전망	3		
③ 업태별 경기 전망	4		
2. 소매유통업 경영 환경	5	2. 경영 부문별 '26년 1/4분기 전망	3
① 2026년 1분기 경영 활동 현안 및 애로 사항	5		

설문조사 개요

- 조사기간 : 2025. 12. 2 ~ 12. 16
- 조사방법 : 구조화된 설문지를 통한 조사
- RBSI 산출식

$$(\text{호전예상 응답 기업수} - \text{악화예상 응답기업수}) / \text{응답기업수} \times 100 + 100$$
- 응답기업 : 인천지역 소재 소매유통업체 65개사
- 응답기업 분포
 - 업태별 <대형마트 (9개), 편의점(25개), 슈퍼마켓(12개), 무점포소매 (19개)>

1 소매유통업 경기 전망

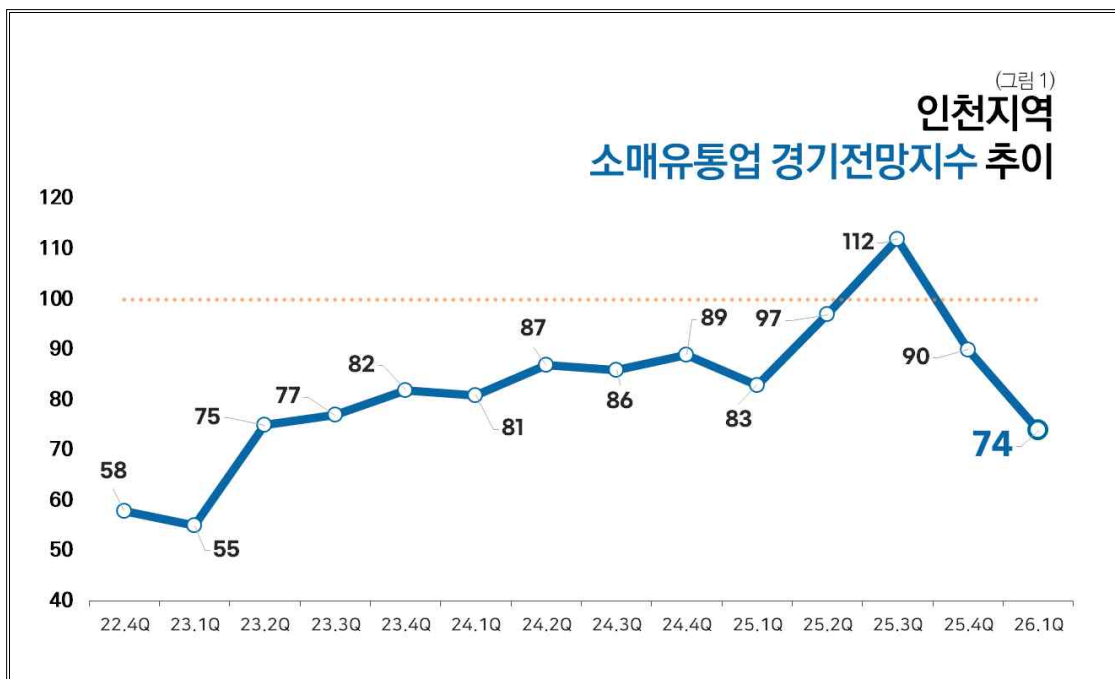
① 종합 경기 전망

- 인천지역 소재 소매유통업체(대형마트, 슈퍼마켓, 편의점 등) 65개사를 대상으로 조사한 2026년 1/4분기 인천 소매유통업 경기전망지수(RBSI)는 '74'로 집계되어, 기준치(100)를 크게 하회하며 2026년 연초에도 소매유통업 경기 회복을 기대하기는 어려울 것으로 나타남

※ RBSI(소매유통업경기전망지수)가 100 이상인 경우 '다음 분기의 소매유통업 경기를 지난 분기보다 긍정적으로 본 기업이 많다'는 의미이고, 100 이하인 경우 그 반대 현상을 나타냄

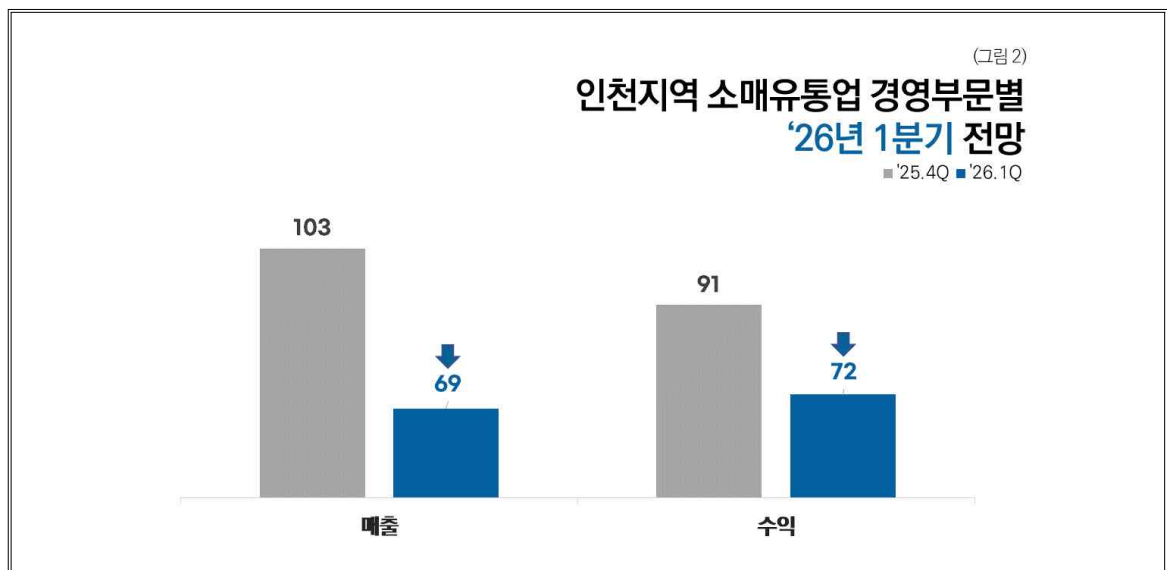
- 소비심리는 회복 국면에 있는 것으로 나타났으나, 인천지역 소매유통업계는 겨울철 비수기 진입과 내수 부진에 따른 소비 둔화, 매출 하락세 지속 등의 영향으로 아직까지 경기 회복에 대한 기대감이 낮은 것으로 나타남. 특히 설 명절 특수 등 일시적인 기대 요인이 존재함에도 불구하고, 경기 침체와 소비 위축, 경쟁 심화 등으로 인해 체감 경기 개선으로는 이어지지 못하고 있는 것으로 보임

- 소매유통시장 성장률 전망[대한상공회의소] : 0.8%[24] → 1.1%[25. 10] → 0.6%[26]
- 인천지역 소비자심리지수[한국은행 인천본부] : 109.5[25.10] → 111.7[25.11] → 109.9[25.12]



② 부문별 경기 전망

- 2026년 1/4분기 인천지역 소매유통업계의 **매출전망지수**는 69로 겨울철 비수기에 따른 유동객수 감소와 내수 부진에 따른 소비 위축, 온라인 유통업체와의 경쟁 등의 영향으로 매출 감소에 대한 우려가 지속되는 것으로 낙남
- 2026년 1/4분기 인천지역 소매유통업계의 **수익전망지수**는 72로, 원가 상승과 인건비·물류비 등 비용 부담이 증가하며 수익이 감소할 것으로 전망함
 - 최저임금 시간급 인상 : 10,030원['25년] → 10,320원['26년] (전년 대비 2.9% 인상)



③ 업태별 경기 전망

- 2026년 1/4분기 인천지역 소매유통업 업태별 경기전망지수는 대형마트 89, 슈퍼마켓 72, 편의점 67로 조사되어, 모든 업태에서 기준치(100)를 하회하며 경기가 위축될 것으로 전망함
 - 대형마트(89)는 2025년 4/4분기에는 추석 명절 특수에 따른 기저효과로 경기 회복에 대한 기대감이 크게 나타났으나, 2026년 1/4분기에는 설 명절을 앞두고 있음에도 불구하고, 업태간 경쟁심화, 소비 위축 등 불확실한 시장 상황에 따라 지난 분기 대비 경기 부진을 우려함
 - 슈퍼마켓(72)과 편의점(67)은 계절적 요인과 함께 최저임금 인상 및 환율 변동으로 인한 물가 상승·비용 증가, 소비 심리 둔화 등의 이유로 지난 분기보다 2026년 1/4분기 소매유통업 경기가 악화될 것으로 예상함
- 2026년 업태별 성장률 전망치[대한상공회의소] : -0.9%[대형마트], -0.9%[슈퍼마켓], 0.8%[편의점]

인천지역 업태별 소매유통업 경기전망지수(RBSI) (표 1)

업 태	'22년	'23년				'24년				'25년				'26년	전기比
	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	증감
총 합	58	55	75	77	82	81	87	86	89	83	97	112	90	74	-16p
대형마트	78	89	111	67	89	89	111	100	78	78	67	78	111	89	-22p
슈퍼마켓	67	50	50	58	58	83	75	83	100	92	117	125	83	72	-9p
편 의 점	92	88	72	116	108	68	84	76	76	72	92	124	80	67	-13p

※ 인천지역 백화점 업태의 경우, 표본조사의 특성상 조사대상 개수 미달로 지수에 반영하지 않음

2 소매유통업 경영 환경

① 2026년 1분기 경영 활동 현안 및 애로 사항

- 인천지역 소매유통업계의 2026년 1/4분기 경영 활동 시 예상되는 가장 큰 현안 및 애로 사항은 ‘소비심리 회복 지연’(32.3%)으로 나타남. 이어 ‘비용부담 증가(인건비·금융·물류비·전기 등)’(24.6%), ‘시장 경쟁 심화(업체 간 출혈 경쟁)’(15.4%), ‘중국 전자상거래(C커머스-알리, 테무 등) 국내시장 영향력 확대’(10.8%)도 경영 활동에 영향을 미칠 것이라고 응답함. 이외에도 ‘고금리 지속에 따른 부채 부담 가중’(7.7%), ‘상품 매입가 상승’(6.2%) 등도 애로 사항으로 조사됨

2026년 1분기 경영 활동 시 가장 큰 현안 및 애로 사항 (표 2)

조사항목	소비심리 회복 지연	비용부담 (인건비, 금융, 물류비, 전기 등)	시장 경쟁 심화 (업체간 출혈경쟁)	중국 전자상거래 (C커머스-알리, 테무 등) 국내시장 영향력 확대	고금리 지속 (부채부담 가중)	상품 매입가 상승	유통 규제	기타
응답업체 (비중)	21개 (32.3%)	16개 (24.6%)	10개 (15.4%)	7개 (10.8%)	5개 (7.7%)	4개 (6.2%)	1개 (1.5%)	1개 (1.5%)