

# 2022년 4/4분기 인천지역 소매유통업 경기전망 보고서

2022. 10

INCHEON CHAMBER OF COMMERCE & INDUSTRY

# Contents

SECTION 1.		
설문조사 개요	1	<표 목차>
SECTION 2.		
1. 소매유통업 경기 전망	2	1. 업태별 소매유통업 경기전망지수 4
① 종합 경기 전망	2	2. 경영 활동 현안 및 애로 사항 5
② 부문별 경기 전망	3	3. 소비 활성화 방안 5
③ 업태별 경기 전망	3	4. 주 경쟁상대 5
2. 유통업 경영 환경 전망	5	<그림 목차>
① 경영 활동 애로 사항	5	1. 인천 소매유통업 경기전망지수 추이 2
② 소비 활성화 방안	5	2. 경영 부문별 `22년 4/4분기 전망 3
③ 주 경쟁상대	5	

## 설문조사 개요

- 조사기간 : 2022. 9. 13 ~ 9. 23
- 조사방법 : 구조화된 설문지를 통한 조사
- RBSI 산출식  
(호전예상 응답 기업수 - 악화예상 응답기업수) / 응답기업수 × 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

- 2022년 4/4분기 인천 소매유통업 경기전망지수(RBSI)가 '58'로 집계되어, 이전 분기에 이어 연속으로 기준치 '100'에 크게 미치지 못한 것으로 나타남. 이는 인천의 2022년 4/4분기 소매유통업 경기가 2022년 3/4분기에 비해 위축될 것으로 전망한 업체가 많다는 의미임

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

- 이번에 집계된 전망치 '58'은 코로나19 확산 이후 지수가 가장 크게 떨어진 지난분기(62)에 이어 지수가 더 하락한 것으로, 코로나19 발생 직후('20.2Q<50>, '20.3Q<56>)의 전망치만큼 낮은 수치를 기록함. 즉, 인천지역 소비유통업계의 경기 위축 우려가 더 커진 것임

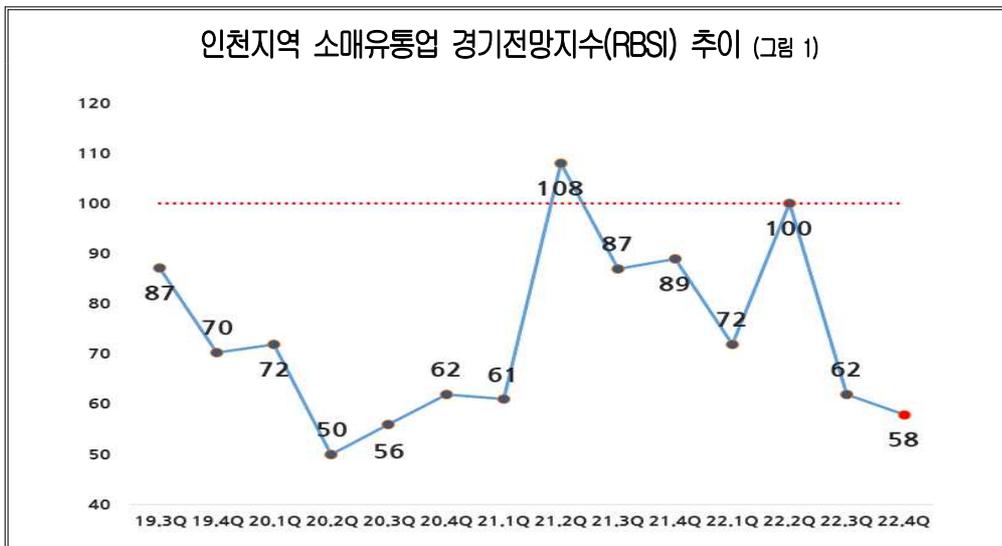
※ 코로나19 확산 이후 RBSI 변화 추이

72[20.1Q]→50[2Q]→56[3Q]→62[4Q]→61[21.1Q]→108[2Q]→87[3Q]→89[4Q]→72[22.1Q]→100[2Q]→62[3Q]→58[4Q]

- 4/4분기 경기 전망을 부정적으로 내다 본 배경으로는 물가 상승 및 금리 인상 지속에 따른 경기침체, 이로 인해 소비심리 회복이 늦어지는 점, 원자재·인건비 부담 증가 등의 요인이 작용한 것으로 나타남

※ 최근 주요 경제지표 동향

전년 동월비 소비자물가지수 상승률(통계청): 4.8%[22.4月]→5.4%[5月]→6.0%[6月]→6.3%[7月]→5.7%[8月]→5.6%[9月]  
기준금리(한국은행): 1.00%[21.11月]→1.25%[22.1月]→1.50%[4月]→1.75%[5月]→2.25%[7月]→2.50%[8月]→3.00%[10月]  
원-달러 환율: 1,255.9원[4月]→1,237.2원[5月]→1,298.4원[6月]→1,299.1원[7月]→1,337.6원[8月]→1,430.2원[9月]



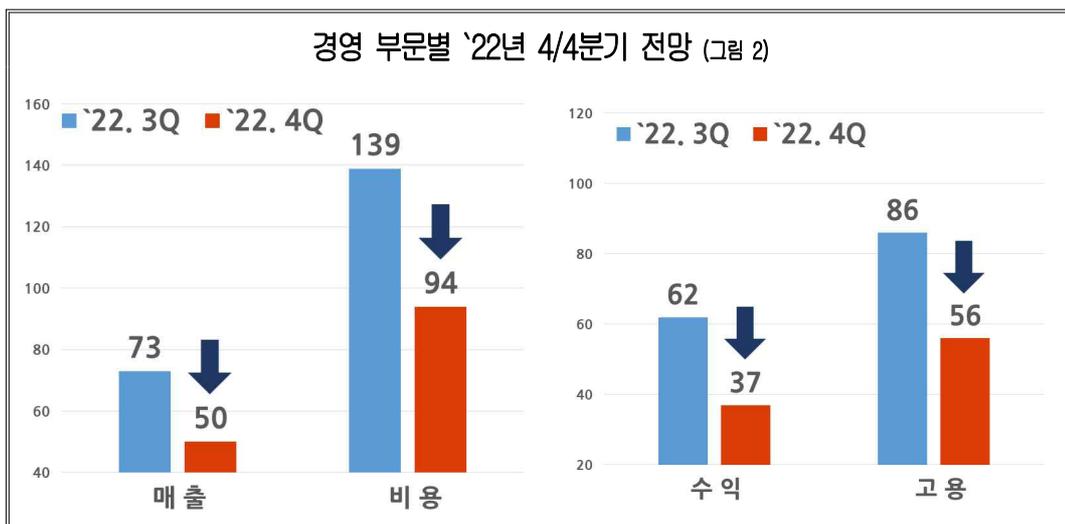
## ② 부문별 경기 전망

- 소매유통업계 '22년 4분기 매출 전망은 '50'으로 지난분기(73) 보다 지수가 더 하락해 소매유통업계의 매출이 지속 감소할 것으로 전망됨. 이는 고물가에 따른 소비 위축, 경기 침체 등에 의한 것으로 나타남
- 소매유통업계의 비용 발생 전망은 '94'로, 기준치(100)를 다소 하회함. 이는 전반적으로 비용 발생이 직전분기와 비슷하거나 다소 줄어들 것으로 전망한 것을 의미함. 다만, 업태별 '비용 발생' 전망이 다르게 나타났음

### ※ 업태별 '비용 발생' 전망

- 대형마트(89)는 매출 감소에 따라 운영비를 절감하는 등의 요인으로 비용 발생이 줄어들 것으로 전망하였고, 슈퍼마켓(142) 및 편의점(136)은 물가 및 인건비 상승 등의 요인으로 비용 발생이 증가할 것으로 전망

- 소매유통업계 수익 전망은 '37'로 부문 내 가장 낮은 전망치를 기록함. 매출 하락에 따른 수익 감소가 주요 원인인 것으로 보이며, 원가 상승 부담, 인건비 증가 등의 영향도 있는 것으로 보임
- 소매유통업계의 고용 상황 전망은 '56'을 기록하며, 매출·수익 감소에 따른 인건비 부담 증가로 고용 환경이 위축될 것으로 우려됨



## ③ 업태별 경기 전망

- 인천 소매유통업계의 2022년 4/4분기 업태별 경기 전망을 살펴보면 「슈퍼마켓(67)」, 「대형마트(78)」, 「편의점(92)」 모두 이전 분기 대비 경기가 위축될 것으로 전망함

- 슈퍼마켓(67)은 지난분기(17) 이후 지수가 50포인트 상승했으나, 여전히 부정적 경기전망이 지속되고 있는 것으로 나타남. 지수 상승 원인은 직전분기 지수 낙폭이 큰 것에 대한 기저효과도 일부 작용한 것으로 볼 수 있으나, 코로나19 이후의 온라인 소비 증가 여파와 경기침체로 인해 경기 호전은 어려울 것으로 보임
- 대형마트(78)는 지난분기(89)에 이어 지수가 연속해서 하락함. 물가 상승이 대형마트 품목 전반에 영향을 미치면서 객수 감소가 예상되고, 이에 따른 매출 감소로 경기가 위축될 것으로 전망함
- 편의점(92)은 지난분기(104)에 업태 중 유일하게 경기 전망을 긍정적으로 내다보았으나, 2022년 4/4분기 경기 전망은 다소 위축될 것으로 전망함. 소비수요 증가에 따른 경기 호전 기대 응답도 있었으나, 동절기 비수기 영향, 유동인구 감소 등의 요인으로 4/4분기 경기를 다소 부정적으로 전망함
- 대형마트, 슈퍼마켓, 편의점 모두 2022년 4/4분기 경기를 부정적으로 내다본 데에는 물가 상승 및 경기 침체에 대한 응답이 주로 나타남. 또한, 환율·금리 인상 등의 영향, 인건비 부담 증가 및 소비 트렌드 변화에 대한 응답도 일부 조사됨

**인천지역 업태별 소매유통업 경기전망지수(RBSI) (표 1)**

업 태	'19년	'20년				'21년				'22년				전기비 증감
	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	
총 합	70	72	50	56	62	61	108	87	89	72	100	62	58	- 4p
대형마트	90	74	40	43	50	40	110	77	80	81	107	89	78	- 11p
슈퍼마켓	68	71	52	52	64	75	111	83	97	59	97	17	67	+ 50p
편 의 점	73	69	64	81	74	65	100	107	85	82	98	104	92	- 12p

※ 인천지역 백화점 업태의 경우, '22년 4분기 기준 표본조사의 특성상 조사대상 개수 미달로 지수에 반영하지 않음

## 2 유통업 경영 환경 전망

### ① 경영 활동 애로 사항

- 인천지역 소매유통업계의 다음 분기 경영 활동 시 가장 큰 현안 및 애로사항으로는 ‘소비 위축’(29.2%)으로 나타남. 이어서 ‘상품매입 원가 상승’(23.1%), ‘비용 상승’(16.9%), ‘소비자 물가 상승(15.4%)’ 순으로 조사됨

다음 분기 경영 활동에 따른 인천지역 소매유통업계 현안 및 애로 사항 (표 2)

조사항목	소비 위축	상품매입 원가 상승	비용 상승 (인건비, 금융, 물류비 등)	소비자 물가 상승	경쟁 심화	소비 트렌드 변화
응답업체 (비중)	19개 (29.2%)	15개 (23.1%)	11개 (16.9%)	10개 (15.4%)	7개 (10.8%)	3개 (4.6%)

### ② 소비 활성화 방안

- 소매유통업계 소비 활성화를 위한 가장 효과적인 방법으로는 ‘물가 안정/하락’(67.7%)을 우선적으로 꼽았음. 높은 물가상승률의 지속이 소비 위축의 가장 큰 원인으로 업계에서 인식한다는 점이 반영된 것으로 보임. 이외 응답으로는 ‘경기 부양’(15.4%), ‘임금 인상’(7.7%) 등의 순으로 조사됨

소비 활성화를 위해 가장 효과적인 방법 (표 3)

조사항목	물가 안정/하락	경기 부양	임금 인상	가성비 좋은 상품/서비스 개발/확대	가격할인/판촉 행사 확대	유통 규제 완화/철폐	고용 창출 및 고용 안정	기타
응답업체 (비중)	44개(67.7%)	10개(15.4%)	5개(7.7%)	2개(3.1%)	1개(1.5%)	1개(1.5%)	1개(1.5%)	1개(1.5%)

### ③ 주 경쟁상대

- 주요 경쟁상대를 묻는 질문에 ‘온라인 쇼핑’(56.9%)이 가장 많은 비중을 차지하였음. 이어서, ‘편의점’(20.0%), ‘슈퍼마켓’(16.9%), ‘대형마트’(6.2%) 순으로 조사됨. 이는 코로나19로 인해 가속화된 온라인 쇼핑 시장과 1인 가구 증가에 따른 소비 패턴 변화 등의 요인이 작용된 것으로 보임

주 경쟁상대 (표 4)

조사항목	온라인 쇼핑	편의점	슈퍼마켓	대형마트	TV홈쇼핑	전통시장/상점가	백화점	기타 (동종업계 등)
응답업체 (비중)	37개(56.9%)	13개(20.0%)	11개(16.9%)	9개(13.8%)	4개(6.2%)	2개(3.1%)	1개(1.5%)	7개(10.8%)