

2022년 2/4분기 인천지역 소매유통업 경기전망 보고서

2022. 4

INCHEON CHAMBER OF COMMERCE & INDUSTRY

Contents

SECTION 1.

설문조사 개요 1

SECTION 2.

1. 소매유통업 경기 전망 2

① 종합 경기 전망 2

② 부문별 경기 전망 3

③ 업태별 경기 전망 3

2. 유통업 경영 환경 전망 5

① 코로나19 장기화 대응 사항 5

② 경영 활동 애로 사항 5

<표 목차>

1. 업태별 소매유통업 경기전망지수 변동 4

2. 코로나19 장기화 대응 사항 5

3. 경영 활동 애로 사항 5

<그림 목차>

1. 인천 소매유통업 경기전망지수 추이 2

2. 경영 부문별 '22년 2/4분기 전망 3

설문조사 개요

- 조사기간 : 2022. 2. 24 ~ 3. 18
- 조사방법 : 구조화된 설문지를 통한 조사
- RBSI 산출식
(호전예상 응답 기업수 - 악화예상 응답기업수) / 응답기업수 × 100 + 100
- 응답기업 : 인천지역 소재 소매유통업체 114개사
- 응답기업 분포
 - 업태별 <대형마트 (28개), 편의점(44개), 슈퍼마켓(37개), 무점포소매 (5개)>

1 소매유통업 경기 전망

① 종합 경기 전망

- 2022년 2분기 인천 소매유통업 경기전망지수가 지난 분기 대비 28포인트 상승한 '100'으로 집계되며 코로나19 확산 이후 가장 높은 지수를 보였던 '21.2Q(108) 수준에 이어 두 번째 높은 지수를 보였으나, 소비심리 위축 등의 불안요인으로 인천지역 소매유통업계 2분기 경기 전망은 관망세에 머물 것으로 전망됨

※ RBSI(소매유통업경기전망지수) 100 이상이면 '다음분기의 소매유통업 경기를 지난 분기 보다 긍정적으로 본 기분이 많다'는 의미이고, 100 이하 이면 그 반대 현상이라는 의미임

- 이전 분기인 '22년 1분기(72) 대비 지수가 큰 폭으로 상승한 배경으로는 계절적 요인에 따른 유통업계 성수기의 요인과 함께 거리두기 완화를 통한 소비 활성화 기대에 기인한 것으로 분석됨

※ 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]

- '22년 2분기 경기전망에 대한 인천지역 소매유통업계의 의견은 전반적으로 긍정적으로 전환된 것으로 나타나는 가운데, 물가상승에 따른 소비위축, 신종코로나 바이러스 출현 등에 따른 우려감은 일부 존재하는 것으로 판단됨



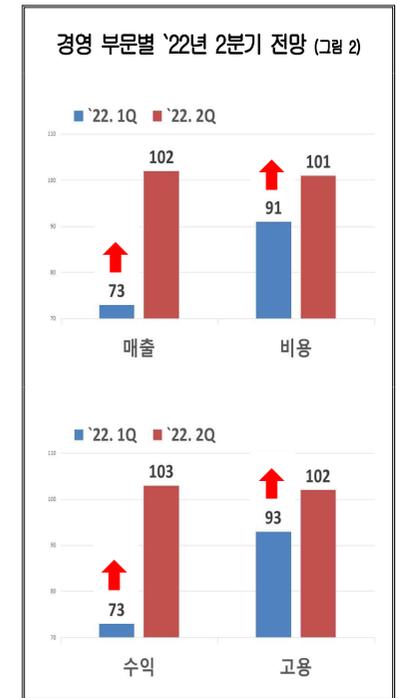
② 부문별 경기 전망

- 소매유통업계 '22년 2분기 매출전망은 '102'를 기록하며, 지난분기(73)보다 증가해 소매유통업 전반적인 매출이 오를 것으로 전망됨

- 유통업계 경영 비용발생 전망은 '101'로 나타나서 지난분기(91)에 비해 증가해, 매출 증가에 따라 비용도 상승할 것으로 나타남

- 소매유통업계의 수익 전망은 '103'을 기록하여 매출 증가와 비례하여 수익도 증가할 것으로 전망됨

- 유통업 고용 상황은 '102'로 나타나 지난분기(93) 보다 증가하며 소매유통업계 활성화 기대감에 따라 고용 수급도 긍정적인 것으로 나타남



③ 업체별 경기 전망

- 업체별 전망을 살펴보면 모든 업체가 이전 분기 대비 증가하여 기준치에 근접한 가운데, 「대형마트(107)」, 「편의점(98)」, 「슈퍼마켓(97)」 순으로 확인되었으며 공통적으로 경기 전망을 긍정적으로 내다보는 것으로 분석됨

- 대형마트(107)는 지난 1분기(81) 대비 26포인트 상승하며 3분기 연속 상승 추이를 나타내고 있으며, 이러한 배경에는 3월부터 일시중단된 방역패스 및 거리두기 점진적 완화에 따른 매출 개선 기대가 가장 크게 작용하는 것으로 파악됨

○ 편의점(98)은 지난 1분기(82) 대비 15.9포인트 상승하였으며 사회적 거리두기 완화 및 2분기 음료·빙과류 매출 확대 등의 요인으로 경기 전망이 긍정적일 것으로 예상되나, 거리두기 완화에 따른 대형 유통업체와의 경쟁 심화가 예상됨에 따라 타 업체 대비 증가폭이 적은 것으로 조사됨

○ 슈퍼마켓(97)은 업체 중 가장 낮은 전망치를 기록했으나 전 분기(59) 대비 38포인트 상승하며 역대 최대 상승폭을 기록하였으며, 이는 1분기 기저효과와 함께 계절적 요인에 따른 외출 증가, 사회적 거리두기 완화 등의 요인이 더해져 복합적으로 작용한 것으로 분석됨

다만, 최근 계속되는 물가 상승에 따라 발생할 수 있는 경기침체 및 소비 위축 가능성은 모든 업체에서 공통적으로 우려하는 부분으로 나타남

※ 최근 6개월 기준 소비자물가지수 동향 (출처 : 통계청)

103.4[21.10월]→ 103.9[11월]→ 104.0[12월]→ 104.7[22.1월]→ 105.3[2월]→ 106.1[3월]

인천지역 업체별 소매유통업 경기전망지수(RBSI) (표 1)

업태	'19년			'20년			'21년			'22년		전기비 증감		
	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q			
총합	81	87	70	72	50	56	62	61	108	87	89	72	100	+ 28p
대형마트	96	86	90	74	40	43	50	40	110	77	80	81	107	+ 26p
슈퍼마켓	67	100	68	71	52	52	64	75	111	83	97	59	97	+ 38p
편의점	70	98	73	69	64	81	74	65	100	107	85	82	98	+ 16p

※ 인천지역 백화점 업체의 경우, 표본조사의 특성상 조사대상 개수 미달로 지수 반영 제외함

2 유통업 경영 환경 전망

① 코로나19 영향 유통업계 대응 사항

○ 인천지역 소매유통업체들은 코로나19의 급속한 확산세에 대한 대응방안으로 '온라인 강화'(36.8%), '비용 절감'(20.2%) 등을 실시 또는 준비하고 있는 것으로 나타남

- 코로나19 이후 온라인을 중심으로 유통 구조가 변화됨에 따라 기존 오프라인 매장의 온라인 진출 및 역량 강화는 필수적인 것으로 나타났으며, 업체 간 경쟁심화에 따라 비용절감, 프로모션 강화 등의 전략이 더욱 중요해지고 있는 것으로 나타남

조사항목	온라인 강화	비용 절감	대책 못 세움	프로모션 강화	점포 리뉴얼	기타(무점포 등)
응답업체 (비중)	42개 (36.8%)	23개 (20.2%)	20개 (17.5%)	14개 (12.3%)	7개 (6.1%)	8개 (7.0%)

② 경영 활동 애로 사항

○ 소매유통업의 가장 큰 경영 애로사항은 '소비위축'(36.8%)으로 나타남

- 사회적 거리두기의 점진적 완화에 따른 요인에도 불구하고 물가상승으로 인한 소비심리가 위축되는 경제적 영향과 코로나19 변이바이러스 등장에 따른 사회적 거리두기 재조정 등 소비심리가 위축될 수 있는 환경에 대한 우려가 지속되는 것으로 나타남

조사항목	소비심리 위축	물가상승	비용상승	트렌드 변화 대응	경쟁 심화	유통 규제
응답업체 (비중)	42개 (36.8%)	34개 (29.8%)	20개 (17.5%)	10개 (8.8%)	7개 (6.1%)	1개 (0.9%)