

2023년 4/4분기

인천지역 소매유통업 경기전망 보고서

2023. 10



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 전략 및 역점 사항 5
② 부문별 경기 전망	3	3. 경영 활동 현안 및 애로 사항 5
③ 업태별 경기 전망	4	4. 지속된 고물가 상황에서의 대응 방안 5
2. 유통업 경영 환경 전망	5	<그림 목차>
① 경영 전략 및 역점 사항	5	1. 인천 소매유통업 경기전망지수 추이 2
② 경영 활동 애로 사항	5	2. 경영 부문별 `23년 4/4분기 전망 3
③ 지속된 고물가 상황에서의 대응 방안	5	

설문조사 개요

- 조사기간 : 2023. 9. 8 ~ 9. 22
- 조사방법 : 구조화된 설문지를 통한 조사
- RBSI 산출식

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

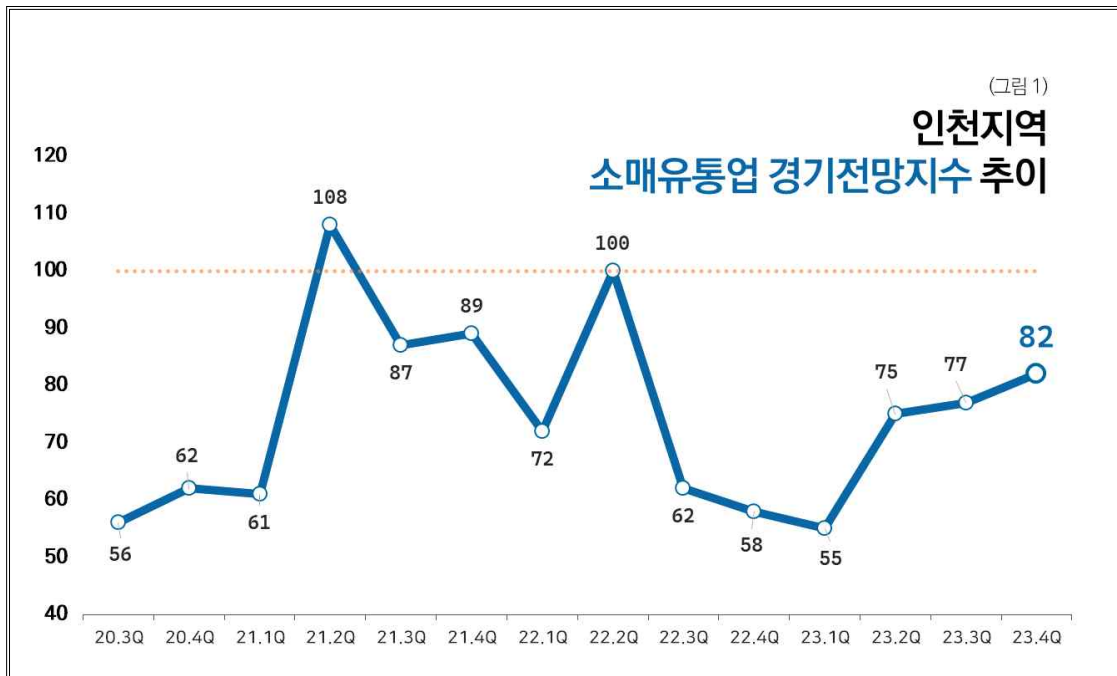
1 소매유통업 경기 전망

① 종합 경기 전망

- 인천지역 소재 소매유통업체(대형마트, 슈퍼마켓, 편의점 등) 65개사를 대상으로 조사한 ‘2023년 4/4분기 인천 소매유통업 경기전망지수(RBSI)’가 ‘82’를 기록함

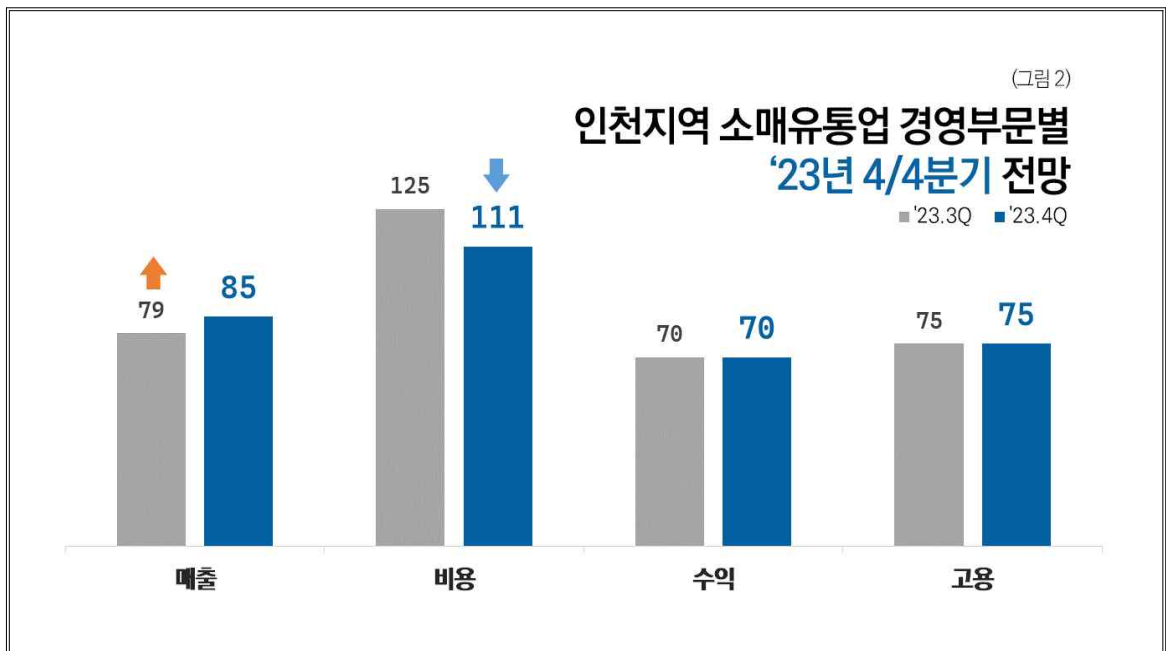
※ RBSI(소매유통업경기전망지수)가 100 이상인 경우 ‘다음 분기의 소매유통업 경기를 지난 분기 보다 긍정적으로 본 기업이 많다’는 의미이고, 100 이하인 경우 그 반대 현상을 나타냄

- ‘23년 3/4분기(77)와 마찬가지로 기준치(100)에는 크게 못 미치며, ‘23년 4/4분기의 인천지역 소매유통업계의 부정적인 경기 전망은 계속됨
- 지속된 경기 침체 및 물가 상승으로 인한 소비 심리 위축, 겨울철 비수기 등 계절적인 요인에 의해 경기회복에 대한 기대감은 여전히 낮은 것으로 나타남



② 부문별 경기 전망

- 소매유통업계의 '23년 4/4분기 매출 전망 지수는 '85'를 기록함. 계속되는 경기 침체로 소비 심리 개선이 늦어지는 점 등이 매출 전망에 부정적으로 작용하고 있음
- 비용 발생 전망 지수는 '111'로, 직전 분기(125)에 비해 하락했으나 여전히 기준치(100)를 크게 상회함. 인건비 상승이 비용 증가 전망의 주요 원인으로 나타났으며, 매입 원가·원자재가 상승, 전기·가스 요금 등의 공공요금 인상 등도 영향을 미침
- 소매유통업계의 '23년 4/4분기 수익 전망은 '70'으로 집계됨. 매출 하락으로 인한 수익 감소가 주요인으로 나타남. 또한, 여름 성수기 및 명절 특수가 끝나고 비수기로 접어드는 점도 요인으로 조사됨
- 소매유통업계의 고용 상황 전망은 '75'로 집계됨. 높아지는 최저임금으로 인한 인건비 부담 증가 및 내수 침체 영향으로 경비 절감을 위해 신규 인력 충원은 제한적일 것으로 분석됨



③ 업태별 경기 전망

- 업태별 전망의 경우 직전 분기와 마찬가지로 편의점(108)이 업태 중 유일하게 경기 회복에 기대감을 보였으며, 대형마트(89)와 슈퍼마켓(58)은 4/4분기 경기를 부정적으로 전망함
- 슈퍼마켓(58)은 직전 분기(58)에 이어 업태 중 '23년 4/4분기 경기를 가장 부정적으로 전망함. 소비 둔화로 인한 재고 상승 및 상품 단가 인상의 영향으로 경기 호전은 어려워 보임
- 대형마트(89)는 직전 분기(67)에 비해 지수가 22포인트 상승했으나, 경기 부진에 대한 우려는 계속되는 것으로 나타남. 시즌 할인 행사 및 프로모션 등으로 소비 활성화에 대한 기대감도 일부 존재하지만, 소비 부진 흐름이 이어지고 있어 업태 경기 악화가 예상됨
- 편의점(108)은 직전 분기(116)에 이어 업태 중 유일하게 '23년 4/4분기 경기를 긍정적으로 전망함. 가을·겨울철 맞춤 상품 판매로 유동객수 및 매출액 증가에 대한 기대감이 반영된 것으로 분석됨
- 모든 업태에서 공통적으로 고물가로 인한 소비 위축과 경기 악화를 우려하는 심리가 지속되고 있는 것으로 나타남

인천지역 업태별 소매유통업 경기전망지수(RBSI) (표 1)

업 태	'20년	'21년				'22년				'23년				전기比 증감
	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	
총 합	62	61	108	87	89	72	100	62	58	55	75	77	82	+5p
대형마트	50	40	110	77	80	81	107	89	78	89	111	67	89	+22p
슈퍼마켓	64	75	111	83	97	59	97	17	67	50	50	58	58	-
편 의 점	74	65	100	107	85	82	98	104	92	88	72	116	108	-8p

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

2 유통업 경영 환경 전망

① 경영 전략 및 역점 사항

- 현재 경영 상황에서 대응 중이거나 역점을 둔 경영전략이 무엇인지에 대한 질문에 서는 ‘비용 절감’(50.8%)이 주요한 응답으로 나타남. 인건비·운영비 등의 절감을 통한 재정 개선에 중점을 둘 것으로 보임. 다음으로 ‘수익 개선’(27.7%), ‘온라인 채널 강화’(23.1%) 순으로 조사됨

경영 전략 및 역점 사항 (중복응답) (표 2)

조사항목	비용 절감 (인건비, 운영비 등)	수익 개선	온라인 채널 강화	프로모션 강화	오프라인 채널 강화 (점포, 영업점)	배송 경쟁력 강화	유통 신기술 도입/확대	온/오프라인 채널 연계 강화	기타/없음
응답업체(비중)	33개(50.8%)	18개(27.7%)	15개(23.1%)	8개(12.3%)	7개(10.8%)	4개(6.2%)	3개(4.6%)	2개(3.1%)	9개(13.8%)

② 경영 활동 애로 사항

- 인천지역 소매유통업계의 ‘23년 4/4분기 경영 활동 시 예상되는 가장 큰 현안 및 애로 사항’은 ‘소비심리 위축’(38.5%)으로 나타남. 다른 애로 사항으로는 ‘비용 상승(인건비, 금융, 물류비 등)’(26.2%), ‘소비자 물가 상승’(15.4%), ‘상품매입가 상승’(10.8%) 순으로 조사됨

경영 활동 시 가장 큰 현안 및 애로 사항 (표 3)

조사항목	소비심리 위축	비용 상승 (인건비, 금융, 물류비 등)	소비자 물가 상승	상품매입가 상승	소비트렌드 변화 대응	유통규제	없음
응답업체 (비중)	25개(38.5%)	17개(26.2%)	10개(15.4%)	7개(10.8%)	2개(3.1%)	2개(3.1%)	2개(3.1%)

③ 지속된 고물가 상황에서의 대응 방안

- 지속된 고물가 상황에서의 대응 방안을 묻는 질문에 대하여 ‘가격 할인 등 프로모션 강화’(38.5%)를 가장 많이 꼽았음. 이어서 ‘가성비 좋은 상품 개발’(16.9%), ‘다양한 이벤트 시행’(10.8%) 등의 순으로 조사됨. ‘대응하지 않는다’는 응답도 36.9%를 차지하여, 소매유통업체들이 개별적으로 고물가 상황에 대응하기는 힘든 것으로 나타남

지속된 고물가 상황에서의 대응 방안 (중복응답) (표 4)

조사항목	가격 할인 등 프로모션 강화	가성비 좋은 상품 개발	다양한 이벤트 시행	대규모 할인 행사 개최/참여	타 업체와의 공동마케팅 강화	폐업 고민/예정	기타	대응 안함
응답업체 (비중)	25개(38.5%)	11개(16.9%)	7개(10.8%)	6개(9.2%)	3개(4.6%)	1개(1.5%)	1개(1.5%)	24개(36.9%)