

2024년 4/4분기

인천지역 소매유통업 경기전망 보고서

2024. 10



Contents

SECTION 1.		<표 목차>	
설문조사 개요	1	1. 업태별 소매유통업 경기전망지수	4
SECTION 2.		2. 경영 활동 시 가장 큰 현안 및 애로 사항	5
1. 소매유통업 경기 전망	2	3. 티몬/위메프 사태가 유통시장에 미치는 영향	5
① 종합 경기 전망	2	4. 티몬/위메프 사태를 부정적으로 평가한 이유	5
② 부문별 경기 전망	3	5. 기존 티몬/위메프 이용자들의 채널 이동 전망	6
③ 업태별 경기 전망	4	6. 티몬/위메프 사태로 인한 국내 온라인 쇼핑몰 시장 재편 가속화 여부	6
2. 유통업 경영 환경 전망	5	7. 티몬/위메프 사태로 인한 온라인 쇼핑몰 시장 양극화 심화 여부	6
① 경영활동 현안 및 애로 사항	5	8. C-커머스의 공격적 마케팅에 따른 가격경쟁 예측	7
② 티몬/위메프 사태가 유통시장에 미치는 영향	5	<그림 목차>	
③ 티몬/위메프 사태 관련 업계 인식	6	1. 인천 소매유통업 경기전망지수 추이	2
		2. 경영 부문별 '24년 4/4분기 전망	3

설문조사 개요

- 조사기간 : 2024. 9. 2 ~ 9. 13
- 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

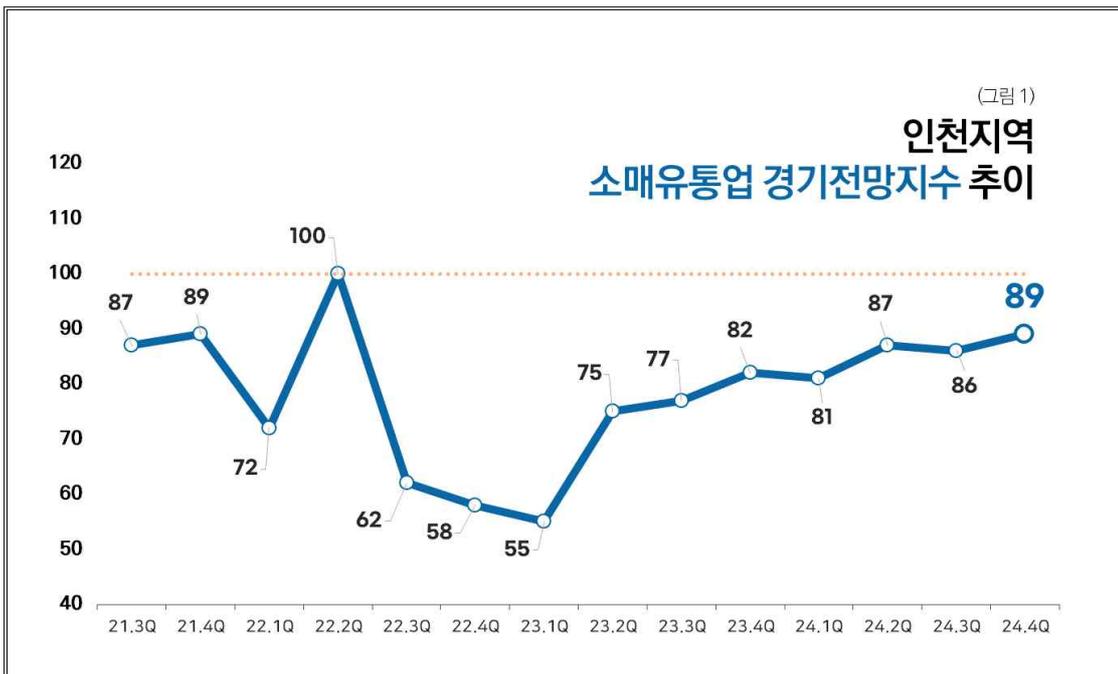
① 종합 경기 전망

- 인천지역 소재 소매유통업체(대형마트, 슈퍼마켓, 편의점 등) 65개사를 대상으로 조사한 2024년 4/4분기 인천 소매유통업 경기전망지수(RBSI)가 '89'로 집계됨

※ 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

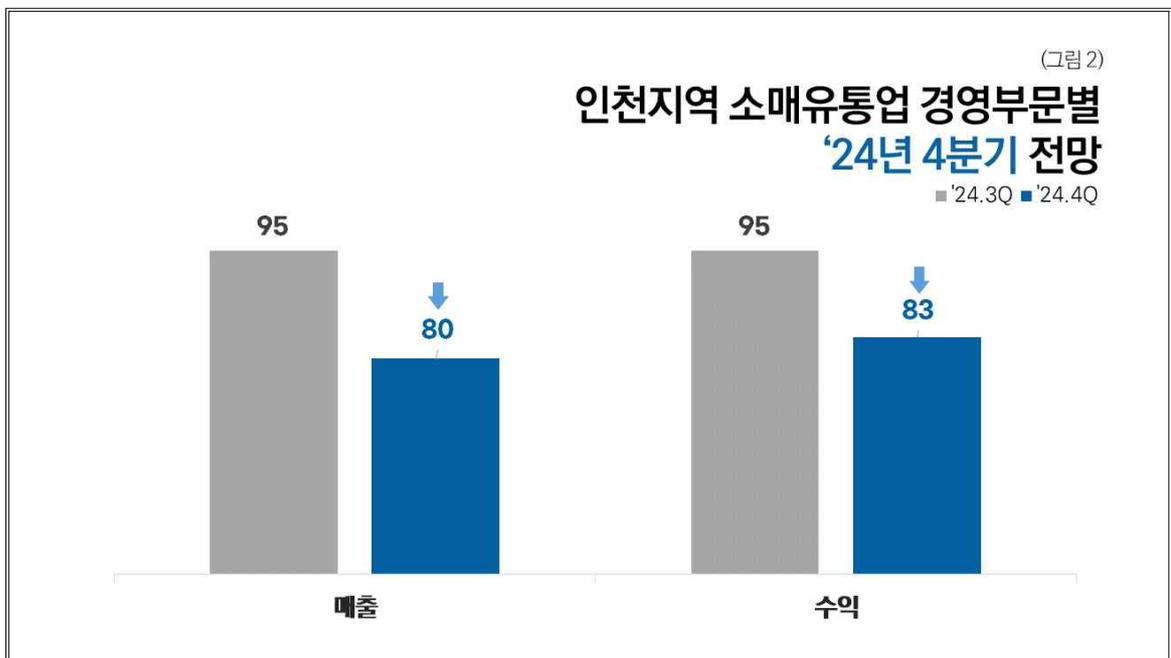
- 고물가·고금리 상황이 개선되지 않아 소매유통업계에서 지난분기보다 경기를 부정적으로 전망하는 것으로 나타남
- 인천지역 소비자 물가지수 등락률이 1%대로 떨어지면서 당해년도 최저치를 기록하였지만, 아직 인천지역의 소비자들은 물가 부담을 크게 느끼고 있음. 소비심리 회복이 지연되고 업태별 경쟁이 더욱 치열해짐에 따라 인천지역 소매유통업계는 '24년 4/4분기에도 어려운 상황이 이어질 것으로 전망함

- 인천지역 소비자물가지수 등락률[전년동월비, 통계청] : 2.8[24.7] → 2.2[24.8] → 1.8[24.9]
- 인천지역 소비자심리지수[한국은행 인천본부] : 101.4[24.7] → 97.3[24.8] → 96.5[24.9]



② 부문별 경기 전망

- 소매유통업계의 '24년 4/4분기 매출 전망은 '80'으로 기준치(100)를 크게 하회함. 동절기 유동객수 감소가 매출에 영향을 미칠 것이라는 응답이 많았음. 제품원가 상승 또한 소비자들의 구매 부담을 가중시켜 부정적으로 작용할 것이라는 의견도 있었음
- 소매유통업계의 '24년 4/4분기 수익 전망은 '83'을 기록함. 연말 특수에 대한 기대감으로 긍정적 의견도 일부 있었으나, 지속되는 내수경기 불황으로 수익 부진을 전망하는 업체가 더 많았음. 유통업체별 경쟁 심화, 비용(인건비·관리비)상승 부담 등이 주요인으로 나타남



③ 업태별 경기 전망

- 인천지역 소매유통업계의 업태별 경기전망지수는 대형마트(78)와 편의점(76)은 '24년 4/4분기 경기 호전은 어려울 것이라고 내다봤으며, 슈퍼마켓은(100)은 직전분기와 비슷할 것으로 전망함
- 대형마트(78)는 이번 분기에 경기 악화를 예상함. 특히, 경쟁 점포의 입점, 업태 간 경쟁심화 등이 주요 요인이라고 응답함
- 편의점(76)도 동절기 유동객수 감소로 인해 비수기에 접어들며, 하절기 대비 영업 이익이 감소하여 이번 분기에도 경기 부진에 대한 우려가 지속됨
- 슈퍼마켓(100)은 이번 분기 업태 중 유일하게 직전 분기와 비슷할 것이라고 예상함. 금리 인하 및 연말 특수에 대한 기대감이 일부 있었지만, 매출 및 수익에 큰 변동이 없을 것으로 전망함

인천지역 업태별 소매유통업 경기전망지수(RBSI) (표 1)

업 태	'21년	'22년				'23년				'24년				전기비 증감
	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	
총 합	89	72	100	62	58	55	75	77	82	81	87	86	89	+3p
대형마트	80	81	107	89	78	89	111	67	89	89	111	100	78	-22p
슈퍼마켓	97	59	97	17	67	50	50	58	58	83	75	83	100	+17p
편 의 점	85	82	98	104	92	88	72	116	108	68	84	76	76	-

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

2 유통업 경영 환경 전망

① 경영 활동 현안 및 애로 사항

- 인천지역 소매유통업계의 '24년 4/4분기 경영 활동 시 예상되는 가장 큰 현안 및 애로 사항'으로 '시장 경쟁 심화(업체 간 출혈경쟁)'(24.6%)를 우려하는 응답이 가장 높았음. 뒤이어 '비용 부담'(23.1%), '소비심리 회복 지연'(21.5%) 등의 응답이 차례로 나타남

경영 활동 시 가장 큰 현안 및 애로 사항 (표 2)

조사항목	시장 경쟁 심화 (업체 간 출혈경쟁)	비용 부담 (인건비, 금융, 물류비, 전기 등)	소비심리 회복 지연	상품 매입가 상승	고금리 지속	중국 전자상거래 국내시장 영향력 확대	유통 규제	기타
응답업체 (비중)	16개 (24.6%)	15개 (23.1%)	14개 (21.5%)	7개 (10.8%)	5개 (7.7%)	3개 (4.6%)	1개 (1.5%)	4개 (6.2%)

② 티몬/위메프 사태가 유통시장에 미치는 영향

- 지난 7월 발생한 티몬/위메프 사태에 대하여 인천지역 소매유통업계는 응답자 중 67.6%(‘매우 부정적’(33.8%), ‘다소 부정적’(33.8%))가 부정적인 영향을 미쳤다고 판단함

티몬/위메프 사태가 유통시장에 미치는 영향 (표 3)

조사항목	매우 부정적	다소 부정적	영향 없음	다소 긍정적
응답업체 (비중)	22개 (33.8%)	22개 (33.8%)	19개 (29.3%)	2개 (3.1%)

- 티몬/위메프 사태를 부정적으로 평가한 이유로는 ‘소비자 피해 확대’(50.0%), ‘온라인 쇼핑 신뢰 하락’(36.4%), ‘셀러(판매자) 연쇄 도산 우려’(29.5%) 순으로 조사됨. 이번 사태가 소비자와 판매자 모두에게 부정적인 영향을 미치며, 불황을 겪고 있는 유통업계 경기 회복 지연에 대한 우려가 큰 것으로 보임

티몬/위메프 사태를 부정적으로 평가한 이유(중복응답) (표 4)

조사항목	소비자 피해 확대	온라인 쇼핑 신뢰 하락	셀러(판매자) 연쇄 도산 우려	온라인쇼핑 양극화	중소온라인몰 폐업 초래 우려	PG사(전자결제대행사) 등 금융관련 피해 초래	기타
응답업체 (비중)	22개 (50.0%)	16개 (36.4%)	13개 (29.5%)	9개 (20.5%)	8개 (18.2%)	1개 (2.3%)	1개 (2.3%)

- 응답 업체의 76.9%는 기존 티몬/위메프 이용자(소비자)들이 대형 온라인 플랫폼(네이버, 쿠팡 등)을 이용할 것으로 예상하였음

기존 티몬/위메프 이용자(소비자)들의 채널 이동 전망 (표 5)

조사항목	대형 온라인 플랫폼 (네이버, 쿠팡 등)	중국 전자 상거래 (알리, 테무 등)	다른 국내 오픈마켓 (11번가, G마켓 등)	오프라인 유통 (대형마트 등)	잘 모름
응답업체 (비중)	50개 (76.9%)	5개 (7.7%)	5개 (7.7%)	1개 (1.5%)	4개 (6.2%)

③ 티몬/위메프 사태 관련 업계 인식

- 티몬/위메프 사태가 국내 온라인 쇼핑시장의 재편을 가속화할 것인지에 대한 조사 결과, ‘매우 그렇다’와 ‘그렇다’로 응답한 비율이 60.0%로 (‘매우 그렇다’(6.2%), ‘그렇다’(53.8%)) 절반 이상을 차지함. 소매유통업계에서는 이번 사태로 국내 온라인 쇼핑시장이 대형 온라인 플랫폼 중심으로 재편될 것이라고 전망했음

티몬/위메프 사태가 국내 온라인쇼핑시장의 재편(구조조정)을 가속화시킬 것이다 (표 6)

조사항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
응답업체 (비중)	0개 (0.0%)	8개 (12.3%)	18개 (27.7%)	35개 (53.8%)	4개 (6.2%)

- 티몬/위메프 사태가 온라인 쇼핑시장의 양극화를 심화시킬 것인지에 질문에, 응답자의 80.0%가(‘매우 그렇다’(10.8%), ‘그렇다’(69.2%)) ‘심화시킬 것’이라고 전망함. 이는 온라인쇼핑시장에서 대형 플랫폼과 중소 플랫폼 간의 격차가 더욱 벌어질 것이라는 우려가 반영된 결과로 해석됨

티몬/위메프 사태가 온라인쇼핑시장의 양극화를 심화시킬 것이다 (표 7)

조사항목	매우 그렇다	그렇다	보통이다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
응답업체 (비중)	7개 (10.8%)	45개 (69.2%)	9개 (13.8%)	4개 (6.2%)	0개 (0.0%)

- C-커머스(알리, 테무 등)의 공격적인 마케팅이 지속됨에 따라 업계 내 가격 경쟁이 계속될 것이라는 의견이 66.1%(‘매우 그렇다’(12.3%), ‘그렇다’(53.8%))로 나타남. 이는 C-커머스의 영향력이 국내 유통 시장에서 증가하였으며, 치열한 가격 경쟁이 앞으로도 지속될 것으로 보임

C-커머스(알리, 테무 등)의 공격적인 마케팅이 계속되고 있어, 업계내 가격경쟁은 여전할 것이다 (표 8)

조사항목	매우 그렇다	그렇다	보통이다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다
응답업체 (비중)	8개 (12.3%)	35개 (53.8%)	15개 (23.1%)	7개 (10.8%)	0개 (0.0%)