

2026년 3/4분기

인천지역 소매유통업 경기전망 보고서

2026. 7



INCHEON CHAMBER OF COMMERCE & INDUSTRY

Contents

SECTION 1.		<표 목차>	
설문조사 개요	1	1. 업태별 소매유통업 경기전망지수	4
		2. 2026년 3분기 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 3/4분기 전망	3
① 2026년 3분기 경영 활동 현안 및 애로 사항	5		

설문조사 개요

- 조사기간 : 2026. 6. 5. ~ 6. 19.
- 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

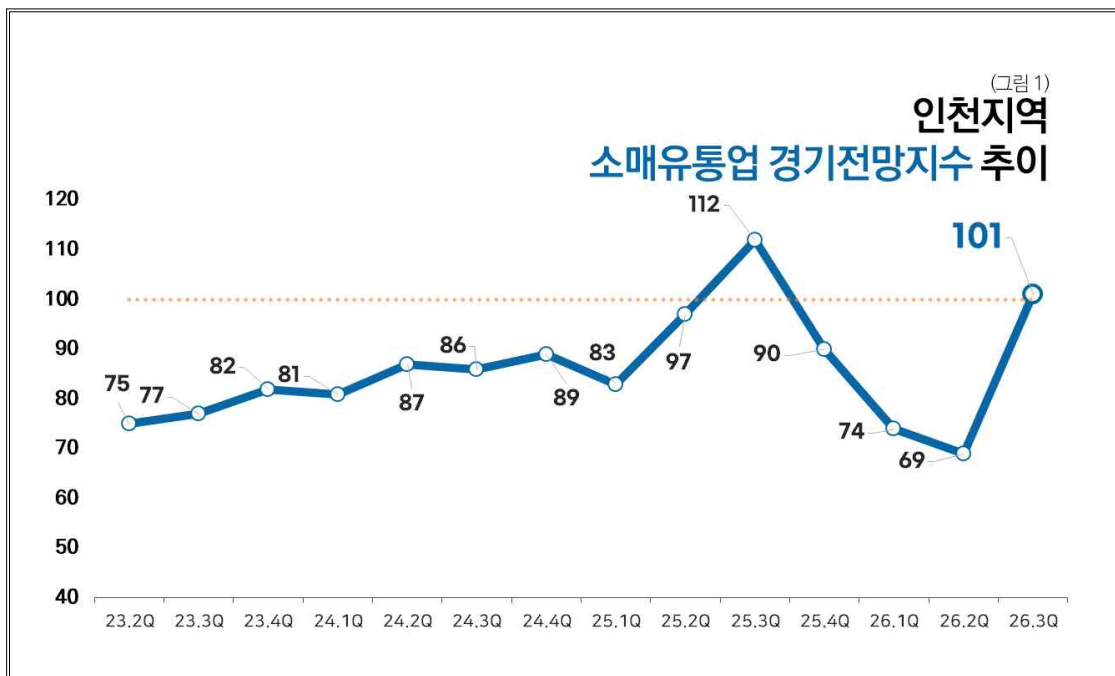
① 종합 경기 전망

- 인천지역 소재 소매유통업체(대형마트, 슈퍼마켓, 편의점 등) 65개사를 대상으로 실시한 ‘2026년 3/4분기 소매유통업 경기전망지수(RBSI)’ 조사 결과, 종합 경기전망지수는 101로 집계되어 기준치(100)를 소폭 상회한 것으로 나타남. 이는 지난 분기(69)의 부진한 심리에서 벗어나 인천지역 소매유통업체가 2026년 3/4분기 경기를 지난 분기보다 다소 긍정적으로 전망하고 있음을 의미함

※ 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

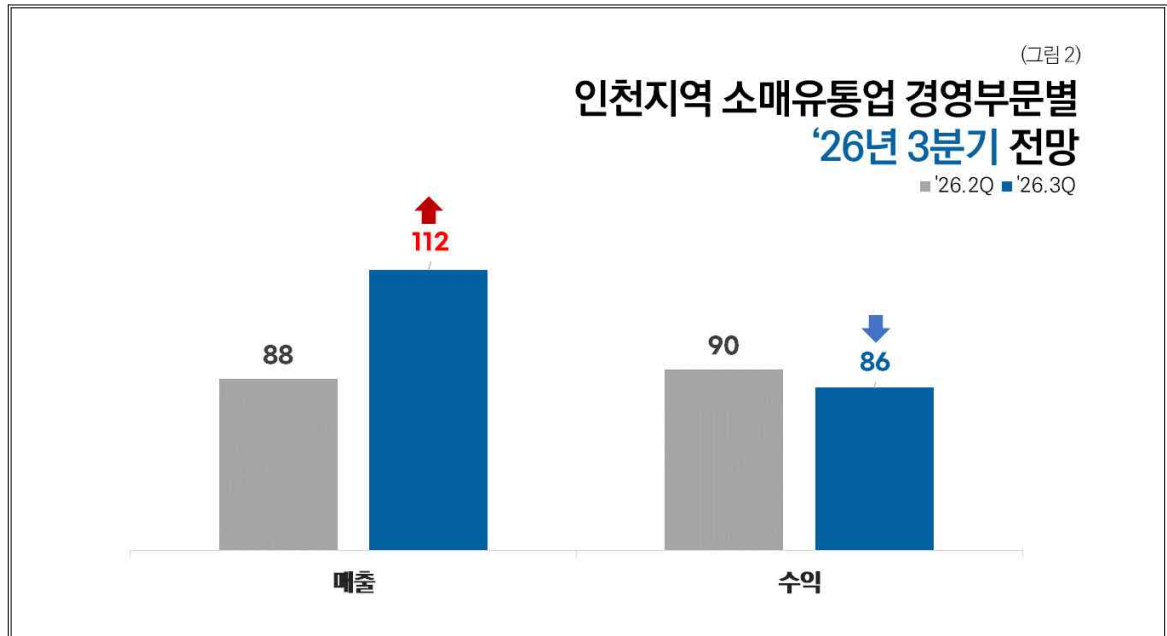
- 여름철 성수기(휴가철) 진입 및 명절 등에 따른 계절적 수요 증가와 가계 소비심리 개선에 대한 기대감, 신상품 출시, 시즌 프로모션으로 인한 마케팅 효과 등이 이번 분기 긍정적 전망에 주요하게 작용한 것으로 나타남
- 다만, 소비심리 위축과 내수 부진이 이어지는 가운데, 고금리에 따른 자금 조달 부담과 이자 비용 압박, 하절기 냉방비 등 운영비 증가에 대한 우려도 일부 나타남

• 인천지역 소비자심리지수[한국은행 인천본부] : 97.6[‘26.4] → 105.0[‘26.5] → 108.0[‘26.6]



② 부문별 경기 전망

- 2026년 3/4분기 매출전망지수는 112, 수익전망지수는 86으로 조사되었음. 여름철 성수기 진입에 따른 매출 회복 기대감은 뚜렷한 반면, 인건비·냉방비 등 운영비용 상승과 금리 부담 등으로 수익 개선은 쉽지 않을 것으로 전망됨



③ 업태별 경기 전망

- 대형마트의 2026년 3/4분기 경기전망지수는 144로 나타나 전 업태 중 가장 낙관적인 전망을 보임. 휴가철 소비 증가에 대한 기대와 함께 '마케팅 효과'(신상품 출시, 매장 리뉴얼 및 프로모션 성과)가 긍정적 전망의 주요 요인으로 나타남
- 편의점의 경기전망지수는 104로 조사되었음. 경기 호전을 전망한 업체는 여름철 성수기 진입에 따른 계절상품 판매 증가 등 '시즌 특수'를 주된 요인으로 꼽았음
- 슈퍼마켓의 경기전망지수는 75로 나타나 업태 중 가장 부정적인 전망을 보였음. 고물가 지속에 따른 가계의 전반적인 소비심리 냉각과, 냉방비 및 고유가로 인한 물류비 증가 등에 따른 운영비 상승, 금융 비용 부담 등으로 3/4분기에도 경기 회복이 어려울 것으로 내다봄

- '26년 5월 주요 유통업체 매출 동향(전년동월대비) [산업통상부] : 편의점 +5.9%, 대형마트 -5.1%, 준대규모점포(SSM·슈퍼마켓 포함) -8.0%

인천지역 업체별 소매유통업 경기전망지수(RBSI) (표 1)

업 태	'23년				'24년				'25년				'26년		
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q
총 합	55	75	77	82	81	87	86	89	83	97	112	90	74	69	101
대형마트	89	111	67	89	89	111	100	78	78	67	78	111	89	89	144
슈퍼마켓	50	50	58	58	83	75	83	100	92	117	125	83	72	50	75
편 의 점	88	72	116	108	68	84	76	76	72	92	124	80	67	88	104

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

2

소매유통업 경영 환경

① 2026년 3분기 경영 활동 현안 및 애로 사항

- 인천지역 소매유통업계의 2026년 3/4분기 경영 활동 시 예상되는 가장 큰 현안 및 애로 사항은 ‘소비 심리 위축 및 내수부진’(35.4%)으로 나타남. 이어 ‘비용 상승 (인건비, 물류비 등)’(16.9%), ‘높은 물가’(15.4%), ‘공급망 불안정 및 원가상승’(13.8%) 등도 주요 애로 사항으로 응답하였음

2026년 3분기 경영 활동 시 가장 큰 현안 및 애로 사항 (표 2)

조사항목	소비심리 위축 및 내수부진	비용 상승 (인건비, 물류비 등)	높은 물가	공급망 불안정 및 원가상승	경쟁 심화(업체간 경쟁 및 동일업체 경쟁 심화)	초저가 해외 플랫폼(알리, 테무 등)과의 가격 경쟁	유통 규제 및 대응	금리 및 자금 조달 여건 악화
응답업체 (비중)	23개 (35.4%)	11개 (16.9%)	10개 (15.4%)	9개 (13.8%)	7개 (10.8%)	2개 (3.1%)	2개 (3.1%)	1개 (1.5%)