

2026년 4/4분기

인천지역 소매유통업 경기전망 보고서

2026. 10



Contents

SECTION 1.

설문조사 개요	1
---------	---

<표 목차>

1. 업태별 소매유통업 경기전망지수	4
---------------------	---

SECTION 2.

1. 소매유통업 경기 전망	2
----------------	---

① 종합 경기 전망	2
② 부문별 경기 전망	3
③ 업태별 경기 전망	4

2. 소매유통업 경영 환경	5
----------------	---

① 경영 활동 현안 및 애로 사항	5
② 경영 환경 전망	6

<그림 목차>

1. 인천지역 소매유통업 경기전망지수 추이	2
2. 매출 수익 전망지수	3
3. 경영 활동 현안 및 애로 사항	5
4. 2026년 4/4분기 고객의 가성비 상품 선호도 전망(예년 대비)	6
5. 2026년 4/4분기 고객의 소량·목적형 구매 비중 전망(예년 대비)	6

설문조사 개요

- 조사기간 : 2026. 8. 31. ~ 9. 18.
- 조사방법 : 구조화된 설문지를 통한 조사
- RBSI 산출식
(호전예상 응답 기업 수 - 악화예상 응답 기업 수) / 응답 기업 수 × 100 + 100
- 응답기업 : 인천지역 소재 소매유통업체 65개사
- 응답기업 분포
 - 업태별 <대형마트(9개), 편의점(25개), 슈퍼마켓(12개), 전자상거래(19개)>

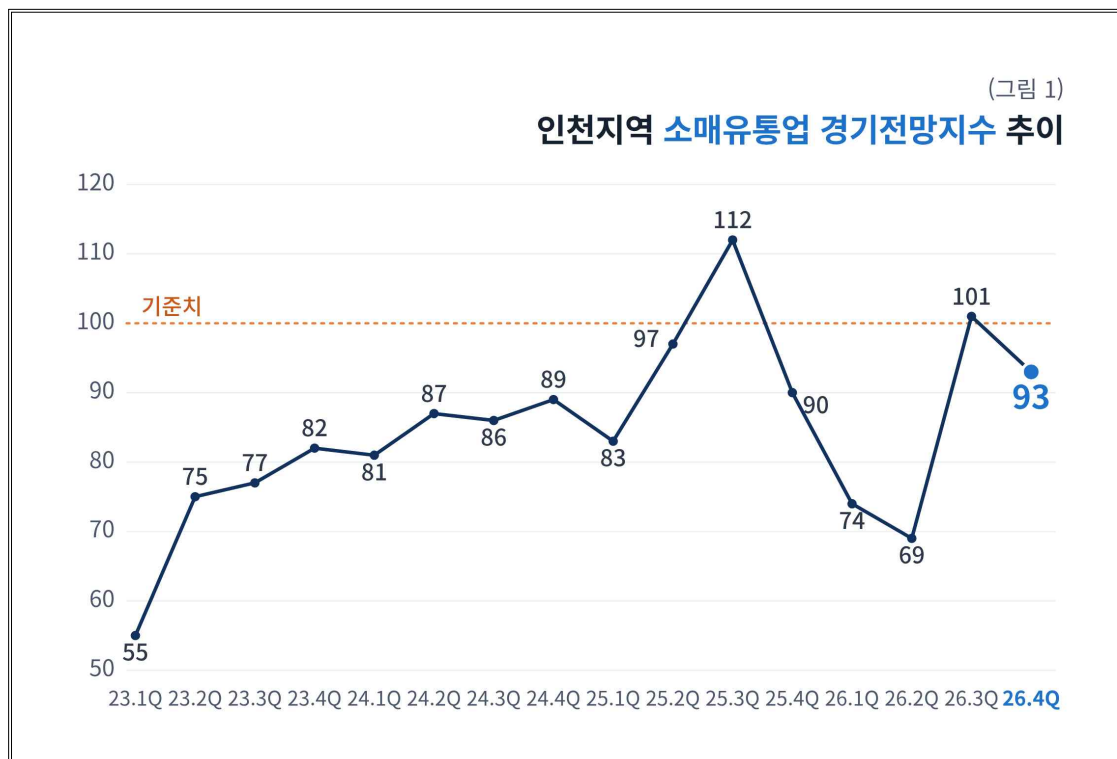
1 소매유통업 경기 전망

① 종합 경기 전망

- 인천지역 소재 소매유통업체(대형마트, 슈퍼마켓, 편의점 등) 65개사를 대상으로 실시한 ‘2026년 4/4분기 소매유통업 경기전망지수(RBSI)’ 조사 결과, 종합 경기전망지수는 93으로 기준치(100)를 밑돌며 인천지역 소매유통업체는 2026년 4/4분기 경기 회복이 어려울 것으로 전망함

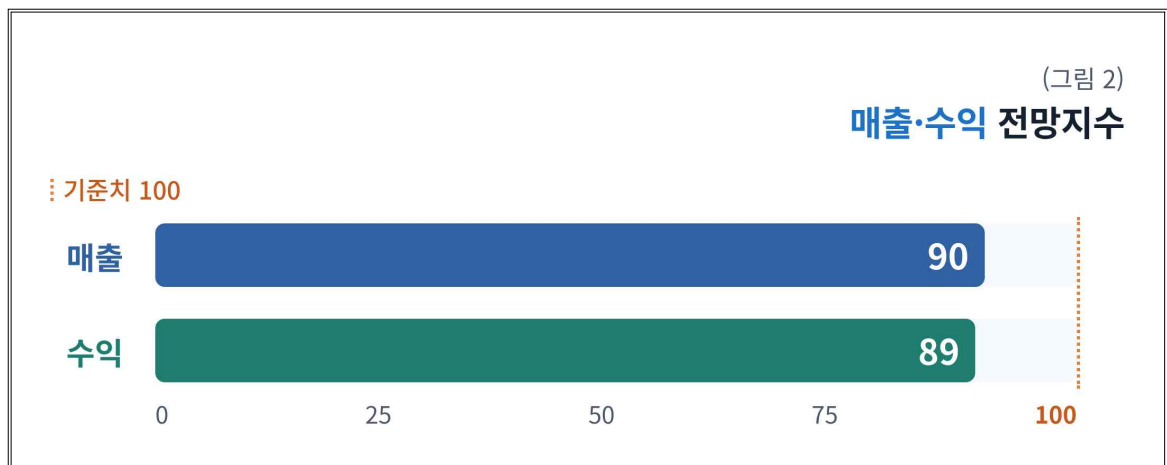
※ RBSI(소매유통업 경기전망지수)는 100을 기준으로 그 이상이면 다음 분기 경기를 긍정적으로, 그 미만이면 부정적으로 전망하는 기업이 많다는 의미임

- 고물가·고금리 지속에 따른 소비심리 위축이 가장 큰 부담으로 작용한 가운데, 고환율에 따른 매입 원가 상승과 동절기 에너지 비용·인건비 등 운영비 부담이 더해지며 부정적 전망으로 이어짐



② 부문별 경기 전망

- 2026년 4/4분기 매출전망지수는 90, 수익전망지수는 89로 모두 기준치(100)에 미치지 못했음
- 매출 악화를 전망한 업체들은 고물가·고금리 지속에 따른 가계 소비 여력 둔화를 가장 큰 이유로 꼽았으며, 연말 쇼핑특수 효과가 크지 않을 것이라는 점도 부진 요인으로 나타남
- 수익 전망에서는 소비심리 위축에 더해 원가·운영비 부담이 함께 작용하면서, 수익성 개선이 쉽지 않을 것으로 보는 업체가 많았음



③ 업태별 경기 전망

- 대형마트(111)는 연말·동절기 진입에 따른 매출 증가를 기대하며, 2026년 4/4분기 경기를 3/4분기보다 긍정적으로 전망함
- 슈퍼마켓(100)은 시장 상황이 지난 분기와 같은 흐름을 보일 것으로 예상하면서 2026년 4/4분기 경기도 3/4분기와 비슷할 것으로 예측함
- 편의점(56)은 기준치에 크게 못 미치며 4/4분기 경기를 업태 중 가장 부정적으로 전망함. 3/4분기에는 폭염으로 인한 시즌 특수 효과가 나타났으나, 4/4분기에는 동절기 비수기 진입이라는 계절적 요인과 소비심리 위축에 따른 경기 부진을 우려하는 것으로 나타남

인천지역 업태별 소매유통업 경기전망지수(RBSI) (표 1)

업태	2023년				2024년				2025년				2026년			
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q
종합	55	75	77	82	81	87	86	89	83	97	112	90	74	69	101	93
대형마트	89	111	67	89	89	111	100	78	78	67	78	111	89	89	144	111
슈퍼마켓	50	50	58	58	83	75	83	100	92	117	125	83	72	50	75	100
편의점	88	72	116	108	68	84	76	76	72	92	124	80	67	88	104	56

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

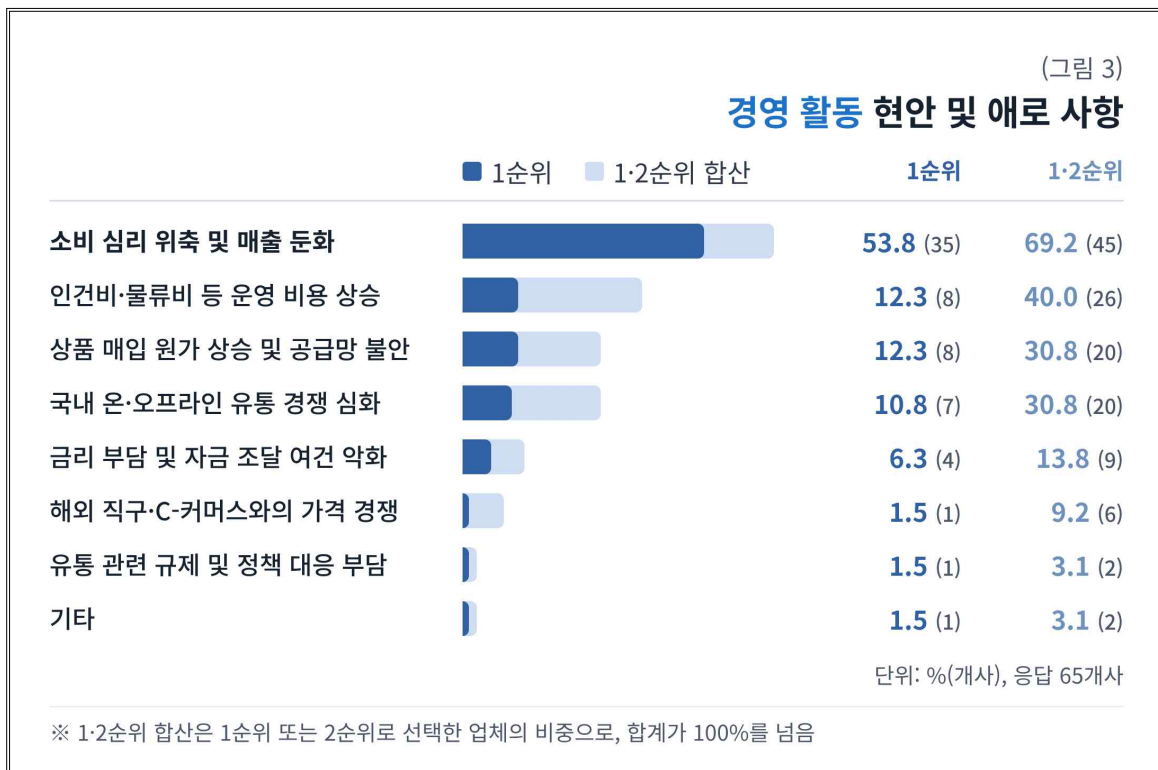
■ 기준치(100) 이상

■ 기준치(100) 미만

2 소매유통업 경영 환경

① 경영 활동 현안 및 애로 사항

- 인천지역 소매유통업계가 현재 겪고 있는 가장 주된 경영 애로는 ‘소비 심리 위축 및 매출 둔화’(53.8%)로, 응답기업의 절반 이상이 이를 1순위로 꼽았음. 이어 ‘인건비·물류비 등 운영 비용 상승’(12.3%), ‘상품 매입 원가 상승 및 공급망 불안’(12.3%), ‘국내 온·오프라인 유통 경쟁 심화’(10.8%) 순으로 나타남



② 경영 환경 전망

- 2026년 4/4분기 소비 트렌드를 살펴보면, 인천지역 소매유통업계에서는 가성비 상품(PB·초저가·할인행사 상품 등)에 대한 선호도와 소량·목적형 구매를 하는 소비자의 비중이 예년과 비슷하거나 늘어날 것으로 전망함
- 4/4분기에는 고객의 가성비 상품에 대한 선호도가 예년과 ‘비슷할 것’이라는 응답은 49.2%로 나타났으며, 선호도가 ‘늘어날 것’으로 예상한 업체는 36.9%(‘다소 늘어남’(27.7%), ‘크게 늘어남’(9.2%))로 조사됨
- 소매유통업계에서는 소비자들의 소량·목적형 구매도 예년과 ‘비슷’하거나 (53.8%), ‘증가할 것’(30.8%)(‘다소 증가’(23.1%), ‘크게 증가’(7.7%))으로 내다봄

