

<조사개요>

1. 조사목적

- 지역 소매유통업체의 경기상황 및 전망을 조사·분석하여 경영 활동 계획 및 경제정책 수립의 기초 자료 제공

2. 조사방법

- 대한상의 조사(모바일) 후 집계 파일 수령

3. 조사대상

- 부산지역 백화점, 대형마트, 슈퍼마켓, 편의점 등 55개체
(백화점 5개체, 대형마트 11개체, 슈퍼마켓 14개체, 편의점 25개체)

4. 조사기간

- 2024. 9. 26. ~ 2024. 10. 7.

5. 유의사항

- 각 지수는 소수점 첫째자리, 항목의 비율은 소수점 둘째자리에서 반올림하였으므로 그 합이 '100.0%' 가 되지 않을 수 있음

6. 소매유통업 경기전망지수(RBSI : Retail Business Survey Index)의 의미

- 소매유통업체를 대상으로 현장체감경기를 조사, 지수화한 것으로 기준 지수(100)를 넘으면 이번 분기 경기가 전 분기에 비해 호전될 것으로 예상하는 기업이 더 많음을 의미하며, 100 미만일 경우는 그 반대

$$\text{소매유통업 경기전망지수} = \frac{\text{호전(증가)표시 업체 수} - \text{악화(감소)표시 업체 수}}{\text{총 유효응답 업체 수}} \times 100 + 100$$

※ 기준지수=100, 지수 100 초과: 경기호전, 지수 100 미만: 경기악화
매출액 기준 계절조정 후 최종 지수 산출

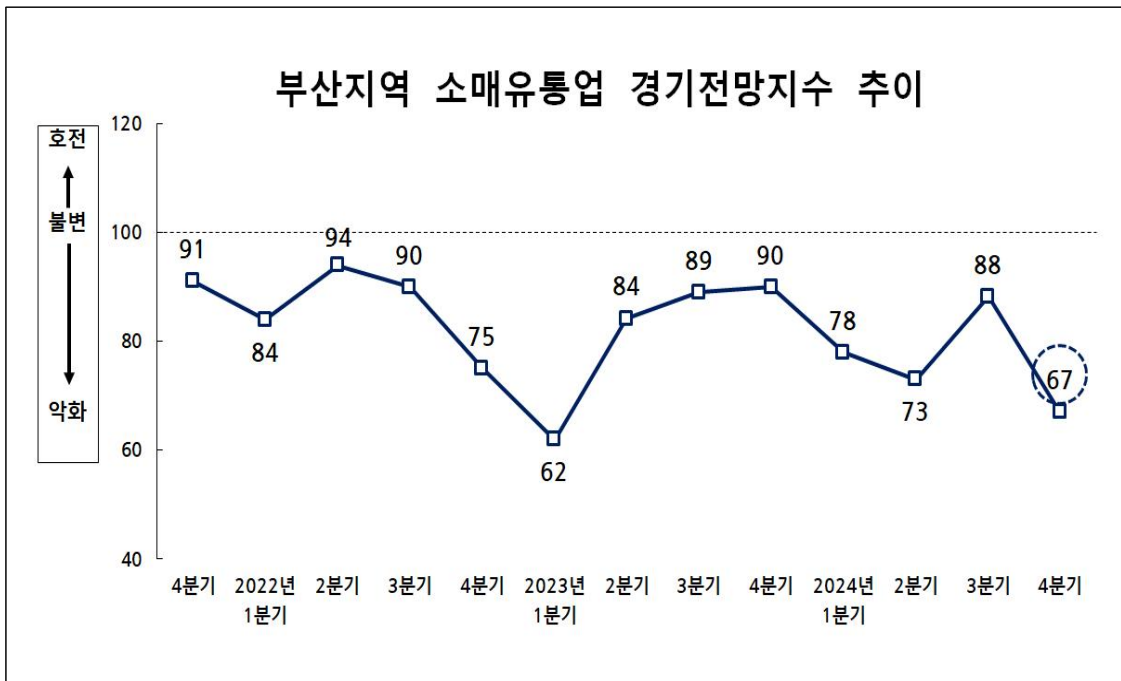
1

2024년 4/4분기 부산지역 소매유통업 경기전망

- **소매유통업 경기전망지수 67**, 계절적 비수기 진입과 동시에 고금리·고물가 장기화, 소비심리 위축 등 경기침체 우려로 경기악화 전망

○ 2024년 3/4분기 '88' ⇨ 2024년 4/4분기 '67'

- 2024년 4/4분기 부산지역 소매유통업 경기전망지수(RBSI)는 '67'을 기록하며 전분기보다 대폭 하락한 것으로 나타남
- 전 업태에서 여름 휴가철, 추석 명절 특수 등 성수기 시즌이 끝나고 비수기로 접어드는 가운데, 물가상승 및 고금리 기조 지속 등 경기침체 불안감이 고조되며 직전분기 대비 21포인트 급락
- 특히, 고물가로 인한 인건비, 물류비, 매장운영비 등 판매관리비 증가와 민간소비 위축 심화 우려로 경기악화 전망
- 아울러, 티몬과 위메프의 판매자 정산지연 사태로 입점 판매자뿐 아니라 소비자까지 피해가 확산되어 온라인 쇼핑시장을 넘어 소매유통업 전반의 불안 요인으로 작용하며 실적부진 우려 증가



2

업태별 전망

· 백화점(40), 대형마트(81), 슈퍼마켓(78), 편의점(60) 등 전 업태에서 직전 분기 대비 악화 전망

○ 백화점(80 ⇨ 40)

- 지속적인 경기침체로 소비심리가 악화되면서 가성비, 가용비를 꼼꼼히 따지는 불황형 소비 기조가 커질 것으로 예상되는 가운데 명품 브랜드 유치, 점포 리뉴얼 등 프리미엄 전략으로 성장세를 보였던 백화점의 경우 실적 부진 전망 우세
- 특히 체험형 콘텐츠 개발 등 상반기 투자 대비 매출 하락세에 기대감이 실망감으로 바뀌면서 지수 급락

○ 대형마트(109 ⇨ 81)

- 고물가고금리 장기화에 따라 구매심리를 자극하기 위한 가성비 상품 출시, 할인 행사 확대에도 불구하고 온라인 쇼핑 강세에 따라 공산품의 매출이 악화되고 신선식품을 둘러싼 경쟁이 심화되어 수익성 악화 전망

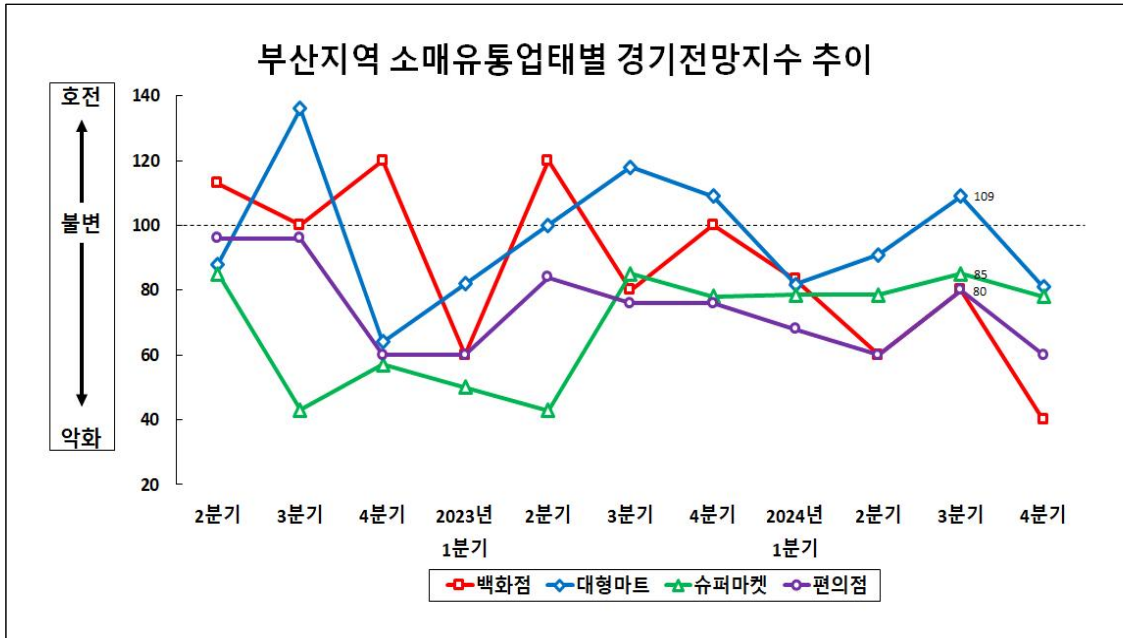
○ 슈퍼마켓(85 ⇨ 78)

- 대형마트보다 접근성이 좋고 소포장 신선식품 제공에 따라 1~2인 가구 수요가 증가하고 있는 점은 긍정적이거나 이커머스 업체와의 배송 경쟁에 따른 비용부담 증가로 업황 부진이 지속될 전망

○ 편의점(80 ⇨ 60)

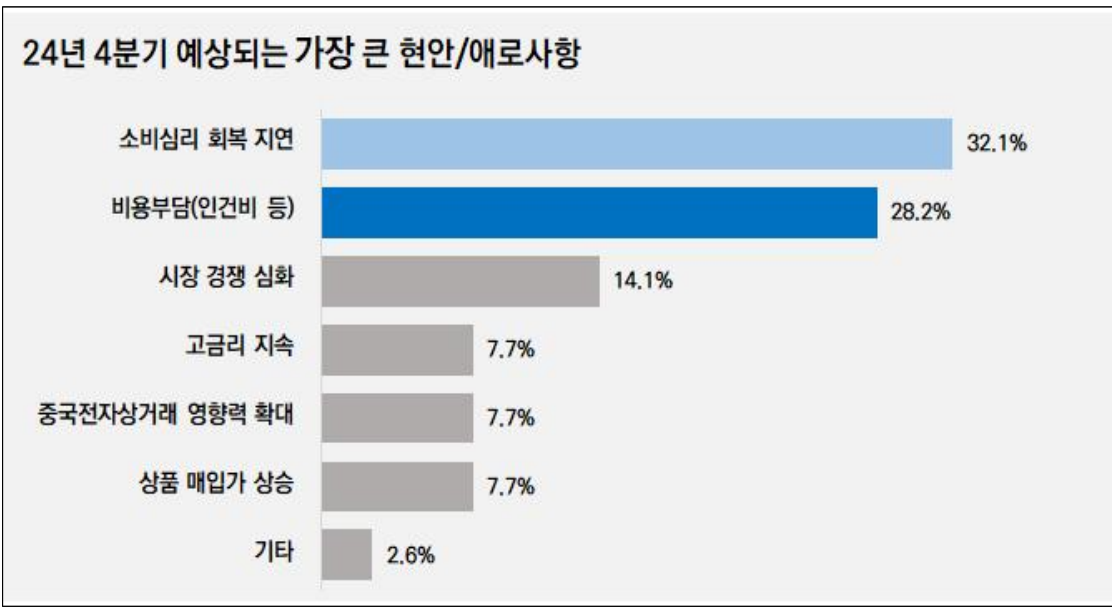
- 계절적 비수기로 내방객 감소가 예상되는 가운데 치열해진 점포간 경쟁도 매출 신장에 부정적 요인으로 작용
- 가성비 트렌드 지속에 따라 객단가 저하, 인건비를 비롯한 각종 비용 상승으로 수익성 악화 불가피

업태	'24년 3/4분기		'24년 4/4분기
백화점	80	→	40 (↓40)
대형마트	109		81 (↓28)
슈퍼마켓	85		78 (↓7)
편의점	80		60 (↓20)



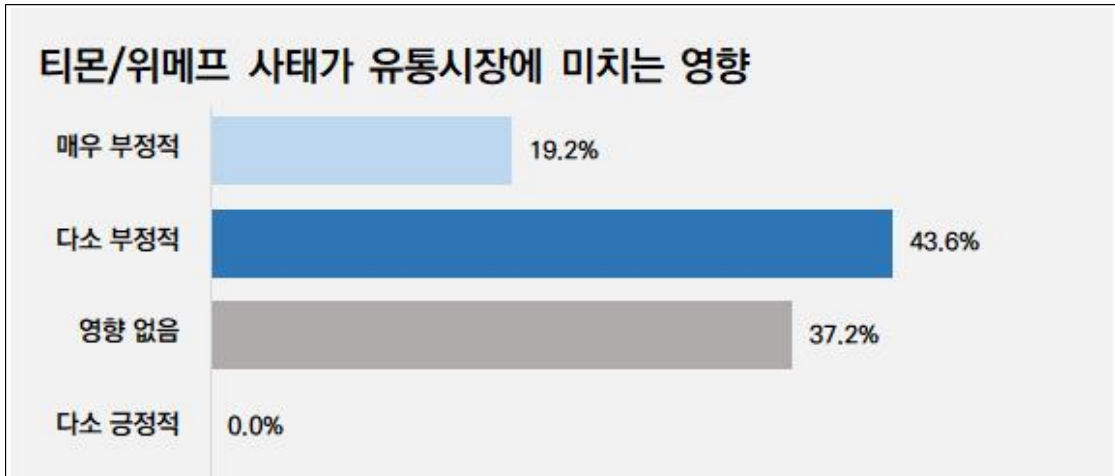
3 현안 및 애로사항

- 4/4분기 예상되는 가장 큰 현안 및 애로사항으로 ‘소비심리 회복 지연’(32.1%)을 꼽음
 - 이어 ‘비용 부담’ 28.2%, ‘시장경쟁 심화’ 14.1%, ‘고금리 지속’ 7.7% 순으로 집계됨
 - 누적된 물가상승으로 높아진 가격과 고금리에 따른 가계 부채 부담으로 소비 심리 회복 지연이 장기화될 전망



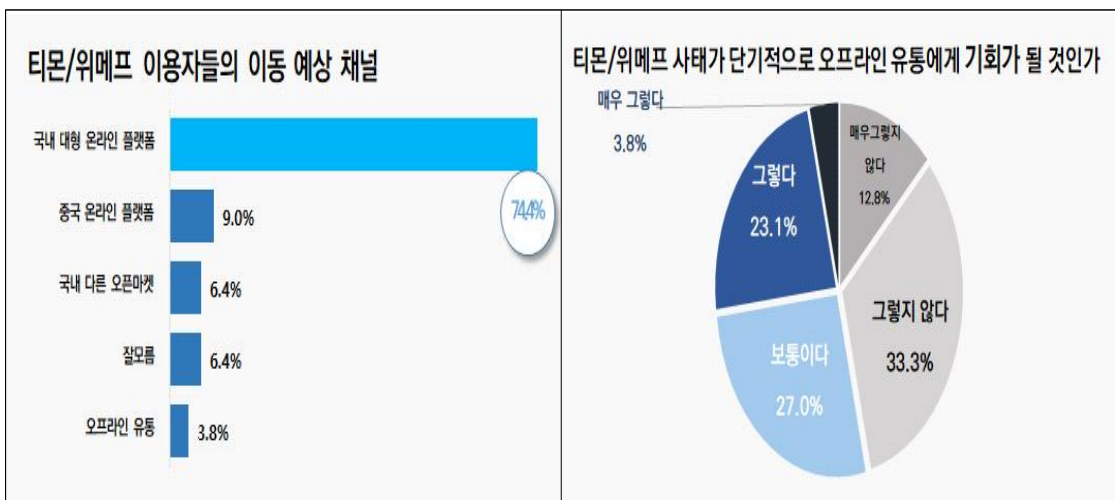
○ **티몬/위메프 사태가 유통시장에 부정적인 영향을 미쳤다는 응답이 지배적**

- ‘매우 부정적’ 19.2%, ‘다소 부정적’ 43.6%, ‘영향 없음’ 37.2% 으로 집계됨
- 부정적인 평가 이유로 ‘소비자 피해 확대’ 38.8%, ‘온라인쇼핑 신뢰 하락’ 36.7%, ‘판매자 연쇄 도산 우려’ 32.7% 등으로 나타남(중복응답)



○ **티몬/위메프 경쟁력 상실에 따라 티몬/위메프 이용자들의 이동 예상 채널은 ‘네이버, 쿠팡 등 대형 온라인 플랫폼’이 74.4%로 최다**

- 이어 ‘중국 온라인 플랫폼’ 9%, ‘국내 다른 오픈마켓’ 6.4%, ‘잘모름’ 6.4%, ‘대형마트 등 오프라인 유통’ 3.8% 순으로 나타남
- 이를 반영하듯 티몬/위메프 사태가 ‘단기적으로 대형마트 등 오프라인 유통에게 기회가 될 것인가’에 대해 부정적인 응답이 46.1%로 높은 비중을 차지하였고 ‘보통이다’ 27.0%, ‘긍정적이다’ 26.9%로 순으로 집계됨



○ 온라인 플랫폼 정산지연 사태가 국내 온라인 쇼핑 시장의 재편을 가속화 시킬 것이라는 응답(51.3%)이 절반 이상

- 티몬/위메프 사태를 계기로 네이버와 쿠팡 등 대형 온라인 플랫폼에 판매자와 소비자 쏠림 현상이 예상됨에 따라 온라인 쇼핑 시장의 양극화가 심해질 것으로 전망
- 티몬/위메프 사태가 온라인 쇼핑 시장의 양극화를 심화시킬 것인가에 대해 ‘매우 그렇다’ 15.4%, ‘그렇다’ 51.3%, ‘보통이다’ 24.4%, ‘그렇지 않다’ 7.7%, ‘매우 그렇지 않다’ 1.2%로 집계됨

