

유통업체 가전 매출 감소

주요 유통업체의 지난 4월 매출은 전년 동월 대비 대형마트 0.1%, 백화점 2.8% 각각 증가했다고 지식경제부가 발표했다. 소비자심리지수 등 체감경기는 전월 대비 큰 폭으로 상승하였으나, 대형마트, 백화점의 전월 대비 매출 증감률은 각각 소폭 상승, 하락하여 유사한 추세를 유지했다. 소비자심리지수(한은)는 ('08.11)84→(12)81→('09.1)84→(2)85→(3)84→(4)98이다.

지식경제부 조사는 주요 유통업체(백화점·대형마트 각 3사)의 매월 경상 매출액을 기준으로 조사·분석한 것이므로 통계청의 자료(대형유통업체 전수조사)와는 포괄범위와 작성기준 등이 서로 달라 양 기관 자료간 상이할 수 있다.

주요 대형마트의 상품군별 추이를 보면, 스포츠(5.2%), 식품(4.7%), 가정생활(2.0%) 부문은 전년 동월 대비 매출 증가, 가전문화(△11.6%), 의류(△8.4%), 잡화(△4.3%)·부품은 매출이 감소했다.

전월부터 지속된 마케팅 행사 등의 영향으로 식품, 일상용품 판매 증가, 가족 단위 나들이 수요로 스포츠용품, 아웃도어 의류 매출이 증가한 것이다. 기온 상승으로 음료수, 아이스크림 등 시즌 상품의 조기 수요가 발생한 것이다. 대형가전, 패션의류 등 내구성 상품의 매출이 약세를 지속했다.

주요 백화점의 상품군별 추이를 보면, 명품

[대형마트 및 백화점 매출 증감을 추이]

(단위 : %)

구분	'08년												'09년			
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	
대형마트	△1.5	2.8	0.1	4.9	△1.9	2.1	1.1	△9.2	△0.7	2.3	△5.8	16.8	△20.3	△0.8	0.1	
백화점	5.5	6.7	6.5	11.3	11.2	5.9	14.0	△0.3	0.0	7.5	△4.5	10.4	△0.3	4.5	2.8	

[대형마트 상품군별 매출증감률 추이]

구분	비 식품부문						식품	총 계
	가전·문화	의류	가정·생활	스포츠	잡화	소계		
'08. 2월	Δ2.8	Δ5.3	Δ1.2	Δ6.2	Δ12.5	Δ3.7	Δ0.2	Δ1.5
3월	0.1	1.3	4.1	Δ8.1	0.0	1.2	4.0	2.8
4월	Δ3.7	Δ1.2	0.0	Δ9.5	Δ1.3	Δ2.0	1.9	0.1
5월	4.4	0.0	6.4	Δ3.9	Δ1.8	2.8	7.1	4.9
6월	Δ12.5	Δ7.1	0.5	Δ0.8	Δ5.5	Δ5.5	1.8	Δ1.9
7월	3.0	5.7	1.7	0.8	4.5	2.9	1.1	2.1
8월	Δ10.6	Δ1.7	3.4	4.2	Δ3.8	Δ2.3	6.9	1.1
9월	Δ12.4	Δ19.0	Δ4.1	Δ4.8	Δ13.5	Δ10.2	Δ8.2	Δ9.2
10월	Δ13.9	Δ6.1	1.3	Δ3.6	Δ5.0	Δ5.1	4.0	Δ0.7
11월	Δ10.2	Δ4.42	5.0	4.7	1.5	Δ1.3	5.8	2.3
12월	Δ19.2	Δ12.7	Δ3.3	Δ4.8	Δ5.8	Δ9.9	Δ1.6	Δ5.8
'09. 1월	Δ11.2	10.9	16.9	1.3	17.6	7.7	24.8	16.8
2월	Δ20.7	Δ20.5	Δ17.6	Δ6.9	Δ24.3	Δ18.9	Δ23.2	Δ20.3
3월	Δ14.1	Δ14.8	Δ0.4	1.0	Δ7.7	Δ7.1	5.1	Δ0.8
4월	Δ11.6	Δ8.4	2.0	5.2	Δ4.3	Δ3.7	4.7	0.1

*자료 : 각 대형마트(신규점 제외), 전년동월대비 증감률

(19.3%), 식품(8.4%), 잡화(7.2%), 아동스포츠(2.7%) 부문은 전년 동월 대비 매출 증가, 여성정장(Δ8.6%), 남성의류(Δ7.1%), 가정용품(Δ5.8%)부문은 매출이 감소했다.

명품 및 화장품 중심의 잡화 부문은 매출 증가세를 유지했으나 신장률은 전월 대비 다소 둔화되었고, 봄 신상품 위주의 정장류와 생활가전, 가구 등 가정용품 실적은 부진했다.

2009년 4월 대형마트 및 백화점의 소비자 구매패턴은 전년 동월 대비 구매건수는 대형마트(Δ2.5%) 감소, 백화점(3.5%) 증가한 반면, 구

매단가는 대형마트(2.6%) 상승, 백화점(Δ0.6%) 하락했다. 구매 1건당 구매단가는 백화점이 69,955원으로 대형마트 43,199원에 비해 61.9% 높게 나타났다.

미국 상무부 산하 센서스국 통계에 따르면 2009년 2월 미국의 백화점 매출은 작년 동기대비 5.4% 줄어든 161억 달러를 기록했다. 센서스국은 월별 매출을 통계낸 결과, 2월의 자동차, 휘발유를 포함한 모든 소매 및 식품 서비스 매출이 8.6% 줄어든 3억4천680만 달러를 기록했다고 발표했다.

이 중 소매 매출 감소율은 9.8%였다. 미국 상무부의 또 다른 자료에 따르면 2008년 4사분기의 경제 둔화폭이 예상보다 조금 더 컸던 것으로 나타났다.

정부는 4사분기에 GDP가 6.3% 하락했다며 이는 예상치인 6.2%보다 약간 높은 하락률이라고 밝혔다. 이는 2사분기 연속으로 일어난 GDP 하락이었으며 3사분기의 하락폭은 0.5%였다.

환율 변화에 백화점과 여행업체 등 업계의 희비가 다르다. 업계에 따르면 백화점은 환율 특수가 마무리되고 내수로 영업 전략을 돌리는가

하면, 여행업계는 환율 추가 하락으로 휴가철 특수를 기대하고 있다.

백화점의 경우, 올 초부터 환율 특수 재미를 보았던 롯데백화점 본점은 외국인 매출액이 1월 86억원, 2월 87억원에서 3월 99억원까지 치솟았다가 4월에는 69억원으로 빠졌다.

한때 시내를 점령하다시피했던 일본인 매출은 1월에 64억원, 2월에 67억원에서 3월에는 75억원까지 올랐다가 4월에는 51억 원으로 줄었다. 엔고현상으로 지난 3월까지 일본인 관광객들의 쇼핑관광이 많았으나, 최근에는 엔화 가치가 떨

[대형마트 상품군별 매출증감률 추이]

구분	비식품부문								식품	총 계
	잡화	여성정장	여성캐주얼	남성의류	아동,스포츠	가정용품	명품	소계		
'08. 2월	19.1	9.2	5.5	3.9	7.4	8.8	19.4	10.7	Δ8.9	5.5
3월	11.2	5.1	6.8	1.5	7.4	0.2	24.1	7.7	7.3	6.7
4월	10.8	3.6	1.9	Δ3.2	6.6	0.7	25.6	5.9	9.7	6.5
5월	17.6	6.9	4.0	Δ1.7	9.0	10.9	39.1	10.9	13.9	11.3
6월	16.8	7.7	5.2	5.7	6.4	7.0	37.1	11.8	12.6	11.2
7월	12.9	2.4	2.2	Δ6.6	3.1	0.8	30.7	6.1	4.5	5.9
8월	23.0	5.7	8.8	6.0	12.7	3.8	38.7	14.6	12.7	14.0
9월	12.8	Δ1.9	Δ4.3	Δ13.8	Δ3.0	Δ9.5	24.7	0.9	Δ3.0	Δ0.3
10월	11.6	Δ12.5	Δ1.8	Δ10.4	2.8	Δ8.4	32.1	1.5	4.3	0.0
11월	24.5	Δ2.6	6.6	4.0	10.5	1.4	31.9	10.9	12.5	7.5
12월	0.9	Δ14.3	Δ11.6	Δ17.8	Δ1.5	Δ11.4	18.7	Δ6.0	4.0	Δ4.5
'09. 1월	21.9	Δ10.0	2.4	2.8	11.8	Δ9.8	24.7	7.0	26.1	10.4
2월	5.5	Δ5.8	3.3	Δ17.5	Δ3.5	2.4	47.7	3.3	Δ24.0	Δ0.3
3월	13.5	Δ8.2	Δ0.4	Δ7.6	Δ0.4	Δ4.3	23.6	3.2	12.5	4.5
4월	7.2	Δ8.6	1.2	Δ7.1	2.7	Δ5.8	19.3	1.9	8.4	2.8

*자료 : 각 백화점(신규점 제외), 전년동월대비 증감률, 명품은 자사 분류 기준

어지면서 일본인 관광객 매출이 약간 감소했다.

신세계백화점 본점에서도 외국인 매출비중은 지난 2월 9.7%, 3월 6.7%에서 4월 5.0%로 떨어졌다. 신세계백화점은 환율효과를 기대하기 어려울 것으로 보고 영업을 내수 중심으로 돌리겠다는 전략이다.

환율이 떨어지면서 2월에 최고치를 찍었던 외국인 매출 비중이 감소하고 있다. 향후 환율이 지속적으로 떨어질 것으로 예상되는 만큼 VIP 마케팅 강화 등 내수에 총력을 기울일 것이다.

환율 하락에 따른 외국인 관광객 감소는 서울 명동 거리에서도 피부로 느낄 수 있다. 오전 명동거리는 평일인 탓도 있지만 2~3월에 비해 매우 한산했으며, 일본 쇼핑객들도 그다지 많이 눈에 띄지 않았다. 일본인 관광객 수가 반 이상 줄었다고 보면 된다.

4월 지나면서 줄기 시작했고 3월만 해도 일본인들이 한 번에 사가는 규모가 10만 원어치 정도였는데 요즘은 3만 원 정도로 줄었다. 여행업협회 명동 관광 안내소에서도 3월에는 하루에 400명씩 일본인 관광객들이 왔는데 지금은 하루에 120명에서 130명 정도로 줄었다.

반면, 여행업체는 휴가철까지 환율이 계속 내릴 것을 기대한다. 환율의 등락은 여행심리에 많은 영향을 끼치지만 효과가 즉각적으로 나타나기보다는 어느 정도 시간을 두고 수요에 반영되는 편이다. 여행은 1개월 정도 앞서 예약을 하

기 때문이다.

3월초 1500원대였다가 이후 지속적인 하락 안정화 양상을 보임으로써 그동안 미뤄왔던 수요들이 풀릴 것으로 예상하고 있다는 것이다. 향후 여행수요가 상당히 증가할 것으로 보인다. 다만, 6월이 전통적인 비수기고, 신종플루 등의 영향으로 현재까지는 이렇다 할 증가추세가 보이지는 않고 있다.

6월 초까지 환율이 안정된다면 여행업의 최대 성수기인 7~8월 예약이 작년 수준에까지도 이를 수 있을 것으로 여행업체들은 관측하고 있다. 항공업계도 원화가치가 오를수록, 즉 환율이 떨어지면 떨어질수록 유리한 수익 구조인만큼 기본적으로 환율이 더 낮아져야한다는 입장이다.

항공사들은 항공기 임차료, 항공유류 구입비 등 외화로 지출하는 비용이 현지 티켓 발권 수입 등 외화 수입보다 훨씬 많기 때문이다. 실제 대한항공과 아시아나항공의 경우 환율이 10원 낮아질 때마다 각각 200억원, 78억원의 비용을 줄일 수 있다.

화물사업의 경우, 원론적으로 환율이 떨어지면 국내기업의 수출경쟁력 저하로 전반적 수출 물량이 줄어드는 부정적 측면도 있다. 경기 변동, 계절적 특성 등 항공 수요에 영향을 미치는 변수가 다양한 만큼, 최근 짧은 기간의 환율 추이만으로는 당장 뚜렷한 득실을 따지기 어렵다.