

Industry Comment

Analyst 남성현
02) 02-6915-5672
rockrole@ibks.com

중립 (유지)

유통업체 매출동향

2월: 단순 기저효과

- 2월 주요 유통업체 매출, 전년동월 대비 +7.9% 증가
- 오프라인 유통업체 전년동월대비 8.0% 증가. 연휴 시점 차이에 따른 영업일 수 증가 영향
- 온라인 유통업체 전년동월대비 +7.8% 성장. 서비스 매출 성장이 주도
- 설 명절 시점 차이에 따른 영향으로 오프라인 온라인 모두 성장

2023년 2월 주요 유통업체 매출: 전년동월대비 +7.9% 성장

2023년 2월 주요 유통업체 매출은 전년동월대비 +7.9% 성장하였다. 2월 오프라인과 온라인은 각각 전년동월대비 +8.0%, +7.8% 성장하며 전체 시장을 이끌었다. 2월 성장세는 이미 예견된 부분이다. 그러한 이유는 1) 설 연휴 시점 차이에 따라 영업일 수 및 배송일 수 증가 효과가 기대되었고, 2) 지난해 오미크론 확진자 수 급격한 증가에(지난해 자가 격리 의무) 따른 기저가 존재하였기 때문이다. 주요 품목군을 보면 패션/의류/잡화/스포츠 등 성장이 돋보였다. ▶ 지난해 부진했던 수요에 따른 기저와, ▶ 외부활동 증가로 인한 구매요인 상승 등이 영향을 미친 것으로 판단한다. 다만, 내구재 제품군의 가전 및 가구는 여전히 부진하면서 오프라인이 -19.4%, 온라인이 -0.1% 감소하였다.

2월 회복은 무의미. 일부 오프라인 1~2월 누적 실적은 부진

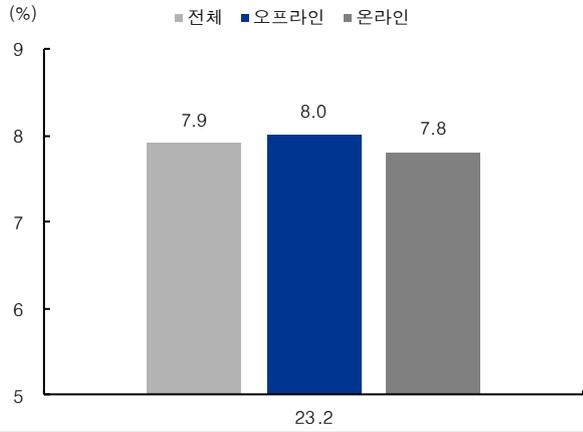
2월 주요 유통업체 실적 회복은 무의미한 데이터로 판단한다. 설 연휴 시점 차이 및 지난해 특수성을 고려할 경우 실적 성장은 당연하게 여겨지기 때문이다. 1~2월은 누적 실적을 가지고 판단하는 것이 합리적인데, 아쉽게도 오프라인의 경우 부진한 것으로 판단한다. 1~2월 대형마트 영업실적은 전년동기간대비 역 성장을 기록한 것으로 파악한다. 이마트 기존점 총매출 신장률은 -2.5%, 총매출액은 -3.1%를 기록하였다. 롯데마트도 유사한 흐름이 이어지고 있다. 백화점은 대형마트보다는 긍정적으로 보이지만, 성장을 이끌었던 명품군 성장률이 둔화되고 있다는 점에서 전체 신장률 둔화 추세는 피할 수 없다는 판단이다.

다만, 편의점과 슈퍼마켓 부문은 긍정적이라 판단한다. 편의점은 지난해 높은 기저에도 (진단키트 판매량 급증) 불구하고 점포당 매출액이 1.2% 성장하였고, 즉석식품 성장세가 재차 확대되면서 두 자릿수 성장률을 기록하였다. 슈퍼마켓의 경우에도 가공식품이 전년동월대비 +5.2% 상승하면서 전체 성장을 이끌었다. 이는 1~2인 가구수 증가에 따른 집객력 증가와 즉석식품 소비가 구조적으로 확대되면서 나타나는 현상으로 판단한다.

당사에서는 1분기 소비경기 둔화가 뚜렷하게 목격되는 시점으로 보고 있다. 이에 주요 유통업체 실적도 부진할 가능성이 높다. 단순히 기저 효과를 논하기보다는 본질적인 소비 추세를 보는 것이 합리적이라 판단한다.

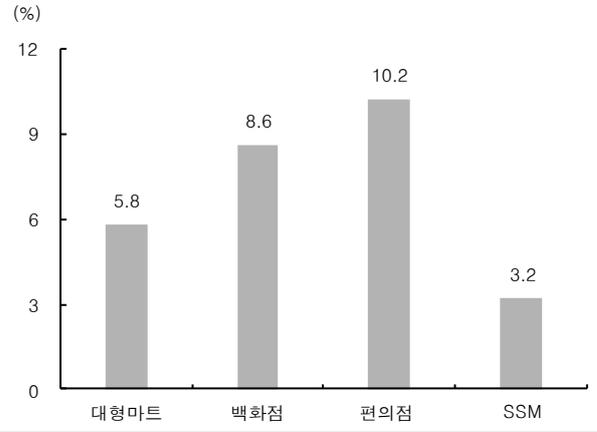
본 조서분석자료는 당사 리서치본부에서 신뢰할 만한 자료 및 정보를 바탕으로 작성한 것이나 당사는 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으며, 과거의 자료를 기초로 한 투자참고 자료로서 향후 주가 움직임은 과거의 패턴과 다를 수 있습니다. 고객께서는 자신의 판단과 책임 하에 종목 선택이나 투자시기에 대해 최종 결정하시기 바라며, 본 자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.

그림 1. 유통업체 전년대비 매출 증감률



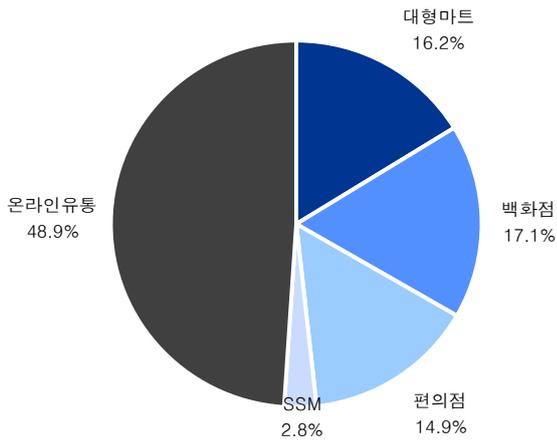
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 2. 오프라인 업체별 전년대비 매출 증감률



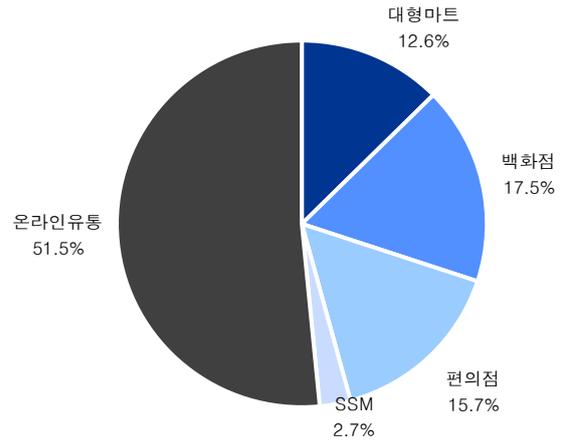
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 3. 1월 업체별 매출구성비



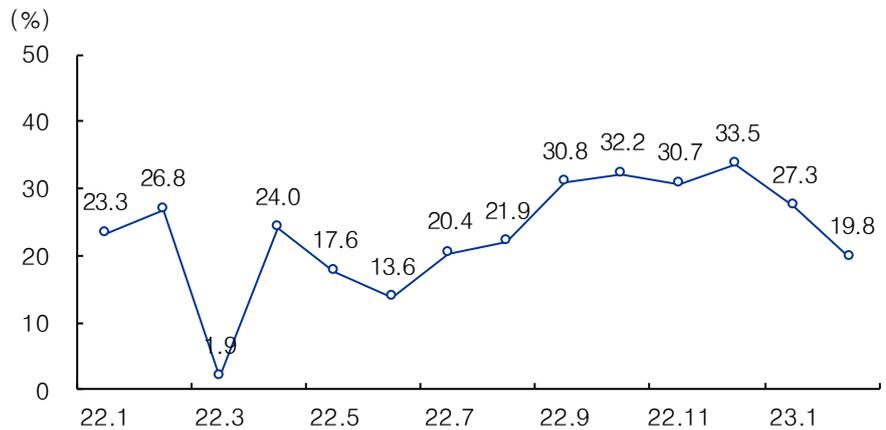
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 4. 2월 업체별 매출구성비



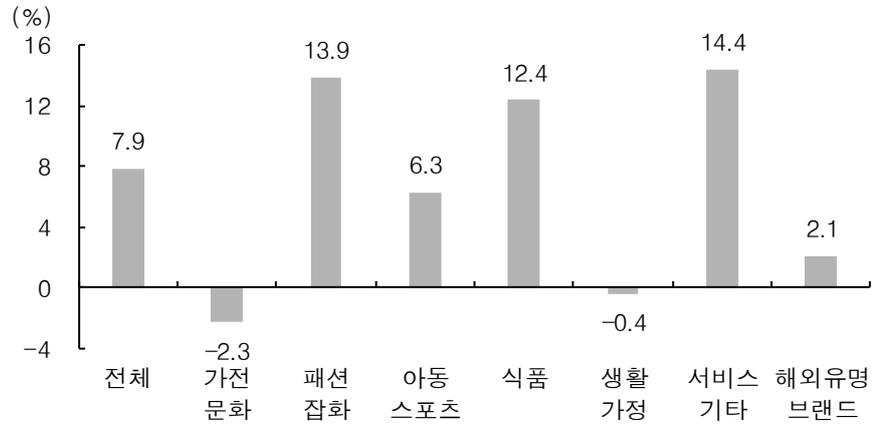
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 5. 온라인 서비스/기타 매출 전년대비 성장률 추이



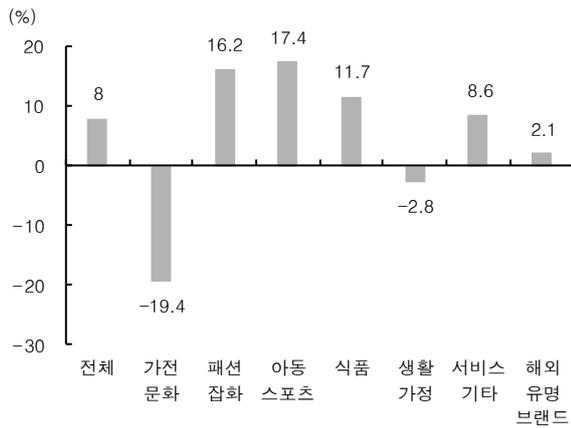
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 6. 유통업체 상품군별 전년대비 매출 증감률



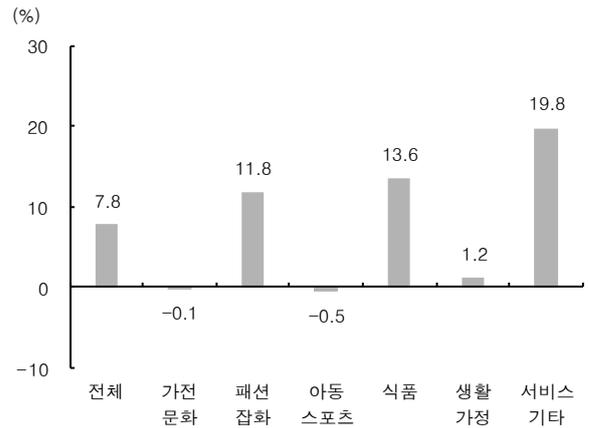
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 7. 오프라인 상품군별 매출동향



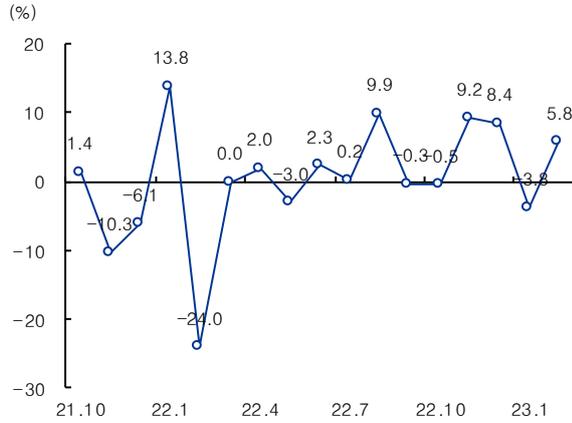
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 8. 온라인 상품군별 매출동향



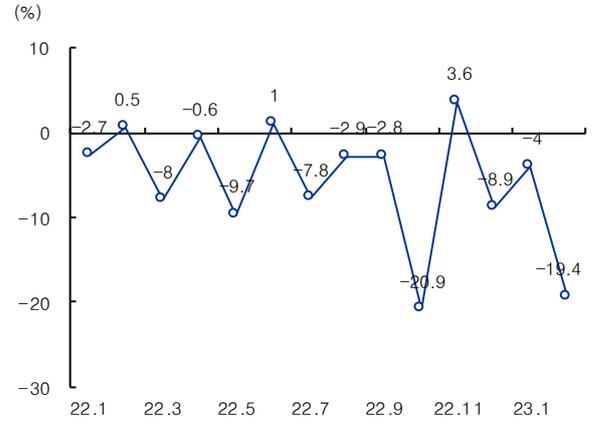
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 9. 대형마트 전년대비 성장률 추이



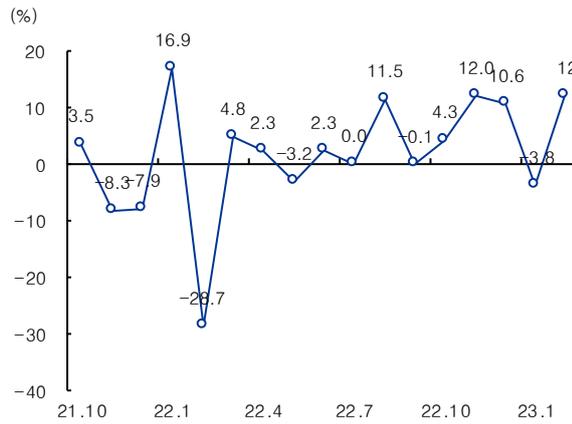
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 10. 대형마트 가전품목 전년대비 성장률 추이



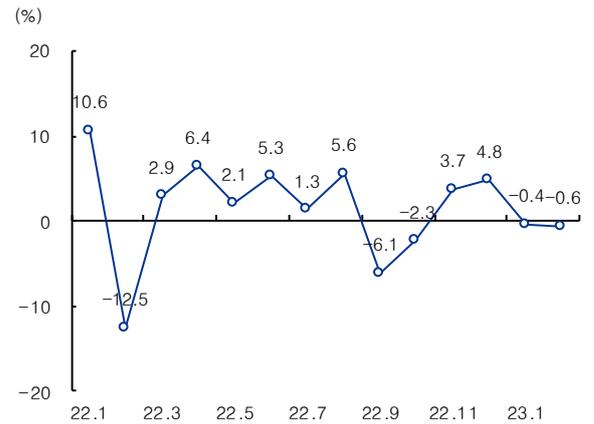
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 11. 대형마트 식품품목 전년대비 성장률 추이



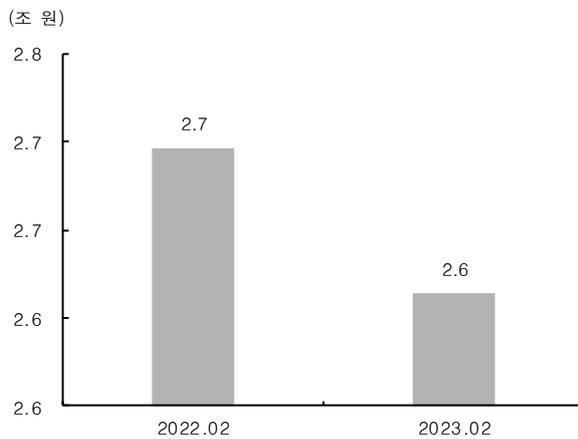
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 12. 대형마트 구매단가 전년대비 성장률 추이



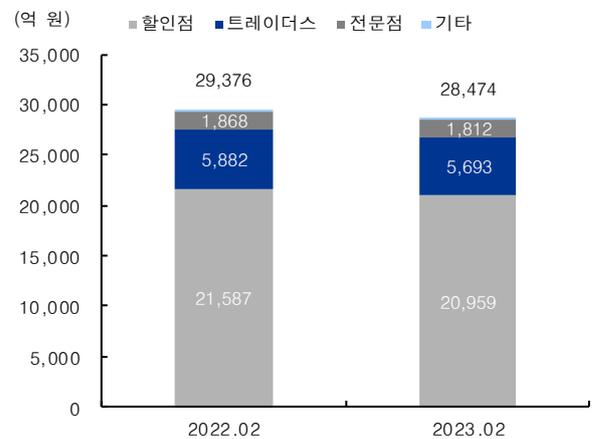
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 13. 이마트 23년 2월 누적 매출액 전년동기 비교(별도)



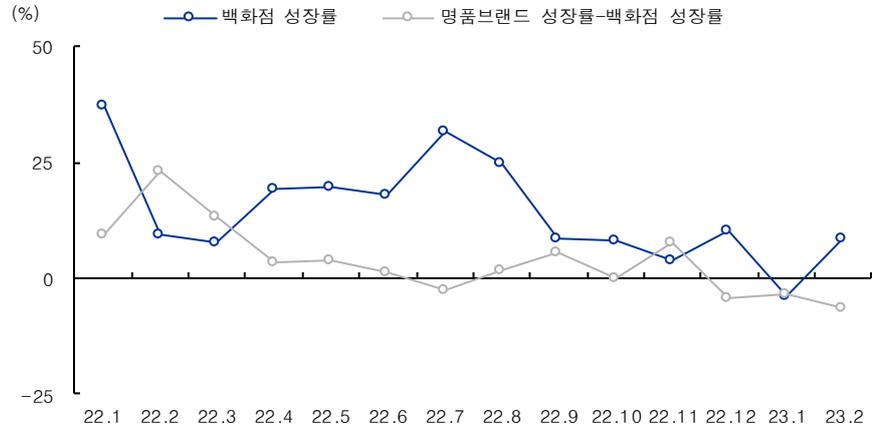
자료: 전자공시시스템, IBK투자증권

그림 14. 이마트 23년 2월 누적 총매출액 전년동기 비교(별도)



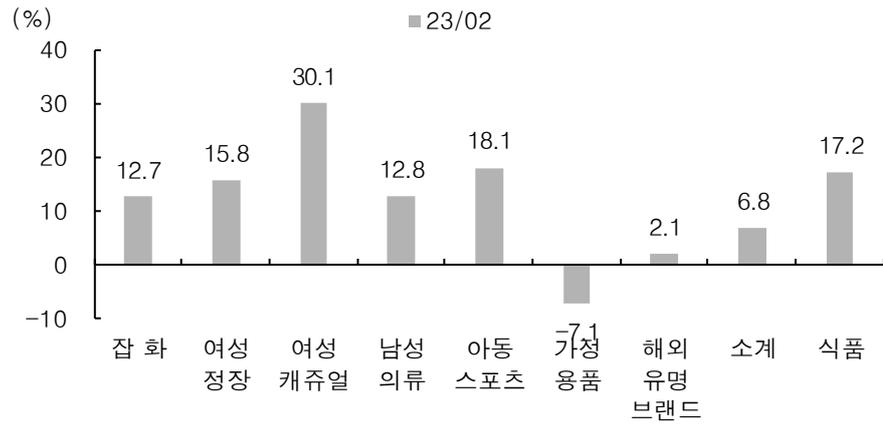
자료: 전자공시시스템, IBK투자증권

그림 15. 백화점 전년대비 매출 증감률



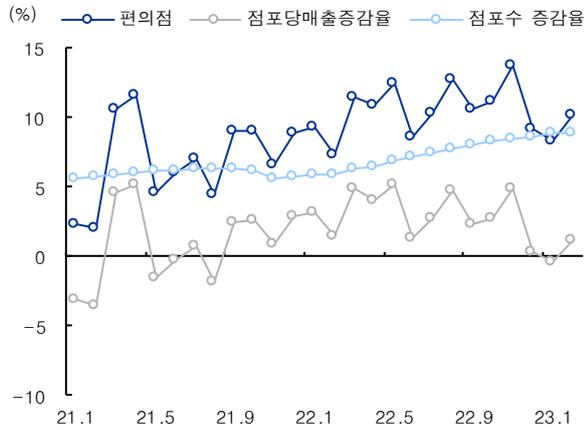
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 16. 2월 백화점 상품별 전년대비 매출 증감률



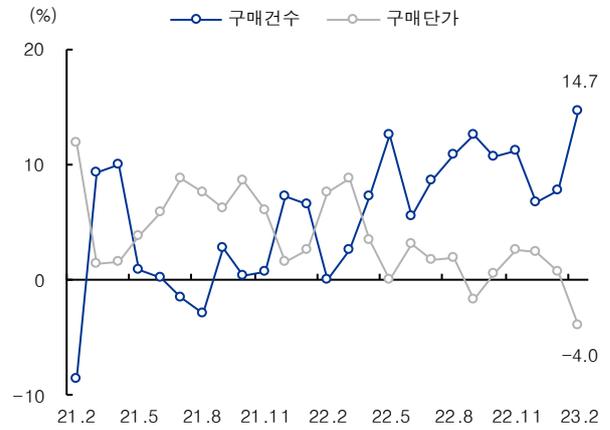
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 17. 편의점 산업 전년대비 성장률 추이



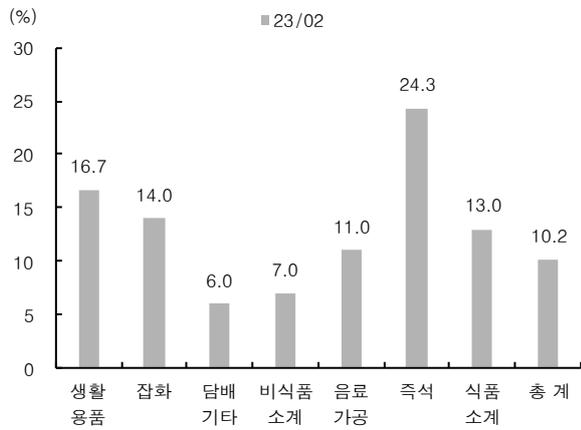
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 18. 편의점 구매 건수 및 단가 증감률



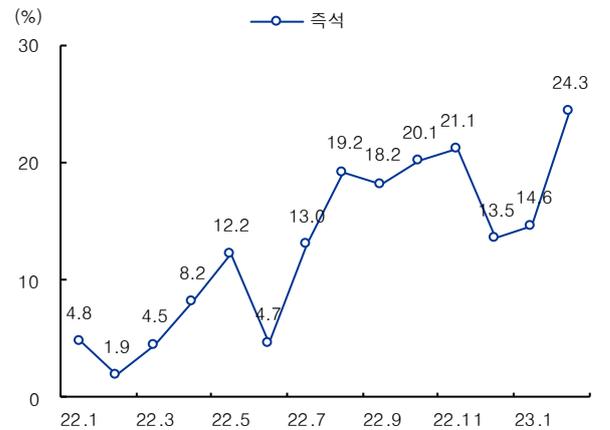
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 19. 2월 편의점 상품별 전년대비 매출 증감률



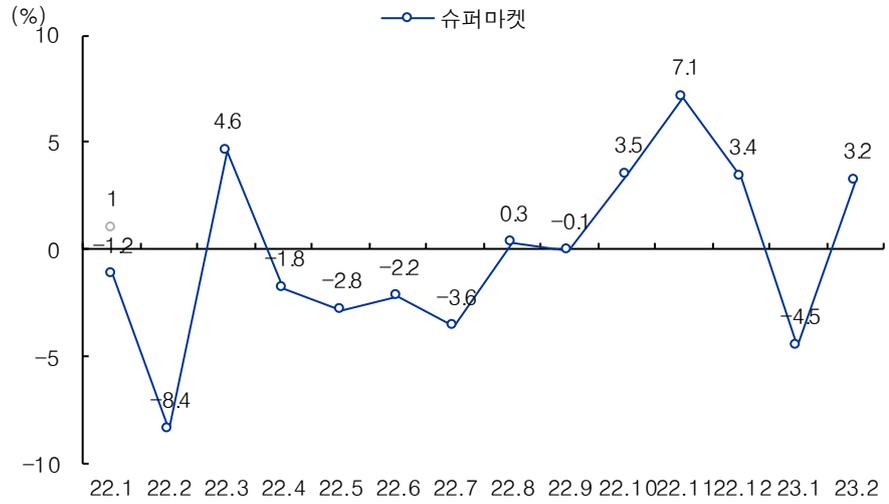
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 20. 편의점 즉석식품 전년대비 매출 증감률



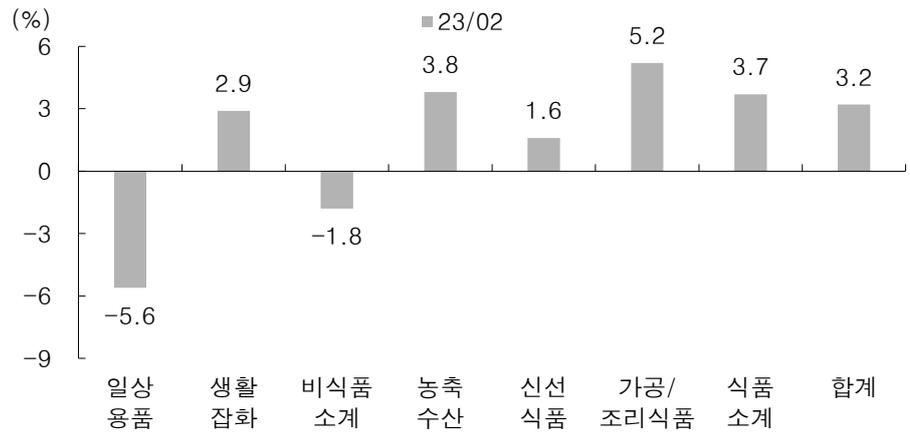
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 21. 슈퍼마켓 전년대비 성장률



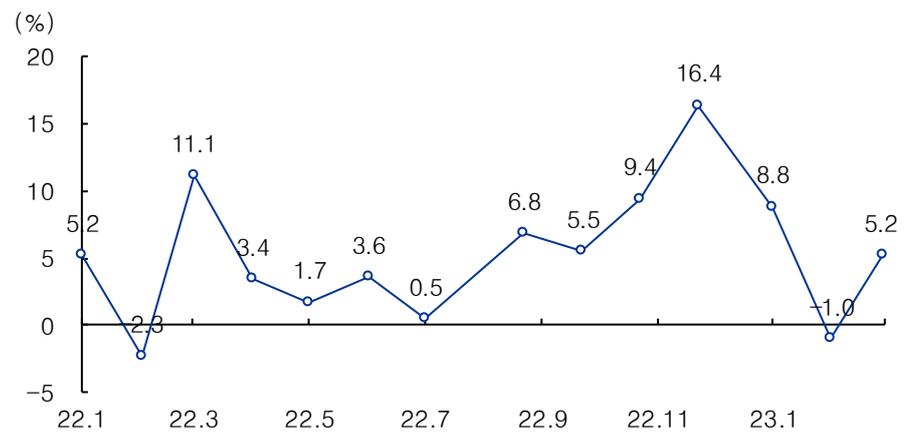
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 22. 2월 슈퍼마켓 상품군별 매출 증감률



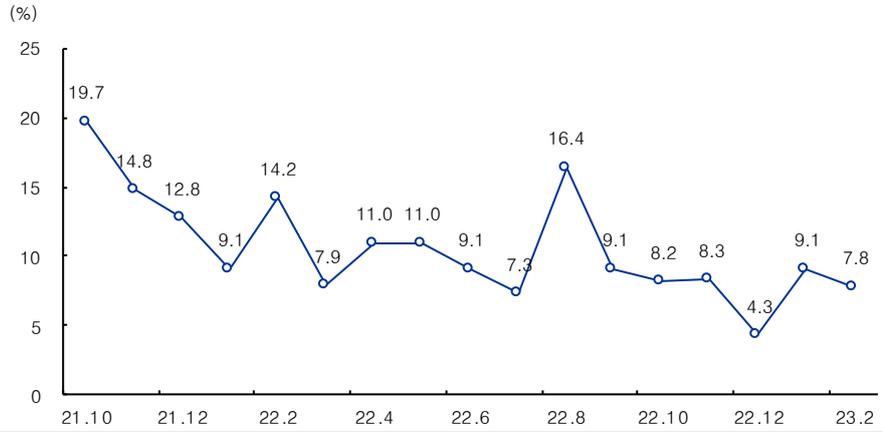
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 23. 슈퍼마켓 가공식품 전년대비 성장률



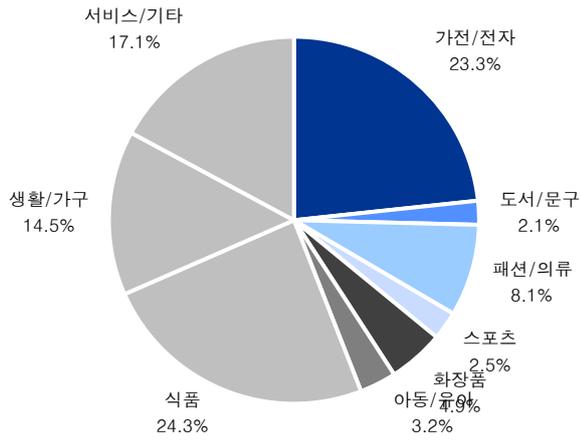
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 24. 온라인 전년대비 성장률 추이



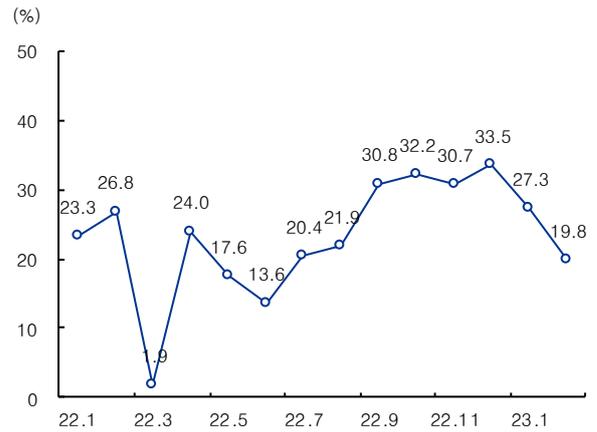
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 25. 온라인 상품군별 매출 비중



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 26. 온라인 서비스/기타 전년대비 성장률 추이



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

표 1. 유통업체 매출동향(계속)

(단위: %)

	22/02	22/03	22/04	22/05	22/06	22/07	22/08	22/09	22/10	22/11	22/12	23/01	23/02
대형마트													
가전문화	0.5	-8.0	-0.6	-9.7	1.0	-7.8	-2.9	-2.8	-20.9	3.6	-8.9	-4.0	-19.4
의류	-20.5	-17.8	13.2	9.0	5.3	11.9	15.7	12.6	2.7	-5.2	14.2	0.2	14.5
가정/생활	-24.1	-5.3	-2.7	-3.9	1.1	-0.7	8.9	-5.1	-7.1	10.4	5.1	-6.9	-1.6
스포츠	-13.3	-13.9	1.8	5.3	1.4	10.9	8.0	7.2	51.3	2.3	29.6	2.8	10.9
잡화	-20.5	-16.1	10.8	6.0	2.3	12.5	17.5	6.4	-33.7	-4.9	24.4	0.7	10.8
소계	-14.6	-9.0	1.3	-3.1	1.8	-0.5	5.6	-1.2	-9.6	4.3	3.5	-4.4	-6.5
식품	-28.7	4.8	2.3	-3.2	2.3	0.0	11.5	-0.1	4.3	12.0	10.6	-3.8	12.0
총계	-24.0	0.0	2.0	-3.0	2.3	0.2	9.9	-0.3	-0.5	9.2	8.4	-3.8	5.8
구매건수	-13.1	-2.8	-4.1	-5.0	-2.9	-1.1	4.1	6.2	1.8	5.3	3.4	-3.4	6.4
구매단가	-12.5	2.9	6.4	2.1	5.3	1.3	5.6	-6.1	-2.3	3.7	4.8	-0.4	-0.6
점포당매출	-22.2	5.5	3.9	-1.5	4.7	2.3	12.2	1.1	1.0	10.7	9.8	-2.5	7.2
백화점													
잡화	3.2	-2.4	14.7	21.9	14.4	39.3	23.9	18.2	13.9	5.9	10.0	-0.6	12.7
여성정장	13.8	6.9	19.2	22.7	17.8	38.4	27.5	31.3	9.7	1.8	12.5	-3.4	15.8
여성캐주얼	1.9	-2.7	22.2	25.3	17.3	41.3	41.9	14.1	19.0	3.9	25.2	7.7	30.1
남성의류	10.8	3.8	21.2	24.5	18.7	38.0	31.2	20.2	13.5	-0.4	13.8	-2.2	12.8
아동스포츠	11.9	12.6	33.4	30.0	27.4	48.5	33.8	21.3	16.6	0.4	27.6	7.1	18.1
가정용품	9.3	-5.4	6.8	3.1	10.6	9.8	-13.7	-14.3	-11.1	-14.1	-10.4	-18.4	-7.1
해외유명브랜드	32.5	21.1	22.5	23.6	19.6	29.1	26.4	14.2	8.1	11.3	6.0	-7.2	2.1
소계	17.4	8.7	20.0	20.8	18.1	30.7	18.3	12.2	8.0	3.1	9.4	-5.3	6.8
식품	-30.3	0.2	30.3	12.4	16.2	35.8	66.5	-12.8	9.6	8.8	16.5	2.3	17.2
총계	9.3	7.8	19.1	19.9	18.2	31.6	24.8	8.5	8.0	3.7	10.3	-3.7	8.6
구매건수	-1.5	-7.2	7.8	11.4	9.8	34.5	23.9	8.6	4.9	1.2	11.6	-0.5	14.4
구매단가	10.9	16.1	10.4	7.6	7.7	-2.2	0.7	-0.1	3.0	2.5	-1.2	-3.3	-5.1
점포당매출	5.6	4.2	15.1	15.9	14.2	27.2	24.8	8.5	8.0	3.7	10.3	-3.7	8.6
편의점													
생활용품	48.0	7.3	11.1	10.7	19.9	26.4	27.9	14.1	19.8	18.8	25.9	19.5	16.7
잡화	3.8	5.1	3.1	-4.3	11.6	17.3	18.5	9.3	13.1	17.6	16.6	23.7	14.0
담배 등 기타	9.2	14.5	8.9	10.6	7.0	8.7	11.0	7.9	8.1	7.8	6.4	9.4	6.0
소계	8.7	13.7	8.9	10.2	8.1	10.3	12.5	8.5	9.2	8.9	8.3	10.6	7.0
음료 등 가공	7.1	10.6	13.6	14.8	10.0	10.1	11.9	11.4	11.5	17.6	9.2	5.3	11.0
즉석(신선일부)	1.9	4.5	8.2	12.2	4.7	13.0	19.2	18.2	20.1	21.1	13.5	14.6	24.3
소계	6.3	9.5	12.7	14.3	9.1	10.6	13.1	12.4	12.9	18.2	9.9	6.7	13.0
총계	7.4	11.5	10.9	12.5	8.6	10.4	12.8	10.6	11.2	13.8	9.2	8.4	10.2
구매건수	-0.1	2.5	7.2	12.6	5.5	8.6	10.8	12.5	10.7	11.1	6.7	7.7	14.7
구매단가	7.5	8.8	3.4	-0.1	3.0	1.7	1.9	-1.7	0.4	2.5	2.3	0.7	-4.0
점포증가율	5.9	6.3	6.5	6.9	1.3	2.7	4.7	2.4	2.7	4.9	8.7	8.9	8.9
점포당매출	1.5	4.9	4.1	5.2	7.2	7.5	7.8	8.0	8.3	8.5	0.4	-0.4	1.2

주: 온라인 유통 12개사: G마켓글로벌(G마켓, 옥션), 11번가, 인터파크, 쿠팡, SSG(이마트, 신세계), 에이케이몰, 홈플러스, 갤러리아몰, 롯데마트, 롯데온, 위메프, 티몬
 자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

표 2. 유통업체 매출동향

(단위: %)

	22/02	22/03	22/04	22/05	22/06	22/07	22/08	22/09	22/10	22/11	22/12	23/01	23/02
슈퍼마켓													
일상용품	-10.2	-4.4	-3.3	-5.1	-6.9	-6.7	-0.6	2.5	-3.2	5.2	-3.7	-7.2	-5.6
생활잡화	-3.0	1.3	-3.8	-1.7	-4.3	-2.1	-1.9	-5.1	-0.3	0.9	1.2	-1.3	2.9
소계	-7.2	-2.0	-3.5	-3.7	-5.8	-4.8	-1.2	-0.9	-2.0	3.5	-1.5	-4.6	-1.8
농축수산	-16.2	2.3	-4.5	-5.6	-5.1	-5.7	-2.6	-6.5	-0.5	1.2	1.1	-7.5	3.8
신선식품	-2.0	4.6	-1.9	-2.7	-2.0	-4.2	-0.9	5.0	5.2	7.2	2.4	-3.6	1.6
가공/조리 식품	-2.3	11.1	3.4	1.7	3.6	0.5	6.8	5.5	9.4	16.4	8.8	-1.0	5.2
소계	-8.5	5.3	-1.6	-2.8	-1.8	-3.5	0.5	0.0	4.1	7.5	3.9	-4.5	3.7
총계	-8.4	4.6	-1.8	-2.8	-2.2	-3.6	0.3	0.1	3.5	7.1	3.4	-4.5	3.2
구매건수	-7.0	1.0	-2.1	-2.0	-4.4	-4.1	-2.2	1.8	2.4	4.7	-1.7	-3.5	2.9
구매단가	-1.5	3.6	0.3	-0.8	2.3	0.4	2.6	-1.8	1.1	2.3	5.2	-1.1	0.3
점포당매출	-7.7	5.4	-1.0	-2.1	-1.1	-3.1	0.1	0.0	2.7	7.6	2.4	-3.5	3.0
온라인유통													
가전/전자	17.0	1.4	-0.5	3.8	1.0	-6.0	4.1	2.7	-0.1	-3.7	-5.3	6.5	-0.6
도서/문구	2.5	0.4	3.9	2.3	-2.3	-0.1	3.6	3.7	4.7	6.0	0.3	1.2	5.7
패션/의류	7.4	-2.7	14.9	11.9	6.0	10.3	18.2	8.9	1.0	-2.3	10.5	0.2	12.2
스포츠	5.0	-1.4	-0.6	10.7	0.5	-1.8	5.9	-0.4	-7.0	-3.7	-0.3	-7.7	2.3
화장품	23.7	15.9	18.6	26.7	18.1	14.0	23.1	12.5	14.5	16.1	11.2	12.2	11.2
아동/유아	4.7	5.0	5.4	4.5	2.1	-0.7	5.4	-1.4	-2.4	0.5	-5.8	-1.7	-2.7
식품	9.8	24.6	18.1	17.7	17.9	14.7	27.8	9.2	15.6	17.6	13.4	10.7	13.6
생활/가구	12.1	8.4	6.6	3.7	8.0	6.2	15.3	4.4	0.9	5.3	-16.9	4.1	1.2
서비스/기타	26.8	1.9	24.0	17.6	13.6	20.4	21.9	30.8	32.2	30.7	33.5	27.3	19.8
총계	14.2	7.9	11.0	11.0	9.1	7.3	16.4	9.1	8.2	8.3	4.3	9.1	7.8

주: 온라인 유통 12개사: G마켓글로벌(G마켓, 옥션), 11번가, 인터파크, 쿠팡, SSG(이마트, 신세계), 에이케이몰, 홈플러스, 갤러리아몰, 롯데마트, 롯데온, 위메프, 티몬
 자료: 산업통상자원부, IBK투자증권