

# 유통

## 24년 1월 주요 유통업체 매출 동향

### 주가 하방 경직성이 높은 기업에 주목

- 27일 발표된 2024년 1월 주요 유통업체 매출은 전년동기대비 8.2% 증가. 오프라인 채널이 0.3% 감소했으나, 온라인 채널은 16.8% 증가
- 설 시점 차이에 따라 오프라인 채널 매출이 전년동기대비 소폭 감소
- 코로나19 종료와 함께 매출이 오랜 기간 부진했던 가전 카테고리는 낮은 기저 등으로 작년 10월부터 매출 성장을 보이고 있는 점이 특이 사항
- 올해 1월 주요 유통업체의(전체, 온오프라인 합산) 가전/문화 매출은 전년동기 대비 11.4% 증가. 온라인 채널의 가전/전자 매출은 13.2% 증가
- 정부의 기업가치 밸류업 프로그램에 대한 실망 매물 출회 및 일부 종목들에 대한 차익실현 니즈가 높아지며 소비재 기업들의 주가 변동성이 높아진 상태
- 실적과 해당 산업에 대한 기대가 매우 낮아 주가 하방이 탄탄한 기업에 주목 필요. 유통 섹터에서는 대표적으로 이마트와 롯데쇼핑

### 할인점: 설 시점 차에 따른 매출 감소

- 매출은 전년동기대비 9.2% 감소했고, 구매건수도 5.3% 감소. 매출과 구매건수는 시장의 예상대로 모두 하락했는데, 이는 작년과 설 시점이 다르기 때문(작년 설 1월 네번째 주 vs. 올해 2월 두번째 주)
- 정부의 대형마트 의무휴업 규제 완화 방침에도 일부 지자체만 휴업일을 평일로 전환하면서 마트 산업의 개선에 대한 시장 기대감은 사라진 상태
- 올해 가계의 내식수요 증가(06~19년 분기 평균 가계의 식비 지출 중 내식 비중 52.1% vs. 23년 1~3분기 평균 49.3%)는 분명하기 때문에, 올해 할인점 산업의 성장은 시장의 우려보다는 양호할 전망이다(당사 추정 2024F +2.8% YoY)

### 백화점: 우려보다는 양호한 소비가 이어지는 중

- 매출은 전년동기대비 0.7% 증가했으나, 구매건수는 0.4% 감소. 백화점 또한 설 시점 차이의 영향을 받기 때문에, 이를 고려 시 시장 예상보다는 양호한 성과
- 지난 달에 이어 가정용품(23년 12월 +15.8%, 24년 1월+16.4%)과 명품(12월 +10.5%, 1월 +6.6%) 매출이 성장한 점이 인상 깊음

### 편의점: 점진적인 개선을 예상

- 매출은 전년동기대비 6.1% 증가했고 구매건수도 7.2% 증가. 점포당 매출액도 1.5% 증가하며 시장 예상 수준의 성과를 기록
- 2월 날씨는 평년보다 따뜻하기 때문에 1월보다는 매출 증가가 양호할 전망
- 12월에 이어 1월에도 4%대의 점포 순증을 기록(+4.5% YoY vs. 23년 월평균 7.0%). 상위 2개 업체의 점포 순증은 양호하게 이루어지고 있기 때문에, 하위 업체의 점포 순증이 더디고, 일부 브랜드의 점포는 감소하고 있는 걸로 추정

## 비중확대(유지)

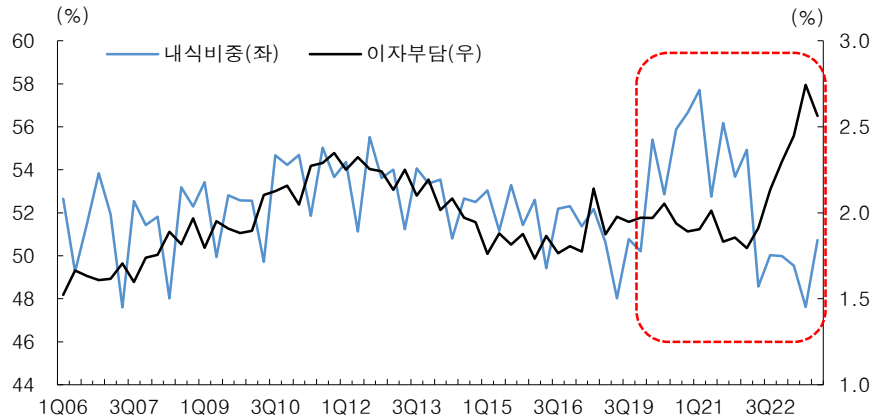
김명주

myoungjoo.kim@koreainvestment.com

전예원

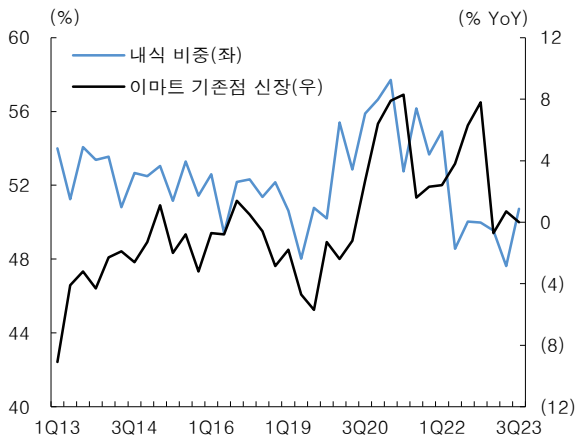
yw.jeon@koreainvestment.com

[그림 1] 가계의 이자비용 부담과 식비 지출 중 내식이 차지하는 비중 추이. 2023년 가계의 이자비용 부담에도 외식이 증가하며 대형마트의 기존점 신장 부진으로 이어졌음. 2024년에는 2023년 대비 내식이 증가한다고 가정



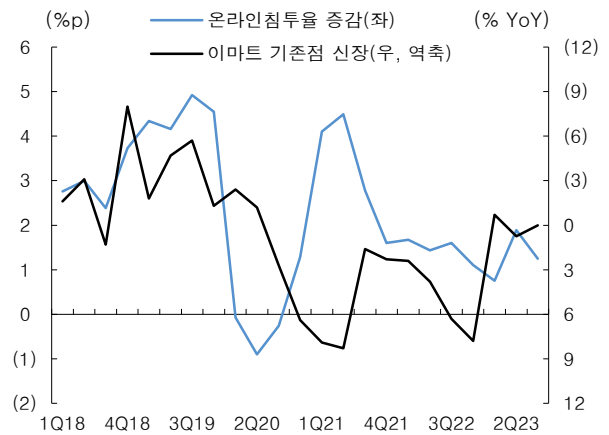
자료: 통계청, 한국투자증권

[그림 2] 가계의 식비 지출 중 내식이 차지하는 비중 vs. 이마트 기존점 신장 비교. 내식 증가는 할인점 기존점 신장에 긍정적



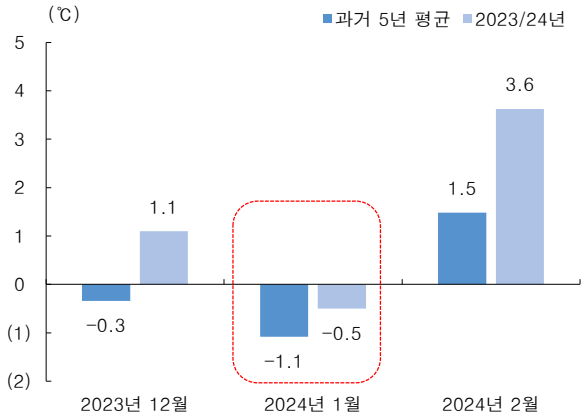
자료: 통계청, 이마트, 한국투자증권

[그림 3] 소매시장 내 온라인 침투율과 이마트 기존점 신장 추이. 온라인 시장의 성장을 둔화는 이마트에 긍정적



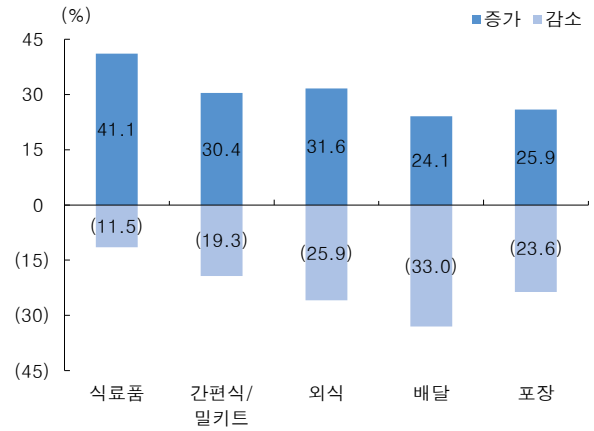
자료: 통계청, 이마트, 한국투자증권

[그림 4] 서울 지역의 2023년 12월~2024년 2월 기온과 직전 5개년 평균 기온 비교. 올해 2월은 평년보다 따뜻함



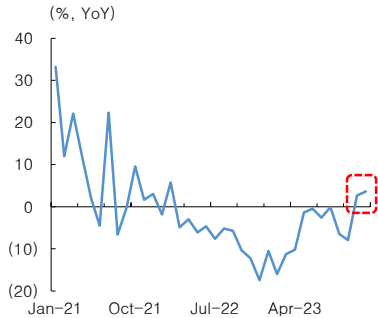
주: 2024년 2월은 2월 1일~26일까지의 일간 평균 데이터  
자료: 기상청, 한국투자증권

[그림 5] 2023년 소비자의 전년대비 식비 지출액 변화. 식료품비 지출이 가장 크게 증가했다고 응답



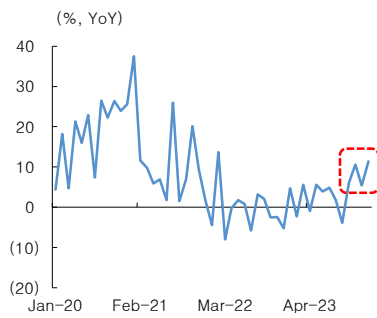
주: 7,000명 대상 설문  
자료: 언론보도, 롯데멤버스, 한국투자증권

[그림 6] 소매판매액 증 가전 매출 증감 추이. 가전 매출이 회복 중



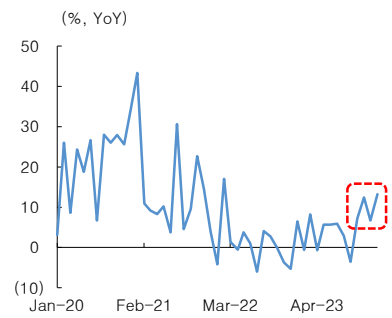
자료: 통계청, 한국투자증권

[그림 7] 주요 유통업체 매출 기준 전체(온+오프) 가전/문화 매출 증감 추이



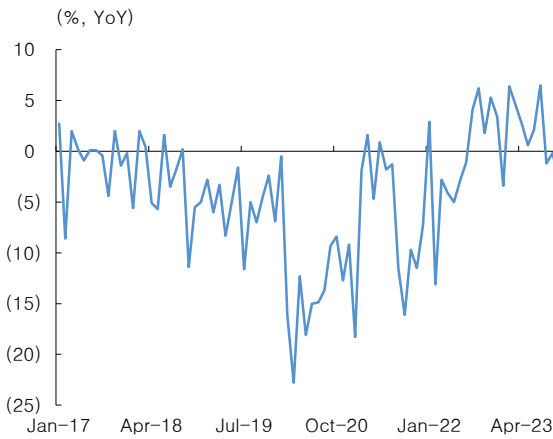
자료: 산업통상자원부, 한국투자증권

[그림 8] 주요 온라인 유통업체의 가전/전자 매출 증감 추이



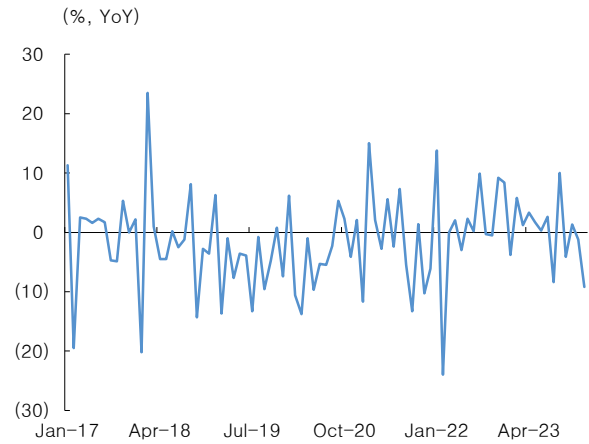
자료: 산업통상자원부, 한국투자증권

[그림 9] 할인점 구매건수 추이



자료: 산업통상자원부, 한국투자증권

[그림 10] 할인점 매출 증가율 추이



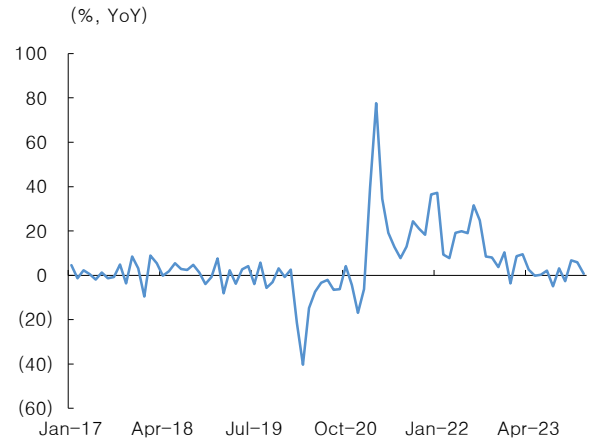
자료: 산업통상자원부, 한국투자증권

[그림 11] 백화점 구매건수 추이



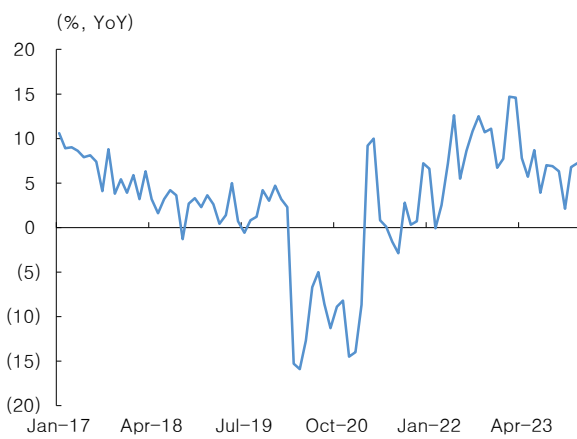
자료: 산업통상자원부, 한국투자증권

[그림 12] 백화점 매출 증가율 추이



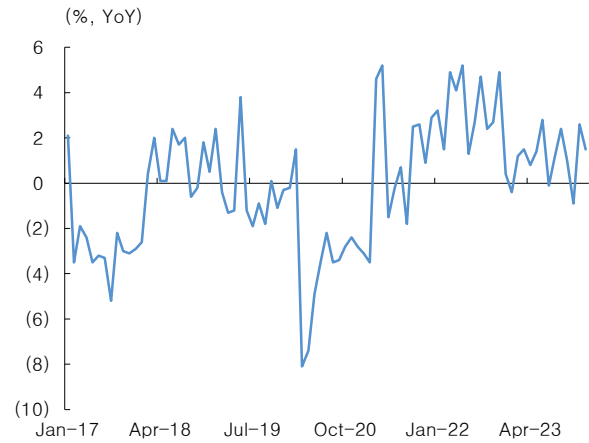
자료: 산업통상자원부, 한국투자증권

[그림 13] 편의점 구매건수 추이



자료: 산업통상자원부, 한국투자증권

[그림 14] 편의점 점포당 매출액 증가율 추이



자료: 산업통상자원부, 한국투자증권

■ Compliance notice

- 당사는 2024년 2월 27일 현재 롯데쇼핑, 이마트 종목의 발행주식을 1%이상 보유하고 있지 않습니다.
- 당사는 동 리포트의 내용 일부를 기관투자가 또는 제3자에게 사전에 제공한 사실이 없습니다.
- 동 리포트의 금융투자분석사와 배우자는 상기 발행주식을 보유하고 있지 않습니다.

■ 기업 투자 의견은 향후 12개월간 시장 지수 대비 추가 등락 기준임

- 매 수 : 시장 지수 대비 15%p 이상의 추가 상승 예상
- 중립 : 시장 지수 대비 -15~15%p의 추가 등락 예상
- 비중축소 : 시장 지수 대비 15%p 이상의 추가 하락 예상
- 중립 및 비중축소 의견은 목표가 미제시

■ 투자등급 비율 (2023. 12. 31 기준)

매수	중립	비중축소(매도)
87.3%	12.7%	0%

※ 최근 1년간 공표한 유니버스 종목 기준

■ 업종 투자 의견은 향후 12개월간 해당 업종의 유가증권시장(코스닥) 시가총액 비중 대비 포트폴리오 구성 비중에 대한 의견임

- 비중확대 : 해당업종의 포트폴리오 구성비중을 유가증권시장(코스닥)시가총액 비중보다 높이 가져갈 것을 권함
- 중립 : 해당업종의 포트폴리오 구성비중을 유가증권시장(코스닥)시가총액 비중과 같게 가져갈 것을 권함
- 비중축소 : 해당업종의 포트폴리오 구성비중을 유가증권시장(코스닥)시가총액 비중보다 낮게 가져갈 것을 권함

■ 본 리포트는 고객의 증권투자를 돕기 위하여 작성된 당사의 저작물로서 모든 저작권은 당사에게 있으며, 당사의 동의 없이 어떤 형태로든 복제, 배포, 전송, 변형할 수 없습니다.

■ 본 리포트는 당사 리서치본부에서 수집한 자료 및 정보를 기초로 작성된 것이나 당사가 그 자료 및 정보의 정확성이나 완전성을 보장할 수는 없으므로 당사는 본 리포트로써 고객의 투자 결과에 대한 어떠한 보장도 행하는 것이 아닙니다. 최종적 투자 결정은 고객의 판단에 기초한 것이며 본 리포트는 투자 결과와 관련한 법적 분쟁에서 증거로 사용될 수 없습니다.

■ 본 리포트에 제시된 종목들은 리서치본부에서 수집한 자료 및 정보 또는 계량화된 모델을 기초로 작성된 것이나, 당사의 공식적인 의견과는 다를 수 있습니다.

■ 이 리포트에 게재된 내용들은 작성자의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭없이 작성되었음을 확인합니다.