

Industry Comment

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

중립 (유지)

유통업체 매출동향

편의점 폐점 가속화

- 4월 주요 유통업체 매출, 전년동월대비 +7.0% 증가
- 오프라인 유통업체 전년동월대비 -1.9% 감소, 편의점 폐점 증가
- 온라인 유통업체 전년동월대비 +15.8% 상승, 물류서비스 강화에 따른 점유율 확대
- 소비심리 악화에 따른 영향이 지속적으로 반영

2025년 4월 주요 유통업체 매출: 전년동월대비 +7.0% 성장

2025년 4월 주요 유통업체 매출은 전년동월대비 +7.0% 성장하였다. 4월 온라인을 제외한 대부분의 오프라인 유통 채널들은 부진이 이어졌다. 오프라인 채널 부진이 이루어진 이유는 1) 급변하는 날씨 여파에 따라 외부활동 및 나들이 고객이 줄어들었고, 2) 소비경기 악화 기조가 유지되면서 구매력이 낮아졌으며, 3) 편의점 신규점 출점 제한에 따른 영향이 작용하였기 때문이다.

오프라인 매출은 3개월째 부진한 흐름을 보이고 있다. 슈퍼마켓을 제외한 전 채널에서 부정적인 실적을 기록하고 있으며, 슈퍼마켓의 경우에도 성장률이 0.2%에 불과해 긍정적으로 평가하기는 어렵다는 판단이다. 4월 실적 부진에서 주목할 점은 대부분의 상품군에서 판매량 감소가 나타났다는 점이다. 대형마트는 기타를 제외한 전품목 감소세가 나타났고, 백화점 또한 명품과 식품을 제외한 품목군이 역 성장하였다. 편의점의 경우에도 생활용품을 제외하면 전 품목군이 부진하여, 소비경기 악화에 따른 영향이 전 채널로 확장되는 추세가 나타나고 있다. 이전까지는 그나마 식품 매출이 버텨주는 모습을 보여주었지만, 4월 결과는 구매력 둔화에 따른 실질 소비 악화를 보여주는 단적인 부분으로 해석한다.

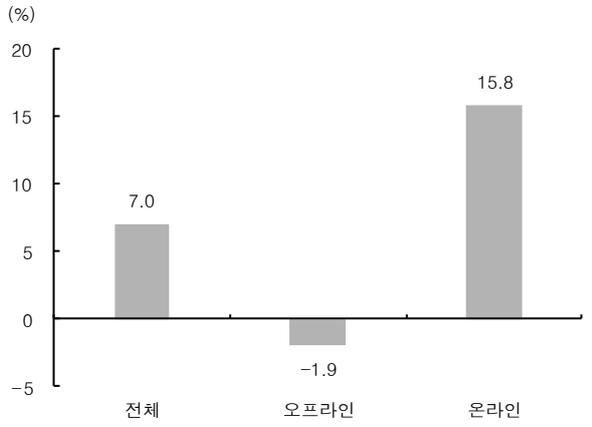
편의점 부진은 가속화되고 있다고 판단한다. 3월까지의 지난해 출점한 점포들의 성장률이 전체 실적을 이끄는 요인으로 작용했지만, 4월의 경우 점포증가율이 -0.2%를 기록하는 등 부정적 흐름이 뚜렷해졌다. 이는 두가지 측면에서 해석할 수 있는데, 1) 2분기로 접어들면서 폐점율이 빠르게 증가했거나, 2) 1분기 그나마 출점을 진행했던 업체의 경우에도 출점 속도를 선회했을 가능성이 높은 것으로 보인다. 편의점 점포 출점은 2019년부터 공격적으로 재개되었다. 이를 고려하면 편의점 출점 둔화(폐점 + 미출점)는 더욱 가속화될 것으로 전망한다.

온라인! 온라인! 온라인!

4월 온라인 매출액은 두 자릿수 성장하는 추세가 이어졌다. 현재 경기 상황을 감안하면 고무적인 수치이다. 온라인 실적 성장 이유는 1) 주 7일 배송 서비스 시행에 따른 배송 서비스 강화, 2) 온라인 구매빈도 증가, 3) 서비스 부문 성장세가 유지되었기 때문으로 특히, **배송서비스 강화에 따른 효과가 가장 크게 작용**하고 있다고 판단한다.

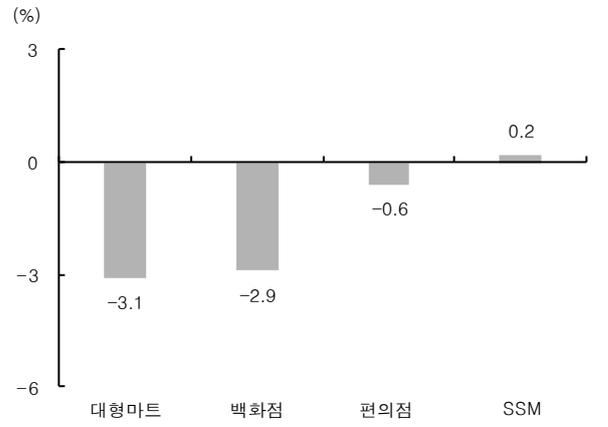
본 조서분석자료는 당사 리서치본부에서 신뢰할 만한 자료 및 정보를 바탕으로 작성한 것이나 당사는 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으며, 과거의 자료를 기초로 한 투자참고 자료로서 향후 주가 움직임은 과거의 패턴과 다를 수 있습니다. 고객께서는 자신의 판단과 책임 하에 종목 선택이나 투자시기에 대해 최종 결정하시기 바라며, 본 자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.

그림 1. 4월 유통업체 전년대비 매출 증감률



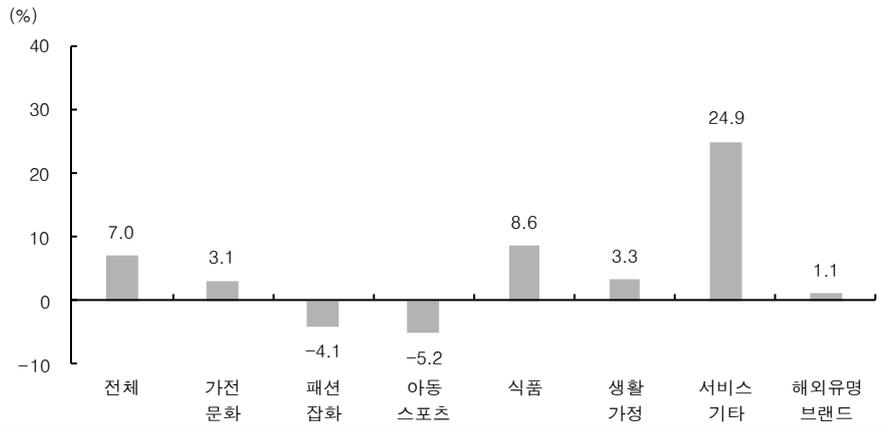
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 2. 4월 오프라인 업태별 전년대비 매출 증감률



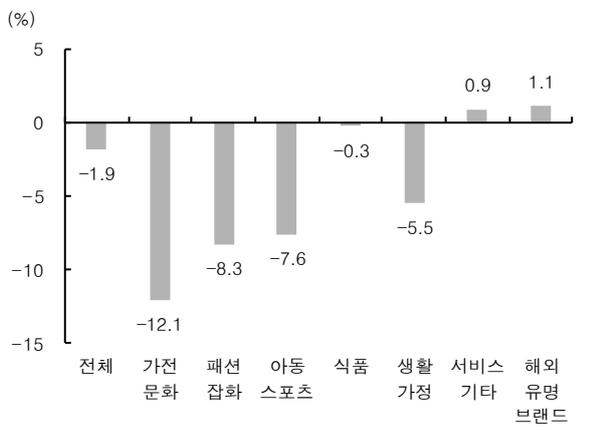
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 3. 전체 유통업체 상품군별 전년대비 매출 증감률



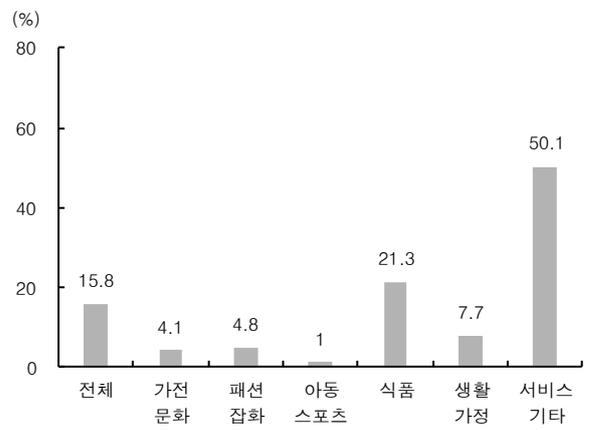
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 4. 오프라인 상품군별 매출 증감률



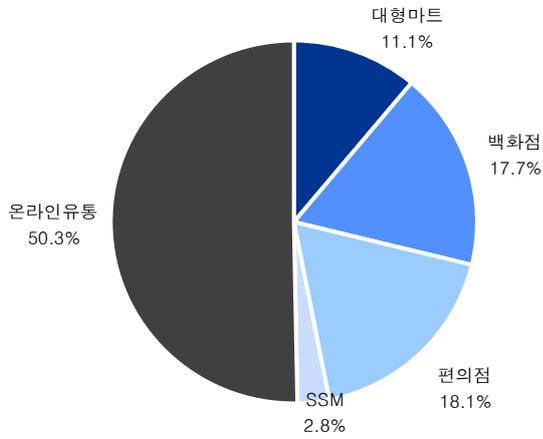
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 5. 온라인 상품군별 매출 증감률



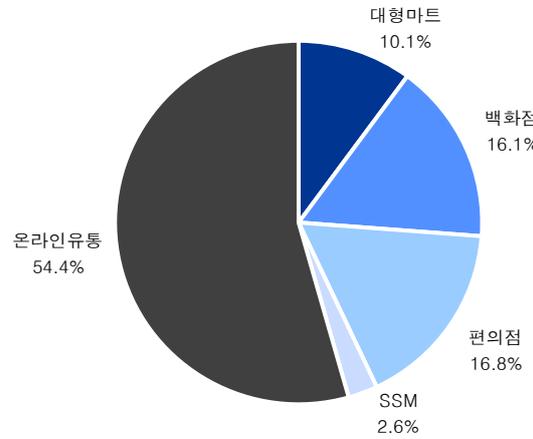
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 6. 2024년 4월 업태별 매출구성비



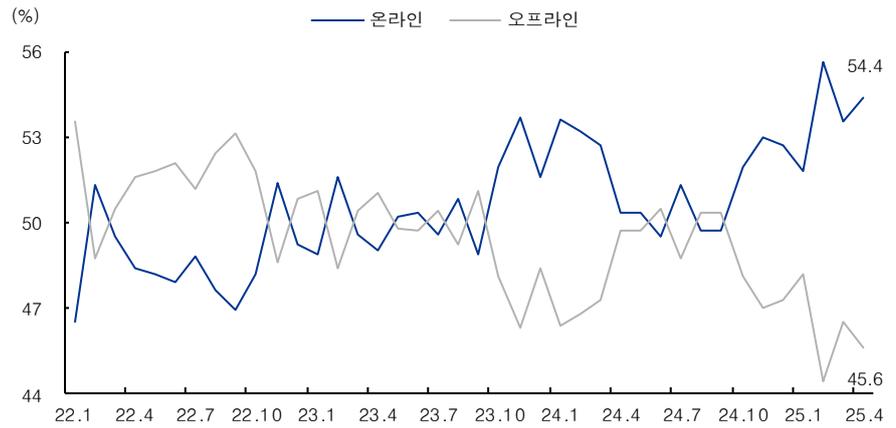
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 7. 2025년 4월 업태별 매출구성비



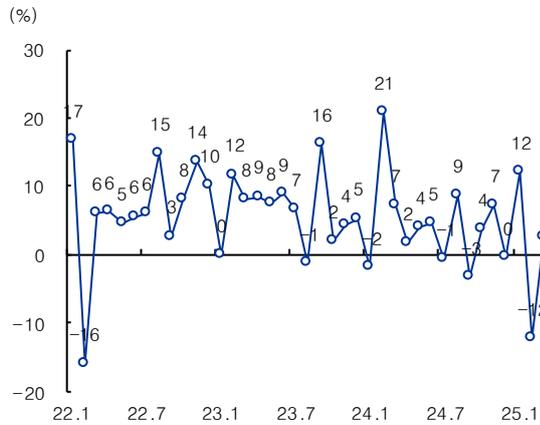
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 8. 유통업체 온/오프라인 점유율 추이



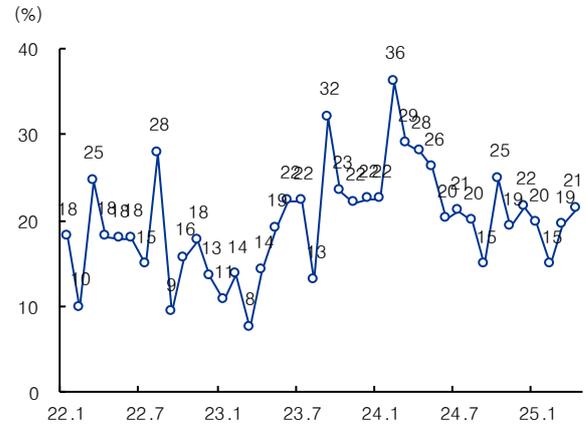
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 9. 오프라인 식품품목 전년대비 성장률 추이



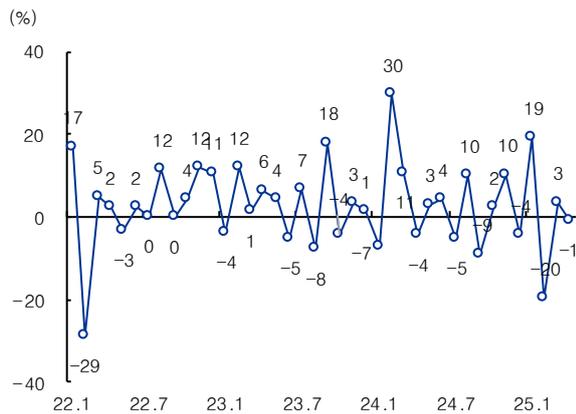
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 10. 온라인 식품품목 전년대비 성장률 추이



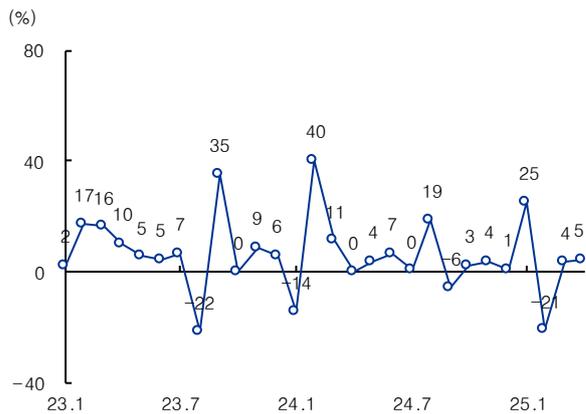
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 11. 대형마트 식품품목 전년대비 성장률 추이



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 12. 백화점 식품품목 전년대비 성장률 추이



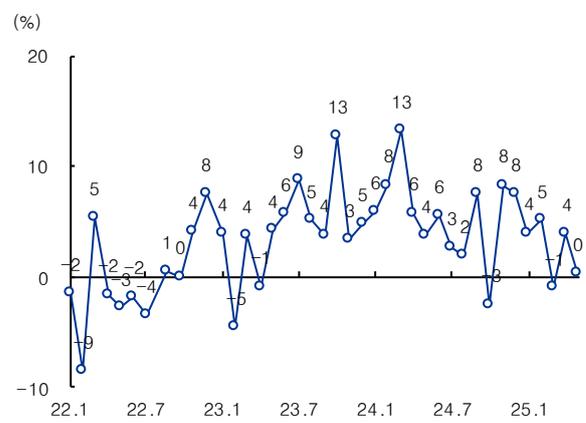
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 13. 편의점 식품품목 전년대비 성장률 추이



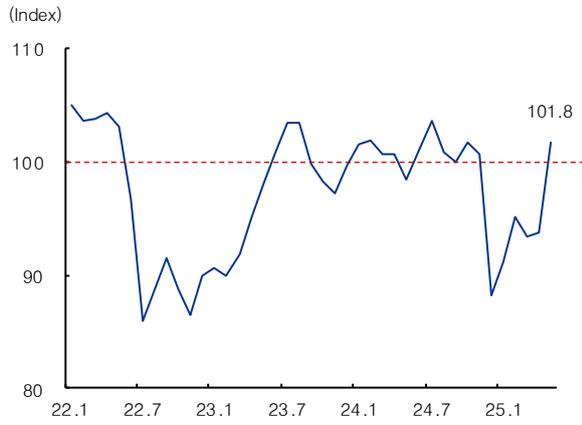
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 14. SSM 식품품목 전년대비 성장률 추이



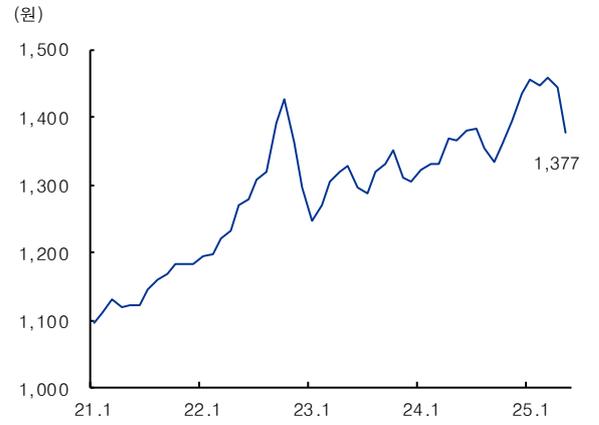
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 15. 소비자심리지수 추이



자료: 한국은행, IBK투자증권

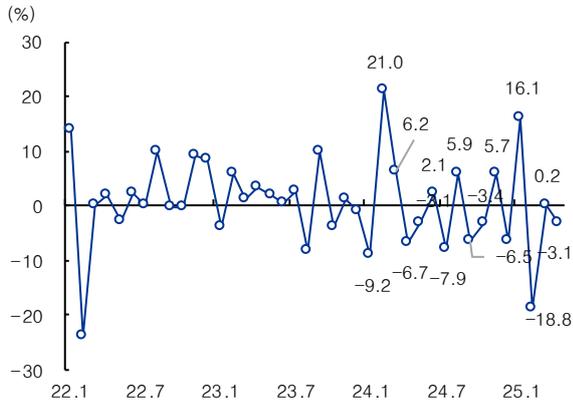
그림 16. 원/달러 환율 추이(월말기준)



자료: Quantwise, IBK투자증권

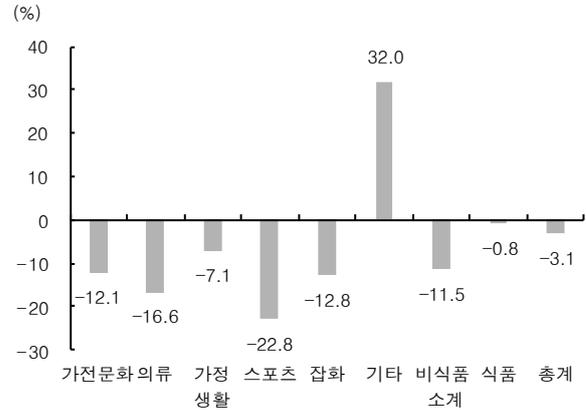
[오프라인-대형마트]

그림 17. 대형마트 전년대비 성장률 추이



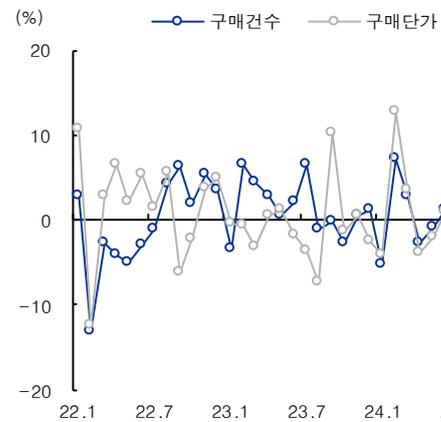
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 18. 대형마트 4월 상품군별 성장률 추이



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

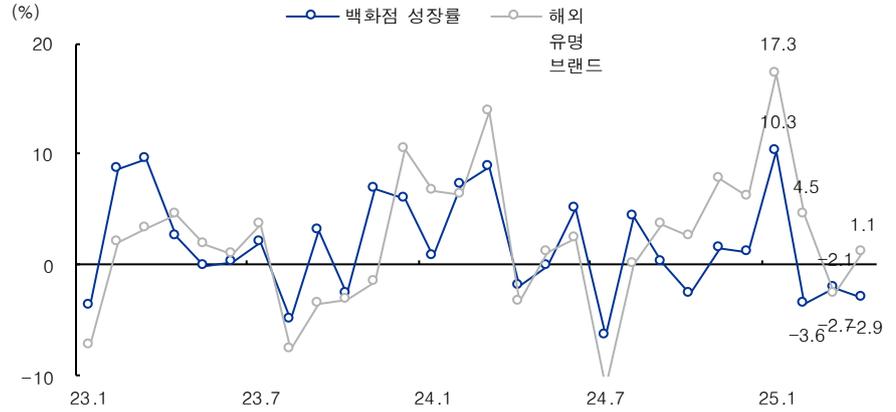
그림 19. 대형마트 구매건수, 구매단가 전년대비 성장률 추이



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

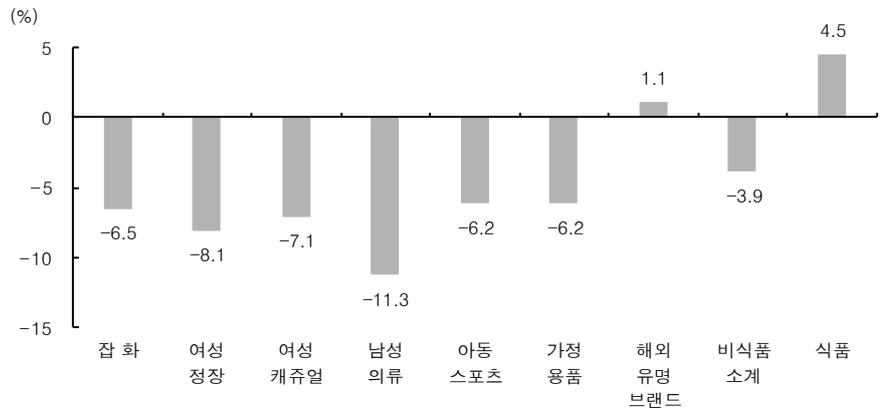
[오프라인-백화점]

그림 20. 백화점, 해외 유명 브랜드(명품) 전년대비 매출 증감률



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

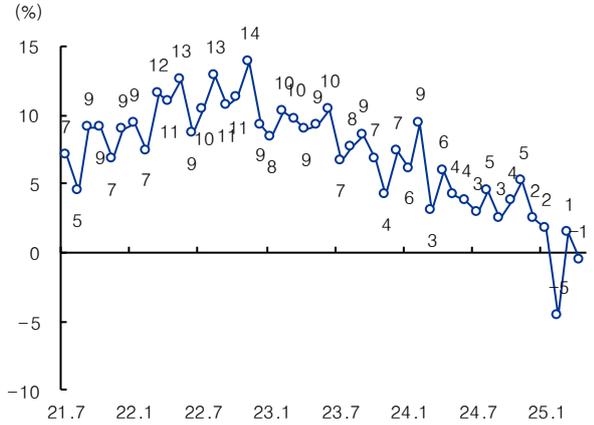
그림 21. 백화점 4월 상품별 전년대비 매출 증감률



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

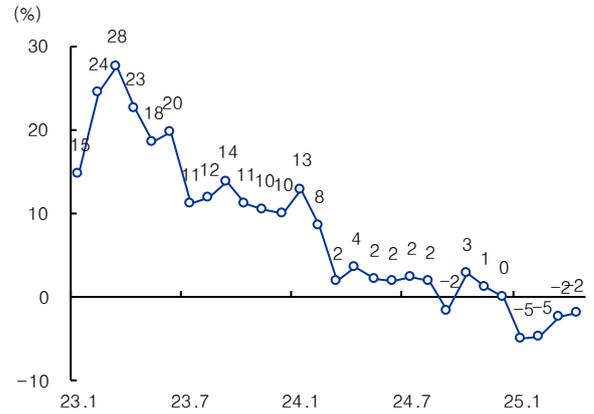
[오프라인-편의점]

그림 22. 편의점 전년대비 성장률 추이



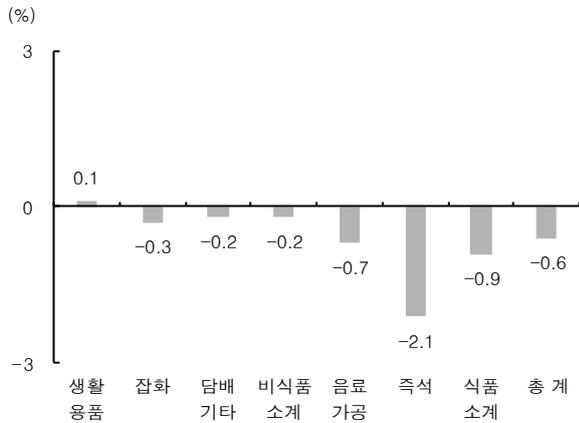
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 23. 편의점 즉석식품 성장률 추이



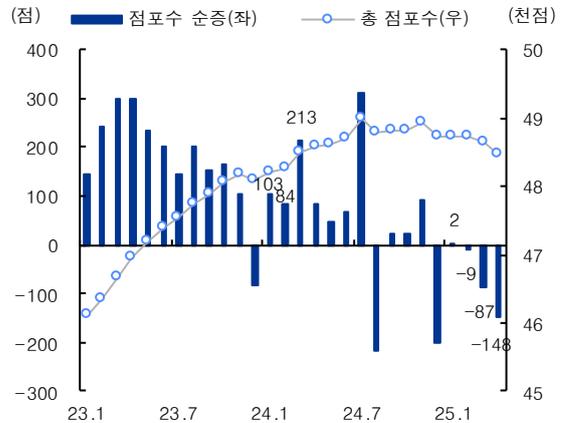
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 24. 편의점 4월 상품별 전년대비 매출 증감률



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

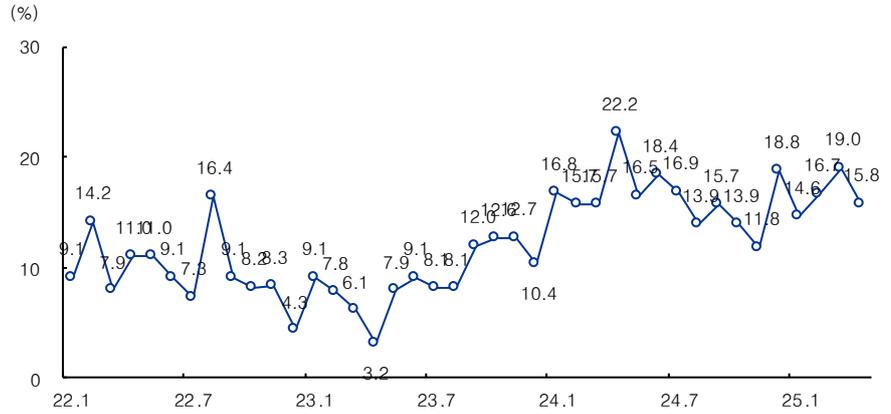
그림 25. 편의점 월별 점포수 순증 추이



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권 / 조사대상: GS25, CU, 세븐일레븐

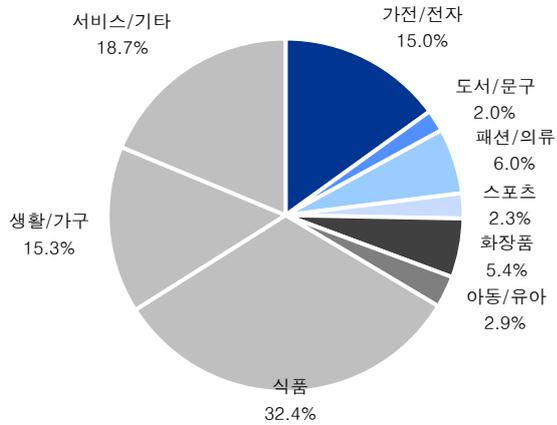
[온라인]

그림 26. 온라인 전년대비 성장률 추이



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 27. 4월 온라인 상품군별 매출 비중



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 28. 온라인 서비스/기타 전년대비 성장률 추이



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

표 1. 유통업체 매출동향(계속)

| | 24/04 | 24/05 | 24/06 | 24/07 | 24/08 | 24/09 | 24/10 | 24/11 | 24/12 | 25/01 | 25/02 | 25/03 | 25/04 |
|-------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 대형마트 | | | | | | | | | | | | | |
| 가전문화 | -13.2 | -19.1 | -3.3 | -13.2 | -6.2 | 17.9 | -22.1 | -4.8 | -17.9 | 7.5 | -10.9 | -20.2 | -12.1 |
| 의류 | 2.7 | -9.5 | 5.2 | -9.7 | 4.5 | -5.2 | -7.4 | 1.2 | -3.7 | 10.5 | -23.6 | -5.7 | -16.6 |
| 가정/생활 | -13.9 | -9.8 | -3.2 | -14.4 | -1.8 | -10.9 | -12.6 | -2.1 | -11.5 | 8.2 | -22.5 | -3.7 | -7.1 |
| 스포츠 | -10.8 | -14.2 | -11.9 | -21.3 | -12.5 | -11.6 | -21.4 | -12.6 | -18.8 | 0.9 | -31.3 | -18.3 | -22.8 |
| 잡화 | -11.7 | -12.9 | -4.3 | -13.8 | -4.3 | -4.4 | -13.6 | -11.2 | -13.6 | 8.4 | -21.5 | -7.8 | -12.8 |
| 비식품 소계 | -10.8 | -13.5 | -2.7 | -13.9 | -3.7 | -1.5 | -15.4 | -3.7 | -13.1 | 7.8 | -19.4 | -10.6 | -11.5 |
| 식품 | -4.4 | 2.9 | 4.3 | -5.2 | 9.9 | -9.1 | 2.4 | 10.2 | -4.4 | 19.1 | -19.7 | 3.4 | -0.8 |
| 총계 | -6.7 | -3.1 | 2.1 | -7.9 | 5.9 | -6.5 | -3.4 | 5.7 | -6.6 | 16.1 | -18.8 | 0.2 | -3.1 |
| 구매건수 | -2.8 | -1.0 | 1.2 | -6.2 | 1.8 | -0.2 | -0.8 | 3.2 | -3.5 | 6.2 | -9.3 | -1.5 | -5.0 |
| 구매단가 | -4.0 | -2.1 | 0.9 | -1.9 | 4.0 | -6.3 | -2.7 | 2.4 | -3.2 | 9.4 | -10.5 | 1.4 | 2.0 |
| 점포당매출 | -4.9 | -1.8 | 3.7 | -6.9 | 7.1 | -5.5 | -1.6 | 7.7 | -4.8 | 17.1 | -17.9 | 1.5 | -2.3 |
| 백화점 | | | | | | | | | | | | | |
| 잡 화 | -2.9 | -2.6 | 3.7 | -4.0 | 0.0 | -2.7 | -7.3 | -3.5 | -4.3 | 0.5 | -6.5 | -3.8 | -6.5 |
| 여성정장 | -5.1 | -7.2 | -2.6 | -9.6 | -4.9 | -9.0 | -11.8 | -7.1 | -4.1 | -6.2 | -3.1 | -5.4 | -8.1 |
| 여성캐주얼 | 0.7 | -0.5 | 6.8 | -2.8 | 5.1 | -3.4 | -9.4 | -1.8 | -1.3 | 2.2 | -11.2 | -3.3 | -7.1 |
| 남성의류 | -7.8 | -9.3 | -0.9 | -12.2 | 0.2 | -8.2 | -12.8 | -3.1 | -3.1 | 0.7 | -11.3 | -8.9 | -11.3 |
| 아동스포츠 | -3.7 | -3.6 | 4.9 | -6.8 | 6.6 | -1.8 | -8.0 | -3.6 | -1.7 | 9.3 | -7.6 | -1.6 | -6.2 |
| 가정용품 | 2.9 | 3.8 | 14.9 | -5.0 | 2.1 | 14.4 | -2.0 | -0.8 | -1.1 | -1.1 | 4.3 | -2.2 | -6.2 |
| 해외유명브랜드 | -3.3 | 1.1 | 2.3 | -11.0 | 0.1 | 3.7 | 2.5 | 7.8 | 6.1 | 17.3 | 4.5 | -2.7 | 1.1 |
| 비식품 소계 | -2.6 | -1.0 | 4.4 | -7.9 | 1.1 | 1.3 | -4.1 | 0.7 | 1.0 | 7.2 | -0.7 | -3.3 | -3.9 |
| 식품 | 0.0 | 3.9 | 6.6 | 0.4 | 18.7 | -5.9 | 2.5 | 3.8 | 1.0 | 24.9 | -21.2 | 3.5 | 4.5 |
| 총계 | -2.0 | -0.1 | 5.0 | -6.4 | 4.4 | 0.3 | -2.6 | 1.4 | 1.1 | 10.3 | -3.6 | -2.1 | -2.9 |
| 구매건수 | -2.5 | -1.0 | 3.8 | -4.6 | 3.4 | 0.7 | -2.9 | -1.1 | -2.9 | 0.2 | -3.2 | -6.5 | -4.4 |
| 구매단가 | 0.5 | 0.9 | 1.2 | -1.9 | 1.0 | -0.4 | 0.3 | 2.4 | 4.0 | 10.1 | -0.4 | 4.7 | 1.6 |
| 점포당매출 | -2.0 | -0.1 | 5.0 | -6.4 | 8.0 | 3.7 | 0.8 | 4.9 | 4.6 | 14.1 | -0.2 | 1.3 | 0.5 |
| 편의점 | | | | | | | | | | | | | |
| 생활용품 | 0.3 | 4.0 | 2.2 | 3.0 | 3.6 | 1.1 | 2.0 | 2.5 | -2.4 | 3.7 | -11.6 | -2.0 | 0.1 |
| 잡화 | 3.7 | 4.4 | 8.0 | 9.8 | 1.8 | -1.2 | 4.4 | -0.8 | -3.8 | -2.2 | -12.6 | -2.5 | -0.3 |
| 담배 등 기타 | 5.5 | 3.5 | 2.0 | 3.4 | 2.9 | 2.4 | 3.5 | 4.4 | 3.9 | 0.6 | -2.6 | 1.5 | -0.2 |
| 비식품 소계 | 5.0 | 3.6 | 2.2 | 3.6 | 2.9 | 2.1 | 3.4 | 4.1 | 3.1 | 0.9 | -3.6 | 1.1 | -0.2 |
| 음료 등 가공 | 7.3 | 5.1 | 5.7 | 2.4 | 6.5 | 3.6 | 4.3 | 6.9 | 2.2 | 4.1 | -5.5 | 2.5 | -0.7 |
| 즉석(신선일부) | 3.5 | 2.0 | 1.7 | 2.3 | 1.8 | -1.7 | 2.8 | 1.1 | 0.0 | -5.0 | -4.8 | -2.4 | -2.1 |
| 식품 소계 | 6.6 | 4.6 | 5.0 | 2.4 | 5.7 | 2.7 | 4.0 | 5.9 | 1.8 | 2.5 | -5.4 | 1.6 | -0.9 |
| 총계 | 5.9 | 4.1 | 3.8 | 2.9 | 4.5 | 2.5 | 3.7 | 5.1 | 2.4 | 1.7 | -4.6 | 1.4 | -0.6 |
| 구매건수 | 5.5 | 3.0 | 2.3 | 2.6 | 2.9 | 1.2 | 1.5 | 3.6 | 1.9 | -2.0 | -5.4 | -0.5 | -2.9 |
| 구매단가 | 0.4 | 1.1 | 1.5 | 0.3 | 1.6 | 1.2 | 2.2 | 1.4 | 0.5 | 3.9 | 0.8 | -2.9 | 2.4 |
| 점포증가율 | 3.4 | 1.1 | 2.7 | 3.1 | 2.2 | 1.8 | 1.6 | 1.6 | 1.3 | 1.1 | 0.9 | 0.3 | -0.2 |
| 점포당매출 | 2.4 | 3.0 | 1.0 | -0.1 | 2.3 | 0.7 | 2.1 | 3.5 | 1.0 | 0.6 | -5.4 | 1.1 | -0.4 |

표 2. 유통업체 매출동향

| | 24/04 | 24/05 | 24/06 | 24/07 | 24/08 | 24/09 | 24/10 | 24/11 | 24/12 | 25/01 | 25/02 | 25/03 | 25/04 |
|--------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| 온라인유통 | | | | | | | | | | | | | |
| 가전/전자 | 13.7 | 1.3 | 10.4 | 7.0 | -2.4 | 18.1 | -12.7 | -9.9 | -1.2 | -6.2 | 3.6 | 7.8 | 4.1 |
| 도서/문구 | 7.9 | 8.0 | 3.2 | 12.1 | 9.7 | 5.7 | 15.7 | 3.7 | 5.6 | -3.5 | 10.4 | 6.1 | 10.3 |
| 패션/의류 | -4.1 | -13.8 | -10.4 | -9.6 | -17.8 | -16.0 | -9.8 | -9.1 | -6.8 | -12.8 | -9.7 | -4.7 | -8.6 |
| 스포츠 | 2.1 | -4.3 | -8.0 | -7.8 | -12.7 | -11.4 | -6.6 | -10.7 | -4.5 | -11.9 | -9.8 | -10.1 | -13.8 |
| 화장품 | 18.8 | 14.7 | 13.4 | 16.3 | 11.2 | 11.4 | 8.5 | 7.1 | 14.7 | 7.7 | 8.8 | 7.5 | 11.6 |
| 아동/유아 | 8.1 | 2.8 | 2.6 | 4.3 | 3.4 | 5.5 | 5.8 | 5.6 | 4.9 | 7.2 | 4.0 | 3.8 | 6.6 |
| 식품 | 28.1 | 26.1 | 20.1 | 21.0 | 19.8 | 14.7 | 24.8 | 19.1 | 21.5 | 19.6 | 14.9 | 19.4 | 21.3 |
| 생활/가구 | 19.0 | 13.0 | 9.4 | 12.8 | 10.8 | 10.3 | 11.3 | 6.1 | 7.7 | 2.5 | 7.9 | 7.5 | 7.7 |
| 서비스/기타 | 54.4 | 55.9 | 67.5 | 61.6 | 60.4 | 52.9 | 66.5 | 70.7 | 83.8 | 73.3 | 76.3 | 78.3 | 50.1 |
| 총계 | 22.2 | 16.5 | 18.4 | 16.9 | 13.9 | 15.7 | 13.9 | 11.8 | 18.8 | 14.6 | 16.7 | 19.0 | 15.8 |

주1: 온라인 유통 10개사: G마켓글로벌(G마켓, 옥션), 11번가, 인터파크, 쿠팡, SSG(이마트, 신세계), 에이케이몰, 홈플러스, 갤러리아몰, 롯데마트, 롯데온
주2: 티몬, 위메프는 24년 7월부터 거래액을 제출하지 못함에 따라 제외
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권