



유통 (Positive)

10월 주요 유통업체 및 면세점 매출 동향 - 당분간 백화점 강세 지속

▶ Analyst 이진협 jinhyeob.lee@hanwha.com 3772-7638 / RA 김나우 now.kim@hanwha.com 3772-7710

10월 주요 유통업체 매출 동향

대형마트 매출 증감률 +9.3% YoY(점당 매출액 +10.2% YoY)

백화점 매출 증감률 +12.2% YoY(점당 매출액 +16.2% YoY)

편의점 매출 증감률 +0.7% YoY(점포 증가율 -2.4% YoY, 점당 매출액 +3.2% YoY)

SSM 매출 증감률 -1.7% YoY(점당 매출액 -4.3% YoY), 온라인 매출 증감률 +6.8% YoY

면세점 매출 증감률 -9.8% YoY, -3.8% MoM(외국인 매출 -15.4% YoY, -5.9% MoM)

10월 Review – 늦은 추석과 소비 회복

10월 주요 유통업체 실적은 큰 틀에서 오프라인 강세, 온라인 둔화로 요약해볼 수 있겠다. 이는 추석 시점 차의 영향이다. 지난해 9월에서 올해 10월로 추석이 늦어지면서 명절 관련 제수용품, 선물세트 수요가 10월 매출로 이연되었다. 반면 온라인 매출 성장률은 한 자릿 수로 둔화되었는데, 일반적으로 연휴기간 동안에는 배송을 받을 수 없기 때문에 소비자들의 구매가 둔화되는 모습을 보인다.

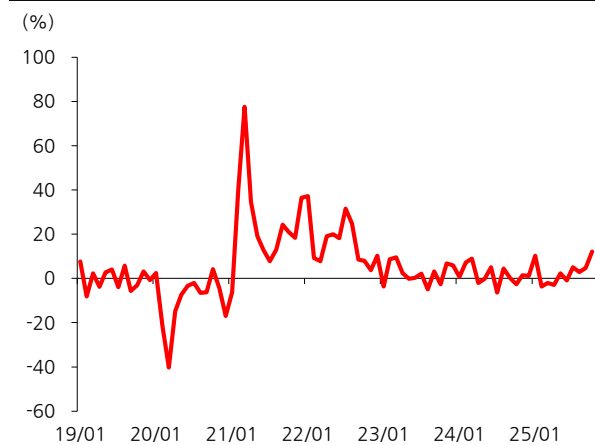
오프라인의 강세를 늦은 추석의 영향으로만 설명하기는 어렵다. 특히 백화점의 경우 추석 시점 차의 영향을 +1~2%p 내외 수준으로 추정하는 데, 이를 제외해도 두 자리 수 성장세를 보인 것이기 때문이다. 점포 수 감소(-3.4% YoY 영향)에도 객수가 +3% YoY 성장했고 객당가도 +16.2% YoY 반등하면서 전반적으로 내수 소비의 활기가 돌고 있음을 보여주었다. 대형마트는 추석 시점 차의 영향이 +10%p 내외로 추정된다. 대형마트는 백화점과 달리 대부분 추석 시점 차의 영향으로 설명이 가능하다. 다만 10월 이마트의 할인점 기준점성장률이 +15.6% YoY 였다는 점에서 업계 내 M/S 확대가 유의미하게 나타나고 있음을 보여준다. 한편 편의점은 점당 매출액이 +3.2% YoY 성장하면서 반등 추세를 지속했다.

면세점 매출은 8월 -20.5% YoY, 9월 -14.3% YoY, 10월 -9.8% YoY를 기록하며 역성장 폭을 줄였다. 중국의 국경절 연휴 기간임에도 외국인 트래픽과 매출은 역성장 폭을 줄여나가는 것에 만족해야 했으나 추석 기간을 맞아 내국인 매출이 +8.2% YoY 성장했다. 중국인 관광객 무비자 효과가 10월부터 발현되기는 쉽지 않았을 것으로 추정한다. 9월 말에야 관련 지침이 구체화되었기 때문에 모객을 위한 시간적 여유가 사실상 없었기 때문이다. 2~3달의 리드타임을 감안 시, 12월부터 효과가 나타날 전망이다.

11월 Preview – 백화점 강세 지속

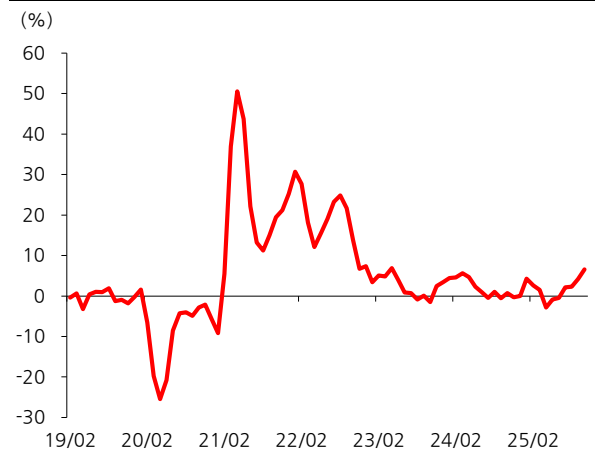
11월에도 백화점의 강세는 지속될 것으로 전망한다. 백화점의 기준점성장률은 두 자리 수 성장이 전망된다. 현재는 자산 가격 상승에 따른 부의 효과가 소비 강세에 주효하지만, 내년 상반기에는 소득 효과까지 가미될 것으로 기대된다. 내수 강세에 더해 원화 약세 및 중일관계 악화, 무비자 정책 등에 따른 인바운드 모멘텀이 강해질 것으로 전망되기에 백화점의 강세는 최소 내년 상반기까지 이어지겠다. 대형마트와 편의점은 11월 각각 flat, +LSD%의 기준점성장률을 전망한다.

[그림1] 백화점 매출 증감률(YoY) 추이



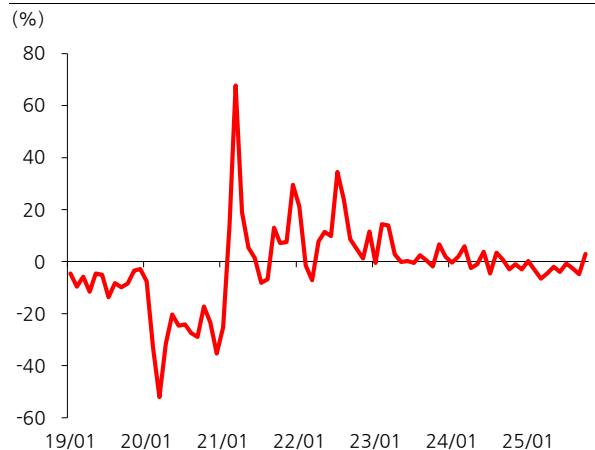
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림2] 백화점 매출 증감률(YoY) 3MMA 추이



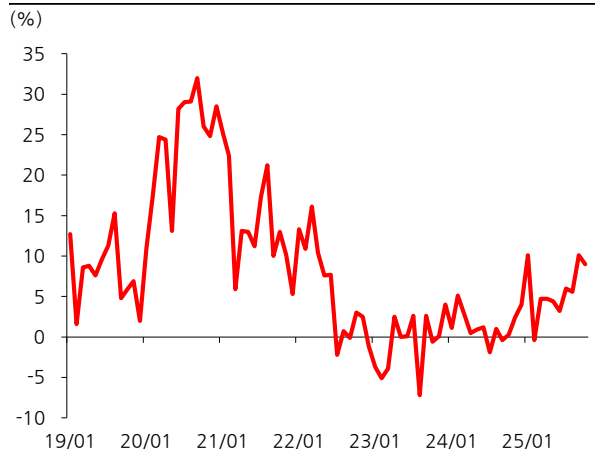
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림3] 백화점 구매건수(YoY) 추이



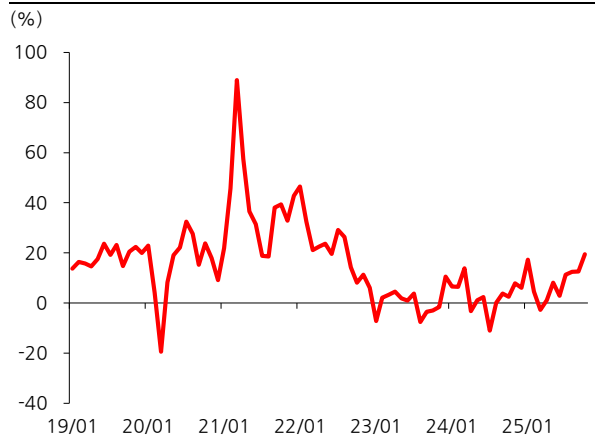
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림4] 백화점 구매단가(YoY) 추이



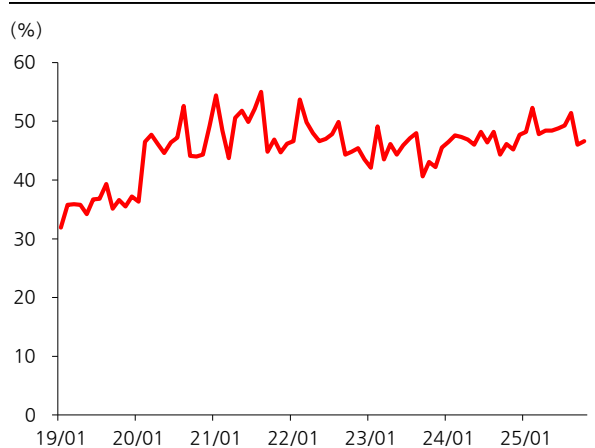
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림5] 백화점 해외브랜드(명품) 매출 증가율(YoY) 추이



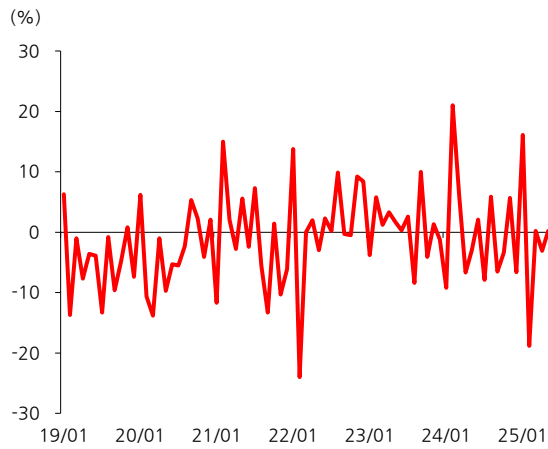
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림6] 백화점 해외브랜드(명품) + 가정용품 매출 비중 추이



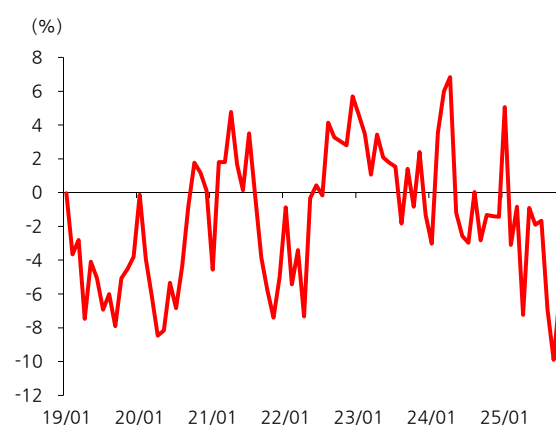
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림7] 대형마트 매출 증감률(YoY) 추이



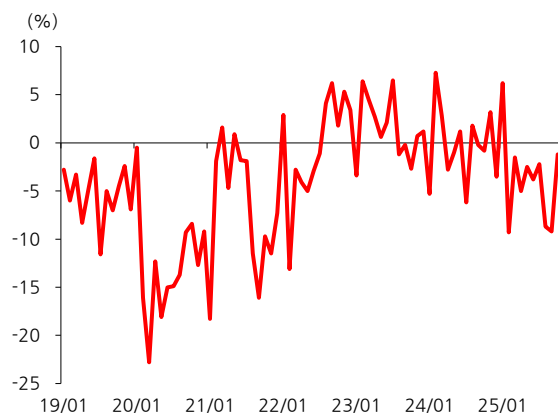
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림8] 대형마트 매출 증감률(YoY) 3MMA 추이



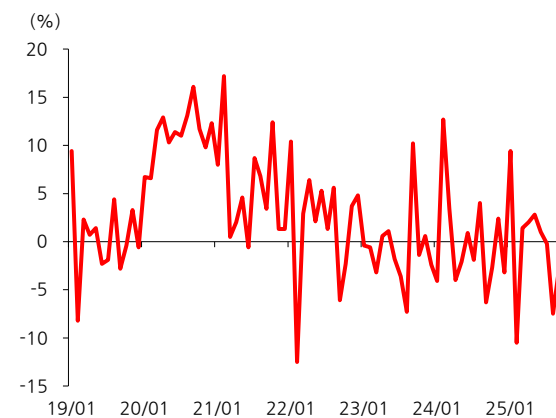
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림9] 대형마트 구매건수(YoY) 추이



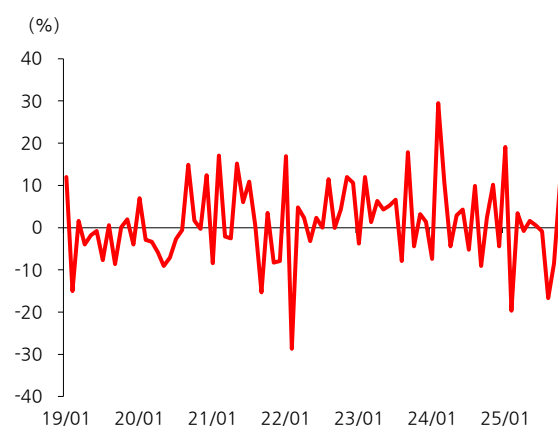
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림10] 대형마트 구매단가(YoY) 추이



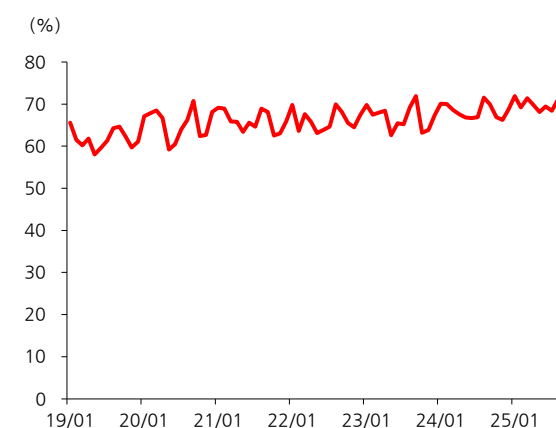
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림11] 대형마트 식품 매출 증감률(YoY) 추이



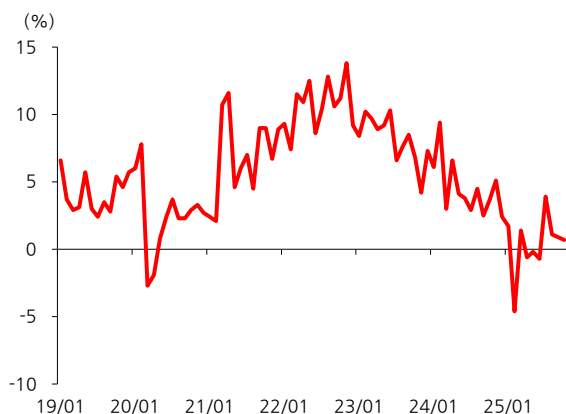
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림12] 대형마트 식품 매출 비중 추이



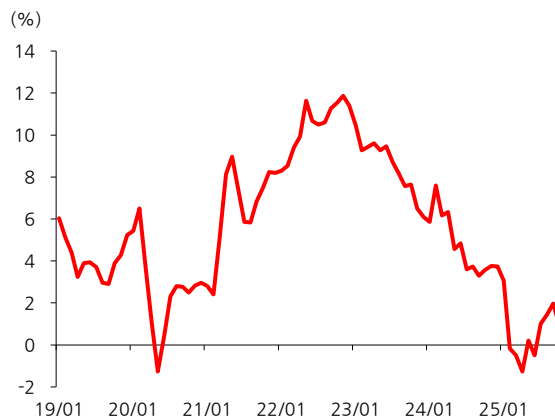
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림13] 편의점 매출 증감률(YoY) 추이



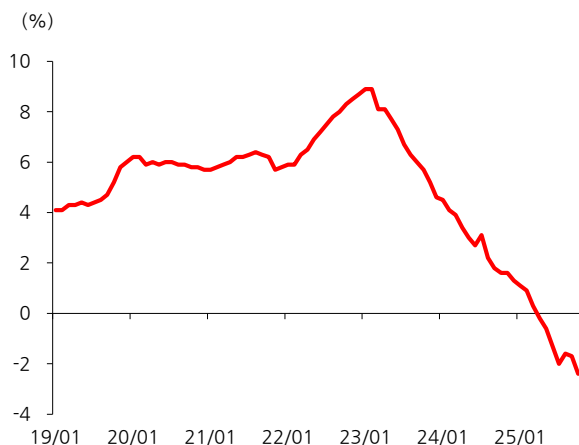
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림14] 편의점 매출 증감률(YoY) 3MMA 추이



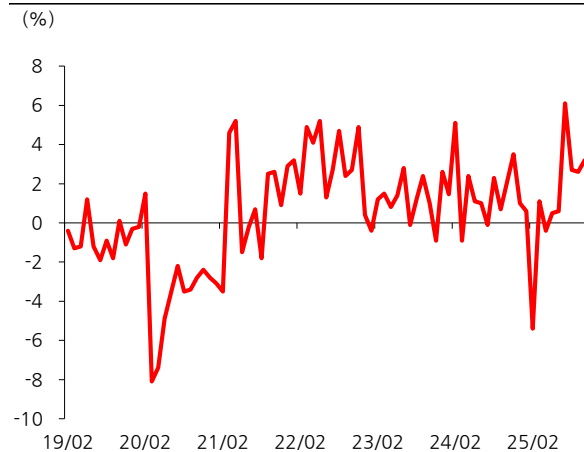
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림15] 편의점 점포 증감률 추이



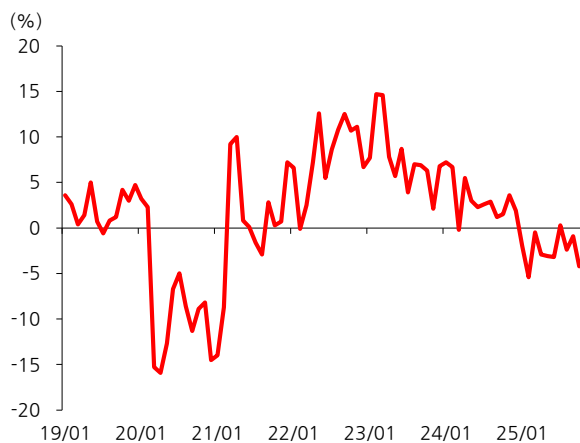
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림16] 편의점 점당 매출액 증감률 추이



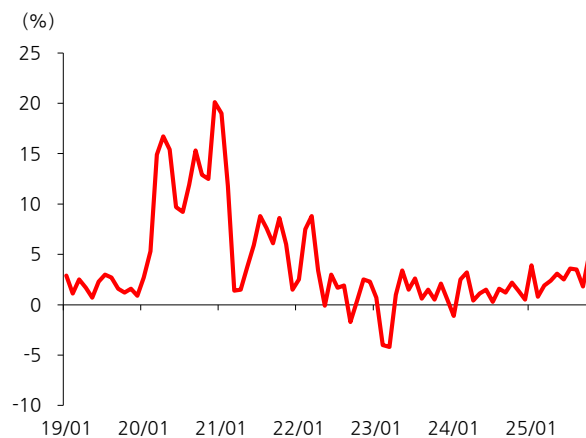
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림17] 편의점 구매건수(YoY) 추이



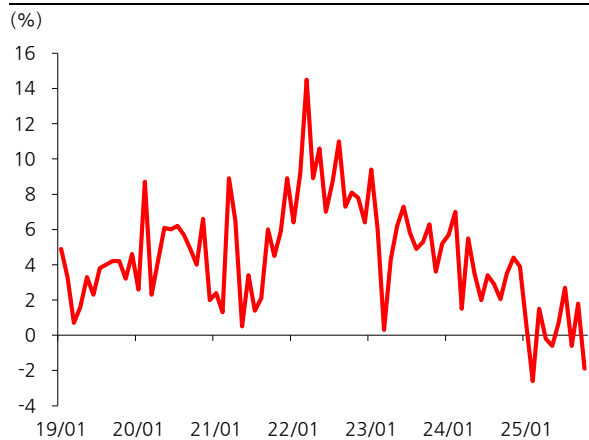
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림18] 편의점 구매단가(YoY) 추이



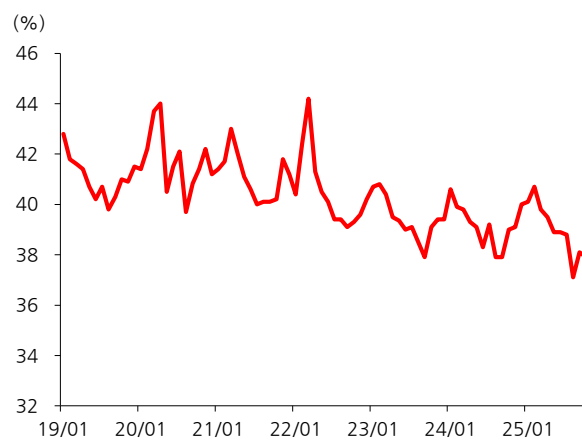
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림19] 편의점 담배 등 기타 매출 증감률(YoY) 추이



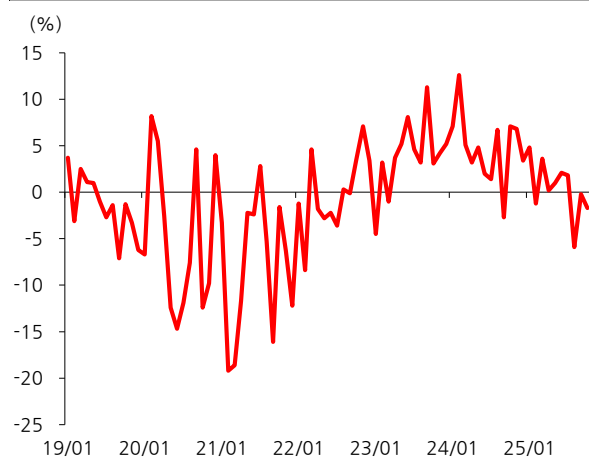
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림20] 편의점 담배 등 기타 매출 비중 추이



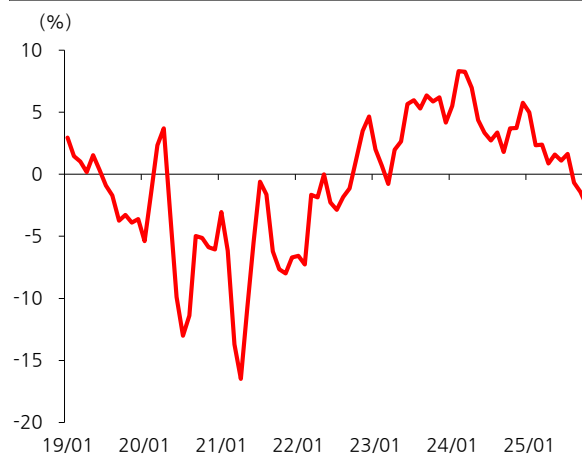
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림21] SSM 매출 증감률(YoY) 추이



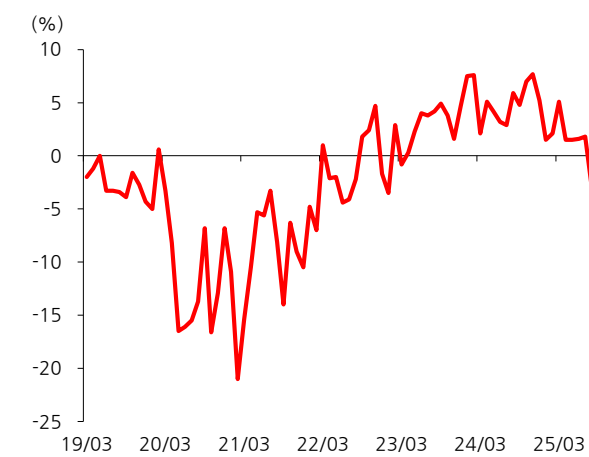
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림22] SSM 매출 증감률(YoY) 3MMA 추이



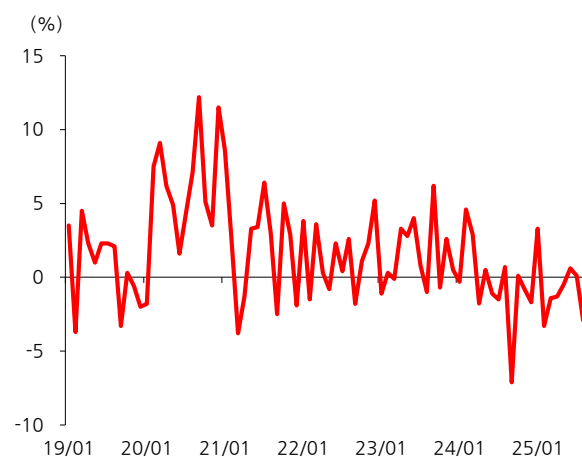
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림23] SSM 구매건수(YoY) 추이



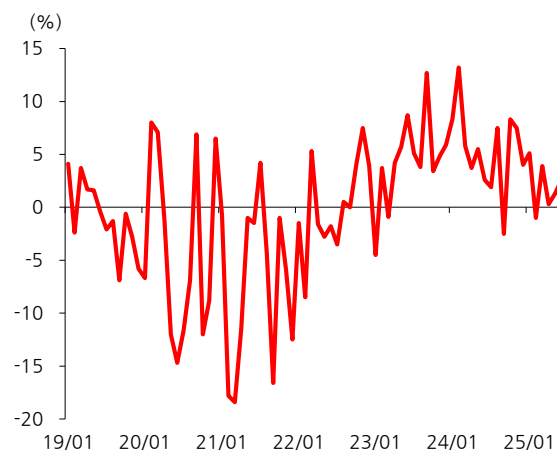
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림24] SSM 구매단가(YoY) 추이



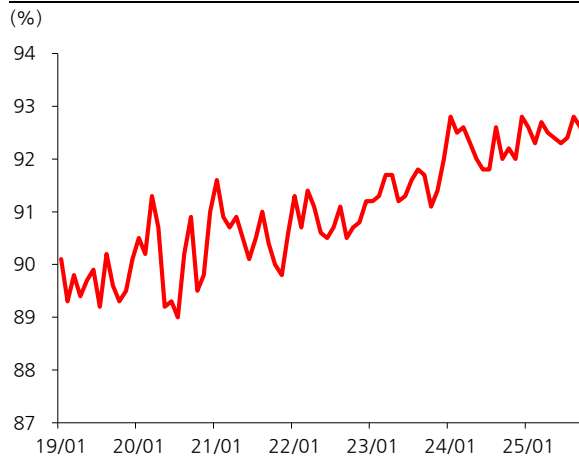
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림25] SSM 식품 매출 증감률(YoY) 추이



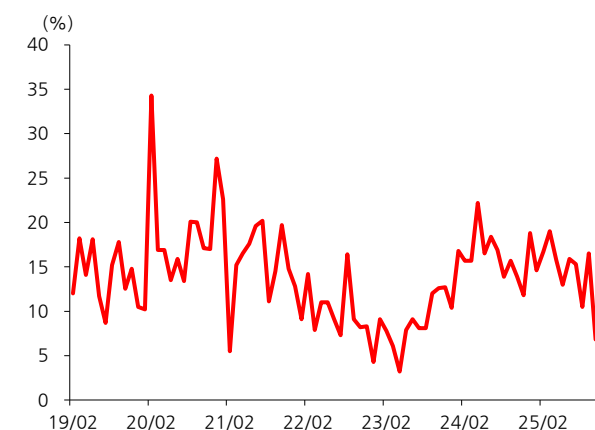
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림26] SSM 식품 매출 비중 추이



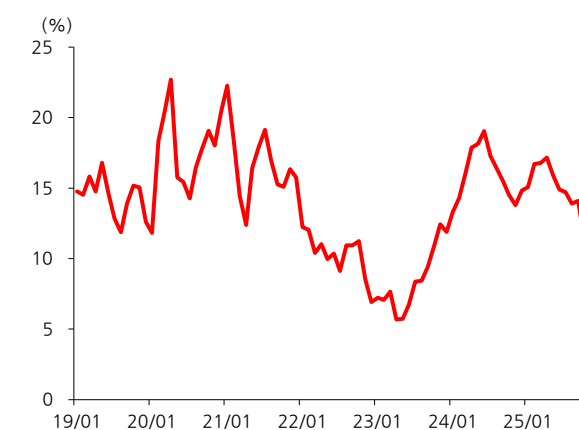
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림27] 온라인 유통 매출 증감률(YoY) 추이



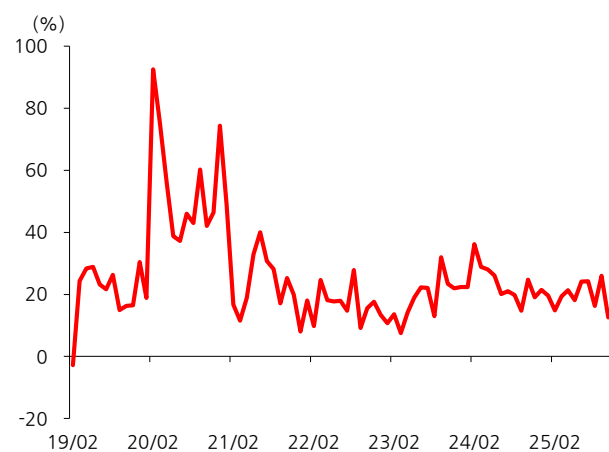
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림28] 온라인 유통 매출 증감률(YoY) 3MMA 추이



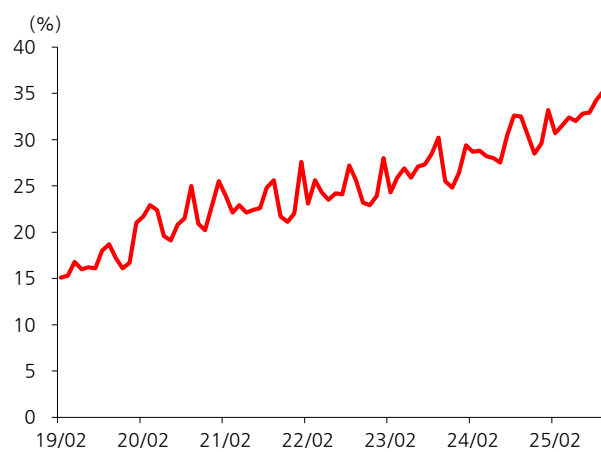
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림29] 온라인 유통 식품 매출 증감률(YoY) 추이



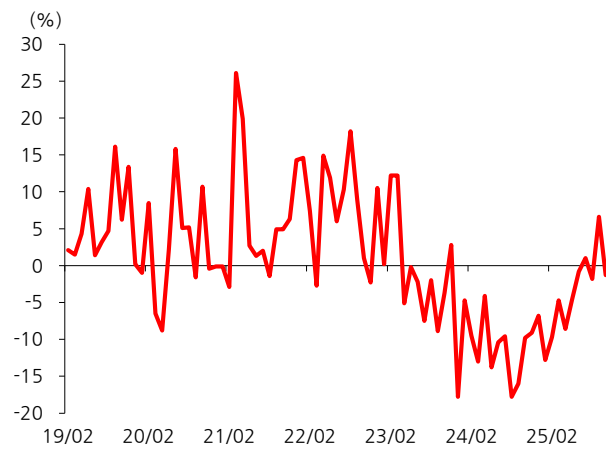
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림30] 온라인 유통 식품 매출 비중 추이



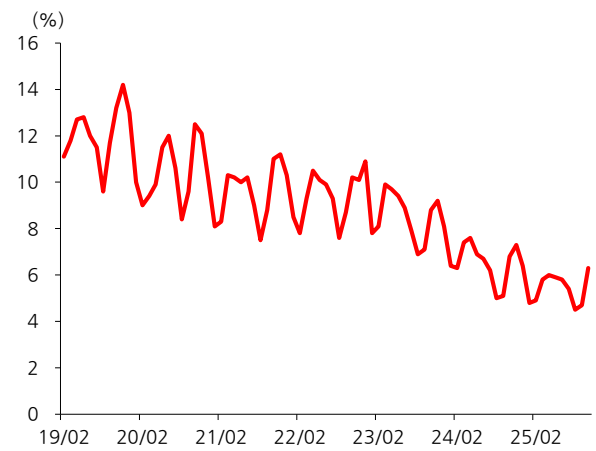
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림31] 온라인 유통 패션 매출 증감률(YoY) 추이



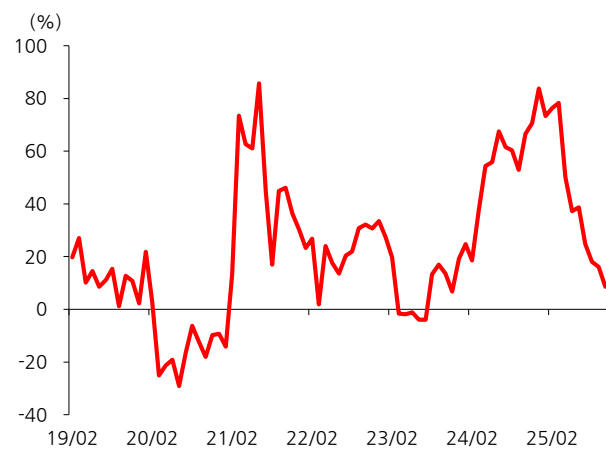
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림32] 온라인 유통 패션 매출 비중 추이



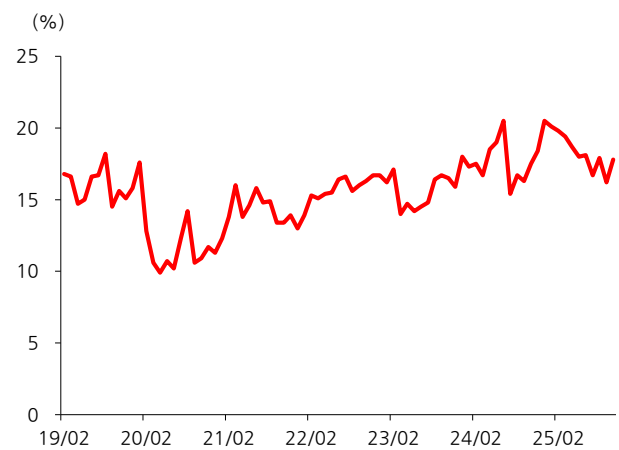
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림33] 온라인 유통 서비스/기타 매출 증감률(YoY) 추이



자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림34] 온라인 유통 서비스/기타 매출 비중 추이



자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[Compliance Notice](공표일: 2025년 11월 26일)

이 자료는 조사분석 담당자 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 작성됐음을 확인합니다. 본인은 이 자료에서 다룬 종목과 관련해 공표일 현재 관련 법규상 알려야 할 재산적 이해관계가 없습니다. 본인은 이 자료를 기관투자자 또는 제 3자에게 사전에 제공한 사실이 없습니다. (이진협, 김나우)

저희 회사는 공표일 현재 이 자료에서 다룬 종목의 발행주식을 1% 이상 보유하고 있지 않습니다.

이 자료는 투자자의 증권투자를 돕기 위해 당사 고객에 한하여 배포되는 자료로서 저작권이 당사에 있으며 불법 복제 및 배포를 금합니다. 이 자료에 수록된 내용은 당사 리서치센터가 신뢰할 만한 자료나 정보출처로부터 얻은 것이지만, 당사는 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없습니다. 따라서 이 자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과와 관련된 법적 책임소재에 대한 증빙으로 사용될 수 없습니다.

[종목 투자등급]

당사는 개별 종목에 대해 향후 1년간 +15% 이상의 절대수익률이 기대되는 종목에 대해 Buy(매수) 의견을 제시합니다. 또한 절대수익률 -15~+15%가 예상되는 종목에 대해 Hold(보유) 의견을, -15% 이하가 예상되는 종목에 대해 Sell(매도) 의견을 제시합니다. 밸류에이션 방법 등 절대수익률 산정은 개별 종목을 커버하는 애널리스트의 추정에 따르며, 목표주가 산정이나 투자의견 변경 주기는 종목별로 다릅니다.

[산업 투자의견]

당사는 산업에 대해 향후 1년간 해당 업종의 수익률이 과거 수익률에 비해 양호한 흐름을 보일 것으로 예상되는 경우에 Positive(긍정적) 의견을 제시하고 있습니다. 또한 향후 1년간 수익률이 과거 수익률과 유사한 흐름을 보일 것으로 예상되는 경우에 Neutral(중립적) 의견을, 과거 수익률보다 부진한 흐름을 보일 것으로 예상되는 경우에 Negative(부정적) 의견을 제시하고 있습니다. 산업별 수익률 전망은 해당 산업 내 분석대상 종목들에 대한 담당 애널리스트의 분석과 판단에 따릅니다.

[당사 조사분석자료의 투자등급 부여 비중](기준일: 2025년 9월 30일)

투자등급	매수	중립	매도	합계
금융투자상품의 비중	82.9%	17.1%	0.0%	100.0%