

Industry Comment

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

중립 (유지)

유통업체 매출동향

키워드: '온라인 플랫폼 배송서비스 강화에 따른 식품 부문 성장'

- 1월 주요 유통업체 매출, 전년동월 대비 +11.7% 증가
- 오프라인 유통업체 전년동월대비 +8.8%, 이른 설 연휴에 따른 선물세트 수요 증가
- 온라인 유통업체 전년동월대비 +14.6%, 배송일 수 감안하면 긍정적
- 2월 합산 수치가 중요하지만, 그래도 나름 선방

2025년 1월 주요 유통업체 매출: 전년동월대비 +11.7% 성장

2025년 1월 주요 유통업체 매출은 전년동월대비 +11.7% 성장하였음. 1월은 이른 설 연휴에 따른 시점 차이 효과가 반영되면서 주요 오프라인 업체들 성장. 실적 성장의 주요 원인은 1) 한달 가량 앞선 설 연휴에 따른 선물세트 선수요 발생과, 2) 공휴일 증가에 따른 내장객 증가, 3) 온라인 플랫폼 사업자 배송서비스 강화에 따른 성장이 이루어졌기 때문

특히, 1월은 ▶ 부진한 날씨, ▶ 대내 경제 불확실성을 고려할 경우 긍정적인 실적을 달성한 것으로 판단. 1월 온라인 성장률은 기대치를 넘어서는 것으로 해석되는데, 그러한 이유는 1) 지난해 대비 설 연휴 시점 차이 및 대체공휴일 증가로 영업일수가 4일 감소하였고, 2) 소비경기 악화에 따른 선물세트 수요 둔화를 예상하였기 때문. 지난해 대비 성장률은 낮아졌지만, 위에서 언급한 환경을 고려할 경우 긍정적인 수치로 해석됨

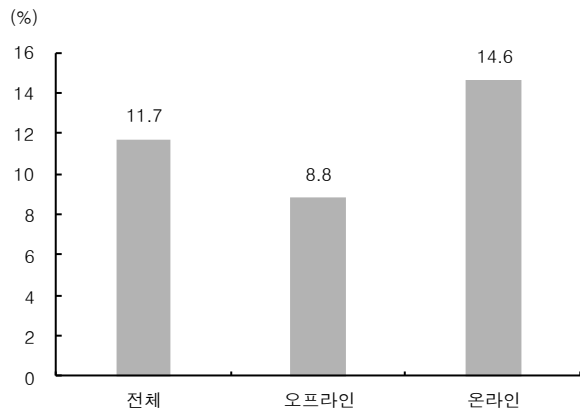
2월 주요 유통업체 실적은 부진할 가능성이 높음. 우선적으로 영업일수가 하루 적고, 명절 시점 차이에 따른 효과가 나타날 것으로 예상되기 때문. 하지만, 온라인의 경우 플랫폼 사업자들의 배송서비스 강화로 성장률 둔화는 제한적일 것으로 판단

2월 중요한 포인트는 온라인 데이터

1월 유통업체 매출동향에서 주목해야 하는 부분은 절대 수치보다는 '온라인 플랫폼의 배송서비스 강화에 따른 식품 부문 성장'이라는 부분임. 이는 CJ대한통운의 주 7일 배송과 이들과 연계한 업체들의 커버리지 강화에 따른 효과가 일부 반영된 것으로 해석. 그동안 주 7일 배송은 쿠팡이 독점적으로 영위하던 서비스로 특히, 식품 부문의 매출 성장을 견인했던 것으로 분석. 2025년 국내 택배 1위 업체인 CJ대한통운이 주 7일 배송을 시작하면서 오프라인을 기반으로 한 주요 업체들과 기타 온라인 업체들의 식품 부문 배송 강화가 이루어지고 있다고 판단됨. 동 효과는 2월에도 이어질 가능성이 높음. 2월의 경우 지난해 대비 영업일수가 하루 적고, 설연휴 특수가 없어진 만큼 동 전략이 어느정도 성과를 보여주는지 판단할 수 있는 구간이라고 생각. 당사에서는 부정적인 영업환경에도 불구하고 긍정적 실적을 이룰 것으로 전망하고 있음. 구조적으로 커버리지 영역을 확대하는 과정도 동행된다는 점에서 오히려 성장률은 확대될 가능성에 주목함. 2월 중요 포인트는 온라인 성장률 그리고 주 7일 배송과 관련된 식품 Category 부문 성장 데이터에 집중할 필요가 있다고 판단함

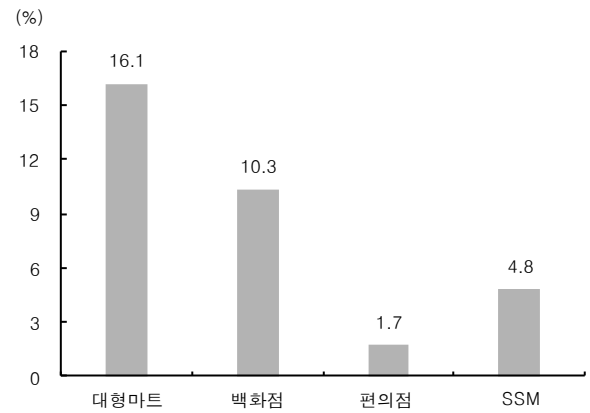
본 조서분석자료는 당사 리서치본부에서 신뢰할 만한 자료 및 정보를 바탕으로 작성한 것이나 당사는 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으며, 과거의 자료를 기초로 한 투자참고 자료로서 향후 주가 움직임은 과거의 패턴과 다를 수 있습니다. 고객께서는 자신의 판단과 책임 하에 종목 선택이나 투자시기에 대해 최종 결정하시기 바라며, 본 자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.

그림 1. 1월 유통업체 전년대비 매출 증감률



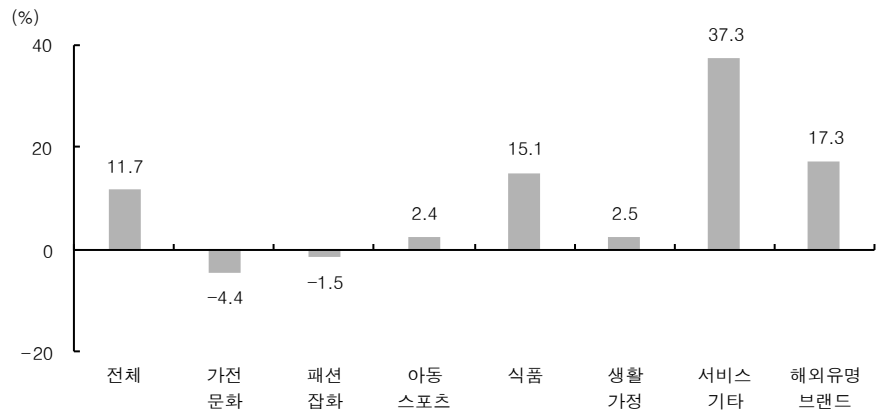
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 2. 1월 오프라인 업체별 전년대비 매출 증감률



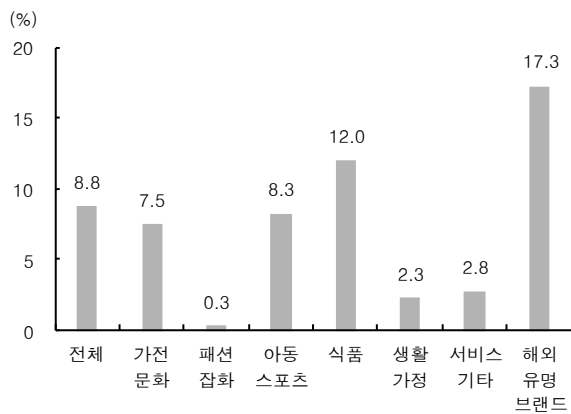
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 3. 전체 유통업체 상품군별 전년대비 매출 증감률



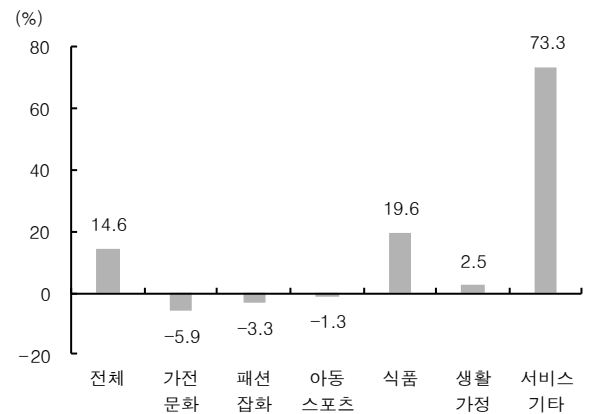
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 4. 오프라인 상품군별 매출 증감률



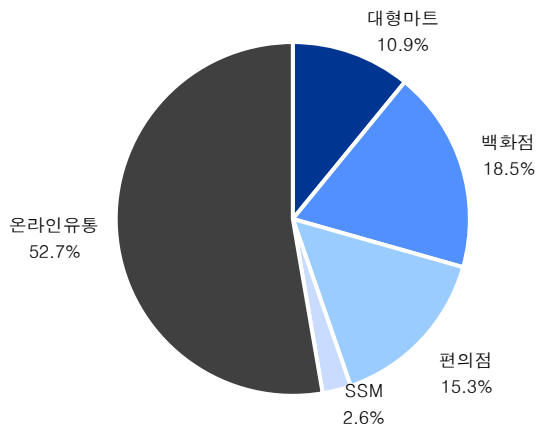
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 5. 온라인 상품군별 매출 증감률



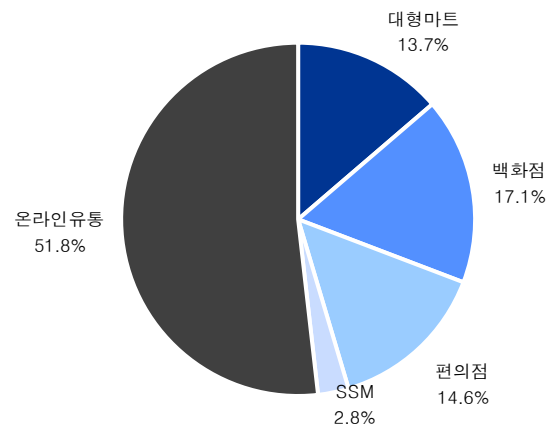
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 6. 2024년 12월 업태별 매출구성비



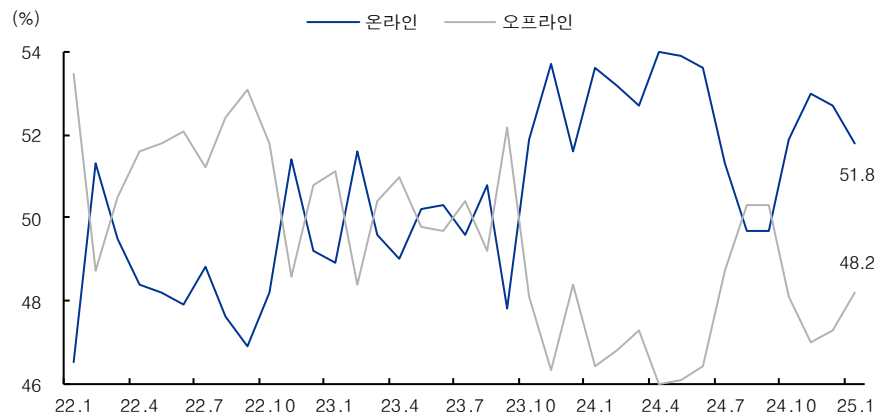
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 7. 2025년 1월 업태별 매출구성비



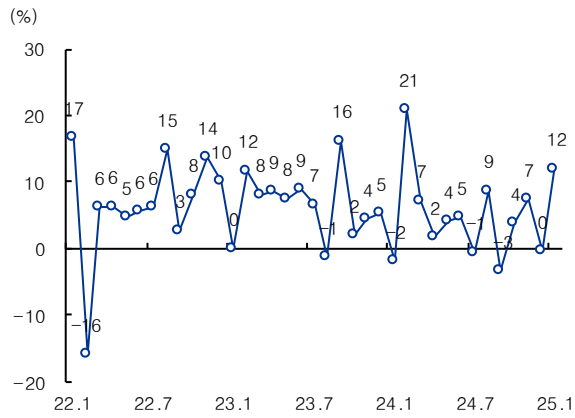
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 8. 유통업체 온/오프라인 점유율 추이



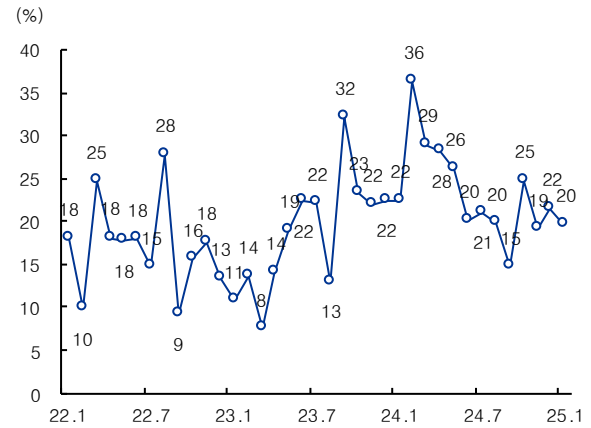
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 9. 오프라인 식품품목 전년대비 성장률 추이



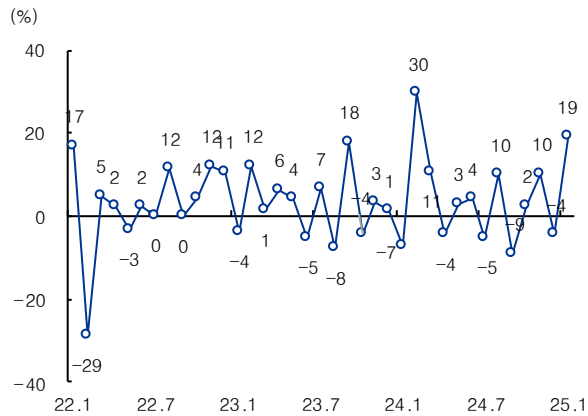
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 10. 온라인 식품품목 전년대비 성장률 추이



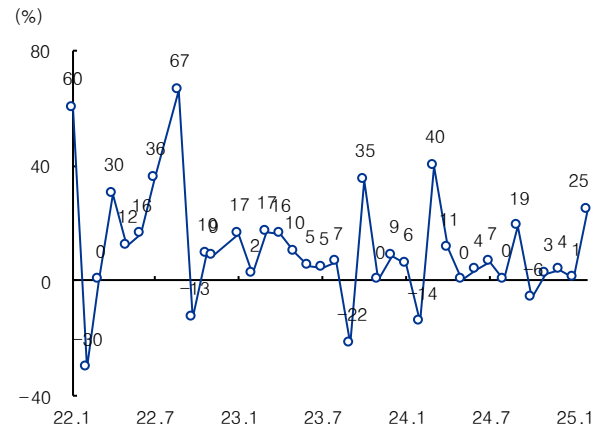
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 11. 대형마트 식품품목 전년대비 성장률 추이



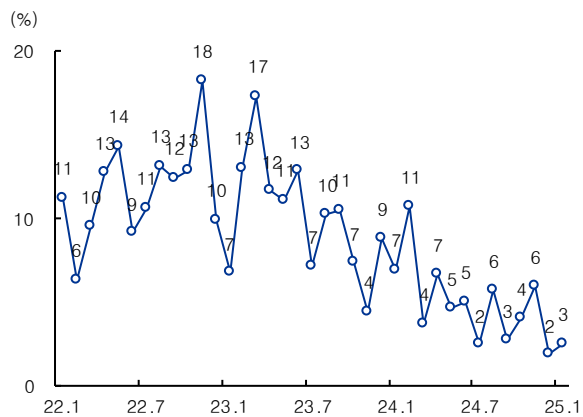
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 12. 백화점 식품품목 전년대비 성장률 추이



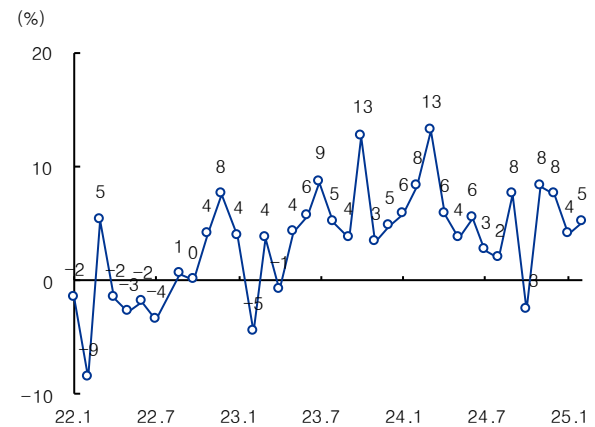
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 13. 편의점 식품품목 전년대비 성장률 추이



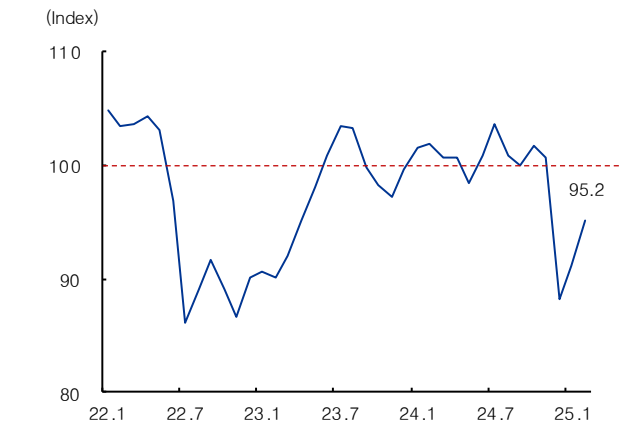
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 14. SSM 식품품목 전년대비 성장률 추이



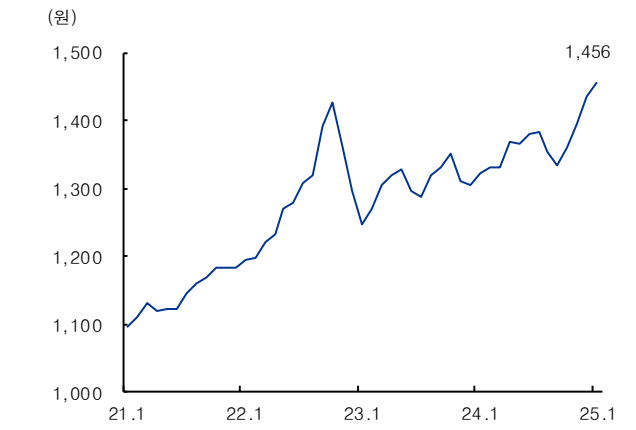
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 15. 소비자심리지수 추이



자료: 한국은행, IBK투자증권

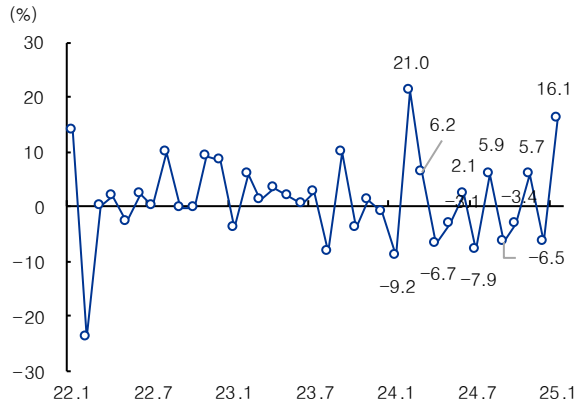
그림 16. 원/달러 환율 추이(월말기준)



자료: Quantwise, IBK투자증권

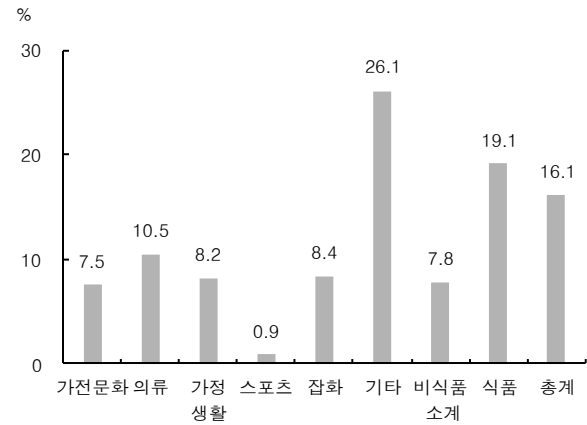
[오프라인-대형마트]

그림 17. 대형마트 전년대비 성장률 추이



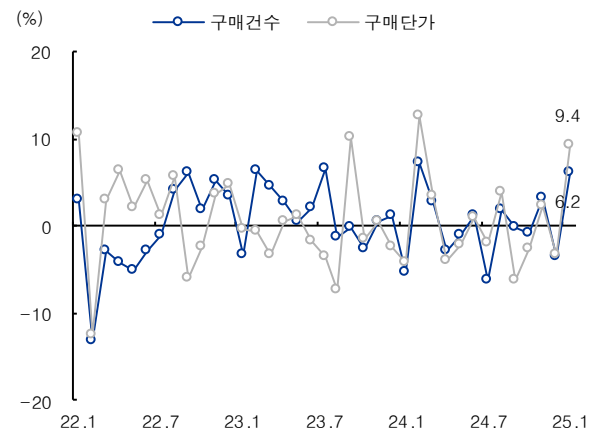
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 18. 대형마트 상품군별 성장률 추이



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

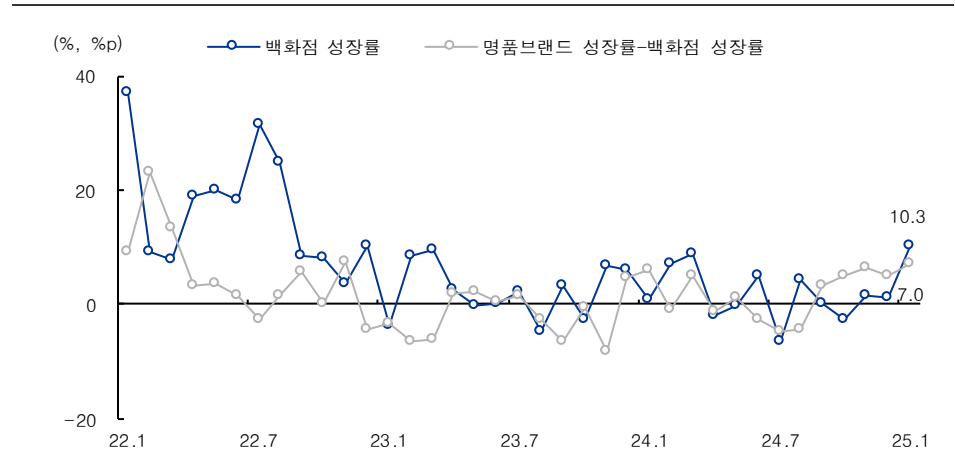
그림 19. 대형마트 구매건수, 구매단가 전년대비 성장률 추이



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

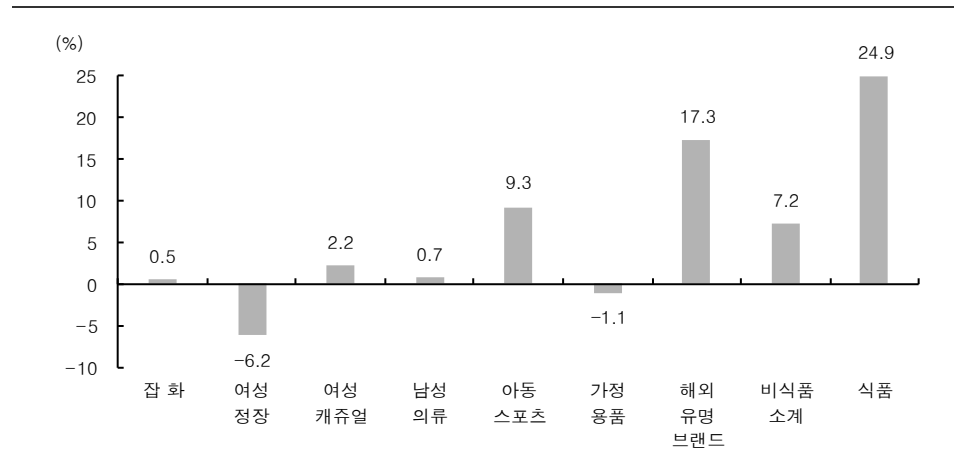
[오프라인-백화점]

그림 20. 백화점 전년대비 매출 증감률



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

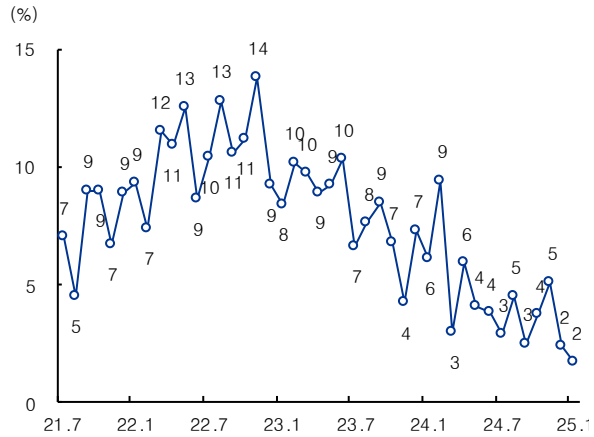
그림 21. 백화점 상품별 전년대비 매출 증감률



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

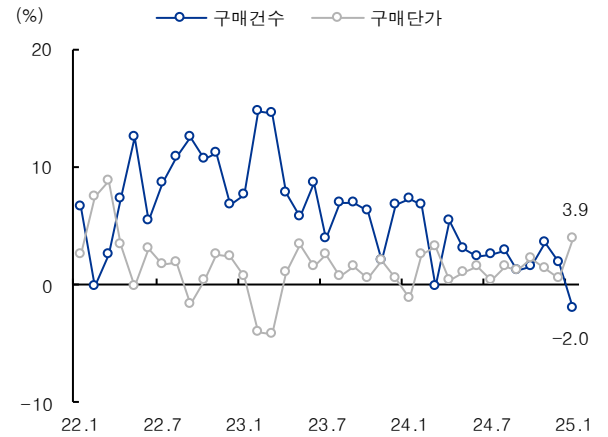
[오프라인-편의점]

그림 22. 편의점 산업 전년대비 성장률 추이



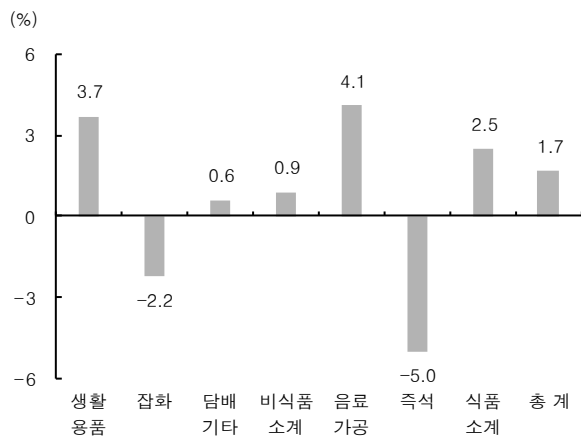
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 23. 편의점 구매 건수 및 단가 증감률



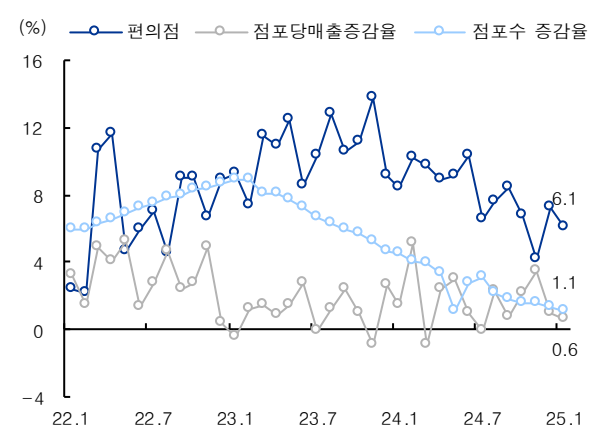
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 24. 편의점 상품별 전년대비 매출 증감률



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

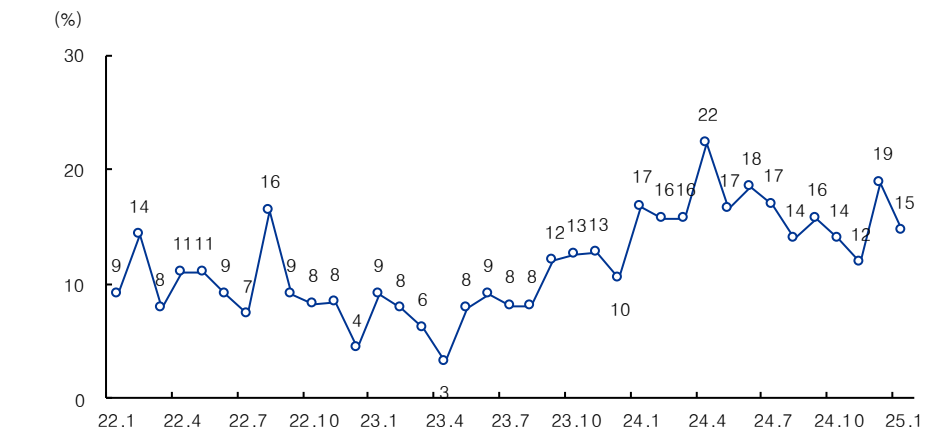
그림 25. 편의점 즉석식품 전년대비 매출 증감률



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

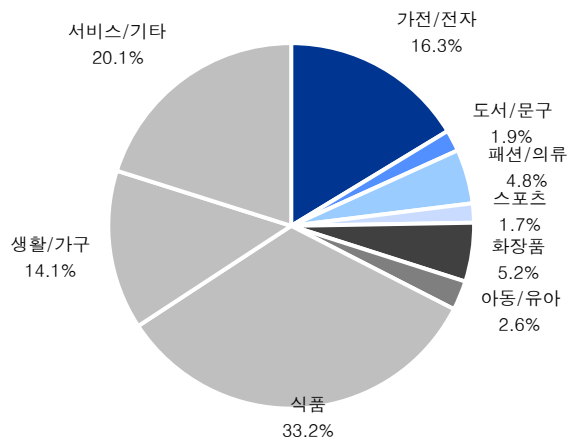
[온라인]

그림 26. 온라인 전년대비 성장률 추이



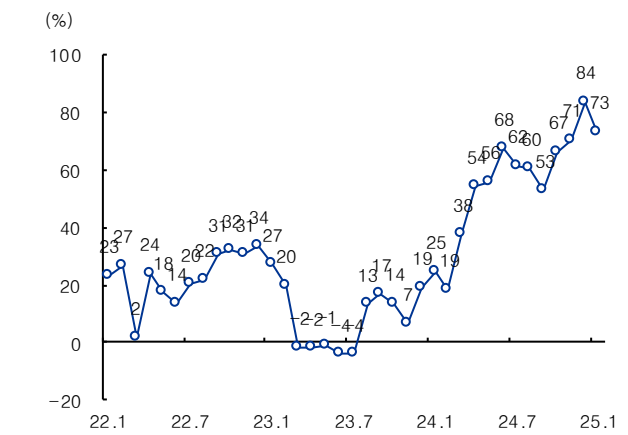
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 27. 온라인 상품군별 매출 비중



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 28. 온라인 서비스/기타 전년대비 성장률 추이



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

표 1. 유통업체 매출동향(계속)

	24/01	24/02	24/03	24/04	24/05	24/06	24/07	24/08	24/09	24/10	24/11	24/12	25/01
대형마트													
가전문화	-5.1	-2.2	-2.4	-13.2	-19.1	-3.3	-13.2	-6.2	17.9	-22.1	-4.8	-17.9	7.5
의류	-13.8	9.3	-3.6	2.7	-9.5	5.2	-9.7	4.5	-5.2	-7.4	1.2	-3.7	10.5
가정/생활	-19.4	9.7	-1.8	-13.9	-9.8	-3.2	-14.4	-1.8	-10.9	-12.6	-2.1	-11.5	8.2
스포츠	-18.6	2.7	-7.9	-10.8	-14.2	-11.9	-21.3	-12.5	-11.6	-21.4	-12.6	-18.8	0.9
잡화	-21.3	0.6	-3.7	-11.7	-12.9	-4.3	-13.8	-4.3	-4.4	-13.6	-11.2	-13.6	8.4
비식품 소계	-13.6	4.6	-2.9	-10.8	-13.5	-2.7	-13.9	-3.7	-1.5	-15.4	-3.7	-13.1	7.8
식품	-7.4	29.5	10.7	-4.4	2.9	4.3	-5.2	9.9	-9.1	2.4	10.2	-4.4	19.1
총계	-9.2	21.0	6.2	-6.7	-3.1	2.1	-7.9	5.9	-6.5	-3.4	5.7	-6.6	16.1
구매건수	-5.3	7.3	2.8	-2.8	-1.0	1.2	-6.2	1.8	-0.2	-0.8	3.2	-3.5	6.2
구매단가	-4.1	12.7	3.4	-4.0	-2.1	0.9	-1.9	4.0	-6.3	-2.7	2.4	-3.2	9.4
점포당매출	-8.3	22.9	7.9	-4.9	-1.8	3.7	-6.9	7.1	-5.5	-1.6	7.7	-4.8	17.1
백화점													
잡 화	-1.0	3.3	5.4	-2.9	-2.6	3.7	-4.0	0.0	-2.7	-7.3	-3.5	-4.3	0.5
여성정장	2.2	-8.1	-1.2	-5.1	-7.2	-2.6	-9.6	-4.9	-9.0	-11.8	-7.1	-4.1	-6.2
여성캐주얼	-0.7	2.7	2.5	0.7	-0.5	6.8	-2.8	5.1	-3.4	-9.4	-1.8	-1.3	2.2
남성의류	-4.3	0.3	1.7	-7.8	-9.3	-0.9	-12.2	0.2	-8.2	-12.8	-3.1	-3.1	0.7
아동스포츠	-5.4	2.7	0.8	-3.7	-3.6	4.9	-6.8	6.6	-1.8	-8.0	-3.6	-1.7	9.3
가정용품	16.4	-2.5	15.3	2.9	3.8	14.9	-5.0	2.1	14.4	-2.0	-0.8	-1.1	-1.1
해외유명브랜드	6.6	6.4	13.9	-3.3	1.1	2.3	-11.0	0.1	3.7	2.5	7.8	6.1	17.3
비식품 소계	4.1	2.4	8.2	-2.6	-1.0	4.4	-7.9	1.1	1.3	-4.1	0.7	1.0	7.2
식품	-14.4	40.2	11.2	0.0	3.9	6.6	0.4	18.7	-5.9	2.5	3.8	1.0	24.9
총계	0.7	7.2	8.9	-2.0	-0.1	5.0	-6.4	4.4	0.3	-2.6	1.4	1.1	10.3
구매건수	-0.4	2.0	5.9	-2.5	-1.0	3.8	-4.6	3.4	0.7	-2.9	-1.1	-2.9	0.2
구매단가	1.1	5.1	2.8	0.5	0.9	1.2	-1.9	1.0	-0.4	0.3	2.4	4.0	10.1
점포당매출	0.7	7.2	8.9	-2.0	-0.1	5.0	-6.4	8.0	3.7	0.8	4.9	4.6	14.1
편의점													
생활용품	0.2	16.1	7.7	0.3	4.0	2.2	3.0	3.6	1.1	2.0	2.5	-2.4	3.7
잡화	0.6	13.7	9.3	3.7	4.4	8.0	9.8	1.8	-1.2	4.4	-0.8	-3.8	-2.2
담배 등 기타	5.7	7.0	1.5	5.5	3.5	2.0	3.4	2.9	2.4	3.5	4.4	3.9	0.6
비식품 소계	5.1	7.9	2.2	5.0	3.6	2.2	3.6	2.9	2.1	3.4	4.1	3.1	0.9
음료 등 가공	5.7	11.2	4.1	7.3	5.1	5.7	2.4	6.5	3.6	4.3	6.9	2.2	4.1
즉석(신선일부)	12.8	8.4	1.7	3.5	2.0	1.7	2.3	1.8	-1.7	2.8	1.1	0.0	-5.0
식품 소계	6.9	10.7	3.7	6.6	4.6	5.0	2.4	5.7	2.7	4.0	5.9	1.8	2.5
총계	6.1	9.4	3.0	5.9	4.1	3.8	2.9	4.5	2.5	3.7	5.1	2.4	1.7
구매건수	7.2	6.7	-0.2	5.5	3.0	2.3	2.6	2.9	1.2	1.5	3.6	1.9	-2.0
구매단가	-1.1	2.5	3.2	0.4	1.1	1.5	0.3	1.6	1.2	2.2	1.4	0.5	3.9
점포증가율	4.5	4.1	3.9	3.4	1.1	2.7	3.1	2.2	1.8	1.6	1.6	1.3	1.1
점포당매출	1.5	5.1	-0.9	2.4	3.0	1.0	-0.1	2.3	0.7	2.1	3.5	1.0	0.6

표 2. 유통업체 매출동향

	24/01	24/02	24/03	24/04	24/05	24/06	24/07	24/08	24/09	24/10	24/11	24/12	25/01
온라인유통													
가전/전자	13.2	2.3	1.7	13.7	1.3	10.4	7.0	-2.4	18.1	-12.7	-9.9	-1.2	-6.2
도서/문구	18.9	7.2	24.1	7.9	8.0	3.2	12.1	9.7	5.7	15.7	3.7	5.6	-3.5
패션/의류	-4.7	-9.5	-13.0	-4.1	-13.8	-10.4	-9.6	-17.8	-16.0	-9.8	-9.1	-6.8	-12.8
스포츠	1.3	-4.3	-3.7	2.1	-4.3	-8.0	-7.8	-12.7	-11.4	-6.6	-10.7	-4.5	-11.9
화장품	15.0	18.8	16.8	18.8	14.7	13.4	16.3	11.2	11.4	8.5	7.1	14.7	7.7
아동/유아	7.1	11.1	6.2	8.1	2.8	2.6	4.3	3.4	5.5	5.8	5.6	4.9	7.2
식품	22.4	36.2	28.9	28.1	26.1	20.1	21.0	19.8	14.7	24.8	19.1	21.5	19.6
생활/가구	18.6	18.2	15.7	19.0	13.0	9.4	12.8	10.8	10.3	11.3	6.1	7.7	2.5
서비스/기타	24.7	18.5	37.5	54.4	55.9	67.5	61.6	60.4	52.9	66.5	70.7	83.8	73.3
총계	16.8	15.7	15.7	22.2	16.5	18.4	16.9	13.9	15.7	13.9	11.8	18.8	14.6

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