

Industry Comment

Analyst 남성현

02) 6915-5672

rockrole@ibks.com

중립 (유지)

유통업체 매출동향

오프라인과 온라인의 뚜렷한 격차

- 6월 주요 유통업체 매출, 전년동월대비 +7.3% 증가
- 오프라인 유통업체 전년동월대비 -1.1% 감소, 편의점 3개월 연속 감소세
- 온라인 유통업체 전년동월대비 +15.9% 상승. 무더운 날씨 여파에 따른 배송 수요 증가
- 주요 오프라인 채널 역성장세 강화되며, 소비경기 부정적 흐름 이어짐

2025년 6월 주요 유통업체 매출: 전년동월대비 +7.3% 성장

2025년 6월 주요 유통업체 매출은 전년동월대비 +7.3% 성장하였다. 오프라인 주요 채널이 부진한 흐름을 보여줬으며, 대형마트 및 백화점이 전년동월대비 감소세로 전환되면서 5월대비 소비경기의 부정적 기류가 강화되는 양상이 나타났다. 대형마트와 백화점은 전년동월대비 각각 -2.8%, -0.9%로 역 성장하였다. 편의점의 부진은 6월에도 이어지면서 전년동월대비 -0.7% 감소하였다. 이는 3개월 연속 감소한 수치로 2분기 접어들면서 업황 부진이 가속화되고 있는 추세이다. 6월 강우 여파에 따른 집객력 하락이 원인으로 보이지만, 이를 감안해도 부진한 실적으로 판단한다.

특히, 편의점 점포 수 감소가 빠르게 이어지고 있다는 점이 부정적으로 해석되는 부분이다. 6월 편의점 점포수는 48,057개로 전월대비 -258개 감소하였는데, 5월 감소분이 -165개라는 점을 감안하면 폐점의 속도는 더욱 빨라지고 있다. 편의점이 대표적인 가맹 사업이라는 특성을 고려할 때, 단순 업황의 문제라기보다는 소매시장 경기가 급격하게 침체되고 있다는 것을 반증하는 것으로 해석된다.

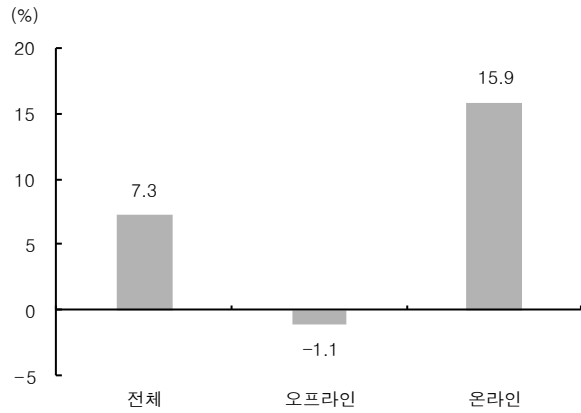
7월부터 추경예산편성(소비쿠폰 지급) 효과로 편의점의 점포당 매출액은 상승할 수 있다. 하지만, 폐점 속도가 빨라지고 있고, 자영업 시장의 부진이 사업 중단으로 나타나고 있는 만큼 긍정적으로 해석하지는 말아야 할 것이다.

온라인: 하반기도 고 성장세 지속

반면, 온라인 성장세는 차별적으로 나타나고 있다. 6월 성장률은 전년동월대비 +15.9% 상승했는데, 이는 ▶ 배송서비스 강화에 따른 시간적 Capa 확대와, ▶ 강우 및 무더위에 따른 소비수요 증가, ▶ 가전/전자 등 계절성 가전 수요 확대, ▶ 식품 및 상품/서비스 구매 채널로써 현상이 고착화되고 있기 때문이다. 상반기 온라인 시장 점유율은 53.6%로 동 수치는 빠르게 확대되고 있다. 2024년 10월 이후 50% 이상의 점유율을 유지하고 있으며, 오프라인 성수기 시즌에도 온라인 점유율이 오프라인을 앞서가고 있다. 특히, 올해 상반기 오프라인 성장률이 -0.1%로 역대 최저 수치를 달성했다는 점을 고려하면, 구조적 구매채널 이동 현상이 이루어지고 있는 것으로 판단한다. 올해의 경우 배송서비스 강화 및 1인 가구 증가에 따른 소량 구매 확산 등이 이어지고 있다는 점에서 차별적 성장세는 유지될 것으로 전망한다.

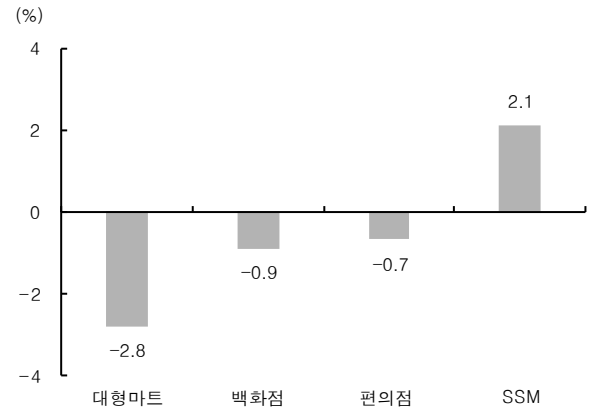
본 조사분석자료는 당사 리서치본부에서 신뢰할 만한 자료 및 정보를 바탕으로 작성한 것이나 당사는 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으며, 과거의 자료를 기초로 한 투자참고 자료로서 향후 주가 움직임은 과거의 패턴과 다를 수 있습니다. 고객께서는 자신의 판단과 책임 하에 종목 선택이나 투자시기에 대해 최종 결정하시기 바라며, 본 자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.

그림 1. 6월 유통업체 전년대비 매출 증감률



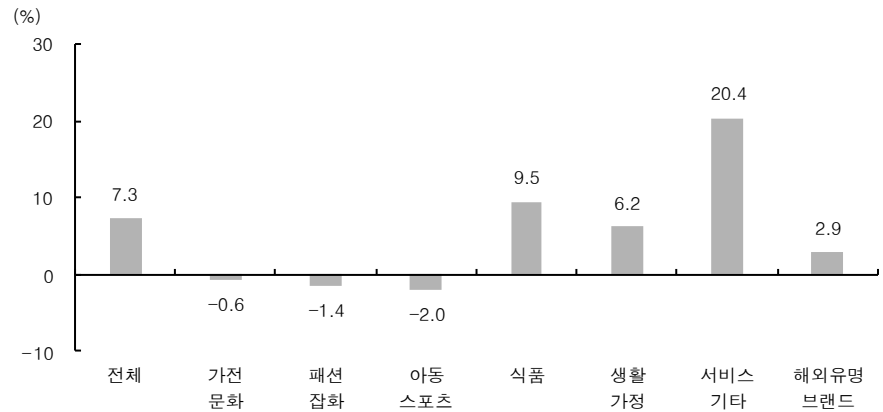
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 2. 6월 오프라인 업체별 전년대비 매출 증감률



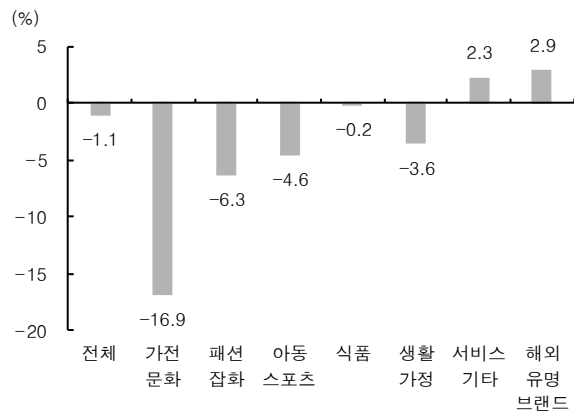
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 3. 전체 유통업체 상품군별 전년대비 매출 증감률



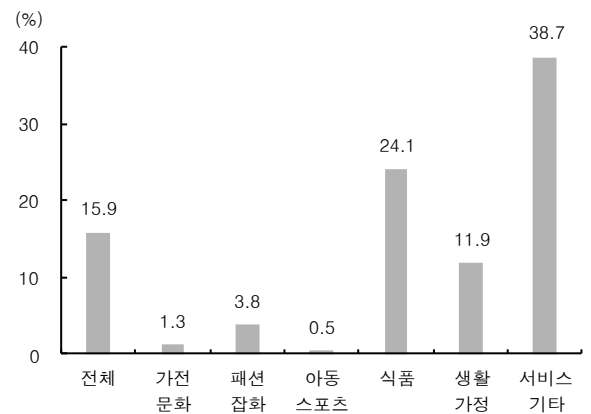
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 4. 오프라인 상품군별 매출 증감률



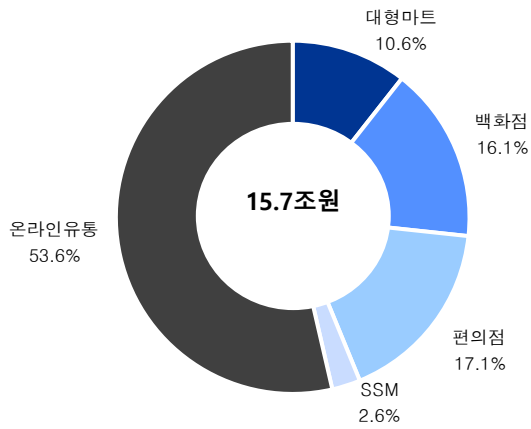
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 5. 온라인 상품군별 매출 증감률



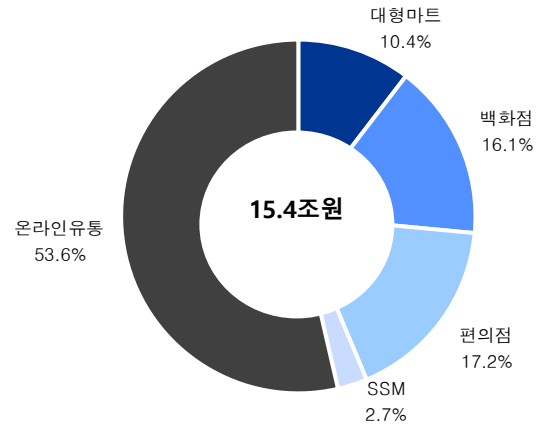
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 6. 2024년 6월 업태별 매출구성비



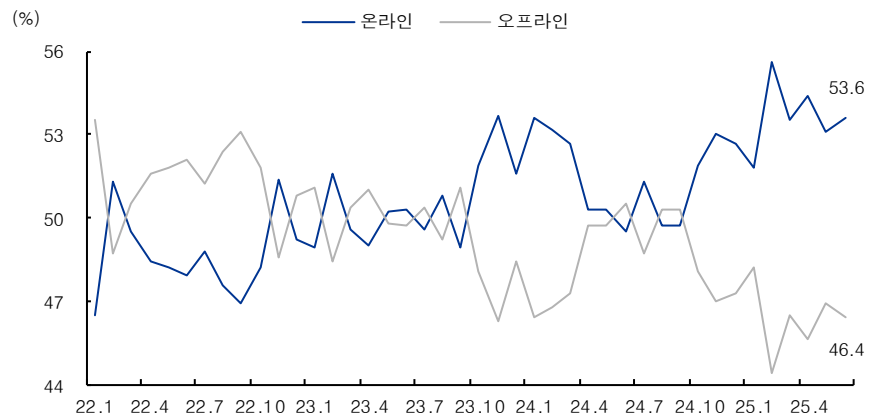
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 7. 2025년 6월 업태별 매출구성비



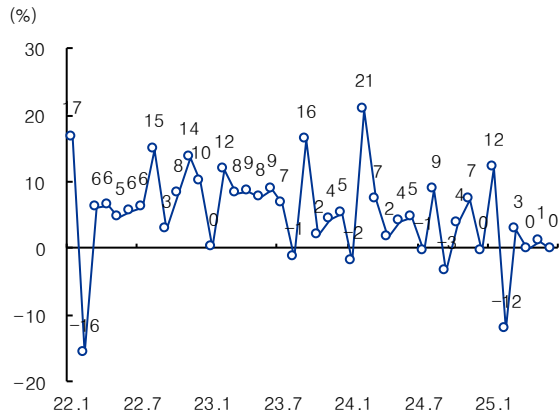
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 8. 유통업체 온/오프라인 점유율 추이



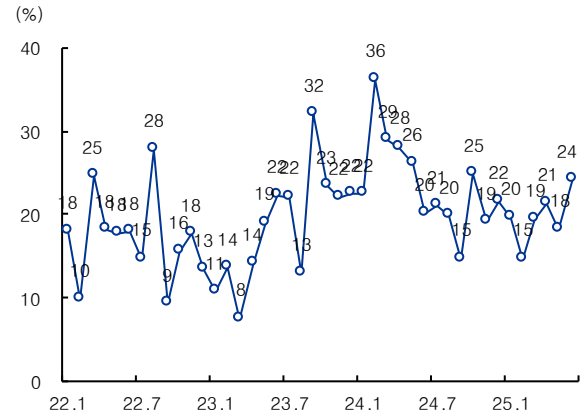
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 9. 오프라인 식품품목 전년대비 성장률 추이



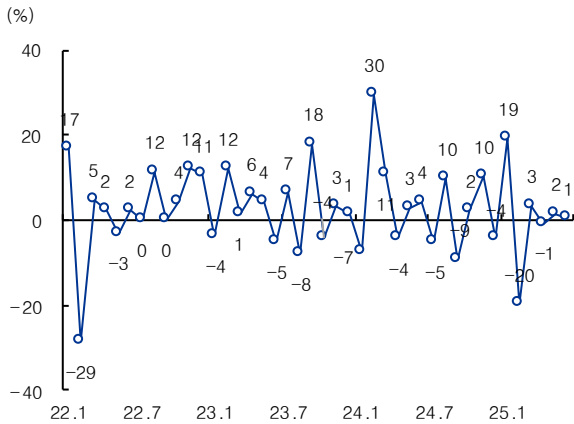
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 10. 온라인 식품품목 전년대비 성장률 추이



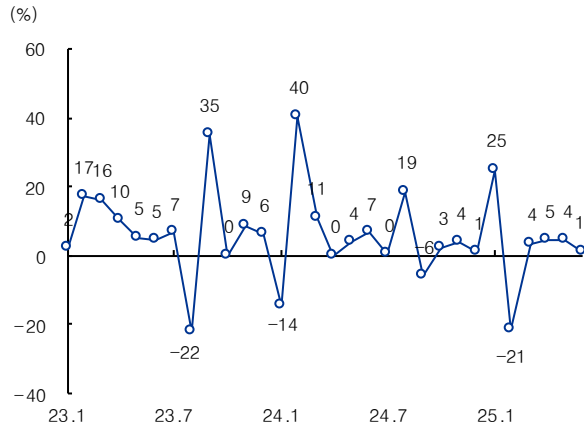
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 11. 대형마트 식품품목 전년대비 성장률 추이



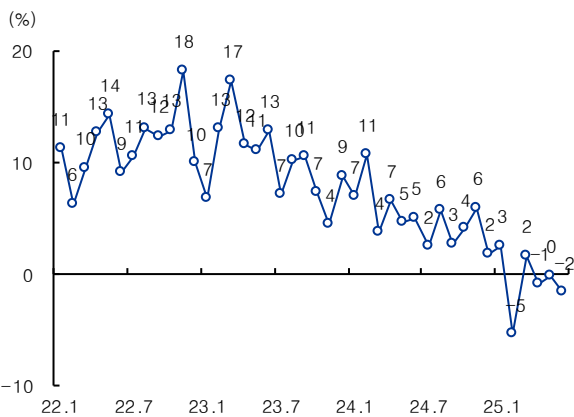
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 12. 백화점 식품품목 전년대비 성장률 추이



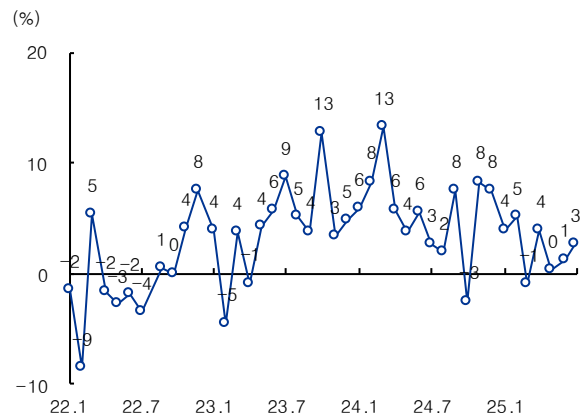
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 13. 편의점 식품품목 전년대비 성장률 추이



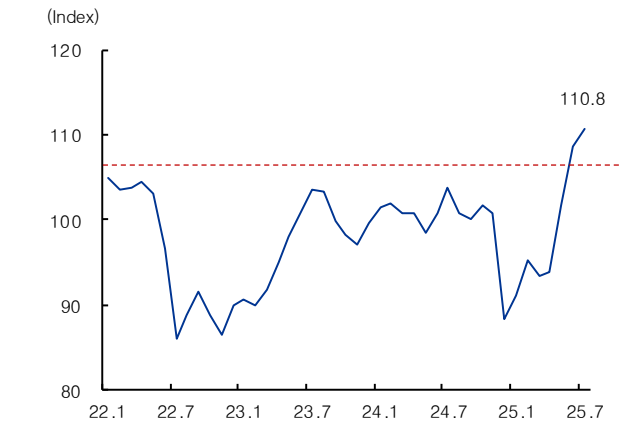
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 14. SSM 식품품목 전년대비 성장률 추이



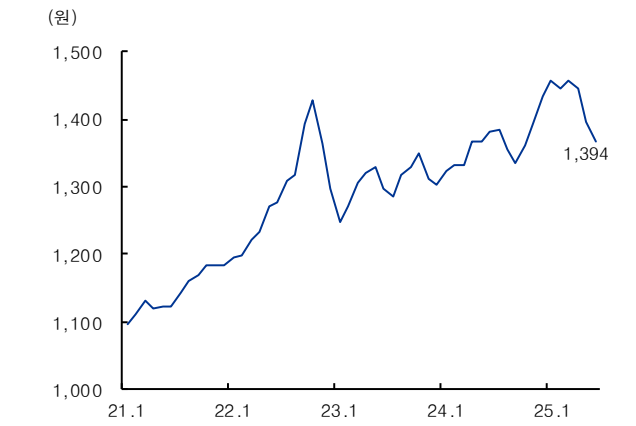
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 15. 소비자심리지수 추이



자료: 한국은행, IBK투자증권

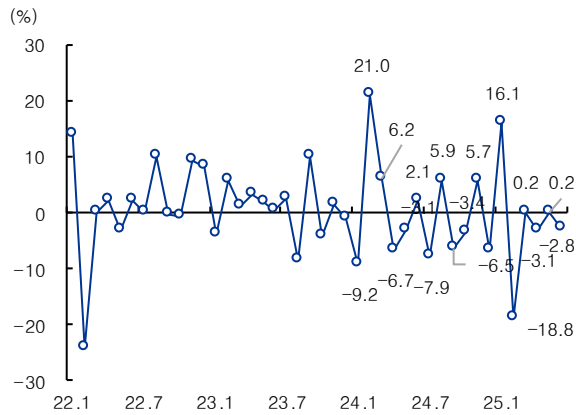
그림 16. 원/달러 환율 추이(월말기준)



자료: Quantwise, IBK투자증권

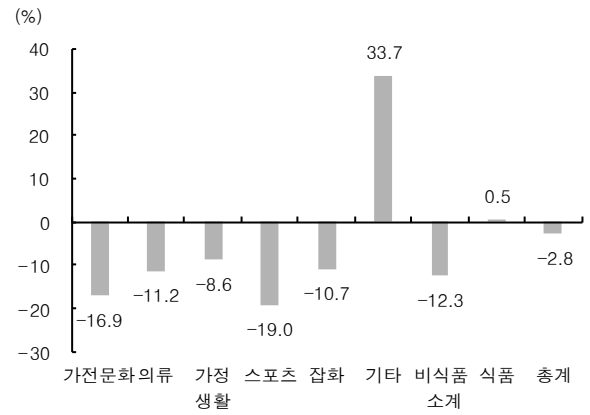
[오프라인-대형마트]

그림 17. 대형마트 전년대비 성장률 추이



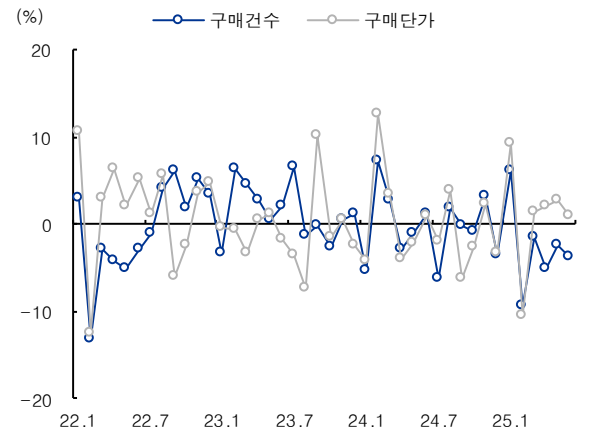
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 18. 대형마트 6월 상품군별 성장률 추이



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

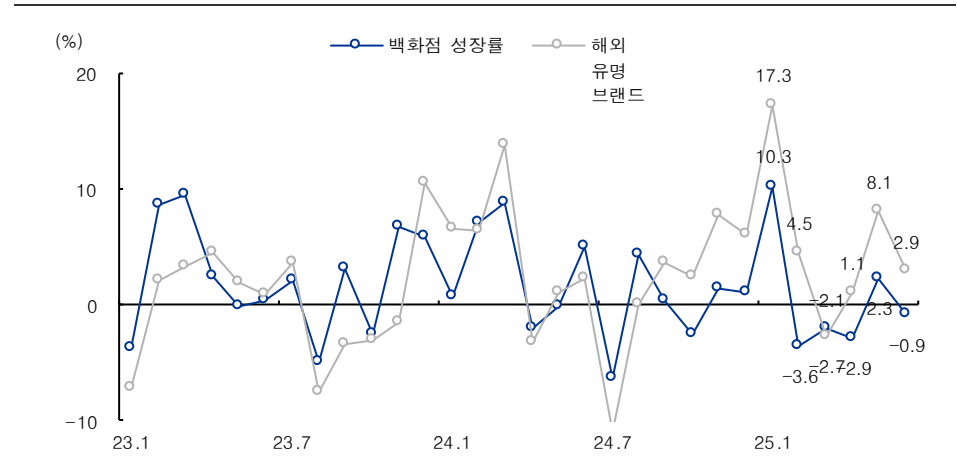
그림 19. 대형마트 구매건수, 구매단가 전년대비 성장률 추이



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

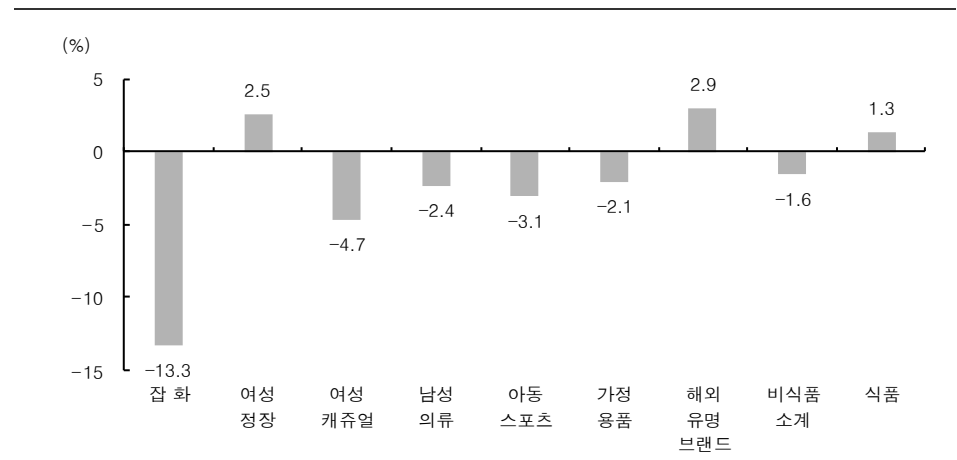
[오프라인-백화점]

그림 20. 백화점, 해외 유명 브랜드(명품) 전년대비 매출 증감률



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

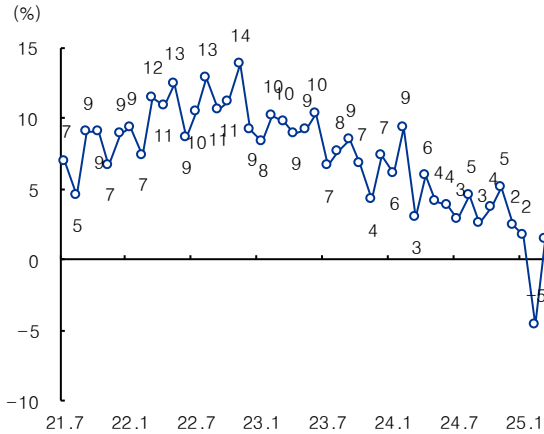
그림 21. 백화점 6월 상품별 전년대비 매출 증감률



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

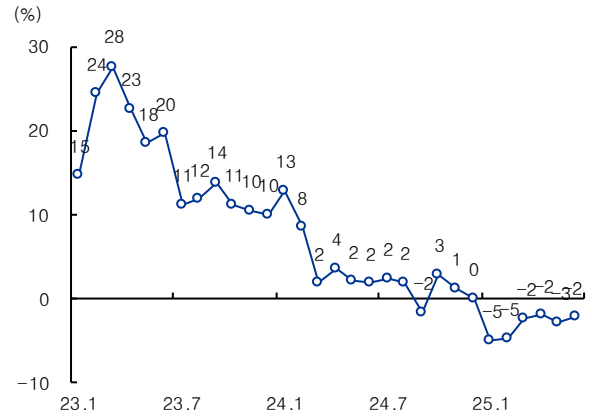
[오프라인-편의점]

그림 22. 편의점 전년대비 성장률 추이



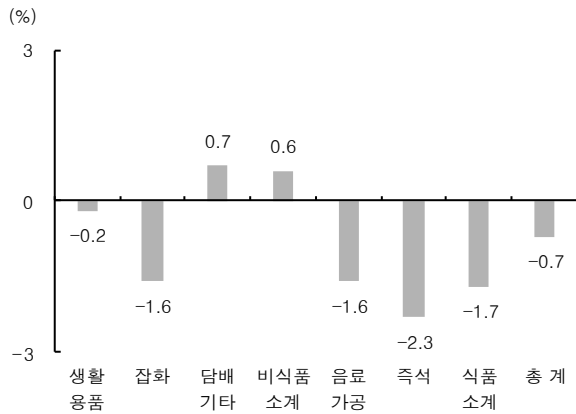
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 23. 편의점 즉석식품 성장률 추이



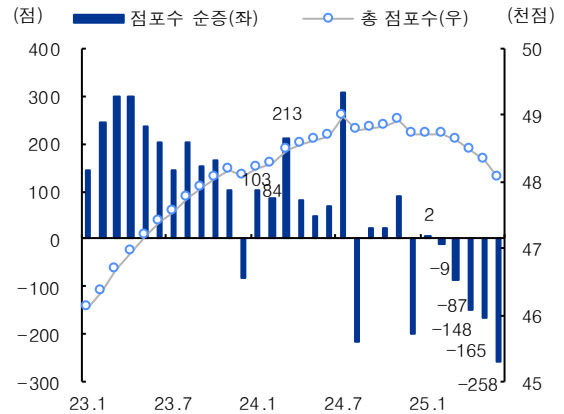
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 24. 편의점 6월 상품별 전년대비 매출 증감률



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

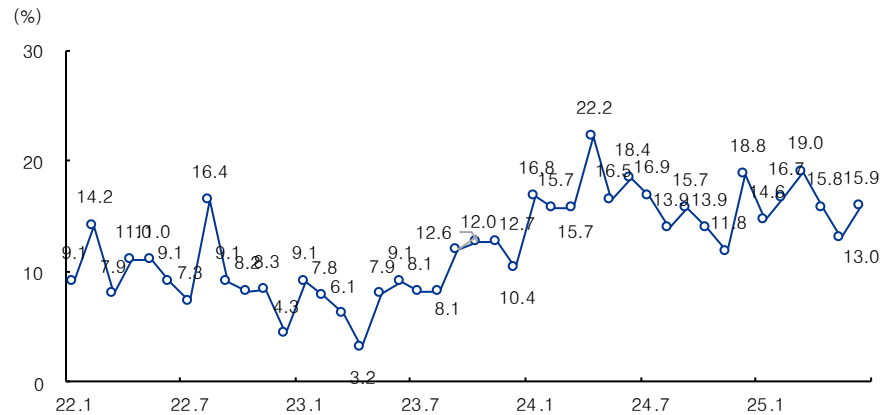
그림 25. 편의점 월별 점포수 순증 추이



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

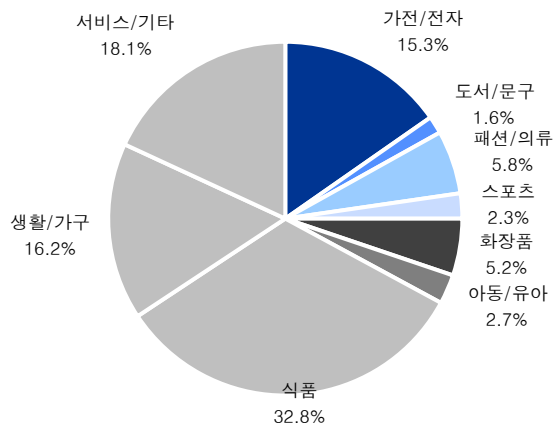
[온라인]

그림 26. 온라인 전년대비 성장률 추이



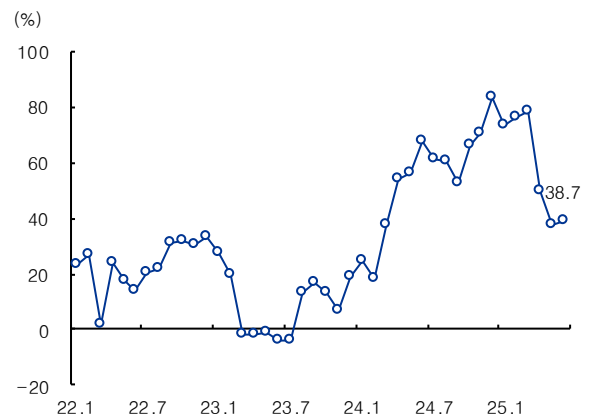
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 27. 6월 온라인 상품군별 매출 비중



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 28. 온라인 서비스/기타 전년대비 성장률 추이



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

표 1. 유통업체 매출동향(계속)

	24/06	24/07	24/08	24/09	24/10	24/11	24/12	25/01	25/02	25/03	25/04	25/05	25/06
대형마트													
가전문화	-3.3	-13.2	-6.2	17.9	-22.1	-4.8	-17.9	7.5	-10.9	-20.2	-12.1	-7.8	-16.9
의류	5.2	-9.7	4.5	-5.2	-7.4	1.2	-3.7	10.5	-23.6	-5.7	-16.6	-4.0	-11.2
가정/생활	-3.2	-14.4	-1.8	-10.9	-12.6	-2.1	-11.5	8.2	-22.5	-3.7	-7.1	-4.3	-8.6
스포츠	-11.9	-21.3	-12.5	-11.6	-21.4	-12.6	-18.8	0.9	-31.3	-18.3	-22.8	-14.2	-19.0
잡화	-4.3	-13.8	-4.3	-4.4	-13.6	-11.2	-13.6	8.4	-21.5	-7.8	-12.8	-7.3	-10.7
비식품 소계	-2.7	-13.9	-3.7	-1.5	-15.4	-3.7	-13.1	7.8	-19.4	-10.6	-11.5	-6.3	-12.3
식품	4.3	-5.2	9.9	-9.1	2.4	10.2	-4.4	19.1	-19.7	3.4	-0.8	1.6	0.5
총계	2.1	-7.9	5.9	-6.5	-3.4	5.7	-6.6	16.1	-18.8	0.2	-3.1	0.2	-2.8
구매건수	1.2	-6.2	1.8	-0.2	-0.8	3.2	-3.5	6.2	-9.3	-1.5	-5.0	-2.5	-3.8
구매단가	0.9	-1.9	4.0	-6.3	-2.7	2.4	-3.2	9.4	-10.5	1.4	2.0	2.8	1.0
점포당매출	3.7	-6.9	7.1	-5.5	-1.6	7.7	-4.8	17.1	-17.9	1.5	-2.3	1.8	-1.7
백화점													
잡 화	3.7	-4.0	0.0	-2.7	-7.3	-3.5	-4.3	0.5	-6.5	-3.8	-6.5	-5.7	-13.3
여성정장	-2.6	-9.6	-4.9	-9.0	-11.8	-7.1	-4.1	-6.2	-3.1	-5.4	-8.1	-2.0	2.5
여성캐주얼	6.8	-2.8	5.1	-3.4	-9.4	-1.8	-1.3	2.2	-11.2	-3.3	-7.1	-2.2	-4.7
남성의류	-0.9	-12.2	0.2	-8.2	-12.8	-3.1	-3.1	0.7	-11.3	-8.9	-11.3	-5.3	-2.4
아동스포츠	4.9	-6.8	6.6	-1.8	-8.0	-3.6	-1.7	9.3	-7.6	-1.6	-6.2	-1.3	-3.1
가정용품	14.9	-5.0	2.1	14.4	-2.0	-0.8	-1.1	-1.1	4.3	-2.2	-6.2	2.0	-2.1
해외유명브랜드	2.3	-11.0	0.1	3.7	2.5	7.8	6.1	17.3	4.5	-2.7	1.1	8.1	2.9
비식품 소계	4.4	-7.9	1.1	1.3	-4.1	0.7	1.0	7.2	-0.7	-3.3	-3.9	1.9	-1.6
식품	6.6	0.4	18.7	-5.9	2.5	3.8	1.0	24.9	-21.2	3.5	4.5	4.4	1.3
총계	5.0	-6.4	4.4	0.3	-2.6	1.4	1.1	10.3	-3.6	-2.1	-2.9	2.3	-0.9
구매건수	3.8	-4.6	3.4	0.7	-2.9	-1.1	-2.9	0.2	-3.2	-6.5	-4.4	-2.0	-4.0
구매단가	1.2	-1.9	1.0	-0.4	0.3	2.4	4.0	10.1	-0.4	4.7	1.6	4.4	3.2
점포당매출	5.0	-6.4	8.0	3.7	0.8	4.9	4.6	14.1	-0.2	1.3	0.5	7.7	4.3
편의점													
생활용품	2.2	3.0	3.6	1.1	2.0	2.5	-2.4	3.7	-11.6	-2.0	0.1	3.7	-0.2
잡화	8.0	9.8	1.8	-1.2	4.4	-0.8	-3.8	-2.2	-12.6	-2.5	-0.3	4.2	-1.6
담배 등 기타	2.0	3.4	2.9	2.4	3.5	4.4	3.9	0.6	-2.6	1.5	-0.2	-0.6	0.7
비식품 소계	2.2	3.6	2.9	2.1	3.4	4.1	3.1	0.9	-3.6	1.1	-0.2	-0.1	0.6
음료 등 가공	5.7	2.4	6.5	3.6	4.3	6.9	2.2	4.1	-5.5	2.5	-0.7	0.4	-1.6
즉석(신선일부)	1.7	2.3	1.8	-1.7	2.8	1.1	0.0	-5.0	-4.8	-2.4	-2.1	-2.9	-2.3
식품 소계	5.0	2.4	5.7	2.7	4.0	5.9	1.8	2.5	-5.4	1.6	-0.9	-0.2	-1.7
총계	3.8	2.9	4.5	2.5	3.7	5.1	2.4	1.7	-4.6	1.4	-0.6	-0.2	-0.7
구매건수	2.3	2.6	2.9	1.2	1.5	3.6	1.9	-2.0	-5.4	-0.5	-2.9	-3.1	-3.2
구매단가	1.5	0.3	1.6	1.2	2.2	1.4	0.5	3.9	0.8	-2.9	2.4	3.1	2.5
점포증가율	2.7	3.1	2.2	1.8	1.6	1.6	1.3	1.1	0.9	0.3	-0.2	-0.6	-1.3
점포당매출	1.0	-0.1	2.3	0.7	2.1	3.5	1.0	0.6	-5.4	1.1	-0.4	0.5	0.6

표 2. 유통업체 매출동향

	24/06	24/07	24/08	24/09	24/10	24/11	24/12	25/01	25/02	25/03	25/04	25/05	25/06
온라인유통													
가전/전자	10.4	7.0	-2.4	18.1	-12.7	-9.9	-1.2	-6.2	3.6	7.8	4.1	5.8	0.4
도서/문구	3.2	12.1	9.7	5.7	15.7	3.7	5.6	-3.5	10.4	6.1	10.3	5.8	9.6
패션/의류	-10.4	-9.6	-17.8	-16.0	-9.8	-9.1	-6.8	-12.8	-9.7	-4.7	-8.6	-4.6	-0.8
스포츠	-8.0	-7.8	-12.7	-11.4	-6.6	-10.7	-4.5	-11.9	-9.8	-10.1	-13.8	-12.7	-8.5
화장품	13.4	16.3	11.2	11.4	8.5	7.1	14.7	7.7	8.8	7.5	11.6	7.4	9.0
아동/유아	2.6	4.3	3.4	5.5	5.8	5.6	4.9	7.2	4.0	3.8	6.6	3.2	8.2
식품	20.1	21.0	19.8	14.7	24.8	19.1	21.5	19.6	14.9	19.4	21.3	18.2	24.1
생활/가구	9.4	12.8	10.8	10.3	11.3	6.1	7.7	2.5	7.9	7.5	7.7	6.0	11.9
서비스/기타	67.5	61.6	60.4	52.9	66.5	70.7	83.8	73.3	76.3	78.3	50.1	37.3	38.7
총계	18.4	16.9	13.9	15.7	13.9	11.8	18.8	14.6	16.7	19.0	15.8	13.0	15.9

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

Compliance Notice

동 자료에 게재된 내용들은 외부의 압력이나 부당한 간섭없이 본인의 의견을 정확하게 반영하여 작성되었음을 확인합니다.

동 자료는 기관투자가 또는 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.

동 자료는 조사분석자료 작성에 참여한 외부인(계열회사 및 그 임직원등)이 없습니다.

조사분석 담당자 및 배우자는 해당종목과 재산적 이해관계가 없습니다.

동 자료에 언급된 종목의 지분을 1%이상 보유하고 있지 않습니다.

당사는 상기 명시한 사항 외 고지해야 하는 특별한 이해관계가 없습니다.