

Industry Comment

Analyst 남성현

02) 6915-5672

rockrole@ibks.com

중립 (유지)

유통업체 매출동향

정책의 효과

- 7월 주요 유통업체 매출, 전년동월대비 +9.1% 증가
- 오프라인 유통업체 전년동월대비 +2.7%로 반전. 편의점 부진 벗어나
- 온라인 유통업체 전년동월대비 +15.3% 상승. 구조적 성장세 이어지는 흐름 보임
- 소비경기 부진한 흐름 이어지고 있지만, 정책적 효과로 반등에 성공

2025년 7월 주요 유통업체 매출: 전년동월대비 +9.1% 성장

2025년 7월 주요 유통업체 매출은 전년동월대비 +9.1% 성장하였다. 전월대비 전체 성장률은 +1.8%p 증가하였고, 그동안 부진했던 오프라인 채널도 +2.7% 성장하면서 온라인과 오프라인 모두 긍정적인 흐름이 나타났다. 특히, 7월의 경우 정책적인 효과가 뚜렷하게 나타난 것으로 해석되는데, 그렇게 생각하는 이유는 1) 민생회복 소비쿠폰 사용처를 중심으로 회복세가 빠르게 이루어졌고, 2) 상대적으로 소비쿠폰을 사용하지 못하는 채널의 부진이 목격되었기 때문이다.

채널별로 보면 오프라인 중 백화점, 편의점, 슈퍼마켓 채널이 성장하였고, 상대적으로 대형마트 채널은 역 성장세가 2개월 연속 진행된 흐름이 나타났다. 다만, 이는 홈플러스스 폐점 및 경영악화에 따른 상품력 약화가 작용한 것으로 보이기 때문에 전체 시장을 대변하는 숫자는 아닐 가능성이 높다.

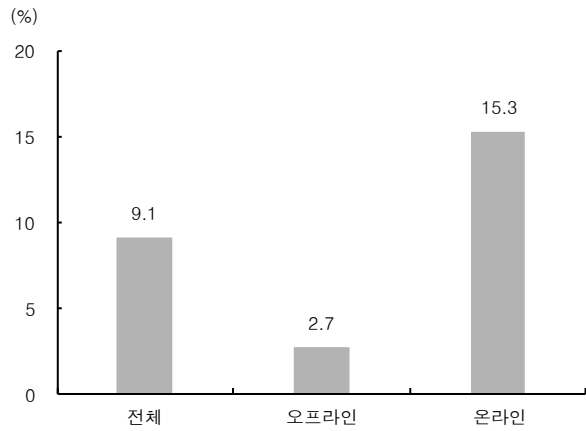
7월 실적의 반전은 정책적인 효과일 가능성이 높다. 다만, ▶ 소비쿠폰 지급 시기가 7월 중순 이후라는 점과 ▶ 상품군별로 해석해보면 오프라인 채널에서 소비쿠폰에 대한 뚜렷한 성장세가 목격되지 않고 있다는 점을 감안하면 정책적 효과는 일부만 반영된 것으로 분석한다. 즉, 8월에 동 효과는 집중될 것으로 보여 동 추이는 이어질 수 있다는 판단이다.

정책적 효과를 감안해서 보면...

7월과 8월 실적을 해석함에 있어서 정책적 효과를 감안해서 판단할 필요가 있다. 2차 소비쿠폰 지급이 예정되어 있지만, 일시적인 현상에 그칠 가능성을 배제할 수 없기 때문이다. 7월 실적을 세부적으로 보면 마냥 긍정적으로 해석할 수는 없다. 그러한 이유는 1) 필수 소비재를 제외한 상품군 판매가 회복되는 흐름이 나타나지 않았고, 2) 기록적인 무더위 및 추경예산 편성에도 불구하고 가전 등의 내구재 상품군 성장이 부진하였으며, 3) 편의점 폐점이 이어지고 있다는 점과, 4) 7월 소비를 주도한 부문도 서비스/기타 부문이기 때문이다. 또한, 5) 백화점 채널이 성장세로 전환됐지만, 지난해 낮은 기저를 감안할 경우 현재까지는 추세적 성장이라 판단하기는 어렵다. 당사에서 판단하기에 소비경기 회복으로 연결되기 위해서는 ▶ 일시적 소득 증가에 따른 소비지출 증가와 ▶ 기존 소비가 합산하는 흐름을 보여야 한다고 보고 있다. 8월 데이터가 중요한 부분이지만, 이는 쉽지 않을 것으로 생각한다.

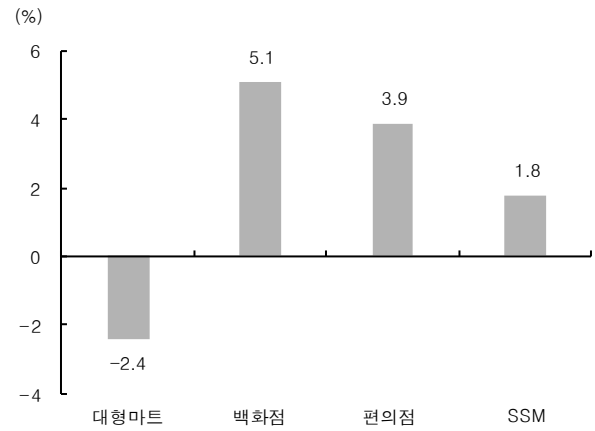
본 조식분석자료는 당사 리서치본부에서 신뢰할 만한 자료 및 정보를 바탕으로 작성한 것이나 당사는 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으며, 과거의 자료를 기초로 한 투자참고 자료로서 향후 주가 움직임은 과거의 패턴과 다를 수 있습니다. 고객께서는 자신의 판단과 책임 하에 종목 선택이나 투자시기에 대해 최종 결정하시기 바라며, 본 자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.

그림 1. 7월 유통업체 전년대비 매출 증감률



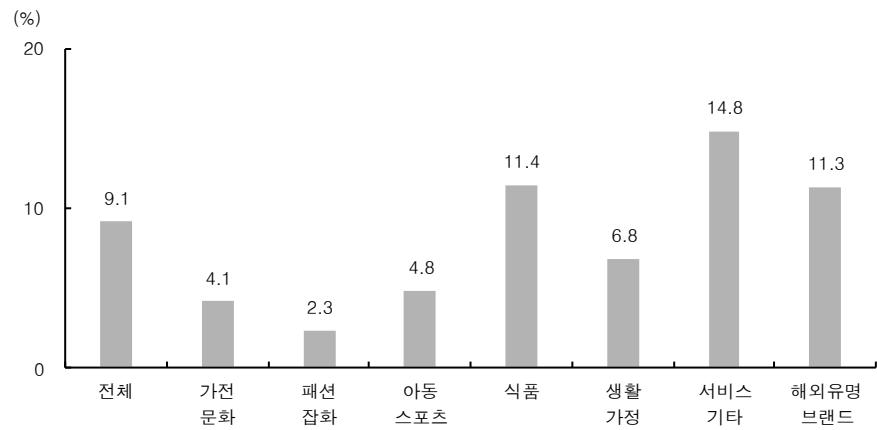
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 2. 7월 오프라인 업체별 전년대비 매출 증감률



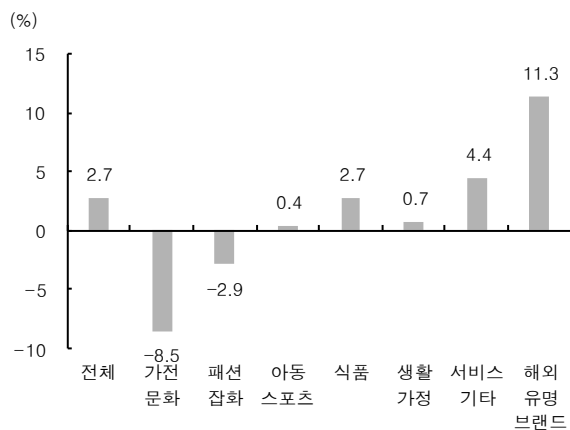
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 3. 전체 유통업체 상품군별 전년대비 매출 증감률



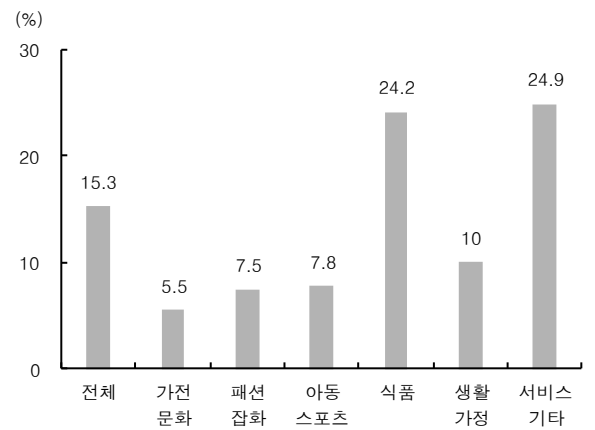
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 4. 오프라인 상품군별 매출 증감률



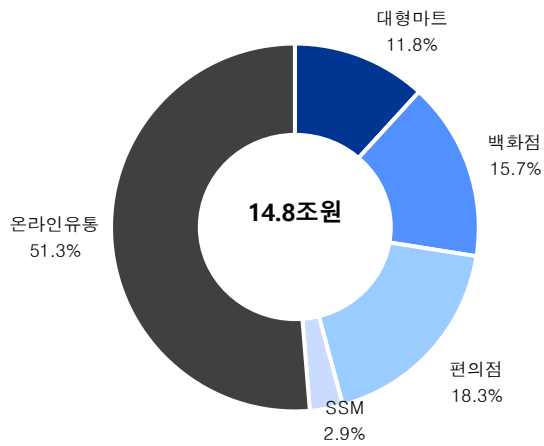
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 5. 온라인 상품군별 매출 증감률



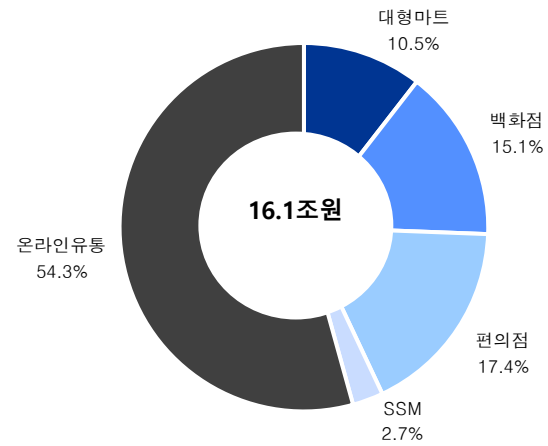
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 6. 2024년 7월 업태별 매출구성비



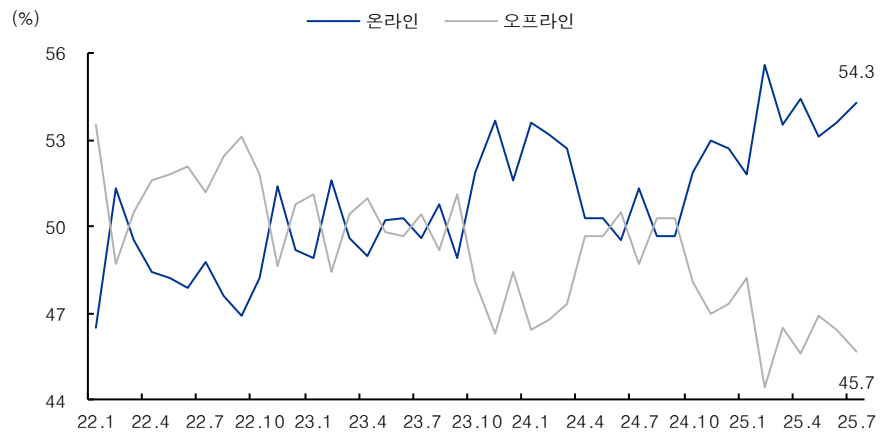
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 7. 2025년 7월 업태별 매출구성비



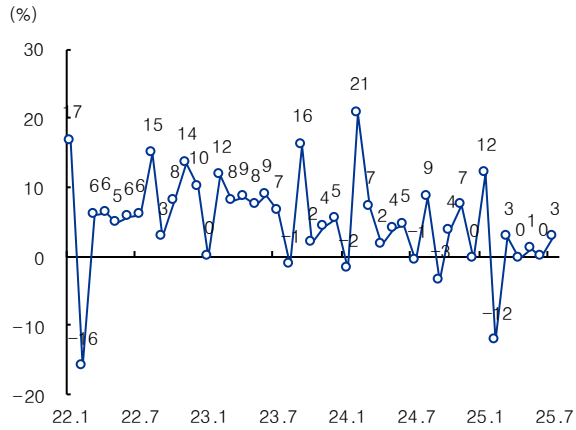
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 8. 유통업체 온/오프라인 점유율 추이



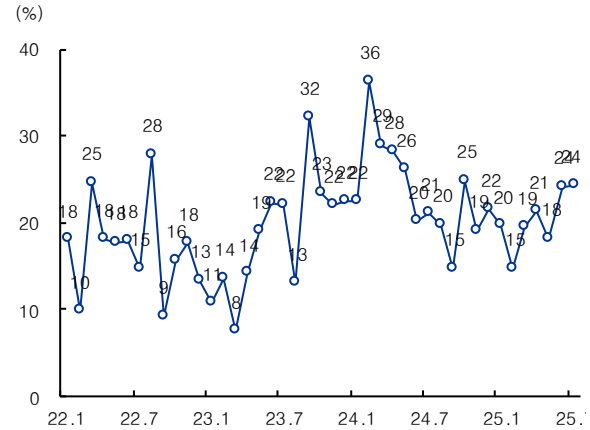
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 9. 오프라인 식품품목 전년대비 성장률 추이



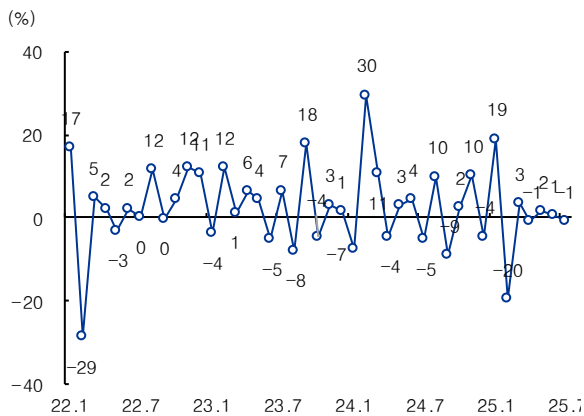
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 10. 온라인 식품품목 전년대비 성장률 추이



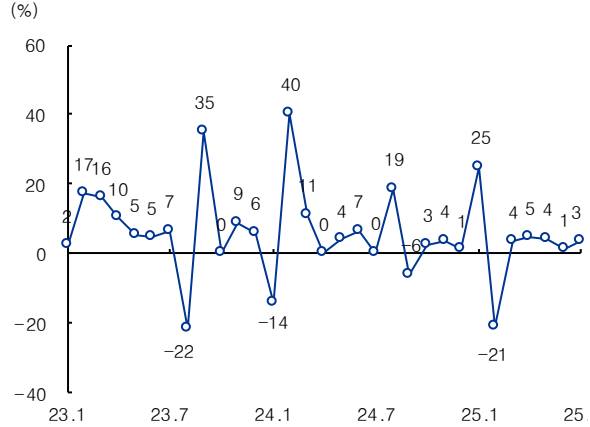
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 11. 대형마트 식품품목 전년대비 성장률 추이



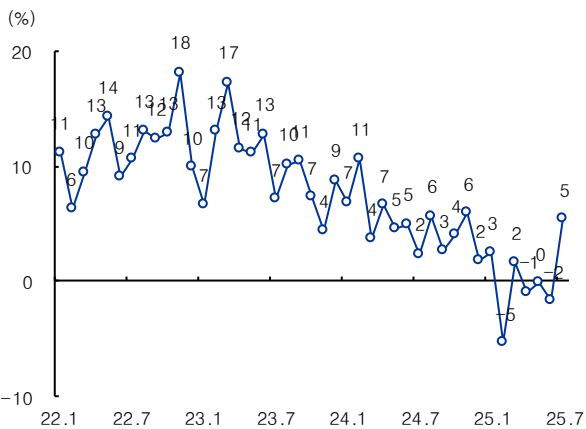
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 12. 백화점 식품품목 전년대비 성장률 추이



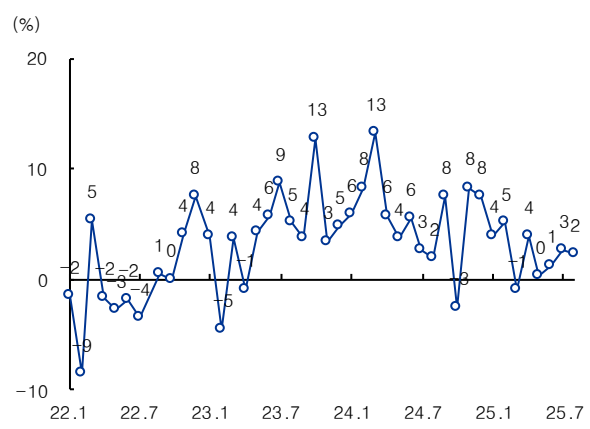
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 13. 편의점 식품품목 전년대비 성장률 추이



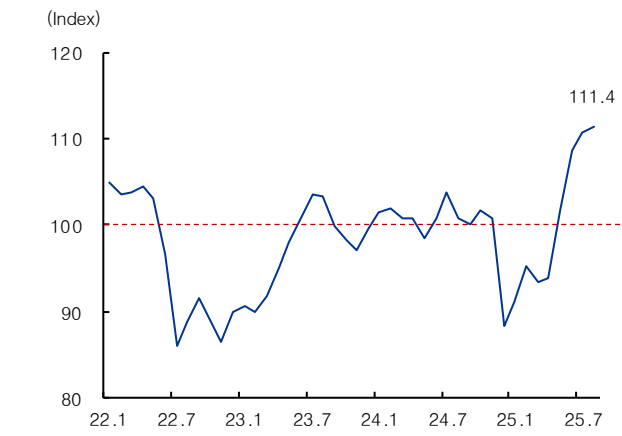
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 14. SSM 식품품목 전년대비 성장률 추이



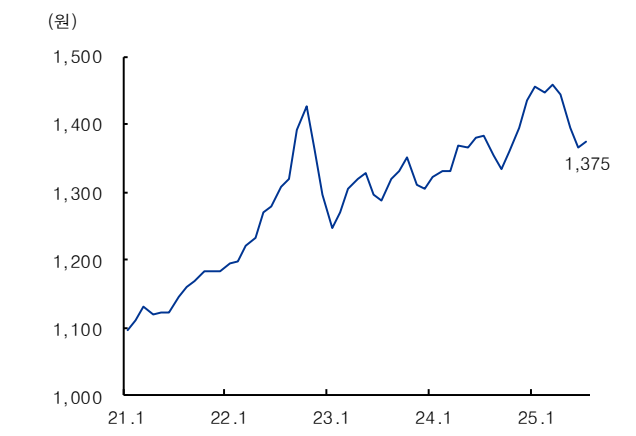
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 15. 소비자심리지수 추이



자료: 한국은행, IBK투자증권

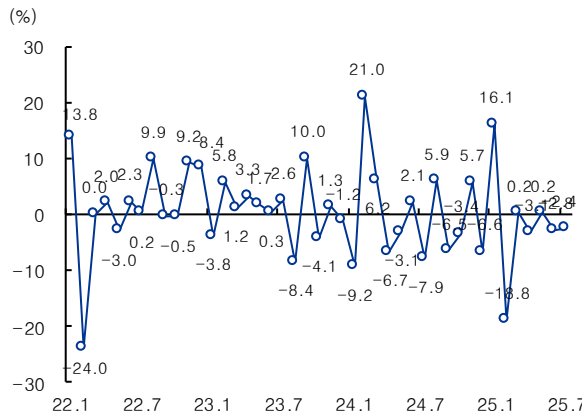
그림 16. 원/달러 환율 추이(월말기준)



자료: Quantwise, IBK투자증권

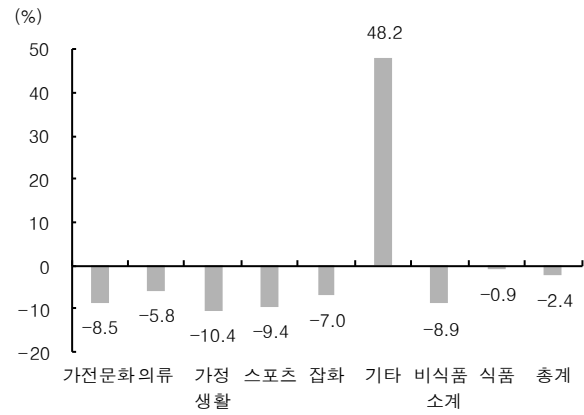
[오프라인-대형마트]

그림 17. 대형마트 전년대비 성장률 추이



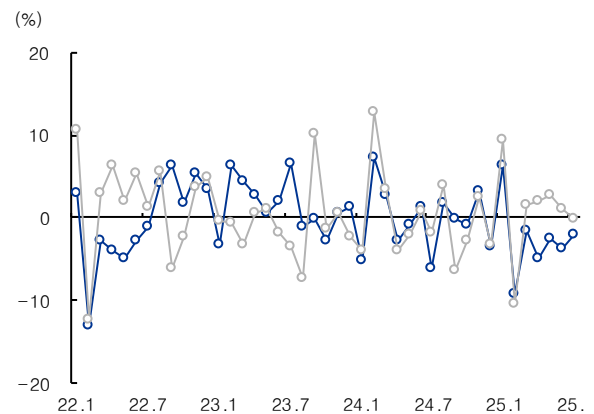
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 18. 대형마트 7월 상품군별 성장률 추이



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

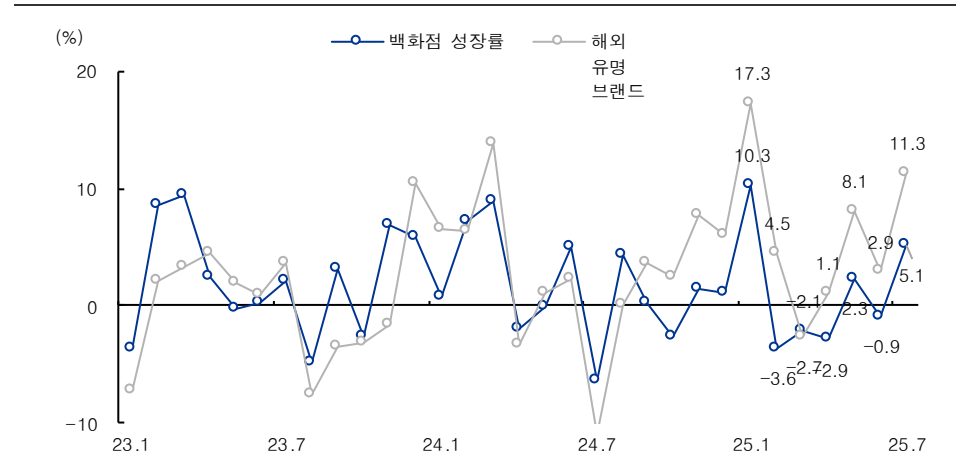
그림 19. 대형마트 구매건수, 구매단가 전년대비 성장률 추이



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

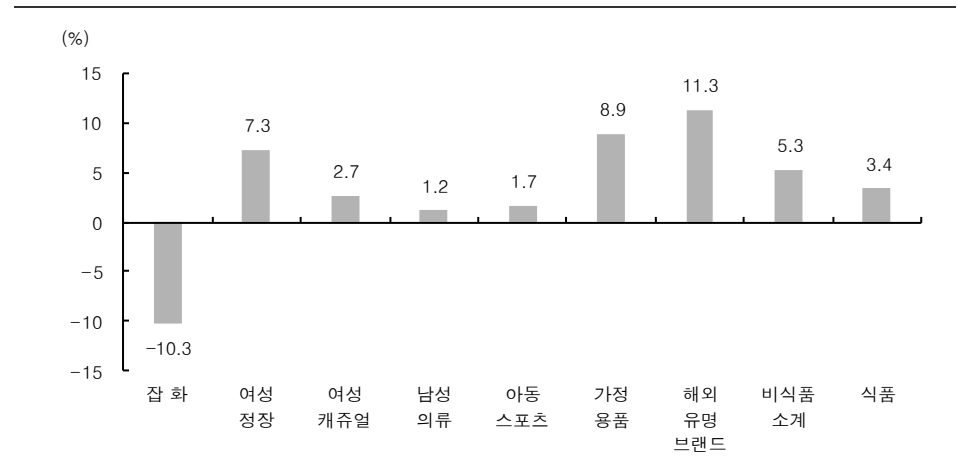
[오프라인-백화점]

그림 20. 백화점, 해외 유명 브랜드(명품) 전년대비 매출 증감률



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

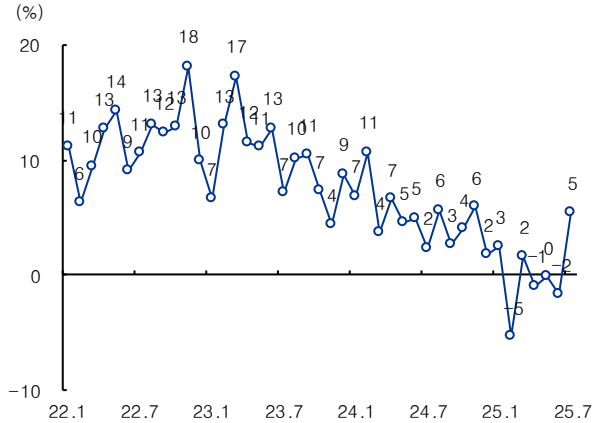
그림 21. 백화점 7월 상품별 전년대비 매출 증감률



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

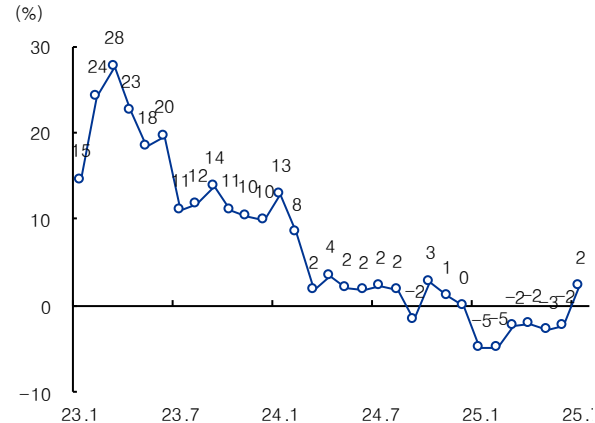
[오프라인-편의점]

그림 22. 편의점 전년대비 성장률 추이



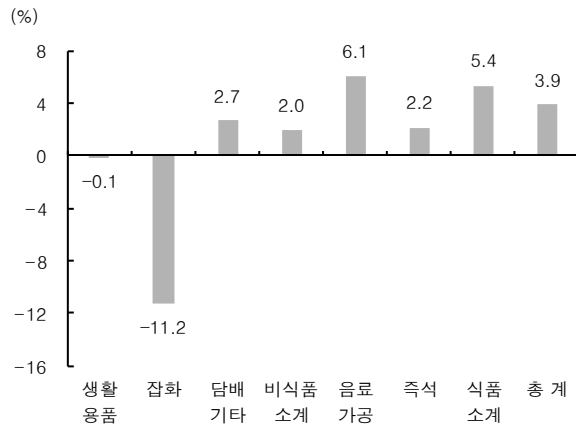
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 23. 편의점 즉석식품 성장률 추이



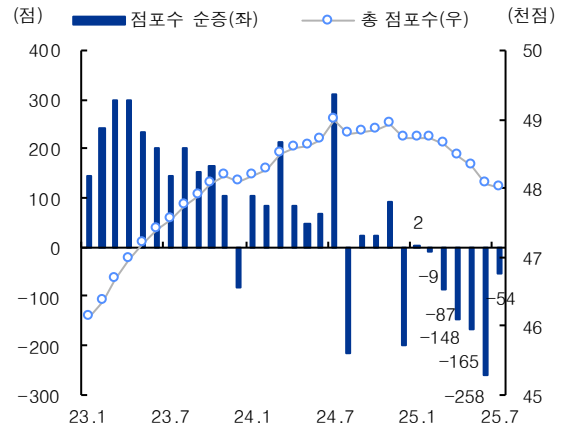
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 24. 편의점 7월 상품별 전년대비 매출 증감률



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

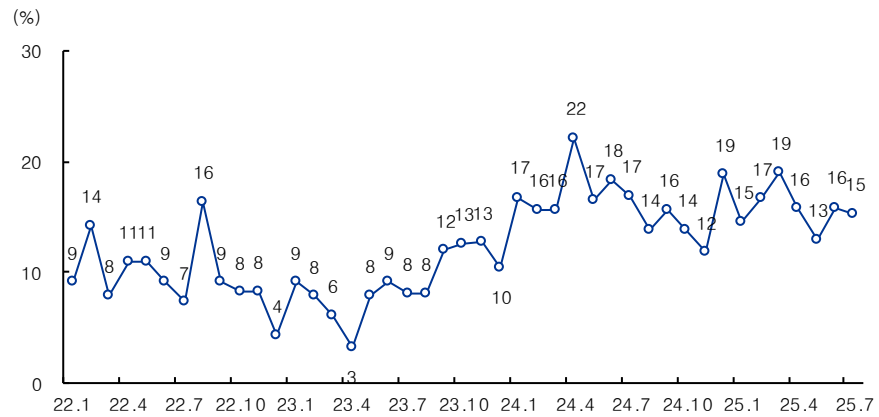
그림 25. 편의점 월별 점포수 순증 추이



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

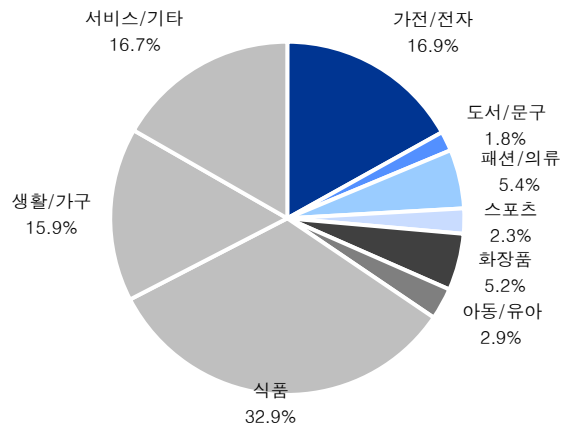
[온라인]

그림 26. 온라인 전년대비 성장률 추이



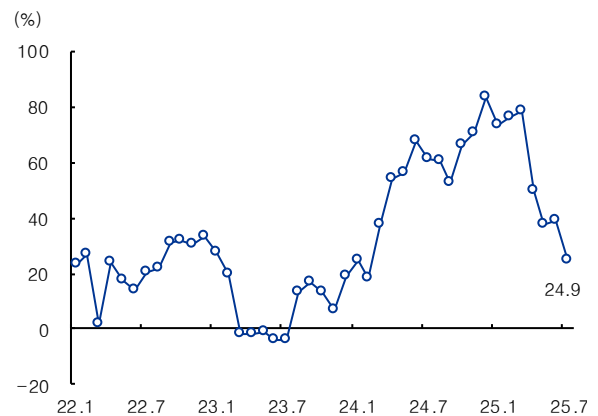
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

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)

	24/07	24/08	24/09	24/10	24/11	24/12	25/01	25/02	25/03	25/04	25/05	25/06	25/07
대형마트													
가전문화	-13.2	-6.2	17.9	-22.1	-4.8	-17.9	7.5	-10.9	-20.2	-12.1	-7.8	-16.9	-8.5
의류	-9.7	4.5	-5.2	-7.4	1.2	-3.7	10.5	-23.6	-5.7	-16.6	-4.0	-11.2	-5.8
가정/생활	-14.4	-1.8	-10.9	-12.6	-2.1	-11.5	8.2	-22.5	-3.7	-7.1	-4.3	-8.6	-10.4
스포츠	-21.3	-12.5	-11.6	-21.4	-12.6	-18.8	0.9	-31.3	-18.3	-22.8	-14.2	-19.0	-9.4
잡화	-13.8	-4.3	-4.4	-13.6	-11.2	-13.6	8.4	-21.5	-7.8	-12.8	-7.3	-10.7	-7.0
비식품 소계	-13.9	-3.7	-1.5	-15.4	-3.7	-13.1	7.8	-19.4	-10.6	-11.5	-6.3	-12.3	-8.9
식품	-5.2	9.9	-9.1	2.4	10.2	-4.4	19.1	-19.7	3.4	-0.8	1.6	0.5	-0.9
총계	-7.9	5.9	-6.5	-3.4	5.7	-6.6	16.1	-18.8	0.2	-3.1	0.2	-2.8	-2.4
구매건수	-6.2	1.8	-0.2	-0.8	3.2	-3.5	6.2	-9.3	-1.5	-5.0	-2.5	-3.8	-2.2
구매단가	-1.9	4.0	-6.3	-2.7	2.4	-3.2	9.4	-10.5	1.4	2.0	2.8	1.0	-0.2
점포당매출	-6.9	7.1	-5.5	-1.6	7.7	-4.8	17.1	-17.9	1.5	-2.3	1.8	-1.7	-1.9
백화점													
잡 화	-4.0	0.0	-2.7	-7.3	-3.5	-4.3	0.5	-6.5	-3.8	-6.5	-5.7	-13.3	-10.3
여성정장	-9.6	-4.9	-9.0	-11.8	-7.1	-4.1	-6.2	-3.1	-5.4	-8.1	-2.0	2.5	7.3
여성캐주얼	-2.8	5.1	-3.4	-9.4	-1.8	-1.3	2.2	-11.2	-3.3	-7.1	-2.2	-4.7	2.7
남성의류	-12.2	0.2	-8.2	-12.8	-3.1	-3.1	0.7	-11.3	-8.9	-11.3	-5.3	-2.4	1.2
아동스포츠	-6.8	6.6	-1.8	-8.0	-3.6	-1.7	9.3	-7.6	-1.6	-6.2	-1.3	-3.1	1.7
가정용품	-5.0	2.1	14.4	-2.0	-0.8	-1.1	-1.1	4.3	-2.2	-6.2	2.0	-2.1	8.9
해외유명브랜드	-11.0	0.1	3.7	2.5	7.8	6.1	17.3	4.5	-2.7	1.1	8.1	2.9	11.3
비식품 소계	-7.9	1.1	1.3	-4.1	0.7	1.0	7.2	-0.7	-3.3	-3.9	1.9	-1.6	5.3
식품	0.4	18.7	-5.9	2.5	3.8	1.0	24.9	-21.2	3.5	4.5	4.4	1.3	3.4
총계	-6.4	4.4	0.3	-2.6	1.4	1.1	10.3	-3.6	-2.1	-2.9	2.3	-0.9	5.1
구매건수	-4.6	3.4	0.7	-2.9	-1.1	-2.9	0.2	-3.2	-6.5	-4.4	-2.0	-4.0	-0.8
구매단가	-1.9	1.0	-0.4	0.3	2.4	4.0	10.1	-0.4	4.7	1.6	4.4	3.2	6.0
점포당매출	-6.4	8.0	3.7	0.8	4.9	4.6	14.1	-0.2	1.3	0.5	7.7	4.3	12.6
편의점													
생활용품	3.0	3.6	1.1	2.0	2.5	-2.4	3.7	-11.6	-2.0	0.1	3.7	-0.2	-0.1
잡화	9.8	1.8	-1.2	4.4	-0.8	-3.8	-2.2	-12.6	-2.5	-0.3	4.2	-1.6	-11.2
담배 등 기타	3.4	2.9	2.4	3.5	4.4	3.9	0.6	-2.6	1.5	-0.2	-0.6	0.7	2.7
비식품 소계	3.6	2.9	2.1	3.4	4.1	3.1	0.9	-3.6	1.1	-0.2	-0.1	0.6	2.0
음료 등 가공	2.4	6.5	3.6	4.3	6.9	2.2	4.1	-5.5	2.5	-0.7	0.4	-1.6	6.1
즉석(신선일부)	2.3	1.8	-1.7	2.8	1.1	0.0	-5.0	-4.8	-2.4	-2.1	-2.9	-2.3	2.2
식품 소계	2.4	5.7	2.7	4.0	5.9	1.8	2.5	-5.4	1.6	-0.9	-0.2	-1.7	5.4
총계	2.9	4.5	2.5	3.7	5.1	2.4	1.7	-4.6	1.4	-0.6	-0.2	-0.7	3.9
구매건수	2.6	2.9	1.2	1.5	3.6	1.9	-2.0	-5.4	-0.5	-2.9	-3.1	-3.2	0.3
구매단가	0.3	1.6	1.2	2.2	1.4	0.5	3.9	0.8	-2.9	2.4	3.1	2.5	3.6
점포증가율	3.1	2.2	1.8	1.6	1.6	1.3	1.1	0.9	0.3	-0.2	-0.6	-1.3	-2.0
점포당매출	-0.1	2.3	0.7	2.1	3.5	1.0	0.6	-5.4	1.1	-0.4	0.5	0.6	6.1

표 2. 유통업체 매출동향

	24/07	24/08	24/09	24/10	24/11	24/12	25/01	25/02	25/03	25/04	25/05	25/06	25/07
온라인유통													
가전/전자	7.0	-2.4	18.1	-12.7	-9.9	-1.2	-6.2	3.6	7.8	4.1	5.8	0.4	5.3
도서/문구	12.1	9.7	5.7	15.7	3.7	5.6	-3.5	10.4	6.1	10.3	5.8	9.6	7.8
패션/의류	-9.6	-17.8	-16.0	-9.8	-9.1	-6.8	-12.8	-9.7	-4.7	-8.6	-4.6	-0.8	1.0
스포츠	-7.8	-12.7	-11.4	-6.6	-10.7	-4.5	-11.9	-9.8	-10.1	-13.8	-12.7	-8.5	2.8
화장품	16.3	11.2	11.4	8.5	7.1	14.7	7.7	8.8	7.5	11.6	7.4	9.0	14.2
아동/유아	4.3	3.4	5.5	5.8	5.6	4.9	7.2	4.0	3.8	6.6	3.2	8.2	11.8
식품	21.0	19.8	14.7	24.8	19.1	21.5	19.6	14.9	19.4	21.3	18.2	24.1	24.2
생활/가구	12.8	10.8	10.3	11.3	6.1	7.7	2.5	7.9	7.5	7.7	6.0	11.9	10.0
서비스/기타	61.6	60.4	52.9	66.5	70.7	83.8	73.3	76.3	78.3	50.1	37.3	38.7	24.9
총계	16.9	13.9	15.7	13.9	11.8	18.8	14.6	16.7	19.0	15.8	13.0	15.9	15.3

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.