IBK기업은행 금융그룹 IBK투자증권

Industry Comment

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

중립 (유지)

유통업체 매출동향

9월: 백약이 무효

- 9월 주요 유통업체 매출, 전년동월대비 +7.7% 증가
- 오프라인 유통업체 전년동월대비 −1.0% 감소. 대형마트 부진
- 온라인 유통업체 전년동월대비 +16.5% 상승. 명절 선물세트 수요 증가와 배송일 수 영향
- 정책적 효과로 채널별 상이한 실적 흐름

2025년 9월 주요 유통업체 매출: 전년동월대비 +7.7% 성장

2025년 9월 주요 유통업체 매출은 전년동월대비 +7.7% 성장하는데 그쳤다. 전체 숫자로 보면 나쁘지 않은 수치이지만, 9월 추석 연휴 시점 차이에 따른 영향이 작용하면서 오프라인이 상대적으로 부진하였다. 특히, 대형마트의 경우 8월과 9월 모두 두 자릿수 이상 감소세를 보여주었고, 소비쿠폰 지급에 따른 반대 효과도 발생한 것으로 판단한다. 오프라인 채널은 −1.0% 감소하였고, 온라인의 경우 추석 선물세트 수요 증가와 식품군 구매 비중 확대에 따른 효과로 전년동월대비 +16.5% 상승하였다. 하반기 들어서 가장 높은 성장률을 기록하고 있으며, 이외에도 식품 부문 성장이 돋보였다.

9월 실적은 ▶ 추석 연휴 시점 차이, ▶ 소비쿠폰 지급 여파로 채널별로 상이한 흐름이 목격되었다. 편의점(YoY +0.9%)과 백화점(YoY +4.8%)은 상대적으로 견조한 흐름을 보여주었고, 대형마트(YoY −11.7%)와 슈퍼마켓(YoY −0.2%)은 부진하였다.

편의점의 경우 상대적으로 긍정적인 추세가 지속되었다. 9월에도 편의점 성장률은 +0.9%를 기록하면서 3개월 연속 성장세를 기록하였다. 이는 1) 상반기 공격적인 폐점에 따른 효과와, 2) 소비쿠폰 지급에 따른 사용처 수혜가 있었기 때문이다. 다만, 지난해 편의점 기저가 상대적으로 높지 않고, 상반기 폐점에 따른 개선 효과를 고려할 경우 향후 추세를 긍정적으로 해석하기는 이르다는 판단이다.

10월 데이터가 중요하지만, 개선되기란 쉽지 않을 전망

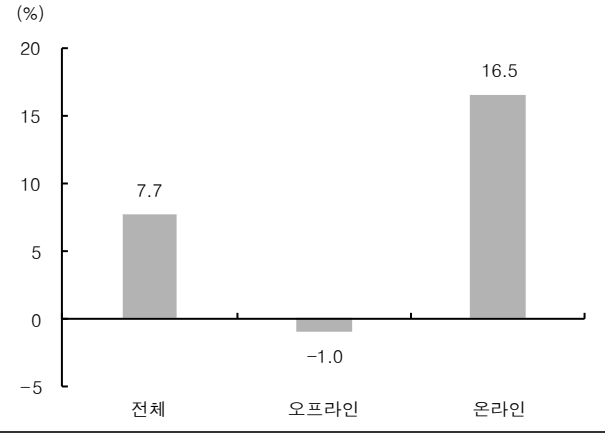
3분기 실적은 전체적으로 긍정적으로 평가하기는 어렵다. 그러한 이유는 1) 소비쿠폰이 두 차례 지급되면서 일시적인 소득 증가 효과가 나타나는 구간이었고, 2) 편의점 채널 폐점 효과를 고려할 경우 실적 개선이 크지 않았기 때문이다. 참고로 3분기 대형마트 −10.2%, 백화점 +4.3%, 편의점 +1.9%, SSM −1.6% 수준을 기록하였다. 백화점의 경우 차별적인 성장률을 기록하고 있는데, 당사에서는 자산가치 상승에 따른 해외명품 수요 증가와 방한 외국인 증가에 따른 일부 소비 기여가 작용한 것으로 판단한다.

당사에서는 10월 실적이 소비 회복 여부를 가름하는 주요 지표가 될 것으로 해석하고 있지만, 긍정적으로 전망하지는 않는다. 정부정책 지원금이 사라지고, 황금 연휴에 따른 해외여행객 확대가 부정적인 영향을 미쳤을 것으로 예상하기 때문이다.

.

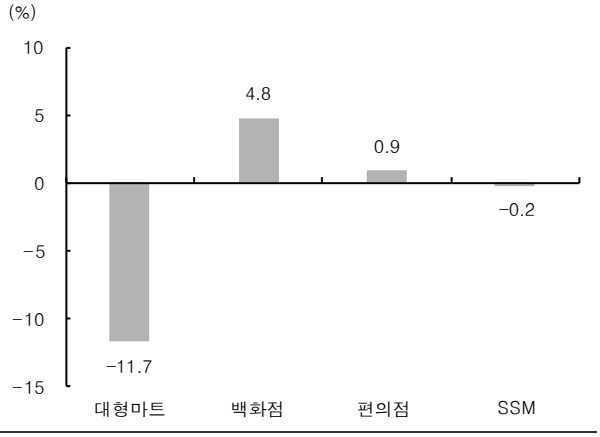
본 조사분석자료는 당사 리서치본부에서 신뢰할 만한 자료 및 정보를 바탕으로 작성한 것이나 당사는 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으며, 과거의 자료를 기초로 한 투자참고 자료로서 향후 주가 움직임은 과거의 패턴과 다를 수 있습니다. 고객께서는 자신의 판단과 책임 하에 종목 선택이나 투자시기에 대해 최종 결정하시기 바라며, 본 자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.

그림 1. 9월 유통업체 전년대비 매출 증감률



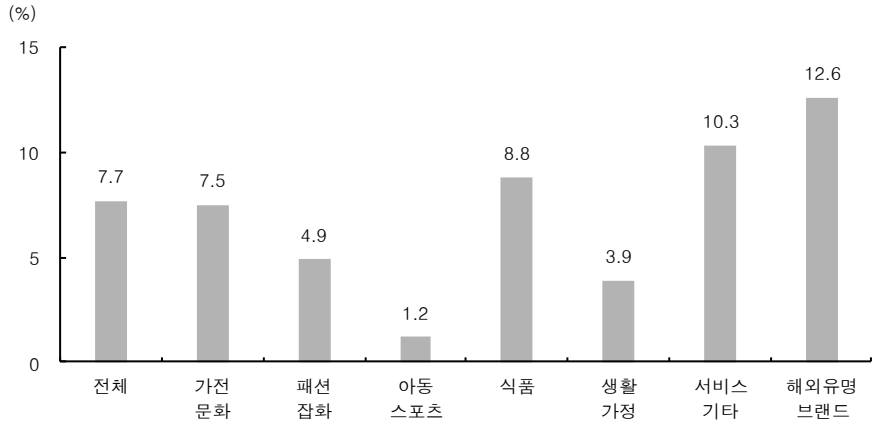
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 2. 9월 오프라인 업태별 전년대비 매출 증감률



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 3. 전체 유통업체 상품군별 전년대비 매출 증감률

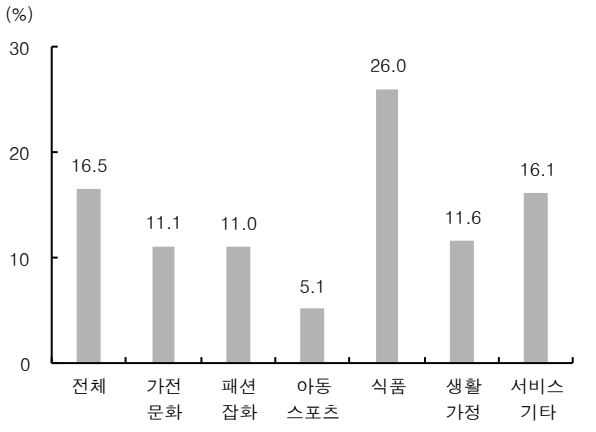


자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 4. 오프라인 상품군별 매출 증감율

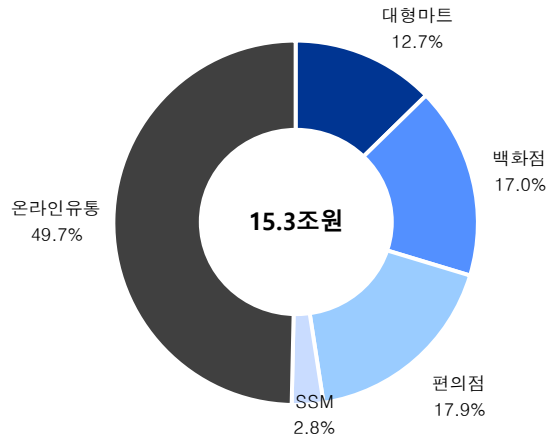
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 5. 온라인 상품군별 매출 증감율



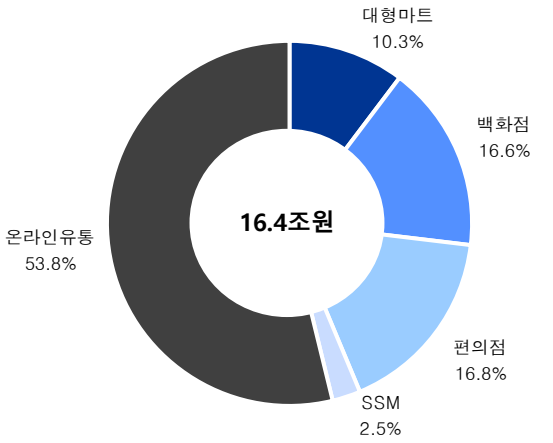
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 6. 2024년 9월 업태별 매출구성비



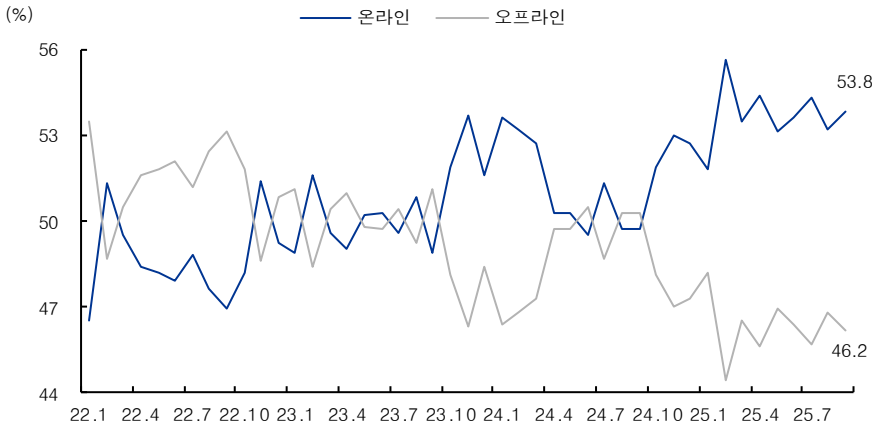
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 7. 2025년 9월 업태별 매출구성비



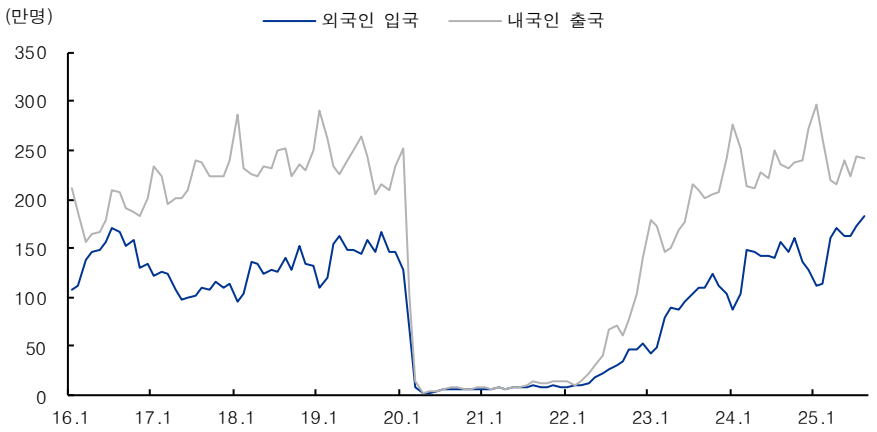
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 8. 유통업체 온/오프라인 점유율 추이



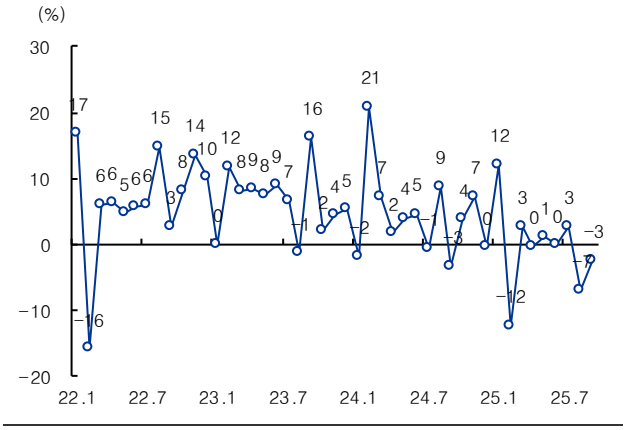
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 9. 월별 외국인 입국자수, 내국인 출국자수 추이



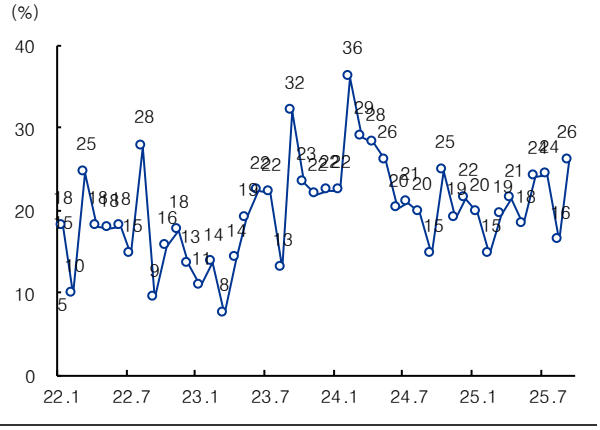
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 10. 오프라인 식품품목 전년대비 성장률 추이



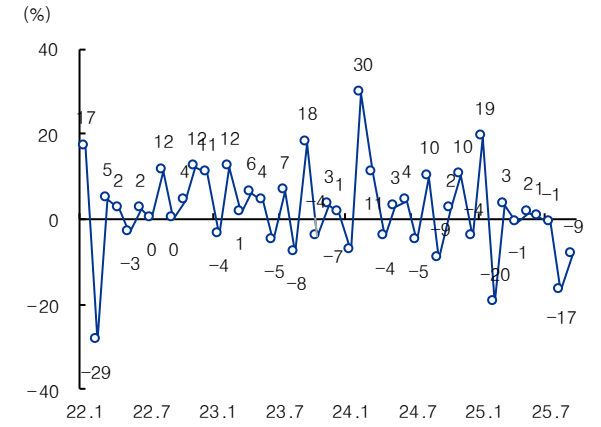
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 11. 온라인 식품품목 전년대비 성장률 추이



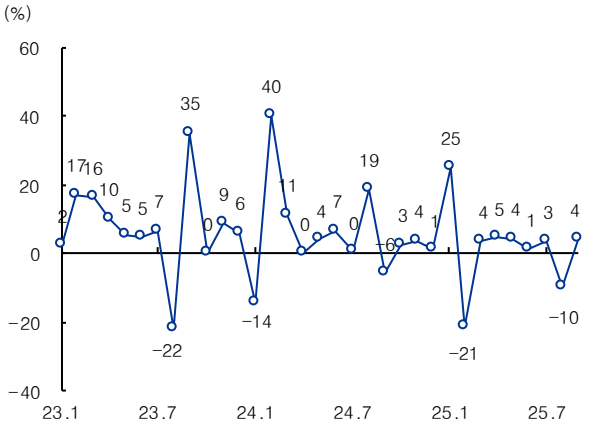
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 12. 대형마트 식품품목 전년대비 성장률 추이



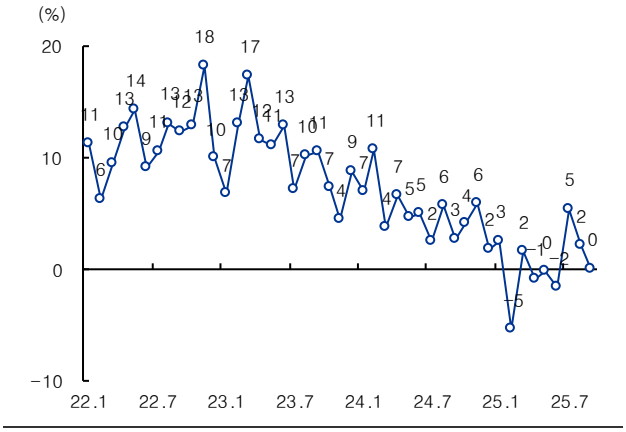
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 13. 백화점 식품품목 전년대비 성장률 추이



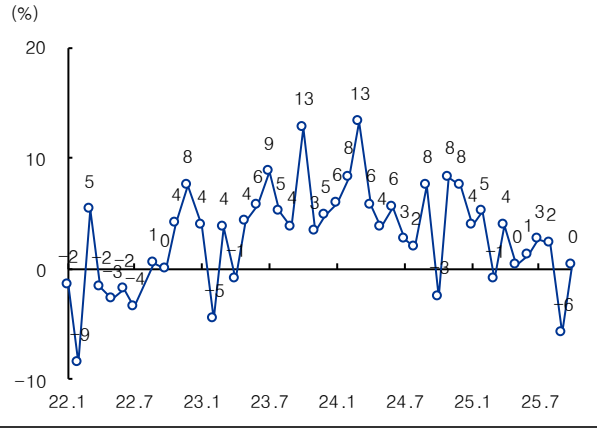
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 14. 편의점 식품품목 전년대비 성장률 추이



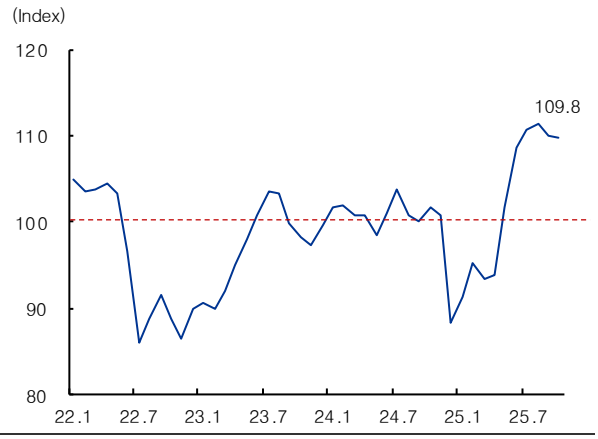
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 15. SSM 식품품목 전년대비 성장률 추이



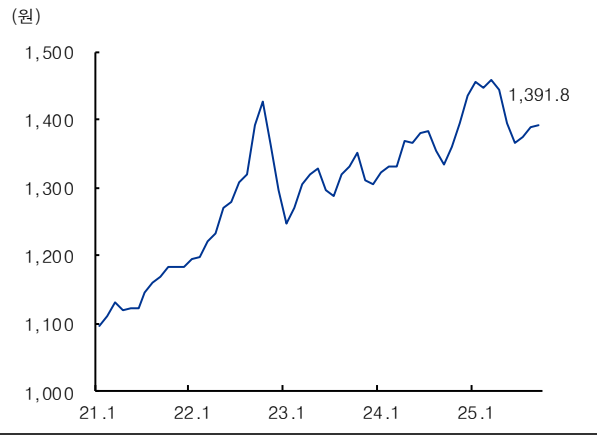
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 16. 소비자심리지수 추이



자료: 한국은행, IBK투자증권

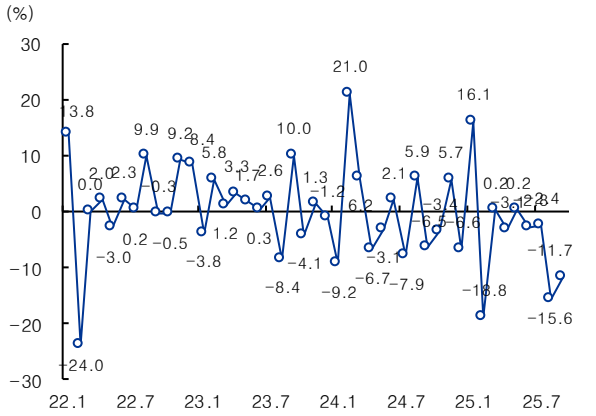
그림 17. 원/달러 환율 추이(월말기준)



자료: Quantiwise, IBK투자증권

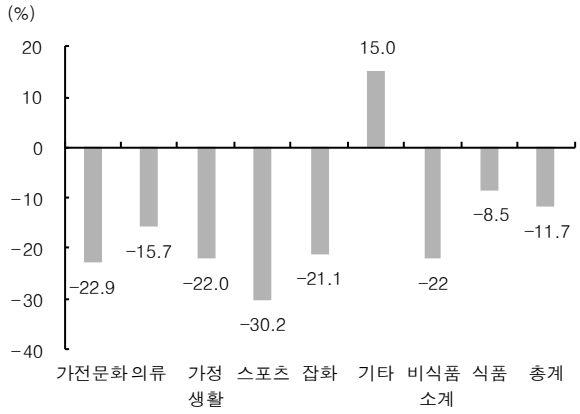
[오프라인-대형마트]

그림 18. 대형마트 전년대비 성장률 추이



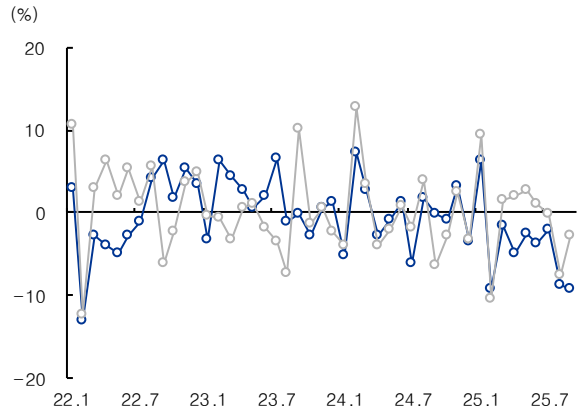
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 19. 대형마트 9월 상품군별 성장률 추이



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

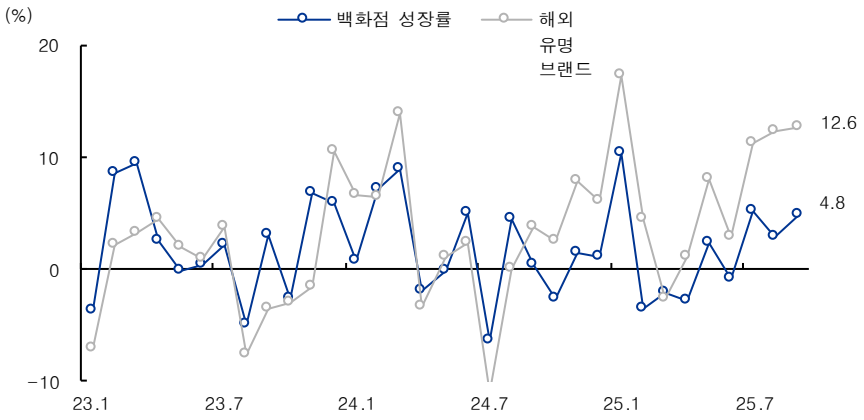
그림 20. 대형마트 구매건수, 구매단가 전년대비 성장률 추이



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

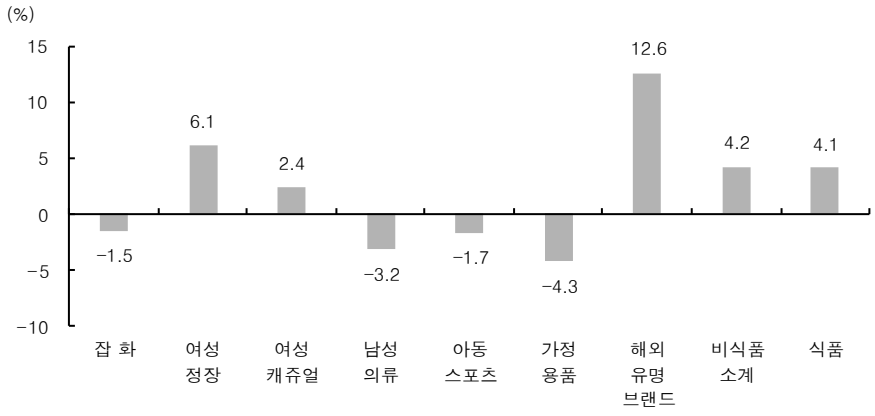
[오프라인-백화점]

그림 21. 백화점, 해외 유명 브랜드(명품) 전년대비 매출 증감률



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

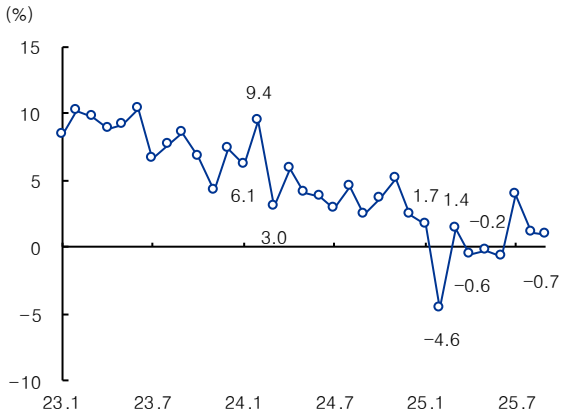
그림 22. 백화점 9월 상품별 전년대비 매출 증감률



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

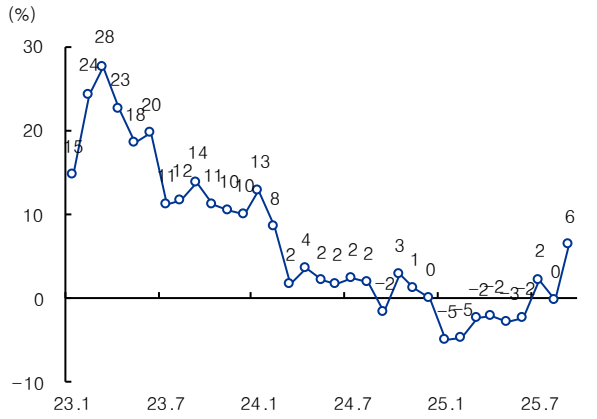
[오프라인-편의점]

그림 23. 편의점 전년대비 성장률 추이



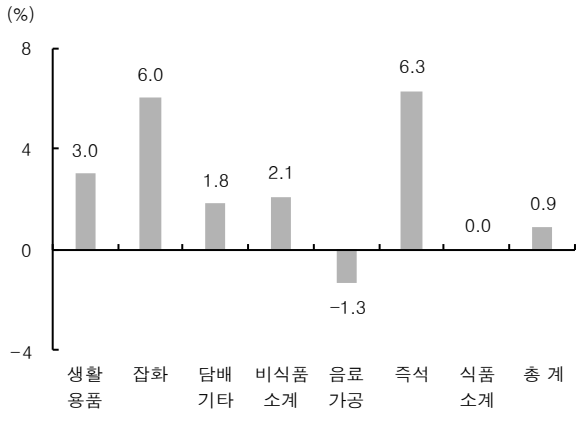
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 24. 편의점 즉석식품 성장률 추이



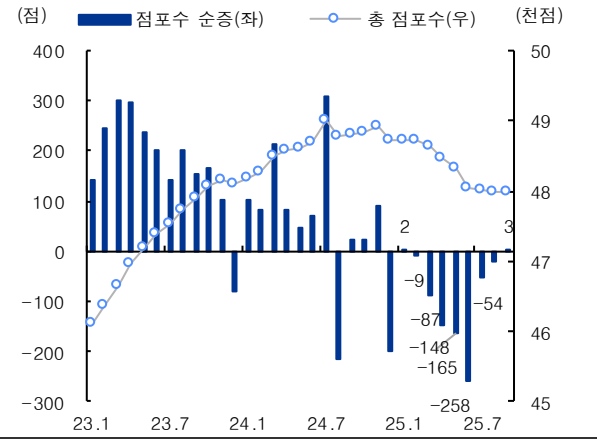
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 25. 편의점 7월 상품별 전년대비 매출 증감률



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

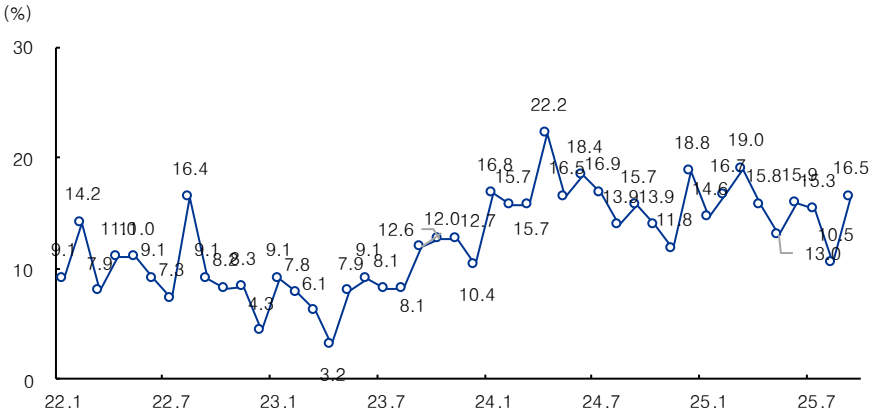
그림 26. 편의점 월별 점포수 순증 추이



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

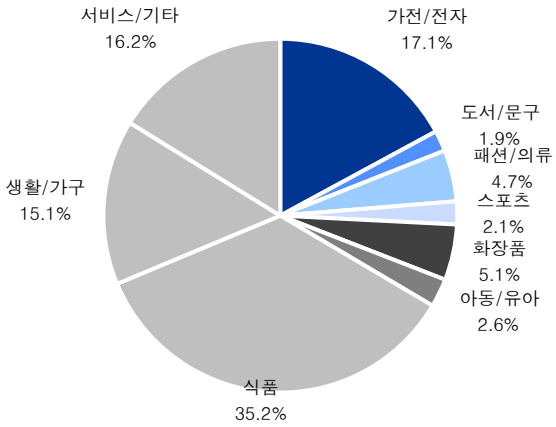
[온라인]

그림 27. 온라인 전년대비 성장률 추이



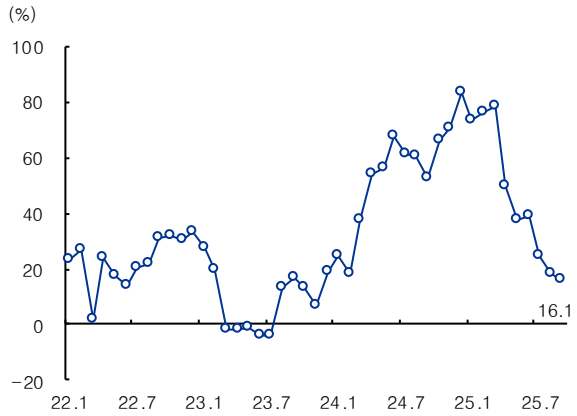
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 28. 9월 온라인 상품군별 매출 비중



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 29. 온라인 서비스/기타 전년대비 성장률 추이



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

표 1. 유통업체 매출동향(계속)

	24/09	24/10	24/11	24/12	25/01	25/02	25/03	25/04	25/05	25/06	25/07	25/08	25/09
대형마트													
가전문화	17.9	-22.1	-4.8	-17.9	7.5	-10.9	-20.2	-12.1	-7.8	-16.9	-8.5	-18.1	-22.9
의류	-5.2	-7.4	1.2	-3.7	10.5	-23.6	-5.7	-16.6	-4.0	-11.2	-5.8	-7.2	-15.7
가정/생활	-10.9	-12.6	-2.1	-11.5	8.2	-22.5	-3.7	-7.1	-4.3	-8.6	-10.4	-18.3	-22.0
스포츠	-11.6	-21.4	-12.6	-18.8	0.9	-31.3	-18.3	-22.8	-14.2	-19.0	-9.4	-18.7	-30.2
잡화	-4.4	-13.6	-11.2	-13.6	8.4	-21.5	-7.8	-12.8	-7.3	-10.7	-7.0	-13.6	-21.1
비식품 소계	-1.5	-15.4	-3.7	-13.1	7.8	-19.4	-10.6	-11.5	-6.3	-12.3	-8.9	-16.9	-22.0
식품	-9.1	2.4	10.2	-4.4	19.1	-19.7	3.4	-0.8	1.6	0.5	-0.9	-16.7	-8.5
총계	-6.5	-3.4	5.7	-6.6	16.1	-18.8	0.2	-3.1	0.2	-2.8	-2.4	-15.6	-11.7
구매건수	-0.2	-0.8	3.2	-3.5	6.2	-9.3	-1.5	-5.0	-2.5	-3.8	-2.2	-8.7	-9.2
구매단가	-6.3	-2.7	2.4	-3.2	9.4	-10.5	1.4	2.0	2.8	1.0	-0.2	-7.5	-2.7
점포당매출	-5.5	-1.6	7.7	-4.8	17.1	-17.9	1.5	-2.3	1.8	-1.7	-1.9	-14.6	-10.5
백화점													
잡 화	-2.7	-7.3	-3.5	-4.3	0.5	-6.5	-3.8	-6.5	-5.7	-13.3	-10.3	-5.5	-1.5
여성정장	-9.0	-11.8	-7.1	-4.1	-6.2	-3.1	-5.4	-8.1	-2.0	2.5	7.3	4.2	6.1
여성캐쥬얼	-3.4	-9.4	-1.8	-1.3	2.2	-11.2	-3.3	-7.1	-2.2	-4.7	2.7	0.9	2.4
남성의류	-8.2	-12.8	-3.1	-3.1	0.7	-11.3	-8.9	-11.3	-5.3	-2.4	1.2	2.8	-3.2
아동스포츠	-1.8	-8.0	-3.6	-1.7	9.3	-7.6	-1.6	-6.2	-1.3	-3.1	1.7	2.4	-1.7
가정용품	14.4	-2.0	-0.8	-1.1	-1.1	4.3	-2.2	-6.2	2.0	-2.1	8.9	0.1	-4.3
해외유명브랜드	3.7	2.5	7.8	6.1	17.3	4.5	-2.7	1.1	8.1	2.9	11.3	12.4	12.6
비식품 소계	1.3	-4.1	0.7	1.0	7.2	-0.7	-3.3	-3.9	1.9	-1.6	5.3	5.1	4.2
식품	-5.9	2.5	3.8	1.0	24.9	-21.2	3.5	4.5	4.4	1.3	3.4	-9.9	4.1
총계	0.3	-2.6	1.4	1.1	10.3	-3.6	-2.1	-2.9	2.3	-0.9	5.1	2.8	4.8
구매건수	0.7	-2.9	-1.1	-2.9	0.2	-3.2	-6.5	-4.4	-2.0	-4.0	-0.8	-2.6	-4.8
구매단가	-0.4	0.3	2.4	4.0	10.1	-0.4	4.7	1.6	4.4	3.2	6.0	5.6	10.1
점포당매출	3.7	0.8	4.9	4.6	14.1	-0.2	1.3	0.5	7.7	4.3	12.6	6.5	8.6
편의점													
생활용품	1.1	2.0	2.5	-2.4	3.7	-11.6	-2.0	0.1	3.7	-0.2	-0.1	3.4	3.0
잡화	-1.2	4.4	-0.8	-3.8	-2.2	-12.6	-2.5	-0.3	4.2	-1.6	-11.2	-2.3	6.0
담배 등 기타	2.4	3.5	4.4	3.9	0.6	-2.6	1.5	-0.2	-0.6	0.7	2.7	-0.6	1.8
비식품 소계	2.1	3.4	4.1	3.1	0.9	-3.6	1.1	-0.2	-0.1	0.6	2.0	-0.3	2.1
음료 등 가공	3.6	4.3	6.9	2.2	4.1	-5.5	2.5	-0.7	0.4	-1.6	6.1	2.5	-1.3
즉석(신선일부)	-1.7	2.8	1.1	0.0	-5.0	-4.8	-2.4	-2.1	-2.9	-2.3	2.2	-0.3	6.3
식품 소계	2.7	4.0	5.9	1.8	2.5	-5.4	1.6	-0.9	-0.2	-1.7	5.4	2.1	0.0
총계	2.5	3.7	5.1	2.4	1.7	-4.6	1.4	-0.6	-0.2	-0.7	3.9	1.1	0.9
구매건수	1.2	1.5	3.6	1.9	-2.0	-5.4	-0.5	-2.9	-3.1	-3.2	0.3	-2.4	-0.9
구매단가	1.2	2.2	1.4	0.5	3.9	0.8	-2.9	2.4	3.1	2.5	3.6	3.5	1.8
점포증가율	1.8	1.6	1.6	1.3	1.1	0.9	0.3	-0.2	-0.6	-1.3	-2.0	-1.6	-1.7
점포당매출	0.7	2.1	3.5	1.0	0.6	-5.4	1.1	-0.4	0.5	0.6	6.1	2.7	2.6

표 2. 유통업체 매출동향

	24/09	24/10	24/11	24/12	25/01	25/02	25/03	25/04	25/05	25/06	25/07	25/08	25/09
온라인유통													
가전/전자	18.1	-12.7	-9.9	-1.2	-6.2	3.6	7.8	4.1	5.8	0.4	5.3	1.1	10.0
도서/문구	5.7	15.7	3.7	5.6	-3.5	10.4	6.1	10.3	5.8	9.6	7.8	7.7	21.4
패션/의류	-16.0	-9.8	-9.1	-6.8	-12.8	-9.7	-4.7	-8.6	-4.6	-0.8	1.0	-1.8	6.6
스포츠	-11.4	-6.6	-10.7	-4.5	-11.9	-9.8	-10.1	-13.8	-12.7	-8.5	2.8	-1.6	3.1
화장품	11.4	8.5	7.1	14.7	7.7	8.8	7.5	11.6	7.4	9.0	14.2	13.5	15.0
아동/유아	5.5	5.8	5.6	4.9	7.2	4.0	3.8	6.6	3.2	8.2	11.8	4.9	6.7
식품	14.7	24.8	19.1	21.5	19.6	14.9	19.4	21.3	18.2	24.1	24.2	16.3	26.0
생활/가구	10.3	11.3	6.1	7.7	2.5	7.9	7.5	7.7	6.0	11.9	10.0	6.5	11.6
서비스/기타	52.9	66.5	70.7	83.8	73.3	76.3	78.3	50.1	37.3	38.7	24.9	18.1	16.1
총계	15.7	13.9	11.8	18.8	14.6	16.7	19.0	15.8	13.0	15.9	15.3	10.5	16.5

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 지분율 1%이상 보유하고 있지 않습니다.
당사는 상기 명시한 사항 외 고지해야 하는 특별한 이해관계가 없습니다.