

Industry Comment

Analyst 남성현

02) 6915-5672

rockrole@ibks.com

중립 (유지)

유통업체 매출 동향

10월: 시점 차이

- 10월 주요 유통업체 매출, 전년동월대비 +6.7% 증가
- 오프라인 유통업체 전년동월대비 +6.6% 증가. 연휴 시점 차이에 따른 식품 채널 성장
- 온라인 유통업체 전년동월대비 +6.8% 증가하며 성장률 둔화. 배송일수(영업일) 효과와 긴 연휴에 따른 구매력 약화가 작용

2025년 10월 주요 유통업체 매출: 전년동월대비 +6.7% 성장

2025년 10월 주요 유통업체 매출은 전년동월대비 +6.7% 성장하였다. 추석 연휴 시점 차이와 전년대비 긴 연휴 효과가 이어지면서 오프라인과 온라인 실적 성장세는 전월과 상반된 모습을 보여주었다. 오프라인의 경우 1) 추석 연휴 시점 차이에 따른 식품 채널 매출 증가와, 2) 하이엔드 소비 증가에 따른 백화점 매출 신장, 3) 편의점 점포수 조정에 따른 성장 기조가 이어지면서 전년동월대비 +6.6% 성장하였다.

반면, 온라인의 경우 주말 배송에 따른 효과에도 불구하고 긴 연휴 효과로 인한 구매력 감소로 성장률은 전월대비 둔화되면서 +6.8% 성장하는데 그쳤다. 상품군별로 보면 ▶ 명절 수요에 따라 식품 부문 성장세가 오프라인(YoY +5.7%), 온라인(YoY +12.6%) 모두 돋보였고, ▶가전 구매비용 환급에 따른 영향으로 가전부문 매출 성장이 나타났다. 다만, 오프라인 채널에서 가전 판매량은 여전히 부진하였고, 온라인을 통한 판매가 호조를 보였다는 점을 고려할 때 대형가전보다는 생활형 가전 판매가 성장을 이끈 것으로 판단된다.

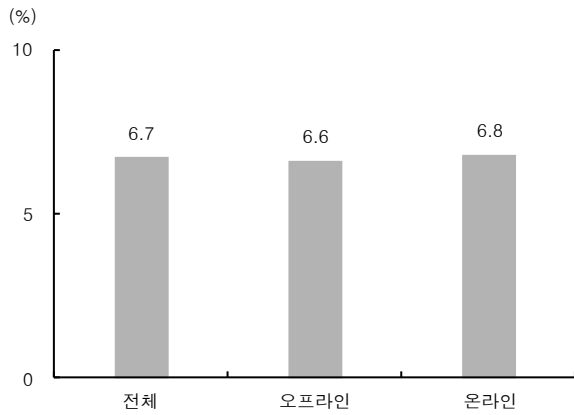
착시를 제거해보면, 내수소비는 부진, 백화점만 선방

9~10월 합산 실적을 보면 오프라인은 전년동기대비 +2.5% 성장한 것으로 분석된다. 백화점은 동기간 +8.6% 성장하였고, 대형마트의 경우 -3.6% 감소한 것으로 분석된다. 즉, 추석 연휴 시점 차이에 따라 10월 실적은 선방한 것으로 보이지만, 전체 구매력을 놓고 보면 필수소비재 시장에서 소비 감소가 빠르게 나타나고 있는 것이다. 백화점 실적 성장을 보고 소비 개선이라고 칭하기는 어렵다. 그렇게 생각하는 이유는 1) 하이엔드 수요인 해외유명브랜드(YoY +19.5%) 성장이 주를 이루고 있고, 2) 모든 점포가 아닌 일부 점포에 국한하여 성장이 나타나고 있다는 점과, 3) 방한 외국인 증가에 따른 효과도 나타나고 있기 때문이다. 즉, 내수 소비 전체적으로 개선된다고 보기는 어려운 부분이다.

대형마트 부진은 소비쿠폰 지급에 따른 반대급부 효과가 작용하였다고 볼 수도 있다. 하지만, ▶소비쿠폰 지급에 따른 효과가 9월에 가장 높게 반영되었을 가능성이 크고, ▶ 10월 성장률이 +9.3% 불과하다는 점을 고려할 때 소비의 부진이 나타난 것으로 보는 것이 합리적이다. 편의점도 10월 +0.7% 성장하는데 그쳤다는 점과, 슈퍼마켓 매출도 3개월 연속 감소하고 있기 때문이다.

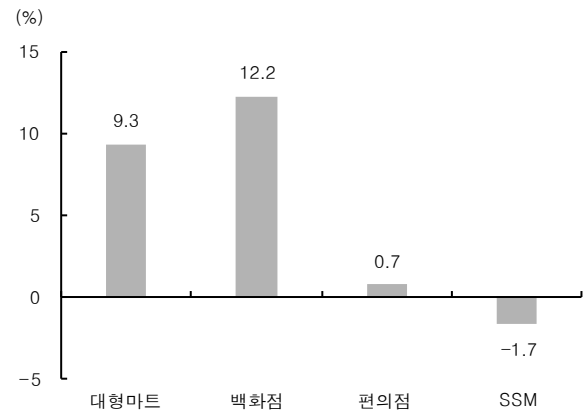
본 조사분석자료는 당사 리서치본부에서 신뢰할 만한 자료 및 정보를 바탕으로 작성한 것이나 당사는 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으며, 과거의 자료를 기초로 한 투자참고 자료로서 향후 주가 움직임은 과거의 패턴과 다를 수 있습니다. 고객께서는 자신의 판단과 책임 하에 종목 선택이나 투자시기에 대해 최종 결정하시기 바라며, 본 자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.

그림 1. 10월 유통업체 전년대비 매출 증감률



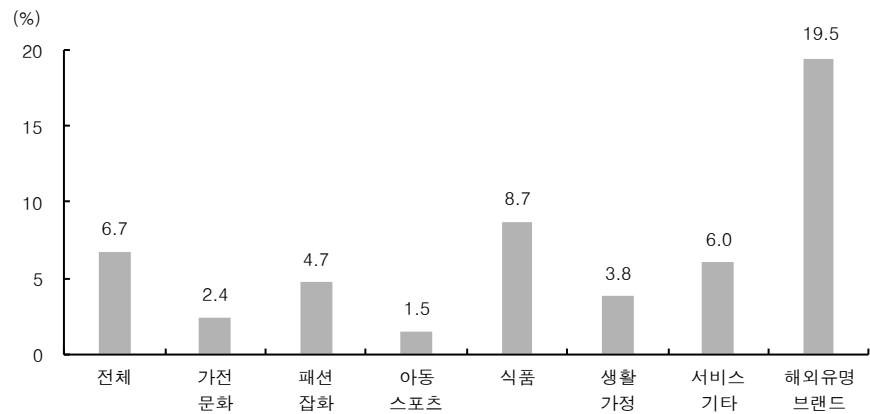
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 2. 10월 오프라인 업체별 전년대비 매출 증감률



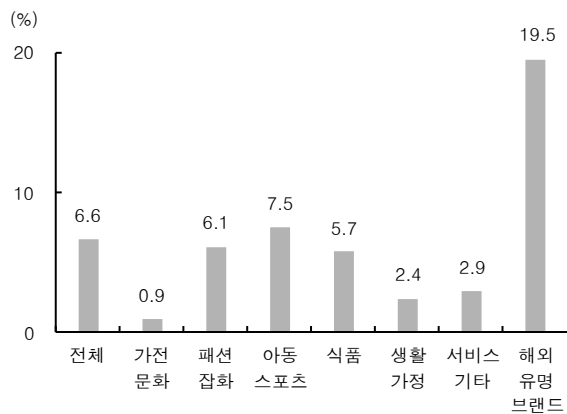
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 3. 전체 유통업체 상품군별 전년대비 매출 증감률



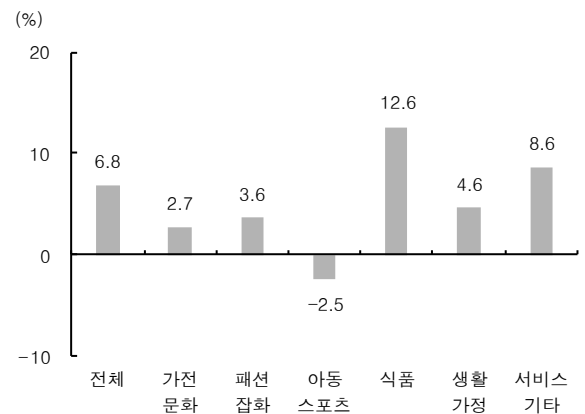
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 4. 오프라인 상품군별 매출 증감률



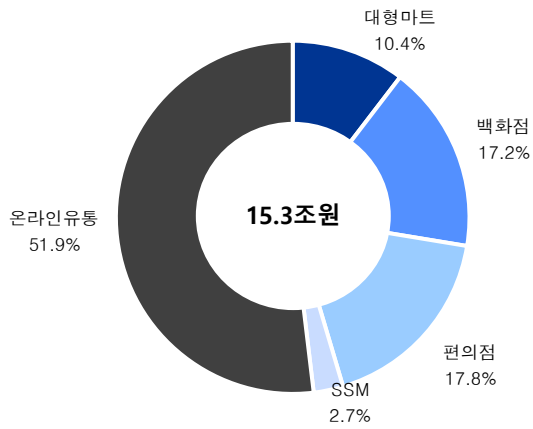
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 5. 온라인 상품군별 매출 증감률



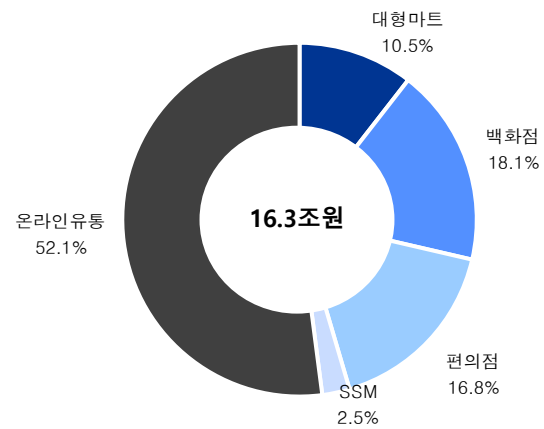
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 6. 2024년 10월 업태별 매출구성비



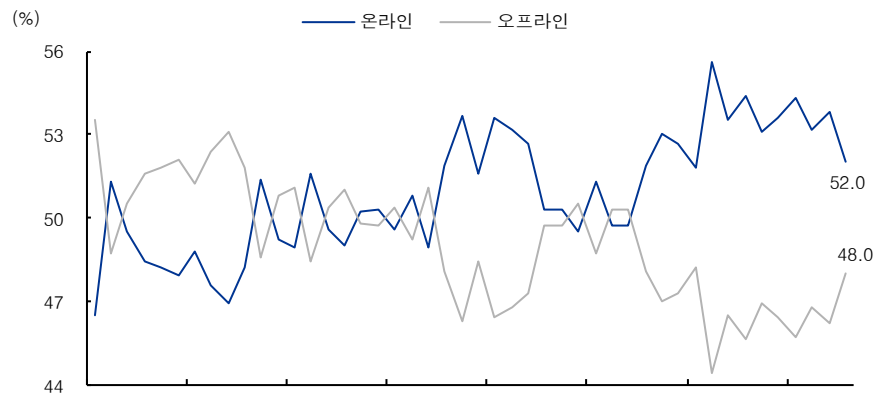
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 7. 2025년 10월 업태별 매출구성비



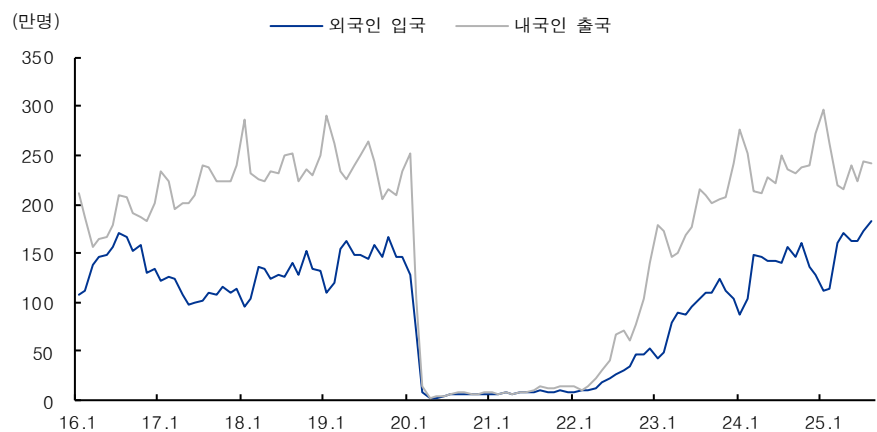
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 8. 유통업체 온/오프라인 점유율 추이



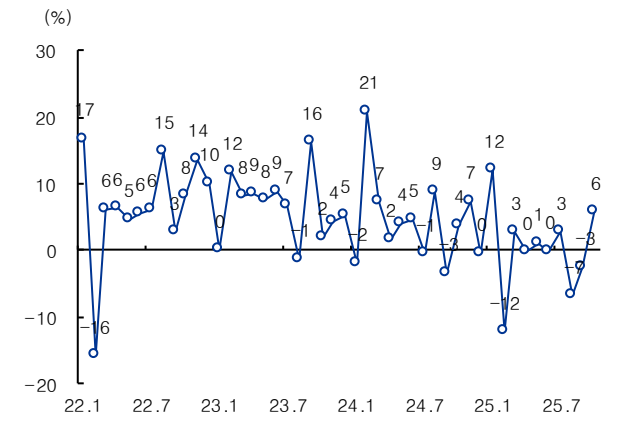
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 9. 월별 외국인 입국자수, 내국인 출국자수 추이



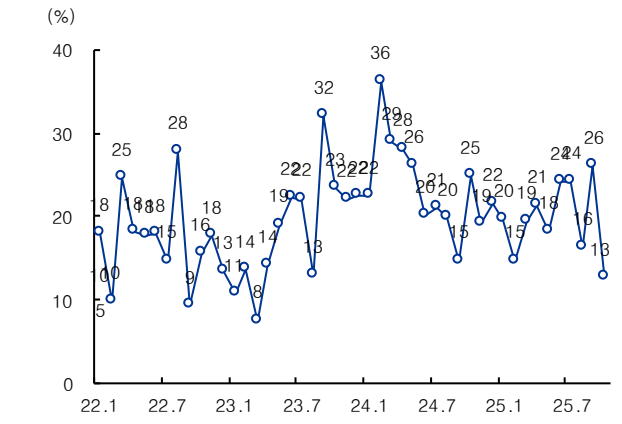
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 10. 오프라인 식품품목 전년대비 성장률 추이



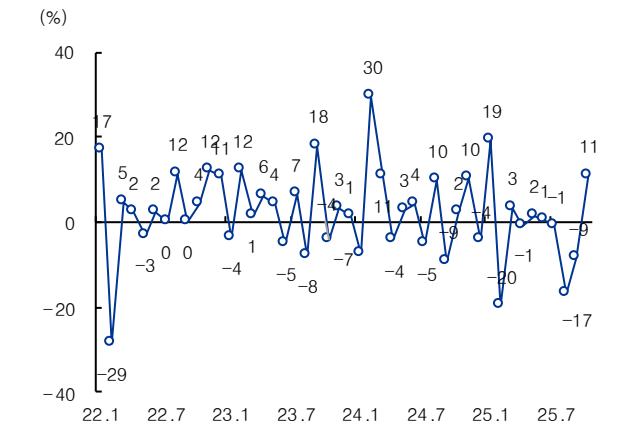
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 11. 온라인 식품품목 전년대비 성장률 추이



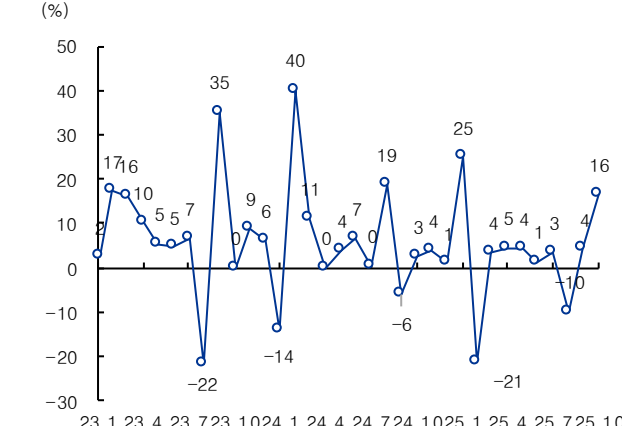
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 12. 대형마트 식품품목 전년대비 성장률 추이



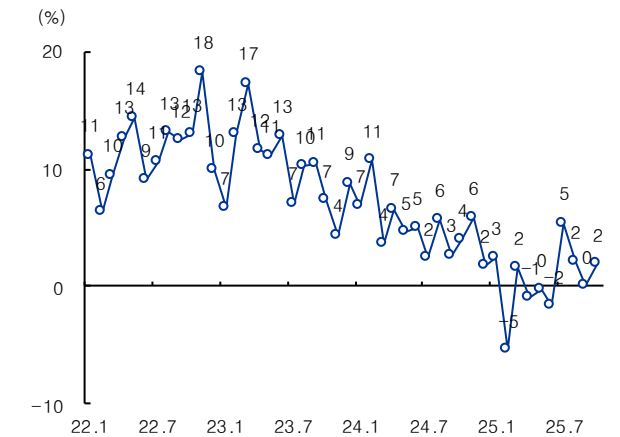
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 13. 백화점 식품품목 전년대비 성장률 추이



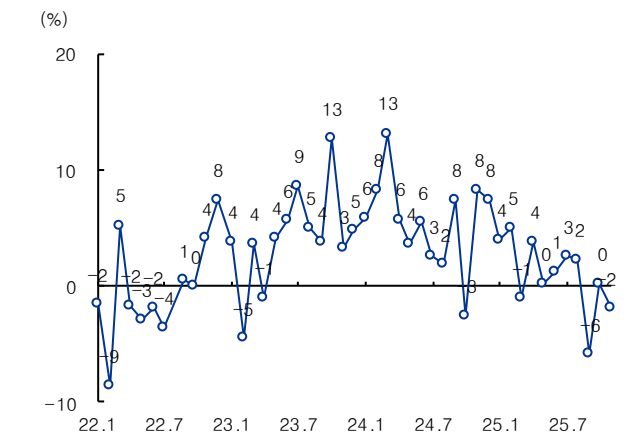
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 14. 편의점 식품품목 전년대비 성장률 추이



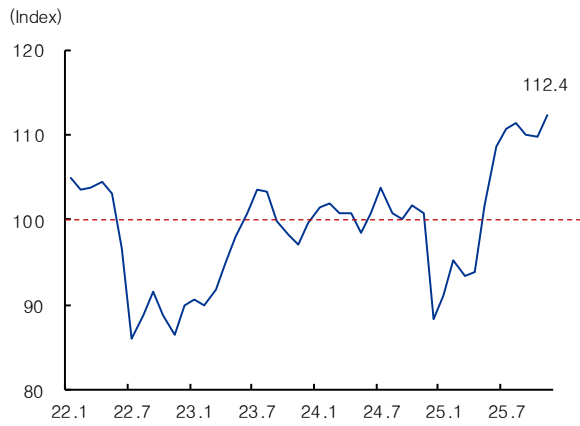
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 15. SSM 식품품목 전년대비 성장률 추이



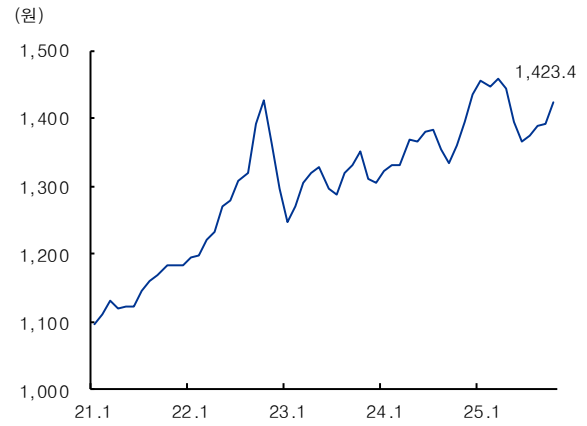
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 16. 소비자심리지수 추이



자료: 한국은행, IBK투자증권

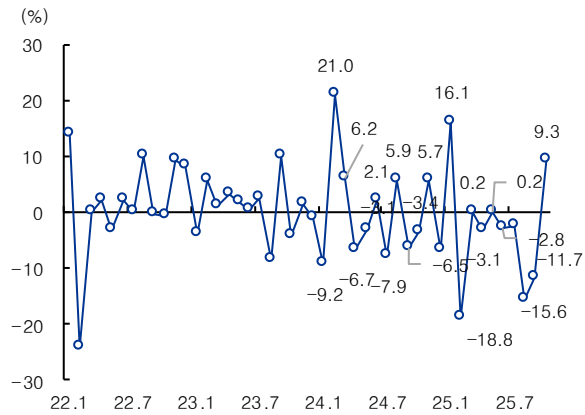
그림 17. 원/달러 환율 추이(월말기준)



자료: Quantiwise, IBK투자증권

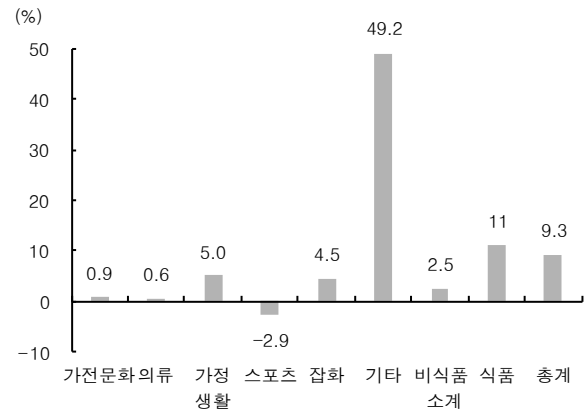
[오프라인-대형마트]

그림 18. 대형마트 전년대비 성장률 추이



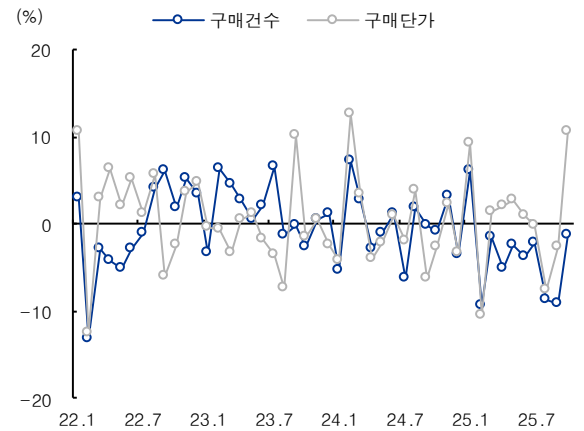
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 19. 대형마트 10월 상품군별 성장률 추이



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

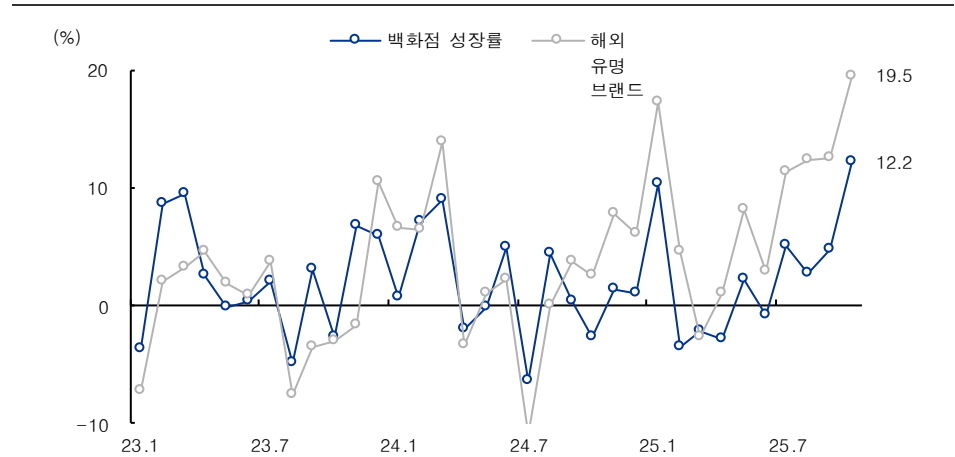
그림 20. 대형마트 구매건수, 구매단가 전년대비 성장률 추이



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

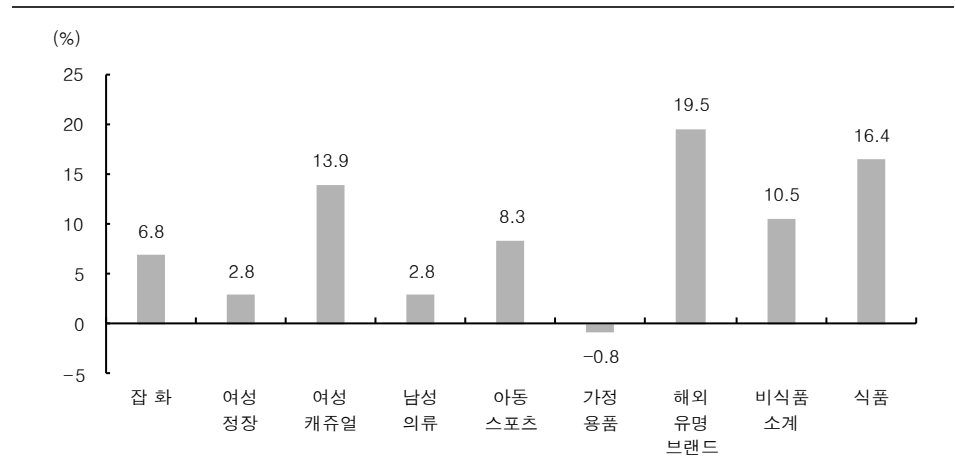
[오프라인-백화점]

그림 21. 백화점, 해외 유명 브랜드(명품) 전년대비 매출 증감률



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

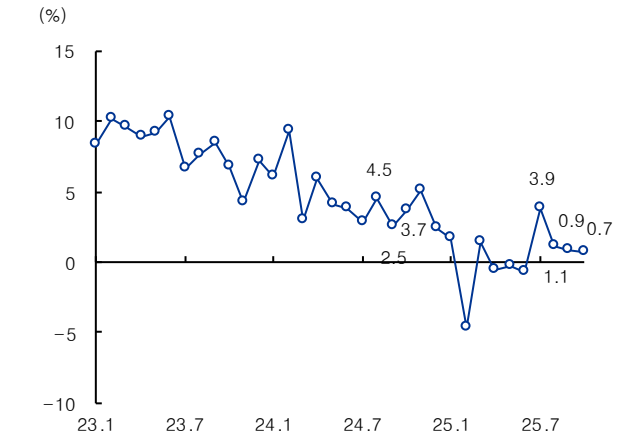
그림 22. 백화점 10월 상품별 전년대비 매출 증감률



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

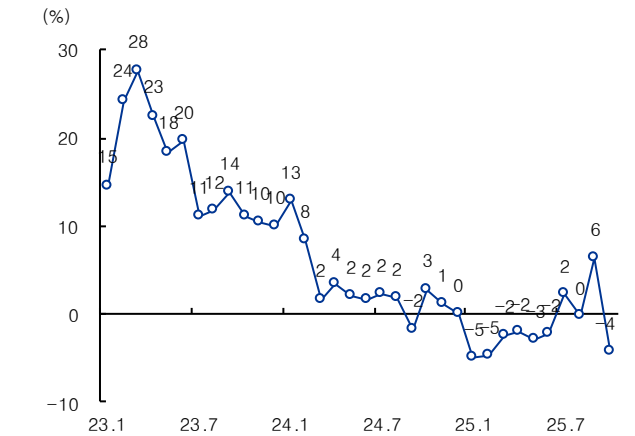
[오프라인-편의점]

그림 23. 편의점 전년대비 성장률 추이



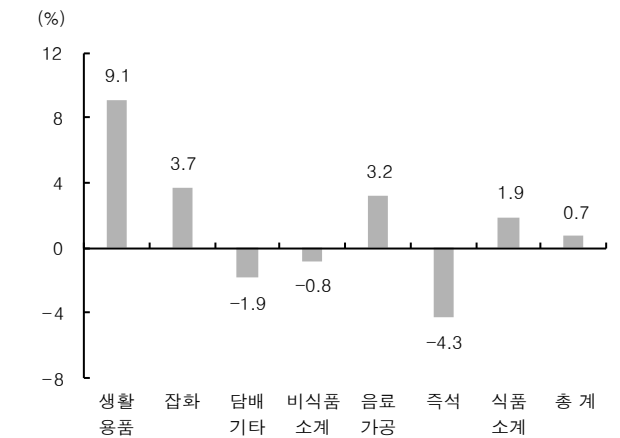
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 24. 편의점 즉석식품 성장률 추이



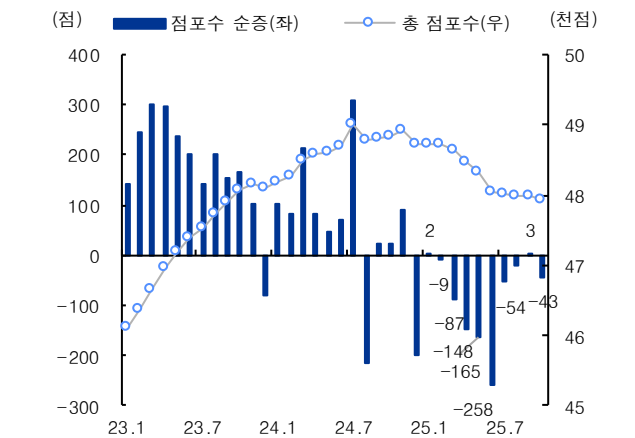
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 25. 편의점 10월 상품별 전년대비 매출 증감률



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

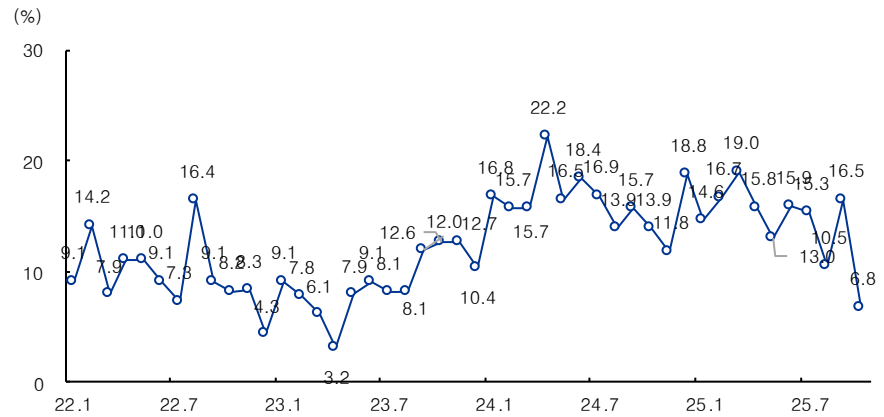
그림 26. 편의점 월별 점포수 순증 추이



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

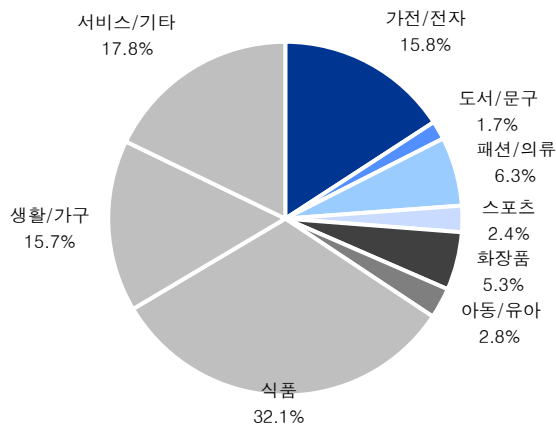
[온라인]

그림 27. 온라인 전년대비 성장률 추이



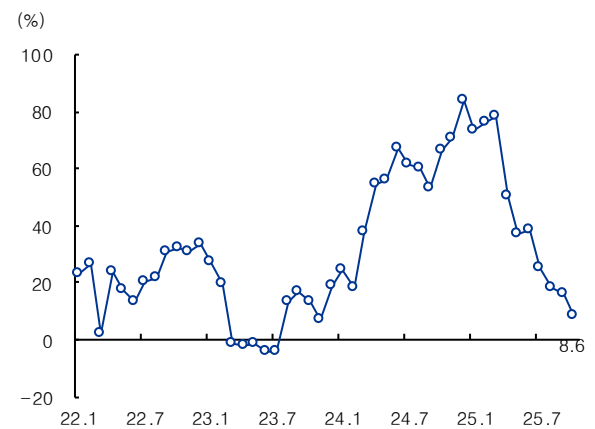
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 28. 10월 온라인 상품군별 매출 비중



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 29. 온라인 서비스/기타 전년대비 성장률 추이



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

표 1. 유통업체 매출동향(계속)

	24/10	24/11	24/12	25/01	25/02	25/03	25/04	25/05	25/06	25/07	25/08	25/09	25/10
대형마트													
가전문화	-22.1	-4.8	-17.9	7.5	-10.9	-20.2	-12.1	-7.8	-16.9	-8.5	-18.1	-22.9	0.9
의류	-7.4	1.2	-3.7	10.5	-23.6	-5.7	-16.6	-4.0	-11.2	-5.8	-7.2	-15.7	0.6
가정/생활	-12.6	-2.1	-11.5	8.2	-22.5	-3.7	-7.1	-4.3	-8.6	-10.4	-18.3	-22.0	5.0
스포츠	-21.4	-12.6	-18.8	0.9	-31.3	-18.3	-22.8	-14.2	-19.0	-9.4	-18.7	-30.2	-2.9
잡화	-13.6	-11.2	-13.6	8.4	-21.5	-7.8	-12.8	-7.3	-10.7	-7.0	-13.6	-21.1	4.5
비식품 소계	-15.4	-3.7	-13.1	7.8	-19.4	-10.6	-11.5	-6.3	-12.3	-8.9	-16.9	-22.0	2.5
식품	2.4	10.2	-4.4	19.1	-19.7	3.4	-0.8	1.6	0.5	-0.9	-16.7	-8.5	11.0
총계	-3.4	5.7	-6.6	16.1	-18.8	0.2	-3.1	0.2	-2.8	-2.4	-15.6	-11.7	9.3
구매건수	-0.8	3.2	-3.5	6.2	-9.3	-1.5	-5.0	-2.5	-3.8	-2.2	-8.7	-9.2	-1.2
구매단가	-2.7	2.4	-3.2	9.4	-10.5	1.4	2.0	2.8	1.0	-0.2	-7.5	-2.7	10.6
점포당매출	-1.6	7.7	-4.8	17.1	-17.9	1.5	-2.3	1.8	-1.7	-1.9	-14.6	-10.5	10.2
백화점													
잡 화	-7.3	-3.5	-4.3	0.5	-6.5	-3.8	-6.5	-5.7	-13.3	-10.3	-5.5	-1.5	6.8
여성정장	-11.8	-7.1	-4.1	-6.2	-3.1	-5.4	-8.1	-2.0	2.5	7.3	4.2	6.1	2.8
여성캐주얼	-9.4	-1.8	-1.3	2.2	-11.2	-3.3	-7.1	-2.2	-4.7	2.7	0.9	2.4	13.9
남성의류	-12.8	-3.1	-3.1	0.7	-11.3	-8.9	-11.3	-5.3	-2.4	1.2	2.8	-3.2	2.8
아동스포츠	-8.0	-3.6	-1.7	9.3	-7.6	-1.6	-6.2	-1.3	-3.1	1.7	2.4	-1.7	8.3
가정용품	-2.0	-0.8	-1.1	-1.1	4.3	-2.2	-6.2	2.0	-2.1	8.9	0.1	-4.3	-0.8
해외유명브랜드	2.5	7.8	6.1	17.3	4.5	-2.7	1.1	8.1	2.9	11.3	12.4	12.6	19.5
비식품 소계	-4.1	0.7	1.0	7.2	-0.7	-3.3	-3.9	1.9	-1.6	5.3	5.1	4.2	10.5
식품	2.5	3.8	1.0	24.9	-21.2	3.5	4.5	4.4	1.3	3.4	-9.9	4.1	16.4
총계	-2.6	1.4	1.1	10.3	-3.6	-2.1	-2.9	2.3	-0.9	5.1	2.8	4.8	12.2
구매건수	-2.9	-1.1	-2.9	0.2	-3.2	-6.5	-4.4	-2.0	-4.0	-0.8	-2.6	-4.8	3.0
구매단가	0.3	2.4	4.0	10.1	-0.4	4.7	1.6	4.4	3.2	6.0	5.6	10.1	9.0
점포당매출	0.8	4.9	4.6	14.1	-0.2	1.3	0.5	7.7	4.3	12.6	6.5	8.6	16.2
편의점													
생활용품	2.0	2.5	-2.4	3.7	-11.6	-2.0	0.1	3.7	-0.2	-0.1	3.4	3.0	9.1
잡화	4.4	-0.8	-3.8	-2.2	-12.6	-2.5	-0.3	4.2	-1.6	-11.2	-2.3	6.0	3.7
담배 등 기타	3.5	4.4	3.9	0.6	-2.6	1.5	-0.2	-0.6	0.7	2.7	-0.6	1.8	-1.9
비식품 소계	3.4	4.1	3.1	0.9	-3.6	1.1	-0.2	-0.1	0.6	2.0	-0.3	2.1	-0.8
음료 등 가공	4.3	6.9	2.2	4.1	-5.5	2.5	-0.7	0.4	-1.6	6.1	2.5	-1.3	3.2
즉석(신선일부)	2.8	1.1	0.0	-5.0	-4.8	-2.4	-2.1	-2.9	-2.3	2.2	-0.3	6.3	-4.3
식품 소계	4.0	5.9	1.8	2.5	-5.4	1.6	-0.9	-0.2	-1.7	5.4	2.1	0.0	1.9
총계	3.7	5.1	2.4	1.7	-4.6	1.4	-0.6	-0.2	-0.7	3.9	1.1	0.9	0.7
구매건수	1.5	3.6	1.9	-2.0	-5.4	-0.5	-2.9	-3.1	-3.2	0.3	-2.4	-0.9	-4.2
구매단가	2.2	1.4	0.5	3.9	0.8	-2.9	2.4	3.1	2.5	3.6	3.5	1.8	5.1
점포증가율	1.6	1.6	1.3	1.1	0.9	0.3	-0.2	-0.6	-1.3	-2.0	-1.6	-1.7	-2.4
점포당매출	2.1	3.5	1.0	0.6	-5.4	1.1	-0.4	0.5	0.6	6.1	2.7	2.6	3.2

표 2. 유통업체 매출동향

	24/10	24/11	24/12	25/01	25/02	25/03	25/04	25/05	25/06	25/07	25/08	25/09	25/10
온라인유통													
가전/전자	-12.7	-9.9	-1.2	-6.2	3.6	7.8	4.1	5.8	0.4	5.3	1.1	10.0	3.5
도서/문구	15.7	3.7	5.6	-3.5	10.4	6.1	10.3	5.8	9.6	7.8	7.7	21.4	-5.0
패션/의류	-9.8	-9.1	-6.8	-12.8	-9.7	-4.7	-8.6	-4.6	-0.8	1.0	-1.8	6.6	-1.3
스포츠	-6.6	-10.7	-4.5	-11.9	-9.8	-10.1	-13.8	-12.7	-8.5	2.8	-1.6	3.1	-11.1
화장품	8.5	7.1	14.7	7.7	8.8	7.5	11.6	7.4	9.0	14.2	13.5	15.0	9.5
아동/유아	5.8	5.6	4.9	7.2	4.0	3.8	6.6	3.2	8.2	11.8	4.9	6.7	4.9
식품	24.8	19.1	21.5	19.6	14.9	19.4	21.3	18.2	24.1	24.2	16.3	16.5	12.6
생활/가구	11.3	6.1	7.7	2.5	7.9	7.5	7.7	6.0	11.9	10.0	6.5	11.6	4.6
서비스/기타	66.5	70.7	83.8	73.3	76.3	78.3	50.1	37.3	38.7	24.9	18.1	16.1	8.6
총계	13.9	11.8	18.8	14.6	16.7	19.0	15.8	13.0	15.9	15.3	10.5	16.5	6.8

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.