IBK기업은행 금융그룹 IBK투자증권

Industry Comment

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

중립 (유지)

유통업체 매출 동향

2025년 결산과 12월 특징

- 2025년 주요 유통채널 간 격차 확대:
  온라인 +11.8%, 대형마트 -4.2%, 백화점 +4.3%, 편의점 +0.1%, SSM +0.3%
- 오프라인 중 백화점 명품을 제외하면 실질적인 성장률은 마이너스
- 2025년 12월 계절성 효과에도 일부만 소비

2025년 채널간 격차 확대와 재정정책

2025년 유통업체 실적이 발표되었다. 주요 키워드는 온라인 채널의 점유율 고착화, 오프라인의 쇠퇴로 귀결된다. 2025년은 배송일수 증가에 따른 온라인 채널 성장률이 재차 확대될 것으로 예상하였고, 소비경기 위축과 자영업 시장 부진이 맞물리면서 오프라인은 부진할 것으로 전망하였다. 결과적으로 유사한 실적으로 마무리 되었고, 오프라인에서도 양극화가 진행되면서 차별적인 흐름이 나타났다. 2025년 유통 시장은 양극화, 온라인 점유율 증가, 오프라인 구조적 하락으로 정의할 수 있다.

2025년 오프라인은 +0.4% 성장했음에도 불구하고 부진하다고 평가한다. 그러한 이유는 1) 할인점 2위 사업자인 홈플러스 폐점이 본격화되기 시작하였고, 2) 편의점 수익성 악화에 따라 점포 스크랩이 빠르게 나타났으며, 3) SSM의 경우에도 인플레이션을 따라가지 못하는 수준의 성장률을 기록하였고, 4) 하반기 정부의 재정정책 효과도 일부 있었기 때문이다. 백화점의 경우에도 명품을 제외하면 실질 성장률은 마이너스로 보는 것이 합당하다. 반대로 온라인은 여전히 강력한 수요를 보여주었다. 배송일 수 증가와 상품군(식품 등) 침투율 증가로 두 자릿수 성장을 기록하였다. 이는 잠재수요가 공급을 앞서가는 현상으로 해석된다. 2026년 일부 물류업체의 주 7일 배송도 시작되는 만큼 여전히 강력한 수요를 흡수할 가능성이 높다.

12월 특징: 계절성과 양극화

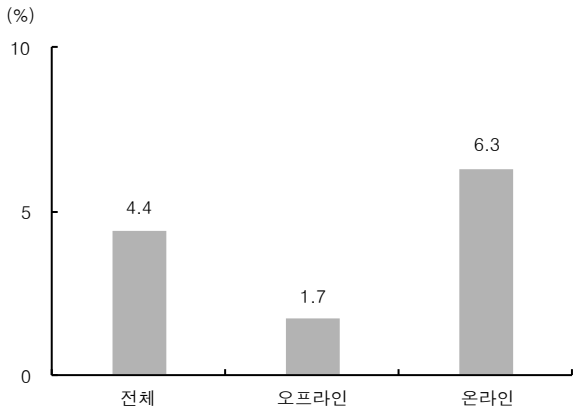
12월 실적에서 주목되는 오프라인에서 패션/잡화 성장률이 뚜렷하게 나타났다는 점이다. 이는 뚜렷한 계절성에 따른 효과와 백화점 집객력 확대에 따른 낙수 효과가 이어진 결과로 해석된다. 대중성을 대표하는 온라인 패션의류는 전년동기대비 -2.4% 역성장하였고, 아동유아 성장률도 3.3%에 그치는 등 소비 개선 효과는 보이지 않았다. 다만, 백화점의 경우 의류/가정용품/식품 등 전 상품군 성장이 이루어졌으며, 이는 소비양극화에 따라 백화점 트래픽 증가가 영향을 미치는 것으로 해석한다. 이러한 현상은 소비 시장의 착각을 가지고 올 수 있다. 전체적으로 소비는 부진한데, 일부 채널이 이끄는 소비가 전체를 대변한다고 해석할 수 있기 때문이다. 참고로 12월 오프라인 채널은 전년동기대비 1.7% 성장하였다. 최근 소득의 증가는 자산소득과 공적이전소득이 견인하고 있다. 이는 건전한 소비로 보기 어렵고 한쪽으로 치우친 소비로 해석할 수 있다. 계절성이 뚜렷한 구간임에도 불구하고 양극화 소비가 목격된다는 점은 고민해봐야 할 부분이다.

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.

2025년 12월 통계기준 변경

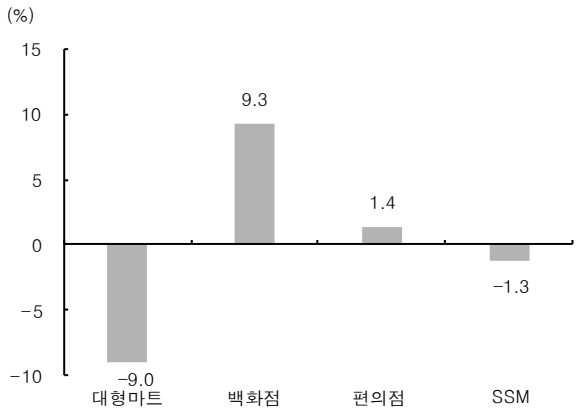
(대형마트에 농협/하나로마트, 편의점에 이마트24, 온라인에 네이버 추가

그림 1. 12월 유통업체 전년대비 매출 증감률



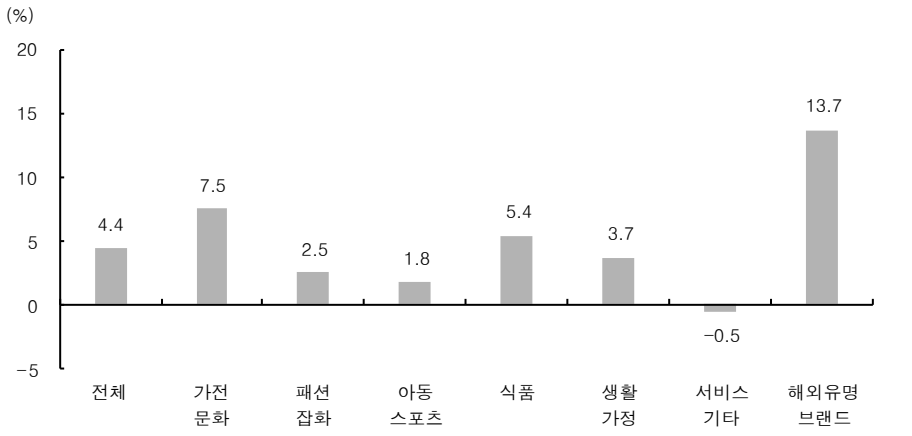
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 2. 12월 오프라인 업태별 전년대비 매출 증감률



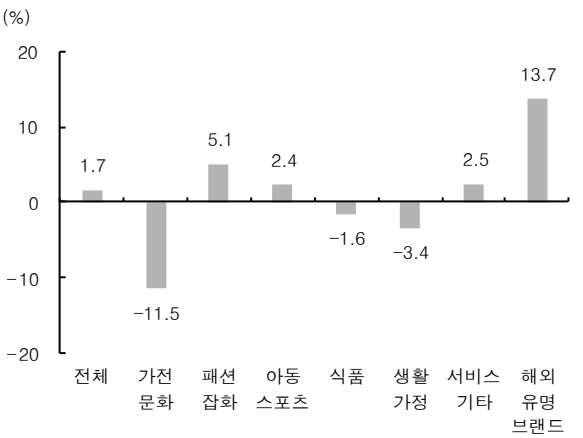
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 3. 전체 유통업체 상품군별 전년대비 매출 증감률



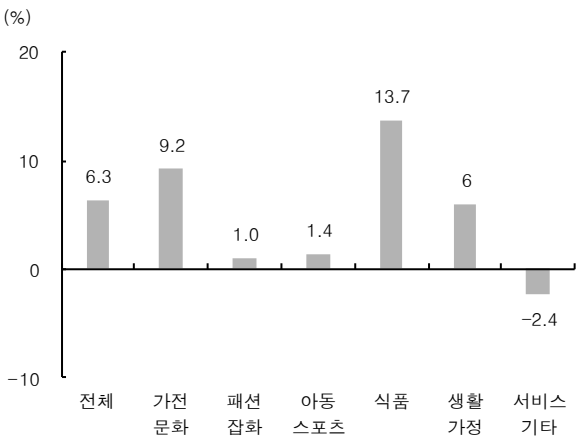
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 4. 오프라인 상품군별 매출 증감율



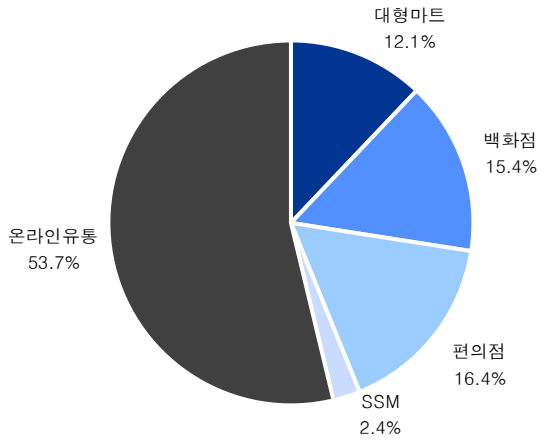
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 5. 온라인 상품군별 매출 증감율



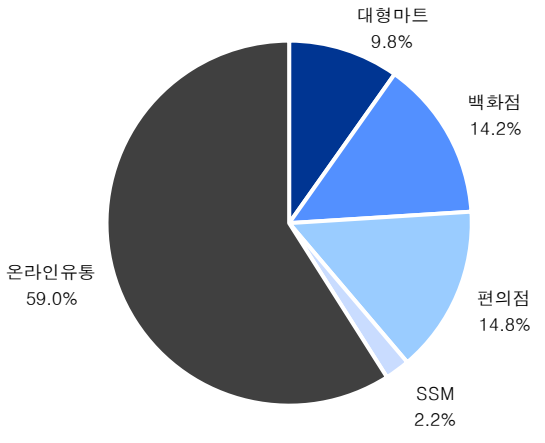
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 6. 2023년 업태별 매출구성비



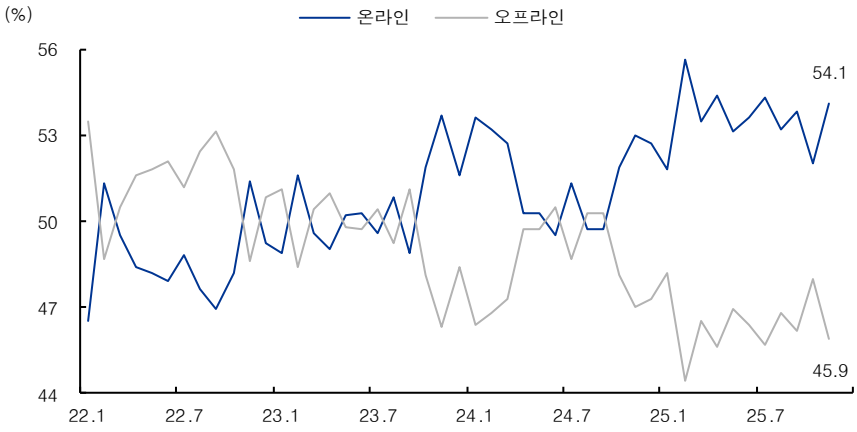
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 7. 2025년 업태별 매출구성비



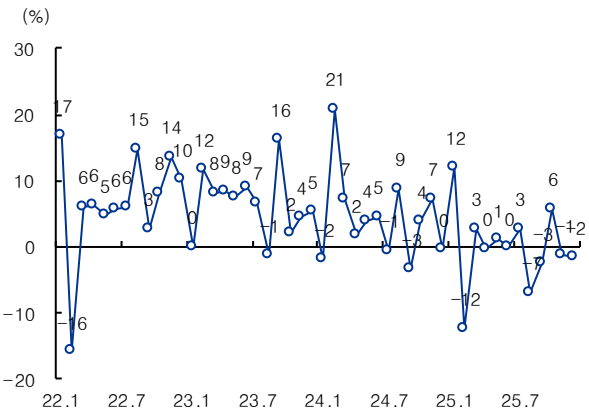
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 8. 유통업체 온/오프라인 점유율 추이(이전 통계 기준)



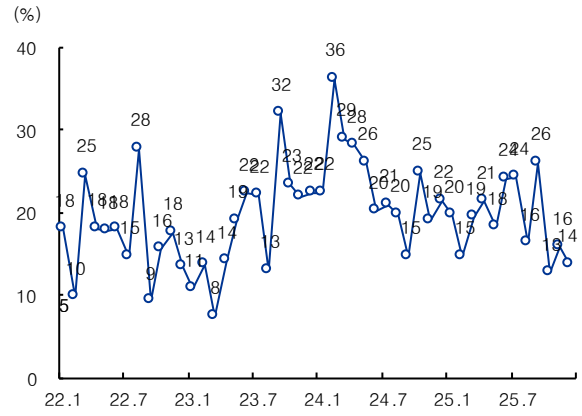
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 9. 오프라인 식품품목 전년대비 성장률 추이



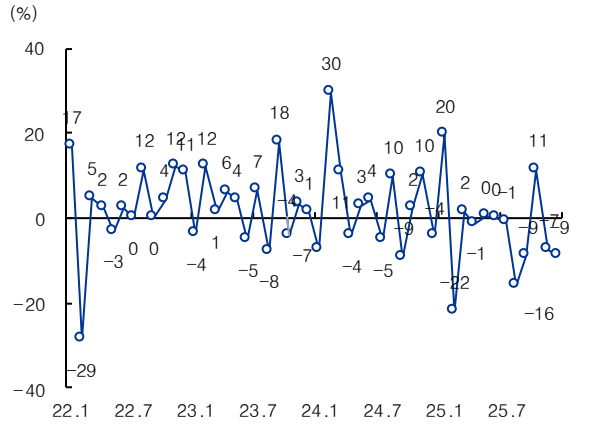
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 10. 온라인 식품품목 전년대비 성장률 추이



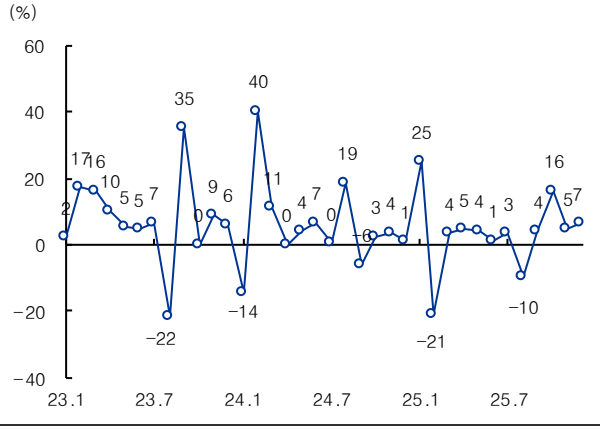
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 11. 대형마트 식품품목 전년대비 성장률 추이



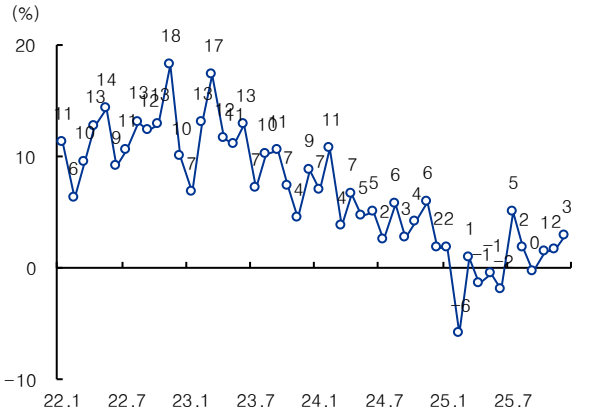
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 12. 백화점 식품품목 전년대비 성장률 추이



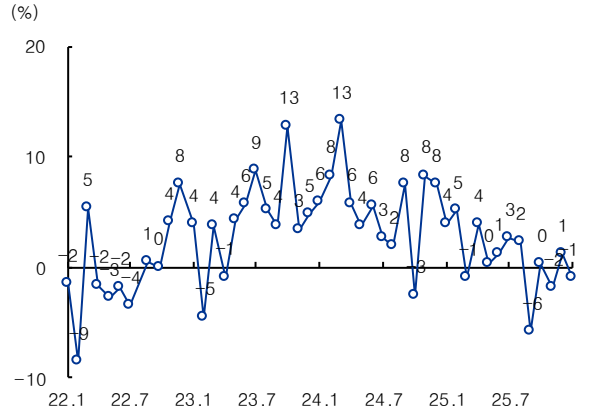
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 13. 편의점 식품품목 전년대비 성장률 추이



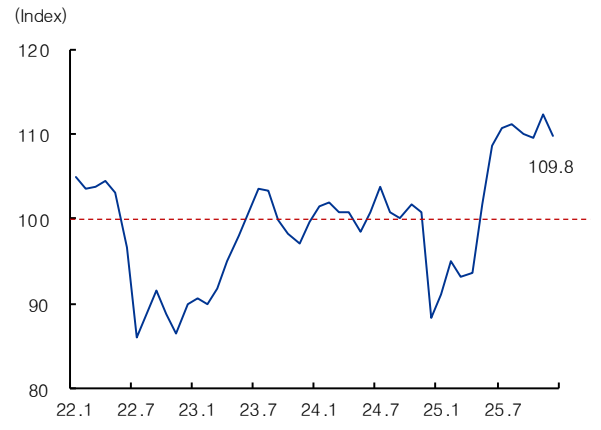
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 14. SSM 식품품목 전년대비 성장률 추이



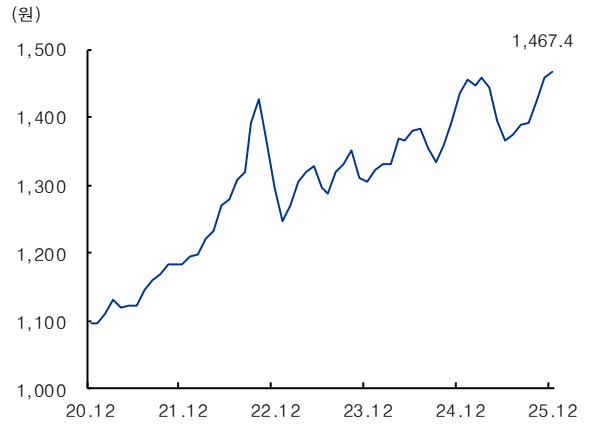
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 15. 소비자심리지수 추이



자료: 한국은행, IBK투자증권

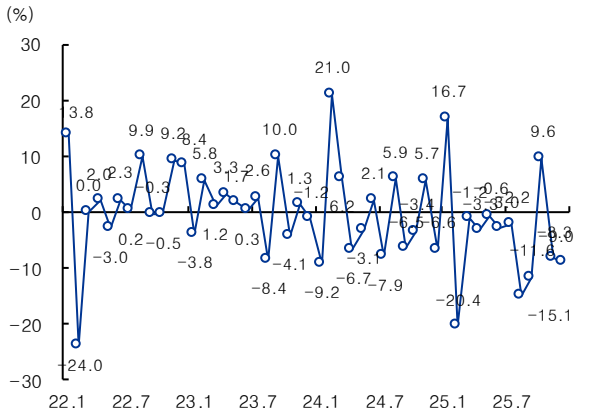
그림 16. 원/달러 환율 추이(월말기준)



자료: Quantiwise, IBK투자증권

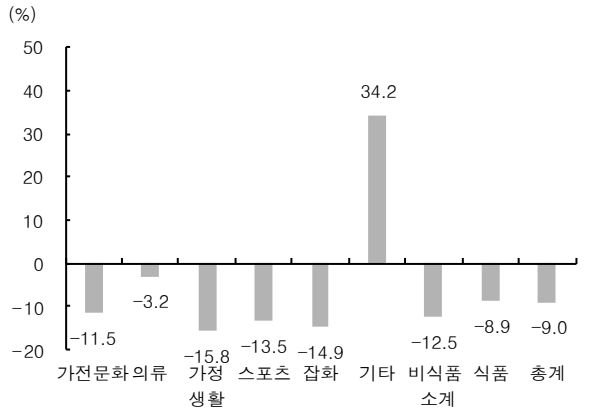
[오프라인-대형마트]

그림 17. 대형마트 전년대비 성장률 추이



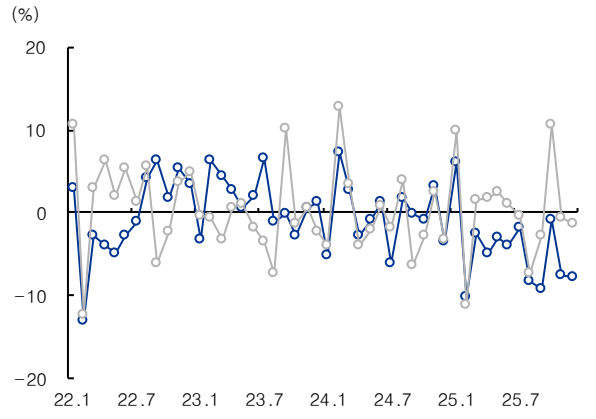
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 18. 대형마트 12월 상품군별 성장률 추이



자료: 산업통상부, IBK투자증권

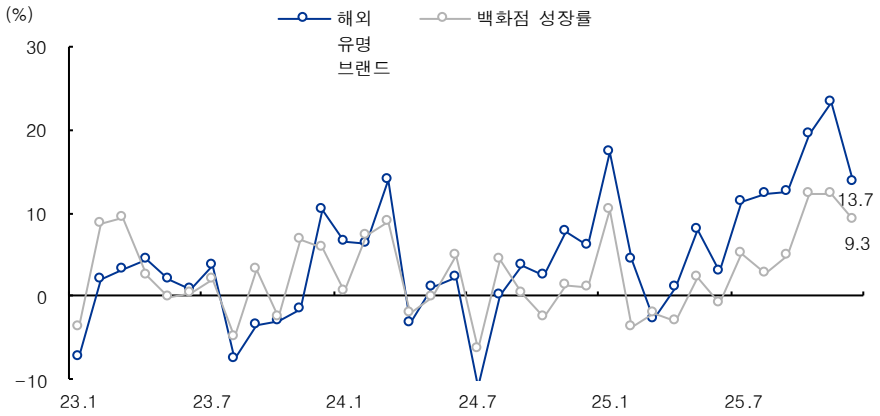
그림 19. 대형마트 구매건수, 구매단가 전년대비 성장률 추이



자료: 산업통상부, IBK투자증권

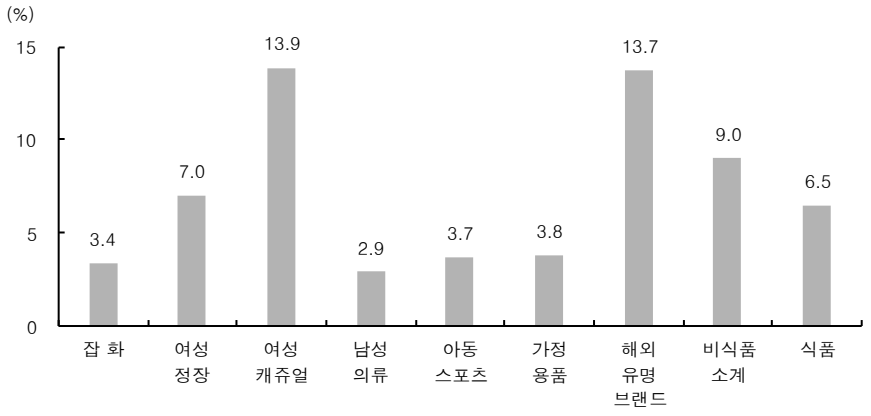
[오프라인-백화점]

그림 20. 백화점, 해외 유명 브랜드(명품) 전년대비 매출 증감률



자료: 산업통상부, IBK투자증권

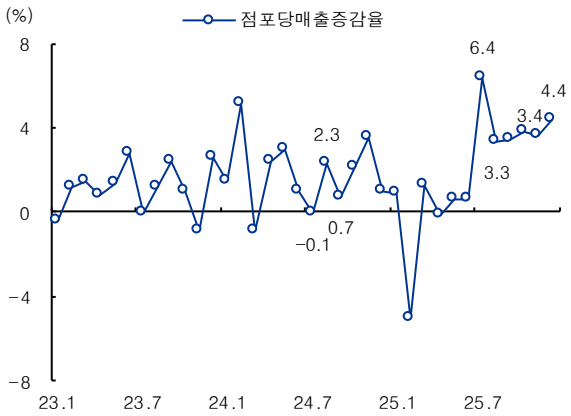
그림 21. 백화점 12월 상품별 전년대비 매출 증감률



자료: 산업통상부, IBK투자증권

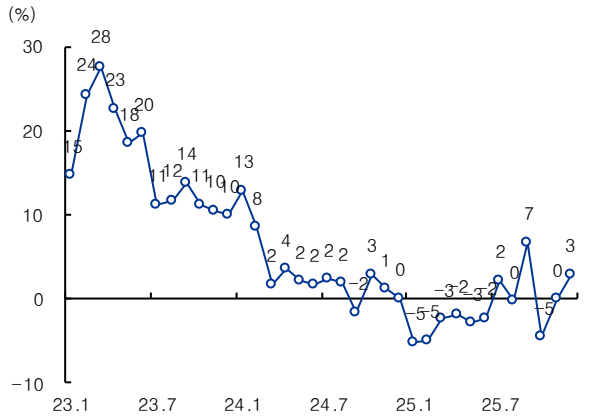
[오프라인-편의점]

그림 22. 편의점 전년대비 성장률 추이



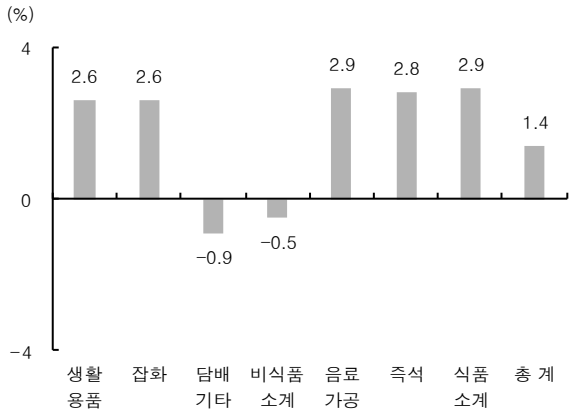
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 23. 편의점 즉석식품 성장률 추이



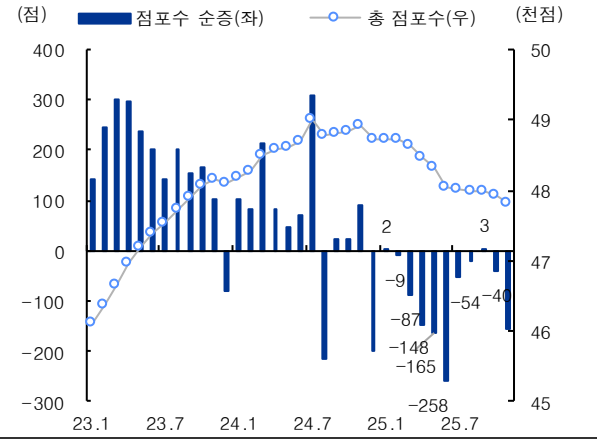
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 24. 편의점 12월 상품별 전년대비 매출 증감률



자료: 산업통상부, IBK투자증권

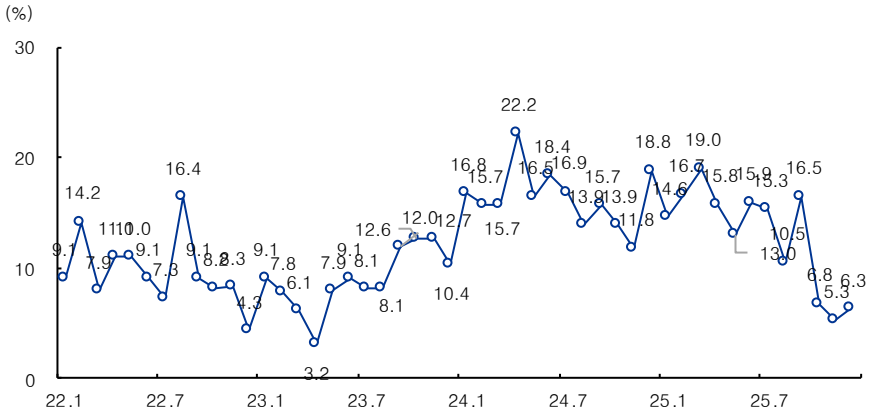
그림 25. 편의점 월별 점포수 순증 추이(이전 통계 기준)



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

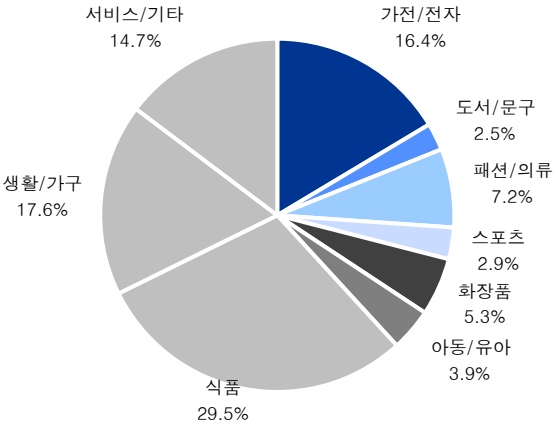
[온라인]

그림 26. 온라인 전년대비 성장률 추이



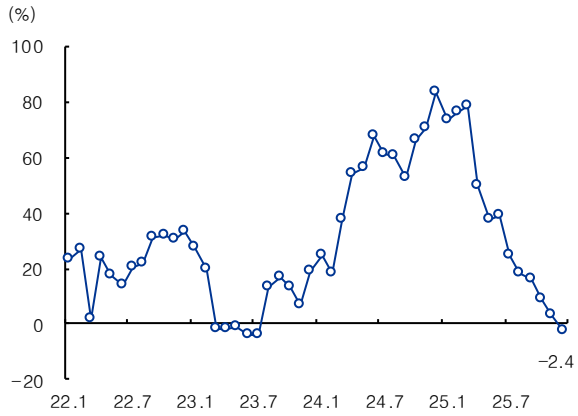
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 27. 12월 온라인 상품군별 매출 비중



자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 28. 온라인 서비스/기타 전년대비 성장률 추이



자료: 산업통상부, IBK투자증권

표 1. 유통업체 매출동향(계속)

	24/12	25/01	25/02	25/03	25/04	25/05	25/06	25/07	25/08	25/09	25/10	25/11	25/12
대형마트													
가전문화	-17.9	7.3	-11.0	-20.1	-12.1	-7.8	-16.8	-8.5	-17.9	-23.1	0.9	-12.2	-11.5
의류	-3.7	12.2	-23.2	-6.2	-15.6	-4.5	-10.7	-5.6	-7.4	-15.3	0.5	-9.2	-3.2
가정/생활	-11.5	8.1	-22.5	-4.1	-7.4	-4.8	-9.0	-10.1	-17.8	-21.3	4.6	-17.4	-15.8
스포츠	-18.8	1.3	-29.6	-17.3	-20.5	-12.5	-17.6	-8.8	-17.9	-28.6	-2.9	-10.9	-13.5
잡화	-13.6	8.4	-21.5	-7.8	-12.8	-7.3	-10.7	-7.0	-13.6	-21.1	4.5	-11.4	-14.9
비식품 소계	-13.1	7.8	-19.4	-10.6	-11.3	-6.3	-12.2	-8.7	-16.6	-21.6	2.3	-13.8	-12.5
식품	-4.4	19.5	-21.8	1.6	-1.3	0.4	-0.1	-0.8	-16.0	-8.9	11.4	-7.3	-8.9
총계	-6.6	16.7	-20.4	-1.2	-3.3	-0.6	-3.0	-2.2	-15.1	-11.6	9.6	-8.3	-9.0
구매건수	-3.5	6.0	-10.3	-2.6	-5.0	-3.0	-4.0	-1.9	-8.4	-9.2	-0.9	-7.6	-7.8
구매단가	-3.2	10.0	-11.3	1.4	1.8	2.5	1.0	-0.3	-7.3	-2.7	10.7	-0.7	-1.4
점포당매출	-4.8	18.0	-19.3	0.6	-2.1	1.2	-1.7	-1.3	-13.9	-10.2	10.9	-7.4	-7.1
백화점													
잡 화	-4.3	0.5	-6.5	-3.8	-6.5	-5.7	-13.3	-10.3	-5.5	-1.5	6.8	3.9	3.4
여성정장	-4.1	-6.2	-3.1	-5.4	-8.1	-2.0	2.5	7.3	4.2	6.1	2.8	8.4	7.0
여성캐쥬얼	-1.3	2.2	-11.2	-3.3	-7.1	-2.2	-4.7	2.7	0.9	2.4	13.9	2.2	13.9
남성의류	-3.1	0.7	-11.3	-8.9	-11.3	-5.3	-2.4	1.2	2.8	-3.2	2.8	7.7	2.9
아동스포츠	-1.7	9.3	-7.6	-1.6	-6.2	-1.3	-3.1	1.7	2.4	-1.7	8.3	4.3	3.7
가정용품	-1.1	-1.1	4.3	-2.2	-6.2	2.0	-2.1	8.9	0.1	-4.3	-0.8	5.7	3.8
해외유명브랜드	6.1	17.3	4.5	-2.7	1.1	8.1	2.9	11.3	12.4	12.6	19.5	23.3	13.7
비식품 소계	1.0	7.2	-0.7	-3.3	-3.9	1.9	-1.6	5.3	5.1	4.2	10.5	12.0	9.0
식품	1.0	24.9	-21.2	3.5	4.5	4.4	1.3	3.4	-9.9	4.1	16.4	5.0	6.5
총계	1.1	10.3	-3.6	-2.1	-2.9	2.3	-0.9	5.1	2.8	4.8	12.2	12.3	9.3
구매건수	-2.9	0.2	-3.2	-6.5	-4.4	-2.0	-4.0	-0.8	-2.6	-4.8	3.0	0.3	4.8
구매단가	4.0	10.1	-0.4	4.7	1.6	4.4	3.2	6.0	5.6	10.1	9.0	12.0	4.3
점포당매출	4.6	14.1	-0.2	1.3	0.5	7.7	4.3	12.6	6.5	8.6	16.2	16.3	13.2
편의점													
생활용품	-2.4	3.2	-11.7	-2.0	-0.2	3.4	-0.7	0.2	2.8	2.5	8.5	0.2	2.6
잡화	-3.8	-3.5	-16.1	-4.4	-1.6	2.5	-3.2	-10.9	-2.9	4.1	3.0	-3.1	2.6
담배 등 기타	3.9	0.0	-3.0	0.9	-0.7	-1.0	0.3	2.3	-0.9	1.6	-2.3	-1.4	-0.9
비식품 소계	3.1	0.2	-4.2	0.5	-0.7	-0.6	0.1	1.7	-0.7	1.8	-1.2	-1.3	-0.5
음료 등 가공	2.2	3.3	-6.2	1.7	-1.2	-0.1	-2.1	5.5	2.1	-1.7	2.7	1.9	2.9
즉석(신선일부)	0.0	-5.2	-5.0	-2.5	-2.0	-3.0	-2.3	2.1	-0.3	6.6	-4.6	-0.1	2.8
식품 소계	1.8	1.8	-6.0	0.9	-1.4	-0.6	-2.1	5.0	1.7	-0.4	1.4	1.5	2.9
총계	2.4	1.1	-5.2	0.8	-1.1	-0.6	-1.2	3.5	0.7	0.6	0.3	0.3	1.4
구매건수	1.9	-2.6	-5.9	-1.0	-3.3	-3.5	-3.5	0.0	-2.7	-1.3	-4.3	-2.1	-0.7
구매단가	0.5	3.8	0.8	1.8	2.3	3.0	2.5	3.6	3.5	1.9	4.8	2.5	2.1
점포증가율	1.3	0.1	0.0	-0.6	-0.9	-1.2	-1.8	-2.7	-2.6	-2.7	-3.4	-3.2	-2.9
점포당매출	1.0	0.9	-5.1	1.3	-0.2	0.6	0.6	6.4	3.3	3.4	3.8	3.6	4.4

표 2. 유통업체 매출동향

	24/12	25/01	25/02	25/03	25/04	25/05	25/06	25/07	25/08	25/09	25/10	25/11	25/12
온라인유통													
가전/전자	-1.2	-6.2	3.6	7.8	4.1	5.8	0.4	5.3	1.1	10.0	3.5	-0.8	9.4
도서/문구	5.6	-3.5	10.4	6.1	10.3	5.8	9.6	7.8	7.7	21.4	-5.0	4.4	7.2
패션/의류	-6.8	-12.8	-9.7	-4.7	-8.6	-4.6	-0.8	1.0	-1.8	6.6	-1.3	-7.0	-2.4
스포츠	-4.5	-11.9	-9.8	-10.1	-13.8	-12.7	-8.5	2.8	-1.6	3.1	-11.1	-14.1	-0.6
화장품	14.7	7.7	8.8	7.5	11.6	7.4	9.0	14.2	13.5	15.0	9.5	10.2	5.3
아동/유아	4.9	7.2	4.0	3.8	6.6	3.2	8.2	11.8	4.9	6.7	4.9	-0.1	3.3
식품	21.5	19.6	14.9	19.4	21.3	18.2	24.1	24.2	16.3	16.5	12.6	15.8	13.7
생활/가구	7.7	2.5	7.9	7.5	7.7	6.0	11.9	10.0	6.5	11.6	4.6	4.2	6.0
서비스/기타	83.8	73.3	76.3	78.3	50.1	37.3	38.7	24.9	18.1	16.1	8.6	3.0	-2.4
총계	18.8	14.6	16.7	19.0	15.8	13.0	15.9	15.3	10.5	16.5	6.8	5.3	6.3

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: 산업통상부, 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.