

Industry Comment

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

중립 (유지)

유통업체 매출 동향

3월: K-양극화

- 2026년 3월 주요 유통채널 간 격차 확대: 오프라인 1.9%, 온라인 8.1%
- 백화점이 주도하는 성장세 3월에도 지속: 백화점 전년동월대비 +14.7%, 할인점 -15.2%로 폐점 영향을 고려해도 상대적으로 부진
- 온라인은 전체 품목군 고른 성장세, 지배력 지속 확대 중

K자 양극화의 표본

2026년 3월 유통업체 매출액은 전년동기대비 +5.6% 성장하였다. 오프라인은 +1.9% 온라인은 +8.1% 성장하면서 온/오프 채널 성장세는 2개월 연속 지속되었다. 오프라인 채널은 백화점이 주도하였다. 백화점은 전년동월대비 +14.7%를 기록하였다. 반면, 대형마트 부진은 심상치 않다. 주요 업체 폐점에 따른 영향이 반영되었을 가능성이 높지만, 이에 따른 효과가 경쟁사로 유입되지 않고 오히려 수요가 더욱 감소하고 있다는 판단이 든다. 3월 대형마트 성장률은 전년동월대비 -15.2% 감소하였다. 이는 전형적인 K자 양극화 현상이 고착화되고 있는 것으로 분석된다. 사치재 채널 성장성은 견고해지고 있고, 필수소비재는 오히려 하락하는 것이다. 일반적으로 필수소비재 경기 민감도가 낮다는 인식과는 상반된 결과가 나타나고 있는 것이다.

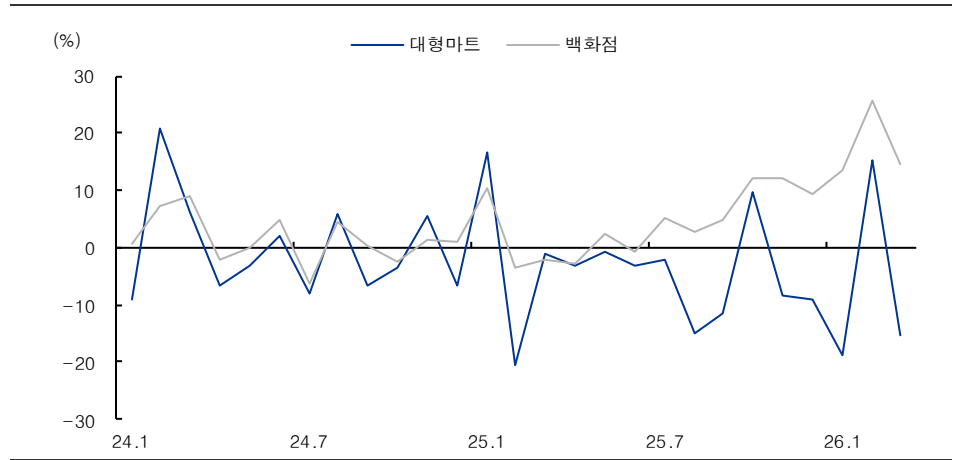
백화점 채널의 소비력은 더욱 견고해지고 있다. 명절 시점 차이에 따른 부분을 제외하면 전 상품군 성장세가 나타나고 있다. 아니 오히려 확대되고 있다. 지난해 하반기부터 의류/패션/잡화 성장세가 확대되고 있고, 전체 가전/가구 시장 부진에도 동 채널에서는 판매 호조가 이루어지고 있다. 지난해 명품만이 이끌었던 구조와는 상이한 흐름이다. 이는 자산가치 상승에 따른 결과물로 해석된다. 지난해 하반기부터 금융자산도 상승하면서 근로소득 이외 자산소득 증가가 영향을 미치고 있다는 판단이다. 여기에 일부 기업들의 고액 성과급 지급도 영향을 미쳤을 가능성이 높다. 이러한 구조는 당분간 이어질 가능성이 높다. 하위계층의 소비 여력은 축소되고, 자산을 활용해 소득을 증가시킬 수 있는 상위계층 소비 여력은 확대될 수 있다는 의미이다. 이에 당분간 백화점이 주도하는 오프라인 채널 성장세는 유지될 가능성이 높다.

온라인은 견조! 이유는?

온라인 채널은 여전히 견조한 흐름을 보여주고 있다. 전년동월대비 +8.1% 성장하면서 안정적 흐름이 이어지고 있다. 이는 필수소비재 구매에서 (가격 경쟁력 + 구매 편의성)을 중시하는 경향이 뚜렷해지면서 나타나는 현상으로 해석된다. 소비력이 낮아지는 계층의 경우 구매력을 줄이는 과정에서 가격과 효율성을 중시하는 경향이 더욱 강화되고 있다. 또한, 자산가치 증가가 이루어지더라도 필수소비재를 구매하는 부분에 있어서는 합리적 소비 경향이 강화되고 있다는 판단이다. 실제 다이소 등 저가형 채널의 성장세는 유지되고 있다. 단순히, 온라인 대체로 전환되기 보다는 K자 양극화에 따른 소비 패턴의 변화가 만들어낸 결과로 판단한다.

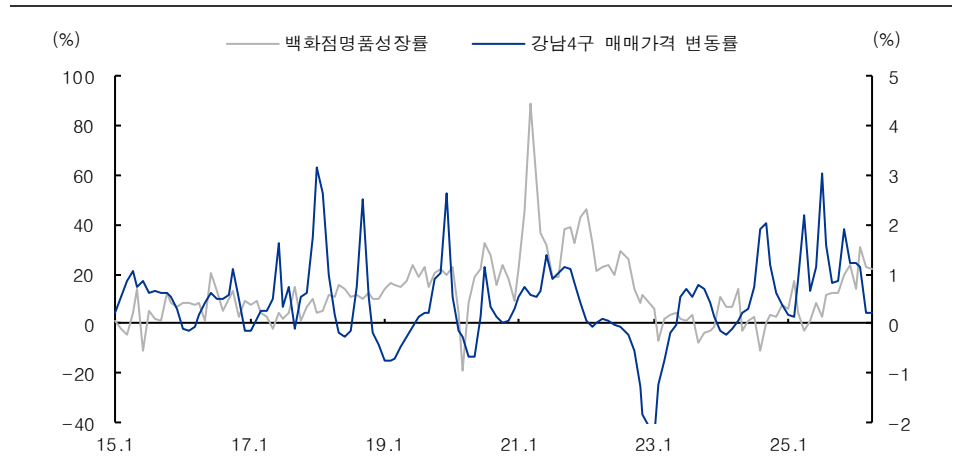
본 조서분석자료는 당사 리서치본부에서 신뢰할 만한 자료 및 정보를 바탕으로 작성한 것이나 당사는 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으며, 과거의 자료를 기초로 한 투자참고 자료로서 향후 주가 움직임은 과거의 패턴과 다를 수 있습니다. 고객께서는 자신의 판단과 책임 하에 종목 선택이나 투자시기에 대해 최종 결정하시기 바라며, 본 자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.

그림 1. 2024년 이후 대형마트 vs 백화점 월별 성장률



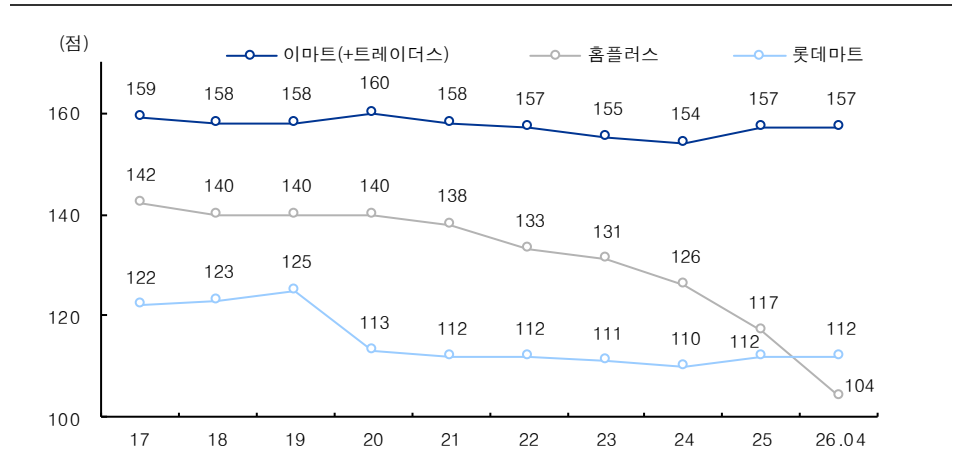
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 2. 백화점 명품 성장률 vs 강남4구 아파트 매매가격 변동률



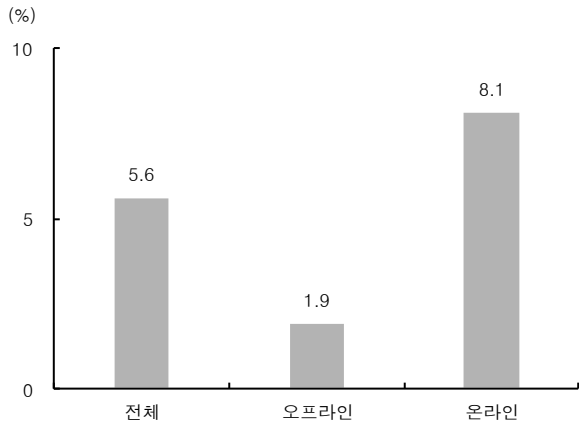
자료: 산업통상부, IBK투자증권 / 주: 강남4구=강남구, 서초구, 송파구, 강동구

그림 3. 대형마트 3사 점포수 추이



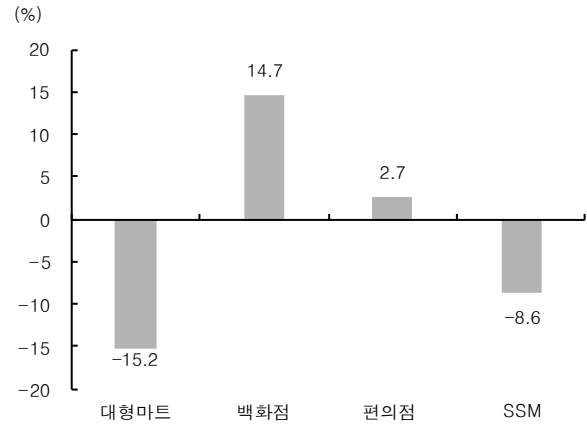
자료: 각 사, IBK투자증권 / 주: 2026년 4월 29일 기준

그림 4. 3월 유통업체 전년대비 매출 증감률



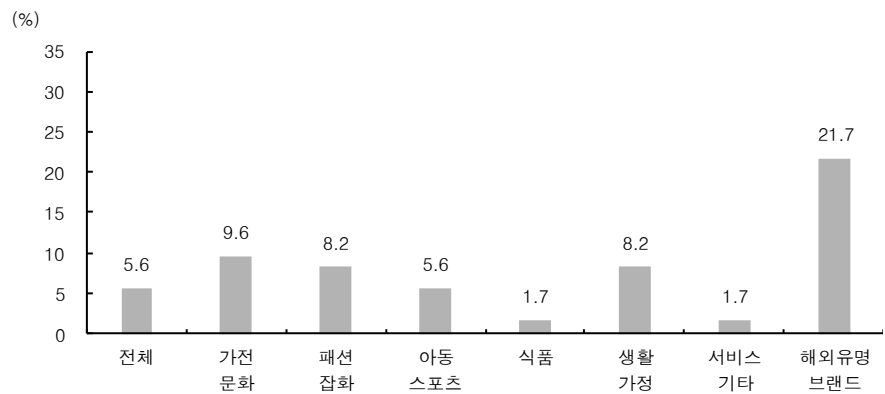
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 5. 3월 오프라인 업태별 전년대비 매출 증감률



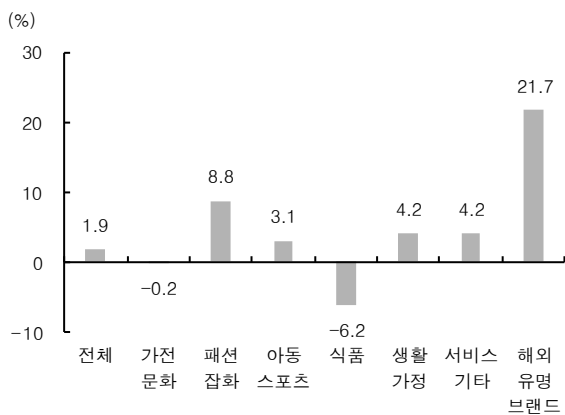
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 6. 전체 유통업체 상품군별 전년대비 매출 증감률



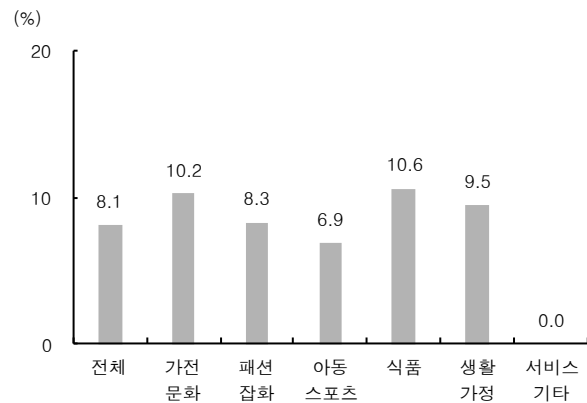
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 7. 오프라인 상품군별 매출 증감률



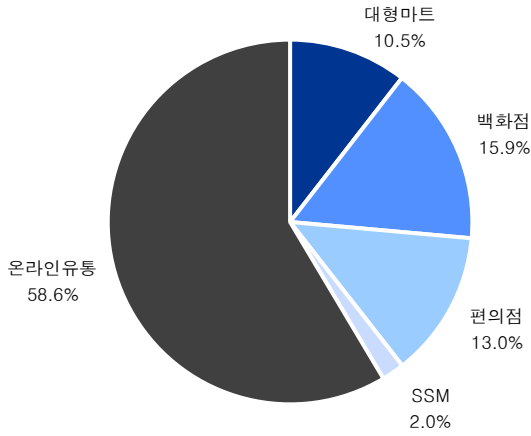
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 8. 온라인 상품군별 매출 증감률



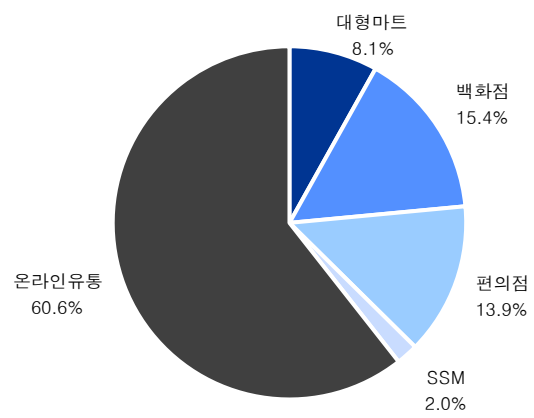
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 9. 2026년 2월 업태별 매출구성비



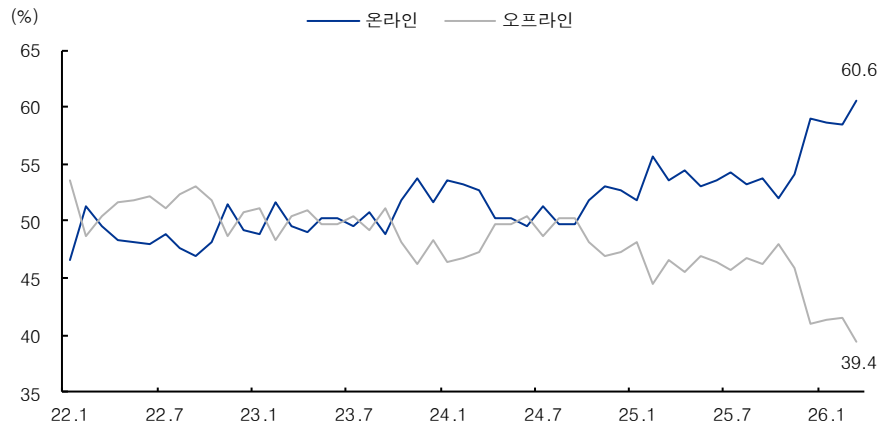
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 10. 2026년 3월 업태별 매출구성비



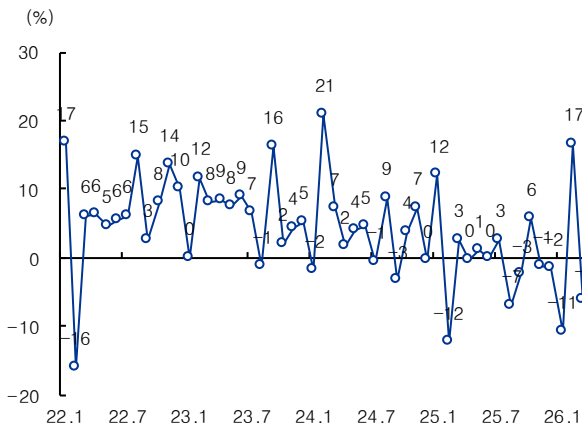
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 11. 유통업체 온/오프라인 점유율 추이



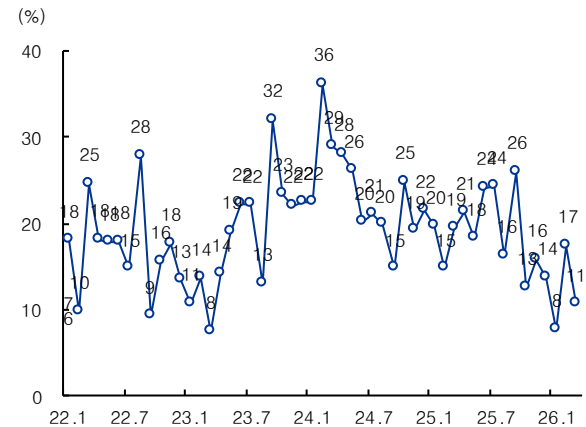
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 12. 오프라인 식품품목 전년대비 성장률 추이



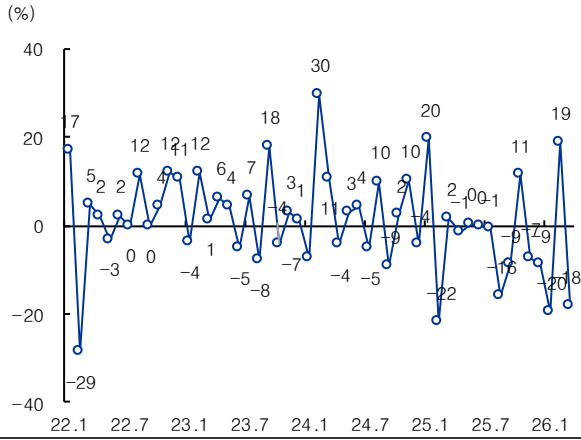
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 13. 온라인 식품품목 전년대비 성장률 추이



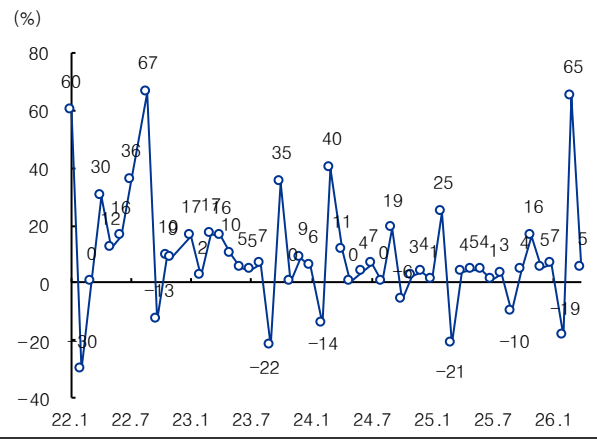
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 14. 대형마트 식품품목 전년대비 성장률 추이



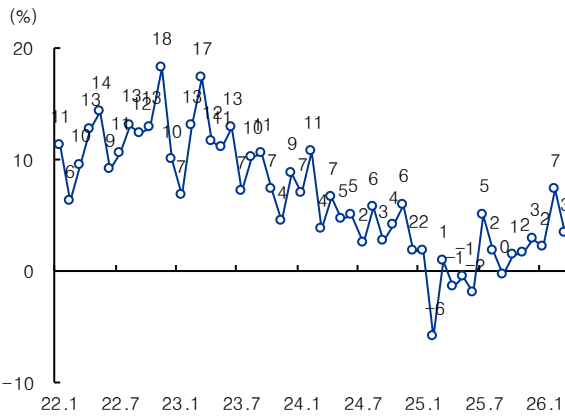
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 15. 백화점 식품품목 전년대비 성장률 추이



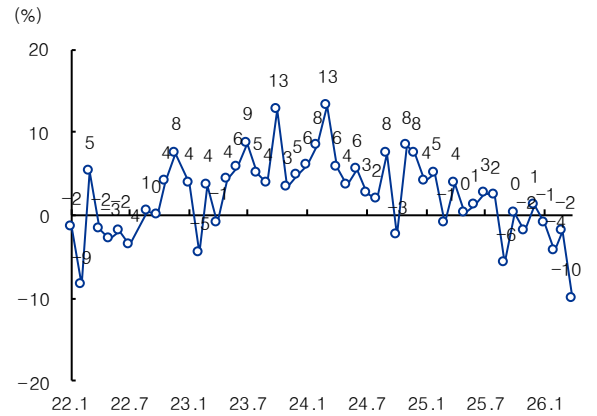
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 16. 편의점 식품품목 전년대비 성장률 추이



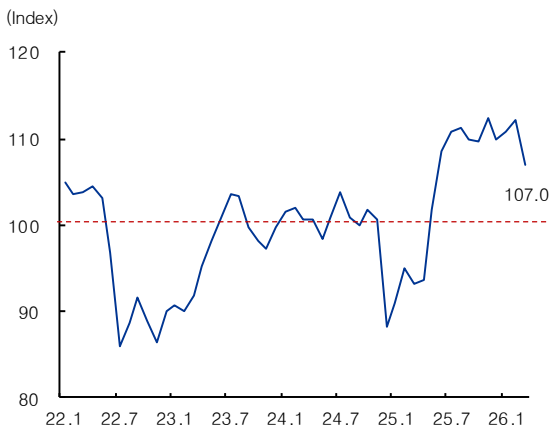
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 17. SSM 식품품목 전년대비 성장률 추이



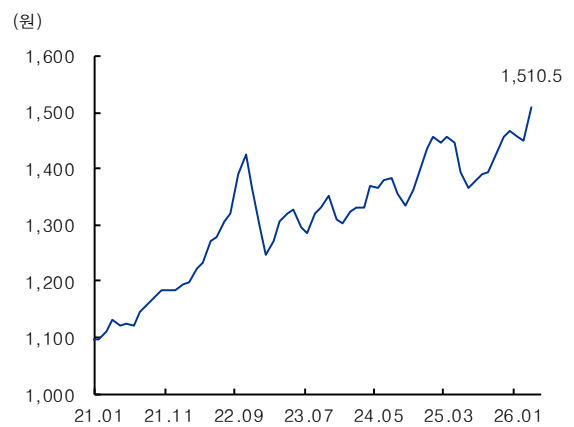
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 18. 소비자심리지수 추이



자료: 한국은행, IBK투자증권

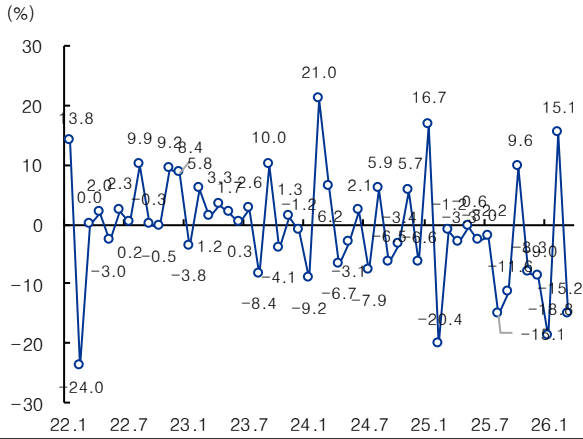
그림 19. 원/달러 환율 추이(월말기준)



자료: Quantwise, IBK투자증권

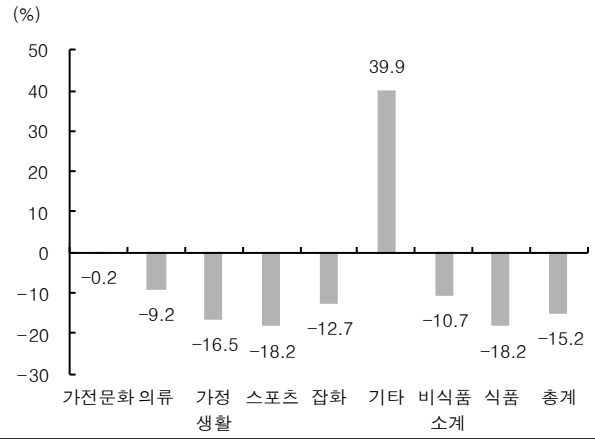
[오프라인-대형마트]

그림 20. 대형마트 전년대비 성장률 추이



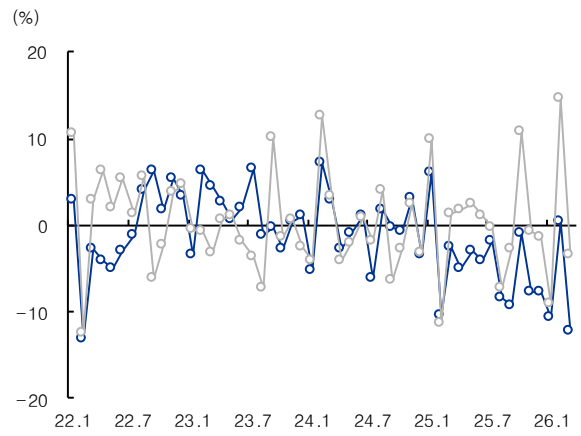
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 21. 대형마트 3월 상품군별 성장률 추이



자료: 산업통상부, IBK투자증권

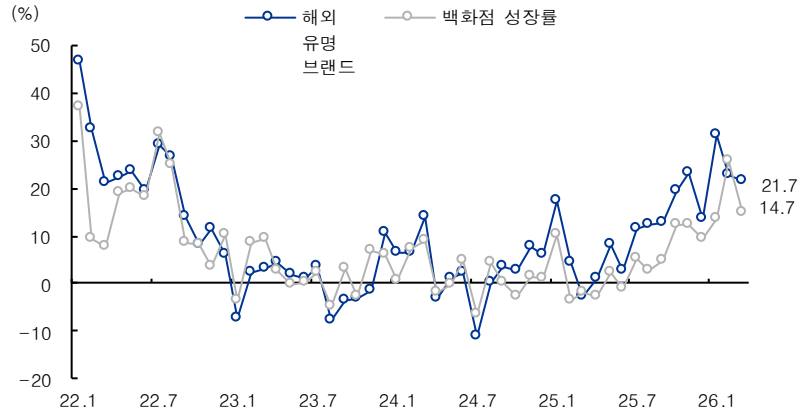
그림 22. 대형마트 구매건수, 구매단가 전년대비 성장률 추이



자료: 산업통상부, IBK투자증권

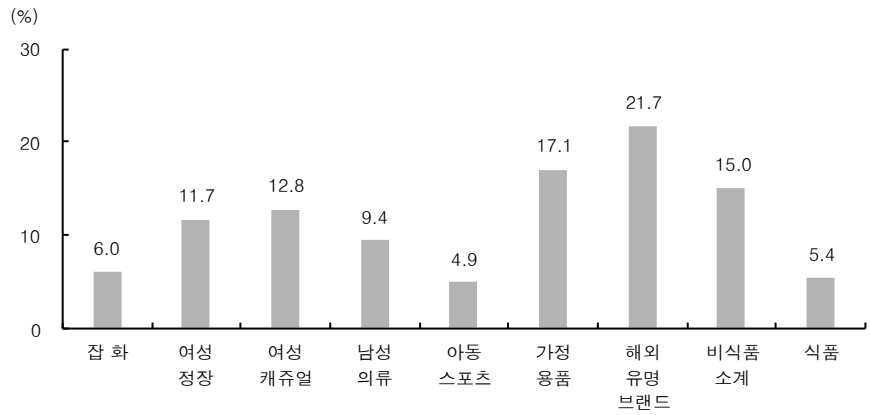
[오프라인-백화점]

그림 23. 백화점, 해외 유명 브랜드(명품) 전년대비 매출 증감률



자료: 산업통상부, IBK투자증권

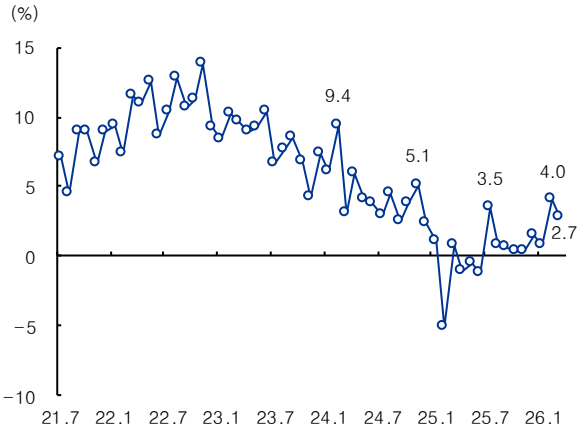
그림 24. 백화점 3월 상품별 전년대비 매출 증감률



자료: 산업통상부, IBK투자증권

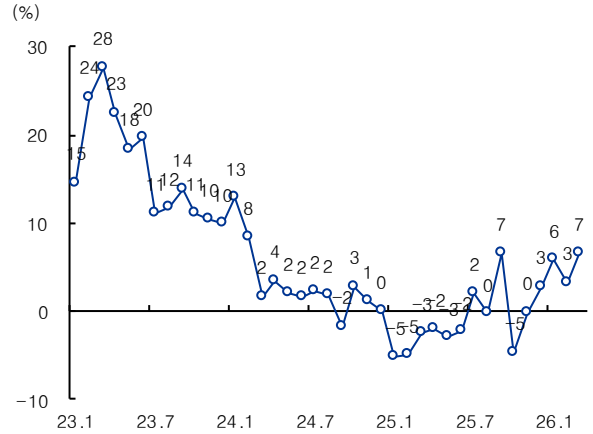
[오프라인-편의점]

그림 25. 편의점 전년대비 성장률 추이



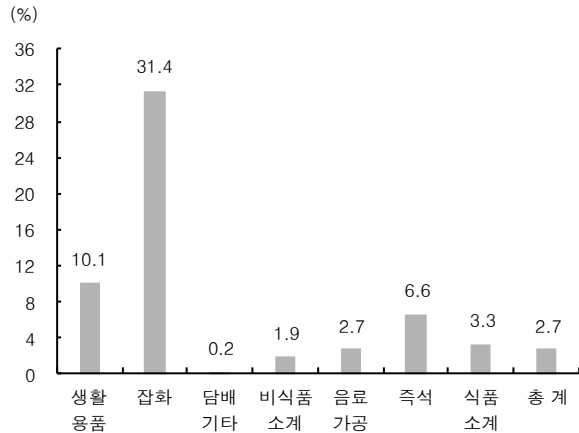
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 26. 편의점 즉석식품 성장률 추이



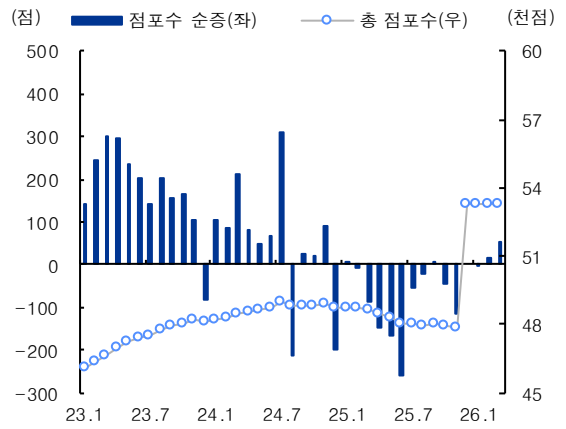
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 27. 편의점 3월 상품별 전년대비 매출 증감률



자료: 산업통상부, IBK투자증권

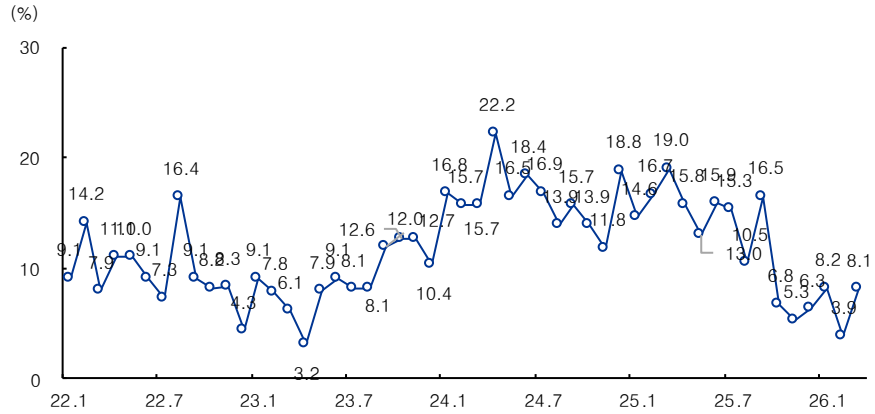
그림 28. 편의점 월별 점포수 순증 추이



자료: 산업통상부, IBK투자증권 / 조사대상: GS25, CU, 세븐일레븐, 이마트24
 주: 25년 12월부터 이마트 24 편입으로 점포수 순증 제외

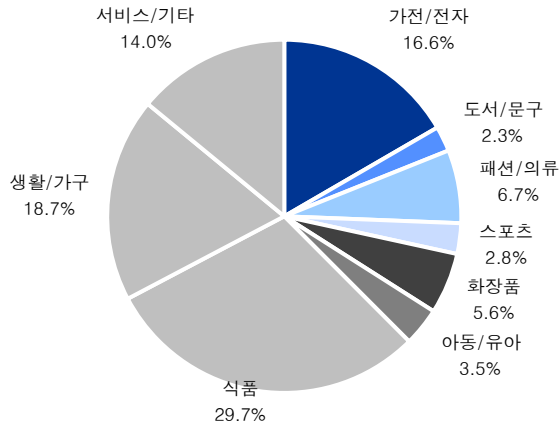
[온라인]

그림 29. 온라인 전년대비 성장률 추이



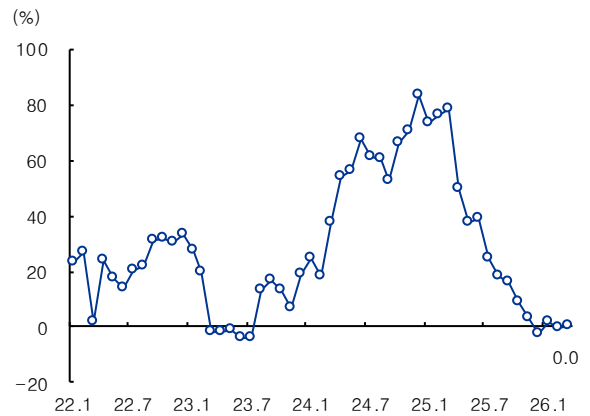
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 30. 3월 온라인 상품군별 매출 비중



자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 31. 온라인 서비스/기타 전년대비 성장률 추이



자료: 산업통상부, IBK투자증권

표 1. 유통업체 매출동향(계속)

	25/03	25/04	25/05	25/06	25/07	25/08	25/09	25/10	25/11	25/12	26/01	26/02	26/03
대형마트													
가전문화	-20.1	-12.1	-7.8	-16.8	-8.5	-17.9	-23.1	0.9	-12.2	-11.5	-23.8	-1.8	-0.2
의류	-6.2	-15.6	-4.5	-10.7	-5.6	-7.4	-15.3	0.5	-9.2	-3.2	-5.8	9.1	-9.2
가정/생활	-4.1	-7.4	-4.8	-9.0	-10.1	-17.8	-21.3	4.6	-17.4	-15.8	-20.4	2.8	-16.5
스포츠	-17.3	-20.5	-12.5	-17.6	-8.8	-17.9	-28.6	-2.9	-10.9	-13.5	-16.1	-1.8	-18.2
잡화	-7.8	-12.8	-7.3	-10.7	-7.0	-13.6	-21.1	4.5	-11.4	-14.9	-11.7	4.6	-12.7
비식품 소계	-10.6	-11.3	-6.3	-12.2	-8.7	-16.6	-21.6	2.3	-13.8	-12.5	-19.6	1.8	-10.7
식품	1.6	-1.3	0.4	-0.1	-0.8	-16.0	-8.9	11.4	-7.3	-8.9	-19.6	18.8	-18.2
총계	-1.2	-3.3	-0.6	-3.0	-2.2	-15.1	-11.6	9.6	-8.3	-9.0	-18.8	15.1	-15.2
구매건수	-2.6	-5.0	-3.0	-4.0	-1.9	-8.4	-9.2	-0.9	-7.6	-7.8	-10.7	0.4	-12.3
구매단가	1.4	1.8	2.5	1.0	-0.3	-7.3	-2.7	10.7	-0.7	-1.4	-9.1	14.7	-3.3
점포당매출	0.6	-2.1	1.2	-1.7	-1.3	-13.9	-10.2	10.9	-7.4	-7.1	-15.7	20.4	-11.3
백화점													
잡화	-3.8	-6.5	-5.7	-13.3	-10.3	-5.5	-1.5	6.8	3.9	3.4	7.3	12.8	6.0
여성정장	-5.4	-8.1	-2.0	2.5	7.3	4.2	6.1	2.8	8.4	7.0	21.1	11.9	11.7
여성캐주얼	-3.3	-7.1	-2.2	-4.7	2.7	0.9	2.4	13.9	2.2	13.9	17.0	25.1	12.8
남성의류	-8.9	-11.3	-5.3	-2.4	1.2	2.8	-3.2	2.8	7.7	2.9	11.6	19.8	9.4
아동스포츠	-1.6	-6.2	-1.3	-3.1	1.7	2.4	-1.7	8.3	4.3	3.7	8.0	15.7	4.9
가정용품	-2.2	-6.2	2.0	-2.1	8.9	0.1	-4.3	-0.8	5.7	3.8	11.6	12.7	17.1
해외유명브랜드	-2.7	1.1	8.1	2.9	11.3	12.4	12.6	19.5	23.3	13.7	31.0	22.6	21.7
비식품 소계	-3.3	-3.9	1.9	-1.6	5.3	5.1	4.2	10.5	12.0	9.0	19.7	18.4	15.0
식품	3.5	4.5	4.4	1.3	3.4	-9.9	4.1	16.4	5.0	6.5	-18.8	65.0	5.4
총계	-2.1	-2.9	2.3	-0.9	5.1	2.8	4.8	12.2	12.3	9.3	13.4	25.6	14.7
구매건수	-6.5	-4.4	-2.0	-4.0	-0.8	-2.6	-4.8	3.0	0.3	4.8	11.5	8.7	6.8
구매단가	4.7	1.6	4.4	3.2	6.0	5.6	10.1	9.0	12.0	4.3	1.7	15.6	7.4
점포당매출	1.3	0.5	7.7	4.3	12.6	6.5	8.6	16.2	16.3	13.2	17.4	30.1	18.8
편의점													
생활용품	-2.0	-0.2	3.4	-0.7	0.2	2.8	2.5	8.5	0.2	2.6	2.6	8.3	10.1
잡화	-4.4	-1.6	2.5	-3.2	-10.9	-2.9	4.1	3.0	-3.1	2.6	-5.8	1.9	31.4
담배 등 기타	0.9	-0.7	-1.0	0.3	2.3	-0.9	1.6	-2.3	-1.4	-0.9	-0.9	-0.7	0.2
비식품 소계	0.5	-0.7	-0.6	0.1	1.7	-0.7	1.8	-1.2	-1.3	-0.5	-0.8	0.1	1.9
음료 등 가공	1.7	-1.2	-0.1	-2.1	5.5	2.1	-1.7	2.7	1.9	2.9	1.4	8.1	2.7
즉석(신선일부)	-2.5	-2.0	-3.0	-2.3	2.1	-0.3	6.6	-4.6	-0.1	2.8	5.8	3.3	6.6
식품 소계	0.9	-1.4	-0.6	-2.1	5.0	1.7	-0.4	1.4	1.5	2.9	2.1	7.3	3.3
총계	0.8	-1.1	-0.6	-1.2	3.5	0.7	0.6	0.3	0.3	1.4	0.8	4.0	2.7
구매건수	-1.0	-3.3	-3.5	-3.5	0.0	-2.7	-1.3	-4.3	-2.1	-0.7	-0.2	7.8	0.9
구매단가	1.8	2.3	3.0	2.5	3.6	3.5	1.9	4.8	2.5	2.1	1.1	-3.5	1.8
점포증가율	-0.6	-0.9	-1.2	-1.8	-2.7	-2.6	-2.7	-3.4	-3.2	-2.9	-2.9	-2.9	-2.7
점포당매출	1.3	-0.2	0.6	0.6	6.4	3.3	3.4	3.8	3.6	4.4	3.9	7.1	5.5

표 2. 유통업체 매출동향

	25/03	25/04	25/05	25/06	25/07	25/08	25/09	25/10	25/11	25/12	26/01	26/02	26/03
온라인유통													
가전/전자	7.8	4.1	5.8	0.4	5.3	1.1	10.0	3.5	-0.8	9.4	10.5	-4.6	11.1
도서/문구	6.1	10.3	5.8	9.6	7.8	7.7	21.4	-5.0	4.4	7.2	9.6	-9.6	4.1
패션/의류	-4.7	-8.6	-4.6	-0.8	1.0	-1.8	6.6	-1.3	-7.0	-2.4	10.1	-3.7	2.0
스포츠	-10.1	-13.8	-12.7	-8.5	2.8	-1.6	3.1	-11.1	-14.1	-0.6	8.8	-5.6	2.1
화장품	7.5	11.6	7.4	9.0	14.2	13.5	15.0	9.5	10.2	5.3	15.5	7.4	15.8
아동/유아	3.8	6.6	3.2	8.2	11.8	4.9	6.7	4.9	-0.1	3.3	8.9	4.6	10.7
식품	19.4	21.3	18.2	24.1	24.2	16.3	16.5	12.6	15.8	13.7	7.7	17.4	10.6
생활/가구	7.5	7.7	6.0	11.9	10.0	6.5	11.6	4.6	4.2	6.0	9.6	-0.9	9.5
서비스/기타	78.3	50.1	37.3	38.7	24.9	18.1	16.1	8.6	3.0	-2.4	2.1	-0.1	0.0
총계	19.0	15.8	13.0	15.9	15.3	10.5	16.5	6.8	5.3	6.3	8.2	3.9	8.1

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