

## Industry Comment

Analyst 남성현

02) 02-6915-5672

rockrole@ibks.com

**중립 (유지)**

# 유통업체 매출동향

## 8월: 연휴 기저와 낮아진 소비력

- 8월 주요 유통업체 매출, 전년동월 대비 +3.3% 증가
- 오프라인 유통업체 전년동월대비 -1.2% 감소, 명절 연휴 시점 차이에 따른 효과 작용
- 온라인 유통업체 전년동월대비 +8.1% 성장, 안정적 성장세 유지
- 내구재 둔화 뚜렷, 7월 산업활동동향과 같이 고려할 때 전체적으로 부진

### 2023년 8월 주요 유통업체 매출: 전년동월대비 +3.3% 성장

2023년 8월 주요 유통업체 매출은 전년동월대비 +3.3% 성장하는데 그쳤다. 8월 오프라인과 온라인은 각각 전년동월대비 -1.2%, +8.1%를 기록하면서 온라인이 전체 시장을 주도하였다. 8월 실적이 부진한 이유는 이미 예견된 상황이다. 추석 연휴 시점 차이에 따른 효과로 선물세트 수요가 급감한 영향이 작용하였기 때문이다. 다만, 세부적으로 보면 시점 차이와 더불어 소비경기 급감에 따른 영향이 동시에 작용한 것으로 판단한다.

온라인 성장률은 +8.1%로 견조한 흐름이 이어지고 있다. 패션 및 스포츠제품군 판매량이 저조하였지만, ▶ 이의 품목군 성장률이 지속적으로 나타났고, ▶ 기저효과에도 불구하고 휴가시즌에 따른 외부활동(공연/여행 등) 증가로 안정적 성장세를 이어갔다. 특히, 서비스/기타 부문은 3월 이후 성장세로 전환하였으며, 이는 인터파크 집계 제외에 따른 효과를 고려할 경우 고무적인 수치로 판단한다. 동 비중도 지난해 15.6%에서 16.4%로 약 0.8%p 증가하였다.

### 식음료 감소는 명절효과, 의류 및 기타재화 둔화는 소비

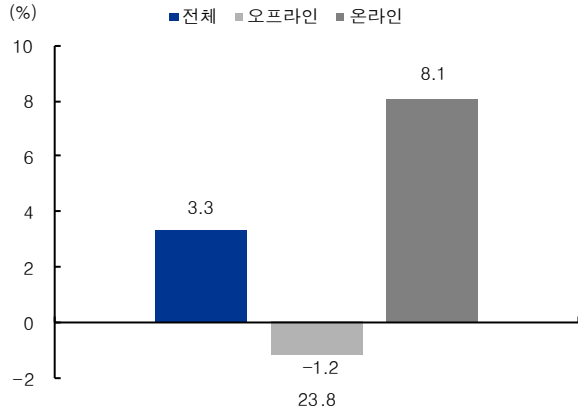
8월 실적은 연휴 시점 차이에 따른 기저효과를 고려하더라도 부진한 결과로 해석한다. 그렇게 생각하는 이유는 1) 8~9월 합산 식품 성장률을 고려하더라도 부진할 가능성이 높고, 2) 인플레이션에 따른 구매단가 효과가 있다는 점과, 3) 비식품군 성장률 감소가 빠르게 나타났기 때문이다. 8월 주요 오프라인 유통업체 상품군별 매출액을 보면 패션/잡화, 서비스/기타 부문을 제외하고 역 성장세를 기록하였다. 식품 이외에도 판매량 부진이 나타나고 있는 것이다. 온라인의 경우에도 성장세가 크지 않았다는 점을 감안할 때 재화를 구매하는 실질 소비 여력은 감소하고 있는 것으로 분석한다.

특히, 주목해야 하는 품목군은 패션 잡화 부분이다. 지난해 높은 기저가 있지만, FW시즌 상품군 판매가 호조를 보이는 시즌이라는 점과 남성의류 판매량 감소가(5개월 연속) 지속된다는 점에서 경기 둔화를 반영하는 결과라 판단한다.

9월 오프라인 유통업체 전체 판매량은 회복될 가능성이 높다. 다만, 올해의 경우 이례적인 인플레이션에 따른 영향이 작용할 가능성이 높고, 소비경기 악화에 따라 8~9월 합산 실적을 긍정적으로 낙관 하기란 쉽지 않을 것으로 판단한다.

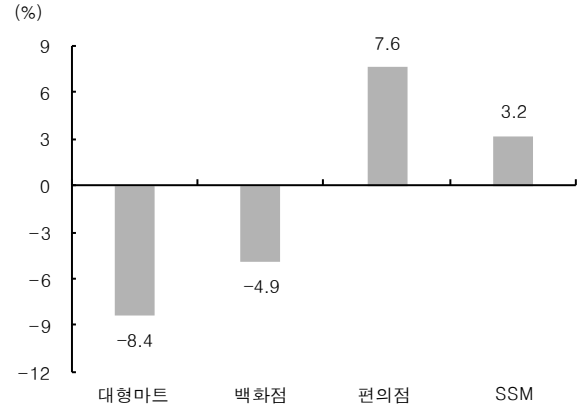
본 조서분석자료는 당사 리서치본부에서 신뢰할 만한 자료 및 정보를 바탕으로 작성한 것이나 당사는 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으며, 과거의 자료를 기초로 한 투자참고 자료로서 향후 주가 움직임은 과거의 패턴과 다를 수 있습니다. 고객께서는 자신의 판단과 책임 하에 종목 선택이나 투자시기에 대해 최종 결정하시기 바라며, 본 자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.

그림 1. 유통업체 전년대비 매출 증감률



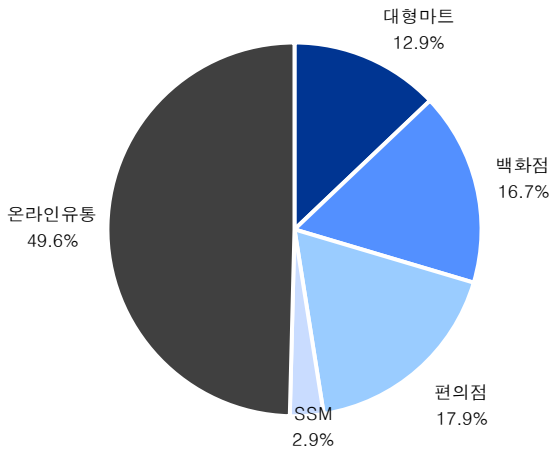
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 2. 오프라인 업체별 전년대비 매출 증감률



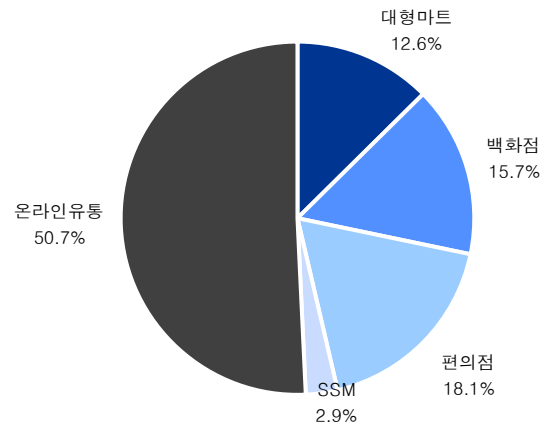
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 3. 7월 업체별 매출구성비



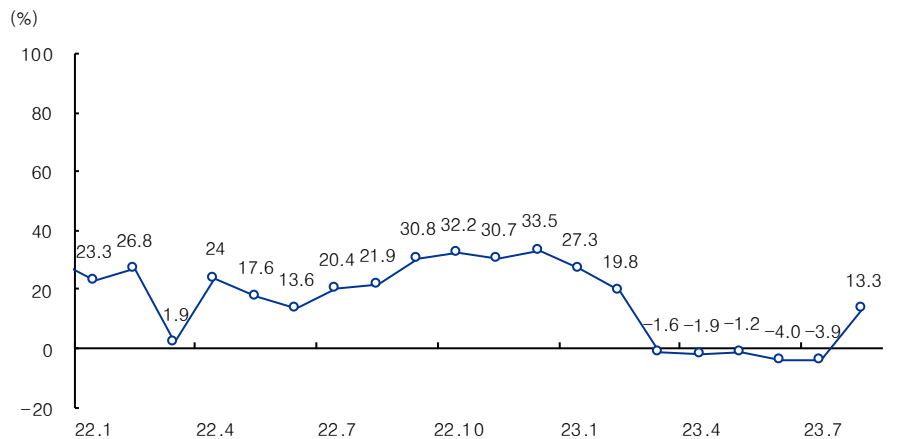
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 4. 8월 업체별 매출구성비



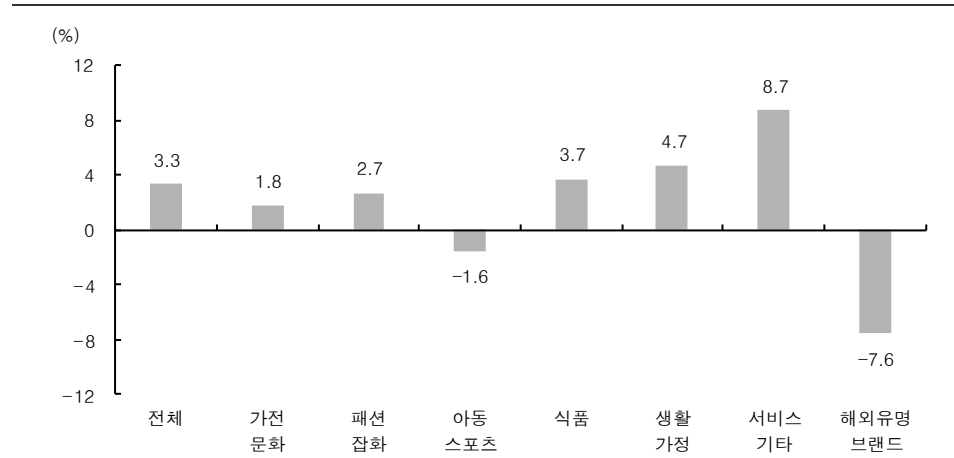
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 5. 온라인 서비스/기타 매출 전년대비 성장률 추이



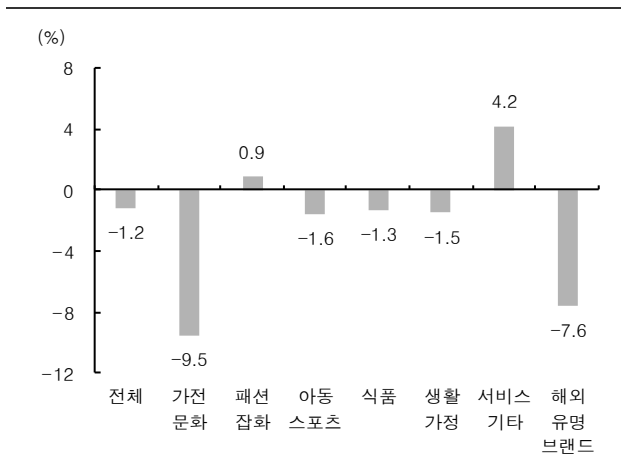
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 6. 유통업체 상품군별 전년대비 매출 증감률



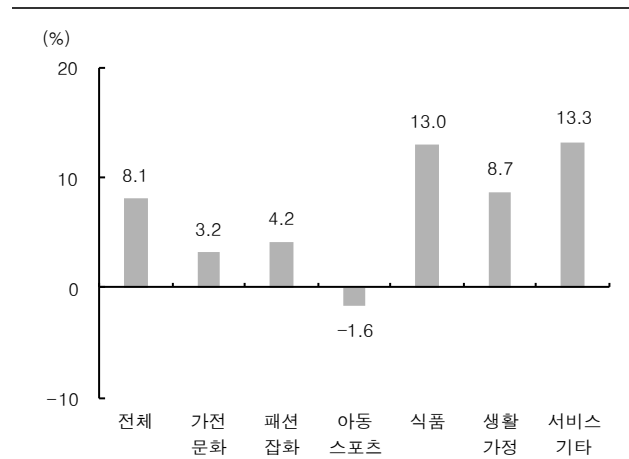
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 7. 오프라인 상품군별 매출동향



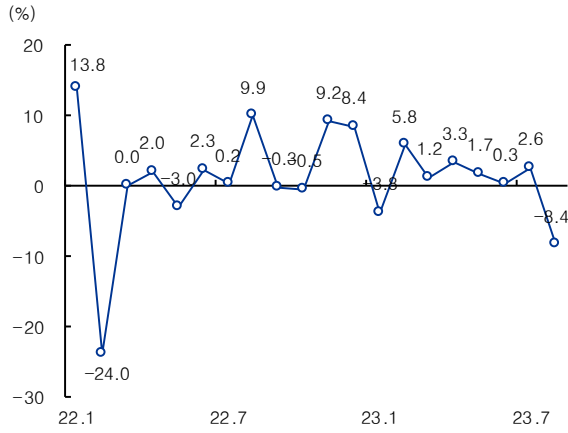
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 8. 온라인 상품군별 매출동향



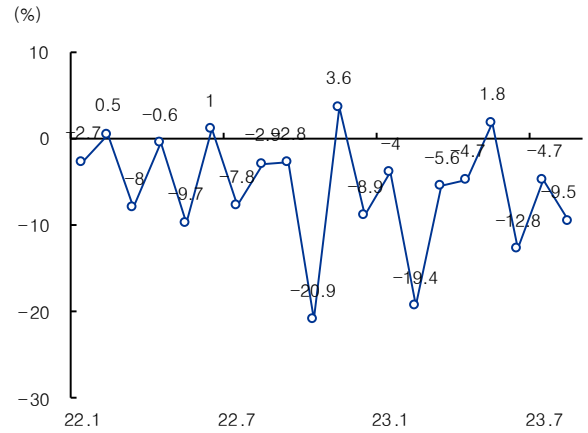
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 9. 대형마트 전년대비 성장률 추이



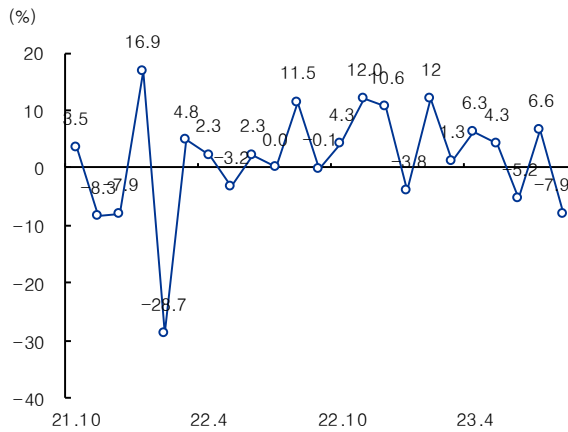
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 10. 대형마트 가전품목 전년대비 성장률 추이



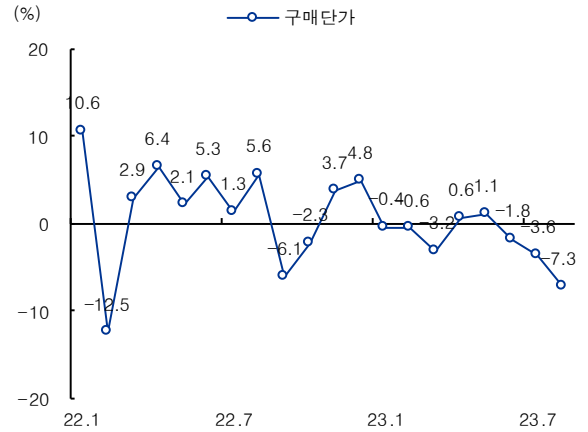
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 11. 대형마트 식품품목 전년대비 성장률 추이



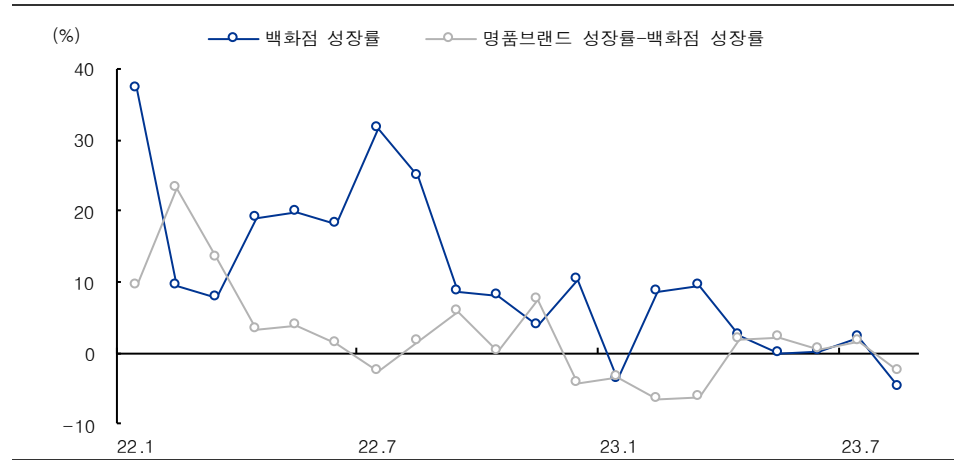
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 12. 대형마트 구매단가 전년대비 성장률 추이



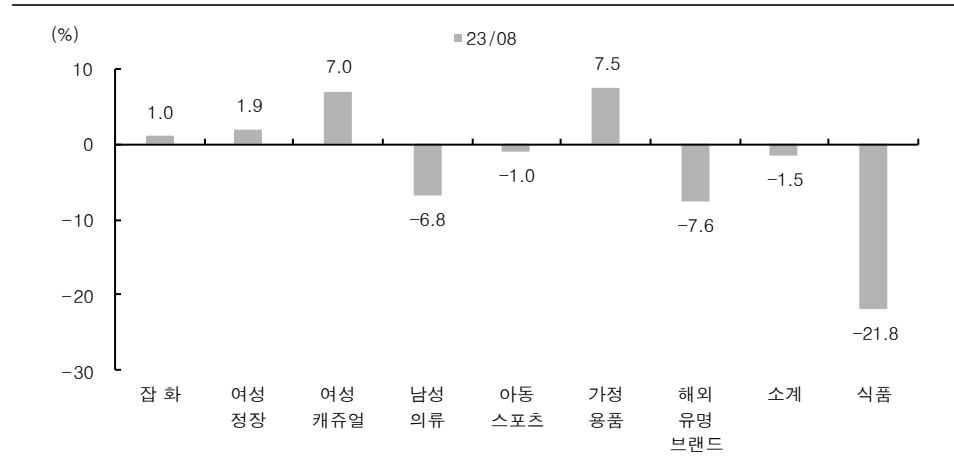
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 13. 백화점 전년대비 매출 증감률



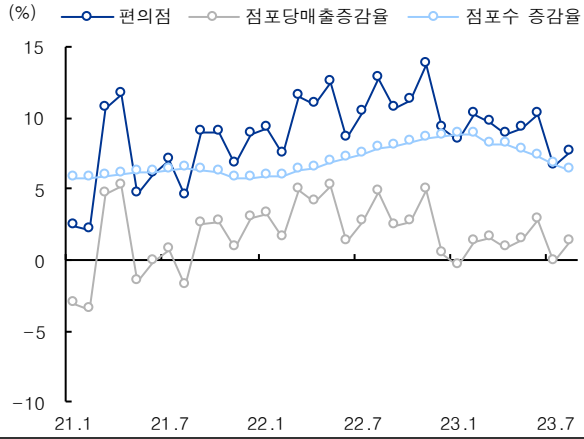
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 14. 8월 백화점 상품별 전년대비 매출 증감률



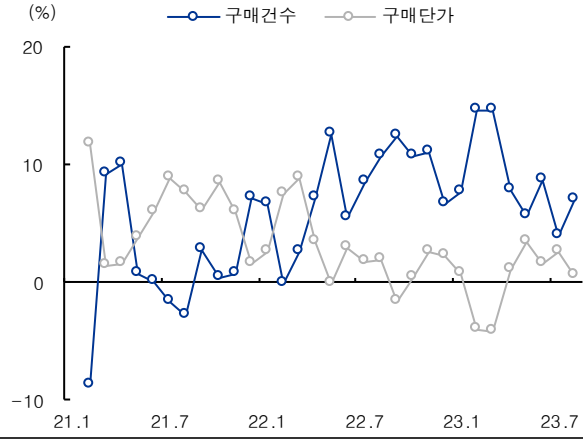
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 15. 편의점 산업 전년대비 성장률 추이



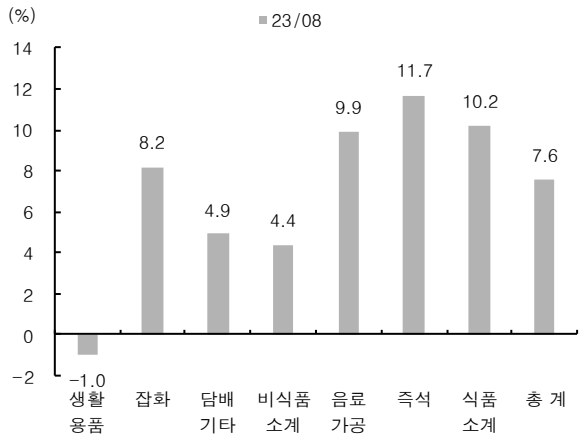
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 16. 편의점 구매 건수 및 단가 증감률



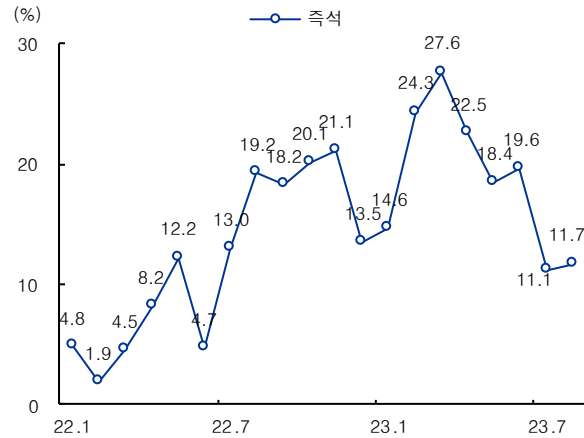
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 17. 8월 편의점 상품별 전년대비 매출 증감률



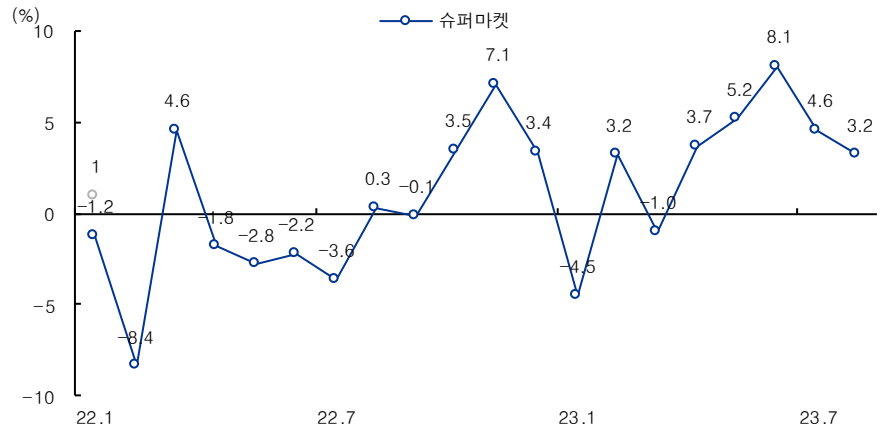
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 18. 편의점 즉석식품 전년대비 매출 증감률



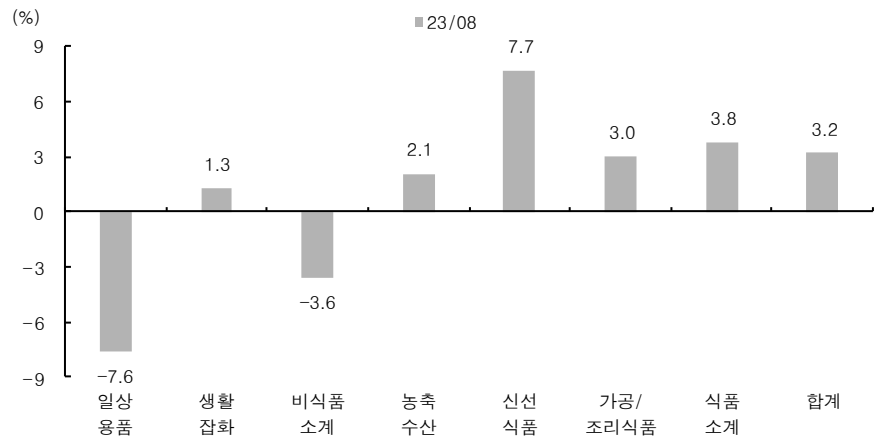
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 19. 슈퍼마켓 전년대비 매출 증감률



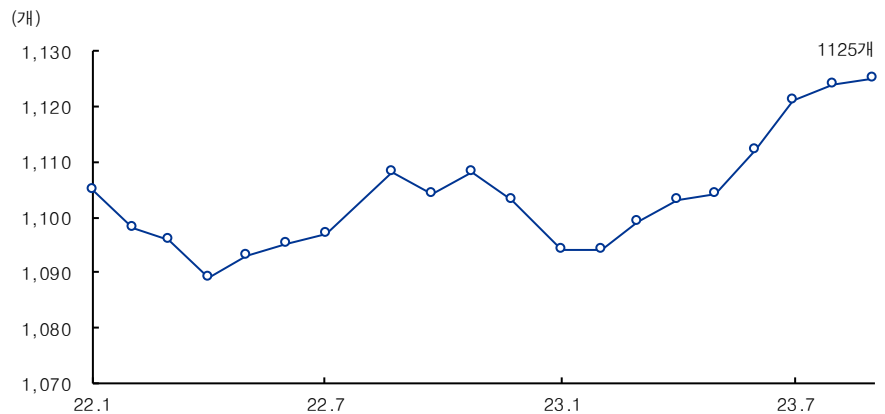
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 20. 8월 슈퍼마켓 상품별 전년대비 매출 증감률



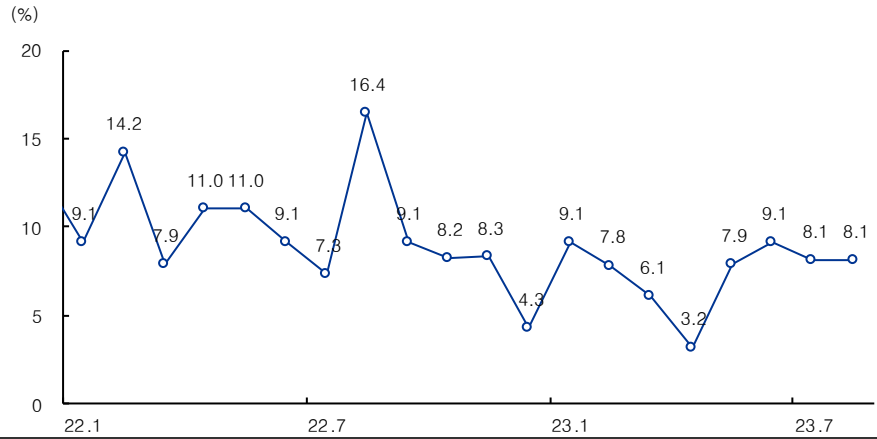
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 21. 8월 슈퍼마켓 점포수 추이



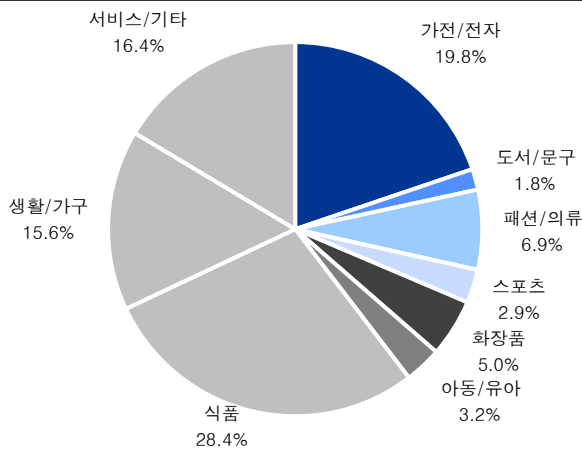
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 22. 온라인 전년대비 성장률 추이



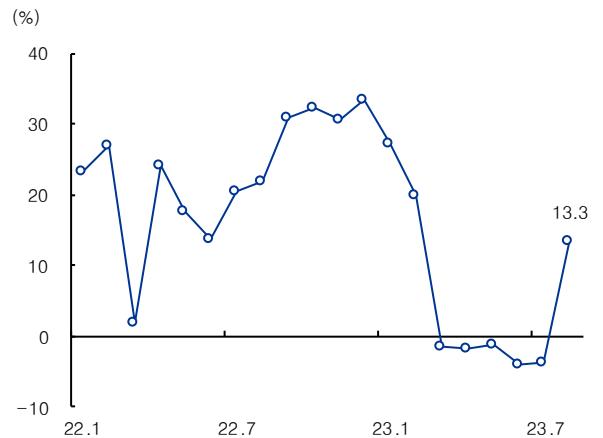
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 23. 온라인 상품군별 매출 비중



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

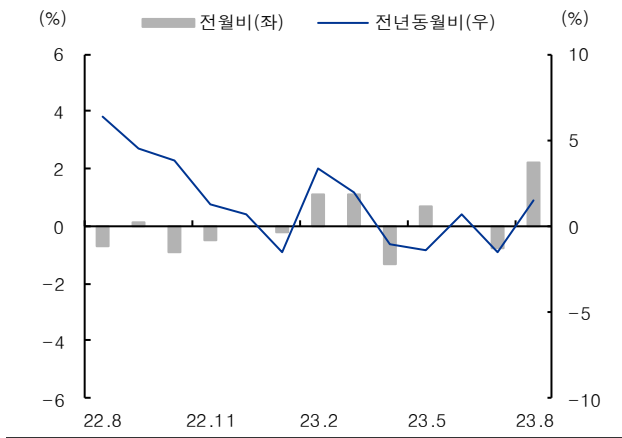
그림 24. 온라인 서비스/기타 전년대비 성장률 추이



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

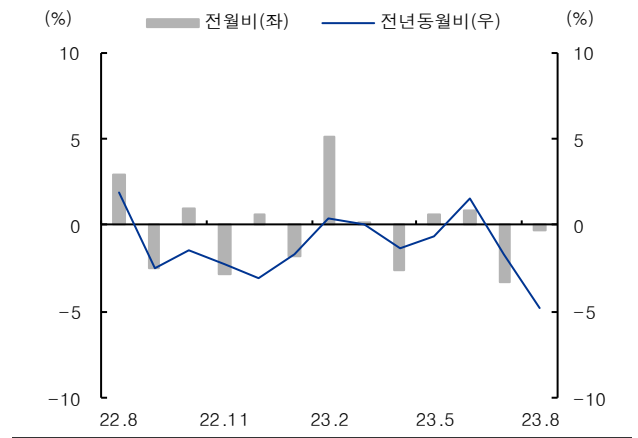


그림 25. 전산업생산 전월비, 전년동월비 추이



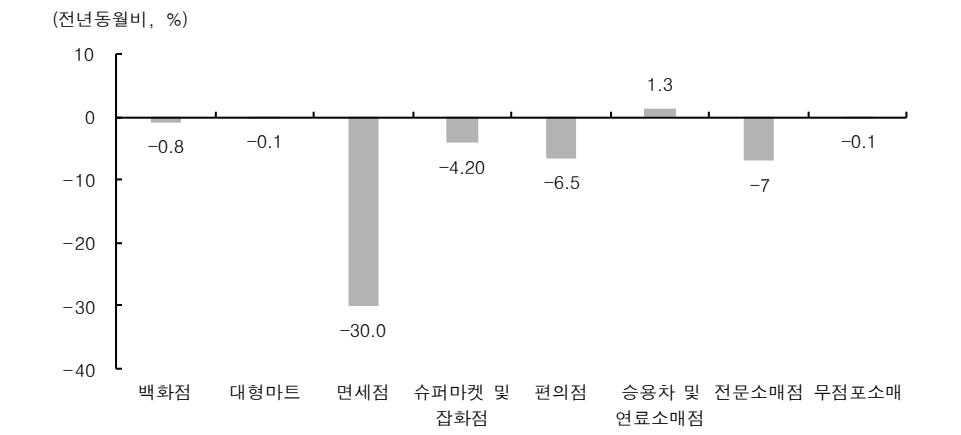
자료: 통계청, IBK투자증권

그림 26. 소매판매 전월비, 전년동월비 추이



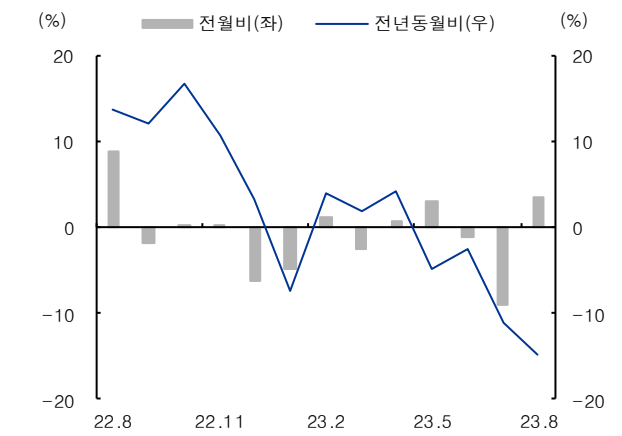
자료: 통계청, IBK투자증권

그림 27. 소매업태별 판매



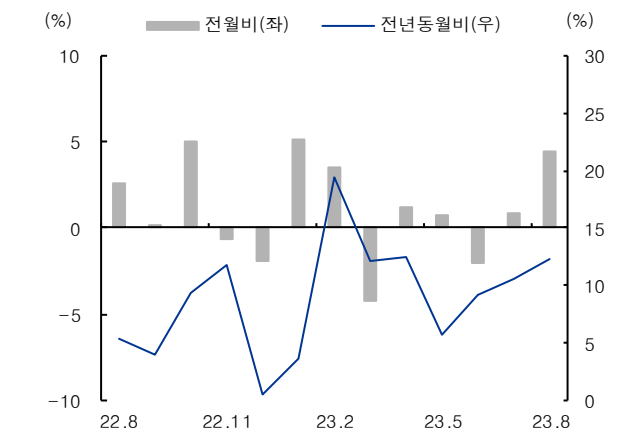
자료: 통계청, IBK투자증권

그림 28. 설비투자 전월비, 전년동월비 추이



자료: 통계청, IBK투자증권

그림 29. 건설기성 전월비, 전년동월비 추이



자료: 통계청, IBK투자증권

표 1. 유통업체 매출동향(계속)

	22/08	22/09	22/10	22/11	22/12	23/01	23/02	23/03	23/04	23/05	23/06	23/07	23/08
<b>대형마트</b>													
가전문화	-2.9	-2.8	-20.9	3.6	-8.9	-4.0	-19.4	-5.6	-4.7	1.8	-12.8	-4.7	-9.5
의류	15.7	12.6	2.7	-5.2	14.2	0.2	14.5	17.4	-8.0	-3.6	-1.3	-3.6	-7.2
가정/생활	8.9	-5.1	-7.1	10.4	5.1	-6.9	-1.6	-1.6	-0.4	-5.3	-6.8	-2.2	-12.8
스포츠	8.0	7.2	51.3	2.3	29.6	2.8	10.9	14.7	-0.6	-7.7	-7.0	-10.5	-4.8
잡화	17.5	6.4	-33.7	-4.9	24.4	0.7	10.8	10.4	-6.8	-6.3	-6.8	-5.8	-3.2
소계	5.6	-1.2	-9.6	4.3	3.5	-4.4	-6.5	6.9	8.1	-2.9	-8.0	-4.2	-10.0
식품	11.5	-0.1	4.3	12.0	10.6	-3.8	12.0	1.3	6.3	4.3	-5.2	6.6	-7.9
총계	9.9	-0.3	-0.5	9.2	8.4	-3.8	5.8	1.2	3.3	1.7	0.3	2.6	-8.4
구매건수	4.1	6.2	1.8	5.3	3.4	-3.4	6.4	4.5	2.7	0.6	2.1	6.5	-1.2
구매단가	5.6	-6.1	-2.3	3.7	4.8	-0.4	-0.6	-3.2	0.6	1.1	-1.8	-3.6	-7.3
점포당매출	12.2	1.1	1.0	10.7	9.8	-2.5	7.2	2.5	4.7	3.6	1.4	4.3	-7.0
<b>백화점</b>													
잡 화	23.9	18.2	13.9	5.9	10.0	-0.6	12.7	20.3	7.3	2.6	2.2	-2.2	1.0
여성정장	27.5	31.3	9.7	1.8	12.5	-3.4	15.8	16.1	1.3	-0.3	-0.6	-2.8	1.9
여성캐주얼	41.9	14.1	19.0	3.9	25.2	7.7	30.1	23.7	6.2	3.8	7.9	4.0	7.0
남성의류	31.2	20.2	13.5	-0.4	13.8	-2.2	12.8	12.4	-2.2	-6.0	-4.4	-4.0	-6.8
아동스포츠	33.8	21.3	16.6	0.4	27.6	7.1	18.1	14.5	1.3	-0.3	-1.0	0.0	-1.0
가정용품	-13.7	-14.3	-11.1	-14.1	-10.4	-18.4	-7.1	-7.8	-8.4	-13.0	-6.8	2.7	7.5
해외유명브랜드	26.4	14.2	8.1	11.3	6.0	-7.2	2.1	3.3	4.5	1.9	0.9	3.7	-7.6
소계	18.3	12.2	8.0	3.1	9.4	-5.3	6.8	8.3	1.9	-1.0	-0.2	1.4	-1.5
식품	66.5	-12.8	9.6	8.8	16.5	2.3	17.2	16.2	10.2	5.4	4.6	6.6	-21.8
총계	24.8	8.5	8.0	3.7	10.3	-3.7	8.6	9.5	2.5	-0.2	0.3	2.1	-4.9
구매건수	23.9	8.6	4.9	1.2	11.6	-0.5	14.4	13.9	2.8	-0.1	0.2	-0.5	2.5
구매단가	0.7	-0.1	3.0	2.5	-1.2	-3.3	-5.1	-3.9	-0.3	0.0	0.1	2.6	-7.2
점포당매출	24.8	8.5	8.0	3.7	10.3	-3.7	8.6	9.5	2.5	-0.2	0.3	2.1	-4.9
<b>편의점</b>													
생활용품	27.9	14.1	19.8	18.8	25.9	19.5	16.7	16.3	17.8	10.4	4.4	5.3	-1.0
잡화	18.5	9.3	13.1	17.6	16.6	23.7	14.0	15.9	24.1	19.6	15.4	16.5	8.2
담배 등 기타	11.0	7.9	8.1	7.8	6.4	9.4	6.0	0.3	4.3	6.2	7.3	5.8	4.9
소계	12.5	8.5	9.2	8.9	8.3	10.6	7.0	1.8	5.8	6.9	7.3	6.0	4.4
음료 등 가공	11.9	11.4	11.5	17.6	9.2	5.3	11.0	15.3	9.5	9.7	11.5	6.3	9.9
즉석(신선일부)	19.2	18.2	20.1	21.1	13.5	14.6	24.3	27.6	22.5	18.4	19.6	11.1	11.7
소계	13.1	12.4	12.9	18.2	9.9	6.7	13.0	17.3	11.6	11.1	12.8	7.1	10.2
총계	12.8	10.6	11.2	13.8	9.2	8.4	10.2	9.7	8.9	9.2	10.3	6.6	7.6
구매건수	10.8	12.5	10.7	11.1	6.7	7.7	14.7	14.6	7.8	5.7	8.7	3.9	7.0
구매단가	1.9	-1.7	0.4	2.5	2.3	0.7	-4.0	-4.2	1.0	3.4	1.5	2.6	0.6
점포증가율	4.7	2.4	2.7	4.9	8.7	8.9	8.9	8.1	8.1	7.7	7.3	6.7	6.3
점포당매출	7.8	8.0	8.3	8.5	0.4	-0.4	1.2	1.5	0.8	1.4	2.8	-0.1	1.2

표 2. 유통업체 매출동향

	22/08	22/09	22/10	22/11	22/12	23/01	23/02	23/03	23/04	23/05	23/06	23/07	23/08
<b>온라인유통</b>													
가전/전자	4.1	2.7	-0.1	-3.7	-5.3	6.5	-0.6	8.2	-0.7	5.7	5.7	5.9	2.9
도서/문구	3.6	3.7	4.7	6.0	0.3	1.2	5.7	-2.4	3.1	10.6	10.1	9.6	6.5
패션/의류	18.2	8.9	1.0	-2.3	10.5	0.2	12.2	12.2	-5.1	-0.2	-2.2	-7.5	-2.0
스포츠	5.9	-0.4	-7.0	-3.7	-0.3	-7.7	2.3	0.9	-8.7	-4.9	1.0	-10.4	-5.6
화장품	23.1	12.5	14.5	16.1	11.2	12.2	11.2	18.1	11.5	10.2	18.3	17.4	14.1
아동/유아	5.4	-1.4	-2.4	0.5	-5.8	-1.7	-2.7	2.4	-4.7	3.9	5.1	3.0	2.3
식품	27.8	9.2	15.6	17.6	13.4	10.7	13.6	7.5	14.1	19.0	22.3	22.1	13.0
생활/가구	15.3	4.4	0.9	5.3	-16.9	4.1	1.2	4.8	3.9	11.9	13.8	14.0	8.7
서비스/기타	21.9	30.8	32.2	30.7	33.5	27.3	19.8	-1.6	-1.9	-1.2	-4.0	-3.9	13.3
총계	16.4	9.1	8.2	8.3	4.3	9.1	7.8	6.1	3.2	7.9	9.1	8.1	8.1

주: 온라인 유통 12개사: G마켓글로벌(G마켓, 옥션), 11번가, 인터파크, 쿠팡, SSG(이마트, 신세계), 에이케이몰, 홈플러스, 갤러리아몰, 롯데마트, 롯데온, 위메프, 티몬  
 자료: 산업통상자원부, IBK투자증권