

Industry Comment

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

중립 (유지)

유통업체 매출 동향

1월: 백화점이 주도한 시장

- 2026년 1월 주요 유통채널 간 격차 확대:
온라인 +8.2%, 대형마트 -18.8%, 백화점 +13.4%, 편의점 +0.8%, SSM -4.4%
- 명품 +31.0%로 백화점 상승 견인, 대형마트는 명절 시점차 및 홈플러스 폐점 효과로 부진
- 온라인은 배송서비스 강화 및 배송일수 증가로 고 성장세 지속

백화점 명품과 낙수 효과

2026년 1월 유통업체 매출액은 전년동기대비 +4.4% 성장하였다. 오프라인은 -0.6% 감소하며 4개월만에 하락세로 전환하였고, 온라인은 +8.2%로 4개월만에 가장 높은 상승폭을 기록하였다. 설 명절 시점 차이에 따른 여파가 일부 작용하였지만, 오프라인은 전체적으로 부진하였다고 판단한다. 특히, 대형마트 감소가 뚜렷하게 나타났다. 대형마트는 전년동월대비 -18.8% 감소하였으며, 백화점은 +13.4% 성장하면서 채널간 양극화가 뚜렷하게 목격되었다. 단순히 설 명절 시점 차이에 따른 영향으로 해석하기에는 한계가 있는 것이다. 편의점도 전년동월대비 +0.8% 성장하였는데, 이는 지난해 기저와 지속적인 폐점에 따른 효과가 작용한 것으로 판단한다. 백화점 펀더멘탈은 지속적으로 개선되는 것으로 분석한다. 1월의 경우 해외유명브랜드 성장과 함께 패션/의류(여성 +21.1%, 남성 +11.6% 등) 판매량 증가가 견인하였다. 계절적 성수기 효과와 더불어 집객력 증가에 따른 낙수 효과가 영향을 미친 것으로 보인다. 특히, 지난해 12월과 올 1월 추이를 감안할 때 정상 판매 비중은 높아졌을 가능성이 높으며, 이는 이익 기여도를 높여줄 수 있다는 점에서 1분기 실적 성장은 무리가 없을 전망이다.

1월 대형마트의 감소는 설 명절 시점차에 따른 효과가 크다. 하지만, 2025년 연중 -4.2% 감소 하였다는 점을 감안하면 부진은 가중되고 있는 것으로 판단한다. 1~2월 홈플러스 폐점에 따른 영향도 있지만, 점포당 매출액이 큰 폭으로 감소하고 있다는 점을 고려하면 업황 전체적으로 부진했을 가능성이 크다. 2025년 초 홈플러스 점포수는 약 126개였으나, 점포 폐점이 지속되며 최근 111개까지 감소하였다. 이는 단순 점포수 감소만으로도 -3% 이상의 감소효과가 있고, 상품력 약화 등에 따른 집객력 감소를 고려하면 이보다 더 크게 작용하였다는 판단이다.

온라인은 여전히 견조

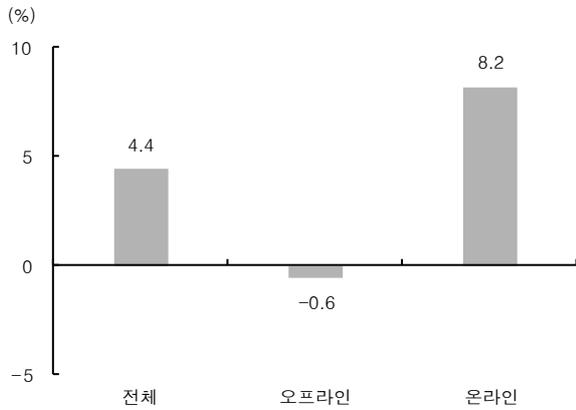
온라인은 여전히 강력한 수요를 보여주었다. 쿠팡 사태에 따른 일부 반발심리가 작용하였음에도 불구하고 배송일 수(2026년 1월 롯데 주7일 배송) 증가와 상품군(식품 등) 침투율 증가로 4개월만에 가장 높은 성장률을 기록하였다. 특히 전월 패션/의류, 서비스/기타 등에서 일부 하락하는 모습이 나타났지만, 1월 들어 모든 상품군에서 성장이 나타나며 온라인으로의 전환이 여전히 유효한 모습을 보여주었다.

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

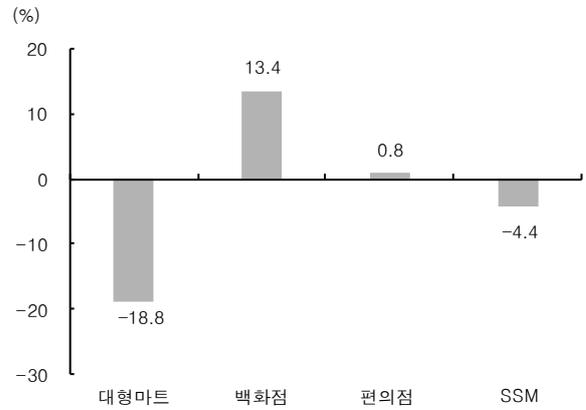
(대형마트에 농협/하나로마트, 편의점에 이마트24, 온라인에 네이버 추가)

그림 1. 1월 유통업체 전년대비 매출 증감률



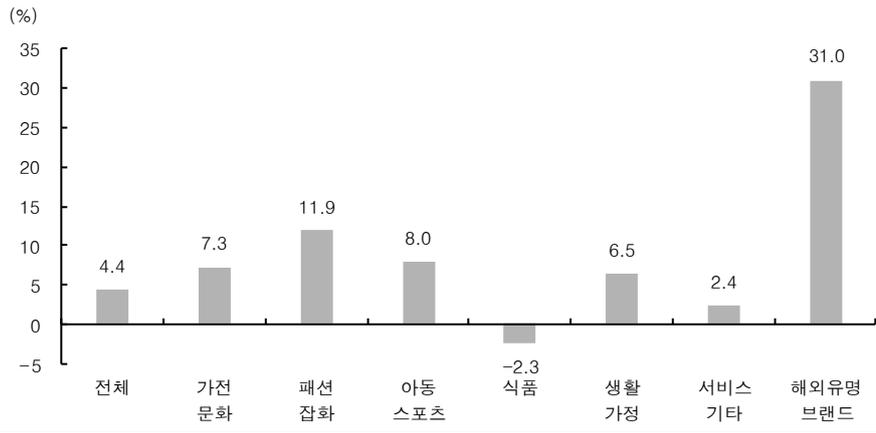
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 2. 1월 오프라인 업체별 전년대비 매출 증감률



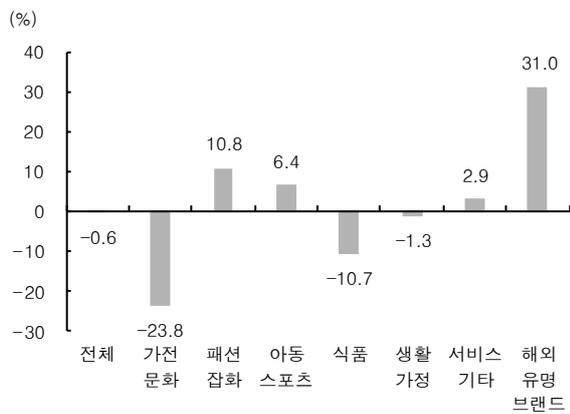
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 3. 전체 유통업체 상품군별 전년대비 매출 증감률



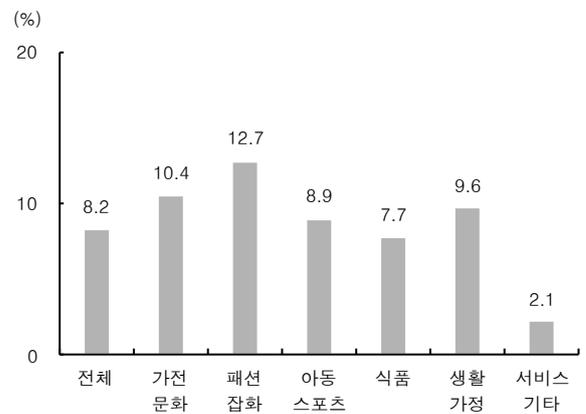
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 4. 오프라인 상품군별 매출 증감률



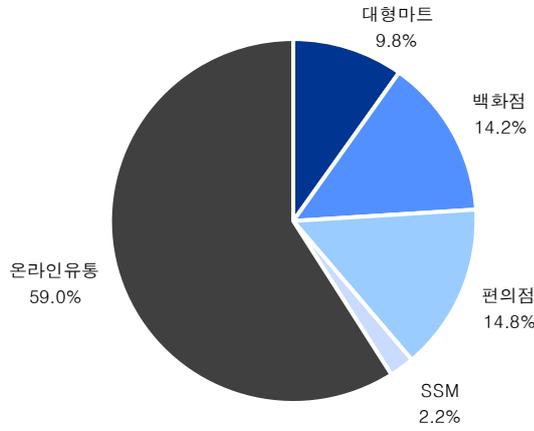
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 5. 온라인 상품군별 매출 증감률



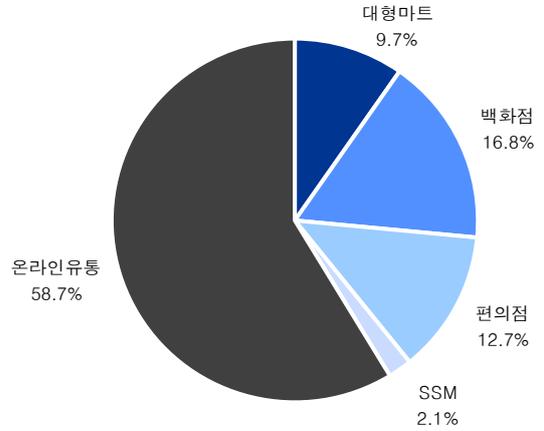
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 6. 2025년 12월 업태별 매출구성비



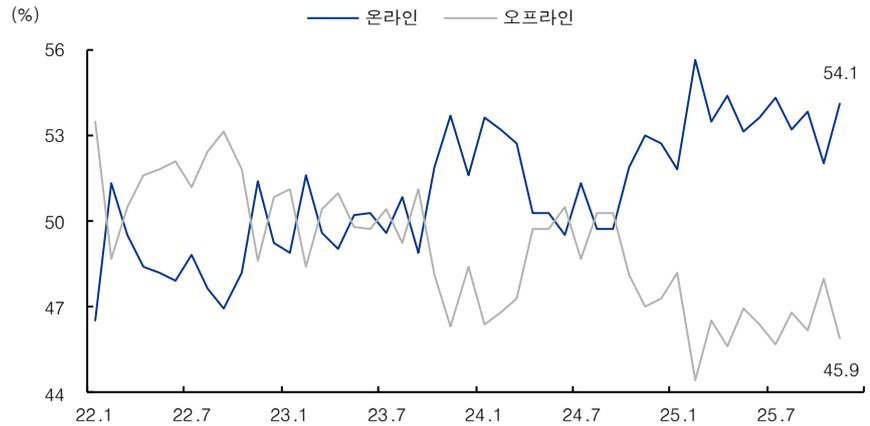
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 7. 2026년 1월 업태별 매출구성비



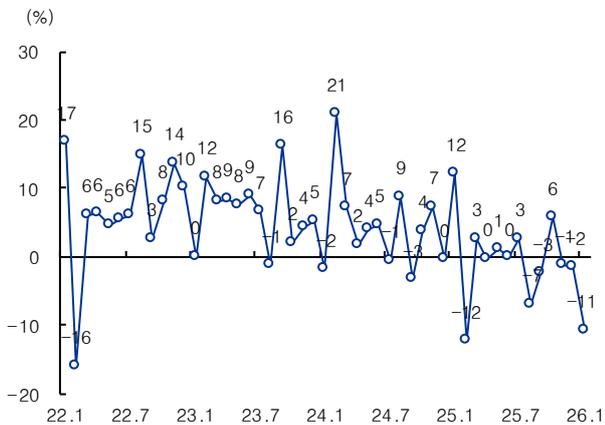
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 8. 유통업체 온/오프라인 점유율 추이(이전 통계 기준)



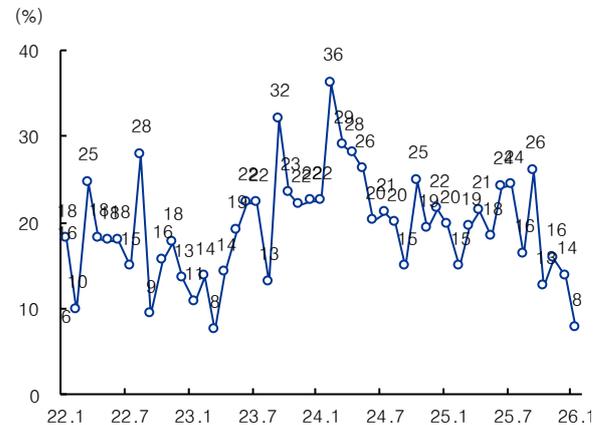
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 9. 오프라인 식품품목 전년대비 성장률 추이



자료: 산업통상부, IBK투자증권

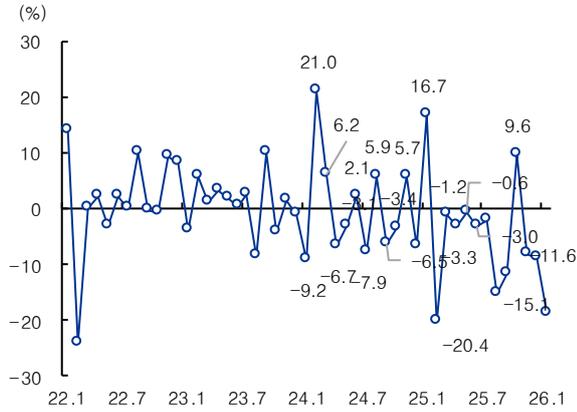
그림 10. 온라인 식품품목 전년대비 성장률 추이



자료: 산업통상부, IBK투자증권

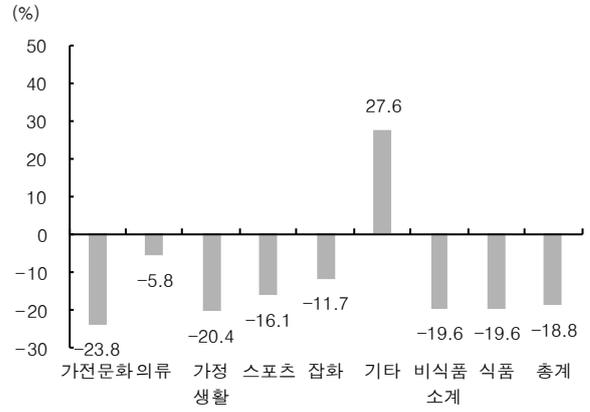
[오프라인-대형마트]

그림 17. 대형마트 전년대비 성장률 추이



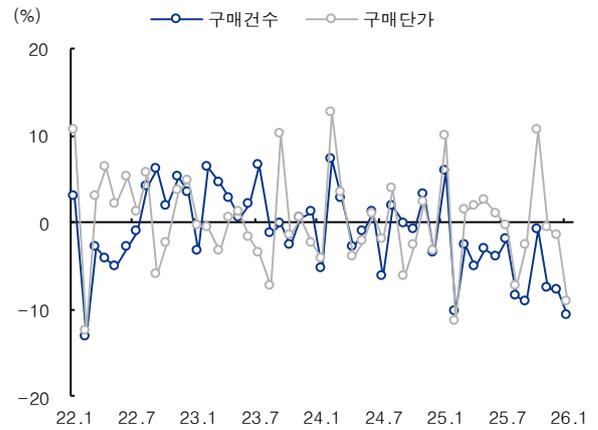
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 18. 대형마트 1월 상품군별 성장률 추이



자료: 산업통상부, IBK투자증권

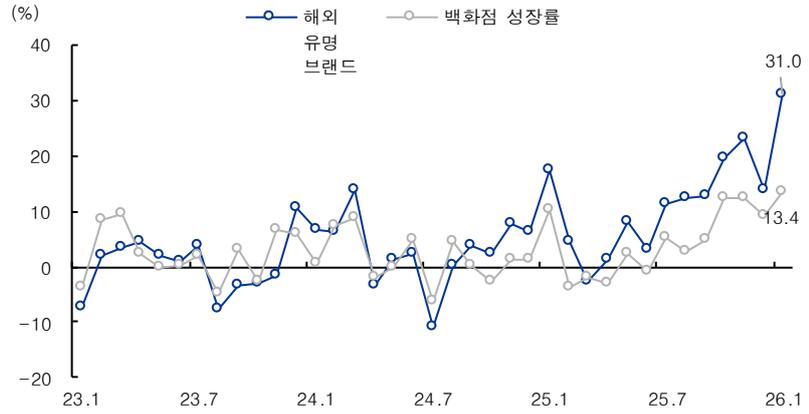
그림 19. 대형마트 구매건수, 구매단가 전년대비 성장률 추이



자료: 산업통상부, IBK투자증권

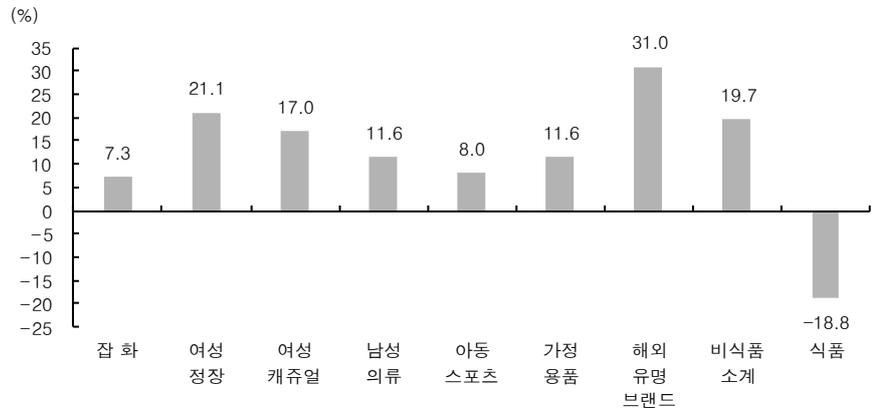
[오프라인-백화점]

그림 20. 백화점, 해외 유명 브랜드(명품) 전년대비 매출 증감률



자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 21. 백화점 1월 상품별 전년대비 매출 증감률



자료: 산업통상부, IBK투자증권

[오프라인-편의점]

그림 22. 편의점 전년대비 성장률 추이



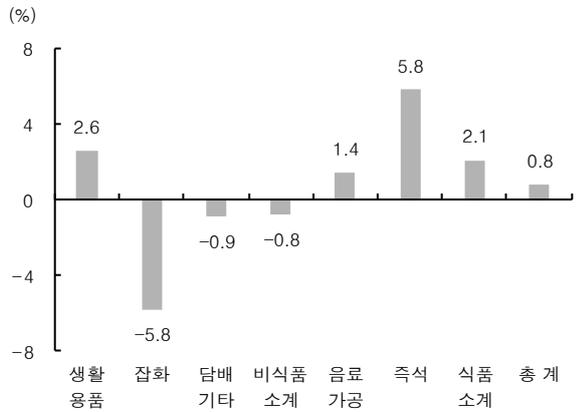
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 23. 편의점 즉석식품 성장률 추이



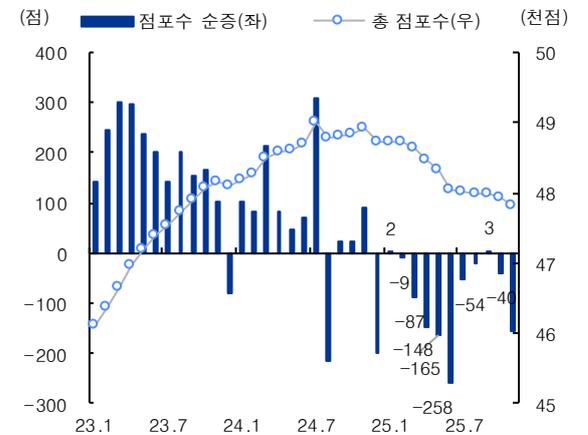
자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 24. 편의점 1월 상품별 전년대비 매출 증감률



자료: 산업통상부, IBK투자증권

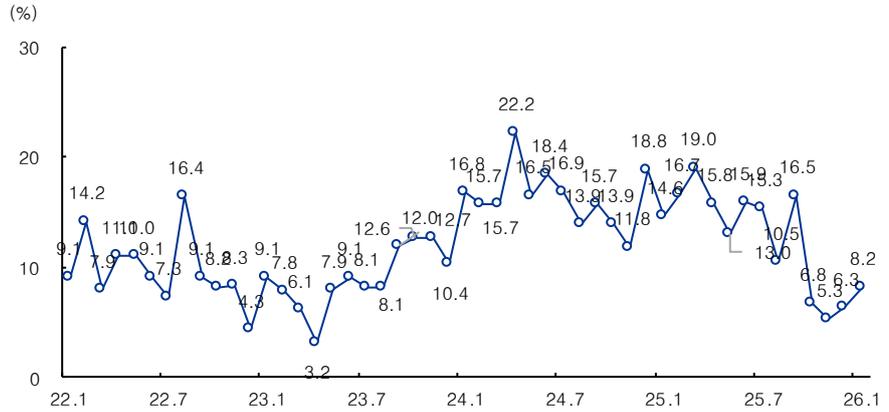
그림 25. 편의점 월별 점포수 순증 추이(이전 통계 기준)



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

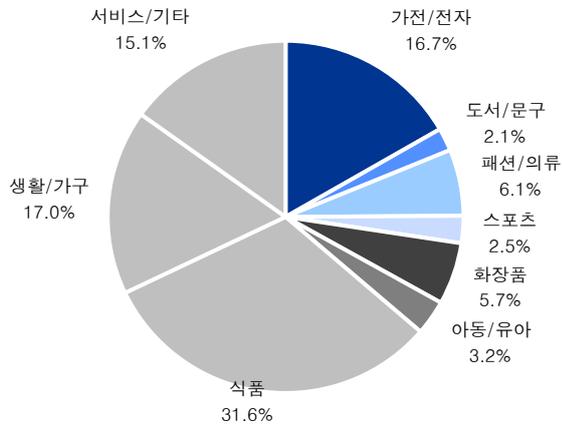
[온라인]

그림 26. 온라인 전년대비 성장률 추이



자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 27. 1월 온라인 상품군별 매출 비중



자료: 산업통상부, IBK투자증권

그림 28. 온라인 서비스/기타 전년대비 성장률 추이



자료: 산업통상부, IBK투자증권

표 1. 유통업체 매출동향(계속)

	25/01	25/02	25/03	25/04	25/05	25/06	25/07	25/08	25/09	25/10	25/11	25/12	26/01
대형마트													
가전문화	7.3	-11.0	-20.1	-12.1	-7.8	-16.8	-8.5	-17.9	-23.1	0.9	-12.2	-11.5	-23.8
의류	12.2	-23.2	-6.2	-15.6	-4.5	-10.7	-5.6	-7.4	-15.3	0.5	-9.2	-3.2	-5.8
가정/생활	8.1	-22.5	-4.1	-7.4	-4.8	-9.0	-10.1	-17.8	-21.3	4.6	-17.4	-15.8	-20.4
스포츠	1.3	-29.6	-17.3	-20.5	-12.5	-17.6	-8.8	-17.9	-28.6	-2.9	-10.9	-13.5	-16.1
잡화	8.4	-21.5	-7.8	-12.8	-7.3	-10.7	-7.0	-13.6	-21.1	4.5	-11.4	-14.9	-11.7
비식품 소계	7.8	-19.4	-10.6	-11.3	-6.3	-12.2	-8.7	-16.6	-21.6	2.3	-13.8	-12.5	-19.6
식품	19.5	-21.8	1.6	-1.3	0.4	-0.1	-0.8	-16.0	-8.9	11.4	-7.3	-8.9	-19.6
총계	16.7	-20.4	-1.2	-3.3	-0.6	-3.0	-2.2	-15.1	-11.6	9.6	-8.3	-9.0	-18.8
구매건수	6.0	-10.3	-2.6	-5.0	-3.0	-4.0	-1.9	-8.4	-9.2	-0.9	-7.6	-7.8	-10.7
구매단가	10.0	-11.3	1.4	1.8	2.5	1.0	-0.3	-7.3	-2.7	10.7	-0.7	-1.4	-9.1
점포당매출	18.0	-19.3	0.6	-2.1	1.2	-1.7	-1.3	-13.9	-10.2	10.9	-7.4	-7.1	-15.7
백화점													
잡화	0.5	-6.5	-3.8	-6.5	-5.7	-13.3	-10.3	-5.5	-1.5	6.8	3.9	3.4	7.3
여성정장	-6.2	-3.1	-5.4	-8.1	-2.0	2.5	7.3	4.2	6.1	2.8	8.4	7.0	21.1
여성캐주얼	2.2	-11.2	-3.3	-7.1	-2.2	-4.7	2.7	0.9	2.4	13.9	2.2	13.9	17.0
남성의류	0.7	-11.3	-8.9	-11.3	-5.3	-2.4	1.2	2.8	-3.2	2.8	7.7	2.9	11.6
아동스포츠	9.3	-7.6	-1.6	-6.2	-1.3	-3.1	1.7	2.4	-1.7	8.3	4.3	3.7	8.0
가정용품	-1.1	4.3	-2.2	-6.2	2.0	-2.1	8.9	0.1	-4.3	-0.8	5.7	3.8	11.6
해외유명브랜드	17.3	4.5	-2.7	1.1	8.1	2.9	11.3	12.4	12.6	19.5	23.3	13.7	31.0
비식품 소계	7.2	-0.7	-3.3	-3.9	1.9	-1.6	5.3	5.1	4.2	10.5	12.0	9.0	19.7
식품	24.9	-21.2	3.5	4.5	4.4	1.3	3.4	-9.9	4.1	16.4	5.0	6.5	-18.8
총계	10.3	-3.6	-2.1	-2.9	2.3	-0.9	5.1	2.8	4.8	12.2	12.3	9.3	13.4
구매건수	0.2	-3.2	-6.5	-4.4	-2.0	-4.0	-0.8	-2.6	-4.8	3.0	0.3	4.8	11.5
구매단가	10.1	-0.4	4.7	1.6	4.4	3.2	6.0	5.6	10.1	9.0	12.0	4.3	1.7
점포당매출	14.1	-0.2	1.3	0.5	7.7	4.3	12.6	6.5	8.6	16.2	16.3	13.2	17.4
편의점													
생활용품	3.2	-11.7	-2.0	-0.2	3.4	-0.7	0.2	2.8	2.5	8.5	0.2	2.6	2.6
잡화	-3.5	-16.1	-4.4	-1.6	2.5	-3.2	-10.9	-2.9	4.1	3.0	-3.1	2.6	-5.8
담배 등 기타	0.0	-3.0	0.9	-0.7	-1.0	0.3	2.3	-0.9	1.6	-2.3	-1.4	-0.9	-0.9
비식품 소계	0.2	-4.2	0.5	-0.7	-0.6	0.1	1.7	-0.7	1.8	-1.2	-1.3	-0.5	-0.8
음료 등 가공	3.3	-6.2	1.7	-1.2	-0.1	-2.1	5.5	2.1	-1.7	2.7	1.9	2.9	1.4
즉석(신선일부)	-5.2	-5.0	-2.5	-2.0	-3.0	-2.3	2.1	-0.3	6.6	-4.6	-0.1	2.8	5.8
식품 소계	1.8	-6.0	0.9	-1.4	-0.6	-2.1	5.0	1.7	-0.4	1.4	1.5	2.9	2.1
총계	1.1	-5.2	0.8	-1.1	-0.6	-1.2	3.5	0.7	0.6	0.3	0.3	1.4	0.8
구매건수	-2.6	-5.9	-1.0	-3.3	-3.5	-3.5	0.0	-2.7	-1.3	-4.3	-2.1	-0.7	-0.2
구매단가	3.8	0.8	1.8	2.3	3.0	2.5	3.6	3.5	1.9	4.8	2.5	2.1	1.1
점포증가율	0.1	0.0	-0.6	-0.9	-1.2	-1.8	-2.7	-2.6	-2.7	-3.4	-3.2	-2.9	-2.9
점포당매출	0.9	-5.1	1.3	-0.2	0.6	0.6	6.4	3.3	3.4	3.8	3.6	4.4	3.9

표 2. 유통업체 매출동향

	25/01	25/02	25/03	25/04	25/05	25/06	25/07	25/08	25/09	25/10	25/11	25/12	26/01
온라인유통													
가전/전자	-6.2	3.6	7.8	4.1	5.8	0.4	5.3	1.1	10.0	3.5	-0.8	9.4	10.4
도서/문구	-3.5	10.4	6.1	10.3	5.8	9.6	7.8	7.7	21.4	-5.0	4.4	7.2	9.6
패션/의류	-12.8	-9.7	-4.7	-8.6	-4.6	-0.8	1.0	-1.8	6.6	-1.3	-7.0	-2.4	10.1
스포츠	-11.9	-9.8	-10.1	-13.8	-12.7	-8.5	2.8	-1.6	3.1	-11.1	-14.1	-0.6	8.8
화장품	7.7	8.8	7.5	11.6	7.4	9.0	14.2	13.5	15.0	9.5	10.2	5.3	15.5
아동/유아	7.2	4.0	3.8	6.6	3.2	8.2	11.8	4.9	6.7	4.9	-0.1	3.3	8.9
식품	19.6	14.9	19.4	21.3	18.2	24.1	24.2	16.3	16.5	12.6	15.8	13.7	7.7
생활/가구	2.5	7.9	7.5	7.7	6.0	11.9	10.0	6.5	11.6	4.6	4.2	6.0	9.6
서비스/기타	73.3	76.3	78.3	50.1	37.3	38.7	24.9	18.1	16.1	8.6	3.0	-2.4	2.1
총계	14.6	16.7	19.0	15.8	13.0	15.9	15.3	10.5	16.5	6.8	5.3	6.3	8.2

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.