

Industry Comment

Analyst 안지영, 황병준

02) 6915-5675

jyahn@ibks.com

비중확대 (유지)

유통업

9월 유통업 매출 8.5%(오프라인 1.0%, 온라인 20.0%) 증가

- 2020년 9월 유통업 매출 성장은 8.5%(오프라인 +1.0%, 온라인 20.0%)로 주요 편의점 +2.3%, 대형마트 +5.3%, SSM +4.6% 시현한 반면 백화점만 6.2% 역신장에 그침
- 온라인 내 식품은 +60%(1월 18.9%, 2월 92.5%, 3월 75.4%, 4월 56.4% 5월 38.8%, 6월 37.2% 7월 46% 8월 43%)로 2월 3월 이후 높은 수준. 그 외에 도서 32.4%, 가전 26.0%, 화장품 19.3%, 생활가구 14.7% 등의 카테고리에서 성장성 주도
- 9월 유통업은 가전 22.3%, 식품 18.5%, 생활 14.2% 등 명절과 실내 관련 모멘텀을 반영

9월 명절 수요에 따른 식품 부문 큰 폭 성장. 늦은 추석 영향 반영

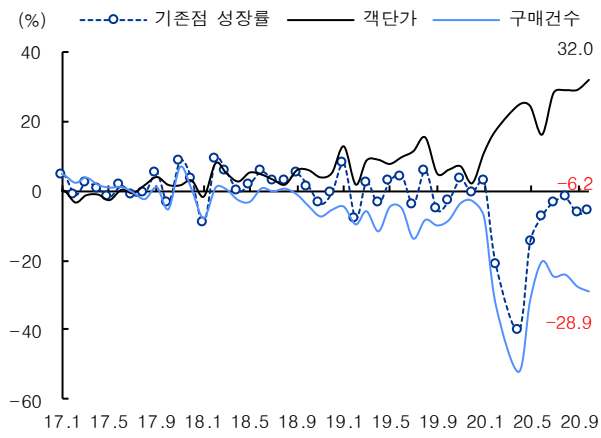
2020년 9월 주요 유통업체 매출은 전년동월대비 8.5% 증가했다. 온라인은 +20.0%로 기존 흐름을 유지, 오프라인은 +1.0%로 1월 이후 플러스 성장세로 전환했다. 오프라인 채널 별로는 백화점만 -6.2%에 그친 반면에 대형마트 +5.3%, SSM +4.6%, 편의점이 +2.3%의 성장세를 시현했다. 대형마트는 선물세트 판매가 9월에 반영되며 식품이 +14.9% 증가했다. SSM도 농수축산 +9.9%, 신선조리 +5.5%, 가공 +3.9% 등 식품 카테고리 전반에서 성장세를 시현했다.

- 1) 백화점은 해외 명품과 가정용품이 각각 전년대비 15.3%, 21.6%로 고성장세 지속. 명절 효과로 식품(+3.8%, 8월 -29.3%)이 증가 반전함. 반면에 잡화(-28.9%), 여성정장(-30.6%), 남성의류(-24.6%) 고마진 카테고리가 두 자리 수 역신장 폭이 8월 대비 확대됨. 사회적 거리두기 영향이 지속되고 있는 것으로 판단됨
- 2) 편의점은 음료 등 가공이 전년대비 +2.4% 증가했는데, 사회적 거리 두기 영향에 따른 가정용 주류 및 안주 판매의 증가가 반영됨. 주류 판매 증가와 함께 전자담배 주변기기 판매 증가로 담배 등 기타가 4.9% 성장함. 담배는 면세점 이용 감소에 따른 반사 효과를 반영함

9월 오프라인의 구매건수는 -11.6%(8월 -10.5%)로 역신장세가 지속된 반면에 구매단가는 +14.3%(7월 +8.9%)로 증가폭이 확대되었다. 채널별 구매단가는 대형마트 16.1%(8월 13.1%), 백화점 32.0%(8월 29.1%), 편의점 15.3%(8월 11.9%), SSM 12.2%(8월 7.1%)로 증가세를 유지하며 8월대비 개선되었다. 전년대비 늦은 추석으로 선물세트 수요를 반영했기 때문이다. 반면에 구매건수는 대형마트 -9.3%(8월 -13.7%), 백화점 -28.9%(8월 -27.5%), 편의점 -11.3%(8월 -8.6%), SSM -6.8%(7월 -13.7%)에 그쳤다. 9월 온라인은 추석 차례용품 및 선물세트 수요 증가와 실내 활동 증가로 식품이 +60%(7월 43%) 성장 폭을 확대했다. 실내 활동이 빈번해지는 라이프스타일의 변화로 가전/전자(26.0%) 카테고리도 고성장을 유지했다. 한편 10월 백화점은 이른 추위로 패션/잡화, 방한 용품 등 계절 상품 수요가 증가하고 있어 매출 회복도 가능할 전망이다.

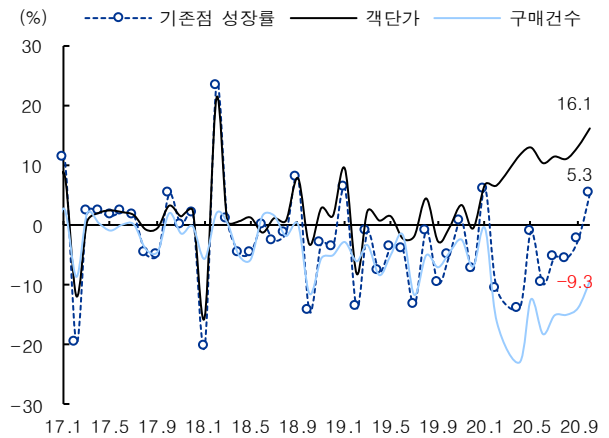
본 조사분석자료는 당사 리서치본부에서 신뢰할 만한 자료 및 정보를 바탕으로 작성한 것이나 당사는 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으며, 과거의 자료를 기초로 한 투자참고 자료로서 향후 주가 움직임은 과거의 패턴과 다를 수 있습니다. 고객께서는 자신의 판단과 책임 하에 종목 선택이나 투자시기에 대해 최종 결정하시기 바라며, 본 자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.

그림 1. 백화점 기준점, 객단가, 구매건수 성장률(yoy) 추이



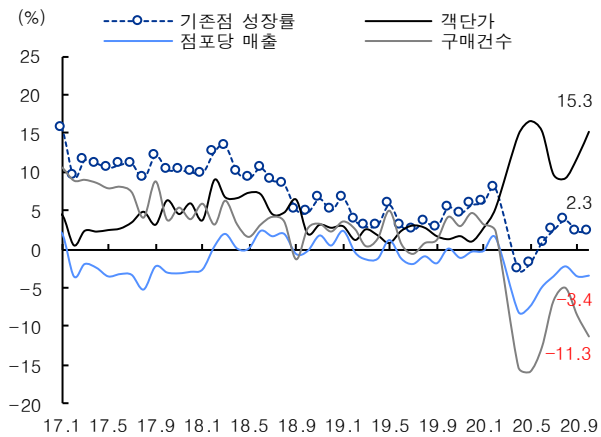
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 2. 대형마트 기준점, 객단가, 구매건수 성장률(yoy) 추이



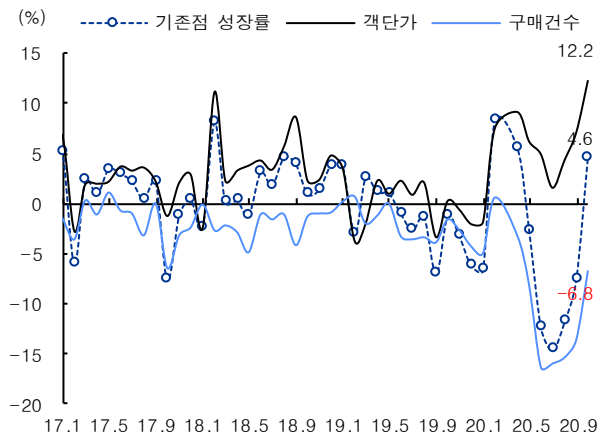
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 3. 편의점 기준점, 객단가, 점포당 매출, 구매건수 (yoy) 추이



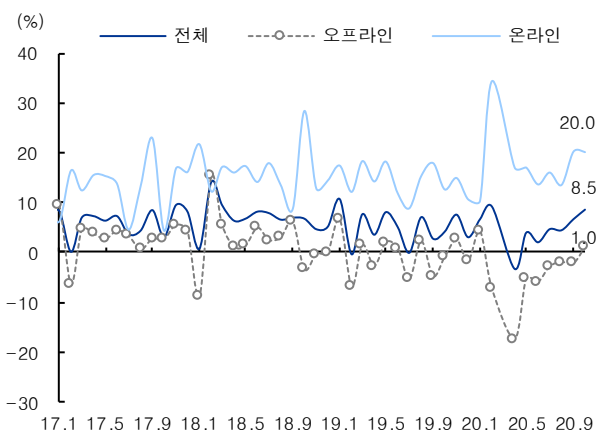
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 4. SSM 기준점, 객단가, 구매건수 성장률 (yoy) 추이



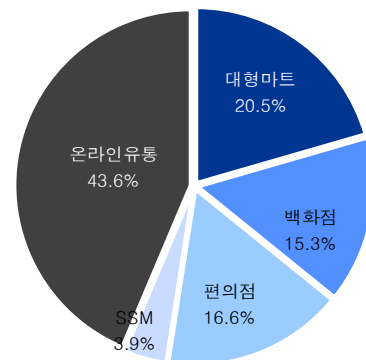
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 5. 온오프라인 전년 대비 월별 매출 성장 (yoy) 추이



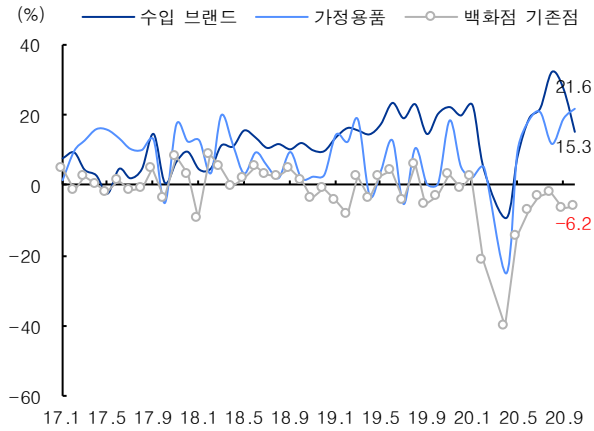
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 6. 채널별 매출 구성 비중 ('20년 9월 기준)



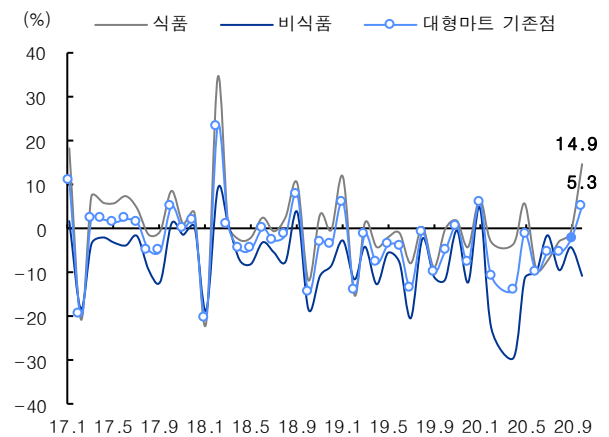
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 7. 백화점 수입 브랜드, 식품 부문 매출 성장률 (yoy) 추이



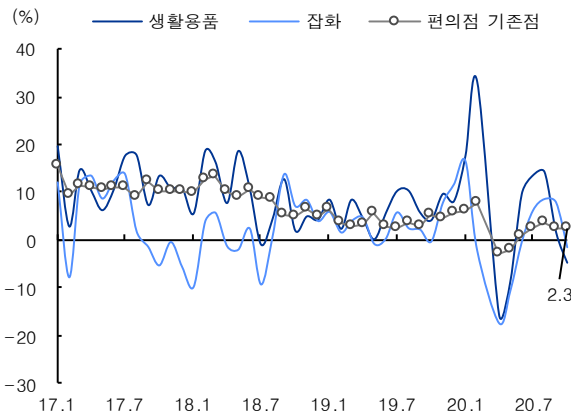
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 8. 대형마트 식품, 비식품 부문 매출 성장률 (yoy) 추이



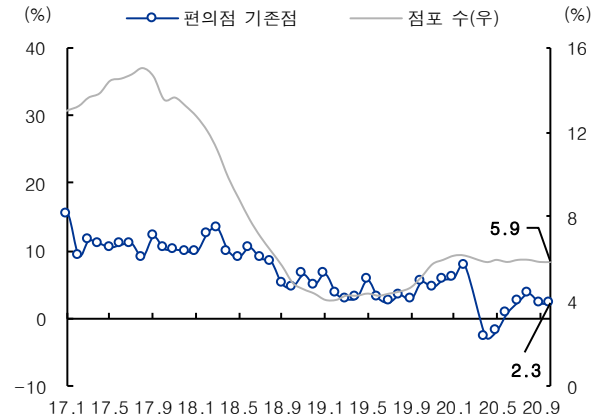
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 9. 편의점: 생활용품, 잡화 부문 매출 성장률 (yoy) 추이



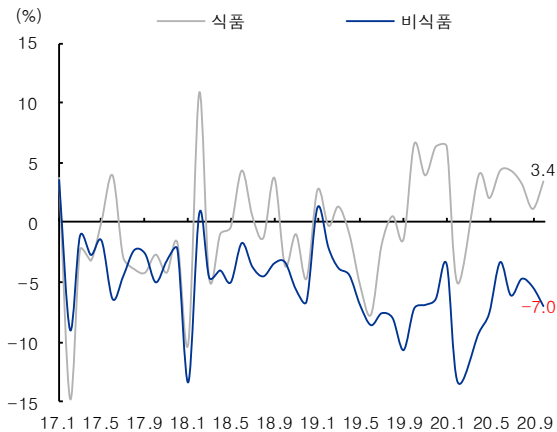
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 10. 편의점 점포 수 및 기준점 성장률 (yoy) 추이



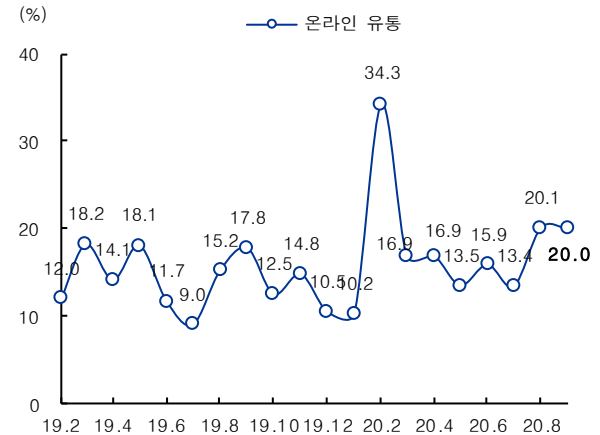
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 11. SSM: 식품, 비식품 부문 매출 성장률 (yoy) 추이



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 12. 온라인 유통 채널 성장률 (yoy) 추이



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

Compliance Notice

동 자료에 게재된 내용들은 외부의 압력이나 부당한 간섭 없이 본인의 의견을 정확하게 반영하여 작성되었음을 확인합니다.

동 자료는 기관투자자 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.

동자료에 언급된 종목의 지분율 1%이상 보유하고 있지 않습니다.

당사는 상기 명시한 사항 외 고지해야 하는 특별한 이해관계가 없습니다.

종목명	담당자	담당자(배우자) 보유여부			1%이상	유가증권	계열사	공개매수	IPO	회사채	중대한	M&A
		수량	취득가	취득일	보유여부	발행관련	관계여부	사무취급		지급보증	이해관계	
해당 사항 없음												