

Industry Comment

Analyst 안지영, 황병준

02) 6915-5675

jyahn@ibks.com

비중확대 (유지)

유통업

8월 유통업 매출 6.6%(오프라인 -2.4%, 온라인 20.1%) 증가

- 2020년 8월 유통업 매출액 6.6%(오프라인 -2.4%, 온라인 20.1%)로 주요 채널은 편의점 +2.3%, 대형마트 -2.3%, 백화점 -6.5%, SSM -7.6%를 나타냄
- 온라인 내 식품은 +43%(1월 18.9%, 2월 92.5%, 3월 75.4%, 4월 56.4% 5월 38.8%, 6월 37.2% 7월 46%)로 고성장세를 유지. 도서문구 33.5%, 생활가구 25.4%, 화장품 14.0%, 가전 28.0% 등에서 두 자리 수 성장세를 시현
- 8월 유통업은 명품 27.6%, 가전 26.5%, 생활/가정 14.2%, 식품 4.8% 위주로 성장

8월 가전 부문 큰 폭 성장과 명품 성장세 유지. 낮은 추석 영향 반영

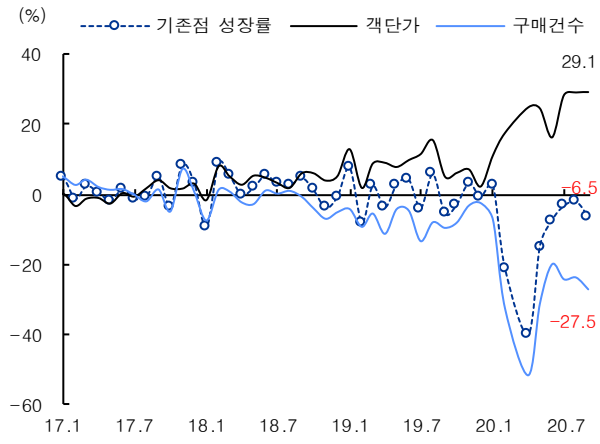
2020년 8월 주요 유통업체 매출은 전년동월대비 6.6% 증가함. 온라인은 +20.1%, 오프라인은 -2.4%로 기존 흐름이 유지됨. 오프라인 채널 별로는 대형마트 -2.3%, SSM -7.6%, 백화점 -6.5%에 그쳤으며 편의점만 2.3%의 성장세를 유지함. 편의점은 마스크·손소독제 등 위생용품 판매가 늘며 생활용품 (10.7%)과 홍삼·비타민 등 건강식품 판매의 증가로 담배 등 기타에서 5.7% 증가하며 성장세를 유지

- 1) 백화점은 해외 명품과 가정용품이 각각 전년대비 27.6%, 18.8%로 고성장세 지속. 반면에 잡화(-25.5%), 여성정장(-28.2%), 남성의류(-18.0%), 식품(-29.3%) 등 고마진 카테고리 두 자리 수 역신장 폭이 7월대비 확대됨. 8월 중순 사회적거리두기 2.5단계 영향이 가장 직접적으로 반영된 채널로 판단됨
- 2) 대형마트는 가전/문화에서 17.1% 증가하며 최근 30개월 내 최대 성장세를 시현, 식품 -0.6%로 역신장세가 축소됨. 의류 -20.2%, 스포츠 -18.0%, 잡화 -26.8% 역시 역신장세가 7월대비 축소됨. 비록 긴 장마와 사회적거리두기 2.5 단계에 의한 외부활동 감소 영향으로 역신장에 그림

8월 오프라인의 구매건수는 -10.5%(7월 -9.1%)로 역신장세가 지속됨. 반면에 구매단가는 +8.9%(7월 +6.1%)로 증가폭이 확대됨. 채널별 구매단가는 대형마트 13.1%(7월 11.0%), 백화점 29.1%(7월 29.0%), 편의점 11.9%(7월 9.2%), SSM 7.1%(7월 4.3%)로 증가세를 유지하며 7월대비 개선됨. 특히 대형마트 가전 부문과 편의점의 건가 및 위생용품 판매 효과를 반영한 것. 반면에 구매건수는 대형마트 -13.7%(7월 -14.9%), 백화점 -27.5%(6월 -24.1%), 편의점 -8.6%(7월 -5.7%), SSM -13.7%(7월 -15.5%)에 그침. 온라인 채널은 8월 역시 비대면거래의 선호 지속으로 식품이 +43%(7월 46%)의 고성장세를 유지. 8월 매출액 증가율 20.1%는 지난 2월 34.3% 이후 가장 높은 수준. 사회적거리두기 2.5단계로 실내활동과 연관된 에어컨·선풍기 등 가전/전자(28.0%) 카테고리에 매출 증가가 집중되었기 때문. 9월 오프라인 매출 동향은 10월 초 추석용품 선수요 및 작년 대비 긴 연휴 기간에 따른 나들이 관련 수요 증가로 백화점 중심의 매출 개선세가 나타날 것으로 전망.

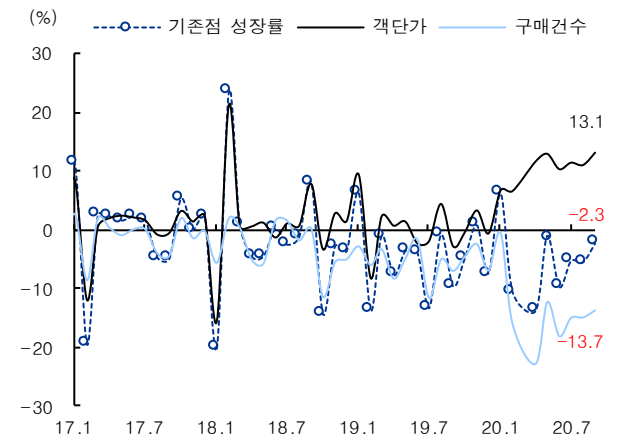
본 조사분석자료는 당사 리서치본부에서 신뢰할 만한 자료 및 정보를 바탕으로 작성한 것이나 당사는 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으며, 과거의 자료를 기초로 한 투자참고 자료로서 향후 주가 움직임은 과거의 패턴과 다를 수 있습니다. 고객께서는 자신의 판단과 책임 하에 종목 선택이나 투자시기에 대해 최종 결정하시기 바라며, 본 자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.

그림 1. 백화점 기준점, 객단가, 구매건수 성장률(yoy) 추이



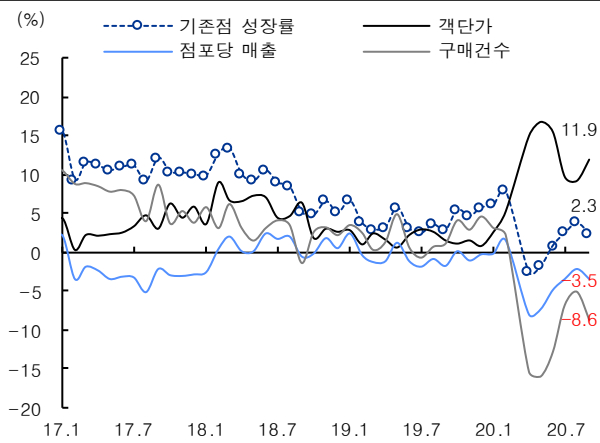
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 2. 대형마트 기준점, 객단가, 구매건수 성장률(yoy) 추이



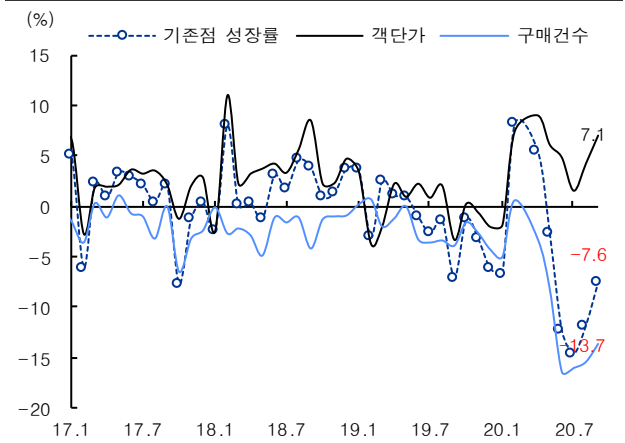
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

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



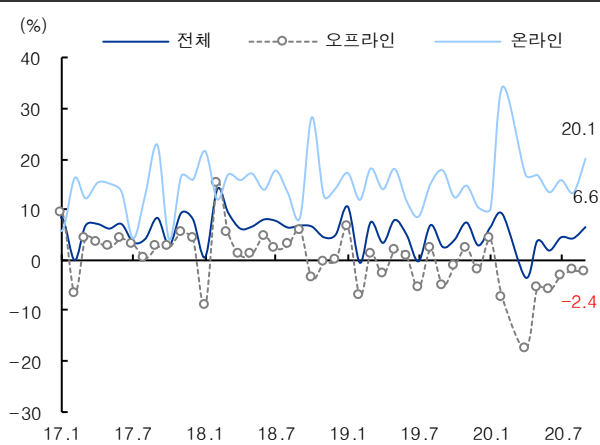
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 4. SSM 기준점, 객단가, 구매건수 성장률 (yoy) 추이



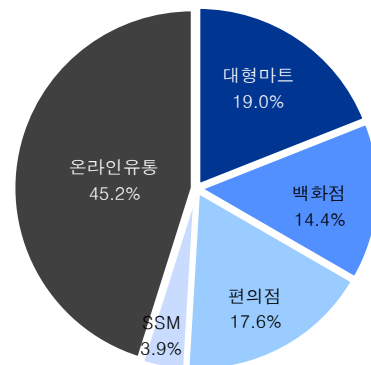
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 5. 온오프라인 전년대비 월별 매출 성장 (yoy) 추이



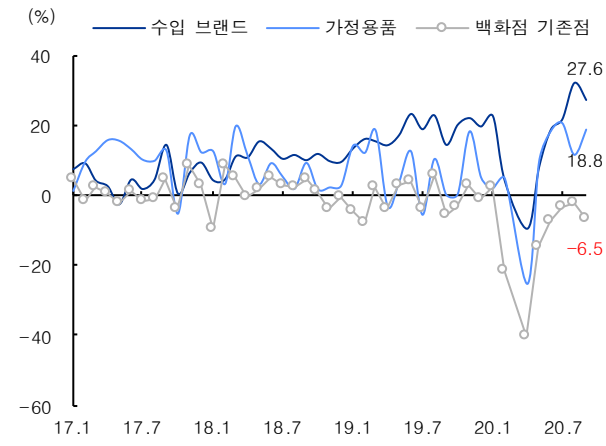
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 6. 채널별 매출 구성 비중 ('20년 8월 기준)



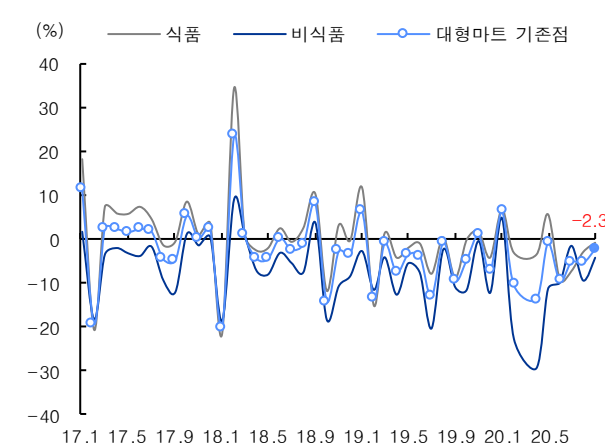
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

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



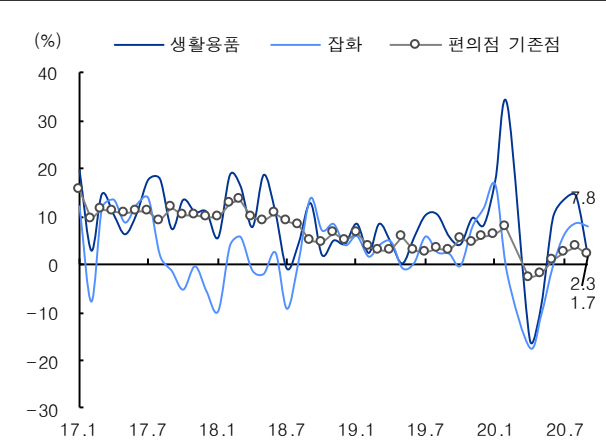
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 8. 대형마트 식품, 비식품 부문 매출 성장률 (yoy) 추이



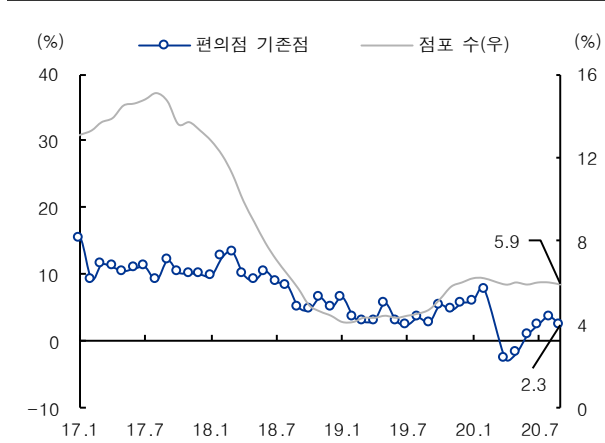
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

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



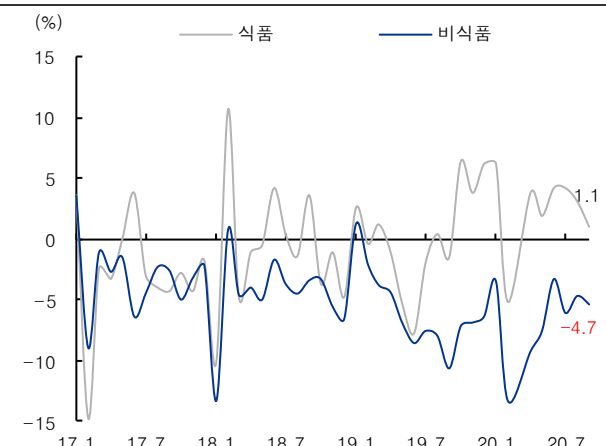
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 10. 편의점 점포 수 및 기존점 성장률 (yoy) 추이



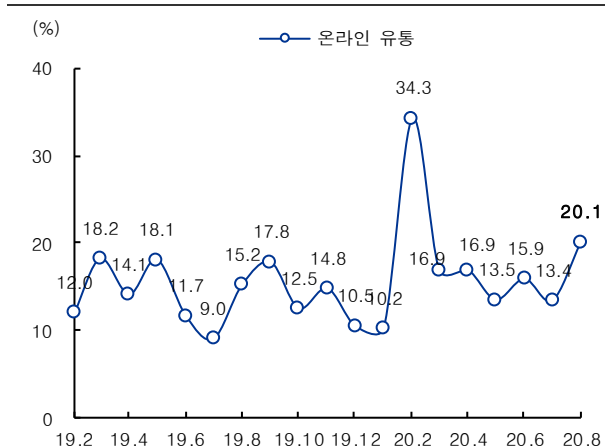
자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

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



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권

그림 12. 온라인 유통 채널 성장률 (yoy) 추이



자료: 산업통상자원부, IBK투자증권