



유통

2022년 5월 유통업체 매출 동향

▶ Analyst 남성현 gone267@hanwha.com 3772-7651

주요 유통업체의 2022년 5월 매출 동향이 발표됐습니다. 주요 유통업체의 합산 매출은 전년 동월 대비 +10.1% 증가하였습니다. 동 기간 오프라인 및 온라인 유통업체 매출은 전년동월대비 각각 +9.3%, +11.0%로 두 채널 모두 고른 성장세를 보였습니다.

2022년 5월 주요 유통업체 매출: 전년동월대비 +10.1% 성장

2022년 5월 주요 유통업체 매출은 전년동월대비 +10.1% 증가하였다. 오프라인 전년동월대비 +9.3%, 온라인은 전년동월대비 +11.0% 성장세를 기록하며 온-오프라인 모두 고른 성장세를 보였다. 5월은 휴일 수가 전년대비 2일이 부족했음에도 리오프닝 영향이 이어지며 주요 오프라인 채널의 호조가 지속되었다. 5월 실적의 특징은 1) 오프라인 유통업체들의 집객력 회복에서 업체별 차이가 존재하였고, 2) 온-오프라인 모두 외부 활동 관련 제품 군(의류, 화장품, 서비스/기타) 매출액 증가가 이루어졌다는 점이다.

대형마트 부진에서 주목해야 될 3가지

리오프닝 효과가 온전히 반영된 5월에 대형마트 매출 성장률은 부진하였다. 당사에서는 상당히 부진한 수치로 판단하고 있다. 그러한 이유는 ① 소비자물가지수가 전년동월대비 +5.4%를 기록했음에도 불구하고 성장률이 오히려 하락하였고(전년동월대비 -3.0%), ② 가전품목 등 내구재 판매 부진이 이어지고 있으며, ③ 식품 품목이 전년동월대비 -3.2% 감소하였기 때문이다.

특히 식품품목의 부진은 당분간 지속될 것으로 판단한다. 그 이유는 ▶ 작년 사회적거리두기 기간 동안 식품부문의 높은 기저가 존재하고, ▶ 리오프닝에 따라 내식보다 외식수요가 증가하고 있으며, ▶ 온라인 침투율 증가로 소비패턴의 구조적 변화가 진행되고 있기 때문이다.

백화점 채널 고 성장세 지속

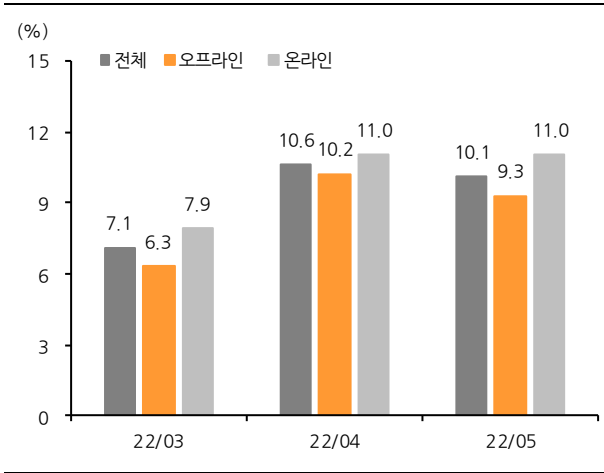
백화점 업체는 전년동월대비 +19.9% 성장하였다. 5월 실적은 전월에 이어 두 자릿수 성장률을 보여주면서 긍정적 흐름을 이어갔다. 특징적인 부분은 ▶ 집객력 회복이 이어지면서 구매 건수가 전년동월대비 +11.4% 성장하였고, ▶ 기대했던 화장품 품목 회복이 이어졌고(잡화 품목 매출 비중 전년동월대비 +4.8%pt, 전월대비 +1.7%pt), ▶ 상대적으로 고마진 상품군인 의류/패션 품목 군 성장에 따라 해외유명브랜드 매출 비중이 전년동월대비 -2.5%pt, 전월대비 -1.5%pt 감소하였다는 점이다. 리오프닝 효과에 따른 성장은 고마진 상품 군들이 위주로 이어지고 있다는 점에서 마진을 개선은 당분간 이어질 것이라 판단된다.

집객력 확대가 돋보이는 편의점

편의점 성장률은 높은 기저에도 불구하고 전년동월대비 +12.5% 성장하면서, '18년 3월 이후 가장 높은 수치를 기록하였다. 5월 편의점 업체의 특징적인 부분은 ▶ 집객력이 회복되며 구매건수가 전년동월대비 +12.6% 성장하였고, ▶ 신규점 출점과 동시에 기존점 성장률이 +6.9%를 달성하면서 수요 폭이 더욱 커지고 있으며, ▶ 식품품목의 매출 비중이 점진적으로 증가하고 있다는 점이다.

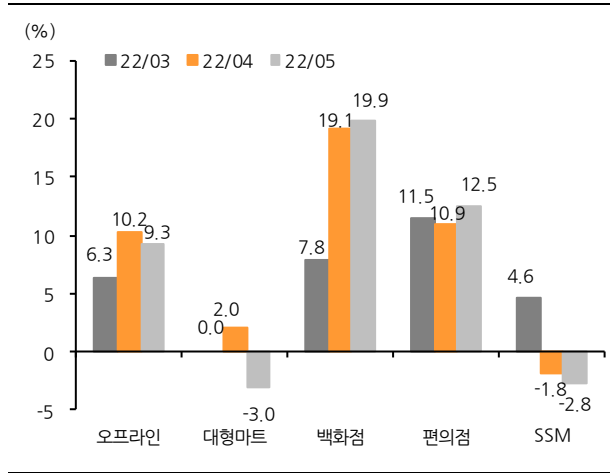
당사는 편의점 성장이 지속될 것으로 판단한다. 그렇게 생각한 이유는 ① 리오프닝 효과가 온전히 반영된 5월 오프라인 집객력이 백화점과 편의점에서 강하게 나타났고, ② 높은 기저에도 신규점 출점 속도와 기존점 매출이 높은 성장률을 기록하였으며, ③ 즉석(신선일부) 품목군 매출 비중(19년도 분기 평균 10.2%) 회복이 이루어지고 있기 때문이다.

[그림1] 주요 유통업체 매출동향



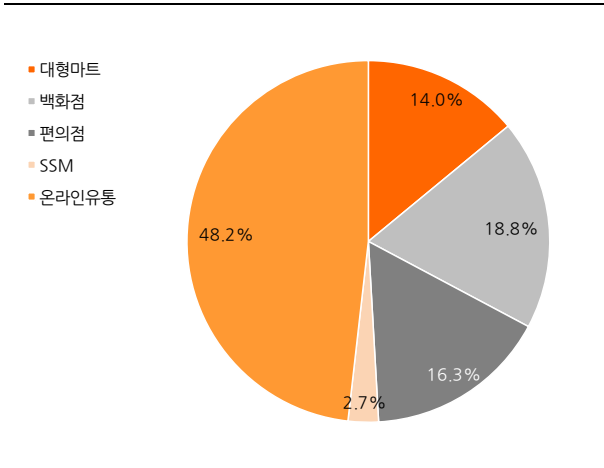
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림2] 오프라인 유통업체 매출동향



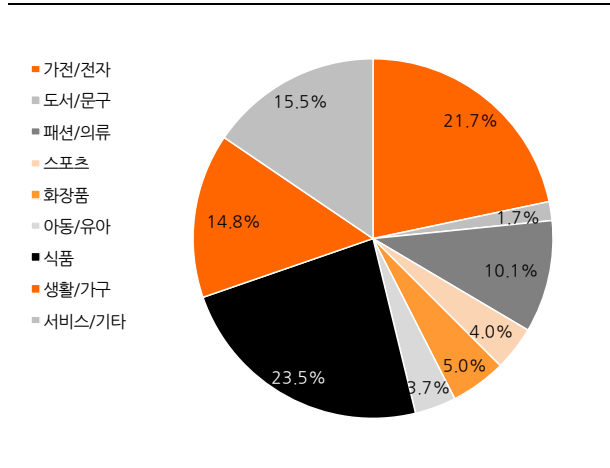
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림3] 5월 업체별 매출 비중



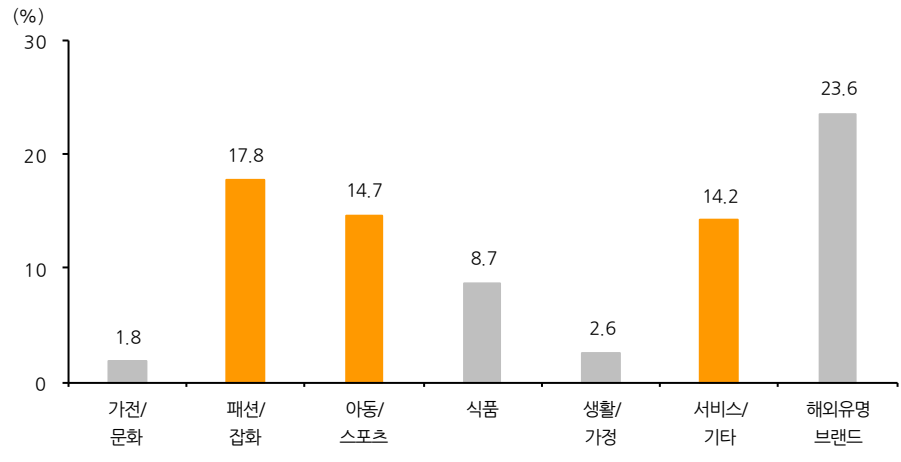
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림4] 5월 온라인 품목별 매출 비중



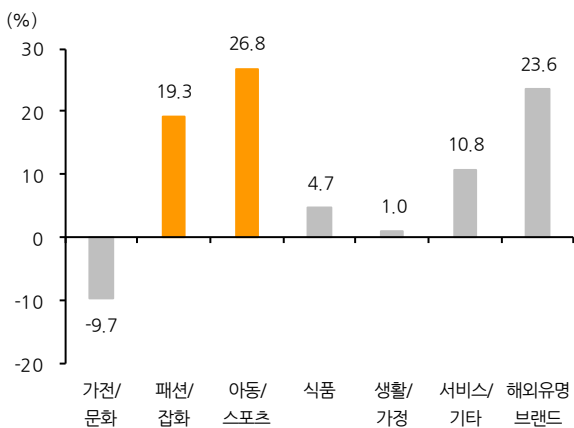
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림5] 5월 상품군별 매출 증감률



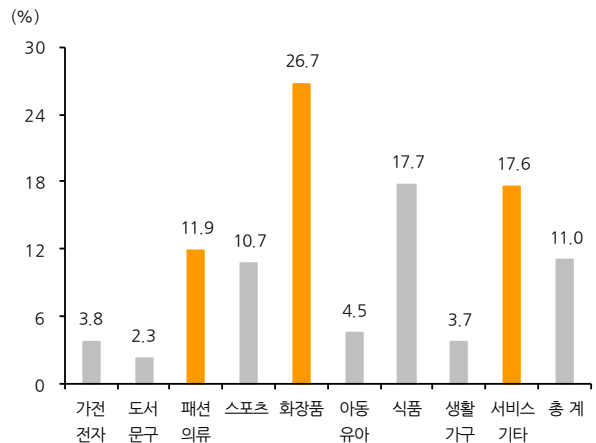
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림6] 5월 오프라인 상품군별 매출동향



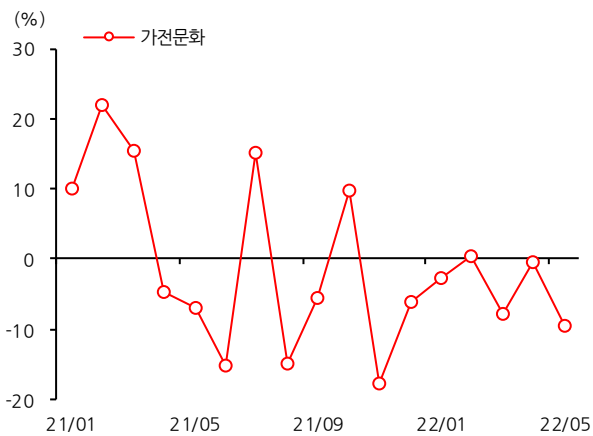
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림7] 5월 온라인 상품군별 매출동향



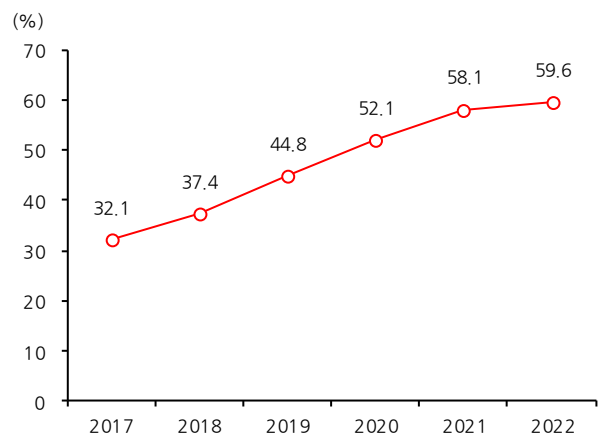
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림8] 대형마트 가전품목 성장률 추이



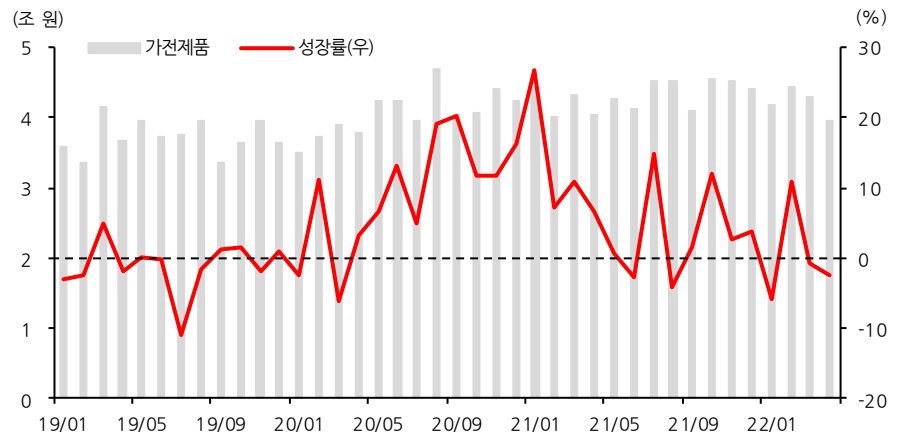
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림9] 가전품목 온라인 침투율 추이



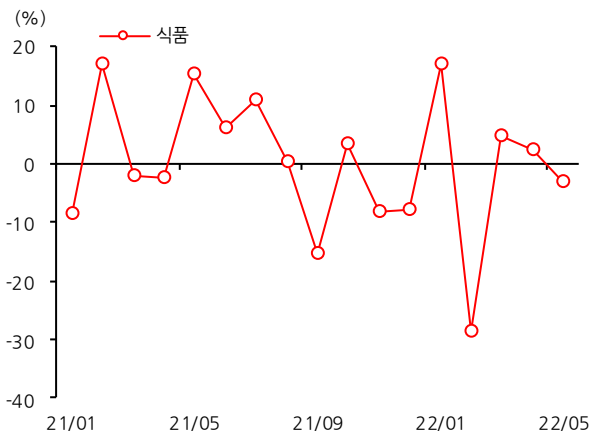
자료: 통계청, 한화투자증권 리서치센터

[그림10] 월별 가전 수요 둔화 추세



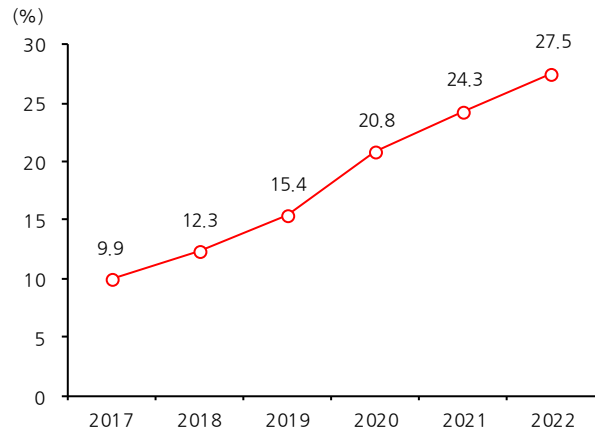
주: 품목은 가전제품, 통신기기 및 컴퓨터 합산
 자료: 통계청, 한화투자증권 리서치센터

[그림11] 대형마트 식품품목 성장률 추이



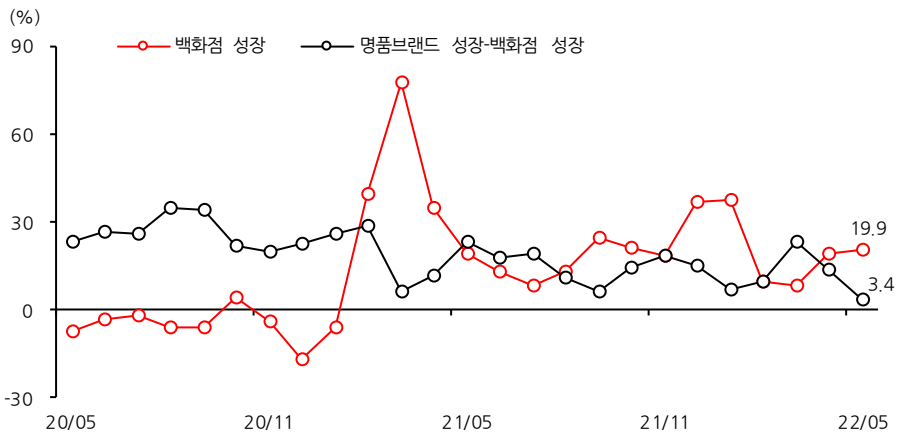
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림12] 식품품목 온라인 침투율 추이



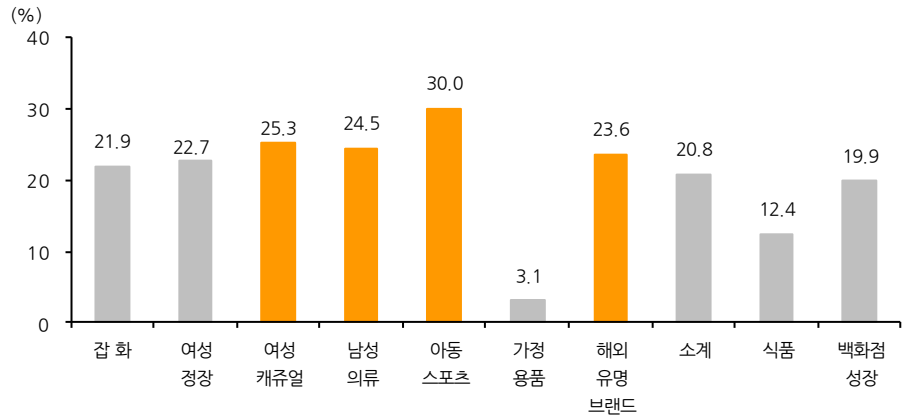
자료: 통계청, 한화투자증권 리서치센터

[그림13] 5월 백화점 전년대비 매출 증감률



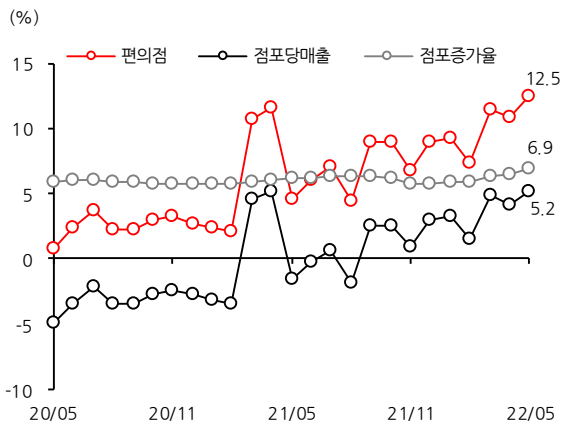
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림14] 5월 백화점 상품별 매출 증감률



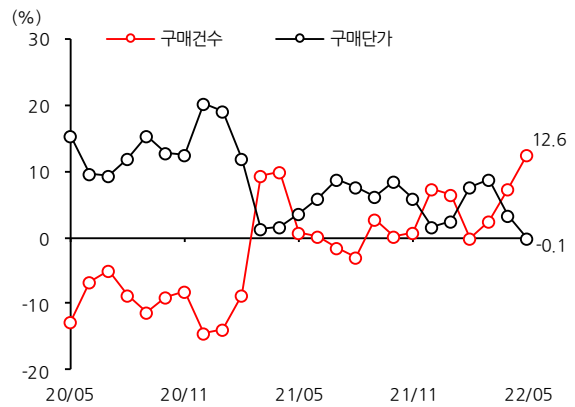
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림15] 편의점 산업 성장률 추이



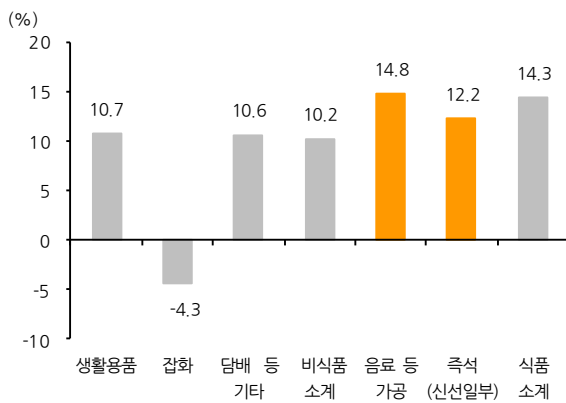
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림16] 리오프닝에 따른 편의점 집객력 상승



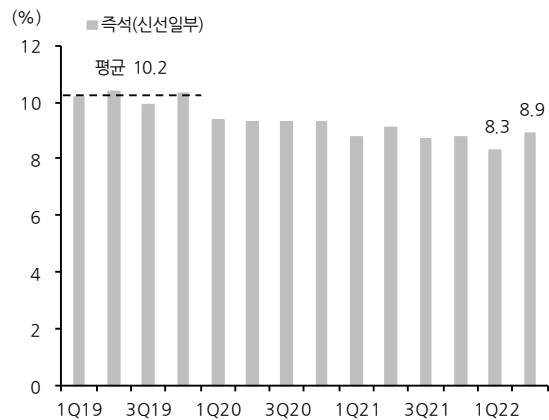
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림17] 5월 편의점 상품별 매출 증감률



자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림18] 편의점 즉석 식품 품목 회복 기대



자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[표1] 유통업체 매출동향

(단위: %)

	21/05	21/06	21/07	21/08	21/09	21/10	21/11	21/12	22/01	22/02	22/03	22/04	22/05
대형마트													
가전문화	-7.1	-15.2	15.0	-14.9	-5.5	9.6	-17.8	-6.1	-2.7	0.5	-8.0	-0.6	-9.7
의류	-11.9	-10.4	-3.5	-19.1	-1.1	-1.5	-1.8	7.9	13.1	-20.5	-17.8	13.2	9.0
가정/생활	-7.9	-15.3	-7.4	-16.1	-14.0	-6.8	-14.8	-7.7	13.5	-24.1	-5.3	-2.7	-3.9
스포츠	-6.0	-8.4	11.8	-13.6	5.1	-10.4	-13.7	5.2	6.4	-13.3	-13.9	1.8	5.3
잡화	-15.2	-29.4	-4.1	-33.2	-14.4	-21.2	-17.2	6.3	10.6	-20.5	-16.1	10.8	6.0
소계	-7.8	-14.6	1.3	-16.5	-8.6	-1.8	-13.6	-2.3	6.8	-14.6	-9.0	1.3	-3.1
식품	15.2	6.0	10.9	0.4	-15.3	3.5	-8.3	-7.9	16.9	-28.7	4.8	2.3	-3.2
총계	5.6	-2.4	7.3	-5.5	-13.3	1.4	-10.3	-6.1	13.8	-24.0	0.0	2.0	-3.0
구매건수	0.9	-1.8	-1.3	-11.5	-16.1	-9.7	-11.5	-7.3	2.9	-13.1	-2.8	-4.1	-5.0
구매단가	4.6	-0.6	8.7	6.8	3.4	12.4	1.3	1.3	10.6	-12.5	2.9	6.4	2.1
점포당매출	9.4	0.9	11.2	-5.5	-10.8	4.1	-7.5	-3.2	17.4	-22.2	5.5	3.9	-1.5
백화점													
잡화	-2.1	-5.4	-9.2	-2.6	12.5	5.0	7.3	30.6	31.0	3.2	-2.4	14.7	21.9
여성정장	5.7	4.1	-9.5	1.5	19.3	7.7	15.0	36.1	23.7	13.8	6.9	19.2	22.7
여성캐주얼	6.1	4.1	0.9	-6.8	23.6	5.4	13.3	48.6	35.5	1.9	-2.7	22.2	25.3
남성의류	11.4	4.9	-0.6	4.5	27.0	12.8	14.9	40.5	38.7	10.8	3.8	21.2	24.5
아동스포츠	18.1	17.0	16.5	24.8	36.9	19.6	25.7	55.3	46.3	11.9	12.6	33.4	30.0
가정용품	20.4	-0.5	16.5	25.6	17.4	22.2	3.0	14.6	6.9	9.3	-5.4	6.8	3.1
해외유명브랜드	36.6	31.5	18.8	18.6	38.1	39.4	32.9	42.8	46.5	32.5	21.1	22.5	23.6
소계	20.4	12.9	9.5	14.3	27.3	21.5	18.9	37.7	32.7	17.4	8.7	20.0	20.8
식품	16.2	10.8	-2.6	4.5	11.8	16.9	13.1	28.3	60.0	-30.3	0.2	30.3	12.4
총계	19.1	12.8	7.8	13.0	24.3	21.0	18.3	36.5	37.2	9.3	7.8	19.1	19.9
구매건수	5.4	1.4	-8.1	-6.8	13.0	7.1	7.5	29.6	21.2	-1.5	-7.2	7.8	11.4
구매단가	13.0	11.2	17.3	21.2	10.0	13.0	10.1	5.3	13.3	10.9	16.1	10.4	7.6
점포당매출	17.1	10.8	5.9	9.2	18.1	15.0	12.4	29.7	30.4	5.6	4.2	15.1	15.9
편의점													
생활용품	-1.5	-3.5	-9.0	-6.1	11.5	11.4	7.9	21.6	13.7	48.0	7.3	11.1	10.7
잡화	5.3	-6.0	-10.9	-9.4	-6.1	10.6	9.7	11.0	8.3	3.8	5.1	3.1	-4.3
담배 등 기타	0.5	3.4	1.4	2.1	6.0	4.5	5.9	8.9	6.4	9.2	14.5	8.9	10.6
소계	0.4	2.6	0.2	1.0	6.1	5.2	6.1	9.9	7.0	8.7	13.7	8.9	10.2
음료 등 가공	9.9	10.0	16.2	9.1	14.1	14.9	8.8	8.8	12.4	7.1	10.6	13.6	14.8
즉석(신선일부)	1.7	4.8	0.1	-0.6	-0.3	0.1	-0.1	4.5	4.8	1.9	4.5	8.2	12.2
소계	8.4	9.1	13.3	7.4	11.5	12.3	7.2	8.1	11.2	6.3	9.5	12.7	14.3
총계	4.6	6.0	7.0	4.5	9.0	9.0	6.7	8.9	9.3	7.4	11.5	10.9	12.5
구매건수	0.8	0.1	-1.6	-2.9	2.8	0.3	0.7	7.2	6.6	-0.1	2.5	7.2	12.6
구매단가	3.7	5.9	8.8	7.6	6.1	8.6	6.0	1.5	2.5	7.5	8.8	3.4	-0.1
점포증가율	6.2	6.2	6.3	6.4	6.3	6.2	5.7	5.8	5.9	5.9	6.3	6.5	6.9
점포당매출	-1.5	-0.2	0.7	-1.8	2.5	2.6	0.9	2.9	3.2	1.5	4.9	4.1	5.2
슈퍼마켓													
일상용품	-14.1	-11.7	-12.9	-18.9	-14.9	-12.0	-13.9	-13.9	0.3	-10.2	-4.4	-3.3	-5.1
생활잡화	-10.3	-7.6	-2.9	-5.7	-8.1	-0.2	-5.7	-3.5	4.7	-3.0	1.3	-3.8	-1.7
소계	-12.4	-9.9	-8.6	-13.2	-11.9	-6.8	-10.2	-9.1	2.1	-7.2	-2.0	-3.5	-3.7
농축수산	-0.5	-1.3	2.5	-4.4	-16.7	0.8	-6.3	-14.3	-4.0	-16.2	2.3	-4.5	-5.6
신선식품	-3.6	-4.4	7.5	-7.2	-17.3	-3.0	-5.5	-11.6	-4.2	-2.0	4.6	-1.9	-2.7
가공/조리 식품	0.2	0.5	3.9	-2.3	-15.6	-1.5	-5.7	-10.6	5.2	-2.3	11.1	3.4	1.7
소계	-1.0	-1.5	4.2	-4.4	-16.6	-1.0	-5.9	-12.5	-1.5	-8.5	5.3	-1.6	-2.8
총계	-2.2	-2.4	2.8	-5.3	-16.1	-1.6	-6.3	-12.2	-1.2	-8.4	4.6	-1.8	-2.8
구매건수	-5.3	-5.6	-3.3	-8.1	-14.0	-6.3	-9.0	-10.5	-4.6	-7.0	1.0	-2.1	-2.0
구매단가	3.3	3.4	6.4	3.0	-2.5	5.0	2.9	-1.9	3.8	-1.5	3.6	0.3	-0.8
점포당매출	4.8	4.0	8.1	-1.1	-12.8	1.8	-3.8	-9.5	0.2	-7.7	5.4	-1.0	-2.1

자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[표 5] 유통업체 매출동향(계속)

(단위: %)

	21/05	21/06	21/07	21/08	21/09	21/10	21/11	21/12	22/01	22/02	22/03	22/04	22/05
온라인유통													
가전/전자	10.2	3.8	30.6	4.6	9.6	22.7	14.6	3.9	-4.2	17.0	1.4	-0.5	3.8
도서/문구	3.0	17.7	2.3	3.2	2.0	12.5	-1.2	-4.5	-9.1	2.5	0.4	3.9	2.3
패션/의류	2.7	1.3	2.0	-1.4	4.9	4.9	6.3	14.3	14.6	7.4	-2.7	14.9	11.9
스포츠	-6.0	-0.9	-4.8	5.1	8.4	5.6	1.4	2.1	0.9	5.0	-1.4	-0.6	10.7
화장품	19.4	19.0	14.9	20.3	19.9	16.2	19.0	17.4	24.2	23.7	15.9	18.6	26.7
아동/유아	-4.9	-2.7	-0.6	-4.6	-0.6	0.2	2.7	1.5	-1.8	4.7	5.0	5.4	4.5
식품	32.9	40.0	30.7	28.2	17.1	25.3	19.9	8.0	18.0	9.8	24.6	18.1	17.7
생활/가구	8.3	6.5	4.4	4.5	9.7	13.4	7.3	26.9	4.3	12.1	8.4	6.6	3.7
서비스기타	61.1	85.7	44.9	17.0	44.9	46.1	36.4	30.3	23.3	26.8	1.9	24.0	17.6
총계	17.6	19.6	20.2	11.1	14.5	19.7	14.8	12.8	9.1	14.2	7.9	11.0	11.0

주: 온라인 유통 13사: 이베이코리아(지마켓, 옥션), 11번가, 인터파크, 쿠팡, 이마트, 신세계, AK물, 홈플러스, 갤러리아몰, 롯데닷컴, 롯데마트몰, 위메프, 티몬
 자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[Compliance Notice]

(공표일: 2022년 6월 30일)

이 자료는 조사분석 담당자가 객관적 사실에 근거해 작성하였으며, 타인의 부당한 압력이나 간섭없이 본인의 의견을 정확하게 반영했습니다. 본인은 이 자료에서 다른 종목과 관련해 공표일 현재 관련 법규상 알려야 할 재산적 이해관계가 없습니다. 본인은 이 자료를 기관투자자 또는 제 3자에게 사전에 제공한 사실이 없습니다. (남성현)
 저희 회사는 공표일 현재 이 자료에서 다른 종목의 발행주식을 1% 이상 보유하고 있지 않습니다.

이 자료는 투자자의 증권투자를 돕기 위해 당사 고객에 한하여 배포되는 자료로서 저작권이 당사에 있으며 불법 복제 및 배포를 금합니다. 이 자료에 수록된 내용은 당사 리서치센터가 신뢰할 만한 자료나 정보출처로부터 얻은 것이지만, 당사는 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없습니다. 따라서 이 자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과와 관련된 법적 책임소재에 대한 증빙으로 사용될 수 없습니다.

[종목 투자등급]

당사는 개별 종목에 대해 향후 1년간 +15% 이상의 절대수익률이 기대되는 종목에 대해 Buy(매수) 의견을 제시합니다. 또한 절대수익률 -15~+15%가 예상되는 종목에 대해 Hold(보유) 의견을, -15% 이하가 예상되는 종목에 대해 Sell(매도) 의견을 제시합니다. 밸류에이션 방법 등 절대수익률 산정은 개별 종목을 커버하는 애널리스트의 추정에 따르며, 목표주가 산정이나 투자의견 변경 주기는 종목별로 다릅니다.

[산업 투자의견]

당사는 산업에 대해 향후 1년간 해당 업종의 수익률이 과거 수익률에 비해 양호한 흐름을 보일 것으로 예상되는 경우에 Positive(긍정적) 의견을 제시하고 있습니다. 또한 향후 1년간 수익률이 과거 수익률과 유사한 흐름을 보일 것으로 예상되는 경우에 Neutral(중립적) 의견을, 과거 수익률보다 부진한 흐름을 보일 것으로 예상되는 경우에 Negative(부정적) 의견을 제시하고 있습니다. 산업별 수익률 전망은 해당 산업 내 분석대상 종목들에 대한 담당 애널리스트의 분석과 판단에 따릅니다.

[당사 조사분석자료의 투자등급 부여 비중]

(기준일: 2022년 03월 31일)

투자등급	매수	중립	매도	합계
금융투자상품의 비중	95.1%	4.9%	0.0%	100.0%