



## 유통 (Positive)

### 5월 주요 유통업체 매출 동향 - 백화점의 인바운드는 반도체의 LTA와 유사

▶ Analyst 이진협 jinhyeob.lee@hanwha.com 3772-7638

#### 5월 주요 유통업체 매출 동향

대형마트 -5.1% YoY(점당 매출액 -9.9% YoY), 백화점 +24.5% YoY(점당 매출액 +26.8% YoY)

편의점 +5.9% YoY(점포 증가율 -2.0% YoY, 점당 매출액 +8.1% YoY)

SSM -8.0% YoY(점당 매출액 -8.4% YoY), 온라인 +8.8% YoY(온라인 식품 +10.1% YoY)

#### 5월 Review - 백화점 중심의 전략은 유지. 국지적 전술 대응 필요

이번은 없었다. 5월에도 백화점의 강세는 지속되었다. 1분기 대비 매출 성장세는 오히려 확대되고 있다. 1Q26 백화점 매출 성장은 +17.4% YoY를 기록했는데, 2분기 들어서는 +20% 이상의 성장을 보이고 있는 상황이다. 내국인 수요 강세에 더해 외국인 관광객 매출 기여 확대가 주요 원인이겠다. 5월에도 명품 성장률이 +37.3% YoY로 상대적으로 높은 하나, 패션뿐만 아니라 잡화/식품까지도 두 자릿 수 성장을 보이고 있다.

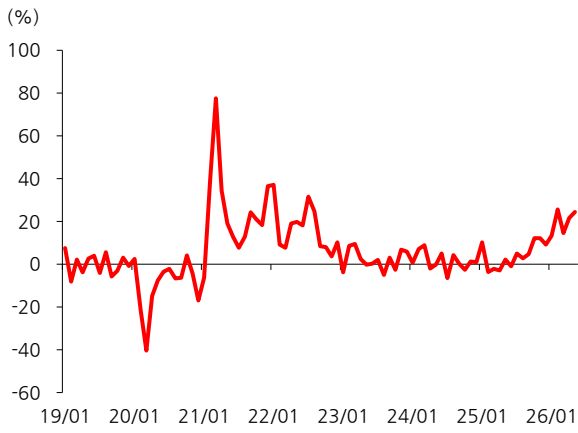
백화점의 성장은 구조적이다. 내수 강세는 자산 효과에 더해 근로자 소득의 구조적 성장에 기반한다. 외국인 매출 강세는 국내 럭셔리 시장의 고성장과 K컬처의 파급력 확산에 따른 럭셔리 기업들의 한국 시장에 대한 관심 확대와 일본과 중국 간 갈등(미중 갈등 대리전)이라는 고차원 문제 하에서의 중국인 관광객 수요 전환(일본 → 한국)에 따른 구조적 성장이다. 특히 외국인 인바운드 수요 대비 국내 공급(여행 인프라 - 항공권, 숙박시설)이 절대적으로 부족한 상황에서 외국인 관광객의 장기적 성장 가능성이 높다. 이는 달리 말해 백화점의 외국인 매출이 장기적으로 성장할 것을 뜻한다. 외국인 매출의 구조적/장기적 성장이 내수 소비 사이클에 따라 매출 성장 사이클이 불가피했던 백화점의 장기 매출 성장률을 상향케 하는 핵심 원동력으로 자리매김하면서 주가의 리레이팅을 이끌고 있다고 판단한다. 이 지점에서 당사는 최근 반도체의 LTA와 백화점의 외국인 인바운드가 유사하다고 생각하고 있다.

때문에 백화점 중심의 비중확대 전략을 유지하는 상황에서 국지적 전술의 변화를 주어야 한다. 2분기 들어 현대백화점의 외국인 매출 성장률이 경쟁사를 빠르게 추격하는 모습에 따라 6월에는 현대백화점의 키밋추기 장세가 이어졌고, 현 시점 기준으로 현대백화점 P/E 14배로 롯데쇼핑 P/E 12배를 넘어섰다. 현대백화점의 외국인 매출의 반등은 명동상권의 병목 현상에 따른 것이라 판단하며, 여전히 명동/부산의 입지가 중요하다는 점은 변함이 없다. 롯데쇼핑의 비중 확대가 유효한 시점이겠다. 홈플러스 반사수혜가 본격화되고 있다는 점도 고려가 필요하다. 5월 대형마트 산업 매출은 -5.1% YoY 역성장했으나, 이마트와 롯데마트는 각각 +5%, +7%의 기존점 매출 성장을 기록한 것으로 추정된다.

#### 6월 Preview - 실제론 5월보다 강한 6월

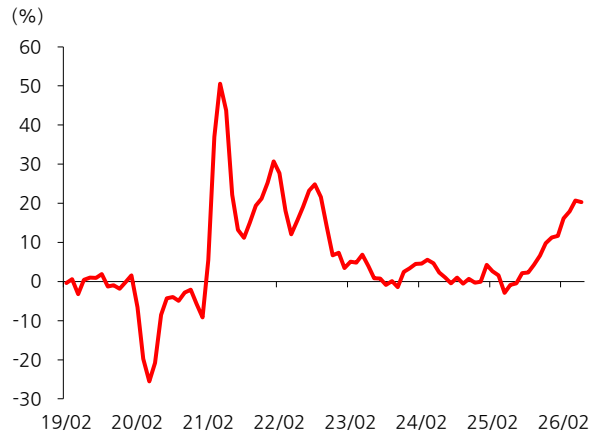
6월 백화점 산업 성장률은 +10% 후반 수준이 예상된다. 5월은 휴일 수가 전년 대비 하루 많았지만, 6월은 이들이 빠지기 때문에 MoM으로는 10%p 이상 매출 성장률이 둔화되어야 하지만, 약 7%p 감소하는 데 그칠 것으로 전망된다. 즉, 캘린더 효과를 제외 시, 5월보다 강한 6월 매출 성장이 나타나고 있는 것이다. 편의점의 기존점 성장률은 +MSD%, 대형마트는 캘린더 효과로 소폭 역성장이 예상된다.

[그림1] 백화점 매출 증감률(YoY) 추이



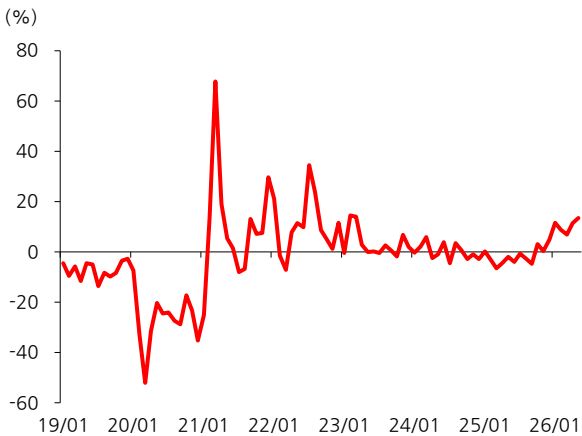
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림2] 백화점 매출 증감률(YoY) 3MMA 추이



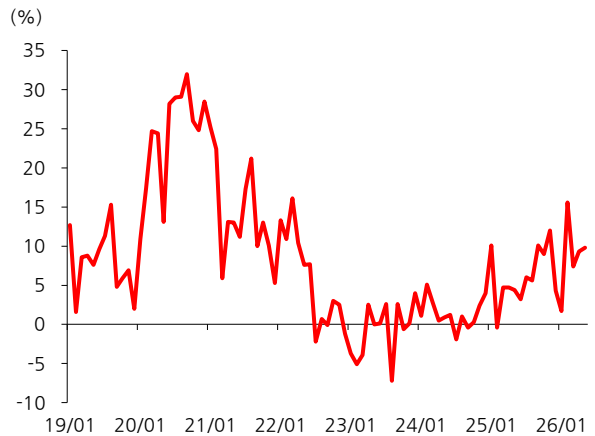
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림3] 백화점 구매건수(YoY) 추이



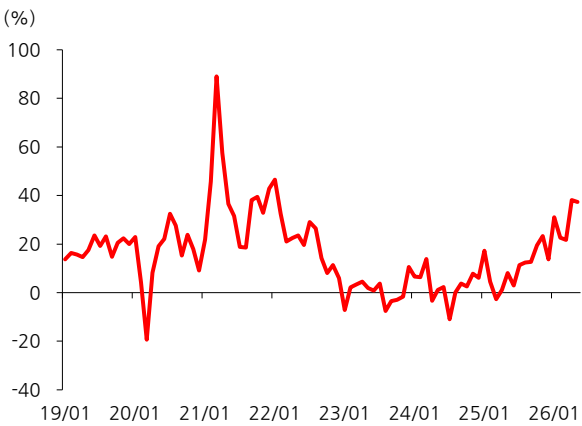
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림4] 백화점 구매단가(YoY) 추이



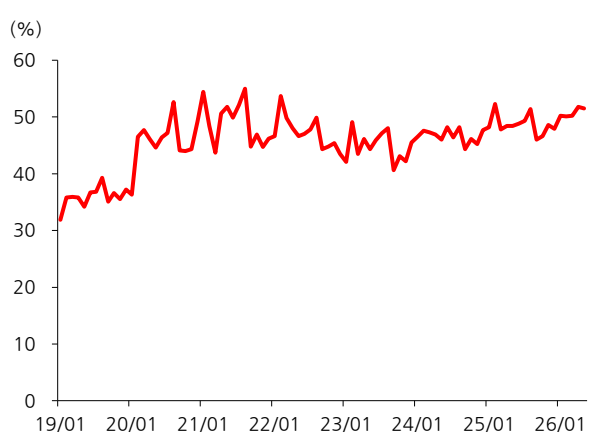
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림5] 백화점 해외브랜드(명품) 매출 증가율(YoY) 추이



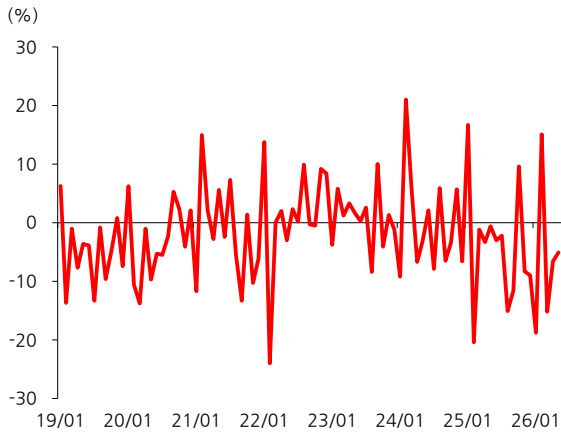
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림6] 백화점 해외브랜드(명품) + 가정용품 매출 비중 추이



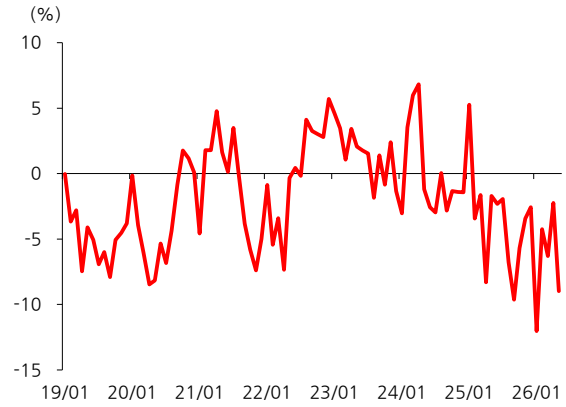
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림7] 대형마트 매출 증감률(YoY) 추이



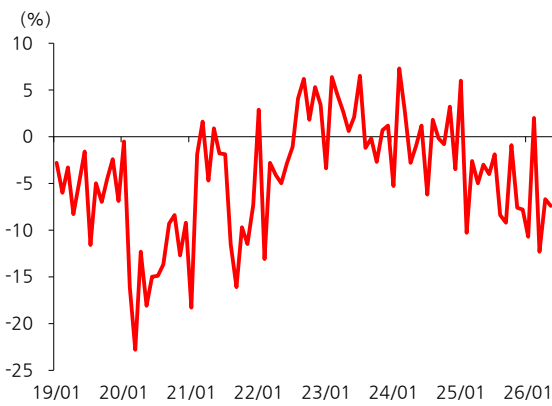
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림8] 대형마트 매출 증감률(YoY) 3MMA 추이



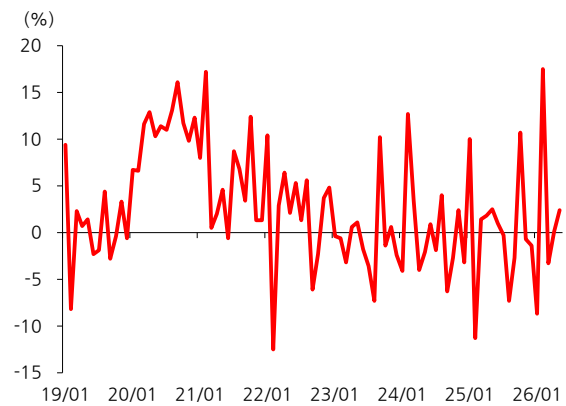
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림9] 대형마트 구매건수(YoY) 추이



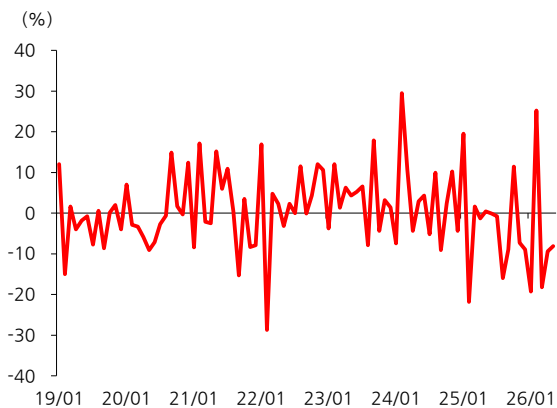
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림10] 대형마트 구매단가(YoY) 추이



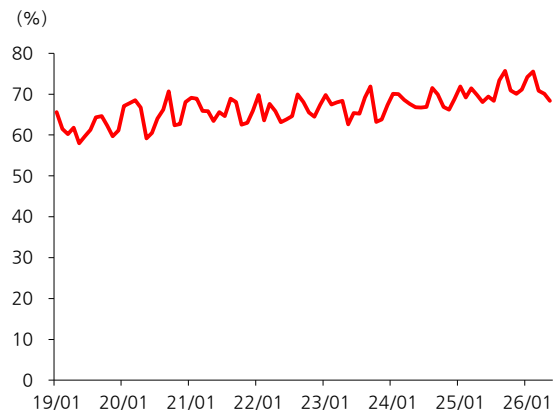
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림11] 대형마트 식품 매출 증감률(YoY) 추이



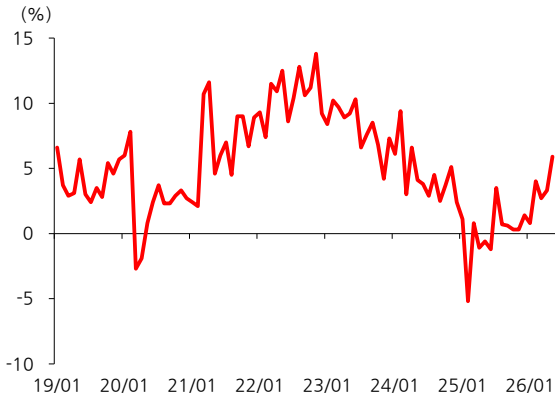
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림12] 대형마트 식품 매출 비중 추이



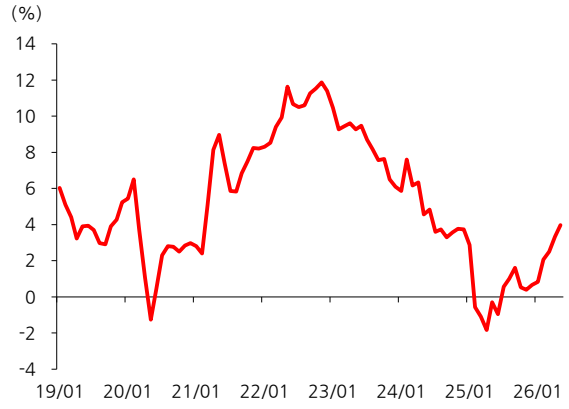
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림13] 편의점 매출 증감률(YoY) 추이



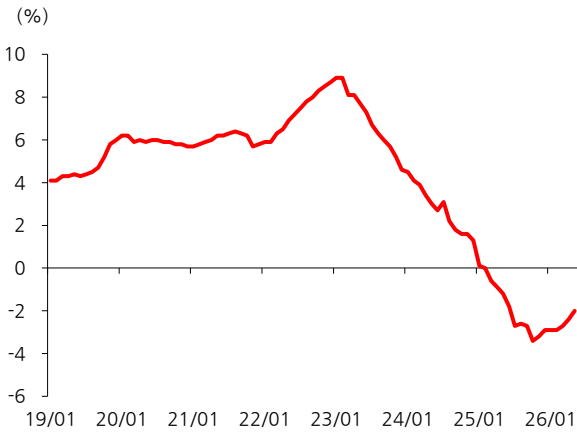
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림14] 편의점 매출 증감률(YoY) 3MMA 추이



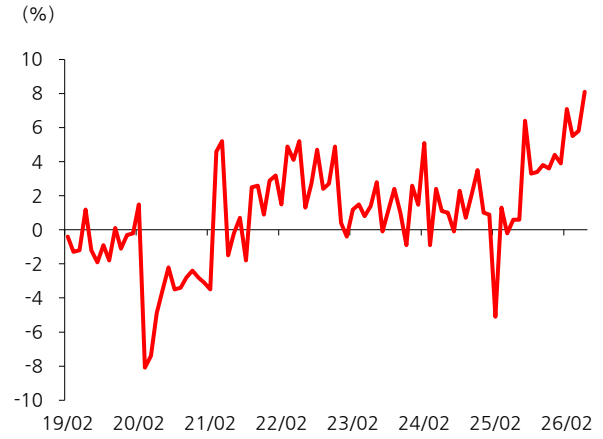
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림15] 편의점 점포 증감률 추이



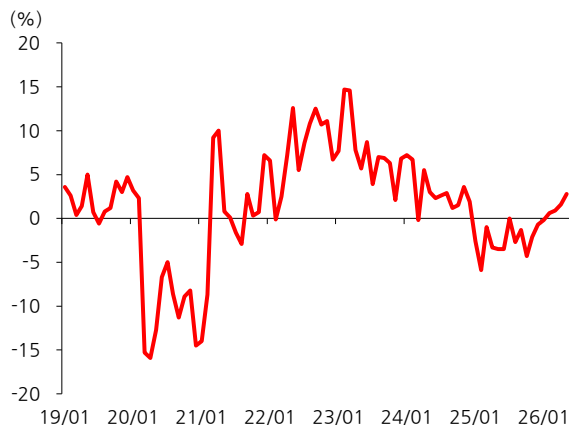
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림16] 편의점 점당 매출액 증감률 추이



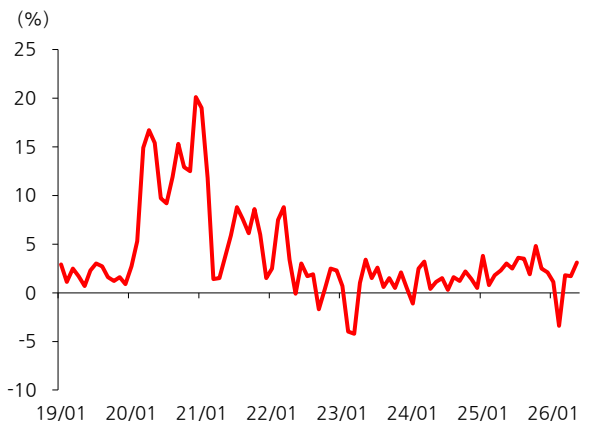
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림17] 편의점 구매건수(YoY) 추이



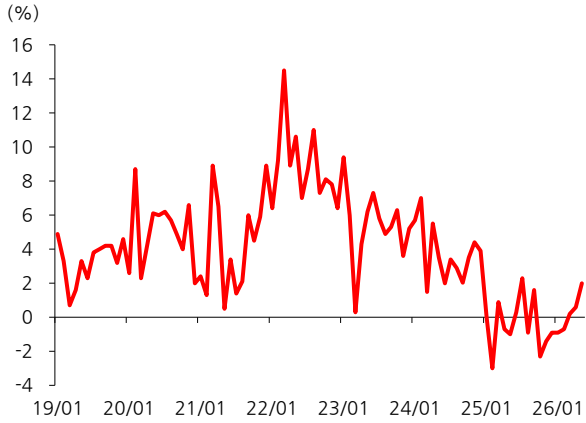
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림18] 편의점 구매단가(YoY) 추이



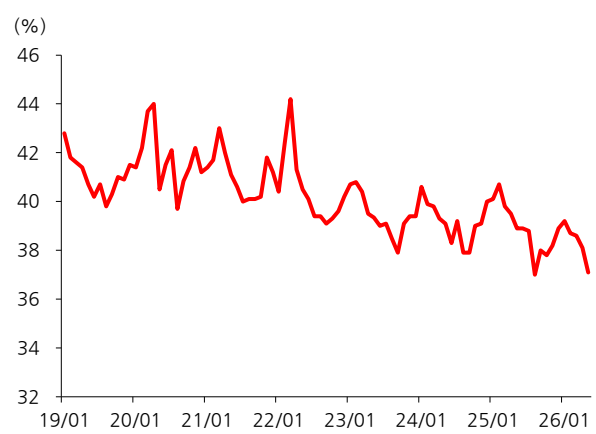
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림19] 편의점 담배 등 기타 매출 증감률(YoY) 추이



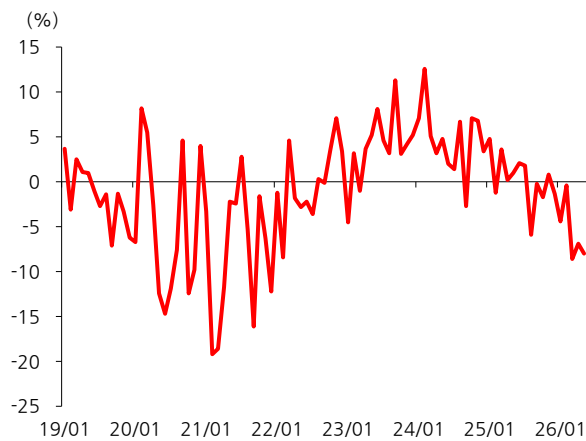
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림20] 편의점 담배 등 기타 매출 비중 추이



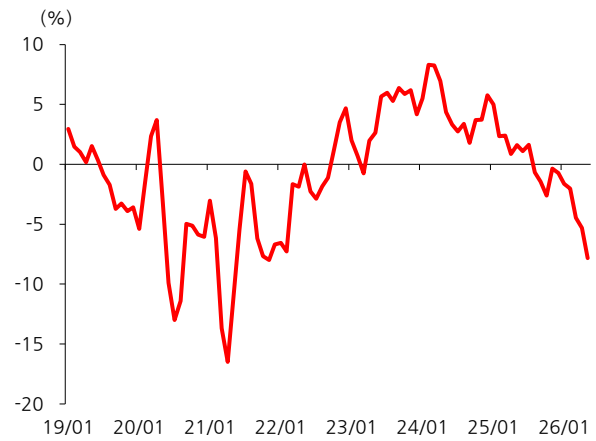
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림21] SSM 매출 증감률(YoY) 추이



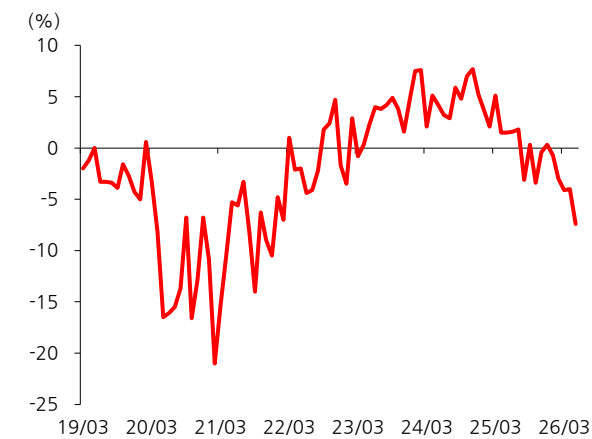
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림22] SSM 매출 증감률(YoY) 3MMA 추이



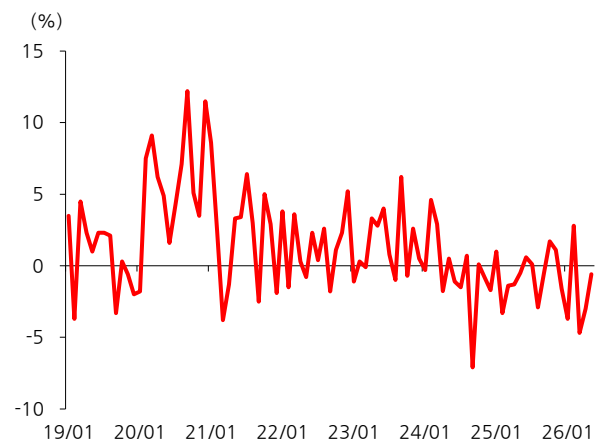
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림23] SSM 구매건수(YoY) 추이



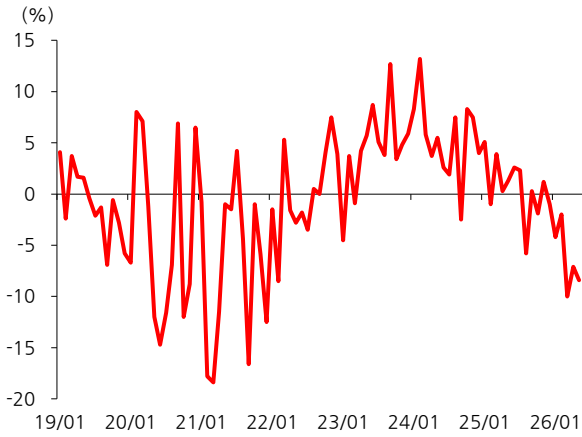
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림24] SSM 구매단가(YoY) 추이



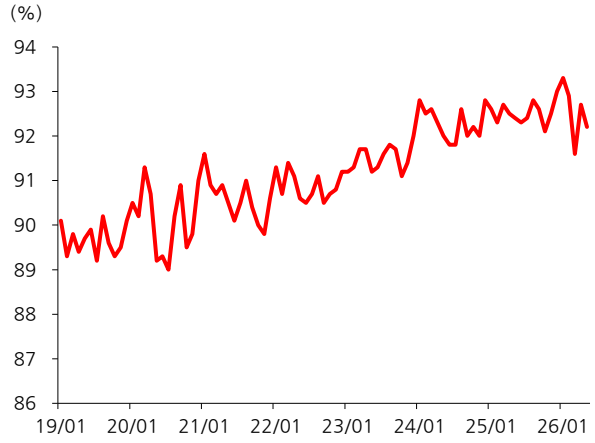
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림25] SSM 식품 매출 증감률(YoY) 추이



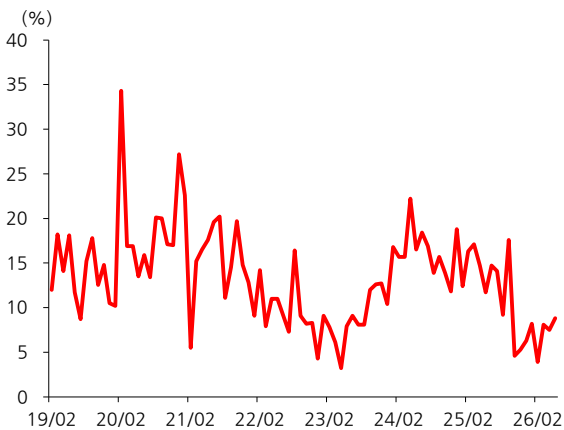
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림26] SSM 식품 매출 비중 추이



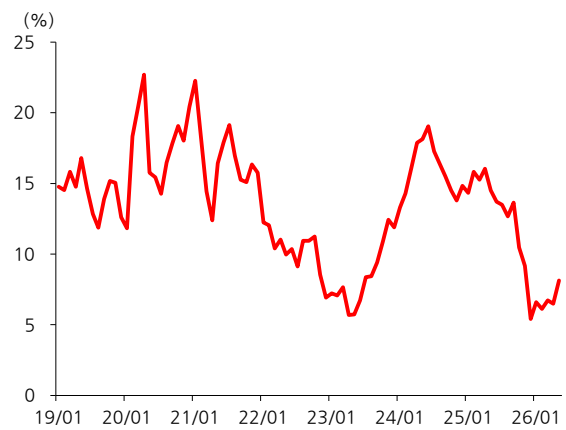
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림27] 온라인 유통 매출 증감률(YoY) 추이



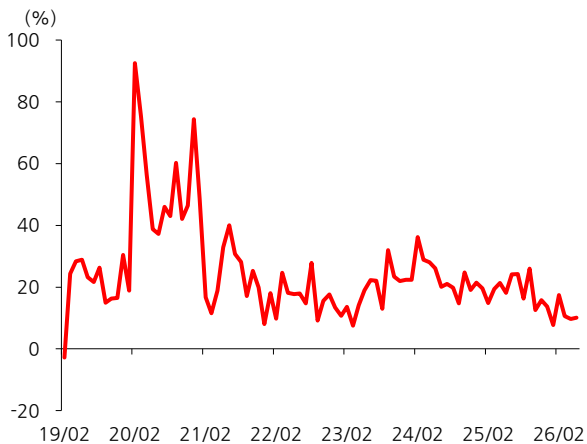
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림28] 온라인 유통 매출 증감률(YoY) 3MMA 추이



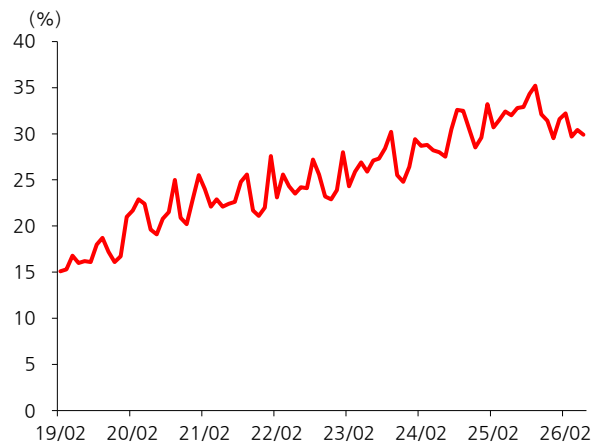
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림29] 온라인 유통 식품 매출 증감률(YoY) 추이



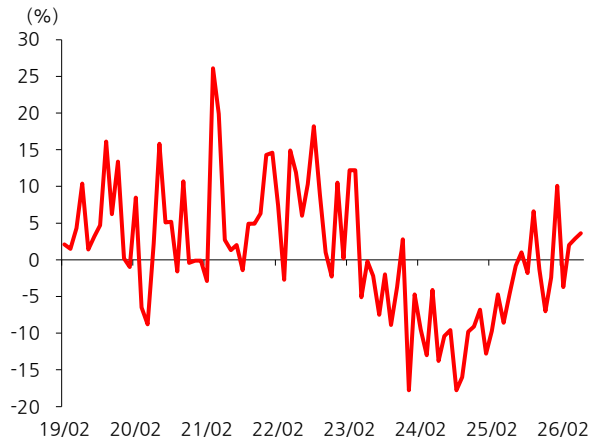
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림30] 온라인 유통 식품 매출 비중 추이



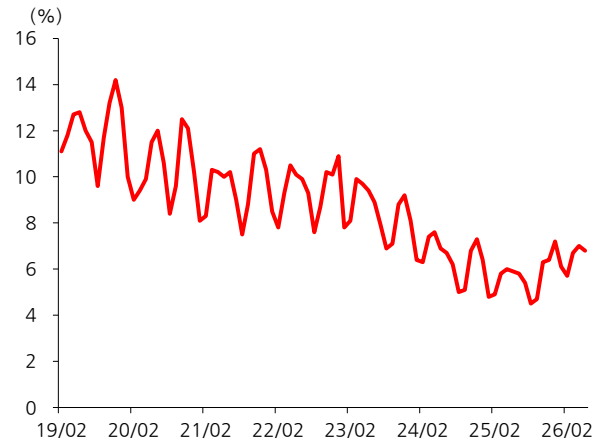
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림31] 온라인 유통 패션 매출 증감률(YoY) 추이



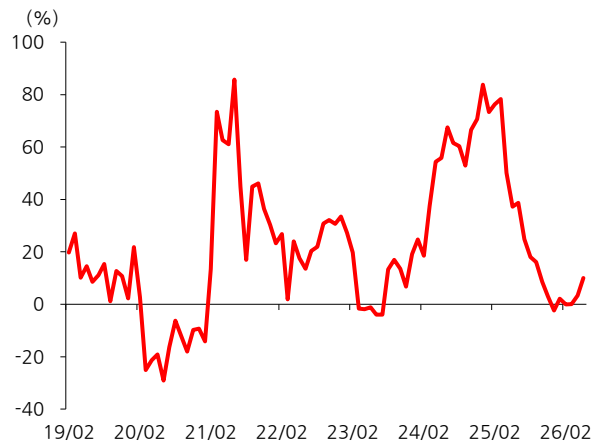
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림32] 온라인 유통 패션 매출 비중 추이



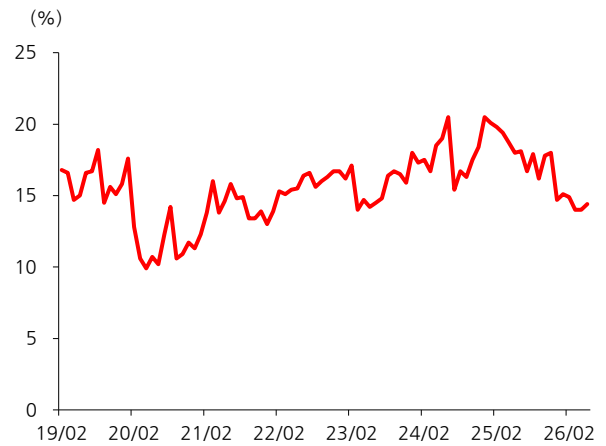
자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림33] 온라인 유통 서비스/기타 매출 증감률(YoY) 추이



자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

[그림34] 온라인 유통 서비스/기타 매출 비중 추이



자료: 산업통상자원부, 한화투자증권 리서치센터

**[ Compliance Notice ]**

(공표일: 2026년 6월 24일)

이 자료는 조사분석 담당자 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 작성됐음을 확인합니다. 본인은 이 자료에서 다룬 종목과 관련해 공표일 현재 관련 법규상 알려야 할 재산적 이해관계가 없습니다. 본인은 이 자료를 기관투자자 또는 제 3자에게 사전에 제공한 사실이 없습니다. (이진협)  
 저희 회사는 공표일 현재 이 자료에서 다룬 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: 2026년 3월 31일)

투자등급	매수	중립	매도	합계
금융투자상품의 비중	90.7%	9.3%	0.0%	100.0%