NH투자증권

유통산업

2월 주요 유통업체 매출 동향

명절 시점차이를 제거한 1~2월 누적 실적 기준으로도 전년 대비 매출 개선폭이 기대 이상. 3월 또한 공휴일수가 2일 많기 때문에 높은 매출 성장률을 이어갈 것으로 예상

Analyst 주영훈
02)2229-6221, jooyh@nhqv.com

2월, 긍정적인 설 명절 시점 차이 효과

2024년 2월 주요 유통업체 매출은 전년 대비 13.7% 증가(오프라인 +11.5%, 온라인 +15.7%). 설 명절 시점 차이('23년 1월 22일 Vs. '24년 2월 10일) 및 영업일수 증가 효과로 모든 업태의 매출이 크게 개선. 카테고리 별로는 식품 매출이 가장 크게 증가했고 여행 수요 확대로 서비스 매출도 +13.6% y-y 증가

업태별로는 대형마트가 설 명절 시점 차이 영향(선물세트, 제수용품 등)을 가장 크게 받다 보니 가장 큰 폭으로 매출이 증가. 지난해 하반기부터 주춤했던 백화점 명품 수요가 재차 회복세를 보이고 있다는 점도 눈여겨볼 사안. 온라인의 경우 최근 이슈가 되고 있는 중국 직구 플랫폼(테무, 알리) 수치는 포함되어 있지 않은 통계인 만큼 실질적인 산업 성장률은 이보다 높을 것으로 추정

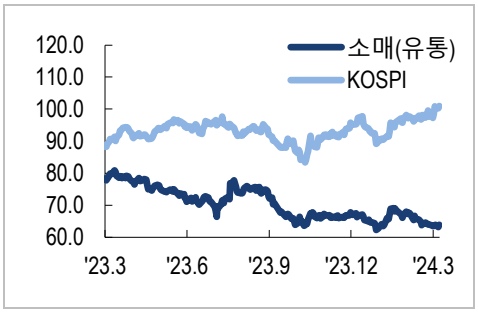
3월도 흐름이 좋다

명절 시점 차이를 제거한 1~2월 누적 실적 기준으로도 전년 동기 대비 매출 성장률은 기존 예상 대비 양호. 3월 또한 전년 동기 대비 공휴일수가 2일 많은 효과가 더해지며 매출 성장률이 더욱 높아질 것. 국내 소비 시장 침체 우려가 지속되며 업종 주가가 부진한 것과 달리 주요 기업들의 실적에는 문제가 없을 것으로 추정되는 만큼 밸류에이션 관점에서의 투자 매력도는 지속적으로 높아지는 중

Positive (유지)

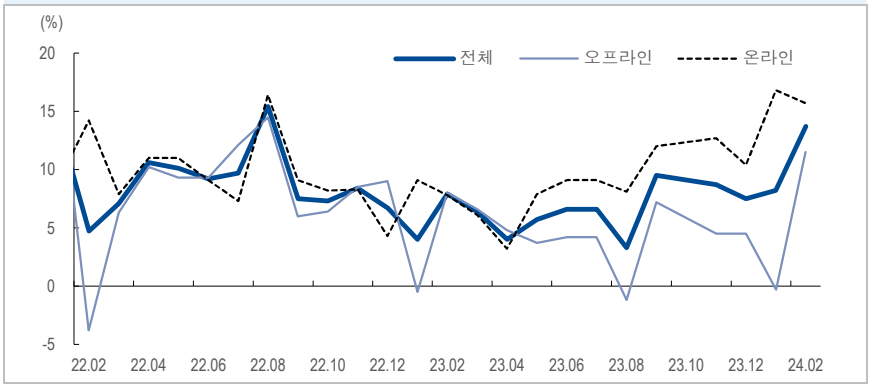
	PER(배)	PBR(배)
KOSPI	12.8	1.1
Sector	9.5	0.4

Sector Index



업종 시가총액 20,126십억원 (Market 비중 0.7%)
주: KRX업종 분류 기준

주요 유통업체의 전년동월 대비 월별 매출 증감률



자료: 산업통상자원부, NH투자증권 리서치본부

표1. 백화점 매출 추이 (단위: 원, % y-y)

	상품군별 매출 증감률 (y-y)									구매건수 및 단가		
	합계	잡화	여성정장	여성 캐주얼	남성의류	아동·스포츠	가정용품	해외유명 브랜드	식품	구매건수 (y-y)	구매단가 (y-y)	인당 구매단가
23년 4월	2.5	7.3	1.3	6.2	-2.2	1.3	-8.4	4.5	10.2	2.8	-0.3	127,975
5월	-0.2	2.6	-0.3	3.8	-6.0	-0.3	-13.0	1.9	5.4	-0.1	0.0	123,785
6월	0.3	2.2	-0.6	7.9	-4.4	-1.0	-6.8	0.9	4.6	0.2	0.1	116,759
7월	2.1	-2.2	-2.8	4.0	-4.0	0.0	2.7	3.7	6.6	-0.5	2.6	104,082
8월	-4.9	1.0	1.9	7.0	-6.8	-1.0	7.5	-7.6	-21.8	2.5	-7.2	106,646
9월	3.1	-0.2	-7.5	-1.3	-11.4	-4.3	6.0	-3.5	35.1	0.5	2.6	134,025
10월	-2.6	-1.2	-4.0	1.0	-9.4	-4.5	-0.4	-3.1	0.0	-1.9	-0.6	130,783
11월	6.8	5.9	2.8	13.3	2.1	15.5	18.3	-1.6	8.8	6.7	0.1	125,469
12월	5.9	1.4	1.3	0.0	-1.9	-5.5	15.8	10.5	6.1	1.9	4.0	126,606
24년 1월	0.7	-1.0	2.2	-0.7	-4.3	-5.4	16.4	6.6	-14.4	-0.4	1.1	133,964
2월	**7.2**	**3.3**	**-8.1**	**2.7**	**0.3**	**2.7**	**-2.5**	**6.4**	**40.2**	**2.0**	**5.1**	**129,434**

자료: 산업통상자원부, NH투자증권 리서치본부

표2. 대형마트 매출 추이 (단위: 원, % y-y)

	상품군별 매출 증감률 (y-y)							구매건수 및 단가		
	합계	가전문화	의류	가정생활	스포츠	잡화	식품	구매건수 (y-y)	구매단가 (y-y)	인당 구매단가
23년 4월	3.3	-4.7	-8.0	-0.4	-0.6	-6.8	6.3	2.7	0.6	54,037
5월	1.7	1.8	-3.6	-5.3	-7.7	-6.3	4.3	0.6	1.1	48,086
6월	0.3	-12.8	-1.3	-6.8	-7.0	-6.8	5.2	2.1	-1.8	46,530
7월	2.6	-4.7	-3.6	-2.2	-10.5	-5.8	6.6	6.5	-3.6	46,355
8월	-8.4	-9.5	-7.2	-12.8	-4.8	-3.2	-7.9	-1.2	-7.3	49,472
9월	10.0	-13.1	-11.5	0.8	-10.4	-7.3	17.9	-0.2	10.2	57,331
10월	-4.1	-1.5	1.9	-5.6	-5.2	-10.5	-4.4	-2.7	-1.4	47,967
11월	1.3	-3.2	9.5	-6.2	2.5	5.2	3.2	0.7	0.6	49,513
12월	-1.2	-5.1	-7.5	-5.7	-5.4	-15.8	1.4	1.2	-2.4	-50,571
24년 1월	-9.2	-5.1	-13.8	-19.4	-18.6	-21.3	-8.9	-5.3	-4.1	55,668
2월	**21.0**	**-2.2**	**9.3**	**9.7**	**2.7**	**0.6**	**29.5**	**7.3**	**12.7**	**53,200**

자료: 산업통상자원부, NH투자증권 리서치본부

표3. 편의점 매출 추이 (단위: 원, % y-y)

	상품군별 매출 증감률 (y-y)						구매건수 및 단가		
	합계	생활용품	잡화	담배(기타)	음료 등 가공	즉석(신선)	구매건수 (y-y)	구매단가 (y-y)	인당 구매단가
23년 4월	8.9	17.8	24.1	4.3	9.5	22.5	8.1	0.8	6,754
5월	9.2	10.4	19.6	6.2	9.7	18.4	5.7	3.4	6,787
6월	10.3	4.4	15.4	7.3	11.5	19.6	8.7	1.5	6,747
7월	6.6	5.3	16.5	5.8	6.3	11.1	3.9	2.6	6,988
8월	7.6	-1.0	8.2	4.9	9.9	11.7	7.0	0.6	7,032
9월	8.5	8.5	16.3	5.3	9.9	13.8	6.9	1.5	6,959
10월	6.8	4.3	7.0	6.3	6.5	11.1	6.3	0.5	6,836
11월	4.2	6.4	8.9	3.6	3.3	10.4	2.1	2.1	6,957
12월	7.3	6.5	7.8	5.2	8.6	9.9	6.8	0.5	7,206
24년 1월	6.1	0.2	0.6	5.7	5.7	12.8	7.2	-1.1	7,251
2월	**9.4**	**16.1**	**13.7**	**7.0**	**11.2**	**8.4**	**6.7**	**2.5**	**7,331**

자료: 산업통상자원부, NH투자증권 리서치본부

1. 투자등급(Ratings): 목표주가 제시일 현재가 기준으로 향후 12개월간 종목의 목표수익률에 따라
   - Buy: 15% 초과
   - Hold: -15% ~ 15%
   - Sell: -15% 미만

2. 당사의 한국 내 상장기업에 대한 투자의견 분포는 다음과 같습니다. (2023년 12월 31일 기준)
   - 투자의견 분포

Buy	Hold	Sell
80.8%	19.2%	0.0%

- 당사의 개별 기업에 대한 투자의견 분포는 매 분기말 기준으로 공표하고 있으니 참조하시기 바랍니다.

Compliance Notice

- 당사는 자료 작성일 현재 '동 자료상 언급된 기업들'의 발행주식 등을 1% 이상 보유하고 있지 않습니다.
- 당사는 동 자료를 기관투자가 또는 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 동 자료의 금융투자분석사와 배우자는 자료 작성일 현재 동 자료상에 언급된 기업들의 금융투자상품 및 권리를 보유하고 있지 않습니다.
- 동 자료에 게시된 내용들은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭없이 작성되었음을 확인합니다.

고지 사항

본 조사분석자료에 수록된 내용은 당사 리서치본부의 금융투자분석사가 신뢰할 만한 자료 및 정보를 바탕으로 최선을 다해 분석한 결과이나 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없습니다. 따라서 투자자의 투자판단을 위해 작성된 것이며 어떠한 경우에도 주식 등 금융투자상품 투자의 결과에 대한 법적 책임소재를 판단하기 위한 증빙자료로 사용될 수 없습니다. 본 조사분석자료는 당사의 저작물로서 모든 지적 재산권은 당사에 귀속되며 당사의 동의 없이 복제, 배포, 전송, 변형, 대여할 수 없습니다.