산업통상자원부 **보 도 자 료**

http://www.motie.go.kr

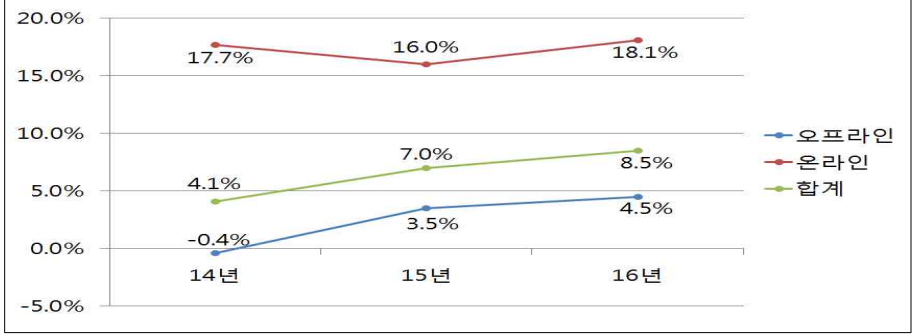
2017년 1월 31일(화) 조간부터 보도하여 주시기 바랍니다.
(인터넷, 방송, 통신은 1.30(월) 오전 11시 이후 보도 가능)

배포일시	'17.1.30(월)	담당부서	유통물류과
담당과장	정종영 과장(044-203-4380)	담 당 자	허유석 사무관(044-203-4388)

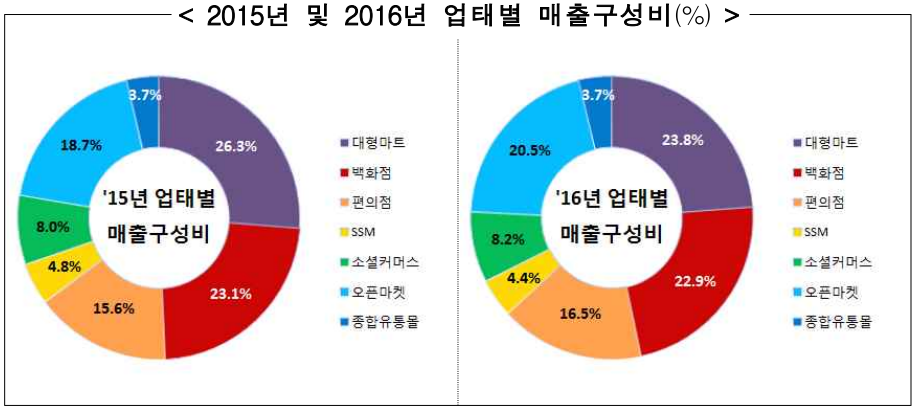
2016년 주요 유통업체 매출 전년대비 8.5% 증가

- 오프라인 유통업체 4.5% 증가, 온라인 유통업체 18.1% 증가
- 백화점과 대형마트 비중 축소, 편의점과 온라인 비중 증가

< 연도별 전년 대비 매출증가율(%) 추세 >



< 2015년 및 2016년 업태별 매출구성비(%) >



< 매출 동향 조사 대상 >

□ **오프라인 유통업체**(13社)
- **백화점**(3社) : 롯데백화점, 현대백화점, 신세계백화점
- **대형마트**(3社) : 이마트, 홈플러스, 롯데마트
- **편의점**(3社) : CU, GS25, 세븐일레븐&바이더웨이
- **SSM**(4社) : 이마트에브리데이, 롯데슈퍼, GS, 홈플러스익스프레스

□ **온라인 유통업체**(13社)
- **오픈마켓**(3社) : 이베이코리아(G마켓, 옥션), 11번가, 인터파크
- **소셜커머스**(3社) : 쿠팡, 티몬, 위메프
- **종합쇼핑몰**(7社) : 이마트, 신세계, AK몰, 홈플러스, 갤러리아몰, 롯데닷컴, 롯데마트몰

Ⅰ 2016년 매출동향(연간)

1. 전체 매출 동향

□ **2016년 주요 유통업체 매출**은 2015년 대비 **8.5% 증가**한 가운데, **오프라인(4.5%)에 비해 온라인(18.1%)이 큰 폭의 성장세**를 지속

try of Trade
try and Energy

○ **오프라인** 매출은 경제성장 부진에 따른 내수 침체의 우려에도 불구하고, **1인 가구 증가**에 따른 **편의점의 성장과 코리아세일페스타 등의 영향**으로 최근 3년 중 매출이 가장 큰 폭으로 증가

< 연도별 오프라인 유통업체 비중 및 매출 증감율>

구 분 ('16년 비중)	2014	2015	2016
대 형 마 트 (23.8%)	△3.4%	△2.1%	△1.4%
백 화 점 (22.9%)	△0.7%	△1.2%	3.3%
편 의 점 (16.5%)	8.3%	26.5%	18.1%
S S M (4.4%)	△3.3%	△1.3%	△0.8%
오 프 라 인 전 체	△0.4%	3.5%	4.5%

○ **온라인** 매출은 **온라인과 모바일 중심으로 소비행태가 변화**하는 추세를 반영하여, 오픈마켓 중심으로 **매년 두 자리 이상의 큰 폭의 성장세**를 기록하는 등 **유통업체 전체의 성장을 견인**

최미화 / 홍보담당관 / 2017-02-01 17:24:30

< 연도별 온라인 유통업체 비중 및 매출 증감율>

구 분 ('16년 비중)	2014	2015	2016
오 픈 마 켓 (20.5%)	7.7%	7.4%	21.5%
소 셜 커 머 스 (8.2%)	72.9%	46.6%	13.5%
종 합 유 통 몰 (3.7%)	12.9%	11.2%	10.9%
온 라 인 전 체	17.7%	16.0%	18.1%

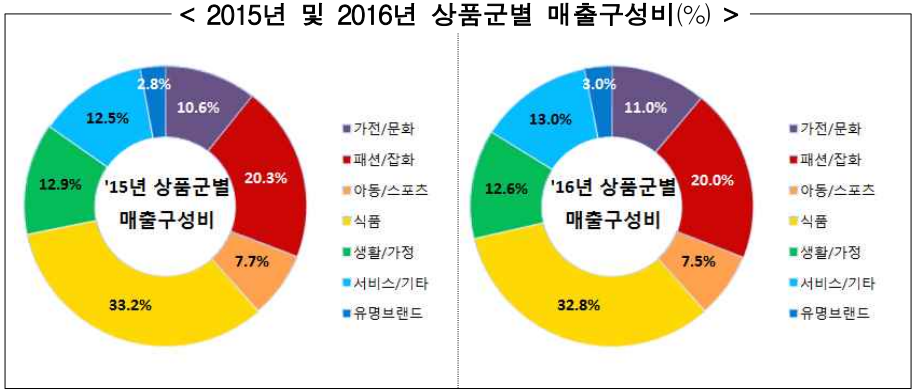
□ 유통 업태별 비중은 **대형마트, 백화점 및 SSM의 비중이 감소**하는 가운데, **1인 가구 수 증가 및 소비행태 변화**에 따라 **편의점과 온라인**(오픈마켓, 소셜커머스, 종합유통몰) **비중이 확대**

< 연도별 유통업체 매출 비중>

구 분	2014	2015	2016
대 형 마 트	27.8%	26.3%	23.8%
백 화 점	25.2%	23.1%	22.9%
편 의 점	13.4%	15.6%	16.5%
S S M	5.2%	4.8%	4.4%
오 픈 마 켓	18.9%	18.7%	20.5%
소 셜 커 머 스	5.9%	8.0%	8.2%
종 합 유 통 몰	3.6%	3.7%	3.7%
합 계	100.0%	100.0%	100.0%

□ 상품군별 **매출비중**은 큰 변화가 없는 가운데, 고효율 가전제품 환급 정책의 영향을 받은 **가전/문화, 유명브랜드제품 등의 비중이 소폭 증가**하고 **패션과 식품 등 다른 부문의 매출 비중은 다소 감소**

< 2015년 및 2016년 상품군별 매출구성비(%) >



2. 유통업체별 매출 동향

오프라인 유통업체

□ '15년 대비 **편의점**(18.2%)과 **백화점**(3.3%)의 **매출**은 **증가**한 반면, **대형마트**(△1.4%), **SSM**(△0.8%) 매출은 감소

○ **(편의점) 점포수 증가(12.8%)**, 1인 가구 증대에 따른 **소비행태 변화**에 **적극적 대응***, **즉석·신선식품 인기상승**(46.7%) 및 **담배가격 상승 효과** 등으로 **매출**이 **상·하반기 연속 상승**

* 도시락 강화를 통한 편의점의 푸드점화 및 점포 위치에 따른 특화점포 시행

○ **(백화점) 대형가전과 해외명품 등 고가 상품의 판매 호조, 코리아 세일페스타 및** 각종 할인행사 등으로 **연중 지속적 성장**을 하였고, **식품**(5.5%), **의류·잡화**(1.3%) **등 대부분 상품군의 매출이 상승**

○ **(대형마트)** 온라인 부문 성장에 따른 시장 잠식 현상과 1인 가구 증대에 따른 소비 트렌드 변화로, **식품부문**의 **상승**(0.5%)에도 불구 非식품군(△4.1%) **매출 부진** 등으로 **역신장**

○ **(SSM)** 온라인 부문 성장에 따른 시장 잠식 현상 등에 의해 非식품군 매출이 하락(△6.0%) 하였으나, 주력 품목인 식품부문 매출 증가(0.1%)로 인해 **전체 매출은 소폭 하락**

온라인 유통업체

□ '15년 대비 **오픈마켓**(21.5%), **소셜커머스**(13.5%), **종합유통몰**(10.9%) 모두 매출이 증가하여 **온라인 유통업체는 3년 연속 크게 성장**

○ **(오픈마켓)** 온라인·모바일 중심의 소비행태 변화 및 오픈마켓에 입점한 백화점 등의 **맞춤형 프로모션** 등으로 **패션/의류**(39.9%) 및 **화장품**(30.6%) 등 **전체 상품의 매출이 크게 성장**

try of Trade,
try and Energy
최미화 / 홍보담당관 / 2017-02-01 17:24:30

○ **(소셜커머스) 오픈마켓과의 경쟁이 심화되는 가운데** 패션/의류 부문의 매출 하락(△8.0)에도 불구하고, **스포츠부문**(52.3%)과 **생활가구**(40.3%), **가전/전자**(27.2%)의 **매출 호조로 두 자리 수 성장을 기록**

○ **(종합유통몰)** 오프라인 매장을 같이 운영하는 업계 특성상, 다른 온라인 유통업체에 비해 **비중이 큰 식품(13.9%/32.1% 비중)과 스포츠 부문(29.8%/8.4% 비중)**을 **중심으로 매출이 증가**

II 2016년 12월 매출동향(월간)

1. 전체 매출 동향

□ **12월 주요 유통업체 매출**은 전년동기와 비교하여 오프라인이 3.9%, 온라인이 11.0% 증가하는 등 **전체적으로 6.2%가 증가**

<'16년 월별 전년동기 대비 유통업체 매출 증가율(단위: %)>

구 분	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
전 체	15.9	8.2	7.6	9.0	6.0	9.2	10.8	9.1	6.8	8.4	6.5	6.2
오프라인	13.5	1.6	2.5	5.9	△0.4	7.7	6.4	4.6	3.3	6.3	0.3	3.9
온라인	21.1	26.5	19.3	16.5	23.4	12.3	20.3	20.2	16.2	13.6	20.2	11.0

2. 유통업체별 매출 동향

오프라인 유통업체

□ 전년 동기 대비 **편의점**(14.5%), **SSM**(4.6%), **백화점**(3.3%)의 **매출이 증가**한 반면, **대형마트**(△1.9%) **매출은 감소**

○ **(편의점) 점포수 증가**(12.9%), 편의점 **이용계층 다양화**로 인한 **구매고객 증가**(11.2%) 등의 영향으로 **매출이 14.5% 증가**

○ **(SSM)** 일부 업체 할인행사 강화로 축산물 매출 증가, 채소류 가격과 AI사태에 따른 계란류 가격 상승 등 구매단가 증가로 인해 **전체 매출이 4.6% 증가**하여 **3개월 연속 성장세를 지속**

○ **(백화점)** 일부 업체의 매장 확대, 연말 선물세트 구매를 위한 방문 고객 증가(5.5%) 등의 영향으로 **대부분 품목의 매출이 상승**하여 **전체 매출이 3.3% 증가**

○ **(대형마트)** 방문고객 감소(△3.4%)와 전 상품군에 걸친 매출 하락으로 인해 **전체 매출이 1.9% 감소**

온라인 유통업체

□ 전년동기 대비 **종합유통몰**(21.1%), **오픈마켓**(12.6%), **소셜커머스**(3.5%) 등 **업종 전반**에 걸쳐 **성장세를 지속**

○ **(종합유통몰) 적극적인 연말 프로모션**을 통해 **모든 품목**의 **매출이 증가**하는 가운데, 매출비중이 높은 **식품**(30.9%)과 **패션/의류**(16.3%) 매출이 큰 폭으로 상승하면서 **높은 성장률**을 기록

○ **(오픈마켓)** 연말을 맞아 카테고리별 맞춤 프로모션과 식품관 당일 배송 등 **적극적 마케팅의 영향**으로 통해 **패션/의류(18.6%), 화장품(16.4%), 식품(20.4%)을 중심**으로 전 부문에 걸쳐 매출이 상승

○ **(소셜커머스)** 오픈마켓과의 경쟁 속에서 **생활/가구**(23.9%), **식품**(17.0%) 중심으로 매출이 성장하였으나, 다른 품목이 다소 부진하며 전체 매출은 전년동기 대비 **3.5%** 소폭 증가

< 유의사항 >

◈ 오프라인 유통업체 매출 동향은 소비동향 파악을 목적으로 매월 경상 매출액을 기준으로 조사·분석한 것임

◈ 주요 온라인 유통업체 거래액 동향은 오픈마켓 3社, 소셜커머스 3社, 종합몰 7社의 거래액을 기준으로 조사·분석 했으며, 시범조사 결과를 발표한 것으로, 향후 통계청의 정식 승인을 받아 조사·발표할 예정임

◈ 통계청의 서비스업동향 및 온라인쇼핑동향과는 지표의 포괄범위, 표본 등이 서로 달라 양 기관 자료간 증감 크기나 방향 등이 상이할 수 있음

OPEN 공공누리 공공저작물 자유이용허락

이 보도자료와 관련하여 보다 자세한 내용이나 취재를 원하시면 산업통상자원부 유통물류과 허유석 사무관(☎ 044-203-4388)에게 연락주시기 바랍니다.

최미화 / 홍보담당관 / 2017-02-01 17:24:30

붙임 **조사대상 유통업체별 매출 추이**

□ 대형마트

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이(단위 : %)

2014년				연간	2015년				연간	2016년				연간
1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q	
△3.3	△2.9	△4.0	△3.2	△3.4	△1.5	△3.2	△0.7	△3.2	△2.1	△0.8	△1.5	△1.0	△2.3	△1.4

○ 전년동기 대비 상품군별 매출증감율 추이(단위 : %)

구분	비 식품품목						식품	총 계
	가전·문화	의류	가정·생활	스포츠	잡화	소계		
'16. 1월	3.3	6.0	7.9	3.0	8.2	6.1	14.7	11.0
2월	△0.3	△4.1	△9.9	△2.8	△6.9	△5.9	△8.3	△7.0
3월	△4.7	1.8	△9.9	△9.0	△4.4	△6.4	△3.3	△4.6
4월	3.1	8.5	△1.5	0.5	0.4	1.3	1.8	1.7
5월	△6.4	△7.3	△9.3	△16.4	△8.3	△8.7	△7.3	△6.3
6월	6.8	10.7	△6.2	8.7	10.3	2.5	△0.6	0.9
7월	9.4	1.0	△2.6	△4.5	1.2	1.6	2.5	2.1
8월	△0.2	△4.4	△8.6	△14.8	△3.2	△5.4	2.0	△1.3
9월	0.8	△7.7	△7.3	△11.3	△3.6	△4.9	△2.6	△3.5
10월	△3.4	△6.2	△5.5	△17.6	△4.0	△5.7	7.1	0.9
11월	△14.4	△9.5	△11.3	△16.3	△9.0	△11.9	△0.5	△6.1
12월	**△10.9**	**△7.5**	**△6.2**	**△16.2**	**△7.8**	**△8.7**	**△4.7**	**△1.9**

* 자료 : 각 대형마트(신규점 제외), 전년동월 대비 증감율

○ 상품군별 매출 비중(단위 : %)

구분	비 식품품목						식품	총 계
	가전·문화	의류	가정·생활	스포츠	잡화	소계		
'13년	11.5	8.1	18.6	3.9	4.2	46.3	53.7	100
'14년	12.0	5.9	18.2	3.5	5.3	45.0	55.0	100
'15년	12.0	5.5	18.1	3.3	6.1	45.0	55.0	100
'16년 12월	**13.3**	**5.1**	**16.0**	**2.4**	**6.8**	**43.6**	**56.4**	**100**

* 자료 : 각 대형마트(신규점 제외)

○ 구매건수 및 구매단가 증감율 추이

증가율 (단위 :%)	'16년											
	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
구매건수	1.2	△1.5	△3.1	△1.2	△6.4	2.8	0.8	△1.1	△1.0	0.2	△4.3	**△3.4**
구매단가	9.7	△5.7	△1.6	3.0	0.1	△1.8	1.3	△0.2	△2.5	0.6	△1.9	**1.6**

* '16.12월 1인당 구매단가 : 42,582원 (전년동월 41,920원)

□ 백화점

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이(단위 : %)

2014년				연간	2015년				연간	2016년				연간
1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q	
1.1	△1.6	1.5	△3.3	△0.7	△3.9	△2.1	△1.0	1.8	△1.2	2.4	3.8	5.1	2.3	3.3

○ 전년동기 대비 상품군별 매출증감율 추이(단위 : %)

구분 (단위 :%)	비식품품목								식품	총 계
	잡 화	여성 정장	여성 캐주얼	남성 의류	아동 스포츠	가정 용품	해외유명 브랜드	소계		
'16. 1월	4.9	△2.8	3.5	7.6	5.5	8.8	8.4	4.9	33.1	9.0
2월	1.9	0.0	△2.9	△9.2	△2.6	15.4	8.4	1.8	△16.6	△1.9
3월	△0.4	1.1	△2.3	△4.1	△4.2	△3.4	7.3	△0.6	3.1	0.3
4월	1.8	3.0	4.8	6.0	2.9	3.9	8.6	4.1	4.5	4.3
5월	△4.4	△3.8	△5.9	△5.9	△7.8	2.3	1.3	△3.6	0.6	△2.7
6월	11.8	12.1	14.7	5.4	8.5	5.6	20.4	11.7	12.1	11.8
7월	4.3	1.1	7.6	3.7	2.3	11.9	13.3	6.4	9.6	7.0
8월	1.2	0.7	2.8	△5.0	0.3	4.8	5.3	2.1	14.5	4.1
9월	4.0	15.5	△0.9	△2.5	3.4	12.6	9.6	5.8	△2.3	4.1
10월	0.7	2.7	4.4	4.6	0.5	15.6	13.1	5.3	13.5	6.0
11월	△3.8	△2.9	△2.7	△9.9	4.1	△19.0	2.7	△3.5	1.0	△2.8
12월	**0.6**	**2.7**	**△0.8**	**0.9**	**0.4**	**4.8**	**9.3**	**2.4**	**7.7**	**3.3**

* 자료 : 각 백화점(신규점 제외), 전년동월 대비 증감률, 해외유명브랜드는 각사 분류 기준

○ 상품군별 매출 비중(단위 : %)

구분 (단위 :%)	비식품품목								식품	총 계
	잡 화	여성 정장	여성 캐주얼	남성 의류	아동 스포츠	가정 용품	해외유명 브랜드	소계		
'13년	19.7	10.2	13.5	7.7	14.7	9.0	11.9	86.6	13.4	100
'14년	19.6	10.1	12.8	7.3	14.4	9.3	12.2	85.7	14.3	100
'15년	19.4	10.1	12.5	7.0	13.8	9.9	12.5	85.3	14.7	100
'16년 12월	**18.7**	**10.1**	**13.1**	**6.9**	**14.2**	**8.4**	**14.7**	**86.1**	**13.9**	**100**

* 자료 : 각 백화점(신규점 제외), 해외유명브랜드 등은 각사 분류 기준

○ 구매건수 및 구매단가 증감율 추이

증가율 (단위 :%)	'16년											
	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
구매건수	6.7	5.8	5.4	4.1	△3.5	14.2	7.2	5.5	6.2	7.3	1.1	**5.5**
구매단가	2.2	△7.3	△4.9	0.2	0.8	△2.0	△0.2	△1.3	△2.0	△1.2	△3.9	**△2.2**

* '16.12월 1인당 구매단가 : 77,255원 (전년동월 78,969원)

try of Trade
try and see.go.kr

최미화 / 홍보담당관 / 2017-02-01 17:24:30

□ 편의점

○ 전년동기 대비 매출증감율 추이(단위 : %)

구분	'16년											
	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
매출증가율	31.5	31.4	20.1	18.1	14.8	18.0	15.4	16.1	15.9	15.5	15.3	**14.5**

○ 전년동기 대비 상품군별 매출증감율 추이(단위 : %)

구분	비 식품품목				식품			총 계
	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석 (신선일부)	소계	
'16. 1월	18.5	6.0	45.7	41.8	19.3	40.4	21.9	31.5
2월	23.5	5.1	39.4	36.3	23.3	52.4	26.7	31.4
3월	11.2	△2.6	22.3	20.7	16.3	43.9	19.6	20.1
4월	12.3	△0.7	16.2	15.4	17.7	43.2	20.8	18.1
5월	15.1	0.2	13.3	13.1	12.8	45.0	16.5	14.8
6월	14.7	10.3	11.7	11.9	20.9	47.7	24.1	18.0
7월	20.6	1.9	8.4	9.2	18.3	45.6	21.6	15.4
8월	14.2	9.7	8.6	9.1	19.0	50.6	22.8	16.1
9월	15.8	6.1	8.4	9.0	19.0	48.5	22.6	15.9
10월	16.0	10.5	9.1	9.7	17.6	47.4	21.3	15.5
11월	7.6	3.1	7.8	7.7	19.3	51.3	23.3	15.3
12월	**17.2**	**6.9**	**6.4**	**7.2**	**19.2**	**43.3**	**22.4**	**14.5**

○ 상품군별 매출 비중(단위 : %)

구분	비 식품품목				식품			총 계
	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석 (신선일부)	소계	
'14년	3.8	3.2	37.6	44.6	48.7	6.7	55.4	100.0
'15년	4.2	1.5	43.9	49.6	44.3	6.1	50.4	100.0
'16년 12월	**4.3**	**1.3**	**43.3**	**48.9**	**43.2**	**7.9**	**51.1**	**100.0**

○ 구매건수 및 구매단가 증감율 추이

증감율 (단위 :%)	'16년											
	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
구매건수	17.7	19.4	12.4	12.4	9.7	13.8	11.5	13.3	11.5	11.1	13.1	**11.2**
구매단가	11.7	10.0	6.9	5.1	4.7	3.7	3.5	2.5	3.9	3.9	2.0	**2.9**

* '16.12월 1인당 구매단가 : 5,245원 (전년동월 5,096원)

○ 점포당 매출액 증감율 추이

증가율 (단위 :%)	'16년											
	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
점포당 매출액	17.5	17.2	6.8	4.8	1.6	4.1	1.8	2.7	2.5	2.2	1.9	**1.4**

□ 준대규모점포(SSM)

○ 전년동기 대비 매출증감율 추이

구분 (단위 :%)	'16년											
	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
매출증감율	2.6	△0.5	0.6	△1.6	△5.4	△7.8	△2.7	△0.6	△2.7	4.5	2.3	**4.6**

○ 전년동기 대비 상품군별 매출증감율 추이

구분 (단위 :%)	비식품			식품품목				총 계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선·조리식품	가공식품	소계	
'16. 1월	2.1	△0.4	1.3	1.7	△0.8	7.4	2.7	2.6
2월	△1.6	△3.2	△2.1	0.8	1.7	△3.3	△0.3	△0.5
3월	△4.6	△2.1	△3.8	1.3	2.0	0.8	1.3	0.6
4월	△4.5	△3.9	△4.4	△1.8	△0.7	△0.1	△1.0	△1.6
5월	△8.4	△3.7	△6.9	△5.3	△4.7	△5.6	△5.2	△5.4
6월	△11.3	△3.3	△8.6	△10.3	△5.2	△6.0	△7.7	△7.8
7월	△10.4	△2.1	△7.6	△2.6	0.2	△3.0	△1.9	△2.7
8월	△10.5	△2.5	△8.0	△2.9	4.3	2.0	0.5	△0.6
9월	△13.6	△4.3	△10.7	△2.7	2.5	△2.8	△1.4	△2.7
10월	△9.0	△3.8	△7.2	9.7	6.3	2.2	6.5	4.5
11월	△8.7	△3.6	△6.9	4.3	6.0	1.4	3.9	2.3
12월	**△8.4**	**△2.6**	**△6.4**	**7.5**	**7.4**	**3.8**	**6.3**	**4.6**

○ 상품군별 매출 비중

구분 (단위 :%)	비식품			식품품목				총 계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선식품	가공·조리식품	소계	
'14년	9.3	4.5	13.7	38.2	18.8	29.3	86.3	100.0
'15년	8.7	4.4	13.1	38.4	22.3	26.2	86.9	100.0
'16년 12월	**7.8**	**4.5**	**12.3**	**38.3**	**22.9**	**26.6**	**87.8**	**100.0**

○ 구매건수 및 구매단가 증감율 추이

증가율 (단위 :%)	'16년											
	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
구매건수	△2.7	0.5	△1.3	△2.6	△11.3	△5.3	△4.2	△1.3	△2.4	1.1	0.2	**0.3**
구매단가	5.4	△1.0	1.9	1.0	6.6	△2.6	1.6	0.8	△0.2	3.4	2.1	**4.2**

* '16.12월 1인당 구매단가 : 15,159원 (전년동월 14,546원)

try of Trade
try and Energy

최미화 / 홍보담당관 / 2017-02-01 17:24:30

□ 오픈마켓

○ 전년동기 대비 매출증감율 추이

'16년 증가율 (단위:%)											
1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
22.3	29.6	16.9	16.9	25.9	17.1	31.2	22.4	20.0	18.6	26.4	**12.6**

○ '16년 품목별 전년 동월 대비 거래액 증가율

구분 (단위:%)	가전/ 전자	도서/ 문구	패션/ 의류	스포츠	화장품	아동/ 유아	식품	생활/ 가구	서비스/ 기타	총 계
'16.1월	16.1	17.6	38.9	10.9	30.2	12.4	48.1	25.4	12.5	22.3
2월	34.7	24.1	42.9	28.0	38.0	28.1	9.4	29.0	26.1	29.6
3월	17.1	4.6	21.3	8.3	29.0	12.4	23.4	15.4	16.7	16.9
4월	17.8	5.4	24.4	8.3	33.8	13.3	22.4	14.9	12.9	16.9
5월	24.5	23.0	32.2	16.2	40.5	23.9	30.0	22.1	27.4	25.9
6월	16.1	29.5	30.3	△1.2	25.8	3.0	8.7	0.8	42.1	17.1
7월	19.2	1.5	25.4	△1.0	34.4	3.6	17.4	10.6	107.5	31.2
8월	21.5	13.0	39.0	8.8	36.4	13.5	37.1	18.0	18.9	22.4
9월	17.4	11.3	55.3	14.0	23.7	13.5	14.0	13.1	17.2	20.0
10월	9.8	7.2	69.7	7.1	19.3	14.5	26.3	11.7	8.1	18.6
11월	15.8	1.7	76.5	18.3	42.5	16.9	31.8	11.6	22.6	26.4
12월	11.9	7.8	18.6	9.2	16.4	6.9	20.4	8.3	12.9	12.6

○ '16년 품목별 거래 비중

구분 (단위:%)	가전/ 전자	도서/ 문구	패션/ 의류	스포츠	화장품	아동/ 유아	식품	생활/ 가구	서비스/ 기타	총 계
'16.1월	29.9	3.9	11.6	3.9	3.6	4.0	10.7	16.8	15.6	100.0
2월	31.8	3.8	10.9	3.8	3.6	4.4	9.0	16.6	16.1	100.0
3월	30.7	3.9	12.1	4.7	3.6	4.4	8.8	16.8	15.0	100.0
4월	28.4	3.2	12.8	5.7	3.7	5.1	8.9	16.3	15.9	100.0
5월	27.9	2.9	12.9	6.1	3.7	4.5	8.8	16.0	17.2	100.0
6월	29.4	3.7	12.3	5.6	3.4	3.9	8.4	15.4	17.9	100.0
7월	28.2	2.8	9.9	5.4	2.8	3.3	7.1	13.4	27.2	100.0
8월	30.6	3.1	10.3	5.2	3.4	3.8	9.4	15.7	18.5	100.0
9월	27.1	3.1	14.0	5.2	3.3	3.9	10.7	15.6	17.1	100.0
10월	27.4	2.9	17.2	4.9	3.2	3.7	8.6	15.8	16.3	100.0
11월	28.0	2.8	19.4	4.2	3.6	3.5	8.3	14.8	15.4	100.0
12월	29.3	3.8	14.1	3.9	3.2	5.0	8.1	15.2	17.3	100.0

□ 소셜커머스

○ 전년동기 대비 매출증감율 추이

'16년 증가율 (단위:%)											
1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
24.6	30.1	34.1	20.2	23.9	10.1	1.2	15.4	9.3	2.3	5.1	**3.5**

○ '16년 전년동기 대비 거래액 증감율

구분 (단위:%)	가전/ 전자	도서/ 문구	패션/ 의류	스포츠	화장품	아동/ 유아	식품	생활/ 가구	서비스/ 기타	총 계
'16.1월	67.8	72.3	△9.7	96.6	2.5	△1.4	36.0	71.7	13.8	24.6
2월	50.8	49.8	10.1	30.2	11.7	16.5	23.4	72.7	23.9	30.1
3월	67.5	42.4	16.9	31.7	24.5	9.2	68.7	57.8	16.1	34.1
4월	55.5	19.9	△4.2	109.9	19.0	△8.3	32.9	45.2	16.5	20.2
5월	37.8	35.8	△8.2	115.2	28.9	2.3	47.0	56.5	20.4	23.9
6월	21.7	△48.2	△17.5	94.5	4.5	△12.1	12.8	33.2	27.2	10.1
7월	9.4	△37.7	△23.1	71.4	△4.7	△11.7	6.8	37.5	△6.5	1.2
8월	22.3	△33.1	△7.0	212.4	11.9	△1.2	37.5	41.0	△2.9	15.4
9월	20.8	△22.9	△13.9	96.2	24.0	△12.0	22.9	31.3	△6.4	9.3
10월	18.4	△38.8	△7.4	5.3	10.4	△17.4	4.1	20.7	△5.4	2.3
11월	20.5	△37.4	△13.6	△8.7	8.8	3.9	10.1	29.7	△11.6	5.1
12월	△4.3	△40.8	△1.6	△9.9	12.9	△7.9	17.0	23.9	△6.0	3.5

○ '16년 품목별 거래 비중

구분 (단위:%)	가전/ 전자	도서/ 문구	패션/ 의류	스포츠	화장품	아동/ 유아	식품	생활/ 가구	서비스/ 기타	총 계
'16.1월	11.8	0.8	12.8	2.8	5.9	12.6	14.5	20.6	18.2	100.0
2월	11.3	0.7	13.9	2.7	6.2	13.4	13.9	20.6	17.3	100.0
3월	12.0	0.6	16.3	3.1	5.8	13.5	13.5	20.4	14.8	100.0
4월	11.1	0.4	16.9	3.8	5.5	13.0	13.6	19.9	15.8	100.0
5월	10.7	0.4	17.3	4.2	5.5	12.9	13.1	19.5	16.4	100.0
6월	11.0	0.2	17.0	4.3	5.2	11.6	12.1	20.1	18.5	100.0
7월	11.9	0.2	14.3	4.2	4.8	11.0	11.4	19.7	22.4	100.0
8월	12.8	0.2	12.7	4.0	5.5	10.9	12.4	21.0	20.5	100.0
9월	11.6	0.2	13.4	3.3	5.9	12.0	17.0	22.7	13.9	100.0
10월	12.2	0.2	16.1	3.6	5.8	12.7	13.4	23.2	12.8	100.0
11월	12.5	0.3	17.2	3.3	6.2	11.9	13.2	23.4	12.0	100.0
12월	12.0	0.4	15.7	2.8	5.6	12.0	12.5	22.5	16.5	100.0

try of Trade,
try and Energy

최미화 / 홍보담당관 / 2017-02-01 17:24:30

□ 종합유통몰

○ 전년동기 대비 매출증감율 추이

'16년 증가율 (단위:%)											
1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
8.1	5.7	5.4	7.0	9.8	△6.9	10.8	20.4	12.6	14.2	21.7	**21.1**

○ '16년 품목별 전년동기 대비 거래액 증감율

구분 (단위:%)	가전/ 전자	도서/ 문구	패션/ 의류	스포츠	화장품	아동/ 유아	식품	생활/ 가구	서비스/ 기타	총 계
'16.1월	△12.0	△27.6	△15.5	63.5	6.6	3.3	37.8	0.8	△57.6	8.1
2월	△9.6	28.9	6.7	64.2	10.3	19.3	△2.0	11.4	△41.4	5.7
3월	△20.1	3.3	6.0	64.8	20.5	2.5	5.8	1.4	△32.9	5.4
4월	△11.1	△7.8	△0.6	69.8	28.4	10.5	7.0	0.2	△8.3	7.0
5월	△9.2	4.0	9.6	71.4	17.2	27.7	4.3	3.2	△43.3	9.8
6월	△18.7	△9.4	12.0	△9.5	10.3	4.6	△14.2	△15.7	[illegible]	△6.9
7월	8.7	△18.2	21.5	14.5	8.7	3.9	11.3	[illegible]	△53.1	10.8
8월	26.6	△3.2	25.2	11.1	20.9	10.7	26.7	[illegible]	[illegible]	20.4
9월	22.5	△16.7	10.5	28.9	4.5	8.3	11.6	[illegible]	[illegible]	12.6
10월	17.8	7.5	10.8	16.2	6.9	1.5	22.9	7.7	[illegible]	14.2
11월	20.5	△26.9	18.0	34.2	15.1	15.3	28.0	17.8	41.1	21.7
12월	23.4	6.3	16.3	12.9	16.0	18.9	30.9	19.3	7.8	21.1

○ '16년 품목별 거래 비중

구분 (단위:%)	가전/ 전자	도서/ 문구	패션/ 의류	스포츠	화장품	아동/ 유아	식품	생활/ 가구	서비스/ 기타	총 계
'16.1월	8.7	1.0	20.6	7.1	8.0	6.7	35.8	11.7	0.4	100.0
2월	9.5	1.5	22.4	6.3	8.4	7.3	31.8	12.2	0.6	100.0
3월	9.1	1.3	24.1	7.6	7.7	7.3	29.9	12.5	0.5	100.0
4월	9.3	1.3	23.0	8.7	8.2	7.9	29.3	11.6	0.7	100.0
5월	9.6	1.1	23.6	9.1	7.8	7.9	29.0	11.4	0.5	100.0
6월	10.0	1.2	22.7	8.5	7.6	7.5	30.0	11.8	0.7	100.0
7월	11.0	0.8	20.3	8.9	6.6	6.8	33.1	12.0	0.4	100.0
8월	10.7	0.9	18.2	7.3	7.1	6.6	36.6	12.1	0.5	100.0
9월	8.5	0.8	19.4	7.3	7.1	6.6	37.7	11.8	0.8	100.0
10월	9.8	0.8	23.1	9.2	6.8	6.7	31.2	11.9	0.5	100.0
11월	9.3	0.9	25.3	11.2	6.0	6.4	29.5	11.0	0.4	100.0
12월	8.6	1.1	23.8	9.0	6.3	9.0	31.0	10.7	0.5	100.0