산업통상자원부 보도자료 다시 대한민국! 새로운 국민의 나라

보도시점 2024. 12. 23.(월) 11:00 < 12.24.(화) 조간 > 배포 2024. 12. 23.(월)

'24년 11월 주요 유통업체 매출 8.0% 증가

- 오프라인 3.9% 증가 · 온라인 11.8% 증가

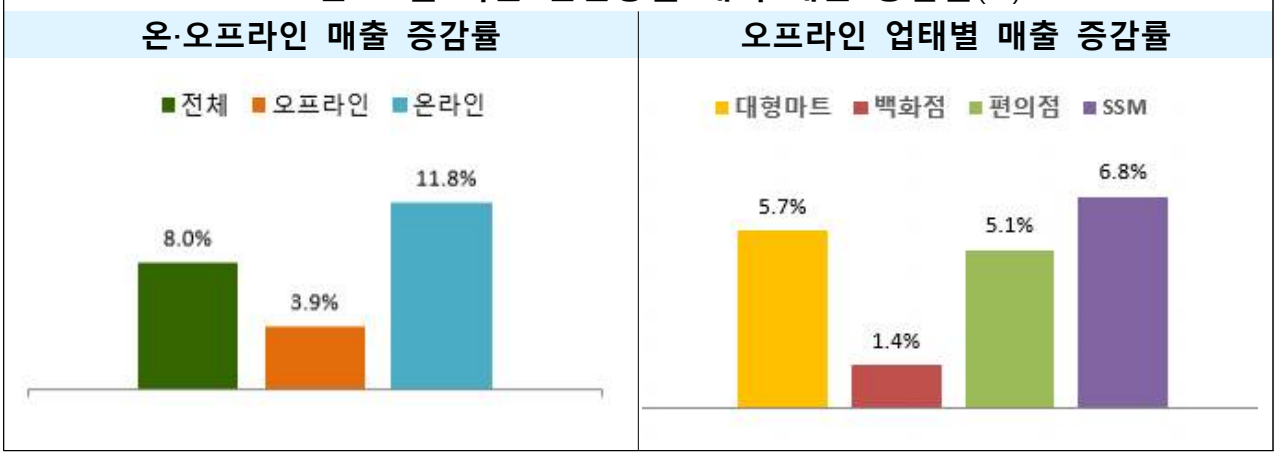
`24년 11월 주요 유통업체의 매출은 오프라인은 3.9% 성장, 온라인 부문은 11.8% 성장하여, 전체 매출은 전년 동월 대비 8.0% 증가

[오프라인 매출] 11월 코리아세일페스타 등 대형 판촉행사 실시, 휴일수 증가(+1일) 등으로 대형마트(5.7%)·백화점(1.4%)·편의점(5.1%)·준대규모점포(6.8%)가 모두 상승하여, 전체 매출은 3.9% 증가

[온라인 매출] 온라인 구매가 확대되는 식품(19.1%), 생활/가정(6.1%), 서비스/기타(70.7%) 등은 성장세를 유지, 해외직구 영향 등으로 가전/전자(△9.9%), 패션/의류(△9.1%) 부문은 감소하여, 전체 매출은 11.8% 증가

※ 기타 상세 내용은 본문 및 붙임 참조

<'24년 11월 기준 전년동월 대비 매출 증감률(%)>



1. 전체 매출 동향

□ **(전체 매출)** 오프라인 부문(3.9%), 온라인 부문(11.8%) 모두 상승하여 전체 매출은 전년 동월 대비 8.0% 증가

○ (오프라인) 대형마트(5.7%)·백화점(1.4%)·편의점(5.1%)·준대규모점포(6.8%) 등 모두 상승하여 전체 매출은 3.9% 증가

○ (온라인) 서비스/기타(70.7%), 식품(19.1%) 부문의 성장세가 지속된 반면, 패션/의류(△9.1%)는 감소세가 지속되어 전체 매출은 11.8% 증가

<유통업태별 전년동월 대비 월별 매출 증감률 (단위 : %)>

구분	'23년	'24년										
	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월
전체	7.5	8.2	13.7	10.9	10.8	8.8	11.1	6.3	9.2	6.7	6.7	**8.0**
오프라인	4.5	△0.3	11.5	6.0	△0.2	0.9	3.7	△3.0	5.0	△0.9	0.0	**3.9**
온라인**	10.4	16.8	15.7	15.7	22.2	16.5	18.4	16.9	13.9	15.7	13.9	**11.8**

* 오프라인/온라인 매출규모(조원) : ('23.11월) 7.22 / 7.58 ⇒ ('24.11월) 7.50 / 8.47

** 온라인은 '24.7월 이후 티몬, 위메프의 매출액이 제외된 수치('23년 기준값에서도 제외)

□ **(상품군별 매출)** 11월 코리아세일페스타 등 대형 판촉행사 실시에 따라 식품(12.0%), 생활/가정(3.7%), 서비스/기타(36.3%) 등 상승, 해외직구 영향 등으로 가전/문화(△8.4%), 패션/잡화(△3.4%)는 감소 지속

<'24년 11월 전년동월 대비 상품군별 매출 증감률 (단위 : %)>

구분	전체	가전/문화	패션/잡화	아동/스포츠	식품	생활/가정	서비스/기타	해외유명브랜드
전체 (비중,%)	**8.0** (100)	**△8.4** (11.6)	**△3.4** (12.9)	**△3.8** (5.2)	**12.0** (35.7)	**3.7** (12.1)	**36.3** (16.6)	**7.8** (5.7)
오프라인	**3.9**	△4.8	△3.7	△4.5	7.3	△0.8	5.8	7.8
온라인	**11.8**	△8.8	△3.1	△3.2	19.1	6.1	70.7	-

○ (오프라인) 김장, 집밥 수요 증가 등으로 식품(7.3%)은 증가하였으나, 가전/문화(△4.8%), 패션/잡화(△3.7%) 등은 부진

○ (온라인) 가공식품·간편식, 음식배달 서비스·여행상품·e-쿠폰 등의 구매 증가로 식품(19.1%), 서비스/기타(70.7%) 등은 성장세를 유지, 해외직구 영향 등으로 패션/의류(△9.1%)*, 가전/전자(△9.9%)** 부문은 감소

* 온라인의 패션/의류는 화장품과 함께 패션/잡화에 포함

** 온라인의 가전/전자는 도서/문구와 함께 가전/문화에 포함

□ (구매건수 · 구매단가) 백화점(△1.0%)은 구매건수 감소, 대형마트(3.2%) · 편의점(3.6%) · 준대규모점포(7.7%)는 증가하여 전체 3.6% 증가

○ 구매단가는 백화점(2.4%) · 대형마트(2.4%) · 편의점(1.4%)은 증가, 준대규모점포(△0.8%)는 감소하여 전체적으로 0.3% 증가

<'24년 11월 오프라인* 부문 구매건수 · 단가 증감률 (단위 : %)**>**

구분	전체	대형마트	백화점	편의점	SSM
구매건수	**3.6**	3.2	△1.0	3.6	7.7
구매단가	**0.3**	2.4	2.4	1.4	△0.8

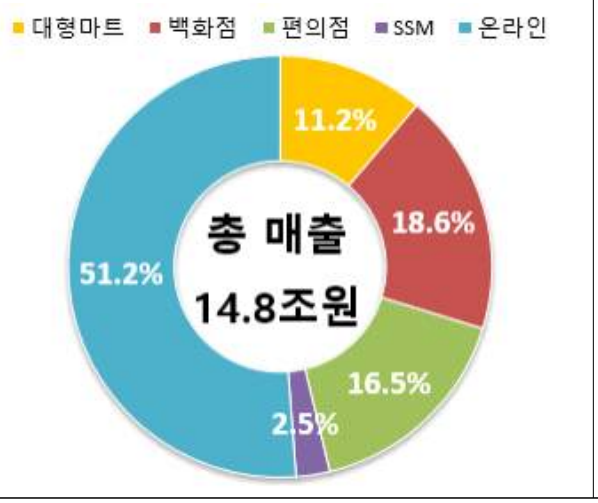
* 온라인은 구매건수를 집계하지 않고 있어 통계자료에 미포함

□ (업태별 매출 비중) 대형마트(△0.2%p) · 백화점(△1.1%p) · 편의점(△0.5%p)은 매출 비중이 전년 동월에 비해 감소하였으며, 준대규모점포는 동일

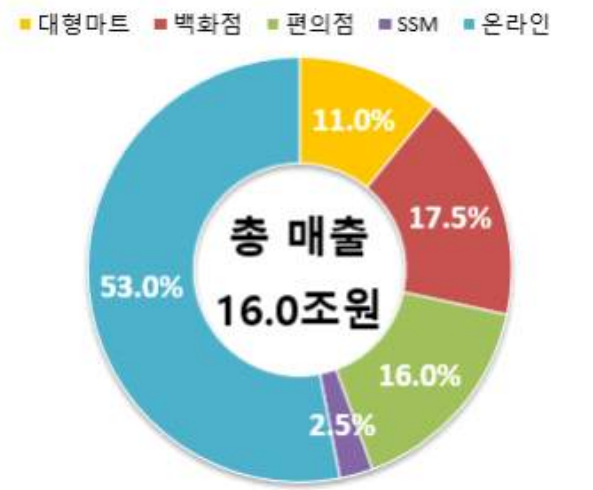
○ 온라인 부문(1.8%p)은 전년 동월에 비해 증가하여 매출 비중은 53%임

<'23년과 '24년의 11월 업태별 매출구성비>

'23년 11월 업태별 매출구성비



'24년 11월 업태별 매출구성비



<오프라인 · 온라인 월별 매출 비중 (단위 : %)**>**

구분	'23년			'24년										
	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월
오프라인	48.1	48.8	51.8	49.8	50.3	51.1	49.9	49.7	50.5	48.7	50.3	50.3	48.1	**47.0**
온라인	51.9	51.2	48.2	50.2	49.7	48.9	50.1	50.3	49.5	51.3	49.7	49.7	51.9	**53.0**

* 온라인 통계 집계 대상에 2개사(티몬, 위메프)를 제외

2. 유통업태별 매출 동향

가. 오프라인 유통업체

□ 대형마트(5.7%)·백화점(1.4%)·편의점(5.1%)·준대규모점포(6.8%) 등 모두 상승하여 전체 매출은 3.9% 증가

○ (대형마트) 전체 매출은 5.7% 상승, 집밥 수요 증대, 김장 등으로 식품 분야 (10.2%) 성장, 가정/생활(△2.1%) 등 비식품군(△3.7%)은 감소

○ (백화점) 전체 매출은 1.4% 상승, 식품(3.8%), 해외유명브랜드(7.8%)는 상승, 잡화(△3.5%), 여성정장(△7.1%) 등 패션 부문 매출은 지속 감소

○ (편의점) 전체 매출은 5.1% 상승, 식품(5.9%), 비식품(4.1%) 모두 성장

○ (준대규모점포) 전체 매출은 6.8% 상승, 집밥 수요 증가, 김장 등으로 식품군(7.5%) 중심으로 성장, 비식품군(△0.6%)은 감소세 지속

<'24년 11월 전년동월 대비 오프라인 업태별 매출 증감률 (단위 : %)**>**

구분	전체	대형마트	백화점	편의점	SSM
매출 증감률	**3.9**	5.7	1.4	5.1	6.8

□ 오프라인의 점포당 매출은 대형마트(7.7%)·백화점(4.9%)·편의점(3.5%)·준대규모점포(2.1%) 등 모두 증가

○ 점포수는 전년 동월 대비 편의점(1.6%)·준대규모점포(4.6%)는 확대, 대형마트(△1.9%), 백화점(△3.3%)은 감소

<'24년 11월 전년동월 대비 점포당 매출 및 점포수 증감률 (단위 : %)**>**

구분	전체	대형마트	백화점	편의점	SSM
점포당 매출 증감률	**5.1**	7.7	4.9	3.5	2.1
점포 수 증감률	**1.6**	△1.9	△3.3	1.6	4.6

나. 온라인 유통업체

□ 전체 매출은 11.8% 증가, 가공식품·간편식, 음식배달 서비스·여행상품·e-쿠폰 등의 구매 증가로 식품(19.1%), 서비스/기타(70.7%) 등은 꾸준히 성장

○ 해외직구 영향 등으로 가전/전자(△9.9%), 패션/의류(△9.1%), 스포츠(△10.7%) 부문은 감소

<'24년 11월 전년동월 대비 상품군별 매출증감률·매출비중 (단위 : %)**>**

구분	전체	가전 전자	도서 문구	패션 의류	스포츠	화장품	아동 유아	식품	생활 가구	서비스 기타
매출증감률	**11.8**	△9.9	3.7	△9.1	△10.7	7.1	5.6	19.1	6.1	70.7
매출비중	**100.0**	18.0	1.8	7.3	2.8	5.1	2.8	28.5	15.2	18.4

< 일 러 두 기 >

1. 본 동향은 **소비동향 파악**을 목적으로 **주요 온·오프라인 유통업체**의 **월간 매출액 또는 거래액**을 **조사·분석**한 자료임

2. 오프라인 유통업체 매출동향은 전체 유통업체가 아닌 **주요 오프라인 유통업체 13개사**의 월간 매출액을 조사·분석한 결과임

3. 온라인 유통업체 매출동향은 **온라인 유통업체 10개사**의 월간 거래액을 조사·분석한 결과로, **통계청의 승인을 받지 않은 자료임**

4. 본 동향은 통계청의 「**서비스업동향조사**」·「**온라인쇼핑동향조사**」와는 **모집단, 작성항목** 등이 달라 자료간 **증감크기**나 **방향**이 **상이**할 수 있음

5. 본 동향은 **조사기준월 익월말 공표**되는 자료임

담당 부서	중견기업정책관 유통물류과	책임자	과 장	김정기 (044-203-4380)
		담당자	사무관	서민경 (044-203-4385)
			주무관	박환덕 (044-203-4383)

대한민국 정책브리핑

더 아픈 환자에게 양보해 주셔서 감사합니다
가벼운 증상은 동네 병·의원으로

OPEN 출처표시 공공누리 공공저작물 자유이용허락

참고 **조사대상 및 유사통계 간 비교**

【 (참고1) 매출동향 조사대상 】

□ **오프라인 유통업체(13개사)**

- **백화점(3)** : 롯데백화점, 현대백화점, 신세계백화점
- **대형마트(3)** : 이마트, 홈플러스, 롯데마트
- **편의점(3)** : 지에스25, 씨유, 세븐일레븐
- **준대규모점포(SSM)(4)** : 이마트에브리데이, 롯데슈퍼, 지에스더후레쉬, 홈플러스익스프레스

□ **온라인 유통업체(10개사)**

- G마켓글로벌(G마켓·옥션), 11번가, 인터파크, 쿠팡, SSG(이마트·신세계), 에이케이몰, 홈플러스, 갤러리아몰, 롯데마트, 롯데온

※ 유통업체별 협회(백화점·체인스토어·온라인쇼핑협회) 및 개별 유통업체(편의점)를 통해 조사

【 (참고2) 유사통계 간 비교 】

통계명	주요 유통업체 (오프라인) 매출동향조사	서비스업동향조사	온라인쇼핑동향조사
작성기관	산업통상자원부	통계청	
작성목적	소비동향 파악	서비스업·도소매업 사업체의 경영실태 파악	온라인쇼핑동향 분석
모집단	주요 오프라인 유통업체 (13개사)	국내에서 서비스업을 운영하는 사업체 전체	연간거래액이 80백만원 이상인 온라인쇼핑 운영업체
표본추출틀	주요 오프라인 유통업체 (13개사)	2020 경제총조사 결과, 한국표준산업분류 대분류 13개 업종	공정위 PG사, 새올 행정시스템, 경총자료
조사대상	주요 오프라인 유통업체 13개사 (유의표본)	표본 17,500개 사업체	표본 1,100개 사업체
포괄범위	상품 및 서비스 거래금액	판매액(상품)	24개 상품군별 상품 및 서비스 거래금액

붙임 **조사대상 유통업체별 매출 추이**

□ 대형마트

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	비 식품							식품	합계
	가전/문화	의류	가정/생활	스포츠	잡화	기타	소계		
'23. 11월	△3.2	9.5	△6.2	2.5	5.2	△4.7	△1.6	3.2	1.3
12월	△5.1	△7.5	△5.7	△5.4	△15.8	0.9	△6.6	1.4	△1.2
'24. 1월	△5.1	△13.8	△19.4	△18.6	△21.3	△8.9	△13.6	△7.4	△9.2
2월	△2.2	9.3	9.7	2.7	0.6	8.8	4.6	29.5	21.0
3월	△2.4	△3.6	△1.8	△7.9	△3.7	1.5	△2.9	10.7	6.2
4월	△13.2	2.7	△13.9	△10.8	△11.7	△15.0	△10.8	△4.4	△6.7
5월	△19.1	△9.5	△9.8	△14.2	△12.9	△9.8	△13.5	2.9	△3.1
6월	△3.3	5.2	△3.2	△11.9	△4.3	5.9	△2.7	4.3	2.1
7월	△13.2	△9.7	△14.4	△21.3	△13.8	△3.7	△13.9	△5.2	△7.9
8월	△6.2	4.5	△1.8	△12.5	△4.3	6.7	△3.7	9.9	5.9
9월	17.9	△5.2	△10.9	△11.6	△4.4	17.3	△1.5	△9.1	△6.5
10월	△22.1	△7.4	△12.6	△21.4	△13.6	10.2	△15.4	2.4	△3.4
11월	**△4.8**	**1.2**	**△2.1**	**△12.6**	**△11.2**	**17.6**	**△3.7**	**10.2**	**5.7**

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

'21년		2022년					2023년					2024년		
4분기	연간	1분기	2분기	3분기	4분기	연간	1분기	2분기	3분기	4분기	연간	1분기	2분기	3분기
△5	△2.3	△5.8	△9.8	△9.4	△5.2	△7.6	0.3	1.8	1.2	△1.3	0.5	4.0	△2.6	**△2.9**

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비 식품							식품	합계
	가전/문화	의류	가정/생활	스포츠	잡화	기타	소계		
'24. 7월	10.3	4.1	11.4	2.2	2.0	3.0	30.1	66.9	100.0
8월	8.8	2.8	10.8	1.8	1.5	2.8	25.8	71.5	100.0
9월	9.4	3.4	11.3	1.6	1.4	3.0	27.1	69.9	100.0
10월	8.9	6.1	11.1	2.0	1.7	3.3	29.8	66.9	100.0
11월	**9.9**	**5.4**	**11.8**	**1.9**	**1.8**	**3.0**	**30.8**	**66.2**	**100.0**

○ 구매건수·구매단가 및 점포당 매출액 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2023년		2024년										
	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월
구매건수	0.7	1.2	△5.3	7.3	2.8	△2.8	△1.0	1.2	△6.2	1.8	△0.2	△0.8	**3.2**
구매단가	0.6	△2.4	△4.1	12.7	3.4	△4.0	△2.1	0.9	△1.9	4.0	△6.3	△2.7	**2.4**
점포당 매출	2.4	△0.1	△8.3	22.9	7.9	△4.9	△1.8	3.7	△6.9	7.1	△5.5	△1.6	**7.7**

* '24. 11월 1인당 구매단가 : 50,816원 (전년동월 49,620원)

** '24. 11월 점포당 매출액 : 47.5억원 (전년동월 44.1억원) / '24. 11월 점포 수 : 368개

□ 백화점

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	비식품품목								식품	합계
	잡 화	여성정장	여성캐주얼	남성의류	아동스포츠	가정용품	해외유명브랜드	소계		
'23. 11월	5.9	2.8	13.3	2.1	15.5	18.3	△1.6	6.2	8.8	6.8
12월	1.4	1.3	0.0	△1.9	△5.5	15.8	10.5	5.1	6.1	5.9
'24. 1월	△1.0	2.2	△0.7	△4.3	△5.4	16.4	6.6	4.1	△14.4	0.7
2월	3.3	△8.1	2.7	0.3	2.7	△2.5	6.4	2.4	40.2	7.2
3월	5.4	△1.2	2.5	1.7	0.8	15.3	13.9	8.2	11.2	8.9
4월	△2.9	△5.1	0.7	△7.8	△3.7	2.9	△3.3	△2.6	0.0	△2.0
5월	△2.6	△7.2	△0.5	△9.3	△3.6	3.8	1.1	△1.0	3.9	△0.1
6월	3.7	△2.6	6.8	△0.9	4.9	14.9	2.3	4.4	6.6	5.0
7월	△4.0	△9.6	△2.8	△12.2	△6.8	△5.0	△11.0	△7.9	0.4	△6.4
8월	0.0	△4.9	5.1	0.2	6.6	2.1	0.1	1.1	18.7	4.4
9월	△2.7	△9.0	△3.4	△8.2	△1.8	14.4	3.7	1.3	△5.9	0.3
10월	△7.3	△11.8	△9.4	△12.8	△8.0	△2.0	2.5	△4.1	2.5	△2.6
11월	**△3.5**	**△7.1**	**△1.8**	**△3.1**	**△3.6**	**△0.8**	**7.8**	**0.7**	**3.8**	**1.4**

* 자료 : 해외유명브랜드는 각사 분류 기준

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

21년	연간	2022년				연간	2023년				연간	2024년		
4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기
24.8	24.1	17.6	19.3	21.1	7.1	15.8	4.3	0.9	0.1	3.4	2.2	5.5	0.8	**△0.7**

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비 식품								식품	합계
	잡 화	여성정장	여성캐주얼	남성의류	아동스포츠	가정용품	해외유명브랜드	소계		
'24. 7월	12.1	6.3	7.0	3.4	9.8	14.0	32.4	85.0	15.0	100.0
8월	9.8	6.2	6.1	3.1	9.0	14.8	33.4	82.3	17.7	100.0
9월	10.2	6.6	6.0	3.7	9.7	13.0	31.3	80.6	19.4	100.0
10월	9.5	7.5	7.6	4.9	11.9	12.8	33.3	87.4	12.6	100.0
11월	**8.8**	**8.9**	**7.9**	**5.1**	**11.9**	**11.8**	**33.4**	**87.8**	**12.2**	**100.0**

* 자료 : 해외유명브랜드는 각사 분류 기준

○ 구매건수·구매단가 및 점포당 매출액 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2023년		2024년										
	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	**10월**	**11월**
구매건수	6.7	1.9	△0.4	2.0	5.9	△2.5	△1.0	3.8	△4.6	3.4	0.7	△2.9	**△1.0**
구매단가	0.1	4.0	1.1	5.1	2.8	0.5	0.9	1.2	△1.9	1.0	△0.4	0.3	**2.4**
점포당 매출	6.8	5.9	0.7	7.2	8.9	△2.0	△0.1	5.0	△6.4	8.0	3.7	0.8	**4.9**

* '24. 11월 1인당 구매단가 : 139,676원 (전년동월 136,426원)

** '24. 11월 점포당 매출액 : 480.9억원 (전년동월 458.5억원) / '24. 11월 점포 수 : 58개

□ 편의점

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	비 식품품목				식품			합계
	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석 (신선일부)	소계	
'23. 11월	6.4	8.9	3.6	4.0	3.3	10.4	4.4	4.2
12월	6.5	7.8	5.2	5.4	8.6	9.9	8.8	7.3
'24. 1월	0.2	0.6	5.7	5.1	5.7	12.8	6.9	6.1
2월	16.1	13.7	7.0	7.9	11.2	8.4	10.7	9.4
3월	7.7	9.3	1.5	2.2	4.1	1.7	3.7	3.0
4월	0.3	3.7	5.5	5.0	7.3	3.5	6.6	5.9
5월	4.0	4.4	3.5	3.6	5.1	2.0	4.6	4.1
6월	2.2	8.0	2.0	2.2	5.7	1.7	5.0	3.8
7월	3.0	9.8	3.4	3.6	2.4	2.3	2.4	2.9
8월	3.6	1.8	2.9	2.9	6.5	1.8	5.7	4.5
9월	1.1	△1.2	2.4	2.1	3.6	△1.7	2.7	2.5
10월	2.0	4.4	3.5	3.4	4.3	2.8	4.0	3.7
11월	**2.5**	**△0.8**	**4.4**	**4.1**	**6.9**	**1.1**	**5.9**	**5.1**

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

21년		2022년					2023년					2024년		
4분기	연간	1분기	2분기	3분기	4분기	연간	1분기	2분기	3분기	4분기	연간	1분기	2분기	3분기
8.2	6.8	9.5	10.7	11.3	11.4	10.8	9.4	9.5	7.6	6.1	8.1	6.0	4.6	**3.3**

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비 식품				식품			합계
	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석 (신선일부)	소계	
'24. 7월	3.9	1.4	39.2	44.6	45.9	9.5	55.4	100.0
8월	3.7	1.2	37.9	42.8	47.7	9.5	57.2	100.0
9월	3.8	1.2	37.9	42.9	47.5	9.6	57.1	100.0
10월	3.7	1.2	39.0	44.0	46.0	10.0	56.0	100.0
11월	**3.9**	**1.2**	**39.1**	**44.2**	**46.1**	**9.7**	**55.8**	**100.0**

○ 구매건수 및 구매단가 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2023년		2024년										
	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	**11월**
구매건수	2.1	6.8	7.2	6.7	△0.2	5.5	3.0	2.3	2.6	2.9	1.2	1.5	**3.6**
구매단가	2.1	0.5	△1.1	2.5	3.2	0.4	1.1	1.5	0.3	1.6	1.2	2.2	**1.4**

* '24. 11월 1인당 구매단가 : 7,057원 (전년동월 6,957원)

○ 점포당 매출액 증감률 추이 및 점포수 현황 (단위 : %)

증감률	2023년		2024년										
	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	**11월**
점포증가율	5.2	4.6	4.5	4.1	3.9	3.4	3.0	2.7	3.1	2.2	1.8	1.6	**1.6**
점포당매출액	△0.9	2.6	1.5	5.1	△0.9	2.4	1.1	1.0	△0.1	2.3	0.7	2.1	**3.5**

* '24. 11월 점포당 매출액 : 5,233.8만원 (전년동월 5,058.0만원) / '24. 11월 점포 수 : 48,921개

□ 준대규모점포(SSM)

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	비식품			식품품목				합계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선·조리식품	가공식품	소계	
'23. 11월	△6.0	2.7	△2.0	7.7	4.2	2.1	4.8	4.2
12월	△5.5	0.6	△2.5	8.9	4.0	3.8	5.9	5.2
'24. 1월	△10.6	△1.2	△5.8	11.2	9.9	3.5	8.3	7.1
2월	4.6	6.8	5.7	15.7	6.8	15.0	13.2	12.6
3월	△6.8	0.7	△3.2	9.6	1.8	3.9	5.8	5.1
4월	△8.2	2.7	△2.9	7.8	0.5	1.0	3.7	3.2
5월	△5.7	△0.4	△3.0	8.1	1.5	5.3	5.5	4.8
6월	△7.8	0.3	△3.8	3.3	2.0	2.1	2.6	2.0
7월	△6.8	△0.9	△3.9	2.6	3.1	0.2	1.9	1.4
8월	△5.5	0.7	△2.4	8.7	6.8	6.4	7.5	6.7
9월	△7.9	△0.4	△4.2	△6.5	4.9	△2.5	△2.5	△2.7
10월	△9.4	△1.6	△5.5	11.0	8.0	5.4	8.3	7.1
11월	**△3.2**	**2.0**	**△0.6**	**9.2**	**7.3**	**5.7**	**7.5**	**6.8**

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

21년	연간	2022년				연간	2023년				연간	2024년		
4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기
△7.0	△9.1	△1.7	△5.0	△3.7	0.5	△2.5	△1.1	5.6	6.2	4.2	3.7	8.0	3.3	**1.8**

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비식품			식품				합계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선·조리식품	가공식품	소계	
'24. 7월	4.0	4.2	8.2	37.5	23.7	30.6	91.8	100.0
8월	3.6	3.8	7.4	39.0	23.7	29.9	92.6	100.0
9월	3.9	4.1	8.0	37.9	22.7	31.5	92.0	100.0
10월	3.8	4.1	7.8	38.3	22.7	31.2	92.2	100.0
11월	**3.8**	**4.2**	**8.0**	**37.9**	**22.2**	**31.9**	**92.0**	**100.0**

○ 구매건수·구매단가 및 점포당 매출액 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2023년		2024년										
	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	**11월**
구매건수	1.6	4.7	7.5	7.6	2.1	5.1	4.2	3.2	2.9	5.9	4.8	7.0	**7.7**
구매단가	2.6	0.5	△0.3	4.6	2.9	△1.8	0.5	△1.1	△1.5	0.7	△7.1	0.1	**△0.8**
점포당 매출	0.8	2.3	4.2	8.2	1.1	△1.0	0.5	△1.6	△2.6	2.0	△6.3	2.4	**2.1**

* '24. 11월 1인당 구매단가 : 16,672원 (전년동월 16,810원)

** '24. 11월 점포당 매출액 : 3.42억원 (전년동월 3.35억원) / '24. 11월 점포 수 : 1,184

□ 온라인 유통 (* `24.7월부터 2개사(티몬, 위메프)를 제외)

○ 전년동월 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2023년		2024년										
11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월
12.7	10.4	16.8	15.7	15.7	22.2	16.5	18.4	16.9	13.9	15.7	13.9	**11.8**

○ 전년동월 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	합계
'23. 11월	12.4	10.3	2.8	4.6	17.3	6.6	22.0	14.1	6.8	12.7
12월	6.7	6.2	△17.8	△10.2	17.0	0.3	22.4	12.9	19.1	10.4
'24. 1월	13.2	18.9	△4.7	1.3	15.0	7.1	22.4	18.6	24.7	16.8
2월	2.3	7.2	△9.5	△4.3	18.8	11.1	36.2	18.2	18.5	15.7
3월	1.7	24.1	△13.0	△3.7	16.8	6.2	28.9	15.7	37.5	15.7
4월	13.7	7.9	△4.1	2.1	18.8	8.1	28.1	19.0	54.4	22.2
5월	1.3	8.0	△13.8	△4.3	14.7	2.8	26.1	13.0	55.9	16.5
6월	10.4	3.2	△10.4	△8.7	13.4	2.6	20.1	9.4	67.5	18.4
7월	7.0	12.1	△9.6	△7.8	16.3	4.3	21.0	12.8	61.6	16.9
8월	△2.4	9.7	△17.8	△12.7	11.2	3.4	19.8	10.8	60.4	13.9
9월	18.1	5.7	△16.0	△11.4	11.4	5.5	14.7	10.3	52.9	15.7
10월	△12.7	15.7	△9.8	△6.6	8.5	5.8	24.8	11.3	66.5	13.9
11월	**△9.9**	**3.7**	**△9.1**	**△10.7**	**7.1**	**5.6**	**19.1**	**6.1**	**70.7**	**11.8**

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

21년	연간	2022년				연간	2023년				연간	2024년		
4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기
15.6	15.7	10.2	10.4	10.9	6.9	9.5	7.7	6.7	9.4	11.9	9.0	16.1	19.0	**15.5**

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	합계
'23. 11월	22.2	1.8	9.2	3.2	4.9	3.1	24.8	14.9	15.9	100.0
12월	18.9	2.3	8.1	2.5	4.9	3.8	26.4	15.1	18.0	100.0
'24. 1월	20.4	2.0	6.4	2.1	5.1	2.8	29.4	14.6	17.3	100.0
2월	20.6	1.9	6.3	2.1	5.0	3.0	28.7	14.8	17.5	100.0
3월	18.5	2.3	7.4	2.5	5.1	3.2	28.8	15.5	16.7	100.0
4월	17.8	1.8	7.6	2.8	5.1	3.2	28.2	14.9	18.5	100.0
5월	18.5	1.6	6.9	2.9	5.0	3.1	28.0	14.9	19.0	100.0
6월	18.5	1.5	6.7	2.6	4.9	2.8	27.5	14.9	20.5	100.0
7월	18.5	2.0	6.2	2.6	5.3	2.9	30.5	16.6	15.4	100.0
8월	16.7	1.9	5.0	2.4	5.3	2.9	32.6	16.5	16.7	100.0
9월	18.1	1.8	5.1	2.4	5.2	2.9	32.5	15.7	16.3	100.0
10월	16.3	1.9	6.8	2.9	5.2	2.9	30.5	16.1	17.5	100.0
11월	**18.0**	**1.8**	**7.3**	**2.8**	**5.1**	**2.8**	**28.5**	**15.2**	**18.4**	**100.0**

※ 동 조사에 협조하는 주요 유통업체별로 집계·정산 과정 등에서 수정이 있을 경우, 차기 보도자료에 반영함에 따라 일부 차이가 발생할 수 있습니다.