지식경제부	보도자료	함께하는 공정사회! 더 큰 희망 대한민국 http://www.mke.go.kr
2012년 11월 21일(수) 석간부터 보도하여 주시기 바랍니다.		
자료문의 : 유통물류과 박영삼 과장, 최승민 주무관(02-2110-5145)		

2012. 10월 주요 유통업체 매출동향

- 대형마트 · 백화점 매출 감소세 회복되지 않아 -

※ 본 조사는 주요 유통업체(백화점·대형마트 각 3사)의 매출액을 조사·분석한 것이므로 통계청의 자료(대형유통업체 전수조사)와는 상이할 수 있음

□ 전년동월대비 매출증가율 대형마트 △6.6%, 백화점 △0.4%

○ **(대형마트)** 세계 경기의 불확실성 지속에 따른 소비심리위축과 신선식품 가격상승에 따라 '의류' · '가정생활' · '식품' 부문 판매 감소로 전년동월대비 매출 6.6%감소

* 소비자심리지수(CSI) : 100('11.10)/ 101('12.6)→100('12.7)→99('12.8)→99('12.9)→98('12.10)

○ **(백화점)** 소비심리위축의 영향으로 장기간 할인행사에도 불구하고, '의류' · '잡화' 부문 고가상품 판매 부진으로 전년동월대비 매출 0.4% 감소

* '의류'와 '잡화' 부문의 중저가 위주의 상품 구매 증가로 구매단가 2.0%감소

- 전년동월대비 매출 증가율 추이 -

구분 (단위 :%)	'11년			'12년									
	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월
대형마트	5.5	△0.5	3.7	2.7	△6.4	3.2	△2.4	△5.7	△7.2	△8.2	△3.3	0.2	**△6.6**
백화점	3.1	△0.5	11.0	△4.1	2.9	1.6	△3.4	1.0	△2.0	△1.3	△6.9	△0.8	**△0.4**

※ 통계청 e-나라지표(http://www.index.go.kr)에서 매출증감자료(업태별·상품군별) 확인 가능

□ 대형마트

(전년동월대비) 가전문화(△6.3%) · 의류(△6.9%) · 가정생활(△3.4%) · 스포츠(△5.5) · 잡화(△2.8) · 식품(△9.2) 등 모든 부문에서 매출 감소

○ **(식품)** 신선식품 가격상승과 소비심리위축의 영향으로 과일, 축산물 등의 판매부진으로 전년대비 매출 감소

* 신선식품가격지수 : 104.7('11.10)→117.3('12.10)

○ **(의류)** 경기 영향과 신상품 프로모션 부진으로 SPA나 온라인 쇼핑몰 등으로의 구매고객 이탈로 7개월째 매출 부진 지속

○ **(가정생활)** 주택경기 침체와 전셋값 상승으로 이사 수요가 줄어들어 가구 · 인테리어 · 주방용품 등의 판매 감소

* 총전출(입)수(전년동월대비): △7.0%('12.5월)→△14%(6월)→△2.6%(7월)→△17%(8월)→△14.9%(9월) 감소세 지속

○ **(가전문화)** 구매 고객 감소와 스마트기기(스마트폰·태블릿PC) 사용증가로 MP3, 전자사전, 디지털카메라 등 소형가전의 판매 감소

○ 일부점포의 의무휴업에 따른 구매 고객수 감소(△4.4%)도 매출에 일부 영향을 준 것으로 추정

(금년전월대비) 추석(9.31)이후 '식품' · '가정생활' 부문의 판매가 감소하면서 전월대비매출 19.0% 감소

○ **(식품)** 명절효과의 영향으로 전월에 판매가 많았던 선물용품(육류,과일)이 추석이후 판매 감소

* 명절효과 : 추석(9.31)전 일정기간(2주~3주) 동안 판매가 많았던 특정상품(식품 : 육류와 과일 등)의 매출이 명절 이후 일정기간 동안 감소

○ **(가정생활)** 주방·가구·침구류 등의 판매가 명절효과와 경기의 영향에 의해 전월대비 판매 감소

[상품군별 매출 증가율]

구분 (단위: %)	비 식품부문						식품	총 계
	가전문화	의류	가정생활	스포츠	잡화	소계		
전년동월	△6.3	△6.9	△3.4	△5.5	△2.8	△4.9	△9.2	△6.6
금년전월	16.5	△7.2	△13.4	27.6	△4.7	△2.9	△31.9	△19.0

(소비자구매패턴)
전년동월대비 구매 건수(△4.4%), 구매 단가(△2.3%) 모두 감소

○ 경기 영향과 일부점포 의무휴업에 따라 구매건수 · 구매단가 감소

- 1인당 구매단가 43,439원

[구매 건수 및 구매 단가 증가율 추이]

구분 (단위 :%)	'11년			'12년									
	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월
구매건수 증가율	3.5	0.1	2.9	3.0	△2.2	1.2	△2.2	△4.3	△6.2	△6.3	△1.6	△2.0	△4.4
구매단가 증가율	1.9	△0.5	0.7	△0.2	△4.4	2.0	△0.1	△1.3	△1.1	△2.0	△1.7	2.3	△2.3

□ 백화점

(전년동월대비) 아동스포츠(0.7%) · 가정용품(5.6%) · 해외유명브랜드(4.8%)는 매출이 증가한 반면, 잡화(△5.7%) · 여성정장(△10.6%) · 여성캐주얼(△6.1%) · 남성의류(△10.6%) · 식품(△2.7) 매출은 감소

○ **(의류 · 잡화)** 경기영향과 긴 세일행사(16일~19일)로 고가 상품 판매가 감소하면서 전년동월대비 구매단가 하락의 영향으로 매출 감소

* (전년동월대비) 구매건수는 1.6% 증가하였지만, 구매단가는 2.0% 감소

- **(여성정장 · 남성의류)** 모피나 해외의류, 남성정장 등 고가 의류 부문 판매 부진 지속

- **(여성캐주얼 · 잡화)** 경기영향에 따른 소비자 트렌드 변화(고가 → 중저가)로 고가 상품 판매 감소와 구매 고객 감소로 5개월째 매출 부진

* SPA·온라인쇼핑몰·로드숍 등으로의 구매고객 이탈

○ **(식품)** 경기 영향과 신선식품가격상승에 따라 전년대비 육류 · 과일 판매 감소

○ **(가정용품 · 해외유명브랜드)** 혼인시즌 고가의 프리미엄 TV · 냉장고 등 가전제품과 남성시계·보석류 등 일부 혼수용품 판매 증가

(금년전월대비) 장기 세일행사를 통한 구매 고객수 증가로 '식품'을 제외한 전 부문 상품 판매 증가로 전월대비 매출 13.3% 증가

○ **(식품)** 명절효과의 영향으로 전월에 판매가 많았던 선물용품(육류,과일)의 판매가 감소

[상품군별 매출 증가율]

구분 (단위:%)	비식품부문								식품	총 계
	잡 화	여성 정장	여성 캐주얼	남성 의류	아동 스포츠	가정 용품	해외유명 브랜드	소계		
전년동월	△5.7	△10.6	△6.1	△10.6	0.7	5.6	4.8	△3.4	△2.7	△0.4
금년전월	11.3	36.2	35.9	43.5	39.1	27.1	9.1	26.4	△45.9	13.3

(소비자구매패턴)
전년동월대비 구매 건수(1.6%)증가, 구매 단가(△2.0%) 감소

○ 세일 기간 중저가상품의 구매 증가로 전년대비 구매 건수는 증가, 구매 단가는 감소

- 1인당 구매단가 84,655원

[구매건수 및 구매단가 증가율 추이]

구분 (단위 :%)	'11년			'12년									
	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월
구매건수 증가율	△2.0	△2.3	4.3	△7.9	1.3	△0.7	△1.4	4.0	0.6	0.8	0.4	1.5	1.6
구매단가 증가율	5.2	1.9	6.4	4.1	1.5	2.4	△1.8	△2.9	△2.3	△2.1	△7.3	△2.3	△2.0

참 고 주요유통업체매출동향 참고자료

□ 대형마트

○ 상품군별 매출 비중

(단위 : %)

구분 ('12년)	비 식품부문						식품	총 계
	가전·문화	의류	가정·생활	스포츠	잡화	소계		
1/4분기	10.9	7.5	18.5	3.2	4.1	44.2	55.8	100.0
2/4분기	10.8	8.9	18.5	4.3	4.7	47.2	52.8	100.0
3/4분기	10.3	7.3	18.2	3.6	4.1	43.4	56.6	100.0
10월	**11.1**	**9.6**	**19.4**	**4.4**	**4.3**	**48.9**	**51.1**	**100.0**

* 자료 : 각 대형마트(신규점 제외)

○ 전년동월대비 매출 증가율 추이

(단위 : %)

구분	비 식품부문						식품	총 계
	가전·문화	의류	가정·생활	스포츠	잡화	소계		
'11. 10월	1.0	3.2	4.1	8.7	△0.2	3.2	7.5	5.5
11월	△2.6	△8.4	△0.1	△2.6	△5.4	△3.2	2.2	△0.5
12월	△2.4	5.5	5.8	7.0	0.5	3.0	3.5	3.7
'12. 1월	△0.4	△1.6	4.5	1.8	△3.7	1.2	1.7	2.7
2월	△16.6	△10.5	△3.0	△0.2	△13.5	△8.9	△5.4	△6.4
3월	△2.2	3.2	4.0	7.7	3.4	2.5	2.8	3.2
4월	△6.1	△1.7	△0.2	4.1	△4.7	△2.0	△3.3	△2.4
5월	△11.3	△6.3	△3.8	1.3	△3.6	△5.7	△6.5	△5.7
6월	△14.4	△12.4	△4.4	△0.5	△10.9	△8.6	△6.7	△7.2
7월	△6.5	△9.1	△4.6	△6.8	△8.7	△6.4	△10.8	△8.2
8월	0.2	△4.9	△5.2	△0.2	△1.6	△3.0	△3.7	△3.3
9월	△5.5	△9.1	△2.7	△11.3	△6.2	△5.6	4.3	0.2
10월	**△6.3**	**△6.9**	**△3.4**	**△5.5**	**△2.8**	**△4.9**	**△9.2**	**△6.6**

* 자료 : 각 대형마트(신규점 제외), 전년동월대비 증감율

□ 백화점

○ 상품군별 매출 비중

[상품군별 매출 비중]

(단위 : %)

구분 ('12년)	비식품부문								식품	총 계
	잡 화	여성 정장	여성 캐주얼	남성 의류	아동 스포츠	가정 용품	해외유명 브랜드	소계		
1/4분기	18.1	12.6	13.4	8.4	12.5	8.0	13.2	86.3	13.7	100.0
2/4분기	19.2	10.9	13.2	8.5	14.3	8.3	13.6	88.0	12.0	100.0
3/4분기	18.6	10.1	12.3	6.7	12.5	9.6	13.8	83.5	16.5	100.0
10월	**17.1**	**11.9**	**14.3**	**8.9**	**15.7**	**9.5**	**13.0**	**90.3**	**9.7**	**100.0**

* 자료 : 각 백화점(신규점 제외), 명품은 자사 분류 기준

○ 전년동월대비 매출 증가율 추이

(단위 : %)

구분	비식품부문								식품	총 계
	잡 화	여성 정장	여성 캐주얼	남성 의류	아동 스포츠	가정 용품	해외유명 브랜드	소계		
'11.10월	1.0	△3.6	5.1	0.6	6.0	△2.0	10.9	2.7	3.7	3.1
11월	△1.9	△11.5	△1.0	△3.2	1.7	△1.7	13.5	△1.1	2.9	△0.5
12월	11.0	0.5	15.4	12.5	24.5	2.1	10.5	11.3	8.1	11.0
'12. 1월	△5.1	△16.5	△8.1	△5.2	2.3	△11.0	7.8	△5.5	1.6	△4.1
2월	△0.4	7.8	△0.2	4.7	5.1	△4.3	8.2	2.9	△0.2	2.9
3월	△2.4	△0.3	1.3	0.5	8.6	△7.0	4.7	0.9	4.1	1.6
4월	△5.1	△8.1	△1.8	△9.4	7.1	△7.5	△5.9	△3.9	1.3	△3.4
5월	2.0	△6.4	0.1	△5.6	6.4	△1.9	4.9	0.6	3.6	1.0
6월	△0.7	△6.0	△4.1	△9.7	1.6	△6.4	2.4	△2.6	2.8	△2.0
7월	△1.9	△7.8	△5.0	△5.2	0.7	0.6	2.2	△2.1	0.6	△1.3
8월	△6.7	△13.0	△7.8	△12.6	△4.3	△7.9	△2.2	△7.2	△9.7	△6.9
9월	△6.6	△11.5	△6.6	△6.4	△1.8	3.8	2.4	△4.1	12.9	△0.8
10월	**△5.7**	**△10.6**	**△6.1**	**△10.6**	**0.7**	**5.6**	**4.8**	**△3.4**	**△2.7**	**△0.4**

* 자료 : 각 백화점(신규점 제외), 전년동월대비 증감률, 해외유명브랜드는 자사 분류 기준