산업통상자원부

# 보 도 자 료

다시 도약하는 대한민국 함께 잘사는 국민의 나라

| 보도 일시 | 2022. 7. 28.(목) 11:00 < 7.29.(금) 조간 > | 배포 일시 | 2022. 7. 28.(목) | |
|---|---|---|---|---|
| 담당 부서 | 중견기업정책관 유통물류과 | 책임자 | 과 장 | 정상용 (044-203-4380) |
| | | 담당자 | 사무관 | 박진현 (044-203-4385) |

## '22년 상반기 및 6월 주요유통업체 매출동향

**- ' 22. 7. 28.(목) 배포 -**

< 일 러 두 기 >

1. 본 동향은 **소비동향 파악**을 목적으로 **주요 온·오프라인 유통업체**의 **월간 매출액**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 12개사**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

## '22년 상반기 주요 유통업체 매출, 전년 대비 9.3% 증가

**- 오프라인 유통업체 8.4% 증가, 온라인 유통업체 10.3% 증가 -**

## '22년 6월 주요 유통업체 매출, 전년동월 대비 9.2% 증가

**- 오프라인 유통업체 9.3% 증가, 온라인 유통업체 9.1% 증가 -**

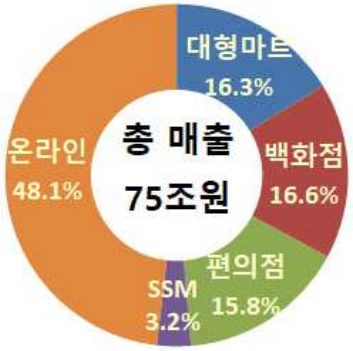
## Ⅰ 2022년 상반기 매출동향 [반기]

<'18~'22년 상반기 전년 대비 매출 증감률(%) 추이>

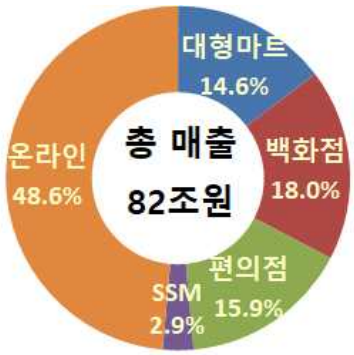



<'21년 및 '22년 상반기 업태별 매출 구성비(%)>

'21년 상반기 업태별 매출구성비




'22년 상반기 업태별 매출구성비



## 1. 전체 매출 동향

□ **(전체 매출) '22년 상반기 주요 유통업체 매출**은 **오프라인**(8.4%) 부문과 **온라인**(10.3%) 부문이 **모두 성장세**를 **유지**하며, **전년 대비 9.3% 증가**

○ **(오프라인, 8.4%)** 지난해 **코로나19 영향**에 대한 **기저효과**와 **거리두기 완화**에 따라 **백화점**(18.4%)을 중심으로 **매출**이 **증가**

○ **(온라인, 10.3%)** 온라인을 통한 화장품구매, 장보기 등 **온라인·비대면 소비 문화**의 **확산**이 이어져 **매출**이 **두 자릿수 성장**

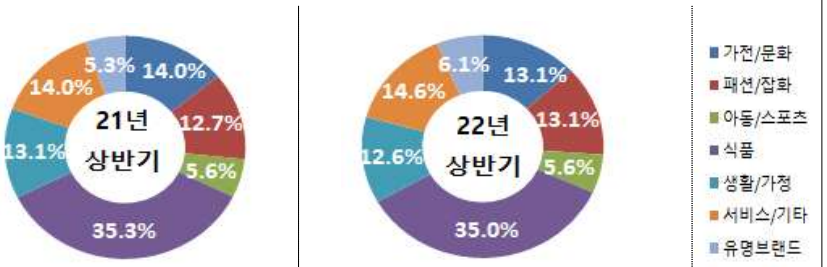
**<'21년 상반기 vs. '22년 상반기 매출 비중 및 매출 증감률>**

| 구분 | '21년 상반기 | | '22년 상반기 | |
|---|---|---|---|---|
| | 매출 비중 | 매출 증감률 | 매출 비중 | 매출 증감률 |
| 대형마트 | 16.3% | 0.3% | 14.6% | △1.5% |
| 백 화 점 | 16.6% | 26.2% | 18.0% | 18.4% |
| 편 의 점 | 15.8% | 6.2% | 15.9% | 10.1% |
| S S M | 3.2% | △10.0% | 2.9% | △1.9% |
| **오프라인 합계** | **51.9%** | **8.6%** | **51.4%** | **8.4%** |
| **온라인 합계** | **48.1%** | **16.1%** | **48.6%** | **10.3%** |
| **전체** | **100.0%** | **12.1%** | **100.0%** | **9.3%** |

□ **(상품군별 매출비중) 해외여행**에 대한 **제약**이 **지속**되면서 **유명브랜드**(0.8%p)의 **매출비중**이 **증가**하고, **온라인**을 통한 **음식배달·e-쿠폰 사용** 등이 늘어 **서비스/기타**(0.6%p) 상품군의 **비중**도 **증가**

○ 지난해 코로나19의 영향으로 매출이 늘었던 **가전/문화**(△0.9%p), **생활/가정**(△0.5%p) 등 **다른 상품군**의 **비중**은 **감소**

**<'21년 vs. '22년 상반기 상품군별 매출구성비(%)>**




## 2. 유통업체별 매출 동향

### 오프라인 유통업체

□ 지난해 **코로나19 영향**에 대한 **기저효과**와 **거리두기 완화**로 **백화점**(18.4%) 매출이 큰 폭으로 성장하고 **편의점**(10.1%)의 매출도 늘어, **대형마트**(△1.5%)·**SSM**(△1.9%)의 매출 감소에도 **전체 오프라인 매출**은 **8.4% 증가**

○ **(대형마트) 가정/생활**(△3.7%), **가전/문화**(△3.6%) 등 **매출 감소**로 카페 및 푸드코트 등 **기타**(3.7%), **의류**(0.6%)의 **매출 회복**이 있었으나, **전체 매출(△1.5%) 소폭 감소**

○ **(백화점) 유명브랜드**(26.9%), **아동/스포츠**(26.3%), **여성의류**(정장 17.1%, 캐주얼16.1%), **남성의류**(19.8%) 등 **전 상품군**의 **매출**이 **호조세**를 이어가 **전체 매출(18.4%) 크게 증가**

○ **(편의점) 근거리·소량구매 선호**에 따라 가공·즉석 등 **식품군**(10.6%)의 매출이 늘고 **생활용품**(11.5%)의 매출도 증가해 **전체 매출(10.1%) 증가**

○ **(준대규모점포(SSM))** 온라인으로 구매채널이 이동한 일상용품(△4.9%)·생활잡화(△1.1%) 등 **비식품군**(△3.3%)과 **식품군**(△1.7%) 매출이 **모두 감소**하여 **전체 매출(△1.9%) 감소**

**<'22년 상반기 오프라인 업태별 전년 대비 매출 증감률** (단위: %)**>**

| 구분 | 전체 | 대형마트 | 백화점 | 편의점 | SSM |
|---|---|---|---|---|---|
| 매출 증감률 | 8.4 | △1.5 | 18.4 | 10.1 | △1.9 |

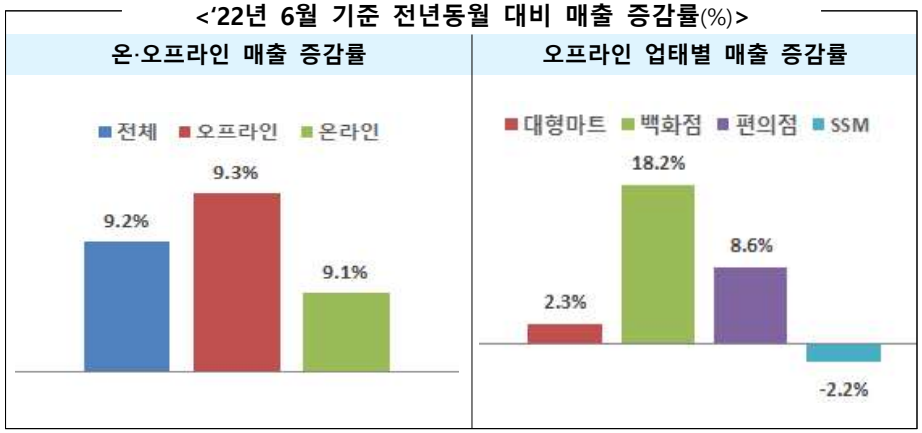
### 온라인 유통업체

□ 온라인을 통한 장보기 등의 보편화로 **식품**(17.8%) 분야 매출이 증가하며 **전체 온라인 매출 10.3% 증가**

○ 야외활동 재개에 따른 **화장품**(21.2%), 음식배달·공연티켓 등의 **서비스/기타**(17.0%) 매출이 **가파르게 성장**

# Ⅰ 2022년 6월 매출동향 [월간]

<'22년 6월 기준 전년동월 대비 매출 증감률(%)>




## 1. 전체 매출 동향

□ **(전체 매출) 오프라인 부문(9.3%)**과 **온라인 부문(9.1%)**이 **고른 성장세**를 보이며, 전체 매출은 **전년동월 대비 9.2% 상승**

○ **(오프라인)** 거리두기 완화 등 **야외활동 증가**와 **보복소비** 영향으로 아동/스포츠(24.1%)를 비롯, **모든 품목에서 매출 상승**

○ **(온라인)** 실외활동과 모임 증가로 **화장품·식품 등 온라인 구매와 서비스**(공연·레저 상품 예약) **수요**가 지속되며 **전 품목에서 매출 상승**

* 오프라인/온라인 매출규모(조원) : ('22.4월) 7.01 / 6.59 ⇒ ('22.5월) 7.48 / 6.97 ⇒ **('22.6월) 7.08 / 6.50**

**<주요 유통업체의 전년동월 대비 월별 매출 증감률** (단위 : %)**>**

| 구분 | '21년 | | | | | | | '22년 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 6월 | 7월 | 8월 | 9월 | 10월 | 11월 | 12월 | 1월 | 2월 | 3월 | 4월 | 5월 | 6월 |
| 전체 | 11.4 | 13.1 | 6.4 | 8.2 | 14.4 | 9.6 | 11.6 | 13.9 | 4.7 | 7.1 | 10.6 | 10.1 | **9.2** |
| 오프라인 | 4.8 | 7.0 | 2.5 | 3.3 | 10 | 4.6 | 10.3 | 18.4 | △3.8 | 6.3 | 10.2 | 9.3 | **9.3** |
| 온라인 | 19.6 | 20.2 | 11.1 | 14.5 | 19.7 | 14.8 | 12.8 | 9.1 | 14.2 | 7.9 | 11.0 | 11.0 | **9.1** |

□ **(상품군별 매출) 해외유명브랜드**(19.6%), **패션/잡화**(11.7%), **서비스/기타**(10.8%), **아동/스포츠**(9.2%) **등 전체 상품군 매출 상승**

○ **(오프라인) 아동/스포츠**(24.1%), **해외유명브랜드**(19.6%)와 **패션/잡화**(13.9%) 분야가 **큰 폭**으로 **상승**하면서 **전체 상품군에서 매출 상승**

○ **(온라인) 식품**(17.9%), **서비스/기타**(13.6%), **패션/잡화**(9.6%) 등 **판매 호조세**가 이어지면서 **전체 상품군에서 매출 상승**

**<'22년 6월 전년동월 대비 상품군별 매출 증감률** (단위 : %)**>**

| 구분 | 전체 | 가전/문화 | 패션/잡화 | 아동/스포츠 | 식품 | 생활/가정 | 서비스/기타 | 해외유명브랜드 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **전체** (비중,%) | **9.2** (100) | **0.8** (12.1) | **11.7** (13.7) | **9.2** (5.8) | **9.5** (34.5) | **7.7** (12.6) | **10.8** (15.2) | **19.6** (6.1) |
| **오프라인** | **9.3** | 1.0 | 13.9 | 24.1 | 5.6 | 7.3 | 8.0 | 19.6 |
| **온라인** | **9.1** | 0.8 | 9.6 | 0.7 | 17.9 | 8.0 | 13.6 | - |

□ **(구매건수·구매단가)** 백화점·편의점 방문객 증가, 대형마트·SSM 방문객 감소 추세가 지속(`22.4월~6월), **전체 구매건수**(4.3%) **증가**와 함께 농·축산물 등 물가상승 영향으로 **전체 구매단가**(4.7%)도 **증가**

**<'22년 6월 오프라인 부문 구매건수·단가 증감률** (단위 : %)**>**

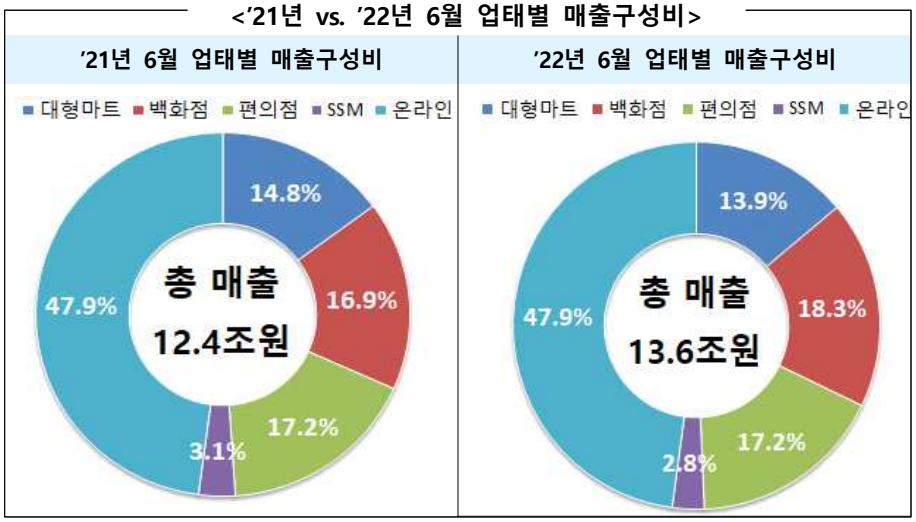
| 구분 | 전체 | 대형마트 | 백화점 | 편의점 | SSM |
|---|---|---|---|---|---|
| **구매건수** | **4.3** | △2.9 | 9.8 | 5.5 | △4.4 |
| **구매단가** | **4.7** | 5.3 | 7.7 | 3.0 | 2.3 |

* 온라인은 구매건수를 집계하지 않고 있어 통계자료에 미포함

□ **(업태별 매출 비중)** 전년 동월 대비 **오프라인·온라인 매출 비중은 유사**

○ 오프라인 업태 중 **백화점**(1.4%p)의 **매출 비중은 늘고, 대형마트**(△0.9%p)·**SSM**(△0.3%p)은 **감소, 편의점**은 **변동 없음**

<'21년 vs. '22년 6월 업태별 매출구성비>




## 2. 유통업체별 매출 동향

### 오프라인 유통업체

□ **대형마트**(2.3%)·**백화점**(18.2%)·**편의점**(8.6%)의 **매출**은 **증가**하고, **SSM**(△2.2%)의 **매출**은 **감소**하였으며 **전체 매출**은 **9.3% 증가**

○ **(대형마트)** 거리두기 완화에 따른 야외활동 증가 등으로 의류(5.3%), 잡화(2.3%) 등 **전 품목에서 소폭 성장**하면서 **전체 매출**은 **2.3% 증가**

○ **(백화점) 방문객수 증가**(구매건수 9.8%⬆) 추세가 지속되었고, **전 품목**에서 **판매호조**(아동/스포츠 27.4%, 남성의류 18.7%, 여성정장 17.8% 등)를 보이며 **전체 매출**은 **18.2% 증가**

○ **(편의점) 정상 등교·근무** 등으로 이용객수가 늘며, **생활용품**(19.9%), **잡화**(11.6%), **가공식품**(10.0%) 등 **전 품목 판매호조**로 **전체 매출 8.6% 증가**

○ **(준대규모점포)** 가공식품(3.6%)을 제외한 일상용품(△6.9%), 농·수축산(△5.1%) 등 **대부분 품목의 판매 부진**으로 **전체 매출은 2.2% 감소**

<'22년 6월 오프라인 업태별 전년동월 대비 매출 증감률 (단위 : %)>

| 구분 | 전체 | 대형마트 | 백화점 | 편의점 | SSM |
|---|---|---|---|---|---|
| 매출 증감률 | **9.3** | 2.3 | 18.2 | 8.6 | △2.2 |

□ **(점포당 매출) 점포수**는 **대형마트·SSM**은 **감소**, **백화점·편의점**은 **증가**하였으며, **점포당 매출**은 **SSM**을 **제외한 대부분 업태에서 증가**

<'22년 6월 전년동월 대비 점포당 매출 및 점포수 증감률 (단위 : %)>

| 구분 | 전체 | 대형마트 | 백화점 | 편의점 | SSM |
|---|---|---|---|---|---|
| 점포당 매출 증감률 | **13.0** | 4.7 | 14.2 | 1.3 | △1.1 |
| 점포 수 증감률 | **6.9** | △2.3 | 3.4 | 7.2 | △1.1 |

### 온라인 유통업체

□ 온라인 유통업체 매출은 **전년동월 대비 9.1% 증가**하였으며, 도서/문구(△2.3%), 스포츠(△0.5%) 품목을 제외한 **대부분 품목에서 매출이 상승**

○ 모임·실외활동 증가에 따른 **화장품**(18.1%) 및 가공식품·식음료 등 **식품**(17.9%) **수요증가**, 여행·공연 예약상품 등 **서비스/기타**(13.6%) 품목의 **판매호조 지속**

<'22년 6월 상품군별 전년동월 대비 매출증감률·매출비중 (단위 : %)>

| 구분 | 전체 | 가전 전자 | 도서 문구 | 패션 의류 | 스포츠 | 화장품 | 아동 유아 | 식품 | 생활 가구 | 서비스 기타 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 매출증감률 | **9.1** | 1.0 | △2.3 | 6.0 | △0.5 | 18.1 | 2.1 | 17.9 | 8.0 | 13.6 |
| 매출비중 | **100.0** | 20.5 | 1.7 | 9.9 | 3.7 | 4.7 | 3.4 | 24.2 | 15.5 | 16.4 |

## 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(바이더웨이 포함)
- **준대규모점포(SSM)(4)** : 이마트에브리데이, 롯데슈퍼, 지에스더후레쉬, 홈플러스익스프레스

□ **온라인 유통업체(12개사)**

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

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

### 【 (참고2) 유사통계 간 비교 】

| 통계 명 | 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 24백만원 이상인 온라인쇼핑 운영업체 (13,000여개) |
| 표본추출틀 | 주요 오프라인 유통업체 (13개사) | 2015 경제총조사 결과, 한국표준산업분류 대분류 13개 업종 | 공정위 PG사, 새올 행정시스템, 경총자료 |
| 조사대상 | 주요 오프라인 유통업체 13개사 (유의표본) | 표본 17,300개 사업체 | 표본 1,100개 사업체 |
| 포괄범위 | 상품 및 서비스 거래금액 | 판매액(상품) | 23개 상품군별 상품 및 서비스 거래금액 |

## 붙임 조사대상 유통업체별 매출 추이

□ 대형마트

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

| 구분 | 비 식품 | | | | | | 소계 | 식품 | 합계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 가전/문화 | 의류 | 가정/생활 | 스포츠 | 잡화 | 기타 | | | |
| '21. 6월 | △15.2 | △10.4 | △15.3 | △8.4 | △29.4 | 0.0 | △14.6 | 6.0 | △2.4 |
| 7월 | 15.0 | △3.5 | △7.4 | 11.8 | △4.1 | △1.5 | 1.3 | 10.9 | 7.3 |
| 8월 | △14.9 | △19.1 | △16.1 | △13.6 | △33.2 | △10.8 | △16.5 | 0.4 | △5.5 |
| 9월 | △5.5 | △1.1 | △14 | 5.1 | △14.4 | 8.1 | △8.6 | △15.3 | △13.3 |
| 10월 | 9.6 | △1.5 | △6.8 | △10.4 | △21.2 | △5.4 | △1.8 | 3.5 | 1.4 |
| 11월 | △17.8 | △1.8 | △14.8 | △13.7 | △17.2 | 0.1 | △13.6 | △8.3 | △10.3 |
| 12월 | △6.1 | 7.9 | △7.7 | 5.2 | 6.3 | 30.1 | △2.3 | △7.9 | △6.1 |
| '22. 1월 | △2.7 | 13.1 | 13.5 | 6.4 | 10.6 | 16.9 | 6.8 | 16.9 | 13.8 |
| 2월 | 0.5 | △20.5 | △24.1 | △13.3 | △20.5 | △7.1 | △14.6 | △28.7 | △24.0 |
| 3월 | △8.0 | △17.8 | △5.3 | △13.9 | △16.1 | △4.4 | △9.0 | 4.8 | 0.0 |
| 4월 | △0.6 | 13.2 | △2.7 | 1.8 | 10.8 | 5.3 | 1.3 | 2.3 | 2.0 |
| 5월 | △9.7 | 9.0 | △3.9 | 5.3 | 6.0 | 3.0 | △3.1 | △3.2 | △3.0 |
| **6월** | **1.0** | **5.3** | **1.1** | **1.4** | **2.3** | **8.2** | **1.8** | **2.3** | **2.3** |

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

| 2019년 | | 연간 | 2020년 | | | | 연간 | 2021년 | | | | 연간 | 2022년 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3분기 | 4분기 | | 1분기 | 2분기 | 3분기 | 4분기 | | 1분기 | 2분기 | 3분기 | 4분기 | | 1분기 | 2분기 |
| △8.1 | △4.0 | △5.1 | △5.8 | △5.5 | △0.7 | 0.1 | △3.0 | 0.4 | 0.2 | △4.7 | △5 | △2.3 | △3.2 | **0.3** |

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

| 구분 | 비 식품 | | | | | | 소계 | 식품 | 합계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 가전/문화 | 의류 | 가정/생활 | 스포츠 | 잡화 | 기타 | | | |
| '22. 2월 | 14.0 | 3.4 | 14.0 | 1.3 | 1.6 | 2.0 | 36.4 | 63.6 | 100 |
| '22. 3월 | 11.0 | 3.5 | 12.7 | 1.3 | 1.8 | 2.1 | 32.4 | 67.6 | 100 |
| '22. 4월 | 10.7 | 4.9 | 12.4 | 1.7 | 2.3 | 2.2 | 34.2 | 65.8 | 100 |
| '22. 5월 | 11.7 | 5.3 | 13.0 | 2.0 | 2.5 | 2.4 | 36.9 | 63.1 | 100 |
| **'22. 6월** | **10.8** | **4.8** | **14.1** | **1.8** | **2.3** | **2.4** | **36.2** | **63.8** | **100** |

○ 구매건수·구매단가 및 점포당 매출액 증감률 추이 (단위 : %)

| 증감률 | 2021년 | | | | | | | 2022년 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 6월 | 7월 | 8월 | 9월 | 10월 | 11월 | 12월 | 1월 | 2월 | 3월 | 4월 | 5월 | 6월 |
| 구매건수 | △1.8 | △1.3 | △11.5 | △16.1 | △9.7 | △11.5 | △7.3 | 2.9 | △13.1 | △2.8 | △4.1 | △5.0 | **△2.9** |
| 구매단가 | △0.6 | 8.7 | 6.8 | 3.4 | 12.4 | 1.3 | 1.3 | 10.6 | △12.5 | 2.9 | 6.4 | 2.1 | **5.3** |
| 점포당 매출 | 0.9 | 11.2 | △5.5 | △10.8 | 4.1 | △7.5 | △3.2 | 17.4 | △22.2 | 5.5 | 3.9 | △1.5 | **4.7** |

* '22.6월 1인당 구매단가 : 52,041원 (전년동월 49,406원)

** '22.6월 점포당 매출액 : 49.6억원 (전년동월 47.4억원) / '22.6월 점포 수 : 381개

## □ 백화점

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

| 구분 | 비식품품목 | | | | | | | | 식품 | 합계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 잡 화 | 여성 정장 | 여성 캐주얼 | 남성 의류 | 아동 스포츠 | 가정 용품 | 해외유명 브랜드 | 소계 | | |
| '21. 6월 | △5.4 | 4.1 | 4.1 | 4.9 | 17.0 | △0.5 | 31.5 | 12.9 | 10.8 | 12.8 |
| 7월 | △9.2 | △9.5 | 0.9 | △0.6 | 16.5 | 16.5 | 18.8 | 9.5 | △2.6 | 7.8 |
| 8월 | △2.6 | 1.5 | △6.8 | 4.5 | 24.8 | 25.6 | 18.6 | 14.3 | 4.5 | 13 |
| 9월 | 12.5 | 19.3 | 23.6 | 27 | 36.9 | 17.4 | 38.1 | 27.3 | 11.8 | 24.3 |
| 10월 | 5.0 | 7.7 | 5.4 | 12.8 | 19.6 | 22.2 | 39.4 | 21.5 | 16.9 | 21 |
| 11월 | 7.3 | 15 | 13.3 | 14.9 | 25.7 | 3 | 32.9 | 18.9 | 13.1 | 18.3 |
| 12월 | 30.6 | 36.1 | 48.6 | 40.5 | 55.3 | 14.6 | 42.8 | 37.7 | 28.3 | 36.5 |
| '22. 1월 | 31.0 | 23.7 | 35.5 | 38.7 | 46.3 | 6.9 | 46.5 | 32.7 | 60.0 | 37.2 |
| 2월 | 3.2 | 13.8 | 1.9 | 10.8 | 11.9 | 9.3 | 32.5 | 17.4 | △30.3 | 9.3 |
| 3월 | △2.4 | 6.9 | △2.7 | 3.8 | 12.6 | △5.4 | 21.1 | 8.7 | 0.2 | 7.8 |
| 4월 | 14.7 | 19.2 | 22.2 | 21.2 | 33.4 | 6.8 | 22.5 | 20.0 | 10.4 | 19.1 |
| 5월 | 21.9 | 22.7 | 25.3 | 24.5 | 30.0 | 3.1 | 23.6 | 20.8 | 12.4 | 19.9 |
| **6월** | **14.4** | **17.8** | **17.3** | **18.7** | **27.4** | **10.6** | **19.6** | **18.1** | **16.2** | **18.2** |

* 자료 : 해외유명브랜드는 각사 분류 기준

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

| 2019년 | | | 연간 | 2020년 | | | | 연간 | 2021년 | | | | 연간 | 2022년 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2분기 | 3분기 | 4분기 | | 1분기 | 2분기 | 3분기 | 4분기 | | 1분기 | 2분기 | 3분기 | 4분기 | | 1분기 | 2분기 |
| 1.0 | △1.7 | △0.2 | △0.1 | △19.9 | △8.4 | △5.0 | △6.0 | △9.8 | 31.2 | 21.5 | 14.6 | 24.8 | 24.1 | 17.6 | **19.1** |

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

| 구분 | 비식품품목 | | | | | | | | 식품 | 합계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 잡 화 | 여성 정장 | 여성 캐주얼 | 남성 의류 | 아동 스포츠 | 가정 용품 | 해외유명 브랜드 | 소계 | | |
| '22. 2월 | 9.7 | 6.7 | 5.3 | 3.4 | 10.3 | 16.4 | 37.3 | 89.2 | 10.8 | 100 |
| '22. 3월 | 9.4 | 8.2 | 6.2 | 4.1 | 11.5 | 13.4 | 36.4 | 89.1 | 10.9 | 100 |
| '22. 4월 | 10.3 | 7.0 | 6.7 | 4.6 | 12.8 | 13.1 | 34.9 | 89.4 | 10.6 | 100 |
| '22. 5월 | 12.0 | 6.8 | 6.8 | 4.5 | 12.4 | 13.2 | 33.4 | 89.0 | 11.0 | 100 |
| **'22. 6월** | **11.7** | **6.5** | **7.4** | **4.2** | **11.8** | **13.5** | **33.5** | **88.6** | **11.4** | **100** |

* 자료 : 해외유명브랜드는 각사 분류 기준

○ 구매건수·구매단가 및 점포당 매출액 증감률 추이 (단위 : %)

| 증감률 | 2021년 | | | | | | | 2022년 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 6월 | 7월 | 8월 | 9월 | 10월 | 11월 | 12월 | 1월 | 2월 | 3월 | 4월 | 5월 | 6월 |
| 구매건수 | 1.4 | △8.1 | △6.8 | 13 | 7.1 | 7.5 | 29.6 | 21.2 | △1.5 | △7.2 | 7.8 | 11.4 | **9.8** |
| 구매단가 | 11.2 | 17.3 | 21.2 | 10 | 13 | 10.1 | 5.3 | 13.3 | 10.9 | 16.1 | 10.4 | 7.6 | **7.7** |
| 점포당 매출 | 10.8 | 5.9 | 9.2 | 18.1 | 15 | 12.4 | 29.7 | 30.4 | 5.6 | 4.2 | 15.1 | 15.9 | **14.2** |

* '22.6월 1인당 구매단가 : 114,201원 (전년동월 106,057원)

** '22.6월 점포당 매출액 : 413.3억원 (전년동월 361.8억원) / '22.6월 점포 수 : 60개

## □ 편의점

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

| 구분 | 비 식품품목 | | | | 식품 | | | 합계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 생활용품 | 잡화 | 담배 등 기타 | 소계 | 음료 등 가공 | 즉석 (신선일부) | 소계 | |
| '21. 6월 | △3.5 | △6.0 | 3.4 | 2.6 | 10.0 | 4.8 | 9.1 | 6.0 |
| 7월 | △9.0 | △10.9 | 1.4 | 0.2 | 16.2 | 0.1 | 13.3 | 7.0 |
| 8월 | △6.1 | △9.4 | 2.1 | 1 | 9.1 | △0.6 | 7.4 | 4.5 |
| 9월 | 11.5 | △6.1 | 6 | 6.1 | 14.1 | △0.3 | 11.5 | 9 |
| 10월 | 11.4 | 10.6 | 4.5 | 5.2 | 14.9 | 0.1 | 12.3 | 9 |
| 11월 | 7.9 | 9.7 | 5.9 | 6.1 | 8.8 | △0.1 | 7.2 | 6.7 |
| 12월 | 21.6 | 11.0 | 8.9 | 9.9 | 8.8 | 4.5 | 8.1 | 8.9 |
| '22. 1월 | 13.7 | 8.3 | 6.4 | 7.0 | 12.4 | 4.8 | 11.2 | 9.3 |
| 2월 | 4.8 | 3.8 | 9.2 | 8.7 | 7.1 | 1.9 | 6.3 | 7.4 |
| 3월 | 7.3 | 5.1 | 14.5 | 13.7 | 10.6 | 4.5 | 9.5 | 11.5 |
| 4월 | 11.1 | 3.1 | 8.9 | 8.9 | 13.6 | 8.2 | 12.7 | 10.9 |
| 5월 | 10.7 | △1.3 | 10.6 | 10.2 | 14.8 | 12.2 | 14.3 | 12.5 |
| **6월** | **19.9** | **11.6** | **7.0** | **8.1** | **10.0** | **4.7** | **9.1** | **8.6** |

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

| 2019년 | | | 연간 | 2020년 | | | | 연간 | 2021년 | | | | 연간 | 2022년 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2분기 | 3분기 | 4분기 | | 1분기 | 2분기 | 3분기 | 4분기 | | 1분기 | 2분기 | 3분기 | 4분기 | | 1분기 | 2분기 |
| 3.9 | 2.9 | 5.2 | 4.1 | 3.4 | 0.5 | 2.8 | 2.9 | 2.4 | 5.1 | 7.2 | 7.1 | 8.2 | 6.8 | 9.5 | **10.6** |

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

| 구분 | 비 식품품목 | | | | 식품 | | | 합계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 생활용품 | 잡화 | 담배 등 기타 | 소계 | 음료 등 가공 | 즉석 (신선일부) | 소계 | |
| '22. 2월 | 3.4 | 1.3 | 42.4 | 47.1 | 44.8 | 8.1 | 52.9 | 100.0 |
| '22. 3월 | 3.3 | 1.2 | 44.2 | 48.7 | 42.9 | 8.4 | 51.3 | 100.0 |
| '22. 4월 | 3.4 | 1.1 | 41.3 | 45.8 | 45.4 | 8.8 | 54.2 | 100.0 |
| '22. 5월 | 3.6 | 1.2 | 40.5 | 45.3 | 45.9 | 8.9 | 54.7 | 100.0 |
| **'22. 6월** | **3.9** | **1.2** | **40.1** | **45.2** | **45.8** | **9.0** | **54.8** | **100.0** |

○ 구매건수 및 구매단가 증감률 추이 (단위 : %)

| 증감률 | 2021년 | | | | | | | 2022년 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 6월 | 7월 | 8월 | 9월 | 10월 | 11월 | 12월 | 1월 | 2월 | 3월 | 4월 | 5월 | 6월 |
| 구매건수 | 0.1 | △1.6 | △2.9 | 2.8 | 0.3 | 0.7 | 7.2 | 6.6 | △0.1 | 2.5 | 7.2 | 12.6 | **5.5** |
| 구매단가 | 5.9 | 8.8 | 7.6 | 6.1 | 8.6 | 6 | 1.5 | 2.5 | 7.5 | 8.8 | 3.4 | △0.1 | **3.0** |

* '22.6월 1인당 구매단가 : 6,645원 (전년동월 6,451원)

○ 점포당 매출액 증감률 추이 및 점포수 현황 (단위 : %)

| 증감률 | 2021년 | | | | | | | 2022년 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 6월 | 7월 | 8월 | 9월 | 10월 | 11월 | 12월 | 1월 | 2월 | 3월 | 4월 | 5월 | 6월 |
| 점포증가율 | 6.2 | 6.3 | 6.4 | 6.3 | 6.2 | 5.7 | 5.8 | 5.9 | 5.9 | 6.3 | 6.5 | 6.9 | **7.2** |
| 점포당매출액 | △0.2 | 0.7 | △1.8 | 2.5 | 2.6 | 0.9 | 2.9 | 3.2 | 1.5 | 4.9 | 4.1 | 5.2 | **1.3** |

* '22.6월 점포당 매출액 : 5,279.2만원 (전년동월 5,209.9만원) / '22.6월 점포 수 : 44,180개

## □ 준대규모점포(SSM)

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

| 구분 | 비식품 | | | 식품품목 | | | | 합계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 일상용품 | 생활잡화 | 소계 | 농수축산 | 신선·조리식품 | 가공식품 | 소계 | |
| '21. 6월 | △11.7 | △7.6 | △9.9 | △1.3 | △4.4 | 0.5 | △1.5 | △2.4 |
| 7월 | △12.9 | △2.9 | △8.6 | 2.5 | 7.5 | 3.9 | 4.2 | 2.8 |
| 8월 | △18.9 | △5.7 | △13.2 | △4.4 | △7.2 | △2.3 | △4.4 | △5.3 |
| 9월 | △14.9 | △8.1 | △11.9 | △16.7 | △17.3 | △15.6 | △16.6 | △16.1 |
| 10월 | △12 | △0.2 | △6.8 | 0.8 | △3 | △1.5 | △1 | △1.6 |
| 11월 | △13.9 | △5.7 | △10.2 | △6.3 | △5.5 | △5.7 | △5.9 | △6.3 |
| 12월 | △13.9 | △3.5 | △9.1 | △14.3 | △11.6 | △10.6 | △12.5 | △12.2 |
| '22. 1월 | 0.3 | 4.7 | 2.1 | △4.0 | △4.2 | 5.2 | △1.5 | △1.2 |
| 2월 | △10.2 | △3.0 | △7.2 | △16.2 | △2.0 | △2.3 | △8.5 | △8.4 |
| 3월 | △4.4 | 1.3 | △2.0 | 2.3 | 4.6 | 11.1 | 5.3 | 4.6 |
| 4월 | △3.3 | △3.8 | △3.5 | △4.5 | △1.9 | 3.4 | △1.6 | △1.8 |
| 5월 | △5.1 | △1.7 | △3.7 | △5.6 | △2.7 | 1.7 | △2.8 | △2.8 |
| **6월** | **△6.9** | **△4.3** | **△5.8** | **△5.1** | **△2.0** | **3.6** | **△1.8** | **△2.2** |

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

| 2019년 | | | 연간 | 2020년 | | | | 연간 | 2021년 | | | | 연간 | 2022년 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2분기 | 3분기 | 4분기 | | 1분기 | 2분기 | 3분기 | 4분기 | | 1분기 | 2분기 | 3분기 | 4분기 | | 1분기 | 2분기 |
| 0.3 | △2.0 | △3.6 | △1.5 | 2.1 | △10.0 | 1.6 | △6.1 | △4.8 | △13.9 | △5.6 | △7.4 | △7.0 | △9.1 | △1.5 | **△2.3** |

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

| 구분 | 비식품 | | | 식품품목 | | | | 합계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 일상용품 | 생활잡화 | 소계 | 농수축산 | 신선·조리식품 | 가공식품 | 소계 | |
| '22. 2월 | 5.2 | 4.1 | 9.3 | 37.9 | 25.2 | 27.7 | 90.7 | 100.0 |
| '22. 3월 | 4.9 | 3.7 | 8.6 | 40.5 | 24.8 | 26.1 | 91.4 | 100.0 |
| '22. 4월 | 5.1 | 3.8 | 8.9 | 40.0 | 24.9 | 26.3 | 91.1 | 100.0 |
| '22. 5월 | 5.3 | 4.1 | 9.4 | 39.1 | 25.1 | 26.4 | 90.6 | 100.0 |
| **'22. 6월** | **5.5** | **4.1** | **9.5** | **38.0** | **25.8** | **26.6** | **90.5** | **100.0** |

○ 구매건수·구매단가 및 점포당 매출액 증감률 추이 (단위 : %)

| 증감률 | 2021년 | | | | | | | 2022년 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 6월 | 7월 | 8월 | 9월 | 10월 | 11월 | 12월 | 1월 | 2월 | 3월 | 4월 | 5월 | 6월 |
| 구매건수 | △5.6 | △3.3 | △8.1 | △14 | △6.3 | △9 | △10.5 | △4.8 | △7.0 | 1.0 | △2.1 | △2.0 | **△4.4** |
| 구매단가 | 3.4 | 6.4 | 3 | △2.5 | 5 | 2.9 | △1.9 | 3.8 | △1.5 | 3.6 | 0.3 | △0.8 | **2.3** |
| 점포당 매출 | 4.0 | 8.1 | △1.1 | △12.8 | 1.8 | △3.8 | △9.5 | 0.2 | △7.7 | 5.5 | △1.0 | △2.1 | **△1.1** |

* '22.6월 1인당 구매단가 : 16,610원 (전년동월 16,232원)
** '22.6월 점포당 매출액 : 3.50억원 (전년동월 3.54억원) / '22.6월 점포 수 : 1,095개

## □ 온라인 유통

○ 전년동월 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

| 2021년 | | | | | | | 2022년 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 6월 | 7월 | 8월 | 9월 | 10월 | 11월 | 12월 | 1월 | 2월 | 3월 | 4월 | 5월 | 6월 |
| 19.6 | 20.2 | 11.1 | 14.5 | 19.7 | 14.8 | 12.8 | 9.1 | 14.2 | 7.9 | 11.0 | 11.0 | **9.1** |

○ 전년동월 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

| 구분 | 가전/전자 | 도서/문구 | 패션/의류 | 스포츠 | 화장품 | 아동/유아 | 식품 | 생활/가구 | 서비스/기타 | 합계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| '21. 6월 | 3.8 | 17.7 | 1.3 | △0.9 | 19.0 | △2.7 | 40.0 | 6.5 | 85.7 | 19.6 |
| 7월 | 30.6 | 2.3 | 2.0 | △4.8 | 14.9 | △0.6 | 30.7 | 4.4 | 44.9 | 20.2 |
| 8월 | 4.6 | 3.2 | △1.4 | 5.1 | 20.3 | △4.6 | 28.2 | 4.5 | 17 | 11.1 |
| 9월 | 9.6 | 2.0 | 4.9 | 8.4 | 19.9 | △0.6 | 17.1 | 9.7 | 44.9 | 14.5 |
| 10월 | 22.7 | 12.5 | 4.9 | 5.6 | 16.2 | 0.2 | 25.3 | 13.4 | 46.1 | 19.7 |
| 11월 | 14.6 | △1.2 | 6.3 | 1.4 | 19 | 2.7 | 19.9 | 7.3 | 36.4 | 14.8 |
| 12월 | 3.9 | △4.5 | 14.3 | 2.1 | 17.4 | 1.5 | 8.0 | 26.9 | 30.3 | 12.8 |
| '22. 1월 | △4.2 | △9.1 | 14.6 | 0.9 | 24.2 | △1.8 | 18.0 | 4.3 | 23.3 | 9.1 |
| 2월 | 17.0 | 2.5 | 7.4 | 5.0 | 23.7 | 4.7 | 9.8 | 12.1 | 26.8 | 14.2 |
| 3월 | 1.4 | 0.4 | △2.7 | △1.4 | 15.9 | 5.0 | 24.6 | 8.4 | 1.9 | 7.9 |
| 4월 | △0.5 | 3.9 | 14.9 | △0.6 | 18.6 | 5.4 | 18.1 | 6.6 | 24.0 | 11.0 |
| 5월 | 3.8 | 2.3 | 11.9 | 10.7 | 26.7 | 4.5 | 17.7 | 3.7 | 17.6 | 11.0 |
| **6월** | **1.0** | **△2.3** | **6.0** | **△0.5** | **18.1** | **2.1** | **17.9** | **8.0** | **13.6** | **9.1** |

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

| 2019년 | | | 연간 | 2020년 | | | | 연간 | 2021년 | | | | 연간 | 2022년 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 2분기 | 3분기 | 4분기 | | 1분기 | 2분기 | 3분기 | 4분기 | | 1분기 | 2분기 | 3분기 | 4분기 | | 1분기 | 2분기 |
| 14.6 | 13.8 | 12.6 | 14.2 | 19.8 | 15.4 | 17.8 | 20.4 | 18.4 | 14.3 | 17.9 | 15.2 | 15.6 | 15.7 | 10.2 | **10.4** |

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

| 구분 | 가전/전자 | 도서/문구 | 패션/의류 | 스포츠 | 화장품 | 아동/유아 | 식품 | 생활/가구 | 서비스/기타 | 합계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| '21. 6월 | 22.1 | 1.9 | 10.2 | 4.0 | 4.3 | 3.6 | 22.4 | 15.7 | 15.8 | 100.0 |
| 7월 | 24.2 | 1.9 | 9.0 | 4.0 | 4.3 | 3.7 | 22.6 | 15.4 | 14.8 | 100.0 |
| 8월 | 23.3 | 2 | 7.5 | 3.6 | 4.5 | 3.7 | 24.8 | 15.7 | 14.9 | 100.0 |
| 9월 | 22.3 | 2 | 8.8 | 3.9 | 4.6 | 3.6 | 25.6 | 15.9 | 13.4 | 100.0 |
| 10월 | 24.1 | 1.9 | 11 | 4.3 | 4.4 | 3.6 | 21.7 | 15.6 | 13.4 | 100.0 |
| 11월 | 25.1 | 1.9 | 11.2 | 3.9 | 4.4 | 3.5 | 21.1 | 15.1 | 13.9 | 100.0 |
| 12월 | 21.5 | 2.4 | 10.3 | 3.3 | 4.3 | 4.6 | 22.0 | 18.5 | 13.0 | 100.0 |
| '22. 1월 | 21.5 | 2.1 | 8.5 | 2.8 | 5.0 | 3.4 | 27.6 | 15.0 | 13.9 | 100.0 |
| 2월 | 25.3 | 2.1 | 7.8 | 2.7 | 4.7 | 3.5 | 23.1 | 15.5 | 15.3 | 100.0 |
| 3월 | 20.6 | 2.4 | 9.3 | 3.1 | 4.5 | 3.6 | 25.6 | 15.7 | 15.1 | 100.0 |
| 4월 | 19.9 | 2.1 | 10.5 | 3.8 | 4.8 | 3.9 | 24.3 | 15.2 | 15.4 | 100.0 |
| 5월 | 21.7 | 1.7 | 10.1 | 4.0 | 5.0 | 3.7 | 23.5 | 14.8 | 15.5 | 100.0 |
| **6월** | **20.5** | **1.7** | **9.9** | **3.7** | **4.7** | **3.4** | **24.2** | **15.5** | **16.4** | **100.0** |

※ 상기 **[조사대상 유통업체별 매출 추이]**는 동 조사에 협조하는 주요 유통업체별 회계·정산 과정에서 수정이 있을 시 차기 보도자료에 반영함에 따라, 일부 차이가 발생할 수 있음

대한민국 정책브리핑 OPEN 공공누리 공공저작물 자유이용허락