산업통상자원부 보도자료 다시 대한민국! 새로운 국민의 나라

보도시점 2024. 3. 26.(화) 11:00 < 3.27.(수) 조간 > 배포 2024. 3. 26.(화)

'24년 2월 주요 유통업체 매출 13.7% 증가

- 설 명절 특수로 오프라인 11.5% 증가, 온라인 15.7% 증가

`24년 2월 주요 유통업체 매출은 오프라인이 11.5% 증가, 온라인이 15.7% 증가하면서, 전년 동월 대비 13.7% 증가한 것으로 나타났다.

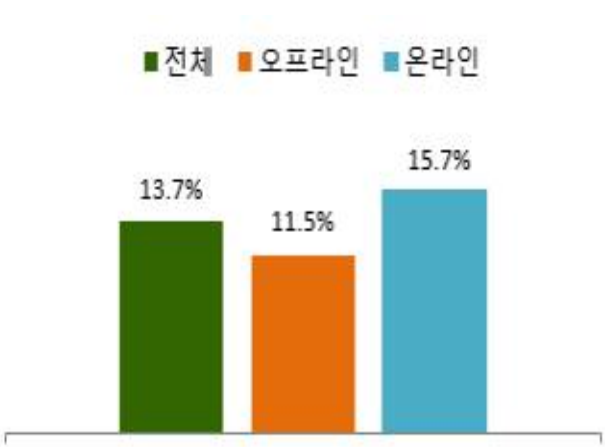
[오프라인 매출] 설 명절 특수와 물가 상승의 영향으로 대형마트(21.0%), 백화점(7.2%), 편의점(9.4%), 준대규모점포(12.6%) 등 모든 업태에서 상승하여 전체 11.5% 증가하였다.

[온라인 매출] 식품(36.2%), 서비스/기타(18.5%), 생활/가정(18.2%) 등 전 품목에서 호조세를 보이면서 매출이 15.7% 상승하였다.

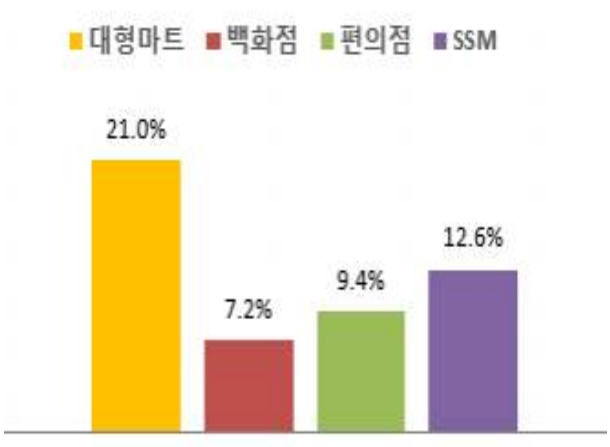
※ 기타 상세 내용은 본문 및 붙임 참조

<'24년 2월 기준 전년동월 대비 매출 증감률(%)>

온·오프라인 매출 증감률



오프라인 업태별 매출 증감률



1. 전체 매출 동향

□ **(전체 매출)** 오프라인 부문(11.5%)과 온라인 부문(15.7%) 모두 큰 증가폭을 보이며 전체 매출은 전년 동월 대비 13.7% 상승

○ (오프라인) 설 명절 시기 차이('23.1.22. → '24.2.10.) 및 영업일수 증가로, 식품(20.8%)이 큰 폭으로 증가하면서 모든 업태에서 매출 상승

○ (온라인) 설 명절 여행, 졸업시즌 등 여행·공연 등 서비스 수요가 늘고 간편식·e쿠폰 판매가 꾸준한 호조세를 보이면서 매출 상승

* 오프라인/온라인 매출규모(조원) : ('23.2월) 6.15 / 6.74 ⇒ **('24.2월) 6.85 / 7.80**

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

구분	'23년										'24년	
	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
전체	6.4	4.0	5.7	6.6	5.9	3.3	9.5	6.4	8.7	7.5	8.2	**13.7**
오프라인	6.6	4.8	3.7	4.2	3.9	△1.2	7.2	0.5	4.5	4.5	△0.3	**11.5**
온라인	6.1	3.2	7.9	9.1	8.1	8.1	12.0	12.6	12.7	10.4	16.8	**15.7**

□ **(상품군별 매출)** 식품(26.7%), 서비스/기타(13.6%), 생활/가정(12.8%) 등 모든 상품군에서 매출 상승

○ (오프라인) 명절 특수로 식품(20.8%) 부문에서 큰 폭의 증가세를 보였으며, 가전/문화(△2.2%)를 제외한 전 품목에서 매출 상승

○ (온라인) 식품(36.2%), 생활/가정(18.2%), 서비스/기타(18.5) 등 모든 품목에서 호조세를 보이면서 매출 상승

<'24년 2월 전년동월 대비 상품군별 매출 증감률 (단위 : %)**>**

구분	전체	가전/문화	패션/잡화	아동/스포츠	식품	생활/가정	서비스/기타	해외유명브랜드
전체 (비중,%)	**13.7** (100)	**2.3** (13.1)	**1.1** (11.2)	**3.6** (4.7)	**26.7** (37.2)	**12.8** (12.1)	**13.6** (16.0)	**6.4** (5.7)
오프라인	**11.5**	△2.2	1.1	2.7	20.8	3.8	7.4	6.4
온라인	**15.7**	2.7	1.1	4.2	36.2	18.2	18.5	-

□ **(구매건수 · 구매단가)** 설 명절로 인한 영업일수 증가로 대형마트 · 백화점 등 모든 업태의 구매건수가 늘면서, 전체 구매건수는 6.6% 증가

○ 구매단가의 경우 물가 상승의 영향으로 대형마트를 비롯한 모든 업태에서 증가세를 보이면서, 전체적으로 4.6% 증가

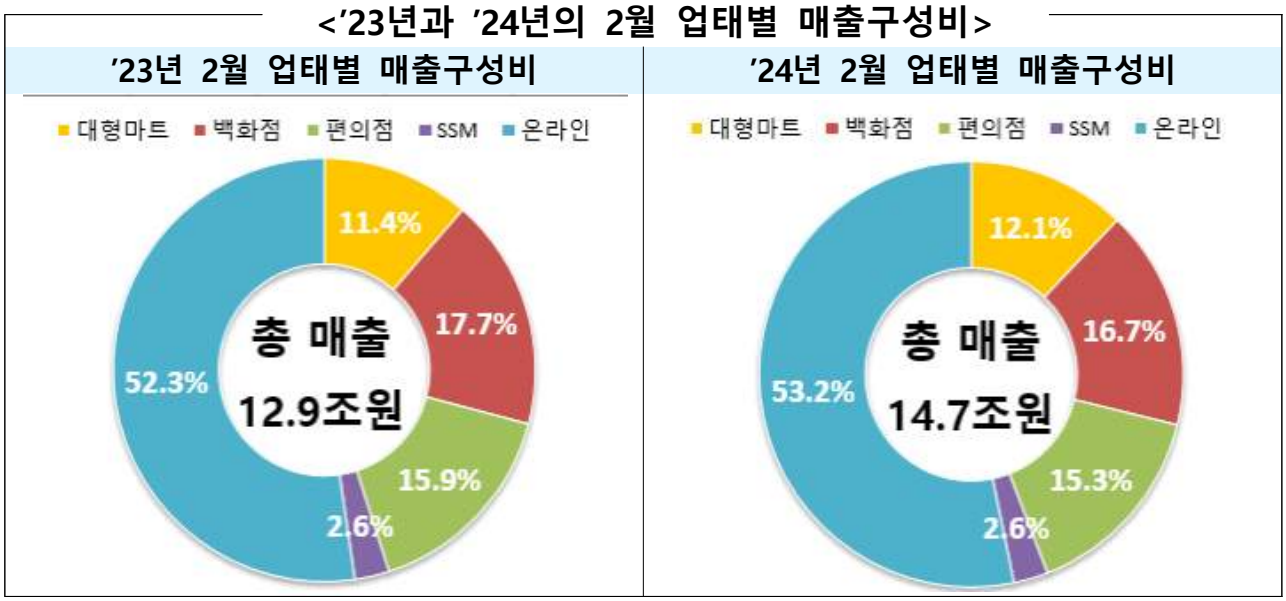
<'24년 2월 오프라인* 부문 구매건수 · 단가 증감률 (단위 : %)**>**

구분	전체	대형마트	백화점	편의점	SSM
구매건수	**6.6**	7.3	2.0	6.7	7.6
구매단가	**4.6**	12.7	5.1	2.5	4.6

* 온라인은 구매건수를 집계하지 않고 있어 통계자료에 미포함

□ **(업태별 매출 비중)** 명절 기간 방문객 수와 구매단가가 크게 증가한 대형마트(0.7%p)는 늘었으나, 백화점(△1.0%p) · 편의점(△0.6%p)은 다소 감소하였으며, 온라인 매출 비중은 0.9%p 증가

<'23년과 '24년의 2월 업태별 매출구성비>



2. 유통업태별 매출 동향

가. 오프라인 유통업체

□ 대형마트(21.0%), 백화점(7.2%), 편의점(9.4%), 준대규모점포(12.6%) 등 모든 업태에서 상승세를 보이면서 전체 매출은 11.5% 증가

○ (대형마트) 전체 매출은 21.0% 증가, 물가 상승과 명절 특수의 영향으로 식품(29.5%)부문 매출이 큰 폭으로 상승하였으며, 가전/문화(△2.2%)를 제외한 대부분의 품목에서 매출 상승

○ (백화점) 전체 매출은 7.2% 증가, 여성정장(△8.1%)·가정용품(△2.5%)은 부진하였으나, 해외유명브랜드(6.4%)·잡화(3.3%) 등 판매 증가

○ (편의점) 전체 매출은 9.4% 증가, 가성비 식품류 수요(음료/가공식품(11.2%)·즉석식품(8.4%))가 여전히 강세를 보였고, 학용품·완구 호조세로 생활용품(16.1%)·잡화(13.7%) 등 전 품목에서 매출 상승

○ (준대규모점포) 전체 매출은 12.6% 증가, 농수축산(15.7%)·가공식품(15.0%)·신선/조리식품(6.8%)·생활잡화(6.8%) 등 모든 품목에서 매출 상승

<'24년 2월 오프라인 업태별 전년동월 대비 매출 증감률 (단위 : %)**>**

구분	전체	대형마트	백화점	편의점	SSM
매출 증감률	**11.5**	21.0	7.2	9.4	12.6

□ 점포당 매출은 대형마트(22.9%), 백화점(7.2%), 편의점(5.1%), 준대규모 점포(8.2%) 등 모든 업태에서 상승

○ 점포수는 편의점(4.1%), SSM(4.0%)이 늘고, 대형마트(△1.6%)는 소폭 감소

<'24년 2월 전년동월 대비 점포당 매출 및 점포수 증감률 (단위 : %)**>**

구분	전체	대형마트	백화점	편의점	SSM
점포당 매출 증감률	**8.6**	22.9	7.2	5.1	8.2
점포 수 증감률	**4.1**	△1.6	0.0	4.1	4.0

나. 온라인 유통업체

□ 전체 매출은 15.7% 증가, 고물가로 인한 소비심리 감소로 패션/의류(△9.5%)·스포츠(△4.3%)는 부진 했으나, 이외 품목에서는 설 특수 및 외국 온라인플랫폼에 대응한 저가 마케팅 활성화 등으로 매출 상승

○ 특히, 명절선물, 즉석식품 및 대용량 간편식 제품 판매호조로 식품(36.2%) 품목에서 큰 폭의 성장세 기록

<'24년 2월 상품군별 전년동월 대비 매출증감률·매출비중 (단위 : %)**>**

구분	전체	가전 전자	도서 문구	패션 의류	스포츠	화장품	아동 유아	식품	생활 가구	서비스 기타
매출증감률	15.7	2.3	7.2	△9.5	△4.3	18.8	11.1	36.2	18.2	18.5
매출비중	100.0	20.6	1.9	6.3	2.1	5.0	3.0	28.7	14.8	17.5

< 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

5. 본 동향은 **조사기준월 익월말 공표**되는 자료임

담당 부서	중견기업정책관 유통물류과	책임자	과 장	김정기 (044-203-4380)
		담당자	사무관	박진현 (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(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 】

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 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							식품	합계
	가전/문화	의류	가정/생활	스포츠	잡화	기타	소계		
'23. 2월	△19.4	14.5	△1.6	10.9	10.8	13.9	△6.5	12.0	5.8
3월	△5.6	17.4	△1.6	14.7	10.4	6.9	0.4	1.3	1.2
4월	△4.7	△8.0	△0.4	△0.6	△6.8	8.1	△3.4	6.3	3.3
5월	1.8	△3.6	△5.3	△7.7	△6.3	5.5	△2.9	4.3	1.7
6월	△12.8	△1.3	△6.8	△7.0	△6.8	△5.7	△8.0	5.2	0.3
7월	△4.7	△3.6	△2.2	△10.5	△5.8	△3.5	△4.2	6.6	2.6
8월	△9.5	△7.2	△12.8	△4.8	△3.2	△5.3	△10.0	△7.9	△8.4
9월	△13.1	△11.5	0.8	△10.4	△7.3	△0.8	△6.5	17.9	10.0
10월	△1.5	1.9	△5.6	△5.2	△10.5	△7.2	△3.2	△4.4	△4.1
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**

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2021년				연간	2022년				연간	2023년				연간
1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기	
0.4	0.2	△4.7	△5	△2.3	△5.8	△9.8	△9.4	△5.2	△7.6	0.3	1.8	1.2	△1.3	**0.5**

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비 식품							식품	합계
	가전/문화	의류	가정/생활	스포츠	잡화	기타	소계		
'23. 10월	11.1	6.3	12.1	2.5	1.9	2.9	33.9	63.2	100.0
11월	11.3	5.5	12.4	2.3	2.2	2.4	33.8	63.8	100.0
12월	9.8	4.4	11.2	2.3	2.2	2.8	29.9	67.3	100.0
'24. 1월	11.1	2.8	10.7	1.5	1.4	2.4	27.5	70.1	100.0
2월	**8.8**	**3.4**	**11.7**	**1.7**	**1.5**	**2.8**	**27.2**	**70.0**	**100.0**

○ 구매건수·구매단가 및 점포당 매출액 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2023년											'24년	
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
구매건수	6.4	4.5	2.7	0.6	2.1	6.5	△1.2	△0.2	△2.7	0.7	1.2	△5.3	**7.3**
구매단가	△0.6	△3.2	0.6	1.1	△1.8	△3.6	△7.3	10.2	△1.4	0.6	△2.4	△4.1	**12.7**
점포당 매출	7.2	2.5	4.7	3.6	1.4	4.3	△7.0	11.8	△2.8	2.4	△0.1	△8.3	**22.9**

* '24. 2월 1인당 구매단가 : 53,200원 (전년동월 47,194원)

** '24. 2월 점포당 매출액 : 47.4억원 (전년동월 38.6억원) / '24. 2월 점포 수 : 374개

□ 백화점

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	비식품품목								식품	합계
	잡 화	여성정장	여성캐주얼	남성의류	아동스포츠	가정용품	해외유명브랜드	소계		
'23. 2월	12.7	15.8	30.1	12.8	18.1	△7.1	2.1	6.8	17.2	8.6
3월	20.3	16.1	23.7	12.4	14.5	△7.8	3.3	8.3	16.2	9.5
4월	7.3	1.3	6.2	△2.2	1.3	△8.4	4.5	1.9	10.2	2.5
5월	2.6	△0.3	3.8	△6.0	△0.3	△13.0	1.9	△1.0	5.4	△0.2
6월	2.2	△0.6	7.9	△4.4	△1.0	△6.8	0.9	△0.2	4.6	0.3
7월	△2.2	△2.8	4.0	△4.0	0.0	2.7	3.7	1.4	6.6	2.1
8월	1.0	1.9	7.0	△6.8	△1.0	7.5	△7.6	△1.5	△21.8	△4.9
9월	△0.2	△7.5	△1.3	△11.4	△4.3	6.0	△3.5	△2.6	35.1	3.1
10월	△1.2	△4.0	1.0	△9.4	△4.5	△0.4	△3.1	△2.9	0.0	△2.6
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**

* 자료 : 해외유명브랜드는 각사 분류 기준

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2021년				연간	2022년				연간	2023년				연간
1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기	
31.2	21.5	14.6	24.8	24.1	17.6	19.3	21.1	7.1	15.8	4.3	0.9	0.1	3.4	**2.2**

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비 식품								식품	합계
	잡 화	여성정장	여성캐주얼	남성의류	아동스포츠	가정용품	해외유명브랜드	소계		
'23. 10월	10.1	8.4	8.2	5.4	13.9	12.9	30.2	89.1	10.9	100.0
11월	10.0	9.4	8.2	5.3	13.8	12.3	29.9	88.9	11.1	100.0
12월	10.6	7.0	7.0	5.1	11.7	10.3	35.2	86.9	13.1	100.0
'24. 1월	10.1	7.4	5.9	4.5	9.2	14.2	32.3	83.6	16.4	100.0
2월	**9.6**	**6.2**	**6.2**	**3.7**	**10.8**	**12.8**	**34.8**	**84.1**	**15.9**	**100.0**

* 자료 : 해외유명브랜드는 각사 분류 기준

○ 구매건수·구매단가 및 점포당 매출액 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2023년											'24년	
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
구매건수	14.4	13.9	2.8	△0.1	0.2	△0.5	2.5	0.5	△1.9	6.7	1.9	△0.4	**2.0**
구매단가	△5.1	△3.9	△0.3	△0.0	0.1	2.6	△7.2	2.6	△0.6	0.1	4.0	1.1	**5.1**
점포당 매출	8.6	9.5	2.5	△0.2	0.3	2.1	△4.9	3.1	△2.6	6.8	5.9	0.7	**7.2**

* '24. 2월 1인당 구매단가 : 129,434원 (전년동월 123,204원)

** '24. 2월 점포당 매출액 : 408.5억원 (전년동월 381.2억원) / '24. 2월 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	
'23. 2월	16.7	14.0	6.0	7.0	11.0	24.3	13.0	10.2
3월	16.3	15.9	0.3	1.8	15.3	27.6	17.3	9.7
4월	17.8	24.1	4.3	5.8	9.5	22.5	11.6	8.9
5월	10.4	19.6	6.2	6.9	9.7	18.4	11.1	9.2
6월	4.4	15.4	7.3	7.3	11.5	19.6	12.8	10.3
7월	5.3	16.5	5.8	6.0	6.3	11.1	7.1	6.6
8월	△1.0	8.2	4.9	4.4	9.9	11.7	10.2	7.6
9월	8.5	16.3	5.3	5.8	9.9	13.8	10.5	8.5
10월	4.3	7.0	6.3	6.1	6.5	11.1	7.3	6.8
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**

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2021년				연간	2022년				연간	2023년				연간
1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기	
5.1	7.2	7.1	8.2	6.8	9.5	10.7	11.3	11.4	10.8	9.4	9.5	7.6	6.1	**8.1**

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비 식품				식품			합계
	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석 (신선일부)	소계	
'23. 10월	3.8	1.2	39.1	44.2	46.1	9.8	55.8	100.0
11월	3.9	1.3	39.4	44.6	45.6	9.7	55.4	100.0
12월	4.3	1.3	39.4	45.1	45.5	9.4	54.9	100.0
'24. 1월	3.7	1.3	40.6	45.6	44.6	9.8	54.4	100.0
2월	**3.8**	**1.4**	**39.9**	**45.1**	**45.7**	**9.2**	**54.9**	**100.0**

○ 구매건수 및 구매단가 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2023년											'24년	
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
구매건수	14.7	14.6	7.8	5.7	8.7	3.9	7.0	6.9	6.3	2.1	6.8	7.2	**6.7**
구매단가	△4.0	△4.2	1.0	3.4	1.5	2.6	0.6	1.5	0.5	2.1	0.5	△1.1	**2.5**

* '24. 2월 1인당 구매단가 : 7,331원 (전년동월 7,153원)

○ 점포당 매출액 증감률 추이 및 점포수 현황 (단위 : %)

증감률	2023년											'24년	
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
점포증가율	8.9	8.1	8.1	7.7	7.3	6.7	6.3	6.0	5.7	5.2	4.6	**4.5**	**4.1**
점포당매출액	1.2	1.5	0.8	1.4	2.8	△0.1	1.2	2.4	1.0	△0.9	2.6	**1.5**	**5.1**

* '24. 2월 점포당 매출액 : 4,654.8만원 (전년동월 4,429.9만원) / '24. 2월 점포 수 : 48,275개

□ 준대규모점포(SSM)

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	비식품			식품품목				합계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선·조리식품	가공식품	소계	
'23. 2월	△5.6	2.9	△1.8	3.8	1.6	5.2	3.7	3.2
3월	△4.7	1.4	△1.9	△3.0	△1.0	2.0	△0.9	△1.0
4월	△4.6	1.9	△1.7	0.0	7.1	7.5	4.2	3.7
5월	△4.3	5.3	0.0	2.5	10.0	6.8	5.7	5.2
6월	△3.7	8.4	1.7	8.1	9.4	9.1	8.7	8.1
7월	△3.8	4.1	△0.5	2.9	4.1	8.6	5.1	4.6
8월	△7.6	1.3	△3.6	2.1	7.7	3.0	3.8	3.2
9월	△5.3	2.6	△1.7	15.8	7.1	12.8	12.7	11.3
10월	△4.0	4.3	△0.2	2.9	3.4	4.0	3.4	3.1
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**

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2021년				연간	2022년				연간	2023년				연간
1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기	
△13.9	△5.6	△7.4	△7.0	△9.1	△1.7	△5.0	△3.7	0.5	△2.5	△1.1	5.6	6.2	4.2	**3.7**

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비식품			식품				합계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선·조리식품	가공식품	소계	
'23. 10월	4.7	4.2	8.9	36.8	22.9	31.4	91.1	100.0
11월	4.5	4.2	8.6	37.1	22.3	32.0	91.4	100.0
12월	4.1	4.0	8.0	38.6	21.9	31.4	92.0	100.0
'24. 1월	3.4	3.9	7.2	40.4	23.2	29.1	92.8	100.0
2월	**3.6**	**3.8**	**7.5**	**39.3**	**22.6**	**30.6**	**92.5**	**100.0**

○ 구매건수·구매단가 및 점포당 매출액 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2023년											'24년	
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
구매건수	2.9	△0.8	0.3	2.3	4.0	3.8	4.2	4.9	3.8	1.6	4.7	7.5	**7.6**
구매단가	0.3	△0.1	3.3	2.8	4.0	0.8	△1.0	6.2	△0.7	2.6	0.5	△0.3	**4.6**
점포당 매출	3.0	△1.8	2.2	3.4	5.5	2.0	1.4	8.7	0.8	0.8	2.3	4.2	**8.2**

* '24. 2월 1인당 구매단가 : 17,733원 (전년동월 16,952원)
** '24. 2월 점포당 매출액 : 3.36억원 (전년동월 3.10억원) / '24. 2월 점포 수 : 1,141

□ 온라인 유통

○ 전년동월 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2023년											'24년	
2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
7.8	6.1	3.2	7.9	9.1	8.1	8.1	12.0	12.6	12.7	10.4	16.8	**15.7**

○ 전년동월 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	합계
'23. 2월	△0.6	5.7	12.2	2.3	11.2	△2.7	13.6	1.2	19.8	7.8
3월	8.2	△2.4	12.2	0.9	18.1	2.4	7.5	4.8	△1.6	6.1
4월	△0.7	3.1	△5.1	△8.7	11.5	△4.7	14.1	3.9	△1.9	3.2
5월	5.7	10.6	△0.2	△4.9	10.2	3.9	19.0	11.9	△1.2	7.9
6월	5.7	10.1	△2.2	1.0	18.3	5.1	22.3	13.8	△4.0	9.1
7월	5.9	9.6	△7.5	△10.4	17.4	3.0	22.1	14.0	△3.9	8.1
8월	2.9	6.5	△2.0	△5.6	14.1	2.3	13.0	8.7	13.3	8.1
9월	△3.5	5.4	△8.9	△8.9	17.5	5.6	32.0	11.8	16.9	12.0
10월	7.2	4.2	△3.7	△4.1	21.5	10.9	23.4	16.9	13.5	12.6
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**

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2021년				연간	2022년				연간	2023년				연간
1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기	
14.3	17.9	15.2	15.6	15.7	10.2	10.4	10.9	6.9	9.5	7.7	6.7	9.4	11.9	**9.0**

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	합계
'23. 2월	23.3	2.1	8.1	2.5	4.9	3.2	24.3	14.5	17.1	100.0
3월	21.0	2.2	9.9	3.0	5.1	3.5	25.9	15.5	14.0	100.0
4월	19.1	2.1	9.7	3.4	5.2	3.6	26.9	15.3	14.7	100.0
5월	21.2	1.7	9.4	3.5	5.1	3.6	25.9	15.4	14.2	100.0
6월	19.8	1.7	8.9	3.4	5.1	3.3	27.1	16.2	14.5	100.0
7월	20.8	1.8	7.9	3.0	4.9	3.3	27.3	16.1	14.8	100.0
8월	19.8	1.8	6.9	2.9	5.0	3.2	28.4	15.6	16.4	100.0
9월	18.1	1.8	7.1	2.9	5.0	3.1	30.2	15.2	16.7	100.0
10월	21.2	1.7	8.8	3.2	5.0	3.2	25.5	15.1	16.5	100.0
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**

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