산업통상자원부	보 도 자 료	다시 도약하는 대한민국 함께 잘사는 국민의 나라

보도 일시	2023. 2. 2.(목) 11:00 < 2.3.(금) 조간 >	배포 일시	2023. 2. 2.(목)
담당 부서	중견기업정책관 유통물류과	책임자	과 장 代)나성화 (044-203-4360)
		담당자	사무관 박진현 (044-203-4385)

'22년 연간, '22년 12월 주요유통업체 매출동향

- '23. 2. 2.(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**」·「**온라인쇼핑 동향조사**」와는 **모집단, 작성항목** 등이 **달라** 자료간 **증감 크기**나 **방향**이 **상이**할 수 있음

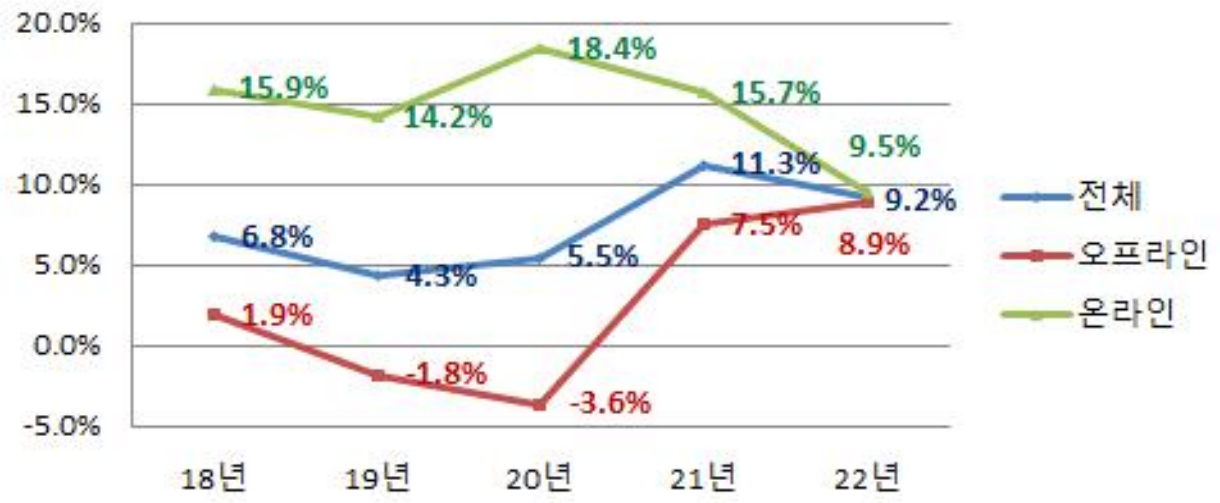
‘22년 주요 유통업체 매출, 전년 대비 9.2% 증가

- 오프라인 8.9% 증가, 온라인 9.5% 증가 -

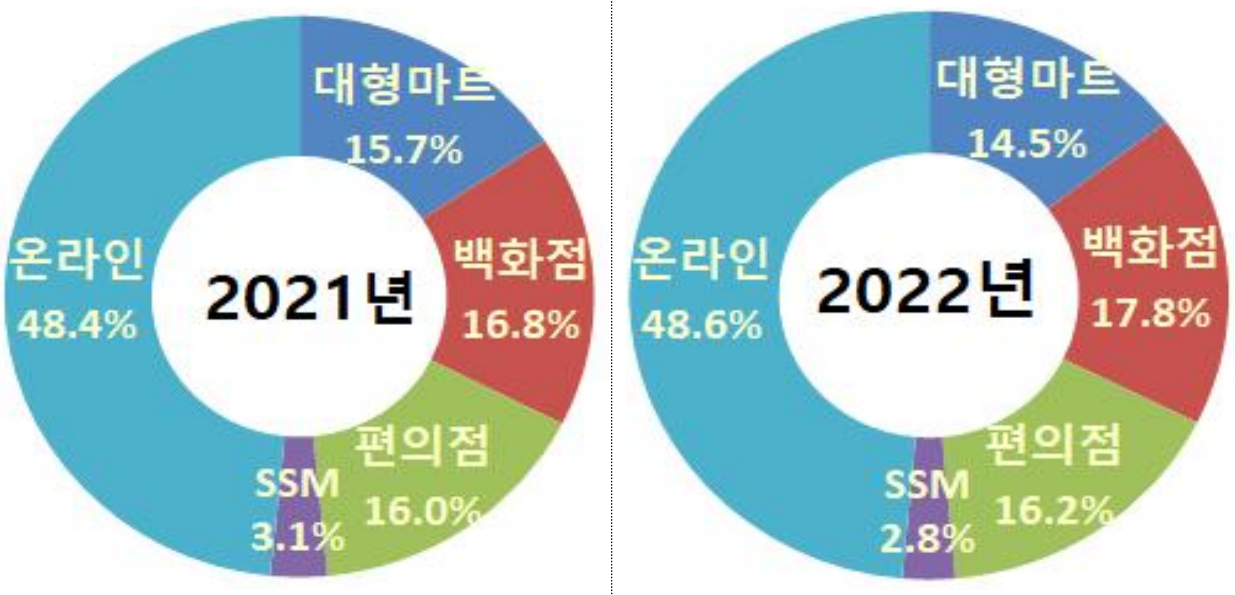
’22.12월 주요 유통업체 매출, 전년동월 대비 6.7% 증가

- 오프라인 9.0% 증가, 온라인 4.3% 증가

<’18~’22년 전년대비 매출 증감률(%) 추이>



<’21년 및 ’22년 업태별 매출 구성비(%)>



Ⅰ 2022년 연간 매출 동향

1. 전체 매출 동향

□ (전체매출) '22년 주요 유통업체 매출은 **오프라인(8.9%)** 부문과 **온라인(9.5%)** 부문이 **모두 성장세를 유지**하며, **전년 대비 9.2% 증가**

○ (오프라인) **거리두기 완화**에 따른 **코로나19 기저효과**와 **근거리 쇼핑 증가** 등으로 **백화점**(15.7%), **편의점**(10.8%)을 중심으로 **매출 증가**

○ (온라인) **e-쿠폰 및 간편식 수요 증가**, 외부활동 증가에 따른 **화장품 및 공연·여행 티켓 구매 등이 증가**하면서 **성장세 유지**

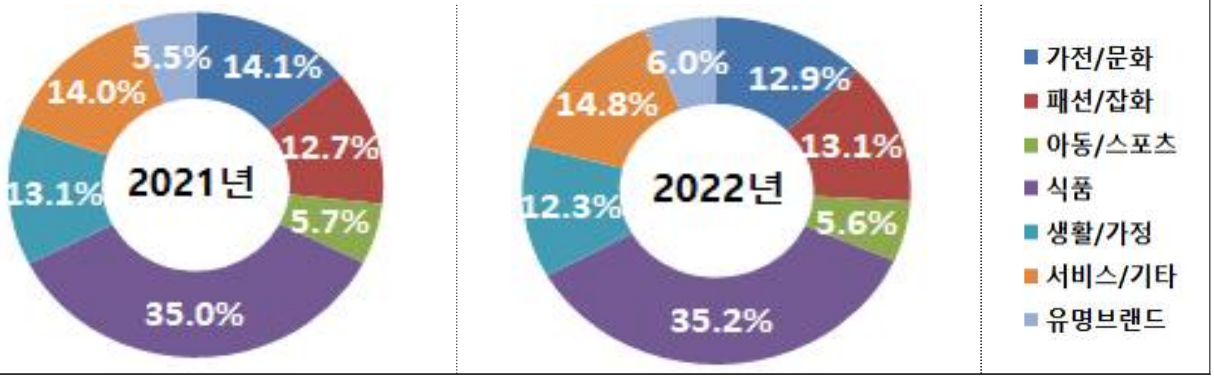
<'21~'22년 온·오프라인 유통업체 매출 비중 및 증감률>

구 분	2021년		2022년	
	매출비중	매출증감률	매출비중	매출증감률
대형마트	15.7%	△2.3%	14.5%	1.4%
백 화 점	16.8%	23.1%	17.8%	15.7%
편 의 점	16.0%	6.9%	16.2%	10.8%
S S M	3.1%	△8.4%	2.8%	△0.2%
오프라인 합계	**51.6%**	**7.4%**	**51.4%**	**8.9%**
온라인 합계	**48.4%**	**15.8%**	**48.6%**	**9.5%**
전 체	**100%**	**11.3%**	**100%**	**9.2%**

□ (상품군별 매출비중) **거리두기 완화로 외부활동이 많아지면서**, **패션/잡화**(0.4%p)의 **매출 비중이 증가**하고, 온라인을 통한 **e-쿠폰·공연티켓 구매 등이 늘며 서비스/기타**(0.8%p)의 **매출 비중도 증가**

○ 전년대비 재택근무·자가격리 등이 줄며 **가전/문화**(△1.2%p)나 **생활/가정**(△0.8%p)의 **매출 비중은 다소 하락**

<'21년 및 '22년 상품군별 매출 구성 비중(%)>



2. 유통업체별 매출 동향

오프라인 유통업체

□ **코로나19 기저효과**와 **거리두기 완화에 따른 외부활동 증가** 등으로 백화점(15.7%)·편의점(10.8%)·대형마트(1.4%)의 매출이 증가하면서, SSM(△0.2%)의 매출 감소에도 불구하고 **전체 오프라인 매출**은 **8.9% 증가**

○ **(대형마트) 거리두기 완화에 따라 방문고객이 늘어나면서** 가정/생활(△1.1%)을 제외한 **스포츠**(8.4%), **가전/문화**(5.3%) 등 대다수 상품군에서 증가세를 회복하며 **전체 매출(1.4%) 증가**

○ **(백화점)** 야외활동 증가로 **아동/스포츠**(23.9%), **여성캐주얼**(18.9%), **남성의류**(17.7%), **여성정장**(17.0%) 등 가정용품(△2.4%)을 제외한 대다수 품목의 매출이 상승하면서 **전체 매출(15.7%) 증가**

○ **(편의점) 근거리 쇼핑 추세** 및 **간편식 수요 증가** 등으로 **생활용품**(17.2%), **즉석식품**(12.1%) 등 전 품목에서 매출이 늘며 **전체 매출(10.8%) 증가**

○ **(준대규모점포(SSM)) 내식소비 증가**에 따라 **가공식품**(5.9%)·**신선/조리식품**(0.3%)이 **증가세**를 보였으나, 농수축산(△3.9%)·일상용품(△3.5%) 등에서 매출이 감소하며 **전체 매출(△0.2%) 감소**

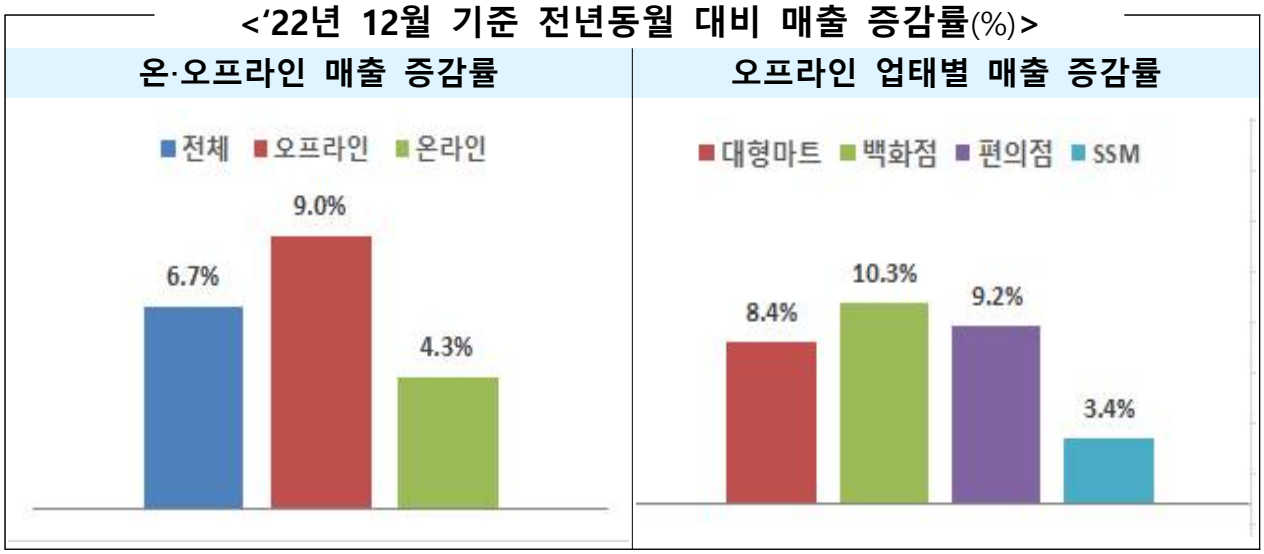
온라인 유통업체

□ 물가상승에 따라 간편식 등 수요 증가로 **식품**(17.0%) 부문 **매출 강세**가 이어졌으며, **서비스/기타**(22.7%), **화장품**(18.0%) 등 매출이 **가파르게 성장**하는 등 전 품목에서 호조세를 보이며 **전체 온라인 매출 9.5% 증가**

○ 특히 야외활동이 늘고 해외여행·공연티켓 수요가 증가하면서, **서비스/기타, 화장품 부문**은 거의 매월 **두자릿수 매출 증가세 기록**

II 2022년 12월 매출 동향

<'22년 12월 기준 전년동월 대비 매출 증감률(%)>



1. 전체 매출 동향

□ **(전체 매출)** 카타르 월드컵, 전년대비 이른 설 명절(2.1.→ 1.22.) 등으로 전반적인 매출 증가를 나타내면서, **오프라인 부문(9.0%)**과 **온라인 부문(4.3%)** 모두 **성장세**를 보였으며 전체 매출은 **전년동월 대비 6.7% 상승**

○ **(오프라인)** 12월 겨울 한파로 인해 **계절 의류·잡화 및 아웃도어 용품 판매가 상승**했으며, **설 선물 및 월드컵 특수** 등으로 **매출 증가**

○ **(온라인)** 물가인상으로 인해 **가전/전자 등 매출 하락세**가 **지속**되었으나, **간편식·서비스**(e쿠폰, 공연·여행 상품 등) **판매 호조세 유지**

* 오프라인/온라인 매출규모(조원) : ('22.10월) 7.60 / 7.06 ⇒ ('22.11월) 7.18 / 7.60 ⇒ **('22.12월) 7.66 / 7.42**

<주요 유통업체의 전년동월 대비 월별 매출 증감률 (단위 : %)>

구분	'21년	'22년											
	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
전체	11.6	13.9	4.7	7.1	10.6	10.1	9.2	9.7	15.4	7.5	7.3	8.4	**6.7**
오프라인	10.3	18.4	△3.8	6.3	10.2	9.3	9.3	12.1	14.5	6.0	6.4	8.5	**9.0**
온라인	12.8	9.1	14.2	7.9	11.0	11.0	9.1	7.3	16.4	9.1	8.2	8.3	**4.3**

□ **(상품군별 매출) 서비스/기타**(20.2%), **패션/잡화**(12.6%)등의 **매출은 상승**하였으나, **가전/문화**(△5.2%), **생활/가정**(△11.3%)의 **매출은 하락**

○ **(오프라인) 아동/스포츠**(27.7%)·**패션/잡화**(14.8%)·**식품**(10.1%) 등 **가전/문화**(△8.9%)를 제외한 전 품목군에서 **매출 상승**

○ **(온라인) 생활/가정**(△16.9%)·**가전/문화**(△4.7%)·**아동/스포츠**(△3.5%) 분야에서 **매출이 하락**하였으나, **서비스/기타**(33.5%)·**식품**(13.4%) 분야에서 **매출 상승**

<'22년 12월 전년동월 대비 상품군별 매출 증감률 (단위 : %)**>**

구분	전체	가전/문화	패션/잡화	아동/스포츠	식품	생활/가정	서비스/기타	해외유명브랜드
전체 (비중,%)	**6.7** (100)	**△5.2** (12.2)	**12.6** (14.6)	**7.6** (6.2)	**11.2** (34.5)	**△11.3** (11.5)	**20.2** (14.8)	**6.0** (6.3)
오프라인	**9.0**	△8.9	14.8	27.7	10.1	0.4	6.8	6.0
온라인	**4.3**	△4.7	10.7	△3.5	13.4	△16.9	33.5	-

□ **(구매건수·구매단가)** 외부활동 증가 및 물가인상 영향 등으로 대다수 **오프라인 업태**의 **구매건수 및 구매단가가 증가**했으나, SSM의 구매건수(△1.7%)와 백화점의 구매단가(△1.2%)는 다소 감소. **전체 구매건수(6.1%)**와 **전체 구매단가(2.7%)**는 **증가**

<'22년 12월 오프라인* 부문 구매건수·단가 증감률 (단위 : %)**>**

구분	전체	대형마트	백화점	편의점	SSM
구매건수	**6.1**	3.4	11.6	6.7	△1.7
구매단가	**2.7**	4.8	△1.2	2.3	5.2

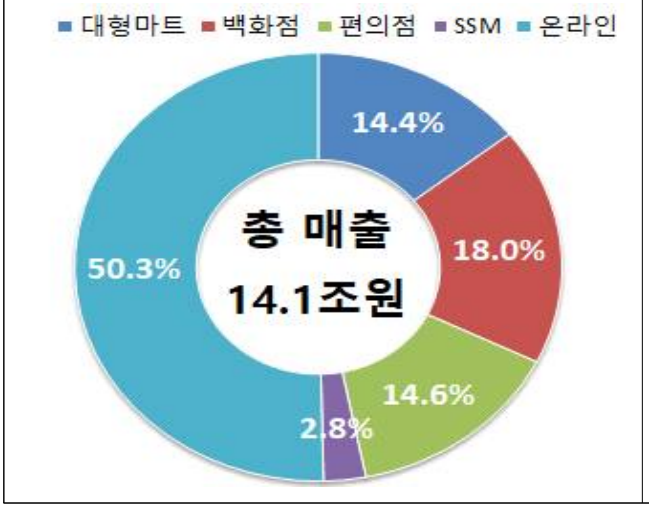
* 온라인은 구매건수를 집계하지 않고 있어 통계자료에 미포함

□ **(업태별 매출 비중)** 전년 동월 대비 **온라인 매출 비중이 다소 감소(△1.1%p)**

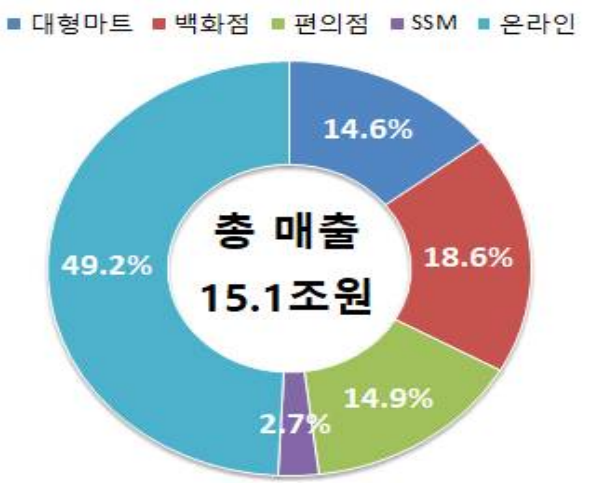
○ 오프라인 업태 중 **백화점**(0.6%p)·**편의점**(0.3%p)·**대형마트**(0.2%p)의 **매출 비중은 늘고, 준대규모점포**(0.1%p)는 **소폭 감소**

<'21년 vs. '22년 12월 업태별 매출구성비>

'21년 12월 업태별 매출구성비



'22년 12월 업태별 매출구성비



2. 유통업체별 매출 동향

오프라인 유통업체

□ **대형마트**(8.4%)·**백화점**(10.3%)·**편의점**(9.2%)·**준대규모점포**(3.4%)의 매출이 **모두 상승세**를 보이며, **전체 매출은 9.0% 증가**

○ **(대형마트)** 겨울 한파 및 전년 대비 이른 설 명절로 인해 **아웃도어, 시즌 의류·잡화, 선물세트 등 수요가 늘며**, 스포츠(29.6%), 잡화(24.4%), 의류(14.2%) 등 **전체 매출은 8.4% 증가**

○ **(백화점)** 전년 대비 따뜻한 초겨울 날씨로 부진하던 **의류 매출이 늦은 한파로 증가세**(아동/스포츠(27.6%)·여성캐주얼(25.2%)·남성의류(13.8%) 등)를 보이며 **전체 매출은 10.3% 증가**

○ **(편의점)** 월드컵 특수·물가상승·근거리 쇼핑 추세가 이어지면서 생활용품(25.9%)·잡화(16.6%) 등 **전 품목에서 매출이 증가**하며 **전체 매출 9.2% 증가**

○ **(준대규모점포)** **월드컵 특수**와 물가상승에 따른 **외식수요의 내식 전환** 등이 맞물리며 **가공식품**(8.8%)·**신선/조리식품**(2.4%) 분야에서 매출이 상승하며 **전체 매출은 3.4% 증가**

<'22년 12월 오프라인 업태별 전년동월 대비 매출 증감률 (단위 : %)>

구분	전체	대형마트	백화점	편의점	SSM
매출 증감률	**9.0**	8.4	10.3	9.2	3.4

□ (점포당 매출 · 점포수) 점포당 매출은 **대형마트**(9.8%) · **백화점**(10.3%) · **편의점**(0.4%) · **SSM**(2.4%) 등 모든 **업태**에서 **증가**하였으며, **전체 점포수는 대형마트**(△1.3%)만 **소폭 감소**

<'22년 12월 전년동월 대비 점포당 매출 및 점포수 증감률 (단위 : %)>

구분	전체	대형마트	백화점	편의점	SSM
점포당 매출 증감률	**10.2**	9.8	10.3	0.4	2.4
점포 수 증감률	**8.5**	△1.3	0.0	8.7	1.0

온라인 유통업체

□ **e-쿠폰, 해외여행 상품 등 판매 호조**가 지속되면서 **서비스/기타**(33.5%) **매출 상승세가 유지**되었고, **연말 · 설 명절**에 맞춘 **온라인 할인행사로 구매 수요를 방어**하면서 **온라인 전체 매출은 4.3% 증가**

○ 물가상승에 따라 **밀키트 · 간편식 등 수요**가 **증가**하고 심야 **월드컵 시청** 등으로 **식품**(13.4%) 매출이 증가했으며, 거리두기 완화에 따른 외부 활동 증가로 **화장품**(11.2%) · **패션의류**(10.5%)의 **판매 호조세 유지**

<'22년 12월 상품군별 전년동월 대비 매출증감률·매출비중 (단위 : %)>

구분	전체	가전 전자	도서 문구	패션 의류	스포츠	화장품	아동 유아	식품	생활 가구	서비스 기타
매출증감률	**4.3**	△5.3	0.3	10.5	△0.3	11.2	△5.8	13.4	△16.9	33.5
매출비중	**100.0**	19.5	2.4	10.9	3.1	4.6	4.1	23.9	14.8	16.7

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							식품	합계
	가전/문화	의류	가정/생활	스포츠	잡화	기타	소계		
'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
7월	△7.8	11.9	△0.7	10.9	12.5	14.5	△0.5	0.0	0.2
8월	△2.9	15.7	8.9	8.0	17.5	13.1	5.6	11.5	9.9
9월	△2.8	12.6	△5.1	7.2	6.4	8.4	△1.2	△0.1	△0.3
10월	△20.9	2.7	△7.1	51.3	△33.7	4.7	△9.6	4.3	△0.5
11월	3.6	△5.2	10.4	2.3	△4.9	8.3	4.3	12.0	9.2
12월	**△8.9**	**14.2**	**5.1**	**29.6**	**24.4**	**10.9**	**3.5**	**10.6**	**8.4**
'22 .연간	**5.3**	**4.1**	**△1.1**	**8.4**	**1.0**	**7.1**	**△1.4**	**2.6**	**1.4**

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2020년				연간	2021년				연간	2022년				연간
1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기	
△5.8	△5.5	△0.7	0.1	△3.0	0.4	0.2	△4.7	△5	△2.3	△3.2	0.3	3.2	**5.5**	**1.4**

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비 식품							식품	합계
	가전/문화	의류	가정/생활	스포츠	잡화	기타	소계		
'22. 9월	9.1	3.7	13.3	1.3	1.9	2.5	31.9	68.1	100
'22.10월	9.9	5.4	12.5	2.5	1.5	2.5	34.5	65.5	100
'22.11월	10.9	4.6	13.7	1.4	2.1	2.6	35.5	64.5	100
'22.12월	**9.6**	**4.3**	**12.1**	**1.5**	**2.6**	**2.5**	**30.1**	**67.4**	**100**
'22. 연간	**10.6**	**4.1**	**13.0**	**1.6**	**2.0**	**2.3**	**31.3**	**66.3**	**100**

○ 구매건수·구매단가 및 점포당 매출액 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	'21년	2022년											
	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
구매건수	△7.3	2.9	△13.1	△2.8	△4.1	△5.0	△2.9	△1.1	4.1	6.2	1.8	5.3	**3.4**
구매단가	1.3	10.6	△12.5	2.9	6.4	2.1	5.3	1.3	5.6	△6.1	△2.3	3.7	**4.8**
점포당 매출	△3.2	17.4	△22.2	5.5	3.9	△1.5	4.7	2.3	12.2	1.1	1.0	10.7	**9.8**

* '22.12월 1인당 구매단가 : 57,183원 (전년동월 54,573원)

** '22.12월 점포당 매출액 : 58.0억원 (전년동월 52.9억원) / '22.12월 점포 수 : 379개

□ 백화점

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	비식품품목								식품	합계
	잡 화	여성정장	여성캐주얼	남성의류	아동스포츠	가정용품	해외유명브랜드	소계		
'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	18.0	18.0	17.9	19.7	30.8	10.2	19.7	18.9	16.3	19.0
7월	39.3	38.4	41.3	38.0	48.5	9.8	29.1	30.7	35.8	31.6
8월	23.9	27.5	41.9	31.2	33.8	△13.7	26.4	18.3	66.5	24.8
9월	18.2	31.3	14.1	20.2	21.3	△14.3	14.2	12.2	△12.8	8.5
10월	13.9	9.7	19.0	13.5	16.6	△11.1	8.1	8.0	9.6	8.0
11월	5.9	1.8	3.9	△0.4	0.4	△14.1	11.3	3.1	8.8	3.7
12월	**10.0**	**12.5**	**25.2**	**13.8**	**27.6**	**△10.4**	**6.0**	**9.4**	**16.5**	**10.3**
'22. 연간	**16.2**	**17.0**	**18.9**	**17.7**	**23.9**	**△2.4**	**20.5**	**15.8**	**13.9**	**15.7**

* 자료 : 해외유명브랜드는 각사 분류 기준

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2020년				연간	2021년				연간	2022년				연간
1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기	
△19.9	△8.4	△5.0	△6.0	△9.8	31.2	21.5	14.6	24.8	24.1	17.6	19.3	20.6	**7.4**	**15.7**

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비식품품목								식품	합계
	잡 화	여성정장	여성캐주얼	남성의류	아동스포츠	가정용품	해외유명브랜드	소계		
'22. 9월	11.0	7.6	6.1	4.2	11.9	11.3	33.0	85.1	14.9	100
'22.10월	9.9	7.9	7.7	5.3	13.9	12.5	32.3	89.5	10.5	100
'22.11월	9.9	9.2	7.5	4.9	12.4	11.1	34.3	89.3	10.7	100
'22.12월	**11.7**	**7.3**	**7.3**	**4.3**	**12.9**	**9.4**	**34.1**	**87.0**	**13.0**	**100**
'22. 연간	**10.6**	**7.3**	**6.5**	**4.2**	**11.5**	**13.0**	**34.2**	**87.3**	**12.7**	**100**

* 자료 : 해외유명브랜드는 각사 분류 기준

○ 구매건수·구매단가 및 점포당 매출액 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	'21년	2022년										
	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
구매건수	29.6	21.2	△1.5	△7.2	7.8	11.4	11.0	34.5	23.9	8.6	4.9	1.2	**11.6**
구매단가	5.3	13.3	10.9	16.1	10.4	7.6	7.1	△2.2	0.7	△0.1	3.0	2.5	**△1.2**
점포당 매출	29.7	30.4	5.6	4.2	15.1	15.9	15.0	27.2	24.8	8.5	8.0	3.7	**10.3**

* '22.12월 1인당 구매단가 : 121,773원 (전년동월 123,210원)

** '22.12월 점포당 매출액 : 466.8억원 (전년동월 423.2억원) / '22.12월 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	
'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
7월	26.4	17.3	8.7	10.3	10.1	13.0	10.6	10.4
8월	27.9	18.5	11.0	12.5	11.9	19.2	13.1	12.8
9월	14.1	9.3	7.9	8.5	11.4	18.2	12.4	10.6
10월	19.8	13.1	8.1	9.2	11.5	20.1	12.9	11.2
11월	18.8	17.6	7.8	8.9	17.6	21.1	18.2	13.8
12월	**25.9**	**16.6**	**6.4**	**8.3**	**9.2**	**13.5**	**9.9**	**9.2**
'22. 연간	**17.2**	**10.3**	**8.9**	**9.6**	**11.7**	**12.1**	**11.8**	**10.8**

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2020년				연간	2021년				연간	2022년				연간
1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기	
3.4	0.5	2.8	2.9	2.4	5.1	7.2	7.1	8.2	6.8	9.5	10.6	11.3	**11.4**	**10.8**

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비 식품품목				식품			합계
	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석 (신선일부)	소계	
'22. 9월	3.8	1.2	39.1	44.1	46.7	9.2	55.9	100.0
'22.10월	3.9	1.2	39.3	44.4	46.0	9.6	55.6	100.0
'22.11월	3.9	1.2	39.6	44.7	45.9	9.4	55.3	100.0
'22.12월	**4.4**	**1.3**	**40.2**	**45.9**	**45.0**	**9.2**	**54.1**	**100.0**
'22. 연간	**3.8**	**1.2**	**40.4**	**45.4**	**45.6**	**9.0**	**54.6**	**100.0**

○ 구매건수 및 구매단가 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	'21년	2022년											
	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
구매건수	7.2	6.6	△0.1	2.5	7.2	12.6	5.5	8.6	10.8	12.5	10.7	11.1	**6.7**
구매단가	1.5	2.5	7.5	8.8	3.4	△0.1	3.0	1.7	1.9	△1.7	0.4	2.5	**2.3**

* '22.12월 1인당 구매단가 : 7,172원 (전년동월 7,009원)

○ 점포당 매출액 증감률 추이 및 점포수 현황 (단위 : %)

증감률	'21년	2022년											
	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
점포증가율	5.8	5.9	5.9	6.3	6.5	6.9	7.2	7.5	7.8	8.0	8.3	8.5	**8.7**
점포당매출액	2.9	3.2	1.5	4.9	4.1	5.2	1.3	2.7	4.7	2.4	2.7	4.9	**0.4**

* '22.12월 점포당 매출액 : 4,887.0만원 (전년동월 4,868.9만원) / '22.12월 점포 수 : 45,975개

□ 준대규모점포(SSM)

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	비식품			식품품목				합계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선·조리식품	가공식품	소계	
'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
7월	△6.7	△2.1	△4.8	△5.7	△4.2	0.5	△3.5	△3.6
8월	△0.6	△1.9	△1.2	△2.6	△0.9	6.8	0.5	0.3
9월	△3.5	2.8	△0.9	△6.5	5.0	5.5	0.0	△0.1
10월	△3.2	△0.3	△2.0	△0.5	5.2	9.4	4.1	3.5
11월	5.2	0.9	3.5	1.2	7.2	16.4	7.5	7.1
12월	**△3.7**	**1.2**	**△1.5**	**1.1**	**2.4**	**8.8**	**3.9**	**3.4**
'22. 연간	**△3.5**	**△0.5**	**△2.3**	**△3.9**	**0.3**	**5.9**	**0.1**	**△0.2**

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2020년				연간	2021년				연간	2022년				연간
1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기	
2.1	△10.0	1.6	△6.1	△4.8	△13.9	△5.6	△7.4	△7.0	△9.1	△1.5	△2.3	△1.2	**4.6**	**△0.2**

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비식품			식품품목				합계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선·조리식품	가공식품	소계	
'22. 9월	5.4	4.1	9.5	38.1	25.2	27.3	90.5	100.0
'22.10월	5.3	4.0	9.3	37.1	23.9	29.7	90.7	100.0
'22.11월	5.7	3.5	9.2	36.2	25.0	29.6	90.8	100.0
'22.12월	**4.8**	**4.0**	**8.8**	**37.6**	**23.4**	**30.3**	**91.2**	**100.0**
'22. 연간	**5.2**	**3.9**	**9.1**	**38.5**	**24.9**	**27.5**	**90.9**	**100.0**

○ 구매건수·구매단가 및 점포당 매출액 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	'21년	2022년											
	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
구매건수	△10.5	△4.8	△7.0	1.0	△2.1	△2.0	△4.4	△4.1	△2.2	1.8	2.4	4.7	**△1.7**
구매단가	△1.9	3.8	△1.5	3.6	0.3	△0.8	2.3	0.4	2.6	△1.8	1.1	2.3	**5.2**
점포당 매출	△9.5	0.2	△7.7	5.5	△1.0	△2.1	△1.7	△3.1	0.1	0.0	2.7	7.6	**2.4**

* '22.12월 1인당 구매단가 : 18,577원 (전년동월 17,665원)
** '22.12월 점포당 매출액 : 3.73억원 (전년동월 3.65억원) / '22.12월 점포 수 : 1,094

□ 온라인 유통

○ 전년동월 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

'21년	2022년											
12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
12.8	9.1	14.2	7.9	11.0	11.0	9.1	7.3	16.4	9.1	8.2	8.3	**4.3**

○ 전년동월 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	합계
'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
7월	△6.0	△0.1	10.3	△1.8	14.0	△0.7	14.7	6.2	20.4	7.3
8월	4.1	3.6	18.2	5.9	23.1	5.4	27.8	15.3	21.9	16.4
9월	2.7	3.7	8.9	△0.4	12.5	△1.4	9.2	4.4	30.8	9.1
10월	△0.1	4.7	1.0	△7.0	14.5	△2.4	15.6	0.9	32.2	8.2
11월	△3.7	6.0	△2.3	△3.7	16.1	0.5	17.6	5.3	30.7	8.3
12월	**△5.3**	**0.3**	**10.5**	**△0.3**	**11.2**	**△5.8**	**13.4**	**△16.9**	**33.5**	**4.3**
'22. 연간	**0.6**	**1.1**	**7.5**	**0.3**	**18.0**	**1.1**	**17.0**	**4.1**	**22.7**	**9.5**

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2020년				연간	2021년				연간	2022년				연간
1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기	
19.8	15.4	17.8	20.4	18.4	14.3	17.9	15.2	15.6	15.7	10.2	10.4	10.9	**6.9**	**9.5**

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	합계
'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
7월	21.2	1.8	9.3	3.7	4.5	3.4	24.1	15.2	16.6	100.0
8월	20.8	1.8	7.6	3.3	4.7	3.4	27.2	15.6	15.6	100.0
9월	21.0	1.9	8.7	3.5	4.7	3.3	25.6	15.2	16.0	100.0
10월	22.3	1.8	10.2	3.7	4.6	3.2	23.2	14.6	16.3	100.0
11월	22.3	1.8	10.1	3.5	4.8	3.2	22.9	14.7	16.7	100.0
12월	**19.5**	**2.4**	**10.9**	**3.1**	**4.6**	**4.1**	**23.9**	**14.8**	**16.7**	**100.0**
'22. 연간	**21.4**	**2.0**	**9.4**	**3.4**	**4.7**	**3.5**	**24.6**	**15.1**	**15.8**	**100.0**

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

대한민국 정책브리핑
OPEN 출처표시
공공누리 공공저작물 자유이용허락