경제혁신
산업통상자원부 MINISTRY OF TRADE, INDUSTRY & ENERGY
희망의 새시대
http://www.motie.go.kr

보 도 자 료

2015년 7월 30일(목) 조간부터 보도하여 주시기 바랍니다.
(인터넷, 방송, 통신은 7월 29일(수) 오전 11시 이후 보도가능)

문의 : 산업통상자원부 산업분석과 과장 장금영(044-203-4211), 한해원 사무관(4216)
전력진흥과 과장 김성열(5260), 박성정 주무관(5272)
유통물류과 과장 신성필(4380), 장진호 주무관(4386)

'15. 2분기 전력판매 및 6월 주요 유통업체 매출 동향

- **2분기 산업용 전력판매량은 화학제품·자동차·기계장비 등에서 전력 사용량이 증가하면서 전년동기대비 0.7% 증가했다.**
- **6월 주요 유통업체 매출은 대형마트·백화점이 감소한 반면, 편의점·기업형 슈퍼마켓(SSM)은 증가했다.**

1. '15. 2분기 전력판매 동향

□ **2분기 산업용 전력판매량은** 철강·반도체에서는 전력사용량이 감소했으나, 화학제품·자동차·기계장비 등에서 증가하면서 **전년동기대비 0.7% 증가**했다.

* 산업용 전력판매량 증가율(전년동기대비) : ('14.4Q) 1.4% ('15.1Q) 0.9% (2Q) 0.7%

< '15. 2분기 업종별 산업용 전력판매량 및 증감률 >

(억kWh, 전년동기대비, %)

	산업용	철강	반도체	화학제품	자동차	기계장비	섬유	요업	석유정제	조립금속	펄프종이	조선
판매량	684.4	120.8	95.3	90.2	46.1	38.6	29.4	30.9	27.3	21.4	21.1	14.2
증감률	0.7	△5.0	△1.0	2.3	1.8	6.2	△2.4	1.6	0.6	2.6	△1.5	6.7

○ **전체 전력판매량은 교육용, 일반용, 농사용 등이** 전반적으로 증가하여 **전년동기대비 1.6% 증가**하였다.

* 전체 전력판매량 증가율(전년동기대비) : ('14.4Q) 1.6% ('15.1Q) 2.0% (2Q) 1.6%

- 특히, **농사용 전력사용량은 큰 폭으로 증가(8.6%)**하였는데, **이는 가뭄으로 인한 양수 펌프 사용 증가 등에 기인한** 것으로 보인다.

* 농사용 전력판매량 증가율(전년동기대비, %) : ('12.2Q) 13.8 ('13.2Q) 6.5 ('14.2Q) 5.8 ('15.2Q) 8.6
* '15.2분기 강수량은 279mm로 평년(339mm)대비 △17.6% 감소(기상청)
* '15.2분기 전력판매단가 : (전체평균)105.36 원/kWh, (농사용)47.85 원/kWh

< 용도별 전력소비량 및 증감률 >

(억kWh, 전년동기대비, %)

		총계	산업용	교육용	주택용	일반용	농사용	가로등	심야전력
15년 2분기	판매량	1,163.1	684.4	17.1	155.4	235.3	33.7	7.6	29.7
	증감률	1.6	0.7	5.5	0.9	3.3	8.6	3.9	0.7
14년 2분기	판매량	1,145.1	679.3	16.2	154.0	227.8	31.1	7.3	29.4
	증감률	0.6	2.8	△10.0	△0.9	△1.3	5.8	0.6	△19.3

2. 6월 주요 유통업체 매출 동향

□ **6월 주요 유통업체의 매출은** 메르스 및 휴일영업일수 감소(△3일) 등의 영향으로 **전년동월대비 대형마트**(△10.2%)와 **백화점**(△11.9%)은 매출이 **하락**했다.

○ 반면, **편의점**은 점포수 증가, 담배값 인상에 따른 담배 판매액 증가로 매출이 5개월 연속 크게 **상승(29.0%)**하였으며, **기업형 슈퍼마켓(SSM)**도 메르스로 인한 소규모 장보기 증가로 매출이 **상승(3.7%)**했다.

* 편의점 매출증감률(전년동월대비,%) : ('15.1)4.2 (2)10.2 (3)23.1 (4)28.4 (5)31.5 (6)29.0

□ **메르스로 인한 영향을 살펴보기 위해** 대형마트, 백화점 매출을 **주단위로 분석한 결과,**

○ 발병 초기인 5월 3~4주에는 매출의 감소가 나타나지 않았으나, **확산 우려가 높아진 6월 1~2주에는 매출 감소가 크게 나타났다.**

* 메르스 확진자 누계추이(명) : ('15.5.20)2 → (6.1)25 → (6.14)150 → (6.28)182 → (7.26)186

○ **다만, 6월 1~2주 매출 감소는** 메르스 영향 이외에도 **휴일영업일수 차이(△2일)* 등이 원인**으로 작용했으며, **6월 3주 이후부터는 매출 감소세가 둔화**되었다.

* 백화점·대형마트 휴일 매출은 평일 매출보다 약 1.5~2배 많으며, 대형마트는 '14.6.2주에 의무 휴업일이 없었으나 '15.6.2주에 대부분의 점포가 6.14일(일)이 의무 휴업일이었음.

< 대형마트, 백화점 전년동기대비 매출증감률 >

구 분	발생이전	발생 이후(5.3주 이후)				
	5.1~2주 (4~17일)	5.3~4주 (18~31일)	6.1~2주 (1~14일)	6.3~4주 (15~28일)	7.1~2주 (6.29~7.12일)	7.3~4주 (7.13~26일)
대형마트	△1.5	0.1	△14.5	△5.5	△3.6	△3.9
백화점	1.5	1.2	△11.7	△6.4	△3.3	1.2

□ 한편, **'15.2분기 주요 유통업체 매출은 전년동기대비 대형마트(△3.2%), 백화점(△2.1%)은 하락**했고, **편의점(29.6%), 기업형 슈퍼마켓(SSM)(0.3%) 상승**했다.

※ 주요 유통업체 매출 동향은 주요 유통업체(백화점·할인점 각 3사, 편의점·기업형 슈퍼마켓(SSM) 각 4사)별 소비동향 파악을 목적으로 매월 경상 매출액을 기준으로 조사·분석한 것임. 통계청의 소매판매동향과는 지표의 포괄범위, 표본 등이 서로 달라 양 기관 자료간 증감 크기나 방향 등이 상이할 수 있음

※ 대형마트(이마트·롯데·홈플러스),백화점(현대·롯데·신세계), 편의점(CU, GS25, 세븐일레븐, 바이더웨이), SSM(롯데, GS슈퍼, 홈플러스익스프레스, 에브리데이리테일)

OPEN 공공누리 공공저작물 자유이용허락

이 보도자료와 관련하여 보다 자세한 내용이나 취재를 원하시면 산업통상자원부 산업분석과 한해원 사무관(☎ 044-203-4216), 전력진흥과 박성정 주무관(☎ 044-203-5272) 유통물류과 장진호 주무관(☎ 044-203-4386)에게 연락주시기 바랍니다.

붙임1 **'15년 2분기 전력판매·거래 실적**

1. 용도별 전력소비 동향

□ **(총괄)** 메르스로 인한 내수 둔화에도 불구하고 **올해 2분기 전력소비량**은 전년 동기대비 **1.6% 증가**(총 1,163억kWh 소비)

○ 1~2분기 누적소비량은 2,445억kWh로 전년 동기대비 **1.8% 상승**해 견고한 증가추세를 지속

* 전력소비량 증가율(전년동기대비, %) : ('14.2Q)0.6 (3Q)△0.3 (4Q)1.6 ('15.1Q) 2.0 (2Q)1.6

○ 2분기 **최대수요전력**은 6,988만kW(6.24(수) 15시)로 전년 동기대비 **8만kW 상승**

* 상반기 중 최대수요전력은 7,879만kW(2.9(월) 11시)로 전년 동기대비 1.9%(149만kW) 상승

< 용도별 전력소비량 및 증감률 >

(단위: 억kWh, %)

	총계	산업용	교육용	주택용	일반용	농사용	가로등	심야전력
'15.2분기	1,163.1 (1.6)	684.4 (0.7)	17.1 (5.5)	155.4 (0.9)	235.3 (3.3)	33.7 (8.6)	7.6 (3.9)	29.7 (0.7)
'14.2분기	1,145.1 (0.6)	679.3 (2.8)	16.2 (△10.0)	154.0 (△0.9)	227.8 (△1.3)	31.1 (5.8)	7.3 (0.6)	29.4 (△19.3)

* ( ) : 전년동기대비 증감률

□ **(농사·교육용)** 낮은 요금 수준*으로 **전기화(電氣化) 현상이 심화되고 있는 농사용 전력**과 기저효과가 발생한 **교육용 전력소비**의 증가율이 높게 나타남

* 판매단가(원/kWh, '15.2분기): (전체) 105.36, (농사용) 47.85

** 농사용 소비증가율(전년동월대비, %): ('15.1)10.5 (2)9.6 (3)8.3 (4)10.4 (5)6.9 (6)8.2

** 교육용 소비증가율(전년동월대비, %): ('15.1)7.1 (2)4.2 (3)7.4 (4)8.7 (5)2.6 (6)4.6

□ 철강·반도체 업종의 부진에도 불구, **기계장비·조선 업종**의 전력소비 증가율이 호조세를 보여 **산업용은 전년 동기대비 0.7% 상승**

< 업종별 산업용 전력소비량 및 증감률 >

(단위: 억kWh, %)

	산업용	철강	반도체	화학제품	자동차	기계장비	섬유	요업	석유정제	조립금속	펄프종이	조선
'15.2분기	**684.4 (0.7)**	120.8 (△5.0)	95.3 (△1.0)	90.2 (2.3)	46.1 (1.8)	**38.6 (6.2)**	29.4 (△2.4)	30.9 (1.6)	27.3 (0.6)	21.4 (2.6)	21.1 (△1.5)	**14.2 (6.7)**
'14.2분기	**679.3 (2.8)**	127.2 (6.1)	96.2 (0.0)	88.2 (4.4)	45.3 (5.9)	36.3 (5.2)	30.1 (△4.1)	30.4 (3.8)	27.1 (8.6)	20.9 (0.4)	21.4 (△1.5)	13.3 (4.7)

* ( ) : 전년동기대비 증감률

□ 전년 동기대비 영업일수가 1.5일(66.5→68일) 증가하면서 **도심 오피스** 등의 전력사용량이 늘어나 2분기 **일반용 전력사용량은 3.3% 증가**

* 일반용 소비증가율(전년동월대비, %): ('15.1)5.0 (2)4.1 (3)3.0 (4)4.4 (5)3.5 (6)2.0

2. '15년 2/4분기 전력판매·거래 실적

□ '15년 2/4분기 용도별 전력 소비량 및 증감률

(단위 : 억kWh, %)

구 분	2014년				2015년					
	2분기		1~2분기		1분기		2분기		1~2분기	
산 업 용	679.33	(2.8)	1,356.28	(3.5)	683.30	(0.9)	684.38	(0.7)	1,367.68	(0.8)
교 육 용	16.19	(△10.0)	38.02	(△9.6)	23.18	(6.2)	17.09	(5.5)	40.27	(5.9)
주 택 용	153.95	(△0.9)	321.62	(△1.4)	170.85	(1.9)	155.35	(0.9)	326.20	(1.4)
일 반 용	227.80	(△1.3)	499.08	(△2.2)	282.30	(4.1)	235.31	(3.3)	517.61	(3.7)
농 사 용	31.07	(5.8)	73.11	(4.4)	46.04	(9.5)	33.74	(8.6)	79.78	(9.1)
가 로 등	7.34	(0.6)	16.01	(0.8)	9.00	(3.8)	7.62	(3.9)	16.62	(3.8)
심 야 전 력	29.44	(△19.3)	97.36	(△14.6)	66.77	(△1.7)	29.65	(0.7)	96.42	(△1.0)
총 계	1,145.13	(0.6)	2,401.48	(0.5)	1,281.45	(2.0)	1,163.14	(1.6)	2,444.58	(1.8)

* ( ) : 전년동기대비 증감률

□ 분기별 전력소비 추이(전체)

(단위 : 억kWh, %)

구 분	'13.1Q	2Q	3Q	4Q	'14.1Q	2Q	3Q	4Q	'15.1Q	2Q
판매량	1,250.2	1,138.3	1,186.0	1,173.9	1,256.3	1,145.1	1,182.3	1,192.1	1,281.4	1163.1
증감률	0.2	2.1	2.3	2.6	0.5	0.6	△0.3	1.6	2.0	1.6

* ( ) : 전년동기대비 증감률

□ 분기별 전력소비 추이(용도별)

(단위 : %)

구 분	'13.1Q	2Q	3Q	4Q	'14.1Q	2Q	3Q	4Q	'15.1Q	2Q
산업용	0.4	2.8	2.6	5.5	4.3	2.8	2.5	1.4	0.9	0.7
교육용	2.9	3.9	2.0	△4.3	△9.3	△10.0	△7.5	1.7	6.2	5.5
주택용	0.2	0.9	1.9	△1.1	△1.8	△0.9	△6.1	1.1	1.9	0.9
일반용	△0.2	0.7	1.4	0.5	△3.0	△1.3	△3.2	2.4	4.1	3.3
농사용	12.1	6.5	10.4	4.6	3.3	5.8	1.7	7.8	9.5	8.6
가로등	△1.1	0.5	0.4	0.1	0.9	0.6	3.0	3.6	3.8	3.8
심 야	△5.0	△0.0	△7.5	△13.7	△12.3	△19.3	0.8	△5.0	△1.7	0.7

* ( ) : 전년동기대비 증감률

□ 연도별 전력소비 추이

(단위 : 억kWh, %)

구 분	'04	'05	'06	'07	'08	'09	'10	'11	'12	'13	'14
판매량	3,121.0	3,324.1	3,487.2	3,686.1	3,850.7	3,944.8	4,341.6	4,550.7	4,666.0	4,748.5	4,775.9
증감률	6.3	6.5	4.9	5.7	4.5	2.4	10.1	4.8	2.5	1.8	0.6

* 증감률 : 전년대비 증감률

□ 전력시장 거래량

(단위 : 억kWh, %)

구 분	2014년		2015년		
	2/4분기	1~6월	1/4분기	**2/4분기**	1~6월
일평균 거래량	12.7 (+2.6)	13.3 (+2.1)	14.4 (+3.0)	**12.9 (+0.9)**	13.6 (+2.0)
누적 거래량	1,159.3 (+2.6)	2,415.9 (+2.1)	1,294.3 (+3.0)	**1,169.6 (+0.9)**	2,463.9 (+2.0)

* ( )는 전년동기대비 증감률(%)

□ 계통한계가격(SMP) 및 정산단가

(단위 : 원/kWh, %)

구 분	2014년		2015년		
	2/4분기	1~6월	1/4분기	**2/4분기**	1~6월
S M P	144.02 (△8.6)	148.81 (△3.7)	127.30 (△16.9)	**94.95 (△34.1)**	111.91 (△24.8)
정산단가	89.08 (△5.1)	93.06 (+0.1)	96.15 (△0.6)	**70.94 (△20.4)**	84.18 (△9.5)

* ( )는 전년동기대비 증감률(%)

3. '15.2분기 농사용 전력소비 증가 동향 분석

□ **(총괄) '15.2분기** 농사용 전력소비량은 **33.7억kWh**로 **전년동기대비 8.6% 증가**하여 농사 부문 소비량 급증 현상 지속*

* 전년동기대비 증가율(%): ('12.2Q) 13.8 → ('13.2Q) 6.5 → ('14.2Q) 5.8 → ('15.2Q) 8.6

○ **낮은 요금***, **호수 증가**(전년 동기대비 4.5%↑)와 적은 **강수량**** 등에 기인

* 용도별 판매단가('15.2분기, 원/kWh): (농사용) 47.85, (전체평균) 105.36

** 2분기간 279mm로 평년(339mm)대비 △17.6% 감소(기상청)

○ 양수 펌프 등에 사용되는 **농사용(甲)** 소비량은 전년동기대비 **5.2%** 증가, 시설원예 등 대규모 농작물 재배가 속하는 **농사용(乙)** 소비량은 **8.9%** 증가

(단위 : 억kWh, 만호, 원/kWh, %)

구 분	'14. 2분기		'15. 2분기		전년동기대비 증감률	
	갑	을	갑	을	갑	을
소 비 량	31.1		33.7		8.6	
	2.5	28.6	2.6	31.1	5.2	8.9
호 수	145.9		152.3		4.4	
	1.7	144.2	1.8	150.5	5.5	4.4
판매단가	47.78		47.85		0.2	
	25.09	49.78	25.05	49.79	△0.2	0.0

□ **(업종별)** 농사용 內에서는 **작물재배업**과 **축산업**이 큰 증가세

○ 전년 동기대비 **채소류 가격상승***에 따른 재배기간 연장으로 **시설재배농사**(하우스)의 전력사용량이 큰 폭으로 증가

* 2분기 농작물 가격상승(전년 2분기대비): (전체) 4.4%, (채소류 도매價) 16.7%

○ '14년 조류독감 영향에 따른 **축산업 위축**에 대한 기저효과 등으로 '15.2분기에는 **축산업 소비량이 상대적으로 크게 증가(8.9%)**

(단위 : 억kWh, %)

업종	'14. 2분기 소비량	전년대비증감률	'15. 2분기 소비량	전년대비증감률
작물재배업	12.5	4.6	13.8	10.3
축산업	7.3	0.2	8.0	8.9

* 해당 표준산업분류: 011(작물재배업), 012(축산업)
* 전체 농사용 사용량 중 해당업종 비중: (작물재배) 40.9%, (축산업) 23.6%

붙임2 **6월 주요 유통업체 매출동향**

1. 유통업체별 매출 동향

□ **대형마트 전년동월대비 10.2% 하락, 전월대비 16.0% 하락**

○ **(전년동월대비)** 전년대비 휴일 영업일수 감소(△3일, 9일→6일), 메르스 영향에 따른 방문객 감소 등으로 매출 하락

○ **(전년동분기대비)** 4·5월 매출은 증가하였으나, 매출이 크게 하락한 6월의 영향으로 분기매출이 3.2% 하락

* 2분기 월별 매출증감률 : ('15.4월)0.0% → (5월)0.5% → (6월)△10.2%

○ **(전월대비)** 가정의 달 특수로 판매가 증가되었던 관련 품목(의류, 잡화, 가전)의 판매 감소와 메르스 영향으로 매출 하락

□ **백화점 전년동월대비 11.9% 하락, 전월대비 26.7% 하락**

○ **(전년동월대비)** 메르스 영향으로 인한 의류, 잡화, 해외유명브랜드 등 주요 품목의 판매 부진으로 매출 하락

○ **(전년동분기대비)** 4·5월 매출은 증가하였으나, 매출이 크게 하락한 6월의 영향으로 분기매출이 2.1% 하락

* 2분기 월별 매출증감률 : ('15.4월)1.3% → (5월)3.1% → (6월)△11.9%

○ **(전월대비)** 메르스 영향으로 인한 방문객 감소로 매출 하락

□ **편의점 전년동월대비 29.0% 상승, 전월대비 2.5% 하락**

○ **(전년동월대비)** 점포 증가 및 담배값 인상에 따른 담배판매액 증가 등으로 매출 상승

* 전년동월대비 매출증감률(%) : ('15.1)4.2 (2)10.2 (3)23.1 (4)28.4 (5)31.5 (6)29.0

○ **(전월대비)** 생활용품 및 가공식품의 판매 감소 등으로 매출 하락

□ **SSM 전년동월대비 3.7% 상승, 전월대비 2.4% 상승**

○ **(전년동월대비)** 메르스 영향으로 대형마트, 백화점 등의 대규모매장보다 상대적으로 소규모인 SSM에서 장보기가 증가하여 매출 상승

* 전년동월대비 매출증감률(%) : ('15.1)△10.5 (2)9.4 (3)△4.7 (4)△1.4 (5)△1.0 (6)3.7

○ **(전월대비)** 식품 부문 판매증가로 매출 상승

※ [참고] 메르스 관련 유통업계(대형마트, 백화점) 매출 동향

< 대형마트, 백화점 전년동기대비 매출증감률 >

구 분 (단위:%)	발생이전	발생 이후(5.3주 이후)									
	5.1~2주 (4~17일)	5.3~4주 (18~31일)		6.1~2주 (1~14일)		6.3~4주 (15~28일)		7.1~2주 (6.29~7.12일)		7.3~4주 (7.13~26일)	
대형마트	△1.5	0.1		△14.5		△5.5		△3.6		△3.9	
백화점	1.5	1.2		△11.7		△6.4		△3.3		1.2	
구분	5.1주 (4~10일)	5.2주 (11~17일)	5.3주 (18~24일)	5.4주 (25~31일)	6.1주 (1~7일)	6.2주 (8~14일)	6.3주 (15~21일)	6.4주 (22~28일)	7.1주 (29~5일)	7.2주 (6~12일)	7.3주 (13~19일)	7.4주 (20~26일)
대형마트	△0.8	△2.1	△2.1	1.6	△5.9	△22.8	14.9	△22.2	△2.3	△5.1	△4.4	△3.2
백화점	5.1	△2.6	△5.2	7.7	△15.7	△7.1	△12.7	△0.7	△1.1	△5.6	6.5	△4.1

○ 메르스 발병 초기(5월 3~4주)에는 메르스가 대형마트, 백화점 매출에 미친 영향이 제한적이었으나, 메르스 확산 우려가 높았던 **6월 1~2주에는 매출이 크게 감소 (6.3주부터는 매출 감소세 둔화)**

- **다만, 6월 1~2주 매출감소**는 메르스의 영향도 이외에 **휴일 영업일수*** **및 휴업일 차이**와 같은 유통업계 특성도 원인으로 작용**

* 백화점, 대형마트 **휴일(토, 일, 공휴일) 매출은 평일 매출보다 약 1.5~2배** 많은 것이 일반적으로 **올해는 전년에 비해 휴일이 적어, 매출감소에 영향**을 미침

< 6월 1주 휴일 현황 >

구 분	월	화	수	목	금	토	일
'14.6월	2	3	4(지방선거)	5	6(현충일)	7	8
'15.6월	1	2	3	4	5	6	7

** 6월 2주 대형마트 매출 감소(△22.8%) 역시 메르스 영향 외 **의무 휴업일 차이로 인한 영업 점포수 감소도 주요 원인**으로 파악

('14.6.2주) 의무 휴업일 없음 ↔ ('15.6.2주) 대부분의 점포가 6.14일(일) 의무휴업일

2. 주요 상품군별 동향

□ 대형마트 주요 상품군별 동향

('14.6월대비) 스포츠(△23.5%), 가전문화(△19.4%), 의류(△16.5%), 잡화(△13.9%), 가정생활(△10.9%) 등 전 품목 매출 하락

○ **(스포츠)** 야외활동 축소 및 아웃도어 트렌드 하락으로 수영복, 캠핑용품 판매가 감소하여 매출 하락

○ **(가전문화)** 에어컨, 선풍기, 제습기 판매 부진 등으로 매출 하락

○ **(가정생활)** 손세정제, 마스크 등 헬스케어 관련 상품은 판매가 증가하였으나, 방문객수 감소로 전체 매출은 하락

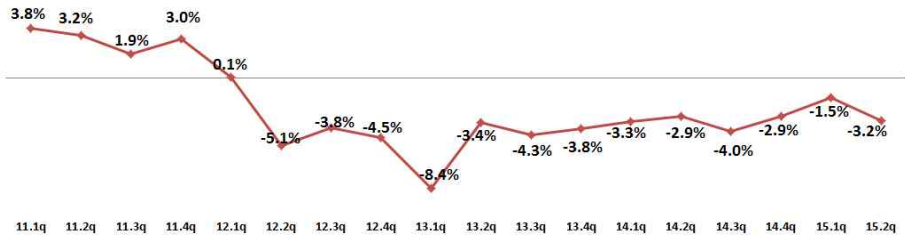
○ **(식품)** 참외, 사과, 오렌지 등 과일 매출은 증가하였으나, 방문객수 감소로 전체 매출은 하락

(분기대비) 전년동분기대비 3.2% 매출 하락

* '12년 2분기 이후 매출이 지속 하락하고 있으나, 감소세 둔화

* '15년 2분기 매출은 메르스 영향으로 하락
('15.4·5월, 2개월 매출은 전년동기대비 0.3% 상승)

○ 전년동분기 대비 매출증감률(그래프)



('15.5월대비) 의류(△32.9%), 스포츠(△30.2%), 잡화(△27.1%), 가전문화(△20.2%), 식품(△11.2%) 등 전 품목 매출 상승

[상품군별 매출 증가율]

구분 (단위: %)	비 식품부문						식품	총 계
	가전문화	의류	가정생활	스포츠	잡화	소계		
전년동월	△19.4	△16.5	△10.9	△23.5	△13.9	△15.3	△5.5	△10.2
동년전월	△20.2	△32.9	△9.1	△30.2	△27.1	△19.7	△11.2	△16.0

□ 백화점 주요 상품군별 동향

('14.6월대비) 남성의류(△18.1%), 여성정장(△15.9%) 아동·스포츠(△14.6%), 여성캐주얼(△12.4%), 잡화(△12.1%) 등 전 품목 매출 하락

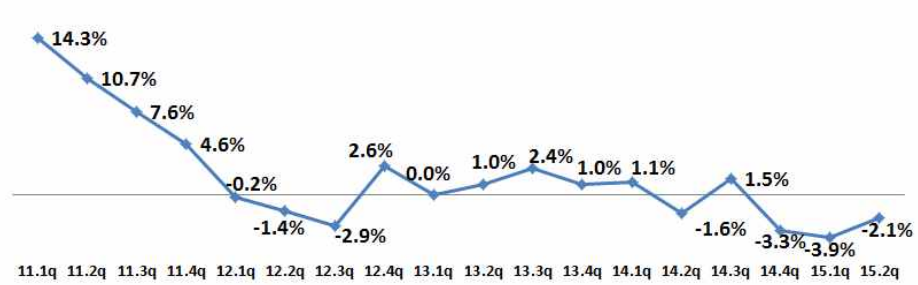
○ **(의류)** 선(先) 세일, 시즌오프에도 불구하고 메르스 영향으로 패션 장르 전체적으로 전년대비 매출 하락

○ **(아동/스포츠)** 가족단위 외출로 수요 발생하는 레저용품, 아동의류 등이 메르스 영향으로 인해 판매 저조하여 전년대비 매출하락

○ **(식품)** 방문객 감소로 식음료 부문의 판매 실적이 부진하여 전년대비 매출 하락

(분기대비) 전년동분기대비 2.1% 매출 하락
* '14년 4분기 이후 매출이 하락세
* '15년 2분기 매출은 메르스 영향으로 하락
('15.4·5월, 2개월 매출은 전년동기대비 2.2% 상승)

○ 전년동분기 대비 매출증감률(그래프)



('15.5월대비) 아동·스포츠(△36.5%), 잡화(△31.4%), 여성캐주얼(△28.8%), 여성정장(△26.2%), 해외유명브랜드(△25.9%) 등 전 품목 매출 하락

[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	△12.1	△15.9	△12.4	△18.1	△14.6	△5.2	△11.2	△12.6	△9.0	△11.9
동년전월	△31.4	△26.2	△28.8	△26.7	△36.5	△9.3	△25.9	△27.9	△19.6	△26.7

□ 편의점 주요 상품군별 동향

('14.6월대비) 담배 등 기타(62.2%), 즉석·신선식품(17.3%), 가공식품(11.0%), 생활용품(8.6%) 매출 상승, 잡화(△29.3%) 매출 하락

○ **(담배 등 기타)** 담배값 인상에 따른 담배판매액 증가로 매출 상승

○ **(즉석·신선식품)** 도시락, 김밥, 햄버거, 샌드위치 등의 판매 증가로 매출 상승

[상품군별 매출 증가율]

구분 (단위: %)	비 식품부문				식품			총 계
	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석 (신선일부)	소계	
전년동월	8.6	△29.3	62.2	52.0	11.0	17.3	11.8	29.0
동년전월	△5.0	△23.3	1.3	0.1	△5.6	1.0	△4.9	△2.5

※ (전년동월대비) 점포 증가율 : 7.9% 상승, 점포당 매출액 : 19.5% 상승

증가율 (단위 :%)	'14년						15년					
	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월
점포 증가율	3.1	3.5	3.9	4.2	4.4	5.0	5.4	5.9	6.4	6.8	7.3	7.9
점포당 매출액	5.0	0.2	4.4	1.9	4.5	16.4	△1.1	4.1	15.7	20.2	22.6	19.5

□ SSM 주요 상품군별 동향

('14.6월대비) 농수축산(7.2%), 신선제품(5.6%) 등 식품부분 매출 상승, 일상용품(△2.1%), 생활잡화(△1.1%) 등 비식품 부문 매출 하락

○ **(농수축산 등 식품)** 채소, 과일, 돼지고기, 간편 가정식, 냉동간식류 등 주요 품목의 판매 증가로 매출 상승

○ **(일상용품)** 마스크, 세정제 등 위생관련 상품은 판매가 증가하였으나, 기저귀, 세제, 살충제 등의 판매 감소로 전체 매출은 소폭 감소

[상품군별 매출 증가율]

구분 (단위: %)	비식품			식품				총 계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선제품	가공,조리식품	소계	
전년동월	△2.1	△1.1	△1.7	7.2	5.6	0.2	4.3	3.7
동년전월	△21.6	△2.6	△15.1	1.3	5.4	9.6	5.0	2.4

3. 주요 유통업체별 상세자료

□ 대형마트

○ 분기별 매출증감률 추이(단위 :%)

2012년				연간	2013년				연간	2014년				연간	2015년	
1q	2q	3q	4q		1q	2q	3q	4q		1q	2q	3q	4q		1q	**2q**
0.1	△5.1	△3.8	△4.5	△3.3	△8.4	△3.4	△4.3	△3.8	△5.0	△3.3	△2.9	△4.0	△2.9	△3.4	△1.5	**△3.2**

○ 상품군별 전년동월대비 매출 증가율 추이(단위 : %)

구분	비 식품부문						식품	총 계
	가전·문화	의류	가정·생활	스포츠	잡화	소계		
'14.7월	△0.5	△9.7	△6.5	△7.5	△9.3	△5.8	△4.1	△4.6
8월	△3.6	△2.8	3.1	△8.2	△6.0	△1.4	5.1	3.2
9월	2.7	△15.2	△9.8	△2.5	△8.8	△7.1	△12.6	△10.1
10월	5.9	△1.6	△3.0	△4.6	△5.7	△1.0	△0.3	△0.9
11월	1.3	△12.6	△5.0	△17.1	△12.2	△6.3	△2.6	△4.7
12월	1.1	△4.7	△5.8	△8.7	1.3	△3.2	△4.1	△3.8
'15.1월	△3.9	△15.3	△16.3	△9.9	△16.1	△12.8	△22.3	△18.3
2월	4.2	7.2	14.9	△4.2	7.8	9.0	38.8	24.5
3월	△8.3	△10.6	△5.8	△12.7	△9.2	△8.0	△5.1	△6.5
4월	△5.7	△1.7	△3.5	△5.0	△0.7	△3.6	2.8	0.0
5월	△5.0	2.4	△3.0	△3.8	3.0	△2.1	2.6	0.5
6월	**△19.4**	**△16.5**	**△10.9**	**△23.5**	**△13.9**	**△15.3**	**△5.5**	**△10.2**

* 자료 : 각 대형마트(신규점 제외), 전년동월대비 증감율

○ 상품군별 매출 비중(단위 : %)

구분	비 식품부문						식품	총 계
	가전·문화	의류	가정·생활	스포츠	잡화	소계		
'12년	10.9	8.4	18.5	3.8	4.4	45.9	54.1	100.0
'13년	11.5	8.1	18.6	3.9	4.2	46.3	53.7	100.0
'14년	12.0	5.9	18.2	3.5	5.3	45.0	55.0	100.0
'15.6월	**11.5**	**5.2**	**18.9**	**3.3**	**6.0**	**44.8**	**55.2**	**100.0**

* 자료 : 각 대형마트(신규점 제외)

○ 구매건수 및 구매단가 증가율 추이

증가율	'14년						15년					
(단위 :%)	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	**6월**
구매건수	△4.1	△4.0	△3.6	△1.2	△1.7	△1.9	△6.4	4.9	△2.5	2.2	1.5	**△8.7**
구매단가	△0.5	7.5	△6.7	0.3	△2.0	△1.9	△12.6	18.6	△4.1	△2.2	△0.9	**△1.6**

* '15.6월 1인당 구매단가 : 41,373원 (전년동월 42,059원)

□ 백화점

○ 분기별 매출증감률 추이(단위 :%)

2012년				연간	2013년				연간	2014년				연간	2015년	
1q	2q	3q	4q		1q	2q	3q	4q		1q	2q	3q	4q		1q	**2q**
△0.2	△1.4	△2.9	2.6	△0.3	0.0	1.0	2.4	1.0	1.1	1.1	△1.6	1.5	△3.3	△0.7	△3.9	**△2.1**

○ 상품군별 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		
'14.7월	4.5	4.6	△1.0	△1.1	2.3	1.3	5.5	2.7	0.4	2.0
8월	13.6	3.7	18.6	△13.7	10.8	△4.9	9.7	6.4	33.1	10.5
9월	△5.0	0.7	△2.2	△7.9	△4.4	2.9	1.2	△2.4	△20.7	△6.3
10월	△3.5	△3.8	△0.8	△6.5	△1.6	△3.1	△2.6	△2.9	3.8	△2.2
11월	△6.3	△8.5	△8.8	△9.6	△13.6	△0.9	0.8	△7.4	0.6	△6.5
12월	△2.5	△4.0	△3.1	△4.2	5.0	△0.8	△3.5	△1.6	4.5	△0.9
'15.1월	△8.1	△0.7	△6.6	△14.8	△5.1	0.3	1.0	△5.0	△34.5	△11.0
2월	△0.6	△9.8	△4.9	△3.3	3.8	△6.9	△2.4	△2.9	68.5	6.6
3월	△6.6	△4.6	△8.2	△8.8	△8.6	△4.8	△4.8	△6.7	△1.4	△5.7
4월	△0.3	0.2	1.7	△0.4	△1.4	2.2	4.7	0.8	3.7	1.3
5월	0.8	△0.3	2.8	△0.3	2.3	2.4	14.0	3.0	2.8	3.1
6월	**△12.1**	**△15.9**	**△12.4**	**△18.1**	**△14.6**	**△5.2**	**△11.2**	**△12.6**	**△9.0**	**△11.9**

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

○ 상품군별 매출 비중(단위 : %)

구분	비식품부문								식품	총 계
	잡 화	여성 정장	여성 캐주얼	남성 의류	아동 스포츠	가정 용품	해외유명 브랜드	소계		
'12년	18.2	11.6	13.6	8.2	13.7	8.5	13.3	87.2	12.8	100.0
'13년	19.7	10.2	13.5	7.7	14.7	9.0	11.9	86.6	13.4	100.0
'14년	19.6	10.1	12.8	7.3	14.4	9.3	12.2	85.7	14.3	100.0
'15.6월	**20.1**	**9.3**	**11.8**	**7.3**	**13.1**	**11.2**	**12.9**	**85.6**	**14.4**	**100.0**

* 자료 : 각 백화점(신규점 제외), 해외유명브랜드 등은 각사 분류 기준

○ 구매건수 및 구매단가 증가율 추이

증가율	14년						15년					
(단위 :%)	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	**6월**
구매건수	△2.3	△1.0	△3.2	△1.1	△4.4	0.4	△4.5	0.5	△5.4	5.2	6.0	**△9.1**
구매단가	4.4	11.7	△3.2	△1.1	△2.3	△1.3	△6.5	6.0	△0.4	△3.7	△2.7	**△3.1**

* '15.6월 1인당 구매단가 : 66,677원 (전년동월 68,791원)

□ 편의점

○ 분기별 매출증감률 추이(단위 : %)

2013년			2014년				연간	2015년	
2q	3q	4q	1q	2q	3q	4q		1q	**2q**
9.0	9.9	10.0	6.8	7.5	6.8	12.3	8.3	12.9	**29.6**

○ 전년동월대비 매출 증가율(단위 : %)

구분 (단위 :%)	14년						15년					
	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	**6월**
매출증가율	8.2	3.8	8.4	6.1	9.1	22.3	4.2	10.2	23.1	28.4	31.5	**29.0**

○ 상품군별 전년동월대비 매출 증가율 추이(단위 : %)

구분	비 식품부문				식품			총 계
	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석 (신선일부)	소계	
'14.7월	7.2	△2.3	4.7	4.4	11.8	7.6	11.2	8.2
8월	25.8	5.5	3.0	4.9	3.1	1.5	2.9	3.8
9월	6.2	△5.4	12.1	9.8	8.4	△0.1	7.4	8.4
10월	13.2	△15.1	5.9	4.8	7.8	3.0	7.2	6.1
11월	7.6	△25.9	8.7	6.7	11.8	6.0	11.1	9.1
12월	13.4	△31.7	45.0	37.2	9.9	6.9	9.5	22.3
'15.1월	1.7	△45.3	5.3	0.9	7.4	4.2	7.0	4.2
2월	17.3	3.1	7.7	8.3	11.9	11.3	11.8	10.2
3월	8.5	△21.6	46.4	38.8	10.2	13.2	10.5	23.1
4월	16.1	△19.1	53.5	46.1	14.0	17.0	14.4	28.4
5월	15.6	△21.5	58.9	49.9	17.5	18.5	17.6	31.5
6월	**8.6**	**△29.3**	**62.2**	**52.0**	**11.0**	**17.3**	**11.8**	**29.0**

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비 식품부문				식품			총 계
	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석 (신선일부)	소계	
'14년	3.8	3.2	37.6	44.6	48.7	6.7	55.4	100.0
15.6월	**4.0**	**1.1**	**45.3**	**50.3**	**43.6**	**6.1**	**49.7**	**100.0**

○ 구매건수 및 구매단가 증가율 추이

증가율 (단위 :%)	14년						15년					
	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	**6월**
구매건수	6.2	△1.6	3.7	2.7	6.0	17.6	△1.7	0.0	4.9	6.9	8.6	**6.7**
구매단가	1.8	5.4	4.4	3.3	2.8	4.0	5.7	10.3	17.4	20.1	21.1	**20.9**

* '15.6월 1인당 구매단가 : 4,872원 (전년동월 4,031원)

○ 점포당 매출액

증가율 (단위 :%)	'14년						15년					
	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	**6월**
점포당 매출액	5.0	0.2	4.4	1.9	4.5	16.4	△1.1	4.1	15.7	20.2	22.6	**19.5**

□ SSM(준대규모점포)

○ 분기별 매출증감률 추이(단위 :%)

2013년		2014년				연간	2015년	
3q	4q	1q	2q	3q	4q		1q	**2q**
△6.9	△2.5	△3.9	△2.5	△3.6	△3.0	△3.3	△2.7	**0.3**

○ 전년동월대비 매출 증가율(단위 : %)

구분	14년								15년			
	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	**6월**
매출증가율	△3.1	△3.7	△4.0	△3.1	△4.1	△1.8	△10.5	9.4	△4.7	△1.4	△1.0	**3.7**

○ 상품군별 전년동월대비 매출 증가율 추이(단위 : %)

구분	비식품			식품부문				총 계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선 제품	가공, 조리식품	소계	
'14.7월	△3.3	△7.0	△4.5	△2.0	△0.9	△5.5	△2.9	△3.1
8월	△1.1	△4.9	△2.3	△3.7	△10.2	△1.6	△3.9	△3.7
9월	△2.2	△3.5	△2.6	△3.3	△2.4	△6.4	△4.2	△4.0
10월	△5.5	△3.8	△5.0	0.5	△4.2	△5.6	△2.7	△3.1
11월	△1.6	△5.9	△3.2	△4.6	△3.7	△4.2	△4.2	△4.1
12월	△2.0	△2.8	△2.2	△1.0	△2.7	△1.8	△1.7	△1.8
'15.1월	△13.2	△13.8	△13.4	△11.2	△2.4	△14.2	△10.1	△10.5
2월	△0.3	3.3	0.8	15.9	2.5	10.5	10.8	9.4
3월	△4.6	△4.4	△4.6	△4.3	△4.4	△5.6	△4.7	△4.7
4월	△4.3	△3.2	△4.0	0.5	△0.4	△3.5	△1.0	△1.4
5월	△6.0	△3.1	△5.0	0.0	0.1	△1.4	△0.4	△1.0
6월	**△2.1**	**△1.1**	**△1.7**	**7.2**	**5.6**	**0.2**	**4.3**	**3.7**

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비식품			식품부문				총 계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선 제품	가공, 조리식품	소계	
'14년	9.3	4.5	13.7	38.2	18.8	29.3	86.3	100.0
'15.6월	**6.5**	**4.2**	**10.7**	**38.5**	**19.8**	**31.0**	**89.3**	**100.0**

○ 구매건수 및 구매단가 증가율 추이(단위 : %)

증가율 (단위 :%)	'14년						'15년					
	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	**6월**
구매건수	△1.7	△6.4	△2.5	△3.5	△2.4	△0.7	△3.8	△2.6	△4.7	△3.4	△3.3	**△0.4**
구매단가	△1.5	2.8	△1.6	0.4	△1.7	△1.1	△7.0	12.4	0.0	2.0	2.4	**4.0**

* '15.6월 1인당 구매단가 : 14,322원 (전년동월 13,767원)