산업통상자원부 MINISTRY OF TRADE, INDUSTRY & ENERGY

보 도 자 료

희망의 새시대
http://www.motie.go.kr

2013년 12월 26일(목) 석간부터 보도하여 주시기 바랍니다.

문의: 유통물류과 박영삼 과장, 김수아 주무관 (2110-5146)

2013년 11월 주요 유통업체 매출동향

- 대형마트·백화점·편의점 전년대비 상승, SSM 하락 -

□ 대형마트 전년 동월 대비 1% 상승, 전월 대비 6.2% 상승

○ **('12.11月대비)** 전년 대비 스포츠·레저 상품 매출은 상승하였으나, 주력 상품군인 식품류 매출 하락세 지속으로 전체 매출은 소폭 상승

○ **('13.10月대비)** 겨울 의류, 식품류 등 전체 상품군의 매출 상승

□ 백화점 전년 동월 대비 5.3% 상승, 전월 대비 16.8% 상승

○ **('12.11月대비)** 겨울 아우터 및 패딩류 전년 대비 물량 확대 및 판매 양호, 해외 유명브랜드의 아웃도어, 스포츠 부문 매출 상승

○ **('13.10月대비)** 가정용품 매출이 소폭 하락, 11월 중반이후 급격한 기온하강으로 겨울 시즌 패션 부문 매출이 반등

□ 편의점 전년 동월 대비 10.8% 상승, 전월대비 8.1% 하락

○ **('12.11月대비)** 고가 담배 및 다양한 PB 상품 매출 증가로 전년 대비 매출 증가

○ **('13.10月대비)** 행사(빼빼로데이) 매출은 양호하였으나, 가공 음료류, 즉석조리상품 등의 전월 대비 매출 하락

□ SSM 전년 동월 대비 2.8% 하락, 전월대비 0.7% 상승

○ **('12.11月대비)** 김장채소류 공급 과잉으로 인한 가격 하락, 수산류 매출 하락세 지속, 가공식품류 등 식품류 매출 하락

○ **('13.10月대비)** 채소류 등 농산물 매출 상승으로 전체 매출은 소폭 상승

※ 본 조사는 주요 유통업체(백화점 · 할인점 각 3사, 편의점·ssm 각 4사)의 소비동향 파악을 목적으로 매월 이들 업체의 경상 매출액을 기준으로 조사 · 분석한 것임.
따라서 대형유통업체를 전수 조사하는 통계청의 자료와는 포괄범위와 작성 기준 등이 서로 달라 양 기관 자료 간 증감 크기나 방향 등이 상이할 수 있음.

□ 대형마트 주요 상품군별 동향

('12.11月대비) 의류(△3.1%), 잡화(△1.2%), 식품(△0.4%) 매출 감소, 스포츠(7.7%), 가전·문화(7.3%) 등 매출 상승

○ **(스포츠)** 등산용품 등 스포츠레저상품 매출 신장

○ **(가전문화)** 김치냉장고 판매 호조로 냉장고 매출 증가, 일부 업체의 가전 전문매장 전환으로 매출 신장

('13.10月대비) 의류(25.3%), 가전문화(17%), 잡화(14.2%), 가정생활(3.8%), 식품(0.8%) 등 전품목 매출 상승

○ 겨울시즌 의류 및 잡화류 매출 상승으로 전월 대비 매출 상승

[상품군별 매출 증가율]

구분 (단위: %)	비 식품부문						식품	총 계
	가전문화	의류	가정생활	스포츠	잡화	소계		
전년동월	7.3	△3.1	1.0	**7.7**	△1.2	1.9	△0.4	**1.0**
금년전월	17.0	25.3	3.8	3.7	14.2	11.8	0.8	**6.2**

(소비자구매패턴)
전년동월 대비 구매건수는 (△3.3%)로 감소, 구매 단가는 상승함 (4.4%)

○ 의무휴업 및 소비 침체로 구매건수는 감소세 지속, 스포츠 및 가전부문 매출 호조 등으로 구매 단가는 상승

* 1인당 구매단가 **45,330**원 (전년동월 43,417원)

[구매 건수 및 구매 단가 증가율 추이]

증가율 (단위 :%)	'12년			'13년										
	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	**10월**	**11월**
구매건수	△4.4	△0.7	△5.2	△14.1	△2.8	△4.9	△8.1	△4.8	1.7	△4.1	△4.1	△5.9	△6.6	△3.3
구매단가	△2.3	△1.0	0.2	△12.2	12.0	0.5	△1.8	0.6	2.5	△0.8	1.6	0.6	0.2	4.4

□ 백화점 주요 상품군별 동향

('12.11月대비) 아동스포츠(15.1%), 해외유명브랜드(12.2%), 가정용품(5.7%), 여성캐주얼(4.0%), 식품(3.7%) 등 상승

○ **(아동/스포츠)** 고가 아웃도어 제품의 전년대비 공급 물량 증가와 매출 호조

○ **(의류/해외유명브랜드)** 패션 상품 시즌오프로 인한 매출 호조, 해외 유명브랜드의 고가 패딩 장르 높은 매출 증가

○ **(가정용품)** 연말 식기류 행사 매출 호조, 막바지 혼수 수요로 인한 가구 등 대품 판매증가로 전년대비 매출 성장

('13.10月대비) 여성캐주얼(31.4%), 여성정장(31%), 아동스포츠(27.1%), 남성의류(25.1%), 잡화(8.9%), 해외유명브랜드(5%)등 패션상품류 매출증가

○ 11월 중순이후 추워진 날씨로 모피 등 겨울 패션상품의 높은 매출 증가로 전월대비 높은 매출 상승

[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	1.1	0.1	4.0	0.2	**15.1**	5.7	12.2	5.5	3.7	**5.3**
금년전월	8.9	31	31.4	25.1	27.1	△0.9	5.0	18.1	7.2	16.8

(소비자구매패턴)
전년동월대비 구매 건수 (3.7%)증가, 구매 단가(1.6%)도 증가

○ 전년대비 세일일수 증가(+1日)등으로 구매건수는 증가하였으나 매출 신장폭에는 미치지 못함, 고가 아우터 판매 등 영향으로 구매단가는 소폭 상승

* 1인당 구매단가 90,186원 (전년동월 88,767원)

[구매건수 및 구매단가 증가율 추이]

증가율	'12년			'13년										
(단위 :%)	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	**11월**
구매건수	1.6	8.4	2.2	0.1	3.7	9.8	0.8	3.5	7.8	3.1	10.8	3.4	0.4	**3.7**
구매단가	△2.0	0.6	△2.3	△8.3	△1.9	△2.0	△2.7	△2.4	△3.3	△5.0	△3.7	△0.5	△2.5	**1.6**

□ 편의점 주요 상품군별 동향

('12.11月대비) 음료 등 가공(14.4%), 즉석(13.7%), 생활용품(12.6%), 담배 등 기타(6.7%) 등 전 품목 매출 상승

○ **(가공식품)** PB 상품* 매출 증가, 저탄산 과즙음료의 매출 강세

* 가공유제품(빅시리즈), GS25 위대한시리즈(피자, 만두, 닭강정) 등

○ **(즉석·신선)** PB 식품(핫도그, 햄버거), 즉석 조리식품(튀김) 매출 상승, 과일 및 신제품 디저트(푸딩) 매출 상승

('13.10月대비) 즉석식품(△9.7%), 음료 등 가공(△9.3%), 담배 등 기타(△7.6%), 잡화(△3.9%) 등 전월대비 매출 감소

[상품군별 매출 증가율]

구분 (단위: %)	비 식품부문				식품			총 계
	생활용품	잡화	담배 등기타	소계	음료 등 가공	즉석 (신선일부)	소계	
전년동월	12.6	0.2	6.7	6.6	14.4	13.7	14.3	**10.8**
금년전월	1.8	△3.9	△7.6	△6.6	△9.3	△9.7	△9.4	△8.1

(소비자구매패턴)
전년 동월 대비 구매 건수증가(7.6%), 구매단가도 상승 (2.6%)

○ 행사(빼빼로데이)상품 구성 및 점포수 증가(4%) 영향으로 고객수 증가, 고가 담배 매출 신장 등으로 구매단가도 상승

* 1인당 구매단가 4,047원 (전년동월 3,943원)

[구매건수 및 구매단가 증가율 추이]

증가율	'13년								
(단위 :%)	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	**11월**
구매건수	5.9	5.9	5.7	5.5	4.4	10.0	7.7	7.9	**7.6**
구매단가	2.4	2.4	3.3	3.6	3.7	0.7	2.4	1.5	**2.6**

□ SSM 주요 상품군별 동향

('12.11月대비) 농수축산(△2.0%), 신선제품(△2.6%), 가공조리(△4.3%), 일상용품(△1.8%), 생활잡화(△2.1%) 등 전부문에서 매출이 하락

- **(농수축산)** 김장채소 공급 과잉으로 채소류 시세 하락, 일본 방사능 우려에 따른 수산물 소비 부진 지속, 돈육 지육가 하락, 수입 돈육 시세상승 등 영향으로 돈육 미취급점포 증가로 매출 감소
- **(가공조리)** 베이커리, 조미료(참기름, 종합조미료 등), 커피(분말, 믹스 등)판매 저하 및 단기 판촉 행사 축소로 매출 감소

('13.10月대비) 신선제품(△9.6%), 일상용품(△4.2%) 매출감소, 가공·조리식품(31.3%), 농수축산(4.5%), 생활잡화(11.2%) 매출 상승

[상품군별 매출 증가율 및 매출비중]

구분 (단위: %)	비식품			식품부문				총 계
	일상용품*	생활잡화	소계	농수축산	신선제품	가공조리식품	소계	
전년동월	△1.8	△2.1	**△1.9**	△2.0	△2.6	△4.3	**△3.0**	**△2.8**
금년전월	△4.2	11.2	**0.7**	4.5	△9.6	2.5	**0.7**	**0.7**
매출비중 ('13.11)	9.4	5.1	**14.5**	37.3	16.9	31.3	**85.5**	**100**

* 세제, 치약, 화장품, 여성용품 등

(소비자구매패턴)
의무휴업 영향으로 구매 건수 감소(△5.6%), 구매단가는 상승 (3.0%)

○ 의무휴무로 인한 전년 대비 구매 건수는 감소, 물가상승 및 마케팅 프로모션 강화 노력으로 구매단가는 상승

* 1인당 구매단가 13,970원 (전년동월 13,562원)

[구매건수 및 구매단가 증가율 추이]

증가율 (단위 :%)	'13년						
	5월	6월	7월	8월	9월	10월	**11월**
구매건수	△8.1	△3.1	△6.5	△8.2	△9.9	△5.8	**△5.6**
구매단가	1.2	0.5	2.9	1.2	0.2	5.2	**3.0**

참 고 주요유통업체 매출동향 참고자료

□ 대형마트

○ 전년동월대비 매출증감률 추이

구분 (단위 :%)	'12년			'13년										
	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	**11월**
대형마트	△6.6	△1.7	△5.0	△24.6	8.9	△4.4	△9.8	△4.3	4.2	△4.9	△2.6	△5.3	△6.4	**1.0**

○ 상품군별 매출 비중

(단위 : %)

구분 ('12년)	비 식품부문						식품	총 계
	가전·문화	의류	가정·생활	스포츠	잡화	소계		
상반기	10.9	8.1	18.5	3.7	4.4	45.6	54.4	100.0
하반기	10.9	8.6	18.5	3.8	4.4	46.1	53.9	100.0
연간	10.9	8.4	18.5	3.8	4.4	45.9	54.1	100.0
'13.1/4분기	10.8	7.5	18.5	3.3	4.0	44.0	56.0	100.0
2/4분기	11.7	8.6	18.4	4.4	4.5	47.5	52.5	100.0
3/4분기	**11.4**	**6.8**	**18.5**	**3.9**	**3.9**	**44.6**	**55.4**	**100.0**
'13.11월	**12.4**	**10.5**	**19.0**	**4.1**	**4.5**	**50.6**	**49.4**	**100.0**

* 자료 : 각 대형마트(신규점 제외)

○ 상품군별 전년동월대비 매출 증가율 추이

(단위 : %)

구분	비 식품부문						식품	총 계
	가전·문화	의류	가정·생활	스포츠	잡화	소계		
'12. 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
11월	△7.7	7.9	△1.1	5.1	2.3	△0.1	△4.1	△1.7
12월	△8.1	△9.0	△5.5	1.1	△3.6	△6.2	△4.9	△5.0
'13.1월	△24.5	△26.4	△24.1	△9.0	△21.9	△23.4	△26.5	△24.6
2월	△4.0	5.0	6.2	△10.1	5.1	2.1	14.5	8.9
3월	1.7	△0.8	△2.2	0.5	1.9	△0.4	△8.2	△4.4
4월	△6.8	△17.7	△9.8	△12.2	△9.6	△10.8	△9.3	△9.8
5월	2.4	△5.0	△4.3	△4.9	△5.0	△3.0	△6.1	△4.3
6월	20.6	4.4	4.2	5.2	7.2	8.3	△0.2	4.2
7월	△1.2	△8.8	△4.3	△6.8	△7.0	△4.8	△4.6	△4.9
8월	2.9	△5.5	△2.1	3.7	△4.1	△0.9	△4.1	△2.6
9월	0.7	△7.1	△3.8	1.5	△2.1	△2.9	△7.5	△5.3
10월	△9.8	△15.2	△7.9	△14.2	△10.5	△10.5	△2.3	△6.4
11월	**7.3**	**△3.1**	**1.0**	**7.7**	**△1.2**	**1.9**	**△0.4**	**1.0**

* 자료 : 각 대형마트(신규점 제외), 전년동월대비 증감율

□ 백화점

○ 전년동월대비 매출증감률 추이

구분 (단위 :%)	'12년			'13년									
	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	**11월**
백 화 점	△0.4	9.1	△0.2	△8.2	1.7	7.5	△1.9	1.0	4.1	△2.1	6.6	2.8	△2.2	**5.3**

○ 상품군별 매출 비중

[상품군별 매출 비중]

(단위 : %)

구분	비식품부문								식품	총 계
	잡 화	여성 정장	여성 캐주얼	남성 의류	아동 스포츠	가정 용품	해외유명 브랜드	소계		
'12상반기	18.6	11.7	13.3	8.5	13.4	8.1	13.4	87.1	12.9	100.0
'12하반기	17.8	11.4	13.8	7.9	14.1	8.9	13.2	87.2	12.8	100.0
12년	18.2	11.6	13.6	8.2	13.7	8.5	13.3	87.2	12.8	100.0
'13 상반기	20.1	10.4	13.2	7.9	14.4	8.9	11.9	86.9	13.1	100.0
'13.11월	**17.3**	**11.5**	**15.7**	**8.6**	**17.3**	**8.5**	**10.7**	**89.6**	**1.4**	**100.0**

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

○ 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		
'12.7월	△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
11월	1.2	5.7	11.1	4.5	17.2	13.3	10.0	8.7	8.1	9.1
12월	△5.7	△7.4	△1.4	△8.2	10.5	8.5	△0.3	△1.2	6.4	△0.2
'13.1월	△11.0	△0.9	△5.6	△15.4	0.3	12.8	△7.1	△5.1	△22.5	△8.2
2월	△3.2	△19.8	△5.5	△7.6	2.3	3.0	△6.3	△5.5	55.1	1.7
3월	4.0	△1.8	7.8	2.7	13.8	21.7	8.0	7.5	8.5	7.5
4월	△3.2	△7.9	△6.7	△10.4	△2.5	12.1	4.1	△2.5	2.9	△1.9
5월	0.4	△2.8	0.6	△5.4	4.6	4.1	0.1	0.5	1.7	1.0
6월	1.1	△3.1	3.2	-	4.1	15.7	5.4	3.6	4.6	4.1
7월	△3.8	△4.8	△2.4	△7.8	△0.7	4.2	1.4	△3.6	5.9	△2.1
8월	4.6	1.5	3.8	5.6	5.8	6.9	11.9	5.7	11.5	6.6
9월	2.8	△1.4	2.6	0.3	8.9	△0.3	8.7	3.6	0.1	2.8
10월	△5.2	△6.5	△6.2	△10.4	△2.1	5.5	5.5	△3.1	6.6	△2.2
11월	**1.1**	**0.1**	**4.0**	**0.2**	**15.1**	**5.7**	**12.2**	**5.5**	**3.7**	**5.3**

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

□ 편의점

○ 전년 전월대비 매출 증가율

구분 (단위 :%)	'13년								
	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	**11월**
매출증가율	8.5	8.5	9.2	9.2	8.2	11.1	10.1	9.8	**10.8**

○ 상품군별 매출 비중

구분	비 식품부문				식품			총 계
	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석 (신선일부)	소계	
'13.4月	4.0	4.0	38.0	46.0	46.4	7.6	54.0	100
5月	3.6	3.9	37.2	44.7	48.3	7.0	55.3	100
6月	3.4	3.3	36.6	43.2	49.8	7.0	56.8	100
7月	3.8	3.4	37.2	44.4	48.7	6.9	55.6	100
8月	3.4	3.4	35.6	42.4	50.5	7.1	57.6	100
9月	3.8	4.3	35.6	43.7	49.0	7.3	56.3	100
10月	3.4	3.4	37.0	43.8	48.7	7.5	56.2	100
11月	**3.8**	**3.6**	**37.2**	**44.6**	**48.1**	**7.4**	**55.4**	**100**

○ 상품군별 전년동월대비 매출 증가율 추이

(단위 : %)

구분	비 식품부문				식품			총 계
	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석 (신선일부)	소계	
'13.3月	7.6	△2.2	7.0	6.0	9.9	15.8	10.6	8.5
4月	6.6	△3.1	7.1	6.0	9.9	15.1	10.6	8.5
5月	16.7	1.5	8.1	8.1	9.9	11.8	10.1	9.2
6月	11.5	△0.1	7.6	7.3	11.0	9.1	10.8	9.2
7月	13.0	△0.1	7.7	7.4	9.0	8.3	8.9	8.2
8月	2.2	4.2	8.5	7.7	14.3	10.1	13.8	11.1
9月	7.3	9.3	7.3	7.5	13.2	9.2	12.6	10.3
10月	5.3	△7.4	8.2	6.6	12.3	14.1	12.5	9.8
11月	**12.6**	**0.2**	**6.7**	**6.6**	**14.4**	**13.7**	**14.3**	**10.8**

OPEN 공공누리 공공저작물 자유이용허락

이 보도자료와 관련하여 보다 자세한 내용이나 취재를 원하시면 산업통상자원부 유통물류과 김수아 주무관(☎ 02-2110-5146)에게 연락주시기 바랍니다.