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

보 도 자 료

2015년 4월 29일(수) 조간부터 보도하여 주시기 바랍니다.

문의: 산업부 산업분석과 장금영 과장(044-203-4211), 김인곤 사무관(4232)
전력진흥과 김성열 과장(5260), 박성정 주무관(5272)
유통물류과 신성필 과장(4380), 장진호 주무관(4386)

'15. 3월 전력판매 및 주요 유통업체 매출 동향

- **3월 산업용 전력판매량은 조업일수 증가 및 수출물량 증가에도 불구하고, 철강·섬유 등에서 감소하면서 전년동월대비 1.1% 감소했다.**
- **3월 주요 유통업체 매출은 휴일 영업일수 감소 및 의류품목 판매부진 등의 영향으로 편의점을 제외하고 모두 전년동월대비 하락했다.**

1. 3월 전력판매 동향

□ **3월 산업용 전력판매량은** 조업일수 증가(+1일) 및 수출물량 증가에도 불구하고, 철강·섬유 등에서 감소하면서 **전년동월대비 1.1% 감소**했다.

* 철강업종이 산업용 전력판매량에서 차지하는 비중은 18% (3월기준)
* 수출증감률(중량기준, 전년동월대비, %) : ('14.12)14.8 ('15.1)5.2 (2)△0.9 (3)6.4
* 산업용 전력판매 증감률(전년동월대비, %) : ('14.12)1.4 ('15.1)2.9 (2)1.0 (3)△1.1

<업종별 산업용 전력 판매 증감률>

(전년동월대비, %)

	산업용	철강	반도체	화학제품	자동차	기계장비	섬유	요업	석유정제	조립금속	펄프종이	조선
3월	△1.1	△6.3	△1.2	0.2	△0.6	2.2	△7.4	△2.9	0.3	△1.3	△0.7	1.8

○ **전체 전력 판매량은** 영업일수 증가 및 난방부하 증가의 영향으로 주택용(1.9%)·일반용(3.0%)·교육용(7.4%)·농사용(8.3%) 전력판매량이 증가하면서 **전년동월대비 0.6% 증가**했다.

* 전력판매량 : ('14.3월) 406.4억㎾h → ('15.3월) 408.8억㎾h (0.6% 증가)
* 월 평균기온(검침일별 판매량 비중 고려) : ('14.3)4.8℃ → ('15.3)4.0℃ (0.8℃↓)

2. 3월 주요 유통업체 매출 동향

□ **3월 주요 유통업체의 매출은** 휴일 영업일수 감소(△1일), 의류품목 판매부진 등의 영향으로 **전년동월대비 대형마트**(△6.5%), **백화점**(△5.7%), **SSM**(△4.7%)은 매출이 **하락**했다.

* 의무휴업일을 제외한 휴일 영업일수 : ('14.3월)8일 → ('15.3월)7일
* 대형마트 매출(전년동월대비, %) : ('14.12)△3.8 ('15.1)△18.3 (2)24.5 (3)△6.5
* 백화점 매출(전년동월대비, %) : ('14.12)△0.9 ('15.1)△11.0 (2)6.6 (3)△5.7

○ 다만, **편의점**은 담배값 인상에 따라 담배 판매액이 증가하면서 **전년동월대비** 매출이 크게 **상승**(23.1%)했다.

○ **상품군별로 보면,** 전년대비 낮은 기온으로 인해 간절기 **의류상품 매출**(대형마트 △10.6%, 백화점 △7.1%) 및 **잡화류 매출**(대형마트 △9.2%, 백화점 △6.6%)이 **감소**했다.

□ 한편, **'15.1분기 주요 유통업체 매출은 전년동기대비 대형마트**(△1.5%), **백화점**(△5.9%), **SSM**(△2.7%)은 **하락**했고, **편의점**(12.2%)은 **상승**했다.

○ 특히, 대형마트의 경우 '12.2분기부터 매출이 지속적으로 하락하였으나 최근들어 하락세가 둔화되었고, 백화점의 경우 '12.4분기부터 0~2%대의 저성장을 유지하였으나 최근들어 2분기 연속 매출이 하락했다.

<분기별 매출액 증감률>

(전년동기대비, %)

	'12				'13				'14				'15
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q
대형마트	0.1	△5.1	△3.8	△4.5	△8.4	△3.4	△4.3	△3.8	△3.3	△2.9	△4.0	△2.9	△1.5
백화점	△0.2	△1.4	△2.9	2.6	0.0	1.0	2.4	1.0	1.1	△1.6	1.5	△3.3	△5.9

※ 주요 유통업체 매출 동향은 주요 유통업체(백화점·할인점 각 3사, 편의점·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 김인곤 사무관(☎ 044-203-4232), 전력진흥과 박성정 주무관(☎ 044-203-5272) 유통물류과 장진호 주무관(☎ 044-203-4386)에게 연락주시기 바랍니다.

붙임1 3월 전력판매·거래 실적

※ 3월 전력판매량은 검침일 기준으로 실제 전기사용 기간은 '15.2.1～'15.3.31까지 분산

□ **3월 중 한전이 전기소비자에게 판매한 실적은 409억kWh로 전년 동월대비 0.6% 증가**

* 전력판매량 : ('14.3월) 406.4억kWh → ('15.3월) 408.8억kWh (0.6% 증가)

○ **(산업용)** 전체 수출물량은 전년대비 증가하였으나, 철강업종 전력사용량 감소에 따른 영향으로 **산업용 판매량 1.1% 감소**

* 업종별 증감률(%) : 철강 △6.3, 반도체 △1.2, 화학제품 0.2, 자동차 △0.6, 기계장비 2.2, 섬유 △7.4, 요업 △2.9, 석유정제 0.3, 조립금속 △1.3, 펄프종이 △0.7, 조선 1.8
* 수출증감률(중량, 전년동월비, %) : ('14.11)0.1 (12)14.8 ('15.1)5.2 (2)△0.9 (3)6.4
* 철강업종 판매량 감소 : 전년 동월대비 276만kWh↓ (산업용 판매량 1.2%)

○ **(주택용)** 전년대비 평균기온 하락으로 인한 난방부하 증가로 **주택용 판매량 1.9% 증가**

* 월 평균기온(검침일별 판매량 비중 고려) : ('14.3) 4.8℃ → ('15.3) 4.0℃ (0.8℃↓)

○ **(일반용) 영업일수(1일) 및 계약전력 증가**로 **일반용 판매량 3.0% 증가**

* 일반용 계약전력(전년동월비, %) : ('14.3) 78,267MW → ('15.3) 81,575MW (4.2%↑)

○ **(교육용)** 수업일수 증가 및 평균기온 하락으로 인한 **난방부하 증가**로 **교육용 판매량 7.4% 증가**

* 초·중·고등학교 및 계약전력 1,000kW 미만 교육용(갑)은 전년 동월대비 7.4% 증가
* 계약전력 1,000kW 이상 교육용(을)은 전년 동월대비 7.3% 증가

○ **(농사용) 대형 시설하우스** 증가와 전년 대비 평균기온 하락에 따른 **난방설비 사용** 증가로 **농사용 판매량 8.3% 증가**

* 농사용 특고압 증가율(전년동월비, %) : 계약전력 7.2%↑, 판매량 8.4%↑

□ **(거래량)** 평균기온 하락 및 조업일수 증가 등의 영향으로 발전사-한전간 전력거래량은 433억kWh를 기록하여 **전년 동월 대비 3.1% 증가**

* 평균기온 : ('14.3월) 8.4℃ → ('15.3월) 7.2℃ (-1.2℃)
* 조업일수 : ('14.3월) 23일 → ('15.3월) 24일 (+1일)

< 3월 중 전력거래 현황 >

(단위 : 억kWh, %)

구 분	2014년		2015년		
	3월	1～3월	2월	**3월**	1～3월
일평균 거래량	13.5 (+3.7)	14.0 (+1.6)	14.2 (+0.9)	**14.0 (+3.1)**	14.4 (+3.0)
월간 거래량	419.5 (+3.7)	1,256.6 (+1.6)	398.1 (+0.9)	**432.7 (+3.1)**	1,294.2 (+3.0)

* ( )는 전년 동월(기) 대비 증감률(%)

□ **(전력시장가격) 평균 118.35원/kWh로 전년 동월 대비 28% 하락**

* 결정비율이 가장 높은 LNG와 유류의 열량단가 하락 등에 기인
* '15.3월 SMP 결정비율: LNG 96.4%, 유류 3.6%

< SMP 및 정산단가 현황 >

(단위:원/kWh, %)

구 분	2014년		2015년		
	3월	1～3월	2월	**3월**	1～3월
S M P	163.40 (+7.4)	152.68 (+1.0)	121.33 (-21.0)	**118.35 (-27.6)**	127.17 (-16.7)
정산단가	100.01 (+11.1)	96.73 (+5.0)	92.74 (-2.4)	**88.69 (-11.3)**	96.15 (-0.6)

* ( )는 전년 동월(기) 대비 증감률(%)

□ **(전력수급실적) 최대전력수요**는 **7,538만kW(3.10(화) 10시)**로 **전년 동월 대비 4.5% 증가**하였으며, 당시 전력공급능력은 **8,491만kW**로 **전년 동월 대비 8.8% 증가**하였음 (예비율 : 12.7%)

< 전력수급운영 실적현황 >

(단위:만kW,%)

구 분	2014년		2015년		
	3월	1～3월	2월	**3월**	1～3월
최대전력수요	7,216.7 (+3.6)	7,729.5 (+1.0)	7,879.0 (+1.9)	**7,537.5 (+4.5)**	7,879.0 (+1.9)
전력공급능력	7,801.6 (+2.0)	8,333.3 (+3.3)	8,792.6 (+5.5)	**8,491.0 (+8.8)**	8,792.6 (+5.5)
공급예비력	584.9 (-14.9)	603.8 (+44.7)	913.6 (+51.3)	**953.5 (+63.0)**	913.6 (+51.3)
공급예비율	8.1 (-1.8%p)	7.8 (+2.3%p)	11.6 (+3.8%p)	**12.7 (+4.6%p)**	11.6 (+3.8%p)

* ( )는 전년 동월(기) 대비 증감률(%)
* 공급예비력 = 공급능력 -최대전력수요, 공급예비율(%) = 공급예비력 ÷ 최대전력수요

□ 용도별 전력 판매량

(단위 : 억kWh, %)

구 분	2014년				2015년					
	3월		1~3월		2월		3월		1~3월	
산업용	232.77	(5.9)	676.95	(4.3)	214.81	(1.0)	230.11	(△1.1)	683.30	(0.9)
교육용	6.80	(△4.1)	21.83	(△9.3)	7.53	(4.2)	7.30	(7.4)	23.18	(6.2)
주택용	50.97	(△0.5)	167.68	(△1.8)	57.74	(△1.0)	51.95	(1.9)	170.85	(1.9)
일반용	81.51	(0.2)	271.27	(△3.0)	96.03	(4.1)	83.92	(3.0)	282.30	(4.1)
농사용	12.72	(5.3)	42.03	(3.3)	16.01	(9.6)	13.79	(8.3)	46.04	(9.5)
가로등	2.67	(0.5)	8.67	(0.9)	3.01	(3.6)	2.78	(3.8)	9.00	(3.8)
심야전력	18.93	(△10.0)	67.92	(△12.3)	23.12	(△4.8)	18.93	(0.0)	66.77	(△1.7)
총 계	406.38	(2.8)	1,256.35	(0.5)	418.25	(1.5)	408.77	(0.6)	1,281.45	(2.0)

* ( )는 전년 동월(기) 대비 증감률(%)

□ 전력시장 거래량

(단위 : 억kWh, %)

구 분	2014년		2015년		
	3월	1~3월	2월	3월	1~3월
일평균 거래량	13.5 (+3.7)	14.0 (+1.6)	14.2 (+0.9)	**14.0 (+3.1)**	14.4 (+3.0)
월간 거래량	419.5 (+3.7)	1,256.6 (+1.6)	398.1 (+0.9)	**432.7 (+3.1)**	1,294.2 (+3.0)

* ( )는 전년 동월(기) 대비 증감률(%)

□ 최근 1년간 월별 전력판매량 추이

(단위 : 억kWh, %)

구 분	'14.02월	3월	4월	5월	6월	7월	8월
판매량	412.2	406.4	392.7	373.9	378.6	400.1	400.5
증감률	0.5	2.8	0.7	△0.2	1.3	2.1	△1.5
구 분	9월	10월	11월	12월	'15.01월	2월	3월
판매량	381.7	378.3	387.4	426.4	454.4	418.2	408.8
증감률	△1.6	2.3	0.6	1.8	3.8	1.5	0.6

* 증감률 : 전년 동월(기)대비 증감률

붙임2 **3월 주요 유통업체 매출동향**

1. 유통업체별 매출 동향

□ **대형마트 전년동월대비 6.5% 하락, 전월대비 18.0% 하락**

○ **(전년동월대비)** 전년대비 휴일 영업일수 감소(△1일, 8일→7일), 등산용 아웃도어, 신발, 과일 등 주요 품목의 판매부진으로 매출 하락

○ **(전년동분기대비)** '12년 2분기 이후 매출이 지속 하락하였으나, 감소세 둔화

* 전년동분기대비 매출증감률 : ('12.1q) 0.1, (12.2q) △5.1, (12.3q) △3.8, (12.4q) △4.5, ('13.1q) △8.4, (13.2q) △3.4, (13.3q) △4.3, ('13.4q) △3.8, ('14.1q) △3.3, ('14.2q) △2.9, ('14.3q) △4.0, ('14.4q) △2.9 ('15.1q) △1.5

○ **(전월대비)** 설 명절 특수로 판매가 증가되었던 관련 품목(식품, 잡화, 가정생활 등)의 판매 감소로 전월대비 매출 하락

□ **백화점 전년동월대비 5.7% 하락, 전월대비 4.8% 상승**

○ **(전년동월대비)** 의류, 잡화, 해외유명브랜드 등 주요 품목의 판매부진으로 매출 하락

○ **(전년동분기대비)** 0~2%대의 저성장을 유지하였으나, '14.4분기 이후 2분기 연속 매출 하락

* 전년동분기대비 매출증감률 : ('12.1q) △0.2, (12.2q) △1.4, (12.3q) △2.9, (12.4q) 2.6, ('13.1q) 0.0, (13.2q) 1.0, (13.3q) 2.4, ('13.4q) 1.0, ('14.1q) 1.1, ('14.2q) △1.6, ('14.3q) 1.5, ('14.4q) △3.3 ('15.1q) △5.9

○ **(전월대비)** 식품 매출은 크게 감소하였으나, 신학기 등으로 인한 의류, 잡화 판매 증가로 전체 매출은 증가

□ **편의점 전년동월대비 23.1% 상승, 전월대비 31.0% 상승**

○ **(전년동월대비)** 점포 증가 및 담배값 인상 효과 등으로 큰 폭의 매출 상승

○ **(전월대비)** 담배값 인상 효과, 식품의 판매 증가로 큰 폭의 매출 상승

□ **SSM 전년동월대비 4.7% 하락, 전월대비 4.5% 상승**

○ **(전년동월대비)** 전년대비 휴일 영업일수 감소(△1일, 8일→7일), 식품 품목(라면, 통조림, 과일 등)의 판매부진으로 매출 하락

○ **(전월대비)** 음식 저장용기, 소고기 등의 판매증가로 매출 상승

2. 주요 상품군별 동향

□ 대형마트 주요 상품군별 동향

('14.3월대비) 스포츠(△12.7%), 의류(△10.6%), 잡화(△9.2%), 가전문화(△8.3%), 가정생활(△5.8%), 식품(△5.1%) 등 전 품목 매출 하락

○ **(스포츠)** 등산용 아웃도어 상품의 수요 감소로 매출 하락

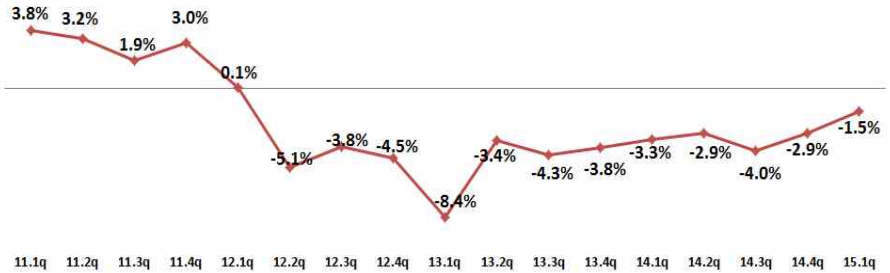
○ **(의류)** 전년대비 낮은 기온으로 봄·여름 간절기 상품의 판매 감소, 의류 판촉행사 감소 등으로 매출 하락

○ **(잡화)** 스타킹, 여성화, 아동화 판매 감소 등으로 매출 하락

○ **(식품)** 오렌지, 사과 등 과일 가격상승에 따른 소비 감소, 유제품군 상품(우유, 요구르트, 치즈 등)의 판매 감소 등으로 매출 하락

(분기대비) 전년동분기대비 1.5% 매출 하락
* '12년 2분기 이후 매출이 지속 하락하고 있으나, 감소세 둔화

○ 전년동분기 대비 매출증감률(그래프)



('15.2월대비) 스포츠(16.3%) 매출 상승, 식품(△24.0%), 가정생활(△16.2%), 잡화(△12.7%), 가전문화(△4.6%) 매출 하락

[상품군별 매출 증가율]

구분 (단위: %)	비 식품부문						식품	총 계
	가전문화	의류	가정생활	스포츠	잡화	소계		
전년동월	△8.3	△10.6	△5.8	△12.7	△9.2	△8.0	△5.1	△6.5
동년전월	△4.6	△4.2	△16.2	16.3	△12.7	△9.7	△24.0	△18.0

□ 백화점 주요 상품군별 동향

('14.3월대비) 남성의류(△8.8%), 아동스포츠(△8.6%), 여성캐주얼(△8.2%), 잡화(△6.6%), 해외유명브랜드(△4.8%) 등 전 품목 매출 하락

○ **(의류/잡화)** 트렌치코트 등 봄·여름 간절기 의류 및 구두, 핸드백, 머플러 등 전반적인 의류/잡화 상품의 판매 저조로 매출 하락

- 온라인쇼핑, 아울렛 등의 경쟁 업태 시장 확대도 백화점 의류, 잡화 매출 감소의 주요 요인으로 보임

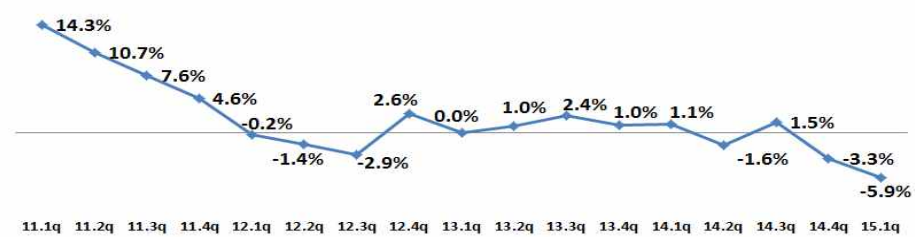
* 의류(여성정장·캐주얼·남성의류) 전년동월대비 매출증감률 :
('14.10)△3.2 (11)△8.9 (12)△3.6 ('15.1)△6.7 ('15.2)△6.3 ('15.3)△7.1

* 잡화 전년동월대비 매출증감률 :
('14.10)△3.5 (11)△6.3 (12)△2.5 ('15.1)△8.1 ('15.2)△0.6 ('15.3)△6.6

○ **(아동스포츠)** 등산용 아웃도어 상품의 수요 감소로 매출 하락

(분기대비) 전년동분기대비 5.9% 매출 하락
* 13년 이후 0~2%대 저성장을 유지하였으나, 14.4분기부터 2분기 연속 매출 하락

○ 전년동분기 대비 매출증감률(그래프)



('15.2월대비) 식품(△34.0%)을 제외한 여성정장(21.9%), 여성캐주얼(19.6%), 아동스포츠(13.4%), 남성의류(11.0%) 등 주요 품목 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	△6.6	△4.6	△8.2	△8.8	△8.6	△4.8	△4.8	△6.7	△1.4	△5.7
동년전월	9.1	21.9	19.6	11.0	13.4	5.7	0.6	11.4	△34.0	4.8

□ 편의점 주요 상품군별 동향

('14.3월대비) 담배 등 기타(46.4%), 즉석·신선식품(13.2%), 가공식품(10.2%), 생활용품(8.5%) 매출 상승, 잡화(△21.6%) 매출 하락

○ **(담배 등 기타)** 담배값 인상 효과에 따른 매출 상승

○ **(즉석·신선식품)** 김밥, 샌드위치, 도시락 수요 증가 등으로 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	8.5	△21.6	46.4	38.8	10.2	13.2	10.5	23.1
동년전월	10.8	△41.6	58.8	46.1	18.5	20.5	18.7	31.0

※ (전년동월대비) 점포 증가율 : 6.4% 상승, 점포당 매출액 : 15.7% 상승

증가율 (단위 :%)	'14년									15년		
	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월
점포 증가율	1.4	1.8	2.7	3.1	3.5	3.9	4.2	4.4	5.0	5.4	5.9	6.4
점포당 매출액	7.9	5.0	3.5	5.0	0.2	4.4	1.9	4.5	16.4	△1.1	4.1	15.7

□ SSM 주요 상품군별 동향

('14.3월대비) 가공조리식품(△6.1%), 일상용품(△4.6%), 생활잡화(△4.4%), 농수축산(△4.3%), 신선제품(△3.3%) 등 전 품목 매출 하락

○ **(가공조리)** 라면, 참치 통조림, 씨리얼 수요 감소 등으로 매출 하락

○ **(일상용품)** 유아용품(기저귀, 분유 등) 판매 감소로 매출 하락

○ **(농수축산)** 소고기, 오징어 등의 판매는 증가되었으나, 바나나, 사과 등 과일 판매 감소로 매출 하락

[상품군별 매출 증가율]

구분 (단위: %)	비식품			식품부문				총 계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선제품	가공,조리식품	소계	
전년동월	△4.6	△4.4	△4.6	△4.3	△3.3	△6.1	△4.7	△4.7
동년전월	11.8	12.7	12.1	4.6	12.2	△2.7	3.4	4.5

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
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

○ 상품군별 전년동월대비 매출 증가율 추이(단위 : %)

구분	비 식품부문						식품	총 계
	가전·문화	의류	가정·생활	스포츠	잡화	소계		
'14.4월	3.1	△3.9	△5.7	△0.8	△5.9	△2.9	△5.3	△4.1
5월	13.4	△8.6	△1.1	△1.3	△6.6	0.5	2.3	1.2
6월	0.5	△14.7	△7.8	△10.9	△13.3	△7.6	△4.5	△5.9
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**

* 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
'15.3월	**12.3**	**5.2**	**19.1**	**3.2**	**6.0**	**45.7**	**54.3**	**100.0**

* 자료 : 각 대형마트(신규점 제외)

○ 구매건수 및 구매단가 증가율 추이

증가율 (단위 :%)	'14년									15년		
	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	**3월**
구매건수	△5.0	△1.2	△6.4	△4.1	△4.0	△3.6	△1.2	△1.7	△1.9	△6.4	4.9	**△2.5**
구매단가	0.9	2.4	0.2	△0.5	7.5	△6.7	0.3	△2.0	△1.9	△12.6	18.6	**△4.1**

* '15.3월 1인당 구매단가 : 40,024원 (전년동월 41,728원)

□ 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
△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	△5.9

○ 상품군별 전년동월대비 매출 증감율 추이(단위 : %)

구분	비식품부문								식품	총 계
	잡 화	여성 정장	여성 캐주얼	남성 의류	아동 스포츠	가정 용품	해외유명 브랜드	소계		
'14.4월	△3.9	△4.1	△5.2	△0.4	5.1	△0.8	0.9	△1.3	△0.8	△1.4
5월	△1.9	0.8	△2.5	△3.8	△2.3	9.6	7.5	0.3	4.6	0.8
6월	△5.8	△3.6	△6.7	△12.4	△4.9	△1.3	△1.6	△5.1	△0.2	△4.6
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**

* 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
'15.3월	**20.4**	**11.0**	**13.2**	**6.8**	**14.5**	**8.9**	**11.6**	**86.5**	**13.5**	**100.0**

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

○ 구매건수 및 구매단가 증가율 추이

증가율 (단위 :%)	14년									15년		
	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	**3월**
구매건수	△1.0	0.4	△5.2	△2.3	△1.0	△3.2	△1.1	△4.4	0.4	△4.5	0.5	**△5.4**
구매단가	△0.4	0.4	0.7	4.4	11.7	△3.2	△1.1	△2.3	△1.3	△6.5	6.0	**△0.4**

* '15.3월 1인당 구매단가 : 77,527원 (전년동월 77,821원)

□ 편의점

○ 분기별 매출증감률 추이(단위 : %)

2013년			2014년				연간	2015년
2q	3q	4q	1q	2q	3q	4q		1q
9.0	9.9	10.0	6.8	7.5	6.8	12.3	8.3	12.2

○ 전년동월대비 매출 증가율(단위 : %)

구분 (단위 :%)	14년									15년		
	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	**3월**
매출증가율	9.4	6.9	6.3	8.2	3.8	8.4	6.1	9.1	22.3	4.2	10.2	23.1

○ 상품군별 전년동월대비 매출 증가율 추이(단위 : %)

구분	비 식품부문				식품			총 계
	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석 (신선일부)	소계	
'14.4월	9.2	△3.1	6.1	5.6	13.4	7.1	12.6	9.4
5월	4.5	△4.9	3.9	3.2	10.9	2.8	9.9	6.9
6월	12.7	△0.2	4.3	4.6	8.6	1.1	7.7	6.3
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**

○ 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
15.3월	**4.8**	**2.3**	**37.3**	**44.5**	**49.1**	**5.9**	**55.5**	100.0

○ 구매건수 및 구매단가 증가율 추이

증가율 (단위 :%)	14년									15년		
	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	**3월**
구매건수	7.2	4.3	2.8	6.2	△1.6	3.7	2.7	6.0	17.6	△1.7	0.0	**4.9**
구매단가	1.8	2.3	3.3	1.8	5.4	4.4	3.3	2.8	4.0	5.7	10.3	**17.4**

* '15.3월 1인당 구매단가 : 4,788원 (전년동월 4,080원)

○ 점포당 매출액

증가율 (단위 :%)	'14년									15년		
	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월
점포당 매출액	7.9	5.0	3.5	5.0	0.2	4.4	1.9	4.5	16.4	△1.1	4.1	15.7

□ SSM(준대규모점포)

○ 분기별 매출증감률 추이(단위 :%)

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

○ 전년동월대비 매출 증가율(단위 : %)

구분	14년									15년		
	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	**3월**
매출증가율	△3.2	△0.2	△4.2	△3.1	△3.7	△4.0	△3.1	△4.1	△1.8	△10.5	9.4	**△4.7**

○ 상품군별 전년동월대비 매출 증가율 추이(단위 : %)

구분	비식품			식품부문				총 계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선제품	가공,조리식품	소계	
'14.4월	△1.0	△6.3	△2.7	△4.0	0.2	△4.2	△3.2	△3.2
5월	0.0	△4.5	△1.5	△0.2	3.8	△2.0	0.1	△0.2
6월	△4.5	△10.1	△6.4	△3.9	△2.5	△4.7	△3.9	△4.2
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**

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비식품			식품부문				총 계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선제품	가공,조리식품	소계	
'14년	9.3	4.5	13.7	38.2	18.8	29.3	86.3	100.0
'15.3월	**9.2**	**4.5**	**13.7**	**39.5**	**21.2**	**25.7**	**86.3**	**100.0**

○ 구매건수 및 구매단가 증가율 추이(단위 : %)

증가율 (단위 :%)	'14년									'15년		
	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	**3월**
구매건수	△0.9	△0.3	△4.6	△1.7	△6.4	△2.5	△3.5	△2.4	△0.7	△3.8	△2.6	**△4.7**
구매단가	△2.2	0.2	0.4	△1.5	2.8	△1.6	0.4	△1.7	△1.1	△7.0	12.4	**0.0**

* '15.3월 1인당 구매단가 : 14,345원 (전년동월 14,341원)