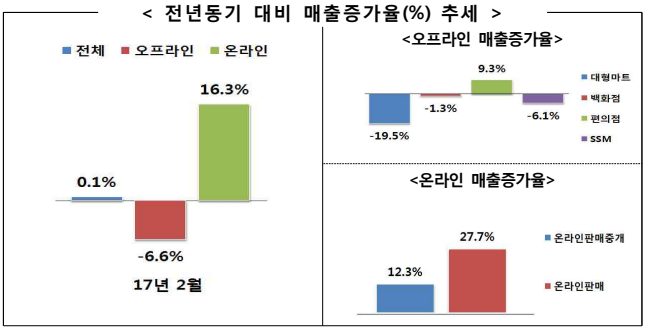
산업통상자원부 **보 도 자 료** 희망 대한민국 http://www.motie.go.kr

2017년 3월 31일(금) 조간부터 보도하여 주시기 바랍니다.
(인터넷, 방송, 통신은 3.30(목) 오전 11시 이후 보도 가능)

배포일시	'17.3.30(목)	담당부서	유통물류과
담당과장	정종영 과장(044-203-4380)	담 당 자	허유석 사무관(044-203-4388)

2월 주요 유통업체 매출 전년동기대비 0.1% 증가
- 오프라인 유통업체 6.6% 감소, 온라인 유통업체 16.3% 증가 -

< 전년동기 대비 매출증가율(%) 추세 >



< 매출 동향 조사 대상 >

□ **오프라인 유통업체**(13사)
- **백화점**(3사): 롯데백화점, 현대백화점, 신세계백화점
- **대형마트**(3사): 이마트, 홈플러스, 롯데마트
- **편의점**(3사): 씨유(CU), 지에스(GS)25, 세븐일레븐&바이더웨이
- **SSM**(4사) : 이마트에브리데이, 롯데슈퍼, 지에스(GS), 홈플러스익스프레스

□ **온라인 유통업체**(13사)
- **온라인판매중개**(4사) : 이베이코리아(G마켓, 옥션), 11번가, 인터파크, 쿠팡
- **온라인판매**(9사) : 이마트, 신세계, 에이케이(AK)몰, 홈플러스, 갤러리아몰, 롯데닷컴, 롯데마트몰, 위메프, 티몬

※ '17.2월부터 온라인 유통업체의 분류체계를 온라인판매중개(기존 오픈마켓4사)와 온라인판매(기존 종합유통몰 7사+소셜커머스 2사)로 변경

1. 전체 매출 동향

□ **2017년 2월 주요 유통업체 매출**은 오프라인 부문의 감소(△6.6%)에도 불구, 온라인 부문이 큰 폭으로 성장(16.3%)하며 전체 매출이 0.1% 증가

<'16년~'17년 월별 전년동기 대비 유통업체 매출 증가율(단위: %)>

구 분	'16년											'17년	
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	**2월**
전 체	8.2	7.6	9.0	6.0	9.2	10.8	9.1	6.8	8.4	6.5	6.2	8.3	**0.1**
오프라인	1.6	2.5	5.9	△0.4	7.7	6.4	4.6	3.3	6.3	0.3	3.9	9.3	**△6.6**
온라인	26.5	19.3	16.5	23.4	12.3	20.3	20.2	16.2	13.6	20.2	11.0	6.0	**16.3**

○ **(오프라인 매출) 편의점의 매출 상승**에도 불구하고, **설 명절이 1월**('16년은 2월)이라는 점과 **윤년효과***에 따른 **영업일수 축소로 전체 매출이 하락**

* '16년은 윤년으로 '17.2월의 영업일은 전년동월 대비 하루 축소됨('16.2월 : 27일 → '17.2월 26일)

○ **(온라인 매출)** 개학·이사 등 **계절특수성**에 따른 **다양한 마케팅**을 통해 온라인 부문은 **매출 성장세**를 **유지**

□ **(상품군별 매출) 설 명절 시기 차이**에 따른 **선물수요 감소효과**가 반영되어 **식품군의 매출**(△7.0%)이 지난해에 비해 감소하였고, **나머지 상품군**은 **매출**이 **증가**

<'17년 2월 전년동기 대비 상품군별 매출 증가율(단위: %)>

구 분	가전/문화	패션/잡화	아동/스포츠	식품	생활/가정	서비스/기타	유명브랜드
전 체	6.0	1.9	0.5	△7.0	3.7	5.2	9.4

□ **(구매고객 및 구매단가)** 대형마트와 기업형 슈퍼마켓(SSM)은 구매고객이 감소했으나 **편의점과 백화점**을 중심으로 **오프라인 부문**의 전체 **구매고객**이 **증가**했으며, **구매단가**는 큰 폭으로 감소

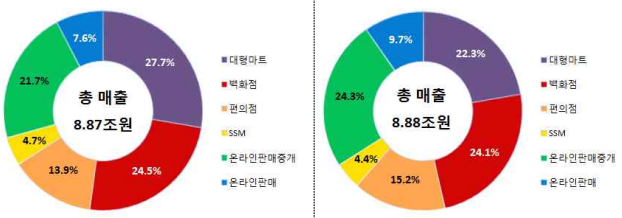
<'17년 2월 오프라인 부문 전년동기 대비 구매고객·단가 증가율(단위: %)>

구 분	전 체	대 형 마 트	백 화 점	편 의 점	S S M
구매고객	4.6	△8.6	2.4	8.9	△3.6
구매단가	△10.8	△11.9	△3.6	0.4	△2.7

* 온라인은 구매건수를 집계하지 않고 있어 통계자료에 미포함

□ **업태별 매출비중**은 매출이 성장한 **편의점과 온라인 유통업체의 비중**이 **확대**한 가운데, **대형마트·백화점·**기업형 슈퍼마켓(SSM)은 소폭 **축소**

< '16년·'17년 2월 업태별 매출구성비(%) >



<'16년 2월 업태별 매출구성비> <'17년 2월 업태별 매출구성비>

2. 유통업체별 매출 동향

오프라인 유통업체

□ **편의점(9.3%)** 매출은 **증가**한 반면, **백화점(△1.3%), 기업형 슈퍼마켓(SSM)(△6.1%), 대형마트(△19.5%)는 매출이 감소**

- **(편의점) 간편식에 대한 수요 증대**와 **수입맥주 판촉으로 식품군(16.1%)**의 **매출이 성장**하고, **점포수가 증가(13.3%)**함에 따라 **전체 매출이 9.3% 증가**
- **(백화점)** 고객 초대회 등 **다양한 행사**를 통해 **여성정장(10.3%) 및 가정용품부문(9.6%)**의 매출이 증가하였으나, **설 명절 시기 차이**로 인해 **식품군**(△18.5%)의 매출이 감소하며 **전체 매출**은 1.3% 감소
- **(기업형 슈퍼마켓(SSM)) 작황 부진** 및 **조류독감**에 따른 **농축산물** 매출 하락(△9.6%) 및 **설 명절 시기 차이**로 인해 **선물세트(가공식품, 일상용품) 수요**가 **감소**하며 **2월 매출**이 전년동기 대비 6.1% 감소
- **(대형마트) 윤년의 영향으로** 전년대비 **영업일수가 축소**되고, **구매고객(△8.6%)**과 **구매단가가 감소(△11.9%)**하며 2월 **전체 매출**이 19.5% 감소

온라인 유통업체

□ **온라인판매부문(27.7%)**과 **온라인판매중개부문(12.3%)** 모두 **견조한 성장 기조를 유지**

- **(온라인판매) 식품 배송 특화 서비스** 등으로 매출이 증가한 **식품군(21.3%)**과 **백화점브랜드 단독상품기획전**으로 매출이 증가한 **패션/의류부문(31.1%)**을 중심으로 **전체 매출이 27.7% 증가**
- **(온라인판매중개) 봄 이사철과 신학기** 등 **시기적 특수성**에 따라 **생활/가구(22.1%)**와 **가전/전자부문(13.9%)** 매출이 큰 폭으로 상승하면서 **전체 매출이 12.3% 증가**

* 업체가 재화등의 거래과정에 당사자로 참여하는 온라인판매(기존 종합유통몰 7사+소셜커머스 2사)와 업체가 거래당사자간 중개 역할을 수행하는 온라인판매중개(기존 오픈마켓 4사)로 분류 변경

** 분류체계 변경을 감안하여 온라인 유통업체의 매출은 '16.2월과 '17.2월 모두 새로운 분류체계 하에 재분류하여 비교

< 유의사항 >

◈ 오프라인 유통업체 매출 동향은 소비동향 파악을 목적으로 매월 경상 매출액을 기준으로 조사·분석한 것임

◈ 주요 온라인 유통업체 거래액 동향은 온라인판매(9사), 온라인판매중개(4사)의 거래액을 기준으로 조사·분석 했으며, 시범조사 결과를 발표한 것으로, 향후 통계청의 정식 승인을 받아 조사·발표할 예정임

◈ 통계청의 서비스업동향 및 온라인쇼핑동향과는 지표의 포괄범위, 표본 등이 서로 달라 양 기관 자료간 증감 크기나 방향 등이 상이할 수 있음

OPEN 공공누리 공공저작물 자유이용허락

이 보도자료와 관련하여 보다 자세한 내용이나 취재를 원하시면 산업통상자원부 유통물류과 허유석 사무관(☎ 044-203-4388)에게 연락주시기 바랍니다.

붙임 **조사대상 유통업체별 매출 추이**

□ 대형마트

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이(단위 : %)

2014년				연간	2015년				연간	2016년				연간
1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q	
△3.3	△2.9	△4.0	△3.2	△3.4	△1.5	△3.2	△0.7	△3.2	△2.1	△0.8	△1.5	△1.0	△2.3	△1.4

○ 전년동기 대비 상품군별 매출증감률 추이(단위 : %)

구분	비 식품품목						식품	총 계
	가전·문화	의류	가정·생활	스포츠	잡화	소계		
'16. 3월	△4.7	1.8	△9.9	△9.0	△4.4	△6.4	△3.3	△4.6
4월	3.1	8.5	△1.5	0.5	0.4	1.3	1.8	1.7
5월	△6.4	△7.3	△9.3	△16.4	△8.3	△8.7	△7.3	△6.3
6월	6.8	10.7	△6.2	8.7	10.3	2.5	△0.6	0.9
7월	9.4	1.0	△2.6	△4.5	1.2	1.6	2.5	2.1
8월	△0.2	△4.4	△8.6	△14.8	△3.2	△5.4	2.0	△1.3
9월	0.8	△7.7	△7.3	△11.3	△3.6	△4.9	△2.6	△3.5
10월	△3.4	△6.2	△5.5	△17.6	△4.0	△5.7	7.1	0.9
11월	△14.4	△9.5	△11.3	△16.3	△9.0	△11.9	△0.5	△6.1
12월	△10.9	△7.5	△6.2	△16.2	△7.8	△8.7	△4.7	△1.9
'17. 1월	4.7	△2.5	2.5	△10.5	4.6	1.7	18.5	11.3
2월	**△14.2**	**△17.9**	**△19.5**	**△21.1**	**△21.9**	**△18.2**	**△20.5**	**△19.5**

○ 상품군별 매출 비중(단위 : %)

구분	비 식품품목						식품	총 계
	가전·문화	의류	가정·생활	스포츠	잡화	소계		
'14년	12.0	5.9	18.2	3.5	5.3	45.0	55.0	100.0
'15년	12.0	5.5	18.1	3.3	6.1	45.0	55.0	100.0
'16년	12.7	4.8	16.7	2.9	6.6	43.7	56.3	100.0
'17년 1월	8.8	6.0	15.9	1.8	5.6	38.1	61.9	100.0
'17년 2월	**13.9**	**3.9**	**17.2**	**2.1**	**6.2**	**43.4**	**56.6**	**100.0**

○ 구매건수 및 구매단가 증감률 추이

증가율 (단위 :%)	'16년										'17년	
	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
구매건수	△3.1	△1.2	△6.4	2.8	0.8	△1.1	△1.0	0.2	△4.3	△3.4	2.7	**△8.6**
구매단가	△1.6	3.0	0.1	△1.8	1.3	△0.2	△2.5	0.6	△1.9	1.6	8.4	**△11.9**

* '17.2월 1인당 구매단가 : 40,354원 (전년동월 45,790원)

□ 백화점

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이(단위 : %)

2014년				연간	2015년				연간	2016년				연간
1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q	
1.1	△1.6	1.5	△3.3	△0.7	△3.9	△2.1	△1.0	1.8	△1.2	2.4	3.8	5.1	2.3	3.3

○ 전년동기 대비 상품군별 매출증감률 추이(단위 : %)

구분 (단위 :%)	비식품품목								식품	총 계
	잡 화	여성 정장	여성 캐주얼	남성 의류	아동 스포츠	가정 용품	해외유명 브랜드	소계		
'16. 3월	△0.4	1.1	△2.3	△4.1	△4.2	△3.4	7.3	△0.6	3.1	0.3
4월	1.8	3.0	4.8	6.0	2.9	3.9	8.6	4.1	4.5	4.3
5월	△4.4	△3.8	△5.9	△5.9	△7.8	2.3	1.3	△3.6	0.6	△2.7
6월	11.8	12.1	14.7	5.4	8.5	5.6	20.4	11.7	12.1	11.8
7월	4.3	1.1	7.6	3.7	2.3	11.9	13.3	6.4	9.6	7.0
8월	1.2	0.7	2.8	△5.0	0.3	4.8	5.3	2.1	14.5	4.1
9월	4.0	15.5	△0.9	△2.5	3.4	12.6	9.6	5.8	△2.3	4.1
10월	0.7	2.7	4.4	4.6	0.5	15.6	13.1	5.3	13.5	6.0
11월	△3.8	△2.9	△2.7	△9.9	4.1	△19.0	2.7	△3.5	1.0	△2.8
12월	0.6	2.7	△0.8	0.9	0.4	4.8	9.3	2.4	7.7	3.3
'17. 1월	0.3	△3.4	1.6	△2.6	1.8	1.3	7.7	1.3	17.6	4.6
2월	**△4.9**	**10.3**	**△1.0**	**△3.5**	**△1.4**	**9.6**	**9.4**	**2.1**	**△18.5**	**△1.3**

* 자료 : 해외유명브랜드는 각사 분류 기준

○ 상품군별 매출 비중(단위 : %)

구분 (단위 :%)	비식품품목								식품	총 계
	잡 화	여성 정장	여성 캐주얼	남성 의류	아동 스포츠	가정 용품	해외유명 브랜드	소계		
'14년	19.6	10.1	12.8	7.3	14.4	9.3	12.2	85.7	14.3	100.0
'15년	19.4	10.1	12.5	7.0	13.8	9.9	12.5	85.3	14.7	100.0
'16년	18.8	9.6	12.5	6.9	13.9	10.1	13.5	85.3	14.7	100.0
'17년 1월	14.8	9.9	12.1	8.0	14.0	8.6	13.7	81.1	18.9	100.0
'17년 2월	**16.4**	**10.2**	**12.1**	**6.4**	**15.0**	**10.3**	**15.7**	**86.1**	**13.9**	**100.0**

* 자료 : 해외유명브랜드 등은 각사 분류 기준

○ 구매건수 및 구매단가 증감률 추이

증가율 (단위 :%)	'16년										'17년	
	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
구매건수	5.4	4.1	△3.5	14.2	7.2	5.5	6.2	7.3	1.1	5.5	4.7	**2.4**
구매단가	△4.9	0.2	0.8	△2.0	△0.2	△1.3	△2.0	△1.2	△3.9	△2.2	△0.1	**△3.6**

* '17.2월 1인당 구매단가 : 72,085원 (전년동월 74,773원)

□ 편의점

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이(단위 : %)

2014년				연간	2015년				연간	2016년				연간
1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q	
6.8	7.5	6.8	12.3	8.3	12.9	29.6	37.0	29.2	26.5	27.2	16.9	15.8	15.1	18.2

○ 전년동기 대비 상품군별 매출증감률 추이(단위 : %)

구분	비 식품품목				식품			총 계
	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석 (신선일부)	소계	
'16. 3월	11.2	△2.6	22.3	20.7	16.3	43.9	19.6	20.1
4월	12.3	△0.7	16.2	15.4	17.7	43.2	20.8	18.1
5월	15.1	0.2	13.3	13.1	12.8	45.0	16.5	14.8
6월	14.7	10.3	11.7	11.9	20.9	47.7	24.1	18.0
7월	20.6	1.9	8.4	9.2	18.3	45.6	21.6	15.4
8월	14.2	9.7	8.6	9.1	19.0	50.6	22.8	16.1
9월	15.8	6.1	8.4	9.0	19.0	48.5	22.6	15.9
10월	16.0	10.5	9.1	9.7	17.6	47.4	21.3	15.5
11월	7.6	3.1	7.8	7.7	19.3	51.3	23.3	15.3
12월	17.2	6.9	6.4	7.2	19.2	43.3	22.4	14.5
'17. 1월	19.7	12.0	7.0	8.1	21.3	35.1	23.2	15.5
2월	**2.9**	**△7.9**	**3.1**	**2.7**	**14.6**	**25.8**	**16.1**	**9.3**

○ 상품군별 매출 비중(단위 : %)

구분	비 식품품목				식품			총 계
	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석 (신선일부)	소계	
'15년	4.2	1.5	43.9	49.6	44.3	6.1	50.4	100.0
'16년	4.0	1.2	43.2	48.4	44.0	7.6	51.6	100.0
'17년 1월	4.2	1.4	42.6	48.1	44.0	7.9	51.9	100.0
'17년 2월	**4.0**	**1.5**	**42.4**	**47.9**	**44.2**	**7.8**	**52.1**	**100.0**

○ 구매건수 및 구매단가 증감률 추이

증감율 (단위 :%)	'16년										'17년	
	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
구매건수	12.4	12.4	9.7	13.8	11.5	13.3	11.5	11.1	13.1	11.2	10.6	**8.9**
구매단가	6.9	5.1	4.7	3.7	3.5	2.5	3.9	3.9	2.0	2.9	4.4	**0.4**

* '17.2월 1인당 구매단가 : 5,330원 (전년동월 5,310원)

○ 점포당 매출액 증감율 추이 및 점포수 현황

증가율 (단위 :%)	'16년										'17년	
	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
점포 증가율	12.5	12.7	13.0	13.3	13.3	13.0	13.1	13.0	13.2	12.9	13.1	**13.3**
점포당 매출액	6.8	4.8	1.6	4.1	1.8	2.7	2.5	2.2	1.9	1.4	2.1	**△3.5**

□ 준대규모점포(SSM)

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이

2014년				연간	2015년				연간	2016년				연간
1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q	
△3.9	△2.5	△3.6	△3.0	△3.3	△2.7	0.4	0.2	△3.5	△1.3	0.9	△5.0	△2.0	3.8	△0.8

○ 전년동기 대비 상품군별 매출증감률 추이

구분 (단위 :%)	비식품			식품품목				총 계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선·조리식품	가공식품	소계	
'16. 3월	△4.6	△2.1	△3.8	1.3	2.0	0.8	1.3	0.6
4월	△4.5	△3.9	△4.4	△1.8	△0.7	△0.1	△1.0	△1.6
5월	△8.4	△3.7	△6.9	△5.3	△4.7	△5.6	△5.2	△5.4
6월	△11.3	△3.3	△8.6	△10.3	△5.2	△6.0	△7.7	△7.8
7월	△10.4	△2.1	△7.6	△2.6	0.2	△3.0	△1.9	△2.7
8월	△10.5	△2.5	△8.0	△2.9	4.3	2.0	0.5	△0.6
9월	△13.6	△4.3	△10.7	△2.7	2.5	△2.8	△1.4	△2.7
10월	△9.0	△3.8	△7.2	9.7	6.3	2.2	6.5	4.5
11월	△8.7	△3.6	△6.9	4.3	6.0	1.4	3.9	2.3
12월	△8.4	△2.6	△6.4	7.5	7.4	3.8	6.3	4.6
'17. 1월	△5.1	△0.2	△3.5	7.0	3.6	7.4	6.3	5.1
2월	**△15.3**	**△9.5**	**△13.4**	**△9.6**	**4.9**	**△6.0**	**△5.1**	**△6.1**

○ 상품군별 매출 비중

구분 (단위 :%)	비식품			식품품목				총 계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선식품	가공·조리식품	소계	
'15년	8.7	4.4	13.1	38.4	22.3	26.2	86.9	100.0
'16년	8.7	4.3	13.0	38.2	23.0	25.8	87.0	100.0
'17년 1월	7.3	3.6	10.9	40.4	21.2	27.5	89.1	100.0
'17년 2월	**7.5**	**3.8**	**11.3**	**38.9**	**22.8**	**27.0**	**88.7**	**100.0**

○ 구매건수 및 구매단가 증감률 추이

증가율 (단위 :%)	'16년										'17년	
	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
구매건수	△1.3	△2.6	△11.3	△5.3	△4.2	△1.3	△2.4	1.1	0.2	0.3	△1.5	**△3.6**
구매단가	1.9	1.0	6.6	△2.6	1.6	0.8	△0.2	3.4	2.1	4.2	6.7	**△2.7**

* '17.2월 1인당 구매단가 : 14,949원 (전년동월 15,358원)

□ 온라인판매증개

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이

구분 (단위 :%)	'16년 증가율										'17년	
	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	**2월**
매출증감률	18.7	16.8	26.9	17.7	26.8	23.0	20.5	15.8	24.4	11.6	5.3	**12.3**

○ 품목별 전년 동월 대비 거래액 증가율

구분 (단위:%)	가전/ 전자	도서/ 문구	패션/ 의류	스포츠	화장품	아동/ 유아	식품	생활/ 가구	서비스/ 기타	총 계
'16.3월	17.6	4.6	11.8	19.2	30.6	12.3	31.5	26.8	14.0	18.7
4월	18.0	5.4	12.6	18.5	31.4	3.4	26.2	24.2	10.8	16.8
5월	25.2	23.0	19.3	26.1	40.9	16.5	39.3	33.5	25.2	26.9
6월	17.3	29.5	13.0	10.9	22.6	2.0	17.7	11.0	37.5	17.7
7월	19.1	1.5	3.3	9.0	25.7	△1.3	25.7	19.7	84.3	26.8
8월	22.8	13.0	21.1	29.4	39.6	9.3	48.9	25.9	11.7	23.0
9월	18.2	11.3	37.5	24.9	31.8	1.2	25.6	21.8	13.3	20.5
10월	9.8	7.2	48.2	6.6	19.2	△2.8	29.7	15.4	5.1	15.8
11월	16.7	1.7	52.6	13.5	37.2	14.5	36.2	18.9	18.3	24.4
12월	11.5	7.8	9.9	3.4	18.6	0.1	27.0	12.9	10.4	11.6
'17.1월	3.0	△3.1	2.7	△7.7	△0.3	△7.6	20.3	4.3	13.6	5.3
2월	**13.9**	**16.1**	**18.8**	**15.9**	**10.9**	**△8.8**	**16.6**	**22.1**	**△1.9**	**12.3**

○ 품목별 거래 비중

구분 (단위:%)	가전/ 전자	도서/ 문구	패션/ 의류	스포츠	화장품	아동/ 유아	식품	생활/ 가구	서비스/ 기타	총 계
'16.3월	27.7	3.4	12.2	4.7	4.0	6.4	9.5	18.0	14.2	100.0
4월	25.5	2.8	13.1	5.6	4.0	6.8	9.5	17.5	15.1	100.0
5월	25.1	2.5	13.2	6.0	4.1	6.3	9.4	17.2	16.3	100.0
6월	26.3	3.1	12.7	5.7	3.7	5.8	9.1	16.5	16.9	100.0
7월	25.5	2.4	10.2	5.4	3.2	5.1	8.0	14.8	25.3	100.0
8월	27.2	2.6	10.2	5.2	3.9	5.7	10.3	17.2	17.7	100.0
9월	24.2	2.6	13.5	5.0	3.9	6.0	12.0	17.3	15.6	100.0
10월	24.6	2.5	16.3	4.8	3.7	5.8	9.6	17.6	15.1	100.0
11월	25.5	2.4	18.3	4.3	4.0	5.3	9.2	16.7	14.3	100.0
12월	26.2	3.2	13.6	3.9	3.7	6.7	9.2	17.1	16.4	100.0
'17.1월	26.4	3.0	11.1	3.4	3.9	5.3	12.6	17.9	16.5	100.0
2월	**29.1**	**3.3**	**11.6**	**3.9**	**4.0**	**5.2**	**10.2**	**19.2**	**13.5**	**100.0**

□ 온라인판매

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이

구분 (단위 :%)	'16년 증감률										'17년	
	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	**2월**
매출증감률	20.9	15.6	14.3	△1.6	3.1	13.1	5.1	7.7	9.2	9.5	7.6	**27.7**

○ 품목별 전년동기 대비 거래액 증감률

구분 (단위:%)	가전/ 전자	도서/ 문구	패션/ 의류	스포츠	화장품	아동/ 유아	식품	생활/ 가구	서비스/ 기타	총 계
'16.3월	31.2	20.4	26.5	19.7	18.2	4.5	21.6	15.2	24.8	20.9
4월	31.3	2.4	6.4	61.0	22.6	0.1	13.3	11.4	26.2	15.6
5월	14.8	16.0	5.3	68.0	18.0	7.1	11.0	14.3	23.7	14.3
6월	△1.7	△26.2	1.0	△2.0	3.9	△17.5	△13.9	△2.5	34.0	△1.6
7월	7.2	△27.0	9.5	14.5	△3.0	△11.2	△1.0	11.7	△1.1	3.1
8월	16.6	△16.5	17.4	17.4	2.6	△2.6	17.8	19.4	6.5	13.1
9월	17.6	△22.1	1.4	27.2	1.5	△6.3	4.5	10.1	△1.3	5.1
10월	21.0	△15.0	9.5	14.0	4.9	△10.3	6.7	10.4	3.1	7.7
11월	16.1	△31.2	10.2	23.3	6.1	1.6	11.3	13.2	△8.0	9.2
12월	0.2	△21.1	15.8	11.8	9.2	3.7	17.5	18.5	△5.4	9.5
'17.1월	1.1	△37.6	16.9	2.0	1.4	△11.9	17.2	5.4	8.2	7.6
2월	**28.2**	**△22.9**	**31.1**	**53.5**	**10.1**	**7.0**	**21.3**	**32.9**	**48.4**	**27.7**

○ 품목별 거래 비중

구분 (단위:%)	가전/ 전자	도서/ 문구	패션/ 의류	스포츠	화장품	아동/ 유아	식품	생활/ 가구	서비스/ 기타	총 계
'16.3월	12.0	1.1	20.9	4.5	6.4	8.8	20.5	15.0	10.8	100.0
4월	11.5	1.0	20.4	5.3	6.5	8.9	20.5	14.4	11.5	100.0
5월	11.3	0.9	21.2	5.7	6.2	8.9	19.8	14.1	11.9	100.0
6월	11.5	0.7	20.4	5.2	5.9	7.5	19.1	15.3	14.4	100.0
7월	13.0	0.6	17.8	5.4	5.1	6.8	19.5	14.7	17.0	100.0
8월	13.5	0.6	16.2	4.8	5.7	6.8	22.0	15.3	15.1	100.0
9월	11.4	0.6	17.7	4.8	6.0	7.1	26.3	15.8	10.3	100.0
10월	12.4	0.6	21.6	5.9	5.9	7.7	21.0	16.0	9.0	100.0
11월	12.1	0.7	23.4	6.6	5.9	7.3	20.2	15.6	8.2	100.0
12월	11.7	0.8	21.2	5.2	5.5	9.0	19.7	15.4	11.6	100.0
'17.1월	10.6	0.7	18.3	3.9	6.0	6.8	25.9	15.0	12.9	100.0
2월	**11.4**	**0.8**	**19.1**	**4.7**	**6.0**	**7.3**	**20.3**	**16.0**	**14.5**	**100.0**