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

2015년 10월 29일(목) 조간부터 보도하여 주시기 바랍니다.
(인터넷, 방송, 통신은 10월 28일(수) 오전 11시 이후 보도가능)

문의 : 산업통상자원부 산업분석과 과장 장금영(044-203-4211), 한해원 사무관(4216)
전력진흥과 과장 김성열(5260), 김태현 사무관(5264)
유통물류과 과장 전응길(4380), 장진호 주무관(4386)

'15.3분기 전력소비 및 9월 주요 유통업체 매출 동향

- **3분기 전체 전력소비량은 '13년 4분기 이후 가장 높은 증가율을 보이며, 전년동기대비 2.4% 증가**
- **9월 주요 유통업체 매출은 추석명절의 영향으로 대형마트·백화점·편의점·SSM, 4개 업종 모두 전년동월대비 증가**

1. '15.3분기 전력소비 동향

□ **3분기 전체 전력소비량은** 소비심리 회복 및 여름철 무더위* 등으로 **전년동기대비 2.4% 증가**한 1,211억 kWh를 기록하며, '13년 4분기 이후 가장 높은 증가율**을 보였다.

* 7~8월 폭염일(일최고기온 33℃ 이상일) : ('14년)5.9일 → ('15년)9.1일 (3.2일 증가)

** 전력소비량 증가율(전년동기대비, %) : ('13.4Q)2.6, ('14.1Q)0.5, (2Q)0.6, (3Q)△0.3, (4Q)1.6, ('15.1Q)2.0, (2Q)1.6, (3Q)2.4

□ **용도별**로는 **산업용이** 철강·반도체 업종의 감소세에도 불구하고, 기계장비, 재료 업종의 전력소비 증가로 **전년동기대비 1.0% 증가**했다.

< 산업용 전력소비량 및 증감률(전년동기대비) **>**

(단위: 억kWh, %)

	산업용 전체	철강	반도체	화학 제품	자동차	기계 장비	요업	석유 정제	섬유	조립 금속	펄프 종이	조선
'15.3분기	**686.3 (1.0)**	111.1 **(△5.4)**	101.0 **(△0.5)**	91.7 (1.7)	44.7 (1.1)	39.5 **(7.3)**	30.1 **(8.0)**	29.0 (△3.0)	28.6 (△2.0)	20.8 (3.2)	20.6 (0.1)	14.8 (2.0)

○ **농사용 전력소비량은** 올해 가뭄*의 영향으로 **8.5% 증가**하며, 가장 높은 증가율을 보였고, **교육용**은 **전년동기대비 5.3% 증가**했다.

* 강수량 : ('14.3분기) 641mm ('15.3분기) 346mm (전년대비 △46%)

< 용도별 전력소비량 및 증감률(전년동기대비) **>**

(단위: 억kWh, %)

	총계	산업용	일반용	주택용	농사용	교육용	가로등	심야전력
'15.3분기	1210.6 **(2.4)**	686.3 **(1.0)**	277.9 (4.2)	171.3 (4.1)	36.9 **(8.5)**	18.0 (5.3)	7.6 (4.3)	12.5 (△3.4)

2. 9월 주요 유통업체 매출 동향

□ **'15.9월** 주요 유통업체 매출은 **추석명절(9.27일)의 영향**으로 전년동월대비 **대형마트(7.0%), 백화점(2.8%), 편의점(30.8%), 기업형슈퍼마켓(2.7%)** 등 **4개 업종 모두 상승**했다.

* ('14년 추석) 9.8일 ↔ ('15년 추석) 9.27일, 전년도는 추석 특수가 8, 9월 매출에 나누어 반영

○ **상품군별로 보면**, 추석명절 관련 품목인 **식품**(대형마트 12.9%, 백화점 30.3%, 편의점 18.7%, 기업형슈퍼마켓 3.7%)**의 매출이 크게 상승**하며, 각 업종의 매출 상승을 이끌었다.

□ 한편, **'15.3분기** 매출은 전년동기대비 **대형마트(△0.7%), 백화점(△1.0%)이 하락**했고, **편의점(30.6%), 기업형슈퍼마켓(0.2%)이 상승**했다.

○ **대형마트, 백화점** 매출은 **'14.4분기 이후 지속적인 감소세**이나, 금번 분기들어 **감소폭이 개선**되며, 소비 회복세를 보였다.

* 대형마트 분기별 매출동향(%) : ('14.4Q)△2.9, ('15.1Q)△1.5, (2Q)△3.2, **(3Q)△0.7**

* 백화점 분기별 매출동향(%) : ('14.4Q)△3.3, ('15.1Q)△3.9, (2Q)△2.1, **(3Q)△1.0**

○ **기업형슈퍼마켓(SSM)** 매출은 통계 발표('13.3분기)이후 지속적으로 감소하였으나, **처음으로 2분기 연속 상승**했다.

* 기업형슈퍼마켓 분기별 매출동향(%) : ('13.3Q)△6.9, (4Q)△2.5, ('14.1Q)△3.9, (2Q)△2.5, (3Q)△3.6, (4Q)△3.0, ('15.1Q)△2.7, **(2Q) 0.4, (3Q) 0.2**

최미화 / 홍보담당관 / 2015-10-28 13:20:46

○ **편의점**은 점포수 증가, 담배값 인상에 따른 담배 판매액 증가로 전분기에 이어 매출이 크게 **상승(30.6%)**했다.

* 편의점 분기별 매출동향(%) : ('14.4Q)12.3, ('15.1Q)12.9, (2Q)29.6, **(3Q)30.6**

※ 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), 기업형 슈퍼마켓(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 김태현 사무관(☎ 044-203-5264) 유통물류과 장진호 주무관(☎ 044-203-4386)에게 연락주시기 바랍니다.

붙임1 **'15년 3분기 전력소비 · 거래 실적**

1. 용도별 전력소비 동향

□ **(총괄)** 소비심리의 회복*, 여름철 무더위** 등으로 **올해 3분기 전력소비량**은 전년동기대비 **2.4% 증가**(총 1,211억kWh 소비)

* 소비자심리지수(한은) : ('15.6월) 99 → (7월) 100 → (8월) 102 → (9월) 103
** 7~8월 폭염일(일최고기온 33℃ 이상일) : ('14년) 5.9일 → ('15년) 9.1일 (3.2일 증가)

○ 올해 2% 내외의 안정적 증가세를 보이고 있으며, 특히 3분기는 **올해 중 가장 높은 증가율**을 기록

* 전력소비량 증가율(전년동기대비, %) : ('14.4Q) 1.6 → ('15.1Q) 2.0 → (2Q) 1.6 → (3Q) 2.4

○ 1~3분기 누적소비량은 3,655억kWh로 전년 동기대비 **2.0% 상승**

* 전력소비량 증가율(전년동기대비, %): ('14.1Q~3Q) 0.3 → ('15.1Q~3Q) 2.0

□ **(용도별 특징)** **가뭄***(농수용 펌프 사용)과 **무더위**(냉방부하 증가) 등으로 인해 **농사용**(15.5% ↑)·**교육용**(5.3% ↑)의 소비증가율이 높게 나타남

* 강수량 : ('14.3Q) 641mm ('15.3Q) 346mm (전년대비 △46%)

< 용도별 전력소비량 및 증감률(전년동기대비) **>** (단위: 억kWh, %)

	총계	산업용	일반용	주택용	농사용	교육용	가로등	심야전력
'15.3분기	1210.6 **(2.4)**	686.3 (1.0)	277.9 (4.2)	171.3 (4.1)	36.9 **(8.5)**	18.0 **(5.3)**	7.6 (4.3)	12.5 (△3.4)

○ **(산업용)** 철강·반도체 업종의 감소세에도 불구, **기계장비·재료**(시멘트, 유리 등) **업종**의 전력소비 증가로 전년 동기대비 **1.0% 상승**

* 산업용 전력소비량 증가율(전년동기대비, %): ('15.1Q) 0.9 → ('15.2Q) 0.7 → ('15.3Q) 1.0

< 업종별 산업용 전력소비량 및 증감률 (전년동기대비) **>** (단위: 억kWh, %)

	산업용 전체	철강	반도체	화학제품	자동차	기계장비	요업	석유정제	섬유	조립금속	펄프종이	조선
'15.3분기	686.3 **(1.0)**	111.1 **(△5.4)**	101.0 **(△0.5)**	91.7 (1.7)	44.7 (1.1)	39.5 **(7.3)**	30.1 **(8.0)**	29.0 (△3.0)	28.6 (△2.0)	20.8 (3.2)	20.6 (0.1)	14.8 (2.0)

○ **(일반용)** 코리아그랜드세일(8~10월), 개별소비세 인하 등으로 인한 내수 회복세로 3분기 **일반용 전력 소비량은 4.2% 증가**

* 일반용 전력소비량 증가율(전년동기대비, %): ('15.1Q) 4.1 → ('15.2Q) 3.3 → ('15.3Q) 4.2

최미화 / 홍보담당관 / 2015-10-28 13:20:46

2. '15년 3/4분기 전력소비 · 거래 상세자료

□ '15년 3/4분기 용도별 전력 소비량 및 증감률

(단위 : 억kWh, %)

구 분	2014년				2015년					
	3분기		1~3분기		2분기		3분기		1~3분기	
산 업 용	679.70	(2.5)	2,035.99	(3.2)	684.38	(0.7)	**686.32**	**(1.0)**	2,054.00	(0.9)
교 육 용	17.13	(△7.5)	55.15	(△9.0)	17.09	(5.5)	**18.04**	**(5.3)**	58.31	(5.7)
주 택 용	164.64	(△6.1)	486.26	(△3.0)	155.35	(0.9)	**171.35**	**(4.1)**	497.55	(2.3)
일 반 용	266.67	(△3.2)	765.75	(△2.6)	235.31	(3.3)	**277.95**	**(4.2)**	795.56	(3.9)
농 사 용	33.98	(1.7)	107.08	(3.5)	33.74	(8.6)	**36.85**	**(8.5)**	116.63	(8.9)
가 로 등	7.26	(3.0)	23.26	(1.5)	7.62	(3.9)	**7.57**	**(4.3)**	24.19	(4.0)
심 야 전 력	12.95	(0.8)	110.31	(△13.0)	29.65	(0.7)	**12.51**	**(△3.4)**	108.93	(△1.3)
총 계	1,182.33	(△0.3)	3,583.80	(0.3)	1,163.14	(1.6)	**1,210.58**	**(2.4)**	3,655.17	(2.0)

□ 분기별 전력소비 추이(전체)

(단위 : 억kWh, %)

구 분	'13.2Q	3Q	4Q	'14.1Q	2Q	3Q	4Q	'15.1Q	2Q	3Q
판매량	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	**1,210.6**
증감률	2.1	2.3	2.6	0.5	0.6	△0.3	1.6	2.0	1.6	**2.4**

□ 분기별 전력소비 추이(용도별)

(단위 : %)

구 분	2Q	3Q	4Q	'14.1Q	2Q	3Q	4Q	'15.1Q	2Q	3Q
산업용	2.8	2.6	5.5	4.3	2.8	2.5	1.4	0.9	0.7	1.0
교육용	3.9	2.0	△4.3	△9.3	△10.0	△7.5	1.7	6.2	5.5	5.3
주택용	0.9	1.9	△1.1	△1.8	△0.9	△6.1	1.1	1.9	0.9	4.1
일반용	0.7	1.4	0.5	△3.0	△1.3	△3.2	2.4	4.1	3.3	4.2
농사용	6.5	10.4	4.6	3.3	5.8	1.7	7.8	9.5	8.6	8.5
가로등	0.5	0.4	0.1	0.9	0.6	3.0	3.6	3.8	3.8	4.3
심 야	△0.0	△7.5	△13.7	△12.3	△19.3	0.8	△5.0	△1.7	0.7	△3.4

□ 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

□ 전력시장 거래량

(단위 : 억kWh, %)

구 분	2014년		2015년		
	3/4분기	1~9월	2/4분기	3/4분기	1~9월
일평균 거래량	13.3 (+1.8)	13.3 (+2.0)	12.9 (+0.9)	**13.5 (+1.8)**	13.6 (+1.9)
누적 거래량	1,221.3 (+1.8)	3,637.2 (+2.0)	1,169.7 (+0.9)	**1,243.3 (+1.8)**	3,707.2 (+1.9)

□ 계통한계가격(SMP) 및 정산단가

(단위 : 원/kWh, %)

구 분	2014년		2015년		
	3/4분기	1~9월	2/4분기	3/4분기	1~9월
S M P	134.46 (△10.0)	144.04 (△5.7)	94.95 (△34.1)	**87.10 (△35.2)**	103.64 (△28.0)
정산단가	87.88 (+0.8)	91.32 (+0.3)	70.95 (△20.4)	**80.71 (△8.2)**	83.02 (△9.1)

붙임2

9월 주요 유통업체 매출동향

1. 유통업체별 매출 동향

□ 대형마트, 전년동월대비 7.0% 상승, 전월대비 18.2% 상승

○ **(전년동월대비)** 작년과 추석 명절 시기 차이*로 인한 과일, 축산 등 식품부문의 수요 증가로 매출 상승

* ('14년 추석) '14.9.8일 ↔ ('15년 추석) '15.9.27일 / 전년도는 추석 특수가 8, 9월 매출에 나누어 반영

○ **(전년동분기대비)** '12년 2분기 이후 매출이 지속 하락*하고 있으나, 감소세 둔화 * '15.3분기 감소폭 최저

* ('12.1Q) 0.1, (2Q) △5.1, (3Q) △3.8, (4Q) △4.5, ('13.1Q) △8.4, (2Q) △3.4, (3Q) △4.3, (4Q) △3.8, ('14.1Q) △3.3, (2Q) △2.9, (3Q) △4.0, (4Q) △2.9, (1Q) △1.5, (2Q) △3.2, **(3Q) △0.7**

○ **(전월대비)** 추석 명절의 영향으로 스포츠, 가전제품 일부를 제외하고, 대부분 품목의 판매 증가로 매출 큰폭 상승

□ 백화점, 전년동월대비 2.8% 상승, 전월대비 13.7% 상승

○ **(전년동월대비)** 추석 명절의 영향으로 식품매출은 큰폭으로 상승하였으나, 의류의 판매 부진 등으로 전체 매출은 소폭 상승

○ **(전년동분기대비)** '14.4분기 이후 4분기 연속 매출 하락하였으나 감소세는 둔화

* ('12.1Q) △0.2, (2Q) △1.4, (3Q) △2.9, (4Q) 2.6, ('13.1Q) 0.0, (2Q) 1.0, (3Q) 2.4, (4Q) 1.0, ('14.1Q) 1.1, (2Q) △1.6, (3Q) 1.5, (4Q) △3.3, ('15.1Q) △3.9, (2Q) △2.1, **(3Q) △1.0**

○ **(전월대비)** 의류, 식품, 스포츠용품 등의 판매 증가로 매출 상승

□ 편의점, 전년동월대비 30.8% 상승, 전월대비 1.7% 하락

○ **(전년동월대비)** 점포 증가, PB상품(도시락, 라면 등) 판매 증가 및 담배값 인상에 따른 담배판매액 증가 등으로 매출 대폭 상승

○ **(전월대비)** 담배, 가공식품 등의 매출 감소로 매출 하락

□ 기업형슈퍼마켓, 전년동월대비 2.7% 상승, 전월대비 1.1% 하락

○ **(전년동월대비)** 참치·스팸, 식용유 선물세트 등의 판매 증가로 매출 상승

○ **(전월대비)** 가공식품 매출은 증가하였으나, 신선제품이 큰 폭으로 매출 하락하여 전체매출은 소폭 하락

최미화 / 홍보담당관 / 2015-10-28 13:20:46

2. 주요 상품군별 동향

□ 대형마트 주요 상품군별 동향

('14.9월대비) 식품(12.9%), 잡화(3.6%), 의류(1.5%) 매출 상승, 스포츠(△8.2%), 가전문화(△1.6%) 매출 하락 등

○ **(식품)** 추석 명절 시기 차이*로 인해 과일(사과, 배 등), 축산(소고기, 돼지고기 등), 수산 등 주요 식품 판매증가로 매출 상승

* ('14년 추석) '14.9.8일 ↔ ('15년 추석) '15.9.27일 / 전년도는 추석 특수가 8, 9월 매출에 나누어 반영

** 식품 매출 증감률(전년동월대비,%) : ('15.6)0.5 → (7)△9.2 → (8)12.9

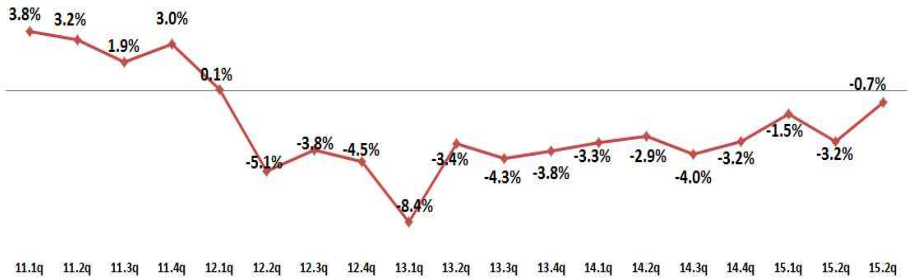
○ **(잡화)** 우산, 구두 판매는 감소하였으나, 화장품 판매 증가로 전체 매출은 상승

○ **(의류)** 아동한복, 아동 외출복 등 아동의류 판매증가로 매출 상승

(분기대비) 전년동분기대비 0.7% 매출 하락

* '12년 2분기 이후 매출이 지속 하락하고 있으나, 감소세 둔화

○ 전년동분기 대비 매출증감률(그래프)



('15.8월대비) 의류(37.3%%), 잡화(29.7%), 식품(22.4%), 가정생활(18.2%) 매출 상승, 스포츠(△4.4%), 가전문화(△2.4%) 매출 하락

[상품군별 매출 증가율]

구분 (단위: %)	비 식품부문						식품	총 계
	가전문화	의류	가정생활	스포츠	잡화	소계		
전년동월	△1.6	1.5	0.0	△8.2	3.6	△0.3	12.9	7.0
동년전월	△2.4	37.3	18.2	△4.4	29.7	13.8	22.4	18.2

□ 백화점 주요 상품군별 동향

('14.9월대비) 식품(30.3%), 해외유명브랜드(1.4%) 등 매출 상승, 여성정장(△7.3%), 여성캐주얼(△6.0%), 잡화(△3.2%) 등 매출 하락

○ **(식품)** 추석 명절 시기 차이*로 인해 과일(사과, 배 등), 축산(소고기, 돼지고기 등), 수산 등 주요 식품 판매증가로 매출 상승

* ('14년 추석) '14.9.8일 ↔ ('15년 추석) '15.9.27일 / 전년도는 추석 특수가 8, 9월 매출에 나누어 반영

** 식품 매출 증감률(전년동월대비) : ('15.7) △0.1 ('15.8) △25.3 ('15.9) 30.3

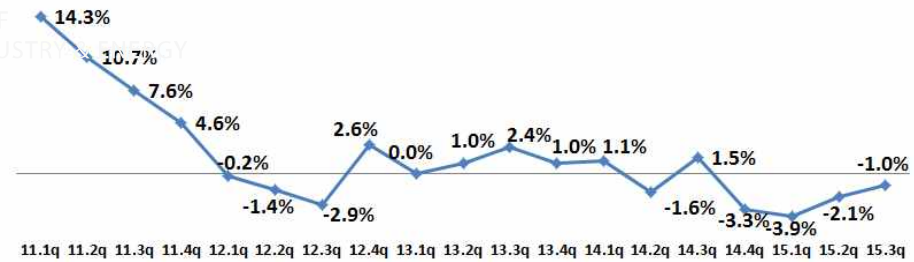
○ **(의류)** 가을시즌 상품 판매 저조, 경쟁 업종(온라인, 아울렛 등) 확대 등으로 의류품목(여성정장, 캐주얼, 남성의류) 매출 하락

* 의류 매출 증감률(전년동월대비) : ('15.7) △2.1 ('15.8) △4.0 ('15.9) 6.1

(분기대비) 전년동분기대비 1.0% 매출 하락

* '14년 4분기 이후 매출이 하락세이나, '15년 1분기 이후 하락세 둔화

○ 전년동분기 대비 매출증감률(그래프)



('15.8월대비) 식품(52.0%), 남성의류(33.7%), 아동스포츠(19.5%) 등 매출 상승, 가정용품(△16.7%), 해외유명브랜드(△4.2%) 등 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	△3.2	△7.3	△6.0	△4.6	△2.1	0.9	1.4	△2.9	30.3	2.8
동년전월	11.6	△1.1	17.4	33.7	19.5	△16.7	△4.2	6.6	52.0	13.7

최미화 / 홍보담당관 / 2015-10-28 13:20:46

□ 편의점 주요 상품군별 동향

('14.9월대비) 담배 등 기타(56.6%), 즉석·신선식품(25.7%), 가공식품(17.7%), 생활용품(12.6%) 매출 상승, 잡화(△36.6%) 매출 하락

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

○ **(식품)** 도시락, 수입맥주, 아이스크림 등 전반적인 식품품목 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	12.6	△36.6	56.6	46.2	17.7	25.7	18.7	30.8
동년전월	3.3	△17.8	△2.1	△2.1	△2.7	9.2	△1.3	△1.7

※ (전년동월대비) 점포 증가율 : 9.9% 상승, 점포당 매출액 : 18.9% 상승

증가율 (단위 :%)	'14년				15년							
	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월
점포 증가율	4.2	4.4	5.0	5.4	5.9	6.4	6.8	7.3	7.9	8.5	9.4	9.9
점포당 매출액	1.9	4.5	16.4	△1.1	4.1	15.7	20.2	22.6	19.5	21.1	22.7	18.9

□ 기업형슈퍼마켓(SSM) 주요 상품군별 동향

('14.9월대비) 가공조리식품(5.3%), 농수축산(3.5%), 신선제품(1.2%) 매출 상승, 생활잡화(△4.0%), 일상용품(△3.1%) 매출 하락

○ **(가공조리식품)** 통조림(참치, 스팸 등) 및 식용유 선물세트 판매증가로 매출 증가

○ **(농수축산)** 수산물(오징어, 고등어 등) 판매는 부진하였으나, 고기류(한우, 돼지고기 등) 판매 증가로 전체 매출은 상승

○ **(일상용품)** 세탁세제, 유아용품(기저귀, 물티슈 등) 판매 부진으로 매출 하락

[상품군별 매출 증가율]

구분 (단위: %)	비식품			식품부문				총 계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선제품	가공,조리식품	소계	
전년동월	△3.1	△4.0	△3.4	3.5	1.2	5.3	3.7	2.7
동년전월	1.6	△2.4	0.3	0.2	△14.4	6.0	△1.3	△1.1

3. 주요 유통업체별 상세자료

□ 대형마트

○ 전년동분기대비 매출증감률 추이(단위 :%)

2012년				연간	2013년				연간	2014년				연간	2015년		
1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	**3Q**
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	**△0.7**

○ 상품군별 전년동월대비 매출 증가율 추이(단위 : %)

구분	비 식품부문						식품	총 계
	가전·문화	의류	가정·생활	스포츠	잡화	소계		
'14.10월	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
7월	△4.2	△2.9	△5.5	△4.2	△3.4	△4.5	0.5	△1.8
8월	1.0	△5.0	△11.9	5.3	△5.3	△5.8	△9.2	△7.6
9월	**△1.6**	**1.5**	**0.0**	**△8.2**	**3.6**	**△0.3**	**12.9**	**7.0**

* 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
'15.9월	**10.1**	**4.8**	**17.9**	**2.8**	**5.8**	**41.4**	**58.6**	**100.0**

* 자료 : 각 대형마트(신규점 제외)

○ 구매건수 및 구매단가 증가율 추이

증가율 (단위 :%)	'14년			15년								
	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	**9월**
구매건수	△1.2	△1.7	△1.9	△6.4	4.9	△2.5	2.2	1.5	△8.7	△2.5	△1.5	**△0.4**
구매단가	0.3	△3.1	△1.9	△12.6	18.6	△4.1	△2.2	△0.9	△1.6	0.8	△6.2	**7.5**

* '15.9월 1인당 구매단가 : 47,681원 (전년동월 44,345원)

최미화 / 홍보담당관 / 2015-10-28 13:20:46

□ 백화점

○ 전년동분기대비 매출증감률 추이(단위 :%)

2012년				연간	2013년				연간	2014년				연간	2015년		
1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	**3Q**
△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	**△1.0**

○ 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		
'14.10월	△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
7월	△4.5	0.2	△1.5	△6.4	2.8	10.5	5.3	0.6	△0.1	0.7
8월	△6.8	0.9	△5.9	△8.7	△3.2	8.5	2.2	△1.9	△25.3	△6.5
9월	**△3.2**	**△7.3**	**△6.0**	**△4.6**	**△2.1**	**0.9**	**1.4**	**△2.9**	**30.3**	**2.8**

* 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
'15.9월	**18.7**	**8.5**	**11.2**	**6.1**	**13.0**	**8.9**	**12.1**	**78.6**	**21.4**	**100.0**

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

○ 구매건수 및 구매단가 증가율 추이

증가율 (단위 :%)	14년			15년								
	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	**9월**
구매건수	△1.1	△4.4	0.4	△4.5	0.5	△5.4	5.2	6.0	△9.1	3.4	2.6	**1.7**
구매단가	△1.1	△2.3	△1.3	△6.5	6.0	△0.4	△3.7	△2.7	△3.1	△2.6	△8.9	**△1.1**

* '15.9월 1인당 구매단가 : 78,249원 (전년동월 77,396원)

□ 편의점

○ 전년동분기대비 매출 증감률 추이(단위 : %)

2013년			2014년				연간	2015년		
2Q	3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	**3Q**
9.0	9.9	10.0	6.8	7.5	6.8	12.3	8.3	12.9	29.6	**30.6**

○ 전년동월대비 매출 증가율 추이(단위 : %)

구분 (단위 :%)	14년				15년							
	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	**9월**
매출증가율	6.1	9.1	22.3	4.2	10.2	23.1	28.4	31.5	29.0	31.4	34.3	**30.8**

○ 상품군별 전년동월대비 매출 증가율 추이(단위 : %)

구분	비 식품부문				식품			총 계
	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석 (신선일부)	소계	
'14.10월	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
7월	6.8	△23.6	65.4	54.6	13.5	17.7	14.0	31.4
8월	1.5	△28.4	68.1	53.8	19.0	23.3	19.5	34.3
9월	**12.6**	**△36.6**	**56.6**	**46.2**	**17.7**	**25.7**	**18.7**	**30.8**

○ 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
15.9월	**4.0**	**1.3**	**43.8**	**49.2**	**44.5**	**6.3**	**50.8**	**100.0**

○ 구매건수 및 구매단가 증가율 추이

증가율 (단위 :%)	14년			15년								
	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	**9월**
구매건수	2.7	6.0	17.6	△1.7	0.0	4.9	6.9	8.6	6.7	6.9	12.1	**10.2**
구매단가	3.3	2.8	4.0	5.7	10.3	17.4	20.1	21.1	20.9	22.9	19.8	**18.7**

* '15.9월 1인당 구매단가 : 5,040원 (전년동월 4,246원)

○ 점포당 매출액

증가율 (단위 :%)	'14년			15년								
	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	**9월**
점포당 매출액	1.9	4.5	16.4	△1.1	4.1	15.7	20.2	22.6	19.5	21.1	22.7	**18.9**

최미화 / 홍보담당관 / 2015-10-28 13:20:46

□ 기업형슈퍼마켓(SSM,준대규모점포)

○ 전년동분기대비 매출 증감률 추이(단위 :%)

2013년		2014년				연간	2015년		
3Q	4Q	1Q	2Q	3Q	4Q		1Q	2Q	**3Q**
△6.9	△2.5	△3.9	△2.5	△3.6	△3.0	△3.3	△2.7	0.4	**0.2**

○ 전년동월대비 매출 증가율 추이(단위 : %)

구분	14년			15년								
	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	**9월**
매출증가율	△3.1	△4.1	△1.8	△10.5	9.4	△4.7	△1.4	△1.0	3.7	△0.1	△1.7	**2.7**

○ 상품군별 전년동월대비 매출 증가율 추이(단위 : %)

구분	비식품			식품부문				총 계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선제품	가공,조리식품	소계	
'14.10월	△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	[illegible]	1.8
'15.1월	△13.2	△13.8	△13.4	△11.2	△2.4	△14.2	[illegible]	[illegible]
2월	△0.3	3.3	0.8	15.9	2.5	10.5	[illegible]	9.4
3월	△4.6	△4.4	△4.6	△4.3	△4.4	△5.6	[illegible]	△4.7
4월	△4.3	△3.2	△4.0	0.5	△0.4	△3.5	[illegible]	[illegible]
5월	△6.0	△3.1	△5.0	0.0	0.1	△1.4	[illegible]	[illegible]
6월	△2.1	△1.1	△1.7	7.2	5.6	0.2	4.3	3.7
7월	△4.7	△1.6	△3.7	△0.4	1.3	1.1	0.5	△0.1
8월	△4.8	△3.9	△4.5	△3.2	4.1	△3.2	△1.3	△1.7
9월	**△3.1**	**△4.0**	**△3.4**	**3.5**	**1.3**	**5.8**	**3.7**	**2.7**

○ 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
'15.9월	**9.2**	**4.1**	**13.3**	**38.3**	**21.3**	**27.0**	**86.7**	**100.0**

○ 구매건수 및 구매단가 증가율 추이(단위 : %)

증가율	'14년			'15년								
(단위 :%)	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	**9월**
구매건수	△3.5	△2.4	△0.7	△3.8	△2.6	△4.7	△3.4	△3.3	△0.4	△3.0	△1.3	**△1.3**
구매단가	0.4	△1.7	△1.1	△7.0	12.4	0.0	2.0	2.4	4.0	3.0	△0.5	**4.1**

* '15.9월 1인당 구매단가 : 14,919원 (전년동월 14,338원)