산업통상자원부 **보 도 자 료** 희망의 새시대 http://www.motie.go.kr

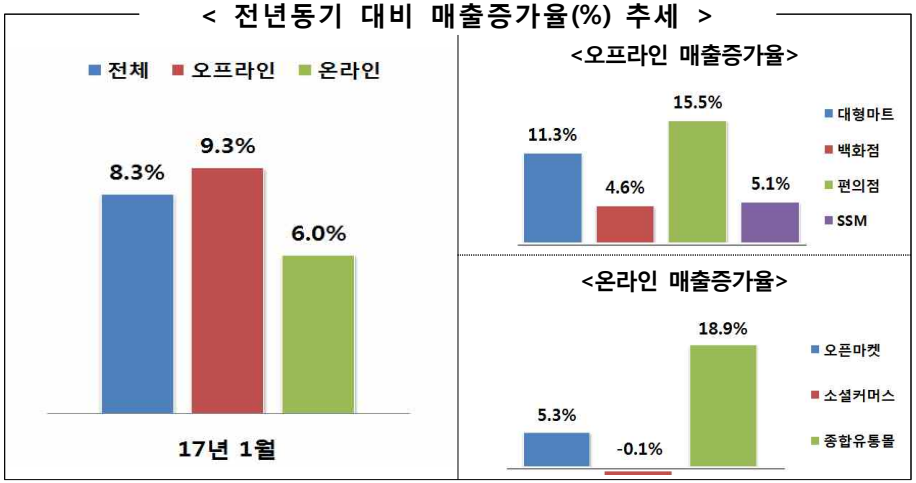
2017년 2월 28일(화) 조간부터 보도하여 주시기 바랍니다.
(인터넷, 방송, 통신은 2.27(월) 오전 11시 이후 보도 가능)

배포일시	'17.2.27(월)	담당부서	유통물류과
담당과장	정종영 과장(044-203-4380)	담 당 자	허유석 사무관(044-203-4388)

1월 주요 유통업체 매출 전년동기대비 8.3% 증가

- 오프라인 유통업체 9.3% 증가, 온라인 유통업체 6.0% 증가 -

< 전년동기 대비 매출증가율(%) 추세 >



< 매출 동향 조사 대상 >

□ **오프라인 유통업체**(13사)
- **백화점**(3사) : 롯데백화점, 현대백화점, 신세계백화점
- **대형마트**(3사) : 이마트, 홈플러스, 롯데마트
- **편의점**(3사) : CU, GS25, 세븐일레븐&바이더웨이
- **SSM**(4사) : 이마트에브리데이, 롯데슈퍼, GS, 홈플러스익스프레스

□ **온라인 유통업체**(13사)
- **오픈마켓**(4사) : 이베이코리아(G마켓, 옥션), 11번가, 인터파크, 쿠팡
- **소셜커머스**(2사) : 티몬, 위메프
- **종합유통몰**(7사) : 이마트, 신세계, AK몰, 홈플러스, 갤러리아몰, 롯데닷컴, 롯데마트몰

※ 쿠팡은 오픈마켓의 요건을 충족하여 '17.1월부터 소셜커머스에서 오픈마켓으로 분류체계를 변경

1. 전체 매출 동향

□ **2017년 1월 주요 유통업체 매출**은 **온라인**(6.0%)에 비해 **큰 폭으로 성장한 오프라인**(9.3%)을 중심으로 **전체 매출이 8.3% 증가**

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

구 분	'16년												'17년
	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월
전 체	15.9	8.2	7.6	9.0	6.0	9.2	10.8	9.1	6.8	8.4	6.5	6.2	**8.3**
오프라인	13.5	1.6	2.5	5.9	△0.4	7.7	6.4	4.6	3.3	6.3	0.3	3.9	**9.3**
온라인	21.1	26.5	19.3	16.5	23.4	12.3	20.3	20.2	16.2	13.6	20.2	11.0	**6.0**

○ **(오프라인 매출)** 지속적으로 성장한 **편의점**과 **설 명절**에 따른 선물세트 구매 등으로 **매출이 크게 성장한 대형마트**를 중심으로, **지난해 1월 이후 매출이 가장 큰 폭으로 증가**

* '17.1월 매출 증가는 설 명절(1.27~1.30)이 지난 해(2.7~2.10)와 달리 1월이었다는 점이 반영된 결과

○ **(온라인 매출)** 성장세가 다소 둔화하였으나, **다양한 마케팅·기획전**을 통해 **종합유통몰**과 **오픈마켓**을 중심으로 **매출 성장세 유지**

□ **상품군별 매출**은 **설 명절 선물세트** 수요로 **식품군**의 **매출**(17.9%)이 **크게 증가**한 가운데, **아동/스포츠 부문**을 제외한 **나머지 모든 부문의 매출이 모두 증가**

<'17년 1월 전년동기 대비 상품군별 매출 증가율(단위: %)>

구 분	가전/문화	패션/잡화	아동/스포츠	식품	생활/가정	서비스/기타	유명브랜드
전 체	2.4	1.4	△3.3	17.9	3.6	10.0	7.7
오프라인	4.7	△0.2	0.0	17.7	3.0	8.5	7.7
온라인	1.7	5.8	△7.5	18.9	4.6	12.2	-

□ **구매고객·단가(오프라인)는 모두 증가**했으나, 매출이 가장 크게 성장한 **편의점**의 영향*으로 **구매고객 증가율**이 **더 높게** 나타남

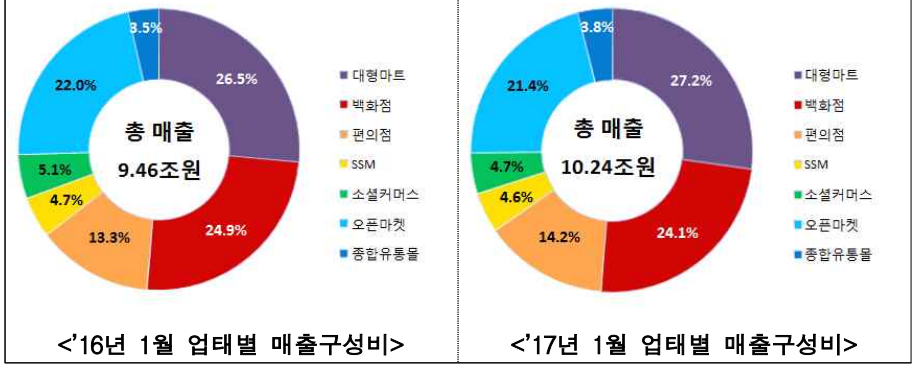
<'17년 1월 전년동기 대비 구매고객·단가 증가율(단위: %)>

구 분	전 체	대 형 마 트	백 화 점	편 의 점	S S M
구매고객	7.9	2.7	4.7	10.6	△1.5
구매단가	1.3	8.4	△0.1	4.4	6.7

* 온라인은 구매건수를 집계하지 않고 있어 통계자료에 미포함

□ **업태별 매출비중**은 **두 자릿수 성장률**을 기록한 **대형마트·편의점·종합유통몰의 비중이 확대**된 가운데, 백화점·기업형수퍼마켓(SSM)·열린시장(오픈마켓)·공동할인구매(소셜커머스) 등은 소폭 축소

< **'16년·'17년 1월 업태별 매출구성비**(%) >



<'16년 1월 업태별 매출구성비> <'17년 1월 업태별 매출구성비>

2. 유통업체별 매출 동향

오프라인 유통업체

□ **편의점**(15.5%)과 **대형마트**(11.3%)를 비롯해, **기업형수퍼마켓(SSM)**(5.1%), **백화점**(4.6%) 모두 **매출이 증가**

○ **(편의점) 혼밥 문화 확산**으로 인한 **즉석신선식품**(35.1%) 등 **식품부문**(23.2%) **매출 증가**와 **점포수 증가**(13.1%)에 힘입어 **전체 매출이 15.5% 증가**

○ **(대형마트)** 전년대비 **평균기온**이 **상승**함에 따라 의류부문(△2.5%) 매출이 감소했으나, **설 명절**로 인해 **식품군**(18.5%)과 **잡화**(4.6%)를 중심으로 **명절선물세트 매출**이 증가하여 **전체 매출이 11.3% 증가**

○ **(기업형수퍼마켓(SSM))** **계절과일**(감귤, 천혜향 등) 수요 증대 및 **설 명절**로 인해 **제수용 식품류**와 **실속형 선물세트**를 중심으로 **식품군 매출**(6.3%)이 **증가**하여 **전체 매출이 5.1% 증가**

○ **(백화점) 설 명절**로 인한 **구매고객**의 **증가**(4.7%)로 인해 **식품군**(17.6%)을 중심으로 **전체 매출이 4.6% 증가**

온라인 유통업체

□ **종합유통몰**(18.9%)과 **오픈마켓**(5.3%)은 **성장 기조를 유지**한 가운데 **소셜커머스**(△0.1%)는 전년동기 대비 유사한 수준의 매출 유지

○ **(종합유통몰) 설 명절선물 기획전**을 통해 매출 비중*이 큰 **식품**(30.2%)과 **패션/의류**(19.2%) 매출이 큰 폭으로 상승하면서 **전체 매출이 18.9% 증가**

* '17.1월 식품군 매출비중 39.2%, 패션/의류군 매출비중 20.6%

○ **(오픈마켓)** 백화점 **식품 판매 기획전** 및 **가전기기 무료 설치서비스** 등 **다양한 마케팅**을 통해 **식품**(20.3%)과 **서비스**(13.6%) 카테고리를 중심으로 **전체 매출이 5.3% 증가**

○ **(공동할인구매(소셜커머스)** **패션브랜드 기획전** 확대로 **패션/의류**(14.6%) 매출은 증가했으나, 경쟁업계의 공격적인 마케팅으로 인해 전체 매출은 0.1% 감소

* 쿠팡(소셜커머스→오픈마켓)의 분류 변경에 따라, 소셜커머스 매출 증감율은 분류체계 변경을 감안하여 산정(쿠팡의 매출은 '16.1월과 '17.1월 모두 소셜커머스가 아닌 오픈마켓으로 재분류하여 비교)

< 유의사항 >

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

◈ 주요 온라인 유통업체 거래액 동향은 오픈마켓 4사, 소셜커머스 2사, 종합몰 7사의 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 매출증감율 추이(단위 : %)

구분	비 식품품목						식품	총 계
	가전·문화	의류	가정·생활	스포츠	잡화	소계		
'16. 2월	△0.3	△4.1	△9.9	△2.8	△6.9	△5.9	△8.3	△7.0
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**

○ 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**

○ 구매건수 및 구매단가 증감율 추이

증가율 (단위 :%)	'16년											'17년
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월
구매건수	△1.5	△3.1	△1.2	△6.4	2.8	0.8	△1.1	△1.0	0.2	△4.3	△3.4	**2.7**
구매단가	△5.7	△1.6	3.0	0.1	△1.8	1.3	△0.2	△2.5	0.6	△1.9	1.6	**8.4**

* '17.1월 1인당 구매단가 : 48,503원 (전년동월 44,724원)

□ 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 매출증감율 추이(단위 : %)

구분 (단위 :%)	비식품품목								식품	총 계
	잡 화	여성 정장	여성 캐주얼	남성 의류	아동 스포츠	가정 용품	해외유명 브랜드	소계		
'16. 2월	1.9	0.0	△2.9	△9.2	△2.6	15.4	8.4	1.8	△16.6	△1.9
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**

* 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**

* 자료 : 해외유명브랜드 등은 각사 분류 기준

○ 구매건수 및 구매단가 증감율 추이

증가율 (단위 :%)	'16년											'17년
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월
구매건수	5.8	5.4	4.1	△3.5	14.2	7.2	5.5	6.2	7.3	1.1	5.5	**4.7**
구매단가	△7.3	△4.9	0.2	0.8	△2.0	△0.2	△1.3	△2.0	△1.2	△3.9	△2.2	**△0.1**

* '17.1월 1인당 구매단가 : 78,883원 (전년동월 78,989원)

□ 편의점

○ 전년동기 대비 매출증감율 추이(단위 : %)

구분	'16년											'17년
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월
매출증가율	31.4	20.1	18.1	14.8	18.0	15.4	16.1	15.9	15.5	15.3	14.5	**15.5**

○ 전년동기 대비 상품군별 매출증감율 추이(단위 : %)

구분	비 식품품목				식품			총 계
	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석(신선일부)	소계	
'16. 2월	23.5	5.1	39.4	36.3	23.3	52.4	26.7	31.4
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**

○ 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**

○ 구매건수 및 구매단가 증감율 추이

증감율 (단위 :%)	'16년											'17년
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월
구매건수	19.4	12.4	12.4	9.7	13.8	11.5	13.3	11.5	11.1	13.1	11.2	**10.6**
구매단가	10.0	6.9	5.1	4.7	3.7	3.5	2.5	3.9	3.9	2.0	2.9	**4.4**

* '17.1월 1인당 구매단가 : 5,459원 (전년동월 5,230원)

○ 점포당 매출액 증감율 추이 및 점포수 현황

증가율 (단위 :%)	'16년											'17년
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월
점포 증가율	12.1	12.5	12.7	13.0	13.3	13.3	13.0	13.1	13.0	13.2	12.9	**13.1**
점포당 매출액	17.2	6.8	4.8	1.6	4.1	1.8	2.7	2.5	2.2	1.9	1.4	**2.1**

□ 준대규모점포(SSM)

○ 전년동기 대비 매출증감율 추이

구분 (단위 :%)	'16년											'17년
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월
매출증감율	△0.5	0.6	△1.6	△5.4	△7.8	△2.7	△0.6	△2.7	4.5	2.3	4.6	**5.1**

○ 전년동기 대비 상품군별 매출증감율 추이

구분 (단위 :%)	비식품			식품품목				총 계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선·조리식품	가공식품	소계	
'16. 2월	△1.6	△3.2	△2.1	0.8	1.7	△3.3	△0.3	△0.5
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**

○ 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**

○ 구매건수 및 구매단가 증감율 추이

증가율 (단위 :%)	'16년											'17년
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월
구매건수	0.5	△1.3	△2.6	△11.3	△5.3	△4.2	△1.3	△2.4	1.1	0.2	0.3	**△1.5**
구매단가	△1.0	1.9	1.0	6.6	△2.6	1.6	0.8	△0.2	3.4	2.1	4.2	**6.7**

* '17.1월 1인당 구매단가 : 16,400원 (전년동월 15,375원)

□ 오픈마켓

○ 전년동기 대비 매출증감율 추이

'16년 증가율 (단위:%)											'17년
2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월
29.8	18.7	16.8	26.9	17.7	26.8	23.0	20.5	15.8	24.4	11.6	5.3

○ 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
'16.2월	34.8	24.1	26.5	40.5	32.5	26.9	14.1	39.2	23.8	29.8
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

○ 품목별 거래 비중

구분 (단위:%)	가전/ 전자	도서/ 문구	패션/ 의류	스포츠	화장품	아동/ 유아	식품	생활/ 가구	서비스/ 기타	총 계
'16.2월	28.6	3.2	11.0	3.8	4.1	6.3	9.8	17.7	15.4	100.0
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

□ 소셜커머스

○ 전년동기 대비 매출증감율 추이

'16년 증가율 (단위:%)											'17년
2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월
29.6	36.0	23.2	17.9	2.6	△1.8	8.0	△1.0	2.5	△0.4	1.8	△0.1

○ 전년동기 대비 거래액 증감율

구분 (단위:%)	가전/ 전자	도서/ 문구	패션/ 의류	스포츠	화장품	아동/ 유아	식품	생활/ 가구	서비스/ 기타	총 계
'16.2월	59.0	49.8	44.6	△30.2	7.3	6.7	14.6	48.2	31.8	29.6
3월	90.8	42.4	56.2	△29.7	16.0	5.6	62.3	24.7	27.1	36.0
4월	77.9	19.9	14.3	43.6	16.0	△5.7	25.7	18.5	27.4	23.2
5월	35.2	35.8	1.6	61.7	19.0	△2.4	24.3	21.2	26.5	17.9
6월	11.4	△48.2	△6.9	19.6	△2.6	△28.1	△13.3	5.2	37.0	2.6
7월	6.4	△37.7	0.5	14.7	△13.9	△19.7	△22.0	15.0	0.1	△1.8
8월	11.8	△33.1	10.7	32.5	△13.2	△10.5	△0.9	23.8	8.5	8.0
9월	15.0	△29.9	△7.2	22.7	△2.2	△15.7	△8.7	7.7	△1.7	△1.0
10월	23.0	△38.8	8.3	8.0	2.5	△16.9	△18.2	12.0	2.3	2.5
11월	13.6	△37.4	2.8	△9.7	△1.4	△6.6	△15.3	11.0	△8.7	△0.4
12월	△8.0	△40.8	15.2	8.2	3.1	△5.8	△4.7	18.2	△5.7	1.8
'17.1월	△4.0	△56.5	14.6	△10.2	△6.2	△22.4	△3.5	4.8	6.9	△0.1

○ 품목별 거래 비중

구분 (단위:%)	가전/ 전자	도서/ 문구	패션/ 의류	스포츠	화장품	아동/ 유아	식품	생활/ 가구	서비스/ 기타	총 계
'16.2월	12.8	1.2	15.7	2.0	5.8	9.9	13.3	17.8	21.7	100.0
3월	14.1	1.0	18.4	2.2	5.4	9.9	13.5	16.9	18.5	100.0
4월	13.2	0.8	18.4	2.8	5.1	9.6	13.6	16.6	19.9	100.0
5월	12.5	0.7	19.3	3.4	5.1	9.6	13.0	16.1	20.4	100.0
6월	12.6	0.4	18.7	2.8	4.7	7.5	11.4	17.8	24.1	100.0
7월	14.5	0.4	16.0	2.9	4.1	6.8	9.8	16.7	28.9	100.0
8월	15.6	0.4	14.6	2.8	4.6	7.0	10.6	17.8	26.6	100.0
9월	14.2	0.4	16.1	2.5	4.9	7.5	15.6	19.6	19.2	100.0
10월	14.7	0.4	20.2	2.9	5.1	8.6	11.9	19.6	16.6	100.0
11월	14.7	0.5	21.7	2.3	5.7	8.2	11.5	19.9	15.5	100.0
12월	14.1	0.7	19.1	2.1	4.8	9.0	10.8	19.1	20.3	100.0
'17.1월	12.5	0.6	16.3	1.8	5.0	7.4	15.0	18.6	22.8	100.0

□ 종합유통몰

○ 전년동기 대비 매출증감율 추이

'16년 증가율 (단위:%)											'17년
2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월
5.7	5.4	7.0	9.8	△6.9	10.8	20.4	12.6	14.2	21.7	21.1	18.9

○ 품목별 전년동기 대비 거래액 증감율

구분 (단위:%)	가전/ 전자	도서/ 문구	패션/ 의류	스포츠	화장품	아동/ 유아	식품	생활/ 가구	서비스/ 기타	총 계
'16.2월	△9.6	28.9	6.7	64.2	10.3	19.3	△2.0	11.4	△41.4	5.7
3월	△20.1	3.3	6.0	64.8	20.5	2.5	5.8	1.4	△32.9	5.4
4월	△11.1	△7.8	△0.6	69.8	28.4	10.5	7.0	0.2	△8.3	7.0
5월	△9.2	4.0	9.6	71.4	17.2	27.7	4.3	3.2	△43.3	9.8
6월	△18.7	△9.4	12.0	△9.5	10.3	4.6	△14.2	△15.7	△37.2	△6.9
7월	8.7	△18.2	21.5	14.5	8.7	3.9	11.3	5.9	△53.1	10.8
8월	26.6	△3.2	25.2	11.1	20.9	10.7	26.7	12.1	△52.6	20.4
9월	22.5	△16.7	10.5	28.9	4.5	8.3	11.6	14.6	9.1	12.6
10월	17.8	7.5	10.8	16.2	6.9	1.5	22.9	7.7	51.7	14.2
11월	20.5	△26.9	18.0	34.2	15.1	15.3	28.0	17.8	41.1	21.7
12월	23.4	6.3	16.3	12.9	16.0	18.9	30.9	19.3	7.8	21.1
'17.1월	12.3	△1.3	19.2	7.0	8.7	9.8	30.2	6.6	112.3	18.9

○ 품목별 거래 비중

구분 (단위:%)	가전/ 전자	도서/ 문구	패션/ 의류	스포츠	화장품	아동/ 유아	식품	생활/ 가구	서비스/ 기타	총 계
'16.2월	9.5	1.5	22.4	6.4	8.4	7.3	31.8	12.2	0.6	100.0
3월	9.1	1.3	24.1	7.6	7.7	7.3	29.9	12.5	0.5	100.0
4월	9.3	1.3	23.0	8.5	8.2	7.9	29.3	11.6	0.7	100.0
5월	9.6	1.1	23.6	8.9	7.8	7.9	29.0	11.4	0.5	100.0
6월	10.0	1.2	22.7	8.6	7.6	7.5	30.0	11.8	0.7	100.0
7월	11.0	0.8	20.3	8.9	6.6	6.8	33.1	12.0	0.4	100.0
8월	10.7	0.9	18.2	7.3	7.1	6.6	36.6	12.1	0.5	100.0
9월	8.5	0.8	19.4	7.3	7.1	6.6	37.7	11.8	0.8	100.0
10월	9.8	0.8	23.1	9.2	6.8	6.7	31.2	11.9	0.5	100.0
11월	9.3	0.9	25.3	11.2	6.0	6.4	29.5	11.0	0.4	100.0
12월	8.6	1.1	23.8	9.0	6.3	9.0	31.0	10.7	0.5	100.0
'17.1월	8.2	0.9	20.6	6.4	7.3	6.2	39.2	10.5	0.7	100.0