산업통상자원부 http://www.motie.go.kr	보 도 자 료	대한민국 대전환 한국판뉴딜

2022년 3월 30일(수) 조간부터 보도하여 주시기 바랍니다.
(인터넷, 방송, 통신은 3.29.(화) 오전 11시 이후 보도 가능)

배포일시	2022. 3. 29.(화)	담당부서	유통물류과
담당과장	정상용 과장(044-203-4380)	담 당 자	박진현 사무관(044-203-4385)

'22년 2월 주요유통업체 매출동향

- '22. 3. 29. (화) 배포 -

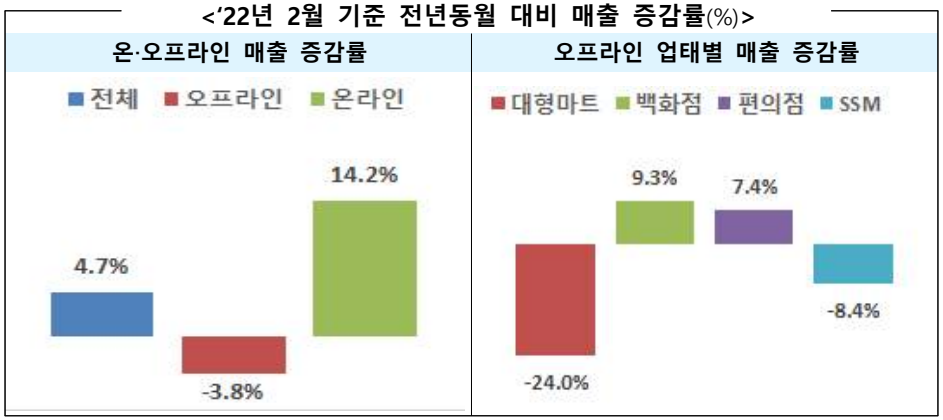
< 일 러 두 기 >

1. 본 동향은 **소비동향 파악**을 목적으로 **주요 온·오프라인 유통업체**의 **월간 매출액**을 **조사·분석**한 자료임
2. 오프라인 유통업체 매출동향은 전체 유통업체가 아닌 **주요 오프라인 유통업체 13개사**의 월간 매출액을 조사·분석한 결과임
3. 온라인 유통업체 매출동향은 **온라인 유통업체 12개사**의 월간 거래액을 조사·분석한 결과로, **통계청의 승인을 받지 않은 자료임**
4. 본 동향은 통계청의 **「서비스업동향조사」**·**「온라인쇼핑동향조사」**와는 **모집단, 작성항목** 등이 **달라** 자료간 **증감크기**나 **방향**이 **상이**할 수 있음

'22년 2월 주요 유통업체 매출 전년동월 대비 4.7% 증가

- 오프라인 유통업체 3.8% 감소, 온라인 유통업체 14.2% 증가 -

<'22년 2월 기준 전년동월 대비 매출 증감률(%)>



1. 전체 매출 동향

□ **(전체 매출) 오프라인 부문(△3.8%)**의 **감소**에도 불구하고 **온라인 부문(14.2%)**의 **큰 폭 증가**로 전체 매출은 **전년동월 대비 4.7% 상승**

○ **(오프라인)** 오미크론 확산세 등에 따른 **외부활동 제약**과 전년도와 **설 명절* 시기 차이**로 인한 전반적인 수요 감소로 **매출 감소**

* ('21년 설연휴) 2.11(수)~13(금) → ('22년 설연휴) 1.29(토)~2.2(수)

○ **(온라인) 비대면 소비문화 확산**으로 **매출**이 **증가**하였으며, 설명절이 있던 지난 1월 이후 다시 **온라인 시장규모**가 **오프라인 시장규모**를 **상회**

* 오프라인/온라인 매출규모(조원) : ('21.12월) 7.04 / 7.12 ⇒ ('22.1월) 7.59 / 6.59
⇒ **('22.2월) 5.93 / 6.26**

<주요 유통업체의 전년동월 대비 월별 매출 증감률 (단위 : %)>

구분	'21년											'22년	
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
전체	10.0	18.5	13.7	12.9	11.4	13.1	6.4	8.2	14.4	9.6	11.6	13.9	**4.7**
오프라인	14.3	21.7	11.2	8.8	4.8	7.0	2.5	3.3	10	4.6	10.3	18.4	**△3.8**
온라인	5.5	15.2	16.5	17.6	19.6	20.2	11.1	14.5	19.7	14.8	12.8	9.1	**14.2**

□ **(상품군별 매출)** 식품류 이외 전 상품군의 매출이 늘었으며, 증가폭은 **해외유명브랜드**(32.5%), **서비스/기타**(17.5%), **가전/문화**(13.7%) 순임

○ **(오프라인) 식품**(△15.9%), **생활/가정**(△6.1%) 등 **명절 선물 관련 상품군의 매출**이 **감소**한 가운데, 해외유명브랜드(32.5%)·아동/스포츠(9.1%) 매출 증가

○ **(온라인)** 모든 상품군의 매출이 늘었으며, **서비스/기타**(26.8%)·**가전/문화**(15.7%)·**패션/잡화**(13.0%) 순으로 **매출 증가**

<'22년 2월 전년동월 대비 상품군별 매출 증감률 (단위 : %)**>**

구분	전체	가전/문화	패션/잡화	아동/스포츠	식품	생활/가정	서비스/기타	해외유명브랜드
전체 (비중,%)	**4.7** (100)	**13.7** (15.9)	**7.7** (11.7)	**6.4** (5.1)	**△8.1** (32.8)	**4.0** (13.3)	**17.5** (14.9)	**32.5** (6.4)
오프라인	**△3.8**	0.5	1.8	9.1	△15.9	△6.1	8.5	32.5
온라인	**14.2**	15.7	13.0	4.9	9.8	12.1	26.8	-

□ **(구매건수·구매단가) 구매건수**(△2.1%)와 **구매단가**(△1.8%) 모두 **감소**하였으며, 해외유명브랜드 매출 증가(32.5%) 등 영향으로 **백화점 구매단가**(10.9%)가 크게 **상승**한 것으로 나타남

<'22년 2월 오프라인 부문 구매건수·단가 증감률 (단위 : %)**>**

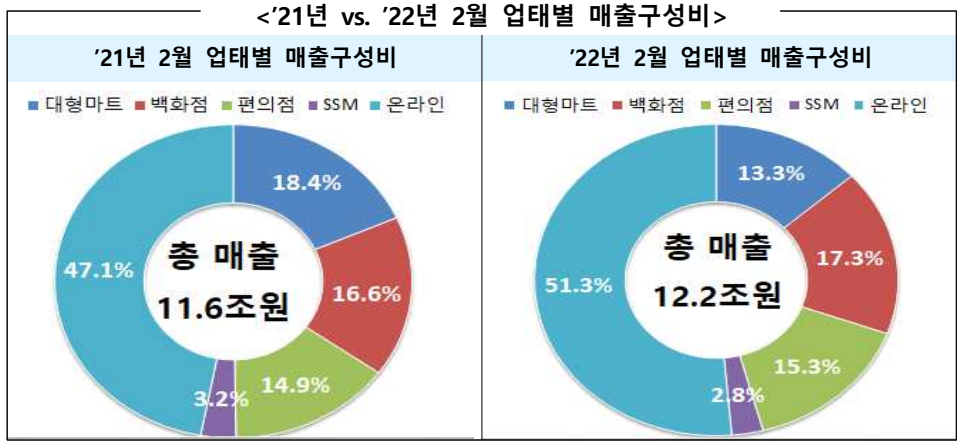
구분	전체	대형마트	백화점	편의점	SSM
구매건수	**△2.1**	△13.1	△1.5	△0.1	△7.0
구매단가	**△1.8**	△12.5	10.9	7.5	△1.5

* 온라인은 구매건수를 집계하지 않고 있어 통계자료에 미포함

□ **(업태별 매출 비중)** 전년 동월 대비 **오프라인 매출 비중**(52.9% → 48.7%)은 **줄고, 온라인 매출 비중**(47.1% → 51.3%)은 **늘어남**

○ 오프라인 업태 중 **백화점**(0.7%p), **편의점**(0.4%p)의 **매출 비중은 늘고 대형마트**(△5.0%p)·**SSM**(△0.4%p)은 **감소**

<'21년 vs. '22년 2월 업태별 매출구성비>



2. 유통업체별 매출 동향

오프라인 유통업체

□ **백화점**(9.3%)·**편의점**(7.4%)의 **매출 증가**에도 불구, 큰폭의 **대형마트**(△24.0%) **매출 감소**와 더불어 **SSM**(△8.4%)의 **매출 감소** 영향으로, **전체 매출**은 3.8% **감소**

○ **(대형마트)** 설 명절 시기차이 등의 영향으로 식품(△28.7%)의 매출이 크게 줄었고, 가정/생활(△24.1%)·잡화(△20.5%) 등 **대부분 상품군**의 **판매**가 **줄며 전체 매출이 감소**

○ **(백화점)** 식품(△30.3%) 매출이 크게 줄었으나, 해외유명브랜드(32.5%)·여성정장(13.8%)·아동/스포츠(11.9%) 등 **식품 외 모든 부문의 매출이 증가**

○ **(편의점)** 생활용품(4.8%), 잡화(3.8%), 가공식품(7.1%) 등 **전 품목 매출 증가**와 **점포 수 증가*** 등으로 **전체 매출 7.4% 증가**

* 점포수 변화: '21.2월 40,309개 → '22.2월 42,672개

○ **(준대규모점포(SSM))** 농수축산(△16.2%), 일상용품(△10.2%), 생활잡화(△3.0%), 가공식품(△2.3%), 신선·조리식품(△2.0%) 등 **전 품목의 매출이 감소**하여 **전체 매출은 8.4% 하락**

<'22년 2월 오프라인 업태별 전년동월 대비 매출 증감률 (단위 : %)>

구분	전체	대형마트	백화점	편의점	SSM
매출 증감률	△3.8	△24.0	9.3	7.4	△8.4

□ **(점포당 매출)** 업태별 매출 증감률 추세와 같이, **대형마트·SSM**은 **점포당 매출**이 **감소**했으며, **백화점·편의점**은 **점포당 매출**이 **증가**

<'22년 2월 전년동월 대비 점포당 매출 증감률 (단위 : %)>

구분	전체	대형마트	백화점	편의점	SSM
점포당 매출 증감률	1.7	△22.2	5.6	1.5	△7.7
점포 수 증감률	5.6	△2.3	3.4	5.9	△0.8

온라인 유통업체

□ 온라인 유통업체 매출은 **전년동월 대비 14.2% 증가**하여 지난 1월 증가폭(9.1%)보다 크게 성장하였으며, **설 연휴 시기 차이에도 불구하고 전 품목에서 매출이 상승**

○ 지난 달 감소했던 **가전/전자**(△4.2→17.0)**·도서/문구**(△9.1→2.5)등의 **판매 호조**와 비대면 구매 확산에 따른 **신선식품, 식음료 등의 판매 증가세가 계속**되어 **식품(9.8%) 매출이 증가**

○ 특히 TV, 냉장고, 세탁기 등 **대형가전의 수요가 회복**되고 신학기를 앞두고 **노트북·컴퓨터 등 수요 증가** 영향으로 매출비중이 큰 **가전/전자 분야 매출이 크게 상승**

<'22년 2월 상품군별 전년동월 대비 매출증감률·매출비중 (단위 : %)>

구분	전체	가전 전자	도서 문구	패션 의류	스포츠	화장품	아동 유아	식품	생활 가구	서비스 기타
매출증감률	14.2	17	2.5	7.4	5.0	23.7	4.7	9.8	12.1	26.8
매출비중	100.0	25.3	2.1	7.8	2.7	4.7	3.5	23.1	15.5	15.3

참고 조사대상 및 유사통계 간 비교

【 (참고1) 매출동향 조사대상 】

□ **오프라인 유통업체(13개사)**
- **백화점(3)** : 롯데백화점, 현대백화점, 신세계백화점
- **대형마트(3)** : 이마트, 홈플러스, 롯데마트
- **편의점(3)** : 지에스25, 씨유, 세븐일레븐(바이더웨이 포함)
- **준대규모점포(SSM)(4)** : 이마트에브리데이, 롯데슈퍼, 지에스더후레쉬, 홈플러스익스프레스

□ **온라인 유통업체(12개사)**
- 이베이코리아(G마켓·옥션), 11번가, 인터파크, 쿠팡, SSG(이마트·신세계), 에이케이몰, 홈플러스, 갤러리아몰, 롯데마트, 롯데온, 위메프, 티몬

※ 유통업체별 협회(백화점·체인스토어·온라인쇼핑협회) 및 개별 유통업체(편의점)를 통해 조사

【 (참고2) 유사통계 간 비교 】

통계 명	주요 유통업체 (오프라인) 매출동향조사	서비스업동향조사	온라인쇼핑동향조사
작성기관	산업통상자원부	통계청	
작성목적	소비동향 파악	서비스업·도소매업 사업체의 경영실태 파악	온라인쇼핑동향 분석
모집단	주요 오프라인 유통업체 (13개사)	국내에서 서비스업을 운영하는 사업체 전체	연간거래액이 24백만원 이상인 온라인쇼핑 운영업체 (13,000여개)
표본추출틀	주요 오프라인 유통업체 (13개사)	2015 경제총조사 결과, 한국표준산업분류 대분류 13개 업종	공정위 PG사, 새올 행정시스템, 경총자료
조사대상	주요 오프라인 유통업체 13개사 (유의표본)	표본 17,300개 사업체	표본 1,100개 사업체
포괄범위	상품 및 서비스 거래금액	판매액(상품)	23개 상품군별 상품 및 서비스 거래금액

OPEN 공공누리 공공저작물 자유이용허락

이 보도자료와 관련하여 보다 자세한 내용이나 취재를 원하시면 산업통상자원부 유통물류과 박진현 사무관(☎ 044-203-4385)에게 연락주시기 바랍니다.

붙임 **조사대상 유통업체별 매출 추이**

□ 대형마트

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	비 식품							식품	합계
	가전/문화	의류	가정/생활	스포츠	잡화	기타	소계		
21. 2월	21.8	32.5	2.8	16.8	1.1	1.8	10.9	17.1	15.0
3월	15.3	56.1	△6.8	36.9	36.9	28.0	11.0	△2.1	2.1
4월	△4.8	18.1	△10.3	7.3	△3.9	11.1	△3.3	△2.5	△2.8
5월	△7.1	△11.9	△7.9	△6.0	△15.2	8.5	△7.8	15.2	5.6
6월	△15.2	△10.4	△15.3	△8.4	△29.4	0.0	△14.6	6.0	△2.4
7월	15.0	△3.5	△7.4	11.8	△4.1	△1.5	1.3	10.9	7.3
8월	△14.9	△19.1	△16.1	△13.6	△33.2	△10.8	△16.5	0.4	△5.5
9월	△5.5	△1.1	△14	5.1	△14.4	8.1	△8.6	△15.3	△13.3
10월	9.6	△1.5	△6.8	△10.4	△21.2	△5.4	△1.8	3.5	1.4
11월	△17.8	△1.8	△14.8	△13.7	△17.2	0.1	△13.6	△8.3	△10.3
12월	△6.1	7.9	△7.7	5.2	6.3	30.1	△2.3	△7.9	△6.1
22. 1월	△2.7	13.1	13.5	6.4	10.6	16.9	6.8	16.9	13.8
2월	**0.5**	**△20.5**	**△24.1**	**△13.3**	**△20.5**	**△7.1**	**△14.6**	**△28.7**	**△24.0**

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2019년				연간	2020년				연간	2021년				연간
1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기	
△3.1	△5.1	△8.1	△4.0	△5.1	△5.8	△5.5	△0.7	0.1	△3.0	0.4	0.2	△4.7	△5	**△2.3**

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비 식품							식품	합계
	가전/문화	의류	가정/생활	스포츠	잡화	기타	소계		
21. 3Q	10.8	3.3	13.7	1.5	1.7	1.8	32.8	67.2	100
21. 4Q	12.0	4.9	13.3	1.5	2.2	2.1	36.1	63.9	100
22. 1월	10.0	2.7	13.2	1.0	1.5	1.8	30.2	69.8	100
22. 2월	**14.0**	**3.4**	**14.0**	**1.3**	**1.6**	**2.0**	**36.4**	**63.6**	**100**

○ 구매건수·구매단가 및 점포당 매출액 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2021년											2022년	
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
구매건수	△1.9	1.6	△4.7	0.9	△1.8	△1.3	△11.5	△16.1	△9.7	△11.5	△7.3	2.9	**△13.1**
구매단가	17.2	0.5	2.0	4.6	△0.6	8.7	6.8	3.4	12.4	1.3	1.3	10.6	**△12.5**
점포당 매출	18.2	1.9	0.4	9.4	0.9	11.2	△5.5	△10.8	4.1	△7.5	△3.2	17.4	**△22.2**

* '22.2월 1인당 구매단가 : 51,716원 (전년동월 59,109원)

** '22.2월 점포당 매출액 : 42.2억원 (전년동월 54.2억원) / '22.2월 점포 수 : 385개

□ 백화점

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	비식품품목								식품	합계
	잡 화	여성 정장	여성 캐주얼	남성 의류	아동 스포츠	가정 용품	해외유명 브랜드	소계		
21. 2월	11.1	12.2	18.3	21.1	54.4	44.5	45.7	35.3	66.0	39.6
3월	55.4	79.8	84.5	78.2	109.8	60.4	89.0	81.0	54.9	77.6
4월	18.8	30.4	25.1	31.9	39.2	19.4	57.5	37.4	21.0	34.5
5월	△2.1	5.7	6.1	11.4	18.1	20.4	36.6	20.4	16.2	19.1
6월	△5.4	4.1	4.1	4.9	17.0	△0.5	31.5	12.9	10.8	12.8
7월	△9.2	△9.5	0.9	△0.6	16.5	16.5	18.8	9.5	△2.6	7.8
8월	△2.6	1.5	△6.8	4.5	24.8	25.6	18.6	14.3	4.5	13
9월	12.5	19.3	23.6	27	36.9	17.4	38.1	27.3	11.8	24.3
10월	5.0	7.7	5.4	12.8	19.6	22.2	39.4	21.5	16.9	21
11월	7.3	15	13.3	14.9	25.7	3	32.9	18.9	13.1	18.3
12월	30.6	36.1	48.6	40.5	55.3	14.6	42.8	37.7	28.3	36.5
22. 1월	31.0	23.7	35.5	38.7	46.3	6.9	46.5	32.7	60.0	37.2
2월	**3.2**	**13.8**	**1.9**	**10.8**	**11.9**	**9.3**	**32.5**	**17.4**	**△30.3**	**9.3**

* 자료 : 해외유명브랜드는 각사 분류 기준

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2019년				연간	2020년				연간	2021년				연간
1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기	
0.5	1.0	△1.7	△0.2	△0.1	△19.9	△8.4	△5.0	△6.0	△9.8	31.2	21.5	14.6	24.8	**24.1**

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비식품품목								식품	합계
	잡 화	여성 정장	여성 캐주얼	남성 의류	아동 스포츠	가정 용품	해외유명 브랜드	소계		
'21. 3Q	9.9	6.3	5.5	3.7	9.5	16.8	33.4	85.1	14.9	100
'21. 4Q	10.2	8.2	7.0	5.3	12.3	13.3	32.6	89.0	11.0	100
'22. 1월	9.9	7.0	5.3	4.3	8.7	14.5	32.1	81.8	18.2	100
'22. 2월	**9.7**	**6.7**	**5.3**	**3.4**	**10.3**	**16.4**	**37.3**	**89.2**	**10.8**	**100**

* 자료 : 해외유명브랜드는 각사 분류 기준

○ 구매건수·구매단가 및 점포당 매출액 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2021년											2022년	
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
구매건수	14.0	67.7	19.0	5.4	1.4	△8.1	△6.8	13	7.1	7.5	29.6	21.2	**△1.5**
구매단가	22.4	5.9	13.1	13.0	11.2	17.3	21.2	10	13	10.1	5.3	13.3	**10.9**
점포당 매출	42.0	80.7	36.9	17.1	10.8	5.9	9.2	18.1	15	12.4	29.7	30.4	**5.6**

* '22.2월 1인당 구매단가 : 129,795원 (전년동월 117,020원)

** '22.2월 점포당 매출액 : 351.0억원 (전년동월 332.3억원) / '22.2월 점포 수 : 60개

□ 편의점

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	비 식품품목				식품			합계
	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석 (신선일부)	소계	
21. 2월	△23.6	△15.9	1.3	△1.7	8.9	△8.4	5.7	2.1
3월	13.9	11.4	8.9	9.3	13.1	7.2	12.1	10.7
4월	11.9	10.2	6.5	7.0	17.7	7.7	15.9	11.6
5월	△1.5	5.3	0.5	0.4	9.9	1.7	8.4	4.6
6월	△3.5	△6.0	3.4	2.6	10.0	4.8	9.1	6.0
7월	△9.0	△10.9	1.4	0.2	16.2	0.1	13.3	7.0
8월	△6.1	△9.4	2.1	1	9.1	△0.6	7.4	4.5
9월	11.5	△6.1	6	6.1	14.1	△0.3	11.5	9
10월	11.4	10.6	4.5	5.2	14.9	0.1	12.3	9
11월	7.9	9.7	5.9	6.1	8.8	△0.1	7.2	6.7
12월	21.6	11.0	8.9	9.9	8.8	4.5	8.1	8.9
22. 1월	13.7	8.3	6.4	7.0	12.4	4.8	11.2	9.3
2월	**4.8**	**3.8**	**9.2**	**8.7**	**7.1**	**1.9**	**6.3**	**7.4**

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2019년				연간	2020년				연간	2021년				연간
1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기	
4.4	3.9	2.9	5.2	4.1	3.4	0.5	2.8	2.9	2.4	5.1	7.2	7.1	8.2	**6.8**

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비 식품품목				식품			합계
	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석 (신선일부)	소계	
21. 3Q	3.6	1.2	40.0	44.9	46.5	8.7	55.1	100.0
21. 4Q	3.7	1.2	41.1	46.0	45.2	8.8	54.0	100.0
22. 1월	3.6	1.2	40.4	45.2	46.3	8.5	54.8	100.0
2월	**3.4**	**1.3**	**42.4**	**47.1**	**44.8**	**8.1**	**52.9**	**100.0**

○ 구매건수 및 구매단가 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2021년											2022년	
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
구매건수	△8.7	9.2	10.0	0.8	0.1	△1.6	△2.9	2.8	0.3	0.7	7.2	6.6	**△0.1**
구매단가	11.8	1.4	1.5	3.7	5.9	8.8	7.6	6.1	8.6	6	1.5	2.5	**7.5**

* '22.2월 1인당 구매단가 : 7,428원 (전년동월 6,907원)

○ 점포당 매출액 증감률 추이 및 점포수 현황 (단위 : %)

증감률	2021년											2022년	
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
점포증가율	5.8	5.9	6.0	6.2	6.2	6.3	6.4	6.3	6.2	5.7	5.8	5.9	**5.9**
점포당매출액	△3.5	4.6	5.2	△1.5	△0.2	0.7	△1.8	2.5	2.6	0.9	2.9	3.2	**1.5**

* '22.2월 점포당 매출액 : 4,357.1만원 (전년동월 4,294.4만원) / '22.2월 점포 수 : 42,672개

□ 준대규모점포(SSM)

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	비식품			식품품목				합계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선·조리 식품	가공식품	소계	
21. 2월	△33.5	△26.2	△30.4	△14.2	△21.7	△20.1	△17.8	△19.2
3월	△23.6	△17.1	△20.8	△16.5	△21.1	△19.3	△18.4	△18.6
4월	△16.3	△10.1	△13.5	△11.0	△13.2	△10.9	△11.5	△11.7
5월	△14.1	△10.3	△12.4	△0.5	△3.6	0.2	△1.0	△2.2
6월	△11.7	△7.6	△9.9	△1.3	△4.4	0.5	△1.5	△2.4
7월	△12.9	△2.9	△8.6	2.5	7.5	3.9	4.2	2.8
8월	△18.9	△5.7	△13.2	△4.4	△7.2	△2.3	△4.4	△5.3
9월	△14.9	△8.1	△11.9	△16.7	△17.3	△15.6	△16.6	△16.1
10월	△12	△0.2	△6.8	0.8	△3	△1.5	△1	△1.6
11월	△13.9	△5.7	△10.2	△6.3	△5.5	△5.7	△5.9	△6.3
12월	△13.9	△3.5	△9.1	△14.3	△11.6	△10.6	△12.5	△12.2
22. 1월	0.3	4.7	2.1	△4.0	△4.2	5.2	△1.5	△1.2
2월	**△10.2**	**△3.0**	**△7.2**	**△16.2**	**△2.0**	**△2.3**	**△8.5**	**△8.4**

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2019년				연간	2020년				연간	2021년				연간
1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기	
1.1	0.3	△2.0	△3.6	△1.5	2.1	△10.0	1.6	△6.1	△4.8	△13.9	△5.6	△7.4	△7.0	**△9.1**

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비식품			식품품목				합계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선·조리 식품	가공식품	소계	
21. 3Q	5.1	4.3	9.4	40.0	22.9	27.8	90.6	100.0
21. 4Q	5.1	4.6	9.7	38.5	25.0	26.7	90.3	100.0
22. 1월	5.0	3.8	8.7	40.3	23.7	27.3	91.3	100.0
2월	**5.2**	**4.1**	**9.3**	**37.9**	**25.2**	**27.7**	**90.7**	**100.0**

○ 구매건수·구매단가 및 점포당 매출액 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2021년											2022년	
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
구매건수	△21.0	△15.4	△10.5	△5.3	△5.6	△3.3	△8.1	△14	△6.3	△9	△10.5	△4.8	**△7.0**
구매단가	2.4	△3.8	△1.3	3.3	3.4	6.4	3	△2.5	5	2.9	△1.9	3.8	**△1.5**
점포당 매출	△12.2	△12.4	△5.1	4.8	4.0	8.1	△1.1	△12.8	1.8	△3.8	△9.5	0.2	**△7.7**

* '22.2월 1인당 구매단가 : 17,149원 (전년동월 17,418원)
** '22.2월 점포당 매출액 : 3.08억원 (전년동월 3.34억원) / '22.2월 점포 수 : 1,098개

□ 온라인 유통

○ 전년동월 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2021년											2022년	
2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
5.5	15.2	16.5	17.6	19.6	20.2	11.1	14.5	19.7	14.8	12.8	9.1	**14.2**

○ 전년동월 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	합계
21. 2월	10.9	3.6	△2.9	△3.8	△3.0	△19.3	16.7	△5.7	13.4	5.5
3월	9.2	7.3	26.1	6.3	10.6	△13.1	11.5	△0.3	73.5	15.2
4월	8.3	0.5	19.9	4.6	19.8	△5.5	18.9	7.6	62.6	16.5
5월	10.2	3.0	2.7	△6.0	19.4	△4.9	32.9	8.3	61.1	17.6
6월	3.8	17.7	1.3	△0.9	19.0	△2.7	40.0	6.5	85.7	19.6
7월	30.6	2.3	2.0	△4.8	14.9	△0.6	30.7	4.4	44.9	20.2
8월	4.6	3.2	△1.4	5.1	20.3	△4.6	28.2	4.5	17	11.1
9월	9.6	2.0	4.9	8.4	19.9	△0.6	17.1	9.7	44.9	14.5
10월	22.7	12.5	4.9	5.6	16.2	0.2	25.3	13.4	46.1	19.7
11월	14.6	△1.2	6.3	1.4	19	2.7	19.9	7.3	36.4	14.8
12월	3.9	△4.5	14.3	2.1	17.4	1.5	8.0	26.9	30.3	12.8
22. 1월	△4.2	△9.1	14.6	0.9	24.2	△1.8	18.0	4.3	23.3	9.1
2월	**17.0**	**2.5**	**7.4**	**5.0**	**23.7**	**4.7**	**9.8**	**12.1**	**26.8**	**14.2**

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2019년				연간	2020년				연간	2021년				연간
1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기	
16.0	14.6	13.8	12.6	14.2	19.8	15.4	17.8	20.4	18.4	14.3	17.9	15.2	15.6	**15.7**

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	합계
21. 2월	24.7	2.4	8.3	2.9	4.4	3.8	24.0	15.8	13.8	100.0
3월	22.0	2.5	10.3	3.4	4.2	3.7	22.1	15.6	16.0	100.0
4월	22.2	2.2	10.2	4.2	4.5	4.1	22.9	15.9	13.8	100.0
5월	23.2	1.8	10.0	4.0	4.4	3.9	22.1	15.9	14.6	100.0
6월	22.1	1.9	10.2	4.0	4.3	3.6	22.4	15.7	15.8	100.0
7월	24.2	1.9	9.0	4.0	4.3	3.7	22.6	15.4	14.8	100.0
8월	23.3	2	7.5	3.6	4.5	3.7	24.8	15.7	14.9	100.0
9월	22.3	2	8.8	3.9	4.6	3.6	25.6	15.9	13.4	100.0
10월	24.1	1.9	11	4.3	4.4	3.6	21.7	15.6	13.4	100.0
11월	25.1	1.9	11.2	3.9	4.4	3.5	21.1	15.1	13.9	100.0
12월	21.5	2.4	10.3	3.3	4.3	4.6	22.0	18.5	13.0	100.0
22. 1월	21.5	2.1	8.5	2.8	5.0	3.4	27.6	15.0	13.9	100.0
2월	**25.3**	**2.1**	**7.8**	**2.7**	**4.7**	**3.5**	**23.1**	**15.5**	**15.3**	**100.0**