



'25년 상반기 및 6월 주요 유통업체 매출 동향

- 상반기 매출 7.8% 증가, 오프라인 0.1% 감소 · 온라인 15.8% 증가
- '20년 이후 오프라인 ^{상반기 기준} 첫 역성장, 온-오프라인 성장률 격차 확대

산업통상자원부는 '25년 상반기 주요 유통업체(오프라인 13개사, 온라인 10개사)의 오프라인 매출은 0.1% 감소하고 온라인은 15.8% 증가해 전체 매출은 전년 동기 대비 7.8% 증가했다고 밝혔다. 오프라인 매출의 마이너스 성장은 코로나 시기였던 '20년 이후 상반기 기준으로 처음이다.

< 오프라인 부문 전년 동기 대비 성장률(%) >

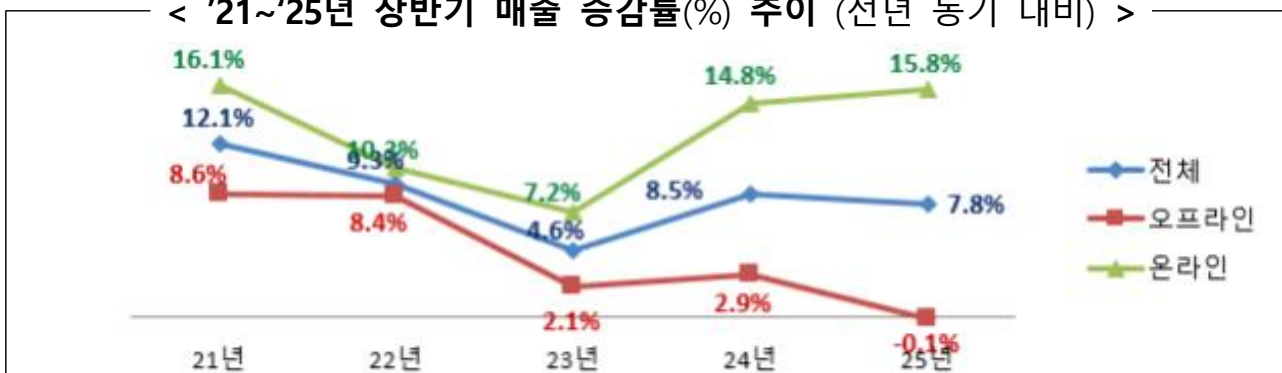
	'20년	'21년	'22년	'23년	'24년	'25년
상반기	△5.6	8.6	8.4	2.1	2.9	△0.1
연 간	△3.6	7.5	8.9	3.7	2.0	-

① '21~'25년 상반기 성장 추세

지난 5년간 오프라인 업체는 명품 소비, 근린형(집근처) 업체 선호 등에 따라 백화점, 편의점, 준대규모점포 중심으로 성장을 했으며, 1인 가구 확대에 따른 소량 구매 추세와 온라인 장보기 확대 등으로 대형마트는 부진한 모습을 보였다.

한편 온라인은 상품 부문 뿐 아니라 e-쿠폰, 여행·문화상품, 배달 서비스 등 서비스 부문의 확대로 매년 높은 성장세를 보였다.

< '21~'25년 상반기 매출 증감률(%) 추이 (전년 동기 대비) >



② '25년 상반기 매출동향

< 업태별 매출 성장률 >

상반기 오프라인($\Delta 0.1\%$)은 1월 설 특수, 5월 가정의 달을 제외하고 감소세를 보여 마이너스 성장을 기록했다. 반면 온라인(15.8%)은 꾸준한 성장세를 유지해 온-오프라인 부문의 성장률 격차*가 크게 벌어졌다.

* ('23.上) $5.1\%p \rightarrow$ ('24.上) $11.9\%p \rightarrow$ ('25.上) $15.9\%p$

소비심리 위축, 온라인 구매 대체, 매장 수·방문고객(구매건수)의 지속 감소 등으로 대형마트($\Delta 1.1\%$), 편의점($\Delta 0.5\%$)은 마이너스 성장을 했고, 명품 소비 증가로 백화점(0.5%)은 소폭 증가했다. 반면 점포가 꾸준히 늘어난 준대규모점포(1.8%)는 집밥 수요 증가, 식료품 물가 상승 등으로 플러스를 기록하며 성장세를 보였다.

<'24년 및 '25년 상반기 매출 비중 및 매출 증감률>

구분	'24년 상반기		'25년 상반기	
	매출 비중	매출 증감률	매출 비중	매출 증감률
대형마트	12.0%	$\Delta 0.8\%$	11.0%	$\Delta 1.1\%$
백 화 점	17.9%	3.1%	16.7%	0.5%
편 의 점	17.3%	5.2%	16.0%	$\Delta 0.5\%$
S S M	2.8%	4.4%	2.7%	1.8%
오프라인 합계	50.1%	2.9%	46.4%	$\Delta 0.1\%$
온라인 합계	49.9%	14.8%	53.6%	15.8%
전체	100.0%	8.5%	100.0%	7.8%

* (분기 추이) 대형마트 5분기 연속(-), 편의점 2분기 연속(-), 준대규모점포 9분기 연속(+)

< 상품군별 매출 증감율 >

집밥 수요, 서비스 구매 확대 등으로 식품(8.3%), 서비스/기타(28.8%), 생활가정(3.7%) 등을 중심으로 증가했다. 특히 온라인은 서비스/기타(57.6%)에서 높은 성장세를 보였으며, 식품 부문에 있어서도 온라인 부문(19.6%)은 오프라인의 식품(0.6%) 부문 매출 증가세를 크게 앞질렀다. 한편, 패션/잡화($\Delta 2.6\%$), 아동/스포츠($\Delta 2.9\%$) 분야는 감소했다.

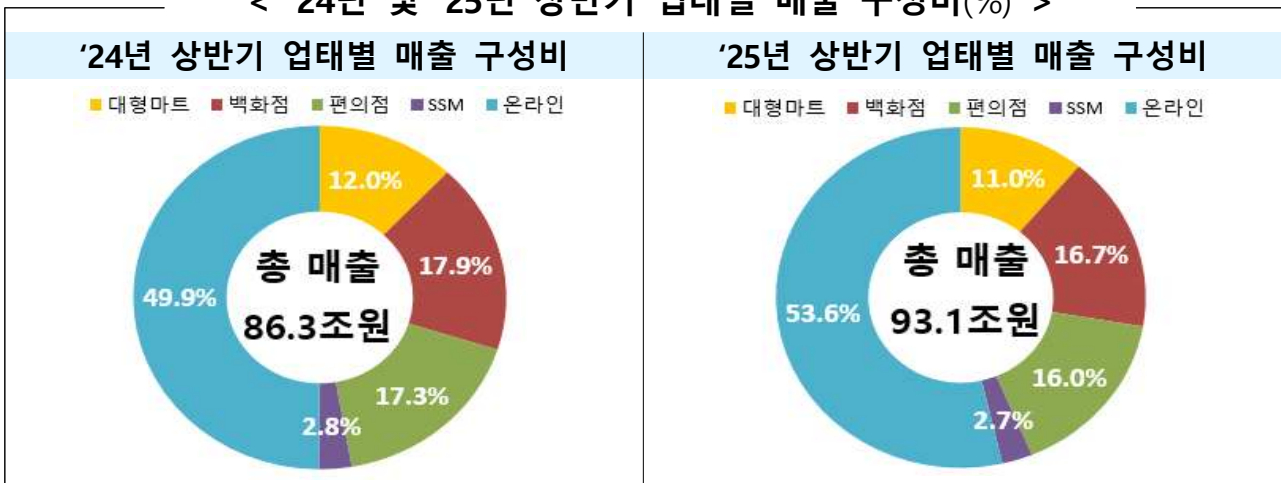
<'25년 상반기 전년동기 대비 상품군별 매출 증감률 (단위 : %)>

구분	전체	가전/문화	패션/잡화	아동/스포츠	식품	생활/가정	서비스/기타	해외유명브랜드
전체 (비중,%)	7.8 (100)	1.6 (10.7)	△2.6 (11.1)	△2.9 (4.5)	8.3 (38.5)	3.7 (12.2)	28.8 (17.1)	5.0 (5.9)
오프라인 (비중,%)	△0.1 (100)	△9.3 (2.3)	△5.3 (12.0)	△3.6 (4.2)	0.6 (46.2)	△2.7 (8.7)	1.6 (15.0)	5.0 (11.8)
온라인 (비중,%)	15.8 (100)	가전전자	도서문구	패션의류	화장품	아동유아	스포츠	-
		2.4 (16.1)	6.2 (1.9)	△6.7 (5.5)	8.6 (5.2)	5.5 (2.8)	△11.2 (2.1)	
					19.6 (32.1)	7.3 (15.2)	57.6 (19.0)	

< 업태별 매출 비중 >

매출 비중은 온라인(3.7%p)은 증가한 반면, 대형마트(△1.0%p), 백화점(△1.2%p), 편의점(△1.3%p), 준대규모점포(△0.1%p)는 모두 감소했다.

< '24년 및 '25년 상반기 업태별 매출 구성비(%) >



③ '25년 6월 매출동향

< 업태별 매출 성장률 >

'25년 6월 주요 유통업체의 오프라인 매출은 1.1% 감소, 온라인 매출은 15.9% 증가해 전체 매출은 전년 동월 대비 7.3% 증가했다.

오프라인 매출은 대형마트(△2.8%), 백화점(△0.9%)이 마이너스로 전환했으며, 편의점(△0.7%)은 3개월 연속 역성장을 기록했다. 반면, 준대규모점포(2.1%)는 나홀로 4개월 연속 성장세를 보였다. 온라인 매출은 통계작성 이래 꾸준히 높은 성장세를 유지하고 있다.

<유통업태별 전년동월 대비 월별 매출 증감률 (단위 : %)>

구분	'24년						'25년					
	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월
전체	6.3	9.2	6.7	6.7	8.0	8.9	11.7	4.4	9.2	7.0	7.0	7.3
오프라인	△3.0	5.0	△0.9	0.0	3.9	△0.3	8.8	△7.7	△0.2	△1.9	0.9	△1.1
온라인	16.9	13.9	15.7	13.9	11.8	18.8	14.6	16.7	19.0	15.8	13.0	15.9

< 상품군별 매출 증감률 >

오프라인은 명품(2.9%)을 제외한 대부분 품목군에서 마이너스 성장을 했고, 온라인은 서비스(38.7%), 식품(24.1%), 생활가정(11.9%) 중심으로 성장세를 유지했다. 온라인의 패션/의류(△0.8%)는 감소폭이 다소 줄었으며, 화장품(9.0%)은 높은 성장세를 꾸준히 보였다.

또한 식품(9.5%)의 경우 온라인(24.1%)이 크게 성장한 반면 오프라인 (△0.2%)은 감소하여 온라인 식품구매가 활발함을 알 수 있다.

* 식품 전년동월 대비 매출증감율(%) : 대형마트(0.5), 백화점(1.3) 편의점(△1.7) SSM(2.6)

<'25년 6월 전년동월 대비 상품군별 매출 증감률 (단위 : %)>

구분	전체	가전/문화		패션/잡화		아동/스포츠		식품	생활/가정	서비스/기타	해외유명 브랜드
전체 (비중,%)	7.3 (100)	△0.6 (9.9)		△1.4 (11.3)		△2.0 (4.5)		9.5 (38.9)	6.2 (12.8)	20.4 (16.9)	2.9 (5.6)
오프라인 (비중,%)	△1.1 (100)	△16.9 (1.9)		△6.3 (11.7)		△4.6 (3.9)		△0.2 (46.0)	△3.9 (9.0)	2.3 (15.6)	2.9 (12.0)
온라인 (비중,%)	15.9 (100)	가전전자	도서문구	패션의류	화장품	아동유아	스포츠	24.1 (32.8)	11.9 (16.2)	38.7 (18.1)	-
		0.4 (15.3)	9.6 (1.6)	△0.8 (5.8)	9.0 (5.2)	8.2 (2.7)	△8.5 (2.3)				

< 업태별 매출 비중 >

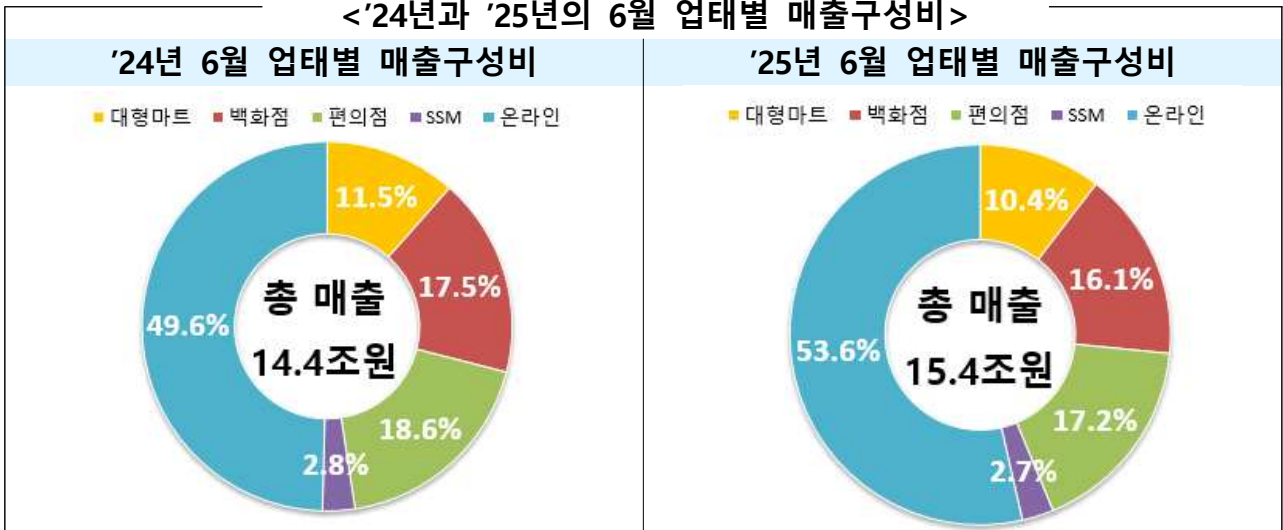
오프라인 유통의 경우 대형마트(△1.1%p), 백화점(△1.4%p), 편의점 (△1.4%p), 준대규모점포(△0.1%p) 등 모든 업태에서 감소하여 전체의 46.4% 였으며('24.6월 50.4%), 온라인 유통은 전년 동월 대비 4%p가 증가한 53.6%를 기록했다.

* 오프라인 13개사, 온라인 10개사 기준

<오프라인 · 온라인 월별 매출 비중 (단위 : %)>

구분	'24년							'25년					
	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월
오프라인	50.4	48.7	50.3	50.3	48.1	47.0	47.3	48.2	44.4	46.5	45.6	46.9	46.4
온라인	49.6	51.3	49.7	49.7	51.9	53.0	52.7	51.8	55.6	53.5	54.4	53.1	53.6

<'24년과 '25년의 6월 업태별 매출구성비>



< 오프라인 점포수 / 점포당 매출 / 구매건수 >

전년 동월 대비 오프라인 점포수는 대형마트(△1.1%), 백화점(△5.0%), 편의점(△1.3%)은 지속적으로 감소했고 준대규모점포(2.8%)는 증가했다.

점포당 매출은 전년 동월 대비 백화점(4.3%), 편의점(0.6%)은 증가했고, 대형마트(△1.7%), 준대규모점포(△0.6%)는 감소했다.

<'25년 6월 전년동월 대비 점포당 매출 및 점포수 증감률 (단위 : %, 개)>

구분	전체	대형마트	백화점	편의점	SSM
점포당 매출 증감률	3.7	△1.7	4.3	0.6	△0.6
점포 수 증감률	△1.2	△1.1	△5.0	△1.3	2.8
점포 수(개)	49,678	371	57	48,057	1,193

오프라인의 구매건수는 전월과 유사하게 대형마트(△3.8%), 백화점(△4.0%), 편의점(△3.2%)은 감소했고, 준대규모점포(1.6%)*는 증가하여 전체 3.0% 감소했다.

* '23. 4월 이후 26개월 연속 구매건수 플러스 성장

구매단가는 대형마트(1.0%), 백화점(3.2%), 편의점(2.5%), 준대규모점포(0.6%) 등 모두 증가하여 전체적으로 2.0% 증가했다.

전체적으로 대형마트의 구매건수는 줄고 SSM의 구매건수는 늘어 대형마트보다 SSM과 같은 근린형(집근처) 점포를 선호하는 것으로 나타났다. 백화점은 구매건수의 감소에도 불구하고 고가품 중심의 구매가 매출을 견인하고 있는 것으로 나타났다.

<'25년 6월 오프라인* 부문 구매건수·단가 증감률 (단위 : %)>

구분	전체	대형마트	백화점	편의점	SSM
구매건수	△3.0	△3.8	△4.0	△3.2	1.6
구매단가	2.0	1.0	3.2	2.5	0.6

* 온라인은 구매건수를 집계하지 않고 있어 통계자료에 미포함

담당 부서	중견기업정책관 유통물류과	책임자	과 장	김태희 (044-203-4380)
		담당자	사무관	서민경 (044-203-4385)
			주무관	김명진 (044-203-4383)

붙임

주요 유통업체 업체별 매출 추이

□ 대형마트

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	비 식품							식품	합계
	가전/문화	의류	가정/생활	스포츠	잡화	기타	소계		
'24. 7월	△13.2	△9.7	△14.4	△21.3	△13.8	△3.7	△13.9	△5.2	△7.9
8월	△6.2	4.5	△1.8	△12.5	△4.3	6.7	△3.7	9.9	5.9
9월	17.9	△5.2	△10.9	△11.6	△4.4	17.3	△1.5	△9.1	△6.5
10월	△22.1	△7.4	△12.6	△21.4	△13.6	10.2	△15.4	2.4	△3.4
11월	△4.8	1.2	△2.1	△12.6	△11.2	17.6	△3.7	10.2	5.7
12월	△17.9	△3.7	△11.5	△18.8	△13.6	10.7	△13.1	△4.4	△6.6
'25. 1월	7.5	10.5	8.2	0.9	8.4	26.1	7.8	19.1	16.1
2월	△10.9	△23.6	△22.5	△31.3	△21.5	8.2	△19.4	△19.7	△18.8
3월	△20.2	△5.7	△3.7	△18.3	△7.8	18.0	△10.6	3.4	△0.2
4월	△12.1	△16.6	△7.1	△22.8	△12.8	32.0	△11.5	△0.8	△3.1
5월	△7.8	△4.0	△4.3	△14.2	△7.3	35.3	△6.3	1.6	0.2
6월	△16.9	△11.2	△8.6	△19.0	△10.7	33.7	△12.3	0.5	△2.8

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2022년		연 간	2023년				연 간	2024년				연 간	2025년	
3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기
△9.4	△5.2	△7.6	0.3	1.8	1.2	△1.3	0.5	4.0	△2.6	△2.9	△1.7	△0.8	△0.4	△1.9

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비 식품							식품	합계
	가전/문화	의류	가정/생활	스포츠	잡화	기타	소계		
'25. 2월	9.6	3.0	11.3	1.3	1.9	3.7	30.8	69.2	100.0
3월	7.5	3.3	11.3	1.3	2.0	3.2	28.6	71.4	100.0
4월	8.3	3.9	10.9	1.4	2.1	3.6	30.2	69.8	100.0
5월	8.9	4.2	11.1	1.6	2.3	3.8	31.9	68.1	100.0
6월	8.3	4.1	12.2	1.5	2.0	2.6	30.6	69.4	100.0

○ 구매건수 · 구매단가 및 점포당 매출액 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2024년							2025년					
	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월
구매건수	1.2	△6.2	1.8	△0.2	△0.8	3.2	△3.5	6.2	△9.3	△1.5	△5.0	△2.5	△3.8
구매단가	0.9	△1.9	4.0	△6.3	△2.7	2.4	△3.2	9.4	△10.5	1.4	2.0	2.8	1.0
점포당 매출	3.7	△6.9	7.1	△5.5	△1.6	7.7	△4.8	17.1	△17.9	1.5	△2.3	1.8	△1.7

* '25. 6월 1인당 구매단가 : 47,744원 (전년동월 47,257원)

** '25. 6월 점포당 매출액 : 43.3억원 (전년동월 44.1억원) / '25. 6월 점포 수 : 371개

□ 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		
'24. 6월	3.7	△2.6	6.8	△0.9	4.9	14.9	2.3	4.4	6.6	5.0
7월	△4.0	△9.6	△2.8	△12.2	△6.8	△5.0	△11.0	△7.9	0.4	△6.4
8월	0.0	△4.9	5.1	0.2	6.6	2.1	0.1	1.1	18.7	4.4
9월	△2.7	△9.0	△3.4	△8.2	△1.8	14.4	3.7	1.3	△5.9	0.3
10월	△7.3	△11.8	△9.4	△12.8	△8.0	△2.0	2.5	△4.1	2.5	△2.6
11월	△3.5	△7.1	△1.8	△3.1	△3.6	△0.8	7.8	0.7	3.8	1.4
12월	△4.3	△4.1	△1.3	△3.1	△1.7	△1.1	6.1	1.0	1.0	1.1
'25. 1월	0.5	△6.2	2.2	0.7	9.3	△1.1	17.3	7.2	24.9	10.3
2월	△6.5	△3.1	△11.2	△11.3	△7.6	4.3	4.5	△0.7	△21.2	△3.6
3월	△3.8	△5.4	△3.3	△8.9	△1.6	△2.2	△2.7	△3.3	3.5	△2.1
4월	△6.5	△8.1	△7.1	△11.3	△6.2	△6.2	1.1	△3.9	4.5	△2.9
5월	△5.7	△2.0	△2.2	△5.3	△1.3	2.0	8.1	1.9	4.4	2.3
6월	△13.3	2.5	△4.7	△2.4	△3.1	△2.1	2.9	△1.6	1.3	△0.9

* 자료 : 해외유명브랜드는 각사 분류 기준

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2022년		연 간	2023년				연 간	2024년				연 간	2025년	
3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기
21.1	7.1	15.8	4.3	0.9	0.1	3.4	2.2	5.5	0.8	△0.7	△1.2	1.4	1.5	△0.4

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비 식품								식품	합계
	잡 화	여성 정장	여성 캐주얼	남성 의류	아동 스포츠	가정 용품	해외유명 브랜드	소계		
'25. 2월	9.2	6.3	5.9	3.5	9.8	14.3	38.0	87.0	13.0	100.0
3월	9.6	7.9	7.0	4.3	11.0	12.2	35.6	87.5	12.5	100.0
4월	9.5	6.6	7.0	4.3	11.6	12.2	36.2	87.5	12.5	100.0
5월	10.6	6.4	7.1	4.0	11.3	12.3	36.1	87.8	12.2	100.0
6월	9.6	6.7	7.5	4.2	10.5	13.8	35.0	87.4	12.6	100.0

* 자료 : 해외유명브랜드는 각사 분류 기준

○ 구매건수 · 구매단가 및 점포당 매출액 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2024년							2025년					
	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월
구매건수	3.8	△4.6	3.4	0.7	△2.9	△1.0	△2.9	0.2	△3.2	△6.5	△4.4	△2.0	△4.0
구매단가	1.2	△1.9	1.0	△0.4	0.3	2.4	4.0	10.1	△0.4	4.7	1.6	4.4	3.2
점포당 매출	5.0	△6.4	8.0	3.7	0.8	4.9	4.6	14.1	△0.2	1.3	0.5	7.7	4.3

* '25. 6월 1인당 구매단가 : 122,403원 (전년동월 118,565원)

** '25. 6월 점포당 매출액 : 436.6억원 (전년동월 418.7억원) / '25. 6월 점포 수 : 57개

□ 편의점

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	비 식품품목				식품			합계
	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석 (신선일부)	소계	
'24. 6월	2.2	8.0	2.0	2.2	5.7	1.7	5.0	3.8
7월	3.0	9.8	3.4	3.6	2.4	2.3	2.4	2.9
8월	3.6	1.8	2.9	2.9	6.5	1.8	5.7	4.5
9월	1.1	△1.2	2.4	2.1	3.6	△1.7	2.7	2.5
10월	2.0	4.4	3.5	3.4	4.3	2.8	4.0	3.7
11월	2.5	△0.8	4.4	4.1	6.9	1.1	5.9	5.1
12월	△2.4	△3.8	3.9	3.1	2.2	0.0	1.8	2.4
'25. 1월	3.7	△2.2	0.7	0.9	4.1	△5.0	2.5	1.7
2월	△11.6	△12.6	△2.6	△3.6	△5.5	△4.8	△5.4	△4.6
3월	△2.0	△2.5	1.5	1.1	2.5	△2.4	1.6	1.4
4월	0.1	△0.3	△0.2	△0.2	△0.7	△2.1	△0.9	△0.6
5월	3.7	4.2	△0.6	△0.1	0.4	△2.9	△0.2	△0.2
6월	△0.2	△1.6	0.7	0.6	△1.6	△2.3	△1.7	△0.7

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2022년			연 간	2023년				연 간	2024년				연 간	2025년	
3분기	4분기			1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기
11.3	11.4	10.8		9.4	9.5	7.6	6.1	8.1	6.0	4.6	3.3	3.7	4.3	△0.4	△0.5

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비 식품				식품			합계
	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석 (신선일부)	소계	
'25. 2월	3.5	1.3	40.7	45.5	45.3	9.2	54.5	100.0
3월	3.6	1.2	39.8	44.7	45.8	9.5	55.3	100.0
4월	3.5	1.2	39.5	44.3	45.9	9.9	55.7	100.0
5월	3.8	1.4	38.9	44.1	46.4	9.5	55.9	100.0
6월	3.7	1.3	38.9	43.9	46.6	9.5	56.1	100.0

○ 구매건수 및 구매단가 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2024년							2025년						
	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	
구매건수	2.3	2.6	2.9	1.2	1.5	3.6	1.9	△2.0	△5.4	△0.5	△2.9	△3.1	△3.2	
구매단가	1.5	0.3	1.6	1.2	2.2	1.4	0.5	3.8	0.8	1.9	2.4	3.1	2.5	

* '25. 6월 1인당 구매단가 : 7,040원 (전년동월 6,865원)

○ 점포당 매출액 증감률 추이 및 점포수 현황 (단위 : %)

증감률	2024년							2025년						
	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	
점포증가율	2.7	3.1	2.2	1.8	1.6	1.6	1.3	1.1	0.9	0.3	△0.2	△0.6	△1.3	
점포당매출액	1.0	△0.1	2.3	0.7	2.1	3.5	1.0	0.6	△5.4	1.1	△0.4	0.5	0.6	

* '25. 6월 점포당 매출액 : 5,514.9만원 (전년동월 5,482.4만원) / '25. 6월 점포 수 : 48,057개

□ 준대규모점포(SSM)

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	비식품			식품품목				합계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선·조리식품	가공식품	소계	
'24. 6월	△7.8	0.3	△3.8	3.3	2.0	2.1	2.6	2.0
7월	△6.8	△0.9	△3.9	2.6	3.1	0.2	1.9	1.4
8월	△5.5	0.7	△2.4	8.7	6.8	6.4	7.5	6.7
9월	△7.9	△0.4	△4.2	△6.5	4.9	△2.5	△2.5	△2.7
10월	△9.4	△1.6	△5.5	11.0	8.0	5.4	8.3	7.1
11월	△3.2	2.0	△0.6	9.2	7.3	5.7	7.5	6.8
12월	△2.6	△6.6	△4.6	6.0	2.3	2.9	4.0	3.4
'25. 1월	△3.0	5.6	1.4	7.0	0.8	5.9	5.1	4.8
2월	△10.2	0.3	△4.3	△0.1	3.4	△5.0	△1.0	△1.2
3월	△3.9	3.2	0.1	4.2	3.5	3.7	3.9	3.6
4월	△6.4	2.6	△1.3	△0.5	0.7	1.0	0.3	0.2
5월	△8.2	1.8	△2.5	2.5	0.5	0.3	1.3	1.0
6월	△6.3	0.5	△2.6	5.8	1.4	△0.5	2.6	2.1

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2022년		연간	2023년				연간	2024년				연간	2025년	
3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기
△3.7	0.5	△2.5	△1.1	5.6	6.2	4.2	3.7	8.0	3.3	1.8	5.7	4.6	2.5	1.1

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비식품			식품				합계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선·조리식품	가공식품	소계	
'25. 2월	3.2	4.6	7.7	37.7	23.7	30.9	92.3	100.0
3월	3.0	4.2	7.3	40.2	22.9	29.6	92.7	100.0
4월	3.1	4.4	7.5	38.5	23.7	30.3	92.5	100.0
5월	3.1	4.5	7.6	38.4	23.8	30.2	92.4	100.0
6월	3.4	4.3	7.7	38.2	24.5	29.6	92.3	100.0

○ 구매건수·구매단가 및 점포당 매출액 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2024년							2025년					
	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월
구매건수	3.2	2.9	5.9	4.8	7.0	7.7	5.2	3.7	2.1	5.1	1.5	1.5	1.6
구매단가	△1.1	△1.5	0.7	△7.1	0.1	△0.8	△1.7	1.0	△3.3	△1.4	△1.3	△0.5	0.6
점포당 매출	△1.6	△2.6	2.0	△6.3	2.4	2.1	△2.0	△0.8	△5.9	△1.0	△3.4	△2.1	△0.6

* '25. 6월 1인당 구매단가 : 16,284원 (전년동월 16,191원)

** '25. 6월 점포당 매출액 : 3.5억원 (전년동월 3.5억원) / '25. 6월 점포 수 : 1,193

□ 온라인 유통

○ 전년동월 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2024년							2025년					
6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월
14.7	16.9	13.9	15.7	13.9	11.8	18.8	14.6	16.7	19.0	15.8	13.0	15.9

○ 전년동월 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	합계
'24. 6월	5.4	2.1	△12.8	△10.8	13.5	1.8	18.3	9.0	74.3	14.7
7월	7.0	12.1	△9.6	△7.8	16.3	4.3	21.0	12.8	61.6	16.9
8월	△2.4	9.7	△17.8	△12.7	11.2	3.4	19.8	10.8	60.4	13.9
9월	18.1	5.7	△16.0	△11.4	11.4	5.5	14.7	10.3	52.9	15.7
10월	△12.7	15.7	△9.8	△6.6	8.5	5.8	24.8	11.3	66.5	13.9
11월	△9.9	3.7	△9.1	△10.7	7.1	5.6	19.1	6.1	70.7	11.8
12월	△1.2	5.6	△6.8	△4.5	14.7	4.9	21.5	7.7	83.8	18.8
'25. 1월	△6.2	△3.5	△12.8	△11.9	7.7	7.2	19.6	2.5	73.3	14.6
2월	3.6	10.4	△9.7	△9.8	8.8	4.0	14.9	7.9	76.3	16.7
3월	7.8	6.1	△4.7	△10.1	7.5	3.8	19.4	7.5	78.3	19.0
4월	4.1	10.3	△8.6	△13.8	11.6	6.6	21.3	7.7	50.1	15.8
5월	5.8	5.8	△4.6	△12.7	7.4	3.2	18.2	6.0	37.3	13.0
6월	0.4	9.6	△0.8	△8.5	9.0	8.2	24.1	11.9	38.7	15.9

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2022년			연간	2023년				연간	2024년				연간	2025년	
3분기	4분기			1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기
9.7	4.5	8.6		4.4	1.9	5.7	8.7	5.2	13.1	16.4	15.5	14.8	15.0	16.7	14.9

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	합계
'24. 6월	17.6	1.7	6.8	2.9	5.5	2.9	30.6	16.7	15.1	100.0
7월	18.5	2.0	6.2	2.6	5.3	2.9	30.5	16.6	15.4	100.0
8월	16.7	1.9	5.0	2.4	5.3	2.9	32.6	16.5	16.7	100.0
9월	18.1	1.8	5.1	2.4	5.2	2.9	32.5	15.7	16.3	100.0
10월	16.3	1.9	6.8	2.9	5.2	2.9	30.5	16.1	17.5	100.0
11월	18.0	1.8	7.3	2.8	5.1	2.8	28.5	15.2	18.4	100.0
12월	15.5	2.3	6.4	2.2	5.2	3.4	29.6	14.9	20.5	100.0
'25. 1월	16.3	1.9	4.8	1.7	5.2	2.6	33.2	14.1	20.1	100.0
2월	18.1	2.1	4.9	1.7	5.2	2.7	30.7	14.9	19.8	100.0
3월	15.7	2.4	5.8	2.0	5.1	2.7	31.5	15.3	19.4	100.0
4월	15.0	2.0	6.0	2.3	5.4	2.9	32.4	15.3	18.7	100.0
5월	16.5	1.7	5.9	2.4	5.3	2.9	32.0	15.4	18.0	100.0
6월	15.3	1.6	5.8	2.3	5.2	2.7	32.8	16.2	18.1	100.0

※ 동 조사에 협조하는 주요 유통업체별로 집계·정산 과정 등에서 수정이 있을 경우, 차기 보도자료에 반영함에 따라 일부 차이가 발생할 수 있습니다.

1. 본 동향은 소비동향 파악을 목적으로 주요 온·오프라인 유통업체의 월간 매출액 또는 거래액을 조사·분석한 자료임
2. 오프라인 유통업체 매출동향은 전체 유통업체가 아닌 주요 오프라인 유통업체 13개사의 월간 매출액을 조사·분석한 결과임

【 매출동향 조사대상 】

□ 오프라인 유통업체(13개사)

- 백화점(3) : 롯데백화점, 현대백화점, 신세계백화점
- 대형마트(3) : 이마트, 홈플러스, 롯데마트
- 편의점(3) : 지에스25, 씨유, 세븐일레븐
- 준대규모점포(SSM)(4) : 이마트에브리데이, 롯데슈퍼, 지에스더후레쉬, 홈플러스익스프레스

□ 온라인 유통업체(10개사)

- G마켓글로벌(G마켓·옥션), 11번가, 인터파크, 쿠팡, SSG(이마트·신세계), 에이케이몰, 홈플러스, 갤러리아몰, 롯데마트, 롯데온

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

3. 온라인 유통업체 매출동향은 온라인 유통업체 10개사의 월간 거래액을 조사·분석한 결과로, 통계청의 승인을 받지 않은 자료임
4. 본 동향은 통계청의 「서비스업동향조사」·「온라인쇼핑동향조사」와는 모집단, 작성항목 등이 달라 자료간 증감크기나 방향이 상이할 수 있음

【 유사통계 간 비교 】

통계명	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 80백만원 이상인 온라인쇼핑 운영업체
표본추출틀	주요 오프라인 유통업체 (13개사)	2020 경제총조사 결과, 한국표준산업분류 대분류 13개 업종	통신판매신고업체(공정위, 서울행정시스템), PG사 거래금액, 경총자료
조사대상	주요 오프라인 유통업체 13개사 (유의표본)	표본 17,500개 사업체	표본 1,100개 사업체
포괄범위	상품 및 서비스 거래금액	판매액(상품)	24개 상품군별 상품 및 서비스 거래금액

5. 본 동향은 조사기준월 익월말 공표되는 자료임