



'23년 연간 주요 유통업체 매출 6.3% 증가

- 오프라인 3.7% 증가, 온라인 9.0% 증가 (전년 대비)

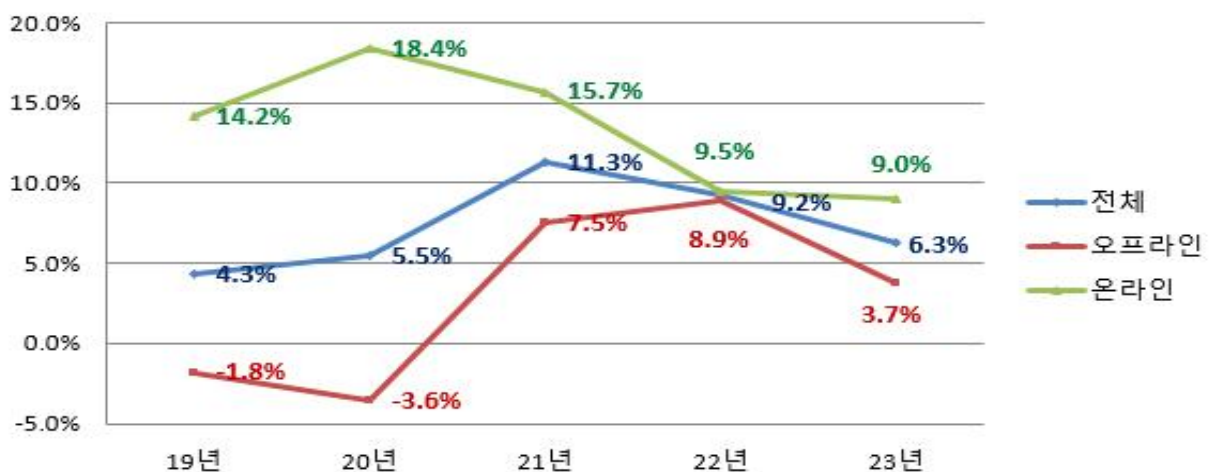
['23년 연간] 주요 유통업체 매출은 오프라인과 온라인 모두 상승하면서, 전년과 비교하여 6.3% 증가한 것으로 나타났다.

오프라인은 대형마트(0.5%), 백화점(2.2%), 편의점(8.1%), 준대규모점포(3.7%) 등 전 업태에서 증가세를 보이면서 매출이 3.7% 증가하였고, 온라인도 매출이 9.0% 증가하였다. 다만, 코로나 이후 일상회복의 영향으로 줄어들었던 온·오프라인의 매출 증가폭 차이는 다시 벌어지는 것으로 나타났다.

['23년 12월] 주요 유통업체 매출은 오프라인 4.5%, 온라인 10.4% 모두 상승하면서 전체적으로 7.5% 증가하였다.

※ 기타 상세 내용은 본문 및 붙임 참조

< '19~'23년 연간 매출 증감률(%) 추이 (전년 동기 대비) >



I

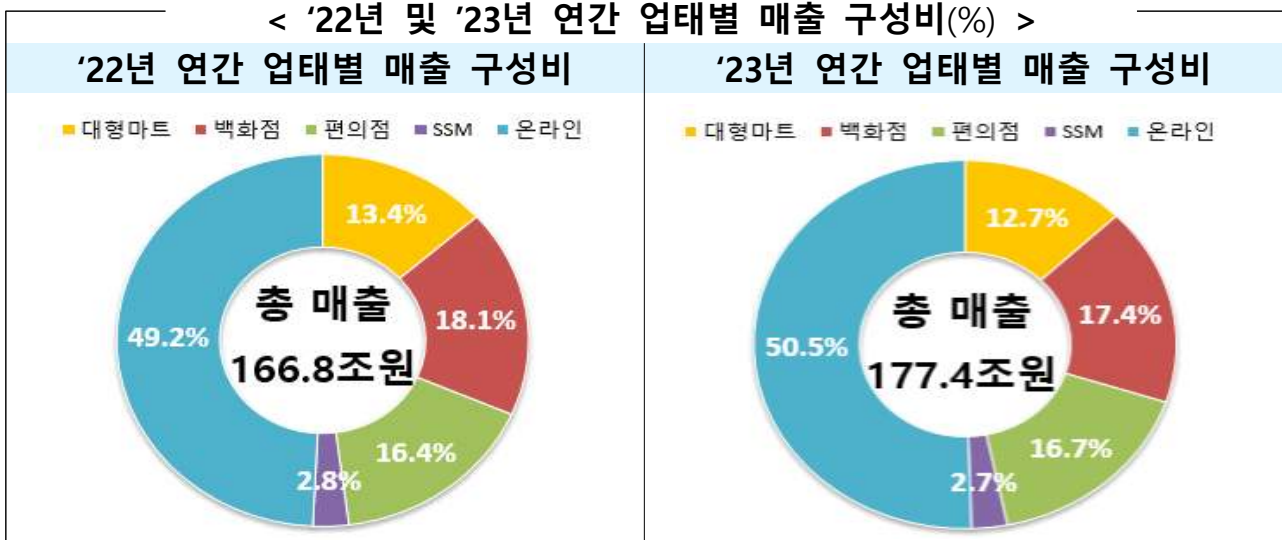
2023년 연간 매출동향

- (전체 매출) 주요 유통업체 매출은 오프라인(3.7%) 부문과 온라인(9.0%) 부문이 모두 성장세를 유지하며, 전년 대비 6.3% 증가
- (오프라인) 대형마트(0.5%), 백화점(2.2%), 편의점(8.1%), 준대규모점포(3.7%) 등 모든 업태에서 매출 상승
- (온라인) 온라인 구매 연령층이 확대되는 등 증가세를 이어가면서 9.0% 상승
- (업태별 매출비중) 온라인 매출 비중은 1.3%p 증가하여 50.5%를 기록했으며, 오프라인은 편의점(0.3%p)을 제외한 대형마트($\Delta 0.7$ %p), 백화점($\Delta 0.7$ %p), 준대규모점포($\Delta 0.1$ %p) 모두 감소

<'22년 및 '23년 연간 매출 비중 및 매출 증감률>

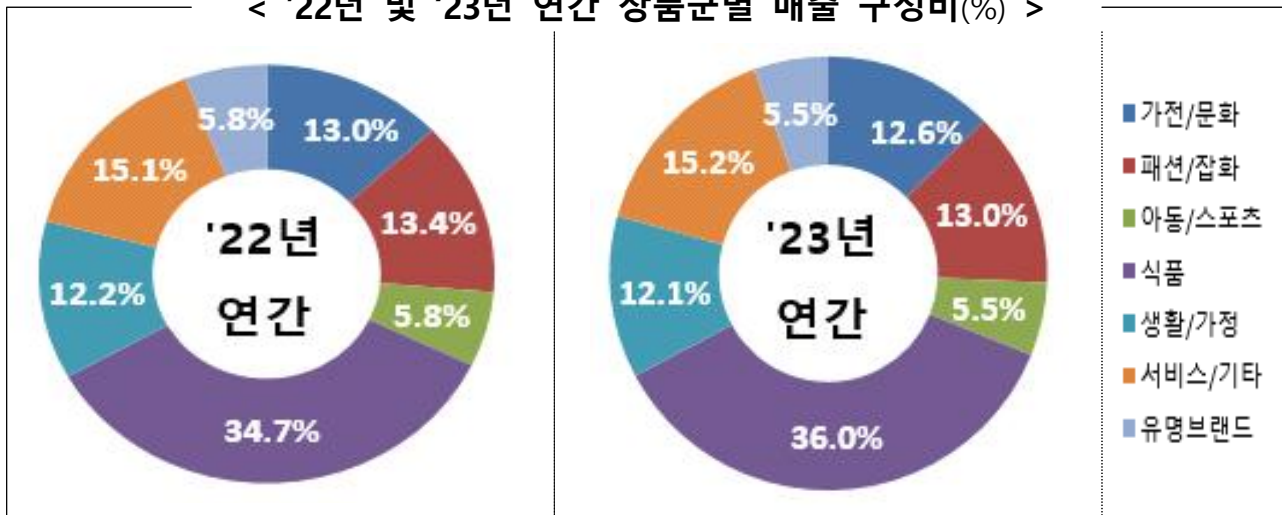
구분	'22년 연간		'23년 연간	
	매출 비중	매출 증감률	매출 비중	매출 증감률
대형마트	13.4%	$\Delta 7.6$ %	12.7%	0.5%
백 화 점	18.1%	15.8%	17.4%	2.2%
편 의 점	16.4%	10.8%	16.7%	8.1%
준대규모점포	2.8%	$\Delta 2.5$ %	2.7%	3.7%
오프라인 합계	50.8%	6.0%	49.5%	3.7%
온라인 합계	49.2%	9.5%	50.5%	9.0%
전체	100.0%	7.7%	100.0%	6.3%

< '22년 및 '23년 연간 업태별 매출 구성비(%) >



- (상품군별 매출비중) 가전/문화($\Delta 0.4\%p$), 패션/잡화($\Delta 0.4\%p$)의 매출 비중은 감소하였으나, 식품($1.3\%p$), 서비스/기타($0.1\%p$) 매출 비중은 증가

< '22년 및 '23년 연간 상품군별 매출 구성비(%) >



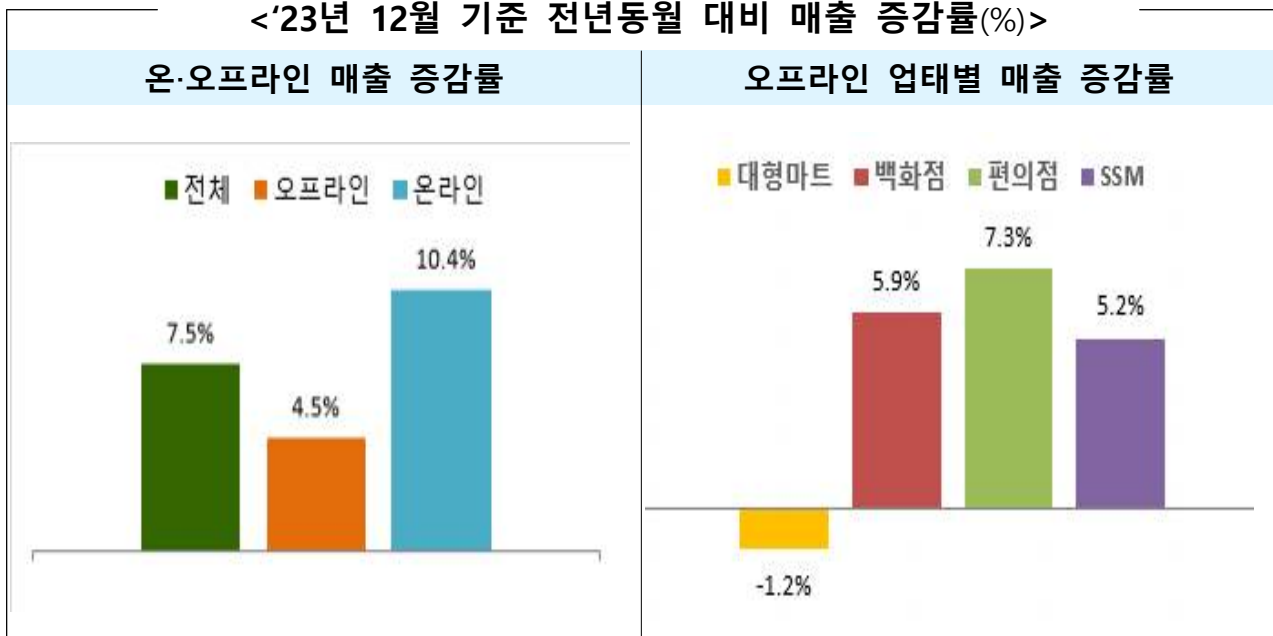
II

2023년 12월 매출동향

1. 12월 매출 동향

- (전체 매출) 오프라인 부문(4.5%)과 온라인 부문(10.4%) 모두 증가세를 보이며 전체 매출은 전년 동월 대비 7.5% 상승

<'23년 12월 기준 전년동월 대비 매출 증감률(%)>



- (오프라인) 전년에는 12월부터 시작됐던 설 선물세트 예약구매가 금년에는 `24년 1월로 이연(설날: '23.1.22. → '24.2.10.)되고, 12.24일 의무휴업으로 인해 대형마트의 매출이 소폭 감소하였으나, 백화점·편의점·준대규모점포는 매출 상승
- (온라인) 예년보다 높은 기온이 이어지며 패션/의류, 스포츠 등 품목의 판매가 다소 부진하였으나, 대용량 절약형 물품 온라인 구매 경향 지속 등으로 식품, 생필품 등에서 상승세를 보이면서 매출 상승

* 오프라인/온라인 매출규모(조원) : ('22.12월) 7.36 / 7.43 ⇒ ('23.12월) 7.69 / 8.20

<주요 유통업체의 전년동월 대비 월별 매출 증감률 (단위 : %)>

구분	'23년											
	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
전체	4.0	7.9	6.4	4.0	5.7	6.6	5.9	3.3	9.5	6.4	8.7	7.5
오프라인	△0.5	8.0	6.6	4.8	3.7	4.2	3.9	△1.2	7.2	0.5	4.5	4.5
온라인	9.1	7.8	6.1	3.2	7.9	9.1	8.1	8.1	12.0	12.6	12.7	10.4

- (상품군별 매출) 패션/잡화(△4.3%), 아동/스포츠(△4.7%)의 매출은 하락하였으나, 식품(11.4%), 서비스/기타(13.7%) 등 품목에서 매출 상승
- (오프라인) 서비스/기타(7.0%), 해외유명브랜드(10.5%) 등에서는 상승하였으나, 가전/문화(△5.1%), 아동/스포츠(△5.5%) 등 매출은 하락
- (온라인) 패션/잡화(△7.5%), 아동/스포츠(△4.2%)에서는 하락하였으나, 식품(22.4%), 서비스/기타(19.1%) 등에서 호조세를 보이면서 매출 상승

<'23년 12월 전년동월 대비 상품군별 매출 증감률 (단위 : %)>

구분	전체	가전/문화	패션/잡화	아동/스포츠	식품	생활/가정	서비스/기타	해외유명브랜드
전체 (비중,%)	7.5 (100)	5.4 (12.1)	△4.3 (13.3)	△4.7 (5.7)	11.4 (34.8)	10.3 (11.8)	13.7 (15.9)	10.5 (6.5)
오프라인	4.5	△5.1	△0.8	△5.5	5.3	5.6	7.0	10.5
온라인	10.4	6.7	△7.5	△4.2	22.4	12.9	19.1	-

- (구매건수·구매단가) 전년 대비 공휴일·주말이 각 하루씩 늘어 오프라인 모든 업태에서 구매건수가 상승세를 보여 전체 구매건수는 5.9% 증가
 - 구매단가의 경우 백화점·편의점·준대규모점포에서는 상승하였으나, 대형마트($\Delta 2.4\%$)에서는 감소하면서 전체적으로 $\Delta 1.3\%$ 감소

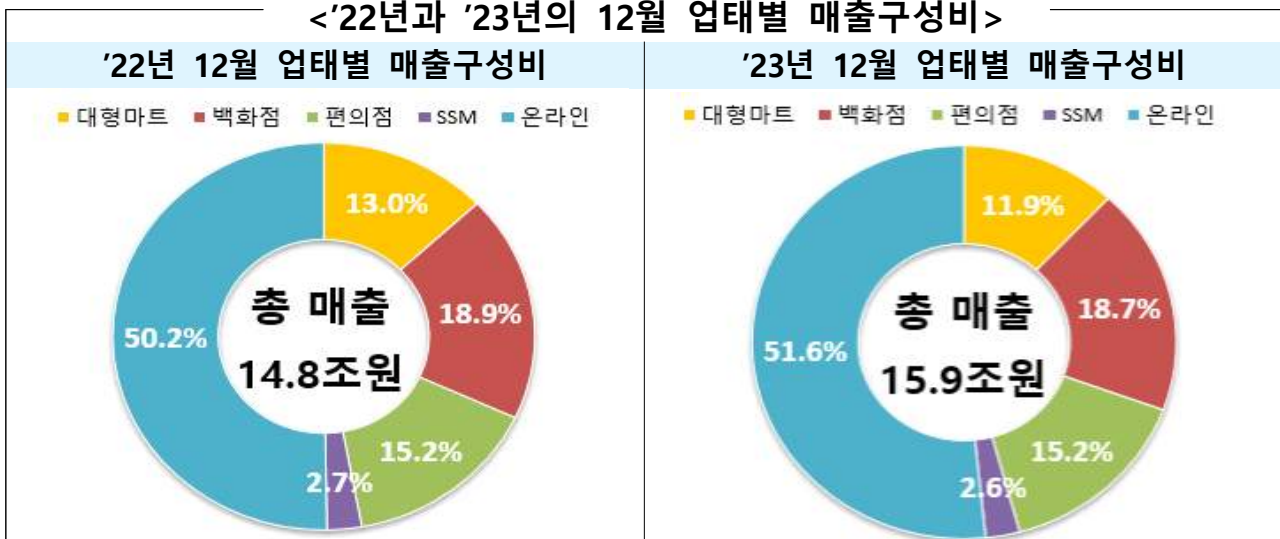
<'23년 12월 오프라인* 부문 구매건수·단가 증감률 (단위 : %)>

구분	전체	대형마트	백화점	편의점	SSM
구매건수	5.9	1.2	1.9	6.8	4.7
구매단가	$\Delta 1.3$	$\Delta 2.4$	4.0	0.5	0.5

* 온라인은 구매건수를 집계하지 않고 있어 통계자료에 미포함

- (업태별 매출 비중) 오프라인 중 대형마트($\Delta 1.1\%p$), 백화점($\Delta 0.2\%p$), 준대규모점포($\Delta 0.1\%p$)의 매출 비중은 줄었으며, 온라인 매출 비중은 $1.4\%p$ 증가

<'22년과 '23년의 12월 업태별 매출구성비>



2. 유통업태별 매출 동향

가. 오프라인 유통업체

- 영업일수가 늘면서 오프라인 매장 방문이 많아지며 전체 매출은 4.5% 증가, 대형마트($\Delta 1.2\%$)는 줄었으나 백화점(5.9%), 편의점(7.3%), 준대규모점포(5.2%) 등 대부분 업태에서 매출 증가

- (대형마트) 전체 매출은 △1.2% 감소, 온라인 구매 확대로 식품(1.4%)을 제외한 잡화(△15.8%), 의류(△7.5%), 스포츠(△5.4%), 가전/문화(△5.1%) 등 대다수 품목에서 매출 하락
- (백화점) 전체 매출은 5.9% 증가, 예년보다 높은 기온으로 의류·패션 부문(아동/스포츠 △5.5%, 남성 의류 △1.9%, 여성 캐주얼 0.0% 등)이 다소 부진하였으나, 가정용품(15.8%), 해외 유명 브랜드(10.5%) 등 판매 증가
- (편의점) 전체 매출은 7.3% 증가, 근거리 소액 쇼핑 추세와 하이볼·맥주·안주거리 등 연말 홈파티 수요가 늘면서 즉석식품(9.9%), 음료 등 가공식품(8.6%) 등 전 품목 호조세
- (준대규모점포) 전체 매출은 5.2% 증가, 일상용품(△5.5%)은 부진하였으나, 농수축산(8.9%), 신선/조리식품(4.0%) 등에서 매출 상승

<'23년 12월 오프라인 업태별 전년동월 대비 매출 증감률 (단위 : %)>

구분	전체	대형마트	백화점	편의점	SSM
매출 증감률	4.5	△1.2	5.9	7.3	5.2

□ 점포당 매출은 대형마트(△0.1%)에서 소폭 감소했으나, 백화점(5.9%), 편의점(2.6%), 준대규모점포(2.3%)는 상승

- 점포수는 편의점(4.6%), SSM(2.8%)이 늘고, 대형마트(△1.1%)는 소폭 감소

<'23년 12월 전년동월 대비 점포당 매출 및 점포수 증감률 (단위 : %)>

구분	전체	대형마트	백화점	편의점	SSM
점포당 매출 증감률	5.3	△0.1	5.9	2.6	2.3
점포 수 증감률	4.5	△1.1	0.0	4.6	2.8

나. 온라인 유통업체

- 전체 매출은 10.4% 증가, 비교적 따뜻한 날씨로 인해 패션/의류(△17.8%), 스포츠(△10.2%)에서 매출이 하락했으나, 화장품(17.0%), 서비스/기타(19.1%) 등 품목에서 매출 상승
- 특히, 외식 물가의 지속적인 상승으로 집밥족이 늘면서 식품(22.4%) 카테고리가 지속적으로 성장 중

<'23년 12월 상품군별 전년동월 대비 매출증감률·매출비중 (단위 : %)>

구분	전체	가전 전자	도서 문구	패션 의류	스포츠	화장품	아동 유아	식품	생활 가구	서비스 기타
매출증감률	10.4	6.7	6.2	△17.8	△10.2	17.0	0.3	22.4	12.9	19.1
매출비중	100.0	18.9	2.3	8.1	2.5	4.9	3.8	26.4	15.1	18.0

< 일 러 두 기 >



1. 본 동향은 소비동향 파악을 목적으로 주요 온·오프라인 유통업체의 월간 매출액을 조사·분석한 자료임
2. 오프라인 유통업체 매출동향은 전체 유통업체가 아닌 주요 오프라인 유통업체 13개사의 월간 매출액을 조사·분석한 결과임
3. 온라인 유통업체 매출동향은 온라인 유통업체 12개사의 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
5. 본 동향은 조사기준월 익월말 공표되는 자료임

담당 부서	중견기업정책관 유통물류과	책임자	과 장	김정기 (044-203-4380)
		담당자	사무관	박진현 (044-203-4385)

【 (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)

- G마켓글로벌(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 】

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 24백만원 이상인 온라인쇼핑 운영업체 (13,000여개)
표본추출틀	주요 오프라인 유통업체 (13개사)	2015 경제총조사 결과, 한국표준산업분류 대분류 13개 업종	공정위 PG사, 서울 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

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		
'23. 1월	△4.0	0.2	△6.9	2.8	0.7	5.6	△4.4	△3.8	△3.8
2월	△19.4	14.5	△1.6	10.9	10.8	13.9	△6.5	12.0	5.8
3월	△5.6	17.4	△1.6	14.7	10.4	6.9	0.4	1.3	1.2
4월	△4.7	△8.0	△0.4	△0.6	△6.8	8.1	△3.4	6.3	3.3
5월	1.8	△3.6	△5.3	△7.7	△6.3	5.5	△2.9	4.3	1.7
6월	△12.8	△1.3	△6.8	△7.0	△6.8	△5.7	△8.0	5.2	0.3
7월	△4.7	△3.6	△2.2	△10.5	△5.8	△3.5	△4.2	6.6	2.6
8월	△9.5	△7.2	△12.8	△4.8	△3.2	△5.3	△10.0	△7.9	△8.4
9월	△13.1	△11.5	0.8	△10.4	△7.3	△0.8	△6.5	17.9	10.0
10월	△1.5	1.9	△5.6	△5.2	△10.5	△7.2	△3.2	△4.4	△4.1
11월	△3.2	9.5	△6.2	2.5	5.2	△4.7	△1.6	3.2	1.3
12월	△5.1	△7.5	△5.7	△5.4	△15.8	0.9	△6.6	1.4	△1.2
'23. 연간	△6.7	△0.7	△4.6	△3.3	△3.5	0.8	△4.7	3.0	0.5

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2021년					연간	2022년					연간	2023년					연간
1분기	2분기	3분기	4분기			1분기	2분기	3분기	4분기			1분기	2분기	3분기	4분기		
0.4	0.2	△4.7	△5	△2.3		△5.8	△9.8	△9.4	△5.2	△7.6		0.3	1.8	1.2	△1.3		0.5

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비 식품							식품	합계
	가전/문화	의류	가정/생활	스포츠	잡화	기타	소계		
'23. 9월	7.6	3.3	11.7	1.7	1.4	2.4	25.7	71.9	100.0
'23. 10월	11.1	6.3	12.1	2.5	1.9	2.9	33.9	63.2	100.0
'23. 11월	11.3	5.5	12.4	2.3	2.2	2.4	33.8	63.8	100.0
'23. 12월	9.8	4.4	11.2	2.3	2.2	2.8	29.9	67.3	100.0
'23. 연간	10.2	4.1	12.0	2.0	2.0	2.6	30.3	67.0	100.0

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

증감률	2022년	2023년											
	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
구매건수	3.4	△3.4	6.4	4.5	2.7	0.6	2.1	6.5	△1.2	△0.2	△2.7	0.7	1.2
구매단가	4.8	△0.4	△0.6	△3.2	0.6	1.1	△1.8	△3.6	△7.3	10.2	△1.4	0.6	△2.4
점포당 매출	9.8	△2.5	7.2	2.5	4.7	3.6	1.4	4.3	△7.0	11.8	△2.8	2.4	△0.1

* '23. 12월 1인당 구매단가 : 50,571원 (전년동월 51,791원)

** '23. 12월 점포당 매출액 : 50.5억원 (전년동월 50.6억원) / '23. 12월 점포 수 : 375개

□ 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		
'23. 1월	△0.6	△3.4	7.7	△2.2	7.1	△18.4	△7.2	△5.3	2.3	△3.7
2월	12.7	15.8	30.1	12.8	18.1	△7.1	2.1	6.8	17.2	8.6
3월	20.3	16.1	23.7	12.4	14.5	△7.8	3.3	8.3	16.2	9.5
4월	7.3	1.3	6.2	△2.2	1.3	△8.4	4.5	1.9	10.2	2.5
5월	2.6	△0.3	3.8	△6.0	△0.3	△13.0	1.9	△1.0	5.4	△0.2
6월	2.2	△0.6	7.9	△4.4	△1.0	△6.8	0.9	△0.2	4.6	0.3
7월	△2.2	△2.8	4.0	△4.0	0.0	2.7	3.7	1.4	6.6	2.1
8월	1.0	1.9	7.0	△6.8	△1.0	7.5	△7.6	△1.5	△21.8	△4.9
9월	△0.2	△7.5	△1.3	△11.4	△4.3	6.0	△3.5	△2.6	35.1	3.1
10월	△1.2	△4.0	1.0	△9.4	△4.5	△0.4	△3.1	△2.9	0.0	△2.6
11월	5.9	2.8	13.3	2.1	15.5	18.3	△1.6	6.2	8.8	6.8
12월	1.4	1.3	0.0	△1.9	△5.5	15.8	10.5	5.1	6.1	5.9
'23. 연간	3.6	1.6	7.8	△2.2	2.7	△1.9	0.5	1.3	6.5	2.2

* 자료 : 해외유명브랜드는 각사 분류 기준

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2021년					연 간	2022년					연 간	2023년					연 간
1분기	2분기	3분기	4분기			1분기	2분기	3분기	4분기			1분기	2분기	3분기	4분기		
31.2	21.5	14.6	24.8		24.1	17.6	19.3	21.1	7.1	15.8		4.3	0.9	0.1	3.4		2.2

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비 식품								식품	합계
	잡 화	여성 정장	여성 캐주얼	남성 의류	아동 스포츠	가정 용품	해외유명 브랜드	소계		
'23. 9월	10.7	7.4	6.3	4.0	11.2	11.5	29.1	80.3	19.7	100.0
'23. 10월	10.1	8.4	8.2	5.4	13.9	12.9	30.2	89.1	10.9	100.0
'23. 11월	10.0	9.4	8.2	5.3	13.8	12.3	29.9	88.9	11.1	100.0
'23. 12월	10.6	7.0	7.0	5.1	11.7	10.3	35.2	86.9	13.1	100.0
'23. 연간	10.8	7.7	7.1	4.5	11.9	12.4	32.2	86.8	13.2	100.0

* 자료 : 해외유명브랜드는 각사 분류 기준

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

증감률	2022년	2023년											
	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
구매건수	11.6	△0.5	14.4	13.9	2.8	△0.1	0.2	△0.5	2.5	0.5	△1.9	6.7	1.9
구매단가	△1.2	△3.3	△5.1	△3.9	△0.3	△0.0	0.1	2.6	△7.2	2.6	△0.6	0.1	4.0
점포당 매출	10.3	△3.7	8.6	9.5	2.5	△0.2	0.3	2.1	△4.9	3.1	△2.6	6.8	5.9

* '23. 12월 1인당 구매단가 : 126,606원 (전년동월 121,735원)

** '23. 12월 점포당 매출액 : 494.6억원 (전년동월 466.9억원) / '23. 12월 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	
'23. 1월	19.5	23.7	9.4	10.6	5.3	14.6	6.7	8.4
2월	16.7	14.0	6.0	7.0	11.0	24.3	13.0	10.2
3월	16.3	15.9	0.3	1.8	15.3	27.6	17.3	9.7
4월	17.8	24.1	4.3	5.8	9.5	22.5	11.6	8.9
5월	10.4	19.6	6.2	6.9	9.7	18.4	11.1	9.2
6월	4.4	15.4	7.3	7.3	11.5	19.6	12.8	10.3
7월	5.3	16.5	5.8	6.0	6.3	11.1	7.1	6.6
8월	△1.0	8.2	4.9	4.4	9.9	11.7	10.2	7.6
9월	8.5	16.3	5.3	5.8	9.9	13.8	10.5	8.5
10월	4.3	7.0	6.3	6.1	6.5	11.1	7.3	6.8
11월	6.4	8.9	3.6	4.0	3.3	10.4	4.4	4.2
12월	6.5	7.8	5.2	5.4	8.6	9.9	8.8	7.3
'23. 연간	8.8	14.4	5.3	5.9	8.8	15.8	9.9	8.1

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2021년					2022년					2023년				
1분기	2분기	3분기	4분기	연간	1분기	2분기	3분기	4분기	연간	1분기	2분기	3분기	4분기	연간
5.1	7.2	7.1	8.2	6.8	9.5	10.7	11.3	11.4	10.8	9.4	9.5	7.6	6.1	8.1

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비 식품				식품			합계
	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석 (신선일부)	소계	
'23. 9월	3.8	1.3	37.9	43.0	47.5	9.5	57.0	100.0
'23. 10월	3.8	1.2	39.1	44.2	46.1	9.8	55.8	100.0
'23. 11월	3.9	1.3	39.4	44.6	45.6	9.7	55.4	100.0
'23. 12월	4.3	1.3	39.4	45.1	45.5	9.4	54.9	100.0
'23. 연간	3.8	1.3	39.4	44.5	46.1	9.5	55.5	100.0

○ 구매건수 및 구매단가 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2022년	2023년											
	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
구매건수	6.7	7.7	14.7	14.6	7.8	5.7	8.7	3.9	7.0	6.9	6.3	2.1	6.8
구매단가	2.3	0.7	△4.0	△4.2	1.0	3.4	1.5	2.6	0.6	1.5	0.5	2.1	0.5

* '23. 12월 1인당 구매단가 : 7,206원 (전년동월 7,172원)

○ 점포당 매출액 증감률 추이 및 점포수 현황 (단위 : %)

증감률	2022년	2023년											
	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
점포증가율	8.7	8.9	8.9	8.1	8.1	7.7	7.3	6.7	6.3	6.0	5.7	5.2	4.6
점포당매출액	0.4	△0.4	1.2	1.5	0.8	1.4	2.8	△0.1	1.2	2.4	1.0	△0.9	2.6

* '23. 12월 점포당 매출액 : 5,012.4만원 (전년동월 4,887.0만원) / '23. 12월 점포 수 : 48,088개

□ 준대규모점포(SSM)

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	비식품			식품품목				합계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선·조리식품	가공식품	소계	
'23. 1월	△7.2	△1.3	△4.6	△7.5	△3.6	△1.0	△4.5	△4.5
2월	△5.6	2.9	△1.8	3.8	1.6	5.2	3.7	3.2
3월	△4.7	1.4	△1.9	△3.0	△1.0	2.0	△0.9	△1.0
4월	△4.6	1.9	△1.7	0.0	7.1	7.5	4.2	3.7
5월	△4.3	5.3	0.0	2.5	10.0	6.8	5.7	5.2
6월	△3.7	8.4	1.7	8.1	9.4	9.1	8.7	8.1
7월	△3.8	4.1	△0.5	2.9	4.1	8.6	5.1	4.6
8월	△7.6	1.3	△3.6	2.1	7.7	3.0	3.8	3.2
9월	△5.3	2.6	△1.7	15.8	7.1	12.8	12.7	11.3
10월	△4.0	4.3	△0.2	2.9	3.4	4.0	3.4	3.1
11월	△6.0	2.7	△2.0	7.7	4.2	2.1	4.8	4.2
12월	△5.5	0.6	△2.5	8.9	4.0	3.8	5.9	5.2
'23. 연간	△15.2	2.4	△1.6	△3.3	△8.7	20.4	4.2	3.7

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2021년					2022년					2023년				
1분기	2분기	3분기	4분기	연간	1분기	2분기	3분기	4분기	연간	1분기	2분기	3분기	4분기	연간
△13.9	△5.6	△7.4	△7.0	△9.1	△1.7	△5.0	△3.7	0.5	△2.5	△1.1	5.6	6.2	4.2	3.7

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비식품			식품				합계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선·조리식품	가공식품	소계	
'23. 9월	4.4	3.9	8.3	39.4	21.2	31.1	91.7	100.0
'23. 10월	4.7	4.2	8.9	36.8	22.9	31.4	91.1	100.0
'23. 11월	4.5	4.2	8.6	37.1	22.3	32.0	91.4	100.0
'23. 12월	4.1	4.0	8.0	38.6	21.9	31.4	92.0	100.0
'23. 연간	4.5	4.0	8.5	38.2	22.4	30.9	91.5	100.0

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

증감률	2022년	2023년											
	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
구매건수	△1.7	△3.5	2.9	△0.8	0.3	2.3	4.0	3.8	4.2	4.9	3.8	1.6	4.7
구매단가	5.2	△1.1	0.3	△0.1	3.3	2.8	4.0	0.8	△1.0	6.2	△0.7	2.6	0.5
점포당 매출	2.4	△3.5	3.0	△1.8	2.2	3.4	5.5	2.0	1.4	8.7	0.8	0.8	2.3

* '23. 12월 1인당 구매단가 : 17,963원 (전년동월 17,874원)

** '23. 12월 점포당 매출액 : 3.68억원 (전년동월 3.60억원) / '23. 12월 점포 수 : 1,123

□ 온라인 유통

○ 전년동월 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2022년	2023년											
12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월
4.3	9.1	7.8	6.1	3.2	7.9	9.1	8.1	8.1	12.0	12.6	12.7	10.4

○ 전년동월 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	합계
'23. 1월	6.5	1.2	0.2	△7.7	12.2	△1.7	10.7	4.1	27.3	9.1
2월	△0.6	5.7	12.2	2.3	11.2	△2.7	13.6	1.2	19.8	7.8
3월	8.2	△2.4	12.2	0.9	18.1	2.4	7.5	4.8	△1.6	6.1
4월	△0.7	3.1	△5.1	△8.7	11.5	△4.7	14.1	3.9	△1.9	3.2
5월	5.7	10.6	△0.2	△4.9	10.2	3.9	19.0	11.9	△1.2	7.9
6월	5.7	10.1	△2.2	1.0	18.3	5.1	22.3	13.8	△4.0	9.1
7월	5.9	9.6	△7.5	△10.4	17.4	3.0	22.1	14.0	△3.9	8.1
8월	2.9	6.5	△2.0	△5.6	14.1	2.3	13.0	8.7	13.3	8.1
9월	△3.5	5.4	△8.9	△8.9	17.5	5.6	32.0	11.8	16.9	12.0
10월	7.2	4.2	△3.7	△4.1	21.5	10.9	23.4	16.9	13.5	12.6
11월	12.4	10.3	2.8	4.6	17.3	6.6	22.0	14.1	6.8	12.7
12월	6.7	6.2	△17.8	△10.2	17.0	0.3	22.4	12.9	19.1	10.4
'23. 연간	4.8	5.6	△2.2	△4.4	15.5	2.5	18.4	9.9	8.5	9.0

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2021년					연간	2022년					연간	2023년					연간
1분기	2분기	3분기	4분기			1분기	2분기	3분기	4분기			1분기	2분기	3분기	4분기		
14.3	17.9	15.2	15.6	15.7		10.2	10.4	10.9	6.9	9.5		7.7	6.7	9.4	11.9		9.0

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	합계
'23. 1월	21.0	2.0	7.8	2.4	5.1	3.1	28.0	14.3	16.2	100.0
2월	23.3	2.1	8.1	2.5	4.9	3.2	24.3	14.5	17.1	100.0
3월	21.0	2.2	9.9	3.0	5.1	3.5	25.9	15.5	14.0	100.0
4월	19.1	2.1	9.7	3.4	5.2	3.6	26.9	15.3	14.7	100.0
5월	21.2	1.7	9.4	3.5	5.1	3.6	25.9	15.4	14.2	100.0
6월	19.8	1.7	8.9	3.4	5.1	3.3	27.1	16.2	14.5	100.0
7월	20.8	1.8	7.9	3.0	4.9	3.3	27.3	16.1	14.8	100.0
8월	19.8	1.8	6.9	2.9	5.0	3.2	28.4	15.6	16.4	100.0
9월	18.1	1.8	7.1	2.9	5.0	3.1	30.2	15.2	16.7	100.0
10월	21.2	1.7	8.8	3.2	5.0	3.2	25.5	15.1	16.5	100.0
11월	22.2	1.8	9.2	3.2	4.9	3.1	24.8	14.9	15.9	100.0
12월	18.9	2.3	8.1	2.5	4.9	3.8	26.4	15.1	18.0	100.0
'23. 연간	20.5	1.9	8.5	3.0	5.0	3.3	26.7	15.3	15.8	100.0

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