산업통상자원부 보도자료 다시 대한민국! 새로운 국민의 나라

보도시점 2023. 12. 26.(화) 11:00 < 12.27.(수) 조간 > 배포 2023. 12. 26.(화)

'23년 11월 주요 유통업체 매출 8.7% 증가

- 오프라인 4.5% 증가, 온라인 12.7% 증가 (전년 동월 대비)

`23년 11월 주요 유통업체 매출은 코리아세일페스타(11.11~30) 등 대규모 할인행사가 열리면서 오프라인이 4.5% 증가, 온라인이 12.7% 증가하여, 전년 동월 대비 8.7% 증가한 것으로 나타났다.

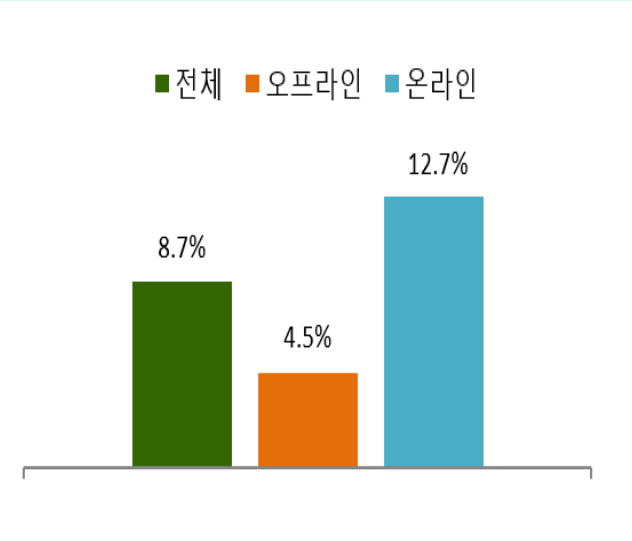
오프라인 매출은 4.5% 증가했는데, 대형마트(1.3%), 백화점(6.8%), 편의점(4.2%), 준대규모점포(4.2%) 등 모든 업태에서 상승하였다.

온라인 매출은 12.7% 증가했는데, 식품(22.0%), 생활/가정(14.1%) 등 전 품목에서 호조세를 보였다.

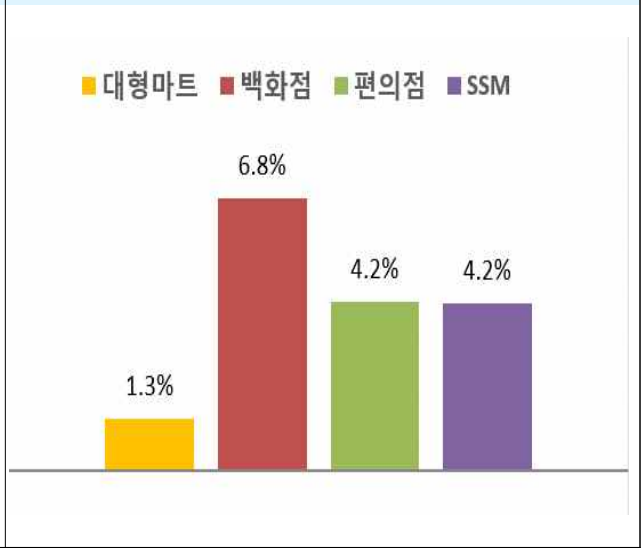
※ 기타 상세 내용은 본문 및 붙임 참조

<'23년 11월 기준 전년동월 대비 매출 증감률(%)>

온·오프라인 매출 증감률



오프라인 업태별 매출 증감률



1. 전체 매출 동향

□ **(전체 매출)** 코리아세일페스타, 블랙프라이데이, 광군제 등 대규모 할인 행사가 개최되면서, 오프라인 부문(4.5%)과 온라인 부문(12.7%) 모두 증가세를 보이며 전체 매출은 전년 동월 대비 8.7% 상승

○ (오프라인) 업체별로 다양한 할인·판촉 행사를 강화하면서 가전/문화, 해외유명브랜드를 제외한 대부분의 품목에서 호조세를 보였으며, 대형마트·백화점 등 모든 업태에서 매출 상승

○ (온라인) 다양한 글로벌 할인행사 개최, 대용량 절약형 물품 온라인 구매 경향 지속 등으로 전 품목에서 상승세를 보이면서 매출 상승

* 오프라인/온라인 매출규모(조원) : ('22.11월) 7.08 / 7.60 ⇒ **('23.11월) 7.39 / 8.57**

<주요 유통업체의 전년동월 대비 월별 매출 증감률 (단위 : %)**>**

구분	'22년	'23년										
	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월
전체	6.7	4.0	7.9	6.4	4.0	5.7	6.6	5.9	3.3	9.5	6.4	**8.7**
오프라인	9.0	△0.5	8.0	6.6	4.8	3.7	4.2	3.9	△1.2	7.2	0.5	**4.5**
온라인	4.3	9.1	7.8	6.1	3.2	7.9	9.1	8.1	8.1	12.0	12.6	**12.7**

□ **(상품군별 매출)** 해외유명브랜드(△1.6%)의 매출은 하락하였으나, 가전/문화(10.6%), 식품(10.8%), 생활/가정(11.4%) 등 대부분 품목에서 매출 상승

○ (오프라인) 패션/잡화(6.4%), 아동/스포츠(14.0%), 생활/가정(6.5%) 등에서는 상승세를 보였으나, 가전/문화(△3.2%) 등 매출은 하락

○ (온라인) 가전/문화(12.2%), 패션/잡화(7.5%), 식품(22.0%), 생활/가정(14.1%) 등 전 품목에서 호조세를 보이면서 매출 상승

<'23년 11월 전년동월 대비 상품군별 매출 증감률 (단위 : %)**>**

구분	전체	가전/문화	패션/잡화	아동/스포츠	식품	생활/가정	서비스/기타	해외유명브랜드
전체 (비중,%)	**8.7** (100)	**10.6** (14.2)	**6.9** (14.3)	**9.1** (6.0)	**10.8** (33.0)	**11.4** (12.2)	**5.7** (15.3)	**△1.6** (5.0)
오프라인	**4.5**	△3.2	6.4	14.0	4.4	6.5	4.4	△1.6
온라인	**12.7**	12.2	7.5	5.6	22.0	14.1	6.8	-

□ **(구매건수·구매단가)** 세일 등 다양한 행사를 진행하는 매장 방문이 많아지면서, 오프라인 모든 업태에서 구매건수가 상승세를 보여 전체 구매건수는 2.2% 증가

○ 구매단가 또한 오프라인 모든 업태에서 상승하면서 전체적으로 2.2% 증가

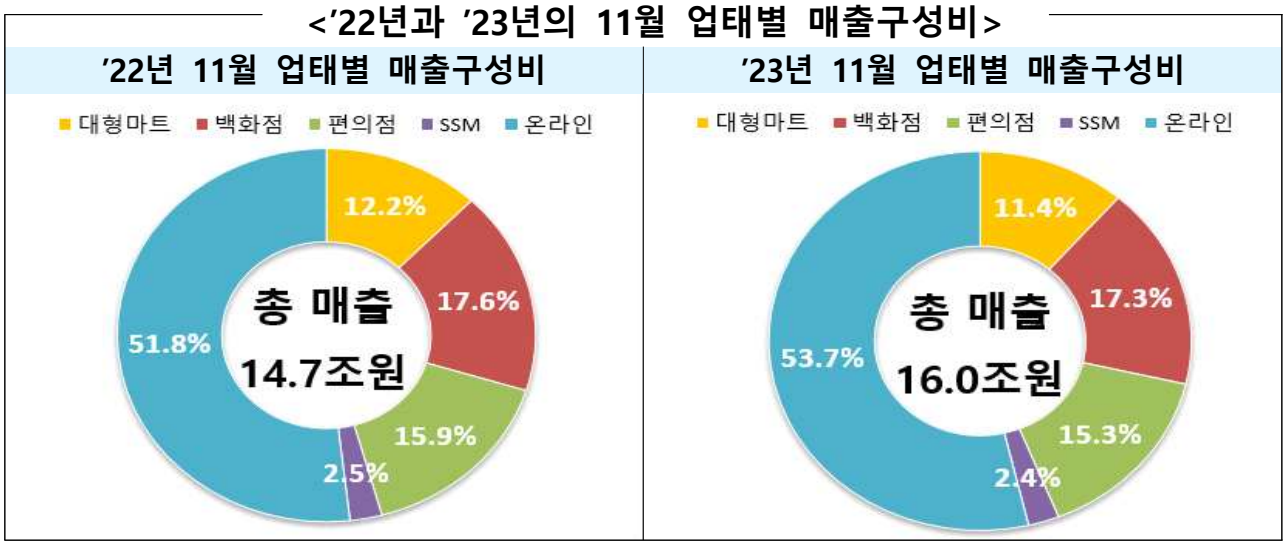
<'23년 11월 오프라인* 부문 구매건수·단가 증감률 (단위 : %)**>**

구분	전체	대형마트	백화점	편의점	SSM
구매건수	**2.2**	0.7	6.7	2.1	1.6
구매단가	**2.2**	0.6	0.1	2.1	2.6

* 온라인은 구매건수를 집계하지 않고 있어 통계자료에 미포함

□ **(업태별 매출 비중)** 오프라인 중 대형마트(△0.8%p), 백화점(△0.3%p), 편의점(△0.6%p), 준대규모점포(△0.1%p)의 매출 비중은 줄었으며, 온라인 매출 비중은 1.9%p 증가

<'22년과 '23년의 11월 업태별 매출구성비>



2. 유통업태별 매출 동향

가. 오프라인 유통업체

□ 대규모 세일 기간에 맞춰 오프라인 매장 방문이 늘면서 전체 매출은 4.5% 증가, 대형마트(1.3%), 백화점(6.8%), 편의점(4.2%), 준대규모점포(4.2%) 등 모든 업태에서 매출 증가

○ (대형마트) 전체 매출은 1.3% 증가, 가전 · 생활용품 등 온라인 구매층이 늘면서 가정/생활(△6.2%), 가전/문화(△3.2%) 등에서 매출이 하락하였으나, 코세페 등 판촉 강화로 의류(9.5%), 잡화(5.2%) 등 판매 호조

○ (백화점) 전체 매출은 6.8% 증가, 11월 중순 이후 기온이 낮아지고 코세페 등 판촉행사가 열리면서 의류 · 패션 부문(아동/스포츠 15.5%, 여성캐주얼 13.3% 등)과 생활가전 부문(가정용품 18.3%) 판매가 증가하여, 해외유명 브랜드(△1.6%)를 제외한 전 품목에서 매출 상승

○ (편의점) 전체 매출은 4.2% 증가, 근거리 소액 쇼핑 추세와 도시락 · 김밥 · 컵라면 등 간편식 판매가 늘면서 즉석식품(10.4%), 잡화(8.9%) 등 전 품목 호조세

○ (준대규모점포) 전체 매출은 4.2% 증가, 일상용품(△6.0%)은 부진하였으나, 농수축산(7.7%), 신선/조리식품(4.2%) 등에서 매출 상승

<'23년 11월 오프라인 업태별 전년동월 대비 매출 증감률 (단위 : %)**>**

구분	전체	대형마트	백화점	편의점	SSM
매출 증감률	**4.5**	1.3	6.8	4.2	4.2

□ 점포당 매출은 대형마트(2.4%), 백화점(6.8%), 준대규모점포(0.8%)는 상승하였고, 편의점(△0.9%)은 점포수 증가에 따른 경쟁 심화로 감소

○ 점포수는 편의점(5.2%), SSM(3.4%)이 늘고, 대형마트(△1.1%)는 소폭 감소

<'23년 11월 전년동월 대비 점포당 매출 및 점포수 증감률 (단위 : %)**>**

구분	전체	대형마트	백화점	편의점	SSM
점포당 매출 증감률	**6.4**	2.4	6.8	△0.9	0.8
점포 수 증감률	**5.1**	△1.1	0.0	5.2	3.4

나. 온라인 유통업체

□ 전체 매출은 12.7% 증가, 대규모 할인행사가 집중되면서 화장품(17.3%), 식품(22.0%), 생활/가구(14.1%) 등 전 품목에서 매출 상승

○ 특히, 가전/전자(12.4%)의 경우 온라인 구매 경향이 뚜렷해지면서 지난 '22년 2월(17.0%) 이후 첫 두자릿수 증가율 기록

<'23년 11월 상품군별 전년동월 대비 매출증감률·매출비중 (단위 : %)>

구분	전체	가전 전자	도서 문구	패션 의류	스포츠	화장품	아동 유아	식품	생활 가구	서비스 기타
매출증감률	12.7	12.4	10.3	2.8	4.6	17.3	6.6	22.0	14.1	6.8
매출비중	100.0	22.2	1.8	9.2	3.2	4.9	3.1	24.8	14.9	15.9

< 일 러 두 기 >

승인번호 제 115023 호

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

5. 본 동향은 **조사기준월 익월말 공표**되는 자료임

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

대한민국 정책브리핑
OPEN 출처표시
공공누리 공공저작물 자유이용허락

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)**

- 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, 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

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		
'22.11월	3.6	△5.2	10.4	2.3	△4.9	8.3	4.3	12.0	9.2
12월	△8.9	14.2	5.1	29.6	24.4	10.9	3.5	10.6	8.4
'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**

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

'20년	연간	2021년				연간	2022년				연간	2023년		
4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기
0.1	△3.0	0.4	0.2	△4.7	△5	△2.3	△3.2	0.3	3.2	5.5	1.4	0.3	1.8	**1.2**

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비 식품							식품	합계
	가전/문화	의류	가정/생활	스포츠	잡화	기타	소계		
'23. 7월	10.9	4.1	12.2	2.6	2.2	2.8	34.8	65.2	100.0
'23. 8월	9.7	2.8	11.7	2.1	1.8	2.7	30.8	69.2	100.0
'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**

○ 구매건수·구매단가 및 점포당 매출액 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2022년		2023년										
	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월
구매건수	5.3	3.4	△3.4	6.4	4.5	2.7	0.6	2.1	6.5	△1.2	△0.2	△2.7	**0.7**
구매단가	3.7	4.8	△0.4	△0.6	△3.2	0.6	1.1	△1.8	△3.6	△7.3	10.2	△1.4	**0.6**
점포당 매출	10.7	9.8	△2.5	7.2	2.5	4.7	3.6	1.4	4.3	△7.0	11.8	△2.8	**2.4**

* '23. 11월 1인당 구매단가 : 49,513원 (전년동월 49,206원)

** '23. 11월 점포당 매출액 : 48.4억원 (전년동월 47.3억원) / '23. 11월 점포 수 : 375개

□ 백화점

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	비식품품목								식품	합계
	잡 화	여성정장	여성캐주얼	남성의류	아동스포츠	가정용품	해외유명브랜드	소계		
'22.11월	5.9	1.8	3.9	△0.4	0.4	△14.1	11.3	3.1	8.8	3.7
12월	10.0	12.5	25.2	13.8	27.6	△10.4	6.0	9.4	16.5	10.3
'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**

* 자료 : 해외유명브랜드는 각사 분류 기준

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

'20년	연간	2021년				연간	2022년				연간	2023년		
4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기
△6.0	△9.8	31.2	21.5	14.6	24.8	24.1	17.6	19.3	20.6	7.4	15.7	4.3	0.9	**0.1**

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비 식품								식품	합계
	잡 화	여성정장	여성캐주얼	남성의류	아동스포츠	가정용품	해외유명브랜드	소계		
'23. 7월	12.0	6.6	6.8	3.5	10.6	13.9	33.2	86.6	13.4	100.0
'23. 8월	11.0	6.9	6.2	3.2	10.5	15.2	32.8	85.8	14.2	100.0
'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**

* 자료 : 해외유명브랜드는 각사 분류 기준

○ 구매건수·구매단가 및 점포당 매출액 증감률 추이 (단위 : %)

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

* '23. 11월 1인당 구매단가 : 125,649원 (전년동월 125,469원)

** '23. 11월 점포당 매출액 : 460.3억원 (전년동월 430.8억원) / '23. 11월 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	
'22.11월	18.8	17.6	7.8	8.9	17.6	21.1	18.2	13.8
12월	25.9	16.6	6.4	8.3	9.2	13.5	9.9	9.2
'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**

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

'20년	연	2021년				연	2022년				연	2023년		
4분기	간	1분기	2분기	3분기	4분기	간	1분기	2분기	3분기	4분기	간	1분기	2분기	3분기
2.9	2.4	5.1	7.2	7.1	8.2	6.8	9.5	10.6	11.3	11.4	10.8	9.4	9.5	**7.6**

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비 식품				식품			합계
	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석 (신선일부)	소계	
'23. 7월	3.9	1.3	39.1	44.3	46.5	9.2	55.7	100.0
'23. 8월	3.8	1.3	38.5	43.5	47.1	9.4	56.5	100.0
'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**

○ 구매건수 및 구매단가 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2022년		2023년										
	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월
구매건수	11.1	6.7	7.7	14.7	14.6	7.8	5.7	8.7	3.9	7.0	6.9	6.3	**2.1**
구매단가	2.5	2.3	0.7	△4.0	△4.2	1.0	3.4	1.5	2.6	0.6	1.5	0.5	**2.1**

* '23. 11월 1인당 구매단가 : 6,957원 (전년동월 6,816원)

○ 점포당 매출액 증감률 추이 및 점포수 현황 (단위 : %)

증감률	2022년		2023년										
	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월
점포증가율	8.5	8.7	8.9	8.9	8.1	8.1	7.7	7.3	6.7	6.3	6.0	5.7	**5.2**
점포당매출액	4.9	0.4	△0.4	1.2	1.5	0.8	1.4	2.8	△0.1	1.2	2.4	1.0	**△0.9**

* '23. 11월 점포당 매출액 : 5,058.4만원 (전년동월 5,106.3만원) / '23. 11월 점포 수 : 48,169개

□ 준대규모점포(SSM)

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	비식품			식품품목				합계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선·조리식품	가공식품	소계	
'22.11월	5.2	0.9	3.5	1.2	7.2	16.4	7.5	7.1
12월	△3.7	1.2	△1.5	1.1	2.4	8.8	3.9	3.4
'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**

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

'20년		2021년					2022년					2023년		
4분기	연간	1분기	2분기	3분기	4분기	연간	1분기	2분기	3분기	4분기	연간	1분기	2분기	3분기
△6.1	△4.8	△13.9	△5.6	△7.4	△7.0	△9.1	△1.5	△2.3	△1.2	4.6	△0.2	△1.1	5.6	**6.2**

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비식품			식품				합계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선·조리식품	가공식품	소계	
'23. 7월	4.7	3.7	8.4	37.7	23.1	30.8	91.6	100.0
'23. 8월	4.3	3.8	8.2	38.2	23.9	29.8	91.8	100.0
'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**

○ 구매건수·구매단가 및 점포당 매출액 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2022년		2023년										
	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월
구매건수	4.7	△1.7	△3.5	2.9	△0.8	0.3	2.3	4.0	3.8	4.2	4.9	3.8	**1.6**
구매단가	2.3	5.2	△1.1	0.3	△0.1	3.3	2.8	4.0	0.8	△1.0	6.2	△0.7	**2.6**
점포당 매출	7.6	2.4	△3.5	3.0	△1.8	2.2	3.4	5.5	2.0	1.4	8.7	0.8	**0.8**

* '23. 11월 1인당 구매단가 : 16,050원 (전년동월 15,639원)
** '23. 11월 점포당 매출액 : 3.34억원 (전년동월 3.32억원) / '23. 11월 점포 수 : 1,131

□ 온라인 유통

○ 전년동월 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2022년		2023년										
11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월
8.3	4.3	9.1	7.8	6.1	3.2	7.9	9.1	8.1	8.1	12.0	12.6	**12.7**

○ 전년동월 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	합계
'22.11월	△3.7	6.0	△2.3	△3.7	16.1	0.5	17.6	5.3	30.7	8.3
12월	△5.3	0.3	10.5	△0.3	11.2	△5.8	13.4	△16.9	33.5	4.3
'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**

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

'20년 4분기	연간	2021년 1분기	2분기	3분기	4분기	연간	2022년 1분기	2분기	3분기	4분기	연간	2023년 1분기	2분기	3분기
20.4	18.4	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**

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	합계
'22.11월	22.3	1.8	10.1	3.5	4.8	3.2	22.9	14.7	16.7	100.0
12월	19.5	2.4	10.9	3.1	4.6	4.1	23.9	14.8	16.7	100.0
'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**

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