산업통상자원부 MINISTRY OF TRADE, INDUSTRY & ENERGY

보 도 자 료

희망의 새시대 http://www.motie.go.kr

2014년 3월 27(목) 석간부터 보도하여 주시기 바랍니다.

문의: 유통물류과 박영삼 과장, 김수아 주무관 (044-203-4385)

2014년 2월 주요 유통업체 매출동향

- 전년 명절(2월) 영향으로 대형마트, 백화점, SSM 하락, 편의점상승 -

□ 대형마트 전년 동월 대비 23.1% 하락, 전월 대비 30% 하락

○ **('13.2月대비)** 전년 설 명절이 2월에 있었던 영향으로, 식품 등 전품목 하락

* 1-2월 합계로는 전년 동기 대비 3% 매출하락(식품 △3.3%, 의류△8.3%, 잡화△4.8%, 가정생활△3.8%, 스포츠△1%, 가전문화 5.3%)

○ **('14. 1月대비)** 전월 설 명절 영향으로 식품 등 전 품목 큰 폭의 매출 하락

□ 백화점 전년 동월 대비 2.4% 하락, 전월 대비 16.8% 하락

○ **('13.2月대비)** 식품류 매출은 대폭 하락, 해외유명브랜드 매출 호조와 가을 윤달 영향으로 웨딩 수요가 봄철로 이동하여 가전제품 판매 호조. 전체 매출은 2.4% 소폭 하락에 그침

* 1-2월 합계로는 전년 동기 대비 2.4% 매출상승(해외유명브랜드 14.7%, 가정용품 8.4%, 아동 스포츠 3.5%, 여성캐주얼 0.8%, 잡화 0.2%, 여성정장 △4.6, 남성의류△3.8%)

○ **('14. 1月대비)** 해외유명브랜드를 제외하고 전 품목 큰 폭의 매출 하락

□ 편의점 전년 동월 대비 4.1% 상승, 전월대비 7.8% 하락

○ **('13.2月대비)** 평균기온 상승효과로 음료 등 가공식품류 판매 호조 영향 매출상승

○ **('14.1月대비)** 전달 명절 특수 수요가 사라지면서 담배, 음료 등 전 품목 매출 하락

□ SSM 전년 동월 대비 14% 하락, 전월대비 12.6% 하락

○ **('13.2月대비)** 전년 설명절 영향 및 채소류 시세 하락, AI 영향 받은 축산물 매출 하락과 수산물 매출 하락세 지속으로 전체 매출하락

○ **('14.1月대비)** 전월 설 명절 효과가 없어져 전 품목 매출 하락

※ 본 조사는 주요 유통업체(백화점 · 할인점 각 3사, 편의점·ssm 각 4사)의 소비동향 파악을 목적으로 매월 이들 업체의 경상 매출액을 기준으로 조사 · 분석한 것임. 따라서 대형유통업체를 전수 조사하는 통계청의 자료와는 포괄범위와 작성 기준 등이 서로 달라 양 기관 자료 간 증감 크기나 방향 등이 상이할 수 있음.

※ 대형마트(이마트·롯데·홈플러스),백화점(현대·롯데·신세계), 편의점(CU, GS25, 세븐일레븐, 바이더웨이), SSM(롯데, GS슈퍼, 홈플러스익스프레스, 에브리데이리테일)

□ 대형마트 주요 상품군별 동향

('13.2月대비) 식품(△29.3%), 의류(△21.9%), 가정생활(△18.6%),잡화(△18.3%), 가전문화(△6.9%) 전 품목 매출하락

○ **(식품)** 전년 설명절(2월)과 금년 명절 차로 인한 영향, 채소류 생산량 증가에 따른 가격하락, AI로 가금류 판매 부진 등으로 매출 큰 폭 하락

○ **(가정생활)** 전년 설명절 대비 생활세트/제기 등 명절용품판매 부진

('14.1月대비) 식품(△37.8%), 가정생활(△23.4%), 의류(△22.5%), 잡화(△17.5%), 가전문화(△9.4%) 전품목 매출 하락

○ 전년(2월에 설날)과 달리 금년에는 1월말에 설 명절이 있어, 상대적으로 금년 2월 객수 및 구매단가가 대폭 감소함

[상품군별 매출 증가율]

구분 / 단위 : %)	비 식품부문						식품	총 계
	가전문화	의류	가정생활	스포츠	잡화	소계		
전년동월	△6.9	△21.9	△18.6	△3.8	△18.3	△15.3	△29.3	**△23.1**
금년전월	△9.4	△22.5	△23.4	△9.8	△17.5	△18.3	△37.8	**△30.0**

(소비자구매패턴)
전년 동월 대비 구매건수는 11.5% 감소, 구매 단가도 13 % 감소

○ 전년 2월의 설 영향으로 구매건수 및 구매단가 모두 큰 폭 하락

* 1인당 구매단가 **42,510**원 (전년동월 48,883원)

[구매 건수 및 구매 단가 증가율 추이]

증가율 (단위 :%)	'13년												14년	
	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	**2월**
구매건수	△14.1	△2.8	△4.9	△8.1	△4.8	1.7	△4.1	△4.1	△5.9	△6.6	△3.3	△4.9	4.6	**△11.5**
구매단가	△12.2	12.0	0.5	△1.8	0.6	2.5	△0.8	1.6	0.6	0.2	4.4	△0.8	13.4	**△13.0**

□ 백화점 주요 상품군별 동향

('13.2月대비) 식품(△29.2%), 남성의류(△4.6%), 잡화(△2.5%) 매출하락, 해외유명브랜드(18.1%), 가정용품(12.7%), 아동스포츠(3.3%) 매출상승

○ **(식품)** 설 시기 차이로 인한 전월로의 매출 실적 이전효과로 전년 동월대비 매출의 큰 폭 하락

○ **(의류/잡화)** 세일 행사로 인한 해외 유명 브랜드 부문 매출 호조와 아웃도어 트렌드의 강세로 인해 패션/잡화 부문 매출 증가

○ **(가정용품)** 금년 10~12월 윤달로 인해 웨딩 수요가 봄철로 옮겨져, 웨딩상품인 식기 및 가구 중심 매출 증가

('14.1月대비) 식품(△43.9%), 남성의류(△31.5%), 여성정장(△17.2%), 아동스포츠(△8.7%), 잡화(△6.7%) 매출하락, 해외유명브랜드는 소폭 상승(2.6%)

○ 설 시기에 증가했던 식품 매출이 평소 수준으로 하락하고, 패션 부문 매출이 전체적으로 부진하여 매출 역신장 기록

[상품군별 매출 증가율]

구분 (단위:%)	비식품부문								식품	총 계
	잡 화	여성 정장	여성 캐주얼	남성 의류	아동 스포츠	가정 용품	해외유명 브랜드	소계		
전년동월	△2.5	2.7	2.5	△4.6	3.3	12.7	**18.1**	3.9	△29.2	**△2.4**
금년전월	△6.7	△17.2	△10.6	△31.5	△8.7	△4.7	**2.6**	△10.1	△43.9	**△16.8**

(소비자구매패턴)
전년 동월 대비 구매 건수 (0.8%)증가, 구매 단가는(△3.2%)감소

○ 세일 및 특판 등의 행사로 인해 1인당 구매건수 증가, 그러나 설 선물세트 판매 등의 시즌 매출이 전달로 이전되어 구매단가 감소

* 1인당 구매단가 **76,122원** (전년동월 78,626원)

[구매건수 및 구매단가 증가율 추이]

증가율 (단위 :%)	'13년												'14년	
	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	**12월**	1월	2월
구매건수	0.1	3.7	9.8	0.8	3.5	7.8	3.1	10.8	3.4	0.4	3.7	0.3	3.4	**0.8**
구매단가	△8.3	△1.9	△2.0	△2.7	△2.4	△3.3	△5.0	△3.7	△0.5	△2.5	1.6	△0.6	3.2	**△3.2**

□ 편의점 주요 상품군별 동향

('13.2月대비) 잡화(△15.7%)의 매출 하락을 제외하고, 음료 등 가공(7.5%), 즉석(5.7%), 담배 등 기타(3%), 생활용품(2.0) 등 매출 상승

○ **(가공음료·즉석)** 전년대비 평균기온 상승효과('13년 -1.2도, '14년 1.9도)로 음료 등 가공식품 판매호조, 신선조리 반찬류 판매호조 등 영향으로 매출 상승

○ **(잡화)** 전년 명절(2월) 효과로 판매호조를 보였던 상품권, 복권 매출이 금년에는 감소하여 전년대비 매출 하락

('14.1月대비) 즉석식품(△13.2%), 잡화(△8.9%), 생활용품(△8.9%), 담배(△7.6%), 음료 등 가공(△6.9%) 전품목 매출 하락

○ 설 명절로 인한 상품권 등 잡화류 부문은 매출이 높이 상승하였으나, 년 초 금연인구 증가로 담배류 등 매출하락으로 전체 매출도 하락

[상품군별 매출 증가율]

구분 (단위: %)	비 식품부문				식품			총 계
	생활용품	잡화*	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석 (신선일부)	소계	
전년동월	2.0	**△15.7**	3.0	0.7	**7.5**	5.7	7.3	**4.1**
전월대비	△8.9	△8.9	△7.6	△7.8	△6.9	△13.2	△7.7	**△7.7**
매출비중 ('14.2)	3.5	4.7	37.7	45.9	47.4	6.7	54.1	**100**

* 서적, 잡지, 복권, 상품권 등

(소비자구매패턴)
전년 동월 대비 구매 건수증가(5.5%), 구매단가는 하락 (△1.6%)

○ 점포수 증가(2.0%), 따뜻해진 날씨 등으로 입점 고객수 증가, 전년 설 명절 선물상품 구성 대비하여 구매단가는 하락

* 1인당 구매단가 4,199원 (전년동월 4,266원)

[구매건수 및 구매단가 증가율 추이]

증가율 (단위 :%)	'13년										'14년	
	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
구매건수	5.9	5.9	5.7	5.5	4.4	10.0	7.7	7.9	7.6	8.8	5.3	**5.5**
구매단가	2.4	2.4	3.3	3.6	3.7	0.7	2.4	1.5	2.6	0.4	3.9	**△1.6**

MOTIE MINISTRY OF TRADE, INDUSTRY & ENERGY

□ SSM 주요 상품군별 동향

('13.2月대비) 농수축산(△18.4%), 가공조리(△14.6%), 생활잡화(△10.1%), 일상용품(△8.4%), 신선제품(△5.9%) 전품목 매출 하락

○ **(농수축산)** 전년 대비 설명절 차이로 인한 선물세트 수요 감소, 딸기, 채소류 시세하락으로 인한 매출감소, AI 영향에 따른 소비 심리 위축 등으로 매출 하락함

○ **(가공조리)** 전년 설명절 차이로 인한 선물세트 판매 수요 감소 및 베이커리, 간편 가정식, 냉동만두류 매출 부진으로 매출 저하

('14.1月대비) 농수축산(△26.8%), 생활잡화(△22.2%),가공식품(△19.3%), 신선제품(△17.4%), 일상용품(△9.4%) 전 품목 매출 하락

[상품군별 매출 증가율 및 매출비중]

구분 (단위: %)	비식품			식품부문				
	일상용품*	생활잡화	소계	농수축산	신선제품	가공조리식품	소계	총계
전년동월	△8.4	△10.1	**△9.0**	△18.4	△5.9	△14.6	**△14.7**	△
금년전월	△9.4	△22.2	**△13.8**	△26.8	△17.4	△19.3	**△22.4**	
매출비중 ('14.2)	9.4	4.3	**13.7**	37.3	17.3	31.6	**86.3**	100

* 세제, 치약, 화장품, 여성용품 등

(소비자구매패턴)
구매 건수 (△5.0%) 및 구매단가 (△9.5%) 모두 대폭 감소

○ 전년(2월에 설날)과 달리 금년에는 1월말에 설 명절이 있어, 상대적으로 금년 2월 구매건수 및 구매단가가 대폭 감소함

* 1인당 구매단가 13,877원 (전년동월 15,329원)

[구매건수 및 구매단가 증가율 추이]

증가율 (단위 :%)	'13년								14년	
	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	**2월**
구매건수	△8.1	△3.1	△6.5	△8.2	△9.9	△5.8	△5.6	△2.3	△2.0	**△5.0**
구매단가	1.2	0.5	2.9	1.2	0.2	5.2	3.0	△1.4	5.8	**△9.5**

참 고 주요유통업체 매출동향 참고자료

□ 대형마트

○ 분기별 매출증감률 추이

(단위 :%)

2011년					2012년					2013년					2014
1q	2q	3q	4q	년간	1q	2q	3q	4q	년간	1q	2q	3q	4q	년간	1-2月
3.8	3.2	1.9	3.0	2.9	0.1	△5.1	△3.8	△4.5	△3.3	△8.4	△3.4	△4.3	△3.8	△5.0	**△3.0**

○ 상품군별 매출 비중

(단위 : %)

구분	비 식품부문						식품	총 계
	가전·문화	의류	가정·생활	스포츠	잡화	소계		
'12년	10.9	8.4	18.5	3.8	4.4	45.9	54.1	100.0
'13년	**11.5**	**8.1**	**18.6**	**3.9**	**4.2**	**40.3**	**53.7**	**100.0**
'14.2월	**12.2**	**5.9**	**19.1**	**3.2**	**5.7**	**46.1**	**53.9**	**100.0**

* 자료 : 각 대형마트(신규점 제외)

○ 상품군별 전년동월대비 매출 증가율 추이

(단위 : %)

구분	비 식품부문						식품	총 계
	가전·문화	의류	가정·생활	스포츠	잡화	소계		
'13.1월	△24.5	△26.4	△24.1	△9.0	△21.9	△23.4	△26.5	△24.6
2월	△4.0	5.0	6.2	△10.1	5.1	2.1	14.5	8.9
3월	1.7	△0.8	△2.2	0.5	1.9	△0.4	△8.2	△4.4
4월	△6.8	△17.7	△9.8	△12.2	△9.6	△10.8	△9.3	△9.8
5월	2.4	△5.0	△4.3	△4.9	△5.0	△3.0	△6.1	△4.3
6월	20.6	4.4	4.2	5.2	7.2	8.3	△0.2	4.2
7월	△1.2	△8.8	△4.3	△6.8	△7.0	△4.8	△4.6	△4.9
8월	2.9	△5.5	△2.1	3.7	△4.1	△0.9	△4.1	△2.6
9월	0.7	△7.1	△3.8	1.5	△2.1	△2.9	△7.5	△5.3
10월	△9.8	△15.2	△7.9	△14.2	△10.5	△10.5	△2.3	△6.4
11월	7.3	△3.1	1.0	7.7	△1.2	1.9	△0.4	1.0
12월	△3.3	△10.3	△5.2	△3.7	△11.3	△6.2	△4.8	△5.7
'14. 1월	19.6	6.0	11.8	1.8	10.3	11.8	25.3	18.6
2월	**△6.9**	**△21.9**	**△18.6**	**△3.8**	**△18.3**	**△15.3**	**△29.3**	**△23.1**

* 자료 : 각 대형마트(신규점 제외), 전년동월대비 증감율

□ 백화점

○ 분기별 매출증감률 추이

(단위 :%)

2011년					2012년					2013년					2014
1q	2q	3q	4q	년간	1q	2q	3q	4q	년간	1q	2q	3q	4q	년간	1-2月
14.3	10.7	7.6	4.6	8.9	△0.2	△1.4	△2.9	2.6	△0.3	0.0	1.0	2.4	1.0	**1.1**	**2.4**

○ 상품군별 매출 비중

[상품군별 매출 비중]

(단위 : %)

구분	비식품부문								식품	총 계
	잡 화	여성 정장	여성 캐주얼	남성 의류	아동 스포츠	가정 용품	해외유명 브랜드	소계		
'12년	18.2	11.6	13.6	8.2	13.7	8.5	13.3	87.2	12.8	100.0
'13년	19.7	10.2	13.5	7.7	14.7	9.0	11.9	86.6	13.4	100.0
'14.2월	**20.4**	**10.5**	**12.9**	**6.9**	**13.4**	**9.8**	**12.8**	**86.8**	**13.2**	**100.0**

* 자료 : 각 백화점(신규점 제외), 해외유명브랜드 등은 각사 분류 기준

○ 상품군별 전년동월대비 매출 증가율 추이

(단위 : %)

구분	비식품부문								식품	총 계
	잡 화	여성 정장	여성 캐주얼	남성 의류	아동 스포츠	가정 용품	해외유명 브랜드	소계		
'13.1월	△11.0	△0.9	△5.6	△15.4	0.3	12.8	△7.1	△5.1	△22.3	△8.0
2월	△3.2	△19.8	△5.5	△7.6	2.3	3.0	△6.3	△5.5	55.1	1.7
3월	4.0	△1.8	7.8	2.7	13.8	21.7	8.0	7.5	8.5	7.5
4월	△3.2	△7.9	△6.7	△10.4	△2.5	12.1	4.1	△2.5	2.9	△1.9
5월	0.4	△2.8	0.6	△5.4	4.6	4.1	0.1	0.5	1.7	1.0
6월	1.1	△3.1	3.2	-	4.1	15.7	5.4	3.6	4.6	4.1
7월	△3.8	△4.8	△2.4	△7.8	△0.7	4.2	1.4	△3.6	5.9	△2.1
8월	4.6	1.5	3.8	5.6	5.8	6.9	11.9	5.7	11.5	6.6
9월	2.8	△1.4	2.6	0.3	8.9	△0.3	8.7	3.6	0.1	2.8
10월	△5.2	△6.5	△6.2	△10.4	△2.1	5.5	5.5	△3.1	6.6	△2.2
11월	1.1	0.1	4.0	0.2	15.1	5.7	12.2	5.5	3.7	5.3
12월	△3.2	△5.8	△2.9	△5.7	3.9	2.2	8.7	△0.6	1.1	△0.3
'14.1월	2.8	△9.9	△0.6	△3.3	3.7	4.6	11.3	1.1	37.7	6.8
2월	**△2.5**	**2.7**	**2.5**	**△4.6**	**3.3**	**12.7**	**18.1**	**3.9**	**△29.2**	**△2.4**

* 자료 : 각 백화점(신규점 제외), 전년동월대비 증감률, 해외유명브랜드는 각사 분류 기준

□ 편의점

○ 전년 전월대비 매출 증가율

구분	'13년										14년	
(단위 :%)	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	**2월**
매출증가율	8.5	8.5	9.2	9.2	8.2	11.1	10.1	9.8	10.8	9.6	9.7	**4.1**

○ 상품군별 매출 비중

구분	비 식품부문				식품			총 계
	생활용품	잡화	담배 등기타	소계	음료 등 가공	즉석 (신선일부)	소계	
'13.4月	4.0	4.0	38.0	46.0	46.4	7.6	54.0	100
5月	3.6	3.9	37.2	44.7	48.3	7.0	55.3	100
6月	3.4	3.3	36.6	43.2	49.8	7.0	56.8	100
7月	3.8	3.4	37.2	44.4	48.7	6.9	55.6	100
8月	3.4	3.4	35.6	42.4	50.5	7.1	57.6	100
9月	3.8	4.3	35.6	43.7	49.0	7.3	56.3	100
10月	3.4	3.4	37.0	43.8	48.7	7.5	56.2	100
11月	3.8	3.6	37.2	44.6	48.1	7.4	55.4	100
12月	3.7	3.6	37.2	44.5	48.1	7.4	55.5	100
'14.1月	3.6	4.7	37.6	45.9	47.0	7.1	54.1	100
2月	**9.4**	**4.3**	**13.7**	**37.3**	**17.3**	**31.6**	**86.3**	**100**

○ 상품군별 전년동월대비 매출 증가율 추이

(단위 : %)

구분	비 식품부문				식품			총 계
	생활용품	잡화	담배 등기타	소계	음료 등 가공	즉석 (신선일부)	소계	
'13.3月	7.6	△2.2	7.0	6.0	9.9	15.8	10.6	8.5
4月	6.6	△3.1	7.1	6.0	9.9	15.1	10.6	8.5
5月	16.7	1.5	8.1	8.1	9.9	11.8	10.1	9.2
6月	11.5	△0.1	7.6	7.3	11.0	9.1	10.8	9.2
7月	13.0	△0.1	7.7	7.4	9.0	8.3	8.9	8.2
8月	2.2	4.2	8.5	7.7	14.3	10.1	13.8	11.1
9月	7.3	9.3	7.3	7.5	13.2	9.2	12.6	10.3
10月	5.3	△7.4	8.2	6.6	12.3	14.1	12.5	9.8
11月	12.6	0.2	6.7	6.6	14.4	13.7	14.3	10.8
12月	4.8	2.1	7.3	6.6	12.2	12.0	12.2	9.6
'14.1月	17.9	16.1	3.5	5.7	13.8	10.3	13.3	9.7
2月	**2.0**	**△15.7**	**3.0**	**0.7**	**7.5**	**5.7**	**7.3**	**4.1**

□ SSM(준대규모점포)

○ 전년 전월대비 매출 증가율

구분 (단위 :%)	'13년								14년	
	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
매출증가율	△7.1	△2.6	△3.8	△7.1	△9.7	△0.9	△2.8	△3.7	3.7	**△14.0**

○ 상품군별 매출 비중

구분	비식품			식품부문				총 계
	일상용품*	생활잡화	소계	농수축산	신선제품	가공조리식품	소계	
'13.5月	9.0	4.6	13.6	38.4	18.5	29.5	86.4	100
6月	9.3	4.9	14.2	36.9	19.1	29.7	85.8	100
7月	9.7	4.7	14.4	37.2	19.5	28.9	85.6	100
8月	9.1	4.3	13.4	37.7	20.4	28.5	86.6	100
9月	9.7	4.3	14.0	37.5	17.7	30.8	86.0	100
10月	9.9	4.6	14.5	35.9	18.8	30.7	85.5	100
11月	9.4	5.1	14.5	37.3	16.9	31.3	85.5	100
12月	9.1	4.8	13.9	37.7	17.4	30.9	86.	100
'14.1月	8.7	4.1	12.8	40.0	16.5	30.7	87.	100
2月	**9.4**	**4.3**	**13.7**	**37.3**	**17.3**	**31.6**	**86.3**	**100**

○ 상품군별 전년동월대비 매출 증가율 추이

(단위 : %)

구분	비식품			식품부문				총 계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선제품	가공조리식품	소계	
'13.5月	△7.4	△8.1	△7.6	△7.7	△6.5	△6.3	△7.0	△7.1
6月	△2.3	△4.9	△3.2	△2.7	△2.4	△2.4	△2.5	△2.6
7月	△2.7	△9.7	△5.1	△3.0	△3.4	△4.5	△3.6	△3.8
8月	△4.1	△7.2	△5.2	△6.8	△5.8	△9.3	△7.4	△7.1
9月	△6.5	△5.7	△6.3	△12.6	△6.6	△9.4	△10.2	△9.7
10月	△2.9	△5.6	△3.7	1.2	0.7	△2.8	△0.4	△0.9
11月	△1.8	△2.1	△1.9	△2.0	△2.6	△4.3	△3.0	△2.8
12月	△0.6	△8.5	△3.5	△4.1	△2.7	△3.9	△3.7	△3.7
'14.1月	2.4	6.1	3.6	4.6	△0.8	5.1	3.7	3.7
2月	**△8.4**	**△10.1**	**△9.0**	**△18.4**	**△5.9**	**△14.6**	**△14.7**	**△14.0**

OPEN 공공누리 공공저작물 자유이용허락

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

MOTIE MINISTRY OF TRADE, INDUSTRY & ENERGY