| 지식경제부 | 보도자료 | 함께하는 공정사회! 더 큰 희망 대한민국 http://www.mke.go.kr |
|---|---|---|

2012년 9월 17일(월) 석간부터 보도하여 주시기 바랍니다.

자료문의 : 유통물류과 박영삼 과장, 최승민 주무관(02-2110-5145)

※ 본 조사는 주요 유통업체(백화점·대형마트 각 3사)의 매출액을 조사분석한 것이므로 통계청의 자료(대형유통업체 전수조사)와는 상이할 수 있음

# 2012. 8월 주요 유통업체 매출동향

## - 전년동월대비 대형마트 · 백화점 매출 감소 -

□ 전년동월 대비 매출증가율은 대형마트 △3.3%, 백화점 △6.9%

○ 대형마트는 추석일 변동('11.9.12 → '12.9.30)으로 전년동월대비 명절 상품 구매 감소와 의무휴업, 경기영향 등으로 매출 3.3%감소

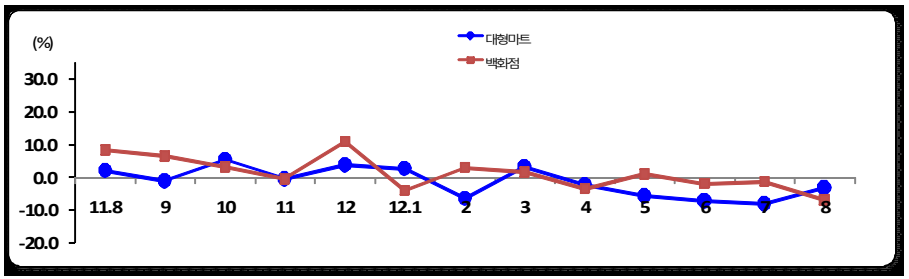
* '11년도 추석 명절 관련 상품 구매 증가는 8월, 9월에 걸쳐 영향

○ 백화점은 '의류' 판매 부진과 전년보다 늦은 추석으로 인한 '식품'·'잡화' 등의 선물 용품 판매 감소로 매출 6.9%감소

[전년동월대비 매출 증감률 추이]

(단위 : %)

| 구분 | '11년 | | | | | '12년 | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 8월 | 9월 | 10월 | 11월 | 12월 | 1월 | 2월 | 3월 | 4월 | 5월 | 6월 | 7월 | 8월 |
| 대형마트 | 2.0 | △1.1 | 5.5 | △0.5 | 3.7 | 2.7 | △6.4 | 3.2 | △2.4 | △5.7 | △7.2 | △8.2 | △3.3 |
| 백 화 점 | 8.3 | 6.5 | 3.1 | △0.5 | 11.0 | △4.1 | 2.9 | 1.6 | △3.4 | 1.0 | △2.0 | △1.3 | △6.9 |




※ 통계청 e-나라지표(http://www.index.go.kr)에서 매출증감자료(업태별·상품군별) 확인 가능



□ 대형마트 주요 상품군별 동향

가전문화(0.2%)를 제외한 의류(△4.9%) · 가정생활(△5.2%) · 잡화(△1.6) · 스포츠(△0.2%) · 식품(△3.7%)의 매출은 감소

○ '가전문화'는 여름 가전과 여행 용품, DIY용품 등의 판매 증가로 10개월 만에 '+' 로 반전

○ '가정생활'과 '식품'은 전년보다 늦은 추석으로 인한 선물 용품의 판매 감소

○ 소비심리위축과 일부 점포의 의무휴업도 매출 감소에 영향을 준 것으로 추정

* 의무휴업 집행정지 판결에 따른 정상영업점포의 확대로 전월(△8.2%)대비 매출 감소폭은 축소(△3.3%)

[상품군별 매출 비중]

(단위 : %)

| 구분 | 비 식품부문 | | | | | | 식품 | 총 계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 가전·문화 | 의류 | 가정·생활 | 스포츠 | 잡화 | 소계 | | |
| '12.8월 | 11.6 | 6.0 | 18.2 | 3.6 | 4.0 | 43.4 | 56.6 | 100.0 |

* 자료 : 각 대형마트(신규점 제외)

[대형마트 전년동월대비 매출 증감률 추이]

(단위 : %)

| 구분 | 비 식품부문 | | | | | | 식품 | 총 계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 가전·문화 | 의류 | 가정·생활 | 스포츠 | 잡화 | 소계 | | |
| '11. 8월 | △8.1 | △1.4 | 4.8 | 4.9 | △2.4 | △0.3 | 3.8 | 2.0 |
| 9월 | △5.0 | 2.2 | △0.5 | 16.8 | △1.9 | △0.1 | △3.4 | △1.1 |
| 10월 | 1.0 | 3.2 | 4.1 | 8.7 | △0.2 | 3.2 | 7.5 | 5.5 |
| 11월 | △2.6 | △8.4 | △0.1 | △2.6 | △5.4 | △3.2 | 2.2 | △0.5 |
| 12월 | △2.4 | 5.5 | 5.8 | 7.0 | 0.5 | 3.0 | 3.5 | 3.7 |
| '12. 1월 | △0.4 | △1.6 | 4.5 | 1.8 | △3.7 | 1.2 | 1.7 | 2.7 |
| 2월 | △16.6 | △10.5 | △3.0 | △0.2 | △13.5 | △8.9 | △5.4 | △6.4 |
| 3월 | △2.2 | 3.2 | 4.0 | 7.7 | 3.4 | 2.5 | 2.8 | 3.2 |
| 4월 | △6.1 | △1.7 | △0.2 | 4.1 | △4.7 | △2.0 | △3.3 | △2.4 |
| 5월 | △11.3 | △6.3 | △3.8 | 1.3 | △3.6 | △5.7 | △6.5 | △5.7 |
| 6월 | △14.4 | △12.4 | △4.4 | △0.5 | △10.9 | △8.6 | △6.7 | △7.2 |
| 7월 | △6.5 | △9.1 | △4.6 | △6.8 | △8.7 | △6.4 | △10.8 | △8.2 |
| **8월** | **0.2** | **△4.9** | **△5.2** | **△0.2** | **△1.6** | **△3.0** | **△3.7** | **△3.3** |

* 자료 : 각 대형마트(신규점 제외), 전년동월대비 증감율

□ 백화점 주요 상품군별 동향

잡화(△6.7%) · 여성정장(△13.0%) · 여성캐주얼(△7.8%) · 남성의류(△12.6%) · 아동스포츠(△4.3%) · 가정용품(△7.9%) · 해외유명브랜드(△2.2%) · 식품(△9.7%)등 모든 품목 매출감소

○ '여성정장' · '남성의류' · '여성캐쥬얼 등 의류는 소비심리위축과 합리적 소비패턴 확산에 따른 고가 의류의 판매 감소

- 중저가 위주의 상품 구매 증가와 SPA브랜드 · 온라인을 통한 합리적 구매 확대

○ '잡화' · '식품' · '아동스포츠'는 전년대비 늦은 추석으로 명절 선물 용품의 판매 감소

**[상품군별 매출 비중]**

(단위 : %)

| 구분 | 비식품부문 | | | | | | | | 식품 | 총 계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 잡화 | 여성정장 | 여성캐주얼 | 남성의류 | 아동·스포츠 | 가정용품 | 명품 | 소계 | | |
| '12.8 | 18.9 | 10.8 | 12.1 | 5.5 | 11.8 | 10.8 | 15.0 | 84.9 | 15.1 | 100.0 |

* 자료 : 각 백화점(신규점 제외), 명품은 자사 분류 기준

**[백화점 전년동월대비 매출증감률 추이]**

(단위 : %)

| 구분 | 비식품부문 | | | | | | | | 식품 | 총 계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 잡화 | 여성정장 | 여성캐주얼 | 남성의류 | 아동스포츠 | 가정용품 | 명품 | 소계 | | |
| '11. 8월 | 4.1 | △1.8 | 7.8 | 4.1 | 10.9 | 10.9 | 14.0 | 7.1 | 15.6 | 8.3 |
| 9월 | 7.2 | 2.9 | 7.1 | 4.1 | 15.0 | 6.4 | 15.1 | 8.6 | △3.1 | 6.5 |
| 10월 | 1.0 | △3.6 | 5.1 | 0.6 | 6.0 | △2.0 | 10.9 | 2.7 | 3.7 | 3.1 |
| 11월 | △1.9 | △11.5 | △1.0 | △3.2 | 1.7 | △1.7 | 13.5 | △1.1 | 2.9 | △0.5 |
| 12월 | 11.0 | 0.5 | 15.4 | 12.5 | 24.5 | 2.1 | 10.5 | 11.3 | 8.1 | 11.0 |
| '12. 1월 | △5.1 | △16.5 | △8.1 | △5.2 | 2.3 | △11.0 | 7.8 | △5.5 | 1.6 | △4.1 |
| 2월 | △0.4 | 7.8 | △0.2 | 4.7 | 5.1 | △4.3 | 8.2 | 2.9 | △0.2 | 2.9 |
| 3월 | △2.4 | △0.3 | 1.3 | 0.5 | 8.6 | △7.0 | 4.7 | 0.9 | 4.1 | 1.6 |
| 4월 | △5.1 | △8.1 | △1.8 | △9.4 | 7.1 | △7.5 | △5.9 | △3.9 | 1.3 | △3.4 |
| 5월 | 2.0 | △6.4 | 0.1 | △5.6 | 6.4 | △1.9 | 4.9 | 0.6 | 3.6 | 1.0 |
| 6월 | △0.7 | △6.0 | △4.1 | △9.7 | 1.6 | △6.4 | 2.4 | △2.6 | 2.8 | △2.0 |
| 7월 | △1.9 | △7.8 | △5.0 | △5.2 | 0.7 | 0.6 | 2.2 | △2.1 | 0.6 | △1.3 |
| **8월** | **△6.7** | **△13.0** | **△7.8** | **△12.6** | **△4.3** | **△7.9** | **△2.2** | **△7.2** | **△9.7** | **△6.9** |

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



□ 소비자 구매패턴

○ 전년 동월대비 구매건수에 있어 대형마트(△1.6%) 감소, 백화점(0.4%) 증가

○ 1인당 구매단가에 있어서는 대형마트(△1.7%), 백화점(△7.3%) 감소

- 1인당 구매단가는 대형마트 42,296원, 백화점 64,687원

**[구매건수 및 구매단가 전년동월대비 증감률 추이]**

| 구 분 | 대형마트 | | | 백화점 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | 구매건수 증감율 | 구매단가 증감율 | 1인당 구매단가 | 구매건수 증감율 | 구매단가 증감율 | 1인당 구매단가 |
| '11. 8월 | △0.6 | 2.6 | 45,375 | △2.4 | 10.9 | 70,033 |
| 9월 | △2.1 | 0.9 | 50,645 | △1.0 | 7.5 | 83,916 |
| 10월 | 3.5 | 1.9 | 44,097 | △2.0 | 5.2 | 87,304 |
| 11월 | 0.1 | △0.5 | 42,961 | △2.3 | 1.9 | 90,417 |
| 12월 | 2.9 | 0.7 | 43,422 | 4.3 | 6.4 | 92,156 |
| '12. 1월 | 3.0 | △0.2 | 50,733 | △7.9 | 4.1 | 89,652 |
| 2월 | △2.2 | △4.4 | 45,809 | 1.3 | 1.5 | 80,622 |
| 3월 | 1.2 | 2.0 | 48,248 | △0.7 | 2.4 | 80,236 |
| 4월 | △2.2 | △0.1 | 44,641 | △1.4 | △1.8 | 77,390 |
| 5월 | △4.3 | △1.3 | 43,256 | 4.0 | △2.9 | 73,585 |
| 6월 | △6.2 | △1.1 | 42,871 | 0.6 | △2.3 | 71,189 |
| 7월 | △6.3 | △2.0 | 43,420 | 0.8 | △2.1 | 64,725 |
| **8월** | **△1.6** | **△1.7** | **42,296** | **0.4** | **△7.3** | **64,687** |

* 자료 : 각 대형마트 및 백화점(신규점 제외)