산업통상자원부 보도자료 다시, 대한민국! 새로운 국민의 나라

보도시점 2023. 3. 28.(화) 11:00 < 3.29.(수) 조간 > 배포 2023. 3. 28.(화)

'23년 2월 주요 유통업체 매출 7.9% 증가

- 오프라인 8.0% 증가, 온라인 7.8% 증가 (전년 동월 대비) -

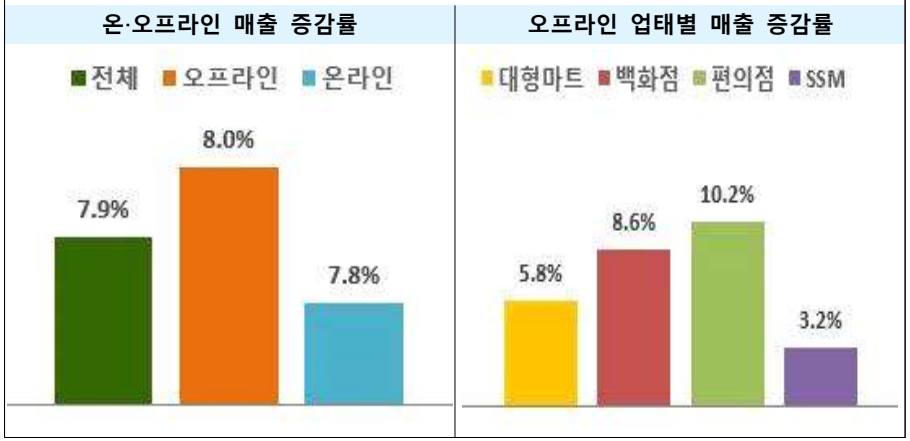
◇ `23.2월 주요 유통업체 매출동향 조사 결과, 전년 대비 영업일수 증가, 지난해 오미크론 확산에 따른 기저효과 등으로 **오프라인**과 **온라인 모두 매출**이 **상승**하면서, 전체 매출은 **전년 동월 대비 7.9% 상승**

- **(오프라인)** 편의점 · 백화점 · 대형마트 등 **모든 업태**의 **매출**이 **증가**하였으며, 패션/잡화, 아동/스포츠 등이 **매출 상승(8.0%)**을 견인

- **(온라인)** 서비스/기타, 패션/의류 등 판매 호조로 **매출 7.8% 상승**

※ 기타 상세 내용은 본문 및 붙임 참조

<'23년 2월 기준 전년동월 대비 매출 증감률(%)>



1. 전체 매출 동향

□ **(전체 매출)** 설 명절 시기 차이(2.1→ 1.22)로 인한 영업일수 증가, 지난해 오미크론 확산의 기저효과 등으로 **오프라인 부문(8.0%)**과 **온라인 부문(7.8%) 모두 큰 폭으로 증가**하면서, 전체 매출은 **전년동월 대비 7.9% 상승**

○ **(오프라인)** 대외활동이 증가함에 따라 **의류 · 스포츠** 부문에서 **호조세**를 보이는 등 **모든 업태에서 매출 성장 기록**

○ **(온라인) 해외여행 수요 증가, 공연 · 행사 활성화 등**이 **상승세**를 주도하며 **전체적인 매출 성장 기록**

* 오프라인/온라인 매출규모(조원) : ('22.2월) 5.86 / 6.26 ⇒ **('23.2월) 6.33 / 6.74**

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

구분	'22년											'23년	
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
전체	4.7	7.1	10.6	10.1	9.2	9.7	15.4	7.5	7.3	8.4	6.7	4.0	**7.9**
오프라인	△3.8	6.3	10.2	9.3	9.3	12.1	14.5	6.0	6.4	8.5	9.0	△0.5	**8.0**
온라인	14.2	7.9	11.0	11.0	9.1	7.3	16.4	9.1	8.2	8.3	4.3	9.1	**7.8**

□ **(상품군별 매출) 패션/잡화**(13.9%) · **서비스/기타**(14.4%)의 **매출은 상승**하였으나, **가전/문화**(△2.3%) · **생활/가정**(△0.4%)의 **매출은 하락**

○ **(오프라인)** 가전/문화(△19.4%) · 생활/가정(△2.8%)은 매출이 하락하였으나, **패션/잡화**(16.2%) · **아동/스포츠**(17.4%) · **식품**(11.7%)은 **매출이 크게 상승**

○ **(온라인)** 가전/문화(△0.1%) · 아동/스포츠(△0.5%) 분야에서 매출이 하락하였으나, **패션/잡화**(11.8%) · **서비스/기타**(19.8%) 등에서 **매출 상승**

<'23년 2월 전년동월 대비 상품군별 매출 증감률 (단위 : %)>

구분	전체	가전/문화	패션/잡화	아동/스포츠	식품	생활/가정	서비스/기타	해외유명브랜드
전체 (비중,%)	7.9 (100)	△2.3 (14.4)	13.9 (12.6)	6.3 (5.1)	12.4 (33.6)	△0.4 (12.2)	14.4 (16.2)	2.1 (5.8)
오프라인	8.0	△19.4	16.2	17.4	11.7	△2.8	8.6	2.1
온라인	7.8	△0.1	11.8	△0.5	13.6	1.2	19.8	-

□ **(구매건수 · 구매단가)** 설 명절 시기 차이 등으로 백화점(14.4%) · 편의점(14.7%)을 비롯한 **모든 오프라인 매장의 구매건수는 전년대비 증가**

○ 물가인상 영향으로 대형마트(△0.6%) · 백화점(△5.1%) · 편의점(△4.0%) 등 **대부분 오프라인 매장의 구매단가는 전년대비 감소**

<'23년 2월 오프라인* 부문 구매건수 · 단가 증감률 (단위 : %)>

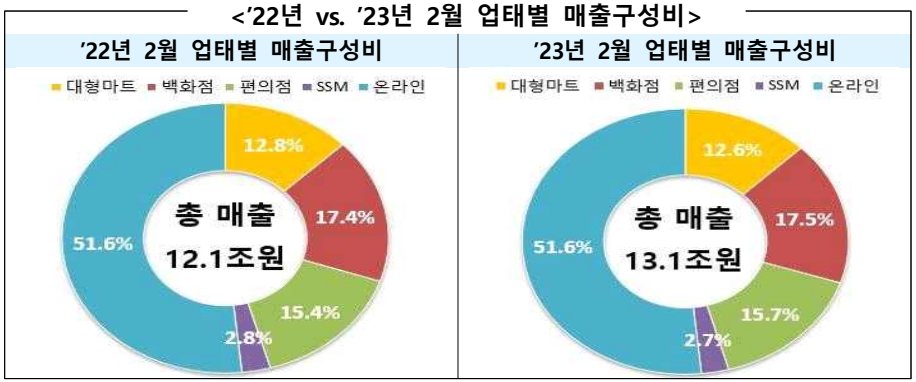
구분	전체	대형마트	백화점	편의점	SSM
구매건수	13.1	6.4	14.4	14.7	2.9
구매단가	△4.5	△0.6	△5.1	△4.0	0.3

* 온라인은 구매건수를 집계하지 않고 있어 통계자료에 미포함

□ **(업태별 매출 비중) 온 · 오프라인 매출 비중**(51.6% : 48.4%)**은 전년과 유사**

○ 오프라인 업태 중 **대형마트**(△0.2%p) · **준대규모점포**(△0.1%p)의 **매출 비중은 줄고**, **백화점**(0.1%p) · **편의점**(0.3%p)은 **소폭 증가**

<'22년 vs. '23년 2월 업태별 매출구성비>



2. 유통업체별 매출 동향

오프라인 유통업체

□ 설 명절 시기 차이로 인한 영업일수 증가와 지난해 오미크론 확산의 기저효과 등으로 **대형마트**(5.8%) · **백화점**(8.6%) · **편의점**(10.2%) · **SSM**(3.2%) 등 **모든 업태의 매출**이 **증가**하면서, **오프라인 전체 매출은 8.0% 증가**

○ **(대형마트)** 코로나 기간 소비증가에 따른 기저효과로 **가전/문화**(△19.4%)에서 **큰 폭으로 감소**하였으나, **의류**(14.5%) · **스포츠**(10.9%) · **잡화**(10.8%) · **식품**(12.0%) 등에서 **증가세**를 보이면서 **전체 매출은 5.8% 증가**

○ **(백화점)** 외부활동 증가세와 봄 신상품 조기 세일 등이 맞물리며 **의류 · 화장품 등**(여성캐쥬얼 30.1%, 아동·스포츠 18.1%, 여성정장 15.8%, 남성의류 12.8%, 잡화 12.7%)이 **큰 폭으로 성장**하면서 **전체 매출은 8.6% 증가**

○ **(편의점)** 근거리 · 소액 쇼핑 추세가 지속되면서, **즉석식품**(24.3%) · **생활용품**(16.7%) 등 **전 품목 매출 호조세**로 **전체 매출은 10.2% 증가**

○ **(준대규모점포)** 가정 내식용 상품 수요 증가 등으로 **가공식품**(5.2%) · **농수축산**(3.8%) 등에서 매출이 상승하면서 **전체 매출은 3.2% 증가**

<'23년 2월 오프라인 업태별 전년동월 대비 매출 증감률 (단위 : %)>

구분	전체	대형마트	백화점	편의점	SSM
매출 증감률	8.0	5.8	8.6	10.2	3.2

□ **(점포당 매출) 대형마트**(7.2%) · **백화점**(8.6%) · **편의점**(1.2%) · **SSM**(3.0%) 등 **모든 업태**에서 **증가**

○ **(점포수) 편의점**(8.9%)**이 크게 늘고, 대형마트**(△1.3%)는 **소폭 감소**

<'23년 2월 전년동월 대비 점포당 매출 및 점포수 증감률 (단위 : %)>

구분	전체	대형마트	백화점	편의점	SSM
점포당 매출 증감률	**8.4**	7.2	8.6	1.2	3.0
점포 수 증감률	**8.6**	△1.3	0.0	8.9	0.2

온라인 유통업체

□ **해외여행 수요 증가, 야외활동 증가로 서비스/기타**(19.8%)·**패션/의류**(12.2%)·**화장품**(11.2%) **매출이 큰 성장세, 온라인 전체 매출은 7.8% 증가**

○ **아동/유아**(△2.7%)·**가전/전자**(△0.6%) 부문에서는 **소폭 하락**

<'23년 2월 상품군별 전년동월 대비 매출증감률·매출비중 (단위 : %)>

구분	전체	가전 전자	도서 문구	패션 의류	스포츠	화장품	아동 유아	식품	생활 가구	서비스 기타
매출증감률	**7.8**	△0.6	5.7	12.2	2.3	11.2	△2.7	13.6	1.2	19.8
매출비중	**100.0**	23.3	2.1	8.1	2.5	4.9	3.2	24.3	14.5	17.1

< 일 러 두 기 >

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

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

대한민국 정책브리핑 OPEN 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 】

통계 명	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. 2월	0.5	△20.5	△24.1	△13.3	△20.5	△7.1	△14.6	△28.7	△24.0
3월	△8.0	△17.8	△5.3	△13.9	△16.1	△4.4	△9.0	4.8	0.0
4월	△0.6	13.2	△2.7	1.8	10.8	5.3	1.3	2.3	2.0
5월	△9.7	9.0	△3.9	5.3	6.0	3.0	△3.1	△3.2	△3.0
6월	1.0	5.3	1.1	1.4	2.3	8.2	1.8	2.3	2.3
7월	△7.8	11.9	△0.7	10.9	12.5	14.5	△0.5	0.0	0.2
8월	△2.9	15.7	8.9	8.0	17.5	13.1	5.6	11.5	9.9
9월	△2.8	12.6	△5.1	7.2	6.4	8.4	△1.2	△0.1	△0.3
10월	△20.9	2.7	△7.1	51.3	△33.7	4.7	△9.6	4.3	△0.5
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**

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2020년				연간	2021년				연간	2022년				연간
1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기	
△5.8	△5.5	△0.7	0.1	△3.0	0.4	0.2	△4.7	△5	△2.3	△3.2	0.3	3.2	5.5	1.4

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비 식품							식품	합계
	가전/문화	의류	가정/생활	스포츠	잡화	기타	소계		
'22.10월	9.9	5.4	12.5	2.5	1.5	2.5	34.5	65.5	100
'22.11월	10.9	4.6	13.7	1.4	2.1	2.6	35.5	64.5	100
'22.12월	9.6	4.3	12.1	1.5	2.6	2.5	30.1	67.4	100
'23. 1월	9.9	2.8	12.5	1.0	1.6	2.3	27.9	69.8	100
'23. 2월	**10.7**	**3.0**	**12.5**	**1.4**	**2.1**	**2.8**	**29.7**	**67.5**	**100**

○ 구매건수·구매단가 및 점포당 매출액 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2022년											'23년	
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
구매건수	△13.1	△2.8	△4.1	△5.0	△2.9	△1.1	4.1	6.2	1.8	5.3	3.4	△3.4	**6.4**
구매단가	△12.5	2.9	6.4	2.1	5.3	1.3	5.6	△6.1	△2.3	3.7	4.8	△0.4	**△0.6**
점포당 매출	△22.2	5.5	3.9	△1.5	4.7	2.3	12.2	1.1	1.0	10.7	9.8	△2.5	**7.2**

* '23. 2월 1인당 구매단가 : 50,639원 (전년동월 50,929원)

** '23. 2월 점포당 매출액 : 43.2억원 (전년동월 40.3억원) / '23. 2월 점포 수 : 380개

□ 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		
'22. 2월	3.2	13.8	1.9	10.8	11.9	9.3	32.5	17.4	△30.3	9.3
3월	△2.4	6.9	△2.7	3.8	12.6	△5.4	21.1	8.7	0.2	7.8
4월	14.7	19.2	22.2	21.2	33.4	6.8	22.5	20.0	10.4	19.1
5월	21.9	22.7	25.3	24.5	30.0	3.1	23.6	20.8	12.4	19.9
6월	18.0	18.0	17.9	19.7	30.8	10.2	19.7	18.9	16.3	19.0
7월	39.3	38.4	41.3	38.0	48.5	9.8	29.1	30.7	35.8	31.6
8월	23.9	27.5	41.9	31.2	33.8	△13.7	26.4	18.3	66.5	24.8
9월	18.2	31.3	14.1	20.2	21.3	△14.3	14.2	12.2	△12.8	8.5
10월	13.9	9.7	19.0	13.5	16.6	△11.1	8.1	8.0	9.6	8.0
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**

* 자료 : 해외유명브랜드는 각사 분류 기준

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2020년				연간	2021년				연간	2022년				연간
1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기	
△19.9	△8.4	△5.0	△6.0	△9.8	31.2	21.5	14.6	24.8	24.1	17.6	19.3	20.6	7.4	15.7

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비식품품목								식품	합계
	잡 화	여성 정장	여성 캐주얼	남성 의류	아동 스포츠	가정 용품	해외유명 브랜드	소계		
'22.10월	9.9	7.9	7.7	5.3	13.9	12.5	32.3	89.5	10.5	100
'22.11월	9.9	9.2	7.5	4.9	12.4	11.1	34.3	89.3	10.7	100
'22.12월	11.7	7.3	7.3	4.3	12.9	9.4	34.1	87.0	13.0	100
'23. 1월	10.5	7.5	5.9	4.8	9.8	12.5	29.6	80.5	19.5	100
'23. 2월	**10.5**	**8.7**	**6.5**	**4.0**	**11.6**	**14.5**	**34.6**	**90.4**	**9.6**	**100**

* 자료 : 해외유명브랜드는 각사 분류 기준

○ 구매건수·구매단가 및 점포당 매출액 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2022년											'23년	
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
구매건수	△1.5	△7.2	7.8	11.4	11.0	34.5	23.9	8.6	4.9	1.2	11.6	△0.5	**14.4**
구매단가	10.9	16.1	10.4	7.6	7.1	△2.2	0.7	△0.1	3.0	2.5	△1.2	△3.3	**△5.1**
점포당 매출	5.6	4.2	15.1	15.9	15.0	27.2	24.8	8.5	8.0	3.7	10.3	△3.7	**8.6**

* '23. 2월 1인당 구매단가 : 123,195원 (전년동월 129,795원)

** '23. 2월 점포당 매출액 : 381.2억원 (전년동월 351.0억원) / '23. 2월 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. 2월	4.8	3.8	9.2	8.7	7.1	1.9	6.3	7.4
3월	7.3	5.1	14.5	13.7	10.6	4.5	9.5	11.5
4월	11.1	3.1	8.9	8.9	13.6	8.2	12.7	10.9
5월	10.7	△1.3	10.6	10.2	14.8	12.2	14.3	12.5
6월	19.9	11.6	7.0	8.1	10.0	4.7	9.1	8.6
7월	26.4	17.3	8.7	10.3	10.1	13.0	10.6	10.4
8월	27.9	18.5	11.0	12.5	11.9	19.2	13.1	12.8
9월	14.1	9.3	7.9	8.5	11.4	18.2	12.4	10.6
10월	19.8	13.1	8.1	9.2	11.5	20.1	12.9	11.2
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**

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2020년				연간	2021년				연간	2022년				연간
1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기	
3.4	0.5	2.8	2.9	2.4	5.1	7.2	7.1	8.2	6.8	9.5	10.6	11.3	11.4	10.8

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비 식품품목				식품			합계
	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석(신선일부)	소계	
'22.10월	3.9	1.2	39.3	44.4	46.0	9.6	55.6	100.0
'22.11월	3.9	1.2	39.6	44.7	45.9	9.4	55.3	100.0
'22.12월	4.4	1.3	40.2	45.9	45.0	9.2	54.1	100.0
'23. 1월	4.0	1.4	40.7	46.0	45.2	8.8	54.0	100.0
'23. 2월	**3.6**	**1.3**	**40.8**	**45.7**	**45.3**	**9.0**	**54.3**	**100.0**

○ 구매건수 및 구매단가 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2022년											'23년	
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
구매건수	△0.1	2.5	7.2	12.6	5.5	8.6	10.8	12.5	10.7	11.1	6.7	7.7	**14.7**
구매단가	7.5	8.8	3.4	△0.1	3.0	1.7	1.9	△1.7	0.4	2.5	2.3	0.7	**△4.0**

* '23. 2월 1인당 구매단가 : 7,136원 (전년동월 7,431원)

○ 점포당 매출액 증감률 추이 및 점포수 현황 (단위 : %)

증감률	2022년											'23년	
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
점포증가율	5.9	6.3	6.5	6.9	7.2	7.5	7.8	8.0	8.3	8.5	8.7	8.9	**8.9**
점포당매출액	1.5	4.9	4.1	5.2	1.3	2.7	4.7	2.4	2.7	4.9	0.4	△0.4	**1.2**

* '23. 2월 점포당 매출액 : 4,419.7만원 (전년동월 4,369.2만원) / '23. 2월 점포 수 : 46,362개

□ 준대규모점포(SSM)

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	비식품			식품품목				합계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선·조리식품	가공식품	소계	
'22. 2월	△10.2	△3.0	△7.2	△16.2	△2.0	△2.3	△8.5	△8.4
3월	△4.4	1.3	△2.0	2.3	4.6	11.1	5.3	4.6
4월	△3.3	△3.8	△3.5	△4.5	△1.9	3.4	△1.6	△1.8
5월	△5.1	△1.7	△3.7	△5.6	△2.7	1.7	△2.8	△2.8
6월	△6.9	△4.3	△5.8	△5.1	△2.0	3.6	△1.8	△2.2
7월	△6.7	△2.1	△4.8	△5.7	△4.2	0.5	△3.5	△3.6
8월	△0.6	△1.9	△1.2	△2.6	△0.9	6.8	0.5	0.3
9월	△3.5	2.8	△0.9	△6.5	5.0	5.5	0.0	△0.1
10월	△3.2	△0.3	△2.0	△0.5	5.2	9.4	4.1	3.5
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**

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2020년				연간	2021년				연간	2022년				연간
1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기	
2.1	△10.0	1.6	△6.1	△4.8	△13.9	△5.6	△7.4	△7.0	△9.1	△1.5	△2.3	△1.2	4.6	△0.2

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비식품			식품품목				합계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선·조리식품	가공식품	소계	
'22.10월	5.3	4.0	9.3	37.1	23.9	29.7	90.7	100.0
'22.11월	5.7	3.5	9.2	36.2	25.0	29.6	90.8	100.0
'22.12월	4.8	4.0	8.8	37.6	23.4	30.3	91.2	100.0
'23. 1월	4.8	4.0	8.8	39.0	23.9	28.3	91.2	100.0
'23. 2월	**4.7**	**4.0**	**8.7**	**38.1**	**23.0**	**30.2**	**91.3**	**100.0**

○ 구매건수·구매단가 및 점포당 매출액 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2022년											'23년	
	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
구매건수	△7.0	1.0	△2.1	△2.0	△4.4	△4.1	△2.2	1.8	2.4	4.7	△1.7	△3.5	**2.9**
구매단가	△1.5	3.6	0.3	△0.8	2.3	0.4	2.6	△1.8	1.1	2.3	5.2	△1.1	**0.3**
점포당 매출	△7.7	5.5	△1.0	△2.1	△1.7	△3.1	0.1	0.0	2.7	7.6	2.4	△3.5	**3.0**

* '23. 2월 1인당 구매단가 : 16,721원 (전년동월 16,675원)
** '23. 2월 점포당 매출액 : 3.22억원 (전년동월 3.13억원) / '23. 2월 점포 수 : 1,099

□ 온라인 유통

○ 전년동월 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2022년											'23년	
2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월
14.2	7.9	11.0	11.0	9.1	7.3	16.4	9.1	8.2	8.3	4.3	9.1	**7.8**

○ 전년동월 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	합계
'22. 2월	17.0	2.5	7.4	5.0	23.7	4.7	9.8	12.1	26.8	14.2
3월	1.4	0.4	△2.7	△1.4	15.9	5.0	24.6	8.4	1.9	7.9
4월	△0.5	3.9	14.9	△0.6	18.6	5.4	18.1	6.6	24.0	11.0
5월	3.8	2.3	11.9	10.7	26.7	4.5	17.7	3.7	17.6	11.0
6월	1.0	△2.3	6.0	△0.5	18.1	2.1	17.9	8.0	13.6	9.1
7월	△6.0	△0.1	10.3	△1.8	14.0	△0.7	14.7	6.2	20.4	7.3
8월	4.1	3.6	18.2	5.9	23.1	5.4	27.8	15.3	21.9	16.4
9월	2.7	3.7	8.9	△0.4	12.5	△1.4	9.2	4.4	30.8	9.1
10월	△0.1	4.7	1.0	△7.0	14.5	△2.4	15.6	0.9	32.2	8.2
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**

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2020년				연간	2021년				연간	2022년				연간
1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기	
19.8	15.4	17.8	20.4	18.4	14.3	17.9	15.2	15.6	15.7	10.2	10.4	10.9	6.9	9.5

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	합계
'22. 2월	25.3	2.1	7.8	2.7	4.7	3.5	23.1	15.5	15.3	100.0
3월	20.6	2.4	9.3	3.1	4.5	3.6	25.6	15.7	15.1	100.0
4월	19.9	2.1	10.5	3.8	4.8	3.9	24.3	15.2	15.4	100.0
5월	21.7	1.7	10.1	4.0	5.0	3.7	23.5	14.8	15.5	100.0
6월	20.5	1.7	9.9	3.7	4.7	3.4	24.2	15.5	16.4	100.0
7월	21.2	1.8	9.3	3.7	4.5	3.4	24.1	15.2	16.6	100.0
8월	20.8	1.8	7.6	3.3	4.7	3.4	27.2	15.6	15.6	100.0
9월	21.0	1.9	8.7	3.5	4.7	3.3	25.6	15.2	16.0	100.0
10월	22.3	1.8	10.2	3.7	4.6	3.2	23.2	14.6	16.3	100.0
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**

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