산업통상자원부 보도자료 다시 대한민국! 새로운 출발

보도시점 2023. 7. 26.(수) 11:00 < 7.27.(목) 조간 > 배포 2023. 7. 26.(수)

# '23년 상반기 주요 유통업체 매출 5.7% 증가

- 오프라인 4.3% 증가, 온라인 7.2% 증가 (전년 동기 대비)

'23년 상반기 주요 유통업체 매출은 오프라인과 온라인 모두 상승하면서, 전년 상반기와 비교하여 5.7% 증가한 것으로 나타났다.

오프라인은 코로나 기저효과로 대형마트(1.0%), 백화점(2.5%), 편의점(9.5%), 준대규모점포(2.2%) 등 전 업태에서 증가세를 보이면서 매출이 4.3% 증가하였고, 온라인 또한 온라인 구매의 일상화로 매출이 7.2% 증가하였다. 다만, 온·오프라인 모두 전년 동기 대비 증가폭은 점차 줄어드는 것으로 나타났다.

한편, '23년 6월 주요 유통업체 매출은 오프라인 4.2%, 온라인 9.1% 모두 상승하면서 전체적으로 6.6% 증가하였다.

※ 기타 상세 내용은 본문 및 붙임 참조

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



# Ⅰ 2023년 상반기 매출동향

□ **(전체 매출)** '23년 상반기 주요 유통업체 매출은 오프라인(4.3%) 부문과 온라인(7.2%) 부문이 모두 성장세를 유지하며, 전년 대비 5.7% 증가

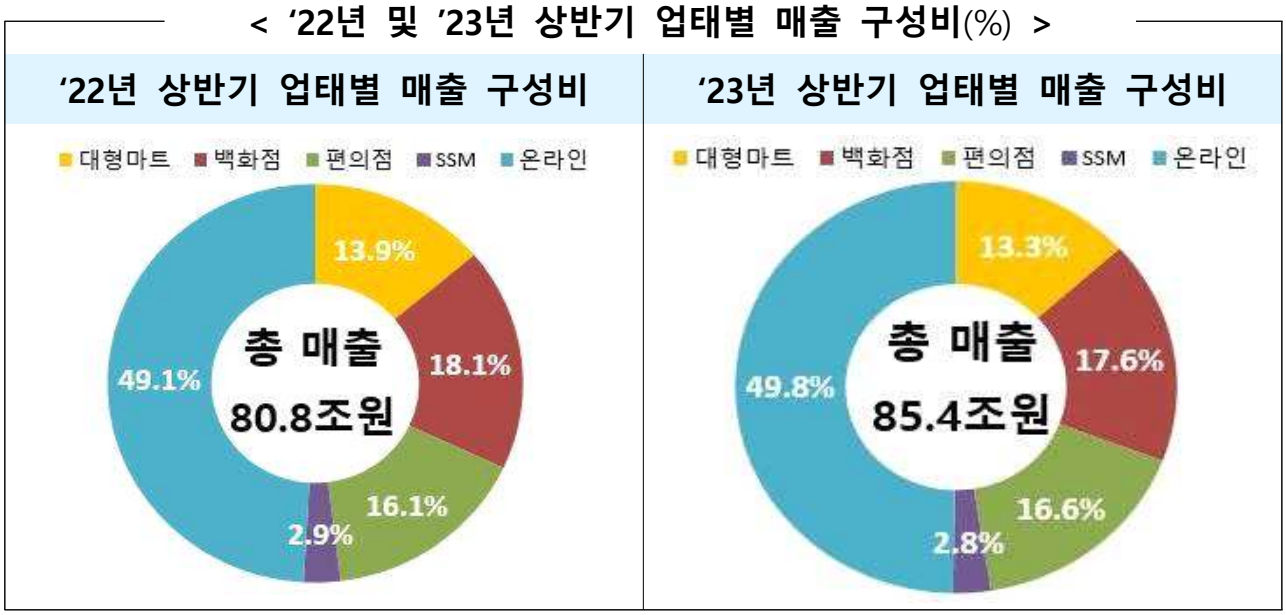
○ (오프라인) 코로나19 기저효과로 대형마트(1.0%), 백화점(2.5%), 편의점(9.5%), 준대규모점포(2.2%) 등 전 업태에서 매출이 상승

○ (온라인) 온라인을 통한 장보기, 화장품·티켓 등 소비 문화가 일상화되면서 온라인 구매 비중(49.1% → 49.8%)과 매출이 상승

**<'22년 및 '23년 상반기 매출 비중 및 매출 증감률>**

| 구분 | '22년 상반기 | | '23년 상반기 | |
|---|---|---|---|---|
| | 매출 비중 | 매출 증감률 | 매출 비중 | 매출 증감률 |
| 대형마트 | 13.9% | △1.5% | 13.3% | 1.0% |
| 백 화 점 | 18.1% | 18.4% | 17.6% | 2.5% |
| 편 의 점 | 16.1% | 10.1% | 16.6% | 9.5% |
| S S M | 2.9% | △1.9% | 2.8% | 2.2% |
| **오프라인 합계** | **50.9%** | **8.4%** | **50.2%** | **4.3%** |
| **온라인 합계** | **49.1%** | **10.3%** | **49.8%** | **7.2%** |
| **전체** | **100.0%** | **9.3%** | **100.0%** | **5.7%** |

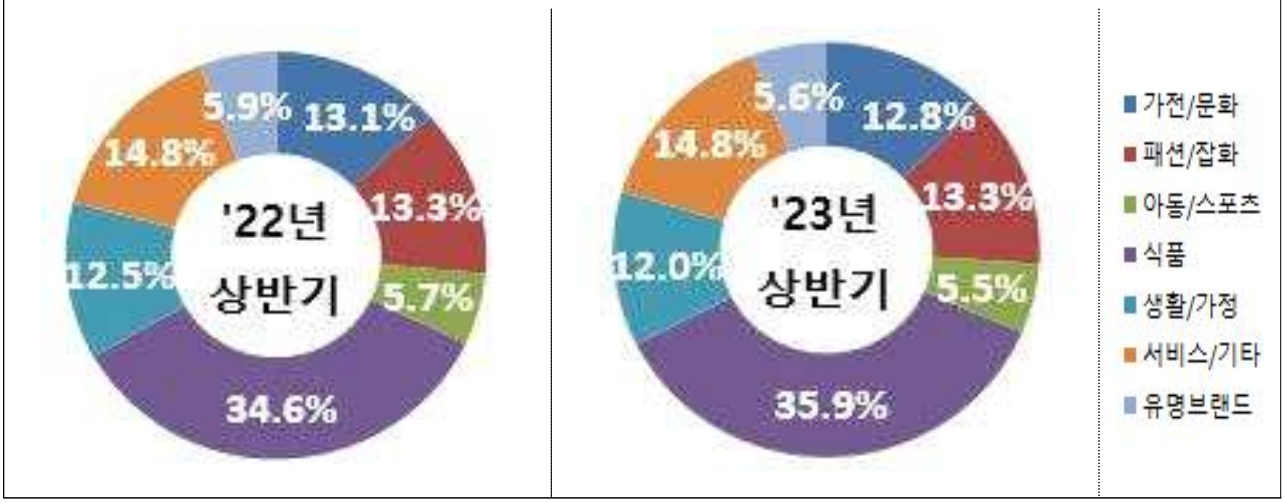
**< '22년 및 '23년 상반기 업태별 매출 구성비(%) >**



□ **(업태별 매출비중)** 온라인 매출 비중이 0.7%p 증가했으며, 오프라인은 편의점(0.5%p)을 제외한 대형마트(△0.6%p), 백화점(△0.5%p), SSM(△0.1%p) 모두 감소

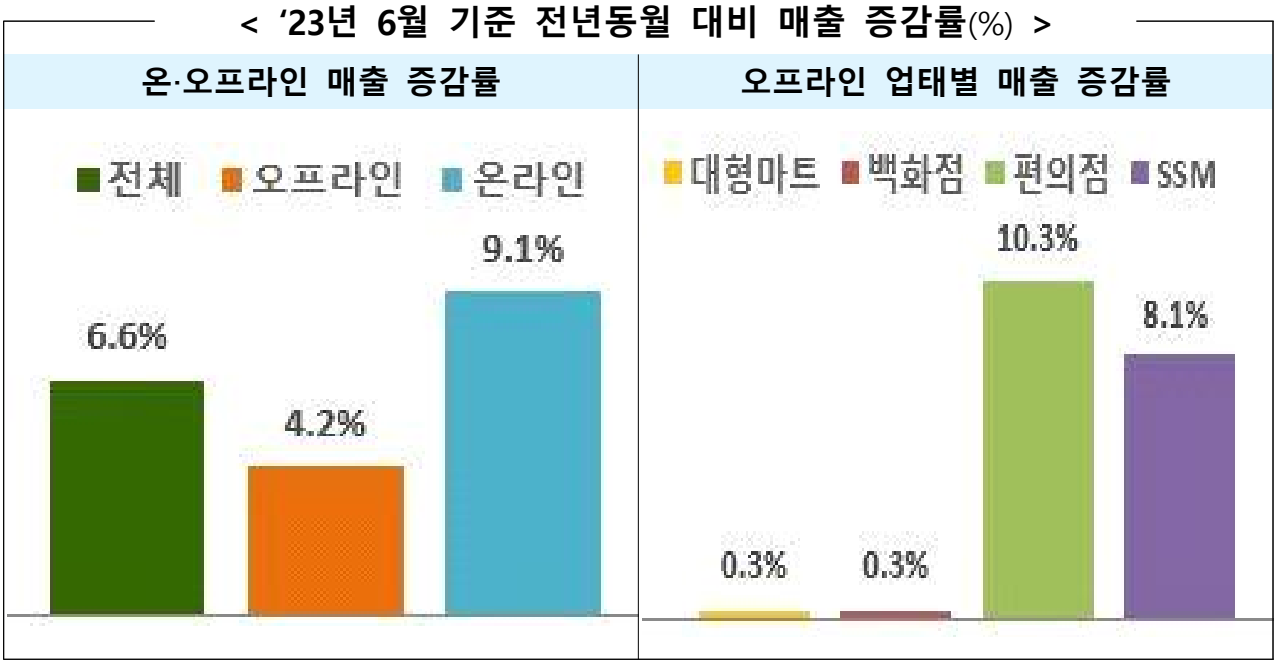
□ **(상품군별 매출비중)** 외부활동이 늘면서 가전/문화(△0.3%p), 생활/가정(△0.5%p)의 매출 비중은 감소하였으나, 식품(1.3%p) 매출 비중은 증가

**< '22년 및 '23년 상반기 상품군별 매출 구성비(%) >**




## Ⅱ 2023년 6월 매출동향

**< '23년 6월 기준 전년동월 대비 매출 증감률(%) >**



## 1. 6월 매출 동향

□ **(전체 매출)** 최근 소비침체 상황에도 불구하고, 코로나 기저효과의 영향으로 오프라인 부문(4.2%)과 온라인 부문(9.1%) 모두 매출이 상승하면서, 전체 매출은 전년 동월 대비 6.6% 상승

○ (오프라인) 온라인 구매가 활발해진 가전/문화, 생활/가정 분야 등에서 역성장하였으나, 식품, 서비스/기타 분야 매출이 증가하면서 전체적인 매출 성장 기록

○ (온라인) 식품, 생활/가정, 가전/문화 등 온라인 구매가 활발해진 분야를 중심으로 성장세를 보이며 전체적인 매출 상승 기록

* 오프라인/온라인 매출규모(조원) : ('22.6월) 6.74 / 6.50 ⇒ **('23.6월) 7.02 / 7.09**

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

| 구분 | '22년 | | | | | | | '23년 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 6월 | 7월 | 8월 | 9월 | 10월 | 11월 | 12월 | 1월 | 2월 | 3월 | 4월 | 5월 | 6월 |
| 전체 | 9.2 | 9.7 | 15.4 | 7.5 | 7.3 | 8.4 | 6.7 | 4.0 | 7.9 | 6.4 | 4.0 | 5.7 | **6.6** |
| 오프라인 | 9.3 | 12.1 | 14.5 | 6.0 | 6.4 | 8.5 | 9.0 | △0.5 | 8.0 | 6.6 | 4.8 | 3.7 | **4.2** |
| 온라인 | 9.1 | 7.3 | 16.4 | 9.1 | 8.2 | 8.3 | 4.3 | 9.1 | 7.8 | 6.1 | 3.2 | 7.9 | **9.1** |

□ **(상품군별 매출)** 가전/문화(3.9%), 패션/잡화(3.1%), 식품(13.6%), 생활/가정(6.4%) 등 전 품목에서 매출이 상승

○ (오프라인) 가전/문화(△12.8%)에서 큰 폭의 하락과 함께 생활/가정(△5.1%) 등에서 부진하였으나, 식품(8.9%) 등에서 성장세를 보이면서 매출 상승

○ (온라인) 식품(22.3%), 생활/가정(13.8%)에서 호조세를 이어가면서 매출 상승

**<'23년 6월 전년동월 대비 상품군별 매출 증감률** (단위 : %)**>**

| 구분 | 전체 | 가전/문화 | 패션/잡화 | 아동/스포츠 | 식품 | 생활/가정 | 서비스/기타 | 해외유명브랜드 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **전체** (비중,%) | **6.6** (100) | **3.9** (12.0) | **3.1** (13.3) | **1.0** (5.5) | **13.6** (36.1) | **6.4** (12.5) | **1.0** (15.0) | **0.9** (5.6) |
| **오프라인** | **4.2** | △12.8 | 1.7 | △1.9 | 8.9 | △5.1 | 6.2 | 0.9 |
| **온라인** | **9.1** | 6.0 | 4.4 | 2.9 | 22.3 | 13.8 | △4.0 | - |

□ **(구매건수 · 구매단가)** 편의점(8.7%), 준대규모점포(4.0%)를 비롯하여 모든 업태에서 구매건수가 증가하면서 전체 구매건수는 7.5% 증가

○ 구매단가는 준대규모점포(4.0%), 편의점(1.5%), 백화점(0.1%)에서는 상승했으나, 대형마트(△1.8%)에서 감소하면서 전체적으로 전년 대비 3.1% 감소

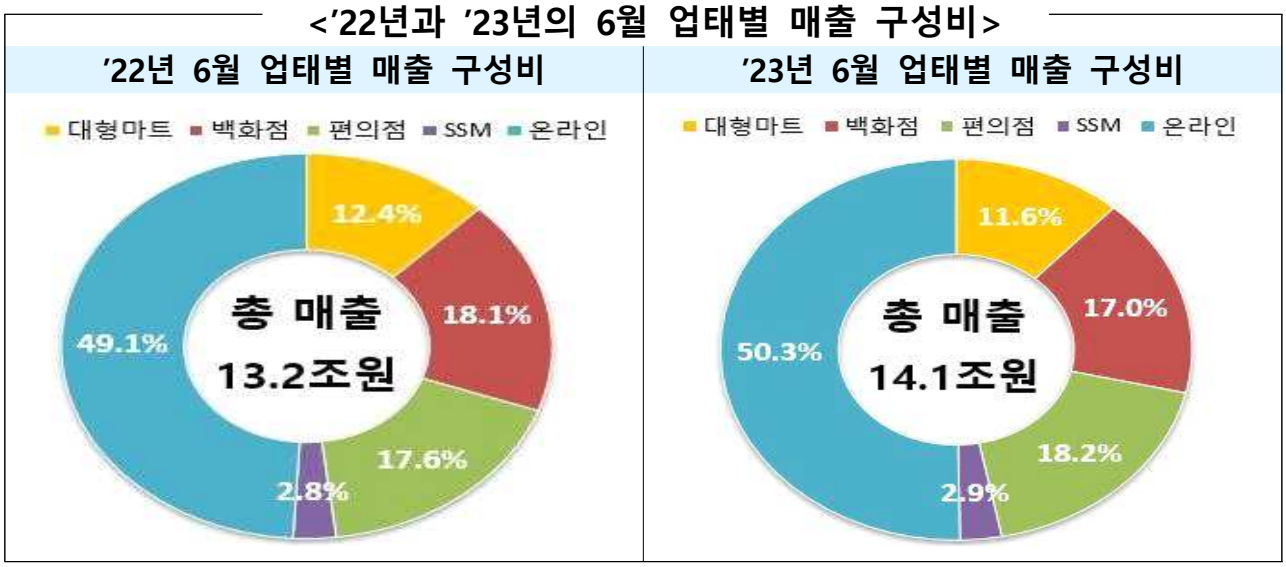
**<'23년 6월 오프라인* 부문 구매건수 · 단가 증감률** (단위 : %)**>**

| 구분 | 전체 | 대형마트 | 백화점 | 편의점 | SSM |
|---|---|---|---|---|---|
| 구매건수 | **7.5** | 2.1 | 0.2 | 8.7 | 4.0 |
| 구매단가 | **△3.1** | △1.8 | 0.1 | 1.5 | 4.0 |

* 온라인은 구매건수를 집계하지 않고 있어 통계자료에 미포함

□ **(업태별 매출 비중)** 오프라인 중 대형마트(△0.8%p), 백화점(△1.1%p)의 매출 비중은 줄고 편의점(0.6%p), 준대규모점포(0.1%p)의 매출 비중은 증가하였으며, 온라인 매출 비중은 1.2%p 증가

**<'22년과 '23년의 6월 업태별 매출 구성비>**




## 2. 유통업태별 매출 동향

### 가. 오프라인 유통업체

□ 대형마트(0.3%), 백화점(0.3%), 편의점(10.3%), 준대규모점포(8.1%) 등 모든 업태에서 매출이 증가하면서 오프라인 전체 매출은 4.2% 증가

○ (대형마트) 가전/문화(△12.8%), 가정/생활(△6.8%), 스포츠(△7.0%) 등 대부분 품목에서 감소세를 보였으나, 매출 비중이 가장 높은 식품(65.4%) 분야에서 5.2% 상승하면서 전체 매출은 0.3% 상승

○ (백화점) 가정용품(△6.8%), 남성의류(△4.4%), 여성정장(△0.6%) 등에서 매출이 감소하였으나, 여성캐주얼(7.9%), 식품(4.6%)에서 매출이 상승하면서 전체 매출은 0.3% 상승

○ (편의점) 즉석식품(19.6%), 잡화(15.4%), 음료 등 가공식품(11.5%) 등 전 품목에서 고르게 매출이 상승하면서 전체 매출은 10.3% 증가

○ (준대규모점포) 일상용품(△3.7%)은 부진하였으나, 신선/조리식품(9.4%), 가공식품(9.1%) 등에서 매출이 크게 오르면서, 전체 매출은 8.1% 증가

**<'23년 6월 오프라인 업태별 전년동월 대비 매출 증감률** (단위 : %)**>**

| 구분 | 전체 | 대형마트 | 백화점 | 편의점 | SSM |
|---|---|---|---|---|---|
| 매출 증감률 | **4.2** | 0.3 | 0.3 | 10.3 | 8.1 |

□ 점포당 매출은 대형마트(1.4%), 백화점(0.3%), 편의점(2.8%), 준대규모 점포(5.5%) 등 대부분 업태에서 증가

○ 점포수는 편의점(7.3%)이 크게 늘고, 대형마트(△1.0%)는 소폭 감소

**<'23년 6월 전년동월 대비 점포당 매출 및 점포수 증감률** (단위 : %)**>**

| 구분 | 전체 | 대형마트 | 백화점 | 편의점 | SSM |
|---|---|---|---|---|---|
| 점포당 매출 증감률 | **0.4** | 1.4 | 0.3 | 2.8 | 5.5 |
| 점포 수 증감률 | **7.1** | △1.0 | 0.0 | 7.3 | 2.5 |

## 나. 온라인 유통업체

□ 소비생활 전반에 걸쳐 온라인 구매가 확대되면서 화장품(18.3%), 식품(22.3%), 생활/가구(13.8%) 등에서 증가했으며, 전체 매출은 9.1% 증가

○ 소비심리 악화로 불필요한 지출을 줄이면서 패션/의류(△2.2%), 서비스/기타(△4.0%) 등에서는 판매 부진

**<'23년 6월 상품군별 전년동월 대비 매출증감률·매출비중** (단위 : %)**>**

| 구분 | 전체 | 가전 전자 | 도서 문구* | 패션 의류 | 스포츠 | 화장품 | 아동 유아 | 식품 | 생활 가구 | 서비스 기타* |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **매출증감률** | **9.1** | 5.7 | 10.1 | △2.2 | 1.0 | 18.3 | 5.1 | 22.3 | 13.8 | △4.0 |
| **매출비중** | **100.0** | 19.8 | 1.7 | 8.9 | 3.4 | 5.1 | 3.3 | 27.1 | 16.2 | 14.5 |

* 조사대상인 인터파크에서 도서·여행 분야가 분리(인터파크 커머스, '23.3월)되면서 '도서/문구'와 '서비스/기타' 분야 매출액 집계에서 제외 → 향후 '24년 3월까지 지속적인 매출 감소 효과 발생

< 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 | 중견기업정책관<br>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 】

| 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. 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 |
| 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** |

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

| 2020년 | | 연간 | 2021년 | | | | 연간 | 2022년 | | | | 연간 | 2023년 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3분기 | 4분기 | | 1분기 | 2분기 | 3분기 | 4분기 | | 1분기 | 2분기 | 3분기 | 4분기 | | 1분기 | 2분기 |
| △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 | 0.3 | **1.8** |

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

| 구분 | 비 식품 | | | | | | | 식품 | 합계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 가전/문화 | 의류 | 가정/생활 | 스포츠 | 잡화 | 기타 | 소계 | | |
| '23. 2월 | 10.7 | 3.0 | 12.5 | 1.4 | 2.1 | 2.8 | 32.5 | 67.5 | 100.0 |
| '23. 3월 | 10.3 | 3.5 | 11.9 | 1.7 | 2.2 | 2.4 | 32.0 | 68.0 | 100.0 |
| '23. 4월 | 9.5 | 3.8 | 11.6 | 1.9 | 2.3 | 2.6 | 31.6 | 68.4 | 100.0 |
| '23. 5월 | 12.2 | 5.4 | 11.9 | 2.8 | 2.2 | 2.9 | 37.4 | 62.6 | 100.0 |
| **'23. 6월** | **9.8** | **4.8** | **12.3** | **2.6** | **2.3** | **2.8** | **34.6** | **65.4** | **100.0** |

○ 구매건수·구매단가 및 점포당 매출액 증감률 추이 (단위 : %)

| 증감률 | 2022년 | | | | | | | 2023년 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 6월 | 7월 | 8월 | 9월 | 10월 | 11월 | 12월 | 1월 | 2월 | 3월 | 4월 | 5월 | 6월 |
| 구매건수 | △2.9 | △1.1 | 4.1 | 6.2 | 1.8 | 5.3 | 3.4 | △3.4 | 6.4 | 4.5 | 2.7 | 0.6 | **2.1** |
| 구매단가 | 5.3 | 1.3 | 5.6 | △6.1 | △2.3 | 3.7 | 4.8 | △0.4 | △0.6 | △3.2 | 0.6 | 1.1 | **△1.8** |
| 점포당 매출 | 4.7 | 2.3 | 12.2 | 1.1 | 1.0 | 10.7 | 9.8 | △2.5 | 7.2 | 2.5 | 4.7 | 3.6 | **1.4** |

* '23. 6월 1인당 구매단가 : 46,530원 (전년동월 47,368원)

** '23. 6월 점포당 매출액 : 43.6억원 (전년동월 43.0억원) / '23. 6월 점포 수 : 377개

## □ 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. 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 |
| 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** |

* 자료 : 해외유명브랜드는 각사 분류 기준

### ○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

| 2020년 | | 연간 | 2021년 | | | | 연간 | 2022년 | | | | 연간 | 2023년 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3분기 | 4분기 | | 1분기 | 2분기 | 3분기 | 4분기 | | 1분기 | 2분기 | 3분기 | 4분기 | | 1분기 | 2분기 |
| △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 | 4.3 | **0.9** |

### ○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

| 구분 | 비식품품목 | | | | | | | | 식품 | 합계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 잡 화 | 여성 정장 | 여성 캐주얼 | 남성 의류 | 아동 스포츠 | 가정 용품 | 해외유명 브랜드 | 소계 | | |
| '23. 2월 | 10.5 | 8.7 | 6.5 | 4.0 | 11.6 | 14.5 | 34.6 | 90.4 | 9.6 | 100.0 |
| '23. 3월 | 10.4 | 9.2 | 8.1 | 4.8 | 12.6 | 11.2 | 32.3 | 88.6 | 11.4 | 100.0 |
| '23. 4월 | 10.5 | 7.3 | 7.0 | 4.8 | 12.8 | 11.9 | 34.2 | 88.5 | 11.5 | 100.0 |
| '23. 5월 | 12.5 | 7.1 | 7.2 | 4.6 | 12.6 | 11.6 | 32.7 | 88.3 | 11.7 | 100.0 |
| **'23. 6월** | **11.2** | **7.3** | **7.6** | **4.3** | **11.2** | **12.5** | **33.4** | **87.6** | **12.4** | **100.0** |

* 자료 : 해외유명브랜드는 각사 분류 기준

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

| 증감률 | 2022년 | | | | | | | 2023년 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 6월 | 7월 | 8월 | 9월 | 10월 | 11월 | 12월 | 1월 | 2월 | 3월 | 4월 | 5월 | 6월 |
| 구매건수 | 11.0 | 34.5 | 23.9 | 8.6 | 4.9 | 1.2 | 11.6 | △0.5 | 14.4 | 13.9 | 2.8 | △0.1 | **0.2** |
| 구매단가 | 7.1 | △2.2 | 0.7 | △0.1 | 3.0 | 2.5 | △1.2 | △3.3 | △5.1 | △3.9 | △0.3 | △0.0 | **0.1** |
| 점포당 매출 | 15.0 | 27.2 | 24.8 | 8.5 | 8.0 | 3.7 | 10.3 | △3.7 | 8.6 | 9.5 | 2.5 | △0.2 | **0.3** |

* '23. 6월 1인당 구매단가 : 116,759원 (전년동월 116,616원)

** '23. 6월 점포당 매출액 : 400.3억원 (전년동월 399.1억원) / '23. 6월 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. 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 |
| 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** |

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

| 2020년 | | 연간 | 2021년 | | | | 연간 | 2022년 | | | | 연간 | 2023년 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3분기 | 4분기 | | 1분기 | 2분기 | 3분기 | 4분기 | | 1분기 | 2분기 | 3분기 | 4분기 | | 1분기 | 2분기 |
| 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 | 9.4 | **9.5** |

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

| 구분 | 비 식품품목 | | | | 식품 | | | 합계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 생활용품 | 잡화 | 담배 등 기타 | 소계 | 음료 등 가공 | 즉석 (신선일부) | 소계 | |
| '23. 2월 | 3.6 | 1.3 | 40.8 | 45.7 | 45.3 | 9.0 | 54.3 | 100.0 |
| '23. 3월 | 3.5 | 1.2 | 40.4 | 45.2 | 45.2 | 9.7 | 54.8 | 100.0 |
| '23. 4월 | 3.7 | 1.3 | 39.5 | 44.5 | 45.7 | 9.9 | 55.5 | 100.0 |
| '23. 5월 | 3.6 | 1.3 | 39.4 | 44.3 | 46.1 | 9.6 | 55.7 | 100.0 |
| **'23. 6월** | **3.7** | **1.2** | **39.0** | **43.9** | **46.5** | **9.6** | **56.1** | **100.0** |

○ 구매건수 및 구매단가 증감률 추이 (단위 : %)

| 증감률 | 2022년 | | | | | | | 2023년 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 6월 | 7월 | 8월 | 9월 | 10월 | 11월 | 12월 | 1월 | 2월 | 3월 | 4월 | 5월 | 6월 |
| 구매건수 | 5.5 | 8.6 | 10.8 | 12.5 | 10.7 | 11.1 | 6.7 | 7.7 | 14.7 | 14.6 | 7.8 | 5.7 | **8.7** |
| 구매단가 | 3.0 | 1.7 | 1.9 | △1.7 | 0.4 | 2.5 | 2.3 | 0.7 | △4.0 | △4.2 | 1.0 | 3.4 | **1.5** |

* '23. 6월 1인당 구매단가 : 6,747원 (전년동월 6,647원)

○ 점포당 매출액 증감률 추이 및 점포수 현황 (단위 : %)

| 증감률 | 2022년 | | | | | | | 2023년 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 6월 | 7월 | 8월 | 9월 | 10월 | 11월 | 12월 | 1월 | 2월 | 3월 | 4월 | 5월 | 6월 |
| 점포증가율 | 7.2 | 7.5 | 7.8 | 8.0 | 8.3 | 8.5 | 8.7 | 8.9 | 8.9 | 8.1 | 8.1 | 7.7 | **7.3** |
| 점포당매출액 | 1.3 | 2.7 | 4.7 | 2.4 | 2.7 | 4.9 | 0.4 | △0.4 | 1.2 | 1.5 | 0.8 | 1.4 | **2.8** |

* '23. 6월 점포당 매출액 : 5,430.5만원 (전년동월 5,281.0만원) / '23. 6월 점포 수 : 47,398개

## □ 준대규모점포(SSM)

### ○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

| 구분 | 비식품 | | | 식품품목 | | | | 합계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 일상용품 | 생활잡화 | 소계 | 농수축산 | 신선·조리식품 | 가공식품 | 소계 | |
| '22. 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 |
| 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** |

### ○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

| 2020년 | | 연간 | 2021년 | | | | 연간 | 2022년 | | | | 연간 | 2023년 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3분기 | 4분기 | | 1분기 | 2분기 | 3분기 | 4분기 | | 1분기 | 2분기 | 3분기 | 4분기 | | 1분기 | 2분기 |
| 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 | △1.1 | **5.6** |

### ○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

| 구분 | 비식품 | | | 식품품목 | | | | 합계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 일상용품 | 생활잡화 | 소계 | 농수축산 | 신선·조리식품 | 가공식품 | 소계 | |
| '23. 2월 | 4.7 | 4.0 | 8.7 | 38.1 | 23.0 | 30.2 | 91.3 | 100.0 |
| '23. 3월 | 4.4 | 3.9 | 8.3 | 39.5 | 20.0 | 32.2 | 91.7 | 100.0 |
| '23. 4월 | 4.5 | 3.8 | 8.3 | 38.4 | 20.4 | 32.9 | 91.7 | 100.0 |
| '23. 5월 | 4.6 | 4.2 | 8.8 | 37.9 | 23.0 | 30.3 | 91.2 | 100.0 |
| **'23. 6월** | **4.6** | **4.1** | **8.7** | **37.9** | **23.1** | **30.3** | **91.3** | **100.0** |

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

| 증감률 | 2022년 | | | | | | | 2023년 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 6월 | 7월 | 8월 | 9월 | 10월 | 11월 | 12월 | 1월 | 2월 | 3월 | 4월 | 5월 | 6월 |
| 구매건수 | △4.4 | △4.1 | △2.2 | 1.8 | 2.4 | 4.7 | △1.7 | △3.5 | 2.9 | △0.8 | 0.3 | 2.3 | **4.0** |
| 구매단가 | 2.3 | 0.4 | 2.6 | △1.8 | 1.1 | 2.3 | 5.2 | △1.1 | 0.3 | △0.1 | 3.3 | 2.8 | **4.0** |
| 점포당 매출 | △1.7 | △3.1 | 0.1 | 0.0 | 2.7 | 7.6 | 2.4 | △3.5 | 3.0 | △1.8 | 2.2 | 3.4 | **5.5** |

* '23. 6월 1인당 구매단가 : 15,933원 (전년동월 15,326원)
** '23. 6월 점포당 매출액 : 3.59억원 (전년동월 3.41억원) / '23. 6월 점포 수 : 1,121

## □ 온라인 유통

○ 전년동월 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

| 2022년 | | | | | | | 2023년 | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 6월 | 7월 | 8월 | 9월 | 10월 | 11월 | 12월 | 1월 | 2월 | 3월 | 4월 | 5월 | 6월 |
| 9.1 | 7.3 | 16.4 | 9.1 | 8.2 | 8.3 | 4.3 | 9.1 | 7.8 | 6.1 | 3.2 | 7.9 | **9.1** |

○ 전년동월 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

| 구분 | 가전/전자 | 도서/문구 | 패션/의류 | 스포츠 | 화장품 | 아동/유아 | 식품 | 생활/가구 | 서비스/기타 | 합계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| '22. 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 |
| 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** |

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

| 2020년 | | 연간 | 2021년 | | | | 연간 | 2022년 | | | | 연간 | 2023년 | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 3분기 | 4분기 | | 1분기 | 2분기 | 3분기 | 4분기 | | 1분기 | 2분기 | 3분기 | 4분기 | | 1분기 | 2분기 |
| 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 | 7.7 | **6.7** |

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

| 구분 | 가전/전자 | 도서/문구 | 패션/의류 | 스포츠 | 화장품 | 아동/유아 | 식품 | 생활/가구 | 서비스/기타 | 합계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| '22. 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 |
| 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** |

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