산업통상자원부 **보 도 자 료**

**2016년 12월 30일(금) 조간부터** 보도하여 주시기 바랍니다.
(인터넷, 방송, 통신은 12.29(목) 오전 11시 이후 보도 가능)

| 배포일시 | '16.12.29(목) | 담당부서 | 유통물류과 |
|---|---|---|---|
| 담당과장 | 정종영 과장(044-203-4380) | 담 당 자 | 정홍곤 서기관(044-203-4388) |

# 11월 주요 유통업체 매출 전년동기대비 6.5% 증가
## - 오프라인 유통업체 0.3% 증가, 온라인 유통업체 20.2% 증가 -

**< 매출 동향 조사 대상 >**

□ **오프라인 유통업체**(13社)
- **백화점**(3社) : 롯데백화점, 현대백화점, 신세계백화점
- **대형마트**(3社) : 이마트, 홈플러스, 롯데마트
- **편의점**(3社) : CU, GS25, 세븐일레븐&바이더웨이
- **SSM**(4社) : 이마트에브리데이, 롯데슈퍼, GS, 홈플러스익스프레스

□ **온라인 유통업체**(13社)
- **오픈마켓**(3社) : 이베이코리아(G마켓, 옥션), 11번가, 인터파크
- **소셜커머스**(3社) : 쿠팡, 티몬, 위메프
- **종합쇼핑몰**(7社) : 이마트, 신세계, AK몰, 홈플러스, 갤러리아몰, 롯데닷컴, 롯데마트몰

## 1. 전체 매출 동향

□ **11월 주요 유통업체 매출**을 조사한 결과, 전년동기대비 오프라인이 0.3%, 온라인이 20.2% 증가하는 등 **전체적으로 6.5%가 증가**

* 전체 유통업체 매출 증가율 : ('16.8) 9.1% → ('16.9) 6.8% → ('16.10) 8.4%

○ **오프라인 유통업체**가 작년 같은 기간과 비교하면 **비슷한 수준의 매출을 올린 반면,**

* 오프라인 유통업체 매출 증가율 : ('16.8) 4.6% → ('16.9) 3.3% → ('16.10) 6.3%

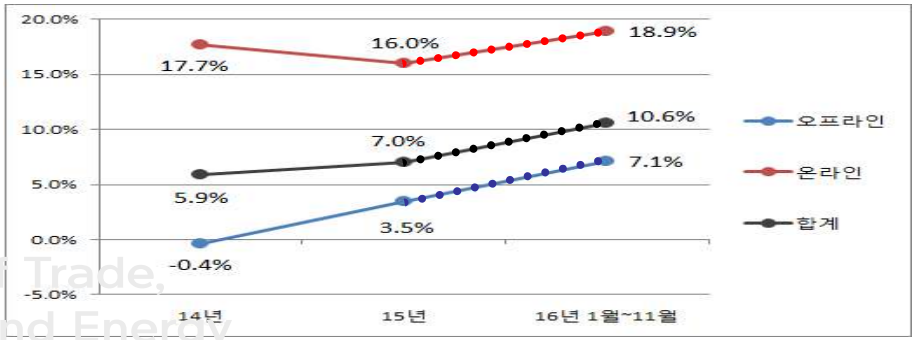


○ **온라인 유통업체**는 中 광군제, 美 블랙프라이데이 등 **세계적인 세일행사와 연계한 다양한 마케팅 활동**으로 **매출이 전체적으로 큰 폭으로 증가**

* 온라인 유통업체 매출 증가율 : ('16.8) 20.2% → ('16.9) 16.2% → ('16.10) 13.2%

□ 연초부터 **11월까지의 누적 기준**으로는 전년동기대비 **10.6% 증가**를 보이고 있어 **최근 3년간 유통산업은 지속적으로 성장中**

**< 연도별 전년동기대비 매출증가율(%) 추세 >**




try of Trade,
try and Energy

## 2. 유통업체별 매출 동향

### 오프라인 유통업체

□ 전년동기대비 **편의점**(15.3%)과 **SSM**(2.3%)의 **매출이 증가**한 반면, **백화점**(△2.8%), **대형마트**(△6.1%) **매출은 감소**

○ **(대형마트**, 이마트·홈플러스·롯데마트**)** 휴일 감소(△1), **방문객 감소**(△4.3%)로 인해 **매출이 6.1% 감소**

○ **(백화점**, 롯데·현대·신세계**)** 휴일 감소(△1)와 함께 스포츠·해외유명 브랜드·식품을 제외하고 **대부분 품목의 매출이 저조**하여 **매출이 2.8% 감소**



최미화 / 홍보담당관 / 2016-12-29 10:59:27

○ **(편의점**, CU・GS25・세븐일레븐&바이더웨이) **점포수 증가**(13.2%), 편의점 이용계층 다양화로 **구매고객 증가**(13.1%)로 인한 **매출이 15.3% 증가**

○ **(SSM**, 이마트에브리데이・GS・롯데슈퍼・홈플러스익스프레스) 생굴・밀감・딸기 등 식품 분야 할인행사 강화로 인해 해당품목 매출이 증가(3.9%)하는 등 **전체 매출이 2.3% 증가**

## 온라인 유통업체

□ **(온라인 유통업체)** 오픈마켓(26.4%), 종합유통몰(21.7%), 소셜커머스(5.1%) 등 **업종 전반에 걸쳐 큰 증가**를 보이는 등 **온라인 유통업체**는 **지속적으로 성장**

○ **(오픈마켓) 오픈마켓에 입점한 백화점관의 프로모션 확대**로 패션・의류 품목의 매출이 76.5% 증가하는 등 전체 매출이 **26.4% 증가**

○ **(소셜커머스)** 매출 비중 23.4%를 차지하는 생활・가구 품목은 매출이 29.7% 증가하였으나, **경쟁업계인 오픈마켓의 프로모션 확대**로 패션・의류(△13.6%)와 서비스・기타(△11.6%) 품목의 매출 감소로 **전체 매출은 5.1% 증가**

○ **(종합유통몰)** 매출 비중 29.5%로 높은 식품(28.0%), 패션・의류(18.0%) 및 스포츠(34.2%) 품목의 증가로 전체 21.7% 증가

**< 유의사항 >**

◈ 오프라인 유통업체 매출 동향은 소비동향 파악을 목적으로 매월 경상 매출액을 기준으로 조사・분석한 것임

◈ 주요 온라인 유통업체 거래액 동향은 오픈마켓 3社, 소셜커머스 3社, 종합몰 7社의 거래액을 기준으로 조사・분석 했으며, 시범조사 결과를 발표한 것으로, 향후 통계청의 정식 승인을 받아 조사・발표할 예정임

◈ 통계청의 서비스업동향 및 온라인쇼핑동향과는 지표의 포괄범위, 표본 등이 서로 달라 양 기관 자료간 증감 크기나 방향 등이 상이할 수 있음

OPEN 공공누리 공공저작물 자유이용허락

이 보도자료와 관련하여 보다 자세한 내용이나 취재를 원하시면 산업통상자원부 유통물류과 정홍곤 서기관(☎ 044-203-4388)에게 연락주시기 바랍니다.



**붙임1** **조사대상 유통업체별 매출 상세자료**

## 오프라인 유통업체

### 1 대형마트

○ **(매출동향)** 전년대비 휴일감소(△1), 방문객 감소(△4.3%), 구매단가 감소(△1.9%)로 전체 매출이 전년동기대비 6.1% 감소

○ **(품목별 동향)** 김치냉장고 선수요 발생에 따른 가전품목 감소(△14.4%), 방향제 표백제 등 가정생활품목 매출 부진 지속(△11.3%), 전년대비 휴일부족으로 의류품목 매출감소(△9.5%)

**< 품목별 매출비중 및 매출 증가율 >**

| 구분 (단위 : %) | 가전・문화 | 의류 | 가정・생활 | 스포츠 | 잡화 | 식품 | 총 계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 매출비중 | 13.1 | 6.2 | 16.5 | 2.7 | 7.4 | 45.9 | 100 |
| 전년동기대비 | △14.4 | △9.5 | △11.3 | △16.3 | △9.0 | △0.5 | △6.1 |

try of Trade, try and Energy

### 2 백화점

○ **(매출동향)** 전년대비 휴일감소(△1), 최근 사회적 이슈 영향으로 일부 품목을 제외하고, 대부분의 매출이 저조하여 전체 매출이 전년동기대비 2.8% 감소

○ **(품목별 동향)** 전년대비 평균기온 감소*로 인하여 아웃도어류 매출 증가(4.1%)하였으나 전반적인 의류품목 매출은 저조(△4.4), 혼수용품 구매 등으로 해외유명브랜드 소폭 증가(2.7%)

* 평균기온 : '16.11(6.8℃), '15.11(8.9℃)

**< 품목별 매출비중 및 매출 증가율>**

| 구분 (단위 : %) | 잡화 | 여성 정장 | 여성 캐주얼 | 남성 의류 | 아동 스포츠 | 가정 용품 | 해외유명 브랜드 | 식품 | 총 계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 매출비중 | 16.4 | 11.0 | 14.8 | 7.2 | 16.6 | 8.5 | 13.6 | 11.8 | 100 |
| 전년동기대비 | △3.8 | △2.9 | △2.7 | △9.9 | 4.1 | △19.0 | 2.7 | 1.0 | △2.8 |



최미화 / 홍보담당관 / 2016-12-29 10:59:27

## 3 편의점

○ **(매출동향)** 전년동기대비 점포수 증가(13.2%), 편의점 이용계층 다양화로 구매고객 증가(13.1%), 편의점 제품 및 서비스 다양화로 전체 매출이 15.3% 증가

**< 편의점 점포수 현황** (전년동기대비) **>**

| 구분 (단위 : %) | '15년 | | '16년 | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 11월 | 12월 | 1월 | 2월 | 3월 | 4월 | 5월 | 6월 | 7월 | 8월 | 9월 | 10월 | 11월 |
| 점포 증가율 | 10.7 | 11.6 | 11.9 | 12.1 | 12.5 | 12.7 | 13.0 | 13.3 | 13.3 | 13.0 | 13.1 | 13.0 | 13.2 |

○ **(품목별 동향)** 편도족(편의점 도시락을 즐기는 사람) 증가 및 원두커피 등의 판매 증가로 즉석식품군(도시락 등) 매출 증가(51.3%), 수입맥주 판매 증가 및 겨울철 커피 판매 증가로 가공식품군 매출 증가(19.3%)

**< 품목별 매출비중 및 매출 증가율 >**

| 구분 (단위: %) | 식품 | | | 비 식품품목 | | | | 총 계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 가공식품 | 즉석식품 | 소계 | 생활용품 | 잡화 | 담배 등 기타 | 소계 | |
| 매출비중 | 44.1 | 8.0 | 52.1 | 4.1 | 1.1 | 42.7 | 47.9 | 100.0 |
| 전년동기대비 | 19.3 | 51.3 | 23.3 | 7.6 | 3.1 | 7.8 | 7.7 | 15.3 |

## 4 준대규모점포(SSM)

○ **(매출동향)** 전년대비 강수량 감소로 구매고객 증가(0.2%), 할인행사 강화로 구매단가가 증가(2.1%)하여 전체 매출은 2.3% 증가

○ **(품목별 동향)** 고당도 밀감·딸기 소비증가, 김장시즌에 따른 생굴 등 소비증가, 냉동간편식 및 즉석식품 판매 증가로 식품 품목 전체 매출 증가(3.9%)

**< 품목별 매출비중 및 매출 증가율 >**

| 구분 (단위: %) | 식품품목 | | | | 비식품 | | | 총 계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 농수축산 | 신선제품 | 가공식품 | 소계 | 일상용품 | 생활잡화 | 소계 | |
| 매출비중 | 37.8 | 22.3 | 26.4 | 86.5 | 8.4 | 5.0 | 13.5 | 100 |
| 전년동기대비 | 4.3 | 6.0 | 1.4 | 3.9 | △8.7 | △3.6 | △6.9 | 2.3 |



# 온라인 유통업체

## 1 오픈마켓

○ **(매출동향)** 오픈마켓 내 입점한 백화점관의 기획전 등을 통한 패션·의류(76.5%), 가전·전자(15.8%) 등의 매출 성장으로 전년동기대비 26.4% 증가

○ **(품목별 동향)** 카테고리별 공동기획 및 단독상품 운영을 통한 패션·의류(76.5%), 가전·전자(15.8%)와 O2O서비스(홈클리닝, 가사도우미 등) 상품 강화로 서비스·기타(22.6%) 중심으로 매출액 증가

**< 품목별 거래비중 및 거래액 증가율 >**

| 구분 (단위:%) | 가전/ 전자 | 도서/ 문구 | 패션/ 의류 | 스포츠 | 화장품 | 아동/ 유아 | 식품 | 생활/ 가구 | 서비스 /기타 | 총계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 거래비중 | 28.0 | 2.8 | 19.4 | 4.2 | 3.6 | 3.5 | 8.3 | 14.8 | 15.4 | 100.0 |
| 전년동기대비 | 15.6 | 1.7 | 76.5 | 18.3 | 42.5 | 16.9 | 31.8 | 11.6 | 22.6 | 26.4 |

try of Trade,
try and Energy

## 2 소셜커머스

○ **(매출동향)** 타 상품군 대비 이익률이 높은 생활·가구(29.7%)를 중심으로 매출이 증가하여 전년동기대비 5.1% 성장

○ **(품목별 동향)** 다양한 프로모션으로 생활·가구(29.7%) 매출이 성장하였으나, 오픈마켓 및 종합유통몰의 적극적 마케팅(크레이지 프라이스 등)으로 인해 패션·의류(△13.6%) 및 서비스·기타(△11.6%) 감소

**< 품목별 거래비중 및 거래액 증가율 >**

| 구분 (단위:%) | 가전/ 전자 | 도서/ 문구 | 패션/ 의류 | 스포츠 | 화장품 | 아동/ 유아 | 식품 | 생활/ 가구 | 서비스 /기타 | 총계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 거래비중 | 12.5 | 0.3 | 17.2 | 3.3 | 6.2 | 11.9 | 13.2 | 23.4 | 12.0 | 100.0 |
| 전년동기대비 | 20.5 | △37.4 | △13.6 | △8.7 | 8.8 | 3.9 | 10.1 | 29.7 | △11.6 | 5.1 |



최미화 / 홍보담당관 / 2016-12-29 10:59:27

### 3 종합유통몰

○ **(매출동향)** 마트몰의 신선식품 구매증가(온라인 그로서리족)와 백화점 할인행사로 식품, 패션·의류, 가전·전자 매출의 증가로 전년동기 대비 21.7% 증가

○ **(품목별 동향)** 이른 한파에 따른 온라인 구매 증가로 매출 비중이 높은 식품(28.0%), 가전·전자(20.5%) 및 패션·의류(18.0%) 부분이 증가하였고, 동절기 제품 수요 증가로 인한 스포츠(34.2%)의 성장

**< 품목별 거래비중 및 거래액 증가율 >**

| 구분 (단위:%) | 가전/전자 | 도서/문구 | 패션/의류 | 스포츠 | 화장품 | 아동/유아 | 식품 | 생활/가구 | 서비스/기타 | 총계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 거래비중 | 9.3 | 0.9 | 25.3 | 11.2 | 6.0 | 6.4 | 29.5 | 11.0 | 0.4 | 100.0 |
| 전년동기대비 | 20.5 | △26.9 | 18.0 | 34.2 | 15.1 | 15.3 | 28.0 | 17.8 | 41.1 | 21.7 |



## 붙임2 조사대상 유통업체별 매출 추이

### □ 대형마트

○ 전년동기대비 매출증감률 추이(단위 : %)

| 2013년 | | | | 연간 | 2014년 | | | | 연간 | 2015년 | | | | 연간 | 2016년 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | | 1Q | 2Q | 3Q |
| △8.4 | △3.4 | △4.3 | △3.8 | △5.0 | △3.3 | △2.9 | △4.0 | △3.2 | △3.4 | △1.5 | △3.2 | △0.7 | △3.2 | △2.1 | △0.8 | △1.5 | △1.0 |

○ 전년동기대비 상품군별 매출증감율 추이(단위 : %)

| 구분 | 비 식품품목 | | | | | | 식품 | 총 계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 가전·문화 | 의류 | 가정·생활 | 스포츠 | 잡화 | 소계 | | |
| '15.12월 | △0.8 | △12.0 | △8.9 | △12.8 | △15.1 | △8.3 | △2.5 | △5.1 |
| '16. 1월 | 3.3 | 6.0 | 7.9 | 3.0 | 8.2 | 6.1 | 14.7 | 11.0 |
| 2월 | △0.3 | △4.1 | △9.9 | △2.8 | △6.9 | △5.9 | △8.3 | △7.0 |
| 3월 | △4.7 | 1.8 | △9.9 | △9.0 | △4.4 | △6.4 | △3.3 | △4.6 |
| 4월 | 3.1 | 8.5 | △1.5 | 0.5 | 0.4 | 1.3 | 1.8 | 1.7 |
| 5월 | △6.4 | △7.3 | △9.3 | △16.4 | △8.3 | △8.7 | △7.3 | △6.3 |
| 6월 | 6.8 | 10.7 | △6.2 | 8.7 | 10.3 | 2.5 | △0.6 | 0.9 |
| 7월 | 9.4 | 1.0 | △2.6 | △4.5 | 1.2 | 1.6 | 2.5 | 2.1 |
| 8월 | △1.[illegible] | △4.4 | △8.6 | △14.8 | △3.2 | △5.4 | 2.0 | △1.3 |
| 9월 | 0.8 | △7.7 | △7.3 | △11.3 | △3.6 | △4.9 | △2.6 | △3.5 |
| 10월 | △3.4 | △6.2 | △5.5 | △17.6 | △4.0 | △5.7 | 7.1 | 0.9 |
| **11월** | **△14.4** | **△9.5** | **△11.3** | **△16.3** | **△9.0** | **△11.9** | **△0.5** | **△6.1** |

* 자료 : 각 대형마트(신규점 제외), 전년동월대비 증감율

○ 상품군별 매출 비중(단위 : %)

| 구분 | 비 식품품목 | | | | | | 식품 | 총 계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 가전·문화 | 의류 | 가정·생활 | 스포츠 | 잡화 | 소계 | | |
| '13년 | 11.5 | 8.1 | 18.6 | 3.9 | 4.2 | 46.3 | 53.7 | 100 |
| '14년 | 12.0 | 5.9 | 18.2 | 3.5 | 5.3 | 45.0 | 55.0 | 100 |
| '15년 | 12.0 | 5.5 | 18.1 | 3.3 | 6.1 | 45.0 | 55.0 | 100 |
| **'16.11** | **13.1** | **6.2** | **16.5** | **2.7** | **7.4** | **45.9** | **54.1** | **100** |

* 자료 : 각 대형마트(신규점 제외)

○ 구매건수 및 구매단가 증감율 추이

| 증가율 (단위 :%) | '15년 | '16년 | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 12월 | 1월 | 2월 | 3월 | 4월 | 5월 | 6월 | 7월 | 8월 | 9월 | 10월 | 11 |
| 구매건수 | △4.2 | 1.2 | △1.5 | △3.1 | △1.2 | △6.4 | 2.8 | 0.8 | △1.1 | △1.0 | 0.2 | **△4.3** |
| 구매단가 | △0.9 | 9.7 | △5.7 | △1.6 | 3.0 | 0.1 | △1.8 | 1.3 | △0.2 | △2.5 | 0.6 | **△1.9** |

* '16.11월 1인당 구매단가 : 40,895원 (전년동월 41,677원)



try of Trade,
try and Energy

최미화 / 홍보담당관 / 2016-12-29 10:59:27

## □ 백화점

○ 전년동기대비 매출증감률 추이(단위 : %)

| 2013년 | | | | 연간 | 2014년 | | | | 연간 | 2015년 | | | | 연간 | 2016년 | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | | 1Q | 2Q | 3Q | 4Q | | 1Q | 2Q | 3Q |
| 0.0 | 1.0 | 2.4 | 1.0 | 1.1 | 1.1 | △1.6 | 1.5 | △3.3 | △0.7 | △3.9 | △2.1 | △1.0 | 1.8 | △1.2 | 2.4 | 3.8 | 5.1 |

○ 전년동기대비 상품군별 매출증감율 추이(단위 : %)

| 구분 | 비식품품목 | | | | | | | | 식품 | 총 계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 잡 화 | 여성 정장 | 여성 캐주얼 | 남성 의류 | 아동 스포츠 | 가정 용품 | 해외유명 브랜드 | 소계 | | |
| '15.12월 | △5.8 | △10.1 | △8.2 | △14.3 | △13.5 | 4.3 | 6.5 | △6.4 | △1.6 | △5.7 |
| '16. 1월 | 4.9 | △2.8 | 3.5 | 7.6 | 5.5 | 8.8 | 8.4 | 4.9 | 33.1 | 9.0 |
| 2월 | 1.9 | 0.0 | △2.9 | △9.2 | △2.6 | 15.4 | 8.4 | 1.8 | △16.6 | △1.9 |
| 3월 | △0.4 | 1.1 | △2.3 | △4.1 | △4.2 | △3.4 | 7.3 | △0.6 | 3.1 | 0.3 |
| 4월 | 1.8 | 3.0 | 4.8 | 6.0 | 2.9 | 3.9 | 8.6 | 4.1 | 4.5 | 4.3 |
| 5월 | △4.4 | △3.8 | △5.9 | △5.9 | △7.8 | 2.3 | 1.3 | △3.6 | 0.6 | △2.7 |
| 6월 | 11.8 | 12.1 | 14.7 | 5.4 | 8.5 | 5.6 | 20.4 | 11.7 | 12.1 | 11.8 |
| 7월 | 4.3 | 1.1 | 7.6 | 3.7 | 2.3 | 11.9 | 13.3 | 6.4 | 9.6 | 7.0 |
| 8월 | 1.2 | 0.7 | 2.8 | △5.0 | 0.3 | 4.8 | 5.3 | 2.1 | 14.5 | 4.1 |
| 9월 | 4.0 | 15.5 | △0.9 | △2.5 | 3.4 | 12.6 | 9.6 | 5.8 | △2.3 | 4.1 |
| 10월 | 0.7 | 2.7 | 4.4 | 4.6 | 0.5 | 15.6 | 13.1 | 5.3 | 13.5 | 6.0 |
| **11월** | **△3.8** | **△2.9** | **△2.7** | **△9.9** | **4.1** | **△19.0** | **2.7** | **△3.5** | **1.0** | **△2.8** |

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

○ 상품군별 매출 비중(단위 : %)

| 구분 | 비식품품목 | | | | | | | | 식품 | 총 계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 잡 화 | 여성 정장 | 여성 캐주얼 | 남성 의류 | 아동 스포츠 | 가정 용품 | 해외유명 브랜드 | 소계 | | |
| '13년 | 19.7 | 10.2 | 13.5 | 7.7 | 14.7 | 9.0 | 11.9 | 86.6 | 13.4 | 100 |
| '14년 | 19.6 | 10.1 | 12.8 | 7.3 | 14.4 | 9.3 | 12.2 | 85.7 | 14.3 | 100 |
| '15년 | 19.4 | 10.1 | 12.5 | 7.0 | 13.8 | 9.9 | 12.5 | 85.3 | 14.7 | 100 |
| **'16.11** | **16.5** | **11.0** | **14.8** | **7.2** | **16.6** | **8.5** | **13.6** | **88.2** | **11.8** | **100** |

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

○ 구매건수 및 구매단가 증감율 추이

| 증가율 (단위 :%) | '15년 | '16년 | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 12월 | 1월 | 2월 | 3월 | 4월 | 5월 | 6월 | 7월 | 8월 | 9월 | 10월 | 11월 |
| 구매건수 | △0.9 | 6.7 | 5.8 | 5.4 | 4.1 | △3.5 | 14.2 | 7.2 | 5.5 | 6.2 | 7.3 | 1.1 |
| 구매단가 | △4.8 | 2.2 | △7.3 | △4.9 | 0.2 | 0.8 | △2.0 | △0.2 | △1.3 | △2.0 | △1.2 | △3.9 |

* '16.11월 1인당 구매단가 : 82,345원 (전년동월 85,711원)



## □ 편의점

○ 전년동기대비 매출증감율 추이(단위 : %)

| 구분 | '15년 | '16년 | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 12월 | 1월 | 2월 | 3월 | 4월 | 5월 | 6월 | 7월 | 8월 | 9월 | 10월 | 11월 |
| 매출증가율 | 20.3 | 31.5 | 31.4 | 20.1 | 18.1 | 14.8 | 18.0 | 15.4 | 16.1 | 15.9 | 15.5 | **15.3** |

○ 전년동기대비 상품군별 매출증감율 추이(단위 : %)

| 구분 | 비 식품품목 | | | | 식품 | | | 총 계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 생활용품 | 잡화 | 담배 등 기타 | 소계 | 음료 등 가공 | 즉석 (신선일부) | 소계 | |
| '15.12월 | 14.7 | 9.2 | 22.5 | 21.5 | 18.1 | 25.9 | 19.1 | 20.3 |
| '16. 1월 | 18.5 | 6.0 | 45.7 | 41.8 | 19.3 | 40.4 | 21.9 | 31.5 |
| 2월 | 23.5 | 5.1 | 39.4 | 36.3 | 23.3 | 52.4 | 26.7 | 31.4 |
| 3월 | 11.2 | △2.6 | 22.3 | 20.7 | 16.3 | 43.9 | 19.6 | 20.1 |
| 4월 | 12.3 | △0.7 | 16.2 | 15.4 | 17.7 | 43.2 | 20.8 | 18.1 |
| 5월 | 15.1 | 0.2 | 13.3 | 13.1 | 12.8 | 45.0 | 16.5 | 14.8 |
| 6월 | 14.7 | 10.3 | 11.7 | 11.9 | 20.9 | 47.7 | 24.1 | 18.0 |
| 7월 | 20.6 | 1.9 | 8.4 | 9.2 | 18.3 | 45.6 | 21.6 | 15.4 |
| 8월 | 14.2 | 9.7 | 8.6 | 9.1 | 19.0 | 50.6 | 22.8 | 16.1 |
| 9월 | 15.8 | 6.1 | 8.4 | 9.0 | 19.0 | 48.5 | 22.6 | 15.9 |
| 10월 | 16.0 | 10.5 | 9.1 | 9.7 | 17.6 | 47.4 | 21.3 | 15.5 |
| **11월** | **7.6** | **3.1** | **7.8** | **7.7** | **19.3** | **51.3** | **23.3** | **15.3** |

try of Trade,
try and Energy

○ 상품군별 매출 비중(단위 : %)

| 구분 | 비 식품품목 | | | | 식품 | | | 총 계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 생활용품 | 잡화 | 담배 등 기타 | 소계 | 음료 등 가공 | 즉석 (신선일부) | 소계 | |
| '14년 | 3.8 | 3.2 | 37.6 | 44.6 | 48.7 | 6.7 | 55.4 | 100.0 |
| '15년 | 4.2 | 1.5 | 43.9 | 49.6 | 44.3 | 6.1 | 50.4 | 100.0 |
| **'16.11** | **4.1** | **1.1** | **42.7** | **47.9** | **44.1** | **8.0** | **52.1** | **100.0** |

○ 구매건수 및 구매단가 증감율 추이

| 증감율 (단위 :%) | '15년 | '16년 | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 12월 | 1월 | 2월 | 3월 | 4월 | 5월 | 6월 | 7월 | 8월 | 9월 | 10월 | 11월 |
| 구매건수 | △1.0 | 17.7 | 19.4 | 12.4 | 12.4 | 9.7 | 13.8 | 11.5 | 13.3 | 11.5 | 11.1 | **13.1** |
| 구매단가 | 21.6 | 11.7 | 10.0 | 6.9 | 5.1 | 4.7 | 3.7 | 3.5 | 2.5 | 3.9 | 3.9 | **2.0** |

* '16.11월 1인당 구매단가 : 5,159원 (전년동월 5,060원)

○ 점포당 매출액 증감율 추이

| 증가율 (단위 :%) | '15년 | '16년 | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 12월 | 1월 | 2월 | 3월 | 4월 | 5월 | 6월 | 7월 | 8월 | 9월 | 10월 | 11월 |
| 점포당 매출액 | 7.8 | 17.5 | 17.2 | 6.8 | 4.8 | 1.6 | 4.1 | 1.8 | 2.7 | 2.5 | 2.2 | **1.9** |



최미화 / 홍보담당관 / 2016-12-29 10:59:27

## □ 준대규모점포(SSM)

○ 전년동기대비 매출증감율 추이(단위 : %)

| 구분 | '15년 | '16년 | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 12월 | 1월 | 2월 | 3월 | 4월 | 5월 | 6월 | 7월 | 8월 | 9월 | 10월 | 11월 |
| 매출증가율 | △5.0 | 2.6 | △0.5 | 0.6 | △1.6 | △5.4 | △7.8 | △2.7 | △0.6 | △2.7 | 4.5 | **2.3** |

○ 전년동기대비 상품군별 매출증감율 추이(단위 : %)

| 구분 | 비식품 | | | 식품품목 | | | | 총 계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 일상용품 | 생활잡화 | 소계 | 농수축산 | 신선·조리식품 | 가공식품 | 소계 | |
| '15.12월 | △5.0 | △9.3 | △6.6 | △6.5 | △2.1 | △4.4 | △4.7 | △5.0 |
| '16. 1월 | 2.1 | △0.4 | 1.3 | 1.7 | △0.8 | 7.4 | 2.7 | 2.6 |
| 2월 | △1.6 | △3.2 | △2.1 | 0.8 | 1.7 | △3.3 | △0.3 | △0.5 |
| 3월 | △4.6 | △2.1 | △3.8 | 1.3 | 2.0 | 0.8 | 1.3 | 0.6 |
| 4월 | △4.5 | △3.9 | △4.4 | △1.8 | △0.7 | △0.1 | △1.0 | △1.6 |
| 5월 | △8.4 | △3.7 | △6.9 | △5.3 | △4.7 | △5.6 | △5.2 | △5.4 |
| 6월 | △11.3 | △3.3 | △8.6 | △10.3 | △5.2 | △6.0 | △7.7 | △7.8 |
| 7월 | △10.4 | △2.1 | △7.6 | △2.6 | 0.2 | △3.0 | △1.9 | △2.7 |
| 8월 | △10.5 | △2.5 | △8.0 | △2.9 | 4.3 | 2.0 | 0.5 | △0.6 |
| 9월 | △13.6 | △4.3 | △10.7 | △2.7 | 2.5 | △2.8 | △1.4 | △2.7 |
| 10월 | △9.0 | △3.8 | △7.2 | 9.7 | 6.3 | 2.2 | 6.5 | 4.5 |
| **11월** | **△8.7** | **△3.6** | **△6.9** | **4.3** | **6.0** | **1.4** | **3.9** | **2.3** |

○ 상품군별 매출 비중(단위 : %)

| 구분 | 비식품 | | | 식품품목 | | | | 총 계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | 일상용품 | 생활잡화 | 소계 | 농수축산 | 신선식품 | 가공·조리식품 | 소계 | |
| '14년 | 9.3 | 4.5 | 13.7 | 38.2 | 18.8 | 29.3 | 86.3 | 100 |
| '15년 | 8.7 | 4.4 | 13.1 | 38.4 | 22.3 | 26.2 | 86.9 | 100 |
| **'16.11** | **8.4** | **5.0** | **13.5** | **37.8** | **22.3** | **26.4** | **86.5** | **100** |

○ 구매건수 및 구매단가 증감율 추이(단위 : %)

| 증가율 | '15년 | '16년 | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| (단위 :%) | 12월 | 1월 | 2월 | 3월 | 4월 | 5월 | 6월 | 7월 | 8월 | 9월 | 10월 | 11월 |
| 구매건수 | △4.4 | △2.7 | 0.5 | △1.3 | △2.6 | △11.3 | △5.3 | △4.2 | △1.3 | △2.4 | 1.1 | **0.2** |
| 구매단가 | △0.6 | 5.4 | △1.0 | 1.9 | 1.0 | 6.6 | △2.6 | 1.6 | 0.8 | △0.2 | 3.4 | **2.1** |

* '16.11월 1인당 구매단가 : 14,426원 (전년동월 14,134원)



## □ 오픈마켓

○ 전년동기대비 매출증감율 추이(단위 : %)

| '16 증가율 | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1월 | 2월 | 3월 | 4월 | 5월 | 6월 | 7월 | 8월 | 9월 | 10월 | 11월 | 평균 |
| 22.3 | 29.6 | 16.9 | 16.9 | 25.9 | 17.1 | 31.2 | 22.4 | 20.0 | 18.6 | **26.4** | 22.4 |

○ '16년 품목별 전년 동월 대비 증가율(단위: %)

| 구분 | 가전/전자 | 도서/문구 | 패션/의류 | 스포츠 | 화장품 | 아동/유아 | 식품 | 생활/가구 | 서비스/기타 | 총 계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| '16.1월 | 16.1 | 17.6 | 38.9 | 10.9 | 30.2 | 12.4 | 48.1 | 25.4 | 12.5 | 22.3 |
| 2월 | 34.7 | 24.1 | 42.9 | 28.0 | 38.0 | 28.1 | 9.4 | 29.0 | 26.1 | 29.6 |
| 3월 | 17.1 | 4.6 | 21.3 | 8.3 | 29.0 | 12.4 | 23.4 | 15.4 | 16.7 | 16.9 |
| 4월 | 17.8 | 5.4 | 24.4 | 8.3 | 33.8 | 13.3 | 22.4 | 14.9 | 12.9 | 16.9 |
| 5월 | 24.5 | 23.0 | 32.2 | 16.2 | 40.5 | 23.9 | 30.0 | 22.1 | 27.4 | 25.9 |
| 6월 | 16.1 | 29.5 | 30.3 | △1.2 | 25.8 | 3.0 | 8.7 | 0.8 | 42.1 | 17.1 |
| 7월 | 13.2 | 1.5 | 25.4 | △1.0 | 34.4 | 3.6 | 17.4 | 10.6 | 107.5 | 31.2 |
| 8월 | 21.5 | 13.0 | 39.0 | 8.8 | 36.4 | 13.5 | 37.1 | 18.0 | 18.9 | 22.4 |
| 9월 | 17.4 | 11.3 | 55.3 | 14.0 | 23.7 | 13.5 | 14.0 | 13.1 | 17.2 | 20.0 |
| 10월 | 9.8 | 7.2 | 69.7 | 7.1 | 19.3 | 14.5 | 26.3 | 11.7 | 8.1 | 18.6 |
| **11월** | **15.8** | **1.7** | **76.5** | **18.3** | **42.5** | **16.9** | **31.8** | **11.6** | **22.6** | **26.4** |

○ '16년 품목별 거래 비중(단위: %)

| 구분 | 가전/전자 | 도서/문구 | 패션/의류 | 스포츠 | 화장품 | 아동/유아 | 식품 | 생활/가구 | 서비스/기타 | 총 계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| '16.1월 | 29.9 | 3.9 | 11.6 | 3.9 | 3.6 | 4.0 | 10.7 | 16.8 | 15.6 | 100 |
| 2월 | 31.8 | 3.8 | 10.9 | 3.8 | 3.6 | 4.4 | 9.0 | 16.6 | 16.1 | 100 |
| 3월 | 30.7 | 3.9 | 12.1 | 4.7 | 3.6 | 4.4 | 8.8 | 16.8 | 15.0 | 100 |
| 4월 | 28.4 | 3.2 | 12.8 | 5.7 | 3.7 | 5.1 | 8.9 | 16.3 | 15.9 | 100 |
| 5월 | 27.9 | 2.9 | 12.9 | 6.1 | 3.7 | 4.5 | 8.8 | 16.0 | 17.2 | 100 |
| 6월 | 29.4 | 3.7 | 12.3 | 5.6 | 3.4 | 3.9 | 8.4 | 15.4 | 17.9 | 100 |
| 7월 | 28.2 | 2.8 | 9.9 | 5.4 | 2.8 | 3.3 | 7.1 | 13.4 | 27.2 | 100 |
| 8월 | 30.6 | 3.1 | 10.3 | 5.2 | 3.4 | 3.8 | 9.4 | 15.7 | 18.5 | 100 |
| 9월 | 27.1 | 3.1 | 14.0 | 5.2 | 3.3 | 3.9 | 10.7 | 15.6 | 17.1 | 100 |
| 10월 | 27.4 | 2.9 | 17.2 | 4.9 | 3.2 | 3.7 | 8.6 | 15.8 | 16.3 | 100 |
| **11월** | **28.0** | **2.8** | **19.4** | **4.2** | **3.6** | **3.5** | **8.3** | **14.8** | **15.4** | **100** |



try of Trade
try and Energy

최미화 / 홍보담당관 / 2016-12-29 10:59:27

## □ 소셜커머스

○ 전년동기대비 매출증감율 추이(단위 : %)

| '16 증가율 | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1월 | 2월 | 3월 | 4월 | 5월 | 6월 | 7월 | 8월 | 9월 | 10월 | 11월 | 평균 |
| 24.6 | 30.1 | 34.1 | 20.2 | 23.9 | 10.1 | 1.2 | 15.4 | 9.3 | 2.3 | **5.1** | 14.7 |

○ '16년 품목별 전년 동월 대비 증가율(단위: %)

| 구분 | 가전/전자 | 도서/문구 | 패션/의류 | 스포츠 | 화장품 | 아동/유아 | 식품 | 생활/가구 | 서비스/기타 | 총 계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| '16.1월 | 67.8 | 72.3 | △9.7 | 96.6 | 2.5 | △1.4 | 36.0 | 71.7 | 13.8 | 24.6 |
| 2월 | 50.8 | 49.8 | 10.1 | 30.2 | 11.7 | 16.5 | 23.4 | 72.7 | 23.9 | 30.1 |
| 3월 | 67.5 | 42.4 | 16.9 | 31.7 | 24.5 | 9.2 | 68.7 | 57.8 | 16.1 | 34.1 |
| 4월 | 55.5 | 19.9 | △4.2 | 109.9 | 19.0 | △8.3 | 32.9 | 45.2 | 16.5 | 20.2 |
| 5월 | 37.8 | 35.8 | △8.2 | 115.2 | 28.9 | 2.3 | 47.0 | 56.5 | 20.4 | 23.9 |
| 6월 | 21.7 | △48.2 | △17.5 | 94.5 | 4.5 | △12.1 | 12.8 | 33.2 | 27.2 | 10.1 |
| 7월 | 9.4 | △37.7 | △23.1 | 71.4 | △4.7 | △11.7 | 6.8 | 37.5 | △6.5 | 1.2 |
| 8월 | 22.3 | △33.1 | △7.0 | 212.4 | 11.9 | △1.2 | 37.5 | 41.0 | △2.9 | 15.4 |
| 9월 | 20.8 | △22.9 | △13.9 | 96.2 | 24.0 | △12.0 | 22.9 | 31.3 | △6.4 | 9.3 |
| 10월 | 18.4 | △38.8 | △7.4 | 5.3 | 10.4 | △17.4 | 4.1 | 20.7 | △5.4 | 2.3 |
| **11월** | **20.5** | **△37.4** | **△13.6** | **△8.7** | **8.8** | **3.9** | **10.1** | **29.7** | **△11.6** | **5.1** |

○ '16년 품목별 거래 비중(단위: %)

| 구분 | 가전/전자 | 도서/문구 | 패션/의류 | 스포츠 | 화장품 | 아동/유아 | 식품 | 생활/가구 | 서비스/기타 | 총 계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| '16.1월 | 11.8 | 0.8 | 12.8 | 2.8 | 5.9 | 12.6 | 14.5 | 20.6 | 18.2 | 100 |
| 2월 | 11.3 | 0.7 | 13.9 | 2.7 | 6.2 | 13.4 | 13.9 | 20.6 | 17.3 | 100 |
| 3월 | 12.0 | 0.6 | 16.3 | 3.1 | 5.8 | 13.5 | 13.5 | 20.4 | 14.8 | 100 |
| 4월 | 11.1 | 0.4 | 16.9 | 3.8 | 5.5 | 13.0 | 13.6 | 19.9 | 15.8 | 100 |
| 5월 | 10.7 | 0.4 | 17.3 | 4.2 | 5.5 | 12.9 | 13.1 | 19.5 | 16.4 | 100 |
| 6월 | 11.0 | 0.2 | 17.0 | 4.3 | 5.2 | 11.6 | 12.1 | 20.1 | 18.5 | 100 |
| 7월 | 11.9 | 0.2 | 14.3 | 4.2 | 4.8 | 11.0 | 11.4 | 19.7 | 22.4 | 100 |
| 8월 | 12.8 | 0.2 | 12.7 | 4.0 | 5.5 | 10.9 | 12.4 | 21.0 | 20.5 | 100 |
| 9월 | 11.6 | 0.2 | 13.4 | 3.3 | 5.9 | 12.0 | 17.0 | 22.7 | 13.9 | 100 |
| 10월 | 12.2 | 0.2 | 16.1 | 3.6 | 5.8 | 12.7 | 13.4 | 23.2 | 12.8 | 100 |
| **11월** | **12.5** | **0.3** | **17.2** | **3.3** | **6.2** | **11.9** | **13.2** | **23.4** | **12.0** | **100** |



## □ 종합유통몰

○ 전년동기대비 매출증감율 추이(단위 : %)

| '16 증가율 | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1월 | 2월 | 3월 | 4월 | 5월 | 6월 | 7월 | 8월 | 9월 | 10월 | 11월 | 평균 |
| 8.1 | 5.7 | 5.4 | 7.0 | 9.8 | △6.9 | 10.8 | 20.4 | 12.6 | 14.2 | **21.7** | 9.9 |

○ '16년 상반기 품목별 전년 동월 대비 거래액 증가율(단위: %)

| 구분 | 가전/전자 | 도서/문구 | 패션/의류 | 스포츠 | 화장품 | 아동/유아 | 식품 | 생활/가구 | 서비스/기타 | 총 계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| '16.1월 | △12.0 | △27.6 | △15.5 | 63.5 | 6.6 | 3.3 | 37.8 | 0.8 | △57.6 | 8.1 |
| 2월 | △9.6 | 28.9 | 6.7 | 64.2 | 10.3 | 19.3 | △2.0 | 11.4 | △41.4 | 5.7 |
| 3월 | △20.1 | 3.3 | 6.0 | 64.8 | 20.5 | 2.5 | 5.8 | 1.4 | △32.9 | 5.4 |
| 4월 | △11.1 | △7.8 | △0.6 | 69.8 | 28.4 | 10.5 | 7.0 | 0.2 | △8.3 | 7.0 |
| 5월 | △9.2 | 4.0 | 9.6 | 71.4 | 17.2 | 27.7 | 4.3 | 3.2 | △43.3 | 9.8 |
| 6월 | △18.7 | △9.4 | 12.0 | △9.5 | 10.3 | 4.6 | △14.2 | △15.7 | △37.2 | △6.9 |
| 7월 | [illegible] | △18.2 | 21.5 | 14.5 | 8.7 | 3.9 | 11.3 | 5.9 | △53.1 | 10.8 |
| 8월 | 26.6 | △3.2 | 25.2 | 11.1 | 20.9 | 10.7 | 26.7 | 12.1 | △52.6 | 20.4 |
| 9월 | 22.5 | △6.7 | 10.5 | 28.9 | 4.5 | 8.3 | 11.6 | 14.6 | 9.1 | 12.6 |
| 10월 | 17.8 | 7.5 | 10.8 | 16.2 | 6.9 | 1.5 | 22.9 | 7.7 | 51.7 | 14.2 |
| **11월** | **20.5** | **△26.9** | **18.0** | **34.2** | **15.1** | **15.3** | **28.0** | **17.8** | **41.1** | **21.7** |

○ '16년 상반기 품목별 거래 비중(단위: %)

| 구분 | 가전/전자 | 도서/문구 | 패션/의류 | 스포츠 | 화장품 | 아동/유아 | 식품 | 생활/가구 | 서비스/기타 | 총 계 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| '16.1월 | 8.7 | 1.0 | 20.6 | 7.1 | 8.0 | 6.7 | 35.8 | 11.7 | 0.4 | 100 |
| 2월 | 9.5 | 1.5 | 22.4 | 6.3 | 8.4 | 7.3 | 31.8 | 12.2 | 0.6 | 100 |
| 3월 | 9.1 | 1.3 | 24.1 | 7.6 | 7.7 | 7.3 | 29.9 | 12.5 | 0.5 | 100 |
| 4월 | 9.3 | 1.3 | 23.0 | 8.7 | 8.2 | 7.9 | 29.3 | 11.6 | 0.7 | 100 |
| 5월 | 9.6 | 1.1 | 23.6 | 9.1 | 7.8 | 7.9 | 29.0 | 11.4 | 0.5 | 100 |
| 6월 | 10.0 | 1.2 | 22.7 | 8.5 | 7.6 | 7.5 | 30.0 | 11.8 | 0.7 | 100 |
| 7월 | 11.0 | 0.8 | 20.3 | 8.9 | 6.6 | 6.8 | 33.1 | 12.0 | 0.4 | 100 |
| 8월 | 10.7 | 0.9 | 18.2 | 7.3 | 7.1 | 6.6 | 36.6 | 12.1 | 0.5 | 100 |
| 9월 | 8.5 | 0.8 | 19.4 | 7.3 | 7.1 | 6.6 | 37.7 | 11.8 | 0.8 | 100 |
| 10월 | 9.8 | 0.8 | 23.1 | 9.2 | 6.8 | 6.7 | 31.2 | 11.9 | 0.5 | 100 |
| **11월** | **9.3** | **0.9** | **25.3** | **11.2** | **6.0** | **6.4** | **29.5** | **11.0** | **0.4** | **100** |



try of Trade,
try and Industry
최미화 / 홍보담당관 / 2016-12-29 10:59:27