산업통상자원부 **보 도 자 료** 희망의 새시대

http://www.motie.go.kr

2016년 10월 31일(월) 조간부터 보도하여 주시기 바랍니다.
(인터넷, 방송, 통신은 10.30(일) 오전 11시 이후 보도 가능)

배포일시	'16.10.28(금) 11시	담당부서	유통물류과
담당과장	정종영 과장(044-203-4380)	담 당 자	한필구 사무관(044-203-4821) 이해영 주무관(044-203-4387)

9월 주요 유통업체 매출 전년동기대비 6.8% 증가

- 오프라인 유통업체 3.3% 증가, 온라인 유통업체 16.2% 증가 -

1. 전체 매출 동향

□ 2016년 9월 **주요 유통업체 매출**이 전년동기대비 오프라인은 3.3%, 온라인은 16.2% 증가하는 등 **전체적으로 6.8%**가 **증가**

○ 오프라인은 **편의점**(15.9%)과 **백화점**(4.1%)은 전년동기대비 매출액이 **증가**했으나, **대형마트**(△3.5%), **기업형 슈퍼마켓(SSM)**(△2.7%)은 역신장을 기록하였고 특히, **기업형 슈퍼마켓**은 4월 이후 6개월 연속 역신장을 보여주고 있음

* 부문별 매출액 비중: 대형마트(37.0%), 백화점(31.7%), 편의점(25.0%), 기업형수퍼마켓(SSM)(6.3%)

○ 온라인은 **오픈마켓**(20.0%), **종합유통몰**(12.6%), 공동할인구매(소셜커머스)(9.3%) 등 업종 전반에 걸쳐 전년동기대비 **매출액 증가**

* 부문별 매출액 비중: 오픈마켓(62.3%), 소셜커머스(25.3%), 종합유통몰(12.4%)

< 매출 동향 조사 대상 >

· 오프라인 유통업체
- **백화점** : 롯데백화점, 현대백화점, 신세계백화점
- **대형마트** : 이마트, 홈플러스, 롯데마트
- **편의점** : 씨유(CU), 지에스(GS)25, 세븐일레븐&바이더웨이
- **기업형 슈퍼마켓(SSM)** : 이마트에브리데이, 롯데슈퍼, 지에스(GS_, 홈플러스익스프레스

· 온라인 유통업체
- **오픈마켓**: 이베이코리아(지(G)마켓, 옥션), 11번가, 인터파크
- **소셜커머스**: 쿠팡, 티몬, 위메프
- **종합몰**: 이마트·신세계(SSG), 에이케이(AK)몰, 홈플러스, 갤러리아몰, 롯데마트몰

2. 유통업체별 매출 동향

오프라인 유통업체

□ 오프라인 유통업체는 **편의점**(15.9%), **백화점**(4.1%)을 중심으로 **매출 증가세**가 두드러짐

○ (**대형마트,** 이마트·홈플러스·롯데마트) 이른 추석으로 **선물용도의 식품군 및 가정생활용품 매출 하락**으로 전체 매출이 소폭으로 감소(△3.5%)

○ (**백화점,** 롯데·현대·신세계) 휴일 증가(+1)에 따른 방문객 증가(6.2%), 할인행사 확대로 **전체 매출이 전년동기대비 4.1% 증가**

○ (**편의점,** 씨유(CU)·지에스(GS)25·세븐일레븐&바이더웨이) 전년동기대비 점포수 증가(13.1%) 및 방문객 증가(11.5%)로 **전체 매출이 16.1% 증가**

○ (**기업형 수퍼마켓(SSM),** 이마트에브리데이·지에스(GS)·롯데슈퍼·홈플러스 익스프레스) 이른 추석으로 구매고객 감소(△2.4%) 및 가공식품 선물세트 판매 감소로 전체 매출이 2.7% 감소

온라인 유통업체

□ (**온라인 유통업체**) 오픈마켓(20.0%), 소셜커머스(9.3%), 종합유통몰(12.6%) 등 **업종 전반에 걸쳐 매출 증가**를 보이는 등 **온라인 유통업체**의 **지속적 성장**을 확인

○ (**오픈마켓**) 전체 매출 비중의 27%를 차지하는 가전/전자 매출 증가(17.4%) 등으로 전년동기대비 20.0% 증가

* 오픈마켓 거래액 증감율(전년 동월대비) : ('16.7) 31.2%→('16.8) 22.4%→('16.9) 20.0%

○ (**소셜커머스**) 추석 특수로 인한 식품, 생활, 가전 등 선물용품 수요 증가로 전년동기대비 9.3% 증가

* 소셜커머스 거래액 증감률(전년 동월대비) : ('16.7) 1.2%→('16.8) 15.4%→('16.9) 9.3%

○ **(종합유통몰)** 추석 특수와 PB상품 행사 등으로 매출 비중(37.7%)이 높은 식품(11.6%), 생활(14.6%) 및 패션(10.6%) 부분의 증가로 전년동기 대비 12.6% 증가

* 종합유통몰 거래액 증감률(전년 동월대비) : ('16.7) 10.8%→('16.8) 20.4%→('16.9) 12.6%

< 유의사항 >

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

◈ 주요 온라인 유통업체 거래액 동향은 오픈마켓, 소셜커머스 3社, 종합몰 6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 한필구 사무관(☎ 044-203-4821), 이해영 주무관(☎ 044-203-4387)에게 연락주시기 바랍니다.

붙임1 **조사대상 유통업체별 매출 상세자료**

오프라인 유통업체

1 대형마트

○ **(매출동향)** 전년대비 이른 추석으로 추석 선물세트 매출이 8월, 9월로 나눠서 반영되어 **전체 매출이 전년동기대비 3.5% 감소**

○ **(품목별 동향)** 이른 추석*으로 선물용도의 **식품군**(△2.6%) **및 가정생활**(△7.3%) **매출 감소,** 가을철 무더위로 **스포츠용품 매출이 큰 폭 감소**(△11.3%)

* '16년 추석 : 9.15일, '15년 추석 9.27일

< 품목별 매출비중 및 매출 증가율 >

구분 (단위 : %)	식품	가정생활	가전문화	잡화	의류	스포츠	총 계
매출비중	59.9	16.6	10.9	6.3	4.0	2.3	100
전년동기대비	△2.6	△7.3	0.8	△3.6	△7.7	△11.3	△3.5

2 백화점

○ **(매출동향)** 휴일 증가(+1)로 인한 방문객 증가, 할인행사확대 등으로 **전체 매출이 전년동기대비 4.1% 증가**

○ **(품목별 동향)** 신규오픈 및 매장리뉴얼로 여성정장 매출이 큰 폭으로 증가(15.55%)하였으나, 이른 추석으로 식품군 매출 소폭 감소(14.5%)

< 품목별 매출비중 및 매출 증가율>

구분 (단위 : %)	식품	잡 화	해외유명 브랜드	아동 스포츠	가정 용품	여성 캐주얼	여성 정장	남성 의류	총 계
매출비중	20.2	18.5	13.3	12.8	9.6	10.9	9.1	5.6	100
전년동기대비	△2.3	4.0	9.6	3.4	12.6	△0.9	15.5	△2.5	4.1

3 편의점

○ **(매출동향)** 전년동기대비 **점포수 증가**(13.1%) **및 고객수 증가**(11.5%)**로 전체 매출이 15.9% 증가**

< 편의점 점포수 현황 (전년동기대비) **>**

구분 (단위 : %)	'15년				'16년								
	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월
점포 증가율	9.9	9.4	10.7	11.6	11.9	12.1	12.5	12.7	13.0	13.3	13.3	13.0	13.1

○ **(품목별 동향)** 수입맥주 인기 지속으로 **가공식품군 매출 증가**(19.0%), 혼밥족 증가 등으로 **즉석식품군**(도시락 등)의 **매출 증가**(50.6%)

< 품목별 매출비중 및 매출 증가율 >

구분 (단위: %)	식품			비 식품부문				총 계
	가공식품	즉석식품	소계	담배 등 기타	생활용품	잡화	소계	
매출비중	45.7	8.0	53.7	41.2	4.0	1.1	46.3	100.0
전년동기대비	19.0	48.5	22.6	8.4	15.8	6.1	9.0	15.9

4 준대규모점포(SSM)

○ **(매출동향)** 이른 추석으로 구매고객 감소 및 가공식품 선물세트 판매 하락으로 **전체 매출은 2.7% 감소**

○ **(품목별 동향) 일상용품군**의 화학성분 제품 소비 기피현상 및 온라인구매 증가로 매출 하락*, 가공식품군 판매 부진으로 매출하락

* 일상용품군 전년동기대비 매출 증가율 : '16.5월 △8.4 → '16.6월 △11.3 → '16.7월 △10.4 → '16.8월 △10.5 → **'16.9월 △13.6**

< 품목별 매출비중 및 매출 증가율 >

구분 (단위: %)	식품부문				비식품			총 계
	농수축산	신선제품	가공식품	소계	일상용품	생활잡화	소계	
매출비중	38.2	22.7	26.9	87.8	8.1	4.1	12.2	100
전년동기대비	△2.7	2.5	△2.8	△1.4	△13.6	△4.3	△10.7	△2.7

온라인 유통업체

1 오픈마켓

○ **(매출동향)** 매출 비중이 높은 가전분야 매출 증가(정부의 고효율 가전제품 인센티브 지원(~9.30) 등)로 **전체 매출이 전년동기대비 20.0% 증가**

○ **(품목별 동향)** 오픈마켓에 입점한 종합유통몰의 브랜드상품에 대한 기획전 및 할인행사 등 적극적 마케팅 활동으로 패션·의류, 화장품, 가전·전자를 중심으로 매출액이 상승

< 품목별 거래비중 및 거래액 증가율 >

구분 (단위:%)	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	총계
거래비중	17.4	11.3	55.3	14.0	23.7	13.5	14.0	13.1	17.2	20.0
전년동기대비	27.1	3.1	14.0	5.2	3.3	3.9	10.7	15.6	17.1	100.0

2 소셜커머스

○ **(매출동향)** 추석 특수에 따른 식품, 선물용품 등이 소셜커머스의 빠른 자체 배송망과 서비스개선으로 수요가 증가하여 전체 매출이 전년동기대비 9.3% 증가

○ **(품목별 동향)** 추석선물 중심의 식품 매출이 22.9% 증가한 반면, 패션/의류, 아동/유아 및 서비스/기타는 경쟁업계인 오픈마켓과 종합유통몰의 마케팅 강화로 각각 △13.9%, △12.0%, △6.4% 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	20.8	△22.9	△13.9	96.2	24.0	△12.0	22.9	31.3	△6.4	9.3
전년동기대비	11.6	0.2	13.4	3.3	5.9	12.0	17.0	22.7	13.9	100.0

3 종합유통몰

○ **(매출동향)** 추석특수, PB상품 세일행사 및 고효율 가전제품 인센티브 지원 사업 등으로 식품 및 가전에 대한 수요가 증가됨에 따라 **전년 동기대비 12.6% 증가**

○ **(품목별 동향)** 추석 특수로 매출 비중(37.7%)이 가장 높은 식품(11.6%), 생활(14.6%), 및 패션(10.6%) 부분 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	22.5	△16.7	10.5	28.9	4.5	8.3	11.6	14.6	9.1	12.6
전년동기대비	8.5	0.8	19.4	7.3	7.1	6.6	37.7	11.8	0.8	100.0

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 식품부문						식품	총 계
	가전·문화	의류	가정·생활	스포츠	잡화	소계		
'15.10월	4.9	2.6	△3.3	△0.3	0.9	0.4	△3.0	△0.5
11월	△0.7	△0.1	△9.0	△3.9	△2.1	△4.2	△3.5	△3.7
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	△0.2	△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**

* 자료 : 각 대형마트(신규점 제외), 전년동월대비 증감율

○ **상품군별 매출 비중**(단위 : %)

구분	비 식품부문						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
'16.9	**10.9**	**4.0**	**16.6**	**2.3**	**6.3**	**40.1**	**59.9**	**100**

* 자료 : 각 대형마트(신규점 제외)

○ **구매건수 및 구매단가 증감율** 추이

증가율 (단위 :%)	'15년			'16년								
	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월
구매건수	△1.4	△3.3	△4.2	1.2	△1.5	△3.1	△1.2	△6.4	2.8	0.8	△1.1	**△1.0**
구매단가	0.9	△0.5	△0.9	9.7	△5.7	△1.6	3.0	0.1	△1.8	1.3	△0.2	**△2.5**

* '16.9월 1인당 구매단가 : 44,990원 (전년동월 46,138원)

□ 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	비식품부문								식품	총 계
	잡 화	여성 정장	여성 캐주얼	남성 의류	아동 스포츠	가정 용품	해외유명 브랜드	소계		
'15.10월	11.4	12.3	5.2	13.8	9.3	26.6	12.4	12.3	6.0	11.4
11월	△2.4	△1.2	△2.3	△5.3	△1.2	15.6	8.7	1.1	0.2	1.0
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**

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

○ **상품군별 매출 비중**(단위 : %)

구분	비식품부문								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
'16.9	**18.5**	**9.1**	**10.9**	**5.6**	**12.8**	**9.6**	**13.3**	**79.8**	**20.2**	**100**

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

○ **구매건수 및 구매단가 증감율** 추이

증가율 (단위 :%)	'15년			'16년								
	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	**9월**
구매건수	11.3	2.9	△0.9	6.7	5.8	5.4	4.1	△3.5	14.2	7.2	5.5	**6.2**
구매단가	0.1	△2.0	△4.8	2.2	△7.3	△4.9	0.2	0.8	△2.0	△0.2	△1.3	**△2.0**

* '16.9월 1인당 구매단가 : 75,637원 (전년동월 77,195원)

□ 편의점

○ 전년동기대비 **매출증감율** 추이(단위 : %)

구분	'15년			'16년								
	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월
매출증가율	35.1	32.6	20.3	31.5	31.4	20.1	18.1	14.8	18.0	15.4	16.1	**15.9**

○ 전년동기대비 **상품군별 매출증감율** 추이(단위 : %)

구분	비 식품부문				식품			총 계
	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석 (신선일부)	소계	
'15.10월	12.5	0.2	66.1	57.8	17.5	20.7	17.9	35.1
11월	20.5	1.2	63.4	56.3	13.6	19.7	14.3	32.6
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**

○ 상품군별 매출 비중(단위 : %)

구분	비 식품부문				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
'16.9	**4.0**	**1.1**	**41.2**	**46.3**	**45.7**	**8.0**	**53.7**	**100.0**

○ 구매건수 및 구매단가 증감율 추이

증감율 (단위 :%)	'15년			'16년								
	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월
구매건수	10.8	7.7	△1.0	17.7	19.4	12.4	12.4	9.7	13.8	11.5	13.3	**11.5**
구매단가	21.9	23.1	21.6	11.7	10.0	6.9	5.1	4.7	3.7	3.5	2.5	**3.9**

* '16.9월 1인당 구매단가 : 5,093원 (전년동월 4,903원)

○ 점포당 매출액

증가율 (단위 :%)	'15년			'16년								
	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월
점포당 매출액	23.5	19.7	7.8	17.5	17.2	6.8	4.8	1.6	4.1	1.8	2.7	**2.5**

□ 준대규모점포(SSM)

○ 전년동기대비 **매출증감율** 추이(단위 : %)

구분	'15년			'16년								
	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	**9월**
매출증가율	△3.6	△1.7	△5.0	2.6	△0.5	0.6	△1.6	△5.4	△7.8	△2.7	△0.6	**△2.7**

○ 전년동기대비 **상품군별 매출증감율** 추이(단위 : %)

구분	비식품			식품부문				총 계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선·조리식품	가공식품	소계	
'15.10월	△3.1	△3.6	△3.3	△7.5	△0.3	△0.8	△3.6	△3.6
11월	△5.8	△5.2	△5.6	△1.1	△0.8	△1.0	△1.0	△1.7
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**

○ **상품군별 매출 비중**(단위 : %)

구분	비식품			식품부문				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
'16.9	**8.1**	**4.1**	**12.2**	**38.2**	**22.7**	**26.9**	**87.8**	**100**

○ **구매건수** 및 **구매단가 증감율** 추이(단위 : %)

증가율 (단위 :%)	'15년			'16년								
	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	**9월**
구매건수	△3.2	△3.9	△4.4	△2.7	0.5	△1.3	△2.6	△11.3	△5.3	△4.2	△1.3	**△2.4**
구매단가	△0.4	2.3	△0.6	5.4	△1.0	1.9	1.0	6.6	△2.6	1.6	0.8	**0.2**

* '16.9월 1인당 구매단가 : 14,795원 (전년동월 14,831원)

□ 오픈마켓

'16 증가율									
1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	평균
22.3	29.6	16.9	16.9	25.9	17.1	31.2	22.4	20.0	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	19.2	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

○ '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	100.0

□ 소셜커머스

'16 증가율									
1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	평균
24.6	30.1	34.1	20.2	23.9	10.1	1.2	15.4	9.3	17.6

○ '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**

○ '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**	**100.0**

□ 종합유통몰

'16 증가율									
1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	평균
8.1	5.7	5.4	7.0	9.8	△6.9	10.8	20.4	12.6	7.9

○ '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	8.7	△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**	**△16.7**	**10.5**	**28.9**	**4.5**	**8.3**	**11.6**	**14.6**	**9.1**	**12.6**

○ '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**	**100.0**