

'26년 상반기 및 6월 주요 유통업체 매출 동향

- 상반기 오프라인 6.2%, 온라인 8.1% 성장, 전체 7.3% 성장

['26년 상반기 매출동향]

산업통상부(장관 김정관)는 '26년 상반기 주요 유통업체(오프라인 15개, 온라인 11개)의 오프라인 매출은 전년 동기 보다 6.2%, 온라인 매출은 8.1% 늘어 전체 매출은 전년보다 7.3% 증가했다고 밝혔다.

'26년 상반기 유통업계는 소비심리 개선, 외국인 관광객 매출증가* 등으로 백화점의 고공행진, 편의점의 회복세 반전, 온라인 유통의 안정적 성장과 함께, 대형마트, 준대규모점포의 부진을 기록했다.

* 소비자심리지수 : ('25.上) 97 ('26.上) 107, 외국인 관광객수(만명) : ('25.上) 883 ('26.上) 1,071

< 업체별 전년 동기 대비 매출 증감율 및 비중 (26개사 기준, 단위(%)) >

구분	매출 증감율		매출 비중	
	'25. 上	'26. 上	'25. 上	'26. 上
대형마트	△1.7	△7.3	10.3	8.5
백화점	0.5	20.1	13.9	15.9
편의점	△1.0	3.7	14.6	14.1
S S M	1.8	△6.6	2.2	1.9
오프라인 합계	△0.5	6.2	41.0	40.4
온라인 합계	14.4	8.1	59.0	59.6
전 체	7.8	7.3	100.0	100.0

'26.上 업체별 증감율

온라인 유통(8.1%)은 소비자의 식품 구매 확대로 장보기 채널로 자리매김하였으며, 성장세는 전년도 고성장(14.4%)에 따른 기저효과로 다소 줄어든 것으로 나타났다.('25.上 14.4% → '26.上 8.1%)

오프라인 부문(6.2%)은 백화점(20.1%)과 편의점(3.7%)은 성장한 반면, 대형마트(△7.3%), 준대규모점포(△6.6)는 부진이 지속되었다.

채류형 공간으로 재편해온 백화점(20.1%)은 소비심리 개선, 외국인 관광객 매출증가*에 전년도 0.5%의 성장에서 금년도 20.1%의 고공성장을 기록했다.

* ①쇼핑편의 제공(통역, 결제, 세금환급), ②전용 멤버십 제도 운영(사은행사, 라운지 운영 등), ③외국인 대상 SNS판촉, ④K-패션·뷰티 체험형 콘텐츠 제공 등

편의점(3.7%)은 전년도 역성장(△1.0%)의 기저효과*와 이른 더위에 힘입어 성장세를 회복했다. 구매건수** 역시 2월 이후 꾸준히 증가하여 소비자가 자주 찾고 있음을 알 수 있다.

* 편의점 성장률 : ('21.~'25. 연평균) 5.6%, ('25.상) △1.0%, ('26.상) 3.7%

** 구매건수 증감율(%) : ('26.1월) △0.2 (2월) 0.6 (3월) 0.9 (4월) 1.6 (5월) 2.8 (6월) 3.1

대형마트와 준대규모점포는 주력상품인 식품군* 부진이 지속되면서 대형마트(△7.3%)는 '24년 2분기부터 9분기 연속 마이너스, 준대규모점포(△6.6)는 '25년 3분기부터 4분기 연속 마이너스를 기록했다.

* 식품군 비중(% , 6월 기준) : 대형마트 69.7, 준대규모점포 92.9

다만, 오프라인 유통업체는 전년 역성장(△0.5%)의 기저효과와 백화점의 고성장으로 온라인과 성장률 격차를 좁혔다.

'26.상 품목별 증감율

소비심리 회복에 가전/문화(9.7%), 패션/잡화(8.2%), 식품(5.0%), 생활/가정(6.3%) 등 전부문에서 고르게 성장했으며, 해외유명브랜드(30.8%)가 크게 증가했다. 식품 부문(5.0%)은 온라인(11.0%)은 성장, 오프라인(△0.5%)은 역성장했다.

< 상품군별 전년 동월 대비 매출 증감률 (단위 : %) >

구분	전체	가전/문화		패션/잡화		아동/스포츠	식품	생활/가정	서비스/기타	해외유명브랜드
전체 (비중,%)	7.3 100.0	9.7 12.0		8.2 11.9		6.7 5.4	5.0 36.1	6.3 14.0	3.9 14.5	30.8 6.0
오프라인 (비중,%)	6.2 100.0	△0.8 1.8		11.0 11.8		8.5 4.0	△0.5 44.3	5.4 8.4	4.4 14.8	30.8 14.9
온라인 (비중,%)	8.1 100.0	가전전자	도서문구	패션의류	화장품	아동유아	스포츠			
		11.5 17.1	2.1 1.9	1.8 6.4	3.0 5.6	8.6 3.4	3.0 2.9			
							11.0 30.6	6.6 17.8	3.5 14.3	

['26년 6월 매출동향]

업태별 증감 6월 주요 유통업체(오프라인 15개, 온라인 11개)의 오프라인 매출은 전년 동기보다 6.4%, 온라인 매출은 11.7% 늘어 전체 매출은 전년보다 9.5% 증가했다.

백화점(22.2%)과 편의점(5.1%)은 성장('25.7월 이후 12개월 연속 성장)했으며, 대형마트(△10.5%)와 준대규모점포(△10.8%)는 부진이 지속되었다.

< 유통업태별 전년 동월 대비 매출 증감률 (단위 : %) >

구분	'25년						'26년					
	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월
전체	9.1	3.6	9.1	5.3	4.2	4.4	4.5	8.3	5.6	7.2	9.0	9.5
오프라인	2.5	△3.3	△1.4	6.3	2.6	1.7	△0.5	15.2	1.9	6.7	9.3	6.4
대형마트	△2.2	△15.1	△11.6	9.6	△8.3	△9.0	△18.5	19.8	△15.2	△6.6	△5.1	△10.5
백화점	5.1	2.8	4.8	12.2	12.3	9.3	13.4	25.6	14.7	21.7	24.5	22.2
편의점	3.5	0.7	0.6	0.3	0.3	1.4	0.8	4.0	2.7	3.3	5.9	5.1
S S M	1.8	△5.9	△0.2	△1.7	0.8	△1.3	△4.4	△0.4	△8.6	△6.9	△8.0	△10.8
온라인	14.1	9.2	17.6	4.6	5.3	6.3	8.2	3.9	8.1	7.5	8.8	11.7

품목별 증감 가전/문화(31.1%), 해외유명브랜드(34.3%)가 크게 성장했으며, 식품군(4.8%)의 경우 온라인 매출(11.2%)은 증가, 오프라인 매출(△1.1)*은 감소했다.

* 식품군 매출 증감률(%) : 대형마트(△12.8), 백화점(9.3), 편의점(7.8), 준대규모점포(△10.6)

< 상품군별 전년 동월 대비 매출 증감률 (단위 : %) >

구분	전체	가전/문화		패션/잡화		아동/스포츠		식품	생활/가정	서비스/기타	해외유명브랜드
전체 (비중,%)	9.5 (100)	31.1 (13.6)		3.2 (11.3)		5.2 (5.2)		4.8 (35.4)	7.5 (14.4)	5.9 (14.4)	34.3 (5.7)
오프라인 (비중,%)	6.4 (100)	13.3 (1.8)		5.8 (11.3)		2.8 (3.5)		△1.1 (44.0)	13.3 (9.2)	5.2 (15.8)	34.3 (14.3)
온라인 (비중,%)	11.7 (100)	가전전자	도서문구	패션의류	화장품	아동유아	스포츠				-
		34.7 (19.6)	9.0 (1.7)	△3.5 (6.2)	8.5 (5.1)	9.7 (3.2)	2.6 (3.1)	11.2 (29.8)	5.7 (17.8)	6.5 (13.5)	-

매출비중 6월 업태별 매출비중은 온라인 유통(60.4%), 백화점(15.2%), 편의점(15.0%), 대형마트(7.5%), 준대규모점포(1.9%) 順이다.

< 업태별 매출 구성비 (26개사 기준, 단위(%)) >

구분	'21년	'22년	'23년	'24년	'25년	'261월	2월	3월	4월	5월	6월
오프라인	47.9	47.0	46.2	43.6	41.0	41.3	41.2	39.4	39.7	41.4	39.6
대형마트	15.1	13.0	12.1	11.0	9.8	9.7	10.1	8.1	7.9	8.1	7.5
백화점	14.7	15.8	15.4	14.5	14.2	16.8	16.1	15.4	15.3	16.7	15.2
편의점	15.4	15.8	16.4	15.8	14.8	12.7	13.2	13.9	14.6	14.8	15.0
S S M	2.7	2.4	2.4	2.3	2.2	2.1	2.0	2.0	1.9	1.8	1.9
온라인	52.1	53.0	53.8	56.4	59.0	58.7	58.8	60.6	60.3	58.6	60.4

[붙임] 주요 유통업체 업태별 매출 추이

담당 부서	중견기업정책관 유통물류과	책임자	과 장	조근상 (044-203-4380)
		담당자	사무관	서민경 (044-203-4385)
			주무관	전수민 (044-203-4386)

붙임

주요 유통업체 업태별 매출 추이

□ 대형마트

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	비 식품							식품	합계
	가전/문화	의류	가정/생활	스포츠	잡화	기타	소계		
'25. 6월	△16.8	△10.7	△9.0	△17.6	△10.7	33.7	△12.2	△0.1	△3.0
7월	△8.5	△5.6	△10.1	△8.8	△7.0	48.2	△8.7	△0.8	△2.2
8월	△17.9	△7.4	△17.8	△17.9	△13.6	45.3	△16.6	△16.0	△15.1
9월	△23.1	△15.3	△21.3	△28.6	△21.1	15.0	△21.6	△8.9	△11.6
10월	0.9	0.5	4.6	△2.9	4.5	49.2	2.3	11.4	9.6
11월	△12.2	△9.2	△17.4	△10.9	△11.4	38.5	△13.8	△7.3	△8.3
12월	△11.5	△3.2	△15.8	△13.5	△14.9	34.2	△12.5	△8.9	△9.0
'26. 1월	△23.7	△5.7	△19.8	△16.1	△11.7	27.6	△19.4	△19.3	△18.5
2월	△1.7	12.4	4.3	△0.8	4.6	44.9	2.8	25.2	19.8
3월	△0.2	△9.2	△16.5	△18.2	△12.7	39.9	△10.7	△18.2	△15.2
4월	10.7	2.4	△9.6	△7.5	△4.2	22.7	△1.2	△9.4	△6.6
5월	9.1	11.7	△9.9	△4.3	△0.6	21.0	0.2	△8.1	△5.1
6월	13.1	△12.0	△15.8	△17.8	△13.5	14.6	△6.7	△12.8	△10.5

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2023년		연간	2024년				연간	2025년				연간	2026년	
3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기
2.0	△1.0	1.0	4.6	△2.3	△3.2	△1.4	△0.6	△1.2	△2.3	△100	△2.9	△4.2	△7.3	△7.4

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비 식품							식품	합계
	가전/문화	의류	가정/생활	스포츠	잡화	기타	소계		
'26. 1월	8.0	2.5	10.1	0.9	1.3	2.7	22.8	74.5	100.0
2월	7.6	2.5	10.3	0.9	1.3	2.8	22.5	74.7	100.0
3월	8.4	3.5	11.4	1.2	1.5	3.2	26.0	70.8	100.0
4월	9.1	4.2	10.7	1.4	1.6	3.0	26.9	70.1	100.0
5월	9.6	4.8	10.7	1.5	1.8	3.2	28.4	68.4	100.0
6월	9.6	3.9	10.8	1.3	1.7	3.2	27.2	69.7	100.0

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

증감률	2025년						2026					
	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월
구매건수	△1.9	△8.4	△9.2	△0.9	△7.6	△7.8	△10.7	2.0	△12.3	△6.7	△7.4	△11.4
구매단가	△0.3	△7.3	△2.7	10.7	△0.7	△1.4	△8.7	17.5	△3.3	0.1	2.4	1.0
점포당 매출	△1.3	△13.9	△10.2	10.9	△7.4	△7.1	△15.4	25.3	△11.3	△1.6	9.9	3.4

* '26.6월 1인당 구매단가 : 48,362원 (전년동월 47,875원) / '26.6월 점포 수 : 374개

□ 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		
'25. 6월	△13.3	2.5	△4.7	△2.4	△3.1	△2.1	2.9	△1.6	1.3	△0.9
7월	△10.3	7.3	2.7	1.2	1.7	8.9	11.3	5.3	3.4	5.1
8월	△5.5	4.2	0.9	2.8	2.4	0.1	12.4	5.1	△9.9	2.8
9월	△1.5	6.1	2.4	△3.2	△1.7	△4.3	12.6	4.2	4.1	4.8
10월	6.8	2.8	13.9	2.8	8.3	△0.8	19.5	10.5	16.4	12.2
11월	3.9	8.4	2.2	7.7	4.3	5.7	23.3	12.0	5.0	12.3
12월	3.4	7.0	13.9	2.9	3.7	3.8	13.7	9.0	6.5	9.3
'26. 1월	7.3	21.1	17.0	11.6	8.0	11.6	31.0	19.7	△18.8	13.4
2월	12.8	11.9	25.1	19.8	15.7	12.7	22.6	18.4	65.0	25.6
3월	6.0	11.7	12.8	9.4	4.9	17.1	21.7	15.0	5.4	14.7
4월	8.2	14.7	21.1	12.8	12.4	6.0	38.1	22.5	8.6	21.7
5월	13.6	13.9	25.7	15.6	15.3	17.3	37.3	25.1	12.3	24.5
6월	11.9	8.6	9.8	1.5	4.7	35.6	34.3	22.7	9.3	22.2

* 자료 : 해외유명브랜드는 각사 분류 기준

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2023년		연 간	2024년				연 간	2025년				연 간	2026년	
3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기
1.6	0.1	1.1	5.5	0.8	△0.7	0.0	1.4	1.5	△0.4	4.3	11.2	4.3	17.4	22.9

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비 식품								식품	합계
	잡 화	여성 정장	여성 캐주얼	남성 의류	아동 스포츠	가정 용품	해외유명 브랜드	소계		
'26. 1월	8.3	7.2	6.2	5.1	9.8	12.2	38.0	86.7	13.3	100.0
2월	8.2	5.9	5.7	3.5	9.1	12.9	37.2	82.5	17.5	100.0
3월	8.9	8.0	6.8	4.2	10.1	12.4	37.8	88.3	11.7	100.0
4월	8.5	6.5	6.9	4.1	10.8	10.7	41.1	88.5	11.5	100.0
5월	9.7	6.0	7.2	3.8	10.4	11.5	40.0	88.6	11.4	100.0
6월	8.9	6.2	6.9	3.6	8.9	15.3	38.5	88.3	11.7	100.0

* 자료 : 해외유명브랜드는 각사 분류 기준

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

증감률	2025년						2026					
	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월
구매건수	△0.8	△2.6	△4.8	3.0	0.3	4.8	11.5	8.7	6.8	11.4	13.4	6.0
구매단가	6.0	5.6	10.1	9.0	12.0	4.3	1.7	15.6	7.4	9.3	9.8	15.2
점포당 매출	12.6	6.5	8.6	16.2	16.3	13.2	17.4	30.1	18.8	26.1	26.8	24.4

* '26.6월 1인당 구매단가 : 135,621원 (전년동월 117,704원) / '26.6월 점포 수 : 56개

□ 편의점

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	비 식품품목				식품			합계
	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석 (신선일부)	소계	
'25. 6월	△0.7	△3.2	0.3	0.1	△2.1	△2.3	△2.1	△1.2
7월	0.2	△10.9	2.3	1.7	5.5	2.1	5.0	3.5
8월	2.8	△2.9	△0.9	△0.7	2.1	△0.3	1.7	0.7
9월	2.5	4.1	1.6	1.8	△1.7	6.6	△0.4	0.6
10월	8.5	3.0	△2.3	△1.2	2.7	△4.6	1.4	0.3
11월	0.2	△3.1	△1.4	△1.3	1.9	△0.1	1.5	0.3
12월	2.6	2.6	△0.9	△0.5	2.9	2.8	2.9	1.4
'26. 1월	2.6	△5.8	△0.9	△0.8	1.4	5.8	2.1	0.8
2월	8.3	1.9	△0.7	0.1	8.1	3.3	7.3	4.0
3월	10.1	31.4	0.2	1.9	2.7	6.6	3.3	2.7
4월	4.5	1.9	0.6	0.9	4.9	5.8	5.1	3.3
5월	5.6	0.2	2.0	2.2	9.0	8.3	8.8	5.9
6월	0.9	△2.1	1.7	1.5	7.4	10.3	7.8	5.1

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2023년		연 간	2024년				연 간	2025년				연 간	2026년	
3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기
7.5	6.1	8.0	5.8	4.2	2.7	3.0	3.9	△1.0	△0.9	1.6	0.6	0.1	2.5	4.8

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비 식품				식품			합계
	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석 (신선일부)	소계	
'26. 1월	3.7	1.3	39.2	44.2	46.5	9.3	55.8	100.0
2월	3.5	1.3	38.7	43.5	47.6	8.9	56.5	100.0
3월	3.7	1.7	38.6	44.0	46.4	9.6	56.0	100.0
4월	3.4	1.3	38.1	42.9	47.3	9.8	57.1	100.0
5월	3.6	1.4	37.1	42.2	48.5	9.4	57.8	100.0
6월	3.4	1.3	37.3	42.0	48.3	9.6	58.0	100.0

○ 구매건수 및 구매단가 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2025년						2026					
	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월
구매건수	0.0	△2.7	△1.3	△4.3	△2.1	△0.7	△0.2	0.6	0.9	1.6	2.8	3.1
구매단가	3.6	3.5	1.9	4.8	2.5	2.1	1.1	3.4	1.8	1.7	3.1	2.0

○ 점포당 매출액 증감률 추이 및 점포수 현황 (단위 : %)

증감률	2025년						2026					
	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월
점포증가율	△2.7	△2.6	△2.7	△3.4	△3.2	△2.9	△2.9	△2.9	△2.7	△2.4	△2.0	△1.4
점포당매출액	6.4	3.3	3.4	3.8	3.6	4.4	3.9	7.1	5.5	5.8	8.1	6.6

* '26.6월 점포 수 : 53,419개

□ 준대규모점포(SSM)

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	비식품			식품품목				합계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선·조리식품	가공식품	소계	
'25. 6월	△6.3	0.5	△2.6	5.8	1.4	△0.5	2.6	2.1
7월	△10.7	1.5	△4.0	5.9	1.7	△1.3	2.3	1.8
8월	△10.1	△4.0	△6.8	△3.7	△6.5	△8.0	△5.8	△5.9
9월	△13.9	△0.5	△6.6	5.0	△2.9	△2.6	0.3	△0.2
10월	△4.9	3.9	0.0	1.0	△6.7	△1.4	△1.9	△1.7
11월	△10.3	0.8	△4.1	6.0	△3.2	△1.1	1.2	0.8
12월	△7.4	△2.3	△4.5	0.3	△0.3	△3.1	△1.0	△1.3
'26. 1월	△12.0	△4.5	△7.7	△4.1	△1.1	△6.5	△4.2	△4.4
2월	△5.9	0.9	△2.0	4.8	△5.9	△2.1	△2.0	△0.4
3월	△8.5	21.6	8.9	△11.5	△8.8	△8.7	△10.0	△8.6
4월	△10.3	△1.1	△5.1	△5.7	△7.6	△8.4	△7.1	△6.9
5월	△14.5	6.7	△2.2	△6.6	△8.6	△10.7	△8.4	△8.0
6월	△26.1	△2.3	△14.2	△10.4	△8.9	△12.2	△10.6	△10.8

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2023년		연간	2024년				연간	2025년				연간	2026년	
3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기
6.2	4.2	3.7	8.0	3.3	1.8	5.7	4.6	2.5	1.1	△1.6	△0.8	0.3	△4.7	△8.6

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비식품			식품				합계
	일상용품	생활잡화	소계	농수축산	신선·조리식품	가공식품	소계	
'26. 1월	2.8	3.9	6.7	39.7	23.7	29.8	93.3	100.0
2월	2.9	4.2	7.1	40.1	22.4	30.4	92.9	100.0
3월	3.0	5.4	8.4	39.0	22.3	30.2	91.6	100.0
4월	3.0	4.3	7.3	39.1	23.7	29.9	92.7	100.0
5월	2.9	4.9	7.8	39.0	23.8	29.4	92.2	100.0
6월	3.1	4.1	7.1	38.4	25.1	29.3	92.9	100.0

○ 구매건수·구매단가 및 점포당 매출액 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2025년						2026년					
	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월
구매건수	1.8	△3.1	0.3	△3.4	△0.4	0.3	△0.7	△3.0	△4.1	△4.0	△7.4	△9.7
구매단가	0.1	△2.9	△0.5	1.7	1.1	△1.6	△3.7	2.8	△4.7	△3.0	△0.6	△1.3
점포당 매출	△0.1	△7.7	△2.9	△4.3	△1.6	△2.3	△3.4	0.9	△6.8	△5.4	△8.4	△11.0

* '26.6월 1인당 구매단가 : 15,873원 (전년동월 16,077원) / '26.6월 점포 수 : 1,195개

□ 온라인 유통

○ 전년동월 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	합계
'26. 1월	10.5	9.6	10.1	8.8	15.5	8.9	7.7	9.6	2.1	8.2
2월	△4.6	△9.6	△3.7	△5.6	7.4	4.6	17.4	△0.9	△0.1	3.9
3월	11.1	4.1	2.0	2.1	15.8	10.7	10.6	9.5	0.0	8.1
4월	7.3	0.6	2.9	4.9	15.4	8.2	9.7	8.1	3.4	7.5
5월	11.0	△0.6	3.6	4.4	9.3	9.4	10.1	7.2	10.0	8.8
6월	34.7	9.0	△3.5	2.6	8.5	9.7	11.2	5.7	6.5	11.7

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2023년		연간	2024년		연간	2025년		연간	2026년	
상반기	하반기		상반기	하반기		상반기	하반기		상반기	하반기
4.7	6.9	5.8	11.9	13.5	12.7	14.4	9.4	11.8	8.1	

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	합계
'26. 1월	16.7	2.1	6.1	2.5	5.7	3.2	31.6	17.0	15.1	100.0
2월	16.7	1.9	5.7	2.3	5.6	3.4	32.2	17.3	14.9	100.0
3월	16.6	2.3	6.7	2.8	5.6	3.5	29.7	18.7	14.0	100.0
4월	15.5	1.9	7.0	3.3	5.9	3.7	30.4	18.4	14.0	100.0
5월	17.1	1.6	6.8	3.3	5.4	3.5	29.9	17.8	14.4	100.0
6월	19.6	1.7	6.2	3.1	5.1	3.2	29.8	17.8	13.5	100.0

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

1. 본 동향은 소비동향 파악을 목적으로 주요 온·오프라인 유통업체의 월간 매출액 또는 거래액을 조사·분석한 자료임
2. 오프라인 유통업체 매출동향은 전체 유통업체가 아닌 주요 오프라인 유통업체 15개사의 월간 매출액을 조사·분석한 결과임

【 매출동향 조사대상 】

□ 오프라인 유통업체(15개사)

- 백화점(3) : 롯데백화점, 현대백화점, 신세계백화점
- 대형마트(4) : 이마트, 홈플러스, 롯데마트, 농협·하나로마트
- 편의점(4) : 지에스25, 씨유, 세븐일레븐, 이마트24
- 준대규모점포(SSM)(4) : 이마트에브리데이, 롯데슈퍼, 지에스더프레시, 홈플러스익스프레스

□ 온라인 유통업체(11개사)

- G마켓글로벌(G마켓·옥션), 11번가, 인터파크, 쿠팡, SSG(이마트·신세계), 에이케이몰, 홈플러스, 갤러리아몰, 롯데마트, 롯데온, 네이버

※ 유통업체별 협회(백화점·체인스토어·온라인쇼핑협회) 및 개별 유통업체(편의점)를 통해 조사

3. 온라인 유통업체 매출동향은 온라인 유통업체 11개사의 월간 거래액을 조사 분석한 결과로, 통계청의 승인을 받지 않은 자료임
4. 본 동향은 통계청의 「서비스업동향조사」·「온라인쇼핑동향조사」와는 모집단, 작성항목 등이 달라 자료간 증감크기나 방향이 상이할 수 있음

【 유사통계 간 비교 】

통계명	주요 유통업체 (오프라인) 매출동향조사	서비스업동향조사	온라인쇼핑동향조사
작성기관	산업통상부	통계청	
작성목적	소비동향 파악	서비스업·도소매업 사업체의 경영실태 파악	온라인쇼핑동향 분석
모집단	주요 오프라인 유통업체 (13개사)	국내에서 서비스업을 운영하는 사업체 전체	연간거래액이 80백만원 이상인 온라인쇼핑 운영업체
표본추출틀	주요 오프라인 유통업체 (13개사)	2020 경제총조사 결과, 한국표준산업분류 대분류 13개 업종	통신판매신고업체(공정위, 서울행정시스템), PG사 거래금액, 경총자료
조사대상	주요 오프라인 유통업체 13개사 (유의표본)	표본 17,500개 사업체	표본 1,100개 사업체
포괄범위	상품 및 서비스 거래금액	판매액(상품)	24개 상품군별 상품 및 서비스 거래금액

5. 본 동향은 조사기준월 익월말 공표되는 자료임