

'25년 11월 주요 유통업체 매출 동향

- 소비심리 회복으로 전체 매출 4.2% 증가, 오프라인 2.9%·온라인 5.3% 상승
- 고급화·맞춤형 전략으로 백화점·편의점 5개월 연속 성장

산업통상부는 '25년 11월 주요 유통업체(오프라인 13개사, 온라인 10개사)의 오프라인 매출은 2.9%, 온라인 매출은 5.3% 증가해 전체 매출은 전년보다 4.2% 증가했다고 밝혔다.

< 매출액 증감률 >

오프라인 매출은 전년보다 백화점(12.3%), 편의점(0.7%), 준대규모점포(0.8%)는 증가, 대형마트(△9.1%)는 감소했다.

소비심리 회복*에 고급화 전략과 함께 체험형 공간으로 거듭나고 있는 백화점이 겨울 패션, 해외유명브랜드, 식품 중심으로 크게 성장했다. 또한 편의점은 팝업 스토어, 소비자 맞춤형 제품 개발 등으로 재미와 가성비를 제공하며 가공식품, 소포장 식자재 등을 중심으로 5개월 연속 상승세를 이어갔다.

* (소비자 심리지수) ('23.11) 97.2, ('24.11) 100.7, ('25.9월) 110.1, (10월) 109.8, (11월) 112.4

대형마트는 매출의 큰 비중을 차지하는 식품 분야의 마이너스 성장으로 한 달 만에 다시 부진한 모습을 보였으며, 준대규모점포는 김장 채소류 중심으로 매출이 4개월 만에 소폭 상승했다.

온라인*은 '24년 이후 지속된 10%대 성장의 기저효과로 지난달에 이어 한 자릿수 성장세를 보이며 증가 폭을 줄였다.

* (성장률, %, 전년동기비) ('22.)8.6, ('23.)5.2, ('24.)15, ('25.1Q)16.7, (2Q)14.9, (3Q)14.1, (10월)6.8

<유통업태별 전년 동월 대비 월별 매출 증감률 (단위 : %)>

구분	'24년	'25년										
	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월
전체	8.9	11.7	4.4	9.2	7.0	7.0	7.3	9.1	3.7	7.7	6.7	4.2
오프라인	△0.3	8.8	△7.7	△0.2	△1.9	0.9	△1.1	2.7	△3.1	△1.0	6.6	2.9
대형마트	△6.6	16.1	△18.8	△0.2	△3.1	0.2	△2.8	△2.4	△15.6	△11.7	9.3	△9.1
백화점	1.1	10.3	△3.6	△2.1	△2.9	2.3	△0.9	5.1	2.8	4.8	12.2	12.3
편의점	2.4	1.7	△4.6	1.4	△0.6	△0.2	△0.7	3.9	1.1	0.9	0.7	0.7
SSM	3.4	4.8	△1.2	3.6	0.2	1.0	2.1	1.8	△5.9	△0.2	△1.7	0.8
온라인	18.8	14.6	16.7	19.0	15.8	13.0	15.9	15.3	10.5	16.5	6.8	5.3

상품군별 매출은 오프라인은 백화점의 해외유명브랜드(23.3%), 패션/잡화(3.4%), 아동/스포츠(3.2%) 중심으로 성장, 대형마트의 주력 품목인 식품(△1.3%)은 감소했다.

온라인은 식품(15.8%), 화장품(10.2%), 생활/가정(4.2%) 부문이 성장했고 작년부터 올해 상반기까지 50% 이상 성장세를 보여온 서비스/기타(3.0%)*의 상승 폭이 기저효과로 하반기 들어 감소세를 보이고 있다.

* (성장률, %, 전년동기비) ('24.)58.3, ('25..上)57.6, (7월)24.9, (8월)18.1, (9월)16.1, (10월)8.6

<'25년 11월 전년 동월 대비 상품군별 매출 증감률 (단위 : %)>

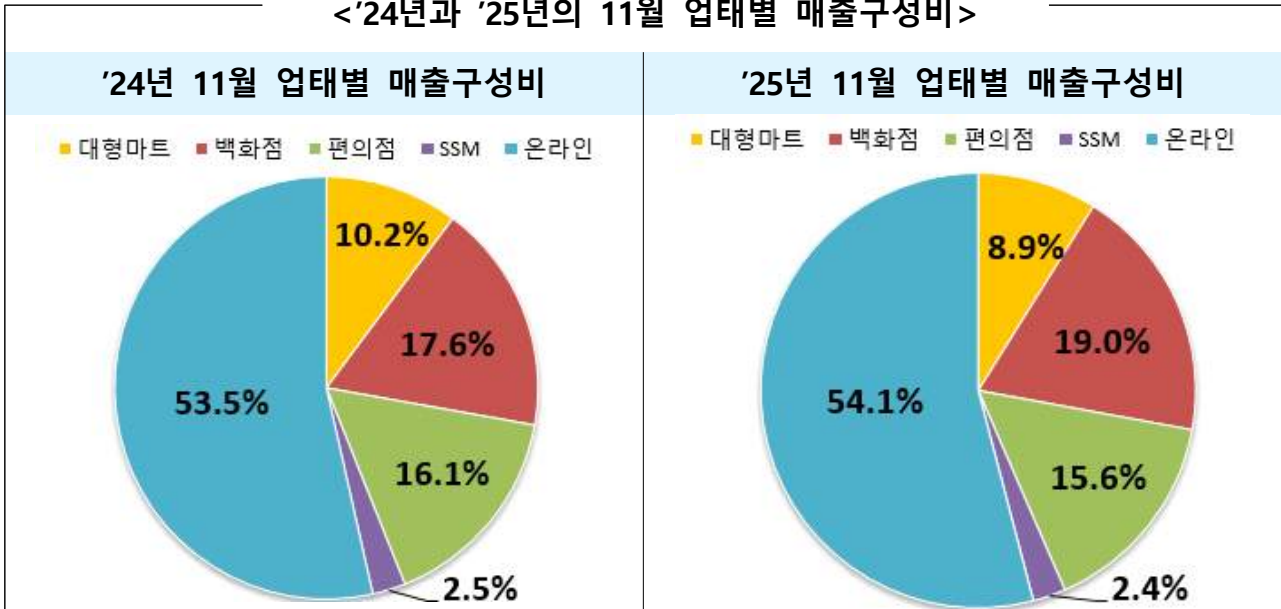
구분	전체	가전/문화*		패션/잡화		아동/스포츠		식품	생활/가정*	서비스/기타	해외유명브랜드
전체 (비중,%)	4.2 (100)	△1.3 (11.0)		1.7 (12.7)		△2.6 (5.0)		6.1 (36.0)	1.8 (12.0)	3.2 (16.4)	23.3 (6.9)
오프라인 (비중,%)	2.9 (100)	△12.3 (1.9)		3.4 (13.7)		3.2 (5.0)		△1.3 (41.5)	△2.9 (8.4)	3.4 (14.6)	23.3 (14.9)
온라인 (비중,%)	5.3 (100)	가전전자	도서문구	패션의류	화장품	아동유아	스포츠	15.8 (31.4)	4.2 (15.1)	3.0 (18.0)	-
		△0.8 (17.0)	4.4 (1.8)	△7.0 (6.4)	10.2 (5.3)	△0.1 (2.7)	△14.1 (2.3)				

* 백화점의 가전은 생활/가정에 포함

< 업태별 매출 비중 >

오프라인의 매출 비중은 대형마트(△1.3%p), 편의점(△0.5%p), 준대규모점포(△0.1%p)는 감소, 백화점(1.4%p)은 증가하였으며('24.11월 47%), 온라인은 0.6%p 증가한 54.1%를 차지했다.

<'24년과 '25년의 11월 업태별 매출구성비>



<오프라인 · 온라인 월별 매출 비중 (단위 : %)>

구분	'24년		'25년										
	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월
오프라인	47.0	47.3	48.2	44.4	46.5	45.6	46.9	46.4	45.7	46.8	46.2	48.0	45.9
온라인	53.0	52.7	51.8	55.6	53.5	54.4	53.1	53.6	54.3	53.2	53.8	52.0	54.1

< 오프라인 점포수 / 점포당 매출 / 구매건수 >

오프라인 점포수는 전년보다 준대규모점포(2.4%)는 확대, 대형마트(△0.5%), 백화점(△3.4%), 편의점(△2.2%)은 축소되었다.

점포당 매출은 백화점(16.3%), 편의점(3.0%)은 증가하였으며, 대형마트(△8.6%), 준대규모점포(△1.6%)는 감소했다.

<'25년 11월 전년 동월 대비 점포당 매출 및 점포수 증감률 (단위 : %, 개)>

구분	전체	대형마트	백화점	편의점	SSM
점포당 매출 증감률	14.1	△8.6	16.3	3.0	△1.6
점포 수 증감률	△2.1	△0.5	△3.4	△2.2	2.4
점포 수(개)	49,461	368	56	47,826	1,211

오프라인의 구매건수는 대형마트(△8.4%), 편의점(△1.9%), 준대규모점포(△0.4%)는 감소, 백화점(0.3%)은 증가하여 전체 △2.2% 줄었다.

구매단가는 대형마트(△0.7%)는 감소, 백화점(12%), 편의점(2.6%), 준대규모점포(1.1%)는 증가하여 전체적으로 5.2% 증가하였다.

<'25년 11월 오프라인* 부문 구매건수·단가 증감률 (단위 : %)>

구분	전체	대형마트	백화점	편의점	SSM
구매건수	△2.2	△8.4	0.3	△1.9	△0.4
구매단가	5.2	△0.7	12.0	2.6	1.1

* 온라인은 구매건수를 집계하지 않고 있어 통계자료에 미포함

담당 부서	중견기업정책관 유통물류과	책임자	과 장	김태희 (044-203-4380)
		담당자	사무관	서민경 (044-203-4385)
			주무관	김명진 (044-203-4383)

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		
'24.12월	△17.9	△3.7	△11.5	△18.8	△13.6	10.7	△13.1	△4.4	△6.6
'25. 1월	7.5	10.5	8.2	0.9	8.4	26.1	7.8	19.1	16.1
2월	△10.9	△23.6	△22.5	△31.3	△21.5	8.2	△19.4	△19.7	△18.8
3월	△20.2	△5.7	△3.7	△18.3	△7.8	18.0	△10.6	3.4	△0.2
4월	△12.1	△16.6	△7.1	△22.8	△12.8	32.0	△11.5	△0.8	△3.1
5월	△7.8	△4.0	△4.3	△14.2	△7.3	35.3	△6.3	1.6	0.2
6월	△16.9	△11.2	△8.6	△19.0	△10.7	33.7	△12.3	0.5	△2.8
7월	△8.5	△5.8	△10.4	△9.4	△7.0	48.2	△8.9	△0.9	△2.4
8월	△18.1	△7.2	△18.3	△18.7	△13.6	45.3	△16.9	△16.7	△15.6
9월	△22.9	△15.7	△22.0	△30.2	△21.1	15.0	△22.0	△8.5	△11.7
10월	0.9	0.6	5.0	△2.9	4.5	49.2	2.5	11.0	9.3
11월	△12.3	△9.2	△17.9	△11.7	△11.4	38.5	△14.0	△8.4	△9.1

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2022 4분기	연 간	2023년				연 간	2024년				연 간	2025년		
		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기
△5.2	△7.6	0.3	1.8	1.2	△1.3	0.5	4.0	△2.6	△2.9	△1.7	△0.8	△0.4	△1.9	△10.2

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비 식품							식품	합계
	가전/문화	의류	가정/생활	스포츠	잡화	기타	소계		
'25. 7월	9.9	3.4	11.7	1.6	2.0	3.0	31.6	68.4	100.0
8월	8.5	2.7	11.4	1.3	1.7	3.3	29.8	71.2	100.0
9월	8.2	2.6	10.7	1.0	1.4	2.7	26.7	73.3	100.0
10월	8.6	4.9	11.8	1.4	1.7	3.1	31.6	68.4	100.0
11월	9.6	4.7	11.7	1.5	1.9	3.3	32.8	67.2	100.0

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

증감률	2024년		2025년										
	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월
구매건수	3.2	△3.5	6.2	△9.3	△1.5	△5.0	△2.5	△3.8	△2.2	△8.7	△9.2	△1.2	△8.4
구매단가	2.4	△3.2	9.4	△10.5	1.4	2.0	2.8	1.0	△0.2	△7.5	△2.7	10.6	△0.7
점포당 매출	7.7	△4.8	17.1	△17.9	1.5	△2.3	1.8	△1.7	△1.9	△14.6	△10.5	10.2	△8.6

* '25. 11월 1인당 구매단가 : 47,196원 (전년동월 47,542원)

** '25. 11월 점포당 매출액 : 39.9억원 (전년동월 43.6억원) / '25. 11월 점포 수 : 368개

□ 백화점

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	비식품품목								식품	합계
	잡화	여성정장	여성캐주얼	남성의류	아동스포츠	가정용품	해외유명브랜드	소계		
'24.11월	△3.5	△7.1	△1.8	△3.1	△3.6	△0.8	7.8	0.7	3.8	1.4
12월	△4.3	△4.1	△1.3	△3.1	△1.7	△1.1	6.1	1.0	1.0	1.1
'25. 1월	0.5	△6.2	2.2	0.7	9.3	△1.1	17.3	7.2	24.9	10.3
2월	△6.5	△3.1	△11.2	△11.3	△7.6	4.3	4.5	△0.7	△21.2	△3.6
3월	△3.8	△5.4	△3.3	△8.9	△1.6	△2.2	△2.7	△3.3	3.5	△2.1
4월	△6.5	△8.1	△7.1	△11.3	△6.2	△6.2	1.1	△3.9	4.5	△2.9
5월	△5.7	△2.0	△2.2	△5.3	△1.3	2.0	8.1	1.9	4.4	2.3
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

* 자료 : 해외유명브랜드는 각사 분류 기준, 가전은 가정용품에 포함

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2022 4분기	연간	2023년				연간	2024년				연간	2025년		
		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기	4분기		1분기	2분기	3분기
7.1	15.8	4.3	0.9	0.1	3.4	2.2	5.5	0.8	△0.7	△1.2	1.4	1.5	△0.4	4.3

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비 식품								식품	합계
	잡화	여성정장	여성캐주얼	남성의류	아동스포츠	가정용품	해외유명브랜드	소계		
'25. 7월	10.4	6.2	6.9	3.3	9.8	14.9	34.4	86.0	14.0	100.0
8월	9.2	6.0	6.0	3.2	9.7	14.8	36.6	85.5	14.5	100.0
9월	9.7	6.5	6.0	3.5	9.9	12.2	33.8	81.8	18.2	100.0
10월	9.5	6.7	7.7	4.7	12.4	12.0	34.6	87.6	12.4	100.0
11월	8.5	8.4	6.9	5.3	11.7	11.7	36.9	89.4	10.6	100.0

* 자료 : 해외유명브랜드는 각사 분류 기준

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

증감률	2024년		2025년										
	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월
구매건수	△1.0	△2.9	0.2	△3.2	△6.5	△4.4	△2.0	△4.0	△0.8	△2.6	△4.8	3.0	0.3
구매단가	2.4	4.0	10.1	△0.4	4.7	1.6	4.4	3.2	6.0	5.6	10.1	9.0	12.0
점포당 매출	4.9	4.6	14.1	△0.2	1.3	0.5	7.7	4.3	12.6	6.5	8.6	16.2	16.3

* '25. 11월 1인당 구매단가 : 156,389원 (전년동월 139,643원)

** '25. 11월 점포당 매출액 : 559.4억원 (전년동월 481.0억원) / '25. 11월 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	
'24.11월	2.5	△0.8	4.4	4.1	6.9	1.1	5.9	5.1
12월	△2.4	△3.8	3.9	3.1	2.2	0.0	1.8	2.4
'25. 1월	3.7	△2.2	0.7	0.9	4.1	△5.0	2.5	1.7
2월	△11.6	△12.6	△2.6	△3.6	△5.5	△4.8	△5.4	△4.6
3월	△2.0	△2.5	1.5	1.1	2.5	△2.4	1.6	1.4
4월	0.1	△0.3	△0.2	△0.2	△0.7	△2.1	△0.9	△0.6
5월	3.7	4.2	△0.6	△0.1	0.4	△2.9	△0.2	△0.2
6월	△0.2	△1.6	0.7	0.6	△1.6	△2.3	△1.7	△0.7
7월	△0.1	△11.2	2.7	2.0	6.1	2.2	5.4	3.9
8월	3.4	△2.3	△0.6	△0.3	2.5	△0.3	2.1	1.1
9월	3.0	6.0	1.8	2.1	△1.3	6.3	0.0	0.9
10월	9.1	3.7	△1.9	△0.8	3.2	△4.3	1.9	0.7
11월	0.1	△1.7	△1.1	△1.0	2.4	0.1	2.0	0.7

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2022		2023년						2024년				2025년		
4분기	연간	1분기	2분기	3분기	4분기	연간	1분기	2분기	3분기	4분기	연간	1분기	2분기	3분기
11.4	10.8	9.4	9.5	7.6	6.1	8.1	6.0	4.6	3.3	3.7	4.3	△0.4	△0.5	1.9

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	비 식품				식품			합계
	생활용품	잡화	담배 등 기타	소계	음료 등 가공	즉석 (신선일부)	소계	
'24. 7월	3.7	1.2	38.8	43.7	47.0	9.3	56.3	100.0
8월	3.8	1.2	37.1	42.1	48.5	9.4	57.9	100.0
9월	3.8	1.3	38.1	43.2	46.7	10.1	56.8	100.0
10월	4.0	1.3	37.9	43.2	47.3	9.5	56.8	100.0
11월	3.8	1.2	38.4	43.3	47.1	9.6	56.7	100.0

○ 구매건수 및 구매단가 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2024년		2025년										
	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월
구매건수	3.6	1.9	△2.0	△5.4	△0.5	△2.9	△3.1	△3.2	0.3	△2.4	△0.9	△4.2	△1.9
구매단가	1.4	0.5	3.8	0.8	1.9	2.4	3.1	2.5	3.6	3.5	1.8	5.1	2.6

* '25. 11월 1인당 구매단가 : 7,218원 (전년동월 7,035원)

○ 점포당 매출액 증감률 추이 및 점포수 현황 (단위 : %)

증감률	2024년		2025년										
	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월
점포증가율	1.6	1.3	1.1	0.9	0.3	△0.2	△0.6	△1.3	△2.0	△1.6	△1.7	△2.4	△2.2
점포당매출액	3.5	1.0	0.6	△5.4	1.1	△0.4	0.5	0.6	6.1	2.7	2.6	3.2	3.0

* '25. 11월 점포당 매출액 : 5,372.9만원 (전년동월 5,217.9만원) / '25. 11월 점포 수 : 47,826개

□ 준대규모점포(SSM)

○ 전년동월 대비 상품군별 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	식품품목				비식품			합계
	농수축산	신선·조리식품	가공식품	소계	일상용품	생활잡화	소계	
'24.11월	9.2	7.3	5.7	7.5	△3.2	2.0	△0.6	6.8
12월	6.0	2.3	2.9	4.0	△2.6	△6.6	△4.6	3.4
'25. 1월	7.0	0.8	5.9	5.1	△3.0	5.6	1.4	4.8
2월	△0.1	3.4	△5.0	△1.0	△10.2	0.3	△4.3	△1.2
3월	4.2	3.5	3.7	3.9	△3.9	3.2	0.1	3.6
4월	△0.5	0.7	1.0	0.3	△6.4	2.6	△1.3	0.2
5월	2.5	0.5	0.3	1.3	△8.2	1.8	△2.5	1.0
6월	5.8	1.4	△0.5	2.6	△6.3	0.5	△2.6	2.1
7월	5.9	1.7	△1.3	2.3	△10.7	1.5	△4.0	1.8
8월	△3.7	△6.5	△8.0	△5.8	△10.1	△4.0	△6.8	△5.9
9월	5.0	△2.9	△2.6	0.3	△13.9	△0.5	△6.6	△0.2
10월	1.0	△6.7	△1.4	△1.9	△4.9	3.9	0.0	△1.7
11월	6.0	△3.2	△1.1	1.2	△10.3	0.8	△4.1	0.8

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2022	연	2023년				연	2024년				연	2025년		
4분기	간	1분기	2분기	3분기	4분기	간	1분기	2분기	3분기	4분기	간	1분기	2분기	3분기
0.5	△2.5	△1.1	5.6	6.2	4.2	3.7	8.0	3.3	1.8	5.7	4.6	2.5	1.1	△1.6

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	식품				비식품			합계
	농수축산	신선·조리식품	가공식품	소계	일상용품	생활잡화	소계	
'25. 7월	37.7	25.4	29.3	92.4	3.2	4.4	7.6	100.0
8월	38.6	25.2	28.9	92.8	3.2	4.1	7.2	100.0
9월	38.4	23.8	30.4	92.6	3.1	4.3	7.4	100.0
10월	37.7	23.4	31.1	92.1	3.3	4.5	7.9	100.0
11월	38.4	23.0	31.1	92.5	3.1	4.4	7.5	100.0

○ 구매건수·구매단가 및 점포당 매출액 증감률 추이 (단위 : %)

증감률	2024년		2025년										
	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월
구매건수	7.7	5.2	3.7	2.1	5.1	1.5	1.5	1.6	1.8	△3.1	0.3	△3.4	△0.4
구매단가	△0.8	△1.7	1.0	△3.3	△1.4	△1.3	△0.5	0.6	0.1	△2.9	△0.5	1.7	1.1
점포당 매출	2.1	△2.0	△0.8	△5.9	△1.0	△3.4	△2.1	△0.6	△0.1	△7.7	△2.9	△4.3	△1.6

* '25. 11월 1인당 구매단가 : 16,490원 (전년동월 16,306원)

** '25. 11월 점포당 매출액 : 3.3억원 (전년동월 3.4억원) / '25. 11월 점포 수 : 1,211개

□ 온라인 유통

○ 전년동월 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2024년		2025년										
11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월
11.8	18.8	14.6	16.7	19.0	15.8	13.0	15.9	15.3	10.5	16.5	6.8	5.3

○ 전년동월 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

구분	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	합계
'24.11월	△9.9	3.7	△9.1	△10.7	7.1	5.6	19.1	6.1	70.7	11.8
12월	△1.2	5.6	△6.8	△4.5	14.7	4.9	21.5	7.7	83.8	18.8
'25. 1월	△6.2	△3.5	△12.8	△11.9	7.7	7.2	19.6	2.5	73.3	14.6
2월	3.6	10.4	△9.7	△9.8	8.8	4.0	14.9	7.9	76.3	16.7
3월	7.8	6.1	△4.7	△10.1	7.5	3.8	19.4	7.5	78.3	19.0
4월	4.1	10.3	△8.6	△13.8	11.6	6.6	21.3	7.7	50.1	15.8
5월	5.8	5.8	△4.6	△12.7	7.4	3.2	18.2	6.0	37.3	13.0
6월	0.4	9.6	△0.8	△8.5	9.0	8.2	24.1	11.9	38.7	15.9
7월	5.3	7.8	1.0	2.8	14.2	11.8	24.2	10.0	24.9	15.3
8월	1.1	7.7	△1.8	△1.6	13.5	4.9	16.3	6.5	18.1	10.5
9월	10.0	21.4	6.6	3.1	15.0	6.7	26.0	11.6	16.1	16.5
10월	3.5	△5.0	△1.3	△11.1	9.5	4.9	12.6	4.6	8.6	6.8
11월	△0.8	4.4	△7.0	△14.1	10.2	△0.1	15.8	4.2	3.0	5.3

○ 전년동기 대비 매출증감률 추이 (단위 : %)

2022년		2023년					2024년					2025년		
4분기	연간	1분기	2분기	3분기	4분기	연간	1분기	2분기	3분기	4분기	연간	1분기	2분기	3분기
4.5	8.6	4.4	1.9	5.7	8.7	5.2	13.1	16.4	15.5	14.8	15.0	16.7	14.9	14.1

○ 상품군별 매출 비중 (단위 : %)

구분	가전/전자	도서/문구	패션/의류	스포츠	화장품	아동/유아	식품	생활/가구	서비스/기타	합계
'24.11월	18.0	1.8	7.3	2.8	5.1	2.8	28.5	15.2	18.4	100.0
12월	15.5	2.3	6.4	2.2	5.2	3.4	29.6	14.9	20.5	100.0
'25. 1월	16.3	1.9	4.8	1.7	5.2	2.6	33.2	14.1	20.1	100.0
2월	18.1	2.1	4.9	1.7	5.2	2.7	30.7	14.9	19.8	100.0
3월	15.7	2.4	5.8	2.0	5.1	2.7	31.5	15.3	19.4	100.0
4월	15.0	2.0	6.0	2.3	5.4	2.9	32.4	15.3	18.7	100.0
5월	16.5	1.7	5.9	2.4	5.3	2.9	32.0	15.4	18.0	100.0
6월	15.3	1.6	5.8	2.3	5.2	2.7	32.8	16.2	18.1	100.0
7월	16.9	1.8	5.4	2.3	5.2	2.9	32.9	15.9	16.7	100.0
8월	15.3	1.9	4.5	2.1	5.4	2.8	34.3	15.9	17.9	100.0
9월	17.1	1.9	4.7	2.1	5.1	2.6	35.2	15.1	16.2	100.0
10월	15.8	1.7	6.3	2.4	5.3	2.8	32.1	15.7	17.8	100.0
11월	17.0	1.8	6.4	2.3	5.3	2.7	31.4	15.1	18.0	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 13개사의 월간 매출액을 조사·분석한 결과임

【 매출동향 조사대상 】

□ 오프라인 유통업체(13개사)

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

□ 온라인 유통업체(10개사)

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

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

3. 온라인 유통업체 매출동향은 온라인 유통업체 10개사의 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