

2012년 12월 27일(목) 석간부터 보도하여 주시기 바랍니다.

자료문의 : 유통물류과 박영삼 과장, 최승민 주무관(02-2110-5145)

2012. 11월 주요 유통업체 매출동향

- 전년대비 추운 날씨로 겨울철 방한 용품 판매 호조
- 전년동월대비 대형마트 매출 감소세 완화·백화점 매출 6개월 만에 증가

※ 본 조사는 주요 유통업체(백화점·대형마트 각 3사)의 매출액을 조사분석한 것이므로 통계청의 자료(대형유통업체 전수조사)와는 상이할 수 있음

□ 전년동월대비 매출증가율 대형마트 △1.7%, 백화점 9.1%

- **(대형마트)** 전년보다 추운 날씨로 '의류'·'스포츠'·'잡화' 부문 겨울철 방한 용품 판매 증가로 매출 감소세 완화
 - * 의무휴업사(4월) 후 추석 명절 상품 판매가 많았던 9월을 제외하면 가장 낮은 매출 감소율 기록
 - * 평균기온(서울청 기준) : 10.7℃('11.11월) → 5.5℃ ('12.11월)
- **(백화점)** 추운 날씨와 월말 세일 행사로 '의류'·'잡화' 부문의 겨울철 방한 용품 판매 및 구매 고객 증가로 6개월 만에 매출 + 로 반등
 - * 세일 행사 일수 증가[6일('11년)→8일('12년)]와 해외유명브랜드의 세일행사 조기 참여도 구매 고객 증가에 영향

- 전년동월대비 매출 증가율 추이 -

구분 (단위 :%)	'11년		'12년										
	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월
대형마트	△0.5	3.7	2.7	△6.4	3.2	△2.4	△5.7	△7.2	△8.2	△3.3	0.2	△6.6	△1.7
백화점	△0.5	11.0	△4.1	2.9	1.6	△3.4	1.0	△2.0	△1.3	△6.9	△0.8	△0.4	9.1

※ 통계청 e-나라지표(<http://www.index.go.kr>)에서 매출증감자료(업체별·상품군별) 확인 가능

□ 대형마트

(전년동월대비) 의류(7.9%)·스포츠(5.1%)·잡화(2.3%)매출은 증가한 반면, 가전문화(△7.7%)·가정생활(△1.1%)·식품(△4.1%) 매출 감소

- **(의류·스포츠·잡화)** 전년동월대비 추운 날씨로 내의·외투 등 겨울철 방한 의류와 기능성 스포츠 의류 및 장갑·머플러·귀마개 등 겨울 시즌 상품 판매 증가
 - * 평균기온(서울 기준) : 10.7℃('11.11월) → 5.5℃ ('12.11월)
- **(가전문화)** 구매 고객 감소와 전문점·온라인 등으로 고객 이탈로 대형가전 판매 감소세 지속
- **(식품)** 신선식품 가격상승과 경기 영향에 따른 구매고객 감소로 농축수산물 판매 감소
 - * 신선식품 가격지수 : 101.5('11.11월) → 109.6('12.11월)
- 경기 영향과 의무 휴업에 따른 구매 고객 감소도 매출에 영향을 준 것으로 추정

(금년전월대비) 추운 날씨로 '의류'·'잡화' 매출은 증가하였지만 '스포츠'·'가정생활'·'식품' 부문의 판매가 감소하면서 전월대비 1.5% 감소

- **(스포츠)** 급격히 추워진 날씨로 야외 운동 용품 등의 판매 감소
- **(가정생활)** 추석 이후 주방용품, 가구·침구류 등 판매 감소 지속
- **(식품)** 의무 휴업과 경기 영향으로 인한 구매 고객 감소로 전월대비 매출 감소

[상품군별 매출 증가율]

구분 (단위 :%)	비 식품부문						식품	총계
	가전문화	의류	가정생활	스포츠	잡화	소계		
전년동월	△7.7	7.9	△1.1	5.1	2.3	△0.1	△4.1	△1.7
금년전월	△1.9	10.0	△4.6	△17.8	△3.5	△1.6	△1.3	△1.5

(소비자구매패턴) 전년동월대비 구매 건수(△0.7%), 구매 단가(△1.0%) 모두 소폭 감소

- 겨울철 시즌 상품 판매 증가로 구매 건수 및 구매 단가 감소세 완화
 - 1인당 구매단가 43,543원 (전년동월 43,969원)

[구매 건수 및 구매 단가 증가율 추이]

구분 (단위 :%)	'11년		'12년										
	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월
구매건수 증가율	0.1	2.9	3.0	△2.2	1.2	△2.2	△4.3	△6.2	△6.3	△1.6	△2.0	△4.4	△0.7
구매단가 증가율	△0.5	0.7	△0.2	△4.4	2.0	△0.1	△1.3	△1.1	△2.0	△1.7	2.3	△2.3	△1.0

□ 백화점

(전년동월대비) 잡화(1.2%) · 여성정장(5.7%) · 여성캐주얼(11.1%) · 남성의류(4.5%) · 아동스포츠(17.2%) · 가정용품(13.3%) · 해외유명 브랜드(10%) · 식품(8.1%)으로 모든 부문 매출 증가

- **(잡화 · 의류)** 전년대비 추운 날씨로 겨울철 시즌 상품의 판매 증가
 - **(잡화 · 여성정장 · 여성캐주얼 · 남성의류)** 이른 한파에 따라 장갑·머플러 등 시즌 잡화와 모피·외투 등 겨울철 의류 판매 증가
- **(아동스포츠)** 이른 추위로 기능성 스포츠 방한 의류 판매 증가
- **(가정용품)** 세일 행사 등 판촉 행사 강화와 지상파 아날로그 방송 종료('12.12.31)에 따른 TV교체 수요 증가 등으로 대형 가전 제품 판매 증가
- **(해외유명브랜드)** 재고부담완화를 위해 전년대비 세일행사 참여를 1주일 앞당겨 실시하여 핸드백 · 고가시계류 등 판매 호조
 - * 해외유명브랜드 세일 행사 참여 : 12월 초 참여('11년) → 11.23(금)부터 참여('12년)

- **(식품)** 전년대비 이른 추위와 월말 세일 행사에 따른 구매 고객수 증가의 영향으로 식품 부문 판매 동반 증가

(금년전월대비) 추운 날씨의 영향으로 '의류' 부문 매출 증가와 월말 세일 기간 구매고객수 증가의 영향으로 전월대비 매출 3.2% 증가

- **(의류 · 아동스포츠)** 한파의 영향으로 겨울 시즌상품 판매 증가
- **(식품)** 구매 고객수 증가의 영향으로 다른 부문 매출과 동반 증가

[상품군별 매출 증가율]

구분 (단위 :%)	비식품부문								식품	총 계
	잡 화	여성 정장	여성 캐주얼	남성 의류	아동 스포츠	가정 용품	해외유명 브랜드	소계		
전년동월	1.2	5.7	11.1	4.5	17.2	13.3	10	8.7	8.1	9.1
금년전월	△0.5	17.5	13.8	7.8	3.1	△5.4	△5.7	4.3	6.4	3.2

(소비자구매패턴)

전년동월대비 구매 건수(8.4%), 큰 폭으로 증가, 구매 단가(0.6%) 소폭 증가

- 이른 한파와 월말 세일 행사로 구매 건수 및 구매 단가 모두 증가
 - 경기 영향에 따른 중저가 위주의 상품 구매 패턴의 확산으로 구매 건수에 비해 구매 단가는 소폭 증가
 - 1인당 구매단가 88,739원 (전년동월 88,186원)

[구매건수 및 구매단가 증가율 추이]

구분 (단위 :%)	'11년		'12년										
	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월
구매건수 증가율	△2.3	4.3	△7.9	1.3	△0.7	△1.4	4.0	0.6	0.8	0.4	1.5	1.6	8.4
구매단가 증가율	1.9	6.4	4.1	1.5	2.4	△1.8	△2.9	△2.3	△2.1	△7.3	△2.3	△2.0	0.6

참고 주요유통업체매출동향 참고자료

□ 대형마트

○ 상품군별 매출 비중

(단위 : %)

구분 (‘12년)	비 식품부문						식품	총 계
	가전문화	의류	가정생활	스포츠	잡화	소계		
1/4분기	10.9	7.5	18.5	3.2	4.1	44.2	55.8	100.0
2/4분기	10.8	8.9	18.5	4.3	4.7	47.2	52.8	100.0
3/4분기	10.3	7.3	18.2	3.6	4.1	43.4	56.6	100.0
11월	11.1	10.7	18.8	3.7	4.5	48.8	51.2	100.0

* 자료 : 각 대형마트(신규점 제외)

○ 전년동월대비 매출 증가율 추이

(단위 : %)

구분	비 식품부문						식품	총 계
	가전문화	의류	가정생활	스포츠	잡화	소계		
‘11. 11월	△2.6	△8.4	△0.1	△2.6	△5.4	△3.2	2.2	△0.5
12월	△2.4	5.5	5.8	7.0	0.5	3.0	3.5	3.7
‘12. 1월	△0.4	△1.6	4.5	1.8	△3.7	1.2	1.7	2.7
2월	△16.6	△10.5	△3.0	△0.2	△13.5	△8.9	△5.4	△6.4
3월	△2.2	3.2	4.0	7.7	3.4	2.5	2.8	3.2
4월	△6.1	△1.7	△0.2	4.1	△4.7	△2.0	△3.3	△2.4
5월	△11.3	△6.3	△3.8	1.3	△3.6	△5.7	△6.5	△5.7
6월	△14.4	△12.4	△4.4	△0.5	△10.9	△8.6	△6.7	△7.2
7월	△6.5	△9.1	△4.6	△6.8	△8.7	△6.4	△10.8	△8.2
8월	0.2	△4.9	△5.2	△0.2	△1.6	△3.0	△3.7	△3.3
9월	△5.5	△9.1	△2.7	△11.3	△6.2	△5.6	4.3	0.2
10월	△6.3	△6.9	△3.4	△5.5	△2.8	△4.9	△9.2	△6.6
11월	△7.7	7.9	△1.1	5.1	2.3	△0.1	△4.1	△1.7

* 자료 : 각 대형마트(신규점 제외), 전년동월대비 증감률

□ 백화점

○ 상품군별 매출 비중

[상품군별 매출 비중]

(단위 : %)

구분 (‘12년)	비 식품부문							식품	총 계	
	잡화	여성 정장	여성 캐주얼	남성 의류	이동 스포츠	가정 용품	해외유명 브랜드			소계
1/4분기	18.1	12.6	13.4	8.4	12.5	8.0	13.2	86.3	13.7	100.0
2/4분기	19.2	10.9	13.2	8.5	14.3	8.3	13.6	88.0	12.0	100.0
3/4분기	18.6	10.1	12.3	6.7	12.5	9.6	13.8	83.5	16.5	100.0
11월	16.2	13.3	15.5	9.2	15.5	8.6	11.7	90.1	9.9	100.0

* 자료 : 각 백화점(신규점 제외), 명품은 자사 분류 기준

○ 전년동월대비 매출 증가율 추이

(단위 : %)

구분	비 식품부문							식품	총 계	
	잡화	여성 정장	여성 캐주얼	남성 의류	이동 스포츠	가정 용품	해외유명 브랜드			소계
‘11.11월	△1.9	△11.5	△1.0	△3.2	1.7	△1.7	13.5	△1.1	2.9	△0.5
12월	11.0	0.5	15.4	12.5	24.5	2.1	10.5	11.3	8.1	11.0
‘12. 1월	△5.1	△16.5	△8.1	△5.2	2.3	△11.0	7.8	△5.5	1.6	△4.1
2월	△0.4	7.8	△0.2	4.7	5.1	△4.3	8.2	2.9	△0.2	2.9
3월	△2.4	△0.3	1.3	0.5	8.6	△7.0	4.7	0.9	4.1	1.6
4월	△5.1	△8.1	△1.8	△9.4	7.1	△7.5	△5.9	△3.9	1.3	△3.4
5월	2.0	△6.4	0.1	△5.6	6.4	△1.9	4.9	0.6	3.6	1.0
6월	△0.7	△6.0	△4.1	△9.7	1.6	△6.4	2.4	△2.6	2.8	△2.0
7월	△1.9	△7.8	△5.0	△5.2	0.7	0.6	2.2	△2.1	0.6	△1.3
8월	△6.7	△13.0	△7.8	△12.6	△4.3	△7.9	△2.2	△7.2	△9.7	△6.9
9월	△6.6	△11.5	△6.6	△6.4	△1.8	3.8	2.4	△4.1	12.9	△0.8
10월	△5.7	△10.6	△6.1	△10.6	0.7	5.6	4.8	△3.4	△2.7	△0.4
11월	1.2	5.7	11.1	4.5	17.2	13.3	10.0	8.7	8.1	9.1

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