

2019년 7월

온라인쇼핑 동향

Report of Online Shopping Survey
in July 2019



통계청

국가통계 기본원칙

국가통계는 통계법의 대상이 되는 통계로서 사회·경제적 변화를 진단하고 과학적인 정책을 수립하기 위한 필수적인 공공재이다. 국가통계를 생산하는 통계작성기관은 국민의 신뢰를 얻고 고객을 만족시키기 위해 노력하여야 한다.

이에, 국가통계작성기관 및 그 종사자들의 자율성을 보장하고 책임성을 강화하기 위하여 국가통계의 기본원칙을 다음과 같이 정한다.

- ① 국가통계는 공익적 가치를 가진 공공재로서 중립성이 보장되어야 한다.
- ② 국가통계는 객관적이고 과학적인 방법을 사용하여 정확하고 신뢰할 수 있도록 작성되어야 한다.
- ③ 국가통계 작성을 위한 비용, 응답 및 조사부담 등을 고려한 계획을 수립하여 효율적인 조사가 이루어지도록 한다.
- ④ 국가통계는 다른 통계와 비교하여 사용할 수 있도록 비교 가능한 개념, 분류, 방법 등을 사용하여야 한다.
- ⑤ 개인이나 법인 또는 단체 등의 비밀에 속하는 자료는 통계목적으로만 사용되어야 하고 엄격히 보호되어야 한다.
- ⑥ 국가통계 작성에 필요한 인력, 예산, 전산 장비 및 프로그램 등을 충분히 확보하여야 한다.
- ⑦ 국가통계의 실용성을 향상시키고, 공익적 가치를 극대화하기 위하여 이용자들을 효과적으로 참여시켜야 한다.
- ⑧ 국가통계는 모든 이용자들이 쉽고 편리하게 접근하여 활용할 수 있어야 한다.

이용자를 위하여

- ☐ 2019년 7월 온라인쇼핑동향조사 결과입니다.
- ☐ 온라인쇼핑 거래액은 PC기반 인터넷쇼핑 거래액과 모바일기반 인터넷쇼핑 거래액을 합산한 수치입니다.
- ☐ 2018년 1월부터 일부 상품군을 재분류하여 작성하였습니다.

	前 상품군 분류 (22개)	現 상품군 분류 (23개)
세 분	○ 생활·자동차용품	○ 생활용품 ○ 자동차용품
	○ 여행 및 예약서비스	○ 여행 및 교통서비스 ○ 문화 및 레저서비스
	○ 각종서비스	○ e-쿠폰서비스 ○ 음식서비스 ○ 기타서비스
통 합	○ 소프트웨어(CD)	○ '컴퓨터 및 주변기기'에 통합
	○ 음반·비디오·악기	○ '기타'에 통합
	○ 꽃	○ '생활용품'에 통합

- ☐ 이 통계는 온라인쇼핑 거래액을 경상금액으로 작성하였습니다.
- ☐ 반올림으로 인하여 본 자료내의 수치(합계, 구성비, 증감률)는 통계표상의 세항의 숫자를 이용하여 계산한 결과와 일치하지 않을 수 있습니다.
- ☐ 본문에 수록된 자료는 통계청 홈페이지(<http://kostat.go.kr>) 및 국가통계포털(<http://kosis.kr>)을 통해 이용하실 수 있습니다.
 - 본문에 수록된 통계자료의 최근 수치(2개월)에는 잠정치(p)가 포함되어 있으므로 추후 수정될 수 있습니다.

1. 통계표 중에서 사용된 부호의 뜻은 다음과 같습니다.

- 「 - 」 해당숫자 없음 「 P 」 잠정치

2. 과거계열에 대한 자료 및 기타 상세한 내용은 통계청 경제통계국 서비스업동향과 (042)481-2195, 3662】에 문의하시기 바랍니다.

- 서비스업동향과장 민 경 삼
- 담 당 사 무 관 김 태 근
- 담 당 주 무 관 권 오 찬, 최 봉 석

차 례

2019년 7월 온라인쇼핑 동향

I. 2019년 7월 온라인쇼핑 동향

1. 온라인쇼핑 동향(요약)	2
2. 온라인쇼핑 동향	3
3. 상품군별 거래액	4
3. 취급상품범위 및 운영형태별 거래액	10

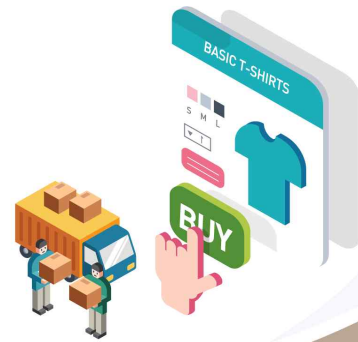
II. 통 계 표

1. 상품군별 온라인쇼핑 거래액	12
2. 상품군별 모바일쇼핑 거래액	20
3. 온라인쇼핑 거래액	28
4. 종합물의 상품군별 거래액	36
5. 전문물의 상품군별 거래액	44
6. 온라인몰의 상품군별 거래액	52
7. 온·오프라인 병행몰의 상품군별 거래액	60

III. 부 록

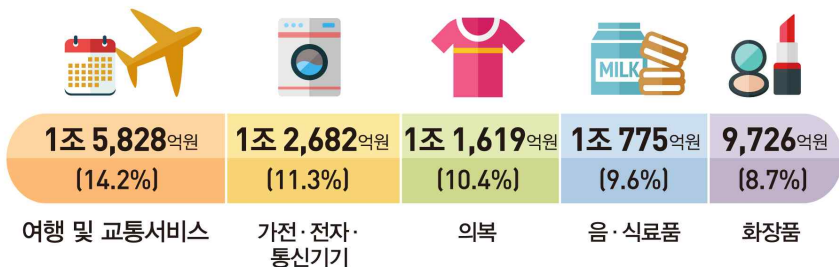
◎ 조사개요	69
--------------	----

2019년 7월 온라인쇼핑동향



온라인쇼핑

온라인쇼핑 거래액

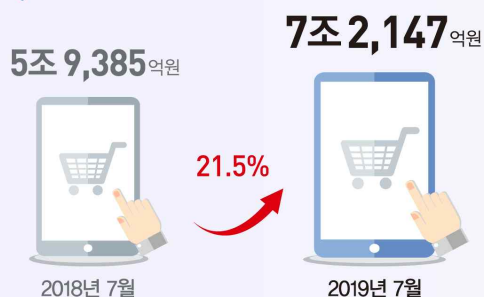


전년동월대비 증감



모바일쇼핑

모바일쇼핑 거래액



온라인쇼핑 중 모바일 비중



2019년 7월 온라인쇼핑 동향[요약]

- (온라인쇼핑) 총 거래액은 11조 1,822억원으로 전년동월대비 15.4% 증가
- (상품군별) 음식서비스(81.3%)*, 화장품(25.0%)**, 음식료품(24.9%)* 등에서 전년동월대비 증가
 - 7월 거래액 기준 상위 6개*** 상품군이 전체 거래액의 61.6%를 차지
 - * 음식서비스 다양화, 가정간편식 선호 등의 변화된 소비트렌드 영향
 - ** 중국 등 외국인 관광객 증가로 온라인 면세점 등 거래 증가
 - *** 여행 및 교통서비스, 가전·전자·통신기기, 의복, 음식료품, 화장품, 음식서비스
 - (취급상품범위별) 종합몰의 거래액은 7조 2,340억원, 전문몰의 거래액은 3조 9,483억원으로 전년동월대비 각각 11.5%, 23.3% 증가
 - (운영형태별) 온라인몰의 거래액은 7조 5,750억원, 온오프라인병행몰의 거래액은 3조 6,073억원으로 전년동월대비 각각 15.0%, 16.1% 증가
- (모바일쇼핑) 거래액은 7조 2,147억원으로 전년동월대비 21.5% 증가
- 총 거래액 중 모바일쇼핑 비중*은 64.5%로 전년동월대비 3.3%p 상승
 - ※ 특히, 음식서비스(93.7%), e쿠폰서비스(88.5%)의 모바일쇼핑 비중이 높음

참고

< 소매판매액 중 온라인쇼핑 거래액 비중 >

(경상금액, 억원, %)

구 분	2018년		2019년		
	연간	7월	5월	6월 ^p	7월 ^p
○ 소매 판매액(A)	4,649,923	386,054	408,819	384,219	383,954
○ 온라인쇼핑거래액	1,137,297	96,926	112,321	105,576	111,822
- 온라인쇼핑 상품 거래액 ¹⁾ (B)	873,631	73,072	85,616	78,459	82,276
비중(B/A)	18.8	18.9	20.9	20.4	21.4

1) 「여행 및 교통서비스, 문화 및 레저서비스, e쿠폰서비스, 음식서비스, 기타서비스 거래액」 제외

2019년 7월 온라인쇼핑 동향

1. 개 황

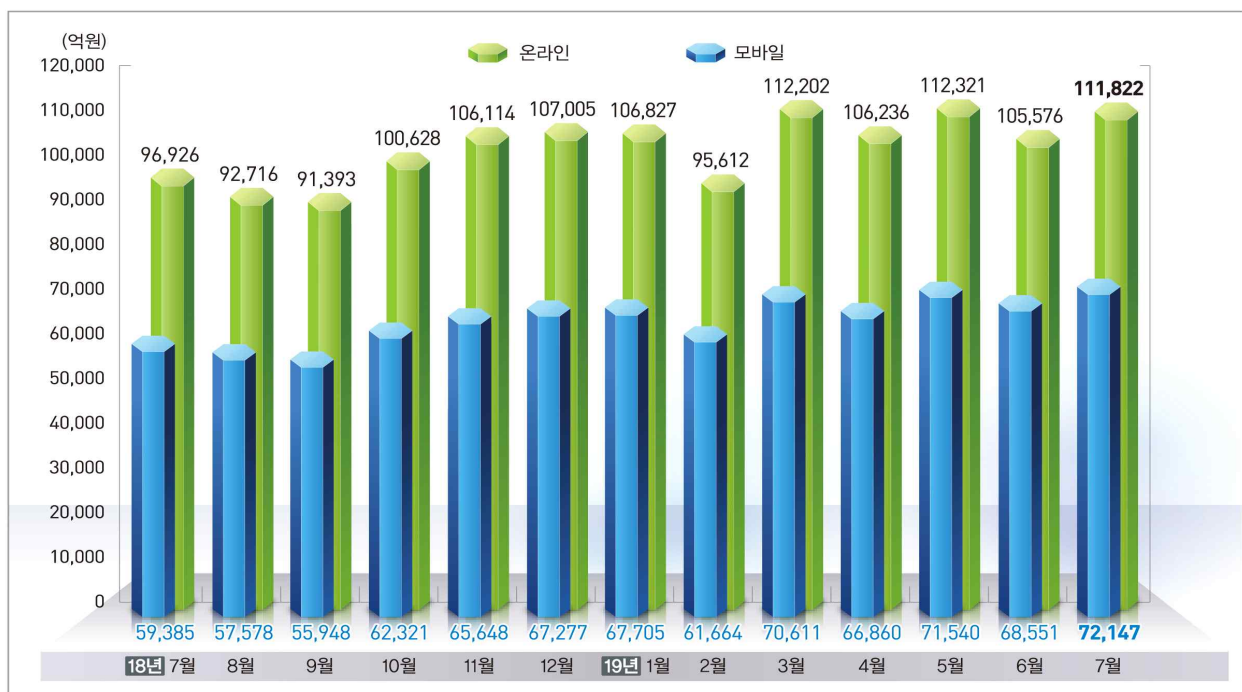
- 2019년 7월 온라인쇼핑 거래액은 전년동월대비 15.4% 증가한 11조 1,822억원
이며, 온라인쇼핑 거래액 중 모바일쇼핑은 21.5% 증가한 7조 2,147억원을 기록
- 전월대비 온라인쇼핑 거래액은 5.9%, 모바일쇼핑 거래액은 5.2% 각각 증가
- 온라인쇼핑 거래액 중 모바일쇼핑 거래액 비중은 64.5%로 전년동월(61.3%)에
비해 3.3%p 상승

< 온라인쇼핑 거래액 동향 >

(억원, %, %p)

구 분	2018년		2019년		전월대비		전년동월대비	
	연간	7월	6월 ^o	7월 ^o	증감액	증감률(차)	증감액	증감률(차)
○ 총 거래액(A)	1,137,297	96,926	105,576	111,822	6,247	5.9	14,896	15.4
모바일 거래액(B)	690,950	59,385	68,551	72,147	3,596	5.2	12,762	21.5
비 중(B/A)	60.8	61.3	64.9	64.5	-	-0.4	-	3.3

< 온라인쇼핑 거래액 동향 >

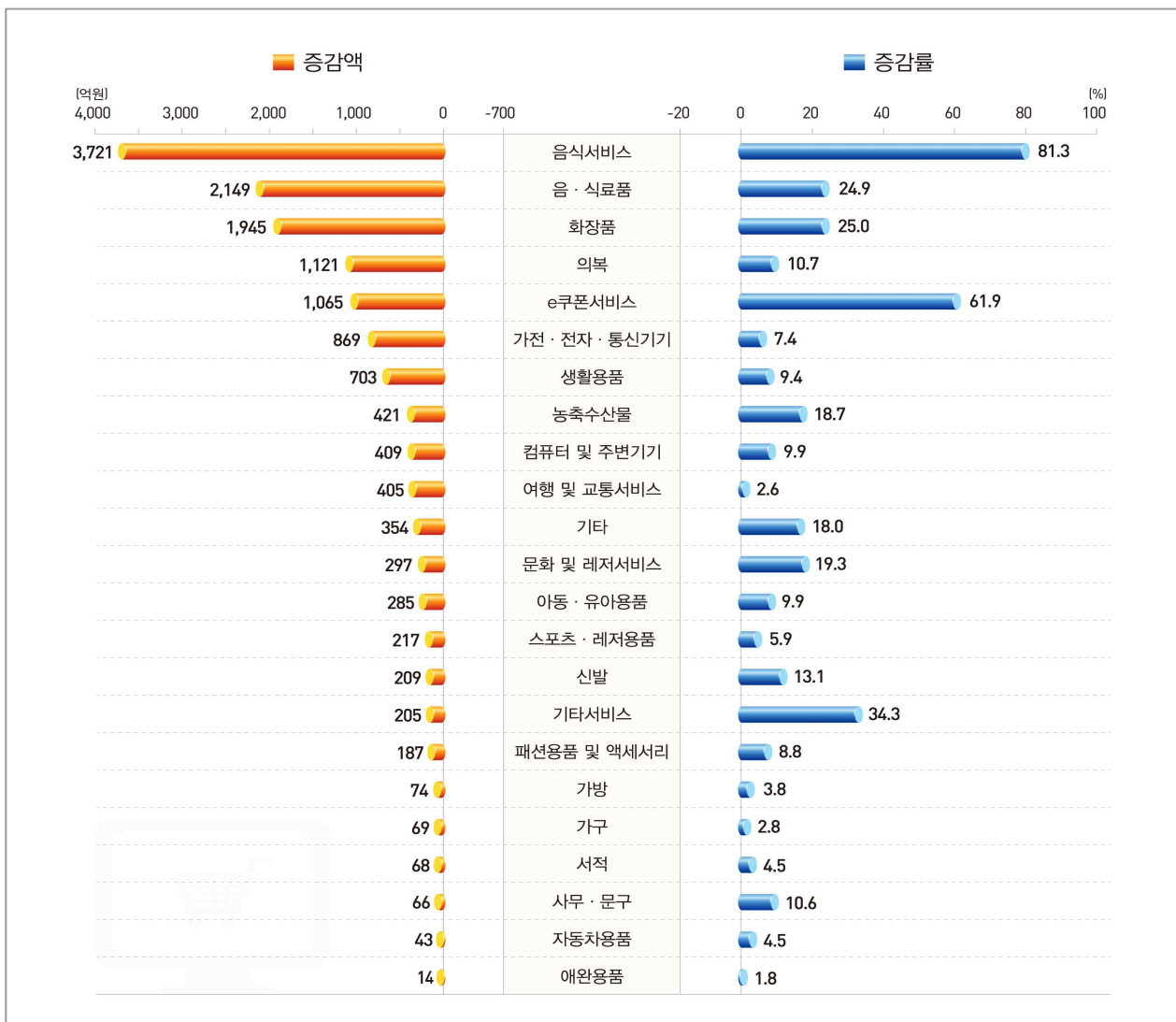


2. 상품군별 거래액

□ 상품군별 온라인쇼핑 거래액

- 2019년 7월 상품 부문별 온라인쇼핑 거래액은 전년동월대비 서비스(23.9%), 식품(23.6%), 패션(13.2%) 순으로 증가
 - 전월대비로는 서비스(9.0%), 가전(7.4%), 패션(3.5%) 순으로 증가
- 2019년 7월 세부 상품군별 온라인쇼핑 거래액은 전년동월대비 음식서비스(81.3%), 화장품(25.0%), 음·식료품(24.9%) 등에서 증가
 - 전월대비로는 컴퓨터 및 주변기기(14.4%), 여행 및 교통서비스(12.4%), 가전·전자·통신기기(5.2%) 등에서 증가했으나, 문화 및 레저서비스(-8.9%) 등에서 감소

< 상품군별 온라인쇼핑 거래액(전년동월비) 증감 >



< 상품군별 온라인쇼핑 거래액 >

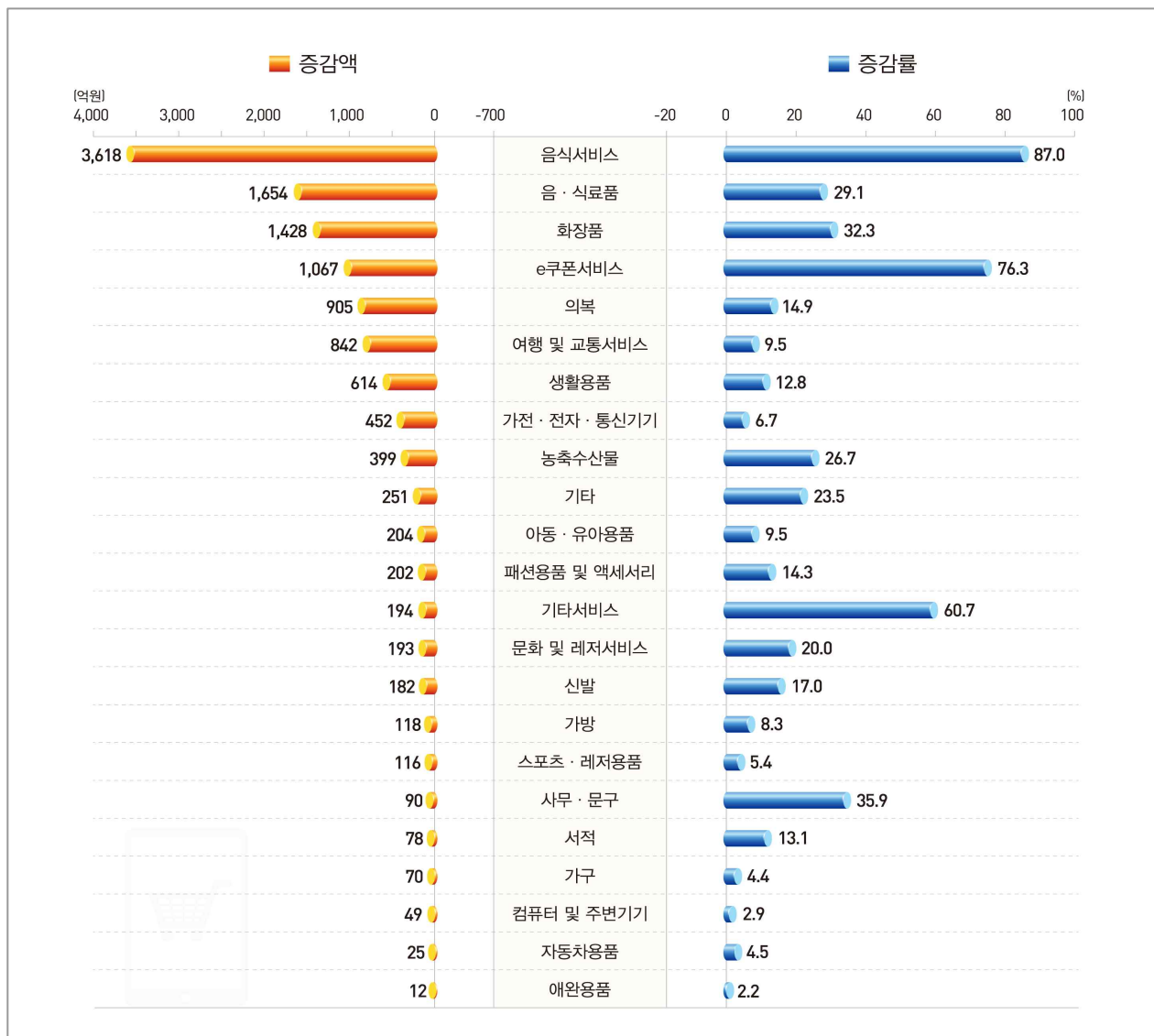
(억원, %)

구 분	2018년		2019년		전월대비		전년동월대비	
	연간	7월	6월 ^p	7월 ^p	증감액	증감률	증감액	증감률
○ 합 계	1,137,297	96,926	105,576	111,822	6,247	5.9	14,896	15.4
- 가 전	169,807	15,962	16,045	17,239	1,194	7.4	1,278	8.0
· 컴퓨터 및 주변기기	53,895	4,149	3,986	4,558	572	14.4	409	9.9
· 가전·전자·통신기기	115,912	11,813	12,060	12,682	622	5.2	869	7.4
- 도 서	26,521	2,142	1,878	2,276	399	21.2	134	6.2
· 서적	18,211	1,524	1,246	1,592	347	27.8	68	4.5
· 사무·문구	8,309	618	632	684	52	8.2	66	10.6
- 패 셴	376,485	30,477	33,362	34,515	1,153	3.5	4,038	13.2
· 의복	138,991	10,498	11,291	11,619	328	2.9	1,121	10.7
· 신발	18,932	1,595	1,807	1,804	-3	-0.1	209	13.1
· 가방	22,397	1,938	2,057	2,011	-46	-2.2	74	3.8
· 패션용품 및 액세서리	23,669	2,134	2,166	2,321	155	7.2	187	8.8
· 스포츠·레저용품	37,985	3,657	3,625	3,874	249	6.9	217	5.9
· 화장품	98,404	7,781	9,404	9,726	322	3.4	1,945	25.0
· 아동·유아용품	36,107	2,875	3,011	3,160	149	4.9	285	9.9
- 식 품	134,813	10,875	12,874	13,446	571	4.4	2,570	23.6
· 음·식료품	105,327	8,626	10,314	10,775	461	4.5	2,149	24.9
· 농축수산물	29,486	2,250	2,560	2,671	111	4.3	421	18.7
- 생 활	137,990	11,649	12,257	12,479	222	1.8	830	7.1
· 생활용품	87,742	7,458	7,840	8,162	322	4.1	703	9.4
· 자동차용품	10,310	937	991	980	-11	-1.2	43	4.5
· 가구	31,335	2,478	2,627	2,547	-80	-3.1	69	2.8
· 애완용품	8,602	776	798	790	-9	-1.1	14	1.8
- 서 비 스	263,666	23,854	27,117	29,547	2,430	9.0	5,693	23.9
· 여행 및 교통서비스	161,599	15,422	14,080	15,828	1,748	12.4	405	2.6
· 문화 및 레저서비스	19,955	1,538	2,015	1,835	-180	-8.9	297	19.3
· e쿠폰서비스	21,087	1,719	2,565	2,784	219	8.5	1,065	61.9
· 음식서비스	52,731	4,577	7,764	8,298	535	6.9	3,721	81.3
· 기타서비스	8,294	597	694	802	108	15.5	205	34.3
- 기 타	28,017	1,967	2,043	2,321	279	13.6	354	18.0

□ 상품군별 모바일쇼핑 거래액

- 2019년 7월 상품 부문별 모바일쇼핑 거래액은 전년동월대비 서비스(37.7%), 식품(28.6%), 패션(16.9%) 순으로 증가
 - 전월대비로도 서비스(9.6%), 식품(4.1%), 패션(2.8%) 순으로 증가
- 2019년 7월 세부 상품군별 모바일쇼핑 거래액은 전년동월대비 음식서비스(87.0%), 화장품(32.3%), 음·식료품(29.1%) 등에서 증가
 - 전월대비로는 여행 및 교통서비스(14.1%), 음식서비스(7.0%), 음·식료품(4.1%) 등에서 증가했으나, 문화 및 레저서비스(-8.4%), 가구(-4.6%) 등에서 감소

< 상품군별 모바일쇼핑 거래액(전년동월비) 증감 >



< 상품군별 모바일쇼핑 거래액 >

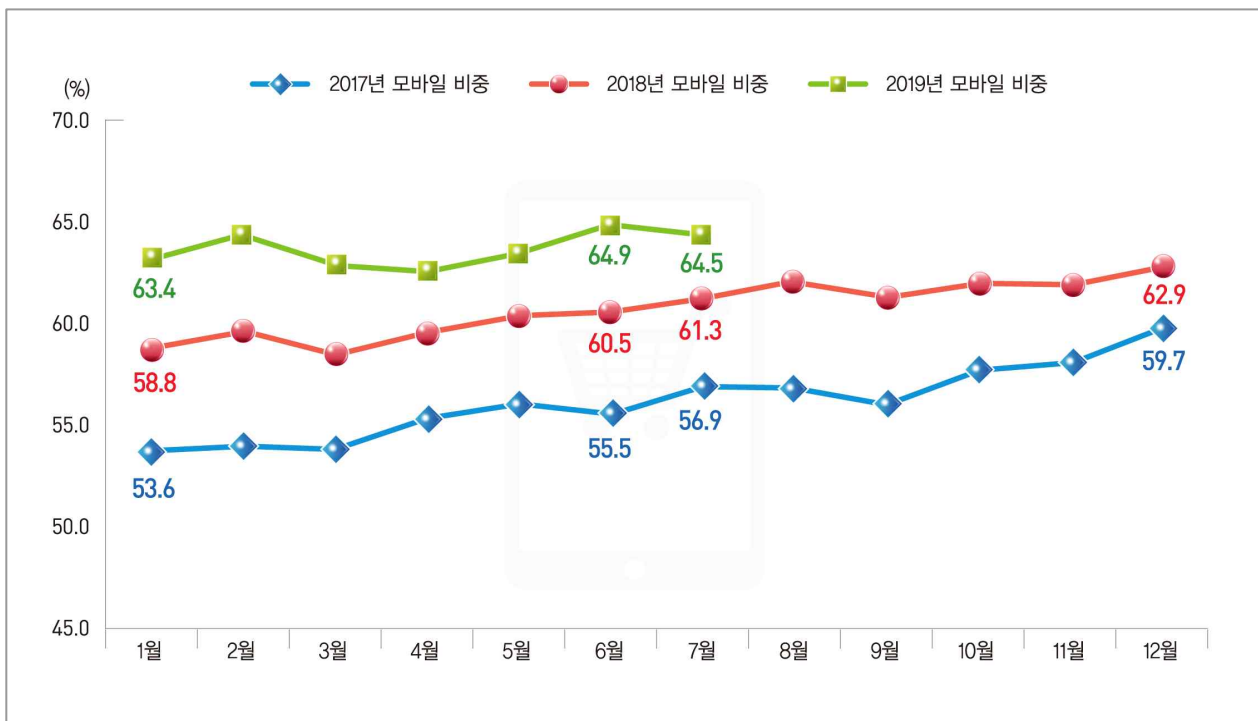
(억원, %)

구 분	2018년		2019년		전월대비		전년동월대비	
	연간	7월	6월 ^p	7월 ^p	증감액	증감률	증감액	증감률
○ 합 계	690,950	59,385	68,551	72,147	3,596	5.2	12,762	21.5
- 가 전	86,061	8,432	8,583	8,932	350	4.1	501	5.9
· 컴퓨터 및 주변기기	21,262	1,676	1,532	1,724	192	12.5	49	2.9
· 가전·전자·통신기기	64,799	6,756	7,051	7,208	158	2.2	452	6.7
- 도 서	10,207	843	834	1,010	176	21.1	167	19.9
· 서적	6,865	593	526	671	145	27.6	78	13.1
· 사무·문구	3,342	250	308	339	31	10.1	90	35.9
- 패 셴	229,769	18,697	21,256	21,851	595	2.8	3,154	16.9
· 의복	81,193	6,070	6,851	6,975	124	1.8	905	14.9
· 신발	12,733	1,068	1,207	1,250	43	3.6	182	17.0
· 가방	16,588	1,420	1,606	1,538	-68	-4.2	118	8.3
· 패션용품 및 액세서리	15,641	1,411	1,495	1,612	118	7.9	202	14.3
· 스포츠·레저용품	21,761	2,152	2,142	2,268	126	5.9	116	5.4
· 화장품	55,137	4,425	5,682	5,852	170	3.0	1,428	32.3
· 아동·유아용품	26,717	2,152	2,273	2,356	83	3.6	204	9.5
- 식 품	88,152	7,176	8,867	9,229	362	4.1	2,053	28.6
· 음·식료품	68,865	5,682	7,050	7,336	286	4.1	1,654	29.1
· 농축수산물	19,287	1,494	1,817	1,893	76	4.2	399	26.7
- 생 활	87,873	7,490	8,136	8,211	75	0.9	721	9.6
· 생활용품	56,062	4,807	5,247	5,420	174	3.3	614	12.8
· 자동차용품	6,078	560	593	585	-8	-1.4	25	4.5
· 가구	19,925	1,579	1,728	1,649	-79	-4.6	70	4.4
· 애완용품	5,808	544	568	556	-12	-2.1	12	2.2
- 서 비 스	173,543	15,683	19,708	21,598	1,890	9.6	5,915	37.7
· 여행 및 교통서비스	92,174	8,843	8,490	9,685	1,195	14.1	842	9.5
· 문화 및 레저서비스	12,224	965	1,265	1,158	-107	-8.4	193	20.0
· e쿠폰서비스	17,463	1,397	2,264	2,464	200	8.8	1,067	76.3
· 음식서비스	47,799	4,159	7,270	7,778	508	7.0	3,618	87.0
· 기타서비스	3,882	319	420	513	94	22.3	194	60.7
- 기 타	15,345	1,065	1,167	1,315	149	12.8	251	23.5

□ 상품군별 모바일쇼핑 거래액 비중

- 2019년 7월 상품 부문별 온라인쇼핑 거래액 중 모바일쇼핑 거래액 비중은 서비스(73.1%), 식품(68.6%), 생활(65.8%) 순으로 높음
 - 전년동월대비 서비스(7.3%p), 도서(5.0%p) 등에서 상승했으나, 가전(-1.0%p)에서 하락
 - 전월대비로는 가전(-1.7%p), 생활(-0.6%p), 패션(-0.4%p) 등에서 하락
- 2019년 7월 세부 상품군별 온라인쇼핑 거래액 중 모바일쇼핑 거래액 비중은 음식서비스(93.7%), e쿠폰서비스(88.5%), 가방(76.4%) 순으로 높음
 - 전년동월대비 사무·문구(9.2%p), e쿠폰서비스(7.2%p) 등에서 상승했으나, 컴퓨터 및 주변기기(-2.6%p) 등에서 하락
 - 전월대비 신발(2.5%p) 등에서 상승했으나, 가전·전자·통신기기(-1.6%p), 가방(-1.6%p) 등에서 하락

< 온라인쇼핑 거래액 중 모바일쇼핑 거래액 비중 >



< 상품군별 온라인쇼핑 거래액 중 모바일쇼핑 거래액 비중 >

(% , %p)

구 분	2018년		2019년				증 감	
	연간	7월	4월	5월	6월 ^p	7월 ^p	전월차	전 동월차
○ 합 계	60.8	61.3	62.9	63.7	64.9	64.5	-0.4	3.3
- 가 전	50.7	52.8	50.2	51.4	53.5	51.8	-1.7	-1.0
· 컴퓨터 및 주변기기	39.5	40.4	40.2	40.5	38.4	37.8	-0.6	-2.6
· 가전·전자·통신기기	55.9	57.2	54.4	55.1	58.5	56.8	-1.6	-0.4
- 도 서	38.5	39.3	42.7	43.2	44.4	44.4	0.0	5.0
· 서적	37.7	38.9	41.1	40.9	42.2	42.1	-0.1	3.2
· 사무·문구	40.2	40.4	45.5	47.5	48.7	49.6	0.9	9.2
- 패 셴	61.0	61.3	62.8	63.1	63.7	63.3	-0.4	2.0
· 의복	58.4	57.8	60.1	60.2	60.7	60.0	-0.6	2.2
· 신발	67.3	66.9	68.0	67.5	66.8	69.3	2.5	2.3
· 가방	74.1	73.3	75.9	76.3	78.0	76.4	-1.6	3.2
· 패션용품 및 액세서리	66.1	66.1	65.4	67.1	69.0	69.5	0.5	3.4
· 스포츠·레저용품	57.3	58.8	56.1	58.1	59.1	58.5	-0.6	-0.3
· 화장품	56.0	56.9	60.3	60.1	60.4	60.2	-0.3	3.3
· 아동·유아용품	74.0	74.9	73.3	74.5	75.5	74.6	-0.9	-0.3
- 식 품	65.4	66.0	68.0	68.2	68.9	68.6	-0.2	2.7
· 음·식료품	65.4	65.9	67.8	67.9	68.4	68.1	-0.3	2.2
· 농축수산물	65.4	66.4	68.5	69.1	71.0	70.9	-0.1	4.5
- 생 활	63.7	64.3	64.2	64.9	66.4	65.8	-0.6	1.5
· 생활용품	63.9	64.4	63.9	65.4	66.9	66.4	-0.5	2.0
· 자동차용품	59.0	59.7	60.3	59.7	59.9	59.7	-0.1	0.0
· 가구	63.6	63.7	65.4	64.2	65.8	64.7	-1.0	1.0
· 애완용품	67.5	70.2	67.6	68.5	71.1	70.4	-0.7	0.2
- 서 비 스	65.8	65.7	71.3	72.4	72.7	73.1	0.4	7.3
· 여행 및 교통서비스	57.0	57.3	59.1	60.4	60.3	61.2	0.9	3.9
· 문화 및 레저서비스	61.3	62.7	59.3	58.7	62.8	63.1	0.3	0.4
· e쿠폰서비스	82.8	81.3	88.5	88.5	88.3	88.5	0.3	7.2
· 음식서비스	90.6	90.9	93.2	93.6	93.6	93.7	0.1	2.9
· 기타서비스	46.8	53.5	58.3	59.5	60.5	64.0	3.6	10.5
- 기 타	54.8	54.1	50.5	53.0	57.1	56.7	-0.4	2.5

3. 취급상품범위 및 운영형태별 거래액

○ 온라인쇼핑 취급상품범위별 거래액은 전년동월대비 종합몰은 11.5% 증가한 7조 2,340억원을, 전문몰은 23.3% 증가한 3조 9,483억원을 기록

- 전월대비 종합몰은 4.3%, 전문몰은 9.0% 각각 증가

○ 온라인쇼핑 운영형태별 거래액은 전년동월대비 온라인몰은 15.0% 증가한 7조 5,750억원을, 온·오프라인병행몰은 16.1% 증가한 3조 6,073억원을 기록

- 전월대비 온라인몰은 5.9%, 온·오프라인병행몰은 6.0% 각각 증가

< 취급상품범위 및 운영형태별 거래액 동향 >

(억원, %)

구 분		2018년		2019년		전월대비		전년동월대비	
		연간	7월	6월 ^p	7월 ^p	증감액	증감률	증감액	증감률
○ 총 거래액		1,137,297	96,926	105,576	111,822	6,247	5.9	14,896	15.4
취급상품 범 위 별	종합몰 ¹⁾	756,783	64,892	69,356	72,340	2,984	4.3	7,448	11.5
	비 중	66.5	66.9	65.7	64.7	-	-	-	-
	전문몰 ²⁾	380,514	32,034	36,220	39,483	3,263	9.0	7,448	23.3
	비 중	33.5	33.1	34.3	35.3	-	-	-	-
운 영 형 태 별	온라인몰 ³⁾	759,514	65,843	71,549	75,750	4,201	5.9	9,907	15.0
	비 중	66.8	67.9	67.8	67.7	-	-	-	-
	온오프라인병행몰 ⁴⁾	377,782	31,084	34,027	36,073	2,046	6.0	4,989	16.1
	비 중	33.2	32.1	32.2	32.3	-	-	-	-

1) 인터넷상에서 취급하는 상품군이 다양하게 구성되어 여러 종류의 상품을 일괄 구매할 수 있는 온라인쇼핑몰

2) 인터넷상에서 하나의 상품군 또는 주된 상품군만을 구성하여 판매하는 온라인쇼핑몰

3) 컴퓨터 및 네트워크 기반(온라인)을 통해서만 상품 및 서비스를 최종소비자에게 판매하는 온라인쇼핑몰

4) 온라인 뿐만 아니라 기존의 상거래방식(오프라인)을 병행하여 상품 및 서비스를 최종소비자에게 판매하는 쇼핑몰

통 계 표

1. 상품군별 온라인쇼핑 거래액	12
1-1. 상품군별 온라인쇼핑 거래액	
1-2. 전월비	
1-3. 전년동월비	
1-4. 전년누계비	
2. 상품군별 모바일쇼핑 거래액	20
2-1. 상품군별 모바일쇼핑 거래액	
2-2. 전월비	
2-3. 전년동월비	
2-4. 전년누계비	
3. 온라인쇼핑 거래액	28
3-1. 온라인쇼핑 거래액	
3-2. 전월비	
3-3. 전년동월비	
3-4. 전년누계비	
4. 종합몰의 상품군별 거래액	36
4-1. 종합몰의 상품군 거래액	
4-2. 전월비	
4-3. 전년동월비	
4-4. 전년누계비	
5. 전문몰의 상품군별 거래액	44
5-1. 전문몰의 상품군별 거래액	
5-2. 전월비	
5-3. 전년동월비	
5-4. 전년누계비	
6. 온라인몰의 상품군별 거래액	52
6-1. 온라인몰의 상품군별 거래액	
6-2. 전월비	
6-3. 전년동월비	
6-4. 전년누계비	
7. 온·오프라인 병행몰의 상품군별 거래액	60
7-1. 온·오프라인 병행몰의 상품군별 거래액	
7-2. 전월비	
7-3. 전년동월비	
7-4. 전년누계비	

1. 온라인쇼핑물 정의

- 컴퓨터, 정보통신 설비 등을 이용하여 재화 및 용역을 거래할 수 있도록 설정된 가상의 영업장을 인터넷쇼핑물이라고 지칭하며 통계청에서는 PC 및 모바일을 이용하여 거래를 주로 하는 인터넷쇼핑물을 온라인쇼핑물로 정의

2. 조사연혁

연 월	주 요 내 용
2000년 8월	• 전자상거래통계조사 작성 승인
2001년 3월	• 전자상거래통계조사 결과 공표(2001.1.~ 매월)
2004년 2월	• 전자상거래통계조사 통계종류 변경(일반통계→지정통계)
2008년 5월	• 전자상거래통계조사 조사방법 및 공표주기 변경 · 전수조사 → 표본조사, 매월공표 → 분기공표
2008년 12월	• 사이버쇼핑동향조사로 명칭 변경
2014년 4월	• 온라인쇼핑동향조사로 명칭 변경
2015년 5월	• 온라인쇼핑동향 공표주기 변경(분기 → 월) • 온라인 해외 직접판매 통계 작성승인
2016년 2월	• 온라인 해외 직접구매(수입)통계 작성승인
2016년 5월	• 온라인 해외 직접판매 및 구매 통계 공표(분기)
2018년 1월	• 모집단 정비 및 표본개편

3. 조사대상(금융업 제외)

- 온라인쇼핑동향조사(월): 약 1,000개 온라인쇼핑 운영업체
 - 인터넷상에서 거래를 주로 하고 주문기능이 있는 온라인쇼핑 운영업체

4. 분류체계

가. 취급상품 범위에 따른 분류

- 종합물: 각종 상품군의 카테고리를 다양하게 구성하여 여러 종류의 상품을 구매할 수 있는 온라인쇼핑물
- 전문물: 하나 혹은 주된 특정 카테고리의 상품군 만을 구성하여 운영하는 온라인쇼핑물

나. 운영형태에 따른 분류

- 온라인몰: 쇼핑물을 운영하는 사업체에서 컴퓨터 및 네트워크 기반을 통해서만 상품 및 서비스를 최종소비자에게 판매하는 온라인 쇼핑물
- 온·오프라인병행몰: 쇼핑물을 운영하는 사업체에서 온라인을 통한 상거래뿐만 아니라 기존의 상거래방식(오프라인매장, 온라인이외의 영업형태)을 병행하여 최종소비자에게 판매하는 쇼핑물

다. 상품군별 분류

상품분류	조 사 범 위
컴퓨터 및 주변기기	PC, 노트북, 프린터, 스피커, CD형태 등 유형의 소프트웨어
가전·전자·통신기기	TV, 냉장고, 세탁기, 디지털카메라, 휴대폰 등
서적	각종 도서 (e-Book은 콘텐츠에 해당하여 조사에서 제외)
사무·문구	사무용품, 문구류, 다이어리/앨범, 종이류/복사지, 필기구 등
의복	의복류 (남성복, 여성복, 스포츠웨어 등)
신발	신발 (구두, 운동화, 샌들, 실내화 등)
가방	가방 (핸드백, 가방, 여행용 등)
패션용품 및 액세서리	모자, 장갑, 스카프, 시계, 금반지, 각종 액세서리 등
스포츠·레저용품	운동용품, 레저용품, 등산화, 등산배낭 등
화장품	화장품, 향수, 화장관련 소품 등
아동·유아용품	기저귀, 유모차, 그네, 아기침대, 보행기, 카시트, 인형, 완구 등
음·식료품	공산품류(커피, 차, 음료, 생수, 설탕, 식용유 등), 김치, 장류 및 장아찌류 등
농축수산물	곡물, 육류, 어류, 채소, 과일, 신선식품류 등
생활용품	주방용품, 침구, 비누, 샴푸, 세제, 화장지, 꽃, 화분 등
자동차용품	튜닝/선팅용품, 내비게이션, 블랙박스, 엔진오일, 워셔액 등 자동차 관련용품
가구	가구 (장롱, 화장대, 신발장, 책상, 의자 등)
애완용품	애완용품 (사료, 장난감, 장신구 등)
여행 및 교통서비스	항공권, 교통티켓(버스, 기차), 렌터카, 숙박시설 등
문화 및 레저서비스	영화, 공연 등의 예약서비스
e쿠폰서비스	해당금액에 상응하는 서비스나 상품을 단일목적으로 제공하는 바코드형식의 상품권
음식서비스	온라인 주문 후 조리되어 배달되는 음식 (피자, 치킨 등 배달서비스)
기타서비스	인화 등 주문제작, 이사, 청소 등 용역서비스, 각종 렌탈서비스
기타	문화상품권, 의료기기(안마의자제외), 골동품, 종교용품, 성인용품, 음반·비디오·악기 등

※ 조사제외: 콘텐츠(음원, 이모티콘, 전자책 등)에 해당하는 무형의 상품은 제외

5. 조사시기

가. 조사기준일: 조사대상월 말일

나. 조사대상기간: 조사대상월 1일 ~ 말일

다. 조사실시기간: 조사대상월 익월 1일 ~ 20일

6. 조사방법 및 체계

가. 조사방법: 조사담당자가 사업체를 방문하여 응답자와 면접을 통하여 조사
(사업체가 원할 경우에는 인터넷조사 방법 병행)

나. 조사체계: 조사대상처 → 통계청 지방통계청·사무소(현장조사, 조사자료 입력) →
통계청 서비스업동향과(자료집계, 분석 및 공표)

7. 조사항목

○ 조사항목: 상품군별 온라인쇼핑 거래액, 상품군별 모바일쇼핑 거래액, 해외 상품
거래내역 등

8. 표본설계 방법

가. 모집단: 인터넷상에서 거래를 하는 온라인쇼핑 운영업체

※ 모집단의 특성과 표본조사의 효율성을 고려하여, 연간거래액이 24백만원 이상인
온라인쇼핑 운영업체를 표본모집단으로 선정

나. 표본의 구성

1) 전수층: 일정규모 이상의 종합몰 및 전문몰

2) 표본층: 상품군별 거래액 기준 표본 크기만큼 층화계통추출

다. 전수층 연간거래액 대표도 : 99.7%

통계청에서는 정확한 통계를 위해 많은 노력을 기울이고 있습니다.

정확한 통계를 작성하기 위해서는 무엇보다도 조사대상처의 정확한 응답이 중요합니다.

그동안 이 통계가 정확하게 작성될 수 있도록 자료를 제공하여 주신 여러 조사 대상처와 관계자 여러분들에게 깊은 감사를 드립니다.

앞으로도 통계청에서는 보다 정확하고 유익한 통계자료를 생산하기 위해 계속 노력하겠습니다.

2019년 7월 온라인쇼핑 동향

발행일 : 2019년 9월 4일

발행인 : 강 신 욱

발행처 : 통 계 청

(우)302-701

대전광역시 서구 청사로 189(둔산동 920)

정부대전청사 3동

Report of Online Shopping Survey in July 2019

Published : September 2019

Publisher : Kang Shin-Wook

Published by : STATISTICS KOREA

189 Cheongsu-ro Seo-gu, Daejeon Metropolitan City, Korea

ISSN 2005-8209