

2013. 2. 26

Monthly Retail Store: 2013년 2월

(홈쇼핑 비중 확대, 백화점 중립, 대형마트 비중 축소)

유통 SHOPPING!



유통/화장품/교육 담당 김미연
Tel. 368-6177

유진투자증권 

Summary

(*동 자료는 매월 지식경제부에서 발표되는 월간 유통업체 매출동향을 상세 분석한 자료입니다.)

1월 유통업체 매출동향: 매출증가율(yoy) 대형마트 -24.6%로 역성장 폭 크게 증가, 백화점 -8.2%로 전월 대비 역성장 폭 확대

- 1월 대형마트 매출증가율은 -24.6%yoy로 12월 -5.0%yoy 성장대비 역성장 폭 크게 증가, 4개월 연속 역성장을 기록
- 1월 백화점 매출증가율은 -8.2%yoy로 12월 -0.2%yoy에서 역성장 폭 확대

채널별 동향: 백화점 3사, 1월 매출신장률 매우 부진, 설 포함 1~2월 누계 예상 기존점 역성장 전망

- 백화점 3사의 2013년 1월 기존점 매출신장률은 롯데백화점 -7.0%yoy(12월 +3.5%yoy), 신세계백화점 -10.0%yoy(12월 +1.4%yoy), 현대백화점 -5.5%yoy(12월 +1.5%yoy)로 3사 모두 역성장세 기록. 이는 최대 대목인 설 행사가 세일과 겹쳤던 2012년과는 달리 올해는 구정이 2월인 것에 기인
- 구정 요율차를 감안하더라도 2월도 예상치를 하회하며 백화점 1~2월 누계 기존점 매출증가율(yoy)은 소폭 역성장할 것으로 전망
- 이는 1) 소비심리가 아직까지 크게 살아나지 않았고, 2) 구매 채널 다양화로 인해 '의류', '잡화' 등 주력제품의 판매 부진, 3) 고가 상품 수요 감소로 인한 명품 판매 부진에 기인

채널별 동향: 대형마트 12월 대비 역성장 폭 크게 증가, 1월 1일 '대형마트 규제법' 국회 통과에 따라 보수적인 접근 추진

- 2013년 1월 대형마트 2개사의 기존점 매출신장률은 이마트가 -15.0%yoy(12월 -5.0%yoy), 롯데마트가 -18.0%yoy(12월 -4.4%yoy)를 기록하며 전월대비 큰 폭으로 악화
- 이는 1) 1월 1일 '대형마트 규제법' 국회 통과에 따라 대형마트의 의무휴업이 증가하였고, 2) 11월, 12월 이른 추위 날씨에 따른 의류 선구매 3) 전년 대비 높은 강수량, 이상 한파 등에 의한 시즌(겨울, 봄)상품 판매 부진, 4) 의류, 가정/생활 등도 홈쇼핑, 온라인 등 저가 채널에서의 구매가 확대되고 있기 때문인 것으로 판단
- 더불어, 1월 1일 여야가 대형마트 규제법 절충안에 합의함에 따라 영업제한 및 신규출점이 제한될 예정인. 이에 따라 당분간 대형마트의 실적 및 센터먼트 악화는 불가피할 것으로 예상됨에 따라 보수적인 접근을 추진

Top Picks: 합리적 쇼핑의 대안 홈쇼핑(GS홈쇼핑, CJ오쇼핑) / 2013년 유통주내 EPS Growth 가 가장 높을 것으로 기대되는 롯데하이마트 추천/밸류플레이 가능한 백화점(롯데쇼핑)

- 최근 탐방결과 1~2월 백화점, 대형마트의 동일점포 신장률이 저조한 가운데 홈쇼핑 취급고 신장률은 +10%yoy 내외를 형성중임에 따라 상대적인 고성장 지속중임
- 이에 Top Picks은 합리적, 중저가 쇼핑으로 불황형 소비모델의 대안인 홈쇼핑(GS홈쇼핑, CJ오쇼핑)과, 2013년 유통주 내 EPS Growth 가 가장 높을 것으로 기대되는 하이마트를 추천
- 또한, 중기적으로는 Valuation매력이 크고, 백화점의 flat한 성장을 아울렛의 큰 성장으로 극복하고 있고 하이마트 연결효과가 기대되는 롯데쇼핑을 추천
- 대형마트는 1Q13 어닝 하향이 불가피 할 것으로 전망. 정부규제로 인한 센터먼트 악화로 보수적 접근 요구



Contents

Summary	2
유통업 업태별 성장률: 2012년 11월 이후 홈쇼핑 업태의 고성장 주목	4
유통 Global 명품 업체 vs SPA 브랜드 주가 추이: 글로벌도 중저가, 합리적 소비모델이 대세	5
유통업 주요 종목 Valuation	6
1월 매출증가율: 대형마트 역성장 폭 크게 증가, 백화점 2개월 연속 역성장	8
백화점 업체별 기존점 매출증가율, 역성장으로 전환	9
백화점 품목별 매출증가율, 대부분의 품목(-)성장 벗어나지 못하고 있어	11
대형마트 업체별 기존점 매출증가율, 역성장 폭 크게 증가	13
대형마트 품목별 매출증가율, 전 품목 (-)성장을 기록	15
유통 Global Peer 주가	17



유통업 업태별 성장률: 2012년 11월 이후 홈쇼핑 업태의 고성장 주목

2011년 국내 소매판매액은 연평균 +7.7%yoy의 성장률을 보였으나 2012년은 +3.2%yoy로 급락하였다.

채널별로도 전반적으로 Level-Down되면서 2012년 연간 성장률중 고성장을 기록한 채널은 편의점 +17.9%yoy, 홈쇼핑 +9.6%yoy, 온라인 +8.8%yoy 에 불과하다.

주목되는 점은 유통업 월별 성장률인데 고성장 채널중에서 편의점은 2012년 10월 +17.5%yoy 성장을 Peak으로 하락추세로 진입한 반면, 홈쇼핑은 2012년 10월 +6.3%에서 11월 +12.5%→12월 +12.3%로 전 채널중 성장세가 가장 두드러지고 있다는 점이다.

백화점은 반짝추위로 2012년 11월 +15.3%yoy의 매출성장률을 기록하였으나 12월 +2.7%yoy로 상승추세가 큰 폭으로 꺾였고, 대형마트는 12월 +1.1%yoy의 성장률에 그치며 여전히 부진세를 면치 못하고 있다.

도표 1 국내 소매유통시장 주요 업태별 월별 판매액 증가율(yoy)
: 편의점과 홈쇼핑 고성장 지속, 가전 양판점 고성장세로 전환

업태별 성장률
: 편의점과 홈쇼핑
고성장 지속,
가전양판점 고성장세로 전환

구분	백화점	대형 마트	슈퍼 마켓	편의점	가전 양판점	온라인	홈쇼핑	기타(재래 시장 등)	국내 소매판매액
'11.12	12.3%	8.7%	6.2%	14.6%	-2.9%	3.6%	18.9%	1.8%	6.1%
'12.01	0.0%	3.2%	10.5%	22.3%	7.1%	4.6%	4.0%	2.3%	3.4%
'12.02	9.0%	2.7%	4.3%	18.8%	1.8%	23.1%	24.9%	2.3%	7.8%
'12.03	6.7%	7.2%	4.6%	23.7%	-1.0%	1.0%	5.6%	0.7%	2.4%
'12.04	3.7%	2.4%	1.9%	18.5%	-4.9%	8.7%	8.2%	-0.5%	3.2%
'12.05	6.5%	1.6%	5.3%	23.6%	-8.7%	12.5%	6.8%	2.2%	5.4%
'12.06	5.3%	-0.9%	3.9%	16.4%	-10.1%	7.9%	11.0%	0.5%	2.9%
'12.07	7.3%	-2.0%	3.6%	20.7%	1.9%	13.1%	13.4%	-0.1%	2.4%
'12.08	0.2%	0.0%	3.8%	17.9%	10.7%	3.7%	6.4%	-5.6%	-1.0%
'12.09	5.4%	5.4%	6.6%	18.0%	5.5%	7.3%	7.3%	-1.3%	3.7%
'12.10	1.7%	-2.9%	2.8%	17.5%	1.0%	13.9%	6.3%	-0.8%	3.4%
'12.11	15.3%	5.0%	5.1%	10.3%	-6.9%	7.6%	12.5%	0.2%	5.7%
'12.12	2.7%	1.1%	-0.7%	9.0%	8.6%	6.0%	12.3%	-2.6%	1.5%
12월 누적평균	5.3%	1.9%	4.3%	17.9%	0.1%	8.8%	9.6%	-0.2%	3.2%

자료: 통계청, 유통투자증권

주1: 기타(재래시장 등), 국내 소매판매액은 자동차 및 차량연료를 제외한 수치임

주2: 가전양판점은 가전, 컴퓨터, 통신기기 소매점

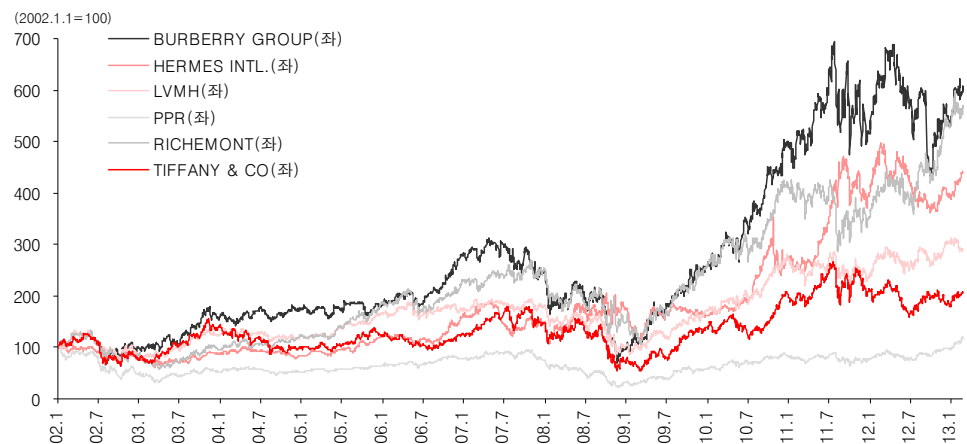
주3: 통계청의 소매채널별 판매액 증가율은 전수조사로 지식경제부의 대형마트/백화점 판매증가율과 수치 차이 존재

유통 Global 명품 업체 vs SPA 브랜드 주가 추이

: 글로벌도 중저가, 합리적 소비모델이 대세

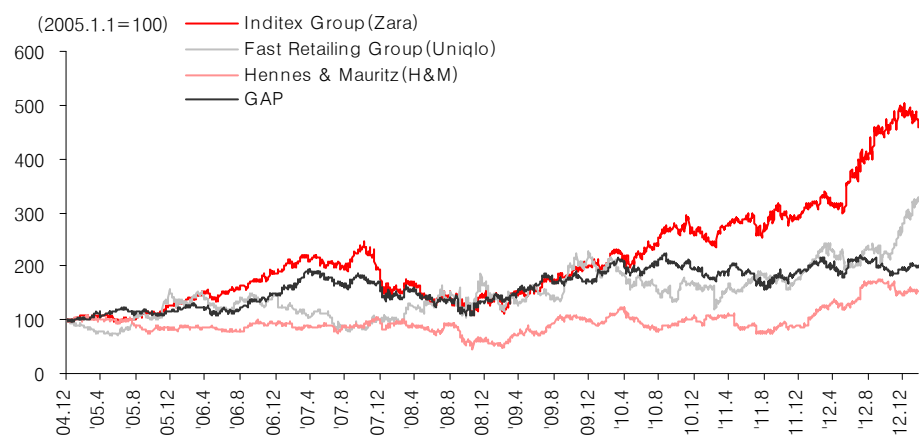
최근 글로벌 유통업체들의 주가를 살펴보면 BURBERRY Group를 비롯한 명품업체들의 주가추이가 저점대비 주가를 일부 회복했으나 여전히 직전 고점을 넘기지 못하고 있는 가운데 글로벌 SPA 대표업체인 Zara, Uniqlo, H&M, GAP 은 사상 최고치를 경신하고 있다. 전세계적으로 중저가, 합리적 소비현상은 당분간 지속될 것으로 판단한다.

도표 2 명품 브랜드 주가 추이



자료: Datastream, 유진투자증권

도표 3 SPA 브랜드 주가 추이: Zara, 유니클로, H&M, GAP 주가 추이



자료: Datastream, 유진투자증권



유통업 주요 종목 Valuation

최근 GS홈쇼핑, CJ홈쇼핑 등 홈쇼핑 주가가 유통 업종내에서 상대적인 Outperform을 지속하고 있다. 이는 1) 유통업종내에서 홈쇼핑 업체들의 4Q12실적이 consensus를 상회하는 등 가장 좋은 결과를 보여줬고 2) 홈쇼핑업체 자체가 국내 소비자들의 Smart 소비(가격대비 고품질 추구)분위기 확산속에 MD구성 및 서비스의 질적 성장으로 고성장세를 기록중인 것에 기인한다.

2013년 내수경기 상황이 만만치 않은 상황에서 불황형 소비모델에 적합한 '홈쇼핑'채널의 상대적인 성장은 지속될 것으로 전망한다. Top Picks로는 꾸준한 성장을 기록할 것이라 예상되는 홈쇼핑(CJ오쇼핑, GS홈쇼핑)과, 2013년 유통주 내 EPS Growth가 가장 클 것으로 기대되는 하이마트를 추천한다.

중기적으로는 Valuation매력이 크고, 백화점의 flat한 성장을 아울렛의 큰 성장으로 극복하고 있고 하이마트 연결효과가 기대되는 롯데쇼핑에 관심이 요구된다.

도표 4 유통업 주요 종목 Valuation 및 주가 수익률

	주가 (원)	시가총액 (십억원)	시장대비 주가수익률 (%p)					PER(x)		PBR(x)		ROE(%)		EV/EBITDA(x)	
	기준일: '13.1.25		1W	1M	3M	6M	YTD	2013F	2014F	2013F	2014F	2013F	2014F	2013F	2014F
현대홈쇼핑	125,000	1,500.0	-3.4	-11.0	-6.5	10.0	2.4	8.9	8.1	1.4	1.2	16.1	15.6	3.3	2.3
GS홈쇼핑	183,700	1,205.5	2.1	6.5	26.1	67.7	14.8	9.5	8.5	1.5	1.3	17.2	16.7	4.0	3.0
현대백화점	150,500	3,522.1	-1.5	-8.6	-5.4	0.7	-6.3	9.8	9.0	1.1	1.0	12.2	11.8	7.3	6.5
CJ오쇼핑	291,000	1,805.3	1.2	-1.0	10.2	30.9	-0.6	10.0	12.1	3.0	2.5	23.6	22.2	11.0	9.6
롯데쇼핑	384,500	12,108.2	-4.3	1.6	0.9	16.4	1.1	10.7	9.6	0.8	0.7	7.3	7.5	6.3	5.5
신세계	215,500	2,121.6	-1.1	-5.2	1.7	-10.0	-2.3	11.6	10.2	0.9	0.8	8.1	8.4	9.2	9.0
롯데하이마트	72,000	1,699.8	-2.8	3.7	-5.1	18.1	3.7	11.9	10.3	1.1	1.0	9.2	9.9	8.4	7.2
이마트	225,500	6,286.0	-3.1	-3.9	-5.0	-13.9	-6.2	12.1	11.1	0.9	0.9	8.2	8.2	7.7	7.0
GS리테일	28,950	2,229.2	-1.1	0.6	-14.9	5.7	-4.2	15.1	12.9	1.3	1.2	9.3	10.0	7.6	6.7
현대그린푸드	15,550	1,519.3	-4.9	-5.5	-18.5	-14.5	-9.4	24.4	20.6	1.1	1.0	4.9	5.4	22.3	18.7
평균 PER								12.4	11.3						

주1: 롯데쇼핑, 신세계, 하이마트, 현대백화점, 하이마트, GS리테일은 IFRS 연결 기준/ CJ오쇼핑, 현대홈쇼핑, GS홈쇼핑은 IFRS 별도 기준

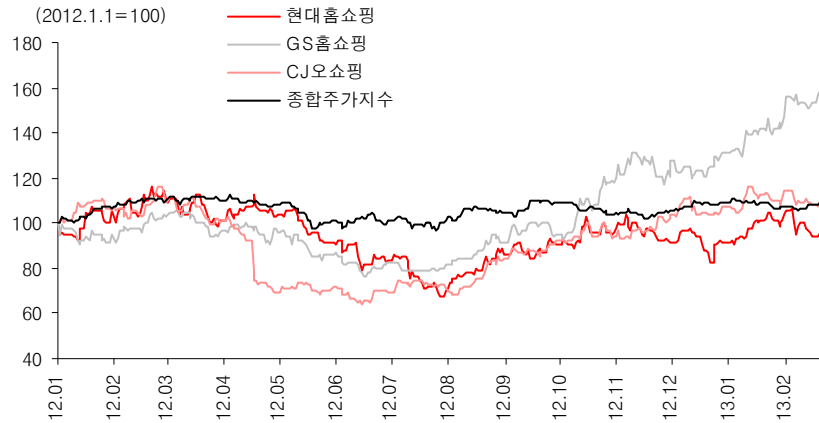
주2: IFRS 연결 기준 기업의 ROE는 지배주주ROE 기준

주3: 주가수익률 기간 산정 기준- 비거래일 포함; 1주: 7일, 1개월: 30일, 3개월: 91일, 6개월: 183일 기준

주4: CJ오쇼핑을 제외하고 시장컨센서스 기준. CJ오쇼핑 PER은 지분법 고려한 당사 조정순이익 추정치 기준 EPS임

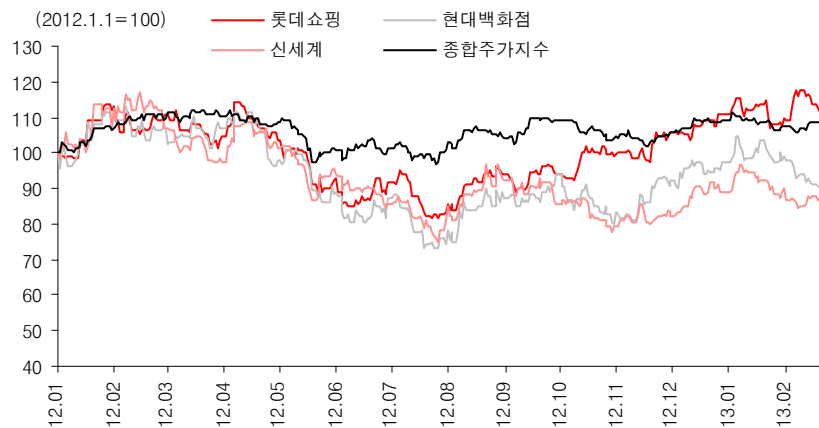


종합주가지수와 홈쇼핑 3사의 상대 주가 추이



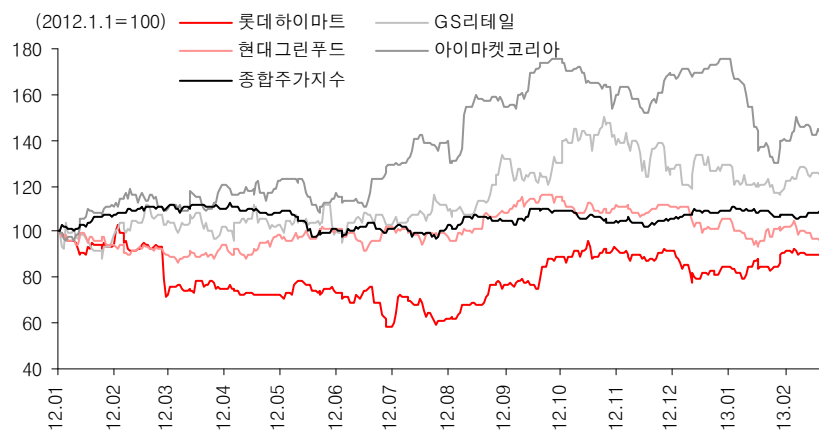
자료: Fnguide, 유진투자증권

도표 5 종합주가지수와 백화점 3사의 상대 주가 추이



자료: Fnguide, 유진투자증권

도표 6 종합주가지수와 기타 유통주 상대 주가 추이



자료: Fnguide, 유진투자증권

1월 매출증가율: 대형마트 역성장 폭 크게 증가, 백화점 2개월 연속 역성장

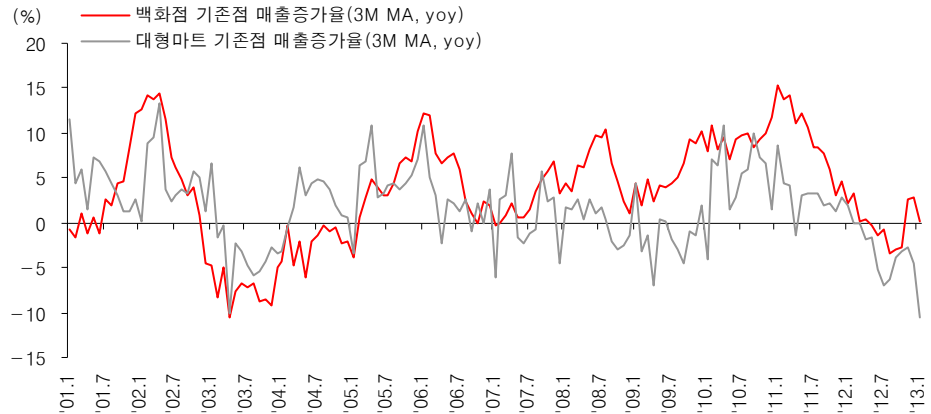
대형마트 매출증가율,
재차 악화

대형마트 1월 매출증가율은 -24.6%yoy로 전월의 -5.0%yoy에 비해 역성장 폭이 크게 증가했다. 이는 1) 1월 1일 '대형마트 규제법'이 국회에 통과를 함에 따라, 12월 대비 의무휴업 점포 수가 증가하며, 2) 설 연휴기간 변동으로 구매고객 수가 -14.1%yoy 감소했고, 3) 국내 소비심리 위축 지속 4) 전년 대비 높은 강수량, 이상 한파 등에 의한 시즌(겨울, 봄)상품 판매 부진 등에 기인한다. 특히, 스포츠를 제외한 모든 품목이 -20%yoy를 넘는 감소세를 보이며, 4개월 연속 역성장을 기록하였다.

1월 백화점 매출증가율은 -8.2%yoy로 12월 -0.2%yoy 성장에서 역성장 폭이 확대되었다. 이는 1) 11월, 12월 추운 날씨로 인한 spot성 매출 급증이 지속되지 못하였고 2) 경기침체로 인한 고가 상품 수요 감소, 3) 재고 부족 및 구매 채널 다양화로 인해 '의류', '잡화' 등 주력제품의 판매 부진에 기인한다.

1월 매출증가율:
대형마트 -24.6%yoy,
백화점 -8.2%yoy

도표 7 국내 대형유통업체 기존점 매출증가율



자료: 지식경제부, 유진투자증권
주: 3개월 이동평균치임

도표 8 백화점/대형마트/슈퍼 업체별 기존점 매출증가율

(단위: %)

SSG		12.1~2월 누계	12.3	12.4	12.5	12.6	12.7	12.8	12.9	12.10	12.11	12.12	13.1
백화점	신세계백화점	4.5	5.2	-3.7	1.3	0.2	0.7	-5.0	-1.0	-0.7	8.0	1.4	-10.0
	롯데백화점	-2.0	3.0	-1.4	2.5	1.5	2.5	-3.2	0.6	0.2	14.5	3.5	-7.0
	현대백화점	1.5	1.0	1.0	2.0	1.0	1.0	-3.0	2.0	-2.0	9.0	1.0	-5.5
	지경부 기준 백화점 기존점 매출증가율	-0.6	1.6	-3.4	1.0	-2.0	-1.3	-6.9	-0.8	-0.4	9.1	-0.2	-8.2
할인점	이마트	-1.5	1.4	-3	-6.8	-7.6	-8.3	-4.5	0.1	-4.0	-1.0	-5	-15.0
	롯데마트	-1.6	4.5	0.5	-2.6	-5	-7.0	-2.6	2.1	-1.5	-0.1	-4.4	-18.0
	지경부 기준 할인점 기존점 매출증가율	-1.9	3.2	-2.4	-5.7	-7.2	-8.2	-3.3	0.2	-6.6	-1.7	-5.0	-24.6
슈퍼	롯데슈퍼	2.4	3.5	-0.1	1.6	0.0	-1.9	1.7	5.6	-3.4	0.4	-0.9	-10.0

자료: 각 사, 지식경제부, 유진투자증권



백화점 업체별 기존점 매출증가율, 역성장으로 전환

백화점, 1월 매출증가율
역성장으로 전환.
2월 현재
1~2월 누계 (-)성장 예상

백화점 3사의 2013년 1월 기존점 매출신장률은 롯데백화점 -7.0%yoy(12월 +3.5%yoy), 신세계백화점 -10.0%yoy(12월 +1.4%yoy), 현대백화점 -5.5%yoy(12월 +1.5%yoy)로 백화점 3사 모두 전월 대비 성장 폭이 꺾이며 역성장을 기록하였다. 이는 타이론 추위로 인한 날씨효과가 1월까지 영향을 미치지 않았기 때문 이라고 판단한다.

또한, 최근 2월의 동향을 감안시 2/9~2/11일 있었던 설 대목을 포함하더라도 1~2월 누계 매출 증가율이 flat하거나 (-)성장을 예상한다. 롯데백화점이 1~2월 누계 예상치로 0%yoy, 신세계백화점이 설 연휴 기간 -2.0%yoy로 부진하였다. 이는 1) 소비심리가 아직까지 크게 살아나지 않았고 2) 재고부족으로 인한 의류 판매 부진, 3) 고가상품 수요 감소로 인한 명품 판매 부진때문으로 파악된다.

다만 2월 셋째 주 주말부터 부진한 명품 판매를 만회하기 위해, 명품할인행사를 열고 있어 2월 객단가를 단기 적으로라도 올려 매출증가율을 높이는데 한 몫을 할 것으로 예상된다.

이에, 1월~2월 누계 각 백화점의 동일점포 신장률은 (-)한자릿수 초반의 성장률을 기록할 것으로 판단한다.

백화점, 연일지속되는 행
사로 객수는 증가세 전환하
였으나, 객단가의 하락세
면치 못하고 있어

백화점이 직면하고 있는 가장 부담요인은 바로 객단가의 하락이다. 백화점 구매단가는 2012년 12월 -2.3%yoy에서 2013년 1월 -8.3%yoy로 역성장폭이 크게 증가하였다. 11월을 제외하고는 2012년 4월 이 후로 역성장이 계속 되었고, '해외명품', '잡화' 등의 고가 상품 수요 감소가 지속되고 있음을 의미한다.

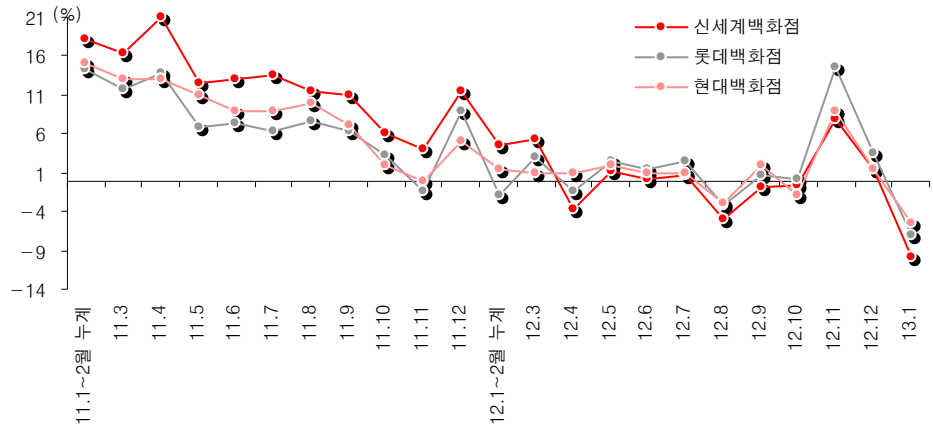
반면 구매건수는 전월 +2.2%yoy에서 +0.1%yoy로 성장세가 둔화되었으나, 5월 이후 9개월 연속 (+)성장을 하고 있다.

즉, 연일 지속되고 있는 백화점 행사로 인해 객수는 증가세로 전환하였지만, 그 질적인 측면에서는 고가 상품수요가 아닌 저가 또는 행사상품위주로 판매가 일어나며 객단가의 하락세를 면치 못하고 있다.

백화점 주식의 의미 있는 반등은 객단가의 회복세 이후가 될 것으로 전망한다.

1월 SSSG:
롯데백화점 -7.0%,
신세계백화점 -10.0%,
현대백화점 -5.5%

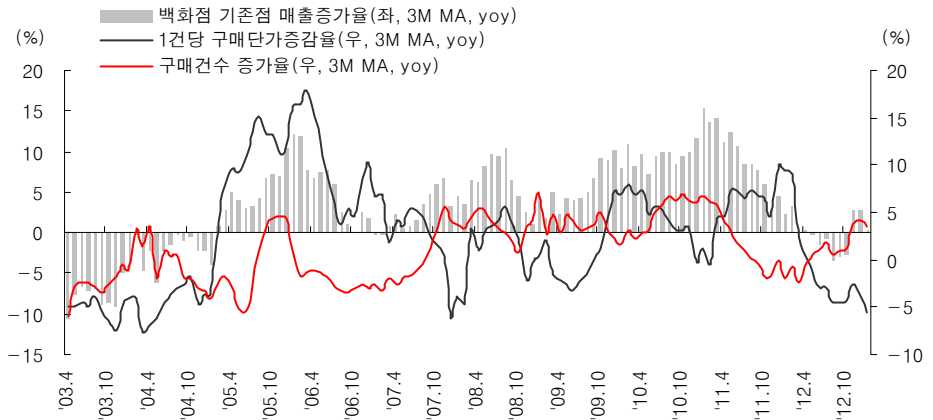
도표 9 백화점 3사 기존점 매출증가율: 1월 매출증가율 모두 12월 대비 크게 악화



자료: 각 사, 유진투자증권

백화점 구매건수
+0.1% 증가
백화점 구매단가
-8.3% 하락
→ 구매단가 하락세
지속되고 있어

도표 10 백화점 행사 지속되며 구매건수 증가율은 상승전환세이지만, 구매단가 증감을 지속
적인 하락하고 있는 점은 부담요인 → 백화점에서도 고가소비를 하고 있지 않다는
반증



자료: 지식경제부, 유진투자증권



백화점 품목별 매출증가율, 대부분의 품목(-)성장 벗어나지 못하고 있어

1월 백화점, 여성정장과
식품을 제외한 모든 품목
매출증가율 전월대비 감소

1월 백화점 상품군별 매출증가율은 가정용품(+12.8%yoy)과 아동/스포츠(+0.3%yoy)를 제외하고 역성장을 기록하였다.

백화점 매출 비중의 52.3%를 차지하는 의류 및 잡화의 1월 매출증가율은 -15.4%~-0.9%yoy내외로 전월(-8.2~-1.4%yoy 내외)대비 급격한 감소세를 기록했다. 이는 경기침체, SPA브랜드 및 홈쇼핑/온라인 채널을 통한 저가구매 확대에 기인한다. 또한, 이에 대응하기 위해 백화점이 지속적인 세일 행사를 했고, 소비 경기 침체의 영향으로 의류와 잡화 내에 고가 상품 판매는 부진한 것으로 파악된다.

특히, 백화점 품목 중 경기가 제일 먼저 반영된다는 남성의류가 -15.4%yoy를 기록하며 큰 폭의 역성장을 기록했고, 명품 역시 전월의 역성장 -0.3%yoy에서 -7.1%yoy으로 2004년 1월 이후 가장 큰 감소세를 보인 것은 백화점 업체의 경기가 아직 회복되지 않았음을 반증한다.

도표 11 백화점 품목별 매출증가율

(단위: %, yoy)

구분	비 식품부문								식품	총계 (원자료)	총계 (3개월평균)
	잡화	여성정장	여성캐주얼	남성의류	아동, 스포츠	가정용품	명품	소계			
'12.1	-5.1	-16.5	-8.1	-5.2	2.3	-11.0	7.8	-5.5	1.6	-4.1	2.1
'12.2	-0.4	7.8	-0.2	4.7	5.1	-4.3	8.2	2.9	-0.2	2.9	3.3
'12.3	-2.4	-0.3	1.3	0.5	8.6	-7.0	4.7	0.9	4.1	1.6	0.1
'12.4	-5.1	-8.1	-1.8	-9.4	7.1	-7.5	-5.9	-3.9	1.3	-3.4	0.4
'12.5	2.0	-6.4	0.1	-5.6	6.4	-1.9	4.9	0.6	3.6	1.0	-0.3
'12.6	-0.7	-6.0	-4.1	-9.7	1.6	-6.4	2.4	-2.6	2.8	-2.0	-1.5
'12.7	-1.9	-7.8	-5.0	-5.2	0.7	0.6	2.2	-2.1	0.6	-1.3	-0.8
'12.8	-6.7	-13.0	-7.8	-12.6	-4.3	-7.9	-2.2	-7.2	-9.7	-6.9	-3.4
'12.9	-6.6	-11.5	-6.6	-6.4	-1.8	3.8	2.4	-4.1	12.9	-0.8	-3.0
'12.10	-5.7	-10.6	-6.1	-10.6	0.7	5.6	4.8	-3.4	-2.7	-0.4	-2.7
'12.11	1.2	5.7	11.1	4.5	17.2	13.3	10.0	8.7	8.1	9.1	2.6
'12.12	-5.7	-7.4	-1.4	-8.2	10.5	8.5	-0.3	-1.2	6.4	-0.2	2.8
'13.1	-11.1	-0.9	-5.6	-15.4	0.3	12.8	-7.1	-5.1	-22.5	-8.2	0.2

자료: 지식경제부, 유진투자증권

주: 신규점 제외

도표 12 백화점 품목별 매출 비중

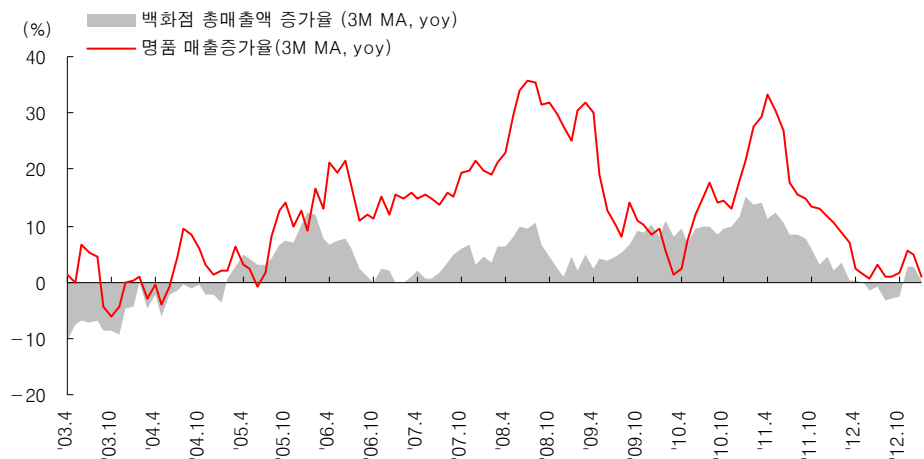
(단위: %)

구분	비 식품부문								식품	총계 (원자료)
	잡화	여성정장	여성캐주얼	남성의류	아동, 스포츠	가정용품	명품	소계		
상반기	18.6	11.7	13.3	8.5	13.4	8.1	13.4	87.1	12.9	100.0
하반기	17.8	11.4	13.8	7.9	14.1	8.9	13.2	87.2	12.8	100.0
연간	18.2	11.6	13.6	8.2	13.7	8.5	13.3	87.2	12.8	100.0
'13.1월	17.1	12.8	13.2	9.2	13.2	8.6	11.8	85.9	14.1	100.0

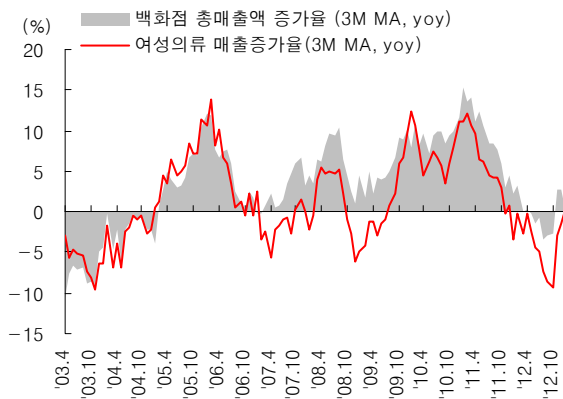
자료: 지식경제부, 유진투자증권

주: 신규점 제외

도표 13 백화점 명품 매출증가율: 명품 실적 부진세 지속

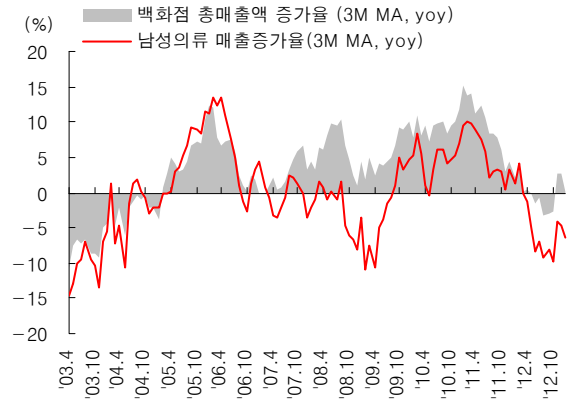


자료: 지식경제부, 유진투자증권

도표 14 백화점 여성의류 매출증가율:
여성의류 (-)성장을 축소되고 있으나
의미있다고 보기는 이른 수치

자료: 지식경제부, 유진투자증권

주: 여성의류는 여성정장과 여성캐주얼 매출증가율 평균

도표 15 백화점 남성의류 매출증가율:
소비경기 Index인 남성의류 매출 급락

자료: 지식경제부, 유진투자증권



대형마트 업체별 기준점 매출증가율, 역성장 폭 크게 증가

대형마트 매출증가율, 3개월 연속 역성장

대형마트 대표 2사의 1월 기준점 매출증가율은 모두 전월대비 악화되며, 4개월 연속 역성장했다. 2013년 1월 업체별 기준점 매출신장률은 이마트가 -15.0%yoy(12월 -5.0%yoy), 롯데마트가 -18.0%yoy(12월 -4.4%yoy)를 기록하며 전월대비 큰 폭으로 악화되었다.

이는 1) 1월 1일 '대형마트 규제법' 국회 통과에 따라 대형마트의 의무휴업이 증가하였고, 2) 11월, 12월 이른 추위 날씨에 따른 의류 선구매 3) 전년 대비 높은 강수량, 이상 한파 등에 의한 시즌(겨울, 봄)상품 판매 부진, 4) 의류, 가정/생활 등도 홈쇼핑, 온라인 등 저가 채널에서의 구매가 확대되고 있기 때문인 것으로 판단한다.

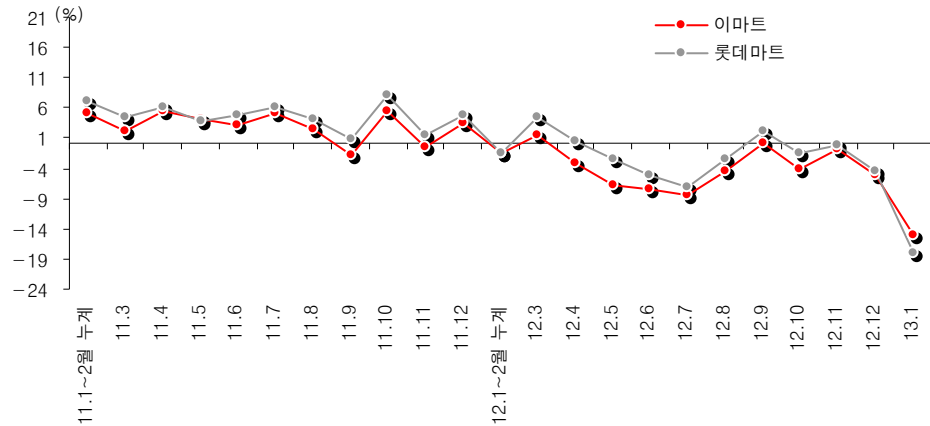
1월 대형마트의 구매건수 증감율과 구매단가 증가율은 모두 전월대비 악화되었다. 구매건수 증감율은 전월의 -5.2%yoy에서 1월 -14.1%yoy로 큰 폭으로 하락했으며, 구매단가 증감율은 물가상승 영향이 소멸하며 전월의 +0.2%yoy에서 1월 -12.2%yoy로 (-)전환했다.

올해 1월 1일 여야가 대형마트 규제법 절충안에 합의함에 따라 영업제한 시간은 자정~오전 10시로 기존안 보다 2시간 단축되었다. 그러나, 대형마트들이 자율 휴무로 주중 월 2회 실시하던 휴무제는 일요일을 포함한 공휴일에 월 2회 의무휴업으로 결정되어 주중 휴무가 주말 휴무로 점차적으로 전환될 것으로 보여 대형마트 어닝개선에 부담요인으로 작용할 것으로 판단한다. 4월 강제휴무 규정, 6월 신규 출점 제한 규정이 시행될 것으로 예상됨에 따라 당분간 대형마트의 실적 및センチメント 악화는 불가피할 것으로 보여 보수적인 접근을 추천한다.



1월 SSSG:
이마트, 롯데마트
매출증가율 역성장 지속

도표 16 대형마트 2사 기존점 매출증가율: 1월 양사 모두 큰 폭의 역성장 기록

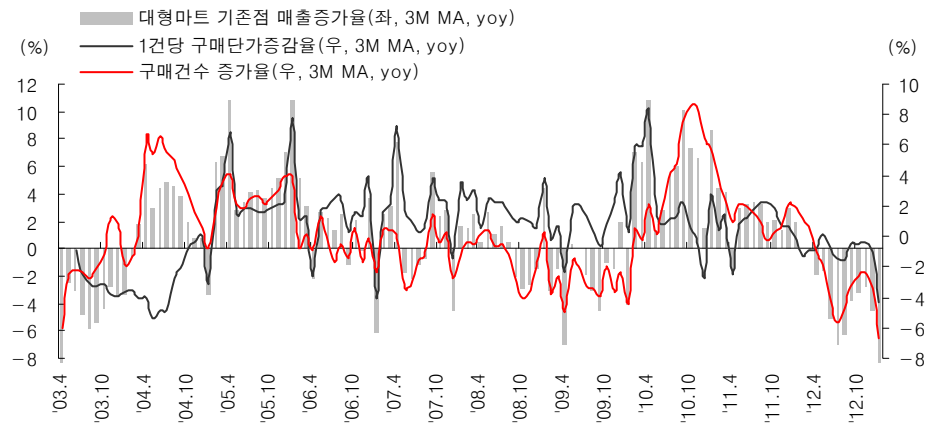


자료: 각 사, 유진투자증권

대형마트 구매건수
-14.1% 하락
대형마트 구매단가
-12.2% 하락

도표 17 대형마트 구매단가, 구매건수 증감율:

구매건수 증가율은 12월 -5.2% → 1월 -14.1%로 악화
구매단가 증가율은 12월 +0.2% → 1월 -12.2%로 (-)전환



자료: 지식경제부, 유진투자증권



대형마트 품목별 매출증가율, 전 품목 (-)성장을 기록

1월 대형마트,
4개월 연속
대형마트 신장률 (-) 기록
→ 전 품목 (-)신장을 기록

1월 대형마트 품목별 매출증가율은 전 품목에서 (-)성장을 기록하며 대형마트 전체 -24.6%yoy의 역성장을 기록했다. 품목별로 식품 -26.5%yoy, 의류 -26.4%yoy, 가전/문화 -24.5%yoy, 스포츠 -9.0%yoy, 가정/생활 -24.1%yoy, 잡화 -21.9%yoy를 기록했다.

특히, 대형마트 매출 비중의 57.9%를 차지하는 식품이 전월 -4.9%yoy 성장에서 1월 -26.5%yoy로 크게 매출 증가율이 역성장하면서 대형마트의 매출 하락을 견인한 것으로 판단한다. 식품 매출 감소는 의무 휴업 및 작년 1월 22일 ~ 1월 24일이었던 설 연휴의 올해 2월 9일 ~ 2월 13일로 이동하며 구매고객이 크게 감소한 것(-14.1%yoy)에 기인한다.

의류의 경우 전년대비 이른 추위로 방한용 의류의 판매가 초겨울에 집중됨에 따라 1월 구매 고객 감소에 영향을 미쳤다. 그리고 SPA/온라인/홈쇼핑 등 저가 의류의 유통 채널 다변화와 백화점 등의 할인행사에 따른 고객 이탈로 판매가 크게 감소해서 11월을 제외하면 4월부터 9개월간 매출증가율이 역성장하고 있다. 가정/생활은 경기 영향으로 김치냉장고나 TV 등 내구재인 대형 가전이 지속적으로 판매감소하고 있어 9개월째 역성장을 기록중이다.

대형마트는 1월 전 품목 매출 감소로 인해 큰 역성장을 기록했고, 대형마트 규제법이 국회를 통과함에 따라 정기 휴업매장 수가 늘어나고 있기 때문에, 2월 대형마트의 매출 신장률은 설 연휴를 포함 한다고 해도 크게 나아지지는 않고 다만 1월보다는 소폭 약화된 (-)성장을 할 것으로 판단한다.

도표 18 대형마트 품목별 매출증가율

(단위: %, yoy)

구분	비 식품부문						식품	총계 (원자료)	총계 (3개월평균)
	가전·문화	의류	가정·생활	스포츠	잡화	소계			
'12.1	-0.4	-1.6	4.5	1.8	-3.7	1.2	1.7	2.7	2.0
'12.2	-16.6	-10.5	-3.0	-0.2	-13.5	-8.9	-5.4	-6.4	0.0
'12.3	-2.2	3.2	4.0	7.7	3.4	2.5	2.8	3.2	-0.2
'12.4	-6.1	-1.7	-0.2	4.1	-4.7	-2.0	-3.3	-2.4	-1.9
'12.5	-11.3	-6.3	-3.8	1.3	-3.6	-5.7	-6.5	-5.7	-1.6
'12.6	-14.4	-12.4	-4.4	-0.5	-10.9	-8.6	-6.7	-7.2	-5.1
'12.7	-6.5	-9.1	-4.6	-6.8	-8.7	-6.4	-10.8	-8.2	-7.0
'12.8	0.2	-4.9	-5.2	-0.2	-1.6	-3.0	-3.7	-3.3	-6.2
'12.9	-5.5	-9.1	-2.7	-11.3	-6.2	-5.6	4.3	0.2	-3.8
'12.10	-6.3	-6.9	-3.4	-5.5	-2.8	-4.9	-9.2	-6.6	-3.2
'12.11	-7.7	7.9	-1.1	5.1	2.3	-0.1	-4.1	-1.7	-2.7
'12.12	-8.1	-9.0	-5.5	1.1	-3.6	-6.2	-4.9	-5.0	-4.4
'13.1	-24.5	-26.4	-24.1	-9.0	-21.9	-23.4	-26.5	-24.6	-10.4

자료: 지식경제부, 유통투자증권

주: 신규점 제외

도표 19 대형마트 품목별 매출 비중

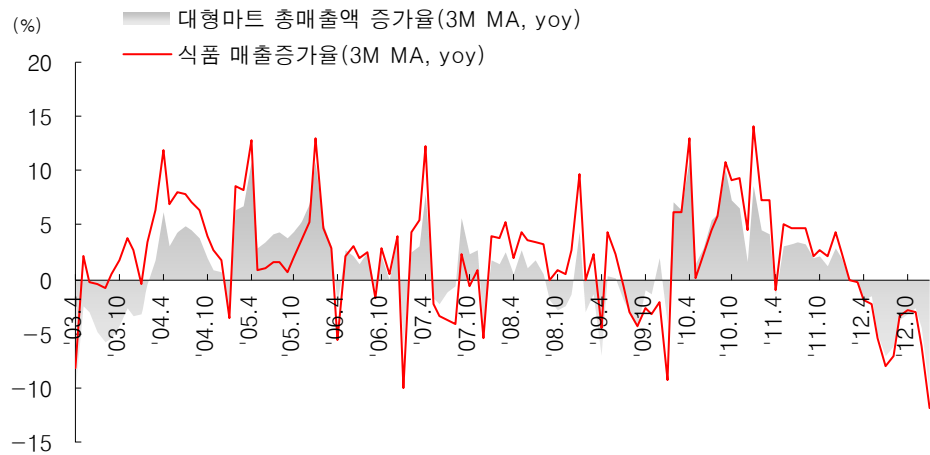
(단위: %)

구분	비식품					소계	식품	총계
	가전/문화	의류	가정/생활	스포츠	잡화			
상반기	10.9	8.1	18.5	3.7	4.4	45.6	54.4	100.0
하반기	10.9	8.6	18.5	3.8	4.4	46.1	53.9	100.0
연간	10.9	8.4	18.5	3.8	4.4	45.9	54.1	100.0
'13.1월	9.6	7.4	18.1	3.2	3.8	42.1	57.9	100.0

자료: 지식경제부, 유진투자증권

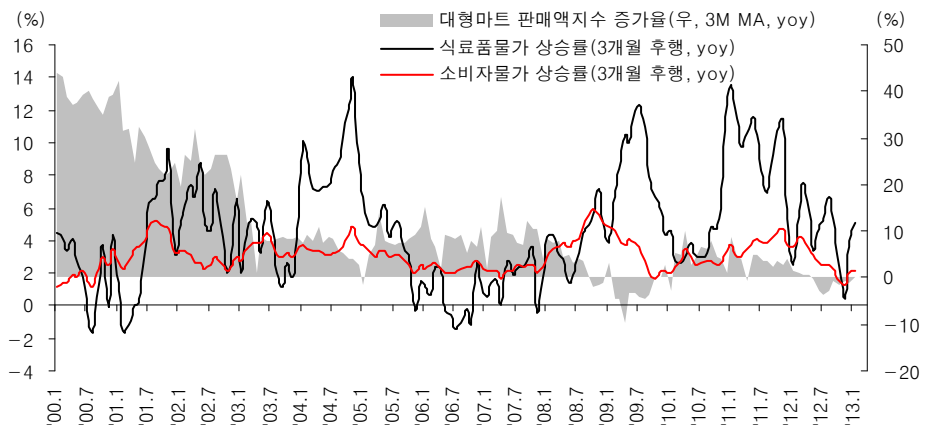
주: 신규점 제외

도표 20 대형마트 식품 매출증가율



자료: 지식경제부, 유진투자증권

도표 21 소비자물가상승률, 식료품 물가상승률

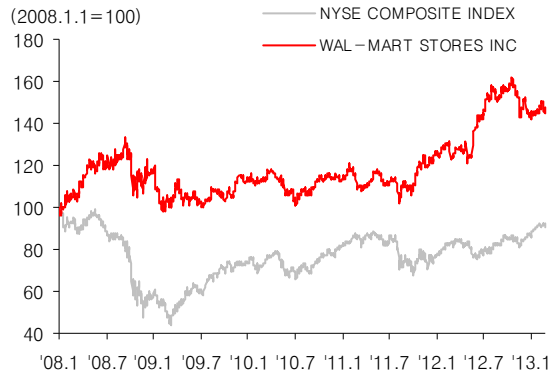


자료: 지식경제부, 통계청, 유진투자증권



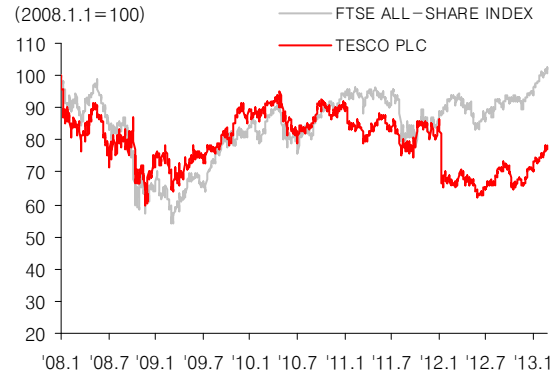
유통 Global Peer 주가

도표 22 할인점 주가추이-(미국)Walmart



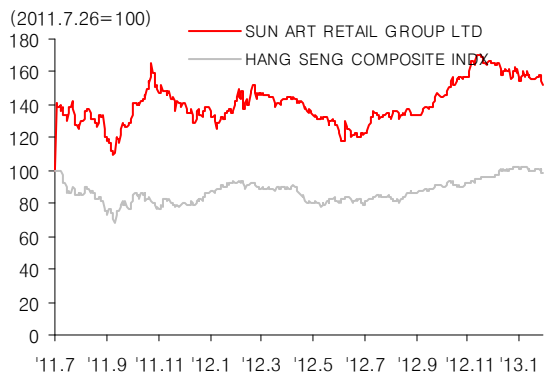
자료: Bloomberg, 유진투자증권

도표 23 할인점 주가추이-(영국)Tesco



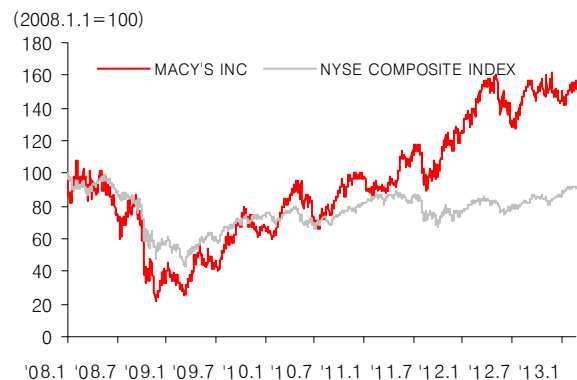
자료: Bloomberg, 유진투자증권

도표 24 할인점 주가추이-(중국)Sun Art Retail



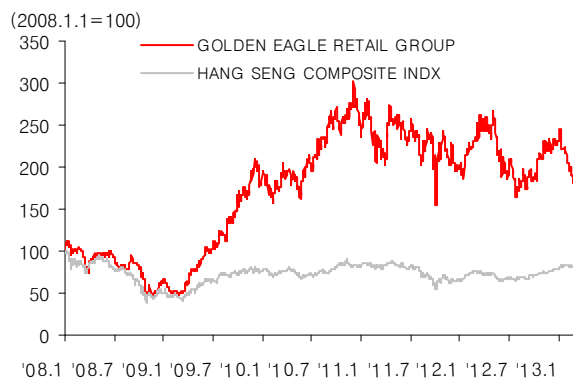
자료: Bloomberg, 유진투자증권

도표 25 백화점 주가추이-(미국)Macy's



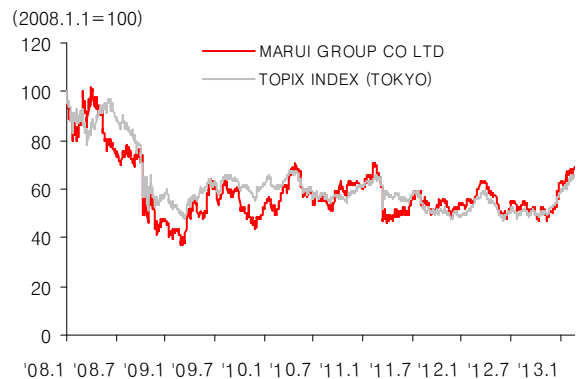
자료: Bloomberg, 유진투자증권

도표 26 백화점 주가추이-(중국)Golden Eagle



자료: Bloomberg, 유진투자증권

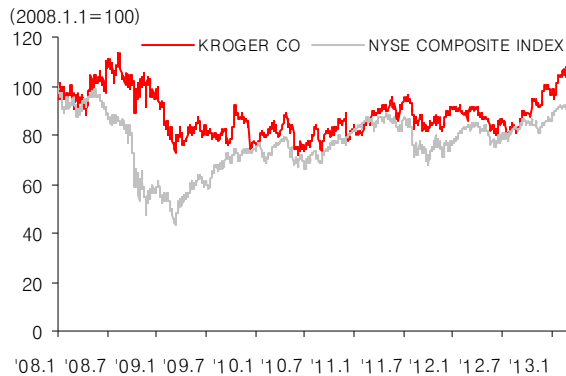
도표 27 백화점 주가추이-(일본)Marui



자료: Bloomberg, 유진투자증권

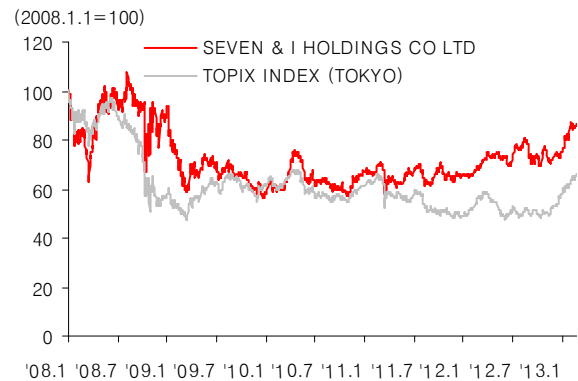


도표 28 편의점 주가추이-(미국)Kroger



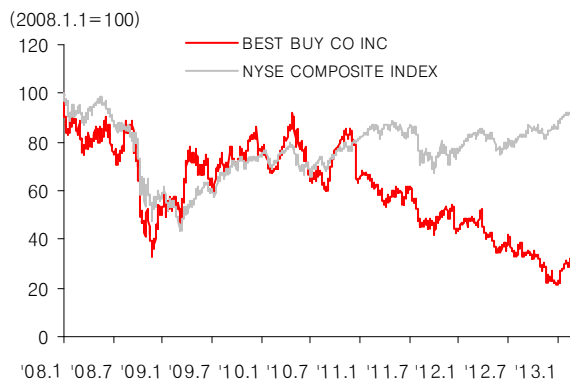
자료: Bloomberg, 유진투자증권

도표 29 편의점 주가추이-(일본)Seven&I Holdings



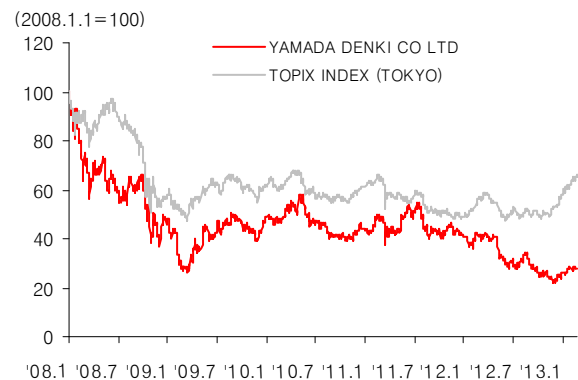
자료: Bloomberg, 유진투자증권

도표 30 전자양판점 주가추이-(미국)Best Buy



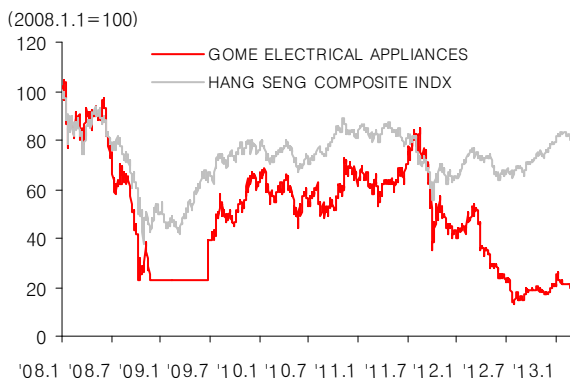
자료: Bloomberg, 유진투자증권

도표 31 전자양판점 주가추이-(일본)Yamada Denki



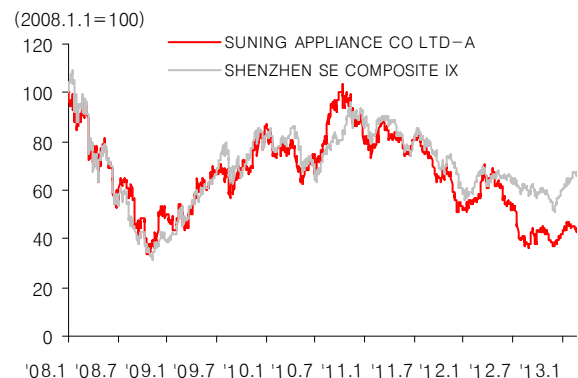
자료: Bloomberg, 유진투자증권

도표 32 전자양판점 주가추이-(중국)Gome



자료: Bloomberg, 유진투자증권

도표 33 전자양판점 주가추이-(중국)Sunning



자료: Bloomberg, 유진투자증권



Compliance Notice

당사는 자료 작성일 기준으로 지난 3개월 간 해당종목에 대해서 유가증권 발행에 참여한 적이 없습니다
당사는 본 자료 발간일을 기준으로 해당종목의 주식을 1% 이상 보유하고 있지 않습니다
당사는 동 자료를 기관투자자 또는 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다
조사분석담당자는 자료작성일 현재 동 종목과 관련하여 재산적 이해관계가 없습니다
동 자료에 게재된 내용들은 조사분석담당자 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭없이 작성되었음을 확인합니다
동 자료는 당사의 제작물로서 모든 저작권은 당사에 있습니다
동 자료는 당사의 동의없이 어떠한 경우에도 어떠한 형태로든 복제, 배포, 전송, 변형, 대여할 수 없습니다
동 자료에 수록된 내용은 당사 리서치센터가 신뢰할 만한 자료 및 정보로부터 얻어진 것이나, 당사는 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없습니다. 따라서 어떠한 경우에도 자료는 고객의 주식투자의 결과에 대한 법적 책임소재에 대한 증빙자료로 사용될 수 없습니다

투자기간 및 투자등급

종목추천 및 업종추천 투자기간: 12개월 (추천기준일 종가대비 추천종목의 예상 목표수익률을 의미함)

• STRONG BUY	추천기준일 종가대비 +50%이상
• BUY	추천기준일 종가대비 +20%이상 ~ +50%미만
• HOLD	추천기준일 종가대비 0%이상 ~ +20%미만
• REDUCE	추천기준일 종가대비 0%미만