

유통

소매시장은 소극적 소비태도 및 불황형 소비로 부진 지속 전망

- 소매시장은 5월 소폭 개선되었지만 부진 탈피의 유의미한 변화는 없음
- 소매채널은 연휴 영향으로 5월 무점포소매가 부진한 것이 특징적
- 소매시장은 가계의 소극적 소비태도 및 불황형 소비로 부진 지속 전망

소매시장은 5월 소폭 개선되었지만 유의미한 변화는 없음

5월 전체 및 순수 소매시장은 전년비 각각 2.3%, 1.9% 성장하였다. 세월호 참사 영향이 있었던 4월과 달리 소폭 개선되었다. 하지만 4-5월 합산 소매시장성장률은 전체소매 +1.8%, 순수소매 +1.1%로 13.1월 이후 부진에서 벗어나지 못했다. 5월 품목별 판매는 승용차 호조, 의류/잡화 부진, 음식료품 개선을 보였다.

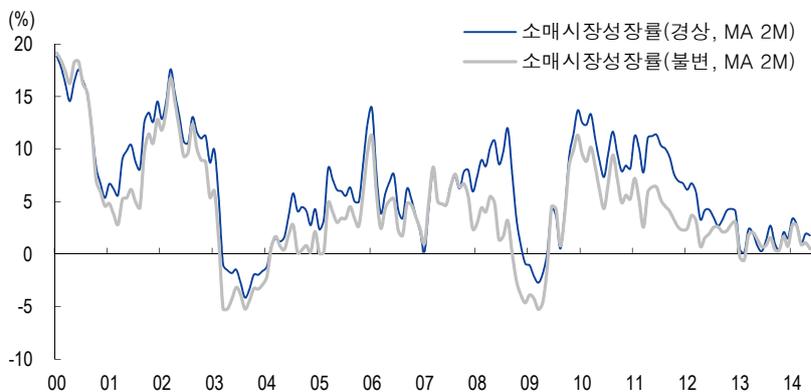
소매채널은 연휴 영향으로 5월 무점포소매가 부진한 것이 특징적

5월 백화점은 전년비 1.0% 성장으로 부진하였다. 주력 품목인 의류, 잡화, 화장품 판매가 전년비 감소하여 실질적인 내용은 더 부진하였다. 대형마트는 전년비 8.2% 성장하였다. 낮은 기저효과(13.5월 성장률 -0.2%), 면세점의 화장품 판매 호조가 긍정적으로 작용하였다. 무점포소매는 전년비 1.0% 성장으로 부진하였다. 특히 홈쇼핑은 연휴 영향으로 4월에 이어 전년비 역신장하였다. 편의점은 전년비 6.5% 성장하며 상대적으로 양호했지만 추세적으로는 많이 둔화되었다.

소매시장은 가계의 소극적 소비태도 및 불황형 소비로 부진 지속 전망

소매시장의 부진은 가계의 소극적 소비태도 및 불황형 소비로 이어질 전망이다. 따라서 사이클 관점보다는 소매시장의 구조적 변화, 소비자의 채널 이동에 초점을 맞춘 업황 접근 및 종목 선별이 적절한 투자전략이라고 판단된다.

[그림1] 소매시장성장률 추이



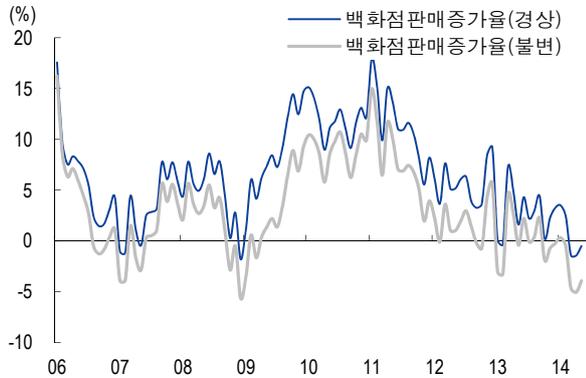
자료: 통계청, NH농협증권

중립 (유지)

Analyst 홍성수

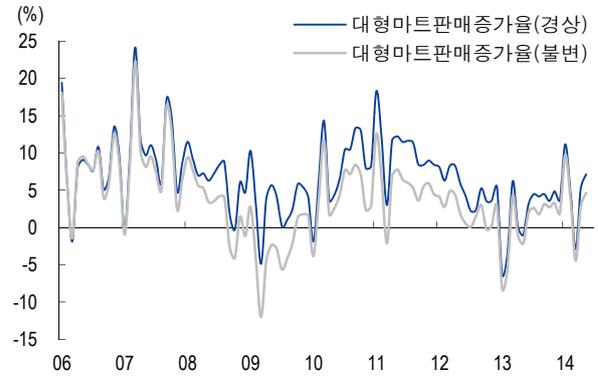
02)2004-4801, sshong@nhis.co.kr

[그림2] 백화점 판매 동향



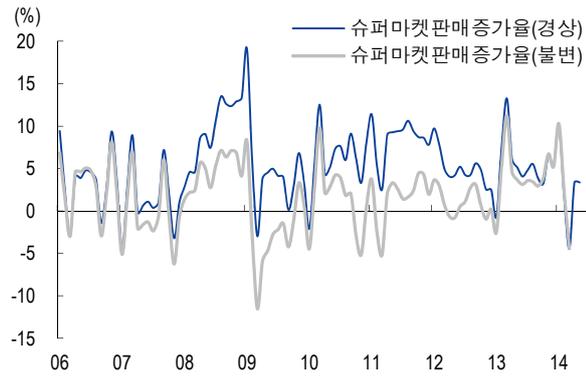
주: 경상기준. 판매증가율은 2개월 이동 합산 판매액 기준으로 산출(이하 동일)
자료: 통계청

[그림3] 대형마트 판매 동향



주: 경상기준
자료: 통계청

[그림4] 슈퍼마켓 판매 동향



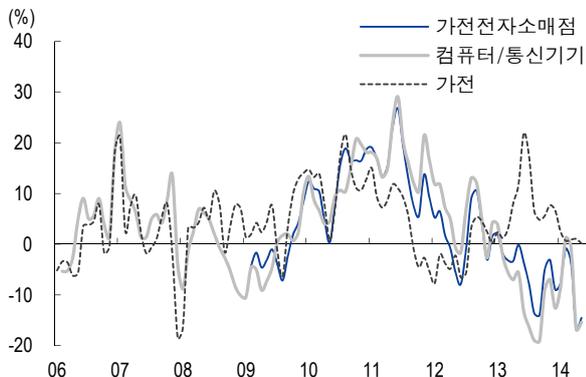
주: 경상기준
자료: 통계청

[그림5] 편의점 판매 동향



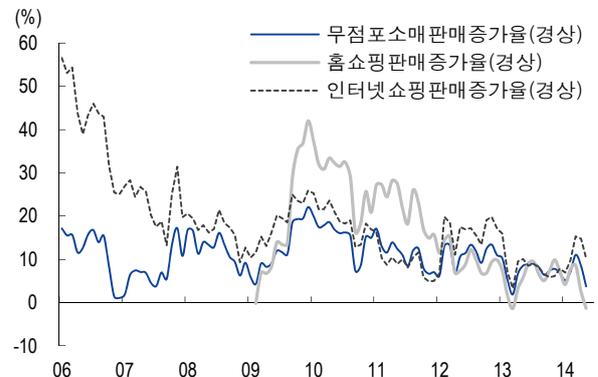
주: 경상기준
자료: 통계청

[그림6] 가전전자제품 판매 동향



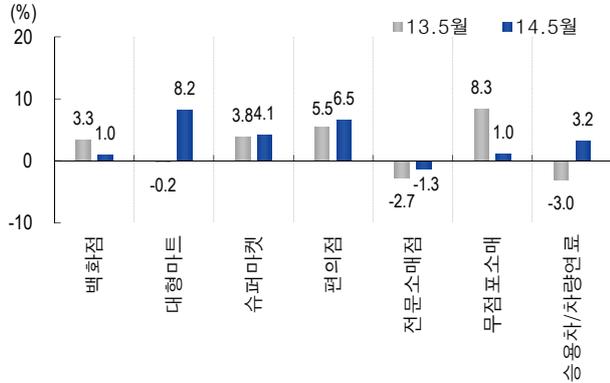
주: 경상기준
자료: 통계청

[그림7] 무점포소매 판매 동향



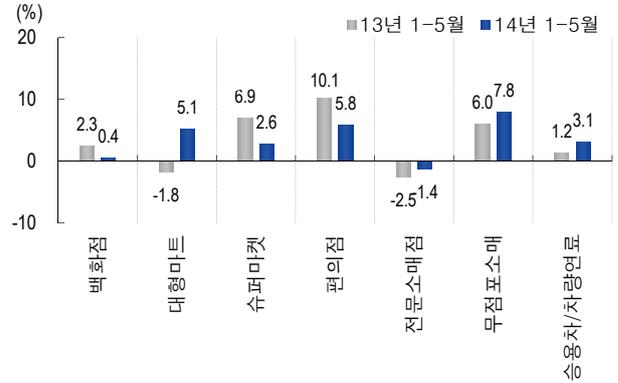
주: 경상기준
자료: 통계청

[그림8] 주요 소매채널 판매증가율 (14.5월)



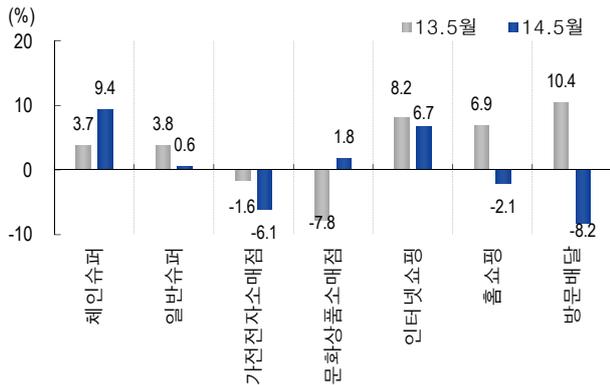
주: 경상기준
자료: 통계청

[그림9] 주요 소매채널 판매증가율 (14년 1-5월)



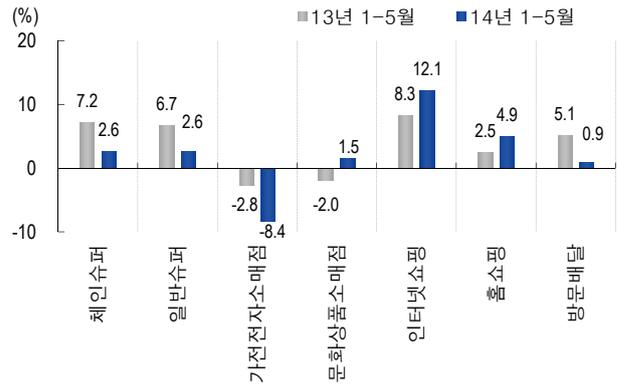
주: 경상기준
자료: 통계청

[그림10] 하위 소매채널 판매증가율 (14.5월)



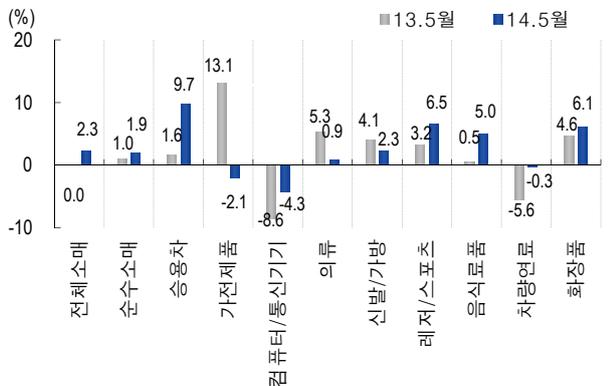
주: 경상기준
자료: 통계청

[그림11] 하위 소매채널 판매증가율 (14년 1-5월)



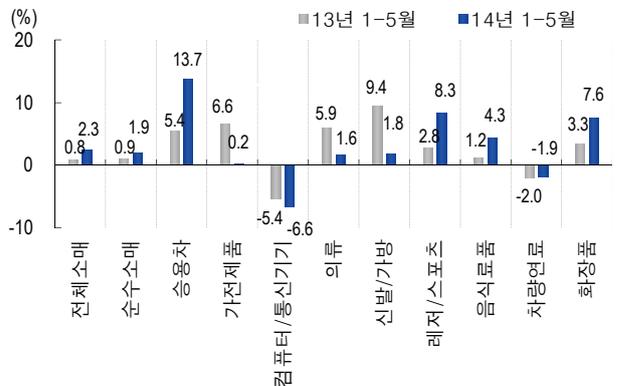
주: 1) 경상기준, 2) 경상지수를 판매액 대응치로 사용
자료: 통계청

[그림12] 주요 소비재 판매증가율 (14.5월)



주: 1) 경상기준, 2) 순수소매는 승용차와 차량용 연료를 제외한 기준
자료: 통계청

[그림13] 주요 소비재 판매증가율 (14년 1-5월)



주: 1) 경상기준, 2) 순수소매는 승용차와 차량용 연료를 제외한 기준
자료: 통계청

[표1] 소매시장 동향 : 소비재와 소매채널별 점검

(단위: %)

	판매액비중		전년비 증가율														
			2013									2014					1~5월
	2013	2014	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1월	2월	3월	4월	5월	2013	2014
전체소매	100	100	-0.0	0.6	2.1	3.4	-1.2	2.0	2.2	0.9	6.1	-0.6	2.6	1.2	2.3	0.8	2.3
순수소매	75.3	75.1	1.0	1.7	0.8	2.1	0.6	2.4	3.5	1.4	7.0	-2.6	2.7	0.2	1.9	0.9	1.9
소비재별																	
내구재	23.8	24.1	0.3	-0.8	1.3	2.3	-8.0	3.5	-2.2	-5.0	3.4	10.0	3.4	0.9	3.2	1.5	4.1
승용차	8.9	9.8	1.6	-2.4	12.0	24.6	-11.2	5.4	-3.3	-7.3	10.1	20.5	12.0	17.2	9.7	5.4	13.7
가전제품	4.7	4.2	13.1	30.6	6.7	6.3	3.0	7.9	7.3	5.9	-1.3	2.8	-0.7	2.9	-2.1	6.6	0.2
컴퓨터/통신기기	6.2	6.0	-8.6	-17.7	-15.0	-22.9	-15.0	-2.8	-10.9	-14.2	-2.7	5.3	-7.1	-26.7	-4.3	-5.4	-6.6
준내구재	23.5	23.5	4.8	3.3	3.1	9.0	4.8	1.9	7.7	4.1	0.5	1.4	2.5	3.2	1.1	5.6	1.8
의류	14.3	14.3	5.3	4.0	3.5	10.2	5.6	3.3	8.5	4.8	0.1	0.1	2.7	4.1	0.9	5.9	1.6
신발/가방	3.3	3.4	4.1	5.5	7.8	10.3	11.3	3.3	10.6	8.5	-1.9	1.2	0.4	7.0	2.3	9.4	1.8
레저/스포츠	2.3	2.3	3.2	-1.6	-0.6	8.0	4.0	-1.4	14.9	4.0	13.5	14.4	6.6	3.6	6.5	2.8	8.3
비내구재	52.7	52.4	-2.3	0.0	2.0	2.0	-0.6	1.4	1.5	2.1	9.7	-6.0	2.3	0.5	2.4	-1.4	1.8
음식료품	22.0	22.1	0.5	2.9	2.0	3.9	0.7	5.7	4.9	2.5	23.1	-13.9	5.3	2.9	5.0	1.2	4.3
차량용연료	15.8	15.1	-5.6	-2.8	2.6	-0.6	-3.8	-1.5	-0.9	3.4	-0.8	-2.0	-3.0	-3.4	-0.3	-2.0	-1.9
화장품	4.2	4.5	4.6	5.7	9.6	12.4	9.8	2.2	5.5	7.0	10.8	6.6	7.2	7.3	6.1	3.3	7.6
서적/문구	2.3	2.3	-8.3	-5.2	-0.5	-0.1	-5.4	-6.0	-8.2	-2.4	-0.1	1.7	0.9	-2.7	1.0	-4.3	0.2
소매채널별																	
백화점	8.4	8.4	3.3	5.5	-1.2	7.5	2.0	-1.4	5.7	0.9	6.7	-2.1	-0.8	-2.1	1.0	2.3	0.4
대형마트	12.8	12.9	-0.2	6.7	2.4	6.0	3.2	4.0	5.7	1.9	21.5	-10.6	4.8	5.9	8.2	-1.8	5.1
슈퍼마켓	10.1	10.1	3.8	4.4	5.2	5.8	2.1	4.5	8.4	2.6	17.4	-12.5	4.2	2.6	4.1	6.9	2.6
체인슈퍼	-	-	3.7	4.5	8.0	7.8	2.2	8.0	6.2	3.8	24.8	-23.4	8.0	6.0	9.4	7.2	2.6
일반슈퍼	-	-	3.8	4.2	3.4	4.4	2.0	2.4	9.9	1.7	12.5	-3.9	1.6	0.3	0.6	6.7	2.6
편의점	3.3	3.3	5.5	8.9	5.8	8.5	6.4	6.4	4.2	8.4	8.2	3.6	6.1	5.2	6.5	10.1	5.8
전문소매점	29.1	28.6	-2.7	-5.2	-4.3	-4.2	-3.6	0.0	-0.3	-1.0	0.8	-0.7	-0.7	-4.9	-1.3	-2.5	-1.4
가전전자소매점	-	-	-1.6	-5.6	-10.2	-17.1	-10.9	0.8	-7.1	-10.9	-4.5	2.8	-10.0	-23.1	-6.1	-2.8	-8.4
문화상품소매점	-	-	-7.8	-7.4	-0.2	4.5	-3.5	-5.0	3.2	2.8	4.5	4.3	-0.2	-1.3	1.8	-2.0	1.5
무점포소매	10.9	11.2	8.3	9.2	8.8	7.3	5.5	9.0	6.6	7.0	3.3	11.4	10.6	6.5	1.0	6.0	7.8
인터넷쇼핑	-	-	8.2	8.8	9.0	7.1	6.0	5.7	6.5	9.1	4.7	14.8	15.8	13.7	6.7	8.3	12.1
홈쇼핑	-	-	6.9	11.2	7.6	5.5	4.7	9.9	9.8	4.4	3.9	11.4	5.9	-0.6	-2.1	2.5	4.9
방문배달	-	-	10.4	7.5	10.1	10.5	5.0	16.6	1.8	4.7	-1.5	3.5	3.5	-1.5	-8.2	5.1	0.9
승용차/연료소매점	25.3	25.6	-3.0	-2.7	5.8	6.3	-6.6	0.2	-2.2	-1.4	1.3	5.3	2.1	3.9	3.2	1.2	3.1

주: 1) 소매채널의 판매액 비중은 전체소매시장 기준, 2) 2014년 판매액 비중은 5월 누계 기준
자료: 통계청, NH농협증권

Compliance Notice

- 당사는 본 자료를 기관투자자 등 제 3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 본 자료를 작성한 금융투자분석사와 그 배우자는 발간일 현재 해당 종목의 금융투자상품을 보유하고 있지 않으며 재산적 이해관계가 없습니다.
- 본 자료의 내용은 작성자의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭없이 작성되었음을 확인합니다.

[중독 투자등급]

- 1) 적극매수 : 6개월후 시장 대비 25%p 이상의 초과 수익률이 예상되는 종목
- 2) 매수 : 6개월후 시장 대비 10%p 이상 25%p 이하의 초과 수익률이 예상되는 종목
- 3) 시장평균 : 6개월후 시장 대비 -10%p내지 10%p의 수익률이 예상되는 종목
- 4) 매도 : 6개월후 시장 대비 -10%p 초과 수익률이 예상되는 종목

[업종 투자 의견]

- 1) 비중확대 : 6개월후 시장 대비 10%p 이상의 초과 수익률이 예상되는 업종
- 2) 중립 : 6개월후 시장 대비 -10%p내지 10%p의 수익률이 예상되는 업종
- 3) 비중축소 : 6개월후 시장 대비 -10%p 미만의 수익률이 예상되는 업종