

의류/생활소비재 |

2016 년 S/S 시즌 Big3 백화점 MD 개편이 주는 의미

이번 MD 개편의 특징은 탈(脫) 백화점 의류 브랜드가 생겨나는 동시에 신규 진입 브랜드가 적었다는 것. 이유는 백화점 매출 부진 상황에서 판매 수수료에 따른 고정비 부담이 커졌기 때문. 결과적으로 이번 MD 개편은 탈 백화점 및 남겨진 브랜드 모두에게 좋아지는 그림으로 판단. 新유통채널로는 온라인, 아울렛 등이 부상하면서 수익성 제고에 긍정적이고, 백화점에는 신규 진입 브랜드가 적어 결국 기존 브랜드의 외형이 더 확대되는 방향으로의 전개가 예상되기 때문

백화점을 떠나는 의류 브랜드

- 2016 년 S/S 시즌 빅 3 백화점(롯데, 현대, 신세계) MD 개편을 기점으로 탈(脫)백화점 브랜드가 나타나는 추세
- 대형 패션기업 중에서는 LF 의 여성복 '질바이 질 스튜디오(JILL BY JILL STUART)'가 백화점 철수를 결정
- 그 외, 비상장사이지만 시선인테리어의 '르윗', 동광인테리어의 '스위트숲' 및 롯데백화점 GF 의 '타스타스' 등 중/고가 경계의 여성복 브랜드 백화점 사업 철수가 결정 됨

新유통채널로는 온라인(모바일), 아울렛 등이 부상

- 2015 년 기준 패션업체의 주 유통채널인 백화점(롯데, 현대, 신세계) 합산 매출 성장률은 0.6% 기록. 백화점 매출 자체가 부진한 상태에서 높은 판매 수수료(대형사 평균 35%)는 패션기업에게 임차료 등 고정비에서 가장 큰 부담 요인
- 이에 수익성 높은 온라인, 아울렛 등이 새로운 유통채널로 부상
- 온라인과 아울렛 채널 강화는 ASP 를 낮춰 가격 경쟁력을 확보하는 동시에 재고 및 유통 수수료 비용 경감으로 원가 및 판관비 경감을 통한 수익성 제고가 가능

남겨진 브랜드와 떠난 브랜드, 결국은 둘 다 좋아지는 그림

- 최근 LF 가 진행중인 新유통채널전략, 아직은 사업 재정비의 의미가 큼
- 유통전략 변화가 브랜드의 추가 외형성장 보다는 비용부담이 큰 채널에서 수익성 높은 채널로의 체질 개선을 목적으로 진행되고 있기 때문
- 그러나 장기적으로는 미래 성장 동력 확보를 위한 지속적 수익 창출 전략 방안으로 판단
- 한섬, 대현 등 백화점에서 안정적인 성장을 지속하고 있는 기업에 주목할 필요
- 이번 MD 개편 특징은 탈 백화점 브랜드가 생겨나는 동시에 신규 진입 브랜드도 적었다는 것. 결과적으로 기존 브랜드에 매장을 더 할애하는 방향으로 마무리 됨
- 이는 IMF 직후 생존한 의류 업체에 커진 파이 효과처럼 최근 경쟁에서 생존한 브랜드 실적에 긍정적으로 작용할 것으로 판단

Compliance Notice

- 작성자(조은애)는 본 조서분석자료에 게재된 내용들이 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 신의 성실하게 작성되었음을 확인합니다.
- 본 보고서에 언급된 종목의 경우 당사 조서분석담당자는 본인의 담당종목을 보유하고 있지 않습니다.
- 본 보고서는 기관투자자 또는 제 3 자에게 사전 제공된 사실이 없습니다.
- 당사는 본 보고서의 발간시점에 해당종목을 1% 이상 보유하고 있지 않습니다.
- 종목별 투자의견은 다음과 같습니다.
- 투자판단 4 단계(6 개월 기준) 25%이상 → 적극매수 / 10%~25% → 매수 / -10%~+10% → 중립 / -10%미만 → 매도

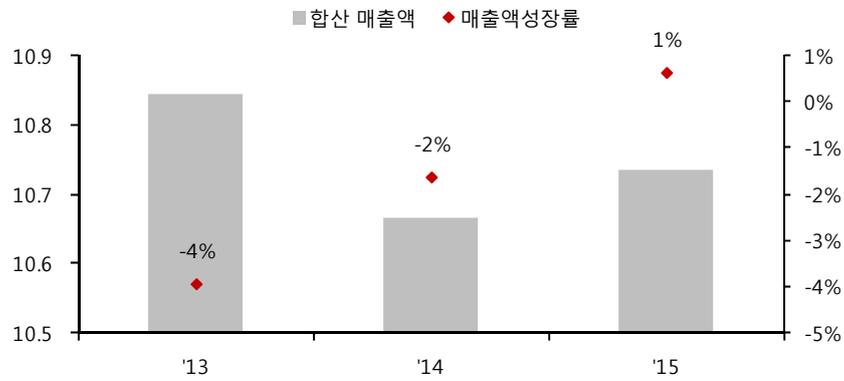
2016 S/S 시즌 탈 백화점 브랜드

의류업체	브랜드	기타
LF	질바이 질 스텐어트, 일꼬르소	전 매장 철수 결정 온라인(모바일) 등 중심으로 판매 강화
동광인터내셔널	스위트슌	백화점 채널 점차 축소
시선인터내셔널	르윗	백화점 채널 점차 축소
롯데백화점 GF	타스타스	백화점 사업 철수

자료: 각 사, SK 증권

백화점 Big 3 합산 매출액 추이

(단위: 조원)



자료: 각 사, SK 증권