

유통·화장품 한 주 째잡기



Analyst 안지영 6915-5675 [jyahn@ibks.com]

주간 유통/화장품 뉴스

인천공항 랜드마크 제작비 면세점에 떠넘겼대(인천일보 2018.08.20)

인천국제공항공사가 20억원을 들여 설치한 인천공항 제2터미널 '랜드마크' 시설물의 디자인·제작비 등 15억원을 면세점 3개사가 분담한 사실이 드러나 '갑질' 논란이 일고 있음. 19일 면세업체에 따르면 인천공항 제2터미널 3층 출구장 보안구역 내 동·서측에 세워진 랜드마크 시설물 2개의 제작비 20억원 중 롯데·신라·신세계 등 면세점 3사가 각각 5억원씩 15억원을 떠안았다. 인천공항공사 부담 5억원을 제외하면 총 비용 중 75%에 해당하는 금액을 면세점에 전가한 셈. 인천공항공사는 2터미널 면세점 DF1-향수·화장품, DF2-주류·담배, DF3-패션·잡화 입찰(공고)의 사업제안서(RFP)에 '랜드마크 제인' 항목을 평가하는 방식으로 사실상 비용을 강제로 분담하게 만들었다는 지적을 받음. RFP는 입찰 당락을 좌우할 수 있는 배점 규모가 60%에 달함. 특히 인천공항공사는 면세사업자들이 랜드마크 비용을 분담하도록 입찰을 발주해 스스로 '청탁금지법(김영란법) 위반' 논란을 차치한 모양새. 업체는 랜드마크 제작비로 부담한 15억원이 면세점 임대료(입찰가격)와 전혀 관련성 없는 인천공항공사의 갑질에 의한 분담 '강요'로 해석. 인천공항공사는 "2터미널 랜드마크 제안을 '면세점 입찰 RFP'에 담아 문제될 것이 없다"는 논리를 펴고 있으나 설득력이 떨어짐. 그러나 면세점 입찰 발주, 평가 등 결정권을 가진 인천공항공사가 우월적 지위를 이용해 업체들이 거부할 수 없게 압력을 행사한 것이라는 주장에 대부분의 업체들이 공감하는 분위기.

화장품 단일브랜드숍 '날개잃은 추락'..편집숍 공세에 적자속출 (뉴스원 2018.08.19)

화장품 로드숍 시대를 풍미했던 '미샤' '토니모리' '스킨푸드' '에뛰드하우스' 등 단일 브랜드숍 업체들이 지난해에 이어 올해 상반기에도 적자전환함. 화장품 유통 채널이 '단일 브랜드숍'에서 '헬스&뷰티숍'과 '뷰티편집숍'으로 급격히 재편되면서 로드숍 위주로 영업을 펼쳐온 업체들이 고전을 면치 못한 모습. 이들은 살아남기 위해 변화를 모색 중. 화장품 브랜드숍 업체들이 고전하는건 시장 경쟁이 치열해지면서 영업 환경이 점점 악화되고 있기 때문. 1인 가구 트렌드의 확산과 접근성을 장점으로 헬스&뷰티숍(뷰티편집숍)이 급부상했고 이에 대한 반사효과로 브랜드숍 위상은 점차 낮아짐. 특히 '사드 보복' 여파로 중국인 단체관광객의 발길이 끊기면서 이런 흐름을 가속화함. 365일 할인경쟁이 출혈마케팅으로 번지면서 수익성이 갈수록 악화된 측면도 있음.

현대백화점그룹, 홈퍼니싱 수직계열화 추진(뉴스토마토 2018.08.19)

현대백화점그룹이 홈퍼니싱사업 수직계열화 승부수를 걸었음. 리바트 인수에 이어 또다시 인수합병(M&A) 시장 대어를 노림. 이번 한화L&C 인수에 성공할 경우 인테리어 시장 판도가 바뀔 수 있는 만큼 업계도 비상한 관심을 쏟음. 현대백화점그룹은 2012년 리바트를 계열사로 편입하면서 B2C 인테리어 시장에 진출한 데 이어 지난해 현대리바트와 현대H&S를 합병시키며 외형을 키웠음. 한화 L&C 인수 추진은 그룹이 인테리어 사업에서 강력한 플레이어로서의 입지를 다지겠다는 움직임으로 풀이됨. 현대홈쇼핑은 1개월 내에 한화L&C 인수 건에 대한 진행 사항을 제공시킬 예정. 업계 관계자는 "한화L&C를 인수하게 되면 현대백화점그룹의 유통망으로 건자재, 가구, 주방가구 생산이 가능해져 토탈 인테리어 서비스를 선보이게 될 것"이라고 전망.

패션기업, 앞 다퉈 화장품사업에 뛰어드는 까닭은?(스페셜경제 2018.08.19)

국내 주요 패션기업들이 올해 하반기를 목표로 코스메틱 브랜드 론칭 준비에 한창. 이들이 화장품 사업에 뛰어드는 것은 사업 다각화의 일환으로 기존 패션 사업으로는 성장에 한계가 있다고 판단한 까닭. 17일 관련 업체에 따르면 화장품 사업에 가장 적극적인 행보를 보이는 것은 신세계인터내셔널. 신세계인터내셔널은 연내 한방 기초 브랜드 출시를 계획하고 있는 것으로 알려짐.아울러 생활용품 브랜드 자주(JAJU)오하 화장품 편집숍 '시코트' 역시 PB제품을 선보일 계획. 앞서 지난 2012년 '비디비치'를 인수한 신세계인터내셔널은 해외 브랜드 '딥티크', '산타마리아노벨라', '바이레도', '아워글래스'의 국내 판권을 확보한 바 있음. LF는 오는 9월 남성 화장품 라인 '헤지스 맨 스킨케어'를 선보임. 앞서 지난 2016년부터 프랑스 브랜드 '불리1803', '그라네파스텔', 네덜란드 화장품 브랜드 '그린랜드', 체코 화장품 브랜드 '보타니쿠스'의 국내 영업권을 획득해 화장품 사업을 전개하고 있는 LF가 자체적인 화장품 브랜드를 만드는 것은 이번이 처음. 화장품 사업 강화를 위해 자회사인 씨에프 뷰티 주식회사를 설립하고 여성기초, 메이크업, 남성기초, 헤어스타일링 제품군을 본격적으로 출시한다는 계획.

SNS '인플루언서'에 '러브콜' 보내는 백화점업계(머니투데이 2018.08.19)

유통업체가 SNS상에서 수십만명의 팔로어를 거느린 '인플루언서'들을 적극 영입 중. 젊은층에 영향력이 큰데다가 트렌드를 빠르게 흡수해 선보일 수 있는만큼 관련 상품 판매, 마케팅에 팔을 걷어붙임.현대홈쇼핑의 온라인몰 현대H몰은 지난 13일 인스타그램 등 SNS상 유명 '인플루언서' 패션·잡화 브랜드를 한 곳에 모은 온라인 매장인 '훗'(Hootd)을 론칭함. 훗은 SNS상에서 '내가 선보이는 오늘의 패션'이라는 뜻의 'Outfit of The Day'의 줄임말인 'ootd'와 현대H몰의 첫 글자인 'H'를 결합해 만든 말.현대H몰의 '훗' 매장에 처음 입점된 SNS 인플루언서는 8명으로 총 팔로워수는 약 140만명. 여성리뷰·핸드백·주얼리·화장품·건강식품 등 약 200개 상품을 선보임. 프로모션·배송·상담 등 현대H몰의 기존 시스템을 활용해 고객들이 한 곳에서 감각적인 상품을 합리적이고 편리하게 구매할 수 있는 게 특징. 유통업체 관계자는 "인플루언서는 SNS를 통해 젊은층을 중심으로 점차 폭넓은 연령대로 영향력을 확대해 나가고 있다"며 "라이프스타일을 공유해 친근감을 형성하고 감각있는 상품으로 어필하는 1인 인플루언서들의 영향력이 점차 커져 큰 시장을 형성하게 될 것으로 전망된다"고 전망.

대형마트에 고객은 없고 규제만 있다(미디어펜 2018.08.16)

유통 환경이 무서울 정도로 급변하고 있다. 온라인 시장 및 배달 시장이 워낙 커지면서 자동차를 굳이 소유해야 할 필요성도 느끼지 못하는 젊은 세대도 늘어나고 있음. 스마트폰 하나가 바뀌놓은 세상은 어마어마하다 할 수 있다. 그런데도 대형마트에 대한 규제는 여전히 보임. 대형마트의 의무휴업제는 헌법재판소의 합헌 판결을 받은 이상 앞으로도 계속 이어질 것으로 보인다. 향후 이 의무휴업제는 이케아나 대형 쇼핑몰 등에도 적용될 가능성이 커 보임. 최근에는 대·중소기업 상생협력 촉진에 관한 법률(상생법)이 대규모 점포를 오픈할 때 갈등의 불씨를 남김. 상생법은 대형쇼핑몰과 대형마트 등이 생겨날 때 '해당 업종, 해당 지역'이라는 기준만 갖추면 지역 상인들이 반대를 할 수 있음. 최근 오픈한 롯데몰 군산점이 이 법에 따라 큰 골치를 앓고 있는 이유. 지역 상인들의 반발로 수년째 표류되고 있는 서울 삼암동 롯데복합쇼핑몰도 비슷한 케이스지. 지금의 소비자들은 미국 아마존 쇼핑몰에서 다이스 청소기를 직접 구매하고, 터키의 리라화가 폭락하자 이를 역이용해 터키 현지 온라인 쇼핑몰에서 버버리를 직구하기도 함. 주변에 대형마트가 있고 쇼핑몰이 있어도 많은 소비자들은 스마트폰으로 쇼핑하는데 그들에게는 그것이 편하고 익숙하기 때문. 지역상권과 골목상권에 고객들이 오지 않는 게 과연 반경 몇 킬로미터 떨어져 있는 대규모 점포들 때문일까. 지역상권과 골목상권 보호를 위해 대형마트나 쇼핑몰 등을 규제하는 것만이 해답일까. 유통 환경은 빠르게 변하고 글로벌화 되고 있음. 규제가 없어도 오프라인 유통 채널들은 충분히 힘든 시기를 겪고 있는 듯함.

업종코멘트(8/20-8/24)

유통, 화장품: 3분기 유통업계는 역베이스(전년대비 9월 명절 시점) 영향에 대해 금년 7월 여름가전 판매 증가로 부담 완화가 가능할 것으로 전망됨. 반면에 최저임금인상에 대한 상반기 판더멘탈 악화에 이은 하반기センチ먼트 부담까지 이어지는 상황. 화장품 업종은 브랜드사와 제조사간의 명확한 실적 차이를 보임. 3분기 역시 이러한 격차는 지속될 전망.

국내외 업종 지수 및 Peer 종목군 주가 상승/하락률

지수	증가(p)	주간 절대 등락률(%)	증감률	1W	2W	1M	증감률	1W	2W	1M
KOSPI	2,247.05	-1.57%	롯데쇼핑	-10.76	-13.10	-10.54	GS리테일	-0.98	9.29	2.92
KOSDAQ	772.30	-1.59%	현대백화점	-4.00	-4.48	-4.00	코웨이	0.32	0.98	1.53
유통업	424.62	-2.45%	신세계	-4.35	-13.30	-7.34	아모레퍼시픽	-1.51	-5.44	-8.11
주요 환율	현재가	등락률(%)	이마트	-5.05	-5.69	-6.33	LG생활건강	-1.83	-7.23	-12.79
KRW/USD	1,130.70	1.15	롯데하이마트	-7.23	-5.43	-5.56	코스맥스	-1.41	-4.78	-3.46
KRW/JPY	1,019.02	1.33	CJ오쇼핑	-4.73	1.71	-11.21	한국콜마	4.34	1.98	-1.90
KRW/CNY	163.53	-0.15	현대홈쇼핑	-4.24	1.35	2.73	토니모리	-4.51	-7.09	-8.03
			엔에스쇼핑	-1.59	0.00	-5.36	잇츠스킨	-7.72	-10.88	-19.40
			GS홈쇼핑	1.31	1.41	11.31	클리오	-9.59	-15.50	-35.61
			BGF리테일	-5.83	-1.82	-5.00	코스메카코리아	9.89	11.15	3.67

증감률	1W	2W	1M	증감률	1W	2W	1M	증감률	1W	2W	1M
시세이도	-7.4	-11.5	-19.2	노드스트롤	0.8	0.8	0.7	텐센트	9.4	10.1	11.8
로레알	-0.4	-3.5	-2.9	막스&스펜서	-1.4	-0.8	-7.9	알리바바	-3.8	-1.3	-0.1
에이본프로덕츠	13.9	14.5	42.4	다카시마야	-0.6	3.4	-0.1	JD닷컴	-0.8	0.8	6.2
상해자화	-6.6	-9.2	-20.0	이온 물	-0.4	2.0	-3.7	VIP샵	-1.8	-1.9	12.8
크리스찬디올	0.5	1.4	3.6	세븐&홀딩스	-2.2	-1.3	-2.5	스타트투데이	-9.0	-3.7	-10.4
P&G	2.8	1.7	4.6	아마존	-2.3	-5.3	-7.0	이베이	-4.5	-4.9	-10.7
고세	-14.2	-15.5	-25.2	월마트	1.8	2.3	-0.3	메르카도리브레	-10.7	-11.6	-15.8
에스티로더	0.6	-1.1	-6.1	테스코	0.0	3.5	2.3	라쿠텐	-21.8	-23.8	-28.7
LVMH	0.8	0.8	0.7	타겟	9.4	10.1	11.8				
ULTA	-1.4	-0.8	-7.9	까르푸	-3.8	-1.3	-0.1				

자료: Bloomberg, IBK투자증권

글로벌 대표 소비재의 투자지표

화장품 글로벌 피어	시세이도	로레알	에이본 프로덕츠	상하이 자화	크리스찬 디올	P&G	고세	에스티로더	LVMH	ULTA
현재가(현지통화)	7,173.00	204.60	2.05	32.50	375.30	83.69	18,200.00	133.57	297.80	233.17
시가총액(백만USD)	25,912	130,567	907	3,169	77,188	208,222	9,959	49,025	171,384	14,032
매출액 (백만USD)	2016 7,840 2017 8,964 2018 9,886 2019 10,766	27,578 29,400 30,397 32,038	5,718 5,716 5,667 5,660	890 953 1,156 1,398	43,721 49,330 54,100 57,769	65,299 65,058 66,858 67,218	2,029 2,468 2,809 3,037	11,262 11,824 13,639 14,529	41,617 48,167 54,212 58,169	3,924 4,855 5,885 6,698
영업이익 (백만USD)	2016 339 2017 717 2018 1,091 2019 1,312	4,342 5,079 5,611 6,010	322 273 360 361	37 54 104 138	7,874 9,263 N/A N/A	13,441 13,955 14,568 14,658	289 362 446 526	1,610 1,692 2,273 2,506	7,638 9,169 11,427 12,358	506 655 785 863
순이익 (백만USD)	2016 296 2017 203 2018 681 2019 844	3,438 4,046 4,526 4,839	-108 22 45 89	30 58 83 109	1,952 2,531 2,907 3,209	10,508 15,326 11,132 11,439	156 200 267 334	1,115 1,249 1,672 1,852	4,406 5,794 7,369 7,988	320 410 555 660
PER (배)	2016 36.8 2017 95.6 2018 37.8 2019 30.7	31.5 27.1 29.0 27.1	68.5 37.1 23.0 11.0	90.4 63.6 39.0 30.0	20.3 24.4 27.2 24.6	22.5 22.4 20.0 18.9	33.5 26.5 35.7 28.0	28.8 25.9 29.9 26.7	22.9 24.0 23.7 21.8	36.1 41.0 26.1 21.3
ROE (%)	2016 8.2 2017 5.6 2018 17.4 2019 18.6	12.9 14.5 15.1 15.1	N/A N/A N/A N/A	3.7 7.3 9.6 11.5	16.0 18.2 18.5 18.4	17.5 27.8 19.6 20.1	13.0 13.9 16.9 19.3	30.9 31.4 35.4 41.0	15.7 18.6 20.3 19.7	23.8 27.4 33.4 34.8

주: 회계 결산연도 기준. ULTA, 고세는 2019년만 추정치, 나머지는 2018년부터 추정치. 자료: Bloomberg

글로벌 대표 소비재의 투자지표

유통 글로벌 피어		노드 스트롬	맥스& 스펜서	다카시 마야	이온 몰	세븐& 홀딩스	아마존	월마트	테스코	타겟
현재가(현지통화)		52.28	301.40	906.00	1,835.00	4,608.00	1,886.52	98.64	256.20	82.07
시가총액(백만USD)		8,757	6,243	2,909	3,769	36,889	920,134	291,071	31,978	43,754
매출액	2016	14,437	15,914	7,177	1,904	40,549	135,987	482,130	81,684	73,785
(백만USD)	2017	14,757	13,882	7,962	2,496	42,978	177,866	485,873	74,106	69,495
	2018	15,478	14,456	7,960	2,587	43,162	234,917	500,343	75,382	71,879
	2019	15,862	13,680	8,408	2,814	59,833	286,324	515,208	81,513	73,397
영업이익	2016	1,101	881	273	364	2,920	4,186	24,105	1,624	5,530
(백만USD)	2017	805	331	314	416	3,372	4,106	22,764	1,348	4,969
	2018	926	889	317	442	3,516	11,030	20,437	2,409	4,312
	2019	942	815	280	479	3,748	17,217	21,959	2,831	4,089
순이익	2016	600	613	198	204	1,334	2,371	14,694	209	3,363
(백만USD)	2017	354	153	193	264	895	3,033	13,643	-53	2,737
	2018	437	610	212	274	1,626	13,246	9,862	1,581	2,934
	2019	595	546	182	293	1,924	18,558	14,250	1,746	2,803
PER	2016	14.6	16.4	13.3	14.8	24.7	152.7	15.1	56.8	15.4
(배)	2017	13.6	46.8	16.9	13.8	40.2	256.6	15.4	234.6	12.7
	2018	16.9	10.8	16.1	16.7	21.8	72.5	24.1	16.9	15.5
	2019	14.7	11.5	15.7	12.8	19.0	51.9	20.5	17.9	15.5
ROE	2016	36.2	12.2	6.0	7.4	6.9	14.5	18.1	1.8	25.0
(%)	2017	40.7	3.5	5.1	8.3	4.1	12.9	17.2	-0.5	22.9
	2018	47.3	13.1	5.6	8.4	7.6	21.7	12.7	14.3	25.9
	2019	52.0	13.4	4.6	8.5	8.6	23.5	17.8	10.9	24.2

주: 회계 결산연도 기준, 아마존과 맥스&스펜서는 2018년, 2019년 모두 추정치, 나머지는 2019년만 추정치, 자료: Bloomberg

유통 글로벌 피어		까르푸	텐센트	알리바바	JD닷컴	VIP샵	스타트 투데이	이베이	메르카도 리브레	라쿠텐
현재가(현지통화)		15.17	336.80	171.99	31.97	7.15	3,550.00	33.77	334.80	788.60
시가총액(백만USD)		13,638	408,562	445,830	45,855	4,732	9,991	33,417	14,784	10,217
매출액	2016	87,189	22,880	15,910	38,895	8,522	454	8,979	844	7,209
(백만USD)	2017	92,207	35,223	23,531	53,678	10,802	706	9,567	1,398	8,424
	2018	89,993	47,354	39,158	68,649	12,684	918	10,807	1,487	9,769
	2019	91,804	63,047	58,580	86,071	14,945	1,242	11,636	2,069	11,021
영업이익	2016	2,190	7,971	4,578	-188	408	148	2,325	181	730
(백만USD)	2017	786	12,540	7,145	-124	399	243	2,265	56	1,342
	2018	2,169	15,241	11,116	-100	401	300	2,839	-13	1,143
	2019	2,620	19,034	12,550	517	491	348	3,029	110	1,078
순이익	2016	826	6,188	11,241	-573	307	100	7,266	136	350
(백만USD)	2017	-600	10,594	6,493	-23	289	158	-1,016	14	986
	2018	875	11,893	13,267	739	409	207	2,291	8	697
	2019	1,044	15,419	15,510	1,421	496	245	2,390	79	648
PER	2016	21.6	38.7	55.3	N/A	22.2	40.4	18.1	47.5	43.0
(배)	2017	N/A	44.5	47.1	N/A	23.8	45.1	30.4	197.1	12.9
	2018	15.5	34.4	35.5	66.0	12.7	49.4	14.7	1,690.9	13.9
	2019	13.2	26.5	28.9	40.0	10.7	40.8	13.2	185.3	15.3
ROE	2016	7.4	27.9	39.4	-11.8	43.9	55.5	84.9	35.5	5.7
(%)	2017	-5.2	33.2	17.6	-0.4	19.5	72.7	-10.9	3.7	16.2
	2018	6.8	27.3	19.5	1.3	15.3	63.8	29.8	-10.8	10.5
	2019	8.1	27.2	17.6	5.7	17.5	67.0	32.2	17.8	9.1

주: 회계 결산연도 기준, 스타트투데이는 2019년만 추정치, 나머지는 2018년, 2019년 수치가 추정치, 자료: Bloomberg