



주간 유통/화장품 뉴스

‘세계 최대’ 세포라, 국내 상륙...뷰티 편집숍 격전 예상 (현대경제신문 2019.04.21)

세계 최대 화장품 편집숍 ‘세포라’가 한국 진출을 본격화함에 따라 국내 뷰티 편집숍 및 H&B(헬스앤뷰티) 시장 경쟁이 한층 치열해질 전망이다. 올해 10월 국내 시장에 본격 진출하는 세포라는 코리아가 10월 24일 강남구 파르나스몰에 547㎡(약 165평) 규모의 국내 1호점을 열 예정. 세포라 코리아는 프레스티지 제품 라인업, 디지털 기술로 구현한 혁신적인 매장 경험, 온·오프라인을 자유롭게 넘나드는 옴니 채널(Omni-Channel)을 통해 새로운 뷰티 경험을 선사할 예정. 세포라 코리아는 파르나스몰점을 시작으로 2020년까지 서울 내 온라인 스토어를 포함한 6개 매장, 2022년까지 13개 매장을 오픈하며 고객과의 접점을 적극 확대해나갈 계획. 국내 H&B 업체들은 크게 개의치 않는 분위기로 오히려 시장 확대 등 긍정적인 효과를 기대한다는 반응이 우세. H&B업계 관계자는 “세포라는 고급 브랜드 중심의 사업을 전개한다는 점에서 SNS(소셜네트워크서비스), 중소 브랜드 제품이 상당수를 차지하는 국내 H&B와는 조금 다르다”고 밝힘. 한 H&B업계 관계자는 “화장품 매장이 들어갈 만한 국내 상권은 이미 포화상태라 세포라가 공격적인 출점을 하기는 힘들 것”이라며 “국내에서는 시장 상황에 밝고 유통망이 확보된 토종 H&B의 경쟁력이 우세하지 않을까 생각된다”고 밝힘.

"내부 총질이 더 무섭다" 1세대 화장품 로드숍, 위기의 현장 목소리 (업다운뉴스 2019.04.20)

“우리 적은 (H&B스토어인) 올리브영이나 띠라블라가 아니라 본사다.” 토니모리 가맹점주 A씨는 “다양한 제품군을 갖춘 헬스앤뷰티 매장은 분명 기존 로드숍과 다른 경쟁력을 가지고 있다”며 “하지만 로드숍 가맹점 실적 부진의 근본적 원인은 제품 공급가(본사가 가맹점에 요구하는 금액)보다 낮은 가격으로 온라인 채널에 화장품을 판매하는 본사의 영업 방침에 있다”고 주장함. 더페이스샵 가맹점주 B씨는 “거의 365일 이어지는 할인 행사가 점주들을 적자에 빠뜨린다”고 밝힘. B씨는 “할인 행사할 때마다 현금으로 물건 매입해서 매장 포인트로 돌려받고, 포인트로 다시 물건을 매입해야 함. 1+1 행사를 진행할 경우 본품을 증정하면 본부의 매입만 많아지고 가맹점 매입은 없는 것이 된다”며 “결산이 제대로 진행되기도 전에 행사만 반복하다 보니 점주들의 현금 흐름은 급격히 악화할 수밖에 없다”고 설명. 화장품업계 일각에서는 ‘단일 브랜드 제품만 취급하는 로드숍 가맹점 제도는 경쟁력이 떨어진다고 지적하며 어떤 산업이든 시장이 성숙기에 접어들면 가두점 형태의 매장은 감소하므로 로드숍이 직면한 경영난은 자연스러운 현상이라는 것. C씨는 “로드숍의 경쟁력이 저하된 근본적 원인에 주목해야 한다”며 “이는 브랜드 본사가 수익을 보전해줘야 한다는 주장이 아니다. 본사가 앞장서 가맹점의 출혈 경쟁을 유도해선 안 된다는 뜻”이라고 설명함.

인천신항 면세점 '매출 연동제'나 '최고가 입찰'이나? (한국면세뉴스 2019.04.20)

올 연말 오픈할 송도 인천신항 신국제여객터미널 면세점은 2,040㎡(약 618평) 규모에 단일구역으로 입찰에 붙여질 전망이다. 임대료는 기존 최고가입찰(정액제)과 매출연동요율제를 놓고 막바지 검토 중. 관심이 집중된 임대료 방식은 아직 확정되지 않았음. 업계는 매출 연동제 전환 가능성을 높게 보지만 경우에 따라 최고가입찰제를 유지하거나 다른 방식을 적용할 수도 있을 것으로 점치고 있음. 예정 면적 2,040㎡(약 618평)는 업계가 예상한 200~400평보다 상당히 넓다. 규모가 커서 2개 구역으로 분할 가능성도 있었지만 팔리는 품목이 한정되어 단일 구역으로 가닥이 잡힌 것으로 알려짐. 때문이다. 항만면세점 특성 상 주류와 담배 판매가 90% 이상으로, 의류 등 명품 매출이 제한적이기 때문에 넓은 면적이 필요하지 않아 축소 가능성도 있을 것으로 업계는 보고 있음. 업계는 해당 구역 매출을 200억원 규모로 추산한다. 작년 인천항 면세점 합계 매출 213억원에 근거한 것. 인천 국제여객터미널은 현재 외항 1터미널과 내항 2터미널로 나뉘어 운영되고 있는데 두 터미널이 오는 12월 송도 신항으로 이전하면서 기존 두 곳으로 나뉘어 있던 면세점도 문을 닫고 새로이 입찰이 진행되는 것. 현재 1터미널에는 엔타스가, 2터미널에는 탑시티가 면세점을 운영하고 있는데 상반기 운영기간이 끝나지만 공사와 협의로 기존 터미널이 폐쇄되고 신국제터미널이 문을 여는 올 연말까지 운영하기로 함.

편의점과 손잡은 요기요, '배민마켓'에 집중하는 배달의 민족 (아시아경제 2019.04.20)

배달앱 요기요가 편의점들과 연합전선을 확대하고 있다. 새로운 성장동력을 확보하기 위해서는 기존 음식배달 서비스 이외에 편의점 상품 배달을 통한 '새로운 서비스 경험'이 중요하다는 판단에 따른 것. 자율규약과 출점제한 등의 규제에 가로막힌 편의점들 역시 배달 서비스가 점포 수익 확대와 비수기 극복의 대안이 될 수 있을 것으로 기대. 반면 업계 1위 배달의 민족은 다른 유통업체들과의 협업보다는 자체 생필품 배달 서비스인 '배민마켓'에 집중하겠다는 계획. 요기요가 편의점 상품들을 배달할 수 있게된 배경은 업계 최초로 개발한 재고연동 시스템 덕분. 편의점에 있는 물품들의 목록과 재고를 요기요에서 실시간으로 확인할 수 있게 하는 것이 핵심. 요기요와 편의점들은 테스트 배달의 성과를 지켜본 뒤 도시락, 삼각김밥 등 간편식품 위주에서 생활용품과 가공식품 등 다른 상품군으로 배달 대상을 늘릴 계획. 당초 배민 측과 배송서비스 협의를 고려했던 미니스톱 역시 연내 테스트 출시를 목표로 요기요와 협의를 진행 중. 한편 배민의 경우 지난해 말부터 가공식품과 생필품을 배달하는 배민마켓을 테스트 중. 배민 관계자는 "배민마켓의 경우 편의점보다는 마트에서 살수 있는 생필품들을 자사 물류창고를 통해 직접 배달해주는 개념으로 다른 유통업체들과 협업하는 구조가 아니다"라면서 "음식 이외의 다양한 상품들의 대한 배달 수요가 커지고 있는 데다 생필품 배달에 대한 고객들의 반응이 뜨거워 배민마켓 서비스를 확대할 계획"이라고 밝힘.

알리바바·징둥닷컴에 밀린 아마존.. 결국 15년 만에 중국서 철수 (조선일보 19.04.18)

17일(현지 시각) 블룸버그의 보도에 따르면, 아마존은 오는 7월 18일부터 중국 온라인 사이트 운영을 중단하고 더 이상 중국 쇼핑물을 통해 제품을 판매하지 않겠다고 밝힘. 아마존은 또 앞으로 90일에 걸쳐 중국 내 지역별 물류기지인 풀필먼트센터와 중국 소매업자들에 대한 지원을 단계적으로 종료할 예정. 그러나 미국이나 영국, 덴마크, 일본 등에서 판매하는 제품을 중국 소비자들에게 파는 아마존 글로벌 스토어는 그대로 유지하고, 클라우드·컴퓨팅 서비스인 아마존웹서비스와 킨들 전자책, 중국 소매업자들의 상품을 해외 소비자에게 배송하는 사업도 계속 운영함. 이번 사업 철수를 놓고 로이터는 "아마존이 중국의 토종 전자상거래 업체들과의 치열한 경쟁을 벌이면서 중국 시장에서 기반을 잡기 어려웠다는 것을 보여준다"고 평가함. 시장조사업체 아이리서치글로벌에 따르면, 알리바바의 T몰(텐마오·天貓)과 징둥닷컴의 지난해 중국 시장 점유율은 81.9%.

백화점·아울렛 봄 세일 '기대 이하' (어패럴뉴스 2019.04.18)

올 봄 백화점, 아울렛 정기세일이 기대 이하 성적을 냄. 소비양극화가 지속되면서 명품 등 해외 브랜드 매출은 신장세였지만 국내 브랜드들이 상대적으로 힘을 쓰지 못함. 롯데(기준점 기준)의 지난달 29일부터 이달 14일까지의 누계 실적에 따르면 롯데상품본부는 9.1% 역신장함. 지역별로는 수도권1지역이 5.1%, 수도권2지역이 7.8%, 수도권3지역이 14.3%, 영남지역이 11.5%, 호남충청지역이 13.3% 역신장함. 부문별로 보면 해외패션과 MD개발부문이 각 6.8%, 32.1% 신장했고 나머지는 역신장. 패션부문, 식품리빙, MD전략 부문이 각 11%, 10.4%, 34.6% 역신장. 패션부문은 잡화 여성이 10.7%(여성·영패션팀 10.4%, 잡화·화장품팀 11.1%), 남성스포츠 11.4% 역신장함. 현대백화점은 지난달 29일부터 이달 14일까지 전년 세일기간(3월 3일~4월 15일) 대비 상품본부 매출이 1.2%(오프라인 1.1%, 이커머스 1.8%) 낮았음. 해외잡화사업부만 3% 신장하고 패션사업부 4.2%, 리빙사업부 5.5%, 식품사업부가 2.6% 역신장함. 패션사업부는 여성패션이 1.6% 신장, 영패션과 남성패션은 각각 9.9%, 4.2% 빠짐. 해외잡화사업부는 해외패션이 11.6%로 두 자릿수 신장했고, 잡화와 아동스포츠는 각 9.9%, 5.8%, 리빙사업부, 식품사업부가 5.5%, 2.6% 역신장함.

업종코멘트(4/22-4/26)

유통, 화장품: 3월 면세점 매출액이 역사상 월 최고수준인 2조 1천억원(19억 1,800만달러 +23% yoy)를 경신한 이후 면세유통업종과 화장품 업종의 모멘텀이 두드러짐. 특히 아모레퍼시픽은 1분기 어닝 부담을 충분히 반영한 주가로 판단하는 국내 기관 투자자 수급이 집중됨. 4월 실적발표(1분기) 예상일은 LG생활건강(25일 확정), 호텔신라(26일 확정), 아모레퍼시픽(30일 예상), SK네트웍스(30일 잠정), 코웨이(30일 잠정)이 파악됨.

국내외 업종 지수 및 Peer 종목군 주가 상승/하락률

지수	증가(p)	주간 절대 등락률(%)	증감률	1W	2W	1M	증감률	1W	2W	1M
KOSPI	2,216.15	-0.77%	롯데쇼핑	1.12	0.56	-5.50	GS리테일	1.36	8.33	8.19
KOSDAQ	762.57	-0.69%	현대백화점	-1.41	-1.81	-6.32	코웨이	-2.04	-3.49	-5.88
유통업	431.81	-0.79%	신세계	-2.17	-2.02	-1.25	아모레퍼시픽	6.88	17.68	20.73
주요 환율	현재가	등락률(%)	이마트	-2.25	1.46	-1.97	LG생활건강	-1.47	1.00	1.51
KRW/USD	1,136.20	-0.26	롯데하이마트	-2.98	-5.79	-10.29	코스맥스	0.35	3.25	-5.30
KRW/JPY	1,014.74	-0.57	호텔신라	-0.95	6.34	12.55	한국콜마	1.18	4.05	-3.75
KRW/CNY	169.84	0.14	현대홈쇼핑	-1.44	-3.29	-7.62	토니모리	4.50	11.03	12.27
			엔에스쇼핑	7.79	13.36	7.35	SK네트웍스	1.53	-4.03	-3.40
			GS홈쇼핑	-0.79	-2.33	-2.92	클리오	4.76	10.83	15.79
			BGF리테일	2.22	5.73	7.21	코스메카코리아	1.05	2.11	1.47

자료: Quantwise, IBK투자증권

증감률	1W	2W	1M	증감률	1W	2W	1M	증감률	1W	2W	1M
시세이도	2.7	5.3	4.6	노드스트롬	1.4	-2.7	2.2	텐센트	0.9	3.0	7.3
로레알	2.0	1.2	3.6	맥스&스펜서	1.3	0.3	5.1	알리바바	2.1	0.2	6.1
에이본프로덕츠	-5.7	-8.3	-13.7	다카시마야	-4.0	-9.8	-16.3	JD닷컴	1.2	-2.5	7.2
상해자화	0.1	-2.2	-6.4	이온 몰	-0.8	-6.2	-5.4	VIP샵	0.3	-7.0	14.1
크리스찬디올	2.0	2.7	8.4	세븐&홀딩스	-5.0	-9.7	-14.9	스타트투데이	6.5	6.2	1.8
P&G	0.3	1.0	4.3	아마존	0.9	0.6	5.5	이베이	-0.7	-4.8	-1.8
고세	2.4	7.0	11.6	월마트	0.7	4.0	5.0	메르카도리브레	-4.2	-2.9	-1.1
에스티로더	1.9	3.3	6.8	테스코	0.3	5.1	7.2	라쿠텐	13.7	11.9	17.3
LVMH	2.7	6.1	12.4	타겟	1.6	1.6	6.3				
ULTA	-0.9	-1.0	6.2	까르푸	-0.9	-0.2	-1.1				

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)	8,374.00	243.20	2.64	30.29	442.00	106.05	21,840.00	170.33	352.30	350.88
시가총액(백만USD)	29,942	153,294	1,168	3,033	89,694	265,293	11,829	61,517	200,042	20,633
매출액 (백만USD)	2017 8,964 2018 10,009 2019 10,505 2020 11,481	29,400 30,532 32,961 34,756	5,716 5,488 5,153 5,225	953 1,077 1,196 1,353	49,330 53,242 56,905 60,729	66,832 67,206 69,461 71,967	2,738 2,987 3,192 3,425	13,683 14,564 15,535 16,564	48,167 53,505 58,445 62,359	5,885 6,700 7,544 8,333
영업이익 (백만USD)	2017 717 2018 1,099 2019 1,114 2020 1,369	5,079 5,600 6,076 6,521	281 262 235 291	54 94 110 135	9,226 N/A N/A N/A	13,711 14,395 15,360 16,255	437 513 562 616	2,052 2,478 2,733 2,997	9,169 11,391 12,732 13,581	785 853 974 1,100
순이익 (백만USD)	2017 203 2018 691 2019 712 2020 889	4,046 4,567 4,907 5,261	22 40 46 85	58 78 93 113	2,552 3,125 3,445 3,772	9,750 11,621 12,249 12,974	276 345 370 407	1,108 1,865 2,046 2,247	6,061 7,329 8,301 9,056	555 656 743 836
PER (배)	2017 95.6 2018 44.6 2019 42.4 2020 34.3	27.1 34.2 31.5 29.3	9.1 56.2 24.2 13.7	63.6 38.6 32.0 26.2	24.2 29.1 26.4 24.1	19.0 23.9 22.4 20.9	41.5 32.5 30.3 27.5	31.6 33.7 30.3 27.5	23.0 27.7 24.3 22.3	26.1 32.2 27.2 23.5
ROE (%)	2017 5.6 2018 17.3 2019 16.9 2020 18.6	14.5 15.6 15.4 15.5	N/A N/A N/A N/A	7.3 9.0 10.0 11.2	18.4 20.2 19.9 19.5	18.3 19.5 22.2 23.1	17.6 19.6 18.7 17.8	24.4 40.5 47.1 47.7	19.4 20.6 20.9 20.3	33.4 35.5 40.9 44.5

주: 회계 결산연도 기준, 자료: Bloomberg

글로벌 대표 소비재의 투자지표

유통 글로벌 피어		노드 스트롬	맥스& 스펜서	다카시 마야	이온 물	세븐& 홀딩스	아마존	월마트	테스코	타겟
현재가(현지통화)		43,86	282,30	1,257.00	1,713.00	3,685.00	1,861.69	103.18	250.10	83.26
시가총액(백만USD)		6,796	5,959	1,997	3,483	29,199	916,051	296,094	31,820	42,990
매출액	2017	15,478	14,194	7,960	2,587	43,162	177,866	500,343	75,382	72,714
(백만USD)	2018	15,971	13,549	8,275	2,847	60,879	232,419	514,135	83,634	75,288
	2019	16,155	13,473	8,251	2,954	60,813	275,048	529,637	85,229	77,864
	2020	16,495	13,541	8,350	3,050	61,779	324,640	545,858	87,103	80,303
영업이익	2017	926	208	317	442	3,516	4,106	20,437	2,409	4,224
(백만USD)	2018	932	765	272	480	3,721	12,290	21,984	2,707	4,131
	2019	938	747	282	529	3,851	17,683	21,594	3,215	4,324
	2020	977	746	293	555	3,988	25,590	22,199	3,476	4,487
순이익	2017	437	34	212	274	1,626	3,033	9,862	1,581	2,914
(백만USD)	2018	608	523	178	290	1,834	14,252	14,317	1,770	2,885
	2019	609	518	189	310	2,043	17,483	13,645	2,146	2,978
	2020	626	530	185	325	2,209	30,806	13,997	2,421	3,092
PER	2017	16.9	168.9	16.1	16.7	21.8	256.6	24.1	16.9	15.6
(배)	2018	12.3	11.2	11.5	12.1	16.1	64.6	21.3	17.6	15.3
	2019	11.6	11.9	10.7	11.2	14.2	52.3	21.7	14.6	14.2
	2020	11.0	11.8	10.9	10.7	13.2	38.3	20.6	13.1	13.4
ROE	2017	47.3	0.8	5.6	8.4	7.6	12.9	12.7	14.3	25.8
(%)	2018	54.3	13.5	4.4	8.6	8.0	27.3	14.1	10.5	24.2
	2019	60.1	13.0	4.6	8.7	8.7	24.3	17.9	11.3	25.8
	2020	75.4	12.9	4.3	8.6	8.9	25.3	19.2	11.7	26.1

주: 회계 결산연도 기준, 자료: Bloomberg

유통 글로벌 피어		까르푸	텐센트	알리바바	JD닷컴	VIP샵	스타트 투데이	이베이	메르카도 리브레	라쿠텐
현재가(현지통화)		16.72	391.60	186.94	30.01	7.93	2,066.00	35.98	492.00	1,220.00
시가총액(백만USD)		14,831	475,239	483,337	43,634	5,270	5,755	31,476	23,419	15,645
매출액	2017	92,207	35,223	37,825	53,678	10,802	888	9,927	1,217	8,424
(백만USD)	2018	86,675	46,510	56,079	68,615	12,584	1,116	10,730	1,435	9,928
	2019	87,365	59,912	76,594	82,310	13,312	1,328	10,860	2,023	11,115
	2020	89,309	76,122	99,849	96,017	14,055	1,520	11,529	2,809	12,656
영업이익	2017	786	12,540	10,476	-124	399	295	2,264	56	1,342
(백만USD)	2018	2,167	15,377	8,791	-592	433	267	2,926	-76	1,434
	2019	2,318	16,585	13,135	-88	525	326	3,071	42	1,036
	2020	2,601	20,815	18,181	656	631	401	3,273	171	595
순이익	2017	-600	10,594	9,687	-23	289	182	-1,017	14	986
(백만USD)	2018	854	11,409	13,465	367	395	185	2,287	-38	981
	2019	1,024	13,498	17,250	848	459	227	2,304	27	623
	2020	1,301	20,840	22,271	1,912	612	266	2,667	287	498
PER	2017	N/A	44.5	45.1	N/A	23.8	43.9	30.4	197.1	12.9
(배)	2018	17.2	41.8	34.9	129.0	13.3	30.8	15.6	N/A	15.4
	2019	14.4	35.0	28.2	52.5	12.3	24.5	13.5	570.1	22.9
	2020	12.8	27.9	21.6	31.6	10.6	21.2	11.8	150.5	53.5
ROE	2017	-5.2	33.2	19.9	-0.4	19.5	57.4	-10.9	3.7	16.2
(%)	2018	7.2	26.0	17.4	0.2	12.8	54.9	33.1	-13.6	13.6
	2019	8.9	23.2	16.8	1.6	12.3	68.3	57.8	1.7	8.3
	2020	9.9	23.7	18.0	5.5	12.3	58.9	64.1	5.9	4.8

주: 회계 결산연도 기준, 자료: Bloomberg