

음식료

산업이슈 브리프 |

Check Point

- 냉동/즉석 뿐 아니라 전체 식품 주문 증가
- HMR 업체의 온라인 주문 증가 추세
- 배민 앱 주문건수 2월 MoM +10.5%

음식료 코로나19 후속점검 :라면과 간편식

Analyst **심지현** _ 02 3779 8640 _ simjin@ebestsec.co.kr

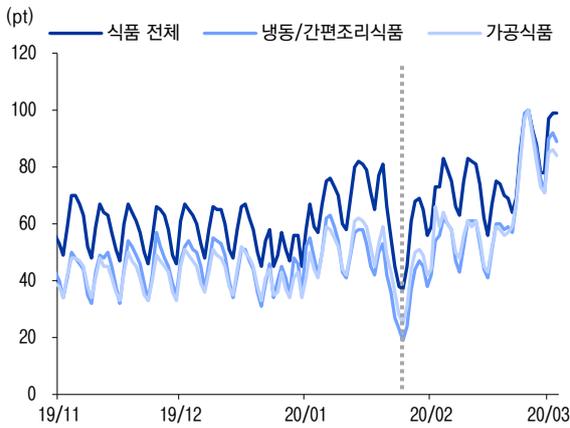
냉동/간편식/가공식품 쇼핑 클릭량 추이, 코로나 19 발발 이후 급증

- 네이버 데이터랩 쇼핑인사이트 클릭량 데이터가 식품 전 부문에서 코로나19 확진자 발생 기준일(2019.01.20) 이후 급증하는 것을 확인
- 특히 냉동/간편조리식품 및 가공식품 부문의 클릭량 추이가 전체 식품부문 클릭량 추이를 형성하고 있는 모양새며, 이에 따라 김치/반찬/농산물 부문의 추이도 기준일 이후 전체적으로 완만하게 상승하는 모습
- 특히 광의의 간편식에 속하는 냉동/간편/가공식 부문 뿐만 아니라 수산/축산 부문 등 육가공 부문의 빠른 클릭량 회복 속도 역시 특징적

언제까지고 인스턴트를 먹을 수는 없다

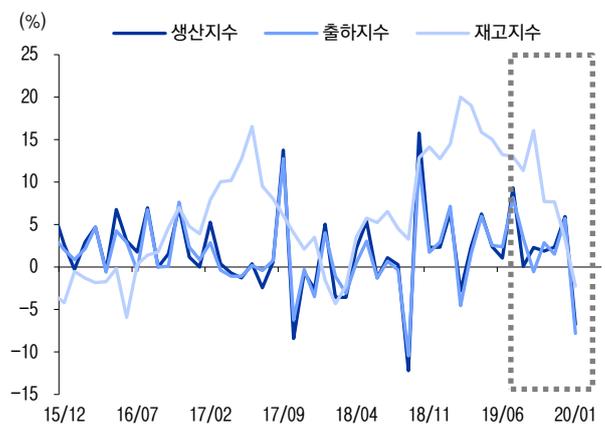
- 음식을 배달 등으로 얼마든지 구할 수 있는 상황에서 현 상황처럼 업계 전반의 재택체제가 장기화되면, 사람들은 언제까지고 기존의 비상식량 개념에 매달리지 않음. 즉, 인스턴트 소비는 확진자 급증 초기(사회 전반 재택 본격화 전)만큼 증가율을 기대할 수 없다는 의미
- 대신 사람들은 집에서 먹더라도 제대로 된 한끼를 먹으려는 욕구가 늘어나게 됨. 실제 코로나 이후 세부품목별 순위엔 다이어트도시락, 국탕찌개류, 샐러드 등도 상위 순위 차지. 라면 및 즉석/냉동식 다음에는 밀키트 및 외식배달 수요를 기대해볼 수 있다는 것
- 배달서비스의 경우 배달 키워드 정보량이 확진자가 나오기 하루 전인 1월 19일에는 3,879건이었으나 확진자 수 600명을 넘긴 2월 23일에는 7,013건. 배달의민족 앱 음식 주문건수는 2월 MoM +10.5% 상승

그림1 쇼핑 클릭량 추이 (1)



자료: WIND, 이베스트투자증권 리서치센터

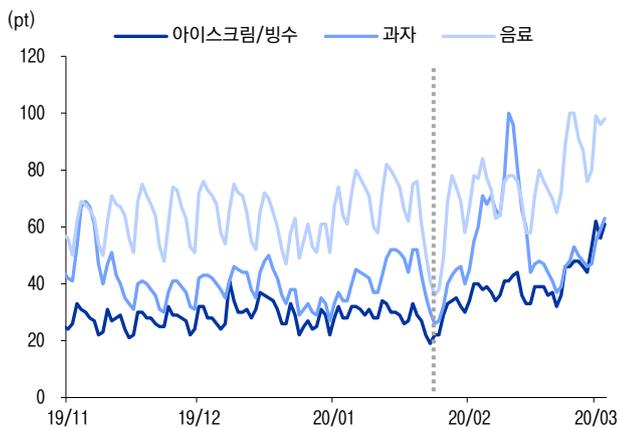
그림2 식품품 제조업 생산, 출하, 재고 YoY



자료: WIND, 이베스트투자증권 리서치센터

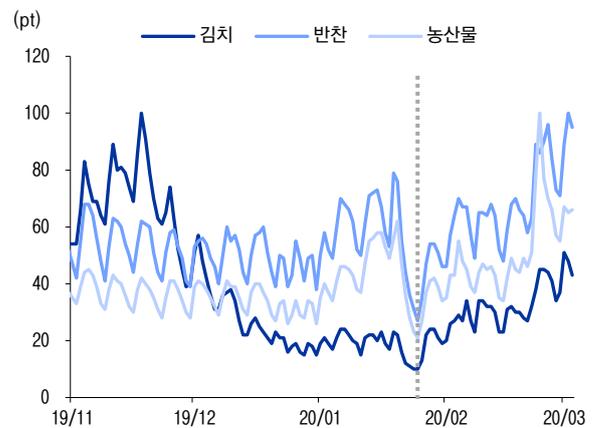
외식 대신 배달

그림1 쇼핑 클릭량 추이 (2)



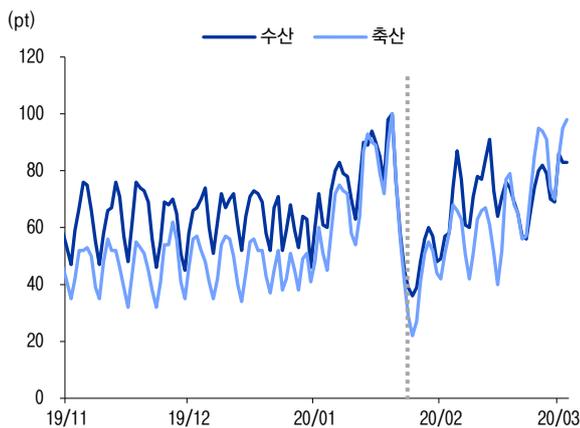
자료: 네이버랩, 이베스트투자증권 리서치센터

그림2 쇼핑 클릭량 추이 (3)



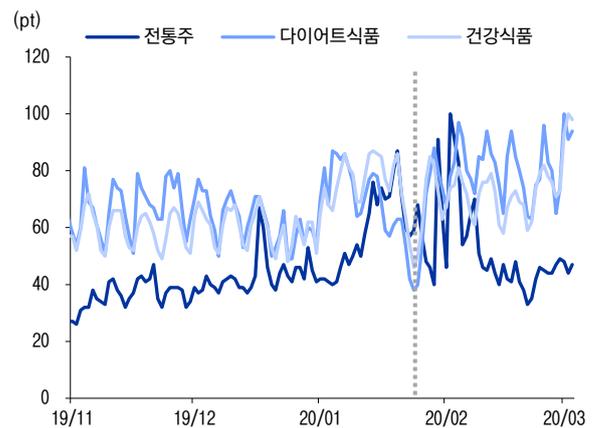
자료: 네이버랩, 이베스트투자증권 리서치센터

그림3 쇼핑 클릭량 추이 (4)



자료: 네이버랩, 이베스트투자증권 리서치센터

그림4 쇼핑 클릭량 추이 (5)



자료: 네이버랩, 이베스트투자증권 리서치센터

정확한 데이터가 나오기 전이지만, 온라인 및 배달서비스를 중심으로 식품 소비량이 증가하고 있다. 특히 기존에 기대했던 냉동/간편/즉석가공 부문뿐만 아니라 전체 식품부문이 같이 증가하고 있다는 점이 주목된다.

배달서비스의 경우 배달 키워드 정보량이 확진자가 나오기 하루 전인 1월 19일에는 3,879건이었으나 확진자 수 600명을 넘긴 2월 23일에는 7,013건이었고, 배달의민족 앱 음식 주문건수는 2월 MoM +10.5% 상승했다(출처: 글로벌빅데이터연구소). 이에 기존에 배달을 채택하지 않았던 오프라인 업체마저 배달을 채택하고 있다. 외식업체 배달 가입 문의 역시 증가하고 있는 것이다. 1월말부터 지난달 중순까지 배민라이더스 입점 문의 건수는 1054건으로 전월 동기간보다 27.1% 증가했다.

그림5 코로나 이후 세부 품목별 인기순위 - 언제까지고 즉석식만 먹고 살 수는 없다

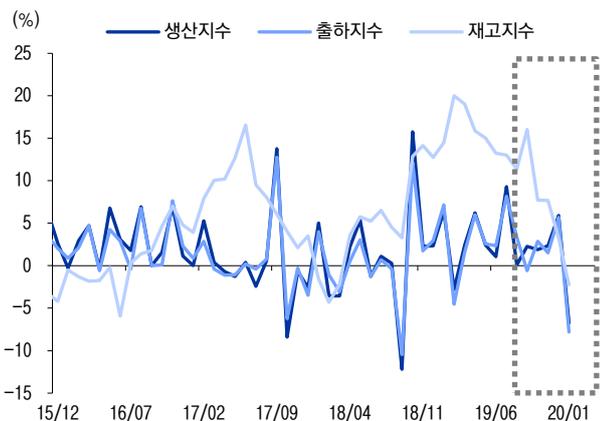
가공식품 인기검색어 2020.01.20. ~ 2020.03.03.	냉동/간편조리식품 인기검색어 2020.01.20. ~ 2020.03.03.	축산 인기검색어 2020.01.20. ~ 2020.03.03.	음료 인기검색어 2020.01.20. ~ 2020.03.03.
TOP 500 1/25 < > 1 생생빵상회 2 햇반 3 라면 4 짜파게티 5 신라면 6 스펀 7 오뚜기밥 8 냉동생지 9 멸균우유 10 오트밀 11 그릭요거트 12 컵밥 13 컵라면 14 두유 15 아보카도오일	TOP 500 1/25 < > 1 다이어트도시락 2 플루일알은피만두 3 비비고왕고자 4 비비고사골곰탕 5 비비고만두 6 샐러드 7 핫도그 8 치즈롤 9 비비고육개장 10 고래사어묵 11 오뚜기피자 12 만두 13 임셰프도시락 14 삼진어묵 15 비비고	TOP 500 1/25 < > 1 닭가슴살 2 사세비팔로링 3 오랑순살족발 4 갈비 5 옥주부돈까스 6 고메함박스테이크 7 구운계란 8 곱창 9 육포 10 소곱창 11 닭가슴살소세지 12 김나운떡갈비 13 막창 14 족발 15 닭발	TOP 500 1/25 < > 1 생수 2 원두커피 3 일리캅슐 4 네스프레소캅슐 5 커피 6 맥심모카골드 7 삼다수2l 8 원두 9 생수2l 10 생두 11 삼다수 12 돌체구스토캅슐 13 카누 14 맥심화이트골드 15 탄산수

자료: 네이버랩, 이베스트투자증권 리서치센터

국내 매크로 지표 점검: 1월부터의 낙폭에 주목

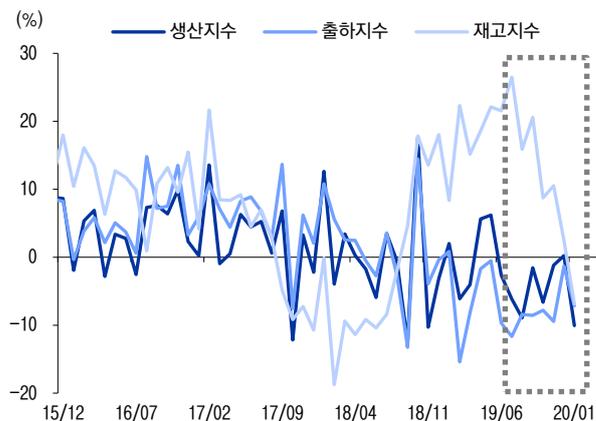
작년부터 지속된 재고 급감 추이는 올 초까지 이어지는 반면 작년 연말 이후 반등 기미를 보이던 생산, 출하는 다시 꺾여, 코로나 발발 기준일 1월부터 음식료 소비심리가 좋지 않다는 것을 알 수 있다. 식료품 및 음료 제조업 아래 세부 구분 역시, 육류 가공(YoY -12.5%), 수산 가공(YoY -12.7%) 등 대부분이 1월을 기점으로 급락했다.

그림6 식료품 제조업 생산, 출하, 재고 YoY



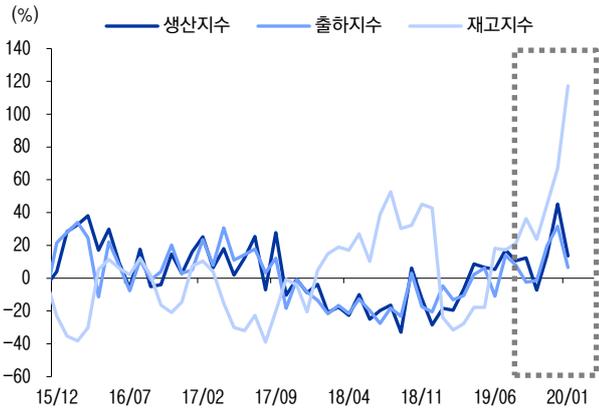
자료: 통계청, 이베스트투자증권 리서치센터

그림7 음료 제조업 생산, 출하, 재고 YoY



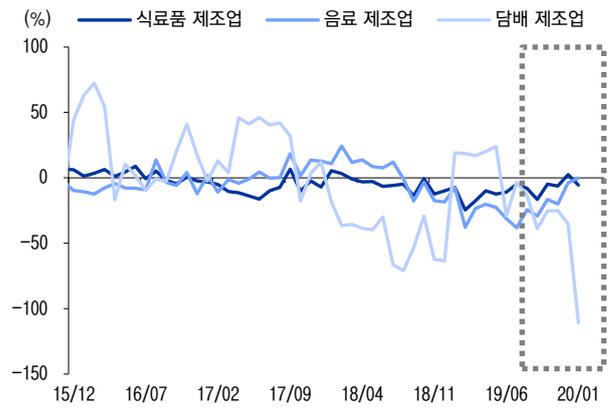
자료: 통계청, 이베스트투자증권 리서치센터

그림8 담배 제조업 생산, 출하, 재고 YoY



자료: 통계청, 이베스트투자증권 리서치센터

그림9 출하-재고 Spread



자료: 통계청, 이베스트투자증권 리서치센터

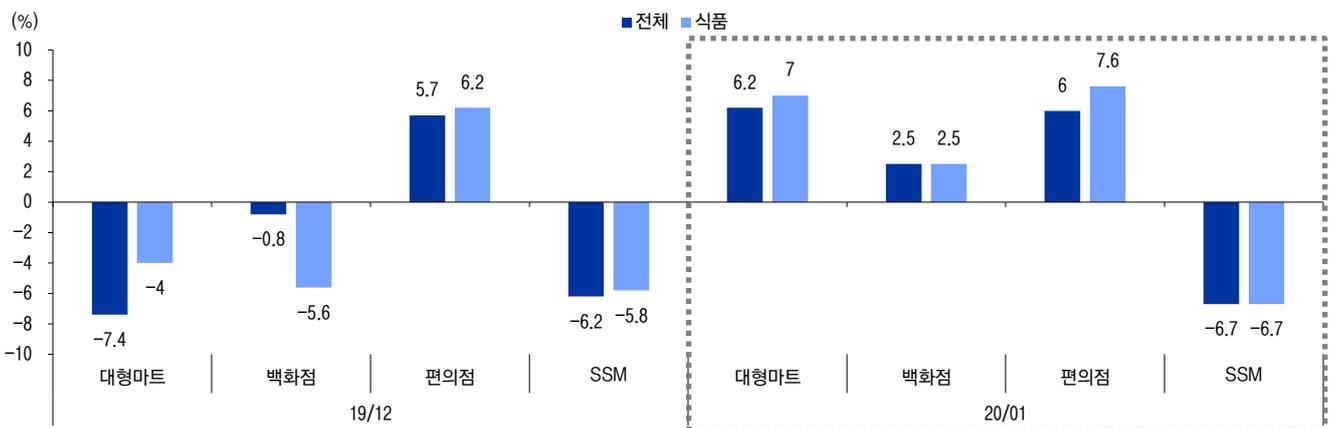
최근 3개월간 생산, 출하, 재고 YoY 세부 항목

구분	생산지수 YoY(%)			출하지수 YoY(%)			재고지수 YoY(%)		
	19/11	19/12	20/01	19/11	19/12	20/01	19/11	19/12	20/01
식품 제조업	2.3	5.9	-6.7	1.5	5.7	-7.8	7.7	3.2	-2.2
도축, 육류 가공 및 저장 처리업	3.6	3.5	-12.5	3.8	4.2	-20.7	-7.7	1.6	21.7
수산물 가공 및 저장 처리업	-2.6	2.5	-12.7	-5.1	2.3	-15.6	-1.4	-12.2	-12.5
과실, 채소 가공 및 저장 처리업	2.5	2.1	-10.9	-2.3	0.5	-8.0	10.8	-1.0	-17.2
동물성 및 식물성 유지 제조업	1.9	8.1	-3.4	0.1	12.8	0.0	74.5	29.4	28.4
낙농제품 및 식용빙과류 제조업	2.8	6.6	-6.3	3.1	8.0	-3.8	47.9	51.9	46.0
곡물가공품, 전분 및 전분제품 제조업	4.2	6.1	-5.1	2.3	6.9	-4.6	-2.7	-14.2	-3.8
음료 제조업	-1.2	0.2	-10.0	-9.5	-1.3	-7.2	10.5	2.5	-6.9
담배 제조업	14.0	45.2	13.5	19.8	31.6	6.5	44.9	66.8	117.3

자료: 이베스트투자증권 리서치센터

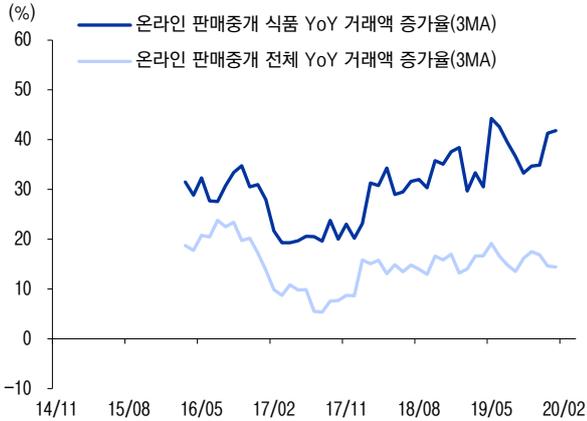
오프라인 매장 채널별로는 연말 대비 연초 YoY 상승률이 +로 돌아섰다. 온라인 판매 거래액 추이가 특징적인데, 12월까지의 온라인판매 거래액 증가율은 식품 부문과 전체 부문이 비슷하게 성장하는 반면 온라인 판매 증가의 경우 전체 품목 성장률 대비 식품 품목 성장률이 두드러지게 높은 것을 알 수 있다.

그림10 12월, 1월 채널별 YoY 매출증감율 추이 (오프라인 매장)



자료: 산업통상자원부, 이베스트투자증권 리서치센터

그림11 온라인 판매중개 거래액 YoY 추이(3MA)



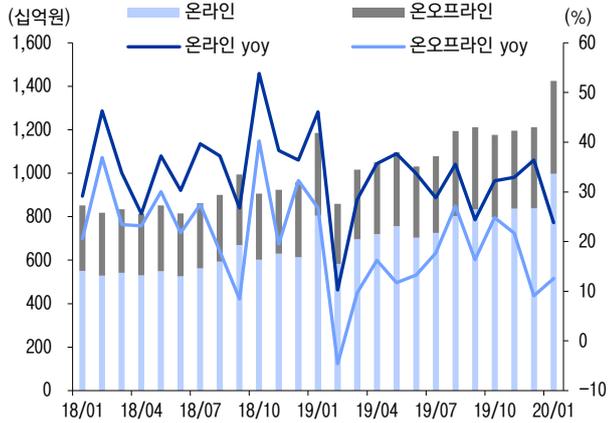
자료: 산업통상자원부, 이베스트투자증권 리서치센터

그림12 온라인 판매 거래액 YoY 추이(3MA)



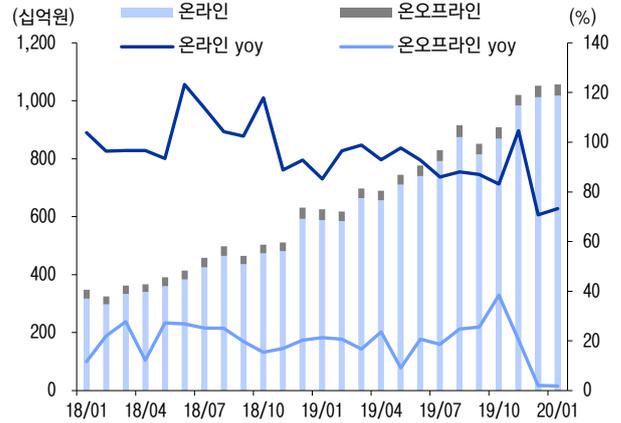
자료: 산업통상자원부, 이베스트투자증권 리서치센터

그림13 음식료품 온오프라인 추이



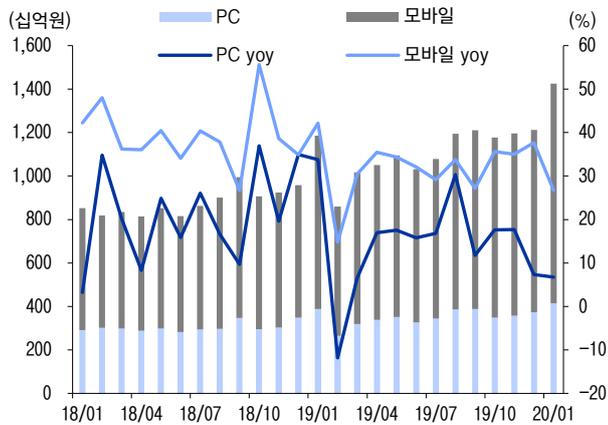
자료: 통계청, 이베스트투자증권 리서치센터

그림14 음식서비스 온오프라인 추이



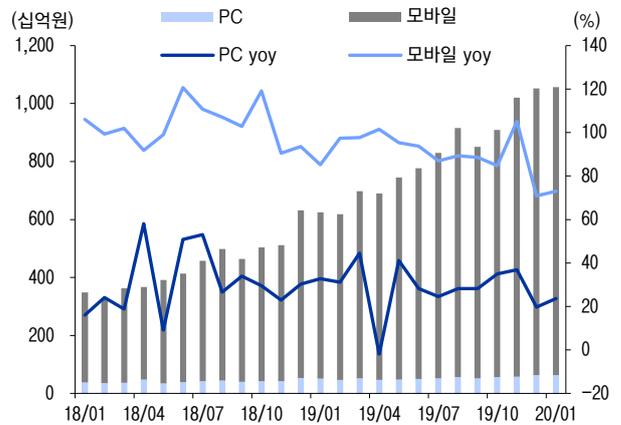
자료: 통계청, 이베스트투자증권 리서치센터

그림15 음식료품 PC/모바일 추이



자료: 통계청, 이베스트투자증권 리서치센터

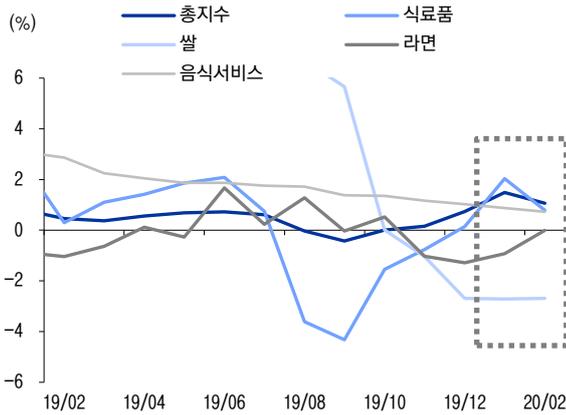
그림16 음식서비스 PC/모바일 추이



자료: 통계청, 이베스트투자증권 리서치센터

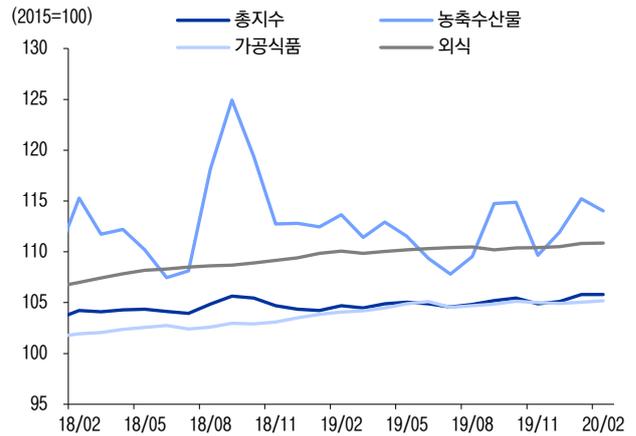
물가의 경우 전체 물가는 2월에 1.1% 상승에 그쳤는데 코로나 타격에 외식업(+0.7%, 13/01 이후 최저)을 필두로 한 서비스물가가 20여년만에 최소 상승폭을 기록한 것이 가장 큰 영향을 미쳤다(+0.7%, 99/12 이후 최저). 통상 1~2월 외식에서 상승이 나타나야 하지만 올해는 2월에 MoM 0.0% 움직이며 부진했던 것이다. 실제 유류세 한시인하 종료로 석유류 가격이 12.5% 급등한 효과를 제외하면 전체 물가 상승률은 0.61% 정도에 그친다.

그림17 총물가 대비 식료품, 쌀, 라면, 외식 물가추이 YoY



자료: 통계청, 이베스트투자증권 리서치센터

그림18 농축수산물 물가 다소 안정(YoY)



자료: 통계청, 이베스트투자증권 리서치센터

Compliance Notice

본 자료에 기재된 내용들은 작성자 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 작성되었음을 확인합니다(작성자: 심지현)

본 자료는 고객의 증권투자를 돕기 위한 정보제공을 목적으로 제작되었습니다. 본 자료에 수록된 내용은 당사 리서치본부가 신뢰할 만한 자료 및 정보를 바탕으로 작성한 것이나, 당사가 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으므로 참고자료로만 활용하시기 바라며 유가증권 투자 시 투자자 자신의 판단과 책임하에 최종결정을 하시기 바랍니다. 따라서 본 자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소지의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.

본 자료는 당사의 저작물로서 모든 저작권은 당사에게 있으며 어떠한 경우에도 당사의 동의 없이 복제, 배포, 전송, 변형될 수 없습니다.

- _ 동 자료는 제공시점 현재 기관투자가 또는 제 3 자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- _ 동 자료의 추천종목은 전일 기준 현재당사에서 1% 이상 보유하고 있지 않습니다.
- _ 동 자료의 추천종목은 전일 기준 현재 당사의 조사분석 담당자 및 그 배우자 등 관련자가 보유하고 있지 않습니다.
- _ 동 자료의 추천종목에 해당하는 회사는 당사와 계열회사 관계에 있지 않습니다.

투자등급 및 적용 기준

구분	투자등급 guide line (투자기간 6~12개월)	투자등급	적용기준 (향후 12개월)	투자 의견 비율	비고
Sector (업종)	시가총액 대비 업종 비중 기준 투자등급 3단계	Overweight (비중확대) Neutral (중립) Underweight (비중축소)			
Company (기업)	절대수익률 기준 투자등급 3단계	Buy (매수) Hold (보유) Sell (매도) 합계	+15% 이상 기대 -15% ~ +15% 기대 -15% 이하 기대	95.0% 5.0%	2018년 10월 25일부터 당사 투자등급 적용기준이 기존 ±20%에서 ±15%로 변경
				100.0%	투자의견 비율은 2019. 1. 1 ~ 2019. 12. 31 당사 리서치센터의 의견공표 종목들의 맨마지막 공표의견을 기준으로 한 투자등급별 비중임 (최근 1년간 누적 기준, 분기별 갱신)