

유통·화장품 한 주 딱잡기



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

주간 유통/화장품 뉴스

30 남성 명품 수요에 롯데백화점 남성 명품 편집매장 확대 (연합뉴스 21.4.11)

최근 20~30대 남성 소비자의 명품 수요가 높은 것으로 나타남. 롯데백화점은 지난 1~3월 남성 고객의 명품 매출 비중을 연령대별로 본 결과 20~30대가 43.2%를 차지. 롯데백화점 명품 편집매장인 '탑스'(TOPS)의 20~30대 남성 고객 비중이 커짐. 또 롯데백화점 구리점과 중동점에 문을 연 남성 명품 잡화 편집매장 '스마트'(SMALT)에서 20~30대 매출 구성비는 47%에 달했고, 신규 고객 중 20대가 38%를 차지함. 롯데백화점은 자신의 취향과 라이프 스타일을 중시하는 젊은 남성 소비자의 명품 수요를 반영해 오는 23일 롯데 프리미엄아울렛 파주점에 스마트 3호점을, 내달 수원점에 4호점을 열 예정. 롯데백화점 관계자는 "하반기에 2개 점포를 추가로 여는 등 올해 공격적으로 명품 판매 점포를 확대할 계획"이라고 전망.

작년과 다른 봄, 봄나들이 외출 재개하면서 색조 화장품 매출 ↑ (매일신문 21.4.11)

지난해 급감했던 색조 화장품 매출이 봄을 맞아 회복중. 코로나19 공포가 커던 지난해 봄과 달리 올해는 방역수칙을 지키며 외출하려는 수요가 늘어난 영향. 롯데백화점 대구점은 지난 2~9일 화장품 매출이 전년 동기 대비 37% 늘었다고 밝힘. 이 기간 색조 화장품 매출이 전년 동기보다 89% 늘며 매출 증가를 이끌었음. 색조 화장품 경우 지난 3월 한달 매출이 전년 동기보다 178%나 늘어난 것으로 나타남. 특히 아이메이크업과 베이스 제품 위주로 판매량이 증가. 마스크를 항상 착용하다 보니 볼이나 입술보다는 눈을 강조하는 메이크업 트렌드가 지속된 결과. 색조 화장품 매출이 늘어난 것은 최근 봄 날씨가 시작되며 외출이 잦아지고 소비심리가 회복한 영향으로 풀이됨. 코로나19 유행 초기였던 지난해 봄에는 사회적 거리두기에 따라 재택근무, 원격수업이 늘고 외출 시간이 크게 줄면서 화장품 매출이 급락. 반대로 올해는 강화된 방역 수칙을 지키면서 출근·등교하고, 접촉을 최소화하며 '조용한 꽃 구경'을 즐기다 보니 외출을 위한 화장품 수요가 회복하는 모양새.

'더현대' 부러운 백화점업계...신세계 강남 면세점 철수 가닥 (한국일보 21.4.11)

신세계백화점이 고전 중인 시내면세점을 빼고 그 공간을 백화점 매장으로 채우는 카드를 만지작거림. 오프라인 유통시장이 지난해 코로나19로 된서리를 맞았지만 최근 현대백화점 '더현대 서울'이 백화점 부활의 공을 쏘아올린 것과 무관치 않음. 백화점 빅3(롯데·현대·신세계) 중 2위 자리를 놓고 다투던 현대가 승기를 잡자 다급해진 신세계가 전략 수정에 속도를 낸다는 해석이 제기. 11일 면세업계에 따르면 서울 반포동 신세계백화점 강남점 안에 자리한 신세계면세점 강남점은 이르면 오는 7월 중순 철수하는 방안을 검토 중. 강남점이 철수할 경우 그 자리는 백화점 매장으로 대체될 가능성이 점쳐짐. 철수설이 부상한 건 코로나19로 인한 외국인 방문객 감소로 시내면세점 고난의 시기가 언제 끝날지 예측하기 어렵기 때문. 신세계백화점의 경우 서울 중구 본점 내 면세점 매출이 급감하자 지난해 신세계면세점을 운영하는 신세계디에프에 현물출자를 하기도 했다. 그동안 면세점으로부터 적정 임대료를 받다가 아예 건물자산을 현물로 지원해줘 신세계디에프가 임대료를 내지 않도록 한 것. 한 유통업계 관계자는 "손님이 없는 면세점 공간을 백화점으로 돌려 봄이 일고 있는 오프라인 매출 상승세에 편승하겠다는 전략으로 보인다"고 분석. 이에 대해 신세계디에프는 "아직 확정된 것은 없다"면서도 "지난해부터 매출은 떨어지는데 임대료는 계속 나가고 있어서 다양한 방안을 고민하고 있는 상황"이라고 전망.

편의점 "우리가 더 싸" 마트와 대파 대첩 (조선일보 21.4.11)

편의점업계가 대형 마트의 채소 시장을 정면으로 겨냥한 할인 공세를 시작. 편의점 CU는 '대형 마트보다 더 저렴한 채소'를 내걸고 이달 30일까지 대파, 깻잎, 모듬쌈, 매운고추, 오이맛고추 등 총 6종을 할인 판매함. CU가 '채소'를 할인 판매하는 것은 창사 이래 처음. 가격 경쟁 상대는 다른 편의점이 아닌 '대형 마트', 대파 가격은 10g당 40원으로 책정. aT농수산식품유통공사가 집계하는 대형 마트 평균 대파 가격(10g당 87원)의 절반도 안 됨. 대형 마트 가격 대비, 매운고추와 오이맛고추, 깻잎도 각각 40%, 25%, 35% 싸다고 CU는 밝힘. GS25는 온라인 장보기물 'GS프레시몰'에 '채소 초저가 운영관'을 차린다. 이 운영관을 지난달 24일부터 2주간 시범운영해본 결과, 소비자 반응이 좋았다고 판단한 것. GS25의 채소 초저가 운영관은 매일 2번씩 주요 온라인몰 유사 상품 가격을 모니터링해 자사 가격을 최저가로 조정하는 체제를 갖춘. 편의점업계의 움직임은 코로나 사태를 계기로 근거리 소비 문화가 확산하면서 편의점에서 장을 보는 소비자가 실제로 늘어났기 때문. 지난해 CU의 전년 대비 채소 매출 증가율은 78.3%.

국내외 업종 지수 및 Peer 종목군 주가 상승/하락률

지수	증가(pt)	주간 절대 등락률(%)	증감률	1W	2W	1M	증감률	1W	2W	1M
KOSPI	3,131.88	0.15%	롯데쇼핑	-2.32	-0.39	-0.78	현대홈쇼핑	0.37	0.37	3.88
KOSDAQ	989.39	2.14%	현대백화점	-1.33	-0.11	0.79	코웨이	1.82	2.76	1.21
유통업	417.06	1.28%	신세계	-2.94	-0.36	-2.43	SK네트웍스	-0.54	-0.72	5.73
주요 환율	현재가	등락률(%)	이마트	0.88	-2.56	-3.66	아모레퍼시픽	-2.32	-2.13	11.97
KRW/USD	1,118.50	-0.96	롯데하이마트	-0.12	-2.17	5.88	LG생활건강	0.32	2.76	1.03
KRW/JPY	1,023.00	0.21	호텔신라	-1.73	-2.29	2.28	코스맥스	1.25	-2.41	8.97
KRW/CNY	170.60	-0.68	신세계인터내셔널	-1.18	0.48	6.92	한국콜마	-1.06	-1.93	-0.36
			GS리테일	1.87	-1.55	2.84	애경산업	-0.20	-0.81	-1.41
			BGF리테일	0.93	-0.92	-6.36	코스메카코리아	-5.38	2.14	25.09
			GS홈쇼핑	1.39	2.13	6.98	클리오	2.70	12.63	13.55

자료: Quantwise, IBK투자증권

증감률	1W	2W	1M	증감률	1W	2W	1M	증감률	1W	2W	1M
시세이도	-2.8	2.0	-7.2	PROYA	-1.0	1.7	-6.1	까르푸	-2.4	-3.0	1.9
로레알	4.5	3.6	4.9	노드스트롬	2.3	0.9	-8.9	텐센트	-5.1	1.4	-4.6
상해자화	-2.6	-5.3	2.6	막스&스펜서	3.0	2.5	-0.8	알리바바	-0.9	-3.7	-3.7
P&G	-0.1	-0.9	6.4	이온 몰	-6.8	-10.5	-0.8	JD닷컴	-2.5	-1.7	-4.3
고세	-0.9	-2.6	-8.5	세븐&홀딩스	-5.3	-6.0	-0.5	VIP샵	-4.4	0.0	-32.5
에스티로더	2.3	4.0	4.5	아마존	4.5	9.6	9.2	코스트코	3.3	7.1	3.3
LVMH	2.9	6.0	4.4	월마트	0.3	2.3	4.2	이베이	-1.9	4.4	12.0
ULTA	0.8	5.2	1.3	테스코	2.8	2.7	4.7	중국중면	-9.6	-4.5	-2.5
MARUBI	4.3	2.4	14.2	타겟	0.0	3.6	14.1	라쿠텐	-0.7	-3.5	5.9

자료: Bloomberg, IBK투자증권

글로벌 대표 소비재의 투자지표

화장품 글로벌 피어	시세이도	로레알	상해자화	P&G	고세	에스티로더	LVMH	ULTA	MARUBI	PROYA	
현재가(현지통화)	7,483.00	338.45	45.94	136.37	15,810.00	302.12	588.30	322.22	56.40	162.75	
시가총액(백만USD)	27,280	225,455	4,753	335,808	8,731	109,597	353,280	18,111	3,459	4,995	
매출액 (백만USD)	2019	10,381	33,443	1,100	67,684	3,004	14,863	60,083	7,398	261	452
	2020	8,629	31,959	1,020	70,950	3,015	14,294	50,979	6,152	281	573
	2021	9,562	36,327	1,245	75,456	2,556	15,900	67,455	7,395	338	724
	2022	10,240	38,858	1,402	78,152	2,737	17,926	74,146	8,019	401	895
영업이익 (백만USD)	2019	1,044	5,935	84	5,487	473	2,313	12,589	901	82	65
	2020	140	5,130	59	15,706	370	606	9,150	237	96	90
	2021	425	6,856	96	18,387	124	2,869	14,472	712	112	116
	2022	845	7,460	147	19,196	261	3,417	16,531	847	133	144
순이익 (백만USD)	2019	675	4,198	81	3,897	334	1,785	8,028	706	75	57
	2020	-109	4,068	62	13,027	245	684	5,368	176	81	74
	2021	245	5,463	79	14,827	98	2,169	9,448	532	95	94
	2022	529	5,945	116	15,578	180	2,541	10,948	636	112	118
PER (배)	2019	42.3	39.6	37.3	25.7	31.3	34.3	29.1	21.9	43.8	44.9
	2020	N/A	48.8	54.3	23.4	28.5	29.8	54.8	63.9	42.9	68.2
	2021	111.7	41.4	59.5	23.9	82.1	50.9	38.2	32.9	36.2	53.3
	2022	51.7	38.0	40.7	22.5	45.6	43.4	32.8	27.0	30.6	42.5
ROE (%)	2019	15.5	13.3	9.2	7.4	18.8	39.3	20.8	37.9	25.5	21.1
	2020	-2.4	12.2	6.7	27.8	12.3	16.4	12.7	9.0	16.9	20.5
	2021	7.1	14.8	7.4	32.4	4.8	45.8	19.8	28.5	16.8	21.6
	2022	12.0	15.3	10.2	34.5	8.7	47.6	20.4	39.2	16.9	22.4

주: 회계 결산연도 기준. 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)	37.67	156.90	1,129.00	1,803.00	4,312.00	3,372.20	139.78	234.40	205.36
시가총액(백만USD)	5,943	4,207	1,829	3,739	34,837	1,698,121	393,770	24,836	102,396
매출액 (백만USD)	2019 15,524 2020 10,715 2021 13,274 2022 13,937	13,624 12,948 12,299 13,547	7,670 7,785 6,184 7,303	2,834 2,974 2,536 2,973	49,887 48,900 52,508 69,547	280,522 386,064 473,804 557,257	523,964 559,151 552,210 567,574	84,391 82,760 81,559 82,634	78,112 93,561 91,513 93,628
영업이익 (백만USD)	2019 784 2020 -1,047 2021 426 2022 602	391 321 296 615	241 235 -136 103	480 558 296 526	3,727 3,892 3,256 4,023	14,541 22,899 30,199 42,973	20,568 22,548 22,604 24,114	3,498 3,218 2,751 3,509	4,658 6,539 6,034 6,577
순이익 (백만USD)	2019 496 2020 -690 2021 205 2022 362	55 30 86 325	149 147 -308 38	304 314 -4 295	1,838 2,002 1,422 2,485	11,588 21,331 34,492 45,639	14,881 13,510 15,245 16,249	1,680 1,241 1,461 2,012	3,281 4,368 4,396 4,661
PER (배)	2019 11.6 2020 N/A 2021 30.6 2022 17.2	111.6 76.3 62.8 13.0	15.6 10.8 N/A 45.1	12.3 10.2 N/A 12.7	21.3 15.0 24.5 13.7	80.3 78.0 56.3 42.7	23.1 25.4 25.6 23.7	17.0 23.8 17.8 11.8	17.3 19.2 22.9 21.4
ROE (%)	2019 53.6 2020 -107.5 2021 45.2 2022 68.5	1.5 0.8 2.3 7.0	3.7 3.6 -8.2 0.9	8.9 8.8 0.1 8.3	8.2 8.5 5.9 10.5	21.9 27.4 24.1 24.8	20.2 17.4 17.8 19.0	10.6 7.3 7.5 11.4	28.4 33.3 29.4 30.2

주: 회계 결산연도 기준, 자료: Bloomberg

유통 글로벌 피어	까르푸	텐센트	알리바바	JD닷컴	VIP샵	코스트코	이베이	중국중면	라쿠텐
현재가(현지통화)	14.88	620.50	223.31	80.41	28.47	363.21	62.47	301.60	1,319.00
시가총액(백만USD)	14,474	765,445	605,420	125,833	19,322	160,733	42,507	89,868	18,926
매출액 (백만USD)	2019 83,836 2020 83,235 2021 85,931 2022 89,157	54,627 73,818 90,493 108,880	56,163 73,191 107,906 140,941	83,527 108,201 143,737 173,698	13,465 14,778 19,059 21,949	152,703 166,761 187,507 200,152	8,636 10,271 11,994 12,917	6,945 8,093 12,688 17,016	11,595 13,639 14,659 16,394
영업이익 (백만USD)	2019 1,184 2020 1,940 2021 2,764 2022 3,006	16,125 24,154 28,171 34,331	8,508 13,129 18,226 24,050	1,302 1,791 2,236 3,783	691 850 1,341 1,619	4,737 5,435 6,159 6,704	1,861 2,711 3,589 3,971	891 1,315 2,532 3,436	601 -862 -1,271 -206
순이익 (백만USD)	2019 1,264 2020 732 2021 1,333 2022 1,487	13,510 18,911 23,808 29,201	13,098 21,458 27,930 32,177	1,764 7,168 3,173 4,539	582 857 1,190 1,414	3,659 4,002 4,480 4,874	1,786 5,667 2,813 3,084	670 936 1,695 2,301	-293 -1,070 -1,071 -146
PER (배)	2019 373.8 2020 17.1 2021 10.9 2022 9.8	34.1 40.3 32.7 26.7	60.9 30.8 22.0 19.3	52.3 79.6 39.8 29.1	14.3 23.8 16.7 14.0	36.0 38.3 36.1 33.1	18.3 15.5 15.4 13.6	44.3 98.9 53.7 39.3	N/A N/A N/A N/A
ROE (%)	2019 11.8 2020 6.5 2021 10.8 2022 11.3	24.7 23.6 19.6 19.4	20.4 23.9 19.2 17.1	17.2 36.7 8.6 11.0	20.6 23.5 21.4 20.1	26.1 23.9 24.8 24.6	39.0 176.2 71.8 217.5	25.5 25.1 34.1 34.5	-4.2 -17.0 -15.8 -1.3

주: 회계 결산연도 기준, 자료: Bloomberg