

# MERITZ

## 유통/화장품 Weekly



유통/화장품 Analyst 양지혜  
02. 6098-6667  
jihye.yang@meritz.co.kr

### 1. 전주 동향

#### 유통

1월 첫째주 유통업종 주가는 시장 대비 소폭 하회하는 수익률을 기록함. 소비심리 위축과 함께 전반적으로 4분기 유통업체들의 실적 부진이 예상되면서 백화점과 홈쇼핑 중심으로 주가가 하락하였음. 백화점업체들은 저평가되어 있지만 신규 출점과 면세 채널 확장에 따른 성장보다는 경쟁 심화에 따른 수익성 하락이 예상됨. 편의점은 상대적으로 4분기 안정적인 성장을 지속한 것으로 추산되면서 주가가 반등하였음. 렌탈 사업의 실적 안정성을 바탕으로 코웨이와 쿠쿠전자 또한 배당락 이후 반등함

#### 화장품 (생활소비재)

1월 첫째주 화장품업종 주가는 전체 시장 대비 크게 하회하는 수익률을 기록하였음. 전세기 취항 불허 등 계속해서 중국과의 관계 악화에 대한 정치적 리스크가 부각되면서 화장품업종 주가에 부정적으로 작용하였음. 특히 4분기 실적이 시장 컨센서스 대비 하회할 것으로 예상되는 연우, 아모레퍼시픽 등의 주가 하락폭이 상대적으로 크게 나타났음. 한편 코스맥스가 유상증자 신주 상장 이후 1월 중순 상해 색조 2공장 증설 기대감으로 주가 상승하였음

### 2. 금주 전망

#### 유통

4분기부터 소비심리 위축과 함께 실질가계이자부담 등으로 소비침체가 지속될 전망. 신선식품 작황 부진과 식료품 가격인상 등으로 소비자들이 또한 상승하면서 객단가 증가 효과보다는 심리적으로 소비를 위축할 수 있어 부정적 영향이 더 크다고 판단됨. 편의점 채널은 소량구매 중심이기 때문에 식품 가격인상에 따른 저항감이 상대적으로 크지 않아 단기인상 효과가 온전히 반영될 가능성이 높음. 2016년 편의점 시장은 전년대비 18% 정도 성장하였으며 2017년에는 11~13%의 성장이 예상됨. 점포수 증가율은 다소 둔화되었지만 객단가 인상 및 상품 다변화에 따른 점당매출액의 높은 성장세가 지속되어 이익률 개선을 동반한 질적인 성장 기대

#### 화장품 (생활소비재)

전반적인 화장품업종의 밸류에이션 부담은 크게 완화되었으나 중국 관련 정치적 불확실성과 시장 추정치 하향이 지속되고 있어 보수적으로 접근할 필요가 있을 것임. 2016년 주가 하락폭이 컸지만 2017년 성장 모멘텀이 부각될 수 있는 종목들을 중심으로 관심 요망. 국내 화장품 시장은 불황기 합리적 소비 패턴이 강화될 전망이며 드럭스토어, 온라인 등 신채널과 기능성 화장품과 색조 중심의 신제품들의 성과는 꾸준히 부각될 수 있다고 판단함. 따라서 트렌드 대응 능력에 따른 업체별 실적 또한 차별화될 전망이며 중장기적으로 동남아, 미국 등 중국 이외의 해외 성과 또한 지속적으로 주목할 수 있을 것임

### 3. 관심종목 & 종목 코멘트

#### 유통

##### 관심종목

##### BGF리테일 (027410):

구조적인 소비 트렌드 변화와 즉석식품 등 상품력 강화에 따른 자체적인 성장성이 부각되고 실적 또한 양호한 흐름을 지속적으로 이어갈 전망. 다양한 서비스 상품 개발로 고객 매장 방문빈도 또한 더욱 높이고 있음

##### GS리테일 (007070):

2017년 편의점 고성장 지속되는 가운데, 슈퍼마켓 구조조정과 호텔 사업부의 파르나스 타워 안정화로 실적 레벨업 전망. 식품업체들의 가격인상(평균 4~5%)으로 편의점 기준점성장률에 온전히 반영될 수 있을 것임

##### 종목 코멘트 (탐방)

##### GS리테일 (007070)

- 4Q 현황: 편의점 양호한 실적과 슈퍼마켓과 호텔 사업부 선방에도 기타 사업부 투자 확대 (인터넷전문은행, GS포인트 통합시스템 구축 등)로 시장 컨센서스 (매출액 1조 8,713억원, 영업이익 465억원) 대비 소폭 하회할 전망
- 편의점: 기준점성장률 10월 6%, 11월 5%, 12월 5% 추정. 일반상품 (담배 제외) 기준점성장률은 8~10% 수준으로 더 높아 이익률 개선 전망
- 슈퍼마켓: 기준점성장률 10월 6%, 11월 1%, 12월 0% 추정. 부진점포 구조조정으로 전년동기대비 적자폭 축소될 전망

#### 화장품 (생활소비재)

##### 관심종목

##### 코스맥스 (192820)

전세계 화장품 시장이 색조 중심으로 성장이 강화되고 있는 가운데 혁신적인 신제품들로 고객 다변화와 해외 수출 성과 두드러지고 있음. 2017년 국내 및 중국법인 Capa 증설에 따른 높은 성장 지속될 전망

##### LG생활건강 (051900):

2017년 화장품 브랜드 다변화와 프레스티지 제품 비중 확대로 안정적인 매출 성장과 영업이익률 개선 지속될 전망. 생활용품 관련 글로벌 파트너십 및 해외 성장 전략 또한 가시화. 음료 가격인상 효과 또한 긍정적

##### 종목 코멘트 (탐방)

##### 에이블씨엔씨 (078520)

- 4Q 현황: 텐선타트 (코스맥스, 코스메카코리아 생산), itaPrism (이탈리아 인터코스와의 합작제품), 어퓨 코스메슈티컬 라인 등 신제품 효과로 시장 컨센서스 (매출액 1,284억원, 영업이익 121억원) 충족할 전망
- 색조 중심으로 뷰티 트렌드 변화하고 있는 가운데 색조 비중 (미샤 60%, 어퓨 70%)이 높아 내수 침체 속에서도 상대적으로 선방. 색조 비중 확대로 원가율은 소폭 상승할 전망
- 수출 비중 10%에서 13~14%까지 확대될 전망. 여전히 중국이 절대적이지만 작년 대비 일본의 성장세 (+120% YoY 추정)가 두드러졌음

## 4. 주요 뉴스

### 유통

**온라인 쇼핑액 월 6조 첫 돌파:** 통계청이 2일 발표한 '온라인쇼핑 동향'에 따르면 지난해 11월 온라인쇼핑 거래액은 6조874억원으로 1년 전보다 23.0% 증가. 온라인쇼핑 가운데 스마트폰을 통한 모바일쇼핑의 증가세가 두드러짐. 작년 11월 모바일쇼핑 거래액은 3조4315억원으로 전년 동기 대비 40.5% 증가. 같은 기간 전체 온라인쇼핑 거래에서 차지하는 비중은 56.4%로 전월에 이어 2개월 연속 최고치 (한국경제, 1/3)

**롯데면세점 월드타워점, 재개장 즉시 유커 5000명 '복적복적':** 롯데면세점 월드타워점이 5일 영업을 재개. 롯데면세점 관계자는 "오픈 첫날 중국인 관광객 5000명과 내국인 고객 3000명 등 8000여명이 월드타워점을 찾은 것으로 파악된다"고 밝힘. 롯데면세점은 이번 재개장을 통해 규모를 더욱 확대한다는 계획으로 롯데월드타워 사용승인이 이뤄지면 타워동을 오픈해 브랜드 수도 현 400개에서 700개 이상으로 늘린 예정. 롯데면세점 월드타워점은 올해 1조2000억원의 매출을 달성하겠다는 목표를 세움 (매일경제, 1/6)

**편의점 소주·맥주값 50~100원 오른다:** 2일 편의점 및 주류업계에 따르면 BGF리테일의 CU, GS리테일의 GS25, 세븐일레븐 등 편의점 업체들은 오는 6일부터 순차적으로 소주·맥주 판매 가격을 인상할 계획. 편의점 소주·맥주 판매가 인상은 새해부터 환경부담금 인상에 따라 빈병 보증금이 소주의 경우 40원에서 100원으로, 맥주는 50원에서 130원으로 오르데 따른 결과로 풀이 (머니투데이, 1/2)

**'한잔 1000원' 편의점 원두커피, '최고 400%' 성장:** 8일 편의점 업계에 따르면 지난해 GS25, CU, 세븐일레븐 편의점 3사에서 판매된 즉석 원두커피 수는 총 7,430만 잔에 달함. 미니스톱, 위드미 등 기타 편의점에서 판매된 즉석커피 판매량을 포함하면 8,000만 잔이 넘게 팔려나갔을 것으로 업계는 추산. 성장세는 지난해 두드러진 것으로 나타나며, 시장 확대를 예상한 업체들이 잇따라 자체브랜드(PB) 상품을 내고 마케팅에 드라이브를 걸었기 때문. 2015년 말 자체 원두커피 브랜드 '카페25'를 론칭한 GS25는 지난해 즉석 원두커피 판매가 전년동기대비 252.5% 늘었고, CU도 자체 브랜드 '카페켓'을 포함한 즉석 원두커피 판매가 81.2% 증가 (머니투데이, 1/8)

### 화장품 (생활소비재)

**'2017년 '나홀로족' 위한 화장품 뜬다':** 올해는 '나홀로족'을 위한, 자신만의 개성을 살리는 제품이 떠오를 전망. '혼밥', '혼술' 등으로 대표되는 '나홀로족'을 위한 셀프 스타일링, 홈에스테틱, 자신만의 뷰티 비법을 살린 메이크업 등이 부각될 것으로 보임. 한국콜마는 올해 메가 트렌드를 '나 혼자 잘산다(On My Way)'로 정의하고 이에 맞는 뷰티 트렌드를 제시. 장기간 불황과 만연한 위험요소를 담당함을 느끼는 개인들이 자신만의 가치관, 개성을 드러내며 새로운 상식을 만들어가는 한해가 되리란 전망을 담은 트렌드 (CMN, 1/4)

**아모레, 용인에 연구개발시설 만든다:** 아모레퍼시픽이 경기도 용인시에 화장품 연구를 위한 첨단시설을 지을 예정. 3일 용인시에 따르면 아모레퍼시픽은 329억원을 투입해 용인시 기흥구 보라동의 23만1000㎡ 용지에 2019년까지 도시첨단단지 조성하기로 함. 아모레퍼시픽이 직접 사업을 시행하는 실수요 민간개발 방식으로 투자방향서에 따르면 아모레퍼시픽은 기존의 기술연구원 외에 연구시설을 추가로 확충해 글로벌 기업으로 도약하기 위한 발판을 마련한다는 전략 (매일경제, 1/4)

**'명품 블랙홀' 유커, 일본을 휩쓸다:** 일본을 방문한 '큰손 유커'가 늘면서 일본 명품업계는 호황을 누리고 있음. 컨설팅 회사 베인앤드컴퍼니에 따르면 작년 의류·시계·잡화 등 명품 소비재 판매는 두 자리수(10%) 증가. 지난해 엔화가 2015년에 비해 강세였지만 유커가 늘면서 일본의 명품 판매가 늘었다는 분석. 일본 정부는 지난해 600만명가량의 유커가 일본을 방문한 것으로 추정하고 있으며 전체 관광객의 30% 수준. 중국 소비자 분석 업체 보모다는 중국인 명품 구매의 80%는 해외에서 이뤄진다고 분석 (한국경제 1/6)

**호텔롯데, 6월 상장예시 청구...연내 상장 마무리 한다:** 호텔롯데는 6월께 한국거래소에 상장예시청구서를 청구하기로, 롯데그룹이 지난해 발표한 경영혁신안에 포함된 지배구조 투명성 강화를 위해서는 호텔롯데 상장이 필수 조건. 투자은행(IB)업계에서는 호텔롯데가 검토 중인 공모채 발행이 성공하면 상장에도 청신호가 켜질 것으로 예상하고 있음. 하지만 오너 일가의 재판 결과는 여전히 변수 (한국경제, 1/7)

**립스틱 단돈 500원... '올리브영 아울렛' 시동:** 헬스&뷰티 선두주자인 CJ 올리브영이 지방을 중심으로 영가 제품을 판매하는 아울렛을 잇따라 선보이며 뷰티업계의 '다이소'로 거듭나고 있음. 올리브영은 2015년 4월 인천에 '올리브영 아울렛' 1호점을 오픈한 이후 지난해말 부산에 4호점을 여는 등 아울렛 사업을 속도감있게 전개하고 있음. 품목들은 올리브영에서 파는 수만원대 제품과 달리 500원짜리 립스틱, 1,000원짜리 린스, 3,000원짜리 샴푸, 9,000원짜리 에센스 등 저렴한 제품이 대부분 (서울경제, 1/4)

**IPTV, 홈쇼핑 송출수수료 수입 '쏟아':** 4일 방송통신위원회가 최근 발간한 '2016 방송산업 실태조사' 보고서에 따르면 IPTV의 홈쇼핑 송출수수료 수입은 2014년 1,754억원에서 2015년 2,404억원으로 37% 증가. 반면 케이블TV의 경우 7,629억원에서 7,714억원으로 1.1% 증가. 가입자 증가 여부가 홈쇼핑 송출수수료에 큰 영향을 미치고 있음. 케이블TV와 달리 IPTV는 모바일·인터넷 결합상품으로 고객을 늘리고 있는 상황으로 케이블TV 가입자 수는 2014년 1,461만명에서 2015년 1,373만명으로 6% 감소. 반면 IPTV 가입자는 967만명에서 1,136만명으로 17.5% 증가 (서울경제, 1/5)

**코스맥스, 상하이에 제2공장...중화장품시장 공략 가속:** 코스맥스그룹은 올해 △중국 시장 집중 △신흥 수출시장 적극 공략 △미국 법인 경쟁력 강화 등 세 가지에 집중할 계획. 이경수 코스맥스 회장은 "지난해에도 경제 상황이 좋지 않았지만 30% 성장이 무난할 것으로 추산된다"며 "새해에는 중국 상하이에 1월 중순께 새 공장을 준공해 시장 공략을 강화하면 30% 선 성장이 가능할 것으로 보고 있다"고 말함. 상하이 1공장에서 3km 떨어진 상하이 2공장은 색조화장품, 마스크 시트 전용 생산시설로 현재 가동 중인 상하이 1공장(2억개), 광저우 공장(1억개)에 상하이 2공장을 더 하면 중국에서 연간 5억개 생산능력을 갖추게 됨 (매일경제, 1/6)

**토니모리, 유럽 세포라 17년 색조라인 추가 론칭:** 토니모리는 지난해 5월 한국 화장품 브랜드 최초로 세포라 유럽 전 매장에 입점한 것을 시작으로 연일 매진 사례를 빚으며 높은 인기를 얻어 2017년에는 색조 라인까지 추가 확대하기로 함. 현지 소비자들은 뛰어난 제품력, 합리적인 가격대의 스킨케어와 재미 요소를 더한 펀(Fun) 제품에 대해 높은 관심을 보여 왔음. 토니모리의 색조 제품들은 2017년 1월부터 유럽 내 세포라 전 매장을 대상으로 하여 순차적으로 진행될 예정 (장업신문, 12/27)

### 5. 주요종목 Valuation

업종별	기업명	종목코드	주가 (원)	시가총액 (백만원)	PER(X)		PBR(X)		ROE(%)	
					2017C	2018C	2017C	2018C	2017C	2018C
유통	롯데쇼핑	A023530	215,000	6,770,542	16.8	14.6	0.4	0.4	2.4	2.7
	현대백화점	A069960	100,500	2,351,945	7.6	7.2	0.6	0.5	8.1	7.9
	신세계	A004170	172,500	1,698,294	9.6	9.0	0.5	0.5	5.3	5.6
	CJ오쇼핑	A035760	159,000	988,267	9.8	8.9	1.2	1.0	12.8	12.6
	GS홈쇼핑	A028150	168,400	1,105,125	10.6	10.1	1.0	0.9	9.3	8.7
	현대홈쇼핑	A057050	108,000	1,296,000	9.6	8.8	0.9	0.8	9.8	9.7
	엔에스쇼핑	A138250	151,000	508,810	8.0	7.4	1.1	1.0	15.2	13.9
	이마트	A139480	185,500	5,170,964	13.3	12.2	0.7	0.6	5.1	5.6
	GS리테일	A007070	48,200	3,711,400	18.2	15.4	1.8	1.6	10.3	11.2
	BGF리테일	A027410	84,500	4,186,774	20.5	18.0	3.9	3.3	20.4	20.1
	롯데하이마트	A071840	42,800	1,010,410	8.1	7.4	0.5	0.5	6.4	6.7
	호텔신라	A008770	48,550	1,905,496	23.0	16.0	2.2	1.9	10.4	13.3
화장품	아모레퍼시픽	A090430	305,000	17,829,839	25.1	21.1	4.5	3.8	19.7	19.8
	아모레G	A002790	125,000	10,307,273	24.3	20.6	3.2	2.8	14.4	15.1
	LG생활건강	A051900	850,000	13,275,467	21.8	19.4	4.5	3.7	24.2	22.3
	코스맥스	A192820	123,500	1,241,114	25.2	18.3	4.9	4.0	28.7	28.1
	한국콜마	A161890	62,600	1,320,869	19.7	16.2	4.0	3.2	22.4	22.0
	코스메카코리아	A241710	53,400	285,156	16.2	11.3	5.6	4.0	33.4	32.2
	연우	A115960	34,250	424,632	15.7	12.9	2.0	1.8	13.9	14.6
	대봉엘에스	A078140	11,900	131,930	11.9	10.3	1.8	1.5	15.7	15.4
	SK바이오랜드	A052260	18,000	270,000	17.7	15.9	1.9	1.7	11.2	12.7
	클리오	A237880	29,900	504,509	11.3	9.0	6.7	5.5	62.8	67.8
	에이블씨엔씨	A078520	20,050	308,343	13.4	11.9	1.5	1.4	11.8	12.2
	토니모리	A214420	21,550	380,142	19.8	17.4	2.6	2.3	14.3	14.3
생활소비재	코웨이	A021240	92,000	7,027,007	19.2	17.9	4.7	4.2	26.8	25.9
	쿠쿠전자	A192400	134,000	1,313,650	14.3	12.5	1.7	1.5	15.2	15.0
	뉴트리바이오텍	A222040	59,900	617,809	22.2	14.6	5.7	4.0	30.4	34.5
	콜마비엔에이치	A200130	17,250	509,626	15.5	15.1	3.2	2.7	21.5	18.1

자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

### 6. 주요 해외 업체 Valuation

업종별	기업명	종목코드	주가 (각국통화)	시가총액 (백만달러)	PER(X)		PBR(X)		ROE(%)	
					2016C	2017C	2016C	2017C	2016C	2017C
유통	노스트롬	JWN US	45	7,882	15.4	14.5	8.6	8.1	57.3	77.0
	월마트	WMT US	68	209,776	15.8	15.7	2.6	2.6	17.1	16.9
	이베이	EBAY US	31	34,712	16.5	14.9	4.8	4.4	30.4	28.8
	세븐 & 아이홀딩스	3382 JP	4,564	34,614	44.1	19.6	1.7	1.6	3.5	8.4
화장품	로레알	OR FP	170	100,876	26.4	24.6	3.9	3.6	14.7	15.0
	에스티로더	EL US	79	29,007	23.2	20.8	9.9	9.8	37.1	50.1
	시세이도	4911 JP	3,092	10,582	39.5	37.5	3.0	2.8	8.1	7.6
	상해자화	600315 CH	26	2,566	40.0	33.2	3.1	2.9	7.2	8.4
생활소비재	패스트리테일링	9983 JP	39,720	36,048	38.2	33.6	5.9	5.2	17.0	17.3
	나이키	NKE US	54	89,193	23.0	20.5	7.4	3.6	31.5	33.5
	LVMH	MC FP	179	95,893	22.5	20.6	3.4	3.1	15.6	15.7
	조지루시	7965 JP	1,641	1,019	13.2	12.2	1.7	1.6	12.6	12.2

자료: Bloomberg, 메리츠증권증권 리서치센터

### 7. 주요 종목 기간별 수익률

업종별	기업명	Price Change(%)						Relative to market(%)					
		1W	1M	3M	6M	12M	YTD	1W	1M	3M	6M	12M	YTD
유통	롯데쇼핑	(2.9)	0.2	(3.2)	8.6	(9.3)	(2.9)	(4.1)	(2.8)	(2.4)	3.7	(15.7)	(4.1)
	현대백화점	(7.8)	(6.9)	(17.3)	(21.5)	(22.1)	(7.8)	(8.9)	(9.9)	(16.5)	(26.4)	(28.5)	(8.9)
	신세계	(2.0)	(1.7)	(7.0)	(10.2)	(25.2)	(2.0)	(3.1)	(4.7)	(6.2)	(15.1)	(31.6)	(3.1)
	CJ오쇼핑	(2.4)	(1.2)	(1.1)	(4.7)	(14.4)	(2.4)	(3.5)	(4.2)	(0.3)	(9.6)	(20.8)	(3.5)
	GS홈쇼핑	(2.1)	(5.2)	(0.9)	0.2	6.2	(2.1)	(3.2)	(8.2)	(0.2)	(4.7)	(0.2)	(3.2)
	현대홈쇼핑	(3.1)	(0.9)	(9.6)	(10.4)	(4.4)	(3.1)	(4.3)	(3.9)	(8.8)	(15.3)	(10.8)	(4.3)
	엔에스쇼핑	(1.6)	4.5	(6.8)	(16.3)	(14.2)	(1.6)	(2.8)	1.5	(6.0)	(21.3)	(20.6)	(2.8)
	이마트	1.4	(2.9)	18.2	11.8	(3.1)	1.4	0.3	(5.9)	18.9	6.8	(9.6)	0.3
	GS리테일	1.3	2.7	(1.2)	(7.3)	(15.4)	1.3	0.1	(0.3)	(0.5)	(12.2)	(21.9)	0.1
	BGF리테일	3.3	(1.7)	(10.2)	(16.6)	(11.1)	3.3	2.2	(4.7)	(9.4)	(21.5)	(17.5)	2.2
	롯데하이마트	1.4	(5.5)	(5.1)	(4.4)	(28.7)	1.4	0.3	(8.5)	(4.3)	(9.3)	(35.1)	0.3
	호텔신라	0.8	(0.9)	(19.1)	(26.7)	(37.2)	0.8	(0.3)	(3.9)	(18.3)	(31.6)	(43.6)	(0.3)
화장품	아모레퍼시픽	(5.1)	(2.2)	(20.0)	(30.6)	(26.9)	(5.1)	(6.3)	(5.2)	(19.2)	(35.5)	(33.3)	(6.3)
	아모레G	(6.0)	1.6	(23.1)	(26.5)	(16.9)	(6.0)	(7.1)	(1.4)	(22.3)	(31.4)	(23.4)	(7.1)
	LG생활건강	(0.8)	4.7	(9.8)	(26.5)	(16.0)	(0.8)	(1.9)	1.7	(9.0)	(31.4)	(22.4)	(1.9)
	코스맥스	3.4	21.1	(20.1)	(26.6)	(33.2)	3.4	2.2	18.1	(19.3)	(31.5)	(39.6)	2.2
	한국콜마	(4.9)	(5.0)	(34.9)	(40.4)	(35.3)	(4.9)	(6.0)	(8.0)	(34.1)	(45.3)	(41.7)	(6.0)
	코스메카코리아	(4.6)	1.1	N/A	N/A	N/A	(4.6)	(5.8)	(1.8)	N/A	N/A	N/A	(5.8)
	연우	(11.2)	(0.7)	(26.3)	(25.2)	(13.0)	(11.2)	(12.3)	(3.7)	(25.6)	(30.1)	(19.4)	(12.3)
	대봉엘에스	0.4	4.9	(16.8)	(18.2)	16.7	0.4	(0.7)	1.9	(16.0)	(23.1)	10.3	(0.7)
	SK바이오랜드	0.3	10.1	(14.7)	(21.4)	(33.1)	0.3	(0.8)	7.1	(13.9)	(26.3)	(39.5)	(0.8)
	클리오	(2.3)	(1.3)	N/A	N/A	N/A	(2.3)	(3.4)	(4.3)	N/A	N/A	N/A	(3.4)
	에이블씨엔씨	(3.1)	13.4	(8.6)	(40.4)	(11.7)	(3.1)	(4.3)	10.4	(7.8)	(45.3)	(18.1)	(4.3)
	토니모리	(5.3)	3.1	(33.4)	(36.0)	(10.1)	(5.3)	(6.4)	0.1	(32.6)	(40.9)	(16.5)	(6.4)
생활소비재	코웨이	4.2	4.9	(4.4)	(6.7)	5.0	4.2	3.1	1.9	(3.6)	(11.6)	(1.4)	3.1
	쿠쿠전자	3.9	4.3	(3.9)	(11.6)	(39.6)	3.9	2.8	1.3	(3.2)	(16.5)	(46.1)	2.8
	뉴트리바이오텍	(2.6)	10.3	(18.0)	(23.2)	29.0	(2.6)	(3.7)	7.3	(17.2)	(28.1)	22.5	(3.7)
	클마비엔에이치	(7.0)	10.2	(44.0)	(51.4)	(55.5)	(7.0)	(8.1)	7.2	(43.2)	(56.3)	(62.0)	(8.1)

자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

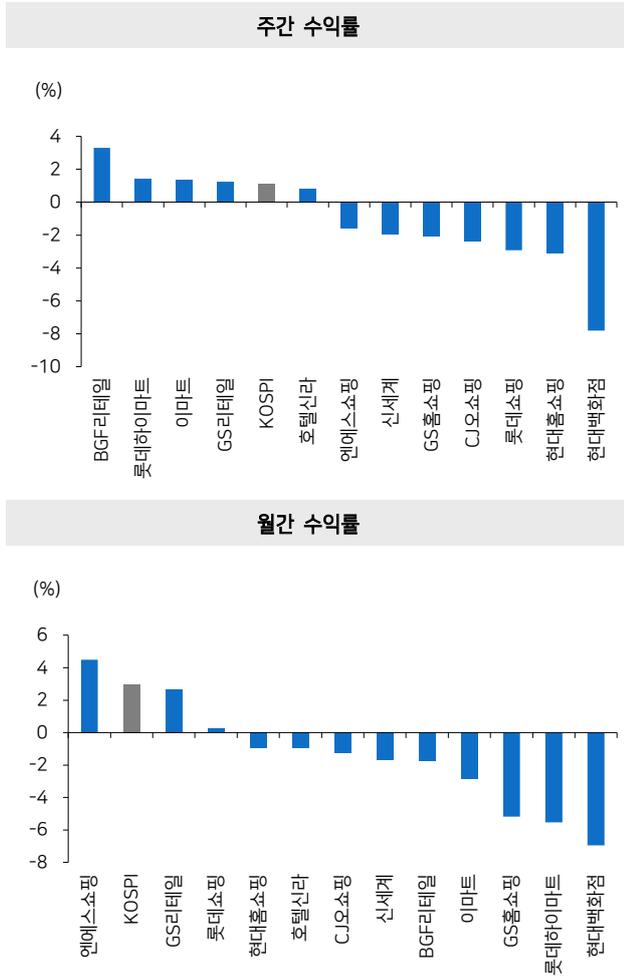
### 8. 해외 주요 업체 기간별 수익률

업종별	기업명	Price Change(%)						Relative to market(%)					
		1W	1M	3M	6M	12M	YTD	1W	1M	3M	6M	12M	YTD
유통	노스트롬	(5.8)	(26.1)	(17.1)	12.8	(1.7)	(5.1)	(7.1)	(26.8)	(22.8)	5.9	(20.1)	(6.8)
	월마트	(1.4)	(3.0)	(0.6)	(7.6)	7.4	(1.2)	(2.7)	(3.7)	(6.4)	(14.5)	(11.0)	(2.9)
	이베이	3.6	5.5	(1.8)	26.2	20.6	4.6	2.3	4.8	(7.5)	19.3	2.1	2.9
	세븐 & 아이홀딩스	1.8	5.0	(0.4)	11.9	(11.1)	2.5	1.5	2.6	(15.8)	(16.9)	(21.0)	0.7
화장품	로레알	(1.8)	4.7	4.3	(1.5)	13.8	(1.8)	(2.8)	1.6	(6.0)	(18.6)	0.5	(2.8)
	에스티로더	2.4	(0.2)	(9.9)	(14.9)	(4.4)	3.5	1.2	(0.9)	(15.6)	(21.8)	(22.9)	1.8
	시세이도	3.6	7.8	15.8	7.2	33.2	4.5	3.3	5.4	0.4	(21.6)	23.3	2.7
	상해자화	(1.9)	(3.6)	(5.9)	(7.7)	(26.1)	(2.6)	(3.8)	(1.2)	(10.9)	(13.3)	(25.1)	(4.3)
생활소비재	패스트리테일링	(8.2)	(3.4)	18.6	56.1	4.1	(5.0)	(8.5)	(5.8)	3.2	27.3	(5.8)	(6.8)
	나이키	5.6	4.6	4.1	(5.0)	(8.4)	6.1	4.3	3.8	(1.6)	(11.9)	(26.9)	4.4
	LVMH	(1.2)	1.5	15.3	33.4	32.4	(1.2)	(2.2)	(1.5)	5.0	16.2	19.1	(2.2)
	조지루시	2.2	11.4	10.8	0.0	4.6	4.6	1.9	9.0	(4.6)	(28.8)	(5.3)	2.8

자료: Bloomberg, 메리츠증권증권 리서치센터

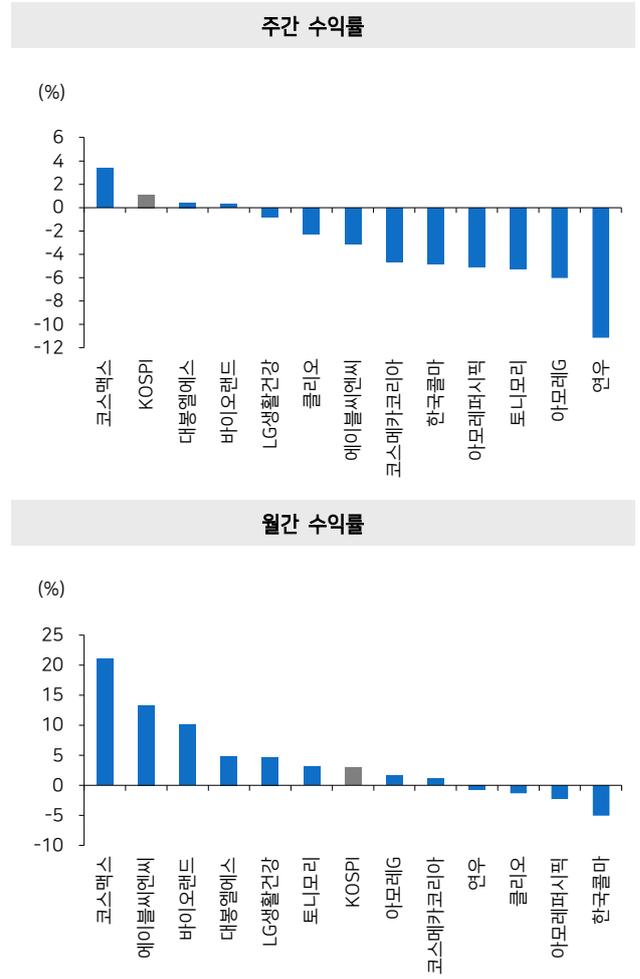
### 9. 주간/월간 수익률

#### 유통



자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

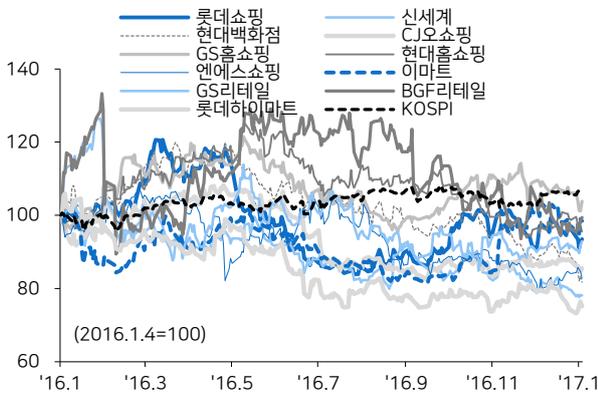
#### 화장품 (생활소비재)



자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

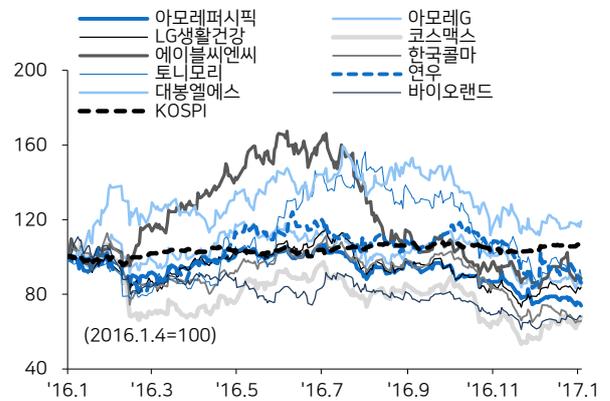
### 10. 주가 추이

#### 유통



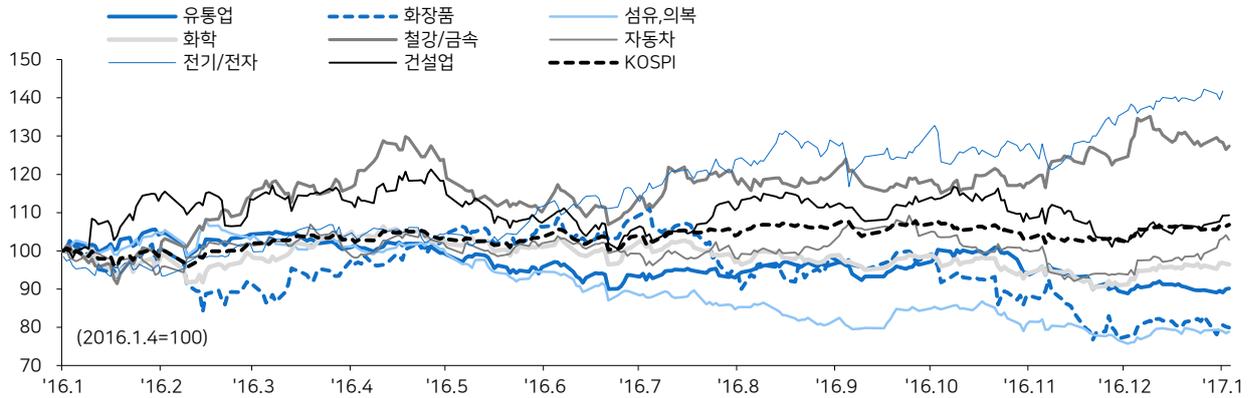
자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

#### 화장품 (생활소비재)



자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

### 11. 업종별 지수 추이



자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

#### Compliance Notice

동 자료는 작성일 현재 사전고지와 관련한 사항이 없습니다. 당사는 동 자료에 언급된 종목과 계열회사의 관계가 없으며 2017년 1월 9일 현재 동 자료에 언급된 종목의 유가증권(DR, CB, IPO, 시장조성 등) 발행 관련하여 지난 6개월 간 주간사로 참여하지 않았습니다. 당사는 2017년 1월 9일 현재 동 자료에 언급된 종목의 지분을 1%이상 보유하고 있지 않습니다. 당사의 조사분석 담당자는 2017년 1월 9일 현재 동 자료에 언급된 종목의 지분을 보유하고 있지 않습니다. 본 자료에 게재된 내용들은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭없이 작성되었음을 확인합니다. (작성자: 양지혜)

동 자료는 투자자들의 투자판단에 참고가 되는 정보제공을 목적으로 배포되는 자료입니다. 동 자료에 수록된 내용은 당사 리서치센터의 추정치로서 오차가 발생할 수 있으며 정확성이나 완벽성은 보장하지 않습니다. 동 자료를 이용하시는 분은 동 자료와 관련한 투자의 최종 결정은 자신의 판단으로 하시기 바랍니다.

#### 투자등급 관련사항 (2016년 11월 7일부터 기준 변경 시행)

기업	향후 12개월간 추천기준일 직전 1개월간 평균증가대비 추천종목의 예상 목표수익률을 의미
추천기준일 직전 1개월간 증가대비 4등급	Buy 추천기준일 직전 1개월간 평균증가대비 +20% 이상 Trading Buy 추천기준일 직전 1개월간 평균증가대비 +5% 이상 ~ +20% 미만 Hold 추천기준일 직전 1개월간 평균증가대비 -20% 이상 ~ +5% 미만 Sell 추천기준일 직전 1개월간 평균증가대비 -20% 미만
산업	시가총액기준 산업별 시장비중 대비 보유비중의 변화를 추천
추천기준일 시장지수대비 3등급	Overweight (비중확대) Neutral (중립) Underweight (비중축소)

#### 투자 의견 비율

투자 의견	비율
매수	92.7%
중립	7.3%
매도	0.0%

2016년 12월 31일 기준으로 최근 1년간 금융투자상품에 대하여 공표한 최근일 투자등급의 비율