



# MERITZ

## 유통/화장품 Weekly

### 中 없는 국내 화장품 시장은?

1. 금주의 이슈
2. 전주 동향
3. 금주 전망
4. 관심종목 & 종목 코멘트
5. 주요 뉴스
6. 주요종목 Valuation
7. 주요 해외 업체 Valuation
8. 주요 종목 기간별 수익률
9. 해외 주요 업체 기간별 수익률
10. 주간/월간 수익률
11. 주가 추이
12. 업종별 지수 추이
13. 소비 주요지표
14. 중국 소매판매
15. 유통업체 매출동향
16. 중국 인바운드 동향 점검
17. 면세점 동향
18. 화장품 수출 및 현황

# 1. 금주의 이슈

## 중국 없는 국내 화장품 시장은?

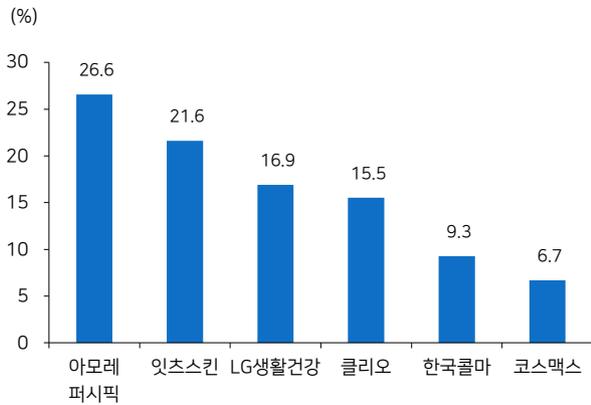
중국인 관광객 급감 현실화,  
화장품 면세점 판매 타격  
불가피할 전망

중국 정부의 여행사를 통한 관광상품 판매가 금지되면서 중국인 관광객들의 감소가 현실화되고 있다. 이로 인해 중국인 입국자 수는 사실상 2015년 베르스 수준 (-60% YoY)으로 감소할 전망이다. 중국인 관광객 감소가 현실화되면서 화장품의 면세 채널 매출 타격이 불가피하겠다. 면세점 및 화장품 업체들 실적에 미치는 영향은 1분기보다 2분기에 더 클 것으로 예상된다.

국내 여성 소비자 기준 2016년  
화장품 구매액 4.7% 성장,  
구매량과 구매빈도 증가가 시장  
성장을 견인

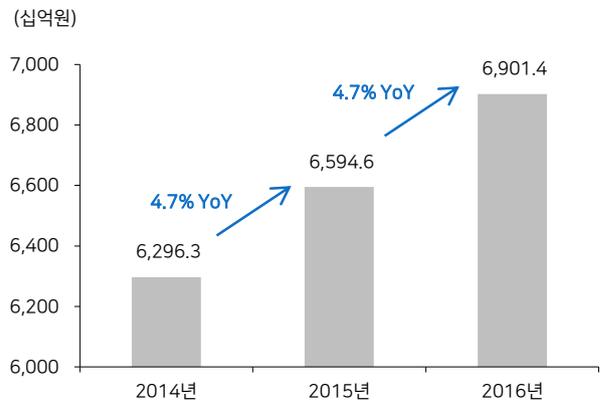
한편 중국인 구매 효과를 제외한 국내 여성 소비자 기준 (칸타월드패널 9,700명 대상 통계적 층화기법으로 산출)으로 지난해 화장품 구매액은 전년 대비 4.7% 성장한 것으로 추산된다. 이는 구매경험률과 평균 구매액, 평균 구매액은 구매빈도와 1회 구매액, 그리고 구매량과 평균 가격으로 산출될 수 있는데, 구매빈도와 구매량 증가가 전체 화장품 시장 성장을 견인하고 있다.

그림1 2016년 면세점 매출 비중 비교



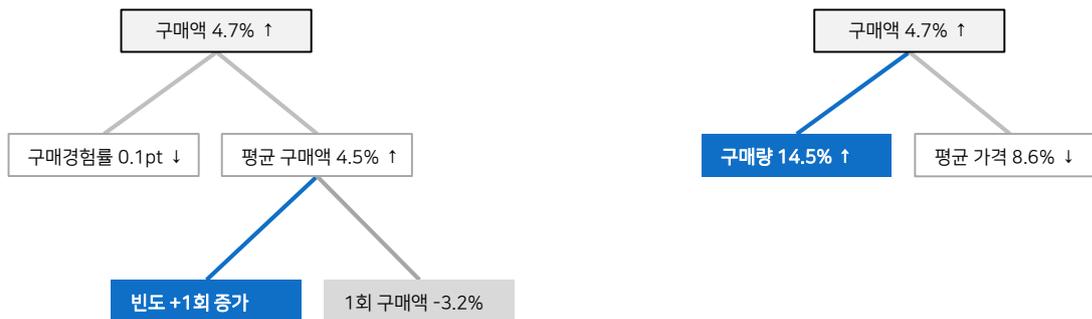
주: 코스맥스, 한국콜마는 국내 매출의 10%를 가정하여 산출  
자료: 각 사, 메리츠증권증권 리서치센터

그림2 국내 여성 소비자 구매액 기준 화장품 시장 규모



자료: 칸타월드패널, 메리츠증권증권 리서치센터

그림3 국내 화장품 소비자 기본 구매행동 지표: 구매빈도 및 구매량 증가가 시장 성장을 견인

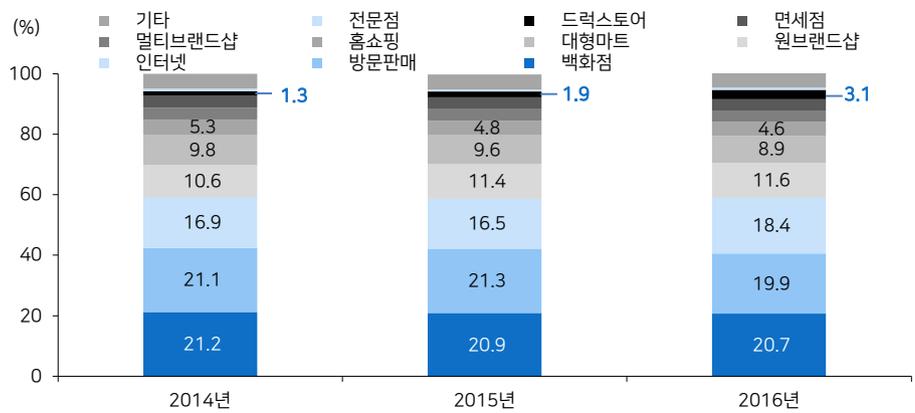


자료: 칸타월드패널, 메리츠증권증권 리서치센터

화장품 채널별 비중, 백화점 및 방문판매 감소 vs. 인터넷과 드럭스토어 증가

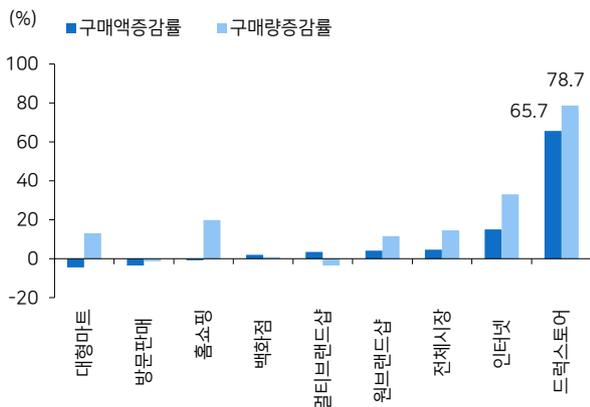
국내 화장품 시장의 채널별 비중을 살펴보면, 백화점 및 방문판매 감소와 인터넷과 드럭스토어 증가가 두드러진다. 백화점 채널은 국내 화장품 시장 내 1위 채널을 유지하고 있지만 젊은 층을 중심으로 구매경험률이 하락하면서 비중이 감소하고 있다. 다만 소비가 양극화되면서 백화점에서의 화장품 평균 구매액과 평균 가격은 상승하였다. 한편 방문판매 채널의 위축은 주고객층인 40~50대의 구매력 감소의 영향이 큰 것으로 추산된다. 방문판매 채널은 구매액과 구매량이 모두 감소하고 있다. 인터넷은 전체 화장품 시장의 3위 규모를 차지하고 있으며 향후 2~3년 내 백화점과 방문을 넘어서 1위 채널로 등극할 전망이다. 또한 드럭스토어의 성장세가 두드러지고 있는데 아직 전체 화장품 시장 내 비중이 3.1%에 불과하여 향후 성장 잠재력이 높다고 판단한다.

그림4 국내 여성 소비자 기준 화장품 구매 채널별 비중



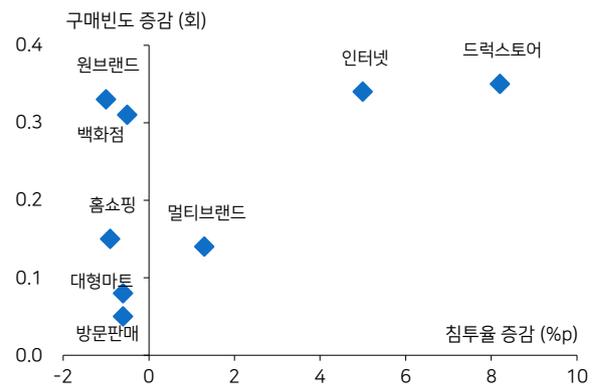
자료: 칸타월드패널 (선물제외), 메리츠증권증권 리서치센터

그림5 채널별 구매액 증감률 vs. 구매량 증감률



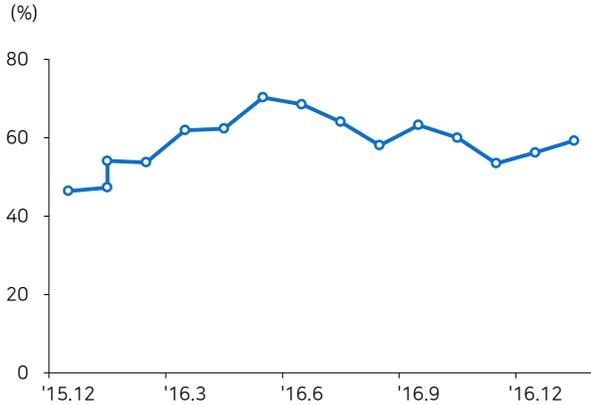
자료: 칸타월드패널 (선물제외), 메리츠증권증권 리서치센터

그림6 채널별 침투율 증감 vs. 구매빈도 증감



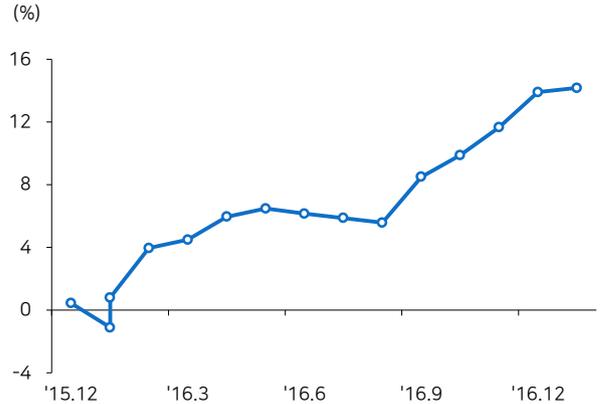
자료: 칸타월드패널 (선물제외), 메리츠증권증권 리서치센터

그림7 드럭스토어 채널 성장률 추이



자료: 칸타월드패널, 메리츠증권증권 리서치센터

그림8 인터넷 채널 성장률 추이



자료: 칸타월드패널, 메리츠증권증권 리서치센터

인터넷과 드럭스토어 내 신생 브랜드의 성과 두드러짐. 신채널 및 신규 브랜드 성장에 유연한 대응 가능한 OEM/ODM 선호

성장률이 높은 인터넷과 드럭스토어 내 Top 10 브랜드 성과를 살펴보면 신생 브랜드의 성과가 두드러진다. 전체 화장품 시장 기준 Top 10 브랜드의 점유율 합은 40.2%인 반면 인터넷과 드럭스토어는 각각 28.1%, 38.8%로 상위 브랜드에 대한 집중도가 상대적으로 낮다. 또한 인터넷과 드럭스토어 내 점유율이 상승하고 있는 브랜드들은 대부분 카테고리별로 특화된 신생 전문 브랜드들이다. 결론적으로 이러한 국내 화장품 소비 트렌드를 보았을 때 향후 중국인 구매 효과가 줄어들면서 신채널 및 신규 브랜드 성장에 유연한 대응이 가능한 화장품 OEM/ODM이 안정적인 것으로 판단한다.

표1 드럭스토어 Top10 브랜드 점유율 및 성장률 (2016)

순위	브랜드	점유율 (%)	성장률 (%)
1	닥터자르트 (해브앤비)	6.3	137.3
2	키스미 (이세한)	5.1	59.5
3	클리오 (클리오)	5.0	21.9
4	메이블린 (로레알)	3.7	39.4
5	페리페라 (클리오)	3.6	198.3
6	메디힐 (엘엔피코스메틱)	3.5	N/A
7	아벤느	3.4	61.0
8	식물나라 (CJ라이온)	3.2	211.9
9	차앤박CNP (LG생활건강)	2.9	118.5
10	로레알파리 (로레알)	2.1	-0.6

주: 음영처리 브랜드는 전년대비 점유율 증가

자료: 칸타월드패널, 메리츠증권증권 리서치센터

표2 인터넷 Top10 브랜드 점유율 및 성장률 (2016)

순위	브랜드	점유율 (%)	성장률 (%)
1	미샤 (에이블씨엔씨)	4.4	-0.7
2	아이오페 (아모레퍼시픽)	3.3	-0.0
3	설화수 (아모레퍼시픽)	3.3	15.1
4	A.H.C (카버코리아)	2.9	138.4
5	뉴스킨	2.8	-21.4
6	이자녹스 (LG생활건강)	2.7	-20.3
7	이니스프리 (아모레G)	2.4	15.1
8	더페이스샵 (LG생활건강)	2.2	40.7
9	애틀미	2.2	-9.6
10	헤라 (아모레퍼시픽)	1.9	15.1

주: 음영처리 브랜드는 전년대비 점유율 증가

자료: 칸타월드패널, 메리츠증권증권 리서치센터

## 2. 전주 동향

### 유통

3월 둘째주 유통업종 주가는 대체로 양호하였으나 전체 시장 대비 크게 하회하는 수익률을 기록하였음. 중국의 사드 보복 조치에 대한 우려감으로 3월 초 주가가 크게 하락했던 롯데쇼핑과 신세계 등이 점진적인 정치적 불확실성 해소에 대한 기대감으로 반등하였음. 한편 CJ오쇼핑을 제외한 전반적인 홈쇼핑 업체들의 주가가 다소 부진하였는데 이는 경기민감주 중심으로 전체 주식 시장이 상승하면서 방어주로서의 매력도 하락과 함께 홈쇼핑이 지난해 업계에서 가장 높은 취급고 성장을 기록하면서 빠르게 성장한 것으로 알려지면서 향후 업계 경쟁이 치열할 수 있다는 우려감이 반영된 것으로 판단함

### 화장품 (생활소비재)

3월 둘째주 화장품업종 주가는 전체 시장 대비 소폭 상회하는 수익률을 기록하였음. 특히 3월 초 중국 정부의 사드 보복조치 강화로 주가 하락이 컸던 아모레퍼시픽 등이 지난 주에 이어 낙폭과대에 따른 저가 매수 유입과 정치적 불확실성 완화 기대감으로 주가 반등세가 이어짐. LG생활건강 또한 중국 항저우 화장품 공장이 소방점검을 받은 것은 사실이지만 영업정지는 기사오보인 것으로 알려지면서 주가 반등하였음. 다만 3월 15일부터 중국 정부의 여행사를 통한 관광상품 판매가 금지되면서 중국인 관광객들의 감소가 현실화되고 있음. 이로 인해 중국인 입국자 수는, 사실상 2015년 메르스 수준 (-60% YoY)으로 감소할 전망

## 3. 금주 전망

### 유통: 실질적인 소비 회복 여부 관건

3월 중순까지 편의점을 제외한 전반적인 유통업체 매출은 부진한 것으로 파악됨. 실질적인 소비 회복 여부가 확인되기 전까지 제한적인 주가 상승이 예상됨. 소비심리 위축과 실질가계이자부담, 가파른 물가상승이 소비에 부정적인 영향을 주고 있음. 또한 소매판매액이 저성장 기조를 이어가고 있는 가운데 업체들의 경쟁강도는 높아지고 있음. 단기적으로 정치적인 변화는 소비심리 회복에 긍정적으로 작용할 전망. 다만 정책의 부정적 영향력이 높아질 수 있는 요인이 될 수도 있겠음. BGF리테일, GS리테일 등 편의점에 대한 긍정적인 시각을 유지하며 단기적으로 저평가되어있고 경기순환적인 매출 회복이 기대되는 롯데하이마트에 주목함

### 화장품 (생활소비재): 중국인 관광객 감소 타격 불가피

중국인 관광객 감소가 현실화되면서 화장품의 면세 채널 판매 타격이 불가피할 전망. 면세점 및 화장품 업체들 실적에 미치는 영향은 1분기보다 2분기에 더 클 것으로 예상됨. 한편 1분기 중국인 입국자 수 둔화 대비 면세점 매출 성장이 높을 것으로 추산되는데 이는 1) 지인 구매 대행과 2) 재판매 시장 (소상인, 타이공) 성장 때문. 화장품 등 한국 상품에 대한 매력은 여전히 있지만 중국 정부가 제재를 가하면서 이러한 현상이 강화되고 있음. 다만 화장품 브랜드 업체들의 품목 제한과 중국 정부의 통관 강화로 관광객 감소 효과를 만회하기에는 역부족일 전망. 상대적으로 면세 채널 비중이 적은 화장품 OEM/ODM이 안정적일 것으로 판단됨

## 4. 관심종목 & 종목 코멘트

### 유통

#### 관심종목

##### 롯데하이마트 (071840):

2017년 신규 분야에 따른 입주시기가 집중되면서 이사 교체수요로 대형 가전제품 판매에 긍정적인 효과가 예상됨. 지난해 부진했던 모바일 (휴대폰) 판매 또한 제조사들의 신제품 출시와 함께 회복될 전망

##### GS리테일 (007070):

2017년 편의점의 안정적 성장 지속되는 가운데 슈퍼마켓 효율성 개선 전망. 중장기 파르나스타워의 이익 기여도 확대와 화장품 오프라인 채널에서 가장 고성장하고 있는 H&B스토어 (Watsons) 사업 강화 또한 긍정적

#### 종목 코멘트

##### CJ오쇼핑 (035760)

- 1분기 현황: 1~2월 비수기, 3월 성과가 중요, 3월 중순까지는 꽃샘추위 등의 영향으로 예상보다 좋지 않았음. 3월 중순 이후 계절상품 (다이어트식품, SS시즌 패션 등) 판매 성과가 관건
- 상반기까지 해외사업 손익 지저는 높은 편임. 하반기부터 해외사업 구조조정 효과 점진적으로 나타날 전망
- 모바일 사업, 보수적으로 운영 정책 지속하는 가운데 TV고객을 대상으로 비TV상품 판매를 강화하고 있어 모바일 내 TV상품 판매 비중은 전년대비 완만하게 상승할 전망
- SO수수료 2017년 연간 4% 증가 예상. T커머스는 Full 커버리지 도달
- 2016년 순현금 구조로 전환, 삼성생명 주식 및 자사주 등을 활용하여 2,000억원 정도 규모의 지속적인 M&A 검토할 계획임

### 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

##### 한국콜마 (161890):

차별화된 R&D를 바탕으로 안정적인 고성장이 지속될 전망. 2017년 국내 제약공장 증설과 미국 PTP 법인 (지분율 51%)의 연결 실적 편입으로 매출 고성장이 예상됨

#### 종목 코멘트

##### 아모레퍼시픽 (090340)

- 중국 관련: 3월 중순부터 중국인 관광객 감소로 타격 불가피할 전망. 중국 현지법인 2월까지 30%대 성장 추산되나 한류 관련 마케팅 활동 위축되면서 3월부터 실적 불확실성이 높아질 수 있겠음
- 미국법인: 연간 100억원 손실 예상. 상반기까지 타겟 브랜드 철수 영향, 하반기 라네즈 세포라 및 이니스프리 런칭 관련 비용 예상
- 국내법인: 소비 침체는 지속되고 있으나 4분기 대비 1분기 회복 전망. 4분기 내부적인 조직개편 및 재구조조정 등의 이슈 마무리. 아리따움 상반기까지 한 자리수 역신장, 백화점과 방판 소폭 성장이 예상됨
- 최근 H&B스토어 및 외산 럭셔리 메이크업 브랜드의 성장이 두드러지고 있지만 아모레퍼시픽의 핵심 기초제품에 대한 브랜드 로열티는 건조하다는 판단임

## 5. 주요 뉴스

### 유통

**백화점·대형마트 매출 제자리 걸음...소비경기에 붉은 언제 오나:** 18일 유통업계에 따르면 3월 들어 16일까지 롯데백화점(기준점 기준) 매출은 작년 같은 기간보다 0.2% 증가, 1~2월 매출이 작년보다 1.2% 감소한 것과 비교하면 다소 회복됐지만 소비심리가 회복됐다고 보기는 어려운 수준. 현대백화점은 이달 1~16일 매출이 작년 동기 대비 0.6% 증가했고, 신세계백화점은 강남점 증축 효과 등으로 인해 기준점 기준 매출이 7.1% 증가했지만, 매출 증가세가 기대에 미치지 못하고 있음 (연합뉴스, 3/18)

**대선시즌 '규제 악몽'...유통업계 골병든다:** 13일 국회와 유통업계에 따르면 작년 상반기부터 올해 2월까지 국회에 발의된 유통규제 법안(유통산업발전법 개정안)은 20여 개에 달하는 것으로 나타남. 유통산업발전법 개정안은 모두 전통시장 등 중소상인, 골목상권을 보호하기 위해 대형 유통업체를 규제로 공공 묶는 게 골자. 선거를 앞두고 서민 표를 의식한 포퓰리즘 법안이라는 비판이 나오는 이유. 유통업체들이 아니라 소비자 눈에서 바라보고 소비자 편익이 높아지는 방향으로 규제가 전면 재검토돼야 한다는 의견도 제기 (매일경제, 3/14)

**중사드 확산에 여행사부터 타격, 텃민 카페리호...단체 유커 35명뿐:** 중국 정부의 한국 단체여행 금지 조치가 본격적으로 시작된 15일 오전 평택항 국제여객터미널에 도착한 642명의 카페리호에서 중국인 단체여행객은 불과 35명. 단체관광객 감소와 함께 보타리상 급감도 직격탄. 지난 10일 중국 세관이 한중 카페리 선박의 보타리상 물품을 통관시켜주지 않겠다고 전격 통보한 데 따른 것. 여행업계에 따르면 상당수의 유커 대상 국내 중국인 소유 인바운드 여행사들은 지난 13일부터 무기한 휴업에 돌입. 한국인이 운영하는 여행사들은 중국시장 외에도 동남아 등 시장을 다변화해 상대적 타격이 적은 반면, 중국인 운영업체 대부분은 오로지 중국인만 상대해 '날벼락'을 맞은 것 (매일경제, 3/16)

**"유커 빈자리 메워라" 중국외 관광객 15% 늘린다:** 문체부 고위관계자는 최근 문체부가 사드 관련 내부회의를 열어 중국 관광객 감소 문제를 해결하려면 국가별 관광객 유치 목표를 세우는 것이 필요하다는 판단을 내렸다고 밝힘. 사드 배치 결정에 따른 중국의 보복행위에 대응한 자구조치로 해석. 문체부는 사드 보복 피해를 최소화하기 위해 유치 관광객 목표치 설정을 중국·동남아·무슬림 등 지역별에서 개별국가별로 전환할 계획. 정부는 특히 일본을 중심으로 대만·홍콩 등 중화권 국가, 동남아시아 시장, 무슬림 시장에 주목. 문체부는 관광객 유치목표를 최대 15% 상향 조정하고 중국인 단체관광객 유치를 위한 홍보비용을 동남아와 일본 등의 홍보비용으로 쓸 수 있도록 예산을 편성하는 방안과 함께 한류의 영향으로 부쩍 한국에 대한 관심이 높아지고 있는 인도네시아·베트남·필리핀 등을 무비자국가에 새로 포함하는 것을 검토 (서울경제, 3/16)

### 화장품 (생활소비재)

**중 사드배치 경제보복에 불확실성 최고조, 수입화장품 추적관리시스템 & 외국인력 쿼터제 시행:** 지난 2월말 중국정부가 중국인들의 한국 단체관광을 전면 금지했다는 보도를 시작으로 전방위적으로 경제보복이 진행되면서 화장품업계가 긴장하고 있음. 먼저 중국 관광객의 감소는 국내 화장품 내수시장에도 악영향을 미칠 전망. 여기에 중국정부의 수입화장품 관리강화 정책이 추가되면서 한국의 화장품 수출도 위축되고 있음. 중국 정부는 지난 3월 1일 '수입화장품 국내 수화인 등록, 수입기록 및 판매 기록 관리규정' 에 의거해 수입화장품 추적관리시스템을 시행했음. 이는 한국화장품 업체에 대한 제재 수단으로 이용될 수 있다는 점에서 업계의 불확실성은 더욱 높아진 상황. 오는 중국정부가 4월부터 시행되는 '외국인력 쿼터제' 도 또 다른 형태의 비관세 장벽으로 작용할 전망. 이는 중국에 진출한 한국기업의 파견인력 규제 등 한국에 대한 비관세 장벽 강화 방안으로 악용될 소지가 있다는 우려가 나오고 있음. 한편 중국의 경제보복 정책에 가장 큰 타격을 입고 있는 곳은 화장품 중소 제조 및 수출기업인 것으로 나타남 (장업신문, 3/15)

**'유커 의존도 낮은 T2 면세점 잡자'...국내외 사업자 '편의 전쟁':** 15일 관련 업계에 따르면 오는 4월5일 입찰 신청을 받는 T2 면세점에 롯데·신라·한화·신세계 등 국내 면세 업계와 세계 1위 면세점 사업자인 스위스 듀프리 등이 입찰에 참여할 것으로 보임. 무엇보다 국내 면세점 업계는 이번 T2 입찰에 공격적으로 나서는 분위기. 사드 보복 조치로 시내 면세점이 위기에 처할 가능성이 높은 반면, 중국인 의존도가 상대적으로 낮은 공항 면세점 확보를 통해 안정적인 매출을 기대할 수 있고 언제 끝날지 모르는 사드 영향권에서 조금이나마 벗어날 수 있는 여지가 있기 때문. 한국신용평가에 따르면 공항 면세점 매출 중 내국인 비중이 51%에 이룸 (서울경제, 3/16)

**수도 배관청소·곰팡이 제거...롯데하이마트 '홈케어 서비스':** 롯데하이마트는 전문가가 직접 집으로 찾아가 배관 청소 등 일반 소비자가 혼자 하기 힘든 작업들을 도와주는 '홈케어 서비스'를 시작. 이번 서비스는 지난해 냉장과 세탁기 에어컨 김치냉장고 비데 등 다섯 가지 가전제품을 분해·청소해주는 '가전 클리닝 서비스'의 후속편. 롯데하이마트 단순히 전자제품 등을 판매하는 것에 머물지 않고 다양한 생활 서비스를 홈케어 서비스가 또 하나의 신성장동력이 될 것으로 기대 (서울경제, 3/16)

**TV홈쇼핑 '춘추전국시대'... '홈쇼핑' 부상:** GS홈쇼핑과 현대홈쇼핑이 지난해 연간 취급액 기준 업계 1·2위 자리에 올랐음. CJ오쇼핑은 업계 최대 영업이익을 기록. 전년 대비 18% 이상 많은 취급액을 기록한 홈앤쇼핑은 중견 다코호스로 떠올랐음. 홈쇼핑 업계는 앞으로 핵심 수익 모델에 집중하면서 내실을 다지는 경영 전략을 펼 것으로 전망됨. 시청률이 하락하는 한편 인터넷, 스마트폰으로 판매 채널이 확대되면서 TV 중심 홈쇼핑 시장 성장세가 둔화하고 있기 때문. 업계 관계자는 "그동안 TV에 집중한 홈쇼핑 사업자들이 서비스 다변화에 나서고 있다"면서 "시장 점유율을 유지·확대하기 위한 홈쇼핑 업계 경쟁이 한층 치열하게 전개될 것" 이라고 전망함 (전자신문, 3/17)

**카페·식당·24시간 세탁...세븐일레븐 미래형 편의점:** 소비자와 가장 가까운 접점에 있는 편의점이 진화하고 있음. 단순히 상품만 판매하는 차가운 이미지에서 탈피해 일상 소비뿐 아니라 다양한 생활 서비스와 문화를 누릴 수 있는 공간으로 변신하고 있는 것. 코리아세븐의 정승인 대표는 "단순 소비 공간에서 복합 생활 서비스를 제공하는 공간으로 변해야 한다"며 "세븐일레븐의 지향점은 미래 소비자의 생활 플랫폼"이라고 강조. 특히 카페 형태 점포의 경우 일반 점포 대비 푸드 매출 비중이 2.5배 높게 나타났을 뿐 아니라 고객들의 객단가도 일반 점포 대비 70% 가까이 높음. 또한 4300여 점포에서 '스마트픽 서비스'를 시행하고 있으며 1인 가구 직장인을 위한 세탁 서비스도 시범 운영 중 (매일경제, 3/13)

**"한국여성처럼 화사하게"...태국 '국민 화장품' 바꾼 아모레퍼시픽:** 태국 등 아세안에서 'K뷰티' 가 급성장 중. 아세안이 중국의 뒤를 이을 시장이 될 것으로 일찌감치 내다보고 진출한 아모레퍼시픽 브랜드들이 'K뷰티' 확산의 촉매 역할. 2012년 아세안 국가 290개 매장에서 160억원의 매출을 낸 아모레퍼시픽은 지난해 360개 매장에서 1500억원을 달성. 최근 3년 평균 매출 증가율이 50%를 넘음 (한국경제, 3/13)

**일본 열도 파고든 K뷰티...답은 차별화에 있다:** 14일 대한화장품산업연구원에 따르면 2016년 한국산 화장품의 일본 수출액은 1억8265만달러로 사상 최대치를 기록. 2015년에 비하면 32.6% 증가. 대한화장품산업연구원 관계자는 "일본에서 인기를 얻은 국내 화장품 브랜드들을 살펴보면 2008년 BB크림, 올해 쿠션 파운데이션처럼 기존 화장품들을 틀을 깬 새로운 제품군이 많다"며 "한국 화장품이 일본 시장에서 성공하려면 브랜드 마케팅에만 신경쓰지 말고, 일본 시장에 없는 획기적인 제품 카테고리를 개발해야 한다" 고 말함 (조선비즈, 3/14)

### 6. 주요종목 Valuation

업종별	기업명	종목코드	주가 (원)	시가총액 (백만원)	PER(X)		PBR(X)		ROE(%)	
					2017C	2018C	2017C	2018C	2017C	2018C
유통	롯데쇼핑	A023530	220,500	6,943,742	18.5	16.0	0.4	0.4	2.1	2.7
	현대백화점	A069960	93,400	2,185,788	7.6	7.3	0.5	0.5	7.7	7.2
	신세계	A004170	185,000	1,821,358	10.5	9.5	0.5	0.5	5.3	5.6
	CJ오쇼핑	A035760	193,000	1,199,595	11.2	10.4	1.5	1.3	12.5	14.5
	GS홈쇼핑	A028150	212,500	1,394,531	12.2	11.4	1.2	1.1	11.0	10.9
	현대홈쇼핑	A057050	110,500	1,326,000	10.3	9.5	0.9	0.8	9.1	9.3
	엔에스쇼핑	A138250	168,000	566,093	9.4	8.7	1.3	1.1	14.0	13.6
	이마트	A139480	214,000	5,965,425	13.9	12.3	0.8	0.7	5.2	6.1
	GS리테일	A007070	50,200	3,865,400	18.8	16.0	1.8	1.7	10.2	11.0
	BGF리테일	A027410	101,500	5,029,084	23.4	19.8	4.6	3.9	21.5	21.6
	롯데하이마트	A071840	49,900	1,178,025	9.6	8.7	0.6	0.6	6.0	6.6
	호텔신라	A008770	45,300	1,777,940	27.7	18.7	2.2	2.0	8.6	11.8
화장품	아모레퍼시픽	A090430	283,000	16,543,753	26.4	22.7	4.3	3.7	18.7	17.8
	아모레G	A002790	122,000	10,059,898	27.4	23.1	3.2	2.8	13.7	13.9
	LG생활건강	A051900	836,000	13,056,813	21.7	19.6	4.5	3.8	24.2	21.9
	코스맥스	A192820	135,000	1,356,684	27.6	19.9	7.3	4.9	27.7	29.1
	한국콜마	A161890	73,600	1,552,971	23.4	19.7	4.7	3.8	22.1	21.4
	코스메카코리아	A241710	63,800	340,692	20.5	14.9	6.5	4.7	36.1	32.2
	연우	A115960	29,750	368,841	14.6	12.1	1.8	1.6	13.8	13.9
	대봉엘에스	A078140	11,550	128,050	12.1	10.2	1.7	1.5	16.2	16.1
	SK바이오랜드	A052260	16,400	246,000	16.0	13.9	1.7	1.6	11.4	12.4
	클리오	A237880	40,450	682,522	18.7	16.2	10.8	10.2	56.9	65.2
	에이블씨엔씨	A078520	21,900	336,794	16.3	15.0	1.7	1.6	10.0	10.8
	토니모리	A214420	20,300	358,092	19.4	16.7	2.5	2.3	13.8	14.2
	생활소비재	코웨이	A021240	87,600	6,690,933	18.4	17.1	4.8	4.4	27.2
쿠쿠전자		A192400	127,000	1,245,027	13.2	11.7	2.0	1.8	15.9	16.0
뉴트리바이오텍		A222040	26,350	271,774	23.2	16.5	5.2	4.0	25.6	27.5
콜마비앤에이치		A200130	16,950	500,763	15.2	14.2	3.2	N/A	23.2	N/A

자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

### 7. 주요 해외 업체 Valuation

업종별	기업명	종목코드	주가 (각국통화)	시가총액 (백만달러)	PER(X)		PBR(X)		ROE(%)	
					2017C	2018C	2017C	2018C	2017C	2018C
유통	노스트롬	JWN US	44	7,613	14.8	14.4	7.4	6.9	58.7	73.1
	월마트	WMT US	70	214,785	16.2	15.4	2.7	2.6	17.0	17.4
	이베이	EBAY US	34	36,633	16.7	15.2	2.6	2.1	21.8	19.9
	세븐 & 아이홀딩스	3382 JP	4,425	34,820	46.2	18.8	1.6	1.6	3.6	8.6
화장품	로레알	OR FP	177	107,175	25.4	23.8	3.8	3.5	15.2	15.2
	에스티로더	EL US	86	31,496	25.8	23.2	8.6	8.4	33.6	38.3
	시세이도	4911 JP	2,977	10,569	39.4	31.6	2.8	2.6	7.3	8.8
	상해자화	600315 CH	29	2,821	57.1	41.8	3.4	3.3	5.3	7.3
생활소비재	패스트리테일링	9983 JP	36,040	33,936	32.9	30.5	5.5	4.9	17.8	16.9
	나이키	NKE US	58	95,629	24.7	21.9	7.8	3.9	31.1	33.1
	LVMH	MC FP	202	109,785	22.2	20.3	3.5	3.2	16.3	16.4
	조지루시	7965 JP	1,579	1,018	13.6	12.8	1.7	1.6	12.5	11.9

자료: Bloomberg, 메리츠증권증권 리서치센터

8. 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	3.8	(7.6)	(2.4)	10.3	(19.7)	(0.5)	0.6	(11.6)	(8.4)	2.0	(28.6)	(7.3)
	현대백화점	(1.6)	(1.2)	(17.7)	(20.9)	(34.5)	(14.3)	(4.8)	(5.2)	(23.7)	(29.1)	(43.3)	(21.1)
	신세계	1.9	1.7	3.6	(4.2)	(12.3)	5.1	(1.3)	(2.4)	(2.4)	(12.4)	(21.2)	(1.7)
	CJ오쇼핑	2.0	3.6	18.7	24.1	2.6	18.5	(1.2)	(0.4)	12.7	15.9	(6.3)	11.7
	GS홈쇼핑	(1.3)	3.3	22.6	32.6	18.7	23.6	(4.5)	(0.8)	16.6	24.3	9.8	16.7
	현대홈쇼핑	(2.6)	(0.5)	1.4	(8.7)	(12.3)	(0.9)	(5.9)	(4.5)	(4.6)	(16.9)	(21.2)	(7.7)
	엔에스쇼핑	0.0	5.0	13.5	2.4	(12.0)	9.5	(3.2)	1.0	7.5	(5.8)	(20.9)	2.6
	이마트	2.2	3.4	10.3	38.1	15.1	16.9	(1.1)	(0.7)	4.3	29.8	6.2	10.1
	GS리테일	(0.8)	(3.7)	3.3	9.3	1.2	5.5	(4.0)	(7.7)	(2.7)	1.0	(7.7)	(1.4)
	BGF리테일	2.1	1.0	20.1	12.4	17.6	24.1	(1.1)	(3.0)	14.1	4.1	8.7	17.3
	롯데하이마트	0.4	7.9	9.1	17.1	(6.9)	18.3	(2.8)	3.9	3.1	8.9	(15.8)	11.4
	호텔신라	0.7	(4.4)	(10.7)	(29.7)	(34.8)	(5.9)	(2.5)	(8.5)	(16.6)	(37.9)	(43.7)	(12.7)
화장품	아모레퍼시픽	3.9	(1.9)	(13.1)	(25.1)	(27.5)	(12.0)	0.6	(6.0)	(19.1)	(33.4)	(36.4)	(18.8)
	아모레G	4.7	(2.4)	(4.3)	(20.3)	(20.5)	(8.3)	1.5	(6.4)	(10.3)	(28.5)	(29.4)	(15.1)
	LG생활건강	4.5	(1.7)	(3.8)	(14.1)	(10.1)	(2.5)	1.3	(5.7)	(9.8)	(22.3)	(19.0)	(9.3)
	코스맥스	1.5	(3.2)	12.5	(4.9)	2.2	13.0	(1.7)	(7.3)	6.5	(13.1)	(6.7)	6.2
	한국콜마	1.0	(2.4)	6.5	(18.0)	(12.4)	11.9	(2.3)	(6.4)	0.5	(26.3)	(21.3)	5.0
	코스메카코리아	0.3	(4.6)	11.7	N/A	N/A	13.9	(2.9)	(8.7)	5.7	N/A	N/A	7.1
	연우	(1.5)	(6.2)	(21.4)	(28.8)	(20.2)	(22.8)	(4.7)	(10.2)	(27.4)	(37.1)	(29.1)	(29.7)
	대봉엘에스	0.0	(6.9)	(4.6)	(19.8)	(9.4)	(2.5)	(3.2)	(10.9)	(10.5)	(28.1)	(18.3)	(9.4)
	SK바이오랜드	2.8	(2.7)	(7.1)	(19.6)	(31.1)	(8.6)	(0.4)	(6.7)	(13.1)	(27.9)	(40.0)	(15.5)
	클리오	2.3	14.3	21.5	N/A	N/A	32.2	(0.9)	10.2	15.5	N/A	N/A	25.4
	에이블씨엔씨	6.8	0.9	11.5	3.1	(14.8)	5.8	3.6	(3.1)	5.5	(5.2)	(23.7)	(1.0)
	토니모리	1.0	(8.1)	(14.0)	(35.8)	(4.3)	(10.8)	(2.2)	(12.2)	(20.0)	(44.1)	(13.1)	(17.6)
생활소비재	코웨이	(2.0)	(0.6)	(3.3)	(6.1)	(9.4)	(0.8)	(5.2)	(4.6)	(9.3)	(14.4)	(18.3)	(7.6)
	쿠쿠전자	(3.1)	(8.3)	(5.6)	(5.6)	(37.3)	(1.6)	(6.3)	(12.3)	(11.6)	(13.8)	(46.2)	(8.4)
	뉴트리바이오텍	(9.8)	(11.0)	(10.7)	(8.2)	(1.5)	(14.3)	(13.0)	(15.0)	(16.7)	(16.5)	(10.4)	(21.1)
	콜마비엔에이치	0.0	(4.8)	(10.1)	(45.5)	(54.1)	(8.6)	(3.2)	(8.8)	(16.1)	(53.8)	(63.0)	(15.5)

자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

9. 해외 주요 업체 기간별 수익률

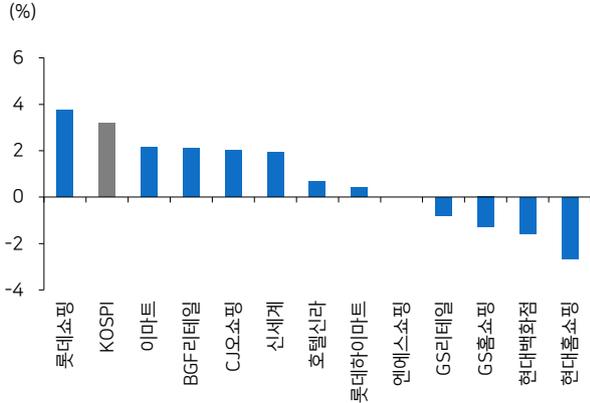
업종별	기업명	Price Change(%)						Relative to market(%)					
		1W	1M	3M	6M	12M	YTD	1W	1M	3M	6M	12M	YTD
유통	노스트롬	(1.2)	(3.9)	(13.6)	(13.3)	(24.9)	(8.4)	(1.4)	(5.0)	(18.3)	(24.4)	(41.0)	(14.6)
	월마트	(0.3)	0.7	(2.4)	(3.1)	4.4	1.1	(0.5)	(0.4)	(7.1)	(14.2)	(11.6)	(5.1)
	이베이	1.7	(0.2)	14.7	6.7	41.8	13.5	1.5	(1.3)	10.0	(4.4)	25.7	7.3
	세븐 & 아이홀딩스	1.3	0.6	(3.7)	(0.0)	(6.3)	(0.6)	1.7	(0.8)	(3.8)	(18.4)	(23.0)	(2.8)
화장품	로레알	0.1	0.8	4.4	6.5	11.6	2.3	(0.7)	(2.6)	0.7	(8.1)	(1.1)	(1.1)
	에스티로더	0.2	1.1	12.7	(1.6)	(8.7)	12.4	(0.0)	(0.0)	8.0	(12.8)	(24.8)	6.2
	시세이도	(0.3)	4.9	(0.5)	10.2	20.9	0.6	0.2	3.5	(0.6)	(8.2)	4.2	(1.5)
	상해자화	1.2	2.3	8.2	1.4	(5.7)	6.5	0.5	2.3	3.9	(5.7)	(15.2)	2.2
생활소비재	패스트리테일링	(2.2)	2.4	(16.4)	4.9	2.6	(13.8)	(1.7)	1.0	(16.6)	(13.5)	(14.1)	(16.0)
	나이키	2.4	1.9	13.7	5.2	(8.2)	13.7	2.2	0.7	8.9	(6.0)	(24.3)	7.5
	LVMH	2.6	7.8	12.4	35.2	32.3	11.1	1.9	4.5	8.7	20.6	19.6	7.6
	조지루시	4.2	9.1	1.2	(2.8)	(5.8)	0.6	4.6	7.7	1.1	(21.1)	(22.6)	(1.5)

자료: Bloomberg, 메리츠증권증권 리서치센터

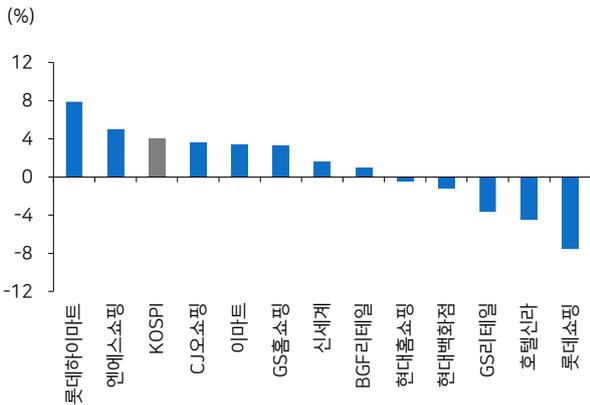
### 10. 주간/월간 수익률

#### 유통

##### 주간 수익률



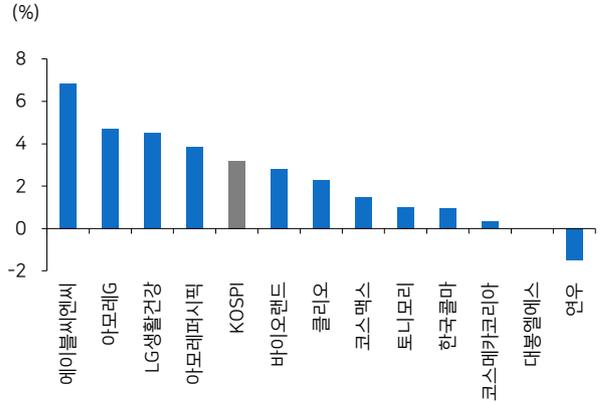
##### 월간 수익률



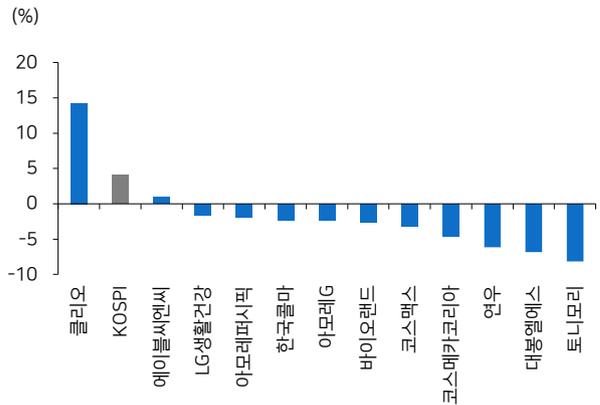
자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

#### 화장품 (생활소비재)

##### 주간 수익률



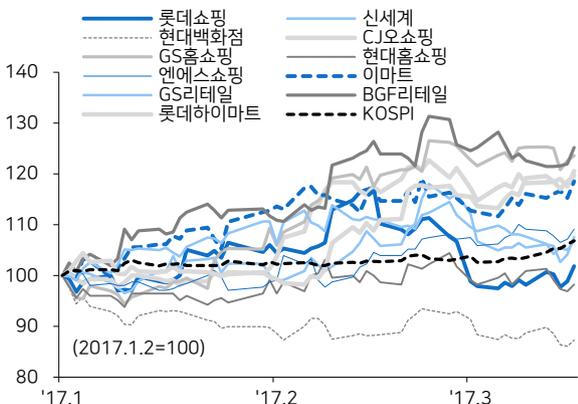
##### 월간 수익률



자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

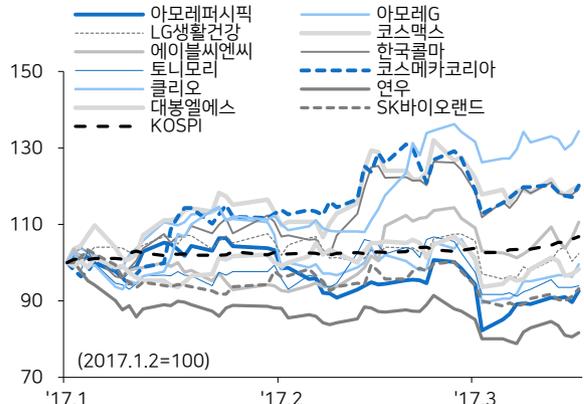
### 11. 주가 추이

#### 유통



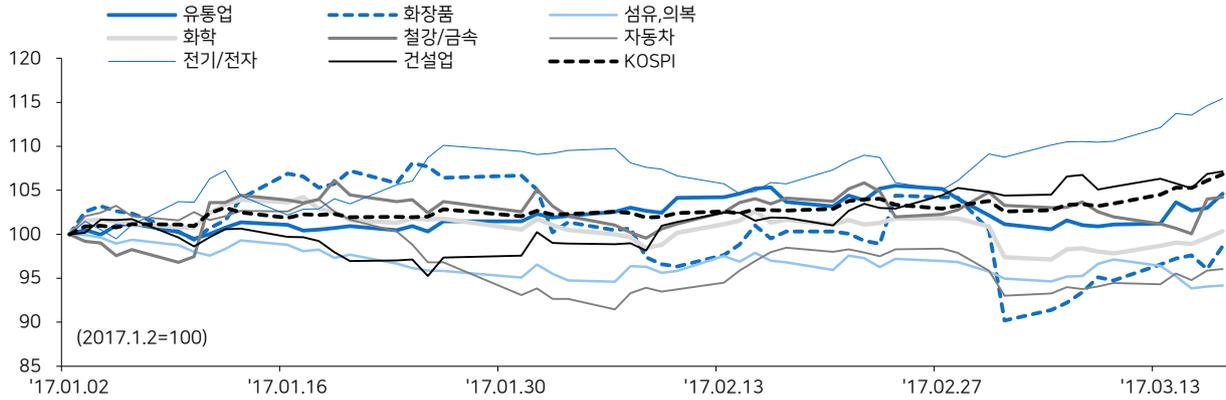
자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

#### 화장품 (생활소비재)



자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

### 12. 업종별 지수 추이



자료: Quantivise, 메리츠증권증권 리서치센터

### 13. 소비 주요지표

Monthly	'16.1	'16.2	'16.3	'16.4	'16.5	'16.6	'16.7	'16.8	'16.9	'16.10	'16.11	'16.12	'17.1	'17.2
소비지출전망 CSI	107	105	105	106	105	105	106	106	107	107	106	103	104	<b>104</b>
가계수입전망 CSI	100	98	99	99	98	98	100	100	100	101	98	98	98	<b>97</b>
소비심리지수	100.0	97.9	100.0	101.5	99.2	98.8	100.9	101.8	101.7	101.9	95.8	94.2	93.3	<b>94.4</b>
소비자물가지수(% YoY)	0.6	1.1	0.8	1.0	0.8	0.7	0.4	0.5	1.3	1.5	1.5	1.3	2.0	<b>1.9</b>
가계대출 증감률(% YoY)	14.1	13.8	13.8	13.0	12.7	12.3	12.0	12.0	11.8	11.4	11.5	10.8	10.4	<b>10.4</b>
주택담보대출 증감률(% YoY)	17.3	16.7	16.4	15.3	14.7	14.0	13.6	13.4	13.1	12.6	12.4	11.7	11.2	<b>11.1</b>
WTI (\$/B)	33.6	33.8	38.3	45.9	49.1	48.3	41.6	44.7	48.2	46.9	49.4	53.7	52.8	<b>54.0</b>
KOSPI (pt)	1,912.1	1,916.7	1,995.9	1,994.2	1,983.4	1,970.4	2,016.2	2,034.7	2,043.6	2,008.2	1,983.5	2,026.5	2,067.6	<b>2,091.6</b>
원/달러	1,199.1	1,236.7	1,143.4	1,139.4	1,191.9	1,151.8	1,120.2	1,114.8	1,101.1	1,143.8	1,169.0	1,205.8	1,161.3	<b>1,130.3</b>
원/위안	182.3	188.7	177.2	175.9	181.0	173.3	168.8	166.9	165.0	168.8	169.7	173.6	168.7	<b>164.3</b>
기준금리 (%)	1.50	1.50	1.50	1.50	1.50	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	<b>1.25</b>
소매판매액 증감률 (% YoY)	4.2	2.9	4.9	3.7	4.4	8.6	4.2	5.3	2.2	3.8	4.1	3.1	<b>7.6</b>	
내구재	-1.8	6.6	12.7	8.8	12.7	15.0	1.7	6.6	-1.7	1.5	1.6	-1.5	<b>2.3</b>	
승용차	-6.1	9.1	20.9	10.0	19.8	20.2	-10.5	-5.3	-9.4	-1.8	2.3	-6.3	<b>3.5</b>	
가전제품	11.2	13.8	11.5	12.1	10.0	20.7	20.1	24.0	13.7	4.0	-2.8	0.2	<b>-1.6</b>	
통신기기 및 컴퓨터	-8.9	-3.3	1.7	2.3	2.0	-0.4	3.5	9.9	-3.4	1.5	1.1	1.9	<b>-0.2</b>	
가구	2.3	7.0	-1.7	0.9	1.2	1.2	0.1	7.0	10.4	12.3	9.5	10.5	<b>3.8</b>	
준내구재	4.9	3.6	3.8	4.6	2.7	14.7	9.2	3.7	3.8	3.8	1.8	1.0	<b>0.1</b>	
의복	5.9	1.8	3.6	4.4	2.5	16.4	7.6	-0.4	1.8	3.4	1.0	0.6	<b>-1.5</b>	
신발 및 가방	5.7	6.6	4.5	7.5	2.5	23.3	18.3	11.2	9.7	7.1	-1.7	-1.7	<b>1.5</b>	
오락, 취미, 경비용품	-1.0	5.6	6.2	5.1	0.1	2.9	2.6	-0.2	0.7	-1.0	2.5	0.8	<b>-0.2</b>	
비내구재	6.9	1.0	1.4	0.8	1.2	2.8	3.4	5.4	3.3	5.1	6.8	6.9	<b>13.4</b>	
음식료품	12.3	0.6	4.3	5.0	3.4	3.4	5.6	8.0	4.5	8.8	7.8	9.0	<b>18.5</b>	
의약품	4.0	5.0	4.0	2.3	5.8	6.4	2.8	4.7	5.9	3.1	5.1	3.3	<b>2.0</b>	
화장품	10.5	4.9	13.0	11.9	12.6	22.1	25.7	22.6	13.5	10.5	11.5	11.7	<b>12.5</b>	
서적, 문구	7.4	8.6	3.0	3.5	11.3	6.5	7.1	7.0	5.7	6.2	5.3	-0.4	<b>-1.2</b>	
차량연료	-8.0	-6.1	-10.0	-11.5	-10.7	-5.1	-7.2	-3.2	-5.8	-3.0	3.4	3.5	<b>13.4</b>	

주: WTI, KOSPI, 환율은 월말 종가기준

자료: 통계청, 한국은행, Bloomberg, 메리츠증권증권 리서치센터

Quarterly	1Q15	2Q15	3Q15	4Q15	1Q16	2Q16	3Q16	4Q16
민간소비 증감률(% YoY)	0.8	(0.1)	1.1	1.4	(0.2)	1.0	0.5	0.2
도시근로자 소득 증감률(% YoY)	1.4	2.0	0.3	(0.5)	0.9	0.9	0.6	0.2
도시근로자 소비지출 증감률(% YoY)	0.6	(1.9)	(1.6)	(0.5)	(0.6)	0.6	0.7	(2.2)
가계신용잔액 증감률(% YoY)	7.4	9.2	10.3	10.9	11.4	11.1	11.2	11.7
가계대출 증감률(% YoY)	7.7	9.6	10.3	11.0	11.5	11.2	11.5	11.7
주택담보대출 증감률(% YoY)	11.3	8.1	7.8	8.8	8.4	12.9	13.4	12.0
판매신용 증감률(% YoY)	3.2	3.5	10.5	8.2	10.5	10.8	7.0	11.6
국외소비지출 증감률(% YoY)	14.7	9.1	9.9	19.0	9.7	5.3	20.4	

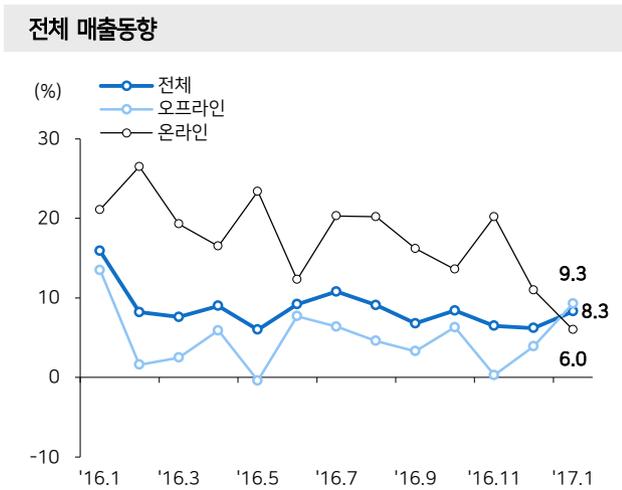
자료: 한국은행, 통계청, 메리츠증권증권 리서치센터

### 14. 중국 소매판매

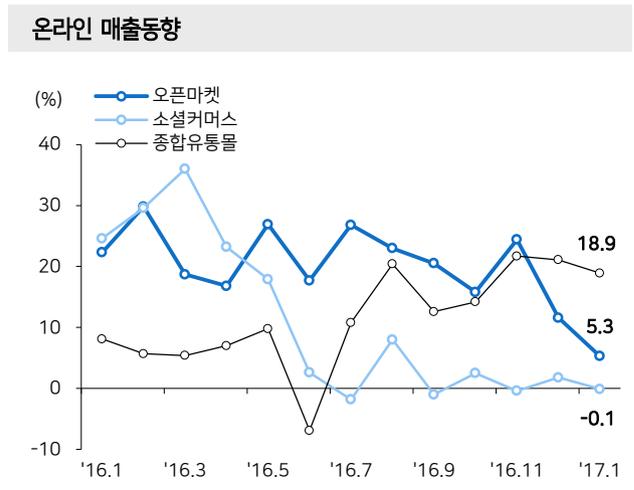
(% YoY)	2015년					2016년												2017
	8월	9월	10월	11월	12월	1~2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1~2월	
<b>전체소매판매</b>	<b>10.8</b>	<b>10.9</b>	<b>11.0</b>	<b>11.2</b>	<b>11.1</b>	<b>10.2</b>	<b>10.5</b>	<b>10.1</b>	<b>10.0</b>	<b>10.6</b>	<b>10.2</b>	<b>10.6</b>	<b>10.7</b>	<b>10.0</b>	<b>10.8</b>	<b>10.9</b>	<b>9.5</b>	
일정규모이상	8.0	8.2	8.4	8.8	8.6	7.6	8.6	6.7	6.5	8.1	7.3	8.5	8.8	7.5	9.5	9.8	6.8	
음식료	14.5	18.9	16.1	16.1	17.0	11.2	11.7	12.1	11.1	11.9	10.5	10.5	10.2	8.8	9.1	9.1	9.6	
섬유의복	9.2	8.5	9.8	9.9	6.9	8.4	4.4	7.3	5.9	7.5	9.4	6.2	6.7	7.5	5.1	7.1	6.1	
<b>화장품</b>	<b>10.6</b>	<b>8.7</b>	<b>10.6</b>	<b>9.1</b>	<b>5.9</b>	<b>11.4</b>	<b>9.2</b>	<b>7.6</b>	<b>5.9</b>	<b>7.9</b>	<b>9.0</b>	<b>5.8</b>	<b>7.7</b>	<b>4.0</b>	<b>8.1</b>	<b>11.0</b>	<b>10.6</b>	
귀금속	17.4	6.5	4.0	4.9	11.1	-1.5	-9.3	5.0	-2.0	1.2	-1.1	-6.3	5.0	2.5	2.7	4.8	8.2	
일용품	10.1	8.8	10.1	14.0	16.3	10.3	12.2	12.7	12.8	11.7	10.4	10.0	12.5	9.5	10.7	13.9	9.2	
스포츠, 레저	23.4	17.1	14.3	23.7	28.6	16.0	16.8	19.7	12.9	19.7	5.2	5.1	7.1	9.4	24.8	13.9	19.5	
서적	8.2	10.3	8.0	7.1	11.1	7.5	15.4	4.8	9.3	3.3	7.4	7.7	8.7	6.6	12.8	9.5	11.5	
가전제품	14.0	11.3	7.1	18.0	13.5	7.9	6.0	9.1	0.7	12.3	11.5	7.1	8.6	7.6	14.7	9.5	5.6	
중의약	17.3	13.3	11.0	15.5	12.3	12.7	19.8	9.9	14.4	10.5	7.3	13.9	12.0	11.6	11.5	9.1	9.9	
사무용품	15.6	23.2	15.5	22.2	8.5	9.5	3.8	13.0	8.0	11.3	7.3	13.6	10.4	12.7	15.4	15.3	13.4	
가구	16.1	19.1	12.4	14.5	16.5	16.4	15.9	17.1	15.1	13.4	13.6	11.1	8.7	11.0	8.8	9.9	11.8	
통신	29.0	42.2	36.6	12.2	3.9	20.1	16.5	12.5	9.4	12.1	11.6	10.1	5.1	3.8	17.8	8.0	10.7	
석유제품	-8.8	-7.2	-7.1	-7.9	-2.6	0.5	0.3	-3.8	-4.5	-0.5	-2.1	2.7	2.9	4.7	5.7	7.1	14.0	
건축재	20.7	23.2	19.7	16.9	20.0	14.9	15.6	17.3	16.8	14.2	15.0	16.3	14.2	12.3	11.0	10.2	12.9	
자동차	5.2	2.7	7.1	9.0	8.1	5.4	12.3	5.1	8.6	9.5	9.2	13.1	13.1	8.7	13.1	14.4	-1.0	
기타	13.2	17.1	13.5	6.6	3.1	11.5	4.1	5.3	5.6	2.6	1.0	0.6	-0.3	2.6	0.0	-0.7	6.9	

자료: 중국국가통계국, 메리츠증권증권 리서치센터

### 15. 유통업체 매출동향

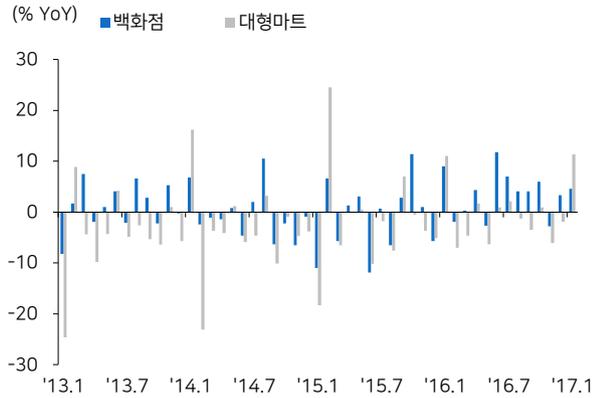


자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터



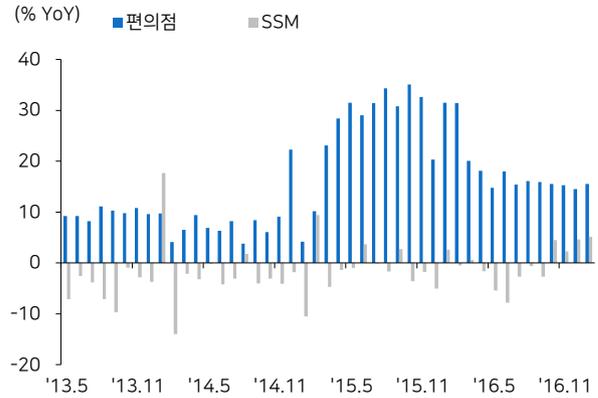
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

**백화점 및 대형마트 월별 동일 점포 매출 성장률 추이**



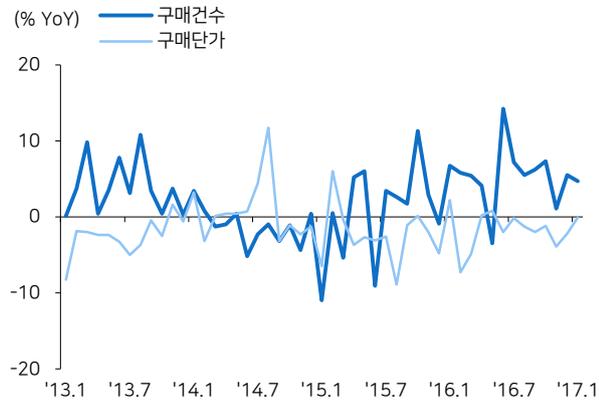
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

**편의점 및 SSM 월별 동일 점포 매출 성장률 추이**



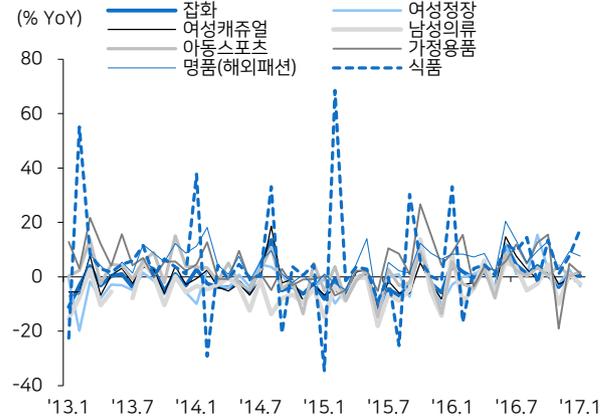
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

**백화점 월별 구매건수 및 구매단가 증감률**



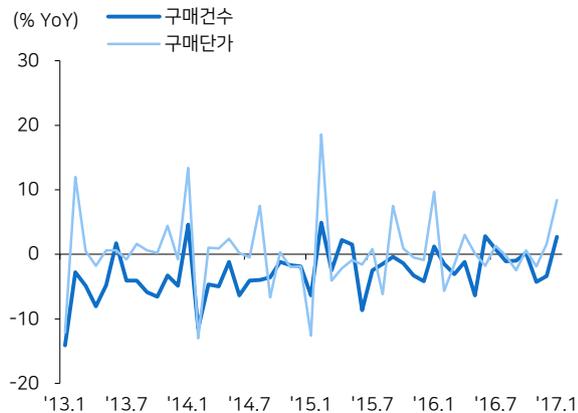
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

**백화점 품목별 매출 성장률**



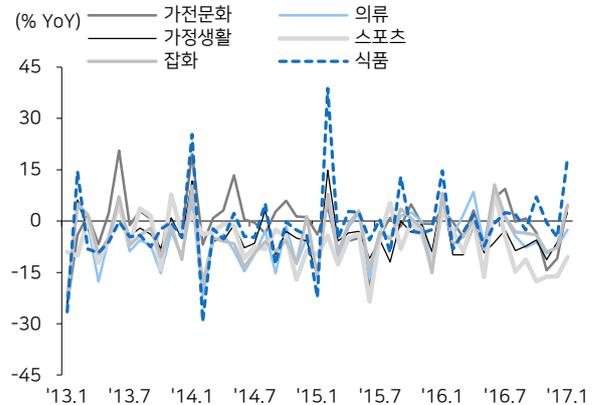
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

**대형마트 월별 구매건수 및 구매단가 증감률**



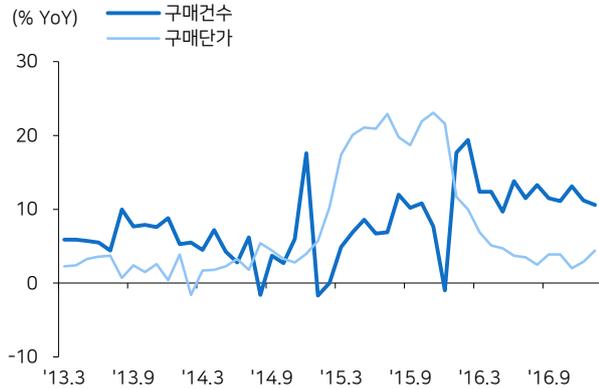
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

**대형마트 품목별 매출 성장률**



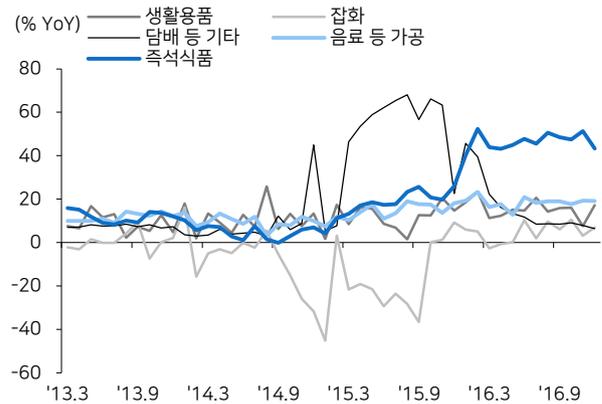
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

편의점 월별 구매건수 및 구매단가 증감률



자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

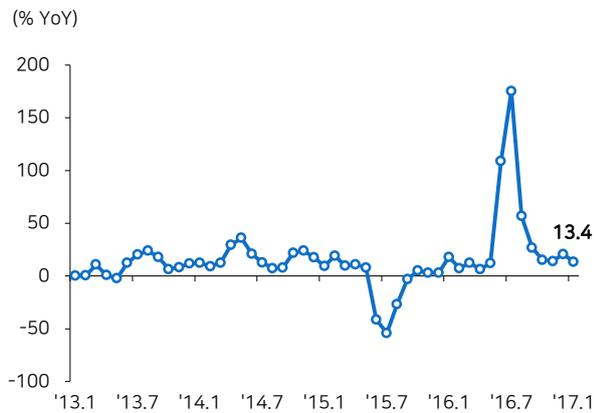
편의점 품목별 매출 성장률



자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

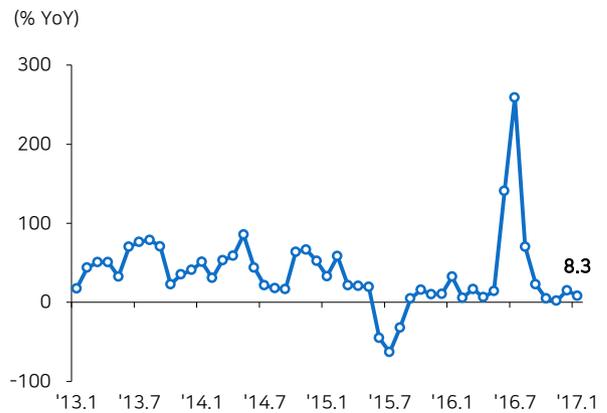
16. 중국 인비즈니스 동향 점검

한국에 입국하는 전체 외국인 입국자 수 증감률: 1월 +13.4%



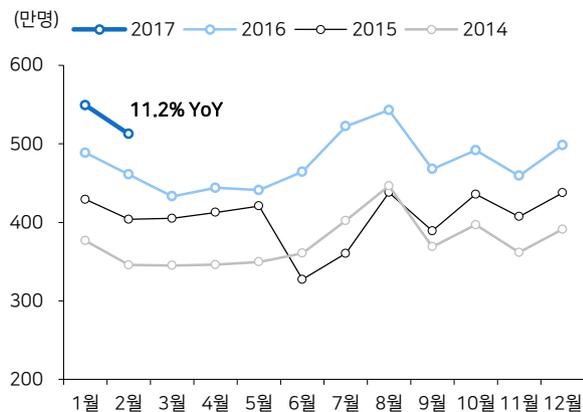
자료: 한국관광공사, 메리츠증권증권 리서치센터

한국에 입국하는 중국인 입국자 수 증감률 추이: 1월 8.3%



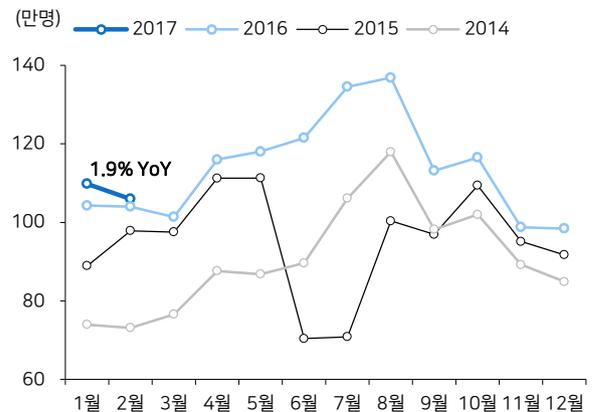
자료: 한국관광공사, 메리츠증권증권 리서치센터

인천공항 국제선 합산 여객 수송 월별 추이: 2월 +11.2% YoY



자료: 인천공항공사, 메리츠증권증권 리서치센터

인천공항 국제선 중국 여객 수송 월별 추이: 2월 +1.9% YoY



자료: 인천공항공사, 메리츠증권증권 리서치센터

17. 면세점 동향

(백명, 천달러, %)	내국인				외국인				합계			
	인원수	증감률	매출금액	증감률	인원수	증감률	매출금액	증감률	인원수	증감률	매출금액	증감률
2015년 09월	19,184		198,197		12,981		428,676		32,165		626,873	
2015년 10월	22,167		237,277		15,271		536,616		37,438		773,893	
2015년 11월	21,973		235,316		14,032		511,651		36,005		746,967	
2015년 12월	22,380		239,745		14,366		525,394		36,746		765,139	
2016년 01월	24,226		236,752		15,250		517,385		39,476		754,137	
2016년 02월	22,169		211,662		14,912		490,268		37,081		701,930	
2016년 03월	20,891		212,725		16,101		609,963		36,992		822,688	
2016년 04월	22,199		241,886		18,308		633,957		40,507		875,843	
2016년 05월	22,373		245,607		18,439		625,903		40,812		871,510	
2016년 06월	23,145		245,118		18,418		624,564		41,563		869,682	
2016년 07월	24,130		267,849		19,172		637,508		43,302		905,357	
2016년 08월	25,582		285,522		19,004		682,417		44,586		967,939	
2016년 09월	24,493	27.7	277,106	39.8	17,106	31.8	666,473	55.5	41,599	29.3	943,579	50.5
2016년 10월	24,200	9.2	267,841	12.9	18,462	20.9	728,971	35.8	42,662	14.0	996,812	28.8
2016년 11월	23,122	5.2	251,214	6.8	15,193	8.3	666,382	30.2	38,315	6.4	917,596	22.8
2016년 12월	22,715	1.5	247,595	3.3	15,953	11.0	733,931	39.7	38,668	5.2	981,526	28.3
<b>2017년 01월</b>	<b>25,091</b>	<b>3.6</b>	<b>260,718</b>	<b>10.1</b>	<b>16,823</b>	<b>10.3</b>	<b>708,392</b>	<b>36.9</b>	<b>41,913</b>	<b>6.2</b>	<b>969,110</b>	<b>28.5</b>
2009	128,530		1,441,700		84,100		1,592,700		212,630		3,034,400	
2010	152,550	18.7	2,167,500	50.3	81,780	-2.8	1,749,700	9.9	234,330	10.2	3,917,200	29.1
2011	164,270	7.7	2,416,800	11.5	98,720	20.7	2,445,900	39.8	262,990	12.2	4,862,700	24.1
2012	168,340	2.5	2,367,800	-2.0	120,020	21.6	3,240,100	32.5	288,360	9.6	5,607,900	15.3
2013	171,460	1.9	2,342,900	-1.1	124,370	3.6	3,897,600	20.3	295,830	2.6	6,240,500	11.3
2014	185,570	8.2	2,451,800	4.6	157,660	26.8	5,451,400	39.9	343,230	16.0	7,903,200	26.6
2015	245,870	32.5	2,725,700	11.2	160,810	2.0	5,416,900	-0.6	406,680	18.5	8,142,600	3.0
2016	279,246	13.6	2,990,877	9.7	206,318	28.3	7,617,723	40.6	485,564	19.4	10,608,600	30.3

자료: 한국면세점협회, 메리츠증권증권 리서치센터

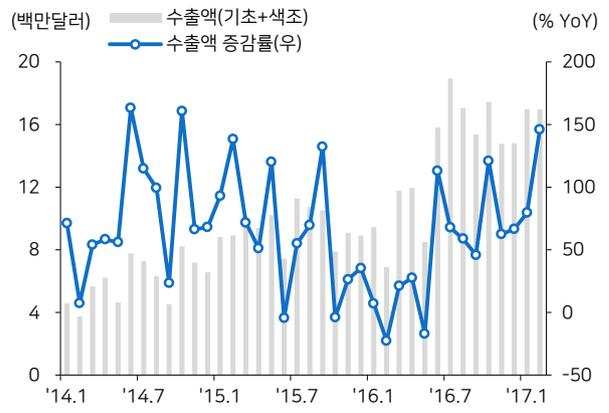
### 18. 화장품 수출 및 현황

화장품 전체 수출액 및 증가율 -2월 96.0%



자료: KITA, 메리츠증권증권 리서치센터

화장품 미국향 수출액 및 증가율 -2월 146.1%



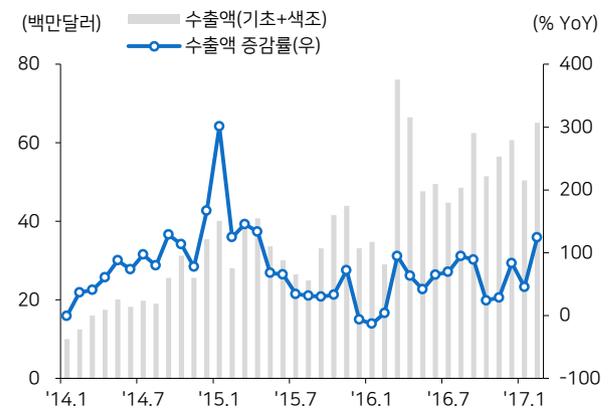
자료: KITA, 메리츠증권증권 리서치센터

화장품 중국향 수출액 및 증가율 -2월 106.4%



자료: KITA, 메리츠증권증권 리서치센터

화장품 홍콩향 수출액 및 증가율 -2월 124.3%



자료: KITA, 메리츠증권증권 리서치센터

**Compliance Notice**

동 자료는 작성일 현재 사전고지와 관련한 사항이 없습니다. 당사는 동 자료에 언급된 종목과 계열회사의 관계가 없으며 2017년 3월 20일 현재 동 자료에 언급된 종목의 유가증권(DR, CB, IPO, 시장조성 등) 발행 관련하여 지난 6개월 간 주간사로 참여하지 않았습니다. 당사는 2017년 3월 20일 현재 동 자료에 언급된 종목의 지분을 1%이상 보유하고 있지 않습니다. 당사의 조사분석 담당자는 2017년 3월 20일 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
<b>산업</b>	시가총액기준 산업별 시장비중 대비 보유비중의 변화를 추천	
추천기준일 시장지수대비 3등급	Overweight (비중확대)	
	Neutral (중립)	
	Underweight (비중축소)	

**투자의견 비율**

투자의견	비율
매수	92.7%
중립	7.3%
매도	0.0%
2016년 12월 31일 기준으로 최근 1년간 금융투자상품에 대하여 공표한 최근일 투자등급의 비율	