



MERITZ

유통/화장품 Weekly

밀레니얼 소비, 욕망과 능력의 사이

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

밀레니얼 세대가 이끄는 전세계 화장품 시장

밀레니얼 세대, 새로운 세기에 활동할 전세계 화장품 소비의 주역

밀레니얼 세대는 1980년부터 2000년 사이에 태어난 세대를 말하여 새로운 세기(New Millennium)에 주로 활동하거나 활동할 새로운 소비의 주역이다. 밀레니얼 세대는 최근 전세계 화장품의 트렌드 변화를 주도하고 있다. 이들은 공통적으로 화장품을 구매할 때 모바일 SNS 등을 활용하여 능동적으로 제품 정보를 수집하고 공유한다. 또한 친환경에 매우 관심이 많고 공익 운동에 적극적으로 참여하거나 옹호하는 세대이다.

한편 밀레니얼 세대는 불충분한 소득과 소비 여력으로 집이나 차 등 목돈을 들인 소비재보다는 IT기기, 여행, 화장품 등 상대적으로 저렴한 소비재들을 통해 만족을 추구한다. 밀레니얼 세대는 스스로 가치가 없다고 생각하는 것에는 결코 지갑을 열지 않으며, 새롭고 흥미로운 것, 싸지만 좋은 것, 자유롭고 빠르고 간편한 것을 원한다. 또한 수동적이기보다는 함께 창조하고 공유하길 바란다.

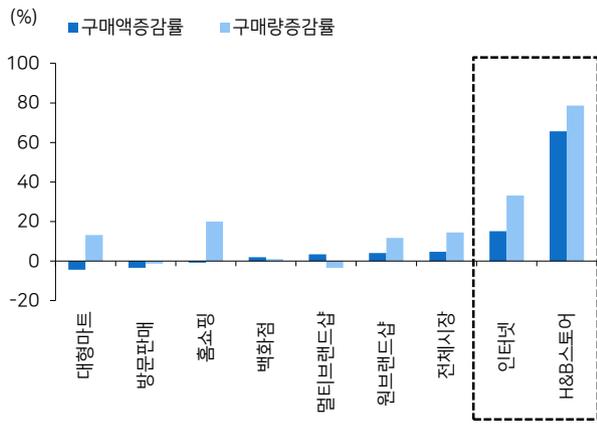
분류	내용
경험을 중시	밀레니얼 세대 78%, 제품 구입 대신 문화생활 경험에 지출 선호 밀레니얼 세대 72%, 향후 경험을 위한 지출 확대 의사 있음 밀레니얼 세대 쇼핑을 단순히 구매 행위가 아닌 경험 측면으로 인식
소유보다 임대 선호	취업 위해 대도시로 몰리는 경향, 주택 보다는 아파트 선호 주택 구매보다 렌트 선호하는 이유: 부대시설 이용, 구매시 부담, 이동성을 꼽음 계속되는 임대료 인상으로 결국 밀레니얼 세대를 주택 구매로 몰아 넣을 전망 밀레니얼 세대 30% 가까운 시일 내 자동차 구매 의사 없어 카셰어링 보편화될 전망
상품 정보 多	밀레니얼 75% 상품 구매전 정보 검색, 67% 오프라인 매장에서 가격 검색 브랜드 업체와 직접 연결 수요 높아 B2C 시장 계속 성장할 전망 최종 구매가 아니더라도 이커머스 시장으로 상품, 할인 검색 등 다양하게 이용 대량생산 제품보다 희소성있고 자신에게 맞는 맞춤상품을 크게 선호
브랜드 로열티 높으나 브랜드 선정 까다로움	60% 자신이 주로 구매하는 브랜드의 충성고객이라고 밝힘 가격, 브랜드 가치를 중요하게 생각해 가치 평가 기준이 이전 세대와 다름 사회 공헌 및 윤리 경영 등을 브랜드 가치 평가에 반영 소비자와의 소통이 브랜드 빌딩에 핵심이라고 여김 밀레니얼 77%, 부모세대와 다른 방식으로 브랜드 선정한다고 밝힘

자료: KOTRA, 메리츠증권증권 리서치센터

한국의 밀레니얼 세대, H&B 스토어와 온라인 중심의 화장품 채널 변화를 주도하다

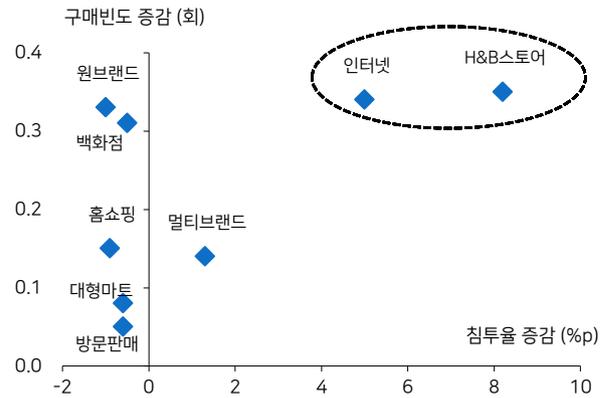
한국의 밀레니얼 세대는 보다 트렌드에 민감하고 빠르게 대응하는 특징을 가지고 있다. 특히 인터넷 중요도 (칸타월드패널 기준 밀레니얼 45.5% vs. 밀레니얼 외 27.2%)가 상대적으로 높으며 모바일 사용 (밀레니얼 64.4% vs. 밀레니얼 외 47.2%)과 소셜커머스 (밀레니얼 22.2% vs. 밀레니얼 외 14.5%) 집중도가 매우 크게 나타나고 있다. 오프라인 채널 중에서는 H&B스토어와 원브랜드샵의 중요도가 함께 높게 나타나고 있는데 상대적으로 구매액 비중이 크게 낮았던 H&B스토어의 성장세가 강하다.

그림1 채널별 구매액 증감률 vs. 구매량 증감률



자료: 칸타월드패널 (선물제외), 메리츠증권증권 리서치센터

그림2 채널별 침투율 증감 vs. 구매빈도 증감



자료: 칸타월드패널 (선물제외), 메리츠증권증권 리서치센터

표2 국내 여성 소비자 연령대별 채널별 구매액 비중 변화

연간	구매액 비중(%)											
	전체연령			15-19세			20대			30대		
	2014년	2015년	2016년	2014년	2015년	2016년	2014년	2015년	2016년	2014년	2015년	2016년
백화점	21.2	20.9	20.7	5.5	9.8	11.1	25.1	21.1	18.0	23.0	21.6	22.5
방문판매	21.1	21.3	19.9	3.0	3.2	1.1	7.5	6.2	5.7	13.2	14.9	13.5
면세점	4.2	3.9	3.7	1.1	1.7	1.7	4.1	6.2	5.4	6.0	6.3	5.9
전문점	0.9	0.6	0.8	0.8	0.4	0.6	0.2	0.1	0.4	0.2	0.4	0.4
H&B스토어	1.3	1.9	3.1	4.4	6.7	9.9	3.6	5.4	8.3	1.4	1.8	2.8
멀티브랜드샵	3.8	3.9	3.8	7.3	10.6	10.1	6.1	6.5	6.9	2.9	2.5	2.1
인터넷	16.9	16.5	18.4	12.8	11.6	15.2	20.8	20.9	22.7	28.5	26.5	29.1
대형마트	9.8	9.6	8.9	14.1	5.1	4.9	6.3	5.8	6.1	7.6	7.5	6.1
원브랜드샵	10.6	11.4	11.6	46.9	46.4	41.7	21.0	21.8	21.8	8.9	10.2	10.2
홈쇼핑	5.3	4.8	4.6	0.3	0.2	0.4	1.7	1.2	1.1	4.3	3.9	3.6
기타	4.9	5.0	4.7	3.6	4.3	3.0	3.5	4.8	3.7	4.0	4.6	3.9

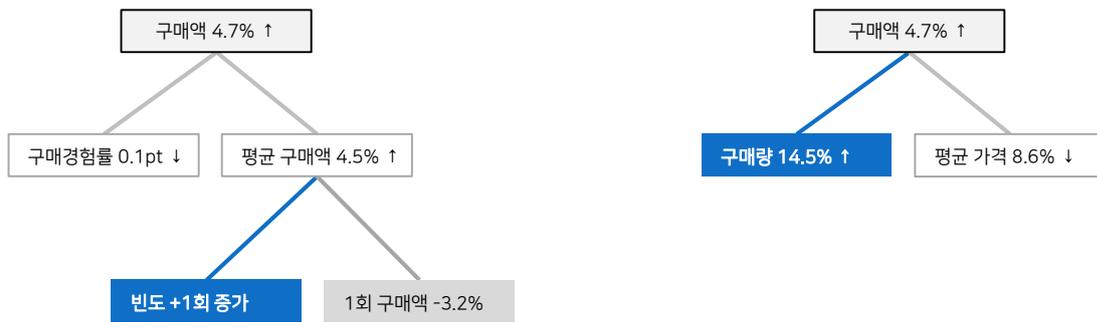
주: 국내 화장품 시장 내 백화점, 홈쇼핑은 비중 감소, H&B스토어, 인터넷, 원브랜드샵은 비중 증가

자료: 칸타월드패널 (선물제외), 메리츠증권증권 리서치센터

밀레니얼 소비, 욕망과 능력 사이
수량 중심의 시장 성장을 주도함

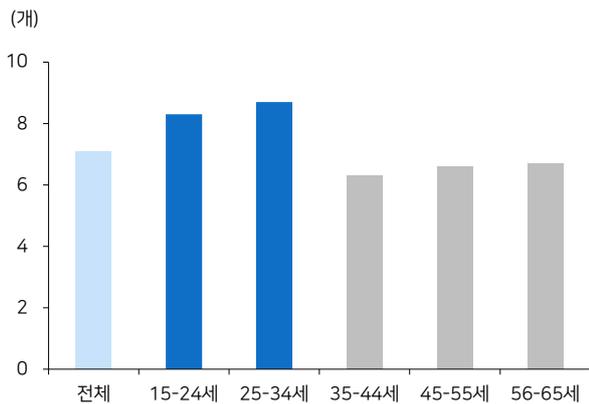
국내 화장품 시장은 수량 중심으로 성장하고 있는데 이 또한 구매력은 높지 않지만 나를 위한 소비에 집중하는 밀레니얼 세대의 역할이 크다. 기초 화장품은 다양한 유형에서 수량이 증가하고 있는데 제형의 다변화와 함께 미세먼지 이슈로 클렌징과 셀프 케어에 대한 니즈가 증가하면서 페이스팩의 1인당 평균 구매 수량이 크게 증가한 것으로 파악된다. 색조 화장품에서도 역시 제형의 다변화 (쉐이딩류, 아이브로우, 립틴트, 프라이머 등)로 구매량이 증가하였으며 특히 립과 아이메이크업의 1인당 평균 구매 수량이 높은 편으로 나타났다.

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



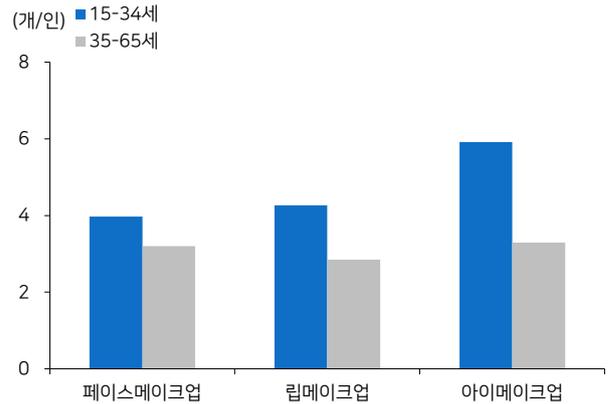
자료: 칸타월드패널, 메리츠증권증권 리서치센터

그림4 1인당 구매 브랜드 수 (2016)



자료: 칸타월드패널, 메리츠증권증권 리서치센터

그림5 연령별 1인당 화장품 평균 구매개수 (2016)

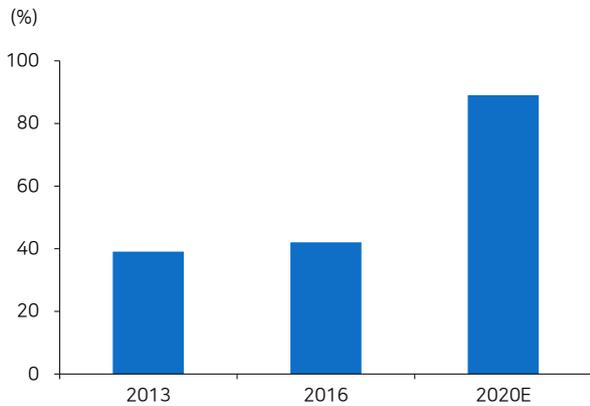


자료: 칸타월드패널, 메리츠증권증권 리서치센터

중국 밀레니얼 세대, 색조
급성장과 함께 화장품 최선호
원산지 여전히 한국 선호

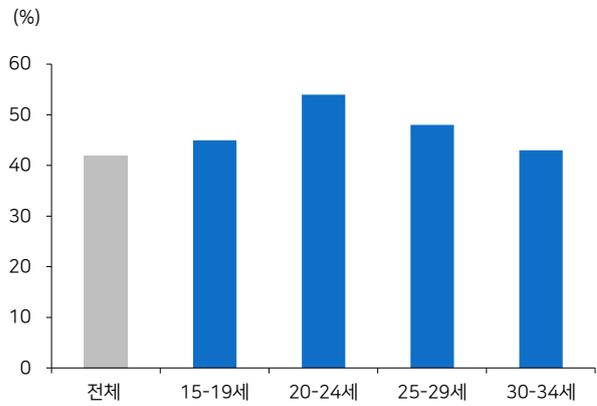
중국에서도 밀레니얼 세대 중심으로 메이크업을 시작하는 여성들이 증가하면서 화장품 시장 트렌드를 이끌고 있다. 장기적으로 중국 화장품 시장 내 색조 구매경험률은 2016년 42%에서 2020년 89%까지 가파르게 상승할 전망이다. 특히 중국 젊은 여성들의 뷰티 지식 수준이 높아지고 니즈가 정교해지면서 럭셔리와 프리미엄 화장품을 중심으로 높은 성장세가 이어지고 있다. 사드 관련 한중 관계 악화에도 젊은 여성들의 한국 화장품에 대한 선호도는 유지되고 있는 것으로 파악된다. 한류의 영향력은 여전히 유효한 가운데 중장기적으로 새로운 혁신 상품을 통해 시장을 지속적으로 리드할 필요가 있겠다.

그림6 중국 전체 여성 메이크업 구매경험률



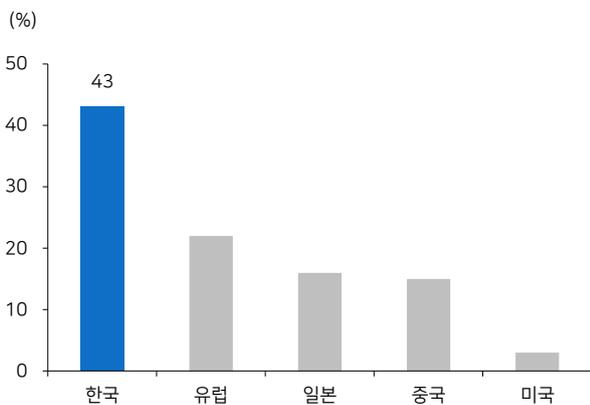
자료: 칸타월드패널, 메리츠증권증권 리서치센터

그림7 중국 연령대별 메이크업 구매경험률 (2016년)



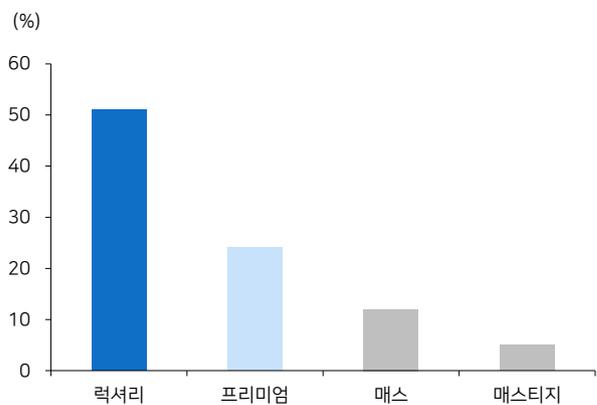
자료: 칸타월드패널, 메리츠증권증권 리서치센터

그림8 중국 여성 소비자 최선호 원산지 응답비율



주: 1~3선도시 20~30대 여성 4천여명 대상
자료: 칸타TNS코리아, CMN, 메리츠증권증권 리서치센터

그림9 중국 화장품 시장 가격대별 구매량 성장률 (2016년)



자료: 칸타월드패널, 메리츠증권증권 리서치센터

미국 밀레니얼 세대에게 K-Beauty는 합리적이고 혁신적인 아이템으로 공략 중

마지막으로 미국 화장품 시장도 15세에서 34세의 밀레니얼 세대가 이끄는 고급화, 자연주의, 친환경 컨셉 중심으로 2021년까지 연평균 5.2%의 안정적인 성장세가 지속될 전망이다. 특히 경제적 능력이 적은 10대인 경우에도 고가의 명품 화장품 구매율이 상승할 만큼 전체적인 연령층의 화장품 소비 금액이 높아지고 있는 것으로 판단한다.

미국 내 한국 화장품 비중은 꾸준히 확대되고 있으며 2016년 미국의 화장품 수입국 5위에서 2017년 1분기 기준 4위로 올라섰다. 미국 소비자들은 한국 화장품의 BB크림, 쿠션 파운데이션 시트마스크 등 합리적인 가격에 혁신적이고 참신한 아이템에 관심이 높으며 특히 일회용 시트마스크는 미국 내 새로운 스킨케어 문화로 자리매김하고 있다.

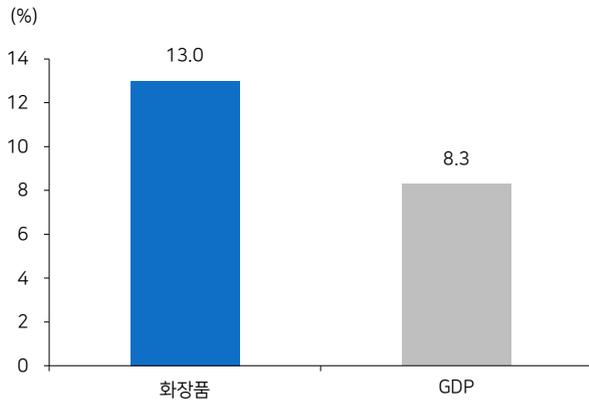
한편 미국 화장품 시장의 핵심 소비층으로 부상한 히스패닉은 1인당 소비 성향이 높고 새로운 브랜드에 대한 수용도가 높다. 또한 한국인과 피부타입이 비슷한 편이어서 미국 내 소수 계층인 아시아를 넘어 미국 주류 소비층을 공략하기 위한 한국 브랜드 업체에게 기회시장이 되어줄 전망이다.

표3 미국 화장품 수출 추이

(천달러, %)	기초화장품		색조화장품		화장품 전체 (기초+색조)	
	수출액	증감률	수출액	증감률	수출액	증감률
2004	10,377	(8.5)	1,889	13.1	12,266	N/A
2005	12,369	19.2	2,184	15.6	14,553	18.6
2006	11,923	(3.6)	1,850	-15.3	13,773	-5.4
2007	13,390	12.3	1,951	5.5	15,341	11.4
2008	13,810	3.1	2,673	37.0	16,483	7.4
2009	19,475	41.0	2,445	-8.5	21,920	33.0
2010	17,874	(8.2)	3,297	34.8	21,171	-3.4
2011	19,577	9.5	6,012	82.3	25,589	20.9
2012	27,838	42.2	6,897	14.7	34,735	35.7
2013	27,835	(0.0)	13,498	95.7	41,333	19.0
2014	49,639	78.3	23,110	71.2	72,749	76.0
2015	63,853	28.6	49,092	112.4	112,945	55.3
2016	92,639	45.1	70,100	42.8	162,739	44.1
17.1	9,581	78.2	7,186	76.2	16,767	77.3
17.2	7,820	61.6	7,369	257.7	15,189	120.1
17.3	9,811	28.4	6,425	55.2	16,236	37.8
17.4	10,788	106.4	9,051	34.2	19,839	65.8

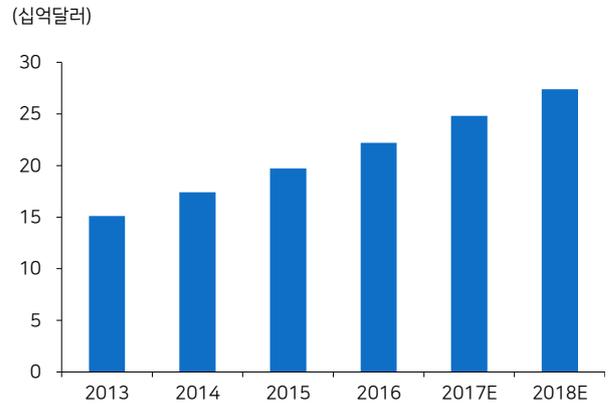
자료: 한국무역협회, 메리츠증권증권 리서치센터

그림10 미국 내 히스패닉 GDP 및 화장품 소비비중 비교



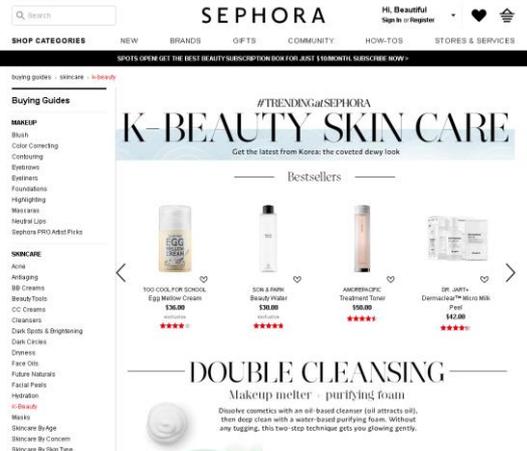
자료: Neilsen, 메리츠증권증권 리서치센터

그림11 미국 온라인 시장 화장품 시장규모 추이



자료: eMarketer, 메리츠증권증권 리서치센터

그림12 미국 온라인 Sephora 내 K-beauty



자료: Sephora, 메리츠증권증권 리서치센터

그림13 한국 제조사들의 미국 판매 마스크시트



자료: KOTRA, 메리츠증권증권 리서치센터

2. 전주 동향

유통

5월 셋째주 유통업종 주가는 전체 시장 대비 소폭 상회하는 수익률을 기록하였음. 롯데하이마트가 1분기 호실적을 발표하면서 주가가 크게 상승하였으며 4월 면세점 판매 데이터에서 외국인입국자 수 급감에도 전체 면세점 매출이 +1.5% YoY 성장한 것으로 나타나면서 호텔신라와 신세계 주가가 상승함. 또한 필립모리스가 6월 5일부터 BGF리테일 CU 편의점을 통해 IQOS를 선판매하기로 확정되면서 BGF리테일 주가 상승세가 이어짐. 한편 신정부 출범으로 규제 리스크가 부각되면서 상대적으로 대형마트의 영향이 클 것으로 예상되는 가운데 이마트 주가가 소폭 하락함. 코웨이는 MBK파트너스의 일부 지분 (4.7%) 매각으로 주가 하락하였음

화장품 (생활소비재)

5월 셋째주 화장품업종 주가는 전체 시장 대비 상회하는 수익률을 기록하였음. 4월 면세점 판매가 소폭 플러스 성장률을 기록한 가운데 중국의 사드 관련 보복조치가 완화될 것이라는 기대감이 지속적으로 반영되면서 아모레퍼시픽, LG생활건강 등 대형 화장품 회사들의 전반적인 주가 상승세가 이어짐. 코스메카코리아가 1분기 호실적을 발표하면서 주가 크게 상승한 반면 클리오의 양호한 매출 성장에도 인건비 및 유통 수수료 증가로 예상보다 부진한 실적을 기록하면서 주가가 소폭 하락함. 한편 쿠팡은 밥솥 부진에도 렌탈 고성장으로 1분기 실적이 시장 예상치에 부합하면서 저평가 매력 부각과 함께 주가 크게 반등하였음

3. 금주 전망

유통: 개별 기업의 핵심 역량에 따른 주가 차별화 전망

소비심리 개선에 대한 기대감으로 전반적인 유통업종 주가가 상당히 올라와 있는 상황. 그러나 아직 실질적인 소비 회복이 나타나고 있지 않은 가운데 신정부 출범으로 경제 민주화, 복합쇼핑몰 및 아울렛 영업일수 제한, 최저임금 인상 등 규제 리스크가 부각되고 있음. 다만 정치권 내에서도 논란이 있어 규제의 현실화 여부는 불확실하다는 판단임. 궁극적으로 개별 기업의 핵심 역량과 실적 모멘텀에 따라 선별적으로 비중을 확대할 필요가 있겠음. 업종 별로는 롯데하이마트 > 편의점 > 홈쇼핑 > 백화점 > 대형마트 순으로 선호함. 한편 공유 경제 확산과 함께 미세먼지 이슈가 부각되고 있는 렌탈 업체들 (코웨이, 쿠팡전자)에 대한 관심 요망

화장품 (생활소비재): 정치적 불확실성 해소, 실적이 관건

신정부 출범과 함께 중국과의 관계 회복에 대한 기대감으로 주가 반등은 지속되고 있으나 실제 화장품 업체들의 실적 타격은 2분기 더욱 심화되고 있음. 2분기 실적 부진을 감안할 때 단기적으로 화장품업종의 밸류에이션 부담은 높은 상황. 다만 향후 사드 관련 정치적 불확실성은 해소되면서 실적 추정치가 상향 조정될 가능성이 있음. 중장기 화장품 산업의 글로벌 성장성이 유효한 가운데 하반기 실적 개선 여부에 따른 점진적인 비중확대를 권고함. LG생활건강을 Top-pick으로 유지하며 벨류에이션 부담이 크게 낮고 실적 모멘텀이 강한 중소형 종목들 (한국콜마홀딩스, 제이준코스메틱, 한국화장품 등)의 추가적인 상승 여력이 높다는 판단임

4. 관심종목 & 종목 코멘트

유통

관심종목

롯데하이마트 (071840):

모바일 신제품 출시 효과와 에어컨, 건조기 등 백색가전의 판매 증가 예상. 고마진 생활가전과 PB, 해외소싱 상품 등의 비중 확대로 매출총이익률 상승 등 효율성 개선, 온라인 및 서비스 상품 강화 또한 긍정적

BGF리테일 (027410):

점포수 급증과 전자담배 출시로 2017년 편의점의 양적인 성장 두드러질 전망. 상품믹스 개선과 함께 순수가맹 중심으로 고정비용 비용 부담이 적어 안정적인 이익 증가가 예상됨

종목 코멘트 (NDR 후기)

코웨이 (021240)

- MBK파트너스 블록딜 관련: 주당 98,000원에 4.38% 매각으로 MBK파트너스의 지분율 26.52%로 하락함. 향후 M&A 등을 제외하고 1년간 Lock-up. 기존 주주였던 글로벌 장기 투자자들이 70% 매수 추정
- 2Q 현황: 1) 렌탈 부문 1Q 회복세를 이어가면서 적극적인 신제품 출시로 완전 정상화 예상 2) 미세먼지 이슈로 공기청정기 호조세 (두 자릿수 성장 추정) 3) 화장품 부문, 이혜선 대표 취임 이후 내부적인 효율성 개선되면서 실적 턴어라운드 지속될 전망
- 중장기 전략 1) 해외 사업 강화: 말레이시아 렌탈 고성장 및 중국 하이얼 등과의 합작법인 진출 본격화 예상 2) 주주환원정책: 배당성향 60% 유지, 상반기에 이어 하반기 자사주 500억원 추가 매입 예정

화장품 (생활소비재)

관심종목

LG생활건강 (051900)

중국인 관광객 감소로 화장품 면세 채널 실적 타격 불가피할 전망. 음료 성수기 진입으로 방어 기대. 후, 슝 등 프레스티지 브랜드에 대한 중국 내 수요는 견조한 상황으로 정치적 리스크 해소 여부 관건

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 (탐방)

네오팜 (092730)

- 1Q 연결기준 매출액 131억원 (+6.5% YoY), 영업이익 43억원 (+17.1% YoY) 기록. 특히 영업이익률 크게 개선 1) 온라인 채널을 적극 활용하면서 광고선전비 절감 2) 의약품 사업 중단으로 원가율 하락. 브랜드 별로는 아토팜 -9% YoY (홈쇼핑 매출 감소 영향), 리얼베리어 65% YoY, 제로이드 56% YoY, 더마빌 67% YoY 성장하였음
- 2Q 아토팜 하절기 상품 라인업 강화와 리얼베리어와 더마빌의 H&B스토어 확장으로 1Q 대비 성장률 강화될 전망. 병의원용 화장품인 제로이드는 영업망 확대와 의료실비보험 적용으로 높은 성장률이 예상됨
- 2017년 연간 가이드스 매출액 20% YoY 성장, 영업이익률 25% 추정. 연내 중국 진출 가시화 시 상향 가능성 잠재

5. 주요 뉴스

유통

문제인 정부 출범에 중국 '화해 손짓'...단체관광 금지령도 곧 풀릴 듯: 지난 9일 치러진 한국 대통령선거에서 사드 배치에 부정적 견해를 밝힌 문재인 후보가 당선된 이후부터 "국가자유국(관광국)이 조만간 여행업계 관계자들을 소집해 한국형 단체관광 금지령을 해제할 것"이라는 소문이 돌기 시작. 베이징의 한 한국 면세점업계 관계자는 "각종 소문이 돌고 있지만 아직 사실로 확인된 것은 없다"고 말함. 여행업계에서는 최근 한중간 분위기를 감안할 때 단체관광 금지 해제가 곧 가시화될 것으로 보고 있음 (한국경제, 5/17)

중국, 사드 경제보복 완화하나...롯데마트 홈페이지 재가동: 16일 롯데마트에 따르면 중국 롯데마트 공식 홈페이지가 지난주 초부터 정상적으로 운영되고 있음. 롯데마트 관계자는 "최근 한중 분위기와는 무관하게 홈페이지에 대한 중국 해킹공격이 잦아들어 사이트를 점검하는 차원에서 다시 홈페이지를 오픈한 것"이라고 설명. 하지만 롯데 내부에서는 한중 관계에 봄바람이 불면서 조만간 중국 현지 롯데마트의 영업이 재개될 수 있을 것이라는 전망도 조심스럽게 제기. 롯데면세점 중문 홈페이지 역시 현재 정상적으로 운영되고 있는 것으로 확인. 여행업계에 따르면 중국인 개별여행객(FIT)들에 대한 비자발급 제한 강화 조치도 최근 풀린 것으로 보임 (매일경제, 5/17)

참고형 할인매장도 'STOP': 여수시, 트레이더스 건축불허, 새 정부 눈치 보는 지자체, 백화점·쇼핑몰 이어 제동, 전남 여수시는 웅천 택지지구 내 대규모 참고형 할인매장인 이마트 트레이더스 건축허가 민원을 불허. 소상공인 보호를 앞세운 새 정부의 정책 시행에 앞서 지자체가 몸 사리고 있다는 게 업계의 반응. 전문가들은 유통시설 규제 재래시장 활성화로 이어지지 않는다면 오히려 유통시설이 고용창출과 지역 경제 활성화 등에 미치는 영향이 크다고 지적함 (서울경제, 5/18)

신세계, 부천 백화점 돌연 연기...부천시-부평구 갈등에 '논란 확산 꺼린 듯': 14일 부천시와 신세계에 따르면 양측은 애초 지난 12일 체결하기로 한 부천 상동 영상복합단지 부지 매매계약을 무기한 연장. 신세계 측 요청에 따른 것으로 신세계 관계자는 "사업 추진에 반대하는 다양한 이해관계자들과 공감대를 형성할 시간이 필요하다"고 밝힘. 언제 계약할지는 정해지지 않았으며 부천시는 신세계가 부지 개발을 계속 연기하면 사업권을 박탈하고 다른 사업자를 찾을 예정 (한국경제, 5/15)

화장품 (생활소비재)

K-뷰티 중공장 확장·패션업체 입점 요청 쇄도: 사드 보복 직격탄을 맞았던 화장품업계를 비롯한 패션·유통업계의 숨통을 틔우고 있음. 아모레퍼시픽그룹은 지난 3월 중국 취소된 메이크업 쇼를 재개해 진행하고 있으며, 최근 제넥도 중국 상하이 소재 제2공장 허가를 취득. 사드로 가장 큰 타격을 받았던 롯데마트의 영업정지 매장 가운데 40개 점포는 5월 하순까지가 영업정지 기한으로 이후 영업을 재개여부도 조만간 결정될 전망 (매일경제, 5/19)

꽃보다 중년, H&B스토어서 나를 가꾸다: 15일 H&B스토어 올리브영에 따르면 2012년만 해도 40대 이상의 고객 비중은 한 자릿수에 불과했지만 지난해 21%까지 늘며 4년 만에 약 3배나 증가한 것으로 집계. 이는 타깃 고객이 20~30대인 헬스앤뷰티 스토어 올리브영에 젊은 중년 '영포티'들의 방문 비중이 해마다 높아지고 있음을 방증. 40대 이상 여성이 구매한 색조화장품 매출은 전년 같은 기간에 비해 무려 70%나 증가. 헬스앤뷰티 점포의 영포티 고객이 늘어나는 이유에 대해 업계에서는 '접근성'과 '원스톱 쇼핑'의 편리함을 꼽음 (서울경제, 5/16)

아모레퍼시픽, 메스타트업 지분 매입으로: 17일 아모레퍼시픽에 따르면 아모레퍼시픽그룹은 미국 화장품 온라인쇼핑몰 '뷰티리시(Beautylish)' 지분 2.5%(77만5494주)를 23억원에 매입. 뷰티리시는 지난 2010년 미국 샌프란시스코에 설립된 회사로 각종 화장을 판매하는 온라인 쇼핑몰을 운영. 이번 지분 매입으로 아모레퍼시픽은 자사 온라인 유통망 확대 효과를 얻을 수 있게 됨 (매일경제, 5/18)

비정규직 임금 정규직 75%까지 올린다: 14일 관련부처와 더불어민주당 등에 따르면 정부는 오는 2022년까지 민간기업의 비정규직 임금을 많게는 정규직의 75%까지 올리는 내용을 골자로 한 '비정규직 관리목표 수립' 방안을 마련해 발표할 예정. 정부와 여당은 비정규직 임금 상황과 별도로 비자발적으로 비정규직을 택한 근로자 비중에 대한 관리목표도 마련. 지난해 263만8,000명에 이른 비자발적 비정규직을 5년 안에 198만명으로 줄일 방침 (서울경제, 5/15)

렌탈시장 올해 30조 육박...소비판도에 지각변동 오나: 21일 KT 경제경영연구소에 따르면 2016년 국내 렌탈시장은 25조9천억원 규모로 추정되며 이는 지난 2011년 19조5천억 원에서 5년 만에 32.8% 성장한 것. 건강과 위생에 대한 소비자들의 관심이 커지면서 정수기를 비롯해 비데, 공기청정기, 매트리스 등 가정용품 렌탈 사업도 빠르게 성장. 백화점과 홈쇼핑 등 유통업체들도 렌탈시장에 속속 진출하고 있으며 11번가 등 온라인 쇼핑업체들도 진출 (연합뉴스, 5/21)

손대면 계산 끝 '무인편의점': 세븐일레븐은 롯데월드타워에 국내 첫 무인편의점이자 세계 최초로 생체 인식 결제 기술을 적용한 '세븐일레븐 시그니처'가 문을 열었다고 16일 밝힘. 롯데카드, 롯데정보통신 등 그룹 계열사의 첨단 기술 역량을 합쳐 만든 스마트 편의점으로 세븐일레븐 시그니처의 핵심 기술은 핸드페이(HandPay) 시스템. 핸드페이는 정맥의 혈관 굵기나 선명도, 모양 등의 패턴을 이용해 사람을 판별. 세븐일레븐 관계자는 "무인점포는 일자리 감소로 이어지는 것이 아니라 계산과 같은 단순 업무를 자동화해 직원이 매장 정리 등 다른 업무에 집중할 수 있도록 해줄 것"이라고 말함 (매일경제, 5/17)

'담배업계의 아이폰' 아이코스 내달 국내 상륙: 필립모리스가 '담배업계의 아이폰'으로 불리는 아이코스(IQOS)를 다음달 5일부터 국내에서 판매한다고 17일 발표. 아이코스과 아이코스에 사용되는 담배 고품질 '히츠'는 다음달 5일부터 아이코스 전용 매장과 서울 지역 편의점 CU에서 판매할 예정. 아이코스의 권장 소비자가격은 12만원. 공식 웹사이트에서 등록하고 코드를 받으면 9만7000원에 구매할 수 있으며 히츠 가격은 20개들이 한 갑에 4300원 (한국경제, 5/18)

'10대 색조 화장품 성장률 23%', 소녀 화장시대 ... '어린이 콘손' 놀라지 말아요: 14일 칸타월드패널에 따르면 지난해 색조 화장품을 구입한 15~24세 여성은 17.6%를 차지. 아울러 전체 색조 화장품 소비 금액 가운데 15~24세가 45~55세(24.8%) 다음인 22.3%로 2위를 기록. 칸타월드패널 관계자는 "10~20대 초반 연령층의 구매 빈도가 증가한다는 것은 그만큼 다양한 제품을 자주 구매한다는 것"이라며 "이는 소소하게 구매를 하면서 스트레스를 푸는 요즘 소비 트렌드인 '탕진점'과 맞물려 있다"고 분석 (서울경제, 5/15)

사드 후폭풍에 ... 아모레, 면세점 구매제한 완화: 14일 면세업계에 따르면 설화수와 라네즈는 지난 달 20일부터 전 온라인 면세점에서 판매 수량 제한을 완화. 두 브랜드는 기존에 한 사람당 같은 제품을 3개 이상 살 수 없도록 해 왔지만, 이번 완화로 최대 5개까지 구매할 수 있게 함. LG생활건강은 3월 말부터 제품에 따라 3~5개로 제한한 구매 수량을 10개로 대폭 완화 (서울경제, 5/15)

가능성 화장품 제도, 제정 이후 17년 만에 대폭 수정, 염모제·제모제·여드름 등 기능성화장품 범주 포함: 2017년 화장품으로 전환되는 의약품은 염모제, 탈염·탈색제, 제모제 (기능성화장품) 탈모방지제 (기능성화장품 또는 일반화장품) 욕용제 중 여드름 완화를 목적으로 하는 제제 (기능성화장품) 그 밖의 욕용제 (일반화장품) 등. 규정 완화로 가능성 화장품 시장의 성장세 더욱 강화될 전망 (CMN, 5/18)

6. 주요종목 Valuation

업종별	기업명	종목코드	주가 (원)	시가총액 (십억원)	PER(X)		PBR(X)		ROE(%)	
					2017C	2018C	2017C	2018C	2017C	2018C
유통	롯데쇼핑	A023530	276,500	8,707	28.2	21.9	0.5	0.5	1.9	2.4
	현대백화점	A069960	110,000	2,574	8.4	8.3	0.6	0.6	8.0	7.5
	신세계	A004170	232,500	2,289	12.6	10.9	0.7	0.6	5.7	6.0
	CJ오쇼핑	A035760	193,600	1,203	10.9	10.1	1.5	1.3	15.1	14.4
	GS홈쇼핑	A028150	207,400	1,361	11.9	11.0	1.2	1.1	11.1	11.1
	현대홈쇼핑	A057050	131,500	1,578	12.6	11.9	1.0	0.9	8.3	7.8
	엔에스쇼핑	A138250	16,700	563	10.6	9.9	1.3	1.1	14.2	13.5
	이마트	A139480	227,000	6,328	14.6	12.9	0.8	0.7	5.5	5.9
	GS리테일	A007070	54,900	4,227	21.1	17.4	2.0	1.9	9.8	11.2
	BGF리테일	A027410	124,500	6,169	27.7	22.3	5.6	4.7	22.0	22.0
	롯데하이마트	A071840	62,400	1,473	11.0	10.0	0.7	0.7	6.9	7.0
	호텔신라	A008770	62,400	2,449	69.7	28.1	3.4	3.1	5.4	12.4
화장품	아모레퍼시픽	A090430	359,500	21,016	40.3	32.6	5.7	4.9	14.9	16.4
	아모레G	A002790	155,000	12,781	40.6	32.6	4.1	3.7	11.3	12.5
	LG생활건강	A051900	999,000	15,603	27.6	24.8	5.5	4.6	23.0	21.2
	코스맥스	A192820	134,000	1,347	37.4	23.6	5.7	4.7	16.3	23.0
	한국콜마	A161890	90,200	1,903	29.4	24.5	5.8	4.7	21.6	21.4
	코스메카코리아	A241710	74,300	397	23.9	17.4	3.3	2.8	14.0	16.7
	연우	A115960	36,000	446	19.4	16.5	2.2	2.0	12.1	12.8
	대봉엘에스	A078140	13,200	146	13.9	12.9	2.0	1.8	13.9	13.6
	SK바이오랜드	A052260	19,000	285	22.1	14.7	2.0	1.8	11.4	12.4
	클리오	A237880	41,300	700	27.3	21.0	4.8	4.1	18.7	21.3
	에이블씨엔씨	A078520	29,200	493	22.4	19.5	2.3	2.1	11.1	11.3
	토니모리	A214420	23,150	408	24.0	20.9	3.0	2.7	11.3	11.8
	생활소비재	코웨이	A021240	101,000	7,636	22.1	19.8	6.0	5.5	29.7
쿠쿠전자		A192400	156,500	1,534	18.1	16.1	2.0	1.8	14.3	14.8
뉴트리바이오텍		A222040	21,550	445	23.9	16.7	4.4	3.5	20.5	22.7
콜마비엔에이치		A200130	23,500	694	20.8	19.4	4.4	3.7	23.9	20.8

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	월마트	WMT US	79	238,796	18.1	17.2	3.1	3.0	17.2	17.9
	이베이	EBAY US	34	36,615	16.8	15.3	2.2	1.9	20.1	18.7
	세븐 & 아이홀딩스	3382 JP	4,774	37,971	21.9	19.1	1.7	1.6	8.0	8.7
	노드스트롬	JWN US	41	6,803	13.7	13.4	8.6	8.9	60.6	71.6
화장품	로레알	OR FP	187	117,785	26.8	25.2	4.0	3.7	15.2	15.2
	에스티로더	EL US	92	33,977	27.2	24.5	9.3	8.9	33.5	42.6
	시세이도	4911 JP	3,530	12,669	45.8	36.1	3.4	3.2	7.4	9.1
	상해자화	600315 CH	29	2,882	46.9	37.7	3.5	3.3	7.5	8.7
생활소비재	LVMH	MC FP	229	130,143	24.1	21.8	3.9	3.6	17.0	17.1
	나이키	NKE US	52	85,460	21.4	20.2	6.8	6.3	31.6	31.3
	패스트리테일링	9983 JP	37,390	35,586	34.1	31.6	5.8	5.2	17.9	16.9
	조지루시	7965 JP	1,373	894	12.4	11.6	1.5	1.4	12.0	11.6

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	5.5	23.2	15.9	20.5	16.2	24.8	5.4	16.1	5.9	4.6	(1.4)	11.9
	현대백화점	0.0	1.9	16.4	(4.8)	(19.4)	0.9	(0.1)	(5.2)	6.4	(20.7)	(37.0)	(12.0)
	신세계	3.1	14.0	27.8	21.7	5.7	32.1	3.0	7.0	17.8	5.8	(11.9)	19.2
	CJ오쇼핑	(1.8)	(2.4)	3.9	19.5	1.7	18.9	(1.9)	(9.4)	(6.1)	3.6	(15.9)	5.9
	GS홈쇼핑	(1.2)	(1.1)	0.8	16.2	9.2	20.6	(1.4)	(8.1)	(9.2)	0.3	(8.4)	7.7
	현대홈쇼핑	0.0	7.4	18.5	20.1	(4.7)	17.9	(0.1)	0.3	8.5	4.2	(22.3)	5.0
	엔에스쇼핑	4.4	(1.8)	4.4	5.0	(2.9)	8.8	4.3	(8.8)	(5.6)	(10.9)	(20.5)	(4.1)
	이마트	(0.2)	(3.4)	9.7	25.4	23.4	24.0	(0.3)	(10.4)	(0.3)	9.5	5.8	11.1
	GS리테일	(2.3)	1.5	5.4	18.7	(0.4)	15.3	(2.4)	(5.5)	(4.6)	2.8	(17.9)	2.4
	BGF리테일	2.5	15.8	23.9	49.9	18.8	52.2	2.4	8.8	13.9	34.0	1.2	39.3
	롯데하이마트	8.2	11.4	34.9	38.8	22.4	47.9	8.0	4.4	24.9	22.9	4.8	34.9
	호텔신라	9.9	22.8	31.7	18.2	(6.9)	29.6	9.8	15.8	21.7	2.3	(24.4)	16.7
화장품	아모레퍼시픽	4.2	21.5	24.6	3.9	(13.6)	11.8	4.1	14.4	14.6	(12.0)	(31.1)	(1.1)
	아모레G	3.7	16.5	24.0	12.7	(4.9)	16.5	3.6	9.5	14.0	(3.2)	(22.5)	3.6
	LG생활건강	4.3	20.8	17.5	23.8	(2.3)	16.6	4.2	13.8	7.5	7.9	(19.8)	3.6
	코스맥스	2.3	(6.3)	(3.9)	18.1	(9.6)	12.1	2.2	(13.3)	(13.9)	2.2	(27.1)	(0.8)
	한국콜마	5.1	13.2	19.6	28.1	1.1	37.1	5.0	6.2	9.6	12.2	(16.4)	24.2
	코스메카코리아	15.9	2.3	11.1	23.0	N/A	32.7	15.8	(4.7)	1.1	7.1	(17.6)	19.8
	연우	7.5	15.8	13.6	(10.7)	(19.4)	(6.6)	7.4	8.7	3.6	(26.6)	(36.9)	(19.5)
	대봉엘에스	1.5	7.8	6.5	6.0	(1.1)	11.4	1.4	0.7	(3.5)	(9.9)	(18.7)	(1.5)
	SK바이오랜드	(1.6)	3.3	12.8	4.7	(7.8)	5.9	(1.7)	(3.8)	2.8	(11.2)	(25.3)	(7.1)
	클리오	(4.0)	(1.3)	16.7	14.1	N/A	35.0	(4.1)	(8.3)	6.7	(1.8)	(17.6)	22.0
	에이블씨엔씨	0.0	11.5	34.6	47.2	(8.5)	41.1	(0.1)	4.4	24.6	31.3	(26.1)	28.1
	토니모리	6.2	7.9	4.8	(12.5)	(0.9)	1.8	6.1	0.9	(5.2)	(28.4)	(18.5)	(11.2)
생활소비재	코웨이	(4.7)	(2.4)	14.6	12.4	1.6	14.4	(4.8)	(9.4)	4.7	(3.6)	(15.9)	1.5
	쿠쿠전자	12.6	19.9	13.0	8.7	(9.8)	21.3	12.5	12.9	3.0	(7.2)	(27.4)	8.4
	뉴트리바이오텍	4.4	(12.2)	(27.2)	(28.6)	(41.8)	(29.9)	4.3	(19.2)	(37.2)	(44.5)	(59.3)	(42.9)
	콜마비엔에이치	9.3	14.4	32.0	22.1	(34.9)	26.7	9.2	7.3	22.0	6.2	(52.5)	13.8

자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

9. 해외 주요 업체 기간별 수익률

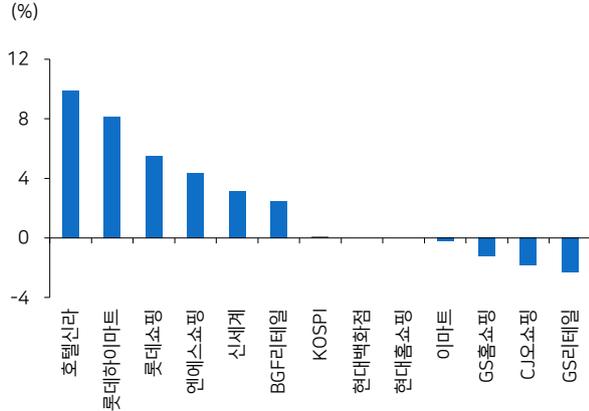
업종별	기업명	Price Change(%)						Relative to market(%)					
		1W	1M	3M	6M	12M	YTD	1W	1M	3M	6M	12M	YTD
유통	월마트	4.0	5.1	10.2	13.6	12.8	14.0	4.4	3.7	9.4	5.4	(3.3)	7.6
	이베이	(0.7)	5.1	(0.3)	16.7	43.0	13.9	(0.3)	3.7	(1.1)	8.5	27.0	7.6
	세븐 & 아이홀딩스	(1.0)	5.2	7.6	9.5	1.0	7.2	0.5	(0.0)	6.6	1.6	(16.1)	4.7
	노드스트롬	(1.0)	(14.4)	(11.1)	(29.4)	7.0	(14.9)	(0.7)	(15.8)	(11.9)	(37.5)	(9.1)	(21.3)
화장품	로레알	(1.6)	3.5	7.9	17.4	16.5	7.9	(0.1)	(1.8)	(0.9)	0.4	(5.8)	(1.6)
	에스티로더	(0.6)	8.4	9.1	18.7	2.1	20.8	(0.2)	7.0	8.3	10.6	(14.0)	14.4
	시세이도	8.7	19.5	22.5	18.8	26.8	19.3	10.2	14.2	21.4	10.9	9.7	16.8
	상해자화	2.4	(1.8)	4.4	6.4	8.2	8.4	2.2	0.8	9.6	11.3	(1.2)	8.8
생활소비재	LVMH	(1.0)	10.7	20.6	36.1	58.9	26.3	0.5	5.5	11.8	19.1	36.6	16.8
	나이키	(4.5)	(7.3)	(9.7)	1.0	(8.3)	1.8	(4.1)	(8.7)	(10.5)	(7.2)	(24.4)	(4.5)
	패스트리테일링	(2.7)	6.5	5.0	(6.5)	29.9	(10.6)	(1.2)	1.3	3.9	(14.3)	12.9	(13.1)
	조지루시	(0.6)	(4.9)	(5.3)	(0.9)	(21.3)	(12.5)	0.9	(10.1)	(6.4)	(8.7)	(38.4)	(15.0)

자료: Bloomberg, 메리츠증권증권 리서치센터

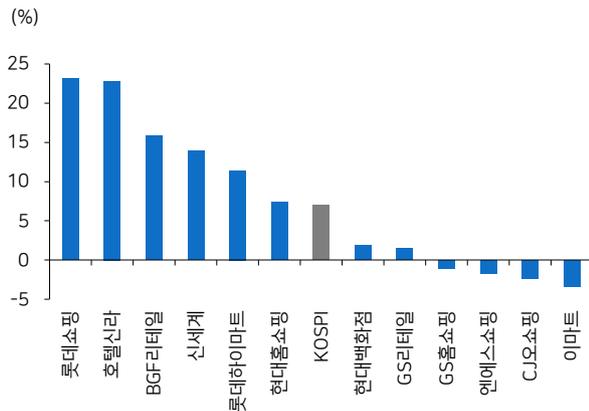
10. 주간/월간 수익률

유통

주간 수익률



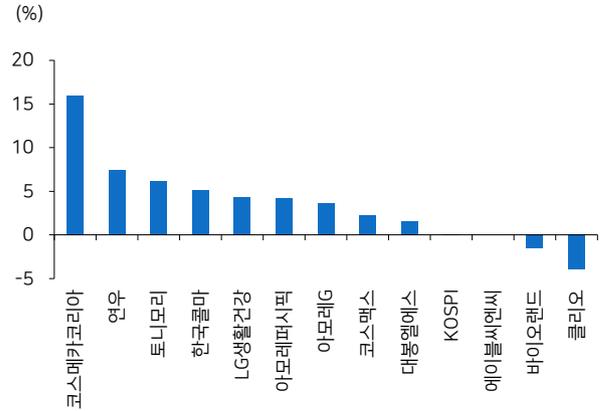
월간 수익률



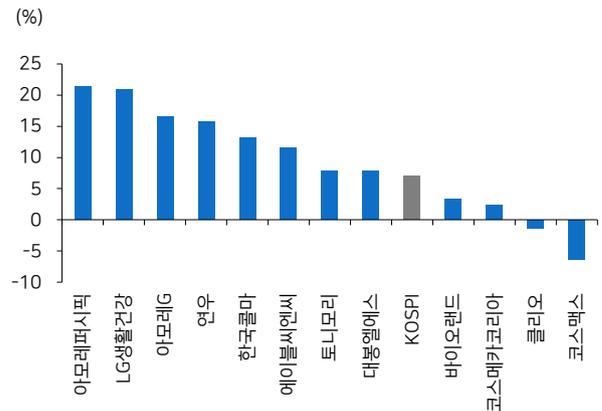
자료: Quantwise, 메리츠증권리서치센터

화장품 (생활소비재)

주간 수익률



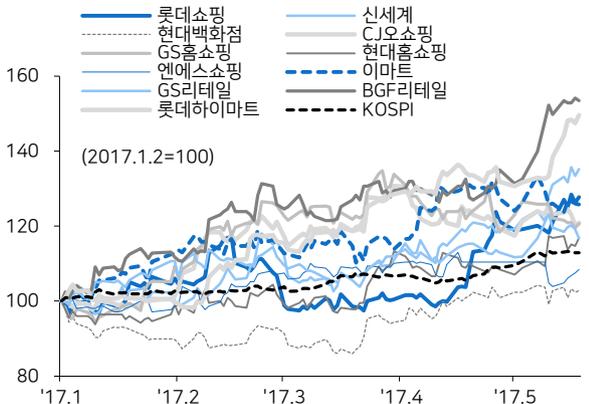
월간 수익률



자료: Quantwise, 메리츠증권리서치센터

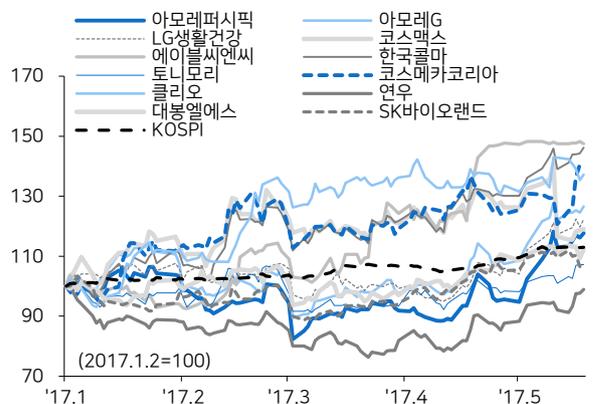
11. 주가 추이

유통



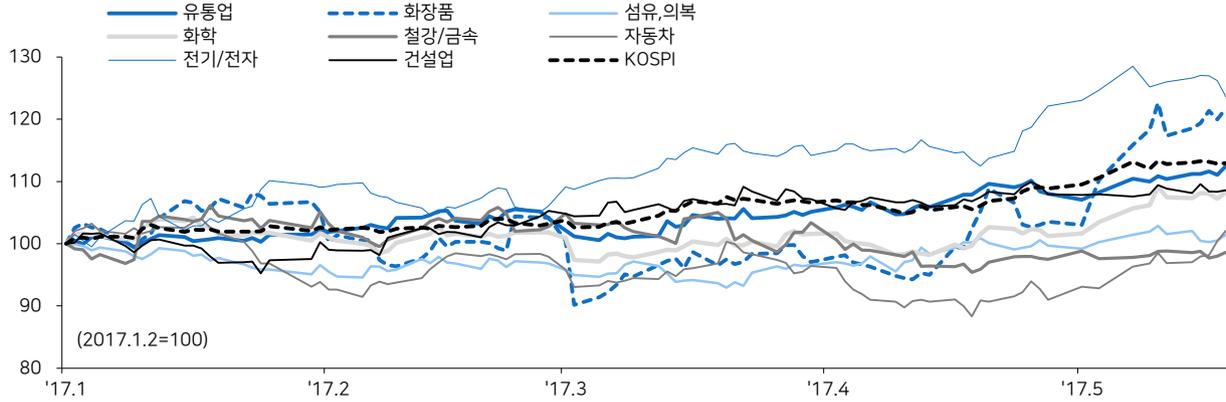
자료: Quantwise, 메리츠증권리서치센터

화장품 (생활소비재)



자료: Quantwise, 메리츠증권리서치센터

12. 업종별 지수 추이



자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

13. 소비 주요지표

Monthly	'16.3	'16.4	'16.5	'16.6	'16.7	'16.8	'16.9	'16.10	'16.11	'16.12	'17.1	'17.2	'17.3	'17.4
소비지출전망 CSI	105	106	105	105	106	106	107	107	106	103	104	104	104	106
가계수입전망 CSI	99	99	98	98	100	100	100	101	98	98	98	97	98	99
소비심리지수	100.0	101.5	99.2	98.8	100.9	101.8	101.7	101.9	95.8	94.2	93.3	94.4	96.7	101.2
소비자물가지수(% YoY)	0.8	1.0	0.8	0.7	0.4	0.5	1.3	1.5	1.5	1.3	2.0	1.9	2.2	1.9
가계대출 증감률(% YoY)	13.8	13.0	12.7	12.3	12.0	12.0	11.8	11.4	11.5	10.8	10.4	10.4	10.0	9.8
주택담보대출 증감률(% YoY)	16.4	15.3	14.7	14.0	13.6	13.4	13.1	12.6	12.4	11.7	11.2	11.1	10.6	10.3
WTI (\$/B)	38.3	45.9	49.1	48.3	41.6	44.7	48.2	46.9	49.4	53.7	52.8	54.0	50.6	49.3
KOSPI (pt)	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	2,091.6	2,160.2	2,205.4
원/달러	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	1,130.3	1,118.5	1,137.7
원/위안	177.2	175.9	181.0	173.3	168.8	166.9	165.0	168.8	169.7	173.6	168.7	164.3	162.4	165.0
기준금리 (%)	1.50	1.50	1.50	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25	1.25
소매판매액 증감률 (% YoY)	4.9	3.7	4.4	8.6	4.2	5.3	2.1	4.2	4.2	3.6	7.7	3.0	4.9	
내구재	12.7	8.8	12.7	15.0	1.7	6.6	-1.6	1.9	1.7	-1.1	2.3	9.4	2.3	
승용차	20.9	10.0	19.8	20.2	-10.5	-5.3	-9.4	-1.8	2.3	-6.3	3.5	11.4	-0.6	
가전제품	11.5	12.1	10.0	20.7	20.1	24.1	13.8	5.2	-1.6	2.5	0.8	5.1	9.4	
통신기기 및 컴퓨터	1.7	2.3	2.0	-0.4	2.3	9.0	-3.4	2.6	0.9	1.5	0.1	2.7	-0.8	
가구	-1.7	0.9	1.2	1.2	0.9	8.0	11.0	12.5	10.0	11.1	5.5	16.2	8.2	
준내구재	3.8	4.6	2.7	14.7	8.9	3.3	3.6	3.6	1.9	1.2	0.0	0.1	-0.3	
의복	3.6	4.4	2.5	16.4	7.5	-0.8	1.6	3.4	1.2	1.2	-1.0	-0.2	-0.3	
신발 및 가방	4.5	7.5	2.5	23.3	16.9	10.2	9.0	6.4	-2.0	-0.3	1.2	1.9	-1.8	
오락, 취미, 경비용품	6.2	5.1	0.1	2.9	2.3	-0.1	0.7	-1.0	2.4	-2.2	-1.3	-4.1	-1.2	
비내구재	1.4	0.8	1.2	2.8	3.5	5.4	3.2	5.8	6.8	7.6	13.7	1.2	8.8	
음식료품	4.3	5.0	3.4	3.4	4.9	7.8	3.9	8.6	7.6	9.0	18.4	-11.2	7.0	
의약품	4.0	2.3	5.8	6.4	4.3	5.9	7.4	4.6	6.5	4.8	1.9	3.6	2.5	
화장품	13.0	11.9	12.6	22.1	29.6	26.4	17.2	14.2	15.1	17.2	14.9	18.9	6.4	
서적, 문구	3.0	3.5	11.3	6.5	6.5	7.2	5.9	6.4	6.4	4.1	-2.1	3.0	2.5	
차량연료	-10.0	-11.5	-10.7	-5.1	-7.5	-4.1	-6.3	-1.1	3.0	4.2	13.4	18.6	16.8	

주: WTI, KOSPI, 환율은 월말 증가기준

자료: 통계청, 한국은행, Bloomberg, 메리츠증권증권 리서치센터

Quarterly	1Q15	2Q15	3Q15	4Q15	1Q16	2Q16	3Q16	4Q16	1Q17
민간소비 증감률(% YoY)	0.8	(0.1)	1.1	1.4	(0.1)	0.8	0.6	0.2	0.4
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	

자료: 한국은행, 통계청, 메리츠증권증권 리서치센터

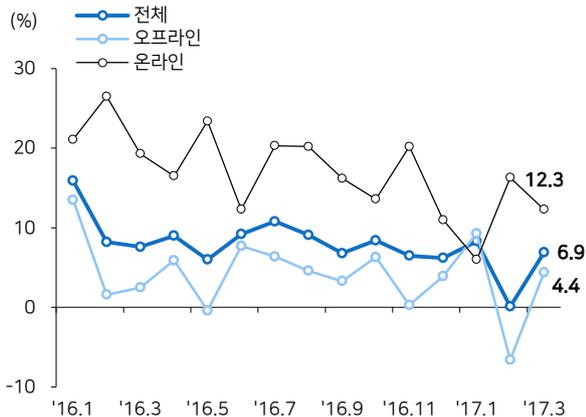
14. 중국 소매판매

(% YoY)	2015년				2016년												2017	
	9월	10월	11월	12월	1~2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1~2월	3월	
전체소매판매	10.9	11.0	11.2	11.1	10.2	10.5	10.1	10.0	10.6	10.2	10.6	10.7	10.0	10.8	10.9	9.5	10.9	
일정규모이상	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	10.0	
음식료	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	12.5	
섬유의복	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	6.4	
화장품	8.7	10.6	9.1	5.9	11.4	9.2	7.6	5.9	7.9	9.0	5.8	7.7	4.0	8.1	11.0	10.6	8.7	
귀금속	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	7.2	
일용품	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	7.1	
스포츠, 레저	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	12.8	
서적	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	11.1	
가전제품	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	12.4	
중의약	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	12.1	
사무용품	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	17.2	
가구	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	13.8	
통신	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	11.6	
석유제품	-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	11.3	
건축재	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	17.8	
자동차	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	8.6	
기타	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	6.0	

자료: 중국국가통계국, 메리츠증권증권 리서치센터

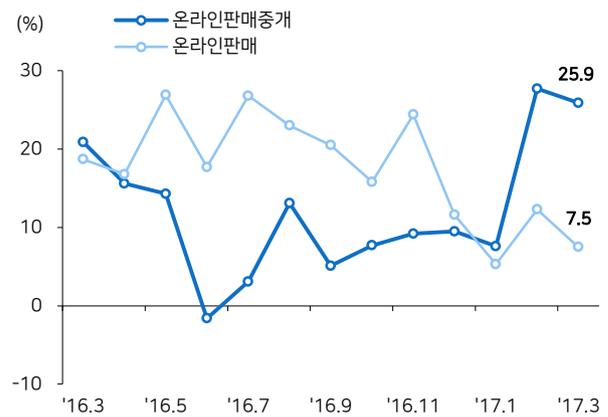
15. 유통업체 매출동향

전체 매출동향



자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

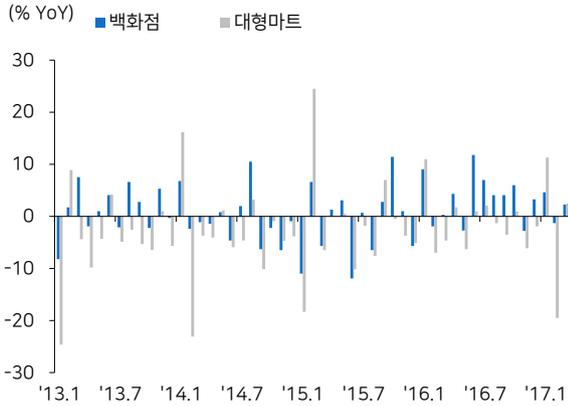
온라인 매출동향



주: 온라인판매증가 - 이베이코리아(G마켓, 옥션), 11번가, 인터파크, 쿠팡
 온라인판매 - 이마트, 신세계, AK몰, 홈플러스, 갤러리아몰, 롯데닷컴, 롯데마트몰, 위메프, 티몬

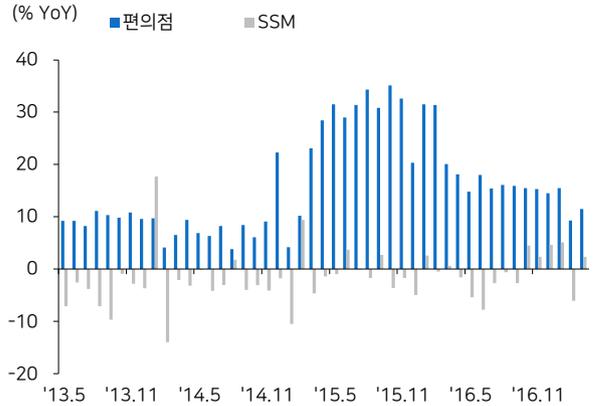
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

백화점 및 대형마트 월별 동일 점포 매출 성장률 추이



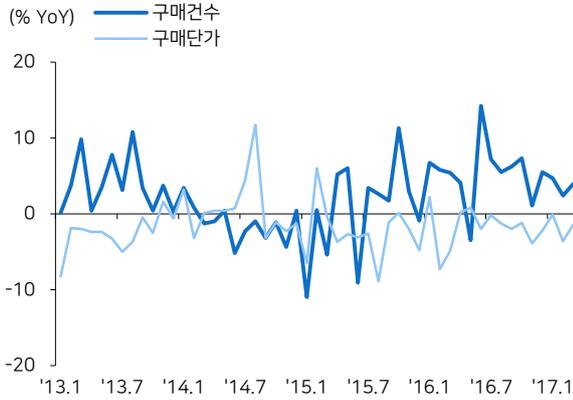
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

편의점 및 SSM 월별 동일 점포 매출 성장률 추이



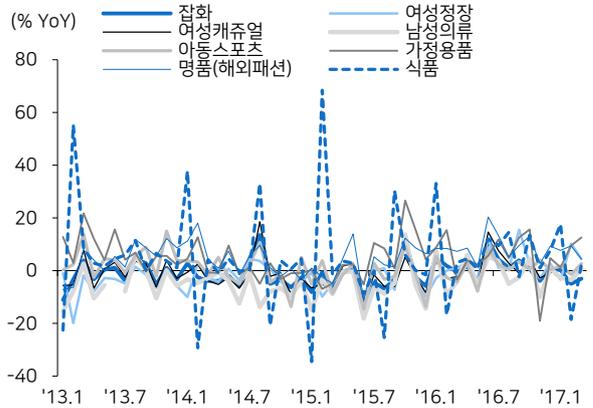
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

백화점 월별 구매건수 및 구매단가 증감률



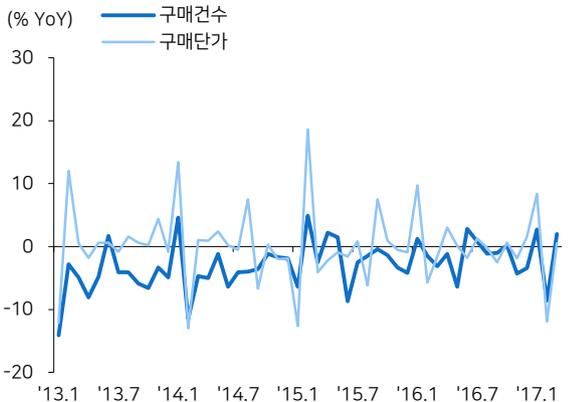
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

백화점 품목별 매출 성장률



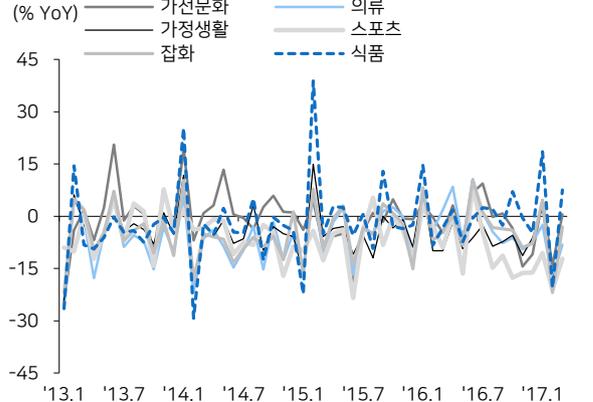
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

대형마트 월별 구매건수 및 구매단가 증감률



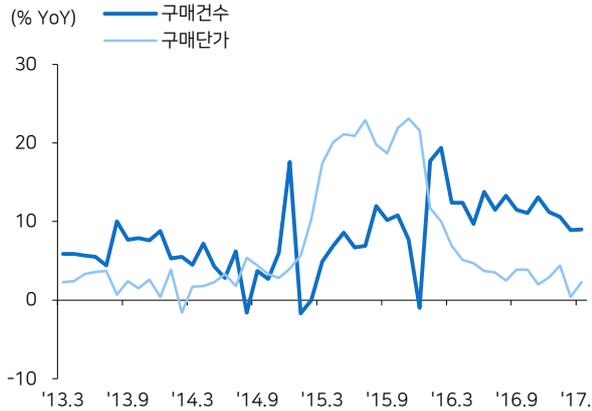
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

대형마트 품목별 매출 성장률



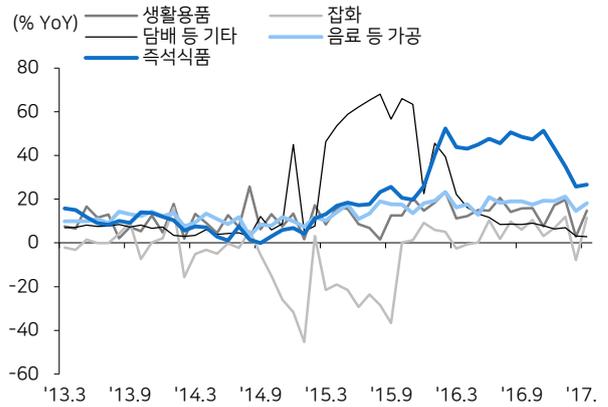
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

편의점 월별 구매건수 및 구매단가 증감률



자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

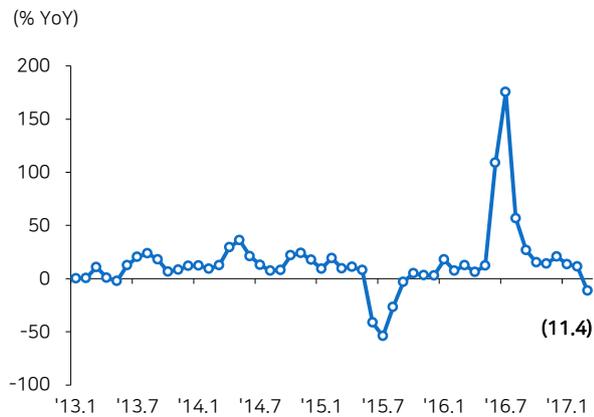
편의점 품목별 매출 성장률



자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

16. 중국 인비운드 동향 점검

한국에 입국하는 전체 외국인 입국자 수 증감률: 3월 -11.4%



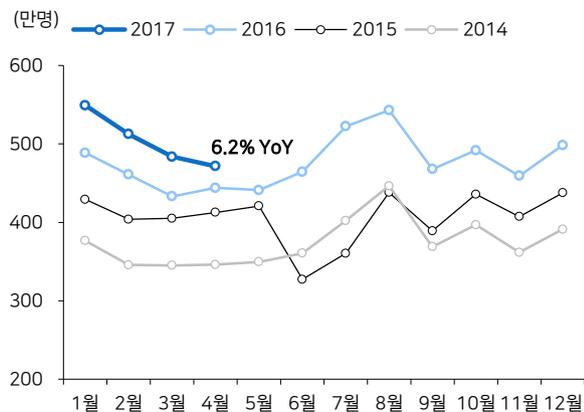
자료: 한국관광공사, 메리츠증권증권 리서치센터

한국에 입국하는 중국인 입국자 수 증감률 추이: 3월 -40.0%



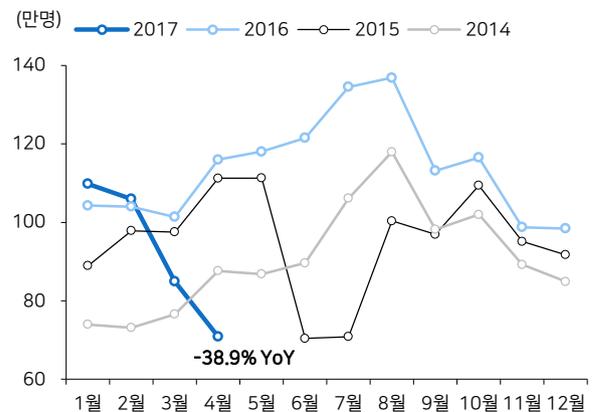
자료: 한국관광공사, 메리츠증권증권 리서치센터

인천공항 국제선 합산 여객 수송 월별 추이: 4월 +6.2% YoY



자료: 인천공항공사, 메리츠증권증권 리서치센터

인천공항 국제선 중국 여객 수송 월별 추이: 4월 -38.9% YoY



자료: 인천공항공사, 메리츠증권증권 리서치센터

17. 면세점 동향

(천명, 천달러, %)	내국인				외국인				합계			
	인원수	증감률	매출금액	증감률	인원수	증감률	매출금액	증감률	인원수	증감률	매출금액	증감률
2015년 09월	1,918		198,197		1,298		428,676		3,217		626,873	
2015년 10월	2,217		237,277		1,527		536,616		3,744		773,893	
2015년 11월	2,197		235,316		1,403		511,651		3,601		746,967	
2015년 12월	2,238		239,745		1,437		525,394		3,675		765,139	
2016년 01월	2,423		236,752		1,525		517,385		3,948		754,137	
2016년 02월	2,217		211,662		1,491		490,268		3,708		701,930	
2016년 03월	2,089		212,725		1,610		609,963		3,699		822,688	
2016년 04월	2,220		241,886		1,831		633,957		4,051		875,843	
2016년 05월	2,237		245,607		1,844		625,903		4,081		871,510	
2016년 06월	2,315		245,118		1,842		624,564		4,156		869,682	
2016년 07월	2,413		267,849		1,917		637,508		4,330		905,357	
2016년 08월	2,558		285,522		1,900		682,417		4,459		967,939	
2016년 09월	2,449	27.7	277,106	39.8	1,711	31.8	666,473	55.5	4,160	29.3	943,579	50.5
2016년 10월	2,420	9.2	267,841	12.9	1,846	20.9	728,971	35.8	4,266	14.0	996,812	28.8
2016년 11월	2,312	5.2	251,214	6.8	1,519	8.3	666,382	30.2	3,832	6.4	917,596	22.8
2016년 12월	2,272	1.5	247,595	3.3	1,595	11.0	733,931	39.7	3,867	5.2	981,526	28.3
2017년 01월	2,509	3.6	260,718	10.1	1,682	10.3	708,392	36.9	4,191	6.2	969,110	28.5
2017년 02월	2,485	12.1	257,709	21.8	1,633	9.5	882,538	80.0	4,118	11.1	1,140,247	62.4
2017년 03월	2,534	21.3	267,001	25.5	1,235	-23.3	664,945	9.0	3,768	1.9	931,945	13.3
2017년 04월	2,705	21.9	299,059	23.6	998	-45.5	590,151	-6.9	3,704	-8.6	889,210	1.5
2009	12,853		1,441,700		8,410		1,592,700		21,263		3,034,400	
2010	15,255	18.7	2,167,500	50.3	8,178	-2.8	1,749,700	9.9	23,433	10.2	3,917,200	29.1
2011	16,427	7.7	2,416,800	11.5	9,872	20.7	2,445,900	39.8	26,299	12.2	4,862,700	24.1
2012	16,834	2.5	2,367,800	-2.0	12,002	21.6	3,240,100	32.5	28,836	9.6	5,607,900	15.3
2013	17,146	1.9	2,342,900	-1.1	12,437	3.6	3,897,600	20.3	29,583	2.6	6,240,500	11.3
2014	18,557	8.2	2,451,800	4.6	15,766	26.8	5,451,400	39.9	34,323	16.0	7,903,200	26.6
2015	24,587	32.5	2,725,700	11.2	16,081	2.0	5,416,900	-0.6	40,668	18.5	8,142,600	3.0
2016	27,925	13.6	2,990,877	9.7	20,632	28.3	7,617,723	40.6	48,556	19.4	10,608,600	30.3

자료: 한국면세점협회, 메리츠증권증권 리서치센터

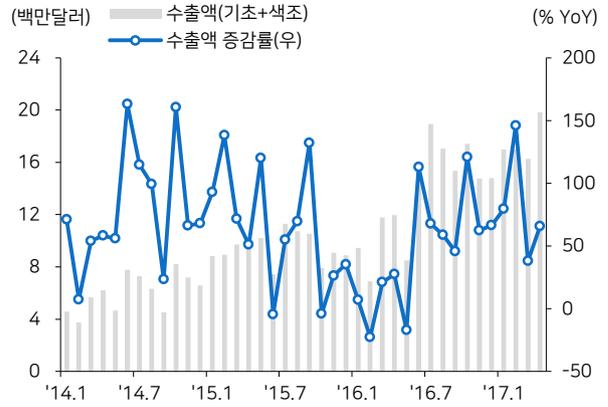
18. 화장품 수출 및 현황

화장품 전체 수출액 및 증가율 -4월 -0.8%



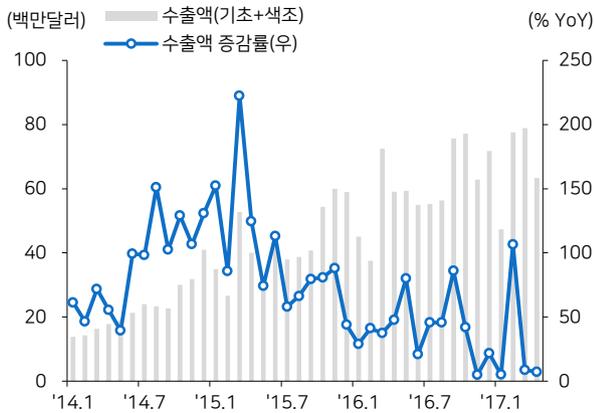
자료: KITA, 메리츠증권증권 리서치센터

화장품 미국향 수출액 및 증가율 -4월 65.8%



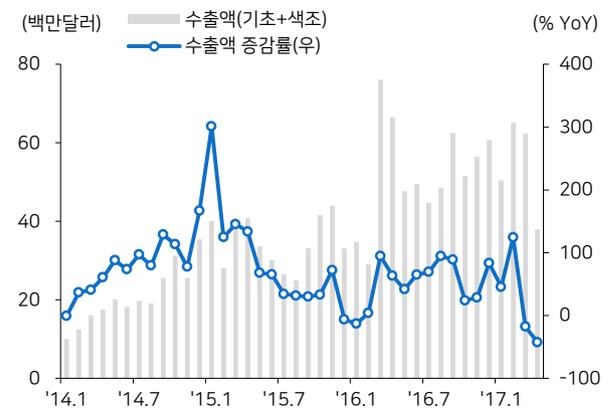
자료: KITA, 메리츠증권증권 리서치센터

화장품 중국향 수출액 및 증가율 -4월 7.2%



자료: KITA, 메리츠증권증권 리서치센터

화장품 홍콩향 수출액 및 증가율 -4월 -42.9%



자료: KITA, 메리츠증권증권 리서치센터

Compliance Notice

동 자료는 작성일 현재 사전고지와 관련한 사항이 없습니다. 당사는 동 자료에 언급된 종목과 계열회사의 관계가 없으며 2017년 5월 22일 현재 동 자료에 언급된 종목의 유가증권(DR, CB, IPO, 시장조성 등) 발행 관련하여 지난 6개월 간 주간사로 참여하지 않았습니다. 당사는 2017년 5월 22일 현재 동 자료에 언급된 종목의 지분을 1%이상 보유하고 있지 않습니다. 당사의 조사분석 담당자는 2017년 5월 22일 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)	

투자의견 비율

투자의견	비율
매수	92.5%
중립	7.5%
매도	0.0%

2017년 3월 31일 기준으로 최근 1년간 금융투자상품에 대하여 공표한 최근일 투자등급의 비율