



MERITZ

유통/화장품 Weekly

일본 신오쿠보 (新大久保), 한류 (韓流)의 부활

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

일본 내 K-Bauty 열풍, 다시 부활할 수 있을까?

신오쿠보, 한국 아이돌의 음악과 화장품 및 음식을 경험하기 위한 일본 젊은이들로 붐벼

일본 신오쿠보는 2003년 드라마 겨울연가 등으로 대표되는 한류 열풍으로 크게 성장했다. 그러나 2012년 독도 이슈 및 일본의 우경화 등으로 일본 내 반한 감정이 확대되면서 일본 극우단체의 험한 시위가 본격화되었다. 이후 한류에 의존했던 일본 신오쿠보 상권은 급속도로 위축되면서 한인상가를 크게 감소시켰다.

그러다가 일본 내 정치적 분위기가 변화하면서 2016년부터 일본 신오쿠보 거리도 살아나기 시작했다. 한국 아이돌의 음악과 화장품 및 음식을 경험하기 위한 젊은이들로 주말 저녁 일본 신오쿠보는 크게 붐빈다. 일본 TV에서 '퇴출'됐던 한국 드라마들이 다시 등장했다. 2017년 상반기 '도깨비' 같은 한류 드라마가 20대 여성을 중심으로 선풍적 인기를 끌었다.

그림1 2013년 신오쿠보 험한시위



자료: 언론자료, 메리츠증권증권 리서치센터

그림2 2017년 일본 젊은이들로 붐비는 신오쿠보 거리



자료: 메리츠증권증권 리서치센터

그림3 신오쿠보 내 화장품 샵 스킨가든 전경



자료: 메리츠증권증권 리서치센터

그림4 신오쿠보 화장품 샵 내 클리오 페리페라



자료: 메리츠증권증권 리서치센터

일본 시부야와 하라주쿠 등 젊은이들이 붐비는 중심가에서도 한류를 접할 수 있었음

코리아타운인 신오쿠보 뿐만 아니라 일본 시부야와 하라주쿠 등 젊은이들이 몰리는 중심가에서도 한류를 다시 접할 수 있다. 도쿄 젊은이들의 패션 중심지인 도쿄 하라주쿠(原宿) 다케시타(竹下) 거리 중심에는 아모레퍼시픽그룹의 '에뛰드하우스'와 패션 및 화장품 브랜드 '스타일난다' 매장이 각각 2016년 12월과 2017년 5월에 나란히 입점했다. 일본의 젊은 여성들은 독특한 제형(눈썹틴트, 쿠션 등)과 패키지의 한국 화장품에 선호도가 높다. 한편 일본 프리마켓(flea market) 기업 '플리루'에 따르면 1,700명의 여성을 대상으로 '본인의 패션에 참고하는 나라'를 조사한 결과 20대의 26%, 10대의 48%가 한국이라고 답했다.

그림5 하라주쿠 스타일난다 (3CE) 매장



자료: 메리츠증권리서치센터

그림6 하라주쿠 에뛰드하우스 매장



자료: 메리츠증권리서치센터

그림7 시부야 타워레코드 내 트와이스



자료: 메리츠증권리서치센터

그림8 도쿄플라자 블랙핑크



자료: 메리츠증권리서치센터

일본 신한류 부활의 주역은
소셜미디어에 능숙한 10~20대

이번 일본 신한류 부활의 주역은 소셜미디어에 능숙한 10~20대들이다. 이번 붐은 가요기획사보다 현지 팬들이 먼저 이끌었다. 2012년 이후 일본 지상파 TV는 한국 연예인 출연을 보이콧했다. 구원자는 유튜브와 소셜미디어였다. 닛케이는 일본 내 최근 한류 열풍은 10대 여중고생이 주도하고 있다고 분석하기도 했다.

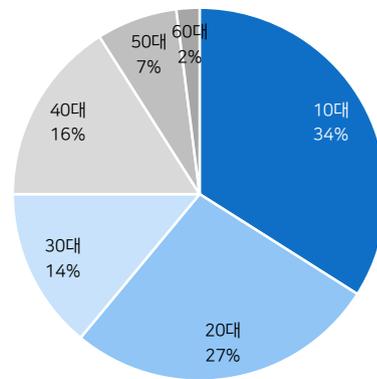
이전의 한류 붐은 그 대상이 20대 이상이고 이를 접하는 매체도 TV 등 기존 매체였다. 일본의 최근 젊은 층은 스마트폰 동영상이나 소셜미디어 같은 새로운 접근 방식에 친숙하며 여기선 제품·콘텐츠에 대한 국적 의식 없이 좋아하는 걸 공유한다. 정치와는 별개의 문화가 서로를 존중하게 만드는 매개체가 되고 있다.

표1 2011년 주요 한류 스타의 팬층 구성비, 30~40대 중심

구분	팬수	1위 (%)		2위 (%)		3위 (%)	
KARA	556	40	남 27.7	40	여 19.2	30	여 16.9
동방신기	516	40	여 28.3	30	여 25.0	20	여 22.5
소녀시대	505	40	남 27.3	30	여 18.6	40	여 17.4
장근석	411	40	여 36.3	30	여 29.7	20	여 19.7

자료: 오리콘, KOTRA, 메리츠증권증권 리서치센터

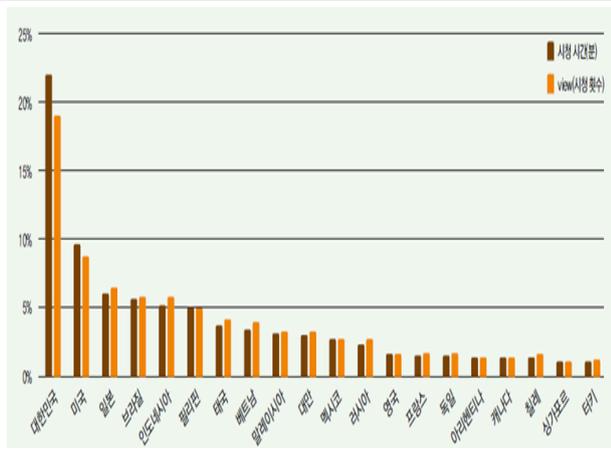
그림9 2017년 트와이스 연령별 팬 분포도, 10~20대 중심



주: 일본 라인 이용자 56만명 대상

자료: 일본 라인 선호도 총조사, 메리츠증권증권 리서치센터

그림10 2017년 방탄소년단 유튜브 시청자 국가



자료: 동아비즈니스리뷰, 메리츠증권증권 리서치센터

그림11 방탄소년단 미국 빌보드어워드 소셜 부문 수상



자료: 언론자료, 메리츠증권증권 리서치센터

일본 내 '큐레이션 미디어'의 성장,
한류 유저를 위한 특화된
미디어로서 활용 가능

최근 일본에서는 큐레이션 미디어라는 신종 콘텐츠가 성장하고 있다. 큐레이션 미디어는 인터넷에 퍼져있는 다량의 정보를 각 특색에 맞춰 모아둔 사이트이다. 일본에서는 대표적으로 야후, 네이버에서 운영하는 뉴스 큐레이션 미디어가 있으며 일본인의 라이프스타일, 엔터테인먼트, 연애 등에 대한 기사를 정리하여 공개하는 안테나도 있다. 일반적인 큐레이션 미디어는 사이트 내에서 상품 구매는 이루지지 않지만 배너, 상품홍보 기사, 유명 큐레이터의 상품소개 기사에 회사 홈페이지나 통관 사이트를 연결시켜 손님 구매를 유도할 수 있다.

한편 일본 사람들을 위한 한국 정보 특화 미디어로 '모오다 (モウダ)'가 있다. 모오다는 연예, 여행, 유학, 패션, 미용, 맛집, 트렌드, 아이돌, 문화 등 한류 유저를 위한 생생한 정보를 제공하는 큐레이션 미디어 사이트이다. 모오다 유저의 90% 이상이 10대 후반에서 20대 여성이며, 90% 이상이 스마트폰으로 모오다를 구독하고 80% 이상이 하루에 10회 이상 인터넷을 이용한다. 화장품이나 패션 기업들은 일본의 한류를 좋아하고 트렌드에 민감한 10~20대 여성을 공략하기 위한 다양한 프로모션이 가능하다.

표2 일본의 주요 큐레이션 미디어

서비스명과 링크	설명	월평균 방문자 (만명)
그노시 (웹, 앱) gunosy.com	- 3분 안에 읽는 데일리 뉴스 - 서비스 포탈화 진행중	378
스마트뉴스 (앱) smartnews.com/ja	- 화제의 뉴스를 독자 알고리즘으로 선정해 배포	400
안테나 (웹, 앱) antenna.jp	- TV, 잡지, 신문 등 전문 매체와 계약해 얻은 정보를 개인 맞춤형으로 제공	50
뉴스픽스 (웹, 앱) newspicks.com	- 업계 전문가나 팔로잉하는 사용자가 읽은 기사로 구성된 커스텀 신문 서비스	279
라인뉴스 (앱) news.line.me/about/	- 라인이 제공하는 큐레이션 뉴스 서비스	115
스포트라이트 (웹, 앱) spotlight-media.jp	- 최신 트렌드 및 다양한 장르의 정보를 제공	533
바이에스 (웹, 앱) by-s.me	- 성인 여성의 주요 관심사 기반 정보 제공	136

자료: 언론자료, 메리츠증권리서치센터

그림12 일본 내 최대 한국정보 큐레이션 미디어 '모오다(모우ダ)'



자료: 모오다 (모우ダ), 메리츠증권 리서치센터

그림13 '모오다(모우ダ) 메이크업 소개: 아이들, 배우 등의 메이크업 방법 및 사용상품 소개



자료: 모오다 (모우ダ), 메리츠증권 리서치센터

그림14 '모오다(모우ダ)' 한국 인기상품 랭킹 소개



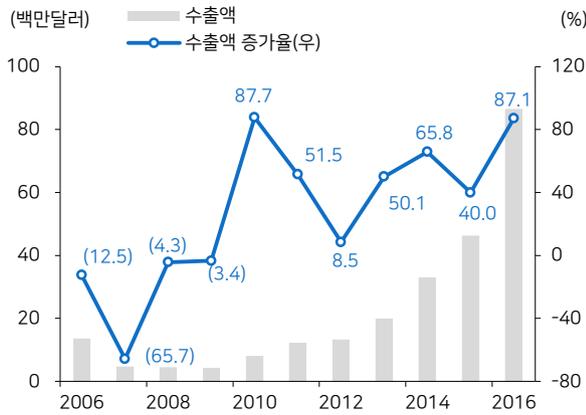
자료: 모오다 (모우ダ), 메리츠증권 리서치센터

일본 내 K-Beauty 열풍, 다시 부활할 수 있을까? 저가 색조 화장품의 기회요인 잠재

과거 2009~2010년 BB크림을 비롯한 국내 브랜드샵 제품들이 일본에서 크게 성장하였는데 일본인들은 합리적인 가격 대비 높은 퀄리티에 만족했던 것으로 전해진다. 당시 엔고 현상도 한국을 방문하는 일본인 관광객 증가와 함께 한국 화장품의 가격 경쟁력을 더욱 부각시켜 주었다.

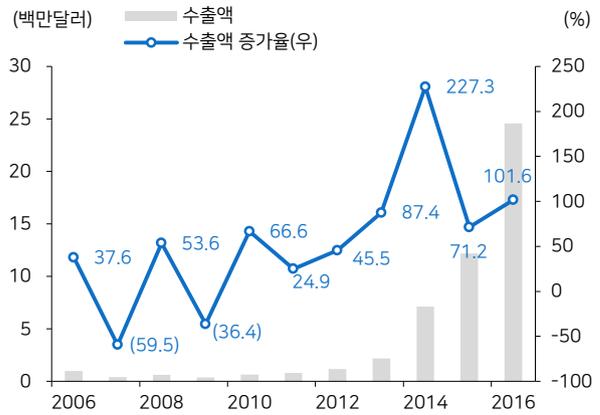
최근 일본향 기초 및 색조 화장품의 수출액은 꾸준히 증가하고 있다. 다만 방사능 이슈로 급감했던 국내로 유입되는 일본산 기초 및 색조 화장품 또한 지난해부터 증가하기 시작했다. 한편 과거 대비 색조 화장품에서 일본으로의 수출액이 수입액을 넘어선 점이 의미있게 다가온다. 독특한 제형과 컨셉의 중저가 색조 화장품에서 일본 10~20대를 겨냥한 기회요인이 크다고 판단한다.

그림15 기초화장품 일본향 수출액 및 증가율



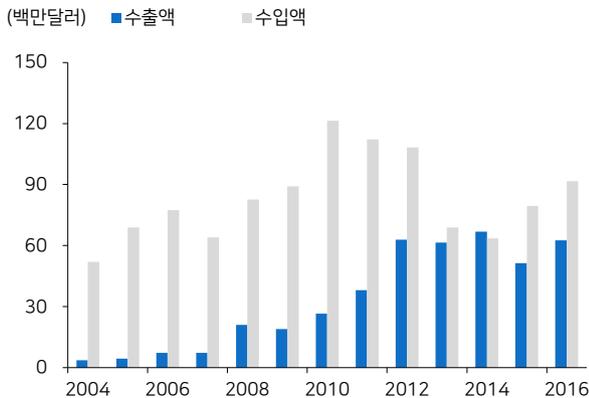
자료: 한국무역협회, 메리츠증권증권 리서치센터

그림16 색조화장품 일본향 수출액 및 증가율



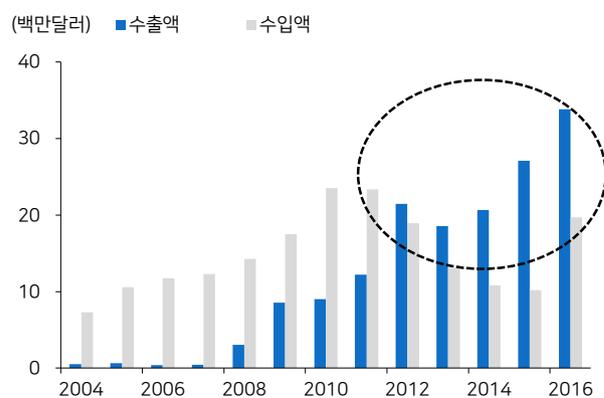
자료: 한국무역협회, 메리츠증권증권 리서치센터

그림17 일본향 기초화장품 수출액 및 수입액 비교



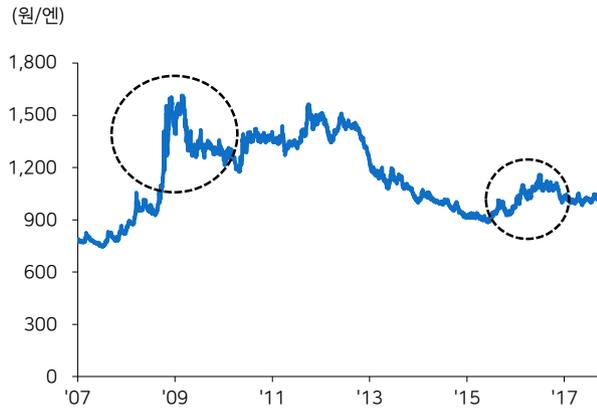
자료: 한국무역협회, 메리츠증권증권 리서치센터

그림18 일본향 색조화장품 수출액 및 수입액 비교



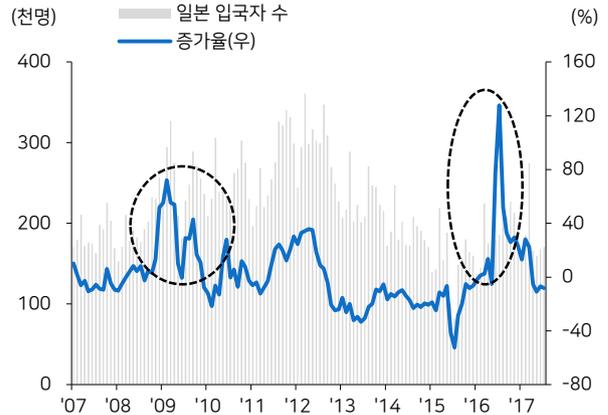
자료: 한국무역협회, 메리츠증권증권 리서치센터

그림19 원/엔 환율 추이



자료: Bloomberg, 메리츠증권증권 리서치센터

그림20 일본인 입국자수 추이



자료: 한국관광공사, 메리츠증권증권 리서치센터

그림21 일본 드럭스토어 내 에이블씨엔씨 미샤 쿠션, 저렴한 가격 (1,000엔) 강점



자료: 메리츠증권증권 리서치센터

2. 전주 동향

📌 유통

9월 첫째주 유통업종 주가는 전체 시장 대비 크게 하회하는 수익률을 기록하였음. 추석 시점 차이 등으로 전반적인 유통업체들의 3분기 실적이 2분기 대비 둔화될 것으로 예상되는 가운데 복핵 리스크 등이 부각되면서 주가 변동성이 크게 나타났음. 특히 사드의 추가 배치가 확정되면서 중국 관련 사업 비중이 높은 호텔신라와 롯데쇼핑의 주가가 크게 하락하였음. 상대적으로 방어적 성격이 강한 현대홈쇼핑 등 홈쇼핑 업체들의 주가는 소폭 하락하는데 그쳤음. 한편 7월 소매판매액증감율은 +4.4%를 기록하였으며 가전제품, 음식료품, 화장품이 각각 +13.6%, +5.6%, +4.3% 증가한 반면, 의복과 신발 및 가방은 -1.3%, -1.8%의 역신장이 지속됨

📌 화장품 (생활소비재)

9월 첫째주 화장품업종 주가는 시장 대비 크게 하회하는 수익률을 기록하였음. 복핵 리스크 부각과 함께 사드 추가 배치가 확정되면서 업종 주가에 부정적으로 작용하였음. 특히 에이블씨엔씨가 1,500억원 규모의 대규모 유상증자를 발표하면서 상당한 주주가치 희석으로 주가 급락하였음. 아모레퍼시픽은 면세점 구매제한 정책을 강화하기로 발표하였으며 이는 홍콩 및 중국 이외 지역까지 확산되고 있는 차익거래 수요를 막기 위한 조치로 해석됨. LG생활건강은 비소매, 업소용 부문의 삼다수 우선협상대상자로 선정되었으며 향후 경쟁사 롯데칠성 대비 상대적으로 점유율이 낮은 B2B 채널 (On-premise) 강화에 긍정적으로 작용할 전망

3. 금주 전망

📌 유통: 추석 시점 차이로 일시적인 소비 둔화 예상

신정부의 정책 방향성이 구체적으로 확정되기 시작하면서 대형유통업체들에 대한 정책 리스크가 함께 부각되고 있는 상황. **경제 민주화 관련 정부의 강력한 정책 시행 의지와 함께 지난해와의 추석시점 차이와 살충제 달걀 등 '케미컬 포비아'가 전방위로 확산되면서 내수 소비 회복 기대감이 일시적으로 둔화될 것으로 판단됨.** 한편 온라인 쇼핑 확대와 공유경제 시스템과 같은 새로운 소비 패러다임의 등장은 이용자들에게 실질적인 효용을 창출하고 있음에도 불구하고 거시적인 소매판매액을 둔화시키는 요인이 되고 있음. Top-pick으로 온라인 비중 확대와 상품 경쟁력 강화 대비 저평가되어 있는 롯데하이마트를 유지함

📌 화장품 (생활소비재): 추가적인 사드 보복 여부 관건

사드 관련 중국과의 정치적 갈등이 장기화되고 있는 가운데 추가적인 중국 정부의 보복에 대한 불확실성으로 주가 상승 제한적일 전망. 한편 중국 현지에서는 기업별로 회복 속도의 차이가 있기는 하지만 전반적으로 성장률을 회복하고 있는 것으로 파악됨. 다만 역시 사드 배치에 따른 중국 정부의 추가적인 보복조치 등 상황을 지켜볼 필요가 있겠음. 한편 중국 현지 화장품 시장은 7월 12.7% 증가하여 2016년 하반기 이후 회복세가 뚜렷하게 나타나고 있음. Top-pick으로 프레스티지 화장품의 경쟁력이 강화되고 안정적인 포트폴리오를 갖춘 LG생활건강을 유지하고 중국 현지법인의 고성장이 지속되고 있는 코스맥스를 차선호주로 제시함

4. 관심종목 & 종목 코멘트

📌 유통

관심종목

롯데하이마트 (071840):

생활가전 등 고마진 상품 비중 확대와 지난해 낮은 기저 바탕으로 3분기 양호한 실적 지속될 전망. 온라인 확대와 카테고리 다변화는 지속적인 기업가치 상승 요인. 모바일 유통 관련 제도 변화 시 점유율 확대 가능

CJ오쇼핑 (035760):

홈쇼핑 상품 신뢰도 회복에 따른 하반기 안정적인 실적 흐름 지속될 전망. 구조적인 TV홈쇼핑 채널의 둔화에도 미디어 환경 변화에 대한 적극적인 투자와 상품 경쟁력 강화 긍정적

종목 코멘트 (탐방)

호텔신라 (008770)

- 2Q 시장 예상치 대비 영업이익 선방 1) 시내면세점: 긴축경영 (인건비, 광고선전비 등) 및 알선수수료 감소, 2) 공항면세점: 싱가포르 적자폭 축소 3) 호텔&레저: 신라스테이 이익 개선 및 여행사업 확대 등
- 3Q 중국 관광객 급감에 따른 면세점 부진이 지속되고 있지만 타이공 매출이 보완해 주는 가운데 호텔레저의 회복으로 방어 가능할 전망
- 하반기 신규 사업 진행에 관한 모멘텀 보유 1) 시내면세점 신규 증축, 2) 신라스테이 해외 확장 가능성 3) 추가적인 해외공항 입찰 등
- 향후 중국과의 관계 개선 시 면세사업에 대한 경쟁강도 완화되면서 신라면세점의 주도권 강화될 것으로 판단됨. 아시아 공항 면세점 점유율 또한 꾸준한 상승세

📌 화장품 (생활소비재)

관심종목

LG생활건강 (051900):

중국 인바운드 소비 타격에도 안정적인 실적 흐름 지속될 전망. 프레스티지 화장품의 경쟁력 강화와 중국 현지법인의 고성장, 그리고 생활용품과 음료의 안정적인 사업 포트폴리오로 선방 예상

코스맥스 (192820):

하반기 국내법인 부진은 지속되었지만 추가적인 악화는 제한적일 전망. 중국 현지법인은 색조 시장의 높은 성장과 온라인 채널 고객사 확대로 양호한 실적이 예상됨. 중장기 글로벌 진출 다변화 효과 기대

종목 코멘트

5. 주요 뉴스

유통

10월2일 임시공휴일 '황금연휴 열흘'...유통업계 반색: 정부가 10월2일을 임시공휴일로 지정하면서 최장 10일간의 추석 황금연휴에 유통업계는 소비심리 개선 기대에 일제히 반색. 실제 지난해 5월도 6일을 임시공휴일로 지정하면서 지난해 5월5~8일 4일간 롯데백화점 매출이 전년도 같은 기간보다 57% 증가. 현대백화점과 신세계도 각각 46%, 33% 증가했으며 이마트는 지난해 5월6일 당일 매출이 전년도보다 50% 이상 늘기도.. 연휴 기간이 이달 28일부터 다음달 3일까지 진행되는 '코리아 세일 페스타' 기간과 겹치는 점도 호재라는 분석 (한국경제, 9/5)

위기의 대형마트 '극과 극' 생존전략: 이마트는 기존 점포의 균살을 빼는 대신 창고형 매장인 트레이더스 확장에 사활을 걸고 있고, 홈플러스는 더 이상의 출점 없이 주어진 조건 안에서 수성을 꾀하고 있는 반면 롯데마트는 당분간 몸집을 더 키우며 따라잡기 전략에 주력하는 모양새. 7일 유통업계에 따르면 이달 현재 이마트와 홈플러스, 롯데마트의 점포 수는 각각 147개, 142개, 120개로 조사됨 (서울경제, 9/7)

이마트 20년만에 철수...악몽의 中國사업: 7일 유통업계에 따르면 이마트는 중국 상하이 등에 위치한 매장 5곳을 태국 최대 재벌인 CP그룹에 매각. . CP그룹은 중국에서 슈퍼마켓 브랜드 '로터스'를 운영 중이며 CP그룹이 인수하는 이마트 매장도 로터스 매장으로 변경될 가능성이 높음 (매일경제, 9/7)

CJ오쇼핑 '베라왕', 홈쇼핑 들어온 '뉴욕 명품'... 5년간 매출 1900억 대박: 유통가 콘텐츠 전쟁 CJ오쇼핑 '베라왕', 디자이너 베라왕도 감탄. "홈쇼핑 고급 브랜드 될 것" CJ, 베라왕 설득해 계약. 상품기획부터 베라왕과 협업, 베라왕은 CJ오쇼핑과의 협업을 '모범적인 라이선스 계약'이라고 평가. "한국의 홈쇼핑 상품이 디자인, 품질 모두 좋다"며 "뉴욕 백화점에서 팔리는 것과 비교해도 뒤떨어지지 않는다"고 말했음. CJ오쇼핑은 베라왕 제품을 백화점 등에서도 판매하는 방안을 추진 중. 중국·베트남 해외수출도 검토 (한국경제, 9/8)

SK텔레콤, "11번가 매각없다...한국의 아마존으로 키울 것": SK텔레콤 전 사장거래 플랫폼인 11번가를 4차 산업혁명시대를 이끌어갈 중요한 성장 동력으로 키워나가겠다고 밝힘. 박정호 SK텔레콤 사장이 직접 나서 최근 불거진 매각설을 잠재우고 온-오프라인을 아우르는 상거래 플랫폼으로 자리매김할 수 있도록 성장시키겠다는 뜻을 분명히 함. SK텔레콤은 시 등 다양한 기술을 적용을 통해 11번가를 한국의 아마존으로 만들어 간다는 계획. 박 사장은 "11번가는 미래의 상거래 플랫폼으로 진화 발전시켜 나가야 하는 중요한 성장 동력으로 매각은 전혀 고려하고 있지 않다"며 "11번가가 중심이 되고 주도권을 갖는 성장 전략만을 검토하고 있다"고 말함 (매일경제, 9/6)

화장품 (생활소비재)

'이젠 中대신 미주'...K뷰티의 전략 선회: 아모레퍼시픽은 9월 중 이니스프리를 미국에 진출시켜 국내와 달리 다양한 인종과 피부색을 가진 소비자들을 위해 페이스 메이크업 제품류의 컬러 셰이드를 14~21가지로 대폭 확대해 출시할 예정. 라네즈는 연내에 미국 세포라 지역에 입점. LG생활건강이 2010년 론칭한 허브 코스메틱 브랜드 '빌리프'도 미국에서 큰 인기. 대표 제품인 '아쿠아 밤'은 미국 전역에서 매달 약 2만개씩 판매됨. 더마 코스메틱 브랜드 닥터자르트는 세포라를 통한 미국 진출에 이어 국내 브랜드로는 처음으로 멕시코에 진출하는 데 성공 (매일경제, 9/3)

'미샤' 에이블씨엔씨, 1500억 규모 유상증자 결정: 6일 에이블씨엔씨는 시설자금, 운영자금 등을 목적으로 1500억원 규모 주주배정 유상증자를 결정했다고 공시. 신주 예정발행가는 이날 종가 2만250원 대비 8.89% 낮은 1만8450원. 화장품 업계가 본격적인 구조조정에 들어갈 것으로 예상되는 가운데 오히려 유상증자를 통해 확보한 자금으로 브랜드 및 판매채널 다변화나 인수·합병(M&A) 등도 노려보겠다는 복안. 아울러 상장폐지를 위한 공개매수 계획도 현재로서는 전혀 없다는 입장 (매일경제, 9/6)

美 소매업계 '아마존 눈에 들자': 영국 파이낸셜타임스(FT)는 5일(현지시간) 소매업자들이 투자은행(IB) 측에 자신들의 기업이 아마존에 인수될 수 있는 방법을 문의하는 사례가 늘고 있다고 보도. 홈플러스 창업자이자 CEO인 존 매키는 아마존과 137억달러(약 15조5000억원)의 인수 협상을 성공시키기 위해 몇 개월 동안 '불꽃같은 연애'를 했다고 회고. 홈플러스의 인수 제안이 독창적인 방식은 아니지만 아마존이라는 잠재 구매자에 접근하기 위한 홈플러스의 전략은 성공적이었다는 평가. 이후 유통 업체들은 각자 아마존에 인수될 수 있는 방법을 모색하고 나선 것으로 알려짐. 현재 홈플러스를 이을 아마존의 타깃으로는 식품 배달 스타트업인 그립허브, 생활용품 전문점 베드베스앤드비온드 등 소비자 취급 업체부터 시작해 고급 백화점인 노드스트롬 등 다양한 업종이 거론 (매일경제, 9/6)

롯데, 인천공항 면세점 철수 검토...'사드 보복으로 임차료 감당 못해': 롯데면세점 관계자는 4일 "인천국제공항공사 측에 정상적인 영입이 가능한 수준에서 임대료 재협상이 이뤄지지 않으면 사업을 계속하기 어렵다는 뜻을 전달했다"고 밝힘. 중국의 사드 보복으로 적자가 커져 영업을 계속하기 어렵다는 판단에 따른 것. 신라·신세계 등 다른 대기업 면세점도 임차료 인하를 요구하고 있어 인천공항에서 면세점들이 줄줄이 이탈할 가능성도 예상 (한국경제, 9/4)

내달 출범 롯데지주 대표 신동빈 회장이 직접 맡는다: 6일 재계에 따르면 롯데는 롯데지주사 이사진 일곱 명을 모두 확정. 신 회장은 지주사 최대주주이자 그룹 총수로 실질적 경영책임을 지게 됨. 전문경영인인 황 사장은 신 회장과 함께 그룹을 총괄 (한국경제, 9/6)

CU, B2B 시장 진출: CU는 한미약품 계열 정보기술(IT) 회사인 한미IT와 제휴를 통해 한미약품 그룹사 임직원과 영입부가 이용하는 'WAPLE Shop' 회원을 대상으로 4일부터 'CU법인 멤버십 서비스'를 시작한다고 밝힘. 'CU법인 멤버십 서비스'는 CU와 기업 고객 간 제휴를 통해 CU 멤버십과 연동된 법인 바코드를 부여하고, 이를 통해 제휴 기업의 복지·판촉 포인트로 CU 매장에서 상품과 서비스를 이용할 수 있는 새로운 제휴 모델 (서울경제, 9/4)

'아이코스' 면세점에서도 산다...신라면세점, 기기 판매 개시: 신라면세점은 면세업계 최초로 꺾련형 전자담배 기기 '아이코스'를 8일부터 인천공항점에서 판매한다고 밝힘. 아이코스 기기 판매가격은 100달러이며 전용 담배인 히츠는 한 보루(10갑)에 33달러, 기기는 600달러까지, 히츠는 일반 담배처럼 1인당 한 보루까지 면세가 적용 (매일경제, 9/7)

아모레퍼시픽, 면세점 구매제한 강화: 4일 아모레퍼시픽은 국내 면세점 온-오프라인 채널에서 구매제한 수량을 종전 대비 최대 75%까지 축소했다고 밝힘. 오프라인 매장에서는 동일 브랜드 내 최대 10개까지 구매할 수 있었던 설화수, 라네즈, 헤라, 아이오페, 아모레퍼시픽 제품의 구매제한 수량을 절반인 5개로 줄임. 종전에 구매제한이 없었던 프리메라, 마몽드, 리리코스 제품은 브랜드별 최대 10개까지 살 수 있도록 제한. 오프라인과 동일한 제한 규정을 적용 (매일경제, 9/4)

'생수 1위' 삼다수 판권 ... 광동제약·LG생활건강 품에: 제주도개발공사는 광동제약과 LG생활건강을 제주 삼다수 등 공사 생산 제품을 도외 지역에 위탁판매하는 우선협상 대상업체로 선정했다고 7일 밝힘. 두 업체는 이달 말까지 제주도개발공사와 계약을 맺은 후 사업개시일로부터 4년 동안 제주 삼다수 위탁판매를 맡을 예정. 소매용 제품군은 광동제약이, 비소매·업소용 제품 사업군은 LG생활건강이 맡게 됨 (서울경제, 9/7)

6. 주요종목 Valuation

업종별	기업명	종목코드	주가 (원)	시가총액 (십억원)	PER(X)		PBR(X)		ROE(%)	
					2017C	2018C	2017C	2018C	2017C	2018C
유통	롯데쇼핑	A023530	227,000	7,148	29.5	19.2	0.4	0.4	1.5	2.2
	현대백화점	A069960	91,000	2,130	7.0	7.1	0.5	0.5	8.0	7.4
	신세계	A004170	180,500	1,777	10.4	9.9	0.5	0.5	5.1	5.4
	CJ오쇼핑	A035760	202,500	1,259	10.3	9.6	1.6	1.4	16.2	15.5
	GS홈쇼핑	A028150	211,800	1,390	13.0	10.2	1.3	1.2	11.0	12.2
	현대홈쇼핑	A057050	140,000	1,680	11.9	11.0	1.0	1.0	8.8	9.0
	엔에스쇼핑	A138250	16,050	541	10.7	9.6	1.1	1.1	12.7	11.9
	이마트	A139480	215,000	5,993	14.5	12.4	0.7	0.7	5.3	5.8
	GS리테일	A007070	37,000	2,849	17.4	14.5	1.4	1.3	8.2	9.5
	BGF리테일	A027410	84,000	4,162	19.7	17.3	3.8	3.2	20.9	20.0
	롯데하이마트	A071840	66,300	1,565	10.2	9.2	0.8	0.7	7.9	8.0
	호텔신라	A008770	56,100	2,202	99.3	27.4	3.2	2.9	3.3	12.1
화장품	아모레퍼시픽	A090430	267,500	15,638	37.4	27.5	4.3	3.8	12.1	14.9
	아모레G	A002790	121,000	9,977	41.8	30.9	3.3	3.0	8.5	10.4
	LG생활건강	A051900	906,000	14,150	25.1	22.8	5.0	4.2	23.2	21.7
	코스맥스	A192820	112,000	1,126	37.2	22.1	4.9	4.2	13.6	20.2
	한국콜마	A161890	65,100	1,374	24.2	19.6	4.3	3.6	19.2	20.3
	코스메카코리아	A241710	55,800	298	18.4	15.3	2.5	2.1	14.3	15.3
	연우	A115960	24,450	303	23.3	16.2	1.6	1.5	6.3	8.7
	대봉엘에스	A078140	9,190	102	9.4	8.4	1.7	1.5	13.9	13.6
	제이준코스메틱	A025620	6,300	421	6.8	8.0	2.7	2.4	46.9	36.4
	클리오	A237880	32,000	542	44.9	24.5	4.1	3.7	9.6	15.9
	에이블씨엔씨	A078520	16,650	281	16.5	12.8	0.8	0.8	7.4	7.1
	네오팜	A092730	28,050	209	19.5	15.0	4.3	3.4	26.0	27.0
	생활소비재	코웨이	A021240	97,900	7,325	21.0	19.0	5.9	4.9	29.2
쿠쿠전자		A192400	130,000	1,274	16.8	14.5	1.7	1.6	12.7	13.9
뉴트리바이오텍		A222040	19,900	411	37.6	19.0	4.4	3.7	13.3	17.7
콜마비엔에이치		A200130	28,000	827	19.3	18.7	5.0	4.1	29.3	22.1

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	235,630	18.0	17.0	3.2	3.1	17.0	18.7
	이베이	EBAY US	38	40,447	18.6	16.9	2.4	2.1	19.1	18.5
	세븐 & 아이홀딩스	3382 JP	4,271	35,098	19.8	17.3	1.5	1.4	8.0	8.6
	노드스트롬	JWN US	46	7,664	15.4	15.1	8.7	8.5	56.9	56.7
화장품	로레알	OR FP	179	120,292	26.5	25.1	4.3	3.6	14.8	14.6
	에스티로더	EL US	109	40,037	27.5	24.7	9.6	8.8	39.5	49.6
	시세이도	4911 JP	4,582	16,991	56.3	42.9	4.4	4.1	8.3	10.0
	상해자화	600315 CH	31	3,171	50.3	36.9	3.7	3.4	7.3	9.4
생활소비재	LVMH	MC FP	220	134,103	22.8	20.6	3.9	3.5	17.5	17.7
	나이키	NKE US	52	85,681	21.6	18.7	6.8	5.8	31.4	34.1
	패스트리테일링	9983 JP	30,000	29,500	27.2	25.7	4.7	4.2	19.1	17.6
	조지루시	7965 JP	1,047	705	11.8	12.5	1.2	1.1	9.9	8.3

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	(6.8)	(15.1)	(26.4)	7.1	11.3	2.5	(6.2)	(13.0)	(25.6)	(4.8)	(2.3)	(13.2)
	현대백화점	(4.5)	(13.3)	(22.2)	(3.0)	(24.5)	(16.5)	(3.9)	(11.2)	(21.4)	(14.8)	(38.1)	(32.2)
	신세계	(3.7)	(19.6)	(27.8)	(0.6)	(11.3)	2.6	(3.1)	(17.5)	(27.0)	(12.4)	(24.9)	(13.1)
	CJ오쇼핑	(4.2)	(3.6)	(6.7)	7.8	27.0	24.3	(3.6)	(1.5)	(5.8)	(4.0)	13.4	8.7
	GS홈쇼핑	(2.6)	(9.5)	(11.8)	0.6	32.7	23.1	(2.0)	(7.3)	(10.9)	(11.2)	19.1	7.5
	현대홈쇼핑	1.8	(0.4)	0.4	26.7	12.5	25.6	2.4	1.8	1.2	14.9	(1.1)	9.9
	엔에스쇼핑	(1.8)	(5.0)	(10.3)	(3.6)	(0.6)	4.6	(1.2)	(2.9)	(9.5)	(15.5)	(14.2)	(11.1)
	이마트	(3.4)	(11.3)	(11.7)	3.4	37.4	17.5	(2.8)	(9.2)	(10.9)	(8.5)	23.8	1.8
	GS리테일	(3.8)	(12.0)	(34.9)	(27.2)	(22.4)	(22.3)	(3.2)	(9.9)	(34.0)	(39.0)	(36.0)	(37.9)
	BGF리테일	(4.1)	(5.1)	(39.1)	(15.8)	(20.1)	2.7	(3.5)	(3.0)	(38.3)	(27.7)	(33.6)	(13.0)
	롯데하이마트	(3.8)	(2.4)	(5.3)	36.7	51.2	57.1	(3.2)	(0.2)	(4.5)	24.9	37.6	41.5
	호텔신라	(7.7)	(12.1)	(7.4)	28.1	(16.4)	16.5	(7.1)	(9.9)	(6.6)	16.2	(30.0)	0.9
화장품	아모레퍼시픽	(7.4)	(4.5)	(18.8)	(1.8)	(33.0)	(16.8)	(6.9)	(2.3)	(18.0)	(13.7)	(46.5)	(32.5)
	아모레G	(9.4)	(1.2)	(18.8)	7.6	(21.9)	(9.0)	(8.8)	0.9	(18.0)	(4.3)	(35.5)	(24.7)
	LG생활건강	(4.9)	(6.5)	(9.0)	15.4	(8.1)	5.7	(4.3)	(4.4)	(8.2)	3.6	(21.7)	(9.9)
	코스맥스	(5.1)	7.2	(7.1)	(16.1)	(23.4)	(6.3)	(4.5)	9.3	(6.2)	(28.0)	(37.0)	(21.9)
	한국콜마	(4.1)	(6.2)	(20.2)	(9.3)	(27.8)	(1.1)	(3.5)	(4.1)	(19.4)	(21.2)	(41.4)	(16.7)
	코스메카코리아	(9.4)	(7.2)	(21.1)	(11.3)	0.0	(0.4)	(8.8)	(5.0)	(20.2)	(23.1)	(13.6)	(16.0)
	연우	(6.3)	(9.1)	(24.8)	(14.8)	(41.5)	(36.6)	(5.7)	(7.0)	(23.9)	(26.7)	(55.1)	(52.2)
	대봉엘에스	(9.5)	(8.6)	(31.4)	(18.0)	(38.1)	(22.5)	(8.9)	(6.4)	(30.6)	(29.8)	(51.7)	(38.1)
	제이준코스메틱	(9.1)	9.2	(14.9)	(2.3)	24.3	0.0	(8.5)	11.3	(14.0)	(14.2)	10.7	(15.7)
	클리오	(3.6)	(4.3)	(19.2)	(18.0)	0.0	4.6	(3.0)	(2.2)	(18.4)	(29.8)	(13.6)	(11.1)
	에이블씨엔씨	(22.0)	(24.0)	(37.4)	(17.0)	(25.5)	(19.6)	(21.4)	(21.8)	(36.6)	(28.8)	(39.0)	(35.2)
	네오팜	(8.3)	(6.3)	(12.2)	20.1	(13.7)	7.5	(7.7)	(4.2)	(11.4)	8.3	(27.3)	(8.2)
생활소비재	코웨이	1.8	(0.2)	(6.3)	9.8	12.8	10.9	2.4	1.9	(5.5)	(2.1)	(0.8)	(4.8)
	쿠쿠전자	(1.9)	(6.5)	(23.3)	0.8	(6.1)	0.8	(1.3)	(4.3)	(22.5)	(11.1)	(19.7)	(14.9)
	뉴트리바이오텍	(3.4)	(11.6)	(11.0)	(32.3)	(33.7)	(35.3)	(2.8)	(9.4)	(10.1)	(44.2)	(47.2)	(50.9)
	콜마비엔에이치	1.8	23.9	29.0	70.7	(7.4)	50.9	2.4	26.0	29.9	58.9	(21.0)	35.3

자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

9. 해외 주요 업체 기간별 수익률

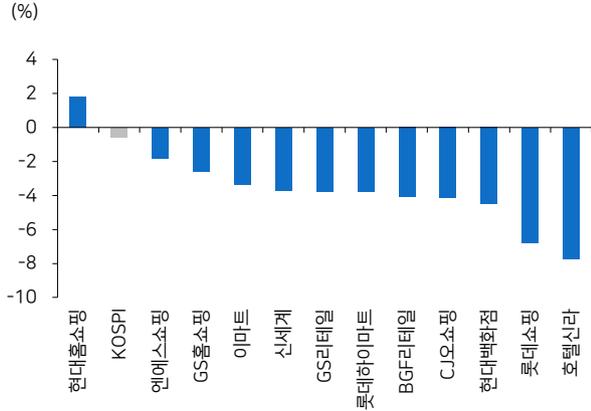
업종별	기업명	Price Change(%)						Relative to market(%)					
		1W	1M	3M	6M	12M	YTD	1W	1M	3M	6M	12M	YTD
유통	월마트	1.0	(2.2)	(0.7)	12.5	12.2	14.1	1.5	(3.0)	(1.9)	8.8	(3.5)	4.2
	이베이	4.6	8.0	8.2	14.1	18.5	27.3	5.0	7.2	6.9	10.3	2.8	17.3
	세븐 & 아이홀딩스	(1.7)	(4.4)	(7.9)	(2.3)	(4.2)	(4.1)	0.4	(2.1)	(4.2)	(0.6)	(17.8)	(4.9)
	노드스트롬	3.3	2.7	(2.2)	3.7	(7.2)	(3.8)	3.7	1.9	(3.5)	(0.0)	(22.9)	(13.8)
화장품	로레알	0.4	2.8	(6.0)	0.7	6.9	3.0	0.6	1.8	(2.5)	(1.7)	(7.0)	(2.2)
	에스티로더	1.7	7.0	12.9	26.8	24.3	42.3	2.1	6.2	11.7	23.1	8.6	32.3
	시세이도	(0.2)	3.7	21.5	53.6	69.9	54.9	1.9	6.0	25.2	55.2	56.3	54.0
	상해자화	0.2	1.1	7.0	7.0	2.9	12.6	0.2	(3.8)	0.5	2.3	(6.4)	4.2
생활소비재	LVMH	(0.8)	2.2	(3.5)	12.0	44.5	21.3	(0.6)	1.2	0.0	9.6	30.7	16.1
	나이키	(1.2)	(11.6)	(2.4)	(7.5)	(5.7)	2.7	(0.7)	(12.5)	(3.6)	(11.2)	(21.3)	(7.2)
	패스트리테일링	(5.1)	(7.6)	(21.2)	(18.6)	(17.4)	(28.3)	(3.0)	(5.3)	(17.5)	(16.9)	(31.0)	(29.1)
	조지루시	(2.6)	(9.8)	(17.9)	(30.9)	(37.1)	(33.3)	(0.5)	(7.5)	(14.3)	(29.2)	(50.7)	(34.1)

자료: Bloomberg, 메리츠증권증권 리서치센터

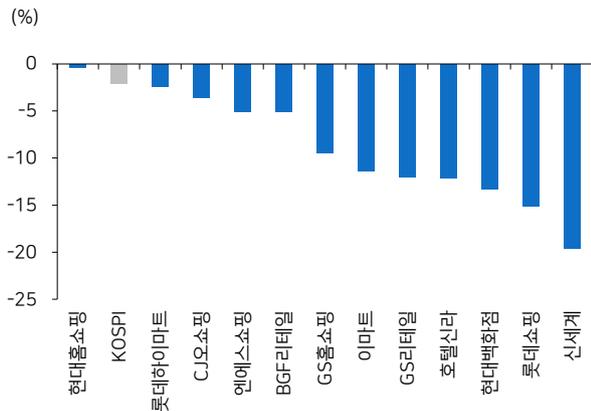
10. 주간/월간 수익률

유통

주간 수익률



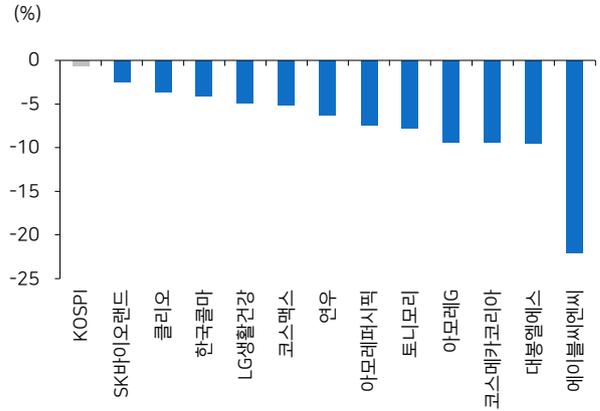
월간 수익률



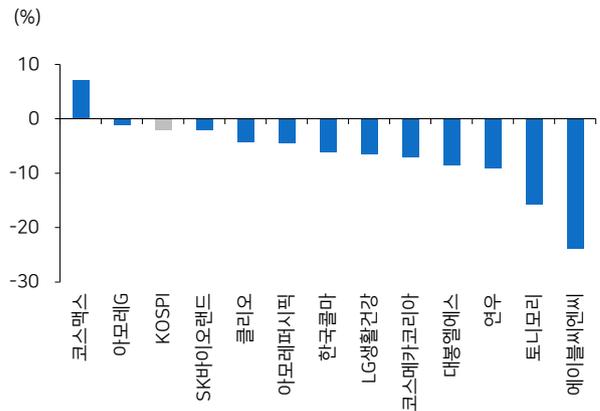
자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

화장품 (생활소비재)

주간 수익률



월간 수익률



자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

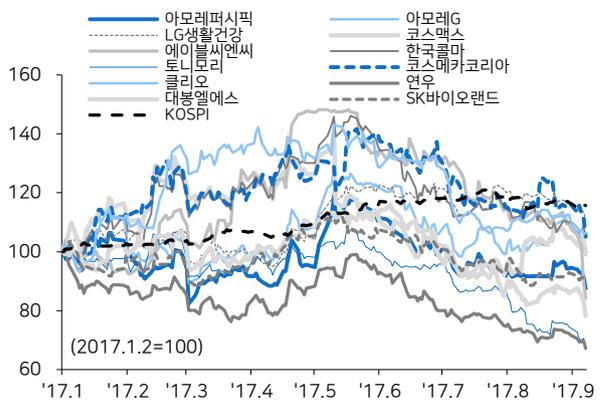
11. 주가 추이

유통



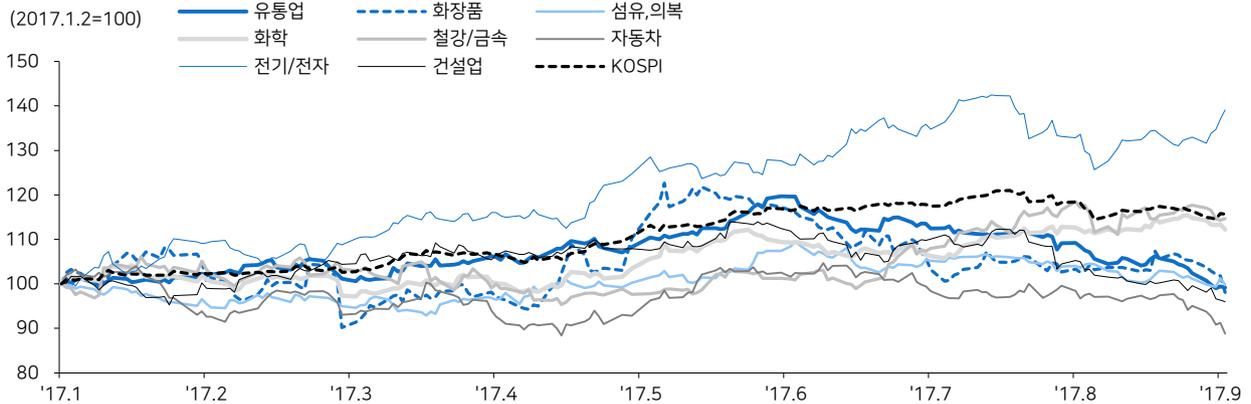
자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

화장품 (생활소비재)



자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

12. 업종별 지수 추이



자료: Quantwise, 메리츠증권증권 리서치센터

13. 소비 주요지표

Monthly	'16.7	'16.8	'16.9	'16.10	'16.11	'16.12	'17.1	'17.2	'17.3	'17.4	'17.5	'17.6	'17.7	'17.8
소비지출전망 CSI	106	106	107	107	106	103	104	104	104	106	106	109	108	109
가계수입전망 CSI	100	100	100	101	98	98	98	97	98	99	102	103	103	103
소비심리지수	100.9	101.8	101.7	101.9	95.8	94.2	93.3	94.4	96.7	101.2	108.0	111.1	111.2	109.9
소비자물가지수(% YoY)	0.4	0.5	1.3	1.5	1.5	1.3	2.0	1.9	2.2	1.9	2.0	1.9	2.2	2.6
가계대출 증감률(% YoY)	12.0	12.0	11.8	11.4	11.5	10.8	10.4	10.4	10.0	9.8	9.7	9.5	9.5	
주택담보대출 증감률(% YoY)	13.6	13.4	13.1	12.6	12.4	11.7	11.2	11.1	10.6	10.2	10.0	9.8	9.4	
WTI (\$/B)	41.6	44.7	48.2	46.9	49.4	53.7	52.8	54.0	50.6	49.3	48.3	46.0	50.2	47.2
KOSPI (pt)	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	2,347.4	2,391.8	2,402.7	2,363.2
원/달러	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	1,195.7	1,144.1	1,119.3	1,127.6
원/위안	168.8	166.9	165.0	168.8	169.7	173.6	168.7	164.3	162.4	165.0	164.2	168.7	166.4	171.1
기준금리 (%)	1.25	1.25	1.25	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)	4.1	5.3	2.1	4.2	4.2	3.6	7.1	2.7	4.1	4.3	2.9	2.5	4.4	4.4
내구재	1.6	6.6	-1.6	1.9	1.7	-1.1	2.4	9.4	2.1	5.8	6.1	1.1	11.0	11.0
승용차	-10.5	-5.3	-9.4	-1.8	2.3	-6.3	3.5	11.4	-0.2	-0.9	-2.4	-7.1	10.8	10.8
가전제품	20.1	24.1	13.8	5.2	-1.6	2.5	0.1	4.7	8.0	18.3	29.2	15.3	13.6	13.6
통신기기 및 컴퓨터	2.3	9.0	-3.4	2.6	0.9	1.5	0.3	2.3	-1.0	8.1	2.8	1.9	7.7	7.7
가구	0.9	8.0	11.0	12.5	10.0	11.1	5.1	16.1	6.0	2.2	1.4	3.1	4.6	4.6
준내구재	8.9	3.3	3.6	3.6	1.9	1.2	0.3	0.3	-1.4	0.4	-4.0	-0.9	-1.5	-1.5
의복	7.5	-0.8	1.6	3.4	1.2	1.2	-1.2	-0.5	-2.5	1.1	-4.3	-1.3	-1.3	-1.3
신발 및 가방	16.9	10.2	9.0	6.4	-2.0	-0.3	4.0	4.3	-1.0	-4.9	-6.4	0.9	-1.8	-1.8
오락, 취미, 경비용품	2.3	-0.1	0.7	-1.0	2.4	-2.2	-1.3	-4.0	-0.9	2.5	-4.5	-0.1	-2.7	-2.7
비내구재	3.5	5.4	3.2	5.8	6.8	7.6	12.3	0.6	7.9	5.5	4.6	4.7	3.6	3.6
음식료품	4.9	7.8	3.9	8.6	7.6	9.0	17.1	-10.1	7.7	4.8	3.8	7.6	5.6	5.6
의약품	4.3	5.9	7.4	4.6	6.5	4.8	0.5	2.1	1.1	2.8	3.9	4.4	2.1	2.1
화장품	29.6	26.4	17.2	14.2	15.1	17.2	11.9	16.1	5.0	-1.2	1.4	8.2	4.3	4.3
서적, 문구	6.5	7.2	5.9	6.4	6.4	4.1	-1.9	-0.3	-1.3	-0.9	2.3	-1.8	-3.6	-3.6
차량연료	-7.5	-4.1	-6.3	-1.1	3.0	4.2	11.3	14.5	13.6	9.7	8.7	-3.4	-0.8	-0.8

주: WTI, KOSPI, 환율은 월말 종가기준

자료: 통계청, 한국은행, Bloomberg, 메리츠증권증권 리서치센터

Quarterly	1Q15	2Q15	3Q15	4Q15	1Q16	2Q16	3Q16	4Q16	1Q17	2Q17
민간소비 증감률(% YoY)	0.8	(0.1)	1.1	1.4	(0.1)	0.8	0.6	0.2	0.4	0.9
도시근로자 소득 증감률(% YoY)	1.4	2.0	0.3	(0.5)	0.9	0.9	0.6	0.2	0.7	(2.2)
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	11.3	11.6	11.1	10.4
가계대출 증감률(% YoY)	7.7	9.6	10.3	11.0	11.5	11.2	11.5	11.5	11.0	10.2
주택담보대출 증감률(% YoY)	11.3	8.1	7.8	6.6	6.0	10.4	10.6	11.2	10.5	8.7
판매신용 증감률(% YoY)	3.2	3.5	10.5	8.2	10.5	10.8	7.0	11.6	12.0	13.6

자료: 한국은행, 통계청, 메리츠증권증권 리서치센터

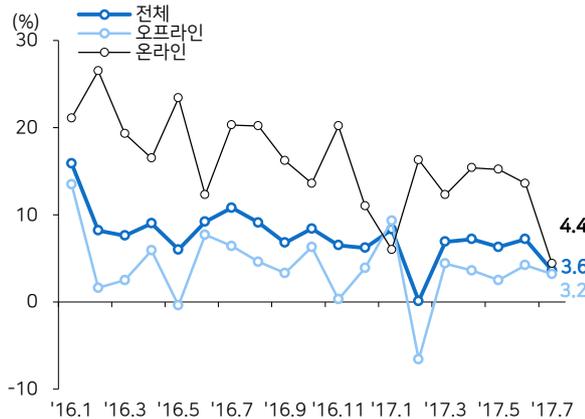
14. 중국 소매판매

(% YoY)	2016년										2017					
	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	10월	11월	12월	1~2월	3월	4월	5월	6월	7월
전체소매판매	10.5	10.1	10.0	10.6	10.2	10.6	10.7	10.0	10.8	10.9	9.5	10.9	10.7	10.7	11.0	10.4
일정규모이상	8.6	6.7	6.5	8.1	7.3	8.5	8.8	7.5	9.5	9.8	6.8	10.0	9.2	9.2	10.2	8.6
음식료	11.7	12.1	11.1	11.9	10.5	10.5	10.2	8.8	9.1	9.1	9.6	12.5	12.1	13.8	10.6	10.3
섬유의복	4.4	7.3	5.9	7.5	9.4	6.2	6.7	7.5	5.1	7.1	6.1	6.4	10.0	8.0	7.3	6.4
화장품	9.2	7.6	5.9	7.9	9.0	5.8	7.7	4.0	8.1	11.0	10.6	8.7	7.7	12.9	17.0	12.7
귀금속	-9.3	5.0	-2.0	1.2	-1.1	-6.3	5.0	2.5	2.7	4.8	8.2	7.2	7.5	9.6	6.3	2.6
일용품	12.2	12.7	12.8	11.7	10.4	10.0	12.5	9.5	10.7	13.9	9.2	7.1	8.0	8.7	11.2	7.1
스포츠, 레저	16.8	19.7	12.9	19.7	5.2	5.1	7.1	9.4	24.8	13.9	19.5	12.8	8.6	11.4	29.1	26.6
서적	15.4	4.8	9.3	3.3	7.4	7.7	8.7	6.6	12.8	9.5	11.5	11.1	4.8	0.1	12.3	-3.0
가전제품	6.0	9.1	0.7	12.3	11.5	7.1	8.6	7.6	14.7	9.5	5.6	12.4	10.2	13.6	13.3	13.1
중의약	19.8	9.9	14.4	10.5	7.3	13.9	12.0	11.6	11.5	9.1	9.9	12.1	12.6	14.0	13.6	13.0
사무용품	3.8	13.0	8.0	11.3	7.3	13.6	10.4	12.7	15.4	15.3	13.4	17.2	3.8	5.0	16.4	10.8
가구	15.9	17.1	15.1	13.4	13.6	11.1	8.7	11.0	8.8	9.9	11.8	13.8	13.9	13.5	14.8	12.4
통신	16.5	12.5	9.4	12.1	11.6	10.1	5.1	3.8	17.8	8.0	10.7	11.6	6.1	1.9	18.5	7.9
석유제품	0.3	-3.8	-4.5	-0.5	-2.1	2.7	2.9	4.7	5.7	7.1	14	11.3	12.1	9.1	4.2	5.6
건축재	15.6	17.3	16.8	14.2	15.0	16.3	14.2	12.3	11.0	10.2	12.9	17.8	13.4	11.0	15.2	13.1
자동차	12.3	5.1	8.6	9.5	9.2	13.1	13.1	8.7	13.1	14.4	-1.0	8.6	6.8	7.0	9.8	8.1
기타	4.1	5.3	5.6	2.6	1.0	0.6	-0.3	2.6	0.0	-0.7	6.9	6.0	4.7	4.2	7.9	5.0

자료: 중국국가통계국, 메리츠증권증권 리서치센터

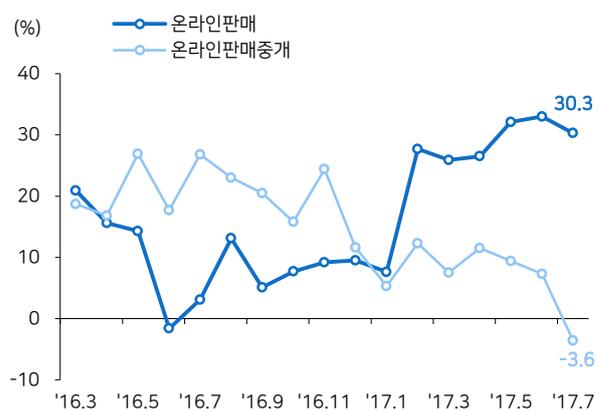
15. 유통업체 매출동향

전체 매출동향



자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

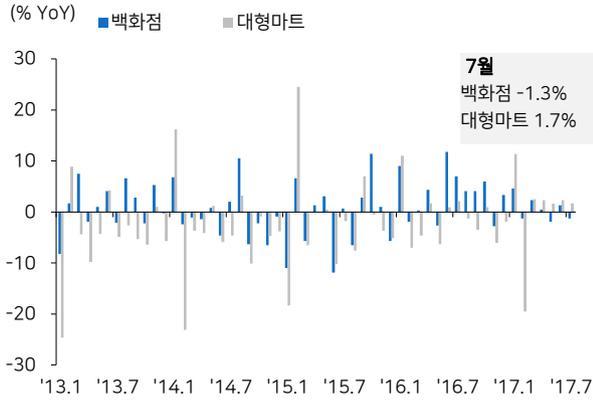
온라인 매출동향



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

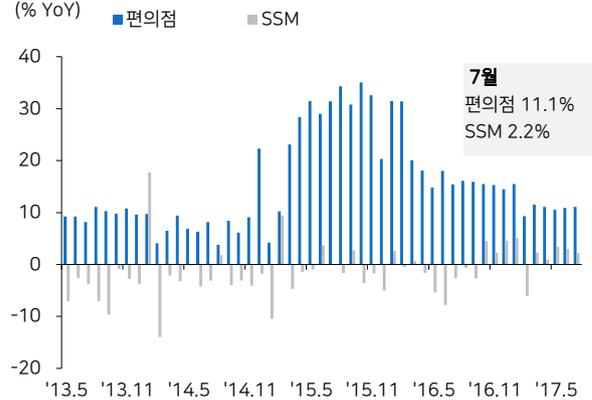
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

백화점 및 대형마트 월별 동일 점포 매출 성장률 추이



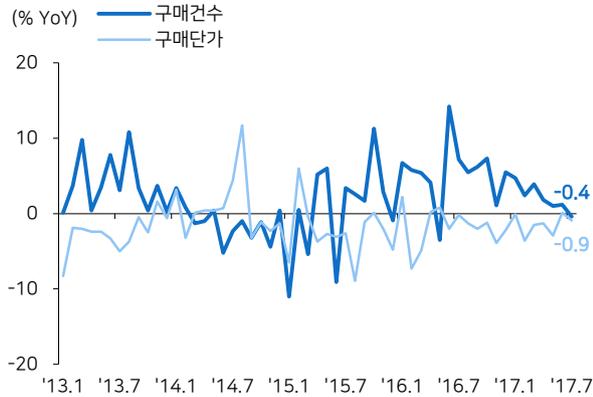
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

편의점 및 SSM 월별 동일 점포 매출 성장률 추이



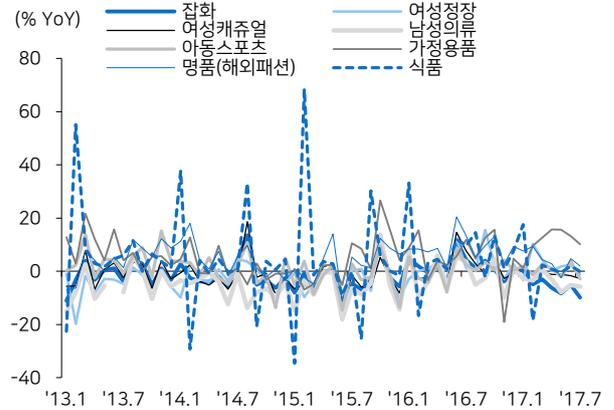
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

백화점 월별 구매건수 및 구매단가 증감률



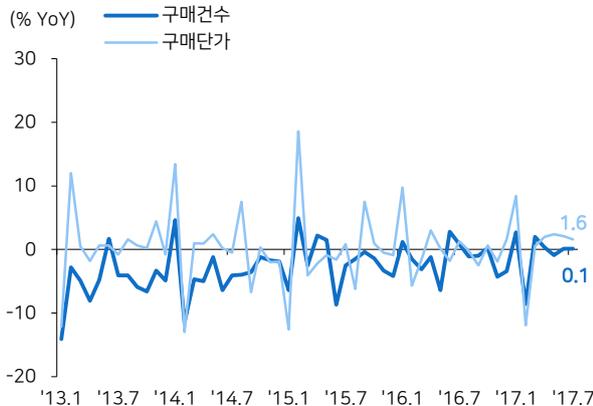
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

백화점 품목별 매출 성장률



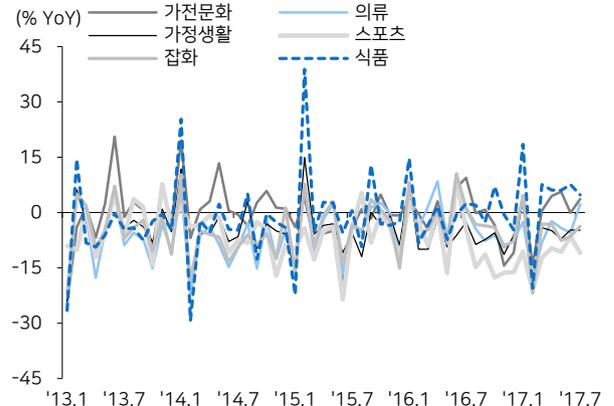
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

대형마트 월별 구매건수 및 구매단가 증감률



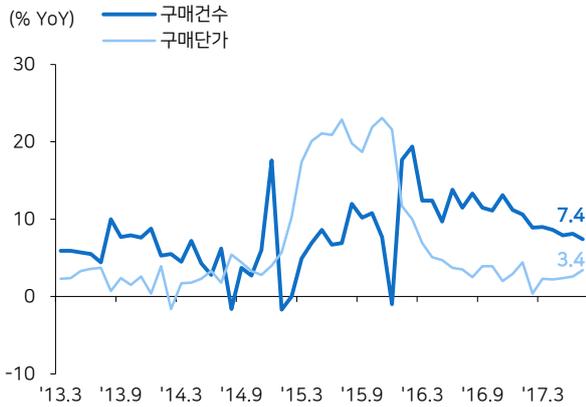
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

대형마트 품목별 매출 성장률



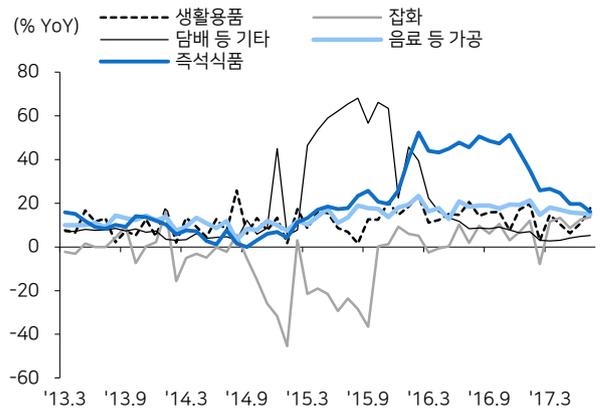
자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

편의점 월별 구매건수 및 구매단가 증감률



자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

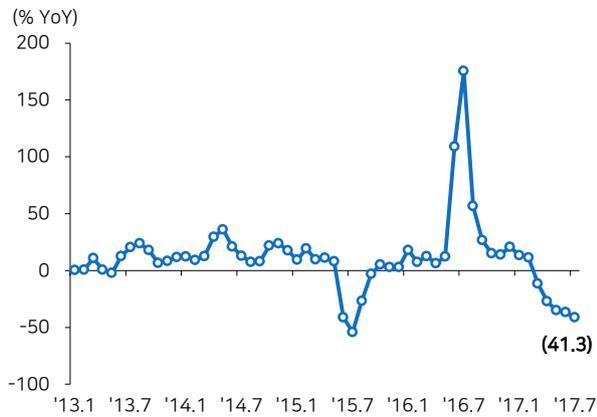
편의점 품목별 매출 성장률



자료: 산업통상자원부, 메리츠증권증권 리서치센터

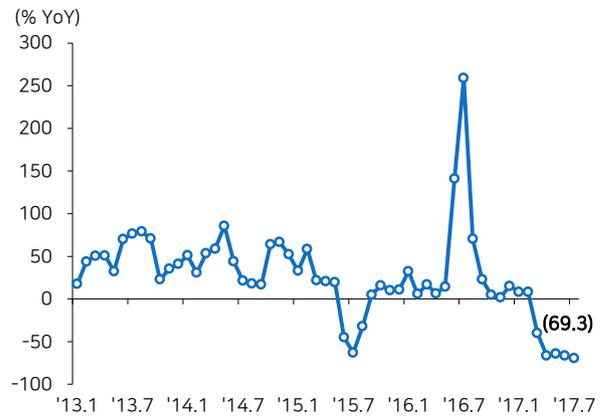
16. 중국 인비운드 동향 점검

한국에 입국하는 전체 외국인 입국자 수 증감률: 7월 -41.3%



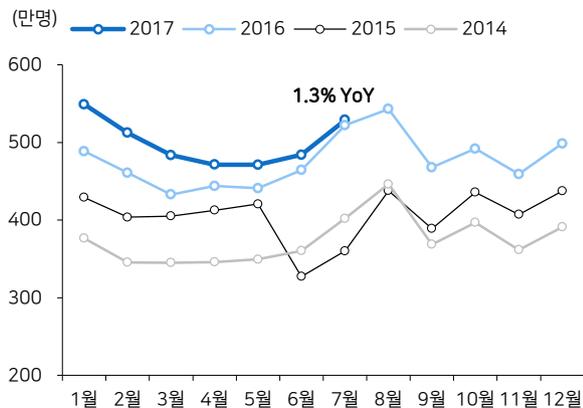
자료: 한국관광공사, 메리츠증권증권 리서치센터

한국에 입국하는 중국인 입국자 수 증감률 추이: 7월 -69.3%



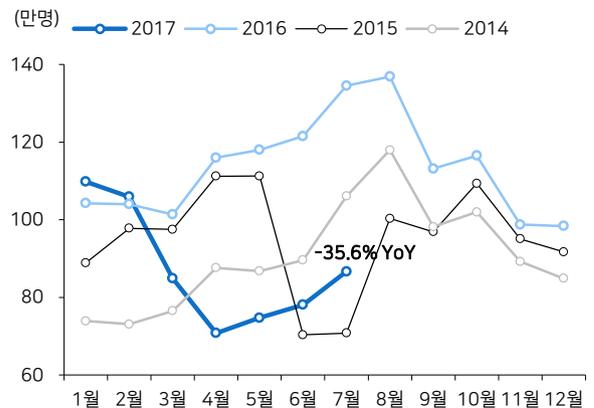
자료: 한국관광공사, 메리츠증권증권 리서치센터

인천공항 국제선 합산 여객 수송 월별 추이: 7월 +1.3% YoY



자료: 인천공항공사, 메리츠증권증권 리서치센터

인천공항 국제선 중국 여객 수송 월별 추이: 7월 -35.6% 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
2017년 05월	2,579	15.3	280,167	14.1	1,024	-44.5	655,899	4.8	3,603	-11.7	936,066	7.4
2017년 06월	2,628	13.6	277,425	13.2	1,064	-42.2	688,568	10.2	3,693	-11.2	965,993	11.1
2017년 07월	2,636	9.2	288,843	7.8	1,060	-44.7	693,712	8.8	3,696	-14.7	982,555	8.5
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

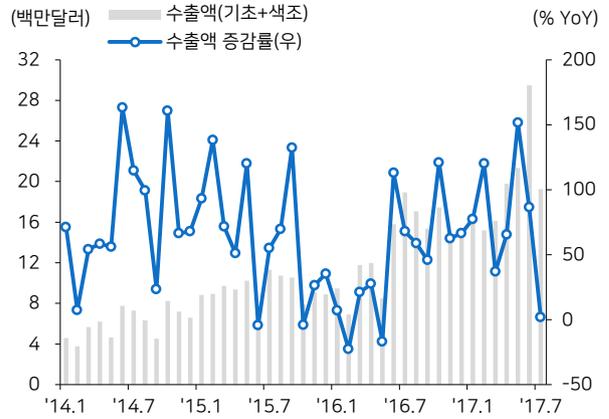
18. 화장품 수출 및 현황

화장품 전체 수출액 및 증가율 -8월 13.9% (잠정)



자료: KITA, 메리츠증권증권 리서치센터

화장품 미국향 수출액 및 증가율 -8월 19.7% (잠정)



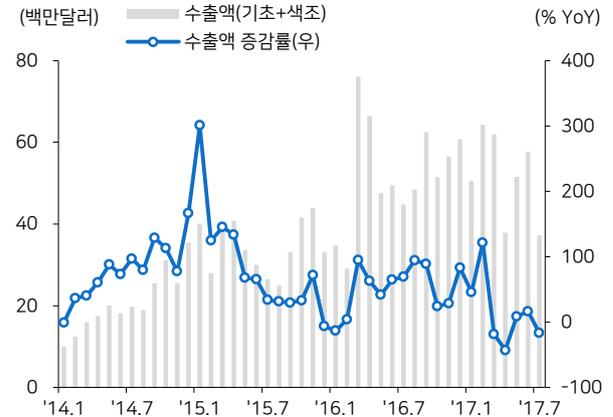
자료: KITA, 메리츠증권증권 리서치센터

화장품 중국향 수출액 및 증가율 -8월 7.3% (잠정)



자료: KITA, 메리츠증권증권 리서치센터

화장품 홍콩향 수출액 및 증가율 -7월 -16.9%



자료: KITA, 메리츠증권증권 리서치센터

Compliance Notice

동 자료는 작성일 현재 사전고지와 관련한 사항이 없습니다. 당사는 동 자료에 언급된 종목과 계열회사의 관계가 없으며 2017년 9월 11일 현재 동 자료에 언급된 종목의 유가증권(DR, CB, IPO, 시장조성 등) 발행 관련하여 지난 6개월 간 주간사로 참여하지 않았습니다. 당사는 2017년 9월 11일 현재 동 자료에 언급된 종목의 지분을 1%이상 보유하고 있지 않습니다. 당사의 조사분석 담당자는 2017년 9월 11일 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	92.8%
중립	7.2%
매도	0.0%

2017년 6월 30일 기준으로 최근 1년간 금융투자상품에 대하여 공표한 최근일 투자등급의 비율