



*Analyst*  
**손윤경, CFA**  
skcase1976@sk.com  
02-3773-8477



*Analyst.*  
**전영현**  
yj6752@sk.com  
02-3773-9181

## 유통/레저/화장품

### 폭염? 대세를 거스르기는 역부족, 그러나 대세를 강화는 할 것

최근 나타나고 있는 폭염 현상으로 소비에 몇몇 특징적인 점들이 나타나고 있음. 대부분은 예상하지 못한 수준의 폭염으로 인한 일회성 현상. 그러나 쇼핑몰 수요에 미치는 영향은 장기적일 가능성 높음. 폭염이 쇼핑몰로 고객을 이동시키며 레저 공간으로의 쇼핑몰 이미지를 강화시킨 것. 주 52 시간 근무에 따른 짧은 여가 수요를 쇼핑몰이 효과적으로 흡수할 수 있을 것. 한편, 여름 더위 심화가 수년째 지속되면 에어컨과 같은 계절 가전 및 가능성 의류, 화장품 등에 수요는 지속.

### 소비 패턴, 폭염에 영향을 받고 있음

장기간 폭염이 이어지며 소비가 영향을 받고 있는 것은 사실. 야외 활동보다는 냉방이 제공되는 실내에서의 활동이 증가하고 있는 것이 가장 큰 원인. 최근 언론 보도에 따르면 대형마트/백화점 등 대형 오프라인 유통업체들의 매출이 폭염기간 크게 증가함. 또한 집에서 요리를 하거나 외식을 하러 나가기 보다 배달로 식사를 해결하려는 수요가 증가하며 배달 업체들의 수요 역시 크게 증가하고 있는 것으로 보도. 여기에 일부 지자체들은 야외 행사를 취소하기도 해 소비에 영향을 주고 있음.

### 그러나 폭염이 기존의 트렌드를 바꾸지는 못할 것

폭염으로 인해 소비 패턴이 영향을 받기는 하나, 기존에 나타나고 있던 소비 트렌드를 변화시키기는 어려울 것으로 판단. 현재 유통/레저에서 주목할 만한 뉴스들은 대형마트/백화점의 매출 호조. 이는 폭염의 영향을 받았을 가능성이 충분히 있어 보임. 그러나 대형마트/백화점을 이용하는 근본적인 목적을 쇼핑에서 레저 등 다른 요소로 변화시키지는 못할 것. 따라서 예상치 못한 극심한 폭염에 준비되지 않은 수요가 일시적으로 대형마트/백화점으로 집중되었으나 장보기 쇼핑의 온라인화, 의류 쇼핑의 합리적 소비 트렌드에 따른 오프라인 대형마트와 백화점의 구조적인 성장 문화를 벗어나게 하기는 어려울 것.

### 기존의 트렌드를 강화시키는 역할은 할 것

#### : 쇼핑몰, 짧은 여가를 즐길 곳으로 이미지를 강화할 것

그러나 엔터테인먼트 기능이 강화된 대형 쇼핑몰에 대한 수요는 폭염으로 인해 더 확대될 수 있을 전망. 대형마트와 백화점이 다양한 레저 기능을 제공하지 못하는 반면, 최근 공급되고 있는 대형쇼핑몰들은 간단한 레저 기능을 다양하게 포함하며 짧은 여가시간을 보낼 만한 곳으로 자리잡고 있음. 이번 폭염은 더 많은 소비자들이 쇼핑몰을 찾는 계기를 만들었고, 다양한 레저 컨텐츠를 경험한 소비자들은 향후에도 짧은 여가시간을 보낼 곳으로 다시 쇼핑몰을 찾게 될 가능성이 높음. 최근 시작된 주 52 시간 근무로 짧은 여가시간을 보낼만한 공간에 대한 수요가 확대되고 있다는 점까지 고려한다면, 대형쇼핑몰에 대한 수요는 더 증가할 전망.

### 매년 지속되는 폭염, 소비 확대 요인은 아니나 소비 품목에는 변화를 줄 것

폭염이 가계의 전체 소비를 증가시킬 가능성은 높지 않음. 그러나 소비 품목에 변화는 줄 수 있을 것. 대표적으로 에어컨인데, 수년째 지속되는 폭염으로 에어컨 수요는 지속적으로 증가 중. 과거 대비 성능과 에너지 효율이 현저히 높은 에어컨들이 공급되며 교체수요를 자극. 금년에도 에어컨 판매는 고성장 중. 폭염기간 에어컨 구매가 어려웠던 경험이 수년째 누적되며 비수기에도 에어컨 판매가 크게 감소하지 않을 수 있어 보임. 또한 냉감 소재 등 가능성 의류, 썬스티ック/데오드란트 등 여름 가능성 화장품 시장 규모가 확대될 가능성 높음.

*〈추가적인 폭염에 따른 현상과 영향, 지속가능성 여부는 뒷페이지의 표 참고〉*

## 유통/레저 부문 폭염 현상 및 영향 분석

| 산업                     | 현상   | 폭염에 따른 수요   | 폭염 이외의 주요 트렌드  | 폭염이 각 산업의 트렌드에 변화를 줄 수 있나?   |
|------------------------|--|---|--|--|
| 대형마트/백화점/카페 등 오프라인 유통업 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 폭염이 시작된 7월 11일부터 31일까지           <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; 롯데백화점 매출 yoy 7.2% 증가</li> <li>&gt; 현대백화점 매출 yoy 7.8% 고객 수 yoy 7.5% 증가</li> </ul> </li> <li>- 이마트의 창고형 할인점 트레이더스 : 7월23일~8월1일 매출 yoy 37.2% 급증</li> <li>- 신세계 백화점 : 7월16일~8월1일 사이 매출이 11.2% 증가</li> <li>- 롯데마트 : 7월의 아간시간의 매출 비중은 14.7% 이는 전달보다 4% p 증가한 것</li> </ul> <p>** 고객들의 백화점 체류시간도 1시간 정도 증가</p> | <p>대형마트 : 증가</p> <p>백화점 : 증가</p> <p>편의점 : 감소</p> <p>재래시장 : 감소</p>             | <p>&gt; <b>대형마트</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>: 출점 규제/영업시간 단축 등으로 성장</li> <li>정체 이마트 등 주요 사업자들 온라인을 통한 성장을 추구</li> </ul> <p>&gt; <b>백화점</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>: 소득 및 소비의 양극화 현상으로 백화점에서 고가 상품 판매는 높아지고 대중적인 상품 판매는 가격 경쟁력이 있는 홈쇼핑/온라인으로 이동되며 고성장 트렌드에서는 벗어나 있음</li> </ul> <p>&gt; <b>편의점</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>: 근거리 레저활동을 지원하며 고성장 중, 다만 중소상인 등 출점에 비우호적인 이해관계들로 인해 적극적인 공급이 나타나고 있지는 않음</li> </ul> <p>&gt; <b>재래시장</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>: 근거리 레저활동을 지원하며 고성장 중, 다만 중소상인 등 출점에 비우호적인 이해관계들로 인해 적극적인 공급이 나타나고 있지는 않음</li> </ul> <p>&gt; <b>편의점: 최저임금 인상 부담으로 출점 문화되고 폐점이 증가 강화될 것</b></p> | <p>&gt; <b>대형쇼핑몰/아울렛 등 레저</b></p> <p><u>요소를 확보한 대형유통업체에는 긍정적</u> 레저의 활동을 제공하는 채널로 다시 인지되는 계기가 될 수 있음.</p> <p>&gt; <b>기타 대형마트/백화점/편의점 등</b></p> <p><u>유통업 고유 영역에 집중된 포맷은 폭염으로 트렌드를 변화시킬 만한 요인 없음.</u></p> |
| 기타 유통                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 폭염에 배달 애플리케이션(앱)을 이용한 음식 주문수 및 숙박/액티비티 앱 거래가 급격하게 늘어남</li> <li>- '배달의민족'의 7월 주문건수가 2000만건을 돌파, 이는 연초 회사가 올해 목표로 잡은 월평균 수치</li> <li>- 서울 낮 최고기온이 35도를 넘어서면서 7월 넷째주 주말 배달의민족 주문수는 둘째주보다 17% 늘어나기도 함</li> <li>- 요기요의 경우 7월 22일(최고기온 38도), 2주 전인 7월 8일과 비교해 주문수가 21% 증가</li> </ul>  | 배달수요 증가   | <p>&gt; 1~2인 가구 증가 등으로 배달 수요 및 외식수요 꾸준히 증가</p> <p>: 집에서 요리를 하는 것보다 효율이 높음</p>  | <p>&gt; <b>폭염이 아니어도 수요는 배달수요 증가는 지속</b></p>  |
| 레저업                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 폭염으로 지방자치단체에서 계획했던 축제들이 대거 취소되고 바다 등 주요 피서객 줄어듦           <ul style="list-style-type: none"> <li>: 8/11일 예정이던 홍천강 수상 레포츠 체험행사를 취소</li> </ul> </li> <li>- 폭염으로 인해 야외 테마파크도 관람객이 현저하게 줄고 박물관이나 실내형 테마파크엔 사람이 몰리고 있음</li> <li>- 홈캉스(홈+바캉스), 호캉스(호텔+바캉스), 몰캉스(쇼핑몰+바캉스), 커피사(카페+피서) 등 다양한 피서 트렌드 생김</li> </ul>   | <p>국내여행수요 : 감소</p> <p>호텔수요 : 증가</p> <p>야외 레저 수요 : 감소</p> <p>실내형 테마파크 : 증가</p> | <p>&gt; <b>내국인의 호텔 수요 증가 트렌드 강화</b></p> <p>&gt; <b>야외 레저활동 및 국내 여행 수요에 부정적인 영향은 일시적</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>: 주52시간 근무로 주말과 가정<br/>짧은 여가시간 확보 가능성 높아짐.</li> <li>야외레저 활동 및 단거리 여행수요는 지속적으로 증가할 것</li> </ul> <p>&gt; <b>극장 수요 증가 기대</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>: 저녁의 짧은 여가시간을 보내는<br/>장구가 될 수 있음</li> </ul>   |  |
| 기전업                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 올해 국내 에어컨 판매량이 역대 최대치를 기록할 것으로 업계는 전망</li> <li>- LG전자, 7월 에어컨 판매량 yoy 두 자릿수 이상 급증           <ul style="list-style-type: none"> <li>: 캐리어 에어컨 7월 연간 누적 판매량 yoy 20% 이상 증가</li> </ul> </li> </ul>  | 에어컨수요 : 증가  | <p>빨래건조기, 무선청소기 등 프리미엄 가전 판매 증가</p> <p>매년 나타나는 폭염으로 에어컨 교체 수요 지속. 에너지 효율이 높은 제품으로 교체</p>   | <p>&gt; <b>폭염이 노후된 에어컨 교체 수요를 자극. 에어컨 판매 고성장을 장기화 시킬 것.</b></p>  |

자료 언론보도를 기초로 SK 증권이 정리 및 평가

## 화장품/의류 분야 폭염 현상 및 영향 분석

| 산업  | 현상  | 폭염에 따른 수요               | 폭염 이외의 주요 트렌드   | 폭염이 각 산업의 트렌드에 변화를 줄 수 있나?   |
|-----|---|-------------------------|---|--|
| 화장품 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 무더위 지속에 여름철 화장품인 데오도란트, 알로에 수딩젤, 자외선 차단제, 기름종이 판매가 증가           <ul style="list-style-type: none"> <li>: 폭염 특보가 내려진 14일부터 18일까지 올리브영의 알로에수딩젤 매출 전주 대비 113% 증가</li> <li>&gt; 데오도란트, 자외선차단제 매출 각각 73%, 59% 증가</li> </ul> </li> </ul>   |                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; 화장품 원브랜드 속 부진 지속           <ul style="list-style-type: none"> <li>: 판매 품목이 제한적인 원브랜드샵은 부진이 지속되고 선택의 폭이 다양한 H&amp;B로 화장품 소비 패턴이 옮겨감</li> </ul> </li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; 폭염 지속에 따라 관련 품목들의 시장 규모는 확대될 가능성이 높음.</li> <li>: 다만, 여름철 화장품에 대해 특별한 제품 경쟁력을 보유한 회사는 아직까지 부진</li> </ul>  |
|     | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 통상 여름철 특수 화장품은 8월 초부터 매출이 전달 대비 30% 내외 증가하는 편인데, 올해엔 예년보다 2~3주가량 일찍 판매량이 증가</li> <li>- 불볕 더위에 자극을 받은 피부를 진정시키려는 수요가 급증하며 피부에 바르면 시원해지는 쿨링 화장품이 인기</li> </ul>   | 여름철<br>화장품 수요<br>: 증가   | <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; <b>H&amp;B스토어 증가 화장품 경쟁 심화</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>: H&amp;B 스토어 출점이 늘어나면서 입점 화장품 브랜드들의 경쟁이 심화</li> </ul> </li> <li>&gt; <b>'페스트 뷰티' 트렌드 확대</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>: 화장품을 빨리 쓰고 자주 바꾸는 패스트뷰티 트렌드가 확대되면서 휴대 편의성이 좋은 소용량 화장품 인기           <ul style="list-style-type: none"> <li>→ 이 역시 H&amp;B 제품들에 더 적합</li> </ul> </li> </ul> </li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; H&amp;B 내 경쟁이 심한 브랜드 업체 수혜보다는 다양한 여름철 H&amp;B 브랜드 제품들을 생산하는 OEM/ODM 업체들의 전반적인 오더량 증기가 기대</li> <li>: 다만, 여름철 제품들의 단기가 높지 않고 절대적 수요가 제한적인 만큼 증기폭은 크지 않을 것</li> </ul>         |
| 의류  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 폭염에 기능성 쿨링 소재의 속옷과 쿨링 패드, 매쉬 소재나 인건 등 기능성 소재 의류 판매가 호조           <ul style="list-style-type: none"> <li>: BYC의 냉감, 흡습 기능성이 추가된 속옷 보디드赖이는 7월 14일부터 10일간 전년 대비 매출이 23% 증가</li> <li>: JAU(자주)에서 내놓은 스트라이프 쿨링 패드와 쿨링 메모리폼 베개는 생산 물량이 모두 판매돼 품절</li> <li>: FRJ에서는 더위를 쫓는 기능성 데님인 올리풀 데님과 아이스카페 데님이 전체 물량 중 95%를 소진</li> </ul> </li> </ul> |                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; SPA 중심 패스트패션 트렌드 지속           <ul style="list-style-type: none"> <li>: 비교적 저렴한 가격대에 최신 유행을 반영한 상품을 빠르게 공급하는 의류 트렌드는 지속되는 중</li> <li>→ 특정 여름철 기능성 상품이 유행을 타고 그 성능을 인정받는다면 빠르게 확산이 가능함을 의미</li> </ul> </li> </ul>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; 폭염으로 인한 변화는 제한적           <ul style="list-style-type: none"> <li>: 의류는 본래 계절성이 뚜렷한 산업으로 고온 현상 심화가 가져올 수 있는 변화는 크지 않음</li> </ul> </li> </ul>                                |
|     |   | 쿨링 기능성<br>의류 수요<br>: 증가 |   | <ul style="list-style-type: none"> <li>&gt; 여름철 기능성 의류 및 신소재 개발 노력은 지속될 것           <ul style="list-style-type: none"> <li>: 폭염 심화에 따라 '쿨링'에 대한 수요는 지속 증가할 것으로 보다 획기적인 기능성 제품 개발에 대한 노력은 지속될 것.</li> </ul> </li> </ul> |

자료: 언론보도를 기초로 SK 증권이 정리 및 평가

### Compliance Notice

- 작성자(손윤경, 전영현)는 본 조사분석자료에 게재된 내용들이 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭없이 신의성실하게 작성되었음을 확인합니다.
- 본 보고서에 언급된 종목의 경우 당사 조사분석담당자는 본인의 담당종목을 보유하고 있지 않습니다.
- 본 보고서는 기관투자가 또는 제 3 자에게 사전 제공된 사실이 없습니다.
- 당사는 자료공표일 현재 해당기업과 관련하여 특별한 이해 관계가 없습니다.
- 종목별 투자의견은 다음과 같습니다.
- 투자판단 3 단계 (6 개월 기준) 15%이상 → 매수 / -15%~15% → 중립 / -15%미만 → 매도

### SK 증권 유니버스 투자등급 비율 (2018년 8월 6일 기준)

|    |        |    |       |    |    |
|----|--------|----|-------|----|----|
| 매수 | 93.08% | 중립 | 6.92% | 매도 | 0% |
|----|--------|----|-------|----|----|