

유통/화장품 Weekly (07/17~07/21)

화장품 유통업 재편 전망





## 화장품 유통 재편 전망

### 유통

6월 중국인 관광객수 +1,303% YoY 증가

#### 투자자 동향

- ▶ 지난 한 주간 주요 유통사 평균 주가 수익률은(-1.2%). 한 주간 Best 는 롯데하이마트 (+6.9%), Worst 는 호텔신라(-5.4%)
- ▶ 한 주간 기관투자자는 현대백화점을 가장 많이 순매수 (+74억원), 호텔신라를 가장 많이 순매도 (-201억원). 한 주간 외국인투자자는 신세계를 가장 많이 순매수 (+86억원), 호텔신라를 가장 많이 순매도(-71억원). 주요 유통사 기준, 국내 기관투자자의 순매도 규모는 (-417억원). 외국인투자자의 순매수 규모는 (+151억원)

#### 화장품 유통업 재편 전망

- ▶ 과거 화장품 유통업태는 면세점, 백화점, 방문판매, 원브랜드샵, 온라인이 주류를 이루었음. 최근 화장품 유통에서 ① 올리브영 프리미엄 화장품 시장 진출, ② 원브랜드샵 매장 축소가 이슈가 되면서 화장품 유통업태 재편이 전망됨.
- ▶ 올리브영이 프리미엄 화장품까지 진출하게 된다면 경쟁 유통채널은 프리미엄 화장품 판매채널인 면세점, 백화점, 방판 채널이 될 것으로 전망됨. 올리브영은 매스 화장품 시장에서 가장 소비자들의 선호도가 높은 채널로서 프리미엄 채널까지 진출하게 된다면 소비자의 화장품 선택폭은 더 넓어지기 때문에 화장품 부문 매출 증가가 전망됨.
- ▶ LG 생활건강이 더페이스샵과 네이처컬렉션 등 406개의 오프라인 가맹점 계약 구조를 '가맹 계약'에서 '물품 공급 계약'으로 전환하는 방안을 추진함. 계약 구조를 변경하면 LG 생활건강의 화장품만 판매할 수 있었던 가맹점들은 올리브영과 같은 멀티 플랫폼에 납품하는 화장품 및 중소 브랜드 화장품을 본인의 매장에서 판매할 수 있게됨. 소비자들이 올리브영으로 몰리면서 원 브랜드샵(로드샵)을 살리기 위한 자구책으로 판단됨.

Retail

## 화장품

## 6월 중국 화장품 수입 24% YoY 감소

## 투자자 동향

▶ 지난 한 주간 주요 화장품 회사 평균 주가수익률은 (-2.5%). 한 주간 Best 는 코스메카코리아 (+7.1%), Worst 는 마녀공장 (-10.6%)

▶ 한 주간 기관투자자는 아모레퍼시픽을 가장 많이 순매수 (+71억 원), LG 생활건강을 가장 많이 순매도 (-110억원). 한 주간 외국인 투자자는 LG 생활건강을 가장 많이 순매수 (+63억원), 아모레퍼시픽을 가장 많이 순매도 (-28억원). 주요 화장품사 기준, 국내 기관투자자의 순매수 규모는 (+29억원). 외국인 투자자의 순매수 규모는 (+142억원)

## 6월 중국 화장품 수입 24% YoY 감소

▶ 중국 해관총서에서 18일 발표한 6월 화장품 수입이 금액기준 24% YoY 감소. 미국 화장품 수입의 감소폭이 33.5% YoY 로 가장 컸으며 일본 화장품 수입의 감소폭이 13.3% YoY 로 가장 작았음. 여전히 대한민국 화장품 수입액은 4개월 연속 감소하는 추세를 이어 나가고 있으며 전년동월대비 25.4% 감소함.

▶ 전반적으로 중국 화장품 시장에서 자국 화장품에 대한 선호도가 커지면서 수입화장품 수입액이 감소하고 있는 것으로 추정됨. 특히 대한민국 화장품의 경우 수입국가 비중이 2018년 1.2위권에서 코로나 시기부터 4.5위권으로 밀려나고 있는 모습을 보여주고 있음. 현 추세로 간다면 5위권 밖으로 밀려날 것으로 예상됨.

▶ 중국 화장품 시장에서 한국 화장품의 선호도가 급격히 하락한 이유는 한국 화장품은 몇몇 브랜드 위주로 화장품 선호도 쏠림 현상이 심화되어 있었기 때문. 글로벌 화장품 소비 트렌드인 리퀴드 소비가 정착됨에 따라 중국 시장에서도 화장품 브랜드에 대한 충성도가 빠르게 변화함. 그에 따라 국내 화장품에 대한 선호도가 빠르게 하락하고 있는 것으로 파악됨. 국내 화장품 회사들이 중국 외 시장으로 성장판을 넓혀가고 있으나, 중국 화장품 시장이 여전히 글로벌 화장품 시장에서 중요한 만큼 글로벌 화장품 회사처럼 브랜드를 다변화해가는 전략이 중요한 시점으로 판단됨.

Cosmetics

## 주간 유통/화장품 주요 뉴스

## 주간 유통업 주요 뉴스

## ■ 백화점, 추가출점 대신 '팝업' '리뉴얼'로 불황 타개

백화점 업계가 경기 불황 속 수익성 확보에 공을 들이고 있다. 리뉴얼을 비롯해 다양한 오프라인 체험 팝업을 늘려 차별화된 경험을 제공하는 한편 돌파구를 찾겠다는 전략이다. 백화점들이 추가 출점이 쉽지 않은 상황에서 리뉴얼과 팝업스토어 등을 통해 공간의 변화를 이끌어내고 있다 특히 팝업스토어의 경우 정규 입점에 비해 유동적이고, 빠르게 고객 반응을 이끌어낼 수 있기 때문에 화제성이 짙은 팝업 콘텐츠를 확보하기 위해 많은 노력을 하고 있다

## ■ 백화점 여름 정기세일 '역기저효과'에도 매출 5% 늘었다

지난해 리오프닝 영향으로 평균 20%대의 높은 신장률을 보였던 백화점 여름 정기세일이 올해는 5%대 성장률을 나타내며 다소 주춤한 모양새다. 전년도에 워낙 높은 신장률을 보인만큼 역기저 효과 때문이라는 분석이다. 다만 경기악화에 따른 소비침체가 지속된 가운데 플러스 성장을 이어갔다는 것은 선방했다는 평가다. 최근 소비자심리지수는 반등한 만큼 하반기 백화점 매출 향방에 관심이 쏠리고 있다.

## ■ [단독] 정유경-이부진, 인천공항면세점서 '샤넬-루이비통' 듀플렉스 대전

이부진 호텔신라 사장과 정유경 신세계백화점 총괄사장이 인천국제공항 2터미널(T2)에서 명품 대전을 벌인다. 신세계면세점이 명품 브랜드 루이비통의 유치를 확정하고 신라면세점이 샤넬 입점을 확정하면서 본격적인 매출 경쟁을 예고한 것. 두 면세점은 이들 매장을 모두 국내 최초의 공항 면세점 복층구조(듀플렉스) 매장으로 유치할 예정이다. 각 매장의 설계와 계약일정을 고려하면 인테리어 공사는 내년 초 시작해 이르면 내년 10월에 완공, 영업이 가능해질 전망이다. 이는 곧 신라면세점과 신세계면세점의 경쟁과도 직결된다. 신라면세점은 이번 인천공항 입점을 계기로 면세업계 1위를 노리고 있고 신세계면세점 역시 맹추격을 노리고 있다.

## 주간 화장품 주요 뉴스

## ■ CJ 올리브영, 프리미엄 화장품 전문관 '럭스에디트' 개설

CJ 올리브영은 온라인몰을 통해 프리미엄 화장품 전문관 '럭스에디트'(Luxe Edit)를 선보인다고 17일 밝혔다. 이곳에서는 국내외 화장품 시장에서 떠오르는 프리미엄 브랜드를 발 빠르게 발굴해 소개할 예정이다.

## ■ [단독] LG생활건강, 화장품 가맹사업 철수...가맹점 400여곳 계약변경 추진

LG 생활건강이 더페이스샵과 네이처컬렉션 등 406개의 오프라인 가맹점 계약 구조를 '가맹 계약'에서 '물품 공급 계약'으로 전환하는 방안을 추진한다. 계약 구조를 변경하면 LG 생활건강의 화장품만 판매할 수 있었던 가맹점들은 올리브영과 같은 멀티 플랫폼에 납품하는 화장품 및 중소 브랜드化妆품을 본인의 매장에서 판매할 수 있게 된다. 가맹계약을 물품공급 계약으로 변경하는 대신 가맹점주들에게 파격적인 보상을 제시했다. 인테리어 개선 비용과 9개월간 매장 임대료 50% 등 초기 정착 비용을 지원한다. LG 생활건강이 가맹계약 구조를 변경하기로 한 것은 국내 화장품 시장이 온라인과 H&B(헬스앤뷰티) 스토어를 중심으로 재편된 것에 따른 것이다.

## ■ 다이소 화장품 고물가에 잘나가네

다이소는 500원부터 5000원에 이르기까지 시중 화장품 대비 싼 가격으로 제품을 판매하고 있는데, 최근 가성비 뷰티템으로 소비자들의 주목을 받고 있다. 16일 다이소에 따르면 올해 상반기 다이소의 뷰티 제품 매출은 전년 동기 대비 약 70% 늘어난 것으로 나타났다. 같은 기간 피부 관리를 위한 기초 화장품 매출은 약 90% 증가했고, 립스틱이나 아이섀도 등 색조 화장품 매출은 50% 정도 늘어났다. 다이소에서 판매하는 제품들이 인기를 얻으면서 뷰티 업체들은 잇달아 다이소와 손잡고 전용 상품을 출시하고 있다. 다이소는 작년 4월 뷰티 브랜드 네이처퍼블릭과 함께 다이소 전용라인 '식물원'을 선보인 이후 애경산업, 클리오와 협업하는 등 올해 5월까지 14개 브랜드의 제품을 내놨다.

자료: 언론자료

## 유통/화장품 주간 동향

[표 1] 유통/화장품 Valuation 비교

		시가	Performance					PER		PBR		ROE	
(단위: 조원, %, 배)		총액	1W	1 M	3M	6M	1Y	2023E	2024E	2023E	2024E	2023E	2024E
화장품	LG 생활건강	6.97	-3.88	-10.9	-26.8	-40.8	-38.2	17.5	14.0	1.3	1.2	7.6	8.7
	아모레퍼시픽	6.04	-2.37	0.5	-17.8	-30.5	-23.8	29.8	23.5	1.4	1.3	4.5	5.6
	한국콜마	1.07	-0.21	5.4	12.9	6.5	21.6	17.1	12.4	1.5	1.3	8.8	11.2
	코스맥스	1.11	7.10	5.0	28.3	25.2	39.0	14.3	11.2	1.7	1.5	12.6	14.2
	로레알	308.70	-4.36	-1.2	-8.9	6.0	16.2	33.5	30.7	7.4	6.7	22.8	22.5
	유니레버	168.26	1.52	-0.4	-7.7	-0.9	4.2	18.2	16.9	6.1	5.7	34.0	34.0
	에스티로더	83.62	-5.87	-6.4	-28.9	-31.9	-30.6	54.1	35.6	11.7	10.5	20.9	31.0
	P&G	455.54	0.34	0.7	-3.5	5.3	7.0	25.6	23.6	7.9	7.9	31.6	34.2
	시세이도	22.65	-1.15	-11.2	-6.9	-2.8	12.3	64.2	35.5	4.1	3.8	6.6	11.5
	Shanghai Jahwa	3.40	-3.52	-3.4	-0.5	-9.7	-20.0	25.0	21.3	2.4	2.2	9.9	10.6
유통	롯데쇼핑	1.99	0.43	-6.3	-13.8	-29.6	-25.6	12.2	9.3	0.2	0.2	1.8	2.2
	호텔신라	2.80	-5.44	-2.2	-9.4	-13.9	1.6	19.2	13.8	4.0	3.1	23.6	26.2
	신세계	1.88	-0.88	3.5	-7.1	-18.7	-12.4	5.1	4.6	0.4	0.4	8.6	9.4
	현대백화점	1.28	1.67	11.6	4.6	-13.3	-17.6	5.9	4.8	0.3	0.2	4.5	5.3
	DUFY	9.39	-1.97	10.0	5.3	3.2	22.4	20.0	15.7	3.0	2.7	12.7	14.2
	LVMH	612.18	-4.34	1.8	-5.3	9.0	34.8	25.9	23.5	6.6	5.7	27.0	25.4
	일본공항공발딩	5.51	1.78	-3.9	-1.6	-4.8	27.3	-	81.3	4.0	3.9	-3.2	4.8

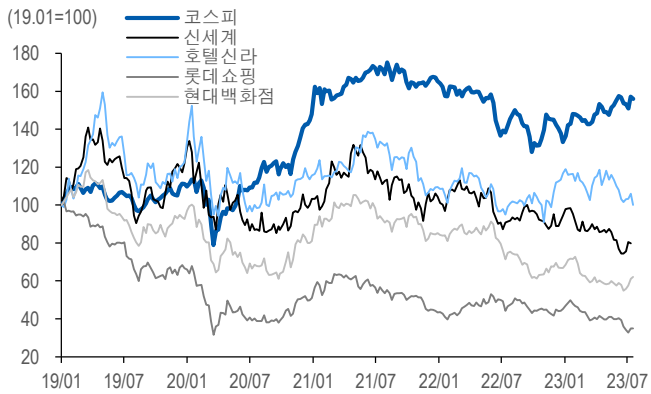
자료: Bloomberg, 유안타증권 리서치센터

[표 2] 국내 주요 업체 유통/화장품 주가변동 및 수급

(단위: %, 십억원)		주간 주가변동	기관 순매수	외국인 순매수	(단위: %, 십억원)		주간 주가변동	기관 순매수	외국인 순매수
화장품	LG 생활건강	-3.9	-11.0	6.3	유통	BGF 리테일	-3.0	-7.0	4.2
	아모레퍼시픽	-2.4	7.1	-2.8		호텔신라	-5.4	-20.1	-7.1
	아모레 G	-3.4	1.1	-1.0		GS 리테일	-3.2	-11.7	4.6
	코스맥스	7.1	3.2	4.3		롯데쇼핑	0.4	0.9	0.4
	한국콜마	-0.2	1.8	3.7		이마트	-2.4	-6.6	3.6
	마녀공장	-10.6	-0.4	1.8		신세계	-0.9	-4.1	8.6
	애경산업	-4.7	0.2	0.4		현대백화점	1.7	7.4	-0.6
	씨앤씨인터내셔널	-5.2	0.6	-1.5		현대홈쇼핑	-5.3	-0.5	1.0
	클리오	-6.1	-1.3	0.0		롯데하이마트	6.9	0.1	0.4
	아이패밀리에스씨	-1.3	-0.9	0.5					
	에이블씨엔씨	-5.2	-0.1	-0.2					
	코스메카코리아	7.1	0.0	1.1					
	실리콘투	-3.9	2.5	1.6					

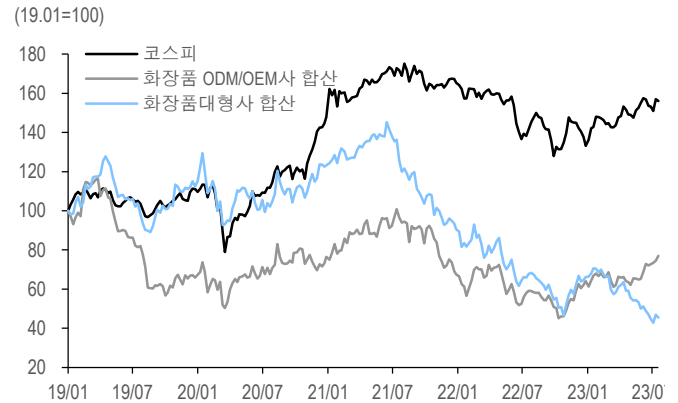
자료: Quantiwise, 유안타증권 리서치센터

[그림 1] 코스피 대비 주요 유통업종 변동 추이



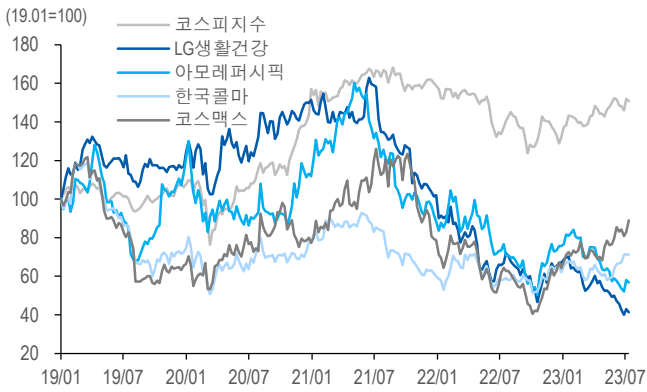
자료: Quantwise, 유안타증권 리서치센터

[그림 2] 코스피 대비 화장품 업종 변동 추이



자료: Quantwise, 유안타증권 리서치센터

[그림 3] 한국 화장품사 주가 추이



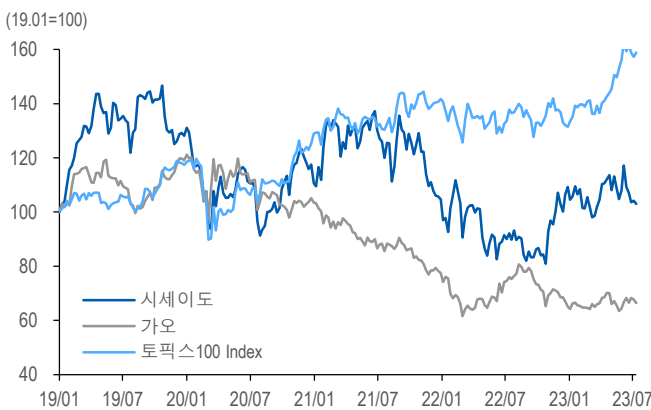
자료: Bloomberg, 유안타증권 리서치센터

[그림 4] 프랑스 화장품사 & 명품사 주가 추이



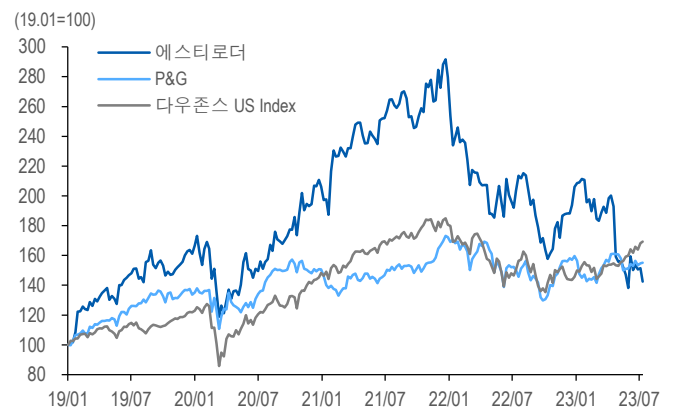
자료: Bloomberg, 유안타증권 리서치센터

[그림 5] 일본 화장품사 주가 추이



자료: Bloomberg, 유안타증권 리서치센터

[그림 6] 미국 화장품사 주가 추이



자료: Bloomberg, 유안타증권 리서치센터

## 유통

## 주요 유통업체 매출 동향

[표 3] 업체별 전년동월 대비 매출 증감률

(단위: %)		오프라인				온라인
연도	전체	대형마트	백화점	편의점	SSM	전체
2019	-1.8	-8.8	0.9	4	0.1	14.2
2020	-3.6	-3	-9.8	2.4	-4.8	18.4
2021	7.4	-2.3	23.1	6.9	-8.4	15.8
2022	8.9	1.4	15.7	10.8	-0.2	9.5
2023/01	-0.5	-3.8	-3.7	8.4	-4.5	9.1
2023/02	8.0	5.8	8.6	10.2	3.2	7.8
2023/03	6.6	1.2	9.5	9.7	-1.0	6.1
2023/04	4.8	3.3	2.5	8.9	3.7	3.2
2023/05	3.7	1.7	-0.2	9.2	5.2	7.9

자료: 산업통상자원부, 유안타증권

[표 4] 백화점 전년동기 대비 상품군별 매출 증감률

(단위: %)	총 계	잡 화	여성정장	여성캐주얼	남성의류	아동스포츠	가정용품	해외유명 브랜드	식품
2019	-0.1	-4.0	-6.0	-11.1	-3.5	-5.8	6.9	18.5	-4.1
2020	-9.8	-26.7	-26.1	-32.0	-19.5	-17.7	10.6	15.1	-17.1
2021	24.1	5.3	13.2	14.2	17.3	31.9	22.3	37.9	13.2
2022	15.7	16.2	17.0	18.9	17.7	23.9	-2.4	20.5	13.9
2023/01	-3.7	-0.6	-3.4	7.7	-2.2	7.1	-18.4	-7.2	2.3
2023/02	8.6	12.7	15.8	30.1	12.8	18.1	-7.1	2.1	17.2
2023/03	9.5	20.3	16.1	23.7	12.4	14.5	-7.8	3.3	16.2
2023/04	2.5	7.3	1.3	6.2	-2.2	1.3	-8.4	4.5	10.2
2023/05	-0.2	2.6	-0.3	3.8	-6.0	-0.3	-13.0	1.9	5.4

자료: 산업통상자원부, 유안타증권

[표 5] 백화점 상품군별 매출 비중

(단위: %)	총 계	잡 화	여성정장	여성캐주얼	남성의류	아동스포츠	가정용품	해외유명 브랜드	식품
2019	100	13.1	9.3	9.6	5.7	10.9	12.6	23.3	15.5
2020	100	10.4	8.0	7.1	5.1	15.5	15.5	30.0	14.0
2021	100	9.2	7.3	6.6	4.8	10.8	15.4	33.0	12.9
2022	100	10.6	7.3	6.5	4.2	11.5	13.0	34.2	12.7
2023/01	100	10.5	7.5	5.9	4.8	9.8	12.5	29.6	19.5
2023/02	100	10.5	8.7	6.5	4.0	11.6	14.5	34.6	9.6
2023/03	100	10.4	9.2	8.1	4.8	12.6	11.2	32.3	11.4
2023/04	100	10.5	7.3	7.0	4.8	12.8	11.9	34.2	11.5
2023/05	100	12.5	7.1	7.2	4.6	12.6	11.6	32.7	11.7

자료: 산업통상자원부, 유안타증권

## 유통

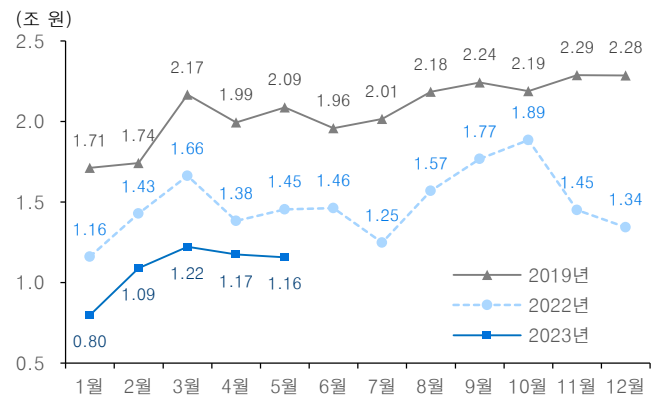
## 면세업계 동향

[표 6] 면세점 시장규모 및 내국인+외국인 면세점 매출액 추이

연도	전체 면세점 매출액(조원)	YoY (%)	내국인면세점 매출액(조원)	YoY (%)	내국인면세점 이용객(만명)	내국인인당 매출액 (만원)	외국인면세점 매출액(조원)	YoY (%)	외국인면세점 이용객(만명)	외국인 1인당 매출액 (만원)
2018	19.0	31.0	3.9	3.5	2,996	13	15.0	40.9	1,831	82
2019	24.9	31.2	4.0	2.4	2,843	14	20.8	38.7	2,002	104
2020	15.5	-37.8	0.7	-82.7	747	12	14.6	-29.9	329	443
2021	17.8	15.3	0.7	-6.8	611	14	17.0	16.6	67	2,555
2022	17.8	-0.1	1.4	119.0	927	15	16.4	-3.6	156	1,049
2023/01	0.8	-31.4	0.2	137.2	119	17	0.6	-44.6	25	243
2023/02	1.1	-23.6	0.2	167.7	118	17	0.9	-34.0	21	426
2023/03	1.2	-26.5	0.2	155.2	116	17	1.0	-35.3	31	326
2023/04	1.2	-15.1	0.2	92.6	120	18	1.0	-24.3	44	220
2023/05	1.2	-20.4	0.2	78.5	124	18	0.9	-29.5	51	184

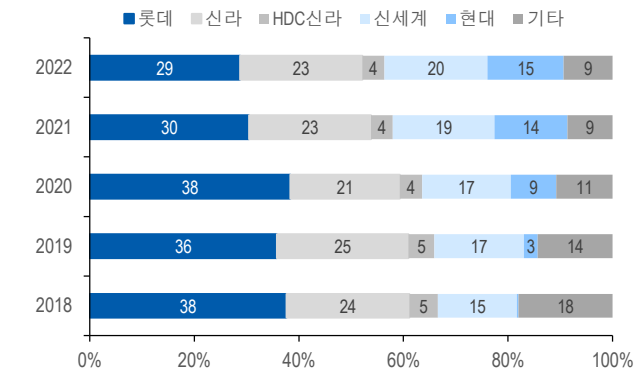
자료: 한국면세점협회, 유안타증권 리서치센터

[그림 7] 월별 면세점 매출 추이



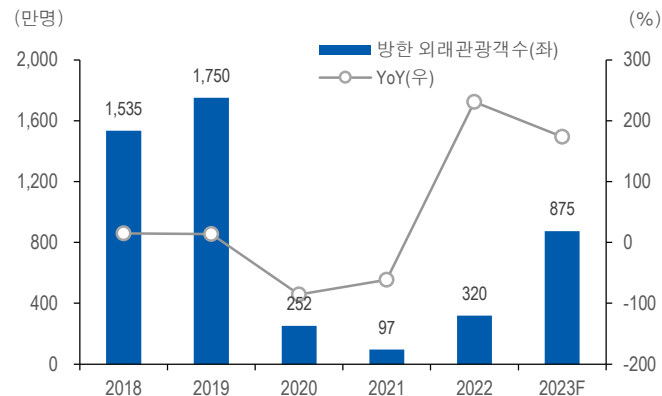
자료: 한국면세점협회, 유안타증권 리서치센터

[그림 8] 국내 면세 업체별 시장점유율



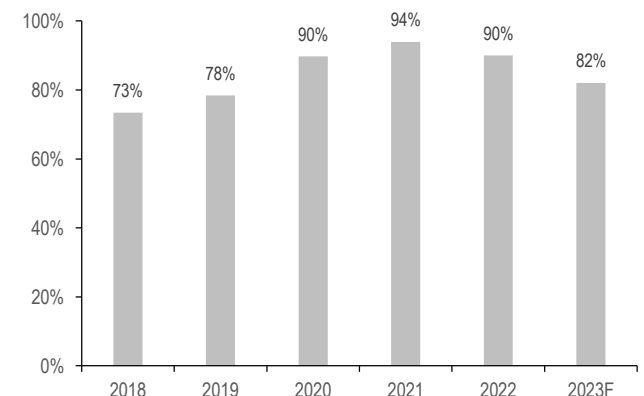
자료: 관세청, 유안타증권 리서치센터

[그림 9] 방한 외래관광객 수



자료: 한국관광공사, 유안타증권 리서치센터

[그림 10] 국내 면세점 중국인 매출 비중



주: 2022~2023 년은 유안타증권 추정치, 자료: 관세청, 유안타증권 리서치센터



## 화장품

## 국내 화장품 시장 동향

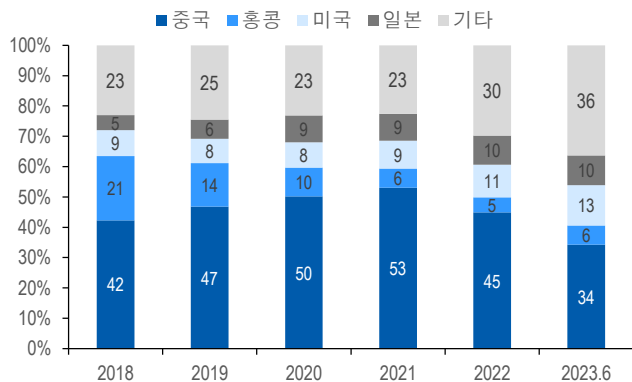
[표 7] 국내 화장품 수출액 추이

(단위: 억원, %)

	전체	YoY	중국	YoY	홍콩	YoY	일본	YoY	미국	YoY
2017	55,201	16.0	21,488	20.0	13,704	-4.1	2,591	19.6	5,030	26.0
2018	68,198	23.5	28,733	33.7	14,353	4.7	3,448	33.1	5,875	16.8
2019	73,872	8.3	34,627	20.5	10,523	-26.7	4,632	34.3	5,972	1.7
2020	85,918	16.3	43,101	24.5	8,182	-22.2	7,553	63.0	7,208	20.7
2021	101,081	17.6	53,613	24.4	6,376	-22.1	8,890	17.7	9,329	29.4
2022	98,651	-2.4	44,303	-17.4	4,953	-22.3	9,373	5.4	10,551	13.1
2023/01	5,718	-11.4	1,653	-38.0	304	-8.7	668	-2.4	809	-9.1
2023/02	7,833	19.3	2,632	-10.4	511	52.8	797	16.0	964	33.9
2023/03	9,843	19.3	3,619	-0.7	540	34.6	1,026	-2.4	1,192	28.6
2023/04	8,581	3.0	3,140	-19.5	439	-5.9	756	-4.4	1,160	19.0
2023/05	9,906	-3.1	3,773	-32.2	757	46.6	850	-0.8	1,266	37.2
2023/06	9,393	17.0	2,758	-17.6	672	49.4	937	9.7	1,439	60.6

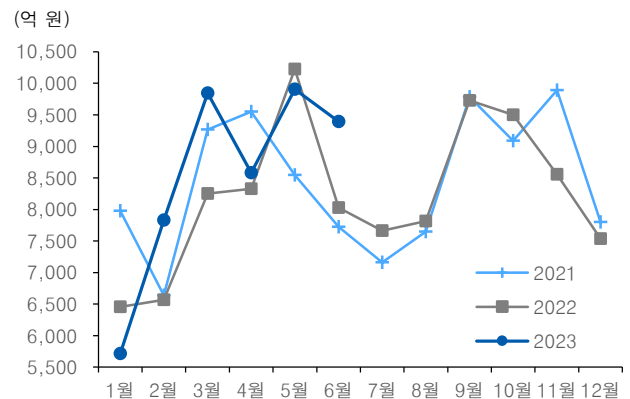
주: 통화는 각 년도 한국은행 평균 환율로 계산함, 자료: 한국무역협회, 한국은행, 유안타증권 리서치센터

[그림 11] 국내 화장품 수출시장 국가별 비중



자료: 한국무역협회, 유안타증권 리서치센터

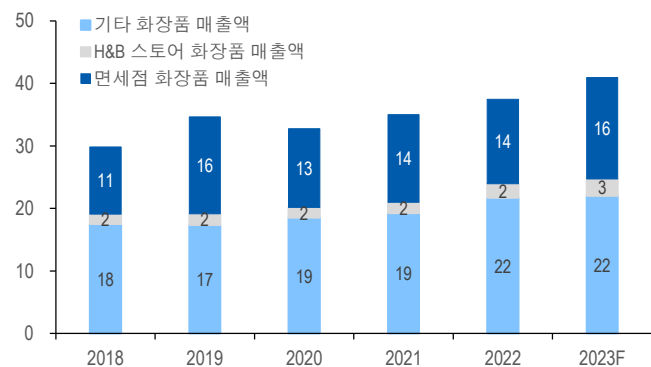
[그림 12] 국내 화장품 월별 수출액



자료: 한국무역협회, 유안타증권 리서치센터

[그림 13] 국내 화장품 소매판매액

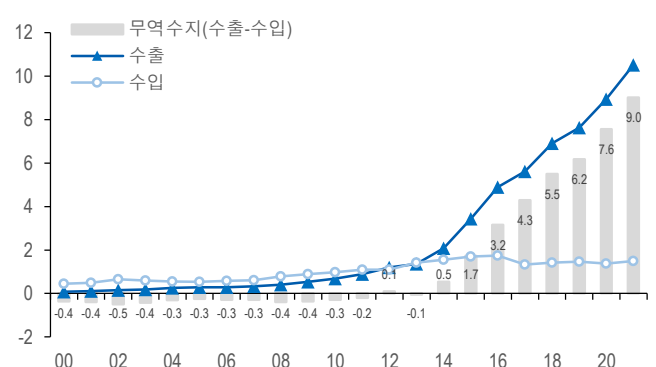
(조원)



자료: 한국면세점협회, 통계청, 금융감독원, 공정거래위원회, 유안타증권 리서치센터

[그림 14] 국내 화장품 무역수지

(조원)



자료: 한국보건산업진흥원, 유안타증권 리서치센터

## 화장품

## 중국 화장품 시장 동향

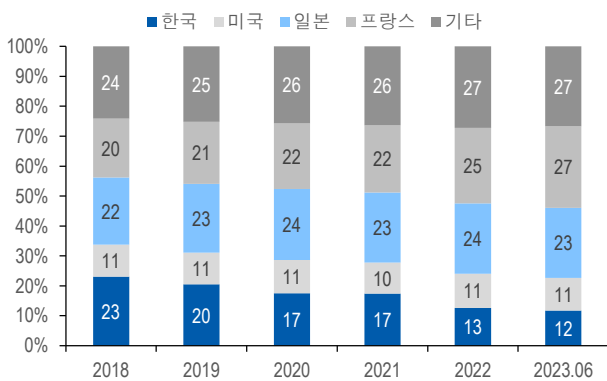
[표 8] 중국 화장품 수입액 추이

(단위: 천달러, %)

	전체	YoY	대한민국	YoY	미국	YoY	일본	YoY	프랑스	YoY
2017	7,692,190	-	1,709,357	-	890,807	-	1,517,887	-	1,692,236	-
2018	12,317,575	60.1	2,840,705	66.2	1,323,804	48.6	2,755,017	81.5	2,422,110	43.1
2019	16,151,086	31.1	3,306,909	16.4	1,721,452	30.0	3,711,681	34.7	3,347,223	38.2
2020	20,489,838	26.9	3,577,116	8.2	2,279,370	32.4	4,883,044	31.6	4,486,007	34.0
2021	24,137,214	17.8	4,189,359	17.1	2,517,941	10.5	5,653,780	15.8	5,403,900	20.5
2022	21,648,565	-10.3	2,731,187	-34.8	2,475,854	-1.7	5,089,154	-10.0	5,450,545	0.9
2023/01	1,246,486	-29.1	129,937	-49.2	167,940	8.1	207,229	-39.0	334,220	-27.0
2023/02	1,716,337	11.2	179,510	1.0	187,843	3.6	442,867	7.2	500,955	23.2
2023/03	2,060,142	5.1	211,952	-4.7	224,018	4.7	479,771	19.6	658,391	32.0
2023/04	1,577,165	-21.9	184,905	-21.8	148,774	-39.0	409,511	-14.8	361,048	-23.0
2023/05	1,555,371	-17.4	233,294	-23.6	164,302	-37.1	367,826	-7.5	383,899	-6.1
2023/06	1,309,436	-24.0	172,610	-25.4	138,842	-33.5	308,514	-13.3	342,580	-24.3

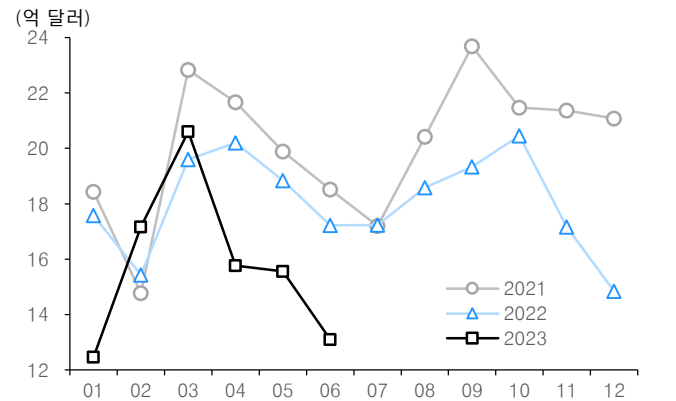
자료: 중국 해관총서, 유안타증권 리서치센터

[그림 15] 중국 화장품 수입시장 국가별 비중



자료: 중국해관총서, 유안타증권 리서치센터

[그림 16] 중국 화장품 월별 수입액

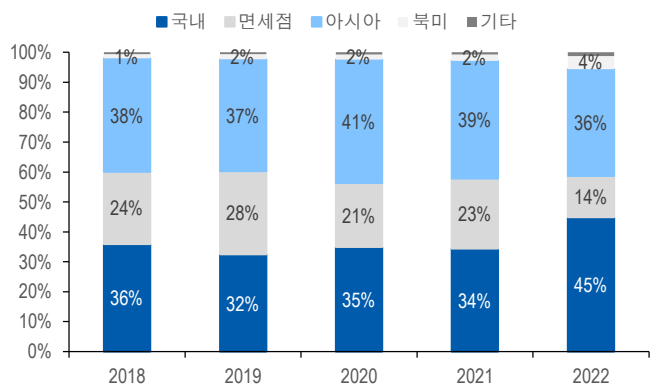


자료: 중국해관총서, 유안타증권 리서치센터

## 화장품

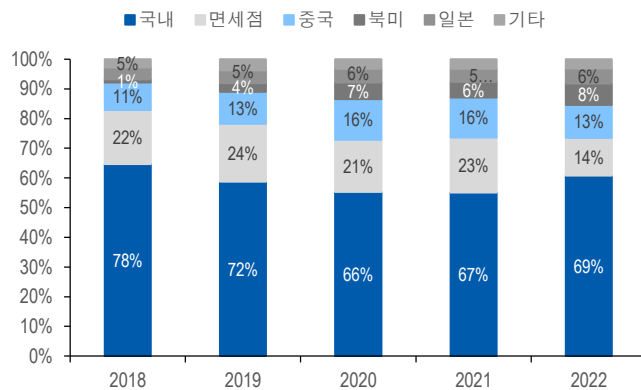
## 주요 업체 지역별 매출 비중

[그림 17] 아모레퍼시픽 지역별 매출 비중



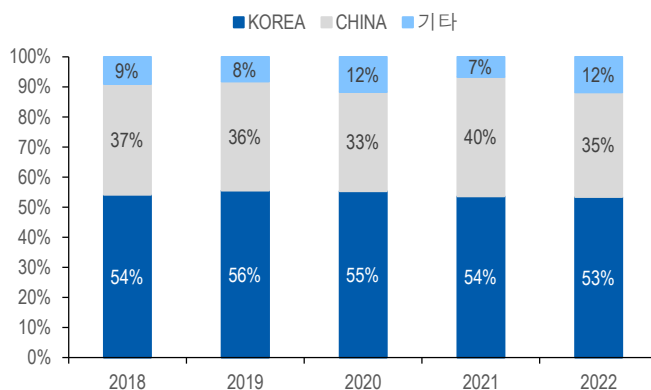
자료: 아모레퍼시픽, Bloomberg, 유안타증권 리서치센터

[그림 18] LG 생활건강 지역별 매출 비중



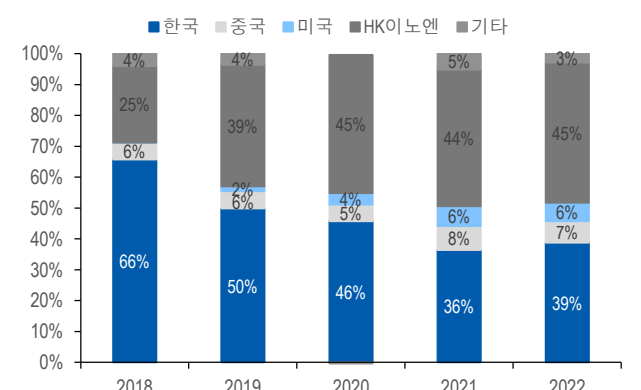
자료: LG 생활건강, Bloomberg, 유안타증권 리서치센터

[그림 19] 코스맥스 지역별 매출 비중



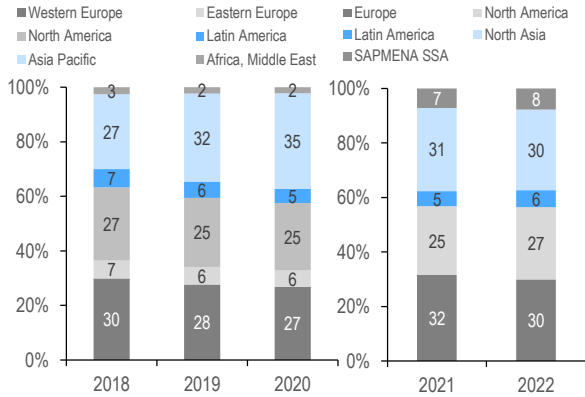
자료: Bloomberg, 유안타증권 리서치센터

[그림 20] 한국콜마 지역별 매출 비중



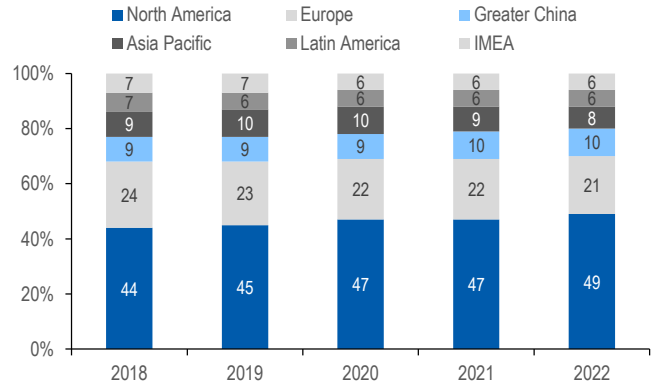
자료: 한국콜마, 유안타증권 리서치센터

[그림 21] 로레알(L'Oréal) 지역별 매출액 비중



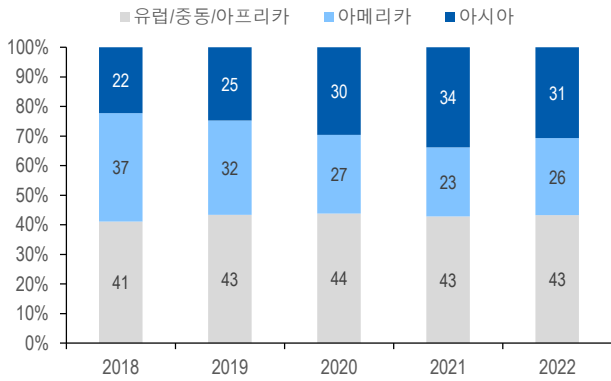
주: SAPMENA SSA는 South Asia Pacific, Middle East, North Africa, Sub Saharan Africa  
자료: Bloomberg, 유안타증권 리서치센터

[그림 22] 프록터 앤 갬블(P&G) 지역별 매출액 비중



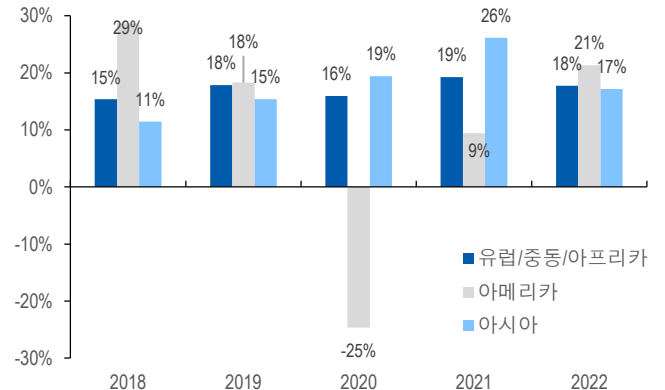
주: IMEA(India Mid East and Africa)  
자료: Bloomberg, 유안타증권 리서치센터

[그림 23] 에스티로더(Estée Lauder) 지역별 매출액 비중



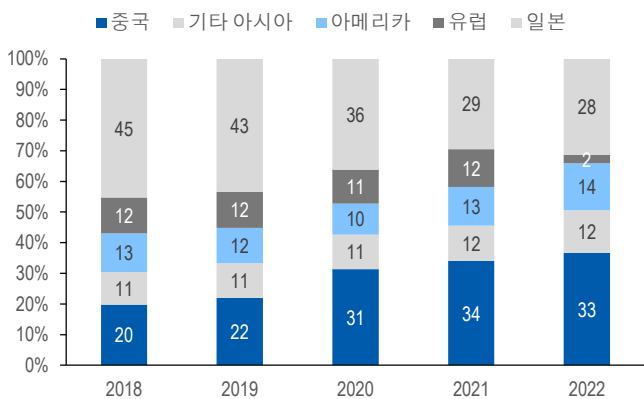
자료: Bloomberg, 유안타증권 리서치센터

[그림 24] 에스티로더(Estée Lauder) 지역별 영업이익률



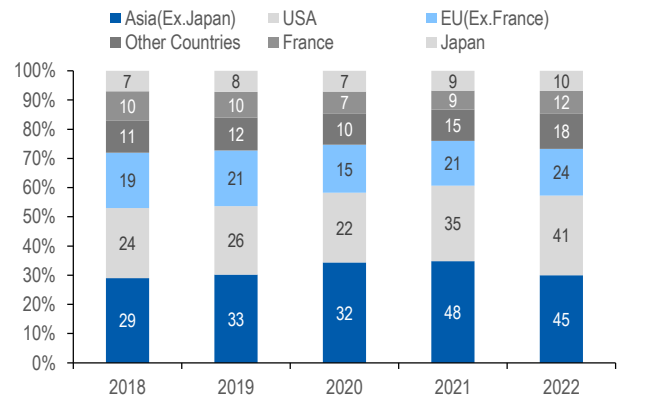
자료: Bloomberg, 유안타증권 리서치센터

[그림 25] 시세이도(Shiseido) 지역별 매출액



자료: Bloomberg, 유안타증권 리서치센터

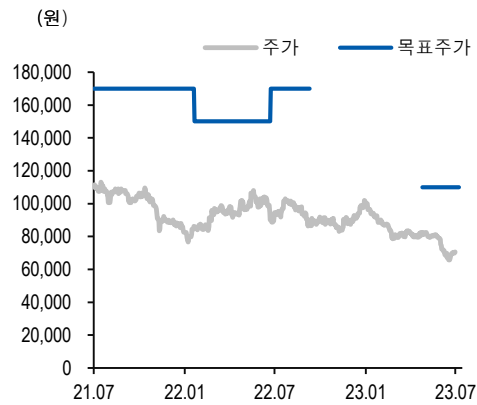
[그림 26] 모에 헤네시 비통(LVMH) 지역별 매출액 비중



자료: Bloomberg, 유안타증권 리서치센터

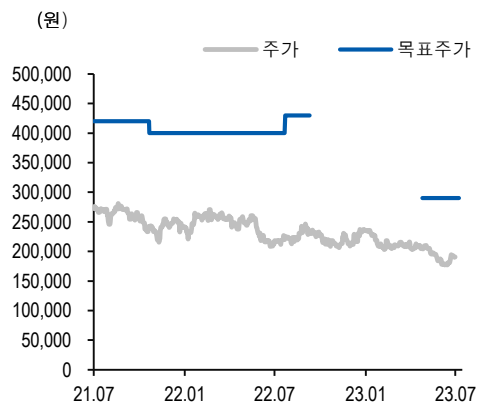


롯데쇼핑 (023530) 투자등급 및 목표주가 추이



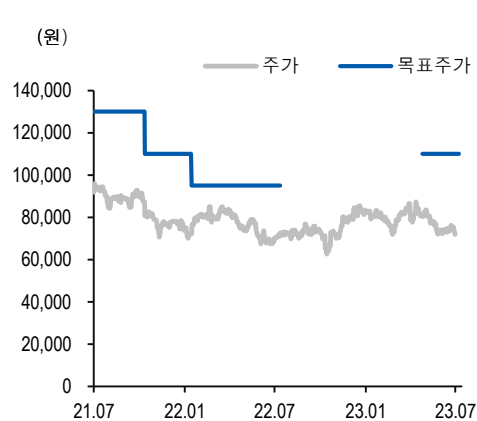
일자	투자 의견	목표가 (원)	목표가격 대상시점	과리율	
				평균주가 대비	최고(최저) 주가 대비
2023-07-24	BUY	110,000	1년		
2023-05-15	BUY	110,000	1년		
	담당자변 경				
2022-07-13	BUY	170,000	1년	-47.25	-39.41
2022-02-09	BUY	150,000	1년	-36.38	-28.00
2021-05-11	BUY	170,000	1년	-39.22	-26.47

신세계 (004170) 투자등급 및 목표주가 추이



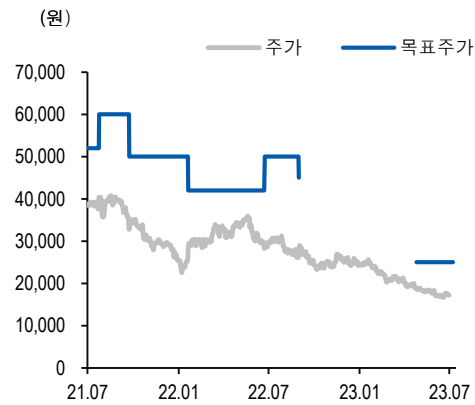
일자	투자 의견	목표가 (원)	목표가격 대상시점	과리율	
				평균주가 대비	최고(최저) 주가 대비
2023-07-24	BUY	290,000	1년		
2023-05-15	BUY	290,000	1년		
	담당자변 경				
2022-08-11	BUY	430,000	1년	-49.07	-42.67
2021-11-10	BUY	400,000	1년	-39.31	-32.25
2021-05-13	BUY	420,000	1년	-34.54	-23.45

호텔신라 (008770) 투자등급 및 목표주가 추이



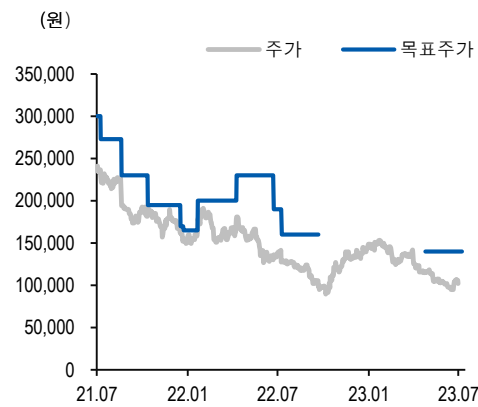
일자	투자 의견	목표가 (원)	목표가격 대상시점	과리율	
				평균주가 대비	최고(최저) 주가 대비
2023-07-24	BUY	110,000	1년		
2023-05-15	BUY	110,000	1년		
	담당자변 경				
2023-02-03	1년 경과 이후		1년	-15.55	-8.11
2022-02-03	BUY	95,000	1년	-19.14	-8.11
2021-11-01	BUY	110,000	1년	-31.10	-22.64
2021-06-01	BUY	130,000	1년	-29.00	-21.92

신세계인터내셔널 (031430) 투자등급 및 목표주가 추이



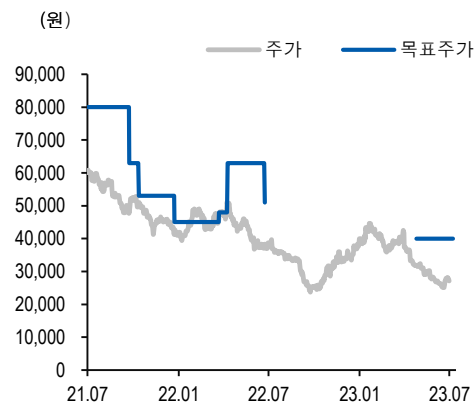
일자	투자 의견	목표가 (원)	목표가격 대상시점	과리율	
				평균주가 대비	최고(최저) 주가 대비
2023-07-24	BUY	25,000	1년		
2023-05-15	BUY	25,000	1년		
	담당자변 경				
2022-09-20	BUY	45,000	1년	-47.34	-35.56
2022-07-13	BUY	50,000	1년	-42.20	-37.50
2022-02-09	BUY	42,000	1년	-24.51	-14.40
2021-10-13	BUY	50,000	1년	-40.76	-29.60
2021-08-13	BUY	60,000	1년	-35.59	-32.00
2021-07-06	BUY	52,000	1년	-24.96	-22.50

아모레퍼시픽 (090430) 투자등급 및 목표주가 추이



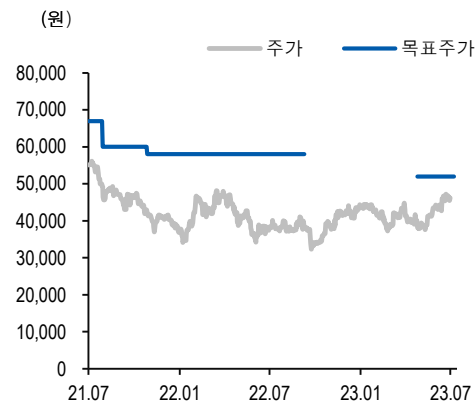
일자	투자 의견	목표가 (원)	목표가격 대상시점	과리율	
				평균주가 대비	최고(최저) 주가 대비
2023-07-24	BUY	140,000	1년		
2023-05-15	BUY	140,000	1년		
	담당자변 경				
2022-07-29	BUY	160,000	1년	-20.69	-4.38
2022-07-13	BUY	190,000	1년	-28.56	-25.53
2022-04-29	BUY	230,000	1년	-35.09	-22.17
2022-02-10	BUY	200,000	1년	-16.14	-4.50
2022-01-12	HOLD	165,000	1년	-6.26	-
2022-01-06	HOLD	170,000	1년	-8.73	-
2021-11-01	HOLD	195,000	1년	-9.42	-

아모레 G (002790) 투자등급 및 목표주가 추이



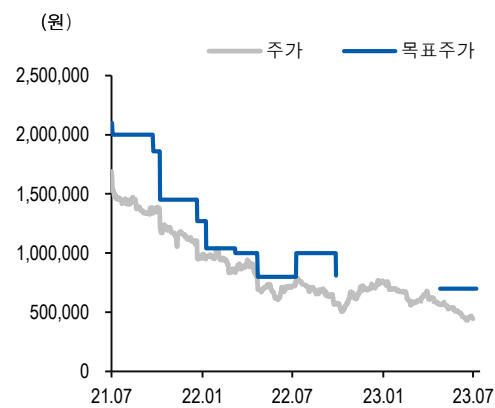
일자	투자 의견	목표가 (원)	목표가격 대상시점	과리율	
				평균주가 대비	최고(최저) 주가 대비
2023-07-24	BUY	40,000	1년		
2023-05-15	BUY	40,000	1년		
	담당자변 경				
2022-07-13	BUY	51,000	1년	-31.65	-12.55
2022-04-29	BUY	63,000	1년	-33.37	-19.37
2022-04-12	HOLD	48,000	1년	-0.81	-
2022-01-12	HOLD	45,000	1년	-1.31	-
2021-11-01	HOLD	53,000	1년	-13.45	-
2021-10-13	HOLD	63,000	1년	-18.13	-
2021-06-24	BUY	80,000	1년	-28.52	-17.00

한국콜마 (161890) 투자등급 및 목표주가 추이



일자	투자 의견	목표가 (원)	목표가격 대상시점	과리율	
				평균주가 대비	최고(최저) 주가 대비
2023-07-24	BUY	52,000	1년		
2023-05-15	BUY	52,000	1년		
담당자변경					
2022-11-16	1년 경과 이후		1년	-28.49	-22.76
2021-11-16	BUY	58,000	1년	-30.37	-16.90
2021-08-18	BUY	60,000	1년	-29.92	-17.83
2021-07-06	BUY	67,000	1년	-18.96	-14.33

LG 생활건강 (051900) 투자등급 및 목표주가 추이



일자	투자 의견	목표가 (원)	목표가격 대상시점	과리율	
				평균주가 대비	최고(최저) 주가 대비
2023-07-24	BUY	700,000	1년		
2023-05-15	BUY	700,000	1년		
담당자변경					
2022-10-17	BUY	810,000	1년	-19.95	-5.19
2022-07-29	BUY	1,000,000	1년	-31.27	-21.20
2022-05-12	HOLD	800,000	1년	-13.78	-
2022-03-28	HOLD	1,000,000	1년	-11.94	-
2022-01-28	HOLD	1,040,000	1년	-10.16	-
2022-01-10	BUY	1,270,000	1년	-24.30	-22.05
2021-12-01	BUY	1,450,000	1년	-20.18	-14.55

자료: 유안타증권

주: 과리율 = (실제주가\* - 목표주가) / 목표주가 X 100

\* 1) 목표주가 제시 대상시점까지의 "평균주가"

2) 목표주가 제시 대상시점까지의 "최고(또는 최저) 주가"

구분	투자의견 비율(%)
Strong Buy(매수)	0.0
Buy(매수)	91.4
Hold(중립)	8.6
Sell(비중 축소)	0.0
합계	100.0

주: 기준일 2023-07-19

※해외 계열회사 등이 작성하거나 공표한 리포트는 투자등급 비율 산정시 제외

- 이 자료에 게재된 내용들은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며 타인의 부당한 압력이나 간섭 없이 작성되었음을 확인함. (작성자:이승은)
- 당사는 자료공표일 현재 동 종목 발행주식을 1%이상 보유하고 있지 않습니다.
- 당사는 자료공표일 현재 해당 기업과 관련하여 특별한 이해관계가 없습니다.
- 당사는 동 자료를 전문투자자 및 제 3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 동 자료의 금융투자분석사와 배우자는 자료공표일 현재 대상법인의 주식관련 금융투자상품 및 권리를 보유하고 있지 않습니다.
- 종목 투자등급 (Guide Line): 투자기간 12개월, 절대수익률 기준 투자등급 4단계(Strong Buy, Buy, Hold, Sell)로 구분한다
- Strong Buy: 30%이상 Buy: 10%이상, Hold: -10~10%, Sell: -10%이하로 구분
- 업종 투자등급 Guide Line: 투자기간 12개월, 시가총액 대비 업종 비중 기준의 투자등급 3단계(Overweight, Neutral, Underweight)로 구분
- 2014년 2월21일부터 당사 투자등급이 기존 3단계 + 2단계에서 4단계로 변경

본 자료는 투자자의 투자를 권유할 목적으로 작성된 것이 아니라, 투자자의 투자판단에 참고가 되는 정보제공을 목적으로 작성된 참고 자료입니다. 본 자료는 금융투자분석사가 신뢰할만 하다고 판단되는 자료와 정보에 의거하여 만들어진 것이지만, 당사와 금융투자분석사가 그 정확성이나 완전성을 보장할 수는 없습니다. 따라서, 본 자료를 참고한 투자자의 투자의사결정은 전적으로 투자자 자신의 판단과 책임하에 이루어져야 하며, 당사는 본 자료의 내용에 의거하여 행해진 일체의 투자행위 결과에 대하여 어떠한 책임도 지지 않습니다. 또한, 본 자료는 당사 투자자에게만 제공되는 자료로 당사의 동의 없이 본 자료를 무단으로 복제 전송 인용 배포하는 행위는 법으로 금지되어 있습니다.



