

2024. 10. 28

소비재/플랫폼 Weekly

생존자 수색기 #1. 다이소가 못하는 게 있었다고?

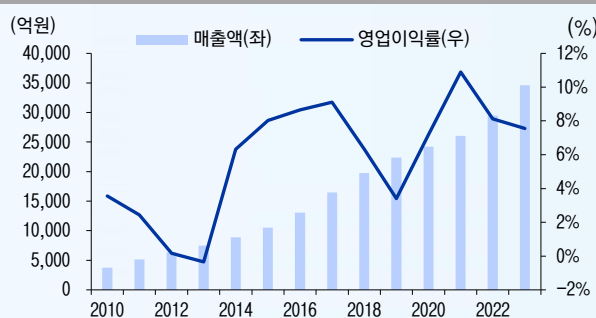
Analyst 오린아 _ 유통/플랫폼 lina.oh@ls-sec.co.kr

꼭 체크해야 할 업종 이슈

- ✓ **생존자 #1: 1,000원짜리로 3조 매출 만들어 내는 능력자**
1)소비 여력 감소로 초저가 상품 선호 지속, 2)매달 600여개의 신상품 출시, 3)기존 생활용품에서 뷰티 등으로 카테고리 확대한 영향 등으로 다이소는 고성장 중. 2023년 다이소 매출액은 전년 대비 17.5% 증가한 3조 4,604억원, 영업이익은 전년 대비 9.3% 증가한 2,617억원 기록해 유통/소비재 업체 중 눈에 띄는 실적 보임
- ✓ **약점이었던 온라인 부문 강화 작업, 성공적.**
다이소의 상품은 다이소에서만 찾아볼 수 있는 만큼, 상품 경쟁력을 가지고 있다는 판단, 그리고 이는 이커머스 출혈 경쟁에서 우위를 갖게 하는 요소. 이러한 상품을 온라인에서 구매가 어렵다는 것이 그동안 약점이었음. 기존 모바일 '샵다이소'와 온라인몰 '다이소몰'이 별도 운영되었고, 다이소 상품은 일부만 입점되어 있었기 때문. 지난 해 12월 온라인 부문 개편 작업 후 MAU 상승 중이며, 배송 역량도 강화 중이라 주목됨

이번주 업종 코멘트/전망

그림1 아성다이소 연간 실적 추이

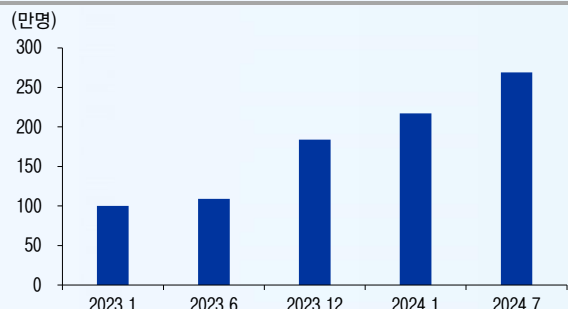


자료: 아성다이소, LS증권 리서치센터

생존자 #1 다이소: 강력한 성장세 지속

2023년 다이소 매출액은 전년 대비 17.5% 증가한 3조 4,604억원, 영업이익은 전년 대비 9.3% 증가한 2,617억원 기록. 유통/소비재 업체 중 눈에 띄는 실적. 이는 고금리와 고물가에 따른 소비 여력 감소로 초저가 상품 선호 지속되는 영향임. 다이소는 매달 600여 개의 신상품을 출시하고 있고, 최근 판매 카테고리를 뷰티 등으로 확대하며 외국인 관광객 인바운드 수요도 흡수 중. 이에 다이소의 실적은 다른 유통업체보다 높은 수준의 성장세를 유지할 것으로 예상

그림2 다이소몰 MAU 역대 최고치 기록



자료: 와이즈앱, LS증권 리서치센터

온라인 부문 개편 작업 후 MAU 상승 중

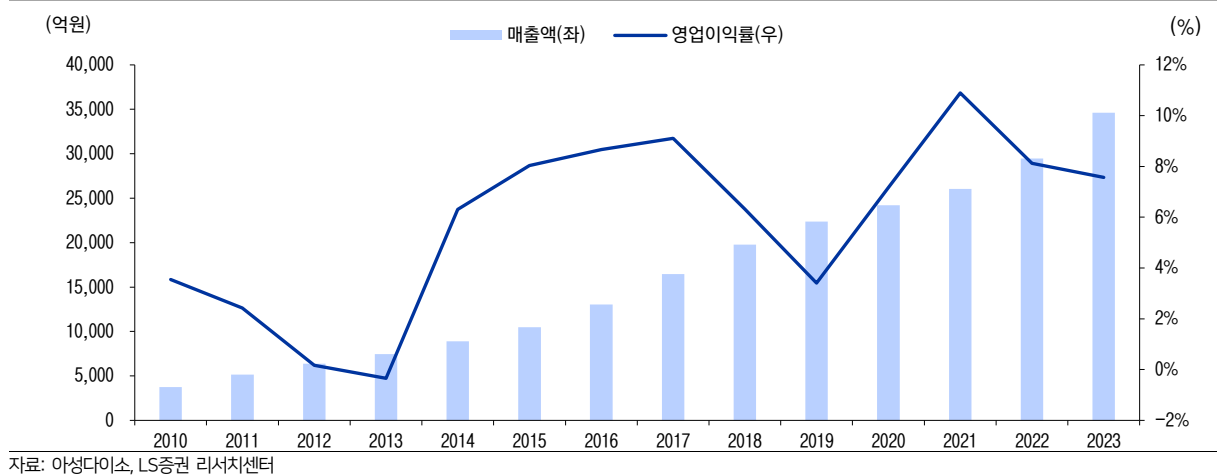
반면 그간 다이소의 최대 약점은 온라인 부문이었음. 기존 모바일 '샵다이소'와 온라인몰 '다이소몰'이 별도 운영되었고, 다이소 상품은 일부만 입점되어 있었기 때문. 2023년 12월 두 서비스를 통합하고 한진택배와 협력해 익일배송 도입. 이후 MAU는 2023년 1월 100만에서 올해 7월 270만으로 증가. 초저가 선호 현상 반영해 올해 8월부터 쇼핑앱 신규설치 순위 10위 안에 진입. 현재 물류센터는 용인, 성남, 부산에 3곳 운영 중이며, 2025년 양주, 2026년 세종 허브센터 건립 예정

생존자 수색기 #1: 다이소가 못하는 게 있었다고?

1,000원짜리로 3조 매출 만들어 내는 능력자

다이소의 2023년 매출액은 전년대비 17.5% 증가한 3조 4,604억원, 영업이익은 전년대비 9.3% 증가한 2,617억원을 기록했다. 고금리와 고물가로 소비 환경이 위축되면서 지난 해 유통/소비재 업체들의 실적이 고전했던 것과 확연히 다른 모습이다. 이는 1)소비 여력 감소로 초저가 상품 선호 지속, 2)매달 600여개의 신상품 출시, 3)기존 생활용품에서 뷰티 등으로 카테고리를 확대한 영향 등이 작용했다는 판단이다. 더불어 최근 다이소가 외국인 관광객들에게 관광 및 쇼핑 명소로 떠올라, 인바운드 수요 또한 흡수하게 되었다. 이러한 영업 환경은 당분간 이어질 것으로 전망해, 다이소의 성장은 여타 유통업체 대비 상회하는 수준을 이어갈 것으로 판단한다.

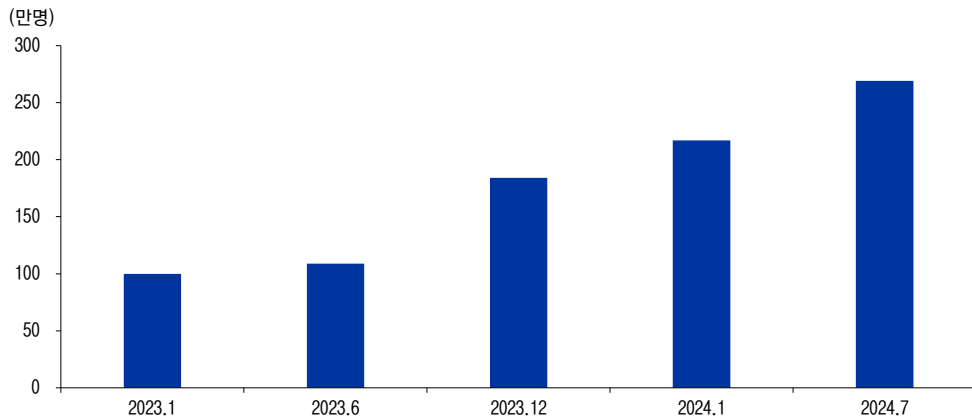
그림1 아성다이소 연간 실적 추이



약점이었던 온라인 부문 개편 작업 후 MAU 상승 중

반면 다이소의 최대 약점은 온라인이었다. 모바일 앱인 '샵다이소'와 온라인몰 '다이소몰'로 별도 운영되었고, 이 중 다이소몰은 오픈마켓 형태라 다이소 상품은 일부만 입점되어 있었기 때문이다. 이에 오프라인 매장에서 소위 '대란템'이라고 불리는 상품들을 구매하는 것은 불가능했다. 이에 지난 해 12월 다이소는 두 서비스를 통합해 새롭게 다이소몰을 개편했고 동시에 익일배송 또한 도입했다. 배송은 한진택배가 맡았다. 이후 MAU는 빠르게 상승 중이다. 다이소몰의 MAU는 2023년 1월 100만 수준이었던 것이 올해 7월 270만명까지 늘었다.

그림2 다이소물 앱 MAU 추이



자료: 와이즈앱, LS증권 리서치센터

상품력으로 이커머스 출혈 경쟁에서 빚겨나 있음

쇼핑앱 중 신규설치 순위에서도 다이소물 앱은 올해 8월부터 10위 안에 들기 시작해 초저가 선호 현상을 반영하고 있다. 다이소의 상품은 다이소에서만 찾아볼 수 있는 만큼, 상품 경쟁력을 가지고 있다는 판단이다. 그리고 이는 이커머스 출혈 경쟁에서 우위를 갖게 하는 요소다. 동사는 배송 역량도 강화하고 있는데, 기존 이커머스에서 판매되는 상품이 평일 오후 2시 이전에 주문하면 다음 날까지 배송되고 있다. 현재 물류센터는 용인, 성남, 부산에 3개의 물류센터를 운영 중이며, 2025년 경기도 양주허브센터, 2026년말 세종시에 허브센터 완공이 예정돼있다. 무료배송 기준 금액이 3만원이라 다이소의 저가 제품(1,000~5,000원 균일가)으로 장바구니를 채우기 어렵지 않겠냐는 우려가 있지만 기우라는 판단이다. 같은 3만원으로 다른 채널 대비 더 많은 것을 살 수 있다는 것은 분명하기 때문이다.

표1 2024년 월별 쇼핑앱 신규 설치 순위 Top 10 추이

순위	2024.1	2024.2	2024.3	2024.4	2024.5	2024.6	2024.7	2024.8	2024.9
1	테무	테무	테무	테무	테무	테무	테무	테무	테무
2	당근	AliExpress	AliExpress	AliExpress	당근	당근	당근	당근	당근
3	AliExpress	당근	당근	당근	AliExpress	AliExpress	쿠팡	쿠팡	쿠팡
4	쿠팡	쿠팡	쿠팡	쿠팡	우리동네 GS	쿠팡	AliExpress	AliExpress	AliExpress
5	우리동네 GS	우리동네 GS	우리동네 GS	우리동네 GS	쿠팡	우리동네 GS	포켓 CU	다이소물	다이소물
6	번개장터	번개장터	마이홈플러스	CJ 온스타일	포켓 CU	포켓 CU	우리동네 GS	우리동네 GS	우리동네 GS
7	11 번가	포켓 CU	번개장터	번개장터	번개장터	위메프	번개장터	포켓 CU	번개장터
8	G마켓	CJ 온스타일	홈플러스	11 번가	GS Shop	번개장터	11 번가	번개장터	11 번가
9	포켓 CU	11 번가	11 번가	위메프	11 번가	CJ 온스타일	티몬	11 번가	CJ 온스타일
10	그립	GS Shop	CJ 온스타일	티몬	티몬	티몬	CJ 온스타일	중고나라	포켓 CU

자료: 모바일인덱스, LS증권 리서치센터

표2 국내 소비재/플랫폼 주간 수익률

	현재가 (pt, 원)	시가총액 (억원)	수익률 (%)						P/E			P/B		
			1W	1M	3M	6M	12M	YTD	2023	2024E	2025E	2023	2024E	2025E
코스피	2,583	21,040,428	-0.4	-0.5	-4.7	-1.7	9.3	-2.7	-	-	-	-	-	-
코스피 대형주	2,583	17,606,456	-0.2	-0.3	-4.7	-1.4	9.8	-2.5	-	-	-	-	-	-
코스닥	727	3,633,333	-3.4	-4.2	-8.8	-14.8	-5.6	-16.1	-	-	-	-	-	-
코스피 중형주	2,828	2,489,436	-1.6	-1.4	-4.2	-1.3	9.1	1.5	-	-	-	-	-	-
코스피 소형주	2,164	853,134	-2.1	-2.8	-5.8	-6.3	-1.7	-5.4	-	-	-	-	-	-
유통														
코웨이	65,500	48,339	-1.4	-4.1	7.6	17.2	54.9	14.5	9.0	8.5	7.8	1.6	1.5	1.3
호텔신라	43,000	16,877	-4.7	-8.2	-14.0	-24.6	-39.9	-34.3	30.4	27.8	16.1	4.1	2.5	2.1
BGF 리테일	110,800	19,151	-1.0	-7.5	8.2	-14.1	-16.8	-15.6	11.6	10.0	9.1	2.1	1.6	1.5
GS 리테일	20,300	21,258	-4.7	-5.8	-4.9	3.5	-17.5	-11.9	136.5	10.3	9.3	0.6	0.5	0.5
롯데쇼핑	63,000	17,822	-1.9	1.3	5.0	-7.6	-13.8	-16.0	12.2	16.1	7.2	0.2	0.2	0.2
신세계	146,400	14,413	-2.7	-6.4	-1.5	-10.7	-16.7	-16.4	7.7	5.5	5.1	0.4	0.3	0.3
이마트	61,900	17,255	-1.3	1.5	8.6	-1.8	-16.5	-19.2	-24.0	-103.1	12.6	0.2	0.2	0.2
현대백화점	44,900	10,508	-3.3	-6.1	-3.2	-11.6	-17.8	-13.3	-15.2	38.0	4.8	0.3	0.2	0.2
SK 네트워크스	5,080	11,241	-1.6	2.3	13.4	-0.2	-12.3	-11.7	-1,933.6	16.0	15.8	0.5	0.5	0.5
인터넷														
NAVER	167,800	269,796	-5.1	1.0	-5.7	-8.2	-11.3	-25.1	36.3	16.9	16.0	1.5	1.0	0.9
카카오	36,500	161,889	-5.2	1.8	-10.0	-23.0	-6.3	-32.8	-23.9	49.6	34.4	2.4	1.6	1.5
게임														
넷마블	56,000	48,134	0.0	-7.4	-11.8	5.5	46.4	-3.6	-19.5	19.4	22.3	1.0	0.9	0.9
엔씨소프트	213,500	46,872	10.6	7.6	17.4	23.8	-6.6	-11.2	24.9	24.8	19.3	1.5	1.3	1.2
펄어비스	37,500	24,093	3.0	-2.5	-15.5	22.6	-23.1	-3.2	163.7	123.7	16.4	3.3	3.1	2.6
카카오게임즈	16,580	13,706	1.0	-3.8	-9.6	-20.7	-30.0	-35.9	-9.3	-664.6	20.9	1.5	1.0	0.9
더블유게임즈	50,200	10,791	-2.5	3.3	11.6	13.7	47.1	24.7	5.8	5.8	5.5	0.9	1.0	0.8
NHN	15,670	5,291	-1.6	-9.6	-22.2	-31.9	-27.5	-32.9	-96.3	526.7	7.7	0.5	0.3	0.3
웹젠	15,920	5,564	-3.1	-3.6	2.9	-1.7	21.8	-2.6	9.9	8.6	6.7	0.8	0.7	0.6
컴투스	37,350	4,758	0.1	-4.5	-2.6	-3.5	-10.3	-24.2	15.9	23.1	12.4	0.5	0.4	0.4
화장품														
아모레퍼시픽	117,300	68,612	-6.2	-22.2	-33.8	-19.7	-1.3	-19.1	55.6	11.7	21.0	2.0	1.5	1.4
LG 생활건강	346,000	54,039	-0.9	-7.5	1.3	-7.9	-13.4	-2.5	44.1	18.0	15.7	1.1	1.0	1.0
실리콘투	35,950	21,884	-10.1	-18.1	-15.2	175.7	335.8	366.3	12.2	16.6	11.0	3.5	8.2	4.7
아모레 G	22,300	18,388	-5.3	-18.9	-28.5	-25.7	-20.8	-23.8	23.5	6.0	6.7	0.8	0.6	0.5
한국콜마	66,400	15,674	-7.9	-8.5	4.6	37.5	21.2	23.9	236.2	17.3	12.2	1.9	2.1	1.8
코스맥스	133,000	15,095	-4.9	2.2	-13.7	0.2	-4.6	5.2	25.1	16.0	12.0	4.0	3.4	2.7
브이티	30,350	10,865	-3.7	-9.7	-13.8	42.8	66.3	86.0	21.0	16.3	13.0	5.0	5.6	3.6
코스메카코리아	72,500	7,743	-3.7	-20.9	-13.0	103.7	87.8	99.7	17.4	16.6	13.4	2.3	3.6	2.8
씨앤씨인터내셔널	68,800	6,890	-9.0	-29.6	-38.3	-15.7	15.1	10.3	19.9	13.7	12.0	3.6	3.0	2.4
클리오	22,200	4,012	-11.7	-29.6	-39.8	-29.9	-23.2	-27.9	20.1	10.6	9.1	2.5	1.6	1.4
한국화장품제조	73,600	3,336	-12.7	-1.1	21.3	180.9	209.2	214.5	14.6	0.0	0.0	1.6	0.0	0.0
아이패밀리에스씨	19,700	3,393	-5.7	-21.5	-39.9	-25.9	48.1	49.8	11.3	9.9	8.0	3.3	3.3	2.3
마녀공장	18,000	2,948	-10.7	-13.5	-26.2	-7.5	-35.6	-20.0	30.0	14.5	12.6	3.8	0.0	0.0

자료: Quantwise, LS증권 리서치센터

주: 2024.10.25 종가 기준

Compliance Notice

본 자료에 기재된 내용들은 작성자 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 작성되었음을 확인합니다(작성자: 오린아).

본 자료는 고객의 증권투자를 돕기 위한 정보제공을 목적으로 제작되었습니다. 본 자료에 수록된 내용은 당사 리서치본부가 신뢰할 만한 자료 및 정보를 바탕으로 작성한 것이나, 당사가 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으므로 참고자료로만 활용하시기 바라며 유가증권 투자 시 투자자 자신의 판단과 책임하에 최종결정을 하시기 바랍니다.

따라서 본 자료는 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.

본 자료는 당사의 저작물로서 모든 저작권은 당사에게 있으며 어떠한 경우에도 당사의 동의 없이 복제, 배포, 전송, 변형될 수 없습니다.

_ 동 자료는 제공시점 현재 기관투자가 또는 제 3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.

_ 동 자료의 추천종목은 전일 기준 현재당사에서 1% 이상 보유하고.

_ 동 자료의 추천종목은 전일 기준 현재 당사의 조사분석 담당자 및 그 배우자 등 관련자가 보유하고 있지 않습니다.

_ 동 자료의 추천종목에 해당하는 회사는 당사와 계열회사 관계에 있지 않습니다.

투자등급 및 적용 기준

구분	투자등급 guide line (투자기간 6~12개월)	투자등급	적용기준 (향후12개월)	투자의견 비율	비고
Sector (업종)	시가총액 대비 업종 비중 기준 투자등급 3단계	Overweight (비중확대) Neutral (중립) Underweight (비중축소)			
Company (기업)	절대수익률 기준	Buy (매수)	+15% 이상 기대	93.9%	2018년 10월 25일부터 당사 투자등급 적용기준이 기준 $\pm 15\%$ 로 변경
	투자등급 3단계	Hold (보유)	-15% ~ +15% 기대	6.1%	
		Sell (매도) 합계	-15% 이하 기대	100.0%	
					투자의견 비율은 2023. 10. 1 ~ 2024. 9. 30 당사 리서치센터의 의견공표 종목들의 맨마지막 공표의견을 기준으로 한 투자등급별 비중임 (최근 1년간 누적 기준. 분기별 갱신)