

# TEKTON INVEST

## Biweekly Report

28 Oct 2024

### 패션 시장의 변화를 이끄는 패스트 패션 - 1위 Inditex를 중심으로

#### Summary

패스트 패션은 생산 주기를 단축하여 신제품을 빠르게, 자주 출시하는 사업 방식입니다. 저렴한 가격에 소비자의 다양한 니즈를 충족시키는 전략인데, 생산과 유통의 효율성이 높아지며 패션 산업의 주류로 자리잡았습니다. 패스트 패션의 시초라 할 수 있는 Inditex는 브랜드 ZARA를 기반으로 유럽과 북미 지역에서 성장하며 글로벌 1위 패션 기업으로 거듭났습니다. 최근에는 대형화, 온라인화 등의 변화를 통해 신규 수요를 공략하는 중입니다.

#### Industry

##### 패스트 패션 산업의 차별화된 성장

글로벌 패션 시장은 2023년 기준 **1조 7천억 달러** 규모로 추정됩니다. 중사자 수만 3억 명이 넘는 대규모 산업으로 경제 성장에 따른 소득 증가, SNS를 통한 트렌드 변화 확산 등에 따라 2~4% 지속적으로 성장하고 있습니다. 최근에는 생산 주기를 단축하여 빠르게 신제품을 내는 사업 방식인 '패스트 패션'이 성장을 주도하고 있

습니다. 상대적으로 저렴한 가격에 매주 수백 여개의 제품이 새롭게 출시되며 소비자들의 다양한 니즈를 충족시킬 뿐 아니라 생산, 유통 측면의 효율화가 급속도로 진행되는 중입니다.

##### 온라인화 가속, 인플레 부담 가중

코로나19 이후의 온라인 채널 성장, 인플레이션 부담 지속 등은 패스트 패션이 기존 브랜드 시장 대비 성장성이 높게 나타나는 원인으로 작용하고 있습니다. 매출액 기준 글로벌 상위 패션 기업들을 보면 1~4위 기업이 모두 패스트 패션 기업입니다. 경기애 대한 우려에도 불구하고 주요 기업들의 올해 성과도 기대치를 넘어서고 있습니다.

#### Major Global Apparel Manufacturer and Retailer

Company Name (Flagship Brand)	Country	End of Fiscal Year	Sales(bn USD)
Inditex (ZARA)	Spain	Jan. 2024	38.9
Shein	China	Dec. 2023	32.2
H&M	Sweden	Nov. 2023	22.8
Fast Retailing (UNIQLO)	Japan	Aug. 2023	18.3
Gap	USA	Feb. 2024	14.8
lululemon athletica	USA	Jan. 2024	9.6
PVH (Calvin Klein, Tommy Hilfiger)	USA	Feb. 2024	9.2
Next	UK	Jan. 2024	6.9
Ralph Lauren	USA	Apr. 2023	6.4
Victoria's Secret	USA	Feb. 2024	6.1

출처: Fast Retailing, 텍톤투자자문

#### Value Chain

##### Top 4 기업

스페인의 Inditex社, 중국의 Shein社, 스웨덴의 H&M社, 일본의 Fast Retailing社는 글로벌 시장을 선도하는 패스트 패션 기업입니다. 패스트 패션의 시초라 할 수 있는 Inditex와 일본을 넘어 해외로 확장 중인 Fast Retailing이 지속 성장하고 있고, 온라인 플랫폼을 중심으로 하는 Shein이 가파르게 성장하는 중입니다.

## Inditex

주가 +38.37% YTD

시가총액 255조원



Industria de Diseno Textil SA (ITX:MCE) 최근 3년 주가 흐름

출처: Financial Times

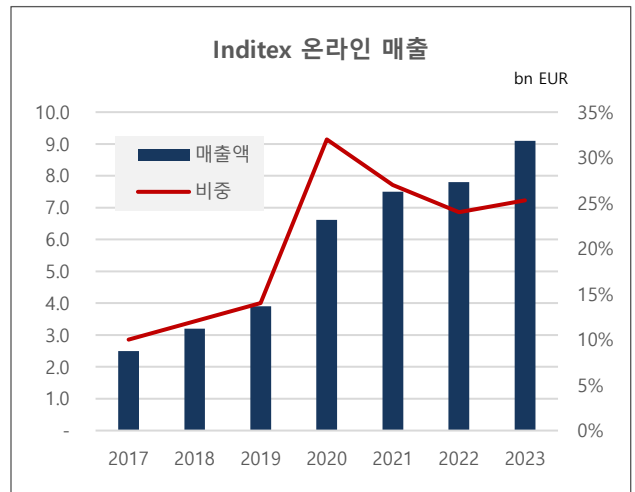
## Inditex - 패스트 패션의 개척자

Inditex는 창업자 Amancio Ortega가 1975년 개장한 의류 상점 Zara로부터 시작되었습니다. 저렴한 제품과 효율적 공급망에 관심을 가진 Ortega는 80년대 독자적 유통 방식을 개발하고, 90년대부터 해외 확장과 신규 브랜드 출시를 본격화했습니다. 특유의 빠른 재고 회전과 트렌드에 민감한 디자인이 소비자들의 호응을 얻으며 성장해왔는데, 지난해 기준 글로벌 매장 수가 5,700여개에 달합니다. 2023년 매출액은 359억 유로, 영업이익률은 18%를 기록했습니다. 매출의 63%가 유럽, 20%가 북미 지역에서 발생하고 있습니다.

## Key Insight

### 오프라인 성장 전략 - 대형화

Inditex는 판매 채널 효율화를 통해 지속적인 매출 성장과 수익성 향상을 이끌어내고 있습니다. 초대형 매장 출점, 매장 리뉴얼 및 통폐합 등 오프라인 채널 대형화 전략이 판매량 증가와 직결되는 중입니다. 점포당 평균 면적은 2023년 기준 801m<sup>2</sup>로 지난 5년간 +21% 넓어졌습니다. 물류 투자에도 적극적인데, 내년까지 18억 유로를 투자하여 수요 확대에 대응할 계획입니다.



출처: Inditex

### 온라인 사업 성장과 수익성 상승

코로나19 사태를 기점으로 온라인 사업의 중요성이 높아졌다는 점에도 주목합니다. 지난해 기준 Inditex의 온라인 매출액은 91억 유로로 전사 매출액의 25%에 달했습니다. 온라인 채널은 매장 대비 비용 효율적일 뿐 아니라 Inditex의 강점인 재고 회전, 물류 관리 역량을 더욱 높여줄 수 있습니다. 향후 온라인 매출 성장에 따른 수익성 제고가 기대됩니다.

## Strategy

### 패스트 패션 산업의 재평가

패스트 패션 산업의 성장성이 돋보입니다. 기업들은 확고한 브랜드를 기반으로 생산성 향상 및 효율화 전략을 통해 점유율을 높여나가고 있습니다. 불확실한 경기 전망과 인플레이션 국면에서도 오히려 수요가 증가할 수 있는 산업이라는 점도 긍정적입니다. 주요 기업의 성장 전략, 투자 방향에 주목해 볼 시점이라 판단됩니다.