



2024년 03월 20일 | 기업분석_Update

BUY (상향)

목표주가(12M) 430,000원(상향)
현재주가(3.19) 349,000원

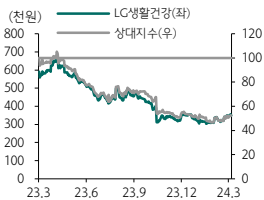
Key Data

KOSPI 지수 (pt)	2,656.17
52주 최고/최저(원)	680,000/303,500
시가총액(십억원)	5,450.8
시가총액비중(%)	0.25
발행주식수(천주)	15,618.2
60일 평균 거래량(천주)	80.9
60일 평균 거래대금(십억원)	26.6
외국인지분율(%)	27.65
주요주주 지분율(%)	
LG 외 1인	34.04
국민연금공단	6.94

Consensus Data

	2024	2025
매출액(십억원)	6,943.6	7,224.5
영업이익(십억원)	499.7	568.2
순이익(십억원)	306.1	357.0
EPS(원)	15,964	18,750
BPS(원)	336,727	352,145

Stock Price



Financial Data

(십억원, %, 배, 원)

투자지표	2022	2023	2024F	2025F
매출액	7,185.8	6,804.8	7,228.9	7,568.4
영업이익	711.1	487.0	572.3	643.4
세전이익	417.8	276.4	497.0	557.5
순이익	236.6	142.8	334.3	375.0
EPS	13,352	8,057	18,867	21,165
증감율	(71.99)	(39.66)	134.17	12.18
PER	54.07	44.06	18.50	16.49
PBR	2.36	1.14	1.07	1.01
EV/EBITDA	12.07	7.41	5.58	5.30
ROE	4.41	2.65	5.99	6.36
BPS	305,350	310,665	327,155	346,058
DPS	4,000	3,500	3,500	3,500



Analyst 박은정 eunjung.park3@hanafn.com
RA 김다혜 kim.dahae@hanafn.com

하나증권 리서치센터

LG생활건강 (051900)

투자의견 상향, 더 나빠지기 어려워

투자의견 상향

LG생활건강은 지난 2년 간 대중국(중국+면세) 매출 급감(2021년 대중국 매출 2.9조원→2023년 1.3조원, △1.6조원), 화장품 부문 수익성 저하(2021년 20%→2023년 5%)되며, 2021년 178만원의 주가 고점 도달 이후, 올해 30만원까지 추락했다. 2024년은 대중국 성장 전환, 비중국향 판로 개척을 통해 지난 2년 간의 매출 감소 추세 종료 기대 됨에 따라 완전한 증익 추세 나타날 것으로 예상된다. LG생활건강의 2024년 실적은 연결 매출 7.2조원(YoY+6%), 영업이익 5.7천억원(YoY+18%) 전망하며, 현재 주가는 P/E 20x 미만으로 매력적인 주가 수준으로 판단한다. 투자의견을 Neutral에서 Buy로 상향, 목표주가도 33만원에서 43만원으로 30% 상향 조정한다.

더 나빠지기 어려워

대중국 매출 성장 전환: 2022년은 제로 코로나로 중국 내 수요 경색, 핵심 KOL의 부재가, 2023년은 국내 면세 정책 급변(송객 수수료 하락), '더후' 리브랜딩 단행 등으로 대중국 매출 감소의 이유가 많았다. 특히 지난해 3분기는 리브랜딩 전 구제고 판매 독려 저하로 중국이 매출 1천억원 하회, 적자 전환했으며, 4분기는 중국 리뉴얼 제품 출시로 면세는 구제고 판매가 위축되었다. 이에 따라 면세 매출 860억원, 분기 1천억원을 하회했으며 2014년 수준으로 회귀했다. **2024년은 대중국 매출 성장 예상한다.** 우선 핵심 라인(천기단)이 리뉴얼 되며 중국 내 판매 본격화, 이후 앵커 제품(비접자생에센스) 리뉴얼 출시 등 라인업 확충으로 1분기부터 중국 매출 성장, 흑자 전환 기대된다. 실제 성과가 나타나고 있으며(2월 누적 티몰/타오바오 '더후' 판매 두자리수 성장, 도우인은 보다 고성장), 특히 이전과의 차이는 기능성 강화/제품 편의성 향상을 통해 소비자 선호도를 높였고, 데이터 기반 마케팅 강화한 점이다. 면세 또한 성장 추세 본격화 기대한다. '더후' 구제고 소진 완료/리뉴얼 제품 출시 본격화가 우선이며, 지난해 중국 내 철수 결정했던 '오휘', '숨' 등을 면세 중심으로만 판매하며 제품 라인업을 강화 했다. **비중국향 판로 개척(구조조정 완료):** 지난 2년간의 기업가치 하락은 중국에 쏠린 비즈니스 모델의 안정성 저하에서 왔다. 이정애 대표이사 취임 이후 현상 진단에 주력했으며, 그에 따른 변화 하나가 위의 '더후' 리뉴얼이며, 또 하나의 변화는 '중국 외 성장 동력 확보' 이다. 그간 '더후'로 투자 재원이 집중되며(많이 집행하지도 않지만), 그 외 브랜드 육성에 상대적으로 소홀했다. 지난해 5월부터 화장품/생활용품 브랜드 각각 9개를 일본 온라인(큐텐)에 진출, 지역 확장/채널 접점 확보가 시작됐다. 이후 주력 브랜드의 오프라인 진출이 순차적으로 이뤄지며, 외형 확장에 박차를 가할 전망이다. 미국은 지난해까지 구조조정 진행, 올해는 K-뷰티 선호 트렌드인 클린/더마스킨케어 컨셉의 빌리프/TFS/피지오겔의 이커머스 판매 육성을 통해 외형과 손익 개선에 주력할 것이다. 국내 H&B/이커머스 공략 또한 동반된다. **수익성 회복:** 대중국 매출 성장 전환, 비중국향 판로 개척 등은 궁극적으로 외형 회복이다. 이에 따라 수익성 하락 종료, 개선 본격화 기대된다. 지난해 하반기 불거진 이익 안정성 우려는 빠르게 사라질 것이다.

도표 1. LG생활건강 연결 실적전망 및 추이

(단위: 십억원, %)

	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24F	2Q24F	3Q24F	4Q24F	2020	2021	2022	2023	2024F	2025F
연결 매출액	1,683.7	1,807.7	1,746.2	1,567.2	1,797.8	1,894.3	1,835.1	1,701.7	7,844.5	8,091.5	7,185.8	6,804.8	7,228.9	7,568.4
화장품	701.5	780.5	670.2	663.5	756.0	823.6	719.1	735.4	4,458.1	4,441.4	3,211.9	2,815.7	3,034.0	3,197.8
생활용품	563.0	546.0	570.1	503.0	590.9	572.3	591.5	520.2	1,873.3	2,058.2	2,209.8	2,182.1	2,275.0	2,374.9
음료	419.2	481.2	505.9	400.7	450.9	498.4	524.5	446.1	1,513.1	1,591.9	1,764.2	1,835.7	1,919.9	1,995.7
% YoY 매출액	2%	-3%	-7%	-13%	7%	5%	5%	9%	2%	3%	-11%	-5%	6%	5%
화장품	0%	-8%	-15%	-24%	8%	6%	7%	11%	-6%	0%	-28%	-12%	8%	5%
생활용품	2%	0%	-3%	-4%	5%	5%	4%	3%	26%	10%	7%	-1%	4%	4%
음료	7%	3%	2%	-3%	8%	4%	4%	11%	4%	5%	11%	4%	5%	4%
% 매출비중 화장품	42%	43%	38%	42%	42%	43%	39%	43%	57%	55%	45%	41%	42%	42%
생활용품	33%	30%	33%	32%	33%	30%	32%	31%	24%	25%	31%	32%	31%	31%
음료	25%	27%	29%	26%	25%	26%	29%	26%	19%	20%	25%	27%	27%	26%
매출총이익	904.8	987.9	922.3	811.9	984.1	1,054.1	987.6	898.6	4,881.6	5,051.6	4,017.3	3,626.9	3,924.4	4,172.1
판매관리비	758.9	830.0	793.8	757.2	832.7	888.6	817.4	813.5	3,660.7	3,762.0	3,306.1	3,139.9	3,352.2	3,528.7
연결 영업이익	145.9	157.9	128.5	54.7	151.3	165.5	170.3	85.2	1,220.9	1,289.6	711.1	487.0	572.3	643.4
화장품	61.2	70.0	8.0	7.3	54.5	67.6	38.4	32.3	822.9	876.1	309.1	146.5	192.8	232.2
생활용품	32.7	27.6	46.7	18.2	40.0	34.5	54.2	19.5	205.3	208.9	189.8	125.2	148.3	166.8
음료	52.0	60.2	73.8	29.2	56.8	63.4	77.6	33.4	192.8	204.7	212.2	215.2	231.1	244.3
% YoY 영업이익	-17%	-27%	-32%	-58%	4%	5%	32%	56%	4%	6%	-45%	-32%	18%	12%
화장품	-11%	-25%	-88%	-91%	-11%	-3%	381%	342%	-8%	6%	-65%	-53%	32%	20%
생활용품	-41%	-54%	-17%	-4%	22%	25%	16%	7%	63%	2%	-9%	-34%	18%	12%
음료	1%	-5%	11%	-5%	9%	5%	5%	14%	26%	6%	4%	1%	7%	6%
% 이익비중 화장품	42%	44%	6%	13%	36%	41%	23%	38%	67%	68%	43%	30%	34%	36%
생활용품	22%	17%	36%	33%	26%	21%	32%	23%	17%	16%	27%	26%	26%	26%
음료	36%	38%	57%	53%	38%	38%	46%	39%	16%	16%	30%	44%	40%	38%
지배주주 순이익	91.4	89.3	84.2	-122.1	92.1	99.1	101.4	41.7	797.6	844.5	236.6	142.8	334.3	375.0
% Margin 매출총이익률	54%	55%	53%	52%	55%	56%	54%	53%	62%	62%	56%	53%	54%	55%
영업이익률	9%	9%	7%	3%	8%	9%	9%	5%	16%	16%	10%	7%	8%	9%
화장품	9%	9%	1%	1%	7%	8%	5%	4%	18%	20%	10%	5%	6%	7%
생활용품	6%	5%	8%	4%	7%	6%	9%	4%	11%	10%	9%	6%	7%	7%
음료	12%	13%	15%	7%	13%	13%	15%	7%	13%	13%	12%	12%	12%	12%
순이익률	5%	5%	5%	-8%	5%	5%	6%	2%	10%	10%	3%	2%	5%	5%

자료: 하나증권

주: 4Q23 영업외 일회성: 미국 영업권 상각 1,330억원 반영(Avon 610억원, 보잉카 720억원), 영업권 잔여금액 X

도표 2. LG생활건강의 화장품 부문 주요 채널/지역 실적전망 및 추이

(단위: 십억원, %)

		1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24F	2Q24F	3Q24F	4Q24F	2020	2021	2022	2023	2024F	2025F
화장품		701.5	780.5	670.2	663.5	756.0	823.6	719.1	735.4	4,458.1	4,441.4	3,211.9	2,815.7	3,034.0	3,197.8
면세		185.0	240.0	219.0	86.3	210.0	260.0	230.0	120.0	1,663.4	1,814.1	1,020.5	730.3	820.0	861.0
백화점		29.9	35.5	29.5	20.6	28.8	36.2	30.6	21.7	126.6	124.3	119.8	115.5	117.2	122.0
방판		93.0	94.3	87.1	83.0	104.0	96.1	90.4	87.0	387.0	384.6	356.9	357.5	377.6	392.7
중국		157.0	153.0	99.0	192.4	159.2	152.8	104.7	211.0	1,003.9	1,152.8	777.0	601.4	627.7	671.3
후		130.3	122.3	78.2	153.9	143.3	134.5	86.0	169.3	770.9	931.7	624.7	484.7	533.2	568.7
일본		-	-	-	-	-	-	-	-	290.0	286.0	266.8	226.8	260.8	286.9
미국		-	-	-	-	-	-	-	-	230.0	147.4	192.2	215.3	236.8	253.4
% YoY	화장품	0%	-8%	-15%	-24%	6%	4%	5%	7%	-6%	0%	-28%	-12%	6%	5%
	면세	15%	-28%	-25%	-63%	8%	4%	0%	16%	-10%	9%	-44%	-28%	5%	5%
	백화점	7%	4%	-7%	-21%	-4%	2%	4%	5%	-18%	-2%	-4%	-4%	1%	4%
	방판	-5%	0%	0%	6%	12%	1%	1%	1%	0%	-1%	-7%	0%	4%	2%
	중국	-16%	-6%	-34%	-31%	1%	0%	6%	10%	21%	15%	-33%	-23%	4%	7%
	후	-21%	0%	-29%	-32%	10%	10%	10%	10%	25%	21%	-33%	-22%	10%	7%
	일본	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-1%	-7%	-15%	15%	10%
	미국	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-36%	30%	12%	10%	7%

주: 일본/미국 화장품 매출 21년~22년 확정치, 그 외는 추정치

주: 2024년부터 중국 내 오후/숨 철수

자료: 하나증권

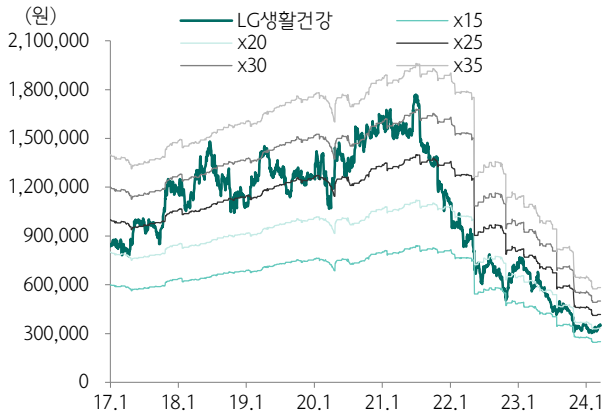
도표 3. LG생활건강의 브랜드별 실적전망 및 추이

(단위: 십억원, %)

		1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24F	2Q24F	3Q24F	4Q24F	2020	2021	2022	2023	2024F	2025F
Luxury		540.2	608.8	509.4	464.5	582.1	642.4	524.9	507.4	3,605.0	3,816.0	2,579.6	2,122.7	2,256.8	2,345.3
후		378.8	429.3	368.6	291.9	415.8	453.0	381.1	353.0	2,611.6	2,924.9	1,806.2	1,468.6	1,602.9	1,689.9
숨		49.1	46.8	20.1	33.2	45.4	49.4	28.8	36.8	344.7	291.7	238.7	149.2	160.3	161.2
오후		49.1	54.6	26.8	33.2	45.4	49.4	36.0	36.8	170.2	186.1	224.7	163.7	167.5	172.9
Premium		161.3	171.7	160.8	199.1	173.9	181.2	194.2	228.0	853.1	625.4	632.3	693.0	777.2	852.5
% YoY	Luxury	-2%	-13%	-19%	-33%	8%	6%	3%	9%	-1%	6%	-32%	-18%	6%	4%
	후	6%	-12%	-18%	-43%	10%	6%	3%	21%	1%	12%	-38%	-19%	9%	5%
	숨	-22%	-31%	-64%	-36%	-8%	6%	43%	11%	-27%	-15%	-18%	-37%	7%	1%
	오후	0%	-20%	-51%	-36%	-8%	-10%	34%	11%	3%	9%	21%	-27%	2%	3%
	Premium	10%	12%	2%	14%	8%	6%	21%	15%	-23%	-27%	1%	10%	12%	10%

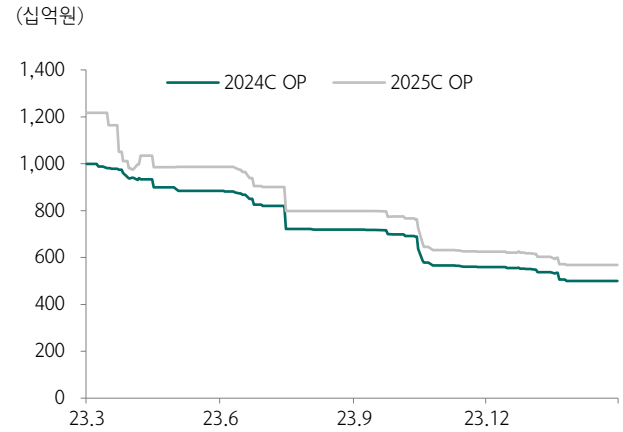
자료: 하나증권

도표 4. LG생활건강의 12M P/E Band Chart



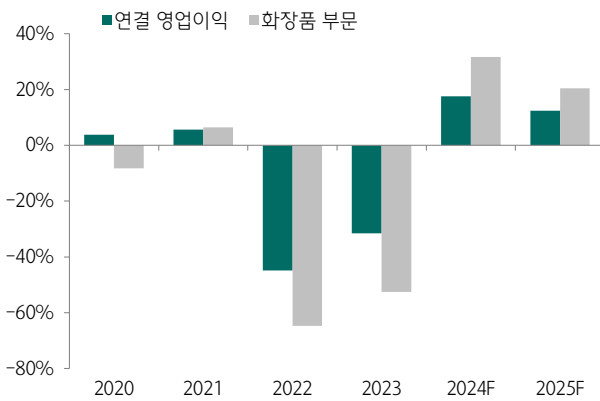
자료: 하나증권

도표 5. LG생활건강의 컨센서스 추이



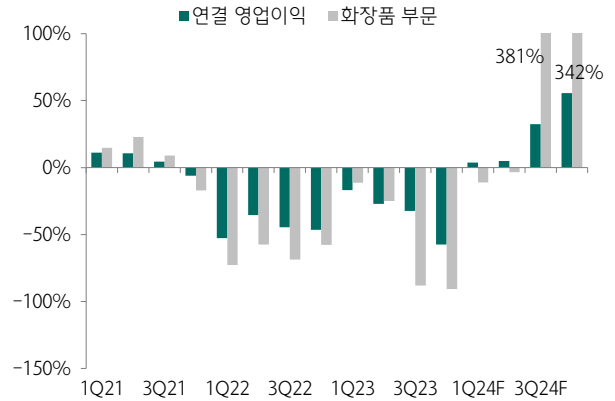
자료: 하나증권

도표 6. LG생활건강의 연간 영업이익 증가율 추이(% YoY)



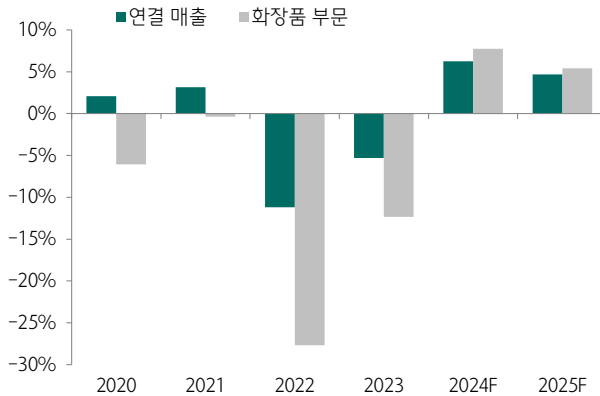
자료: 하나증권

도표 7. LG생활건강의 분기 영업이익 증가율 추이(% YoY)



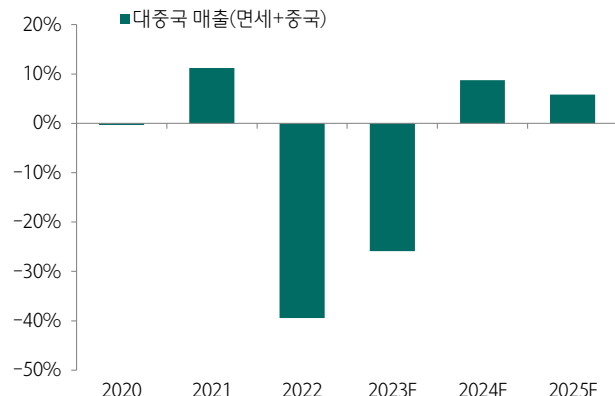
자료: 하나증권

도표 8. LG생활건강의 연간 매출 증가율 추이(% YoY)



자료: 하나증권

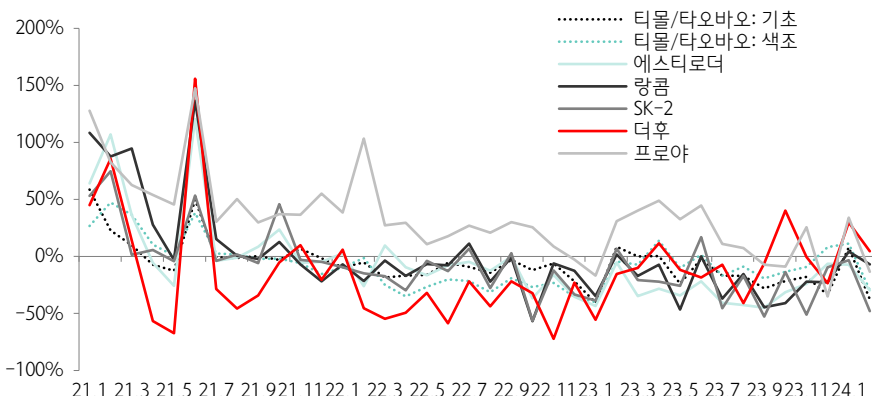
도표 9. LG생활건강의 대중국 매출 증가율 추이(% YoY)



자료: 하나증권

도표 10. 중국 티몰/타오바오 월별 판매액 증감 추이(% YoY)

- 티몰/타오바오 거래액 증감
- 23년/24년 1~2월 누적 증감
 - 에스티로더: -28%/-20%
 - 랑콤: -20%/-2%
 - SK-2: -26%/-32%
 - 더후: -13%/+17%
 - 프로야: +13%/+6%
 - * 위노나: -17%/+35%



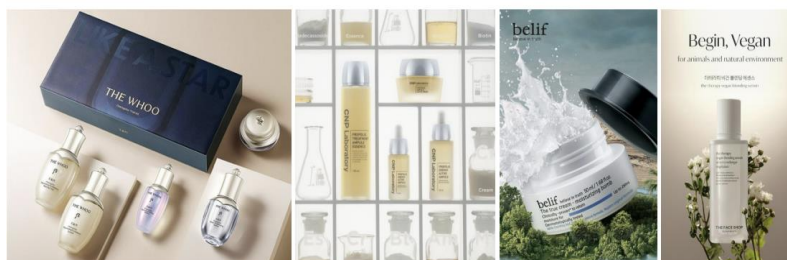
자료: CEIC, 하나증권

도표 11. LG생활건강의 Beauty사업 주요 브랜드 운영 방향

럭셔리 선택과 집중
더마/클린 뷰티 확장 가속

럭셔리 사업은 선택과 집중을 통해 '더후'를 집중 육성하고,
최근 시장 트렌드 반영하여 더마/클린뷰티 브랜드 중심으로 프리미엄 시장 대응 확대

- ◆ 더후: 브랜드 투자 지속하며 럭셔리 시장 대응 강화
- ◆ CNP: 성장성 높은 국내/외 더마 시장 대응을 위해 집중 육성
- ◆ 슌37°, 오위: 리브랜딩 준비 및 중국 오프라인 매장 정리
- ◆ 벨리프, TFS: 북미 및 중국 프리미엄 시장 내 성장 기회 모색



자료: LG생활건강, 하나증권

도표 12. LG생활건강의 2024년 경영 목표

2024년 한자릿수 성장 목표

- 국내 사업 성장 추진
- 중국향 사업 건전성 확보
- 비중국 사업 확대

글로벌 브랜드 육성 및 지속 가능한 성장 기반 확보

2024년 매출 목표: 전년 대비 한 자릿수 성장

1 국내 사업 성장 추진

- 차별적인 신제품 출시 확대
- 온라인 사업 경쟁력 제고
- 신규 채널 진입으로 시장 지배력 강화
- 프리미엄 브랜드 육성 및 고객기반 확대
- H&B 채널 대응 강화
- 더마, 색조 브랜드 입지 확대

2 중국향 사업 건전성 확보

- 면세점 사업 변동성 축소
- 중장기 브랜드 Equity 제고 중심 운영
- 중국 현지 사업 경쟁력 및 수익성 개선
- 럭셔리/프리미엄 시장 전략 차별화
- 오프라인 채널 효율화로 인한 수익 구조 개선

3 비중국 사업 확대

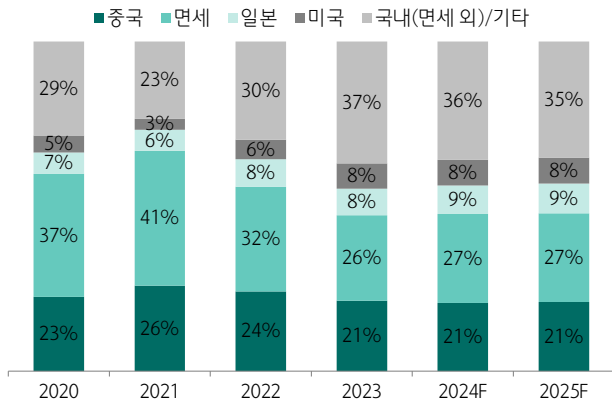
- Avon사업 턴어라운드 가시화
- 북미사업 LG BPC브랜드 중심 운영
- 'belif', 'TFS', '피치오겔' 등 브랜드 투자 확대
- 일본/동남아 사업 확대
- 현지 특성에 맞는 브랜드 중심 대응

[2023년 성과] 경영 현황은 어려웠으나, 국내/외 사업 경쟁력 확대를 위한 체질 개선 추진

① 투자를 통한 브랜드/제품 경쟁력 보완 (리브랜딩 및 M&A진행) ② 유통구조 재정비 (가맹사업 종료) ③ 부진사업 합리화 (핵외 구조조정)

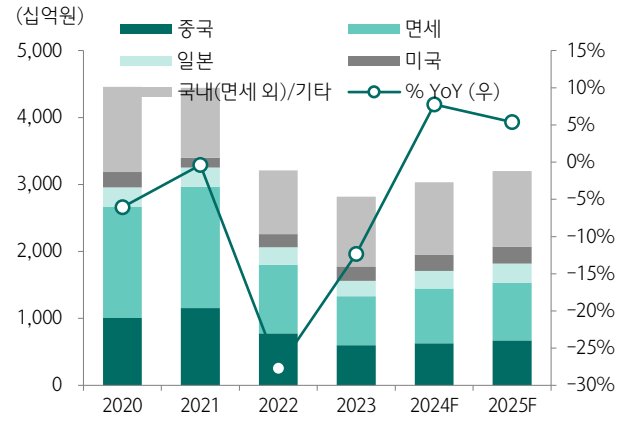
자료: LG생활건강, 하나증권

도표 13. LG생활건강의 지역/부문별 매출 비중 추이 전망



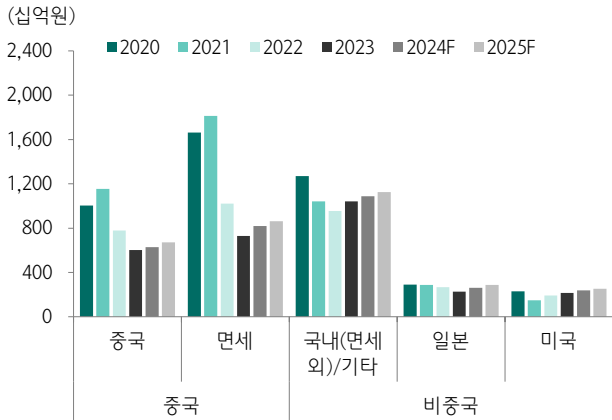
자료: 하나증권

도표 14. LG생활건강의 지역/부문별 매출 추이 전망 ①



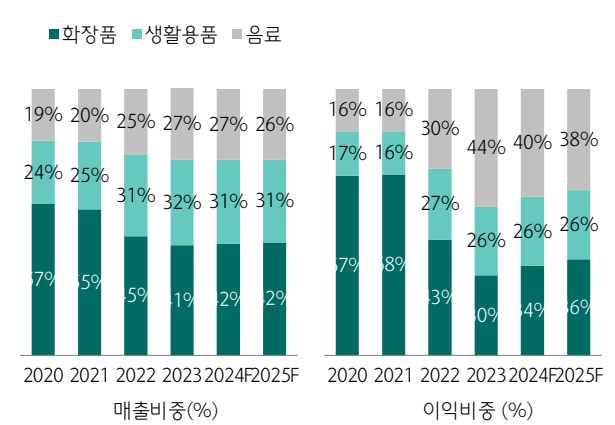
자료: 하나증권

도표 15. LG생활건강의 지역/부문별 매출 추이 전망 ②



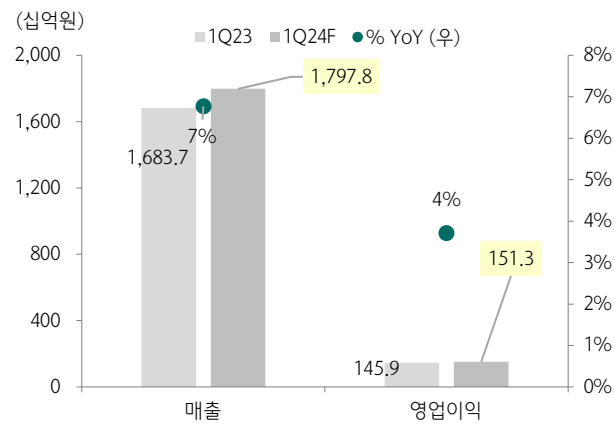
자료: 하나증권

도표 16. LG생활건강의 부문별 매출/이익 비중 추이



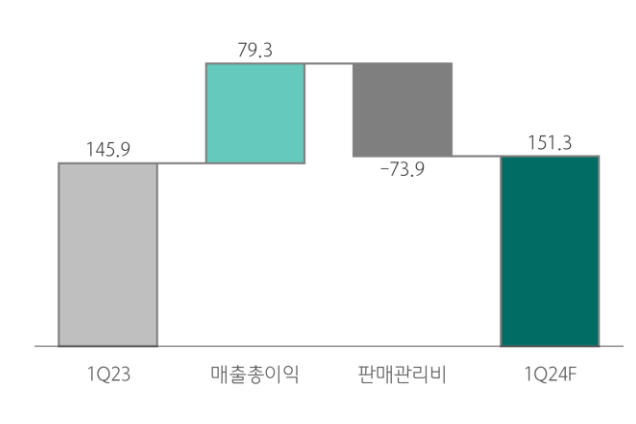
자료: 하나증권

도표 17. LG생활건강의 1Q24F 연결 실적 요약



자료: 하나증권

도표 18. LG생활건강의 1Q24F 손익 변동 (YoY)

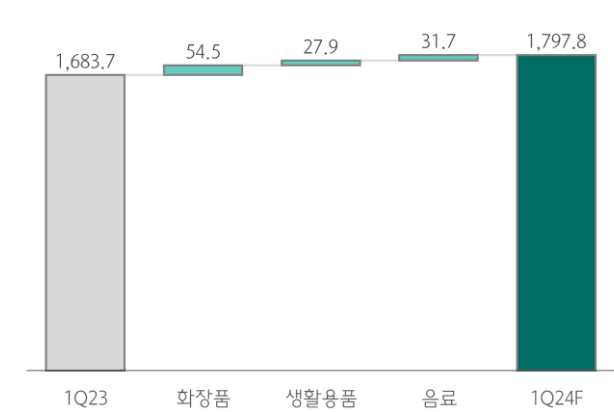


주: (단위) 십억원

주: 판매관리비 1Q23 7.6천억 원 → 1Q24F 8.3천억 원 (-739억원)

자료: 하나증권

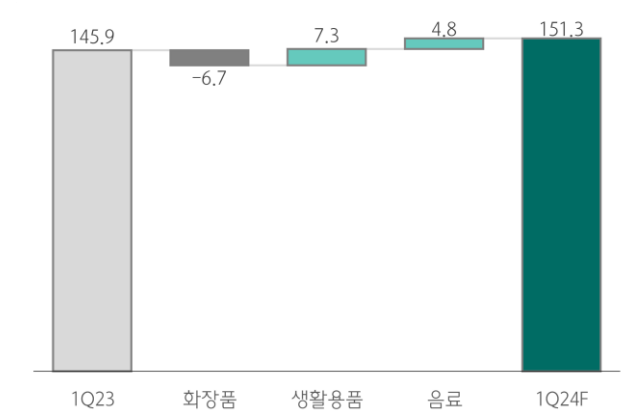
도표 19. LG생활건강의 1Q24F 연결 매출 변동 (YoY)



주: (단위) 십억원

자료: 하나증권

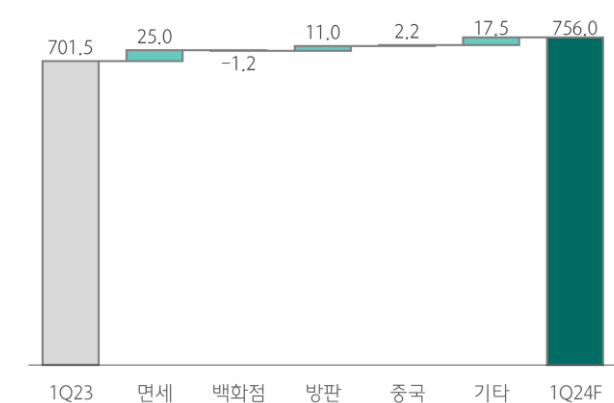
도표 20. LG생활건강의 1Q24F 연결 이익 변동 (YoY)



주: (단위) 십억원

자료: 하나증권

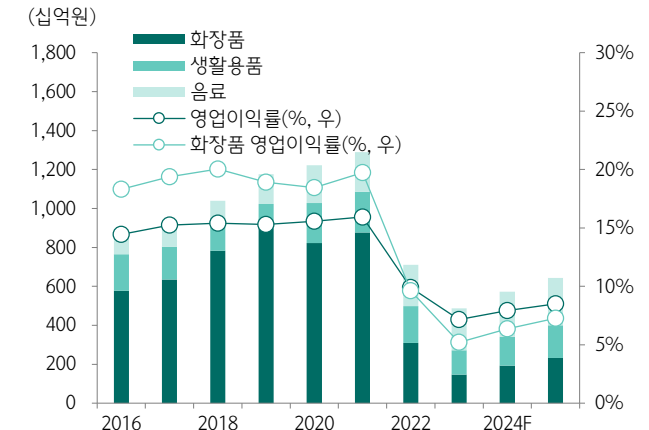
도표 21. LG생활건강의 1Q24F 화장품 부문 매출 변동 (YoY)



주: (단위) 십억원

자료: 하나증권

도표 22. LG생활건강의 부문별 영업이익 추이 및 전망



자료: 하나증권

도표 23. LG생활건강 미국 주요 브랜드별 대표 제품

빌리프 주요 제품					
제품명	더 트루 아쿠아 밤	더 트루 크림 모이스처링 밤	모이스처라이징 아이 밤 크림	아쿠아 밤 하이드레이팅 젤리 클렌저	아쿠아 밤 슬리핑 마스크
용량	50ml	50ml	25ml	160ml	25ml
리뷰수	3,497건	2,954건	900건	693건	572건
평점	4.7	4.7	4.7	4.7	4.7
가격	\$38.50	\$38.50	\$48.50	\$30.00	\$38.00
이미지					
CNP 주요 제품					
제품명	안티 포어 블랙 헤드 클리어 키트	프로폴리스 에너지 앰플	안티 포어 블랙 헤드 클리어 키트	에이클린 액티브 프레시너 토너	클렌징 퍼펙타
용량	10매	15ml	3세트	150ml	150ml
리뷰수	107건	106건	14건	8건	11건
평점	4.4	4.2	4.9	4.1	3.3
가격	\$34.50	\$55.50	\$13.00	\$28.50	\$23.50
이미지					
더페이스샵 주요 제품					
제품명	라이스 워터 브라이트 폼클렌저	미감수 페이스 워시	라이스 세라마이드 모이스처링 토너	라이스 세라마이드 모이스처링 에멀전	제주 볼케닉 라바 딥 포어 클렌징폼 스크럽
용량	300ml	150ml	150ml	150ml	140ml
리뷰수	18,004건	11,577건	2,191건	1,957건	1,025건
평점	4.5	4.4	4.4	4.5	4.3
가격	\$14.92	\$18.35	\$15.53	\$15.37	\$15.30
이미지					
VDL 주요 제품					
제품명	루미레이어 스틱밤	컨디셔닝 립세린	립스테인 컴포트 슬립 립스틱	아이 파인 슬립 터치 아이라이너	치크스테인 블러셔
용량	12g	15g	2.5g	0.14g	6g
리뷰수	31건	25건	24건	22건	18건
평점	3.8	4.5	3.6	4.5	4.1
가격	\$31.82	\$20.47	\$34.09	\$27.27	\$30.70
이미지					

자료: 아마존, 하나증권

도표 24. LG생활건강 미국 주요 브랜드별 대표 제품

Glint 주요 제품					
제품명	립세린	내추럴 글로우 하이라이터	스틱 하이라이터	베이컨드 블러시	글로우 펄 베이스
용량	15g	3.8g	70ml	3.8g	30ml
리뷰수	22건	96건	69건	31건	14건
평점	3.6	4.3	3.7	4.0	4.1
가격	\$21.92	\$29.50	\$32.73	\$29.90	\$29.00
이미지					
hins 주요 제품					
제품명	무드 인핸서 워터 리퀴드 글로우	트루 디멘션 래디언스밤	슬림핏 리퀴드 벨벳 립 틴트	무드 인핸서 립 글로우	뉴 뎀스 아이섀도우 팔레트
용량	4ml	10g	4g	5.5g	9.8g
리뷰수	265건	176건	170건	156건	132건
평점	4.3	4.1	4.4	4.5	4.3
가격	\$21.00	\$38.99	\$20.99	\$19.00	\$43.90
이미지					
피지오겔 주요 제품					
제품명	데일리 모이스처 테라피 페이셜 크림	데일리 모이스처 테라피 페이셜 로션	카밍 릴리프 페이셜 크림	데일리 모이스처 테라피 바디 로션	데일리 모이스처 테라피 페이셜 클렌저
용량	75ml	200ml	100ml	200ml	150ml
리뷰수	618건	312건	186건	154건	121건
평점	4.5	4.6	4.5	4.5	4.4
가격	\$23.99	\$19.99	\$23.99	\$17.99	\$13.99
이미지					

자료: 아마존, 하나증권

도표 25. LG생활건강 일본 주요 브랜드별 대표 제품

CNP 주요 제품					
제품명	프로폴리스 트리트먼트 미스트	인비지블 필링 부스터	안티포어 블랙 헤드 클리어 키트	더마 앤서 텐션 앵글 피트 앰플	프로폴리스 에너지 앰플
용량	100ml	100ml	10세트	30ml	15ml
판매량	1,526개	500개	1,301개	1,099개	136개
리뷰수	240건	71건	183건	108건	16건
평점	4.7	4.8	4.6	4.5	4.8
가격	¥41,650	¥3,410	¥2,484	¥4,300	¥3,080
이미지					
피지오겔 주요 제품					
제품명	DMT 페이스 크림	DMT 페이스 크림 150ml	DMT 바디로션	DMT 페이스 로션	DMT 페이스 미스트
용량	75ml	150ml	400ml	200ml	100ml
판매량	3,948개	3,062개	1,652개	623개	568개
리뷰수	1,138건	778건	473건	189건	144건
평점	4.7	4.8	4.7	4.8	4.7
가격	¥2,200	¥3,400	¥2,700	¥2,240	¥1,700
이미지					
Glint 주요 제품					
제품명	베이컨드 하이라이터	립세린	글리터 젤	하이라이팅 쿠션	스틱 하이라이터
용량	3.8g	15ml	3.8g	2.4g	7g
판매량	8,857개	2,404개	1,898개	975개	291개
리뷰수	1,621건	810건	257건	215건	49건
평점	4.7	4.7	4.6	4.6	4.3
가격	¥2,540	¥2,190	¥1,720	¥3,590	¥2,220
이미지					
VDL 주요 제품					
제품명	컬러 코렉팅 프라이머	커버 스테인 퍼펙팅 파운데이션	루미레이어 프라이머	퍼펙팅 실킴핏 커버 쿠션 파운데이션	익스퍼트 컬러 프라이머 포 아이즈
용량	30ml	30ml	30ml	12g	6.5g
판매량	5,934개	5,076개	2,765개	919개	287개
리뷰수	1,368건	892건	573건	210건	65건
평점	4.7	4.6	4.6	4.5	4.7
가격	¥3,080	¥3,630	¥2,860	¥2,970	¥1,980
이미지					

자료: 큐텐, 하나증권

도표 26. LG생활건강 일본 주요 브랜드별 대표 제품

프레시안 주요 제품					
제품명	센슈얼 비건 립밤	에그라이크 쿠션	비터 앰플 립세린	비건 세럼 립틴트	에그라이크 글로우 쿠션
용량	3.3g	12g	15ml	6g	12g
판매량	4,207개	1,613개	809개	328개	269개
리뷰수	1,110건	623건	236건	90건	64건
평점	4.7	4.6	4.7	4.6	4.8
가격	¥3,000	¥3,500	¥2,000	¥3,000	¥3,500
이미지					
힌스 주요 제품					
제품명	뉴 뎀스 아이섀도우 팔레트	트루 디멘션 글로우 치크	트루 디멘션 래디언스밤	무드 인핸서 워터 리퀴드 글로우	무드 인핸서 쉬어
용량	9.8g	9g	10g	4ml	4ml
판매량	99,786개	73,087개	54,983개	62,794개	37,649개
리뷰수	21,244건	14,132건	10,404건	9,212건	7,491건
평점	4.8	4.7	4.6	4.7	4.7
가격	¥3,230	¥2,750	¥3,300	¥1,995	¥2,420
이미지					

자료: 큐텐, 하나증권

추정 재무제표

손익계산서	(단위:십억원)				
	2022	2023	2024F	2025F	2026F
매출액	7,185.8	6,804.8	7,228.9	7,568.4	8,155.6
매출원가	3,168.5	3,177.9	3,304.5	3,396.3	3,335.6
매출총이익	4,017.3	3,626.9	3,924.4	4,172.1	4,820.0
판매비	3,306.1	3,139.9	3,352.2	3,528.7	3,781.6
영업이익	711.1	487.0	572.3	643.4	1,038.4
금융손익	(5.7)	9.9	(12.0)	(23.5)	0.0
종속/관계기업손익	7.0	7.7	5.1	5.1	0.0
기타영업외손익	(294.6)	(228.2)	26.4	27.6	0.0
세전이익	417.8	276.4	497.0	557.5	1,038.4
법인세	159.4	112.9	139.2	156.1	286.1
계속사업이익	258.3	163.5	357.8	401.4	752.3
중단사업이익	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
당기순이익	258.3	163.5	357.8	401.4	752.3
비지배주주지분 순이익	21.8	20.8	6.9	7.7	14.5
지배주주순이익	236.6	142.8	334.3	375.0	737.8
지배주주지분포괄이익	240.9	115.7	304.1	341.2	639.4
NOPAT	439.7	288.1	412.0	463.2	752.3
EBITDA	999.1	756.8	808.4	785.1	1,179.0
성장성(%)					
매출액증가율	(11.19)	(5.30)	6.23	4.70	7.76
NOPAT증가율	(52.99)	(34.48)	43.01	12.43	62.41
EBITDA증가율	(36.15)	(24.25)	6.82	(2.88)	50.17
영업이익증가율	(44.86)	(31.51)	17.52	12.42	61.39
(지배주주)순이익증가율	(71.98)	(39.64)	134.10	12.17	96.75
EPS증가율	(71.99)	(39.66)	134.17	12.18	96.74
수익성(%)					
매출총이익률	55.91	53.30	54.29	55.13	59.10
EBITDA이익률	13.90	11.12	11.18	10.37	14.46
영업이익률	9.90	7.16	7.92	8.50	12.73
계속사업이익률	3.59	2.40	4.95	5.30	9.22

투자지표		2022	2023	2024F	2025F	2026F
주당지표(원)						
EPS		13,352	8,057	18,867	21,165	41,641
BPS		305,350	310,665	327,155	346,058	384,383
CFPS		52,891	39,496	39,411	36,306	62,473
EBITDAPS		56,389	42,717	45,627	44,311	66,541
SPS		405,565	384,066	408,002	427,163	460,301
DPS		4,000	3,500	3,500	3,500	3,500
주가지표(배)						
PER		54.07	44.06	18.50	16.49	8.38
PBR		2.36	1.14	1.07	1.01	0.91
PCFR		13.65	8.99	8.86	9.61	5.59
EV/EBITDA		12.07	7.41	5.58	5.30	2.96
PSR		1.78	0.92	0.86	0.82	0.76
재무비율(%)						
ROE		4.41	2.65	5.99	6.36	11.53
ROA		3.18	1.97	4.53	4.85	8.88
ROIC		8.27	5.60	8.90	10.85	17.65
부채비율		33.54	30.12	29.84	29.26	27.88
순부채비율		(0.13)	(6.98)	(23.21)	(27.32)	(34.31)
이자보상배율(배)		47.95	25.14	33.19	37.29	59.61

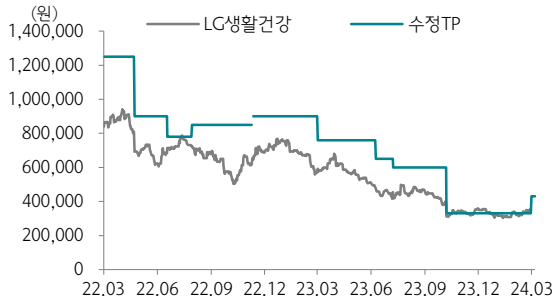
자료: 하나증권

대차대조표	(단위:십억원)				
	2022	2023	2024F	2025F	2026F
유동자산	2,284.4	2,429.6	3,483.2	3,886.1	4,678.6
금융자산	678.4	928.4	1,888.6	2,216.6	2,879.8
현금성자산	655.1	910.3	1,869.4	2,196.6	2,858.2
매출채권	550.9	529.1	562.1	588.4	634.1
재고자산	955.4	884.5	939.6	983.8	1,060.1
기타유동자산	99.7	87.6	92.9	97.3	104.6
비유동자산	5,018.5	4,790.7	4,070.7	4,038.4	4,009.5
투자자산	120.2	138.6	142.4	145.5	150.9
금융자산	60.0	76.8	76.8	76.8	76.8
유형자산	2,383.9	2,307.1	1,619.8	1,619.8	1,619.8
무형자산	2,100.6	2,007.9	1,971.3	1,936.0	1,901.7
기타비유동자산	413.8	337.1	337.2	337.1	337.1
자산총계	7,302.9	7,220.3	7,553.9	7,924.4	8,688.1
유동부채	1,162.8	1,089.7	1,137.8	1,182.6	1,260.1
금융부채	281.9	222.1	219.0	222.8	229.3
매입채무	213.2	253.4	269.2	281.8	303.7
기타유동부채	667.7	614.2	649.6	678.0	727.1
비유동부채	671.3	581.7	598.1	611.2	633.8
금융부채	389.2	319.1	319.1	319.1	319.1
기타비유동부채	282.1	262.6	279.0	292.1	314.7
부채총계	1,834.1	1,671.4	1,735.9	1,793.8	1,893.9
지배주주지분	5,339.2	5,433.4	5,725.6	6,060.6	6,739.6
자본금	88.6	88.6	88.6	88.6	88.6
자본잉여금	97.3	97.3	97.3	97.3	97.3
자본조정	(305.9)	(260.2)	(260.2)	(260.2)	(260.2)
기타포괄이익누계액	(83.2)	(96.7)	(96.7)	(96.7)	(96.7)
이익잉여금	5,542.4	5,604.4	5,896.6	6,231.5	6,910.6
비지배주주지분	129.6	115.5	92.4	70.1	54.6
자본총계	5,468.8	5,548.9	5,818.0	6,130.7	6,794.2
순금융부채	(7.3)	(387.2)	(1,350.5)	(1,674.7)	(2,331.4)

현금흐름표	(단위:십억원)				
	2022	2023	2024F	2025F	2026F
영업활동 현금흐름	497.3	659.1	585.3	536.2	880.9
당기순이익	258.3	163.5	357.8	401.4	752.3
조정	438.7	382.2	236.2	141.7	140.6
감가상각비	288.0	269.9	236.2	141.7	140.6
외환거래손익	2.1	1.4	0.0	0.0	0.0
지분법손익	(7.0)	(9.8)	0.0	0.0	0.0
기타	155.6	120.7	0.0	0.0	0.0
영업활동 자산부채 변동	(199.7)	113.4	(8.7)	(6.9)	(12.0)
투자활동 현금흐름	(197.4)	(140.8)	(35.0)	(34.0)	(36.9)
투자자산감소(증가)	(29.3)	85.9	(33.9)	(33.1)	(35.3)
자본증가(감소)	(122.6)	(152.4)	0.0	0.0	0.0
기타	(45.5)	(74.3)	(1.1)	(0.9)	(1.6)
재무활동 현금흐름	(373.6)	(151.4)	(61.8)	(55.0)	(52.2)
금융부채증가(감소)	21.3	(129.9)	(3.1)	3.8	6.5
자본증가(감소)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
기타재무활동	(193.7)	45.6	0.1	0.0	0.1
배당지급	(201.2)	(67.1)	(58.8)	(58.8)	(58.8)
현금의 증감	(73.7)	366.9	854.9	327.1	661.6
Unlevered CFO	937.1	699.8	698.3	643.3	1,106.9
Free Cash Flow	340.3	506.6	585.3	536.2	880.9

투자의견 변동 내역 및 목표주가 괴리율

LG생활건강



날짜	투자의견	목표주가	괴리율	
			평균	최고/최저
24.3.20	BUY	430,000		
23.10.27	Neutral	330,000	0.42%	8.64%
23.7.28	BUY	600,000	-25.98%	-17.00%
23.6.28	BUY	650,000	-30.94%	-27.85%
23.3.21	BUY	760,000	-24.30%	-10.53%
22.12.1	BUY	900,000	-22.92%	-14.67%
22.10.31	담당자 변경		-	-
22.8.18	Neutral	850,000	-24.54%	-16.00%
22.7.7	Neutral	780,000	-5.71%	1.03%
22.5.12	Neutral	900,000	-24.82%	-18.44%

Compliance Notice

- 본 자료를 작성한 애널리스트(박은정)는 자료의 작성과 관련하여 외부의 압력이나 부당한 간섭을 받지 않았으며, 본인의 의견을 정확하게 반영하여 신의성실 하게 작성하였습니다.
- 본 자료는 기관투자자 등 제 3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다
- 당사는 2024년 3월 20일 현재 해당회사의 지분을 1%이상 보유 하고 있지 않습니다
- 본자료를 작성한 애널리스트(박은정)는 2024년 3월 20일 현재 해당회사의 유가증권권을 보유하고 있지 않습니다

본 조사자료는 고객의 투자에 정보를 제공할 목적으로 작성되었으며, 어떠한 경우에도 무단 복제 및 배포 될 수 없습니다. 또한 본 자료에 수록된 내용은 당사가 신뢰 할 만한 자료 및 정보로 얻어진 것이나, 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으므로 투자자 자신의 판단과 책임하에 최종결정을 하시기 바랍니다. 따라서 어떠한 경우에도 본 자료는 고객의 주식투자의 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.

투자등급 관련사항 및 투자의견 비율공시

- 투자의견의 유효기간은 추천일 이후 12개월을 기준으로 적용

기업의 분류

BUY(매수)_목표주가가 현주가 대비 15% 이상 상승 여력
Neutral(중립)_목표주가가 현주가 대비 -15%~15% 등락
Reduce(비중축소)_목표주가가 현주가 대비 15% 이상 하락 가능

산업의 분류

Overweight(비중확대)_업종지수가 현재지수 대비 15% 이상 상승 여력
Neutral(중립)_업종지수가 현재지수 대비 -15%~15% 등락
Underweight(비중축소)_업종지수가 현재지수 대비 -15%~15% 등락

투자등급	BUY(매수)	Neutral(중립)	Reduce(매도)	합계
금융투자상품의 비율	93.43%	6.10%	0.47%	100%

* 기준일: 2024년 03월 20일