



Neutral (하향)

목표주가(12M) 390,000원(하향)
현재주가(10.29) 350,000원

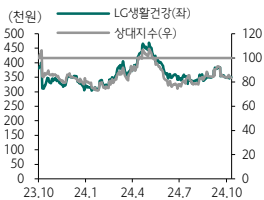
Key Data

KOSPI 지수 (pt)	2,617.80
52주 최고/최저(원)	469,000/303,500
시가총액(십억원)	5,466.4
시가총액비중(%)	0.26
발행주식수(천주)	15,618.2
60일 평균 거래량(천주)	62.4
60일 평균 거래대금(십억원)	22.2
외국인지분율(%)	28.39
주요주주 지분율(%)	
LG 외 2인	34.04
국민연금공단	9.07

Consensus Data

	2024	2025
매출액(십억원)	6,834.9	7,084.3
영업이익(십억원)	543.4	604.0
순이익(십억원)	358.4	418.4
EPS(원)	18,930	22,059
BPS(원)	340,343	359,741

Stock Price



Financial Data

(십억원, %, 배, 원)

투자지표	2022	2023	2024F	2025F
매출액	7,185.8	6,804.8	6,790.7	6,941.3
영업이익	711.1	487.0	474.6	471.7
세전이익	417.8	276.4	445.3	418.2
순이익	236.6	142.8	305.1	281.8
EPS	13,352	8,057	17,222	15,907
증감율	(71.99)	(39.66)	113.75	(7.64)
PER	54.07	44.06	20.32	22.00
PBR	2.36	1.14	1.08	1.03
EV/EBITDA	12.07	7.41	6.67	7.31
ROE	4.41	2.65	5.48	4.85
BPS	305,350	310,665	325,381	338,731
DPS	4,000	3,500	3,500	3,500



Analyst 박은정 eunjungpark3@hanafn.com
RA 김다혜 kim.dahae@hanafn.com

하나증권 리서치센터

2024년 10월 30일 | 기업분석_Earnings Review

LG생활건강 (051900)

3Q24 Review: 컨센서스 하회

3Q24 Review: 컨센서스 하회

LG생활건강의 3분기 실적은 연결 매출 1.7조원(YoY-2%), 영업이익 1천억원(YoY-17%, 이익률 6%) 기록하며 컨센서스(영업이익 1.4천억원)을 크게 하회했다. 화장품/생활용품/음료 부문 모두 기대에 못 미쳤다. ①화장품은 고마진 채널(면세/방판) 매출 감소, 중국 적자 지속, ②생활용품은 마케팅 확대, 고정비 부담 증가, ③음료는 내수 부진, 판촉 확대 등으로 전사적으로 부진했다.

▶**화장품**은 매출 6.5천억원(YoY-3%), 영업이익 114억원(YoY+43%, 이익률 2%) 달성했다. 매출은 예상 수준이나 수익성이 부진했다. 전반적으로 고가 부진, 중저가 투자 확대 영향이다. **고가/프리미엄** 매출은 각각 12% 감소/25% 성장했다. 면세 부진으로 낮은 기저에도 고가 매출은 상반기 대비 감소폭 확대되었다. 프리미엄은 더페이스샵 중심 국내 성장 채널, 해외에서 성장 중이다. **중국과 면세** 매출은 각각 1.2천억원(YoY+18%), 1.7천억원(YoY-23%) 시현했다. **중국**은 부진한 소비 환경이나, 낮은 기저와 리브랜딩 효과로 전년 동기비 18%, 더후는 23%, 특히 온라인이 125% 성장했다(비중 44%). 성장은 했으나, 절대 매출이 작고, 마케팅비 확대로 중국은 적자(3Q24 -280억원 VS 3Q23 -350억원 추정) 지속되었다. **면세**는 전년동기비, 전분기비 각각 23%, 7% 감소했다. **기타국내**는 온라인/H&B 중심 육성 중이며, 3분기 기준 9%까지 상승, 매출은 75% 성장했다. 방판은 33% 감소했으며, 인력이 50% 이상 감소했다. 구조적으로 축소 중이다. **미국**은 에이본 구조조정 영향으로 매출 감소 여전 했으며, 더페이스샵/빌리프/CNP 중심으로 온/오프라인 육성 중이다. 더페이스샵이 월그린/CVS/월마트 캐나다/크로거 등에 입점했다. ▶**생활용품**은 매출 5.6천억원(YoY-1%), 영업이익 412억원(YoY-12%, 이익률 7%) 시현했다. 프리미엄 경쟁력 강화를 위한 마케팅 확대, 전사 고정비 부담 증가(화장품 손익 악화)로 이익 감소폭이 컸다. ▶**음료**는 매출 5천억원(YoY-1%), 영업이익 535억원(YoY-28%, 이익률 11%) 기록했다. 물량은 4% 성장했으나, 할인/믹스 영향으로 판가는 5% 하락했다. 내수 부진/음료 소비 둔화 영향을 받고 있다. 원부자재 가격 상승과 경쟁 심화로 수익성이 하락했다.

변화 방향은 맞으나, 2025년 이익 정체 불가피

LG생활건강은 화장품 전반의 구조조정/투자 진행 중이다. 대중국 수요는 면세보다 중국, 중국 내 인지도 제고 주력/국내에는 성장 채널 집중(면세/방판 보다 H&B/온라인) 등이다. 미국은 에이본 구조조정 영향 지속에, 자체 브랜드의 온/오프라인 육성 중이다. 변화 방향은 맞으나, 구조조정 과정에서 고마진 채널의 매출 하락, 아직 정상 이익 체력이 아닌 채널/지역으로의 투자 확대로 화장품 부문의 수익성이 2025년 상반기까지 추세적으로 하락(연간 감익) 예상된다. 2025년 LG생활건강의 실적은 연결 매출 6.9조원(YoY+2%), 영업이익 4.7천억원(YoY-1%, 이익률 7%)으로 전사적으로 이익이 정체될 것으로 본다. 이에 따라 투자자의견을 Neutral로 하향하며, 추정치 하향에 기인 목표주가를 39만원으로 하향한다.

도표 1. LG생활건강 연결 실적전망 및 추이

(단위: 십억원, %)

	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24P	4Q24F	2020	2021	2022	2023	2024F	2025F
연결 매출액	1,683.7	1,807.7	1,746.2	1,567.2	1,728.7	1,759.7	1,713.6	1,588.7	7,844.5	8,091.5	7,185.8	6,804.8	6,790.7	6,941.3
화장품	701.5	780.5	670.2	663.5	740.9	759.6	650.6	668.1	4,458.1	4,441.4	3,211.9	2,815.7	2,819.2	2,833.2
생활용품	563.0	546.0	570.1	503.0	553.4	521.5	562.6	512.5	1,873.3	2,058.2	2,209.8	2,182.1	2,150.0	2,242.4
음료	419.2	481.2	505.9	400.7	434.4	478.6	500.4	408.0	1,513.1	1,591.9	1,764.2	1,807.0	1,821.4	1,865.8
% YoY														
매출액	2%	-3%	-7%	-13%	3%	-3%	-2%	1%	2%	3%	-11%	-5%	0%	2%
화장품	0%	-8%	-15%	-24%	6%	-3%	-3%	1%	-6%	0%	-28%	-12%	0%	0%
생활용품	2%	0%	-3%	-4%	-2%	-4%	-1%	2%	26%	10%	7%	-1%	-1%	4%
음료	7%	3%	2%	-3%	4%	-1%	-1%	2%	4%	5%	11%	2%	1%	2%
% 매출비중														
화장품	42%	43%	38%	42%	43%	43%	38%	42%	57%	55%	45%	41%	42%	41%
생활용품	33%	30%	33%	32%	32%	30%	33%	32%	24%	25%	31%	32%	32%	32%
음료	25%	27%	29%	26%	25%	27%	29%	26%	19%	20%	25%	27%	27%	27%
연결 매출총이익	904.8	987.9	922.3	812.0	926.9	942.2	877.1	791.3	4,881.6	5,051.5	4,017.3	3,626.9	3,537.4	3,520.1
연결 영업이익	145.9	157.9	128.5	54.7	151.0	158.5	106.1	58.9	1,220.9	1,289.6	711.1	487.0	474.6	471.7
화장품	61.2	70.0	8.0	7.3	63.1	72.8	11.4	15.6	822.9	876.1	309.1	146.5	162.9	145.4
생활용품	32.7	27.6	46.7	18.2	35.4	33.9	41.2	16.9	205.3	208.9	189.8	125.2	127.4	133.5
음료	52.0	60.2	73.8	29.2	52.5	51.8	53.5	26.5	192.8	204.7	212.2	215.2	184.3	192.8
% YoY														
영업이익	-17%	-27%	-32%	-58%	4%	0%	-17%	8%	4%	6%	-45%	-32%	-3%	-1%
화장품	-11%	-25%	-88%	-91%	3%	4%	43%	113%	-8%	6%	-65%	-53%	11%	-11%
생활용품	-41%	-54%	-17%	-4%	8%	23%	-12%	-7%	63%	2%	-9%	-34%	2%	5%
음료	1%	-5%	11%	-5%	1%	-14%	-28%	-9%	26%	6%	4%	1%	-14%	5%
% 이익비중														
화장품	42%	44%	6%	13%	42%	46%	11%	26%	67%	68%	43%	30%	34%	31%
생활용품	22%	17%	36%	33%	23%	21%	39%	29%	17%	16%	27%	26%	27%	28%
음료	36%	38%	57%	53%	35%	33%	50%	45%	16%	16%	30%	44%	39%	41%
지배주주 순이익	91.4	89.3	84.2	-122.1	106.6	100.4	67.8	30.4	797.6	844.5	236.6	142.8	305.1	281.8
% Margin														
매출총이익률	54%	55%	53%	52%	54%	54%	51%	50%	62%	62%	56%	53%	52%	51%
영업이익률	9%	9%	7%	3%	9%	9%	6%	4%	16%	16%	10%	7%	7%	7%
화장품	9%	9%	1%	1%	9%	10%	2%	2%	18%	20%	10%	5%	6%	5%
생활용품	6%	5%	8%	4%	6%	7%	7%	3%	11%	10%	9%	6%	6%	6%
음료	12%	13%	15%	7%	12%	11%	11%	7%	13%	13%	12%	12%	10%	10%
순이익률	5%	5%	5%	-8%	6%	6%	4%	2%	10%	10%	3%	2%	4%	4%

자료: 하나증권

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

(단위: 십억원, %)

	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24P	4Q24F	2020	2021	2022	2023	2024F	2025F
화장품	701.5	780.5	670.2	663.5	740.9	759.6	650.6	668.1	4,458.1	4,441.4	3,211.9	2,815.7	2,819.2	2,833.2
면세	185.0	240.0	219.0	86.3	170.4	182.3	169.2	94.9	1,663.4	1,814.1	1,020.5	730.3	616.7	555.1
백화점	29.9	35.5	29.5	20.6	29.6	30.4	26.0	18.6	126.6	124.3	119.8	115.5	104.6	103.1
방판	93.0	94.3	87.1	83.0	88.9	98.7	58.6	57.4	387.0	384.6	356.9	357.5	303.6	273.0
중국	157.0	153.0	99.0	192.4	170.4	162.2	117.1	200.9	1,003.9	1,152.8	777.0	601.4	650.6	703.6
후	130.3	122.3	78.2	153.9	150.0	137.9	96.0	169.3	770.9	931.7	624.7	484.7	553.2	598.9
일본	-	-	-	-	-	-	-	-	290.0	286.0	266.8	226.8	260.8	286.9
미국	-	-	-	-	-	-	-	-	230.0	147.4	192.2	215.3	193.7	213.1
% YoY														
화장품	0%	-8%	-15%	-24%	6%	-3%	-3%	1%	-6%	0%	-28%	-12%	0%	0%
면세	15%	-28%	-25%	-63%	-8%	-24%	-23%	10%	-10%	9%	-44%	-28%	-16%	-10%
백화점	7%	4%	-7%	-21%	-1%	-14%	-12%	-10%	-18%	-2%	-4%	-4%	-9%	-1%
방판	-5%	0%	0%	6%	-4%	5%	-33%	-31%	0%	-1%	-7%	0%	-15%	-10%
중국	-16%	-6%	-34%	-31%	9%	6%	18%	4%	21%	15%	-33%	-23%	8%	8%
후	-21%	0%	-29%	-32%	15%	13%	23%	10%	25%	21%	-33%	-22%	14%	8%
일본	-	-	-	-	-	-	-	-	152%	-1%	-7%	-15%	15%	10%
미국	-	-	-	-	-	-	-	-	28%	-36%	30%	12%	-10%	10%

주: 일본/미국 화장품 매출 21년~22년 확정치, 그 외는 추정치

주: 2024년부터 중국 내 오워/숨 철수

자료: 하나증권

도표 3. LG생활건강의 화장품 브랜드별 실적전망 및 추이

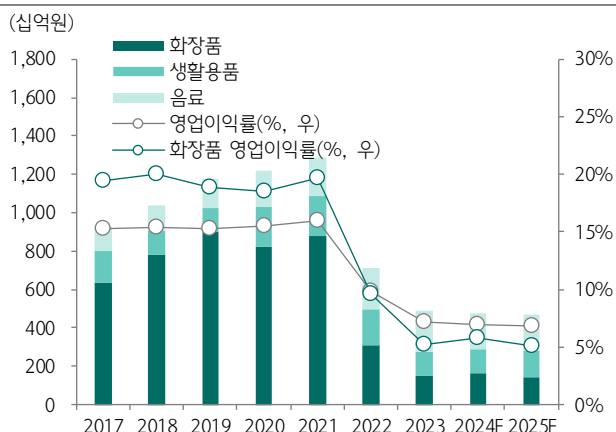
(단위: 십억원, %)

	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24P	4Q24F	2020	2021	2022	2023	2024F	2025F
Luxury	540.2	608.8	509.4	464.5	555.7	569.7	448.9	434.3	3,605.0	3,816.0	2,579.6	2,122.7	2,008.6	1,903.6
후	378.8	429.3	368.6	291.9	385.3	402.6	344.8	320.7	2,611.6	2,924.9	1,806.2	1,468.6	1,453.4	1,388.3
Premium	161.3	171.7	160.8	199.1	185.2	189.9	201.7	233.8	853.1	625.4	632.3	693.0	810.7	929.6
% YoY														
Luxury	-2%	-13%	-19%	-33%	3%	-6%	-12%	-6%	-1%	6%	-32%	-18%	-5%	-5%
후	6%	-12%	-18%	-43%	2%	-6%	-6%	10%	1%	12%	-38%	-19%	-1%	-4%
Premium	10%	12%	2%	14%	15%	11%	25%	17%	-23%	-27%	1%	10%	17%	15%

자료: 하나증권

도표 4. LG생활건강의 부문별 영업이익 추이 및 전망

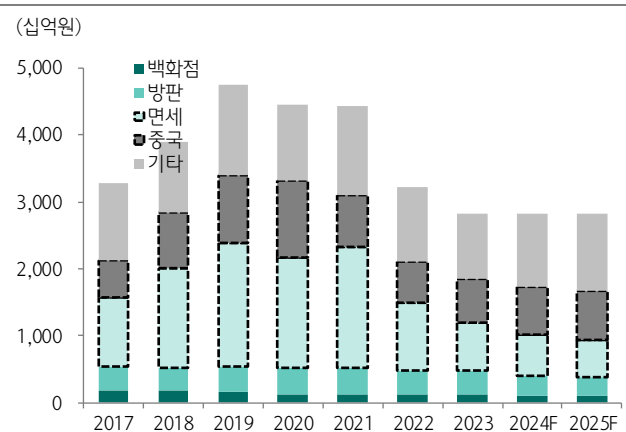
- 23년부터 화장품 수익성이 전사 수익성을 하회



자료: 하나증권

도표 5. LG생활건강의 화장품 연간 매출 추이 및 전망

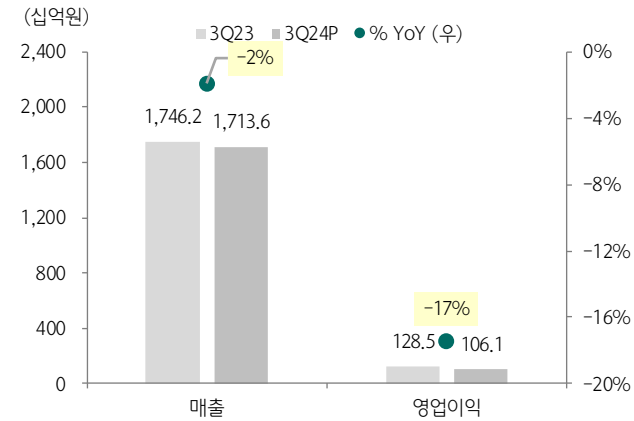
- 중국 관련 매출 추세적 하락



주: [기타] 온라인+H&B+비중국 매출 포함

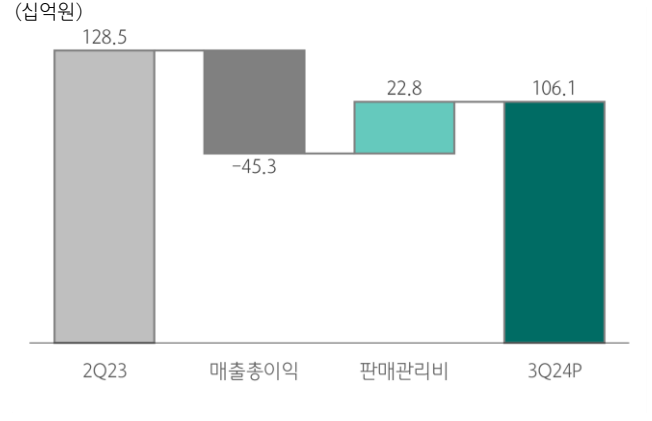
자료: 하나증권

도표 6. LG생활건강의 3Q24P 연결 실적 요약



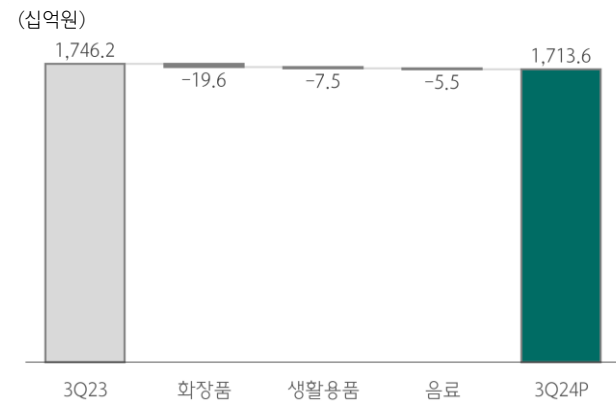
자료: 하나증권

도표 7. LG생활건강의 3Q24P 손익 변동 (YoY)



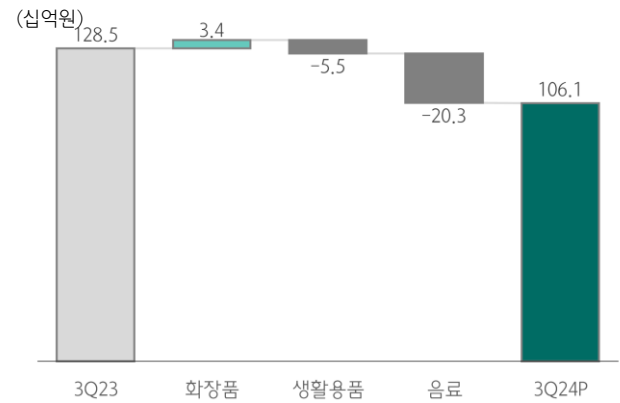
주: 판매관리비 3Q23 7.9천억 원 → 3Q24P 7.7천억 원 (-228억원)
자료: 하나증권

도표 8. LG생활건강의 3Q24P 연결 매출 변동 (YoY)



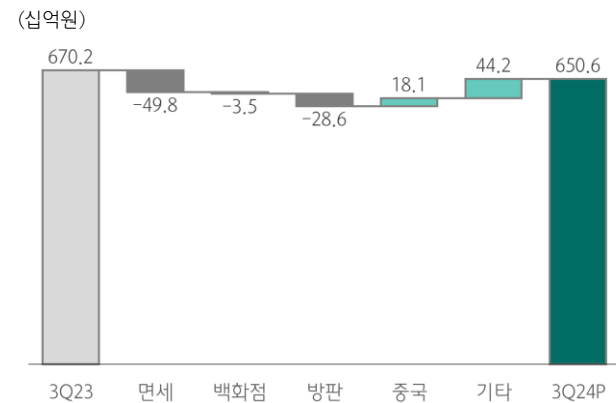
자료: 하나증권

도표 9. LG생활건강의 3Q24P 연결 이익 변동 (YoY)



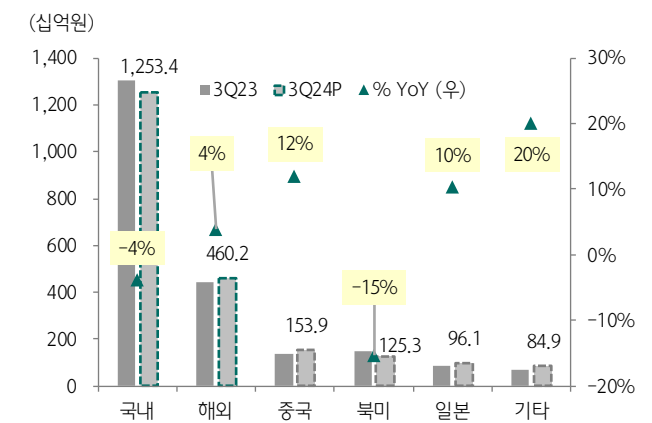
자료: 하나증권

도표 10. LG생활건강의 3Q24P 화장품 부문 매출 변동 (YoY)



자료: 하나증권

도표 11. LG생활건강의 3Q24P 해외 및 지역별 매출



자료: 하나증권

도표 12. LG생활건강의 Beauty사업 주요 브랜드 운영 방향

력서리는 선택과 집중
더마/클린 뷰티 확장 가속

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

- ◆ 더후: 브랜드 투자 지속하며 력서리 시장 대응 강화
- ◆ CNP: 성장성 높은 국내/외 더마 시장 대응을 위해 집중 육성
- ◆ 숨37°, 오취: 리브랜딩 준비 및 중국 오프라인 매장 정리
- ◆ 벨리프, TFS: 북미 및 중국 프리미엄 시장 내 성장 기회 모색



자료: LG생활건강, 하나증권

도표 13. 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
 - 력서리/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', '파시오겔' 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 재경비 (가맹사업 종료) ③ 부진사업 합리화 (해외 구조조정)

자료: LG생활건강, 하나증권

도표 14. LG생활건강의 북미 시장 영업 성과

북미 시장 대응 강화

- 전략 브랜드 중심
- 온/오프라인 채널 진출

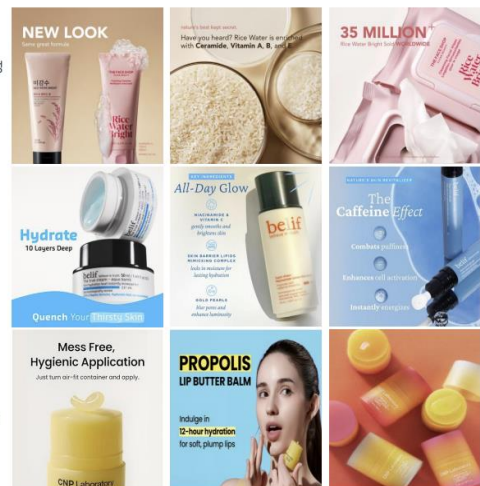
북미 시장 대응 강화 - 전략 브랜드 중심 채널 확장 및 로컬라이징 통한 성과 창출

LG 생활건강

온/오프라인 채널 내 전략 브랜드별 hero 제품 육성, 시장 트렌드에 부합하는 북미 전용 신제품 출시, 틱톡 활용한 SNS 마케팅 확대

- '더페이스샵', Rice Water Bright(미감수) 라인 중심으로 클렌징 제품 판매 호조 및 고효능 스킨케어 '올티밋' 런칭
 - 미감수 클렌징 주력제품 아마존 내 해당 카테고리별 상위 랭킹 달성
 - : 클렌징 오일 2위, 티슈 3위, 폼/오일세트 2위
 - 북미 주력 리테일 채널 입점(월그린스, CVS, 월마트 캐나다, 코스트)
 - 북미 파워인플루언서 '메디*' 틱톡 시딩 영상 670만뷰
 - 고효능 스킨케어 '올티밋 비건류신 세럼' 틱톡상 단독 선한칭
- '벨리프', '아쿠아밤'을 잇는 Next Hero 제품 출시 및 디지털 자산 확대로 브랜드 인지도 확대
 - '아쿠아 밤 아이젤', '슈퍼 드림스 글로우 세럼' 신규 런칭
 - '아쿠아 밤 아이젤' 세포파 아이카테고리 top1 달성(8-9월)
 - 3분기 4,000건 이상 틱톡/인스타 씨딩으로 디지털 자산 확대
- 'CNP', 프로폴리스 라인 중심 5월 북미 아마존 채널 입점 '립세린' 제품으로 20주 연속 '립버터 부문' 판매 1위 기록
 - 아마존 내 '립세린' 제품 립버터 카테고리 1위 달성
 - '폴린 최'/'닥터지코크' 등 '립세린' 틱톡 시딩 영상 1천만뷰 노출
 - 향에 민감한 북미 시장 특성 반영하여 '립세린' 신제품 3종(민트, 라임, 베리) 출시

* 틱톡 스킨케어 전문 파워 인플루언서



자료: LG생활건강, 하나증권

도표 15. LG생활건강 미국 주요 브랜드별 대표 제품

빌리프 주요 제품					
제품명	아쿠아 밤 하이드레이팅 젤리 클렌저	더 트루 크림 아쿠아 밤	아쿠아 밤 슬리핑 마스크	아쿠아 밤 SPF 50	아쿠아 밤 브라이트닝 비타민 C
용량	160ml	50ml	25ml	50ml	50ml
리뷰수	776건	699건	624건	195건	177건
평점	4.7	4.6	4.7	4.4	4.5
가격	\$27.00	\$38.00	\$38.00	\$28.88	\$31.45
이미지					
CNP 주요 제품					
제품명	CNP 허니 립버터 프로폴리스 립세린	프로폴리스 에너지 앰플	레티놀 PCL 아이 트리트먼트 세럼	프로폴리스 트리트먼트 앰플 에센스	데일리 밀키 라이트 선크림 SPF 50
용량	15ml	15ml	150ml	30ml	50ml
리뷰수	887건	116건	34건	30건	27건
평점	4.2	4.3	4.6	4.2	4.4
가격	\$13.40	\$33.90	\$24.90	\$26.90	\$25.99
이미지					
더페이스샵 주요 제품					
제품명	라이스 워터 브라이트 폼 클렌저	미감수 페이스 워시	라이스 세라마이드 모이스처라이징 에멀전	라이스 세라마이드 모이스처라이징 토너	라이스 세라마이드 모이스처라이징 크림
용량	150ml	150ml	150ml	150ml	50ml
리뷰수	19,868건	12,072건	2,538건	2,531건	2,417건
평점	4.5	4.4	4.5	4.4	4.4
가격	\$12.00	\$20.00	\$12.00	\$12.00	\$14.00
이미지					
VDL 주요 제품					
제품명	루미레이어 프라이머	VDL 허벌 립세린	치크스테인 블러셔	아이 파인 슬림 터치 아이라이너	루미레이어 스틱밤
용량	30ml	15ml	6g	0.14g	12g
리뷰수	86건	105건	54건	36건	34건
평점	4.2	4.3	4.4	4.2	3.6
가격	\$24.40	\$19.99	\$21.90	\$19.90	\$19.90
이미지					

자료: 아마존, 하나증권

도표 16. LG생활건강 미국 주요 브랜드별 대표 제품

Clint 주요 제품					
제품명	내추럴 글로우 하이라이터	스틱 하이라이터	글로우 립 밤	베이컨드 블러시	리퀴드 젤 하이라이터
용량	3.8g	70ml	3g	3.8g	3g
리뷰수	168건	147건	83건	71건	70건
평점	4.1	3.9	4.4	4.1	4.3
가격	\$23.00	\$22.50	\$23.00	\$23.00	\$19.90
이미지					
hince 주요 제품					
제품명	무드 인핸서 워터 리퀴드 글로우	트루 디멘션 레디언스밤	무드 인핸서 립 글로우	듀이 리퀴드 치크	트루 디멘션 레이어링 치크
용량	4ml	10g	5.5g	6g	9g
리뷰수	278건	241건	177건	131건	128건
평점	4.2	4.2	4.4	4.3	4.2
가격	\$17.99	\$23.99	\$16.99	\$18.99	\$23.99
이미지					
피지오겔 주요 제품					
제품명	데일리 모이스처 테라피 페이스 크림	카밍 릴리프 페이스 크림	데일리 모이스처 테라피 페이스 클렌저	인텐시브 페이스 크림	사이언스슈티컬 데일리문 앰플 비타민C
용량	150ml	100ml	150ml	100ml	30ml
리뷰수	717건	316건	140건	78건	46건
평점	4.4	4.3	4.4	4.3	3.8
가격	\$23.99	\$19.19	\$13.99	\$24.99	\$43.19
이미지					

자료: 아마존, 하나증권

도표 17. LG생활건강 일본 주요 브랜드별 대표 제품

CNP 주요 제품					
제품명	프로폴리스 트리트먼트 미스트	더마 앤서 텐션 앵글 피트 앰플	인비지블 필링 부스터	안티포어 블랙 헤드 클리어 키트	프로폴리스 에너지 앰플
용량	100ml	30ml	100ml	10세트	15ml
판매량	14,297개	9,551개	4,649개	4,056개	1,000개
리뷰수	3,013건	2,046건	909건	668건	295건
평점	4.7	4.7	4.8	4.6	4.7
가격	¥1,650	¥4,300	¥3,410	¥2,980	¥3,100
이미지					
피지오겔 주요 제품					
제품명	DMT 페이스크림	DMT 페이스 크림 150ml	DMT 바디로션	DMT 페이스 로션	DMT 페이스 미스트
용량	75ml	150ml	400ml	200ml	100ml
판매량	4,259개	3,521개	1,841개	729개	702개
리뷰수	1,216건	869건	511건	214건	183건
평점	4.7	4.8	4.7	4.8	4.8
가격	¥2,200	¥3,400	¥2,700	¥2,660	¥1,700
이미지					
Glint 주요 제품					
제품명	베이컨드 하이라이터	립세린	글리터 젤	틴트 글로서	베이컨드 블러쉬
용량	3.8g	15ml	3.8g	2.7g	2.4g
판매량	17,395개	3,102개	4,423개	1,919개	1,834개
리뷰수	3,642건	1,051건	775건	547건	427건
평점	4.7	4.7	4.6	4.6	4.8
가격	¥2,530	¥2,190	¥1,720	¥2,530	¥2,530
이미지					
VDL 주요 제품					
제품명	컬러 코렉팅 프라이머	커버 스테인 퍼펙팅 파운데이션	퍼펙팅 실킷핏 커버 쿠션 파운데이션	치크스테인 블러셔	루미레이어 프라이머
용량	30ml	30ml	12g	6g	30ml
판매량	17,003개	10,283개	9,693개	8,868개	4,035개
리뷰수	4,493건	2,128건	2,746건	1,647건	949건
평점	4.7	4.7	4.6	4.8	4.6
가격	¥3,080	¥3,630	¥2,970	¥2,310	¥2,860
이미지					

자료: 큐텐, 하나증권

도표 18. LG생활건강 일본 주요 브랜드별 대표 제품

프레시안 주요 제품					
제품명	센슈얼 비건 립밤	에그라이크 쿠션	비터 앰플 립세린	글래스라이크 립젤리	에그라이크 글로우 쿠션
용량	3.3g	12g	15ml	1.7g	12g
판매량	4,376개	1,763개	1,892개	425개	449개
리뷰수	1,158건	658건	551건	110건	100건
평점	4.7	4.6	4.7	4.7	4.7
가격	¥2,750	¥3,500	¥1,800	¥2,200	¥3,080
이미지					

더페이스샵 주요 제품					
제품명	뉴 뎀스 아이섀도우 팔레트	트루 디멘션 글로우 치크	트루 디멘션 래디언스밤	무드 인핸서 워터 리퀴드 글로우	세컨 스킨 메쉬 매트 쿠션
용량	9.8g	9g	10g	4ml	12g
판매량	107,605개	77,475개	67,899개	69,675개	52,766개
리뷰수	23,112건	14,992건	12,623건	10,537건	8,494건
평점	4.8	4.7	4.6	4.7	4.6
가격	¥4,620	¥2,750	¥3,300	¥2,350	¥3,520
이미지					

더페이스샵 주요 제품					
제품명	올티밋 라인	잉크래스팅 파운데이션 슬림핏	잉크래스팅 파운데이션 슬림핏EX	닥터 벨머 시카 터치 립 틴트밤	듀이 래스팅 스킨 베이스
용량	75ml	30ml	30ml	5.5g	35ml
판매량	1,965개	611개	532개	513개	351개
리뷰수	334건	148건	132건	114건	96건
평점	4.7	4.6	4.6	4.3	4.7
가격	¥1,950	¥2,760	¥2,300	¥1,490	¥2,440
이미지					

자료: 큐텐, 하나증권

추정 재무제표

손익계산서	(단위:십억원)				
	2022	2023	2024F	2025F	2026F
매출액	7,185.8	6,804.8	6,790.7	6,941.3	7,236.3
매출원가	3,168.5	3,177.9	3,253.2	3,421.3	3,648.3
매출총이익	4,017.3	3,626.9	3,537.5	3,520.0	3,588.0
판매비	3,306.1	3,139.9	3,062.9	3,048.4	3,079.0
영업이익	711.1	487.0	474.6	471.7	509.0
금융손익	(5.7)	9.9	(0.4)	(23.5)	(4.3)
종속/관계기업손익	7.0	7.7	7.0	5.1	0.0
기타영업외손익	(294.6)	(228.2)	(38.5)	(35.1)	(34.3)
세전이익	417.8	276.4	445.3	418.2	470.4
법인세	159.4	112.9	119.5	117.1	131.7
계속사업이익	258.3	163.5	325.8	301.1	338.7
중단사업이익	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
당기순이익	258.3	163.5	325.8	301.1	338.7
비배주주지분 순이익	21.8	20.8	6.3	5.8	6.5
지배주주순이익	236.6	142.8	305.1	281.8	317.3
지배주주지분포괄이익	240.9	115.7	276.9	255.9	287.9
NOPAT	439.7	288.1	347.2	339.6	366.5
EBITDA	999.1	756.8	710.7	613.4	649.6
성장성(%)					
매출액증가율	(11.19)	(5.30)	(0.21)	2.22	4.25
NOPAT증가율	(52.99)	(34.48)	20.51	(2.19)	7.92
EBITDA증가율	(36.15)	(24.25)	(6.09)	(13.69)	5.90
영업이익증가율	(44.86)	(31.51)	(2.55)	(0.61)	7.91
(지배주주)순이익증가율	(71.98)	(39.64)	113.66	(7.64)	12.60
EPS증가율	(71.99)	(39.66)	113.75	(7.64)	12.57
수익성(%)					
매출총이익률	55.91	53.30	52.09	50.71	49.58
EBITDA이익률	13.90	11.12	10.47	8.84	8.98
영업이익률	9.90	7.16	6.99	6.80	7.03
계속사업이익률	3.59	2.40	4.80	4.34	4.68

투자지표	2022	2023	2024F	2025F	2026F
주당지표(원)					
EPS	13,352	8,057	17,222	15,907	17,906
BPS	305,350	310,665	325,381	338,731	354,162
CFPS	52,891	39,496	36,495	28,526	30,945
EBITDAPS	56,389	42,717	40,114	34,622	36,663
SPS	405,565	384,066	383,267	391,769	408,419
DPS	4,000	3,500	3,500	3,500	3,500
주가지표(배)					
PER	54.07	44.06	20.32	22.00	19.55
PBR	2.36	1.14	1.08	1.03	0.99
PCFR	13.65	8.99	9.59	12.27	11.31
EV/EBITDA	12.07	7.41	6.67	7.31	6.46
PSR	1.78	0.92	0.91	0.89	0.86
재무비율(%)					
ROE	4.41	2.65	5.48	4.85	5.23
ROA	3.18	1.97	4.16	3.72	4.05
ROIC	8.27	5.60	7.52	8.01	8.69
부채비율	33.54	30.12	28.71	28.12	27.80
순부채비율	(0.13)	(6.98)	(23.32)	(26.45)	(29.61)
이자보상배율(배)	47.95	25.14	27.65	27.64	29.69

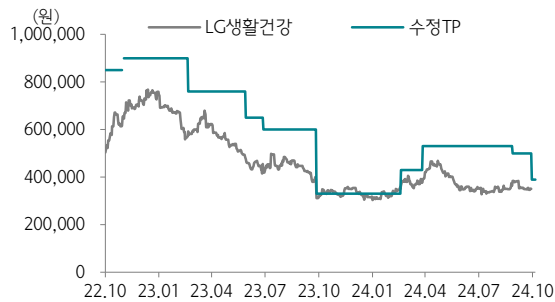
자료: 하나증권

대차대조표	(단위:십억원)				
	2022	2023	2024F	2025F	2026F
유동자산	2,284.4	2,429.6	3,380.4	3,652.4	3,984.2
금융자산	678.4	928.4	1,882.3	2,121.2	2,388.0
현금성자산	655.1	910.3	1,864.3	2,102.8	2,368.8
매출채권	550.9	529.1	528.0	539.7	562.6
재고자산	955.4	884.5	882.7	902.3	940.6
기타유동자산	99.7	87.6	87.4	89.2	93.0
비유동자산	5,018.5	4,790.7	4,066.7	4,032.7	4,001.1
투자자산	120.2	138.6	138.5	139.8	142.5
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	337.1	337.1	337.1
자산총계	7,302.9	7,220.3	7,447.1	7,685.1	7,985.4
유동부채	1,162.8	1,089.7	1,080.0	1,099.9	1,138.8
금융부채	281.9	222.1	214.1	215.8	219.1
매입채무	213.2	253.4	252.9	258.5	269.5
기타유동부채	667.7	614.2	613.0	625.6	650.2
비유동부채	671.3	581.7	581.2	587.0	598.4
금융부채	389.2	319.1	319.1	319.1	319.1
기타비유동부채	282.1	262.6	262.1	267.9	279.3
부채총계	1,834.1	1,671.4	1,661.2	1,686.8	1,737.1
지배주주지분	5,339.2	5,433.4	5,694.1	5,930.7	6,204.1
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	5,865.2	6,101.7	6,375.1
비지배주주지분	129.6	115.5	91.8	67.6	44.1
자본총계	5,468.8	5,548.9	5,785.9	5,998.3	6,248.2
순금융부채	(7.3)	(387.2)	(1,349.1)	(1,586.3)	(1,849.8)

현금흐름표	(단위:십억원)				
	2022	2023	2024F	2025F	2026F
영업활동 현금흐름	497.3	659.1	562.2	439.8	473.3
당기순이익	258.3	163.5	325.8	301.1	338.7
조정	438.7	382.2	236.1	141.8	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	(0.1)	0.1	0.0
영업활동 자산부채 변동	(199.7)	113.4	0.3	(3.1)	(6.0)
투자활동 현금흐름	(197.4)	(140.8)	(29.8)	(31.8)	(33.5)
투자자산감소(증가)	(29.3)	85.9	(29.9)	(31.4)	(32.7)
자본증가(감소)	(122.6)	(152.4)	0.0	0.0	0.0
기타	(45.5)	(74.3)	0.1	(0.4)	(0.8)
재무활동 현금흐름	(373.6)	(151.4)	(66.7)	(57.1)	(55.5)
금융부채증가(감소)	21.3	(129.9)	(7.9)	1.7	3.3
자본증가(감소)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
기타재무활동	(193.7)	45.6	(0.0)	(0.0)	0.0
배당지급	(201.2)	(67.1)	(58.8)	(58.8)	(58.8)
현금의 증감	(73.7)	366.9	849.9	238.4	266.0
Unlevered CFO	937.1	699.8	646.6	505.4	548.3
Free Cash Flow	340.3	506.6	562.2	439.8	473.3

투자의견 변동 내역 및 목표주가 괴리율

LG생활건강



날짜	투자의견	목표주가	괴리율	
			평균	최고/최저
24.10.30	Neutral	390,000		
24.9.27	BUY	500,000	-28.36%	-23.10%
24.4.26	BUY	530,000	-29.02%	-11.51%
24.3.20	BUY	430,000	-11.67%	-5.81%
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		-	-

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 10월 30일 현재 해당회사의 지분을 1%이상 보유 하고 있지 않습니다
- 본자료를 작성한 애널리스트(박은정)는 2024년 10월 30일 현재 해당회사의 유가 증권을 보유하고 있지 않습니다

본 조사항목은 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	95.18%	4.39%	0.44%	100%

* 기준일: 2024년 10월 27일