



BUY (유지)

목표주가(12M) 530,000원
현재주가(7.25) 341,500원

Key Data

KOSPI 지수 (pt)	2,710.65
52주 최고/최저(원)	498,000/303,500
시가총액(십억원)	5,333.6
시가총액비중(%)	0.24
발행주식수(천주)	15,618.2
60일 평균 거래량(천주)	81.7
60일 평균 거래대금(십억원)	32.9
외국인지분율(%)	27.27
주요주주 지분율(%)	
LG 외 2인	34.04
국민연금공단	9.99

Consensus Data

	2024	2025
매출액(십억원)	7,046.6	7,340.7
영업이익(십억원)	590.8	659.8
순이익(십억원)	369.9	423.5
EPS(원)	19,365	22,210
BPS(원)	339,694	358,540

Stock Price



Financial Data

(십억원, %, 배, 원)

투자지표	2022	2023	2024F	2025F
매출액	7,185.8	6,804.8	6,906.4	7,187.2
영업이익	711.1	487.0	577.5	625.4
세전이익	417.8	276.4	553.0	586.8
순이익	236.6	142.8	378.1	394.3
EPS	13,352	8,057	21,339	22,255
증감율	(71.99)	(39.66)	164.85	4.29
PER	54.07	44.06	16.00	15.34
PBR	2.36	1.14	1.04	0.98
EV/EBITDA	12.07	7.41	5.74	5.61
ROE	4.41	2.65	6.75	6.63
BPS	305,350	310,665	329,764	349,834
DPS	4,000	3,500	3,500	3,500



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

하나증권 리서치센터

2024년 07월 26일 | 기업분석_Earnings Review

LG생활건강 (051900)

2Q24 Review: 양호한 실적 시현

2Q24 Review: 양호한 실적 시현

LG생활건강의 2분기 실적은 연결 매출 1.76조원(YoY-3%), 영업이익 1,585억원(YoY+flat, 영업이익률 9%)으로 컨센서스 부합하는 실적 달성했다. 중국의 소비 환경이 비우호적임에도 중국이 성장하며 양호한 실적이었다. 동사는 지난 5월 시가총액 7조원 돌파 후, 현재 고점대비 29% 하락, 5.3조원에 거래되고 있다. 기업가치 하락 요인으로 ①성장 지역(미국, 일본 등) 모멘텀 상대적 열위, ②중국 소비 부진 우려 등의 영향으로 판단한다. 다만 ①우려 대비 중국이 양호했으며, ②비중국 성장동력 확보(자체 브랜드 육성)로 변화는 진행되고 있다. 하반기 비중국 성과 개선, 중국/면세 기저 구간으로 매력도는 높아질 것으로 기대한다. 현재 P/E 16배 수준이다.

▶**화장품**은 매출 7.6천억원(YoY-3%), 영업이익 728억원(YoY+4%, 이익률 10%) 달성했다. 중국과 면세 매출은 각각 1.6천억원(YoY+6%), 1.8천억원(YoY-24%) 시현했다. **중국**은 1분기에 이어 더후 리브랜딩 효과 나타나며 전년동기비 6%, 더후는 13% 성장했다. 특히 온라인이 전년동기비 60% 이상 성장했으며, 이커머스 비중이 과반을 넘어서었다. 리브랜딩에 따른 마케팅비 확대로 이익은 소폭 감소했다. **면세**는 전분기비 성장했으나, 전년동기비 높은 기저 영향으로 감소 불가피했다. **기타국내**는 온라인/H&B 채널, 프리미엄 브랜드 중심 육성하며 두 자릿수 성장 달성했다. **미국**은 에이본 구조조정으로 2분기까지 매출 감소 여전하나, 빌리프/더페이스샵(TFS)의 아마존 대응 강화 등 자체 브랜드를 통한 성장 동력 확보 중이다. 구조조정 효과 나타나며 흑자전환 되었다. **일본** 또한 자체 브랜드 육성 중이며 기초는 CNP, 색조는 프레시안/글린트/VDL 중심으로 온/오프라인 공략 중이다. 자체 브랜드 성장세는 견조한 것으로 파악된다. ▶**생활용품**은 매출 5.2천억원(YoY-5%), 영업이익 339억원(YoY+23%, 이익률 7%) 기록했다. 프리미엄 브랜드 중심으로 성장했으나, 북미 재정부영향으로 매출은 감소했다. 피치오겔/닥터그루트/유시물 등의 주요 프리미엄 브랜드가 성장함에 따라, 수익성은 개선되었다. ▶**음료**는 매출 4.8천억원(YoY-1%), 영업이익 518억원(YoY-14%, 이익률 11%) 기록했다. 탄산/비탄산 모두 감소했으며 비우호적인 날씨 영향으로 판단한다. 원부자재 부담 더해지며 이익 감소폭이 보다 컸다.

중국 안정화 + 하반기 성장 동력 강화 + 밸류에이션 매력

LG생활건강은 비우호적인 중국 시장 환경에도 더후의 리브랜딩 효과 나타나며 견조한 실적 시현하고 있으며, 동시에 국내 성장 채널 육성, 일본/미국 등 비중국 성장 동력 키워고 있다. 경쟁사/중소형 브랜드사 대비 성장 속도는 더디나, 비중국 진출 브랜드가 점진적으로 확대되는 만큼, 성장 모멘텀은 점차 부각될 것으로 본다. 중국 수요 안정화 + 하반기 성장 동력 강화 + 낮은 기저(중국/면세) + 낮은 밸류에이션 등이 긍정적 요소로 작용할 것이다. LG생활건강의 2024년 실적은 연결 매출 6.9조원(YoY+1%), 영업이익 5.8천억원(YoY+19%, 영업이익률 8%) 전망하며 투자의견 BUY, 목표주가 53만원 유지한다.

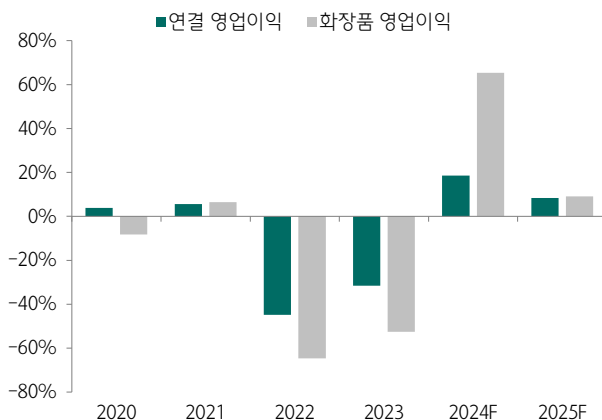
도표 1. LG생활건강 연결 실적전망 및 추이

(단위: 십억원, %)

	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24P	3Q24F	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	1,745.8	1,672.1	7,844.5	8,091.5	7,185.8	6,804.8	6,906.4	7,187.2
화장품	701.5	780.5	670.2	663.5	740.9	759.6	685.2	780.9	4,458.1	4,441.4	3,211.9	2,815.7	2,949.7	3,114.7
생활용품	563.0	546.0	570.1	503.0	553.4	521.5	551.6	487.5	1,873.3	2,058.2	2,209.8	2,182.1	2,113.9	2,205.8
음료	419.2	481.2	505.9	400.7	434.4	478.6	509.1	403.7	1,513.1	1,591.9	1,764.2	1,807.0	1,825.8	1,866.6
% YoY 매출액	2%	-3%	-7%	-13%	3%	-3%	0%	7%	2%	3%	-11%	-5%	1%	4%
화장품	0%	-8%	-15%	-24%	6%	-3%	2%	18%	-6%	0%	-28%	-12%	5%	6%
생활용품	2%	0%	-3%	-4%	-2%	-5%	-3%	-3%	26%	10%	7%	-1%	-3%	4%
음료	7%	3%	2%	-3%	4%	-1%	1%	1%	4%	5%	11%	2%	1%	2%
% 매출비중														
화장품	42%	43%	38%	42%	43%	43%	39%	47%	57%	55%	45%	41%	43%	43%
생활용품	33%	30%	33%	32%	32%	30%	32%	29%	24%	25%	31%	32%	31%	31%
음료	25%	27%	29%	26%	25%	27%	29%	24%	19%	20%	25%	27%	26%	26%
연결 영업이익	145.9	157.9	128.5	54.7	151.0	158.5	163.0	105.0	1,220.9	1,289.6	711.1	487.0	577.5	625.4
화장품	61.2	70.0	8.0	7.3	63.1	72.8	46.1	60.3	822.9	876.1	309.1	146.5	242.3	264.4
생활용품	32.7	27.6	46.7	18.2	35.4	33.9	50.7	18.5	205.3	208.9	189.8	125.2	138.5	156.0
음료	52.0	60.2	73.8	29.2	52.5	51.8	66.2	26.2	192.8	204.7	212.2	215.2	196.7	205.1
% YoY 영업이익	-17%	-27%	-32%	-58%	4%	0%	27%	92%	4%	6%	-45%	-32%	19%	8%
화장품	-11%	-25%	-88%	-91%	3%	4%	476%	726%	-8%	6%	-65%	-53%	65%	9%
생활용품	-41%	-54%	-17%	-4%	8%	23%	9%	2%	63%	2%	-9%	-34%	11%	13%
음료	1%	-5%	11%	-5%	1%	-14%	-10%	-10%	26%	6%	4%	1%	-9%	4%
% 이익비중														
화장품	42%	44%	6%	13%	42%	46%	28%	57%	67%	68%	43%	30%	42%	42%
생활용품	22%	17%	36%	33%	23%	21%	31%	18%	17%	16%	27%	26%	24%	25%
음료	36%	38%	57%	53%	35%	33%	41%	25%	16%	16%	30%	44%	34%	33%
지배주주 순이익	91.4	89.3	84.2	-122.1	106.6	103.1	105.0	63.5	797.6	844.5	236.6	142.8	378.1	394.3
% Margin 매출총이익률	54%	55%	53%	52%	54%	54%	54%	53%	62%	62%	56%	53%	53%	54%
영업이익률	9%	9%	7%	3%	9%	9%	9%	6%	16%	16%	10%	7%	8%	9%
화장품	9%	9%	1%	1%	9%	10%	7%	8%	18%	20%	10%	5%	8%	8%
생활용품	6%	5%	8%	4%	6%	7%	9%	4%	11%	10%	9%	6%	7%	7%
음료	12%	13%	15%	7%	12%	11%	13%	7%	13%	13%	12%	12%	11%	11%
순이익률	5%	5%	5%	-8%	6%	6%	6%	4%	10%	10%	3%	2%	5%	5%

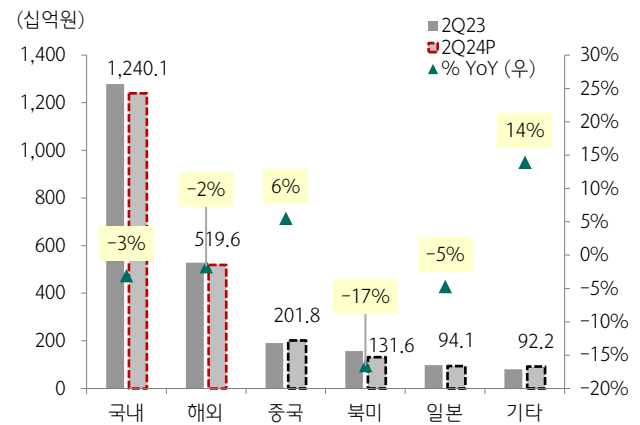
자료: 하나증권

도표 2. LG생활건강의 연간 영업이익 증가율 추이(% YoY)



자료: 하나증권

도표 3. LG생활건강의 2Q24P 해외 및 지역별 매출



자료: 하나증권

도표 4. LG생활건강의 화장품 부문 주요 채널/지역 실적전망 및 추이

(단위: 십억원, %)

	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24P	3Q24F	4Q24F	2020	2021	2022	2023	2024F	2025F
화장품	701.5	780.5	670.2	663.5	740.9	759.6	685.2	780.9	4,458.1	4,441.4	3,211.9	2,815.7	2,949.7	3,114.7
면세	185.0	240.0	219.0	86.3	170.4	182.3	160.0	150.0	1,663.4	1,814.1	1,020.5	730.3	662.7	695.8
백화점	29.9	35.5	29.5	20.6	29.6	30.4	29.5	21.0	126.6	124.3	119.8	115.5	110.5	117.6
방판	93.0	94.3	87.1	83.0	88.9	98.7	87.5	88.9	387.0	384.6	356.9	357.5	364.1	380.6
중국	157.0	153.0	99.0	192.4	170.4	162.2	136.0	202.2	1,003.9	1,152.8	777.0	601.4	670.8	747.3
후	130.3	122.3	78.2	153.9	150.0	137.9	117.3	169.3	770.9	931.7	624.7	484.7	574.4	651.6
일본	-	-	-	-	-	-	-	-	432.2	429.1	414.6	376.7	415.3	446.0
미국	-	-	-	-	-	-	-	-	527.7	516.3	577.5	641.3	692.7	741.2
% YoY														
화장품	0%	-8%	-15%	-24%	6%	-3%	2%	18%	-6%	0%	-28%	-12%	5%	6%
면세	15%	-28%	-25%	-63%	-8%	-24%	-27%	74%	-10%	9%	-44%	-28%	-9%	5%
백화점	7%	4%	-7%	-21%	-1%	-14%	0%	2%	-18%	-2%	-4%	-4%	-4%	6%
방판	-5%	0%	0%	6%	-4%	5%	0%	7%	0%	-1%	-7%	0%	2%	5%
중국	-16%	-6%	-34%	-31%	9%	6%	37%	5%	21%	15%	-33%	-23%	12%	11%
후	-21%	0%	-29%	-32%	15%	13%	50%	10%	25%	21%	-33%	-22%	19%	13%
일본	-	-	-	-	-	-	-	-	5%	-1%	-3%	-9%	10%	7%
미국	-	-	-	-	-	-	-	-	91%	-2%	12%	11%	8%	7%

주: 일본/미국 화장품 매출 21년~22년 확정치, 그 외는 추정치

주: 2024년부터 중국 내 오워/숨 철수

자료: 하나증권

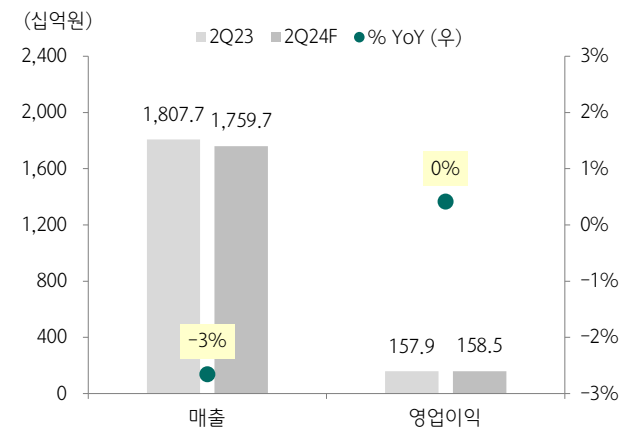
도표 5. LG생활건강의 브랜드별 실적전망 및 추이

(단위: 십억원, %)

	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24P	3Q24F	4Q24F	2020	2021	2022	2023	2024F	2025F
Luxury	540.2	608.8	509.4	464.5	555.7	569.7	500.2	562.3	3,605.0	3,816.0	2,579.6	2,122.7	2,187.9	2,239.2
후	378.8	429.3	368.6	291.9	385.3	402.6	370.0	413.9	2,611.6	2,924.9	1,806.2	1,468.6	1,571.8	1,650.1
Premium	161.3	171.7	160.8	199.1	185.2	189.9	185.0	218.7	853.1	625.4	632.3	693.0	778.8	875.5
% YoY														
Luxury	-2%	-13%	-19%	-33%	3%	-6%	-2%	21%	-1%	6%	-32%	-18%	3%	2%
후	6%	-12%	-18%	-43%	2%	-6%	0%	42%	1%	12%	-38%	-19%	7%	5%
Premium	10%	12%	2%	14%	15%	11%	15%	10%	-23%	-27%	1%	10%	12%	12%

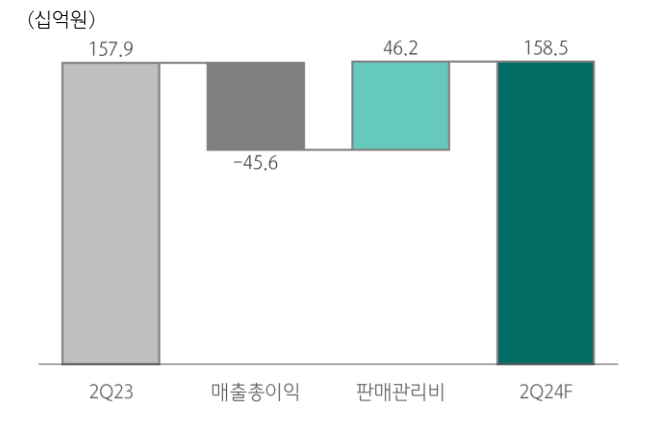
자료: 하나증권

도표 6. LG생활건강의 2Q24P 연결 실적 요약



자료: 하나증권

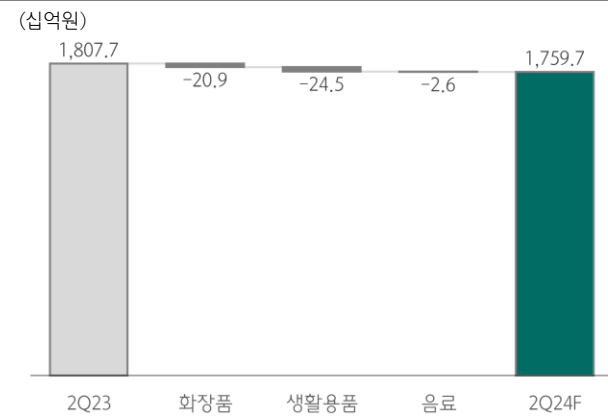
도표 7. LG생활건강의 2Q24P 손익 변동 (YoY)



주: 판매관리비 2Q23 8.3천억 원 → 2Q24P 7.8천억 원 (-462억원)

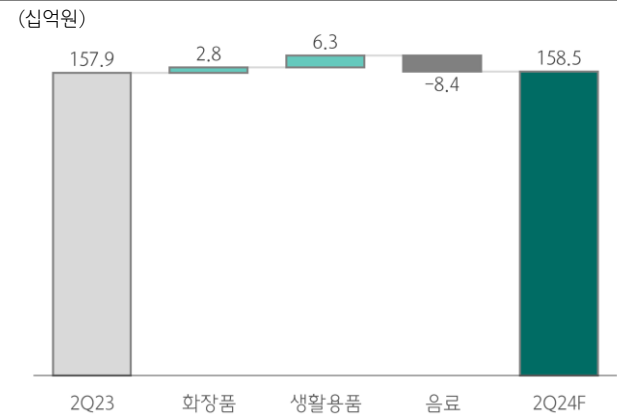
자료: 하나증권

도표 8. LG생활건강의 2Q24P 연결 매출 변동 (YoY)



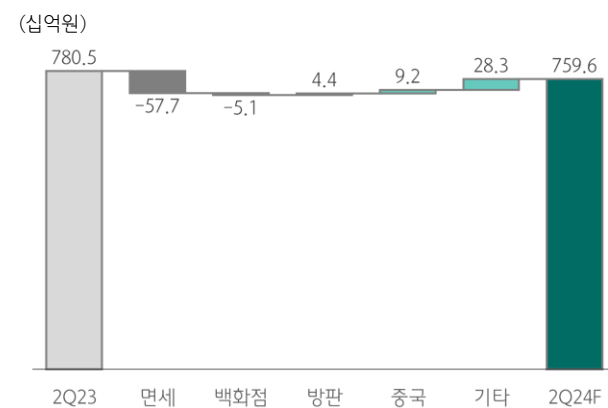
자료: 하나증권

도표 9. LG생활건강의 2Q24P 연결 이익 변동 (YoY)



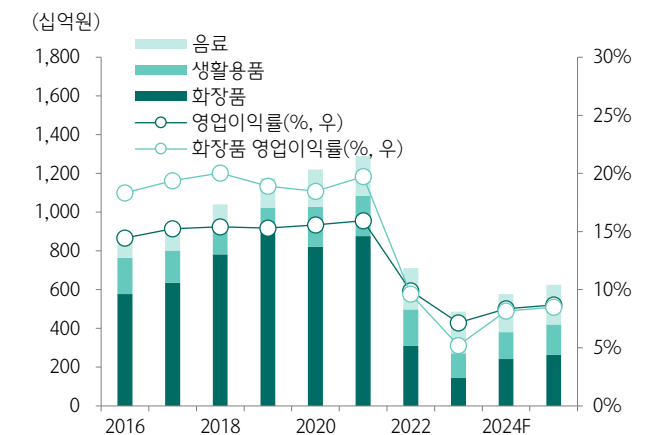
자료: 하나증권

도표 10. LG생활건강의 2Q24P 화장품 부문 매출 변동 (YoY)



자료: 하나증권

도표 11. LG생활건강의 부문별 영업이익 추이 및 전망



자료: 하나증권

도표 12. 중국 THE WHOO 리브랜딩 주요 활동 및 성과

마케팅 투자 확대로 중국 시장 대표 온라인 채널 내 브랜드 건전성 개선

- 3월 말 티몰 및 도우인 채널 기준 브랜드 지표 모두 세 자릿수 고성장(전년 8월말 대비)*

KOL다변화 및 한국 초청 연계 콘텐츠 증가 등으로 온라인 매출 성장

- Top KOL 한국 초청 및 내한 콘텐츠(R&D센터, 공장 투어 등) 공동제작

- 고성장 채널인 도우인 중심으로 왕홍 pool 확대 및 협업 강화

주목도 개선 활동 및 고객 경험 확대로 백화점 신규고객 3배 증가(전년 8월말 대비)*

- 대규모 집객 행사 및 주요 랜드마크 옥외 광고 진행

- 백화점 샘플링 이벤트, VIP고객 뷰티클래스 및 스파 서비스 제공 확대

*'23년 9월부터 더후 리브랜딩 시작. 마케팅 투자 전 수치와 비교



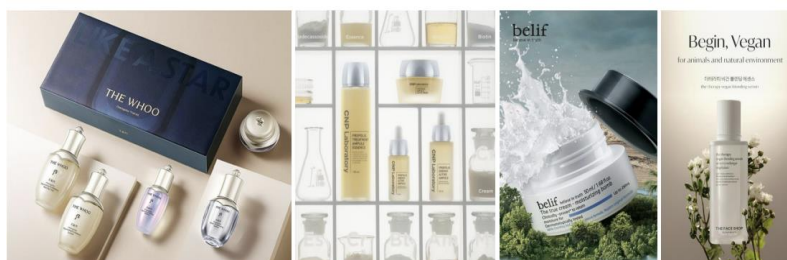
자료: 하나증권

도표 13. LG생활건강의 Beauty 사업 주요 브랜드 운영 방향

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°, 오휘: 리브랜딩 준비 및 중국 오프라인 매장 정리
- ◆ 벨리프, TFS: 북미 및 중국 프리미엄 시장 내 성장 기회 모색



자료: LG생활건강, 하나증권

도표 14. LG생활건강의 2024년 경영 목표

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 (해외 구조조정)

자료: LG생활건강, 하나증권

도표 15. LG생활건강 미국 주요 브랜드별 대표 제품

빌리프 주요 제품						
제품명	더 트루 크림 아쿠아 밤	모이스처라이징 아이 밤 크림	아쿠아 밤 하이드레이팅 젤리 클렌저	아쿠아 밤 슬리핑 마스크	아쿠아밤 하이드레이팅 토너	
용량	50ml	25ml	160ml	25ml	200ml	
리뷰수	3,806건	911건	734건	609건	451건	
평점	4.7	4.7	4.7	4.7	4.7	
가격	\$28.50	\$48.00	\$22.50	\$28.50	\$21.37	
이미지						
CNP 주요 제품						
제품명	CNP 허니 립버터 프로폴리스 립세린	프로폴리스 에너지 앰플	프로폴리스 트리트먼트 앰플 에센스	레티놀 PCL 아이 트리트먼트 세럼	인비저블 필링 부스터 에센스	
용량	15ml	15ml	150ml	15ml	100ml	
리뷰수	166건	50건	14건	8건	-	
평점	4.2	4.3	4.4	4.1	-	
가격	\$17.80	\$25.90	\$35.90	\$28.50	\$29.00	
이미지						
더페이스샵 주요 제품						
제품명	라이스 워터 브라이트 폼 클렌저	미감수 페이스 워시	라이스 세라마이드 모이스처라이징 토너	라이스 세라마이드 모이스처라이징 에멀전	라이스 세라마이드 모이스처라이징 크림	
용량	150ml	150ml	150ml	150ml	50ml	
리뷰수	18,994건	11,891건	2,368건	2,249건	2,200건	
평점	4.5	4.3	4.4	4.5	4.4	
가격	\$12.00	\$15.00	\$12.00	\$11.90	\$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	81건	68건	49건	35건	33건	
평점	4.2	4.5	4.40	4.5	3.5	
가격	\$26.54	\$20.47	\$29.79	\$27.27	\$31.82	
이미지						

자료: 아마존, 하나증권

도표 16. LG생활건강 미국 주요 브랜드별 대표 제품

Glint 주요 제품					
제품명	내추럴 글로우 하이라이터	리퀴드 젤 하이라이터	글로우 립 밤	스틱 하이라이터	Glint 립세린
용량	3.8g	3g	3g	70ml	15g
리뷰수	147건	50건	46건	44건	43건
평점	4.3	4.3	4.5	3.9	3.7
가격	\$29.50	\$20.77	\$32.31	\$31.09	\$21.92
이미지					
Innisfree 주요 제품					
제품명	무드 인핸서 워터 리퀴드 글로우	트루 디멘션 래디언스밤	슬림핏 리퀴드 벨벳 립 틴트	무드 인핸서 립 글로우	트루 디멘션 레이어링 치크
용량	4ml	10g	4g	5.5g	9g
리뷰수	272건	206건	175건	162건	123건
평점	4.3	4.0	4.4	4.4	4.1
가격	\$17.99	\$23.99	\$21.00	\$16.99	\$23.99
이미지					
Physiogel 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	75ml	100ml	150ml	100ml	30ml
리뷰수	678건	247건	129건	76건	42건
평점	4.5	4.4	4.3	4.3	4.0
가격	\$17.99	\$23.99	\$13.99	\$24.99	\$45.59
이미지					

자료: 아마존, 하나증권

도표 17. LG생활건강 일본 주요 브랜드별 대표 제품

CNP 주요 제품					
제품명	프로폴리스 트리트먼트 미스트	안티포어 블랙 헤드 클리어 키트	인비지블 필링 부스터	더마 앤서 텐션 앵글 피트 앰플	프로폴리스 립세린
용량	100ml	10세트	100ml	30ml	15ml
판매량	7,376개	2,700개	2,853개	5,303개	530개
리뷰수	1,462건	438건	543건	961건	103건
평점	4.7	4.7	4.8	4.6	4.7
가격	¥1,650	¥2,980	¥3,410	¥4,300	¥1,980
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	4,163개	3,341개	1,770개	700개	675개
리뷰수	1,193건	840건	502건	211건	176건
평점	4.7	4.8	4.7	4.8	4.8
가격	¥2,090	¥3,230	¥2,565	¥2,660	¥1,615
이미지					
Glint 주요 제품					
제품명	베이컨드 하이라이터	립세린	베이컨드 블러쉬	하이라이팅 쿠션	스틱 하이라이터
용량	3.8g	15ml	2.4g	2.4g	7g
판매량	14,564개	2,910개	1,334개	1,074개	762개
리뷰수	2,956건	1,003건	274건	258건	148건
평점	4.7	4.7	4.7	4.6	4.4
가격	¥2,530	¥2,190	¥2,530	¥3,690	¥2,760
이미지					
VDL 주요 제품					
제품명	컬러 코렉팅 프라이머	커버 스테인 퍼펙팅 파운데이션	치크스테인 블러셔	루미레이어 프라이머	익스퍼트 컬러 프라이머 포 아이즈
용량	30ml	30ml	6g	30ml	6.5g
판매량	10,877개	8,248개	5,576개	3,395개	3,185개
리뷰수	2,647건	1,688건	1,049건	786건	639건
평점	4.7	4.7	4.7	4.6	4.6
가격	¥3,080	¥3,630	¥2,310	¥2,860	¥1,980
이미지					

자료: 큐텐, 하나증권

도표 18. 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	4,291개	1,683개	1,193개	360개	334개
리뷰수	1,131건	640건	372건	97건	87건
평점	4.7	4.6	4.7	4.6	4.7
가격	¥2,750	¥3,500	¥1,800	¥2,600	¥3,080
이미지					
인스 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	100,254개	73,214개	55,407개	63,071개	37,687개
리뷰수	22,789건	14,819건	11,616건	10,210건	7,568건
평점	4.8	4.7	4.6	4.7	4.7
가격	¥3,045	¥2,310	¥3,300	¥1,970	¥2,055
이미지					

자료: 큐텐, 하나증권

추정 재무제표

손익계산서		(단위:십억원)				
	2022	2023	2024F	2025F	2026F	
매출액	7,185.8	6,804.8	6,906.4	7,187.2	7,512.2	
매출원가	3,168.5	3,177.9	3,214.6	3,334.3	3,476.0	
매출총이익	4,017.3	3,626.9	3,691.8	3,852.9	4,036.2	
판매비	3,306.1	3,139.9	3,114.2	3,227.5	3,361.1	
영업이익	711.1	487.0	577.5	625.4	675.0	
금융손익	(5.7)	9.9	(5.4)	(23.5)	(4.3)	
종속/관계기업손익	7.0	7.7	4.5	5.1	0.0	
기타영업외손익	(294.6)	(228.2)	(23.7)	(20.2)	(19.8)	
세전이익	417.8	276.4	553.0	586.8	651.0	
법인세	159.4	112.9	148.0	164.3	182.3	
계속사업이익	258.3	163.5	404.9	422.5	468.7	
중단사업이익	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
당기순이익	258.3	163.5	404.9	422.5	468.7	
비지배주주지분 손이익	21.8	20.8	7.8	8.1	9.0	
지배주주순이익	236.6	142.8	378.1	394.3	437.7	
지배주주지분포괄이익	240.9	115.7	344.2	359.1	398.4	
NOPAT	439.7	288.1	422.9	450.3	486.0	
EBITDA	999.1	756.8	813.7	767.2	815.6	
성장성(%)						
매출액증가율	(11.19)	(5.30)	1.49	4.07	4.52	
NOPAT증가율	(52.99)	(34.48)	46.79	6.48	7.93	
EBITDA증가율	(36.15)	(24.25)	7.52	(5.71)	6.31	
영업이익증가율	(44.86)	(31.51)	18.58	8.29	7.93	
(지배주주)순이익증가율	(71.98)	(39.64)	164.78	4.28	11.01	
EPS증가율	(71.99)	(39.66)	164.85	4.29	11.01	
수익성(%)						
매출총이익률	55.91	53.30	53.45	53.61	53.73	
EBITDA이익률	13.90	11.12	11.78	10.67	10.86	
영업이익률	9.90	7.16	8.36	8.70	8.99	
계속사업이익률	3.59	2.40	5.86	5.88	6.24	

투자지표					
	2022	2023	2024F	2025F	2026F
주당지표(원)					
EPS	13,352	8,057	21,339	22,255	24,706
BPS	305,350	310,665	329,764	349,834	372,461
CFPS	52,891	39,496	42,508	37,807	40,678
EBITDAPS	56,389	42,717	45,925	43,299	46,034
SPS	405,565	384,066	389,796	405,645	423,987
DPS	4,000	3,500	3,500	3,500	3,500
주가지표(배)					
PER	54.07	44.06	16.00	15.34	13.82
PBR	2.36	1.14	1.04	0.98	0.92
PCFR	13.65	8.99	8.03	9.03	8.40
EV/EBITDA	12.07	7.41	5.74	5.61	4.77
PSR	1.78	0.92	0.88	0.84	0.81
재무비율(%)					
ROE	4.41	2.65	6.75	6.63	6.92
ROA	3.18	1.97	5.12	5.10	5.37
ROIC	8.27	5.60	9.16	10.60	11.48
부채비율	33.54	30.12	28.66	27.89	27.12
순부채비율	(0.13)	(6.98)	(24.21)	(28.55)	(32.85)
이자보상배율(배)					
	47.95	25.14	33.61	36.51	39.16

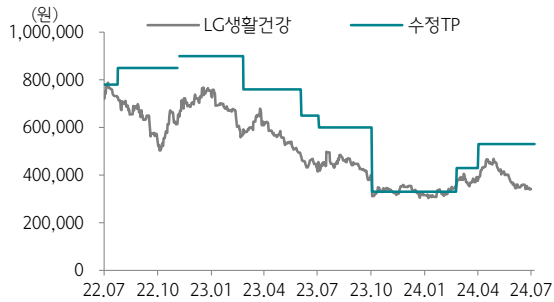
자료: 하나증권

대차대조표	(단위:십억원)				
	2022	2023	2024F	2025F	2026F
유동자산	2,284.4	2,429.6	3,478.3	3,892.7	4,359.4
금융자산	678.4	928.4	1,954.7	2,307.3	2,702.3
현금성자산	655.1	910.3	1,936.4	2,288.2	2,682.4
매출채권	550.9	529.1	537.0	558.8	584.1
재고자산	955.4	884.5	897.7	934.2	976.5
기타유동자산	99.7	87.6	88.9	92.4	96.5
비유동자산	5,018.5	4,790.7	4,067.7	4,034.9	4,003.7
투자자산	120.2	138.6	139.5	142.1	145.0
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	337.0	337.2
자산총계	7,302.9	7,220.3	7,546.0	7,927.6	8,363.0
유동부채	1,162.8	1,089.7	1,095.3	1,132.3	1,175.2
금융부채	281.9	222.1	215.4	218.5	222.1
매입채무	213.2	253.4	257.2	267.6	279.7
기타유동부채	667.7	614.2	622.7	646.2	673.4
비유동부채	671.3	581.7	585.6	596.5	609.0
금융부채	389.2	319.1	319.1	319.1	319.1
기타비유동부채	282.1	262.6	266.5	277.4	289.9
부채총계	1,834.1	1,671.4	1,680.9	1,728.8	1,784.2
지배주주지분	5,339.2	5,433.4	5,771.8	6,127.5	6,528.3
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	5,942.8	6,298.4	6,699.3
비지배주주지분	129.6	115.5	93.3	71.4	50.5
자본총계	5,468.8	5,548.9	5,865.1	6,198.9	6,578.8
순금융부채	(7.3)	(387.2)	(1,420.2)	(1,769.6)	(2,161.1)

현금흐름표	(단위:십억원)				
	2022	2023	2024F	2025F	2026F
영업활동 현금흐름	497.3	659.1	639.0	558.5	602.7
당기순이익	258.3	163.5	404.9	422.5	468.7
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	(2.1)	(5.7)	(6.6)
투자활동 현금흐름	(197.4)	(140.8)	(31.2)	(33.3)	(33.8)
투자자산감소(증가)	(29.3)	85.9	(30.9)	(32.6)	(33.0)
자본증가(감소)	(122.6)	(152.4)	0.0	0.0	0.0
기타	(45.5)	(74.3)	(0.3)	(0.7)	(0.8)
재무활동 현금흐름	(373.6)	(151.4)	(65.4)	(55.6)	(55.1)
금융부채증가(감소)	21.3	(129.9)	(6.7)	3.1	3.6
자본증가(감소)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
기타재무활동	(193.7)	45.6	0.1	0.1	0.1
배당지급	(201.2)	(67.1)	(58.8)	(58.8)	(58.8)
현금의 증감	(73.7)	366.9	921.9	351.8	394.2
Unlevered CFO	937.1	699.8	753.1	669.9	720.7
Free Cash Flow	340.3	506.6	639.0	558.5	602.7

투자의견 변동 내역 및 목표주가 괴리율

LG생활건강



날짜	투자의견	목표주가	괴리율	
			평균	최고/최저
24.4.26	BUY	530,000		
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		-	-
22.8.18	Neutral	850,000	-24.54%	-16.00%
22.7.7	Neutral	780,000	-5.71%	1.03%

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 7월 26일 현재 해당회사의 지분을 1%이상 보유 하고 있지 않습니다
- 본자료를 작성한 애널리스트(박은정)는 2024년 7월 26일 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	94.01%	5.53%	0.46%	100%

* 기준일: 2024년 07월 23일