

2023년 4분기 실적

2024. 1. 31

Contents

- 2023년 4분기 및 연간 전사 실적
- 2023년 4분기 사업부문별 실적
 - Beauty
 - HDB (Home Care & Daily Beauty)
 - Refreshment
- 연결재무제표 요약
- 2024년 경영목표
- 유의사항



2023년 4분기 전사 실적

전사 연결 매출 1조 5,672억원(-13.3% yoy), 영업이익 547억원(-57.6% yoy)

- Beauty, HDB, Refreshment 매출 모두 감소
- 중국향 수요 약세로 Beauty 수익성 하락, 해외 구조조정 진행 등으로 영업이익 감소

(단위 : 억원)

구분	2022년 4분기		2023년 4분기		YoY
	금액	비중	금액	비중	
매출	18,078	100%	15,672	100%	-13.3%
Beauty	8,701	48%	6,635	42%	-23.7%
HDB	5,265	29%	5,030	32%	-4.5%
Refreshment	4,112	23%	4,007	26%	-2.6%
영업이익	1,289	100%	547	100%	-57.6%
Beauty	792	61%	73	13%	-90.8%
HDB	189	15%	182	33%	-3.7%
Refreshment	308	24%	292	53%	-5.3%
(영업이익률)	(7.1%)	-	(3.5%)	-	(-3.6%p)
당기순이익	-1,088	-	-1,204	-	-10.7%

* 외부감사인의 감사가 완료되지 않은 잠정실적임.

2023년 연간 전사 실적

전사 연결 매출 6조 8,048억원(-5.3% yoy), 영업이익 4,870억원(-31.5% yoy)

- Beauty 매출 12% 감소, HDB 1% 감소, Refreshment 2% 증가
- 영업이익은 Beauty 및 HDB 각각 53%, 34% 감소, Refreshment 1% 증가

(단위 : 억원)

구분	2022년 연간		2023년 연간		YoY
	금액	비중	금액	비중	
매출	71,858	100%	68,048	100%	-5.3%
Beauty	32,118	45%	28,157	41%	-12.3%
HDB	22,098	31%	21,822	32%	-1.2%
Refreshment	17,642	24%	18,070	27%	+2.4%
영업이익	7,111	100%	4,870	100%	-31.5%
Beauty	3,090	43%	1,465	30%	-52.6%
HDB	1,898	27%	1,253	26%	-34.0%
Refreshment	2,122	30%	2,153	44%	+1.4%
(영업이익률)	(9.9%)	-	(7.2%)	-	(-2.7%p)
당기순이익	2,583	-	1,635	-	-36.7%

* 외부감사인의 감사가 완료되지 않은 잠정실적임.

2023년 4분기 해외 및 지역별 매출

해외 매출 5,600억원으로 전년 동기대비 15.6% 감소 (전사 매출 내 비중 36%)

- 주요 지역별 매출 비중은 중국 15%, 북미 10%, 일본 6%

해외 및 지역별 매출

(단위: 억원)

구분	2022년 4분기		2023년 4분기		YoY
	금액	비중	금액	비중	
전사	18,078	100%	15,672	100%	-13.3%
국내	11,444	63%	10,072	64%	-12.0%
해외	6,634	37%	5,600	36%	-15.6%
중국	3,202	18%	2,284	15%	-28.7%
북미	1,567	9%	1,593	10%	+1.6%
일본	1,051	6%	953	6%	-9.3%
기타	814	4%	770	5%	-5.4%

* 외부감사인의 감사가 완료되지 않은 잠정실적임.

2023년 연간 해외 및 지역별 매출

해외 매출 2조 323억원으로 전년 동기대비 6.9% 감소 (전사 매출 내 비중 30%)

- 주요 지역별 매출 비중은 중국 11%, 북미 9%, 일본 5%

해외 및 지역별 매출

(단위 : 억원)

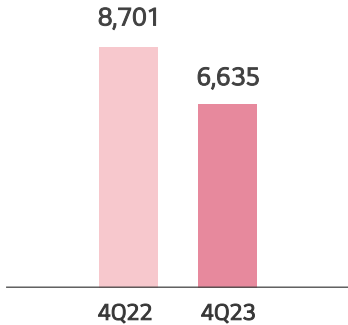
구분	2022년 연간		2023년 연간		YoY
	금액	비중	금액	비중	
전사	71,858	100%	68,048	100%	-5.3%
국내	50,039	70%	47,725	70%	-4.6%
해외	21,819	30%	20,323	30%	-6.9%
중국	9,341	13%	7,511	11%	-19.6%
북미	5,414	8%	6,007	9%	+10.9%
일본	4,073	6%	3,709	5%	-8.9%
기타	2,991	3%	3,096	5%	+3.5%

* 외부감사인의 감사가 완료되지 않은 잠정실적임.

2023년 4분기 사업부문별 실적 - Beauty

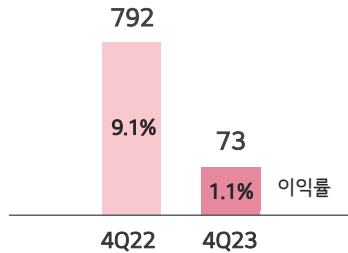
매출

(단위 : 억원)



영업이익

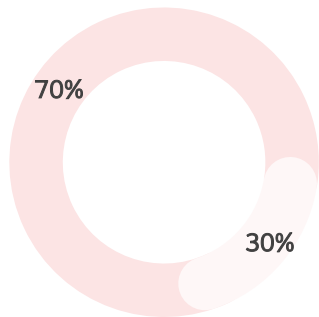
(단위 : 억원)



매출 6,635억원(-23.7% yoy), 영업이익 73억원(-90.8% yoy)

- 중국 수요 약세로 주요 채널 매출 감소, 국내 내수 채널은 성장 지속
 - 면세(비중 13%) 및 중국 두 자릿수 감소
 - 국내 소비자 및 외국인 관광객 수요 증가로 온라인, H&B 매출 고성장
- 중국향 채널 매출 하락, 해외 구조조정 비용 등으로 영업이익 감소
- 고객 니즈 및 글로벌 시장 트렌드에 부합하는 브랜드/제품 출시
 - 고보습 기능성 립케어 신제품 '립세린' 출시로 글로벌 립케어 시장 대응
 - 못난이 농작물을 원료로 사용하는 컨셔스 뷰티 브랜드 '어글리 러블리' 런칭
 - 뷰티유튜버 '회사원A'와 공동개발한 'VDL퍼펙팅 실키피트' 라인 일본 입점 확대

주요 사업별 매출 비중



● 럭셔리 ● 프리미엄

주요 브랜드별 매출 비중

더후	44%
숨37°	5%
오휘	5%
CNP	3%



립세린
기능성 립케어 제품



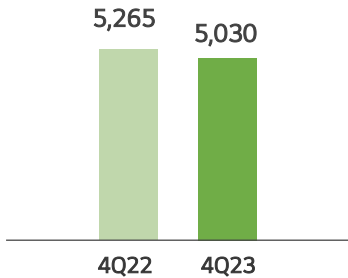
어글리 러블리
컨셔스 뷰티 브랜드



VDL
퍼펙팅 실키피트 쿠션 및 파우더

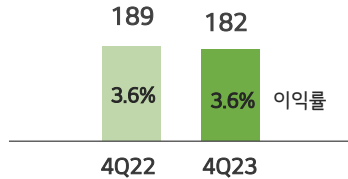
매출

(단위 : 억원)



영업이익

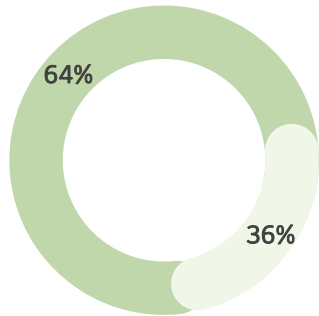
(단위 : 억원)



매출 5,030억원(-4.5% yoy), 영업이익 182억원(-3.7% yoy)

- 내수 경기 둔화로 인한 소비 위축 및 해외 사업 변동성 확대에 매출 감소
 - 주요 브랜드 '피지오겔', '유시몰' 매출 지속 성장
 - '죽염' 프리미엄 라인 '명약원 메디케어' 온라인 판매 호조
- 매출 하락으로 믹스 개선에도 불구하고 영업이익 소폭 감소
- 데일리뷰티 전략 브랜드 중심으로 다양한 기능성 신제품 출시
 - '피지오겔', 극민감/극손상 피부 장벽 케어 제품 시 리페어 크림
 - '닥터그루트', 브랜드 출시 6주년 기념 앙리마티스 하트에디션

주요 사업별 매출 비중



● 데일리뷰티 ● 홈케어

주요 브랜드별 매출 비중

페리오	5%
엘라스틴	4%
피지오겔	6%
샤프란	5%



죽염
명약원 라인



닥터그루트
앙리마티스 하트에디션

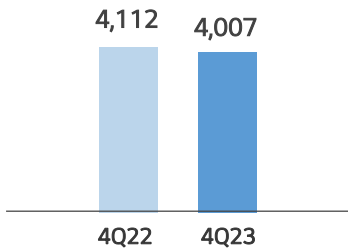


피지오겔
레드수딩 시 리페어 크림

2023년 4분기 사업부문별 실적 - Refreshment

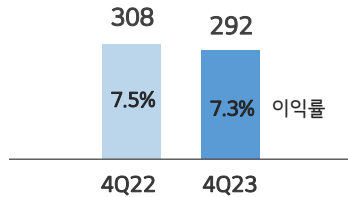
매출

(단위 : 억원)



영업이익

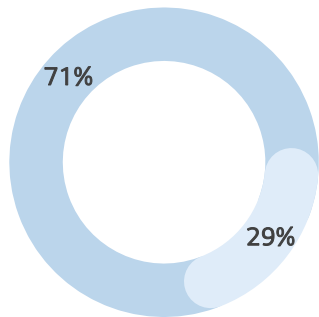
(단위 : 억원)



매출 4,007억원(-2.6% yoy), 영업이익 292억원(-5.3% yoy)

- 주요 브랜드 성장에도 불구하고 음료 소비 둔화로 매출 감소
 - '코카콜라 제로', '몬스터 에너지', '파워에이드' 등 주요 브랜드 성장세 지속
 - 비우호적 날씨, 경기 둔화 등으로 음료 소비 감소
- 원부자재 등 원가 부담 지속으로 영업이익 감소
- 시즌에 부합하는 한정판 패키지 출시, MZ고객 타겟 브랜드 체험 마케팅 강화
 - 따뜻한 크리스마스 감성을 담은 '코카콜라 스페셜 패키지' 2종 출시
 - 포토존, 카페 등으로 구성된 '코카콜라 크리스마스 파티' 컨셉 팝업 오픈

주요 사업별 매출 비중



● 탄산 ● 비탄산

주요 브랜드별 매출 비중

코카콜라* (코카콜라 제로)	48% (11%)
몬스터 에너지	9%
파워에이드	4%

*코카콜라 매출 비중은 코카콜라 제로 포함임.



코카콜라

2023 크리스마스 스페셜 패키지



코카콜라

'크리스마스 파티' 성수동 팝업 체험존

연결재무제표 요약

연결손익계산서

(단위 : 억원)

구분	4분기		
	2022년	2023년	YoY
매출액	18,078	15,672	-13.3%
매출원가	8,028	7,553	-5.9%
매출총이익	10,049	8,120	-19.2%
판매관리비	8,760	7,572	-13.6%
영업이익	1,289	547	-57.6%
(영업이익률)	(7.1%)	(3.5%)	(-3.6%p)
법인세차감전순이익	-1,122	-1,102	+1.8%
연결당기순이익	-1,088	-1,204	-10.7%

구분	연간		
	2022년	2023년	YoY
매출액	71,858	68,048	-5.3%
매출원가	31,685	31,779	+0.3%
매출총이익	40,172	36,269	-9.7%
판매관리비	33,061	31,399	-5.0%
영업이익	7,111	4,870	-31.5%
(영업이익률)	(9.9%)	(7.2%)	(-2.7%p)
법인세차감전순이익	4,178	2,764	-33.8%
연결당기순이익	2,583	1,635	-36.7%

연결재무상태표

(단위 : 억원)

구분	2022년 12월 말	2023년 12월 말	증감
	금액	금액	금액
자산	73,029	72,203	-826
유동자산	22,844	24,296	+1,452
현금성자산	6,551	9,103	+2,553
매출채권	5,509	5,291	-218
재고자산	9,554	8,845	-709
비유동자산	50,185	47,907	-2,278
유형자산	25,906	25,054	-852
무형자산	21,006	20,079	-927
투자자산	1,201	1,385	+184
부채	18,341	16,714	-1,627
유동부채	11,628	10,897	-731
비유동부채	6,713	5,817	-896
(총 차입금)	(2,378)	(1,480)	(-899)
자기자본	54,688	55,489	+801
이익잉여금	55,424	56,044	+620
부채비율	33.5%	30.1%	-3.4%p

* 외부감사인의 감사가 완료되지 않은 잠정실적임.

“근본적 사업 경쟁력 강화를 통한 성장의 변곡점”

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', '피지오겔' 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)

본 자료는 한국채택국제회계기준(K-IFRS)을 기초로 작성된 연결 기준의 잠정 영업실적입니다.

본 자료는 외부감사인의 감사가 완료되지 않은 상태에서 투자자 여러분의 편의를 위하여 작성되었으므로, 내용 중 일부는 외부감사인의 최종 감사 과정에서 달라질 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

따라서, 본 자료는 투자자들의 투자결과에 대하여 어떠한 법적인 목적으로 사용되어서는 안되며, 회사는 본 자료에서 제공되는 정보에 의거하여 발생하는 투자 결과에 대해 어떠한 책임도 없음을 알려드립니다.

본 자료는 자료 작성일 현재의 사실, 가정 및 기준에 기초하여 작성된 것이며, 회사는 향후 변경되는 새로운 정보나 미래의 사건에 대해 업데이트 책임을 지지 않습니다.