

애경산업 2024.2Q 경영실적

본 자료는 외부감사인의 검토가 완료되지 않은 상태에서 작성되었으며, 투자자의 편의를 위해 제공하는 것입니다.
따라서, 본 자료의 내용은 향후 외부감사인의 검토 결과에 따라 변경될 수 있습니다.

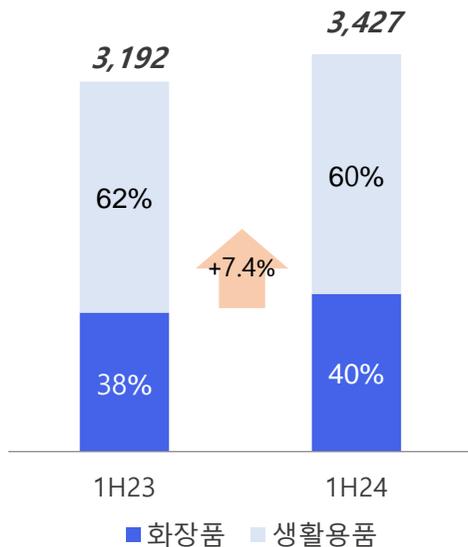
01. 24년 상반기 경영성과 요약

전사 매출액 3,427억 원 YoY 7.4% 증가, 영업이익 339억 원 YoY 6.1% 증가
 화장품부문 국내외 고른 성장 통해 경쟁력 강화 및 실적 기여도 확대

- 화장품 : 매출액 1,361억 원 (YoY +13.7%), 영업이익 223억 원 (YoY +21.8%)
- 생활용품 : 매출액 2,066억 원 (YoY +3.6%), 영업이익 116억 원 (YoY -15.0%)

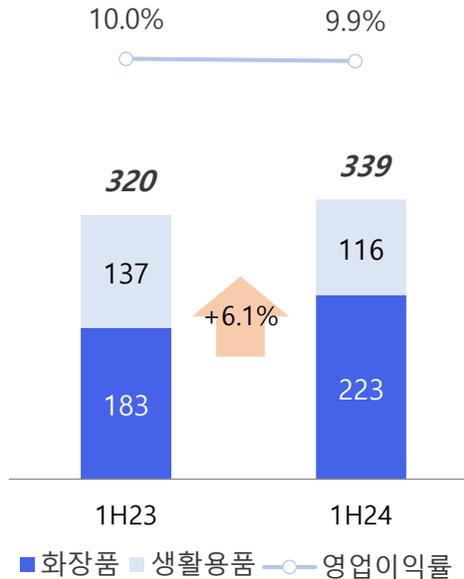
매출액

(단위 : 억 원)



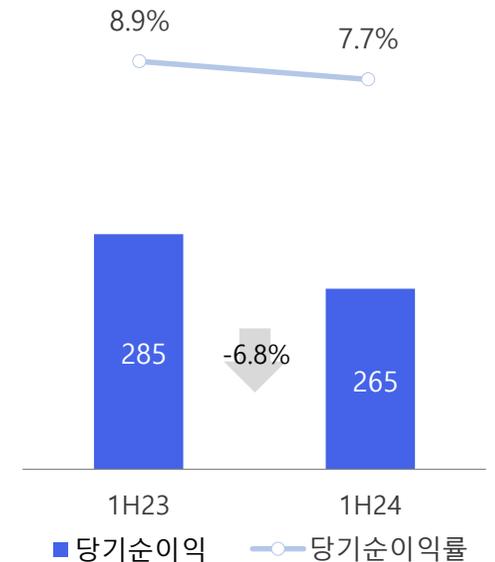
영업이익

(단위 : 억 원)



당기순이익

(단위 : 억 원)



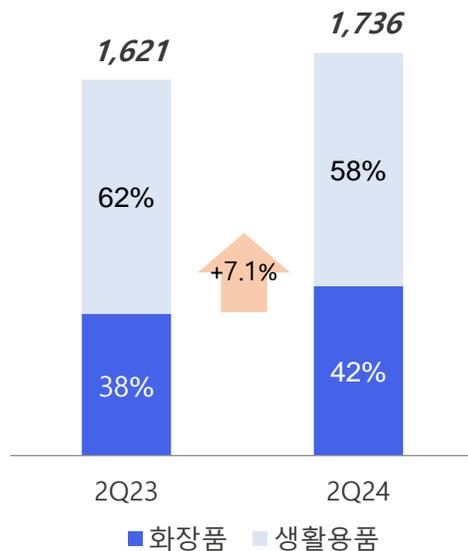
02. 24년 2분기 경영성과 요약 (3개월)

전사 매출액 1,736억 원 YoY 7.1% 증가, 영업이익 175억 원 YoY 5.4% 증가
 화장품부문 두 자릿수 외형 및 이익 성장 통해 최근 5년 내 분기 최대 실적 달성

- 화장품 : 매출액 731억 원 (YoY +19.5%), 영업이익 125억 원 (YoY +29.1%)
- 생활용품 : 매출액 1,006억 원 (YoY -0.4%), 영업이익 50억 원 (YoY -27.7%)

매출액

(단위 : 억 원)



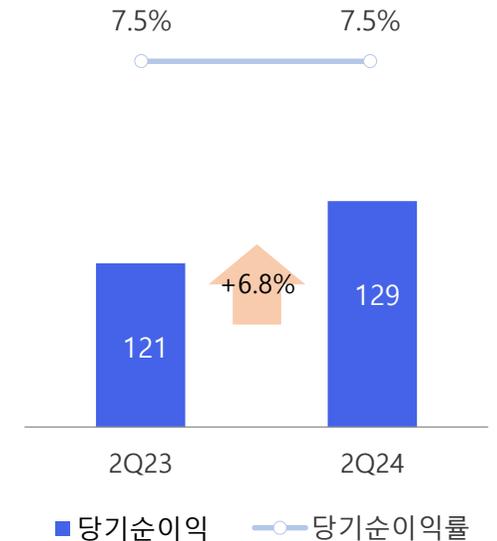
영업이익

(단위 : 억 원)



당기순이익

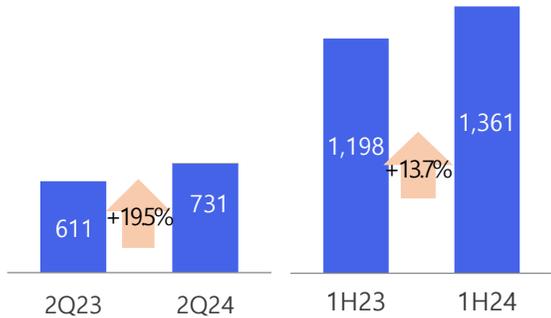
(단위 : 억 원)



03. 사업부별 성과 (화장품)

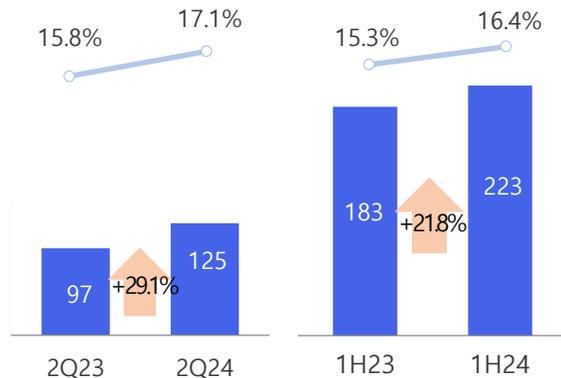
매출액

(단위 : 억 원)



영업이익

(단위 : 억 원)



누적 매출액 1,361억 원 YoY 13.7% 증가, 영업이익 223억 원 YoY 21.8% 증가

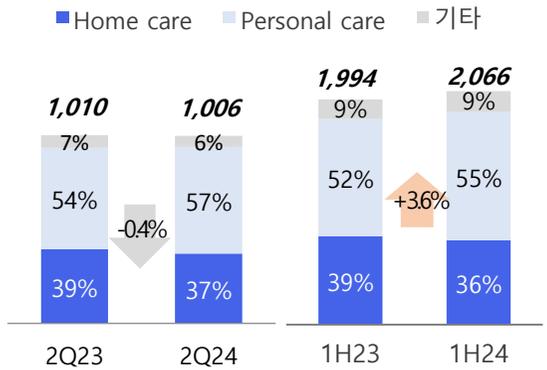
2Q24 Highlight

- 국내 브랜드 경쟁력 강화 및 중국 외 지역 고성장으로 최근 5년 내 분기 최대 실적 달성
- 비중국 국가 중심으로 글로벌 사업 역량 확대하며 새로운 성장동력 확보
 - 일본) LUNA 컨실팔레트 및 블러커버 쿠션, 컬렉터 등 다양한 신제품 출시
오프라인 채널 입점 지속 확대하며 성장 가속화 (전년대비 4배 성장)
 - 미국) 전문 유통채널과의 협업을 통해 적극적인 마케팅 활동 전개
(AGE20'S 다양한 셰이드 개발 및 시딩키트 제작 등)
 - 중국) 안정적인 매출 확보하며 브랜드 입지 공고화
AGE20'S 프리미엄 라인(스포트라이트 3종:에센스 팩트/메이크업 베이스/프레스드 파우더) 출시 및 중국 내 론칭 행사를 통한 시장 공략
- 국내 전 채널에서 고르게 성장하며 호실적 기록
 - 홈쇼핑 채널 AGE20'S 주력 제품 중심의 운영 효율화 통한 성장 회복 및 쿠션 매출 확대
 - 올리브영 엔드행사/올영행사 일정에 맞춘 적극적인 신제품 출시로 채널 경쟁력 강화 노력
 - 캐릭터 콜라보 제품 출시 및 전략적 채널 운영으로 자사몰 등 디지털 채널 지속 성장
 - LUNA 하이퍼 메쉬 파운데이션, 하이퍼 팁 컨실러 및 립 팔레트 출시하며 제품 카테고리 확대

04. 사업부별 성과 (생활용품)

매출액

(단위 : 억 원)



누적 매출액 2,066억 원 YoY 3.6% 증가, 영업이익 116억 원 YoY 15.0% 감소

2Q24 Highlight

- 퍼스널 케어 중심의 글로벌 사업 성장세 강화

- 헤어케어 성장세 강화 및 덴탈, 바디케어로의 카테고리 다변화 노력
- 중국, 미국 등 전략 국가의 안정적 성장세와 영업망 확장을 통한 아시아 지역 매출 증가

- 국내 디지털 채널 경쟁 심화에 따른 비용 부담 증가

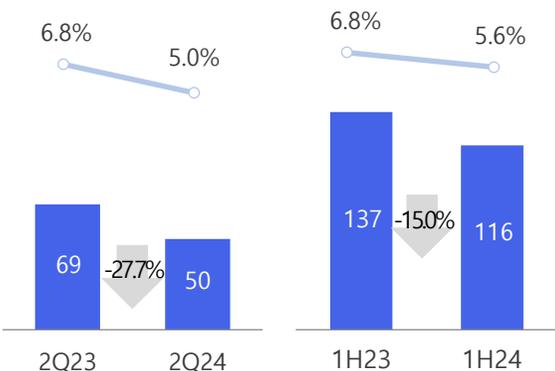
- 국내 디지털 유통채널 경쟁 심화에 따라 세탁세제, 주방세제 등 홈 케어 중심 매출 감소
- 신규 브랜드 행사 증가 및 채널 내 경쟁력 강화를 위한 비용 투자로 수익성 축소

- 프리미엄 브랜드 중심의 제품 포트폴리오 다각화 및 채널 경쟁력 강화 노력

- 기능성 프리미엄 제품 지속 출시 및 브랜드 인지도 제고를 위한 적극적인 마케팅 투자 집행 (탈모케어: 블랙포레/ 키즈치약: 알비스/세탁세제: 랩신 향균세탁세제/펫 케어: 휘슬)
- 채널 별 차별화된 전략적 제품 운영 및 효율화 노력 지속

영업이익

(단위 : 억 원)



Appendix. 요약 연결재무제표

1. 연결재무상태표

(단위 : 백만 원)

| 과목 | 2023.12 | 2024.06 |
|------------------|----------------|----------------|
| 자산총계 | 482,373 | 499,194 |
| 유동자산 | 268,473 | 293,030 |
| - 현금 및 현금성자산(주1) | 115,478 | 107,515 |
| 비유동자산 | 213,900 | 206,164 |
| 부채총계 | 94,746 | 107,957 |
| 유동부채 | 90,411 | 104,779 |
| 비유동부채 | 4,335 | 3,178 |
| 자본총계 | 387,627 | 391,238 |
| 자본금 | 26,410 | 26,410 |
| 자본잉여금 | 143,348 | 143,275 |
| 자본조정 | (19,902) | (27,880) |
| 이익잉여금 | 236,991 | 248,664 |
| 기타포괄손익누계액 | 296 | 566 |

(주1) 위 '현금 및 현금성자산'은 현금 및 현금성자산과 단기금융상품의 합임

2. 연결포괄손익계산서

(단위 : 백만 원)

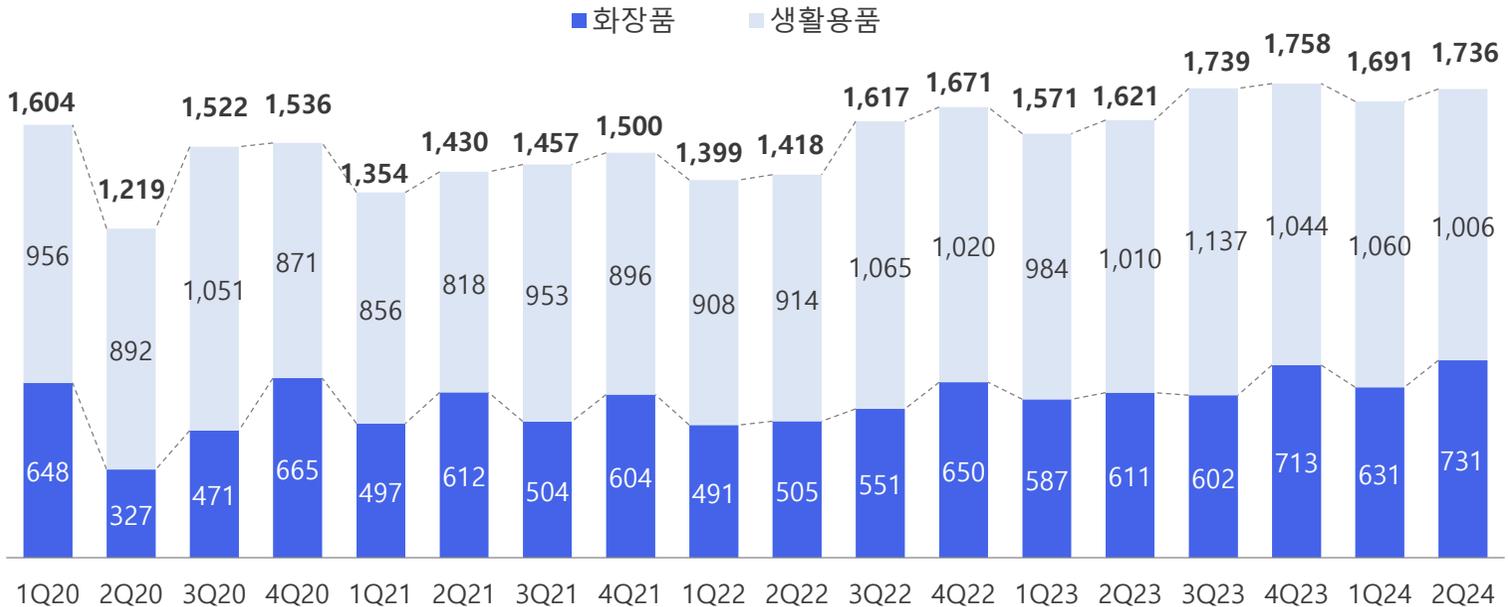
| 과목 | 2023. 2Q | 2024. 2Q |
|--------------|----------------|----------------|
| 매출액 | 162,141 | 173,609 |
| 매출총이익 | 77,660 | 83,695 |
| 판매관리비 | 61,103 | 66,237 |
| 영업이익 | 16,557 | 17,458 |
| 영업외손익 | (922) | (536) |
| 법인세차감전순이익 | 15,635 | 16,922 |
| 법인세비용 | 3,518 | 3,980 |
| 당기순이익 | 12,117 | 12,942 |

Appendix. 분기별 경영성과 추이

24년 2분기 전사 매출액 1,736억 원 QoQ 2.7% 증가, 영업이익 175억 원 QoQ 6.0% 증가

매출액 및 영업이익

(단위 : 억 원)



| | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-------|------|-------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|-------|-------|------|------|-------|
| 영업이익 | 126 | -13 | 82 | 28 | 77 | 58 | 62 | 47 | 78 | 42 | 152 | 118 | 154 | 166 | 184 | 116 | 165 | 175 |
| 영업이익률 | 7.8% | -1.0% | 5.4% | 1.8% | 5.7% | 4.1% | 4.2% | 3.1% | 5.6% | 3.0% | 9.4% | 7.1% | 9.8% | 10.2% | 10.6% | 6.6% | 9.7% | 10.1% |