현대바이오랜드 (052260)

K-뷰티 화장품 원료 1위 기업, 의료기기 30% 영업이익률로 리레이팅

Analyst

한용희, 이혜리

보고서 요약

- 1995년 설립. 2001년 코스닥 상장
- 주요 사업은 천연 유래 바이오 소재를 기반으로 화장품 원료, 건강기능식품, 의료기기 등의 제조 및 판매
- 의료기기 사업: 고수익성 구조와 CAPA 확대에 따른 성장 탄력
- 비효율 법인 정리와 고수익 사업 집중에 따른 체질 개선

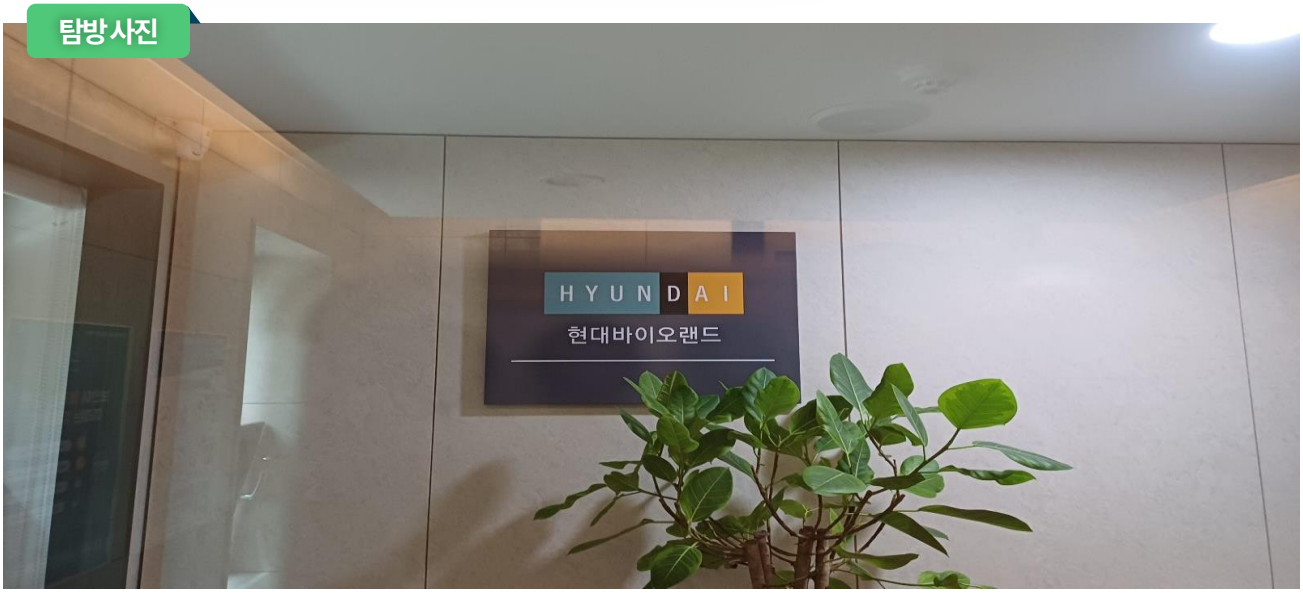
Info

기업탐방 일자	2025. 07. 24
발간 일자	2025. 09. 18
투자 의견	없음

Company Data

시가 총액	1,406억 원
상장 주식수	30,000,000주
액면가	500원
외국인 소진율	3.06%

탐방 사진



실적·자산 추이

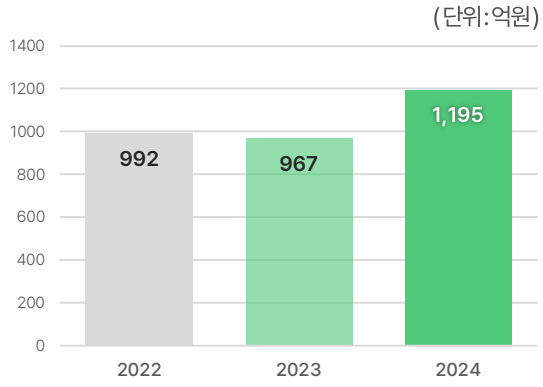
(단위: 억원)

	2022	2023	2024	2025(E)
매출액	992	967	1,195	-
영업이익	91	135	164	-
당기순이익	48	81	57	-
당기순이익(지배)	48	81	57	-
당기순이익(비지배)	-	-	-	-
자산총계	1,761	1,841	1,947	-
부채총계	468	489	567	-
자본총계	1,293	1,360	1,380	-

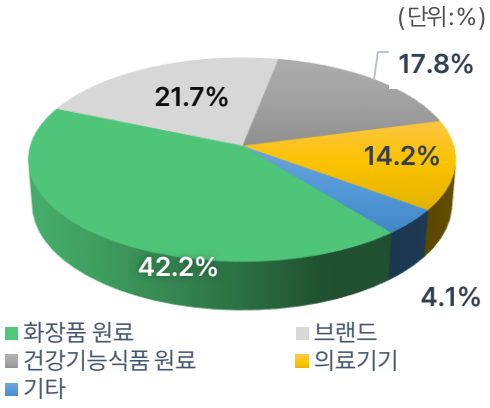
기업 개요

- **설립/상장:** 1995년 설립. 2001년 코스닥 상장
- **주요 사업** : 천연 유래 바이오 소재를 기반으로 화장품 원료, 건강기능식품, 의료기기 등의 제조 및 판매
- **매출 비중** : 화장품 원료 42.2%, 브랜드 21.7%, 건강기능식품 원료 17.8%, 의료기기 14.2%, 기타 4.1%
- **주요 주주** : 현대퓨처넷 35% 보유

매출액 추이



매출 비중



주요 사업부문

화장품

자연으로부터 얻을 수 있는 천연물을 특허받은 기술을 활용하여
최고급 화장품 소재로 재탄생시켜 국내·외 주요 화장품사에 공급



천연물 연구 » 천연물 가공 » 주요 고객사 공급

국내: AMOREPACIFIC, LG생활건강
해외: L'ORÉAL, SHISEIDO

건강기능식품

자체적인 연구개발을 통해 식품의약품안전처로부터 인정받은
건강기능식품 소재를 안전하고 우수한 품질로 생산



천연물 연구 » 천연물 가공 » 식약처 인정소재 생산

개별인정형: · 관절건강 · 체지방감소
고시형: · 홍삼 등 100여종 이상

의료기기

조직재생을 위한 바이오의료 소재 사업으로
치과, 피부과, 정형외과 등 다양한 분야의 의료기기 공급



의료소재 기술연구 » 의료기기 생산 » 주요 고객사 공급

치과: OSSTEM IMPLANT
외과: 베스티안

브랜드

세계 1위 식품기업 『네슬레그룹』과 전략적협약을 통해
인기 수입 건기식 브랜드의 국내 독점판매권 확보, 유통사업 전개

SOLGAR, VITAL PROTEINS, Puritan's Pride, EGMONT, nuun, GO healthy New Zealand

유통 브랜드 (6종)

자료: 그로쓰리서치

국내 1위 천연 소재 기반 화장품·건기식 원료 기업

화장품 소재

- 동사는 천연 유래 바이오 소재 기반으로 화장품 원료, 건강기능 식품, 의료기기 등의 제조 및 판매를 주요 사업으로 영위
- 주요 사업 부문은 △화장품 소재, △건기식 원료, △의료기기, △브랜드로 크게 4개의 사업부문으로 구분
- 화장품 소재 사업부문은 2분기 기준으로 매출 비중 42.2%로 가장 큰 매출 비중을 차지하는 사업 부문
- 화장품 소재 사업은 국내 최초로 시작한 분야로, 30년의 업력을 바탕으로 기술력과 노하우를 축적
- 주요 제품은 천연 보습 소재인 히알루론산(HA), 마치현 추출물 등
- **국내 천연화장품 소재 시장에서 약 25~30%의 점유율을 확보하며 시장점유율 1위**
- 동사 제품은 천연 소재로 비교적 단가가 높아 주로 기초 및 기능성 화장품 원료로 공급되며, 국내 약 600여 개의 고객사를 보유
- **주요 고객사로는 아모레퍼시픽, 아누아, 바이오던스 코스맥스 등 국내 주요 브랜드 및 ODM이 있으며, 해외시장에서는 대리점을 통해 로레알, LVMH 등에 천연소재 원료를 납품**
- 1,000여 종의 다양한 제품 포트폴리오를 갖추고 있으며, 최근 PDRN 등 신규 소재 공급 확대 중
- **고객사는 다양한 천연 원료를 안정적으로 공급받을 수 있다는 점에서 동사와의 협력을 모색할 가능성이 높으며, 이에 따라 화장품 소재 사업에서 캐시카우 역할을 하는 안정적인 실적 확보**

건강기능식품 원료

- 건강기능식품 소재 사업은 천연 자원에서 유용한 성분을 추출하거나 발효 기술을 활용하여 건기식의 원료를 공급하는 사업
- **총 100여 종의 포트폴리오를 보유하고 있으며, 주요 고객사는 아모레퍼시픽, KGC 인삼공사, 한국야쿠르트, 파마리서치 등**
- 주로 국내 비즈니스 중심으로 이루어지며, 식품에 대한 국가별 허가가 까다로워 글로벌화를 시도하는 경우는 드문 편
- **화장품 소재와 함께 동사의 안정적인 실적을 유지할 수 있게 하는 캐시카우 비즈니스**

주요 화장품 소재: 히알루론산(左), 마치현 추출물(右)



자료 : 현대바이오랜드

영업이익률 30% 이상, 의료기기 CAPA 증설로 성장 본격화

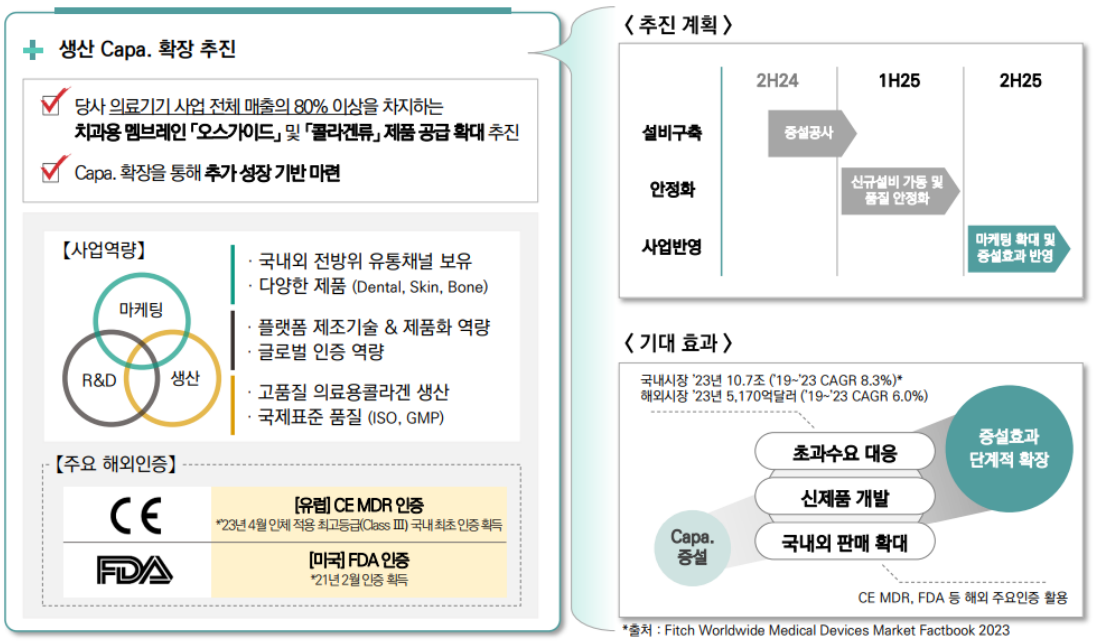
고수익성 의료기기 사업, 핵심 품목 중심 성장

- 동사의 의료기기 사업은 주요 성장동력으로 작용할 전망
- **현재 의료기기 사업은 전체 매출의 약 15%를 차지하나, 영업이익률이 30%에 달해 핵심 수익원으로 자리매김**
- **주요 제품은 치과용 멤브레인 '오스가이드(OssGuide)'와 창상피복제로 활용되는 콜라겐류 제품으로, 두 품목이 의료기기 매출의 80% 이상을 차지**
- 오스가이드는 치과 임플란트 시술 시 골 재건 수술 과정에서 골이식재를 덮는 용도로 사용되며, 주요 고객사는 오스템 임플란트로 해외 매출 비중이 높은 제품군
  '24년 기준으로 연간 약 80억원의 매출을 기록한 품목
- 콜라겐류 제품은 외과·피부과에서 화상 부위의 창상피복제로 쓰이며, 연간 50~60억원의 매출을 기록

의료기기 CAPA 확대에 따른 고수익 성장 본격화

- **의료기기 제품은 현재 초과수요 상태로, 동사는 '25년 3월 CAPA 확대를 본격적으로 진행**
- 증설 규모는 기존의 약 2배 수준으로, 신규 설비는 '25년 하반기부터 본격 가동될 예정
- 이에 따라 온기 기준으로 '26년부터 매출 성장이 본격화될 것으로 예상
- 확장된 설비를 기반으로 안정적인 공급을 강조하는 동시에, 공격적인 마케팅을 통해 시장점유율 확대를 추진할 계획
- **이러한 전략을 바탕으로 의료기기 부문 매출은 '25년 약 180억원, '26년에는 200억원 이상이 가능할 것으로 전망**
- **특히 의료기기 제품군은 30%로 높은 영업이익률을 보유하고 있어 매출 성장 시 영업레버리지 효과가 크게 기대**
- 현재 공장에 추가 증설을 위한 유휴 공간이 남아 있어 신규 사업 파이프라인 모색 시 활용될 가능성도 높은 상황

의료기기 사업 생산 CAPA 확대



자료 : 현대바이오랜드

네슬레 독점 유통 기반, 신규 성장 동력 확보

네슬레 브랜드 독점 유통 기반의 신규 사업 전개

- 동사의 브랜드 사업은 '24년부터 새롭게 시작된 신규 사업으로, 네슬레(Nestlé) 건강기능식품 브랜드를 국내에서 독점 유통하는 형태로 운영
- 현재 동사가 유통하는 브랜드는 Solgar, Vital Proteins, Puritan's Pride, Egmont, Nuun, Go Healthy 등 총 6개이며, 네슬레 헬스사이언스 산하의 약 25종 건강기능식품을 국내 독점으로 공급
- **브랜드 사업부문 매출은 약 208억 원으로, 동사의 전체 매출을 기존 1,000억 원대에서 1,200억 원 수준으로 끌어올리며 약 20% 성장을 견인**
- 다만 신규 사업 특성상 초기 비용과 투자가 선행되면서 약 34억 원의 영업적자를 기록했으며, 이는 사업 규모 대비 과도하지 않은 수준으로 평가
- **브랜드 사업부의 손익분기점(BEP)은 매출 기준 약 350~400억 원으로 추정되며, '26년부터 본격적인 흑자 전환이 기대**

브랜드 사업: 유통 채널 다변화와 성장성 강화

- 동사는 신규 브랜드 개발이나 중저가 브랜드 인수 대신, 해외와 국내 모두에서 높은 인지도를 보유한 네슬레 브랜드를 유통하는 전략을 택해 리스크를 최소화
- **또한 현대백화점그룹의 인프라를 기반으로 홈쇼핑·백화점 등 다양한 유통 채널에서 영업 및 마케팅을 강화하고 있으며, 올리브영·카카오 등 신규 채널 확장도 추진 중**
- 더 나아가 동사의 소재를 기반으로 한 OEM 방식의 국내 특화 제품 공급도 기획하고 있어, 브랜드 사업의 중장기 성장 잠재력이 높은 상황

브랜드 사업 확대

추진 전략

☐ 포트폴리오 & 인프라 확대로 실적 지속 개선
☐ 인지도 확보 위한 마케팅 강화 실시

✚ 신규 브랜드 & 제품 라인 확대
- Nuun(눈), Go Healthy(고헬씨) 브랜드 도입
- 국내시장 내 경쟁력 있는 브랜드 추가 도입 검토/추진

✚ 유통 인프라 확대 & 안정화
- 올리브영 / 카카오 등 신규채널 입점 확대 지속
- 기존 구축된 인프라 활용 안정적인 매출규모 확보

✚ 마케팅 강화
- 네슬레 브랜드 토탈샵 오픈 (현대백화점 목동점)
- 유튜브, 시즌 프로모션, 콜라보 등 콘텐츠 개발/실행



자료 : 현대바이오랜드

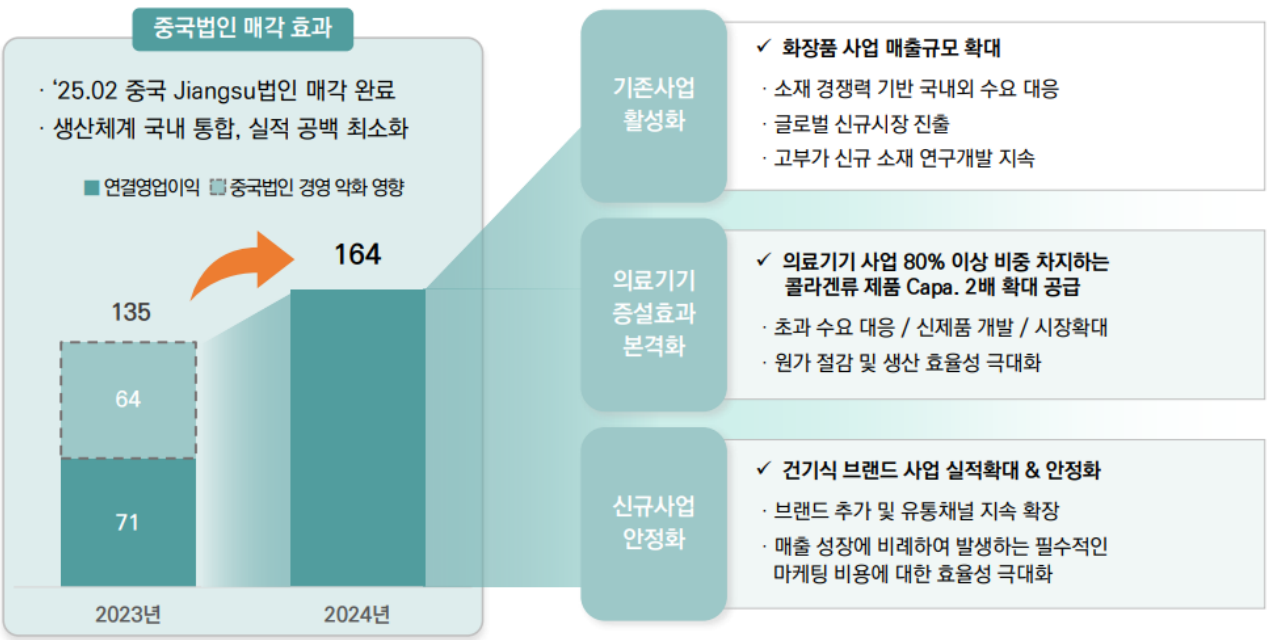
고정비 축소와 고수익 사업 집중으로 수익성 체질 개선

비효율 법인 정리와 고수익 사업 집중에 따른 체질 개선

- 동사는 '20년 현대백화점 그룹 편입 이후 비효율적인 해외법인 매각과 고수익성 사업 집중을 통한 사업 효율화 추진
  이에 따라 '23년부터 수익성이 가시화 되었으며, 중장기적으로 성장세 확대가 전망
- '24년에는 중국 화장품 소재 및 마스크팩을 생산하던 해문(Jiangsu) 법인을 매각 완료했으며, '25년 2월 회계 및 법무 관계 최종 청산 완료
- 해당 법인은 '18년 중국 시장 진출을 위해 설립되었으나, 국내 기업들의 중국 철수 흐름과 맞물려 여러 부침을 겪으며 경영 상황이 지속적으로 악화
  이로 인해 해당 법인은 연평균 약 70억원 수준의 연결 기준 적자를 기록.

- **이번 매각을 통해 고정비 축소와 실적 개선 효과가 기대되며, '25년 경상이익부터 반영되어 본격 실적 개선이 전망**
  다만, 이연법인세자산 제거 등 영업 외 비용으로 일부 당기순이익에는 부담이 예상되지만, '26년부터 본격 개선 흐름 기대
- 또한 중국 상해 마케팅 법인 역시 실질적인 기여도가 낮아 정리를 검토 중이며
  매각이루어질 경우, 6억원 규모의 당기순이익 개선 효과가 있을 것으로 예상
- **사업 효율화가 '25년 2월 어느 정도 마무리 된 상태이며, '25년부터는 고수익성 사업인 의료기기와**
  건강기능식품 브랜드 사업 확대에 힘입어 본격적인 영업 레버리지 효과가 본격화될 것으로 전망

수익성 강화 전략



자료 : 현대바이오랜드

실적 추이

24년 실적

- 매출액 1,195억원, 영업이익 164억원 기록
- 기존 전 사업 부문의 고른 성장으로 전년동기 매출액 23.57% 성장
- 특히 네슬레와의 협업을 기반으로 건강기능식품 유통 사업이 성장동력으로 부상하며 매출 성장 견인

25년 전망

- '25년 매출액 1,349억원 영업이익 198억원 추정(IR협의회 추정치)
- '25년 2분기 매출액 346억원, 영업이익 55억원 기록 / 상반기 누계로 매출액 683억원, 영업이익 105억원 기록
- 전사업부문이 전년 대비 성장하면서 전년 반기 대비 +10.8% 매출 성장을 기록,
  영업이익은 원재료, 에너지 등의 관련 비용 증가로 이익 6.5% 감소
- 네슬레 브랜드 유통 사업이 호조를 보이면서 브랜드 부문 매출이 전년 반기 대비 +56% 성장하면서 동사 실적을 견인.
- '25년 상반기 당기순손실 19억원 기록했으며, 이는 1분기 때 중국 법인 매각 완료에 따른 이연법인세자산제거 등 영향

실적 추이 및 전망

	2023	2024	2025(E)
매출액	967	1,195	-
영업이익	135	164	-
당기순이익	81	57	-

자료 : 그로쓰리서치 (단위 : 억원)

리스크 및 체크 포인트

K뷰티 고성장 수혜?...화장품 원료업체의 한계 존재

K-뷰티의 글로벌 경쟁력이 강화되고 수요가 확대되고 있음에도 불구하고, 원료 업체 특성상 실질적인 수혜를 얻기 어려운 구조이다. 화장품 원료 시장은 대체제가 다양하고 공급자도 많아 경쟁이 심화되고 있다. 인디 브랜드와 화장품 OEM 업체가 꾸준히 증가하고 있으나, 화장품 전체 가치에서 천연 소재가 차지하는 비중은 2% 미만에 불과하다. 특히 천연 원료는 주로 마케팅 포인트로 활용되며, 유행에 따라 수요 변동이 큰 특성을 갖는다. 이에 따라 시장에서는 새로운 소재에 대한 니즈가 지속적으로 발생하지만, 소품종 대량생산을 통한 규모의 경제 달성이 어려운 구조적 한계가 존재한다. 이러한 점에서 다양한 소재를 공급할 수 있다는 점이 강점으로 작용하나, 동사가 천연 원료를 기반으로 높은 영업레버리지를 확보하기에는 제약이 따른다.

Q&A

Q. 국내 화장품 부문 매출은 일부 대형 고객사 의존도가 높은데, 주요 고객사 매출 비중 및 고객사 전략은 어떻게 이루어지고 있는가?

A. 동사의 상위 고객사인 아모레퍼시픽, LG 생활건강, 코스메카코리아, 코스맥스가 매출의 약 35%~40%를 차지한다. 그 중에서도 아모레퍼시픽의 의존도는 화장품 매출의 20~25%에 해당한다. 그러나 이는 과거 60% 이상의 의존도에서 크게 분산된 상태이다. 다만 이러한 고객 집중은 화장품 원료 산업의 구조적 특성에서 비롯된 것이다. 대형브랜드는 원료 인증 및 공정에 따른 전환비용이 커 한번 택한 거래처를 장기 유지하는 경향이 있다. 또한 동사는 특정 고객사에 대한 편중 리스크를 완화하기 위해 거래선 다변화를 추진하고 있다.

Q. 네슬레 외에 타사와의 유사한 협력 계획이 있는가? (건기식 외 다른 사업 분야도 포함)

A. 동사는 건기식 외 다른 분야에서도 타 기업들과 적극적으로 협업하고 있다. 예시로 '뉴온(Nuon)'과는 소재 판매, 공동 개발, 완제품 기획을 함께 진행중이다. 또한 과거 강스템, 메디포스트와의 전략적 파트너십 경험도 보유하고 있다. 신약 분야에서는 빠른 상업화를 목표로 현재 임상 3상 이상 단계에 있는 파이프라인을 탐색하고 있으며, 이를 뒷받침할 충분한 투자 여력도 확보하고 있다.

Q. 향후 CAPEX 투자 계획은 의료기기 분야만 진행되는가?

A. 동사의 의료기기 CAPEX는 이미 완료된 상태이다. 현재는 연간 약 60억 원 규모의 유지보수 CAPEX가 발생하고 있으며, 이외의 신규 투자는 비즈니스적 필요가 있을 경우에 한해 진행할 계획이다.

Q. ODM 업체와의 협력 관계는 일반적으로 얼마나 지속되며, 업계 분위기는 어떠한가?

A. ODM 업체와의 협력 관계는 대체로 장기간 유지되는 편이다. 업체가 스페셜티를 보유한 경우 공급선이 변경될 수 있으나, 대부분 CAPEX 부담이 크기 때문에 쉽게 바뀌지 않는다. 동사는 천연 소재 분야에서 기술적 우위를 보유하고 있어 안정적인 거래 관계를 이어가고 있다.

Q. 중국 사업 철수는 화장품 소재 사업을 정리한 것인가?

A. 동사는 작년 2018년부터 2024년까지 화장품 소재와 마스크팩을 생산했던 중국 내 생산 법인(해문 공장)을 경영 악화로 인한 연평균 약 70억 원의 적자 발생으로 매각을 결정했다.

Q&A

Q. K-뷰티의 글로벌 경쟁력이 높음에도 불구하고 원료업체 업계 성장률은 낮은 편이다. 성장률이 낮은 이유는 화장품 원료에 대체제가 많아서인가?

A. 이는 단순히 대체제 문제라기 보다는 복합적인 요인 때문이다. 화장품 원료 시장은 대체제가 다양하고 공급자가 많아 경쟁이 심화되고 있다. 인디 브랜드와 OEM 업체는 꾸준히 늘어나고 있지만, 화장품 전체 가치에서 천연 소재가 차지하는 비중은 2% 미만으로 여전히 미미하다. 동사는 바이오던스, 아누아, 포이들 등 신흥 브랜드에 대한 공급을 확대하고 있으나, 아모레퍼시픽·LG생활건강 등 기존 주요 고객사의 매출이 인디 브랜드의 부상으로 줄어들면서 전체 성장률이 정체되는 현상이 나타나고 있다. 이는 시장 트렌드 변화와 그에 따른 작용·반작용의 결과라고 보고 있다.

Q. 계절이나 분기에 따라 실적에 영향을 받는가?

A. 전통적으로 화장품 산업은 1분기(추운 날씨로 사용량 증가)가 호조를 보이고, 2~3분기(더운 날씨로 사용량 감소)는 상대적으로 부진한 흐름을 보여왔다. 그러나 최근에는 계절적 패턴보다 상품 기획과 출시 전략이 매출 변동에 더 큰 영향을 미치고 있다. 특히 신제품 출시가 집중되는 1분기, 그리고 리뉴얼이 활발한 4분기에 매출이 두드러지는 경향이 나타나고 있다.

Compliance Notice

- 동 자료에 게재된 내용은 조사분석담당자 본인의 의견을 정확히 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 작성되었음을 확인합니다.
- 동 자료는 투자 판단을 위한 정보제공일 뿐 해당 주식에 대한 가치를 보장하지 않습니다.
- 투자 판단은 본인 스스로 하며, 투자 행위와 관련하여 어떠한 책임도 지지 않습니다.
- 동 자료는 고객의 주식투자의 결과에 대한 법적 책임소재에 대한 증빙 자료로 사용될 수 없습니다.
- 당사는 해당 자료를 전문투자자 또는 제 3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 동 자료의 작성자는 해당 기업의 유가증권을 발간 전에 보유하고 있지 않으며, 발간 후에 매수·매도할 수 있습니다.
- 동 자료에 대한 저작권은 그로쓰리서치에 있습니다. 당사의 허락 없이 무단 복사 및 복제, 대여를 할 수 없습니다.

리포트 발간 내역

발간일	2025. 09.18			
주가	4,685원			