
2024년 1분기 실적발표

(주)클리오

2024. 05. 10

본 자료는 투자자들을 대상으로 실시되는 Presentation에서 정보 제공을 목적으로 (주)클리오(이하“회사”)에 의해 작성되었으며
이의 반출, 복사 또는 타인에 대한 재배포는 금지됨을 알려드리는 바입니다.

본 Presentation에의 참석은 위와 같은 제한사항의 준수에 대한 동의로 간주될 것이며
제한사항에 대한 위반은 관련 ‘자본시장과 금융투자업에 관한 법률’에 대한 위반에 해당될 수 있음을 유념해주시기 바랍니다.

본 자료에 포함된 “예측정보”는 개별 확인 절차를 거치지 않은 정보들입니다. 이는 과거가 아닌 미래의 사건과 관계된 사항으로
회사의 향후 예상되는 경영현황 및 재무실적을 의미하고, 표현상으로는 ‘예상’, ‘전망’, ‘계획’, ‘기대’, ‘(E)’등과 같은 단어를 포함합니다.

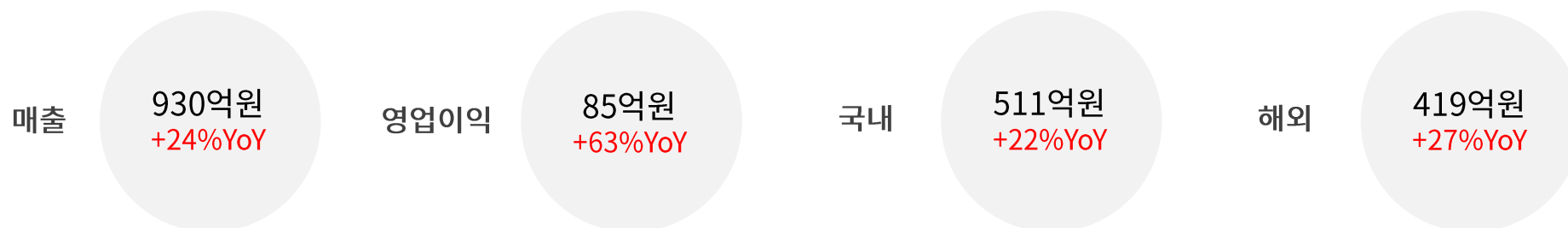
위“예측정보”는 향후 경영환경의 변화 등에 따라 영향을 받으며, 본질적으로 불확실성을 내포하고 있는바,
이러한 불확실성으로 인하여 미래 실적은 “예측정보”에 기재되거나 암시된 내용과 중대한 차이가 발생할 수 있습니다.
또한, 향후 전망은 Presentation 실시일 현재를 기준으로 작성된 것이며 현재 시장상황과 회사의 경영방향 등을 고려한 것으로
향후 시장환경의 변화와 전략 수정 등에 따라 별도의 고지없이 변경될 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

자료의 활용으로 인해 발생하는 손실에 대하여 회사 및 회사의 임원들은 그 어떠한 책임도 부담하지 않음을 알려드립니다.

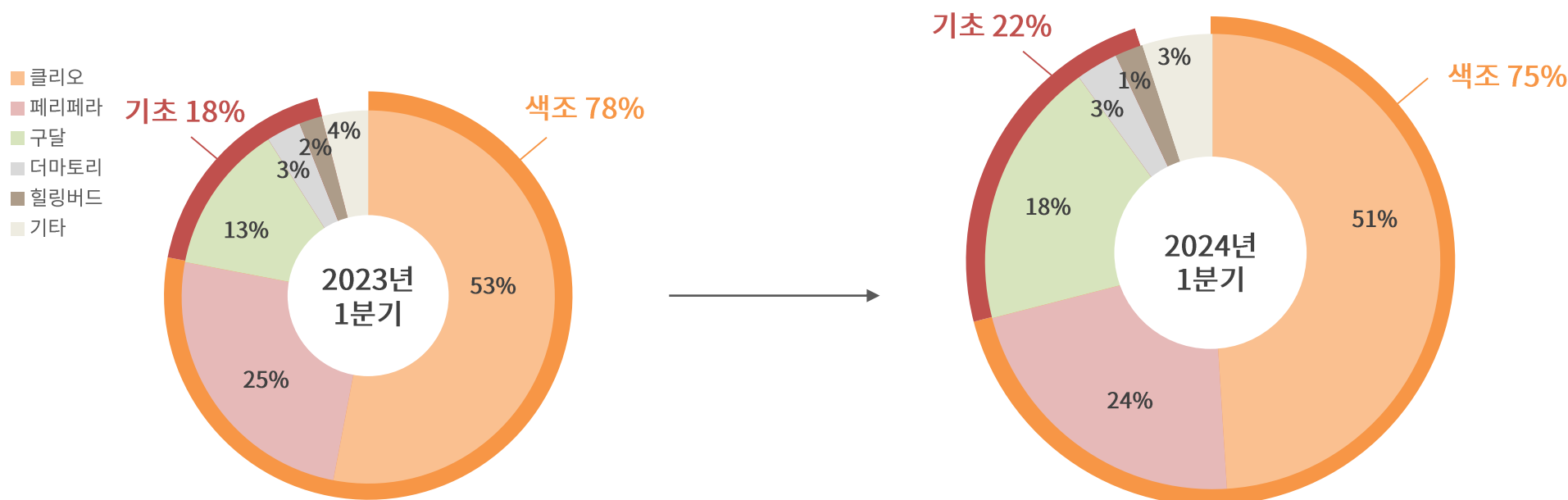
본 문서는 주식의 모집 또는 매매 및 청약을 위한 권유를 구성하지 아니하며,
문서의 그 어느 부분도 관련 계약 및 약정 또는 투자 결정을 위한 기초 또는 근거가 될 수 없음을 알려드립니다.

2024년 1분기 Investment Highlights

- 12분기 연속 매출 성장, 역대 최대 분기 매출 기록 경신

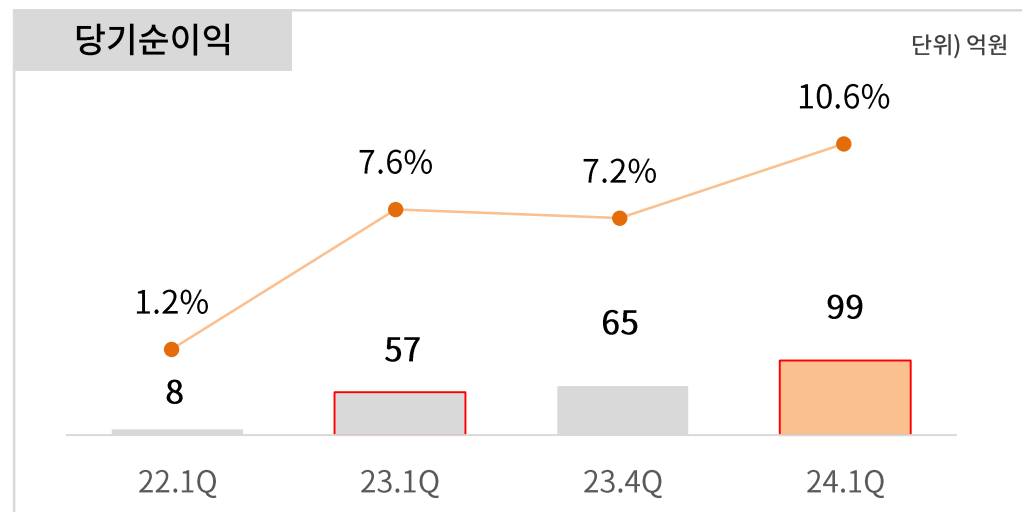
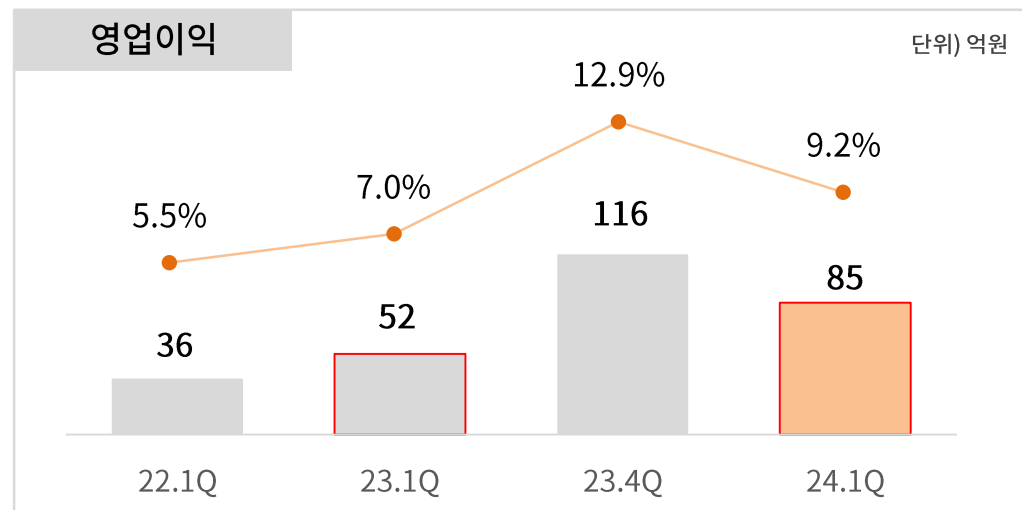
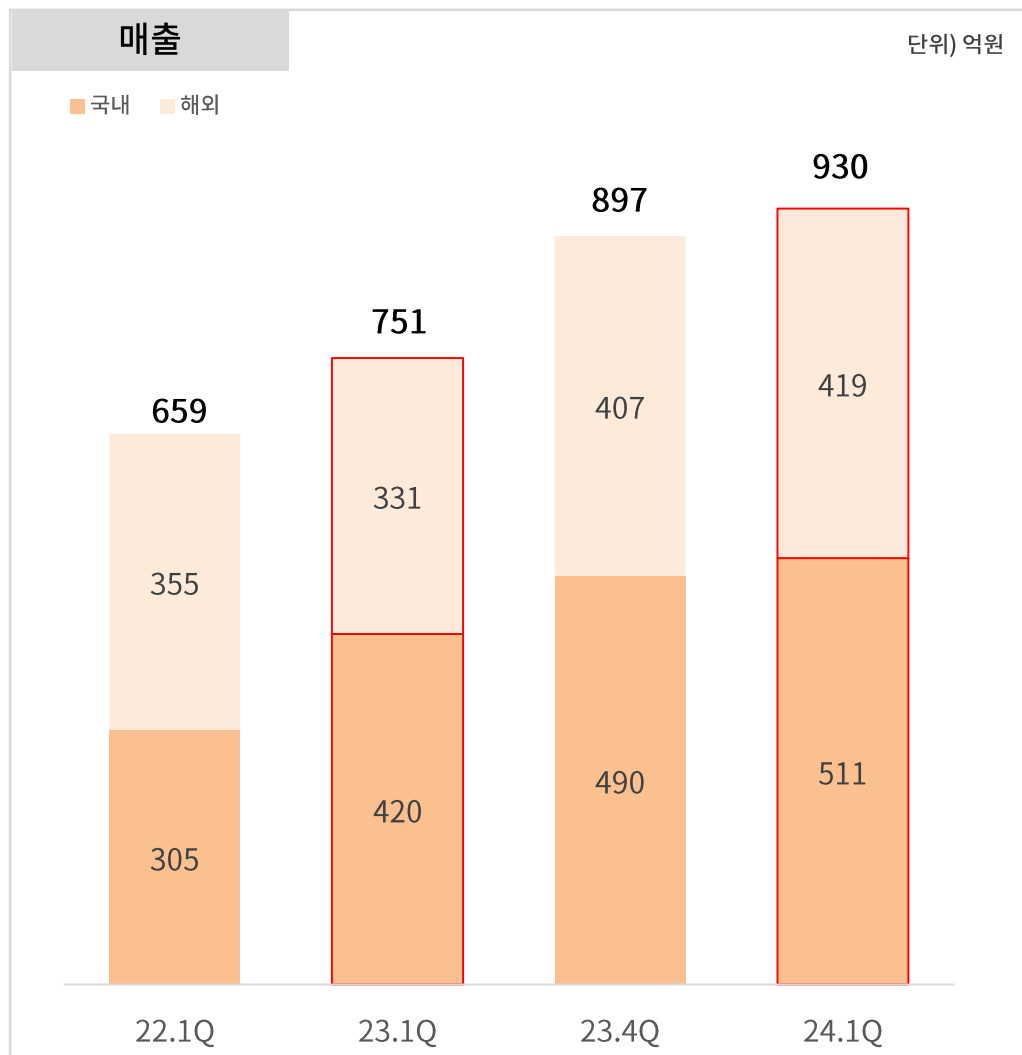


- 전체 매출 중 기초 비중 확대 (색조 매출 +19%YoY, 기초 매출 +52%YoY)



1. 경영성과 - 수익

• 2024년 1분기 매출 930억원(+24%YoY)으로 역대 최대 분기 매출 달성

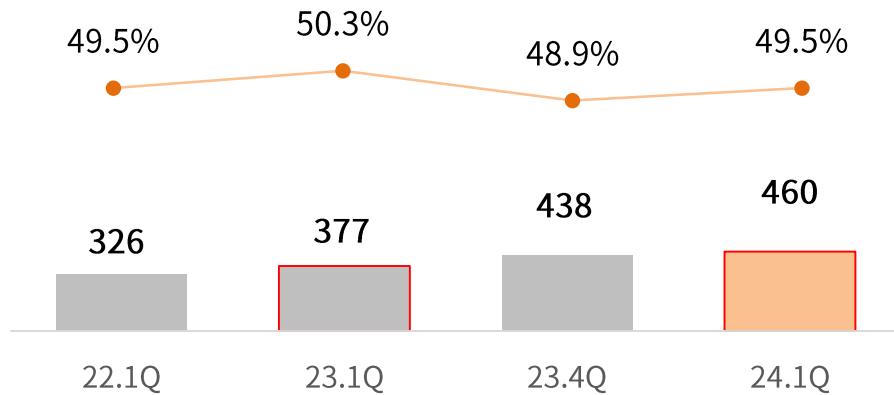


2. 경영성과 - 비용

· 전년동기대비 원가율 및 판관비율 효율화 진행... 국내외 매출 확대를 위한 마케팅 집중 투입으로 광고홍보비 증가

매출원가

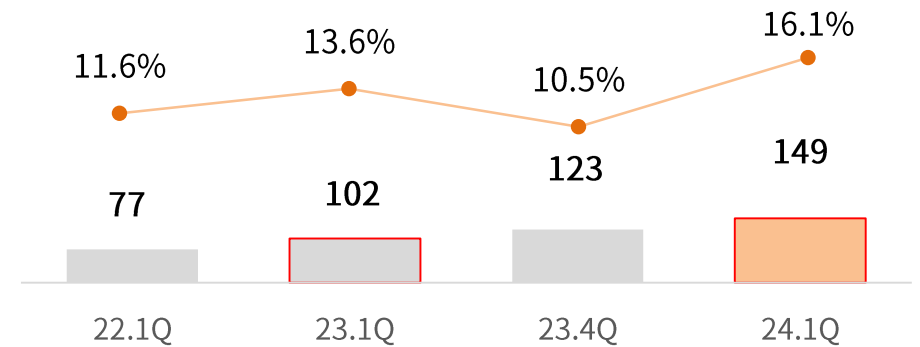
단위) 억원



광고홍보비

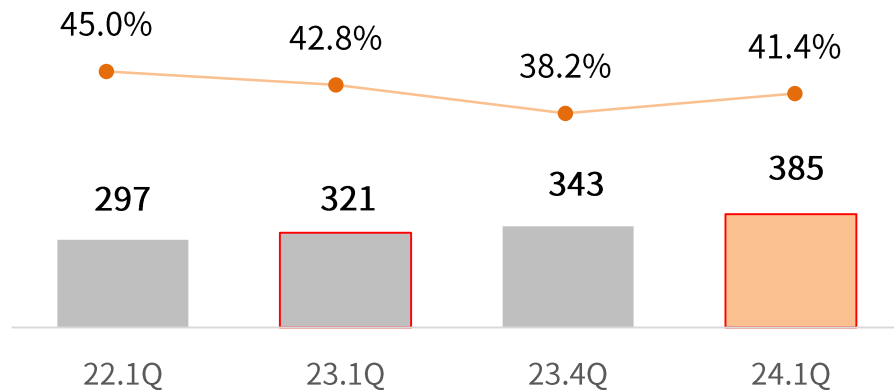
단위) 억원

※ 판매비와관리비 상세



판매비와관리비

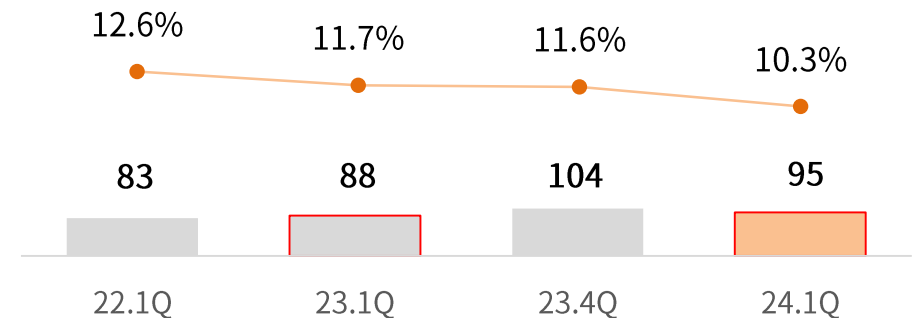
단위) 억원



판매수수료

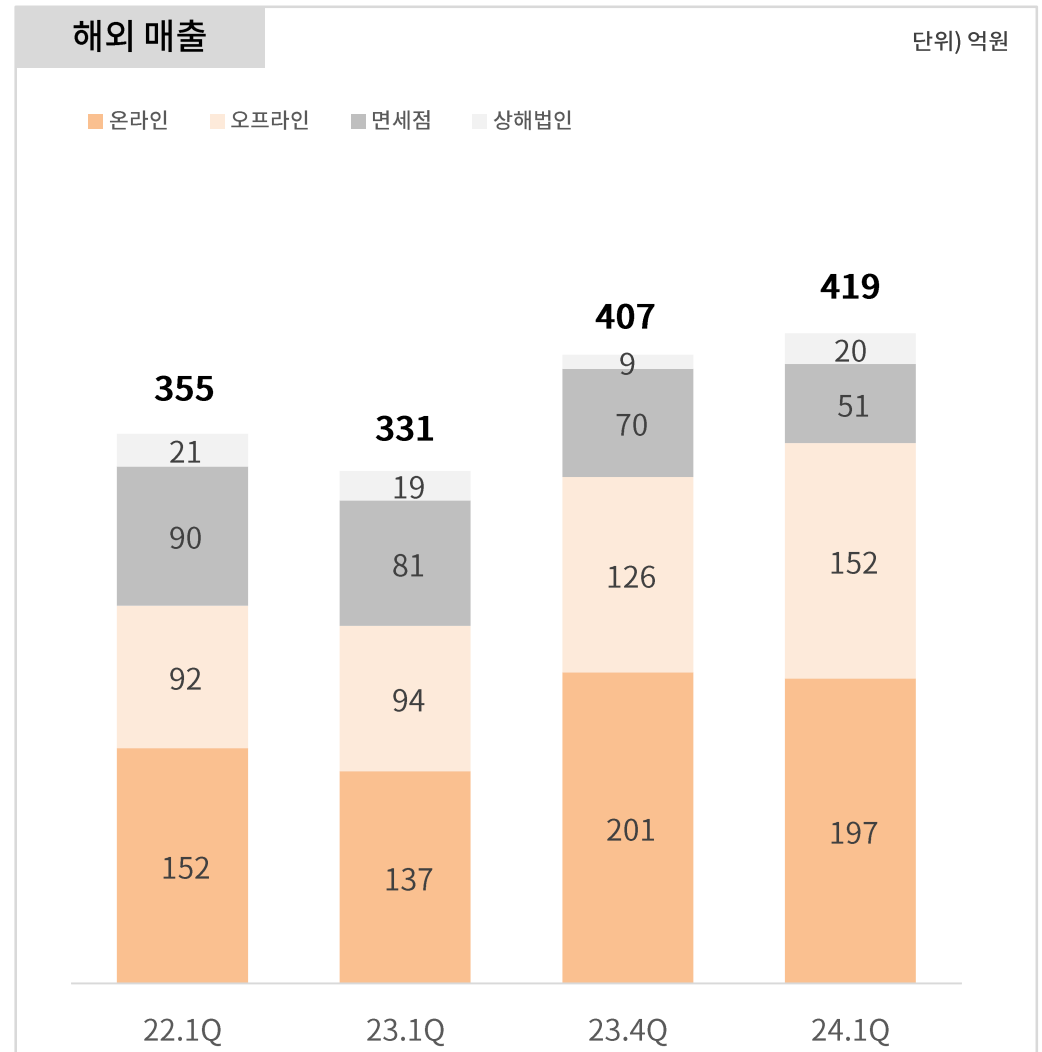
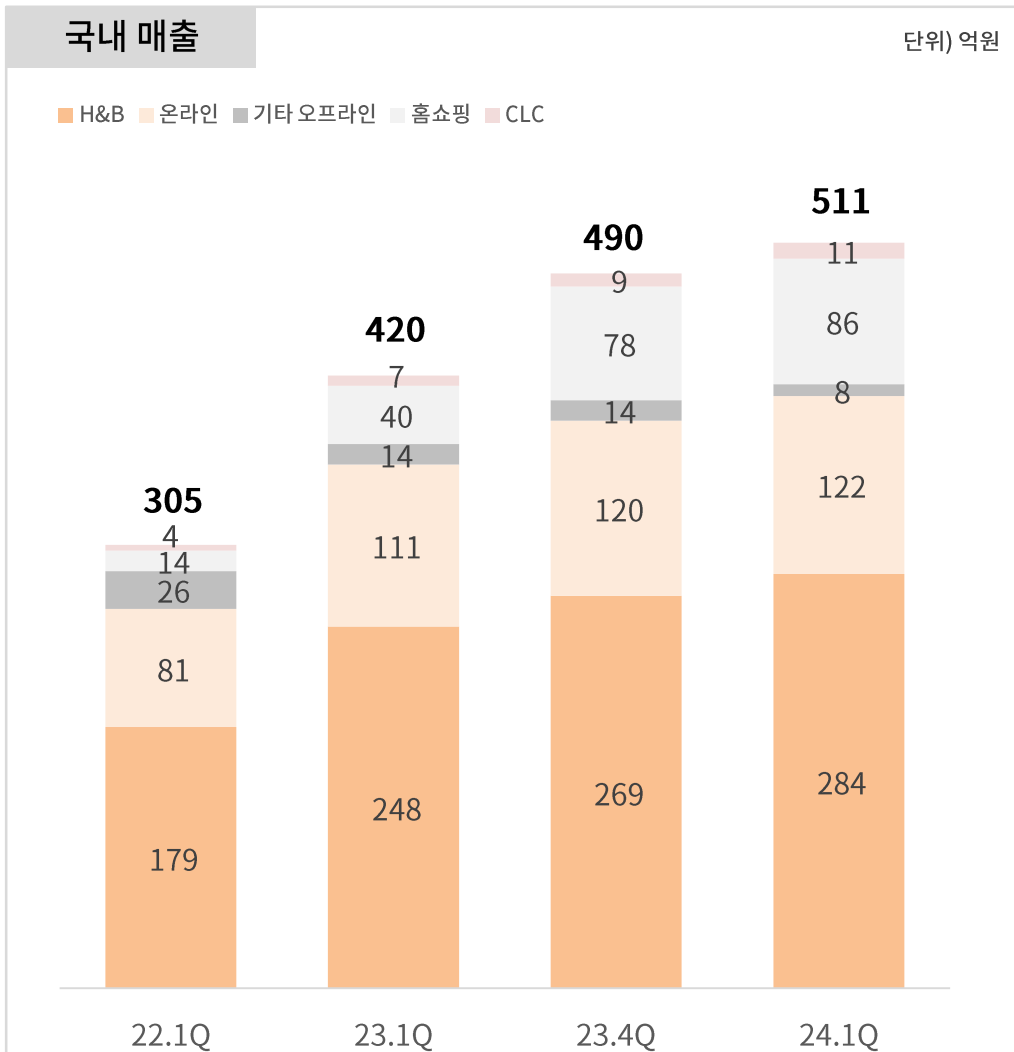
단위) 억원

※ 판매비와관리비 상세



3. 국내·외 실적 추이

· 2024년 1분기 국내 매출 511억원(+22%YoY), 해외 매출 419억원(+27%YoY) 달성



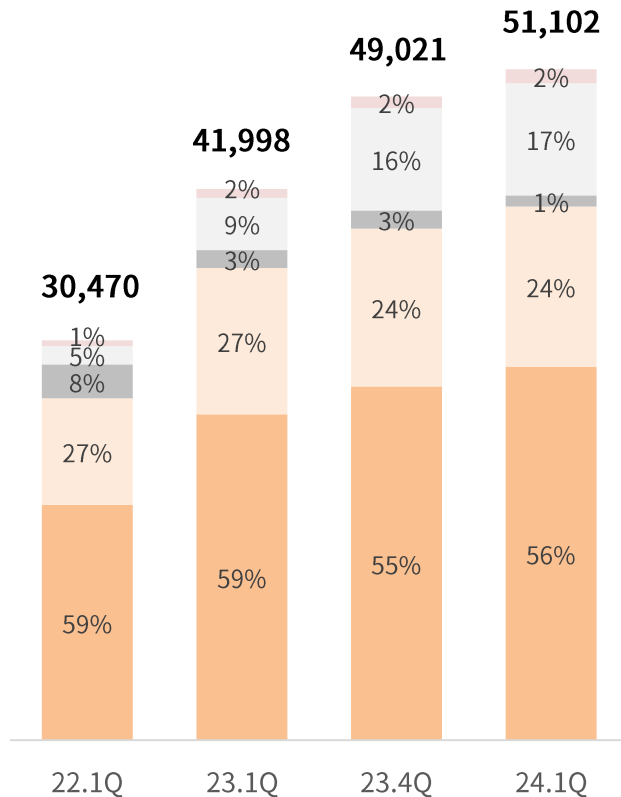
4. 국내 실적

· 국내 H&B, 온라인, 홈쇼핑 채널에서 역대 최대 분기 실적 달성하며 안정적인 성장 지속

국내 매출

H&B 온라인 기타 오프라인 홈쇼핑 CLC

단위) 백만원



구분	23.1Q	23.4Q	24.1Q	YOY	QOQ	주요 이슈
H&B	24,838	26,939	28,436	+14%	+6%	· 기초 매출 비중 확대 23.1Q 28% → 24.1Q 36% · 구달 청굴비타C잡티세럼 성장(+57%YoY) · 구달 맑은어성초진정수분선크림 성장(+29%YoY)
온라인	11,133	12,014	12,228	+10%	+2%	· 자사몰 22억원, 제휴몰 100억원 실적 달성 · 전략적 디지털 채널 전용 제품 강화
기타 오프라인	1,377	1,380	830	-40%	-40%	· 다이소 단일 매출 23.1Q 5억원 → 24.1Q 8억원 · 3월 말 기준 총 840개 점포, 트윅클팝 48 SKUS 운영
홈쇼핑	3,969	7,811	8,551	+115%	+9%	· 클리오 듀얼톤업선크림, 루즈힐 주얼리에디션 런칭 · 홈쇼핑 방송편성 증가 23.1Q 21회 → 24.1Q 47회
CLC	682	877	1,057	+55%	+21%	· 이너뷰티 3종(콜라겐, 글루타치온, 엘라스틴) 성장(+69%YoY) · 배우 신세경의 '이너뷰티의 신세계' 캠페인 런칭
합계	41,998	49,021	51,102	+22%	+4%	-

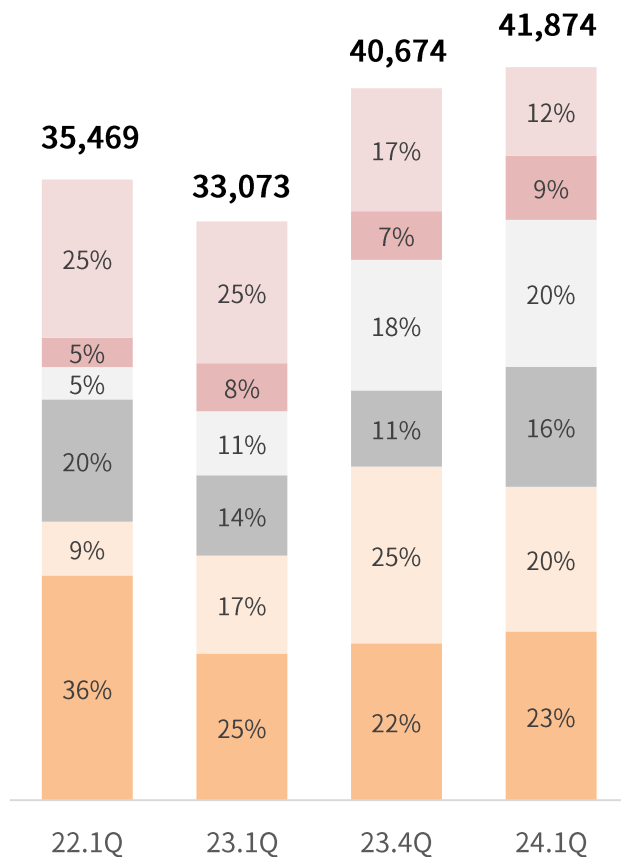
5. 해외 실적

· 주요 국가에서 모두 두 자릿수 이상의 성장을 기록하며 글로벌 시장점유율 확대

해외 매출

■ 일본 ■ 북미 ■ 중국 ■ 동남아 ■ 기타 ■ 면세

단위) 백만원



구분	23.1Q	23.4Q	24.1Q	YOY	QOQ	주요 이슈
일본	8,374	8,969	9,643	+15%	+8%	· 클리오재팬(일본법인) 설립 착수 및 현지 밀착 소통 · 일본 전용 상품 및 콜라보레이션 제품 적극 운영
북미	5,609	10,085	8,274	+48%	-18%	· 하반기 브랜드(더마토리) 및 채널 확장 준비 · 다양한 인종 맞춤 컬러 차트로 페리페라 브랜드 강화
중국	4,578	4,351	6,856	+50%	+58%	· 클리오 아이팔레트, 페리페라 브로우카라 성장 · 더마토리 브랜드 티몰 런칭하며 기초 화장품 육성
동남아	3,662	7,472	8,377	+129%	+12%	· 베트남(+499%YoY), 싱가포르(+47%YoY) 고성장 · 팝업스토어, 플래그십매장 등 현지 마케팅 강화
기타	2,749	2,784	3,672	+34%	+32%	· 골드애플, 러시아 및 CIS 40개 매장 전점 입점 · 중동 및 유럽 시장 확대를 위한 초석 마련
면세점	8,101	7,015	5,052	-38%	-28%	· 면세점 효율화 23.1Q 12개 점포 → 24.1Q 7개 점포 · FIT(자유여행객) 매출 확보 및 온라인 면세점 활성화
합계	33,073	40,674	41,874	+27%	+3%	-

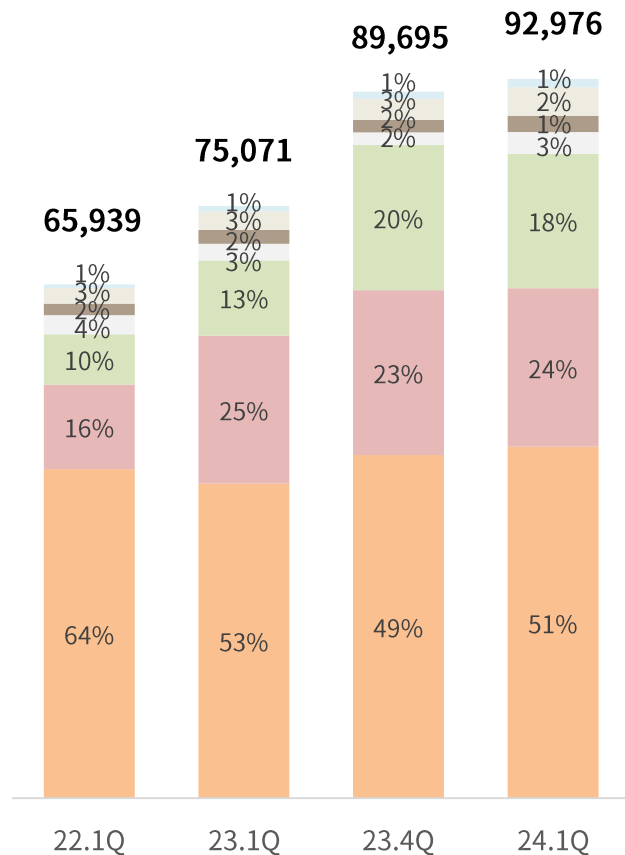
6. 브랜드별 실적

· 색조 매출 699억원(+19%YoY), 기초 매출 204억원(+52%YoY) 기록하며 안정적인 브랜드 포트폴리오 구성

브랜드별 매출

클리오 페리페라 구달
더마토리 힐링버드 인디브랜드
트루알엑스

단위) 백만원



구분	23.1Q	23.4Q	24.1Q	YOY	QOQ	주요 이슈
클리오	39,973	43,590	47,761	+19%	+10%	· 24 S/S 후로페샤날 청과 에디션 런칭 · 프로아이팔레트에어, 펜슬라이너 아이카테고리 성장
페리페라	18,769	20,932	22,168	+18%	+6%	· 페리복권, 나잇페리프렌즈 등 테마플레이 진행 · 잉크무드글로이틴트 고성장, 오버블러틴트 출시
구달	9,558	18,415	16,374	+71%	-11%	· 피오니 펄타이드 주름 개선 라인(디지털 전용) 런칭 · 여성초 히알루론 수딩 라인 리뉴얼 완료
더마토리	2,084	1,596	2,732	+31%	+71%	· 국내 H&B 중심으로 레티날 라인 고성장 · 더마토리 첫 팝업스토어 '더마토리 팩토리' 성료
힐링버드	1,775	1,598	1,333	-25%	-17%	· 제품 리뉴얼 및 브랜드 아이덴티티 리브랜딩 진행
인디브랜드	2,355	2,684	1,767	-25%	-34%	· 트윙클팝 퓨어글래스틴트 다이소 내 가파른 성장
합계	75,071	89,695	92,976	+24%	+4%	-

Appendix. 주요 브랜드 이슈

CLIO

- 24 S/S ‘후로페샤날 청과점’ 팝업스토어 진행 (2024년 2월)
 - 2024년 2월 28일 ~ 3월 3일까지 5일간 총 3,226명 방문
 - 킬커버더뉴파운웨어쿠션, 프로아이팔레트에어, 쉬폰블러틴트 품목 구성



peripera

- 24 S/S 신제품 ‘오버블러틴트’ 출시 (2024년 2월)



- 소비자 품평단과 함께 개발한
사계절 맞춤 퍼스널 컬러 7종 출시
- 블렌딩이 뛰어난 텍스처로 손쉬운 오버립 연출

- ‘페리복권’ 및 ‘나이트페리프렌즈’ 컬렉션 런칭 (2024년 1월, 3월)



- 다양한 인종에 맞는 컬러를 제안하는 아마존 상세페이지 UX 강화



Appendix. 주요 브랜드 이슈

goodal

- ‘피오니 펩타이드 주름 흔적 앰플&크림’ 출시 (2024년 2월)



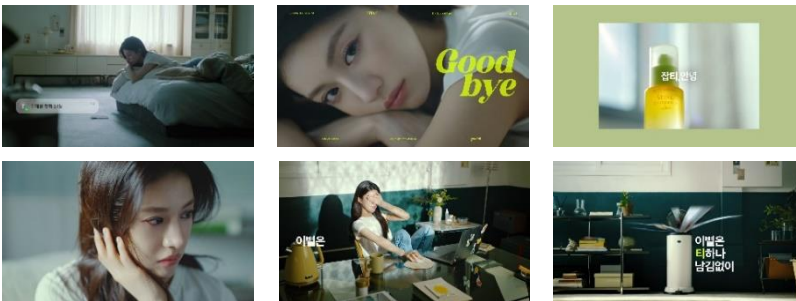
- 4050세대 타겟의 안티에이징 라인
- 디지털 채널 전용 운영
- 작약꽃 추출 식물성 단백질의 저자극 기능성 제품

- ‘어성초 히알루론 수딩 라인’ 리뉴얼 (2024년 3월)

- ‘맑은 어성초 진정 수분 라인’ 리뉴얼
- 기존 진정케어 기능에 쿨링케어 성분 업그레이드
- 11종 히알루론산, 판테놀, 세라마이드 등 시너지 성분



- 배우 고윤정과 함께한 ‘Good bye 잡티’ 캠페인 온에어



DERMATORY

- ‘스킨에 닿는 패드 연구소’ 팝업스토어 진행 (2024년 2월)

- 더마토리 브랜드 첫 팝업스토어 오픈
- 2024년 2월 29일 ~ 3월 10일까지 10일간 총 6,250명 방문
- 시카진정패드, 모공트러블패드, 레티날탄력패드 제품 USP에 맞는 게임존 운영

