

2025년 1분기 실적

2025. 4. 28

Contents

- 2025년 1분기 및 연간 전사 실적
- 2025년 1분기 사업부문별 실적
 - Beauty
 - HDB (Home Care & Daily Beauty)
 - Refreshment
- 연결재무제표 요약
- 유의사항



전사 연결 매출 1조 6,979억원(-1.8% yoy), 영업이익 1,424억원(-5.7% yoy)

- 매출: Beauty 3.4% 감소, HDB 2.2% 증가, Refreshment 4.1% 감소
- 영업이익: Beauty 11.2% 감소, HDB 13.7% 증가, Refreshment 10.8% 감소

(단위: 억원)

구분	2024년 1분기		2025년 1분기		YoY
	금액	비중	금액	비중	
매출	17,287	100%	16,979	100%	-1.8%
Beauty	7,331	42%	7,081	42%	-3.4%
HDB	5,612	32%	5,733	34%	+2.2%
Refreshment	4,344	25%	4,164	25%	-4.1%
영업이익	1,510	100%	1,424	100%	-5.7%
Beauty	663	44%	589	41%	-11.2%
HDB	322	21%	366	26%	+13.7%
Refreshment	525	35%	469	33%	-10.8%
(영업이익률)	(8.7%)	-	(8.4%)	-	(-0.4%p)
당기순이익	1,131	-	1,035	-	-8.5%

* '25년 해외 사업 조정으로 Beauty 및 HDB 사업부 전년 동기 수치 재작성됨.

해외 매출 5,360억원으로 전년 동기대비 4.2% 증가 (전사 매출 내 비중 32%)

- 주요 지역별 매출 비중은 중국 12%, 북미 7%, 일본 7%

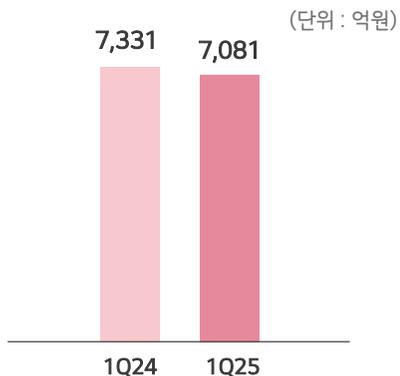
해외 및 지역별 매출

(단위: 억원)

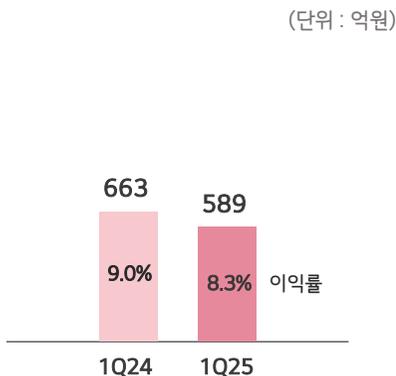
구분	2024년 1분기		2025년 1분기		YoY
	금액	비중	금액	비중	
전사	17,287	100%	16,979	100%	-1.8%
국내	12,144	70%	11,619	68%	-4.3%
해외	5,143	30%	5,360	32%	+4.2%
중국	2,135	12%	2,046	12%	-4.1%
북미	1,216	7%	1,253	7%	+3.1%
일본	931	5%	1,147	7%	+23.2%
기타	861	5%	914	5%	+6.1%

2025년 1분기 사업부문별 실적 - Beauty

매출



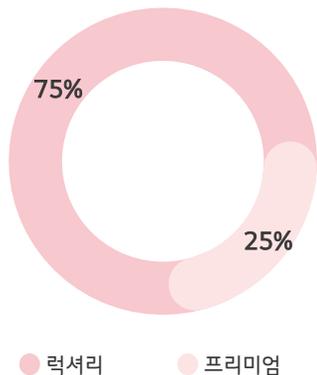
영업이익



매출 7,081억원(-3.4% yoy), 영업이익 589억원(-11.2% yoy)

- 해외 및 국내 주력 채널 성장했으나, 면세 등 전통 채널 축소로 매출 감소
 - 더마 및 색조(CNP, 힌스, VDL 등) 중심 현지 시장 대응 강화로 일본 고성장
 - 국내 전통 채널 (면세 19%) 매출 감소, 온라인/H&B 등 육성 채널 성장 지속
- 매출 감소 영향으로 영업이익 하락
- 시장 트렌드에 부합하는 기초/색조 포트폴리오 확대로 브랜드 경쟁력 제고
 - '더후', 항산화 효과로 피부를 보호하는 'UV 얼티밋 레드 비타민 선' 출시
 - '힌스', 일본 패밀리마트와 공동 개발한 뷰티브랜드 '하나 바이 힌스' 론칭
 - 'CNP', 'PDRN X 더마앤서 민트카밍 앰플' 출시

주요 사업별 매출 비중



주요 브랜드별 매출 비중

더후	51%
더페이스샵	8%
빌리프	3%
CNP	4%



더후
UV 얼티밋 레드 비타민 선



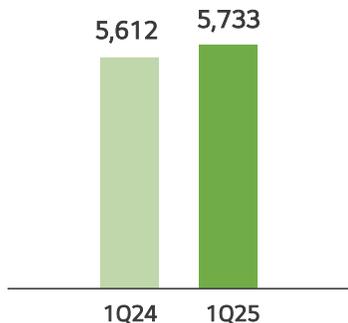
힌스
하나 바이 힌스



CNP
더마앤서 민트카밍 앰플

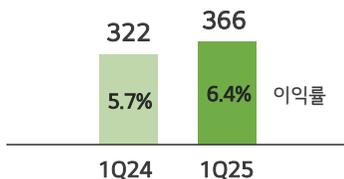
매출

(단위 : 억원)



영업이익

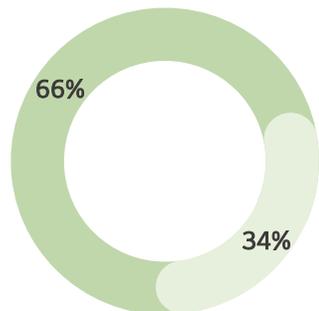
(단위 : 억원)



매출 5,733억원(+2.2% yoy), 영업이익 366억원(+13.7% yoy)

- 데일리 뷰티 프리미엄 브랜드 중심으로 해외 수요 확대되며 매출 성장
 - 중국 '피지오겔', 일본 '유시몰', 북미 '닥터그루트' 등 전략 브랜드 판매 호조
- 매출 확대 및 믹스 개선 등으로 영업이익 증가
- 차별화 된 기능성 신제품 개발 확대로 프리미엄 브랜드 입지 강화
 - '피지오겔', 피부 고민별 맞춤형 자외선 차단제 '톤업 썬 케어 3종'
 - '유시몰', 국내 최초 미백 가글 '화이트닝 퍼플코렉터 가글'
 - 프로페셔널 더마 두피케어 브랜드 '닥터그루트', 2세대 '바이오엑소솜' 라인

주요 사업별 매출 비중



● 데일리뷰티 ● 홈케어

주요 브랜드별 매출 비중

페리오	4%
온더바디	5%
피지오겔	6%
샤프란	4%



닥터그루트
마이크로바이옴 바이오엑소솜



유시몰
화이트닝 퍼플코렉터 가글

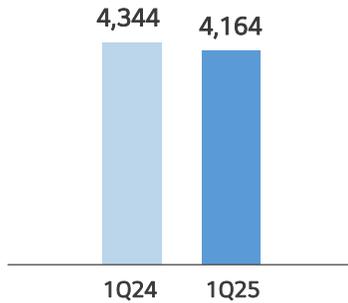


피지오겔
톤업 썬 케어 3종

2025년 1분기 사업부문별 실적 - Refreshment

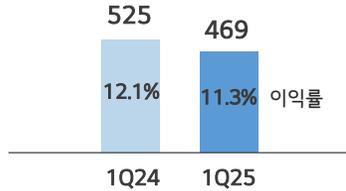
매출

(단위 : 억원)



영업이익

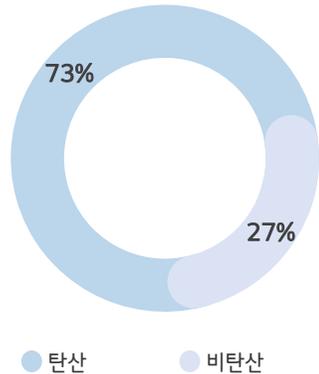
(단위 : 억원)



매출 4,164억원(-4.1% yoy), 영업이익 469억원(-10.8% yoy)

- 내수 경기 둔화에 따른 전반적인 음료 소비 부진으로 매출 감소
 - '코카콜라 제로', '몬스터 에너지' 등 주요 브랜드는 견조한 수요 유지
- 고환율 상황 장기화로 원부자재 비용 부담 지속되며 영업이익 감소
- 제로 트렌드, MZ세대들의 취향을 반영한 신제품 출시
 - '스프라이트' 새로운 앰버서더 '카리나' 발탁 및 '스프라이트 제로 Chill' 출시
 - '파워에이드', 가볍고 산뜻한 맛 '파워에이드 제로 라임향'
 - '몬스터에너지', 달콤한 딸기향 X 제로슈거 '울트라 스트로베리 드림즈'

주요 사업별 매출 비중



주요 카테고리별 매출 비중

콜라	50%
에너지	11%
하이드레이션	6%



스프라이트 제로 Chill



파워에이드 제로 라임향



몬스터에너지 울트라 스트로베리 드림즈

연결재무제표 요약

연결손익계산서

(단위 : 억원)

구분	1분기		YoY (%)
	2024년	2025년	
매출액	17,287	16,979	-1.8%
매출원가	8,018	8,197	+2.2%
매출총이익	9,269	8,782	-5.3%
판매관리비	7,758	7,358	-5.2%
영업이익	1,510	1,424	-5.7%
(영업이익률)	(8.7%)	(8.4%)	(-0.4%p)
법인세차감전순이익	1,476	1,421	-3.8%
연결당기순이익	1,131	1,035	-8.5%
지배기업 소유주지분 순이익	1,066	982	-7.8%

연결재무상태표

(단위 : 억원)

구분	2024년 12월 말	2025년 3월 말	증감
	금액	금액	금액
자산	74,058	75,628	+1,570
유동자산	28,560	30,199	+1,638
현금성자산	12,535	13,132	+597
매출채권	5,762	6,664	+902
재고자산	9,224	9,140	-84
비유동자산	45,497	45,429	-68
유형자산	24,142	23,851	-291
무형자산	19,643	19,975	+332
투자자산	886	886	-
부채	17,199	18,218	+1,020
유동부채	12,959	13,928	+969
비유동부채	4,240	4,291	+51
(총 차입금)	(2,433)	(2,504)	(+71)
자기자본	56,859	57,410	+551
이익잉여금	56,956	57,421	+466
부채비율	30.2%	31.7%	+1.5%p

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.