

LG생활건강 기업가치 제고 계획



2024.11.22

Disclaimer

본 자료는 LG생활건강(이하 “회사”)의 기업가치 제고 계획 공시와 관련하여 투자자들에 대한 정보를 제공하기 위한 목적으로 회사에 의하여 작성된 것입니다. 본 자료에 기재된 정보에 대해서 별도의 독립적인 외부 평가 혹은 확인 과정을 거치지 아니하였습니다. 본 자료에 포함된 정보나 의견의 공정성, 정확성 또는 완결성과 관련해서는 회사는 어떠한 진술 및/또는 보장도 제공하지 아니합니다.

본 자료에 포함된 정보는 본 자료 제공일 현재를 기준으로 작성된 것이며, 본 자료 제공 당시의 상황에 따라 해석되어야 합니다. 본 자료에 제시 또는 포함된 정보는 별도의 통지 없이 변경될 수 있으며, 그러한 변경이 있다고 하더라도 본 자료가 제공 이후의 중대한 변화를 반영하도록 수정 또는 보완되지 아니할 수 있습니다.

회사 및 계열회사, 그 임직원 및 자문사 등 회사와 관련된 어떠한 자도 고의 또는 과실 여부를 불문하고 회사의 주주 또는 투자자 등이 본 자료 및/또는 그 기재 내용을 이용함으로써 인하여 발생하거나 기타 본 자료와 관련하여 발생하는 어떠한 손해에 대해서도 민,형사상 및 행정상의 책임을 일체 부담하지 아니합니다.

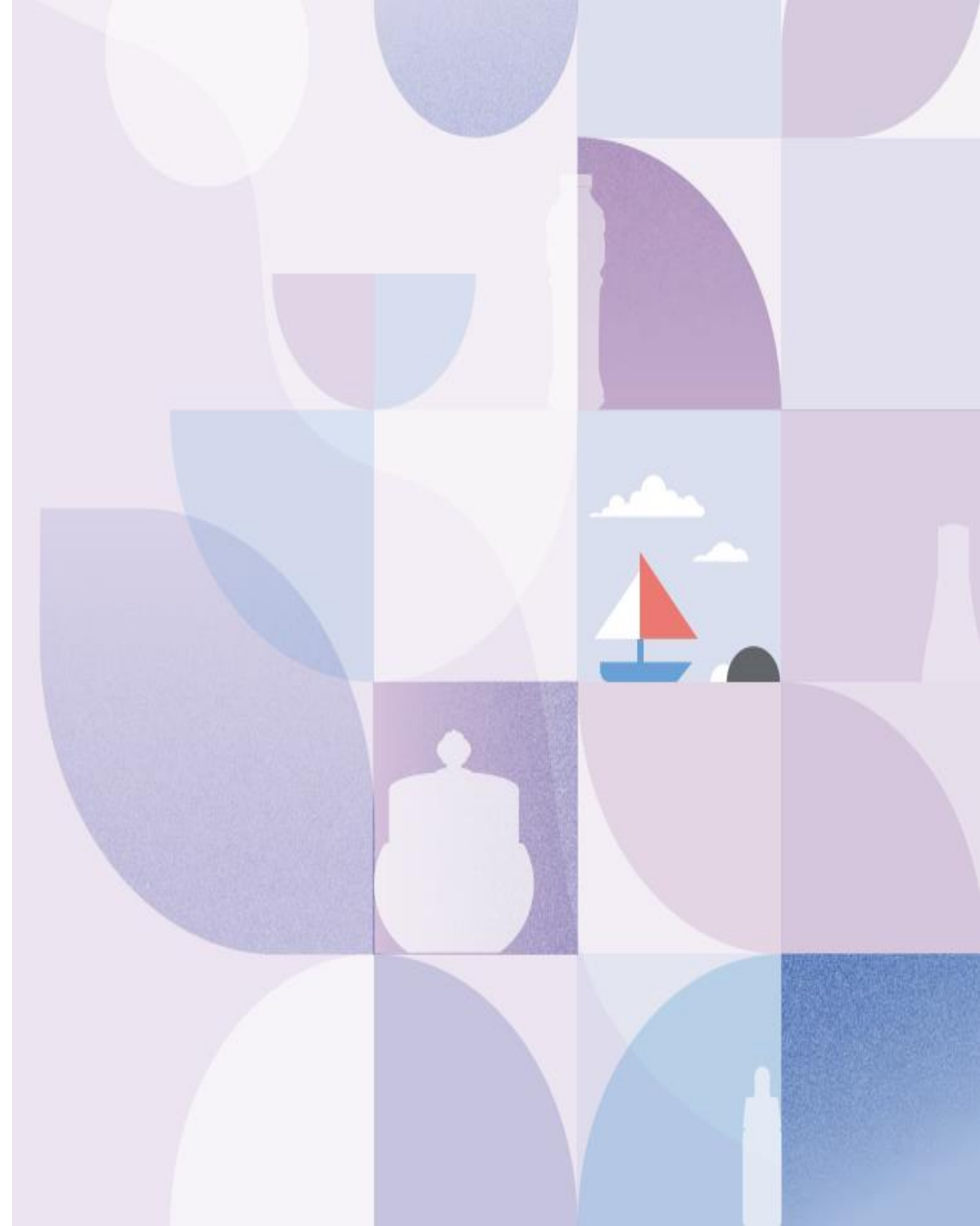
본 자료는 장래에 관한 회사의 예측을 반영하는 정보를 포함할 수 있는바, 이러한 예측 정보는 회사가 통제할 수 없는 미래에 관한 가정들에 근거한 것으로서 관련 예측 정보에 의하여 예정된 바와 중대하게 다른 결과가 초래될 위험 및 불확실성이 있습니다. 회사는 예측정보와 관련하여 본 자료 제공 이후에 발생하는 결과 및 새로운 변경사항을 반영하도록 수정 또는 보완할 의무를 부담하지 아니합니다.

본 자료의 정보 중 일부는 외부 자료에 근거하여 작성된 것으로 회사는 외부 자료에 대한 독립적인 확인 과정을 거치지 아니하였습니다. 따라서 회사는 외부 자료의 정확성 또는 완결성과 관련하여 어떠한 진술 및/또는 보장도 제공하지 아니하며, 그러한 외부 자료는 위험 및 불확실성을 내포하고 있고, 다양한 요소에 따라 변동될 수 있습니다.

본 자료는 회사가 발행하는 증권의 모집 또는 매매를 위한 권유를 구성하지 아니하며, 자료의 어떠한 내용도 관련 계약 및 약정 또는 투자 결정을 위한 기초 또는 근거가 될 수 없습니다.

Contents

1. 기업 개요
2. 현황 진단
 - 1) 사업부문
 - 2) 사업현황
3. 목표 설정
 - 기업가치 제고 추진 방향
4. 계획 수립
 - 기업가치 제고 실행 방안
 - 1) 실적개선
 - 2) 주주환원 강화
 - 3) 지배구조 추가 개선
5. 소통



1. 기업 개요

기본 현황

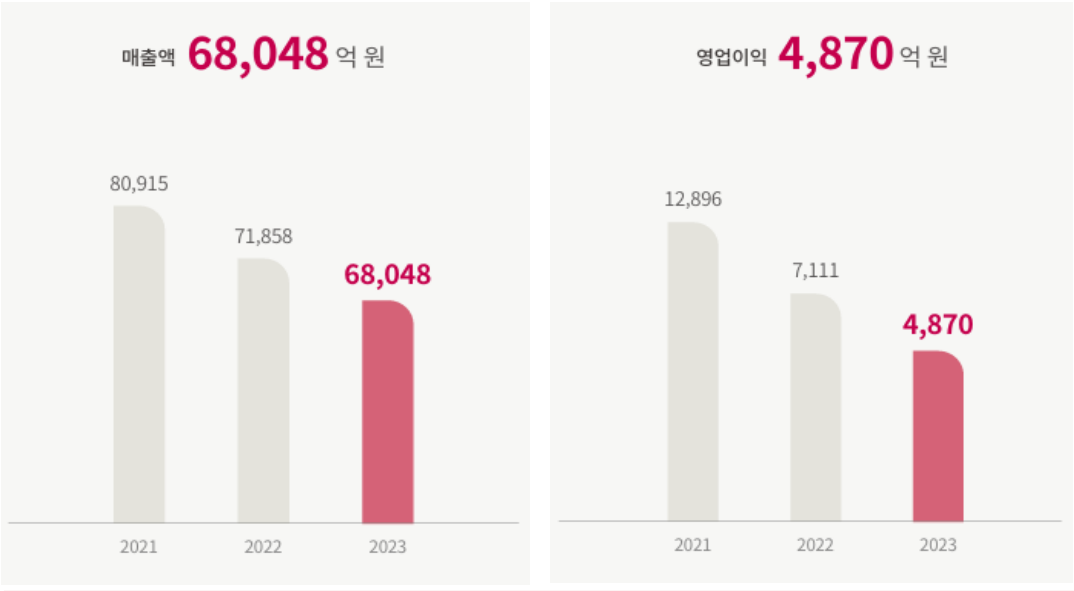
회사명	(주)LG생활건강
주소	서울특별시 종로구 새문안로 58 LG광화문빌딩
설립일	2001년 4월 3일*
상장일	2001년 4월 25일
대표이사	이정애
대표업종	화장품, 생활용품, 음료 제조 및 판매
최대주주	(주)LG (보통주 지분율 34%)
발행주식수 (‘24.09.30 기준)	보통주: 15,618,197주 (자기주식수: 958,412주) 우선주: 2,099,697주 (자기주식수: 3,438주)

*당사는 1947년 락희화학공업으로 창립되어, 2001년 4월 3일에 LG화학에서 분할 신설됨.

이사회 구성

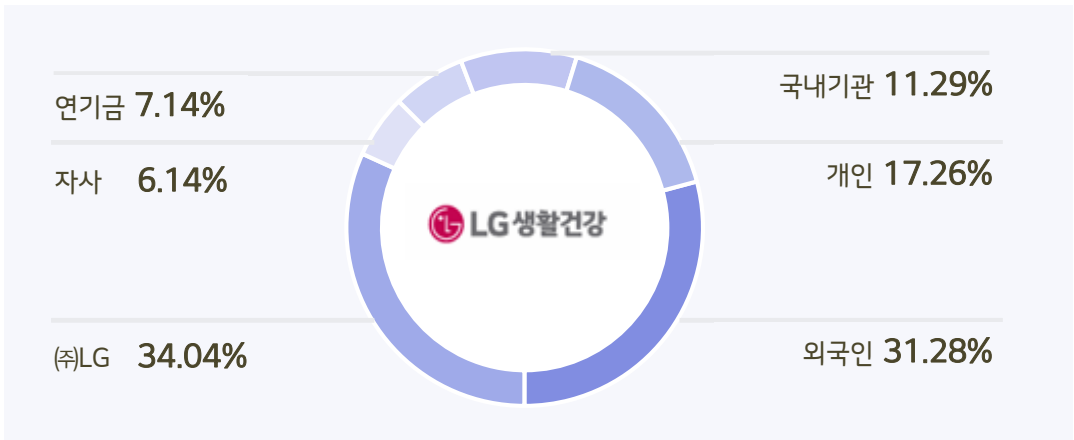


2023년 실적



부채비율 30.1% 신용등급 A1 (한국기업평가, 한국신용평가 기준)

주주 현황



2. 현황 진단

1) 사업부문

Beauty

- 차별적인 컨셉의 다양한 럭셔리 브랜드와 트렌드를 선도하는 프리미엄 브랜드 보유
- 글로벌 역량을 갖춘 기술연구원(R&D), 디자인센터를 통한 차별화 제품 개발
- 브랜드 포트폴리오 강화 및 M&A로 해외사업 확대하며 지속적인 성장 견인

➢ 카테고리: 럭셔리, 프리미엄 화장품 (기초/색조/향수 등)

➢ 채널: 백화점, 면세점, 방문 판매, H&B, 온라인 등

OUR BRANDS



HDB

- 가치소비자와 감성소비자를 모두 아우르는 데일리뷰티와 홈케어 브랜드 보유
- 시장 트렌드를 선도하고 고객 니즈에 기반한 제품 혁신 R&D 활동 강화
- 실용적인 제품 뿐만 아니라 다양한 프리미엄 기능성 라인업 확대로 국내 1위 시장지위 유지

➢ 카테고리: 데일리뷰티(헤어,오랄케어 등) 홈케어(주방,세탁세제 등)

➢ 채널: 할인점, 편의점, 대리점, H&B, 온라인 등

OUR BRANDS



Refreshment

- 탄탄한 고객층, 시장 내 높은 인지도에 기반한 코카콜라와 해태음료의 탄산/비탄산 브랜드 보유
- 코카콜라 보틀링 파트너이며 전국적으로 확충된 현장 초밀착 영업망과 물류조직 운영
- 비교적 안정적인 시장과 제품 경쟁력 기반으로 양호한 사업구조 및 국내 선두 시장지위 유지

➢ 카테고리: 탄산(콜라, 몬스터에너지 등), 비탄산(커피, 주스, 생수 등)

➢ 채널: 편의점, 체인 슈퍼, 도매상, 온라인 등

OUR BRANDS



2. 현황 진단

사업별 시장 상황

- 글로벌 Beauty 시장은 지속 성장 추세이나, 국내 시장은 성장세 둔화
- 국내 생활용품 시장 성장 둔화에도 HDB사업은 시장 선두 지위 유지
- 국내 음료 시장은 인구 / 소비 정체로 저성장이나, Refreshment사업은 제로 탄산, 에너지링크 등의 특정 카테고리 중심으로 성장

육성 사업

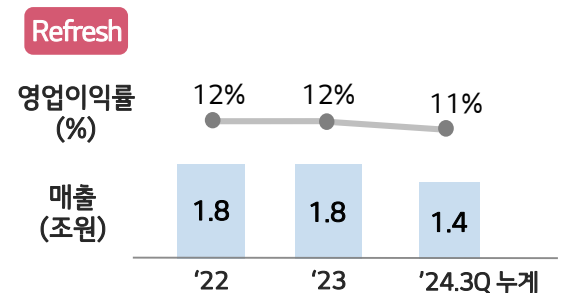
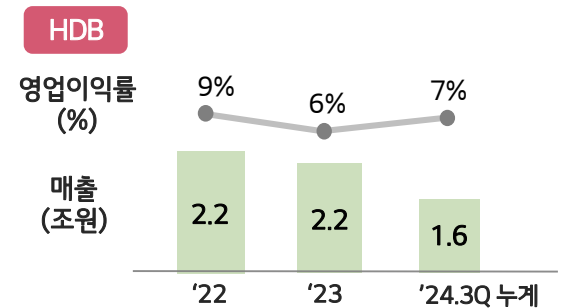
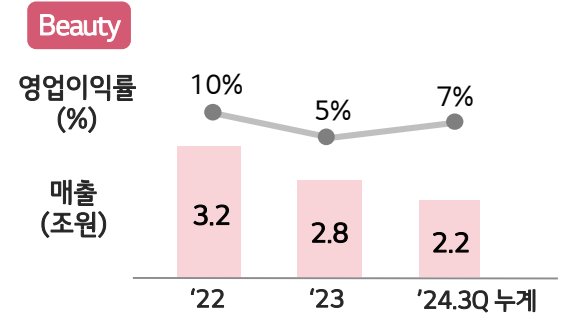
- Beauty는 '21년 이후 실적 둔화되었으나, '24년 1분기부터 개선 중
 - 소비자 니즈에 맞춘 새로운 성분과 제형으로 중국 럭셔리 시장 내 경쟁력 강화
 - 북미시장 내 당사 전략 브랜드 육성, 동남아 시장 공략으로 지역 포트폴리오 개선
 - 국내 고성장 온라인 및 H&B 채널 집중적으로 육성하여 경쟁력 제고

수익 사업

- HDB / Refreshment는 국내에서 시장 점유율 경쟁 우위를 유지하고 있으나, 이를 유지하기 위한 디지털 채널 공략 강화와 영업·생산·물류 효율 개선 중
 - 프리미엄 제품 / 고마진 카테고리 확대로 수익성 개선 기회 지속 형성
 - 온라인 채널 경쟁력 제고를 통한 채널 믹스 변화 추진
 - 효과적인 원가 관리를 위한 사업 / 관리 효율성 제고

2) 사업현황

사업별 실적



3. 목표 설정

기업가치 제고 추진 방향



4. 계획 수립

기업가치제고 실행방안 1) 실적 개선

전사 비전

Global BPC Company (Asia Top 5)

Beauty

- 1 브랜드 마케팅 강화를 통한 중국 사업 Revitalization
- 2 북미 사업 확대 및 신규 시장 진출 통한 글로벌 경쟁력 확보
- 3 유통 채널 전략 다각화 통한 국내 사업 경쟁력 강화

HDB

- 1 온라인 경쟁력 강화로 국내시장 지배력 확대
- 2 프리미엄 브랜드 중심 해외 사업 확대

Refreshment

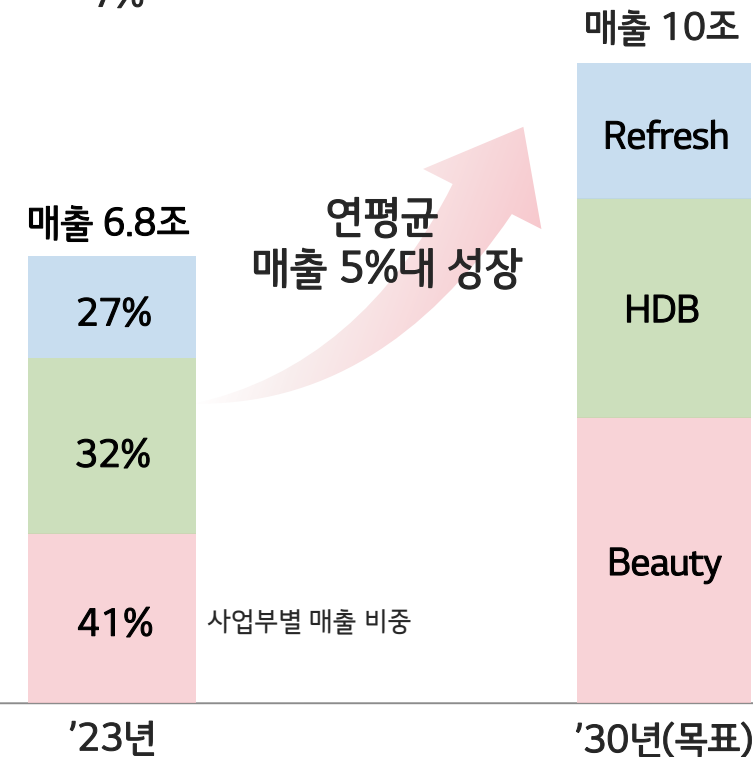
- 1 Cost 합리화를 통한 구조적 경쟁력 확보
- 2 신규 카테고리 진출로 매출 성장 기반 확보

전사 공통

Global Management 체계 구축을 통한 경영관리 고도화

2030년 경영목표 (성장성 및 수익성 제고)

영업이익률 개선



4. 계획 수립

기업가치제고 실행방안 2) 주주환원 강화

2025-2027년 주주 환원 계획

1 배당성향 30% 이상 (2025년 지급분부터)

연결 지배주주 순이익의 30% 이상으로 상향

2 중간 배당금 지급

연 1회 정기배당 외 중간배당 추가 실시

3 배당 예측 가능성 제공

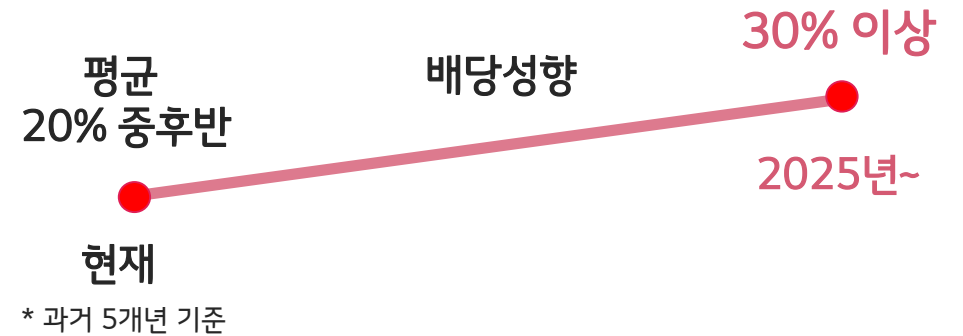
'선 배당액 확정, 후 배당기준일 설정' 구조 도입

4 자사주 소각

보유중인 자사주*를 3년간(2025~2027년) 전량 소각

* 보통주 958,412주(6.1%), 우선주 3,438주(0.2%)

- 자사주 지분율은 주식 종류별 발행주식수 대비 비율임.



자사주 규모

우선주
(3,438주)

보통주
(958,412주)

'24년 현재

2025~2027년

향후 3년간 전량 소각 예정

* 단, 연도별 소각 수량은 미확정

4. 계획 수립

기업가치제고 실행방안 3) 지배구조 추가 개선

지배구조 핵심지표 준수율 상향

지배구조 핵심지표*		2024년 공시 (23년 기준)	2025년 목표 (24년 기준)
주주	① 주주총회 4주 전에 소집공고 실시	O	O
	② 전자투표 실시	O	O
	③ 주주총회의 집중일 이외 개최	O	O
	④ 현금배당 관련 예측가능성 제공	X	O
이사회	⑤ 배당정책 및 배당실시 계획을 연 1회 이상 주주에게 통지	O	O
	⑥ 최고경영자 승계 정책 마련 및 운영	O	O
	⑦ 위험관리 등 내부통제정책 마련 및 운영	O	O
	⑧ 사외이사가 이사회 의장인지 여부	X	X
	⑨ 집중투표제 채택	X	X
	⑩ 기업가치 훼손 또는 주주권익 침해에 책임이 있는 자의 임원 선임을 방지하기 위한 정책 수립 여부	O	O
내부감사 기구	⑪ 이사회 구성원 모두 단일성(性)이 아님	O	O
	⑫ 독립적인 내부감사부서(내부감사업무 지원 조직)의 설치	O	O
	⑬ 내부감사기구에 회계 또는 재무 전문가 존재 여부	O	O
	⑭ 내부감사기구가 분기별 1회 이상 경영진 참석없이 외부감사인과 회의 개최	O	O
	⑮ 경영 관련 중요정보에 내부감사기구가 접근할 수 있는 절차를 마련하고 있는지 여부	O	O
지배구조 핵심지표 준수율		80%	87%

당사는 기업지배구조 핵심지표들을
높은 수준으로 준수하고 있으며,
향후에도 유지 및 제고할 계획임

[개선 계획]

핵심지표 준수율 87% 달성

- 현금배당 관련 예측가능성 제공 예정
배당기준일 이전에
이사회에서 배당안 결의 후 공시

* 한국거래소 '기업지배구조보고서 가이드라인' 기준

5. 소통

투명한 정보 공개 및 소통 지속을 통한 주주 권익 강화

투명한 정보 공개

- 연간 실적발표 및 IR일정 사전 안내
- 주요 경영진 참여 분기별 실적 발표 진행
- 정기 및 수시 공시 실시

국내외 주주/투자자 소통

- IR미팅 및 컨퍼런스콜 등 주주/투자자 소통 진행 (수시)
- 증권사 주관 국내 및 해외 IR 컨퍼런스 행사 참여
- 영문 홈페이지 IR정보 제공 및 영문 공시 확대

주주 권익 강화

- 주주총회 전자투표제 도입 및 의결권 대리 행사 권유
- 국·영문 의안설명서 등 주총서류 제공
- 배당 예측 가능성 강화로 주주들의 투자 판단 지원

