

애경산업 2026.2Q 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.

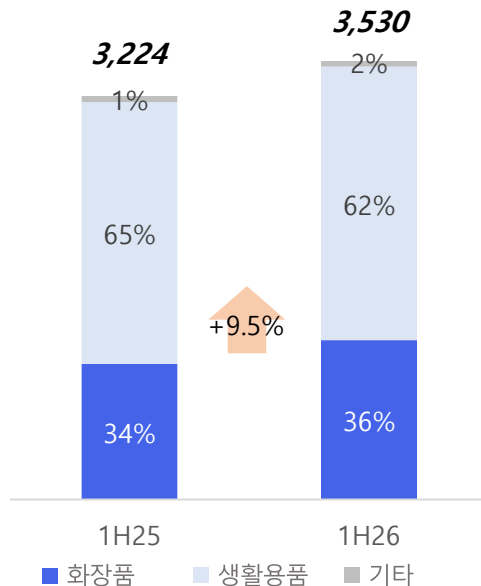
01. 26년 상반기 경영성과 요약

전사 매출액 3,530억 원 YoY 9.5% 증가, 영업이익 29억 원 YoY 82.9% 감소

- **화장품**: 매출액 1,272억 원 (YoY +17.3%), 영업이익 26억 원 (YoY -67.6%)
- **생활용품**: 매출액 2,189억 원 (YoY +4.7%), 영업이익 6억 원 (YoY -93.8%)

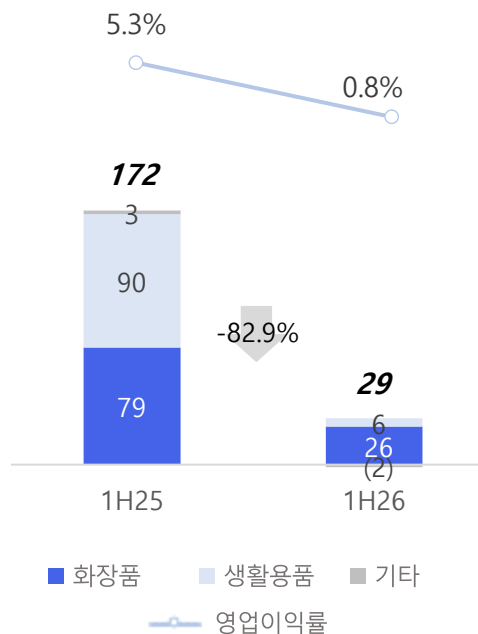
매출액

(단위: 억 원)



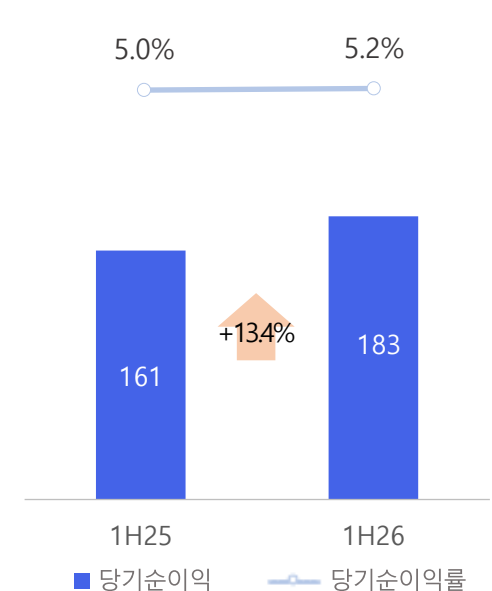
영업이익

(단위: 억 원)



당기순이익

(단위: 억 원)



01. 26년 2분기 경영성과 요약 (3개월)

전사 매출액 1,942억 원 YoY 13.3% 증가, 영업이익 45억 원 YoY 59.4% 감소

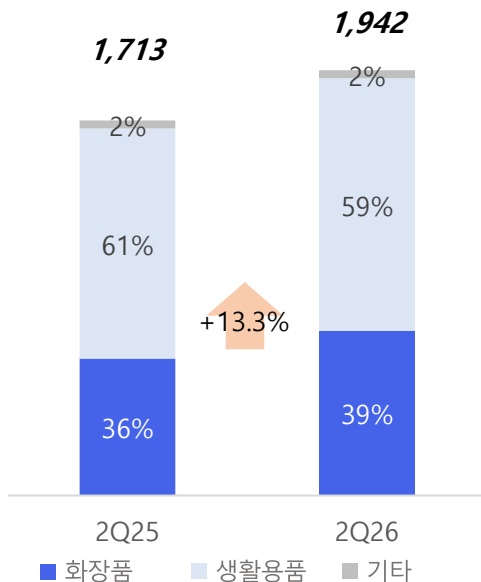
화장품 및 퍼스널케어 글로벌 성과에 힘입어 분기 최대 매출액 달성

전사 글로벌 매출 비중 2Q25 35% → 2Q26 42%로 확대, YoY 35% 증가

- **화장품**: 매출액 753억 원 (YoY +20.5%), 영업이익 41억 원 (YoY -39.6%)
- **생활용품**: 매출액 1,152억 원 (YoY +9.6%), 영업이익 4억 원 (YoY -91.4%)

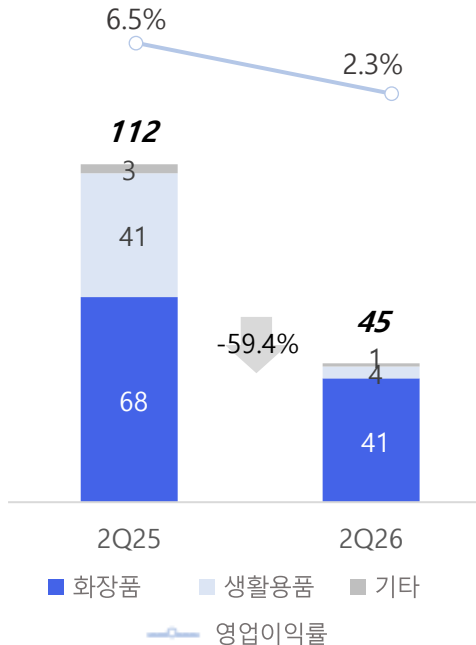
매출액

(단위: 억 원)



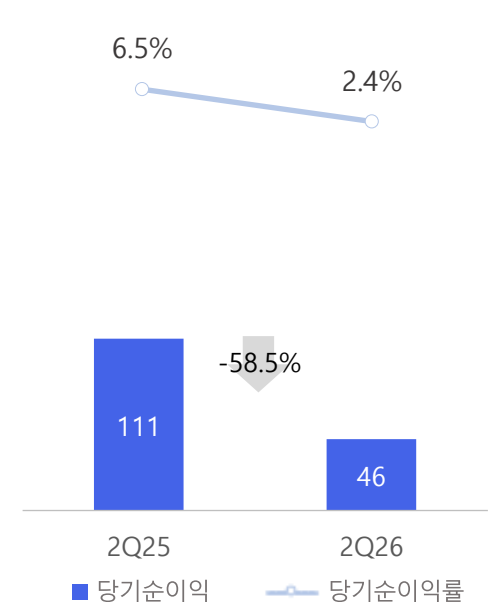
영업이익

(단위: 억 원)



당기순이익

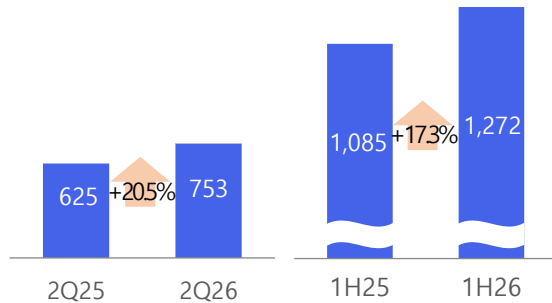
(단위: 억 원)



02. 사업부별 성과 (화장품)

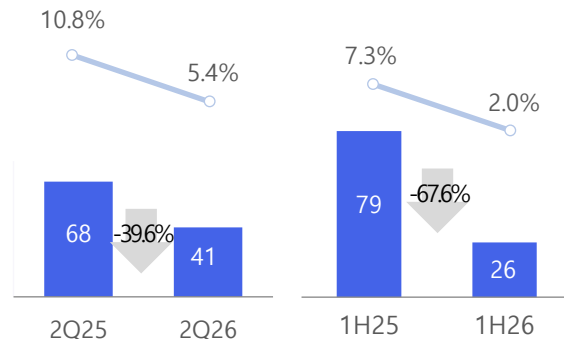
매출액

(단위: 억 원)



영업이익

(단위: 억 원)



누적 매출액 1,272억 원 YoY 17.3% 증가, 영업이익 26억 원 YoY 67.6% 감소

2Q26 Highlight

● 중국실적 회복세 및 중국 외 글로벌 확장 통해 시장 다변화 노력

- 중국 사업구조 재편 안정화 및 온·오프라인 채널 강화로 실적 회복세
- 일본 루나 오프라인 신상품 출시하여 입점 매장 확장 및 AGE20'S 큐텐 행사 실적 호조 (AGE20'S 행사 참여 제품 베이스메이크업/UV케어/포인트메이크업 부문 1위 기록)
- 미국 올리브영 매장 입점하며 오프라인 채널 본격 진출(AGE20'S 53 SKU, LUNA 23 SKU)
- 러시아 골드애플, 이커머스 채널 확대 등 다양한 글로벌 채널 확대

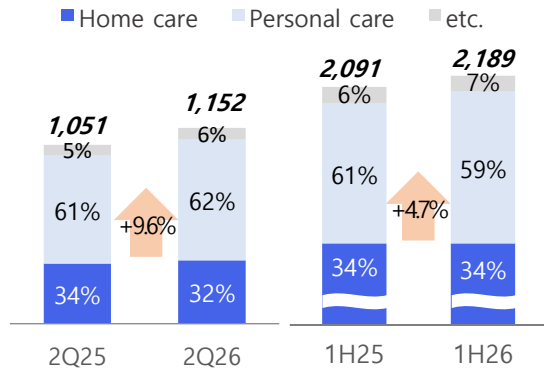
● 브랜드 경쟁력 제고를 위한 신규 전략상품 육성 및 마케팅 투자 강화

- AGE20'S 최미나수 모델 발탁 및 무빙카 팝업 행사 진행하며 소비자 접점 확대
- LUNA 일본 체험형 팝업스토어 운영 및 디지털 마케팅 통해 일본 시장 내 브랜드 인지도 확산
- 자회사 원씽 흡수합병 및 핵심 라인인 병풀 제품군 강화하며 브랜드 재정비
- 신규 카테고리 내 트렌디한 신제품 지속 출시하며 제품 포트폴리오 강화 노력 (AGE20'S 멜라디펜스 기미 선크어, 루나 립앤티크, 포인트 마스크라 클렌저·팩클렌저, 시그닉 아이크림 3종)

03. 사업부별 성과 (생활용품)

매출액

(단위: 억 원)



누적 매출액 2,189억 원 YoY 4.7% 증가, 영업이익 6억 원 YoY 93.8% 감소

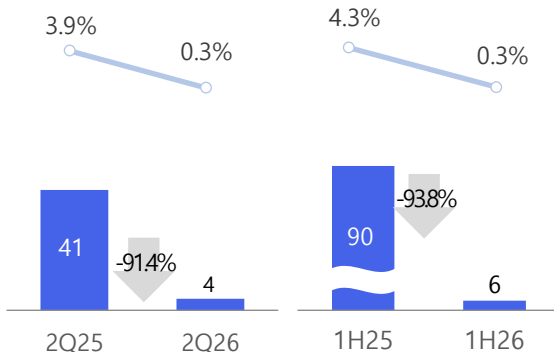
2Q26 Highlight

● 미주/유럽 중심으로 헤어케어·바디케어 글로벌 실적 지속 성장

- 미국 월마트 바디케어(샤워메이트, 립센트)에 이어 헤어케어(케라시스) 제품 입점 확대 (케라시스 극손상모 전문 라인 3종 미국 월마트 오프라인 매장 390개 점 및 온라인몰 동시 진출)
- 유럽(폴란드, 독일), 남미(브라질, 파라과이 등), 러시아·CIS 등 케라시스 글로벌 매출 지속 확장
- 북미·유럽(샤워메이트), 중국·일본(립센트) 바디케어 브랜드 중심 성장 가속화
- 국내 오프라인 채널 부진하나 온라인 중심으로 채널 재편 지속

영업이익

(단위: 억 원)



● 퍼스널케어 및 프리미엄 중심의 제품 확대 및 글로벌 마케팅활동 강화

- 헤어케어·바디케어의 글로벌 인지도 강화를 위한 본격 글로벌 마케팅활동 전개
 - K-팝·뷰티 결합 마케팅 전개(브라질 KPOP 랜덤플레이댄스 챌린지 개최, 카자흐스탄 KPOP STARKAZAKHSTAN 메인 스폰서 참여)
 - 인스타그램, 유튜브 등 SNS 광고 및 인플루언서 협업 콘텐츠 제작
 - 코스모프로프 라스베이거스 2026 참가
- 케라시스: 국가별 차별화된 제품 포트폴리오 운영 (미국: 프로폴리스 헤어 본딩, 유럽: 알피스트, 시카라보, 러시아·CIS: 케라시스 퍼퓸 및 맨즈 라인 등)
- 블랙포레(탈모전문샴푸): 차세대 헤어케어 브랜드 육성을 위한 국내 온·오프라인 캠페인 확대
- 립센트(퍼퓸 바디케어 브랜드): 일본 오프라인 채널 프로모션 진행(마츠모토키요시 여름 SALE 프로모션, 아인즈엔토르페 시즌 행사 참여)

Appendix. 요약 연결재무제표

1. 연결재무상태표

(단위: 백만 원)

과목	2025.12	2026.2Q
자산총계	497,809	533,854
유동자산	290,219	326,712
- 현금 및 현금성자산	68,627	124,731
비유동자산	207,589	207,141
부채총계	98,740	120,939
유동부채	91,357	111,837
비유동부채	7,383	9,102
자본총계	399,069	412,915
자본금	26,410	26,410
자본잉여금	143,471	143,582
자본조정	(33,956)	(34,066)
이익잉여금	262,216	275,486
기타포괄손익누계액	927	1,503

* 현금 및 현금성자산: 현금 및 현금성자산과 단기금융상품의 합

2. 연결포괄손익계산서

(단위: 백만 원)

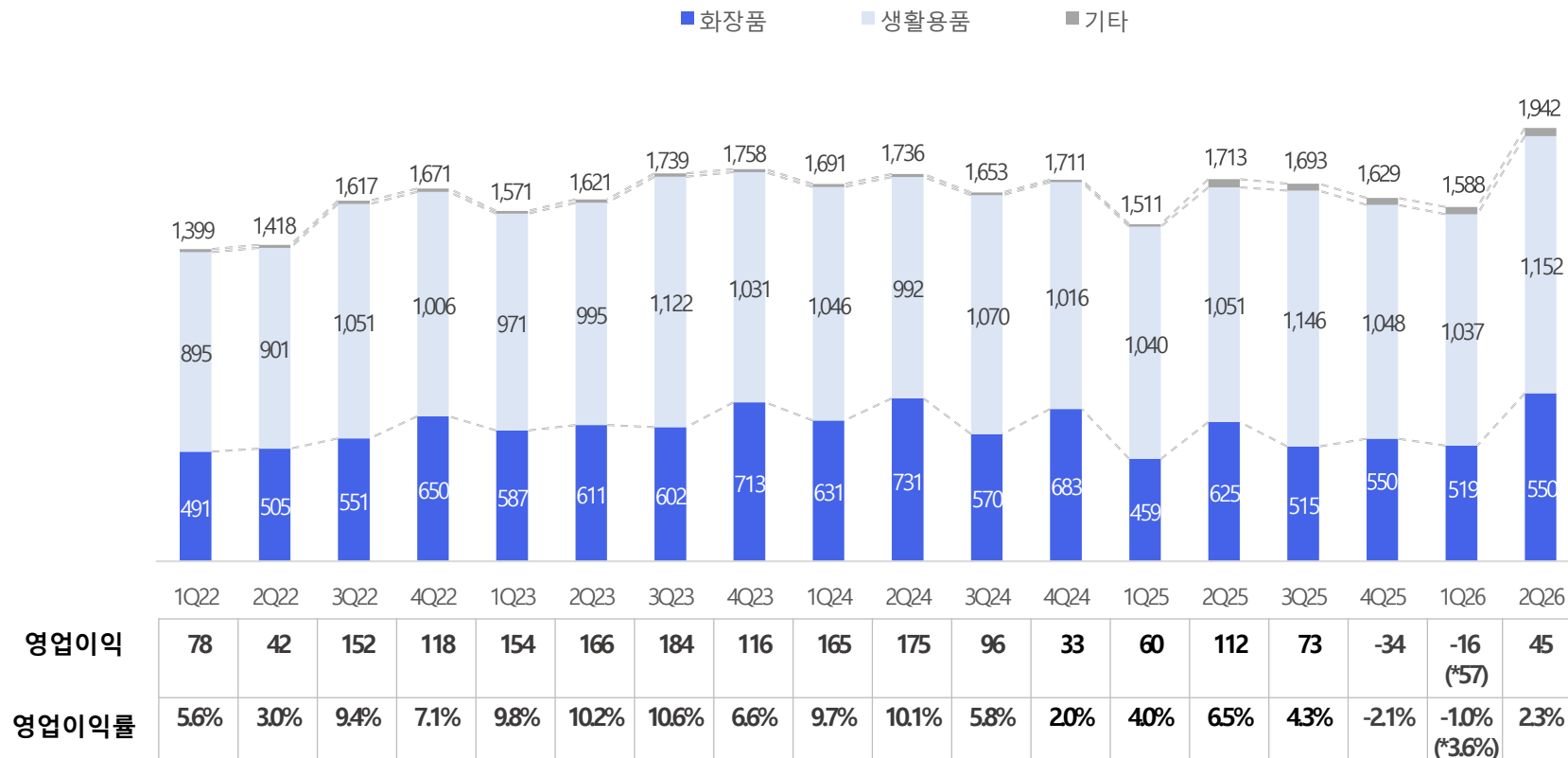
과목	2025.2Q	2026. 2Q
매출액	171,311	194,165
매출총이익	77,888	108,203
판매관리비	66,734	81,435
영업이익	11,154	4,527
영업외손익	704	1,605
법인세차감전순이익	11,858	6,132
법인세비용	739	1,520
당기순이익	11,118	4,611

Appendix. 분기별 경영성과 추이

26년 2분기 전사 매출액 1,942억 원 QoQ 22.3% 증가, 영업이익 45억 원 QoQ 흑자전환

매출액 및 영업이익

(단위: 억 원)



*일회성 비용
제외 기준