



KOSDAQ | 내구소비재와의류

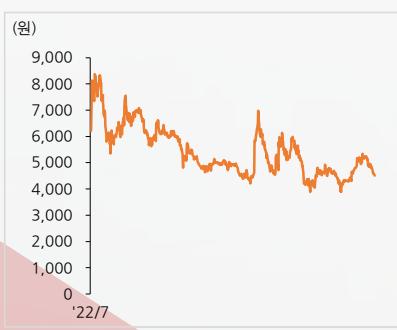
# 현대바이오랜드 (052260)

## 체질 개선, 그리고 신규 면거리 장착

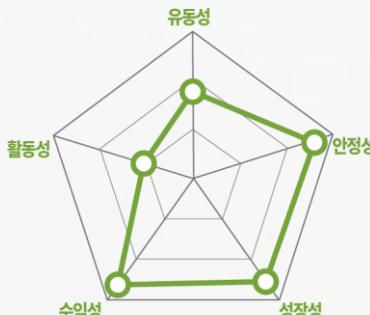
### 체크포인트

- 현대바이오랜드는 국내 화장품·건강기능식품 천연소재 분야 1위 기업으로, 글로벌 수준의 기술력과 생산 인프라를 보유
- 2020년 현대백화점 그룹으로 편입된 이후 사업 구조 효율화와 함께 유통 네트워크를 기반으로 외형 확장을 가속화
  - 비효율 해외법인과 생산거점을 정리하고, 고수익성 소재·의료기기에 집중하면서 영업이익 개선이 본격화됨
  - 고객 포트폴리오 다변화를 통해 아누아스킨푸드 등 인디브랜드 중심으로 매출 기반을 확대하며 성장 동력 확보
  - 네슬레 헬스사이언스의 건기식 브랜드 국내 독점 유통으로 2024년부터 매출 급증, 2025년 추가 브랜드 확장으로 성장 가속화 전망
- 2025년 예상실적 기준 밸류에이션은 PER 31.5배, PBR 1.0배, PSR 1.0배 수준. 중국 해문법인 매각에 따른 중단영업에서 발생한 일회성 법인 세 비용요인 제거 시 PER 갭 축소되며 저평가 매력 부각 가능

### 주가 및 주요이벤트



### 재무지표

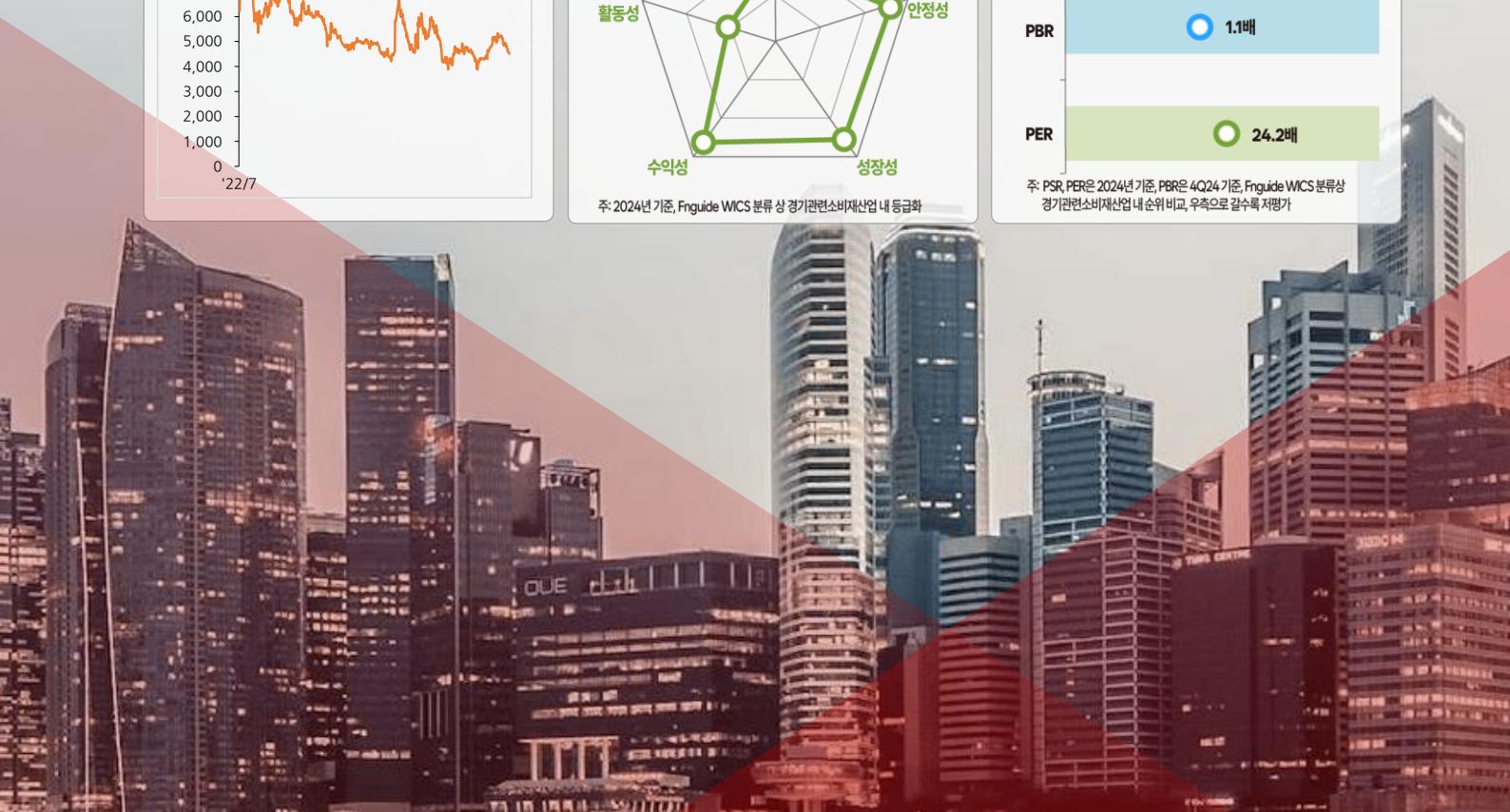


주: 2024년 기준, Fnguide WICS 분류 상 경기관련소비재산업 내 등급화

### 밸류에이션 지표



주: PSR, PER은 2024년 기준, PBR은 4Q24 기준, Fnguide WICS 분류상 경기관련소비재산업 내 순위 비교, 우측으로 갈수록 저평가



# 현대바이오랜드 (052260)

Analyst 박선영 sypark@kirs.or.kr

RA 정수현 sh.jeong@kirs.or.kr

KOSDAQ

내구소비재와의류

## R&D 기반 기능성 소재 개발 및 생산 전문성

현대바이오랜드는 발효-추출-콜라겐 가공 등 독자적 기술을 기반으로 화장품·건강기능식품 소재를 개발·생산하는 전문기업. 특히 국내 B2B 히알루론산 시장 1위로, 대량 생산과 맞춤형 공급 역량을 바탕으로 국내 및 글로벌 화장품 브랜드에 원료를 공급. 또한 마치현 추출물, 발효 효소, 개별인정 형 원료 등 다양한 포트폴리오를 확보해 안정적 매출 기반과 차별화된 경쟁력을 보유

## 사업 구조 효율화와 그룹 시너지 기반의 새로운 성장 사이클 진입

동사는 현대백화점 그룹 편입 이후 비효율 해외법인과 생산거점 정리, 고수익성 사업에 집중하는 사업 효율화를 추진, 2023년부터 영업이익이 개선되며 수익성 회복이 가시화됨. 제주공장 및 중국 해문법인 매각으로 고정비 부담을 줄였으며, 인디브랜드(아누아, 스킨푸드 등) 고객사 확대를 통해 매출 다변화를 이끌어냄. 동시에 그룹 유통망과 마케팅 인프라를 활용, 네슬레 헬스사이언스와 협업, '솔가', '바이탈프로틴' 등 글로벌 건기식 브랜드의 국내 독점 유통을 통해 신규 매출을 창출함. 2025년에도 신규 브랜드 2개가 추가되며 브랜드 사업 매출 확대가 예상됨. 이를 통해 10여 년간의 매출 정체기를 끝내고, 수익성과 성장성을 겸비한 새로운 성장 사이클에 진입함

## 브랜드 사업 성장 모멘텀과 구조조정 효과, 저평가 매력에 주목

2025년 연결실적은 매출액 1,349억원, 영업이익 198억원, 지배주주순이익 43억원을 전망. 2024년에 이어 2025년에도 브랜드 사업부문이 매출성장을 견인하고, 하반기부터는 고수익성의 의료기기 증설효과가 더해지며 수익성을 방어할 전망. 2025년 예상실적 기준 베이스에선 PER 31.5배, PBR 1.0배, PSR 1.0배 수준. 중국 해문법인 매각에 따른 중단영업에서 발생한 일회성 법인세 비용요인 제거 시 PER 갭 축소되며 저평가 매력 부각 가능

### Forecast earnings & Valuation

	2021	2022	2023	2024	2025F
매출액(억원)	1,028	992	967	1,195	1,349
YoY(%)	15.6	-3.5	-2.5	23.6	12.9
영업이익(억원)	107	91	135	164	198
OP 마진(%)	10.4	9.1	13.9	13.7	14.7
지배주주순이익(억원)	-117	48	81	57	43
EPS(원)	-390	159	269	190	143
YoY(%)	적지	흑전	69.1	-29.2	-24.6
PER(배)	N/A	42.3	18.6	23.8	31.5
PSR(배)	2.5	2.0	1.5	1.1	1.0
EV/EBITDA(배)	14.4	13.9	8.1	6.3	5.0
PBR(배)	2.1	1.6	1.1	1.0	1.0
ROE(%)	-8.9	3.7	6.1	4.2	3.1
배당수익률(%)	0.4	0.5	0.7	1.6	1.6

자료: 한국IR협의회 기업리서치센터

### Company Data

현재주가 (8/19)	4,515원
52주 최고가	6,140원
52주 최저가	3,890원
KOSDAQ (8/19)	787.9p
자본금	150억원
시가총액	1,355억원
액면가	500원
발행주식수	30백만주
일평균 거래량 (60일)	9만주
일평균 거래액 (60일)	4억원
외국인지분율	3.34%
주요주주	현대퓨처넷 35.00%

### Price & Relative Performance



### Stock Data

주가수익률(%)	1개월	6개월	12개월
절대주가	-13.2	-4.9	-22.7
상대주가	-9.6	-6.1	-23.7

### 참고

1) 표지 재무지표에서 안정성 지표는 '이자보상배율', 성장성 지표는 '매출액 증가율', 수익성 지표는 '영업이익률', 활동성지표는 '총자산회전율', 유동성지표는 '유동비율'. 2) 표지 베이스에이션 지표 차트는 해당 산업군내 동사의 상대적 베이스에이션 수준을 표시. 우측으로 갈수록 베이스에이션 매력도 높음.



## 기업 개요

### 1 회사 개요

#### 국내 화장품·건강기능식품

#### 천연소재 분야 1위 기업

현대바이오랜드는 1995년 설립된 국내 화장품·건강기능식품 천연소재 분야 1위 기업으로, 글로벌 수준의 기술력과 생산 인프리를 보유하고 있다. 동사는 다양한 천연소재로부터 인체 유효 성분을 추출·발효·정제·농축하는 독자 기술을 보유하고 있으며, 이를 바탕으로 화장품원료, 건강기능식품원료, 바이오메디컬(의료기기), 원료의약품 등을 제조 및 판매하고 있다. 사업 초기, 동사는 생명공학연구소 설립, (주)태평양(현 아모레퍼시픽) 생화학사업부문(안산공장) 영업양수 등을 통해 발효 및 천연물 추출 기술을 확보하며 화장품·식품 소재 사업의 핵심기반을 다졌다. 2005년에는 조직운행 설립 및 오창공장 준공 등을 통해 의료기기 사업에 진출하였으며, 2011년에는 오송 화장품·의약품 원료 공장을 준공하여 생산역량을 한층 강화하였다.

동사는 2014년 이택선 외 4인에서 SKC(주)로 최대주주가 변경되고, 2015년 SK(주) 계열사로 편입, 2016년 바이오랜드에서 SK바이오랜드로 사명을 변경하였다. 2020년에는 (주)현대퓨처넷(구, 현대HCN)이 기존 최대주주 SKC로부터 지분을 인수하여 최대주주가 변경되었으며, 동사는 SK바이오랜드에서 현대바이오랜드로 사명을 변경하고 (주)현대백화점 계열사로 편입되었다.

2020년 현대백화점 그룹으로 편입된 이후에는 사업 구조 효율화와 함께 유통 네트워크를 기반으로 외형 확장을 가속화하고 있다. 화장품 원료 생산 설비 및 관리 효율화의 일환으로 2022년 제주공장과 2025년 HYUNDAI BIOLAND JIANGSU(해문법인)를 매각하는 등 사업 구조 효율화를 통해 수익성 개선을 개선하고 있다. 또한 2024년부터 글로벌 식품기업 네슬레 그룹과 전략적 파트너십을 체결하고, 인기 건강기능식품 브랜드의 국내 독점 유통을 시작하며 브랜드 사업에 진출하였다.

2025년 6월말 기준, 동사의 최대주주는 현대퓨처넷(35.0%)이며, 특수관계인은 없다.

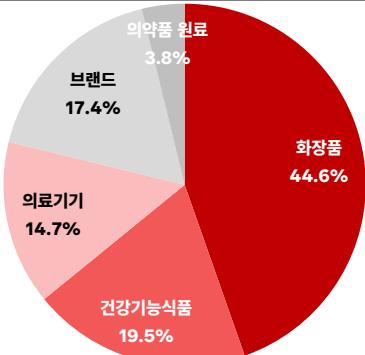
2025년 6월 말 기준, 동사는 종속기업으로는 중국 상하이 소재의 마케팅 및 원료 소싱을 담당하는 BIOLAND BIOTEC(지분율 100%)이 있다. BIOLAND BIOTEC의 2024년 실적은 매출액은 2.4억원, 당기순손실 1.3억원 수준이다. 참고로, 동사는 중국사업 효율화를 위해 2024년 12월 중국현지기업(SeeBiotech)을 대상으로 중국 내 화장품 소재 생산을 담당하던 HYUNDAI BIOLAND JIANGSU(해문법인) 100% 지분양도계약을 체결하였으며, 2025년 2월 매각이 완료되어 연결 대상에서 제외되었다.

## 연혁

1995~2004 화장품, 식품 소재 사업 기반 확보	2005~2018 신사업 편성 및 역량 강화	2019~ 현대백화점 그룹 편입 및 신상장 동력 확보
<p>1995 (주)바이오랜드 설립</p> <p>1997 (주)바이오랜드 생명공학연구소 설립</p> <p>2000 ISO 9001 인증</p> <p>2001 코스닥 시장 상장</p> <p>생명공학연구소 준공</p> <p>원료의약품 제조 허가 인가</p> <p>2003 ISO 14001 인증</p> <p>BGMP 승인</p> <p>2004 (주)태평양 생화학사업부 인수</p> <p>안산 생명공학연구소 및 제주분원 설립</p>	<p>2005 바이오메디컬 생산공장 준공(충북 오창)</p> <p>조직은행 설립 허가</p> <p>2006 중국 상해 현지법인 설립</p> <p>의료기기 품질관리 기준 적격업체 승인</p> <p>2011 화장품/의약품 원료 신공장 준공(충북 오송)</p> <p>2012 안산공장 GMP 승인</p> <p>오송공장 BGMP 승인</p> <p>2013 천안불 수출의 탑 수상</p> <p>2014 중국 해문 화장품 소재 공장 준공</p> <p>2018 중국 해문 마스크팩 공장 준공</p>	<p>2019 프리미엄 브랜드 리바이어리(ReXRe) 편성</p> <p>2020 현대백화점 그룹 편입</p> <p>2022 제주공장 매각</p> <p>2024 건강기능식품 브랜드 사업 진출</p> <p>2025 해문공장 매각</p>

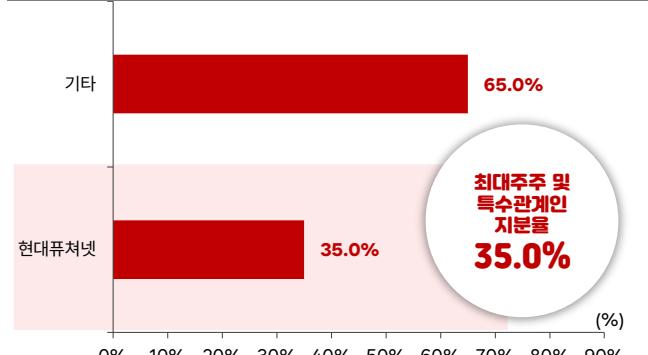
자료: 현대바이오랜드, 한국IR협의회 기업리서치센터

## 부문별 매출 비중(2024년 연간 기준)



자료: 현대바이오랜드, 한국IR협의회 기업리서치센터

## 주주 현황(2025년 6월말 기준)



자료: 현대바이오랜드, 한국IR협의회 기업리서치센터

## ② 주요 사업부문

현대바이오랜드는 1) 화장품 소재, 2) 건강기능식품 소재, 3) 의료기기, 4) 브랜드, 5) 원료의약품 총 5개 주요 사업부문을 영위하고 있다. 기존 소재 사업부문이 안정적인 현금 창출 기반을 제공하는 가운데, 의료기기와 브랜드 부문이 신성장 동력으로 자리잡으며, 균형 잡힌 사업 포트폴리오를 구축하고 있다.

2024년 연결매출 1,195억원 기준 사업부문별 매출비중은 화장품 44.6%, 건강기능식품 19.5%, 의약품원료 3.8%, 의료기기 14.7%, 브랜드 17.4%, 지역별 매출비중은 국내 78.0%, 중국 7.5%, 일본 2.2%, 기타 12.3%이다.

## (1) 화장품 소재 사업부문

## 자연 유래 천연물을 기반으로 한 고기능성 원료를 개발 및 생산

화장품 소재 사업부문은 자연 유래 천연물을 기반으로 한 고기능성 원료를 개발 및 생산하여 국내외 주요 화장품 브랜드 및 OEM 고객사에 안정적으로 공급하고 있다. 대표 제품으로는 피부 보습, 주름 개선, 피부 장벽 강화 등 화장품 기능성 원료로 가장 많이 활용되는 히알루론산(HA), 항염 효능을 지닌 마치현 추출물 등이 있으며, 특히 히알루론산의 경우 국내 최대 수준의 공급 능력을 보유하고 있다.

주요 고객사의 부침 속에서도 화장품 소재부문의 최근 5년간 매출액은 연평균 3.1% 성장하며, 2024년 기준 533억 원을 기록하였다. 신규 소재 공급 확대 및 OEM 서비스 강화를 통해 고객 다변화를 추진하며 성장을 이어 나갈 수 있

었다. 향후 소재 기술력 고도화를 중심으로 신규 성장 기반을 확보할 계획이며, 의료기기 사업부의 임상 데이터 활용 등 유관 사업 간 시너지 창출도 기대되는 부분이다.

### (2) 건강기능식품 소재 사업부문

#### 고시형 원료 및

#### 개별인정형 소재 3종 보유

건강기능식품 소재 사업부문은 자체 연구개발을 통해 식품의약품안전처로부터 인정받은 건강기능식품 소재를 안전하고 우수한 품질로 생산하고 있다. 홍삼 등 100여 종 이상의 고시형 원료와 간 건강, 무릎 건강, 체지방 감소와 관련된 개별인정형 소재 3종을 보유하고 있다.

국내 건강기능식품 시장의 가격 경쟁 심화로 인해, 최근 5년간 매출액은 연평균 4.7% 성장하며 2024년 기준 233 억원을 기록하였다. 이에 대응하여 현대바이오랜드는 트렌드 기반의 신규 소재 출시와 개별인정형 확대 전략을 병행하고 있다. 2024년 카무트(호리산밀), 2025년 니파팜(해죽순) 등 신규 소재를 선보였으며, 현재 스트레스 개선, 면역 기능 개선에 관한 개별인정형 소재 2종의 허가도 진행 중이다.

### (3) 의료기기 사업부문

#### 조직재생을 위한 의료용 생체소재

#### 주로, 치과용 골이식재 및 차폐막,

#### 상처 재생용 창상피복재 등

의료기기 사업부문은 조직재생을 위한 의료용 생체소재를 개발 및 판매하고 있다. 주요 제품군은 치과용 골이식재 및 차폐막, 상처 재생용 창상피복재 등으로 구성되어 있으며, 치과, 피부과, 정형외과 등 다양한 진료 분야에 공급되고 있다. 특히, 전사 내 가장 수익성이 높은 사업부로서 매출 성장은 곧 전사 차원의 수익성 개선으로 직결되는 구조를 갖추고 있다.

조직재생 수요 증가에 힘입어 최근 5년간 매출액은 연평균 13.2% 고성장하며 2024년 기준 176억 원을 기록하였다. 기존 Capa 부족으로 인해 수요 대응에 한계가 있었으나, 2025년 3월 치과용 차폐막과 창상피복재 생산라인을 2배로 증설 완료하였으며, 상반기 내 수율 안정화 작업이 마무리됨에 따라, 하반기부터는 본격적인 증설 효과가 반영될 것으로 기대된다.

### (4) 브랜드 사업부문

#### 인기 수입 건강기능식품 브랜드

#### 국내 독점 유통사업

브랜드 사업부문은 글로벌 헬스케어기업 네슬레 헬스사이언스와의 전략적 파트너십을 기반으로, 인기 수입 건강기능식품 브랜드의 국내 독점 유통사업을 전개하고 있다. 2024년 SOLGAR(미국 멀티비타민), VITAL PROTEINS(미국 콜라겐 1위), Puritan's Pride(종합 비타민), EGMONT HONEY(마누카 꿀) 등 4개 브랜드 유통을 시작으로, 2025년에는 NUUN(전해질 보충제), GO Healthy New Zealand(종합 건강기능식품)가 추가되어 총 6개 브랜드로 확대되었다.

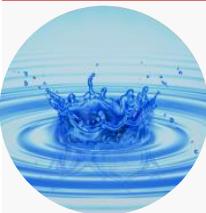
사업 개시 첫 해인 2024년 매출액은 208억원을 기록하였다. 상품 유통 특성상 수수료 지급 구조로 인해 마진이 낮은 한계는 있으나, 브랜드 추가에 따른 볼륨 확대 및 비용 효율화를 통한 수익성 개선 여지가 있다. 장기적으로는 파트너십 확대 및 자사 건강기능식품 소재 경쟁력 제고로도 이어질 것으로 기대된다.

### (5) 원료의약품 사업부문

원료의약품 사업부문은 천연추출물 정제 기술을 바탕으로 애엽, 황백, 치자, 산초 등의 한약재 원료로부터 다양한 제형의 제품을 생산하여 국내 주요 제약사에 공급하고 있다.

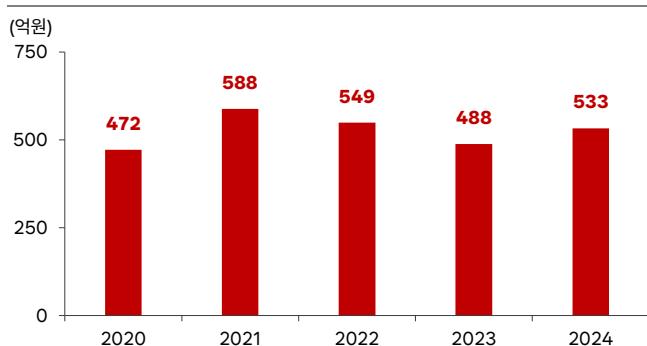
그동안은 신약 출시 정체, 식약처 허가 등으로 인해 매출 규모가 연간 30억원 수준에 머물렀으나, 2023년부터 중국산 원료의약품을 도입하여 상품 판매를 시작하면서 매출 규모가 50억원 수준으로 증가하였다. 상품 판매는 고객사의 니즈 충족과 매출 불량 확대 측면에서 기여하고 있으며, 상품 판매를 통한 불량 확대 움직임은 지속될 것으로 보인다.

#### 화장품 소재 사업부문 주요 제품

마치현 추출물	히알루론산	월귤나무
		
피부 보호 및 자극 완화	피부 보습력 증진 및 탄력 유지	피부 미백 및 기미, 점 생성 억제

자료: 현대바이오랜드, 한국IR협의회 기업리서치센터

#### 화장품 소재 사업부문 매출액 추이



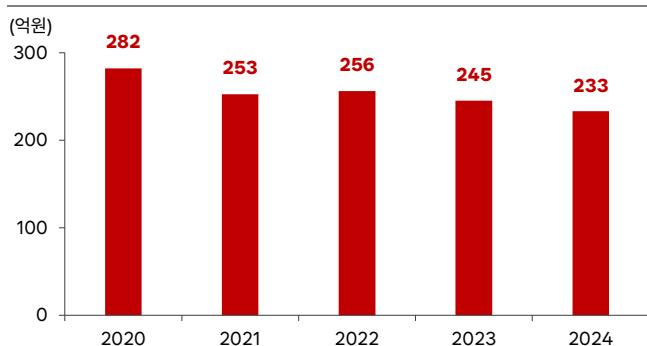
자료: 현대바이오랜드, 한국IR협의회 기업리서치센터

#### 건강기능식품 소재 사업부문 주요 제품

홍삼농축액	발효우슬등복합물	발효율피추출분말
		
고시형 원료 면역력 증진 및 항산화	개별인정형 원료 관절 건강에 도움	개별인정형 원료 체지방 감소에 도움

자료: 현대바이오랜드, 한국IR협의회 기업리서치센터

#### 건강기능식품 소재 사업부문 매출액 추이



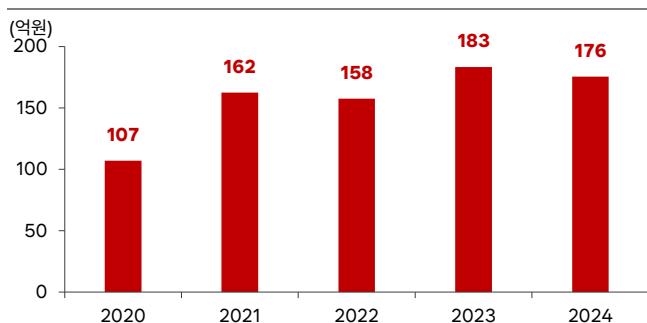
자료: 현대바이오랜드, 한국IR협의회 기업리서치센터

#### 의료기기 사업부문 재생의료 제품



자료: 현대바이오랜드, 한국IR협의회 기업리서치센터

#### 의료기기 사업부문 매출액 추이



자료: 현대바이오랜드, 한국IR협의회 기업리서치센터

## 브랜드 사업부문 유통 브랜드



자료: 현대바이오랜드, 한국IR협의회 기업리서치센터

## 의약품 원료 사업부문 매출액 추이



자료: 현대바이오랜드, 한국IR협의회 기업리서치센터

## ③ 생산설비 등

## 오송공장: 화장품/의약품 원료생산

현대바이오랜드는 화장품·건강기능식품 소재, 재생의료기기, 의약품 원료 등을 영위하는 소재 전문기업으로, 사업부문에 따라 국내 3개 공장(오송·안산·오창)을 통해 전문화된 생산거점을 갖추고 있다.

## 안산공장: 건기식 원료생산

## 오창공장: 재생의료기기생산

오송공장은 추출·분리·융복합·제형·효능평가 역량을 기반으로 한 화장품 및 의약품 원료 생산공장이다. EFfCI(유럽화장 품원료협회 인증), API-GMP(원료의약품 제조 및 품질관리 기준), ISO9001(품질경영시스템 국제규격) 등 인증을 보유하고 있다.

안산공장은 발효, 추출, 정제, 생물전환 기술을 기반으로 한 건강기능식품 원료 생산공장이다. 식품 GMP(식품 제조 및 품질관리 기준), HACCP(식품 안전관리 인증 기준), ISO9001(품질경영시스템 국제규격) 인증을 보유하고 있다.

오창공장은 생체고분자 제조, 폴리머 응용, 조직재생 기술을 바탕으로 한 재생 의료기기 생산공장이다. 의료기기 GMP(의료기기 제조 및 품질관리 기준), ISO13485(의료기기 품질경영시스템 국제규격), CE-MDR(유럽의료기기 규정), FDA(미국식품의약품관리청) 인증 등을 보유하고 있다.

또한 동사는 생산 효율화를 위해 비핵심 자산을 정리해 왔다. 2022년 제주공장을 매각해 화장품 원료 생산 설비 및 관리 효율화를 추진하였으며, 2025년 3월 중국 해문공장 매각을 통해 중국사업 구조 효율화를 진행했다.

## 주요 생산설비 소재 및 현황

(단위: kg, eq/천원, 천원, m<sup>3</sup>)

구분	소재지	생산능력		토지		건물		장부가 합계	비고
		수량	금액	장부가	면적	장부가	면적		
오송공장	충북 청주시	7,000,000	50,000,000	5,766,069	35,993	16,449,960	12,452	22,216,029	소유
안산공장	경기 안산시	630,000	50,000,000	16,713,462	16,756	2,158,638	12,398	18,872,100	소유
오창공장	충북 청주시	2,000,000ea	10,000,000	2,241,403	8,063	5,118,180	8,435	7,359,511	소유

자료: 현대바이오랜드, 한국IR협의회 기업리서치센터

 산업 현황**1 화장품 소재 산업****화장품 소재 산업은****글로벌 규제와 친환경, 기능성****화장품 수요 확대를 배경으로****높은 성장세를 이어갈 전망**

화장품 소재 산업은 스킨케어, 메이크업, 헤어케어, 바디케어 등 화장품 완제품 제조에 사용되는 기능성 원료·첨가제를 연구·개발·생산하는 산업이다. 여기서 '소재'란 주로 유효 성분(활성 성분), 기초 성분(기재), 첨가제 등을 포함하며, 예를 들어 보습·미백·주름개선·자외선 차단·항산화 등 특정 기능성을 부여하는 원료가 여기에 해당한다. 소재 산업은 완제품 산업과 달리 B2B 구조를 중심으로, 글로벌 규제 기관(한국 식품의약품안전처, EU의 화장품 규정, 미국 FDA 등)의 안전·효능 검증을 거쳐야 시장 진입이 가능하다. 최근에는 클린뷰티, 비건·친환경 원료, 바이오 기반 기능성 소재 등 고부 가가치 분야가 성장의 중심축으로 부상하고 있다.

Grand View Research에 따르면 글로벌 화장품 원료 시장 규모는 2023년 약 330억 달러에서 2030년 약 500억 달러로 확대될 전망이며, 2024~2030년 연평균 성장률(CAGR)은 약 6.0% 수준으로 예상된다. 국내 화장품 산업은 2023년 생산액 기준 약 13.7조원 규모이며, 이 중 원료 산업은 기능성 인증 확대와 K-뷰티의 해외 진출 확대를 배경으로 안정적인 성장세를 유지하고 있다. 특히 아시아·태평양 지역은 글로벌 화장품 원료 수요의 절반 이상을 차지하며, 한국은 원료 수출 경쟁력 측면에서 미백·주름개선·항산화 등 기능성 원료 분야에서 강세를 보이고 있다.

화장품 소재 산업은 1) 중국·동남아를 중심으로 한 K-뷰티 인기 지속, 2) 비건·친환경·천연 원료 수요 증가, 3) 개인 맞춤형 화장품 확산, 4) 바이오 기반 기능성 신소재 개발 가속화 등을 바탕으로 꾸준한 성장세가 전망되고 있다. 특히 글로벌 환경 규제 강화와 소비자의 ESG 인식 확산은 친환경 원료, 무자극·저탄소 제조 공정 등 지속가능성을 갖춘 소재의 시장 가치를 높이고 있다.

주요 업체로는 글로벌 시장에서 BASF(독일), Croda(영국), Givaudan(스위스), Symrise(독일), Clariant(스위스) 등 대형 화학·향료 기업이 대규모 R&D와 글로벌 공급망을 기반으로 시장을 주도하고 있으며, 국내에서는 아모레퍼시픽 R&I 센터, LG생활건강 기술연구원, 현대바이오랜드, 코스맥스바이오, 콜마비앤에이치 등이 대표적이다. 특히 일부 기업은 천연물 추출·발효 기술을 접목해 차별화된 기능성 소재를 공급하고 있다.

화장품 소재 산업은 기능성 고도화와 친환경·윤리적 가치 결합을 핵심 축으로 성장세를 이어갈 전망이다. 바이오 기반 신소재, 인공지능(AI)을 활용한 소재 개발, 마이크로바이옴·줄기세포 배양액 등 차세대 원료 상용화는 글로벌 시장에서의 경쟁 우위를 좌우할 핵심 전략으로 부각될 것으로 전망된다.

## ❷ 국내 건강기능식품 시장

### 건강기능식품 시장은

### 건강증진을 넘어, 뷰티/미용 목적

### 등으로 수요 확장이 이어지며

### 성장세가 이어질 전망

건강기능식품은 인체에 유용한 기능성을 가진 원료나 성분을 사용하여 제조/가공한 식품으로 식품의약품안전처로부터 기능성과 안정성을 인정받은 제품을 말하며, 통상 일반식품과 의약품의 중간 단계로 질병치료의 목적을 가지지는 않으나 인체에 유용한 기능성을 제공함으로써 건강 증진에 도움을 주는 식품을 말한다. 인구 고령화에 따라 건강한 삶, 자기 건강 관리에 대한 관심이 높아지고 있으며, 이에 따라 건강기능식품도 꾸준하게 성장하고 있다. 최근에는 건강뿐 아니라 뷰티/미용 목적의 건강기능식품 수요가 확대되고 있으며, 특히 코로나를 기점으로 면역력 강화, 눈피로개선 등의 수요로 확장되며 건강기능식품 산업의 고성장은 앞으로도 지속될 것으로 예상되고 있다.

한국 식품의약품안전처가 발표한 '2024 식품의약품통계연보'에 따르면, 국내 건강기능식품 시장 규모(국내 생산액과 수입액의 합에서 수출액을 차감)는 2023년 기준 약 3.83조원으로 전년 대비 4.91% 감소했으나, 2019년 2.72조원 기준으로는 최근 4년간 연평균 8.94% 성장했다. 2023년 기준 국내 생산액은 약 2.76조원으로 전년 대비 1.66% 감소했지만 최근 4년간 연평균 9.11% 성장했다. 수입액은 약 1.4조원으로 전년 대비 7.02% 감소했으나 같은 기간 연평균 성장률은 11.10%를 기록했다. 수출액은 약 0.32조원으로 전년 대비 16.45% 증가했으며 최근 4년간 연평균 성장률은 22.74%에 달해 국내 건강기능식품 산업의 해외 진출이 가속화되고 있음을 보여준다. Grand View Research에 따르면 2023년 약 24억 3,740만달러 규모였던 국내 건강기능식품 시장은 2030년 약 45억 7,930만 달러로 확대될 전망이며, 이 기간 연평균 성장률은 약 9.4%로, 글로벌 시장 성장률(CAGR 8.5%)을 상회할 것으로 전망된다.

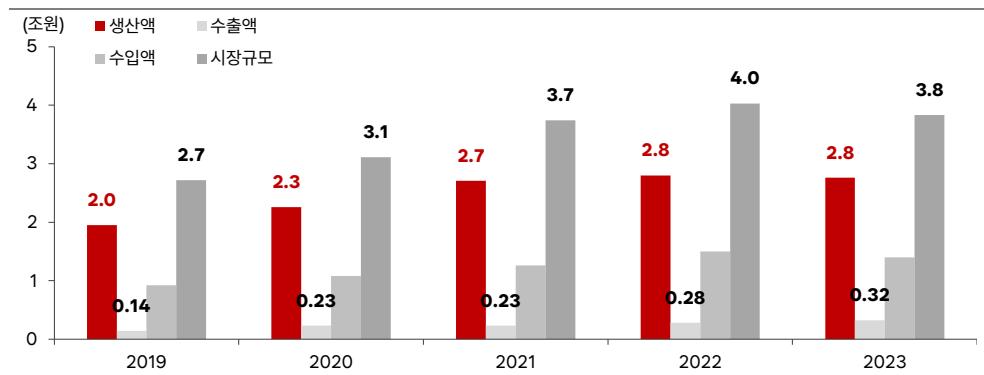
건강기능식품 소재 산업은 기능성 원료를 연구·개발·생산해 완제품 제조사(OEM·ODM 포함) 또는 브랜드사에 공급하는 B2B 산업이다. 주요 소재는 비타민, 미네랄, 아미노산, 프로바이오틱스, 식물추출물, 기능성 단백질, 오메가-3, 폴리페놀 등이며, 국내외 규제기관(식품의약품안전처, 미국 FDA, 유럽 EFSA 등)의 효능·안전성 검증 절차를 거쳐야 한다. 최근에는 유전체 분석·마이크로바이옴 연구 기반 맞춤형 영양, 바이오텍 기반 신소재, 친환경 공정 소재가 주목받고 있다.

Grand View Research에 따르면 글로벌 건강기능식품 소재 시장은 2023년 약 1,632억 달러에서 2030년 2,446억 달러로 성장할 전망이며, CAGR은 5.9% 수준이다. 성장 동인으로는 1) 고령화 및 건강수명 연장에 대한 관심 확대, 2) 코로나19 이후 면역·체력 관리 수요 증가, 3) 뷰티·미용 목적의 기능성 원료 소비 확대, 4) 유전체 분석·마이크로바이옴 연구 기반 맞춤형·고기능성 신소재 개발 등이 있다. 특히 이너뷰티(InnerBeauty) 소재는 화장품·건강기능식품 경계가 모호해지는 융합 시장을 형성하며, 기능성 단백질·콜라겐·히알루론산 등 프리미엄 제품군이 성장세를 견인하고 있다.

건강기능식품 제조사는 완제품 제조사와 소재 전문기업으로 나뉜다. 완제품 제조사(매일유업, 종근당건강, CJ웰케어, 한국야쿠르트 등)는 원료를 외부 조달하거나 일부 자체 연구소를 통해 개발하며, 소재 전문기업(노바렉스, 서흥, 코스맥스바이오, 한국바이오파 등)은 원료 개발·생산을 전담한다. 글로벌 시장에서는 DSM(네덜란드), BASF(독일), Lonza(שווי스), ADM(미국), Cargill(미국) 등이 고부가가치 원료 공급을 주도하고 있다. 글로벌 소재사는 효능·안전성·규제 대응 측면에서 높은 진입장벽을 형성하고 있으며, 국내 소재사는 OEM·ODM 네트워크와 K-푸드·K-헬스 브랜드 연계로 경쟁력을 강화하고 있다.

향후 국내 건강기능식품 산업은 고령화·맞춤형 영양, 이너뷰티, 마이크로바이옴 등을 핵심 성장축으로 글로벌 평균을 웃도는 성장세가 지속될 전망이다. 기능성 원료의 과학적 검증과 지속가능성 확보가 글로벌 경쟁의 핵심이 될 것이며, 바이오 기반 신소재와 다기능성 융합 소재의 비중이 확대되면서 국내 기업에도 글로벌 시장에서의 경쟁 기회가 커질 것으로 예상된다.

#### 건강기능식품 국내시장 추이



주: 건강기능식품 시장 규모=국내 생산액+수입액-수출액

자료: 2024식품의약품통계연보, 한국IR협의회 기업리서치센터

#### 건강기능식품 상위 5개 품목별 매출액 추이

(단위: 억원)

구분	2019	2020	2021	2022	2023
홍삼	10,598	10,609	10,472	9,848	8,953
개별인정형	5,486	6,543	8,467	8,511	7,409
프로바이오틱스	4,594	5,256	7,677	6,977	6,755
비타민 및 무기질	2,701	2,988	3,354	4,606	5,591
EPA 및 DHA 함유 유지	1,035	1,393	2,367	2,819	2,667
누계(5품목)	24,414	26,790	32,337	32,761	31,375

자료: 2023년 식품 등 생산실적(식품의약품안전처), 한국IR협의회 기업리서치센터



## 1 R&D 기반 기능성 소재 개발 및 생산 전문성

### 차별화된 R&D 경쟁력 및 생산

### 전문성을 보유한 고부가가치

### 화장품·건기식 소재 전문기업

현대바이오랜드는 화장품·건강기능식품 소재 산업에서 차별화된 연구개발(R&D) 경쟁력과 생산 전문성을 바탕으로 고기능성 소재를 연구·개발하고 상용화하여 안정적으로 공급하는 전문기업이다. 동사는 발효, 천연물 추출, 콜라겐 가공 등 다양한 바이오·화학 공정을 기반으로 독자적인 기술 포트폴리오를 구축했으며, 이를 통해 다수의 고부가가치 화장품 원료와 건강기능식품 개별인정형 소재를 고객사에 공급하고 있다.

특히 히알루론산(HA) 분야는 동사의 핵심 경쟁력으로 꼽힌다. HA는 피부 보습, 주름 개선, 피부 장벽 강화 등 화장품 기능성 원료로 가장 많이 활용되는 성분 중 하나이며, 관절·연골 건강 등 의료·건기식 영역에서도 수요가 높은 소재다. 현대바이오랜드는 국내에서 화장품용 히알루론산을 대량으로 생산할 수 있는 설비와 기술력을 보유한 대표 기업으로, 아모레퍼시픽, LG생활건강, 코스맥스 등 주요 화장품 OEM·ODM 및 글로벌 브랜드사에 안정적으로 원료를 공급하며 국내 B2B 시장에서 확고한 1위 사업자 지위를 차지하고 있다. 동사의 히알루론산은 분자량 조절, 안정성 확보, 제형 적용성 최적화 등 고객 맞춤형 커스터마이징이 가능하다는 점에서 차별화되며, 저분자·고분자·복합체 등 다양한 형태로 개발되어 프리미엄 화장품, 기능성 앰플·에센스, 시트 마스크 등 폭넓은 제품군에 활용되고 있다. 이러한 경쟁력을 바탕으로 히알루론산은 단일 소재만으로 전사 매출의 약 20% 내외를 차지하며 안정적인 캐시카우 역할을 하고 있다.

히알루론산 외에도 동사는 다양한 기능성 소재 포트폴리오를 확보하고 있다. 대표적으로 마치현 추출물을 항염 및 피부 진정 효능이 입증된 소재로, 연간 50~60억원의 매출을 기록하며 아모레퍼시픽 등 주요 고객사의 스킨케어 제품에 적용되고 있다. 또한 발효기술을 활용한 효소 소재는 소화·대사 관련 건강기능식품에 활용되고 있으며, 식물성 원료 기반의 다양한 기능성 소재 역시 화장품과 건기식 양쪽에서 상용화가 진행되고 있다. 이러한 포트폴리오는 특정 제품군의존도를 낮추고, 시장 트렌드 변화에 유연하게 대응할 수 있는 기반이 된다.

건강기능식품 소재 부문에서는 히알루론산, 홍삼농축액 등 범용 고시형 원료 외에도 개별인정형 원료 확보를 통해 고부가가치 시장에서 입지를 넓히고 있다. 현재 유산균발효마늘추출분말(LIVERTECT®, 간 건강), 발효우슬등복합물(무릎 관절 건강), 발효율피추출분말(체지방 감소) 등 3건의 개별인정형 소재를 상용화했으며, 스트레스 개선과 면역 기능 개선을 타깃으로 한 신규 소재도 개발 중이다. 이러한 확장은 국내 건강기능식품 시장에서 차별화된 지위를 강화하는 동시에 글로벌 시장 진입의 교두보 역할을 하고 있다.

동사는 이처럼 히알루론산 중심의 화장품 소재 시장 지배력, 발효 기반 신규 소재 개발 역량, 그리고 국제 인증 기반 생산 인프라(EfCI, 식품GMP, 의료기기 GMP 등) 등을 토대로 국내외 고객사와 긴밀한 협력을 이어가고 있다. 히알루론산, 마치현 추출물 같은 성공사례는 동사의 연구개발, 생산, 상업화의 선순환 구조를 대표하고 있으며, 향후에도 이러한 소재 개발 및 상업화 능력을 바탕으로 글로벌 화장품·건강기능식품 소재 시장에서도 차별화된 경쟁우위를 확보할 것으로 기대된다.

### 소재 판매 활성화 전략



자료: 현대바이오랜드, 한국IR협의회 기업리서치센터

### ▣ 수익성 중심 사업 구조 효율화와 체질 개선

#### 비효율 사업 정리, 고객 다변화를 통한 사업 구조 효율화 성과가 본격화되며 수익성이 개선

현대바이오랜드는 2020년 현대백화점그룹 편입을 계기로 사업 구조 효율화와 체질 개선을 본격 추진했으며, 그 성과가 2023년부터 뚜렷하게 가시화되고 있다. 과거에는 해외법인과 일부 생산거점의 비효율적 운영으로 고정비 부담과 수익성 저하 문제가 이어졌으나, 선택과 집중 전략을 통해 수익성이 개선되고 있다.

실제 동사는 최근 10년간 뚜렷한 매출 정체와 수익성 둔화를 겪어왔다. 동사의 매출액은 2014년 770억원에서 2024년 1,195억원으로 성장했으나, 10년간 연평균 성장률(CAGR)은 4.5%에 불과했다. 같은 기간 영업이익은 161억원에서 164억원으로 사실상 제자리걸음을 하며 CAGR 0.2%에 그쳤다. 특히 2016년부터 2023년까지 매출액은 약 1,000억 원 전후에서 정체되었는데, 이는 동사의 핵심 고객사 실적 부진과 중국 의존도 심화에 기인한 것으로 판단된다. 동사의 화장품 원료 매출은 주로 아모레퍼시픽, LG생활건강 등 국내 대형 화장품사와 밀접하게 연동되는 경향이 있었는데, 이들의 매출 둔화가 동사 실적에도 직접적인 영향을 끼쳤다. 또한 해외 매출에서 높은 비중을 차지했던 중국 시장 역시 한국 화장품의 현지 경쟁력 약화, 로컬 기업 부상, 규제 리스크 등의 복합적 요인으로 수출이 위축되면서 동사의 성장을 제한했다.

이 같은 구조적 한계를 극복하기 위해 동사는 현대백화점그룹 편입 후 선택과 집중 전략을 기반으로 수익성 위주의 구조조정을 추진했다. 동사는 우선 비효율적인 생산거점과 자회사 정리에 나섰다. 제주공장은 과거 특정 브랜드의 컨셉트 소재를 개발하기 위해 설립되었으나, 브랜드 전략 변화로 활용도가 낮아지고 생산 효율성도 떨어졌다. 이에 동사는 2022년 제주공장을 매각하고 화장품 원료 생산을 오송공장으로 일원화하여 설비 가동률을 높이고 생산 단가를 낮췄다. 또한 3년간 평균 약 70억원 규모의 적자를 기록한 중국 해문법인을 2024년 매각 결정(2025년 2월 매각 완료)함으로써 고정비 부담을 제거하고, 이후 중국 사업은 수출 중심으로 재편해 비용 효율화와 리스크 관리 체계를 강화했다.

아울러 동사는 매출 정체의 요인인 대형 화장품사 의존도를 낮추기 위해 고객 포트폴리오를 다변화하고 있다. 최근 인디브랜드 및 중견 브랜드로의 소재 공급을 확대하면서 새로운 성장 기반을 마련했다. 실제로 아누아, 스킨푸드 등 인디

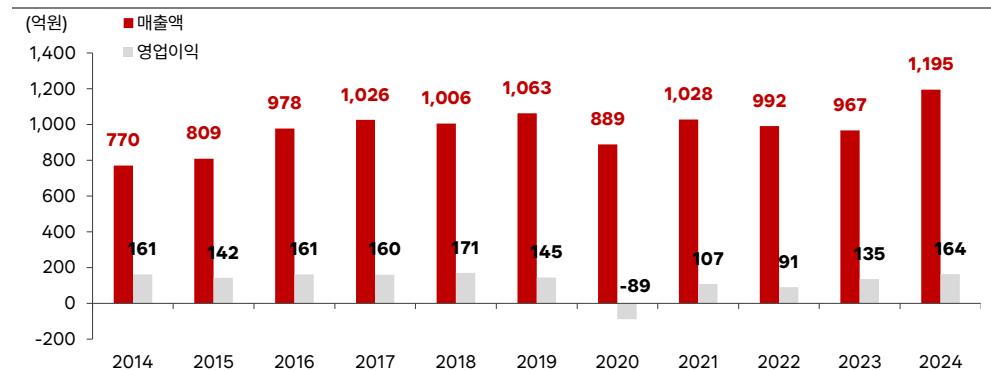
브랜드에도 히알루론산, 어성초, 스킨포뮬라용 기능성 원료를 공급하며 매출 다변화를 실현하고 있다. 동사는 약 1,000여 종에 이르는 소재 라이브러리를 기반으로 OEM/ODM 고객의 다양한 니즈에 대응하고, 프리미엄·안전성 중심 마케팅을 강화함으로써 새로운 고객층을 빠르게 확보하는 중이다. 이는 과거 소수 대형 고객사에 집중되었던 매출 구조에서 벗어나, 성장세가 뚜렷한 인디브랜드 고객사까지 확보하며 공급망을 분산하고 소재 매출을 확대하는 효과로 이어지고 있다.

사업 구조 효율화의 또 다른 측은 고수익성 사업부문 강화이다. 의료기기 부문에서는 콜라겐 멤브레인(티젠) 생산라인을 증설하여 향후 성장 여력을 확보했다. 화장품 소재 부문은 히알루론산과 마치현 추출물 등 고부가가치 원료를 중심으로 안정적인 매출 기반을 유지하고 있으며, 건강기능식품 소재 분야에서는 발효 효소와 개별인정형 원료 개발을 확대하여 수익성을 개선했다. 이러한 집중 전략을 통해 동사는 특정 고객사나 지역 의존에서 벗어나 보다 안정적이고 다변화된 수익 구조를 구축하고 있다.

이 같은 구조조정은 단순한 비용 절감을 넘어, 핵심 역량이 집중된 사업부 중심의 성장 기반을 마련했다는 점에서 의미가 크다. 실제로 2024년 영업이익은 164억원으로 전년 대비 21.5% 증가했고, 영업이익률도 13.7%를 유지했다. 이는 브랜드 신규 사업 진출에 따른 판관비 증가에도 불구하고 구조조정을 통해 확보한 효율성이 전사 수익성을 방어했음을 보여준다. 과거 매출 정체기에는 이익률 개선 여력이 제한적이었음을 감안하면, 현재 성과는 구조조정 효과가 본격적으로 나타나고 있음을 의미한다.

동사는 이같이 불필요한 비용 구조를 제거하고 핵심 사업에 역량을 집중하면서 수익성 개선과 체질 개선 성과를 도출하고 있으며, 이는 향후 매출 성장세가 확대되는 국면에서도 수익성 훼손 없이 안정적인 영업 레버리지를 발휘할 수 있는 토대가 될 것으로 기대된다.

#### 최근 10년간 실적 추이



자료: 현대바이오랜드, 한국IR협의회 기업리서치센터

## ▣ 현대백화점 그룹 편입 시너지 및 글로벌 브랜드 유통 확대

### 그룹사의 유통·마케팅 역량과

### 네슬레 브랜드 독점 유통 기반으로

### 브랜드 사업 확대 및 해외

### 공동개발 등을 통한 시너지 기대

동사는 현대백화점 그룹이 보유한 유통망, 마케팅 인프라, 해외 네트워크를 적극 활용하며 새로운 성장 모멘텀을 확보하고 있다. 2023년 8월 동사는 글로벌 식품기업 네슬레와 전략적 파트너십을 체결하고 건강기능식품 브랜드의 국내 독점 유통을 시작하며 브랜드 사업에 진출하였다. 2024년부터는 브랜드 사업부문을 신설하고 네슬레 헬스사이언스의 '솔가(Solgar)', '바이탈프로틴(Vital Proteins)', '퓨리탄스프라이드(Puritan's Pride)', '애그몬트(Agmont)' 등 글로벌 인지도 높은 건강기능식품 브랜드의 국내 독점 판매를 시작하였으며, 일부 브랜드에 대해서는 한국 시장 특화 제품을 기획·생산해 공급하는 OEM 방식으로 사업 영역을 확장할 전망이다.

브랜드 사업은 초기에는 판관비 부담으로 영업이익률이 다소 희석되었으나, 2024년 첫해 매출이 약 208억원을 기록하며 전사 매출(YoY +23.6%) 성장을 견인했다. 이를 통해 동사는 오랜 매출 정체기를 끊고 성장 국면으로 진입하는 신호탄을 쏘아 올렸다. 2025년에는 기존 4개 브랜드에 더해 신규 브랜드 2개가 추가되면서 제품 포트폴리오가 확대되었으며, 이에 따라 매출 성장세가 한층 강화될 것으로 기대된다. 브랜드 사업 매출 확대는 단순한 외형 확대에 그치지 않고, 핵심 소재 사업과의 동반 성장으로 균형 잡힌 수익 구조를 구축하며 과거 10여년간 이어졌던 매출 정체기를 마무리하고 새로운 성장 사이클에 진입했다는 점에서 의미가 크다.

현대백화점 그룹과의 시너지는 국내외 온·오프라인 채널에서의 브랜드 인지도 제고와 매출 증대에도 기여하고 있다. 그룹 계열사와 협업을 통해 백화점·면세점 프리미엄 채널에서의 판매 확대, 온라인 D2C 플랫폼을 통한 소비자 직거래 강화, 공동 마케팅 캠페인 전개 등 다방면에서 성과를 내고 있다. 더불어 그룹 내 식품·유통 계열사와 협력해 신규 브랜드 론칭, 신제품 출시 주기 단축, 공동 기획 제품 개발 등이 가능해지면서 브랜드 사업의 성장 잠재력이 한층 커지고 있다.

또한, 네슬레 헬스사이언스와의 협업은 단순 유통을 넘어 향후 아시아 소비자 특성을 반영한 공동 상품개발 등으로 확장될 것으로 기대된다. 기존 서양인 중심 제품을 아시아인 맞춤형으로 개선하거나, 기능성 신소재를 적용한 신제품을 개발해 네슬레의 글로벌 유통망을 통해 역수출하는 모델로 발전할 수 있다는 점에서, 동사의 건강기능식품 소재 개발 역량과 그룹 및 네슬레의 네트워크가 결합된 새로운 성장 전략으로 평가된다. 이는 향후 해외 매출 비중 확대와 글로벌 시장 내 입지 강화로 이어질 가능성이 크다는 측면에서 기대되는 부분이다.

 **실적 추이 및 전망****1 2024년 실적 추이**

2024년 연결실적은 매출액 1,195억원(YoY +23.6%), 영업이익 164억원(YoY +21.5%), 영업이익률 13.7%(YoY 0.2%p 하락), 지배주주순이익 57억원(YoY -29.2%)이다. 기존 화장품 소재, 건기식 소재, 의료기기 중심의 사업 구조에서 2024년부터는 네슬레 헬스사이언스와의 협업을 기반으로 한 브랜드 사업이 신규 편입되면서 새로운 성장축을 형성함에 따라 전년대비 큰 폭의 매출 성장세를 기록했다.

화장품 소재 매출액은 주력소재 및 고객 맞춤형 소재 수요 적기 대응, 인디브랜드 향 OEM 매출 확대, 보습을 중심으로 한 미국 및 유럽 향 기초소재 수요 증가 등에 힘입어 2023년 488억원에서 2024년 533억원으로 전년 대비 약 9.3% 증가했다. 건기식 소재 매출액은 카무트, 과채벌효효소 등 발효기술 기반 제품군의 판매 확대 등을 바탕으로 선전하였으나 2023년 245억원에서 2024년 233억원으로 전년 대비 약 5.0% 감소, 의료기기 매출액은 2023년 183억원에서 2024년 176억원으로 전년 대비 4.2% 감소했다. 신규 편입된 브랜드 사업은 2024년 연간 약 208억원의 매출을 창출하며 전사 성장의 핵심 동력으로 자리잡았다.

이익측면에서는 적자지속 종속회사였던 중국 HYUNDAI BIOLAND JIANGSU(해문법인) 매각에 따라, 브랜드 사업 신규편입으로 인한 매출원가율 상승 요인에도 불구하고 매출총이익률(GPM)이 2023년 41.1%에서 2024년 44.2%로 전년대비 3.1%p 개선되었다. 다만, 브랜드 사업 진출로 인한 초기 마케팅 및 판촉비 등으로 인해 판관비율이 전년대비 3.3%p 상승함에 따라 전사 영업이익률은 2023년 13.9%에서 2024년 13.7%로 전년대비 0.2%p 하락했다. 또한 종속회사 매각관련 회계처리(중단영업손익) 등이 반영됨에 따라 지배주주순이익은 57억원으로 전년대비 29.2% 감소했다.

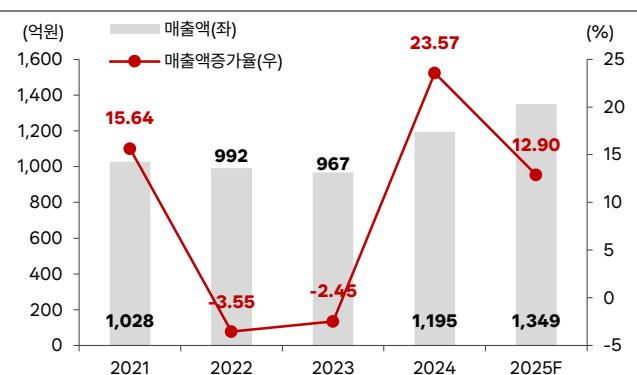
**2 2025년 실적 전망**

2025년 연결실적은 매출액 1,349억원(YoY +12.9%), 영업이익 198억원(YoY +21.1%), 영업이익률 14.7%(YoY 1.0%p 개선), 지배주주순이익 43억원(YoY -24.6%)을 전망한다.

2025년 상반기(1H25) 실적은 매출액 683억원(YoY +10.8%), 영업이익 105억원(YoY -6.5%), 영업이익률 15.3%(YoY 2.9%p 하락), 당기순손실 19억원(YoY 적자전환)이다. 화장품소재(API 포함) 매출액은 브랜드 및 OEM 주요 고객사 납품 제품 다양화, PDRN 등 신규 소재 공급 확대 등 소재 포트폴리오 강화에 힘입어 1H24 311억원에서 1H25 316억원으로 전년동기대비 2% 성장했다. 건기식 소재 매출액은 히알루론산, 프로바이오틱스 등 발효기술 기반 제품 판매 활성화 및 항산화 소재인 니파팜 등의 공급 확대를 바탕으로 1H24 118억원에서 1H25 122억원으로 전년동기대비 3% 성장했다. 의료기기 매출액은 1H24 93억원에서 1H25 97억원으로 전년동기대비 4% 성장했으며, 2025년 1분기 CAPA 증설, 2분기 증설 설비 안정화 단계 진입으로 하반기부터는 공급 한계로 인해 대응하지 못했던 누적 수요 해소로 매출 성장세가 확대될 전망이다. 브랜드 매출액은 신규 브랜드 추가 도입 및 유통채널 확대, 백화점 그룹 계열 채널과의 시너지가 본격화되며 1H24 95억원에서 1H25 148억원으로 전년동기대비 56% 성장했다.

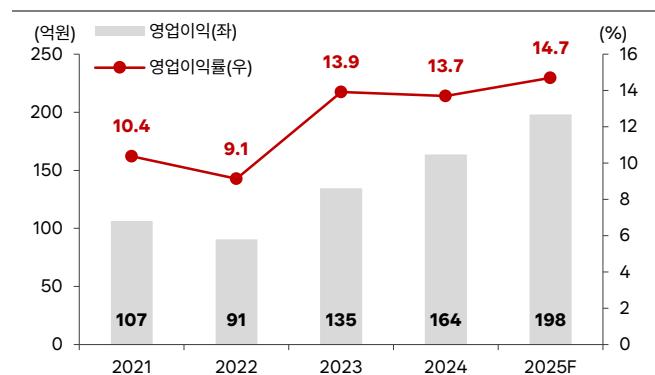
이익측면에서 전사 매출 성장세를 견인하고 있는 브랜드 부문의 매출 비중 확대에 따라 영업이익률은 1H24 18.2%에서 1H25 15.3%로 2.9%p 하락했다. 브랜드 부문이 상품매출임에 따라, 매출원가율 상승으로 매출총이익률(GPM)이 1H24 45.0%에서 1H25 44.1%로 전년동기대비 0.9%p 하락하였으며, 지급수수료, 운반비 등 판매관리비 증가로 인해 판관비율이 1H24 26.8%에서 1H25 28.8%로 2.0%p 상승하였다. 다만, 하반기에는 수익성 좋은 의료기기 매출 성장세 확대와 함께 3년차에 들어서고 있는 브랜드 부문의 판매관리비 상승폭이 제한적일 것으로 예상되는 바, 매출 확대에 따른 수익성 개선 효과가 반영되며 전사 영업이익률 개선을 견인할 것으로 전망된다.

## 매출액 추이



자료: 현대바이오랜드, 한국IR협의회 기업리서치센터

## 영업이익 추이



자료: 현대바이오랜드, 한국IR협의회 기업리서치센터

## 실적 추이 및 전망

(단위: 억원, %)

	2021	2022	2023*	2024	2025F
<b>매출액</b>	<b>1,028</b>	<b>992</b>	<b>967</b>	<b>1,195</b>	<b>1,349</b>
증가율 (%)	15.6	-3.5	-2.5	23.6	12.9
화장품소재	588	549	488	533	560
건기식소재	253	256	245	233	240
의약품원료	25	28	50	46	47
의료기기	162	158	183	176	202
브랜드	-	-	-	208	300
<b>매출원가</b>	<b>655</b>	<b>635</b>	<b>569</b>	<b>667</b>	<b>747</b>
매출원가율 (%)	63.7	64.0	58.8	55.8	55.4
<b>매출총이익</b>	<b>373</b>	<b>356</b>	<b>398</b>	<b>528</b>	<b>602</b>
매출총이익률 (%)	36.3	36.0	41.1	44.2	44.6
<b>영업이익</b>	<b>107</b>	<b>91</b>	<b>135</b>	<b>164</b>	<b>198</b>
영업이익률 (%)	10.4	9.1	13.9	13.7	14.7
증가율 (%)	흑전	-15.0	48.7	21.5	21.1
<b>세전계속사업이익</b>	<b>-152</b>	<b>68</b>	<b>174</b>	<b>159</b>	<b>210</b>
<b>(지배주주)당기순이익</b>	<b>-117</b>	<b>48</b>	<b>81</b>	<b>57</b>	<b>43</b>

자료: 현대바이오랜드, 한국IR협의회 기업리서치센터



## Valuation

### ■ 브랜드 성장 모멘텀과 구조조정 효과, 저평가 매력에 주목

#### 2025년 예상실적 기준 주가

**밸류에이션은 PER 31.5배,**

**PBR 1.0배, PSR 1.0배 수준.**

**일회성 요인 제거 시, PER 캡 축소**

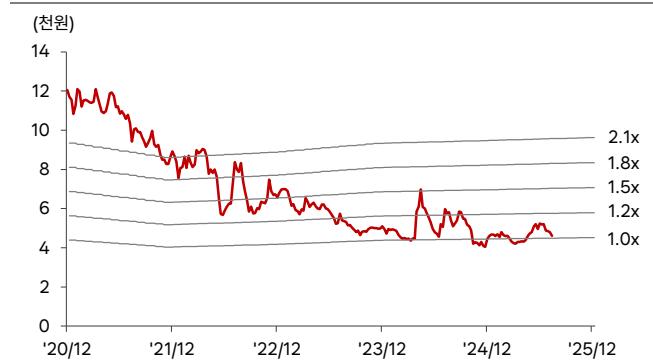
**되며 저평가 매력 부각**

현대바이오랜드는 국내 화장품·건강기능식품 천연소재 분야 1위 기업으로, 화장품 및 건강기능식품 소재와 의료기기 부문을 주력 사업으로 영위하고 있다. 최근 몇 년간 주요 매출원인 화장품과 건강기능식품 소재 부문의 성장세가 정체된 가운데, 네슬레 그룹과의 협업을 기반으로 한 브랜드 유통 사업이 새로운 성장 동력으로 부각되며 해당 부문의 실적 및 성과가 주가 모멘텀을 형성하고 있는 국면이다.

동사는 2023년 8월 네슬레 '퓨리탄프라이드'의 국내 독점 유통을 시작으로 건기식 유통사업에 진출하였으며, 2024년 4월 네슬레 헬스사이언스 건강기능식품 브랜드 4종을 추가로 국내 독점 유통하며 사업 확장을 본격화했다. 이에 실적 성장 기대감이 주가 상승세로 이어졌으며, 2024년 8월에는 2분기 연결 매출액 345억 원(YoY +36.4%), 영업이익 62 억 원(YoY +76.3%)의 호실적을 발표하며 주가는 단기 급등했다. 2025년 들어서도 현대백화점 목동점 내 '네슬레 헬스사이언스 스토어'가 한 달 누적 방문객 2,000명을 기록하는 등 브랜드 사업이 성과를 내면서 주가는 점진적 우상향 흐름이 기대되고 있다.

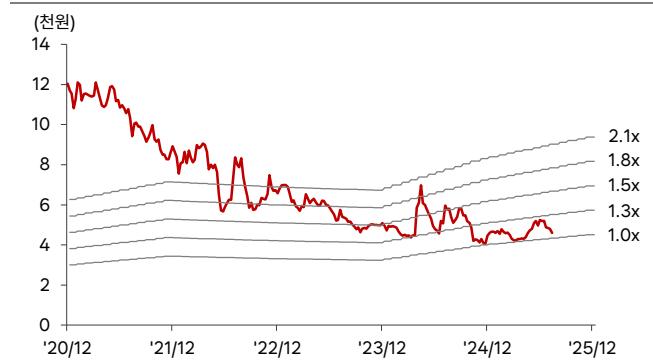
현대바이오랜드의 2025년 예상실적인 매출액 1,349억원, 영업이익 198억원, 지배주주순이익 43억원을 기준으로 현 주가 밸류에이션은 PER 31.5배, PBR 1.0배, PSR 1.0배 수준이다. 동사의 현 주가수준을 판단하기 위해 코스닥에 상장된 화장품 소재기업 3개사(대봉엘에스, 선진뷰티사이언스, 삼양케이씨아이)를 동종기업으로 하여 밸류에이션 수준을 비교해보고자 한다. 2025년 컨센서스가 존재하는 선진뷰티사이언스의 주가 밸류에이션인 PER 13.8배, PBR 1.5배, PSR 1.5 배와 비교 시, 동사는 PER 측면에서 고평가, PBR, PSR 측면에서 저평가로 판단된다. 그러나 동사의 2025년 순이익에는 종국 해문법인 매각에 따른 중단영업에서 발생한 일회성 법인세 비용 약 109억원이 반영되어 있어, 실제 영업활동 성과 대비 순이익은 과소계상된 측면이 있다고 판단된다. 동사의 최근 주가는 최근 5년내 PBR, PSR 밴드차트 상에서 하단 구간에 위치하고 있는 상태로, 일회성 요인을 제거한 정상화 순이익 기준으로 본다면, PER 캡이 축소되며 자산가치 및 매출가치 기준 저평가 매력이 부각될 수 있다고 판단된다.

PBR 밴드 차트



자료: 현대바이오랜드, 한국IR협의회 기업리서치센터

PSR 밴드 차트



자료: 현대바이오랜드, 한국IR협의회 기업리서치센터

## 동종기업 비교

(단위: 원, 억원, %, 배)

	현대바이오랜드	대봉웰нес	선진뷰티사이언스	삼양케이씨아이
주가(원) 2025년 8월 18일 기준	4,530	13,600	10,890	6,660
시가총액(억원)	1,359	1,508	1,329	751
2022	1,761	1,861	1,356	1,231
자산총계 (억원)	2023 1,841	1,949	1,258	1,193
2024 1,947	2,387	1,541	1,362	
2025E 1,797	-	1,640	-	-
2022	1,293	1,484	669	982
자본총계 (억원)	2023 1,360	1,532	728	1,064
2024 1,380	1,640	828	1,185	
2025E 1,402	-	930	-	-
2022	992	935	643	1,096
매출액 (억원)	2023 967	876	726	1,099
2024 1,195	940	794	1,102	
2025E 1,349	-	904	-	-
2022	91	82	53	219
영업이익 (억원)	2023 135	38	90	103
2024 164	91	106	150	
2025E 198	-	125	-	-
2022	9.1	8.7	8.3	20.0
영업이익률 (%)	2023 13.9	4.3	12.5	9.3
2024 13.7	9.6	13.4	13.6	
2025E 14.7	-	13.8	-	-
2022	48	86	196	178
지배주주순이익 (억원)	2023 81	42	56	110
2024 57	73	91	147	
2025E 43	-	100	-	-
2022	42.3	10.3	4.2	5.6
PER (배)	2023 18.6	24.3	17.9	7.5
2024 23.8	20.3	12.1	5.1	
2025E 31.5	-	13.8	-	-
2022	1.6	0.8	1.3	1.0
PBR (배)	2023 1.1	0.8	1.4	0.7
2024 1.0	1.1	1.4	0.6	
2025E 1.0	-	1.5	-	-
2022	3.7	7.6	35.4	19.7
ROE (%)	2023 6.1	3.5	8.4	10.8
2024 4.2	5.8	12.3	13.1	
2025E 3.1	-	12.0	-	-
2022	2.0	1.0	1.3	0.9
PSR (배)	2023 1.5	1.2	1.4	0.8
2024 1.1	1.6	1.4	0.7	
2025E 1.0	-	1.5	-	-

주: 동종기업 중 선진뷰티사이언스의 2025년 예상실적은 컨센서스 적용, 기타 2개사는 컨센서스 부재로 미기재

자료: Quantwise, 한국IR협의회 기업리서치센터



## 리스크 요인

### ■ 브랜드 사업 확대에 따른 수익성 훼손 여부

B2C 사업 확장에 따른  
전사 수익성 훼손 여부는  
지켜볼 필요가 있음

현대바이오랜드는 2023년 하반기부터 네슬레 헬스사이언스와의 전략적 협업을 기반으로 글로벌 건강기능식품 브랜드의 국내 독점 유통 사업에 진출하면서, 기존 B2B 중심 사업 구조에서 B2C 영역으로 외연을 확장하고 있다. 이를 통해 매출 규모 확대와 새로운 성장 동력을 확보할 수 있었으며, 실제로 2024년 브랜드 매출은 전사 실적 성장을 견인하는 핵심 요인으로 작용했다. 그러나 브랜드 사업은 초기 단계에서 대규모 마케팅비, 유통망 확보를 위한 판관비 증가가 불가피하다는 점에서, 단기적으로는 수익성 훼손 가능성성이 존재한다.

실제 2024년 연결 실적을 보면 매출액은 전년대비 23.6% 증가했으나, 영업이익은 전년대비 21.5% 증가하였으며, 영업이익률은 13.7%로 전년대비 0.2%p 하락했다. 이는 브랜드 매출 비중 확대에 따라 판관비가 동반 상승했기 때문으로, 2025년에도 신규 브랜드 도입, 온라인·오프라인 유통 채널 확대가 지속되면서 비용 증가 압력은 계속될 가능성성이 높다. 만약 매출 성장률이 기대치를 밟들거나, 초기 비용 투입 대비 시장 침투 속도가 더딜 경우, 영업이익률이 장기간 낮아지는 리스크로 이어질 수 있다.

다만, 장기적으로는 브랜드 사업이 안정화되면서 규모의 경제가 작동하고, 그룹사 유통망 및 마케팅 인프라와의 시너지가 구체화될 경우 수익성 개선 효과가 나타날 수 있다. 그러나 단기적으로는 브랜드 사업이 회사 전반의 영업 레버리지 효과를 희석시키지 않는지, 또한 핵심 소재 사업에서 창출되는 안정적 수익성을 훼손하지 않는지가 지켜볼 필요가 있다고 판단된다.

## 포괄손익계산서

(억원)	2021	2022	2023	2024	2025F
매출액	1,028	992	967	1,195	1,349
증가율(%)	15.6	-3.5	-2.5	23.6	12.9
매출원가	655	635	569	667	747
매출원가율(%)	63.7	64.0	58.8	55.8	55.4
매출총이익	373	356	398	528	602
매출이익률(%)	36.3	36.0	41.1	44.2	44.6
판매관리비	266	266	263	365	404
판관비율(%)	25.9	26.8	27.2	30.5	29.9
EBITDA	192	154	198	229	259
EBITDA 이익률(%)	18.7	15.5	20.4	19.1	19.2
증가율(%)	흑전	-20.0	28.5	15.8	13.3
영업이익	107	91	135	164	198
영업이익률(%)	10.4	9.1	13.9	13.7	14.7
증가율(%)	흑전	-15.0	48.7	21.5	21.1
영업외손익	-258	-22	40	-5	12
금융수익	9	23	18	34	17
금융비용	17	30	16	9	7
기타영업외손익	-250	-15	37	-30	2
종속/관계기업관련손익	0	0	0	0	0
세전계속사업이익	-152	68	174	159	210
증가율(%)	적지	흑전	46.0	-25.6	178.0
법인세비용	-35	21	19	17	164
계속사업이익	-117	48	138	123	156
중단사업이익	0	0	-75	-84	-4
당기순이익	-117	48	81	57	43
당기순이익률(%)	-11.4	4.8	8.3	4.8	3.2
증가율(%)	적지	흑전	69.1	-29.2	-24.6
자배주주지분 순이익	-117	48	81	57	43

## 현금흐름표

(억원)	2021	2022	2023	2024	2025F
영업활동으로인한현금흐름	215	113	56	46	59
당기순이익	-117	48	81	57	43
유형자산 상각비	83	60	60	62	61
무형자산 상각비	3	3	3	3	1
외환손익	0	8	3	0	0
운전자본의감소(증가)	8	-49	-67	-141	-40
기타	238	43	-24	65	-6
투자활동으로인한현금흐름	-22	-185	62	58	111
투자자산의 감소(증가)	41	200	435	153	0
유형자산의 감소	0	0	24	1	0
유형자산의 증가(CAPEX)	-23	-38	-58	-36	0
기타	-40	-347	-339	-60	111
재무활동으로인한현금흐름	-149	3	-57	-30	-225
차입금의 증가(감소)	-116	29	-29	0	-200
사채의증가(감소)	0	0	0	0	0
자본의 증가	0	0	0	0	0
배당금	-15	-11	-11	-11	-21
기타	-18	-15	-17	-19	-4
기타현금흐름	0	-2	-2	0	50
현금의증가(감소)	44	-71	60	74	-4
기초현금	104	147	76	136	210
기말현금	147	76	136	210	206

## 재무상태표

(억원)	2021	2022	2023	2024	2025F
유동자산	640	712	798	1,071	1,085
현금성자산	147	76	136	210	206
단기투자자산	0	154	95	55	6
매출채권	139	118	131	130	147
재고자산	301	343	419	574	611
기타유동자산	52	20	17	102	115
비유동자산	1,088	1,049	1,043	876	712
유형자산	815	778	758	662	602
무형자산	113	120	122	38	38
투자자산	7	4	8	3	3
기타비유동자산	153	147	155	173	69
자산총계	1,727	1,761	1,841	1,947	1,797
유동부채	467	461	470	558	384
단기차입금	214	292	262	288	88
매입채무	30	20	63	91	102
기타유동부채	223	149	145	179	194
비유동부채	7	7	11	10	11
사채	0	0	0	0	0
장기차입금	0	0	0	0	0
기타비유동부채	7	7	11	10	11
부채총계	474	468	481	567	395
자본주주지분	1,253	1,293	1,360	1,380	1,402
자본금	75	75	75	150	150
자본잉여금	196	196	196	121	121
자본조정 등	0	0	0	0	0
기타포괄이익누계액	12	15	13	-12	-12
이익잉여금	970	1,006	1,076	1,121	1,143
자본총계	1,253	1,293	1,360	1,380	1,402

## 주요투자지표

	2021	2022	2023	2024	2025F
P/E(배)	N/A	42.3	18.6	23.8	31.5
P/B(배)	2.1	1.6	1.1	1.0	1.0
P/S(배)	2.5	2.0	1.5	1.1	1.0
EV/EBITDA(배)	14.4	13.9	8.1	6.3	5.0
배당수익률(%)	0.4	0.5	0.7	1.6	1.6
EPS(원)	-390	159	269	190	143
BPS(원)	4,178	4,310	4,533	4,600	4,674
SPS(원)	3,427	3,305	3,224	3,984	4,498
DPS(원)	35	35	35	70	70
수익성(%)					
ROE	-8.9	3.7	6.1	4.2	3.1
ROA	-6.5	2.7	4.5	3.0	2.3
ROIC	3.1	4.7	7.7	7.3	19.3
안정성(%)					
유동비율	136.9	154.3	169.8	192.2	282.5
부채비율	37.8	36.2	35.4	41.1	28.1
순차입금비율	14.8	9.6	7.3	6.5	-4.1
이자보상배율	8.0	7.1	24.5	32.6	53.2
활동성(%)					
총자산회전율	0.6	0.6	0.5	0.6	0.7
매출채권회전율	7.9	7.7	7.8	9.1	9.7
재고자산회전율	3.5	3.1	2.5	2.4	2.3

## 최근 3개월간 한국거래소 시장경보제도 지정 여부

### 시장경보제도란?

한국거래소 시장감시위원회는 투기적이거나 불공정거래 개연성이 있는 종목 또는 주가가 비정상적으로 급등한 종목에 대해 투자자주의 환기 등을 통해 불공정거래를 사전에 예방하기 위한 제도를 시행하고 있습니다. 시장경보제도는 「투자주의종목 투자경고종목 투자위험종목」의 단계를 거쳐 이루어지게 됩니다.

※관련근거: 시장감시규정 제5조의2, 제5조의3 및 시장감시규정 시행세칙 제3조~제3조의7

종목명	투자주의종목	투자경고종목	투자위험종목
현대바이오랜드	X	X	X

### 발간 History

발간일	제목
2025.08.21	현대바이오랜드-체질 개선, 그리고 신규 먹거리 장착

### Compliance notice

본 보고서는 한국거래소, 한국예탁결제원과 한국증권금융이 공동으로 출연한 한국IR협의회 산하 독립 (리서치) 조직인 기업리서치센터가 작성한 기업분석 보고서입니다. 본 자료는 투자자들에게 국내 상장기업에 대한 양질의 투자정보 제공 및 건전한 투자문화 정착을 위해 무상으로 작성되었습니다.

- 당사 리서치센터는 본 자료를 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 본 자료를 작성한 애널리스트는 자료작성일 현재 해당 종목과 재산적 이해관계가 없습니다.
- 본 자료를 작성한 애널리스트와 그 배우자 등 관계자는 자료 작성일 현재 조사분석 대상법인의 금융투자상품 및 권리를 보유하고 있지 않습니다.
- 본 자료는 중소형 기업 소개를 위해 작성되었으며, 매수 및 매도 추천 의견은 포함하고 있지 않습니다.
- 본 자료에 게재된 내용은 애널리스트의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 입력이나 간섭 없이 신의 성실하게 작성되었음을 확인합니다.
- 본 자료는 투자자들의 투자판단에 참고가 되는 정보제공을 목적으로 배포되는 자료입니다. 본 자료에 수록된 내용은 자료제공일 현재 시점의 당사 리서치센터의 추정치로서 오차가 발생할 수 있으며 정확성이나 완벽성을 보장하지 않습니다.
- 본 조사자료는 투자 참고 자료로만 활용하시기 바라며, 어떠한 경우에도 투자자의 투자 결과에 대한 법적 책임 소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.
- 본 조사자료의 저작재산권은 당사에 있으므로, 당사의 허락 없이 무단 복제 및 배포할 수 없습니다.
- 본 자료는 텔레그램에서 "한국IR협의회(https://t.me/kirsofficial)" 채널을 추가하시어 보고서 발간 소식을 안내받으실 수 있습니다.
- 한국IR협의회가 운영하는 유튜브 채널 'IRTV'에서 1) 애널리스트가 직접 취재한 기업탐방으로 CEO인터뷰 등이 있는 '小中한탐방'과 2) 기업보고서 심층해설방송인 '小中한 리포트 가치보기'를 보실 수 있습니다.