우리나라 생활용품 선도기업의 경영분석
-재무비율을 중심으로-

정기만*, 신재용**, 임민규***
*국립충주대학교 경영정보학과
,*국립충주대학교 경영정보학과 학사과정
e-mail:*kmjeong@cjnu.ac.kr,
**sjyking@paran.com, ***nahuna20@nate.com

Financial Analysis of the Korean Leaders of the Personal and Household Care Products Industry

Kiman Jeong*, Jaeyong Shin**, Minkyu Lim**
*Dept of Management Information System, Chungju National University
**Bachelor's Course in Dept of Management Information System, Chungju National University

요 약

본 논문에서는 우리나라 생활용품 선도기업인 LG생활건강과 아모레퍼시픽에 대하여 재무비율 중심으로 경영분석을 해보았다. 해당 산업군에서 1위인 아모레퍼시픽이 전반적으로 경쟁사인 LG생활건강보다 우수한 성과를 보였다. 특히 아모레퍼시픽은 무차입 경영을 의도하고 있어 부채관련 재무적 특성에서는 매우 양호한 결과를 보이고 있는 반면 성장성은 다소 정체되고 있는 것으로 분석되었다.

1. 서론

생활용품 시장은 우리 생활과 매우 밀접한 관련이 있는 산업으로 우리나라에서는 (주)LG생활건강과 (주)아모레퍼시픽이 시장을 주도하고 있다. 본 연구에는 생활용품을 시작으로 화장품, 콜라음료까지 사업을 확대한 LG생활건강과 화장품과 생활용품 그리고 건강식품의 아모레퍼시픽 두 선도 경쟁사의 경영분석을 재무비율 중심으로 하고자 한다.

2. 이론적 배경

재무비율로 경영분석을 하는 방법은 재무비율군을 몇 가지로 유사한 특성으로 집단화하여 분석하는 것이다. 먼저 수익 관련 특성을 분석할 수 있는 지표는 크게 수익성지표와 활동성 지표로 구분된다. 먼저 수익성 비율은 투자자본에 대한 경영성과의 정도, 비용을 보전하고 이익을 낼 수 있는 능력에 관한 정보를 제공해 준다. 따라서 투자자, 경영자, 채권자 등 이해관계자들이 의사결정을 할 때에 가장 중요한 정보로 활용된다. 즉 수익성 비율은 기업의 의사결정의 결과로 나타난 경영성과를 나타내는 지표로서 기업이 얼마나 효율적으로 관리되고 있는가를 나타내는 종합 지표이다. 기업의 수익성이 좋다고 하는 것은 절대액의 크기도 중요하지만 투하된 자본의 단위당 수익의 크기인 효율성도 높아야 한다.

유동성 관련 비율은 단기채무의 상환능력, 자금사정을 보여준다. 유동비율은 1년 이내 현금화가 가능한 유동자산을 1년 이내에 만기가 돌아오는 유동부채로 나누어 봄으로써, 단기채무에 충당할 수 있는 유동성자산이 몇 배나 되는가를 평가하여 단기채무 상환능력을 판단하는 비율이다. 레버리지 비율은 채권 보전의 안전도, 원리금 상환능력, 안정성을 측정한다.

성장성지표는 기업의 당해연도 경영규모 및 기업활동의 성과가 전년도에 비하여 얼마만큼 증가하였는가를 보여주는 지표이다. 기업의 가치는 수익성과 성장성에 의해 결정되고 주가는 미래의 현금흐름을 반영하기 때문에 같은 수익을 내는 기업이라도 향후 성장성이 좋을 것으로 기대되는 기업의 주가가 높게 형성된다. 보통주 평가 비율은 증권시장에서 형성되는 주식가격과 회계수치를 대응시켜 작성한 비율로서, 기업의 수익가치나 자산가치에 대한 증권시장에서의 평가수준을 나타내는 비율이다. 주식가격은 기업의 수익성과 위험을 종합적으로 반영 하였으므로 투자가치에 따른 정보를 전달한다는 점에서 중요성이 크다.

3. 분석 대상 두 기업의 현황

먼저 LG생활건강의 경우, 이 회사는 생활용품 부분, 화장품부분, 음료사업부분으로 구성되어 있습니다. 국내 시장에서 생활용품산업은 1위, 화장품산업 2위, 음료산업 2위의 지위를 유지하고 있다. 회사 개황을 정리하면 [표 1]과 같다.

[표 1] LG생활건강의 사업부문별 주요품목 매출현황

(단위 : 백만원)

사업부문	품목	구체적용도	주요 상표등	매출액(비율)
생활용품 사업부	생활용품	생활용품 및 생활편의 개인위생 등	페리오,세이,엘라스틴,자연풍,Tech,샤프란	1,088,780 (38.5%)
화장품 사업부	화장품	세안,보습,피부보호 및 피부화장 등	오휘,더후,이자녹스,수려한,보닌	1,021,443 (36.1%)
음료 사업부	음료수	탄산음료, 비탄산음료 등	코카콜라, 파워에이드, 미닛메이드	716,260 (25.4%)
합 계				2,826,483 (100.0%)

한편 아모레퍼시픽은 국내 1위 화장품 회사로 국내 1위에 안주하지 않고 미국, 중국 시장들에서 괄목할 만한 성과를 거두고 있다. 회사 개황을 정리하면 [표 2]와 같다.

[표 2] 아모레퍼시픽의 사업부문별 주요품목 매출현황

(단위 : 백만원)

사업부문	품 목	구체적용도	주요상표등	매출액(비율)
화장품 사업부문	기 초	세안,보습	설화수, 헤라, 아이오페, 라네즈, 마몽드, 한율, 오딧세이 등	1,709,102 (83.0%)
	메이컵	피부화장		
	기 타	향수 등		
MC&S 사업부문	개인용 생활용품	모발, 구강, 바디 케어 제품	미쟝센, 해피바스, 덴트롤, 려, 송염, 메디안 등	349,412 (17.0%)
	녹차	녹차류	설록차	
합 계			-	2,058,514 (100.0%)

4. 사례 회사의 경영분석

4.1 수익 관련 특성 분석

수익 관련 비율을 보면 먼저 총자산영업이익률은 기업이 운용하는 총자산에 대하여 기업의 핵심 영업활동으로부터 이익을 낼 수 있는 능력이 얼마나 양호한지를 나타낸다. LG생활건강의 총자산영업이익률이 해마다 조금씩 떨어지고 있고, 아모레퍼시픽은 2009년 조금 상승하였다가 2010년에 다시 17.3%로 하락했다. 자기자본순이익률은 기업에 투자된 자기자본이 얼마나 효율적으로 운용되고 있는가를 측정하기 위한 비율을 나타낸 것으로 주주 입장에서 수익성을 평가하는 비율이다. 자기자본순이익률은 주주들에게 돌아갈 수 있는 수익력으로서 정기예금 금리 이상이 되어야 효율적이다. LG생활건강은 2010년 28%로 자기자본순이익률이 높은 편으로서 자기자본을 효율적으로 운영하고 있다. 아모레퍼시픽 또한 2010년에18.4%로 높은 편에 속하며, 두기업 모두 꾸준히 증가했다. 매출액영업이익률은 영업이익을 매출액에서 나눈 값으로 핵심영업활동에서의 이익발생능력, 즉 영업효율성을 측정하는 비율로 이용된다. LG생활건강, 아모레퍼시픽 두 기업 모두 일정 수준을 유지하면서, 상승과 하락세를 보이고 있으며, 최근 2010년에 하락세가 보인다. 매출액순이익률은 순이익을 매출액으로 나눈 값으로 이자비용과 같은 영업외 비용은 기업의 자금 조달 결정과 재무활동을 나타내는 재무효율성을 측정하는 비율로 이용된다. LG생활건강의 경우를 보면 2010년 8.4%로 하락세를 보이고 있다. 아모레퍼시픽은 조금씩이긴 하지만 계속 상승중이며 13.8%를 기록 중이다. 기업의 재무적인 효율성은 아모레퍼시픽이 더 효율적이다.

[표 3] 수익 관련 특성 분석

비율	LG생활건강			아모레퍼시픽		
	2010	2009	2008	2010	2009	2008
수익성 그룹						
총자산영업이익률(%)	17.8	17.7	14.8	17.3	18.1	17.5
자기자본순이익률(%)	28.1	27.6	24.9	18.4	17.4	15.3
매출액영업이익률(%)	12.3	13.0	11.3	16.5	17.0	16.7
매출액순이익률(%)	8.4	11.2	8.9	13.8	12.8	11.1
활동성 그룹						
매출채권회전율(회)	9.9	8.7	8.1	15.9	15.2	13.8
평균회수기간(일)	36.7	41.8	45.1	22.9	24.0	26.4
재고자산회전율(회)	12.1	12.3	11.0	11.4	12.8	10.8
총자산회전율(회)	1.5	1.4	1.3	1.0	1.1	1.1

다음으로 활동성 비율로 매출채권 회전율은 매출액을 매출채권(외상매출금, 받을어음)으로 나눈 비율로서, 매출채권이 현금화되는 속도 또는 매출채권에 대한 투자 효율성을 측정하는 데 이용된다. LG생활건강의 매출채권회전율은 꾸준히 증가하여 투자효율성이 증가되고 있다. 아모레퍼시픽 또한 꾸준히 증가하고 있다. 단순 비교시, 기업의 현금화 속도 또는 투자효율성은 아모레퍼시픽이 더 효율적이다. 이는 아모레퍼시픽의 매출채권관리가 양호함을 뜻한다. 재고자산회전율은 매출액을 재고자산으로 나누어 구한 비율로서, 재고자산이 연간 몇 회전, 현금화하는지를 나타낸다. 재고자산 회전율은 회전율이 낮을수록 재고자산이 과대투자 되어 지고 있다는 것을 의미한다.

LG생활건강의 경우 재고자산 회전율이 2008년 11.0회에서 2010년 12.1회로 증가했다. 두 기업의 수치는 비슷하나, 단순 비교시 아모레퍼시픽의 재고자산회전율보다 높은 수치로 아모레퍼시픽 보다 더 효율적이다. 총자산 회전율은 매출액을 총자산으로 나누어 구하는 비율로서 기업이 보유하는 전체 자산에 대한 이용(투자)효율성을 측정하는 비율이다. 총자산 회전율이 높으면 총자산 1단위를 투자하여 상대적으로 높은 매출을 실현하고 있음을 뜻한다. LG생활건강은 2008년 1.3회에서 2010년 1.5회로 조금 증가 하였으므로 기업운영에 투하된 총자산 이용의 효율성이 개선되고 있다고 할 수 있다. 아모레퍼시픽의 경우 08년 1.1회에서 10년 1.0회로 조금 하향 되었으므로 총자산의 이용의 효율성이 조금 감소하였다.

4.2 부채 관련 특성 분석

유동비율은 단기채무상환능력을 판단하는 비율로 높을수록 단기채무에 대한 지급능력이 양호하다고 평가한다. LG생활건강의 경우 2008년 79.9%에서 2010년 93.8%로 약 14% 증가하여 단기채무에 대한 지급능력이 상승해졌다고 볼 수 있지만, 아모레퍼시픽의 경우 2008년 223.2%에서 2010년 242.5%로 LG생활건강의 약 2배 이상으로 아모레퍼시픽의 단기채무 상환능력은 매우 양호하다. 당좌비율은 당좌자산과 단기부채를 대응시키는 것으로, 단기채무에 대한 지급능력을 평가하는 데 보다 효과적일 때가 있다.

[표 4] 부채 관련 특성 분석

비율	LG생활건강			아모레퍼시픽		
	2010	2009	2008	2010	2009	2008
유동성 그룹						
유동비율(%)	93.8	77.5	79.9	242.5	253.4	223.2
당좌비율(%)	56.0	48.2	50.1	171.7	189.8	151.8
방어기간비율(일)	47	48.9	51.9	53.2	79.3	72.6
방어기간비율(일)	52.1	56.9	64.2	95.2	105.2	88.7
레버리지 그룹						
부채비율(%)	56.6	44.7	53.4	21.1	21.9	23.4
이자보상비율(배)	14.1	14.0	8.8			
비유동비율(%)	120.4	119.4	140.4	84.2	82.0	85.4

LG생활건강의 경우 2008년 50.1%에서 2010년 56.0%로 증가하여 유동성이 좋아지고 있다. 아모레퍼시픽의 경우 2008년 151.8%에서 2010년 171.7%로 매년 증가한 것을 볼 수 있다. 아모레 퍼시픽은 단기채무에 대한 지급능력(유동성)이 상대적으로 양호하다. 방어기간은 당좌자산을 1일 평균 현금지출비용액으로 나눈 것인데 LG생활건강의 경우 2008년 64.2일에서 2010년 52.1일로 감소해 자금사정이 나빠진 반면 아모레퍼시픽의 경우 2008년 88.7일에서 2010년 95.2일로 증가하여 상대적으로 양호하다.

부채비율을 보면 LG생활건강의 경우, 2008년 53.4%에서 2009년 44.7%로 호전되었다가 2010년에는 56.6%로 하락했다. 아모레퍼시픽의 경우 08년 23.4%에서 10년 21.1%로 매해 조금씩 부채비율이 감소하고 있고 LG건강보다 부채비율이 현저히 낮으므로 채권보전의 안전도는 아모레퍼시픽이 높다는 것을 의미한다. 이자보상비율은 이자지급능력을 나타내는 비율로서 이자비용에 충당되는데 몇 배의 여유가 있는지, 그 안전도를 나타낸다. LG생활건강의 경우, 08년에 8.8배에서 매년 증가하여 10년 14.1배로 안전도가 높아지고 있고 아모레퍼시픽의 경우, 이자비용이란 계정 자체가 없다. 현금 및 현금성자산 1,945억원을 보유하고 있는 관계로 무차입경영을 하고 있고, 그로 인해서 이자비용을 지급할 필요가 없는 상태이다. 비유동 비율은 조달된 자본이 고정자산에 어떻게 운용되고 있는가를 측정함으로써 조달과 운용 사이의 균형관계를 판단하는 비율이다. LG생활건강의 경우 08년 140.4%에서 120.4%로 낮아졌고. 아모레퍼시픽도 08년8 5.4%에서 조금씩 감소하여 10년 84.2%로 감소하였다. 이는 두 기업의 장기 안정성이 높아 졌다고 볼 수 있다. 고정자산이 줄어든다는 것은 그만큼의 금액을 다른 곳으로 투자하였다고 볼수 있으며, 이는 사업확장 및 현금의 유동성이 늘어났다고 볼수 있다.

4.3. 성장성 관련 특성 분석

매출액 증가율은 기업의 외형적인 신장세를 나타내는 대표적인 비율이다. LG생활건강과 아모레퍼시픽 두 기업 모두 09년에 비해 10년도 매출액 증가율이 감소한 것을 보았을 때 기업의 성장이 둔화되고 있다. 매출액 증가율의 감소는 결국 시장점유율의 하락을 의미하므로, 원자재 가격의 인상이나 판매량의 감소 등에 기인한 원인분석이 이루어져야 한다. 순이익 증가율은 기업활동의 최종성과인 순이익이 전기에 비해 증가한 정도를 나타내는 지표로서, 정상적인 영업활동의 성과인 영업외손익뿐 아니라, 특별손익을 모두 반영한 총괄적인 경영성과의 변화율을 나타낸다. LG생활건강과 아모레퍼시픽 두 기업 모두 2010년 순이익 증가율이 미비하다. 총자산증가율은 기업의 외형적 규모의 신장을 나타내는 비율이다. 총자산 증가율 또한 두 기업 모두 비율이 감소하였다. LG생활건강과 아모레퍼시픽의 경우 매출액 증가율과 총

자산증가율이 감소하고 있는 것으로 보아, 시장 점유율이 떨어지고 있으며, 기업성장이 바람직한 방향으로 나아가지 못하고 있다. 그러나 자산재평가 실시 여부와 실시시기에 따라서 장부상의 자산가액이 실제보다 과소계상되는 경향이 있으므로 여러 기업 간의 상호비교분석 시에 조심할 필요가 있다.

[표 5] 성장성 관련 특성 분석

비율	LG생활건강		아모레퍼시픽	
	2010	2009	2010	2009
매출액증가율(%)	-46.0	-11.2	-14.1	-13.4
순이익증가율(%)	-27.8	-29.5	-20.6	-24.6
총자산증가율(%)	-42.4	-7.2	-15.3	-12.5

4.4 보통주 가치 관련 특성 분석

보통주 평가 비율로 주가수익배수(PER)은 현주가를 주당순이익으로 나눈 것으로 기업이 벌어들이고 있는 1원의 이익에 대한 증권시장의 투자자들이 얼마의 대가를 지불하고 있는가를 측정하는 것이다. 기업의 단위당 이익발생능력에 대한 상대적 주가수준을 나타낸 것이다. 화폐1원은 똑같지만 투자자가 지급하는 대가가 다른 이유는 이익발생능력의 질에 차이가 있음을 반영한 결과이다. 즉 기업의 수익성, 성장성, 위험성들이 총체적으로 반영된 지표이다. LG생활건강의 주당이익인 8,415원 주가는 42,2000원, 아모레퍼시픽의 주당이익은 41,219원 주가는 1,090,000원이다. 동종업계 PER는 대략 22.47이다. LG생활건강은 PER가 계속 상승중이고 2009년에서 2010년 상승폭이 크다. LG생활건강은 동종업계 PER보다 20이상이 높으므로 고평가 되어 있다. 고평가 되었기 때문에 LG생활건강은 벌어들인 수익에 비해서 주가가 높이 평가 되었고 주가 상승에 대한 기대치가 적다. 그 이유로는 해태음료 인수에서 비롯되었다. 그에 반해 아모레퍼시픽은 동종업계 PER에 비해 5정도 높은 수치로 고평가 되어 있지만 LG생활건강에 비해서는 저평가가 되어 있으므로 PER로만 본 투자가치는 아모레퍼시픽이 더 좋다.

[표 6] 보통주 가치 관련 특성 분석

비율	LG생활건강				아모레퍼시픽		
	2010	2009	2008		2010	2009	2008
PER	46.3	30.1	27.9		27.6	28.5	26.5
PBR	10.5	8.3	6.9		5.1	5	4

표 3. 6 보통주평가비율

주당순자산배율(PBR)은 주가를 주당순자산가치로 나눈 비율로 주가와 1주당 순자산을 비교한 수치이다. 즉 주가가 순자산(자본금과 자본잉여금, 이익잉여금의 합계)에 비해 1주당 몇 배로 거래되고 있는지를 측정하는 지표이다. 이 비율은 주주지분의 자산가치에 대한 상대적 주가수준을 나타낸 것으로 미래수익성 전망이 좋고 자산 운용이 효율적일수록 PBR비율이 높게 된다. LG생활건강의 PBR은 2010년 10.5이다. 이는 고평가 되어 있으므로 주가가 상승할 가능성은 적으나 안정적으로 투자가 가능하다. 아모레퍼시픽의 PBR은 2010년 5.1로 이 또한 고평가 되어있다. 그러므로 주가 상승 가능성은 적으나 LG생활건강보다는 높은 편이다.

5. 결론

기업에 있어서 모든 투자는 궁극적으로 재무적 성과에 연관되어야 한다. 재무분석을 통하여 그 기업이 투자대비 성과가 얼마나 되며, 기업의 안전성 등은 얼마나 되는지 알 수 있으며, 이런 상호비교 분석을 통하여 기업경영의 잘못된 방향을, 원인분석과 해결방법을 통해 올바른 기업성장으로 나아갈 수 있는 기회를 제공한다. 본 연구가 채택한 두 개의 사례회사는 우리나라 생활용품 산업의 점유율이 1, 2위인 기업이었는데 전반적으로 아모레퍼시픽의 재무적인 경쟁력이 우수한 것으로 판단되었다.

참고문헌

[1] 아모레퍼시픽
공시정보 http://www.amorepacific.com
[2] 이덕훈, “기업과 환경” pp355
[3] 장영광, “경영분석”, 무역경영사 pp.82~132
[4] 조동성,“21세기를 위한 전략경영” pp377
[5] 한국경제신문, “한경기업정보” pp. 102~103
[6] 한국희, 손예희 “화장품 유통흐름 분석 보고서” pp.8
[7] LG생활건강 공시정보 http://www.lgcare.com/
[8] Gerald, I.W., A. C. Sondhi, & D. Fried, The Analysis and Use of Financial Statement, Wiely, 1994
[9] Reynolds, D, An Exploratory Investigation of Performance in Fastfood Retail Distribution, Journal of Retailing, Vol. 60, pp.98-106, 2004.