

IR

AMORE PACIFIC CORP.

아모레퍼시픽 2017년 2분기 실적

1. 2017년 상반기 성과 요약
2. 2017년 2분기 성과 요약
3. 국내 사업
4. 해외 사업
5. 연결재무제표 요약

본 자료는 참고용으로 제작되었으며, 제시된 정보에 중대한 영향을 미칠 수 있는 사건이나 회계 기준의 변경 등에 의해 수정될 수 있습니다.
또한 외부감사인의 감사가 완료되지 않은 상태에서 작성되었으므로 내용 중 일부는 외부감사인의 최종 검토과정에서 변경될 수 있습니다.

매출 5.3% 감소한 2조 7,740억원, 영업이익 27.7% 감소한 4,184억원

부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

	2016 상반기	매출 비중	2017 상반기	매출 비중	YoY(%)
매출액	29,285	100.0%	27,740	100.0%	-5.3
국내	21,242	72.5%	19,100	68.9%	-10.1
화장품	18,352	62.7%	16,360	59.0%	-10.9
Mass & OSulloc	2,890	9.9%	2,739	9.9%	-5.2
해외	8,253	28.2%	8,855	31.9%	7.3
기타*	-210		-215		
	2016 상반기	이익률(%)	2017 상반기	이익률(%)	YoY(%)
영업이익	5,784	19.8	4,184	15.1	-27.7
국내	4,677	22.0	3,166	16.6	-32.3
화장품	4,359	23.8	2,991	18.3	-31.4
Mass & OSulloc	318	11.0	174	6.4	-45.2
해외	1,285	15.6	1,079	12.2	-16.0
기타*	-178		-61		
당기순이익	4,556	15.6	3,009	10.8	-34.0

기타* : 연결조정

매출 16.5% 감소한 1조 2,050억원, 영업이익 57.8% 감소한 1,016억원

부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

	2016 2Q	매출 비중	2017 2Q	매출 비중	YoY(%)
매출액	14,434	100.0%	12,050	100.0%	-16.5
국내	10,388	72.0%	8,055	66.9%	-22.5
화장품	9,085	62.9%	6,947	57.7%	-23.5
Mass & OSulloc	1,303	9.0%	1,109	9.2%	-14.9
해외	4,173	28.9%	4,085	33.9%	-2.1
기타*	-126		-91		
	2016 2Q	이익률(%)	2017 2Q	이익률(%)	YoY(%)
영업이익	2,406	16.7	1,016	8.4	-57.8
국내	1,995	19.2	826	10.2	-58.6
화장품	1,916	21.1	846	12.2	-55.8
Mass & OSulloc	79	6.1	-20	-1.8	적자전환
해외	490	11.8	198	4.8	-59.6
기타*	-80		-8		
당기순이익	1,926	13.3	774	6.4	-59.8

기타* : 연결조정

외국인 관광객 수 감소로 국내 사업 매출 하락, 수익성 악화

Luxury

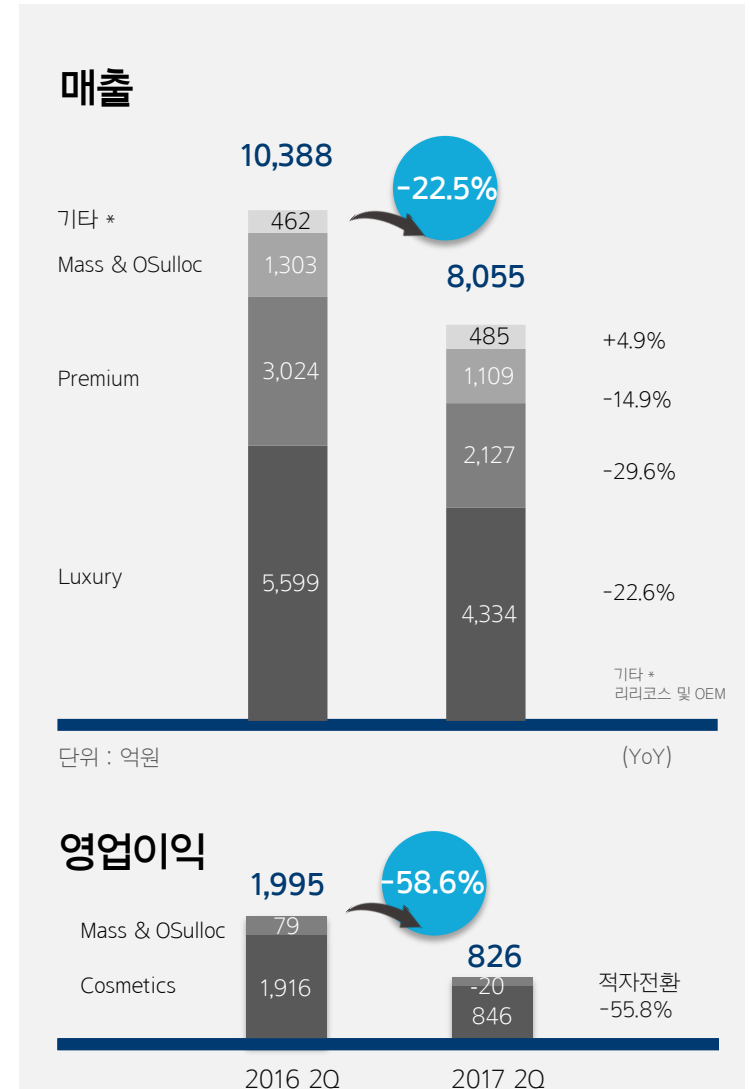
- 면세 채널 부진으로 주요 럭셔리 브랜드 매출 감소
- 상품 포트폴리오 다변화 및 신제품 출시로 브랜드 매력도 강화, 순수 내수 시장 경쟁력 제고
: '설화수 윤조 마스크', '헤라 블랙 쿠션', '화이트 프로그램 톤-업 쿠션 크림', '바이탈뷰티 데일리토닝' 등
- 다양한 오프라인 서비스 및 디지털 콘텐츠로 차별화된 고객 경험 제공, 온라인 고객 유입 확대로 직영몰 매출 증가

Premium

- 관광객 감소에 따른 주요 상권 및 면세 채널 위축으로 매출 감소
- 주요 브랜드 신제품 출시로 대표 카테고리 육성, 메이크업 포트폴리오 강화
: '라네즈 아이 슬리핑 마스크', '아이오페 에이지 코렉터', '마몽드 플라워 팍 블러셔-아이 브릭' 등
- 브랜드 체험 및 고객 경험 확대를 위한 리테일 환경 개선 (라네즈 로드샵 오픈, 아리따움 매장 리뉴얼 등)

Mass & OSulloc

- Mass: 주요 상권의 대형 유통 채널 부진으로 매출 감소, 신제품 출시 확대하며 브랜드 매력도 제고
: '러한방꿀청 손상케어라인', '미장센 리얼 퍼품 인피니티 라인', '해피바스 화이트 로즈 에센스 바디워시' 등
- OSulloc: 선물세트 판매 부진으로 매출 감소, 고객 경험 제고를 위한 매장 내 체험 공간 구축



아시아 지정학적 불확실성으로 매출 성장세 둔화

설화수는 럭셔리 브랜드 리더십 제고

- 신제품 출시로 대표 카테고리 강화 ('설안팍', '자음생 크림 라이트' 등)
- 아세안 지역 e커머스 플랫폼 입점하며 유통 채널 다각화

라네즈는 브랜드 매력도 개선 활동 지속

- CSR 캠페인 중심의 고객 소통 및 브랜드 이미지 개선
- 매장 리뉴얼, 메이크업존 도입 등 공간 매력도 향상

마몽드는 현지화 상품 연구 개발, 시장 다변화

- 현지 고객 니즈를 반영한 신제품 출시 준비 (중국)
- 싱가포르 백화점 1호점 오픈

이니스프리는 글로벌 사업 포트폴리오 강화

- 베트남, 인도네시아, 말레이시아 등 아세안 시장 진출 확대
- 매장 내 브랜드 체험 콘텐츠 강화로 고객 경험 제고

에뛰드하우스는 상품 경쟁력을 바탕으로 메이크업 브랜드 입지 강화

- 히트 상품 중심의 매출 성장 ('디어달링 소다 틴트', '플레이 101 스틱' 등)
- 소셜 미디어를 활용한 밀레니얼 고객 소통 확대

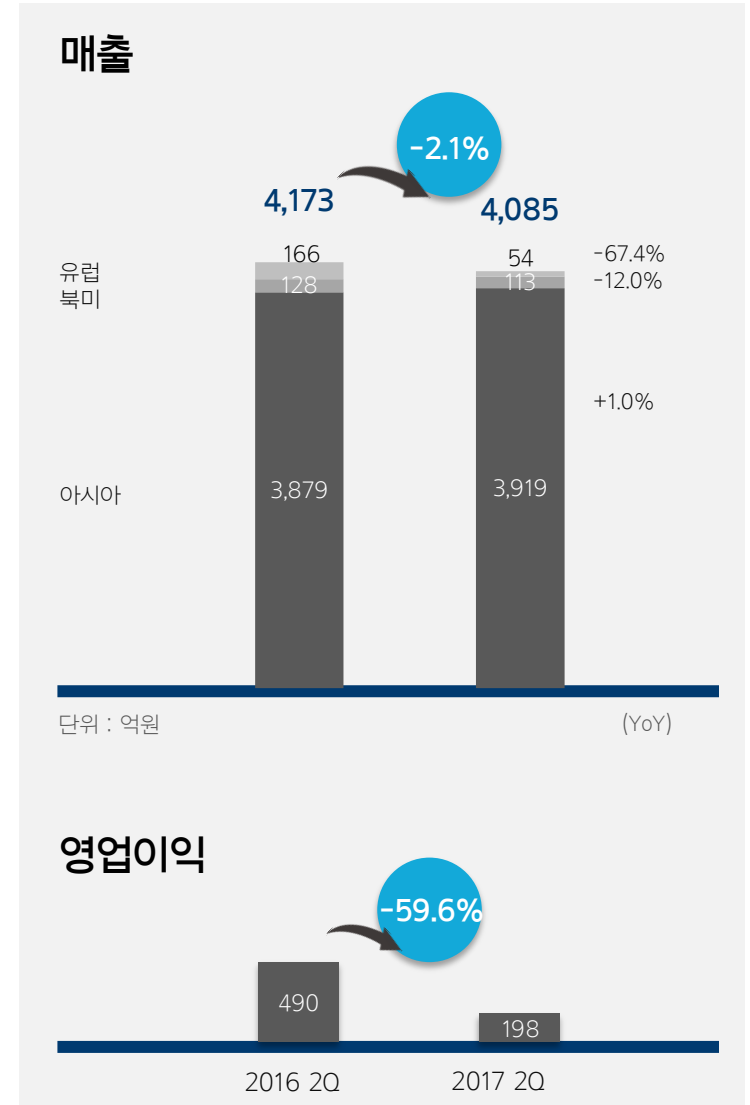
북미

브랜드 투자 확대 및 유통 포트폴리오 재정비로 매출 및 이익 감소

- 아모레퍼시픽과 설화수는 온오프 연계 고객 커뮤니케이션 강화, e커머스 매출 고성장
- 라네즈는 세포라닷컴, 직영몰 런칭하며 디지털 플랫폼 확장

유럽

롤리타 렘피카 브랜드 라이선스 종료에 따른 매출 및 이익 감소



연결포괄손익계산서

단위 : 억원

	2016 2Q		2017 2Q	
	금액	비율	금액	비율
매출액	14,434	100.0%	12,050	100.0%
매출총이익	10,691	74.1%	8,821	73.2%
판매관리비	8,285	57.4%	7,806	64.8%
영업이익	2,406	16.7%	1,016	8.4%
영업외손익	(10)		94	
법인세차감전순이익	2,396	16.6%	1,109	9.2%
연결당기순이익	1,926	13.3%	774	6.4%

연결재무상태표

단위 : 억원

	2016.12	2017.06
	자산	51,816
유동자산	21,163	19,900
비유동자산	30,652	32,257
부채	12,849	11,403
유동부채	11,712	10,312
비유동부채	1,137	1,091
자본	38,966	40,754
자본금	345	345
주식발행초과금	7,127	7,127
자본잉여금	78	78
기타자본구성요소	(176)	(176)
기타포괄손익누계액	(172)	(278)
이익잉여금	31,587	33,465
비지배회사지분	178	193