

IR

AMORE PACIFIC CORP.

아모레퍼시픽 2017년 실적

1. 2017년 성과 요약
2. 국내 사업
3. 해외 사업
4. 2017년 4분기 성과 요약
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 9.2% 감소한 5조 1,238억 원, 영업이익 29.7% 감소한 5,964억 원

부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

	2016	매출 비중	2017	매출 비중	YoY(%)
매출액	56,454	100.0%	51,238	100.0%	-9.2
국내	40,005	70.9%	33,474	65.3%	-16.3
화장품	34,486	61.1%	28,302	55.2%	-17.9
생활용품 & OSulloc	5,518	9.8%	5,171	10.1%	-6.3
해외	16,968	30.1%	18,205	35.5%	7.3
기타*	-518		-441		
	2016	이익률(%)	2017	이익률(%)	YoY(%)
영업이익	8,481	15.0%	5,964	11.6%	-29.7
국내	6,776	16.9%	4,177	12.5%	-38.4
화장품	6,678	19.4%	4,032	14.2%	-39.6
생활용품 & OSulloc	98	1.8%	144	2.8%	47.2
해외	2,105	12.4%	1,942	10.7%	-7.7
기타*	-400		-155		
당기순이익	6,457	11.4%	3,980	7.8%	-38.4%

기타* : 연결조정

관광객 감소로 매출 및 영업이익 하락

Luxury

- 중국인 관광객 감소에 따른 면세 채널 부진으로 매출 감소
- 다양한 신제품 출시를 통해 주요 브랜드 제품 경쟁력 강화
: '설화수 윤조 마스크', '설화수 진설 아이 에센스', '헤라 블랙쿠션', '프리메라 수딩 센서티브 라인'
- 차별화된 브랜드 캠페인 및 마케팅 활동으로 고객 경험 제고 및 브랜드 스토리 발신
: '설화문화전', '헤라 패션 위크', '프리메라 Love the Earth 페스티벌'
- 디지털 플랫폼(AP몰) 강화 및 멀티브랜드 채널 입점으로 고객 접점 다변화

Premium

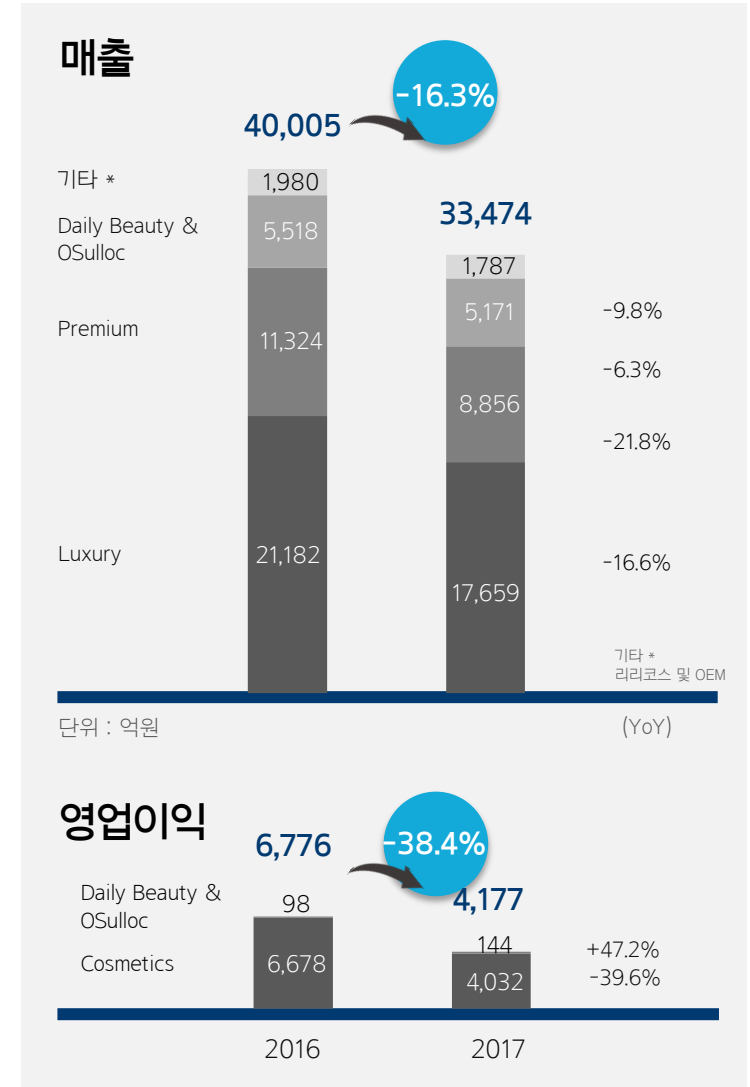
- 주요 관광 상권 및 면세 채널 부진으로 매출 감소
- 제품 카테고리 다변화 및 메이크업 유형 확대로 고객 니즈 대응
: '아이오페 더마 리페어 라인', '라네즈 실크 인텐스 립스틱', '마몽드 크리미티트 컬러밤'
- 브랜드샵 오픈, 아리따움 및 마트 매장 리뉴얼 등 고객 경험 확대를 위한 리테일 환경 개선

Daily Beauty(생활용품)

- 헤어 케어: 프리미엄 제품군 판매 호조로 헤어 케어 카테고리 내 리더십 강화
- 바디 케어: 다양한 신제품 출시(해피바스 주스 스무디 바디워시, 해피바스 저자극 티컬렉션 등) 및 전문보습유형 강화 (일리운 세라마이드 아토 크림), 디지털 콘텐츠와 플랫폼을 강화하고 고객 소통 확대
- 오랄 케어: 천연유래 성분을 함유한 자연주의 덴탈케어 브랜드 '플레시아' 출시

OSulloc

- 오설록 티뮤지엄과 티하우스의 리테일 경쟁력 제고 및 프리미엄 제품군 확대를 통해 질적 성장 기반 마련



아시아

(설화수) 아시아 대표 럭셔리 뷰티 브랜드로서의 위상 제고

- 중국 및 아세안 주요 국가 매출 고성장, 럭셔리 브랜드 리더십 강화
- 고급 백화점 중심의 매장 출점, 모바일 및 e커머스 플랫폼 입점 확대, 로드샵 오픈 등 고객 접점 다각화

(라네즈) 브랜드 매력도 개선 활동 지속

- 백화점 매장 리뉴얼, 다양한 신제품 출시로 브랜드 경쟁력 제고
- 중국 및 아세안 시장 e커머스 매출 고성장

(마몽드) 상품 포트폴리오 다변화, 신규 시장 진출

- 중국 현지 고객 니즈를 반영한 전용 제품 출시로 시장 대응력 제고
- 중국 질적 성장 기반 마련 위한 유통 채널 재정비
- 아세안 시장 진입 가속화: 싱가포르 진출, 아세안 백화점 및 온라인몰 입점

(이니스프리) 자연주의 브랜딩 강화, 글로벌 사업 가속화

- 중국 온/오프라인 견고한 매출 성장, 디지털 역량 강화하며 글로벌 고객 소통 확대
- 인도네시아 진출, 중화권 및 아세안 매장 출점 가속화

(에뛰드하우스) 글로벌 영 메이크업 브랜드 인지도 강화

- 신제품 출시 및 히트 상품 판매 호조로 매출 성장 (플레이 101스틱, 디어달링 틴트 등)
- 신규매장 출점(중국, 홍콩, 일본, 태국 등) 및 e커머스 플랫폼 확대

북미

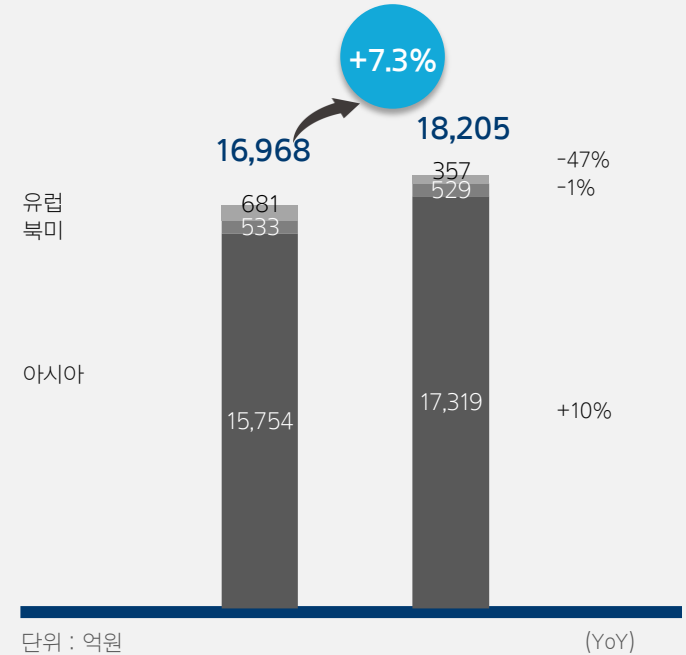
브랜드 및 유통 포트폴리오 재정비로 성장기반 강화

- 직영몰(아모레퍼시픽, 설화수) 육성으로 디지털 사업 강화, e커머스 매출 고성장
- 라네즈 세포라 런칭 및 이니스프리 플래그십 스토어 1호점 오픈

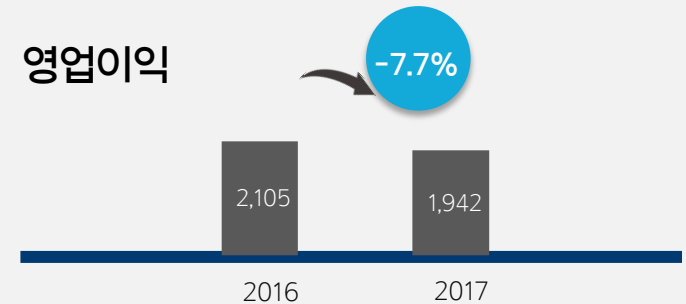
유럽

설화수 프랑스 갤러리 라파예트 백화점 입점, 유럽 스킨케어 시장 진출 기반 마련
롤리타 렘피카 브랜드 라이선스 종료 영향으로 매출 및 이익 감소

매출



영업이익



매출 13.4% 감소한 1조 1,400억 원, 영업이익 24.7% 감소한 769억 원

부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

	2016 4Q	매출 비중	2017 4Q	매출 비중	YoY(%)
매출액	13,160	100.0%	11,400	100.0%	-13.4
국내	8,692	66.0%	6,473	56.8%	-25.5
화장품	7,676	58.3%	5,553	48.7%	-27.6
생활용품 & OSulloc	1,017	7.7%	919	8.1%	-9.6
해외	4,645	35.3%	5,077	44.5%	9.3
기타*	-177		-150		
	2016 4Q	이익률(%)	2017 4Q	이익률(%)	YoY(%)
영업이익	1,022	7.8%	769	6.7%	-24.7
국내	733	8.4%	342	5.3%	-53.3
화장품	843	11.0%	478	8.6%	-43.4
생활용품 & OSulloc	-111	-10.9%	-136	-14.8%	적자지속
해외	348	7.5%	410	8.1%	17.6
기타*	-59		18		
당기순이익	730	5.5%	174	1.5%	-76.2

기타* : 연결조정

연결포괄손익계산서

단위 : 억원

	2016		2017	
	금액	비율	금액	비율
매출액	56,454	100.0%	51,238	100.0%
매출총이익	42,207	74.8%	37,441	73.1%
판매관리비	33,726	59.7%	31,477	61.4%
영업이익	8,481	15.0%	5,964	11.6%
영업외손익	85		(291)	
법인세차감전순이익	8,566	15.2%	5,673	11.1%
연결당기순이익	6,457	11.4%	3,980	7.8%

연결재무상태표

단위 : 억원

	2016.12	2017.12
	자산	51,816
유동자산	21,163	16,884
비유동자산	30,652	36,951
부채	12,849	12,081
유동부채	11,712	10,574
비유동부채	1,137	1,507
자본	38,966	41,754
자본금	345	345
주식발행초과금	7,127	7,127
자본잉여금	78	78
기타자본구성요소	(176)	(176)
기타포괄손익누계액	(172)	(401)
이익잉여금	31,587	34,565
비지배회사지분	178	216