

IR

AMORE PACIFIC CORP.

아모레퍼시픽 2018년 1분기 실적

1. 2018년 1분기 성과 요약
2. 국내 사업
3. 해외 사업
4. 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 8.8% 감소한 1조 4,316억 원, 영업이익 25.5% 감소한 2,359억 원

부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

	2017 1Q	매출 비중	2018 1Q	매출 비중	YoY(%)
매출액	15,690	100.0%	14,316	100.0%	-8.8
국내	11,044	70.4%	9,408	65.7%	-14.8
화장품	9,413	60.0%	7,807	54.5%	-17.1
생활용품 & OSulloc	1,631	10.4%	1,602	11.2%	-1.8
해외	4,770	30.4%	5,008	35.0%	5.0
기타*	-123		-101		
	2017 1Q	이익률(%)	2018 1Q	이익률(%)	YoY(%)
영업이익	3,168	20.2%	2,359	16.5%	-25.5
국내	2,340	21.2%	1,575	16.7%	-32.7
화장품	2,145	22.8%	1,405	18.0%	-34.5
생활용품 & OSulloc	195	11.9%	169	10.6%	-13.1
해외	881	18.5%	815	16.3%	-7.4
기타*	-53		-30		
당기순이익	2,235	14.2%	1,767	12.3%	-20.9%

기타* : 연결조정

중국인 관광객 감소로 매출 및 영업이익 하락

Luxury

- 중국인 관광객 감소 및 유통 건전화 노력으로 면세 채널 내 주요 브랜드 매출 감소
- 고객 커버리지 확대 및 브랜드 경쟁력 강화를 위한 다양한 신제품 출시 : '설화수 설린 라인', '설화수 지정토닝팩', '헤라 로자-사틴 크림', '프리메라 맨 워터리 플루이드'

Premium

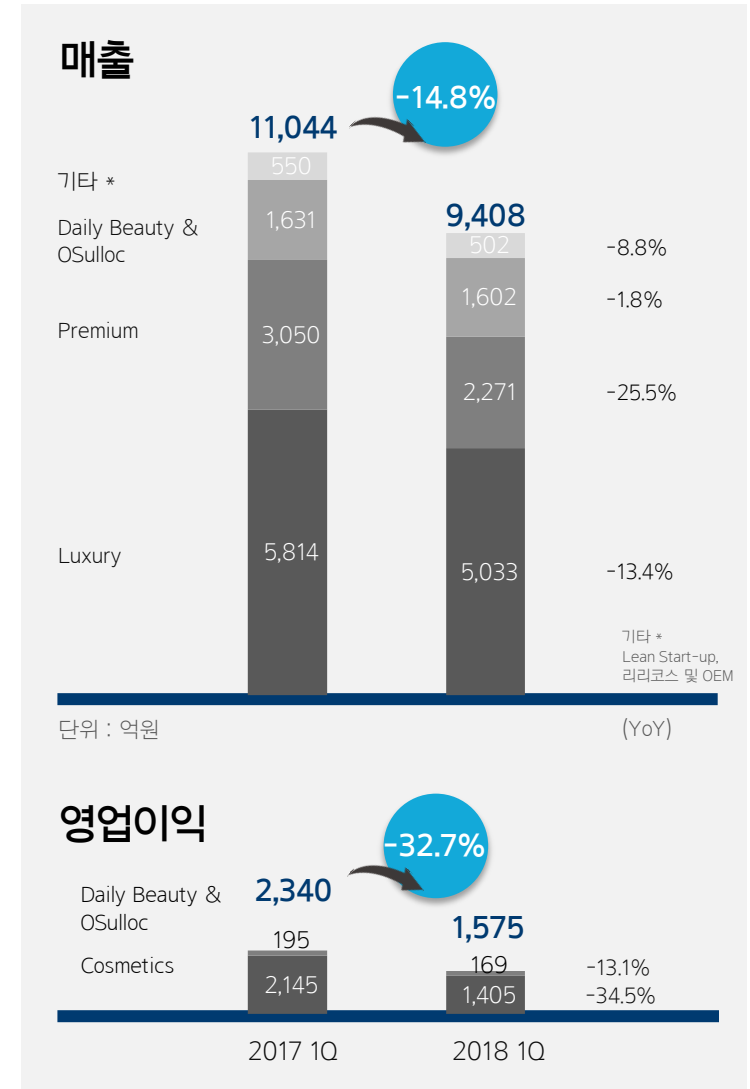
- 면세 채널 및 주요 관광 상권 위축, 홈쇼핑 브랜드 포트폴리오 조정으로 매출 감소
- 차별화된 신제품 출시 및 주요 제품 리뉴얼로 브랜드 매력도 제고 : '라네즈 레이어링 커버 쿠션', '아이오페 슈퍼바이탈 크림', '마몽드 크리미틴트 스퀴즈 립'
- 라네즈 워터바 팝업스토어 운영, 아리따움 스마트 클럽 론칭, 온라인 전용 제품 출시 등 오프라인 채널 경쟁력 강화 및 고객 경험 제고

Daily Beauty

- 디지털 플랫폼 별 맞춤형 마케팅 활동 강화하여 온라인 매출 고성장
- 헤어 및 바디 케어 기능성 제품군 ('미장센 퍼펙트세럼', '일리운 세라미이드 아토 집중 크림' 등) 판매 확대 및 다양한 신제품 출시로 견고한 시장 리더십 유지

OSulloc

- 디지털 마케팅 활성화하며 직영몰 유입 고객 및 신규 고객 증가
- 주요 순수차(세차, '삼다연' 등) 및 블렌디드차('삼다연제주영굴', '신오브제주' 등) 판매 확대



아시아

[설화수] 아시아 대표 럭셔리 뷰티 브랜드로서의 리더십 제고

- 주요 신제품('자음생수/유액') 및 대표제품('윤조', '자정미백', '진설라인' 등) 판매 호조
- 중국 및 아세안 신규매장 출점 지속하며 고객 접점 확대, 견고한 매출 성장

[라네즈] 제품 포트폴리오 강화로 중화권 매출 성장 견인

- 주요 수분 카테고리('퍼펙트리뉴', '슬리핑 라인' 등) 판매 호조로 중화권 매출 성장 회복
- 혁신 신제품('레이어링 커버 쿠션') 아세안 시장에 출시하며 브랜드 경쟁력 제고

[마몽드] 채널 확장 통한 고객 접점 다변화

- 중국 질적 성장 기반 마련 위한 유통 채널 재정비 지속
- 아세안 시장 멀티브랜드숍(세포라, 이브앤보이) 출점 확대

[이니스프리] 자연주의 브랜딩 제고하며 글로벌 사업 가속화

- 중국 현지화 제품('화이트 피오니 톤업 크림') 출시로 시장 대응력 제고, 히트제품('그린티', '한란') 지속 성장
- 일본 1호점 오픈, 아세안 온/오프라인 출점 확대 등 글로벌 사업 가속화

[에뛰드하우스] 글로벌 영 메이크업 브랜드 입지 강화

- 일본 시장 견고한 매출 성장 지속, 중국 및 아세안 e커머스 확대, 대만 직진출 전환
- UAE/쿠웨이트 1호점 오픈하며 중동 시장 진출

북미

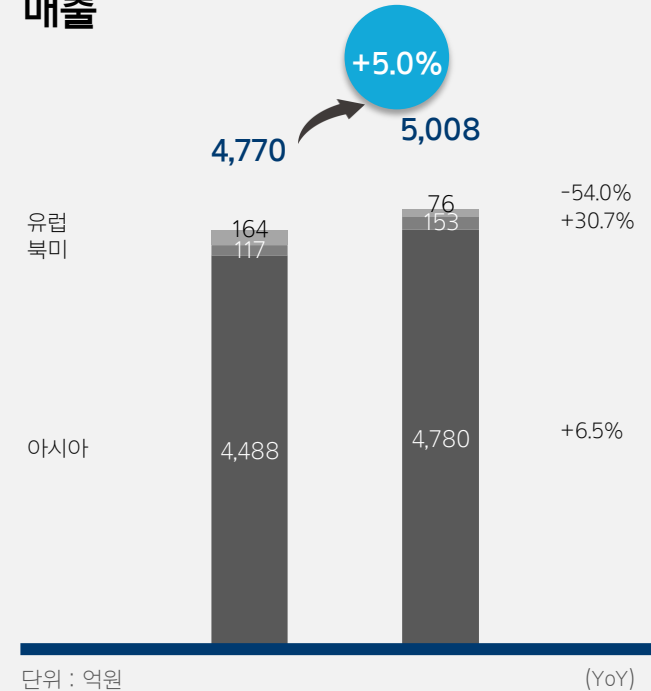
브랜드 및 유통 포트폴리오 확대로 성장 기반 강화

- 라네즈 세포라 및 이니스프리 플래그십 스토어 판매 호조로 매출 성장, 마몽드 얼타 입점하며 미국 진출
- 신규 브랜드 및 채널 투자 확대로 이익 감소

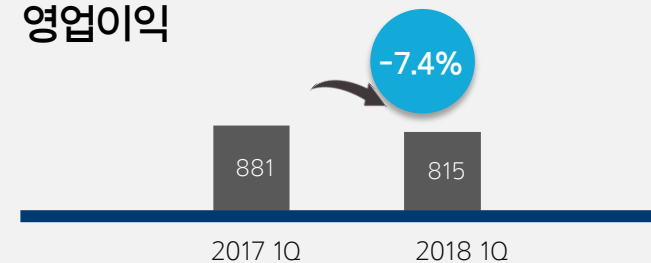
유럽

롤리타 랩파카 브랜드 라이선스 종료 영향으로 매출 및 이익 감소
아낙구말 브랜드 리뉴얼('Goutal Paris') 통해 경쟁력 제고

매출



영업이익



연결포괄손익계산서

단위 : 억원

	2017 1Q		2018 1Q	
	금액	비율	금액	비율
매출액	15,690	100.0%	14,316	100.0%
매출총이익	11,830	75.4%	10,492	73.3%
판매관리비	8,662	55.2%	8,133	56.8%
영업이익	3,168	20.2%	2,359	16.5%
영업외손익	(218)		5	
법인세차감전순이익	2,950	18.8%	2,364	16.5%
연결당기순이익	2,235	14.2%	1,767	12.3%

연결재무상태표

단위 : 억원

	2017.12	2018.03
	자산	53,757
유동자산	16,775	18,689
비유동자산	36,982	37,434
부채	12,003	13,327
유동부채	10,464	11,631
비유동부채	1,539	1,696
자본	41,754	42,795
자본금	345	345
주식발행초과금	7,127	7,127
자본잉여금	78	78
기타자본구성요소	(176)	(176)
기타포괄손익누계액	(401)	(245)
이익잉여금	34,565	35,409
비지배회사지분	216	258