

IR

AMORE PACIFIC CORP.

아모레퍼시픽 2018년 2분기 실적

1. 2018년 상반기 성과 요약
2. 2018년 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 소폭 성장한 2조 7,753억원, 영업이익 8.8% 감소한 3,817억원

부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

	2017 상반기	매출 비중(%)	2018 상반기	매출 비중(%)	YoY(%)
매출액	27,740	100.0	27,753	100.0	0.0
국내	19,100	68.9	18,186	65.5	-4.8
화장품	16,360	59.0	15,414	55.5	-5.8
생활용품 & OSulloc	2,739	9.9	2,771	10.0	1.2
해외	8,855	31.9	9,776	35.2	10.4
기타*	-215		-209		
	2017 상반기	이익률(%)	2018 상반기	이익률(%)	YoY(%)
영업이익	4,184	15.1	3,817	13.8	-8.8
국내	3,166	16.6	2,500	13.7	-21.0
화장품	2,991	18.3	2,349	15.2	-21.5
생활용품 & OSulloc	174	6.4	151	5.5	-13.3
해외	1,079	12.2	1,269	13.0	17.7
기타*	-61		48		
당기순이익	3,009	10.8	2,863	10.3	-4.8

기타* : 연결조정

매출 11.5% 성장한 1조 3,437억원, 영업이익 43.5% 증가한 1,458억원

부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

	2017 2Q	매출 비중(%)	2018 2Q	매출 비중(%)	YoY(%)
매출액	12,050	100.0	13,437	100.0	11.5
국내	8,055	66.9	8,777	65.3	9.0
화장품	6,947	57.7	7,608	56.6	9.5
생활용품 & OSulloc	1,109	9.2	1,169	8.7	5.5
해외	4,085	33.9	4,767	35.5	16.7
기타*	-91		-108		
	2017 2Q	이익률(%)	2018 2Q	이익률(%)	YoY(%)
영업이익	1,016	8.4	1,458	10.8	43.5
국내	826	10.2	926	10.5	12.1
화장품	846	12.2	944	12.4	11.5
생활용품 & OSulloc	-20	-1.8	-18	-1.6	적자 감소
해외	198	4.8	454	9.5	129.3
기타*	-8		78		
당기순이익	774	6.4	1,096	8.2	41.7

기타* : 연결조정

Luxury

- 스킨케어카테고리 판매 호조로 매출 성장
: '설화수 자음생수·자음생유액', '설화수 설린 라인', '헤라 로지-사틴 크림' 등
- 다양한 신제품 출시로 제품 포트폴리오 강화
: '설화수 쉬어 래스팅 메이크업', '헤라 센슈얼 틴트', '프리메라 리페어빈사카 라인', '바이탈뷰티 자음보액' 등
- 외국인 관광객 증가로 면세 채널 매출 성장

Premium

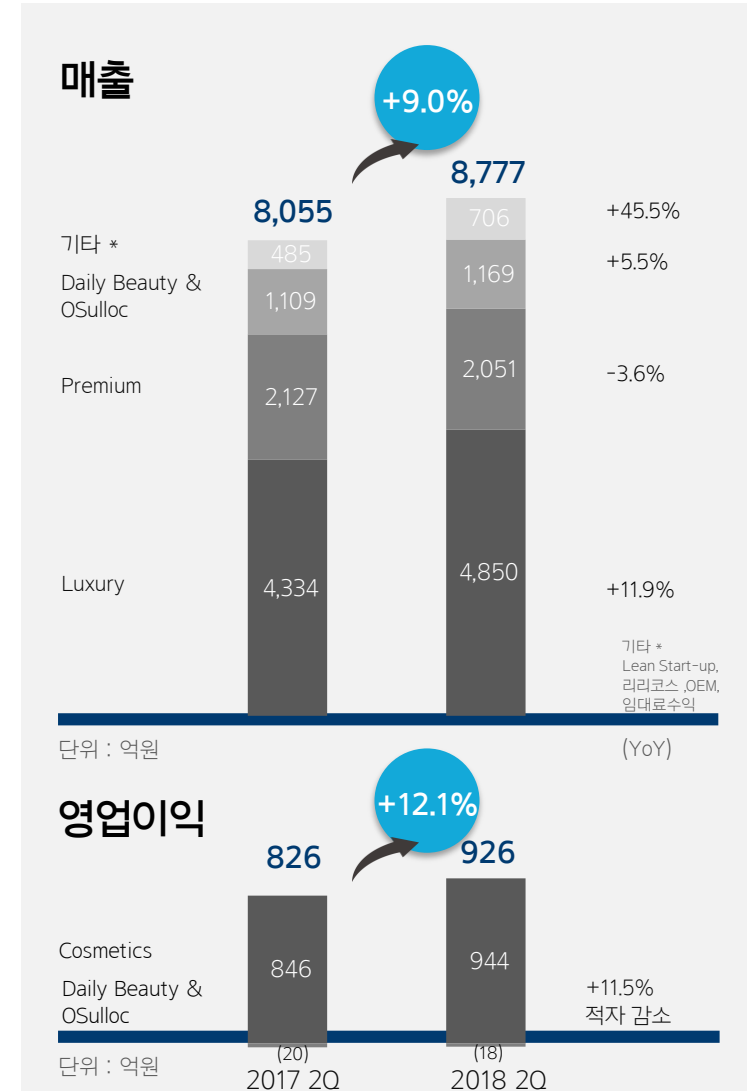
- 홈쇼핑 브랜드 포트폴리오 조정으로 매출 감소
- 차별화된 신제품 출시로 메이크업 카테고리 다변화
: '라네즈 스테인드 글라스틱', '마몽드 울 스테이 파운데이션', '아이오페 퍼펙트 커버 쿠션'
- 브랜드 체험 공간 강화 및 오프라인 마케팅 활동으로 브랜드 스토리 확산
: '라네즈 이대 플래그십 스토어 L-플레이그라운드' 오픈, '마이립 슬리핑 마스크팩' 서비스 개시
: '마몽드 가든으로 초대' 행사 내 '마몽드 플라워 토너바' 운영

Daily Beauty

- 헤어케어 제품 ('려 함빛 극순상 샴푸', '미장센 퍼펙트세럼' 등) 판매 호조로 매출 성장
- 온라인 콘텐츠 강화 및 플랫폼 별 맞춤 마케팅 활동으로 주요 브랜드 디지털 매출 확대

OSulloc

- 프리미엄 제품군 판매 확대 및 티뮤지엄, 티하우스 점당 매출 증가로 전체 매출 성장
- 디지털 마케팅 강화로 오설록 브랜드 인지도 확산 및 디지털 고객유입 확대



아시아 5대 글로벌 브랜드 중심 경쟁력 제고 및 사업 확대 가속화

[설화수] 아시아 대표 럭셔리 뷰티 브랜드 리더십 제고

- 대표제품('윤조', '자음생' 등) 중심 판매 호조로 럭셔리 고객 저변 확대
- 중국 및 아세안 온/오프라인 매장 지속 출점하며 고객 접점 확대, 견고한 매출 성장

[라네즈] 주요 대표 제품 중심 성장 모멘텀 확보

- 주요 혁신 신제품('레이어링 커버 쿠션') 및 대표 상품('슬리핑 뷰티', '워터뱅크 에센스 리뉴얼') 매출 확대
- 글로벌 워터바 행사 진행하며 브랜드 이미지 제고

[마몽드] 채널 포트폴리오 재정비 및 고객 접점 다변화

- 중국 질적 성장 기반 마련을 위한 유통 채널 재정비 지속
- 아세안 시장 멀티브랜드숍(세포라, 이브앤보이) 채널 성장 집중, 대응력 제고

[이니스프리] 자연주의 브랜딩 강화하며 글로벌 사업 가속화

- '그린티 라인' 리뉴얼 출시 글로벌 캠페인 전개, 자연주의 브랜드 이미지 제고
- 중국 및 아세안 온라인 마케팅 강화하며 디지털 매출 견고한 성장
- 호주 1호점 오픈 등 신규 시장 진출 가속화

[에뛰드하우스] 글로벌 영 메이크업 브랜드 입지 강화

- 중국 전용 제품 출시('슬림 립스톡'), 싱가포르 컬러 팩토리 오픈 등 현지 고객 맞춤 소통 강화
- 일본 및 태국 견고한 매출 성장 지속, 사우디/아부다비 매장 신규 출점하며 중동 시장 공략 가속화

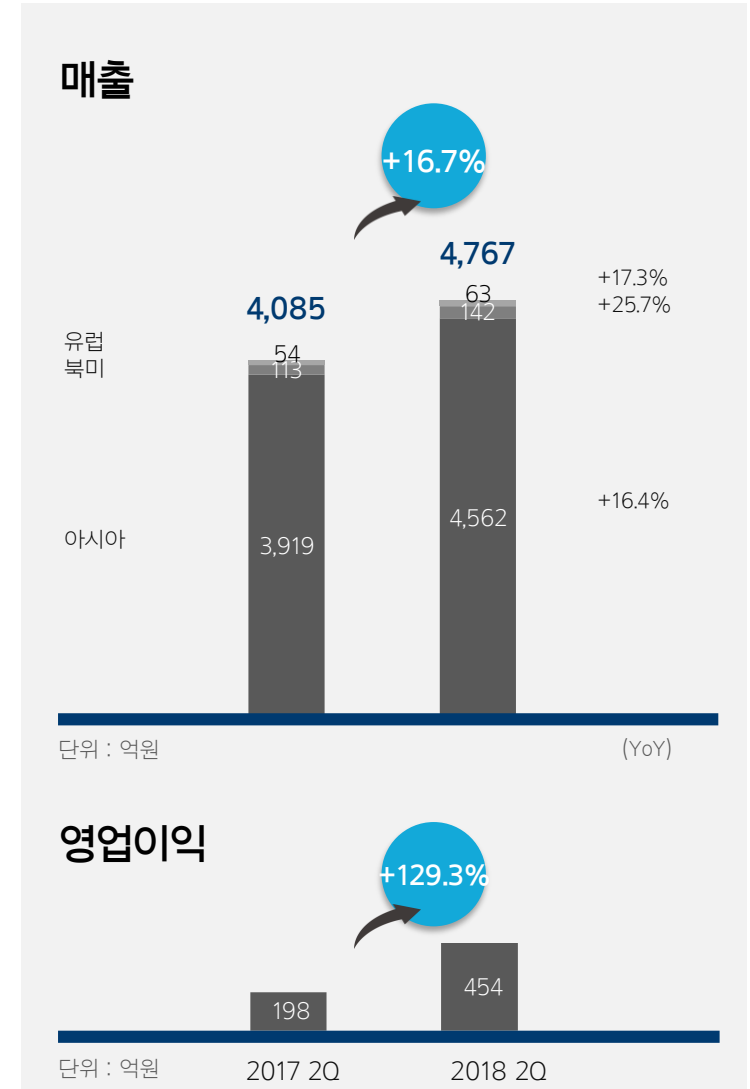
북미

브랜드 및 유통 포트폴리오 확대로 견고한 성장 지속

- 라네즈 세포라 출점 확대, 이니스프리 플래그십스토어 판매 호조로 매출 성장
- 브랜드 및 채널 투자 증가로 이익 감소

유럽

향수 사업 ('Goutal Paris') 리브랜딩 및 글로벌 사업 확대하며 질적 성장



연결포괄손익계산서

단위 : 억원

	2017 2Q		2018 2Q	
	매출액	비율	매출액	비율
매출액	12,050	100.0%	13,437	100.0%
매출총이익	8,821	73.2%	9,848	73.3%
판매관리비	7,806	64.8%	8,390	62.4%
영업이익	1,016	8.4%	1,458	10.8%
영업외손익	94		(16)	
법인세차감전순이익	1,109	9.2%	1,441	10.7%
연결당기순이익	774	6.4%	1,096	8.2%

연결재무상태표

단위 : 억원

	2017.12	2018.06
	자산	53,757
유동자산	16,775	18,167
비유동자산	36,982	37,127
부채	12,003	11,377
유동부채	10,464	9,961
비유동부채	1,539	1,416
자본	41,754	43,917
자본금	345	345
주식발행초과금	7,127	7,127
자본잉여금	78	78
기타자본구성요소	(176)	(176)
기타포괄손익누계액	(401)	(247)
이익잉여금	34,565	36,520
비지배회사지분	216	270