



AMOREPACIFIC
GROUP

아모레퍼시픽 그룹 2017년 실적

- 1 2017년 성과 요약
- 2 주요 자회사 실적
- 3 2017년 4분기 성과 요약
- 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 10.0% 감소한 6조 291억원, 영업이익 32.4% 감소한 7,315억원

부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

	2016년	2017년	YoY(%)
매출액	66,976	60,291	-10.0
뷰티 계열사 ¹⁾	69,504	62,657	-9.9
非뷰티 계열사 ²⁾	1,834	1,569	-14.4
기타 ³⁾	-4,362	-3,935	
	2016년	2017년	YoY(%)
영업이익 (이익률)	10,828 (16.2%)	7,315 (12.1%)	-32.4
뷰티 계열사 (이익률)	10,914(15.7%)	7,275 (11.6%)	-33.3
非뷰티 계열사 (이익률)	89 (4.9%)	-46 (-3.0%)	적자전환
기타 ³⁾	-175	86	
당기순이익 (이익률)	8,115 (12.1%)	4,895 (8.1%)	-39.7

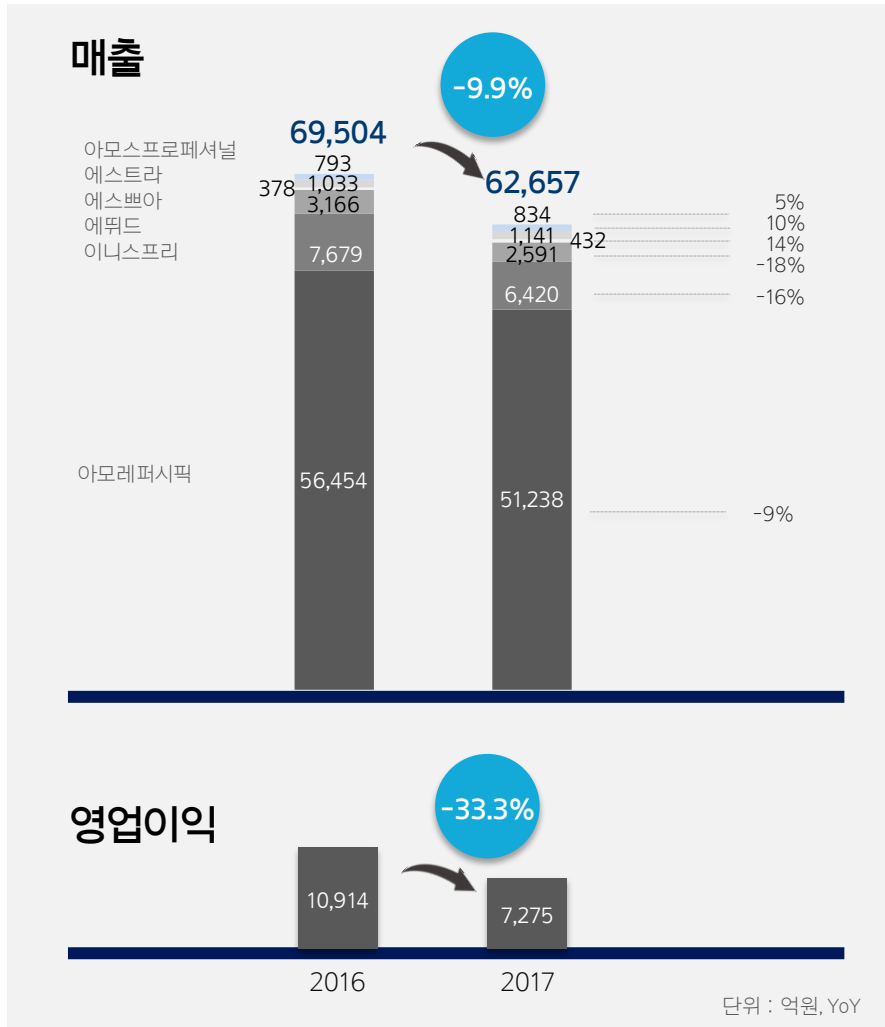
1)뷰티 계열사: 아모레퍼시픽, 이니스프리, 에뛰드, 에스쁘아, 에스트라, 아모스프로페셔널

2)非뷰티 계열사: 아모레퍼시픽그룹, 퍼시픽글라스, 퍼시픽패키지, 오설록농장*

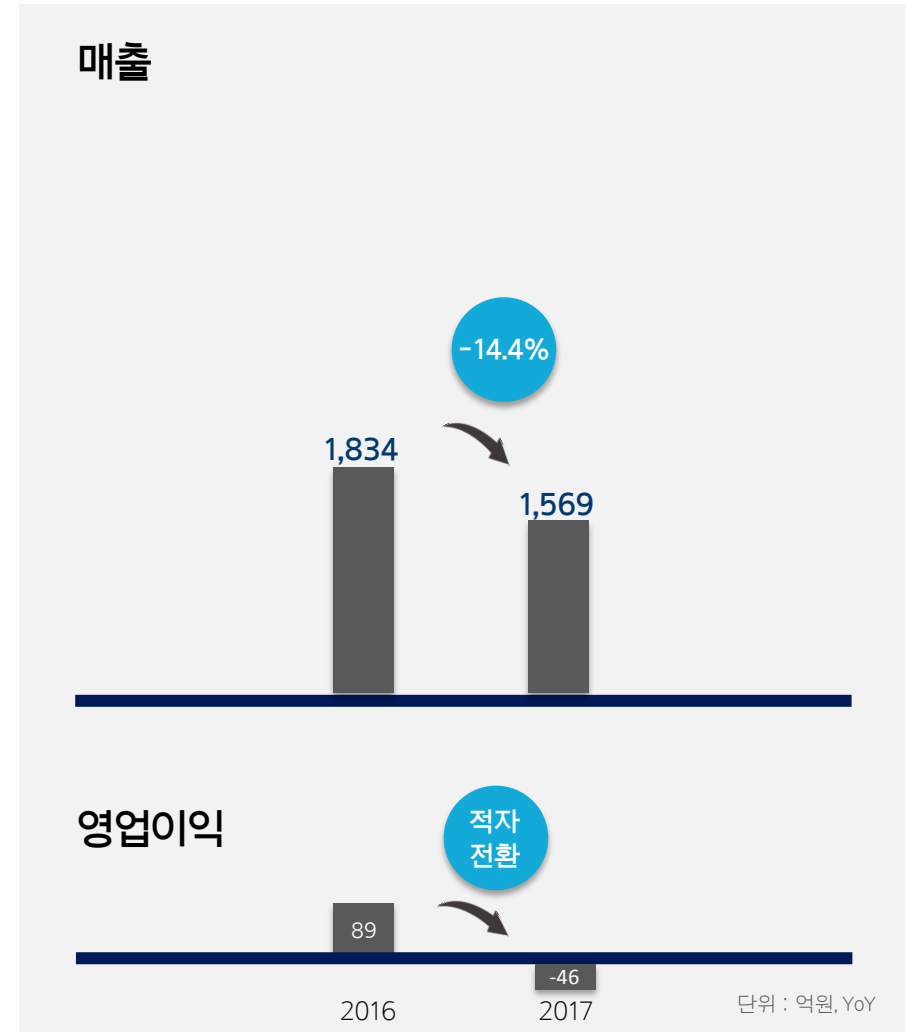
* 오설록농장: 구 장원

3)기타: 연결조정

뷰티 계열사



기타 계열사



아모레퍼시픽 매출 9%, 영업이익 30% 감소

국내 화장품

- (Luxury) 중국인 관광객 감소에 따른 면세 채널 부진으로 매출 감소, 다양한 신제품 출시로 주요 브랜드 제품 경쟁력 강화, 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, 신규 브랜드샵 오픈, 아리따움 및 마트 매장 리뉴얼 등 고객 경험 확대를 위한 리테일 환경 개선

Daily Beauty(생활용품)&오설록

- (Daily Beauty) 프리미엄 헤어 제품군 판매 호조로 헤어케어 카테고리 리더십 강화, 천연유래 성분을 함유한 자연주의 덴탈케어 브랜드 '플레시아' 출시
- (Osulloc) 리테일 경쟁력 제고 및 제주 오리지널의 프리미엄 제품군 확대를 통해 질적 성장 기반 마련

해외사업

- (아시아) 5대 글로벌 브랜드 위상 제고 및 매장 출점 확대
- (북미) 브랜드 및 유통 포트폴리오 재정비로 성장 기반 강화, 라네즈 세포라 런칭 및 이니스프리 미국 진출
- (유럽) 롤리타 램피카 브랜드 라이선스 종료, 설화수 프랑스 백화점 진출, 유럽 스킨케어 시장 진출 기반 마련

이니스프리 매출 16%, 영업이익 45% 감소

- 관광객 감소로 면세 및 주요 중심 상권 로드샵 매출 부진
- 재활용 소재를 활용한 브랜드 컨셉 스토어 '공병 공간' 오픈, 제품 체험공간 '그린라운지' 확대, VR존 강화 등을 통해 차별화된 고객 경험을 제공하고 브랜드 매력도 제고
- 주력제품 ('더 그린티 씨드 세럼', '제주 한란 인리치드 크림', '화산송이 마스크팩' 등) 지속 육성 및 신제품 ('비자 시카밤', '리얼핏 립스틱', '마이 팔레트' 등) 출시로 상품 경쟁력 강화

에뛰드 매출 18%, 영업이익 86% 감소

- 면세 채널 및 주요 중심 상권 매출 부진
- 플래그십 스토어 오픈과 함께 개인 맞춤형 컬러 서비스 공간인 컬러 팩토리를 선보이는 등 고객 체험형 매장 구축
- 컬러 체험을 제공하는 컬러피킹서비스 런칭, 챗봇 서비스 도입 등 디지털 기반의 고객 소통 강화

	아모레퍼시픽-연결		
	2016	2017	YoY
매출액	56,454	51,238	-9%
매출총이익	42,207	37,441	-11%
판매관리비	33,726	31,477	-7%
영업이익	8,481	5,964	-30%
이니스프리			
매출액	7,679	6,420	-16%
매출총이익	5,592	4,392	-21%
판매관리비	3,627	3,313	-9%
영업이익	1,965	1,079	-45%
에뛰드			
매출액	3,166	2,591	-18%
매출총이익	1,914	1,489	-22%
판매관리비	1,619	1,447	-11%
영업이익	295	42	-86%

단위 : 억원

에스쁘아 매출 14% 성장, 영업적자 지속

- 온라인 및 면세 판매 확대로 매출 증가
- '메이크업 펍 컨셉 스토어' 오픈과 '시그니처 7 LOOKS' 등 다양한 브랜드 캠페인을 선보이며 프로페셔널 메이크업 전문 브랜드로서 경쟁력 강화

에스트라 매출 10%, 영업이익 59% 성장

- 메디컬 뷰티 브랜드(아토베리어, 리제덤^{RX})와 이너 뷰티 제품 판매 확대로 매출 확대
- 효율적인 비용 관리를 통한 수익성 개선

아모스프로페셔널 매출 5%, 영업이익 9% 성장

- 대표상품('녹차실감', '트루싱크 염모제' 등)의 견고한 판매 확대로 매출 및 영업이익 성장
- 모바일 살롱 서비스 플랫폼을 구축하며 디지털 고객 서비스 강화

	에스쁘아		
	2016	2017	YoY
매출액	378	432	14%
매출총이익	311	345	11%
판매관리비	321	363	13%
영업이익	-9	-18	적자지속
	에스트라		
매출액	1,033	1,141	10%
매출총이익	224	239	7%
판매관리비	203	206	1%
영업이익	21	34	59%
	아모스프로페셔널		
매출액	793	834	5%
매출총이익	464	506	9%
판매관리비	303	331	9%
영업이익	161	175	9%

단위 : 억원

매출 14.2% 감소한 1조 3,421억원, 영업이익 32.8% 감소한 903억원

부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

	2016 4Q	2017 4Q	YoY(%)
매출액	15,643	13,421	-14.2
뷰티 계열사 ¹⁾	16,316	13,988	-14.3
非뷰티 계열사 ²⁾	473	421	-11.0
기타 ³⁾	-1,146	-988	
	2016 4Q	2017 4Q	YoY(%)
영업이익 (이익률)	1,344 (8.6%)	903 (6.7%)	-32.8
뷰티 계열사 (이익률)	1,438 (8.8%)	920 (6.6%)	-36.0
非뷰티 계열사 (이익률)	-27 (-5.7%)	3 (0.6%)	흑자전환
기타 ³⁾	-67	-20	
당기순이익 (이익률)	880 (5.6%)	209 (1.6%)	-76.2

1)뷰티 계열사: 아모레퍼시픽, 이니스프리, 에뛰드, 에스쁘아, 에스트라, 아모스프로페셔널

2)非뷰티 계열사: 아모레퍼시픽그룹, 퍼시픽글라스, 퍼시픽패키지, 오설록농장*

* 오설록농장: 구 장원

3)기타: 연결조정

연결손익계산서

단위 : 억원

	2016년		2017년	
매출액	66,976	100.0%	60,291	100.0%
매출총이익	50,567	75.5%	44,149	73.2%
판매관리비	39,739	59.3%	36,834	61.1%
영업이익	10,828	16.2%	7,315	12.1%
영업외손익	55		-332	
법인세차감전순이익	10,883	16.2%	6,983	11.6%
연결당기순이익	8,115	12.1%	4,895	8.1%

연결재무상태표

단위 : 억원

	2016.12	2017.12
자산	70,884	73,318
유동자산	29,426	25,260
비유동자산	41,458	48,058
부채	15,215	13,998
유동부채	13,211	11,708
비유동부채	2,004	2,289
자본	55,669	59,320
자본금	445	445
주식발행초과금	6,730	6,730
자본잉여금	226	226
기타자본구성요소	-1,460	-1,460
기타포괄손익누계액	-119	-194
이익잉여금	22,510	24,226
비지배회사지분	27,336	29,347