



---

AMOREPACIFIC  
GROUP

---

## 아모레퍼시픽 그룹 2019년 1분기 실적

- 1 2019년 1분기 성과 요약
- 2 주요 자회사 실적
- 3 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 13% 감소한 1조 6,425억원, 영업이익 26.3% 감소한 2,048억원

## 부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

|                       | 2018 1Q       | 2019 1Q       | YoY(%) |
|-----------------------|---------------|---------------|--------|
| <b>매출액</b>            | 16,643        | 16,425        | -1.3   |
| 뷰티 계열사 <sup>1)</sup>  | 17,257        | 17,195        | -0.4   |
| 非뷰티 계열사 <sup>2)</sup> | 415           | 400           | -3.7   |
| 기타 <sup>3)</sup>      | -1,030        | -1,170        |        |
|                       | 2018 1Q       | 2019 1Q       | YoY(%) |
| <b>영업이익 (이익률)</b>     | 2,781 (16.7%) | 2,048 (12.5%) | -26.3  |
| 뷰티 계열사 (이익률)          | 2,761 (16.0%) | 2,105 (12.2%) | -23.8  |
| 非뷰티 계열사 (이익률)         | -13 (-3.2%)   | 17 (4.2%)     | 흑자전환   |
| 기타 <sup>3)</sup>      | 33            | -73           |        |
| <b>당기순이익 (이익률)</b>    | 2,160 (13.0%) | 1,638 (10.0%) | -24.2  |

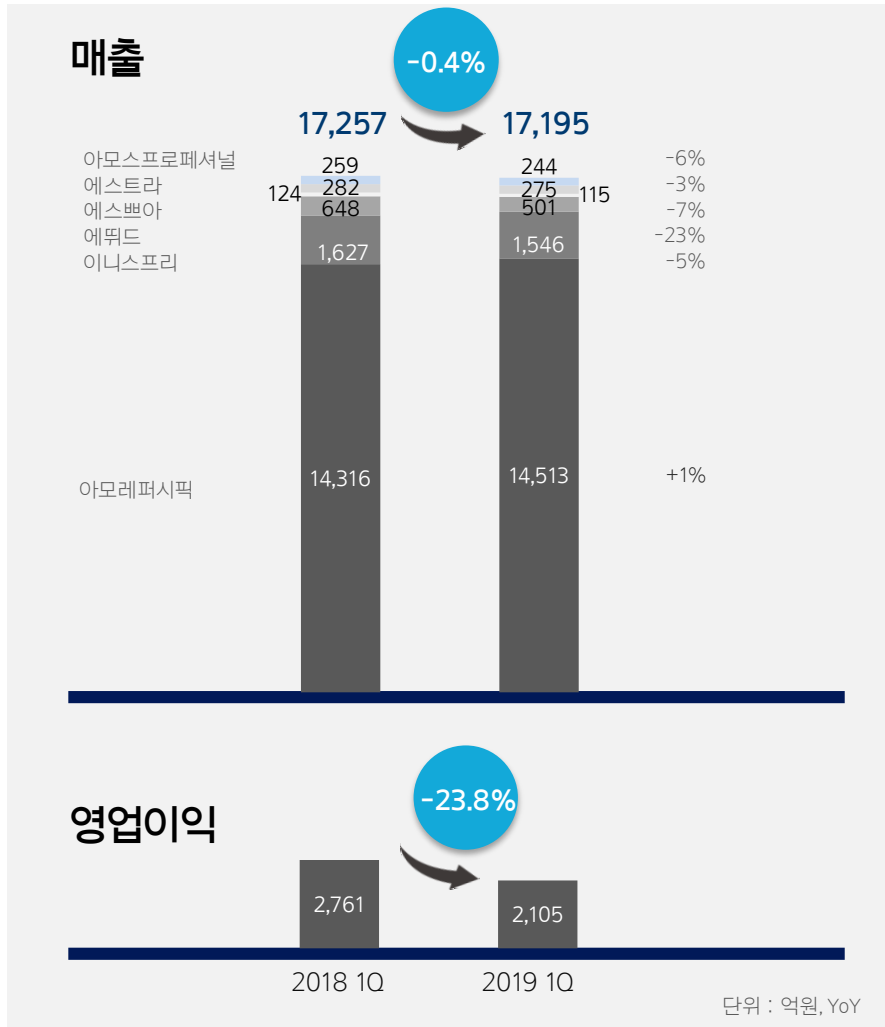
1)뷰티 계열사: 아모레퍼시픽, 이니스프리, 에뛰드, 에스쁘아, 에스트라, 아모스프로페셔널

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

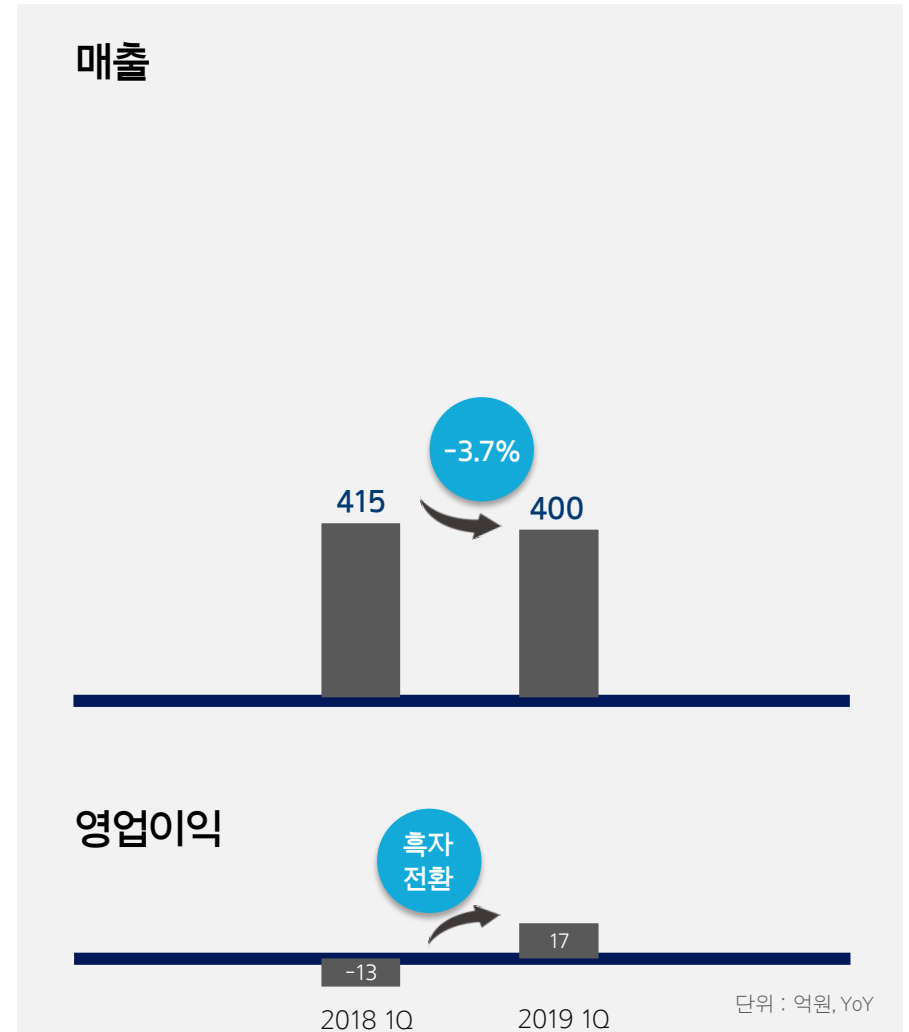
\* 오설록농장: 구 장원

3)기타: 연결조정

뷰티 계열사



非뷰티 계열사



## 아모레퍼시픽 매출 1% 증가, 영업이익 21% 감소

### 국내 화장품

- (Luxury) 설화수의 면세 채널 판매 확대가 전체 럭셔리 매출 견인, 브랜드별 핵심 카테고리 집중 육성하며 경쟁력 강화, 다양한 온오프라인 마케팅 확대하며 고객 소통 강화, 브랜드 매력도 제고
- (Premium) 아리따움 채널 재정비로 전체 매출 감소, 차별화된 혁신 신제품 출시로 브랜드 성장 기반 마련, 페이스 메이크업 주요 제품 판매 호조로 메이크업 카테고리 매출 확대

### Daily Beauty & 오설록

- (Daily Beauty) 온라인 채널 추가 입점, 마케팅 강화로 디지털 매출 증가, 마트 등 오프라인 채널 매출 감소로 전체 매출은 축소, 대표 제품 판매 호조로 브랜드 매출 성장, 브랜드별 핵심 카테고리 신제품 출시 확대로 경쟁력 제고
- (오설록) 소용량 DIY 제품 및 가성비 위주의 티백류 제품 판매 확대로 전체 매출 견고한 성장, 디지털 마케팅 강화로 활성고객수 증가하며 온라인 매출 고성장, 오프라인 기존점 매출 견고한 성장 지속

(국내 사업 영업이익) 면세, 온라인 제외 국내 채널 매출 감소에 따라 영업이익 감소

### 해외사업

- (아시아) 5대 브랜드 제품 경쟁력 및 유통 포트폴리오 강화, 사업 확산 가속화
- (북미) 스킨케어 브랜드 중심 기반 강화하며 견고한 매출 성장
- (유럽) 구매패리 리뉴얼 출시 기저효과로 매출 감소, 라네즈 세포라 입점, 하며 유럽 스킨케어 시장 진출 초석 마련

(해외 사업 영업이익) 글로벌 사업 성장을 위한 브랜드 및 채널 투자 확대 지속하며 영업이익 감소

## 이니스프리 매출 5%, 영업이익 36% 감소

- 국내 매출 하락과 마케팅 비용 확대로 영업이익 감소
- 기능성 제품 ('링클 사이언스 스팟 트리트먼트', '왕벚꽃 톤업크림' 등) 출시로 고효능 자연주의 브랜드 이미지 발신
- 무인매장 ('셀프스토어') 오픈, 매장 내 디지털 콘텐츠 강화 및 차별화된 디지털 쇼핑 경험 제공

## 에뛰드 매출 23% 감소, 영업적자 확대

- 로드숍, 면세 채널 매출 하락으로 적자 확대
- 온·오프라인 연계 새로운 멤버십 제도 ('옴니 클럽') 선보이며 옴니 채널 경쟁력 강화
- 다양한 신제품 ('킷렛 콜라보 플레이 컬러 아이즈 미니 키트', '유비더블 컷션 쿠션', '베러 립스톡' 등) 출시 통한 브랜드 매력도 제고

|       | 아모레퍼시픽-연결 |         |      |
|-------|-----------|---------|------|
|       | 2018 1Q   | 2019 1Q | YoY  |
| 매출액   | 14,316    | 14,513  | 1%   |
| 매출총이익 | 10,492    | 10,562  | 1%   |
| 판매관리비 | 8,133     | 8,696   | 7%   |
| 영업이익  | 2,359     | 1,866   | -21% |
| 이니스프리 |           |         |      |
| 매출액   | 1,627     | 1,546   | -5%  |
| 매출총이익 | 1,127     | 1,021   | -9%  |
| 판매관리비 | 799       | 811     | 2%   |
| 영업이익  | 329       | 211     | -36% |
| 에뛰드   |           |         |      |
| 매출액   | 648       | 501     | -23% |
| 매출총이익 | 371       | 274     | -26% |
| 판매관리비 | 385       | 332     | -14% |
| 영업이익  | -15       | -58     | 적자확대 |

단위 : 억원

## 에스쁘아 매출 7% 감소, 영업이익 흑자 전환

- 로드숍 축소 영향으로 매출 하락하였으나 멀티브랜드숍 입점 지속하며 고객 점점 다변화
- 팝업 매장 ('컬러풀 누드 팝업스토어') 운영 등 차별화된 메이크업 전문 브랜드 경험 제공

## 에스트라 매출 3% 감소, 영업이익 149% 증가

- 필러사업 양도로 전체 매출 축소되었으나 수익성은 증가
- 신제품 ('아토베리어365 미스트') 출시로 제품 카테고리 다변화, 멀티브랜드숍 확장 지속

## 아모스프로페셔널 매출 6%, 영업이익 26% 감소

- 유통 채널 조정으로 매출 및 영업이익 하락
- 식물 유래 성분의 '보타닉 캄' 라인 신규 출시, 헤어 전문 브랜드 경쟁력 제고

|       | 에스쁘아     |         |      |
|-------|----------|---------|------|
|       | 2018 1Q  | 2019 1Q | YoY  |
| 매출액   | 124      | 115     | -7%  |
| 매출총이익 | 99       | 90      | -9%  |
| 판매관리비 | 100      | 89      | -10% |
| 영업이익  | -0.3     | 0.5     | 흑자전환 |
|       | 에스트라     |         |      |
| 매출액   | 282      | 275     | -3%  |
| 매출총이익 | 58       | 65      | 12%  |
| 판매관리비 | 46       | 36      | -22% |
| 영업이익  | 11       | 28      | 149% |
|       | 아모스프로페셔널 |         |      |
| 매출액   | 259      | 244     | -6%  |
| 매출총이익 | 161      | 145     | -10% |
| 판매관리비 | 85       | 89      | 5%   |
| 영업이익  | 76       | 56      | -26% |

단위 : 억원

## 연결손익계산서

단위 : 억원

|           | 2018 1Q |        | 2019 1Q |        |
|-----------|---------|--------|---------|--------|
|           | 매출액     | 비율     | 매출액     | 비율     |
| 매출액       | 16,643  | 100.0% | 16,425  | 100.0% |
| 매출총이익     | 12,339  | 74.1%  | 11,996  | 73.0%  |
| 판매관리비     | 9,558   | 57.4%  | 9,947   | 60.6%  |
| 영업이익      | 2,781   | 16.7%  | 2,048   | 12.5%  |
| 영업외손익     | 70      |        | 18      |        |
| 법인세차감전순이익 | 2,851   | 17.1%  | 2,066   | 12.6%  |
| 연결당기순이익   | 2,160   | 13.0%  | 1,638   | 10.0%  |

## 연결재무상태표

단위 : 억원

|           | 2018.12 | 2019.03 |
|-----------|---------|---------|
|           | 자산      | 73,874  |
| 유동자산      | 24,896  | 26,163  |
| 비유동자산     | 48,977  | 54,108  |
| 부채        | 11,449  | 17,257  |
| 유동부채      | 8,976   | 11,713  |
| 비유동부채     | 2,473   | 5,544   |
| 자본        | 62,425  | 63,014  |
| 자본금       | 445     | 445     |
| 주식발행초과금   | 6,730   | 6,730   |
| 자본잉여금     | 226     | 267     |
| 기타자본구성요소  | -1,460  | -1,653  |
| 기타포괄손익누계액 | -210    | -143    |
| 이익잉여금     | 25,458  | 25,977  |
| 비지배회사지분   | 31,236  | 31,391  |

## “변화를 즐기자” (Exciting Changes)

매출 10%, 영업이익 15% 성장 목표

1 혁신 상품 개발

2 고객 경험 강화

3 디지털 혁신

4 글로벌 확산

5 미래 경영 체질 전환

6 지속 가능 경영 및 고물입 조직