

IR

AMORE PACIFIC CORP.

아모레퍼시픽 2015년 1분기 실적

- 1 2015년 1분기 성과 요약
- 2 국내 사업
 - 2-1 화장품 사업
 - 2-2 Mass & Sulloc 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 검토가 완료되지 않은 상태에서 작성되었으므로 내용 중 일부는 외부감사인의 최종 검토과정에서 변경될 수 있습니다.

아모레퍼시픽은 2011년부터 국제회계기준(K-IFRS)를 채택했습니다.

매출 29.2% 성장한 1조 2,044억원, 영업이익 58.2% 증가한 2,780억원

부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

	2014 1Q	매출 비중	2015 1Q	매출 비중	YoY(%)
매출액	9,318	100.0%	12,044	100.0%	29.2%
국내	7,395	79.4%	9,350	77.6%	26.4%
화장품	6,076	65.2%	7,962	66.1%	31.0%
Mass & Sulloc	1,319	14.2%	1,388	11.5%	5.3%
해외	1,924	20.6%	2,693	22.4%	40.0%
	2014 1Q	이익률	2015 1Q	이익률	YoY(%)
영업이익	1,757	18.9%	2,780	23.1%	58.2%
국내	1,520	20.6%	2,235	23.9%	47.0%
화장품	1,355	22.3%	2,021	25.4%	49.2%
Mass & Sulloc	166	12.6%	214	15.4%	29.3%
해외	237	12.3%	545	20.2%	130.1%
당기순이익	1,229	13.2%	2,115	17.6%	72.0%

Luxury

방판: 채널 건전성 제고 및 견고한 고객 판매 증가로 매출 성장

- 럭셔리 기초유형과 주요 메이크업 제품 등 주력 상품 판매 호조
- 카운셀러 역량강화를 통한 인당 판매 증가로 질적 성장 지속

백화점: 차별화된 브랜드 포트폴리오로 채널 리더십 강화 (백화점 1위)

- 설화수, 헤라, 프리메라 등 모든 주요 브랜드 점유율 증가로 리더십 강화
- 설화수 진설 라인, 헤라 시그니아 라인, 프리메라 씨드 에센스, 워터리 크림 등 대표 상품 판매 확대
- 고객서비스 고도화를 통해 고객 만족도 제고 및 신규 고객 유입

면세: 외국인 관광객 판매 증가로 매출 고성장

- 중국인 관광객 및 내국인 구매 증가에 힘입어 국내 면세 고성장
- 아시아 지역에서의 브랜드 인지도 강화로 글로벌 면세 고성장

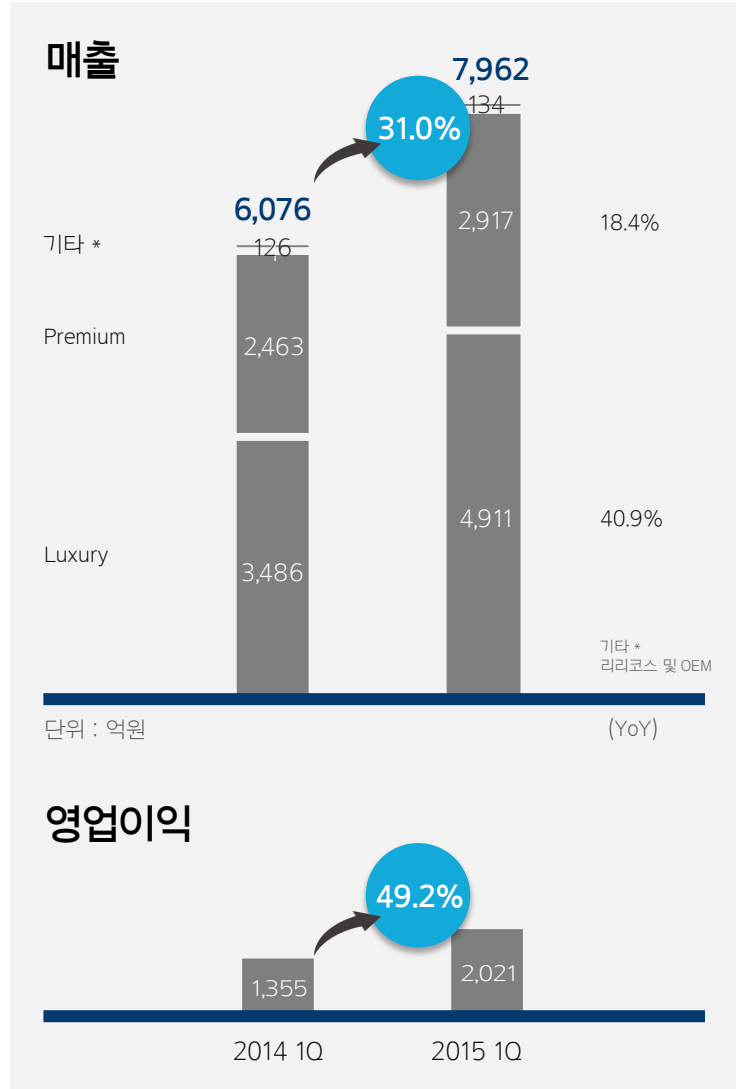
Premium

아리따움: 제품과 유통의 경쟁력 강화로 견고한 성장

- 주요 브랜드들의 신제품 출시와 주요 제품 업그레이드로 견고한 매출 성장
- 아이오페 에어쿠션, 라네즈 오리지널 에센스, 마몽드 꽃초세럼, 한울 진엑스킨 등 히트 제품 판매 확대
- 매장 환경 및 고객서비스 강화로 즐거운 구매 경험 제공, 고객 로열티 제고

디지털: 차별화된 브랜드력과 다양한 상품 유형을 기반으로 매출 고성장

- 리리코스, 마몽드, 베리떼 등 주요 브랜드 판매 호조로 홈쇼핑 매출 고성장
- 모바일 커머스 및 AP몰 경쟁력 강화로 E커머스 플랫폼 다양화



Mass

프리미엄 제품군의 판매 확대로 수익성 개선을 동반한 매출 성장

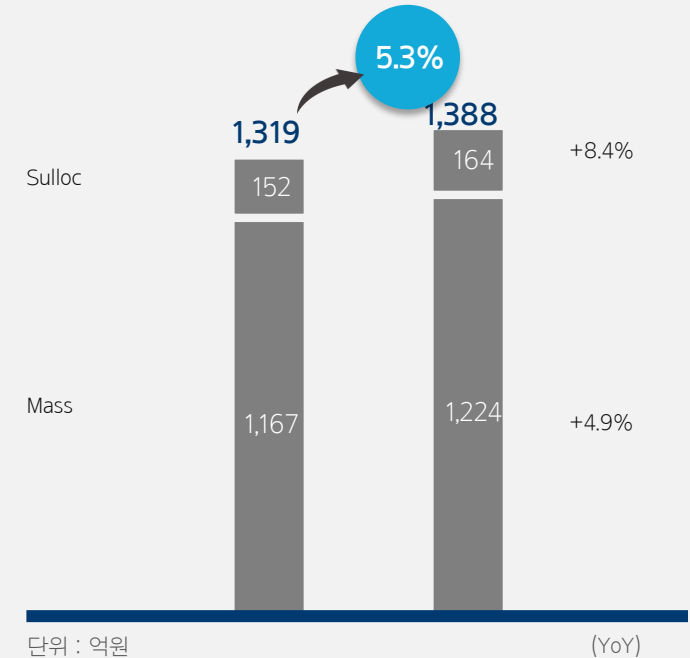
- 양모 카테고리(헤어), 페이스 카테고리(바디), 치석케어 카테고리(오랄) 등 프리미엄 제품의 견고한 성장
- 헤어, 바디 카테고리 내 퍼퓸 라인 업그레이드로(미장센 퍼퓸샴푸 플로리스트 에디션, 해피바스 퍼퓸 바디워시 등) 시장의 신규 수요 대응

Sulloc

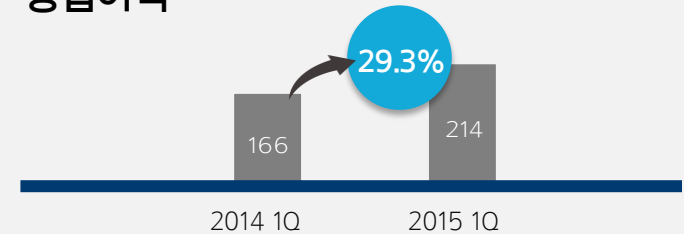
오설록 브랜드 인지도 및 상품 경쟁력 강화로 견고한 질적 성장

- 다양한 브랜드 체험 콘텐츠(시향/시음 프로그램, 티클래스, 제주 티스톤 등) 제공을 통해 오설록 브랜드 스토리 강화
- 오설록 고객 접점 확대 및 매장 환경 업그레이드로 신규 고객 유입, 고객 만족도 제고
- 제주 오리지널의 프리미엄 제품군 다양화, 고부가가치 상품 확대

매출



영업이익



성장시장

중국: 브랜드 인지도 제고와 채널 포트폴리오 다각화로 수익성 개선을 동반한 매출 고성장

- 라네즈는 백화점과 디지털 경로의 판매 확대 및 워터슬리핑마스크, BB쿠션 등 히트상품 수요 증가로 매출 고성장
- 설화수와 이니스프리는 브랜드 인지도 제고, 점당 효율성 증가로 매출 고성장 및 수익성 개선
- 마몽드는 매장 리뉴얼과 신제품 런칭, 채널 재정비로 점당 매출 및 수익성 회복세

아시아(ex 중국 & 일본): 브랜드 인지도 제고 및 신규 출점으로 견고한 성장

- 라네즈는 주요 제품 판매 확대로 백화점과 로드샵 등 전 경로 매출 고성장
- 설화수와 이니스프리는 점당 판매 증가 및 신규 매장 오픈으로 매출 고성장

성숙시장

미국: 전 경로 판매 호조로 수익성 개선을 동반한 매출 성장 지속

- 아모레퍼시픽과 설화수는 고객들의 관심 증가 속에 백화점, 세포라, 온라인 등 전 경로 매출 성장
- 아리따움*은 주력 브랜드들의 신제품 출시 및 히트 제품 판매 호조로 매출 성장
- 라네즈는 타겟 경로에서 견고한 성장세 지속되며 수익성 개선에 기여

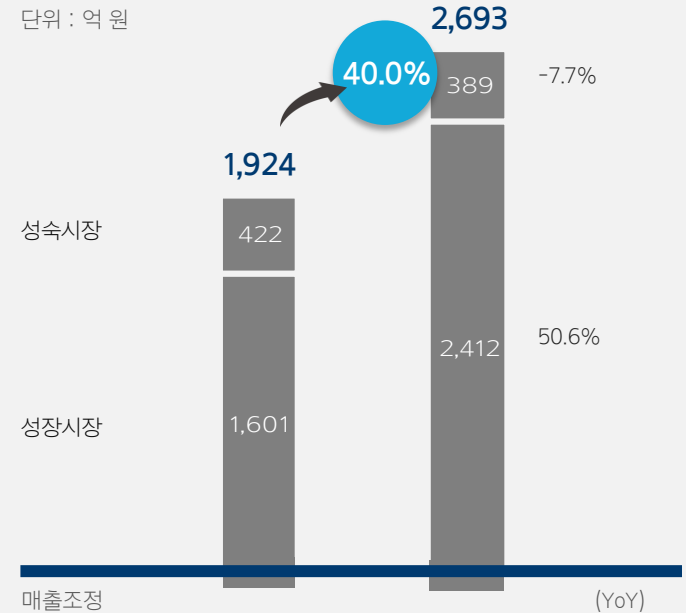
프랑스: 내수 및 수출 부진에도 불구하고, 채널 재정비와 비용 효율화로 수익성 개선

일본: 에뛰드, 아이오페 등 주력 브랜드 판매 증가, 디지털 마케팅 강화로 브랜드 매력도 제고

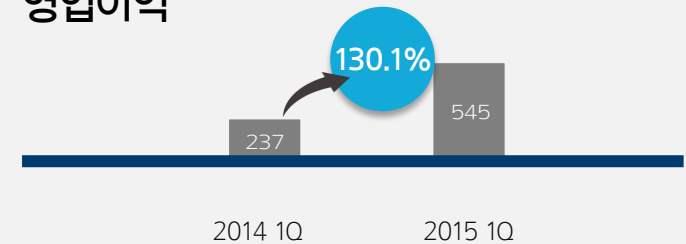
* 아리따움 = 구 아모레샵

매출

단위 : 억 원



영업이익



연결포괄손익계산서

단위 : 억원

	2014 1Q		2015 1Q	
	금액	비율	금액	비율
매출액	9,318	100.0%	12,044	100.0%
매출총이익	6,766	72.6%	9,082	75.4%
판매관리비	5,009	53.8%	6,303	52.3%
영업이익	1,757	18.9%	2,780	23.1%
영업외손익	(122)		34	
법인세차감전순이익	1,635	17.5%	2,814	23.4%
연결당기순이익	1,229	13.2%	2,115	17.6%

연결재무상태표

단위 : 억원

	2014.12	2015.03
	자산	38,546
유동자산	14,273	16,571
비유동자산	24,273	24,560
부채	9,763	10,886
유동부채	6,511	7,900
비유동부채	3,251	2,986
자본	28,783	30,245
자본금	345	345
주식발행초과금	7,127	7,127
자본잉여금	78	78
기타자본구성요소	(195)	(195)
기타포괄손익누계액	(131)	(154)
이익잉여금	21,364	22,818
비지배회사지분	196	226



AMORE PACIFIC
70 Years of Beauty Creation