

IR

AMORE PACIFIC CORP.

아모레퍼시픽 2015년 2분기 실적

- 1 2015년 상반기 성과 요약
- 2 2015년 2분기 성과 요약
- 3 국내 사업
 - 3-1 화장품 사업
 - 3-2 Mass & Sulloc 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 검토가 완료되지 않은 상태에서 작성되었으므로 내용 중 일부는 외부감사인의 최종 검토과정에서 변경될 수 있습니다.

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

매출 26.4% 성장한 2조 3,998억원, 영업이익 48.7% 증가한 4,861억원

부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

	2014 상반기	매출 비중	2015 상반기	매출 비중	YoY(%)
매출액	18,985	100.0%	23,998	100.0%	26.4%
국내	15,158	79.8%	18,528	77.2%	22.2%
화장품	12,822	67.5%	16,021	66.8%	24.9%
Mass & Sulloc	2,336	12.3%	2,507	10.4%	7.3%
해외	3,827	20.2%	5,470	22.8%	42.9%
	2014 상반기	이익률	2015 상반기	이익률	YoY(%)
영업이익	3,268	17.2%	4,861	20.3%	48.7%
국내	2,847	18.8%	4,061	21.9%	42.6%
화장품	2,594	20.2%	3,748	23.4%	44.4%
Mass & Sulloc	253	10.8%	314	12.5%	24.0%
해외	421	11.0%	800	14.6%	90.1%
당기순이익	2,357	12.4%	3,729	15.5%	58.2%

매출 23.7% 성장한 1조 1,954억원, 영업이익 37.7% 증가한 2,081억원

부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

	2014 2Q	매출 비중	2015 2Q	매출 비중	YoY(%)
매출액	9,667	100.0%	11,954	100.0%	23.7%
국내	7,763	80.3%	9,177	76.8%	18.2%
화장품	6,746	69.8%	8,059	67.4%	19.5%
Mass & Sulloc	1,017	10.5%	1,118	9.4%	9.9%
해외	1,904	19.7%	2,777	23.2%	45.9%
	2014 2Q	이익률	2015 2Q	이익률	YoY(%)
영업이익	1,511	15.6%	2,081	17.4%	37.7%
국내	1,327	17.1%	1,826	19.9%	37.6%
화장품	1,240	18.4%	1,727	21.4%	39.3%
Mass & Sulloc	87	8.6%	99	8.9%	13.8%
해외	184	9.7%	255	9.2%	38.6%
당기순이익	1,128	11.7%	1,615	13.5%	43.2%

Luxury

대표상품 업그레이드를 통해 주요 럭셔리 브랜드 매력도 제고

- 설화수 4세대 윤조에센스 출시, 헤라 5세대 루즈홀릭 출시와 올림피아르 탕 컬렉션 육성으로 메이크업 강화

디지털 콘텐츠 강화를 통해 Unique한 브랜드 스토리 확산

- 설화수 적송 원료 스토리, 헤라 서울리스타 필름, 프리메라 Love the Earth, VB 이너뷰티 솔루션 영상 등으로 고객 관심 제고

베이비와 이너뷰티 카테고리의 혁신상품 출시를 통해 신수요 창출

- 프리메라 '베이비 선쿠션', VB '프로바이오(유산균)', VB '조이스텝(관절케어)'

방판 채널은 카운셀러 역량 강화를 통한 질적 성장 지속

- 전문성 강화 프로그램(Design your Dream)을 통해 카운셀러 비전 제시, 역량 교육 강화

- 회사, 카운셀러, 고객간의 소통을 강화하고 거래 투명성을 제고하는 디지털 플랫폼 구축

백화점 채널은 매장 서비스 강화를 통해 고객 만족도 향상, MS 확대를 통한 채널 리더십 강화

면세 채널은 외국인 관광객 증가, 글로벌 확장, 온라인 강화로 견고한 성장세 지속

Premium

다양한 마케팅 활동을 통해 브랜드 핵심 가치 강화, 고객 체험 확대

- 라네즈 '스파클링 뷰티', 아이오페 '바이오 사이언스' 및 에어쿠션 스토리 콘텐츠 제작 및 SNS 확산

- 마몽드 플라워 스토리 강화 (플라워 뷰티 클래스 개최, 플라워 스토리 반영한 제품 디자인 재정비)

아리따움 채널은 디지털 커뮤니케이션 확대로 고객 편의성 제고

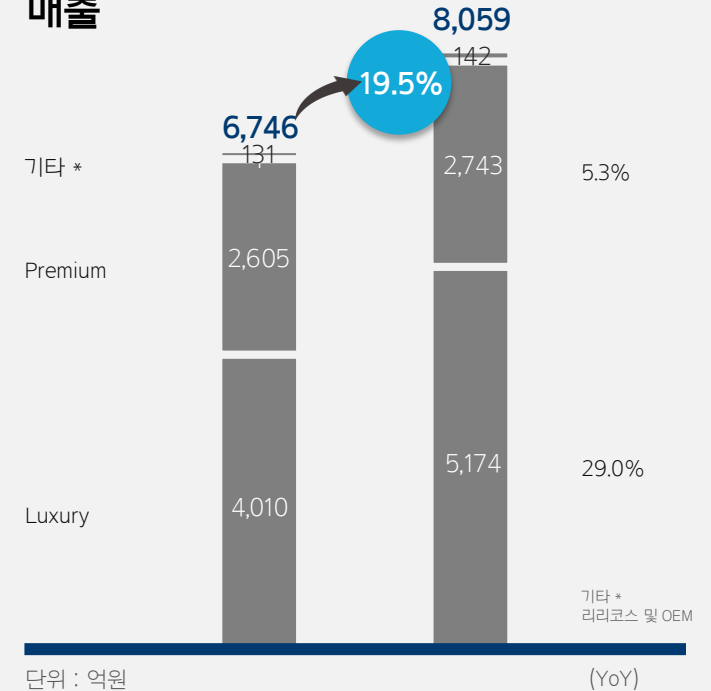
- 모바일 쇼핑 환경 구축, 핵심 상권 매장 외국어 디지털 가이드 출시, 옴니채널 파일럿 매장 런칭

디지털 채널은 질적 성장을 위한 플랫폼 강화

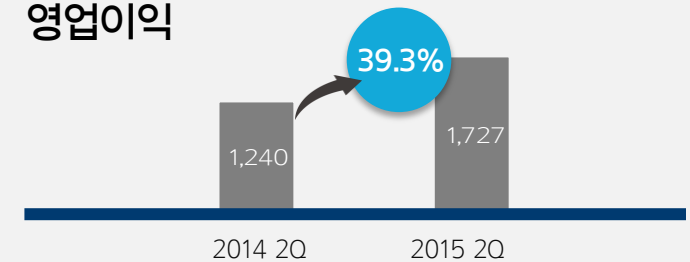
- 직영몰 및 모바일 APP 운영 고도화, 이커머스 유통 질서 확립을 위한 시스템 구축

- 홈쇼핑은 백수오 파문 영향으로 성장세 둔화

매출



영업이익



Mass

프리미엄 제품군 판매 확대 및 채널 다각화로 견고한 질적 성장 달성

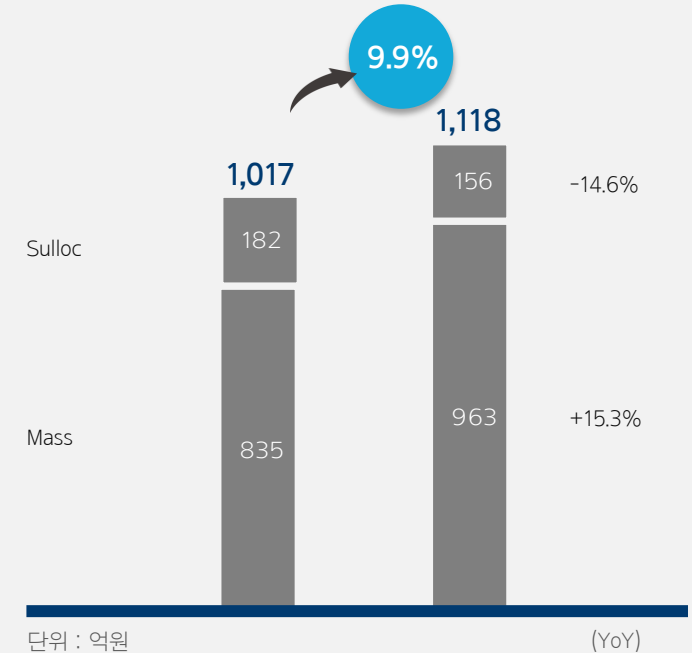
- K-Pop 연계 콘텐츠(14회 미장센 영화제, 헬로버블 X 걸스데이 등) 이슈화로 브랜드 매력도 제고
- 손상케어 제품 (미장센 퍼펙트리페어세럼) 등 기능성 유형 판매 호조로 프리미엄 제품군 견고한 성장
- 탈모방지 기술력에 기반하여 신규 유형의 혁신 상품 출시 (인삼 진액 베이스의 양모 제품 : 려 화운 바이오 진생 진액 앰플)
- 신규 채널 (면세점, 편의점, 창고형 매장 등) 판매 비중 확대로 채널 포트폴리오 다각화

Sulloc

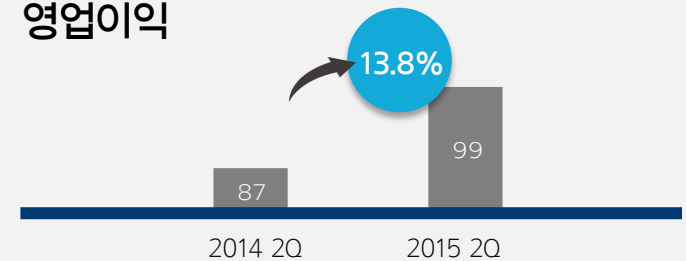
오설록 브랜드 강화를 위해 유통 채널 재정비 및 프리미엄 제품 유형 확대

- 주력 채널 (백화점, 티하우스, 오설록 닷컴) 소매 역량 강화 및 고부가가치 상품 확대로 오설록 브랜드 가치 제고
- 채널의 선택과 집중을 통해 질적 성장을 위한 기반 마련 (마트 철수)
- 차 추출물 및 향료의 코팅 기술을 통한 차 향미 강화, '아이스 블렌딩티' 신규 출시

매출



영업이익



성장시장

온·오프라인 마케팅 활동 확대로 브랜드 인지도 제고, 브랜드 포트폴리오 다각화로 시장 대응력 강화

[중국]

- 신규 브랜드 (아이오페, 러) 출시로 브랜드 포트폴리오 강화
- 설화수는 VIP 홍보 활동 강화를 통해 온/오프 미디어 노출 확대, 럭셔리 이미지 강화
- 라네즈는 적극적인 마케팅 투자 확대 (TV, 디지털, 옥외 광고 증가)로 K-Beauty 리딩 브랜드 입지 제고
- 마몽드는 매장 및 제품 리뉴얼을 통해 브랜드 인지도 개선
- 이니스프리는 주력상품(그린티 라인, 한란 라인, 쿠션 제품) 판매 호조와 신규 매장 출점으로 매출 고성장 지속

[아시아 - ex 중국 & 일본]

- 중국에 이어 아세안 지역에서도 설화수 및 라네즈의 마케팅 활동 고도화로 브랜드 매력 확산
- 이니스프리는 태국 진출 및 기 진출 국가에서의 출점 확대로 아세안 지역에서 브랜드 입지 강화

성숙시장

미국 사업은 유통 채널 확장 및 판매 역량 강화를 위한 투자 확대로 수익성 약화

-아모레퍼시픽 브랜드 신규 채널(블루밍데일 등) 진출 및 아늑구딸 플래그십 매장 오픈에 따른 투자 비용 증가

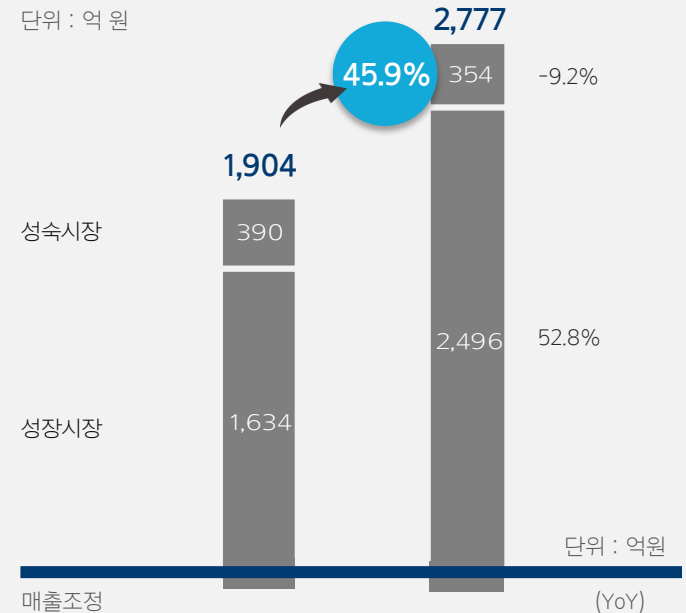
프랑스 사업은 내수 소비 위축 및 유로화 약세로 매출 감소했으나 효율적인 비용 관리로 수익성 개선

일본 사업은 유통망 재정비로 매출 감소했으나 에뛰드 기존점 판매 증가 및 디지털 채널 비중 확대로 손실 축소

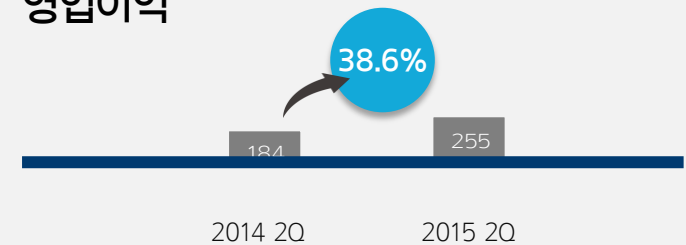
* 아리따움 = 구 아모레샵

매출

단위 : 억 원



영업이익



연결포괄손익계산서

단위 : 억원

	2014 2Q		2015 2Q	
	매출액	비율	매출액	비율
매출액	9,667	100.0%	11,954	100.0%
매출총이익	7,159	74.1%	9,090	76.0%
판매관리비	5,648	58.4%	7,009	58.6%
영업이익	1,511	15.6%	2,081	17.4%
영업외손익	(51)		45	
법인세차감전순이익	1,459	15.1%	2,126	17.8%
연결당기순이익	1,128	11.7%	1,615	13.5%

연결재무상태표

단위 : 억원

	2014.12	2015.06
	자산	38,546
유동자산	14,273	16,864
비유동자산	24,273	25,049
부채	9,763	10,001
유동부채	6,511	7,964
비유동부채	3,251	2,037
자본	28,783	31,912
자본금	345	345
주식발행초과금	7,127	7,127
자본잉여금	78	78
기타자본구성요소	(195)	(184)
기타포괄손익누계액	(131)	(110)
이익잉여금	21,364	24,414
비지배회사지분	196	241



AMORE PACIFIC
70 Years of Beauty Creation