

# IR

---

AMORE PACIFIC CORP.

---

## 아모레퍼시픽 2016년 2분기 실적

1. 2016년 상반기 성과 요약
2. 2016년 2분기 성과 요약
3. 국내 사업
  - 3-1. 화장품
  - 3-2. Mass & OSulloc
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.

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

매출 22.0% 성장한 2조 9,285억원, 영업이익 19.0% 증가한 5,784억원

## 부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

	2015 상반기	매출 비중	2016 상반기	매출 비중	YoY(%)
<b>매출액</b>	<b>23,998</b>	<b>100.0%</b>	<b>29,285</b>	<b>100.0%</b>	<b>22.0</b>
국내	18,528	77.2%	21,242	72.5%	14.7
화장품	16,021	66.8%	18,712	63.9%	16.8
Mass & OSulloc	2,507	10.4%	2,530	8.6%	0.9
해외	5,651	23.5%	8,253	28.2%	46.1
기타*	-181		-210		
	2015 상반기	이익률(%)	2016 상반기	이익률(%)	YoY(%)
<b>영업이익</b>	<b>4,861</b>	<b>20.3</b>	<b>5,784</b>	<b>19.8</b>	<b>19.0</b>
국내	4,061	21.9	4,677	22.0	15.2
화장품	3,748	23.4	4,422	23.6	18.0
Mass & OSulloc	314	12.5	256	10.1	-18.5
해외	888	15.7	1,285	15.6	44.6
기타	-89		-178		
<b>당기순이익</b>	<b>3,729</b>	<b>15.5</b>	<b>4,556</b>	<b>15.6</b>	<b>22.2</b>

기타\* : 연결조정

매출 20.7% 성장한 1조 4,434억원, 영업이익 15.6% 증가한 2,406억원

## 부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

	2015 2Q	매출 비중	2016 2Q	매출 비중	YoY(%)
<b>매출액</b>	<b>11,954</b>	<b>100.0%</b>	<b>14,434</b>	<b>100.0%</b>	<b>20.7</b>
국내	9,177	76.8%	10,388	72.0%	13.2
화장품	8,059	67.4%	9,273	64.2%	15.1
Mass & OSulloc	1,118	9.4%	1,115	7.7%	-0.3
해외	2,850	23.8%	4,173	28.9%	46.4
기타*	-73		-126		
	2015 2Q	이익률(%)	2016 2Q	이익률(%)	YoY(%)
<b>영업이익</b>	<b>2,081</b>	<b>17.4</b>	<b>2,406</b>	<b>16.7</b>	<b>15.6</b>
국내	1,826	19.9	1,995	19.2	9.3
화장품	1,727	21.4	1,943	20.9	12.5
Mass & OSulloc	99	8.9	53	4.7	-46.9
해외	307	10.8	490	11.8	59.6
기타	-52		-80		
<b>당기순이익</b>	<b>1,615</b>	<b>13.5</b>	<b>1,926</b>	<b>13.3</b>	<b>19.3</b>

기타\* : 연결조정

## Luxury

차별화된 브랜드 포트폴리오를 기반으로 견고한 성장 지속

- 설화수는 브랜드 철학을 전파하며 고객기반 확대  
: 디지털 미디어 활용을 확대하며 젊은층, 글로벌 고객들과의 소통 강화  
: 플래그십 스토어를 통해 설화수를 직접 체험하고 '한국의 미'를 경험할 수 있는 고객 서비스 제공
- 헤라는 '서울리스타' B를 강화하며 글로벌 진출을 위한 발판 마련  
: 서울의 감성을 담은 디지털 콘텐츠 개발을 통해 브랜드 스토리 발신  
: 주요 제품 업그레이드 및 디자인 재정비를 통해 매력도 제고

자연주의, 이너뷰티 카테고리 육성을 통해 신수요 창출

- 프리메라는 대표 상품(워터리 크림, 슈퍼라인 등) 경쟁력 강화로 건강한 친환경 브랜드 매력도 제고
- 바이탈뷰티는 브랜드 리뉴얼 및 시니어 특화상품 개발을 통해 웰에이징을 위한 이너뷰티 브랜드로 성장

면세 채널은 온라인 및 글로벌 면세 확대에 힘입어 견고한 성장세 지속

백화점 채널은 CRM 프로그램 고도화 및 판매원 역량 강화를 통해 고객 점점 서비스 강화

방문판매 채널은 디지털 영업 플랫폼 정착으로 카운셀러 판매 효율성 제고

## Premium

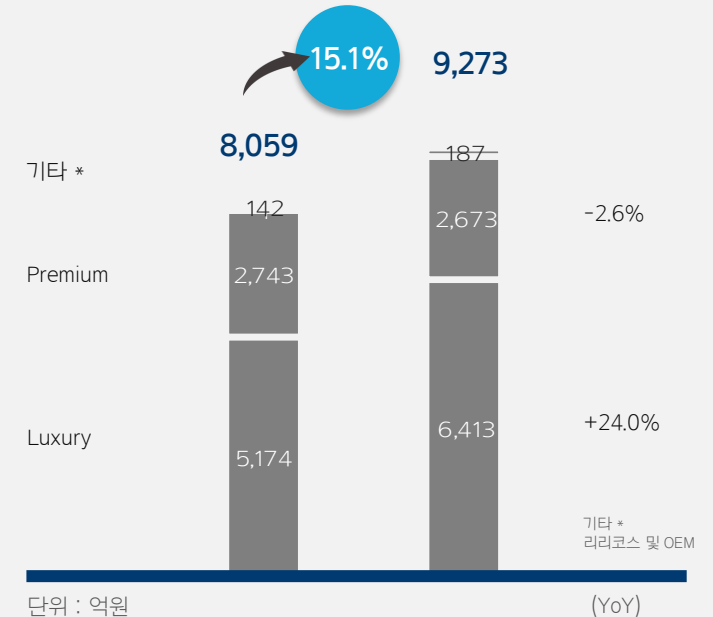
젊은 고객층 확대를 위한 마케팅 활동 및 제품 카테고리 강화

- '라네즈 글로벌 뷰티 로드', '마몽드 가드닝 캠페인' 등 다양한 캠페인을 통해 브랜드 매력도 제고
- 수분 카테고리 및 메이크업 카테고리 육성 (라네즈 워터뱅크젤크림, 라네즈 투톤 컬렉션, 마몽드 로즈라인, 마몽드 커버 파우더 쿠션 등)

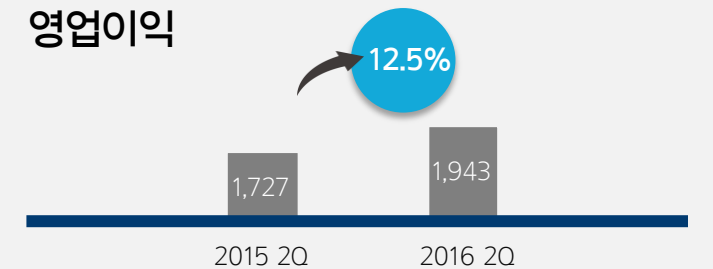
아리따움 채널은 온오프라인 서비스 및 매장환경 개선으로 리테일 경쟁력 강화

디지털 채널은 모바일 쇼핑 환경 개선 및 결제 시스템 간편화를 통해 고객 편의성을 제고

## 매출



## 영업이익



## Mass

### 신규 브랜드 출시 및 제품 유형 확대로 브랜드 경쟁력 강화

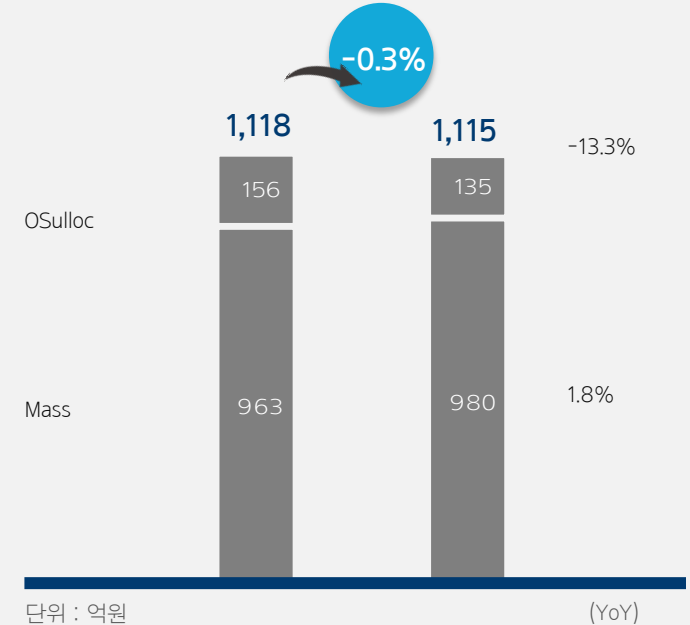
- 새로운 컨셉의 원료와 제형을 기반으로 한 혁신적인 신제품 (건강삼푸 프레시팝, 일리세라마이드 아토 라인, 해피바스 비어스파 등) 출시로 차별화된 고객 경험 제공
- 가습기 살균제 파문에 따른 대형마트 실적 부진했으나 Mass사업 매출 성장 유지
- 헤어케어 신규 브랜드 프레시팝과 려(呂)의 '함초수 라인' 출시로 마케팅 비용 증가

## OSulloc

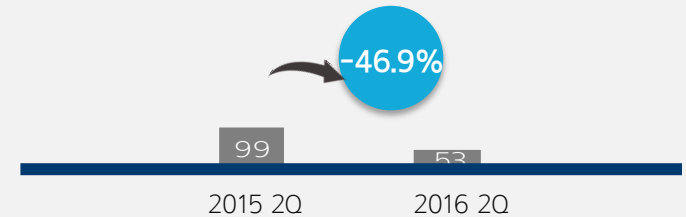
### 오설록 브랜드 인지도를 제고하고 질적 성장을 위한 노력 지속

- 유통 채널 재정비를 통해 프리미엄 차사업 집중 (마트 및 대리점 철수, 면세 채널 신규 입점, 브랜드 사이트 리뉴얼)
- '오설록 핫차 페스티벌' 개최를 통해 다양한 차 문화 체험 프로그램 제공, 브랜드 인지도 제고
- 혁신 제형 연구 지속, 자체 기술을 활용한 신제품인 '삼다연삼(杉) 병차' 출시

## 매출



## 영업이익



## 아시아

### 설화수는 아시아 대표 럭셔리 브랜드로서 입지 강화

- 고급 백화점 중심의 매장 확산과 온라인몰(중국) 판매 호조로 고성장
- 온·오프 매체광고를 통한 '홀리스틱 뷰티' 헤리티지 전달, 럭셔리 이미지 제고

### 라네즈는 글로벌 영프리미엄 브랜드로 매력도 제고

- '라네즈 뷰티로드', CSR 캠페인 '라네즈 리필미'의 글로벌 확산으로 K 뷰티 전파
- 투톤 립바, BB쿠션 등 히트상품 판매 확대로 메이크업 카테고리 강화

### 마몽드는 리브랜딩을 위한 마케팅 활동 확대

- 다양한 디지털 커뮤니케이션(웨이보, 온라인TV 등)을 통해 고객 소통 확대, 브랜드 인지도 제고
- 백화점·전문점 매장 리뉴얼로 브랜드 이미지 개선

### 이니스프리는 차별화된 브랜드 가치를 바탕으로 전 지역 매출 성장

- 브랜드 캠페인('플레이그린'/'이니스프리 숲' 조성 캠페인) 글로벌 확산으로 브랜드 자산 강화
- 매장 확대 및 점당 매출 증가로 견고한 성장 지속

### 에뛰드: 상품 및 유통 경쟁력 강화로 성장 가속화

- 히트상품('플레이101스틱', '리얼파우더쿠션', '핑크생기워터세럼' 등) 판매 호조 및 신규 매장 출점으로 고성장
- 태국 직영 1호점 오픈하며 시장 직진출

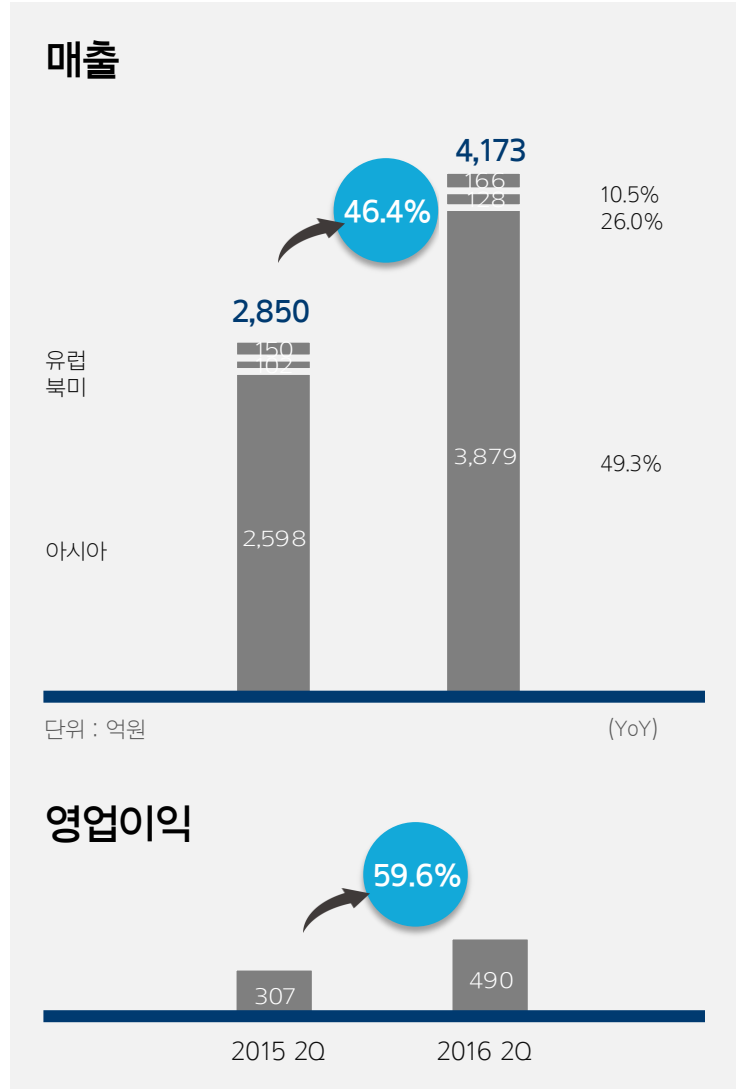
## 북미

### 브랜드 포트폴리오 다각화를 통해 견고한 성장세 지속

- 라네즈와 설화수는 히트상품 판매 확대로 고성장
- 아모레퍼시픽은 매장환경 개선과 디지털 커뮤니케이션 확대로 브랜드 인지도 제고

## 유럽

### 신제품 출시 및 환율 효과로 매출 성장세 전환



## 연결포괄손익계산서

단위 : 억원

	2015 2Q		2016 2Q	
	매출액	비율	매출액	비율
매출액	11,954	100.0%	14,434	100.0%
매출총이익	9,090	76.0%	10,691	74.1%
판매관리비	7,009	58.6%	8,285	57.4%
영업이익	2,081	17.4%	2,406	16.7%
영업외손익	45		(10)	
법인세차감전순이익	2,126	17.8%	2,396	16.6%
연결당기순이익	1,615	13.5%	1,926	13.3%

## 연결재무상태표

단위 : 억원

	2015.12	2016.06
	자산	44,431
유동자산	18,332	20,402
비유동자산	26,099	27,635
부채	10,708	10,742
유동부채	8,719	8,872
비유동부채	1,989	1,870
자본	33,723	37,295
자본금	345	345
주식발행초과금	7,127	7,127
자본잉여금	78	78
기타자본구성요소	(184)	(184)
기타포괄손익누계액	(141)	(178)
이익잉여금	26,231	29,776
비지배회사지분	267	331