

IR

AMORE PACIFIC CORP.

아모레퍼시픽 2015년 3분기 실적

- 1 2015년 3분기 누계 성과 요약
- 2 2015년 3분기 성과 요약
- 3 국내 사업
 - 3-1 화장품 사업
 - 3-2 Mass & OSulloc 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)를 채택했습니다.

매출 22.3% 성장한 3조 5,409억원, 영업이익 36.9% 증가한 6,495억원

부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

	2014 3분기 누계	매출 비중	2015 3분기 누계	매출 비중	YoY(%)
매출액	28,953	100.0%	35,409	100.0%	22.3%
국내	23,168	80.0%	26,807	75.7%	15.7%
화장품	19,476	67.3%	22,811	64.4%	17.1%
Mass & OSulloc	3,692	12.8%	3,997	11.3%	8.2%
해외	5,785	20.0%	8,601	24.3%	48.7%
	2014 3분기 누계	이익률	2015 3분기 누계	이익률	YoY(%)
영업이익	4,745	16.4%	6,495	18.3%	36.9%
국내	4,110	17.7%	5,373	20.0%	30.7%
화장품	3,715	19.1%	4,825	21.2%	29.9%
Mass & OSulloc	395	10.7%	548	13.7%	38.6%
해외	635	11.0%	1,122	13.0%	76.8%
당기순이익	3,412	11.8%	5,152	14.5%	51.0%

매출 14.5% 성장한 1조 1,411억원, 영업이익 10.7% 증가한 1,634억원

부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

	2014 3Q	매출 비중	2015 3Q	매출 비중	YoY(%)
매출액	9,967	100.0%	11,411	100.0%	14.5%
국내	8,010	80.4%	8,280	72.6%	3.4%
화장품	6,654	66.8%	6,790	59.5%	2.0%
Mass & OSulloc	1,356	13.6%	1,490	13.1%	9.9%
해외	1,957	19.6%	3,131	27.4%	60.0%
	2014 3Q	이익률	2015 3Q	이익률	YoY(%)
영업이익	1,477	14.8%	1,634	14.3%	10.7%
국내	1,263	15.8%	1,312	15.8%	3.9%
화장품	1,121	16.8%	1,078	15.9%	-3.8%
Mass & OSulloc	142	10.9%	234	15.7%	64.6%
해외	214	10.5%	323	10.3%	50.7%
당기순이익	1,055	10.6%	1,422	12.5%	34.9%

Luxury

글로벌 럭셔리 브랜드로의 경쟁력 제고

- 설화수의 유니크한 스토리를 전달 할 수 있는 디지털 콘텐츠 및 헤리티지 북 제작 및 확산
- 헤라 '옴므 블랙' 및 '루즈홀릭' 립스틱 리뉴얼로 성장 유형 제품군 강화

방판 채널은 카운셀러 역량 강화를 통한 질적 성장 지속

- 회사, 카운셀러, 고객간의 소통을 강화하고 거래 투명성을 제고하는 디지털 플랫폼 활성화 (방판 영상 콘텐츠 확대, 영업용 모바일 플랫폼 구축, 모바일 결제 솔루션 도입 등)

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

국내 면세 채널은 3분기 메르스로 인한 중국인 입국자수 감소(-31% YoY)로 성장세 둔화

글로벌 면세는 신규 브랜드(헤라) 팝업 스토어 운영으로 브랜드 포트폴리오 다각화 준비, 고객 인지도 제고

Premium

브랜드 핵심 가치 제고 위한 마케팅 활동 강화

- 아이오페 쿠션 팝업 스토어 운영(명동, 7월 오픈)을 통해 다양한 쿠션 경험 제공, 에어쿠션의 혁신성 전달
- 라네즈 X '플레이노모어' 콜라보 런칭, 영 프리미엄 브랜드 이미지 발산
- 마몽드 플라워 스토리 강화(원료 식물원 연계 플라워 캠페인 진행, SNS 커뮤니케이션 강화)

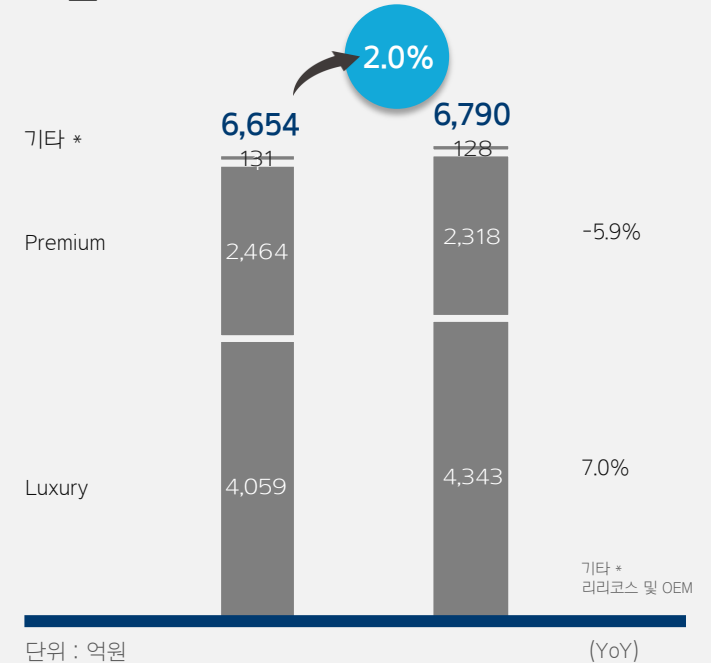
유통 채널 및 브랜드의 디지털 기능 확대로 고객 편의성 제고 및 유대감 강화

- 아리따움은 모바일 플랫폼을 중심으로 O2O 서비스 확대
- 라네즈 뷰티미러 앱 출시, 가상 메이크업 시현 서비스 및 E커머스 연동 구매 기능 제공

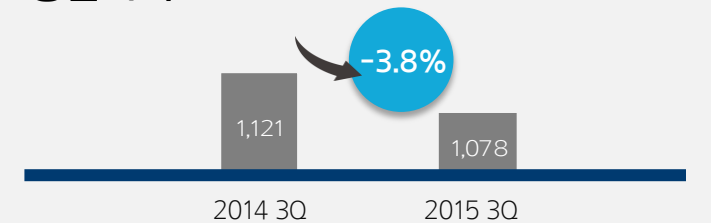
디지털 채널은 질적 성장을 위한 플랫폼 강화

- 직영몰 활성화를 위해 사이트 개편 및 홍보 활동 강화 / E커머스 유통 질서 확립을 위한 시스템 구축
- 홈쇼핑 경로는 유통 채널 부진 및 판촉 활동 축소 영향으로 매출 감소

매출



영업이익



Mass

프리미엄 제품군 강화로 주요 브랜드 매력도 제고, 견고한 성장 지속

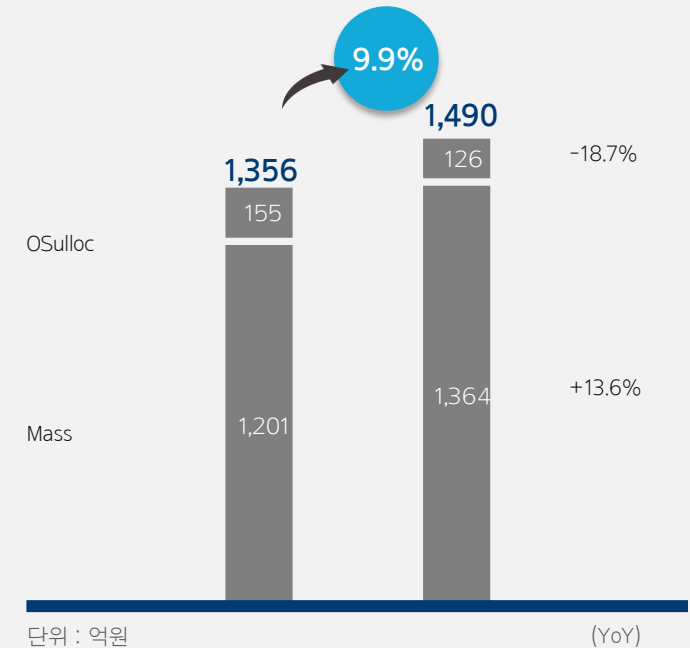
- 기능성 유형(헤어 손상케어, 바디 보습, 오랄 차석케어 등) 매출 증가로 프리미엄 비중 확대
- 추석 세트 제품 판매 호조, 환입 시점 차이로 매출 및 이익 견고한 성장 달성
- 온라인 및 아리따움 전용 제품(메디안 퍼펙트클, 송염 그린티스트, 러미인도 키트 등) 출시로 성장 채널 제품 포트폴리오 강화

OSulloc

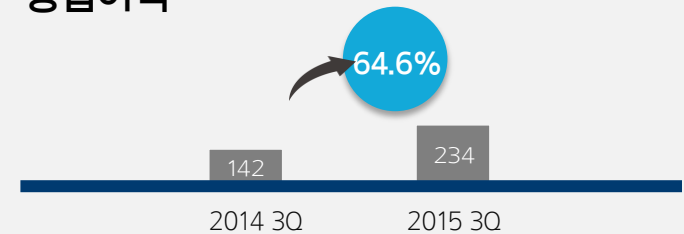
제품 경쟁력 강화, 유통 채널 재정비를 통한 오설록 브랜드 제고

- 프리미엄 채널로의 재정비를 위한 마트 철수, 메르스 여파로 주요 관광상권 티하우스 매출 부진으로 성장 정체
- 차별화된 제품력을 통해 '2015 북미 차 챔피언십' 123위 석권, 국내 대표 명차 브랜드로 한국차의 우수성을 세계에 전파

매출



영업이익



성장시장

기존 브랜드의 견고한 질적 성장과 신규 브랜드의 고객 접점 확대 및 온·오프라인 마케팅 강화로 고성장세 지속

[중국]

- 설화수는 주요 스킨케어 라인(진설, 자음)의 판매 증가 및 매장 출점으로 견고한 성장세 지속
- 라네즈는 차별화된 마케팅 컨텐츠(뷰티로드*)를 활용한 고객 커뮤니케이션으로 K-Beauty 대표 브랜드 입지 강화
- 마몽드는 매장 리뉴얼 및 매체 (TV, 잡지, 온라인) 광고 확대로 브랜드 인지도 제고 및 매장 효율성 개선
- 이니스프리는 점당매출 증대와 신규점 오픈을 통한 고성장 지속, 브랜드 캠페인 'Green Bicycle Tour' 런칭으로 고객 유대감 강화
- 려는 프리미엄 채널(백화점내 고급마트)위주로 입점, 기능성 제품 및 차별화된 VMD*를 통해 프리미엄 이미지 구축

[아시아 - ex 중국 & 일본]

- 라네즈와 설화수는 히트상품 판매 확대로 백화점/로드샵점당 매출 증대 지속
- 이니스프리는 신규 매장 확산에 따른 견고한 성장 지속

성숙시장

미국 사업은 유통 채널 및 지역 확장에 힘입어 전 경로 매출 고성장

- 아모레퍼시픽 브랜드는 디지털 마케팅 강화와 VMD 업그레이드 등을 통해 브랜드 인지도 및 럭셔리 이미지 제고
- 라네즈는 캐나다세포라 런칭과 미국 타겟 판매 증가로 견고한 질적 성장 지속
- 설화수는 노드스트롬 백화점에 입점하며 고객 접점 확대

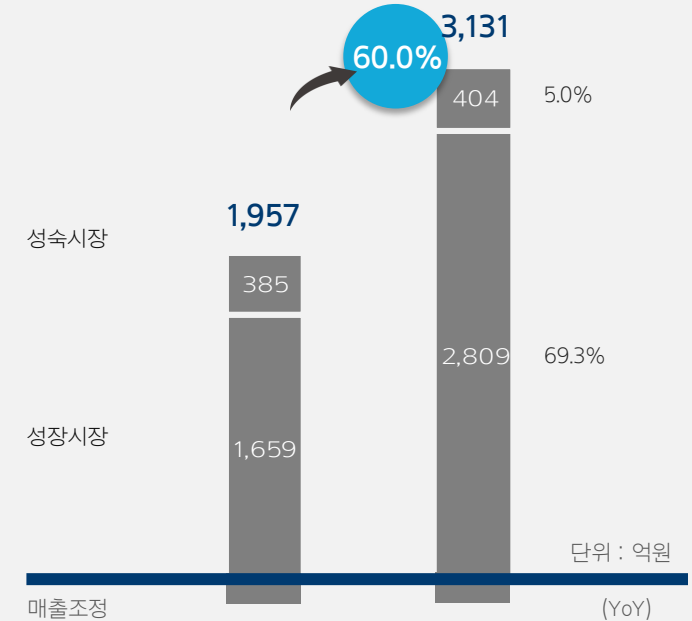
프랑스 사업은 내수 소비 위축과 유로화 약세로 매출 및 이익 감소

일본 사업은 에뛰드 중심으로 사업 재편 후 질적 성장 달성

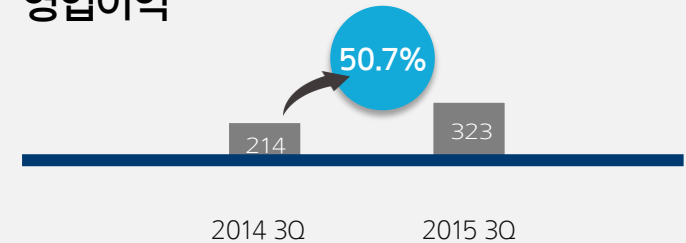
* 뷰티로드: 아시아 7개 도시에서 라네즈의 글로벌 베스트셀러인 BB쿠션을 체험할 수 있는 범 글로벌 이벤트

* VMD: Visual Merchandising

매출



영업이익



연결포괄손익계산서

단위 : 억원

	2014 3Q		2015 3Q	
	매출액	비율	매출액	비율
매출액	9,667	100.0%	11,411	100.0%
매출총이익	7,226	72.5%	8,385	73.5%
판매관리비	5,749	57.7%	6,750	59.2%
영업이익	1,477	14.8%	1,634	14.3%
영업외손익	(49)		140	
법인세차감전순이익	1,428	14.3%	1,774	15.5%
연결당기순이익	1,055	10.6%	1,422	12.5%

연결재무상태표

단위 : 억원

	2014.12	2015.09
	자산	38,546
유동자산	14,273	18,199
비유동자산	24,273	25,593
부채	9,763	10,359
유동부채	6,511	8,314
비유동부채	3,251	2,045
자본	28,783	33,433
자본금	345	345
주식발행초과금	7,127	7,127
자본잉여금	78	78
기타자본구성요소	(195)	(184)
기타포괄손익누계액	(131)	(21)
이익잉여금	21,364	25,802
비지배회사지분	196	287



AMORE PACIFIC
70 Years of Beauty Creation