

IR

AMORE PACIFIC CORP.

아모레퍼시픽 2017년 3분기 실적

1. 2017년 3분기 누계 성과 요약
2. 2017년 3분기 성과 요약
3. 국내 사업
4. 해외 사업
5. 연결 재무제표 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 8.0% 감소한 3조 9,839억원, 영업이익 30.4% 감소한 5,195억원

부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

	2016 3Q 누계	매출 비중	2017 3Q 누계	매출 비중	YoY(%)
매출액	43,294	100.0%	39,839	100.0%	-8.0
국내	31,312	72.3%	27,001	67.8%	-13.8
화장품	26,811	61.9%	22,749	57.1%	-15.2
Mass & OSulloc	4,502	10.4%	4,252	10.7%	-5.5
해외	12,323	28.5%	13,128	33.0%	6.5
기타*	-341		-291		
	2016 3Q 누계	이익률(%)	2017 3Q 누계	이익률(%)	YoY(%)
영업이익	7,459	17.2	5,195	13.0	-30.4
국내	6,043	19.3	3,835	14.2	-36.5
화장품	5,834	21.8	3,555	15.6	-39.1
Mass & OSulloc	209	4.6	280	6.6	34.2
해외	1,756	14.3	1,533	11.7	-12.7
기타*	-341		-173		
당기순이익	5,727	13.2	3,807	9.6	-33.5

기타* : 연결조정

매출 13.6% 감소한 1조 2,099억원, 영업이익 39.7% 감소한 1,011억원

부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

	2016 3Q	매출 비중	2017 3Q	매출 비중	YoY(%)
매출액	14,009	100.0%	12,099	100.0%	-13.6
국내	10,070	71.9%	7,902	65.3%	-21.5
화장품	8,459	60.4%	6,389	52.8%	-24.5
Mass & OSulloc	1,611	11.5%	1,513	12.5%	-6.1
해외	4,070	29.1%	4,273	35.3%	5.0
기타*	-131		-76		
	2016 3Q	이익률(%)	2017 3Q	이익률(%)	YoY(%)
영업이익	1,675	12.0	1,011	8.4	-39.7
국내	1,366	13.6	669	8.5	-51.0
화장품	1,475	17.4	563	8.8	-61.8
Mass & OSulloc	-109	-6.8	106	7.0	흑자전환
해외	472	11.6	454	10.6	-3.8
기타*	-162		-112		
당기순이익	1,171	8.4	798	6.6	-31.9

기타* : 연결조정

관광객 감소로 매출 및 영업이익 하락

Luxury

- 중국인 관광객 감소에 따른 면세 채널 위축으로 주요 브랜드 매출 감소
- 신제품 출시로 상품 포트폴리오 다변화
: '설화수 자음생 마스크', '헤라트루 웨어 라인', '헤라익셉셔널 오드 퍼퓸', '바이탈뷰티 홍삼진액청 스틱'
- AP몰을 연계한 O2O 서비스 확장, '설화문화전' 등 브랜드 행사 개최로 고객 경험 강화
- 멀티브랜드 채널 신규 진입으로 고객 접점 확대

Premium

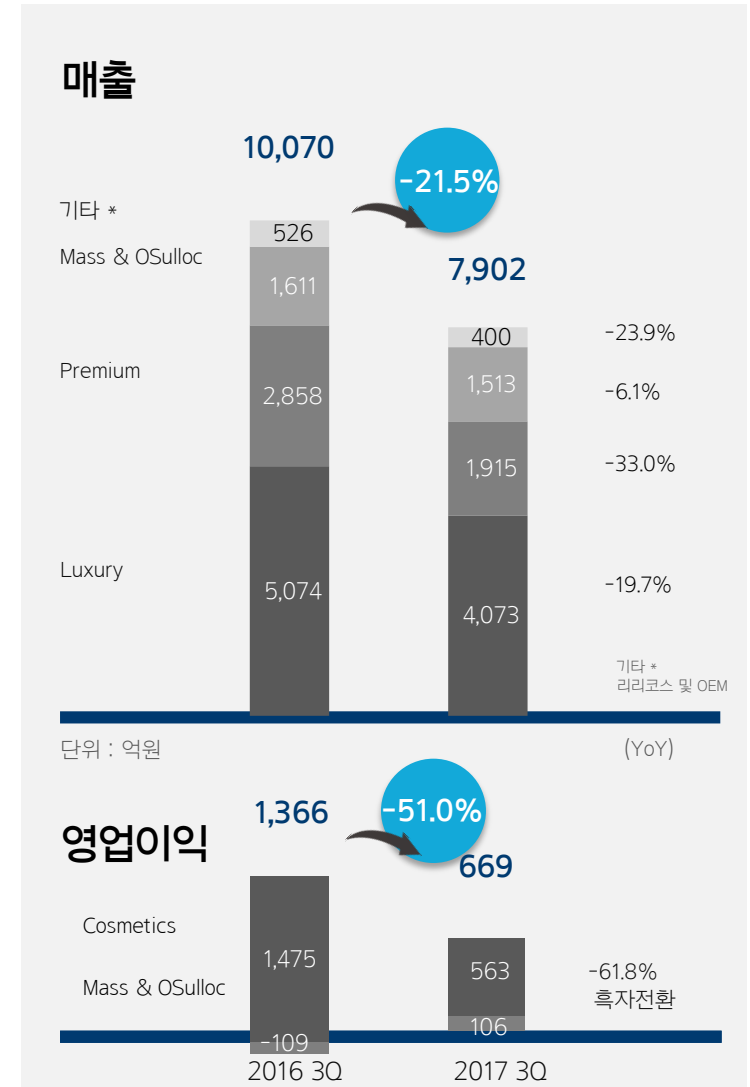
- 면세 채널 및 주요 관광 상권 부진으로 매출 감소
- 주요 브랜드 상품 포트폴리오 확장
· 더마, 안티에이징 카테고리 강화 ('아이오펜 더마 리페어 라인', '마몽드 에이지 컨트롤 라인 업그레이드')
· 메이크업 카테고리 강화 ('라네즈 XYCH 콜라보레이션 컬렉션', '마몽드 퓨어 립 컬러 오일 & 글로스')

Mass

- 천연유래 성분을 함유한 자연주의 덴탈케어 브랜드 '플레시아' 출시
- 온라인 전용 상품 출시 및 디지털 커뮤니케이션 확대로 디지털 경쟁력 강화

OSulloc

- 주력 채널 (티뮤지엄, 티하우스)의 리테일 경쟁력 제고를 통해 견고한 기존점 성장 달성



아시아

설화수는 아시아 대표 럭셔리 브랜드로의 위상 제고

- 중국 및 아세안 주요 국가 매출 고성장, 럭셔리 브랜드 리더십 강화
- 고급 백화점 중심의 매장 확산 및 디지털 커뮤니케이션 확대로 신규 고객 증가

라네즈는 브랜드 매력도 증대 활동 지속

- 백화점 매장 리뉴얼, 신제품 출시로 브랜드 경쟁력 제고
- 아세안에서는 e커머스 파트너십 강화로 디지털 매출 고성장

마몽드는 상품 포트폴리오 다변화, 아세안 진입 확대

- 메이크업 신제품 출시 ('크리미틴트 컬러밤', '코튼베일팩트' 등)
- 아세안 백화점 및 온라인몰 입점으로 고객 점점 다각화

이니스프리는 글로벌 사업 가속화, 디지털 역량 강화

- 핵심 도시 상권 내 매장 확산 지속, 주요 국가 입점물 진출
- 디지털 쇼핑 환경 개선을 위해 텐센트OO와 기술교류 MOU 체결 (중국)

에뛰드하우스는 영 메이크업 브랜드 이미지 제고

- 대표 제품을 활용한 시그니처 메이크업 룩 '9Looks' 런칭
- 말레이시아 플래그십스토어 1호점 오픈

북미

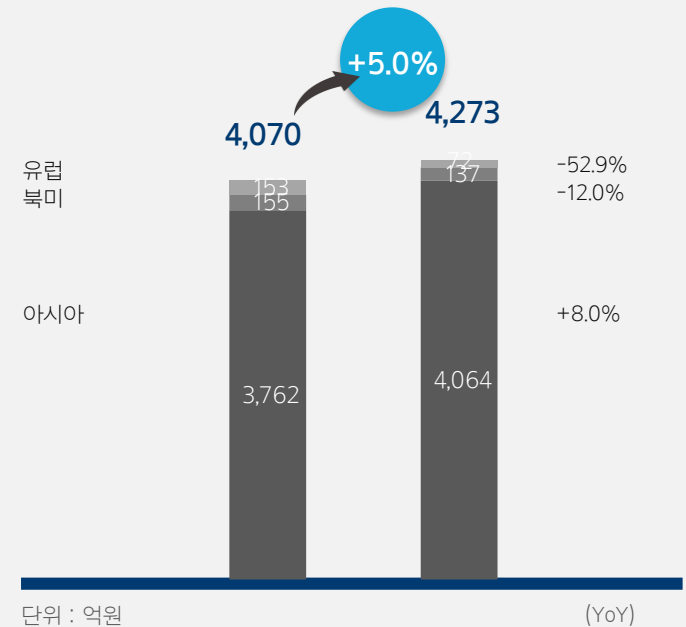
브랜드 및 유통 포트폴리오 확대에 성장 기반 강화

- 라네즈 세포라 입점, 이니스프리 플래그십스토어 1호점 오픈
- 아모레퍼시픽과 설화수는 e커머스 판매 고성장

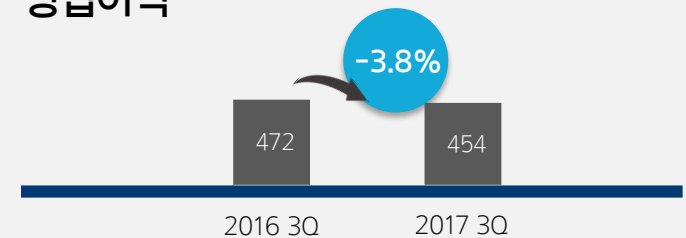
유럽

롤리타 렘피카 브랜드 라이선스 종료 영향으로 매출 및 이익 감소, 설화수 프랑스 백화점 진출

매출



영업이익



연결포괄손익계산서

단위 : 억원

	2016 3Q		2017 3Q	
	금액	비율	금액	비율
매출액	14,009	100.0%	12,099	100.0%
매출총이익	10,384	74.1%	8,555	70.7%
판매관리비	8,709	62.2%	7,544	62.4%
영업이익	1,675	12.0%	1,011	8.4%
영업외손익	(140)		52	
법인세차감전순이익	1,535	11.0%	1,063	8.8%
연결당기순이익	1,171	8.4%	798	6.6%

연결재무상태표

단위 : 억원

	2016.12	2017.09
	자산	51,816
유동자산	21,163	18,654
비유동자산	30,652	33,589
부채	12,849	10,579
유동부채	11,712	8,904
비유동부채	1,137	1,674
자본	38,966	41,664
자본금	345	345
주식발행초과금	7,127	7,127
자본잉여금	78	78
기타자본구성요소	(176)	(176)
기타포괄손익누계액	(172)	(176)
이익잉여금	31,587	34,240
비지배회사지분	178	226