



AMORE PACIFIC

2021년 3분기 실적

2021. 10. 29



CONTENTS

1. 2021년 3분기 누계 성과
2. 2021년 3분기 성과
3. 국내 사업 현황
4. 해외 사업 현황
5. A MORE NEWS
6. 연결재무제표 요약

AMORE PACIFIC

FORWARD-LOOKING STATEMENTS

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.

2021년 3분기 누계 성과

매출 8.0% 성장한 3조 5,384억원, 영업이익 108.8% 증가한 3,178억원
 국내 매출 8.9% 성장, 국내 영업이익 53.7% 증가. 해외 매출 6.2% 성장, 해외 영업이익 흑자전환

(단위: 억원)

	2020 3Q 누계	매출 비중(%)	2021 3Q 누계	매출 비중(%)	YoY(%)
매출액¹⁾	32,752	100.0	35,384	100.0	+8.0
국내	20,901	63.8	22,768	64.3	+8.9
화장품	16,844	51.4	19,036	53.8	+13.0
Daily Beauty	4,057	12.4	3,732	10.5	-8.0
해외	12,025	36.7	12,767	36.1	+6.2
	2020 3Q 누계	이익률(%)	2021 3Q 누계	이익률(%)	YoY(%)
영업이익¹⁾	1,522	4.6	3,178	9.0	+108.8
국내	1,731	8.3	2,660	11.7	+53.7
화장품	1,431	8.5	2,580	13.6	+80.3
Daily Beauty	301	7.4	81	2.2	-73.2
해외	-337	-2.8	703	5.5	흑자전환
당기순이익	808	2.5	2,353	6.6	+191.4

1) 연결 조정 포함 기준. '21년 9월부터 에스트라 및 코스비전 매출 및 영업이익 실적 반영

매출 1.9% 성장한 1조 1,089억원, 영업이익 10.2% 하락한 503억원
 국내 매출 7.3% 성장, 국내 영업이익 63.0% 증가. 해외 매출 9.2% 하락, 해외 영업이익 56.6% 하락

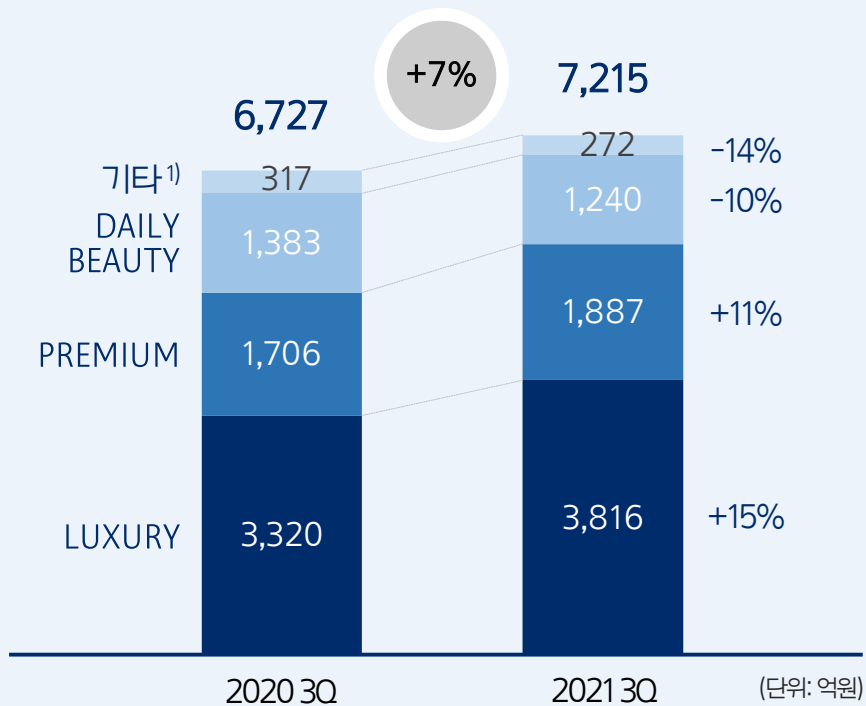
(단위: 억원)

	2020 3Q	매출 비중(%)	2021 3Q	매출 비중(%)	YoY(%)
매출액¹⁾	10,886	100.0	11,089	100.0	+1.9
국내	6,727	61.8	7,215	65.1	+7.3
화장품	5,343	49.1	5,975	53.9	+11.8
Daily Beauty	1,383	12.7	1,240	11.2	-10.4
해외	4,232	38.9	3,841	34.6	-9.2
	2020 3Q	이익률(%)	2021 3Q	이익률(%)	YoY(%)
영업이익¹⁾	560	5.1	503	4.5	-10.2
국내	360	5.4	587	8.1	+63.0
화장품	255	4.8	572	9.6	+124.9
Daily Beauty	105	7.6	14	1.2	-86.3
해외	197	4.6	85	2.2	-56.6
당기순이익	70	0.6	385	3.5	+445.6

1) 연결 조정 포함 기준. '21년 9월부터 에스트라 및 코스비전 매출 및 영업이익 실적 반영

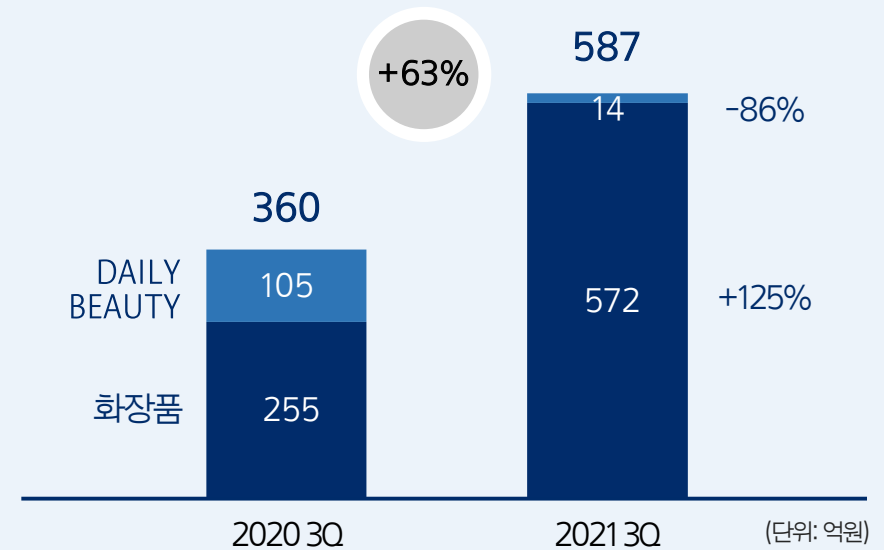
국내 매출 7% 성장

- 온라인 매출 약 30% 성장
- 국내 중심 면세 채널 매출 성장 (매출 비중 36%)
- 전통 채널 재정비로 매출 감소했으나 기존점 성장으로 감소폭 축소



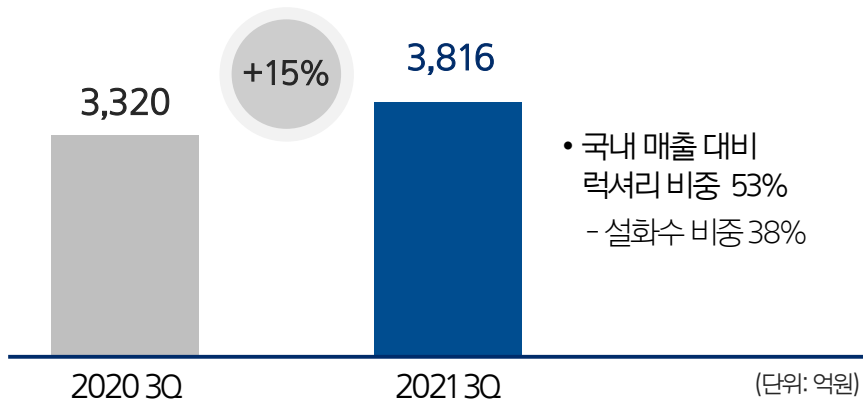
국내 영업이익 63% 증가

- 성장 채널 중심 매출 확대 및 전통채널 비용 효율화로 화장품 영업이익 증가
- 고수익 브랜드 매출 감소 및 프리미엄 라인 강화를 위한 마케팅 비용 확대로 Daily Beauty 영업이익 축소



1) OEM, 임대료수익등

LUXURY

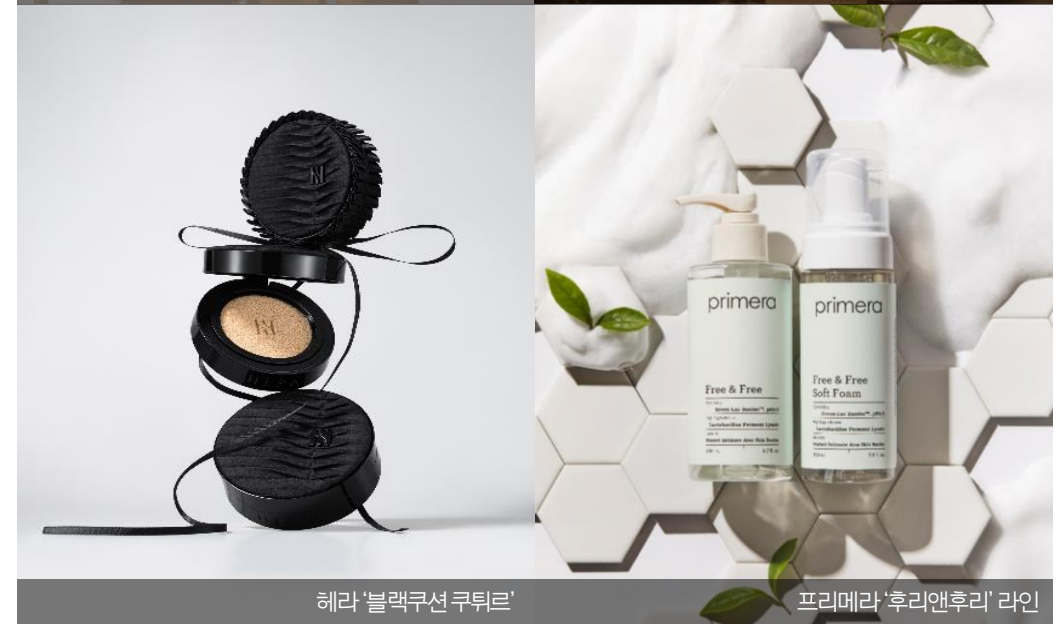


- 럭셔리 전 브랜드 온라인 채널 매출 성장
- 대표 상품 리뉴얼 및 마케팅 활동 전개로 브랜드 경쟁력 제고
 - 설화수 '자음생' 라인 리뉴얼 출시로 기능성 브랜드 자산 강화
 - 아모레퍼시픽 럭셔리 고객 대상 팝업 행사 및 한정 컬렉션 출시 ('애플루티 인스퍼레이션 컬렉션')로 대표 상품 매력도 증대
 - 헤라 하이엔드 디자이너 브랜드 '제이백 쿠튀르'와 협업한 '블랙쿠션 쿠튀르' 출시
- 환경을 생각한 디자인 적용으로 지속가능 브랜드 리더십 확보
 - 프리메라 '후리앤후리' 라인 리뉴얼 시 친환경 포장재 적용, '스킨 릴리프 UV 프로텍터 EX' 2021 대한민국 올해의 녹색 상품 선정



설화수 '자음생' 라인

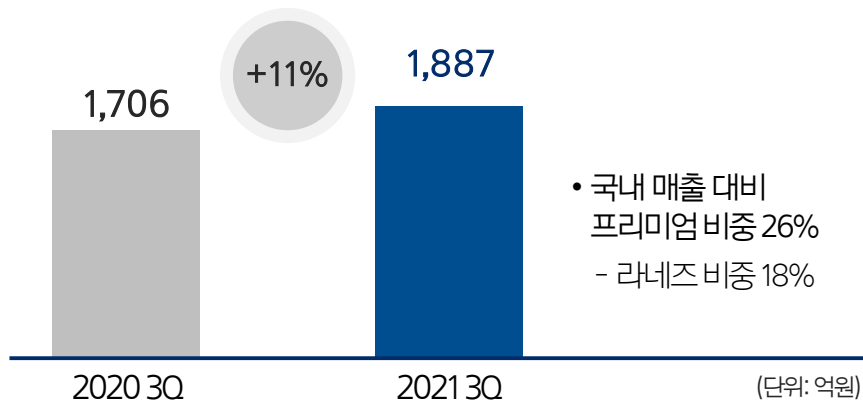
아모레퍼시픽 '애플루티 인스퍼레이션 컬렉션'



헤라 '블랙쿠션 쿠튀르'

프리메라 '후리앤후리' 라인

PREMIUM



- 라네즈 매출 성장이 부문 전체 성장 견인
- 대표 제품 라인업 확대로 제품 경쟁력 강화
 - 라네즈 '네오파운데이션' 및 '네오파우더' 출시
- 컬래버레이션 한정판 제품 출시로 대표 상품 매력도 제고
 - 라네즈 '네오쿠션 x 메종 키츠네', 마몽드 '레드 에너지 리커버리 세럼 x 마르디 메크르디', 한울 '빨간쌀 진액 스킨 x 복순도가' 협업
- 안티에이징 라인 중심 기능성 카테고리 육성 집중
 - 한울 '극진' 라인 리뉴얼, 마몽드 '레티놀 앰플 토너' 론칭



라네즈 '네오파운데이션 / 파우더 / 쿠션'



라네즈 '네오쿠션 x 메종 키츠네'

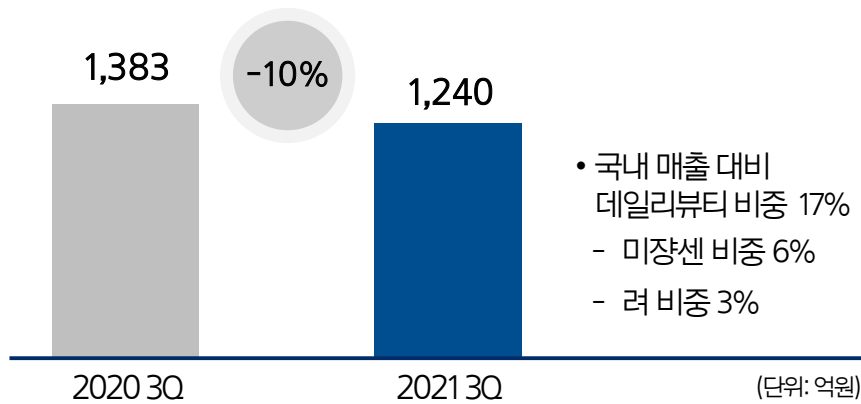


한울 '극진' 라인



마몽드 '레티놀 앰플 토너'

DAILY BEAUTY



- 프리미엄 세정/보습 라인은 성장했으나, 러 글로벌 현지 사업 확대에 따른 러 글로벌 e커머스 매출 감소로 전체 매출 하락
- 순수국내 온라인 매출 10%이상 성장 지속
- 기능성 프리미엄 라인 집중 육성
 - [러] 인플루언서 연계 프로모션 및 멀티브랜드숍 신규 입점 등 프리미엄 탈모케어 '헤리티지' 라인 지속 육성
 - [미장센] 두피 케어 및 향 지속 기능 강화한 '스킨케어 퍼품' 출시
 - [해피바스] '스킨유' 스킨케어 성분 함유한 제품 라인 확장
 - [일리윤] 핵심 제품 '세라마이드 아토' 라인 업그레이드 출시



러 '1973 헤리티지'

미장센 '스킨케어 퍼품 샴푸'

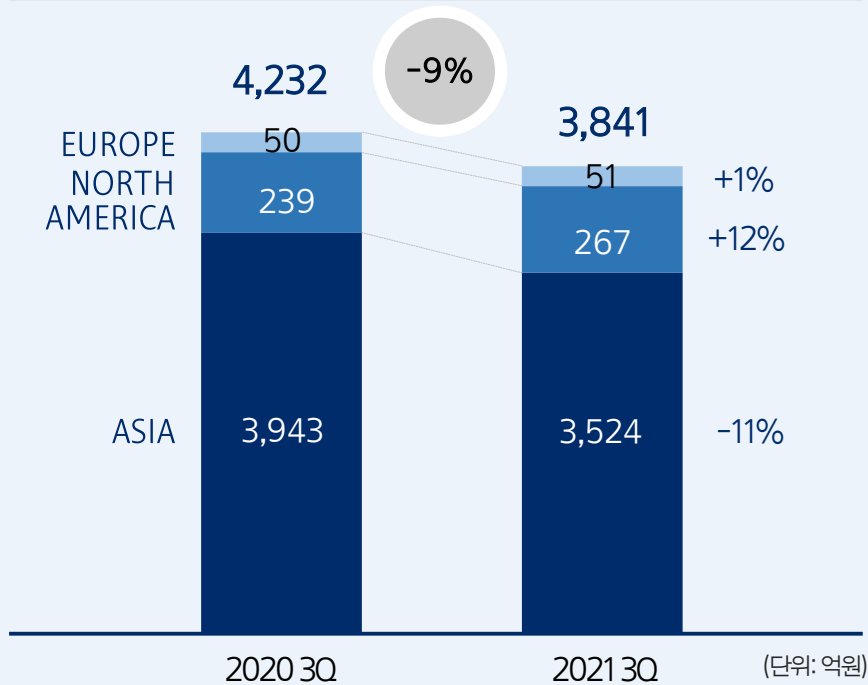


해피바스 '스킨유 딥 오일 케어'

일리윤 '세라마이드 아토 집중 크림'

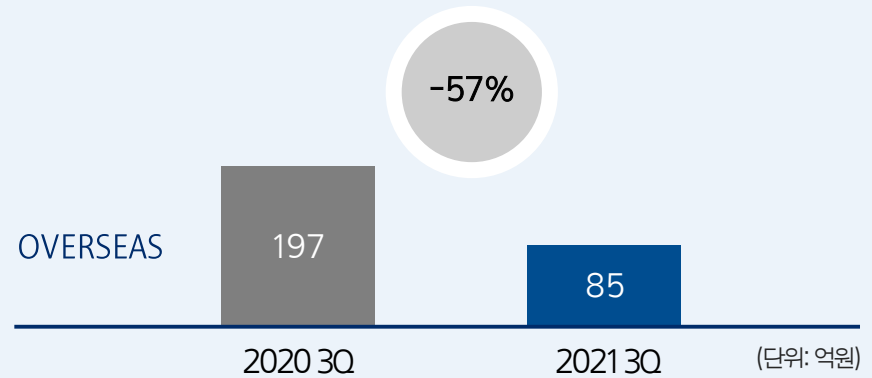
해외 매출 9% 하락

- 아시아 11% 하락 (아시아 내 중국 매출 비중 70% 이상)
- 북미 멀티브랜드숍 채널 고성장으로 12% 성장
- 유럽 오프라인 매출 하락했으나 온라인 채널 성장으로 1% 성장



해외 영업이익 57% 하락

- 아시아는 오프라인 매장 효율화 및 코로나19로 인한 일부 국가 휴점 및 단축 영업으로 인한 매출 하락으로 영업이익 전년대비 하락
- 북미 주요 브랜드 고성장으로 영업이익 성장
- 유럽 구매파리 40주년 마케팅 비용 확대로 영업이익 축소



ASIA

- 중국 매출 10% 이상 하락 (현지화 기준)
 - 설화수 고가 라인 신제품 출시 및 제품 믹스 개선으로 브랜드 매출 약 50% 성장
 - 오프라인 매장 효율화를 위한 일부 폐점 영향 및 e커머스 수익성 개선을 위한 거래구조 변경으로 이니스프리 매출 하락
- 코로나19로 인한 휴점 및 단축영업으로 기타 아시아 매출 하락
 - 자음생 라인 매출 확대로 태국, 인도네시아 설화수 성장
 - 아세안 전 지역에서 온라인 채널 견고한 매출 성장



설화수 '자음생 크림' 출시 (중국, 아세안)



라네즈 '네오쿠션' 출시 (중국)

NORTH AMERICA & EUROPE

- 북미 온/오프라인 채널 확장으로 매출 12% 성장
 - 'Sephora at Kohl's' 입점으로 라네즈 매출 고성장
 - 설화수 신규 e커머스 플랫폼 진출 통한 온라인 채널 다변화
- 유럽 온라인 채널 중심 매출 성장
 - 라네즈, 구달파리 온라인 매출 호조로 백화점 등 오프라인 채널 매출 하락 상쇄



려 '자양윤모 탈모증상케어샴푸' (중국)



라네즈 '워터뱅크 모이스춰 크림' (북미)

아모레퍼시픽그룹, 메타버스 통한 창립 76주년 기념식에서 2025년 비전 선포

9월 3일 메타버스를 통해 진행된 창립 기념식 행사에서 서경배 회장은 '누구나 자신만의 아름다움을 실현하여 진정 자유롭게 행복한 삶을 누리는 '뉴 뷰티(New Beauty)'의 세상을 만들자'는 새로운 비전 공유



AMORE PACIFIC

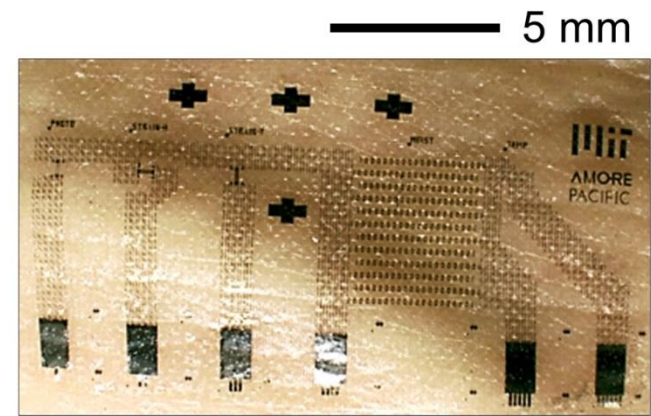
×
COSRX

아모레퍼시픽, COSRX와 전략적 파트너십 체결

더마 화장품 포트폴리오 강화 및 글로벌 뷰티 시장에서의 동반 성장을 위해 COSRX 전체 지분의 38.4% 인수했으며, 이번 파트너십을 통해 양사는 글로벌 뷰티 시장 공략의 노하우를 상호 교환하며 높은 시너지를 창출할 예정

아모레퍼시픽, MIT와 웨어러블 피부 측정기술 개발

미국 매사추세츠공대(MIT) 연구팀과의 공동 연구를 통해 외부 환경 변화에도 안정적으로 장기간 피부 상태를 측정할 수 있는 초박막 웨어러블 피부 측정 기술에 관한 내용을 저명한 국제 학술지 '사이언스 어드밴시스(Science Advances)'에 발표



에스트라, '2021 중국 소비자들이 뽑은 올해의 한국 브랜드 대상' 수상

한국 소비자포럼에서 153만명의 중국 소비자를 대상으로 진행한 '올해의 한국 브랜드' 투표에서 자사 더마 뷰티 브랜드 에스트라가 1위 차지

연결포괄손익계산서

(단위: 억원, %)

	2020 3Q		2021 3Q	
	금액	비중(%)	금액	비중(%)
매출액	10,886	100.0	11,089	100.0
매출원가	3,133	28.8	3,153	28.4
매출총이익	7,754	71.2	7,936	71.6
판매관리비	7,193	66.1	7,433	67.0
영업이익	560	5.1	503	4.5
영업외손익	-368		38	
법인세차감전순이익	193	1.8	541	4.9
연결당기순이익	70	0.6	385	3.5

연결재무상태표

(단위: 억원)

	2020.12	2021.09
자산	57,019	61,256
유동자산	18,257	21,494
매출채권	2,838	4,170
재고자산	4,145	5,254
비유동자산	38,762	39,763
유형자산	25,663	26,452
무형자산	2,088	2,025
관계회사 투자	525	551
부채	12,375	12,810
유동부채	9,659	10,505
비유동부채	2,716	2,305
자본	44,644	48,446
자본금	345	345
이익잉여금	38,477	40,259
비지배회사지분	-35	-44