



Asian Beauty Creator  
AMOREPACIFIC

---

# 아모레퍼시픽

## 2012년 3분기 실적

---

아모레퍼시픽 IR

'12. 11. 08

-목차-

1. 실적 요약
2. 부문별 성과
  - 2.1. 국내 화장품
  - 2.2. 해외 화장품
  - 2.3 MC & S
3. 요약재무제표

---

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.**

# 1. 실적 요약

**매출 18% 성장한 7,333억원, 영업이익 18% 증가한 901억원**

- 신제품 판매 호조 지속 및 적극적인 해외 사업 확대로 전 사업부문 고성장 달성
- MC&S 및 국내 화장품 부문의 수익성 개선이 전사 이익 성장 견인

## 매출 및 영업이익

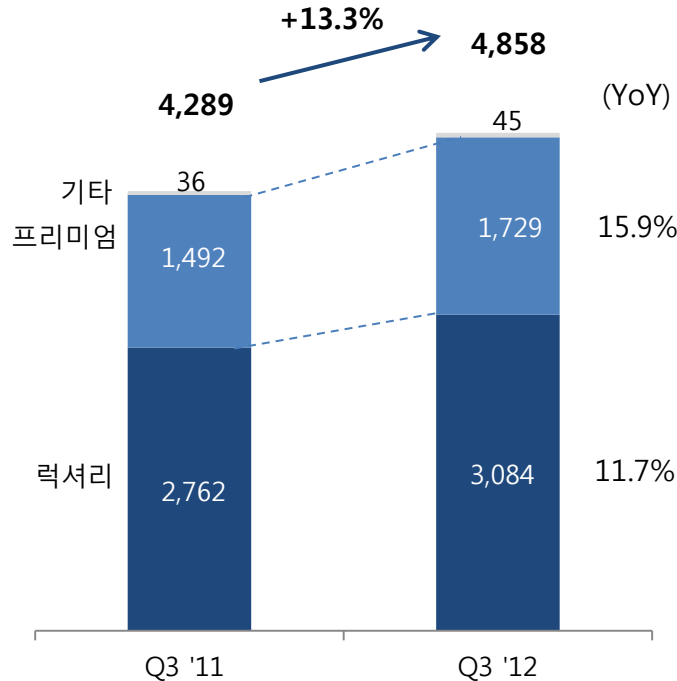
[단위: 억원]

	Q3 '11	(%)	Q3 '12	(%)	Y on Y (%)
<b>매출액</b>	<b>6,228</b>	<b>(100.0)</b>	<b>7,333</b>	<b>(100.0)</b>	<b>17.7</b>
화장품 (국내)	4,289	(68.9)	4,858	(66.2)	13.3
화장품 (해외)	761	(12.2)	1,076	(14.7)	41.4
MC&S	1,177	(18.9)	1,399	(19.1)	18.8
<b>영업이익</b>	<b>766</b>	<b>(12.3)</b>	<b>901</b>	<b>(12.3)</b>	<b>17.7</b>
화장품 (국내)	599	(14.0)	710	(14.6)	18.6
화장품 (해외)	19	(2.5)	-64	(-5.9)	-441.6
MC&S	148	(12.6)	255	(18.2)	72.2
<b>당기순이익</b>	<b>638</b>	<b>(10.2)</b>	<b>696</b>	<b>(9.5)</b>	<b>9.1</b>

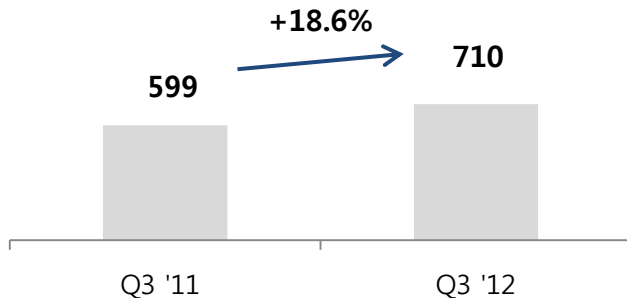
## 2. 부문별 성과 \_ 국내 화장품 (1/3)

- 매출 -

[단위: 억원,%YoY]



- 영업이익 -



**매출 4,858억원 (+13%), 영업이익 710억원 (+19%)**

다양한 혁신 제품의 출시가 주요 유통 채널 내 판매 확대로 이어져 매출 및 영업이익 고성장

**[럭셔리] 신규 제형 출시 효과 및 외국인 관광객 구매 증가로 성장 지속**

- 방문판매: 상반기 출시된 혁신 제품('헤라' UV미스트 쿠션 등)의 판매 확대 및 카운셀러 증모 효과로 성장세 가속화
- 면세: 추석 시즌 외국인 관광객의 구매 증가 및 주요 브랜드의 히트 상품('라네즈' 워터뱅크에센스, 슬리핑팩 등) 판매 호조로 고성장

**[프리미엄] 고객 니즈에 대응한 합리적인 가격의 제품 출시가 성장 견인**

- 전문점: '한울' 올려원액, 'IOPE' 바이오에센스 등 트레이딩다운 고객을 타겟으로 한 제품의 판매 증가로 점당 효율성 개선 및 견고한 매출 성장
- 할인점: 'IOPE' 신제품(바이오 에센스) 및 히트 상품(에어쿠션 등) 판매 증가에 힘입어 성장세 전환
- 온라인: 'IOPE' 에어쿠션 방승 편성 확대 및 '라네즈' 히트상품 판매 증가로 홈쇼핑 / 인터넷 / 닷컴 등 전 채널 고성장

**[영업이익] 럭셔리 세그먼트 고성장에 힘입어 영업이익 고성장**

- 방문판매 / 백화점 채널 이익 고성장이 마케팅비 증가 상쇄
- 면세, 온라인 경로 매출 고성장에 따른 유통 수수료 비중 증가

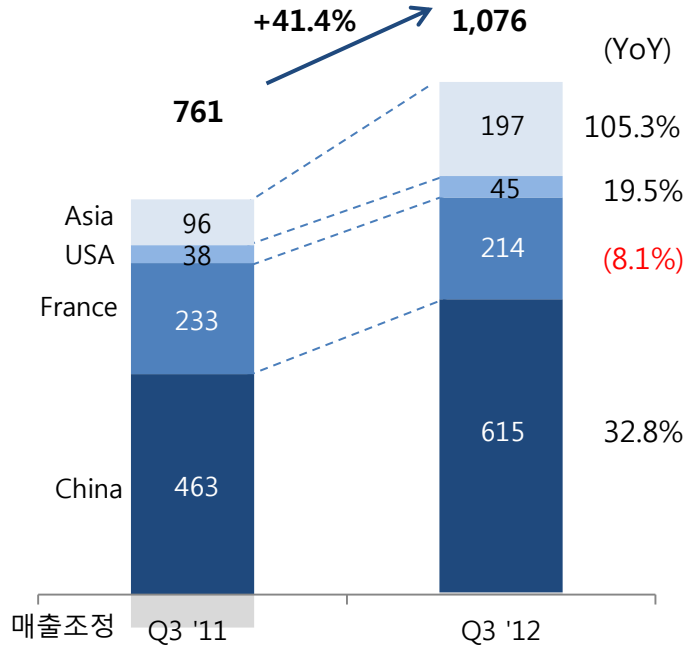
**[주요 경로별 매출]**

경로	비중(%)	YoY(%)	경로	비중(%)	YoY(%)
방문판매	34.7	7.4	전문점	16.5	10.7
백화점 (면세)	26.8 (13.4)	17.5 (38.4)	할인점	7.7	2.0
			온라인	11.4	38.1

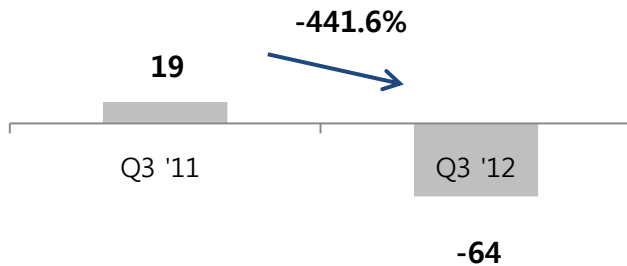
## 2. 부문별 성과 \_ 해외 화장품 (2/3)

- 매출 -

[단위: 억원, %YoY]



- 영업이익 -



**매출 1,076억원 (+41%), 영업이익 -64억원 (-442%)**

중국, 아세안 등 성장시장과 일본, 미국 등 선진시장에서 고른 성장을 달성하며 해외사업 매출 고속 성장

[중국] 적극적인 유통 채널 확대 및 마케팅 활동으로 고성장 지속

- **라네즈:** 중추절 및 리뉴얼된 라인 런칭 효과로 판매 증가 / 워터슬리핑팩 TV, 잡지 및 온라인 광고 집행 / 온라인 및 홈쇼핑 채널 신규 진출
- **마몽드:** 백화점 매장수 증대 및 드럭스토어(왓슨스), 인터넷(Lafaso) 등 신규 채널에서의 커버리지 확대에 힘입어 브랜드 고성장 지속
- **설화수:** 베이징 팩슨을 비롯, 5개 매장 추가 오픈 / 문화전 연계 프로모션 실시 및 VIP 마케팅을 지속하며 인지도 강화 및 신규고객 확보
- **이니스프리:** 백화점 추가 출점 및 광고판촉 강화하며 성장 가속화

[프랑스] 경기침체로 인한 판매 부진으로 매출 역성장 / 구조조정에 따른 인건비 증가로 손실 확대

[미국] 채널 및 지역 커버리지 확대로 수익적 성장 기반 마련

- **AP:** 세포라 추가 입점 및 신제품 출시 / 기존 채널 견고한 성장세 유지
- **Amore shop:** 차이나 타운 등 신규 지역 진출 지속 / 기존점 고성장에 힘입어 수익성 개선을 동반한 매출 성장

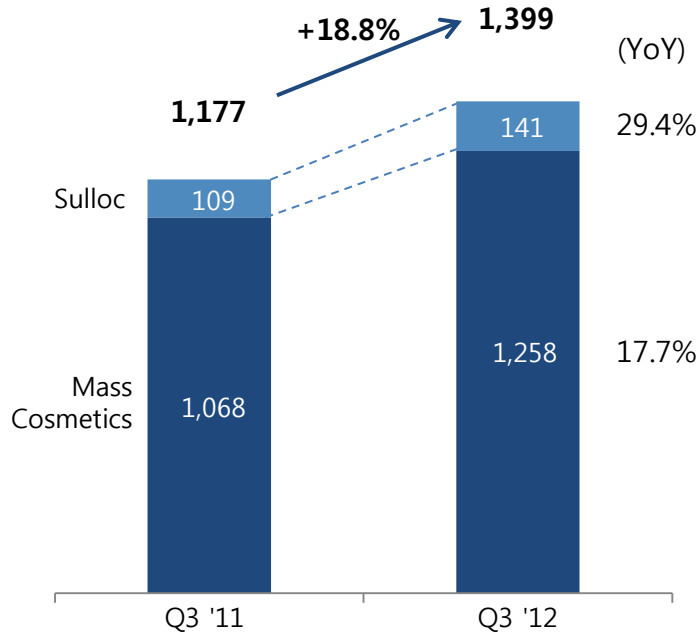
[아시아] 핵심 시장 성장 가속화 및 성숙 시장 침투 확대

- '설화수' 브랜드 런칭(싱가폴)으로 럭셔리 세그먼트 공략 가속화
- '라네즈' 히트 상품(워터슬리핑팩, 워터슬리핑에센스 등) 판매 확대로 신규고객유입증가및기존점성장강화(말레이시아+65%, 싱가포르+147%)
- 일본 사업은 에뛰드 고성장 지속 및 신채널(드럭스토어/편의점/홈쇼핑)진출 확대로 판매 수량 큰 폭 증가하며 매출 고성장(+103%)

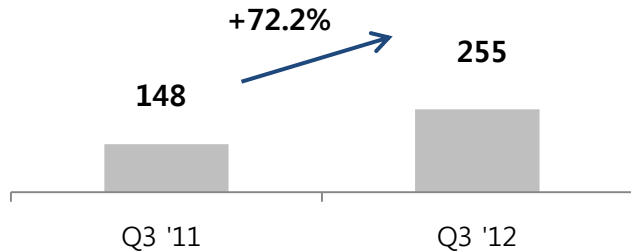
## 2. 부문별 성과 \_ MC&S (3/3)

- 매출 -

[단위: 억원,%YoY]



- 영업이익 -



**매출 1,399억원 (+19%), 영업이익 255억원 (+72%)**

기능성 신제품 출시 및 신규 브랜드 런칭, 세트 제품 판매 호조로 시장 지배력 확대하며 고성장 지속

**[MC] 헤어/바디/오랄 전 카테고리 내 점유율 확대하며 채널 지배력 강화**

- 추석 선물세트 판매로 주요 브랜드 모두 고성장 달성
- 채널 맞춤형 기능성 신제품 출시로 고객 니즈에 적극 대응 (드럭 스토어 전용 '미장센' 스타일 키스 등)
- 한방 바이오 브랜드 '일리' 런칭으로 프리미엄 바디케어 시장 공략

**[Sulloc] 프리미엄 제품 판매 호조 및 추석 효과로 매출 성장 지속**

- 선물세트 및 잎차(오설록 피라미드) 판매가 증가하며 견고한 성장 달성
- 할인점과 슈퍼 채널에서는 플러스라인, 라떼류 등의 판매 증가
- 백화점 채널에서는 블랜딩 티 고성장

**[영업이익] 추석 효과 및 기능성 프리미엄 제품 출시로 수익성 개선**

- 추석 선물세트 판매 확대로 영업이익 고성장
- 설록 영업손실 폭 축소

**[주요 브랜드 성과]**



### 3. 요약재무제표

#### 연결손익계산서

[억원]	Q3 2011		Q3 2012	
		%		%
매출액	6,228	100.0	7,333	100.0
매출총이익	4,232	67.9	5,042	68.8
판매관리비	3,466	55.7	4,141	56.5
영업이익	766	12.3	901	12.3
영업외손익	69	1.1	18	0.2
법인세차감전순이익	835	13.4	919	12.5
연결당기순이익	638	10.2	696	9.5

#### 연결재무상태표

[억원]	2011. 12	2012.9
자산	28,154	30,377
유동자산	7,537	10,463
비유동자산	20,617	19,914
부채	6,771	7,055
유동부채	4,260	4,347
비유동부채	2,511	2,707
자본	21,383	23,323
자본금	345	345
주식발행초과금	7,127	7,127
자본잉여금	77	78
기타자본구성요소	-18	-18
기타포괄손익누계액	-24	-78
이익잉여금	13,774	15,751
비지배회사지분	102	119