

아모레퍼시픽 2013년 1분기 실적

아모레퍼시픽 그룹 IR

'13. 05. 08

-목차-

1. 2013년 1분기 성과 요약
2. 국내 부문별 성과
 - 2.1. 화장품
 - 2.2. Mass & Sulloc
3. 해외 사업 성과
4. 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.

1. 2013년 1분기 성과 요약

매출 8.4% 성장한 8,038억원, 영업이익 6.9% 감소한 1,402억원

- 시장 대응력을 높인 혁신상품 출시 확대 및 적극적인 해외사업 확장으로 견고한 매출 성장 달성
- 1) 럭셔리 수요 감소 2) 마케팅 비용 증가 3) 해외 시장 개척을 위한 비용 증가로 영업이익 감소

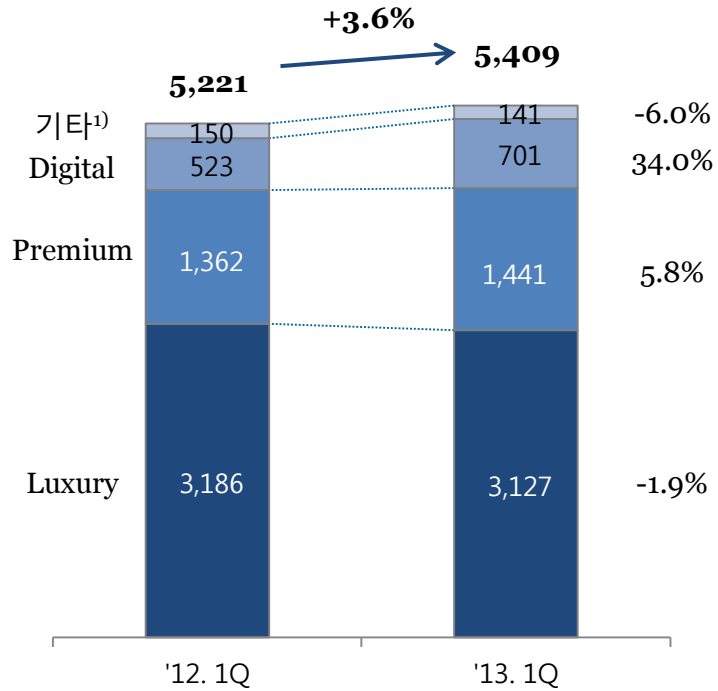
매출 및 영업이익

[단위: 억원]

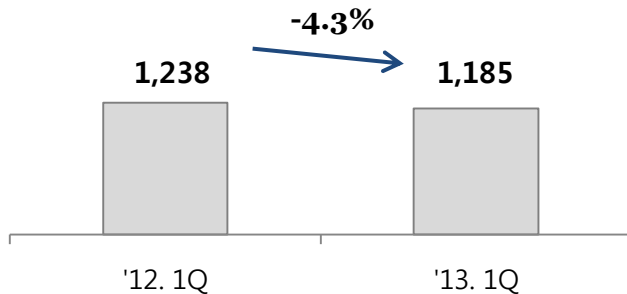
	2012 1Q	(매출비중, 이익율)	2013 1Q	(매출비중, 이익율)	YoY (%)
매출액	7,415	100.0%	8,038	100.0%	8.4%
국내 사업	6,487	<i>87.5%</i>	6,769	<i>84.2%</i>	4.3%
Cosmetics	5,221	<i>70.4%</i>	5,409	<i>67.3%</i>	3.6%
Mass & Sulloc	1,266	<i>17.1%</i>	1,359	<i>16.9%</i>	7.4%
해외 사업	928	<i>12.5%</i>	1,269	<i>15.8%</i>	36.8%
영업이익	1,506	20.3%	1,402	17.4%	-6.9%
국내 사업	1,454	<i>22.4%</i>	1,394	<i>20.6%</i>	-4.1%
Cosmetics	1,238	<i>23.7%</i>	1,185	<i>21.9%</i>	-4.3%
Mass & Sulloc	215	<i>17.0%</i>	209	<i>15.4%</i>	-2.9%
해외 사업	53	<i>5.7%</i>	8	<i>0.7%</i>	-84.4%
당기순이익	1,142	15.4%	907	11.3%	-20.6%

2. 국내 사업 - 화장품

- 매출 - [단위: 억원, % YoY]



- 영업이익 -



Luxury 사업

[방관] 경기 불황 장기화 및 Trading Down 지속으로 성장 부진

- VB(명작수/메타그린), 메이크업(루즈홀릭) 등의 성장으로 카테고리 균형적 성장 및 신규 고객 확대
- 판촉 및 세트 축소/SKU 효율화 등 전사적 비용절감 방안 도입

[백화점] 합리적인 가격대 제품 출시 및 히트 상품 판매 확대로 점유율 증가

- ‘헤라’ 3대 이슈 상품(미스트쿠션/CC크림/루즈홀릭)을 통한 신규 고객 유입으로 성장 지속 및 M/S 증가
- 프리메라 출점 확대(+8개)로 자연주의 및 trading-down 수요 대응

[면세] 외국인 관광객 구매 증가 및 해외 면세 확대로 고성장

- **(국내)** 중국인 고객수 증가(66%)가 견고한 성장 견인
- **(해외)** 중국/아세안 등을 중심으로 해외 매장 출점 지속 (15개점)

Premium 사업

[전문점] 젊은 고객, 신규 고객의 유입으로 기존점 견고한 성장

- trendy 히트 상품(쿠션 틴트) 출시를 통해 20대 신규 고객 유입 증가
- 주요 브랜드의 신규 히트상품 출시 지속 : 아이오페(바이오엑티베이터), 라네즈(오리지널 에센스)

[할인점] 강제휴무 시행/출점포화/내방고객 감소 등 사업환경 악화로 성장 부진

Digital 사업

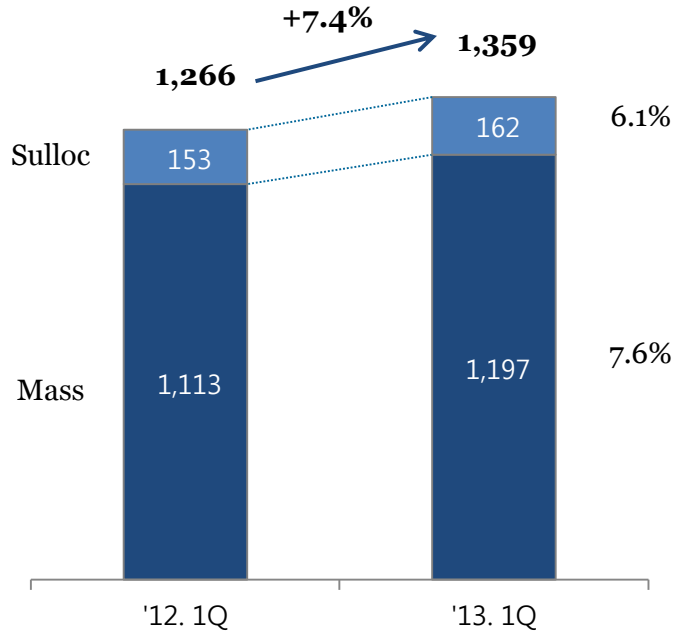
[디지털] 전 채널 고성장 달성 및 효율성 향상을 통한 수익성 강화

- 홈쇼핑 : 기존 브랜드(아이오페)의 히트 상품 지속 출시 및 신규 브랜드(베리떼) 판매 확대
- e커머스 : 오픈 마켓/백화점 닷컴 등 외부 채널과 직영몰/모바일 등 내부 채널의 고른 성장

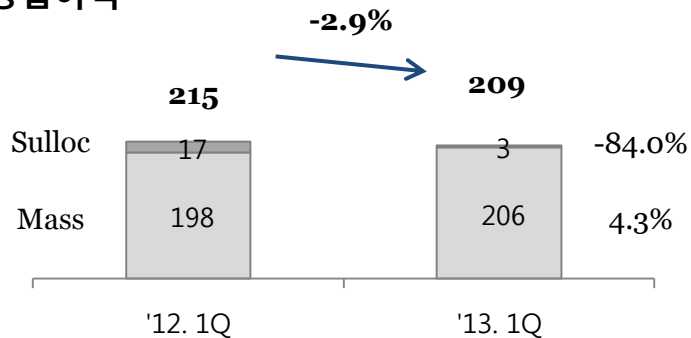
2. 국내 사업 - Mass & Sulloc

- 매출 -

[단위: 억원, % YoY]



-영업이익 -



Mass

[헤어케어]

- 미장센 : 신규 카테고리인 헤어 코스메틱(거품염모/세럼/트리트먼트)의 고성장(+41%)으로 시장 리더십 강화(6% 성장)
- 러 : 젊은 고객 타겟의 신제품 출시(자생화초 등) 및 신채널 (드럭스토어/온라인 등) 대응 확대로, 한방 카테고리 내 신규 고객 유인을 통한 시장 리더십 지속 (14% 성장)

[바디케어]

- 해피바스 : 혁신적 유형(향수 바디 미스트) 도입 등 카테고리 창출 지속
- 일리 : 한방 바디케어 카테고리 창출로 바디케어 영역에서 M/S 증가

[오랄케어]

- 메디안 : 고관여 고객층을 타겟한 기능성 라인 (덴탈 IQ, +21%) 매출 확대

Sulloc

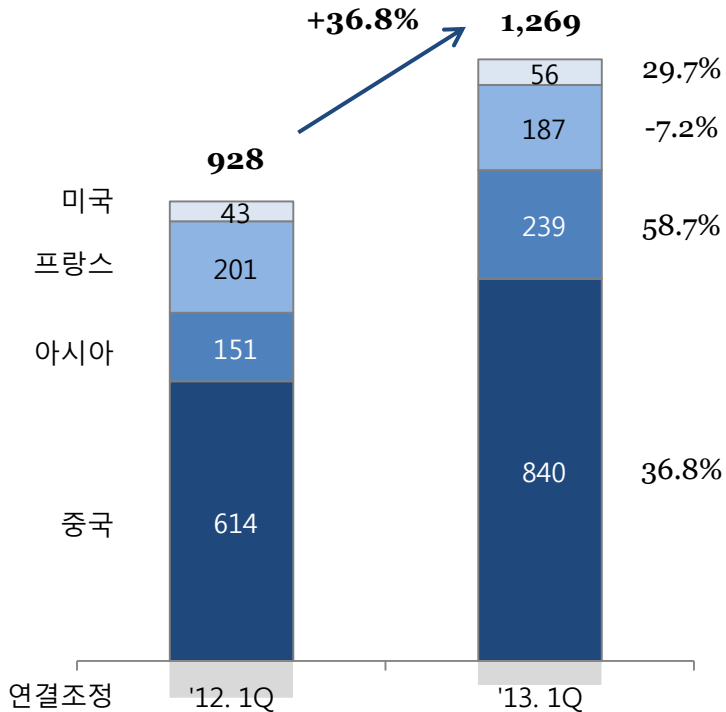
프리미엄 가속화 및 카테고리 차별화로 신규 고객 유입 확대

- 신제품 블랜딩 티백(8종) 출시로 프리미엄 사업 비중 확대(60%) 및 히트 유형(라떼류/플러스 라인)의 매출확대로 포트폴리오 다양화
- Tea House내 문화 연계 프로그램(발효차 페스티벌 등) 강화로 차별화된 고객 체험 기회 제공 및 신규 고객 유입 확대
- 온-오프라인 연계 강화를 통한 온라인 채널 고성장

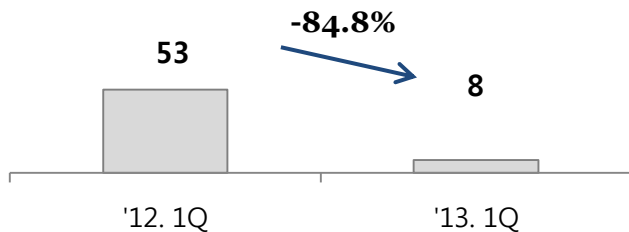
3. 해외 사업

- 매출 -

[단위: 억원, % YoY]



- 영업이익 -



[중국] 신제품 및 고객 접점 확대를 통한 기존/신규 브랜드 균형 성장

- **라네즈:** BB 쿠션 및 오리지널 에센스 판매 호조로 신규 고객 유입률 및 재구매율 증가
- **마몽드:** 신제품 출시(꽃초세럼) 중심으로 백화점 기존점 생산성 향상 및 온라인 등 신성장 채널 확장 가속화
- **설화수:** 기초, 기능성 및 남성의 SKU 확대로 제품 포트폴리오를 강화하고 스타 매장 집중육성으로 기존점 생산성 향상
- **이니스프리:** 컬러메이크업 런칭으로 카테고리를 다양화하고, 로드샵 출점가속화(+5, 총 8) 및 신규 온라인 진입(타오바오)으로 고객 접점 확대

[아시아] 신제품 출시 및 신규 채널 확대로 성장 기반 확대

- **일본(+3%):** 홈쇼핑(아이오페 에어쿠션/레티놀) 및 드럭스토어(려, 1,426개점 신규 입점 계약 완료) 등 신규 채널 성장 가속화 (JPY +25%)
- **싱가폴(+241%):** 라네즈 FSS 추가 오픈(총 4개점)으로 백화점외 채널 확대, 설화수 미디어 투어 등 PR 활동 집중으로 럭셔리 포지셔닝 강화
- **태국(231%):** 설화수 매장 추가 오픈(+1, 총 3개점) 및 견고한 기존점 성장
- **인도네시아:** 라네즈 백화점 진입으로 신규 성장 시장 개척

[프랑스] 유럽 경기 침체로 성장 부진했으나 경영 효율화의 결과로 흑자 전환

[미국] 신규 상품 런칭/출점 지속으로 모든 채널에서 균형적 고성장 달성

- AP(CC 쿠션), 설화수(자음생 아이크림) 신제품의 성공적 출시로 고객층 확대 및 고성장 달성

4. 요약재무제표

연결손익계산서

[억원]	2012 1Q		2013 1Q	
매출액	7,415	100.0%	8,038	100.0%
매출총이익	5,288	71.3%	5,693	70.8%
판매관리비	3,782	51.0%	4,291	53.4%
영업이익	1,506	20.3%	1,402	17.4%
영업외손익 ¹⁾	53		-116	
법인세차감전순이익	1,559	21.0%	1,286	16.0%
연결당기순이익	1,142	15.4%	907	11.3%

연결재무제표

[억원]	2012. 12	2013.03
자산	30,262	31,752
유동자산	8,042	9,190
비유동자산	22,220	22,562
부채	6,824	7,821
유동부채	4,172	5,128
비유동부채	2,652	2,693
자본	23,438	23,931
자본금	345	345
주식발행초과금	7,127	7,127
자본잉여금	78	78
기타자본구성요소	-18	-18
기타포괄손익누계액	-120	-85
이익잉여금	15,924	16,379
비지배회사지분	102	105

1) K-IRFS 1019호 종업원 급여 기준서 개정으로 전기 실적 조정 2) 유형자산 손상차손 약 147억 발생 7