

# IR

AMORE PACIFIC CORP.

## 아모레퍼시픽 2015년 실적

- 1 2015년 성과 요약
- 2 국내 사업
  - 2-1 화장품 사업
  - 2-2 Mass & OSulloc 사업
- 3 해외 사업
- 4 2015년 4분기 성과 요약
- 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 감사가 완료되지 않은 상태에서 작성되었으므로 내용 중 일부는 외부감사인의 최종 검토과정에서 변경될 수 있습니다.

아모레퍼시픽은 2011년부터 국제회계기준(K-IFRS)를 채택했습니다.

매출 23.0% 성장한 4조 7,666억원, 영업이익 37.1% 증가한 7,729억원

부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

|                | 2014          | 매출 비중         | 2015          | 매출 비중         | YoY(%)       |
|----------------|---------------|---------------|---------------|---------------|--------------|
| <b>매출액</b>     | <b>38,740</b> | <b>100.0%</b> | <b>47,666</b> | <b>100.0%</b> | <b>23.0%</b> |
| 국내             | 30,415        | 78.5%         | 35,588        | 74.7%         | 17.0%        |
| 화장품            | 25,789        | 66.6%         | 30,659        | 64.3%         | 18.9%        |
| Mass & OSulloc | 4,626         | 11.9%         | 4,929         | 10.3%         | 6.6%         |
| 해외             | 8,709         | 22.5%         | 12,573        | 26.4%         | 44.4%        |
| 기타 (연결조정)      | -384          |               | -495          |               |              |
|                | 2014          | 이익률           | 2015          | 이익률           | YoY(%)       |
| <b>영업이익</b>    | <b>5,638</b>  | <b>14.6%</b>  | <b>7,729</b>  | <b>16.2%</b>  | <b>37.1%</b> |
| 국내             | 4,756         | 15.6%         | 6,410         | 18.0%         | 34.8%        |
| 화장품            | 4,430         | 17.2%         | 5,958         | 19.4%         | 34.5%        |
| Mass & Osulloc | 325           | 7.0%          | 453           | 9.2%          | 39.1%        |
| 해외             | 949           | 10.9%         | 1,595         | 12.7%         | 68.1%        |
| 기타 (연결조정)      | -67           |               | -276          |               |              |
| <b>당기순이익</b>   | <b>3,851</b>  | <b>9.9%</b>   | <b>5,848</b>  | <b>12.3%</b>  | <b>51.8%</b> |

## Luxury

### 주요 럭셔리 브랜드의 글로벌 위상 강화, 견고한 질적 성장 달성

설화수: 글로벌 매출 1조원 달성, 아시아 美의 가치를 대표하는 럭셔리 뷰티 브랜드로 위상 제고

- 디지털 콘텐츠 및 헤리티지 북 제작을 통해 유니크한 브랜드 스토리 확산 / 주요 제품(진설라인, 윤조에센스 등)리뉴얼로 안티에이징 카테고리 리더십 강화

헤라: 럭셔리 트렌드 리드하며 글로벌 진출 위한 브랜드 경쟁력 강화

- 컬러 메이크업 ('루즈홀릭' 립스틱, '올림피아르 탕', 'M&D' 콜라보레이션 등) 강화하며 브랜드 매력도 제고 / 쿠션 메이크업 확산을 통해 럭셔리 메이크업 트렌드 리드

### 자연주의, 시니어 카테고리 육성을 통해 신수요 창출

- 프리메라 브랜드 자연주의 시장 내 입지 구축 / 건식 라인 강화로 시니어 연령층 대응

### 전통 채널은 CRM 고도화를 통해 차별화된 고객 경험 제공, 채널 리더십 강화

- 백화점 채널은 매장 및 모바일 서비스를 강화하며 고객 만족도 향상 / 기존점 성장을 통해 M/S 확대  
- 방판 채널은 채널 경쟁력 강화하며 (키온셀러 역량 강화, 고객 소통 확대, 거래 투명성 제고) 질적 성장 달성

### 면세 채널 매출 1조원 달성

- 외국인 관광객 증가, 글로벌 면세 확장, 온라인 면세 강화로 견고한 성장

## Premium

### 다양한 마케팅 활동을 통해 브랜드 핵심 가치 강화

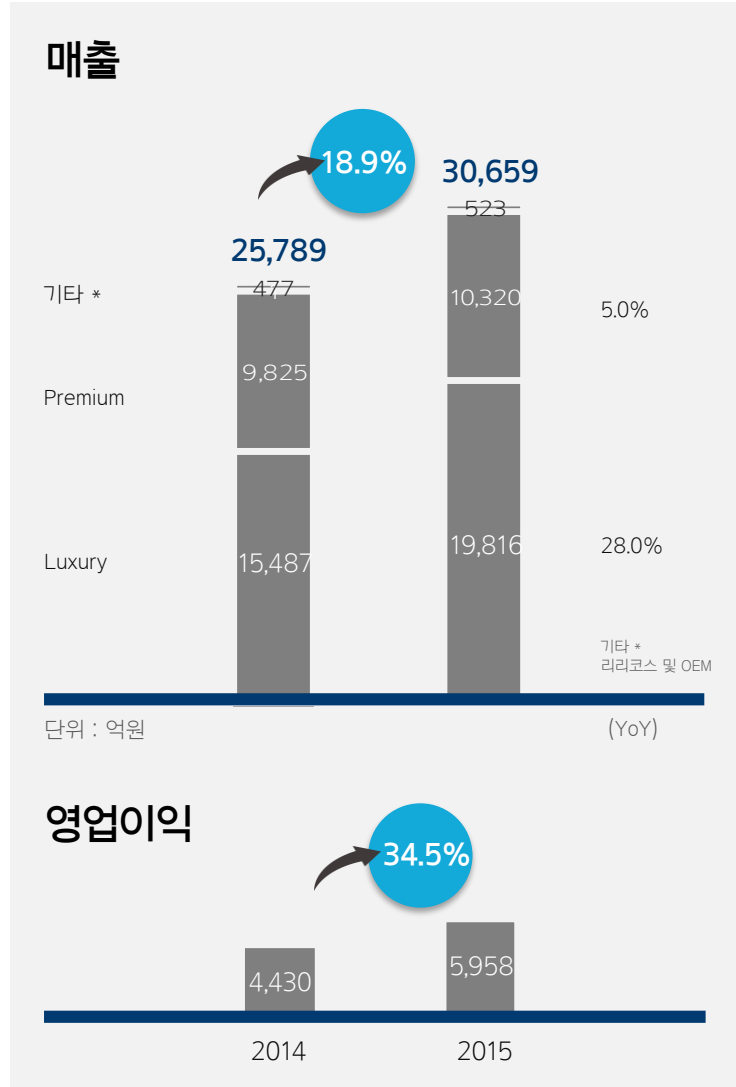
- 라네즈: Laneige meets fashion, 뷰티캡츠, 뷰티미러 등의 온/오프 콘텐츠를 통해 대표 K-Beauty 브랜드 매력도 제고  
- 아이오페: 바이오 스토리 디지털 콘텐츠 확산, 쿠션 팝업 스토어를 통해 '바이오 사이언스'에 대한 고객 경험 확대  
- 마몽드: 매장 및 제품 디자인 업그레이드를 통해 '플라워 사이언스' 스토리 강화

### 아리따움 채널은 온/오프 매장 환경 및 서비스 업그레이드로 리테일 역량 강화

- 모바일 쇼핑 플랫폼 강화, 디지털 커뮤니케이션 확대, 옴니 채널 파일럿 매장 런칭  
- 공간 매력도 제고를 통해 아리따움 유통 역량 강화

### 디지털 채널은 질적 성장 기반 마련

- 직영몰 고도화, 모바일 커머스 육성 / 유통 질서 확립을 위한 프로세스 구축  
- 홈쇼핑 경로는 유통 채널 부진으로 매출 성장세 둔화



## Mass

브랜드 매력도 제고, 프리미엄 제품군 판매 확대, 유통채널 다각화로 질적 성장 달성

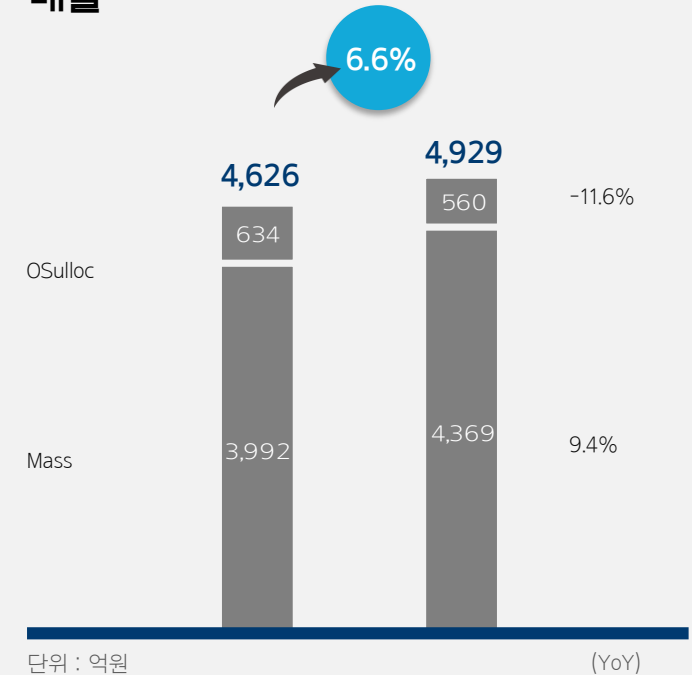
- 러 '고려인삼' 이슈화 등 브랜드 헤리티지 강화를 위한 마케팅 커뮤니케이션 확대
- K-pop 연계 콘텐츠 (헬로버블 X 걸스데이, 미장센-걸스데이 Change your hair) 캠페인을 통해 미장센 브랜드 매력도 발신
- 기능성 제품군 (미장센 퍼펙트세럼, 러 자양윤모 등) 매출 고성장으로 헤어케어 시장 리더십 강화
- 해피바스는 고객 커뮤니케이션 (해피바스 Happy Moment 캠페인 등) 확대하며 브랜드 매력도 강화
- 메디안은 차석케어, 프로텍 제품 판매 확대로 기능성 덴탈 케어 브랜드 입지 강화
- 유통채널 다각화(드럭스토어, 아리따움, 이커머스, 면세 등)로 신성장 동력 확보

## OSulloc

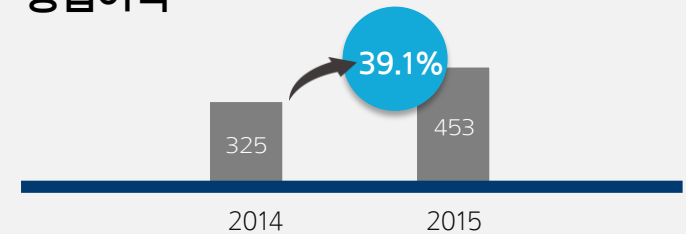
오설록 브랜드 강화를 위해 유통채널 재정비 및 상품 경쟁력 강화

- 채널의 선택과 집중을 통해 질적 성장 기반 마련 (마트, 대리점 철수)
- 고부가가치 상품군 확대로 오설록 브랜드 가치 제고
- 제주 헤리티지를 담은 브랜드 스토리 발신

## 매출



## 영업이익



## 아시아

5대 글로벌 챔피언 브랜드를 중심으로 시장 확대, 수익성 개선을 동반한 매출 고성장

설화수: 중국 및 아세안 시장을 중심으로 아시아 대표 럭셔리 브랜드 인지도 구축

- 고급 백화점 중심으로 매장 수 증가하며 고객 접점 확대 / VIP마케팅 강화하며 브랜드 로열티 제고

라네즈: 상품 경쟁력과 마케팅 활동 강화하며 글로벌 영프리미엄 브랜드로의 입지 공고화

- 강화된 메이크업 라인과 모바일 기반의 프로모션 확대로 젊은 신규 고객 관심도 유발 / 라네즈 글로벌 뷰티 로드쇼, K-뷰티 버스 투어 등을 통해 브랜드 인지도 강화

마몽드: 브랜드 리뉴얼을 통해 질적 성장을 위한 기반 구축

- 중국 내 유통 채널 가시성 개선 / 매장 및 제품 리뉴얼로 플라워 브랜드 스토리 확산 / 매출 및 이익 성장세 전환

이니스프리: 차별화된 브랜드 스토리를 바탕으로 아시아 시장 공략 가속화

- 브랜드 캠페인("플레이그린") 및 CSR 활동의 글로벌 확산으로 이니스프리 브랜딩 강화 / 중국 내 매장 확대 및 점당 매출 증가로 양적, 질적 성장 / 신규 국가(태국) 진출 등 아세안 시장 확대

에뛰드: 브랜드력 강화하며 글로벌 사업 기반 확대

- 상품과 매장, 서비스의 혁신을 통해 브랜드 매력도 제고 / 주요 아시아 도시에 FSS 오픈하며 고객 접점 확대

신규 브랜드(아이오페, 러) 런칭으로 중국 사업 브랜드 포트폴리오 강화

## 북미

미주 사업은 지역 및 유통 채널을 확장하며 견고한 성장 달성

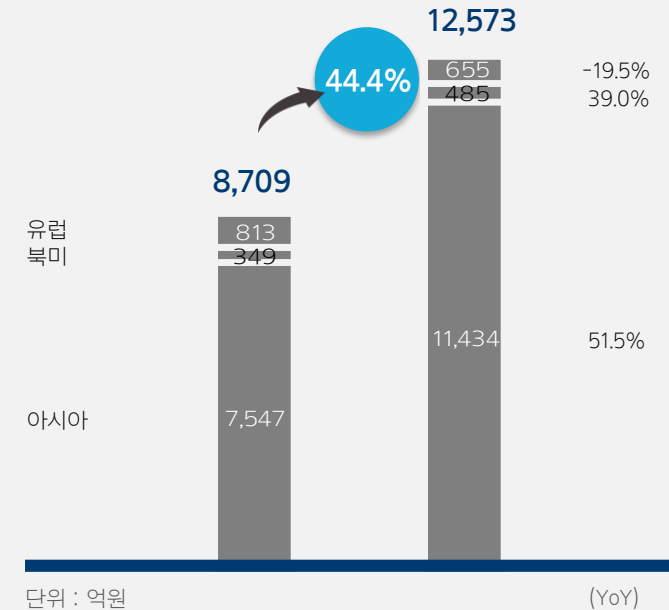
- 설화수와 라네즈는 미국 내 입점 매장 확대 및 캐나다 진출

- 아모레퍼시픽 브랜드는 신규 백화점(블루밍데일) 입점 / 아모레샵은 아리따움으로 매장 전환 시작

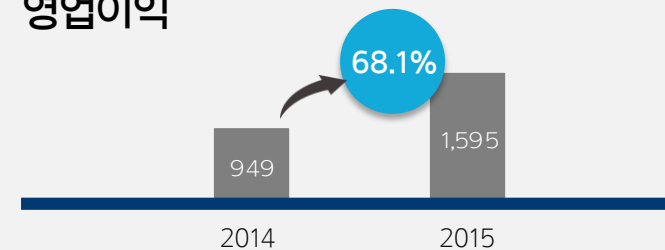
## 유럽

내수 소비 위축과 유로화 약세, 유통망 재정비로 매출 및 이익 감소

## 매출



## 영업이익



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

매출 25.2% 성장한 1조 2,258억원, 영업이익 38.2% 증가한 1,234억원

## 부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

|                | 2014 4Q      | 매출 비중         | 2015 4Q       | 매출 비중         | YoY(%)       |
|----------------|--------------|---------------|---------------|---------------|--------------|
| <b>매출액</b>     | <b>9,788</b> | <b>100.0%</b> | <b>12,258</b> | <b>100.0%</b> | <b>25.2%</b> |
| 국내             | 7,247        | 74.0%         | 8,781         | 71.6%         | 21.2%        |
| 화장품            | 6,313        | 64.5%         | 7,848         | 64.0%         | 24.3%        |
| Mass & OSulloc | 934          | 9.5%          | 933           | 7.6%          | -0.1%        |
| 해외             | 2,619        | 26.8%         | 3,710         | 30.3%         | 41.7%        |
| 기타(연결조정)       | -79          |               | -233          |               |              |
|                | 2014 4Q      | 이익률           | 2015 4Q       | 이익률           | YoY(%)       |
| <b>영업이익</b>    | <b>893</b>   | <b>9.1%</b>   | <b>1,234</b>  | <b>10.1%</b>  | <b>38.2%</b> |
| 국내             | 646          | 8.9%          | 1,038         | 11.8%         | 60.7%        |
| 화장품            | 715          | 11.3%         | 1,132         | 14.4%         | 58.3%        |
| Mass & OSulloc | -70          | -7.4%         | -95           | -10.2%        | -36.1%       |
| 해외             | 260          | 9.9%          | 324           | 8.7%          | 24.9%        |
| 기타(연결조정)       | -13          |               | -128          |               |              |
| <b>당기순이익</b>   | <b>440</b>   | <b>4.5%</b>   | <b>696</b>    | <b>5.7%</b>   | <b>58.3%</b> |

**4분기** 매출 12,258억원(+25%), 영업이익 1,234억원(+38%)

수익성 개선을 동반한 견고한 매출 성장세 지속

## 국내 사업

**화장품: 메르스 여파를 극복하고 럭셔리 브랜드가 성장 견인**

- 설화수: '설화문화전' 개최, '실란 메이크업 리미티드 에디션' 출시 등을 통해 브랜드 가치 전파, 고객 로열티 제고
- 헤라: '헤라 서울 패션위크' 개최, 'Seoulista' 브랜드 컨셉과 연계된 \*M&D 콜라보레이션 출시 등을 통해 서울 여성의 아름다움을 전파하는 트렌드 리딩 브랜드로서의 입지 강화
- 면세 채널은 메르스 악재를 극복하고 해외 관광객 증가세 회복에 힘입어 고성장세 회복
- 방문판매 채널은 채널 건전성 제고 및 카운셀러 인당 판매 증가에 힘입어 견고한 성장세 유지

**Mass&OSulloc: 마케팅 활동 확대와 상품 리뉴얼로 브랜드 가치 강화**

- Mass: 추석 선물세트 환입으로 매출 및 이익 부진
- OSulloc: \*B.I 재정립(브랜드 로고 및 패키지 리뉴얼) / 마트 철수 영향으로 매출 감소

## 해외 사업

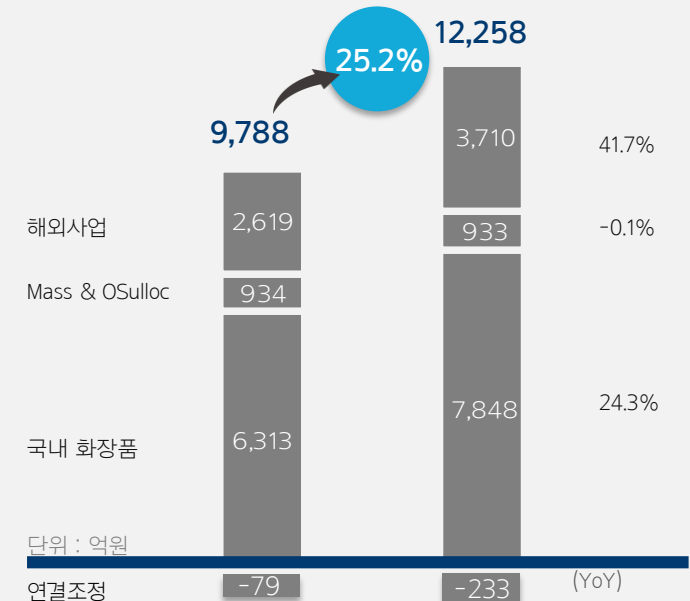
**아시아: 주요 브랜드의 견고한 판매 증가 지속, 브랜드 경쟁력 강화를 위한 투자 확대**

- 중국 싱글데이 효과로 온라인 채널 고성장
- 설화수: 글로벌 히트상품(윤조E, 퍼펙팅C) 판매 확대와 신규 매장 오픈으로 견고한 성장세 유지
- 라네즈: '홀리데이 컬렉션' 런칭 및 온·오프 프로모션 전개로 성장 지속
- 마몽드: 중국 런칭 10주년 기념 미디어 이벤트 전개, 매장 및 브랜드 리뉴얼에 힘입어 매출 성장
- 이니스프리: 상해 플래그십 매장 오픈으로 브랜드 스토리 발신 강화, 현지전용 라인(석류) 출시로 상품 경쟁력 증대
- 에뛰드: 매장 확대 및 디지털 플랫폼 강화로 성장 지속

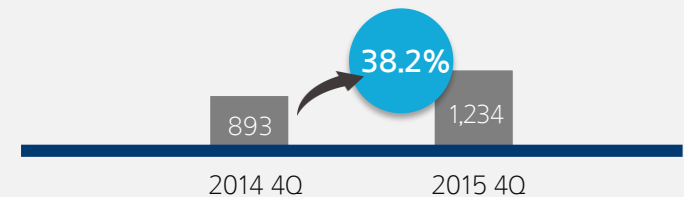
**북미: 아리따움\*과 라네즈의 캐나다 진출로 추가 성장 동력 확보**

**유럽: 채널 재정비로 내수 및 수출 부진, 브랜드 투자 증가로 이익 감소**

## 매출



## 영업이익



연결포괄손익계산서

단위 : 억원

|           | 2014   |        | 2015   |        |
|-----------|--------|--------|--------|--------|
|           | 매출액    | 비율     | 매출액    | 비율     |
| 매출액       | 38,740 | 100.0% | 47,666 | 100.0% |
| 매출총이익     | 28,458 | 73.5%  | 35,972 | 75.5%  |
| 판매관리비     | 22,821 | 58.9%  | 28,243 | 59.3%  |
| 영업이익      | 5,638  | 14.6%  | 7,729  | 16.2%  |
| 영업외손익     | (336)  |        | 54     |        |
| 법인세차감전순이익 | 5,302  | 13.7%  | 7,783  | 16.3%  |
| 연결당기순이익   | 3,851  | 9.9%   | 5,848  | 12.3%  |

연결재무상태표

단위 : 억원

|           | 2014.12 | 2015.12 |
|-----------|---------|---------|
|           | 자산      | 38,546  |
| 유동자산      | 14,273  | 18,238  |
| 비유동자산     | 24,273  | 26,139  |
| 부채        | 9,763   | 10,654  |
| 유동부채      | 6,511   | 8,682   |
| 비유동부채     | 3,251   | 1,973   |
| 자본        | 28,783  | 33,723  |
| 자본금       | 345     | 345     |
| 주식발행초과금   | 7,127   | 7,127   |
| 자본잉여금     | 78      | 78      |
| 기타자본구성요소  | (195)   | (184)   |
| 기타포괄손익누계액 | (131)   | (141)   |
| 이익잉여금     | 21,364  | 26,231  |
| 비지배회사지분   | 196     | 267     |





AMORE PACIFIC  
70 Years of Beauty Creation