



AMORE PACIFIC GROUP

2021년 1분기 실적

2021. 4. 28

CONTENTS

1. 2021년 1분기 성과
2. 자회사 실적
 - 아모레퍼시픽
 - 주요 자회사
3. A MORE NEWS
4. ESG 활동 및 성과
5. 연결재무제표 요약

AMORE PACIFIC
GROUP

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.

아모레퍼시픽그룹 2021년 1분기 성과

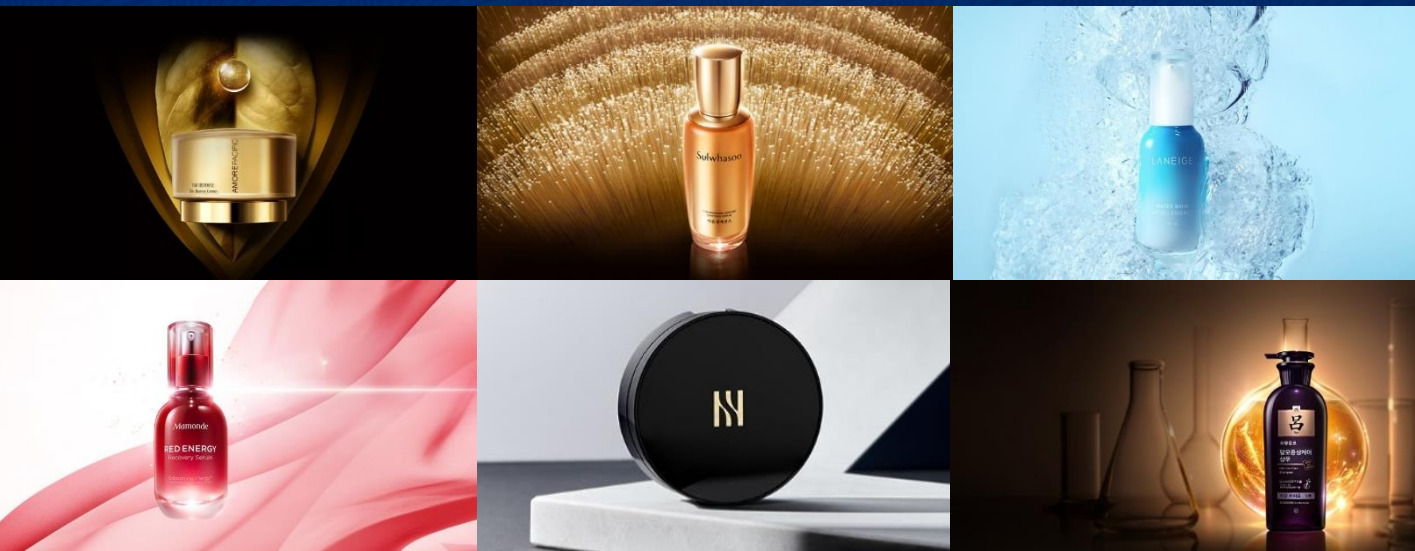
매출 8.5% 성장한 1조 3,875억원, 영업이익 191.1% 증가한 1,977억원
 주요 계열사 아모레퍼시픽은 매출 10.8% 성장한 1조 2,528억원, 영업이익 189.2% 증가한 1,762억원

(단위: 억원)

	2020 1Q		2021 1Q		YoY(%)
매출액	12,793		13,875		+8.5
아모레퍼시픽	11,309		12,528		+10.8
뷰티 계열사 ¹⁾	1,984		1,763		-11.2
기타 계열사 ²⁾	821		901		+9.7
기타 ³⁾	-1,321		-1,317		-
	2020 1Q	이익률(%)	2021 1Q	이익률(%)	YoY(%)
영업이익	679	5.3	1,977	14.2	+191.1
아모레퍼시픽	609	5.4	1,762	14.1	+189.2
뷰티 계열사 ¹⁾	101	5.1	180	10.2	+78.2
기타 계열사 ²⁾	-37	-4.5	9	1.0	흑자전환
기타 ³⁾	6	-	25	-	-
당기순이익	948	7.4	1,768	12.7	+86.5

1) 뷰티 계열사: 이니스프리, 에스트라, 에뛰드, 에스뽀아, 아모스프로페셔널
 2) 기타 계열사: 아모레퍼시픽그룹, 퍼시픽글라스, 퍼시픽패키지, 오설록농장, 오설록, 코스비전
 3) 기타: 연결조정

AMOREPACIFIC
GROUP



2021년 1분기 실적

자회사 실적

아모레퍼시픽

아모레퍼시픽 2021년 1분기 성과

매출 10.8% 성장한 1조 2,528억원, 영업이익 189.2% 증가한 1,762억원

국내 매출 6.9% 성장, 국내 영업이익 44.7% 증가. 해외 매출 19.6% 성장, 해외 영업이익 흑자전환

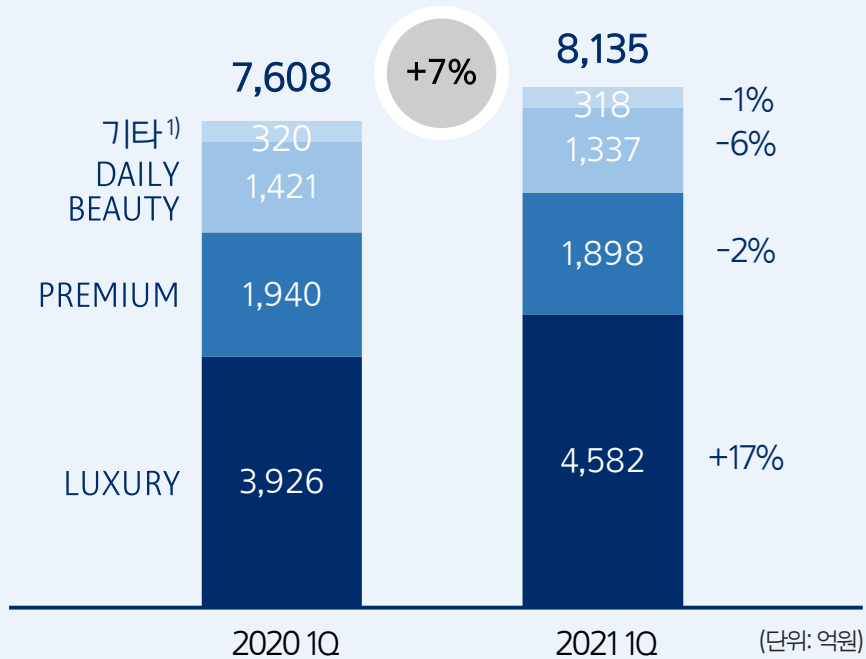
(단위: 억원)

	2020 1Q	매출 비중(%)	2021 1Q	매출 비중(%)	YoY(%)
매출액¹⁾	11,309	100.0	12,528	100.0	+10.8
국내	7,608	67.3	8,135	64.9	+6.9
화장품	6,186	54.7	6,798	54.3	+9.9
Daily Beauty	1,421	12.6	1,337	10.7	-5.9
해외	3,739	33.1	4,474	35.7	+19.6
	2020 1Q	이익률(%)	2021 1Q	이익률(%)	YoY(%)
영업이익¹⁾	609	5.4	1,762	14.1	+189.2
국내	866	11.4	1,253	15.4	+44.7
화장품	724	11.7	1,164	17.1	+60.7
Daily Beauty	142	10.0	89	6.7	-36.9
해외	-324	-8.7	523	11.7	흑자전환
당기순이익	670	5.9	1,376	11.0	+105.5

1) 연결 조정 포함 기준

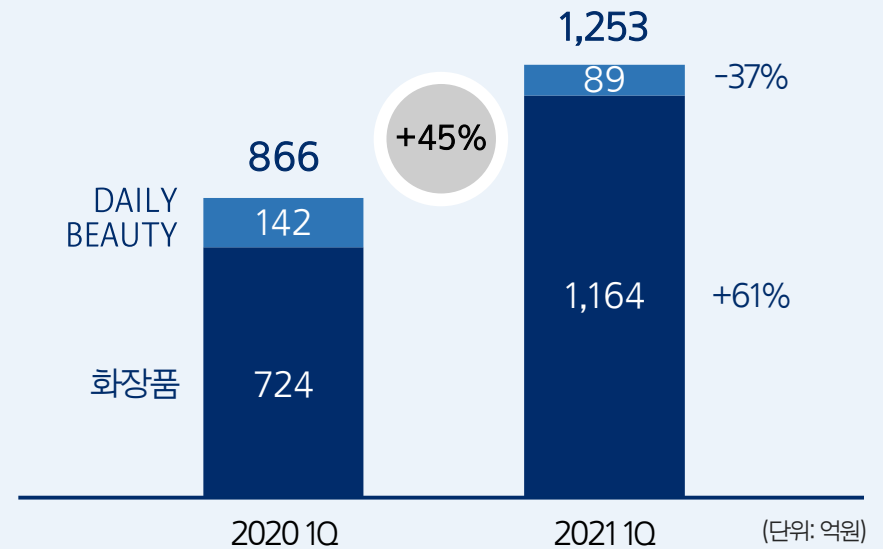
국내 매출 7% 성장

- 온라인 30% 이상 성장
- 국내 및 해외 면세 채널 매출 성장 (매출 비중 37%)
- 코로나19 및 채널 재정비로 전통 채널 매출 하락



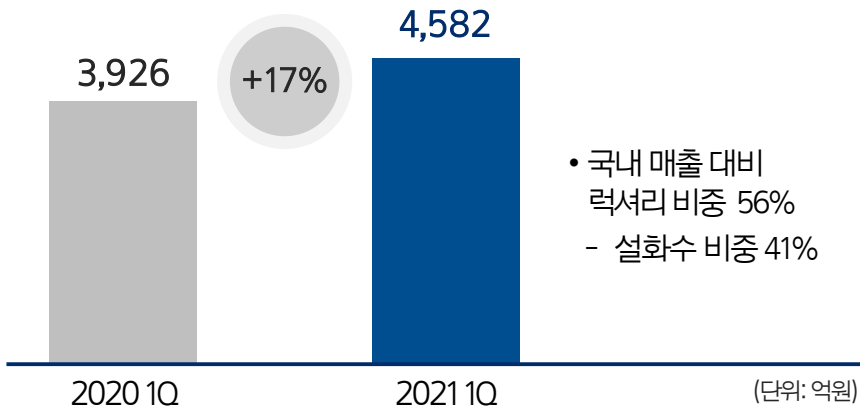
국내 영업이익 45% 증가

- 럭셔리 중심 브랜드 믹스 개선으로 화장품 영업이익 개선
- 매출 하락 및 광고비 증가로 Daily Beauty 영업이익 감소



1) OEM, 임대료수익 등

LUXURY



- 플랫폼 협업 및 전용 상품 출시로 온라인 매출 고성장
 - 설화수 '핸드크림 5종 키트' 및 프리메라 '바하 버블 필링 클렌저'
- 주요 오프라인 채널 매출 하락 지속
- 핵심 카테고리 중심 제품 육성
 - [설화수] '자음생' 판매 집중, '진설' 라인 포트폴리오 강화
 - [헤라] 럭셔리 스킨케어 강화 ('시그니아 루미네소스' 출시)
 - [AP] 신제품('빈티지 싱글 익스트랙트 앰플') 판매 호조로 고객 기반 확대



설화수 '진설 메이크업'

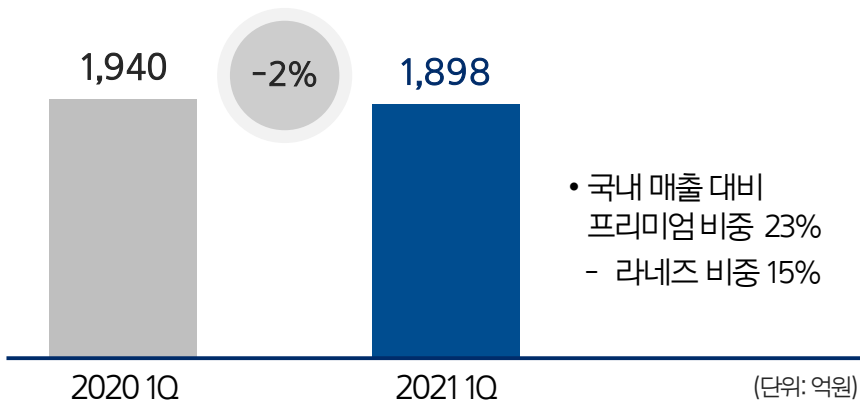
아모레퍼시픽 '빈티지 싱글 익스트랙트 앰플'



헤라 '시그니아 루미네소스 래디언스 퍼밍 세럼'

프리메라 '바하 버블 필링 클렌저'

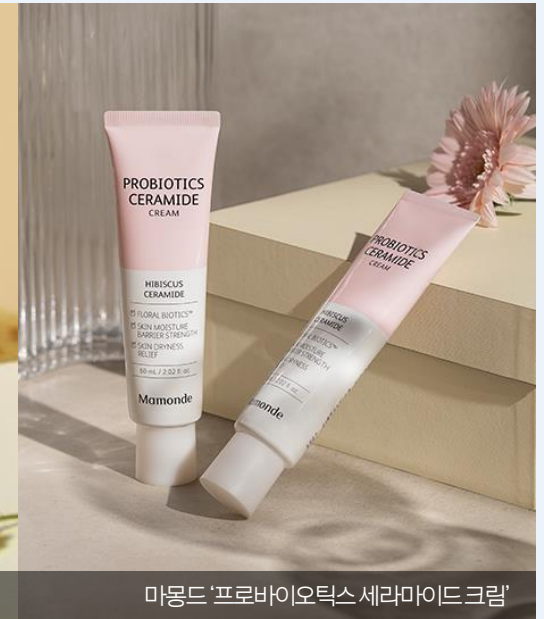
PREMIUM



- 사회적 거리두기 영향으로 주요 오프라인 채널 매출 하락
- 온라인 매출 두 자릿수 이상 성장하며 견고한 성장 지속
 - 라네즈 '래디언C 크림' 중심 매출 확대
- 신규 브랜드 및 혁신 신제품 출시하며 브랜드 경쟁력 제고
 - 인플루언서 협업 '솔루덤' 브랜드 론칭
 - 마몽드 보습장벽 케어를 위한 '프로바이오틱스 세라마이드 크림', 한울 고효능 제품 '달빛유자C™ 세럼' 등 출시



라네즈 '래디언C 크림'



마몽드 '프로바이오틱스세라마이드 크림'

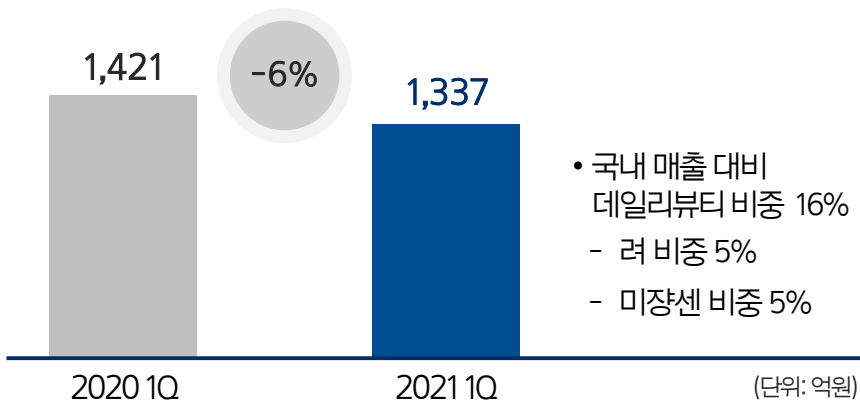


브랜드 '솔루덤' 론칭



한울 '달빛유자C™ 세럼'

DAILY BEAUTY



- 전년 대비 세정 유형 수요 감소로 주요 브랜드 (러, 해피바스) 매출 하락
- 국내 플랫폼 매출 성장 및 글로벌 역직구 매출 확대로 온라인 매출 성장 지속
- 프리미엄 헤어&바디 라인 집중 육성
 - [스킨유] 온 가족이 사용 가능한 '락토크림 버블워시' 출시
 - [라보에이치] 두피 스킨케어 컨셉 영탈모 시장 침투
 - [일리윤] '세라마이드 아토' 라인 확대로 더마 보습 시장 대응 강화



러 '헤리티지 탈모증상완화' 라인

일리윤 '세라마이드 아토' 라인

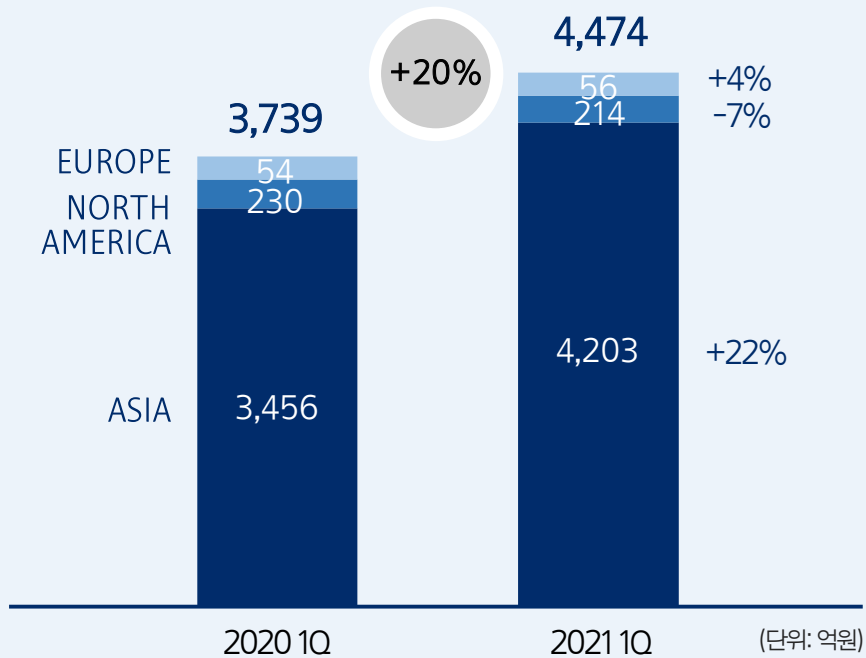


해피바스스킨유 '락토크림 버블워시'

라보에이치 '퍼퓌 큐레이팅 에디션 샴푸'

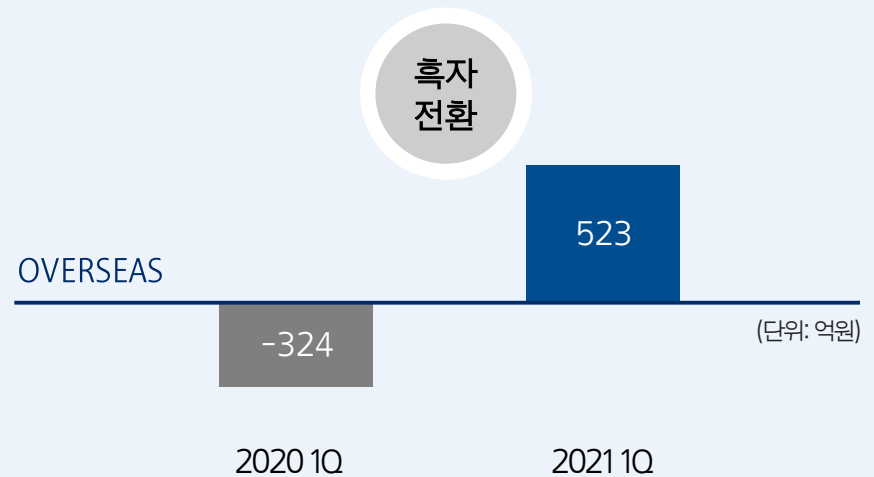
해외 매출 20% 성장

- 중국 30% 중반 성장 (현지화 기준, 아시아 매출 비중 70%)
- 북미 오프라인 매장 효율화 영향으로 7% 감소
- 유럽 주요 브랜드 견조한 실적으로 4% 성장
- 주요 국가 중심 온라인 채널 고성장 지속



해외 영업이익 흑자전환

- 아시아 지역은 온라인 중심의 채널 믹스 개선 및 럭셔리 매출 비중 확대로 영업이익 흑자전환
- 북미/유럽도 수익성 중심 사업 전개로 영업이익 흑자전환



ASIA

- 중국 매출 30% 중반 성장 달성 (현지화 기준)
 - 3/8 부녀절 설화수 중심 고성과 달성하며 중국 온라인 매출 30% 이상 성장
 - 설화수 '자음생' 라인 집중 육성
- 코로나19 영향으로 기타 아시아 매출 하락
 - 태국, 베트남은 설화수, 라네즈 중심 매출 성장
 - 아세안 지역 설화수 매출 고성장



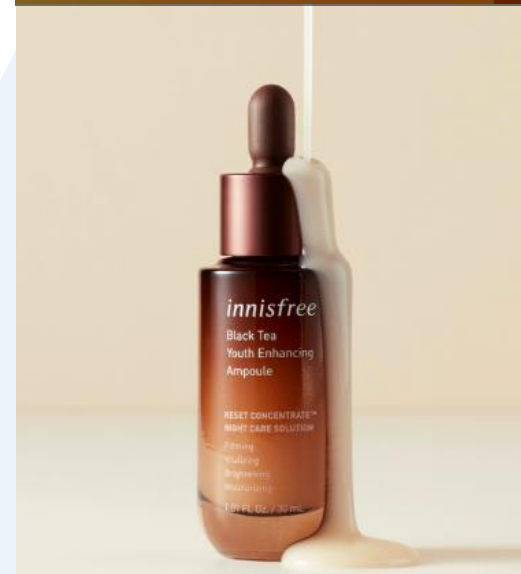
설화수 3/8 부녀절 행사 (중국)



라네즈 '퍼펙트 리뉴 레티놀' (중국)

NORTH AMERICA & EUROPE

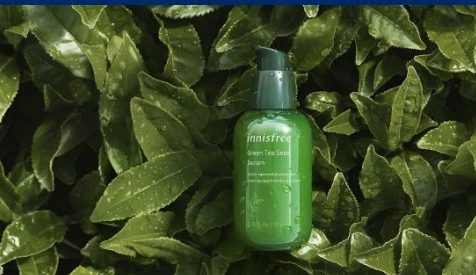
- 북미 오프라인 매장 효율화 영향으로 매출 하락
 - 온라인 매출은 고성장. '아마존' 매출 확대
 - 라네즈는 '립트리트먼트밤' 출시 및 판매호조로 매출 성장
- 유럽 멀티브랜드숍 채널 '세포라' 중심 매출 성장
 - 이니스프리 유럽 '세포라' 신규 입점



이니스프리 '블랙티 유스 인핸싱 앰플' 글로벌 출시 (중국외)



라네즈 '립트리트먼트밤' (북미)



2021년 1분기 실적

자회사 실적

주요 자회사

주요 자회사 실적

매출		(단위: 억원)	
	2020 1Q	2021 1Q	YoY(%)
이니스프리	1,074	890	-17.2
에스트라	240	297	+23.7
에뛰드	346	281	-18.7
에스쁘아	138	125	-9.1
아모스프로페셔널	187	170	-8.8
오설록	126	166	+31.2

영업이익		(단위: 억원)	
	2020 1Q	2021 1Q	YoY(%)
이니스프리	51	95	+88.2
에스트라	16	50	+205.9
에뛰드	-29	-5	적자축소
에스쁘아	18	-3	적자전환
아모스프로페셔널	44	42	-4.4
오설록	-3	17	흑자전환



- 오프라인 채널 재정비로 매출 감소
- 온라인 매출 비중 확대로 영업이익 개선



- 주요 제품 라인(아토베리어) 고성장으로 매출 확대
- 고수익 제품 판매 확대로 영업이익 증가



- 면세 및 오프라인 채널 정예화로 매출 하락
- 직영점 축소에 따른 고정비 절감으로 적자 축소



- 직영점 축소 영향으로 오프라인 매출 감소
- 고원가 제품 비중 확대 및 마케팅 비용 증가로 적자 전환



- 살롱 중심의 사업 전환을 위한 면세 채널 축소로 매출 감소
- 판촉비 및 면세 채널 비용 효율화로 영업이익률 확대



- 선물세트 중심으로 온라인 매출 고성장
- 원가 절감 노력으로 흑자 전환

주요 자회사 신제품 및 마케팅 활동



이니스프리

가수 스텔라 장 X '제주 왕벚꽃 톤업 크림'
(Blue Turns Pink 테마송 발표)



에스트라

'에이시카 Pro 플루션 클렌징 젤'



에뛰드

'플레이 컬러 아이즈 허쉬키세스'

주요 자회사 신제품 및 마케팅 활동



에스쁘아

'프로 테일러 비 파우더 쿠션'



아모스프로페셔널

배우 이시영 X '그린티 액티브 샴푸'



오설록

'제주 딜리버리 서비스'

아모레퍼시픽 이베이코리아와 업무 제휴 협약 체결

데이터 기반의 차별화된 쇼핑 경험,
맞춤형 고객 서비스 및 콘텐츠 개발 협력



아모레퍼시픽 x 오프화이트 한정판 제품 출시

세계적인 패션 브랜드와 '보호' 주제로 협업한
'Protection Box'

아모레퍼시픽 CES 2021 참가 및 혁신상 수상

헬스&웰니스 부문 혁신상 수상 기술인
'립 팩토리 바이 컬러 테일러',
'포물라리티 토너 패드 메이커' 전시



싼야CDF 면세점 내 설화수 자음생 에센스 중심 팝업 스토어 운영

CDF 전용 자음생 세트 상품 론칭 및 KOL 라이브방송 진행
중국 최대 면세 유통 기업 CDF와의 전략적 파트너십 프로젝트의 일환

국내 뷰티업계 최초 글로벌 RE100¹⁾ 가입

2030년까지 100% 신재생 에너지 사용 목표

1) 기업 필요 전력의 100%를 재생에너지 조달을 목표로 하는 글로벌 신재생에너지 캠페인



안전·위생 갖춘 공중화장실 '아리따운 화장방' 오픈

아모레퍼시픽복지재단, 용산구, 포스코 협업으로
폐플라스틱 활용한 친환경 외장 마감재 사용

연결포괄손익계산서

(단위: 억원, %)

	2020 1Q		2021 1Q	
	금액	비중(%)	금액	비중(%)
매출액	12,793	100.0	13,875	100.0
매출원가	3,447	26.9	3,671	26.5
매출총이익	9,347	73.1	10,204	73.5
판매관리비	8,668	67.8	8,227	59.3
영업이익	679	5.3	1,977	14.2
영업외손익	354		373	
법인세차감전순이익	1,033	8.1	2,349	16.9
연결당기순이익	948	7.4	1,768	12.7

연결재무상태표

(단위: 억원)

	2020.12	2021.03
자산	77,887	78,500
유동자산	28,531	29,809
매출채권	3,067	4,004
재고자산	4,784	4,899
비유동자산	49,357	48,691
유형자산	30,811	30,422
무형자산	7,196	7,144
관계회사 투자	606	921
부채	15,167	14,532
유동부채	11,702	11,371
비유동부채	3,465	3,161
자본	62,720	63,969
자본금	480	480
이익잉여금	26,319	26,915
비지배회사지분	30,225	30,841