



# AMORE PACIFIC GROUP

2021년 3분기 실적

2021. 10. 29

# CONTENTS

1. 2021년 3분기 누계 성과
2. 2021년 3분기 성과
3. 자회사 실적
  - 아모레퍼시픽
  - 주요 자회사
4. A MORE NEWS
5. ESG 활동 및 성과
6. 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 3분기 누계 성과

**매출 6.5% 성장한 3조 9,054억원, 영업이익 114.3% 증가한 3,539억원**  
 주요 계열사 아모레퍼시픽은 매출 8.0% 성장한 3조 5,384억원, 영업이익 108.8% 증가한 3,178억원

(단위: 억원)

	2020 3Q 누계		2021 3Q 누계		YoY(%)
<b>매출액</b>	36,687		39,054		+6.5
아모레퍼시픽 <sup>1)</sup>	32,752		35,384		+8.0
뷰티 계열사 <sup>2)</sup>	5,279		4,958		-6.1
기타 계열사 <sup>3)</sup>	2,338		2,546		+8.9
기타 <sup>4)</sup>	-3,682		-3,833		-
	2020 3Q 누계	이익률(%)	2021 3Q 누계	이익률(%)	YoY(%)
<b>영업이익</b>	1,652	4.5	3,539	9.1	+114.3
아모레퍼시픽 <sup>1)</sup>	1,522	4.6	3,178	9.0	+108.8
뷰티 계열사 <sup>2)</sup>	95	1.8	267	5.4	+181.1
기타 계열사 <sup>3)</sup>	-76	-3.2	48	1.9	흑자전환
기타 <sup>4)</sup>	110	-	46	-	-
<b>당기순이익</b>	1,070	2.9	3,651	9.3	+241.3

1) '21.9.1 에스트라 및 아모레퍼시픽 합병으로 '21.9월부터 에스트라 매출 및 영업이익 실적 반영  
 2) 뷰티 계열사: 이니스프리, 에뛰드, 에스트라\*, 에스쁘아, 아모스프로페셔널  
 \* 에스트라의 AP 화장품 사업부 병합으로 매출 및 영업이익 실적은 '21.9월부터 제외

3) 기타 계열사: 아모레퍼시픽그룹, 퍼시픽글라스\*, 퍼시픽패키지, 오설록농장, 오설록, 코스비전  
 \* 퍼시픽글라스 지분 일부 매각으로 매출 및 영업이익 실적은 '21.2Q부터 제외  
 4) 기타: 연결조정

# 아모레퍼시픽그룹 2021년 3분기 성과

**매출 0.5% 성장한 1조 2,145억원, 영업이익 15.3% 하락한 517억원**  
 주요 계열사 아모레퍼시픽은 매출 1.9% 성장한 1조 1,089억원, 영업이익 10.2% 하락한 503억원

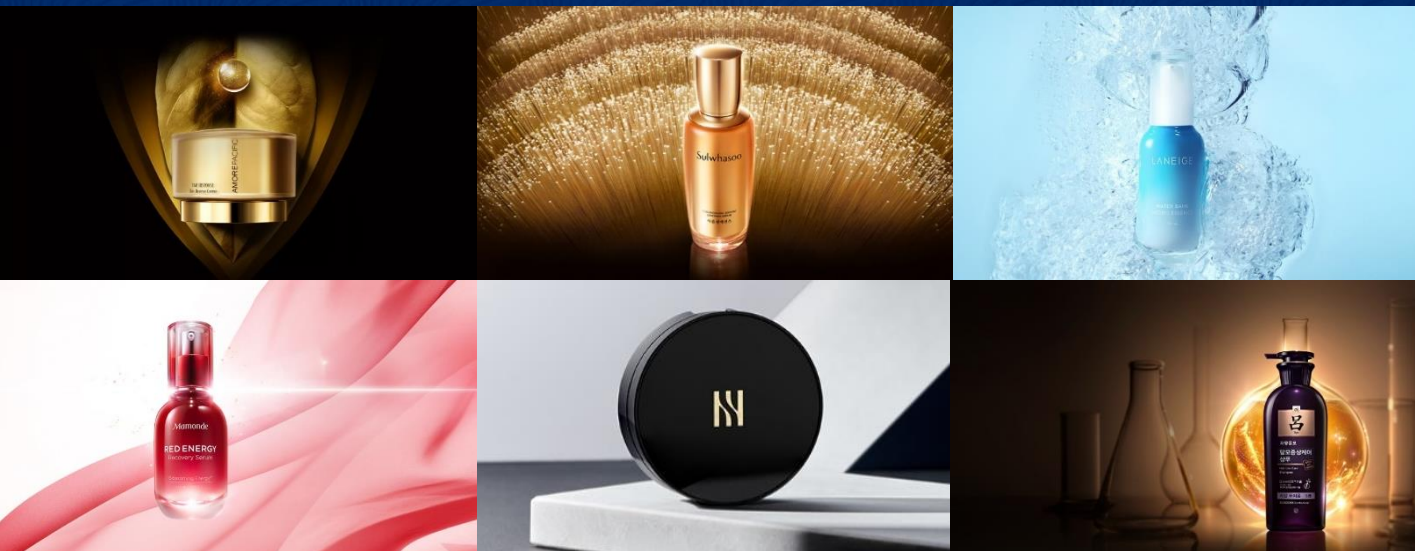
(단위: 억원)

	2020 3Q		2021 3Q		YoY(%)
<b>매출액</b>	12,086		12,145		+0.5
아모레퍼시픽 <sup>1)</sup>	10,886		11,089		+1.9
뷰티 계열사 <sup>2)</sup>	1,560		1,438		-7.8
기타 계열사 <sup>3)</sup>	795		752		-5.4
기타 <sup>4)</sup>	-1,156		-1,134		-
	2020 3Q	이익률(%)	2021 3Q	이익률(%)	YoY(%)
<b>영업이익</b>	610	5.0	517	4.3	-15.3
아모레퍼시픽 <sup>1)</sup>	560	5.1	503	4.5	-10.2
뷰티 계열사 <sup>2)</sup>	-24	-1.6	-8	-0.6	적자축소
기타 계열사 <sup>3)</sup>	-9	-1.2	-6	-0.8	적자축소
기타 <sup>4)</sup>	83	-	27	-	-
<b>당기순이익</b>	70	0.6	455	3.7	+547.0

1) '21.9.1 에스트라 및 아모레퍼시픽 합병으로 '21.9월부터 에스트라 매출 및 영업이익 실적 반영  
 2) 뷰티 계열사: 이니스프리, 에뛰드, 에스트라\*, 에스쁘아, 아모스프로페셔널  
 \* 에스트라의 AP 화장품 사업부 병합으로 매출 및 영업이익 실적은 '21.9월부터 제외

3) 기타 계열사: 아모레퍼시픽그룹, 퍼시픽글라스\*, 퍼시픽패키지, 오설록농장, 오설록, 코스비전  
 \* 퍼시픽글라스 지분 일부 매각으로 매출 및 영업이익 실적은 '21.2Q부터 제외  
 4) 기타: 연결조정

AMOREPACIFIC  
GROUP



2021년 3분기 실적

자회사 실적

아모레퍼시픽

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

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

# 아모레퍼시픽 2021년 3분기 성과

**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

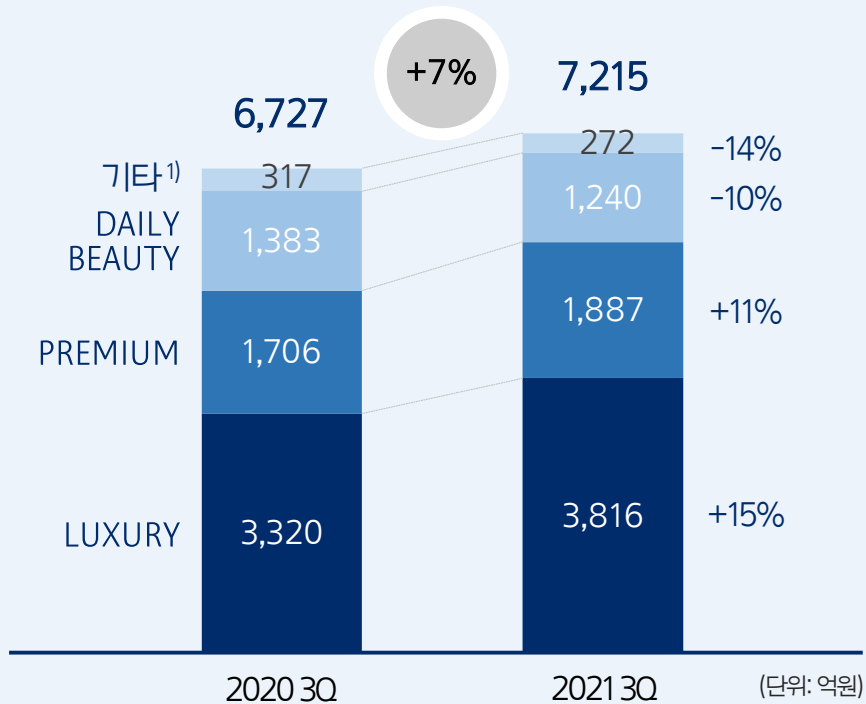
(단위: 억원)

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

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

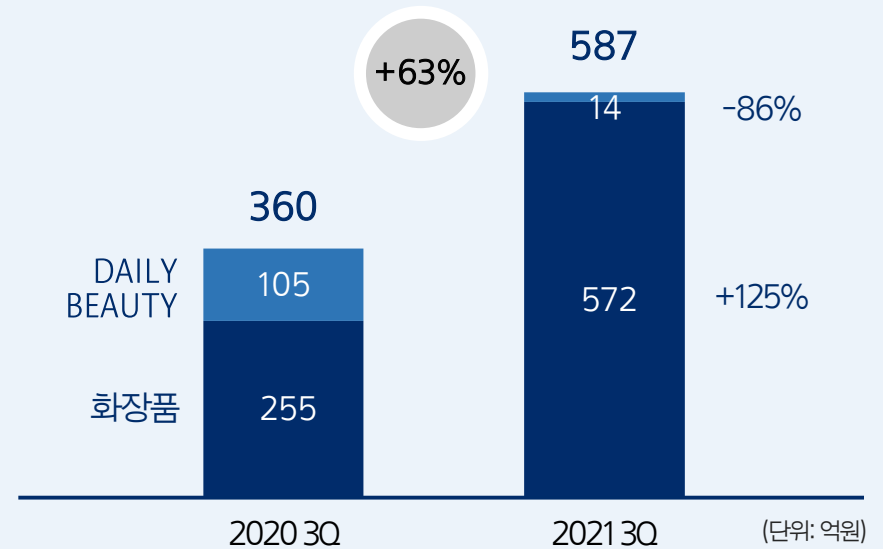
## 국내 매출 7% 성장

- 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

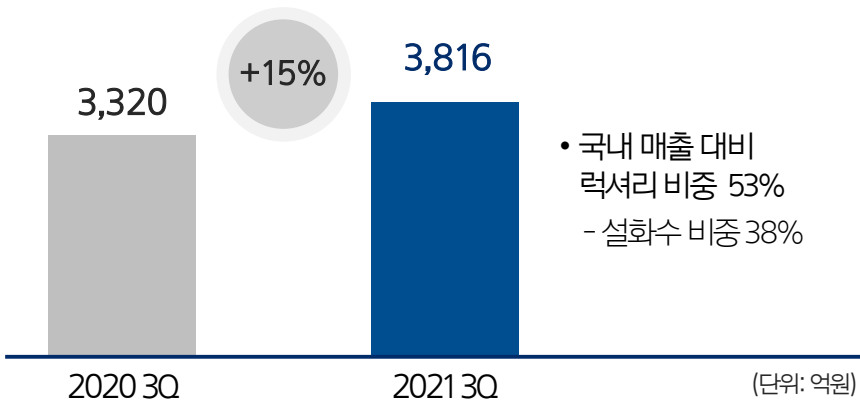
- 성장 채널 중심 매출 확대 및 전통채널 비용 효율화로 화장품 영업이익 증가
- 고수익 브랜드 매출 감소 및 프리미엄 라인 강화를 위한 마케팅 비용 확대로 Daily Beauty 영업이익 축소



1) OEM, 임대료수익 등



## 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 '후리엔후리' 라인 리뉴얼 시 친환경 포장재 적용, '스킨 릴리프 UV 프로텍터 EX' 2021 대한민국 올해의 녹색 상품 선정



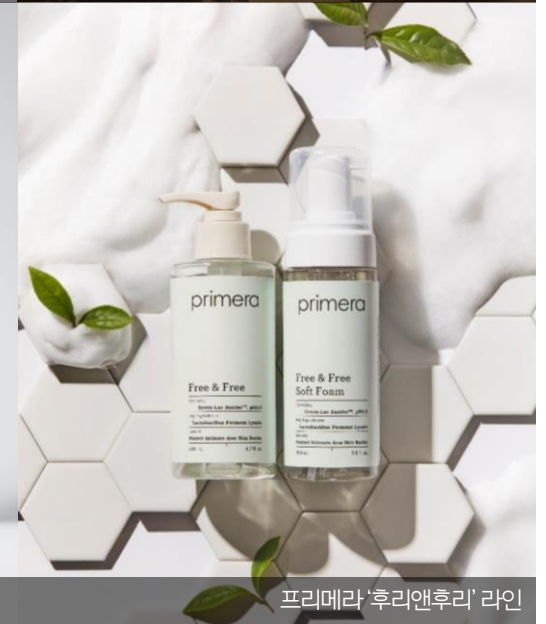
설화수 '자음생' 라인



아모레퍼시픽 '애플루티 인스퍼레이션 컬렉션'

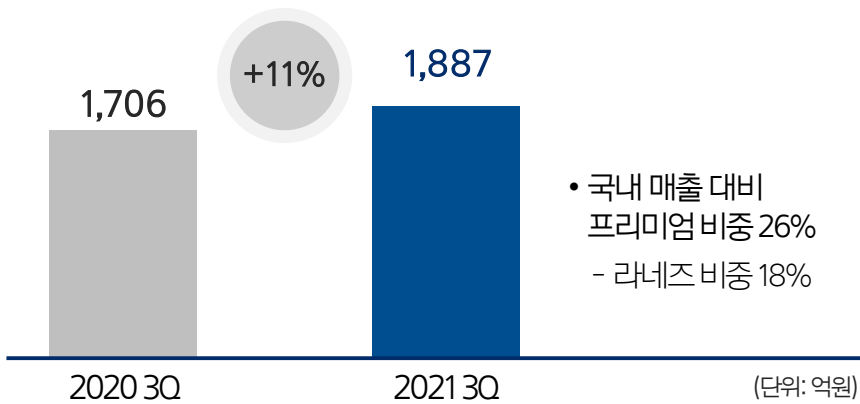


헤라 '블랙쿠션 쿠튀르'



프리메라 '후리엔후리' 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'

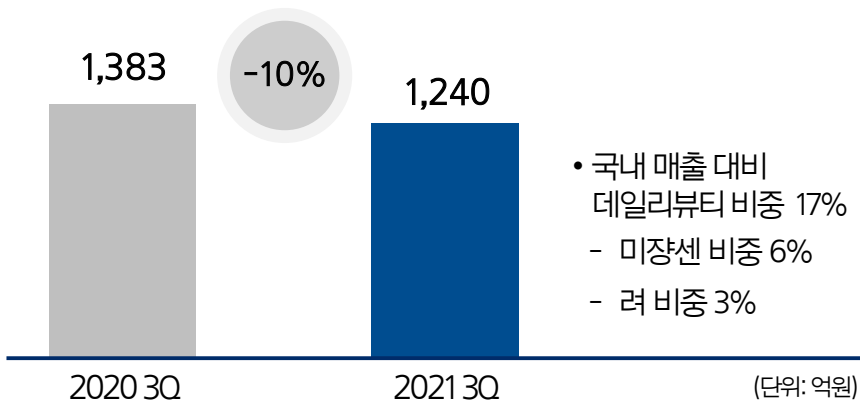


한울 '극진' 라인



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'

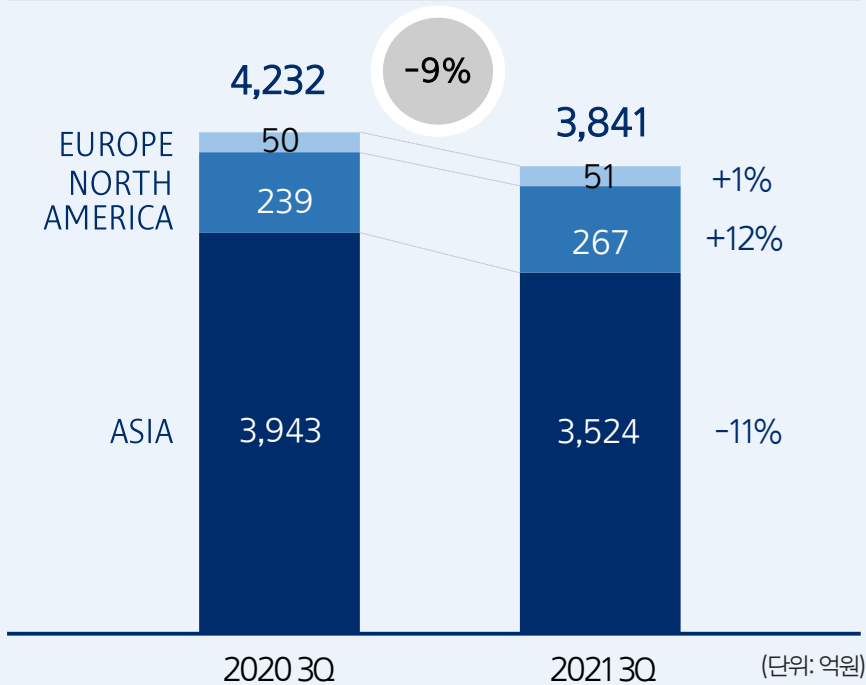


해피바스 '스킨유 딥 오일 케어'

일리윤 '세라마이드 아토 집중 크림'

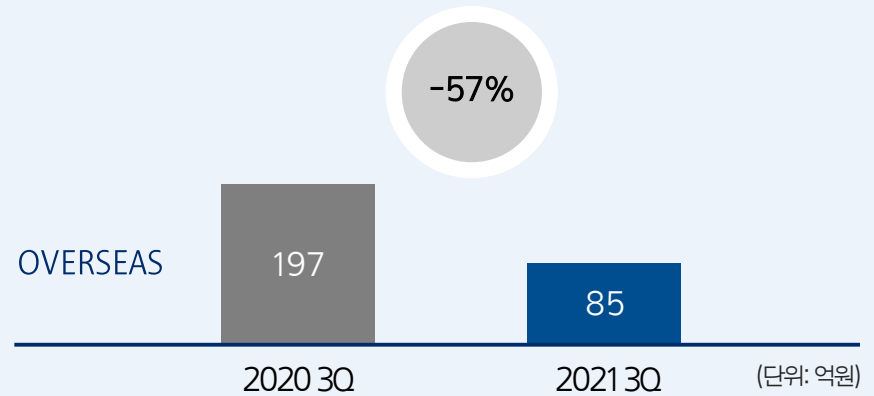
## 해외 매출 9% 하락

- 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)



2021년 3분기 실적

자회사 실적

주요 자회사

# 주요 자회사 실적

매출		(단위: 억원)	
	2020 3Q	2021 3Q	YoY(%)
이니스프리	803	722	-10.2
에뛰드	266	259	-2.6
에스쁘아	102	113	+10.5
아모스프로페셔널	172	143	-16.8
오설록	128	152	+18.5

영업이익		(단위: 억원)	
	2020 3Q	2021 3Q	YoY(%)
이니스프리	-2	-0.4	적자축소
에뛰드	-51	-25	적자축소
에스쁘아	-16	1	흑자전환
아모스프로페셔널	39	28	-26.9
오설록	4	7	+83.5

innisfree

- 디지털 플랫폼과의 협업 강화로 온라인 입점몰 매출 증가했으나 오프라인 매장 재정비로 매출 하락
- 오프라인 채널 효율화 및 온라인 매출 비중 확대에 적자 축소

ETUDE

- 온라인 마케팅 강화로 e커머스 및 MBS 매출 증가했으나 오프라인 매장 축소로 전체 매출 감소
- 매장 운영 제반 비용 등 고정비 감소로 적자 축소

espoir

- e커머스 플랫폼 매출 고성장 및 신제품 판매 호조로 매출 확대
- 오프라인 채널 수익 개선에 따른 흑자 전환

amos  
PROFESSIONAL

- 제품 포트폴리오 강화 및 옴니플랫폼 영업 전개로 아운채 매출 성장
- 살롱 중심 사업 운영으로 면세 매장 축소하며 전체 매출 및 영업이익 하락

오설록  
OSULLOC

- 추석 선물세트 판매 호조 및 라이브커머스 강화로 온라인 매출 고성장
- 채널 믹스 개선으로 영업이익 확대

# 주요 자회사 신제품 및 마케팅 활동



## 에뛰드

40만 유튜버 재유와 개발한  
'픽싱 틴트' F/W 신규 컬러 3종 출시



## 에스쁘아

9월 파우더룸 쿠션 부문 1위  
'프로 테일러 비 글로우 쿠션 올 뉴' 쿠션 출시



## 이니스프리

그린 이노베이션 랩 개발 저자극 고효능 신제품  
'레티놀 시카 흔적 앰플' 출시



## 아모스

민감 두피를 위한 클린 포뮬러  
아윤채 '더마 카밍' 라인 출시



## 오설록

프리미엄 순수차 Ready to Drink 2종  
'콜드브루 세작' & '콜드브루 화산우롱' 출시



## 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



AMOREPACIFIC

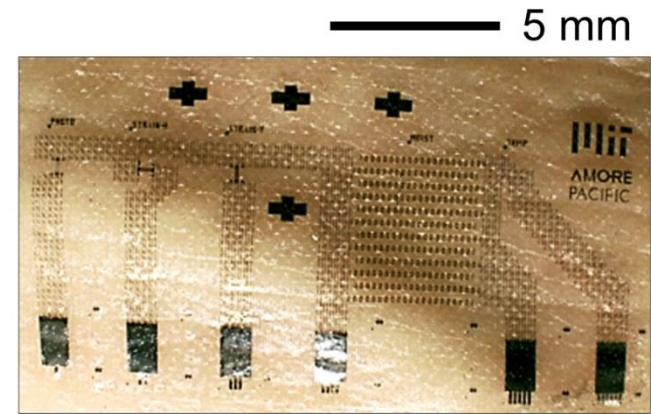
×  
COSRX

## 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

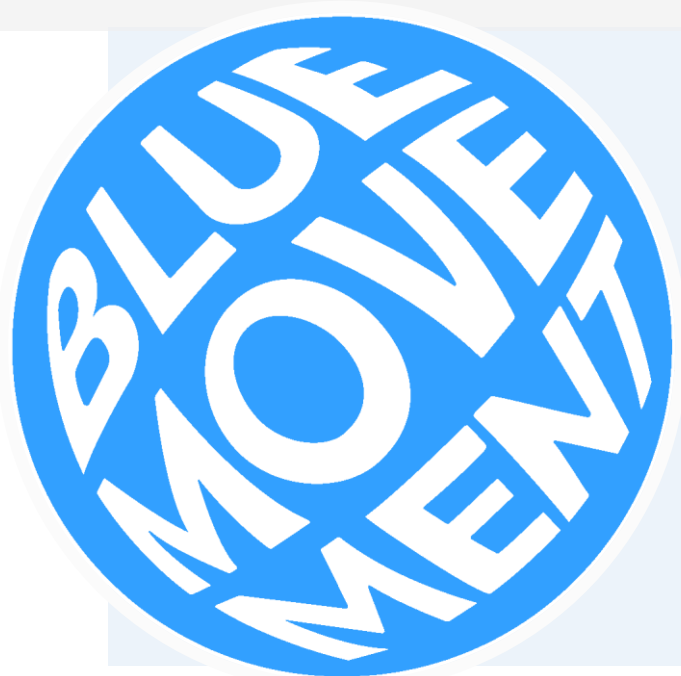


## 에스트라, '2021 중국 소비자들이 뽑은 올해의 한국 브랜드 대상' 수상

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

## 이니스프리, 에코 컨셔스 뷰티를 향한 새로운 브랜드 철학 공개

'SKIN-LOVING, EARTH-CARING'이라는 슬로건과 새로운 브랜드 철학 발표로 고효능 클린 제품으로 건강한 아름다움을 추구하고 환경에 미치는 영향력을 줄이기 위해 행동하는 '제주 기반의 에코 컨셔스 뷰티 브랜드 (ECO-CONSCIOUS BEAUTY BRAND IN JEJU ISLAND)'로 진화 선포



## 라네즈, 새로운 지속가능 캠페인 “블루 무브먼트(Blue Movement)” 공개

일상 속에서 수자원을 보호하는 라이프 스타일 챌린지 캠페인 뿐 아니라, 세계적 비영리 환경보전기관(WWF-Korea)과 해양보호 프로젝트를 진행하는 등 맑고 깨끗한 수자원 보호를 위한 지속가능한 메시지를 전파하는 ‘블루 무브먼트’ 전개

## 연결포괄손익계산서

(단위: 억원, %)

	2020 3Q		2021 3Q	
	금액	비중(%)	금액	비중(%)
매출액	12,086	100.0	12,145	100.0
매출원가	3,363	27.8	3,343	27.5
매출총이익	8,723	72.2	8,802	72.5
판매관리비	8,113	67.1	8,285	68.2
영업이익	610	5.0	517	4.3
영업외손익	-414		119	
법인세차감전순이익	197	1.6	636	5.2
연결당기순이익	70	0.6	455	3.7

## 연결재무상태표

(단위: 억원)

	2020.12	2021.09
<b>자산</b>	77,887	80,641
유동자산	28,531	31,509
매출채권	3,067	4,468
재고자산	4,784	5,719
비유동자산	49,357	49,132
유형자산	30,811	29,816
무형자산	7,196	7,114
관계회사 투자	606	941
<b>부채</b>	15,167	14,610
유동부채	11,702	11,785
비유동부채	3,465	2,825
<b>자본</b>	62,720	66,030
자본금	480	480
이익잉여금	26,319	28,164
비지배회사지분	30,225	32,647