



AMOREPACIFIC
GROUP

아모레퍼시픽 그룹 2020년 2분기 실적

1. 2020년 상반기 성과 요약
2. 2020년 2분기 성과 요약
3. 주요 자회사 실적
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 감사가 완료되지 않은 상태에서 작성되었으므로 내용 중 일부는 외부감사인의 최종 검토과정에서 변경될 수 있습니다.

매출 23.4% 감소한 2조 4,601억 원, 영업이익 67.0% 감소한 1,041억 원

부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

	2019 1H	2020 1H	YoY(%)
매출액	32,113	24,601	-23.4
뷰티 계열사 ¹⁾	33,764	25,584	-24.2
非뷰티 계열사 ²⁾	858	902	+5.1 (LFL -20.7%) ⁴⁾
기타 ³⁾	-2,508	-1,885	
	2019 1H	2020 1H	YoY(%)
영업이익 (이익률)	3,153 (9.8%)	1,041 (4.2%)	-67.0
뷰티 계열사 (이익률)	3,236 (9.6%)	1,081 (4.2%)	-66.6
非뷰티 계열사 (이익률)	48 (5.6%)	-51 (-5.7%)	적자전환 (LFL 적자전환) ⁴⁾
기타 ³⁾	-131	11	
당기순이익 (이익률)	2,379 (7.4%)	1,000 (4.1%)	-58.0

1) 뷰티 계열사: 아모레퍼시픽, 이니스프리, 에뛰드, 에스뽀아, 에스트라, 아모스프로페셔널

2) 非뷰티 계열사: 아모레퍼시픽그룹, 퍼시픽글라스, 퍼시픽패키지, 오설록농장*, 오설록

*오설록농장: 구 장원

3) 기타: 연결조정

4) LFL(Like-for-like): 오설록 독립법인 출범 효과를 제외한 동일 기준 성장률

매출 24.7% 감소한 1조 1,808억 원, 영업이익 67.2% 감소한 362억 원

부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

	2019 2Q	2020 2Q	YoY(%)
매출액	15,689	11,808	-24.7
뷰티 계열사 ¹⁾	16,569	12,291	-25.8
非뷰티 계열사 ²⁾	458	430	-6.1 (LFL -26.9%) ⁴⁾
기타 ³⁾	-1,338	-913	
	2019 2Q	2020 2Q	YoY(%)
영업이익 (이익률)	1,104 (7.0%)	362 (3.1%)	-67.2
뷰티 계열사 (이익률)	1,131 (6.8%)	371 (3.0%)	-67.2
非뷰티 계열사 (이익률)	31 (6.9%)	-21 (-4.8%)	적자전환 (LFL 적자전환) ⁴⁾
기타 ³⁾	-58	13	
당기순이익 (이익률)	746 (4.8%)	51 (0.4%)	-93.1

1) 뷰티 계열사: 아모레퍼시픽, 이니스프리, 에뛰드, 에스뽀아, 에스트라, 아모스프로페셔널

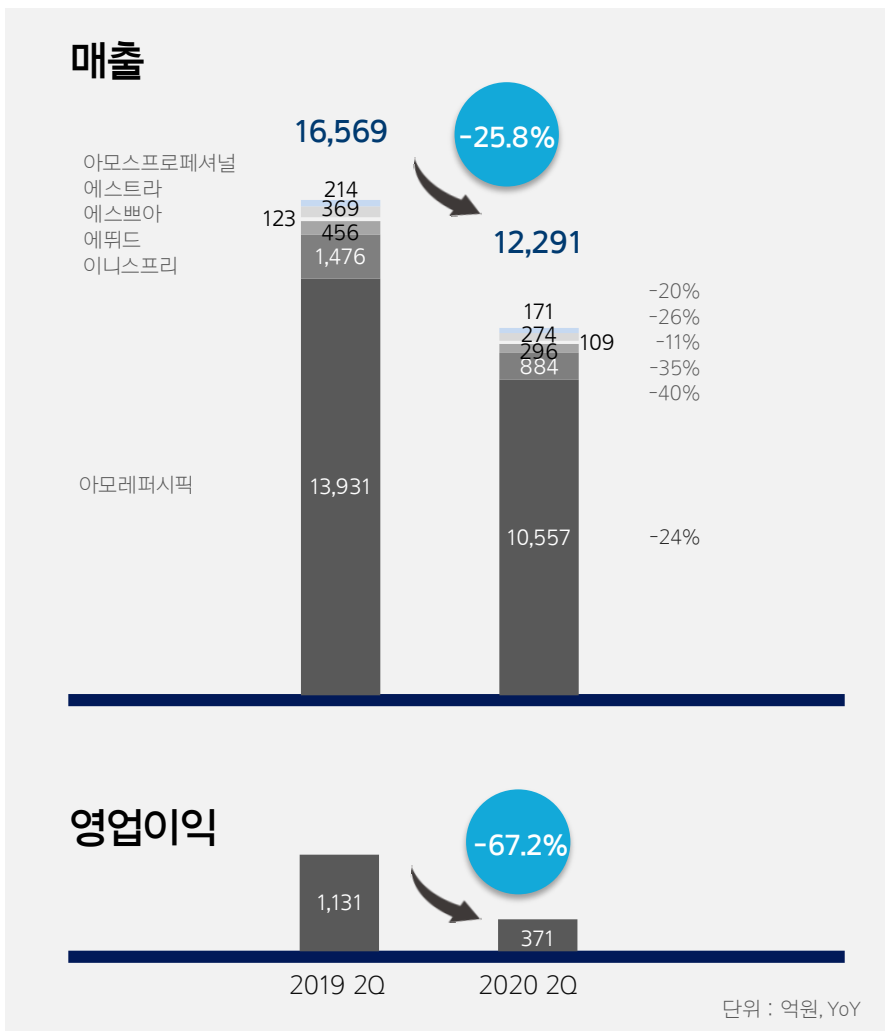
2) 非뷰티 계열사: 아모레퍼시픽그룹, 퍼시픽글라스, 퍼시픽패키지, 오설록농장*, 오설록

*오설록농장: 구 장원

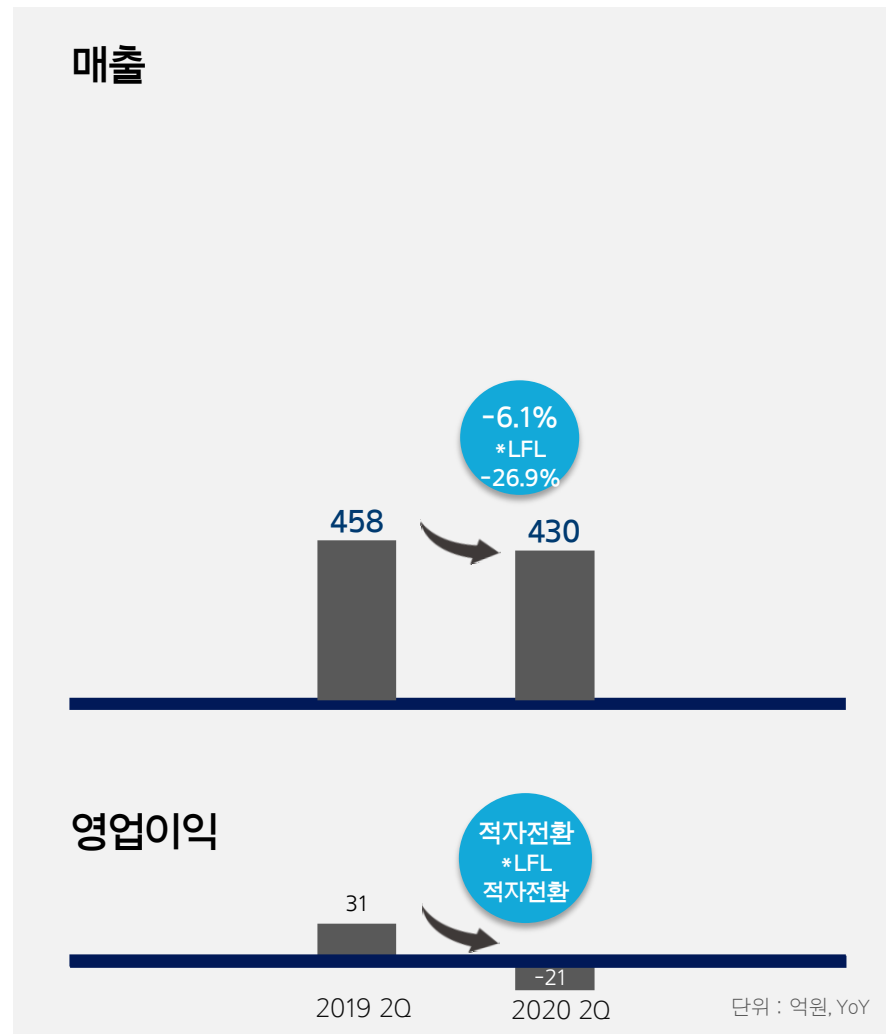
3) 기타: 연결조정

4) LFL(Like-for-like): 오설록 독립법인 출범 효과를 제외한 동일 기준 성장률

뷰티 계열사



非뷰티 계열사



* LFL(Like-for-like): 오설록 독립법인 출범 효과를 제외한 동일 기준 성장률

아모레퍼시픽 매출 24%, 영업이익 60% 감소

단위 : 억원

국내외 코로나19 영향

- (국내) 외국인 관광객 유입 감소로 면세 매출 40% 이상 축소. 기타 오프라인 두 자릿수 매출 하락. 온라인 매출 약 60% 증가, 견고한 성장 지속
- (해외) 중국: 4월 오프라인 매장 임시 휴점률 5% 미만 수준 유지. 5월부터 전 매장 정상 영업 진행
아세안: 4월 휴점률 90% 이상. 5월 중순부터 말레이시아, 태국 영업 재개. 6월말 기준 필리핀 제외 전 지역 정상 영업
일본: 4월 오프라인 매장 95% 이상 임시 휴점. 5월은 휴점률 60% 수준으로 축소. 6월말 기준 휴점률 5% 미만
북미: 4월 오프라인 매장 95% 이상 임시 휴점 지속. 6월말 기준 휴점률 20% 이하로 축소
유럽: 4월 오프라인 매장 전점 휴점. 5월부터 일부 매장 단축 영업 재개 시작. 6월말 기준 전 매장 정상 영업

국내 화장품 및 Daily Beauty 사업 활동

- (Luxury) 온라인 매출 80% 고성장. 면세, 방판, 백화점 등 주요 오프라인 채널은 매출 하락
브랜드별 핵심 카테고리 혁신 신제품 및 위생/건강 관리 제품 출시 통해 고객 대응력 제고
디지털 플랫폼 입점 확대 및 전용 제품 출시 통해 디지털 역량 강화
- (Premium) 온라인 채널 매출 성장 및 멀티브랜드숍 신규 채널 접점 강화. 아리따움 채널은 매출 하락세 지속
혁신 신제품('라네즈' 네오쿠션 등) 출시 및 고객 경험 제고('아이오페랩' 오픈) 등 브랜드 경쟁력 증대
온라인 전용 '이너프 프로젝트' 출시 및 린스타트업 브랜드('큐비미', '브로앤팁스') 판매 호조 등 신성장 기반 강화
- (Daily Beauty) 러, 미장센, 해피바스 등 주요 브랜드 매출 견고한 성장. 디지털 채널 대응 강화하며 온라인 매출 고성장 지속
염모제와 세정제 카테고리 신제품 출시 확대 및 판매 호조로 고객 니즈 대응력 제고

해외사업 활동

- (아시아) [Luxury] 중국 럭셔리 온라인 매출 고성장 (70% 이상), 성장 채널(멀티브랜드숍, 온라인) 접점 확대
[Premium] 디지털 성장 기반 강화, 유통채널 재정비 활동 (백화점 매장 효율화, 멀티브랜드숍 입점 확대) 지속
[이니스프리] '그린티 씨드 세럼 #하이드로켓' 글로벌 캠페인, 오프라인 직영점 재정비(중국)
[에뛰드] 콜라보 제품 '허쉬 컬렉션' 출시, 중국/싱가포르 오프라인 채널 효율화 통해 수익 개선을 위한 기반 마련
- (북미) 디지털 중심 마케팅으로 온라인 매출 성장했으나, 코로나19에 따른 오프라인 매장 휴점 영향으로 전체 매출 하락
- (유럽) 오프라인 매장 휴점 영향 전체 매출 하락, 디지털 마케팅 집중 및 멀티브랜드숍 플랫폼 협업 통해 온라인 매출 성장

영업이익

- (국내) 면세 및 오프라인 채널 매출 감소로 화장품 부문 영업이익 하락
Daily Beauty 부문은 온라인 고성장 기반 부문 전체 매출 확대되며 흑자전환
- (해외) 임시 휴점에 따른 오프라인 매출 하락 영향으로 적자 전환

	아모레퍼시픽-연결		
	2019 2Q	2020 2Q	YoY
매출액	13,931	10,557	-24%
국내	8,919	6,567	-26%
화장품	7,717	5,314	-31%
Daily Beauty & Osulloc ¹⁾	1,202	1,253	+4% (LFL +17%) ²⁾
해외	5,121	4,054	-21%
기타 ³⁾	-109	-63	
영업이익	878	352	-60%
국내	736	506	-31%
화장품	760	452	-41%
Daily Beauty & Osulloc ¹⁾	-24	54	흑자전환
해외	201	-210	적자전환
기타 ³⁾	-59	57	

1) 오설록 독립법인 출범으로 인해 오설록 실적은 '19.4Q부터 제외
2) LFL(Like-for-like): 오설록 분사 영향을 제외한 동일 기준 성장률
3) 기타: 연결조정

이니스프리 매출 40% 감소, 영업이익 적자 전환

- 코로나19 영향 및 오프라인 매장 구조 조정으로 전체 매출 및 영업이익 감소
- 디지털 전용 상품('트루케어 비타민C20 앰플') 출시 및 전략 강화로 온라인 매출은 견고히 성장
- 미백 중심 고효능 상품 ('브라이트닝 포어 세럼', '제주 왕벚꽃 톤업 크림') 육성으로 카테고리 리더십 강화

에뛰드 매출 35% 감소, 영업적자 축소

- 온/오프라인 채널 포트폴리오 및 제조원가 개선 통해 적자폭 축소
- 신제품 단독 선런칭 등 디지털 채널과의 전략적 제휴를 통한 온라인 채널 대응 강화
- 신제품 ('플레이컬러아이스 로제와인'), 상품 리뉴얼 ('더블래스팅 파운데이션'), 콜라보 제품 ('디즈니어썸파티 컬렉션') 출시 통해 브랜드 매력도 제고

에스쁘아 매출 11% 감소, 영업이익 적자 전환

- 직영 매장 폐점 및 오프라인 매출 감소로 전체 매출 하락, 마케팅 비용 확대하며 영업이익 적자 전환
- 온라인은 플랫폼 확대 및 고객 소통 마케팅 '#CrewSays' 등 강화하며 고성장 달성
- 페이스('테이핑커버 모이스트쿠션') 및 립('꾸뛰르 립 플루이드 벨벳 신규 컬러') 신제품 출시 통해 핵심 카테고리 포트폴리오 경쟁력 강화

에스트라 매출 26% 감소, 영업이익 53% 감소

- 이너뷰티 매출 감소로 전체 매출 및 영업이익 하락
- '아토베리어 365' 라인 중심 마케팅 강화로 온라인 매출은 견고한 성장 달성
- 인플루언서 중심의 SNS 바이럴 마케팅('7인 7피셜') 통해 브랜드 매력도 제고

아모스프로페셔널 매출 20% 감소, 영업이익 4% 감소

- 코로나19로 살롱 방문 고객 감소하며 대리점 매출 감소 지속, 마케팅 등 비용 효율화 및 수익성 관리 집중
- 대리점 경로 전용 상품('그린티 액티브 샴푸' 리뉴얼) 출시 및 육성 통해 제품 경쟁력 강화
- 역지구 경로 매출 확대 등 채널 포트폴리오 다변화

	이니스프리		
	2019 2Q	2020 2Q	YoY
매출액	1,476	884	-40%
매출총이익	922	574	-38%
판매관리비	730	583	-20%
영업이익	192	-10	적자전환
에뛰드			
매출액	456	296	-35%
매출총이익	241	171	-29%
판매관리비	274	199	-27%
영업이익	-32	-29	적자축소
에스쁘아			
매출액	123	109	-11%
매출총이익	90	74	-18%
판매관리비	85	79	-7%
영업이익	5	-5	적자전환
에스트라			
매출액	369	274	-26%
매출총이익	91	74	-19%
판매관리비	43	52	20%
영업이익	48	23	-53%
아모스프로페셔널			
매출액	214	171	-20%
매출총이익	133	110	-17%
판매관리비	92	71	-23%
영업이익	40	39	-4%

단위 : 억원

연결손익계산서

단위 : 억원

	2019 2Q		2020 2Q	
	매출액	비율	매출액	비율
매출액	15,689	100.0%	11,808	100.0%
매출총이익	11,597	73.9%	8,567	72.6%
판매관리비	10,492	66.9%	8,205	69.5%
영업이익	1,104	7.0%	362	3.1%
영업외손익	-17		-183	
법인세차감전순이익	1,087	6.9%	179	1.5%
연결당기순이익	746	4.8%	51	0.4%

연결재무상태표

단위 : 억원

	2019.12	2020.06
	자산	82,814
유동자산	29,059	26,031
비유동자산	53,755	53,162
부채	18,012	15,778
유동부채	12,259	10,935
비유동부채	5,754	4,843
자본	64,801	63,415
자본금	480	480
주식발행초과금	9,037	9,037
자본잉여금	-217	-1,244
기타자본구성요소	-1,960	-1,960
기타포괄손익누계액	-150	-124
이익잉여금	26,483	26,643
비지배회사지분	31,128	30,584