



AMOREPACIFIC
GROUP



아모레퍼시픽 그룹 2015년 실적

- 1 2015년 성과 요약
- 2 주요 자회사 실적
- 3 2015년 4분기 성과 요약
- 4 연결재무제표 요약
- 5 2016년 경영방침

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.

아모레퍼시픽 그룹은 2011년부터 국제회계기준(K-IFRS)를 채택했습니다.

매출 20.1% 성장한 5조 6,612억원, 영업이익 38.6% 증가한 9,136억원

부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

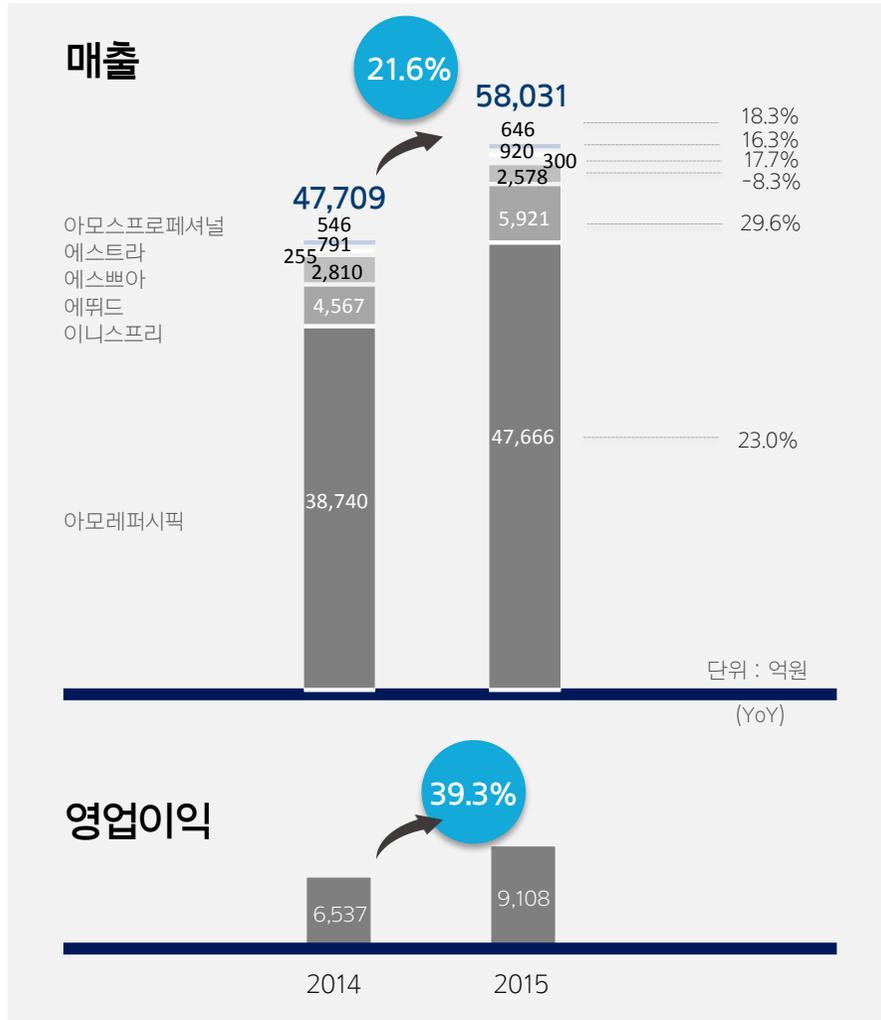
	2014	2015	YoY(%)
매출액	47,119	56,612	20.1
사업회사 ¹⁾	47,709	58,031	21.6
생산자회사 및 기타 ²⁾	1,651	1,617	-2.0
기타 (연결조정)	-2,241	-3,036	
	2014	2015	YoY(%)
영업이익 (이익률)	6,591 (14.0%)	9,136 (16.1%)	38.6
사업회사 (이익률)	6,537 (13.7%)	9,108 (15.7%)	39.3
생산자회사 및 기타 (이익률)	-10 (-0.6%)	26 (1.6%)	흑자전환
기타 (연결조정)	64	1	
당기순이익 (이익률)	4,974 (10.6%)	6,739 (11.9%)	35.5

1)사업회사: 아모레퍼시픽, 이니스프리, 에뛰드, 에스쁘아, 에스트라*, 아모스프로페셔널

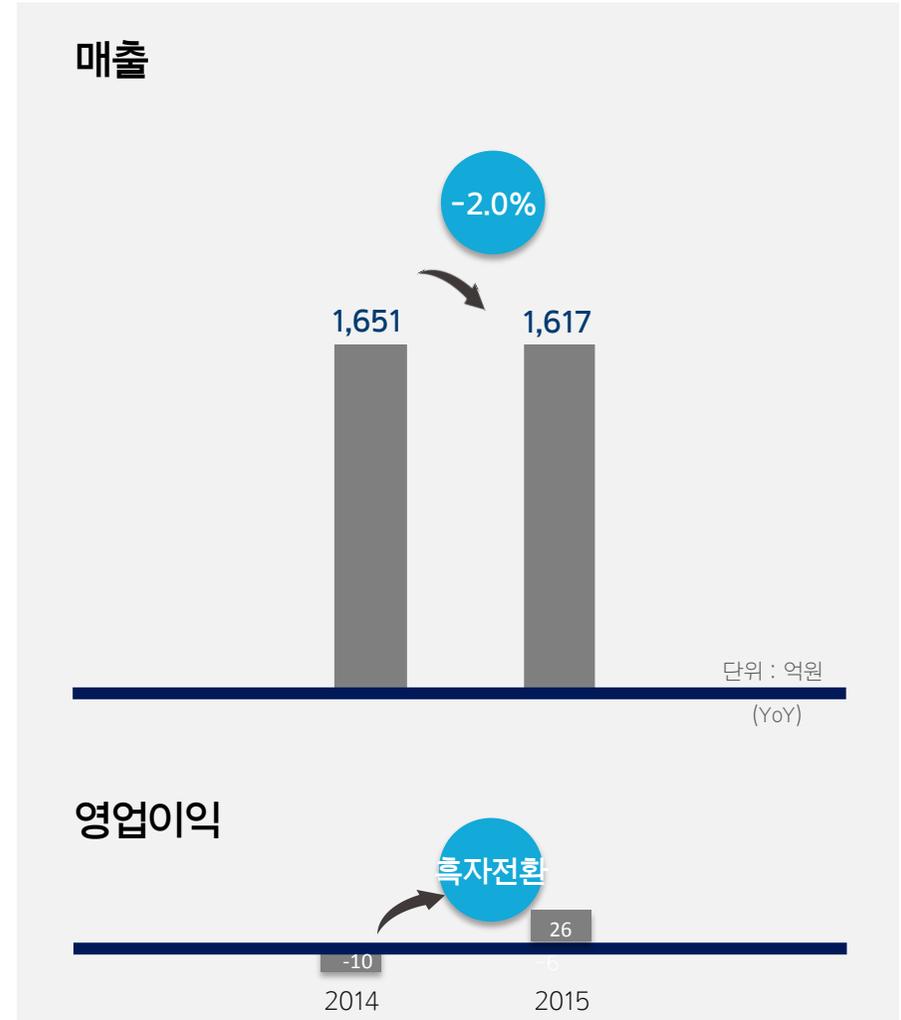
2)생산자회사 및 기타: 아모레퍼시픽그룹, 퍼시픽글라스, 퍼시픽패키지, 장원산업

* 에스트라: 구 태평양제약

사업회사



생산자회사 및 기타



아모레퍼시픽 매출 23% 성장, 영업이익 37% 증가

국내 화장품

- (Luxury) 주요 럭셔리 브랜드의 글로벌 위상 강화, 면세 매출 1조원 달성으로 견고한 성장세 지속
백화점은 서비스 고도화를 통해 차별화된 고객 경험 제공, 방판은 카운셀러 역량 강화 등으로 질적 성장 달성
- (Premium) 브랜드 매력도 제고 및 고객 경험 확대를 위한 다양한 마케팅 활동 진행, 아리따움 & 마트는 온/오프 매장 환경 및 서비스 업그레이드로 유통 역량 강화, 디지털 채널은 질적 성장 기반 마련

Mass & OSulloc

- (Mass) 프리미엄 제품군 판매 확대, 유통 채널 다각화로 질적 성장 달성
- (OSulloc) 유통 채널 재정비 및 상품 경쟁력 강화를 통한 오설록 브랜드 가치 제고

해외사업

- 중국 및 아세안 지역은 5대 챔피언 브랜드 중심으로 수익성 개선을 동반한 매출 고성장 지속
- 미국 사업은 지역 및 유통 채널 확장으로 매출 고성장 지속
- 프랑스 사업은 내수 소비 위축 및 유통망 재정비로 매출 및 이익 감소
- 일본 사업은 에뛰드 브랜드 중심으로 사업 재편

이니스프리 매출 30% 성장, 영업이익 64% 증가

- 브랜드 캠페인(Play Green) 확산을 통해 제주 기반의 글로벌 매스티지 브랜딩 강화
- 주요 제품 (그린티 씨드세럼, 한란크림, 화산송이 팩, 쿠션 등)과 제주 탄산 라인, 화산송이 무스 마스크, 진저 오일 세럼 등 신제품 판매 확대로 매출 고성장
- 기존점 매출 증가에 따른 점당 효율성 개선 및 온라인, 면세 매출 비중 확대로 수익성 개선

에뛰드 매출 8% 하락, 영업이익 78% 감소

- 질적 성장을 위한 유통 구조조정(마트 매장 축소 등)으로 매출 감소
- 매출 감소 및 브랜드 매력도 증대를 위한 마케팅 투자(매장 리뉴얼, 신제품 출시 관련) 확대로 수익성 하락

	아모레퍼시픽-연결		
	2014	2015	YoY(%)
매출액	38,740	47,666	23.0
매출총이익	28,458	35,972	26.4
판매관리비	22,821	28,243	23.8
영업이익	5,638	7,729	37.1
	이니스프리		
매출액	4,567	5,921	29.6
매출총이익	3,257	4,208	29.2
판매관리비	2,492	2,952	18.5
영업이익	765	1,256	64.3
	에뛰드		
매출액	2,810	2,578	-8.3
매출총이익	1,539	1,433	-6.9
판매관리비	1,430	1,409	-1.4
영업이익	109	24	-78.4

단위 : 억원

에스쁘아 매출 18% 성장, 영업손실 축소

- 프리미엄 메이크업 전문 브랜드로 이미지 재정립
- 대표상품 (노웨어 립스틱, 프로테일러 파운데이션, 쿠션) 판매 호조로 기존점 매출 성장 지속
- 로드샵 및 디지털 채널 집중에 따른 유통 채널 효율화로 수익성 개선

에스트라 (구 태평양제약) 매출 16% 성장, 영업손실 축소

- 아토티베리어, 리제덤RX 등 주요 코스메슈티컬 브랜드 및 클레비엘, 메디톡신 등 메디컬 뷰티 브랜드의 판매 확대에 수익성 개선을 동반한 매출 성장 달성

아모스프로페셔널 매출 18% 성장, 영업이익 14% 증가

- 유통 채널 확대(직거래, 면세 등)에 따른 견고한 매출 성장
- 프리미엄 헤어살롱 브랜드 아윤채의 브랜드 경쟁력 강화로 중대형 거래점 확대
- 펴제, 스타일링제 등 주요 카테고리 상품 포트폴리오 강화

	에스쁘아		
	2014	2015	YoY(%)
매출액	255	300	17.7
매출총이익	193	231	19.6
판매관리비	246	261	6.0
영업이익	-53	-30	적자 축소
에스트라			
매출액	791	920	16.3
매출총이익	199	210	5.7
판매관리비	235	213	-9.5
영업이익	-36	-3	적자 축소
아모스프로페셔널			
매출액	546	646	18.3
매출총이익	293	364	24.3
판매관리비	177	232	30.8
영업이익	116	132	14.3

단위 : 억원

매출 229% 성장한 1조 4,576억원, 영업이익 626% 증가한 1,610억원

부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

YTD	2014 4Q	2015 4Q	YoY(%)
매출액	11,864	14,576	22.9
사업회사1)	11,983	15,019	25.3
생산자회사 및 기타2)	471	419	-11.1
기타 (연결조정)	-590	-861	
	2014 4Q	2015 4Q	YoY(%)
영업이익 (이익률)	990 (8.3%)	1,610 (11.0%)	62.6
사업회사 (이익률)	990 (8.3%)	1,605 (10.7%)	62.1
생산자회사 및 기타 (이익률)	1 (0.2%)	-1 (-0.2%)	-180.2
기타 (연결조정)	-1	6	
당기순이익 (이익률)	518 (4.4%)	920 (6.3%)	77.6

1) 사업회사: 아모레퍼시픽, 이니스프리, 에뛰드, 에스쁘아, 에스트라*, 아모스프로페셔널

2) 생산자회사 및 기타: 아모레퍼시픽그룹, 퍼시픽글라스, 퍼시픽패키지, 장원산업

* 에스트라: 구 태평양제약

연결손익계산서

단위 : 억원

	2014년		2015년	
	금액	비율	금액	비율
매출액	47,119	100.0%	56,612	100.0%
매출총이익	34,038	72.2%	42,462	75.0%
판매관리비	27,447	58.2%	33,326	58.9%
영업이익	6,591	14.0%	9,136	16.1%
영업외손익	227		80	
법인세차감전순이익	6,818	14.5%	9,216	16.3%
연결당기순이익	4,974	10.6%	6,739	11.9%

연결재무상태표

단위 : 억원

	2014.12	2015.12
	자산	54,997
유동자산	20,981	25,259
비유동자산	34,017	36,141
부채	11,764	12,523
유동부채	7,731	9,722
비유동부채	4,032	2,800
자본	43,234	48,878
자본금	445	445
주식발행초과금	6,730	6,730
자본잉여금	226	408
기타자본구성요소	-1,465	-1,644
기타포괄손익누계액	-44	-94
이익잉여금	17,286	19,481
비지배회사지분	20,055	23,552

우리, 다 함께

매출 13%, 영업이익 13% 성장 목표

Global | Digital | Retail

1 글로벌 확산

2 디지털 리더십 확보

3 리테일 역량 고도화

4 경영 혁신

5 '質'경영 체질화

6 인재 경영



AMORE PACIFIC
70 Years of Beauty Creation