



AMOREPACIFIC
GROUP

아모레퍼시픽 그룹 2016년 3분기 실적

- 1 2016년 3분기 누계 성과 요약
- 2 2016년 3분기 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 검토가 완료되지 않은 상태에서 작성되었으므로 내용 중 일부는 외부감사인의 최종 검토과정에서 변경될 수 있습니다.

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

매출 221% 성장한 5조 1,333억원, 영업이익 26.0% 증가한 9,485억원

부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

YTD	2015 3Q 누계	2016 3Q 누계	YoY(%)
매출액	42,036	51,333	22.1
뷰티 계열사1)	43,012	53,188	23.7
非뷰티 계열사2)	1,199	1,361	13.5
기타3)	-2,175	-3,216	
	2015 3Q 누계	2016 3Q 누계	YoY(%)
영업이익 (이익률)	7,527 (17.9%)	9,485 (18.5%)	26.0
뷰티 계열사 (이익률)	7,503 (17.4%)	9,476 (17.8%)	26.3
非뷰티 계열사 (이익률)	27 (2.3%)	117 (8.6%)	326.7
기타	-4	-108	
당기순이익 (이익률)	5,820 (13.8%)	7,235 (14.1%)	24.3

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

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

* 오설록농장: 구 장원

3)기타: 연결조정

매출 22.9% 성장한 1조 6,543억원, 영업이익 16.7% 증가한 2,197억원

부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

	2015 3Q	2016 3Q	YoY(%)
매출액	13,466	16,543	22.9
뷰티 계열사1)	13,828	17,083	23.5
非뷰티 계열사2)	350	423	20.7
기타3)	-712	-963	
	2015 3Q	2016 3Q	YoY(%)
영업이익 (이익률)	1,883 (14.0%)	2,197 (13.3%)	16.7
뷰티 계열사 (이익률)	1,893 (13.7%)	2,160 (12.6%)	14.1
非뷰티 계열사 (이익률)	0 (0.1%)	18 (4.3%)	수익성 개선
기타	-10	18	
당기순이익 (이익률)	1,521 (11.3%)	1,514 (9.2%)	-0.4

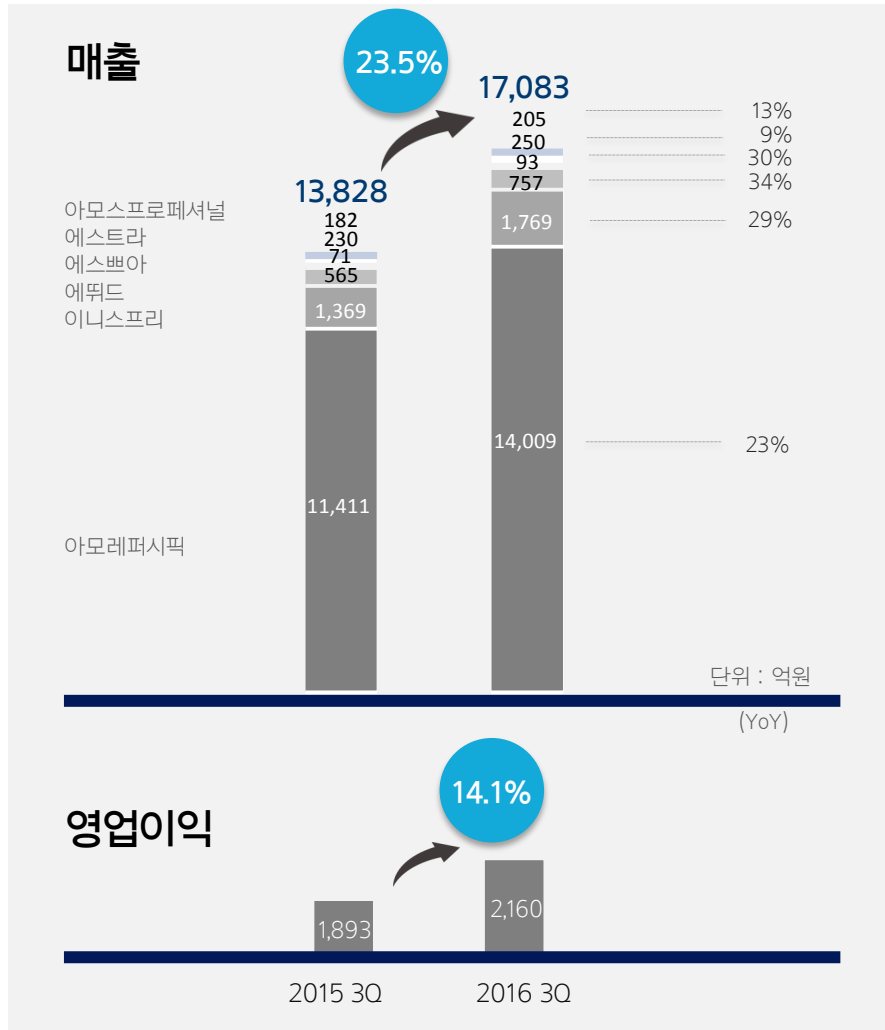
1)뷰티 계열사: 아모레퍼시픽, 이니스프리, 에뛰드, 에스쁘아, 에스트라, 아모스프로페셔널

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

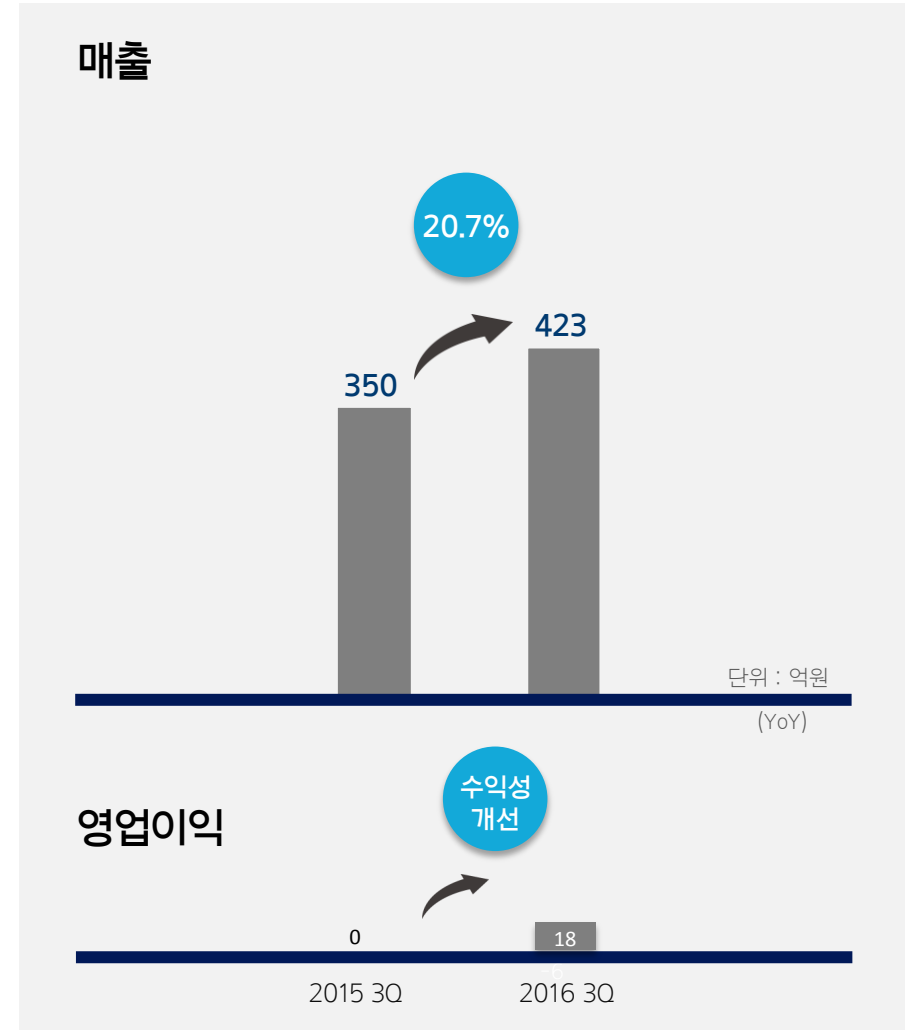
* 오설록농장: 구 장원

3)기타: 연결조정

뷰티 계열사



기타 계열사



아모레퍼시픽 매출 23% 성장, 영업이익 2% 증가

국내 화장품

- (Luxury) 설화수 인삼 연구 50주년을 기념하는 글로벌 릴레이 행사 개최를 통해 브랜드 헤리티지 발산, 헤라는 컬러 유형 강화하며 서울 트렌드를 선도하는 럭셔리 브랜드 이미지 제고, 면세 채널은 국내외 면세의 견고한 판매 확대로 고성장 지속
- (Premium) 디지털 커뮤니케이션 확대를 통해 브랜드 스토리 확산, AP 직영몰과 모바일 커머스 판매 확대로 디지털 채널 매출 성장세 전환, 아리따움 채널은 리테일 환경 개선을 위한 노력 지속

Mass & OSulloc

- (Mass) 치약 리콜 및 추석 세트 투입 시점 차이로 매출 부진 및 영업이익 감소
- (OSulloc) 비수익 매장 관리 등 유통 채널 재정비 및 프리미엄 제품 유형 확대로 브랜드 가치 제고

해외사업

- 아시아 지역은 글로벌 챔피언 브랜드 (설화수, 라네즈, 마몽드, 이니스프리, 에뛰드)로 차별화된 브랜드 포트폴리오 구축, 헤라 브랜드 런칭 (중국)으로 럭셔리 메이크업 카테고리 강화
- 미국 사업은 설화수, 라네즈 캐나다 시장 유통 확장 및 히트 상품 판매로 견고한 매출 성장
- 유럽 사업은 유통망 재정비 영향으로 매출 및 이익 감소

이니스프리 매출 29% 성장, 영업이익 56% 증가

- 주요 제품 (그린티 씨드세럼, 화산송이팩 등)의 판매 호조 및 신제품 출시 (리얼핏 크리미 립스틱, 용암해수 에센스)로 견고한 매출 성장 지속
- 온라인 전용 라인 런칭 (제로헤어, 트루케어 시카밤) 등으로 디지털 서비스 다변화 및 고객 경험 확대
- 플레이그린 페스티벌, 매장 내 VR 존 확대를 통한 브랜드 경험 증대 및 로열티 강화
- 해외 시장 내 브랜드력 확산으로 면세 및 수출 판매 증가

에뛰드 매출 34% 성장, 영업이익 흑자 전환

- 플레이 101 스틱, 더블래스팅 파운데이션 등 페이스 메이크업 판매 호조 및 컬러 메이크업의 지속 성장으로 로드샵 및 면세 채널 고성장
- 신규 라인인 온라인 선판매, O2O 서비스 확대 ('테이크아웃' 서비스 런칭 등)를 통해 디지털 사업 강화
- 신제품 비중 확대, 유통 채널 믹스 개선으로 수익성 회복

	아모레퍼시픽-연결		
	2015 3Q	2016 3Q	YoY(%)
매출액	11,411	14,009	23
매출총이익	8,385	10,384	24
판매관리비	6,750	8,709	29
영업이익	1,634	1,675	2
이니스프리			
매출액	1,369	1,769	29
매출총이익	953	1,272	33
판매관리비	715	900	26
영업이익	238	372	56
에뛰드			
매출액	565	757	34
매출총이익	308	462	50
판매관리비	317	393	24
영업이익	-10	69	흑자전환

단위 : 억원

에스쁘아 매출 30% 성장, 영업손실 축소

- 프로테일러 파운데이션, 립스틱 노웨어, 수퍼데피니션 브러쉬, 퓨어 래디언스 글로우라이저 등 주요 제품 판매 호조로 매출 성장
- 매장 내 메이크업 스튜디오에서 다양한 고객 맞춤 서비스 제공, 프로페셔널 메이크업 브랜드 인지도 제고

에스트라 매출 9% 성장, 영업이익 흑자 전환

- 메디컬뷰티 성장률이 둔화 되었으나 이너뷰티 제품 판매 확대로 전체 매출 성장
- 효율적인 비용 관리를 통해 수익성 개선

아모스프로페셔널 매출 13% 성장, 영업이익 6% 감소

- 주요 제품 (녹차 실감, 트루싱크 염모제, 컬링 에센스 등) 판매 호조로 견고한 매출 성장
- 다양한 마케팅 활동(살롱 인스피레이션 행사, 화보 제작, 디지털 On-Hair 콘텐츠 확대)을 통해 브랜드 인지도 제고

	에스쁘아		
	2015 3Q	2016 3Q	YoY(%)
매출액	71	93	30
매출총이익	54	76	41
판매관리비	64	79	25
영업이익	-9	-3	적자축소
	에스트라		
매출액	230	250	9
매출총이익	46	55	19
판매관리비	53	51	-4
영업이익	-7	4	흑자전환
	아모스프로페셔널		
매출액	182	205	13
매출총이익	104	117	12
판매관리비	58	73	27
영업이익	46	44	-6

단위 : 억원

연결손익계산서

단위 : 억원

	2015 3Q		2016 3Q	
매출액	13,466	100.0%	16,543	100.0%
매출총이익	9,855	73.2%	12,353	74.7%
판매관리비	7,972	59.2%	10,157	61.4%
영업이익	1,883	14.0%	2,197	13.3%
영업외손익	138		-181	
법인세차감전순이익	2,021	15.0%	2,015	12.2%
연결당기순이익	1,521	11.3%	1,514	9.2%

연결재무상태표

단위 : 억원

	2015.12	2016.09
자산	61,480	68,892
유동자산	25,379	30,029
비유동자산	36,100	38,863
부채	12,602	13,911
유동부채	9,785	11,048
비유동부채	2,817	2,863
자본	48,878	54,981
자본금	445	445
주식발행초과금	6,730	6,730
자본잉여금	226	226
기타자본구성요소	-1,462	-1,462
기타포괄손익누계액	-92	-135
이익잉여금	19,481	22,229
비지배회사지분	23,551	26,948