



AMOREPACIFIC
GROUP

아모레퍼시픽 그룹 2016년 실적

- 1 2016년 성과 요약
- 2 주요 자회사 실적
- 3 2016년 4분기 성과 요약
- 4 연결재무제표 요약
- 5 2017년 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.

매출 18.3% 성장한 6조 6,976억원, 영업이익 18.5% 증가한 1조 828억원

부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

	2015년	2016년	YoY(%)
매출액	56,612	66,976	18.3
뷰티 계열사1)	58,031	69,504	19.8
非뷰티 계열사2)	1,617	1,834	13.4
기타3)	-3,036	-4,362	
	2015년	2016년	YoY(%)
영업이익 (이익률)	9,136 (16.1%)	10,828 (16.2%)	18.5
뷰티 계열사 (이익률)	9,108 (15.7%)	10,914 (15.7%)	19.8
非뷰티 계열사 (이익률)	26 (1.6%)	89 (4.9%)	237.7
기타	1	-175	
당기순이익 (이익률)	6,739 (11.9%)	8,115 (12.1%)	20.4

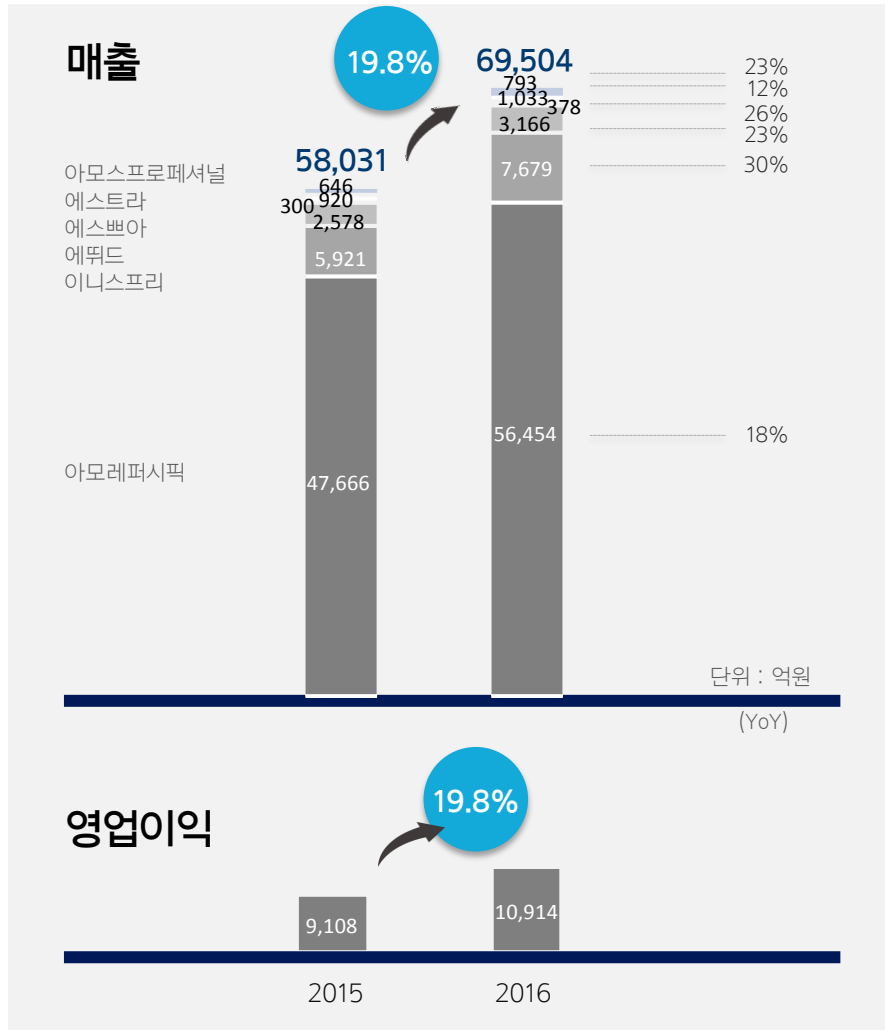
1)뷰티 계열사: 아모레퍼시픽, 이니스프리, 에뛰드, 에스쁘아, 에스트라, 아모스프로페셔널

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

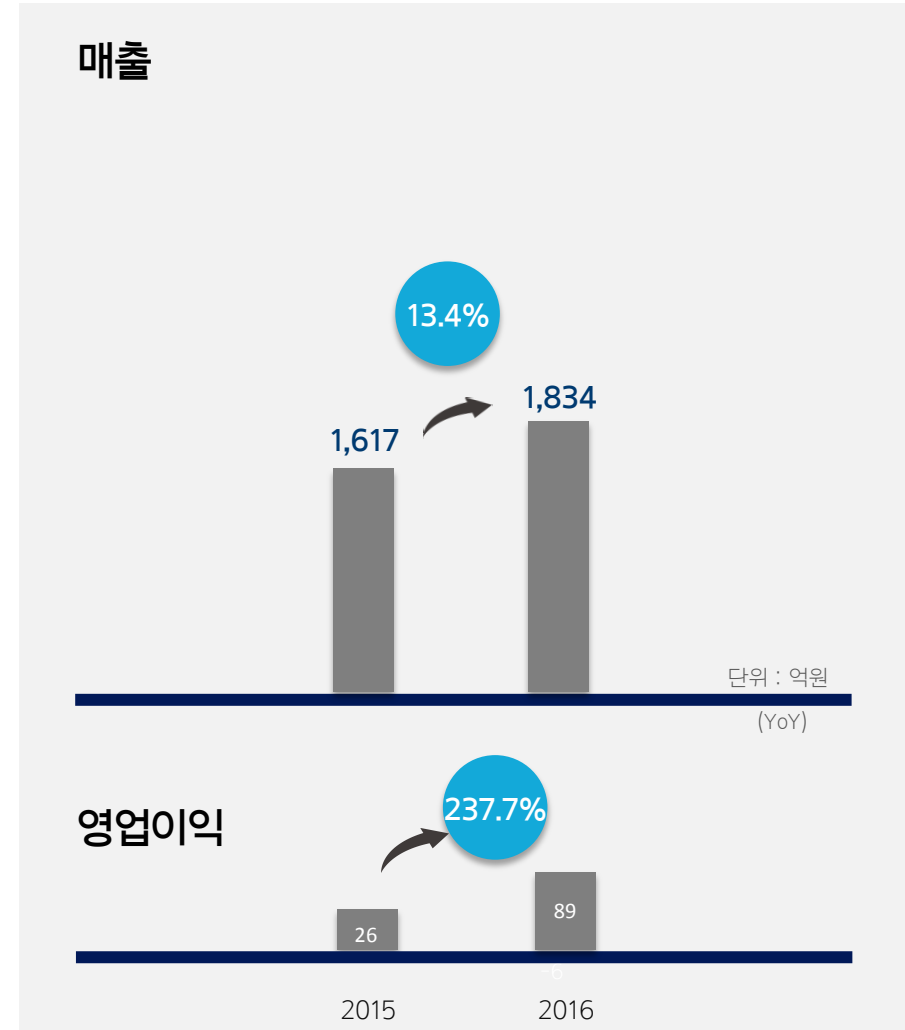
* 오설록농장: 구 장원

3)기타: 연결조정

뷰티 계열사



기타 계열사



아모레퍼시픽 매출 18% 성장, 영업이익 10% 증가

국내 화장품

- (Luxury) 아시아 대표 럭셔리 브랜드로의 위상 강화하며 견고한 질적 성장 달성, 설화수는 아시아 美의 가치를 대표하는 홀리스틱 뷰티 브랜드로 인지도 제고, 헤라는 'Seoulista' 브랜드 스토리 및 제품 라인을 강화하며 글로벌 확산을 위한 발판 마련, 면세 채널은 주요 브랜드 판매 확대에 견고한 성장 달성
- (Premium) 다양한 마케팅 활동 및 신제품 출시를 통해 주요 브랜드 핵심 가치 강화, 오프라인 매장 환경 및 모바일 플랫폼 강화로 아리따움 채널 리테일 전문성 제고, 디지털 채널은 질적 성장을 위한 기반 마련

Mass&OSulloc

- (Mass) 헤어 및 바디케어 카테고리 프리미엄화 지속, 품질 관리 프로세스 재정비
- (OSulloc) 상품 경쟁력 강화와 유통채널 재정비를 통한 오설록 브랜드 가치 제고

해외사업

- 중국 및 아세안 지역은 5대 글로벌 챔피언 브랜드 중심으로 신규 매장 확산 및 매출 고성장 지속
- 북미 사업은 지역 및 유통 확장으로 주요 브랜드 매출 성장, 시장 조사를 통해 성장 기회 탐색
- 유럽 사업은 주요 제품 판매 증가로 매출 성장

이니스프리 매출 30% 성장, 영업이익 56% 증가

- 글로벌 브랜드 캠페인(플레이그린 페스티벌, 그린크리스마스 캠페인 등) 및 매장 내 고객 경험 확산 (카페 결합형 매장, VR 런칭)을 통한 브랜드 매력도 제고
- 제주 헤리티지 상품(그린티 씨드세럼, 화산송이 마스크팩, 한란크림 등) 판매 확대 및 신규 제품 라인(용암해수라인, 마이쿠션 등) 출시로 매출 고성장
- 로드샵 점당 효율성 개선 및 온라인, 면세 채널 매출 성장으로 수익성 개선

에뛰드 매출 23% 성장, 영업이익 1,153% 증가

- 성공적인 신제품(플레이 101 스틱, 브라우 젤 틴트, 베리딜리셔스 라인 등) 출시로 견고한 매출 성장
- 기존점 매출 성장, 온라인과 면세 채널 매출 고성장, 유통 채널 효율화로 수익성 큰 폭으로 개선

	아모레퍼시픽-연결		
	2015	2016	YoY
매출액	47,666	56,454	18%
매출총이익	35,972	42,207	17%
판매관리비	28,243	33,726	19%
영업이익	7,729	8,481	10%
이니스프리			
매출액	5,921	7,679	30%
매출총이익	4,208	5,592	33%
판매관리비	2,952	3,627	23%
영업이익	1,256	1,965	56%
에뛰드			
매출액	2,578	3,166	23%
매출총이익	1,433	1,914	34%
판매관리비	1,409	1,619	15%
영업이익	24	295	1,153%

단위 : 억원

에스쁘아 매출 26% 성장, 영업손실 축소

- 립스틱 노웨어, 프로테일러 파운데이션, 슈퍼데피니션 브러쉬 등 주요 제품 판매 고성장으로 매출 성장 및 수익성 개선
- 프로페셔널 메이크업 전문 브랜드로의 매력도 강화

에스트라 매출 12% 성장, 영업이익 흑자전환

- 이너뷰티 제품 매출 성장 및 주요 메디컬 뷰티 브랜드(아토베리아)의 판매 확대로 매출 성장
- 효율적인 비용 관리를 통해 수익성 개선

아모스프로페셔널 매출 23% 성장, 영업이익 22% 증가

- '아모스' 대표 상품(녹차 실감, 트루싱크 염모제) 및 프리미엄 헤어 살롱 브랜드인 '아윤채' 판매 확대로 매출 증가
- 다양한 마케팅 활동(살롱 인스피레이션 행사, 화보 제작)으로 브랜드 인지도 강화

	에스쁘아		
	2015	2016	YoY
매출액	300	378	26%
매출총이익	231	311	35%
판매관리비	261	321	23%
영업이익	-30	-9	적자축소
	에스트라		
	2015	2016	YoY
매출액	920	1,033	12%
매출총이익	210	224	7%
판매관리비	213	203	-5%
영업이익	-3	21	흑자전환
	아모스프로페셔널		
	2015	2016	YoY
매출액	646	793	23%
매출총이익	364	464	28%
판매관리비	232	303	31%
영업이익	132	161	22%

단위 : 억원

매출 7.3% 성장한 1조 5,643억원, 영업이익 16.5% 감소한 1,344억원

부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

YTD	2015 4Q	2016 4Q	YoY(%)
매출액	14,576	15,643	7.3
뷰티 계열사1)	15,019	16,316	8.6
非뷰티 계열사2)	419	473	13.0
기타3)	-861	-1,146	
	2015 4Q	2016 4Q	YoY(%)
영업이익 (이익률)	1,610 (11.0%)	1,344 (8.6%)	-16.5
뷰티 계열사 (이익률)	1,605 (10.7%)	1,438 (8.8%)	-10.4
非뷰티 계열사 (이익률)	-1 (0.2%)	-27 (-5.7%)	적자확대
기타	6	-67	
당기순이익 (이익률)	920 (6.3%)	880 (5.6%)	-4.3

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

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

* 오설록농장: 구 장원

3)기타: 연결조정

연결손익계산서

단위 : 억원

	2015년		2016년	
	금액	비율	금액	비율
매출액	56,612	100.0%	66,976	100.0%
매출총이익	42,462	75.0%	50,567	75.5%
판매관리비	33,326	58.9%	39,739	59.3%
영업이익	9,136	16.1%	10,828	16.2%
영업외손익	80		55	
법인세차감전순이익	9,216	16.3%	10,883	16.2%
연결당기순이익	6,739	11.9%	8,115	12.1%

연결재무상태표

단위 : 억원

	2015.12	2016.12
	자산	61,480
유동자산	25,379	29,426
비유동자산	36,100	41,458
부채	12,602	15,215
유동부채	9,785	13,211
비유동부채	2,817	2,004
자본	48,878	55,669
자본금	445	445
주식발행초과금	6,730	6,730
자본잉여금	226	226
기타자본구성요소	-1,462	-1,460
기타포괄손익누계액	-92	-119
이익잉여금	19,481	22,510
비지배회사지분	23,551	27,336

처음처럼 (Back To Basics)

매출 10%, 영업이익 10% 성장 목표

Global | Digital | Retail

1 글로벌 확산

2 디지털 역량 제고

3 리테일 고도화

4 브랜드 특이성(Singularity) 강화

5 고단수(高段數) 경영 혁신

6 품질 혁신과 지속성장 고도화