



AMOREPACIFIC
GROUP

아모레퍼시픽 그룹 2018년 실적

- 1 2018년 성과 요약
- 2 주요 자회사 실적
- 3 2018년 4분기 성과 요약
- 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 소폭 증가한 6조 782억원, 영업이익 24.9% 감소한 5,495억원

부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

	2017년	2018년	YoY(%)
매출액	60,291	60,782	0.8
뷰티 계열사 ¹⁾	62,657	63,218	0.9
非뷰티 계열사 ²⁾	1,569	1,632	4.0
기타 ³⁾	-3,935	-4,068	
	2017년	2018년	YoY(%)
영업이익 (이익률)	7,315 (12.1%)	5,495 (9.0%)	-24.9
뷰티 계열사 (이익률)	7,275 (11.6%)	5,525 (8.7%)	-24.1
非뷰티 계열사 (이익률)	-46 (-3.0%)	-16 (-1.0%)	적자감소
기타 ³⁾	86	-14	
당기순이익 (이익률)	4,895 (8.1%)	3,763 (6.2%)	-23.1

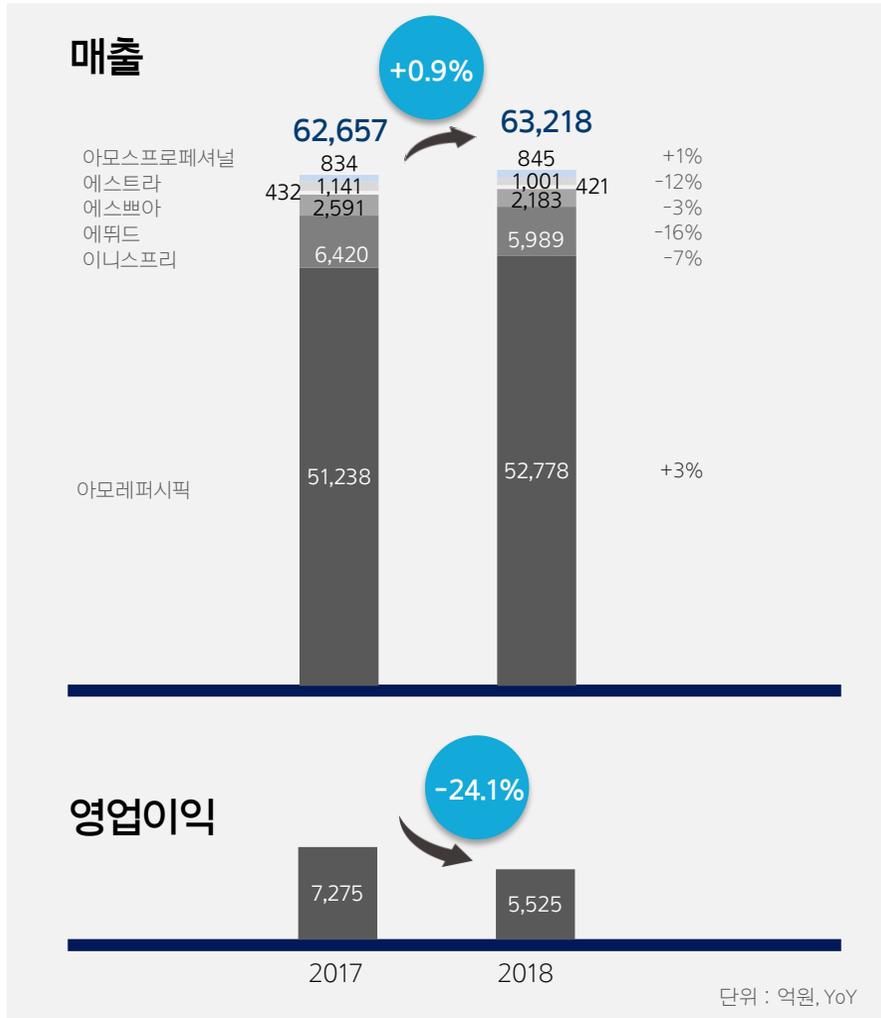
1)뷰티 계열사: 아모레퍼시픽, 이니스프리, 에뛰드, 에스쁘아, 에스트라, 아모스프로페셔널

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

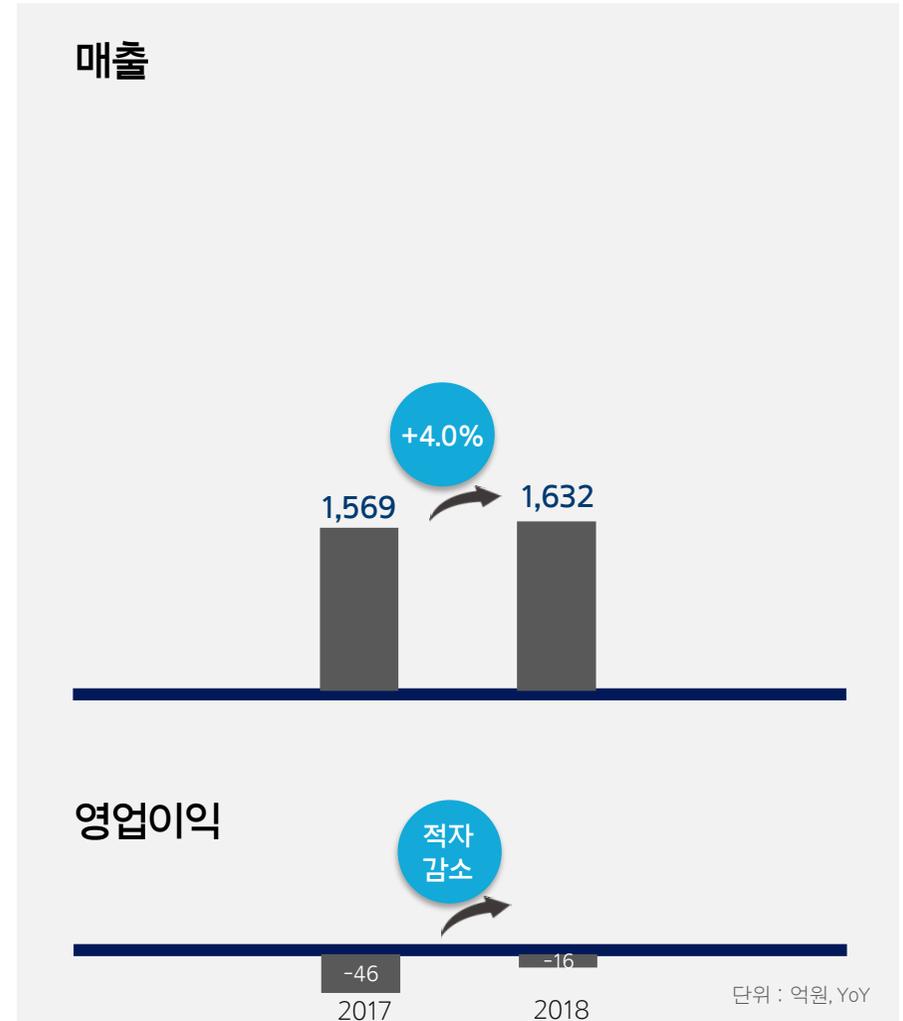
* 오설록농장: 구 장원

3)기타: 연결조정

뷰티 계열사



非뷰티 계열사



아모레퍼시픽 매출 3% 증가, 영업이익 19% 감소

국내 화장품

- (Luxury) 면세 채널 주요 브랜드 판매 확대가 전체 럭셔리 매출 성장 견인, 브랜드 경쟁력 강화를 위한 상품 포트폴리오 확대, 다양한 고객 체험 활동 및 디지털 커뮤니케이션 확대로 브랜드 스토리 발신
- (Premium) 홀소핑 브랜드 포트폴리오 조정으로 전체 매출 감소, 차별화된 신제품 출시로 메이크업 카테고리 매출 확대, 브랜드 체험 공간 다변화 및 다양한 오프라인 마케팅 활동을 통해 고객 소통 강화

Daily Beauty & 오설록

- (Daily Beauty) 디지털 매출 견고한 성장했으나 대형마트 등 오프라인 채널 매출 감소로 전체 매출 축소, 러 대표 제품 판매 호조로 브랜드 매출 성장, 브랜드별 핵심 제품 및 카테고리 집중하며 경쟁력 제고
- (Osulloc) 블렌디드차 및 소용량 DIY 제품 판매 확대로 전체 매출 성장, 직영물 리뉴얼 및 디지털 마케팅 강화로 온라인 매출 고성장

(국내 사업 영업이익) 인건비 등 판매관리비 확대로 영업이익감소

해외사업

- (아시아) 5대 브랜드의 제품 경쟁력 및 유통 포트폴리오 강화, 신규시장 진출 등 사업 확산 가속화
- (북미) 스킨케어 브랜드 중심 포트폴리오 강화 및 주요 제품 판매 호조로 견고한 매출 성장
- (유럽) 롤리타 렘피카 브랜드 라이선스 종료 영향으로 매출 감소, 구매패 리브랜딩으로 경쟁력 강화

(해외 사업 영업이익) 글로벌 사업 확대를 위해 브랜드 및 채널 투자 지속했으나 견고한 매출 성장에 따라 영업이익증가

이니스프리 매출 7%, 영업이익 25% 감소

- 온라인 채널 매출 확대했으나 로드샵 매출 축소로 전체 매출 및 영업이익 감소
- 차별화된 브랜드 캠페인 ('에코 손수건 캠페인', '플레이그린 페스티벌', '#피부팩트체크' 등) 및 새로운 멤버십 제도 도입으로 브랜드 매력도 제고
- 신제품 ('마이파운데이션', '비자시카밤', 'AA밴드' 등) 출시, 주력 스킨케어 라인 ('한란크림', '그린티 시드 세럼' 등) 지속 육성 통해 상품 경쟁력 강화

에뛰드 매출 16% 감소, 영업적자 전환

- 매장 축소 영향으로 로드샵 중심의 매출 하락, 적자 전환
- 신제품 ('미니 투 매치', '샤인시크 립라커', '세럼파운데이션' 등) 출시를 통한 제품 카테고리 다변화 및 고객 저변 확대
- 로드숍 매장 리뉴얼, 개인 맞춤형 컬러 서비스 공간 '컬러 팩토리' 확대 등 고객 체험형 매장 구축

	아모레퍼시픽-연결		
	2017	2018	YoY
매출액	51,238	52,778	3%
매출총이익	37,441	38,430	3%
판매관리비	31,477	33,610	7%
영업이익	5,964	4,820	-19%
이니스프리			
매출액	6,420	5,989	-7%
매출총이익	4,392	4,095	-7%
판매관리비	3,313	3,291	-1%
영업이익	1,079	804	-25%
에뛰드			
매출액	2,591	2,183	-16%
매출총이익	1,489	1,190	-20%
판매관리비	1,447	1,452	0%
영업이익	42	-262	적자전환

단위 : 억원

에스쁘아 매출 3% 감소, 영업이익자 지속

- 로드숍 축소 영향으로 매출 소폭 하락했으나 멀티브랜드 채널 진출하며 브랜드 접근성 확대
- SNS 고객 소통 증대 및 디지털 채널 마케팅 집중하여 밀레니얼 고객 대응 강화

에스트라 매출 12%, 영업이익 73% 감소

- 이너뷰티 제품 판매 확대 했으나 필러 사업 '클레비엘' 매각 및 의약품 생산 축소로 전체 매출 및 영업이익 하락
- 에스트라의 '365' 라인 신규 출시 및 멀티브랜드 채널 진입, 고객 접점 다변화

아모스프로페셔널 매출 1% 증가, 영업이익 2% 감소

- 다양한 신제품 ('It's Glow', '퍼펙트 리뉴 그린티 액티브', '새틴 플레저 오일' 등) 출시를 통한 헤어 전문 브랜드 경쟁력 제고
- 모바일 살롱 플랫폼 확장 및 소셜 미디어 마케팅 확대로 디지털 경쟁력 강화

	에스쁘아		
	2017	2018	YoY
매출액	432	421	-3%
매출총이익	345	336	-2%
판매관리비	363	354	-2%
영업이익	-18	-18	적자지속
	에스트라		
매출액	1,141	1,001	-12%
매출총이익	239	175	-27%
판매관리비	206	166	-19%
영업이익	34	9	-73%
	아모스프로페셔널		
매출액	834	845	1%
매출총이익	506	521	3%
판매관리비	331	349	6%
영업이익	175	171	-2%

단위 : 억원

매출 4.1% 증가한 1조 3,976억원, 영업이익 81.8% 감소한 164억원

부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

	2017 4Q	2018 4Q	YoY(%)
매출액	13,421	13,976	4.1
뷰티 계열사 ¹⁾	13,988	14,493	3.6
非뷰티 계열사 ²⁾	421	422	0.1
기타 ³⁾	-988	-938	
	2017 4Q	2018 4Q	YoY(%)
영업이익 (이익률)	903 (6.7%)	164 (1.2%)	-81.8
뷰티 계열사 (이익률)	920 (6.6%)	197 (1.4%)	-78.6
非뷰티 계열사 (이익률)	3 (0.6%)	-2 (-0.5%)	적자전환
기타 ³⁾	-20	-30	
당기순이익 (이익률)	209 (1.6%)	-205 (-1.5%)	적자전환

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

	2017		2018	
	금액	비율	금액	비율
매출액	60,291	100.0%	60,782	100.0%
매출총이익	44,149	73.2%	44,595	73.4%
판매관리비	36,834	61.1%	39,100	64.3%
영업이익	7,315	12.1%	5,495	9.0%
영업외손익	-332		-146	
법인세차감전순이익	6,983	11.6%	5,348	8.8%
연결당기순이익	4,895	8.1%	3,763	6.2%

연결재무상태표

단위 : 억원

	2017.12	2018.12
	자산	73,352
유동자산	25,260	24,896
비유동자산	48,092	48,977
부채	14,033	11,449
유동부채	11,708	8,976
비유동부채	2,324	2,473
자본	59,320	62,425
자본금	445	445
주식발행초과금	6,730	6,730
자본잉여금	226	226
기타자본구성요소	-1,460	-1,460
기타포괄손익누계액	-194	-210
이익잉여금	24,226	25,458
비지배회사지분	29,347	31,236

“변화를 즐기자” (Exciting Changes)

매출 10%, 영업이익 24% 성장 목표

1 혁신 상품 개발

2 고객 경험 강화

3 디지털 혁신

4 글로벌 확산

5 미래 경영 체질 전환

6 지속 가능 경영 및 고물입 조직