



---

AMOREPACIFIC  
GROUP

---

## 아모레퍼시픽 그룹 2019년 실적

1. 2019년 성과 요약
2. 주요 자회사 실적
3. 2019년 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 3.4% 증가한 6조 2,843억 원, 영업이익 9.3% 감소한 4,982억 원

## 부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

	2018년	2019년	YoY(%)
<b>매출액</b>	<b>60,782</b>	<b>62,843</b>	<b>+3.4</b>
뷰티 계열사 <sup>1)</sup>	63,218	65,533	+3.7
非뷰티 계열사 <sup>2)</sup>	1,632	1,870	+14.6 (LFL +6.6) <sup>4)</sup>
기타 <sup>3)</sup>	-4,068	-4,560	
	2018년	2019년	YoY(%)
<b>영업이익 (이익률)</b>	<b>5,495 (9.0%)</b>	<b>4,982 (7.9%)</b>	<b>-9.3</b>
뷰티 계열사 (이익률)	5,525 (8.7%)	4,955 (7.6%)	-10.3
非뷰티 계열사 (이익률)	-16 (-1.0%)	69 (3.7%)	흑자전환 (LFL 흑자전환) <sup>4)</sup>
기타 <sup>3)</sup>	-14	-42	
<b>당기순이익 (이익률)</b>	<b>3,763 (6.2%)</b>	<b>2,690 (4.3%)</b>	<b>-28.5</b>

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

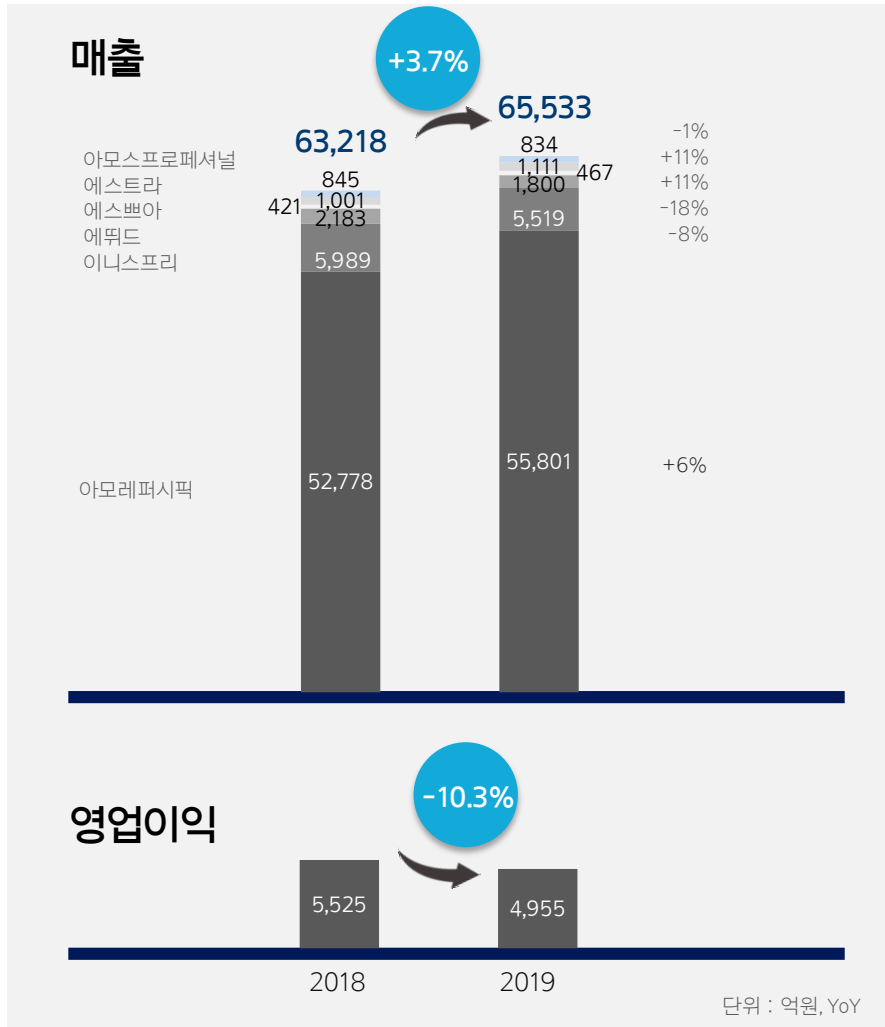
2) 非뷰티 계열사: 아모레퍼시픽그룹, 퍼시픽글라스, 퍼시픽패키지, 오설록농장\*, 오설록

\*오설록농장: 구 장원

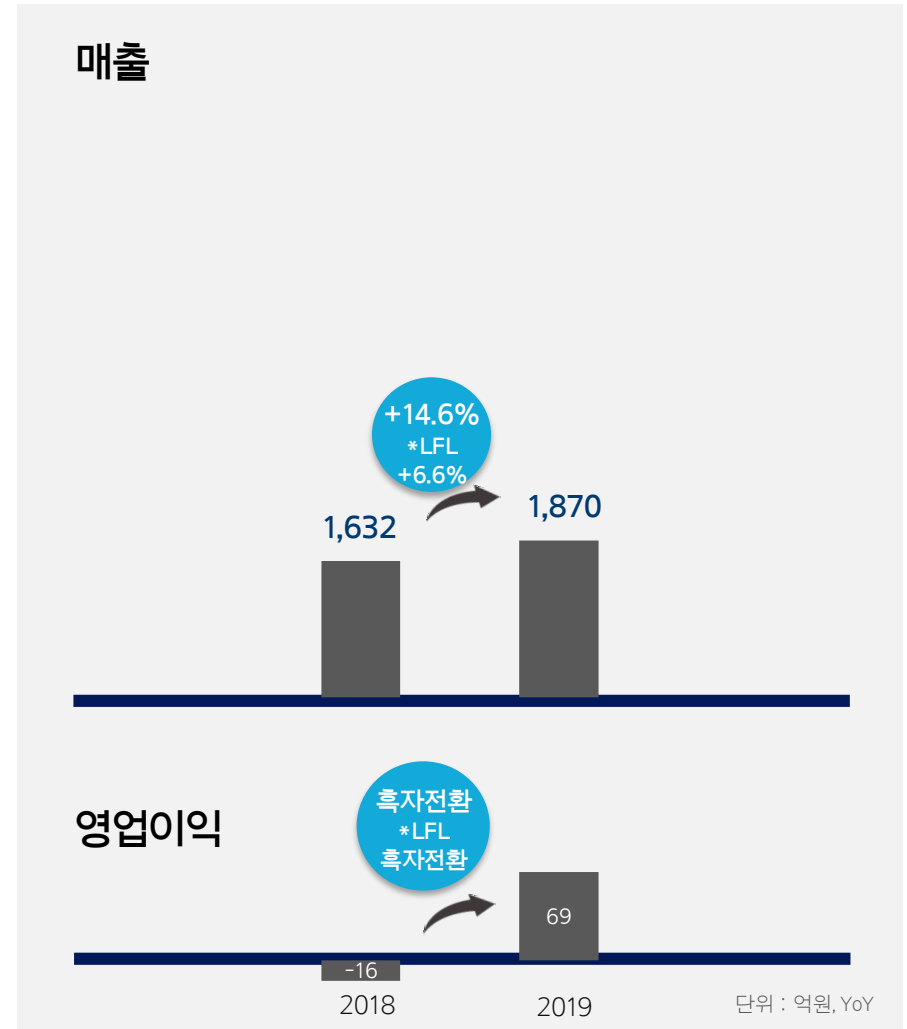
3) 기타: 연결조정

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 6% 증가, 영업이익 11% 감소**

**국내 화장품**

- (Luxury) 설화수 매출 확대가 전체 럭셔리 매출 견인. 프리메라, 아모레퍼시픽도 매출 성장하며 럭셔리 브랜드 포트폴리오 강화, 혁신 신제품 출시 및 리뉴얼 통해 브랜드별 핵심 카테고리 육성, 제품 경쟁력 강화, 고객 소통형 온/오프라인 마케팅으로 브랜드 매력도 제고
- (Premium) 아리따움 매출은 역성장했으나 온라인, 멀티브랜드숍 등 신규 채널 점점 확대 및 대응 강화로 전체 매출 성장, 혁신 제품 육성으로 브랜드 성장 기반 마련

**Daily Beauty**

- (Daily Beauty) 러 브랜드 중심의 헤어 카테고리 매출 확대로 전체 부문 매출 성장, 디지털 채널 커버리지 확대 및 신규 브랜드(일리움, 프레시팝) 집중 육성을 통한 온라인 성장 가속화, 성장채널 집중 육성을 위한 오프라인 채널 포트폴리오 재정비를 통해 성장의 기반 마련

(국내 사업 영업이익) 성장채널 중심 주요 브랜드 매출 확대 및 비용 효율화로 영업이익 증가

**해외사업**

- (아시아) 채널 포트폴리오 다변화 및 브랜드 경쟁력 강화 활동 전개
- (북미) 주요 브랜드 판매 확대 및 채널 포트폴리오 강화로 견고한 매출 성장
- (유럽) 프랑스 내수 수요 저하로 구매편 파리 매출 감소, 라네즈 유럽 멀티브랜드숍 입점 및 판매 강화로 스킨케어 시장 대응

(해외 사업 영업이익) 신규 국가/채널 투자 확대 및 마케팅비 증가로 영업이익 감소

**이니스프리 매출 8% 감소, 영업이익 22% 감소**

- 로드숍, 면세 채널 매출 하락하며 영업이익 감소
- 기능성 자연주의를 강조한 신제품 ('왕벚꽃 톤업크림', '링클 사이언스 스팟 트리트먼트', '그린티 프로바이오틱스 크림' 등) 출시 지속하며 영밀레니얼 고객 대응 강화
- 매장 내 체험형 콘텐츠를 강화한 '강남 플래그십 스토어', 브랜드 체험관 '제주하우스' 리뉴얼 오픈 하며 차별화된 고객 경험 확대

**에뛰드 매출 18% 감소, 영업적자 축소**

- 디지털 채널 집중하며 온라인 매출은 성장했으나, 로드숍 및 면세 채널 하락으로 전체 매출 감소, 직영점 축소 등 비용 효율화 통해 영업적자는 축소
- 다양한 콜라보 제품 ('킷캣 콜라보 컬러 아이즈 미니 키트', '디즈니 선 콜라보', 'bpb 콜라보레이션 키트' 등) 출시하며 브랜드 매력도 제고

	아모레퍼시픽-연결		
	2018	2019	YoY
매출액	52,778	55,801	+6%
매출총이익	38,430	40,796	+6%
판매관리비	33,610	36,518	+9%
영업이익	4,820	4,278	-11%
이니스프리			
매출액	5,989	5,519	-8%
매출총이익	4,095	3,486	-15%
판매관리비	3,291	2,860	-13%
영업이익	804	626	-22%
에뛰드			
매출액	2,183	1,800	-18%
매출총이익	1,190	945	-21%
판매관리비	1,452	1,131	-22%
영업이익	-262	-185	적자축소

단위 : 억원

**에스쁘아 매출 11% 증가, 영업이익 흑자 전환**

- 멀티브랜드숍 입점 지속하며 고객 접점 다변화, 직영점 축소를 통한 비용 효율화로 영업이익 흑자전환
- 분기별 메이크업 룩 제안 ('컬러풀 누드', '뮤트 로즈', 'Be Glow' 등) 및 상품 연계 판매 강화
- SNS 채널 내 고객 소통 플랫폼(#CrewSays) 통한 상품 개발, 소름 매장 통한 맞춤형 서비스 제공 등 고객과의 소통 확대

**에스트라 매출 11% 증가, 영업이익 655% 증가**

- 신규 라인(365라인) 출시에 따른 제품 카테고리 다변화 및 멀티브랜드 채널 확장으로 매출, 영업이익 확대
- 인플루언서 협업, 브랜드 모델 발탁 등을 통해 디지털 마케팅 확대 및 브랜드 인지도 강화

**아모스프로페셔널 매출 -1% 감소, 영업이익 -2% 감소**

- 헤어케어 시장 경쟁 심화로 매출 및 영업이익 소폭 하락
- 대표 라인 '녹차실감' 리뉴얼, 손상/건조모발 위한 '모이스트 에센스' 출시 등 상품 경쟁력 제고
- 헤어 전문 영상 콘텐츠 플랫폼 '아모스 TV' 오픈하며 디지털 소통 강화

	에스쁘아		
	2018	2019	YoY
매출액	421	467	+11%
매출총이익	336	350	+4%
판매관리비	354	349	-1%
영업이익	-18	1	흑자전환
	에스트라		
매출액	1,001	1,111	+11%
매출총이익	175	258	+47%
판매관리비	166	190	+14%
영업이익	9	68	+655%
	아모스프로페셔널		
매출액	845	834	-1%
매출총이익	521	518	-0.4%
판매관리비	349	350	+0.2%
영업이익	171	168	-2%

단위 : 억원

매출 7.5% 증가한 1조 5,025억 원, 영업이익 281.0% 증가한 625억 원

## 부문별 매출 및 영업이익

단위 : 억원

	2018 4Q	2019 4Q	YoY(%)
<b>매출액</b>	<b>13,976</b>	<b>15,025</b>	<b>+7.5</b>
뷰티 계열사 <sup>1)</sup>	14,493	15,475	+6.8
非뷰티 계열사 <sup>2)</sup>	422	601	+42.7 (LFL +11.9) <sup>4)</sup>
기타 <sup>3)</sup>	-938	-1,051	
	2018 4Q	2019 4Q	YoY(%)
<b>영업이익 (이익률)</b>	<b>164 (1.2%)</b>	<b>625 (4.2%)</b>	<b>+281.0</b>
뷰티 계열사 (이익률)	197 (1.4%)	596 (3.9%)	+203.3
非뷰티 계열사 (이익률)	-2 (-0.5%)	6 (1.0%)	흑자전환 (LFL 흑자전환) <sup>4)</sup>
기타 <sup>3)</sup>	-30	23	
<b>당기순이익 (이익률)</b>	<b>-205 (-1.5%)</b>	<b>-811 (-5.4%)</b>	<b>적자심화</b>

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

### 연결손익계산서

단위 : 억원

	2018		2019	
	금액	비율	금액	비율
매출액	60,782	100.0%	62,843	100.0%
매출총이익	44,595	73.4%	46,424	73.9%
판매관리비	39,100	64.3%	41,442	65.9%
영업이익	5,495	9.0%	4,982	7.9%
영업외손익	-146		-669	
법인세차감전순이익	5,348	8.8%	4,314	6.9%
연결당기순이익	3,763	6.2%	2,690	4.3%

### 연결재무상태표

단위 : 억원

	2018.12	2019.12
	자산	73,874
유동자산	24,896	29,059
비유동자산	48,977	53,643
부채	11,449	18,033
유동부채	8,976	12,165
비유동부채	2,473	5,868
자본	62,425	64,670
자본금	445	480
주식발행초과금	6,730	9,037
자본잉여금	226	-217
기타자본구성요소	-1,460	-1,960
기타포괄손익누계액	-210	-149
이익잉여금	25,458	26,439
비지배회사지분	31,236	31,039

## “변화를 즐기자” (Exciting Changes)

1 브랜드 경쟁력 강화

2 고객 경험 강화

3 옴니 디지털 루프 구현

4 글로벌 투트랙 성장 가속화

5 사업구조 최적화

6 조직 문화 혁신