



# AMORE PACIFIC

2024년 2분기 실적

2024. 8. 6



# AMORE PACIFIC CONTENTS

- 1 2024년 2분기 실적
- 2 국내 사업 현황
- 3 해외 사업 현황
- 4 연결재무제표 요약
- 5 BY25 경영방침

## DISCLAIMER

본 자료는 한국채택국제회계기준(K-IFRS)에 근거하여 작성된 연결기준 잠정 영업실적입니다.  
투자자 여러분의 편의를 위하여 참고용으로 제작되었으며, 외부감사인의 감사가 완료되지 않은 상태에서 작성되었으므로  
내용 중 일부는 외부감사인의 최종 감사 과정에서 변경될 수 있습니다.  
본 자료에서 제공되는 정보에 근거하여 발생하는 투자 결과에 대해서 회사는 어떠한 책임을 지지 않음을 알려 드립니다.

# 2024년 2분기 실적

매출 4.3% 하락한 9,048억원, 영업이익 29.5% 감소한 42억원

(단위: 억원)

|                   | 2023 2Q | 매출 비중(%) | 2024 2Q | 매출 비중(%) | YoY(%) |
|-------------------|---------|----------|---------|----------|--------|
| 매출액 <sup>1)</sup> | 9,454   | 100.0    | 9,048   | 100.0    | -4.3   |
| 국내                | 5,550   | 58.7     | 5,119   | 56.6     | -7.8   |
| 럭셔리               | 3,017   | 31.9     | 2,811   | 31.1     | -6.8   |
| 프리미엄              | 1,176   | 12.5     | 1,217   | 13.4     | +3.5   |
| 데일리뷰티             | 959     | 10.1     | 885     | 9.8      | -7.7   |
| 기타 <sup>2)</sup>  | 397     | 4.2      | 206     | 2.3      | -48.2  |
| 해외                | 3,723   | 39.4     | 3,815   | 42.2     | +2.5   |
| 중화권               | 1,934   | 20.5     | 1,077   | 11.9     | -44.3  |
| 기타 아시아            | 919     | 9.7      | 1,146   | 12.7     | +24.8  |
| 서구권               | 871     | 9.2      | 1,591   | 17.6     | +82.7  |
| 영업이익              | 59      | 0.6      | 42      | 0.5      | -29.5  |

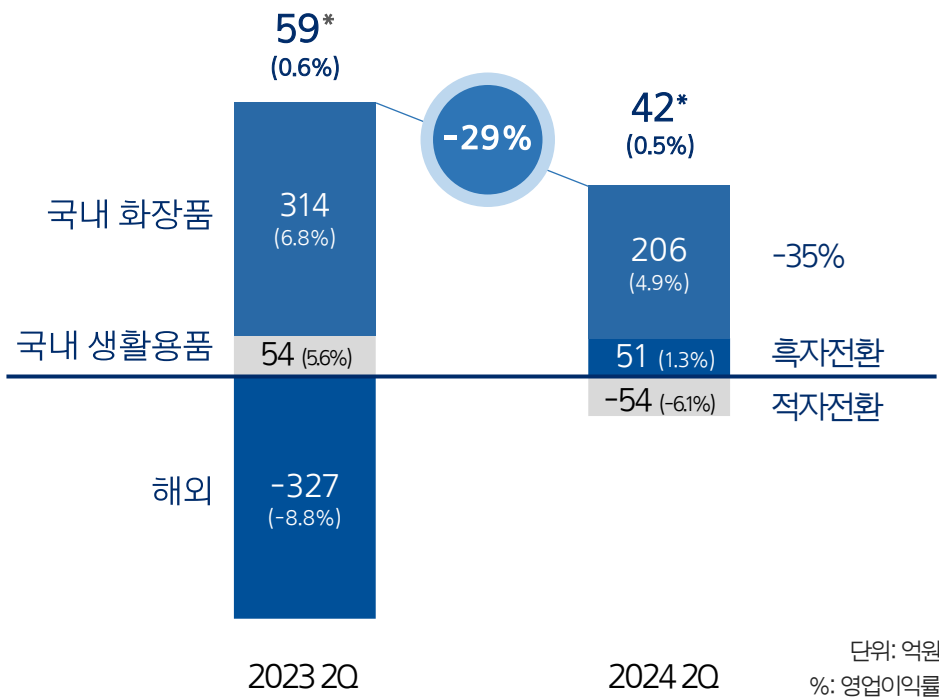
1) 코스알엑스, 코스비전, 위드림 등 실적 및 연결조정 포함 기준. 코스알엑스는 '24년 5~6월 실적 연결 편입

2) OEM, 임대료수익 등

# 2024년 2분기 영업이익

## 영업이익 29.5% 감소한 42억원

국내 영업이익은 화장품 부문 이익 감소 및 데일리뷰티 부문 적자전환하며 전년대비 58.7% 하락  
해외 영업이익은 코스알엑스 실적 편입 효과로 흑자전환



### 국내 사업

- 럭셔리 브랜드 매출 하락하며 화장품 부문 영업이익 감소
- 면세 및 뉴커머스(방문판매) 채널 매출 하락으로 국내 영업이익 전년대비 감소 (국내 매출 대비 면세 채널 비중 16%)
- 데일리뷰티 부문 신성장 채널(e커머스, MBS\*\*)과 프리미엄 제품 마케팅 투자 확대로 국내 생활용품 영업이익 적자 전환

### 해외 사업

- 중화권 적자 불구하고 기타 아시아 매출 성장으로 아시아 지역 전체 영업이익 적자 축소
- 중화권 제외한 기타 아시아 및 서구권(미국, EMEA)은 코스알엑스 실적 편입 효과로 매출 성장하며 두 자릿수 수익성 기록

\* 전사 영업이익은 코스알엑스, 코스비전, 위드림 등 실적 및 연결조정 포함 기준

\*\* MBS: Multi-brand Shop

# 2024년 2분기 비용/손익

경영주기 마감에 따른 임직원 성과급 지급 및 코스알엑스 편입으로 인건비 5%, 무형자산 상각비용 증가로 감가상각비 6% 증가  
면세 채널 매출 하락에 따른 유통수수료 감소로 수수료 13% 감소

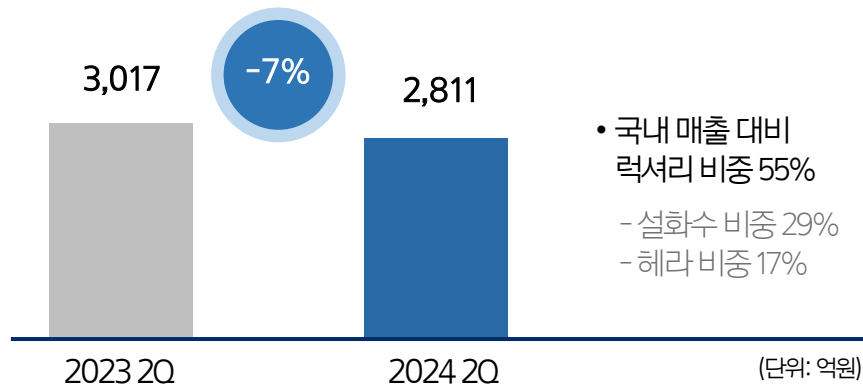
(단위: 억원)

|                     | 2023 2Q | 매출 비중(%) | 2024 2Q | 매출 비중(%) | YoY(%)  |
|---------------------|---------|----------|---------|----------|---------|
| 매출액                 | 9,454   | 100.0    | 9,048   | 100.0    | -4.3    |
| 매출원가                | 3,013   | 31.9     | 2,667   | 29.5     | -11.5   |
| 매출총이익               | 6,440   | 68.1     | 6,381   | 70.5     | -0.9    |
| 판매관리비               | 6,381   | 67.5     | 6,339   | 70.1     | -0.7    |
| 인건비 <sup>1)</sup>   | 1,429   | 15.1     | 1,497   | 16.5     | +4.7    |
| 광고판촉비 <sup>2)</sup> | 1,627   | 17.2     | 1,581   | 17.5     | -2.9    |
| 수수료 <sup>3)</sup>   | 1,934   | 20.5     | 1,692   | 18.7     | -12.5   |
| 감가상각비 <sup>4)</sup> | 444     | 4.7      | 472     | 5.2      | +6.4    |
| 영업이익                | 59      | 0.6      | 42      | 0.5      | -29.5   |
| 당기순이익               | 193     | 2.0      | 5,306   | 58.6     | +2648.3 |

- 1) 인건비: 급여 및 퇴직급여, 복리후생비  
2) 광고판촉비: 광고선전비, 판매촉진비  
3) 수수료: 지급수수료, 유통수수료  
4) 감가상각비: 감가상각비, 무형자산상각비

# 2024년 2분기 국내 부문별 매출

## LUXURY



- 면세, 뉴커머스 매출 하락하며 럭셔리 화장품 부문 매출 하락했으나, 신성장 채널 대응 강화로 MBS, e커머스 매출 성장
- 핵심 제품 경쟁력 강화 통한 성장 기반 마련
  - [설화수] '자음생' 라인 중심 'Hero Re'boost 캠페인 전개로 '윤조', '자음생' 라인 매출 비중 확대
  - [헤라] '블랙 쿠션 파운데이션' 리뉴얼 출시하며 견고한 매출 성장 지속
  - [바이탈뷰티] '메타그린' 라인 (메타그린 칼로리컷 젤리 신규 출시) 신성장 채널 대응력 강화, 올리브영 고객 판매 기네스 달성(5월)
- 브랜드 헤리티지 발신을 통한 럭셔리 브랜드 자산 강화
  - [설화수] '인삼장' 팝업스토어 진행 및 인삼 헤리티지 자산 강화, 가정의 달 Mother's day 캠페인 전개로 럭셔리 선물 브랜드 이미지 제고
  - [헤라] '블랙 쿠션 파운데이션' 런칭 팝업스토어 운영 및 No.1\* 쿠션 파운데이션 스토리 강화로 서울 뷰티 브랜드로서의 아이덴티티 공고화
  - [구딸] '쁘띠쉐리' 팝업스토어 진행으로 럭셔리 향 브랜드 이미지 강화



설화수 팝업스토어 '인삼장'



헤라 '블랙 쿠션 파운데이션'



바이탈뷰티 '메타그린 칼로리컷 젤리'

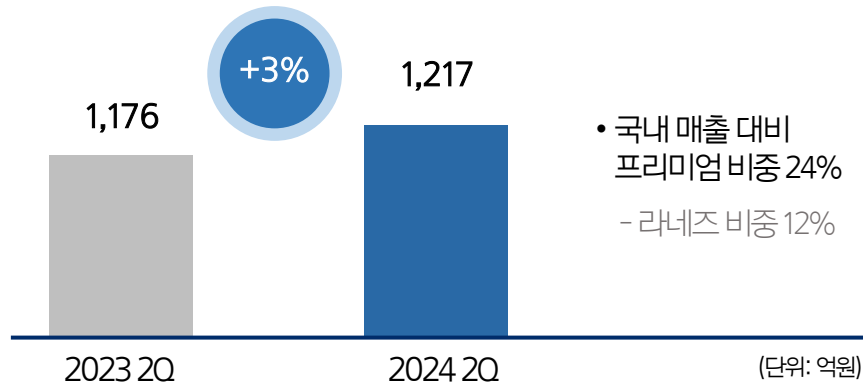


구딸 팝업스토어 '쁘띠쉐리'



# 2024년 2분기 국내 부문별 매출

## PREMIUM

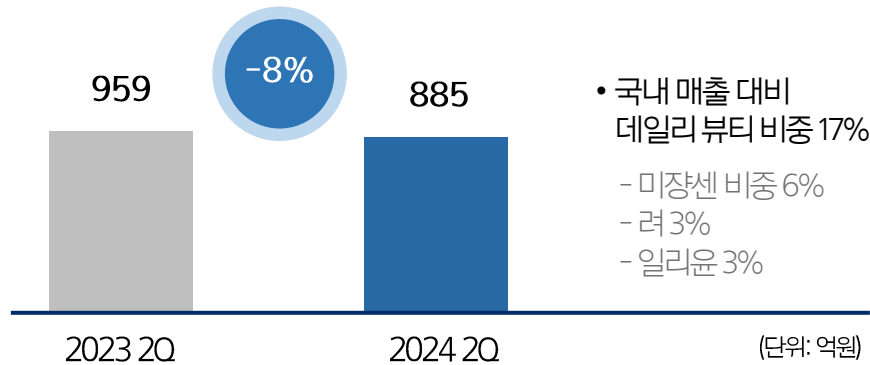


- 라네즈, 에스트라 등 주요 브랜드의 MBS, 순수 국내 e커머스 매출 성장 지속, 코스알엑스 편입되며 전체 프리미엄 부문 매출 확대
- 브랜드별 대표 제품 매력도 강화 및 판매 호조
  - [라네즈] '네오라인' 바오패밀리 리미티드 에디션 출시하며 바이럴 형성, 올리브영 및 국내 e커머스 채널 매출 견인
  - [에스트라] '리제덤 365 모공탄력세럼' 중심 슬로에이징 캠페인 전개, 올리브영 더마 카테고리 매출 1위 수성, 쿠팡 상반기 베스트 어워즈 수상 등 브랜드 위상 제고
  - [한울] 이슬로 작가 협업 '어린썩' 판매 호조, 네이버 (5월 슈퍼뷰티워크) 기네스 매출 달성
  - [코스알엑스] '스네일 뮤신 에센스', '더 6 펩타이드 세럼' 중심 매출 확대
- 브랜드 경험 오프라인 마케팅 전개하며 고객 대응력 제고
  - [에스트라] '리제덤 슬로우하우스' 팝업스토어 오픈 및 '7일 모공진단 서비스' 마련
  - [아이오페] 임영웅 콘서트 단독 스폰서 참여 '아이오페 레티놀 히어로' 부스 운영



# 2024년 2분기 국내 부문별 매출

## DAILY BEAUTY



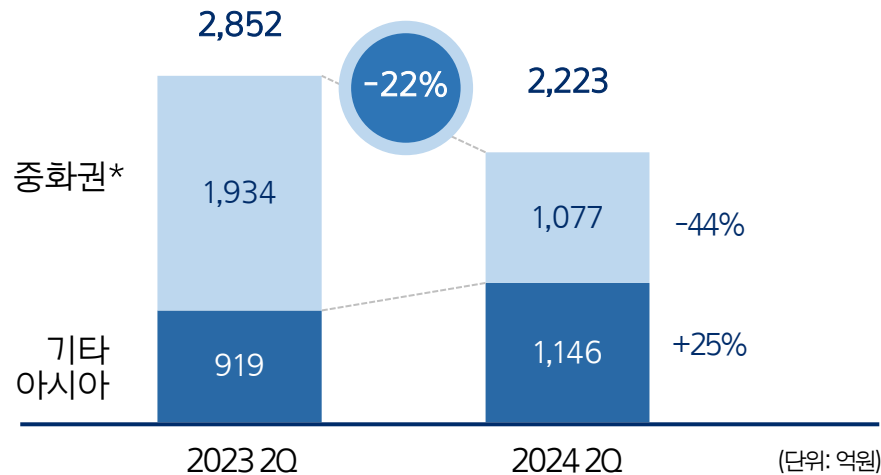
- 핵심 제품 및 프리미엄 라인 매출 성장했으나, 마트 및 글로벌 e커머스 채널 내 제품 포트폴리오 정비로 전체 매출 하락
- 하절기 트렌드에 맞추어 바디 트러블 케어, 쿨링 등 Young 고객 니즈 반영한 신제품 출시하며 멀티브랜드숍 매출 지속 성장
  - [일리운] '시카 클리어 라인' 출시하며 바디 트러블 기능성 제품 다변화 및 올리브영 내 입지 공고화 ('시카 클리어 바디미스트', 4월 올리브영 바디미스트 부문 판매 1위)
  - [라보에이치] '두피 쿨링&노세범 샴푸' 출시 및 멀티브랜드숍 판매 호조
  - [해피바스] 여드름성 바디 트러블 완화 및 쿨링 효과 탑재한 기능성 라인 '딥클린 바디워시' 출시 (올리브영 등 신성장 채널 선택적 입점)
- 탈모 케어, 감성 향 핵심 제품 통해 국내·외 헤어케어 리더십 제고
  - [러] '루트젠 탈모증상 전문케어 헤어볼륨필러' 출시하며 탈모 헤어케어 카테고리 전문성 강화
  - [롱테이크] '샌달우드 샴푸', 글로벌 e커머스 통해 중국 Tmall Global 진출. 6·18 쇼핑절 행사에서 글로벌 신규 런칭 브랜드 매출 Top1 기록





# 2024년 2분기 해외 지역별 매출

## ASIA



### • 중화권 매출 44% 하락

- 중국 법인 사업 구조 개선을 위한 주요 e커머스 채널 재고 조정 및 오프라인 매장 효율화 영향으로 전체 매출 하락
- 설화수 주요 KOL 협업 '자음생' 라인 판매 집중, '진설수/유액' 출시하며 고가 라인 포트폴리오 확대
- 라네즈 '스킨베일베이스' 리뉴얼 판매 호조, 'Shina Beauty Awards' 수상 등 대표 제품 입지 제고

### • 기타 아시아 (동남아시아, 일본 등) 매출 25% 성장

- [동남아] 설화수 고가 라인('자음생', '진설') 중심 매출 성장, 에스트라 태국 신규 진출 및 코스알엑스('더6 펩타이드' 호실적 지속) 편입되며 전체 매출 증가. 라네즈 슬리핑 라인('바운시안팜슬리핑마스크') 마케팅 강화로 판매 호조
- [일본] 로프트 협업 '아모레퍼시픽 페스티벌' 개최 등 MBS/e커머스 채널 마케팅 및 접점 확대하며 라네즈, 에스트라, 헤라 매출 확대, 코스알엑스 편입되며 일본 전체 매출 성장



설화수 '진설수/유액' 출시 (중국)



라네즈 '스킨베일베이스' Shina Beauty Awards 수상 (중국)



에스트라 태국 시장 신규 진출 (동남아시아)

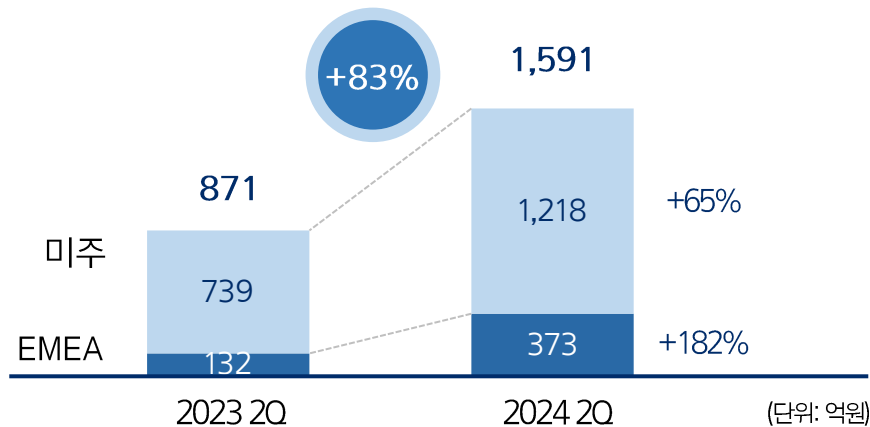


로프트 협업 '아모레퍼시픽 페스티벌' 개최 (일본)

\* 중화권: 중국 본토, 홍콩 특별행정구, 대만 지역

# 2024년 2분기 해외 지역별 매출

## WESTERN REGION



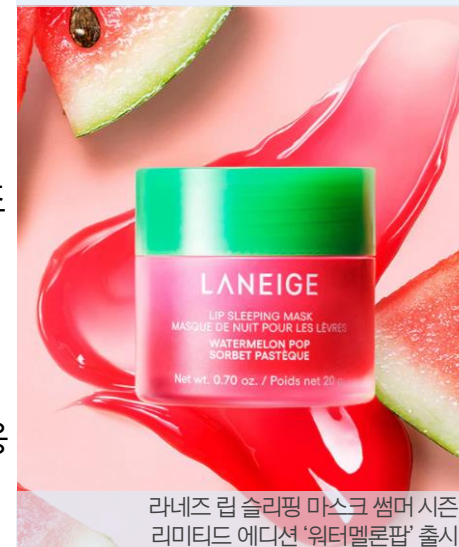
- 미주 코스알엑스 실적 편입 및 주요 브랜드 매출 증대로 전체 매출 65% 성장
  - 코스알엑스 주요 제품 '스네일 뮤신 에센스' 아마존 1위 수성하며 판매 호조
  - 라네즈 세포라 채널 내 스킨케어(크림스킨, '워터뱅크라인') 매출 확대 및 썸머 시즌 리미티드 에디션('워터멜론팝립슬리핑마스크') 출시하며 립 카테고리 리더십 강화
  - 이니스프리 세포라 및 아마존 채널에서 선케어 제품('데일리UV/미네랄선스크린') 판매 호조
  - 설화수 Mother's Day, Memorial Day 등 가정의 달 캠페인 전개하며 온라인 매출 확대
- EMEA 라네즈 매출 성장 및 코스알엑스 인수 효과로 전체 매출 182% 확대
  - 라네즈 영국 뷰티 리테일 채널 'Boots' 온/오프라인 공식 론칭하며 채널 다변화, 유럽·중동 Sephora 채널 '바운시&폼 슬리핑 마스크' 출시하며 'Slow Aging' 트렌드 대응
  - 이니스프리 멀티브랜드숍 입점 매장 확장하며 브랜드 인지도 제고
  - 코스알엑스 노르웨이, 스웨덴, 폴란드 등 신규 국가 채널 확장 통한 고객 접점 확대



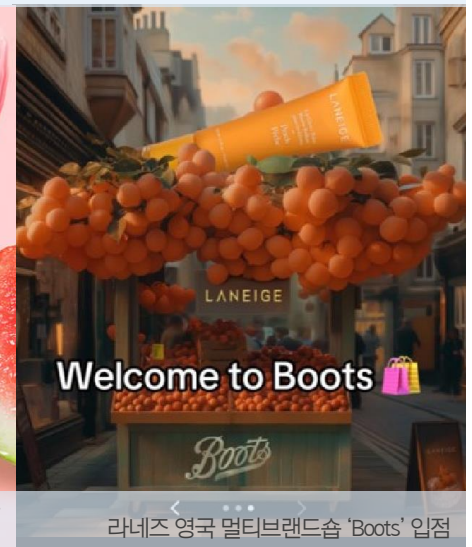
코스알엑스 '스네일 뮤신 에센스'



설화수 가정의 달 글로벌 캠페인 전개



라네즈 립 슬리핑 마스크 썸머 시즌 리미티드 에디션 '워터멜론팝' 출시



라네즈 영국 멀티브랜드숍 'Boots' 입점

# 연결재무제표 요약

## 연결포괄손익계산서

(단위: 억원, %)

|           | 2023 2Q |       | 2024 2Q |       |
|-----------|---------|-------|---------|-------|
|           | 금액      | 비중(%) | 금액      | 비중(%) |
| 매출액       | 9,454   | 100.0 | 9,048   | 100.0 |
| 매출원가      | 3,013   | 31.9  | 2,667   | 29.5  |
| 매출총이익     | 6,440   | 68.1  | 6,381   | 70.5  |
| 판매관리비     | 6,381   | 67.5  | 6,339   | 70.1  |
| 영업이익      | 59      | 0.6   | 42      | 0.5   |
| 영업외손익     | 133     |       | 5,097   |       |
| 법인세차감전순이익 | 192     | 2.0   | 5,138   | 56.8  |
| 연결당기순이익   | 193     | 2.0   | 5,306   | 58.6  |

## 연결재무상태표

(단위: 억원)

|         | 2023.12 | 2024.6 |
|---------|---------|--------|
| 자산      | 58,865  | 67,895 |
| 유동자산    | 19,522  | 16,173 |
| 매출채권    | 2,929   | 3,258  |
| 재고자산    | 3,943   | 5,098  |
| 비유동자산   | 39,343  | 51,722 |
| 유형자산    | 24,416  | 24,100 |
| 무형자산    | 3,407   | 18,507 |
| 관계회사 투자 | 2,871   | 488    |
| 부채      | 10,138  | 14,590 |
| 유동부채    | 8,133   | 11,056 |
| 비유동부채   | 2,005   | 3,534  |
| 자본      | 48,727  | 53,305 |
| 자본금     | 345     | 345    |
| 이익잉여금   | 41,014  | 46,477 |
| 비지배회사지분 | -253    | 445    |

# BY(Business Year) 2025 경영 방침

## Grow Together

매출 10% 후반 성장, 영업이익률 높은 한 자릿수 달성 목표 <sup>1)</sup>

### 아시아 No.1 Beauty Company를 향한 재도약

#### Rebalance

##### 글로벌 리밸런싱

- 글로벌 성장시장 집중 육성
  - 미국, 영국, 일본, 인도, 글로벌 면세
- 중국의 구조적 정상화
- M&A 기회 발굴 및 브랜드 포트폴리오 강화

#### Redefine

##### 집중 영역과 일하는 방식의 재정의

- 집중 카테고리 및 채널의 재정의
  - 더마, 선키퍼, 헤어케어 등 성장 카테고리 강화
  - 지역별 성장 집중 채널 최적화
- 브랜드 가치 경영 본격화
- 디지털 Gen AI 활용 영역 확대

1) 코스알엑스 연결 효과 포함

\*BY 2025: 2024.07-2025.06