



# AMORE PACIFIC

2024년 3분기 실적

2024. 10. 31



# AMORE PACIFIC CONTENTS

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

## 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 3분기 매출

## 아모레퍼시픽 매출 9.9% 증가한 9,772억원

국내 매출은 전년 대비 -1.6% 감소, 해외 매출은 코스알엑스 실적 포함하여 서구권 및 기타 아시아 매출 고성장하며 35.8% 성장

(단위: 억원)

	2023 3Q	매출 비중(%)	2024 3Q	매출 비중(%)	YoY(%)
매출액 <sup>1)</sup>	8,888	100.0	9,772	100.0	+9.9
국내	5,432	61.1	5,345	54.7	-1.6
럭셔리	2,988	33.6	3,176	32.5	+6.3
프리미엄	1,110	12.5	903	9.2	-18.7
데일리뷰티	977	11.0	981	10.0	+0.5
기타 <sup>2)</sup>	357	4.0	284	2.9	-20.4
해외	3,177	35.7	4,313	44.1	+35.8
서구권	831	9.3	2,011	20.6	+142.1
기타 아시아	870	9.8	1,325	13.6	+52.4
중화권	1,476	16.6	976	10.0	-33.9

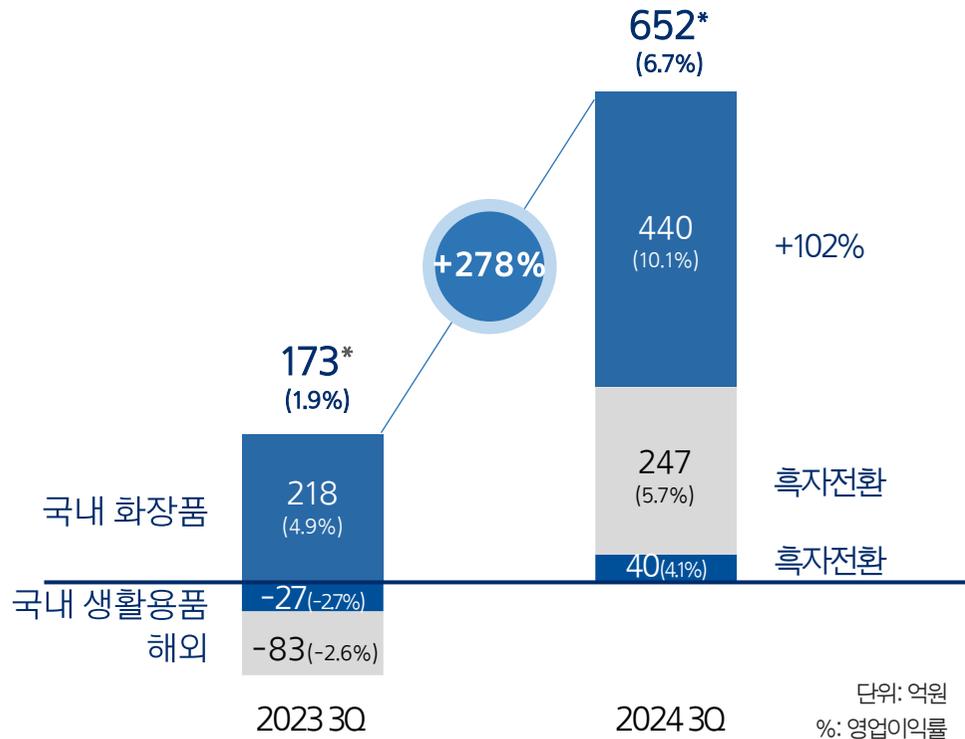
1) 코스알엑스, 코스비전, 위드림 등 실적 및 연결조정 포함 기준

2) OEM, 임대료수익 등

# 2024년 3분기 영업이익

## 아모레퍼시픽 영업이익 277.7% 증가한 652억원

국내 영업이익은 화장품 부문 이익 증가 및 데일리뷰티 부문 흑자전환하며 전년대비 151% 증가  
 해외 영업이익은 주요 브랜드 실적 호조 및 코스알엑스 실적 편입 효과로 흑자전환



\* 전사 영업이익은 코스알엑스, 코스비전, 위드림 등 실적 및 연결조정 포함 기준  
 \*\* MBS: Multi-brand Shop

### 국내 사업

- 면세 채널 매출은 하락했으나, 국내 온라인 및 주요 오프라인 채널(뉴커머스, 백화점 등) 매출 성장 및 수익성 개선으로 화장품 부문 영업이익 증가 (국내 매출 대비 면세 채널 비중 16%)
- 데일리뷰티 부문 MBS 및 크로스보더 채널 매출 성장, 프리미엄 제품 매출 비중 확대하며 국내 생활용품 영업이익 흑자 전환

### 해외 사업

- 서구권(미주, EMEA) 주요 브랜드 매출 고성장 및 코스알엑스 인수 효과로 매출 성장하며 두 자릿수 수익성 기록
- 중화권은 사업 구조 개선 작업으로 적자 확대되었으나 기타 아시아 지역은 매출 성장 및 코스알엑스 편입으로 수익성 개선

# 2024년 3분기 비용/손익

국내 프리미엄 화장품 브랜드 핵심 제품 마케팅 강화, 북미 주요 브랜드 마케팅 투자로 광고판촉비 17% 증가,  
코스알엑스 편입에 따른 무형자산 상각비용 증가로 감가상각비 17% 증가, 면세 채널 매출 하락에 따른 유통수수료 감소로 수수료 7% 감소

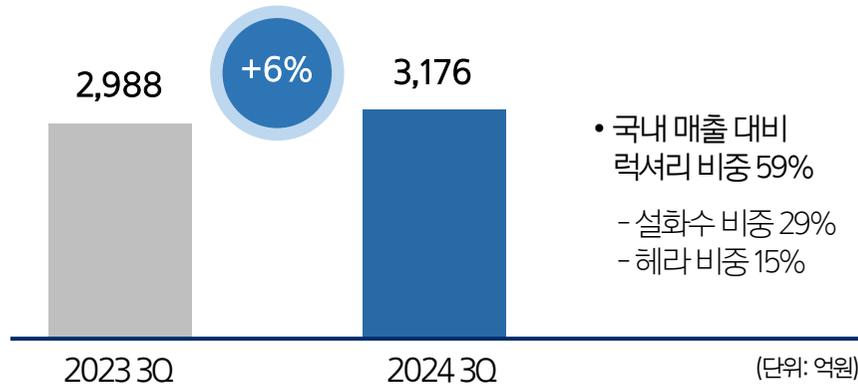
(단위: 억원)

	2023 3Q	매출 비중(%)	2024 3Q	매출 비중(%)	YoY(%)
매출액	8,888	100.0	9,772	100.0	+9.9
매출원가	2,750	30.9	2,939	30.1	+6.9
매출총이익	6,138	69.1	6,834	69.9	+11.3
판매관리비	5,966	67.1	6,182	63.3	+3.6
인건비 <sup>1)</sup>	1,726	19.4	1,527	15.6	-11.5
광고판촉비 <sup>2)</sup>	1,138	12.8	1,332	13.6	+17.0
수수료 <sup>3)</sup>	1,810	20.4	1,681	17.2	-7.1
감가상각비 <sup>4)</sup>	430	4.8	503	5.1	+16.8
영업이익	173	1.9	652	6.7	+277.7
당기순이익	266	3.0	372	3.8	+39.5

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

# 2024년 3분기 국내 부문별 매출

## LUXURY



- 브랜드별 제품 포트폴리오 강화로 면세 제외 순수 국내 채널 매출 증가, 국내 화장품 브랜드 재분류\*로 럭셔리 부문 전체 매출 성장
- 주요 브랜드 핵심 제품 경쟁력 제고 집중하며 판매 호조
  - [설화수] 대표 라인 '자음생' 리뉴얼 출시 기념 KOL 협업 론칭 이벤트 개최. 추석 시즌 온오프라인 기획전 전개 및 판매 호조로 '자음생' 매출 성장 및 비중 확대
  - [헤라] '블랙쿠션 파운데이션', '센슈얼 누드 글로스' 신규 컬러 출시 및 글로벌 캠페인 전개, 온라인 채널 성장 지속하며 브랜드 전체 매출 성장 견인
  - [아이오페] 레티놀 팝업스토어 운영 등 '레티놀' 라인 전문성 강화하며 매출 성장
- 엔트리 상품 및 신규 카테고리 확대하며 향후 성장 기반 마련
  - [에이피뷰티] 초고가 라인 쿠션 파운데이션 ('프라임 리저브 리트리니티 메쉬 파운데이션') 출시
  - [프리메라] 대표 제품 '비타티놀 세럼' 마스크 카테고리 (비타티놀 세럼 메가 샷겔 마스크) 신규 출시하며 MBS 매출 성장



설화수 '자음생' 론칭 이벤트



헤라 앰배서더 '제니'와 글로벌 캠페인 전개



AP '프라임 리저브 리트리니티 메쉬 파운데이션'

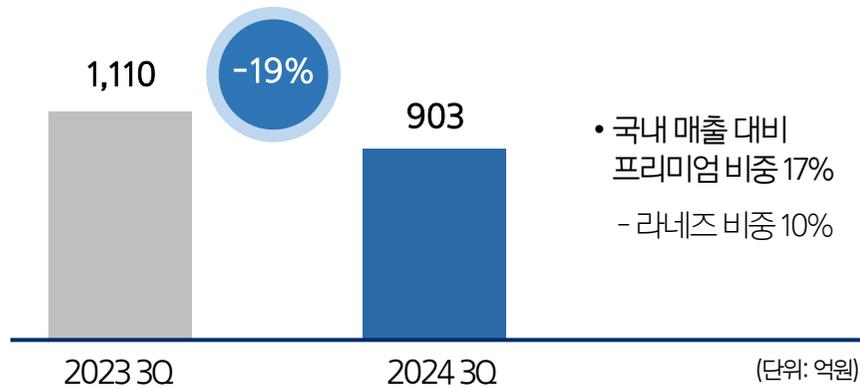


아이오페 '레티놀 팝업스토어'

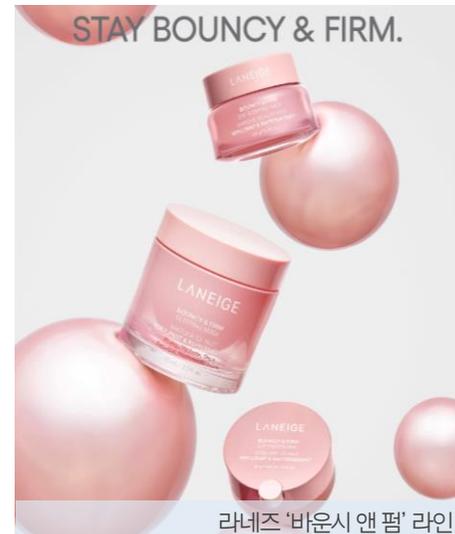
\* 브랜드 재분류 (아이오페, 홀리추얼 럭셔리 부문 이관) 영향 제외 동일 기준 Luxury 부문 매출은 전년 동기 대비 4% 하락

# 2024년 3분기 국내 부문별 매출

## PREMIUM



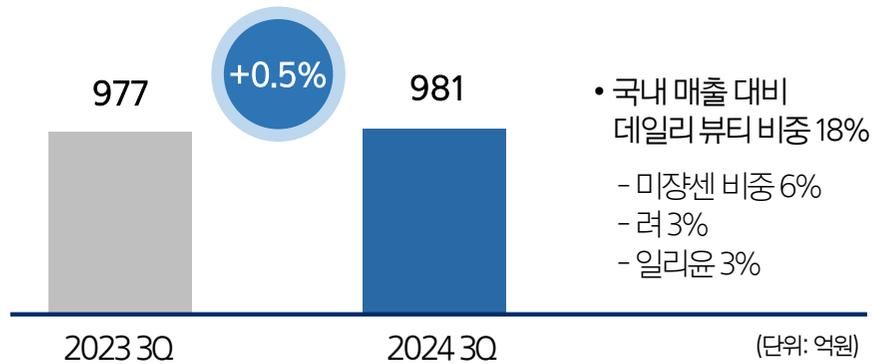
- 에스트라 및 라네즈 주요 채널(온라인 등) 매출 성장했으나, 국내 화장품 브랜드 재분류\*로 프리미엄 부문 전체 매출 하락
- 브랜드별 신규 제품 출시하며 제품 포트폴리오 확대
  - [라네즈] '바운시안 펌' 라인 신제품 ('바운시안 펌 아이슬리핑 마스크', '바운시안 펌 립 트리트먼트') 출시로 스킨케어 카테고리 중심 온라인 채널 매출 성장
  - [마몽드] 세컨드 브랜드 '미모 바이 마몽드' 출시, 젊은 고객 타겟 트러블 케어 위한 보습 및 모공 케어 라인업으로 디아소 입점하며 초저가 세그먼트 대응
  - [코스알엑스] '울트라라이트 인비저블 선스크린' 출시 및 선케어 라인업 보강
- MZ 고객 인기 브랜드 협업 및 브랜드 매력도 제고하며 판매 호조
  - [에스트라] '더마UV 선크림 X 포차코' 콜라보 출시로 젊은 고객 유입 증가, 올리브영 더마 카테고리 매출 1위 수성
  - [한울] '한울 X 아기공룡 둘리' 리미티드 에디션 판매 호조로 '어린썩' 라인 매출 성장



\* 브랜드 재분류(아이오페, 홀리추얼 럭셔리 부문 이관) 제외 동일 기준 Premium 부문 매출은 전년 동기 대비 10% 성장

# 2024년 3분기 국내 부문별 매출

## DAILY BEAUTY



- MBS 및 크로스보더 채널 매출 증가했으나, 제품 포트폴리오 정비로 할인점 매출 감소하여 전체 매출 전년 수준 유지
  - 미장센, 라보H, 일리운 등 주요 브랜드 핵심 제품 중심 MBS채널 판매 호조
  - 아마존 프라임데이(7월) 대응력 강화로 미장센(퍼펙트세럼), 일리운(세라마이드아토) 고성과 기록하며 크로스보더 매출 견조한 성장
- 기능성 제품 포트폴리오 확장하며 브랜드 경쟁력 제고
  - [미장센] 모발 습도 케어 스트레이트 기능 탑재 '퍼펙트 매직 스트레이트' 라인 출시
  - [라보H] '두피 연구원이 된 산리오캐릭터즈' 콜라보 제품 출시 및 두피 전문성 광고화
  - [해피바스] '크림 한 통'을 담은 보습 기능 바디워시 '크림인 바디워시' 출시
- 체험형 오프라인 팝업 스토어 운영으로 고객 경험 확대
  - [미장센] '헬로버블' 아모레 성수 오픈 및 AR 기반 헤어 컬러 시뮬레이션 서비스 제공
  - [일리운] 북촌 '뷰티 과학자의 집' 참가하며 브랜드 연구 기술 소개 및 전문성 제고
  - [롱테이크] '아난티코브 팝업 스토어' 숲 체험 공간, 향기 스트랩/북마크 제작 프로그램 운영



미장센 '퍼펙트 매직 스트레이트 세럼/샴푸/트리트먼트'



라보H x '산리오캐릭터즈' 리미티드 에디션



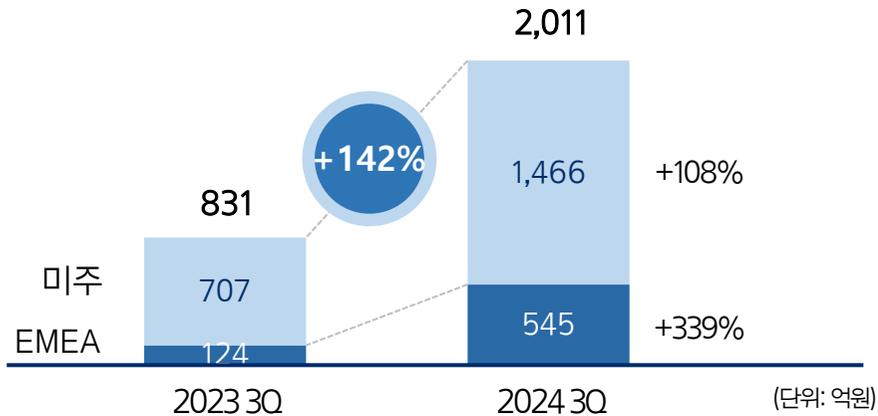
롱테이크 '아난티 코브 팝업 스토어'



미장센 '헬로버블' 아모레 성수 팝업 헤어 컬러 시뮬레이션 'Hello My Color System'

# 2024년 3분기 해외 지역별 매출

## WESTERN REGION



- 미주 주요 브랜드 견조한 성과 및 코스알엑스 인수 효과로 매출 2배 성장
  - 라네즈 'Slow Aging' 라인 신제품 출시 ('바운시앤 펌 아이슬리핑 마스크/립트리트먼트') 및 오프라인 팝업 행사 진행, 립 카테고리 가을 시즌 리미티드 에디션 ('에그노크 라떼 립 슬리핑 마스크') 출시 등 대표 제품 경쟁력 강화하며 견조한 매출 성장 지속
  - 이니스프리 인플루언서 (Miguel Harichi) 협업 마케팅 전개하며 브랜드 매력도 제고, 오프라인 점점 확대로 매출 증가
  - 설화수 제품 원료 및 효능 집중 소통 강화하며 핵심 제품 ('지음생', '윤조 라인') 매출 증대
  - 코스알엑스 대표 제품 ('스네일뮤신에센스', 'RX 라인') 아마존 프라임데이 (7월) 호실적 기록 및 입지 제고
- EMEA 라네즈 고성장, 코스알엑스 편입되며 전체 매출 4배 성장
  - 라네즈 영국 온라인 플랫폼 (ASOS) 신규 론칭 등 채널 다변화, 신제품 ('바운시앤 펌 라인', '에그노크 라떼 립 슬리핑 마스크') 판매 호조로 매출 견고한 성장
  - 코스알엑스 신규 국가 및 리테일러 진출 확대하며 매출 고성장 지속



코스알엑스 '더 6 펩타이드 스킨 부스터 세럼'

라네즈세프라 '바운시앤 펌' 런칭 프로모션 (글로벌)



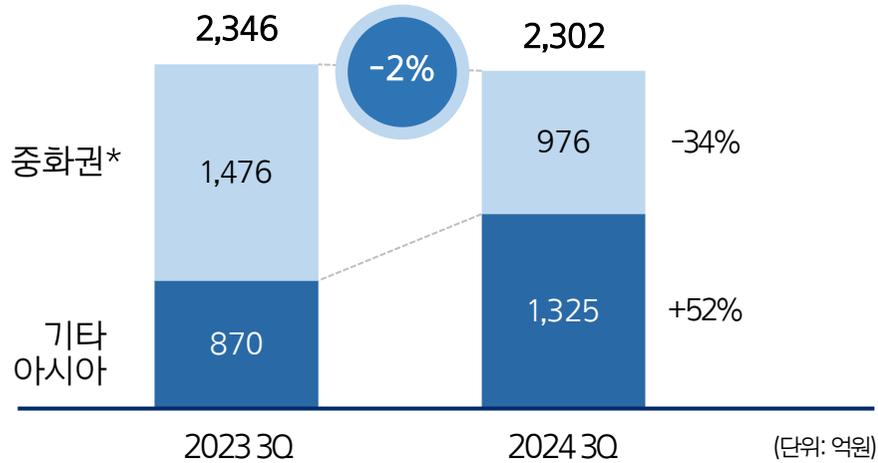
라네즈 립 슬리핑 마스크 가을 시즌 리미티드 에디션 '에그노크 라떼' 출시 (미주/EMEA)



이니스프리 인플루언서 'Miguel Harichi' (미주)

# 2024년 3분기 해외 지역별 매출

## ASIA



### • 중화권 매출 34% 하락

- 중국 법인 주요 e커머스 채널 거래 구조 변경 및 오프라인 매장 정예화로 전체 매출 하락. 대표 브랜드(설화수, 러) 주요 제품 중심 질적 성장 기반 강화 집중
- 설화수 '자음생' 리뉴얼 출시, 백화점 VIP 뷰티클래스 개최 및 고객 경험 강화, KOL 협업 콘텐츠 라이브(컬처트립) 판매 호조로 '자음생' 라인 매출 견고한 성장 기록
- 러 '자양윤모' 퍼퓸라인 주요 리테일(샘스클럽) 채널 대응 강화로 오프라인 매출 증가

### • 기타 아시아(APAC, 일본 등) 매출 52% 성장

- [APAC] 설화수(자음생), 라네즈(워터뱅크, 퍼펙트리뉴) 대표 라인 중심 매출 성장, 신규 브랜드 진출 확대(헤라, 에스트라, 일리온) 및 코스알엑스 편입되며 매출 성장
- [일본] 라네즈, 프리메라 주요 MBS 팝업 행사 진행 및 점포 확장으로 고객 대응력 강화, 에스트라 온라인 채널 마케팅 강화하며 고객 판매 호조(큐텐 메가와리 8/31~9/12 고객 판매 기네스 달성), 코스알엑스 편입 효과로 일본 전체 매출 성장



설화수 '자음생 라인' 리뉴얼 출시 (중국)

러 '자양윤모 퍼퓸 제주' (중국)



헤라 태국 시장 신규 진출 (동남아시아)

라네즈 로프트 'Lip Festival' (일본)

\* 중화권: 중국 본토, 홍콩 특별행정구, 대만 지역

# 아모레퍼시픽 연결재무제표 요약

## 연결포괄손익계산서

(단위: 억원, %)

	2023 3Q		2024 3Q	
	금액	비중(%)	금액	비중(%)
매출액	8,888	100.0	9,772	100.0
매출원가	2,750	30.9	2,939	30.1
매출총이익	6,138	69.1	6,834	69.9
판매관리비	5,966	67.1	6,182	63.3
영업이익	173	1.9	652	6.7
영업외손익	209	2.4	-107	-1.1
법인세차감전순이익	382	4.3	544	5.6
연결당기순이익	266	3.0	372	3.8

## 연결재무상태표

(단위: 억원)

	2023.12	2024.9
<b>자산</b>	<b>58,865</b>	<b>67,168</b>
유동자산	19,522	15,826
매출채권	2,929	3,441
재고자산	3,943	5,211
비유동자산	39,343	51,342
유형자산	24,416	23,878
무형자산	3,407	18,513
관계회사 투자	2,871	496
<b>부채</b>	<b>10,138</b>	<b>13,439</b>
유동부채	8,133	9,851
비유동부채	2,005	3,588
<b>자본</b>	<b>48,727</b>	<b>53,729</b>
자본금	345	345
이익잉여금	41,014	46,867
비지배회사지분	-253	525