AMOREPACIFIC

2025년 1분기 실적

2025. 4. 30

AMOREPACIFIC

CONTENTS

1 2025년 1분기 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 발생되는 투자 결과에 대해서 회사는 어떠한 책임을 지지 않음을 알려 드립니다.

2025년 1분기 매출

아모레퍼시픽 매출 17.1% 증가한 1조 675억원

국내 매출은 전년 대비 2% 증가, 해외 매출은 코스알엑스 실적 포함하여 서구권 및 기타 아시아 매출 고성장하며 40% 성장

(단위: 억원)

	2024 1Q	매출 비중(%)	2025 1Q	매출 비중(%)	YoY(%)
매출액[1]	**9,115**	**100.0**	**10,675**	**100.0**	**+17.1**
국내	**5,636**	**61.8**	**5,773**	**54.1**	**+2.4**
럭셔리[2]	3,231	35.4	3,522	33.0	+9.0
프리미엄[2]	1,261	13.8	1,032	9.7	-18.2
데일리뷰티	952	10.4	1,007	9.4	+5.8
기타[3]	193	2.1	212	2.0	+9.8
해외	**3,368**	**36.9**	**4,730**	**44.3**	**+40.5**
서구권	1,051	11.5	2,125	19.9	+102.1
기타 아시아	835	9.2	1,278	12.0	+53.0
중화권	1,482	16.3	1,328	12.4	-10.4

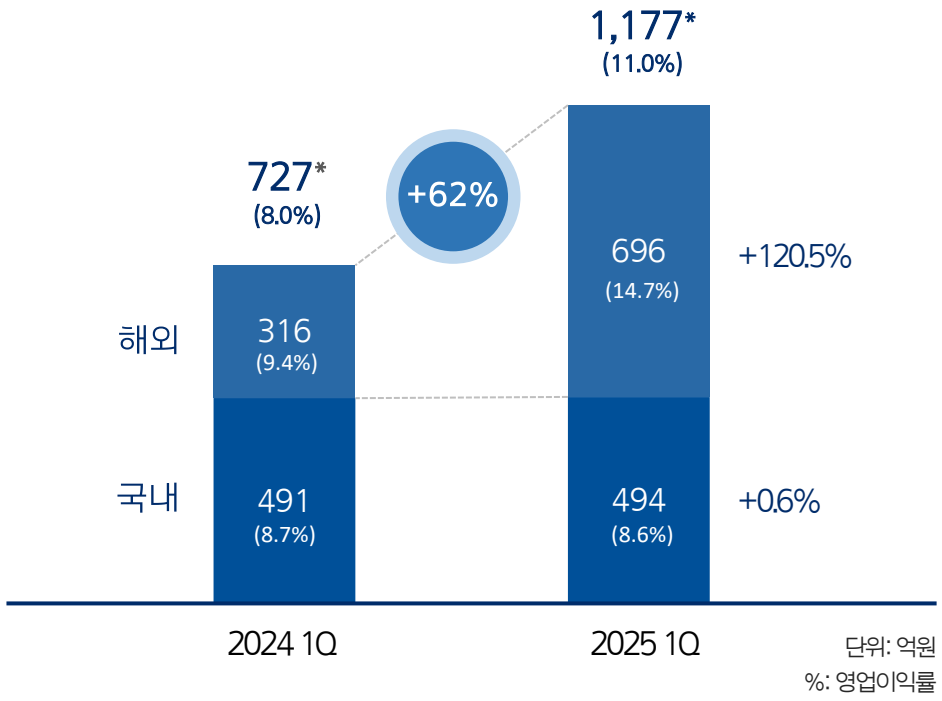
1) 코스알엑스, 코스비전, 위드림 등 실적 및 연결조정 포함 기준
2) 브랜드 재분류 (아이오페, 홀리추얼 럭셔리 부문 이관) 영향 제외 동일 기준 Luxury 부문 매출은 전년 동기 대비 2% 하락, Premium 부문 매출은 전년 동기 대비 11% 성장
3) 기타 화장품 브랜드, OEM 실적 등

2025년 1분기 영업이익

아모레퍼시픽 영업이익 62.0% 증가한 1,177억원

국내 영업이익은 화장품 부문 이익은 소폭 개선, 데일리뷰티 부문은 감소

해외 영업이익은 서구권 주요 브랜드 실적 호조, 아시아 수익성 개선 및 코스알엑스 실적 편입 효과로 120% 증가



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

** MBS: Multi-brand Shop

국내 사업

- 면세 매출 하락했으나, 온라인 및 MBS* 채널 중심 순수 국내 사업 매출 성장 및 코스알엑스 편입으로 화장품 부문 영업이익 소폭 개선
  (국내 매출 대비 면세 채널 비중 17%)
- 데일리뷰티 부문 매출 성장했으나, 인건비 증가 및 마케팅 투자 확대로 영업이익 감소
  (단, 일회성 인건비 영향 제외 시 영업이익 증가)

해외 사업

- 서구권(미주, EMEA) 주요 브랜드 매출 성장 지속, 코스알엑스 편입 효과로 영업이익 증가하며 두 자릿수 수익성 기록
- 중화권은 사업 구조 개선 효과로 흑자 전환, 기타 아시아 지역은 매출 성장 및 코스알엑스 편입으로 영업이익 증가

2025년 1분기 비용/손익

국내 일회성 인센티브 충당금 인식하며 인건비 29% 증가, 코스알엑스 무형자산 상각비용 인식으로 감가상각비 29% 증가
제조원가 개선, 할인률 통제 강화 및 기능성 제품 중심 믹스 개선으로 매출총이익률은 1.2%p 개선

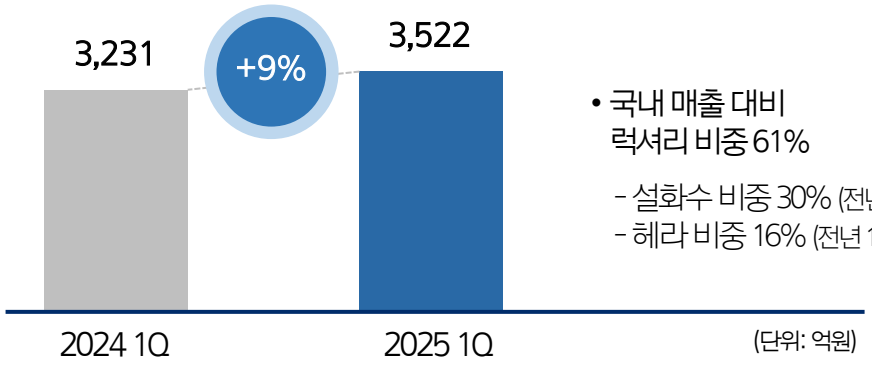
(단위: 억원)

	2024 1Q	매출 비중(%)	2025 1Q	매출 비중(%)	YoY(%)
매출액	**9,115**	**100.0**	**10,675**	**100.0**	**+17.1**
매출원가	2,656	29.1	2,983	**27.9**	**+12.3**
매출총이익	**6,458**	**70.9**	**7,693**	**72.1**	**+19.1**
판매관리비	**5,732**	**62.9**	**6,515**	**61.0**	**+13.7**
인건비 [1)]	1,429	15.7	1,849	17.3	+29.4
광고판촉비 [2)]	1,192	13.1	1,234	11.6	+3.5
수수료 [3)]	1,837	20.2	1,939	18.2	+5.5
감가상각비 [4)]	402	4.4	517	4.8	+28.8
영업이익	**727**	**8.0**	**1,177**	**11.0**	**+62.0**
당기순이익	**801**	**8.8**	**1,190**	**11.1**	**+48.5**

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

2025년 1분기 국내 부문별 매출

LUXURY



- 국내 매출 대비 럭셔리 비중 61%
  - 설화수 비중 30% (전년 32%)
  - 헤라 비중 16% (전년 16%)

- 브랜드별 엔진 상품 판매 호조, 국내 화장품 브랜드 재분류*로 부문 전체 매출 증가
- 설화수, 헤라 주요 제품 글로벌 캠페인 전개로 럭셔리 브랜드 자산 공고화
  - [설화수] 브랜드 앰버서더 '임윤아' 선정 및 '윤조에센스' 글로벌 캠페인 전개로 홀리스틱 뷰티 철학 발신 강화. 신년&설 시즌 연계 온오프라인 채널 마케팅('설날엔, 설레는 설화수와 함께') 전개하며 '자음생' 라인 매출 견고한 성장
  - [헤라] 페이스/립 메이크업 신제품('리플렉션 스킨 글로우 쿠션', '센슈얼 틴티드 샤인') 출시 및 뷰티 트렌드(글로우 페이스&샤인 립) 선도하며 쿠션 카테고리 매출 고성장, 럭셔리 립스틱 버즈량 1위 기록
- 브랜드별 다양한 혁신 신제품 출시하며 고객 저변 확대
  - [아이오페] 비타민C 최고 함량(40%) 제품 출시로 혁신성 제고 ('비타민C 엑스퍼트 40% 마스크')
  - [프리메라] 신제품 '나이아시카' 크림&쿠션 판매 호조로 민감 피부 고객 유입 증가
  - [에이피뷰티] 엔트리 제품군('얼티밋 오일투밀크 클렌저') 보강하며 신규 고객 확대

설화수 앰버서더 '임윤아'

헤라 '리플렉션 스킨 글로우 쿠션'

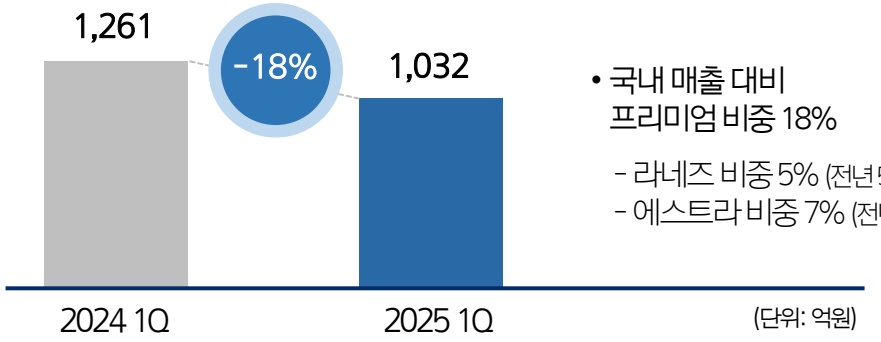
프리메라 '나이아시카 수딩 글로우 워터리 크림'

아이오페 '비타민C 엑스퍼트 40% 마스크 컨센트레이트'

* 브랜드 재분류(아이오페, 홀리추얼 럭셔리 부문 이관) 영향 제외 동일 기준 Luxury 부문 매출은 전년 동기 대비 2% 하락

2025년 1분기 국내 부문별 매출

PREMIUM



(단위: 억원)

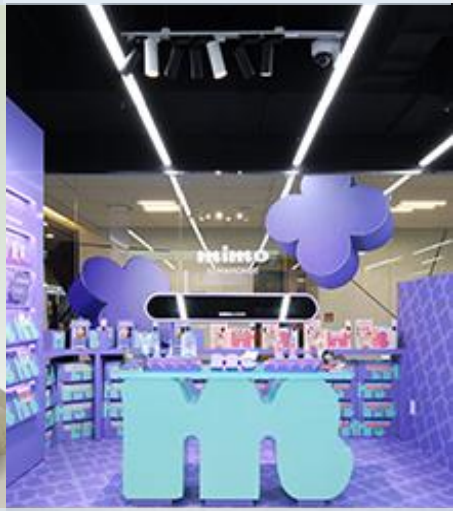
- 국내 매출 대비 프리미엄 비중 18%
  - 라네즈 비중 5% (전년 5%)
  - 에스트라 비중 7% (전년 6%)

- 주요 브랜드(라네즈, 에스트라, 마몽드) 혁신 제품 출시 및 신규 채널 접점 확대로 매출 성장했으나, 국내 화장품 브랜드 재분류*로 프리미엄 부문 전체 매출 하락
- 신제품 출시 및 카테고리 다변화로 성장 기반 강화
  - [라네즈] 워터뱅크(젤 클렌저, 선크림), 바운시 앤 펌(세럼) 라인 신제품 출시로 스킨케어 매출 성장. 여행 유튜버 '원지' 공동 개발 '워터뱅크 선크림' 판매 호조 및 신규 고객 유입 증가
  - [에스트라] '에이시카365' 리뉴얼, '더마 UV365 수분 선크림' 신규 출시 및 판매 호조
  - [한율] 고보습 '어린쑥 클렌징 흡착 팩폼' 고성과 지속되며 올리브영 클렌징 1위 기록
- 신규 채널 접점 확대 및 고객 소통 강화하며 매출 성장
  - [마몽드] '플로라 글로우 로즈 리퀴드 마스크' 콜라보 에디션 화제성 제고로 MBS 채널 매출 고성장. '미모 바이 마몽드' 쇼룸 운영 및 다이소몰 '화잘먹(화장이 잘 먹는)' 스킨케어 1위 달성하며 초저가 채널 시장점유율 증가
  - [에스트라] 오프라인 면세 입점, 글로벌 웹사이트 오픈 등 글로벌 고객 대응력 강화

라네즈 x 원지 공동 개발 '워터뱅크 선크림'

에스트라 '에이시카 365 라인'

한율 '어린쑥 클렌징 흡착 팩폼'

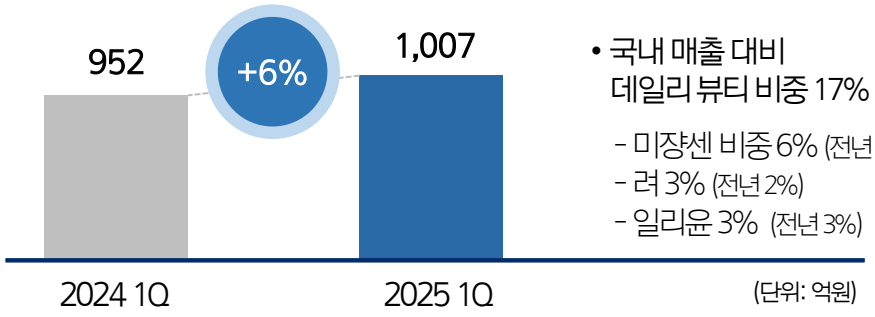


미모 바이 마몽드 다이소 쇼룸 (부산)

* 브랜드 재분류(아이오페, 홀리추얼 럭셔리 부문 이관) 제외 동일 기준 Premium 부문 매출은 전년 동기 대비 11% 성장

2025년 1분기 국내 부문별 매출

DAILY BEAUTY



- 국내 매출 대비 데일리 뷰티 비중 17%
  - 미쟝센 비중 6% (전년 6%)
  - 려 3% (전년 2%)
  - 일리윤 3% (전년 3%)

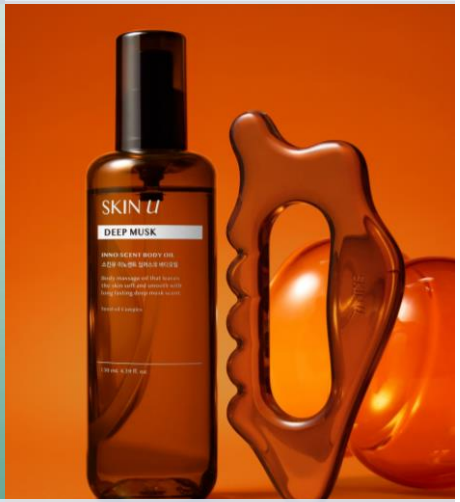
(단위: 억원)

- MBS, e커머스 채널 고성장 지속 및 채널 리밸런싱으로 전체 매출 확대
- 두피·바디 케어 상품군 강화로 '스키니피케이션' 전문성 제고하며 주요 브랜드 모두 매출 성장
  - [려] 루트젠 '안티 에이징 케어' 라인 출시 및 KOL 활용 '두피 안티에이징' 리추얼 마케팅 강화하며 전체 매출 성장 견인
  - [미쟝센] 손상 두피/모발용 '살롱10 시카 프로틴 샴푸' 출시로 기능성 라인업 확대
  - [라보에] 두피 강화 라인 제품 유형 카테고리('앰플', '캡슐') 다변화 및 고성과 기록
  - [일리윤] 대표 제품 '세라마이드 아토' 라인 더마 보습 효능 강화한 3세대 리뉴얼 출시, 페이셜 클렌징('젠틀 딥 페이셜 클렌저') 신규 런칭하며 견고한 성장 지속
- 앰배서더 협업 및 이종 산업 콜라보레이션으로 화제성 및 매력도 제고
  - [미쟝센] 헬로버블/헬로크림, 브랜드 앰배서더 에스파 포토카드 이벤트 및 멤버별 매칭 컬러 제안하며 'Red is the new black' 마케팅 캠페인 전개
  - [해피바스] 스킨유 오일·괄사 세트 출시, 반얀트리 스파와 공동 개발한 마사지 루틴 전파하며 SNS 바이럴 확대

려 '루트젠 안티 에이징 샴푸/트리트먼트/에센스/필러'

미쟝센 '살롱10 시카 프로틴 샴푸'

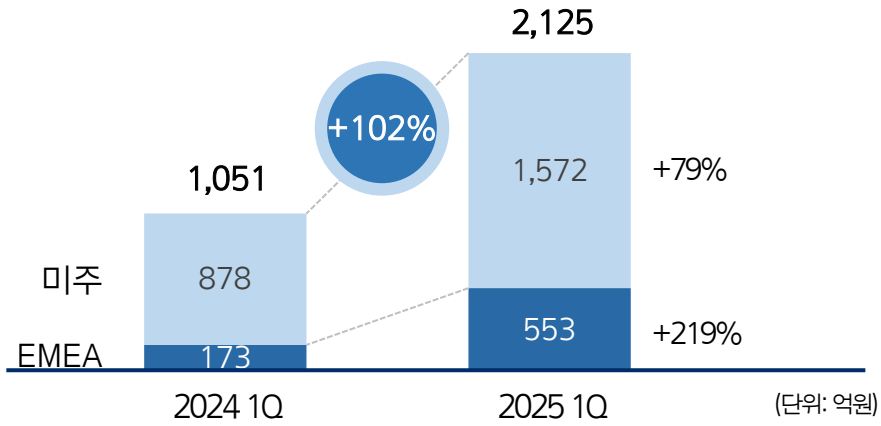
일리윤 '젠틀 딥 페이셜 클렌저'



해피바스 '스킨유 딥머스크 바디오일 및 괄사'

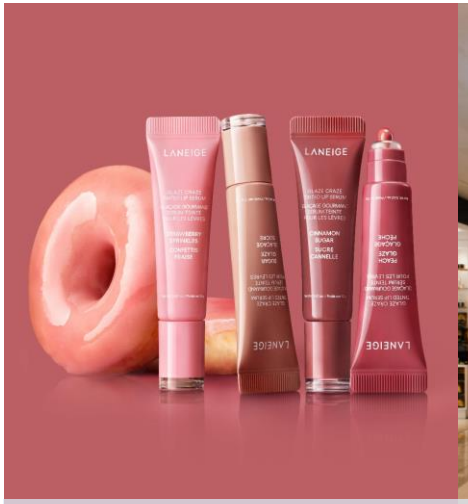
2025년 1분기 해외 지역별 매출

WESTERN REGION



- 미주 브랜드·제품 포트폴리오 다변화로 견고한 매출 성장 지속, 코스알엑스 편입 효과로 전체 매출 79% 성장
  - 라네즈 립/페이스 카테고리 혁신 신제품 ('글레이즈 크레이즈 틴티드 립세럼', '바운시 앤 펌 세럼') 고성과로 전체 매출 증가 및 향후 지속 성장 동력 강화
  - 이니스프리 주요 라인('그린티', '비타C') SNS 바이럴 컨텐츠 마케팅, 오프라인 팝업 이벤트 전개로 고객 경험 제고하며 전체 매출 성장 견인
  - 설화수 신규 백화점(Macy's) 입점, 자음생 리뉴얼 및 핵심 제품 판매 호조로 매출 증가
  - 에스트라 미국 시장 진출 (세포라), 대표 라인 ('아토베리어365') 중심 긍정적 판매 성과 기록

- EMEA 라네즈 전지역 고성장 및 코스알엑스 인수 효과로 전체 매출 3배 성장
  - 라네즈 립 신제품 ('글레이즈 크레이즈 틴티드 립세럼') 출시 기념 주요 MBS (세포라, SpaceNK) 협업 온·오프라인 마케팅 강화, 로컬 기획 상품(중동 라마단 전용 세트) 운영 등 화제성 제고 및 고객 대응력 강화하며 매출 고성장
  - 이니스프리 신규 MBS 채널(Oh My Cream) 입점 등 고객 접점 확대로 매출 증가
  - 코스알엑스 스네일 하이드로겔 마스크팩 신규 출시 및 KOL 협업 바이럴 마케팅으로 주요 시즌 (발렌타인데이, 스프링딜 등) 프로모션 판매 호조 및 경쟁력 확보



라네즈 '글레이즈 크레이즈 틴티드 립세럼' (미주, EMEA)

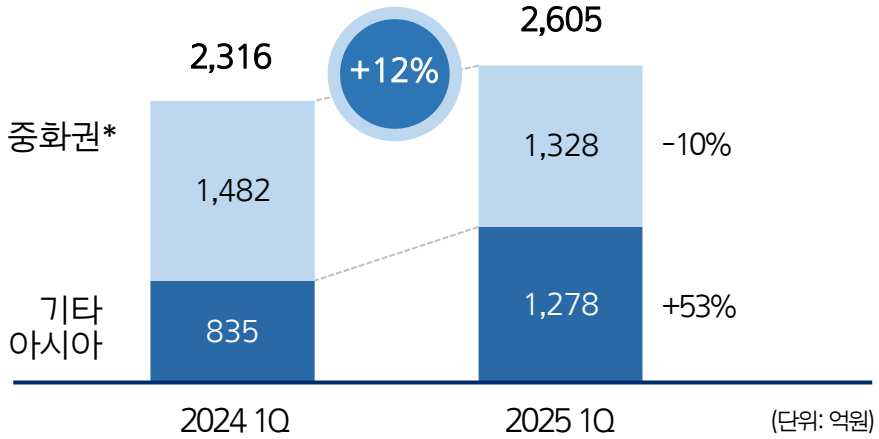
설화수 백화점 Macy's 신규 입점 (미국)

에스트라 미국 시장 신규 진출

이니스프리 오프라인 팝업 행사 진행 (미국)

2025년 1분기 해외 지역별 매출

ASIA



- 중화권 매출 10% 하락
  - 중국 법인 오프라인 채널 효율화로 전체 매출 하락했으나, 주요 플랫폼 거래 구조 개선 효과 및 비용 절감으로 흑자전환
  - 설화수 주요 고가 라인(자음생, 진설) 중심 VIP 뷰티 클래스 개최, KOL 협업 콘텐츠 라이브(컬처트립) 전개하며 차별화된 고객 경험 경쟁력 제고
  - 려 '루트젠' 론칭 및 두피 케어 포트폴리오 확대, '자양윤모' 판매 호조 지속되며 전체 브랜드 매출 두 자릿수 성장
- 기타 아시아(APAC, 일본 등) 매출 53% 성장
  - [APAC] 설화수 '윤조에센스' 글로벌 캠페인 전개, 라네즈 '바운시 앤 펌' 신제품(세럼) 및 립 카테고리 판매 호조, 신규 육성 브랜드(에스트라, 헤라, 일리윤) 고객접점 확대로 전체 매출 증가
  - [일본] 큐텐 주요 프로모션(아모파시픽스, 메가와리) 기네스 매출 달성, 주요 브랜드(라네즈, 에스트라, 프리메라, 헤라) 팝업스토어 운영 및 MBS 점점 확대로 전체 매출 고성장

설화수 VIP 뷰티 클래스 개최 (중국)

려 '루트젠' 신규 출시 (중국)

라네즈 '바운시 앤 펌 세럼' 출시 (APAC)

에스트라 '아토베리어365 크림사쿠라에디션' (일본)

* 중화권: 중국 본토, 홍콩 특별행정구, 대만 지역

아모레퍼시픽 연결재무제표 요약

연결포괄손익계산서

(단위: 억원, %)

	2024 1Q		2025 1Q	
	금액	비중(%)	금액	비중(%)
매출액	**9,115**	**100.0%**	**10,675**	**100.0%**
매출원가	2,656	29.1%	2,983	27.9%
매출총이익	6,458	70.9%	7,693	72.1%
판매관리비	5,732	62.9%	6,515	61.0%
영업이익	**727**	**8.0%**	**1,177**	**11.0%**
영업외손익	296		232	
법인세차감전순이익	1,022	11.2%	1,410	13.2%
연결당기순이익	**801**	**8.8%**	**1,190**	**11.1%**

연결재무상태표

(단위: 억원)

	2024.12	2025.03
자산	**67,835**	**68,776**
유동자산	17,348	18,908
매출채권	3,863	3,787
재고자산	4,978	4,823
비유동자산	50,487	49,868
유형자산	22,964	22,776
무형자산	17,739	17,604
관계회사 투자	58	54
부채	**14,575**	**15,059**
유동부채	10,957	11,583
비유동부채	3,618	3,475
자본	**53,260**	**53,717**
자본금	345	345
이익잉여금	46,010	46,347
비지배회사지분	736	859