



AMORE PACIFIC GROUP

2023년 실적

2024. 1. 30

CONTENTS

1. 2023년 성과
2. 2023년 4분기 성과
3. 자회사 실적
 - 아모레퍼시픽
 - 주요 자회사
4. 연결재무제표 요약

AMORE PACIFIC
GROUP

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.

아모레퍼시픽그룹 2023년 성과

매출 10.5% 하락한 4조 213억원, 영업이익 44.1% 감소한 1,520억원
 주요 계열사 아모레퍼시픽은 매출 11.1% 하락한 36,740억원, 영업이익 49.5% 감소한 1,082억원

(단위: 억원)

	2022		2023		YoY(%)
매출액	44,950		40,213		-10.5
아모레퍼시픽	41,349		36,740		-11.1
뷰티 계열사 ¹⁾	5,238		5,170		-1.3
기타 ²⁾	-1,638		-1,696		-
	2022	이익률(%)	2023	이익률(%)	YoY(%)
영업이익	2,719	6.0	1,520	3.8	-44.1
아모레퍼시픽	2,142	5.2	1,082	2.9	-49.5
뷰티 계열사 ¹⁾	531	10.1	399	7.7	-24.9
기타 ²⁾	45	-	39	-	-
당기순이익	1,492	3.3	2,347	5.8	+57.3

1) 뷰티 계열사: 이니스프리, 에뛰드, 에스뽀아, 아모스프로페셔널

2) 기타 계열사(아모레퍼시픽그룹, 퍼시픽패키지*, 오설록농장, 오설록) 및 연결조정

* 퍼시픽패키지는 지분 일부 매각으로 '22.11월부터 매출 및 영업이익 미반영

아모레퍼시픽그룹 2023년 4분기 성과

매출 14.0% 하락한 1조 180억원, 영업이익 62.0% 감소한 299억원
 주요 계열사 아모레퍼시픽은 매출 14.9% 하락한 9,260억원, 영업이익 63.7% 감소한 207억원

(단위: 억원)

	2022 4Q		2023 4Q		YoY(%)
매출액	11,839		10,180		-14.0
아모레퍼시픽	10,878		9,260		-14.9
뷰티 계열사 ¹⁾	1,367		1,333		-2.5
기타 ²⁾	-405		-413		-
	2022 4Q	이익률(%)	2023 4Q	이익률(%)	YoY(%)
영업이익	786	6.6	299	2.9	-62.0
아모레퍼시픽	570	5.2	207	2.2	-63.7
뷰티 계열사 ¹⁾	201	14.7	66	5.0	-67.0
기타 ²⁾	15	-	25	-	-
당기순이익	107	0.9	479	4.7	+348.7

1) 뷰티 계열사: 이니스프리, 에뛰드, 에스뽀아, 아모스프로페셔널

2) 기타 계열사(아모레퍼시픽그룹, 퍼시픽패키지*, 오설록농장, 오설록) 및 연결조정

* 퍼시픽패키지는 지분 일부 매각으로 '22.11월부터 매출 및 영업이익 미반영

AMOREPACIFIC
GROUP



2023년 실적

자회사 실적

아모레퍼시픽

매출 11.1% 하락한 3조 6,740억원, 영업이익 49.5% 감소한 1,082억원
 국내 매출 14.4% 하락, 국내 영업이익 34.0% 감소. 해외 매출 5.5% 하락, 해외 영업이익 적자전환

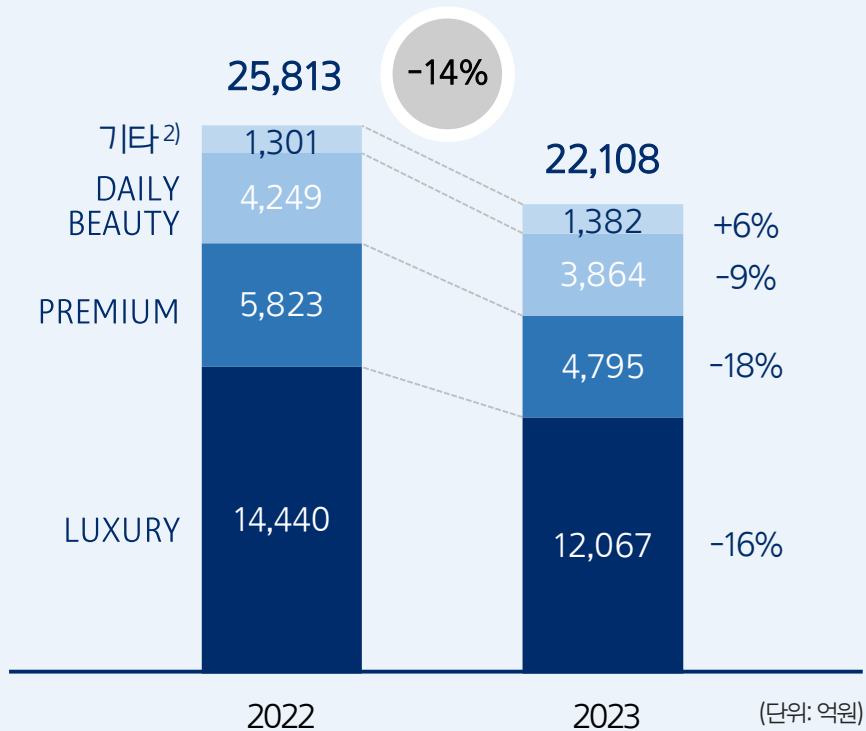
(단위: 억원)

	2022	매출 비중(%)	2023	매출 비중(%)	YoY(%)
매출액¹⁾	41,349	100.0	36,740	100.0	-11.1
국내	25,813	62.4	22,108	60.2	-14.4
화장품	21,564	52.2	18,244	49.7	-15.4
Daily Beauty	4,249	10.3	3,864	10.5	-9.1
해외	14,733	35.6	13,918	37.9	-5.5
	2022	이익률(%)	2023	이익률(%)	YoY(%)
영업이익¹⁾	2,142	5.2	1,082	2.9	-49.5
국내	2,218	8.6	1,464	6.6	-34.0
화장품	2,142	9.9	1,361	7.5	-36.5
Daily Beauty	76	1.8	103	2.7	+35.8
해외	25	0.2	-432	-3.1	적자전환
당기순이익	1,293	3.1	1,739	4.7	+34.5

1) 연결 조정, 코스비전, 워드림 등 실적 포함 기준

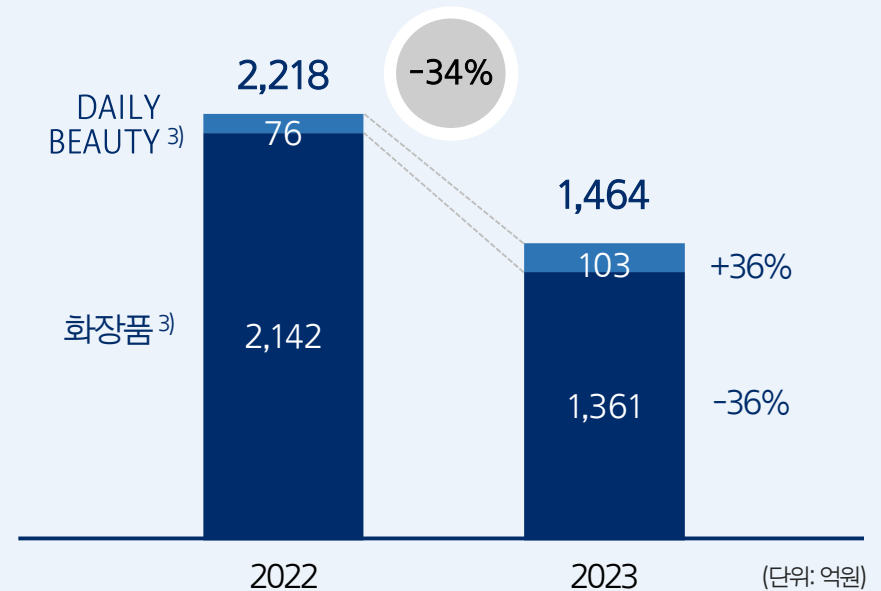
국내 매출 14% 하락

- 면세 채널 매출 두 자릿수 하락 (매출 비중 20%)
- 멀티브랜드숍¹⁾ 채널 매출 40% 이상 성장
- 전체 e커머스 매출 두 자릿수 하락했으나, 화장품 e커머스 시장점유율 1위 기록하며 순수 국내 e커머스 매출은 성장



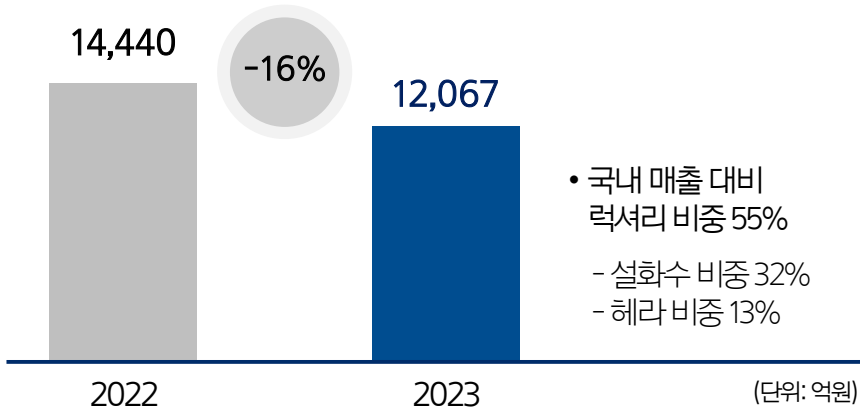
국내 영업이익 34% 감소

- 면세, e커머스 채널 매출 하락 및 마케팅 비용 확대로 화장품 영업이익 감소
- 상품 포트폴리오 재정비로 데일리뷰티 영업이익 증가



1) 멀티브랜드숍(MBS, Multi-Brand Shop) 채널, 2) OEM, 임대료수익 등, 3) '23년 1분기부터 해외 일부 국가(중동 등) 구분 기준 및 연결 조정 항목 변경으로 국내 영업이익 조정. 동일 기준에 따라 '22년 자료 재작성하였음

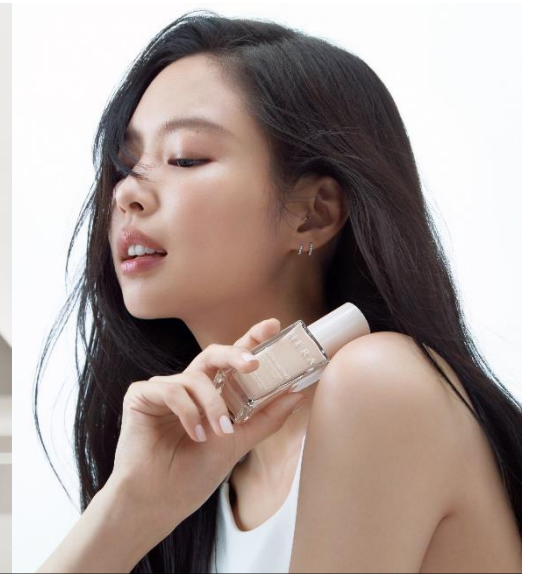
LUXURY



- 면세 및 글로벌 e커머스 채널 매출은 하락했으나 주요 순수 국내 채널 (백화점, 국내 e커머스) 매출은 성장
- 주요 신제품 출시 및 캠페인 전개로 럭셔리 브랜드 매력도 강화
 - [설화수] '윤조에센스 6세대' 캠페인 전개 및 '진설 크림' 리뉴얼 출시
 - [헤라] '글로우 래스팅 파운데이션' 출시 및 글로벌 앰버서더 'How Far Can You Go' 온/오프라인 캠페인 전개
 - [프리메라] '오가니언스 베리어 리페어' 라인 출시 및 앰버서더 캠페인 운영
- 리미티드 에디션 출시로 주요 성장 채널 내 브랜드 입지 제고
 - [바이탈뷰티] '메타그린 슬림업 x 포차코' 에디션 출시
 - [구달] 출시 25주년 '쁘띠 웨리 컬러 에디션', '쁘띠 웨리 캔들' 출시



설화수 '진설 크림' 리뉴얼 출시



헤라 '글로우 래스팅 파운데이션'



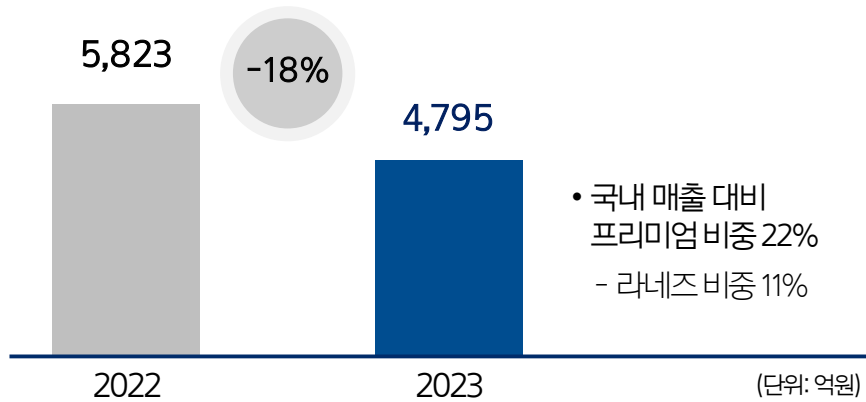
프리메라 '오가니언스 베리어 리페어' 라인



바이탈뷰티 '메타그린 슬림업 x 포차코' 에디션

아모레퍼시픽 2023년 국내 사업 현황

PREMIUM



- 면세 및 글로벌 e커머스 매출 감소로 부문 전체 매출 하락했으나, MBS 채널 중심 매출 성장 및 경쟁력 제고
- 브랜드별 제품 경쟁력 제고 및 성장 기반 강화
 - [라네즈] 핵심 카테고리 신제품('퍼펙트 리뉴 3X 세럼', '네오쿠션' 리뉴얼) 출시, 디지털 마케팅 집중하며 매력도 제고, MBS 매출 견고한 성장 달성
 - [에스트라] 선케어('더마UV365'), 슬로에이징('리제덤365') 등 카테고리 다변화, 올리브영 2023년 더마 화장품 시장점유율 1위 브랜드 달성
 - [아이오페] 올리브영 입점, 대표 제품('레티놀 세럼') 효능 마케팅 집중 및 판매 호조
 - [한울] 리브랜딩 마케팅 전개 및 기능성 스킨케어('어린썹', '빨간쌀') 강화
- 홈에스테틱 브랜드, 남성 화장품 등 신성장 카테고리 육성
 - [홀리추얼] 뉴커머스 채널 핵심 브랜드로 육성하며 신수요 창출 통한 매출 고성장
 - [남성] 비레디('트루톤로션'), 오딧세이 신제품 출시 확대하며 뉴니스 제고, 매출 증가



라네즈 '퍼펙트 리뉴 3X 세럼'



에스트라 '리제덤 365' 라인

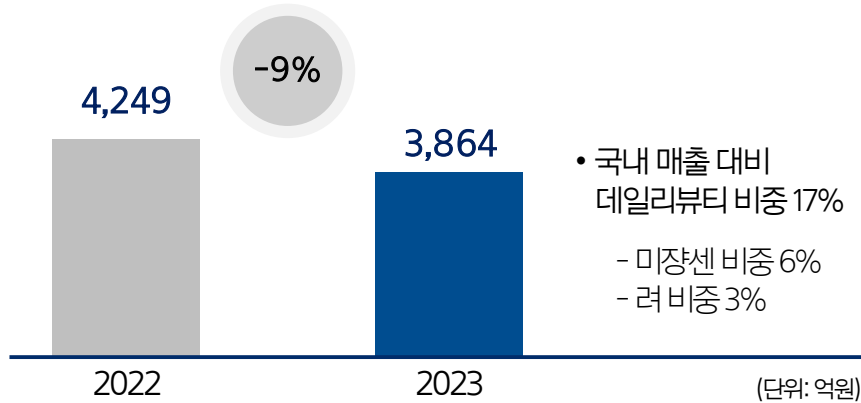


아이오페 '레티놀 슈퍼 바운스 세럼'

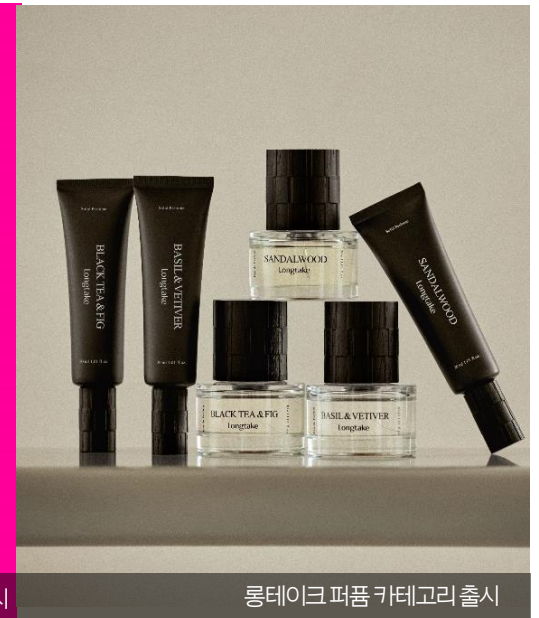


비레디 '트루톤로션'

DAILY BEAUTY

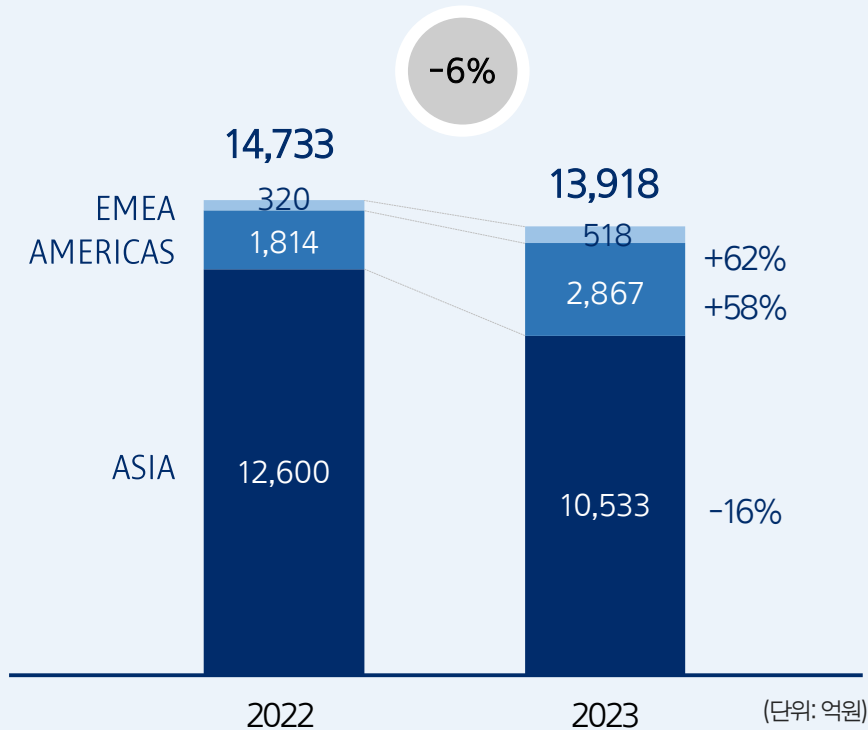


- 프리미엄 라인 육성으로 MBS 및 순수국내 e커머스 채널 매출 성장하였으나, 수익성 중심으로 제품 포트폴리오 정비하여 전체 매출 하락
- 기능성 강화된 신제품 출시 및 리뉴얼을 통한 제품력 강화
 - [러] 프리미엄 여성 탈모 기능성 '루트젠' 출시 및 '베이직 라인' 리뉴얼
 - [미장센] 살롱 본딩 기술 탑재한 근본 손상케어 라인 '이너플렉스' 출시
 - [롱테이크] '오드퍼품' 및 '솔리드퍼품' 신규 출시로 제품 포트폴리오 확대
 - [해피바스] '스킨유' 제품 다변화하며 MBS채널 경쟁력 강화
- 인기 캐릭터 및 이종 브랜드와의 협업 통해 브랜드 매력도 제고
 - [라보에이치] '칠성사이다' 컬래버레이션으로 여름철 두피 솔루션 제품 출시
 - [일리운] '산리오' 에디션, '벨리곰' 협업 굿즈 제작 등 캐릭터 협업 확대



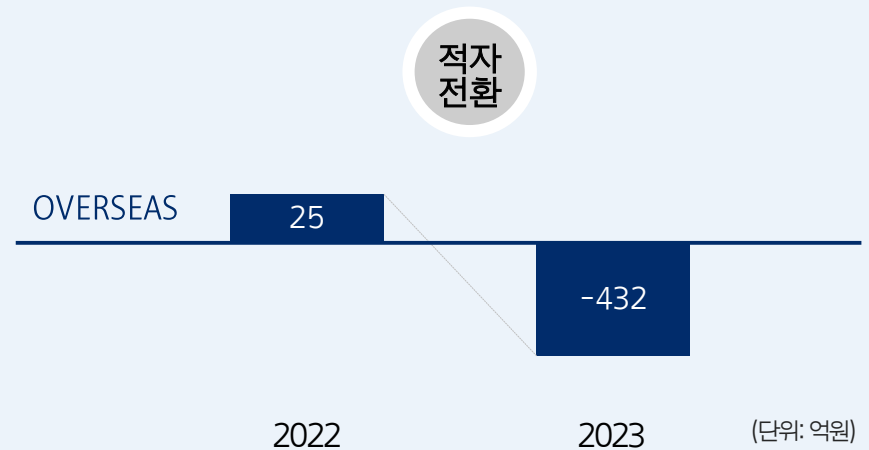
해외 매출 6% 하락

- 아시아 매출 16% 감소 (아시아 내 중국 매출 비중 50% 초반)
- 미주 라네즈 브랜드 매출 고성장 지속하며 매출 58% 성장
- EMEA 신규 국가(영국, 중동) 진출하며 전체 매출 62% 성장



해외 영업이익 적자전환

- 기타 아시아는 영업이익 증가하였으나, 중국 사업 적자로 아시아 전체 영업이익 적자전환
- 미주 및 EMEA 지역은 매출 확대로 영업이익 증가



* '23년 1분기부터 해외 일부 국가(중동 등) 구분 기준 및 연결 조정 항목 변경. '22년 1분기부터 동일 기준 적용

ASIA

- 중국 매출 20% 중반 하락 (현지화 기준)
 - 브랜드 리뉴얼 오프라인 효율화, 채널 재고 축소 활동 등으로 전체 매출 하락
 - 라네즈 핵심 제품(‘퍼펙트리뉴 3X 세럼’) 마케팅 집중 및 디지털 콘텐츠 경쟁력 강화하며 e커머스 채널 중심 전체 매출 성장
 - 설화수(‘윤조에센스 6세대’, ‘진셀크림’), 이니스프리(‘NEW 그린티씨드 히알루론산 세럼’) 고기능성 제품 출시 및 리브랜딩 캠페인 전개하며 경쟁력 제고
- 기타 아시아(아세안, 일본 등)는 일본이 전체 매출 성장 견인
 - [아세안] 매출 전년 수준 유지, 라네즈는 핵심 제품 판매 호조로 매출 성장
 - [일본] 라네즈, 이니스프리 주요 채널 협업 강화로 견고한 매출 성장 지속, 신규 브랜드(헤라, 에스트라) 진출하며 전체 매출 약 30% 성장 (현지화 기준)



설화수 윤조에센스 6세대 팝업 스토어 운영 (중국)



라네즈 ‘퍼펙트리뉴 3X 세럼’ 마케팅 전개 (중국/아세안)

AMERICAS & EMEA

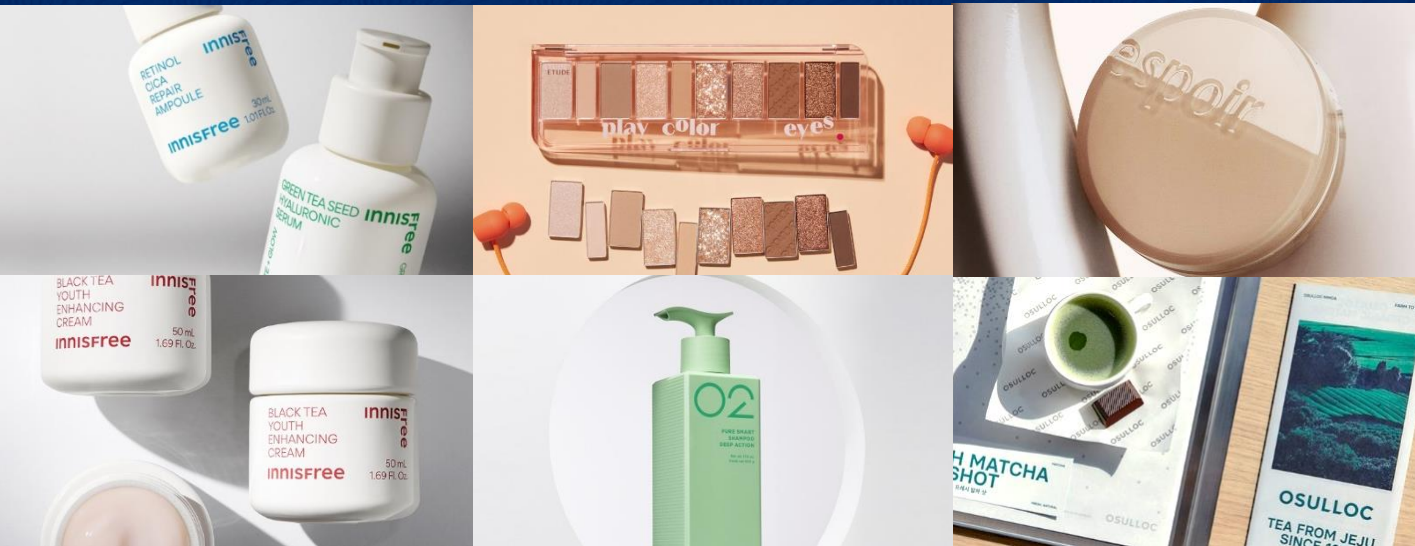
- 미주 주요 브랜드 제품 포트폴리오 강화 및 오프라인 접점 확대로 매출 58% 성장
 - 라네즈 립 포트폴리오 다변화하며 카테고리 경쟁력 제고, E커머스 및 MBS 채널 매출 모두 고성장하며 전체 매출 성장 견인
 - 이니스프리, 설화수 MBS 채널 접점 확대 및 브랜드 경쟁력 강화하며 매출 성장
- EMEA 모든 브랜드 매출 성장하며 전체 매출 62% 성장
 - 라네즈 영국 ‘Space NK’, 중동 세포라 채널 진출하며 지역 다변화



라네즈 ‘세느강 워터보트 이벤트’ (프랑스)



이니스프리 ‘West Coast Truck Tour’ (북미)



2023년 실적

자회사 실적

주요 자회사

2023년 주요 자회사 실적

매출		(단위: 억원)		
	2022	2023	YoY(%)	
이니스프리	2,997	2,738	-8.7	
에뛰드	1,060	1,110	+4.7	
에스쁘아	516	580	+12.4	
아모스프로페셔널	665	742	+11.6	
오설록	814	839	+3.0	

영업이익		(단위: 억원)		
	2022	2023	YoY(%)	
이니스프리	324	103	-68.2	
에뛰드	50	148	+195.5	
에스쁘아	26	22	-15.8	
아모스프로페셔널	131	126	-4.0	
오설록	88	55	-37.9	



- 'THE NEWSLE' 리브랜딩 캠페인 전개하며 고효능 자연주의 스킨케어 브랜드 입지제고 '비타C 그린티엔자임세럼', '콜라겐 그린티세라마이드 크림' 출시로 기능성 그린티 자산 강화
- 오프라인 로드샵 및 온라인 채널 재정비로 전체 매출 하락, 고객 경험 강화 위한 플래그십 스토어 오픈 및 신제품 마케팅 투자 확대에 영업 이익 감소



- 핵심 제품 '컬픽스 마스크라', '픽싱 토티트', '그림자쉐딩' 판매 호조로 주요 메이크업 카테고리 경쟁력 강화. '무신사', '진저슈가', '가수사이니' 협업 제품 출시로 MZ 고객 대상 브랜드 매력도 제고
- 관광상권 매장 오픈 통한 외국인 수요 대응, MBS 채널 견고한 성장 지속하면서 전체 매출 성장. 온/오프라인 채널 수익성 제고 활동으로 영업 이익 대폭 개선



- 프리미엄 파운데이션 시장점유율 1위 달성 및 '비벨벳 쿠션 뉴클래스', '비벨벳 플루이드 파운데이션' 출시하며 프리미엄 페이스 메이크업 브랜드 입지 강화. 연남 콘텐츠 스토어 통한 & 플레이, 터치업 서비스 제공하며 고객 경험 강화
- 주요 플랫폼 및 전문몰 중심 온라인 채널 성장, MBS 채널 판매 호조 지속하며 전체 매출 성장. 연남 콘텐츠 스토어 오픈 및 신규 앰배서더 (사나, 윈터) 활용한 마케팅 비용 투자로 영업 이익 소폭 감소



- 아모스 리인벤틱팅 전개 및 '살롱 커넥션 2023' 등 미용인 네트워크 활동 확대 통한 브랜드 매력도 제고. 아윤채 팝업 살롱, 옴니 이벤트 등 고객 경험 강화로 MZ 살롱 선망성 공고화
- 신성장 채널 중심 전체 매출 성장, 리인벤틱팅 마케팅 비용 증가에 따른 영업 이익 소폭 감소



- 고객 트렌드 반영한 시그니처 얼그레이, 허니블랙티 출시를 통한 제품 다변화 및 차문화 전파. 구팔 '뽀띠쉐리' 티크테일 운영, 스노우파크 콜라보 제품 출시, 넷플릭스 콜라보 등 다양한 협업 활동으로 브랜드 매력도 제고
- 제주 티뮤지엄 리뉴얼 오픈 및 티하우스 해운대점, 김포 공항점 신규점 오픈을 통한 고객 접점 확대에 매출 성장. 신규점 오픈 및 브랜드 제고 위한 마케팅 투자 확대에 영업 이익 축소

2023년 주요 자회사 신제품 및 마케팅 활동



이니스프리

Young안티에이징 '콜라겐 그린티 세라마이드 크림' 및 반려견케어 '그린펫클럽' 출시로 제품 카테고리 확장. 브랜드 섬세세계관을 담은 플래그십 스토어 '이니스프리 다이얼 성수오픈'



에뛰드

고객 재출시 요청 많았던 아이/립 제품 부활시킨 '리플레이' 컬렉션 출시 인기 제품 '그림자 쉬딩' 시즌 2, 조효진 공동 개발 참여한 '재창조 메이커' 출시

2023년 주요 자회사 신제품 및 마케팅 활동



다양한 브랜드 체험 가능한
연남 콘텐츠스토어 오픈



도구 없이 휴대 가능한
'비벨벳 플루이드 파운데이션'

에스쁘아

신제품 팝업 및 제품 체험 가능한 연남 콘텐츠스토어 오픈
쿠션처럼 휴대 가능한 신제품 출시로 제품 영역 확대



매력적인 모습으로 새롭게 재탄생한
아모스프로페셔널



미용인 축제의 장
'살롱 커넥션 2023'

아모스프로페셔널

리인벤팅을 통한 살롱 프로페셔널 브랜드 이미지 제고
'살롱 커넥션 2023' 전개로 디자이너 네트워크 강화



로스터리존, 상품존, 티코스 운영하는
제주 티뮤지엄 리뉴얼 오픈



티하우스 김포공항점 오픈

오설록

다양한 고객 경험 제공하는 제주 '티뮤지엄' 리뉴얼 오픈
티하우스 김포공항점 오픈하며 고객 점점 확대

연결포괄손익계산서

(단위: 억원, %)

	2022		2023	
	금액	비중(%)	금액	비중(%)
매출액	44,950	100.0	40,213	100.0
매출원가	13,478	30.0	11,656	29.0
매출총이익	31,472	70.0	28,558	71.0
판매관리비	28,753	64.0	27,038	67.2
영업이익	2,719	6.0	1,520	3.8
영업외손익	165		2,017	
법인세차감전순이익	2,884	6.4	3,537	8.8
연결당기순이익	1,492	3.3	2,347	5.8

연결재무상태표

(단위: 억원)

	2022.12	2023.12
자산	76,510	76,314
유동자산	25,664	27,502
매출채권	3,010	3,150
재고자산	4,600	4,628
비유동자산	50,846	48,812
유형자산	28,207	27,676
무형자산	8,564	8,412
관계회사 투자	3,300	3,661
부채	11,175	11,063
유동부채	8,519	8,562
비유동부채	2,656	2,501
자본	65,335	65,251
자본금	480	480
이익잉여금	27,818	28,577
비지배회사지분	31,771	32,018