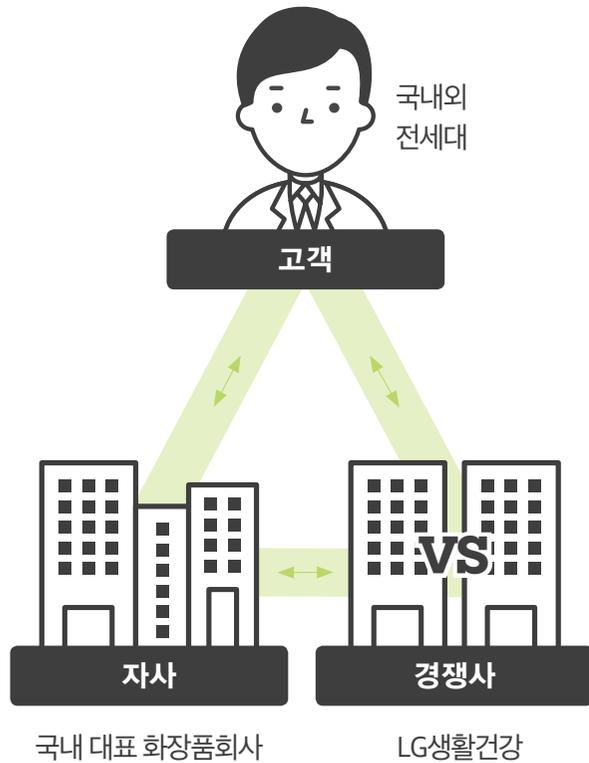


# 1 한 눈에 보는 아모레퍼시픽

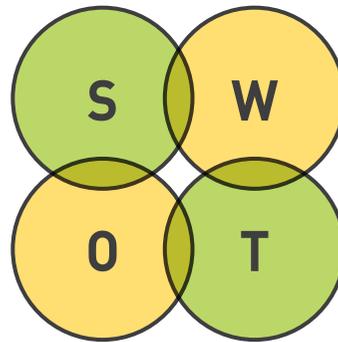
Step 01

## 기업개요



Step 02

## 종합분석



### STRENGTH

따라올 수 없는  
제품력

### WEAKNESS

부족한 사업 포트폴리오,  
높은 중국 시장 의존도

### OPPORTUNITY

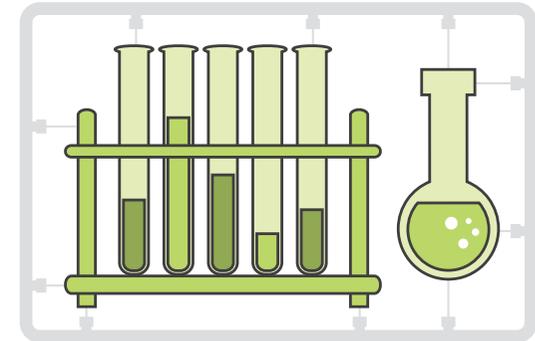
세계로 뻗어나가는  
K-beauty

### THREAT

중국인 관광 감소로 인한  
매출 악화

Step 03

## 사업개요



기초, 색조화장품 **88.8%**

개인용제품 **11.2%**

# 1 한 눈에 보는 아모레퍼시픽

## ◆ 재직자가 본 아모레퍼시픽

#화장품 #여성 #대기업 #대세 #리딩 컴퍼니



[ 총 만족도 점수 ]



[ 항목별 만족도 점수 ]



“화장품 한류가 세계적으로 더 확산될 가능성이 있는 성장 가능성이 있는 회사에, 복리후생 등의 직원을 위한 제도도 잘 갖추어져 있기 때문에 좋은 회사라고 생각합니다.”



“퇴근시간이 많이 늦을 때가 많아요.”

“일이 힘들고 이직이 많다.”

“업계 특성 상 동급기업(타 업종)보다 급여가 적은 편이다.”

※ 20180331 기준

## 2 아모레퍼시픽, 어떤 기업일까?

### ◆ 무엇을 파는 회사일까?

(주)아모레퍼시픽은 화장품과 생활용품을 제조, 판매하는 기업으로 높은 품질과 브랜드 파워로 오랫동안 화장품 업계 1위를 지키고 있다

기초, 색조 화장품

88.8%



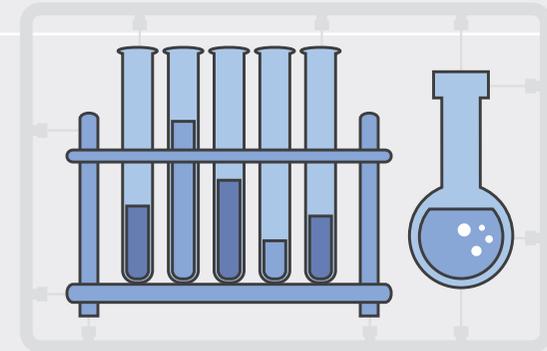
설화수, 헤라 등 럭셔리 브랜드와 마몽드, 라네즈 등 프리미엄 브랜드  
계열사로 로드샵 브랜드 에뛰드 운영

생활용품

11.2%



미장센, 러 등



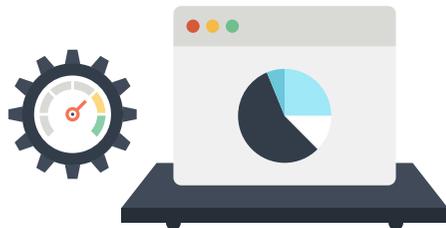
※ 20170930 기준

## 3 기업이 말하는 기업정보

### ◆ 아모레퍼시픽이 말하는 아모레퍼시픽의 현황은? #사업보고서

#### 아시아의 美, 설화수 트렌드 선도, 헤라 자연주의의 리더, 프리메라

럭셔리 사업부에서 '설화수'는 아시아의 미(美)를 대표하는 럭셔리 브랜드로서 위상을 제고하였습니다. '헤라'는 서울 여성(Seoulista)의 아름다움을 담아 트렌드를 선도하는 메이크업 브랜드로 입지를 강화하였습니다. '프리메라'는 자연주의 카테고리 내 리더십을 확보하며 럭셔리 사업의 신성장 동력으로서 역할을 확대하였습니다. 특히 글로벌 면세는 주요 브랜드의 인지도 향상에 힘입어 신규 시장 진출을 가속화하며 성장에 기여했습니다.



#### 영 프리미엄의 리더, 라네즈 바이오 사이언스, 아이오페 플라워스토리의, 마몽드

프리미엄 사업부에서 '라네즈'는 영 프리미엄 브랜드로서 리더십을 제고하였습니다. '아이오페'는 바이오 사이언스 브랜드로의 정체성을 강화하기 위해 제품 및 유통 채널 재정비에 힘썼습니다. '마몽드'는 브랜드의 코어인 다양한 플라워 스토리를 고객들과 공유하고, 성공적인 신제품 출시로 견고한 성장을 달성했습니다. e커머스 경로는 스마트한 쇼핑 환경 구축으로 고객 편의성을 개선한 결과 직영몰과 모바일을 중심으로 매출이 고성장하였습니다.



## ◆ 아모레퍼시픽이 밝힌 2018 사업방향은? #신년사

### 즉시 결행(Act Now)

서경배 아모레퍼시픽그룹 회장이 "새해 경영방침은 '즉시 결행(Act Now)'으로 정하고 이곳 신본사에서 원대한 기업을 향한 항해를 시작하겠다"고 말했다. 이어 "혁신적인 상품을 개발하고, 고객을 기쁘게 하는 고객경험을 선사하며, 확고한 디지털 인프라와 역량으로 디지털 시대를 선도해 나가야 한다"며 "이를 위해 각자가 할 수 있는 일 중 작은 것이라도 하나씩 구체적으로 즉시 결행하자"고 강조했다.

### 6개 중점전략

올해 아모레퍼시픽그룹은 ▲혁신상품 개발 ▲고객경험 강화 ▲디지털 혁신 ▲글로벌 확산 ▲미래경영 준비 ▲지속가능경영 및 인재육성 등 6개 중점 추진 전략을 중심으로 경영 목표와 비전 달성에 박차를 가할 예정이다. 회사는 특히 혁신적인 상품을 선보이는 과제를 최우선으로 내밀었다. 또한 '밀레니얼 세대'와 '옴니(Omni) 고객'을 사로잡기 위한 소비자경험 강화 전략도 추진한다. 4차 산업혁명과 시대를 선도하는 '디지털 혁신'도 중점 과제 중 하나며, 해외 시장도 적극 공략한다. 더불어 유통 패러다임 변화에 맞춰 미래 경영 준비도 진행한다. 마지막으로 '지속 가능한 발전 목표(SDG)'를 이행하여 책임 있는 기업 시민으로서의 역할을 수행한다.



## 4 최신이슈캐치

### ◆ 2017 최신이슈

#### 사업내용

- 맞춤형 화장품 정기 배송
- 27개국에 직배송되는 글로벌 온라인몰 런칭
- 프랑스 고급 백화점에 설화수 입점

#### 사업성과

- 사드로 인한 중국발 악재
- 광군제 특수로 한숨 돌린 아모레퍼시픽

### ◆ 2018 최신이슈

#### 사업내용

- 해외 시장 다양화
- 유전체 분석 기업과 연구 협력
- 화장품 유해물질 논란

## ◆ 2017 최신이슈 ○ 어떤 사업을 했을까?

### 맞춤형 화장품 정기 배송

아모레퍼시픽이 화장품을 정기적으로 보내주는 '서브스크립션 커머스(정기 배송서비스)'에 뛰어 들었다. 아모레퍼시픽 사내벤처 프로그램으로 뽑힌 '디스테디'는 피부결 정돈, 수분보충, 보호막 형성 등 피부 주기에 맞는 4단계의 마스크팩을 10일 간 사용할 수 있도록 정기적으로 배송해 주는 서비스이다.

### 27개국에 직배송되는 글로벌 온라인몰 운영

아모레퍼시픽은 16년부터 인도와 남미 지역 공략을 위한 통합 글로벌 온라인몰을 런칭하고 운영을 개선하고 있다. 온라인몰은 달러나 원화로 환전할 필요없이 27개국의 화폐로 바로 결제할 수 있다는 특징을 가지고 있다. 기존에 해외 구매자들은 원화와 달러로 계산하고 배송 대행지를 사용해야 한다는 불편함을 개선한 것이다.

### 프랑스 고급 백화점에 설화수 입점

아모레퍼시픽이 프랑스 명품 백화점인 '라파예트'에 설화수 매장을 열면서 22년만에 다시 프랑스 시장을 공략한다고 밝혔다. 프랑스 여성들을 대상으로 철저한 사전 조사를 한 결과, 22년 전과 달리 프랑스에서 K-beauty의 인지도가 높아졌고, 성분을 중요시한다는 소비자들의 응답이 결정에 도움을 주었다.



## ◆ 사업 성과는 어떨까?

### 사드로 인한 중국발 악재

아모레퍼시픽이 중국의 사드(THAAD)보복으로 인해 2017년도 매출이 전년도에 비해 9% 하락한 5조 1238억에 머물렀다고 밝혔다. 영업이익은 30% 하락한 5964억원이었다. 중국인 관광객이 감소하면서 아모레퍼시픽의 주력 채널인 면세점 판매가 급감한 것이 가장 큰 원인이었다. 또한 국내 관광 상권의 매출 하락과 성장을 위한 투자비 증가도 영업이익 하락의 원인이 되었다.

### 광군제 특수로 한숨 돌린 아모레퍼시픽

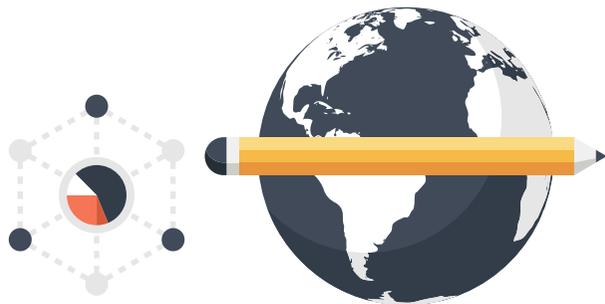
아모레가 세계 최대 쇼핑 축제라고 할 수 있는 '광군제(11월 11일)' 효과를 톡톡히 봤다. 설화수 윤조 에센스는 광군제 당일 1초에 1만병씩 팔리며 스킨세트 판매 1위를 기록했고, 이니스프리는 예약 판매로만 100억의 실적을 달성했다. 아모레퍼시픽은 광군제 당일 지난 해보다 53% 증가한 651억원의 매출을 기록했고 이를 통해 사드로 인한 매출 감소를 약간이나마 극복할 수 있었다.



## ◆ 2018 최신이슈 ○ 어떤 사업을 했을까?

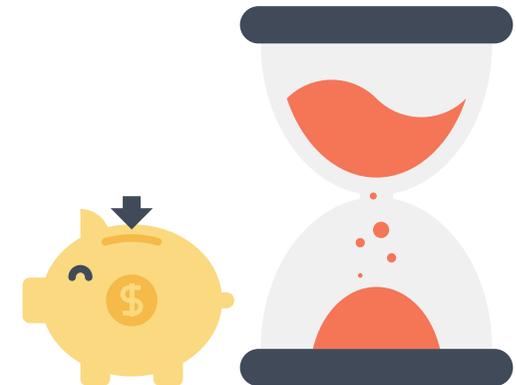
### 해외 시장 다양화

아모레는 2018년도에 미국시장을 확대하고 새로운 시장을 개척하는 데 집중할 계획이다. 미국시장 확대는 중국발 리스크를 줄이기 위한 방안으로, 현지 전문가를 미국 법인장으로 추대하고 혁신 제품을 개발하는 전략을 사용할 것이다. 또한 신흥 시장 중 가장 가능성이 높은 아세안 지역을 공략하기 위해 말레이시아에 생산 기지를 구축하기로 했다.



### 유전체 분석 기업과 연구 협력

아모레퍼시픽은 유전체 분석 기업인 '테라젠이텍스 바이오연구소'와 협력하여, 피부 관련 유전자를 공동 연구하고 있다. 유전자 검사를 통한 맞춤형 화장품 서비스를 제공하기 위한 연구다. 2014년부터 시작된 공동 연구를 통해 유전자 분석을 통한 현재 피부를 예측할 수 있게 되었고, 현재는 예측 정확도를 검증해 나가고 있다. 앞으로 유전자 검사와 화장품을 결합한 종합 솔루션을 개발할 계획이다.



## 화장품 유해물질 논란

식약처가 아모레 화장품에서 안티몬 등 중금속 발암 물질을 기준치 이상으로 발견, 회수 조치를 내렸다. 지난 16년에도 아모레 제품에서 역시 발암물질 중 하나인 프탈레이트류가 검출된 적이 있다. 여러 번에 걸친 유해물질 검출로 인해 아모레가 국내 대표 화장품회사로서 사회적 책임을 다하지 않았다는 비난이 일었다.

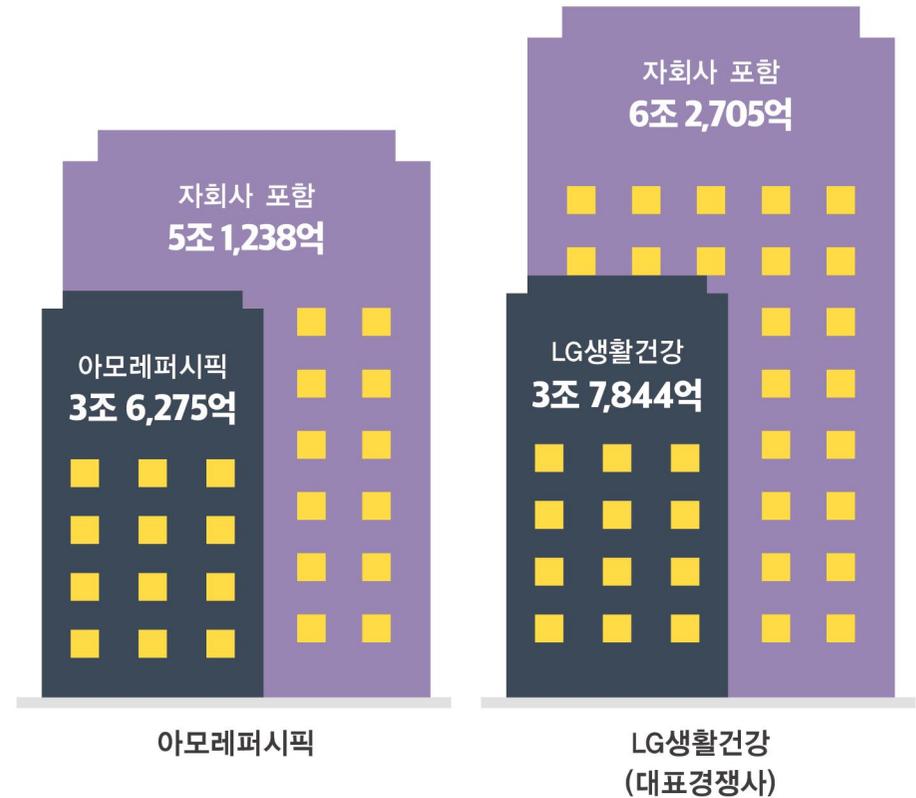


5 **재무제표가 알려주는 기업의 속사정** 캐치 기업분석리포트에서는 연결재무제표를 기준으로 재무를 분석한다. 다만 재무경쟁력 분석은 별도재무제표를 기준으로 한다.

◆ **한눈에 보는 재무 경쟁력**



◆ **한눈에 보는 매출액 비교**



## ◆ 요약 재무제표

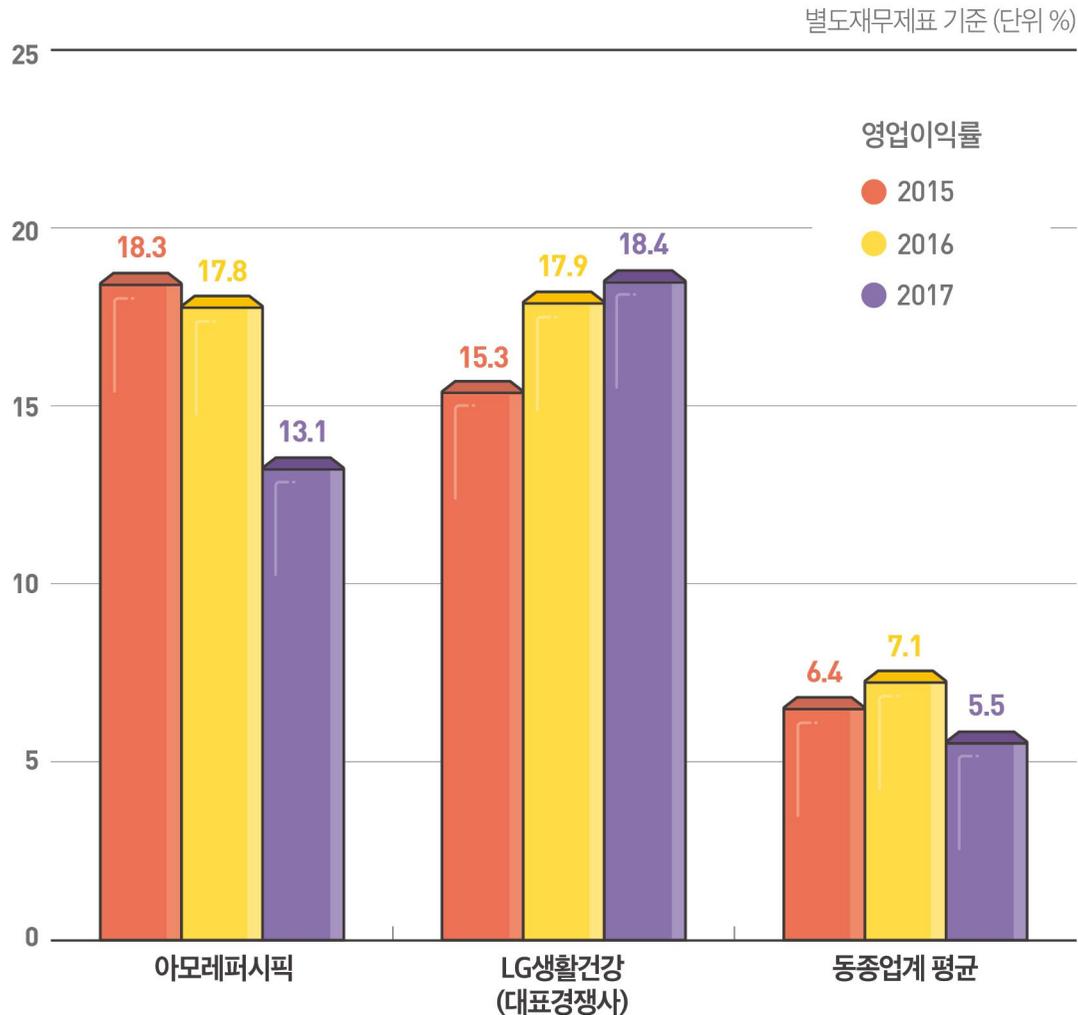
### 연결재무제표와 별도재무제표의 차이는?

연결재무제표는 자회사, 지분을 가진 그룹의 다른 계열사 등 '연결 대상인 종속회사'의 재무상태까지 모두 포함한 것이며, 별도재무제표는 이를 제외한, 그 기업만의 재무상태를 말한다. 캐치 기업분석리포트에서는 요약 재무제표에는 연결과 별도재무제표 모두를, 수익성, 안정성, 성장성 평가에는 별도재무제표를 기준으로 기술한다.

	항목	2015	2016	2017	LG생활건강 2017
손익계산서	매출액	4조 7,666억 (3조 7,580억)	5조 6,454억 (4조 2,709억)	5조 1,238억 (3조 6,275억)	6조 2,705억 (3조 7,844억)
	영업이익	7,729억 (6,877억)	8,481억 (7,615억)	5,964억 (4,744억)	9,303억 (6,966억)
	당기순이익	5,848억 (5,342억)	6,457억 (5,939억)	3,980억 (3,178억)	6,185억 (5,957억)
재무상태표	자산총계	4조 4,431억 (3조 9,747억)	5조 1,816억 (4조 6,187억)	5조 3,757억 (4조 7,863억)	4조 7,780억 (3조 4,852억)
	부채총계	1조 708억 (6,622억)	1조 2,849억 (8,135억)	1조 2,003억 (7,597억)	1조 6,954억 (1조 1,254억)
	자본총계	3조 3,723억 (3조 3,125억)	3조 8,966억 (3조 8,052억)	4조 1,754억 (4조 266억)	3조 826억 (2조 3,597억)

\* 연결재무제표 기준, 괄호 안은 별도재무제표

## ◆ 기업의 수익성 알아보기



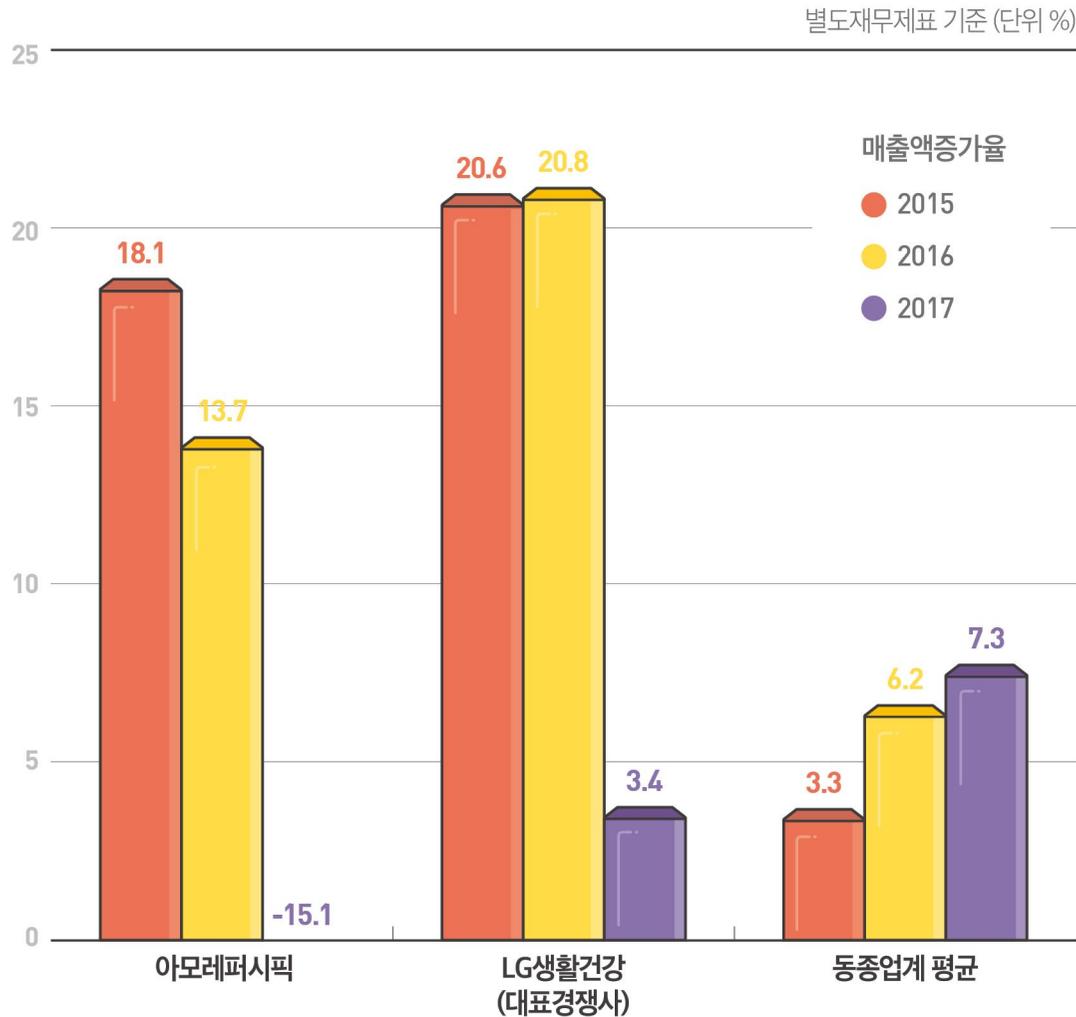
### Q. 수익성이 좋은 알짜 기업일까?

아모레퍼시픽의 수익성은 높은 편이다. 대표적으로 영업이익률이 2017기준 13.1%로 동종업계 평균보다 높으며 이외 매출액순이익률 또한 8.8%로 높은 편이다. 경쟁사 LG생활건강에 비해서는 수익성이 낮다.

### Q. 영업이익률이 높은 이유는?

아모레퍼시픽은 R&D에 끊임없이 투자하여 품질이 뛰어난 고가 라인 화장품을 생산한다. 아모레퍼시픽이 가진 프리미엄 이미지는 원가 대비 높은 매출로 다른 회사보다 영업이익률을 높일 수 있는 비결이다. 또한 다른 판매망보다 영업이익률이 높은 면세점 판매의 비중이 크다는 점도 하나의 이유이다.

## ◆ 기업의 성장성 알아보기



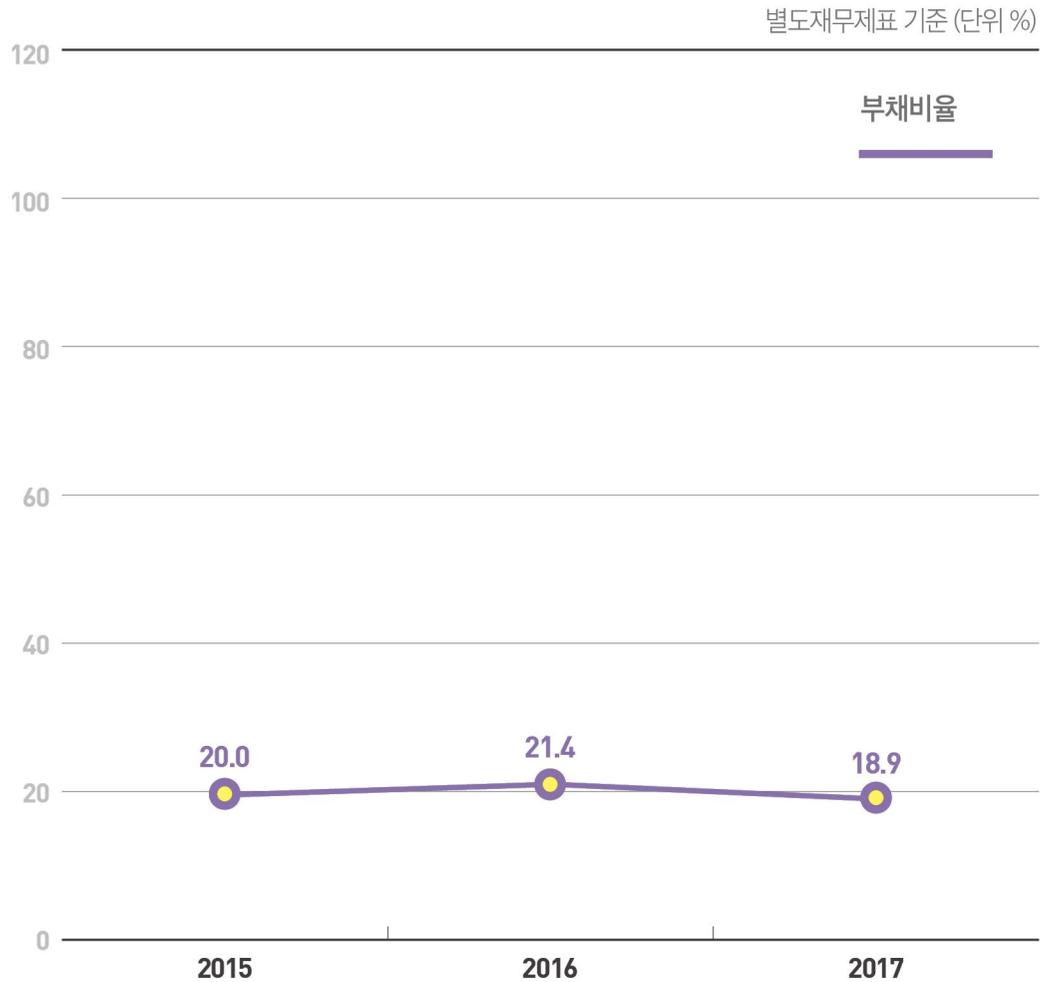
### Q. 성장하고 있는 기업일까?

아모레퍼시픽의 성장성은 업계 평균 수준이다. 매출액증가율이 15년도, 16년도에는 10%대로 높았으나 17년도에는 -10%대로 역 성장을 기록했다. 15년도 30%대를 기록하던 영업이익증가율도 지속적으로 감소하여 17년도에는 -30%대로 떨어졌다. 경쟁사 LG 생활건강에 비해서는 성장성이 나쁜 편이다.

### Q. 영업이익증가율이 보통인 이유는?

중국의 K-beauty 붐으로 몇 년 사이 폭발적으로 성장할 수 있었으나, 17년도 중국 사드 문제로 성장세에 타격을 입었다. 중국인 관광객 유입 감소 영향으로 국내 면세 채널 및 주요 관광 상권이 위축되었기 때문이다. 이에 매출 하락으로 고정비 부담이 늘어난 가운데 중장기 성장을 위한 투자로 영업이익 또한 감소했다.

## ◆ 기업의 안정성 알아보기



### Q. 안정적일까? 망하지는 않을까?

아모레퍼시픽은 최근 3년간 부채비율을 10~20%대로 유지했고 자기자본비율을 80%대로 유지했다. 즉 안정성이 업계 상위 수준이다. 경쟁사 LG생활건강에 비해서도 안정성이 좋은 편이다.

### Q. 부채비율이 낮은 이유는?

재무적 안정성을 중요시하는 경영 방침 때문이다. 아모레는 1990년대 사업다각화 실패 이후, 무차입경영을 목표로 지금까지 낮은 부채비율을 유지하고 있다. 매출이 큰 기업이기 때문에 벌어들인 돈으로 기업 경영과 투자가 충분히 가능하다. 무리하게 다른 사업영역에 투자하지 않는다는 점도 낮은 부채비율을 유지할 수 있는 이유다.

## 6 경쟁사 비교



아모레퍼시픽

**대표사업** 화장품, 생활용품, 식품(녹차)  
**매출액** 5조 6,454억  
**영업이익** 8,481억  
**현황** 사드 보복으로 영업이익 29.7% 감소

◆ LG생활건강

**대표사업** 화장품, 생활용품, 음료  
**매출액** 6조 941억  
**영업이익** 8,809억  
**현황** 음료, 화장품, 생활용품의 균형잡힌 사업 포트폴리오

◆ 카버코리아

**대표사업** AHC  
**매출액** 4,250억  
**영업이익** 1,800억  
**현황** 아이크림의 인기를 바탕으로 한 안정적인 성장세

◆ 그외 경쟁사

**그외 경쟁사**  
 토니모리, 에이블씨엔씨 등

## 7 종합분석

강점

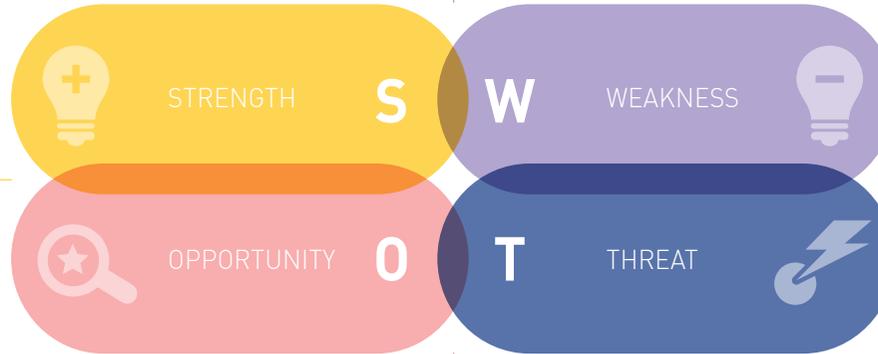
### STRENGTH

따라올 수 없는  
제품 품질

약점

### WEAKNESS

부족한 사업 포트폴리오,  
높은 중국 시장 의존도



기회

### OPPORTUNITY

세계로 뻗어나가는  
K-beauty

위험

### THREAT

중국인 관광객 감소로 인한  
매출 악화

| 강점 |

# STRENGTH

## 따라올 수 없는 제품 품질

아모레퍼시픽의 강점은 제품의 품질과 그에 따른 브랜드 파워다. 아모레퍼시픽은 2011년 이후에는 R&D 인력을 30% 이상 늘려 기술 혁신을 이루어 냈다. 그 결과 '에어쿠션'을 만들어내 전세계적인 '쿠션시대'를 리드했으며, 고가 라인인 럭셔리 부문뿐만 아니라 중저가 라인인 프리미엄 부분에서도 제품 품질을 인정받아 아모레퍼시픽 전체의 브랜드 파워를 만들어냈다. 프리미엄 화장품 이미지 덕분에 높은 영업이익률도 유지할 수 있다.

| 약점 |

# WEAKNESS

## 부족한 사업 포트폴리오, 높은 중국 시장 의존도

아모레는 사업 포트폴리오가 다양하지 않다. 화장품 사업에 집중하겠다는 경영 방침에 따라 화장품 매출이 전체 매출의 89%정도 차지한다. 이는 화장품 업계가 호황일 때는 매출을 극대화 할 수 있는 전략이지만, 반대 상황에서는 회사가 흔들릴 수 있다는 약점으로 작용한다. 게다가 최근 중국 시장 의존도가 높다는 점도 약점으로 작용했다. 중국 사드 문제로 인한 매출 감소가 다른 기업에 비해 높았기 때문이다. 리스크를 줄이기 위해서는 사업과 시장을 다각화 할 필요가 있다.

| 기회 |

# OPPORTUNITY

## 세계로 뻗어나가는 K-beauty

Kpop의 인기에 힘입어 K-beauty도 전세계적인 인기를 끌고 있다. 태국, 인도네시아를 비롯한 동남아시아 시장뿐만 아니라 미국과 유럽에서도 K-beauty가 주목 받고 있다. 아모레는 미국의 대표적인 화장품 편집숍인 '세포라'에 '라네즈'를 입점시키고, '이니스프리도' 로드샵을 냈다. 2018년에도 마몽드를 미국 뷰티 전문점 얼타에 입점시켜 적극적으로 시장을 개척해나갈 계획이다. 다양한 글로벌 시장을 개척한다면 한 나라의 정치적 리스크로 인한 매출 감소 위험도가 줄어들 것으로 기대된다.

| 위협 |

# THREAT

## 중국인 관광객 감소로 인한 매출 악화

아모레는 2017년에 중국인 관광객 감소 영향으로 매출이 9%, 영업이익이 30% 하락하였다. 중국과 정치적 갈등으로 인해 면세 채널과 관광 상권이 위축되었기 때문이다. 이를 극복하기 위해 영업점 리모델링, 디지털을 이용한 VR존 설치, 체험존 강화 등 투자 비용을 증가시켰기 때문에 영업이익이 쉽게 회복되지 않을 것으로 보인다. 또한 중국내 보따리상을 규제하기 위한 면세점 구매 수량 제한 정책도 단기적으로 매출에 악영향을 끼칠 것으로 보인다.

## 8 기업문화는 어떨까?

### ◆ 어떤 가치를 추구할까? #소명

01

인류봉사

아름답고 건강하게 살고자 하는 인류의 영원한 꿈을 실현합니다.

02

인간존중

서로의 다양성을 존중하고 일을 통해 성장할 수 있도록 돕습니다.

03

미래창조

내면과 외면이 조화를 이루는 아름다움으로 미의 영역을 혁신합니다.

## ◆ 어떤 인재를 원할까? #인재상

01

공감

아름다워지고자 하는 고객의 마음을 함께 절실히 느끼며 성장하고자 하는 동료의 마음을 지지하며 더 나은 사람이 되고자 하는 스스로의 의지를 굳건히 합니다.

02

몰입

공감이 있기에 자신의 일을 사랑하게 되며 또한 깊게 집중하게 되므로 일 자체로 기쁨을 느낍니다.

03

전문성

고객의 바람과 요구를 구체적으로 이해하고 이를 충족시키기 위한 방법들을 찾고 만들어가는데 최고가 됩니다.

04

창의

어느 날 불현듯 찾아오는 순간의 영감이 아닙니다. 이미 아는 것에 새로운 것을 더하고 생각과 질문을 반복하여 깊어지는 가운데 창의의 기운은 솟아오르게 됩니다.

## 9 생생채용정보

### ◆ 어떻게 채용할까? #채용동향



POINT  
01

#### 아름다움'을 묻는 자소서

아모레는 서류 전형에서 '아름다움'에 대해 묻는다.

아름다움의 정의, 아름다움을 실현할 수 있는 방법 등을 자신만의 경험을 바탕으로 서술해야 한다.

POINT  
02

#### Booster 전형

1차 면접 이후 6주 간 full-time Booster 전형에 참가해야만 한다.

부스터 전형은 인턴과 달리 개개의 업무 능력과 스타일을 세세하게 평가하고 적합한 직무에 배치한다.