

2026/9/14

아모레퍼시픽

권우정 책임연구원
20240006@iprovest.com

인베스터데이 후기: 멀티브랜드 프리미엄의 시작

BY27 매출 YoY +10%, OPM 11~12% 가이드نس 제시. 미주, EMEA, 일본 중심 고성장 전망

BY26부터 라네즈, COSRX 외 에스트라, 일리윤, 아이오펜, 헤라 등 다수 브랜드가 동반 성장하며 멀티 브랜드 프리미엄 본격화 구간 기대

BY27 가이드نس: 매출 YoY 10% 성장, OPM 11~12% 제시

아모레퍼시픽은 BY27 가이드نس로 매출액 YoY 10% 성장, OPM 11~12% 제시.

- 국내: 온라인/MBS 중심 YoY HSD 성장 목표, 해외는 미주/EMEA/일본 핵심 전략 시장 중심 YoY 10% 이상 성장 목표.
- 지난 5년 간 아모레퍼시픽은 채널 재정비, 효율화 작업을 진행하며 성장보다는 구조 개선에 집중하며 성장 측면에서는 다소 아쉬운 실적을 기록. 효율화 과정에서 일시적 비용 지출들이 발생하며 이익 단에서 아쉬운 흐름. 다만 BY26부터는 구조 개선 작업이 마무리되며 BY27부터 본격적인 성장궤도에 진입할 것으로 전망함. 특히, BY26에는 기존 약진 브랜드 라네즈, COSRX 외에도 에스트라/일리윤/아이오펜/헤라/려/이니스프리 등 약진 브랜드가 다수 등장하기 시작하며 멀티브랜드사로서의 성장 스토리를 보여줄 수 있는 국면임. BY27에는 멀티브랜드 기반 마케팅을 본격화하며 성장을 전망하는데, 특히 아모레퍼시픽은 디지털 마케팅 투자를 강화하겠다고 발표함. 올해 디지털 마케팅 전담 조직 신설 등으로 글로벌 내 아마존/틱톡샵 강화 예정임. 카테고리별로는 더마/헤어케어 중심 강화 목표

BY27 지역별 가이드نس

1. 미주: 매출액 YoY 20% 성장, OPM 10% 이상

핵심 전략으로 1) 아마존/틱톡 가속화, 2) 더마 카테고리 YoY 60% 이상 성장(에스트라/아이오펜/일리윤 중심), 3) 라네즈/이니스프리/COSRX 차세대 제품 적극 육성, 4) 안정적 수익성 브랜드 성장 + 성장 브랜드 두 축으로 성장 목표.

2. EMEA: 매출액 YoY 30%, OPM 20% 이상

- 1) 아마존/틱톡 강화: 미주에서 검증된 콘텐츠 및 히어로 SKU 적극 확대. 아마존 진출 국가 확대 등,
- 2) 리테일 커버리지 확대: COSRX 슈퍼드럭 매장 5배 확대, 라네즈 북유럽/동유럽 MBS 확대, 이니스프리 더글라스, 에스트라 영국 부츠 신규 입점 등

3. 일본: 매출액 YoY 30%, OPM HSD

- 1) 카테고리 선도 히어로 SKU 확대: 에스트라 아토펜케어 크림, 이니스프리 노세범, 헤라 블랙큐션 등 히어로 SKU 경쟁력 강화, 2) 온오프라인 멀티 전략 강화: 틱톡/큐텐/아마존 강화하는 동시에, 드럭스토어 등 오프라인 점점 확대, 3) 럭셔리 포트폴리오 강화

멀티브랜드 프리미엄을 보여줄 구간!

올해부터 아모레퍼시픽은 멀티브랜드의 압도적인 경쟁력을 본격적으로 보여줄 것으로 판단. 멀티브랜드의 가장 큰 장점은 특정 소비자층이나 가격대에 국한되지 않고 연령, 성별, 가격대, 카테고리 전반을 아우르며 소비자 접점을 폭넓게 확보할 수 있다는 점임. 가령 일부 브랜드는 20~30대 젊은 여성층을, 일부 브랜드는 남성 소비자층을, 일부 브랜드는 프리미엄 가격대를, 일부 브랜드는 매스 가격대를, 일부 브랜드는 헤어케어 카테고리를 커버하면서 다양한 소비자 수요를 동시에 흡수할 수 있음. 이는 한 두 개의 히어로 SKU에 성장이 집중되는 인디브랜드 대비 특정 브랜드 및 제품 의존도를 낮추는 동시에, 소비자층과 카테고리 확장 측면에서 높은 성장 지속성을 확보할 수 있다는 점에서 강점임.

기존 아모레퍼시픽이 멀티브랜드 포트폴리오를 보유하고 있음에도 인디브랜드 대비 밸류에이션 프리미엄이 제한적이었던 이유는 결국 브랜드들의 실적 성장이 뒷받침되지 못했기 때문임. 특히 지난 4~5년간 대대적인 체질 개선 작업을 진행하면서 BY25까지는 매출 및 이익 성장이 제한적이었음. 다만 BY26부터 실적이 턴어라운드하며 본격적인 성장 궤도에 진입하기 시작했고, 라네즈, COSRX뿐 아니라 에스트라, 일리운, 아이오펜, 헤라, 러, 이니스프리 등 다수 브랜드의 성장세가 동시에 가시화되고 있음. 결국 올해부터는 멀티브랜드의 경쟁력이 실적으로 증명되기 시작하는 구간으로, 본격적인 성장과 함께 밸류에이션 프리미엄 역시 재평가될 가능성이 높다고 판단함.

■ Compliance Notice ■

이 자료에 게재된 내용들은 작성자의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 작성되었음을 확인합니다.

이 조사항목은 당사 리서치센터가 신뢰할 수 있는 자료 및 정보로부터 얻어진 것이나, 당사가 그 정확성이나 완전성을 보증하는 것이 아닙니다. 따라서 이 조사항목은 투자참고자료로만 활용하시기 바라며, 어떠한 경우에도 고객의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다. 또한 이 조사항목의 지적재산권은 당사에 있으므로 당사의 허락 없이 무단 복제 및 배포할 수 없습니다.

당사 리서치센터 연구원은 고객에게 카카오톡 메신저 등으로 개별 접촉하지 않습니다. 당사 연구원 사칭 사기 등에 주의하시기 바랍니다.

- 동 자료는 제공시점 현재 기관투자가 또는 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 전일기준 당사에서 1% 이상 보유하고 있지 않습니다.
- 추천종목은 전일기준 조사분석 담당자 및 그 배우자 등 관련자가 보유하고 있지 않습니다.

■ 투자의견 비율공시 및 투자등급관련사항 ■ 기준일자_2026.06.30

구분	Buy(매수)	Trading Buy(매수)	Hold(보유)	Sell(매도)
비율	94.7%	4.6%	0.7%	0.0%

[업종 투자의견]

Overweight(비중확대): 업종 펀더멘털의 개선과 함께 업종주가의 상승 기대
Underweight(비중축소): 업종 펀더멘털의 악화와 함께 업종주가의 하락 기대

Neutral(중립): 업종 펀더멘털상의 유의미한 변화가 예상되지 않음

[기업 투자가간 및 투자등급] 향후 6개월 기준 2015.6.1(Strong Buy 등급 삭제)

Buy(매수): KOSPI 대비 기대수익률 10%이상
Hold(보유): KOSPI 대비 기대수익률 -10~10%

Trading Buy: KOSPI 대비 10%이상 초과수익 예상되거나 불확실성 높은 경우
Sell(매도): KOSPI 대비 기대수익률 -10% 이하