

# L'oreal (OR FP)

## 3Q19 Revenue 실적 발표

### 유통/화장품

Analyst 양지혜

02. 6454-4873

jihye.yang@meritz.co.kr

### L'oreal (OR FP) 3분기 매출 실적 발표 (10/29)

- 2019년 3분기 매출액 7,183백만유로 (+10.7% YoY)를 기록하였으며 M&A 및 환율효과를 제외한 실질적인 성장률은 1분기 +7.5% YoY를 달성하였음. 스타일난다 등 M&A 효과가 +1.0%, 환율 효과가 +2.2% 성장에 긍정적으로 작용함

- 지역별로는 Western Europe +3.2%, North America -1.3%, New Market (신흥시장) +16.7% 신장하였음 (환율 효과 제외), 신흥시장 내에서는 특히 Asia Pacific +22.6%의 성장세가 두드러짐

- 세그먼트별로는 L'oreal Luxe (럭셔리) +13.8%, Active Cosmetics (더마 화장품 등) +14.2%, Consumer Products (매스 브랜드) +2.7%, Professional Products (샴푸헤어케어) +3.9% 성장하여 럭셔리와 더마 화장품의 높은 성장이 지속되었음

- 카테고리별로는 Skincare +18%, Makeup +3%, Hair +3%, Fragrances +8%를 기록함. Makeup을 제외하고 시장 대비 높은 성장률을 기록하였음

- 온라인 채널은 +47.5% YoY 대폭 증가했으며 온라인 채널 비중 또한 전체 매출의 13.5%까지 올라옴. 면세점 채널 또한 +20.8% YoY 성장하였음

- 실적 컨퍼런스콜에서 해외 투자자들은 1) 안정적인 고성장의 원동력 및 중국, 홍콩 시장 현황과 2) 미국 시장 부진 원인 3) E-Commerce의 지역별 및 브랜드별 성과 등에 대한 질문이 집중되었음

이에 대해 1) 럭셔리 호실적은 중국을 중심으로 아시아 지역에서 여전히 강력한 성장세를 지속하였으며 둔화되는 흐름은 전혀 보이지 않음. 특히 지난 몇 년간 E-Commerce에서 폭발적으로 성장함. 또한 중국 럭셔리 화장품 시장에서 가격할인을 통한 경쟁은 나타나고 있지 않으며 신규 프리미엄 브랜드들이 등장하고 있지만 로레알의 점유율 상승은 지속되고 있음. 전반적으로 중국 화장품 시장의 프리미엄화가 매우 강하게 진행되고 있음

2) 미국은 Make-up에서의 부진 영향이 컸으며 구조적인 어려움이라 보지는 않음. 역시 지난해까지 로레알은 Make-up에서 좋은 성과를 보였으나 스몰 & 인디 브랜드의 성장으로 경쟁이 심화됨. 로레알은 조직 재정비를 통해 회복 기회 모색

3) 전사적으로 E-Commerce의 성장에 집중하고 있으며 카테고리별로는 온라인에서 럭셔리 50%대, 더마코스메틱 40%대, 헤어케어 30%대 성장함. E-retailer 중에서는 중국 알리바바 Tmall 비중이 가장 높게 나타나고 있음

## Compliance Notice

---

본 조사분석자료는 제3자에게 사전 제공된 사실이 없습니다. 당사는 자료작성일 현재 본 조사분석자료에 언급된 종목의 지분을 1% 이상 보유하고 있지 않습니다. 본 자료를 작성한 애널리스트는 자료작성일 현재 해당 종목과 재산적 이해관계가 없습니다. 본 자료에 게재된 내용은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 신의 성실하게 작성되었음을 확인합니다.

본 자료는 투자자들의 투자판단에 참고가 되는 정보제공을 목적으로 배포되는 자료입니다. 본 자료에 수록된 내용은 당사 리서치센터의 추정치로서 오차가 발생 할 수 있으며 정확성이나 완벽성은 보장하지 않습니다. 본 자료를 이용하시는 분은 본 자료와 관련한 투자의 최종 결정은 자신의 판단으로 하시기 바랍니다. 따라서 어떠한 경우에도 본 자료는 투자 결과와 관련한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다. 본 조사분석자료는 당사 고객에 한하여 배포되는 자료로 당사의 허락 없이 복사, 대여, 배포 될 수 없습니다.