

아모레퍼시픽그룹, 매출 15조 ‘뉴뷰티’ 비전 달성 속도낸다

창립 81주년 기념식

해외시장 중심 상반기 실적개선
AX 등 ‘뉴뷰티’ 5대 주요과제 탄력
서경배 회장 “새로운 상품·문화 주도”

아모레퍼시픽그룹이 브랜드 포트폴리오 강화, 해외 시장 다변화 등으로 결실을 맺으며 ‘뉴뷰티’를 실현한다. 국내 시장에서 K뷰티 리더십을 기반으로 미국, 유럽, 일본 등 글로벌 핵심 시장에서도 고성장을 하고 있다.

7일 아모레퍼시픽그룹에 따르면, 지난 4일 서울 용산 그룹 본사에서 창립 81주년 기념식이 열렸다. 이날 행사는 전 세계 법인에 국어, 영어, 중국어 등 3개 언어로 생중계된 가운데, 서경배 아모레퍼시픽그룹 회장은 “지난 81년의 역사를 이끌어 온 힘은 고객중심과 개척정신”이라며 “전 세계 고객에게 새로운 아름다움의 기준을 제시하는 회사를 만들자”고 강조했다.

아모레퍼시픽그룹은 지난해 창립 80주년을 맞으며 ‘뉴뷰티’ 비전을 선포했다.



서경배 아모레퍼시픽 그룹 회장이 창립 81주년 인사말을 하고 있다.

/아모레퍼시픽 그룹

오는 2035년까지 매출 15조원을 돌파하고 ‘글로벌 대표 뷰티&웰니스 기업’으로 도약한다는 장기 목표를 추진하고 있다.

특히 5대 주요 과제에 ▲글로벌 핵심 시장 집중 육성 ▲통합 뷰티 솔루션 강화 ▲바이오 기술 기반 항노화 개발 ▲민첩한 조직 혁신 ▲인공지능 기반 업무 전환 등 5대 전략 과제를 제시했다. 아모레퍼시픽그룹이 지속해 온 연구개발을 집약한 피부과학으로 피부 장수를 실현하는 ‘홀

리스틱 롱제비티’에 중점을 두며, 스킨케어는 물론, 헤어 등 웰니스 영역 전반에서 경쟁력을 갖춰 나간다는 방침이다.

실제로 올해 상반기 연결 기준, 누적 매출은 2조3116억원이다. 부문별로 살펴보면, 설화수·헤라·라네즈·에스트라 등을 포함하는 화장품 사업이 2조683억원의 매출을 올렸다. 전체 매출의 89.5%를 차지하며 견조한 외형을 유지했다.

이와 함께 미장센·러·해피바스·메디안

등을 포함한 헤어 앤 뷰티 사업은 2433억원의 매출을 냈다. 지난해 연간 매출의 절반 수준을 상회했다. 해당 사업의 연간 매출은 2024년 4073억원에서 2025년 4584억원으로 약 13% 커졌다.

아울러 아모레퍼시픽그룹은 해외 사업에서 수익성 기반을 다졌다. 올해 1분기와 2분기 연속으로 두 자릿수 영업이익률을 기록하는 성과를 냈다.

1분기 해외 매출은 4971억원, 영업이익은 567억원으로 영업이익률은 11.4% 수준이다. 또 2분기 해외 매출과 영업이익은 각각 5516억원, 영업이익 718억원으로 늘었다. 영업이익률은 13.0%로 끌어올렸다.

서구권 시장에서는 폭발적인 약진했다. 올해 상반기 해외 누적 매출 중 37%는 3851억원의 미주 매출이다. 미주를 최대 해외 거점으로 확보한 가운데 EMEA(유럽·중동) 지역 역시 상반기 누적 매출 1364억원을 거뒀다.

글로벌 스킨케어 브랜드 라네즈, K더마 브랜드 에스트라가 브랜드 파워를 확산하고 있다. 라네즈는 워터뱅크 UV 베

리어 선스크린, 립 글레이즈 등 신제품을 내놓으며 선전을 이어갔다. 더마 브랜드 에스트라는 대표 제품인 ‘아토베리어365 크림’을 앞세워 미주에서 세 자릿수 성장을 보였고, EMEA에서도 유명 뷰티 편집숍 세프라 등에 입점하며 입지를 구축했다.

과거 해외 매출의 큰 축이었던 중화권 시장에 대한 의존도는 줄이는 동시에 채널 효율화 및 매장 정비로 체질 개선에 나섰다. 올해 상반기 누적 매출은 2394억원이며 그 비중은 22.8%이다. 고급 헤어 관리 브랜드 ‘려’가 실적 방어 역할을 하고 있다. ‘자양윤모 퍼퓸’ 제품군 등 고기능성 제품이 현지 소비자들의 호응을 얻고 있다.

서경배 회장은 “디지털과 다양한 플랫폼을 통해 유통 관도가 재편됐고 K컬처에 대한 높은 관심만큼 경쟁은 치열해지고 변화의 속도는 빨라졌다”며 “시대에 맞는 과제를 빠르게 실행해 고객 일상을 변화시킬 새로운 상품과 루틴, 문화를 주도해 나가겠다”고 밝혔다.

/이청하 기자

mlee236@metroseoul.co.kr



고차입 주택취득가구, 금리 상승시 신용위험 확산 가능성

금리 1%p 오르면 1년뒤 연체율 0.81% ↑
한명이 연체하면 다른 가족까지 영향

소득에 비해 원리금 상환 부담을 크게 늘려 집을 산 가구는 금리가 1%포인트(p) 오르면 1년 뒤 연체율이 0.81%p 상승한다는 분석이 나왔다. 이들 가구에서 한 명이 연체하면 12개월 이내 다른 가족도 연체할 가능성은 기존 주택보유가구의 1.9배에 달했다.

7일 한국은행 발간한 BOK 이슈노트 ‘가구DB를 이용한 가계부채 리스크 평가’에 따르면 연구진은 코리아크레딧뷰로(KCB) 신용정보의 주소지를 기준으로 가구를 식별해 약 206만 가구의 부채·자산·소득·지출을 추적할 수 있는 월별 자료를 구축했다. 전체 가구 모집단의 9.2%에 해당한다.

연구진은 2023~2025년 주택을 취득하



서울 시내 아파트 모습.

/뉴시스

며 주택담보대출을 새로 받은 가구 가운데 소득 대비 원리금 상환 부담 증가 폭이 상위 10%인 가구를 ‘고차입 주택취득가구’로 분류했다.

스트레스 테스트 결과 금리가 1%p 오르면 이들 가구의 12개월 뒤 연체율은 0.

81%p 상승했다. 기존 주택보유가구의 상승 폭 0.52%p와 과도한 부채조달을 동반하지 않은 일반 주택취득가구의 0.64%p를 모두 웃돌았다.

고차입 주택취득가구에서 가구원 한 명이 연체한 뒤 12개월 이내 다른 가구원도 연체할 가능성은 8.8%였다. 일반 주택취득가구는 5.4%, 기존 주택보유가구는 4.6%였다. 과도한 차입에 따른 신용위험이 개인을 넘어 가족 전체로 확산될 가능성이 크다는 의미다. 다만 전체 차입가구는 비교적 안정적인 것으로 나타났다. 금리가 0.25%p 상승할 경우 평균 연체율은 기존 3.35%에서 0.27%p 높아졌다.

저소득층과 자영업자·법인대표 가구는 금리 상승에 상대적으로 취약했다. 소득 1분위와 2분위의 기존 연체율은 각각 5.45%, 4.38%로 전체 평균을 웃돌았으며

금리 상승 이후 각각 0.48%p, 0.40%p 더 높아졌다. 자영업자·법인대표 가구도 기존 연체율이 4.47%였고 상승 폭은 0.32%p로 나타났다.

부채가 소비를 억누르는 기준점도 확인됐다. 소득 대비 원리금상환액 비율(DSR)이 46%를 넘으면 소비가 감소하기 시작했다. 2025년 부채보유가구의 11.1%가 이 기준을 초과했다. 소득 1분위에서는 해당 가구 비중이 2021년 11.4%에서 지난해 14.5%로 상승했다.

연구진은 “주택가격 상승세가 과도하게 확대되지 않도록 일관된 정책기조를 유지하는 것이 바람직하다”며 “필요시 취약가구의 상환 부담 완화를 위한 선별적인 정책지원도 검토할 필요가 있다”고 밝혔다. /김주형 기자 gh471@



metro

>> 1면 ‘폴더블 아이폰 공개 임박’서 계속

“국내업체 수익개선 기대”

LG디스플레이는 애플향 OLED 공급을 확대하면서 차세대 제품에 대응하고 있다. 시장조사업체 유비리서치는 올해 전체 아이폰용 OLED 수요 2억6470만장 가운데 LG디스플레이가 8224만장을 공급할 것으로 전망했다. 회사는 폴더블을 비롯한 새로운 OLED 기술을 연구하고 사업화 시점에 맞춰 대응한다는 계획이다.

김대중 세종대 경영학과 교수는 “애플은 글로벌 프리미엄 스마트폰 시장에서 영향력이 큰 만큼 폴더블폰 출시가 시장 확대의 촉매제가 될 수 있다”며 “삼성디스플레이와 LG이노텍 등 국내 업체들은 판매량 증가에 따른 부품 수요 확대뿐 아니라 애플의 품질 기준에 대응하는 과정에서 기술 고도화와 수익성 개선 효과도 기대할 수 있다”고 말했다.

/차현정 기자

연준, 물가진단 엇갈려… 美 금리 ‘안갯속’

물가 둔화 지속성 등 변수 작용

미국 고용 반등이 경기 급랭 우려를 덜었지만, 미 연방준비제도(Fed·연준) 내부의 물가 진단은 엇갈리고 있다. 생산성이 인건비 상승 부담을 완충하는 가운데, 최근 물가 둔화의 지속성과 가격 상승의 확산 범위가 9월 금리 판단의 핵심 변수다.

7월 금융권에 따르면 미 연준은 오는 15~16일(현지시간) 연방공개시장위원회(FOMC)를 열고 현재 연 3.50~3.75%인 정책금리의 조정 여부를 결정한다.

미 노동부가 지난 4일 발표한 고용보고서에 따르면 8월 비농업 고용은 전월보다 16만2000명 증가했다. 실업률은 4.1%로 유지됐고, 6·7월 고용 증가분도 합계 5만5000명 상향 수정됐다.

전체 순증가분의 62.3%는 외식업과 지방정부 교육에 집중됐다. 특히 지방정부

교육의 증가는 전달 감소를 상당 부분 되돌린 것이다.

인건비 압력은 생산성에 따라 달라진다. 미 노동통계국이 지난 3일 발표한 2분기 비농업 부문 노동생산성은 전년 동기 대비 2.2% 증가했다. 생산물 한 단위에 드는 인건비인 단위노동비용은 같은 기간 1.4% 올랐다.

같은 시간에 더 많이 생산하면서 생산물당 인건비 부담을 덜어준 셈이다. 8월의 비용 압력을 직접 보여주는 자료는 아니지만, 생산성 개선이 임금 상승에 따른 가격 전가 압력을 완화할 수 있음을 시사한다.

7월 개인소비지출(PCE) 물가는 전년 동월 대비 3.7% 올라 연준의 2% 목표를 웃돌았다. 식품·에너지 제외된 근원 물가 상승률은 3.3%였다.

케빈 워시 연준 의장은 지난달 28일 책

순환 연설에서 임금 상승률이 오랫동안 미래 물가를 예측하는 신뢰할 만한 지표가 되지 못했다고 지적했다. PCE 구성 품목의 49%에서 최근 6개월 가격 상승률이 연율 3%를 넘었다는 점도 제시했다.

그는 “구조적 물가 상승률이 목표를 향해 충분히 빠르게 움직인다는 확신이 필요하다”고 강조하면서도 특정 금리 결정을 약속하지 않았다.

고용 발표 전날인 지난 3일 크리스토퍼 월러 연준 이사는 최근 3개월을 기준으로 한 근원 물가 상승률의 둔화를 긍정적으로 평가했다. 생산성을 감안한 임금 흐름도 물가 상승률이 2%로 낮아질 것이라는 기대에 대체로 부합한다고 봤다.

월러는 8월 물가에서도 개선이 이어지면 동결을 지지하되, 둔화가 반전하면 인상을 검토하겠다고 밝혔다. 노동비용의 안정 신호와 최근 물가 둔화에 어느 정도 무게를 둘지에 워시와 강조점이 다른 셈이다. /김주형 기자



metro

삼성그룹 하반기 신입사원 공채

AI·바이오 등 미래사업 인재 선발

삼성그룹이 삼성전자와 삼성물산 등 19개 관계사의 하반기 신입사원 공개채용에 나선다. 국내 주요 그룹 가운데 유일하게 정기 공채 제도를 이어가며 반도체와 인공지능(AI), 바이오 등 미래 사업을 이끌 청년 인재 확보를 집중 선별한다.

삼성은 오는 8일부터 2026년 하반기 신입사원 공개채용 절차를 시작한다고 7일 밝혔다.

이번 공채에는 삼성전자와 삼성물산, 삼성바이오로직스, 삼성바이오메프, 삼성생명, 삼성디스플레이, 삼성SDI, 삼성전기, 삼성SDS, 삼성화재, 삼성카드, 삼성증권, 삼성중공업, 삼성E&A, 호텔신라, 제일기획, 에스원, 삼성의료원, 삼성웰스토리 등 19개 관계사가 참여한다.

지원자는 8일부터 15일까지 삼성 채용 홈페이지 ‘삼성커리어스’를 통해 입사를 희망하는 회사에 지원서를 제출할 수 있다. 채용 절차는 9월 직무적합성 평가를 시작으로 10월 삼성직무적성검사(GSAT), 11월 면접, 건강검진 순으로 진행된다.

소프트웨어(SW) 직군 지원자는 GSAT 대신 실기 방식의 SW 역량 테스트를 치른다. 디자인 직군은 GSAT 없이 디자인 포트폴리오 심사를 거쳐 선발한다.

이재용 삼성전자 회장은 지난해 8월 대통령령에서 열린 경제단체 및 기업인 간담회에서 “국내에서 지속적으로 양질의 일자리를 창출하고 고부가가치 산업을 육성할 수 있게 관련 투자를 지속할 것”이라고 밝힌 바 있다.

삼성은 1957년 국내 기업 최초로 신입사원 공채를 도입한 이후 올해까지 70년째 제도를 이어오고 있다. 삼성과 SK, 현대자동차, LG 등 국내 4대 그룹 가운데 정기 공채 제도를 유지하고 있는 곳은 삼성뿐이다. 1990년대 외환위기 등 일부 예외적인 상황을 제외하면 오일쇼크와 글로벌 금융위기 등 경제 위기 속에서도 공채를 지속해왔다. /차현정 기자 hyeon@