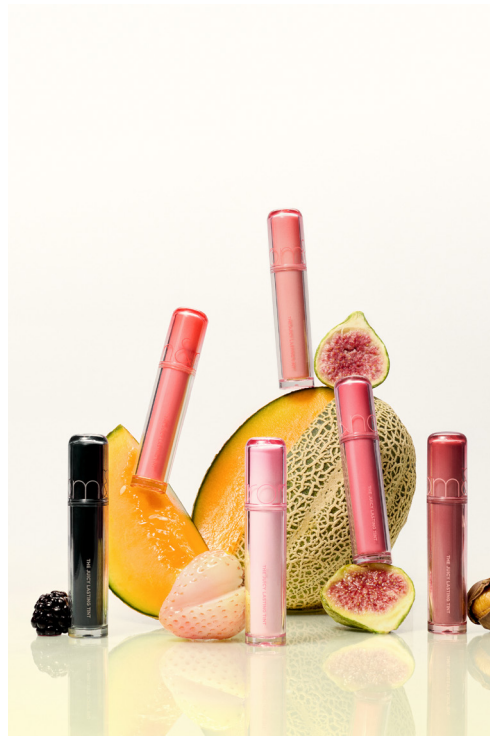


Interactive Branding Company



A woman with dark hair is shown from the chest up, holding a pink cosmetic product (likely a lip balm or lipstick) near her face. She is looking directly at the camera. The background is a soft, out-of-focus pink and white gradient.

Disclaimer

본 자료는 투자자들에게 정보를 제공하기 위해 (주)아이패밀리에스씨에 의해 작성되었습니다.

본 자료에 포함된 정보 중 과거의 영업성과에 대한 부분들 및 미래 예측에 대한 정보 및 이를 암시하는 부분들은 경영진의 합리적 근거 또는 가정에 근거하여 성실하게 행해졌으나, 영업상황 및 시장 변화에 따라 변화할 수 있다는 불확실성을 내포하고 있습니다.

본 자료의 활용으로 인해 발생하는 손실에 대하여 회사 및 회사 관계자는 책임지기 어렵습니다.

4Q24 경영성과

(단위: 억 원)

구분	4Q24	4Q23	YoY	3Q24	QoQ
매출액	484	420	+15%	501	-3%
매출 원가 (%)	316 (65%)	264 (63%)	+19%	318 (63%)	-1%
매출총이익 (%)	168 (35%)	155 (37%)	+8%	183 (37%)	-9%
판관비 (%)	109 (23%)	79 (19%)	+38%	92 (18%)	+18%
영업이익 (%)	58 (12%)	76 (18%)	-24%	91 (18%)	-36%
법인세차감전 순이익	59	78	-24%	93	-36%
법인세비용	13	8	+71%	17	-24%
순이익 (%)	46 (10%)	70 (17%)	-34%	76 (15%)	-39%

SUMMARY

• 매출액 484억원 (YoY 15%, QoQ -3%)

- 국내 179억 중 화장품 163억(91%), 화장품 외 16억(9%)
- QQ증가 국내화장품 19% 성장(국내 오프라인 34% 성장) 외에 수출 약했음
- '부진' (X), '일정'(순서)의 문제(O)
- YY로는 중화권(+52%), 동남아(+41%), 미주권(+172%), 유럽(+241%) 모두 증가 추세 이어짐

• 월별 매출 구성

- 국내 10월:11월:12월 = 3:6:1, 11월 강했고,
- 수출 10월:11월:12월 = 3:3:4, 하반기 좋아짐
- 95% 이상이 B2B거래이므로 셀아웃 매출을 그대로 반영하는 것은 아님

• 영업이익 58억원 (YoY -24%, QoQ -36%)

- QQ로 33억 덜 벌고 판관비 17억 더 쓰니 영업이익률 12%로 아쉬운 마무리. 그러나 쓸 데 썼다

국가별 매출 구성

- 국내화장품 YoY +16%(+23억원) 해외 YoY +13%(+35억원) 성장
- 국내 H&B 매출 107억원으로, QoQ 34% 성장(YoY 성장 28%) 올타임하이
- 국내 주요 매출처 순위권에 올랐고 트래픽 높아서 4Q 숫자 기대하시던 분들에게 실망스런 성적표임을 회사 인지함.
- 매분기마다 숫자를 쥐어짜내지 않아, Artistic하게 4분기 국내 신상에 집중했고, 국내 더쥬시 리뉴얼론칭 성공 이후 순차 수출 기대감 가져줬으면 회사는 바라고 있음.

(단위: 억 원)

구분	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q21	2Q24	3Q24	4Q24	비중	YoY	QoQ
화장품	319	354	364	406	564	478	491	468	97%	+15%	-3%
한국	116	114	128	140	155	136	137	163	34%	+16%	+19%
일본	122	140	110	128	203	107	138	129	27%	+1%	-7%
중화권	22	34	42	42	64	58	64	64	13%	+52%	-1%
동남아	20	19	32	33	61	56	84	47	10%	+41%	-44%
미주권	(미집계)			10	13	25	18	27	6%	+172%	+55%
유럽	(미집계)			7	13	20	28	23	5%	+241%	-17%
그외기타	34	43	53	44	20	36	13	12	2%	-74%	-34%
면세	6	4	4	5	4	6	4	2	1%	-52%	-37%
화장품 외	10	13	8	14	10	12	10	16	3%	+13%	+63%
전체	328	367	372	420	574	490	501	484	100%	+15%	-3%

* 중화권(중국, 대만, 홍콩) / 동남아시아(베트남, 태국, 필리핀 등) / 미주권(미국, 캐나다, 남미 등) / 유럽(영국, 튀르키예, 체코, CIS 등)을 포함합니다.

비용 사용

- QQ 대비 비용 증가: 광고선전비 6억, 지급수수료 5억, 소모품비 4억, 판촉비 1억, 복리후생비 1억, 상여금 1억 증가(주로 팝업 스토어, 오프라인 VMD 등 신상 론칭 마케팅성 비용)

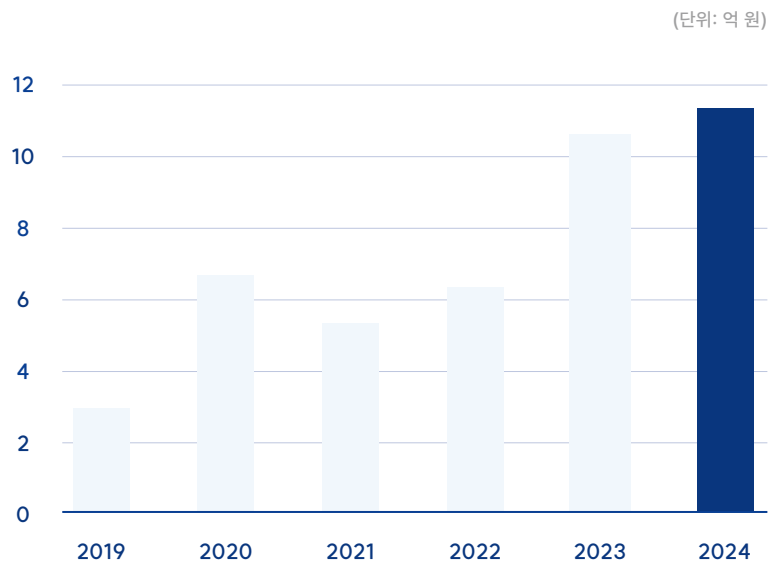
(단위: 억 원)

구분	4Q24	4Q23	YoY	3Q24	QoQ
매출원가 (원가율)	316	264	+19%	318	-1%
	(65%)	(63%)	(+2%p)	(63%)	(+2%p)
판관비 (판관비율)	109	79	+38%	92	+18%
	(23%)	(19%)	(+4%p)	(18%)	(+4%p)
직원급여	20	14	+39%	20	-1%
지급수수료	22	15	+48%	17	+30%
광고선전비	27	20	+38%	21	+28%

효율적인 판관비 집행

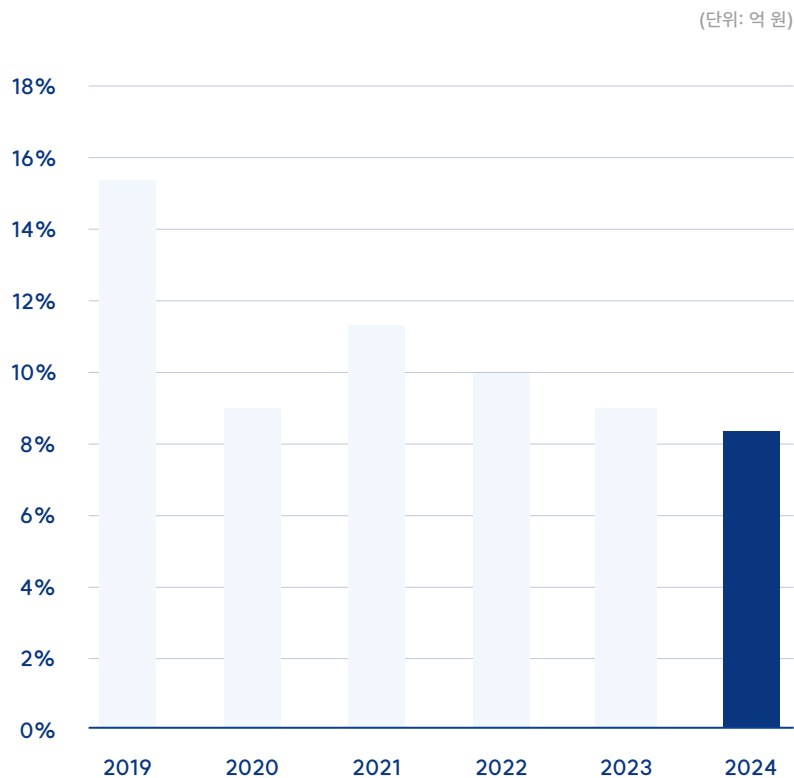
직원 1인당 연매출 3억 → 12억

- 임직원수는 해당연도의 사업보고서 재무제표상 연말 직원수입니다.
- 2024년 연말 직원 수는 총 180명입니다.

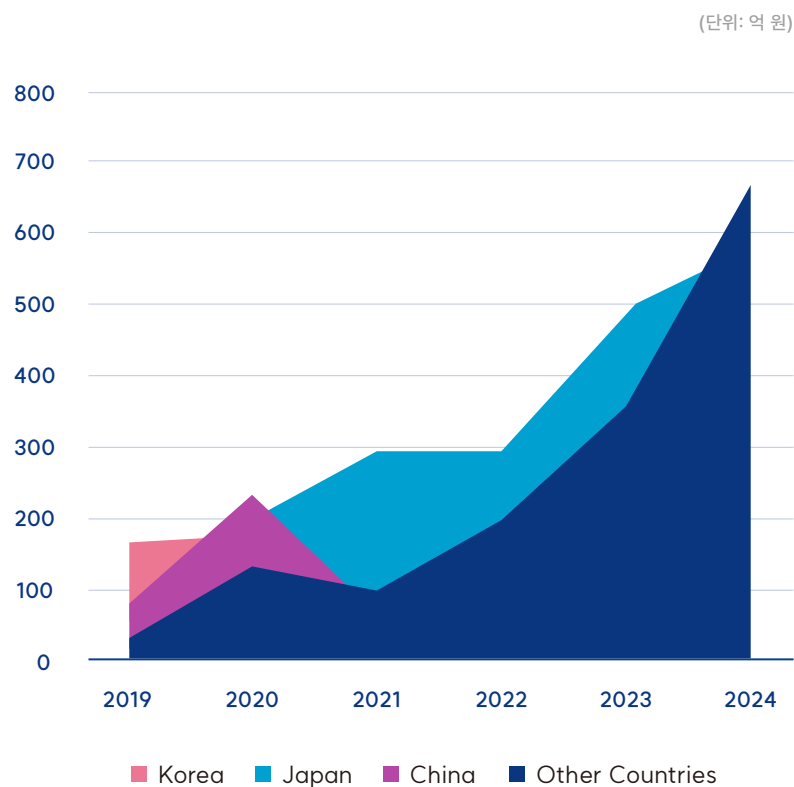


마케팅비 비중 15% → 8%

- 마케팅비 기준은 재무제표상 지급수수료, 광고선전비, 판매촉진비에 해당하는 계정으로 계산하였습니다.



주요 3개국(한, 일, 중)과 기타매출 성장 추이



SUMMARY

• 2020년 수출이 내수 추월

- 화장품사업부 전체 매출 722억원 중 한국 173억원, 일본 176억원, 중국 226억원으로 수출 증대

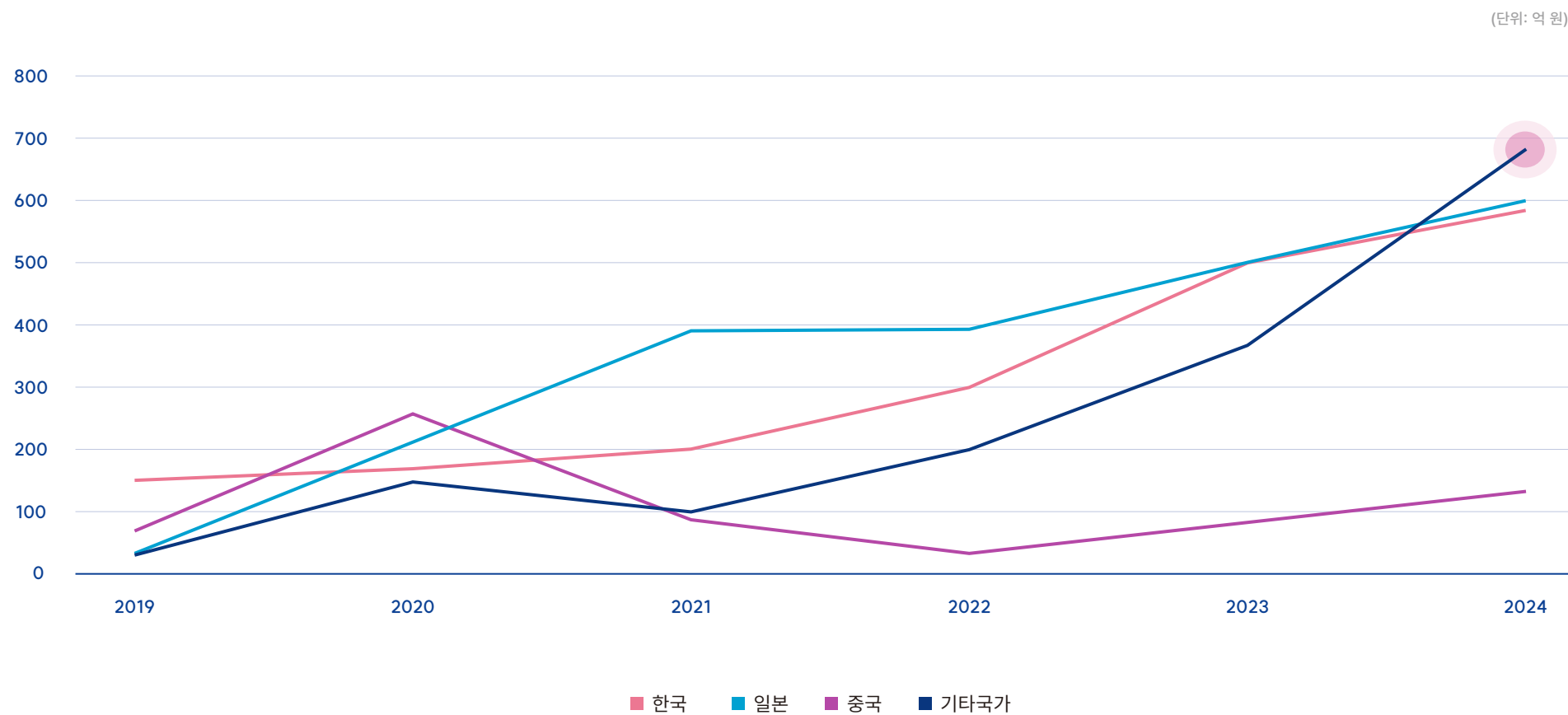
• 2021년 제1수출국 변화 (중국 → 일본)

- 일본매출 2020년 176억원에서 2021년 294억원으로 67% 매출 증대
(일본 매출비중 2020년 24% 2021년 44%로 급성장)

• 2024 기타국가 최대매출 전환의 해

- 기타국가 매출 34%로, 한국 30%, 일본 29%, 중국 7%를 넘어서는 첫 해
- 4Q 기준 기타국가 국가 비중은 베트남 6%, 대만 5%, 기타동남아 4%, 미주권 6%, 유럽 5% 등

기타국가 매출 (한국, 중국, 일본 제외) 성장 추이



품목별 판매 추이

- 스테디셀러는 세대 교체를 통해 사장되지 않고 꾸준히 대표상품으로 자리매김
- 신상들은 소비자소통을 통해 견고히 수정하며 히트작으로 붙어주며 덩치를 키움
- 출시했으나 자리잡지 못하고 있는 카테고리, 향후 리뉴얼을 통해 추가 성장 여력이 있음

(단위: 억 원)

구분	2022.1Q	2022.2Q	2022.3Q	2022.4Q	2023.1Q	2023.2Q	2023.3Q	2024.4Q	2024.1Q	2024.2Q	2024.3Q	2024.4Q
쥬시래스팅틴트	42	38	38	34	54	58	52	75	97	96	91	144
아이새도	57	58	51	36	58	57	60	58	81	62	55	49
블러퍼지틴트	12	15	12	14	18	21	23	28	30	37	42	40
멜팅밤	0	0	0	7	30	49	32	66	82	58	67	34
워터틴트	18	21	26	25	35	31	39	36	53	38	42	28
컬러글로스	0	0	0	0	0	0	0	8	52	50	54	22
브로우	7	10	10	8	15	16	32	22	38	36	25	19
앤드바이룸엔	0	0	0	0	21	46	13	19	20	9	14	13
베이스	10	11	13	13	33	26	31	24	24	28	19	13
치크	8	7	6	9	11	10	12	13	25	24	20	12
누즈	0	0	0	0	0	0	5	3	6	28	11	11
마스카라	13	10	13	8	13	11	12	10	14	11	9	10
물틴트	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	8	10
새딩	1	1	1	4	4	3	3	2	7	10	12	10
립스틱	7	7	10	11	15	16	15	17	19	11	18	9
벨벳틴트	27	19	17	17	19	13	12	15	14	9	9	6
워터글로스	5	6	6	5	10	13	12	12	4	9	11	5
아이라이너	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15	5
립라이너	0	0	4	2	9	7	4	3	3	1	1	4
네일	14	13	11	4	4	3	4	1	1	2	2	1
기타	4	2	2	7	2	3	5	2	2	4	5	1

* 기초데이터는 회계 매출 기준이 아닌 사업부 판매 수치를 기재하였습니다

품목별 판매 비중

LIP (GLOSSY)

53% (+1%p)



THE JUICY
LASTING TINT

32%
(+15%p)



GLASING
MELTING BALM

8%
(-5%p)



GLASING
COLOR GLOSS

5%
(-5%p)

EYE

18% (+2%p)



BETTER THAN
EYES

11%
(+1%p)



HANALL
BROW CARA

4%
(-1%p)



HANALL FIX
MASCARA

2%
(+1%p)

ELSE

5% (-2%p)



BETTER THAN
CHEEK



BETTER THAN
SHAPE



MOOD
PEBBLE NAIL

LIP (MATTE)

15% (전분기동일)



BLUR PUDGE
TINT

9%
(+1%p)



ZERO MATTE
RIPSTICK

2%
(-1%p)



BARE MOOL
TINT

2%
(+1%p)

BASE

3% (-1%p)



BARE WATER
CUSHION



NU ZERO
CUSHION



ZERO
SUNCLEAN

&nd
by rom&nd

3% (전분기동일)



nuse

2% (전분기동일)



* 기초데이터는 회계 매출 기준이 아닌 사업부 판매 수치를 기재하였습니다.

* 화장품사업부 매출만을 대상으로 하였습니다.

2025 사업 전략



신상 계속 내고
넌 신상 해외에 계속 팔아



해외에서 제대로 일을 크게
벌리고 싶어합니다. (직원들이)

용기있게 신선하게
어그로는 계속된다



오프라인 거점 확보
(성수 상시 팝업, 해외 팝업)



재무제표 요약

연결 손익계산서

(단위: 억 원)

구분	2022	2023	2024
매출액	835	1,487	2,049
매출 원가	523	943	1,316
매출 총 이익	676	720	732
판관비	346	366	396
영업이익	95	240	336
영업외수익	7	15	24
이자수익	7	13	11
영업외비용	1	8	15
이자비용	1	5	4
법인세비용 차감전순이익	338	363	345
법인세비용	52	54	59
당기순이익	76	200	286

연결 재무상태표

(단위: 억 원)

구분	2022	2023	2024
유동자산	482	658	984
비유동자산	242	241	239
자산총계	723	898	1,223
유동부채	121	107	307
비유동부채	100	102	0
부채총계	221	201	308
자본금	43	43	86
자본총계	502	690	1,223



장애물 따윈 없는듯이
달려라
롬앤 아일가러뭉
레쓰고 레쓰고