

GLOBAL
BEAUTY TECH
COMPANY

APR

Investor Relations 2024

글로벌 뷰티 테크 기업 - 주식회사 에이피알

Disclaimer.

본 자료는 주식회사 에이피알(이하 “회사”)에 의해 작성되었으며, 본 자료에 포함된 2023년 경영실적은 외부감사인의 회계감사가 완료되지 않은 상태에서 투자자 여러분의 편의를 위해 작성된 자료로서, 추후 그 내용 중 일부가 달라질 수 있음을 양지하시기 바랍니다.
회사는 본 자료에 서술된 경영실적의 정확성과 완벽성에 대해 보장하지 않으며, 자료작성일 현재의 사실을 기술한 내용에 대해 향후 갱신 관련 책임을 지지 않습니다.

또한, 본 자료는 미래에 대한 예측정보를 포함하고 있습니다.

이러한 예측 정보는 이미 알려진 또는 아직 알려지지 않은 위험과 시장 상황, 기타 불명확한 사정 또는 당초 예상하였던 사정의 변경에 따라 영향을 받을 수 있고, 이에 기재되거나 암시된 내용과 실제 결과 사이에는 중대한 차이가 있을 수 있으며, 시장 환경의 변화와 전략 수정 등에 따라 예고 없이 달라질 수 있습니다.

이 자료는 투자자 여러분의 투자 판단을 위한 참고자료로 작성된 것으로, 당사 및 당사의 임직원들은 이 자료의 내용과 관련하여 투자자 여러분에게 어떠한 보증도 제공하지 아니하며, 과실 및 기타의 경우를 포함하여 그 어떠한 책임도 부담하지 않음을 알려 드립니다.

본 자료는 비영리 목적으로 내용 변경 없이 사용이 가능하고(단, 출처표시 필수), 회사의 사전 승인 없이 내용이 변경된 자료의 무단 배포 및 복제는 법적인 제재를 받을 수 있음을 유념해 주시기 바랍니다.

Table of Contents.

Contents 01.

회사소개

Contents 02.

사업소개

Contents 03.

투자 포인트

Contents 04.

미래성장전략

APPENDIX



01

회사소개

COMIPANY

에이피알은 혁신적인 전략으로 창립 이후 10년 연속 성장하였으며, 뷰티 산업 내 게임체인저로 떠오르고 있습니다.

- 메디큐브 (AGE-R)
- 메디큐브 (화장품)
- 에이프릴스킨
- 포맨트
- 글램디바이오
- 널디

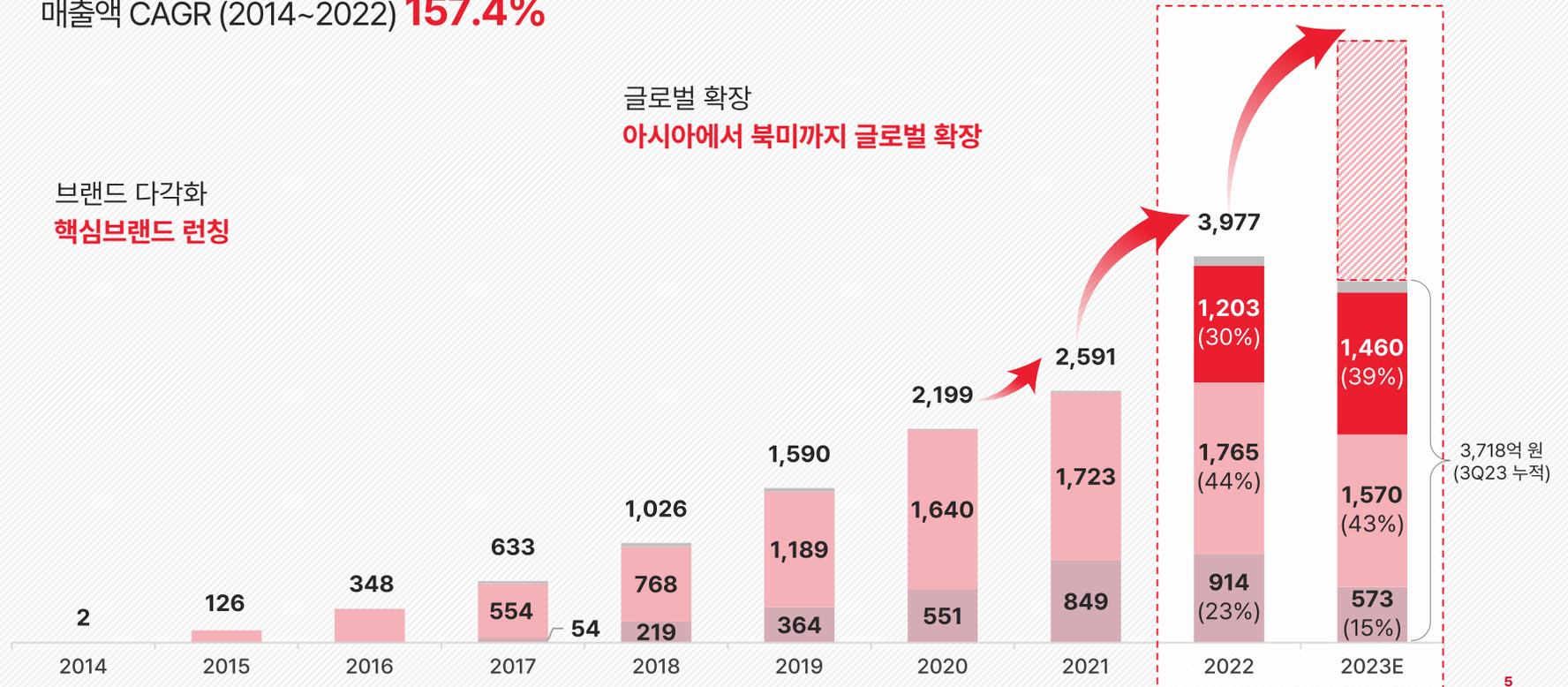
■ 의류 ■ 화장품 ■ 뷰티 디바이스 ■ 기타 (단위: 억 원)

매출액 CAGR (2014~2022) **157.4%**

브랜드 다각화
핵심브랜드 런칭

글로벌 확장
아시아에서 북미까지 글로벌 확장

사업영역 확대
뷰티테크 기업으로의 도약



주) 2014년~2015년은 K-GAAP 별도재무제표 기준, 2016년~2017년은 K-GAAP 연결재무제표 기준, 2018년~2023년은 K-IFRS 연결재무제표 기준

성장 요인 1: 글로벌 유통망 구축 및 안정적인 매출 포트폴리오

자체적인 글로벌 유통망 구축을 통해 국내 뿐만 아니라 글로벌 시장에서 국가별 고른 매출 분포로 비약적으로 성장을 이어가고 있습니다.

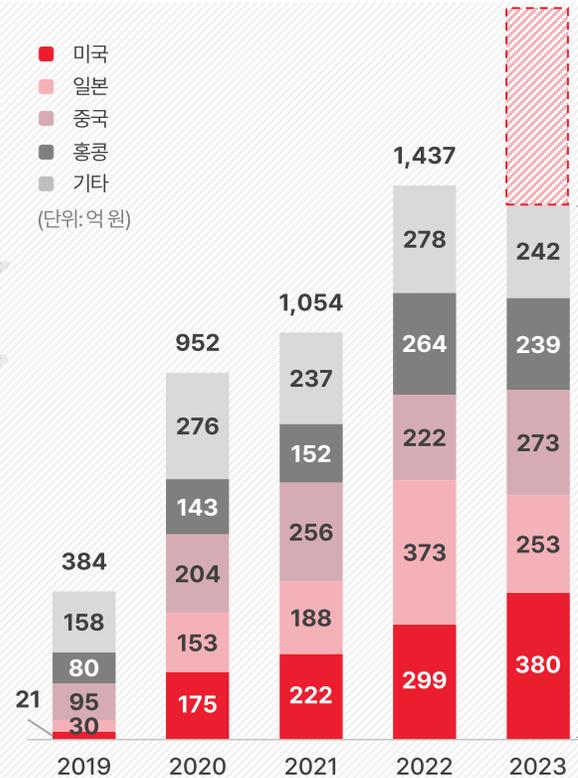
글로벌 유통망

One-Stop Solution

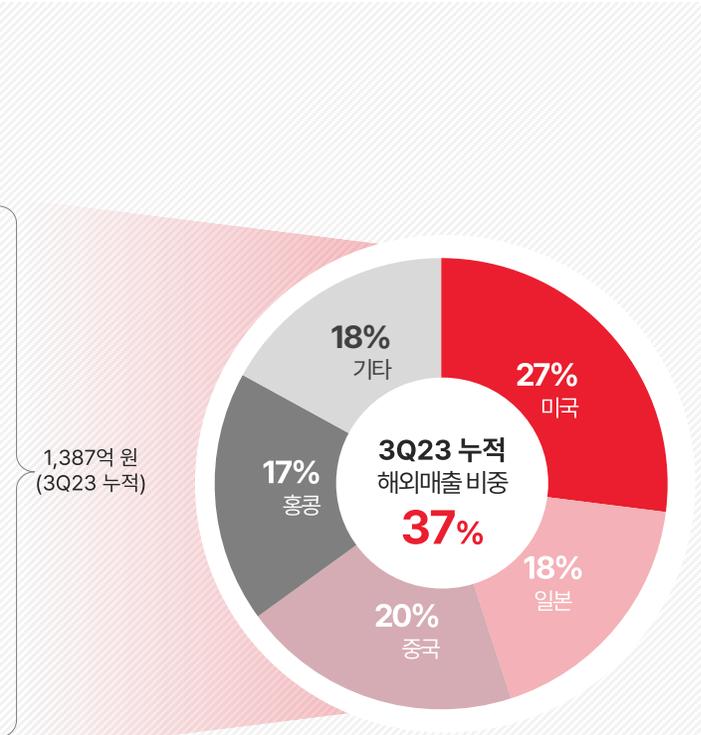


글로벌 시장 성과

- 미국
 - 일본
 - 중국
 - 홍콩
 - 기타
- (단위: 억 원)



해외 매출 내 지역별 비중



성장 요인 2: 뷰티 패러다임의 전환

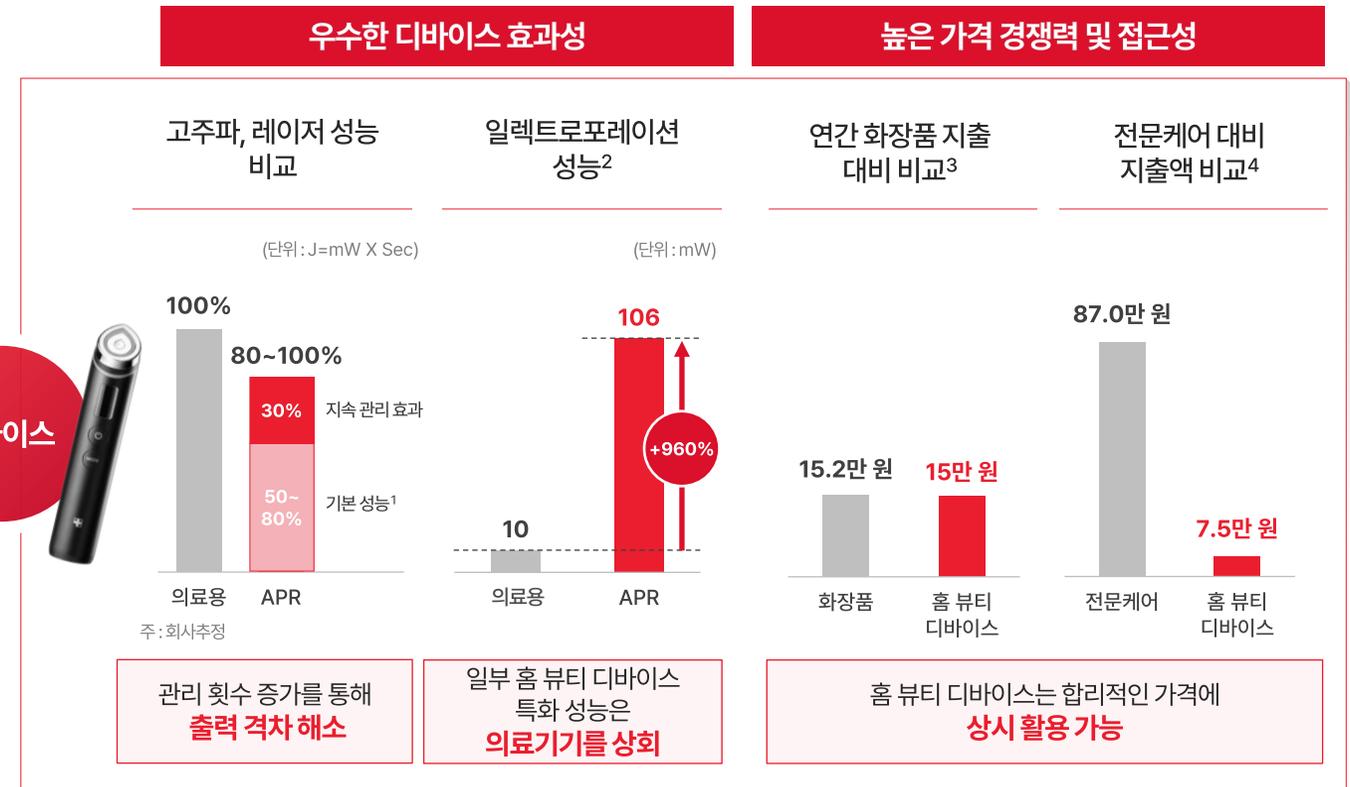
뷰티에 테크를 융합한 홈 뷰티 디바이스로 확장하여 시장을 선점하고 있으며
 홈 뷰티 디바이스는 기존 화장품과 전문케어의 한계로 충족시키지 못한 니즈를 해소하면서 뷰티 패러다임의 전환을 이끌고 있습니다.

기존의 화장품과 전문케어의 한계

	장점	단점
<p>화장품</p>	저렴한 가격	단순 예방 관리
	다양한 선택지	
	상시 관리 가능	개선 효과 체감 미흡
<p>전문케어</p>	예방·치료 등 다양한 관리 가능	높은 가격
	편리성	제한적 접근성
	실질적 개선 효과 체감	상시 관리 한계

→ 디바이스

홈 뷰티 디바이스의 독보적인 경쟁력

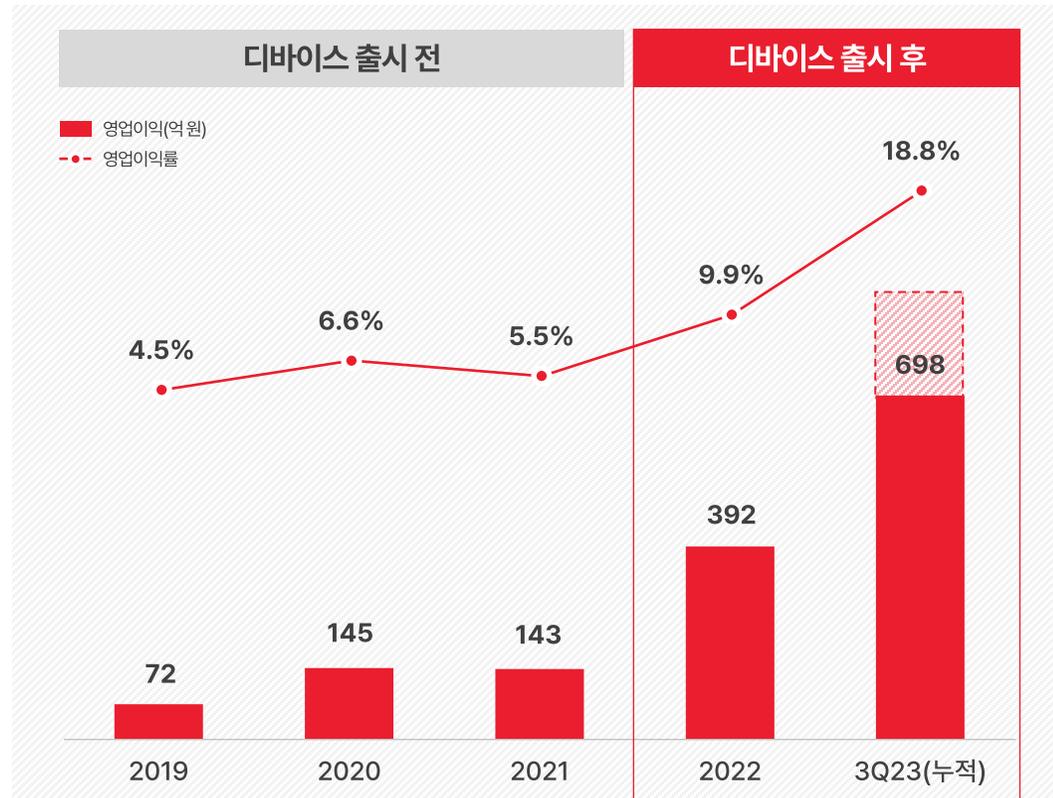


자료: Kearney

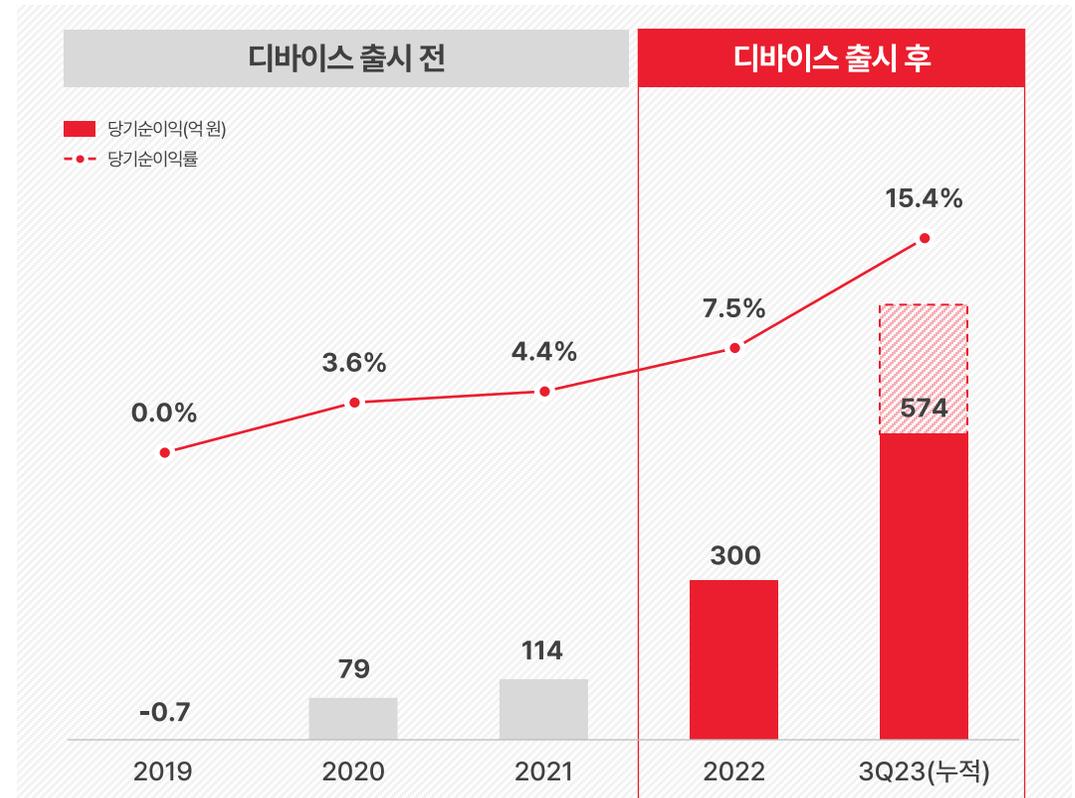
주) 1. 절대 관리 시간이 증가할수록 기본 출력 성능 격차 감소; 2. 이스라엘 Infusion社 제품 성능 기준; 3. 2022 뷰티 트렌드 리포트, 오픈서베이 / 데이터로 보는 2022년 대한민국 뷰티 트렌드, 와이즈앤; 4. 6개월 기준 평균 가격, 전문케어는 프락셀/IPL/레이저 시술의 평균값을 적용

1) 자체 유통망을 통한 글로벌 진출과 2) 디바이스 부문의 사업 확대로 외형성장과 함께 이익 성장세를 만들고 있습니다.

■ 영업이익



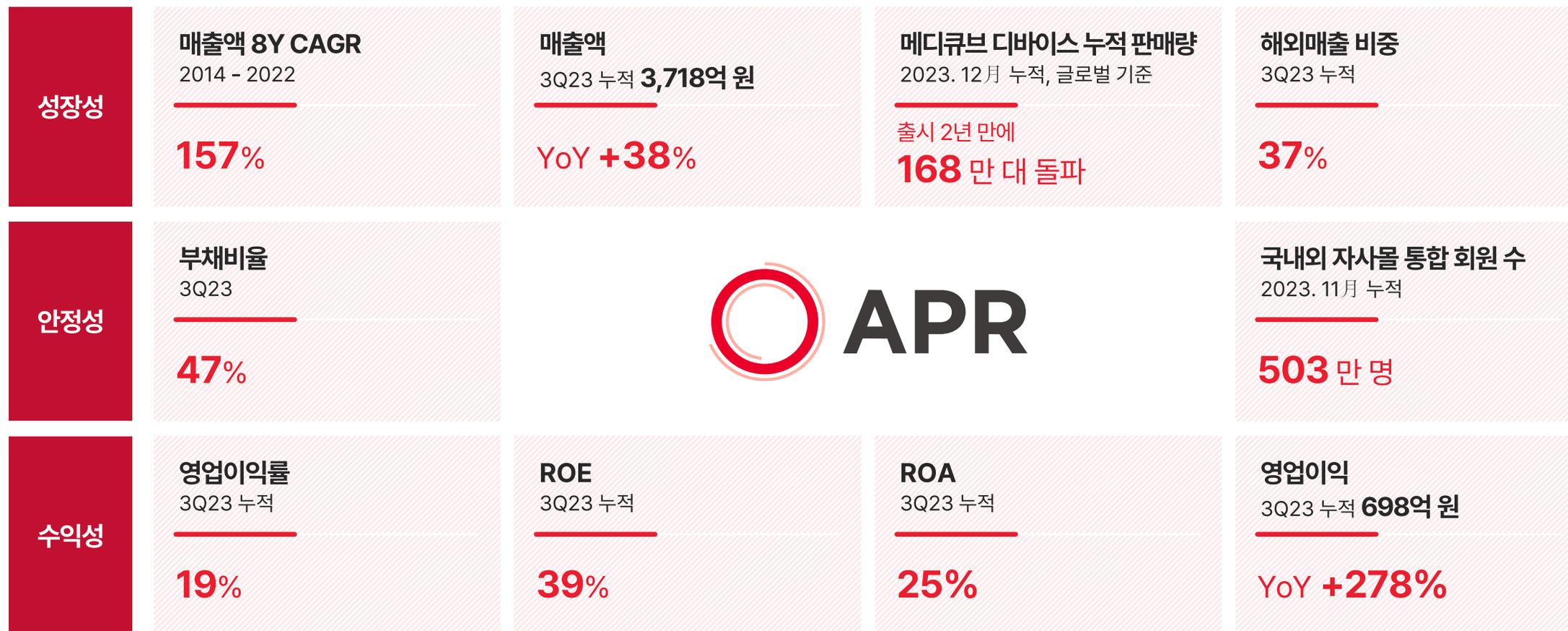
■ 당기순이익



주) K-IFRS 연결재무제표 기준

Key Figures

에이피알은 뷰티와 테크를 융합한 새로운 패러다임을 선점함으로써 가파른 성장성을 확보하고, 높은 수익성과 현금흐름을 바탕으로 사업 안정성을 갖춘 글로벌 뷰티 테크 기업입니다.





02

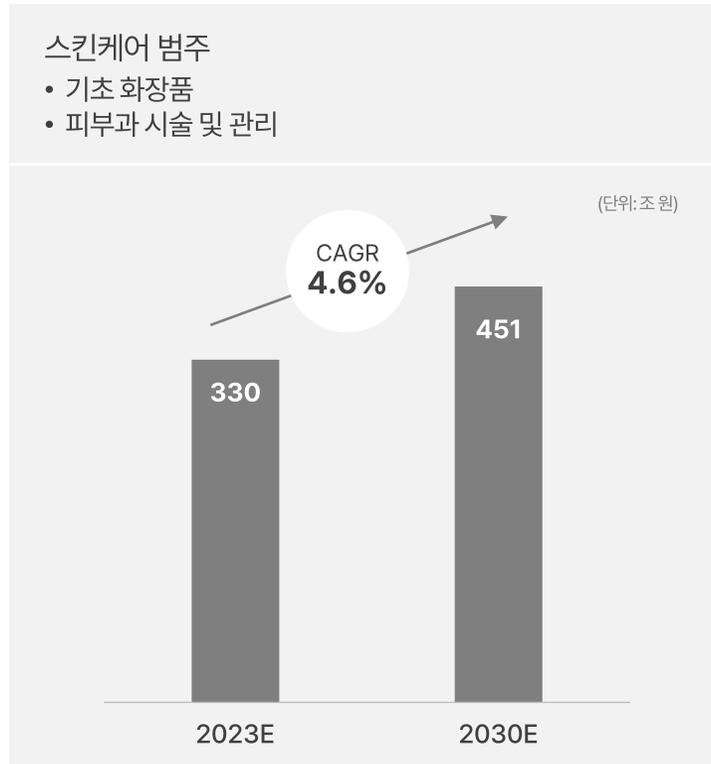
사업소개

INDUSTRY

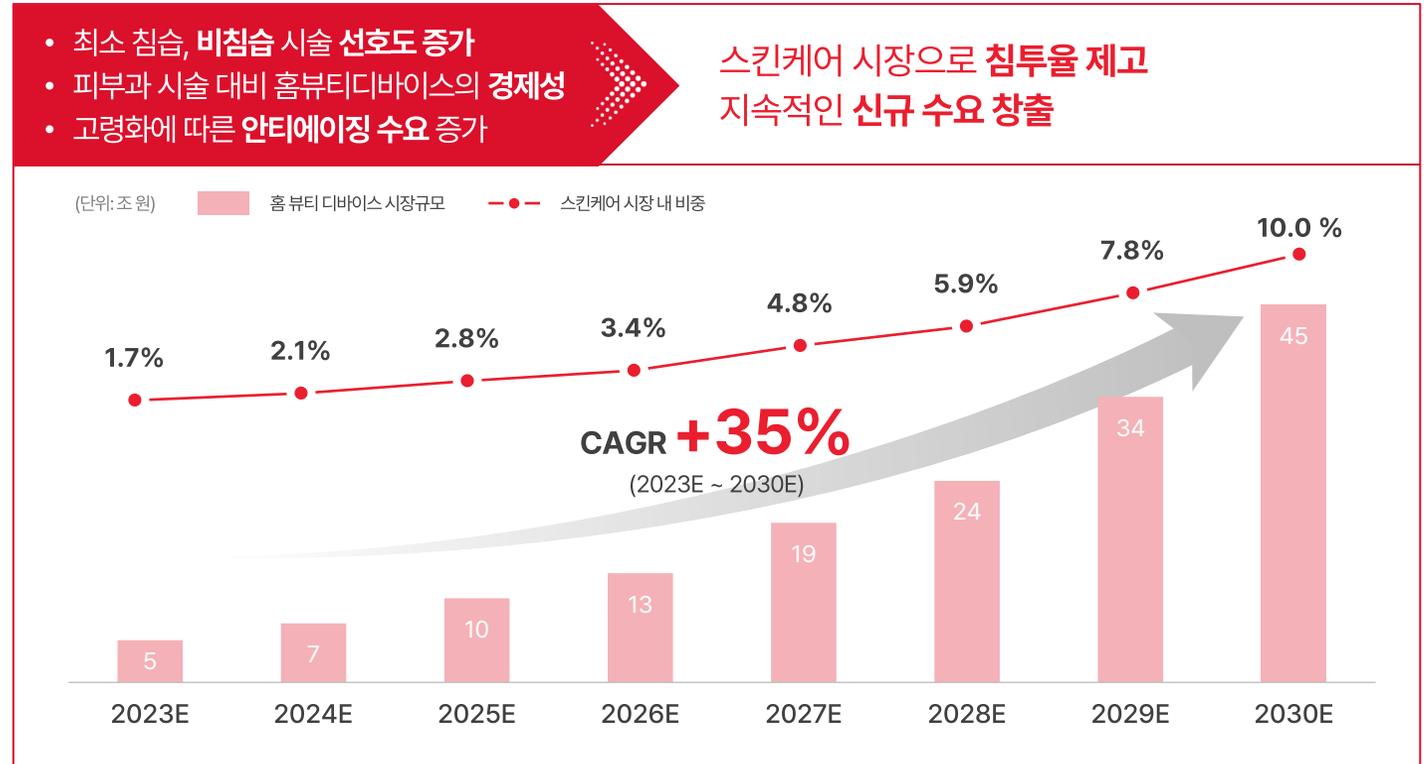
01. 글로벌 홈 뷰티 디바이스 시장 전망

글로벌 홈 뷰티 디바이스 시장은 연평균 성장률 35%로 빠르게 성장하고 있으며 기술 발달과 수요 증가에 힘입어 홈 뷰티 디바이스가 미래의 뷰티 패러다임을 바꿔 나갈 것으로 예상됩니다.

■ 글로벌 스킨케어 시장 규모 전망



■ 글로벌 홈 뷰티 디바이스 시장 규모 전망



자료: Euromonitor, GlobalData, Kearney

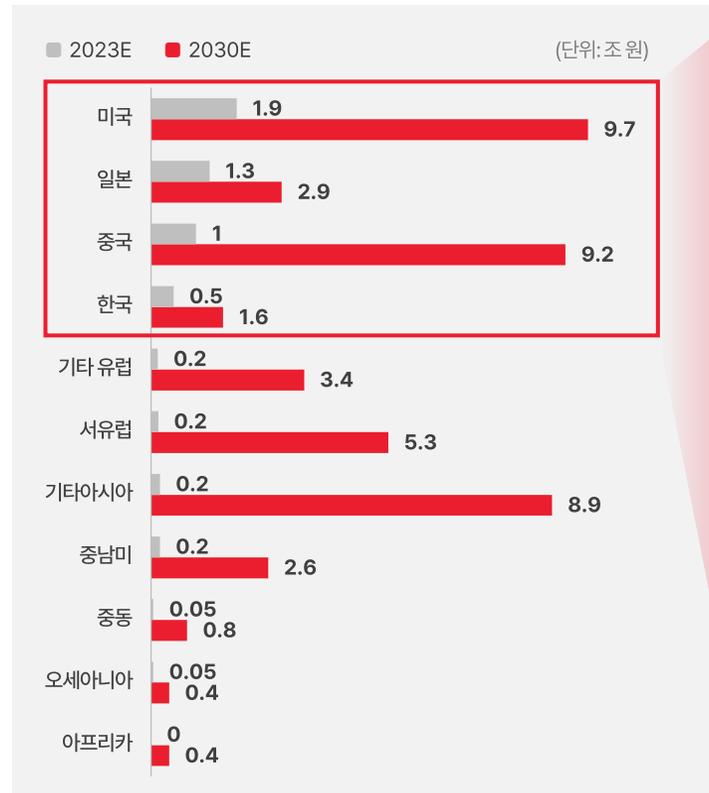
주) 스킨케어 정의: Home(Face Skin care, Body, Sun Protection, Baby & Child, Natural Skin care)과 피부관리 서비스(피부과 진료, 피부과 약물 진료, 테라피, 마사지)를 모두 포함

주) 홈 뷰티 디바이스 정의: Cleansing, Acne Treatment, Skin Rejuvenation, Oxygen Facial Steaming, Dermarolling 등 Hair care 外 홈 뷰티 디바이스 전체

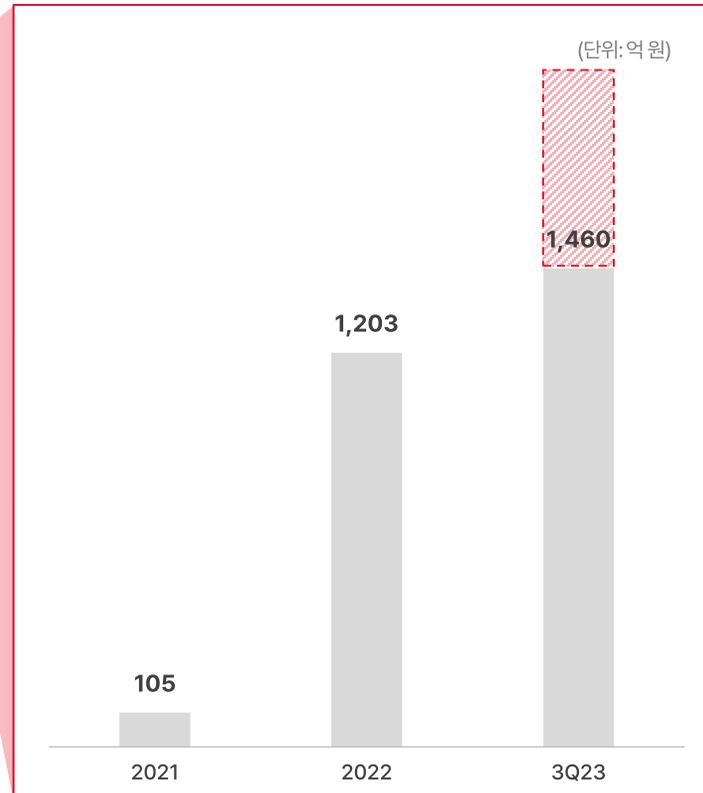
02. 홈 뷰티 디바이스 선도 시장 선점을 통한 글로벌 확장

홈 뷰티 디바이스 시장은 미국 등 선도 시장을 중심으로 가파르게 성장하여 유럽, 중남미 등으로 빠르게 확산될 것으로 전망됩니다. 에이피알은 미국을 중심으로 선도 시장에서 빠르게 성장하고 있으며, 글로벌 홈 뷰티 디바이스 시장을 선점해 나가고 있습니다.

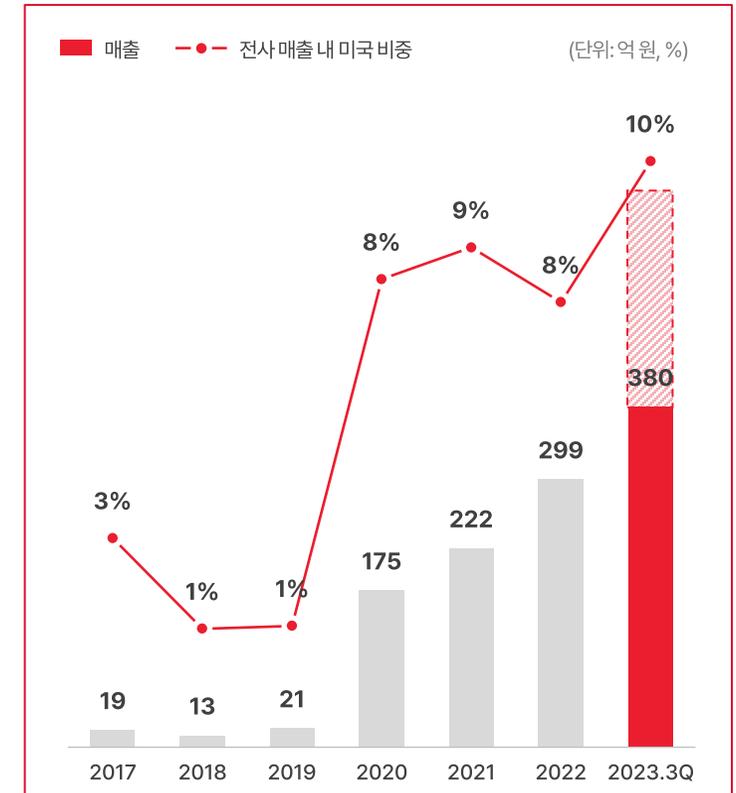
지역별 홈 뷰티 디바이스 시장규모



AGE-R 홈 뷰티 디바이스 매출 추이



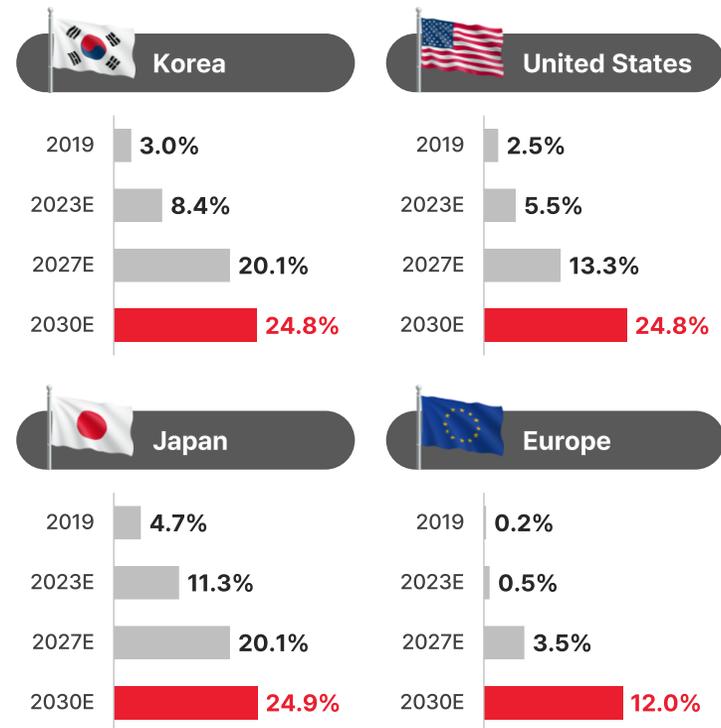
미국 지역 매출 추이



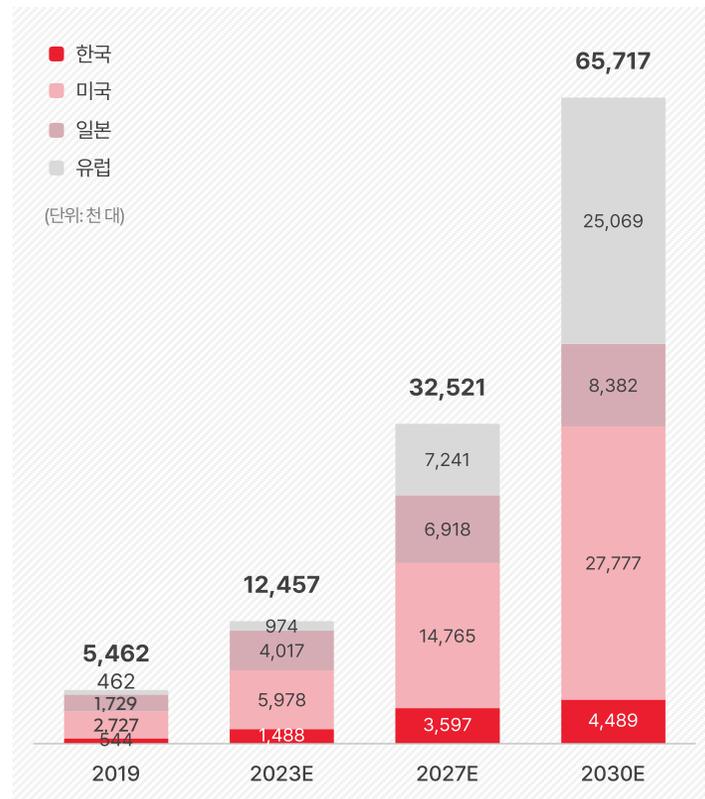
03. 홈 뷰티 디바이스 보급률

2030년 기준 홈 뷰티 디바이스는 4명 중 1명이 보유하는 필수 뷰티 아이템이 될 것으로 전망됩니다.

■ 글로벌 홈 뷰티 디바이스 보급률 전망



■ 글로벌 홈 뷰티 디바이스 판매량 전망



■ 타기기 보급률 예시

기기	한국	미국	일본	유럽
고데기	24%	51%	18%	21%
공기청정기	57%	26%	46%	40%
로봇청소기	12%	15%	8%	9%
식기세척기	15%	80%	32%	75%
건조기	27%	90%	56%	42%

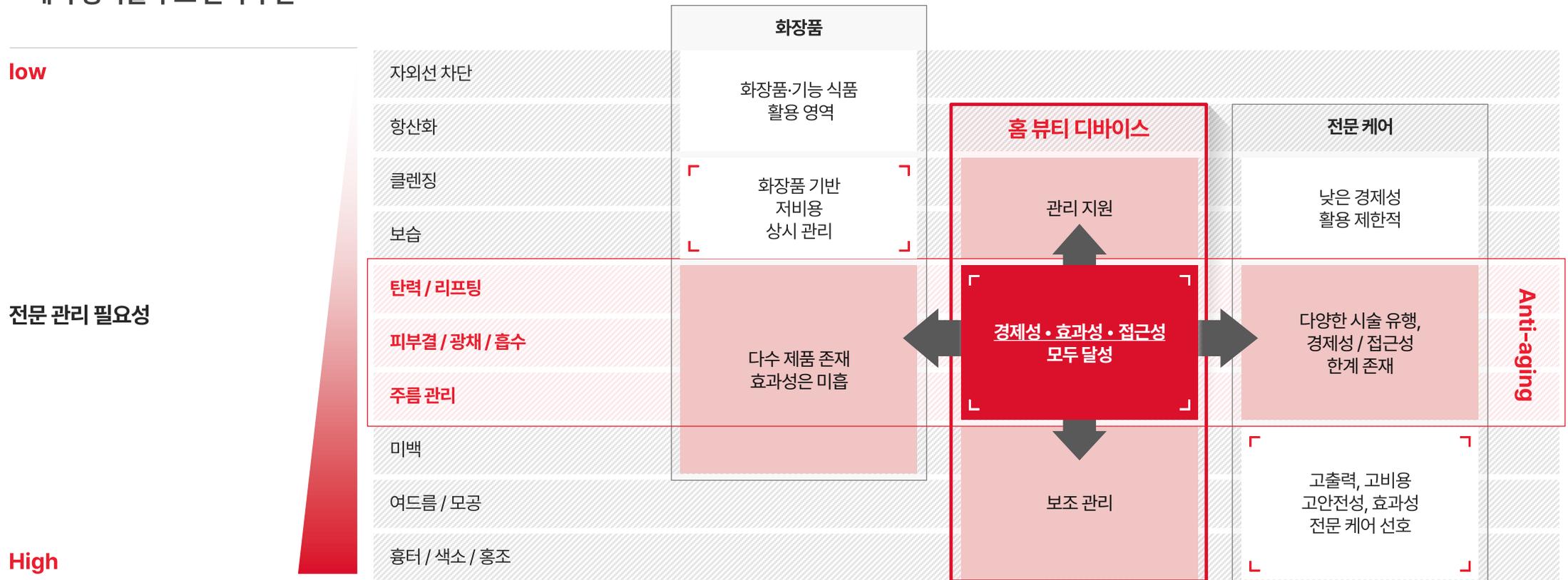
자료: Euromonitor, Gallup, Kotra, 일본 내각부 소비 동향 조사, Kearney
 주) 홈 뷰티 디바이스 보급률: 디바이스 보유 여성인구 / 권역별 타겟 여성인구

자료: Gallup, Euromonitor, Kotra, 일본 내각부 소비 동향 조사
 주) 국내는 22년 10월 자료 공개 기준(Gallup 7월 Survey 수행), 해외는 22년 연말 기준

04. 홈 뷰티 디바이스의 사용 영역 확대

홈 뷰티 디바이스는 화장품과 시너지를 내며 계속 성장할 것이며, 기술 발달에 힘입어 홈 뷰티 디바이스의 제품군 및 응용 부문 확대로 더 많은 영역에서 사용이 확대될 것입니다.

■ 케어 영역별 주요 관리 수단





03

투자 포인트

INVESTMENT



POINT

01

국내 **1위**를 넘어 선도 시장에서 높은 성장률로 확대

POINT

02

독보적인 **기술 경쟁력**

POINT

03

기술 기반 **원가경쟁력** 제고

POINT

04

강력한 **브랜드 팬덤** 기반의 폭발적인 성장

POINT

05

홈 뷰티 디바이스와 화장품의 **시너지 효과**

POINT

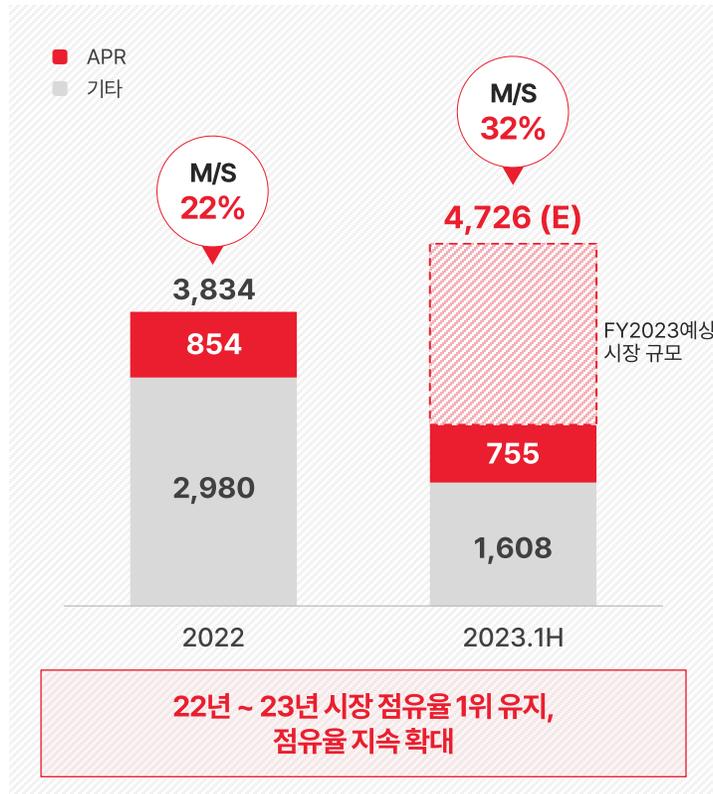
06

밸류체인 통합으로 업계 최고 수준의 경쟁력 확보

01. 국내 1위를 넘어 선도 시장에서 높은 성장률로 확대

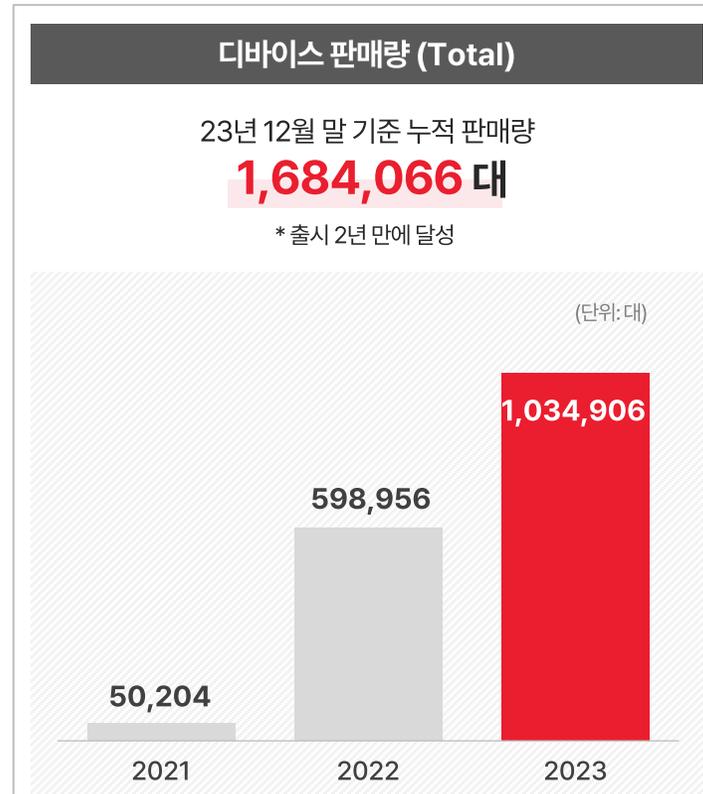
메디큐브 AGE-R은 한국 1위 홈 뷰티 디바이스 브랜드로 연 100만 대 이상 판매되고 있으며, 시장 규모가 큰 미국, 일본 등 선도 시장으로 빠르게 침투하여 글로벌 1위 브랜드로 성장할 것입니다.

■ AGE-R 국내 홈 뷰티 디바이스 시장 점유율



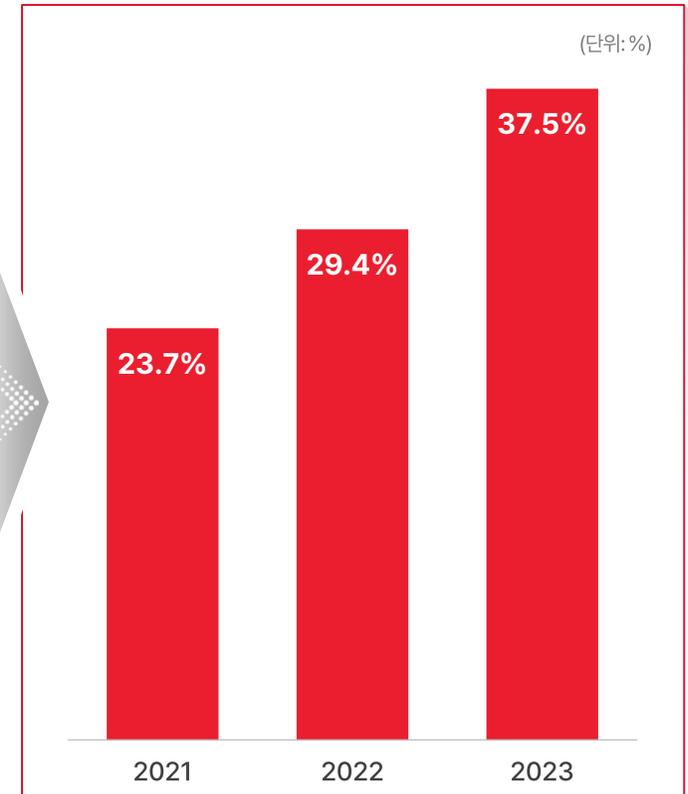
자료: Kearney

■ AGE-R 사업 성과



주) 국내외 디바이스 판매량

■ AGE-R 해외판매 비중 추이



주) 해외 판매 비중: 해외 판매 수량 / 전체 판매 수량

02. 독보적인 기술 경쟁력 (1)

경쟁자가 따라 잡을 수 없는 자체 기술 개발을 통해 기존 피부과 의료기기의 성능과 유사한 또는 그보다 뛰어난 홈 뷰티 디바이스를 출시하여 홈 뷰티 디바이스 시장에서 압도적인 초격차를 만들고 있습니다.

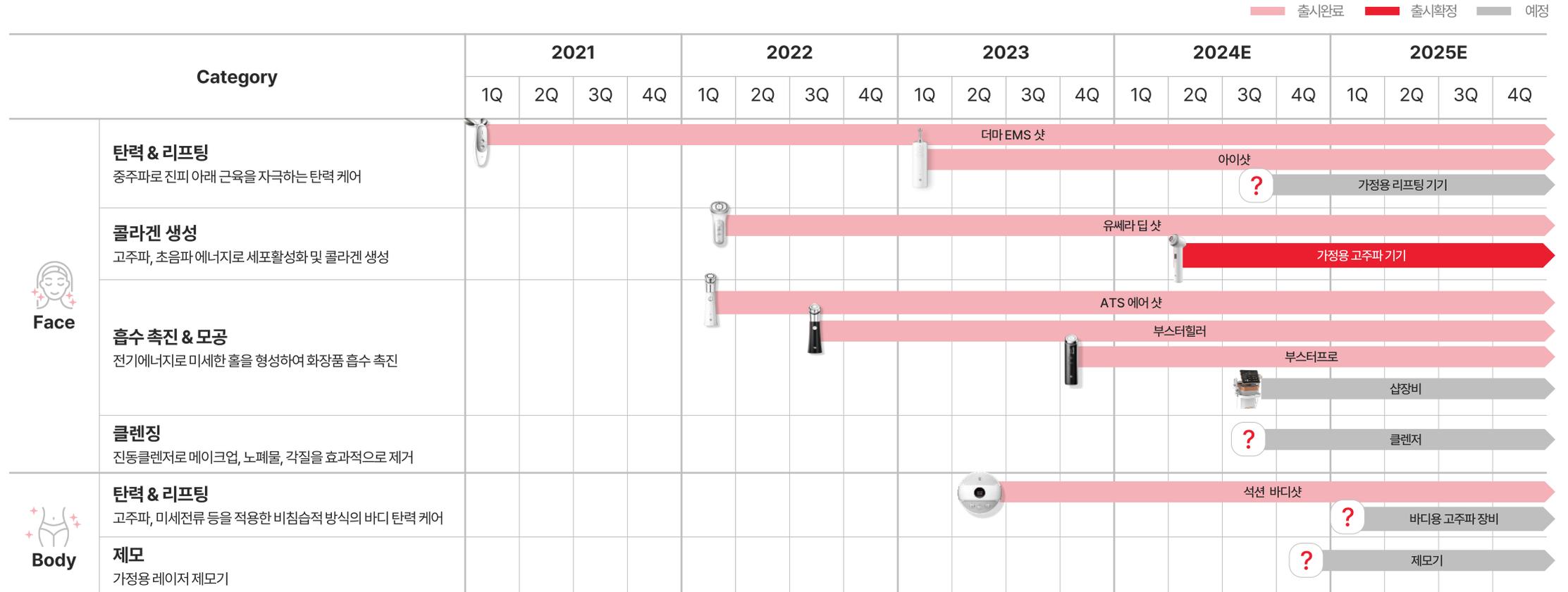
■ 에이피알 홈 뷰티 디바이스 vs 기존 피부과 의료기기

	부스터프로 (부스터모드)	부스터프로 (에어샷모드)	석션 바디샷	홈툰
에이피알 홈 뷰티 디바이스	 <p>피부 각질층의 이중지질층에 미세통로를 형성 => 홈 일렉트로포레이션</p>	 <p>피부 각질층을 전기적 에너지로 물리적인 미세홀 형성 => 홈 레이저</p>	 <p>음압 석션과 고주파를 통해 바디 탄력 개선 => 홈 인모드</p>	 <p>고주파로 피부 물분자를 회전시켜 진피층의 열을 자극하여 콜라겐 생성을 촉진 => 홈 악센트 프라임</p>
피부과 의료기기	인퓨전 (Viora, 이스라엘)	프락셀 레이저 (Alma, 미국)	인모드 바디fx (InMode, 미국)	악센트 프라임 (Alma, 미국)
에이피알의 기술력 및 안전성	<ul style="list-style-type: none"> 부스터프로의 출력(W)과 주파수(Hz)가 각각 10.6배, 23 배 높음 → 피부 흡수율 성능이 더 높으면서 통증은 적음 병원용과 동일한 수준의 안전성 확보 	<ul style="list-style-type: none"> 고주파 마이크로포레이션 기술을 통해 프락셀 레이저와 유사한 효과 구현 당사의 에어샷 기술은 피부에 접촉했을 때에만 작용하므로 위험성이 없는 안전한 홈용 레이저 대체기술 	<ul style="list-style-type: none"> 출력은 인모드가 50W, 바디샷은 안전성과 효과성을 고려하여 홈용으로 적합한 20W로 개발 주파수는 1MHz로 인모드와 동일 진공압력 센싱 및 비접촉식 온도 모니터링 기능이 탑재되어 병원용과 동일한 수준의 안전성 확보 	<ul style="list-style-type: none"> 주파수는 40.68MHz로 악센트 프라임과 동일 출력은 악센트 프라임이 200W, 홈툰은 안전성과 효과성을 고려하여 홈용으로 적합한 10W로 개발 배터리로 구동되는 글로벌 최초의 고주파 홈 뷰티 디바이스

에이피알은 피부과 의료기기의 기술력을 담은 제품을 집에서 안전하게 사용할 수 있게 하는 유일한 기업입니다.

02. 독보적인 기술 경쟁력 (2)

앞선 기술력을 바탕으로 차세대 홈 뷰티 디바이스 및 피부과 의료기기 라인업이 개발되고 있습니다.



03. 기술 기반 원가경쟁력 제고

고유의 혁신 기술개발과 생산 최적화를 기반으로 획기적인 원가경쟁력 제고를 이뤄내고 있습니다.

■ 기술개발 및 공정 최적화 기반 합리적 원가 구조 달성

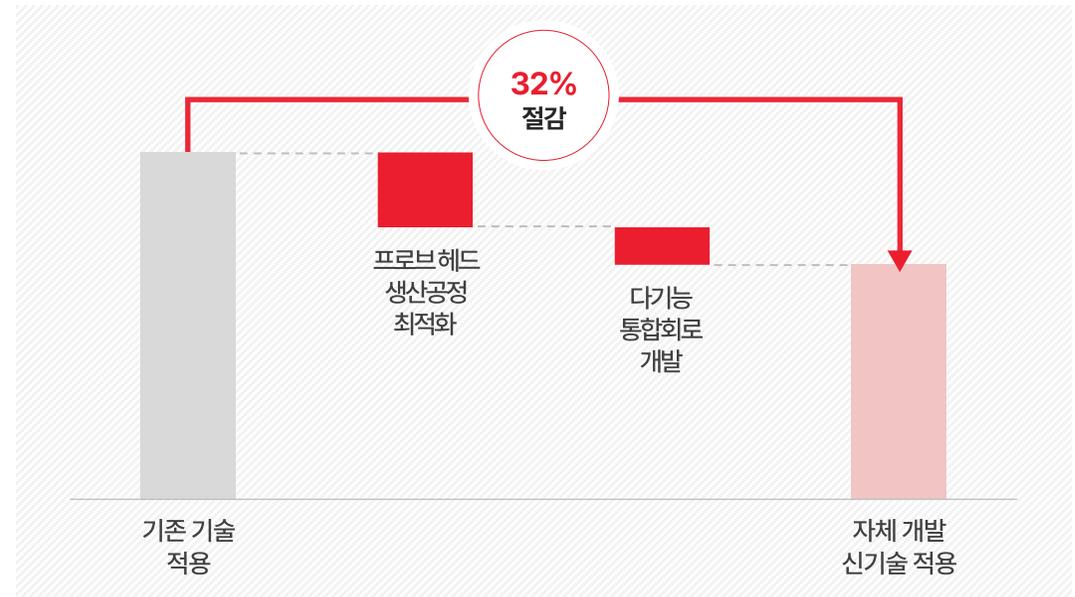
선행 연구 및 개발	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 주요 기술 특허 선점 → 특허 비용 절감 선제적 특허 출원으로 기술 경쟁력 뿐만 아니라 원가 경쟁력 또한 확보
기기와 부품 개발	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 설계 최적화 및 부품 공용화율 증대 동일 부품 → 다수 모델 적용, 개발 및 구매 비용 최소화 ✓ 부품 및 완성품 2차례 원가 최적화
양산 및 Test	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 자체 제조 및 Test 시설 기반 운영비 절감 지속적인 프로세스 최적화 / 수율 개선
제품 판매	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 사후 품질 관리 비용 최소화 양산 및 Test 단계 내 철저한 품질 검증 및 우수한 제품 경쟁력으로 고객 Claim 최소화

■ 기술력을 통한 원가경쟁력 제고

기술개발 및 공정최적화로 기존 기술 대비 원가 최대

32% 절감

* 부스터프로 기준



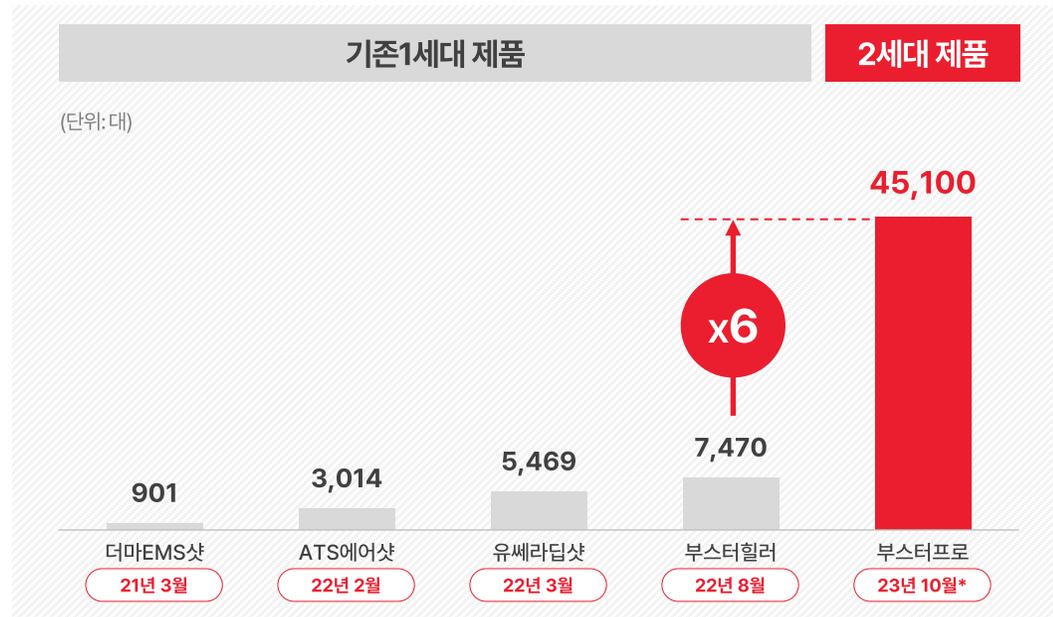
주) 회사 추정

04. 강력한 브랜드 팬덤 기반의 폭발적인 성장

우수한 제품력을 중심으로 브랜드 가치를 전달하여 [높은 고객 만족도 → 충성고객 확대 → 재구매 증가]로 이어지는 선순환 사업구조를 만들어 지속가능한 성장동력을 확보하고 있습니다.

AGE-R 홈뷰티 디바이스 출시 후 1개월간 판매 추이

2세대 제품 출시 첫 달 판매량
6배 증가



주) 부스터프로는 23년 10월 15일 - 23년 11월 14일까지의 주문량 기준

자사몰 회원 수 추이

503만 명

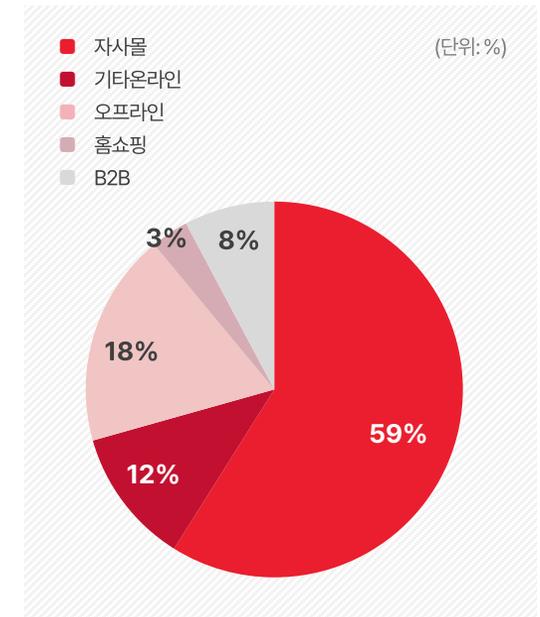
* 2023년 11월말 기준 자사몰 회원 수



판매 채널별 매출 비중

자사몰 약 **60%** 매출 비중

* 2022년 연결 매출 기준



05. 홈 뷰티 디바이스와 화장품의 시너지 효과

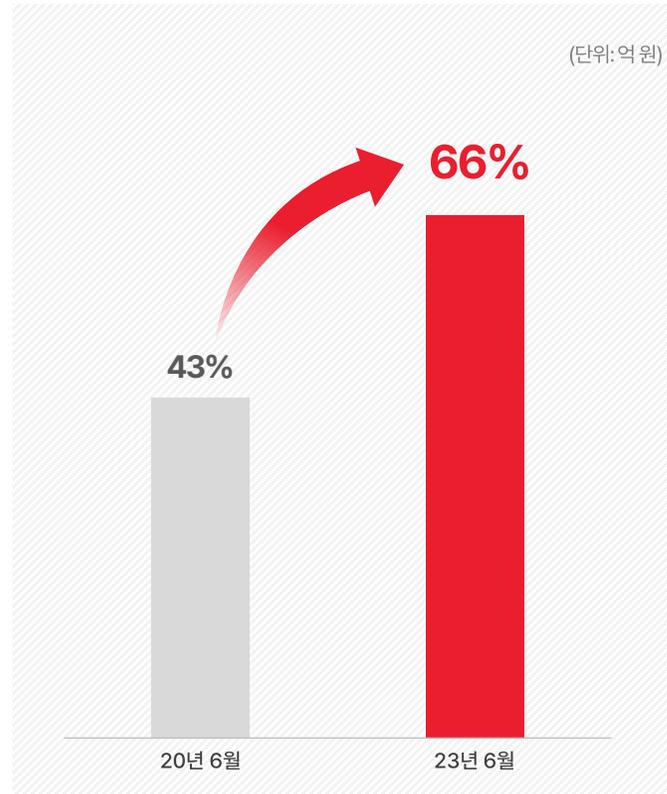
다양한 화장품 라인업을 보유하고 있으며 홈 뷰티 디바이스와 결합 판매로 재구매율 증가와 화장품 매출액이 크게 성장하며 화장품 사업부문의 지속성장 비즈니스 모델을 구축하였습니다.

■ 메디큐브 화장품

피부고민별 라인업 구성

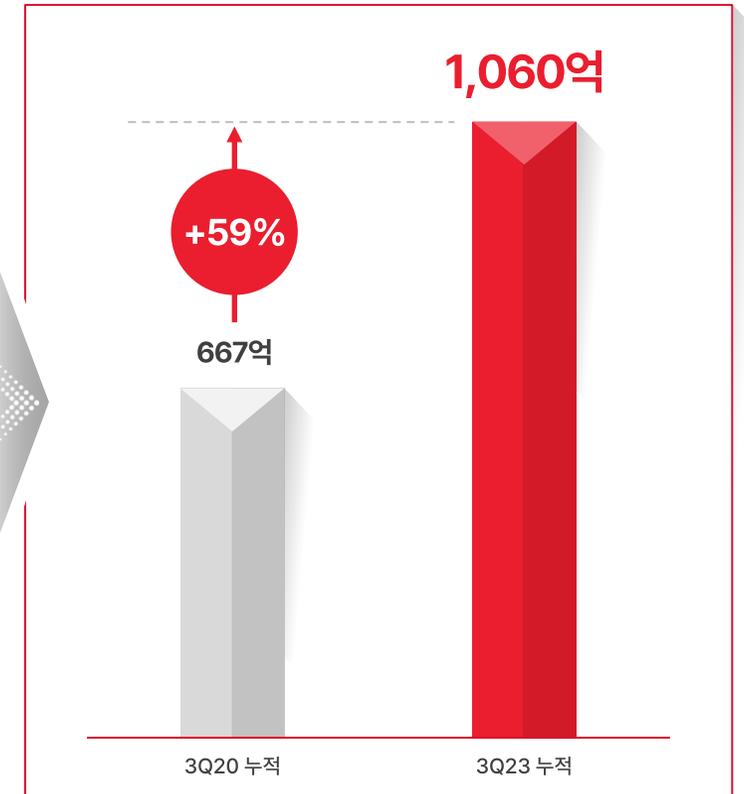
- RED LINE**
울긋불긋 문제성 피부를 위한 레드 라인
- ZERO LINE**
효과적인 모공, 피지 관리를 위한 제로 라인
- CICA LINE**
민감성 피부, 진정에 효과적인 슈퍼시카 라인
- COLLAGEN LINE**
피부 속부터 채워지는 보습 콜라겐 라인
- DEEP LINE**
주름과 미백, 탄력을 잡는 딥 라인

■ 국내 자사몰 재구매율 변화



주) 재구매율: 메디큐브 국내 자사몰 기준, 구매일 이후 180일 이내 재구매 회원

■ 디바이스 출시 후 '메디큐브 화장품 매출액' 변화



주) 상기 매출액은 메디큐브 연결기준 매출액

06. 밸류체인 통합으로 업계 최고 수준의 경쟁력 확보

에이피알은 밸류체인(Value Chain) 통합으로 제품기획, R&D, 생산, 판매까지 모두 가능한 유일한 기업으로 산업 내 독보적인 경쟁우위를 가지고 있습니다.

R&D

ADC CORP.

제품 R&D역량 강화
핵심기술자산 내재화

출원 및 등록 특허수

2022 40개 → 2023 70개

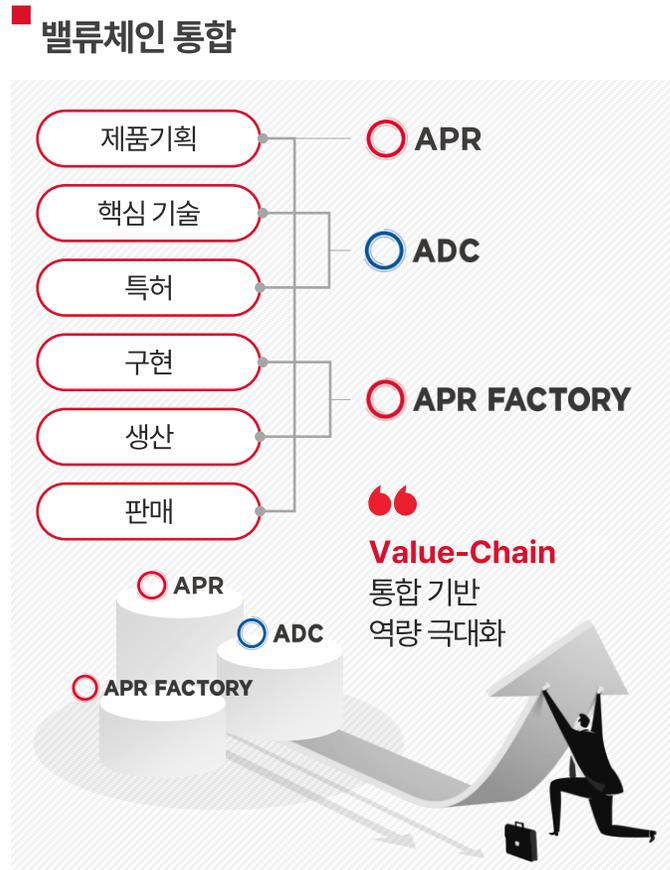
제조

APR FACTORY

연 생산규모 70만 대
자체 생산 통한 공정 최적화



제1공장: 서울 금천구 가산동 약 700평 규모



밸류체인 통합으로 R&D·제조 역량 강화

- 01 자체 R&D를 통한 기술 고도화
- 02 선행 연구 기반 기술 초격차 유지
- 03 공정 최적화를 통한 원가 경쟁력 확보
- 04 직접 생산 통한 품질 및 공급 안정성 제고



04

미래성장전략



STRATEGY

01

대규모 **생산 능력** 확보

STRATEGY

02

원천기술의 선제적 개발

STRATEGY

03

인공지능(AI) 개인화 추천 솔루션을 통한
고객 락인 강화

STRATEGY

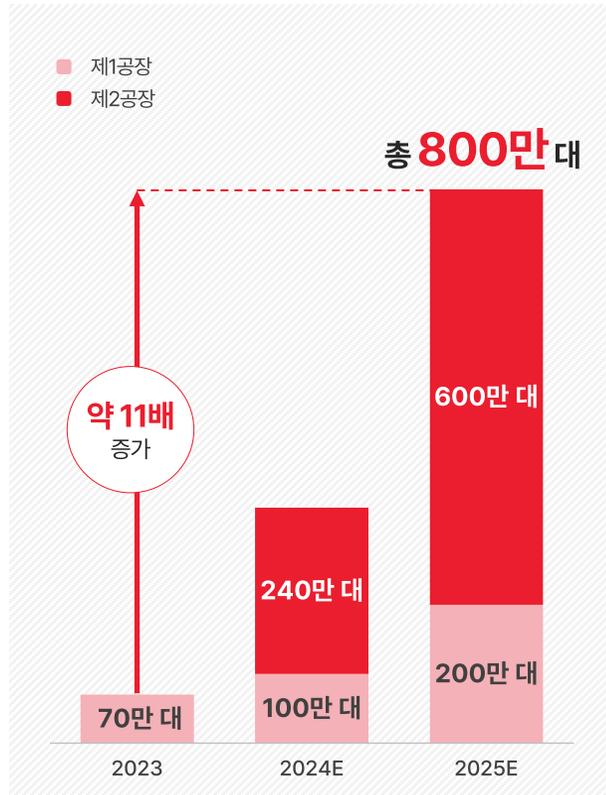
04

신규 국가 진출을 통한 글로벌 시장 선점

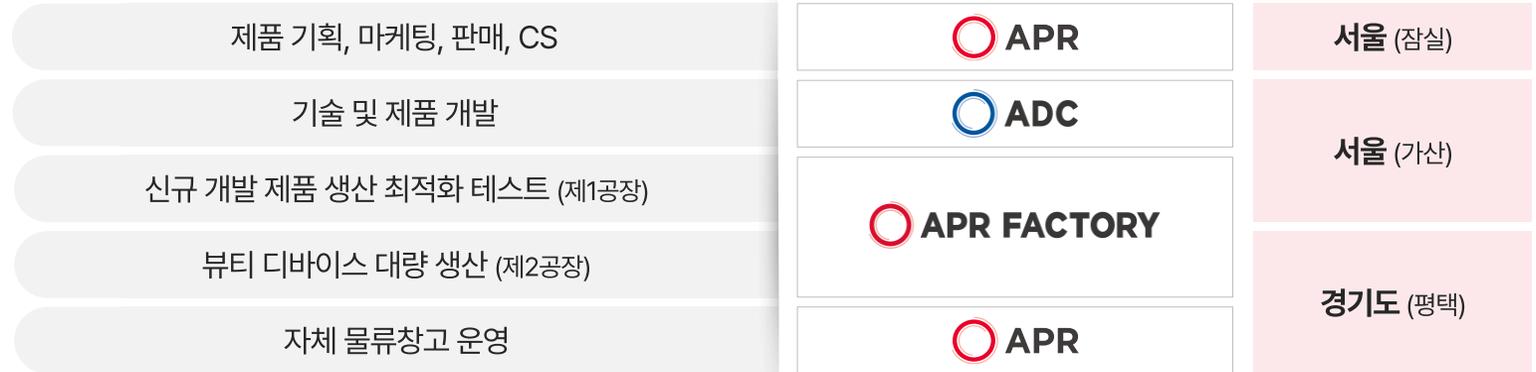
01. 대규모 생산 능력 확보

가파르게 증가하는 당사 디바이스 수요에 대응하기 위해 경기도 평택에 제2공장 증설을 계획하고 있으며, 2025년 기준 연 800만 대 규모로 생산 능력을 확대하여 가시적인 매출 성장을 만들겠습니다.

■ 홈 뷰티 디바이스 연간 생산규모



■ 기능에 따른 지역별 체계화 운영



■ 평택 제2공장



24년 상반기 완료 목표
경기도 평택시 약 3,551평 규모



주) 부스터프로 생산 기준

02. 원천기술의 선제적 개발

원천기술의 선제적 개발로 압도적인 기술 격차를 만들어 홈 뷰티 디바이스 시장 내 경쟁력을 강화하고 차세대 피부과 의료기기 분야로 진출할 것입니다.



자체 혁신기술개발 (듀얼폴라™)

기존 고주파
1개의 에너지 전달 방식 보유 (바이폴라, 유니폴라)

40.68 MHz

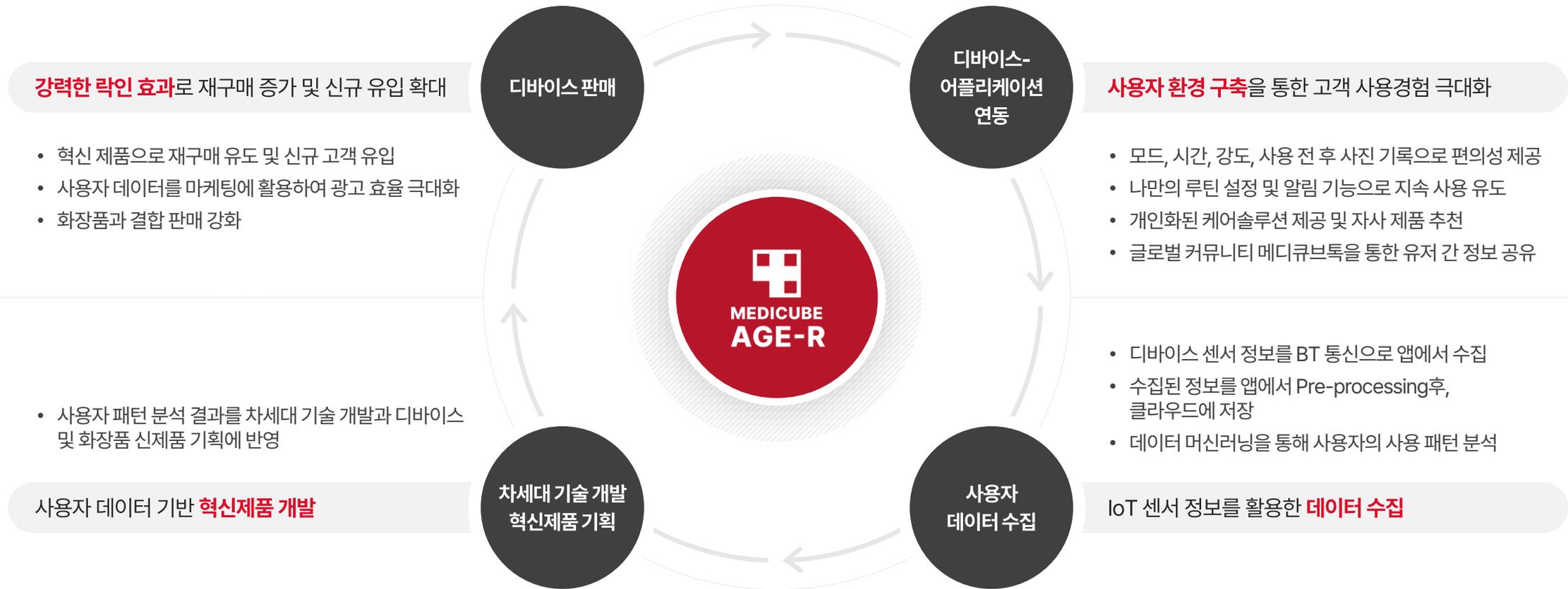
에이피알 개발 고주파
에너지 전달 방식의 장점 모두 보유 (바이폴라+유니폴라=듀얼폴라)
40.68MHz, 물분자 회전 원리 적용
→가정용 기기도 젤 없이 사용 가능

40.68 MHz

주) 이해를 돕기 위한 예시 이미지임

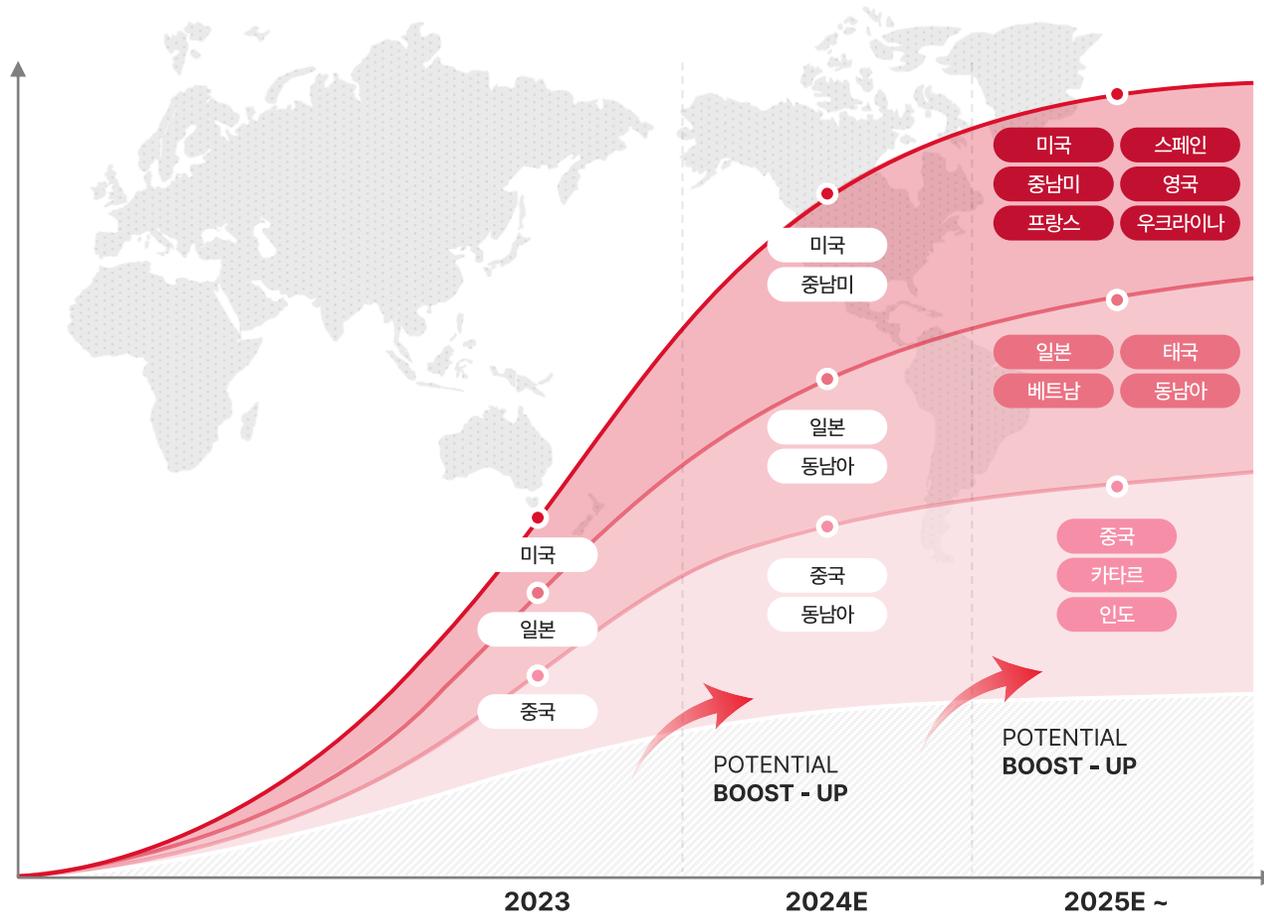
03. 인공지능(AI) 개인화 추천 솔루션을 통한 고객 락인(Lock-In) 강화

디바이스와 연동된 어플리케이션을 통해 사용자 데이터를 수집하고, 개인화 추천 솔루션으로 고객 경험을 개선해 나갈 것입니다. AI 기술을 통해 고도화된 고객 경험 개선은 고객 락인(Lock-in)을 강화시키는 선순환 구조를 구축할 것입니다.



04. 신규 국가 진출을 통한 글로벌 시장 선점

유럽, 중남미 등 성장 잠재력이 큰 신규 시장으로의 진출을 가속화하여 뷰티 산업을 이끄는 글로벌 No.1 뷰티 테크 기업으로 성장하겠습니다.



글로벌 확대 전략

신규 시장 진출

- 직접 진출: 프랑스, 베트남
- B2B 수출 (총판): 태국, 카타르, 우크라이나, 스페인, 영국, 인도 등

오프라인 채널 확대

- 오프라인 채널 진출 통한 고객 접점 확대
- 2024년 최대 1만 개 매장 입점 목표

글로벌 박람회 참여

- CES 2024, COSMOPROF 2024 등 참가
- 기업 및 제품 소개, 시장 반응 확인, B2B파트너 발굴

APR 핵심 키워드

홈 뷰티 디바이스와 화장품 2개축을 중심으로 **글로벌 No.1 뷰티 테크 기업**으로 도약하고자 합니다.

점유율 1위

국내 홈 뷰티 디바이스 **1위**, 강력한 **브랜드 팬덤** 보유
(시장점유율 32%) (국내외 자사몰 회원수 503만 명, 2023년 11월 기준)

밸류체인 통합

'제품기획-R&D-생산-판매' **전체 밸류체인 내재화로 독보적인 경쟁력 확보**
(R&D센터) (연 70만 대)

글로벌 시장 선점

자체 글로벌 유통망으로 선도 시장에 진출 완료, **미국 중심으로 빠르게 성장중**
(미국: YoY +103% / 해외 전체: YoY +33%, 3Q23 기준)

퀀텀점프

제2 생산공장 설립 / 선행기술 개발 / 고객 락인 / 신규 국가 진출을 통해 성장 가속화
(2025E 연 800만 대) (유럽, 중남미, 중동)

APPENDIX

IPO Plan

회사 개요

에이피알 브랜드

요약 연결재무제표

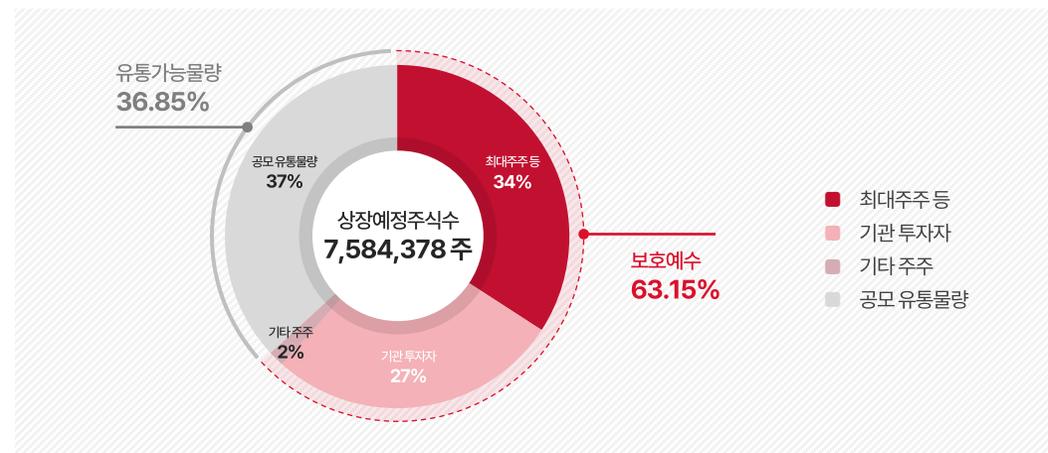
공모 개요

공모주식수	379,000주
주당공모예정가	147,000원 ~ 200,000원
액면가	500원
총 공모예정금액	557억 원 ~ 758억 원
예상 시가총액	1조 1,149억 원 ~ 1조 5,168억 원
상장예정주식수	7,584,378주

공모 일정

증권신고서 제출일	2023년 12월 22일 (금)
수요 예측일	2024년 2월 2일 (금) ~ 2024년 2월 8일 (목)
청약 예정일	2024년 2월 14일 (수) ~ 2024년 2월 15일 (목)
상장 예정일	2024년 2월 예정

공모 후 주주구성



보호예수 사항

구분	주식수(주)	지분율(%)	상장일로부터 의무보유 기간			
			1개월	2개월	6개월	1년 이상 ^{주)}
최대주주 등	2,591,024	34.16%			120,830	2,470,194
기관 투자자	2,083,190	27.47%	866,881	878,545	337,764	
기타 주주	115,653	1.52%	7,391	7,391	25,071	75,800
보호예수 합계	4,789,867	63.15%	874,272	885,936	483,665	2,545,994
			11.53%	11.68%	6.38%	33.57%

주) 최대주주 등이 보유한 2,470,194주의 의무보유 기간은 상장일로부터 2년 6개월이며, 기타 주주가 보유한 75,800주는 우리사주조합 배정 물량으로 의무보유기간은 상장일로부터 1년입니다.

■ 기업 개요

회사명	주식회사에이피알
대표이사	김병훈
설립일	2014년 10월 10일
자본금	36억 원
임직원수	421명
주요 제품	뷰티 디바이스, 화장품
본사주소	서울특별시 송파구 올림픽로 300 롯데월드타워 36층
홈페이지	www.apr-in.com

주) 자본금 및 임직원수는 증권신고서 제출일(2023.12..22) 기준

■ 대표 이사 및 주요 임원 소개

김 / 병 / 훈 CEO

주요약력

- 연세대학교 경영학과
- 국내최초 대학인증 미팅서비스 (주)길하나사이 설립
- 2014.10 ~ 現 (주)에이피알 대표이사
- 2017년 포브스 아시아 30세 이하 기업인 30인 선정



CFO

신재하 부사장

- 고려대학교 경영학과, 교육학과
- 前 영실업 경영혁신 팀장
- 前 Headland Capital Partners OPS Team
- 現 (주)에이피알 부사장

R&D 총괄

신재우 이사

- 연세대학교 의공학과 박사
- (주)더마테크 CTO
- (주)이지템 CTO
- 現 (주)에이피알 디바이스 R&D 총괄

에이피알 브랜드

에이피알은 '홈 뷰티 디바이스' 와 '화장품' 2개 축을 중심으로 5개의 다양한 브랜드 포트폴리오를 구축하고 있습니다.



메디큐브 (AGE-R)

메디큐브의 홈 뷰티 디바이스 라인 AGE-R은 누구나 전문 클리닉을 경험할 수 있는 새로운 뷰티 솔루션을 제공



메디큐브 (화장품)

메디큐브의 화장품 라인은 전문기관의 임상시험을 거쳐 개발된 피부 고민별 맞춤 솔루션을 제공



에이프릴스킨

자연에서 찾은 재료로 고기능 저자극 솔루션을 제공하는 코스메틱 브랜드



포먼트

내면의 고유한 매력을 온전히 표현해주는 라이프스타일 뷰티 브랜드



글램다바이오

건강기능식품과 모바일 PT를 통해 맞춤형 다이어트 솔루션을 제공하는 이너뷰티 브랜드



널디

사회적 잣대에 물들지 않고 자신만의 개성을 당당히 표현하는 스트리트 패션 브랜드



■ 메디큐브(AGE-R) ■ 메디큐브(화장품) ■ 에이프릴스킨 ■ 포먼트 ■ 글램다바이오 ■ 널디 및 기타

주) 2023년 3분기 연결 매출 기준

■ 요약 연결재무상태표

단위: 백만 원	2019	2020	2021	2022	2023. 3Q
유동자산	47,476	62,818	90,319	137,024	191,326
비유동자산	13,049	29,011	36,110	46,107	56,714
자산총계	60,525	91,829	126,429	183,131	248,039
유동부채	48,865	29,046	50,064	76,267	70,508
비유동부채	2,264	11,082	10,363	7,598	8,856
부채총계	51,128	40,129	60,428	83,865	79,364
지배기업 소유주지분	8,750	51,700	66,001	99,266	168,675
자본금	2,982	3,447	3,495	3,593	3,638
기타불입자본	8,261	44,263	46,718	52,143	61,090
기타자본	2,771	2,108	1,859	670	3,357
기타포괄손익누계액	(73)	(617)	(47)	522	960
이익잉여금	(5,191)	2,499	13,976	42,339	99,630
비지배지분	647	-	-	-	-
자본총계	9,397	51,700	66,001	99,266	168,675

주) K-IFRS 연결재무제표 기준

■ 요약 연결손익계산서

단위: 백만 원	2019	2020	2021	2022	2023. 3Q
매출액	159,000	219,939	259,146	397,698	371,790
매출원가	45,748	58,586	71,623	106,223	92,967
매출총이익	113,251	161,353	187,523	291,475	278,822
판매비와관리비	106,099	146,883	173,250	252,246	208,988
영업이익	7,152	14,470	14,273	39,228	69,834
기타수익	454	828	417	241	205
기타비용	2,703	684	684	698	814
금융수익	825	1,398	1,989	5,608	7,033
금융비용	4,651	7,158	2,257	5,456	4,579
법인세차감전순이익	1,077	8,854	13,738	38,923	71,678
법인세비용	1,146	962	2,339	8,969	14,238
당기순이익	(69)	7,892	11,399	29,955	57,441
지배기업 소유주지분	(319)	7,892	11,399	29,955	57,441
비지배지분	250	-	-	-	-

주) K-IFRS 연결재무제표 기준