2019 웅진코웨이 IR자료

유의사항

본 자료는 투자자들의 이해를 돕기 위해 작성된 자료이므로

당사는 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으며,

사전 예고 없이 내용의 변동이 있을 수 있습니다.

따라서 어떠한 경우에도 본 자료는 주식투자 결과에 대하여

법적 책임을 지지 않습니다.

Contents

기업현황

사업현황

재무현황

별첨

기업현황

기업 위상

국내 환경가전분야 모든 지표 **1위**

시장점유율 1위

브랜드인지도 1위

업계 최고수준의 R&D역량

견고한 서비스/영업조직

우수한 재무실적 & 현금 창출력

관리고객/계정수

•346만 가구, 590만 계정

*대한민국 1,937만 가구 대비 약 18%

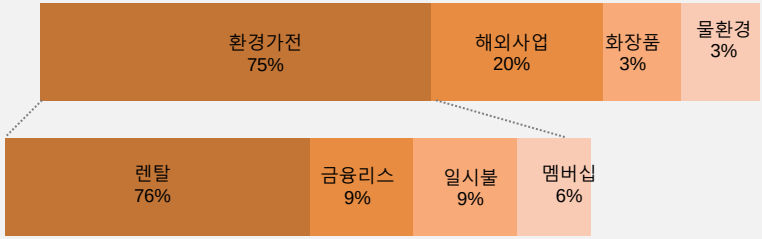
기업 Profile

Coway 연혁

- 1989~ 방문판매 사업 시작 (연구소 설립 및 공장 준공)
- 1998~ 렌탈 판매 시작 (코디 시스템 도입)
- 2005~ R&D 센터 이전 (서울대) 및 디자인 연구소 설립
- 2010~ 해외, 화장품, 매트리스 사업 확대 및 진출
- 2013~ MBK Partners로 최대 주주변경
- 2016~ IoT 기반 "The Life Care Company" 도약 선포 및 서비스 개시
- 2017~ "Coway Trust" 캠패인 시행
- 2019~ 웅진씽크빅으로 최대 주주변경

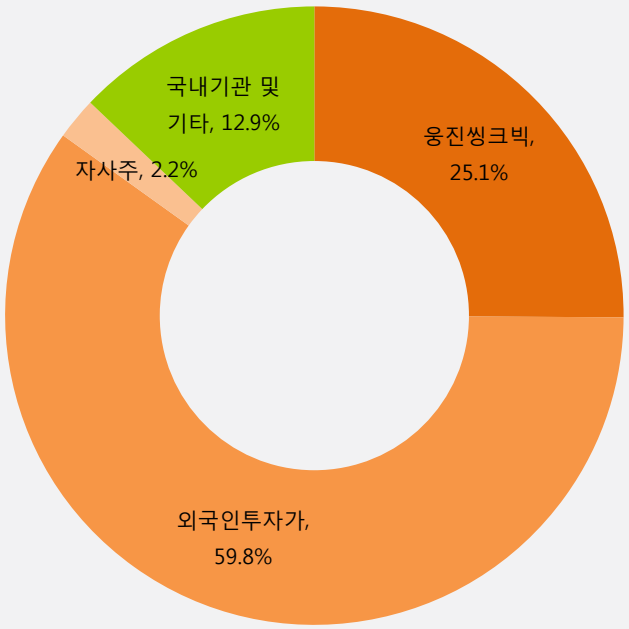
주요 재무 지표

- 매출액 : 2조 7,073억원
- 영업이익 : 5,198억원 (OPM : 19.2%)
- 당기순이익 : 3,498억원



*2018, IFRS, 연결 기준

지배구조



* 총 발행주식수: 73,799,619 주
* 2019년 4월말 기준임

사업현황

사업 구조

	환경가전	해외	화장품
사업부 매출비중*	**20,175억** (75%)	**5,442억** (20%)	**755억** (3%)
품목	정수기, 공기청정기, 비데, 연수기, 매트리스, 의류청정기	정수기, 공기청정기, 비데, 주서기	기초·기능성 화장품(리엔케이) 한방화장품(올빛) 건강기능식품(헬시그루)
영업형태	코디 방판 홈케어 닥터 시판 (할인점/홈쇼핑/온라인)	코디 방판 ODM/ Dealer 시판	방판 시판 (홈쇼핑/면세점/온라인)

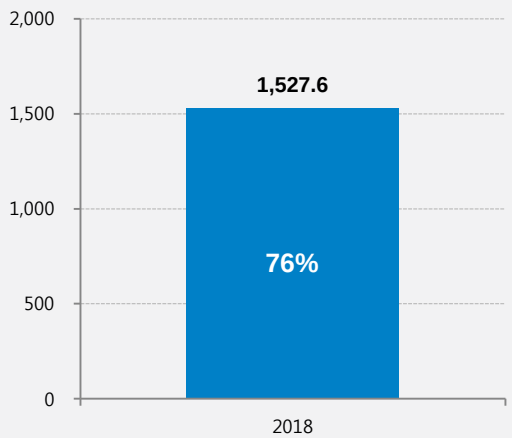
*2018, IFRS, 연결 기준

국내 환경가전사업 - 매출구조

매출 구조 및 국내 환경가전 사업에서의 매출액 비중

1. 렌탈 판매 (523만 계정)
제품가격 + 유지관리 비용(5년 계약)

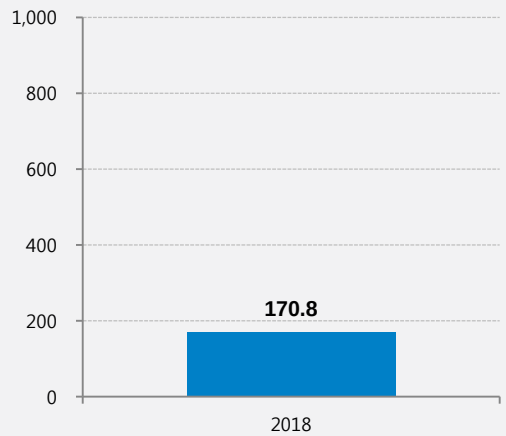
(단위: 십억원)



월 평균 렌탈료: 38,900원*
(렌탈 5년 약정 시 2,434,000원)
렌탈 등록비: 100,000원

2. 일시불 판매
제품가격

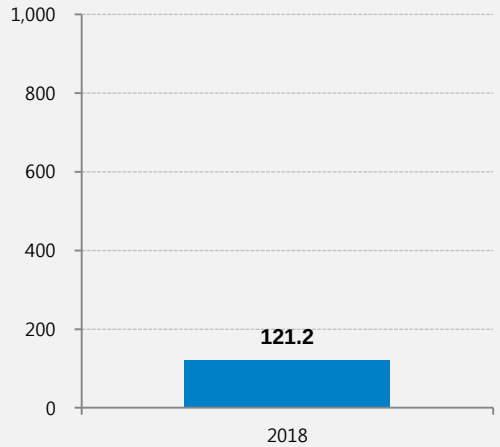
(단위: 십억원)



평균 판매가: 1,500,000원*

3. 멤버십 프로그램**(67만 계정)
유지관리 비용(1년 계약)

(단위: 십억원)



월 평균 멤버십료: 15,600원*
(일시불 멤버십 5년 약정 시 936,000원)

* CHP-242N 모델 기준

** 멤버십 프로그램은 렌탈 계약기간 종료 또는 일시불 구입 시 가입 가능

국내 환경가전사업 - 렌탈사업 개요 및 주요지표

렌탈 사업 개요

계약기간
5년(만기 후 제품소유권 고객이전)

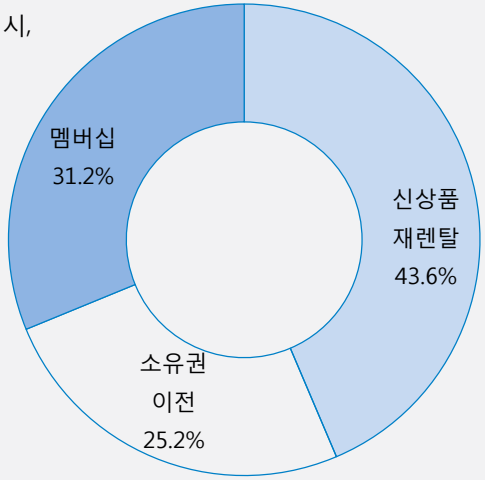
포함내역
필터 및 부품 교체, 제품 클리닝 서비스 등

서비스 주기
제품 및 사용환경(가정/업소)에 따라 1, 2, 4, 6개월

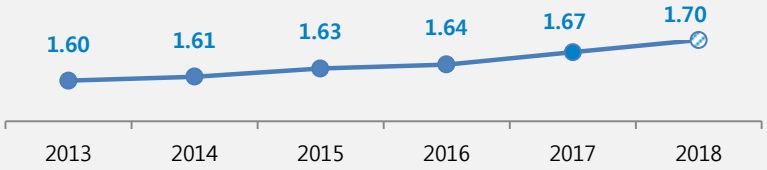
의무사용기간
3년

Retention 비율

5년 렌탈계약 종료 시,
약 75% 고객 유지
(2018 기준)



중복 사용률 추이

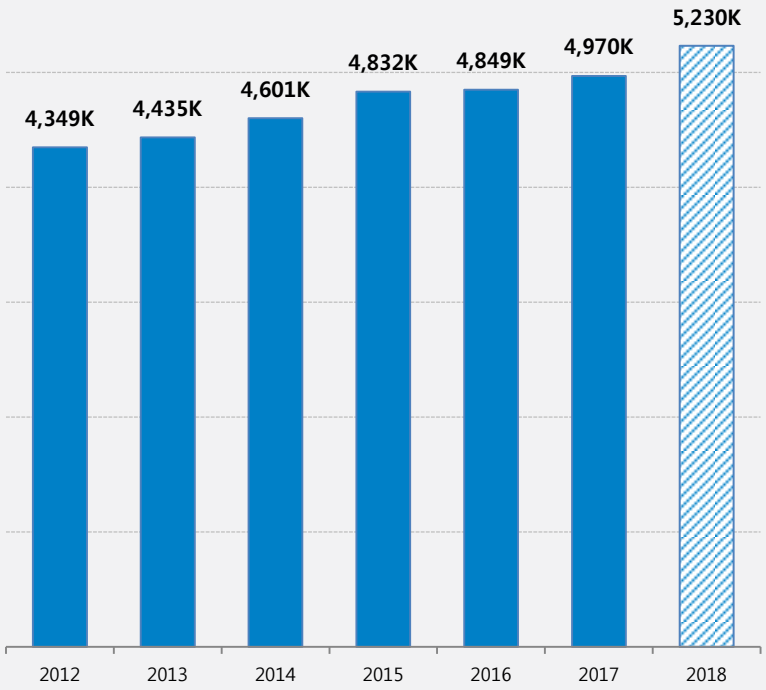


(제품 1개 사용 고객 66%, 2개 사용 고객 22%, 3개 사용 고객 7%)

국내 환경가전사업 - 렌탈 계정현황, 해약률, 렌탈자산 폐기손실비용

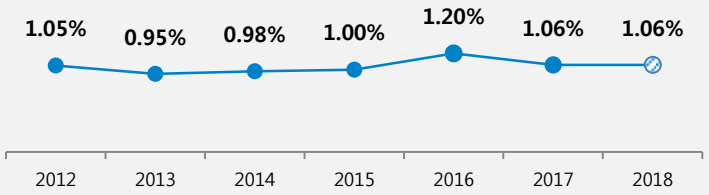
렌탈 계정현황

(단위: 계정)



해약률 추이*

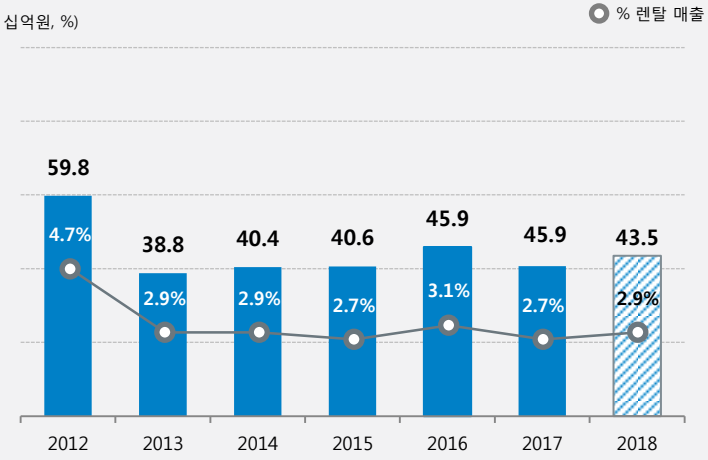
(단위: %)



* 2012년 및 그 이전 수치는 채권 계정만을 제외한 기준임

렌탈자산 폐기손실비용

(단위: 십억원, %)

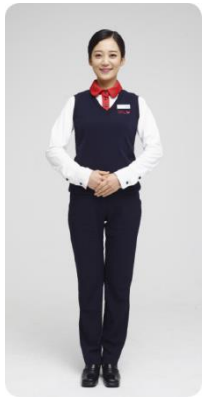


국내 환경가전사업 - 판매 & 서비스 플랫폼

판매 & 서비스 조직

- 코디(Cody) – 환경가전 서비스 및 판매
- 방문판매원 - 판매전담
- 홈케어닥터 – 홈케어 상품 서비스 및 판매
- CS닥터 – 환경가전 설치 및 A/S

※ 판매 및 서비스인력



코디

홈케어닥터

타사 대비 코디 경쟁력

•인당 약 420계정의 관리계정 보유

- 고객과의 Relationship을 통해 해약방어 및 중복 구매 유도

Maintenance service — 고객 유지 지속 + Sales — 교차 및 신규 판매 확대

•안정적인 수입구조

- 420계정 관리를 통한 기본 서비스 수수료 보장

서비스 수수료 + 판매 수수료

•인당 관리면적 최소화

- 코디 인당 관리면적 1㎢ 내외, 업계 최단 거리로 업무효율성 증대
- 관리면적이 좁아 고객별 밀착관리 가능

국내 환경가전사업 - 홈케어 사업

홈케어 사업 개요

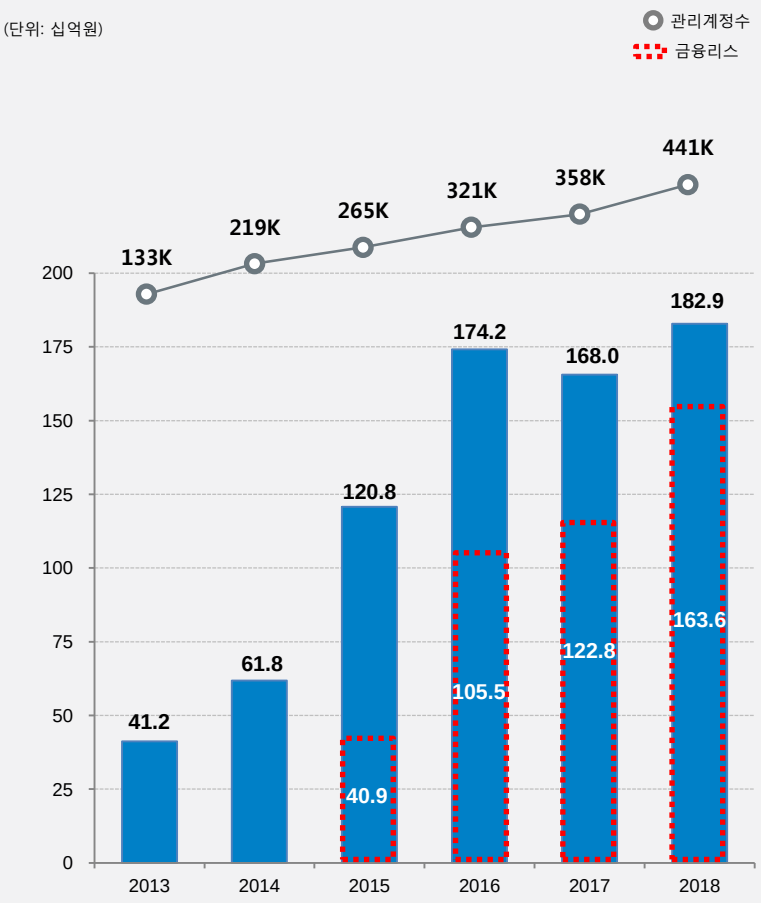
- 매트리스 신 판매 제도를 통한 합리적인 가격으로 5/6년간 렌탈
- 홈케어 닥터가 4개월에 한번 케어 서비스 및 탑퍼 교체 서비스 제공
- 7단계 전문 관리를 통한 매트리스 위생 강화

※ 판매 제도 비교

구분	기존 판매 제도 (~ 15년 7월)	신 판매 제도 (15년 8월 ~)
렌탈 계약 기간	3년	5년 or 6년
서비스	케어 서비스 (4개월)	케어 서비스 (4개월) + 탑퍼 교체 서비스 (3년)
의무 사용 기간	26개월	5년 or 6년
렌탈료*	38,900원	5년: 37,900원 6년: 32,900원
판매 방식	운용 리스	판매형 금융 리스
매출 인식	월별 인식	제품 매출 (60%) 일시 인식 + 서비스 매출 (40%) 서비스 제공시 인식

* CMQ-PO1 모델 렌탈료 기준

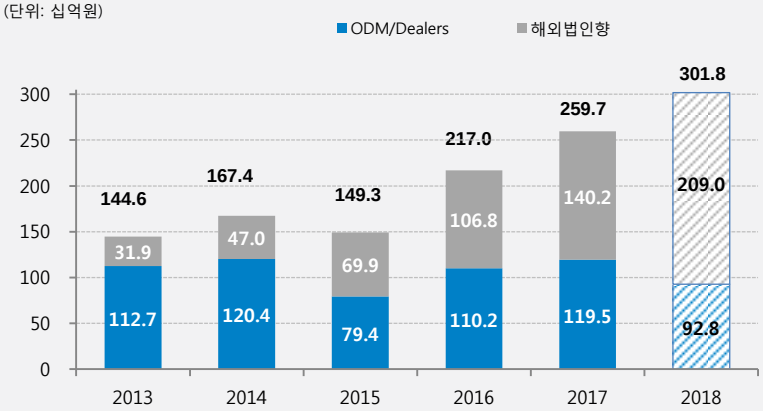
홈케어 매출현황



해외사업

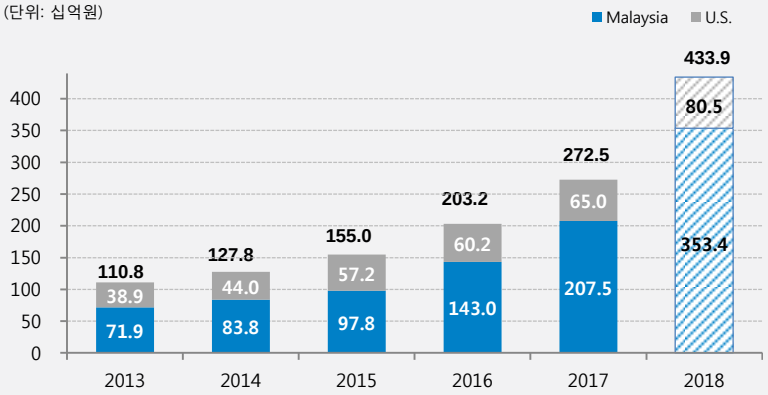
해외사업 매출

(단위: 십억원)

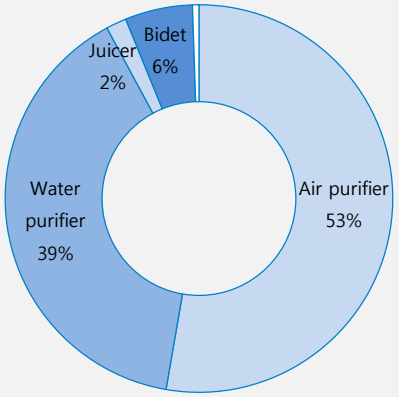


주요 법인 매출

(단위: 십억원)

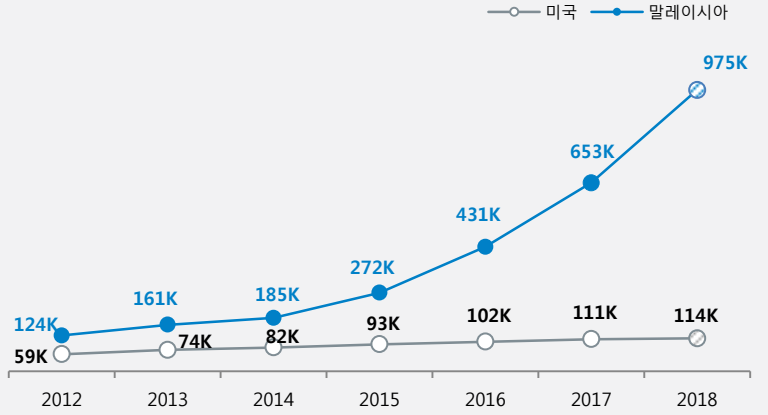


제품별 수출비중



* 2018 기준

해외법인 관리계정*



* 2014년 및 그 이후 수치는 무상 멤버십 계정 제외 기준

2019년 주요 사업 전략

경쟁력 강화 및 신규 시장 개척을 통한 새로운 가치 창출

Coway Trust

Re:FUSION
깨끗함의 새로운 가치

경쟁력

제품/서비스/기술
리더십 강화

성장

기존 채널 성장 및
신규시장 개척

2019년 주요 사업 전략 – 국내사업

New CIROO Filter

B2G/B2B

新 살균기

의류청정기

From 필터 to 케어 캠페인

제품 경쟁력 강화

- 시장 선도 및 신규 고객 발굴을 위한 제품 라인업 확장
  : 혁신 기술을 적용한 New CIROO 직수 필터 개발을 통해 직수 정수기 시장 선도
  : 공기 청정 면적 확대 모델 도입으로 B2B/ B2G 시장 대응 강화

서비스 및 기술 차별화

- 서비스 경쟁력 강화 및 시장 트렌드 선도 기술 확보
  : 새로운 살균수기 도입을 통한 서비스 전문성 강화
  : 의류청정기 신 기능 추가를 통한 경쟁사와 차별화

마케팅 커뮤니케이션 강화

- "From 필터 to 케어" 캠페인 전개
  : 차별적 우위인 [필터]와 [케어]에 대한 소비자 인식 환기 및 더 나은 소비자 선택을 위한 패러다임 전환

2018년 주요 사업 전략 – 해외, 화장품사업

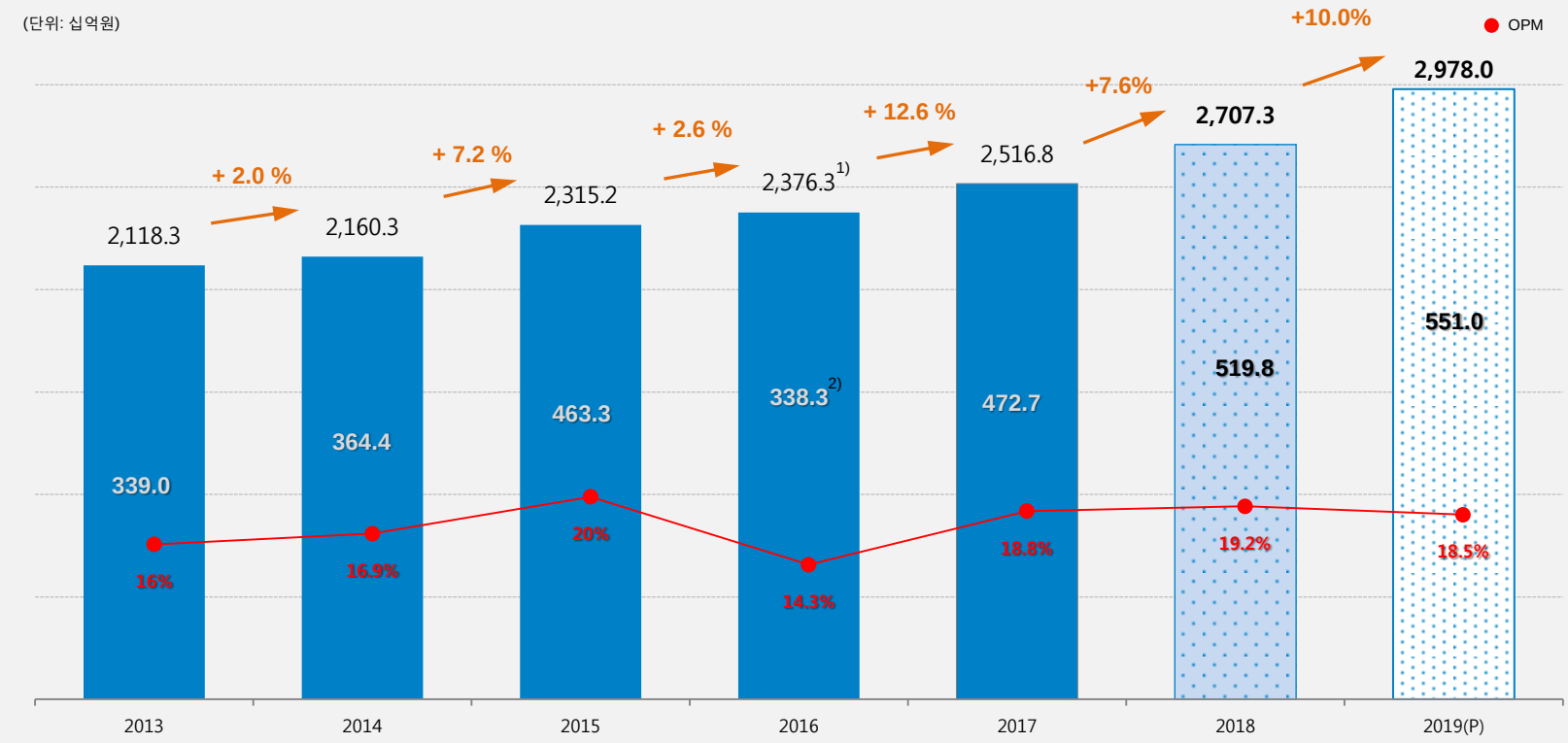
amazon 4-star

JOMOO
Better Bathroom, Better Living

- **말레이시아 법인 성장 확대**
  - 말레이시아 내 선도적 지위 유지 및 지속 성장
    : 적극적인 방판 영업조직 확대를 통한 시장 1위 공고화
    : 제품 오퍼링 프리미엄화 및 다변화를 통한 고객저변 확대
- **미국 법인 방판/시판 채널 지속 성장**
  - 주요 지역별 영업거점 확대를 통한 방판 채널 강화
  - Amazon 파트너십 강화와 제품군 확대를 통한 시판 채널 성장
- **중국 시장 진출**
  - 중국 파트너와 전략적 제휴를 통한 시장 진출
    : 주방/욕실 전문 브랜드 기업인 JOMOO社와 MOU 체결
    : 브랜드, 기술력, 채널 부문에서 시너지 효과 발휘 기대
- **신규 시장 진출**
  - 동남아 지역 신규 법인 설립
    : 말레이시아 법인 벤치마킹을 통한 방판 라이선스 취득 및 판매 조직 구축

2019년 매출 및 영업이익 계획

연결 기준



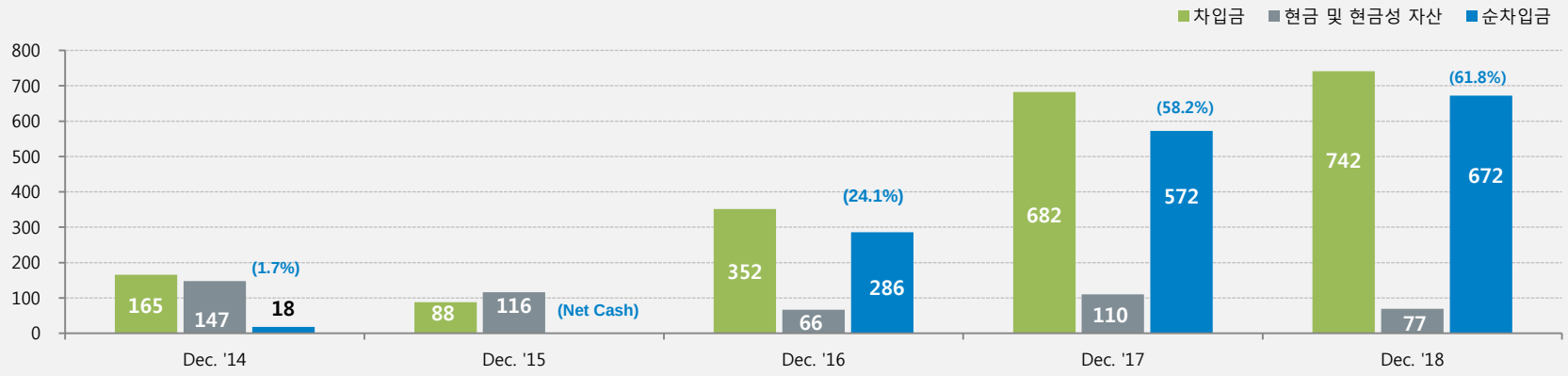
1) 얼음정수기 리콜 관련 일회성 매출차감 679억원 제외한 FY2016 조정 매출액은 연결: 2조 4,442억원 (+5.6% YoY), 별도: 2조 2,724억원 (+5.1% YoY)
2) 얼음정수기 리콜 관련 일회성 비용 1,201억원 제외한 FY2016 조정 영업이익은 연결: 4,589억원 (-0.9% YoY), 별도: 4,888억원 (+5.6% YoY)

재무현황

재무구조 현황

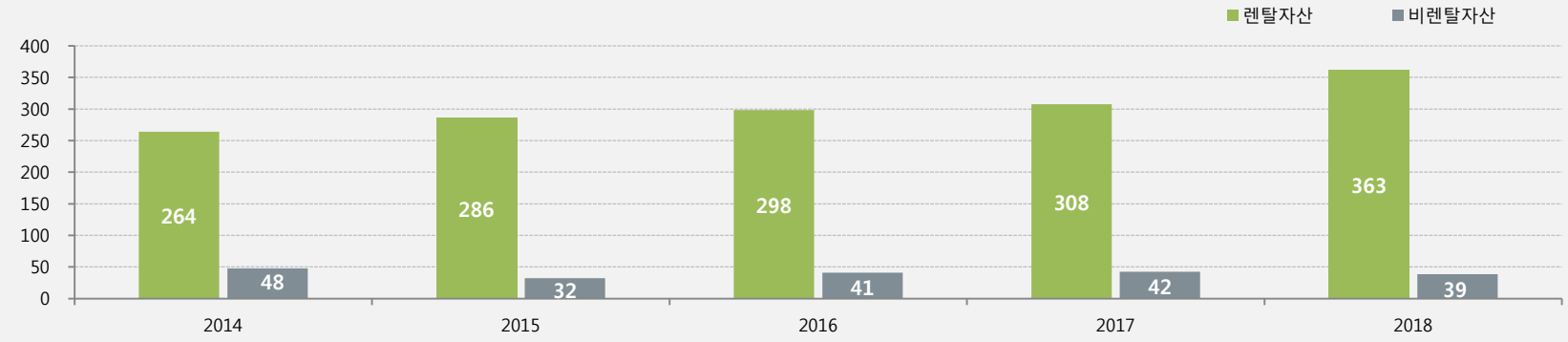
현금 및 차입금 현황

(단위: 십억원)



CAPEX

(단위: 십억원)



주주 정책

자사주 매입 및 소각

- 2005년: 300만주 자사주 소각
- 2007년: 300만주 자사주 매입 (우리사주)
- 2009년: 135만주 자사주 매입
- 2011년: 200만주 자사주 매입
- 2013~2014년: 72만주 자사주 소각
- 2016년: 74만주 자사주 소각 및 1,400억원 자사주 매입
- 2017년: 156만주 자사주 소각 및 1,000억원 자사주 매입 완료
- 2018년: 102만주 자사주 소각 (2월)

경영투명성 제고

- 적극적이고 신뢰성 있는 IR활동 전개
  - 분기별 경영실적발표회 개최
  - 정기적 국내외 NDR 시행 및 Conference 참가

주주가치 제고

Focus on enhancing shareholder value

배당금 추이

(단위: 원)

*1Q'17~3Q'18 분기배당 800원 시행

*4Q'18, 1주당 1,200원 결정

별첨

연결 손익계산서(연도별)

(단위: 십억원)

	2016년	2017년	2018년
매출액	2,376.3	2,516.8	2,707.3
성장률(YoY)	2.6%	5.9%	7.6%
매출원가	812.2	798.5	878.3
매출원가율	34.2%	31.7%	32.4%
매출총이익	1,564.2	1,718.3	1,829.1
매출총이익률	65.8%	68.3%	67.6%
판매비와 관리비	1,225.4	1,245.5	1.309.2
영업이익	338.8	472.7	519.8
영업이익률	14.3%	18.8%	19.2%
법인세비용	80.4	114.3	118.8
당기순이익	243.3	325.6	349.8
당기순이익률	10.2%	12.9%	12.9%

연결 재무상태표

(단위: 십억원)

	2017년 12월	2018년 12월
현금 및 현금성 자산	110.3	69.4
매출채권	314.6	325.6
재고자산	74.9	102.9
유동자산 계	**791.5**	**843.7**
유형자산	712.4	781.0
무형자산	183.9	160.3
비 유동자산 계	**1,366.1**	**1,530.4**
자산총계	**2,157.5**	**2,374.1**
단기차입금	670	731.1
유동성 사채	-	-
유동성 장기부채	-	-
유동부채 계	**1,124.8**	**1,234.3**
장기차입금	12.3	10.0
사채	-	-
비 유동부채 계	**50.5**	**52.1**
부채총계	**1,175.3**	**1,286.4**
자본총계	**982.3**	**1,087.7**
부채와 자본총계	**2,157.5**	**2,374.1**

woongjin 웅진코웨이

이 종목의 더 많은 IR정보 확인하기

IR GO 주주와 기업을 연결하고 응원합니다.