

**(주)더네이처홀딩스
기자간담회**



기자간담회 Press Kit

2020.07.06

더네이처홀딩스

독보적 역량의 토털 패션 기업

더네이처홀딩스, 글로벌 라이프스타일 전문 기업으로 도약!

PR Point

▶ 압도적 제품 기획력으로 업계를 선도하는 내셔널지오그래픽 전개 기업

- 도시형 캐주얼 디자인으로 아웃도어 시장 재편을 주도한 게임체인저
- 업계 최고의 제품 기획력을 바탕으로 독보적 브랜드파워 구축
 - 수평적 문화 및 자체 패턴부서 기반으로 제품 기획·출시 신속 진행
 - 카이만 롱패딩, 플리스 집업 등 히트아이템 지속 런칭
- 의류, 신발, 가방, 캐리어 등 주요 카테고리를 아우르는 제품 포트폴리오 보유
 - 패딩, 티셔츠 등 의류 성장이 신발, 가방, 캐리어 등 다양한 제품군 동반 성장 견인

▶ 독보적 브랜드 육성 역량 통해 2019년 역대 최대 실적 달성

- 2019년 매출액 2,353억 원, 영업이익 398억 원 달성('17~'19 매출액 CAGR 84.4%)
- 2020년 1분기 매출액 499억 원(YoY+47.2%), 영업이익 81억 원(YoY+50.0%) 기록
 - 패션 산업은 하반기가 성수기로, 2020년 역대 최대 실적 경신 전망
- 온라인 채널 지속 강화해 비중 대폭 확대(2017년 15.0% → 2020년 1분기 20.0%)

▶ 해외 시장 확대·키즈 라인 강화·NFL 육성 통해 글로벌 기업으로 성장 지속

- 내셔널지오그래픽 해외 시장 확대: 기진출한 홍콩, 대만에 이어 아시아 전역과 서구권으로 해외사업 영역 확장
 - 홍콩: 2019년 8월 1호점, 2020년 3월 2호점 오픈 → 마카오 등 신규 매장 확대
 - 대만: 현지 최대 패션유통사 '모멘텀스포츠' 통해 8개 매장 운영 → 시장지배력 강화
 - 중국/호주/뉴질랜드/인도 진출형태 논의 완료, 하반기 미국/유럽 공략 본격화
- 내셔널지오그래픽 키즈 라인 강화: 가족친화적 사회문화 속 패밀리 브랜드로 확대
- NFL 육성: 국내 시장 안착 후 중국 등 글로벌 시장 공략, 포스트 브랜드로 육성

IPO Summary

증권신고서 제출	2020.06.12	
수요예측	2020.07.08~09	
청약	2020.07.15~16	
상장(예정)	2020.07.24	
공모예정가	45,000~50,000원	
공모주식수	1,200,000주	
총 공모예정금액	540억 원~600억 원	
상장예정주식수	7,182,381주	
공모 후 주주구성	· 최대주주 등	37.9%
	· 벤처금융 및 전문투자자 등	32.5%
	· 공모주주	16.7%
	· 기타주주	12.9%

Contents

1. 기자간담회 보도자료	2
2. 더네이처홀딩스 기업 소개	4
3. Appendix	8

단위 : 억 원

구분	2017	2018	2019	2020.1Q
매출액	692	1,412	2,353	499
영업이익	50	202	398	81
당기순이익	30	86	161	73

주: 2017년 K-GAAP, 2018년 이후 K-IFRS 연결 기준

1. 기자간담회 보도자료

더네이처홀딩스, 글로벌 라이프스타일 전문 기업으로 성장 확신!

- ▶ 압도적 제품 기획력 갖춘 내셔널지오그래픽 전개 기업, 카이만 롱패딩 등 히트아이템 지속 출시
- ▶ 우수한 제품 기획력, 높은 브랜드 확장성을 바탕으로 2019년 매출액 2,353억 원, 영업이익 398억 원 달성
- ▶ 상장 후 해외 시장 확대·키즈 라인 강화·NFL 육성 통해 글로벌 기업으로 지속 성장할 것

[2020-07-06] 더네이처홀딩스가 7월 코스닥 시장에 입성한다.

글로벌 토털 패션 기업 (주)더네이처홀딩스(대표이사 박영준)는 6일 여의도에서 박영준 대표이사 및 주요 임직원이 참여한 가운데 기자간담회를 열고 포부를 밝혔다.

더네이처홀딩스는 내셔널지오그래픽 패션 사업을 전개하는 라이프스타일 브랜드 전문 업체다. 의류, 신발, 가방, 캐리어, 키즈 등 주요 카테고리를 아우르는 제품 포트폴리오를 구축해 글로벌 시장을 무대로 브랜드 사업을 진행하고 있다.

사업의 핵심은 패션 트렌드 변화를 꿰뚫은 전략적 포지셔닝이다. 과거 패션 업계의 주류였던 정통 아오도가 정체됐을 때, 더네이처홀딩스는 개화하는 라이프스타일 트렌드를 포착해 도시형 캐주얼 디자인을 강조한 내셔널지오그래픽 의류를 출시했다. 전략은 적중했고, 회사는 카이만 롱패딩, 플리스 집업 등 히트아이템을 연달아 탄생시키며 대표적인 라이프스타일 전문 기업으로 자리매김했다.

우수한 제품 기획력과 높은 브랜드 확장성이 성공을 뒷받침했다. 젊은 인력으로 구성된 제품기획 전문팀은 수평적 문화를 기반으로 의사결정을 빠르게 진행하고, 자체 패턴 부서는 제품 디자인을 신속히 수행한다. 의류 부문의 성공이 신발, 가방, 캐리어 등 다양한 제품군의 동반 성장을 견인하는 가운데, 온라인 채널을 강화하기 위한 다각적인 노력이 더해지며 전 채널이 고르게 성장했다.

독보적인 브랜드 육성 역량은 우량한 실적이라는 결실을 맺었다. 더네이처홀딩스의 매출액은 2017년부터 연평균 84.4%씩 증가해 2019년 2,353억 원을 기록했다. 같은 해 영업이익은 역대 최고치인 398억 원을 달성했다. 2020년 1분기엔 전년동기대비 각각 47.2%, 50.0% 증가한 매출액 499억 원, 영업이익 81억 원을 거뒀는데, 통상 패션 사업은 상반기보다 하반기 실적이 월등하다는 점을 상기할 때 2020년 역대 최대 실적을 경신할 것으로 점쳐진다.

회사는 상장 후 내셔널지오그래픽 해외 시장을 홍콩, 대만에서 아시아 전역과 서구권까지 본격 확대할 계획이다. 홍콩의 경우 지난해 8월 K11 뮤제아(Musea)에 1호점을, 올해 3월 소고백화점에 2호점을 오픈했고, 대만의 경우 대만 최대 패션유통사 '모멘텀스포츠'와 손잡고 현지 8개 매장을 운영 중이다. 향후 두 지역 내 시장지배력을 강화하는 한편 하반기 미국과 유럽 진출을 가시화할 예정이다.

더불어 내셔널지오그래픽 키즈를 패밀리 브랜드로 확장하고, 신규 브랜드 NFL을 육성해 지속 성장의 기반을 강화한다. NFL은 미국 풋볼리그를 캐주얼한 스트리트 감성으로 재해석한 브랜드로, 미국 풋볼리그 특유의 열정과 축제 분위기를 컨셉으로 한다. 국내 시장에 성공적으로 안착한 후 중국 등 글로벌 시장에 진출해 내셔널지오그래픽에 이은 포스트 브랜드로 육성하겠다는 목표다.

더네이처홀딩스 박영준 대표이사는 “모든 답은 현장에 있다는 신념으로 글로벌 패션 시장을 누비며 소비자 니즈에 부합하는 브랜드 사업을 전개해왔다”며 “지금은 글로벌 사업을 확대할 적기로, 국내 시장의 성공 노하우를 발판 삼아 고속 성장을 실현하겠다”고 포부를 밝혔다.

한편 더네이처홀딩스의 공모예정가는 4만 5천 원~5만 원으로 공모주식수는 120만 주, 공모예정금액은 총 540억 원~600억 원 규모다. 오는 8~9일 수요예측, 15~16일 청약을 거쳐 7월 말 코스닥 시장에 상장할 예정이다. 한국투자증권이 대표 주관을 맡았다.

<참고자료>

[더네이처홀딩스 주요 IPO 일정]

증권신고서 제출	2020년 6월 12일
수요예측	2020년 7월 8일 ~ 9일
청약	2020년 7월 15일 ~ 16일
코스닥 상장(예정)	2020년 7월 24일
공모주식수	1,200,000주
공모예정가	45,000원 ~ 50,000원
총 공모예정금액	540억 원 ~ 600억 원

2. 더네이처홀딩스 기업 소개

■ 패션 시장 재편을 주도하는 라이프스타일 선도 기업

더네이처홀딩스는 내셔널지오그래픽 패션 사업을 전개하는 라이프스타일 브랜드 전문 업체다. 의류, 신발, 가방, 캐리어, 키즈 등 주요 카테고리를 아우르는 제품 포트폴리오를 구축해 글로벌 시장을 무대로 사업을 진행하고 있다. 헐리웃 여배우들의 드레스로 유명한 베라왕과 SUV의 대명사 지프(Jeep)의 캐리어 사업도 전개 중이다.

패션 사업의 시작은 2013년 내셔널지오그래픽 라이선스 계약으로 거슬러 올라간다. 가방과 캠핑용품, 캐리어 사업의 순차적 성공은 2016년 내셔널지오그래픽 의류 런칭으로 이어졌고, 이는 라이프스타일 브랜드로서 내셔널지오그래픽을 시장에 각인시키며 회사의 폭발적 성장을 이끄는 계기로 작용했다.

핵심은 패션 트렌드 변화에 기반한 전략적 포지셔닝이다. 과거 패션 업계의 주류였던 정통 아웃도어가 정체됐을 때, 더네이처홀딩스는 새롭게 시작되는 라이프스타일 트렌드를 포착해 도시형 캐주얼 디자인을 강조한 내셔널지오그래픽 의류를 출시했다. 전략은 적중했고, 회사는 카이만 롱패딩, 플리스 집업 등 다수의 히트아이템을 연달아 탄생시키며 대표적인 라이프스타일 전문 기업으로 자리매김했다.

도표1. 성장 연혁



도표2. 주요 브랜드

호기심, 모험, Further, 도전적이고 길들여지지 않은 삶을 위한 어드벤처 라이프스타일 브랜드

NATIONAL GEOGRAPHIC

활동성, 스타일을 갖춘 내셔널지오그래픽 키즈 라인

NATIONAL GEOGRAPHIC KIDS

미국을 대표하는 100년 역사의 스포츠, 미식축구의 열광적인 모습을 스트릿 감성으로 재해석한 스포츠 캐주얼 브랜드

NFL

여자들의 로망, 프리미엄 드레스 브랜드 베라왕 캐리어 전개

VERAWANG

탐험의 프레임, SUV의 대명사 JEEP의 견고함을 담은 캐리어 전개

Jeep

■ 독보적 브랜드 육성 역량 통해 2019년 역대 최대 실적 달성

더네이처홀딩스의 내셔널지오그래픽이 정통 아웃도어 브랜드와 가장 차별화되는 지점은 새로운 주 소비층으로 부상한 밀레니얼 세대와 Z세대(이하 M/Z세대)를 성공적으로 공략했다는 점이다. 각각 1981~1996년, 1997~2003년 출생한 세대를 일컫는 용어로, 실제 내셔널지오그래픽 주요 아이টে은 10~30대가 전체 구매자의 70% 가량을 차지해 40~50대가 주도하는 정통 아웃도어와 확연한 차이를 보인다.

성공을 이끈 요인으로 먼저 우수한 제품 기획력이 꼽힌다. 젊은 인력으로 구성된 제품기획 전문팀은 수평적 문화 속에서 의사결정을 빠르게 진행하고, 회사에 내재화된 패턴 부서는 신속한 제품 디자인을 뒷받침한다. 특히 제품 디자인 시 탐험 정신, 자연과의 공존이라는 브랜드 철학에 중점을 두어 브랜드 아이덴티티를 강화하고 있다.

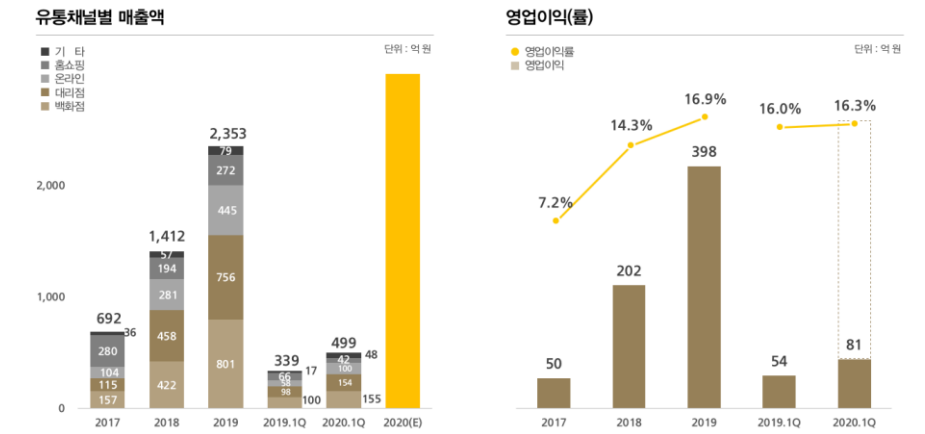
카테고리 및 유통망 확장성은 기획 역량을 실적 성장으로 증폭시켰다. 패딩, 티셔츠, 바람막이 등 의류 부문의 대대적인 성공은 신발, 가방, 캐리어 등 다양한 제품군의 동반 성장으로 이어졌다. 또 전국 200여 개 매장을 확보하고, 네이버 스토어, 무신사, 신세계몰 등 주요 온라인몰에 입점 후 유통채널별 전용제품을 운영해 온/오프라인 채널의 고른 성장을 실현했다.

M/Z세대를 겨냥한 전략적 마케팅도 주효했다. 회사는 한현민, 주지훈, 정혁 등 M/Z세대에게 높은 지지를 받는 스타 모델과 인플루언서를 활용해 10~30대에 소구하는 디지털 마케팅을 적극 진행하고 있다. 또 온라인 구매에 익숙한 M/Z 세대 공략을 위해 무신사 쇼케이스, 네이버 라이브커머스 등 대형 플랫폼 협업을 강화하고 있는데, 이는 매 진행 시마다 히트 아이템 탄생 등으로 화제를 일으키며 마케팅 효과를 극대화하고 있다. 실제로 내셔널지오그래픽 연간 검색량은 2017년 465만 회에서 2019년 1,120만 회로 급증했으나, 매출액 대비 광고비는 2017년 3.9%에서 2.7%로 하락해 효율적 마케팅을 실현하고 있다.

독보적인 브랜드 육성 역량은 우량한 실적 시현으로 이어졌다. 매출액은 2017년부터 연평균 84.4%씩 증가한 끝에 2019년 2,353억 원을 달성했고, 같은 해 영업이익은 역대 최고치인 398억 원을 기록했다. 2020년 1분기 실적은 매출액 499억 원, 영업이익 81억 원으로 전년동기대비 각각 47.2%, 50.0% 증가했다. 통상 패션 사업은 상반기보다 하반기 실적이 월등하다는 점을 상기할 때 2020년 역대 최대 실적을 경신할 것으로 점쳐진다.

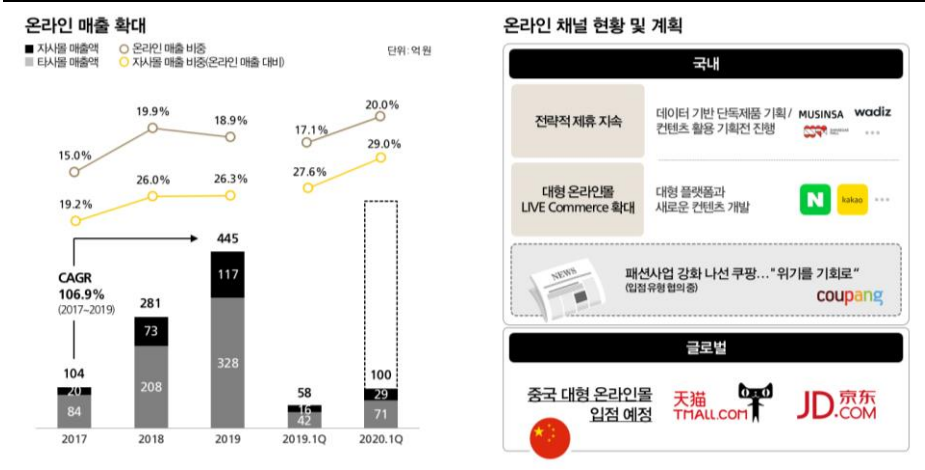
이러한 실적은 온라인 채널 강화 위에 달성됐다는 점에서 특히 의미 깊다. 회사는 패션 시장이 이커머스 중심으로 재편될 것으로 보고 내셔널지오그래픽 런칭 초부터 온라인 채널 역량을 강화해왔다. 그 결과 온라인 매출 비중은 2017년 15.0%에서 2020년 1분기 20.0%로 큰 폭 상승했고, 그중 자사몰 비중은 19.2%에서 29.0%로 괄목할 성장을 이뤘다. 더네이처홀딩스는 향후 자사몰 유입을 확대하는 한편, 네이버, 무신사 등 대형 플랫폼과 협업을 강화하고 티몰(Tmall), 징둥닷컴 등 중국 대형 플랫폼에도 진출할 계획이다.

도표3. 경영성과



주: 2017년 K-GAAP, 2018년 이후 K-IFRS 연결 기준

도표4. 온라인 채널 강화



■ 코스닥 상장 통해 글로벌 라이프스타일 전문 기업으로 도약

회사는 코스닥 상장을 통해 글로벌 라이프스타일 전문 기업으로 도약할 계획이다. 전략은 크게 ▲내셔널지오그래픽 해외 진출 확대 ▲신규 브랜드 NFL 육성 ▲내셔널지오그래픽 키즈 라인 강화 등 세 가지로 압축된다.

먼저 내셔널지오그래픽 해외 시장을 본격 확장한다. 회사는 내셔널지오그래픽 국내 브랜드 사업 성공에 힘입어 해외 라이선스를 확보, 지난해 홍콩과 대만에 진출했다. 홍콩의 경우 2019년 8월 K11 뮤제아(Musea)에 1호점을 연 지 1개월 만에 쇼핑몰 입점층 매출액 3위를 달성한 바 있다. 이에 올해 3월 소고백화점에 2호점을 오픈했으며, 연내 마카오를 포함해 5~6개 매장을 추가 오픈할 예정이다. 대만의 경우 대만 최대 패션유통사 '모넨템스포츠'와 손잡고 현지 8개 매장을 운영 중이다. 향후 아시아는 물론 미국, 유럽 등 서구권으로 시장을 확대할 예정이며, 중국, 호주/뉴질랜드, 인도, 일본의 경우 진출형태에 대한 논의를 마치고 파트너사 선정 단계에 있다.

나아가 신규 브랜드 NFL을 육성해 지속 성장의 기반을 강화한다. NFL은 미국 풋볼리그를 캐

주얼한 스트리트 감성으로 재해석한 브랜드로, 미국 풋볼리그 특유의 열정과 축제 분위기를 컨셉으로 한다. 최근 전세계적으로 스포츠 브랜드에서 파생된 스트리트 패션 시장이 확대되고 있는 만큼 더네이처홀딩스의 미래 성장을 이끌 주역으로 주목받고 있다. 향후 전국 주요 도시 중심 매장 확대 및 본격적인 마케팅을 통해 국내 시장에 안착하고, 중국 등 글로벌 시장을 공략할 계획이다. 궁극적으로 내셔널지오그래픽에 이은 포스트 브랜드로 육성하겠다는 목표다.

마지막으로 내셔널지오그래픽 키즈 라인도 본격 확대한다. 키즈 시장은 패밀리룩 착용 등 가족친화적 사회문화가 확산되는 가운데 뉴발란스, MLB, 블랙야크 등이 기존 인지도를 바탕으로 성공을 거둔 시장이다. 회사는 2017년 내셔널지오그래픽 키즈 첫선을 보인 후 삽입형 태로 전개해왔으며, 성공 가능성을 확인해 내셔널지오그래픽 패밀리 브랜드로 본격 확장하겠다는 방침이다. 연내 키즈 전문 매장을 27개까지 확대하고, 향후 대리점 단독점 오픈을 거쳐 글로벌 시장까지 진출할 계획이다.

더네이처홀딩스 박영준 대표이사는 “모든 답은 현장에 있다는 신념으로 글로벌 패션 시장을 누비며 트렌드를 파악하고 소비자 니즈를 충족하는 브랜드 사업을 전개해왔다”며 “지금은 글로벌 사업을 확대할 적기로, 국내 시장의 성공 노하우를 발판 삼아 고속 성장을 실현하겠다고 포부를 밝혔다.

3. Appendix

■ 회사 개요

설립일	2004년 2월
자본금	30.9억 원
종업원	207명
사업 분야	캐주얼 아웃도어 제품(의류, 캠핑 등)
본사	서울 금천구 가산디지털2로 30, 11층
홈페이지	www.thenatureholdings.co.kr

주: 2020년 6월 10일 기준

■ 주요 연혁

시기	내용
2004. 02	회사 설립
2013. 01	내셔널지오그래픽 가방 및 캠핑 라이선스 계약
2015. 02	내셔널지오그래픽 의류 라이선스 계약
2016. 04	자체 브랜드 MOTOMOTO 런칭
2016. 04	베라왕 라이선스 계약 체결
2017. 03	내셔널지오그래픽 매장 50호점 오픈
2018. 07	면세점 1호점 오픈
2018. 07	지프(JEEP) 캐리어 라이선스 계약
2018. 10	내셔널지오그래픽 매장 100호점 오픈
2019. 05	NFL 의류 및 가방 라이선스 계약
2019. 08	내셔널지오그래픽 홍콩 1호점 오픈
2019. 10	여행용품 편집숍 뜨고(TTGO) 런칭
2020. 03	내셔널지오그래픽 홍콩 2호점 오픈

■ IPO Plan

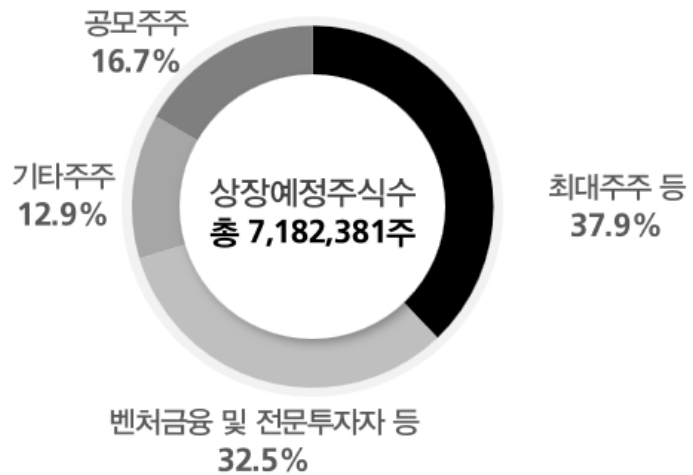
(1) 공모 개요

공모주식수	1,200,000주 (구주매출 200,000주 / 신주모집 1,000,000주)
공모예정가	45,000원~50,000 원
액면가	500원
총 공모예정금액	540억 원~600억 원
상장예정주식수	7,182,381주
상장주관사	한국투자증권

(2) 공모 일정

증권신고서 제출	2020년 6월 12일
수요예측	2020년 7월 8일~9일
청약	2020년 7월 15일~16일
상장(예정)	2020년 7월 24일

(3) 공모 후 주주구성 및 보호예수 사항



주주명	주식수(주)	비중(%)	기간	
박영준 대표이사	1,377,063	19.17	상장 후 24개월	
임원 및 관계회사 등	146,980	2.05	상장 후 6개월	
	1,200,000	16.71	상장 후 24개월	
벤처금융 및 전문투자자 등	중소벤처기업 상생투자조합	423,280	5.89	상장 후 1개월
	콘텐츠커머스융합펀드	90,909	1.27	
	한국투자증권(주)	57,143	0.80	
공모주식	우리사주조합	58,800	0.82	상장 후 12개월
합계	3,354,175	46.70	-	

■ 요약 재무제표

재무상태표

(단위: 억 원)

구 분	2017	2018	2019	2020.1Q
유동자산	372	620	1,108	1,001
비유동자산	25	104	227	323
자산총계	397	724	1,335	1,324
유동부채	213	430	506	424
비유동부채	10	133	75	71
부채총계	223	562	581	495
자본금	2	2	31	31
기타자본구성요소	103	49	450	454
이익잉여금	69	110	273	345
자본총계	174	161	754	830

주: 2017년 K-GAAP, 2018년 이후 K-IFRS 연결 기준

손익계산서

(단위: 억 원)

구 분	2017	2018	2019	2020.1Q
매출액	692	1,412	2,353	499
영업비용	642	1,210	1,955	418
영업이익	50	202	398	81
기타영업외수익	1	6	11	19
기타영업외비용	6	1	2	3
금융수익	-	4	4	2
금융비용	6	86	162	2
법인세비용차감전순이익	39	125	249	97
법인세비용	9	39	88	24
당기순이익	30	86	161	73
총포괄이익	30	86	161	73

주: 2017년 K-GAAP, 2018년 이후 K-IFRS 연결 기준