



IR BOOK

THE INVESTOR RELATIONS OF CLASSYS 2023

7 November 2023

피부 미용 의료기기 제조 및 판매
KOSDAQ 214150

Disclaimer



본 자료는 투자자들을 대상으로 실시되는 프레젠테이션에서의 정보 제공을 목적으로 클래스시스 주식회사 (이하“회사”)에 의해 작성되었으며 이의 반출, 복사 또는 타인에 대한 재배포는 금지됨을 알려드리는 바입니다.

본 프레젠테이션에의 참석은 위와 같은 제한 사항의 준수에 대한 동의로 간주될 것이며 제한 사항에 대한 위반은 관련 '자본시장과 금융투자업에 관한 법률'에 대한 위반에 해당될 수 있음을 유념해주시기 바랍니다.

본 자료에 포함된 “예측정보”는 개별 확인절차를 거치지 않은 정보들입니다. 이는 과거가 아닌 미래의 사건과 관계된 사항으로 회사의 향후 예상되는 경영현황 및 재무실적을 의미하고, 표현상으로는 ‘예상’, ‘전망’, ‘계획’, ‘기대’, ‘(E)’ 등과 같은 단어를 포함합니다.

위 “예측정보”는 향후 경영환경의 변화 등에 따라 영향을 받으며, 본질적으로 불확실성을 내포하고 있는 바, 이러한 불확실성으로 인하여 실제 미래 실적은 “예측정보”에 기재되거나 암시된 내용과 중대한 차이가 발생할 수 있습니다.

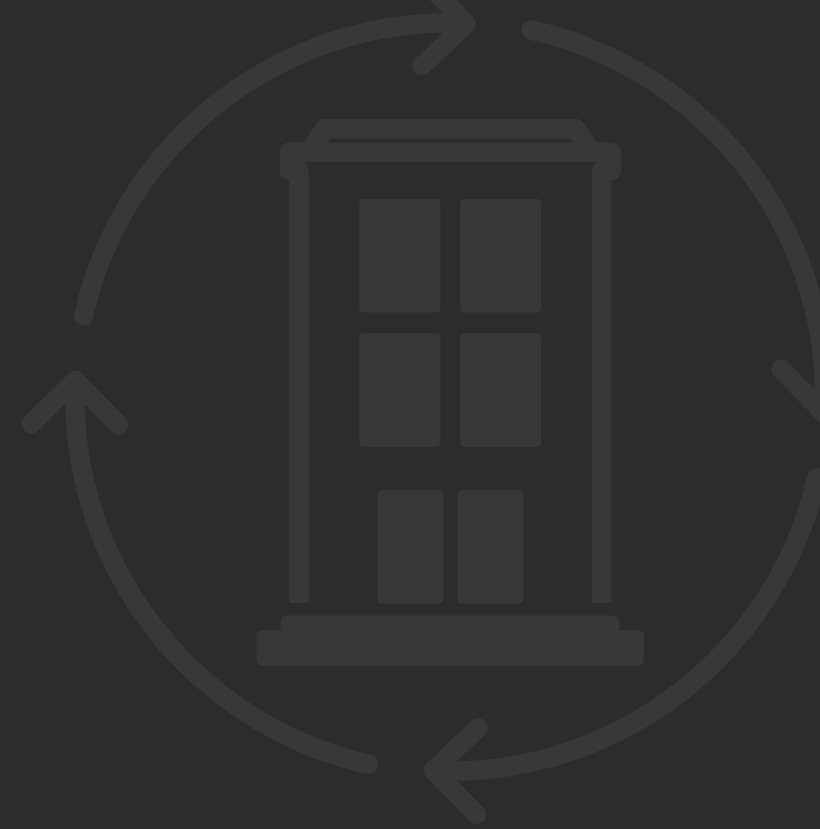
또한, 향후 전망은 Presentation 실시일 현재를 기준으로 작성된 것이며 현재 시장상황과 회사의 경영방향 등을 고려한 것으로 향후 시장환경의 변화와 전략수정 등에 따라 변경될 수 있으며, 별도의 고지 없이 변경 될 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

본 자료의 활용으로 인해 발생하는 손실에 대하여 회사 및 회사의 임원들은 그 어떠한 책임도 부담하지 않음을 알려드립니다. (과실 및 기타의 경우 포함)

본 문서는 주식의 모집 또는 매출, 매매 및 청약을 위한 권유를 구성하지 아니하며 문서의 그 어느 부분도 관련 계약 및 약정 또는 투자 결정을 위한 기초 또는 근거가 될 수 없음을 알려드립니다. 주식 매입과 관련된 모든 투자 결정은 오직 투자자의 합리적인 판단에 의하여 이루어져야만 합니다.

Contents

- I Company Overview
- II Business Highlights
- III Growth Strategy
- IV Financial Results



Contents

I Company Overview

1. Key Figures
2. Overview
3. History
4. Product Portfolio
5. Regional Portfolio

1. Key Figures

매출 성장률

5Y CAGR **32%**
(3Q23 누적, 1,331억원, YoY +31%)



해외 매출 비중

65% (3Q23 누적 기준)
전 세계 70여개국 수출 /
27개 국가 허가 보유



소모품 매출 성장률

5Y CAGR **43%**
(3Q23 누적, 610억원, YoY +56%
소모품 비중 46%)



슈링크 계열 누적 판매 대수 /
연간 시술 수 (E)

**1.4만대 돌파 /
330만회 이상**
(글로벌 시장 기준)



EBITDA 성장률

5Y CAGR **46%**
(3Q23 누적, EBITDA 707억원, YoY +35%
EBITDA 마진율 53%)



밸류에이션

시가총액 **KRW 2조원대**
코스닥 글로벌 세그먼트 선정 (22')
ESG 평가 **BBB** (by MSCI)



* 5Y = 2017-2022

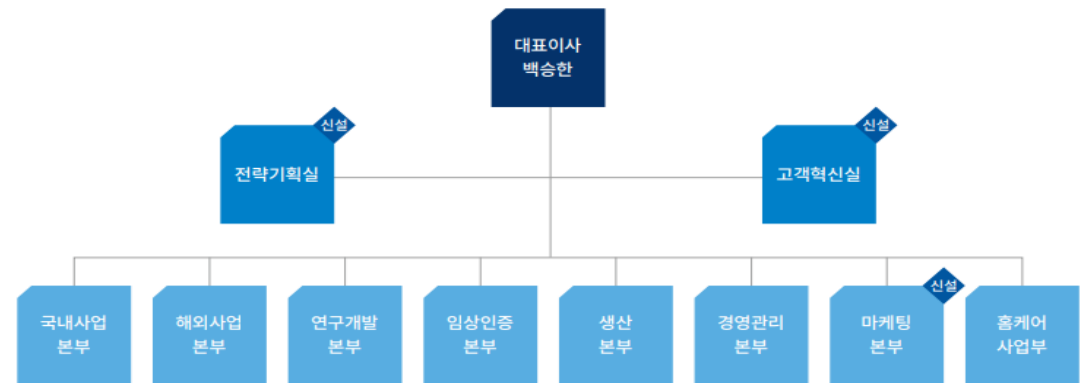
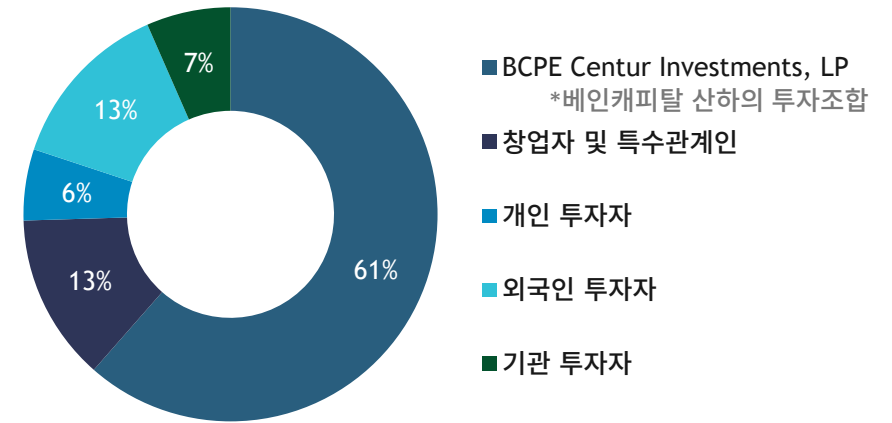
2. Overview

- 클래시스는 2022년부터 다양한 전문성을 갖춘 임원진 10명을 신규 채용 및 대표이사 이하 2실/7본부/1부의 조직 체계 구축 완료하며, 향후 고성장상을 이어가기 위한 기반을 마련하였습니다.

○ 회사 개요

회사명	주식회사 클래시스
대표이사	백 승 한
설립일	2007년 1월 10일
상장일	2017년 12월 28일
자본금	6,477백만원 (2023년 9월 말 기준)
직원 수	370 명 (2023년 9월 말 기준)
사업영역	미용의료기기 제조 및 화장품 유통
브랜드	CLASSYS Cluederm SKEDERM
본사 주소	서울시 강남구 테헤란로 208, 클래시스
홈페이지 / 이메일	http://www.classys.co.kr / ir@classys.com

○ 주주 & 조직 구성



* 2023년 9월 30일 기준

3. History

제품 기반 구비

- 2007~2014
- 2007.01 클래스시스 설립
- 2011.05 크라리포(Cryolipo) 출시
- 2012.02 울트라포머(Ultraformer) 식약처 허가
- 2014.08 슈링크(Ultraformer III) 출시

제품/지역 다변화

- 2015~2016
- 2015.03 Ultraformer III 유럽 CE 인증
- 2015.06 CLATUU 유럽 CE 인증
- 2015.12 500만불 수출의 탑 수상
- 2016.04 사이저(SCIZER) 식약처 허가
- 2016.12 1,000만불 수출의 탑 수상

인프라 확장

- 2017~2021
- 2017.12 코스닥 시장 상장/클래시스타워 이전
- 2018.10 문정동 제1공장 매입
- 2019.06 미사 제2공장 준공
- 2021.10 슈링크 유니버스(Ultraformer MPT) 식약처 허가
- 2021.12 슈링크(Ultraformer III) 국내 누적 판매대수 3,500대 돌파
- 2021.12 5,000만불 수출의 탑 수상

글로벌 확장

- 2022~
- 2022.01 슈링크 유니버스(Ultraformer MPT) 출시
- 2022.02 본사 변경(테헤란로 208, 클래스시스)
- 2022.04 최대주주 BCPE(베인캐피탈 산하펀드)로 변경
- 2022.10 볼뉴머(Volnewmer) 출시
- 2022.11 코스닥 글로벌 세그먼트 기업 편입
- 2022.11 제 14회 대한민국코스닥대상-최우수상 금융감독원 원장상 수상
- 2023.07 슈링크 계열 누적 판매대수 14,000대 돌파
- 2023.10 2023 한국IR대상 코스닥 부문 대상



4. Product Portfolio

CLASSYS
(Medical)

클래시스 장비 52.3%

Cluederm
(Aesthetic)

클래시스 소모품 33.1%

SKEDERM
(Cosmetic)

클루덤 장비 5.6%

클루덤 소모품 6.1%

코스메틱/임대 2.9%



슈링크 (Ultraformer III)

눈썹리프팅 & 얼굴, 복부, 허벅지 탄력 개선 및 주름 개선



슈링크 카트리지



사이저 (Scizer)

복부 둘레 감소 HIFU

사이저 핸드피스



알파 (Clatuu Alpha)

피하 지방층 감소 냉각제어 기술

알파 핸드피스



슈링크 유니버스 (Ultraformer MPT)

2세대 슈링크
- MP & Normal 2가지 모드
- 울트라 부스터 카트리지 추가



슈링크 유니버스 카트리지



볼뉴머 (Volnewmer)

조직의 응고 유발 6.78MHz 모노폴라 RF



볼뉴머 팁



울핏 (Ulfit)

눈썹 리프팅 & 얼굴, 복부, 허벅지 탄력 개선 HIFU



아쿠아퓨어 (Aquapure)

혈액, 체액 및 여드름 등 흡인 + 의약품 등 흡수 유도



리핏 (Refit)

통증 완화 RF



쿨포디 (Cool4D)

통증완화, 부종경감, 피하지방층 감소 등



소모품

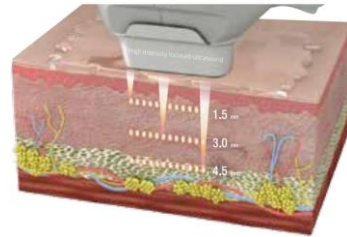
1. HIFU(High Intensity Focused Ultrasound): Eyebrow lifting, facial/abdominal/thigh lifting, abdominal circumference reduction;
2. RF(Radio Frequency): Induces tightening of dermis & production of collagen;



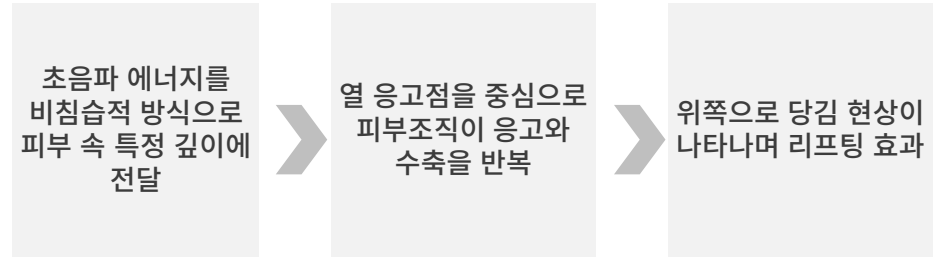
슈링크 유니버스(Ultraformer MPT) | HIFU

* HIFU(High Intensity Focused Ultrasound): Eyebrow lifting, facial/abdominal/thigh lifting, abdominal circumference reduction

○ 시술 원리



진피 상부층(1.5mm)
진피 하부층(3.0mm)
SMAS(섬유근막)층 (4.5mm)



*TCP: thermal coagulation points

○ 특징

다양한 7개 카트리지 구성

ULTRA F 핸드피스 전용
4개의 카트리지



DERMA 1.5mm | I 2.0mm | CELUP 3.0mm | LINUP 4.5mm

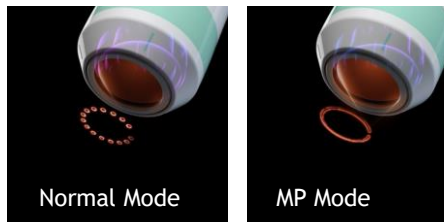
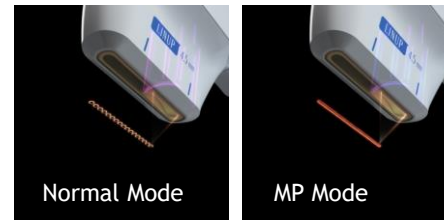
ULTRA BOOSTER 핸드피스 전용
3개의 펜타입 카트리지



DERMA 1.5mm | CELUP 3.0mm | LINUP 4.5mm

굴곡진 부위에도
쉽게 밀착하여
섬세한 시술 가능

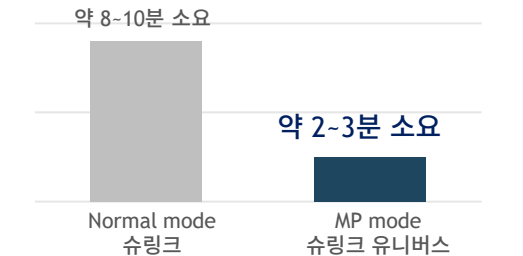
2가지 모드 - MP & Normal(Dot)



속도는 빨라지고, 통증은 감소

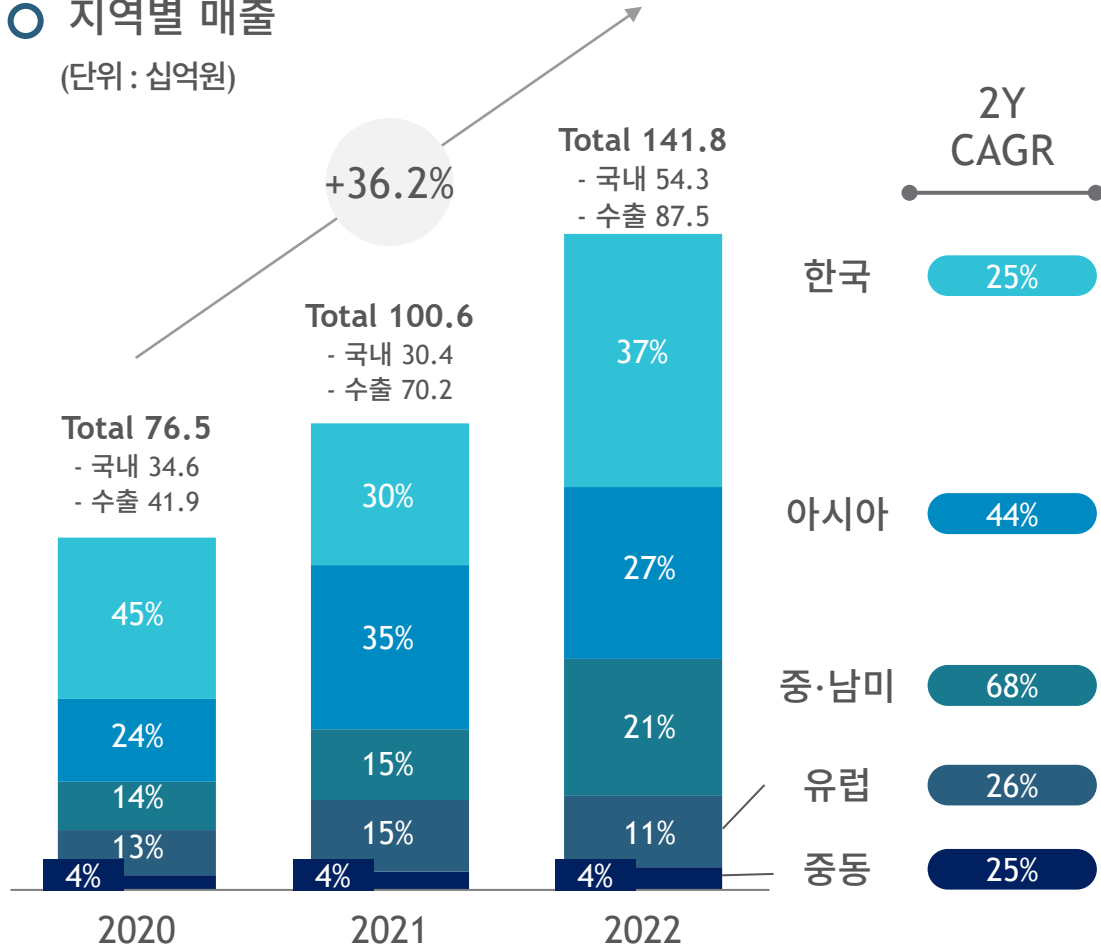


시술 시간 (300 샷 기준)

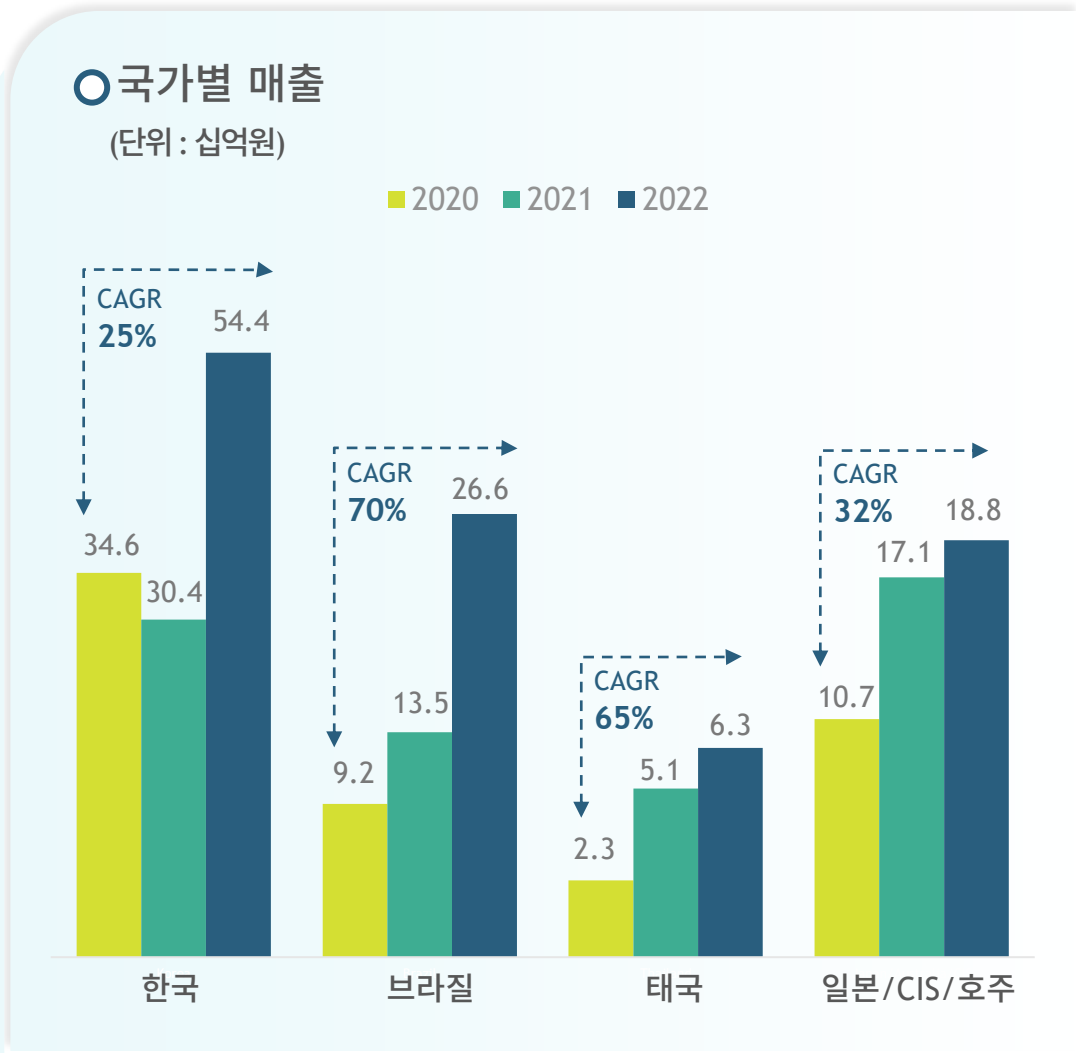


5. Regional Portfolio

○ 지역별 매출
(단위: 십억원)



○ 국가별 매출
(단위: 십억원)



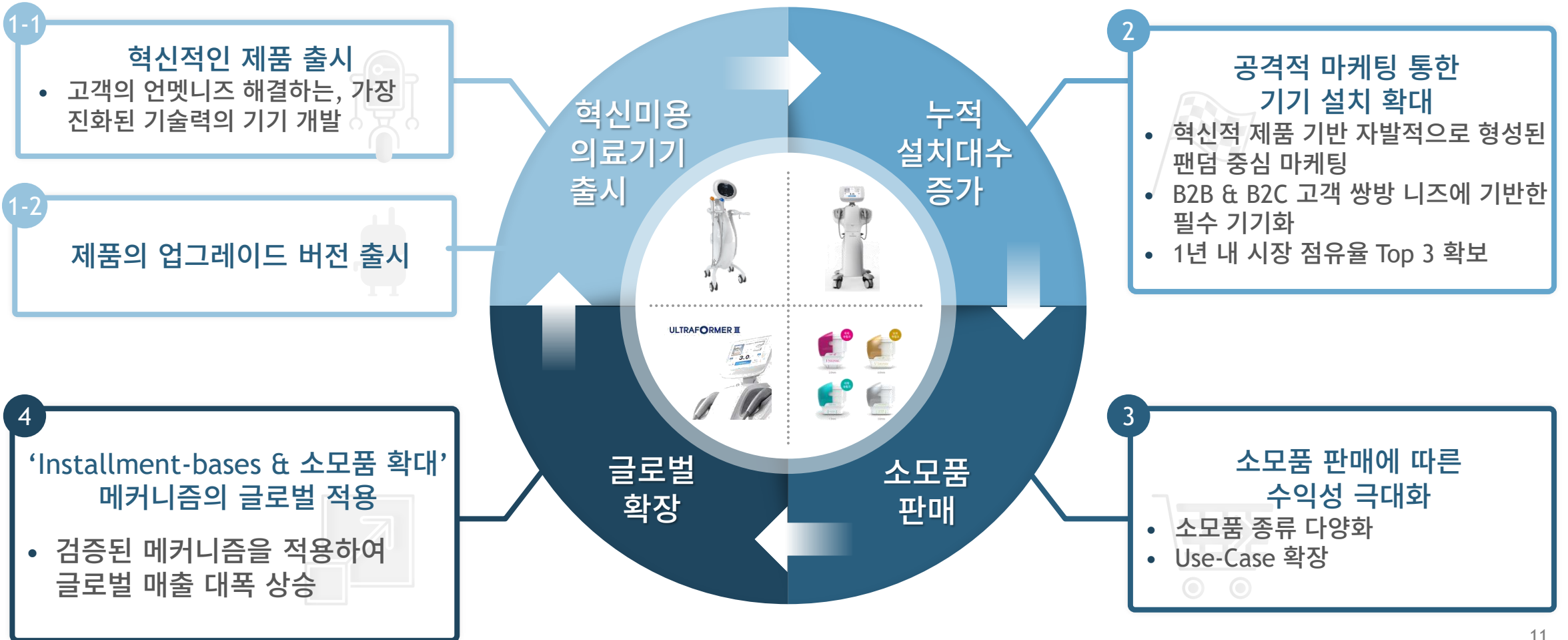
Contents

II Business Highlights

1. 클래식스만의 미용의료기기 성공공식
2. HIFU 시장 내 독보적 지위
3. 강력한 글로벌 입지 & 빠른 시장 확대

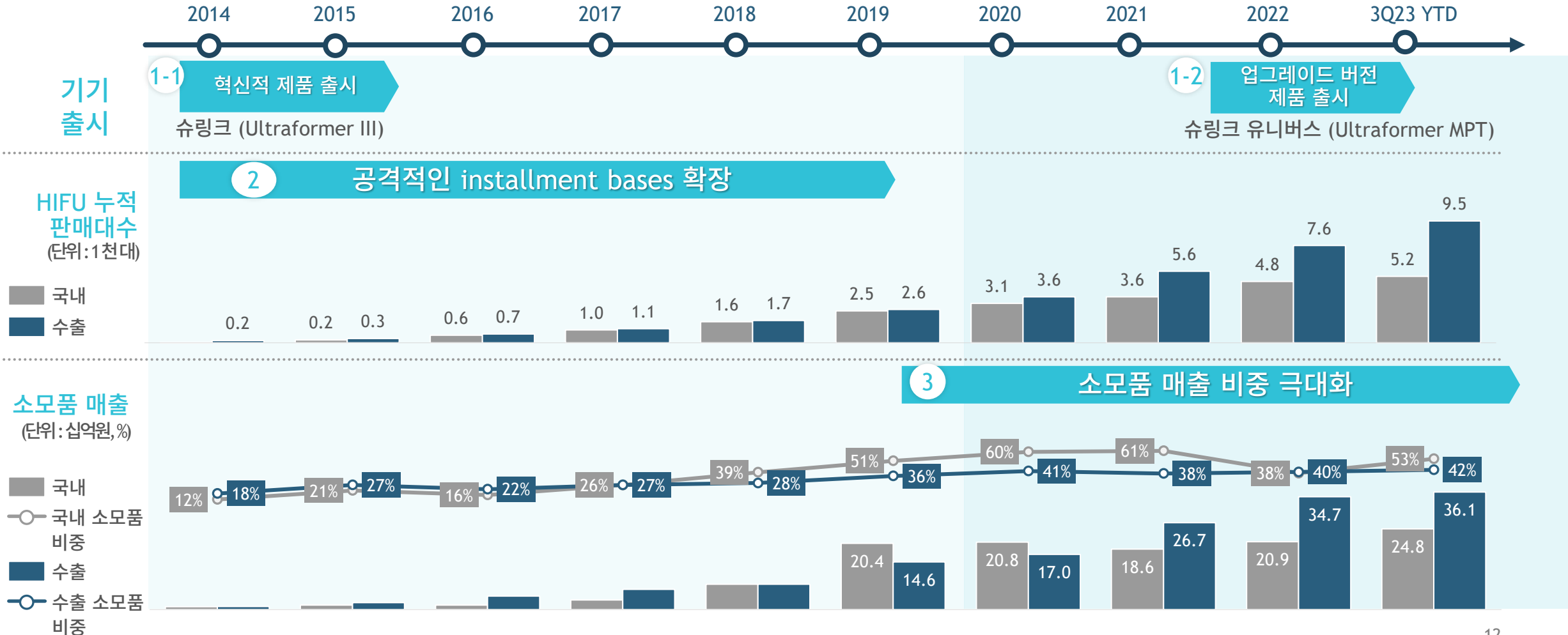
1. 클래식스만의 미용의료기기 성공공식

‘혁신 제품 출시 → 장비/소모품 판매 증가 → 글로벌 시장 확대’의 선순환 구조 확립



1. 클래식스만의 미용의료기기 성공공식

국내 슈링크 대중화에 이어 글로벌 시장으로 확장하며 성장 가속화



2. HIFU 시장 내 독보적 지위

누적 판매 대수 5,200대 이상 판매하며, 국내 HIFU 시장 독보적 1위 유지

○ 국내 HIFU 시장 점유율 약 55%



- 슈링크 : 누적 판매대수 3,700대 돌파
- 슈링크 유니버스 : 누적 판매대수 1,500대 돌파

슈링크 - 2014년 출시, 슈링크 유니버스 - 2022년 출시

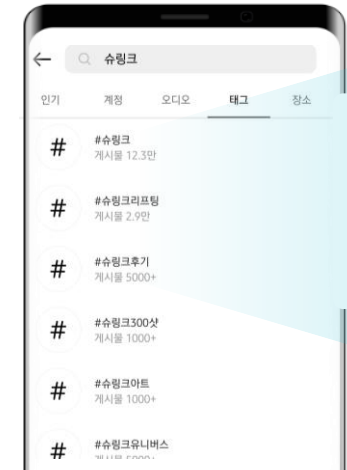
○ B2B 고객 국내 슈링크 장비 보유한 +3,000 여개 병의원

- 대형 네트워크 병원 600여곳 중 90% 슈링크 사용 중
- 시술 홍보를 위한 자발적 마케팅 콘텐츠 생산 (의사 유튜브, 블로그 등)
- 미용 의료 시술 진입 시 의사가 가장 선호하는 기기
- 피부과/성형외과 등 미용 전문 의원 개원 시 필수 기기



○ B2C 고객 연간 110만회 슈링크 시술 진행 (추정)
*전 세계에서 330만회 이상

- 시술 경험자들의 자발적 시술 후기 생산량 압도적
- 미용 의료기기 브랜드 중 디지털 언급량 No.1 (SNS, 블로그, 뷰티 App 등)
- #슈링크 123K vs. #외산 A장비 79K, #국산 B장비 12K, #국산 C장비 6K



- # #슈링크 게시물 12.3만
- # #슈링크리프팅 게시물 2.9만
- # #슈링크후기 게시물 5000+
- # #슈링크300샷 게시물 1000+
- # #슈링크아트 게시물 1000+
- # #슈링크유니버스 게시물 1000+

3. 강력한 글로벌 입지 & 빠른 시장 확대

글로벌 70여개국 진출, 슈링크를 통한 글로벌 HIFU 시장 확대 중

America

- **Brazil**
- Mexico
- Chile
- Dominican
- Colombia
- Argentina
- Paraguay
- Peru
- Bolivia
- Ecuador

Europe /

- **Spain**
- **CIS**
- Poland
- Germany
- United Kingdom
- France
- Italy
- Netherland
- Turkey
- Switzerland
- Romania
- Greece
- Denmark
- Sweden
- Slovenia
- Czech Republic
- Bulgaria
- Finland
- Austria
- Hungary
- Estonia
- Belgium

Africa

- Kenya

APAC

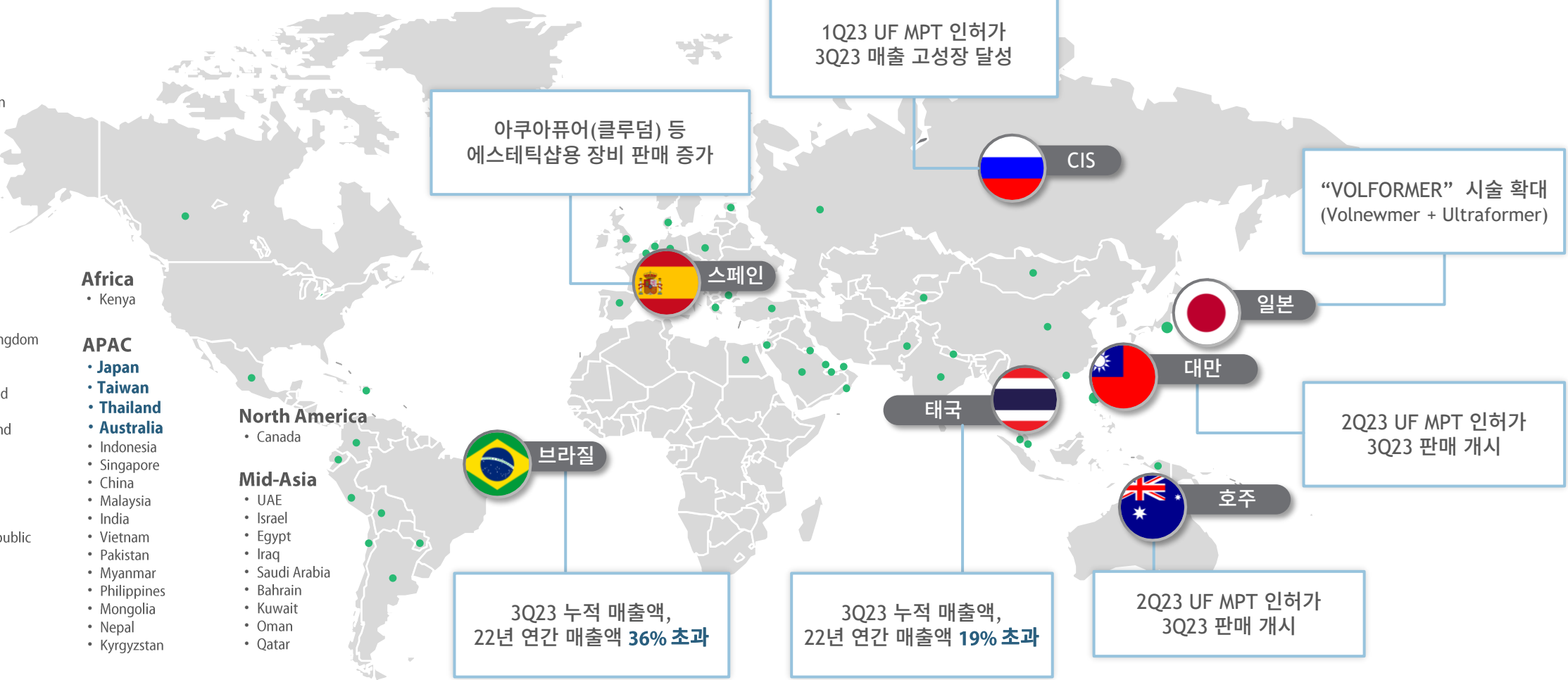
- **Japan**
- **Taiwan**
- **Thailand**
- **Australia**
- Indonesia
- Singapore
- China
- Malaysia
- India
- Vietnam
- Pakistan
- Myanmar
- Philippines
- Mongolia
- Nepal
- Kyrgyzstan

North America

- Canada

Mid-Asia

- UAE
- Israel
- Egypt
- Iraq
- Saudi Arabia
- Bahrain
- Kuwait
- Oman
- Qatar



아쿠아퓨어(클루덤) 등
에스테틱샵용 장비 판매 증가

1Q23 UF MPT 인허가
3Q23 매출 고성장 달성

“VOLFORMER” 시술 확대
(Volnewmer + Ultraformer)

2Q23 UF MPT 인허가
3Q23 판매 개시

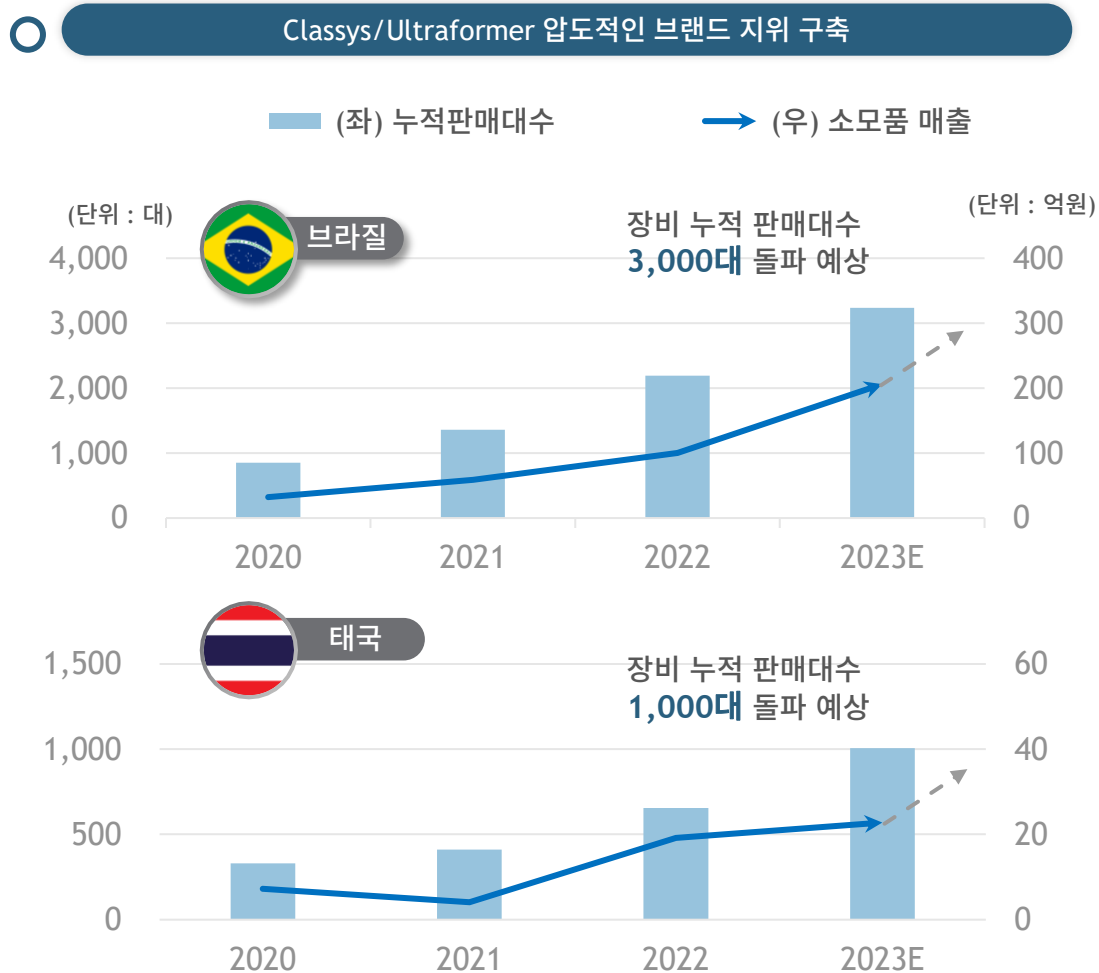
3Q23 누적 매출액,
22년 연간 매출액 **36% 초과**

3Q23 누적 매출액,
22년 연간 매출액 **19% 초과**


2Q23 UF MPT 인허가
3Q23 판매 개시

3. 강력한 글로벌 입지 & 빠른 시장 확대


주요 국가인 브라질, 태국에서 누적판매대수 증가에 따른 시장 확대 및 소모품 매출 증대 기대



**투트랙
(Two-track)
접근**



슈링크 유니버스(Ultraformer MPT)
프리미엄 시술가 시장에서 가장 확실한 시술로 포지셔닝



슈링크(Ultraformer III)
피부과 개원 및 운영시 가장 기본적인 시술로 포지셔닝하여 대중화

**전문가/일반인
대상 마케팅**

- (B2B) 현지 Ultraformer 전문 임상 팀 구축
대리점에 장비 및 시술 교육과 더불어 현지 Ultraformer 전문 임상 팀 구축하여 전문 의료진 대상으로 빠르고 정확한 대응 가능
- Evidence를 활용한 대규모 유저미팅 및 런칭 심포지움 진행
Ultraformer를 이용한 전세계 임상 연구자료 공유 및 의료 네트워크 확대
- (B2C) 온라인 소셜미디어 플랫폼을 활용하여 CLASSYS/Ultraformer 브랜드 확대

**성장 잠재력
큰 시장**

- 피부과 병원 및 의사수, 환자수에서 국내 대비 압도적인 규모
- 주요 고객층 확대 연령 확산, 남성 참여 확대, 코스메틱 제품 이용률 증가 기대 가능
- 볼뉴머 출시 후 국내 볼링크(해외 Volformer) 마케팅 강화 계획

III Growth Strategy

1

시장 성장 가속화

EBD 기술 일상&보편화되며, 클래스시스 제품으로
기술 트렌드 가속화

2

글로벌 확장

성장 잠재력 높은 글로벌 시장 저변 확대

3

제품 포트폴리오 다각화

모노폴라 RF(볼뉴머) 판매 가속화

4

혁신 기술 개발

고객 니즈 반영한 혁신 제품 개발 다각화

5

품질/생산 고도화

글로벌 영업 극대화를 위한 오퍼레이션 고도화

6

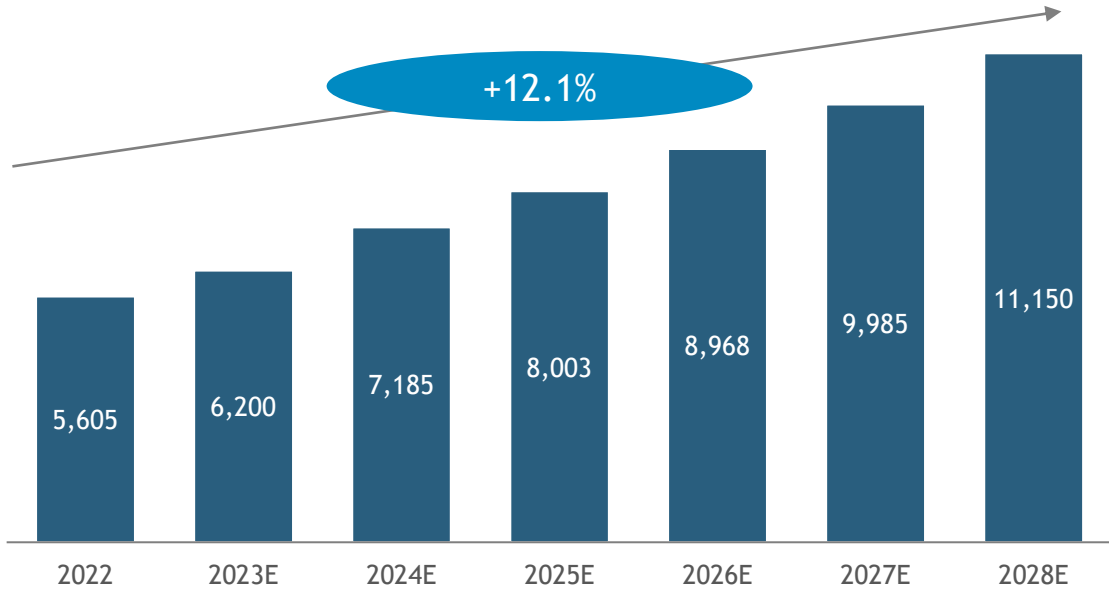
CLASSYS Expansion Plan

1. EBD 시술 일상&보편화되며, 클래스시스 제품으로 시술 트렌드 가속화

EBD(Energy Based Device) 시술 일상&보편화되며, 클래스시스 제품으로 시술 트렌드 형성

○ 글로벌 EBD 시장 성장 전망

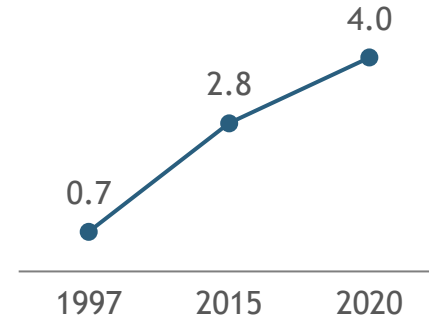
(단위 : USD Million)



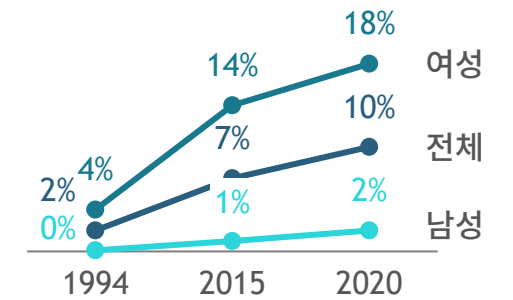
1) EBD (energy based device): 외과적 수술 없이 비침습적 에너지 자극을 통해 피부재생, 탄력 등 유도하는 기기

○ 연간 미국 비침습 미용 시술 수

(단위 : 백만 건)



○ 국내 성형/시술 침투율



일상화

- 취업, 결혼 등 일상 속에서 미용 시술 이용
- 시술 흔적이 남지 않고 회복 시간이 짧은, 비침습적 시술 선호(EBD 시술 등)

보편화

- 시술 효과를 체감한 소비자들의 높은 재방문율
- 고소득층의 사치재가 아닌, 보편적인 자기관리 수단으로 활용
- 성형 수술 대비 가성비 및 접근성이 좋은 미용 시술 선호

2. 성장 잠재력 높은 글로벌 시장 저변 확대

신제품 슈링크 유니버스, 볼뉴머 인허가 확대 및 유럽/미국/중국 등 대형 시장 진출 가시화

○ 글로벌 확장 로드맵



글로벌
누적 판매대수
11,000대 돌파

전 세계 70여개국 판매 중
(27개국 허가 보유)

매출 상위 Top8국가

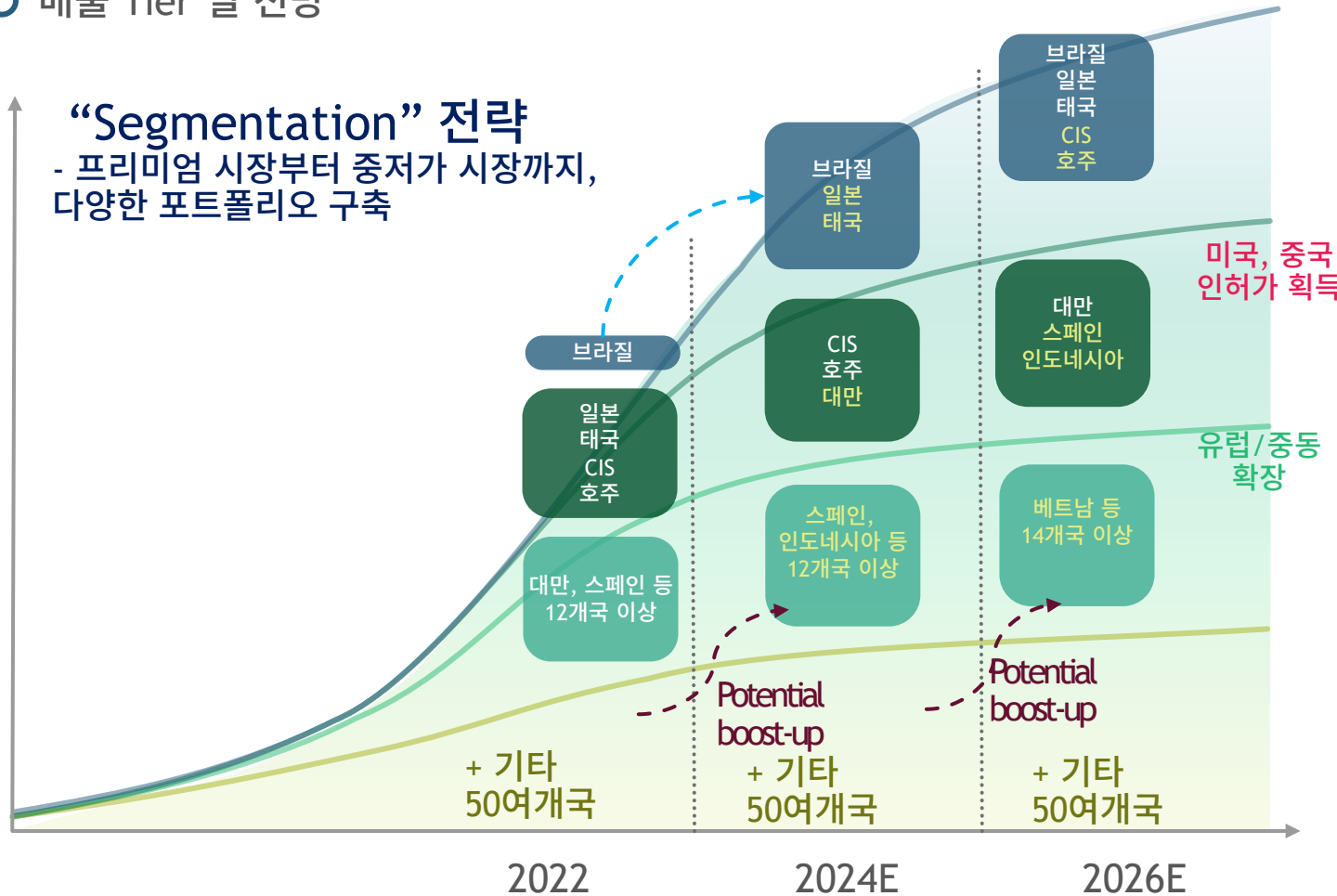
- 브라질
- 일본
- 태국
- CIS
- 호주
- 대만
- 스페인
- 인도네시아



2. 성장 잠재력 높은 글로벌 시장 저변 확대

국가 유형별 Tier-Up 전략 통해 우량 국가 비중 확대 전망

○ 매출 Tier 별 전망



○ Tier-up 전략

1 Tier 1
연간 매출액 > 100억원 이상

- 현지화 B2B 마케팅 통한 매출 극대화
- 프리미엄 시장 공략
- 슈링크 유니버스(UF MPT)

2 Tier 2
A연간 매출액 > 50~100억원

- K-문화권 등 전략적 우선순위 지역 중심 볼뉴머 런칭
- Tier 1 성공사례 벤치마킹

3 Tier 3
A연간 매출액 > 10~50억원

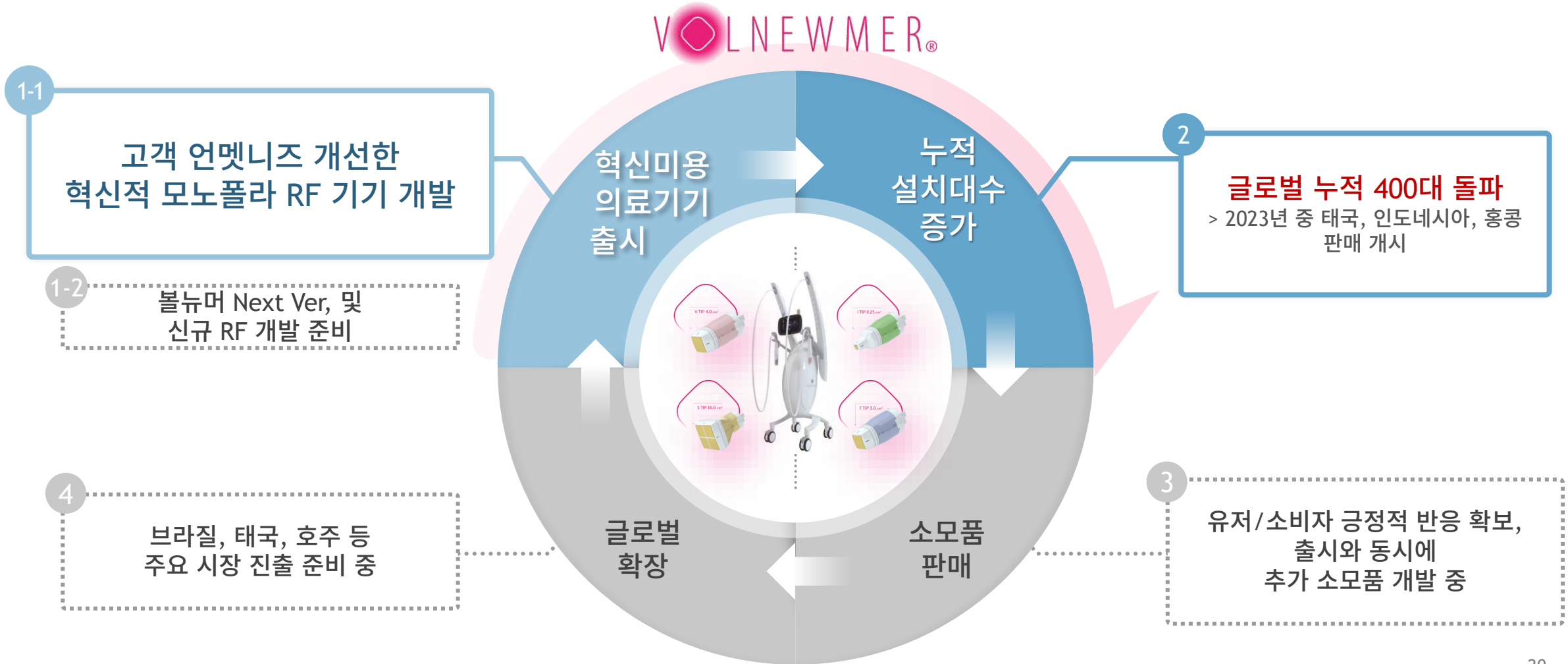
- 슈링크 유니버스 출시 및 유럽/중동 시장 진출 확대
- 프리미엄 전략, 현지 컨퍼런스 개최 등

4 Tier 4
A연간 매출액 < 10억원 미만

- 잠재력이 높은 국가 Boost-Up

3. 모노플라 RF(볼뉴머) 판매 가속화

신규 RF 기기 ‘볼뉴머’, 혁신 제품 선순환 프로세스 진행 중



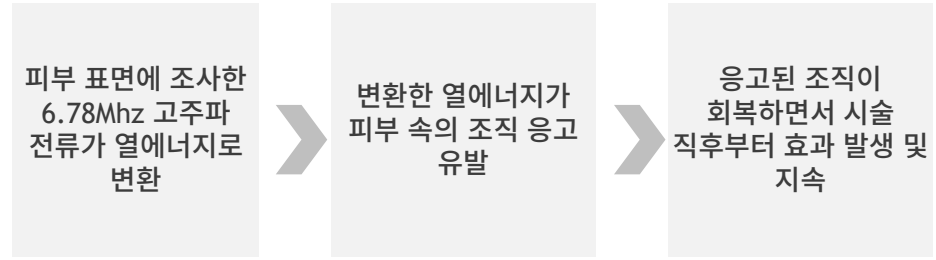
볼뉴머 | 6.78MHz 모노폴라 RF(고주파)

* RF(Radio Frequency): Induces tightening of dermis & production of collagen

○ 시술 원리



단극성 고주파 (모노폴라 RF)로 조직 응고 효과



○ 특징

4가지 크기의 팁

시술 부위에 따라 크기를 선택하여 시술 가능

- V tip**
V TIP 4.0 cm²
- I tip**
I TIP 0.25 cm²
- S tip**
S TIP 16.0 cm²
- F tip**
F TIP 3.0 cm²

지속적인 수냉 쿨링

상시 수냉 방식을 채택하여 피부 표면을 보호함과 동시에 더욱 강력한 열 에너지 전달

강하고 안전한 에너지 전달

틸팅과 쿠션을 탑재한 히든엣지 팁 디자인으로 고주파 에너지를 효과적으로 전달

- 히든엣지
- 틸팅 & 쿠션
- 곡면
- 자동 임피던스 감지

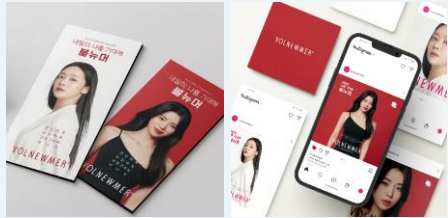
※ 본 슬라이드는 투자자들의 이해를 돕기 위해 작성되었으며, 자세한 내용은 식약처 허가 요건 및 제품 설명서를 참고하시기 바랍니다.

3. 모노폴라 RF(볼뉴머) 판매 가속화

볼뉴머 installment bases 가속화하는 공격적인 B2B & B2C 마케팅

○ B2C 마케팅 강력한 인기 셀레브리티 활용한 브랜드 노출 극대화

파워풀한 셀레브리티 모델 활용



볼뉴머 모델 : 배우 임지연, 차주영



슈링크 모델 : 배우 고민시

360도 채널 도출 강화



○ B2B 마케팅 국내외 지역별 Face-to-Face 접점 다양화

클래시스 앰배서더



국내외 클래시스 앰배서더(키닥터)
~30 명 이상

클래시스 아카데미



국가별 클래시스 아카데미 개최
+10 개국 이상, 20회 이상

유저미팅



글로벌 지역 유저미팅 및 컨퍼런스
~10 회 이상

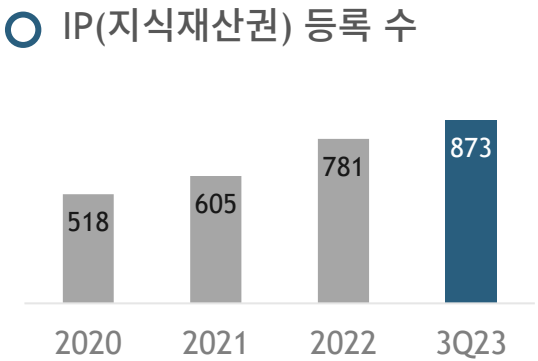
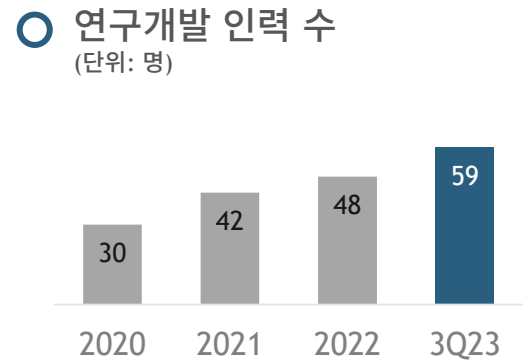
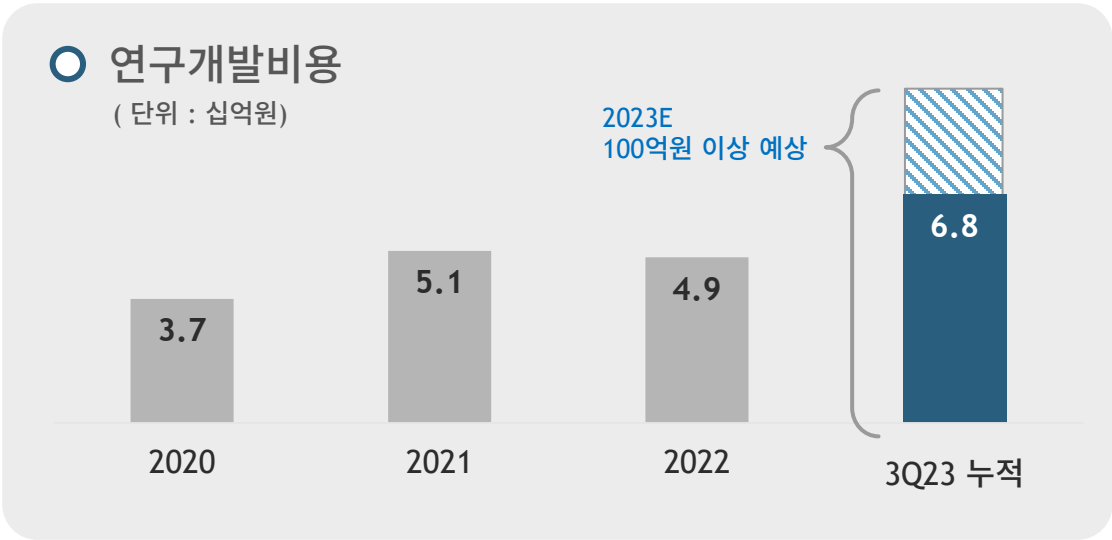
국내외 학회/세미나



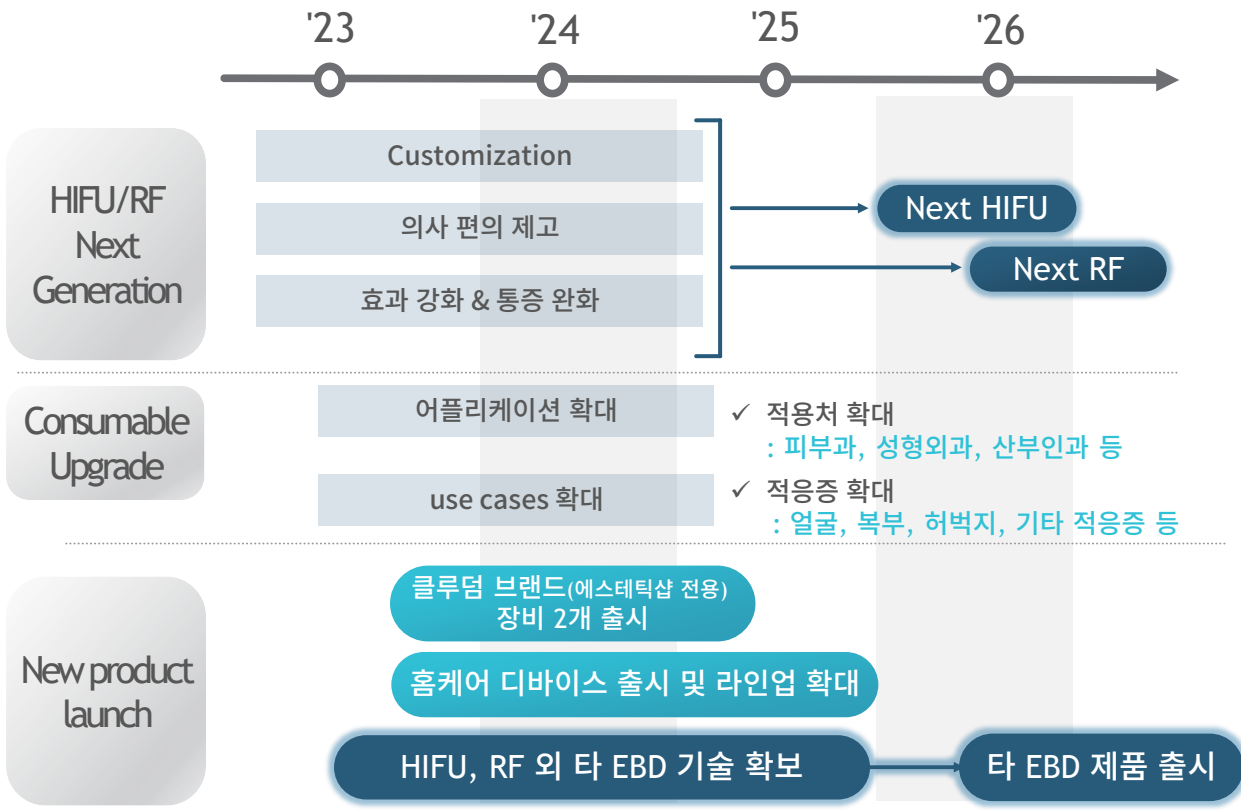
학회 참가 및 키닥터 강연
~20 회 이상

4. 고객 니즈 반영한 혁신 제품 개발 다각화

차별화된 R&D 조직 역량 기반, 핵심 영역별 기술개발 로드맵 수립



○ EBD 기술 전 영역을 아우르는 세분화된 기술개발 로드맵 관리

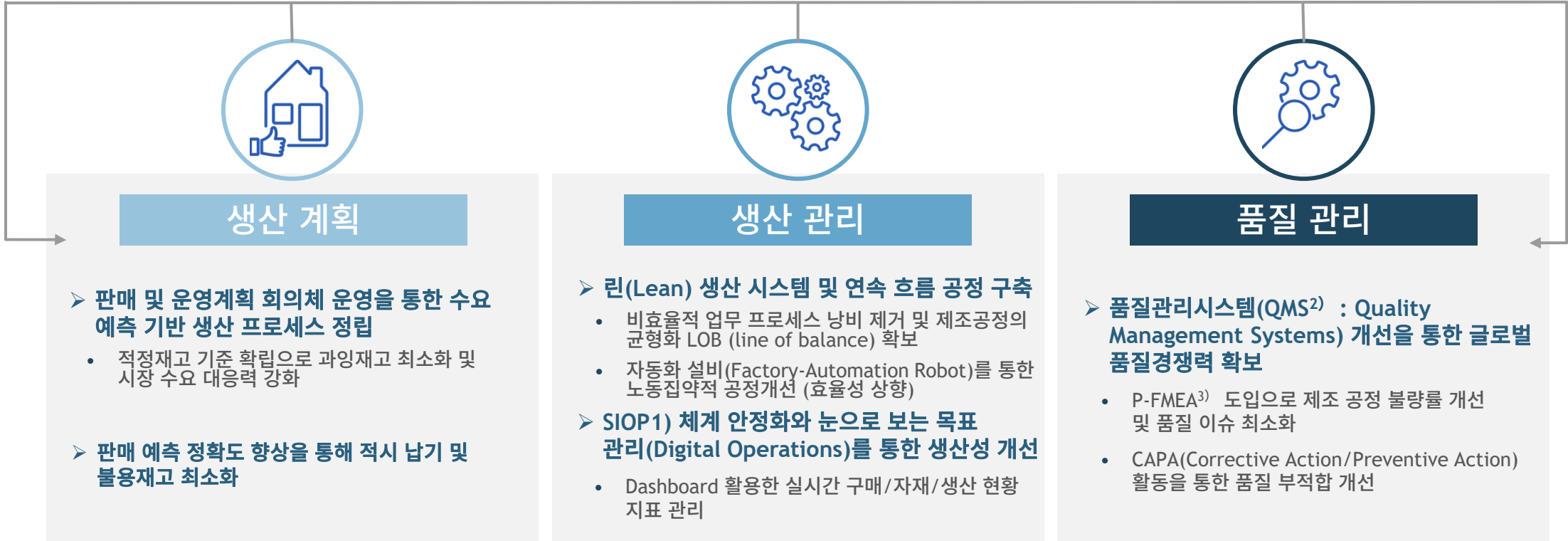


* 관리직 중 연구개발본부 인원 32% (2023년 9월 30일 기준)

5. 글로벌 영업 극대화를 위한 오퍼레이션 고도화

제조 공정/현장 혁신을 통한 글로벌 최고 수준의 생산/품질 역량 확보

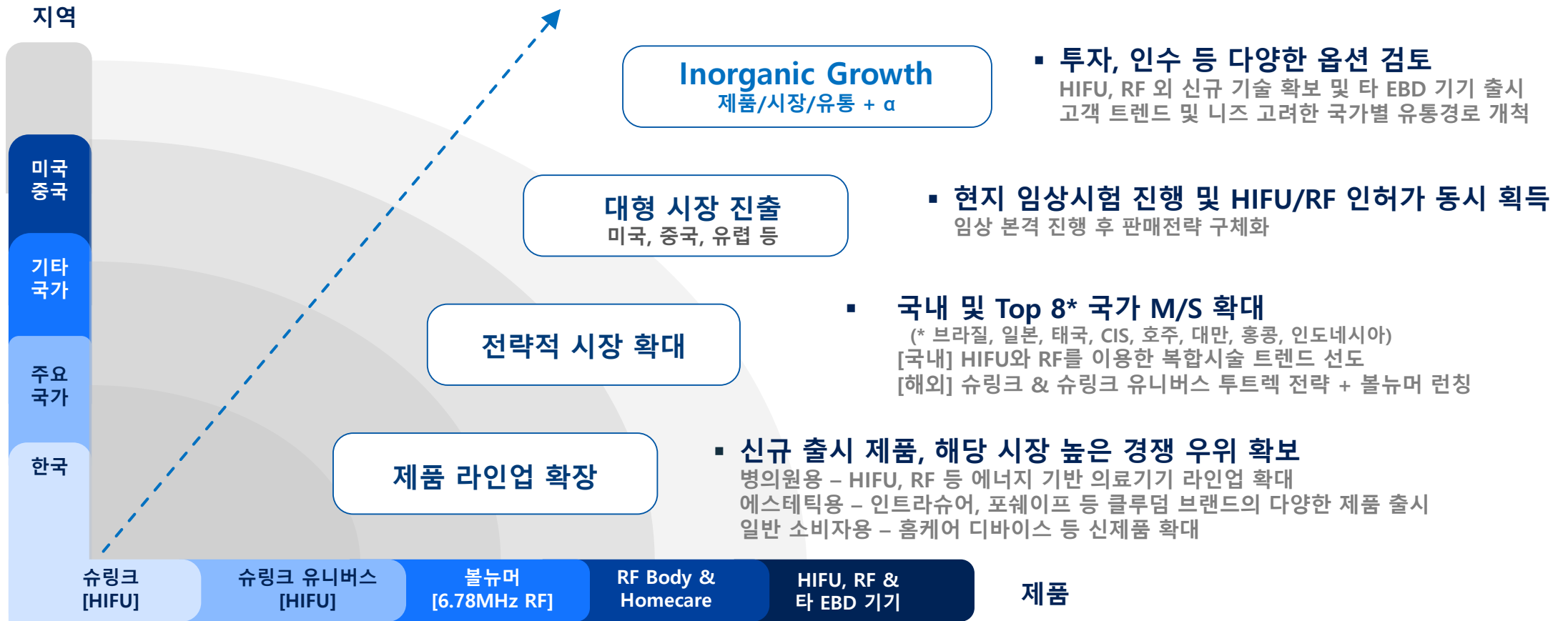
생산 및 품질 경쟁력 강화를 위한 Key Initiatives



1) SIOP: Sales Inventory Operation Planning
 2) P-FMEA: Process-Failure Mode Effect Analysis

CLASSYS Expansion Plan

“A global aesthetics business leader”
 delivering customer-oriented and innovative products and solutions



Contents

IV Financial Results

1. 3Q23
2. 분기별 실적 추이
3. 연간 실적 추이

1. 3Q23-요약손익

[단위 : 십억원]

	3Q23	2Q23	QoQ	3Q22	YoY
매출	48.2	45.9	+5.1%	33.3	+45.0%
매출원가	11.2	9.6	+17.3%	7.3	+53.5%
(%)	23.3%	20.9%	+2.4%p	22.0%	+1.3%p
매출총이익	37.0	36.3	+1.9%	26.0	+42.6%
(%)	76.7%	79.1%	-2.4%p	78.0%	-1.3%p
판관비	12.3	13.2	-6.3%	8.5	+45.8%
(%)	25.6%	28.7%	-3.1%p	25.5%	-0.1%p
영업이익	24.7	23.1	+6.6%	17.5	+41.1%
(%)	51.1%	50.4%	+0.7%p	52.5%	-1.4%p
법인세차감전 순이익	27.8	24.6	+12.7%	22.1	+25.4%
순이익	21.2	18.6	+14.2%	18.7	+13.2%
(%)	43.9%	40.4%	+3.5%p	56.3%	-12.3%p
EBITDA	25.7	24.1	+6.6%	18.5	+39.0%
(%)	53.2%	25.5%	+0.7%p	55.6%	-2.3%p

	3Q23 누적	3Q22 누적	YoY
	133.1	101.3	+31.4%
	29.6	24.4	+21.2%
	22.2%	24.1%	-1.9%p
	103.5	76.9	+34.6%
	77.8%	75.9%	+1.8%p
	35.8	27.5	+30.4%
	26.9%	27.1%	-0.2%p
	67.7	49.4	+36.9%
	50.8%	48.8%	+2.0%p
	75.5	56.3	+34.2%
	58.5	45.3	+29.1%
	44.0%	44.7%	-0.8%p
	70.7	52.4	+34.9%
	53.1%	51.7%	+1.4%p

- ▶ 매출액 482 억원**
 (+45.0% YoY, +5.1% QoQ)
 : 계절적 비수기에도 불구하고, 호실적 기록하며 분기 최대 매출 경신
 : 2분기 대비 신제품 슈링크 유니버스의 판매 증가 및 국내 불뉴머 월평균 판매수량 증가
- ▶ 매출총이익 370억원, 매출총이익률 76.7%**
 (+42.6% YoY, +1.9% QoQ)
 : 2분기 대비 국내외 장비 비중 증가로 매출총이익률 소폭 하락 (장비 비중 - 3Q23 54% vs 2Q23 51%)
- ▶ 영업이익 247억원, 영업이익률 51.1%**
 (+41.1% YoY, +6.6% QoQ)
 : 타법인 지분 투자를 위한 실사 비용(지급수수료) 등 일회성 비용 발생에도 불구하고 TVC 광고비 감소에 따른 2분기 대비 비용 하락
 : 매출액 대비 판관비 비중은 안정적으로 유지
- ▶ 순이익 212억원, 순이익률 43.9%**
 (+13.2% YoY, +14.2% QoQ)
 : 3Q23 이자손익 8억원, 외환손익 24억원

(주1) 연결 기준

1. 3Q23-브랜드별 매출

[단위 : 십억원]

	3Q23	2Q23	QoQ	3Q22	YoY
클래시스 (메디칼 장비)	25.8	22.0	+17.6%	15.5	+66.6%
수출	17.8	16.3	+9.0%	11.5	+54.6%
내수	8.0	5.7	+42.4%	4.0	+101.1%
클루덤 (에스테틱 장비)	0.9	1.5	-42.5%	1.5	-41.3%
수출	0.8	1.4	-41.9%	1.4	-41.6%
내수	0.1	0.1	-48.8%	0.1	-36.0%
소모품	20.5	21.8	-5.9%	15.3	+34.0%
수출	12.2	13.5	-10.0%	9.8	+24.1%
내수	8.3	8.3	+0.8%	5.5	+51.6%
스케덤/슈링크RX (홈케어 제품)	0.6	0.2	+166.3%	0.4	+47.2%
수출	0.3	0.03	+768.8%	0.2	+74.8%
내수	0.4	0.2	+73.6%	0.3	+31.3%
기타 (임대)	0.4	0.4	+2.3%	0.5	-24.0%
총계	48.2	45.9	+5.1%	33.3	+45.0%
수출	31.0	31.3	-0.7%	22.9	+35.8%
내수	17.2	14.6	+17.5%	10.4	+65.4%

	3Q23 누적	3Q22 누적	YoY
	66.1	53.1	+24.5%
	46.5	29.6	+57.2%
	19.6	23.6	-17.0%
	3.6	5.8	-38.3%
	3.3	5.4	-39.5%
	0.3	0.4	-21.3%
	61.0	39.1	+55.9%
	36.1	25.6	+41.2%
	24.8	13.4	+85.2%
	1.2	1.7	-32.4%
	0.4	1.0	-61.7%
	0.8	0.7	+8.0%
	1.3	1.6	-21.6%
	133.1	101.4	+31.3%
	86.3	61.6	+40.2%
	46.8	39.8	+17.7%

- **클래시스 258억원 / 매출 비중 54%**

: 수출

 - 슈링크(Ultraformer III)와 슈링크 유니버스(Ultraformer MPT)의 판매수량 지속 증가

: 내수

 - 2분기 대비 슈링크 유니버스의 안정적인 판매 지속 및 볼뉴머의 월평균 판매수량 증가
- **클루덤 9억원 / 매출 비중 2%**
- **소모품 205억원 / 매출 비중 42%**

: 수출

 - 1H23 급증한 장비 주문과 함께 지급된 무상 소모품 등으로 인해 3분기 소모품 주문이 소폭 감소했으나, 현지에서 카트리지 사용량은 지속 증가 중

: 내수

 - 3Q23 슈링크 유니버스 장비 판매 급증에 따른 쿠폰 사용량 증가되었으나 유니버스의 시술 수요 지속에 따른 유상 카트리지 사용량 증가 지속
- **스케덤/슈링크RX: 6억원 / 매출 비중 1%**

: 중국 유통망 확대로 2분기 대비 리프팅패치류 매출 증대
- **기타(임대): 4억원 / 매출 비중 1%**

(주1) 연결 기준

1. 3Q23-판매관리비

[단위 : 십억원]

	3Q23	2Q23	QoQ	3Q22	YoY
급여	2.5	2.4	+3.9%	2.8	-10.4%
(매출 대비 %)	5.3%	5.3%		8.5%	
경상연구개발비	2.2	2.3	-3.0%	1.0	+120.6%
(매출 대비 %)	4.6%	5.0%		3.0%	
광고선전비	1.5	3.7	-60.4%	1.1	+31.8%
(매출 대비 %)	3.0%	8.1%		3.3%	
지급수수료	2.0	1.0	+89.9%	1.1	+75.6%
(매출 대비 %)	4.1%	2.3%		3.4%	
판매수수료	1.0	0.7	+35.4%	0.5	+108.0%
(매출 대비 %)	2.1%	1.6%		1.5%	
감가상각비	0.5	0.5	+10.4%	0.3	+85.7%
(매출 대비 %)	1.1%	1.0%		0.8%	
복리후생비	0.3	0.3	+14.4%	0.3	+2.6%
(매출 대비 %)	0.7%	0.7%		1.0%	
판매보증비	0.3	0.3	-7.8%	0.3	+4.6%
(매출 대비 %)	0.6%	0.7%		0.8%	
기타	2.0	1.9	+5.9%	1.0	+95.6%
(매출 대비 %)	4.1%	4.1%		3.0%	
총계	12.3	13.2	-6.3%	8.5	+45.8%
(매출 대비 %)	25.6%	28.7%		25.5%	

	YTD 3Q23	YTD 3Q22	YoY
급여	7.2	7.9	-9.7%
(매출 대비 %)	5.4%	7.8%	
경상연구개발비	6.6	3.1	+112.2%
(매출 대비 %)	5.0%	3.1%	
광고선전비	6.5	4.7	+37.3%
(매출 대비 %)	4.9%	4.7%	
지급수수료	4.8	3.1	+55.3%
(매출 대비 %)	3.6%	3.0%	
판매수수료	2.3	3.2	-26.4%
(매출 대비 %)	1.8%	3.1%	
감가상각비	1.4	1.0	+38.7%
(매출 대비 %)	1.1%	1.0%	
복리후생비	0.9	1.1	-16.4%
(매출 대비 %)	0.7%	1.0%	
판매보증비	0.7	0.7	-5.6%
(매출 대비 %)	0.5%	0.7%	
기타	5.5	2.6	+106.0%
(매출 대비 %)	4.1%	2.6%	
총계	35.8	27.5	+30.4%
(매출 대비 %)	26.9%	27.1%	

- ▶ **급여 25억원 / 매출 대비 5.3%**
(-10.4% YoY, +3.9% QoQ)
- ▶ **경상연구개발비 22억원 / 매출 대비 4.6%**
(+120.6% YoY, -3.0% QoQ)
- 제품 업그레이드 및 신기술 개발, 미국, 중국 위한 인허가 진행, 신제품 인허가 지역 확대 위한 투자 지속
- ▶ **광고선전비 15억원 / 매출 대비 3.0%**
(+31.8% YoY, -60.4% QoQ)
- 2Q23 TVCF 광고집행 집중
- 3분기 국내 연말 온라인 마케팅 활동 강화 및 해외 런칭 심포지움 등 학회·전시 활동 강화 중
- ▶ **지급수수료 20억원 / 매출 대비 4.1%**
(+75.6% YoY, +89.9% QoQ)
- 3분기 타법인 지분 투자를 위한 기업 실사 비용 등 일회성 비용 발생
- ▶ **판매수수료 10억원 / 매출 대비 2.1%**
(+108.0% YoY, +35.4% QoQ)
- 2분기 대비 국내 볼뉴머 및 슈링크 유니버스 장비 판매 증가에 따른 수수료 지급 / 매출에 따라 연동되는 변동비
- 홈케어사업부 코스메틱 판매에 따른 유통망 수수료 지급

1. 3Q23-재무상태

[단위 : 십억원]

		3Q23	2022	2021	2020
자산					
유동자산		174.6	147.8	73.1	83
	현금성자산	122.9	111.6	47.9	67.6
	재고자산	21.6	23.4	16.5	9.9
	매출채권	17.4	8.0	2.1	3.5
비유동자산		188.5	183.6	143.2	54.5
	유형자산	125.2	104.2	80.7	50.1
	투자부동산	54.6	74.7	58.4	1.8
자산총계		363.1	331.4	216.3	137.5
부채					
	유동부채	28.3	36.2	16.8	13.4
	비유동부채	63.6	65.6	35.8	0.3
부채총계		91.9	101.8	52.6	13.7
자본					
	이익잉여금	255.3	204.2	133.1	93.2
자본총계		271.2	229.6	163.7	123.8
부채+자본		363.1	331.4	216.3	137.5

➤ **유동비율 617%, 부채비율 34%**

➤ **유동자산 1,746억원**

- 영업활동 호조에 따라 현금성 자산 및 재고자산/매출채권 동시 증가
- 효율적인 재고 관리 및 생산관리 시스템 개선으로 재고자산 효율화
- 매출채권의 99%는 6개월 이내 채권으로 당기 회수 가능성 높음

➤ **비유동자산 1,885억원**

- 유형자산 1,252억원, 투자부동산 546억원
- : 클래스스(본사) 내 일부 임대기간 만료에 따른 직접 사용분 증가

➤ **유동부채 283억원,**

- 2022년 말 대비 법인세 납부로 인해 당기법인세부채 감소
- 당기법인세부채 75억원, 매입채무등 50억원, 미지급비용 50억원, 선수금등 48억원, 단기차입금 26억원

➤ **비유동부채 636억원**

- 장기차입금 62.6억원

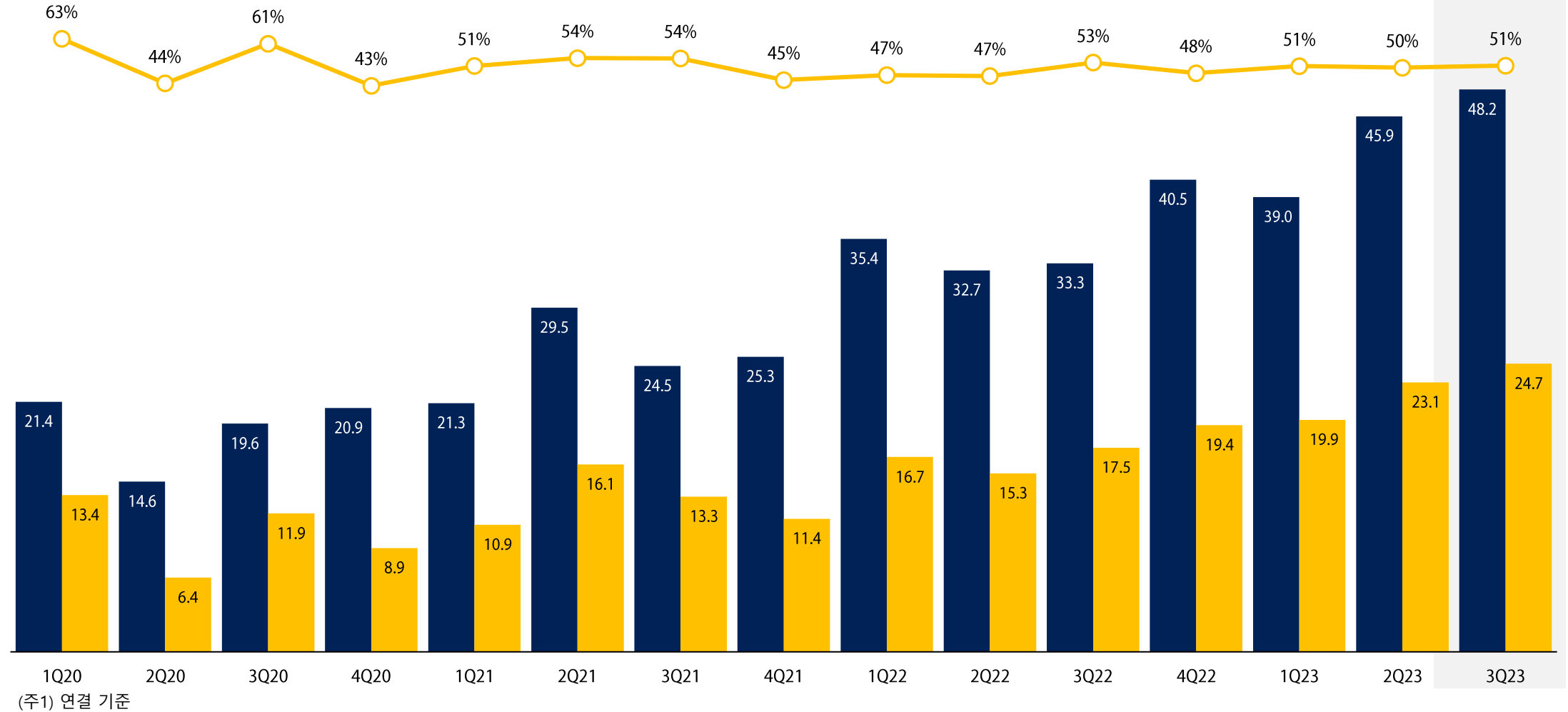
➤ **자본 2,712억원**

(주1) 연결 기준

2. 분기별 실적 추이-손익

[단위 : 십억원]

■ 매출 ■ 영업이익 ○ 영업이익률

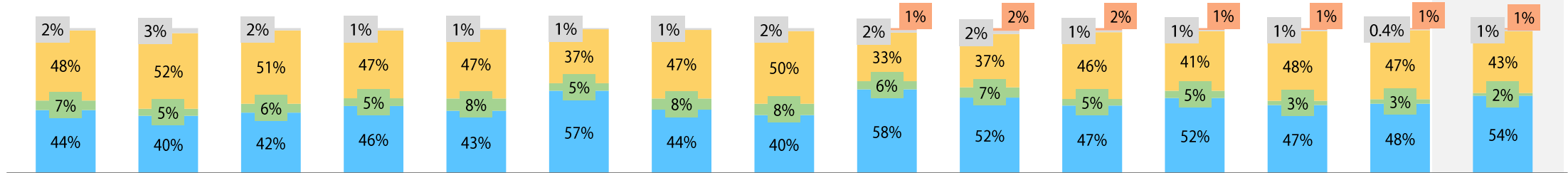


2. 분기별 실적 추이-브랜드별 매출

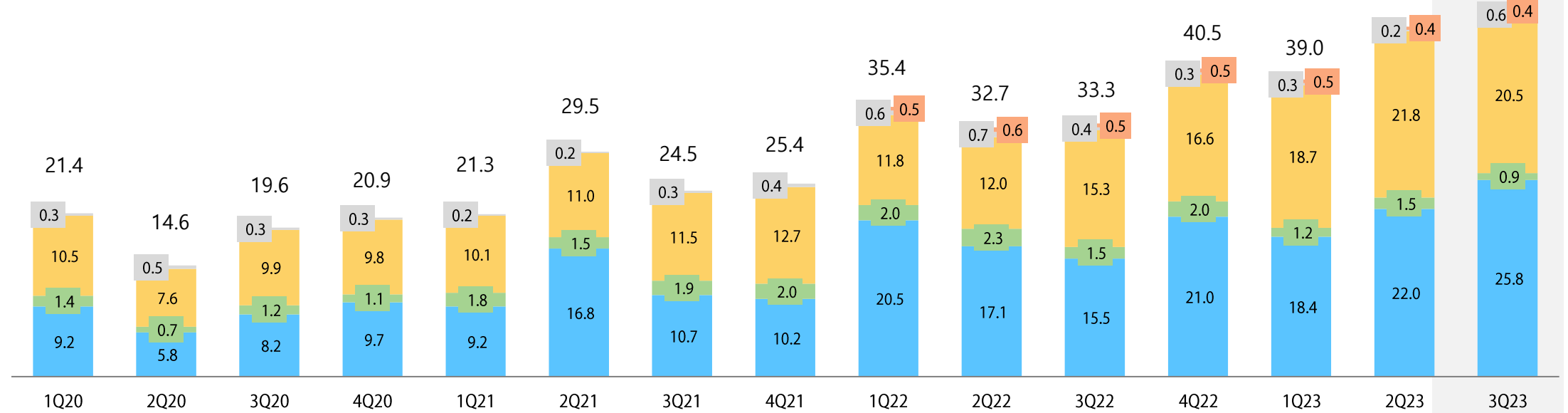
[단위 : 십억원]

클래시스 클루덤 소모품 스케덤/슈링크 RX 기타

▪ 매출 대비 비중



▪ 브랜드별 분기 매출



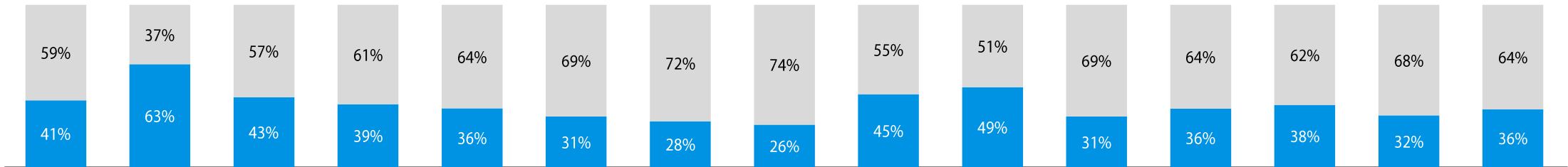
(주1) 연결 기준

2. 분기별 실적 추이-지역별 매출

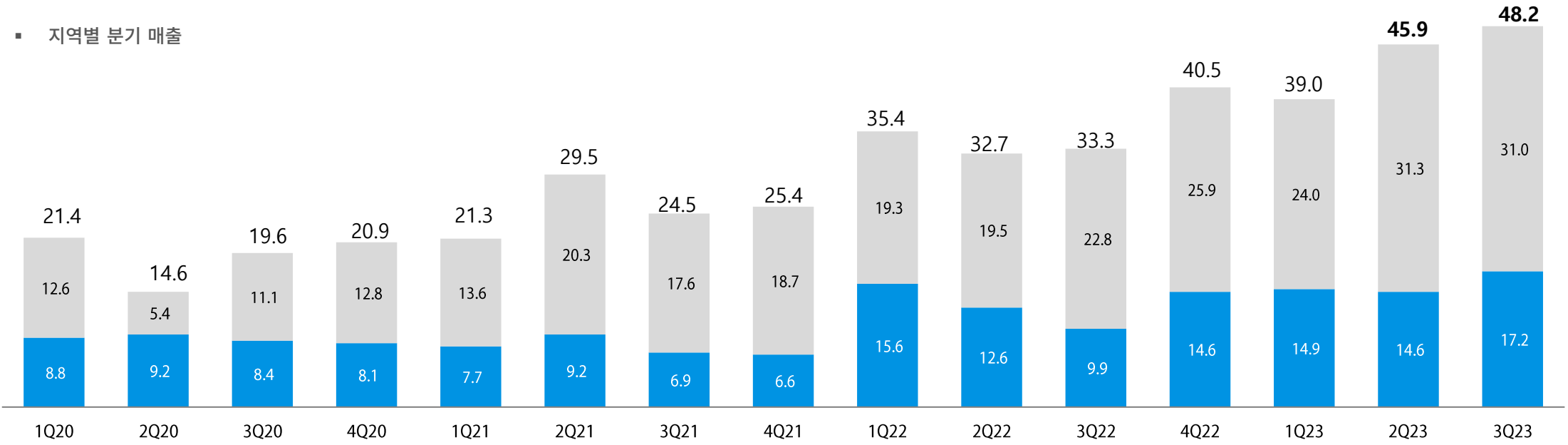
[단위 : 십억원]

■ 내수 ■ 수출

■ 매출 대비 비중



■ 지역별 분기 매출



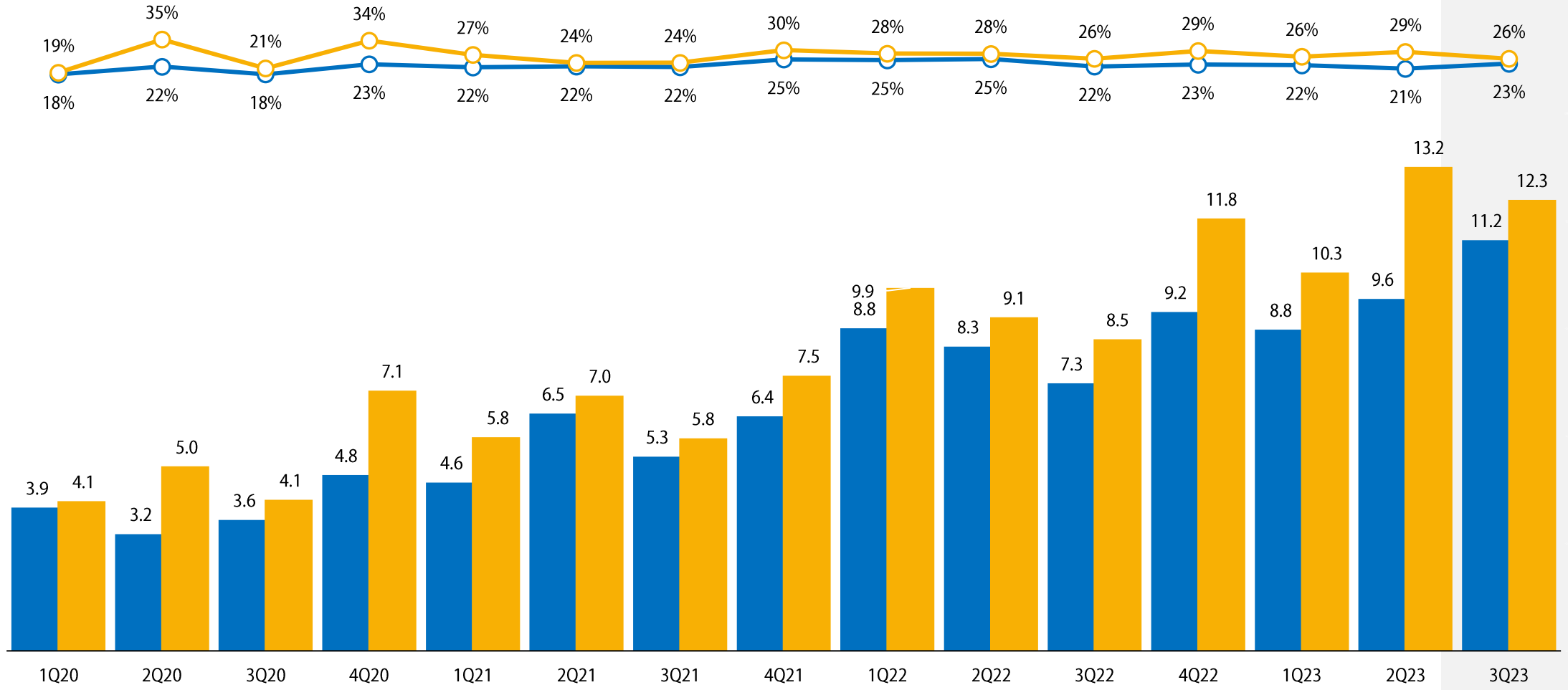
W/\$	1,195	1,220	1,188	1,116	1,115	1,121	1,157	1,183	1,205	1,260	1,338	1,359	1,276	1,315	1,312
------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------	-------

(주1) 연결 기준
(주2) 원/달러 환율은 기간 평균

2. 분기별 실적 추이-비용

[단위 : 십억원]

■ 매출원가 ■ 판관비 ○ 매출원가율(%) ○ 판관비율(%)

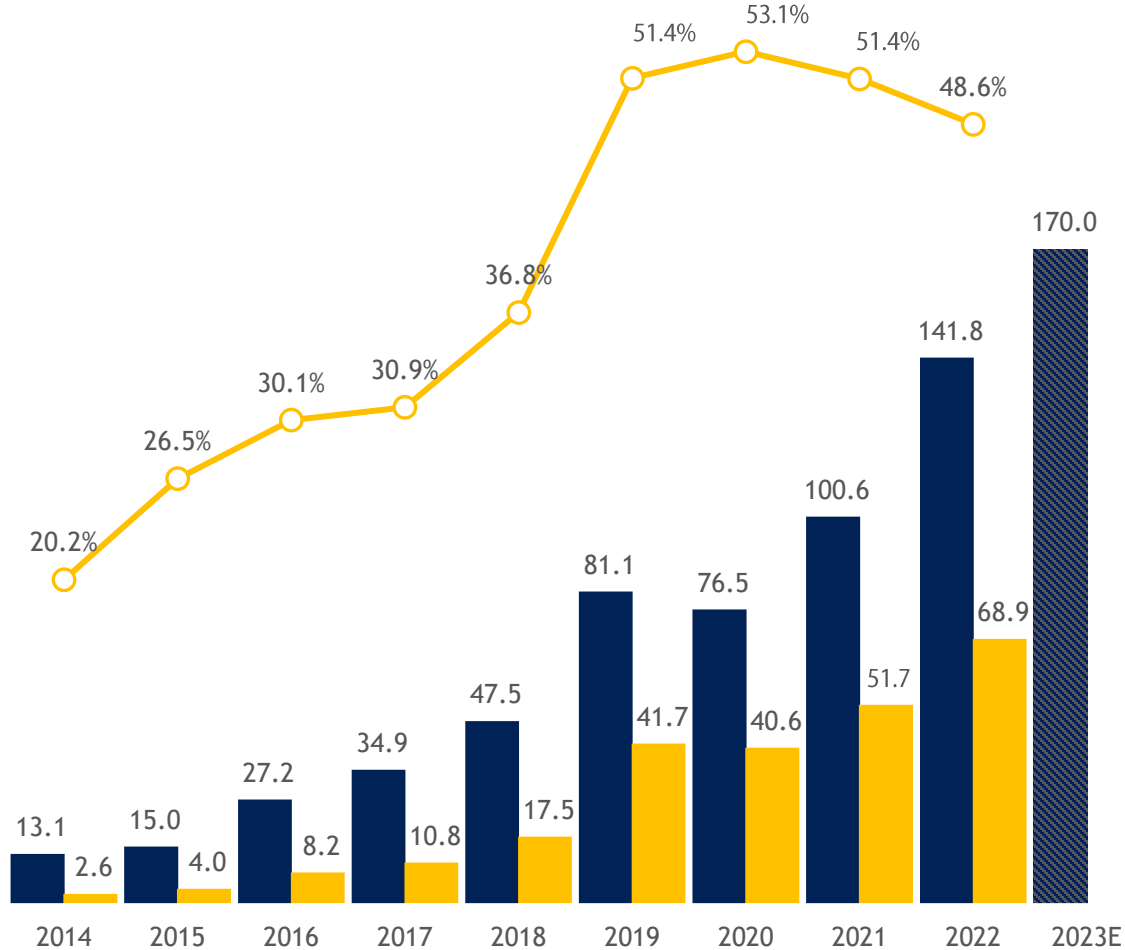


(주1) 연결 기준

3. 연간 실적 추이-손익

[단위 : 십억원]

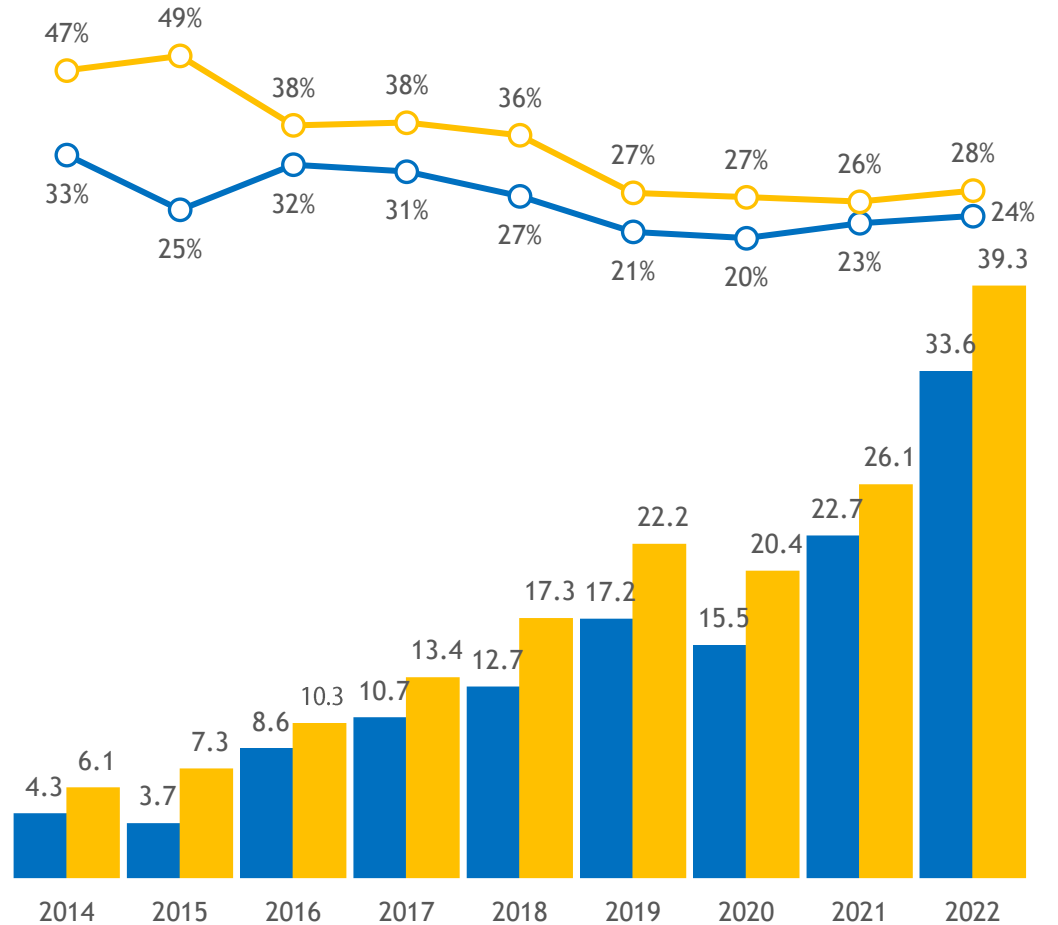
■ 매출 ■ 영업이익 ○ 영업이익률(%)



(주1) 연결 기준

[단위 : 십억원]

■ 매출원가 ■ 판관비 ○ 매출원가율(%) ○ 판관비율(%)



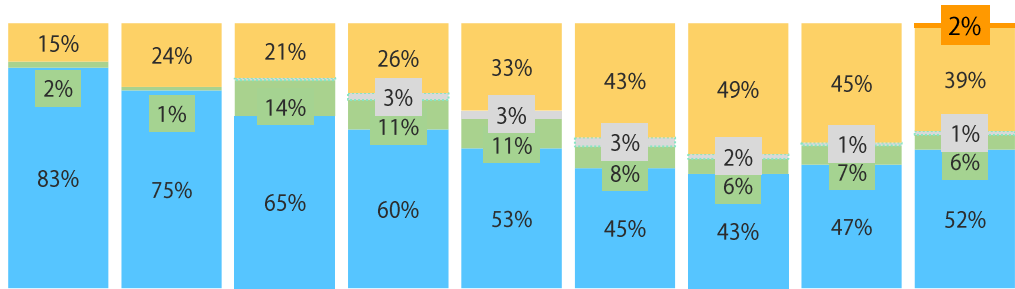
(주1) 연결 기준

3. 연간 실적 추이-부문별 매출

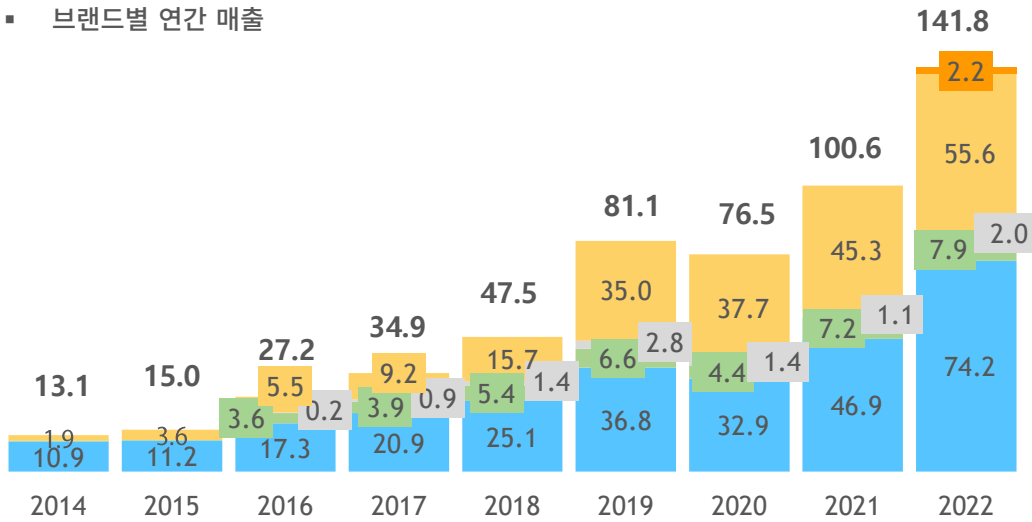
[단위 : 십억원]



▪ 매출 대비 비중



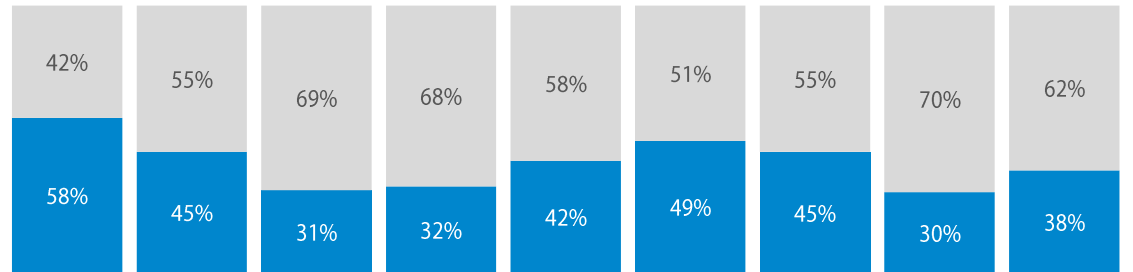
▪ 브랜드별 연간 매출



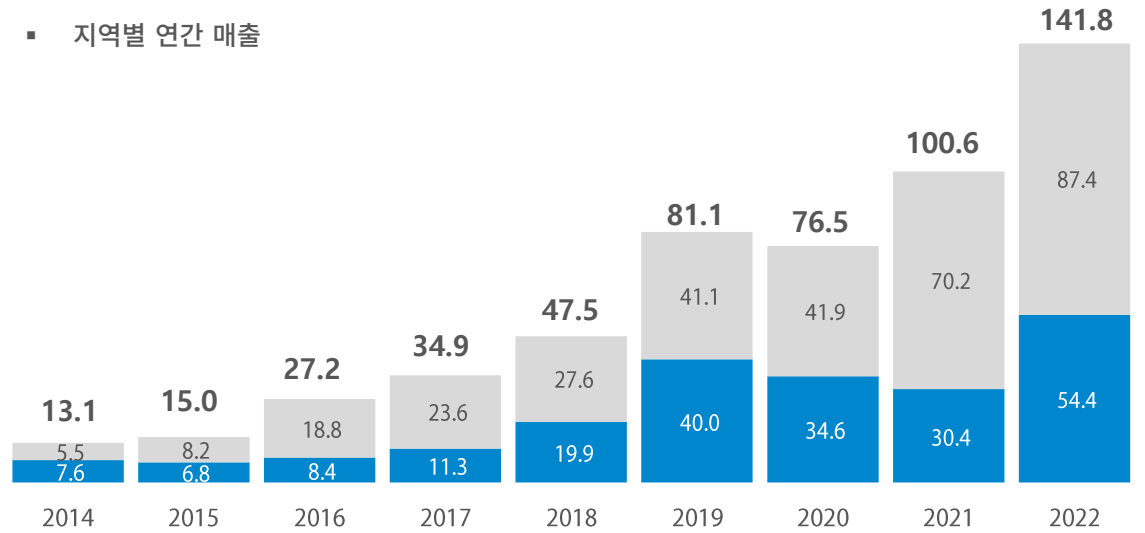
[단위 : 십억원]



▪ 매출 대비 비중



▪ 지역별 연간 매출



₩/\$	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
	1,053	1,132	1,160	1,130	1,101	1,166	1,180	1,144	1,292

(주1) 연결 기준

(주1) 연결 기준
(주2) 원/달러는 기간 평균