APR

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

COMPANY

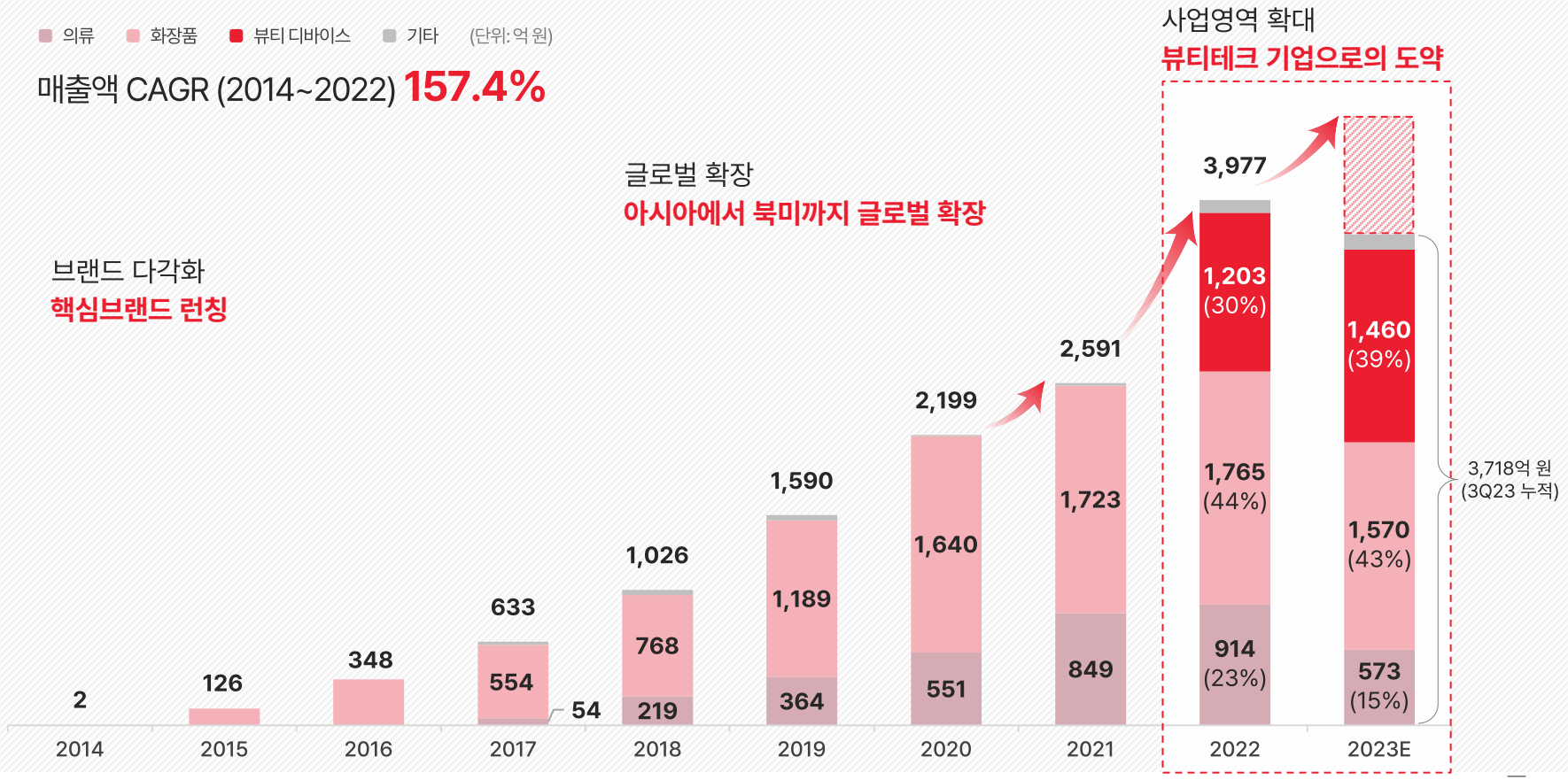
01

회사소개

글로벌 뷰티 테크, 에이피알

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

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



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

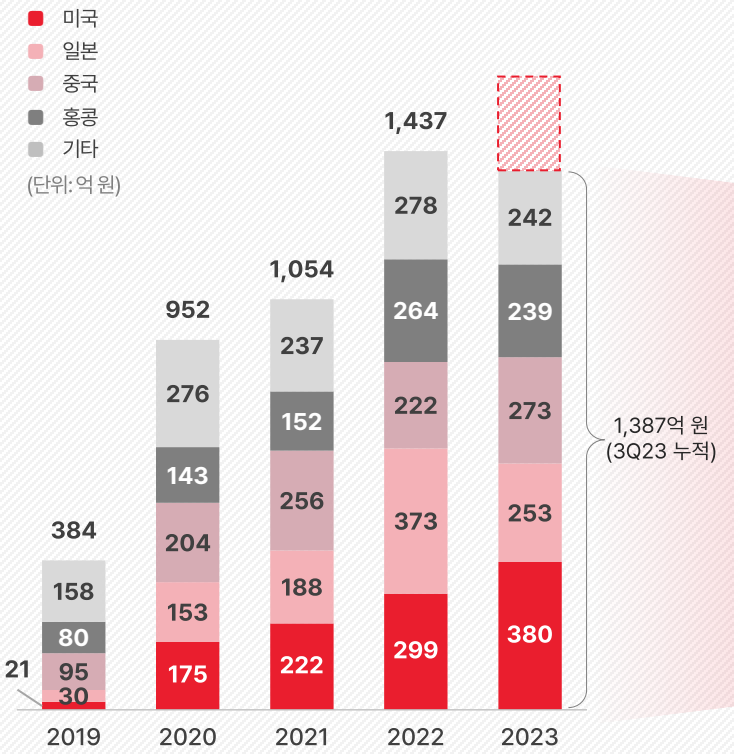
성장 요인 1: 글로벌 유통망 구축 및 안정적인 매출 포트폴리오

APR

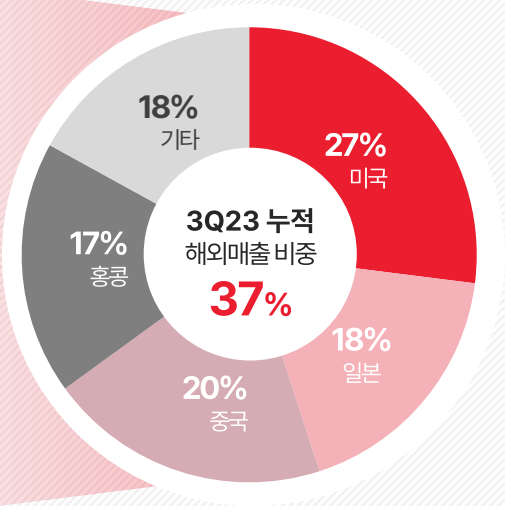
자체적인 글로벌 유통망 구축을 통해 국내 뿐만 아니라 글로벌 시장에서 국가별 고른 매출 분포로 비약적으로 성장을 이어가고 있습니다.

글로벌 유통망

글로벌 시장 성과



해외 매출 내 지역별 비중



주) K-IFRS 연결재무제표 기준

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

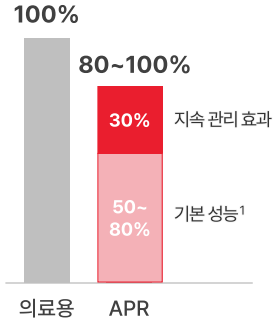
→ 디바이스

홈 뷰티 디바이스의 독보적인 경쟁력

우수한 디바이스 효과성 | **높은 가격 경쟁력 및 접근성**

고주파, 레이저 성능 비교

(단위 : J=mW X Sec)

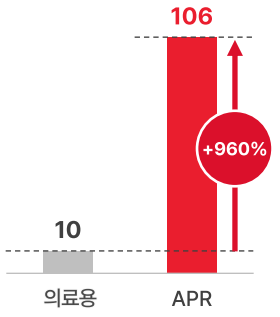


주 : 회사추정

관리 횟수 증가를 통해 **출력 격차 해소**

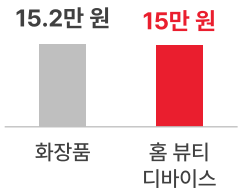
일렉트로포레이션 성능[2]

(단위 : mW)

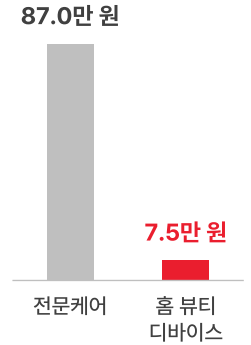


일부 홈 뷰티 디바이스 특화 성능은 **의료기기를 상회**

연간 화장품 지출 대비 비교[3]



전문케어 대비 지출액 비교[4]



홈 뷰티 디바이스는 합리적인 가격에 **상시 활용 가능**

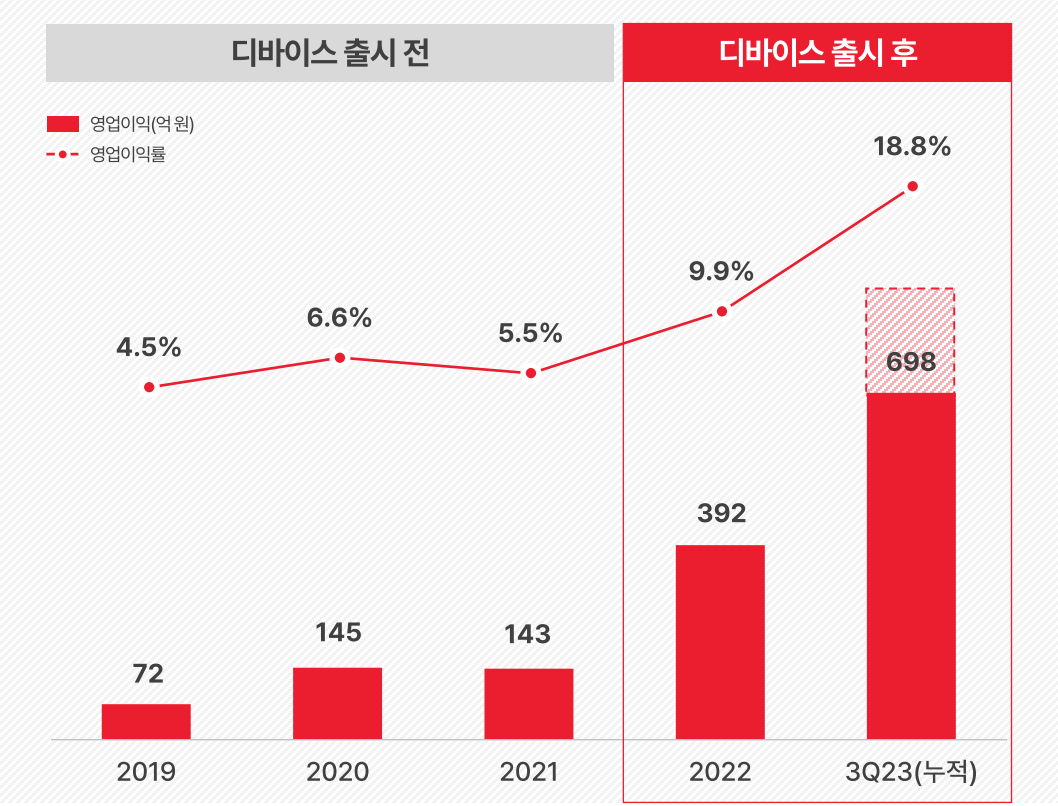
자료: Kearney

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, 와이즈앱; 4. 6개월 기준 평균 가격, 전문케어는 프락셀/IPL/레이저 시술의 평균값을 적용

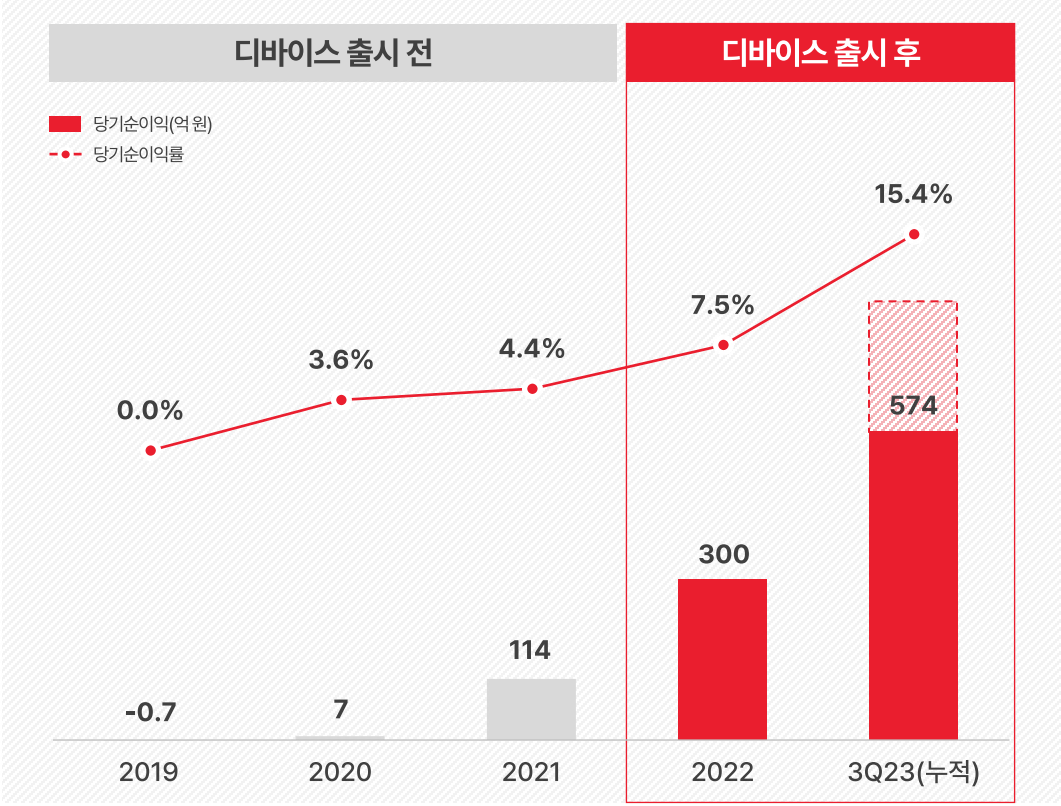
성장성과 수익성을 모두 갖춘 에이피알

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.

성장성

매출액 8Y CAGR
2014 - 2022
157%

매출액
3Q23 누적 **3,718억 원**
YoY **+38%**

메디큐브 디바이스 누적 판매량
2023. 12月 누적, 글로벌 기준
출시 2년 만에
168 만 대 돌파

해외매출 비중
3Q23 누적
37%

안정성

부채비율
3Q23
47%

국내외 자사몰 통합 회원 수
2023. 11月 누적
503 만 명

수익성

영업이익률
3Q23 누적
19%

ROE
3Q23 누적
39%

ROA
3Q23 누적
25%

영업이익
3Q23 누적 **698억 원**
YoY **+278%**

INDUSTRY

02

사업소개

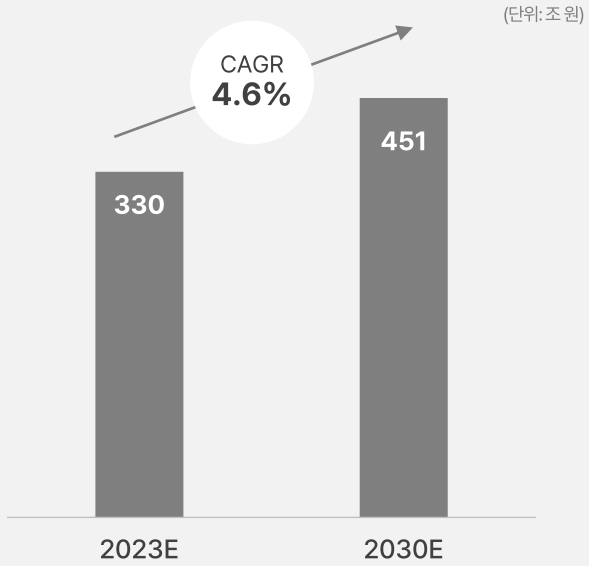
01. 글로벌 홈 뷰티 디바이스 시장 전망

APR

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

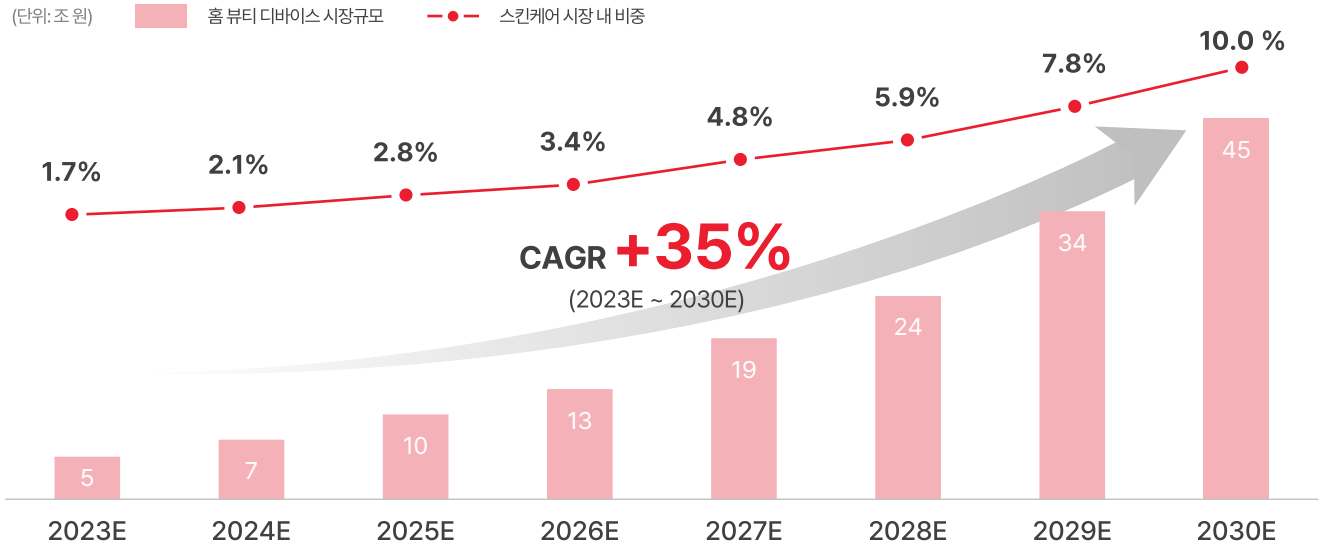
스킨케어 범주
- 기초 화장품
- 피부과 시술 및 관리



글로벌 홈 뷰티 디바이스 시장 규모 전망

- 최소 침습, **비침습** 시술 **선호도 증가**
- 피부과 시술 대비 홈뷰티디바이스의 **경제성**
- 고령화에 따른 **안티에이징 수요** 증가

스킨케어 시장으로 **침투율 제고**
지속적인 **신규 수요 창출**



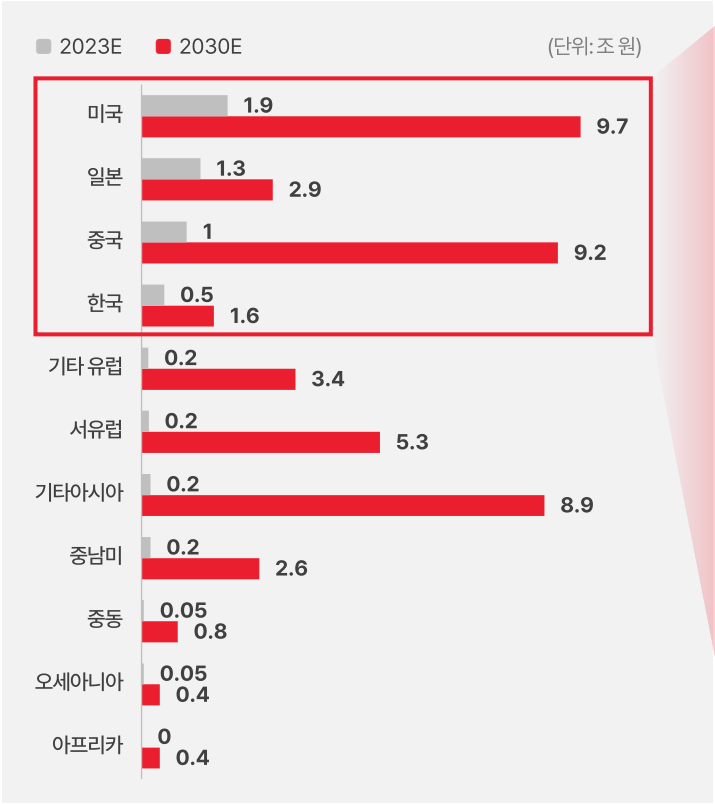
자료: Euromonitor, GlobalData, Kearney
주) 스킨케어 정의: Home(Face Skin care, Body, Sun Protection, Baby & Child, Natural Skin care)과 피부관리 서비스(피부과 진료, 피부과 약물 진료, 테라피, 마사지)를 모두 포함
주) 홈 뷰티 디바이스 정의: Cleansing, Acne Treatment, Skin Rejuvenation, Oxygen Facial Steaming, Dermarolling 등 Hair care 外 홈 뷰티 디바이스 전체

02. 홈 뷰티 디바이스 선도 시장 선점을 통한 글로벌 확장

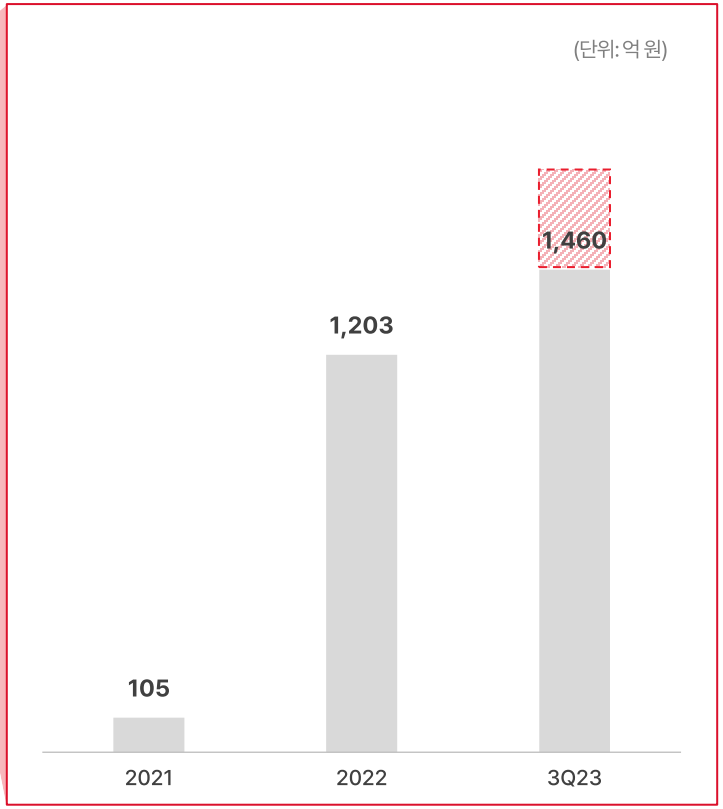
APR

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.

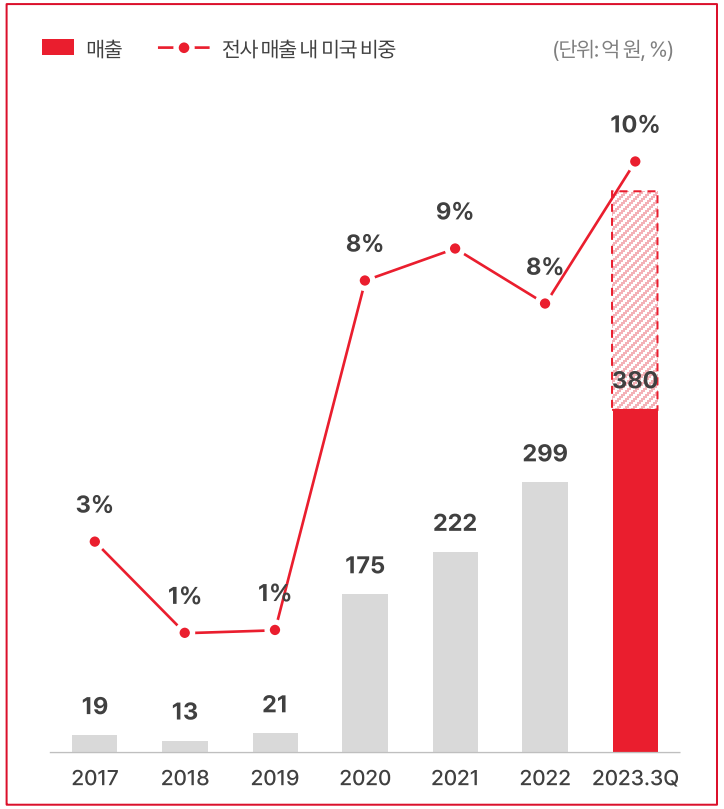
지역별 홈 뷰티 디바이스 시장규모



AGE-R 홈 뷰티 디바이스 매출 추이



미국 지역 매출 추이



자료: Kearney

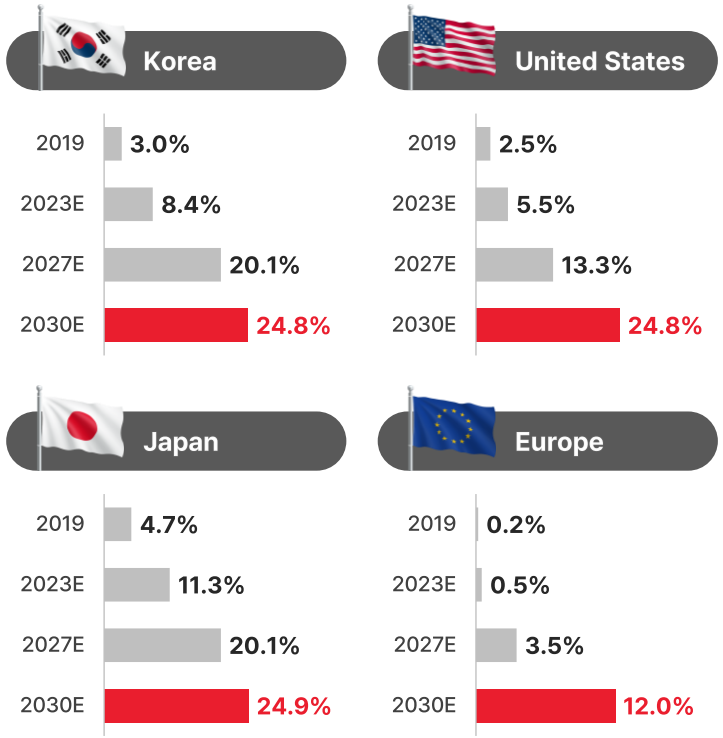
주) 2023년 3Q는 연결기준 누적 매출액

03. 홈 뷰티 디바이스 보급률

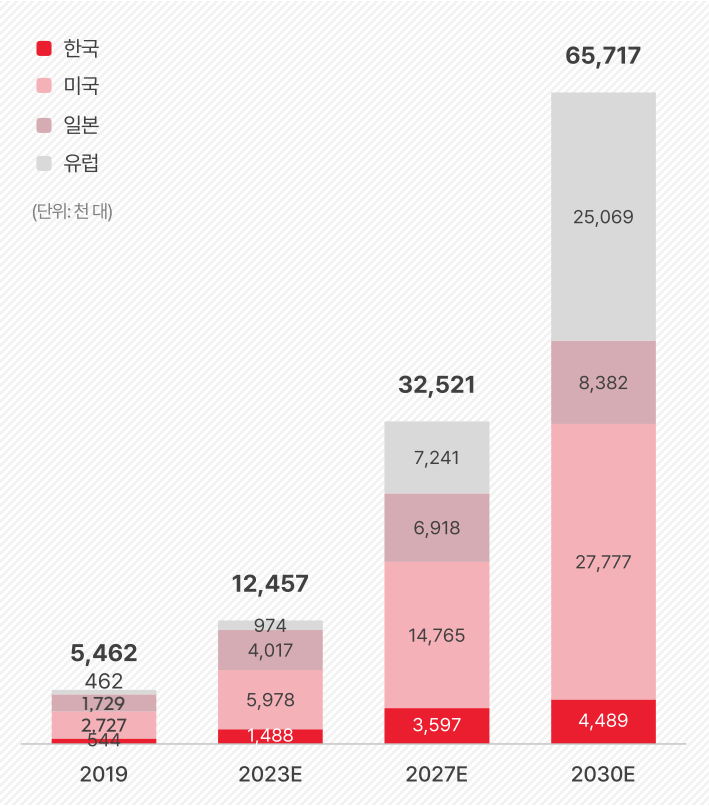
APR

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

	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

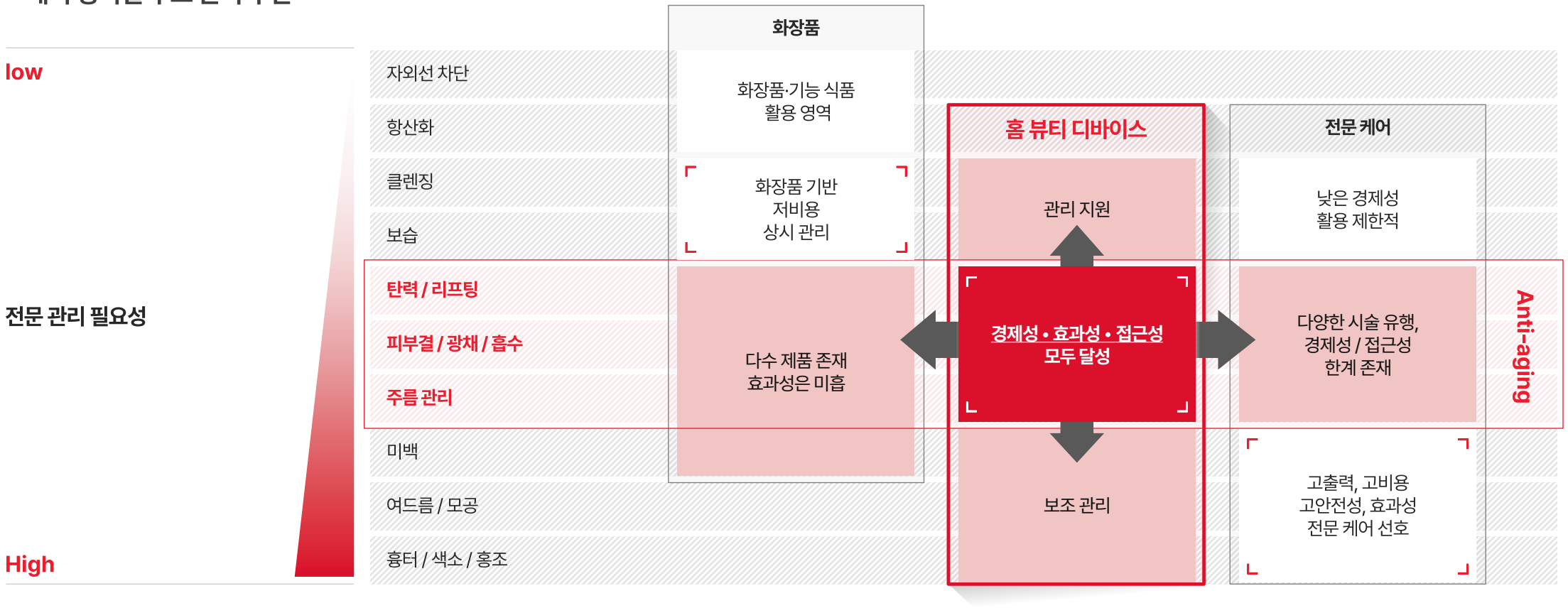
자료: Gallup, Euromonitor, Kotra, 일본 내각부 소비 동향 조사
주) 국내는 22년 10월 자료 공개 기준(Gallup 7월 Survey 수행), 해외는 22년 연말 기준

04. 홈 뷰티 디바이스의 사용 영역 확대

APR

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

APR

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**

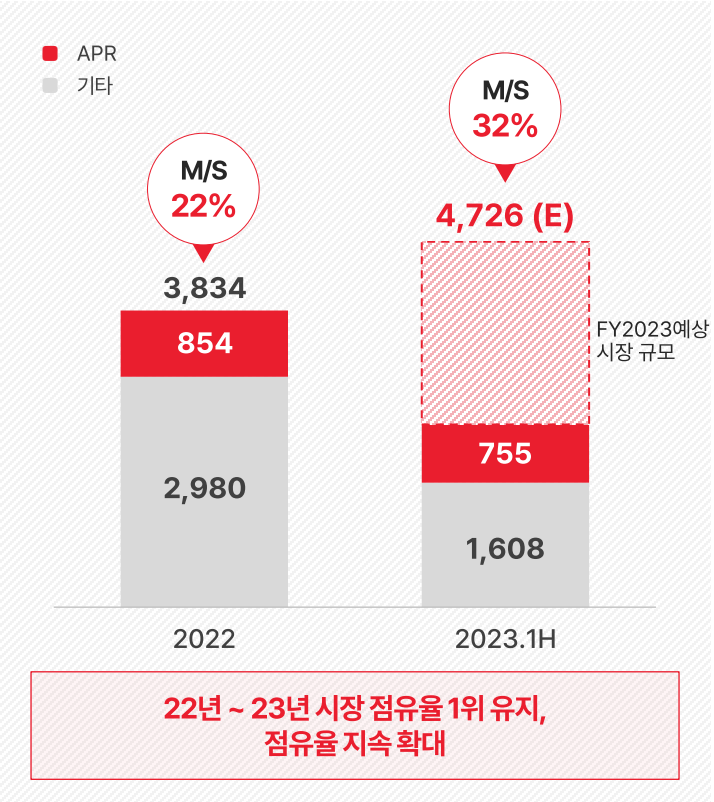
POINT 06 **밸류체인 통합**으로 업계 최고 수준의 경쟁력 확보

01. 국내 1위를 넘어 선도 시장에서 높은 성장률로 확대

APR

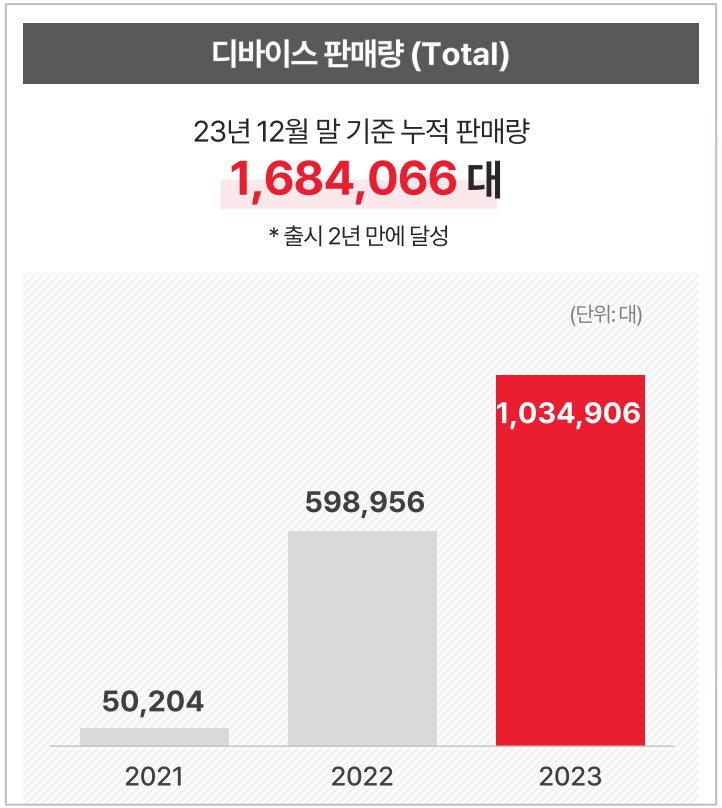
메디큐브 AGE-R은 한국 1위 홈 뷰티 디바이스 브랜드로 연 100만 대 이상 판매되고 있으며,
시장 규모가 큰 미국, 일본 등 선도 시장으로 빠르게 침투하여 글로벌 1위 브랜드로 성장할 것입니다.

AGE-R 국내 홈 뷰티 디바이스 시장 점유율



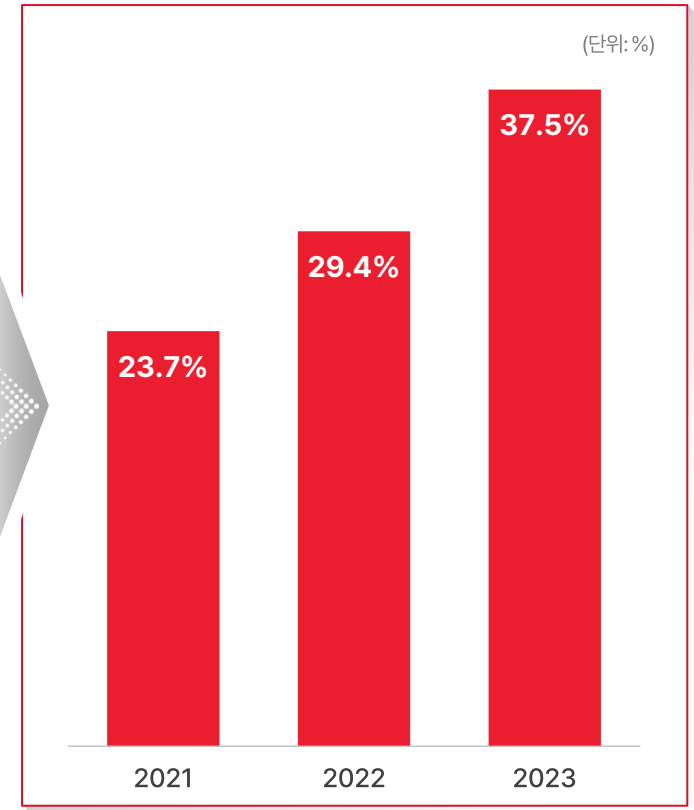
자료: Kearney

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)

APR

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

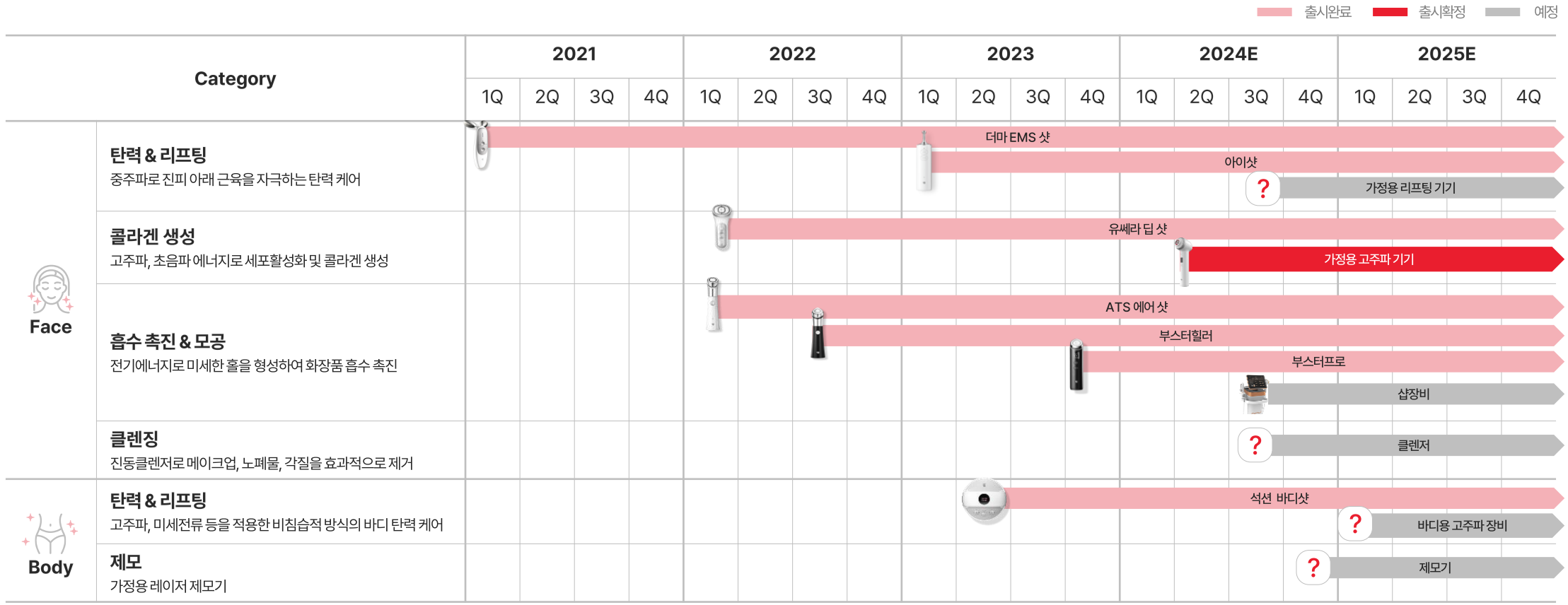
	부스터프로 (부스터모드)	**부스터프로** (에어샷모드)	**석션 바디샷**	**홈튠**
에이피알 홈 뷰티 디바이스	피부 각질층의 이중지질층에 미세통로를 형성 **=> 홈 일렉트로포레이션**	피부 각질층을 전기적 에너지로 물리적인 미세홀 형성 **=> 홈 레이저**	음압 석션과 고주파를 통해 바디 탄력 개선 **=> 홈 인모드**	고주파로 피부 물분자를 회전시켜진피층의 열을 자극하여 콜라겐 생성을 촉진 **=> 홈 악센트 프라임**
피부과 의료기기	인퓨전 (Viora, 이스라엘)	프락셀 레이저 (Alma, 미국)	인모드 바디fx (InMode, 미국)	악센트 프라임 (Alma, 미국)
에이피알의 기술력 및 안전성	• 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	• 고주파 마이크로포레이션 기술을 통해 프락셀 레이저와 유사한 효과 구현 • 당사의 에어샷 기술은 피부에 접촉했을 때에만 작용하므로 위험성이 없는 안전한 홈용 레이저 대체기술	• 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	• 주파수는 40.68MHz로 악센트 프라임과 동일 • 출력은 악센트 프라임이 200W, 홈튠은 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)

APR

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

- **주요 기술 특허 선점 → 특허 비용 절감**
  - 선제적 특허 출원으로 기술 경쟁력 뿐만 아니라 원가 경쟁력 또한 확보

기기 및 부품 개발

- **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

- **자체 제조 및 Test 시설 기반 운영비 절감**
  - 지속적인 프로세스 최적화 / 수율 개선

제품 판매

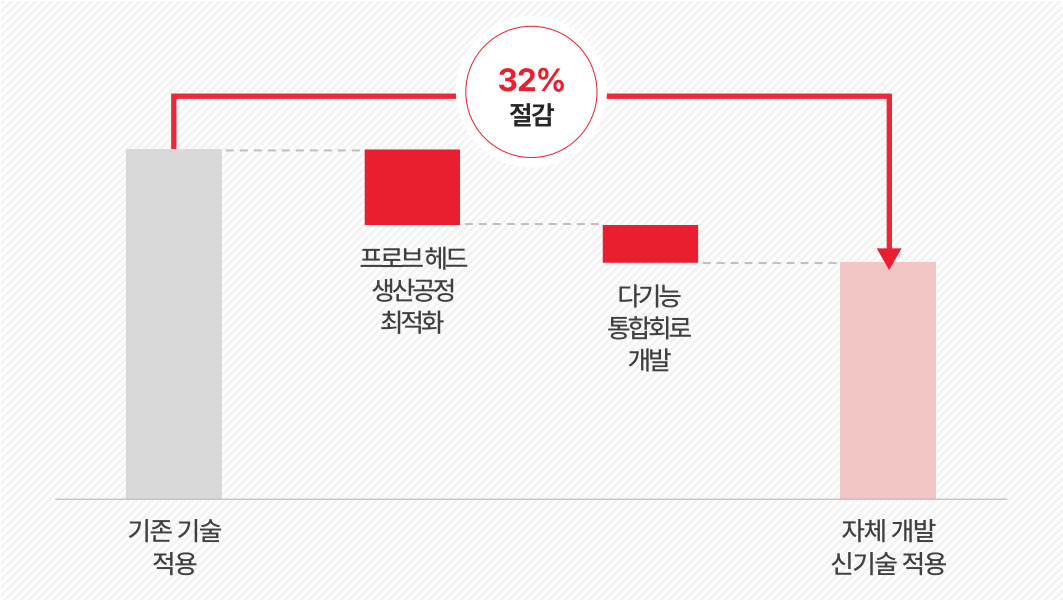
- **사후 품질 관리 비용 최소화**
  - 양산 및 Test 단계 내 철저한 품질 검증 및 우수한 제품 경쟁력으로 고객 Claim 최소화

기술력을 통한 원가경쟁력 제고

기술개발 및 공정최적화로 기존 기술 대비 원가 최대

32% 절감

* 부스터프로 기준



주) 회사 추정

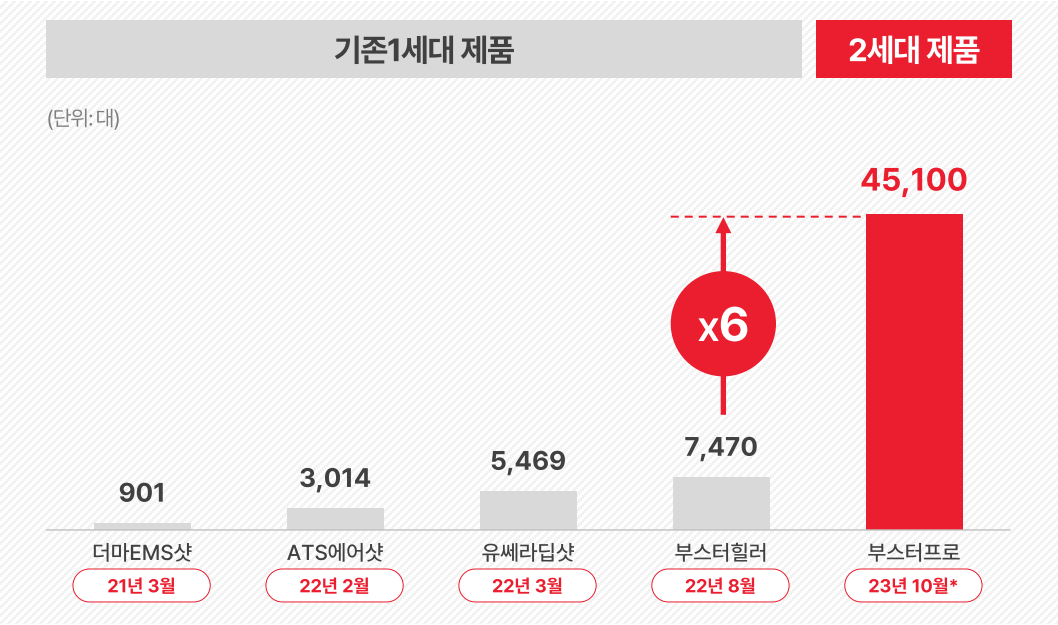
04. 강력한 브랜드 팬덤 기반의 폭발적인 성장

APR

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

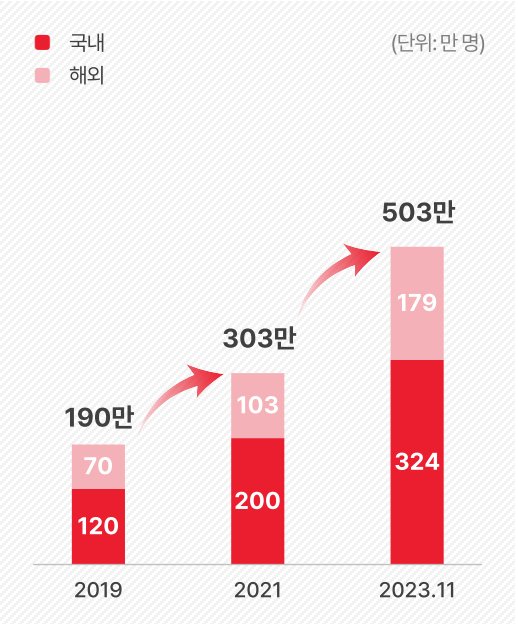
AGE-R 홈뷰티 디바이스 출시 후 1개월간 판매 추이

2세대 제품 출시 첫 달 판매량
6배 증가



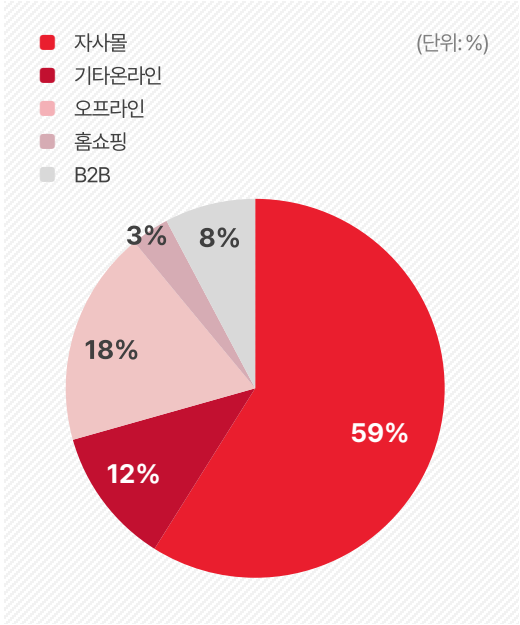
자사몰 회원 수 추이

503만 명
* 2023년 11월말 기준 자사몰 회원 수



판매 채널별 매출 비중

자사몰 약 60% 매출 비중
* 2022년 연결 매출 기준



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

05. 홈 뷰티 디바이스와 화장품의 시너지 효과

APR

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

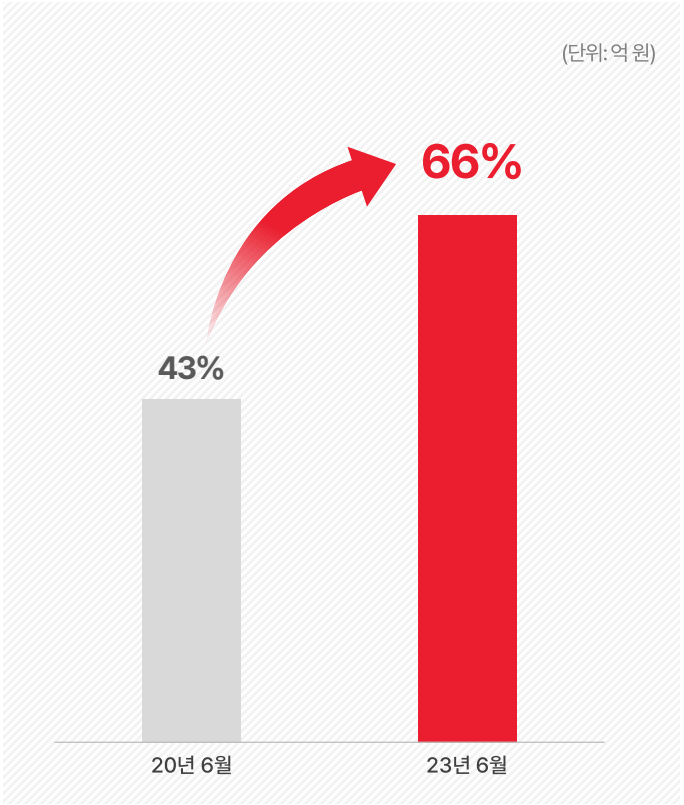
ZERO LINE
효과적인 모공, 피지 관리를 위한 제로 라인

CICA LINE
민감성 피부, 진정에 효과적인 슈퍼시카 라인

COLLAGEN LINE
피부 속부터 채워지는 보습 콜라겐 라인

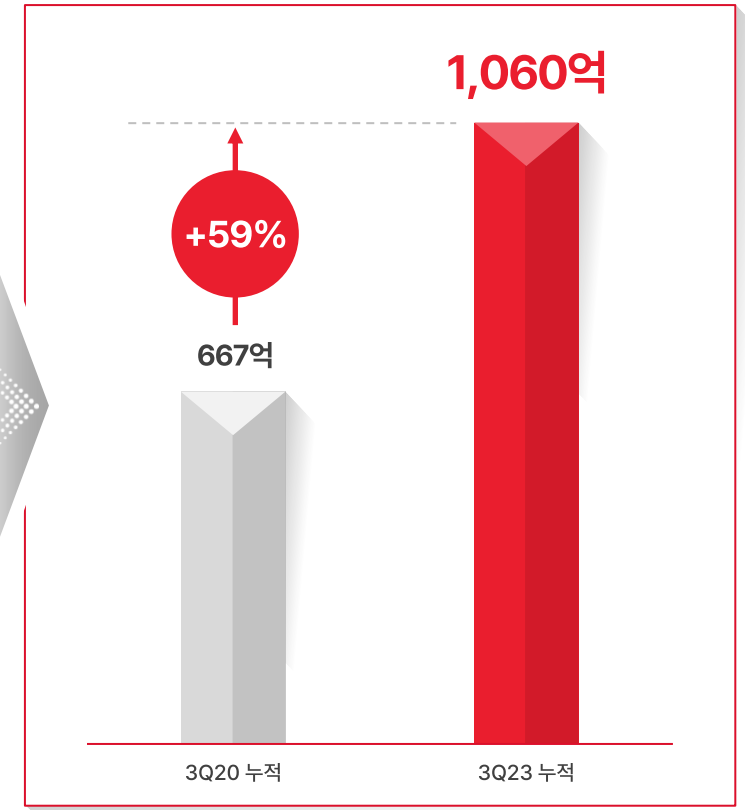
DEEP LINE
주름과 미백, 탄력을 잡는 딥 라인

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

APR

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 특허 수

2022 **40**개 → 2023 **70**개

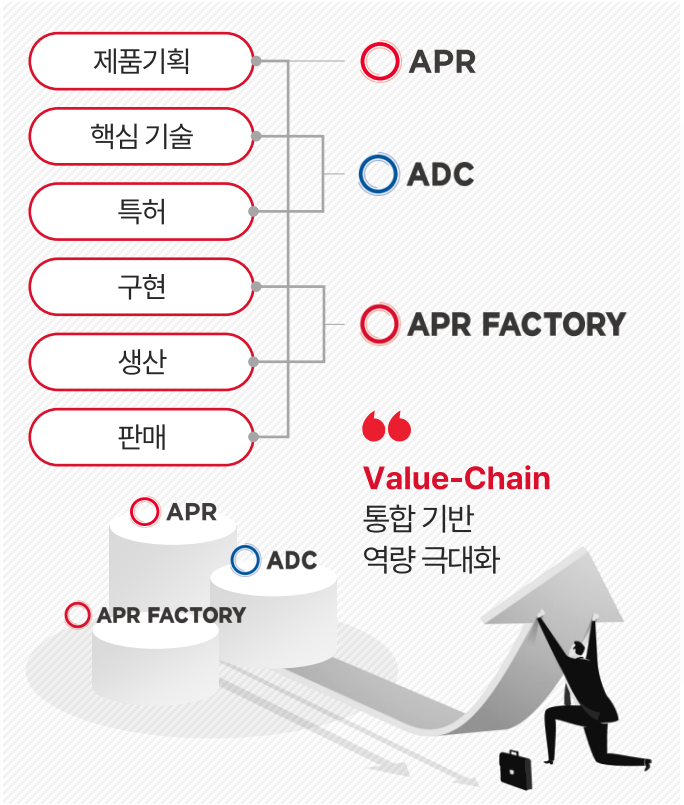
제조

APR FACTORY

- 연 생산규모 70만 대
- 자체 생산 통한 공정 최적화

제1공장 : 서울 금천구 가산동 약 700평 규모

밸류체인 통합



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

APR

APR

STRATEGY 01 대규모 **생산 능력** 확보

STRATEGY 02 **원천기술**의 선제적 개발

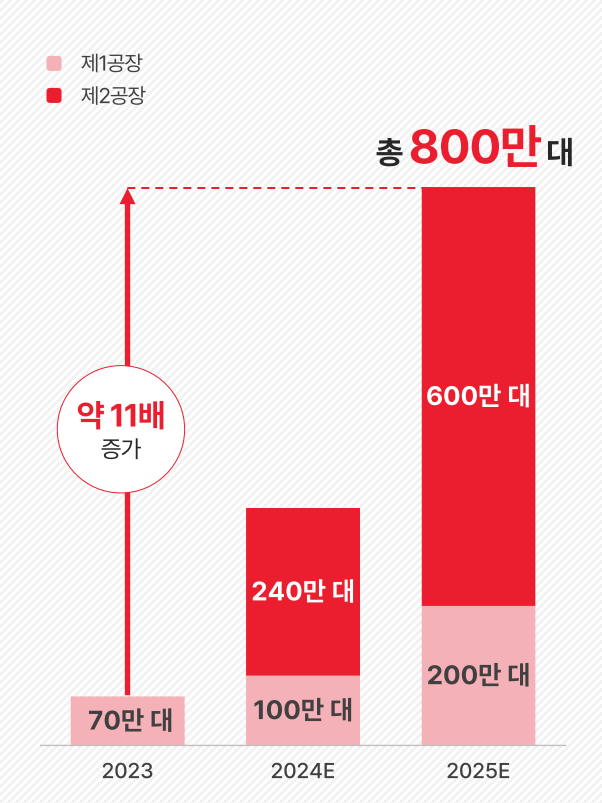
STRATEGY 03 인공지능(AI) 개인화 추천 솔루션을 통한 **고객 락인** 강화

STRATEGY 04 **신규 국가 진출**을 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



주) 부스터프로 생산 기준

기능에 따른 지역별 체계화 운영

제품 기획, 마케팅, 판매, CS	APR	서울 (잠실)
기술 및 제품 개발	ADC	서울 (가산)
신규 개발 제품 생산 최적화 테스트 (제1공장)	APR FACTORY	
뷰티 디바이스 대량 생산 (제2공장)		경기도 (평택)
자체 물류창고 운영	APR	

평택 제2공장

24년 상반기 완료 목표

경기도 평택시 약 3,551평 규모

02. 원천기술의 선제적 개발

APR

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

뷰티 디바이스 사업영역

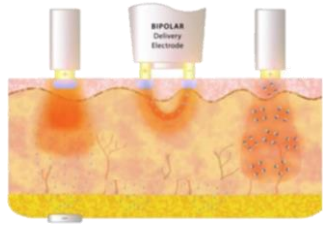
	가정용	의료용 및 에스테틱샵용
현재 에이피알	홈뷰티 디바이스 중심 기술 개발	
향후계획	의료기기로 선행기술 개발 영역 확대	

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

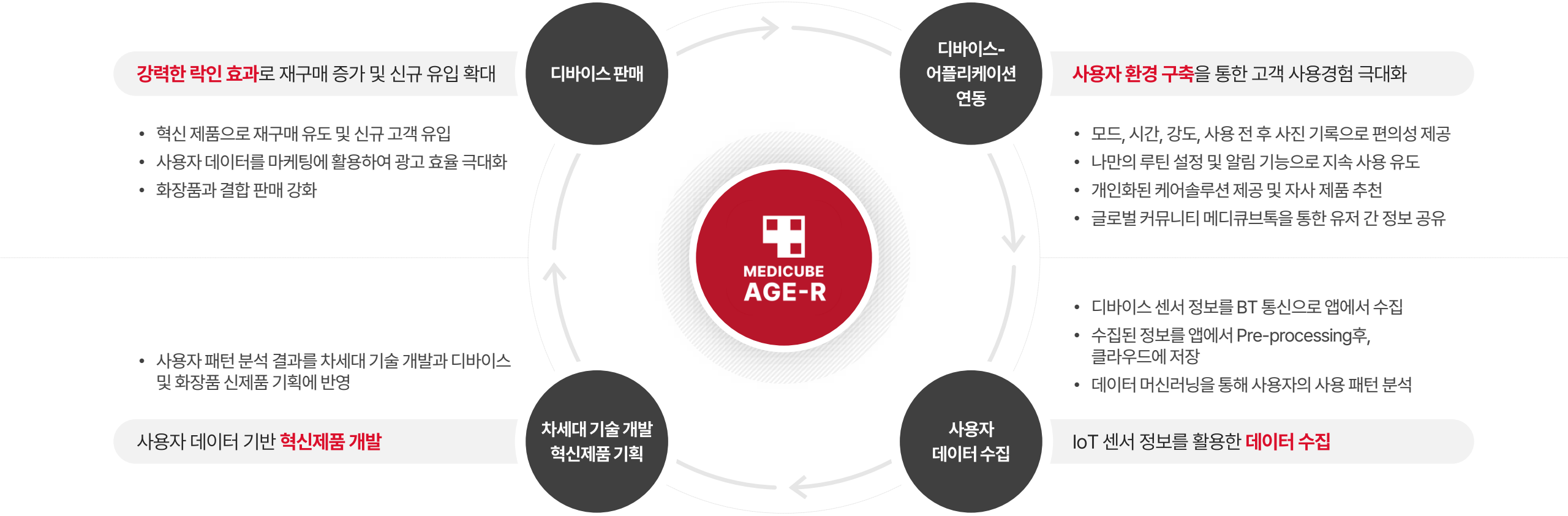
40.68 MHz

주) 이해를 돕기 위한 예시 이미지임

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

APR

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.



강력한 락인 효과로 재구매 증가 및 신규 유입 확대

- 혁신 제품으로 재구매 유도 및 신규 고객 유입
- 사용자 데이터를 마케팅에 활용하여 광고 효율 극대화
- 화장품과 결합 판매 강화

사용자 환경 구축을 통한 고객 사용경험 극대화

- 모드, 시간, 강도, 사용 전 후 사진 기록으로 편의성 제공
- 나만의 루틴 설정 및 알림 기능으로 지속 사용 유도
- 개인화된 케어솔루션 제공 및 자사 제품 추천
- 글로벌 커뮤니티 메디큐브톡을 통한 유저 간 정보 공유

- 사용자 패턴 분석 결과를 차세대 기술 개발과 디바이스 및 화장품 신제품 기획에 반영

사용자 데이터 기반 **혁신제품 개발**

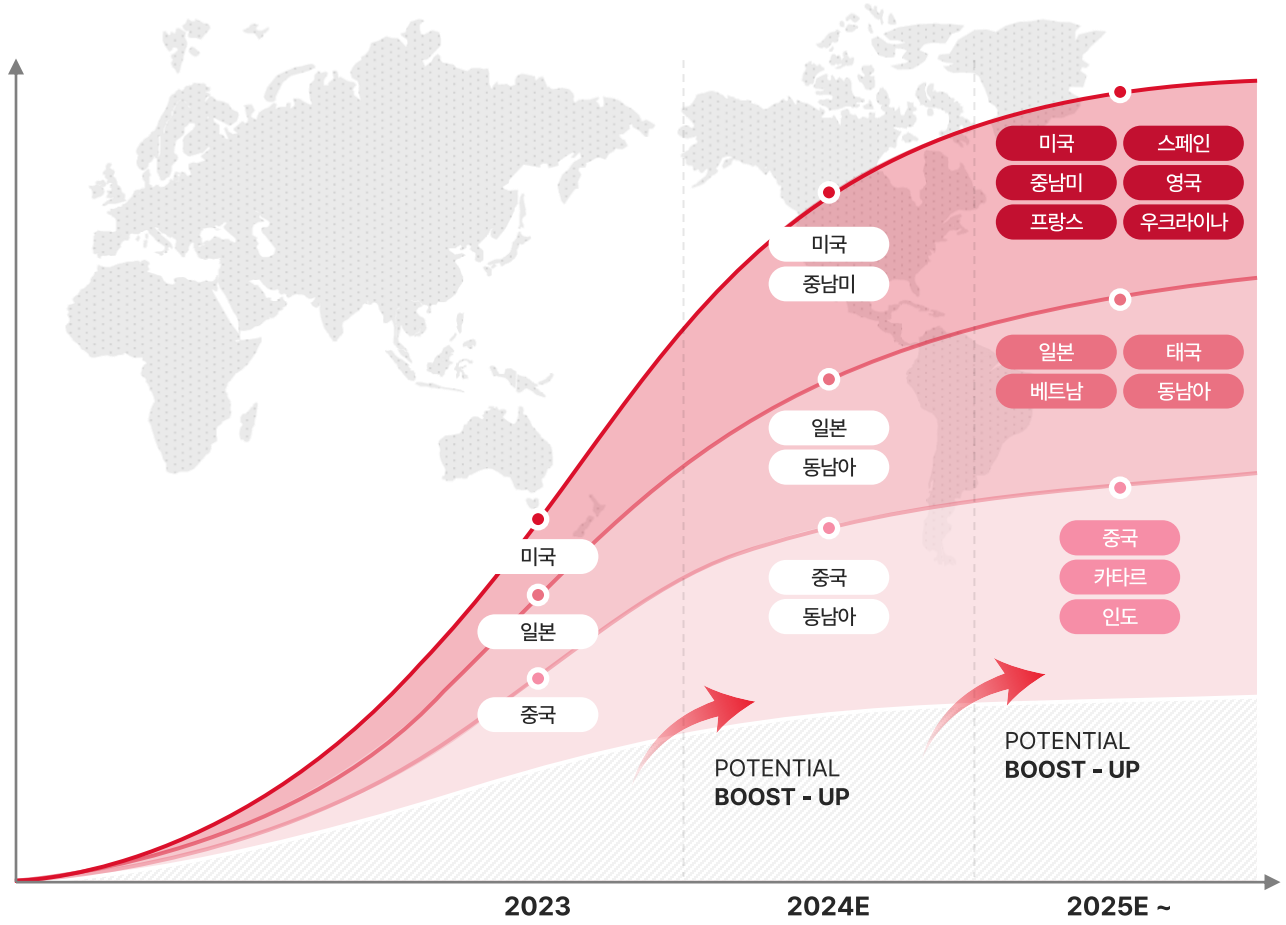
- 디바이스 센서 정보를 BT 통신으로 앱에서 수집
- 수집된 정보를 앱에서 Pre-processing후, 클라우드에 저장
- 데이터 머신러닝을 통해 사용자의 사용 패턴 분석

IoT 센서 정보를 활용한 **데이터 수집**

04. 신규 국가 진출을 통한 글로벌 시장 선점

APR

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 내재화**로 **독보적인 경쟁력** 확보 (R&D센터) (연 70만 대)
글로벌 시장 선점	자체 글로벌 유통망으로 선도 시장에 진출 완료, **미국 중심으로 빠르게 성장**중 (미국 : YoY +103% / 해외 전체 : YoY +33%, 3Q23 기준)
퀀텀점프	**제2 생산공장 설립** / **선행기술 개발** / **고객 락인** / **신규 국가 진출**을 통해 성장 가속화 (2025E 연 800만 대) (유럽, 중남미, 중동)

APPENDIX

IPO Plan

회사 개요

에이피알 브랜드

요약 연결재무제표

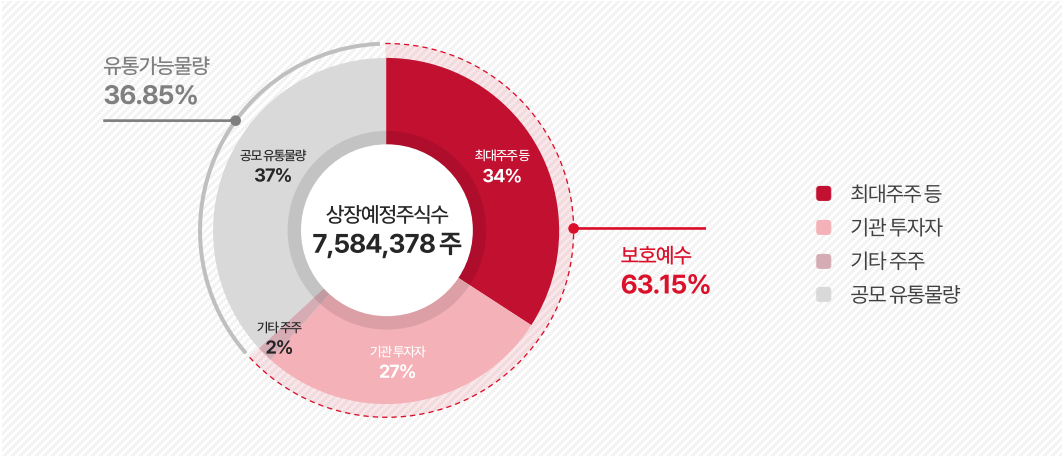
공모 개요

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	주식회사 에이피알
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

신 재 하 부사장

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

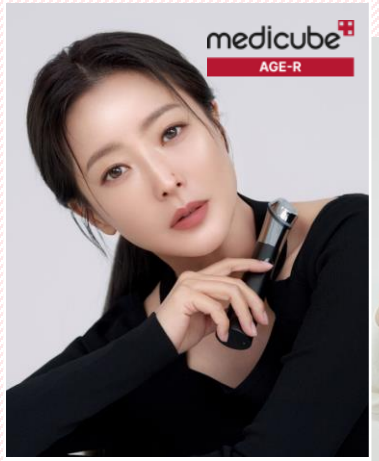
R&D 총괄

신 재 우 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)

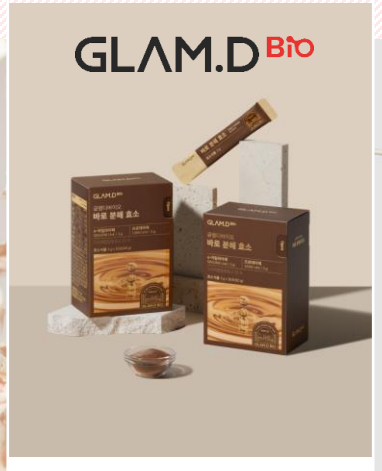
메디큐브의 화장품 라인은
전문기관의 임상시험을 거쳐 개발된
피부 고민별 맞춤 솔루션을 제공

에이프릴스킨

자연에서 찾은 재료로
고기능 저자극 솔루션을 제공하는
코스메틱 브랜드

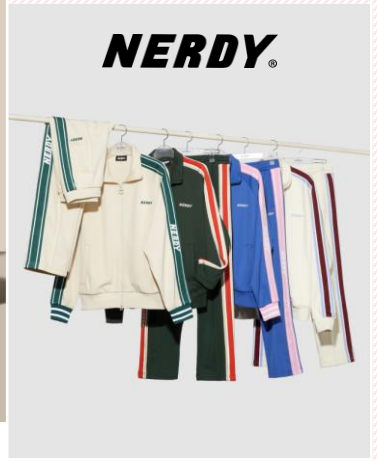
포맨트

내면의 고유한 매력을
온전히 표현해주는
라이프스타일 뷰티 브랜드



글램디바이오

건강기능식품과 모바일 PT를 통해
맞춤형 다이어트 솔루션을 제공하는
이너뷰티 브랜드



널디

사회적 잣대에 물들지 않고
자신만의 개성을 당당히 표현하는
스트릿 패션 브랜드

주) 2023년 3분기 연결 매출 기준

요약 연결재무제표

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