

IR BOOK

THE INVESTOR RELATIONS OF CLASSYS 2023
14 FEBRUARY 2024

Disclaimer



본 자료는 투자자들을 대상으로 실시되는 프레젠테이션에서의 정보 제공을 목적으로 클래시스 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

1. Key Figures	05
2. 회사 개요	06
3. 제품 포트폴리오	07
4. 지역별 매출 동향	08
5. ESG 경영	09

II. Business Highlights

1. 클래스시스만의 미용의료기기 성공공식	11
2. 누적판매대수 증가에 따른 소모품 증가	12
3. 국내 HIFU 시장 내 독보적 지위	13
4. 강력한 글로벌 입지	14
5. 모노플라 RF 볼뉴머 판매 가속화	15

III. Growth Strategy

1. EBD, 미용 시장 성장 엔진으로 부상	17
2. 글로벌 인허가 가속화	18
3. 국가 유형별 Tier-up 전략	19
4. 혁신 제품 개발 확대	20
5. B2B & B2C 마케팅 강화	21
6. 품질 및 생산 고도화	22
7. CLASSYS Expansion Plan	23

IV. Business Highlights

1. 3Q23 실적	25
2. 2024 Guidance	29
3. 분기별 실적 추이	30
4. 연간 실적 추이	32

Appendix.

Company Overview

CLASSYS

Cluederm

SKEDERM/shurink

1. Key Figures	05
2. 회사 개요	06
3. 제품 포트폴리오	07
4. 지역별 매출 동향	08
5. ESG 경영	09

1. Key Figures

매출 성장률

5Y CAGR **31%**

(2023년 1,802억원, YoY +27%)

소모품 매출 성장률

5Y CAGR **39%**

(2023년 810억원, YoY +46%
소모품 비중 45%)

EBITDA 성장률

5Y CAGR **39%**

(2023년 EBITDA 936억원, YoY +29%
EBITDA 마진율 52%)

* 5Y = 2018~2023

해외 매출 비중

65% (2023년 기준)

전 세계 70여개국 수출 /
29개 국가 허가 보유

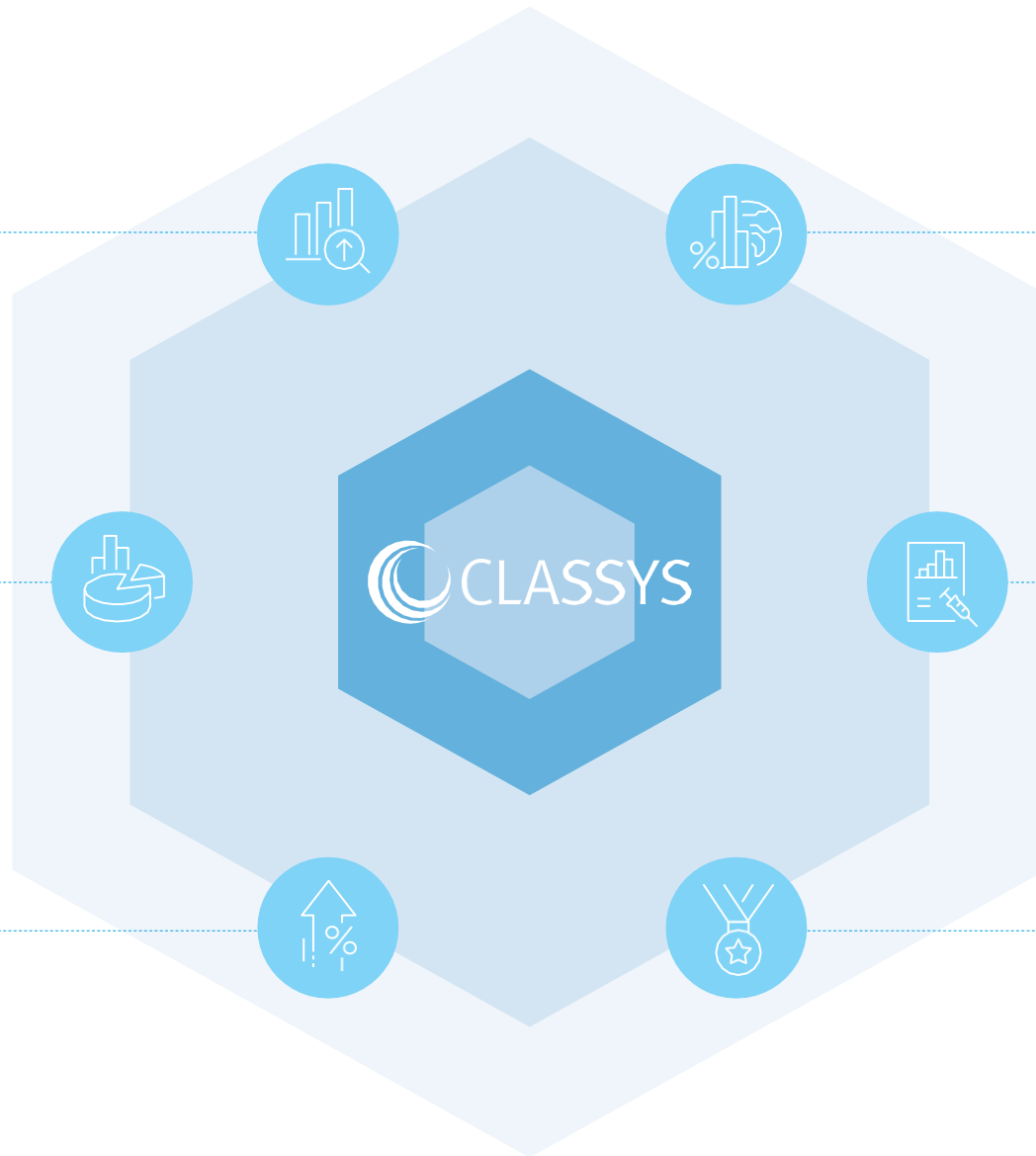
슈링크 계열 누적 판매대수 /
글로벌 연간 시술 수

15,000대 돌파
400만회 이상*

밸류에이션

시가총액 **2조원대**

코스닥 글로벌 세그먼트 기업 편입
ESG 평가 BBB (By MSCI)



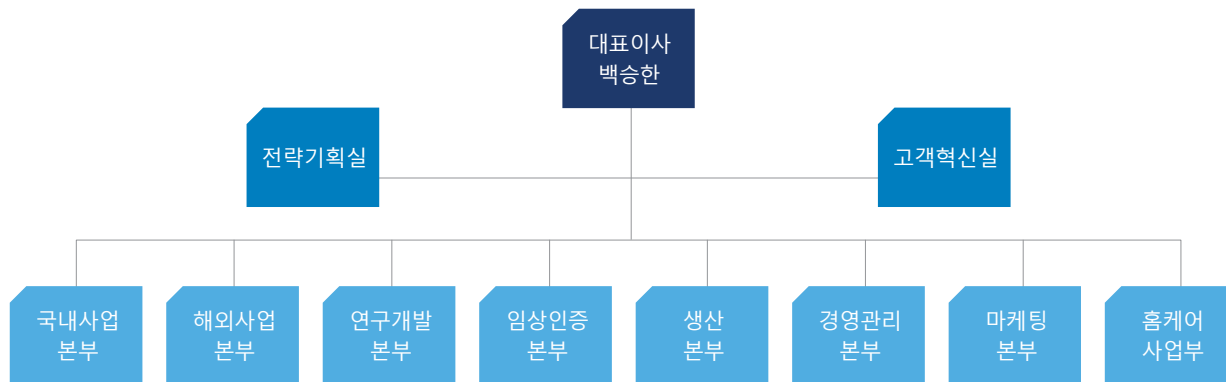
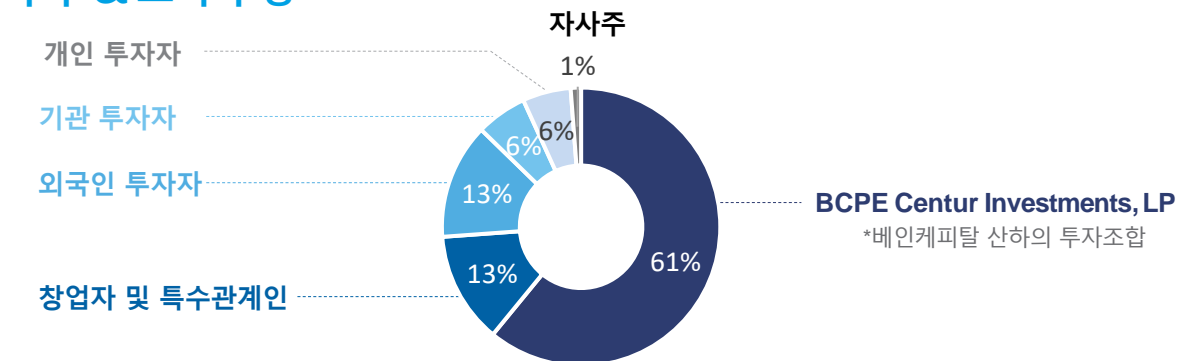
2. 회사 개요

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

회사 소개

회사명	주식회사 클래시스
대표이사	백 승 한
설립일	2007년 1월 10일
상장일	2017년 12월 28일
자본금	6,477백만원 (2023년 말 기준)
직원 수	383명 (2023년 말 기준)
사업영역	미용의료기기 제조 및 화장품 유통
브랜드	CLASSYS Cluederm SKEDERM/shurink
본사 주소	서울시 강남구 테헤란로 208, 클래시스
홈페이지/이메일	http://www.classys.co.kr / ir@classys.com

주주 & 조직 구성



* 2023년 12월 31일 기준

3. 제품 포트폴리오



Cluederm + 소모품

울핏 (Ulfit)
 눈썹 리프팅 & 얼굴, 복부, 허벅지 탄력 개선 HIFU

리핏 (Refit)
 통증 완화 RF

아쿠아퓨어 (Aquapure)
 혈액, 체액 및 여드름 등 흡인 + 의약품 등 흡수 유도

쿨포디 (Cool4D)
 통증완화, 부종경감, 피하지방층 감소 등

사이저(Scizer)
 복부 둘레 감소 HIFU

카트리지

알파(Clatuu Alpha)
 피하 지방층 감소 냉각제어 기술

젤패드

클루덤 소모품

5.0%

클루덤 장비

2.8%

기타 2.2%

클래시스 장비

49.9%

클래시스 소모품 40.0%



- SKEDERM/shurink® (Cosmetic)
- Cluederm (Aesthetic)

* 2023년 기준



슈링크 (Ultraformer III)

눈썹리프팅 & 얼굴, 복부, 허벅지 탄력 개선 및 주름 개선

카트리지

1.5mm 2.0mm 3.0mm 4.5mm 6.0mm 9.0mm



슈링크 유니버스 (Ultraformer MPT)

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

카트리지

DERMA Shurink 1.5mm I Shurink 2.0mm CELUP Shurink 3.0mm LINUP Shurink 4.5mm DERMA Booster 1.5mm CELUP Booster 3.0mm LINUP Booster 4.5mm



볼뉴머 (Volnewmer)

조직의 응고 유발 6.78MHz 모노폴라 RF

팁

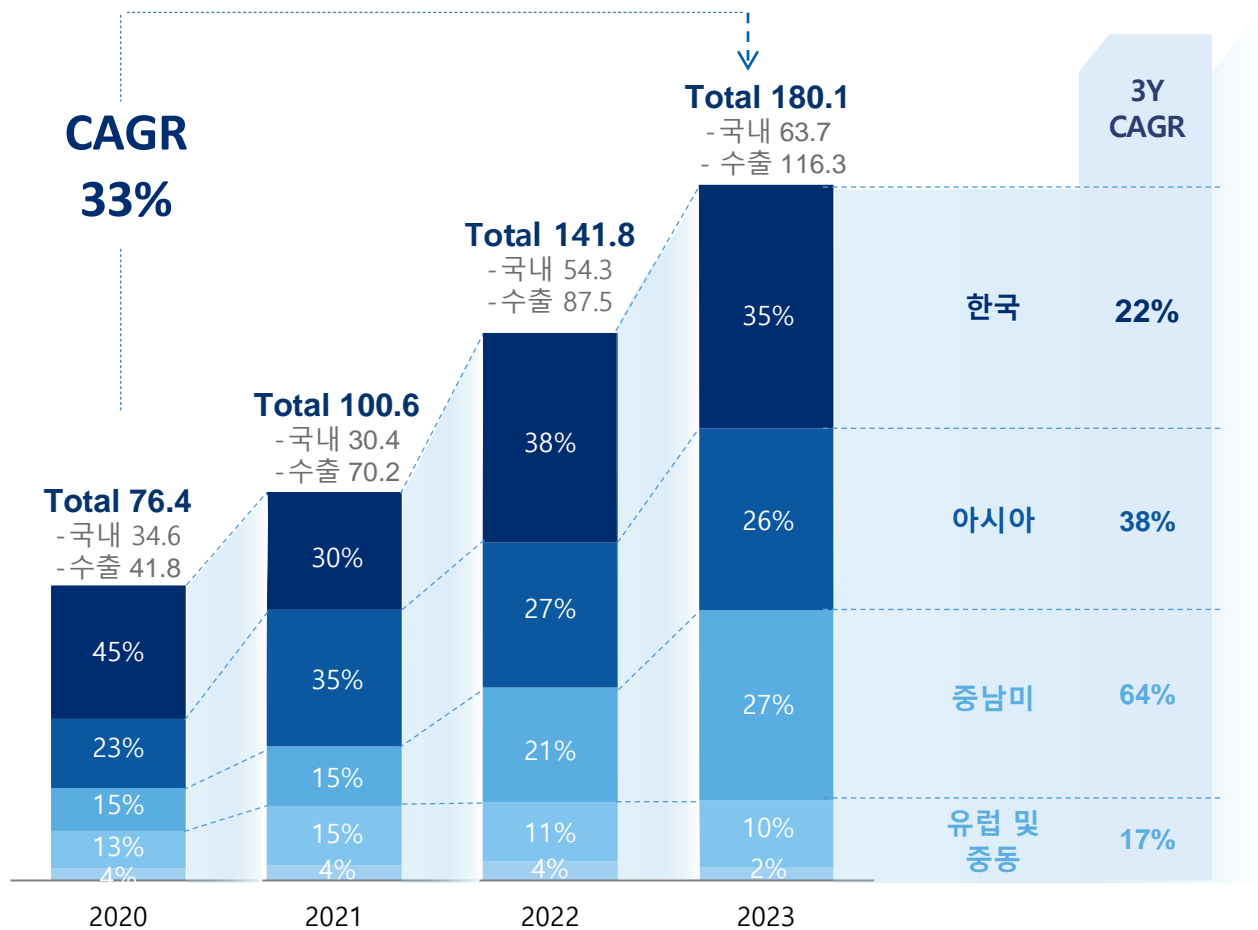
Eye Area I Tip (0.25cm²) Face F Tip (3.0cm²) Multi V Tip (4.0cm²) Body S Tip (16.0cm²)

1. HIFU: 고강도 집속 초음파, High Intensity Focused Ultrasound
 2. RF: 고주파, Radio Frequency

4. 지역별 매출 동향

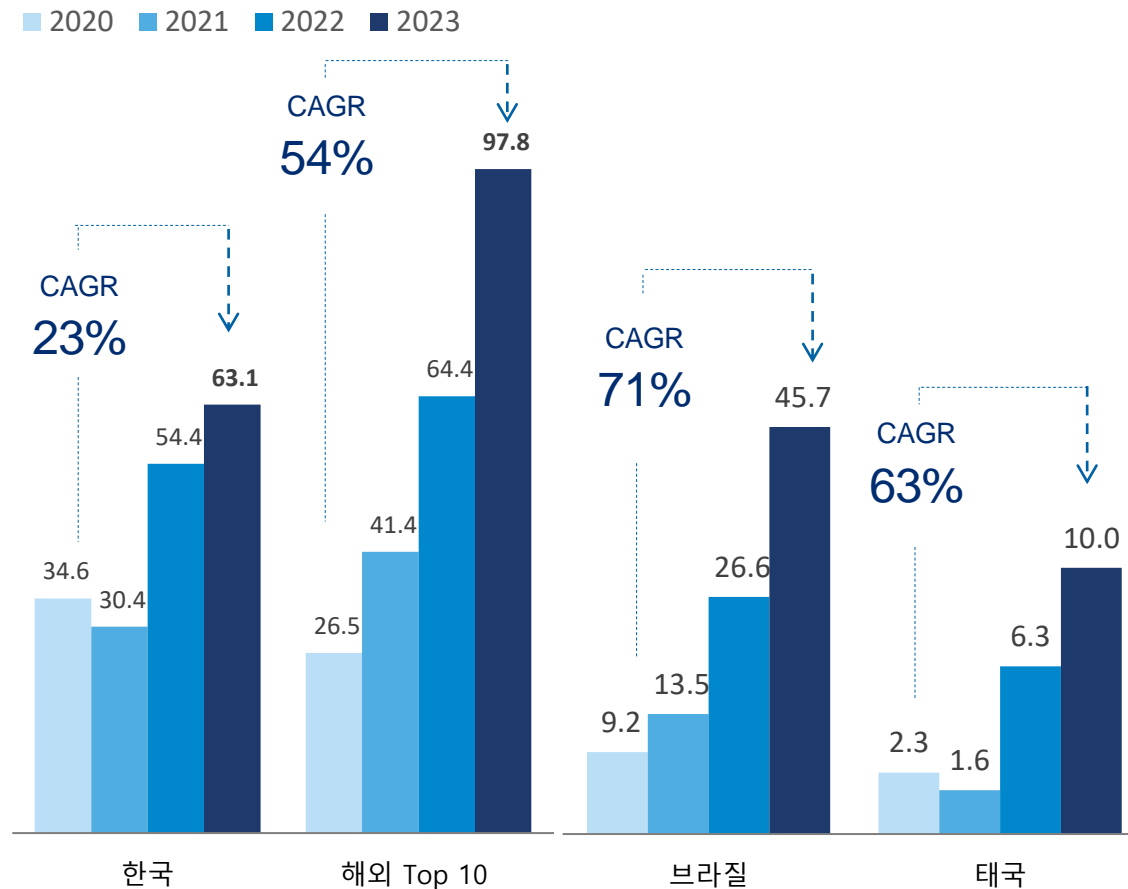
지역별 매출 비중

(단위: 십억원)



국가별 매출

(단위: 십억원)

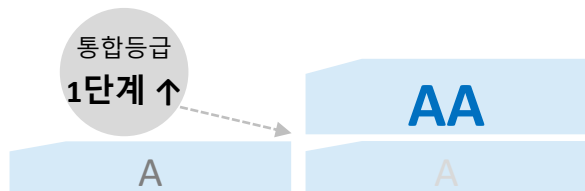
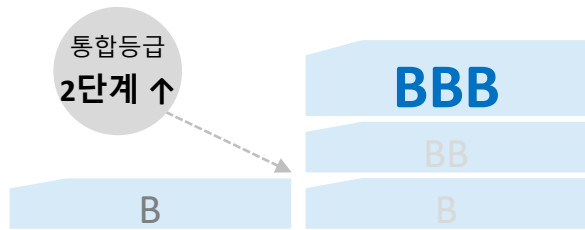


5. ESG 경영

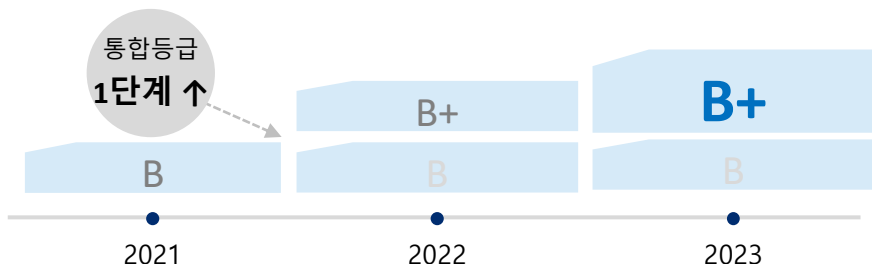
ESG 평가결과

ESG Report

클래시스 2022 지속가능경영보고서
클래시스는 지속가능한 미래를 가꾸기 위해 실천한 성과를 투명하게 보고합니다.



한국ESG기준원



ESG 전략과제



Environmental

- 온실가스 및 에너지 감축을 위한 활동
- 환경경영 이행 전담 조직 EHS팀 운영
- 환경경영 교육 및 임직원 보상과 환경성과 연계
- 제품 폐기물 감소를 위한 리퍼비쉬 프로세스 구축



Social

- 인재경영: 공정한 채용 및 합리적인 인사평가 제도 개선 및 안정화
- 인권경영: 인권교육 강화 및 임직원 고충처리 채널 활성화: Helpyou, withyou
- 정보보호: 체계적인 정보보호 인프라 구축
- 공급업체 실사 및 지원 강화



Governance

- 전문성, 독립성을 고려한 이사회 책임경영 : 보상위원회, 후보추천위원회, 사외이사협의체 신설 및 운영
- 주주친화정책 및 주주환원 정책
- 윤리준법경영 강화, 부패방지 프로그램 가동
- 내부신고제도 개선 및 채널 다각화

CLASSYS

Cluederm

SKEDERM / shurink

Business Highlights

1. 클래시스만의 미용의료기기 성공공식	11
2. 누적판매대수 증가에 따른 소모품 증가	12
3. 국내 HIFU 시장 내 독보적 지위	13
4. 강력한 글로벌 입지	14
5. 모노폴라 RF 볼뉴머 판매 가속화	15

1. 클래스시스만의 미용의료기기 성공공식

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

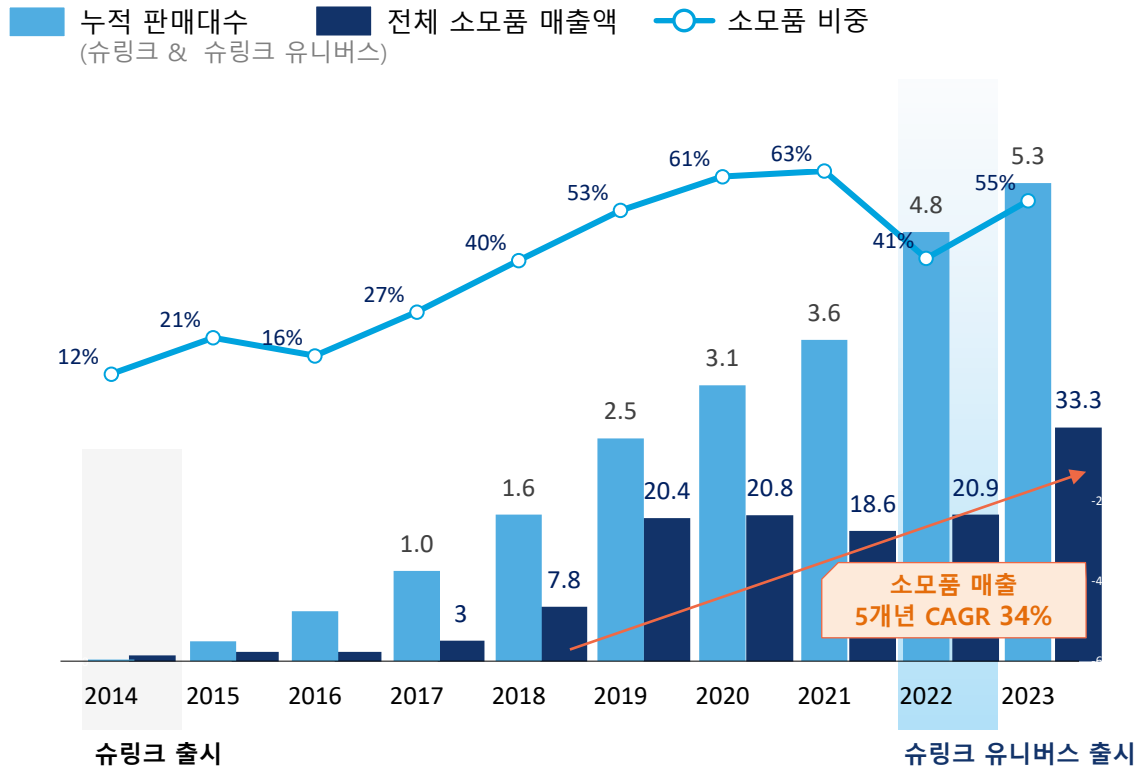


2. 누적판매대수 증가에 따른 소모품 증가

국내 슈링크 대중화에 이어 글로벌 시장으로 확장하며 성장 가속화

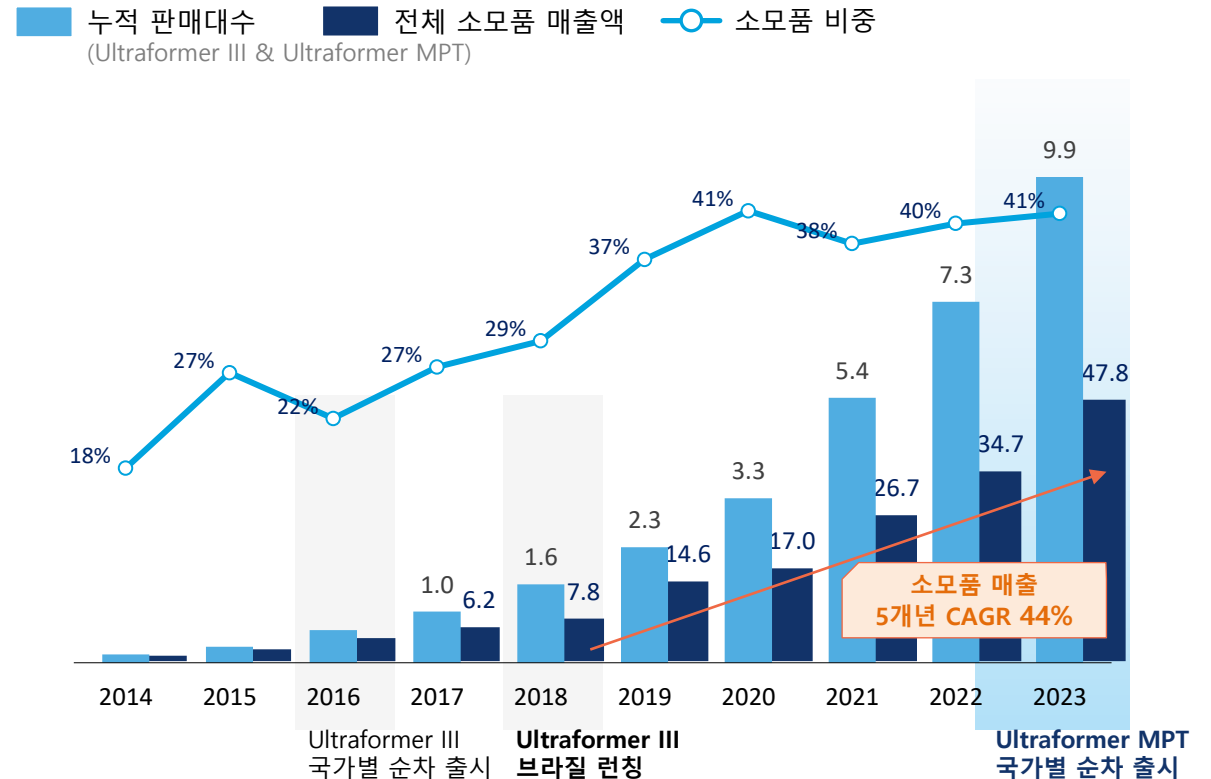
국내 장비 설치 및 소모품 비중

(단위: 천 대, 십억원, %)



해외 장비 설치 및 소모품 비중

(단위: 천 대, 십억원, %)



3. 국내 HIFU 시장 내 독보적 지위

누적 판매 대수 5,300대 이상 판매하며, 국내 HIFU 시장 독보적 1위 유지

국내 HIFU 시장 점유율 약 55%



- 슈링크 누적 판매대수 3,700대 돌파
- 슈링크 유니버스 누적 판매대수 1,600대 돌파

• 슈링크 2014년 출시, 슈링크 유니버스 2022년 출시

B2B 고객

국내 슈링크 계열 장비 보유한 +3,000여개 병의원

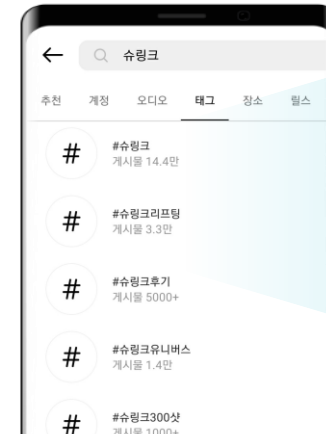
- 대형 네트워크 병원 600여곳 중 90% 슈링크 사용 중
- 시술 홍보를 위한 자발적 마케팅 콘텐츠 생산 (의사 유튜브, 블로그 등)
- 미용 의료 시술 진입 시 의사가 가장 선호하는 기기
- 피부과, 성형외과 등 미용 전문 의원 개원 시 필수 기기



B2B 고객

연간 120만회 슈링크 시술 진행

- 시술 경험자들의 자발적 시술 후기 생산량 압도적
- 미용 의료기기 브랜드 중 디지털 언급량 No.1 (SNS, 블로그, 뷰티 App 등)
- #슈링크 146K 이상 vs #외산 A장비 99K, #국산 B장비 5K #국산 C장비 6K

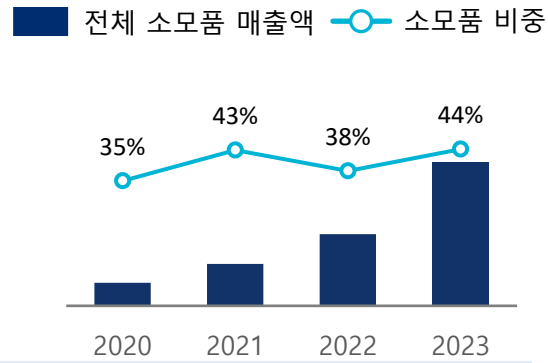
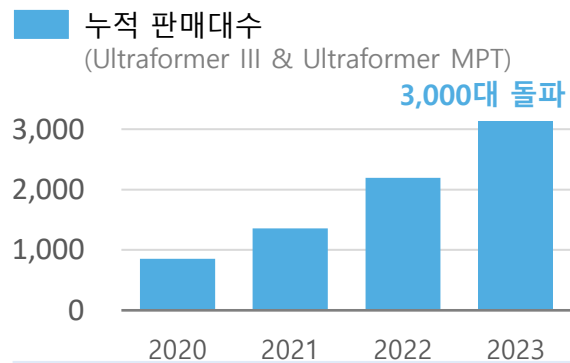


- #슈링크 게시물 14.6만
- #슈링크리프팅 게시물 3.3만
- #슈링크후기 게시물 9678

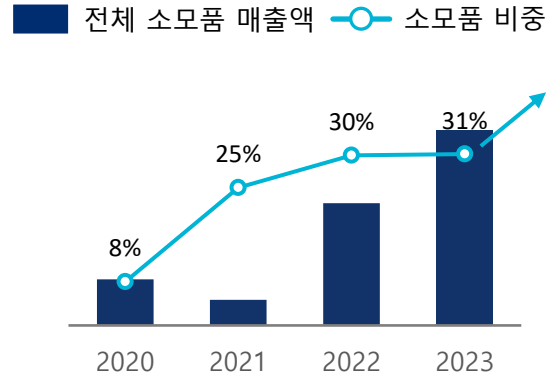
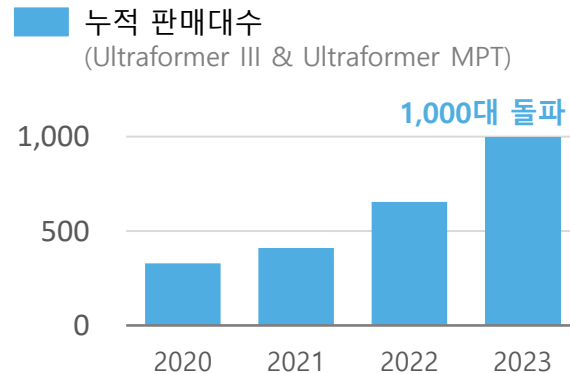
4. 강력한 글로벌 입지

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


브라질 판매 동향




태국 판매 동향



투트랙
(Two-track)
접근



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



· 슈링크 (Ultraformer III)
- 피부과 개원 및 운영 시, 가장 기본적인 시술로 포지셔닝하여 대중화

전문가/일반인
대상 마케팅

· B2B 마케팅
- 대리점에 장비 및 시술 교육과 더불어 현지 Ultraformer 전문 임상팀을 구축하여, 전문 의료진 대상으로 빠르고 정확한 대응 가능
- Evidence를 활용한 대규모 유저미팅 및 런칭 심포지움 진행

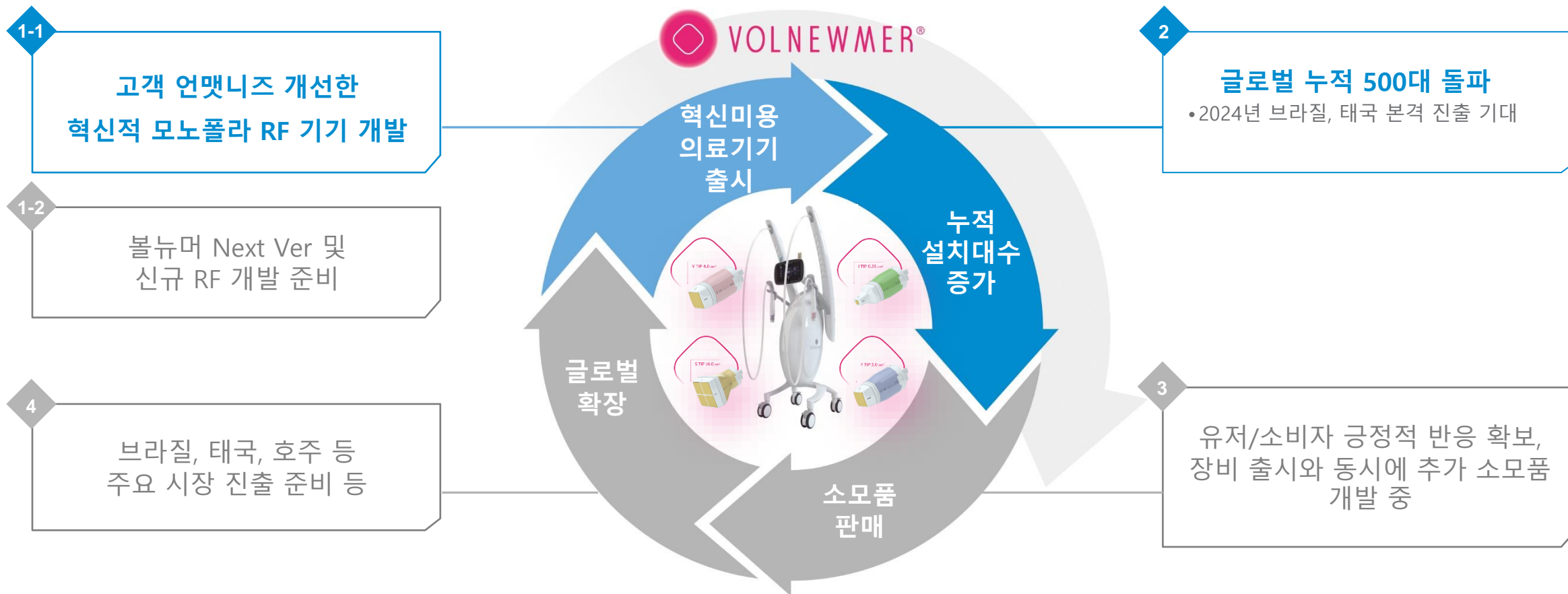
· B2C 마케팅
- 온라인 소셜미디어 플랫폼을 활용하여 CLASSYS/Ultraformer 브랜드 확대

성장 잠재력
큰 시장

· 피부과 병원 및 의사 수, 환자 수에서 국내 대비 압도적인 규모
· 주요 고객층 확대로, 연령 확산, 남성 참여 확대, 코스메틱 제품 이용률 증가 기대 가능
· 볼뉴머 출시 후 VOLFORMER(국내 볼링크) 마케팅 강화 계획

5. 모노플라 RF 볼뉴머 판매 가속화

신규 RF 기기 '볼뉴머', 혁신 제품 선순환 프로세스 진행 중



Growth Strategy

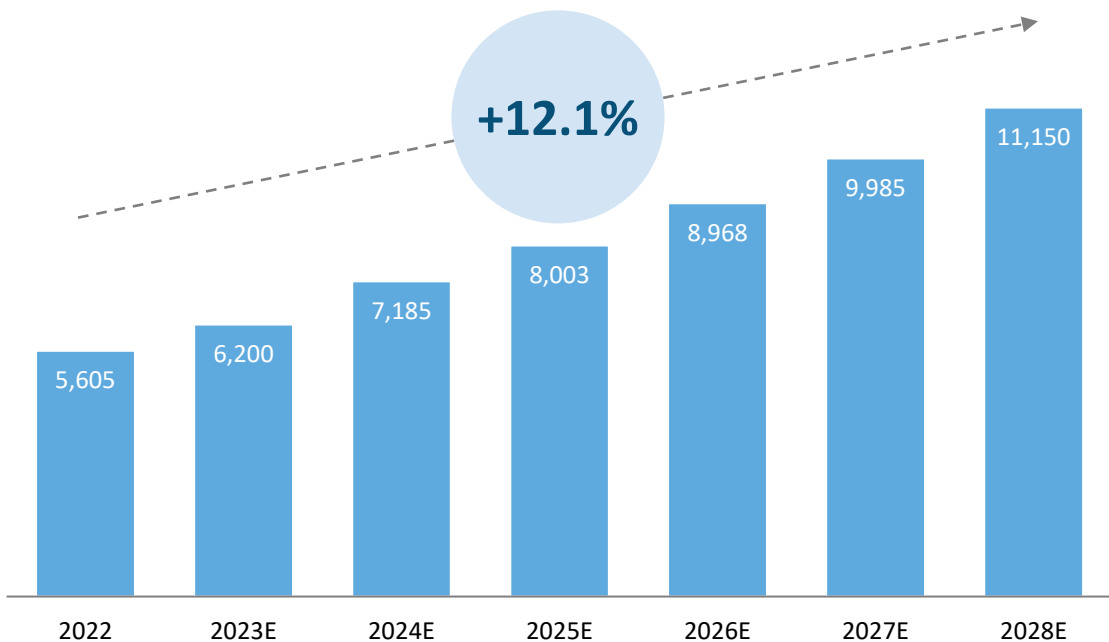
- 1. EBD, 미용 시장 성장 엔진으로 부상 ----- 17
- 2. 글로벌 인허가 가속화 ----- 18
- 3. 국가 유형별 Tier-up 전략 ----- 19
- 4. 혁신 제품 개발 확대 ----- 20
- 5. B2B & B2C 마케팅 강화 ----- 21
- 6. 품질 및 생산 고도화 ----- 22
- 7. CLASSYS Expansion Plan ----- 23

1. EBD, 미용 시장 성장 엔진으로 부상

EBD 기술 일상&보편화되며, 클래시스 제품으로 기술 트렌드 가속화

글로벌 EBD 시장 성장 전망

(단위: USD Million)

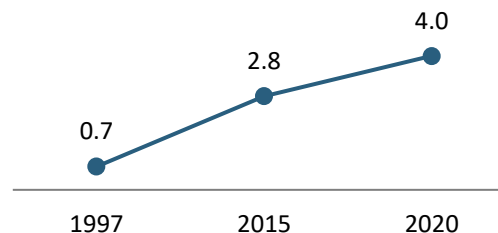


1) EBD(Energy Based Device): 외과적 수술 없이 비침습적 에너지 자극을 통해 피부재생, 탄력 등 유도하는 기기

* 출처: ASAPS, Gallup Korea, Markets and markets, Mordor Intelligence

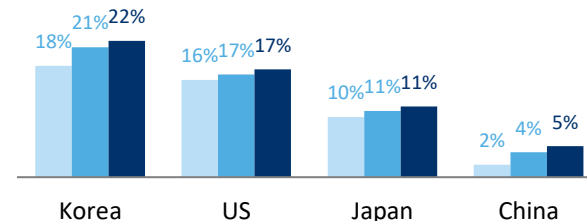
연간 미국 비침습 미용 기술 수

(단위: 백만 건)



미용의료기술 침투율

■ 2014 ■ 2019 ■ 2022



* 출처: Qianzhan Industrial Research Institute, China Baogao, Nomura research

일상화

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

보편화

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

2. 글로벌 인허가 가속화

성장 잠재력 높은 글로벌 시장 및 유럽/미국/중국 대규모 시장 진출 가시화

글로벌 확장 로드맵



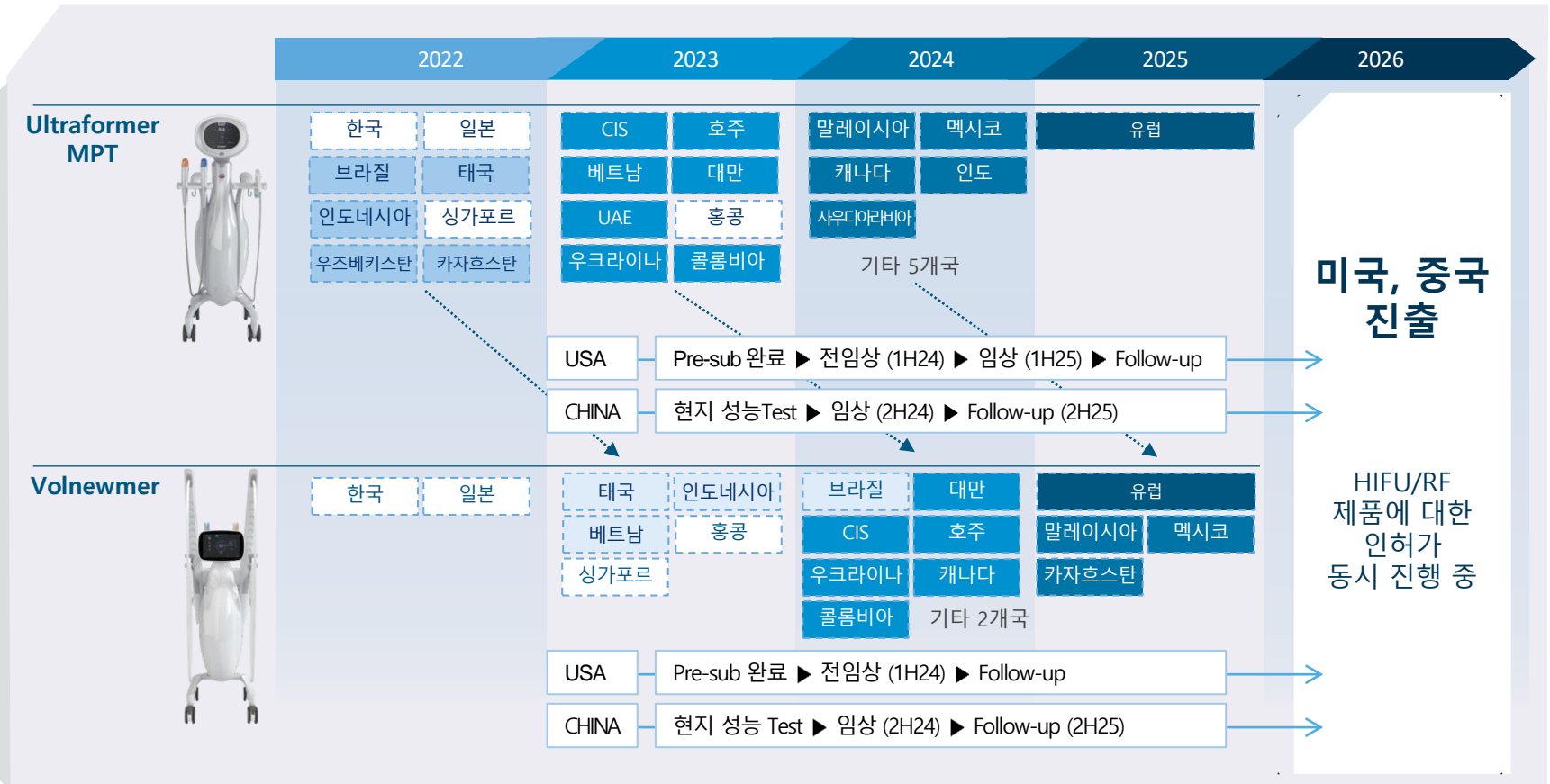
글로벌 누적 판매대수 11,000대 돌파

슈링크 (Ultraformer III)

전 세계 70여개국 판매 중 (29개국 허가 보유)

매출 상위 Top 10 국가

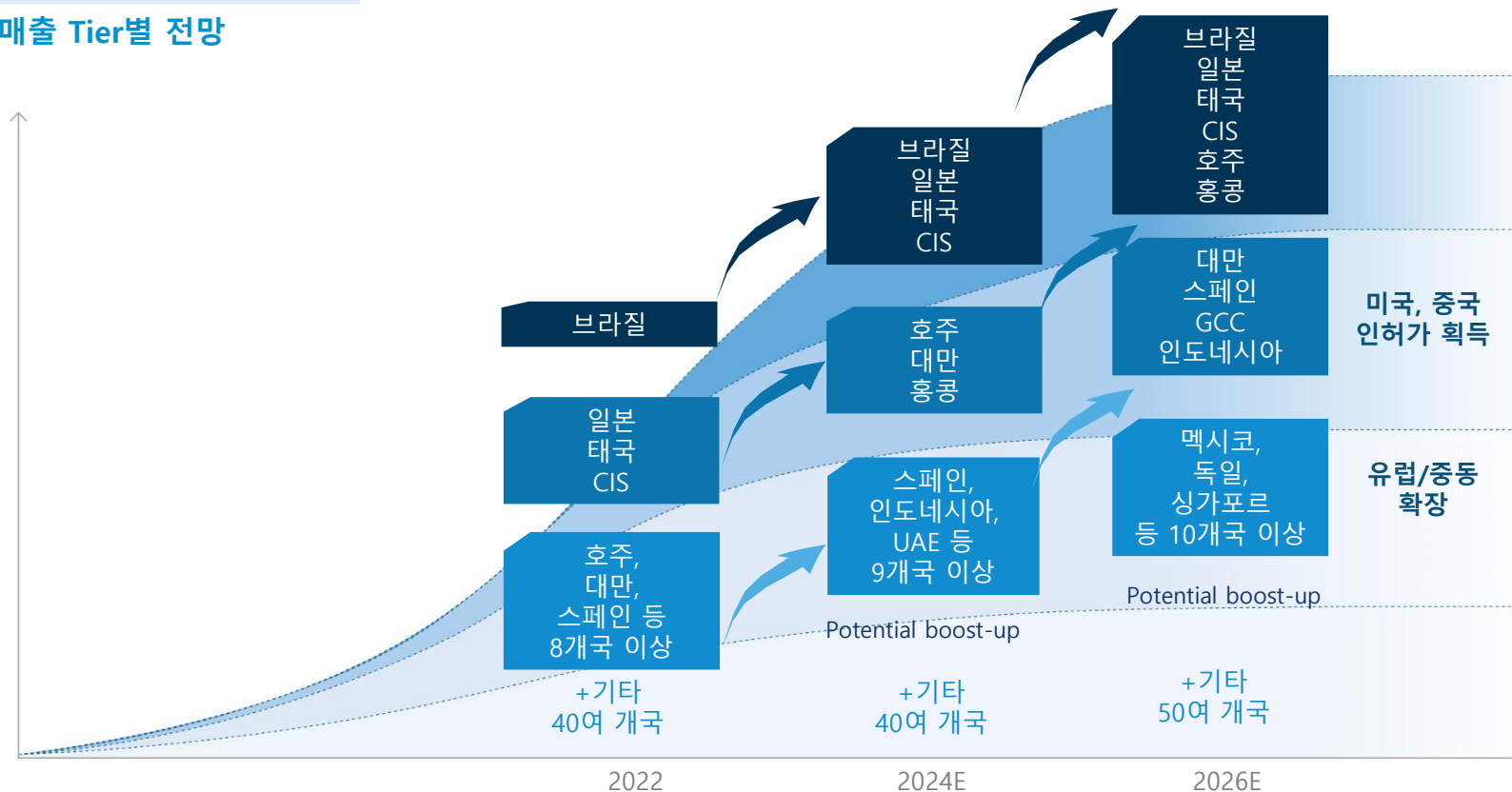
- 브라질
- 호주
- 태국
- 대만
- CIS
- 인도네시아
- 일본
- 스페인
- 홍콩
- 멕시코



3. 국가 유형별 Tier-up 전략

전세계 70여 개국 잠재 시장을 미용 의료 대중화 시장으로 견인

매출 Tier별 전망



Tier-up 전략

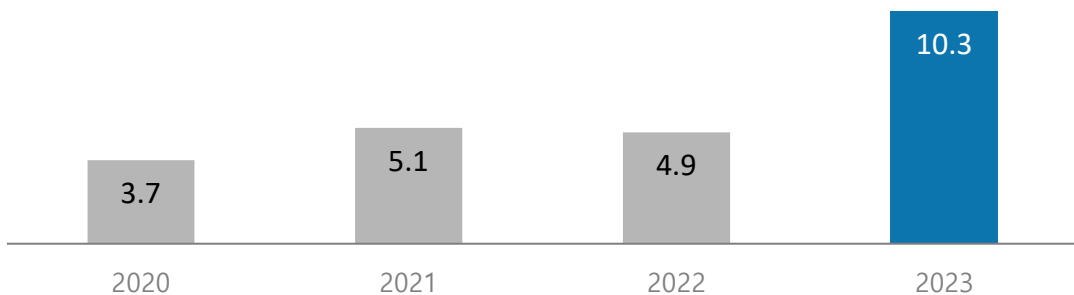
- Tier 1**
 - 연간 매출액 > 100억원 이상
 - 현지 B2B 마케팅을 통한 매출 극대화
 - Volformer 마케팅 강화
 - 브라질, 일본, 태국, CIS 등
- Tier 2**
 - 연간 매출액 > 50~100억원
 - Tier 1 성공사례 벤치마킹
 - Ultraformer MPT 트렌드 교체 및 시술 활성화
 - 전략적 우선순위 지역 중심 볼뉴머 런칭
 - 호주, 홍콩, 대만 등
- Tier 3**
 - 연간 매출액 > 10~50억원
 - Ultraformer 장비 판매 가속화를 통해 비침습미용의료시장 인지도 확대
 - Ultraformer MPT를 이용한 프리미엄 시장 공략
 - 유럽, 인도네시아, UAE 등
- Tier 4**
 - 연간 매출액 < 10억원 미만
 - 잠재력이 높은 국가 Boost-Up

4. 혁신 제품 개발 확대

차별화된 R&D 조직 역량 기반, 고객의 Unmet 니즈 반영한 제품 개발

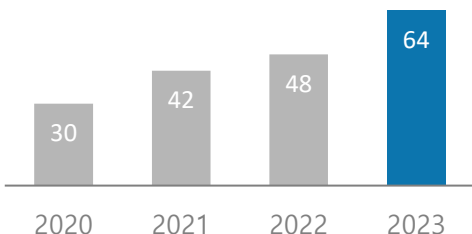
연구개발 비용

(단위: 십억원)



연구개발 인력 수

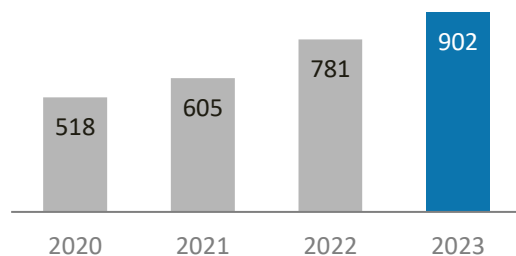
(단위: 명)



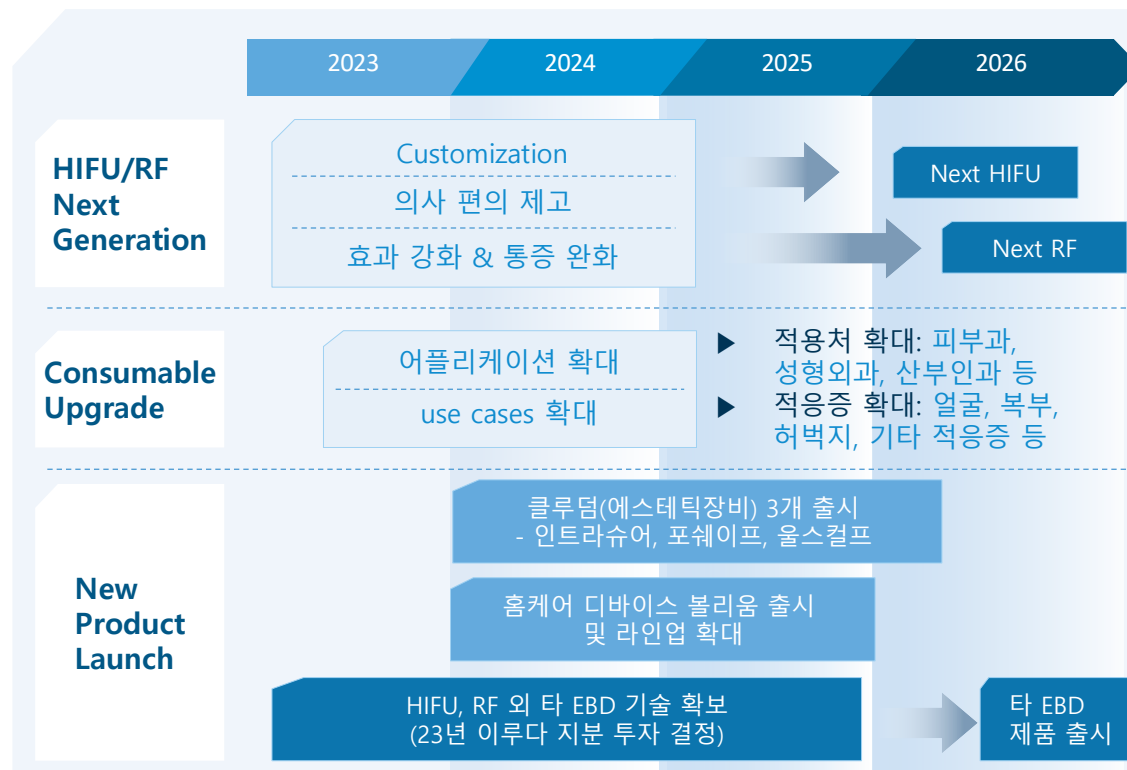
관리직 중 연구개발본부 인원 34% (2023년 말 기준)

IP(지식재산권) 등록 수

(단위: 건)



EBD 기술 전 영역을 아우르는 세분화된 기술개발 로드맵 관리



5. B2B & B2C 마케팅 강화

HIFU와 RF의 시술 증대를 위해 전문가와 대중이 함께하는 마케팅 선순환 구조 형성

B2B 마케팅 국내외 지역별 Face-to-Face 접점 다양화

클래시스 앰버서더



국내외 클래시스 앰버서더(키닥터)
30명 이상

Scientific Evidence



Ultraformer MPT, Volnewmer
SCI(E)급 포함 10여 편 이상

클래시스 아카데미 및 유저미팅



글로벌 지역
+10개국 이상, 30회 이상

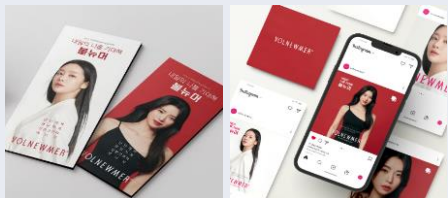
국내외 학회/세미나



학회 참가 및 키닥터 강연
~20회 이상

B2C 마케팅 강력한 인기 셀레브리티 활용한 브랜드 노출 극대화

파워풀한 셀레브리티 모델 기용



볼뉴머 모델 배우 임지연, 차주영



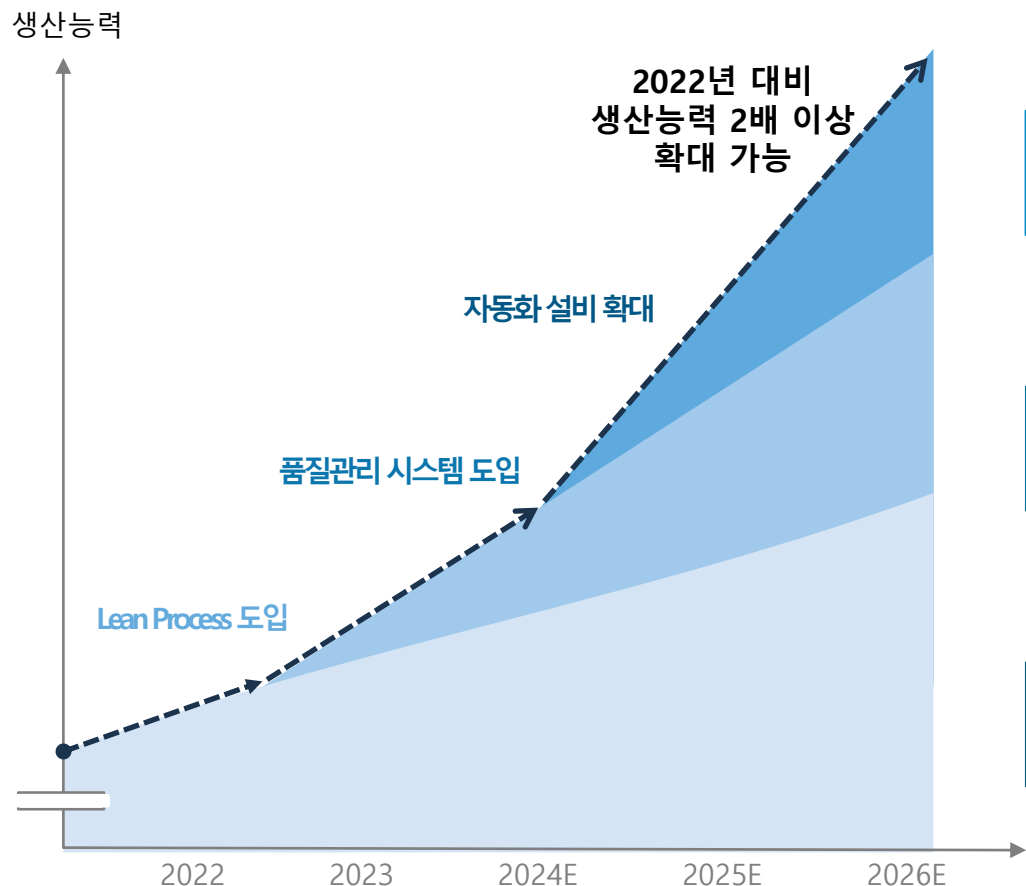
슈링크 모델 배우 고민시

360도 채널 노출 강화



6. 품질 및 생산 고도화

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



- 판매 및 운영 계획(S&OP) 회의체 운영을 통한 수요예측 기반 생산 프로세스 정립
- 판매 예측 정확도 향상을 통해 적시 납기 및 불용재고 최소화
- 적정재고 기준 확립으로 과잉재고 최소화 및 시장 수요 대응력 강화



- 린(Lean) 생산 시스템 및 연속 흐름 공정 구축
- 눈으로 보는 목표 관리를 통한 생산성 개선
- 자동화 설비를 통한 노동집약적 공정개선 (효율성 상향)



- 품질관리시스템(QMS) 개선을 통한 글로벌 품질 경쟁력 확보
- P-FMEA 도입으로 제조 공정 불량률 개선 및 품질 이슈 최소화
- Corrective Action/Preventive Action 활동을 통한 품질 부적합 개선

• S&OP: Sales and Operations Plan, P-FMEA: Process-Failure Mode Effect Analysis

7. CLASSYS Expansion Plan

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





Cluederm

SKEDERM / shurink

Financial Results

1. 4Q23 실적	25
2. 2024 Guidance	29
3. 분기별 실적 추이	30
4. 연간 실적 추이	32

1. 4Q23- 요약 손익

(단위: 십억원)

	3Q23	4Q23	QoQ	4Q22	YoY
매출	48.2	47.0	-2.6%	40.5	16.2%
매출원가	11.2	10.1	-10.1%	9.2	9.3%
(%)	23.3%	21.5%	-1.8%p	22.8%	-1.4%p
매출총이익	37.0	36.9	-0.3%	31.2	18.2%
(%)	76.7%	78.5%	1.8%p	77.2%	1.4%p
판매비	12.3	15.0	21.4%	11.8	27.0%
(%)	25.6%	31.9%	6.3%p	29.2%	2.7%p
영업이익	24.7	21.9	-11.1%	19.4	12.8%
(%)	51.1%	46.6%	-4.5%p	48.0%	-1.4%p
법인세차감전 순이익	27.8	18.3	-34.1%	40.5	-54.8%
순이익	21.2	15.7	-25.9%	30.0	-47.7%
(%)	43.9%	33.4%	-10.5%p	74.2%	-40.8%p
EBITDA	25.7	23.0	-10.5%	20.4	12.6%
(%)	53.2%	48.9%	-4.3%p	50.4%	-1.5%

	2022	2023	YoY
매출	141.8	180.1	27.0%
매출원가	33.6	39.7	18.0%
(%)	23.7%	22.0%	-1.7%p
매출총이익	108.2	140.4	29.8%
(%)	76.3%	78.0%	1.7%p
판매비	39.3	50.8	29.4%
(%)	27.7%	28.2%	0.5%p
영업이익	68.9	89.6	30.1%
(%)	48.6%	49.8%	1.2%p
법인세차감전 순이익	96.8	93.8	-3.0%
순이익	75.4	74.2	-1.5%
(%)	53.2%	41.2%	-11.9%p
EBITDA	72.8	93.6	28.7%
(%)	51.3%	52.0%	0.7%p

- **매출액 470 억원**(QoQ -2.6%, YoY +16.2%)

 - 연간 판매목표 달성 및 연말 휴가 시즌으로 인해 전 분기 대비 소폭 감소하였으나 연간 매출액은 1,801억원으로 가이드스 1,700억원 대비 5.9%초과 달성
- **매출총이익률 78.5%** (QoQ +1.8%p, YoY +1.4%p)

 - 소모품 비중 3Q23 42.5% 및 4Q23 42.7%로 유사
 - 신제품 출시 후 적정 판가 유지와 동시에 효율적인 생산관리로 원가 절감
- **영업이익률 46.6%**(QoQ -4.5%p, YoY -1.4%p)

 - 광고선전비의 4Q23 정상화로 인해 분기 OPM 감소했으나 연간 OPM은 2022년 48.6% 대비 2023년 49.8%로 1.2%p 상승
 - 중장기 성장을 위한 타법인 인수 관련 수수료, 연구개발비 증가 등
- **순이익 157억원**(QoQ -25.9% YoY -47.7%,)

 - 4Q22 구사옥 매각 관련 일회성 이익 발생에 따른 역기저효과 발생
- **EBITDA 마진율 48.9%**(QoQ -4.3%p, YoY -1.5%p)

 - 연간 EBITDA 마진율은 2022년 51.3% 대비 2023년 52.0%로 0.7%p 상승

1. 4Q23- 브랜드별 매출

(단위: 십억원)

	3Q23	4Q23	QoQ	4Q22	YoY
클래시스 (의료기기)	25.8	23.8	-7.7%	21.0	13.3%
수출	17.8	16.6	-6.6%	14.7	13.0%
내수	8.0	7.2	-10.1%	6.3	14.1%
클루덤 (미용기기)	0.9	1.5	71.6%	2.0	-26.0%
수출	0.8	1.5	84.0%	2.0	-23.7%
내수	0.1	0.01	-85.9%	0.1	-87.8%
소모품 (클래시스 & 클루덤)	20.5	20.1	-2.0%	16.6	20.9%
수출	12.2	11.6	-4.3%	9.1	27.9%
내수	8.3	8.5	1.4%	7.5	12.5%
스케덤/슈링크RX (홈케어 제품)	0.6	1.3	99.2%	0.3	399.2%
수출	0.3	1.0	253.2%	0.1	1003.4%
내수	0.4	0.3	-19.4%	0.2	75.3%
임대수익	0.4	0.3	-28.4%	0.5	-43.6%
총계	48.2	47.0	-2.6%	40.5	16.2%
수출	31.0	30.7	-1.0%	25.9	18.9%
내수	17.2	16.3	-5.4%	14.6	11.4%

	2022	2023	YoY
	74.1	90.0	21.4%
	44.3	63.2	42.6%
	29.9	26.8	-10.4%
	7.8	5.1	-35.1%
	7.4	4.8	-35.3%
	0.5	0.3	-31.6%
	55.7	81.0	45.5%
	34.7	47.8	37.7%
	20.9	33.3	59.1%
	2.0	2.4	23.6%
	1.1	1.4	27.3%
	0.9	1.1	20.5%
	2.2	1.6	-26.8%
	141.8	180.1	27.0%
	87.4	117.1	33.9%
	54.4	63.1	16.0%

□ **클래시스 238억원 / 매출 비중 51%**

- 수출: 연말 대리점 시즌OFF로 인해 분기 매출은 슬로우해졌으나 연간 판매 목표 초과 달성
- 내수: 슈링크 유니버스 및 볼뉴머 분기 판매대수 100대 수준 유지

□ **클루덤 15억원 / 매출 비중 3%**

- 3분기 대비 아쿠아퓨어 등의 유럽 및 중남미향 판매 증가

□ **소모품 201억원 / 매출 비중 43%**

- 수출: Ultraformer MPT 장비 출고시 함께 지급된 무상 소모품 사용으로 분기대비 유상 주문량이 3분기 대비 소폭 감소했으나 현지 HIFU 시술량은 지속 증가 중
- 내수: 슈링크 유니버스 시술 확대에 따라 지속적인 성장

□ **스케덤/슈링크RX: 13억원 / 매출 비중 3%**

- 중국 유통망 확대로 리프팅패치 수출 증가

□ **임대수익: 3억원 / 매출 비중 1%**

1. 4Q23- 판매관리비

(단위: 십억원)

	3Q23	4Q23	QoQ	4Q22	YoY
급여	2.5	2.5	-1.3%	2.1	19.9%
(매출 대비 %)	5.3%	5.3%		5.2%	
경상연구개발비	2.2	2.6	17.0%	1.3	96.9%
(매출 대비 %)	4.6%	5.5%		3.2%	
광고선전비	1.5	2.5	73.3%	1.2	113.5%
(매출 대비 %)	3.0%	5.4%		2.9%	
지급수수료	2.0	2.7	36.7%	3.6	-24.6%
(매출 대비 %)	4.1%	5.8%		8.9%	
판매수수료	1.0	0.9	-15.6%	0.6	32.4%
(매출 대비 %)	2.1%	1.8%		1.6%	
감가상각비	0.5	0.5	5.9%	0.4	36.0%
(매출 대비 %)	1.1%	1.2%		1.0%	
복리후생비	0.3	0.5	56.7%	0.5	3.3%
(매출 대비 %)	0.7%	1.2%		1.3%	
판매보증비	0.3	0.4	25.0%	0.4	-16.6%
(매출 대비 %)	0.6%	0.8%		1.1%	
기타	2.0	2.3	17.6%	1.6	46.0%
(매출 대비 %)	4.1%	5.0%		3.9%	
총계	12.3	15.0	21.4%	11.8	27.0%
(매출 대비 %)	25.6%	31.9%		29.2%	

	2022	2023	YoY
급여	10.0	9.7	-3.5%
(매출 대비 %)	7.1%	5.4%	
경상연구개발비	4.4	9.2	107.7%
(매출 대비 %)	3.1%	5.1%	
광고선전비	5.9	9.0	52.7%
(매출 대비 %)	4.2%	5.0%	
지급수수료	6.7	7.5	12.3%
(매출 대비 %)	4.7%	4.2%	
판매수수료	3.8	3.2	-16.5%
(매출 대비 %)	2.7%	1.8%	
감가상각비	1.4	2.0	37.9%
(매출 대비 %)	1.0%	1.1%	
복리후생비	1.6	1.4	-9.9%
(매출 대비 %)	1.1%	0.8%	
판매보증비	1.2	1.0	-9.8%
(매출 대비 %)	0.8%	0.6%	
기타	4.2	7.8	83.4%
(매출 대비 %)	3.0%	4.3%	
총계	39.3	50.8	29.4%
(매출 대비 %)	27.7%	28.2%	

□ 급여 25억원 / 매출 대비 5.3%
(-1.3% QoQ, 19.9% YoY)

□ 경상연구개발비 26억원 / 매출 대비 5.5%
(+17.0% QoQ, +96.9% YoY)

- 제품 업그레이드 및 신기술 개발을 위한 인력 증대
- 적응증 확대 및 글로벌 인허가 확장을 위한 투자 증가

□ 광고선전비 25억원 / 매출 대비 5.4%
(+73.3% QoQ, +113.5% YoY)

- 국내 슈링크 유니버스 및 볼뉴머에 대한 B2C 온라인 마케팅 강화
- 해외 국가별 신제품 런칭 심포지엄 및 유저 미팅 B2B 활동 증대

□ 지급수수료 27억원 / 매출 대비 5.8%
(+36.7% QoQ, -24.6% YoY)

- 타법인 지분 인수 관련 자문 등 일회성 비용 지급 완료

□ 판매수수료 9억원 / 매출 대비 1.8%
(-15.6% QoQ, +32.4% YoY)

- 매출에 따라 연동
- 국내 장비 판매/ 홈케어 사업부 플랫폼 판매 영향

1. 4Q23- 재무상태

(단위: 십억원)

	2020	2021	2022	2023
자산				
유동자산	83.0	73.1	147.8	185.7
현금성자산	67.6	47.9	111.6	136.9
재고자산	9.9	16.5	23.4	19.4
매출채권	3.5	2.1	8.0	17.7
비유동자산	54.5	143.2	183.6	189.7
유형자산	50.1	80.7	104.2	139.0
투자부동산	1.8	58.4	74.7	41.1
자산총계	137.5	216.3	331.4	375.4
부채				
유동부채	13.4	16.8	36.2	29.2
비유동부채	0.3	35.8	65.6	62.7
부채총계	13.7	52.6	101.8	91.9
자본				
이익잉여금	93.2	133.1	204.2	271.0
자본총계	123.8	163.7	229.6	283.5
부채 + 자본	137.5	216.3	331.4	375.4

□ 유동비율 635%, 부채비율 32%

□ 유동자산 1,857억원

- 현금성자산은 영업활동 호조로 전년대비 253억원증가
- 재고자산은 매출증가에도 불구하고 Lean Process 구축 및 효율적인 생산관리 시스템으로 전년대비 40억원 감소
- 매출채권의 99%는 6개월 이내 채권으로 장비 구매 후 소모품 주문이 이어지므로 안정적으로 회수 중

□ 비유동자산 1,897억원

- 유형자산(자가 사용) 1,390억원, 투자부동산(임대 사용) 411억원
- 본사 건물 중 임대기간 만료에 따른 직접 사용 비율 증가

□ 유동부채 292억원

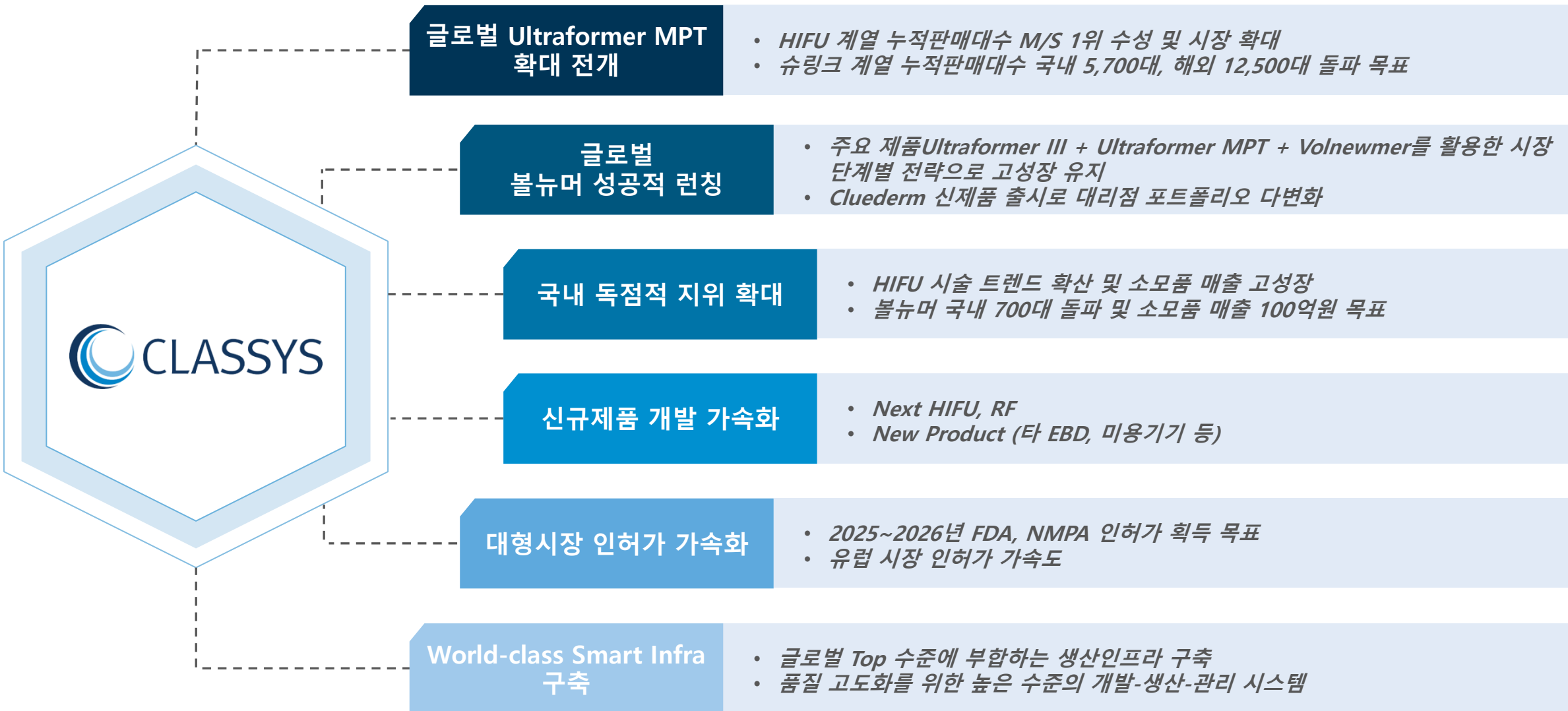
- 당기법인세부채 105억원
- 슈링크 및 슈링크 유니버스 쿠폰 사용 증가에 따라 선수금 22년 말 53억원에서 23년 말 46억원으로 감소

□ 비유동부채 627억원

- 장기차입금 620억원

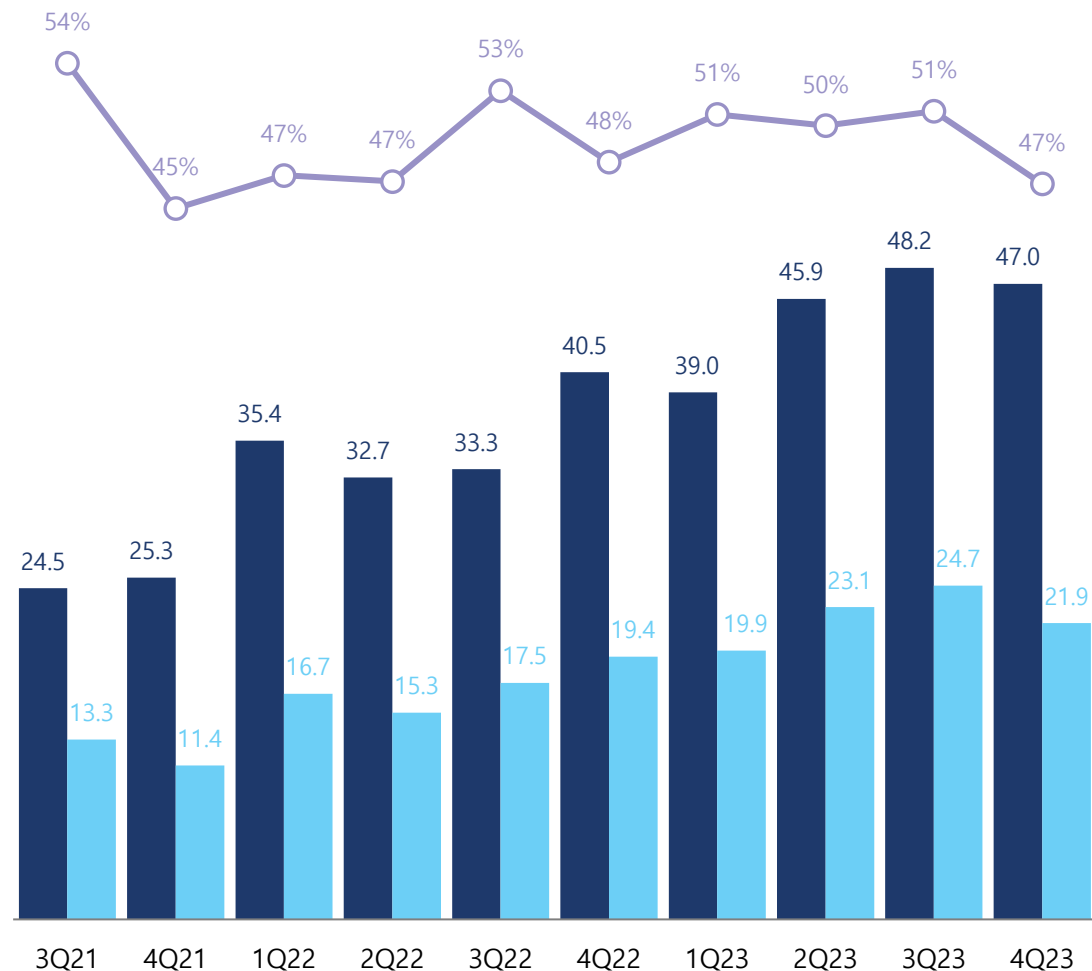
□ 자본 2,835억원

2. Outlook

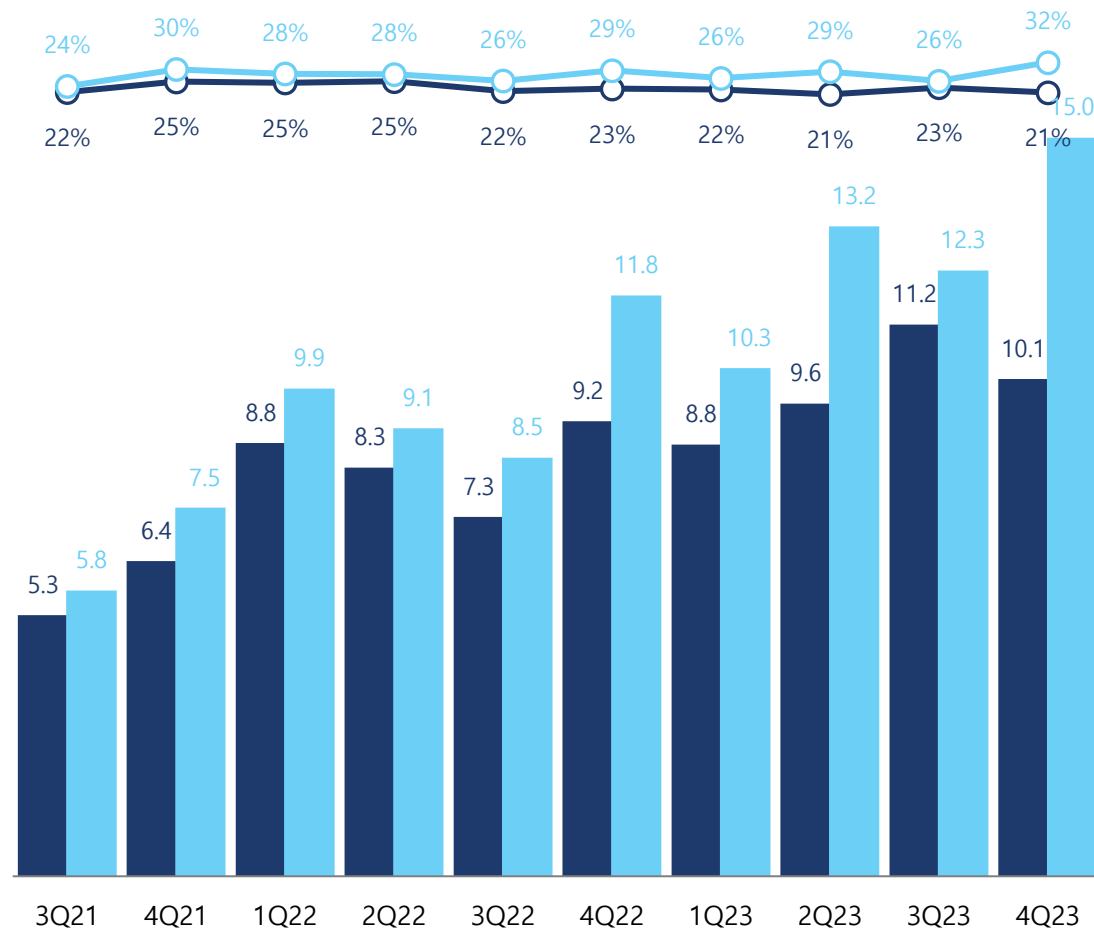


3. 분기별 실적 추이-손익

■ 매출 ■ 영업이익 ○ 영업이익률 (단위: 십억원)



■ 매출원가 ■ 판관비 ○ 매출원가율 ○ 판관비율 (단위: 십억원)

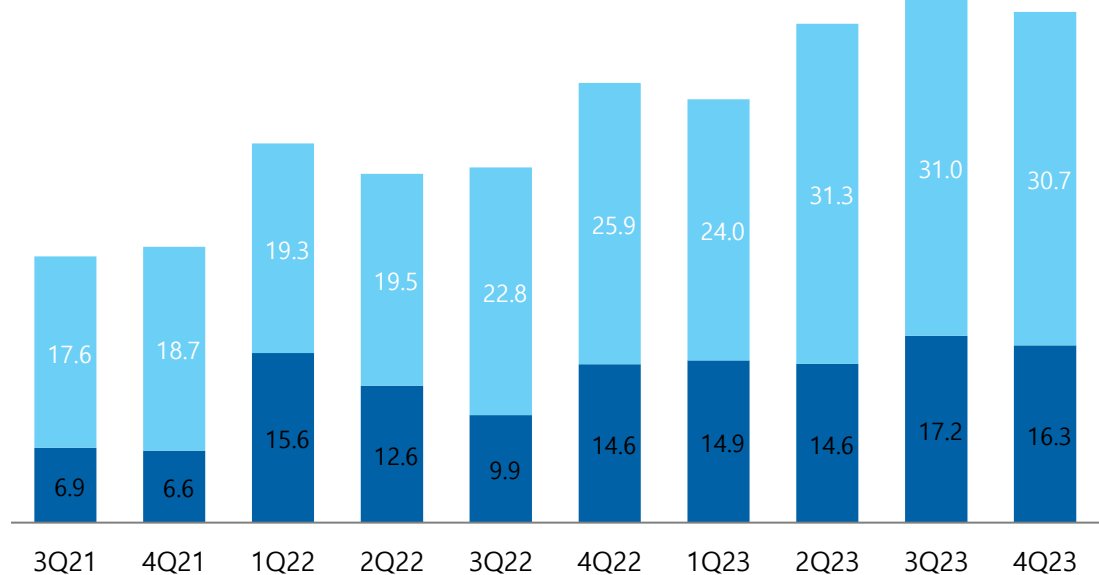
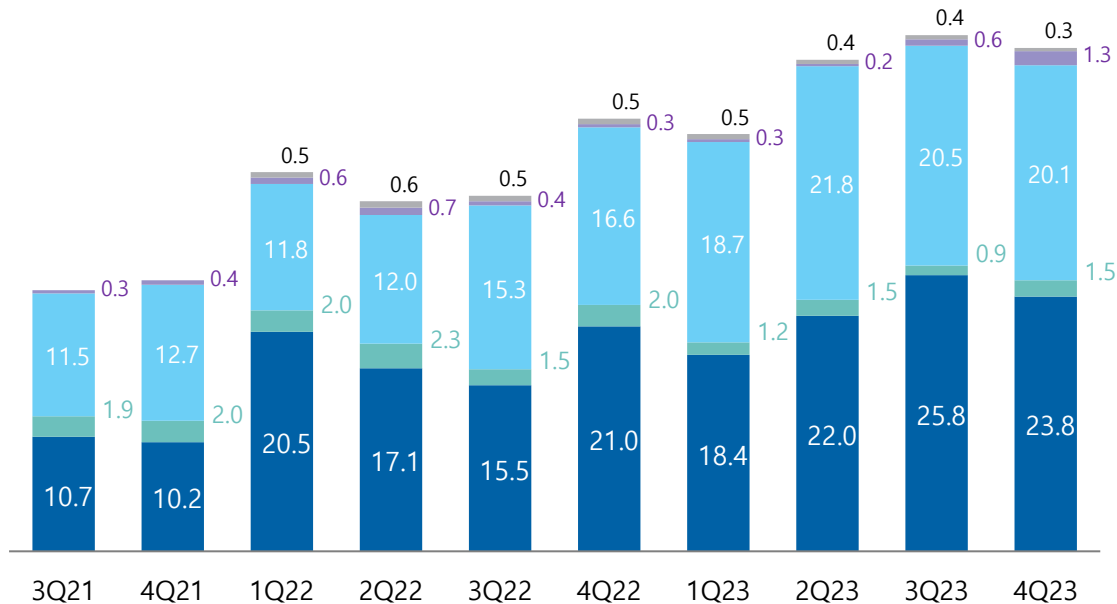
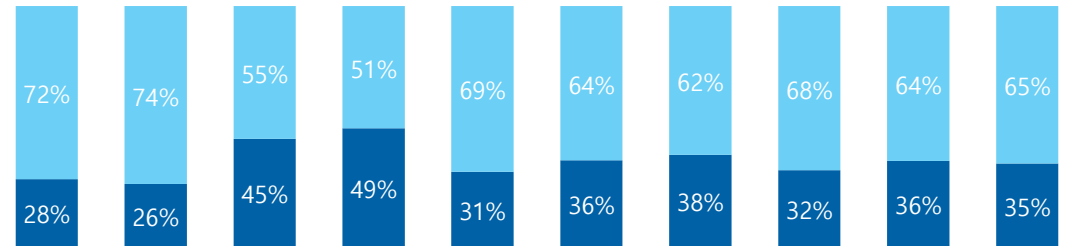
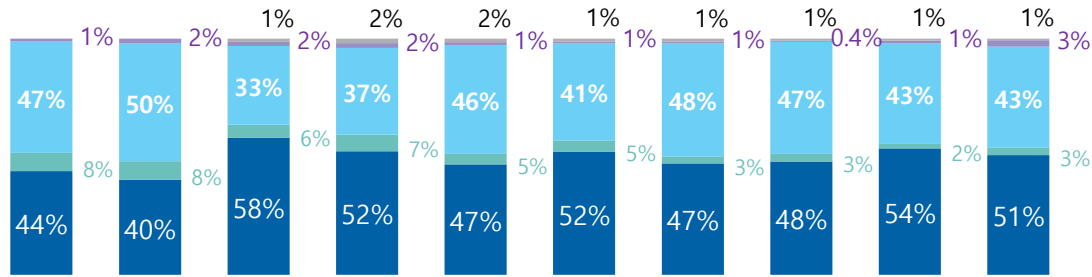


주) 연결 기준

3. 분기별 실적 추이-부문별 매출

클래시스 (클래시스) 클루덤 (클루덤) 소모품 (소모품) 스케덤/슈링크RX (스케덤/슈링크RX) 임대 (임대) (단위: 십억원)

내수 (내수) 수출 (수출) (단위: 십억원)

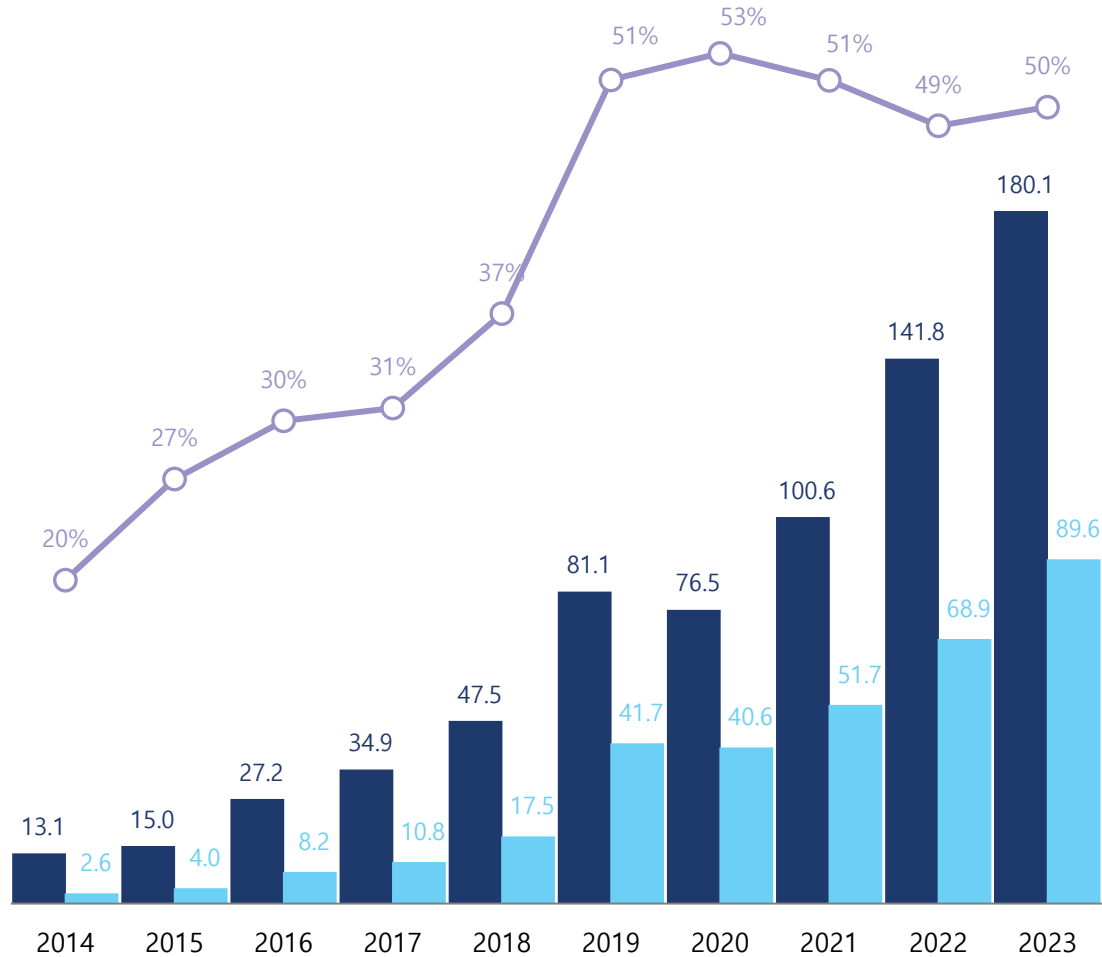


W/\$	3Q21	4Q21	1Q22	2Q22	3Q22	4Q22	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23
₩/\$	1,157	1,183	1,205	1,260	1,338	1,359	1,276	1,315	1,312	1,321

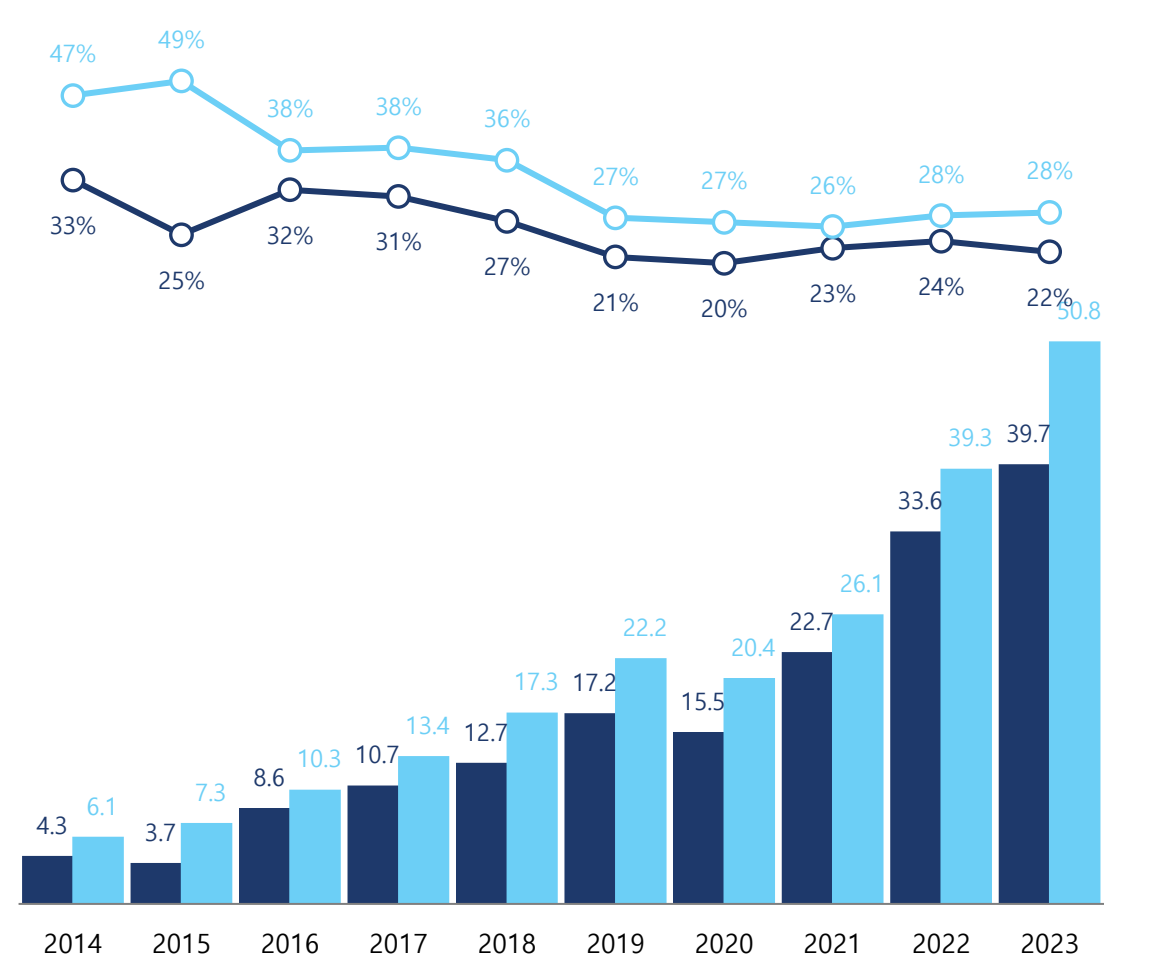
(주1) 연결 기준
(주2) 원/달러 환율은 기간 평균

4. 연간 실적 추이-손익

■ 매출 ■ 영업이익 ○ 영업이익률 (단위: 십억원)



■ 매출원가 ■ 판관비 ○ 매출원가율 ○ 판관비율 (단위: 십억원)

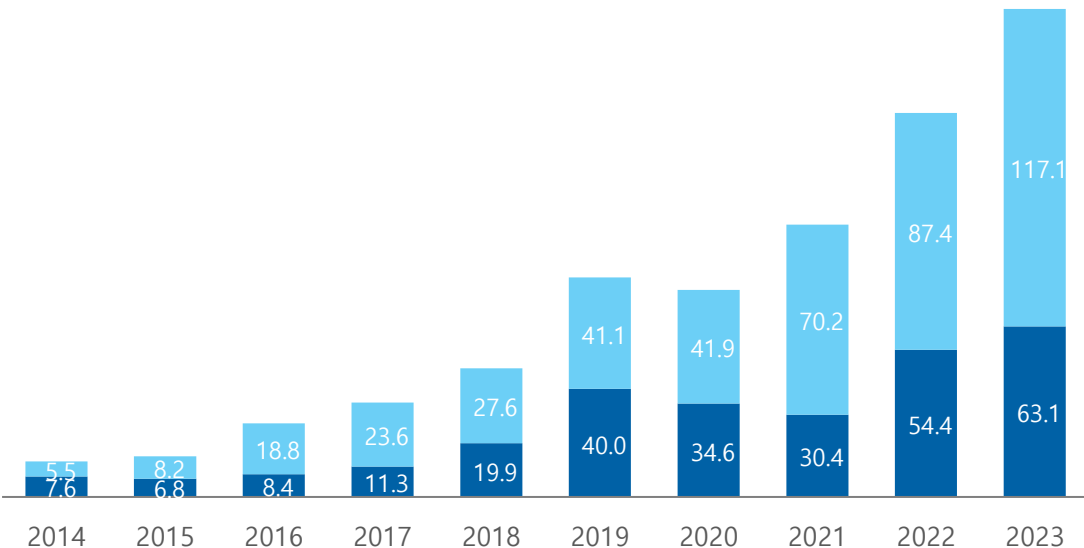
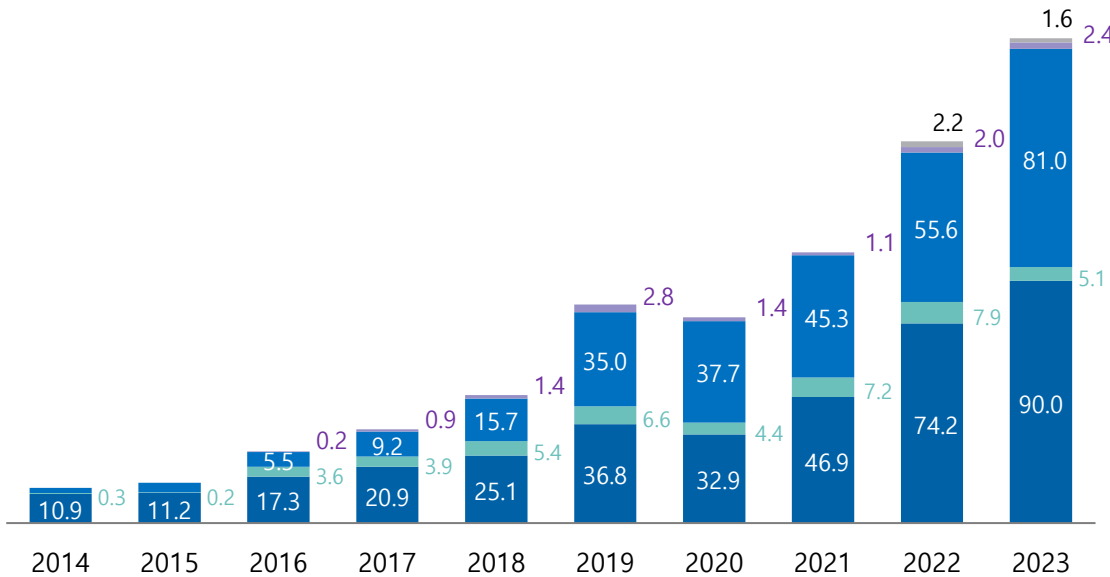
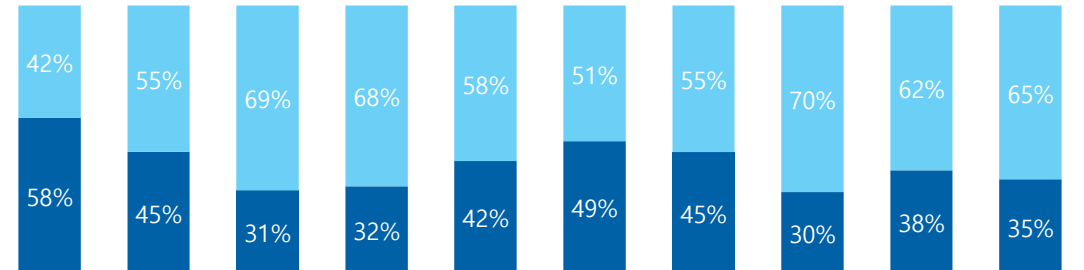
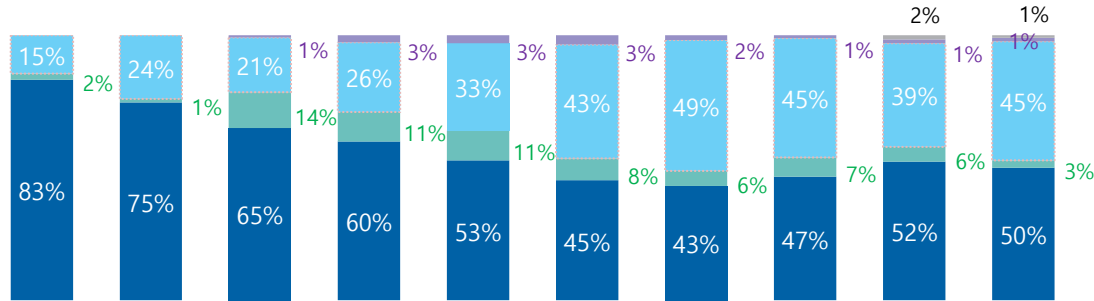


주) 연결 기준

4. 연간 실적 추이-부문별 매출

클래시스 클루덤 소모품 스케덤/슈링크RX 임대 (단위: 십억원)

내수 수출 (단위: 십억원)



W/\$	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
	1,053	1,132	1,160	1,130	1,101	1,166	1,180	1,144	1,292	1,305

(주1) 연결 기준
(주2) 원/달러 환율은 기간 평균



서울특별시 강남구 테헤란로 208,

<http://www.classys.co.kr> | +82-2-6313-2106

email:ir@classys.com