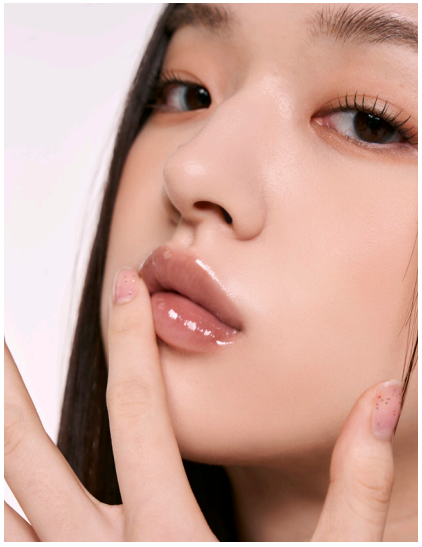
Interactive Branding Company



Disclaimer

본 자료는 투자자 여러분의 투자판단을 위한 참고자료로 작성된 것이며,
당사는 이 자료의 내용에 대하여 투자자 여러분에게 어떠한 보증을 제공하거나 책임을 부담하지 않습니다.

또한 당사는 투자자 여러분의 투자가 구체적인 사실에 기반한 결정에 의하여 이루어질 것으로 신뢰합니다.

본 자료의 재무자료는 IFRS 연결 및 IFRS 별도 기준입니다.

Contents

- 회사소개
- 1H24 상반기 전사 실적
- 판매상품 카테고리별 비중
- 국가별 판매 비중
- 1H24 비용
- 2024 브랜드 운영 계획
- 연결재무제표 요약

회사소개

- 콘텐츠, 프로덕트, 서비스가 온/오프라인에서 융합된 고객 경험을 제공하는 Interactive Branding Company

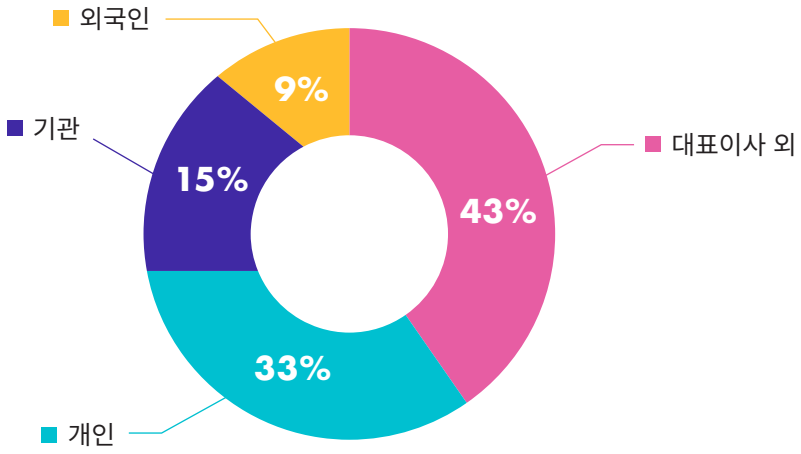
Company Profile

회사명	㈜아이패밀리에스씨 (iFamilySC Co., Ltd.)
대표이사	김태욱, 김성현 (공동 대표)
설립일	2000.02.29
자본금	86억 원
임직원수	181명
주요 사업 분야	화장품 제조 및 판매, IT기반 웨딩서비스
소재지	서울특별시 송파구 동남로 122
홈페이지	www.ifamily.co.kr

CEO Profile

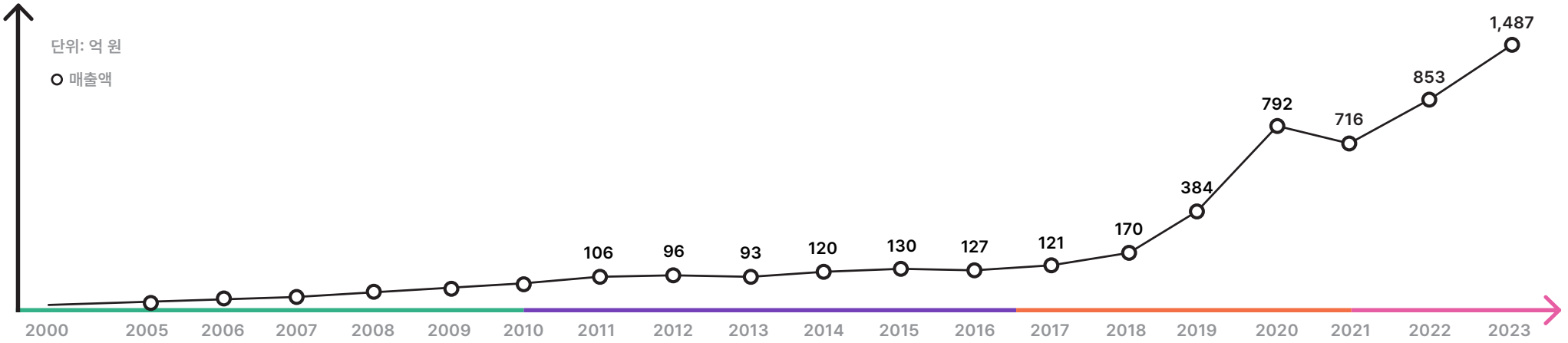
김태욱 대표이사	**김성현** 대표이사
• 인하공업전문대학교 조선공학과 졸업('91) • 가수 • 일본 아시안네트웍 최우수 아티스트 • (주)꿀단지 대표이사('01) • (주)그리고네트웍스 대표이사('11-'19) • (주)아이패밀리에스씨 대표이사('03)	• 서울대 건축학과 졸업('94) • 서울대 대학원 건설경영('01) • 대림산업(주)('93-'98) • (주)싸이디자인 대표이사('05-'18) • (주)그리고네트웍스 대표이사('11-'19) • (주)아이패밀리에스씨 대표이사('00)

주주구성



주요 연혁

- 웨딩사업을 통해 쌓아왔던 콘텐츠와 고객 경험을 바탕으로 색조 전문 코스메틱 브랜드 론칭, 뷰티 시장에서 독보적 성과 창출
- 상품+서비스+콘텐츠를 결합한 웨딩 서비스 플랫폼 기반의 표준화된 상품 품질 제공 및 안정적인 서비스로 웨딩 산업화 선도



설립기 (2000~2009)

'창업과 도전'

2000.02 ㈜아이웨딩닷넷 법인 설립
2000.05 세계 최초 사이버 웨딩 진행, 생중계 인터넷예식장 서비스 제공
2003.09 결혼 분야 고객 빌드형 홈페이지 구축 및 CRM 솔루션 개발
2006.01 결혼 준비 특화 ERP 솔루션 'WITH' 개발
2008.08 벤처기업인증

재편기 (2010~2016)

'웨딩 시장의 체계화와 산업화 선도'

2010.09 iOS 기반 웨딩 빌드 서비스 및 APP 서비스 개시
2011.12 세계 최초 IT 웨딩서비스 비즈니스 모델 특허 취득
2012.12 ㈜아이패밀리에스씨로 사명 변경
2013.11 IT 이노베이션대상, 미래창조과학부장관 표창
2016.07 '일정기반 단위의 현장 서비스 제어 기술' 특허 취득
2016.09 색조 화장품 브랜드 롬앤(rom&nd) 론칭

도약기 (2017~2020)

'뷰티 사업 진출을 통한 도약'

2017.02 퍼스널 컬러 진단 '아이컬러APP' 론칭
2017.09 구스 침구 브랜드 자리아(ZARIA) 론칭
2018.09 롬앤, 2018 대한민국브랜드대상 뷰티부문 최우수상
2019.07 특허 취득, 퍼스널컬러진단 시스템 및 방법
2020.03 '제47회 상공의날' 산업부 장관 표창
2020.12 제57회 무역의 날 '1천만불 수출의 탑' 수상
제25회 한국유통대상산업부 장관 표창
제27회 기업혁신대상 '대한상공회의소회장상'

성장기 (2021~현재)

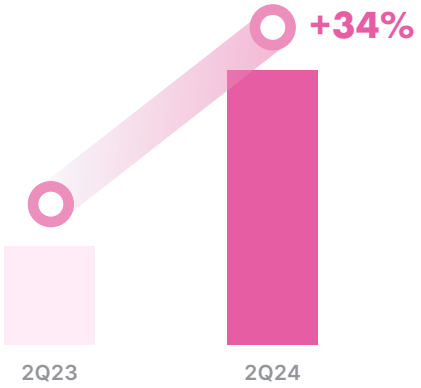
'더욱 다양한 카테고리와 글로벌 확장'

2021.10 코스닥시장 상장
2021.10 <사옥이전> 서울 송파구 동남로122 (문정동,COLLECTED 빌딩)
2022.12 '제 58회 무역의 날' 대통령표창, 산업통상자원부 장관상
롬앤, '2022 올리브영 어워즈&페스타' 립 메이크업부문 1위, 3위
2023.03 롬앤, 일본 신규 오프라인채널 '로손(Lawson) 편의점' 입점
2023.06 신규브랜드 누즈(Nuse) 론칭

2024년 2분기 실적 하이라이트 YoY

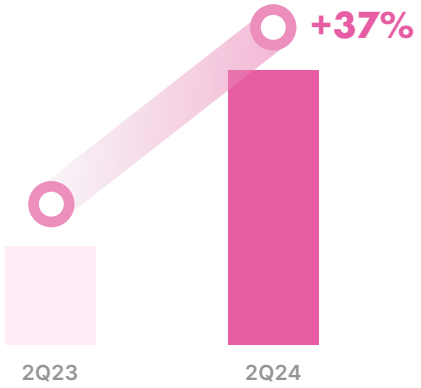
총매출

490 억원



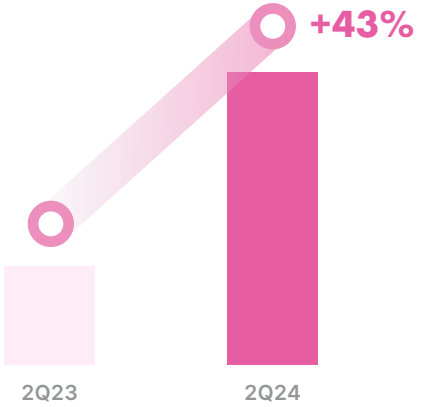
영업이익

70 억원



수출

342 억원



매출 5억 이상 국가

9개국

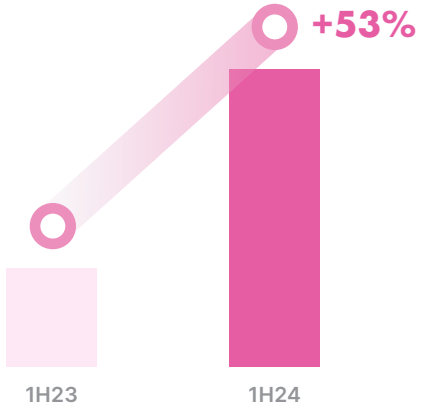
+3 yoy

(한국, 일본, 중국, 베트남, 대만, 미국)
+ CIS,오세아니아,유럽

2024년 상반기 하이라이트 YoY

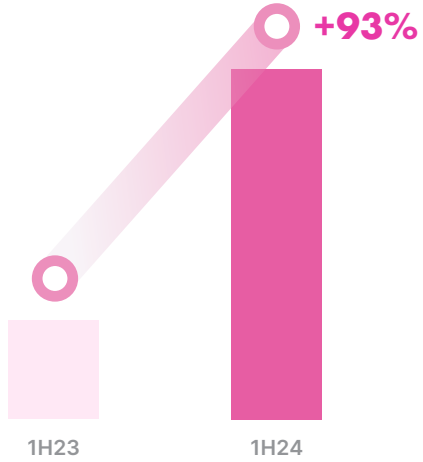
총매출

1,064 억원



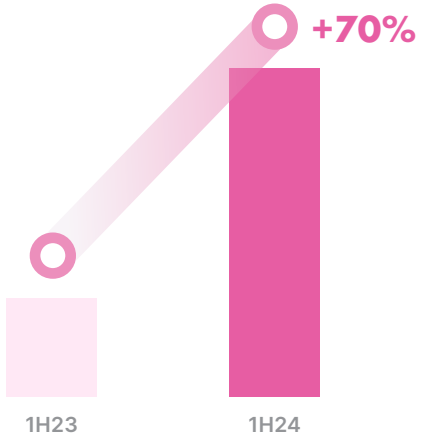
영업이익

187 억원



수출

751 억원



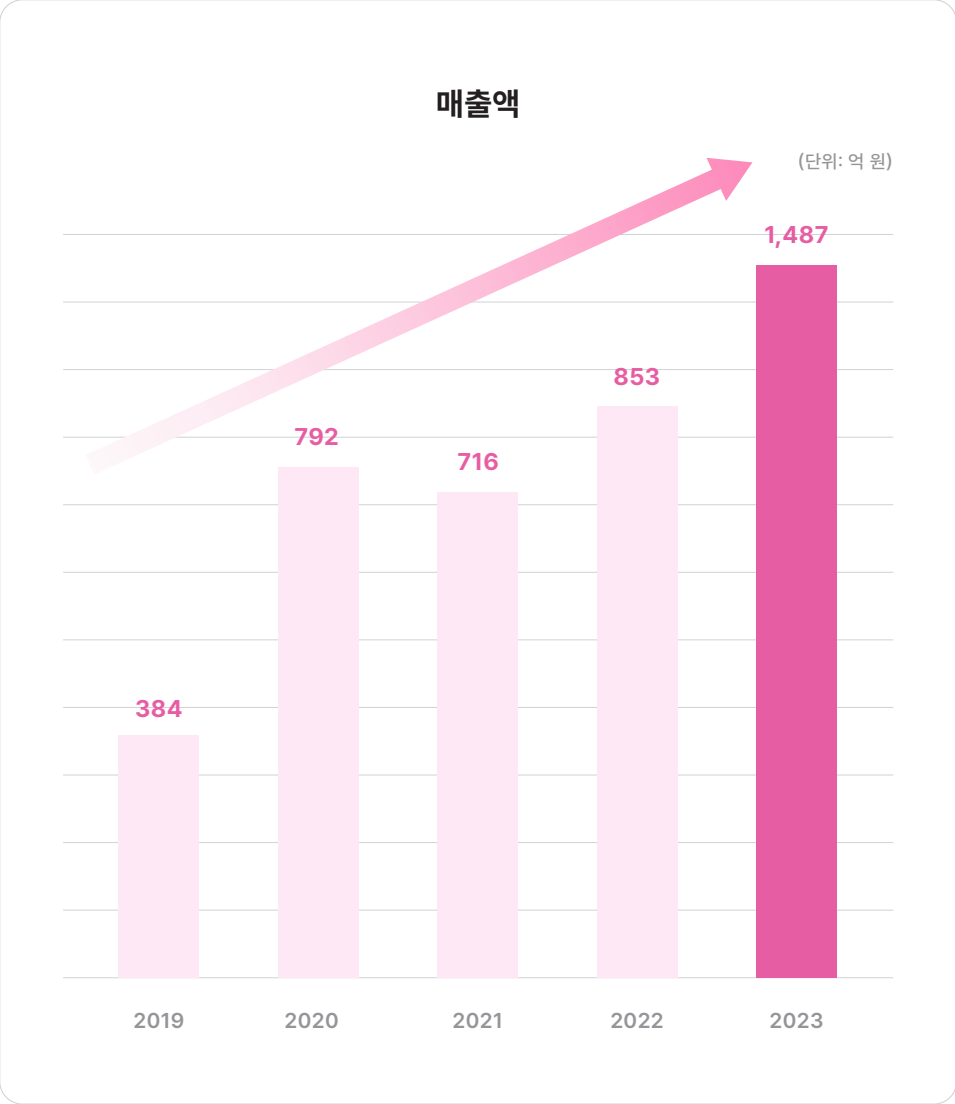
매출 20억 이상 국가

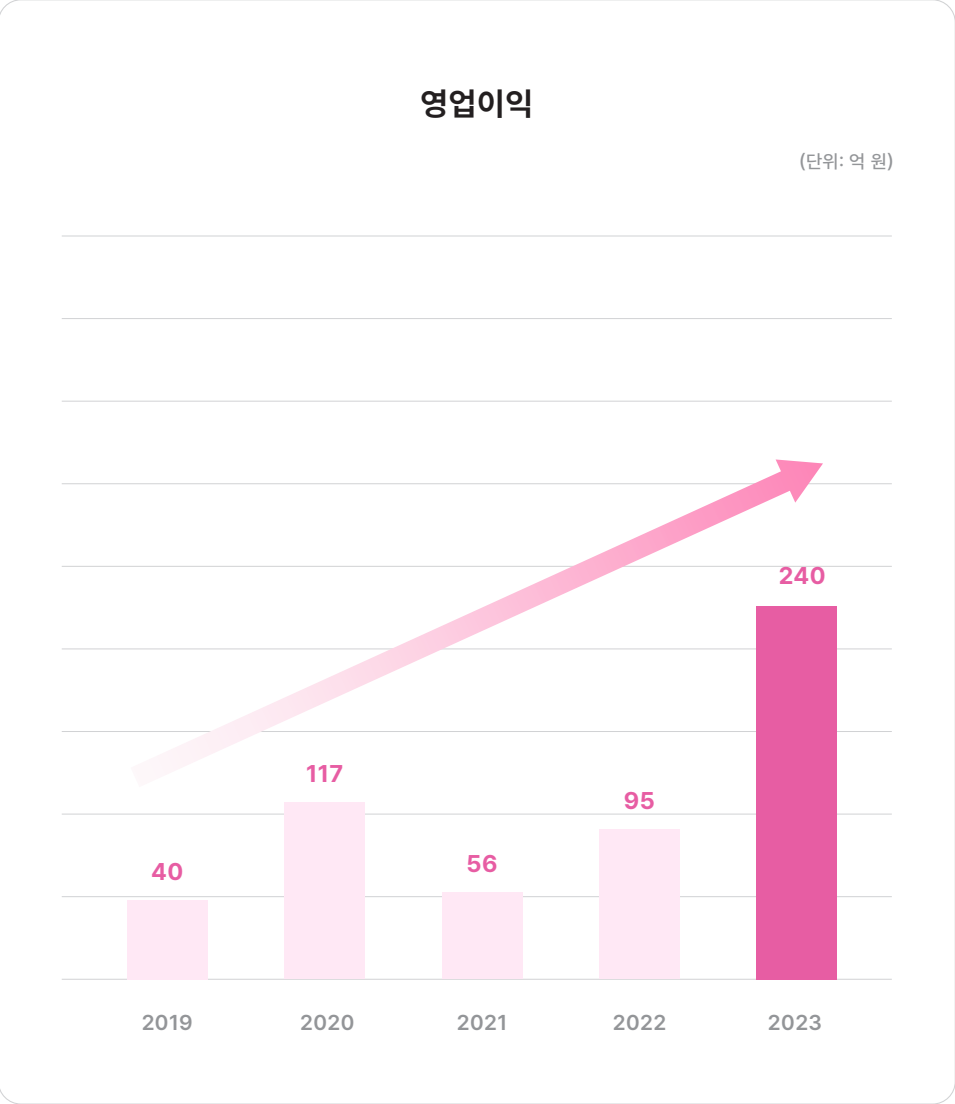
6 개국

+2 yoy

(한국, 일본, 중국, 대만)
+ 베트남, 미국

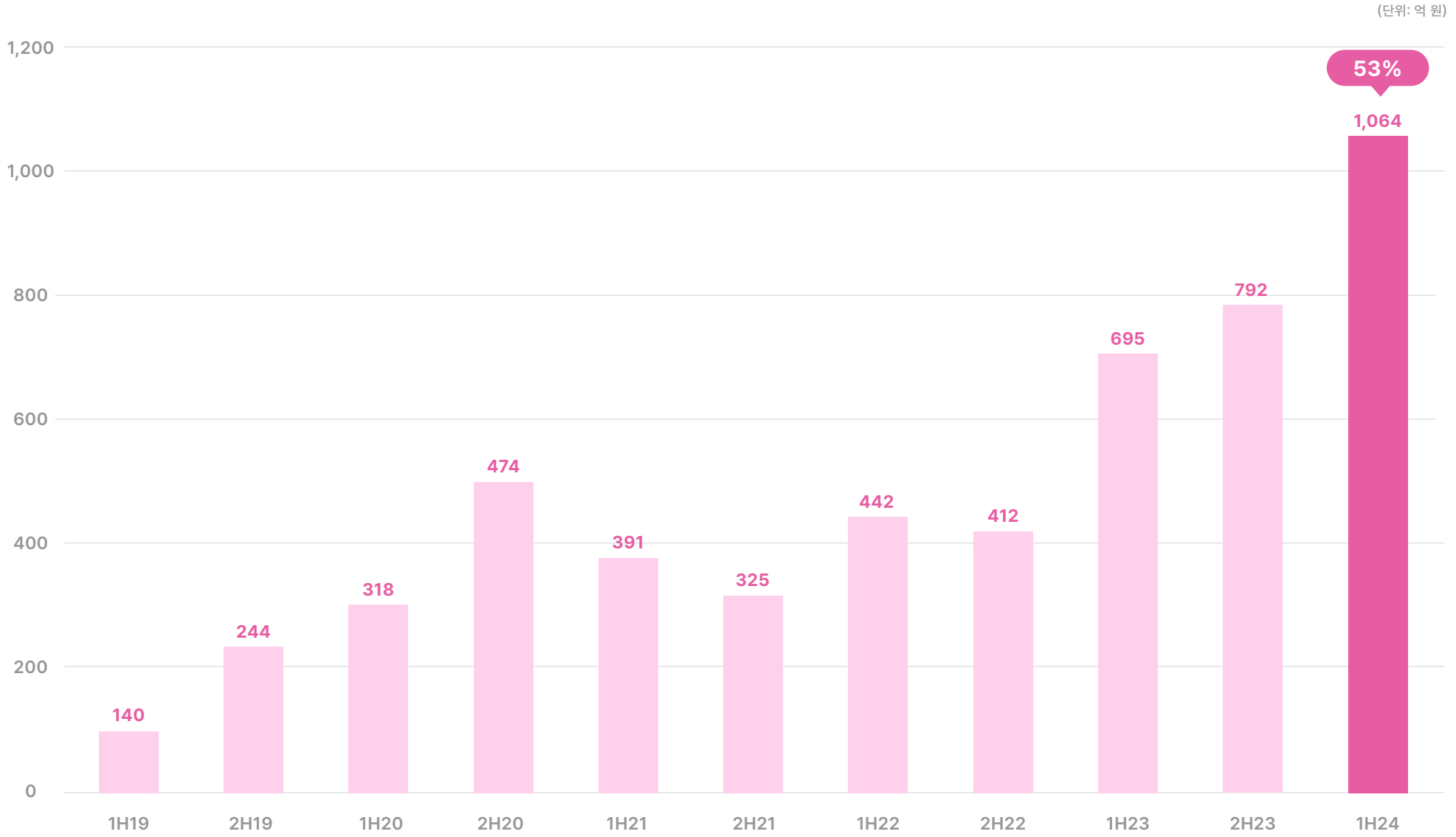
2023년 연간 매출 및 영업이익





역대 매출 추이

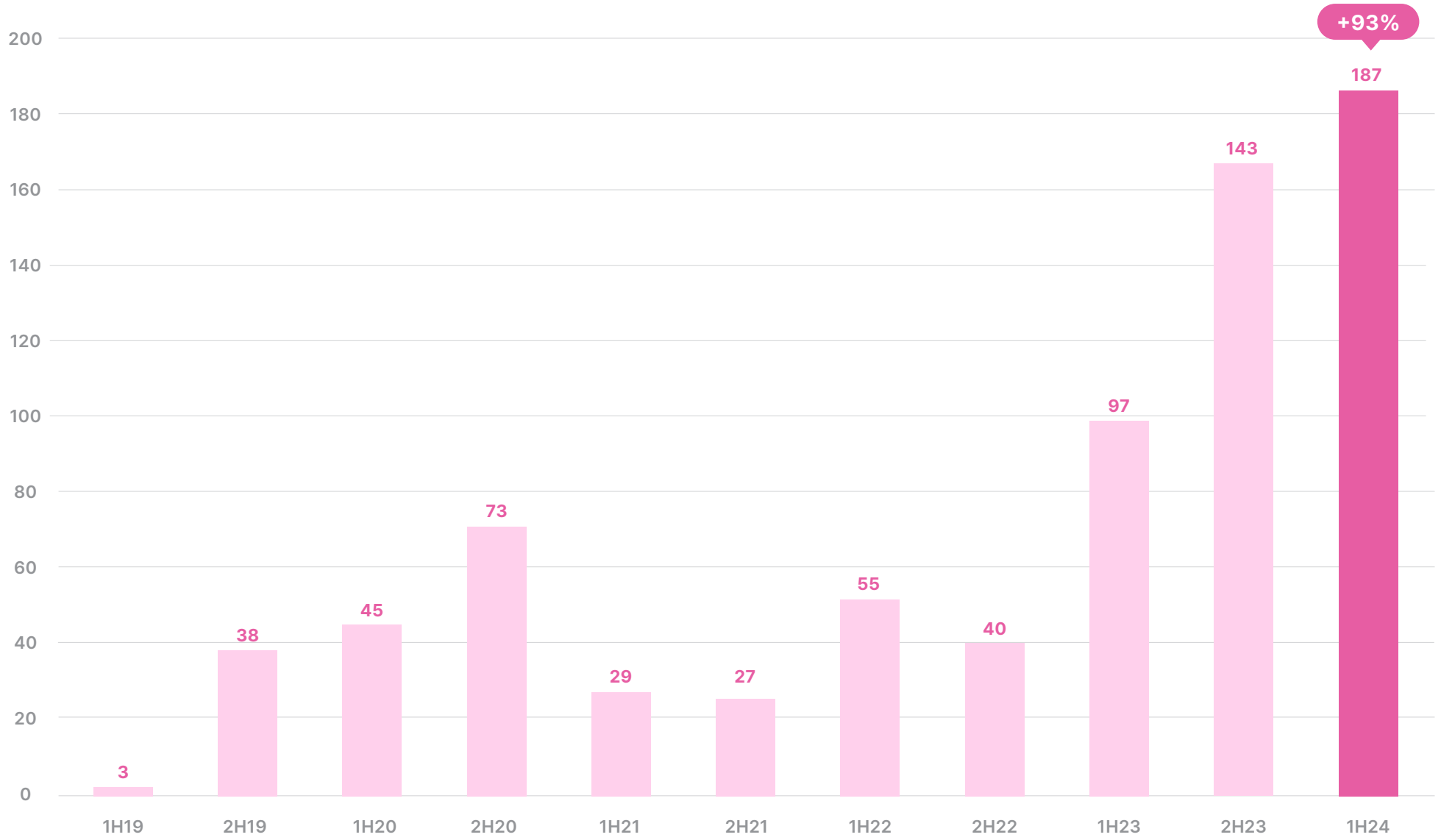
- 전사매출 1,064억원으로 역대 최대 반기매출 경신



역대 영업이익

- 1H23 대비 93% 상승한 반기 187억원 영업이익 시현

(단위: 억 원)



브랜드 포트폴리오

rom&nd

18-24 어린 연령층에게 어필하는
틴트, 아이섀도 등 중저가 색조 브랜드

nuse

스킨케어+컬러케어를 표방한
20후~30초 넓은 커버리지의 색조 브랜드

&nd
by rom&nd

일본 로손 편의점 전용 브랜드
(2023년 3월 론칭)

주요 판매 카테고리

립틴트 35%

제로벨벳 틴트 | 쥬시래스팅 틴트 | 글래스팅 워터 틴트 | 블러퍼지 틴트

립밤 10%

글래스팅 멜팅 밤

기타 5%

제로매트 립스틱 | 무드페블 네일 | 선 클린 | 립라이너

아이 20%

베러댄아이즈 | 한올 브로우카라 | 한올픽스마스카라

치크/섀딩 4%

베러 댄 치크 | 구슬파우더 | 베러댄 컨투어

nuse 6%

리퀴드케어치크 | 케어 립추얼 | 립밤 | 케어톤업

립글로스 11%

글래스팅 컬러글로스 | 글래스팅 워터글로스

베이스 5%

블룸인쿠션 | 제로 쿠션 | 누 제로 쿠션 | 베어워터쿠션

&nd by rom&nd 1%

국가별 매출 구성

- 한국 카테고리 다각화 및 인지도 증대로 YoY 19% 성장했으나 주요 오프라인 매출처 (올리브영) 메인이벤트의 75% 하반기 집중 및 치크, 셰딩, 네일 등 라이징 카테고리 신상 집중으로 QoQ 15% 하락
- 일본 YoY 43% 고성장하며 서브브랜드 누즈 역시 매출 확장중, 다만 1분기 대형 오프라인 매출처 대량 입점(돈키호테) 및 한국과 마찬가지로 하반기 립 및 아이 카테고리 연이어 신상 출시 예정 & 주요 팝업 5개 이상 하반기 집중
- QoQ로 한국, 일본 약세이나 미국, 유럽 등 신규 국가 계속 성장 중

(단위: 억 원)

	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	비중	YoY	QoQ
화장품	319	354	364	406	564	**478**	97%(-1%p)	+35%	-15%
한국	116	114	128	140	155	**136**	28%(+1%p)	+19%	-12%
일본	122	140	110	128	203	**107**	22%(-13%p)	-23%	-47%
중화권	22	34	42	33	67	**58**	12%(-)	+68%	-9%
동남아	20	19	32	33	61	**56**	11%(-)	+198%	-8%
미주권	(미집계)			10	13	**25**	5%(+3%p)	-	+94%
유럽	(미집계)			7	13	**20**	4%(+2%p)	-	+52%
그외기타	34	43	53	44	48	**69**	14%(+5%p)	-	+34%
면세	6	4	4	5	4	**6**	1%(-)	+61%	+54%
화장품 외	10	13	8	14	10	**12**	3%(+1%p)	-6%	+19%
전체	328	367	372	420	574	**490**	100%	+34%	-15%

* 중화권(중국, 대만, 홍콩) / 동남아시아(베트남, 태국, 필리핀, 말레이시아, 인도네시아, 싱가포르 등) / 미주권(미국, 캐나다, 남미 등) / 유럽(영국, 튀르키에, 체코, 러시아, CIS 등)을 포함합니다.

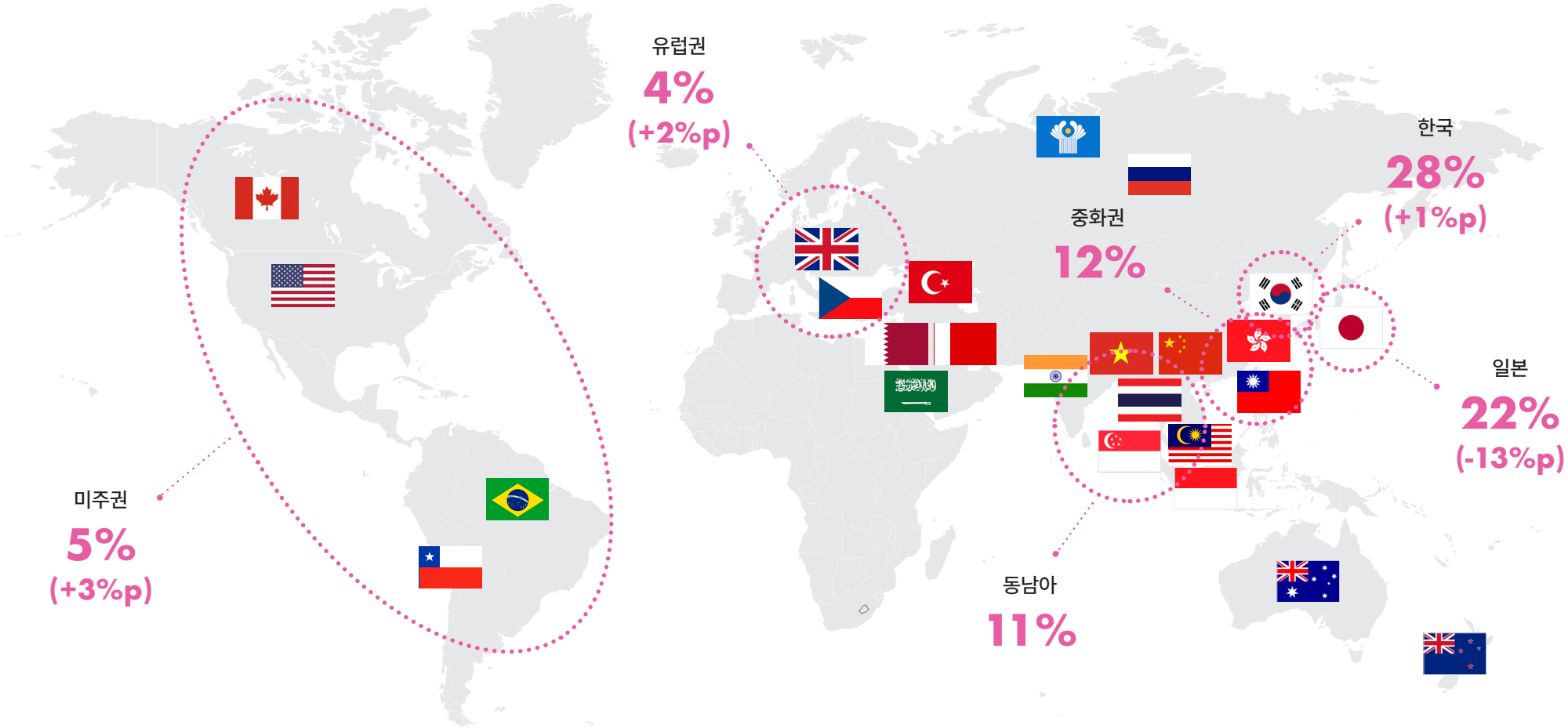
비용단

- 저비용 고효율의 마케팅 전략 지속
- 국내외 팝업스토어 및 오프라인 확장, 하반기 콜라보 로열티 등 판관비 증대 요인있었으나 하반기 매출 확장 및 시딩을 통한 레버리지 효과 확대 가능성 ↑

(단위: 억 원)

	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	YoY	QoQ
매출원가 (원가율)	214	232	233	264	369	**313**	+35%	-15%
	(65%)	(63%)	(63%)	(63%)	(64%)	**(64%)**		
판관비 (판관비율)	67	83	79	73	87	**107**	27%	23%
	(21%)	(23%)	(19%)	(20%)	(15%)	**(22%)**	(-1%p)	(+7%p)
직원급여	13	13	14	13	16	**17**	+33%	+8%
지급수수료	13	18	15	15	13	**25**	+34%	+96%
광고선전비	14	18	20	20	19	**21**	+17%	+15%

세계 매출 분포

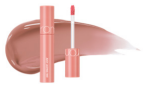


기타국가
7%
(+3%p)

글로벌몰
7%
(+1%p)

면세
1%

연간 브랜드 운영 계획 (1)

카테고리		2024				2025	
		1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
롬앤	립틴트	 쥬시래스팅 36호 출시 (1월)		신규제형틴트 (8월)	메인상품 용기변경 (12월)		
	립글로스						
	아이				신규구성섀도 (10월)		
	립스틱			신규제형립스틱 (8월)			
	치크/섀딩	배러댄컨투어 출시 (3월)	구슬파우더 출시 (5월)		구슬파우더 컬러추가 + 일본 진출		
	기타		네일하드너 출시 (5월)	이나피에디션 출시 (7월)			
누즈			누즈 일본 진출 (4월)	누즈 동남아 진출 (7월)	누즈 올영 500점 입점 (8월~)		

연간 브랜드 운영 계획 (2)

카테고리	2024				2025	
	1Q	2Q	3Q	4Q	1Q	2Q
앤바룸	엔드바이룸앤 2 sku 추가 (2월)		이나피콜라보 (7월)	연말에디션 (11월)	발렌타인 에디션 론칭 (2월)	3040 신규브랜드 론칭
국내 팝업 및 행사		성수 팝업스토어 (4월)	올영이벤트 (7월) 올영이벤트 (9월)	올영성수팝업 (11월) 올영어워즈 (12월)		
해외 팝업 및 행사	일본 리멤버유어컬러 캠페인 (3월)	스프링피버 에디션 출시 태국 팝업스토어 (5월)	중국오프라인 120점 입점 동남아향 틴트 (8월) 이나피콜라보 일본, 중국,대만 론칭 (7월) 일본 드럭스토어쇼 (8월)	일본 K코스메 페스티벌(10월) 일본프라자 기획세트(11월) US 전용상품 시딩 대만왓슨 기획세트 (12월)	US인플루언서 협업 제품 출시 (2월) 색조X색조 브랜드콜라보 일본 대형버라이어티 전용 콜라보 출시 (3월) 일본 인플루언서 전용 팝업 (2월)	

재무제표 요약

연결 손익계산서

(단위:억원)	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24
매출액	**367**	**372**	**420**	**574**	**490**
매출원가	232	233	264	369	313
매출총이익	**135**	**139**	**155**	**205**	**177**
판관비	84	73	79	87	107
영업이익	**51**	**67**	**76**	**118**	**70**
영업외수익	3	3	4	4	5
이자수익	3	3	4	4	4
영업외비용	1	2	2	2	1
이자비용	1	1	1	1	1
법인세비용차감전순이익	**53**	**68**	**78**	**120**	**72**
법인세비용	13	15	8	23	6
당기순이익	**40**	**53**	**70**	**97**	**66**

연결 재무상태표

(단위: 억원)	2022	2023	1Q24	2Q24
유동자산	482	658	946	1,027
비유동자산	242	241	239	285
자산총계	**723**	**898**	**1,185**	**1,312**
유동부채	121	107	310	372
비유동부채	100	102	101	101
부채총계	**221**	**201**	**412**	**473**
자본금	43	43	86	86
자본총계	**502**	**690**	**773**	**839**

감사합니다.