

IT'S SKIN 2Q 2016 Earnings Release

[잇츠스킨 2016년 2분기 실적발표]

2016. 08. 09.

잇츠스킨 IR팀





1. 2016년 상반기 실적 요약

- 매출액 전년 하반기 대비 7.1% 성장, 전년 상반기 대비 16.4% 감소한 1,454억원
- 영업이익 전년 하반기 대비 2.3% 감소, 전년 상반기 대비 39.4% 감소한 418억원
- 당기순이익 전년 하반기 대비 16.5% 성장, 전년 상반기 대비 39.4% 감소한 334억원

단위: 백만원

구 분	2015 1H	2015 2H	2016 1H	증감율	
				YoY	QoQ
매출액	173,810	135,752	145,374	-16.4%	7.1%
내수	87,142	66,385	80,646	-7.5%	21.5%
수출	86,668	69,367	64,728	-25.3%	-6.7%
매출원가	66,494	52,934	55,929	-15.9%	5.7%
매출총이익	107,315	82,819	89,446	-16.7%	8.0%
<i>매출총이익률(%)</i>	<i>61.7%</i>	<i>61.0%</i>	<i>61.5%</i>		
판관비	38,289	40,022	47,645	24.4%	19.0%
영업이익	69,026	42,797	41,801	-39.4%	-2.3%
<i>영업이익률(%)</i>	<i>39.7%</i>	<i>31.5%</i>	<i>28.8%</i>		
법인세차감전순이익	72,060	43,065	44,477	-38.3%	3.3%
법인세비용	16,976	14,412	11,098	-34.6%	-23.0%
당기순이익	55,083	28,653	33,378	-39.4%	16.5%



2. 2016년 2분기 실적 분석

- 매출액 전년동기 대비 5.5% 성장, 전분기 대비 25.8% 감소한 619억원 기록
- 영업이익 전년동기 대비 2.2%, 전분기 대비 48.6% 감소한 142억원 기록
- 김연아 TV-CM 방영에 따른 브랜드 인지도 제고 및 점포수 증가로 로드샵&유통점 매출 각각 11%, 32% 성장하며 국내 매출 견인
- 4월 중국정부의 세제개편 및 통관절차 강화, 하절기 계절성에 따른 Product Mix의 변화로 수출은 전분기 대비 하락, 전기와 유사
- 중국 내 유통채널 다변화(썬마그룹-JV, 뉴월드그룹-HOKO, 역직구물 확대), CFDA 인증 제품으로 직수출 비중 늘려갈 계획

[단위: 백만원]

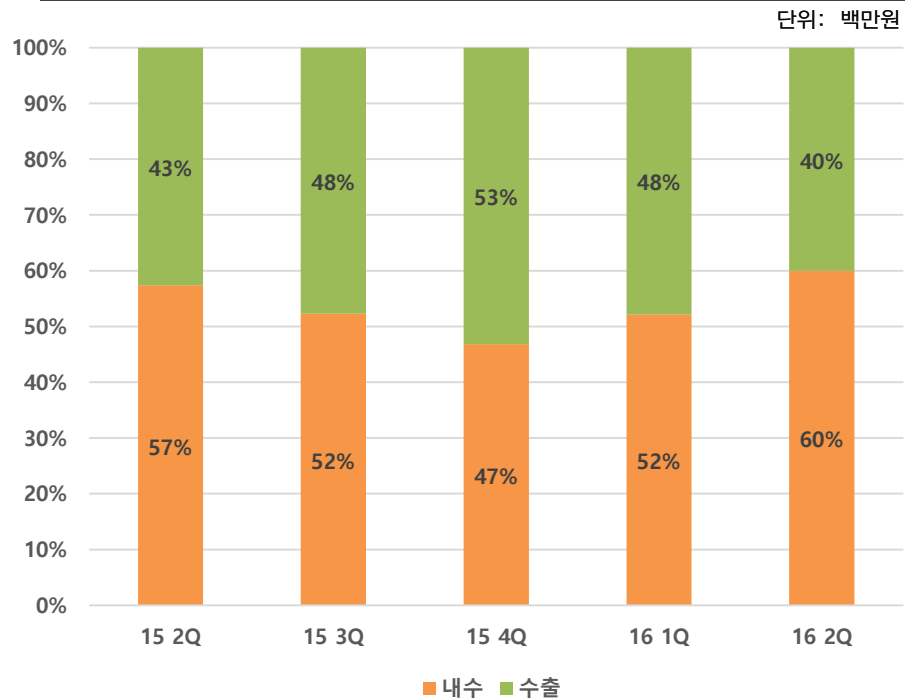
구 분	2015 2Q	2016 1Q	2016 2Q	증감율	
				YoY	QoQ
매출액	58,703	83,433	61,941	5.5%	-25.8%
내수	33,691	43,491	37,155	10.3%	-14.6%
수출	25,012	39,942	24,786	-0.9%	-37.9%
매출원가	23,160	31,824	24,104	4.1%	-24.3%
매출총이익	35,543	51,609	37,837	6.5%	-26.7%
매출총이익률(%)	60.5%	61.9%	61.1%		
판관비	21,024	24,004	23,641	12.4%	-1.5%
영업이익	14,519	27,605	14,196	-2.2%	-48.6%
영업이익률(%)	24.7%	33.1%	22.9%		
법인세차감전순이익	16,003	29,793	14,683	-8.2%	-50.7%
법인세비용	4,211	7,333	3,766	-10.6%	-48.6%
당기순이익	11,792	22,461	10,918	-7.4%	-51.4%



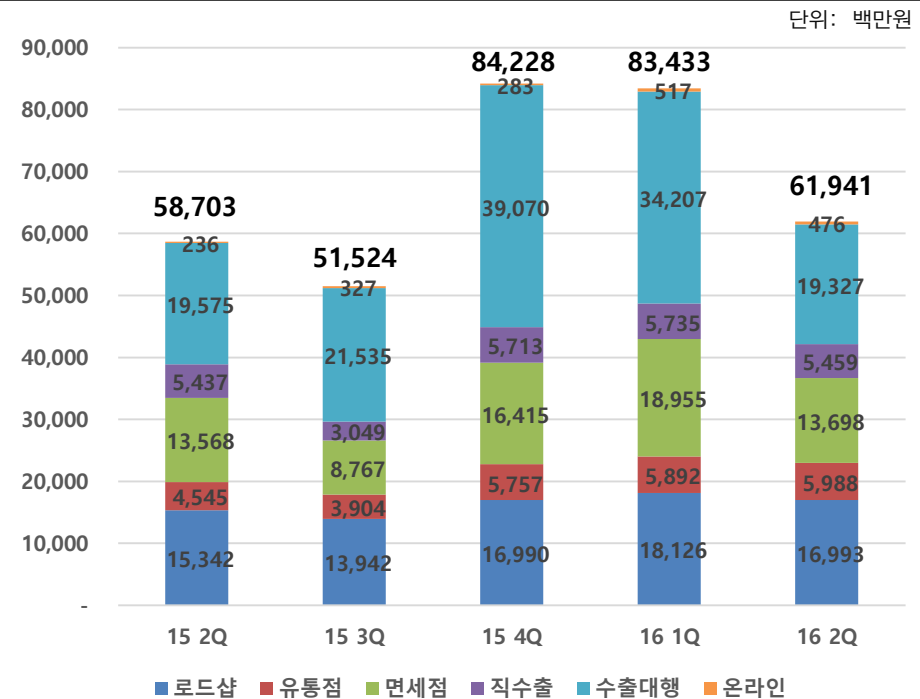
3. 매출 분석 : 유통채널별

- 로드샵 : 브랜드 인지도 제고, 직영점포수 3->6 증가, 가맹점 점포수 4% 하며, 전년동기 대비 10.8% 성장한 170억원 기록
- 유통점: 이마트 입점 등 유통매장 수 전년동기대비 22% 증가하며 매출액 전년동기 대비 31.7% 증가한 60억원 기록
- 면세점: 매출기여도 높았던 롯데 면세점 월드타워점 폐점, 계절적 영향에 따른 Product mix 변경, 중국정부의 세제개편 영향으로 매출 전년동기 대비 1.0% 증가한 137억원 기록
- 수출 및 수출대행: 동남아시아 & 북미 등으로의 직수출은 증가, 대중국 수출대행 매출은 감소하며 각각 55억원, 193억원 기록

내수 및 해외 매출 추이



유통채널별 매출 추이

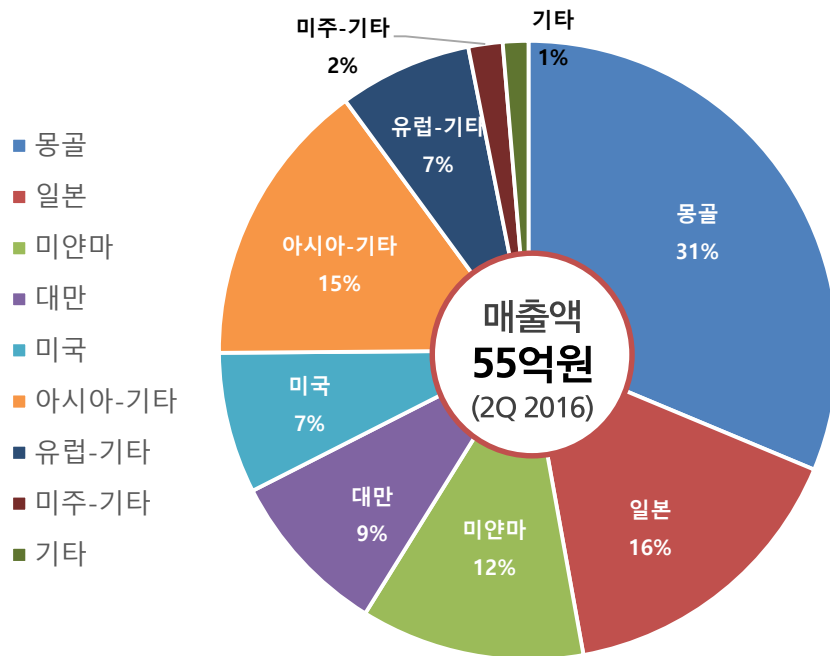




4. 매출 분석 : 국가별

- 중국 : 역직구몰(T-mall Global) 본격 오픈, 뉴월드그룹의 O2O 오픈하며 중국 내륙지역으로의 직수출 시작, 매출액 상승 중
- 몽골 : 몽골 기후 특성상 高보습 효과를 지닌 달팽이 제품 수요 증가하며 1분기에 이어 2분기에도 국가별 매출 1위 기록
- 미얀마 : 총판 신규 계약 체결로 3월말부터 초도매출 발생, 만달레이 로드샵 오픈에 따른 매출 상승세 지속
- 북미 : 미국의 Sephora, Urban Outfitters등 샵인샵 매장 증가 추세, 쿠키앤크림 바디로션 및 마카롱립밤 등의 색조 제품 수출
- 일본, 대만, 홍콩, 등 기타 아시아: 달팽이 제품의 꾸준한 인기 지속, 알로에, 콜라겐, 히알루론산 등 저가 상품 관심 증가 추세

해외 직수출 비중



HOKO입점 진행 사항



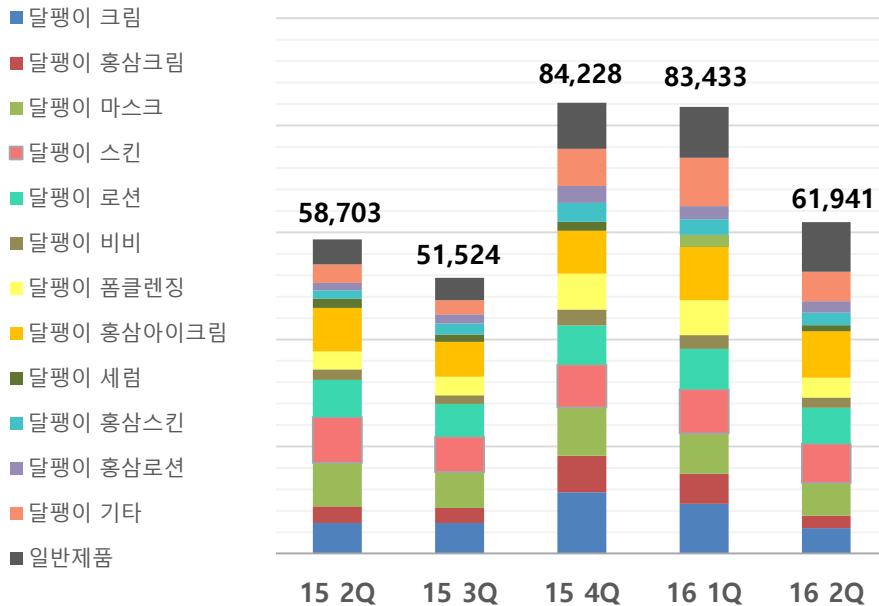


5. 매출 분석 : 제품별

- 달팽이 홍삼 아이크림: 1분기에 이어 2분기도 제품별 매출액 1위 기록, 티몰글로벌 등 중국 모바일 구매 사이트에서도 인기1위
- 중국 CFDA인증 받은 19개 제품: 히알루론산, 알로에, 콜라겐 등 5월부터 중국으로 직수출 시작돼 전년동기대비 37% 이상 상승 중
- 계절제품: 매출 기여도 높은 달팽이 크림, 달팽이 세럼에서 클라우드 비어, 수딩젤 등 ASP가 낮은 여름 상품으로 Product Mix 변동
- 비달팽이제품: Masstige 제품 위주 수요 증가 및 세트구성 판매를 통한 객단가 상승으로 전년동기 대비 100% 이상 매출 성장
- 저가 Masstige제품: Got7 마스크시트, 에어마스크, 파워10포물러, 색조제품(프리즈마 다이아몬드 팩트, 멜팅 립&치크) 인기
- 옴 & 베이비: 더블샷 플루이드, 베베 데스까르고 등 리뉴얼 및 신제품 출시로 매출 전년대비 각각 166%, 25% 상승

잇츠스킨 제품별 매출 추이

단위: 백만원



티몰글로벌 한국화장품 아이케어 종합 순위(16.06.30 기준)

순위	1	2	3	4	5
제품명	It'S SKIN 红参蜗牛眼膜	It'S SKIN 红参眼膜	It'S SKIN 红参蜗牛眼膜	The history of whoo/后 津惠堂红参凝露	The history of whoo/后 拱辰象眼生精露
가격	¥179.00	¥179.00	¥274.00	¥1040.00	¥838.00
판매량	1464명	129명	294명	1명	139명



6. 비용 분석 : 판매비 및 일반관리비

- 마케팅비 : 5월 말까지 TV광고 방영을 통한 광고비 발생 및 신규 매장 오픈에 따른 행사비용 및 인터넷 프로모션 비용 증가
- 수수료 : 유통점 신규 입점에 따른 지급수수료 증가, 면세점 인력운용 방식 변경에 따른 판매수수료 감소 효과
- 기타 : 복리후생비(약 3억), 매장 임차료(약 3억), 미강비(약 2.5억) 증가에 따른 기타판관비 증가

단위: 백만원

구분	2015 2Q	2016 1Q	2016 2Q	YoY	QoQ
판관비	21,024	24,004	23,641	12.4%	-1.5%
인건비	1,704	2,331	1,682	-1.3%	-27.8%
마케팅비	7,827	8,553	8,743	11.7%	2.2%
광고선전비	6,844	7,667	7,588	10.9%	-1.0%
행사비	586	680	760	29.7%	11.8%
판매촉진비	397	206	395	-0.5%	91.7%
수수료	8,399	9,604	8,617	2.6%	-10.3%
지급수수료	2,401	2,864	3,582	49.2%	25.1%
판매수수료	5,998	6,740	5,035	-16.1%	-25.3%
감가상각비	1,149	1,214	1,315	14.4%	8.3%
기타	1,944	2,302	3,283	48.7%	30.8%



○ 中 썬마그룹 JV사업 전략

- 7월 썬마그룹과의 JV 설립위한 본계약 체결: 썬마그룹은 유통, 잇츠스킨은 브랜딩과 마케팅, 한불화장품은 제조를 담당할 예정
- 한불화장품 중국 공장: 2017년 5월 완공 예정, 2017년 3분기부터 JV를 통한 새로운 브랜드 탄생하며, 추가 수익 발생 예정

○ 직수출 확대 전략

- 면세점, 티몰 글로벌 등 역직구 채널을 활용한 직수출 진행중, 티몰 오리지널에도 위생허가 취득한 제품 위주로 진출 예정
- 파워10포물러의 경우 6개 품목 위생허가 취득 완료, 中 총판 대리인을 통한 드럭스토어(왓슨스 등) 직수출 진행 중
- 북미지역 샵인샵(Sephora, Urban Outfitters) 입점 확대 중, 바다·색조, 마스크시트 제품 라인업 확대
- 인도 뉴유(NewU) 입점을 위한 현지 제품 등록절차 진행 중, 달팽이 제품과 Masstige 제품으로 하반기 내 매장 입점 추진

○ 하반기 마케팅 및 신제품 전략

- 스마트한 소비 행태로 변화하고 있는 중국 소비자를 위한 대 중국 커뮤니케이션 강화(왕홍 마케팅 / PPL 활용)
- 데스까르고 10주년 에디션, 데스까르고 신제품 출시와 동시에 식물성 바이오 화장품 출시하며 프레스티지 라인 강화
- 색조, 캐릭터 콜라보레이션, 옴므, 베이비 라인 확대 유지 전략으로 중저가 제품 다양화하며 하반기 중 100개 이상의 신제품 출시



8. 요약재무제표(별도기준)

○ 재무상태표

단위: 백만원

과 목	2012	2013	2014	2015	2016 1Q	2016 2Q
유동자산	7,107	21,954	144,983	375,157	373,153	344,665
비유동자산	3,161	3,872	9,785	12,932	15,055	16,790
자산총계	10,268	25,826	154,767	388,089	388,207	361,455
유동부채	7,305	16,122	73,946	70,338	64,614	26,978
비유동부채	304	290	590	882	1,084	1,218
부채총계	7,608	16,412	74,536	71,220	65,698	28,196
자본금	4,000	4,000	4,000	4,368	4,368	8,736
이익잉여금	(1,340)	5,414	80,231	156,818	162,458	173,285
자본잉여금	-	-	-	155,683	155,683	151,239
기타자본	-	-	(4,000)	-	-	-
자본총계	2,660	9,414	80,231	316,869	322,509	333,259

○ 포괄손익계산서

단위: 백만원

과 목	2012	2013	2014	2015	2016 1Q	2016 2Q
매출액	31,797	52,378	241,884	309,562	83,433	61,941
매출원가	13,723	22,965	93,717	119,428	31,824	24,104
판매비와 관리비	15,285	21,117	49,106	78,311	24,004	23,641
영업이익	2,789	8,296	99,061	111,823	27,605	14,196
영업이익률(%)	8.8%	15.8%	41.0%	36.1%	33.1%	22.9%
영업외수익	315	552	1,786	4,000	2,548	602
영업외비용	150	215	28	692	360	115
법인세비용	722	1,878	24,488	31,389	7,333	3,766
당기순이익	2,231	6,755	76,331	83,736	22,461	10,918
당기순이익률(%)	7.0%	12.9%	30.8%	27.0%	26.9%	17.6%