

브랜드엑스코퍼레이션

2021년 3Q Investor Relations

2021. 09

Disclaimer

본 자료는 회사의 영업활동에 대한 이해증진을 위해 (주)브랜드엑스코퍼레이션(이하 "회사")에 의해 작성되었으며 이의 반출, 복사 또는 타인에 대한 재배포는 금지됨을 알려드리는 바입니다. 본 Presentation에의 참석은 위와 같은 제한 사항의 준수에 대한 의무로 간주될 것이며 제한 사항에 대한 위반은 관련 증권거래법률에 대한 위반에 해당 될 수 있음을 유념해주시기 바랍니다.

본 자료에 포함된 "예측정보"는 개별 확인 절차를 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 있는바, 이러한 불확실성으로 인하여 실제 미래 실적은 "예측정보"에 기재되거나 암시된 내용과 중대한 차이가 발생할 수 있습니다.

또한, 향후 전망은 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 임직원들은 그 어떠한 책임도 부담하지 않음을 알려드립니다.
(과실 및 기타의 경우 포함)

본 자료는 비영리 목적으로 내용 변경 없이 사용이 가능하고(단, 출처 표시 필수), 회사의 사전 승인 없이 내용이 변경된 자료의 무단 배포 및 복제는 법적인 제재를 받을 수 있음을 유념해 주시기 바랍니다.



CONTENTS

I. About Brand X

II. Business Overview

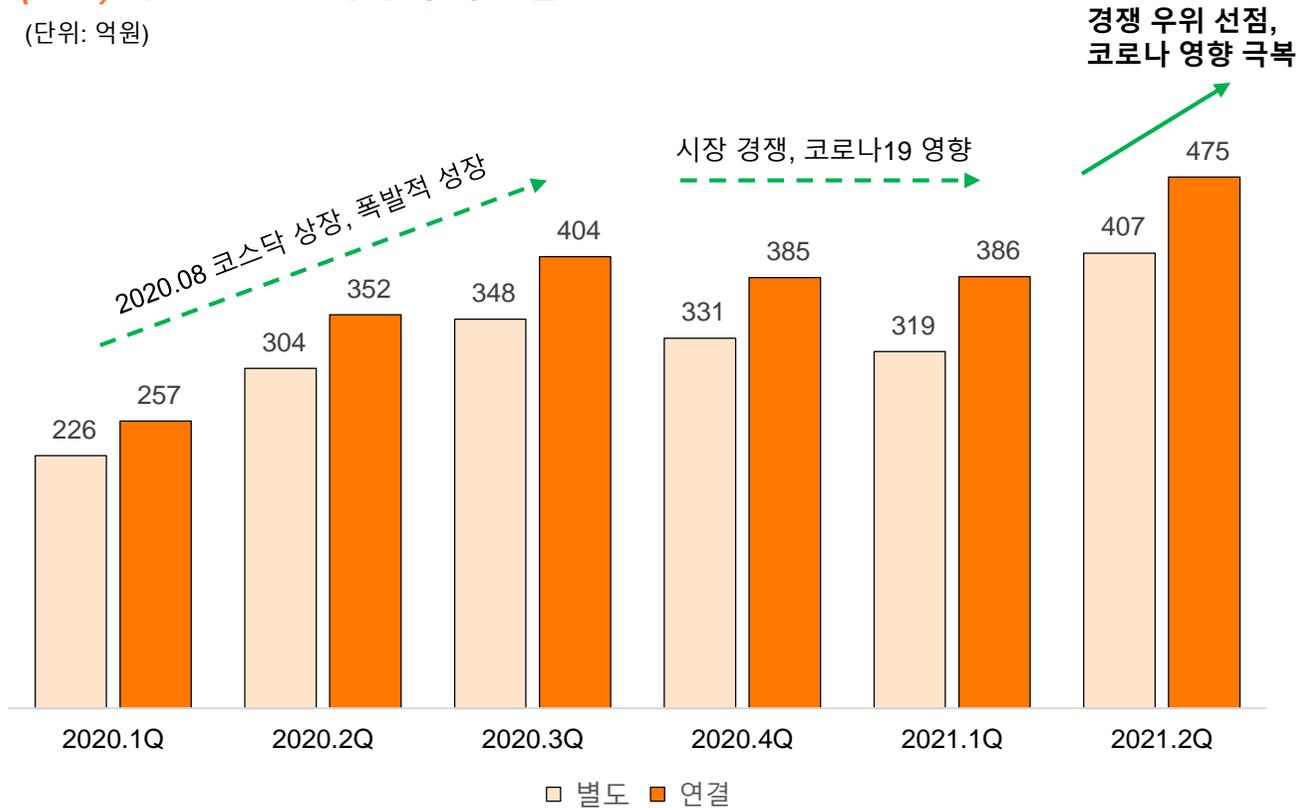
III. Investment Highlight

IV. Growth Strategy

Brand X.는 작년 4Q 및 올해 1Q로 이어지던 대외 변수들을 극복하고 경쟁 우위를 선점하며 역대 최대 매출실적을 달성하였습니다.

(연결) 매출 트렌드 : 경쟁 우위 선점

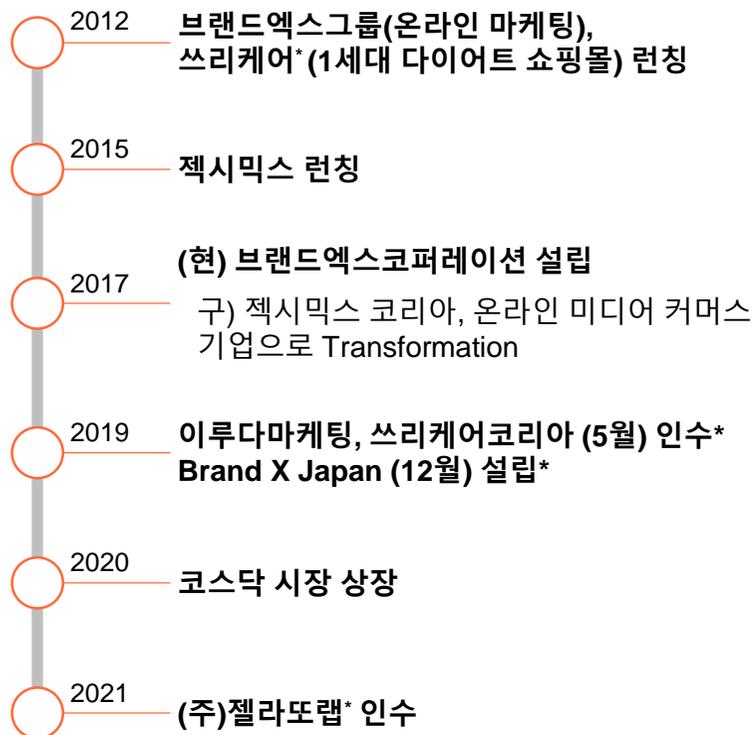
(단위: 억원)



다시 성장세 돌입
특히, 21. 2Q 에는 광고비 비중을 낮췄음에도 불구하고 매출 성장 및 이익 실현

온라인 마케팅 전문회사로 출발한 BRAND X.는 다양한 소비재 산업군에서 소비자의 니즈를 충족시키는 종합 브랜드사로 성장하고 있습니다.

Brand X History.



Company Profile

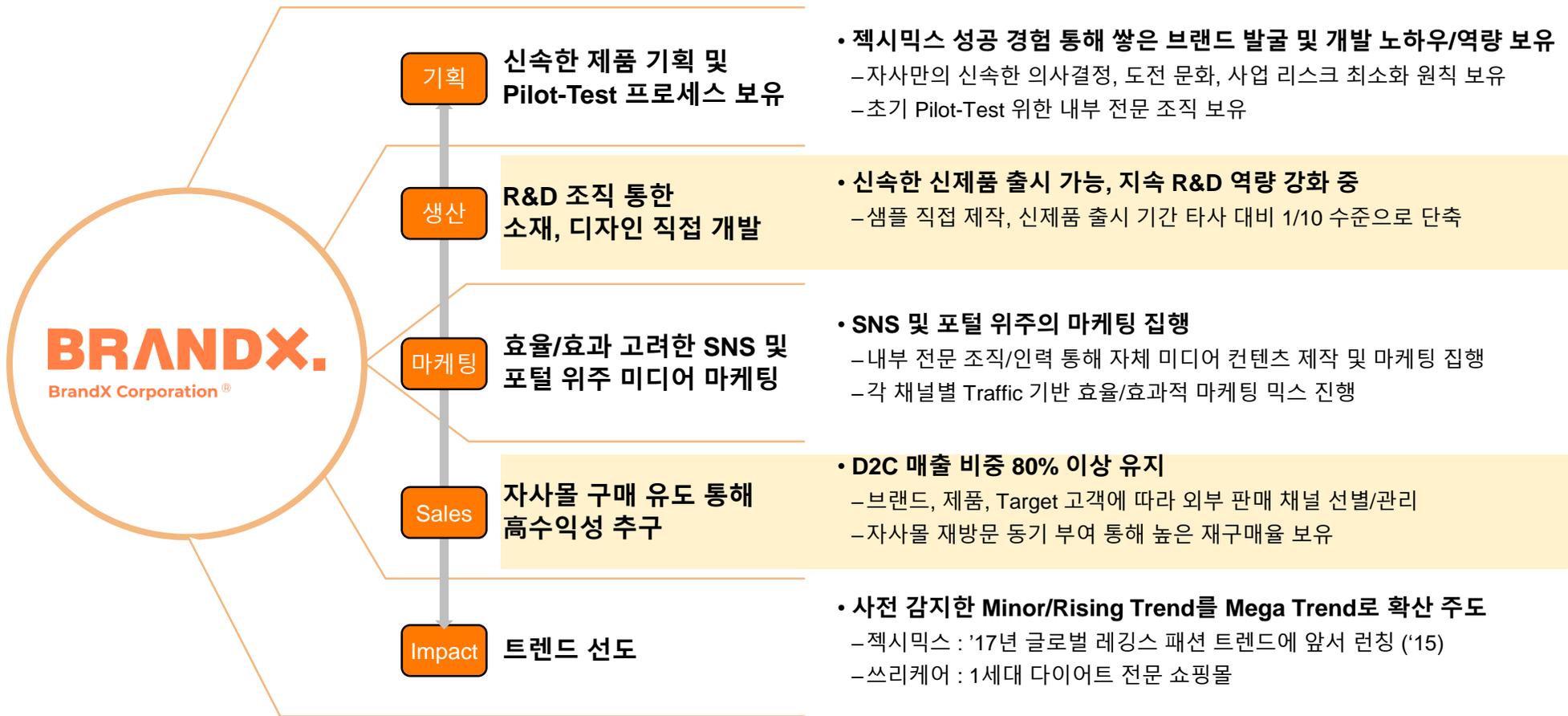
- 설립 일 2017.08.23
- 상장 일 2020.08.13
- 대표이사 강민준, 이수연 각자대표
- 주주구성 강민준 44.6%, 이수연 2.2%, 한투파 11.5%, KTBN 8.5% (2021.09 현재 기준)

Financial Indicator (2021.2Q 연결)

• 자산총계	1,067억	• 매출액	861억
• 부채총계	424억	• 영업이익	42억
• 자본총계	643억	• 당기순익	25억

* 당사의 자회사로 각 별도의 사업 영위

BRAND X.의 강점은 새로운 브랜드와 제품을 끊임없이 발굴하고 고객에게 제공할 수 있는 것 입니다.

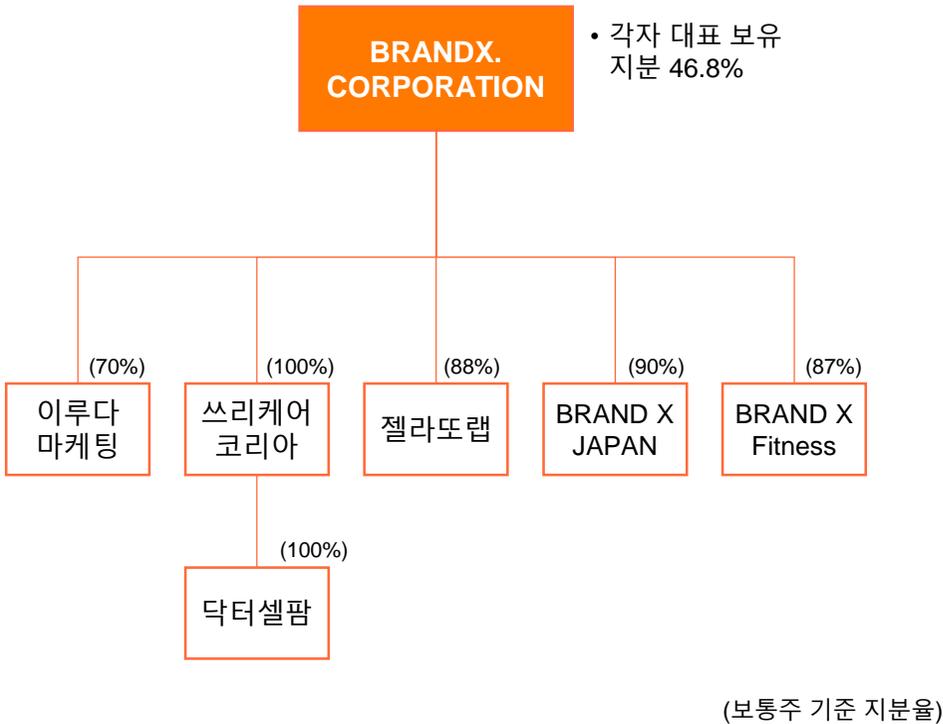


Brand X는 총 6개 법인으로 구성되어 있으며, 다양한 영역에서 브랜드 사업을 전개하고 있습니다.

계열사간 Biz. & Operation 협업 및 시너지 창출 체계 구축

법인별 주력 사업 및 그룹 차원에서 역할

(21.09 현재 기준)



법인	사업 영역	주력 브랜드
BRANDX. CORP.	패션 - 애슬레저	젝시믹스(XEXYMIX)
	코스메틱 - 색조/기초	젝시믹스 코스메틱
	위생/가전	휘아(WHIA)
젤라또랩	Total Home-beauty	젤라또팩토리(GELATO)
쓰리케어	F&B - HMR	포켓도시락, 거꾸로당
닥터셀팜	코스메틱 - 더마코스메틱	닥터셀팜(더마코스메틱)
BRX Fitness	플랫폼	국민피티
이루다 마케팅	온라인 마케팅 대행	-

CONTENTS

I. About Brand X

II. Business Overview

III. Investment Highlight

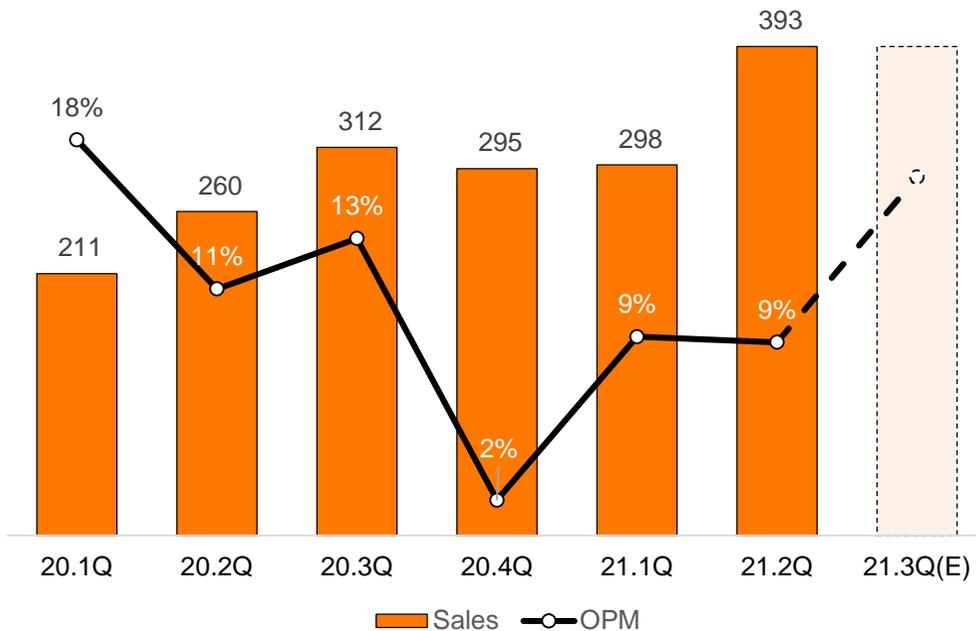
IV. Growth Strategy

젝시믹스는 '좋은 제품'으로 소비자 트렌드와 니즈에 부합하는 브랜드로 지속 성장하고 있으며, 하나의 패션 플랫폼으로 자리잡고 있습니다.

XEXYMIX

젝시믹스 실적* 트렌드 : 광고 의존도 ↓

(단위 : 억원)

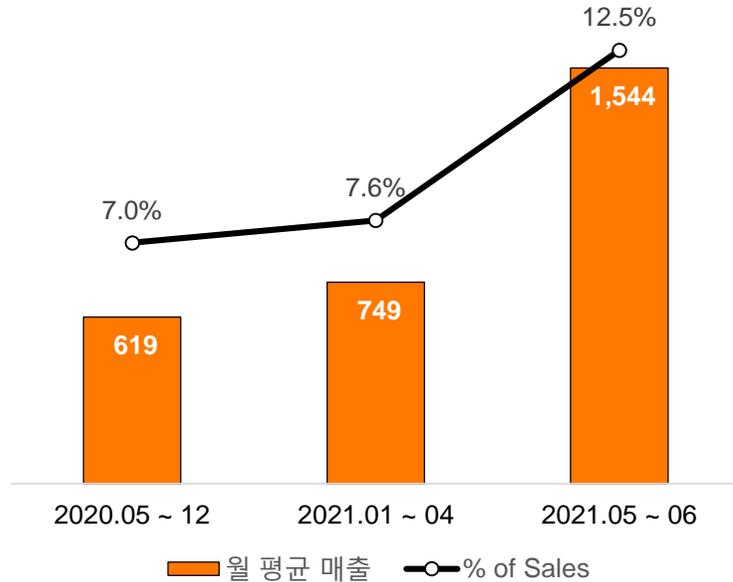


- 21년 초 계획한 카테고리 확장/강화 목표 달성
 - 신규 : 코스메틱, 잭시웨어, 강화 : 맨즈, 스웬웨어 등
 - 21.05 강화한 맨즈 카테고리, 의미 있는 매출 비중 차지
- D2C 매출 비중 80% 이상 유지 및 플랫폼으로 진화
 - 누적 회원가입자 수 180만+, 월평균 순 방문자 수 400만+ 등
 - 지속 성장 위한 기반 견고화
- 하반기, 전년 대비 폭발적 성장 예상
 - 20.08 상장 준비에 따른 기회 loss 경험
 - 기모레깅스, 아우터 등 출시 완료 및 예정된 신상품 다수
- (Up-side) 생산 Capa 확대에 따른 추가 매출 확보 기반 마련
 - 해외 생산 개시, 품질 이슈 최소화 및 안정적인 공급 체계 마련
 - 국내 추가 매출 및 해외 수출 기반 마련

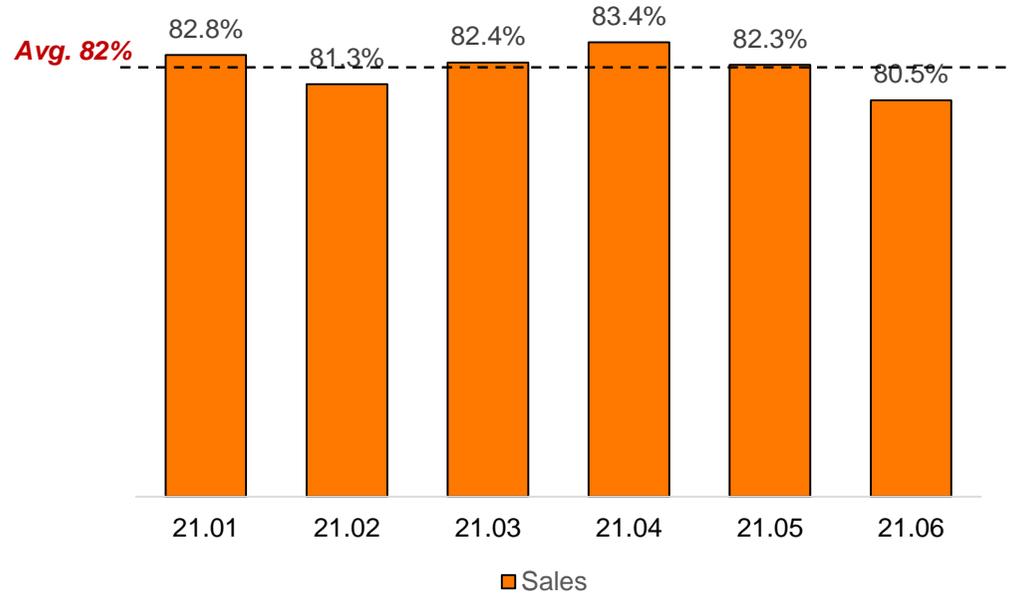
* 별도 기준 : 잭시믹스 일본 법인 매출 제외, 내부 관리회계 기준 적용

젝시믹스 맨즈 카테고리 (자사몰) 매출 비중*

(단위 : 백만원)



젝시믹스 월별 D2C(자사몰) 매출 비중



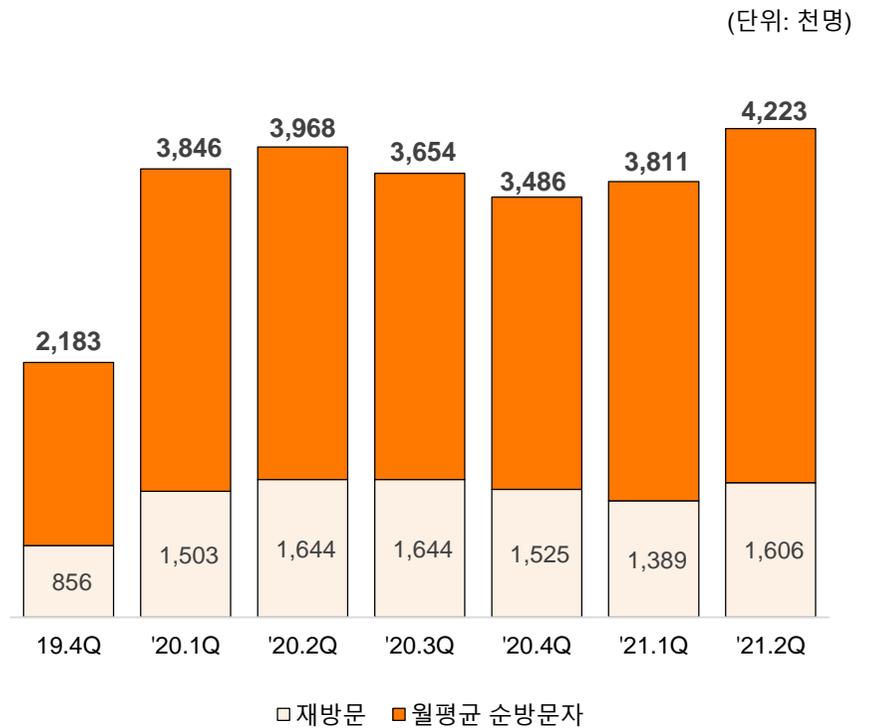
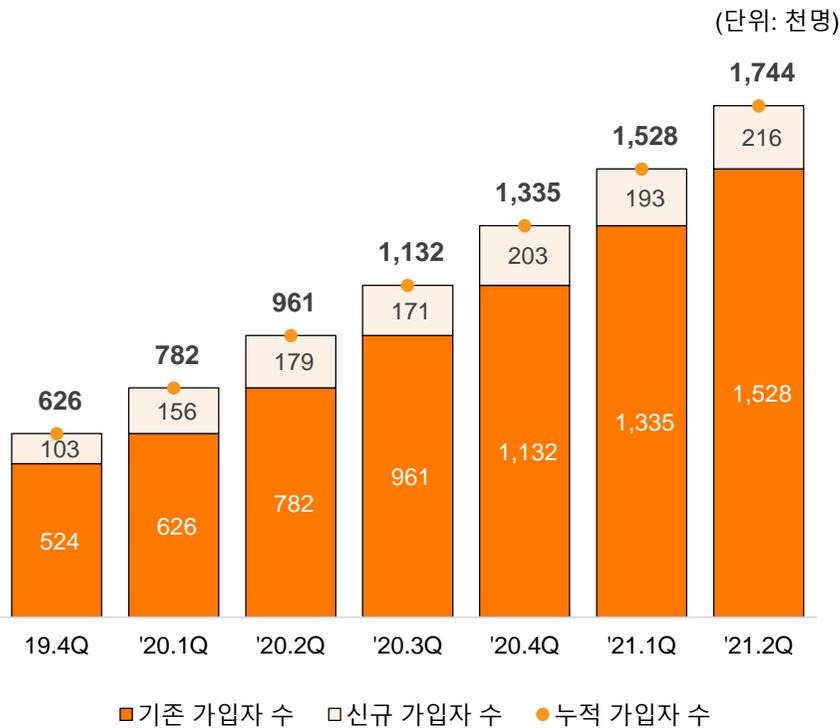
- 20.05 런칭 이후 점진적 성장 → 21.05 이후 폭발적 성장 실현
- 플랫폼으로써 신규 브랜드 성공적 런칭으로 해석 가능
→ 여성 위주의 브랜드에서 Unisex 브랜드로 진화중

- 사업 전개 이후 D2C 매출 비중 80% 수준 지속 유지
→ ‘타사 몰/플랫폼 입점 지양 → 수수료 절감 → 고객 가성비/가심비 제공
→ 고객 만족도 제고’ 선순환 구조 확립

* 별도 기준 : 젝시믹스 일본 법인 매출 제외, 내부 관리회계 기준 적용

회원 가입자 수 추이*

월 평균 방문자 수 / 재방문자 비율*



* 잭시믹스 자사몰 기준 data

런칭 2~3년차에 매출 200억 이상을 달성하는 것이 인디 뷰티 브랜드의 성공 기준으로 판단하고 있으며, '21년 4월 색조 제품을 시작으로 기초 영역으로 확장 및 향후 수출 위한 초석을 마련하고 있습니다.

젝시믹스 코스메틱 현황 및 사업방향성



지속적 SKU 확보 통해,
3년 차 매출 200억 달성 및
해외 수출 기반 마련 목표

* 국내 글로벌 선도 기업 코스맥스, C&C 인터내셔널, 한국콜마 등과 협업 중

** 중소벤처기업부 발표 자료 발췌

(주)젤라또랩은 셀프 네일 스티커 전문 업체로, 2017년 설립 이후 성장을 지속하였으며, 브랜드엑스코퍼레이션 자회사로 편입 이후, 보다 건강한 브랜드로 자리잡고 있습니다.

“셀프 네일 리딩 기업에서
Total Home-beauty* 선도 기업으로 도약”



개요

- 기업명: (주)젤라또랩
- 설립일: 2017.07
- 매출액: 약 45억원 (2021.1H 누적)
- 임직원 수: 35명
- 주력 제품: 젤 네일/패디, 스티커
- 특징
 - 셀프 네일/패디 전체 라인업 보유 + 최근 Self-Home Beauty 제품 지속 출시

연혁

- 2016 .04 티몬 사내벤처 內 젤라또 프로젝트 시작
- 2017 .07 네일스티커 출시(브랜드 런칭)
- .11 분사 - (주)젤라또랩
- 2018 .09 누적 매출 100억원 돌파
- 2019 .06 일본 시장 본격 확대
- 2020 .06 일본 매출 전년 대비 400% 성장
- .11 BRX 주식 양수도 계약 체결
- 2020 .01 BRX 자회사로 편입

* Home-beauty, 소비자가 네일/헤어/타투 등 오프라인 살롱(Salon), 샵 등에서 제공하는 미용/시술 서비스를 집에서 직접 할 수 있도록 지원하는 뷰티 제품

젤라또랩은 BRAND X. 자회사 편입 이후 R&D 및 Sales 영역에서 체질개선에 성공하였습니다.

젤라또랩 인수 이후 주요 추진 내용

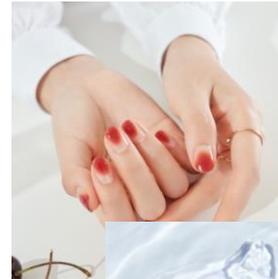
R&D 집중,
기술개발 성공

- 집중 R&D 투자 통해 “젤 네일” 제품 개발 완료
 - 국내 선도 업체 수준의 퀄리티 확보
 - 자체 설비 및 공장 통해 양산 과정까지 R&D 진행, 수율 향상 위한 기술개발 지속 중



D2C 기반
마련

- 건강한 성장 위한 기반 마련
 - 판가 조정, 판매채널 정비 등 D2C 기반 마련
 - 잭시믹스와 협업 통해 국내/외 소비자 반응 capture중



경영
효율화/전문화

- 신상품 개발 뿐만 아니라, 물류 통합 및 프로세스 확립 등 Biz. , Operation, Infra. 측면에서 전문화 및 체계화 완료
 - 최근 주간사 선정 통해, 사업/운영 측면 지속 강화중



BRAND X. 와
물리적/화학적 통합 완료 및
체질 개선 마무리 단계,
향후 3년 내 IPO 목표

3Care는 HMR “포켓도시락”다이어트 식품 전문 브랜드로 포켓도시락, 다이어트 간식 제품군에서 두각을 나타내고 있습니다.

“다이어트 도시락 No.1 브랜드 3Care”



개요

- 기업명: (주)쓰리케어코리아
- 설립일: 2016.06
- 매출액: 약 54억원 (2021.1H 누적)
- 임직원 수: 28명
- 주력 제품: 포켓도시락, 다이어트 간식 등
- 특징
 - ‘비우다-채우다-유지하다’ 컨셉의 ‘다이어트’ 식단 제안
 - 다이어트 도시락 누적 판매량 850만개 달성 등

연혁

- 2012 . 1세대 다이어트 브랜드 런칭
레몬디톡스 출시
- 2015 . 브랜드명 변경 (박지은다이어트→쓰리케어)
- 2016 . 現 (주)쓰리케어코리아 설립
- 2017. 포켓도시락 출시
- 2018 . 연매출 100억원 돌파
- 2019 .05 BRX 자회사로 편입
- 2020 . 흑자 전환

3Care는 다이어트 식품 브랜드로 포켓도시락, 다이어트 간식 제품군에서 두각을 나타내어 왔으며, 향후 리브랜딩 추진과 함께 운동 관련 F&B 특화 브랜드로 확장하고자 합니다.

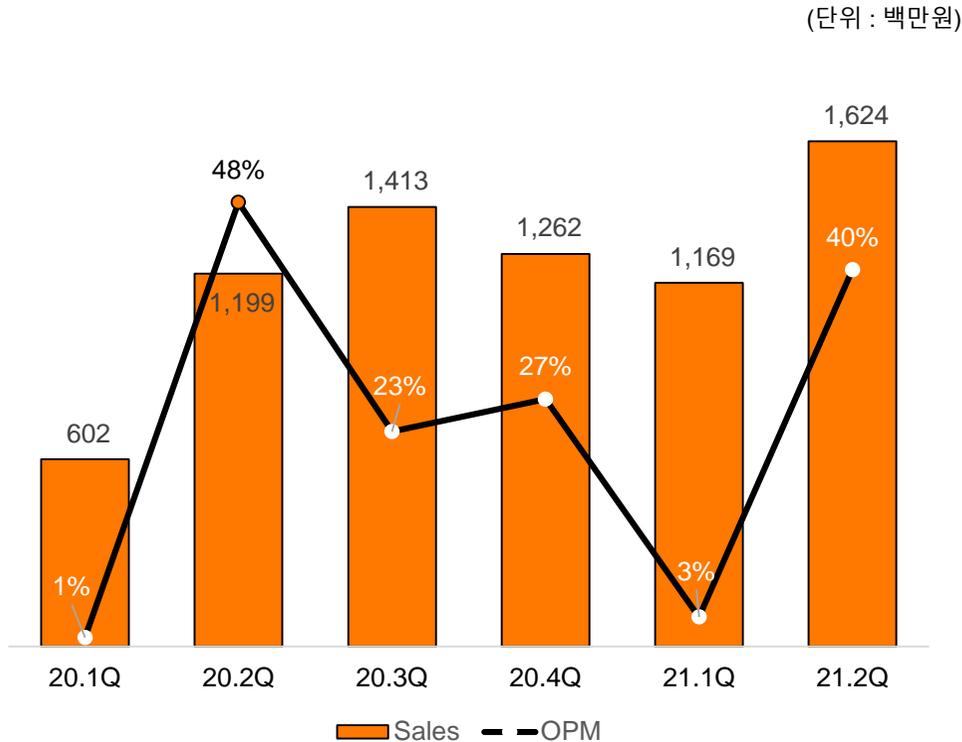
쓰리케어코리아 중점 추진 계획



**적극적 M&A 모색,
BRAND X. Fitness와 함께
국민 건강을 책임지는
새로운 브랜드로 도약**

SMB 대상 광고대행업을 영위하는 이루다마케팅은, 2021년 기준 40여개 이상의 매체에 대한 공식 대행권 및 누적 3,000여개 클라이언트를 확보하며 지속적인 성장을 실현하고 있습니다.

종합광고대행사로 성장하는 이루다마케팅



• 양적/질적 성장 실현

-20년 대비 매출/영업이익 대규모 성장 실현

→ 일반적인 SMB 광고대행 이익률 대비 높은 이익 구조 확립

• 지속 사업 개발 통해 종합광고대행사로 Transformation 목표

-브랜드/콘텐츠 마케팅 사업 확대, 최근 TV CF 대행 자격 취득

→ SMB* 대행사에서 MBB* 대행사를 목표로 지속 역량 강화중

• Non-Captive 매출 비중 확대 전략 추구

-과거 BRAND X. 향 매출 비중 60% 수준 → 최근 30% 이하

→ 잭시믹스 ref. 기반 대외 Sales 및 in-bound 고객 다수 유입

* SMB(Small & Medium Business: 중소기업 대상), MBB(Medium & Big Business: 중견&대기업 대상)

“운동하고 자신을 관리하는 사람들”과 가장 밀접한 기업 BRAND X.가 추진중인 신사업으로, 대한민국 대표 운동 플랫폼으로 성장하고자 합니다.

‘운동을 위한 모든 것’을 지원하는 온/오프 연계 운동 플랫폼 국민피티



illustration

Problem

아직도 눈에 보이는 생활체육 분야 전단지

- 소비자 : 정보 비대칭, 선택 자율성 부족에 의한 불만족
-ex. 시설/강습 직접 경험 전에는 의사결정 불가
- 점주/강사 : 마케팅 채널 부족, 코로나 사태로 실직/폐업

Solution

건강하고 수준 높은 운동/강의 시장 조성

- 소비자 : 내 주변 원하는 운동 시설/강사 정보 제공
-ex. 강력한 reputation 시스템 도입, 1:1레슨 전 강사/강습 스타일 확인
- 점주/강사 : 마케팅 강화, 부가 수익 창출

Plan

'21년 내 오픈 베타 런칭

- 5년 내 다운로드 300만+, MAU 100만 달성

국민피티는 O2O 서비스 뿐만 아니라 온라인 홈트 클래스, Shop/커뮤니티 서비스 제공을 통해 플랫폼 참여자에 방문 동기를 부여하고, 나아가 피트니스 시장 환경을 개선하고자 합니다.

강사 - 소비자 운동 Life style을 모두 지원 하는 대한민국 No.1 운동 플랫폼

illustration

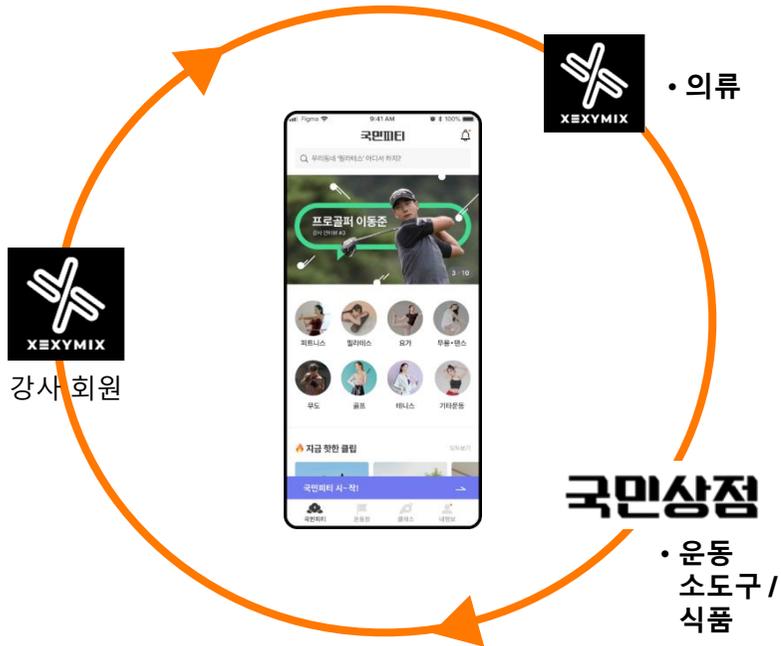
운동 시설/강사 매칭 (O2O)

온라인 홈트 클래스

Shop / 강사홈

BRAND X.와 브랜드가 보유한 운동/관리 하는 소비자, 운동/관리 해주는 공급자 연결을 필두로 빠르게 고객 가입 유도 및 앱 배포를 추진하고자 합니다.

전사 차원의 시너지 창출 Hub



초기

참여자
(공급자)
확보

- 젝시믹스 강사 회원 약 2.5만명, 기업회원 1만명 대상 빠른 유입 시도

초기

앱 배포/
확대

- 월 평균 400만명 이상 방문, 운동/관리 하는 사람들의 쇼핑몰, 젝시믹스 활용

중장기

고도화 /
확장

- 차별화 기능 및 AI/IoT 시스템 접목
- 센터 회원관리 시스템 통한 시설/강사/소비자 data 확보 /활용

CONTENTS

I. About Brand X

II. Business Overview

III. Investment Highlight

IV. Growth Strategy

1

고성장 고수익
기업

- 고성장 : 분기 매출 YoY 42% 달성
- 고수익 : 마케팅 효율화 및 체질개선 통해 고수익 구조 확립

2

경쟁력 있는
Traffic 보유

- PC/Mobile 모두 경쟁력 있는 Traffic 확보
- “운동/관리”하는 충성 고객층 보유

3

해외 시장 진출
기반 마련

- 일본 외 12개국 B2B 거래 통해 시장 Tapping 중
- 해외생산 개시 등 해외 수출 위한 기반 마련 추진중

BRAND X.는 지속적으로 양적/질적 성장을 이뤄내고 있으며, 무궁무진한 잠재력을 보유하고 있습니다.

1
고성장 고수익
기업

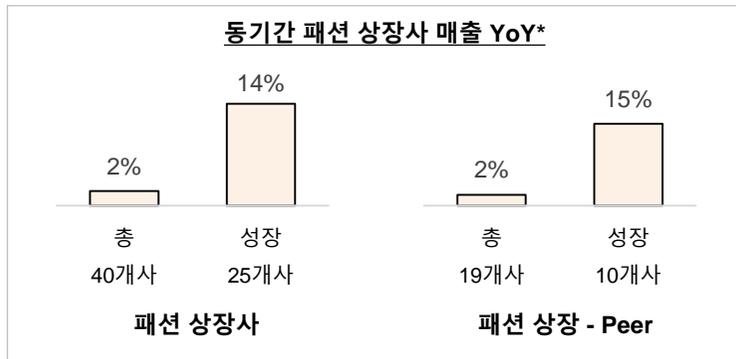
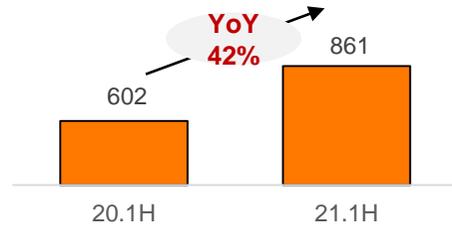
2
경쟁력 있는
Traffic 보유

3
해외 시장 진출
기반 마련

지속적 양적 성장 실현

BRAND X. 연결 매출 YoY

(단위 : 억원)

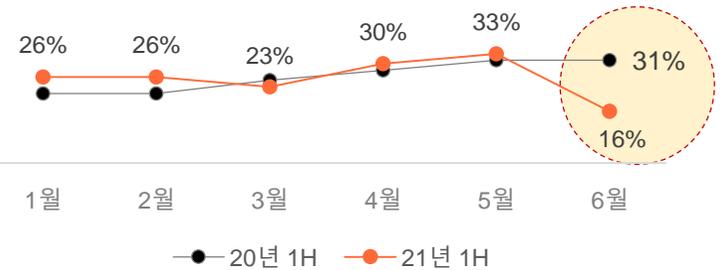


패션 상장사 대비 월등히 높은 매출
성장률

체질개선에 의한 고수익 구조 확립

2021년 매출 비 광고선전비중 추이

* 별도 실적 기준



마케팅 효율화 완료, 경쟁 우위 선점 확인
→ 지속 높은 수익성 실현 가능

* 어패럴뉴스, 전자공시시스템 참조, 패션 Peer 상장사 - 자사 반기 매출의 50% ~ 200% 수준의 매출 실적 보유 패션 19개사 선정

BRAND X.는 지속적으로 양적/질적 성장을 이뤄내고 있으며, 무궁무진한 잠재력을 보유하고 있습니다.

월 평균 100만명 이상 유입되는 건강한 진성 고객 Pool 보유

1
고성장 고수익 기업

2
경쟁력 있는 Traffic 보유

3
해외 시장 진출 기반 마련

Mobile App. MAU*
(6-month avg.)

Brand	MAU (만명)
젝시믹스	26
A사	12
F사	9
W사	36
O사	32

젝시믹스 A사 F사 W사 O사

애슬레저 패션 식품

PC Web MAU*
(6-month avg.)

Brand	MAU (만명)
젝시믹스	108
A사	83
F사	134
W사	129
O사	75

젝시믹스 A사 F사 W사 O사

- 다양한 브랜드 상품을 제공하는 패션/식품 플랫폼 수준의 Traffic

고객과 함께하는 브랜드

일평균
2,000개+
후기

최근 2년
누적 후기
100만개+

#젝시믹스
게시물
19만개

단일 브랜드 제공 사이트임에도 불구하고,
타 플랫폼 수준의 Traffic 확보

* MAU(Monthly Active User) 비교 : App – 모바일인덱스, Web – SimilarWeb.com 참고 및 재조정

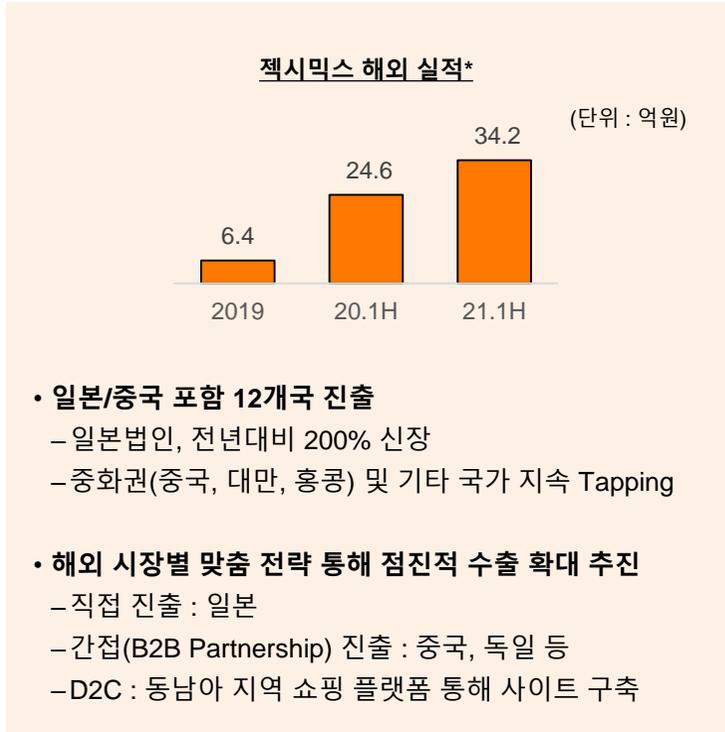
글로벌 시장 진출을 위해, 해외 시장/고객 반응을 살피는 동시에 본격 수출 위한 준비과정을 진행하고 있습니다.

해외 진출 위한 초석 마련

1
고성장 고수익
기업

2
경쟁력 있는
Traffic 보유

3
해외 시장 진출
기반 마련



하반기
해외 생산
개시

해외 B2B
문의 지속 증가

전문 조직
신설 &
유럽/북미 Fit
개발 (계획)

**대외적으로 해외 시장 반응 살피며,
내부적으로 수출 위한 기반 마련 추진 중**

* 연결 기준 : 젝시믹스 일본 법인 매출 포함, 내부 관리회계 기준 적용

CONTENTS

I. About Brand X

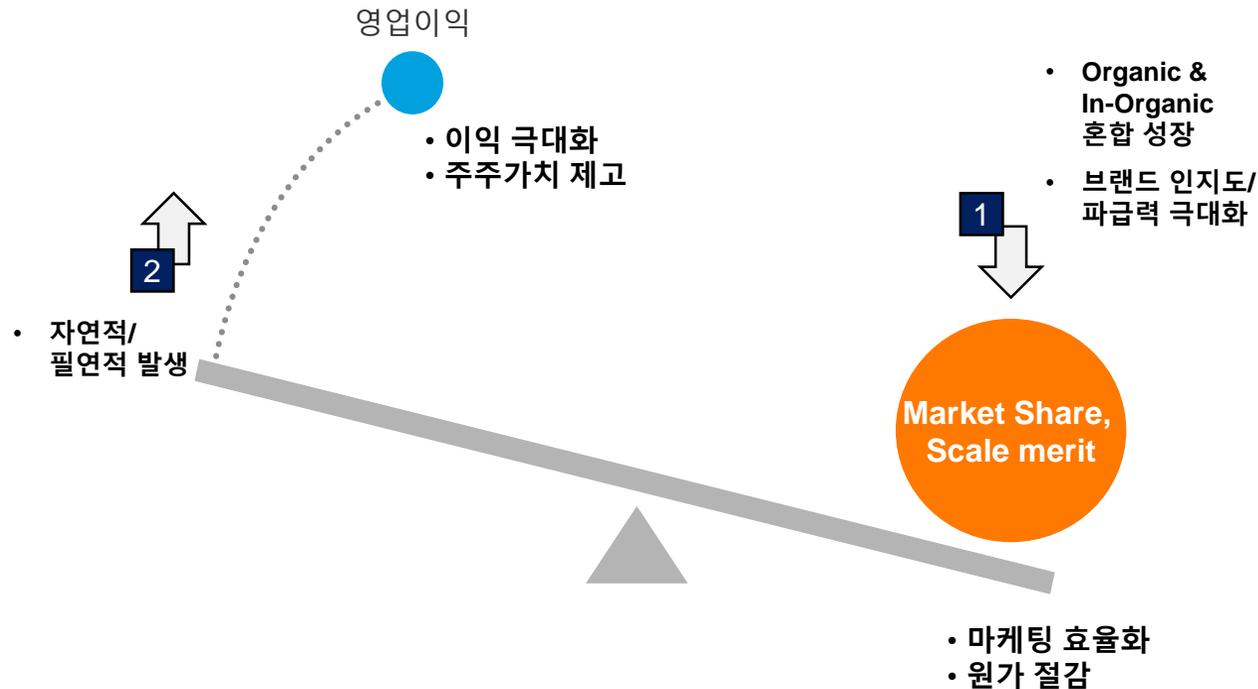
II. Business Overview

III. Investment Highlight

IV. Growth Strategy

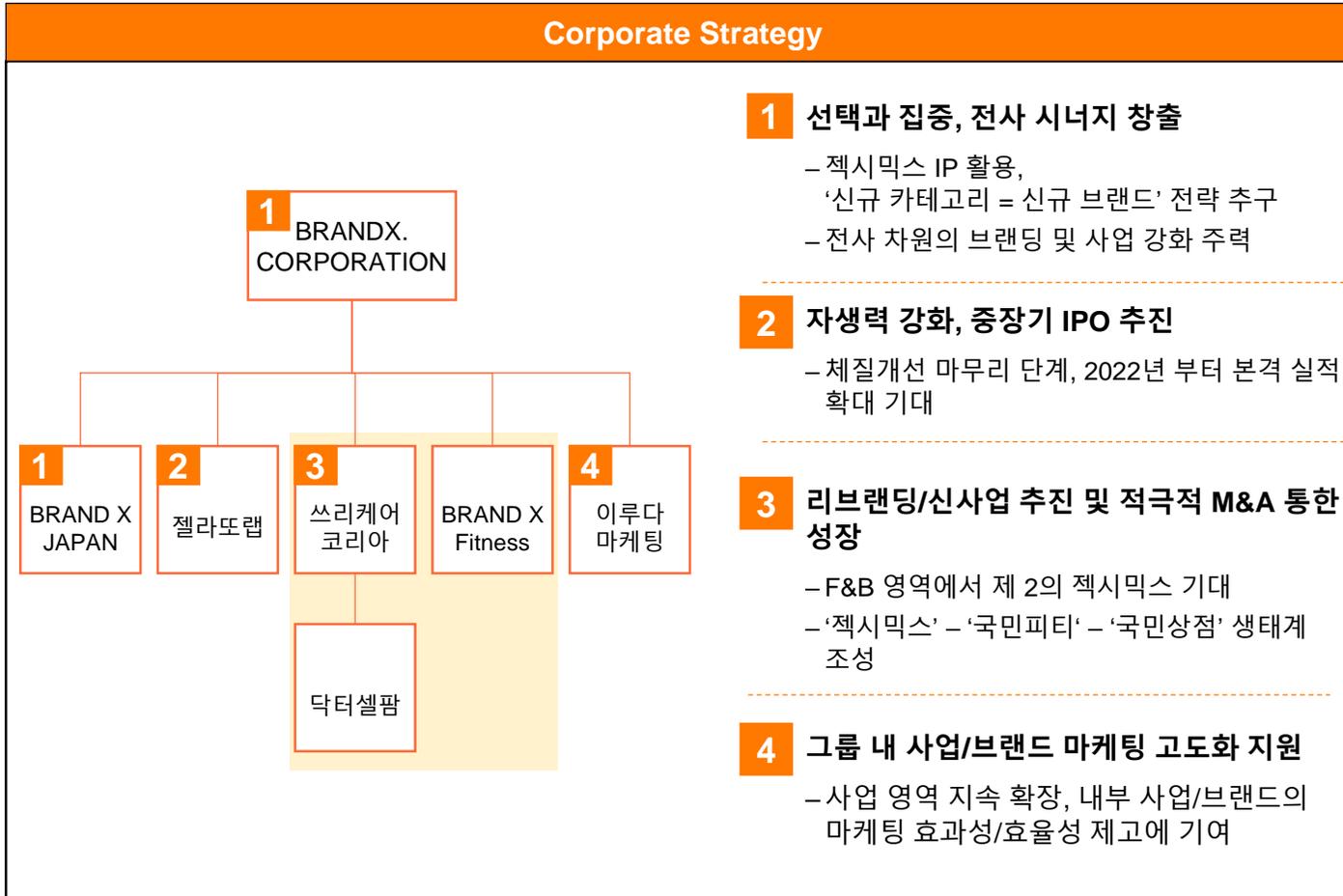
BRAND X는 M/S 확대를 통한 규모의 이익(Scale merit) 효과를 창출하는 것이 경쟁 우위를 점하고 나아가 이익을 극대화 하는 방안이라고 판단하고 있습니다.

FY2021 경영 핵심 방향성



외형 성장에 우선 집중
최소한의 영업이익률 10% 확보

BRAND X. 는 향후 선택과 집중 및 법인간 명확한 R&R 기반 하에 시너지를 창출하여 기업가치를 제고하고자 합니다.



**법인간 명확한 R&R 기반
 시너지 창출 통해
 기업가치 제고**

건강한 트래픽, 성공적 카테고리 확장 경험, 트렌드를 선도하는 디자인, 합리적인 가격 등 젝시믹스만의 탁월한 강점을 기반으로 지속 사업 확장을 준비하고 있습니다.

보유 역량

R&D

- 집중적 R&D 투자 및 Man-Power 확보
 - R&D 인력, 젝시믹스 사업부의 20% 구성
 - 선도 기업/브랜드 경험 수석 디자이너 영입 완료
- 근접 기획 기반 최신 트렌드 반영
 - '21년 현재 출시/계획된 신상품 252 모델, 1,203 SKU

생산

- 높은 OEM 관여도
 - 원단 샘플링 ~ 피팅 완료 후 OEM 생산 추구
- OEM사와 높은 신뢰도 및 낮은 의존도 구축
 - 국내 100여개 OEM사와 긴밀한 협업 관계 구축

마케팅 & Sales

- 브랜드 인지도 상승 + D2C 전략 = 높은 광고 효율
 - 최근 3개월 평균 ROAS 약 700% 이상* 달성
- 건강한 Traffic 기반 탄력적 이벤트/프로모션 기획
 - CRM 지속 고도화, 실시간 고객 반응 통한 대응

핵심 경쟁력

다양한
상품 구색

+

원가/품질
경쟁력

+

가성비
갖춘 가격

+

고객
Loyalty
확보

Next Plan

2021.2H

- 젝시믹스 IP활용한 Marketing 추진
- Timely 신상품 입고 및 Sales
- 해외생산 안정화
- 슈즈 / 아우터 강화
- 고객층 지속 확대



2022

- 젠틀 스포츠(골프, 테니스), 키즈** 카테고리 진출
- 이너웨어 (Body Positive) / 아웃도어/ 스웬웨어** 카테고리 강화
- 해외 생산 효율화
- 북미/유럽 Fit 연구개발



* ROAS : 광고집행금액 대비 매출 수준을 검증하는 지표, 젝시믹스의 최근 온라인 광고비 대비 자사몰 매출액 기준

** 미확정

BrandX는 M&A를 통한 외형의 성장에 치중하기 보다는, ‘브랜드 강화’를 목표로 ‘자사 보유 이미지’, ‘Target 고객/상품’ 관점에서 접근/추진 하고자 합니다.

M&A 방향성

핵심 고려 사항

자사 보유 역량

#트렌드 캐치, #마케팅,
#브랜드 발굴, #사업 확대

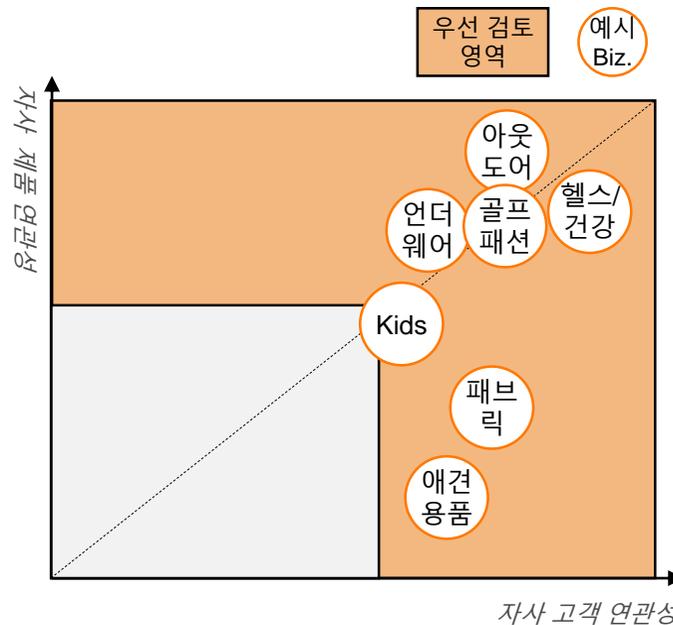
자사 보유 이미지

#역동적, #건강한, #민첩함,
#트렌드 주도

Target 고객 / 상품

#트렌디함, #자기관리,
#삶의 질, #똑똑한 소비

주요 타겟 영역



자사 기존 브랜드 강화

- 자체 R&D 를 기본 전제로 하지만, 시장 현황 및 Deal 건 발생 시 적극 검토
-ex. 쓰리케어코리아 사업 확장 위한 F&B 영역

신규 브랜드 런칭

- 단기간 내 경쟁우위 획득 필요 or 추가 역량 확보가 필요한 Biz. 영역의 경우 적극적 M&A 예정
-ex. 애견용품/패브릭 등 소비자 Needs 있으나, BRX 축적 역량과 상이한 영역

End Of Documents

요약재무제표 (연결)

I/S (연결)

(단위:백만원)

	2019	2020	2021.2Q
매출액	64,097	139,727	86,066
매출원가	25,159	54,113	33,958
매출총이익	38,938	85,615	52,107
판관비	29,027	77,467	47,933
영업이익	9,911	8,147	4,174
금융수익	148	253	178
금융비용	655	494	503
기타수익	83	240	204
기타비용	180	610	969
법인세차감전순이익	9,307	7,536	3,085
법인세	1,678	544	434
당기순이익	7,629	6,992	2,465

B/S (연결)

(단위:백만원)

	2019	2020	2021.2Q
자산	41,550	78,322	106,700
유동자산	31,104	61,059	79,015
비유동자산	10,446	17,263	27,686
부채	27,313	15,439	42,359
유동부채	11,068	12,309	32,641
비유동부채	16,245	3,130	9,718
자본	14,238	62,883	64,341
자본금	100	9,531	9,531
자본잉여금	1,927	34,981	34,981
자본조정	790	-14	1,385
기타포괄손익누계액	-49	-77	-92
이익잉여금	11,461	18,455	18,754
비지배지분	9	7	-219

요약재무제표 (별도)

I/S (별도)

(단위:백만원)

	2019	2020	2021.2Q
매출액	56,928	120,908	72,546
매출원가	22,268	48,404	30,387
매출총이익	34,659	72,504	42,159
판관비	24,280	65,823	37,826
영업이익	10,379	6,682	4,333
금융수익	138	242	154
금융비용	636	425	75
기타수익	69	128	80
기타비용	144	593	888
법인세차감전순이익	9,805	6,033	3,603
법인세	1,914	543	368
당기순이익	7,892	5,490	3,050

B/S (별도)

(단위:백만원)

	2019	2020	2021.2Q
자산	39,294	73,615	84,825
유동자산	28,891	56,624	67,624
비유동자산	10,403	16,991	17,201
부채	24,754	11,905	20,632
유동부채	9,253	10,175	19,149
비유동부채	15,501	1,730	1,483
자본	14,539	61,711	64,193
자본금	100	9,531	9,531
자본잉여금	1,927	34,981	34,981
자본조정	790	-14	1,488
이익잉여금	11,722	17,212	18,192