

브랜드엑스코퍼레이션 2023년 1분기 실적 발표

2023. 05. 12

Disclaimer

본 자료는 한국채택국제회계기준(K-IFRS)을 기초로 작성된 연결 및 별도 기준의 영업실적입니다.

본 자료에 포함된 재무실적 및 영업성과는 (주)브랜드엑스코퍼레이션 및 종속회사들에 대한

외부감사인의 회계검토가 완료되지 않은 상태에서 투자자 및 잠재사업파트너 여러분의 편의를 위하여 작성된 것으로
그 내용 중 일부는 향후 회계검토 결과에 따라 변경될 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

따라서, 본 자료는 투자자들의 투자 결과에 대하여 어떠한 법적인 목적으로 사용되어서는 안되며,

당사는 본 자료에서 제공되는 정보에 의거하여 발생하는 투자결과에 대해 어떠한 책임을 지지 않음을 알려 드립니다.

본 자료는 자료 작성일 현재의 사실에 기초하여 작성된 것이며,

당사는 향후 변경되는 새로운 정보나 미래의 사건에 대해 업데이트 책임을 지지 않습니다. (과실 및 기타의 경우 포함)

본 자료는 비영리 목적으로 내용 변경 없이 사용이 가능하고 (단, 출처 표시 필수)

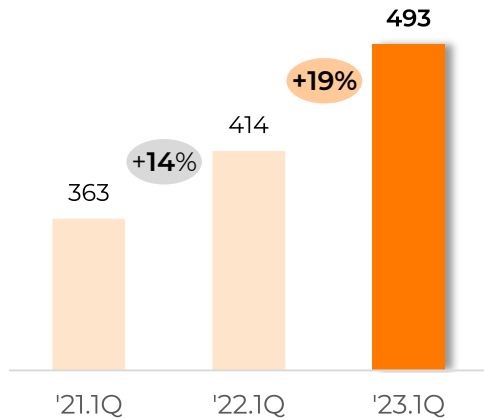
회사의 사전 승인 없이 내용이 변경된 자료의 무단 배포 및 복제는 법적인 제재를 받을 수 있음을 유념해 주시기 바랍니다.

BrandX Corporation 1분기 연결 경영 실적 요약

- '23.1Q 연결 매출 493억(YoY +19%)으로 역대 1분기 최대 매출 달성, 영업이익 35억(YoY +13%)
- **XEXYMIX 매출 전년 대비 23% 성장한 461억으로, 브랜드 1Q 매출 400억 돌파**
- **XEXYMIX 영업이익 48억으로 전년 대비 29% 성장 (OPM 10.5%로 +0.5%p 증가)**

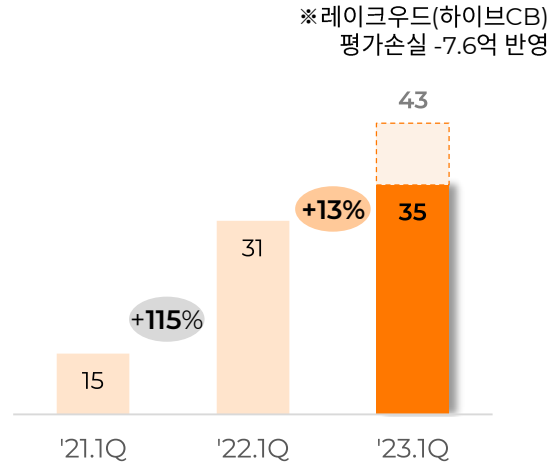
연결 매출

단위: 억 원



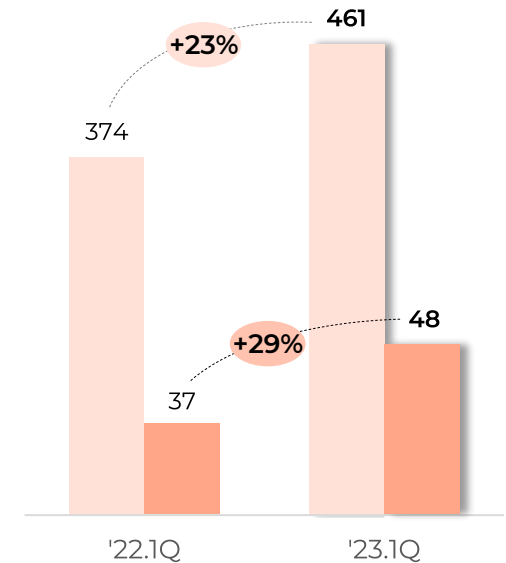
연결 영업이익

단위: 억 원



XEXYMIX 실적

단위: 억 원



구분 (단위: 억 원)	연결			별도			XEXYMIX*		
	'23.1Q	'22.1Q*	YoY	'23.1Q	'22.1Q	YoY	'23.1Q	'22.1Q	YoY
매출	493	414	19%	454	378	20%	461	374	23%
영업이익	35	31	13%	41	33	25%	48	37	29%
영업이익률	7.2%	7.6%	-0.4%p	9.1%	8.8%	+0.4%p	10.5%	10.0%	+0.5%p

* '22.1Q 연결 실적: 전기 중 중단사업(젤라토폰, BRX.피트니스) 발생에 따라 비교표시 목적으로 재작성

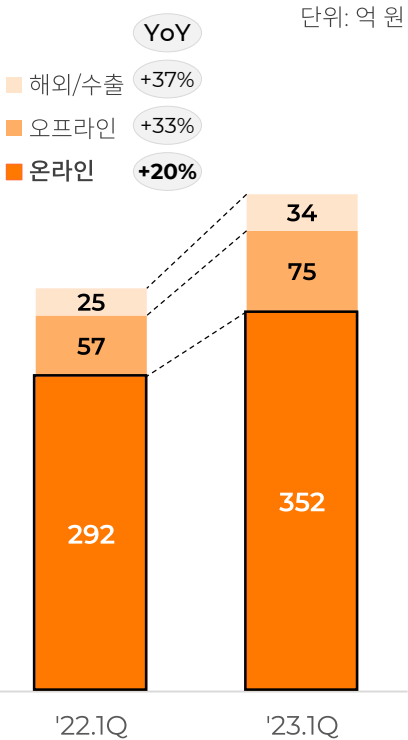
* XEXYMIX 실적: 일본법인 실적 포함 글로벌 기준 (연결조정 반영)

XEXYMIX 1분기 주요 성과

• XEXYMIX '23.1Q 매출 461억(YoY +23%), 영업이익 48억(YoY +29%), OPM 10.5%(YoY +0.5%p)

- 운동의 일상화에 따른 애슬레저 시장 지속 성장 및 브랜드 충성고객 증가
- 탄탄한 온라인 D2C 기반으로, 오프라인 및 해외 시장으로의 확장에 집중하여 외형과 이익 동반 성장

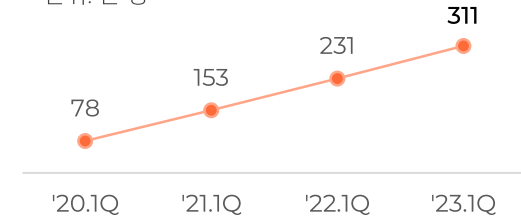
XEXYMIX 판매 채널별 매출*



D2C 자사몰 누적 가입자 수 300만 명 돌파

- 지속적인 카테고리 및 스타일 확장으로 고객군 다각화하며
- 7년 차에 누적 가입자 수 300만 명 달성*

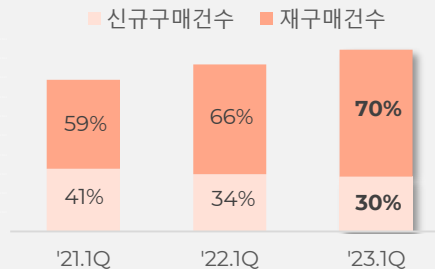
단위: 만 명



PXQ 동시 증가로 7년 연속 외형 성장

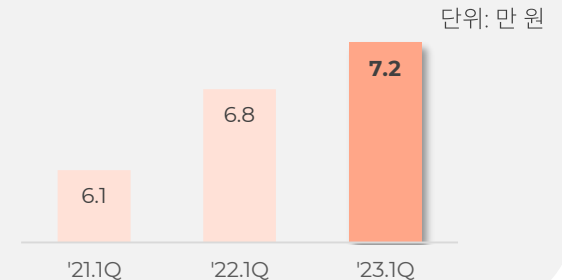
자사몰 재구매건 비중 70% 돌파*

- 충성 고객 늘어나며 재구매율 증가



자사몰 객단가 7만원 달성*

- 프리미엄 라인 확장으로 객단가 지속 상승



* XEXYMIX 실적 : 일본법인 실적 포함 글로벌 기준 (연결조정 반영)

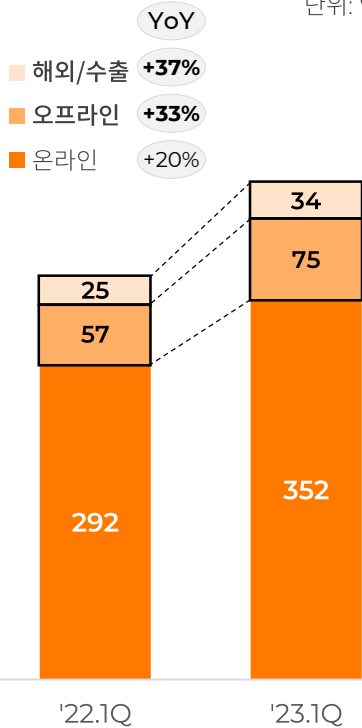
* 자사몰 Source: 엑시믹스 자사몰(PC/Mobile) 내부 Data

XEXYMIX 1분기 주요 성과

- XEXYMIX '23.1Q 매출 461억(YoY +23%), 영업이익 48억(YoY +29%), OPM 10.5%(YoY +0.5%p)
- 운동의 일상화에 따른 애슬레저 시장 지속 성장 및 브랜드 충성고객 증가
- 탄탄한 온라인 D2C 기반으로, 오프라인 및 해외 시장으로의 확장에 집중하여 외형과 이익 동반 성장

XEXYMIX 판매 채널별 매출*

단위: 억 원

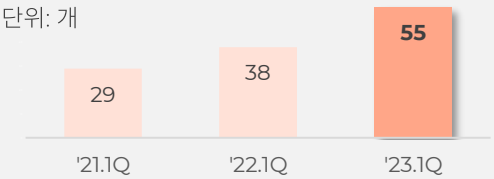


오프라인 매장 전국적 확대

- 온라인 고객과의 접점 확대를 위한 매장 지속 출점 ('23.1Q 4개점 신규 오픈)
- 고객 니즈에 맞춰 매장 입지 전국적 확대

매장수

단위: 개



적극적 해외 진출 추진

- B2B 17개국, B2C 55개국 수출 중이며, 주요 진출국(일본/대만/홍콩/중국 등) 내 확장에 집중

1) 중국



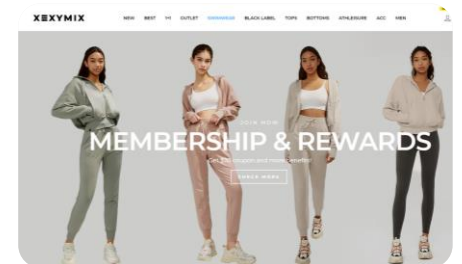
- 상해 대형 쇼핑몰 '글로벌 하버' 플래그십 스토어 입점 준비

2) 대만



- 대만 내 브랜드 인지도 증가로 역대 최고 수출액 달성
- WNBK 공식 후원 및 팝업 진행

3) 홍콩



- 홍콩 온라인 자사몰 직운영하여 월 역대 매출 달성

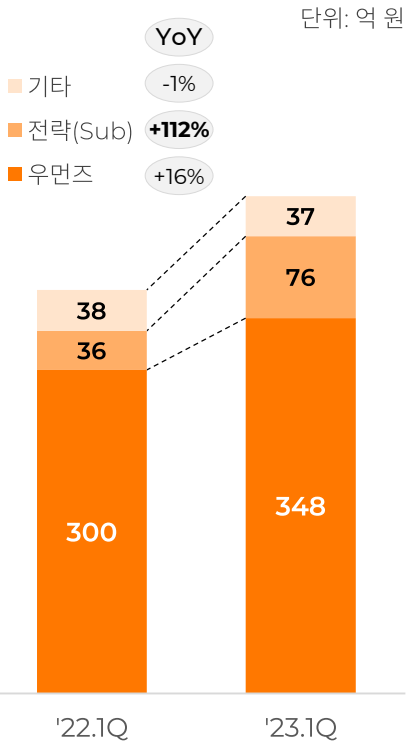
* XEXYMIX 실적 : 일본법인 실적 포함 글로벌 기준 (연결조정 반영)

* 자사몰 Source: 엑시믹스 자사몰(PC/Mobile) 내부 Data

XEXYMIX 1분기 주요 성과

- 국내 애슬레저 No.1 브랜드로서, 우먼즈 레깅스/조거팬츠/바람막이 등 검증된 스테디셀러로 안정적 매출 성장 기반 보유
- 맨즈, 골프, 키즈 등 전략적 카테고리 출시 효과로 남성 및 4050까지 고객군 확장하며 전세대를 아우르는 브랜드로 발돋움

XEXYMIX 분류별 매출*



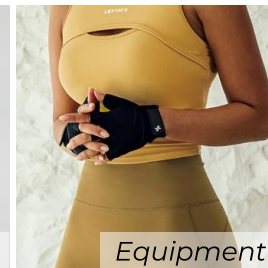
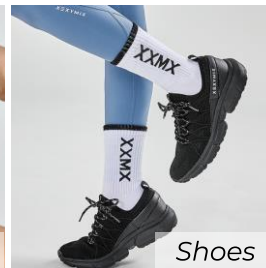
Women's



Sub



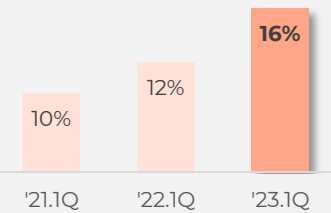
etc.



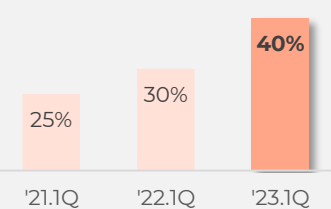
자사몰 신규 가입자

- 자사몰 누적 가입자 수 **300만 명 돌파**
- 주 고객 2030 & 여성이나, 고객군 확장 전략에 따라 SUB 고객층인 **4050 & 남성 신규 가입 비중 꾸준히 증가**

남성신규가입자비중*



4050신규가입자비중*



* XEXYMIX 실적 : 일본법인 실적 포함 글로벌 기준 (연결조정 반영), 매출 분류 기준: 우먼즈(액티브/애슬레저), 전략(맨즈/골프/키즈), 기타(책시웨어, 이너웨어, 코스메틱, 슈즈, 용품)

* 자사몰 Source: 책시믹스 자사몰(PC/Mobile) 내부 Data

BRX 별도 1분기 비용 및 손익 분석

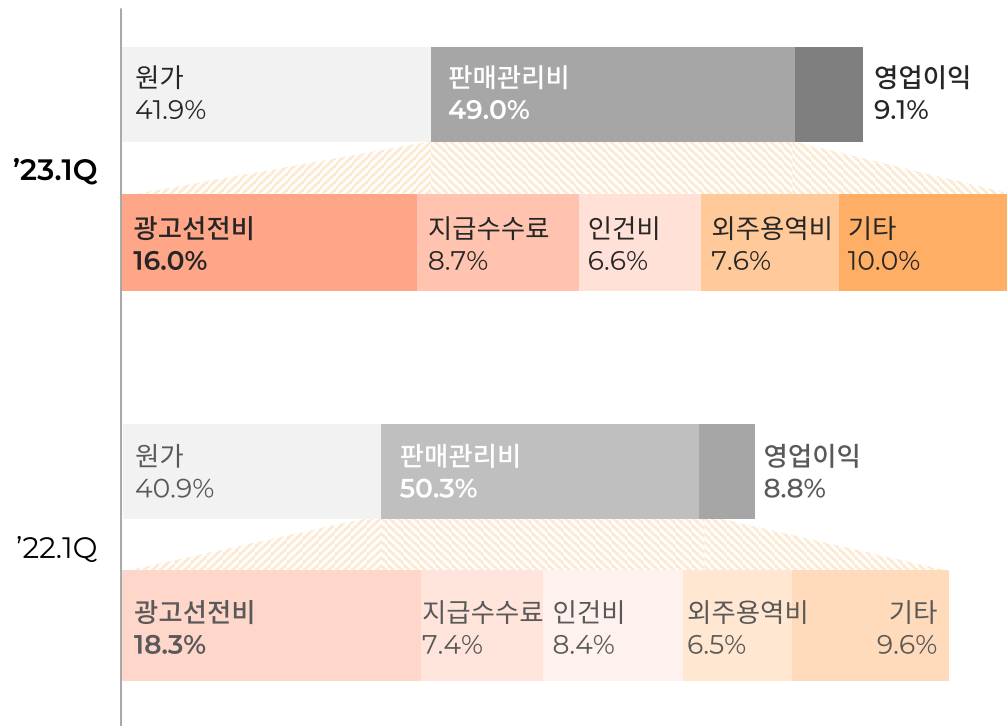
• '23.1Q 전년 대비 판매관리비 비중 1.3%p 감소

→ 브랜드 경쟁력 강화로 광고선전비 비중 축소 집행한 것이 주효 ('22.1Q 18.3% → '23.1Q 16.0%으로, YoY 2.3%p 감소)

• 영업이익 41억, OPM 9.1%로 전년 대비 25% 성장 (OPM +0.4%p)

매출 구성 및 비용 계정별 비중

단위: %



구분 (단위: 억원)	'23.1Q	'22.1Q	YoY
판매관리비	222	190	17%
% of sales	49.0%	50.3%	-1.3%p
광고선전비	73	69	5%
% of sales	16.0%	18.3%	-2.3%p
지급수수료	40	28	41%
인건비	30	32	-6%
외주용역비	34	25	40%
기타	45	36	26%
영업이익	41	33	25%
% of sales	9.1%	8.8%	+0.4%p

* 별도 실적 및 내부 관리회계 기준 (일본법인 실적 미포함)

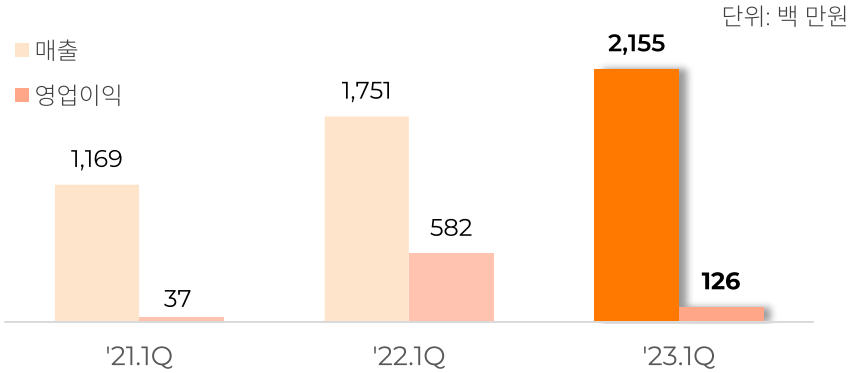
BRX 별도 1분기 B/S 분석

- '22년 재고자산 일시적 증가하였으나, QoQ -59억으로 빠르게 소진 중
 - 1) '22.2Q~4Q 신규 카테고리(골프/키즈) 시즌별 재고 최초 매입
 - 2) 중국 플래그십 스토어 오픈 등 본격적 해외 진출 준비
 - 3) 지속적 수요 증가 대응 및 원가 절감 위한 스테디셀러 사전 확보
- 22F/W 물량 다수 소진 및 매출 증대에 따른 현금성 자산 안정화 (QoQ +71억)

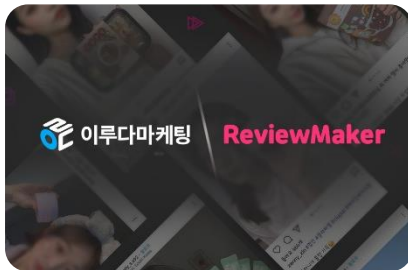
구분 (단위: 백 만)	'23.1Q	'22.4Q	QoQ	'22.1Q	YoY
자산	105,286	103,465	1,821	94,415	10,871
유동자산	74,428	73,420	1,007	63,464	10,964
- 현금및현금성자산	8,579	1,503	7,077	9,742	(1,163)
- 재고자산	44,764	50,708	(5,945)	28,621	16,143
비유동자산	30,858	30,045	813	30,951	(93)
부채	26,599	27,152	(553)	22,293	4,306
유동부채	25,130	26,318	(1,188)	20,094	5,036
비유동부채	1,469	834	635	2,198	(730)
자본	78,687	76,313	2,374	72,122	6,565

BRX 자회사 1분기 주요 실적

이루다마케팅



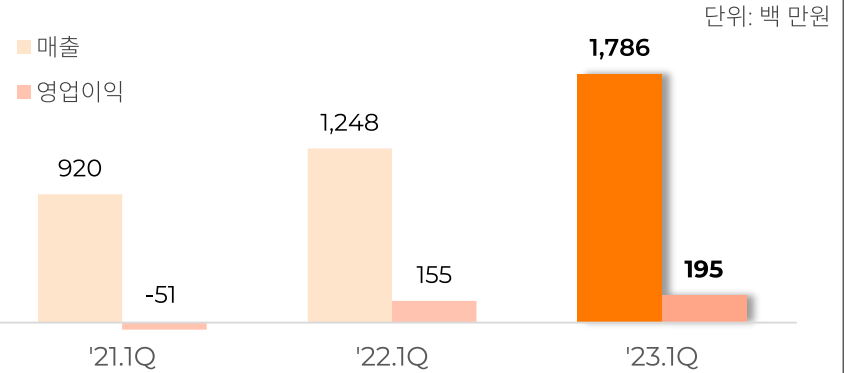
- 사업 인수 및 서비스 영역 확장, 전문가 영입 등을 통해 사업 경쟁력 강화하며 매출 21.6억 시현 (YoY +23% 성장)
- 영업이익 1.3억으로 전년 대비 하락
 - 종합 마케팅 에이전시로의 사업 확장을 위한 콘텐츠 제작, 데이터 등 전문 인력 사전 확보



23.02 리뷰메이커 인수 (인플루언서 플랫폼 비즈니스)

- 인플루언서 마케팅 사업 본격화
- 플랫폼 안정화/고도화 통한 M/S 확대
- 기존 광고주 upselling 활용

BRX. Japan



- '23.1Q 매출 17.9억으로 YoY +43% 성장
 - 주요 도시 내 대형몰 중심으로 팝업 스토어 확장, 최대 온라인 쇼핑몰 '라쿠텐' 내 판매 상위권 유지하며 일본 내 브랜드 인지도 지속 상승 중
- 영업이익 2억(OPM 10.9%)으로 YoY +21% 성장



23.03.22~03.28
오사카 르쿠아 이세탄 백화점



23.02.01~02.07
후쿠오카 하카타 한큐 백화점

BrandX Corporation 2분기 주요 사업 계획

- 브랜드 아이덴티티 강화를 위한 신규 모델 발탁 및 대대적 ATL 마케팅 준비
- 오프라인/해외 신규 판매 채널 지속 확장 통한 고객 점점 극대화
- 여름 성수기 대비, 래쉬가드/워터레깅스 등 스웜웨어 신상품 대규모 오픈으로 시장 선점

XEXYMIX만의 Brand Identity 강화



중국 플래그십 스토어 오픈

4/15 상해 플래그십 스토어 오픈

→ 중국 내 거점 매장으로 활용하여 대리상 확보 및 주요 도시 추가 확장 계획



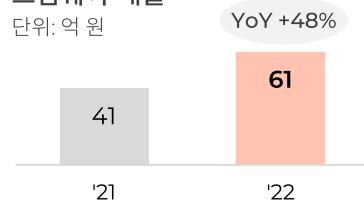
Shanghai
Global
Harbor

스웜웨어 대규모 출시

포스트 코로나 대비 스웜웨어 역대 최다 SKU 출시 예정

→ '22년 연간 48% 성장한 기회 영역으로, 2분기 사전 오픈 계획

스웜웨어 매출
단위: 억 원



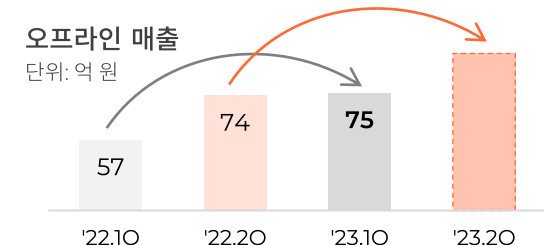
오프라인 매장 점진적 확대

오프라인 매장 1분기 수준 추가 입점 계획

→ 아이파크몰, 롯데프리미엄아울렛 등 대형몰 위주 입점



오프라인 매출
단위: 억 원



Appendix. 주주 친화 정책 및 배당 현황

•매년 배당, 자사주 취득 등 주주친화 정책을 통해 주주가치 제고

- 1) 배당성향 : 별도 당기순이익 대비 3개년 평균 37%
- 2) 대표이사 장내매수 : 20년 8월 상장 이후 총 15회에 걸쳐 약 20억원 규모의 장내매수 실시
- 3) 자사주 취득 : 매년 1회 신탁 계약을 통해 총 70억원 규모의 자사주 취득
- 4) 자사주 소각 : 22년 11월 약 34억원 규모의 자사주 소각
- 5) 무상증자 : 21년 9월 무상증자(1:0.5주) 실시

구분		2020년	2021년	2022년
배당	배당금 총액	2,070백만 원	2,933백만 원	3,511백만 원
	배당성향*	37.7%	27.3%	45.6%
	시가배당률	1.0%	1.1%	2.4%
대표이사 장내매수		1.2억 원(1회)	15.9억 원(11회)	3.3억 원(3회)
자사주 취득		30억 원	25억 원	15억 원
그 외		-	무상증자 (1:0.5)	자사주 소각 (34억 원)

* 별도 손익 기준 배당성향

Appendix. 연결 재무제표 요약

B/S* (연결)

(단위: 백만 원)

	FY21	FY22	1Q23
자산	110,650	114,223	116,097
유동자산	68,539	80,787	82,497
비유동자산	42,111	33,436	33,600
부채	42,401	32,892	32,730
유동부채	34,399	30,919	30,189
비유동부채	8,002	1,973	2,540
자본	68,249	81,331	83,367
지배지분	68,053	78,288	80,129
자본금	14,786	14,786	14,786
자본잉여금	33,975	35,419	35,821
자본조정	(2,990)	2,593	2,464
기타포괄손익누계액	(62)	(4)	23
이익잉여금	22,343	25,494	27,035
비지배지분	196	3,043	3,238

I/S* (연결)

(단위: 백만 원)

	FY21	FY22	1Q23
매출액	165,935	212,740	49,324
매출원가	66,134	84,902	19,848
매출총이익	99,801	127,838	29,475
판관비	85,990	110,038	25,930
영업이익	13,811	17,800	3,545
영업외수익	544	783	229
영업외비용	1,870	1,546	370
법인세차감전 계속영업순이익	12,484	17,037	3,404
계속영업이익법인세	(298)	3,773	654
계속영업순이익	12,783	13,264	2,750
중단영업이익	(5,021)	(3,194)	-
당기순이익	7,762	10,071	2,750

* '21, '22 재무수치: 전기 중 중단사업(젤라도랩, BRX.피트니스) 발생에 따라 비교표시 목적으로 재작성
* 외부감사인의 회계검토 전

Appendix. 별도 재무제표 요약

B/S* (별도)

(단위: 백만 원)

	FY21	FY22	1Q23
자산	87,882	103,496	105,286
유동자산	56,236	73,420	74,428
비유동자산	31,646	30,076	30,858
부채	17,914	27,136	26,599
유동부채	15,947	26,302	25,130
비유동부채	1,967	834	1,469
자본	69,968	76,361	78,687
자본금	14,786	14,786	14,786
자본잉여금	33,975	33,975	34,400
자본조정	(2,930)	2,606	2,570
이익잉여금	24,137	24,993	26,931

I/S* (별도)

(단위: 백만 원)

	FY21	FY22	1Q23
매출액	147,770	195,308	45,355
매출원가	62,209	81,874	19,004
매출총이익	85,562	113,434	26,351
판관비	73,345	95,873	22,203
영업이익	12,217	17,561	4,149
영업외수익	432	2,647	152
영업외비용	2,117	8,776	329
법인세차감전 계속영업순이익	10,531	11,433	3,972
계속영업이익법인세	(412)	3,702	830
계속영업순이익	10,943	7,730	3,141
중단영업이익	(185)	-	-
당기순이익	10,757	7,730	3,141

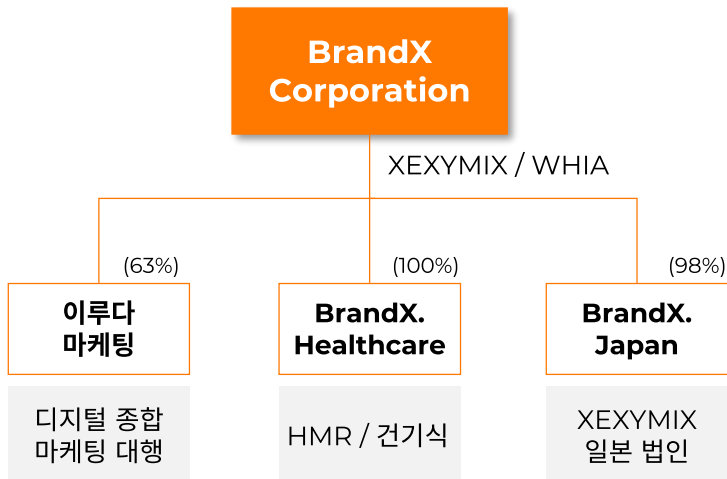
Appendix. 회사 개요

Company Profile

- 설립 일 2017.08.23
- 상장 일 2020.08.13
- 대표이사 강민준, 이수연 각자대표
- 주주구성 강민준 44.2%, 이수연 2.6%, 한국투자파트너스(주) 10.3% ('23.05 현재 기준)

BrandX Corporation 지배구조

- '23.05 현재 기준, 보통주 기준 지분율



BrandX. History

- 2012** 브랜드엑스그룹(온라인 마케팅), 쓰리케어* (1세대 다이어트 쇼핑몰) 런칭
- 2015 잭시믹스 브랜드 런칭
- 2017** (現) 브랜드엑스코퍼레이션 설립
- 2018 벤처기업 인증
기업부설 'R&D 연구소' 설립
- 2019 이루다마케팅*, 쓰리케어코리아* (5월) 자회사 편입
BRAND X. Japan* (12월) 설립
- 2020. 08** KOSDAQ 시장 상장
- 2021. 06 잭시믹스 온라인 상품 판매 누적 1,000만 개 달성
12 중소벤처기업부 2021 벤처천역기업 선정
- 2022. 07 잭시믹스 홈페이지 누적 방문자 수 3억명 달성
ESG 인증 취득 : ISO14001(경영), ISO45001(안전보건)
- 09 2022 올해의 브랜드 대상 - 韓·中 애슬레저룩 부문 1위
- 10 잭시믹스 오프라인 매장 50호점 출점
- 12 이루다마케팅 35억 원 외부 투자 유치
(주)글루가 지분 투자 (총 2.6% 취득)

* 당사의 자회사로 각 별도의 사업 영위 (쓰리케어코리아: 現. 브랜드엑스헬스케어)

End Of Documents