

제이준(주) Responsible for beauty

Investor Relations Presentation

January 2017

제품군

마스크팩: 8종



블랙 물광
마스크

태반
마스크

스킨핏
마스크

베이비 퓨어
샤이닝
마스크

로즈
블로섬
마스크

멀티비타
톤업
마스크

골드스노우
블랙
마스크

퍼플
프래그런스
마스크

그 외 제품 : 스킨케어(13종) + 메이크업(5종)



풀 옴 워터
크림

드 주르 크록
아쿠아 브라이트닝
크림

인피니티2
(주름개선)

시어버터20%
핸드 모이스춰
크림

비타스노우

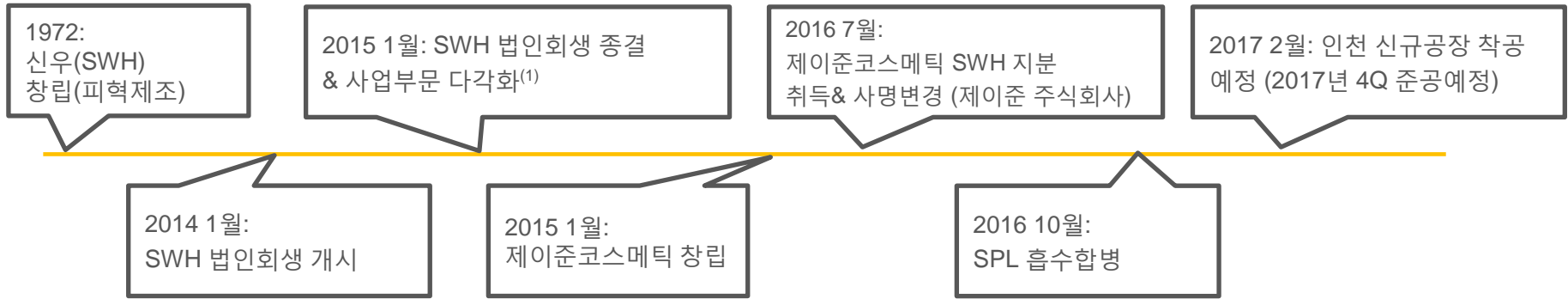
샤인 듀오
유브이 션

데일리 바이탈
미스트

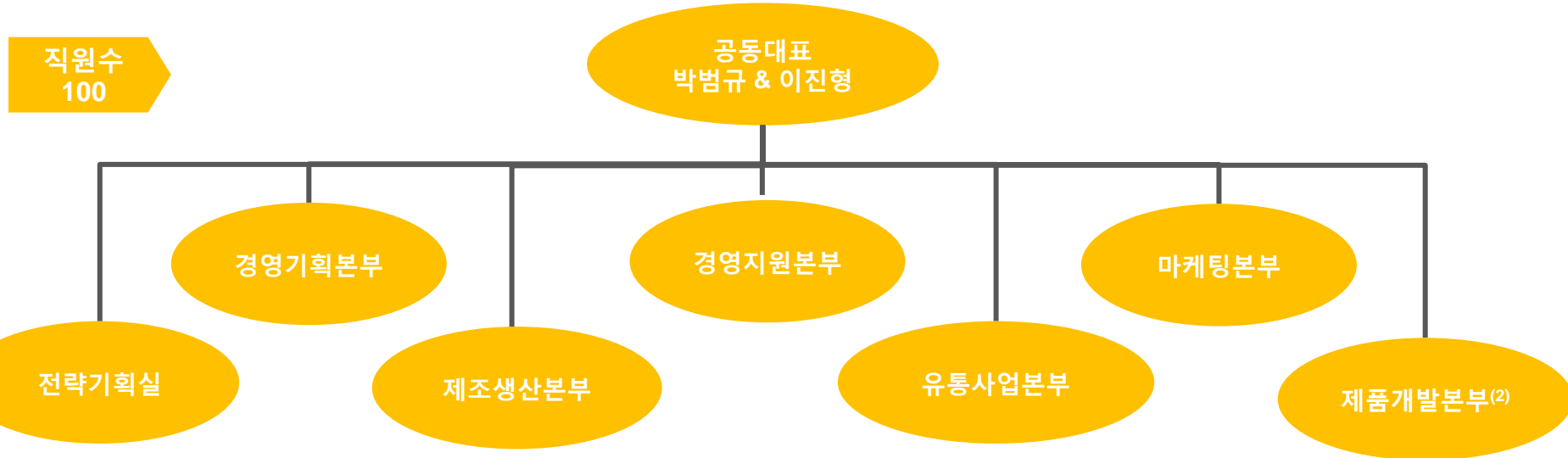
- 업계 최초 스텝별 마스크팩 출시, 교차판매 기회 확보
- 2017년 출시 준비중인 신제품 대량 확보

주요 사항

연혁



제이준 주식회사 조직도



⁽¹⁾ 신우 자회사 : 아인시스(네트워크, IT 부품생산) 매각완료 엘피스(휴대폰 안테나 제조업) 매각예정자산 분류(2017년 Q1 매각예정)

⁽²⁾ 부설연구소는 2017년중에 제이준코스메틱에서 제이준 주식회사로 편입 예정

주주현황

안정적인 지배구조를 지향하는 경영진

주주명	회사와의 관계	소유주식수	%
(주)제이준코스메틱	최대주주 본인	12,320,000	22.88%
박범규	공동대표이사	1,014,825	1.88%
이진형	공동대표이사	795,836	1.48%
박형준	최대주주의 주요주주	705,000	1.31%
기타	특수관계인들	367,497	0.68%
소 계 (A)		15,203,158	28.23%
자기주식	-	4,461	0.01%
회사 관계자	우호지분	1,187,500	2.21%
미래성장3호투자조합	우호지분	6,374,995	11.84%
소 계 (B)		7,566,956	14.05%
오양2호투자조합	(구) SWH 최대주주	2,649,710	4.92%
기타주주	소액주주	28,432,901	52.80%
합 계		53,852,725	100.00%

2016.12.31기준

우호지분율
A+B = 42.28%

주주명	최대주주와의 관계	최대주주와의 관계	%
(주)제이준코스메틱	최대주주 본인	13,079,789	21.12%
박범규	공동대표이사	1,014,825	1.64%
이진형	공동대표이사	795,836	1.29%
박형준	최대주주의 주요주주	705,000	1.14%
기타	특수관계인들	367,497	0.59%
소 계 (A)		15,962,947	25.78%
자기주식	-	4,461	0.01%
회사 관계자	우호지분	1,187,500	1.92%
미래성장3호투자조합	우호지분	6,374,995	10.30%
소 계 (B)		7,566,956	12.22%
오양2호투자조합	(구) SWH 최대주주	2,649,710	4.28%
기타주주	소액주주	35,739,937	57.72%
합 계		61,919,550	100.00%

2017.02.26 기준(가정)

우호지분율
A+B = 38.00%

참고사항: 상기 (주)제이준코스메틱 소유주식수에는 24회 및 25회 CB의 주식 전환가능
주식수인 759,789주가 포함 되었음

투자 핵심포인트

- 1 탁월한 재무 성과를 기반으로 높은 투자 잠재력 보유
- 2 중국에 대한 깊은 이해도를 바탕으로 중국시장에 성공적으로 안착
- 3 검증된 제품을 기반으로 중국외 해외시장 진출 가속화
- 4 지속적인 성장을 위한 투자

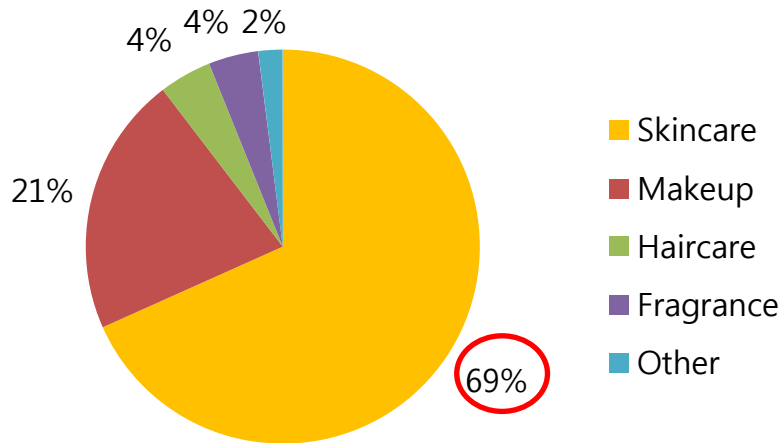
투자 핵심 포인트

2 중국에 대한 깊은 이해도를 바탕으로 중국시장에 성공적으로 안착

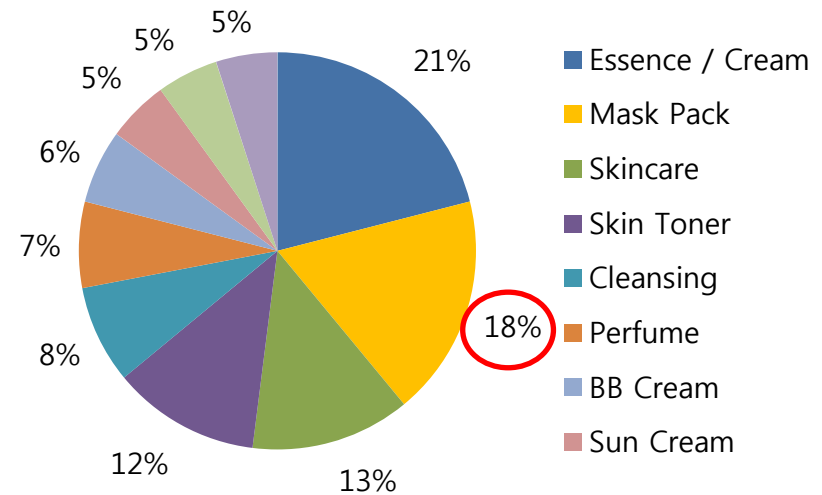
여전히 매력적인 중국의 마스크팩 시장

- 마스크 팩은 중국인 100명 중 45명이 사용하며 매년 26% 성장⁽¹⁾
- 중국은 연간 28억장의 마스크팩 소비국⁽¹⁾
- 연간 6회 이상 재구매율: 10% 이상 ⁽²⁾
- 기초화장품 (Skin Care)은 전체 화장품 시장 중 70%
- 마스크팩의 판매량은 화장품시장의 18%로 에센스 다음으로 높음 비중

기초 화장품 vs 색조 화장품⁽³⁾



화장품 품목별 순위⁽⁴⁾



⁽¹⁾ 출처 : Tencent Magazine/닐센 리테일 데이터베이스

⁽²⁾ Kantarworld 리서치:CTR마켓 리서치

⁽³⁾ 매출기준으로 작성됨 / 출처: iResearch

⁽⁴⁾ 판매량 기준으로 작성됨 / 출처: iResearch

투자 핵심 포인트

2 중국에 대한 깊은 이해도를 바탕으로 중국시장에 성공적으로 안착

2016년, 설립 이후 최대 성과 달성

- 8개월 연속 타오바오에서 한국브랜드 내 마스크팩 부문 1위 달성 (16년 5월~)
 - 이중 3개월간 글로벌 1위 유지

'타오바오' 마스크팩 부문
한국 브랜드 최초
8개월 연속 판매 1위

2016 COSMO 뷰티 대상
코스모 뷰티 상 수상

年度特别期待面膜大奖
JAYJUN黑色水光面膜
2016年度面膜大奖

중국 미용대상
마스크팩 부문 대상 및
벤처융합포상
미래부장관상 수상

제이준 제품 5종
중국
위생허가 취득

JAYJUN		2016.12.26
중국注册号	16422196	
商标类别	44	
申请日期	2015-02-28	
注册日期	2016-04-14	
有效期至	2016-04-14 ~ 2026-04-13	
注册状态	商标权属中国受理通知文书文	
申请人名称	朴智媛 PARK, JIHYEON/JEON	
申请人地址	韩国首尔特别市江浦区一洞314, 302室102号 3021102, 314, YEONGNAM RD, GANGNAM GU, SEKIL 015-796 REPUBLIC OF KOREA	
商品服务列表	4603 美容外科, 皮肤科用敷料, 医疗, 皮肤科用敷料, 外科敷料, 替代灯, 医疗辅助器具 4602 皮肤科用敷料, 敷料, 敷料	
商标公告序号	1487	初审公告日期 2016-01-13
注册公告序号	1489	注册公告日期 2016-04-14
国际分类号		国际分类号
优先权日期		申请人名称 北京韩宇知识产权代理有限公司
商标类型	普通商标	商品名称 美容面膜
商标状态	2016-07-21	商标权属中国受理通知文书文
	2016-08-28	商标权属中国受理通知文书文

2017년은 당사가 중국 마스크팩 판매의 주도권을 강화하기 위해 더 한층 성장하는 한해가 될 것으로 예상

- 2016년에 취득한 5개의 위생허가 외에도 추가로 2017년 상반기내 6개 제품의 위생허가 취득
 - 티몰 국내관 입점 기준 통과(티몰 글로벌(a.k.a 직구) vs 티몰 국내관 비율 = 5 : 95)
- 2016년 12월 중국내 상표권을 취득하여 향후 10년간 오프라인 판매 가능

투자 핵심 포인트

2 중국에 대한 깊은 이해도를 바탕으로 중국시장에 성공적으로 안착

- 지속적인 공중파 PPL과 유명 연예인의 SNS를 활용하여 브랜드 노출 증가
- 2016년의 성과를 바탕으로 17년 마케팅 예산 10배 확대



A



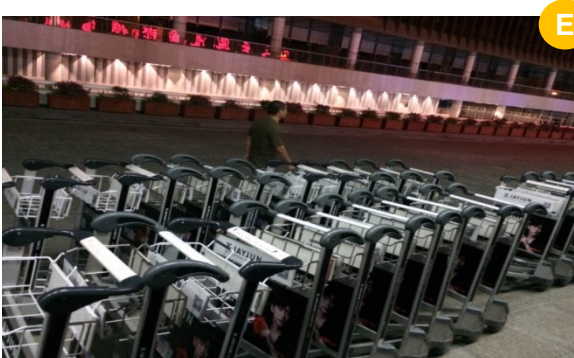
B



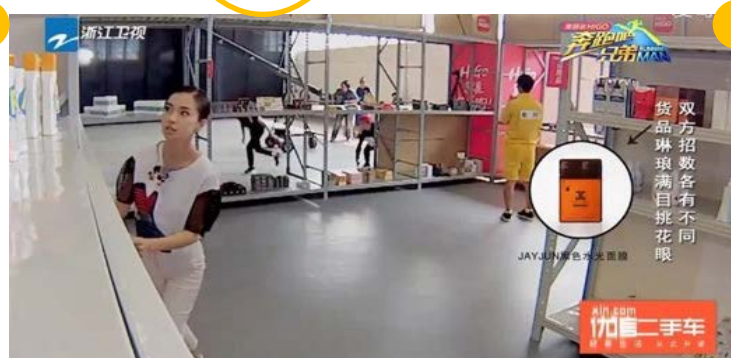
C



D



E



F

• A: 중국 후난성 후난 TV OMG 채널에서 소개되었던 제이준 신제품 마스크팩 (2017년)
 • B: Hunan TV 방영된 중국버전 "아빠어디가" 프로그램의 PPL(2016년)

• C: 제주도 롯데제주호텔에서 3일간 진행한 제이준의 날에 초청된 220명의 왕홍 (2016년 10월)
 • D: 중국 유명 연예인 / OMG의 MC 리웨이자 (웨이보팬 2천700백만 보유)

• E: 중국 하이난 섬 하이난공항 카트의 제이준 광고
 • F: 중국 저자영 저장 TV에 방영되는 중국버전의 "런닝맨"의 PPL (2016)

투자 핵심 포인트

3 검증된 제품을 기반으로 해외시장 진출 가속화

- 2017년 중국내의 오프라인 판매 채널(드럭스토어 및 화장품 전문매장) 진출을 통해 매출 증가 기대
- 국내 영업을 강화하고 해외 진출(ex-China)을 통해 판매채널 확장

KOREA



Manage flag shops



Opened in airport duty free shops
(Lotte, Shilla, Walker Hill, Dongwha, Hanwha, Shinsegae)



Opened in top domestic drug stores



Opened in tax free shops



Manage online shopping mall

GLOBAL



Signed sole agency agreement with China



Signed sole agency agreement with Hong Kong



Signed sole agency agreement with Thailand



Indonesia, Malaysia, Vietnam
(Sole agency negotiations in progress)



Regions in America, the Middle East, and Europe
(work in progress)

- 중국 매출 강화 전략: 오프라인 거래처 10,000개 목표 및 중국 티몰 국내관내 제이준 브랜드 샵 런칭 확정(17년 2월 28일)
- 동남아시아: 500개 이상의 드럭스토어 (Watsons & Sasa) 입점 예정(2017년 1분기)

투자 핵심 포인트

3 검증된 제품을 기반으로 해외시장 진출 가속화

해외 진출 현황



- 세밀한 시장조사를 기반으로 공신력 있는 유통망과의 전략적 파트너십을 통한 보수적 시장진입
- 20개 이상의 신제품이 2017년내 출시될 예정: 모든 신제품은 소비자의 피드백을 기반으로 개발되고, 선별된 시장 및 국가에서만 출시 예정

투자 핵심 포인트

4 지속적인 성장을 위한 투자

- 국내 최대 마스크 팩 생산 시설 2017년 2월에 착공 예정
- 매월 안정적으로 4천만장을 생산할 수 있는 시설로 최대 50% 추가 생산 가능
- 제약회사 제조공정을 적용한 마스크 팩 생산에 최적화된 위생환경을 구축하여 제품 불량률 최소화
- 스마트 공장 시스템을 통해 모바일 기기 및 단일 제어 센터를 통해 전체 제조 공정 모니터링 가능
- 일련의 생산과정을 방문객(거래처, 투자자 등)이 직접 볼 수 있도록 공장투어 라인 구축: 생산 투명성 및 접근성 확보

구 분	공장 A (현재운영)	공장 B (건축 중)
위치	인천시 남동구	
생산CAPA	월 1천7백만장	월 4천만장
생산면적	2,705m ² (819평)	17,356m ² (5,259평)
공장가동	2016년 2월(착공예정)	2017년 11월 (예정)
주요 생산품목	마스크 팩	마스크 팩
투자비	SPL 합병 (마스크팩 제조회사)	토지: 100억원 공장: 200억원



시장 우려

- 1 중국시장에 집중된 사업 Risk + THAAD(고고도미사일방어체계) 문제
- 2 마스크 팩에 편중된 매출구조
- 3 (구)SWH가 발행한 전환사채

IR 관련 문의

investor.relations@jayjun.co.kr

Disclaimer

본 자료에 포함된 회사의 경영실적 및 재무성과와 관련된 모든 정보는 기업회계기준에 따라 작성되었습니다. 본 자료에 포함된 “예측정보”는 별도 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 있는 바, 이러한 불확실성으로 인하여 실제 미래실적은 “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 변경될 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

따라서, 본 자료를 참고한 투자자의 투자 의사결정은 전적으로 투자자 자신의 판단과 책임하에 이루어져야 하며, 당사는 본 자료의 내용에 의거하여 행해진 일체의 투자행위 결과에 대하여 어떠한 책임도 지지 않습니다. 본 자료는 어떠한 경우에도 투자자의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.