

Investor Relations 2018

Global Cosmetics Company

SEWHA P&C



SINCE 1965
SEWHA (주)세화 피앤씨

Disclaimer

본 자료는 제한된 기관투자자들을 대상으로 실시되는 PRESENTATION에서 정보 제공을 목적으로 (주)세화파앤씨(이하 '회사')에 의해 작성되었으며 이의 반출, 복사 또는 타인에 대한 재배포는 금지됨을 알려드리는 바입니다. 본 PRESENTATION에의 참석은 위와 같은 제한 사항의 준수에 대한 동의로 간주될 것이며, 제한 사항에 대한 위반은 관련 '자본시장과 금융투자업에 관한 법률'에 대한 위반에 해당될 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 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 미래 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 임원들은 그 어떠한 책임도 부담하지 않음을 알려드립니다.
(과실 및 기타의 경우 포함).

본 문서는 주식의 모집 또는 매출, 매매를 위한 권유를 구성하지 아니하며 문서의 그 어느 부분도 관련 계약 및 약정 또는 투자 결정을 위한 기초 또는 근거가 될 수 없음을 알려드립니다.



Investor Relations 2018

CONTENTS

- Chapter 1.** Beloved Hairmetic for More Than 40 Years, SEWHA
- Chapter 2.** Trendy Cosmetic Line-ups from 2017
- Chapter 3.** 2017 Annual Financial Performance
- Chapter 4.** Leaping to A Total Cosmetic Brand
- Chapter 5.** Appendix



대표이사 **이 훈 구**

- | | |
|---------------------|----------------------|
| • 1985.10 ~ 현재 | (주)세화피앤씨 대표이사 (경영총괄) |
| • 1985.10 ~ 1994.10 | 세화제약(주) |
| • 1982.08 ~ 1985.08 | (주)유공 |
| • 1982.07 | 고려대학교 기계공학과 졸업 |

“고객 가치 실현을 최우선으로 삼는 세화피앤씨”

세화피앤씨는 1976년 창사이래 다양한 색채와 종류의 염모제를 선보이며 대한민국을 대표하는 염모제 중심의 헤어코스메틱 회사로 소비자들의 모발의 아름다움과 건강을 위해 노력해 왔습니다.

당사는 끊임없는 기술 개발과 도전을 발판으로 경쟁력 있는 페이스케어 및 바디케어 제품을 출시하며 제품 다변화를 이룩하였고, 다양한 국가로의 수출에 성공하며 ‘K-Beauty’ 트렌드를 선도하는 토탈 코스메틱 기업으로 성장해 나가고 있습니다.

앞으로도 세화피앤씨는 지속적인 도전과 성취를 통해 기업가치를 향상시키고 그 결실을 투명하고 공정하게 주주와 함께 나눌 수 있도록 최선을 다해 노력하는 기업이 될 것을 약속 드립니다.

한결 같은 사랑과 따뜻한 격려를 보내주신 주주, 투자자, 소비자 여러분들께 깊은 감사를 드리며 변함없는 관심과 지도 부탁 드립니다.

감사합니다.

(주) 세화피앤씨
대표이사 **이 훈 구**



회사소개

SEWHA

www.sewha.co.kr

42년 역사의 염모제 및 헤어 케어 전문 기업

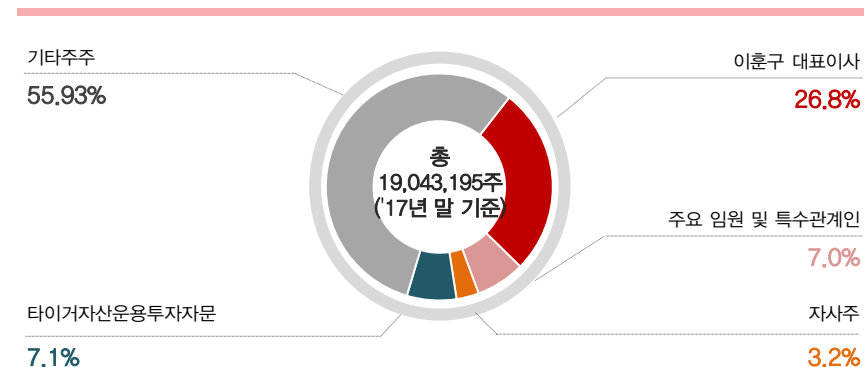
일반현황

회 사 명	(주)세화피앤씨
대표이사	이훈구
설 립 일	1976년 7월 9일
자 본 금	1,904 백만 원 ('17년 말 기준)
매 출 액	32,929 백만 원 ('17년 연간 기준)
임 직 원	88명 ('17년 말 기준)
사업영역	염모제, 헤어케어, 기타 화장품
주 소	본사 및 공장: 충청북도 진천군 초평면 은암길36 서울사무소: 서울시 송파구 법원로 11길 문정현대지식산업센터 A동 1203
홈페이지	세화피앤씨: www.sewha.co.kr 리체나: www.richenna.com 모레모: www.moremo.co.kr 메리뮤: www.merimieu.co.kr

주요 경영진

성명	학력	주요경력
이 훈 구	고려대학교 기계공학과 고려대학교 전문경영대학원	現) (주)세화피앤씨 대표이사 (경영총괄) (주)유공 / 세화제약(주)
서 동 수	중앙대학교 화학공학과 한양대학원 공학(석사)	現) (주)세화피앤씨 부사장 (총괄임원) 한국화장품
박 수 일	제천제일고교	現) (주)세화피앤씨 상무이사 (공장장) 동성제약/포쉬에헤어코스메틱/코웰푸드/하늘푸드
이 기 무	서울대학교 농화학과 충남대학원 농화학과(박사)	現) (주)세화피앤씨 상무이사 (연구개발) 애경산업 / 두리화장품
조 준 한	수원대학교 경제학과	現) (주)세화피앤씨 이사 (재무임원)

주주현황



성장과정

SEWHA

www.sewha.co.kr

1976년 설립 이후, 지속적인 연구 개발 및 빠른 성장으로 기업 가치 향상

1976~2005 기반 구축기

- 2004년**
 - 국내 최초 리체나 헤나 파우더 염색약
 - 의약품 제조허가 등록
 - 리체나 헤나 샴푸 런칭
- 2002년**
 - 세계 최초 5분 타입 “하이스피드” 런칭
 - 고농도 헤나 엑기스 추출공법 개발 성공
- 1996년**
 - 7분타입 “세븐스피드” 런칭
- 1994년**
 - 염모제 및 화장품으로 사업변경
- 1976년**
 - 회사 설립

2006~2012 성장기

- 2012년**
 - 500만불 수출탑 달성
 - ISO 인증(9001) 획득
 - CGMP 재인증
- 2011년**
 - 300만불 수출탑 달성
- 2010년**
 - 중국동방CJ홈쇼핑 샴푸형 염모제 런칭
- 2009년**
 - 기술혁신형 중소기업(이노비즈) 선정
- 2008년**
 - CGMP 취득
 - 샴푸형 염모제 런칭
 - 5년 연속 CJ오쇼핑 염모제 부문 1위
- 2007년**
 - 100대 우수 특허 제품 대상
- 2006년**
 - 진천 신공장 완공
 - “헤나나노파티클 제조방법” 특허

2013~ 도약기

- 2018년**
 - 라헨스 볼륨커버스틱 시즌2 “더볼업 볼륨커버스틱” 론칭
 - “모레모” 제품 중국TV홈쇼핑 진출
 - 젊은 층 공략을 위한 코스메틱 브랜드 “프리모팩토리” 론칭
- 2017년**
 - 코스닥시장 스팩합병상장
 - “샴푸형 염모제” 누적판매 2,100만개 돌파
 - “라헨스 볼륨커버스틱” 누적판매 150만개 돌파
 - “리체나” 한국소비자만족지수 1위
- 2016년**
 - 토탈케어 New 브랜드 “모레모” 신규 런칭
 - “리체나” 소비자 선정 브랜드 대상
 - “리체나” NS홈쇼핑 히트상품 선정
- 2015년**
 - 프로페셔널 브랜드 “YES!T” 런칭
 - “리체나” 한국소비자만족지수 1위 (4회 연속)
- 2014년**
 - CGMP 재인증
 - CCM 재인증
- 2013년**
 - 진천공장 증축 완공
 - 코넥스시장 상장
 - 미래창조경영우수기업 선정
 - ISO인증(27716) 획득

RICHENNA®

MERIMIEU

B·happy

YES!T
PROFESSIONAL

LAHEINE
PROFESSIONAL

moremo
MORE MOIST

FREEMO
FACTORY

SEWHA

Beloved Hairmetic for More Than 40 Years, SEWHA

- 08 독보적 염모제 기술 보유
- 09 자체개발/자체생산 경쟁력 확보
- 10 '리체나' 국내 염모제 대표 브랜드 위상 구축
- 11 다양한 유통 네트워크 구축
- 12 성공적 해외진출 교두보 마련



독보적 염모제 기술 보유

업계 최초 “고농도 헤나 추출 기술” 확보

2004년 국내 최초 헤나 염모제 제조 허가

● 자체 개발 '헤나나노공법' 으로 로소니아 추출량 12배 증가

■ 기존 헤나 추출 공법 ■ 자사 헤나나노공법 적용



* 로소니아: 모발 단백질인 케라틴과 결합하여 손상된 모발 치유, 윤기부여, 항균·살균 작용으로 두피 질환을 개선에 도움을 주는 염료

● 타사 제품과 비교실험을 통해 입증된 탁월한 효능

비듬균 실험		손상된 모발케어 실험		두피 피지 관리 실험	
배양된 비듬균	리체나 샴푸 사용 후	리체나 샴푸 사용 전	리체나 샴푸 사용 후	타사 샴푸 사용 후	리체나 샴푸 사용 후
리체나 샴푸 사용 후 비듬균이 제거됨		리체나 샴푸 사용 후 모발이 매끄럽고 정돈됨		타사 제품 대비 피지와 비듬 제거 효과 높음	

다양한 제형 및 컨셉의 염모제 개발

- ✓ 국내 염모제 시장 독보적인 위치
- ✓ 제품 다변화를 통한 매출 증대



자체개발/자체생산 경쟁력 확보

부설 연구소를 통한 독자적 연구/개발에서 자체 생산까지 TOTAL COSMETIC 사업 영위

자체 연구 개발 능력 보유



다양한 신제품 개발 및 출시

자체 생산 능력 보유



연간 생산 CAPA (제조기준)			TOTAL COSMETIC 대량생산체계 구축으로 생산경쟁력 확보
생산 능력	염모제	1,650만개	
	파우더	3,100만개	
	화장품	1,400만개	

주) 염모제(40g기준 1제+2제), 화장품(200ml 기준), 파우더(10g 기준) 생산수량

'리체나' 국내 염모제 대표 브랜드 위상 구축

국민 염색제로 굳건한 입지를 구축하고 있는 헤나 염모제 '리체나'

● TV홈쇼핑 염모제 최장수 브랜드

– 2008년 홈쇼핑 출시 이후 현재까지 꾸준히 홈쇼핑 채널 유지



● CJ홈쇼핑 및 NS홈쇼핑 염모제 분야 최다 판매

– 2017년까지 누적 390만 세트 판매 돌파



● 다양한 제형의 라인업 보유

– 크림, 파우더, 샴푸, 젤 타입 등



- 중국, 태국, 베트남, 인도, 필리핀, 말레이시아, 멕시코, 싱가포르 등 해외 TV홈쇼핑 진출



● NS홈쇼핑 2016년 이미용 히트상품 TOP5

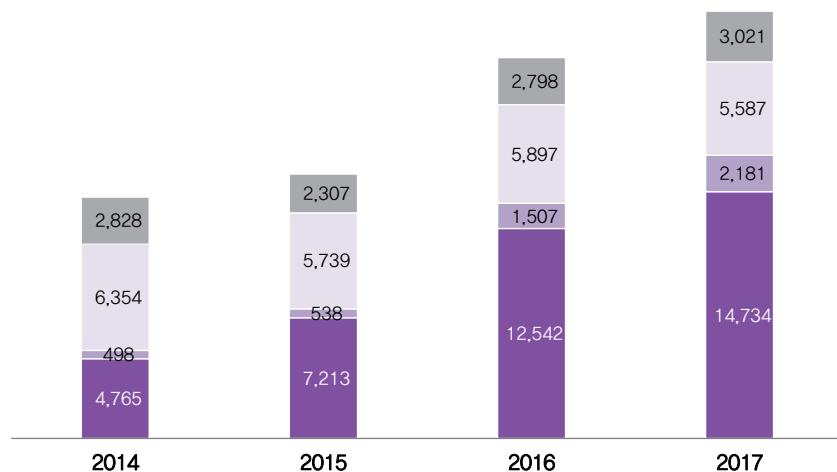
순위	브랜드명	상품명	판매가격 (원)	주문수량 (만세트)	매출액 (추정치)
1	엘렌실라	달팽이크림	79,000	21.8	172억
2	리체나	염색제	59,900	11.7	70억
3	탐클래스	기초세트	99,000	7.4	73억
4	컬러딤	립쿠션틴트	59,900	6.6	39억
5	질경이	여성청결제	75,900	6.3	47억

다양한 유통 네트워크 구축

온라인과 오프라인을 아우르는 전방위 판매 경로 확보

국내 주요 유통 채널별 매출 추이

■ 홈쇼핑 ■ 온라인 ■ 오프라인 ■ OEM (단위 : 백만 원)



- 각 유통 채널별 매출액은 지속 상승 중
- 특히 홈쇼핑 매출액은 폭발적인 상승을 시현

국내 유통 채널별 네트워크 현황

● 국내 홈쇼핑 채널



● OEM



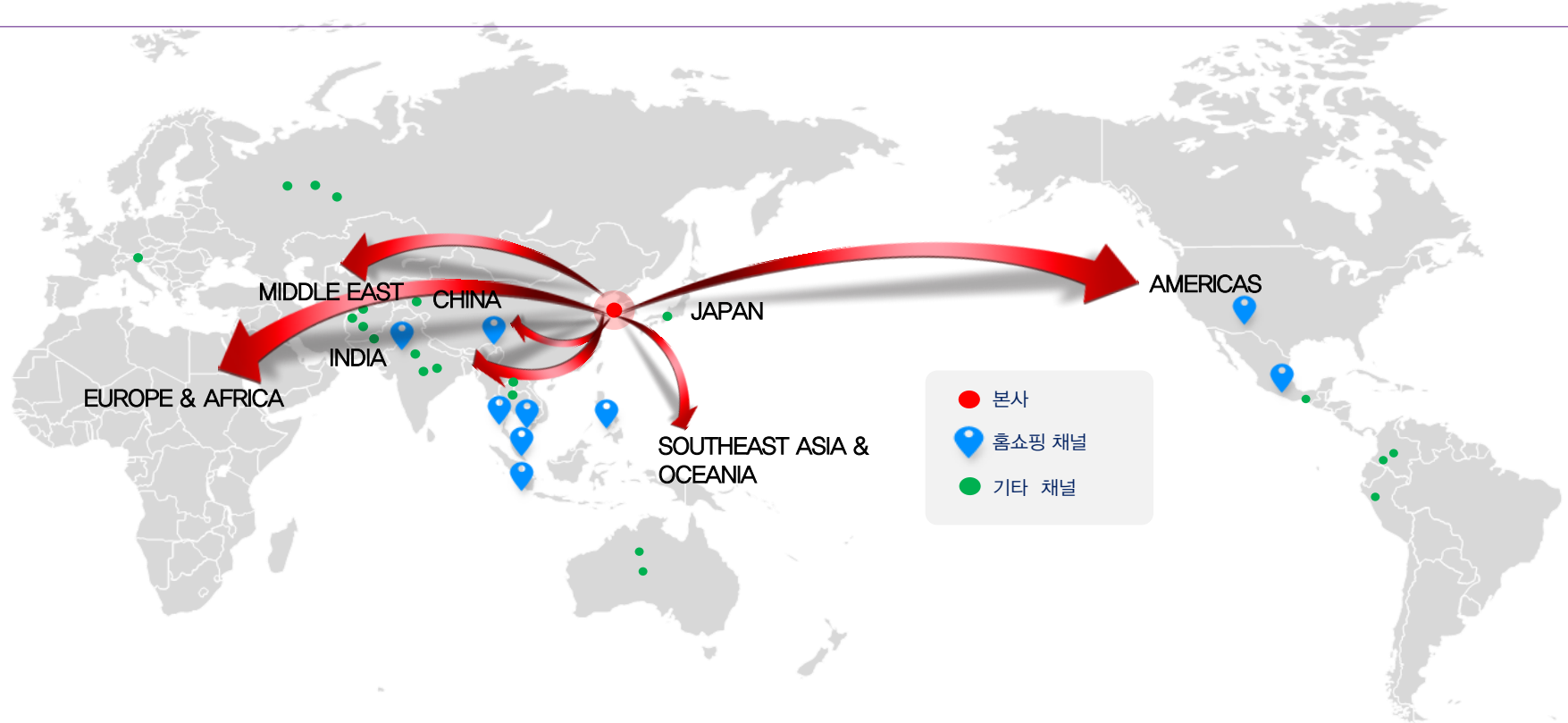
● 국내 H&B



성공적 해외진출 교두보 마련

우수한 제품 품질 기반의 해외 시장 성공 안착

- 중국, 미국, 중동, 동남아시아 등 지역을 비롯한 전세계 50여 개국 수출
- 지역 트렌드를 반영한 맞춤형 제품으로 세계시장 공략



Trendy Cosmetic Line-ups from 2017

- 14 헤어케어 신제품, 홈쇼핑 Star 제품 등극
- 15 토탈케어 New 브랜드의 성공적 시장 진입
- 16 지속적인 제품 다각화 진행



헤어케어 신제품, 홈쇼핑 Star 제품 등극

헤어케어 Star 제품의 출시로 헤어코스메틱 분야 리딩 기업으로써의 입지 확보

라헨스 볼륨커버스틱



간편하게 뿌리볼륨과 새치커버를
동시에 연출해 주는 신개념 헤어 스틱



2016년 9월 NS홈쇼핑 출시 이후 완판 행렬 지속

- 누적 판매 개수 **150만개 돌파**
- 누적 판매 금액 **150억 돌파**

* 2017년 말 기준

인기에 힘입어
2018년 2월 시즌2 제품
“더블업 볼륨커버스틱”
출시



- 라헨스 볼륨커버스틱 출시와 동시에 흥행 성공, **헤어케어 Star 제품으로 부상**
- 라헨스 볼륨커버스틱의 성공적인 홈쇼핑 진출을 바탕으로 지속적인 헤어케어 제품 개발 및 출시 예정

토탈케어 New 브랜드의 성공적 시장 진입

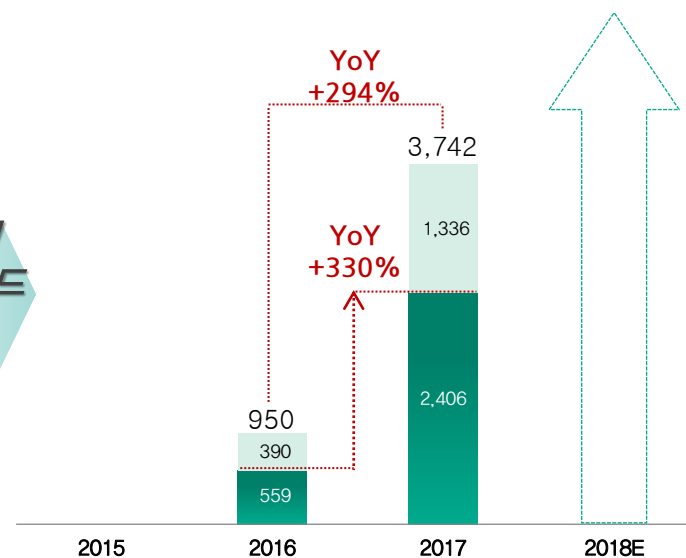
시장 트렌드를 반영한 브랜드 네이밍 및 맞춤형 제품 출시



토탈케어
New 브랜드
'모레모'
출시

모레모 브랜드 및 Star제품 매출 추이

■ 모레모 워터트리트먼트 (단위 : 백만 원)
■ 모레모 기타제품



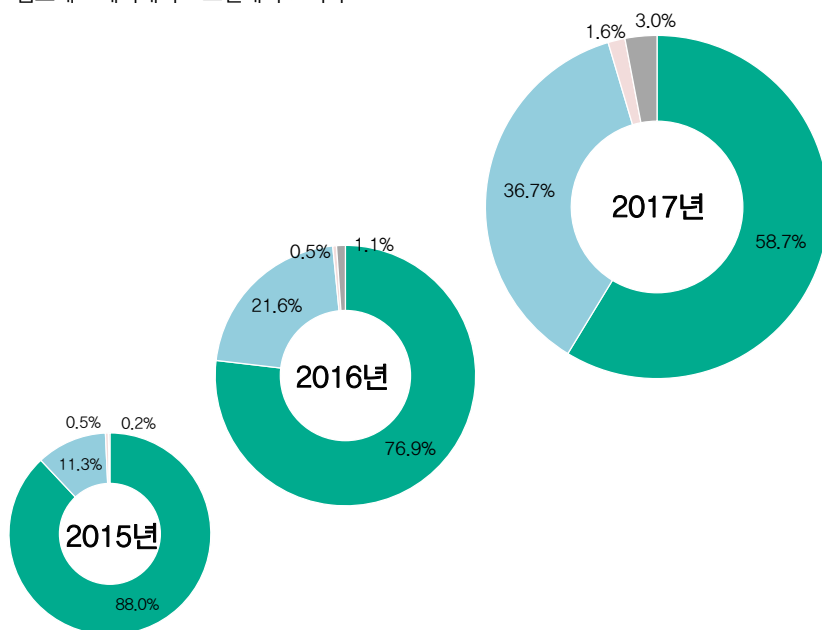
• 모레모, 제품 다변화 및 스타 제품군 지속 확대

지속적인 제품 다각화 진행

염모제에서 헤어케어, 토탈케어로 사업영역 확대

매출구성 변화추이

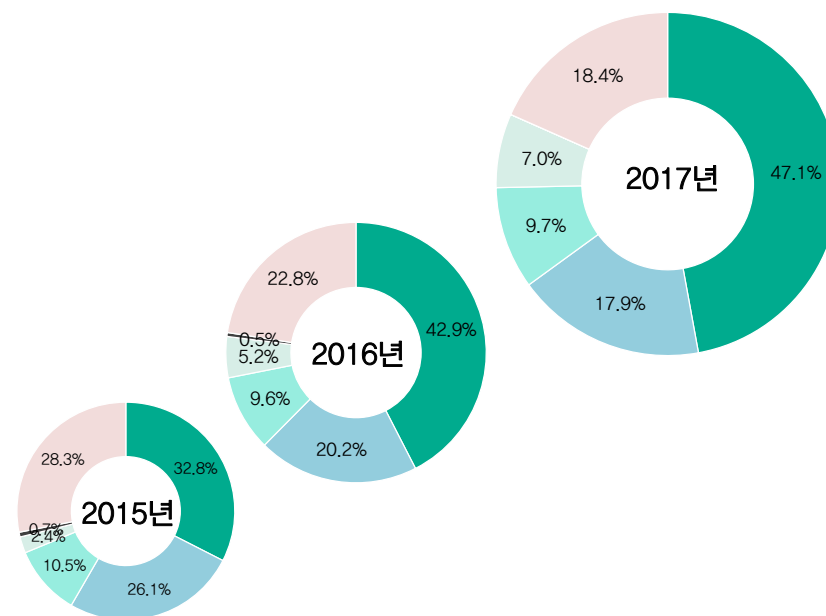
■ 염모제 ■ 헤어케어 ■ 스킨케어 ■ 기타



- 2017년 헤어케어 및 스킨케어 비중 대폭 증가
- 염모제 전문 기업에서 헤어케어 및 스킨케어 제품으로 제품 다각화를 진행

유통채널 변화추이

■ 국내-홈쇼핑 ■ 국내-오프라인 ■ 국내-OEM ■ 국내-온라인 ■ 국내-기타 ■ 수출



- 모레모 브랜드의 시장 조기 안착으로 관련 온라인 채널 매출 비중 지속 확대
- 홈쇼핑 스타 제품 '라헨스 볼륨커버스틱' 을 필두로 홈쇼핑 매출 동반 상승

2017 Annual Financial Performance

- 18 2017년 경영실적 요약
- 19 매출_1
- 20 매출_2
- 21 비용
- 22 수익



2017년 경영실적 요약

2017년 연간 경영실적

(단위:백만원)	2016년	2017년	YoY
매출액	29,237	32,929	+12.6%
매출총이익	13,990	16,190	+15.7%
영업이익	2,329	1,436	-38.3%
당기순이익	1,692	(2,704)	적자전환
매출총이익률	47.9%	49.2%	+1.3%p
영업이익률	8.0%	4.4%	-3.6%p
당기순이익률	5.8%	-	-

2017년 4분기 경영실적 (YoY)

(단위:백만원)	2016년 4분기	2017년 4분기	YoY
매출액	9,833	6,250	-36.4%
매출총이익	4,676	2,443	-47.8%
영업이익	(121)	19	흑자전환
당기순이익	(547)	294	흑자전환
매출총이익률	63.0%	39.1%	-23.9%p
영업이익률	-	0.3%	-
당기순이익률	-	-	-

2017년 4분기 경영실적 (QoQ)

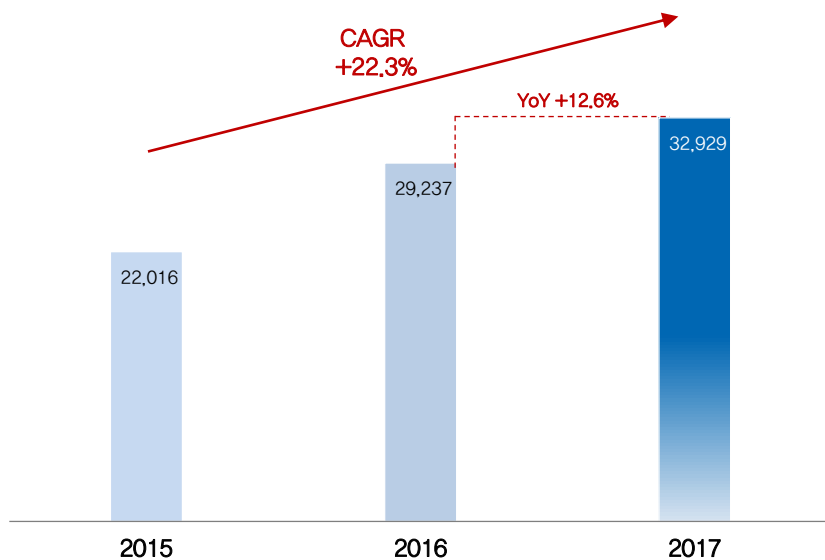
(단위:백만원)	2017년 3분기	2017년 4분기	QoQ
매출액	7,426	6,250	-15.8%
매출총이익	3,713	2,443	-34.2%
영업이익	457	19	-95.8%
당기순이익	(3,827)	294	흑자전환
매출총이익률	50.5%	39.1%	-10.9%p
영업이익률	6.2%	0.3%	-5.9%p
당기순이익률	-	-	-

- 신제품과 토탈케어 브랜드 '모레모'의 성공적인 시장 안착으로 연간 매출액 작년 대비 12.6% 매출 증가
- 지속적인 고부가가치 신제품 매출비중 확대로 원가구조 개선, 매출총이익 작년 대비 15.7% 증가

매출_1

매출액

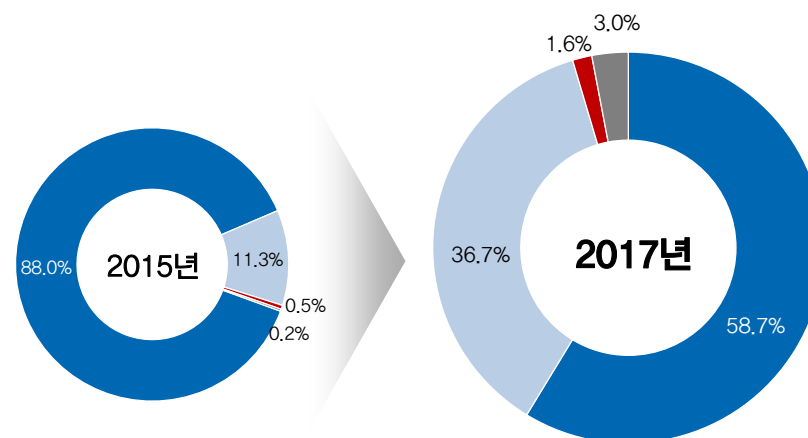
(단위: 백만원)



- 2017년 매출액 2016년 대비 12.6% 증가
- 헤어케어 신제품 및 토탈케어 브랜드 '모레모'의 히트로 매출 성장 지속

매출구성

■ 염모제 ■ 헤어케어 ■ 스킨케어 ■ 기타



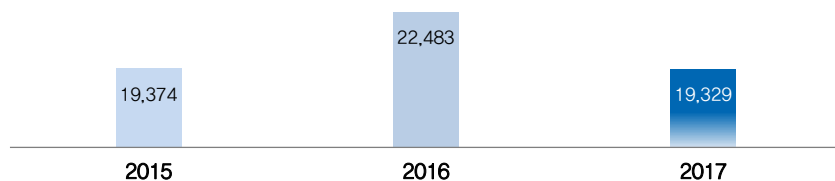
- 제품 다변화로 기존 염모제 매출비중 60% 미만으로 축소
- 헤어케어 제품 비중이 3배 이상 증가, 매출 성장 견인

매출_2

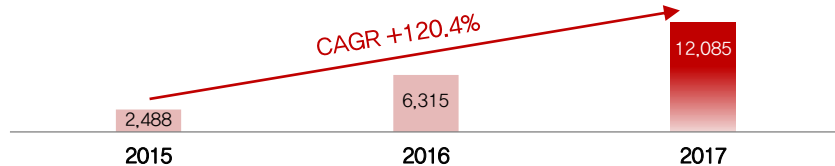
제품별 매출액

• 염모제 매출액 추이

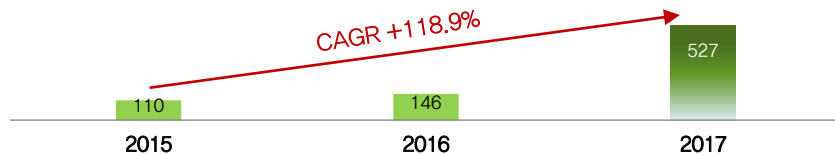
(단위: 백만원)



• 헤어케어 제품 매출액 추이



• 스킨케어 제품 매출액 추이

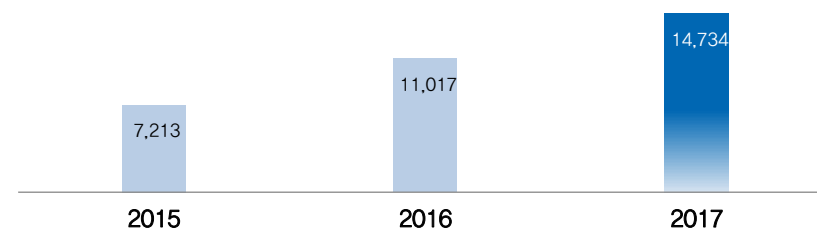


- 염모제 매출은 소폭 하락하였으나 매년 200억 내외의 안정적 매출 시현
- 헤어케어는 매년 2배 내외의 고성장 시현
- 스킨케어는 향후 제품군의 확대에 따라 매출액의 급증 기대

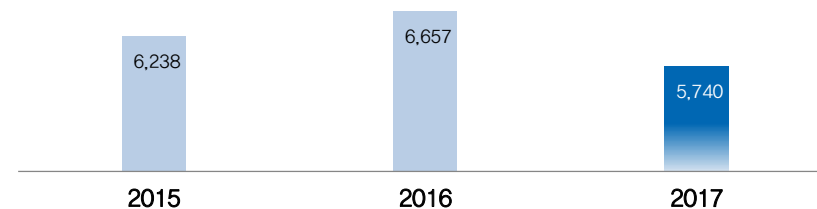
유통경로별 매출액

• 매출추이 _ 홈쇼핑

(단위: 백만원)



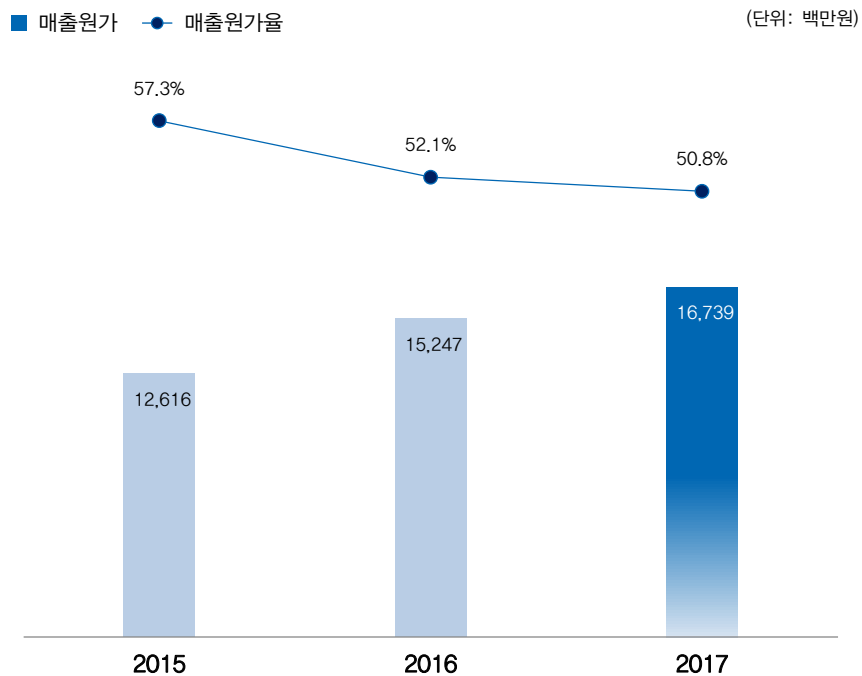
• 매출추이 _ 수출



- 적극적인 판촉활동으로 주요 유통경로의 매출 지속 증가
- 각 지역 및 각 채널의 성공적 시장 안착으로 전체 외형 성장 견인

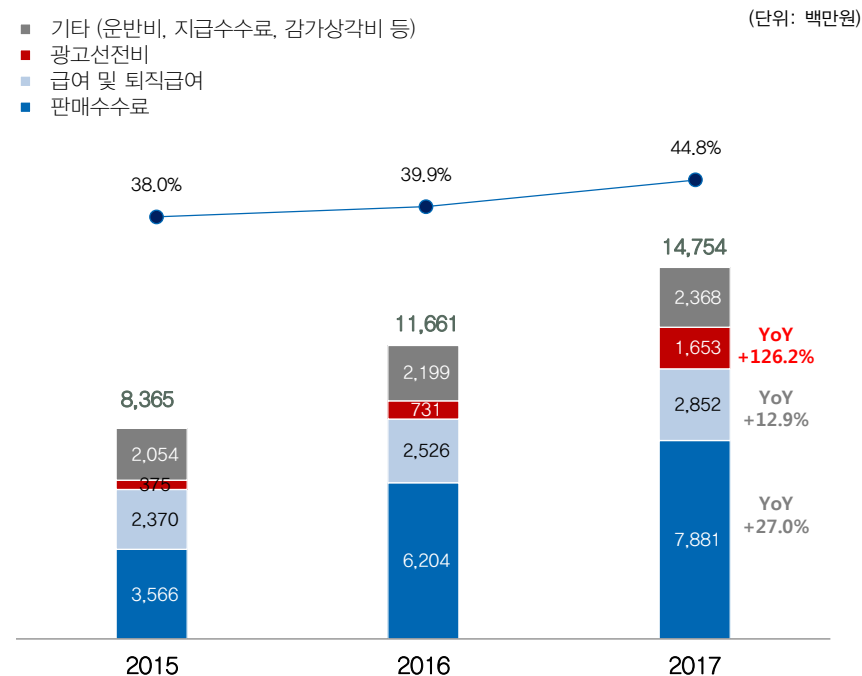
비용

매출원가



- 제품 고부가화 진행으로 매출원가율은 지속적인 개선 추세
- 2017년 연간 매출총이익률 50% 육박

판관비

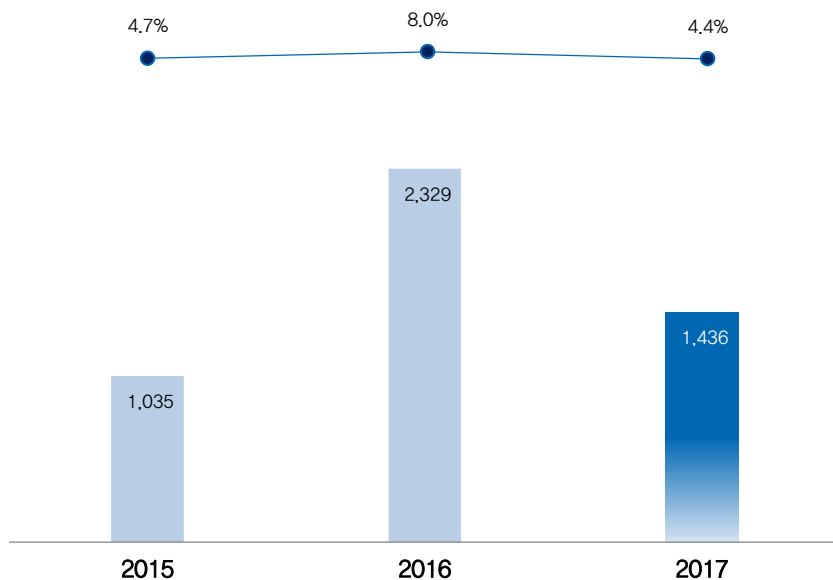


- 신제품 홍보, 해외 시장확대 등에 따른 판매수수료 및 광고선전비 증가
- 판매비 투자 확대는 신제품의 고성장으로 직결

수익

영업이익

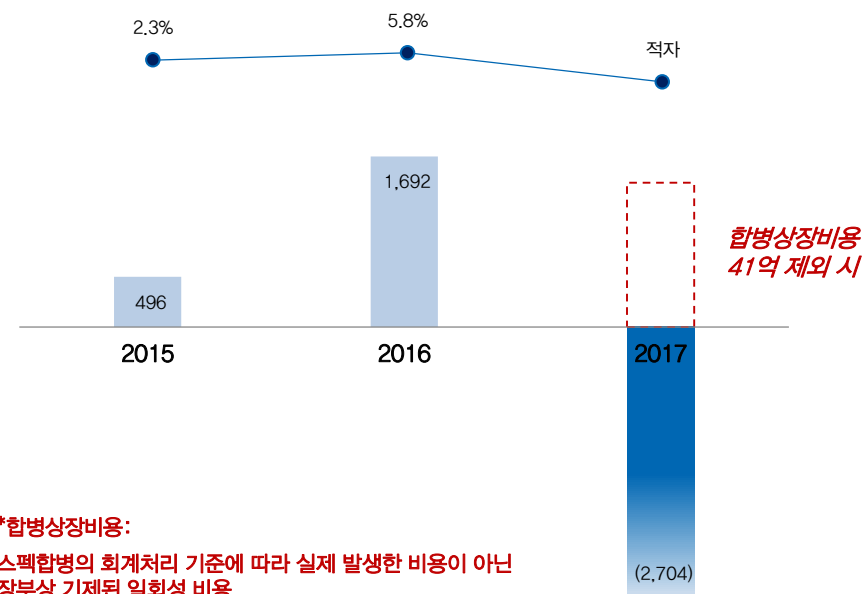
■ 영업이익 ● 영업이익률 (단위: 백만원)



- 국내외 공격적 마케팅 전개에 따른 광고 및 판촉 비용 증가로 영업이익은 하락
- 외형 확대와 원가구조 개선으로 적정 영업이익률 회복 도모

당기순이익

■ 당기순이익 ● 당기순이익률 (단위: 백만원)



***합병상장비용:**
스팩합병의 회계처리 기준에 따라 실제 발생한 비용이 아닌
장부상 기재된 일회성 비용

- 합병상장 일회성 비용 반영으로 당기순이익은 적자 전환
- 해당 비용 제외시, 연간 당기순이익은 약 14억원으로 추산

Leaping to A Total Cosmetic Brand

- 24 세화피앤씨 성장 로드맵
- 25 브랜드 마케팅 강화 전략
- 26 해외시장 확대 전략



세화피앤씨 성장 로드맵

지속적인 연구개발 및 신제품 출시로 Total 코스메틱 기업으로 도약



브랜드 마케팅 강화 전략

전방위 홍보 및 마케팅으로 제품 노출 극대화

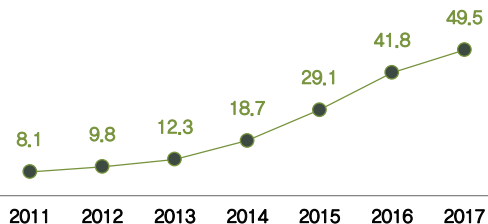


해외시장 확대 전략

한국 화장품의 선호도가 높은 지역을 타겟으로 수출국 및 채널 확대

한국 화장품 수출 규모 추이

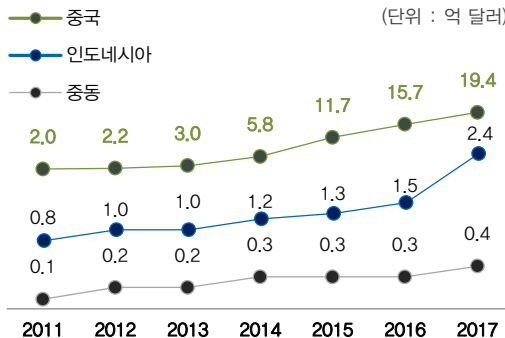
(단위 : 억 달러)



출처: 대한화장품산업연구원

한국 화장품 선호 주요국 수출 규모 추이

(단위 : 억 달러)



출처: 대한화장품산업연구원

한국 화장품
해외 수출
지속 확대



Appendix

- 28 요약 재무제표
- 29 국내 염모제 시장
- 30 국내/세계 화장품 시장
- 31 주요 제품 포트폴리오 - 염모제
- 32 주요 제품 포트폴리오 - 헤어케어/스킨케어
- 33 특허 및 인증



요약 재무제표

요약 재무상태표

(단위:백만 원)

구분	2015	2016	2017
유동자산	9,670	11,744	14,960
비유동자산	10,924	14,094	13,359
자산총계	20,594	25,838	28,319
유동부채	7,945	11,019	2,738
비유동부채	538	559	1,931
부채총계	8,483	11,578	4,668
자본금	1,852	1,893	1,904
자본총계	12,110	14,259	23,651
부채와자본총계	20,594	25,837	28,319

요약 손익계산서

(단위:백만 원)

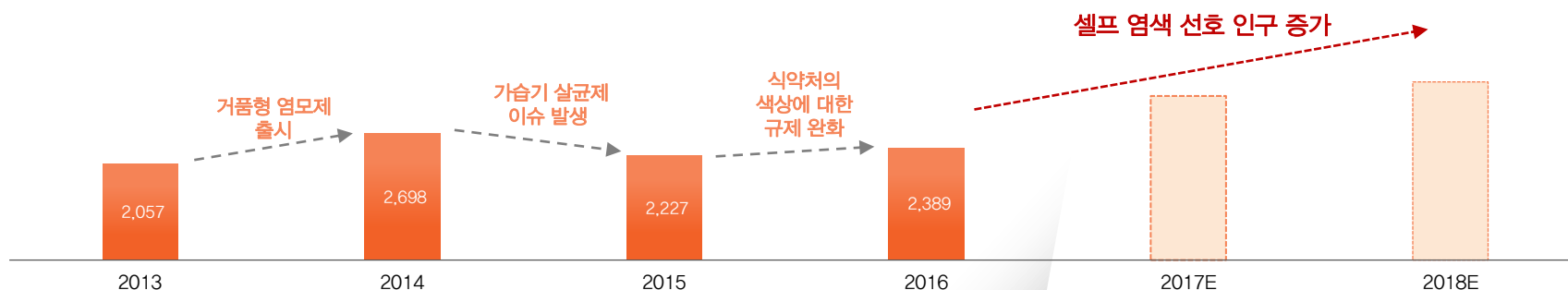
구분	2015	2016	2017
매출액	22,016	29,237	32,929
매출원가	12,616	15,247	16,739
매출총이익	9,400	13,990	16,190
판매비와관리비	8,365	11,661	14,754
영업이익	1,035	2,329	1,436
영업외수익	257	317	332
영업외비용	831	866	4,508
법인세차감전순이익	460	1,780	(2,740)
법인세비용	(36)	89	(36)
당기순이익	496	1,692	(2,704)

* 회계기준 : K-IFRS

국내 염모제 시장

국내 염모제 시장규모 및 주요 이슈

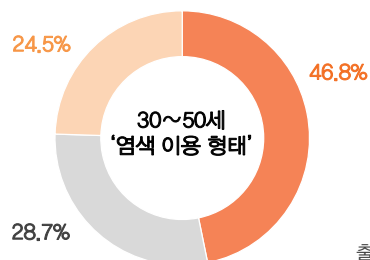
(단위 : 억 원)



* 출처: 식품의약품안전처, 언론종합

국내 염모제 시장 트렌드

- 미용실과 셀프 염색 병행
- 미용실 염색
- 셀프 염색



병행 이용자의 경우 대부분

셀프 염색을 더 많이 이용

*설문조사 인원 637명

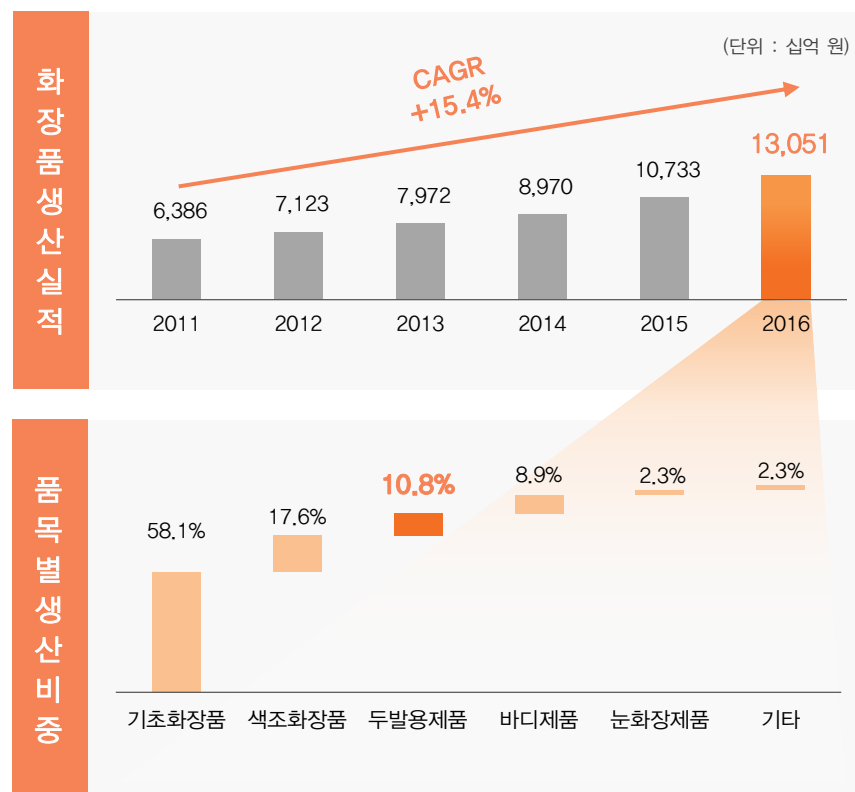
출처 : 리서치 전문업체 엠브레인 및 언론종합 (2016)

- ☑ 염모제의 업종분류 개편 (기능성화장품)
- ☑ 인구 연령의 구조의 변화 (노령인구 증가)
- ☑ 소비패러다임의 변화 (셀프 염색 등 선호)

국내 염모제 시장 안정적 성장 유지

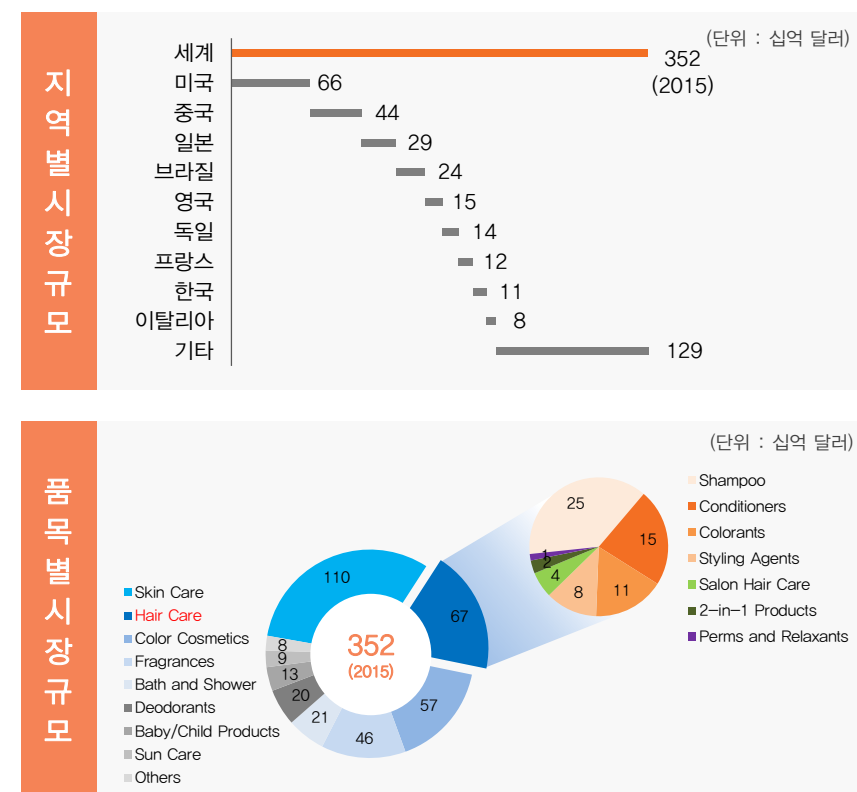
국내/세계 화장품 시장

국내 화장품 시장



* 출처: 대한화장품협회

세계 화장품 시장



* 출처: Euromonitor

주요 제품 포트폴리오 - 염모제

리체나

			
리체나 비타 캡슐 염색제	리체나 샴푸형 파품 염색제	리체나 샴푸형 염색약 골드	리체나 이지 스피디 헤어 칼라
			
리체나 하이스피디	리체나 칼라크림	리체나 크리니 컬러	리체나 스타일랩 칼라크림

기타

		
오시제로 스피디 칼라크림	하이스피디 칼라크림	세븐스피디
		
보미겐 에센스 칼라	하이블리치 파우더&로션	보미겐 에스

YES !T

	
예스잇 코바스터 칼라 크림	예스잇 투웨이 블리치 파우더

메리뮤


메리뮤 스무디 폼 칼라

비해피


비해피 칼라크림

프리모팩토리


프리모팩토리 인터스페이스

주요 제품 포트폴리오 - 헤어케어/스킨케어

모레모

			
워터 트리트먼트 미라클 10	헤어 트리트먼트 미라클 2X	헤어 에센스 딜라이트풀 오일	모레모 컬러 부스터 트리트먼트
			
페이셜 징크 크림 Z	페이셜 크림 V	디어마이스크ن 모어 모이스트 마스크팩	페이셜 미스트 올데이 모이스트
			
디어마이스킨 퀼 수딩 마스크팩	페이셜 토너 하이드라 스타트	브라이트닝 크림 핑크 블루밍	페이셜 클렌저 핑크 크러쉬
			
퍼퓸 바디 워시	퍼퓸 바디 로션	페미닌 미스트 에센스	바디 미스트

리체나

		
스타일팜 멀티 헤어 에센스	헤나 볼륨 트리트먼트	인스턴트 헤어플러스
		
탱탱 볼륨 커버 스프레이	헤어 매직 스트레이트	알로에 카밍 젤
		
리커버리 스네일 크림		

라헨느


라헨느 더블업 볼륨커버스터

메리뮤


LPP 퍼퓸 헤어 미스트

YES !T


예스잇 에드 리브인 트리트먼트

특허, 인증 및 수상

특허 및 인증



헤나추출물을 함유하는
나노파티클 조성물 및 이를
이용한 나노파티클의 제조방법
(10-0675808-0000)
(2007.01.23)



한방추출물을 함유하는
탈모방지 및 발모개선을 위한
샴푸 조성물 및 그 제조방법
(10-0657380-0000)
(2006.12.07)



천연추출물을 이용한
탈모방지 및 발모 촉진 기능의
모발 및 두피 상태 개선용 조성물
(10-1091002-0000)
(2011.12.01)



모발 스타일링 개선용 조성물
(10-0947544-0000)
(2010.03.08)



ISO 9001 인증



ISO 22716 인증



공정거래위원회 | 한국소비자원

소비자중심경영 인증

수상



2005
대한민국 상반기
파워브랜드



2006
퍼스트
브랜드 대상



2007
100대
우수특허



2008
한국품질경영
우수기업



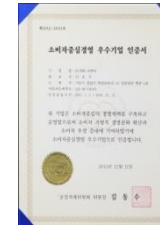
2010
한국을빛낸
대표브랜드



2011
세종나눔
봉사대상



2011
한국소비자
만족지수1위



2012
CCM인증



2012
한국소비자
만족지수1위



2013
미래창조경영
우수기업