

IR 자료

씨큐브 주식회사 [101240]



Contents

Chapter01_회사소개

Chapter02_경영실적분석

Chapter03_신사업 소개

Chapter04_향후 전망

유의사항(Disclaimer)

- 본 자료는 투자자에게 씨큐브 주식회사(이하 회사)의 영업전망, 경영목표, 사업전략 등 정보제공을 목적으로 작성되었으며 이의 반출, 복사 또는 타인에 대한 재배포는 금지됨을 알려드리는 바입니다.
- 본 자료에 포함된 예측정보는 과거가 아닌 미래의 사건에 관계된 사항이며 본질적으로 불확실성을 내포하고 있는바, 회사가 통제할 수 없는 시장환경의 변동 및 위험 등의 불확실성으로 인해 회사의 실제 영업실적 결과와 일치하지 않을 수 있음을 유의하시기 바랍니다.
- 마지막으로 본 자료는 투자자들의 투자판단을 위한 참고자료로 작성된 것이며, 당사는 이 자료의 내용에 대하여 투자자 여러분에게 어떠한 보증을 제공하거나 책임을 부담하지 않습니다.

I.회사소개

Chapter01_회사소개

- 01. 회사 소개
- 02. 제품 소개
- 03. 핵심 경쟁력

2018 Investor Relations

01. 회사 소개

회 사 명	씨큐브 주식회사
설 립 일	2000년 10월 20일
대표 이사	장 길 완
주요 이력	호성석유 엔겔하드코리아(주)
자 본 금	40.3억원
주 소	충북 진천군 진천읍 성중로 144 Tel : 043) 531 - 2500 Fax : 043) 536 - 0314
홈페이지	www.cqv.co.kr
주요 사업	무기안료용 금속산화물 및 관련 제품 제조업 (C20131)
임직원 수	162명 (2018. 3. 31.현재)

회사 전경

시설 규모

구분 (소재지)	본사 (진천)	2공장 (진천)	3공장 (진천)
총대지면적	31,398 m ² (9,514평)	3,207 m ² (971평)	14,786 m ² (4,477평)
건물연면적	10,818 m ² (3,277평)	1,276 m ² (387평)	-

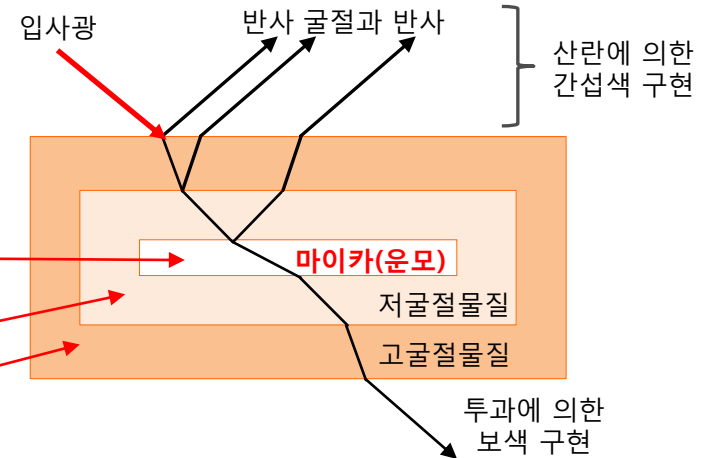
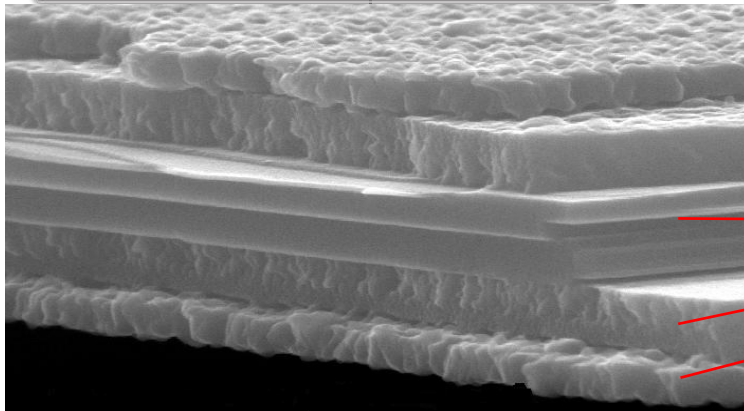


02. 제품 소개

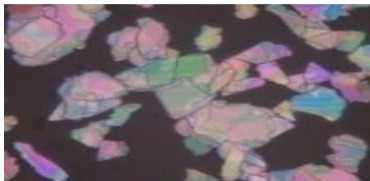
진주광택안료

빛의 특성과 물질의 굴절을 이용하여 특수한 Color 효과를 내는 진주빛, 무지개빛, 금속빛을 자아내는 안료를 통칭

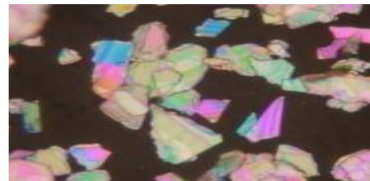
Pearl의 결정구조 및 간섭색 원리



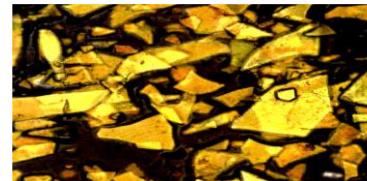
진주광택안료의 종류



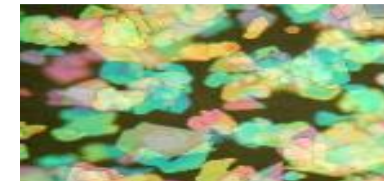
천연운모펄



합성운모펄



GLASS펄



Alumina펄

기질의 종류(위 그림에서 마이카에 해당하는 부분)에 따라 펄의 명칭이 달라짐

“산업용 시장은 각종 도료, 합성피혁, 잉크, 플라스틱, 인쇄 등 산업 전반에 폭넓게 사용”

제품 수요처

- 도료
- 인조대리석
- 합성피혁
- 특수지
- IT 가전
- 세라믹 도료 (주방기구, 건축용)
- 도자기 / 타일
- 인몰드 필름
- 新 고부가가치 사업 분야



INDUSTRIAL



[알루미나(19), 합성(175), 천연(52), Glass(57) 등 총 308종]



제품의 적용 분야 확대 변화

색조파우더 제품

- 아이섀도우
- 마스크라
- 립클로즈
- 립스틱

색조파우더+기초화장품 + Personal Care

- 펄크림, 펄팩
- 샴푸, 치약, 비누
- BB크림, 바디클린저
- 로션, 트리트먼트



주요 매출처

국내	해외
아모레퍼시픽	로레알
LG 생활건강	유니레버
에이블씨앤씨	프록터 앤 갬블
한불화장품	에스티로더
한국화장품	AVON
코스맥스	LVMH
코스메카	존슨 앤 존슨
한국콜마	샤넬
더 페이스샵	인터코스
애경	커커

“10년 이상 제품의 품질이 보증 되어야 하는 신뢰성 산업”

4년 이상의 내후성테스트 결과 요구 / 친환경적 수용성 도료 특성 요구 ➔요건 충족 시까지 장기간의 테스트필요
향후 자동차 산업은 effect pigments color 적용이 확대될 것으로 전망됨

국내 펠 코팅 된 자동차에 대부분 적용 중



주요 매출처

국내	해외
KCC	Nippon Paint
PPG Korea	Axalta
KNK	PPG
노루페인트	BASF
	KANSAI Paint
	Akzo Nobel
	National Paint
	TOA
	Valspar
	Sherwin Williams

[알루미나(14), 합성(55), 천연(29), Glass(1) 등 총 99종]

03. 핵심경쟁력

창업 이후 꾸준한 성장과 이익을 창출할 수 있는 당사의 경쟁력

- 전세계 약 100개국 판매처
- 특정 지역에 편중되지 않고 다양한 지역에 분포
- 글로벌 기업들과의 파트너십

해외 판매
다변화

내수/수출
균형

- 국내 점유율 1위 바탕
- 국내 : 수출 비중 = 42 : 58

- 일반 산업용, 화장품용, 자동차용 등 전 산업 적용
- 다양한 Application 통한 지속적 수요 창출

전 산업
적용

경기
비탄력적
산업

- 비교적 경기 변동에 영향을 받지 않음
- 특정 분야에 국한되지 않음

- 다품종 포트폴리오 확보
- 다품종 생산 시스템 및 기술력 확보

제품
다양화

신속한
신제품 출시

- 신속한 고객 Needs 파악으로 시장 선도 제품 지속 출시
- 설비 보완 및 공정개선을 통한 소량 생산 시스템 구축

II. 경영실적 분석

Chapter02_경영실적 분석

- 01. 경영실적(2018 1Q)
- 02. 인건비 및 연구개발 비중
- 03. 연도별 매출 및 손익 현황
- 04. 분야별 국내/수출 매출 현황
- 05. 수출 지역별 매출 성장을
- 06. 수출 지역별 매출 비중 추이

2018 Investor Relations

01.경영실적(1분기)

(단위: 백만원)

과 목	2015	2016	2017	2017 1분기	2017 2분기	2017 3분기	2017 4분기	2017 1분기	2018 1분기	전년 대비 증감율
매출액	30,644	37,880	40,172	9,873	10,394	10,621	9,284	9,873	10,883	10.2%
매출원가	19,402	22,192	24,222	5,947	6,490	5,908	5,877	5,947	6,981	
매출총이익	11,242	15,687	15,949	3,926	3,904	4,713	3,406	3,926	3,902	
판매관리비	8,210	10,000	10,982	2,599	2,820	2,804	2,759	2,599	2,571	
영업이익	3,032	5,687	4,967	1,327	1,084	1,909	647	1,327	1,331	0.3%
기타수익	471	894	493	114	99	115	165	114		
기타비용	232	846	795	337	-5	55	408	337		
금융수익	382	338	54	5	34	32	-17	5		
금융비용	398	468	770	360	28	101	281	360		
법인세차감전 순이익	3,255	5,605	3,949	750	1,194	1,901	104	750		
법인세	247	745	163	100	60	156	-153	100		
당기순이익	3,008	4,860	3,786	650	1,134	1,746	256	650		
기타포괄손익	-444	-54	-700	-3	-2	-1	-694	-3		
총포괄손익	2,564	4,806	3,085	647	1,132	1,744	-438	647		

[1분기 실적 요약]

▶ 매출 : 2017년 1분기 대비 2018년 1분기 매출 10% 증가 (9,873백만원 → 10,883백만원)

※ 기타 1분기 손익 자료는 추후 공시 자료를 참고 바랍니다.

02. 인건비 및 연구개발비중

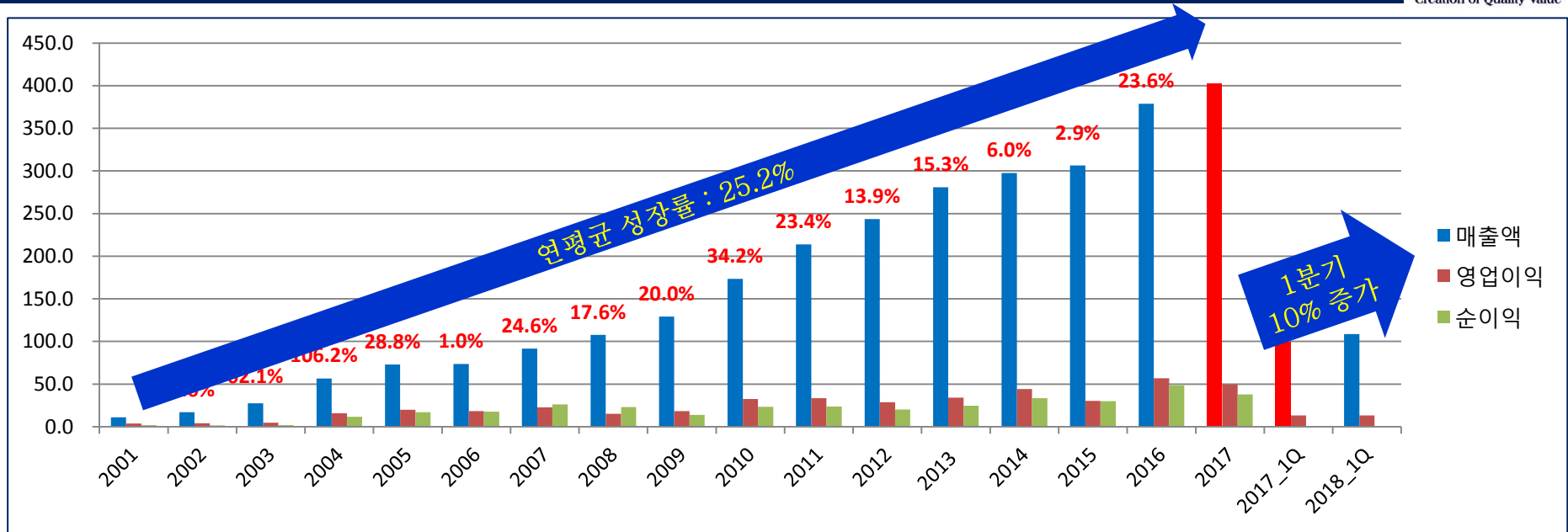
■ 최근5년간 인건비 비율 및 매출액대비 연구개발 비중

단위 : 천원

구분		2013	2014년	2015년	2016년	2017년	2018 추정	2019 추정	비 고
인원	연평균	119	127	138	151	160	169	180	
	증가 인원	15	8	11	17	9	9	11	
매출액대비 인건비율		22%	22%	26%	24%	26%	24%		복리후생 비용 제외
노동소득분배율 (부가가치대비 인건비율)		57.85%	57.32%	63.63%	58.13%	67.15%	58.59%		2016년 한국은행 : 중소기업 제조업 평균 76.27%
매출액 대비 연구개발비 비율		11.03%	10.22%	10.55%	9.75%	11.33%	11.06%		

※ 2018년 추정치(매출액/연구개발비 등)는 2007~2017까지 평균매출성장률 및 연구개발비 증가율을 가정하여 적용한 수치일 뿐, 2018년 당사 목표치가 아님을 알려드립니다.

03.연도별 매출 및 손익 현황



(단위 : 억원)

구분	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	합계	평균	2017 1Q	2018 1Q
매출액	11.0	16.9	27.4	56.5	72.8	73.5	91.6	107.7	129.2	173.4	213.9	243.6	280.8	297.7	306.4	378.8	401.7	2,883	170	98.7	108.8
증가율	-	53.6%	62.1%	106.2%	28.8%	1.0%	24.6%	17.6%	20.0%	34.2%	23.4%	13.9%	15.3%	6.0%	2.9%	23.6%	6%	-	-	4.7%	10.2%
연평균성장률	연평균 25.2% 성장																	617%	25.2%		
영업이익	3.8	4.2	4.6	15.7	19.8	18.2	22.8	15.1	18.3	32.6	33.3	28.6	34.1	44.2	30.3	56.9	49.7	432	25	13.3	13.3
영업이익율	34.5%	24.9%	16.8%	27.8%	27.2%	24.8%	24.9%	14.0%	14.2%	18.8%	15.6%	11.7%	12.1%	14.8%	9.9%	15.0%	12.4%	-	15%	13.4%	12.2%
순이익	2.0	1.6	1.7	11.8	17.0	17.6	26.3	23.1	13.9	23.2	23.8	20.2	24.7	33.6	30.0	48.6	37.9	357	21	-	-
평균판매가 (원)	63,279	26,583	22,407	22,220	25,028	24,804	25,312	16,474	17,813	17,765	16,514	17,250	16,954	17,370	19,066	21,372	21,746	-	22,898	21,493	21,250
	천연제품 제외										35,071	36,054	36,683	37,070	38,568	42,594	44,064		38,586	41,034	41,106

※ 영업이익률 평균값(15%) : (2001~ 2017년 총영업이익)/ (2001~ 2017년 총매출)

04. 분야별 국내/수출 매출 현황

분야별 국내/수출 매출 현황(1분기)

단위 : 천원

구 분		2016년	2017년	2017년 1Q	2017년 2Q	2017년 3Q	2017년 4Q	2017년 1Q	비중	2018년 1Q	비중	전년 대비
화장품	제품	11,323,740	14,520,264	3,074,877	3,672,919	3,839,323	3,933,145	3,074,877	31%	4,572,178	42%	149%
	상품	4,304,780	5,828,662	1,652,849	1,548,074	1,574,313	1,053,425	1,652,849	17%	861,718	8%	52%
	소계	15,628,520	20,348,926	4,727,726	5,220,993	5,413,636	4,986,570	4,727,726	48%	5,433,896	50%	115%
산업용		13,814,931	13,696,973	3,678,054	3,614,354	3,536,813	2,867,753	3,678,054	37%	3,702,363	34%	101%
자동차		8,436,152	6,125,744	1,467,552	1,559,206	1,670,916	1,428,069	1,467,552	15%	1,746,480	16%	119%
총 합 계		37,879,603	40,171,642	9,873,332	10,394,553	10,621,365	9,282,392	9,873,332	100%	10,882,739	100%	110%

- ▶ 화장품용 매출 : 국내 화장품 매출 성장 및 미주/유럽/중화권 매출 증가에 따른 영향으로 전년동기대비 15% 증가
- ▶ 자동차용 매출 : 미주지역 합성 매출 증가에 따른 영향으로 전년동기대비 19% 증가
- ▶ 산업용 매출 : 중국 저가 제품의 경쟁 속에서도 전년동기대비 1% 증가

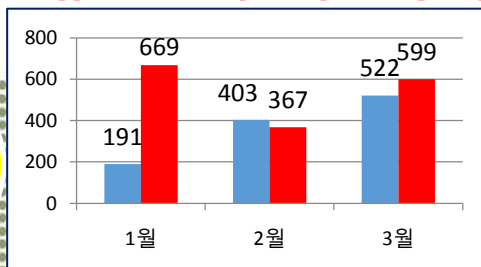
05. 수출 지역별 매출 성장율

“매출의 세계화 변화 : 국내 및 아시아(동남아) → 미주/유럽/일본 시장”
 미주/유럽시장 투자 확대 → 신규대리점 매출신장 / Sales Network 본격 가동
 중화권, 유럽, 미주 매출 증가 추세

[단위 : 백만원]

2017년 1Q매출 9,873
 2018년 1Q매출 10,883
 10% 증가

중화권
 47% ↑

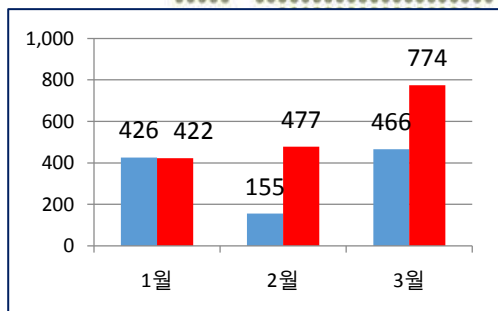


2017년 1Q대비 2018년 1Q 매출
 → 산업용 26% 증가
 → 자동차용 92% 증가
 → 화장품용 52% 증가

미주
 165% ↑

유럽
 60% ↑

1,047 1,674



2017년 1Q대비 2018년 1Q 매출
 → 산업용 3% 증가
 → 자동차용 35% 증가
 → 화장품용 126% 증가

1,115 1,635

한국
 13% ↓

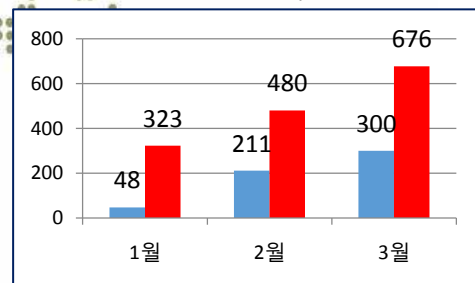
5,253 4,556

일본
 5% ↓

678 642

기타 지역
 (중동/동남아 포함)

1,221 896



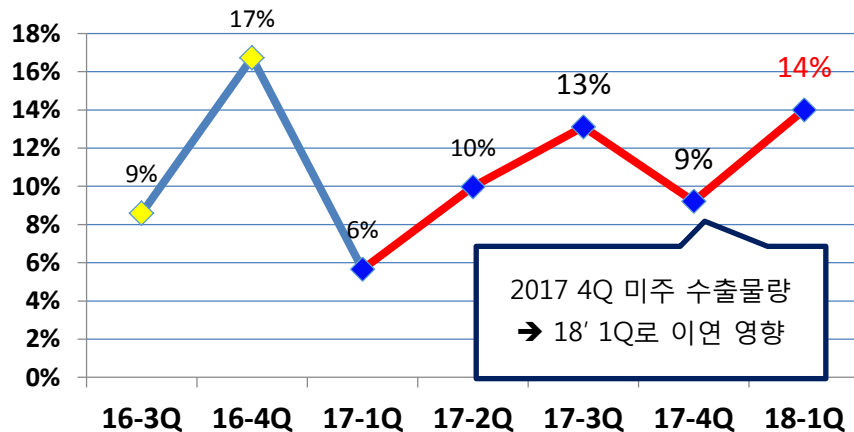
2017년 1Q대비 2018년 1Q 매출
 → 산업용 192% 증가
 → 자동차용 990% 증가
 → 화장품용 111% 증가

559 1,480

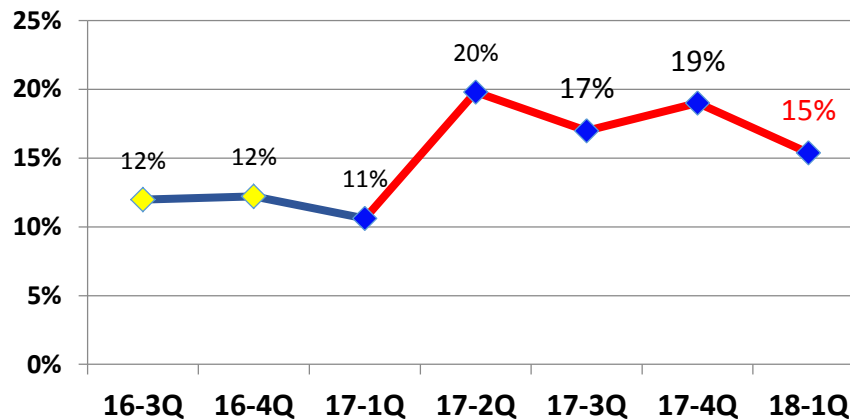
백분율은 2017년 1Q 대비 2018년 1Q 매출 성장율

06. 수출 지역별 매출 비중 추이

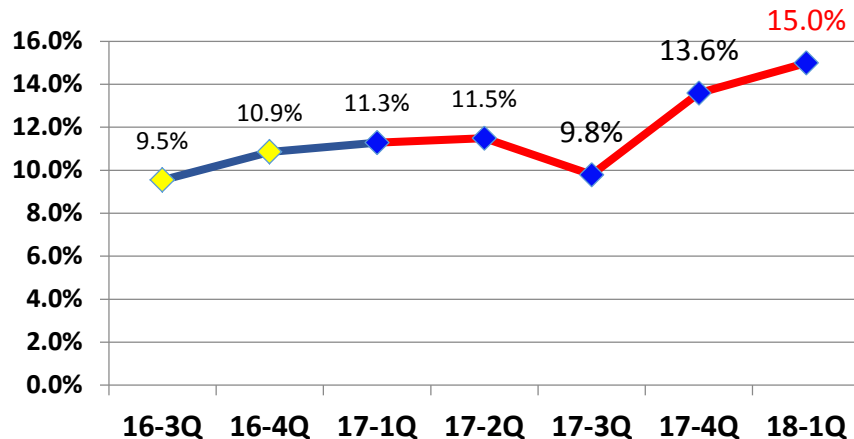
미주지역 매출 비중



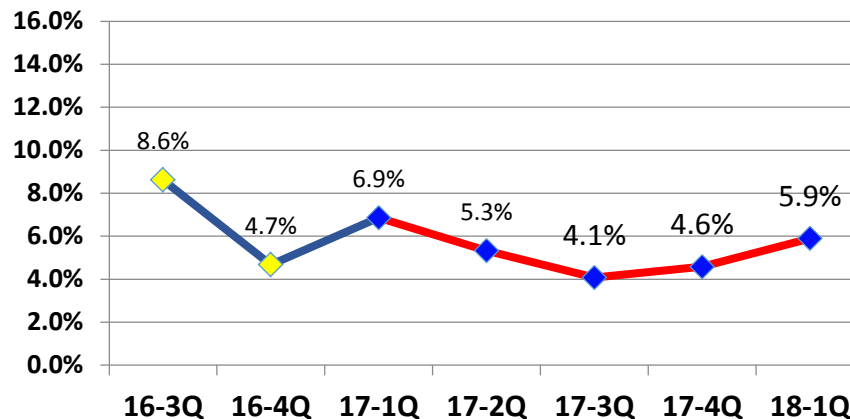
유럽지역 매출 비중



중화권 매출 비중

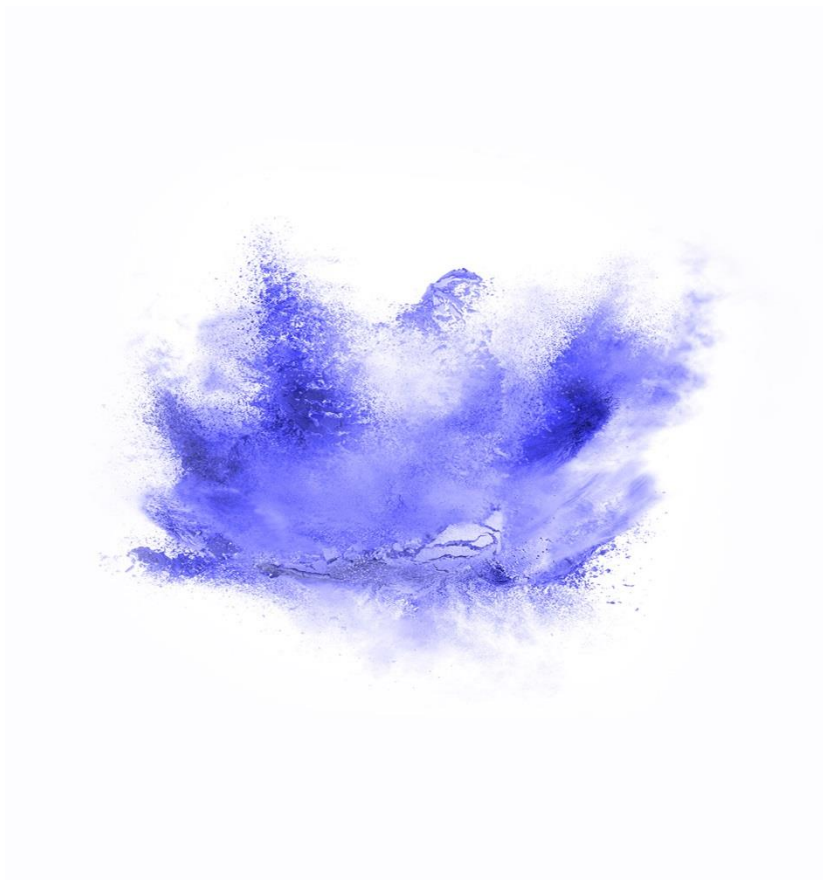


일본 매출 비중



※ 기타 수출지역 매출 : 8%, 국내 42%

III. 신사업 소개



Chapter03_신사업 소개

01. 신사업 분야와 추진 배경

02. 시장 규모

03. 신공장 투자규모

(참고1) Effect pigment(효과안료) 구성

(참고2) Al paste/판상알루미나펄 구조 및 특징

2018 Investor Relations

1. 신사업 분야와 추진 배경

컬러알루미늄 페이스트

글로벌 업체의 고급 제품에 컬러알루미늄 제품 선호
(금속효과안료의 트렌드로 급부상 중)

금속효과 안료 시장에서 가장 성장이 클 것으로 예상

중국 업체가 진입하고 있지 못하는 시장

현재 전세계적으로 디자이너가 가장 원하는 제품
(고온페력 + 다양한 컬러)

현재 시장형성단계

무기안료 기술의 총합
(진주안료기술+알루미늄기술)
최고급 제품으로 글로벌
업체와 기술적 동격

화장품용 전용라인 증설 (EFFCI GMP 인증)

세계 화장품 색조시장 트렌드 변화
(유기안료 → 진주광택안료)

글로벌 화장품사의 높은 품질 요구

중금속 저감제품 제조 가능
(기존제품의 50% 수준)

우수 화장품 제조 및
품질관리 인증 (EFFCI 인증)

글로벌 화장품사
요구수준 충족
화장품 원료의 세계화, 고급화

일반 알루미늄 페이스트

기존 글로벌 업체 및 중국업체와 경쟁보다 틈새시장 공략

특히, 국내 제조사가 없어 다방면 유리 (납기, A/S 등)

국내시장 약 800~1000억

기존 시장 트렌드 변화
(특히 가전시장) : 환경문제로 도장 사양에서 사출용 알루미늄 페이스트로 변화 검토 중

가격 경쟁력 확보
품질 경쟁력 확보
Unique한 제품으로 틈새시장 공략

2. 시장 규모

■ Aluminum effect pigments total 세계 시장 규모

(단위 USD 1,000, Ton)

구분			2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Al paste (dollar type)	시장 규모	금액	1,061,551	1,104,014	1,148,174	1,194,101	1,241,865	1,291,540	1,343,201	1,396,929	1,452,806	1,510,919	1,571,355
		수량	30,330	31,543	32,805	34,117	35,482	36,901	38,377	39,912	41,509	43,169	44,896

※Con flake type Al Paste 시장 : Dollar type Al Paste 시장과 비슷한 것으로 추정 (자료출처 : 자체 추산)

3. 신공장 투자 규모

총 투자금액
120억원

완공 예정
2018. 12. 31.

[연 600톤 규모 Al paste 생산라인 구축]

- 알루미늄 페이스트 생산라인
- 컬러 알루미늄 페이스트 생산라인
- 사출용 알루미늄 페이스트 생산라인

[연 400톤 규모 화장품용 펄 전용생산라인 구축]

- 글로벌 화장품사의 생산 및 품질관리 요구 수준 충족 (중금속 저감 제품)
- EFfIC GMP 승인 예정(유럽 화장품 원료협회 규격 인증)

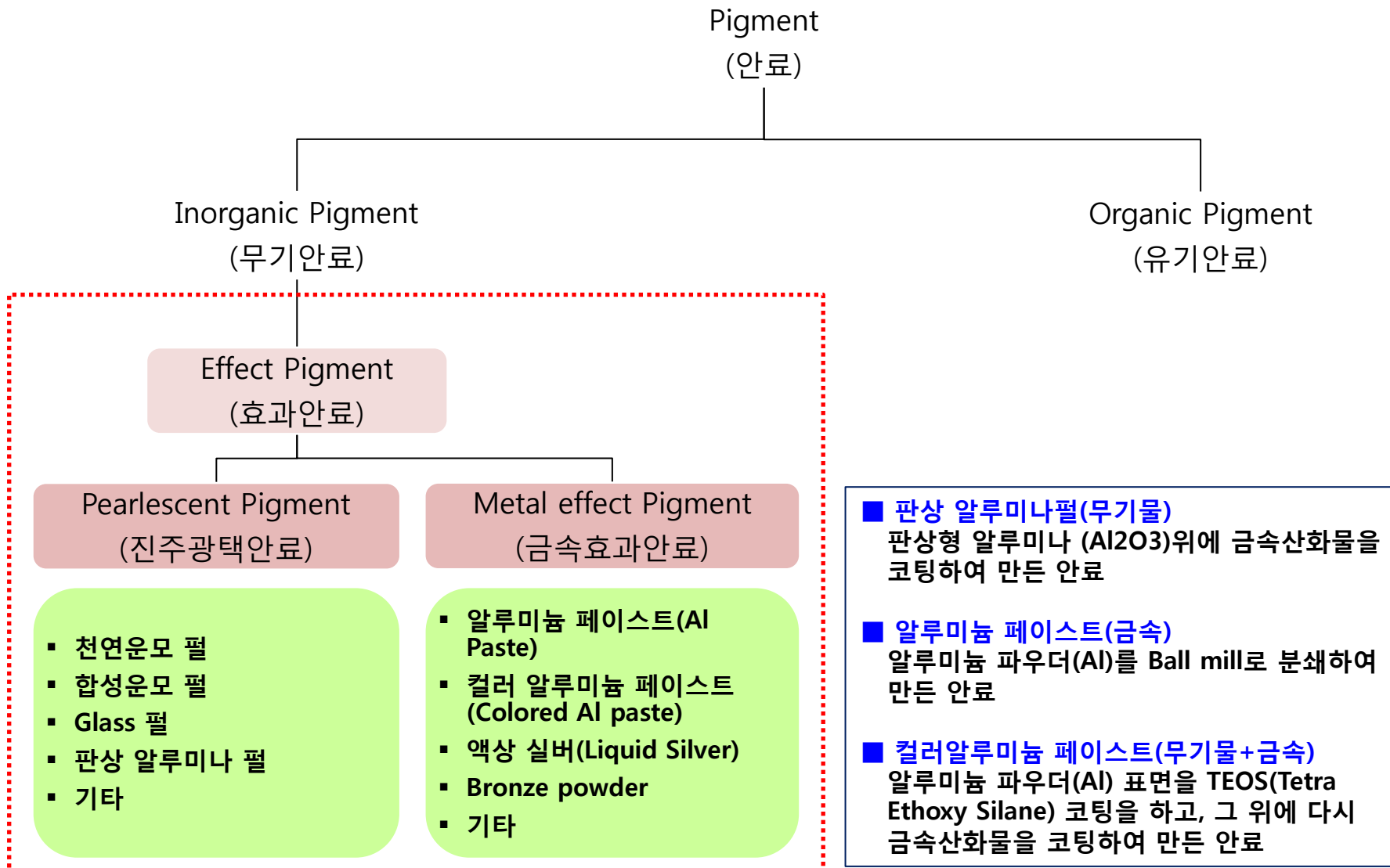
전체 공장을 스마트 공장(자동화) BASE로 함

자금 조달 : 자체자금 50~60억원 / 나머지는 차입금

감가상각비	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	계
기존 자산분	2,182	2,331	2,139	1,649	1,404	974	892	712	632	429	307	273	7,272
신규 투자분	0	0	0	0	862	862	862	862	862	853	853	853	6,871
계	2,182	2,331	2,139	1,649	2,266	1,836	1,754	1,575	1,494	1,282	1,160	1,127	14,143
월 상각액	182	194	178	137	189	153	146	131	125	107	97	94	-

- ▶ 1공장 : 천연운모펄, 합성운모펄, Glass펄 등 생산
- ▶ 2공장 : 판상 알루미나펄 생산
- ▶ 3공장 : 알루미늄 페이스트 계열 생산 및 화장품용 중금속 저감 제품 생산

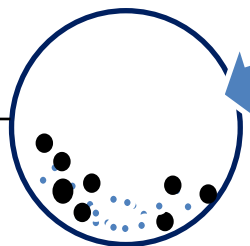
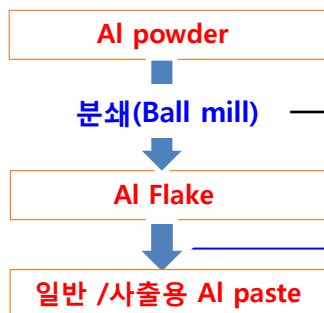
(참고자료) Effect pigment(효과안료) 종류



(참고자료) Al paste/판상알루미나펄 구조 및 특징

■ 알루미늄 페이스트 및 컬러알루미늄 페이스트의 구조

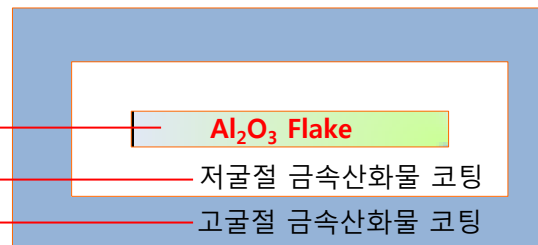
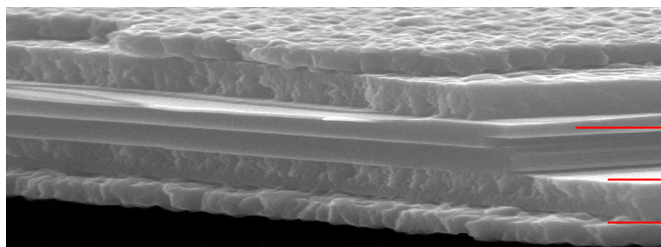
■ 알루미늄 페이스트



■ 컬러알루미늄 페이스트



■ 판상 알루미나펄



■ 특징

- 판상알루미나 펄 : 진주광택안료에서 광택 및 채도 우수, 다양한 컬러 구현 가능
- 알루미늄 페이스트 : 광택, 은페력이 좋고, 금속 느낌을 줌 (은색 한정)
- 컬러알루미늄 페이스트 : 알루미늄 페이스트 특징 + 다양한 컬러 구현 가능

※ 은페력 : 도료 등으로 물체 표면을 도포한 경우, 바탕색이 보이지 않게 가리는 능력

IV. 향후 전망

Chapter04_향후 전망

01. 향후 전망

2018 Investor Relations

1. 향후 전망

1. 화장품 매출 성장 기대

- ➔ 유기안료 시장, 2018년 기점 진주광택안료(Pearl)로 트렌드 변화 : Pearl 사용량 증가에 따른 매출증가 기대
- ➔ 2017년 1분기대비 2018년 1분기 화장품 매출 : **상품제외 화장품 매출 49% 증가** (상품포함 15% 증가)
- ➔ 신규 공장, 우수화장품 제조시설 인증에 따른 글로벌 업체 매출 증가 예상 (생산 및 품질관리 요구수준 충족)

2. 세계 시장 트렌드 변화로 당사 경쟁력 확대에 따른 합성운모 시장 선점

- ① 시장 변화 : Child Labor issue로 천연운모 시장에서 합성제품(합성운모, 알루미나, Glass, 컬러알루미늄 등)
시장으로 트렌드 변화 추세
- ② 합성 제품에 대한 다양한 포트폴리오를 보유한 당사 경쟁력 확대 및 시장 선점 기대
(당사 합성제품 약 450종, B사 10종 내외, M사 10종 내외)
- ③ Multi Color 제품 : 자동차 리피니쉬 업체에서 테스트 완료 단계 ➔ 매출 증가 기대(화장품/건축/문방구 등에서도)
- ④ 2019년부터 부가가치가 낮은 산업용 천연운모 제품 생산량 감소
➔ 자동차용/화장품용 천연 제품 및 합성 제품으로 전환 예정

3. 알루미늄 페이스트 및 컬러 알루미늄 페이스트 시장 진입으로 매출 신장 기대

- ① 알루미늄 페이스트는 기존 글로벌 업체 및 중국업체와의 경쟁이 아닌 틈새시장 공략
- ② 현재 가전시장에서 검토 중인 사출용 알루미늄 페이스트 매출 기대
- ③ 진주광택안료 기술과 접목시킨 경쟁사와 차별화된 알루미늄 페이스트 출시로 경쟁력 강화
➔ 진주광택안료 제조기술 및 알루미늄 페이스트 제조기술을 모두 보유한 회사로 기술경쟁력 및 원가경쟁력 확보
(경쟁사 M사, B사는 알루미늄 페이스트 구매하여 사용 중)

4. Effect pigment 전망 (제2공장 선투자, 제3공장 신규투자 이유)

- ① 작업방식 변화 : 3 coat → 2 coat → 1 coat , 입자가 작고 광택우수, 은페력 좋은 제품으로 전환
최종적으로, Spray 방식 → 사출, 압출 방식으로 전환 (환경 및 공정 문제, 원가절감, 사회적 문제)
- ② 시장 변화 : 천연운모 → 합성운모 → 알루미나, 컬러알루미늄 페이스트, 사출용 알루미늄 페이스트
- ③ 화장품용 : 중금속이 적고 입자가 크며 변색(Multi 색상)이 되며 광택 좋은 제품으로 트렌드 변화 추세

5. 신규 공장 판매 전략

- ① 알루미늄 페이스트 계열은 단기적으로, 국내, 산업용, 화장품용, 틈새시장, ODM 생산 및 판매
이와 더불어, 중장기적으로는 해외, 자동차용, ODM 생산 및 판매
- ② 화장품용 합성제품
→ EFfCI 인증 된, 중금속 저감 제품 위주로 생산 및 판매 (단기 매출 가능)

감사합니다.

IR 관련 문의	
담당자	한 윤 호 부장
이메일	hyh@cqv.co.kr
전 화	043-531-2535
팩 스	043-536-0314