

Investor Relations 2019



푸드나무
FOODnamoo

Good Food, Good Life

인생의 먹거리로 만드는 삶의 변화, 푸드나무



CONTENTS

- Chapter 1. Company Overview
- Chapter 2. Market Overview
- Chapter 3. Core Competencies
- Chapter 4. Investment Points
- Appendix

푸드나무
FOODnamoo

Disclaimer

본 자료는 기관투자자들을 대상으로 실시되는 Presentation에서의 정보 제공을 목적으로 주식회사 푸드나무(이하 "회사")에 의해 작성되었습니다.

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 미래 실적은 "예측정보"에 기재되거나 암시된 내용과 중대한 차이가 발생할 수 있습니다.

또한, 현재 시장상황과 회사의 경영방향 등을 고려한 것으로, 향후 시장환경의 변화와 전략수정 등에 따라 별도의 고지 없이 변경될 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

본 자료의 활용과 관련하여 발생하는 손실에 대하여 회사 및 회사의 임직원들은 과실 및 기타의 경우를 포함하여 그 어떠한 책임도 부담하지 않음을 알려드립니다.

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

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

CEO Message

"Good Food, Good Life"

당신의 건강을 책임질 우리는 '푸드나무' 입니다.

주식회사 푸드나무 대표이사
김영문

푸드나무는 "고객의 건강한 삶을 책임진다" 라는
유일한 목표를 가진 기업입니다.

푸드나무는 '좋은 것'에 집중합니다.
그래서 지금까지는 고객들의 건강한 삶을 위하여 간편건강식품에 집중하였고
가정식 대체식품의 패러다임 변화와 전자상거래 시장의 성장에 발 맞추어 누구보다 빠르게
고객의 건강관리 전략을 찾아 났으며, 현재의 푸드나무로 성장할 수 있었습니다.

이제는 간편건강식품 뿐만 아니라,
다이어트 & 헬스 등 웰니스 분야로의 사업영역 확대를 통하여
'고객의 건강한 삶'을 책임 지려고 합니다.

앞으로 '고객의 건강한 삶'을 추구할 수 있는 방법이 나오면
그 또한 푸드나무가 가장 먼저, 가장 빠르게, 가장 잘 하는 기업이 될 것입니다.

감사합니다.



Company Overview

- 01. Corporate Identity
- 02. 주요 플랫폼 소개
- 03. 주요 브랜드 소개
- 04. 주요 퍼포먼스



좋은 먹거리로 만드는 삶의 변화, 푸드나무



01. Corporate Identity

“Good Food, Good Life”
당신의 건강한 삶을 책임질 기업, 푸드나무



74만
회원수

57% 재구매율
(2018년 6월 기준)

총 14개
자사브랜드

5,700만 팩
맛있닭 누적판매

97%
매출액CAGR

All
전(全)년도 흑자

법인 전환 이후 고속성장 지속

02. 주요 플랫폼 소개



국내 최초 닭가슴살 전문플랫폼 '랭킹닭컴' 등 건강식품, 헬스&다이어트 관련 국내 최고의 플랫폼 보유

플랫폼&컨텐츠 부문

간편건강식품 플랫폼 및
다이어트&헬스 관련 컨텐츠 운영

푸드나무 매출액

단위 : 억 원



주: K-IFRS 연결재무제표 기준

랭킹닭컴

국내 최초
닭가슴살 전문플랫폼
회원수 74만명 (2019.03월 기준)



개근질닷컴

보디빌딩&피트니스 전문미디어
월 100만의 페이지뷰



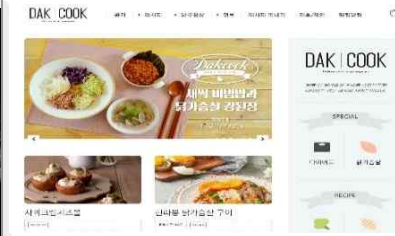
스튜디오U

바디프로필 전문 스튜디오
전문 보디빌더 및 일반인 촬영



닭쿡

다이어트 레시피 전문 사이트
온라인 컨텐츠 운영



03. 주요 브랜드 소개



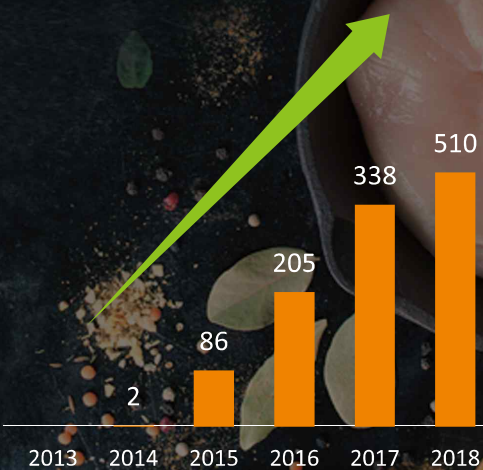
'맛있닭', '신선애' 등 12개의 국내 대표 자사브랜드(PB) 보유

간편건강식품 부문

닭가슴살, 신선야채, 보조식품,
식사대용 건강식품 등
개발 및 PB상품 운영

자사브랜드 매출액

단위 : 억 원



주: K-IFRS 연결재무제표 기준



맛있닭
푸드나무의 대표
닭가슴살 브랜드



신선애
저온 급속 냉동방식의
신선원육 브랜드



더프레시
프리미엄 닭가슴살
전문 브랜드



러브잇
슬라이스 닭가슴살
전문 브랜드



베스틱
닭가슴살 소시지
전문 브랜드



네이처엠
자연의 마음을 담은
최고의 간식



1am
늦은 밤에 먹어도
걱정없는 저칼로리 간식



맛있소
소고기볼
전문 브랜드



잇메이트
저염 훈제 닭가슴살
전문 브랜드



프레시홈
샐러드, 계란, 소스 등
신선식품 종합 브랜드



치품닭
자연 모짜렐라 통치즈를
담은 닭가슴살 전문 브랜드

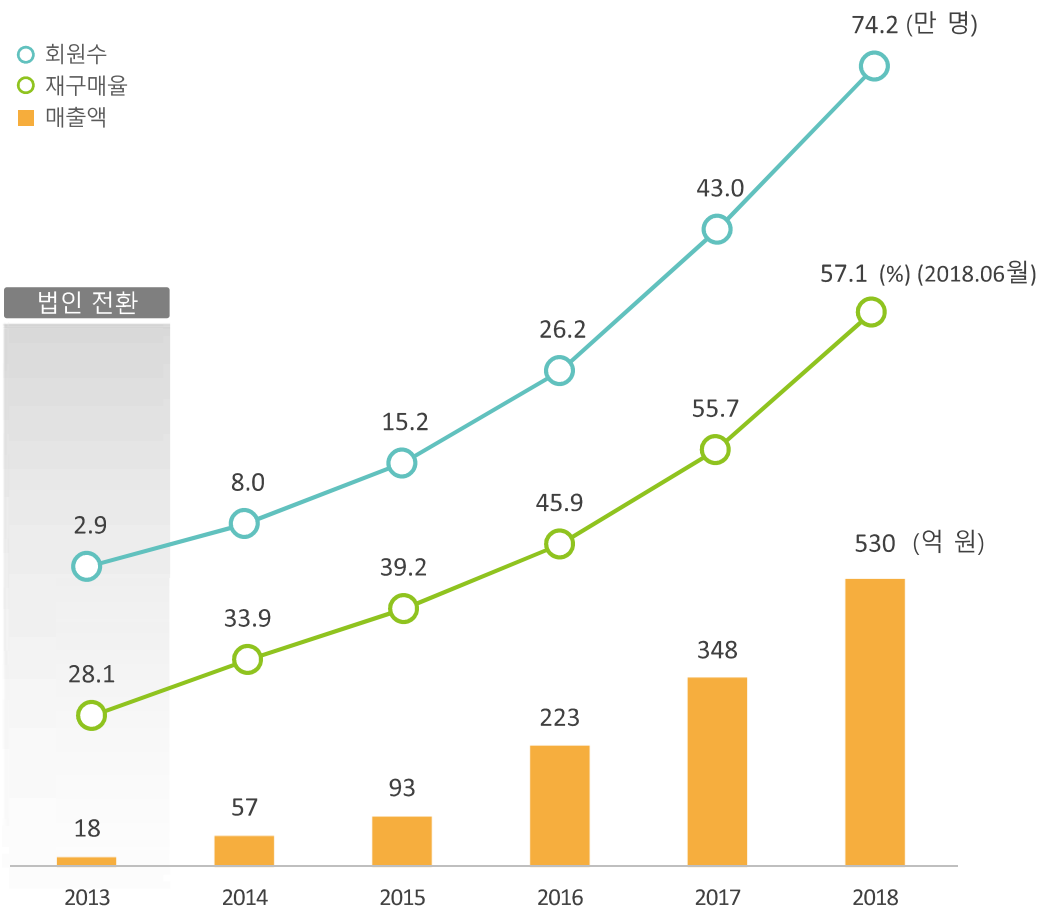


리얼원
무항생제 닭가슴살
전문 브랜드

04. 주요 퍼포먼스



"고객의 건강한 삶을 책임진다" 라는 신념으로, 법인 전환 이후 매년 큰 폭으로 성장해왔습니다.



주: 재구매율 및 회원수는 누적 기준

회원수



74 만명

랭킹닷컴 회원수(2019.03)

재구매율



57%

2회 이상 구매고객비율(2018.06)

매출액



97%

CAGR(2013 ~ 2018)

Market Overview

- 01. Food e-commerce 시장의 성장
- 02. 간편건강식품에 대한 수요 지속 증가
- 03. 기술과의 융합이 더해진 블루오션으로 변화 중



좋은 먹거리로 만드는 삶의 변화, 푸드나무



01. Food e-commerce 시장의 성장

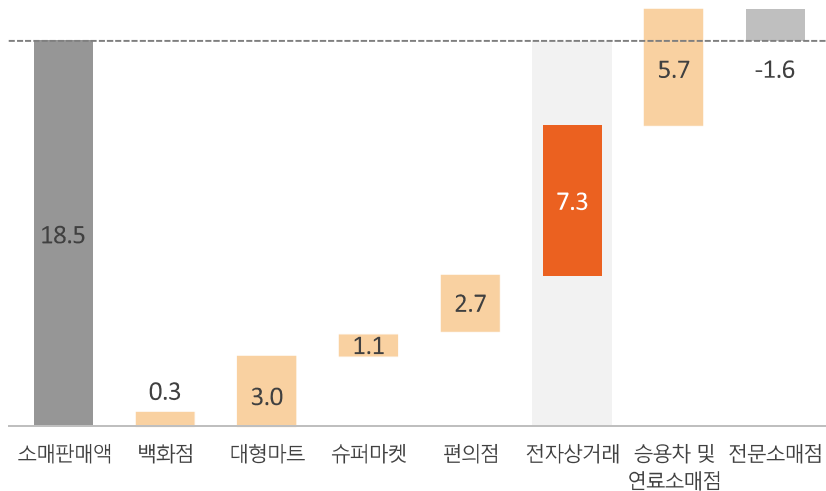


소비 패러다임의 변화로 Food e-commerce 시장은 고성장

국내 전자상거래 및 음식료품 시장규모

소매판매액 증가 채널별 기여도

단위: 조 원

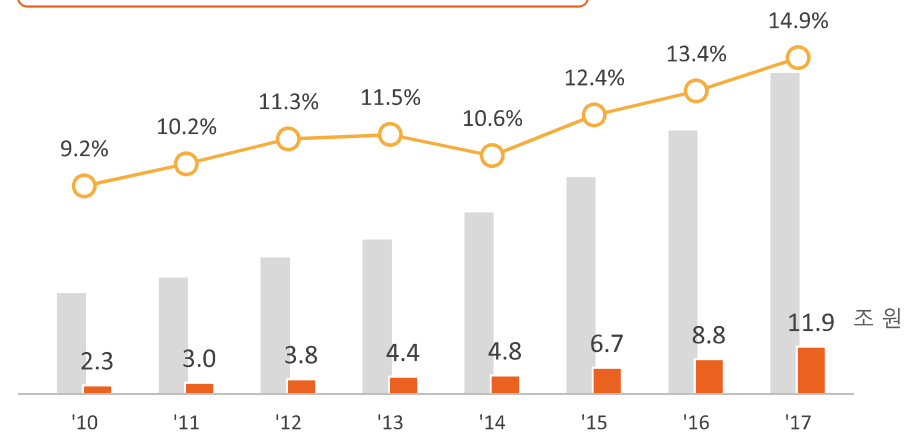


주1: 통계청 분류상 대형마트 채널에는 기타 대형마트(면세점 및 아울렛)가 포함
 주2: 무점포소매는 온라인 쇼핑물과 같은 통신판매가 대부분을 차지
 자료: 통계청, 유진투자증권

최근 5년 CAGR (2013~2017)

온라인쇼핑
20.0%음식료품
28.1%

■ 온라인 쇼핑
■ 음식료품
○ 음식료품 비중



주: 음식료품은 음식료와 농축수산물 거래금액 합계
 자료: 통계청

음식료산업
Paradigm
Shift모바일 및
배송시스템의 발전1인 가구 및
여성경제인구의 증가소비자의
편리함 추구가정식
대체식품 (HMR)의 확대

02. 간편건강식품에 대한 수요 지속 증가

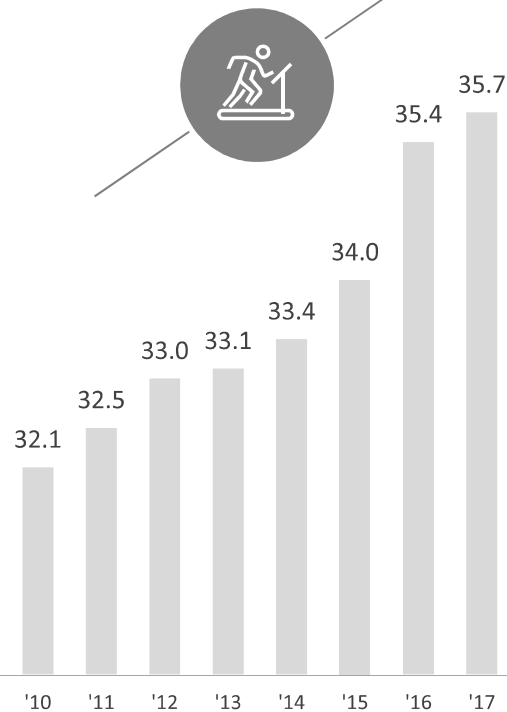


웰빙의식, 건강관리, 간편식품에 대한 소비자의 수요 확대 지속

다이어트 수요 증가

성인남자비만율

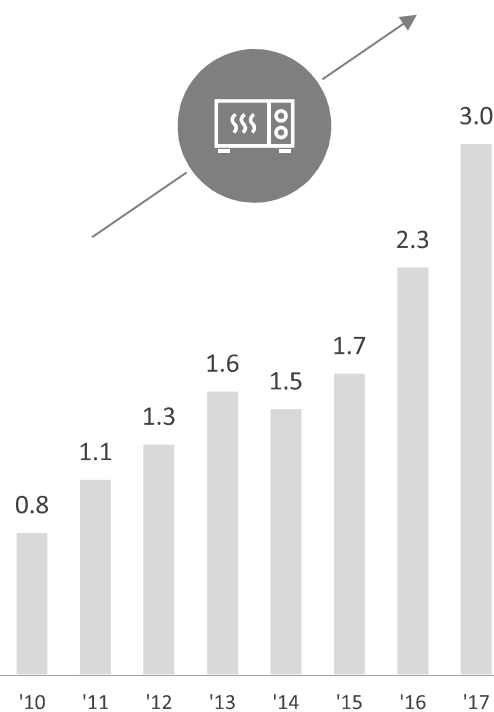
단위 : %



편리한 음식 추구

국내 HMR 시장규모

단위 : 조 원



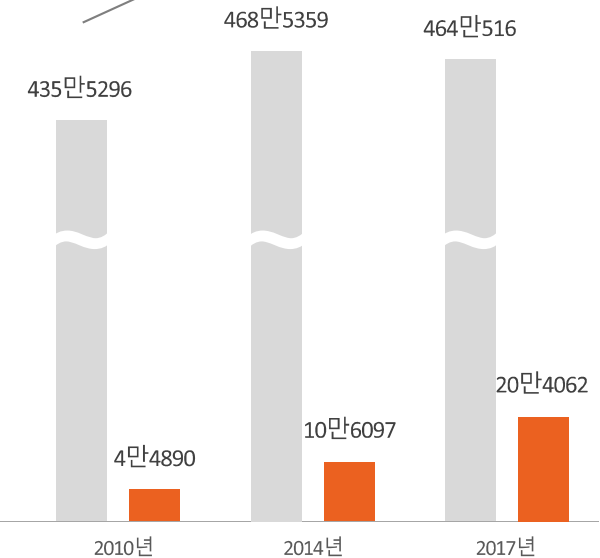
식품 구매의 온라인화 지속

국내 가구당 오프라인 온라인별
식품 연간 구매액

단위 : 원

■ 오프라인
■ 온라인

오프라인 : 6.5%
온라인 : 354.6%



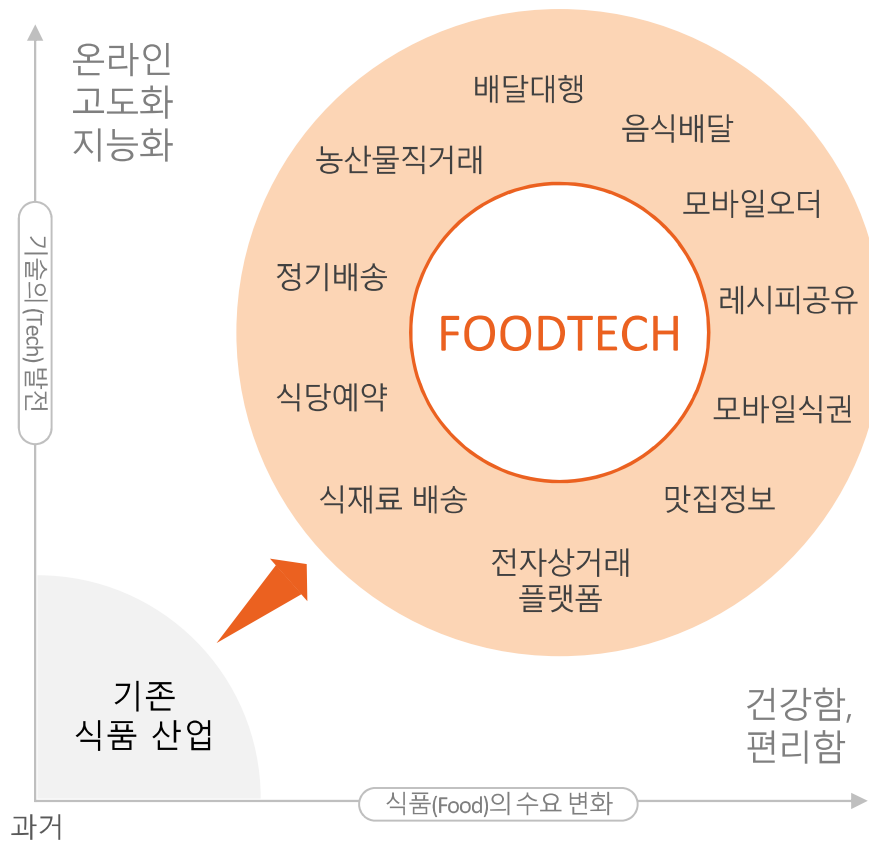
자료 : 국민건강보험공단, 통계청, 농림축산식품부, 농촌진흥청

03. 기술과의 융합이 더해진 블루오션으로 변화 중

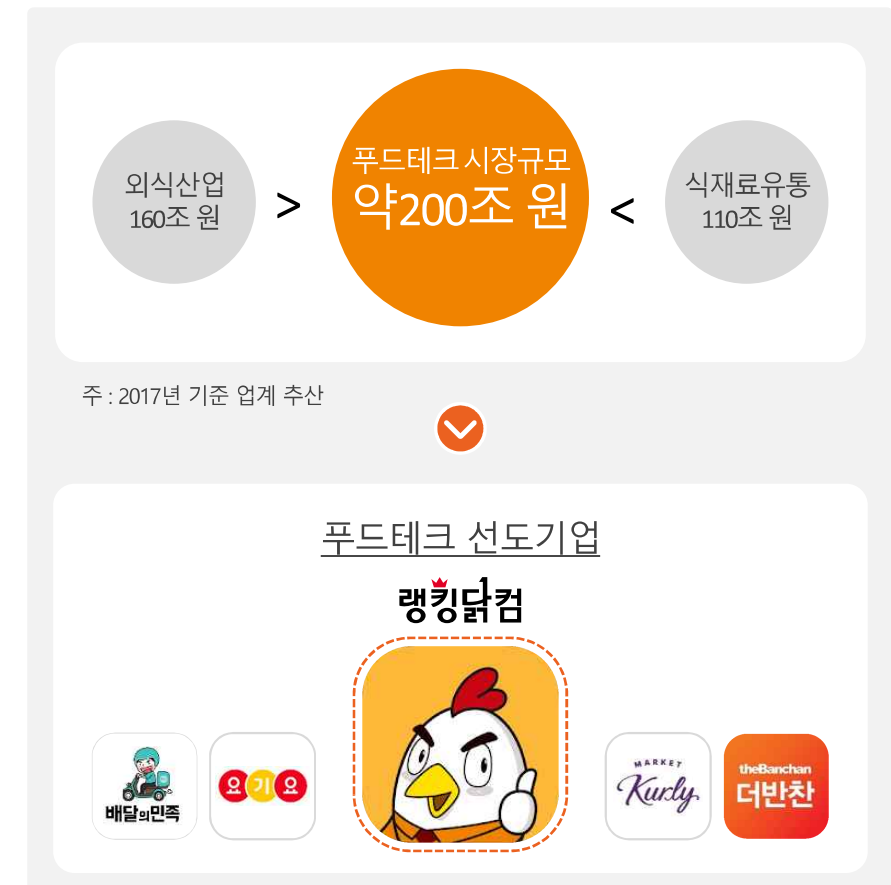


식품 시장은 기술과의 융합이 더해져 무한한 기회의 블루오션으로 변화 중

푸드테크 비즈니스



무한한 기회의 블루오션, 푸드테크



Core Competencies

01. 매력적인 비즈니스 모델
02. 국내 No.1 자체플랫폼 보유
03. 강력한 브랜드 파워
04. 보유플랫폼 시너지 효과
05. 지속성장가능한 고객기반 확보
06. 경영성과



좋은 먹거리로 만드는 삶의 변화, 푸드나무

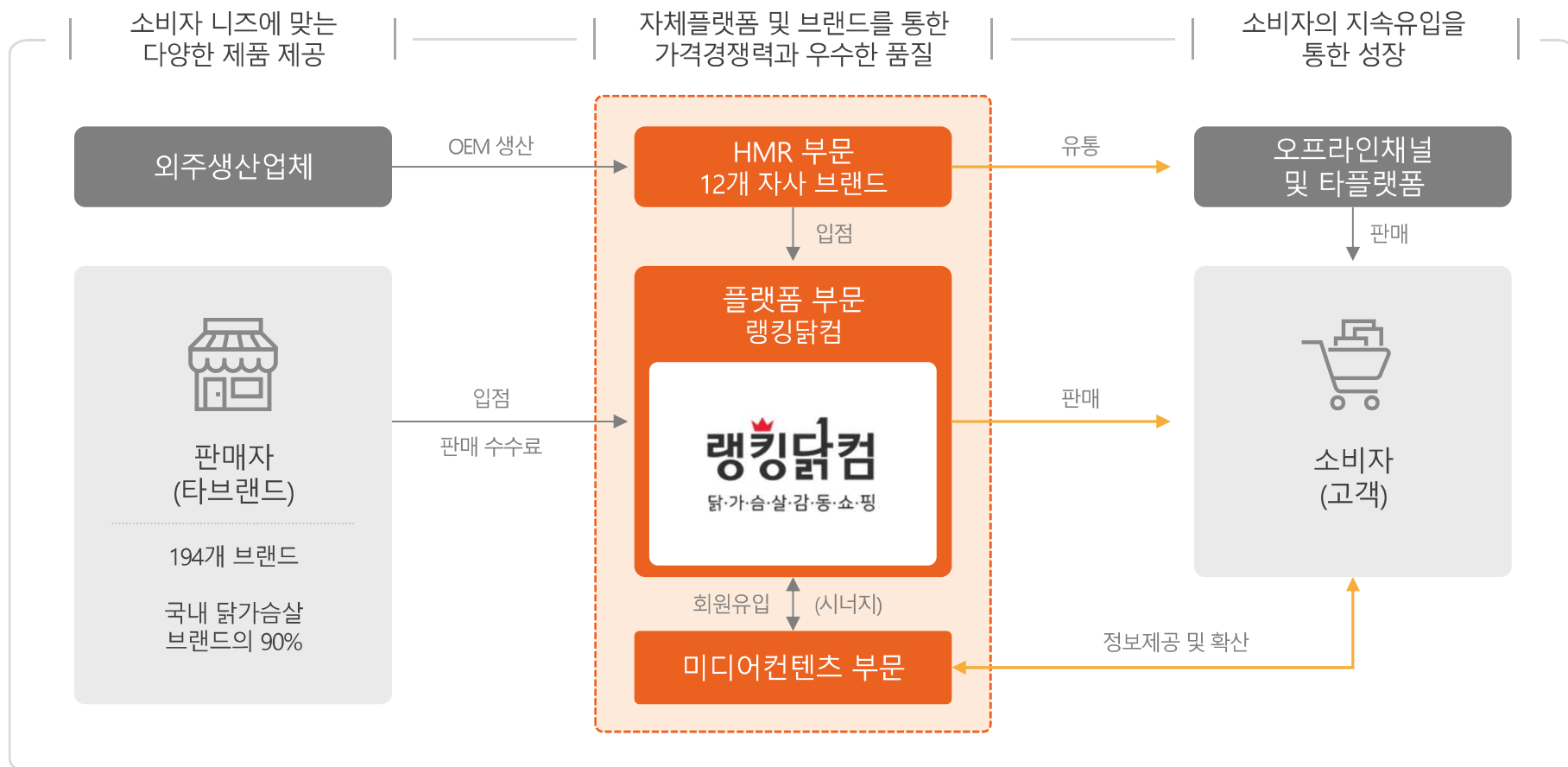


01. 매력적인 비즈니스 모델



간편건강식 생산, 유통, 판매를 위한 최적의 비즈니스 모델 보유

푸드나무 비즈니스 모델

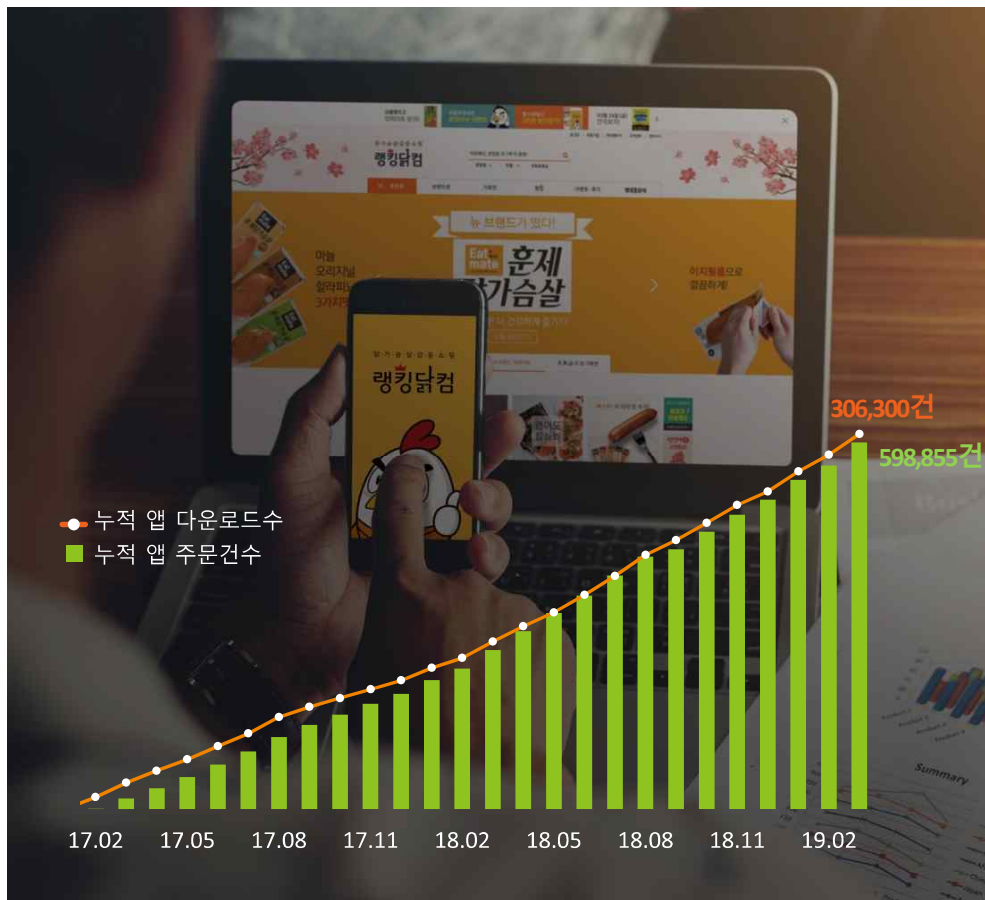


02. 국내 No.1 자체플랫폼 보유



국내 최대의 자체플랫폼 운영 및 판매를 통한 매출 고성장과 고수익 창출

국내 최대 닭가슴살 전문 플랫폼, No.1 랭킹닭컴



- 닭가슴살 전문 플랫폼/스토어 **랭킹닭컴**
- 푸드나무 닭가슴살 대표 브랜드 스토어 **맛있닭**
- 슬라이스 닭가슴살 전문 브랜드 스토어 **리브잇**

최초

2011년 국내 최초
닭가슴살 전문
순위스토어 런칭

최대

• 74만 명 회원
• 194개 브랜드
• 4,816개 제품

최고

• 가격경쟁력
• 제품품질
• 고객만족도



자사플랫폼 랭킹닭컴의 효과

- ✓ 자사플랫폼 판매를 통한 판매비용 절감
- ✓ PG와 직계약을 통한 수수료 경쟁력 확보
- ✓ 앱 다운로드 증가 등에 따른 광고마케팅비 절감



03. 강력한 브랜드 파워



소비자와 제품에 맞추어진 마케팅과 브랜딩 능력 보유

지속적인 자사 제품 마케팅을 통한 국내 최고의 브랜드 파워 보유



12개의
자사브랜드
연평균 81%의
매출성장

뛰어난 마케팅 역량을
기반으로 국내 최고의
인지도 확보



단일 브랜드
국내 최고 실적
및 브랜드 파워

맛있닭 누적판매량
5,700만 팩 돌파

푸드나무
서울시 우수기업 브랜드
'하이서울브랜드' 수상

맛있닭 등 11개 브랜드
'하이서울우수상품' 인증



04. 보유플랫폼 시너지 효과



건강, 헬스, 다이어트, 요리 등의 콘텐츠 플랫폼을 통한 신규회원 유치 및 제품 판매 시너지 발생

국내 최대 보디빌딩&피트니스 전문미디어

보디빌딩&피트니스
전문미디어

—
뉴스, 대회일정,
선수사진

운동에 대한
양질의 정보제공

—
월 100만
페이지뷰

전문가, 업계종사자
매니아층 등의

—
Core 고객
유입 확대

보디빌딩&피트니스 전문 미디어
개그지다컴
날스킴



닭가슴살 전문 다이어트 레시피

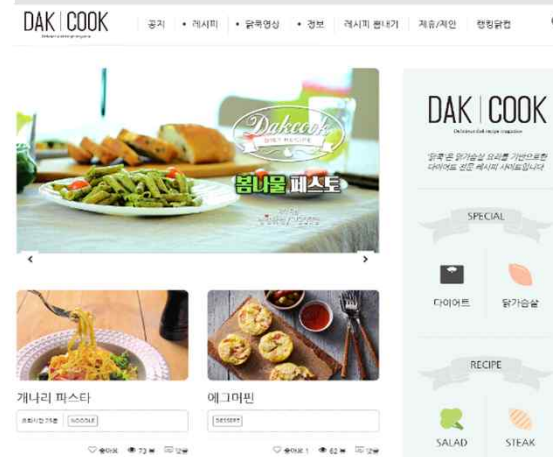
건강 레시피,
다이어트 식단

—
전문 레시피 콘텐츠

YouTube, 네이버 등 TV캐스트

—
온라인 서비스 제공

DAK | COOK
Delicious diet recipe magazine

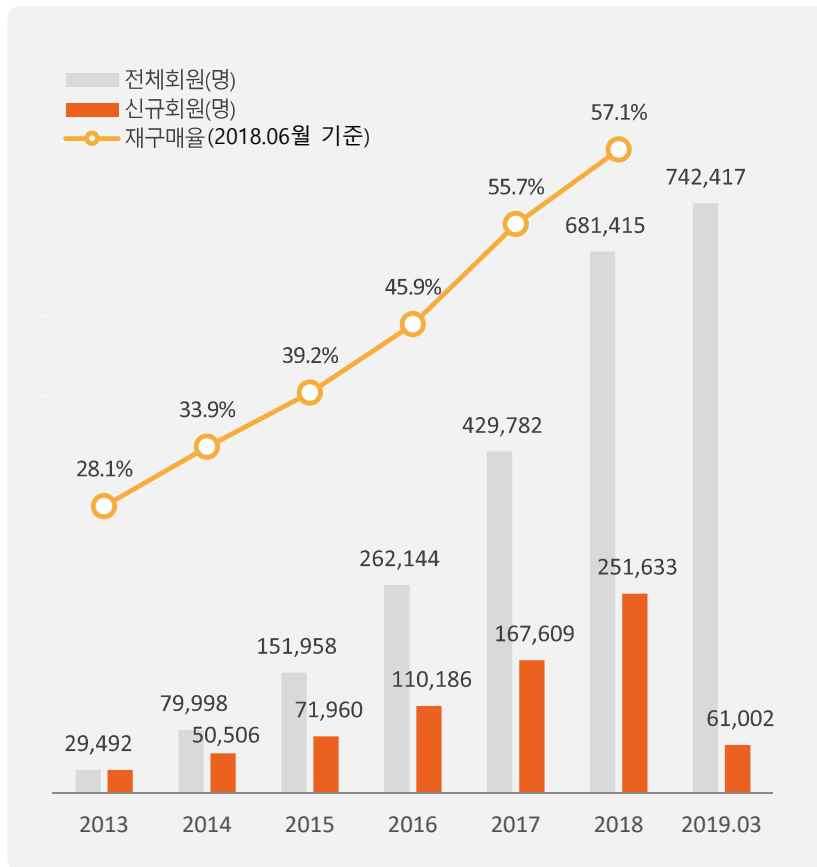


05. 지속성장가능한 고객기반 확보

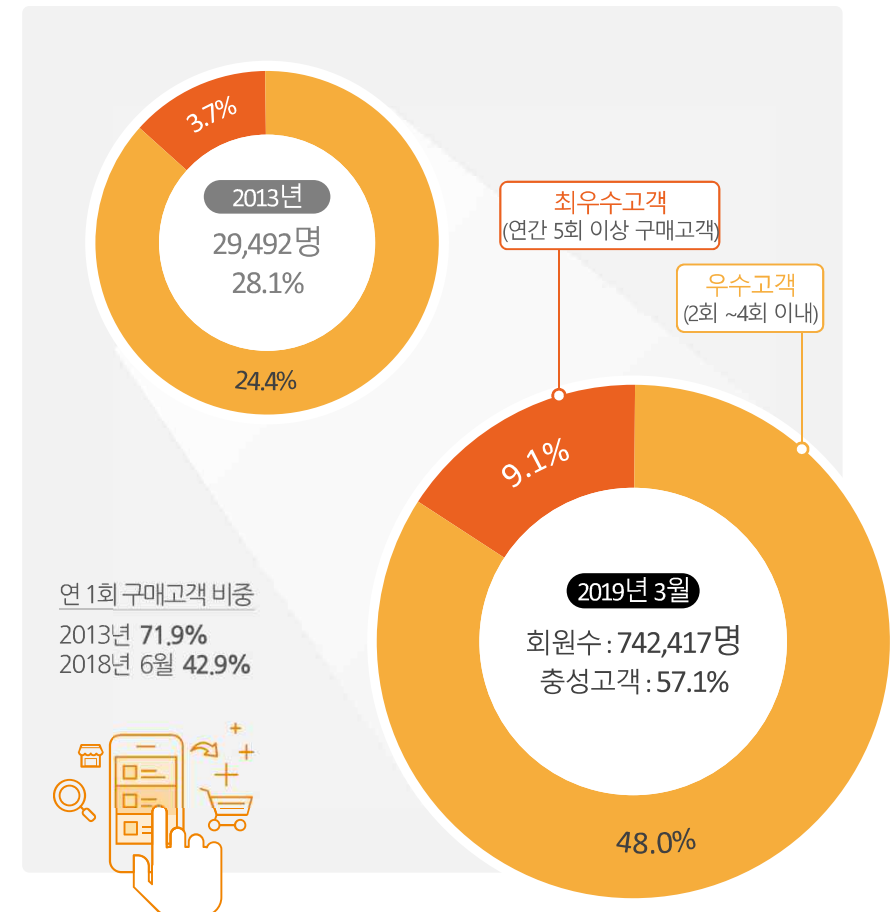


충성고객을 기반으로 한 재구매율 증가 및 신규고객 증가 지속

자사 플랫폼 회원수 및 재구매율



충성고객 증가 현황



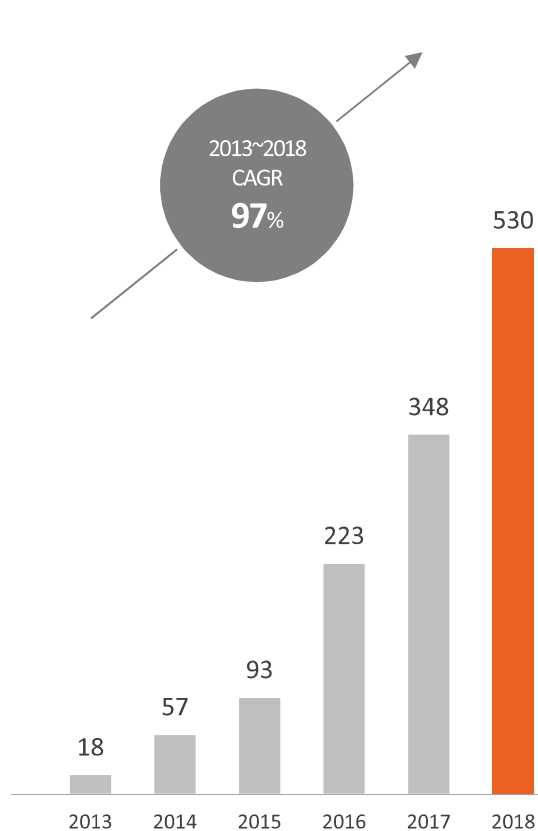
06. 경영성과



지속적인 매출 성장 및 법인 전환 후 전(全)년도 영업흑자 기록

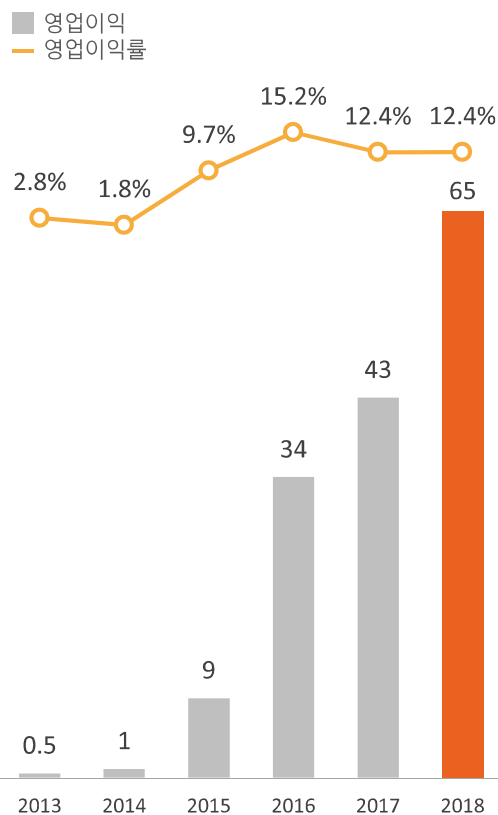
매출액

단위 : 억 원



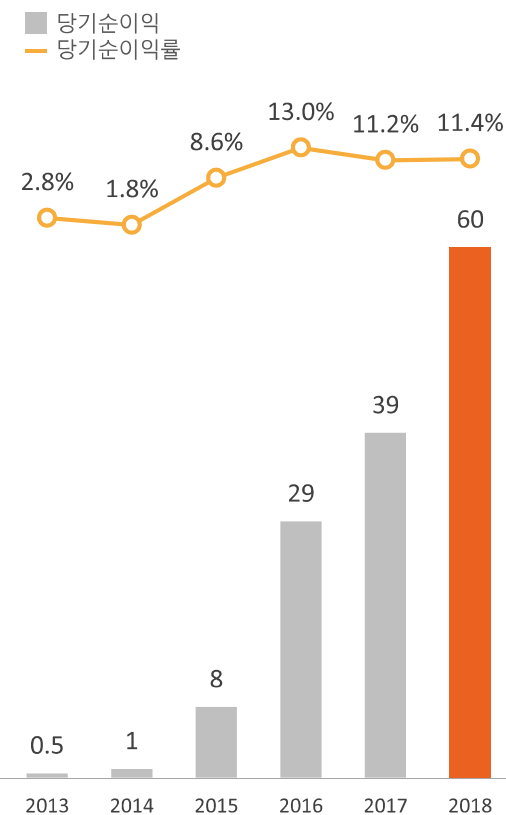
영업이익(률)

단위 : 억 원



당기순이익(률)

단위 : 억 원



주 : K-IFRS 연결재무제표 기준

주 : 2017~18년 실적은 외부감사인의 감사 후 재무제표.

Investment Points

Investment Points

01. 플랫폼 확장 (1), (2)
02. 제품 라인업 확대
03. 판매채널 다변화
04. 콜드체인 구축을 통한 물류혁신
05. 해외시장 진출



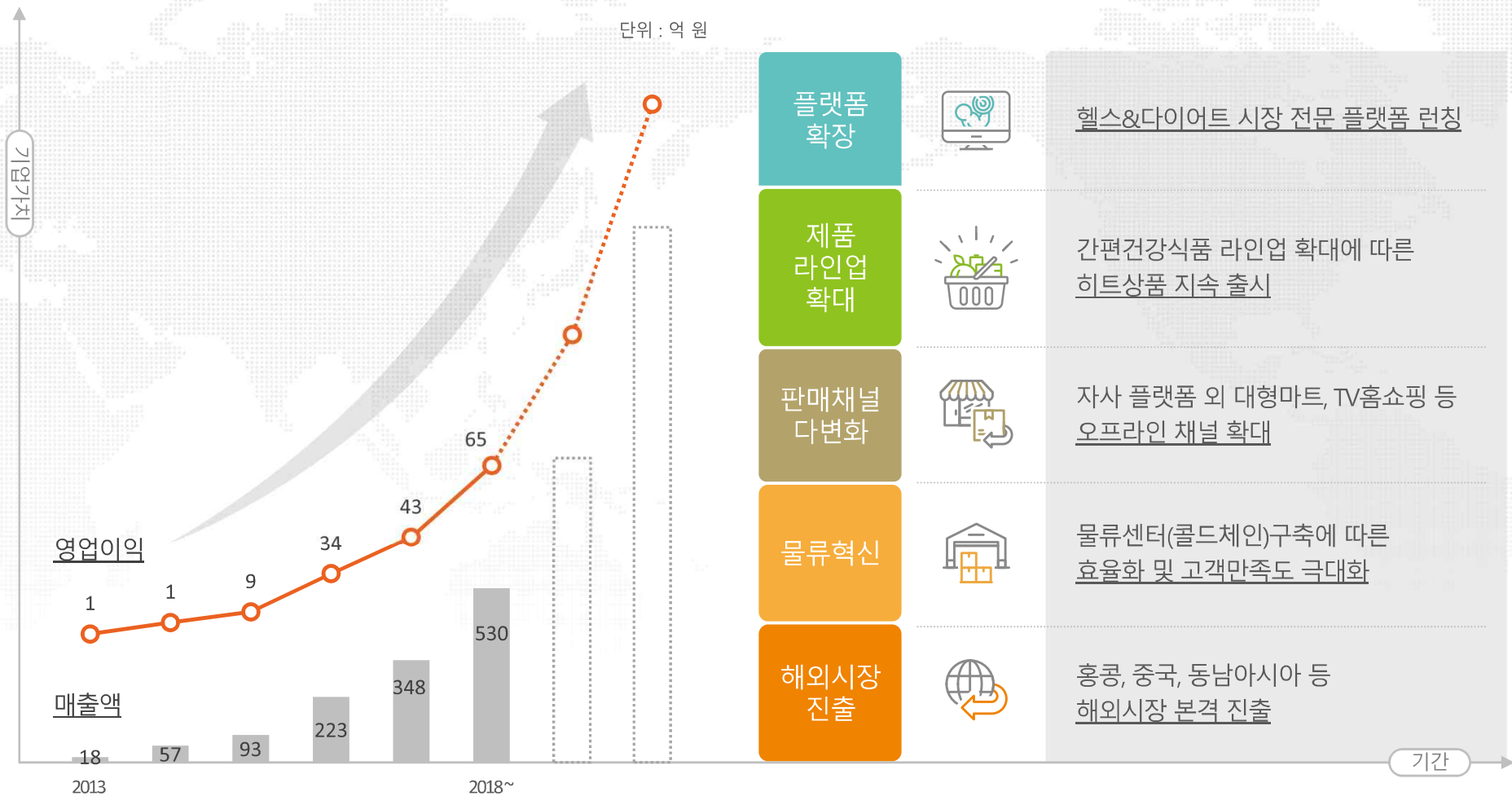
좋은 먹거리로 만드는 삶의 변화, 푸드나무



Investment Points



푸드나무의 양적·질적 성장을 위한 단계별 성장전략 확보



01. 플랫폼 확장 (1) 피키다이어트 런칭



간편건강식품을 넘어 '웰니스' 라는 더 큰 카테고리로의 사업영역 확대

국내 다이어트 시장규모

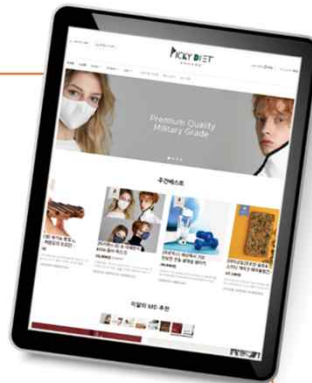


프리미엄 다이어트 큐레이션 마켓
'피키다이어트' ('18년 12월 런칭)



다이어트 식품, 용품, 의류 등
유니크한 다이어트 제품 및 정보성 콘텐츠 전문몰

프리미엄 저칼로리 간편식, 홈트레이닝 용품, 생활 건강 및
뷰티 제품 등 제공 35개 업체, 300여개 제품 입점 확정



주: 2018년 8월 기준

피키다이어트 마케팅 전략

- ✓ 전문플랫폼 성공노하우 및 랭킹닷컴 상호 연계마케팅
- ✓ 랭킹닷컴 기반 다이어트 고객군 확보
- ✓ 빅데이터를 통한 고객니즈 파악 및 최적화된 신제품 출시



피키마스크
(프리미엄 마스크 선출시 사례)

- 기간: '18.04.12~30 (18일간)
- 채널: 네이버스마트스토어
- 전환매출: 5천만 원

다이어트 시장으로의 사업영역 지속확대

01. 플랫폼 확장 (2) 개근질마트 런칭



헬스&피트니스 분야로의 사업영역확대

국내 최대 보디빌딩&피트니스 전문 미디어



100만
월간 페이지뷰
(웹 / 모바일)

헬스&피트니스
업계 종사자, 선수, 매니아층 등의
코어 타겟 기반 전문커뮤니티



주: 월간 최대치 기준(2018년 4월)

월 100만 pv 기반 개근질마트 런칭

- 랭킹닷컴에서의 노하우 및 시너지를 통한 플랫폼 조기 안정화
- 보충제 및 헬스기구 등 전문가 및 매니아 층 타겟의 전문 제품으로 구성
- 해외 직매입을 통한 가격경쟁력 확보

단백질보충제



웨이트머신



헬스 글러브



Home GYM



자사브랜드 - SHIELD 출시



02. 제품 라인업 확대



선순환구조를 통한 히트상품 지속 출시 및 간편건강식품 라인업 확대

랭킹닭컴의 선순환 구조

소비자 및 구매에 대한 방대한 빅데이터 축적

74만 명

회원정보 및
소비패턴

+

217만 건

누적된 상세
구매데이터

+

12만 건

구매후기

빅데이터제공

선순환
구조고객만족에
따른 구매증가

소비자 니즈에 최적화된 브랜드 및 상품개발

Masitdak

신선애

the fresh

BESTICK

loveeat

Eat mate

치즈닭

MASITSO

FRESH HOME

REAL one

Nature.m

1am

저칼로리 다이어트만두
월별 누적판매량

단위 : 만 팩

2018년 2월 출시

17.9

6월

43.3

9월

64.9

12월

86.1

19년 3월

닭가슴살 외 제품으로의 라인업 확대

건강
+
다이어트
+
간편건강식품

- 닭가슴살 피자, 탕수육
- 아이스 미니 고구마
- 한입 감자
- 곤약 김말이
- 곤약면 (출시 예정)

+
제품
라인업
확대

03. 판매채널 다변화



자사 플랫폼 외 대형마트, TV홈쇼핑 등으로 판매채널 다변화

판매채널 확대계획

신규판매채널 지속 확대 추진

대형마트
입점

2018년 3월

TV홈쇼핑
진출

2018년 12월

스포츠센터
입점

2018년 12월



전국 262개 롯데슈퍼 입점 완료

판매채널 확대에 따른 온/오프라인 시너지 창출



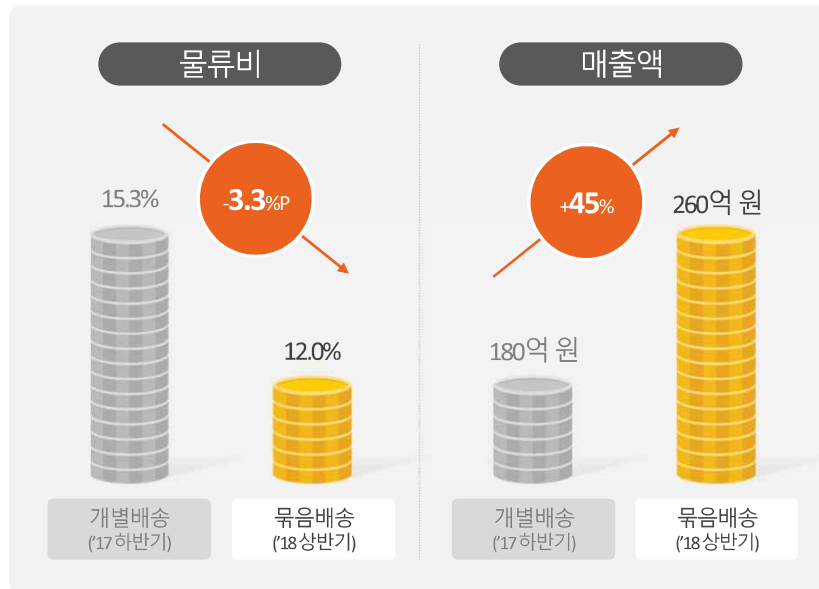
04. 콜드체인 구축을 통한 물류혁신



물류혁신을 통한 고객만족 극대화



기대효과



구축 계획



05. 해외시장 진출



푸드테크 기반, 국내를 넘어 글로벌 웰니스 기업으로 도약

해외시장 진출계획



- ✓ 홍콩 수출계약을 시작으로 해외수출 기반 마련 ('18년 8월)
- 다이어트&건강 식품 및 피트니스 상품

- ✓ 도계 및 가공능력 확보를 통한 운영 노하우 습득('19년 내)
- M&A, JV설립 등을 통한 원가경쟁력 및 가격경쟁력 확보
- 현지 생산체제 구축을 위한 운영 노하우 사전 습득

- ✓ 랭킹닷컴, 피키다이어트 해외현지 버전 런칭 계획('19년 말)
- 랭킹닷컴 중국 현지화
- 피키다이어트 영어, 중국어, 일본어 버전 런칭

Appendix

- 01. 회사일반개요
- 02. 연혁 및 공모자금 활용계획
- 03. 주주현황 및 보호예수 사항
- 04. 요약재무제표

좋은 먹거리로 만드는 삶의 변화, 푸드나무



01. 회사일반개요



일반현황

회사명	주식회사 푸드나무
대표이사	김 영 문
설립일	2013년 01월 14일
자본금	3,403 백만 원
임직원수	125명 (2019.03.31일 현재)
사업영역	O2O, B2C기반의 푸드테크 전문기업
주요사업	플랫폼사업, HMR사업, 콘텐츠사업
본점	서울시 마포구 월드컵북로 396, 15층
홈페이지	www.foodnamoo.com

CEO



김 영 문 대표이사

- 명지대 체육학과
- 춘천교육대학원 체육교육학과 석사과정
- 헬스트레이너 및 퍼스널트레이너 팀장
- 닭다리 랭킹닭컴 대표
- (주)푸드나무 대표이사



Good Food, Good Life!

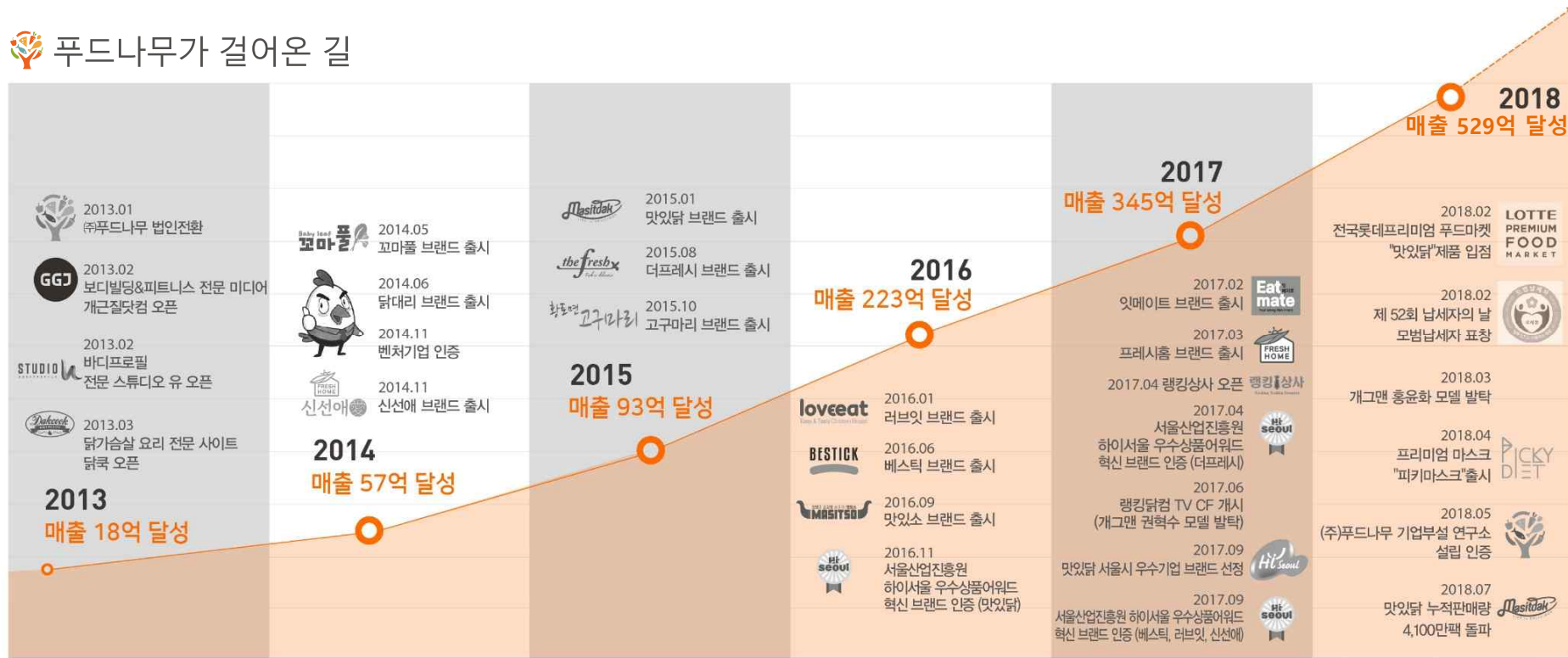
오감으로 접하는 모든 것을 건강하게!

좋은 원료로 만들어진 건강한 식품을 제공하고
건강한 삶을 영위하기 위한 모든 재화와 서비스를 제공합니다.
당신의 '건강한 삶'을 책임질 우리는 푸드나무입니다.

02. 연혁 및 공모자금 활용계획



푸드나무가 걸어온 길

공모자금
활용계획

구분(백만 원)	주요내용	2018	2019	2020	합계
운영자금	사이트 개발 및 운영 등	2,200	5,456		7,656
연구개발	연구인력 및 실험연구장비 구입 등	350	1,865		2,215
시설투자	도계, 가공공장 인수 또는 투자, 물류센터 설립 등		15,500	1,500	17,000
해외시장개척	중국, 동남아시아 등 해외시장 개척		2,000	3,385	5,385
공모자금 합계		2,550	24,821	4,885	32,256

03. 주주현황 및 보호예수 사항



주주현황

기준일 : 2018. 12. 31

주주명	주식수(주)	지분율(%)	보호예수 기간
김영문	2,367,530	34.8%	상장일부터 1년 6개월
	1,172,419	17.2%	상장일부터 6개월
김영완	1,014,654	14.9%	상장일부터 1년 6개월
	502,467	7.4%	상장일부터 6개월
우리사주조합(사전배정분)	39,127	0.6%	예약 후 1년(18.08.14 예약)
우리사주조합(공모배정분)	46,670	0.7%	예약 후 1년(18.10.10 예약)
미래에셋대우(의무인수분)	41,666	0.6%	상장일부터 3개월
기타 소액주주	1,621,501	23.8%	-
합계	6,806,034	100.0%	

04. 요약재무제표



요약 재무상태표

단위 : 백만 원

구 분	2015	2016	2017	2018
유동자산	1,325	3,181	4,795	43,963
비유동자산	87	1,890	4,484	7,786
자산총계	1,412	5,071	9,279	51,749
유동부채	315	890	1,627	3,208
비유동부채	75	287	815	557
부채총계	390	1,177	2,442	3,765
지배기업소유주지분	-	-	6,809	47,953
자본금	5	5	5	3,403
자본잉여금	-	-	-	31,999
기타자본항목	-	-	-	-
기타포괄손익누계액	-	-	-	-
이익잉여금	1,017	3,889	6,804	12,551
비지배지분	-	-	28	31
자본총계	1,022	3,894	6,837	47,984

주1 : 2015년 ~ 2016년은 감사 받지 아니한 K-IFRS 개별재무제표

주2 : 2017년 이후는 K-IFRS 연결재무제표 기준

요약 손익계산서

단위 : 백만 원

구 분	2015	2016	2017	2018
매출액	9,304	22,348	34,826	52,961
매출원가	7,165	16,398	23,894	34,402
매출총이익	2,139	5,950	10,932	18,559
판매비와관리비	1,206	2,537	6,601	12,017
영업이익	933	3,413	4,331	6,542
영업외수익	46	25	28	214
영업외비용	1	1	24	6
법인세비용차감전순이익	978	3,437	4,335	6,750
법인세비용	140	493	413	701
당기순이익	838	2,944	3,922	6,049
지배주주귀속순이익	838	2,944	3,924	6,047
비지배주주귀속순이익	-	-	(2)	2