

INVESTOR RELATIONS 2019



INSANGA

유의사항 DISCLAIMER

본 자료는 주식회사 인산가 (이하“회사”)와 관련하여 기관투자자와 일반투자자들을 대상으로 실시되는 Presentation에서의 정보제공을 목적으로 작성되었으며 이의 반출, 복사 또는 타인에 대한 재배포는 금지됨을 알려드리는 바입니다.

본 자료의 열람 및 관련 Presentation의 참석은 위의 제한 사항의 준수에 대한 동의로 간주될 것이며 제한 사항에 대한 위반은 “자본시장과 금융투자업에 관한 법률”에 대한 위반에 해당 될 수 있음을 유념해주시기 바랍니다. 또한, 본 자료의 활용으로 인해 발생할 수 있는 모든 손실에 대하여 “회사”및 “회사”의 임직원과 주주, 자문역 및 기타이해관계인들은 과실 및 기타의 모든 경우를 포함하여 그 어떠한 책임도 부담하지 않음을 알려드립니다.

본 자료에 포함된 “예측정보” (표현상으로는 ‘예상’, ‘전망’, ‘계획’, ‘기대’, ‘E’ 등과 같은 단어를 포함)는 개별 확인 절차를 거치지 않은 정보들입니다. 이는 과거가 아닌 미래의 사건과 관계된 일체의 사항을 포함하는 것으로 “회사” 및 산업의 향후 예상되는 변화 및 재무의 예상 실적을 의미하는 것입니다. 동 “예측정보”는 많은 변수에 따라 영향을 받으며, 본질적으로 불확실성을 가지고 있으므로 실제 미래에 나타나는 결과는 “예측정보”에 기재되거나 암시된 내용과 중대한 차이가 발생할 수 있습니다. 또한 본 자료에 포함된 “예측정보”는 Presentation 실시일 현재를 기준으로 작성된 것으로 당시의 시장상황과 회사의 경영방향 등을 고려한 것으로 향후 시장환경의 변화와 전략 수정 등 많은 변수에 따라 변경될 수 있으며, 별도의 고지없이 변경될 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

본 자료는 어떠한 주식의 매입 또는 매도 등 매매의 권유를 구성하지 아니하며, 본 자료의 그 어느 부분도 어떠한 계약 및 약정 또는 투자결정을 위한 기초 또는 근거가 될 수 없습니다. 또한, 본 자료는 어떠한 경우에도 민형사상의 분쟁 및 다툼에 있어서 증거자료로 사용될 수 없음을 알려드립니다.

주식 매입 또는 매도 등 매매와 관련된 모든 투자결정은 오직 금융감독원 전자공시시스템을 통해 제출한 신고서를 통해 제공되는 정보만을 바탕으로 내려져야 합니다.



목차 Contents

- 1 회사소개
- 2 시장현황
- 3 판매 전략
- 4 핵심경쟁력
- 5 부록



I N S A N G

회사소개

소개

비전

연혁

인산가

활인구세(活人救世) 정신을 계승·발전시켜 천연물만을 활용하는
인산家は **〔자연지향 건강기업〕**입니다.



첫째, 인산가 4無정신

4無

無방부제 | 인산가는 인체에 유해한 방부제를 사용하지 않습니다.

無색소 | 인산가는 인공적인 색소를 사용하지 않습니다.

無첨가물 | 인산가는 화학적 합성 첨가물을 사용하지 않습니다.

無향료 | 인산가는 냄새를 없애거나 변화시키는 인공적인 향료를 사용하지 않습니다.



둘째, 기계의 힘을 빌리지 않고 오직 수작업으로 만들어야 한다.

원료의 손질에서 가공, 20시간 이상 달이는 과정 및 완제품 포장에 이르기 까지 오직 사람의 정성, 즉 수작업 만을 고집합니다.



셋째, 이 땅에서 자라고 키운 천연물만을 원료로 해야 한다.

평생 동안 이 땅에 널리 퍼져있는 술한 천연물들의 약성을 발견한 인산 김일훈 선생의 방법 그대로, 반드시 이 땅의 천연물 만을 원료로 사용합니다.

〈 인산가 제품 제조 3원칙 〉

비전

죽염 산업화의 주역, 약리성의 과학적 입증으로 글로벌 헬스케어 시장에 확장



브랜드



지역특화 · 전통식품
주류 및 엿류, 장류
인산농장(子) 생산

- 고성 마른명태, 지역(함양) 농산물
- 월고해, 적송자, 청비성, 탁여현
- 유황오리 · 다슬기 진액
- 인산무엇, 홍화고, 생강고, 마늘고
- 죽염간장, 된장, 고추장



인산의학 원방
죽염 및 환류 제품

- 9회죽염, 물죽염
- 죽마고우환, 청국강환, 유마고우환
- 홍화씨
- 구운마늘



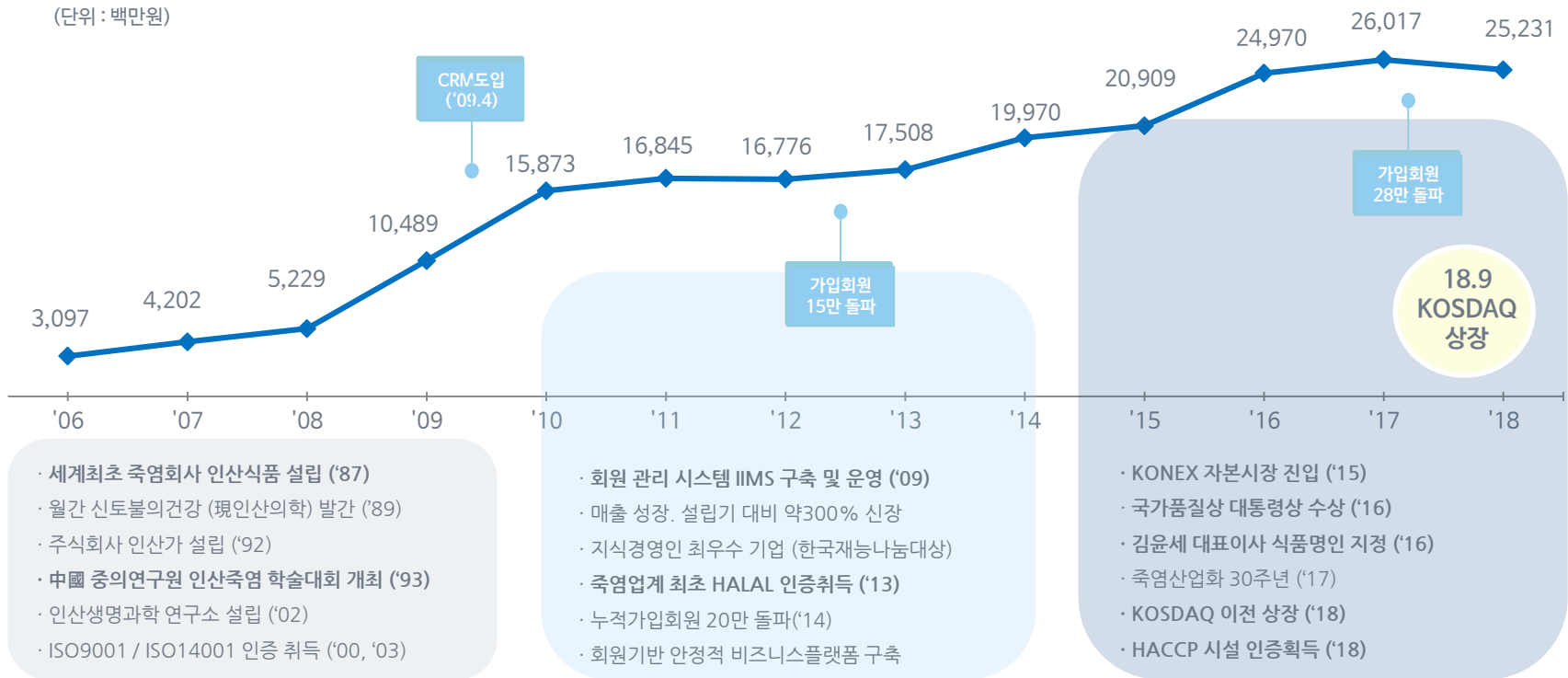
브랜드 대중화 · 대형 유통채널
일반식품(간편식, 조미향신료)
생활뷰티 제품

- 치약, 프리미엄 천연비누, 효소비누
- 시즈닝, 죽염 라면('19 출시 예정)
- 간편 숙툼 패치, 찜질팩(예정)
- 마스크팩, 스킨케어 제품(예정)

연혁

국내 죽염시장 부동의 1위, 시장지배력을 바탕으로 안정적 이익 창출

(단위 : 백만원)





I N S A G R A

시장현황

국내식염시장

고령친화식품시장

전통주류시장

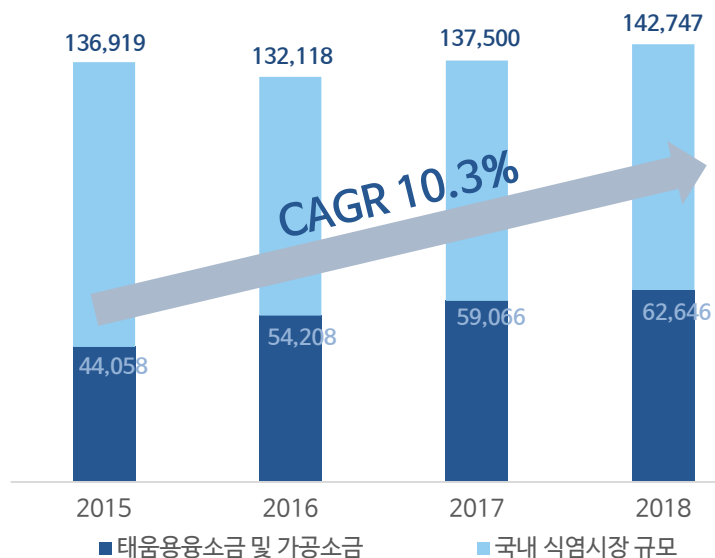
별. 시장환경변화

INVESTOR RELATIONS 2019

국내식염시장

국내식염 및 식염가공식품시장

(단위 : 백만원)



※ 자료 : 식품의약품안전처 [2018년도 식품 및 식품첨가물 생산실적 통계집]

시장현황

- 2018년 국내 식염시장 1,427억 원 규모
- 태움용용소금, 가공소금 중심의 성장세
- 2015년 이후 태움용용소금 연평균 10.3%p 성장
- 전체 소금 생산 및 출하량은 감소세이나 출하액은 성장세

성장배경 및 전망

- 나트륨, 성인병 원인으로 지목되면서 저염식 열풍
- 해양오염 우려 등으로 가공 소금 및 태움용용소금 주목
- 품질을 업그레이드한 프리미엄 소금 등장
- 전문화, 다양화된 프리미엄 식품 유통채널 확장
(S사, H사, L사 프리미엄 푸드마켓 브랜드 론칭 · 매장확대)
- 프리미엄 소금 전문 코너의 등
(SSG 솔트앤스파이스 200여 가지 프리미엄 소금 판매 중)

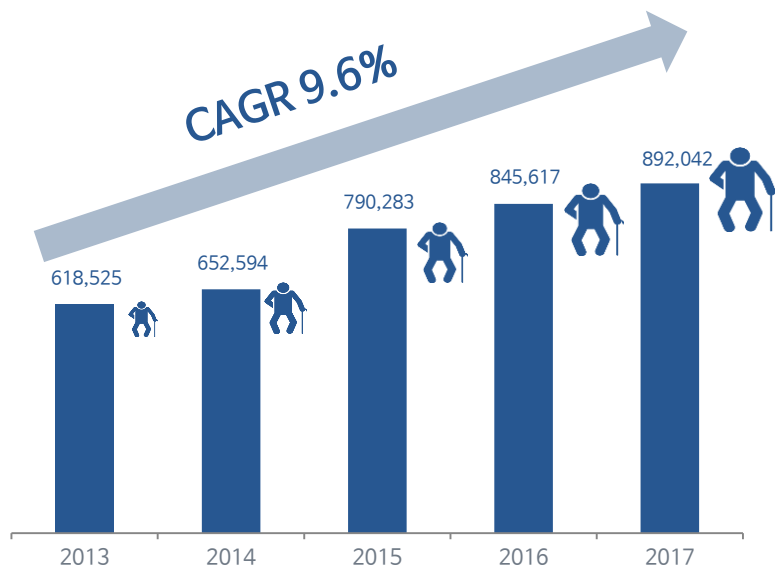
프리미엄 소금을 중심으로 성장세 지속전망



고령친화식품시장

국내 고령친화식품 시장

(단위 : 백만원)



※ 자료 : 식품 및 식품첨가물 생산실적, 식품의약품안전처, 통계청 자료

시장현황

- 2018년 국내 65세 이상 고령인구 비중 14.3%, 고령사회 원년
- 고령층의 수요에 대응한 제품, 서비스개발 지속적 요구
- 13년 6,185억원, 17년 8,920억원 44.2% 시장규모 성장
- 고령화속도 일본보다 빠를 전망, 일본과 같은 F&B 산업 성장
- 정책과 고령층 프리미엄 제품시장 확대 예상

성장배경 및 전망

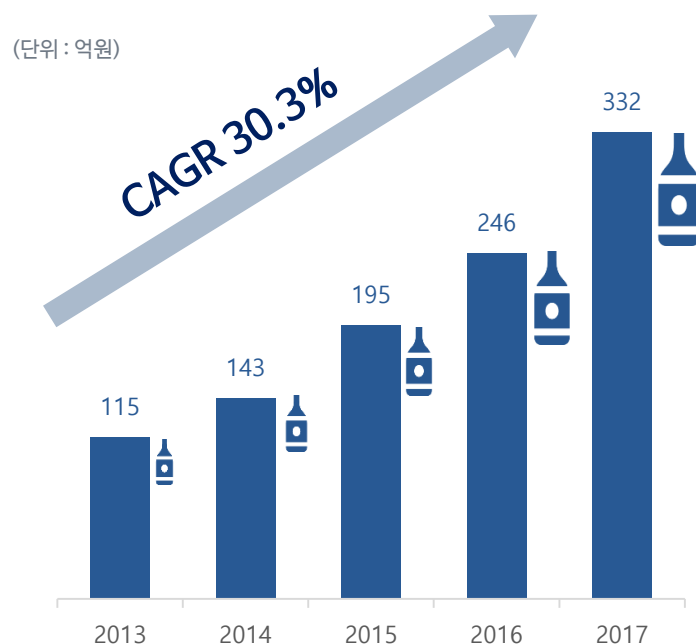
- 소화기능 저하에 따른 건강기능식품, 홍삼, 전통·발효식품 선호
- 블루슈머로 주목받는 액티브 시니어의 증가
- 높은 자산 및 소득, 적극적 소비 성향
- 웰니스 (Well-being+Fitness)의 건강중시 소비트렌드
- 규제 및 지원 정책
 - 건강기능식품산업 규제 완화, 고령친화식품 시장 중점 육성

2023년 1조 9,647억원 (연평균 성장률 12.6%) 전망



전통주류시장

전통 증류식 소주 시장



※ 자료 : 국세청 (출고가 기준)

시장현황

- 2013년 115억원에서 2017년 332억원으로 급성장 추세
- 광주요그룹 ‘화요’, 하이트진로 ‘일품진로’ 2강 구도
- 수입 타피오카, 고구마로 만든 주정(에탄올)에 물을 첨가 농도를 낮춘 ‘희석식 소주’와 달리 곡물 발효, 전통방식으로 제조 향과 맛이 풍부한 프리미엄 소주로 각광

성장배경 및 전망

- 일반소주에 비해 도수 및 가격이 높아 프리미엄 소주 이미지
- 혼술, 홈술 등 소비 트렌드 정착, 소비자 취향의 다양화
- 주류 소비층의 위스키, 저도주 수요량 감소
- 정부지원정책 “제2차 전통주산업 발전기본계획(18.4) 전통주산업 지원 및 활성화”
 - 탁주·약주·소주 집중 고부가가치 산업화 기반구축
 - 청년층의 전통주에 대한 접근성·선호도 제고
 - 국제적 전통주 브랜드 육성, 대외 인지도 향상 및 해외수출
- 식품산업진흥기본계획(2018~2022)
 - 한국술산업진흥원, 발효미생물산업지원센터등 기초인프라 구축

시장환경 변화

제3차 식품산업진흥 기본계획 (2018~2022)

2018년 4월 농림축산식품부

- 향후 5년간 고령친화식품, 전통주 산업 등 유망산업 집중 육성
식품 제조분야 매출, 고용, 국산 농산물 소비증가 계획
- 국산 농산물 사용 인센티브 확충
- 농업과 식품산업 연계 강화 : 전통식품 및 전통주 산업 성장지원
- 전통주 산업 관련 (가칭) 한국술산업진흥원, 발효미생물 산업지원센터 등
기초 인프라 구축 과학적 연구 바탕 경쟁력 확충 지원

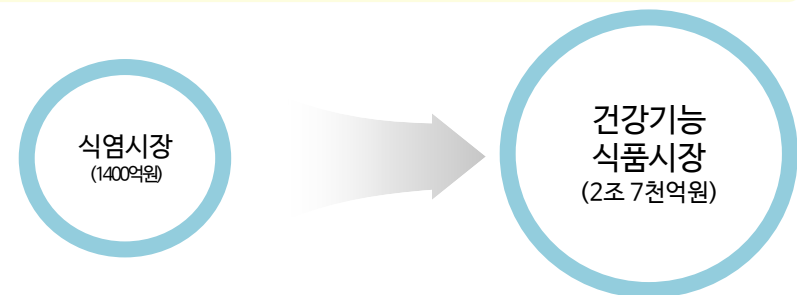
- 고령친화식품 + 전통주 시장 + 관광산업(농공단지) 연계 정부지원 활성화



식품등의 표시 광고에 관한 법률 전면시행

- 일정 수준 이상 과학적 근거 확보 시 일반식품에도 건강상 효과 표기 가능
(現 건강기능성식품 인정 하에 표기 가능, 기능성 인증 절차)
- 식품등의 표시 또는 광고에 관해 타법에 우선, 기능성 표시 규제의 합리화
- 건기식 및 식품위생법에 따른 사전심의제도 폐지, 자율 심의 가능
- 민관 합동 TF에서 제도 구성 (19.10 限)
- 일반식품의 건강상 효과 표기 기준 · 방식 관련 고시안 발표 계획 (19년 이내)
- 향후 국산소재 기능성 규명, 건기식 개발활동 등 정부차원의 지원 계획 (농식품부)

- 죽염 등 건강유효성 과학적 실증 자료 다수
- 2조 7천억원('17) 건강기능식품시장 영역의 진입 효과





I N S A G R A

회사현황

회사 개요

조직 현황

주주현황

경영성과, 매출 및 수익률

INVESTOR RELATIONS 2019

회사현황

회사 개요

기업명	(주) 인산가
설립일	2017년 7월 26일 (창립일: 1987년 8월 27일)
대표이사	김 윤 세
자본금	26억 원
주 소	본사 경상남도 함양군 수동농공길 23-26 서울 서울특별시 종로구 인사동7길 12
종업원수	164명 (2019년 6월 30일 기준)
홈페이지	www.insanga.co.kr
주요제품	죽염, 죽염응용식품, 환류, 건강식품 등

사업장 현황

본사 (경상남도 함양군)



인산연수원



죽염생산공장(HACCP)



인산생명과학연구소

지사 (서울 및 전국주요도시)



서울지점



죽염박물관



직영점(16개점)

조직현황

대표이사 소개



대표이사 김 윤 세

약력

교육부 산하 고전번역연구원 5년 과정 수료
서울대학교 행정대학원 국가정책과정 수료
불교신문 기자, 東師列傳 완역
한국죽염공업협동조합 이사장 (1~5대)
現 국제한식조리학교 명예교수
現 전주대학교 대체의학대학원 객원교수
대한민국 식품명인 제4호

저서

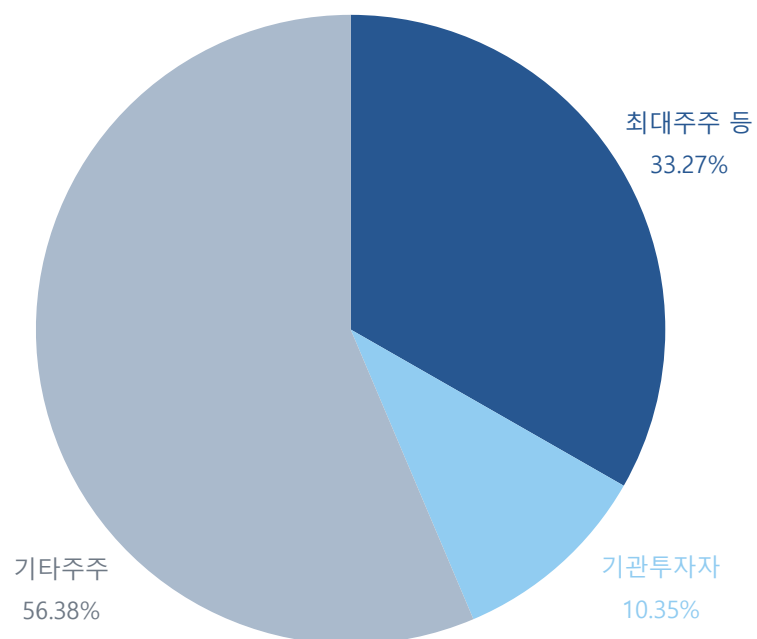
1986 신약. 구술 김일훈
1991 동사열전. 광제원
1999 마음밭에 도의 꽃 피던 날
2002 한 생각이 암을 물리친다
2012 내 안의 의사를 깨워라
2016 내 안의 자연이 나를 살린다
2018 동사열전
2019 자연치유에 몸을 맡겨라

조직 현황



주주 현황

(기준일: 2018.12.31, 단위: 지분율)



구분	주식수	지분율
최대주주 등	8,141,187	33.27%
기관투자자	2,533,815	10.35%
기타주주	13,796,254	56.38%
총주식수	24,471,256	100%

매출 현황

제조 원칙 준수에 따른 신뢰도 구축. 회원제 유통플랫폼으로 확장

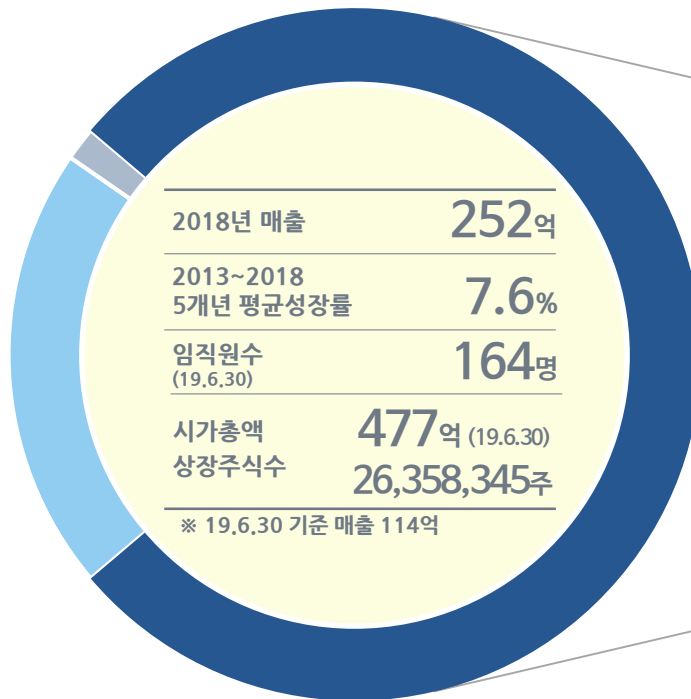
생산 판매 75%

- 인산 선생의 원방대로 맞춤 생산
- 죽염 증가의 제조법에 따른 생산
- 전통적인 방식 그대로 진품 생산

두터운 신뢰도

유통 판매 25%

- 회원제 유통 플랫폼
- 건강 특화 상품 유통
- 지역 특화 상품 유통



죽염 및 죽염응용식품

55%

9회죽염, 3회죽염,
생활죽염, 1회죽염
자죽염, 알칼리죽염 등
물죽염, 김장용죽염
죽염고추장, 죽염된장
죽염간장, 복해정 등

진액류

15%

유황오리진액 등

환류

12%

홍화씨, 죽마고우, 유마고우환 등

기 타

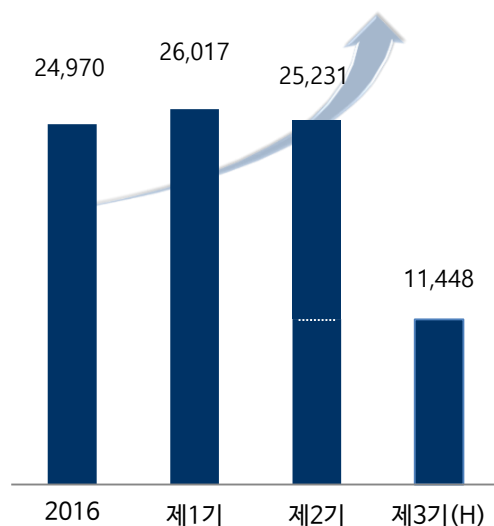
18%

선식 등 건강식품
서적 등 기타 제조 품목

매출액 및 수익률

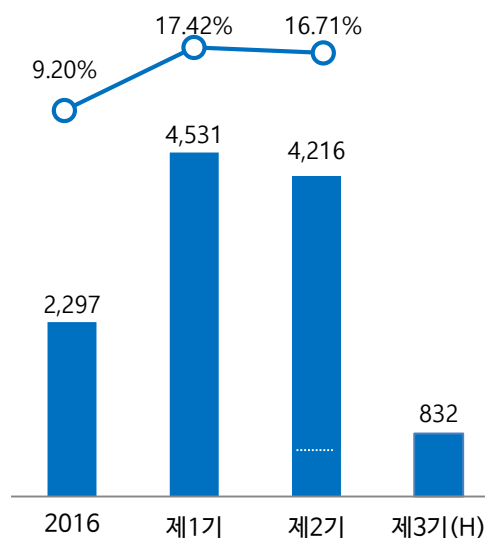
매출액

(단위: 백만원)



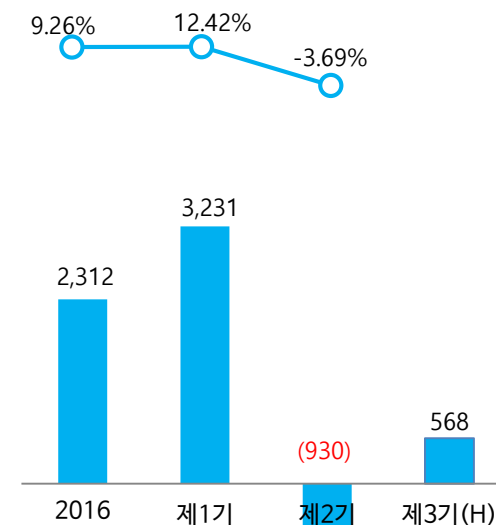
영업이익(률)

(단위: 백만원)



순이익(률)

(단위: 백만원)



제2기 순손실액은 회계상 SPAC합병비용 (41억) 반영에 따른 현금유출을 수반하지 않는 회계비용 발생으로 영업과 현금흐름에 영향이 없음



I N S A G R O U P

판매전략

제품소개

판매경로

판매전략

인산죽염

인산죽염 제조과정



인산죽염이란?

죽염은 인산 김일훈 선생의 활인구세 정신이 깃든, 새로운 개념의 소금입니다. 한꺼번에 많은 양을 섭취해도 괜찮은 소금으로 저염식을 해야하는 분들에게 먹는 즐거움을 되찾아 드리고 있으며, 항암작용을 비롯한 여러 질병 치료에도 효과적인 이유를 과학적으로 증명하기 위해 지금 이시간에도 세계 유수의 학술기관에서 죽염을 연구하고 있습니다.

인산죽염

죽염의 환원력 실험

쇠의 산화반응 (19% 소금물 용액, 7개월 경과)



상부가 온통 붉은색을 띄며 철근 부식 정도가 매우 심함.
(출처: 인산생명과학연구소)

정제염과 같이 붉게 녹슬지는 않았고, 찌꺼기의 양은 정제염과 비슷함

녹슨 정도가 미약하며 찌꺼기의 크기도 작고 하단부를 제외하고는 원래 물의 색을 유지하고 있음.

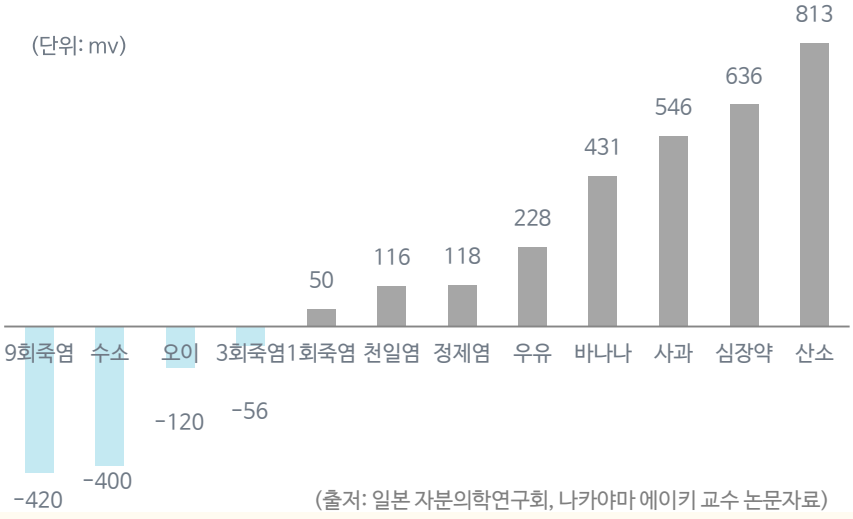
7개월 경과되었지만 산화가 거의 이루어지지 않았으며 찌꺼기도 매우 적고 물의 색도 본래의 모습을 띠고 있음.

최근까지 죽염의 과학적 연구 목록

- 죽염된장의 대장암 예방효과 2015
- 죽염이 염증성 치은성유세포에 미치는 영향 2014
- 죽염의 피부노화 억제 및 Sarcoma-180을 이용한 In vivo 항암효과 2013
- 죽염의 알칼리성 및 항산화 효과 2012
- 천일염과 죽염의 항산화 및 암세포 증진 억제효과 2012
- 죽염을 이용한 우식예방 2012
- 계 간수 천일염 및 구운소금 절임 배추김치의 품질 및 in Vitro 항암 가능성 증진 효과 2009
- 물 및 소금 종류를 달리한 된장의 메탄을 추출물에서의 항돌연변이 효과 2008
- 죽염치약의 재광화 효과에 관한 연구 2008
- 전통 죽염 된장 중의 ACE 억제 물질에 대한 연구 2006

죽염 및 일반식품의 산화 비교

(단위: mv)

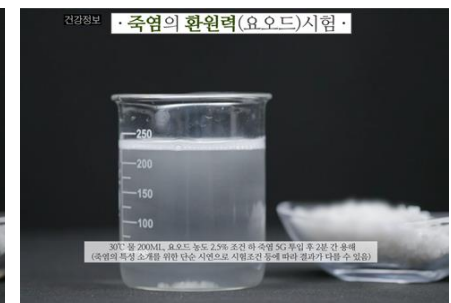
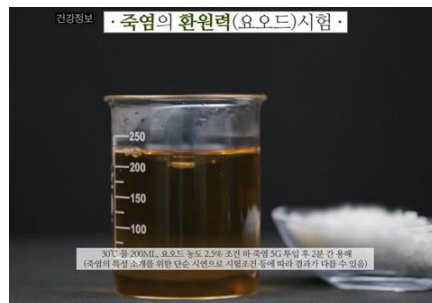


- 죽염의 인체 안정성에 관한 임상적 연구 2002
- 죽염에 대한 3개월 반복투여 독성시험 연구 2002
- 죽염섭취가 혈압 및 전해질에 미치는 영향 2002
- 죽염에 대한 단회투여 독성시험 연구 2001
- 마늘 죽염 제제가 위장 장애 유발 환경의 항산화 효소활성에 미치는 영향 2001
- 죽염의 일반약리작용 2000
- 소금의 종류별 미네랄 함량과 외형구조 비교연구 1998
- 죽염의 특성 분석과 항위궤양효과 1998
- 미 하버드 의대 Dana-Farber 암연구센터의 인산죽염 연구 1995
- 전 강택민주치의 왕기교수 연구팀의 위장병 임상연구 1993

인산죽염

죽염의 환원력 실험

요오드 시험(요오드 농도 2.5%의 물, 죽염 투입, 2분간 용해)



인산죽염 학술교류

미래식품, 죽염을 알고말하라!



9회 죽염이 항암효과 가장 높다

부산대 식품영양학과 박건영 교수

“소금의 종류에 따른 종양 억제 효과를 측정할 결과, 정제염은 크게 반응이 없었지만 9회 죽염의 경우 상당히 많은 암세포를 죽이는 것으로 나타났다.”

죽염이 위암·간암 억제



“죽염이 위궤양과 위암세포를 감소시키며 위장약 오메프라졸과 같은 치유 능력이 있다.”

박건영 부산대학교 식품영양학과 교수

미래식품, 죽염을 알고말하라!



죽염이 항암제 부작용 낮춰

호서대학교 바이오융합연구소 정현자 교수

“항암제 부작용을 억제하는 효과의 원인은 죽염이 갖고 있는 강력한 항산화작용 때문이라고 설명했다.”

죽염이 노화·질병 억제



“죽염이 혈압을 떨어뜨리는 것은 죽염 속 성분 중 황화수소(H₂S) 때문이다.”

함경식 국립목포대학교 식품공학과 교수

미래식품, 죽염을 알고말하라!



죽염, 고혈압 치료에 긍정적

한국화학융합시험연구원 오동민 주임연구원

“9회 죽염은 영민강정 고혈압 쥐의 자연발생적인 신장 변성을 적게 해 고혈압 치료에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 보인다.”

아토피에 죽염이 좋다



“죽염이 히스타민 억제효과가 있어 알레르기 발병을 낮출 수 있다.”

김형민 경희대학교 한학대 교수

신제품 출시현황

죽염을 접목시킨 응용제품 및 상품의 연구, 개발에 많은 노력을 기울이고 있으며 2018년 ~ 2019년 현재 13가지의 신제품을 출시하였습니다.
100% 국내산 원재료만을 사용하여 우리 몸에 올바른 제품만을 생산하고 있습니다.



온 · 오프라인 판매채널

CRM 및 온라인

1. 아웃바운드 (O/B) 조직

- 1회 이상 구매경험 고객을 대상으로 홍보 및 구매권유
- 1:1 회원 담당제로 실제 구매

2. 인바운드 (I/B) 조직

- 자발적 구매 희망 고객들의 주문 접수

3. 클레임 대응 및 처리

- 1차 대응 : 해당회원 담당자
- 2차 대응 : 상위 담당자 소속 팀장
- 3차 대응 : CRM센터장

OB  17명
(팀장, 센터장 2명 포함)

I B  5명

1. 자사운영 쇼핑몰

- www.insanga.co.kr
- www.insanlife.co.kr
- m.insanga.co.kr (모바일)

2. 오픈마켓

- G마켓, 11번가, 옥션 등

3. SNS마켓

- 인플루언서, 파워블로거 등 활용

전국 직영점 및 특약점



고객소통형 홍보채널

월간 인산의학

- 기존·신규회원 대상 월간지 발행
 - 매 월 약 15만 부 발행 (ABC협회 부수공사 인증 월간지 2위, 19. 9 기준 통권 272호)
 - 생활 건강정보 및 라이프스타일 소개
 - 지면광고를 통한 주문전화 유입

“건강정보 제공활동은 인산가만의 독창적인 고객중심 경영방식입니다.”



죽염박물관

- 회사 홍보관 죽염박물관 개관 (17.04.11)
 - 죽염의 역사 및 제조과정
 - 죽염 활용 및 사용법
 - 국내외 학계의 죽염 연구결과 소개



고객체험 및 강연

- 강연
 - 힐링캠프·심신치유 등 건강투어 프로그램
 - 월 1회, 2018 참가인원 1,500여명
- 외부 강연활동
 - 건강강좌, 죽염 요리강좌, 대체의학 등
- 행사
 - 죽염의 날 (8월) 저명인사 외 2,000여명 참석
 - 인산탄신일 (4월) 1,000여명 회원 참석





I N S A N G

핵심경쟁력

회원제플랫폼, 신규채널 확장

수출전략

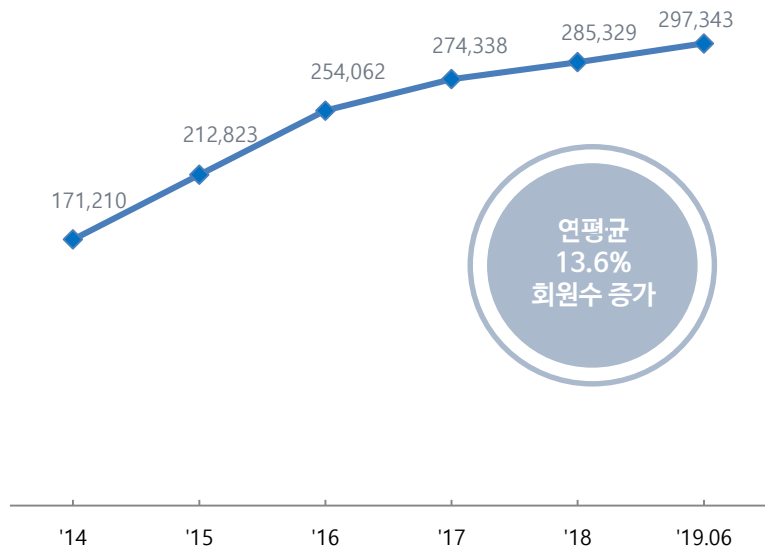
연구개발활동 CRO

인산죽염항노화특화농공단지

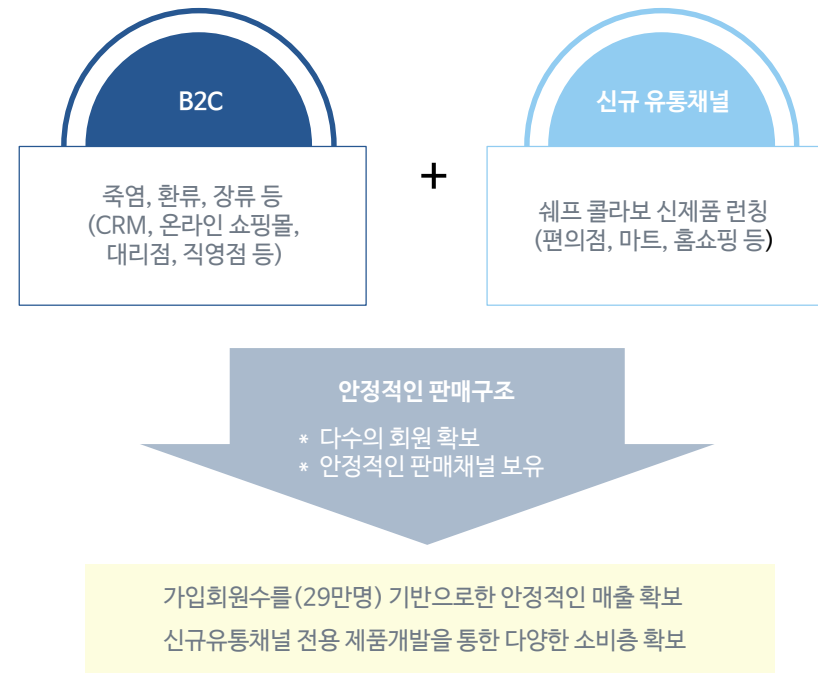
INVESTOR RELATIONS 2019

회원제 비즈니스플랫폼, 신규유통채널

가입회원증가추이



신규유통채널 진입

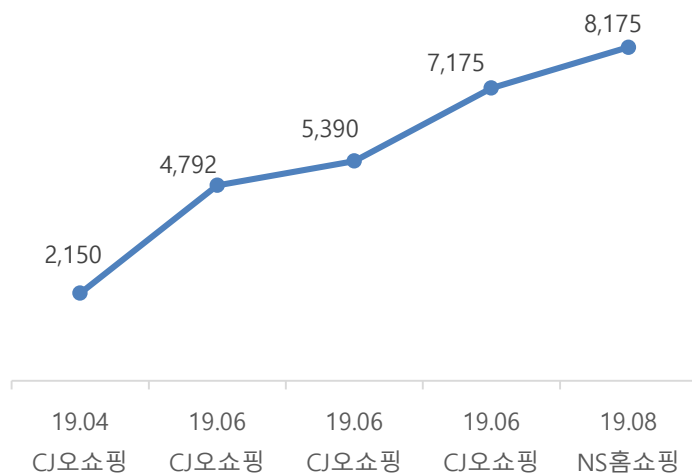


신규유통채널

홈쇼핑 방송 판매

◎ 홈쇼핑 방송 누적 판매량

단위 : 세트



※ 제품 출고 기준

SNS, P2P 마켓 진출

◎ 콘텐츠 공급을 통한 SNS, P2P 마켓 진출

- 조리법 소개
- 건강 강연 스트리밍 등



◎ 인산가 x 외식업계(유명 레스토랑, 맛집 등)

- 메뉴 공동개발 및 상품화
- SNS 홍보 효과 및 고객 유입

신규유통채널 전용 제품라인 구축

대량유통 전용제품 출시

◎ 홈쇼핑 채널 전용 제품 구성

- 기존 회원제 시장과 상충없는 별도의 신규 유통채널 진입
- 상품명 : 인산죽염 스페셜 세트
- 구성 : 9회죽염고체 240g 2ea + 쉼프의 시즈닝 80g 4ea)
- 상품 컨셉트
: 유명 셰프(황요한)와 콜라보레이션
요리용 시즈닝 제품 ‘쉐프의 시즈닝’ 출시
캠핑 시, 여행 시 간편조리 가능
- 젊은 세대를 겨냥한 대중적 제품 지속적 확장
- 홈쇼핑 전용 상품 지속 개발 중



롯데홈쇼핑



◎ 홈쇼핑 시장

- | | |
|------|---------------------|
| 2019 | 홈쇼핑 진입 및 시장 가능성 확인 |
| 2020 | 홈쇼핑 채널 연 50억원 매출 목표 |

◎ 신규 채널 전용 마케팅

- 홈쇼핑, 마트, 편의점 유통 진출 (대형 홈쇼핑사 방송 19.04~)
- 인스타그램, facebook, You tube 등 소셜미디어 마케팅 활용
- 기존 회원제 플랫폼과 차별화된 콘셉트, 기업 인지도 향상
- 온라인 채널 신규 유입 확대
- 20~40대 연령층 대상 ▶ 다양한 연령대 소비층 확보

◎ 신규 채널 전용 제품 개발·확장

- | | |
|------------------|----------------------|
| • 쉼프의 시즈닝(오리지날) | CJ 오쇼핑 론칭, 19년 4월 출시 |
| • 쉼프의 시즈닝(어니언갈릭) | 19년 10월 출시예정 |
| • 쉼프의 시즈닝(머쉬룸) | 19년 12월 출시예정 |
| • 쉼프의 시즈닝(스파이스) | 20년 1월 출시예정 |



수출 전략

인산죽염 할랄(HALAL) 인증

- ◎ 2013년 4월 1일 말레이시아정부 산하기관 이슬람개발부(JAKIM)
인산죽염 5종류에 대한 할랄(HALAL) 인증

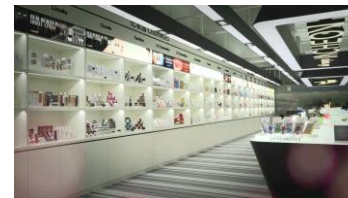


할랄(HALAL)이란?

이슬람국가에서 모든 무슬림들이 안심하고 쓰며, 먹을 수 있도록 엄격한 절차와 까다로운 검증과정을 거쳐야만 받을 수 있으며, 이슬람권 이외의 국가에서도 높은 신뢰를 담보하는 권위

중국 시장 진출

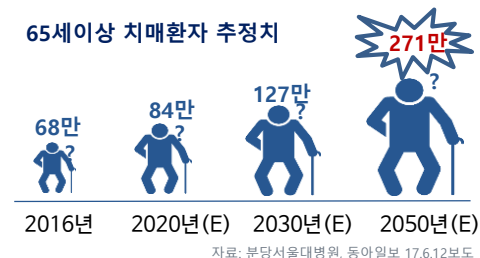
- ◎ 포스코대우 중국 절강성 이우시 국제상무성 '한국상품관' 입점 (17.6)
 - 전 세계 소비재 30%가 거래되는 세계 최대 소비재 도매시장
 - 입점 품목 확대 및 현지 신규 바이어 발굴



- ◎ 중국시장내 생활·뷰티 상품 진출
 - 비누, 치약, 찜질팩, 마스크팩등 신제품의 중국 시장 진입
 - K-뷰티산업 연계

차세대 바이오그린21 CRO 과제 진행

정부과제, “흰민들레와 홍화씨 이용 인지능력 개선에 도움을 주는 건강식품 개발” 참여



홍화씨 “Serotonin”

- Serotonin-rich = brain food
- 감정, 기억력, 수면, 인지능력에 관여
- 국내 토종 홍화씨 Serotonin 화합물 다량 함유



흰민들레 “Chicoric acid”

- 신경염증으로 유도된 인지능력 손상에 대한 보호효과
- 국내 토종 흰민들레에 Chicoric acid 다량 함유 확인



협동연구기관	농촌진흥청, 부산대학교, 인산가 (협약일: 2018.1.19)
총 연구기간	2018.1.1 ~ 2020.12.31 (3년간)
임상 연구기간	2018.9.13 ~ 2019.12.31 (IRB승인일 2018.9.13)
기대효과	❖ 흰민들레와 홍화의 재배 확대를 통한 농가 소득 증대 ❖ “알츠하이머” 질환 치료제 개발 연구에 대한 과학적 방법 설계 제시 ❖ 인체에 부작용이 없는 흰민들레와 홍화씨를 활용한 “알츠하이머” 질환 예방, 치료용 고부가가치 식·의약품 개발

인산죽염 항노화 특화 농공단지

농공상(農工商) Convergence의 친환경 생산체험 복합문화단지

- 2016~2019년간 257억 규모 연차적 투자
- 경상남도 함양군 함양읍 죽림리 일대 206,820 m² 규모 재배농장, 제조, 판매 통한 일자리 창출 등 지역경제 활성화 도모
- 1차산업(농산물 생산), 2차산업(식품제조생산), 3차산업(유통, 판매, 체험, 관광) 융복합을 통한 산업과 문화, 건강과 휴양체험을 함께하는 복합기능의 지역 특화농공단지로 6차 산업단지 조성



인산죽염 항노화 특화 농공단지

- 경상남도, 함양군, 인산가
농공단지투자협약체결(15.11)
- 2017년 산업단지지정계획
신청(국토교통부)(16.10)
- 경상남도 산업단지계획
위원회 심의 승인(17.05)
- 농공단지 부지매입
90% 달성 (진행중)
- 농공단지 공사 착공
(19.12)





I N S A G R A

부록

연간 숫자로보는 인산가

요약 재무제표

용어정리

연간 숫자로 보는 인산가



천일염 **281**톤

소나무 **669**톤

왕대나무 **6만 7,828**개

1년간 죽염 제조에 들어간 재료량



157만 9,589부

«인산의학» 월간지 연간 발행부수



총 **183**개소
(신규 대리점 **46**개소)

총 대리점 수



28만 6,683명

인산가 누적 회원수



23,963명

2018년 신규 회원 수



3만 3,270명

인산연수원 총 방문자수



총 **110**회
(대내 **88**회 대외**22**회)

김윤세 회장
강연횟수

요약 재무제표

연결재무상태표

(단위 : 백만원)

구분	2016	제1기	제2기	제3기(H)
외감 및 회계기준	삼일회계법인 (K-IFRS) 적정	대주회계법인 (K-IFRS) 적정	이정자유회계법인 (K-IFRS) 적정	이정자유회계법인 (K-IFRS) 검토
유동자산	10,337	12,842	16,111	13,142
비유동자산	13,609	16,133	18,809	22,502
자산총계	23,946	28,974	34,920	35,645
유동부채	6,815	8,802	8,023	7,748
비유동부채	7,045	6,734	2,691	1,780
부채총계	13,860	15,536	10,714	9,529
자본금	2,200	2,200	2,447	2,635
기타자본항목	(368)	(121)	3,270	1,100
이익잉여금	4,032	7,095	5,800	5,874
자본총계	10,085	13,438	24,207	26,115

※ 상기 2016 및 제1기 표기는 피합병법인 구. 인산가의 제25기, 제26기 재무수치를 표기함.

연결손익계산서

(단위 : 백만원)

구분	2016	제1기	제2기	제2기(H)	제3기(H)
외감 및 회계기준	삼일회계법인 (K-IFRS) 적정	대주회계법인 (K-IFRS) 적정	이정자유회계법인 (K-IFRS) 적정	이정자유회계법인 (K-IFRS) 검토	
매출액	24,970	26,017	25,231	11,470	11,448
매출원가	9,955	8,967	8,568	3,778	4,270
매출총이익	15,015	17,051	16,663	3,949	3,867
판매비	12,717	12,519	12,446	6,402	6,345
영업이익	2,297	4,531	4,216	1,290	832
영업외수익	1,116	115	154	45	45
영업외비용	674	594	4,640	226	92
법인세차감전 순이익(손실)	2,739	4,052	(270)	1,069	767
법인세비용	427	820	660	669	199
당기순이익(손실)	2,312	3,231	(930)	669	567

※ 제2기 영업외비용에 SPAC합병상장으로 현금유출을 수반하지 않는 회계비용(41억)반영함.

용어정리

용어	해설
정제염	이온수지막으로 불순물과 중금속 등을 제거하고 얻어낸 순도 높은 염화나트륨의 결정체
천일염	바닷물을 염전으로 끌어와 바람과 햇빛으로 수분과 함께 유해 성분을 증발시켜 만든 가공되지 않은 소금
정염	염도의 농도가 높은 지하수의 수분을 증발시켜 생산하는 소금
암염	암석과 같이 천연적으로 땅속에 매장되어 있는 소금으로 주성분은 염화나트륨 (98~99%)이며 미네랄은 거의 없음
재제조소금	원료소금을 물에 용해하여 불순물을 제거하고 열을 가해 수분을 증발시켜 재결정시킨 소금으로 천일염을 소량 혼합해 사용하여 미네랄이 거의 없음
태움용융소금	천일염을 태움, 용융 등의 방법으로 열을 가한 소금으로 햇빛으로 증발시키지 못한 간수나 유해성분이 마저 제거되고 미네랄은 그대로 남아있는 소금
B2B (Business to Business)	기업이 제공하는 물품 및 서비스를 기업간에 거래 하는 것을 통칭
B2C (Business to Customer)	기업이 제공하는 물품 및 서비스가 소비자에게 직접적으로 제공되는 거래를 통칭
CRM (Customer Relationship Management)	기업이 고객과 관련된 내외부 자료를 분석·통합해 고객 중심 자원을 극대화하고 이를 토대로 고객특성에 맞게 마케팅 활동을 계획·수행·평가함
할랄(HALAL)	아랍어로 “허용 할 수 있는” 이란 뜻으로, 과일, 야채, 곡류 등 모든 식물성 음식과 어류, 어패류 등의 모든 해산물과 같이 이슬람 율법 하에서 무슬림이 먹고 쓸 수 있도록 허용된 제품을 총칭하는 용어
환원력	어떤 물질이 산화된 다른 물질을 본래의 물질로 환원시키는 힘
농공상복합단지	우리 친환경 식품의 재배 및 가공되는 과정을 소비자가 직접 체험할 기회를 제공하고 판매활동까지 구역내에서 가능하게 하는 융합형 시장 조성 단지



INVESTOR RELATIONS 2019

본사 | 경상남도 함양군 수동면 수동농공길 23-26 연수원 | 경상남도 함양군 함양읍 삼봉로 292-90 서울사무소 | 서울특별시 종로구 인사동7길 12 백상빌딩 13층
고객센터 | 1577-9585 팩스 | 02)732-3919 www.insanga.co.kr www.insanlife.com www.jirilo.com