

Medical Innovation Technology

경영실적발표

3QFY2021



Table of Contents

1. 재무 현황
2. 손익 현황
3. 제품별 매출액
4. 지역별 매출액
5. 요약 재무제표

Disclaimer

본 자료는 회사의 영업활동에 대한 이해증진을 위해 엠아이텍 이하 “회사”에 의해 작성되었으며 이의 반출, 복사 또는 타인에 대한 재배포는 금지됨을 알려드리는 바입니다.

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, 표현 상으로는 ‘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, 향후 전망은 현재 시장상황과 회사의 경영방향 등을 고려한 것으로 향후 시장환경의 변화와 전략수정 등에 따라 변경될 수 있으며, 별도의 고지 없이 변경될 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

본 자료의 활용으로 인해 발생하는 손실에 대하여 회사 및 회사의 임직원들은 그 어떠한 책임도 부담하지 않음을 알려드립니다. (과실 및 기타의 경우 포함)

본 자료는 무단 복제 및 배포를 삼가하여 주시기 바랍니다.

01. 재무 현황

재무 현황

단위 : 백만원

구분	2021.3Q	2020	증감률 (YoY)
자산	75,928	68,084	11.5%
부채	12,830	12,680	1.2%
자본	63,098	55,404	13.9%
부채비율 (%)	20.3	22.9	△2.6%p

재무 비율

단위 : 백만원

구분	2021.3Q	2020	증감률 (YoY)
차입금자본비율	9.2%	10.8%	△1.6%p
이자보상배율	89.1배	57.5배	31.6
ROE	18.4%	12.1%	6.3%p
ROA	15.3%	9.8%	5.5%p

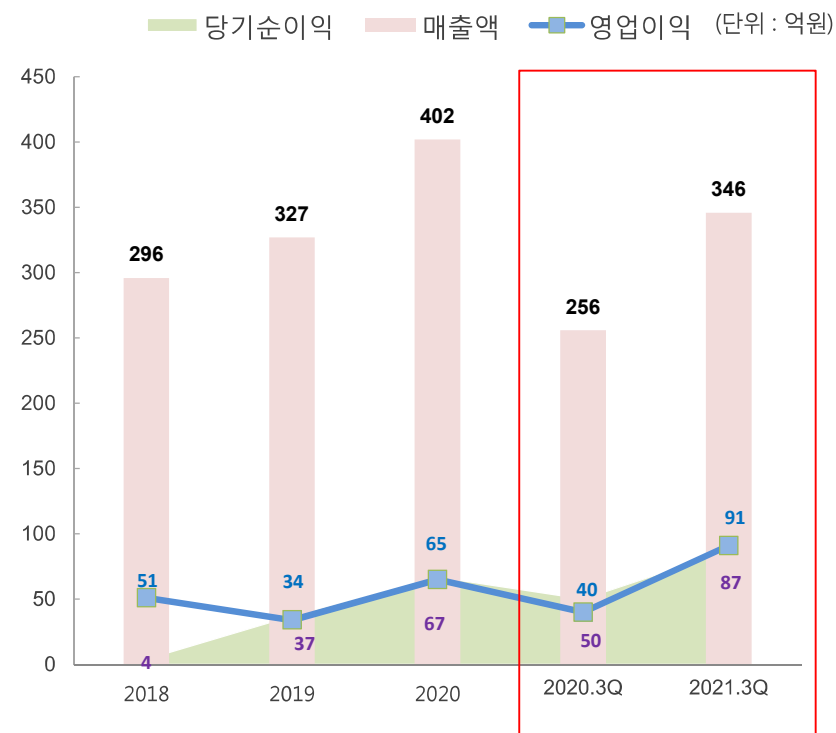
(*) 2021.3Q ROE, ROA는 순이익을 연환산금액으로 산출한 금액으로 계산하였습니다.

02. 손익 현황

구분 (단위 : 백만원)	2021.3Q		2020.3Q		증감률(YoY)	
	3개월	누적	3개월	누적	3개월	누적
매출액	11,401	34,636	7,961	25,650	43.2%	35.0%
영업이익 (%)	3,050 (26.8%)	9,140 (26.4%)	1,028 (12.9%)	4,023 (15.7%)	196.7%	127.2%
당기순이익 (%)	3,365 (29.5%)	8,717 (25.2%)	1,196 (15.0%)	4,984 (19.4%)	181.4%	74.9%

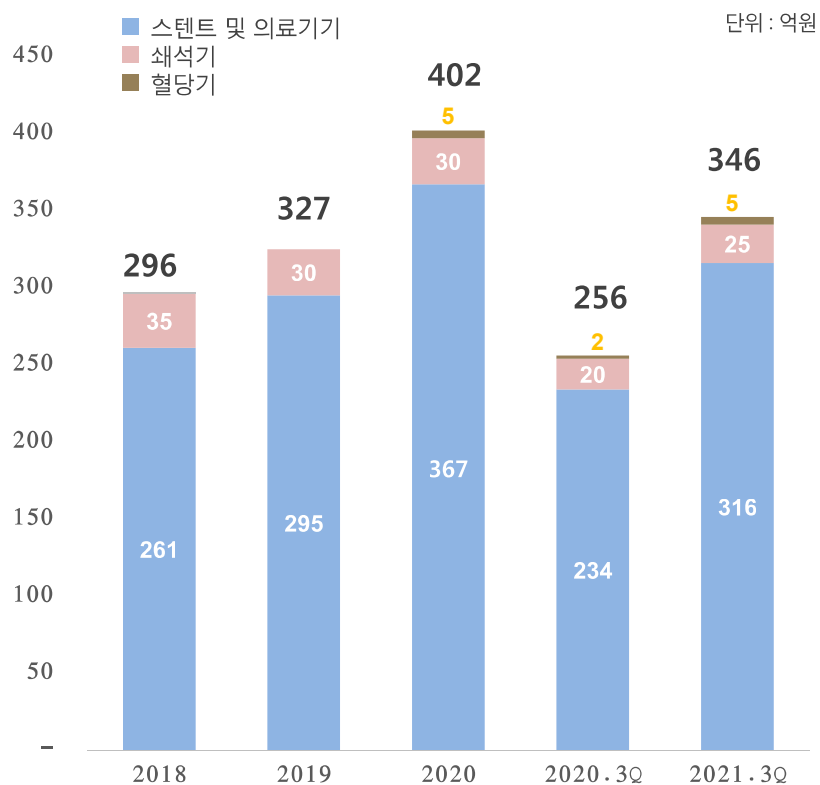
1. 일본시장외 공급단가 인상 및 해외시장 점유율확대등 판매수량 증가로 인한 매출 증가
2. 3분기 주요 통화가 원화대비 강세(달러)에 따른 긍정적 요인
3. 매출증가와 고정비절감에 따른 영업이익 증가

'21년 3분기 경영 실적



03. 제품별 매출액

매출액

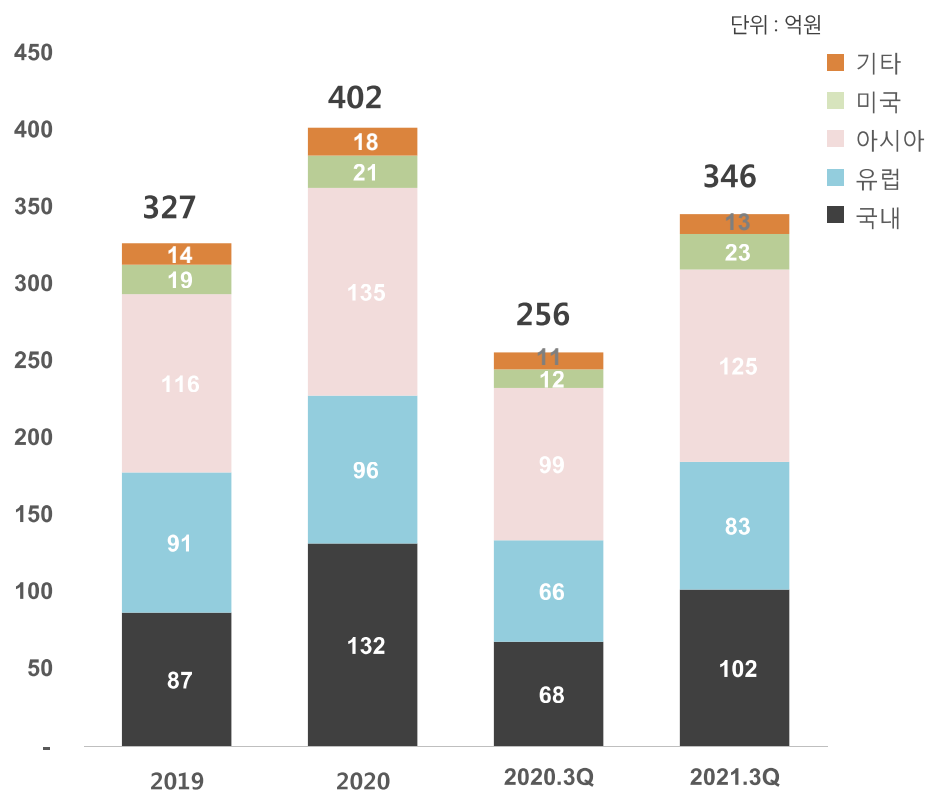


증감요인 및 현황

- 1 스텐트 및 의료기기 사업(81.7억, 35% ↑)**
 - 스텐트 일본시장등 공급단가 인상
 - 스텐트 M/S확대 등 판매수량 증가
 - 소화기 엑세서리, 내시경등 상품 매출 성장
- 2 췌석기 사업(4.6억, 22.8% ↑)**
 - 신제품(MASON-M1) 출시에 따른 M/S 확대 (종합병원 장비 납품)
 - 비뇨기와 장비 소싱에 따른 상품매출 성장
- 3 혈당기 사업(3.4억, 148.1% ↑)**
 - 국내외 유통망 다변화에 따른 매출 증가 [OEM, ODM 및 해외(중동, 남미) 시장 매출 증가]
 - 신제품(RAPICHECK) 출시 등

04. 지역별 매출액

매출액



증감요인 및 전망

1 국내

- 내시경 장비유통을 통한 소화기내과 풀라인업 구축
- 췌석기 신제품 출시에 따른 종합병원 납품 및 비뇨기와 장비 소싱
- 혈당기 유통망 다변화에 따른 매출 증대

2 해외

- 스텐트 공급단가 인상 및 M/S확대
- 혈당기 중동,남미지역 M/S 확대
- COVID-19가 지속됨에 따라 Online 마케팅 활동을 통한 제품 홍보 주력
(Webinar, Virtual Factory Tour 등)