



The First & Best KIDS CATEGORY SHOP

INVESTOR RELATIONS 2022



1. **금번 주식병합 이유**
2. **ESG 경영이 화두인데 회사의 방향은?**
3. **외국인 지분률이 약 14.7%로 높은 편인데 이유는?**
4. **저출산이 심각한 사회적 문제인데 키즈 산업군에 속한 회사의 대응은?**
5. **상장 만 5년이 지났다. 앞으로 회사의 지향점과 방향성은?**



INVESTOR
RELATIONS
2022

1 | Prologue

왜 아이들만을 위한 신발을 모아 놓은 곳은 없을까?

“

아이 운동화를 사야 하는데 어떤 브랜드로 사주지? 백화점에 가봐야 하나? 바쁘는데 브랜드 매장을 다 가봐야 하나? **가격이나 디자인 비교가 가능한 곳은 없나?**

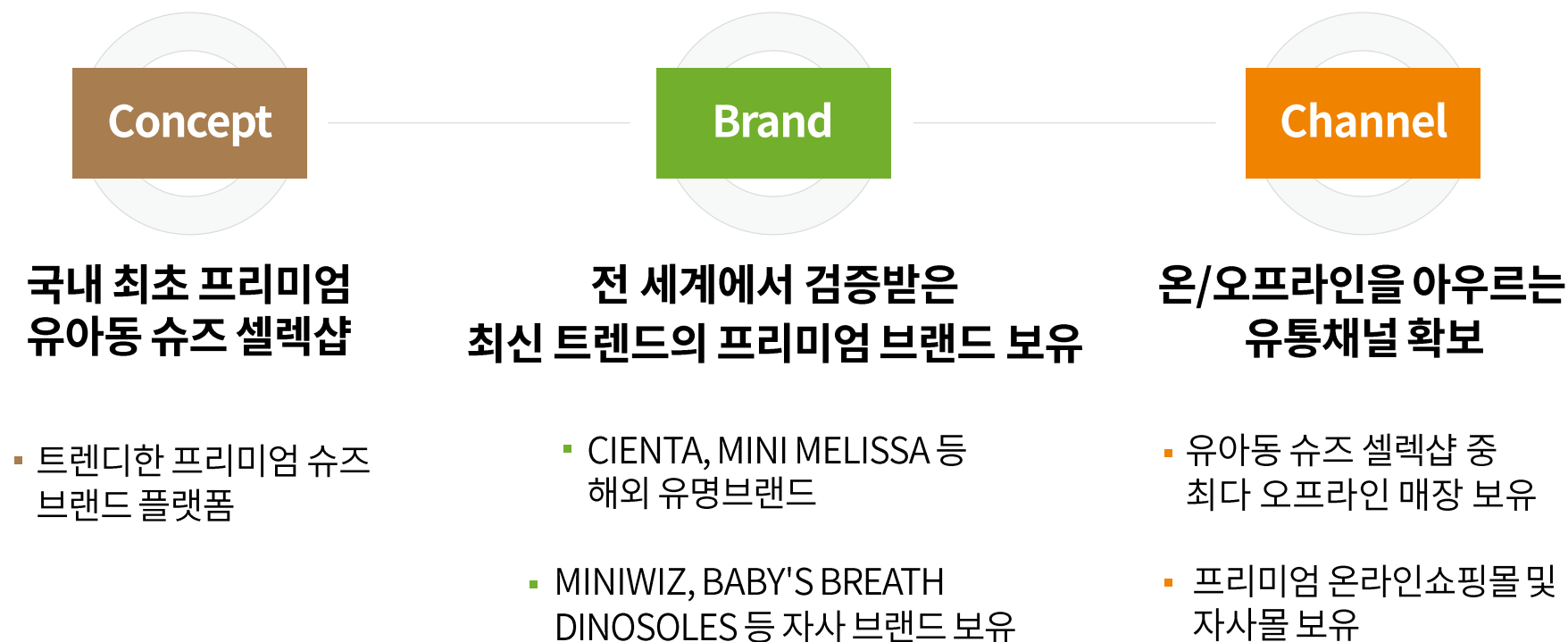
“

우리 애 생일인데 신발 하나 사줄까? 근데 요즘 유행하는 스타일이 뭐지? 브랜드가 너무 많은데 다 가봐야 하나? **한 번에 다 볼 수 있으면 좋을텐데..**

“

요즘 이태리 ○○브랜드랑 ○○브랜드가 엄마들 사이에서 인기라던데 해외 직구를 해야 하나? **해외 브랜드는 다 모아볼 수 없나? 비교해보면 좋을 텐데..**

10포켓 시대의 골든키즈를 위한 프리미엄 슈즈 플랫폼





INVESTOR
RELATIONS
2022

2 | Investment Highlight

1. 회사소개 및 브랜드 포트폴리오
2. 브랜드 포트폴리오II
3. 다각화된 유통채널
4. 과거 연도별 손익
5. 연도별손익비교 Summary
6. 2022년 1분기 Summary

회사 소개 및 브랜드 포트폴리오

회사명	(주)토박스코리아 [215480]
대표이사	이선근
설립일	2012. 01.18
자본금	48억원
임직원수	81명
자회사 현황	(주)스타일노리터, (주) 토박스랩
사업영역	아동 패션, 스킨케어 등
시가총액	666 억원
매출액 (21Y)	361.3억 (Ex-Vat)
영업이익 (21Y)	29.1억 (8.1%)
당기순이익(21Y)	36.3억 (10%)
ROE / ROA(21Y)	14.3% / 11.0%

유아동 신발을 한곳에 모아 플랫폼을 만들어보고자 2012년 1월 시작된 토박스코리아는 현재 전세계 약 30여개의 브랜드를 전국 125개 매장에서 리테일 비즈니스를 전개하는 회사입니다.

전 세계에서 검증 받은 트렌디한 프리미엄 유아동 슈즈 브랜드 보유
프리미엄, 트렌드, 유니크 컨셉의 해외 인기 브랜드 다수 보유



브랜드 포트폴리오II

유아동 의류 및 액세서리, 장난감 등으로 제품군 확대
키즈 최다 유통망 (125개)을 통한 다수의 브랜드 유통

SHOES BRAND

Cienta
Made in Spain

mini
melissa

HUNTER

méduse

F
KIDS

Onitsuka
Tiger



Baby's
Breath

Ipanema

crocs™

OZUGGWEAR
CLASSIC AUSTRALIAN

MINIWIZ

MOON BOOT
the Original

Young
Soles

BEARPAW
live life comfortably

ACCESSORY BRAND

you're my every day
MON
JOUR

nailmatic®
KIDS

Smiggle®

BEAN POLE

m-ero

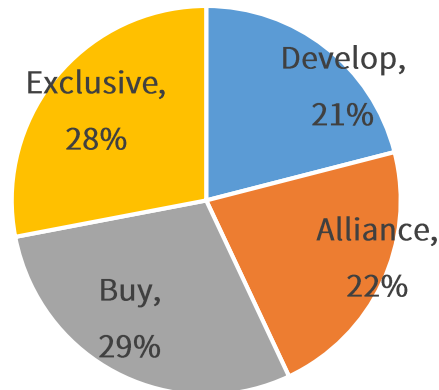
MAGFORMERS

[Stores]



[Playground Donation / CSR]

Develop : Baby's breath / Miniwiz / Monjour
Alliance : Fila / Crocs / Onitsuka / Smiggle
Buy : Stylenoriter / Dinosoles
Exclusive : Cienta / Hunter Kids / Meduse etc.



Guro-Gu, Samgak Playground, 2016



Yeongdeungpo-Gu, Yangnam Playground, 2018



국내유아동 셀렉샵 중 최다 매장 보유

백화점, 프리미엄 아울렛, 쇼핑몰 등 다각화된 유통채널로 Sales power 확보 및 효율적인 재고관리

오프라인 유통채널

국내 주요 백화점, 프리미엄 아울렛, 쇼핑몰 등 입점

✓ 전체 매장은 2022년 3월 기준 58개

- 전국 핵심 거점의 주요 Major 백화점 (현대, 롯데, 신세계 등)
- 프리미엄 아울렛 (롯데 이천점, 현대 동대문점 등)
- 대형 쇼핑몰 (하남, 고양, 부천, 명지, 안성 스타필드 등)
- 대리점 신제주

✓ 프리미엄 컨셉 강화 및 유지를 위한 전략적 입점

- 전체 매장 중 약 85%가 백화점과 프리미엄 아울렛



■ 백화점 ■ 아울렛 ■ 쇼핑몰 ■ 로드샵

✓ 서울, 경기 등 수도권을 비롯한 전국적 매장 보유

- 서울, 경기, 부산 등 주요 대도시 핵심거점에 다수 매장 보유

Seoul (12)

Incheon & Gyeonggi (22)

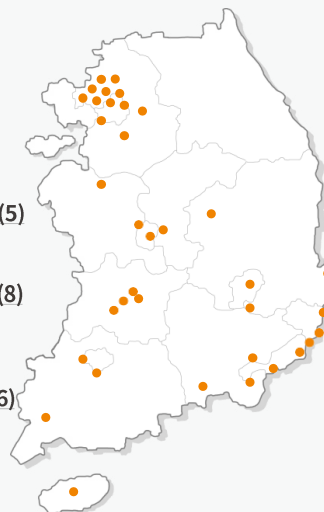
Daejeon & Chungcheong (5)

Daegu & Gyeongsang-do (8)

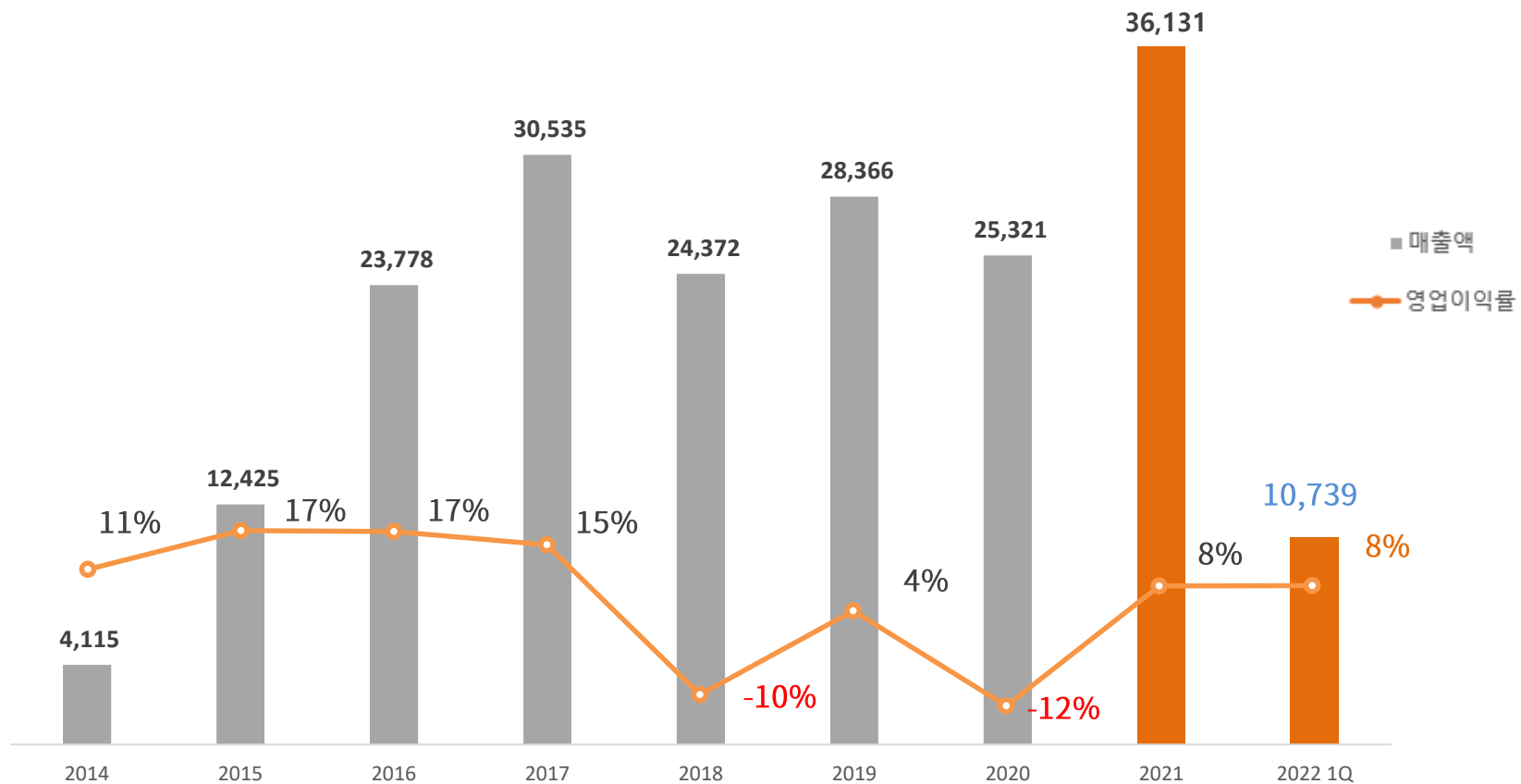
Gwangju & Jeolla-do (6)

Busan & Ulsan & Namak (6)

Jeju (1)



2014~2022 매출 / 영업이익률 (단위: 백만원)



- 상기 표는 연결재무제표 기준입니다.
- 별도 기준 2022 1Q 매출액은 64.1억원, 영업이익은 7.9억원입니다.

- 매출액 (+42.7% 2020년 대비, +27% 2019년 대비) : 신규 브랜드 런칭과 홀세일 비즈니스 강화로 매출 증가
- 영업이익 & 당기순이익 (흑자전환 및 큰폭 상승 2020년, 2019년대비) : 원가율 감소와 효율적인 매장운영으로 흑자전환

(단위: 백만원)

	2021년	2020년	2019년	2020년 대비	2019년 대비
매출	36,131	25,320	28,366	42.7%	27%
매출원가	15,545	14,912	13,059	4.2%	19%
영업이익	2,907	- 2,979	1,123	흑자전환	159%
법인세차감전이익	3,529	- 3,492	18	흑자전환	19506%
당기순이익	3,627	- 3,496	153	흑자전환	2271%
매출원가율	43.0%	58.9%	46.0%	-15.9%	-3%
영업이익률	8.0%	-11.8%	4.0%	19.8%	4%

- 2021년 ROA 11.0%, ROE 14.3%
- 상기 표는 연결재무제표 기준입니다.

- 매출액 (+54.8% 1Q'21대비, +150% 1Q'20대비) : 신규 브랜드 런칭과 홀세일 비즈니스 강화로 매출 증가
- 영업이익 & 당기순이익 (흑자전환 및 큰폭 상승 1Q'21, 1Q'20대비) : 효율적 판매로 원가율 감소

(단위: 백만원)

	1Q'22	1Q'21	1Q'20	1Q'21 대비	1Q'20 대비
매출	10,739	6,937	4,297	54.8%	150%
매출원가	4,132	2,675	2,229	54.5%	85%
영업이익	871	911	-1,101	-4.4%	흑자전환
법인세차감전이익	968	977	-1,392	-0.9%	흑자전환
당기순이익	882	841	-1,346	4.9%	흑자전환
매출원가율	38.5%	38.6%	51.9%	-0.1%	-13.3%
영업이익률	8.1%	13.1%	-25.6%	-5.0%	38.8%

• 상기 표는 연결재무제표 기준입니다.



INVESTOR
RELATIONS
2022

3 | Investment Highlight 2

- 01. 오프라인 유통채널 운영 전략
- 02. 온라인 유통채널 확대 전략
- 03. 자사브랜드 확대 전략
- 04. 제품 카테고리 확대 전략
- 05. 성장 로드맵

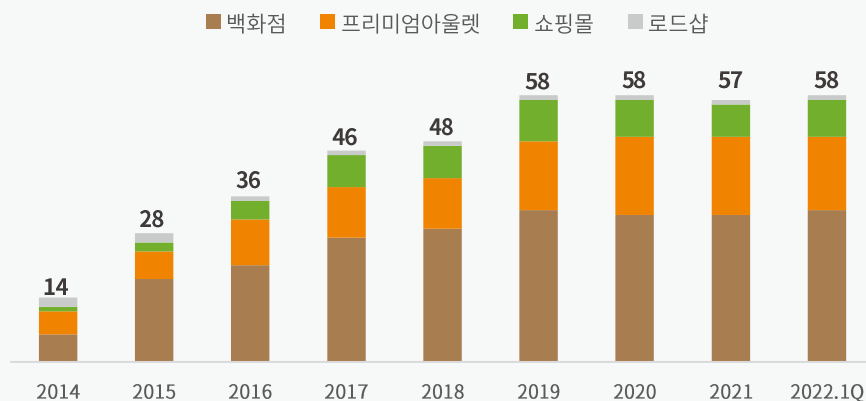
전략적 운영으로 매출확대 및 프리미엄 컨셉 강화

오프라인 유통채널 성장전략

오프라인 매장 | 프리미엄 유통채널 관리에 주력

- 핵심 거점에 위치한 주요 Major 백화점 입점 확대
- 프리미엄 아울렛 및 쇼핑몰 입점 확대
- 전체 매장은 2022년 3월 기준 58개, 2022년에도 비슷한 수준으로 유지

오프라인 매장 확대계획



수익성을 고려한 기존매장 리뉴얼, 이전

비효율 매장 정리 / 효율 개선

2022년 매장 운영계획

신규 오픈매장

신규오픈	1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	합계
백화점		신세계 의정부 롯데 청량리					신세계 센텀 현대 대구			4
아울렛 & 몰		LF 광양								1
합계	0	2	1	0	0	0	1	1	0	5

매장 환경 개선 - 확장 & Renewal

1월	2월	3월	4월	5월	6월	7월	8월	9월	합계
	롯데 포항	SF 고양	롯데 이전		롯데 창원		현대 판교		
		롯데 전주	롯데 진주				롯데 본점		
		롯데 수원							
		신세계 강남							
0	1	4	2	0	1	0	2	0	10

*최근 폐점 매장: 롯데 파주, 롯데 대구

오프라인 유통채널 운영전략②

2021& 2022 년 신규 오픈 매장

더현대 서울



현대백화점 충청점



롯데몰 여수점



신세계백화점 의정부



2021년 확장 & 리뉴얼 매장

스타필드 하남



현대아울렛 김포



롯데백화점 인천터미널점



롯데아울렛 동부산



롯데백화점 울산



자사몰 리뉴얼과 온라인 유통채널의 전략적 확대로 온라인 매출 강화 수익성을 보완하기 위해 온라인 매출 비중을 확대

자사몰 | 리뉴얼 및 마케팅 강화

TOEBOX.COM | 글로벌 유·아동용품 토탈 플랫폼

- 유아동 프리미엄샵 및 커뮤니티를 지향하는 스토리텔링 몰로 리뉴얼
- 네이버, 인스타그램, 페이스북, 유튜브 다양한 온라인 채널을 통한 홍보 마케팅 진행
- 지속적인 프로모션 진행으로 일일방문자수 안정화 및 신규 회원 유치 목표
- 방송 광고 채널 확대 (유튜브, TV 광고 등 영상광고 진행)

SNS마케팅 강화

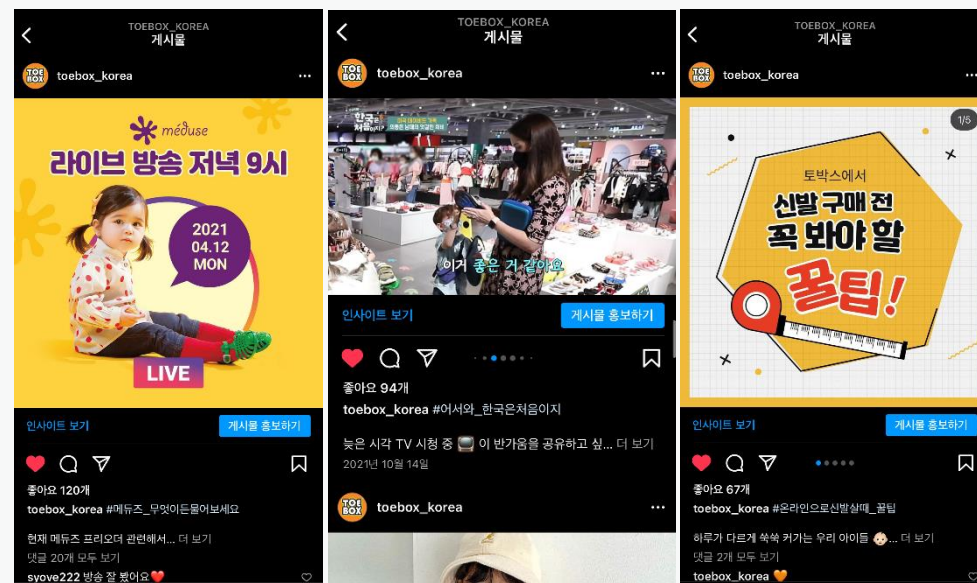


- 라이브커머스를 통한 고객 커뮤니케이션 창구 확대
(네이버, 카페24, 인스타그램, 유튜브 등)
- 지속적인 인플루언서 및 연예인 제품 시딩 진행
- 광고 매체 별 마케팅 별도 진행으로 전환매출 및 ROAS 효율 상승
- 시즌에 맞는 신규 마케팅 시도 및 콘텐츠 제작으로 브랜드 인지도 제고

외부몰 | 채널 별 마케팅 활동을 통한 매출 안정화

쇼핑몰 | 프리미엄 종합쇼핑몰 매출 확대

- 주요 백화점과 연계된 인지도가 높은 프리미엄 종합쇼핑몰 매출 확대



프리미엄 컨셉의 자사브랜드 지속 출시, 수출확대로 매출 성장 및 수익성 향상

상품기획, 개발 디자인 역량을 바탕으로 자사브랜드 라인업 확대 및 신규 브랜드 런칭

보유 역량

자사브랜드



BABY'S BREATH 2015년 2월 런칭



MINIWIZ 2016년 3월 런칭

상품개발 및 디자인 역량

CEO를 비롯한 자체 MD역량 보유
전문 디자이너로 구성된 디자인팀

“기획-디자인-생산-유통을 잇는 **TotalValue Chain** 구축”



생산소싱 역량

신발전문 생산업체와 장기생산계약체결

BABY'S BREATH 핸드메이드 | MINIWIZ 신발생산업체1개사

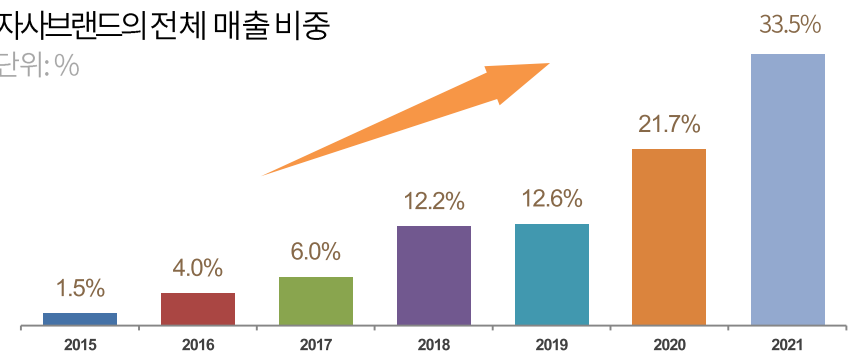
확대 전략

출시 브랜드 제품라인업 확대

- 수입 상품구성중 비어있는 카테고리에 상품별 ITEM 기획
- 기획에 맞춘 샘플링 및 오더 진행

시즌 ITEM PLAN에 따른 스타일별
생산계획 수립

자사브랜드의 전체 매출 비중
단위: %



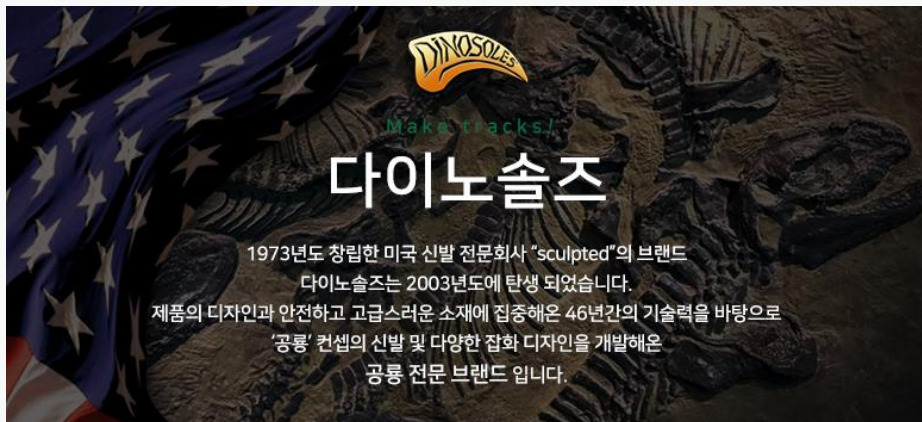
‘2022년 전체 매출의 40% 달성 목표’

“**유아동 슈즈 전문기업으로 성장 토대 마련**”

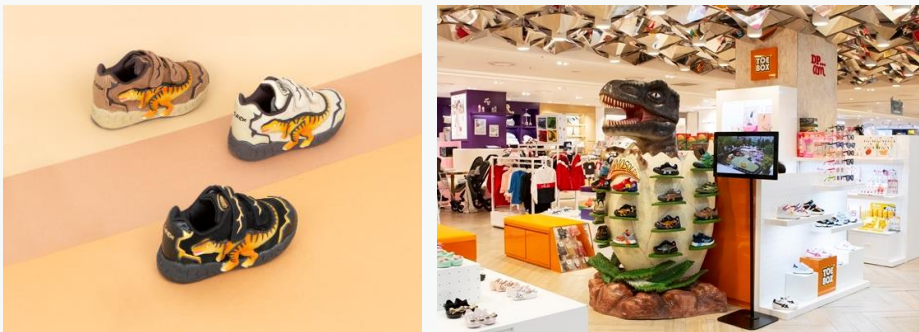
브랜드 인수를 통한 자사브랜드 라인업 확대

아이들이 좋아하는 공룡 캐릭터를 통한 사업 확장

공룡 브랜드 DiNOSOLES



DINOSAURS + SOLES



2021.01.08 DiNOSOLES 국내 상표권 인수로 독점권 확보

확대전략

라이센싱 사업

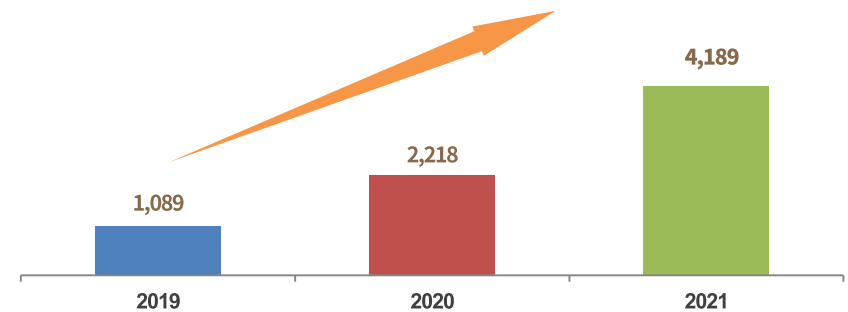
- 공룡 캐릭터를 활용한 도서, 완구, 게임 등의 라이선싱 사업 기회

카테고리 확장

- 의류, 모자 등의 Accessory 카테고리 확장
- 공룡 패키지 연계판매 및 주라기시대 체험공간을 통한 옴니채널

DiNOSOLES매출

단위: 백만



‘매년 성장 중’

“공룡 체험 공간으로 진화”

시장성 높은 유아동 용품으로 카테고리 확대 본격화

프리미엄 컨셉에 맞는 다양한 상품 카테고리군 지속 출시로 미래성장동력 확보

유아동 화장품

- 유아동화장품 PB 브랜드 Mon Jour 런칭
- 프리미엄 아동 스킨케어, 선크어, 색조, 네일 등 전개



의류 & 아동가방 & Accessory

- SMIGGLE, HUNTER, FILA, BEAN POLE 런칭
- Accessory는 신발에 비해 판매기간이 짧고 사이즈가 제한적으로 효율적인 개발 및 판매 가능
- 의류, 양말, 필통 머리핀, 우산, 물안경 등 전개



PLATFORM
TOEBOX

유아동 완구, 교구

- 세계적인 입체 자석 교구 MAGFORMERS 런칭
- 옥스포드 퍼즐 등 추가 런칭 계획



MICRO KICKBOARD

- 전 세계 83개국에서 동시판매되는 킥보드 No.1 브랜드
- 성장 단계별 맞춤형 승용완구



제품카테고리 및 해외시장 확대를 통해 '유아동 용품 토탈 플랫폼' 도약



수익성을 고려한 기존매장
리뉴얼, 이전



자사브랜드의 성장



카테고리 확장



스타일노리터와의 협업



INVESTOR
RELATIONS
2022

4 | Appendix

1. ESG 경영 현황
2. 유아동 화장품 - Brand Concept
3. 'MON JOUR' 제품 컨셉
4. Stylenoriter – Summary

E

(환경경영)

- 토박스는 천연소재를 사용하여 제조하고, 화학물질 처리를 하지 않은 유아용 신발 브랜드 'CIENTA' 제품, 친환경 아웃솔 신발 브랜드 'BABY'S BREATH', 친환경 소재 신발 브랜드 'MEDUSE' 제품을 판매합니다.
- 토박스가 론칭한 유아동 스킨케어 브랜드 'MON JOUR'는 동물성 원료 등을 사용하지 않으며, 프랑스의 비건인증 기관으로부터 100% 비건 제품 인증을 획득하였습니다.

S

(사회책임경영)

- 토박스는 놀이터 재조성 사업, 아동 신발 기부 사업 등을 통한 사회 공헌 활동을 수행합니다.
- 토박스는 임직원의 안정된 생활을 지원하기 위해 건강검진, 본인 및 자녀의 학자금 등을 지원합니다.
- 토박스는 탄력근무제, 콘도회원권, 중식대 지원, 자사제품 할인, 주 4.7일 근무제도를 통해 임직원들의 워크 앤 라이프 밸런스를 도모합니다.

G

(기업지배구조)

- 토박스는 사외이사를 보유하고 있으며, 최대주주의 지분율이 18.67%로 경영 안정성을 확보하였습니다.
- 토박스는 주주의결권 행사 지원제도(전자투표제) 시행으로 주주친화적인 정책을 시행하고 있습니다.

MON JOUR

MONJOUR Brand story

‘매일 커가는 순간을 함께 합니다.’

나와 내 아이가 성장하는 매일의 시간은 소중하고 가치 있는 시간입니다.
프랑스어로 ‘나의 하루’를 뜻하는 <몽쥬르>는 매일 아이가 커가는 시간의 힘과 가치를 알고 있습니다.
우리 아이 피부 속으로 24시간, 매일매일 스며드는 유아 스킨케어의 A to Z, MONJOUR.



저자극 식물유래 성분

아이들의 피부에 저자극으로 순하게 흡수되고, 식물이 가진 효능이 유아들의 피부에 자연스럽게 스며들어 매일매일 피부를 건강하게 유지시켜줍니다.



국내최초 비건 유아 스킨케어

몽쥬르 전 제품은 엄격하고 까다로운 프랑스 EVE비건 인증을 획득했습니다.
식물성 원료만을 사용하며, 동물 실험을 하지 않는 비건 스킨케어 원료의 수급과정을 현장 심사하여 통과된 제품에만 부여됩니다.



CRUELTY FREE 동물성 원료, 동물 실험 NO

원료부터 패키징까지 동물성 성분을 일체 사용하지 않으며, 동물 실험을 하지 않는 ‘크루얼티 프리’ 스킨케어.
모든 생명을 소중하게 여기는 몽쥬르의 철학이 담겨있습니다.



파라벤 등 유해 논란 성분 11 無첨가

파라벤, 페녹시 에탄올 등 화장품 유해 성분 11종을 원료에서 배제하였습니다.
피부에 안전하여 믿고 사용할 수 있으며, 민감한 유아의 피부에 건강한 성분으로 처방 되었습니다.



EWG 그린 등급 원료

한 생명의 탄생과 성장의 고귀함을 알기에 보존/살균을 위한 파라벤 등 11종을 사용하지 않으며, EWG 그린등급의 원료를 사용해 만듭니다.

국내 최초 비건 유아동 화장품



2019

보습케어 제품



2021

자외선차단 제품,



2022



세정케어 제품 등

코스맥스와 공동개발을 통해 '몽쥬르(MONJOUR)'라는
스킨케어 브랜드를 2019년 9월 초 런칭

유통 플랜

- 전국 58개의 토박스 오프라인 매장을 통한 전개
- 스마트스토어, SSG, GS SHOP, 카카오쇼핑 등 13개 채널
- 홈세일 및 홈쇼핑

마케팅 플랜

- 블로그 리뷰단 운영 및 인플루언서 협찬 광고
- 온라인 기사 배포
- 인스타그램 노출 광고를 통해 피드

(주)스타일노리터는 2013년에 설립되었으며 유아동 의류를 제조·판매하고 있습니다.
차별화된 브랜드 철학 기반 아동복 쇼핑몰 시장의 트렌드를 선도하고 있습니다.

회사개요

회사명	(주)스타일노리터
대표이사	김홍근(1963)
설립일	2013년 4월 23일
사업영역	아동의류 제조 판매
자본금	3,000만원
직원수	88 명
매장수	65 개
홈페이지	www.stylenoriter.co.kr

요약 손익계산서

(단위: 백만원)

구분	2018	2019	2020	2021
매출	16,704	18,387	16,561	20,633
영업이익	904	1,051	1,188	1,163
당기순이익	216	922	1,045	979
영업이익률	5.4%	5.7%	7.2%	5.6%
당기순이익률	1.3%	5.0%	6.3%	4.7%

