

A faint, light-colored world map is centered in the background of the slide, showing the outlines of continents and oceans.

FY2022 IR

- IR BOOK -

2022.06.22.

Disclaimer

본 자료는 투자자들을 대상으로 실시되는 Presentation에서의 정보 제공을 목적으로 주식회사 하이로닉에 의해 작성 되었으며 이의 반출,복사 또는 타인에 대한 재배포는 금지됨을 알려드리는 바입니다. 본 Presentation에의 참석은 위와 같은 제한 사항의 준수에 동의로 간주되며 제한 사항에 대한 위반은 관련 '자본시장과 금융투자업에 관한 법률 ' 에 대한 위반에 해당될 수 있음을 유념해 주시기 바랍니다.

본 자료에 포함된 경영 실적 및 재무 성과와 관련한 모든 정보는 K-IFRS 작성 기준에 따라 연결 및 별도 기준으로 작성 되었습니다.

본 자료에 포함된 '예측 정보 ' 는 개별 확인 절차를 거치지 않은 정보들입니다. 이는 과거가 아닌 미래의 사건과 관계된 사항으로 회사의 향후 예상되는 경영현황 및 재무실적을 의미하고, 표현상으로 '예상', '전망', '계획', '기대', '(E)'등과 같은 단어를 포함합니다. 이 '예측 정보 ' 는 과거가 아닌 미래의 사건과 관계된 것으로 향후 경영환경의 변화 등에 따라 영향을 받으며, 본질적으로 불확실성을 내포하고 있는 바, 이러한 불확실성으로 인하여 실제 미래 실적은 '예측 정보' 에 명시적 또는 묵시적으로 포함된 내용과 중대한 차이가 발생할 수 있습니다.

또한, 향후 전망은 Presentation 실시일 현재 시장 상황과 회사의 경영 방향 등을 고려한 것으로 향후 시장 환경의 변화와 전략 수정 등에 따라 별도의 고지 없이 변경될 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

본 자료의 활용으로 인해 발생하는 투자자의 투자 손실에 대하여 회사 및 각 계열사, 자문역 또는 대리인들은 그 어떠한 책임도 부담하지 않음을 알려드립니다. (과실 및 기타의 경우 포함)

본 자료는 어떤 경우에도 투자자의 투자 결과에 대한 법적 책임 소재의 입증 자료로 사용될 수 없습니다.

2006년 창업 이후 '14년 상장, Doublo를 시작으로 '22년 Silkro 미국 FDA 승인 및 22년 서비스고객 만족대상 5년 연속 수상 등 지속적인 성장 발전 진행 중

회사 개요

| | |
|------|---|
| 회사명 | 주식회사 하이로닉 |
| 대표이사 | 박석광 |
| 최대주주 | 이진우 |
| 설립일 | 2007년 12월 11일 (하이로닉 전신 2006년 설립 SP메디칼) |
| 상장일 | 2014년 12월 17일 |
| 자본금 | 1,410,402,000 |
| 본사주소 | 경기도 용인시 수지구 신수로 767, 19층(동천동, 분당수지유타워) |
| 자회사 | 하이로닉코리아, 아띠베뷰티 |
| 직원수 | 96명 |
| 사업영역 | 의료기기 및 미용기기 제조와 판매 |
| B.I | |
| 홈페이지 | https://kr.hironic.com/ |
| 연락처 | 031-525-7000 / 1599-4299 |

주요 연혁(14년~22년)

2022년

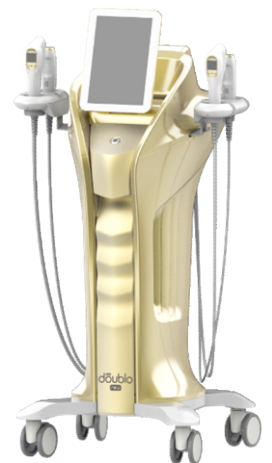
- Silkro (국내명 Gentlo) 미국 FDA 인증
- 2022년 소비자가 뽑은 서비스고객 만족대상 5년 연속 수상

2021년

- 브이로리프팅 (V-Ro lifting) 출시 및 국내 식약처 인증
- 젠틀로 (Gentlo) 유럽 CE MDD 인증
- 피코하이 (PICOHI) 유럽 CE MDD 인증, 미국 FDA 승인
- 2021년 글로벌 강소기업 및 소비자가 뽑은 서비스 고객만족대상 4년 연속 선정

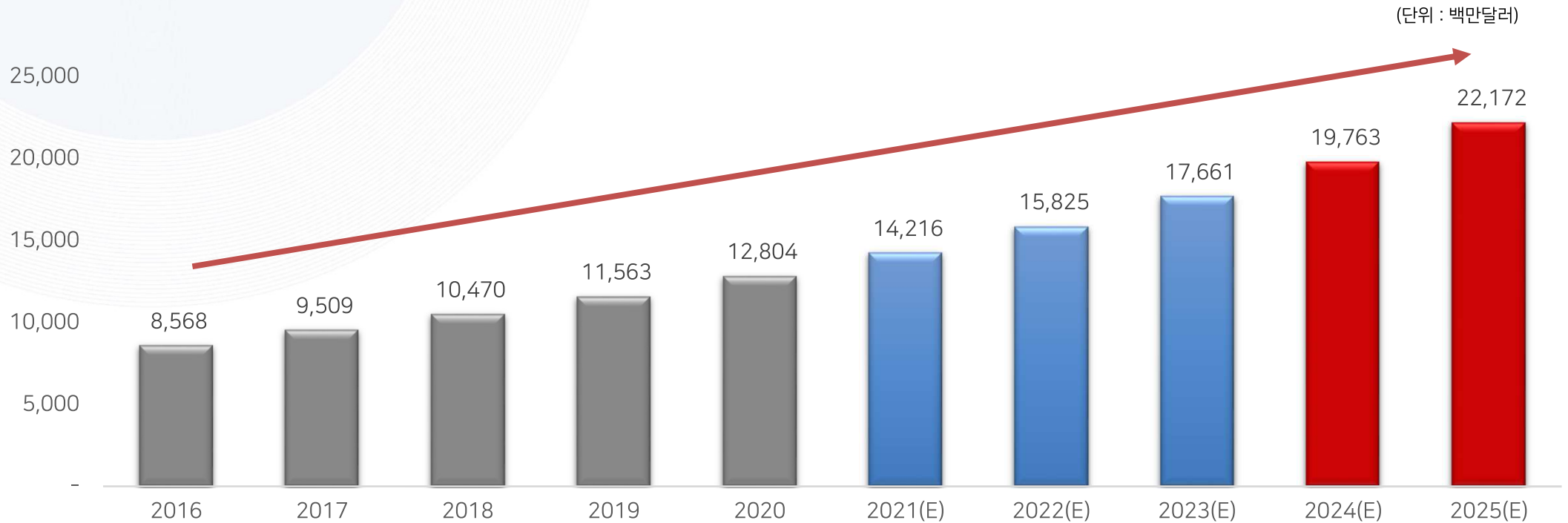
2014년 ~ 2020년

- 레이저 비만치료기 슬리머스 (SLIMUS) 미국 FDA 승인 (20년)
- 더블로 전세계 판매고 3,000대 돌파 (19년)
- 2019년 우수디자인 상품 선정 - GENTLO (19년)
- 슬리머스 (SLIMUS) CELVD 인증 (18년)
- A-FIT 미국 FDA 승인 (18년)
- Doublo Gold CE MDD 획득 (17년)
- 산업통상자원부 장관 표창 (16년)
- 1000만불 수출의 탑 수상 (15년)
- 대한민국 벤처활성화 유공 포상 대통령 표창 (15년)
- 코스닥 상장 (14년)



II. 미용의료기기 시장 전망

매년 급성장 하는 미용의료기기 시장 내 주요 Trend에 부합하여 운영 중(비침습, 손상부위 최소화, 가정용 미용 의료기기 등)



[출처 : Meticulous Research, IBK투자증권]

■ 미용의료기기 주요 Trend

1. 시술 비용, 회복기간 및 부작용 최소화를 위한 비침습 / 최소 침습형 또는 비접촉 기기의 선호
2. 정상 부위의 손상 최소화를 위해 진단기술이 융합된 치료기기 등장
3. 제품 사이클이 타 의료분야에 비해 짧은 특성상 새로운 형태의 기기에 대한 요구 증대
4. DIY 수요에 따른 전문 의료기기 기반 가정용 미용 의료기기에 대한 개발 요구 증가
5. 기기 자체의 전기/기계적 특성보다 임상 연계를 통한 데이터의 확보가 경쟁력에 가장 큰 영향을 미침

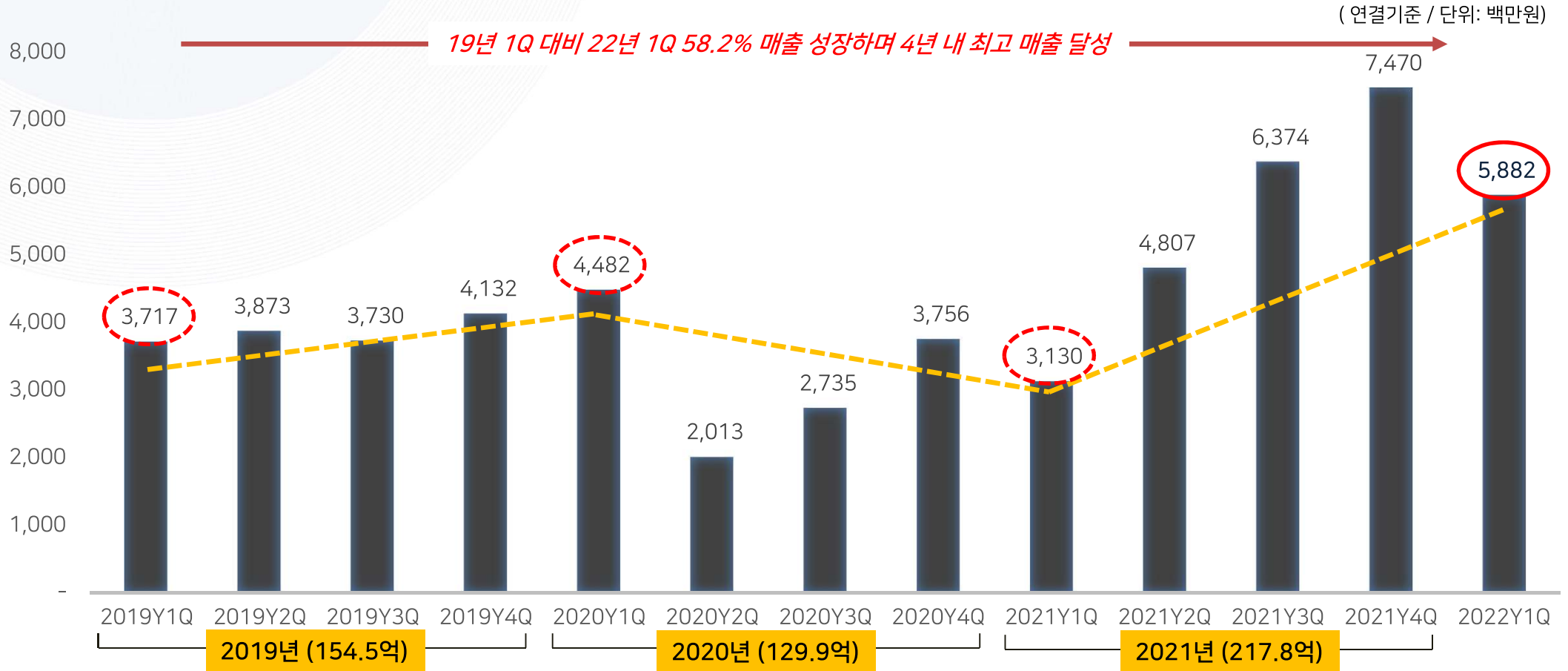


Hironic 지향점

[출처 : KEIT]

III. 분기별 영업실적(19.1Q ~ 22.1Q)

'19년 1Q 대비 '22년 1Q 58.2% 성장, 전년 대비 87.9% 성장 하는 등 4년 내 최고 매출 달성 중



- ✓ 지속적인 내수 확대 기대 : 당사 주력 제품인 V-RO 및 PICOHI 마케팅 확대 진행 및 장비 판매 증대에 따른 하반기 소모품 증대 예상
- ✓ 해외시장 Lock-down 해제 등에 따른 22년 1Q 대기 물량 2Q부터 본격 판매 진행 중
- ✓ 22년 2Q 개인용 미용기기 TV홈쇼핑 진출 등에 따른 매출 증가
- ✓ 22년은 4년 내 최대 매출 기대

V-RO, PICOHI 등 의료장비의 상승세 및 개인용 의료장비 매출 호조로 인한 매출 급성장

KEY ISSUE

1. 의료장비 주력 신상품 V-RO, PICOHI 국내 판매 증대로 인한 매출 확대
2. 개인용 미용기기 HOMETHERA 자사몰 및 인플루언서 활용 공동구매를 통한 매출 증대
3. 해외시장 중국 Lock-down 등 악재가 있었으나 유럽, 중동 등의 판매 확대를 통한 매출 방어 주력

(연결 기준, 단위: 백만원)

| 구분 | 2022Y | | 2021Y | | YOY | |
|----------------|--------------|--------------|--------------|--------------|----------------|----------------|
| | 1Q | 누적 | 1Q | 누적 | 1Q | 누적 |
| 매출액 | 5,882 | 5,882 | 3,130 | 3,130 | 88.00% | 88.00% |
| 내수 | 4,237 | 4,237 | 1,533 | 1,533 | 176.40% | 176.40% |
| 해외 | 1,646 | 1,646 | 1,597 | 1,597 | 3.10% | 3.10% |
| 매출원가 | 2,158 | 2,158 | 1,159 | 1,159 | 86.20% | 86.20% |
| 매출원가율 | 36.70% | 36.70% | 37.00% | 37.00% | | |
| 매출총이익 | 3,724 | 3,724 | 1,970 | 1,970 | 89.00% | 89.00% |
| 매출총이익율 | 63.30% | 63.30% | 63.00% | 63.00% | | |
| 판매비와관리비 | 2,543 | 2,543 | 1,749 | 1,749 | 45.40% | 45.40% |
| 판관비율 | 43.20% | 43.20% | 55.90% | 55.90% | | |
| 영업이익 | 1,182 | 1,182 | 221 | 221 | 433.90% | 433.90% |
| 영업이익율 | 20.10% | 20.10% | 7.10% | 7.10% | | |
| 법인세비용차감전순이익 | 1,756 | 1,756 | 281 | 281 | 524.40% | 524.40% |
| 당기순이익 | 1,642 | 1,642 | 314 | 314 | 422.60% | 422.60% |
| 당기순이익율 | 27.90% | 27.90% | 10.00% | 10.00% | | |

IV. 22년 1분기 실적 요약

당사 보유자산 4.4% 증가 및 자본총계 2.9% 증가로 안정적 운영 구조 확보

연결 재무상태표

(연결 기준, 단위: 백만원)

| 구분 | 2020Y | 2021Y | 2022Y 1Q | 21Y대비 22Y 1Q 증감율 |
|-------------|---------------|---------------|---------------|---------------------|
| 유동자산 | 28,854 | 37,600 | 40,121 | 6.71% |
| 비유동자산 | 15,904 | 26,069 | 26,349 | 1.07% |
| 자산총계 | 44,758 | 63,669 | 66,470 | 4.40% |
| 유동부채 | 1,891 | 3,091 | 4,168 | 34.86% |
| 비유동부채 | 1,226 | 4,599 | 4,684 | 1.84% |
| 부채총계 | 3,118 | 7,690 | 8,852 | 15.11% |
| 자본금 | 1,410 | 1,410 | 1,410 | 0.03% |
| 자본잉여금 | 33,041 | 33,043 | 33,051 | 0.02% |
| 기타자본항목 | -13,720 | -13,728 | -13,790 | 0.45% |
| 기타포괄손익누계액 | -239 | 7,960 | 7,960 | 0.00% |
| 이익잉여금 | 21,110 | 27,265 | 28,900 | 6.00% |
| 비지재지분 | 38 | 30 | 37 | 22.45% |
| 자본총계 | 41,640 | 55,980 | 57,618 | 2.93% |

주요 사항

1. 자산 총계 주요 이슈

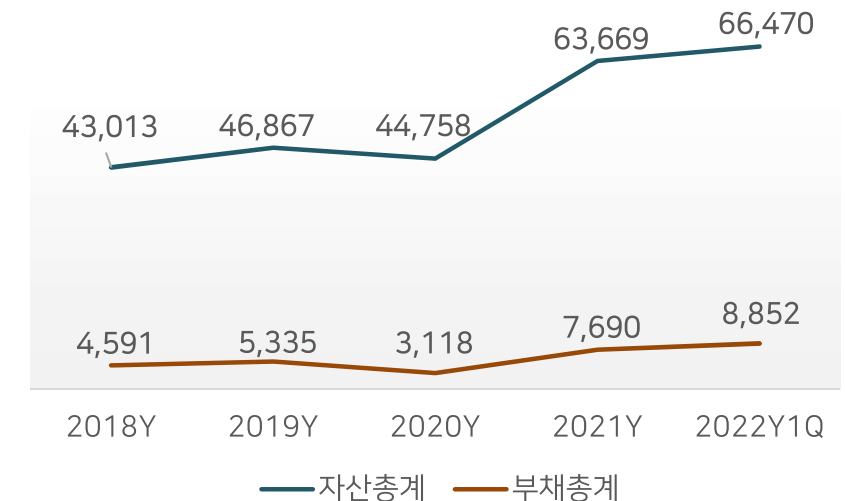
- 단기금융 자산 증가로 인한 유동자산 증가
- 안정적이고 건실한 재무 구조 유지

2. 부채 총계 주요 이슈

- 2021년 전환사채 발행에 따른 부채 증가

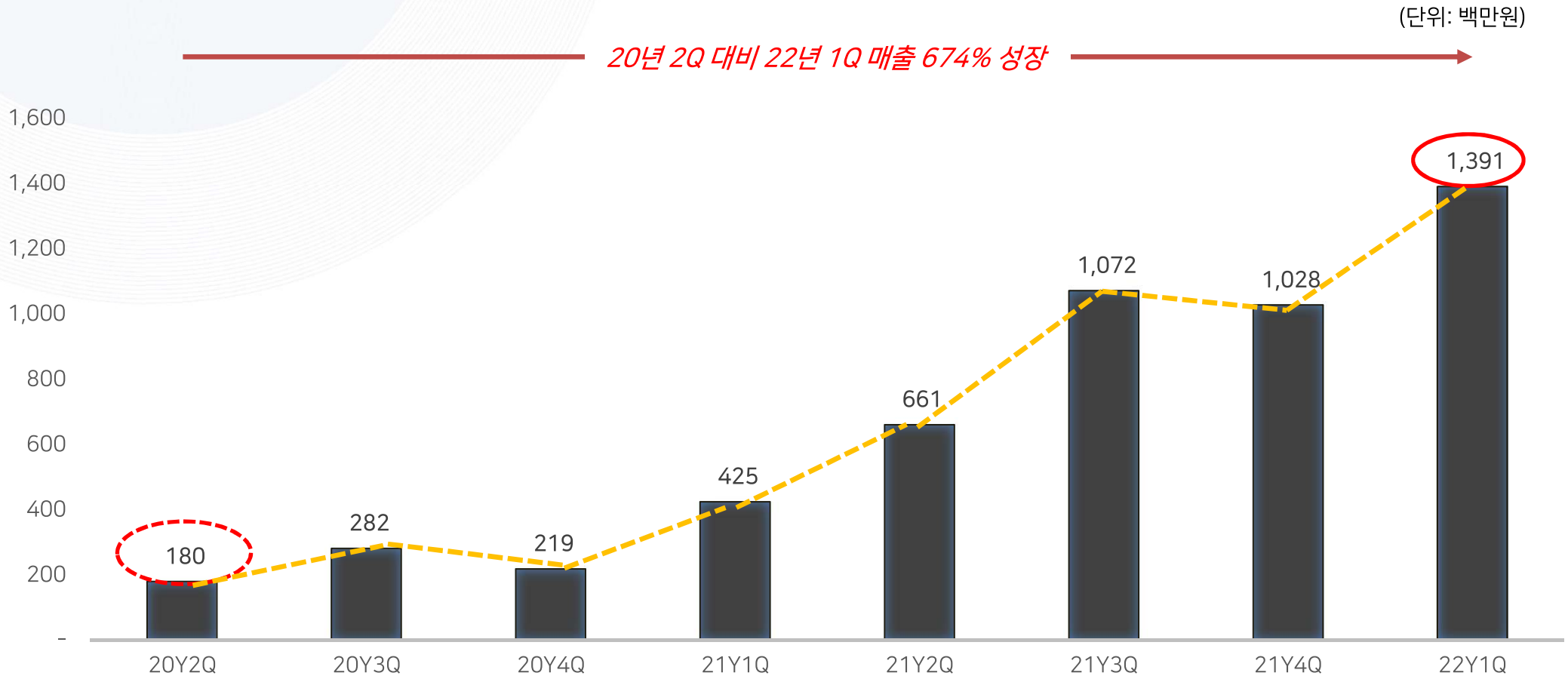
3. 전체 자본총계 2.93% 증가

(연결 기준, 단위: 백만원)



V. 영업실적 분석(개인용)

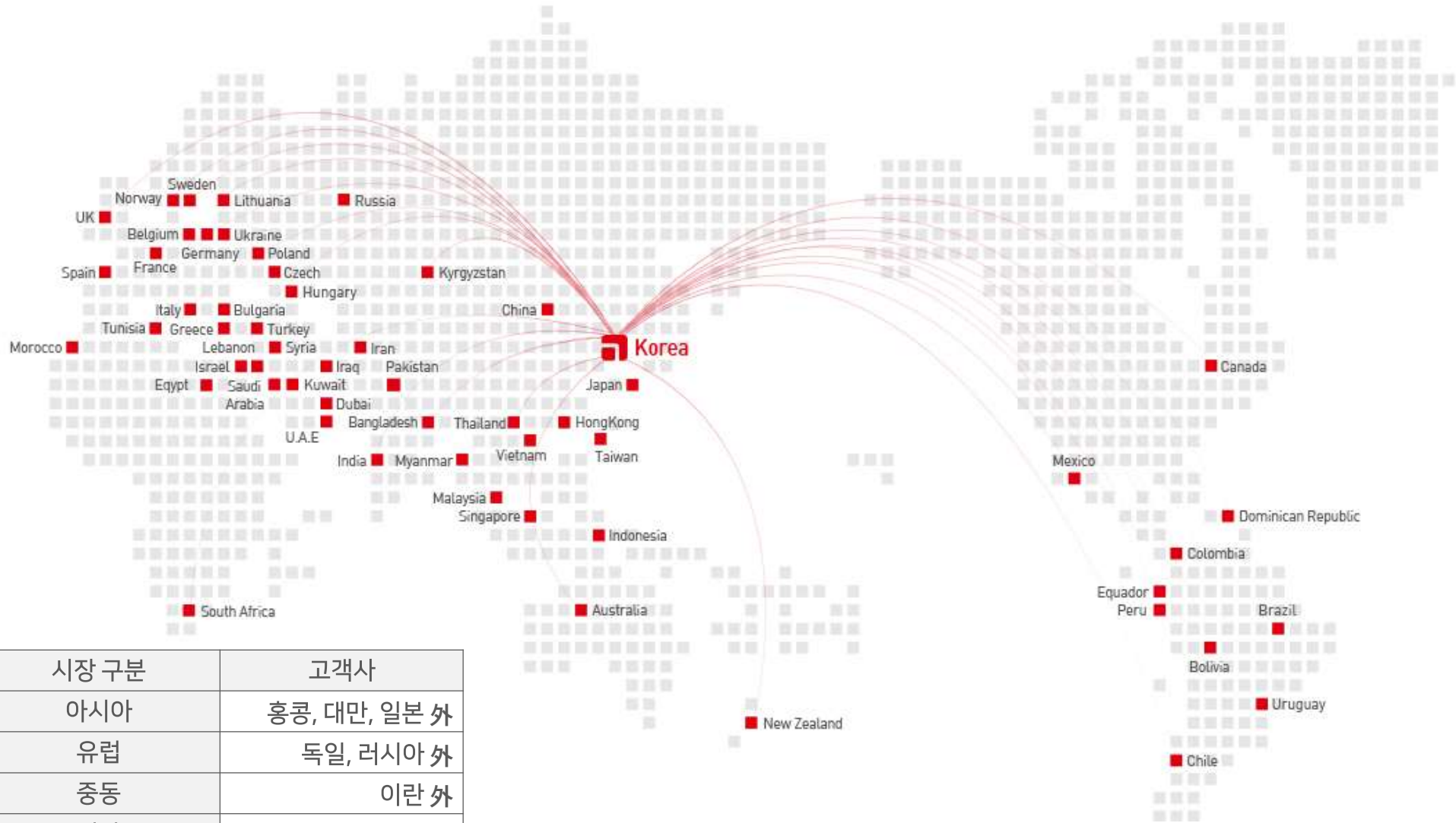
개인용 미용기기 `22년 1Q 판매 확대에 따라 역대 최대 분기 매출 기록 → 2Q TV홈쇼핑 진입 등 매출 확대 지속 예상



- ✓ 개인용 미용기기 시장 확대에 따라 당사도 B2C몰 및 인플루언서 협업을 통한 지속적인 판매 확대 진행 중
- ✓ '22년 2Q TV홈쇼핑 진입 등을 통해 매출 및 마케팅 확대 진행
- ✓ 하반기 본격적인 마케팅 활동 전개(유명 연예인 섭외) 진행 중이며, 해외 업체 협업 등을 통한 다양한 방식의 매출 확대 방안 검토 중
- ✓ 그 외 Off-line 강화를 위한 다양한 협업 진행 중

V. 영업실적 분석(Hironic 해외 Agency 현황)

주요 국가별 Agency를 보유 하고 있으며, '22년 1Q 동아시아 Lock-down 시즌 내 유럽 및 중동권 강화 추진
 특히 '22년 주요 국가 대형업체와의 협력을 협상 진행 중



| 시장 구분 | 고객사 |
|-------|--------------|
| 아시아 | 홍콩, 대만, 일본 외 |
| 유럽 | 독일, 러시아 외 |
| 중동 | 이란 외 |
| 기타 | 브라질 외 |
| 합계 | 70여 개소 |

해외시장 편중(아시아) 등 부정적 요인 있으나 기타 국가 확대 등 보완 진행 중
신제품 개발 지속 및 유명한 광고모델 계약 등 기반 확대 및 브랜드 인지도 향상을 위해 지속 투자 중

긍정적 요인

- ✓ 2021년 신제품 매출 호조세 지속
- ✓ 개인용 미용 기기 시장 확대

부정적 요인

- ✓ 수출 시장 편중성과 해외 위험 요소의 존재
- ✓ 경쟁 제품 출시와 공격적 마케팅

잠재적 커대 요인

- ✓ 신규 유명한 광고 모델 계약
- ✓ 오송 공장 증설에 따른 생산능력 향상
- ✓ 해외 대형 업체와 Co-work 가능성 타진
- ✓ FDA 등 해외 인증 취득에 따른 유통망 확대

잠재적 위험 요인

- ✓ 해외 위험 요소의 장기화 우려 (Lock-down, 경기침체)
- ✓ 개인용 미용기기 군소업체 난립
- ✓ 마케팅 비용 집행 성과의 불확실성

MFU(Micro Focused Ultrasound)와 RF의 결합으로 시너지 효과가 기대되는 차세대 주력 제품

NEW DOUBLO(국내명 V-RO)

의료기기

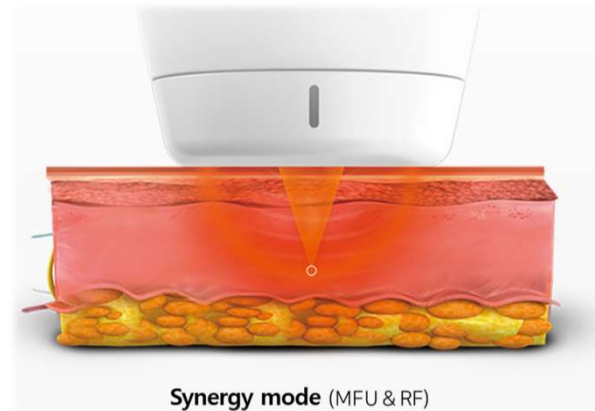


- 2021년 출시, MFDS 인증 획득
- 하나의 핸드피스에서 MFU와 RF 시술 가능(Synergy Dotting)
- 7종의 다양한 카트리지로 피부층별 맞춤형 시술 가능
- 3종의 핸드피스(MFU, MFU+RF, RF Micro Needle)을 최대 5개까지 장착 가능, 시술 중간 카트리지 교체 최소화로 빠른 시술 가능
- 환자별 시술 파라미터 기록 시스템(TIS), 시술 부위별 카트리지 프로토콜 저장으로 편의성 향상
- 다양한 센서(접촉, 동작, 자이로 센서) 적용으로 안전성 제고
- 시술 시간 감소와 다양한 핸드피스로 고객 수익성 증대

MFU(Micro Focused Ultrasound)와 RF의 결합으로 시너지 효과가 기대되는 차세대 주력 제품

NEW DOUBLO(국내명 V-RO)

의료기기



※ 상기 이미지는 이해를 돕기 위한 개괄도이며 구체적인 시술 방법을 표시하고 있지 않습니다

안정적 피코초 레이저 구현으로 국내외 피코레이저 시장 공략

PICOHI

300 Picosecond Nd:YAG Laser

의료기기



- 기존 PICO LASER(450ps, 750ps) 보다 짧은 Pulse Duration 300ps
- 주변 조직 손상 최소화 하고, 색소 치료, 문신 제거 및 피부 재생에 효과적
- 나노초레이저 대비 색소를 더 작고 균일한 입자로 쪼개어 제거
- Zoom, Collimated, MLA, DOE 방식의 광학 렌즈를 적용한 8종 핸드피스를 사용하여 병변에 따른 맞춤 시술 가능
- RMS System 장착으로 환자 치료 이력 관리에 용이
- MFDS, CE MDD, FDA 인증 획득

미국 FDA 승인된 RF-NEEDLE MULTI DEVICE

SILKRO (국내명 GENTLO) RF Total Solution System

의료기기



- 2021년 출시 RF-NEEDLE 기반 범용전기수술기
- 다양하고 정교한 NEEDLE TIP(Insulated/Non-insulated, 25Pin/45Pin)
- 4개 핸드피스로 시술 면적과 목적에 따라 맞춤형 시술 가능
- Auto Mode, Manual Mode에 따라 프로토콜을 설정하여 사용자의 선호에 맞춰 시술 가능
- RMS System 장착으로 환자 치료 이력 관리에 용이
- MFDS, CE MDD, FDA 인증 획득

개인용 피부 미용 기기 시장의 성장에 따른 매출 확대 기대 제품

HOMETHERA (가정용 HIFU)

YOUR HOME DERMATOLOGIST



개인용 미용기기

- HIFU 기술 응용 피부 진피층 4.5 mm 까지 열 에너지 전달
- 병의원 사용 장비 대비 월등히 낮은 가격 경쟁력 보유
(U社 300샷 500,000원 / Homethera 6,600원)
- 국내 최대 390,000도트(총 30,000샷) 제공
- 2022년 3차 홈쇼핑을 통한 제품 홍보 및 매출 신장
- 해외 시장 확대를 위한 Partnership 검토 중
- **KC, CE, CQC 인증 획득**

▶ 2021년 남성 유명인 모델에 이어 2022년 신규 모델 발탁

- 아이돌 출신 모델 기용 예정

※ 2022년 자체 고객 설문 조사 결과 응답자의 15.4%는 '유명인 마케팅이 필요하다'고 응답

▶ TV홈쇼핑 및 미디어 노출 강화를 통한 개인용 미용기기 홍보와 유통

▶ 해외 전시회 참가 (당사 직접 참가 또는 해외 대리점 활용)



감사합니다.