

오로라월드 (039830)

IR FACT-BOOK



2022.09

INDEX



1. AURORA WORLD (Company Overview)	3
2. AURORA's Competiveness	5
3. AURORA Global Market	8
4. AURORA Domestic Market	19
5. AURORA Character Convergence	27
6. Appendix	30

1. AURORA WORLD

1-1 History & Introduction



오로라월드(주)는 세계 캐릭터 토이 시장의 40%를 차지하는 미주 시장에서 브랜드 인지도 2위를 차지하고 있으며, 우리나라와 러시아, 영국 시장에서는 1위에 올라서 있는 **캐릭터 디자인 전문 기업**입니다.

‘최고’와 ‘미소’, ‘만족’을 상징하는 기업 심볼은 활기차고 자신감 넘치는 ‘월드 베스트 오로라’(World Best AURORA)의 의지를 표명하고 있습니다. 또한 전체 매출의 70%를 전 세계 80여 개국에서 벌어들일 정도로 세계 시장에서 입지를 굳힌 **히든 챔피언(Hidden Champion)** 기업입니다.

40년간 캐릭터 완구 비즈니스 기반을 바탕으로 **캐릭터 콘텐츠 기업**으로 거듭나고 있으며, 인형이 아닌 행복을 파는 회사로서, 글로벌 네트워크를 활용한 상품의 개발, 소싱, 마케팅 역량으로 카테고리를 확장하고 있습니다.

1. AURORA WORLD

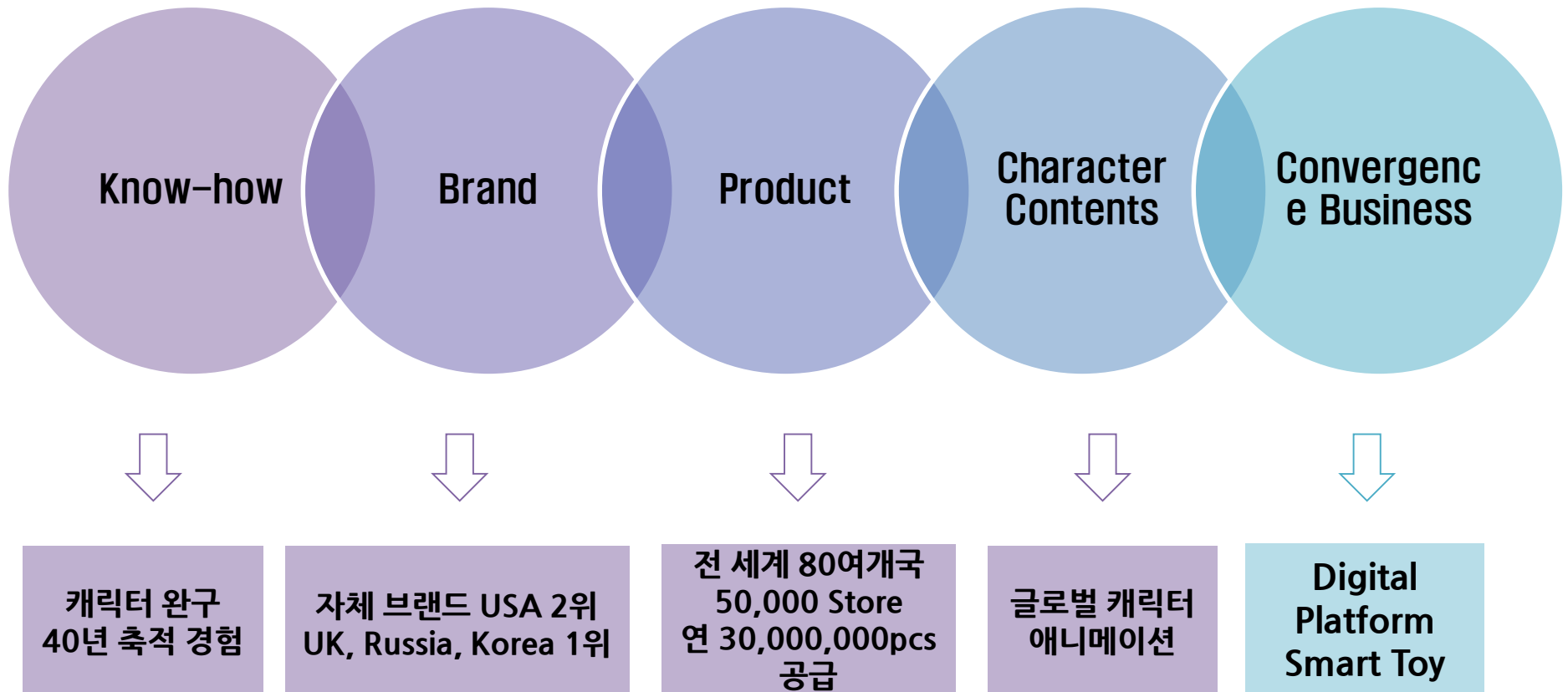
1-2 Global Network (글로벌 네트워크)



2. AURORA's competitiveness

2-1 Core Competences

AURORA



2. AURORA's competitiveness

2-2 Character Toys

캐릭터 개발

- 연 700여종 지역별 맞춤형 개발

데이터베이스

- 캐릭터 DB 70,000종 축적

브랜드

- 총수출액 중 85%
→ 오로라월드 자체 브랜드 매출

디자인연구소

- 디자인 전문 인력 HQ의 40%

가격

- 영국 헤롯 등 세계명품백화점에서
중/고가로 판매

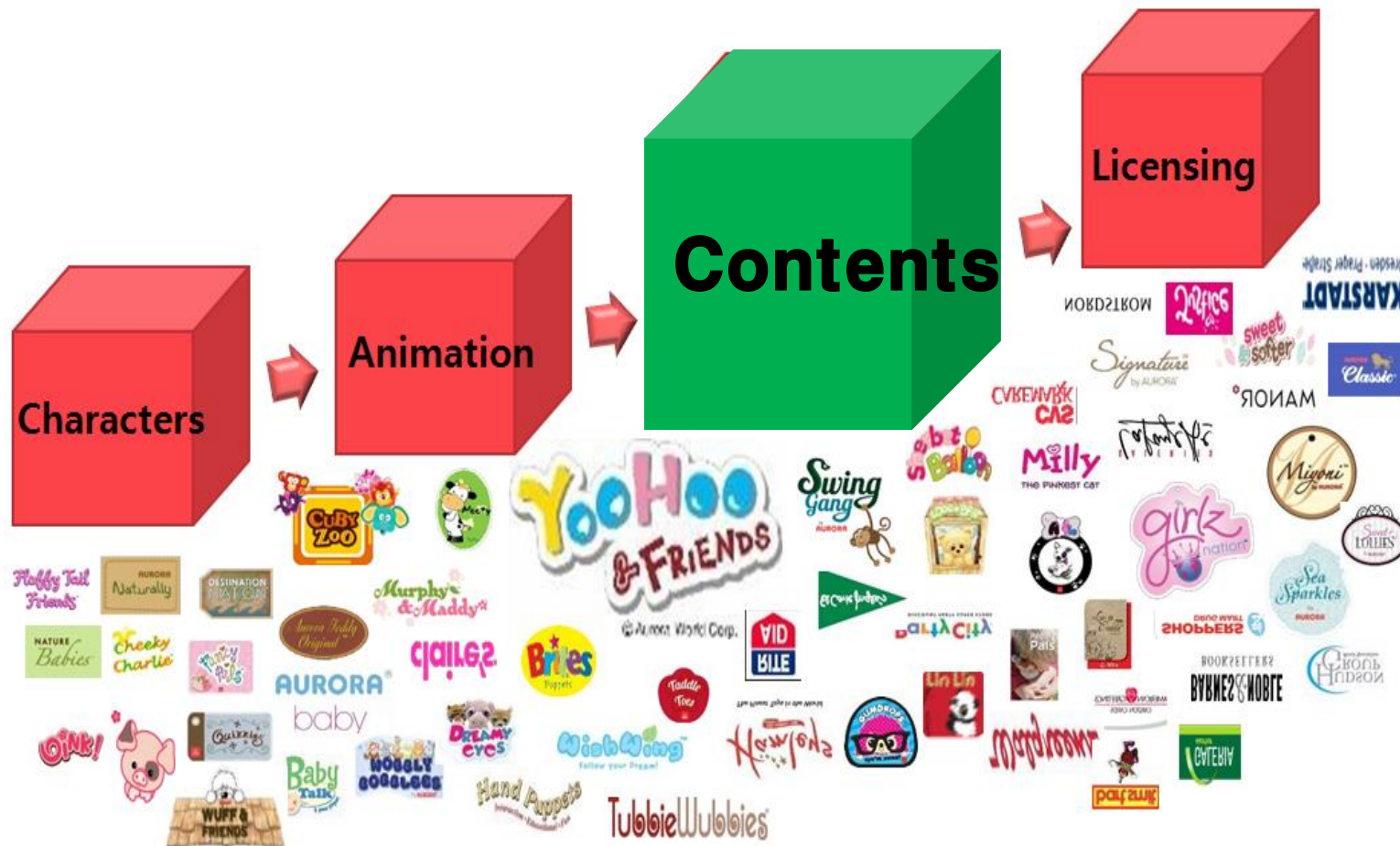


2. AURORA's competitiveness

2-3 Character Brand

One Source, Multi Use (OSMU)

캐릭터 ▶ 애니메이션 콘텐츠 ▶ 수많은 자체 브랜드로 다양한 라이선싱 사업 확장



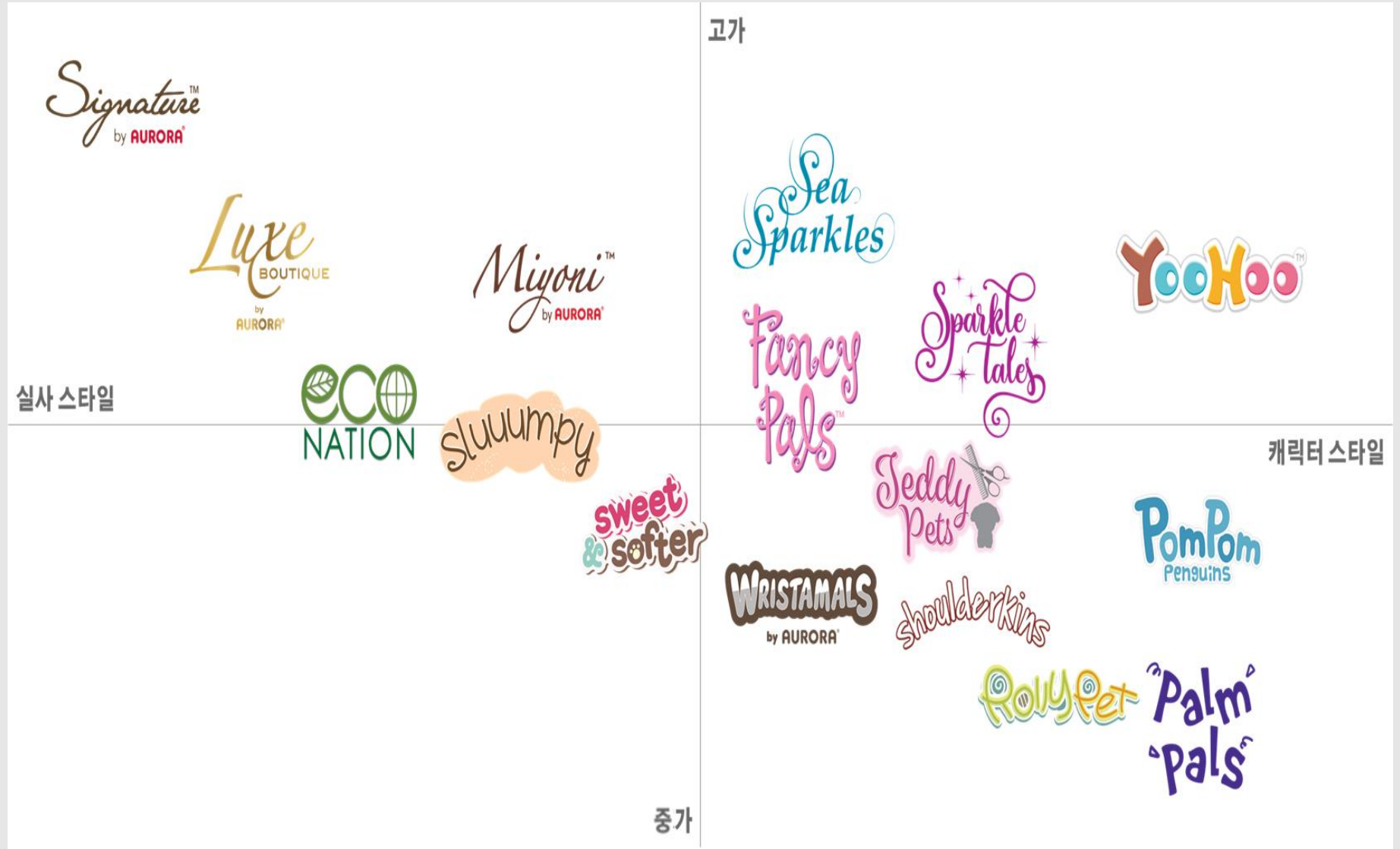
3. AURORA Global Market

3-1 Global Sales (주요 글로벌 유통 파트너)

백화점	완구 전문점	여행&면세점	편의점	슈퍼마켓	온라인
   	     	    	  	   	 

3. AURORA Global Market

3-2 Global Main Brand



3. AURORA Global Market

3-2 Global Main Brand



에코네이션(Eco Nation)



씨스파클(Sea Sparkles)

3. AURORA Global Market

3-2 Global Main Brand



미요니 (Miyoni)



럭스부티크 (Luxe Boutique)

3. AURORA Global Market

3-2 Global Main Brand (2022 Hit Brand)



Palm Pals



RollyPets



PomPom



Ebba eco

3. AURORA Global Market

3-3 Key Brand – YOOHOO & FRIENDS

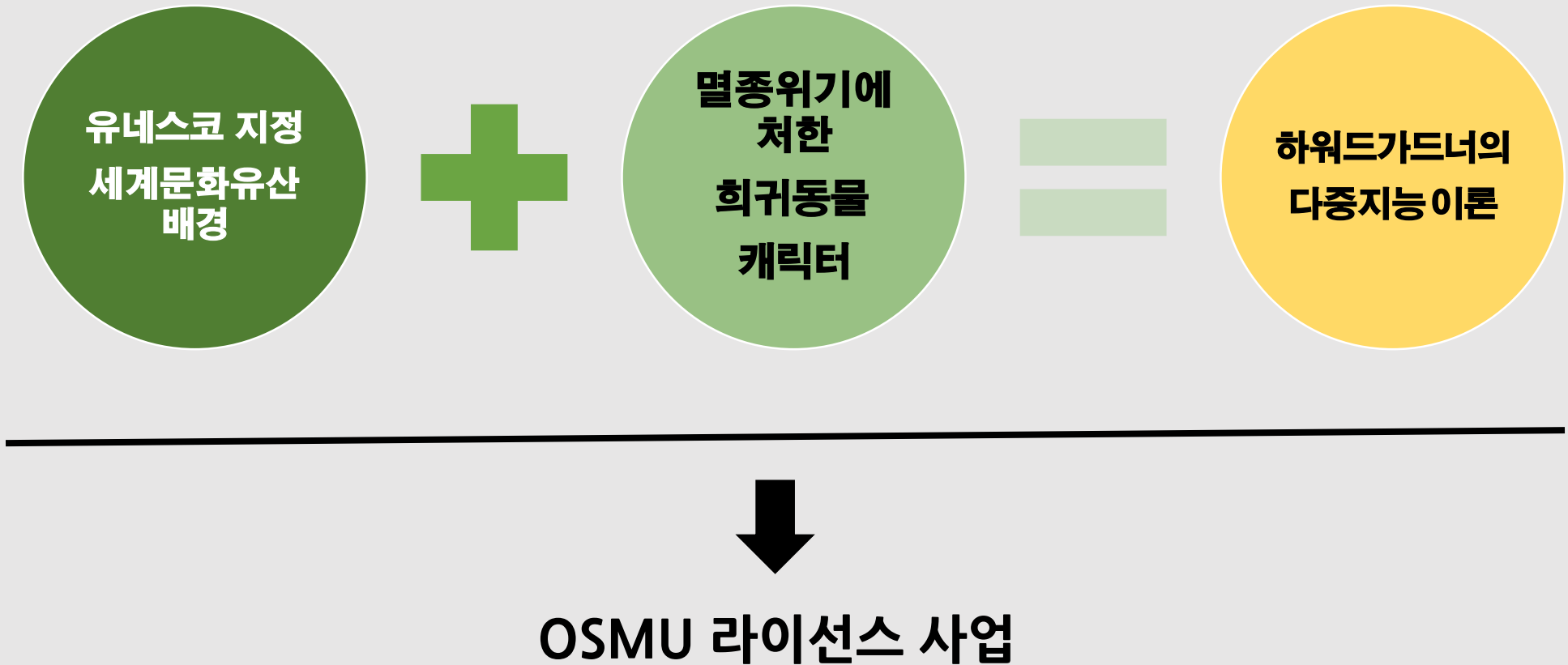


유후 (YooHoo)

3. AURORA Global Market

3-3 Key Brand – YOOHOO & FRIENDS

기획의도



* OSMU (One Source Multi Use) : 하나의 자원을 토대로 다양한 사용처를 개발해내는 것

3. AURORA Global Market

3-3 Key Brand – YOOHOO & FRIENDS

클래식 시즌 1, 2
출동! 유후 구조대
총합 100개 이상
캐릭터 등장

L&M: 다양한 캐릭터를 통한 라이선스 가능성 최대화

3. AURORA Global Market

3-3 Key Brand – YOOHOO & FRIENDS

TOYS

F&B

BACK TO SCHOOL

FASHION

OUTDOOR

HOUSEWARE

GAME & APPS



L&M: 다양한 캐릭터를 통한 라이선스 가능성 최대화

3. AURORA Global Market

3-3 Key Brand – YOOHOO & FRIENDS

YOOHOO & FRIENDS

Total Q'ty

100,000,000 pcs

amazon

NETFLIX

유럽 40여개국 30개 언어로
6,000여개의 shop에
맥도날드 해피밀 프로모션

글로벌
프로모션

서울남산타워
유후존

서울랜드
AR 체험관

3-3 Key Brand – YOOHOO & FRIENDS

: '유후와 친구들' 애니메이션
전세계 **190개국** 에 **20개 언어**로 동시 서비스

● AIRED

4. AURORA Domestic Market

4-1 Domestic Sales (국내 완구 유통 파트너)

- ▶ 대형 할인점과 전국 토이 전문점에 자사 제품을 유통하고 있으며, 온라인 유통도 확대해 나가며 다양한 유통 채널을 토이 판매 채널로 활용하고 있습니다.

대형마트

Homeplus 



 LOTTE Mart

토이전문점





온라인 쇼핑몰







4. AURORA Domestic Market

4-2 Toys distribution

A Toy Playground that Provides Pleasure and Happiness

상품만을 판매하는 공간이 아닌 친절과 차별화된 서비스로 매장을 방문하는 가족들에게 즐거운 체험을 제공하는 아이들의 장난감 놀이터를 지향합니다.



1. 자체 브랜드를 통한 유통시장 진출
 - 국내시장 진출로 캐릭터 완구에서 캐릭터 콘텐츠를 아우르는 밸류체인 구축
2. 유통매장 확대를 통한 매출 확대
 - 유통 매장의 지속적인 확대로 매출 견인 (현재 18개 지점)

4. AURORA Domestic Market

4-2 Toys distribution

토이플러스 (B2C 유통): 파트너 브랜드



4. AURORA Domestic Market

4-2 Toys distribution

- 현재 국내 18개 매장 운영 : 라이선싱 상품 등 전 매장 유통망 제공
- 유통망의 지속적 확장 : 추가 매장 확장



고양삼송점



구리점



동탄농협유통센터점



동탄점



마리오아울렛점



스퀘어원점



오산점



올림픽공원점



의정부점



일산점



구리엘마트점



화성기산점



판교파미어스몰점



죽전점



스타필드 부산명지점



스타필드 부천점



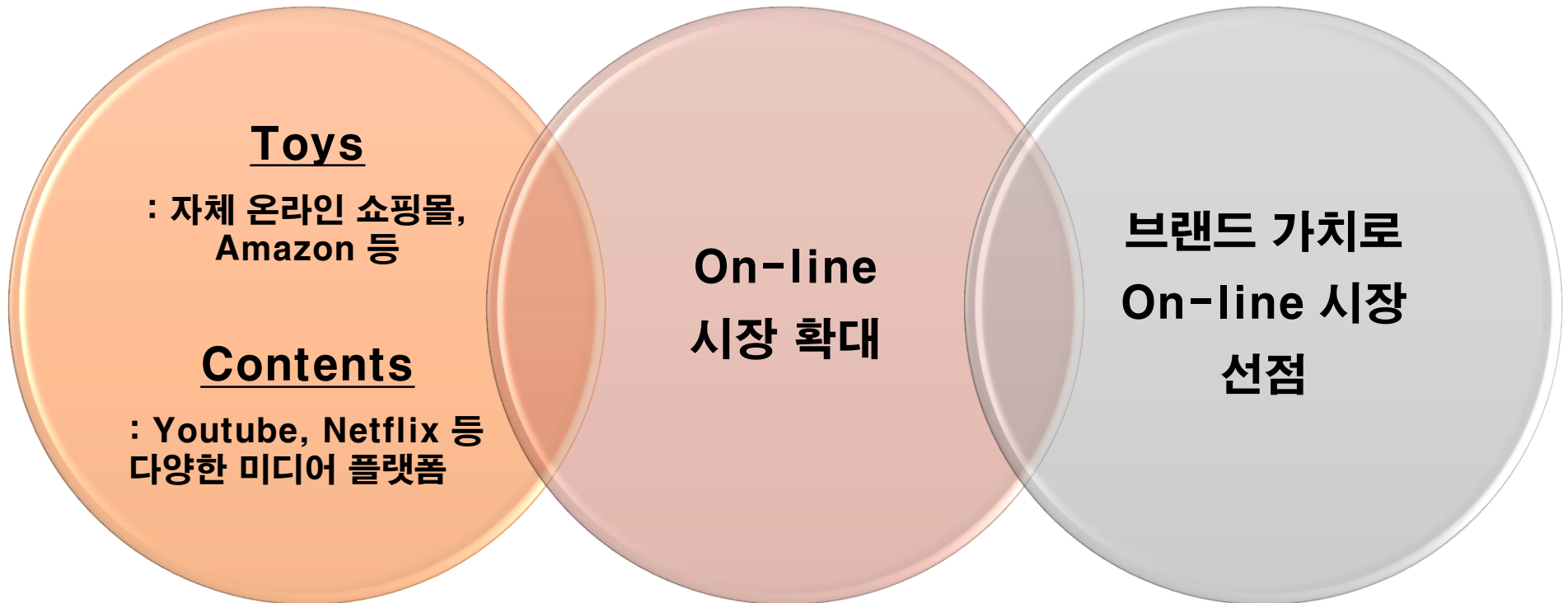
스타필드 위례점



아울렛 이천점

4. AURORA Domestic Market

4-3 On-line Market



4. AURORA Domestic Market

4-4 국내 신제품 런칭

토몬카 터치앤고



몰랑 팩트



4. AURORA Domestic Market

4-4 국내 신제품 런칭 (산리오캐릭터즈)

'헬로키티 러블리 패션샵' 등 8 종 출시



4. AURORA Domestic Market

4-4 국내 신제품 런칭 [하반기]

신비아파트 시즌 4 완구 시리즈



5. AURORA Character Convergence

5-1 Character Collaboration (캐릭터 콜라보레이션)



신비아파트 - CJ E&M과 공동 투자 제작



펭수 - EBS와 라이선스 계약 체결



BT21 - 콜라보레이션



핑크퐁 - 스마트스터디와 전략적 제휴

5. AURORA Character Convergence

5-2 Character Collaboration – 몰랑 / 핑크퐁



핑크퐁

몰랑

5. AURORA Character Convergence

5-3 ODM



에버랜드굿즈 펭귄 베이비인형



에버랜드 알파카 인형



카카오프렌즈 라이언인형

Appendix – 신사옥 (판교 제2 테크노밸리)

연 임대 수익 약 60억원



* 판교 창조경제밸리 특별계획구역(I-Square) 업무시설 및 문화시설

- 토지 : 경기도 성남시 수정구 시흥동 288-2 (면적 2,540㎡)
- 건물 : 위 토지 신축 지상건물 C동 지상 10층, 지하 5층 (면적 23,320㎡)
- 위치 : 판교 제2테크노밸리 C1,2블록으로 신사옥은 사진의 좌측동입니다.

Appendix – Summary consolidated financial statements

[요약] 연결 재무상태표

[단위 : 백만원]

과 목	제 38 기 반기말	제 37 기말	제 36 기말
자 산 총 계	429,461	390,798	274,308
유동자산	147,833	118,317	87,943
비유동자산	281,628	272,481	186,365
부 채 총 계	291,993	262,907	164,251
유동부채	175,539	152,821	112,178
비유동부채	116,454	110,086	52,073
자 본 총 계	137,468	127,891	110,057
자본금	5381	5381	5,381
자본잉여금	14,439	14,439	14,439
기타자본항목	(5,185)	(5,185)	(5,185)
기타포괄손익누계액	1,855	(1052)	(4,423)
이익잉여금	115,053	108,308	99,848
부채와 자본 총계	429,461	390,798	274,308

[요약] 연결 손익계산서

[단위 : 백만원]

	제 38 기 반기말	제 37 기말	제 36 기말
수익(매출액)	114,206	178,076	141,594
매출원가	63,695	99,058	74,971
매출총이익	50,511	79,018	66,624
판매비와관리비	40,015	68,412	57,858
영업이익(손실)	10,496	10,606	8,766
기타이익	6,339	8,812	6,138
기타손실	2,169	2,988	3,427
금융수익	2,944	2,027	2,979
금융원가	7,657	6,333	3,057
관계기업손익	0	0	0
법인세비용차감전순이익(손실)	9,953	12,124	11,400
법인세비용	2,052	2,641	3,397
당기순이익(손실)	7,901	9,483	8,002

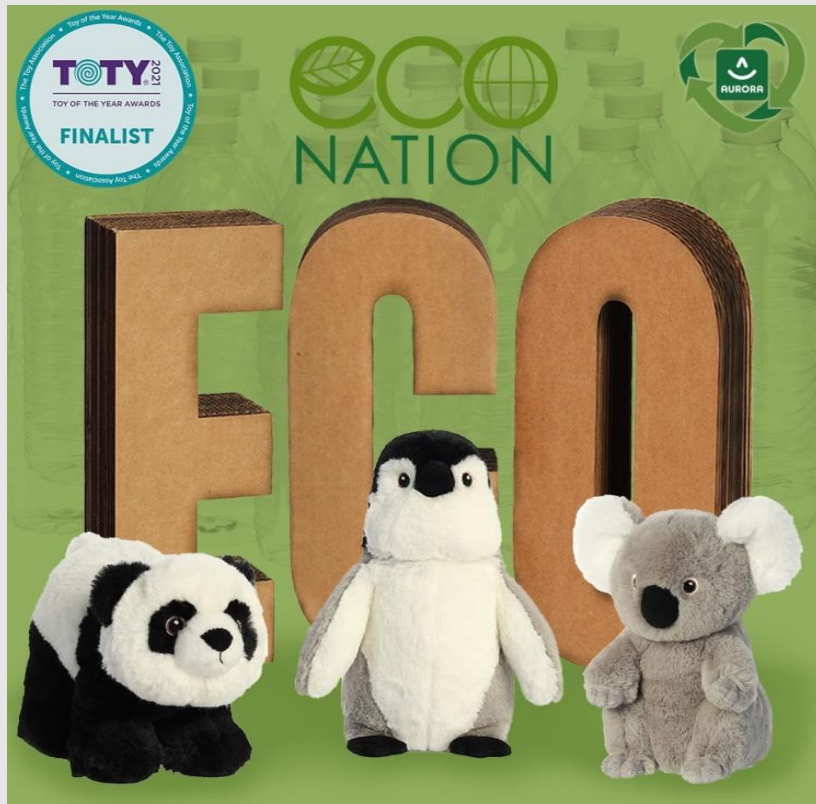
Appendix – 마케팅 & 영업



- 매년 30개 이상
완구와 기프트 박람회 부스 개설
- 아마존 판매 순위 1위 (봉제완구 카테고리)

⇒ 전세계 400명 이상 오로라월드 영업 인력 활동

Appendix – Eco Nation



2020년 오로라월드는 완구 업계에서 가장 선도적인 지속가능 소재 도입을 목표로 하는 "에코네이션 (Eco Nation)" 브랜드를 런칭

에코네이션은 재활용된 PET병에서 만들어진 식물과 재활용된 종이로 만들어진 태그, 재활용된 종이로 만들어진 스토어 디스플레이를 사용

재활용 소재 사용을 통해 매년 40억개의 플라스틱 병이 매립되지 않고 안전하게 제품으로 변화할 수 있도록 기획

에코네이션은 지속가능성을 목표로 만들어졌지만, 오로라월드의 다른 모든 제품과 같이 유아를 위한 안전을 가장 우선하여 제작

Appendix – 4분기 주목할 Topic

1-1 매출액 - 강 Dollar에 따른 고환율 수혜

1-2 수익구조 - 판교 제2사옥 (임대매출 발생/연60억원)
- 삼성SDS+GS리테일

2-1 글로벌 - 신제품 라인업 지속 확대
(팜 팔스, 에코네이션, 등)

2-2 글로벌 - 유후와친구들 (유튜브 활성화)

3-1 국내 - IP의 지속적 인지도 부각 (인스타그램 활성화)

3-2 국내 - IP = 헬로 키티 (라인업 확대)