



The First & Best KIDS CATEGORY SHOP

INVESTOR RELATIONS 2023

Disclaimer

본 자료는 투자자에게 (주)토박스코리아(이하 "회사")의 영업전망, 경영목표, 사업전략 등 정보제공을 목적으로 작성되었으며
이의 반출, 복사 또는 타인의 재배포는 금지됨을 알려드리는 바입니다.

본 자료에 포함된 예측정보는 과거가 아닌 미래의 사건에 관계된 사항이며 본질적으로 불확실성을 내포하고 있는 바,
회사가 통제할 수 없는 시장환경의 변동 및 위험 등의 불확실성으로 인해 회사의 실제 영업실적 결과와 일치하지 않을 수 있음을 유의하시기 바랍니다.

마지막으로 본 자료는 투자자들의 투자판단을 위한 참고자료로 작성된 것이며,
당사는 이 자료의 내용에 대하여 투자자 여러분에게 어떠한 보증을 제공하거나 책임을 부담하지 않습니다.



The First & Best
KIDS CATEGORY SHOP



01

Business Analysis

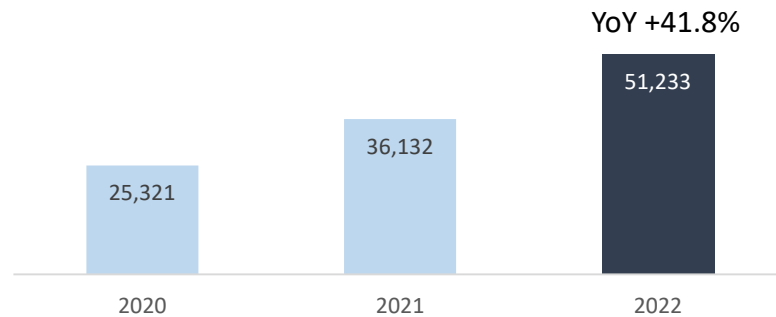
- 01. 2022년 영업실적(연결)
- 02. 2022년 실적 Summary(매출/영업이익)
- 03. 2023년 실적 전망



2022년 영업실적(연결)

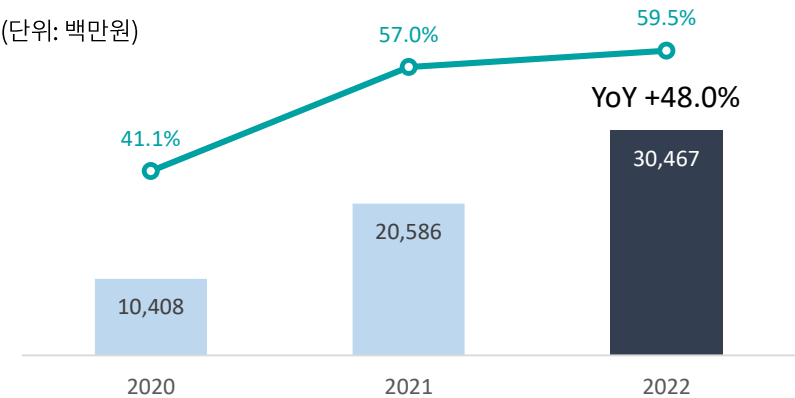
매출액

(단위: 백만원)



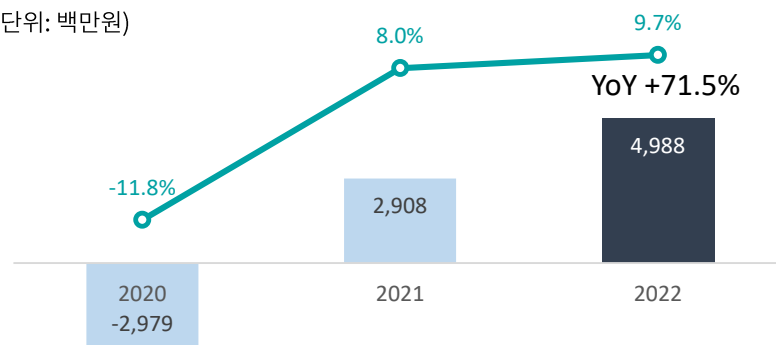
매출총이익(율)

(단위: 백만원)



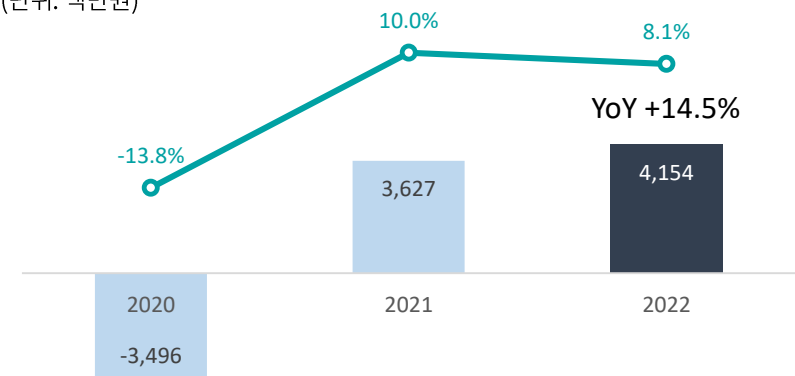
영업이익(율)

(단위: 백만원)



당기순이익(율)

(단위: 백만원)



2022년 실적 Summary(매출/영업이익)

1 Business Analysis 

✓ 시즌별 신규브랜드 런칭으로 포트폴리오 강화

- 신규브랜드 Meduse(SS)와 Ozuggwear(FW) 런칭으로 매출 확대

✓ 카테고리 다각화

- 의류, 화장품, 교구 등으로 유아동 카테고리 확장에 따른 매출 확대

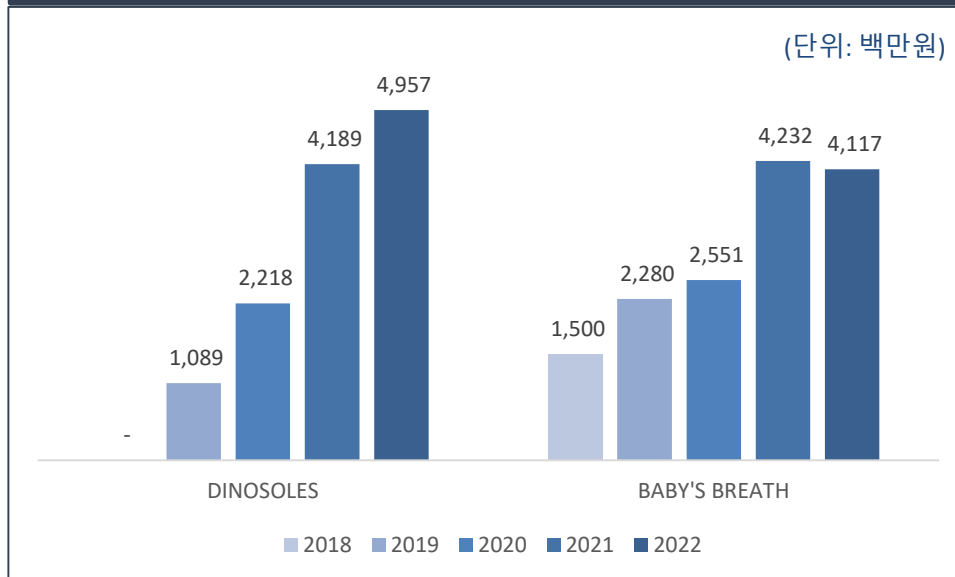
✓ 자사브랜드 성장이 수익성을 견인

- Dinosoles, Baby's Breath 등 자사브랜드 매출 비중 확대에 따른 이익률 향상



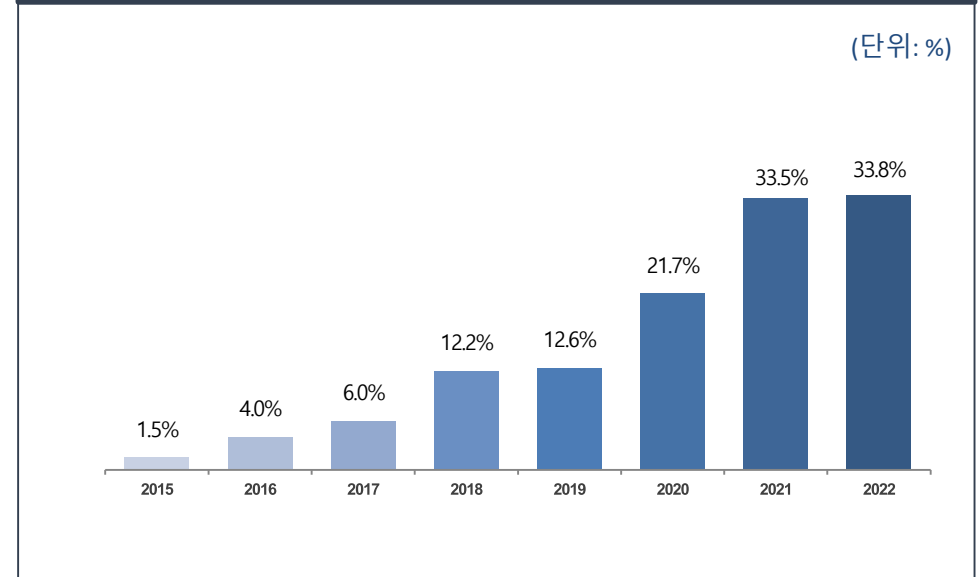
자사브랜드 매출액(별도)

(단위: 백만원)



매출액(별도) 중 자사브랜드 비중

(단위: %)



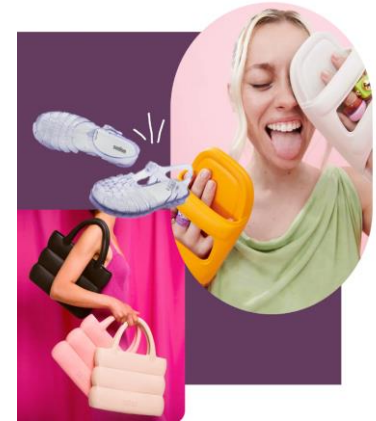
2023년 실적전망

1 Business Analysis 

✓ 어려운 대외환경속에서도 전년비 매출 확대 예상

✓ Melissa & Mini Melissa 국내 독점 계약 체결

- 글로벌 성인과 아동 브랜드의 확보를 통해 매출을 견인 할 것으로 예상
- Melissa, Mini Melissa, Melissa Sun 3개 브랜드 런칭
- 장기간 국내 독점계약으로 안정적인 브랜딩과 매출 확대 전략 가능



✓ Shu Shu & Sassy 매출 가시화 & 토탈 브랜드화

- 립 크레용, 스파 버블, 마스크팩, 워터 네일 등 7종 출시
- 2023년 12월 가방 출시 / 2024년 2월 의류, 용품 출시
- 키즈 스파 공간을 추가해 새로운 체험공간을 제공



✓ 토박스 해외 진출의 교두보

✓ 싱가포르 진출을 통한 동남아 시장 거점

- 2023년 4월 25일 싱가포르 현지법인(TOEBOX SG PTE. LTD) 설립 완료
- Shopee/Lazada 등 싱가포르 온라인 쇼핑몰 입점 예정
- 2023년 7월 15일 싱가포르 탕린몰 매장 오픈 예정
- GWC, 파라곤 쇼핑센터 등 주요 쇼핑몰 입점 계획
- 토박스(슈즈), 스타일노리터(의류), 슈슈앤썬시(코스메틱 등)의 복합매장



✓ TOEBOX SG 법인총괄 : 한재경 이사 (Han, Jae-Kyung)

- Nationality : Korean / Singapore Permanent Resident
- Bachelor of Science in Economics
- The Wharton School, University of Pennsylvania, Philadelphia, US
- Dual Concetration in Finance and Marketing
- Mar. 2023~ General Manger, TOEBOX SG
- 2017~2020 TPU FairPrice Co-Operative Ltd, Singapore
- 2011~2017 Lotte Strategy & Insight Center, Korea
- 2007~2008 Samsung Electronics Co.,Ltd, Korea





The First & Best
KIDS CATEGORY SHOP



02

Investment Highlight (1)

- 01. 회사개요 및 브랜드 포트폴리오
- 02. 오프라인 유통채널
- 03. 온라인 유통채널
- 04. PB브랜드
- 05. 홀세일 유통망

“
텐포켓 시대의 골든키즈를 위한
프리미엄 슈즈 플랫폼
 ”

TOE BOX

Concept

국내 최초
 프리미엄 유아동 슈즈 셀렉숍

트렌디한 프리미엄 슈즈 브랜드 플랫폼

Brand

전 세계에서 검증 받은
 최신 트렌드의 프리미엄 브랜드 보유

Cienta, Melissa, Ozuggwear 등 독점브랜드
 Baby's Breath, Dinosoles 등 자사브랜드 보유

Channel

온/오프라인을 아우르는
 유통 채널 확보

유아동 슈즈 셀렉숍 중 최다 오프라인 매장 보유
 프리미엄 온라인쇼핑몰 및 자사몰 보유

“TOEBOX KOREA is”

2012년 1월에 설립한 토박스는 유아동 신발을 한곳에 모은 플랫폼입니다.
현재 전세계 약 30여개의 브랜드를 전국 125개 매장에서 리테일 비즈니스를 전개하는 회사입니다.

회사개요

회사명	(주)토박스코리아 [KR215480]
대표이사	이선근(1974)
설립일	2012년 1월 18일
자본금	48 억원
임직원수	36 명
자회사 현황	(주)스타일노리터, (주)토박스랩
사업영역	아동 패션, 스킨케어 등
시가총액 (2023.05)	448 억원
연결 매출액 (22Y)	512.3 억원 (Ex-VAT)
연결 영업이익 (22Y)	49.8 억원 (9.7%)
연결 당기순이익 (22Y)	41.5 억원 (8.1%)

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



국내 유아동 셀렉샵 중 최다 매장 보유

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

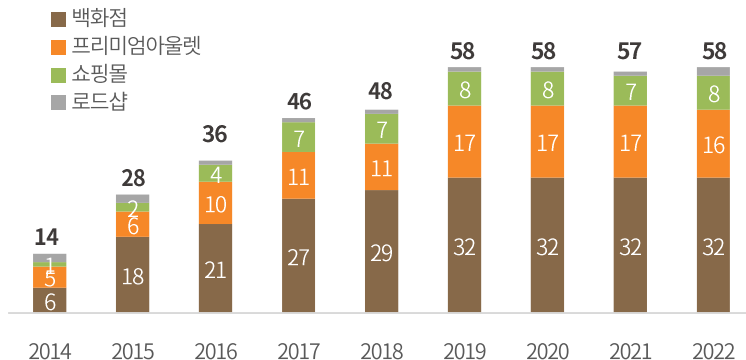
오프라인 유통채널

국내 주요 백화점, 프리미엄 아울렛, 쇼핑몰 등 입점

✓ 토박스 매장은 2023년 5월 기준 58개

- 핵심 거점에 위치한 주요 Major 백화점 입점 확대
- 프리미엄 아울렛 및 쇼핑몰 입점 확대
- 2023년에도 비슷한 수준으로 유지

✓ 오프라인 매장 | 프리미엄 유통채널 관리에 주력



✓ 서울, 경기 등 수도권을 비롯한 전국적 매장 보유

Seoul (12)

Incheon & Gyeonggi (21)

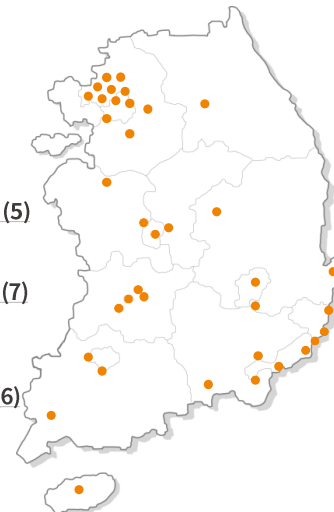
Daejeon & Chungcheong (5)

Daegu & Gyeongsang-do (7)

Gwangju & Jeolla-do (6)

Busan & Ulsan & Namak (6)

Jeju (1)



‘수익성을 고려한 기존매장 리뉴얼 이전’
“비효율 매장 정리 / 효율 개선”

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

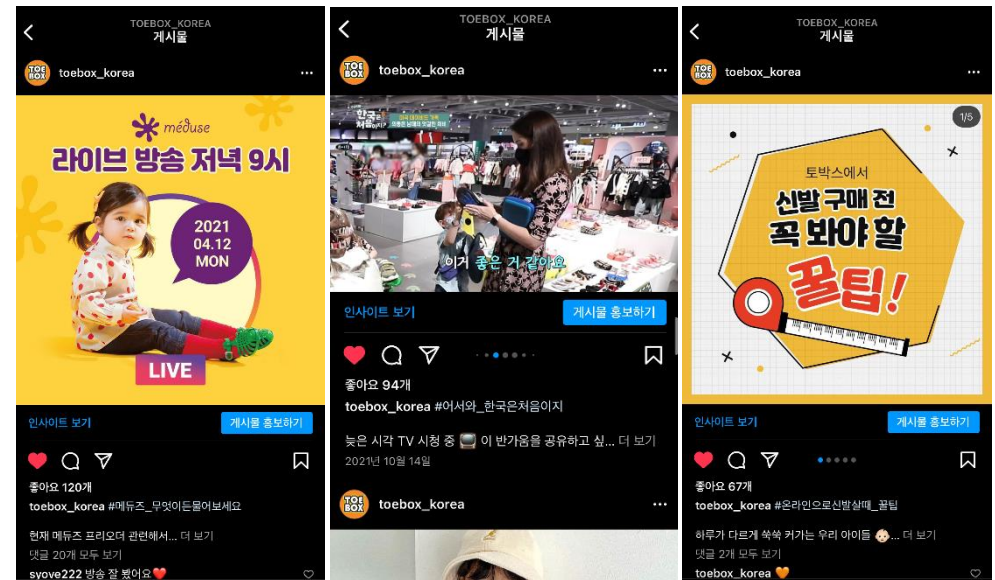


- 라이브커머스를 통한 고객 커뮤니케이션 창구 확대
- 지속적인 인플루언서 및 연예인 제품 시딩 진행
- 광고 매체 별 마케팅 별도 진행으로 전환매출 및 ROAS 효율 상승
- 시즌에 맞는 신규 마케팅 시도 및 콘텐츠 제작으로 브랜드 인지도 제고

외부몰 | 채널별 마케팅 활동을 통한 매출 안정화

쇼핑몰 | 프리미엄 종합쇼핑몰 매출 확대

- 주요 백화점과 연계된 인지도가 높은 프리미엄 종합쇼핑몰 매출 확대



프리미엄 컨셉의 자사브랜드 지속 출시, 매출 성장 및 수익성 향상

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

보유 역량

자사브랜드



상품개발 및 디자인 역량

CEO를 비롯한 자체 MD역량 보유
전문 디자이너로 구성된 디자인팀

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



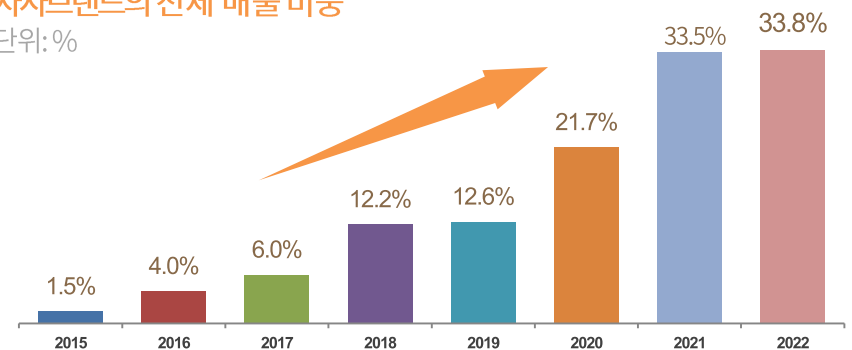
The First & Best
KIDS CATEGORY SHOP

확대 전략

출시 브랜드 제품라인업 확대

- 수입 상품구성중 비어있는 카테고리에 상품별 ITEM기획
- 기획에 맞춘 샘플링 및 오더 진행
- 시즌 ITEM PLAN에 따른 스타일별 생산 계획 수립
- 상표권 인수를 통한 자사브랜드 확대
- 공룡 패키지 연계 및 주라기시대 체험공간을 통한 옴니채널
- 의류, 모자 등의 카테고리 확장

자사브랜드의 전체 매출 비중
단위: %



‘2023년 전체 매출의 40% 달성 목표’
“유아동 토탈 전문기업으로 성장 토대 마련”

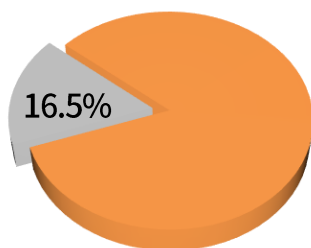
홀세일 판매로 매출 성장 및 수익성 향상

자사브랜드 및 독점 브랜드 홀세일로 수익성 극대화, 해외 진출

홀세일 운영 주요브랜드



홀세일 매출 비중



2022.12.31 기준

오프라인 채널



온라인 채널

coupang

MUSINSA

W.CONCEPT

해외 채널





The First & Best
KIDS CATEGORY SHOP



02

Investment Highlight (2)

- 01. 카테고리 확대 전략
- 02. 사업 다각화를 통한 외형확대

시장성 높은 유아동 용품으로 카테고리 확대 본격화

프리미엄 컨셉에 맞는 다양한 상품 카테고리군 지속 출시로 미래성장동력 확보

유아동 화장품

- 어린이 전용 코스메틱 브랜드 '네일메틱'
- 유아동화장품 PB브랜드 'Mon Jour' 런칭
- 프리미엄 아동 스킨케어, 선크어, 색조 네일 브랜드 'Shu Shu & Sassy'



자체제작

M&A

키즈 의류 브랜드 인수

- 2021년 '스타일노리터' 지분70% 인수 및 잔여지분 인수 예정
키즈 의류 전개를 위한 인수 전략



- 인수회사를 통한 신규 이너웨어 'Mon Jour' 전개



자체제작

M&A

PB 브랜드 런칭 가속화

- 여아 구두 'Baby's Breath' 런칭
- 니치마켓 'MINIWIZ' 런칭
- 국내 상표권 인수를 통한 공룡 신발 'Dinosoles' 런칭



자체제작

M&A

독점유통

트렌디

유니크



유아동 완구, 모빌리티

- '마이크로 킥보드'와 제휴
킥보드 No.1 브랜드

- 자석 교구 '맥포머스'와 제휴



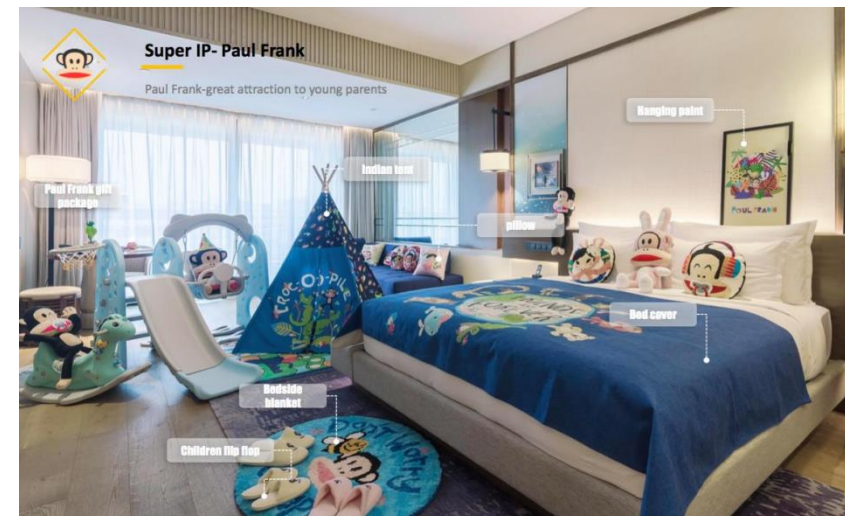
제휴

토박스코리아 사업다각화 전략

	TOEBOX	Shu Shu & Sassy	STYLENORITER KIDS & JUNIOR
카테고리	신발, 액세서리	화장품, 의류, SPA	의류
목표 매장수(개)	65	35	70
타겟 나이대(세)	2 ~ 10	3 ~ 7	8 ~ 13
성장전략	Develop	M&A + Develop	M&A

- Key Highlight

- ✓ 01. 아동 의류 브랜드 '스타일노리터'와의 시너지 창출
- 02. 핵심역량인 신규브랜드 도입
- 03. 전략 PB브랜드들의 비중 확대
- 04. Shu Shu & Sassy 런칭





The First & Best
KIDS CATEGORY SHOP



03

Appendix

- 01. 요약 연결 재무제표
- 02. 요약 별도 재무제표
- 03. ESG 경영
- 04. 스타일노리터



요약 연결재무제표 Summary



재무상태표

단위:백만원

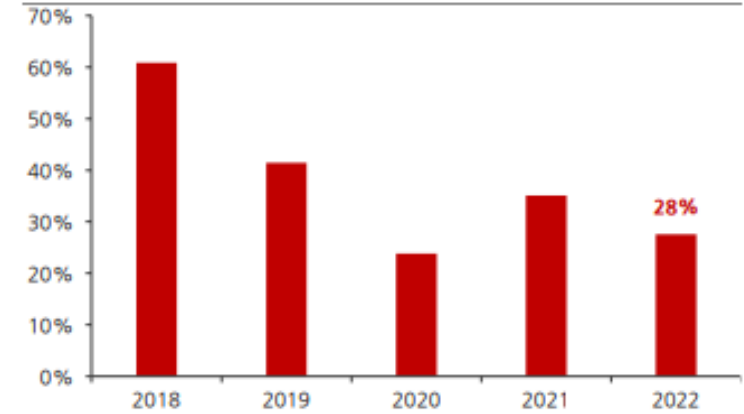
구 분	2022	2021
유동자산	31,536	29,804
비유동자산	10,044	8,558
자산총계	41,580	38,362
유동부채	8,974	6,256
비유동부채	199	3,710
부채총계	8,993	9,966
지배기업의소유지분	30,530	26,596
자본금	4,807	4,807
자본잉여금	22,839	22,839
기타자본	(2,473)	(2,450)
이익잉여금	5,357	1,400
비지배지분	2,057	1,799
자본총계	32,587	28,396

손익계산서

단위:백만원

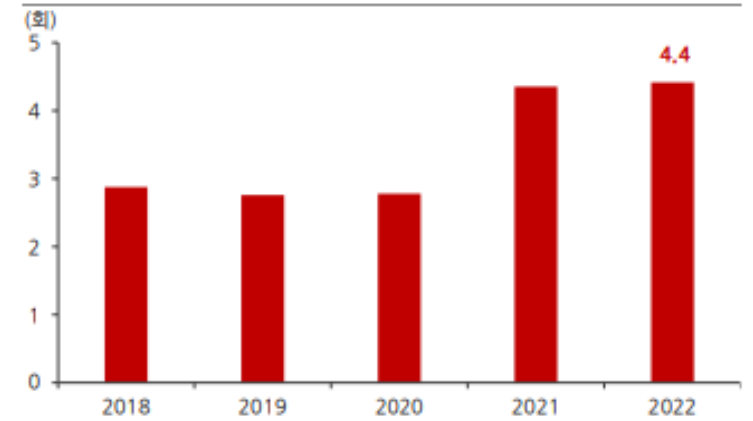
구 분	2022	2021
매출액	51,232	36,131
매출원가	20,765	15,545
매출총이익	30,467	20,585
판매비와관리비	25,479	17,677
영업이익	4,987	2,907
세전이익	4,904	3,529
당기순이익	4,154	3,627
매출원가율	40.5%	43.02%
영업이익률	9.73%	8.05%

토박스코리아 부채비율 추이



* 부채비율: 부채 / 자기자본

토박스코리아 재고자산회전율 추이



* 재고자산회전율: 매출액 / 평균재고자산

“ 토박스코리아는 **환경과 아이들을** 최우선의 가치로 생각합니다. ”

1. 친환경 아웃솔 신발 브랜드 'BABY'S BREATH'
2. 화학물질 처리를 하지 않은 유아용 신발 브랜드 'CIENTA' 제품
3. 동물성 원료 등을 사용하지 않는 100% 비건 제품 'MON JOUR'
4. 독립성 및 전문성을 갖춘 경영학 교수를 사외이사로, 회계사를 감사로 선임
-> 내부통제 및 회사에 대한 견제와 감시를 강화
5. 최대주주의 추가 지분 취득으로 안정적인 경영권 확보와 자사주 취득을 통한 주주가치 제고
6. 놀이터 재조성 사업



- 기후변화 및 탄소 배출
- 환경오염 및 환경규제
- 생태계 및 생물 다양성



- 데이터 보호 및 프라이버시
- 인권, 성별 평등 및 다양성
- 지역사회 관계



- 이사회 및 감사위원회 구성
- 뇌물 및 반부패
- 기업윤리



Yeongdeungpo-Gu, Yangnam Playground, 2018



Guro-Gu, Samgak Playground, 2016

Green Trade World

모든 씨엔타 제품은 "Green Trade World" 인증을 받았습니다.

이 것은 이 제품이 환경과 인간에게 영향을 미칠 수 있는 어떠한 유해 물질도 사용하지 않는 제품이라는 것을 의미합니다.



#국내최초 EVE 비건 유아동 스킨케어
#유아부터_성인까지 온가족이 함께 사용하는

몽주르의 전 제품은 엄격하고 까다로운 프랑스 EVE VEGAN 인증을 획득했습니다.
원료부터 패키징까지 오직 식물성 원료만을 사용해
우리 아이가 믿고 안심하고 사용할 수 있도록 까다롭게 만들었습니다.
몽주르는 안전하고 건강한 제품만 판매합니다.



회사개요

브랜드명	스타일노리터
전개사(대표자명)	(주)스타일노리터
창립연도	2011년
브랜드 콘셉트	트렌디하고 데일리한 아동 스타일링 제안
타겟 연령	3~14세
여아 : 남아 비중	80:20 여아 타겟 외류
주요 상품 가격대	상외: 1~3만원대 / 아우터류: 4~10만원대 하외: 1~4만원대 / 액세서리: 1~2만원대
유통 채널	오프라인: 60개 매장 보유 온라인: 공식 자사몰
2023년 매출 목표	300억 내외
홈페이지 / SNS	홈페이지 - https://www.stylenoriter.co.kr - SNS (인스타그램): @stylenoriter

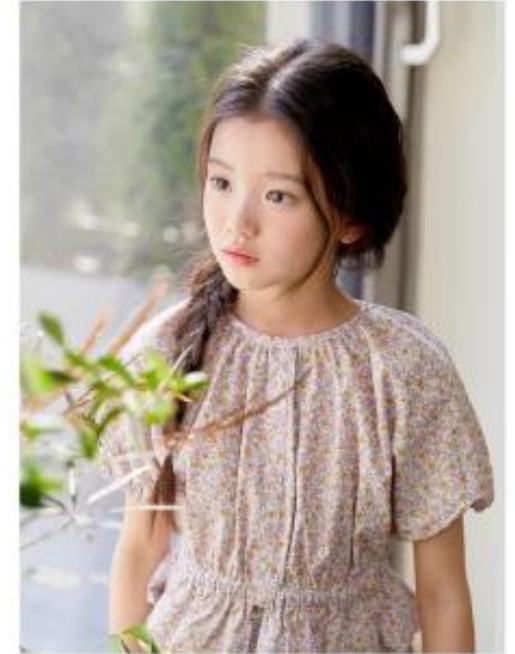


STYLENORITER KIDS & JUNIOR

스타일노리터는 키즈와 주니어까지 고른 인기를 얻으며 성장하고 있다. 2011년 온라인 쇼핑몰 런칭 이후 품질 대비 합리적인 가격대와 데일리한 이미지, 여기에 트렌디한 패션을 제안하며 브랜드 아이덴티티를 확고히 한 점이 탄탄한 매니아층을 확보한 요인이다.

지난 2021년 토박스코리아와 M&A를 통해 새로운 성장을 맞은 스타일노리터는 시스템 체계화와 운영 효율을 강화에 주력을 두고 있다. 물류 시스템 재정비로 운영 대응력을 높였으며, 매장 인테리어 매뉴얼을 개선하며 오프라인 매출 확장 또한 활성화 할 계획이다.

아울러 언택트 시대에 맞춰 마케팅 활동도 강화하고 있다. 공식 인스타그램을 통한 다양한 온라인 프로모션을 전개하고 매주 라이브방송을 진행하는 등 고객과의 커뮤니케이션을 창구를 넓혀 브랜드 인지도를 확장 할 예정이다.



요약 손익계산서

(단위 : 백만원)

구분	2022	2021	2020	2019	2018
매출	21,424	20,633	16,561	18,387	16,704
영업이익	1,075	1,163	1,188	1,051	904
당기순이익	835	979	1,045	922	216
영업이익률	5.0%	5.6%	7.2%	5.7%	5.4%
당기순이익률	3.9%	4.7%	6.3%	5.0%	1.3%





감사합니다