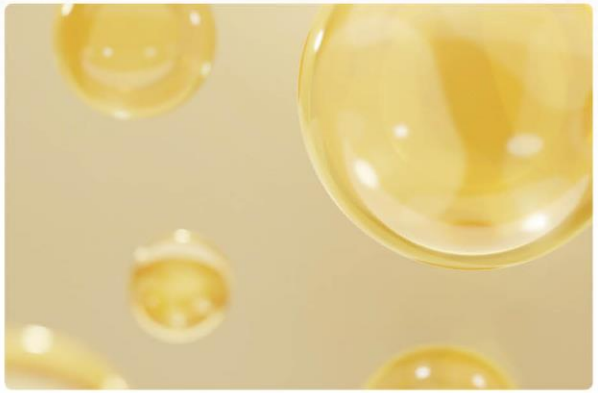
ma:nyo

as you wish, *skin wizard*

피부 고민, 원하는 대로. 스킨 위저드 마녀공장

as you wish, *skin wizard*



ma:nyo

TABLE OF CONTENTS

01 2023년 상반기 실적
02 국내 사업 현황
03 해외 사업 현황
04 하반기 주요 전략

01 2023년 상반기 성과

ma:nyo

매출: 472억원 (YoY: +50억원, +11.7%), 영업이익: 72억원 (YoY: -28억원, -28.1%)

→ 광고선전비 증가: 브랜드 및 제품 광고 투자 확대 (YoY: +30억원)

→ 오프라인 채널 전환: 매출원가 증가 & 판매수수료 및 물류비 감소

(단위: 백만 원, 천 개)

구 분	2022 1H			2023 1H			YoY (%)	
	금액	매출비중	수량	금액	매출비중	수량	금액	수량
매출액	42,216	100.0%	4,311	47,173	100.0%	5,617	11.7%	30.3%
국내	17,955	42.5%	2,608	21,584	45.8%	3,101	20.2%	18.9%
해외	24,261	57.5%	1,703	25,589	54.2%	2,516	5.5%	47.7%

구 분	2022 1H	이익률	2023 1H	이익률	YoY (%)
영업이익	10,045	23.8%	7,220	15.3%	-28.1%
국내	3,516	19.6%	2,094	9.7%	-40.4%
해외	6,529	26.9%	5,126	20.0%	-21.5%
당기순이익	6,175	14.6%	5,026	10.7%	-18.6%

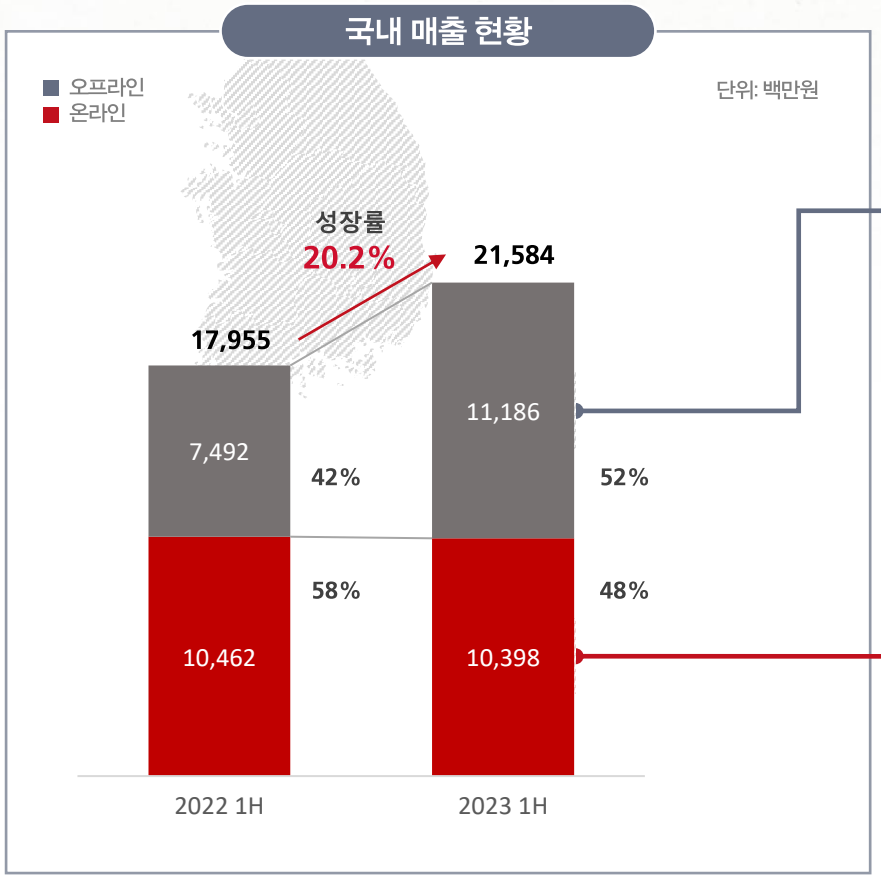
주: K-IFRS 연결재무제표 기준

02 국내 사업 현황

ma:nyo

매출: 216억원 (YoY: +36억원, +20.2%), 영업이익: 21억원 (YoY: -14억원, -40%)

→ 광고 홍보 활동 등 투자 확대를 통한 외형 성장 추진



오프라인 채널 확대

- 매출: 112억원 (YoY: +49.3%)
  - 출고수량 49% 증가
- 올리브영 매출: YoY +41.1%
- 판매 채널 확대: 국군복지단, GS25 등
- 입점 품목 확대: Costco, Traders, E-mart 등

온라인 채널 내 매출 편중 현상 심화

- 매출: 104억원 (YoY: -0.6%)
  - '22년 6월 네고왕 제외시 매출 +12.7% / 출고수량 +14.9%
- 쿠팡 매출 대폭 성장: YoY +65.5%
  – 타 채널 매출 감소 → 매출 및 영업이익 감소
- 온라인 판매 채널 매출 분산 추진: SSG 닷컴(업무제휴협약), Naver Shopping, 공식몰에서 온라인 최저가 및 익일 배송 서비스 개시 ('23. 8월)

03 해외 사업 현황 (1/6)

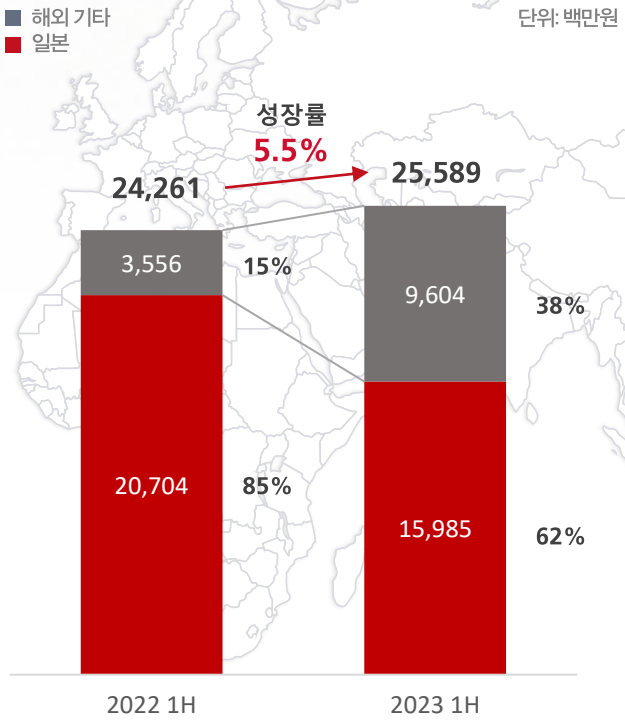
ma:nyo

매출: 256억원 (YoY: +13억원, +5.5%), 영업이익: 51억원 (YoY: -14억원, -21.5%)

→ 일본은 오프라인 채널 전환으로 매출 감소

→ 중국/미국 등 가파른 매출 성장

해외 및 지역별 매출



단위: 백만원

구 분	2022 1H	매출 비중	2023 1H	매출 비중	YoY
해외 매출액	24,261	100.0%	25,589	100.0%	5.5%
일본	20,704	85.3%	15,985	62.5%	-22.8%
기타	3,556	14.7%	9,604	37.5%	170.0%
중국	332	1.4%	4,553	17.8%	1271.8%
미국	665	2.7%	1,886	7.4%	183.5%
아시아	1,401	5.8%	1,736	6.8%	23.9%
유럽	1,158	4.8%	1,428	5.6%	23.2%

출고 수량

단위: 천개

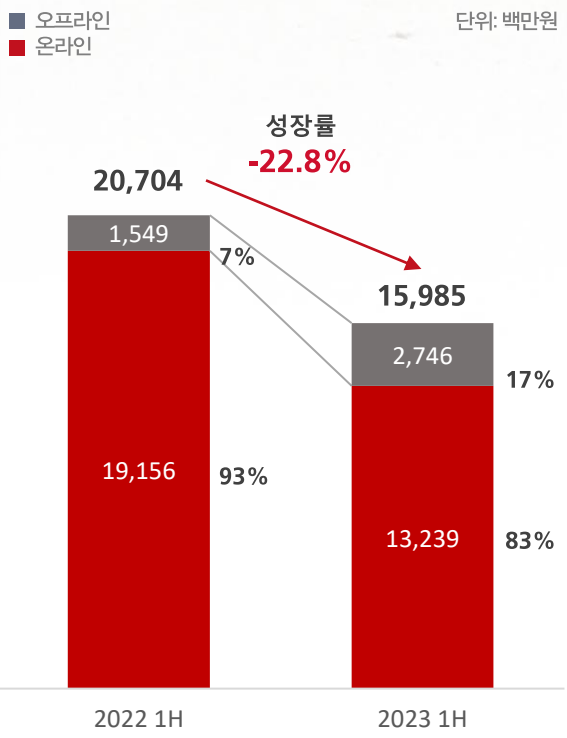
구 분	2022 1H	수량 비중	2023 1H	수량 비중	YoY
해외 출고 수량	1,703	100.0%	2,516	100.0%	47.7%
일본	1,123	65.9%	1,175	46.7%	4.7%
기타	581	34.1%	1,341	53.3%	130.9%

03 해외 사업 현황 (2/6) – 일본

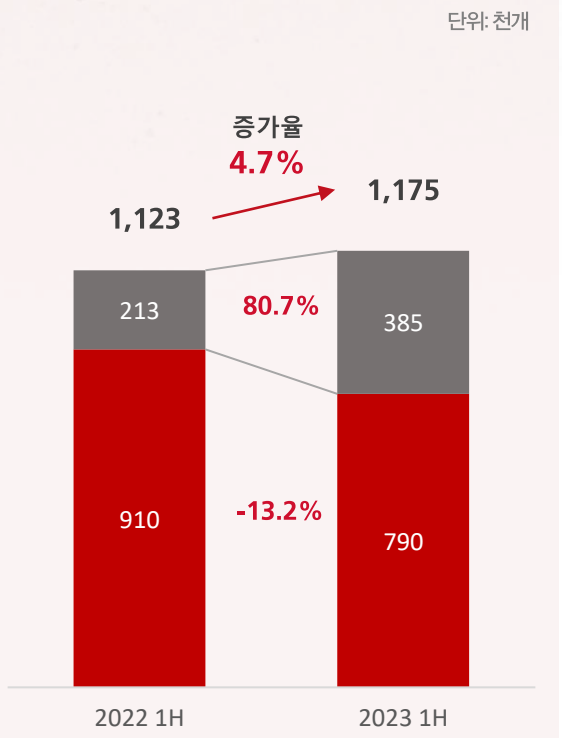
ma:nyo

오프라인 채널 전환을 통한 일본 시장에서 확고한 시장 점유율 확보 기대

매출 현황



출고 수량



주요 내용

- 매출: 160억원 (YoY -22.8%)
  - 오프라인 채널 전환으로 물량 증가에도 불구하고 매출액은 감소
- 온라인 채널
  - 큐텐: 할인율 증가, 물량 감소
  - 라쿠텐: 완만한 성장
  - 아마존: 성장 가속
- 오프라인 채널 전환
  - 돈키호테, Loft, 버라이어티샵, 드럭스토어, 살롱 등 POS 기준 4,500개 입점 완료

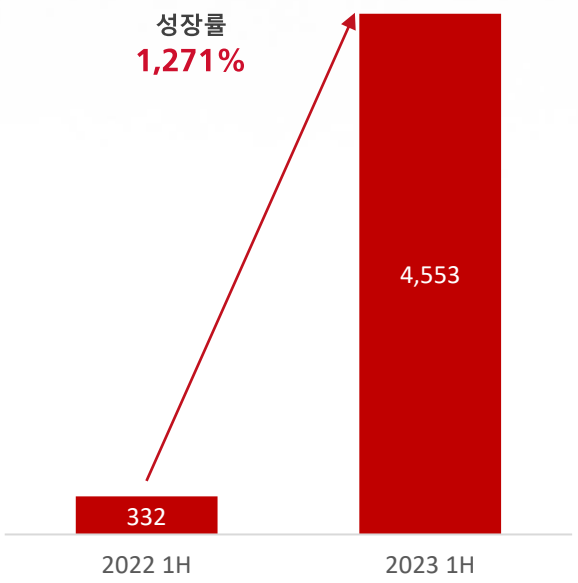
03 해외 사업 현황 (3/6) – 중국

'22년 하반기부터 본격적으로 진행하여, '23년 상반기 매출 성장

ma:nyo

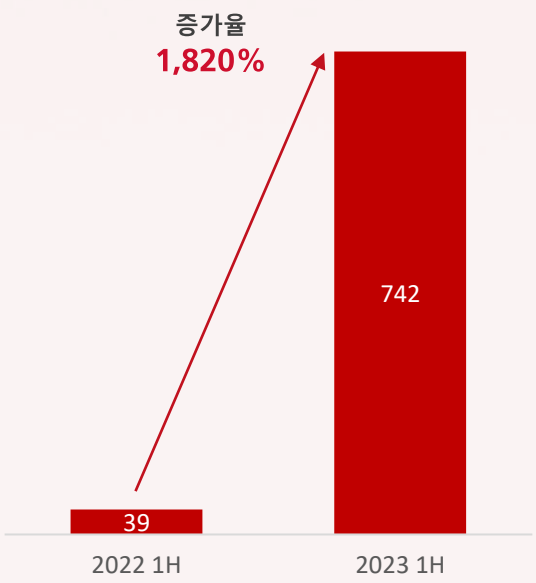
매출 현황

단위: 백만원



출고 수량

단위: 천개



주요 내용

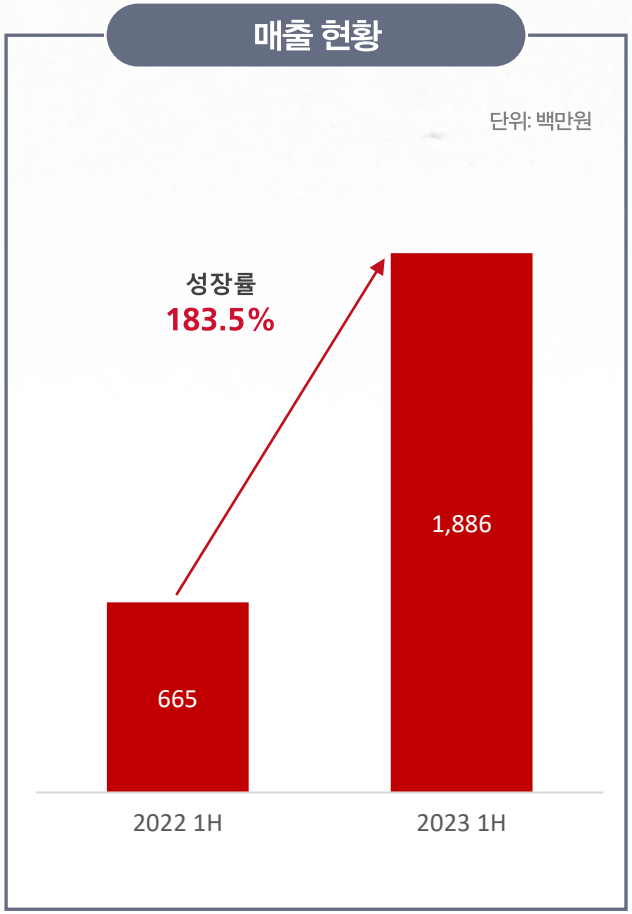
- 매출: 46억원 (YoY +1,272%)
  - 2022년 하반기부터 중국 사업 본격 개시
- 주요 마케팅 활동 일정 하반기로 지연
- 전년 하반기 대비 성장 속도 둔화

03 해외 사업 현황 (4/6) – 미국

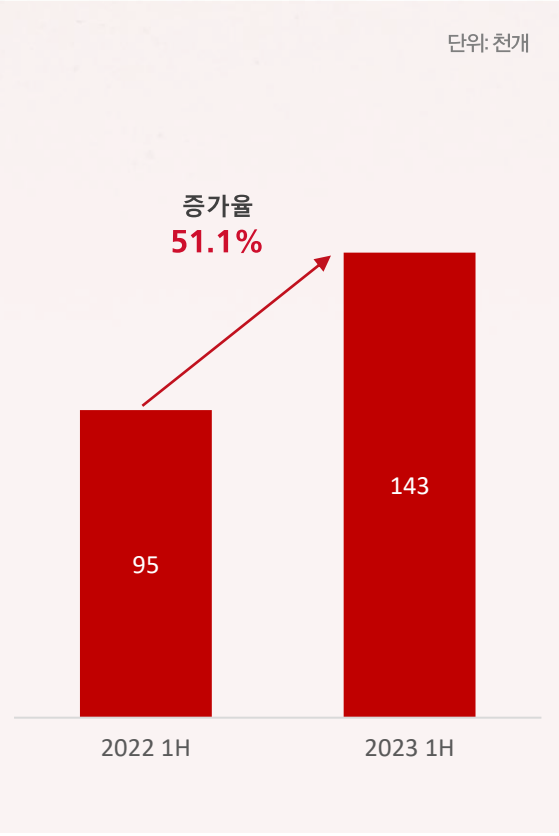
아마존 지속적인 성장

ma:nyo

매출 현황



출고 수량



주요 내용

- 매출: 19억원 (YoY +183%)
- 아마존 매출 성장 (YoY +234%)
  - 프라임 데이 매출 성장
- 신규 입점 채널:
  - Costco(온라인) 하반기 입점 확정
  - Costco Next platform 입점 추진

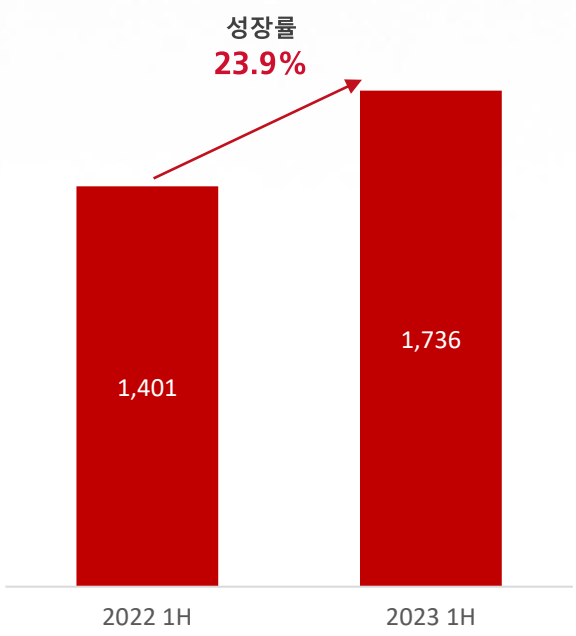
03 해외 사업 현황 (5/6) – 아시아 (일본/중국 외)

ma:nyo

홍콩, 베트남 등 11개국에서 지속 매출 성장 진행 중

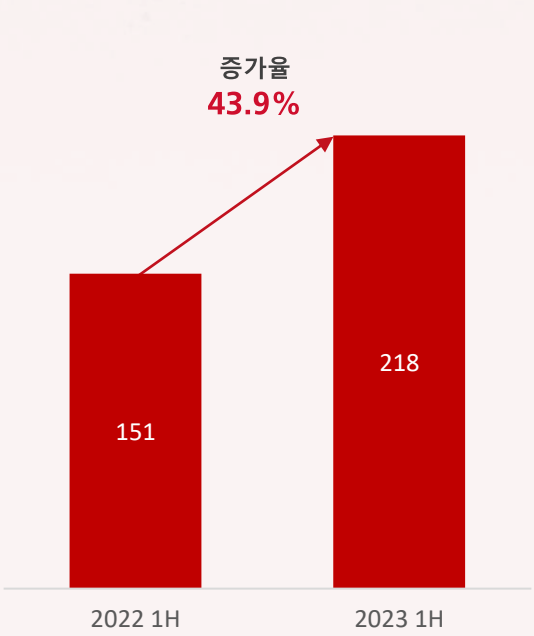
매출 현황

단위: 백만원



출고 수량

단위: 천개



주요 내용

- 매출: 17억원 (YoY +23.9%)
  - 홍콩, 베트남 등 11개국 진출
- 베트남 오프라인(Lam Thao Cosmetics) 2개점 입점 완료
- 신규국가 출시 : 대만, 파키스탄

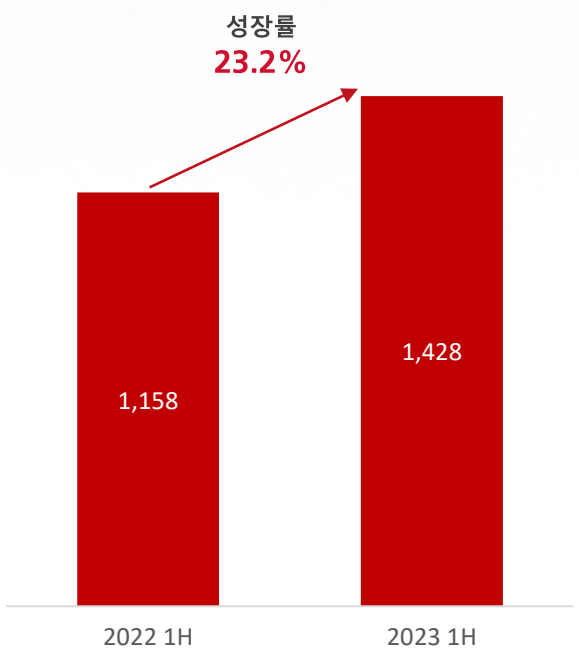
03 해외 사업 현황 (6/6) – 유럽

ma:nyo

불안정한 시장상황에도 불구, 러시아 및 독일 등 유럽 신규 채널 진출

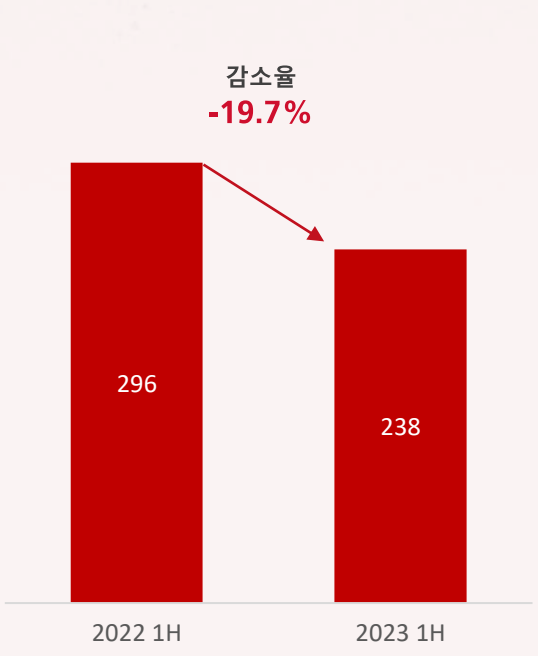
매출 현황

단위: 백만원



출고 수량

단위: 천개



주요 내용

- 매출: 14억원 (YoY +23.2%)
  - 러시아, 독일 등 13개국 진출
- 러시아 (YoY +7.7%)
  - 대표적인 뷰티 전문 H&B 채널 중 하나인 Gold Apple 온, 오프라인 입점 완료
- 유럽:
  - 대표 뷰티 전문 채널 'Notino' 온라인 내 브랜드관 오픈
  - 유럽총판 매출 성장률: YoY +42%
- 신규 채널 입점:
  - 아마존 영국 & 아마존 유럽

04 하반기 주요 전략 (1/3) – 국내

ma:nyo

신제품

딥 클리어 클렌징 밤 (올리브영 전용)

- 100% 비건 레시피로 순하고 강력한 세정력
- 부드러운 퀵 멜팅 셔벗 제형
- 노폐물은 비우고 수분만 채우는 촉촉하고 깔끔한 마무리감

주력제품

판테토인 크림

- 가려움 개선 기능성
- 200시간 보습 지속력 테스트 완료
- 보습은 채워주고 피부를 보호하는 판테토인™ 함유

비피다 바이옴 콤플렉스 앰플

- 밀도가 다른 탄탄함, 1등 근본 앰플
- 비피다와 마이크로 바이옴을 만나 진화된 2세대 앰플
- 고기능성 저자극 앰플

주요 내용

올리브영

- [딥 클리어 클렌징 밤] 출시 당일 클렌징 부문 판매 랭킹 1위 (전체 랭킹 3위) 달성
- 히더 카밍 패드 히트 제품 만들기
- 하반기 기초: 비피다 바이옴 콤플렉스 앰플 + 판테토인 크림 중점 육성

공식몰

- CRM 프로그램을 통해 고객 관계 강화
- [마법배송]의 성공적 도입 및 안정적 운영을 통해 고객 만족도 향상

온라인 판매 채널

- 판매 채널 구조 조정을 통한 매출 및 손익 개선

04 하반기 주요 전략 (2/3) – 일본, 중국 및 아시아

ma:nyo

신제품

퓨어 클렌징 밤 (일본 전용)

- 한국 클렌징 1위 퓨어 클렌징 오일에 이은 일본 전용 클렌징 밤 출시
- 14가지 식물성 오일 함유로 촉촉한 마무리
- 초미세먼지부터 워터프루프까지 올인원 딥클렌징

주력제품

갈락 나이아신 2.0 에센스

- 마법같은 2주 미백 톤업 에센스
- 갈락토미세스 발효 여과물 93.69% 함유
- 저온 배양 공법으로 영양 Up! 흡수력 Up!

주요 내용

일본

- 일본 현지 top tier 광고 모델 기용을 통한 공격적 메스 채널 홍보 및 마케팅 강화
- 큐텐 및 라쿠텐 전용 기획세트 및 프로모션 등으로 오프라인과 운영 전략 차별화

중국

- 위생허가 확대
- 리자치, 신바 등 A급 왕홍 라이브 방송 등 홍보 활동 확대

아시아

- 대만, 파키스탄 등 신규 진출 국가 안정적 운영
- 베트남 시장 중점 육성: 롯데마트 등 신규 오프라인 채널 확대

04 하반기 주요 전략 (3/3) – 미국 및 유럽

ma:nyo

신제품

New 선크림

- 끈적임 없이 부드럽게 흡수되는 저자극 선크림
- 빈틈없고 강력한 UV 차단력
- 피부는 물론 바다 환경까지 생각하는 오션프렌들리 선크림

주력제품

V콜라겐 하트핏 앰플

- 단 2주만에 탄력 Up, 쫀쫀한 피부 완성
- 피부 환경을 닮은 비건 콜라겐 추출물 함유
- 페이스 라인 잡아주는 특허 성분 함유

주요 내용

미국

- Target.com 에서의 안정적 운영을 통해 내년 2H 오프라인 출시 추진
- Costco online 에 이은 in line 전개 영업
- K-CON 팝업 스토어 운영으로 브랜드 인지 확산 및 홍보 강화
- 미주/유럽향 선크림 신규 개발 및 공격적 마케팅

유럽

- 아마존 영국 및 독일 안정적 매출 확보
- 현지 니즈에 맞추어 CPNP 추가 진행
- 러시아: Gold Apple 안정적 운영, 지속적 성장을 위한 마케팅 강화

as you wish, *skin wizard*

ma:nyo

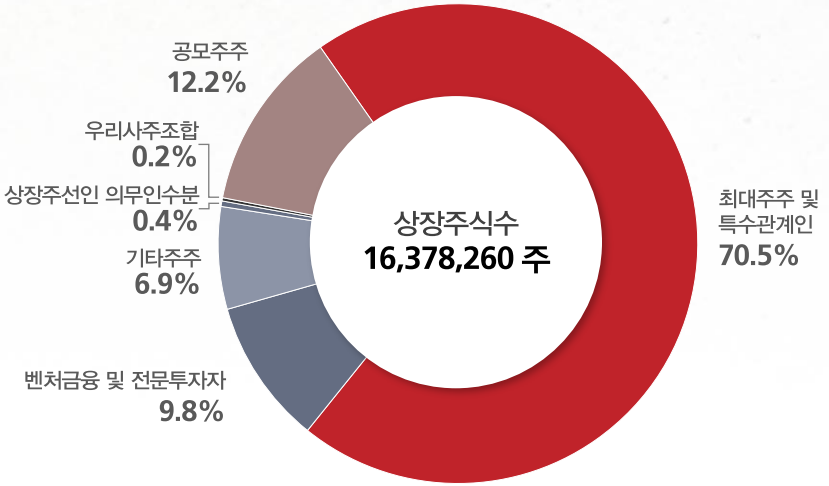
Appendix

01 회사 개요
02 요약 연결재무제표
03 제품 카테고리별 매출

기업 개요

회사명	㈜마녀공장
대표이사	유 근 직
설립일	2012년 03월 02일
자본금	16억 원 (2023년 6월 말 기준)
임직원수	95명 (2023년 6월 말 기준)
사업분야	기타 화학제품 제조업
주요제품	자연주의 기능성 화장품
본사주소	서울특별시 강서구 공항대로 518(등촌동)
홈페이지	www.manyo.co.kr

공모 후 주주구성



•의무보유 관련 사항

주주명	주식수(주)	비중(%)	기간
최대주주(엘앤피코스메틱)	10,951,298	66.9%	상장일로부터 6개월
특수관계인	601,580	3.7%	
벤처금융 및 전문투자자	1,599,090	9.8%	
기타주주	324,432	2.0%	
상장주선인 의무인수분	60,000	0.4%	상장일로부터 3개월
우리사주조합	35,663	0.2%	예탁일로부터 1년
합계	13,572,063	82.9%	

재무상태표

단위: 백만 원

구 분	2022. 12. 31	2023. 06. 30
유동자산	58,350	95,400
비유동자산	4,439	3,934
자산총계	62,788	99,335
유동부채	10,264	9,644
비유동부채	374	227
부채총계	10,638	9,871
자본금	1,432	1,638
자본잉여금	420	31,995
기타자본잉여금	298	804
이익잉여금	50,000	55,026
자본총계	52,151	89,463

주: K-IFRS 연결재무제표 기준

포괄손익계산서

단위: 백만 원

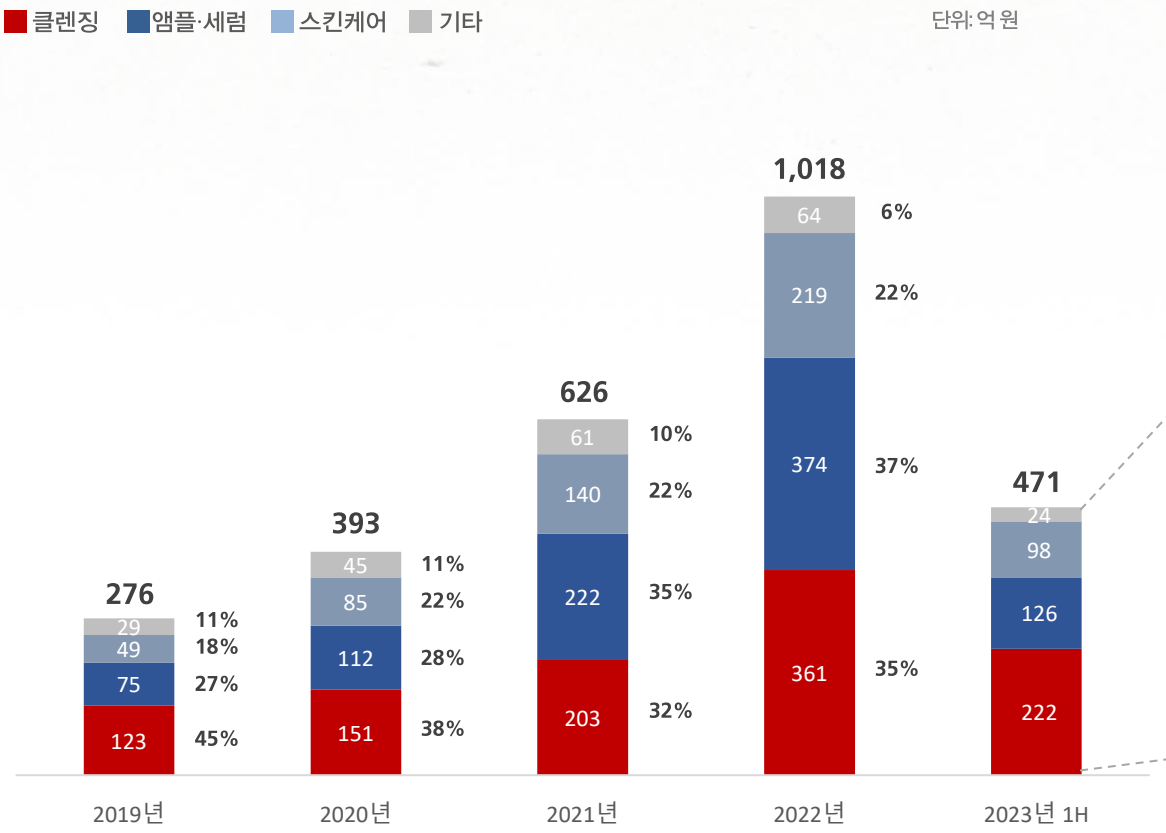
구 분	2022 1H	2023 1H
매출액	42,216	47,173
매출원가	11,482	17,406
매출총이익	30,734	29,766
판매관리비	20,689	22,546
영업이익	10,045	7,220
금융수익	319	1,210
금융비용	1,886	2,007
기타영업외수익	49	356
기타영업외비용	612	401
법인세 차감전 순이익	7,915	6,379
법인세비용	1,740	1,354
당기순이익	6,175	5,026

주: K-IFRS 연결재무제표 기준

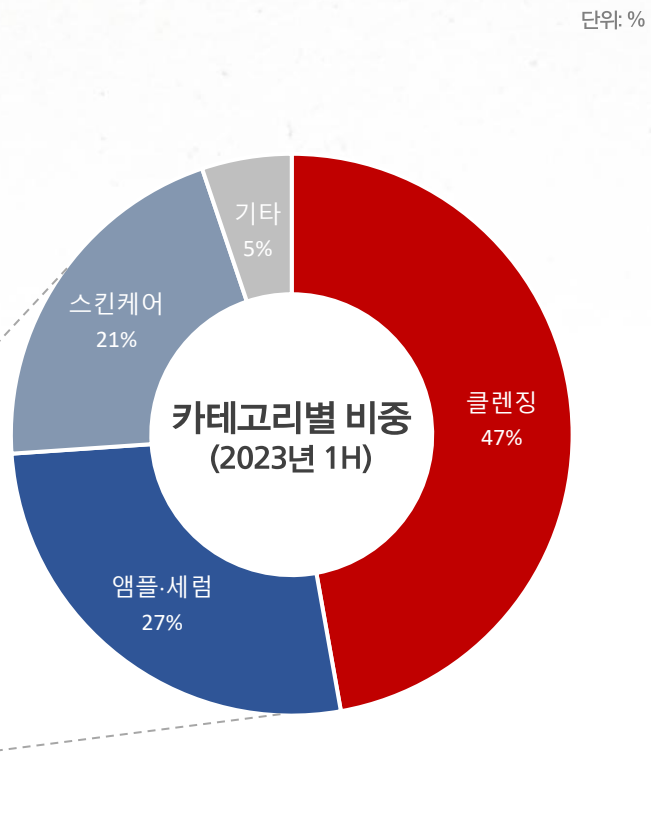
03 제품 카테고리별 매출

제품 카테고리별 안정적 매출 포트폴리오 구축

제품 카테고리별 매출 추이



제품 카테고리별 매출 비중



주: 2019년은 별도재무제표, 2020년 ~ 2023년은 K-IFRS 연결재무제표 기준