



Responsible for beauty

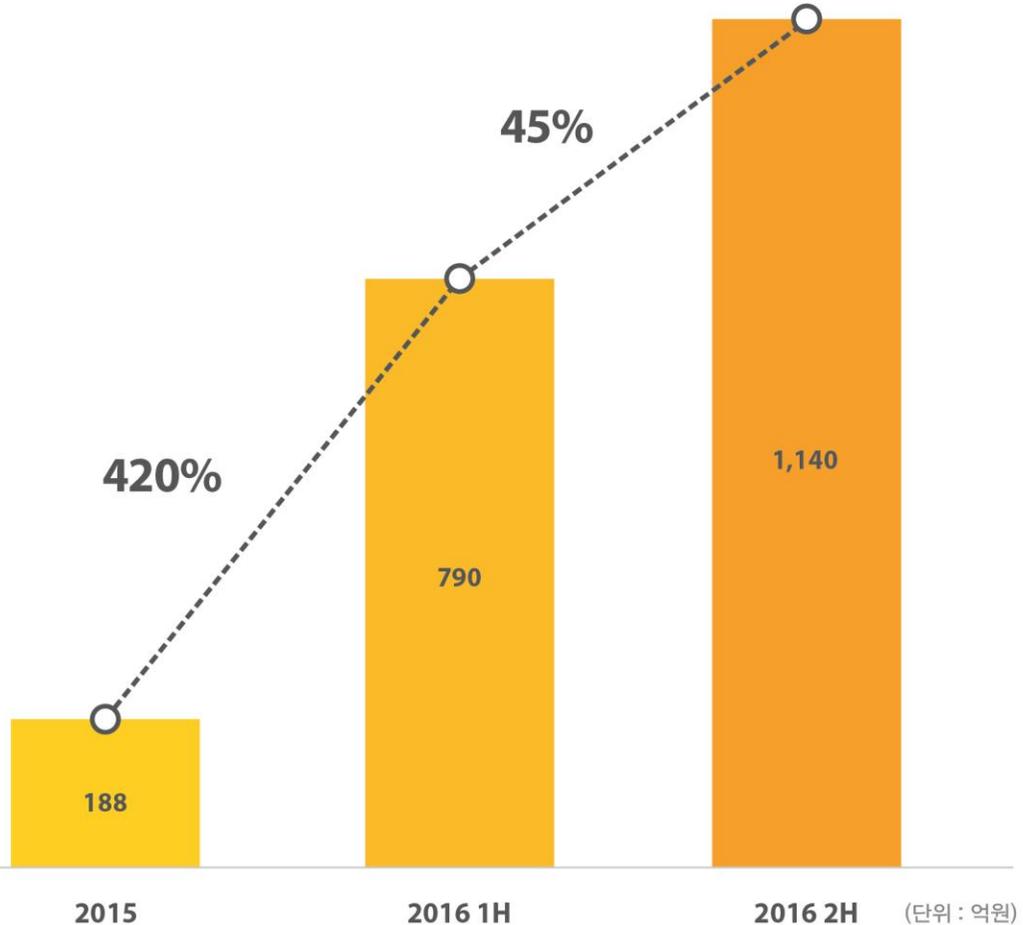
| 2017 |

## 2015년 - 2016년 JAYJUN 매출

(제이준 코스메틱 매출 포함)

“ 2년간 누적매출  
2천억원 돌파 ”

- ✓ 중국내 **브랜드**로 안착
- ✓ (구)SWH 16년 **하반기** 인수







JAYJUN

JAYJUN 시육전경

## 내일 더 빛나는 마스크

**When** 대한민국 여성들의 대표적 피부고민인 피부노화를 근본적으로 해결하고 피부에 젊음과 탄력을 주자는 신념으로 “Responsible for Beauty”(아름다움을 위한 책임)이라는 슬로건으로 출범하였습니다.

**Why** 최고의 원료와 성분으로 차별화된 화장품을 만들어 피부가 젊고 탄력있게 보이게 하는 꿈을 실현하기 위해 노력하고 있습니다.

**What** 성형외과 및 피부과 의료진, 화장품 연구개발의 전문가들과 비타스노우, 블랙물광 마스크팩을 출시해서 미백효과 및 노화를 극복하는 새로운 아름다움을 제시했습니다.

아름다움을 세상에 알리겠다는 확신을 가지고  
항상 최선을 다하는 글로벌 컴퍼니가 되겠습니다.

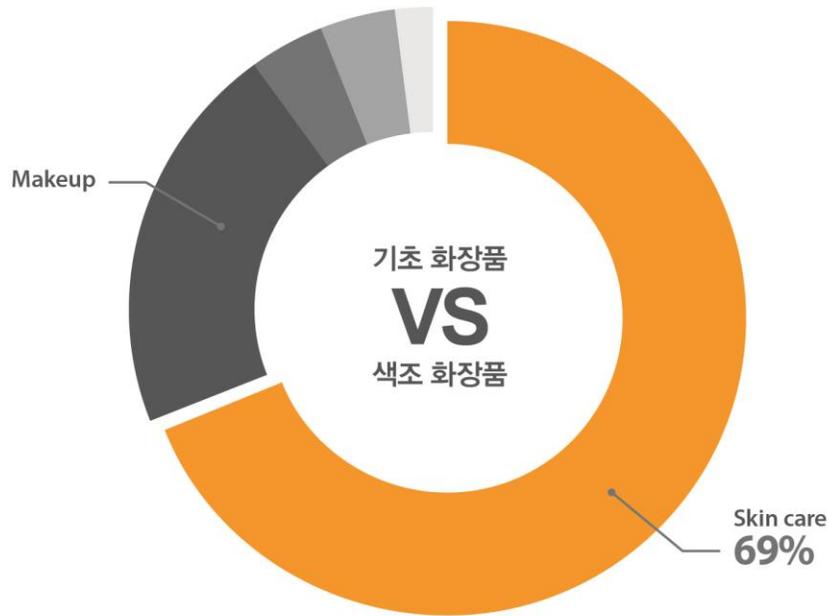
## 02 + Product Line-up



### 03 + Mask Pack Landscape in China

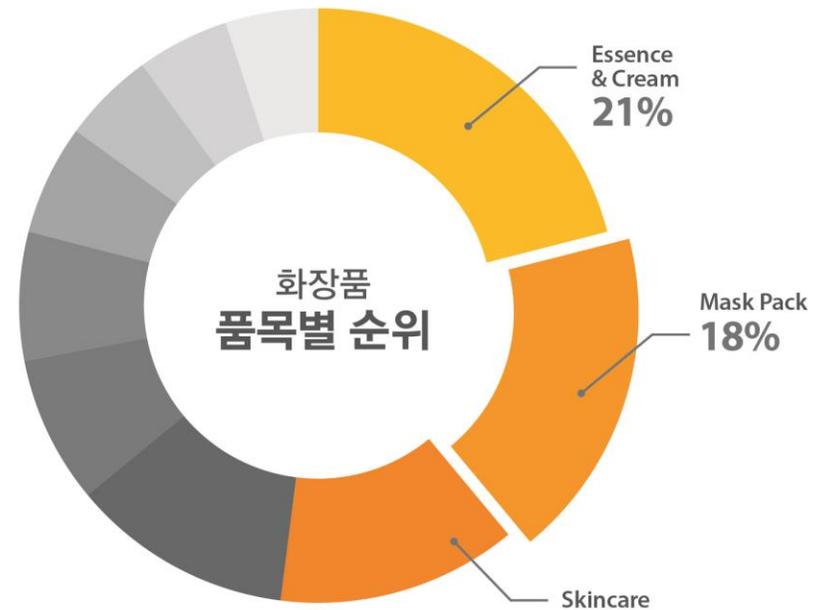
## 중국의 마스크팩 시장 <sup>(1)</sup> : 6조원

10% 소비자 : 연간 6회 이상 재구매 <sup>(2)</sup>  
 중국인 100명 중 45명이 사용하며 매년 26% 성장 <sup>(3)</sup>



● Skincare ● Makeup ● Haircare ● Fragrance ● Other

\*매출기준으로 작성됨 / 출처 : iResearch



● Essence / Cream ● Mask Pack ● Skincare ● Skin Toner ● Cleansing  
 ● Perfume ● BB Cream ● Sun Cream ● Remover ● Base Makeup

\*판매량 기준으로 작성됨 / 출처 : iResearch

04 + It's about culture



마이크커버  
소비량 1위



온천  
목욕문화



마스크팩  
소비량 1위

What makes us so  
**successful?**

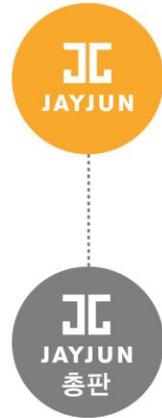
**JG**  
JAYJUN

# 01 + Distribution Channel

## 유통채널

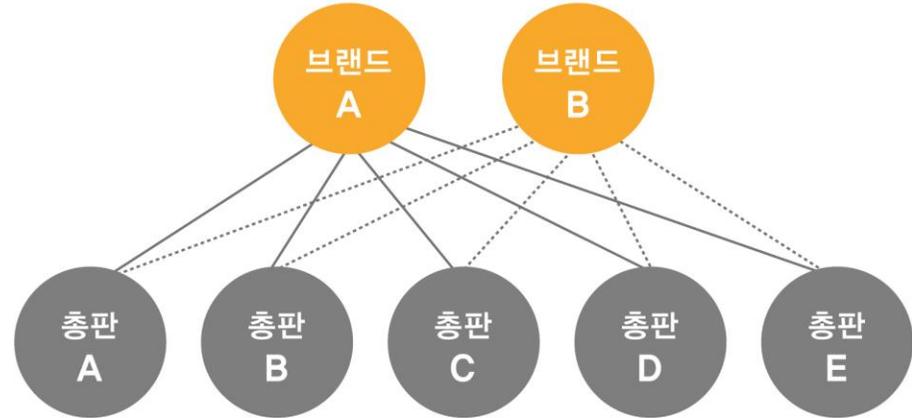
단일총판 시스템을 통해 브랜드 가치방어 및 상생을 통한 성장 도모

제이준 유통구조  
(단일채널)



VS

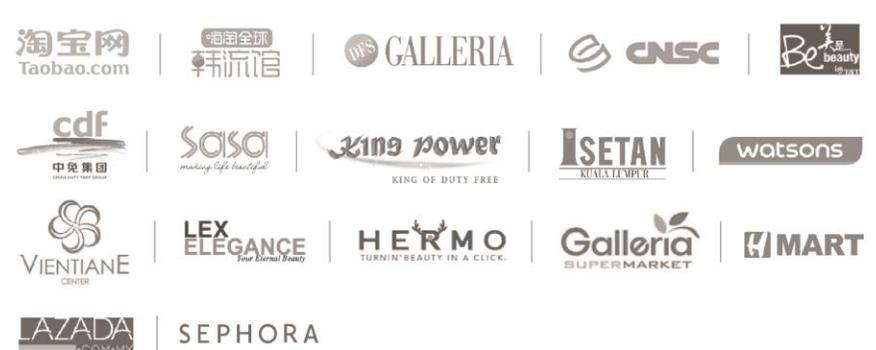
일반적인 유통구조  
(다중채널)



### 국내



### 해외



02 + Unique Design



“중국인들의 시선을 사로잡다”

### 03 + Successful SNS viral marketing



04 + PPL Marketing



중국  
뷰티 프로그램  
OMG



중국  
예능 프로그램  
아빠 어디가



중국판 런닝맨  
달려라 형제



2016  
슈퍼모델  
선발대회지원



JTBC  
드라마 맨투맨  
메인 협찬사



JTBC  
드라마 더패키지  
제작 협찬

다양한 옥외광고를 통해 브랜드 인지도 강화



01  
공항 리무진  
버스 광고

02

KTX 역사  
터치앤고 광고



03  
공항 도로  
야립 광고

04

인천·제주·해남성 산야  
공항 카트 광고



## 06 + Asia Celebrity



 Korea

- 글로벌 아이돌 토티업 '니엘'
- 유튜브 라이브방송 진행



 China

- 중국 대표 예능 오락대본영 MC
- 웨이보 팔로워 : 2천6백만여명



 Thailand

- 태국의 대표 영화배우
- 인스타 팔로워 : 94만명



 Philippines

- 필리핀 대통령 아들

## The New York Times

FASHION & STYLE

### Drew Barrymore Gets Dark Onscreen but Keeps Her Makeup Light

Skin Deep

By BEE SHAPIRO

JAN. 30, 2017

JAN.30.2017



Then I definitely moisturize. The biggest game changer is, no question, Korean beauty. You get all this amazing moisturizing without the oil. I've used really expensive products and really inexpensive products, and most moisturizers break me out. The Korean masks have changed my life. The one I love the most is [JayJun Baby Pure Shining Mask](#). When I take it off, I look like I got out of a facialist appointment.

한국 마스크팩은 저의 **인생템**입니다.

제가 가장 좋아하는 제품은

**제이준의 베이비 퓨어 샤이닝 마스크팩**입니다.

이 마스크팩을 사용하고 나면 살롱에서 페이스를 받은 것 처럼 제 피부를 바꿔줍니다.



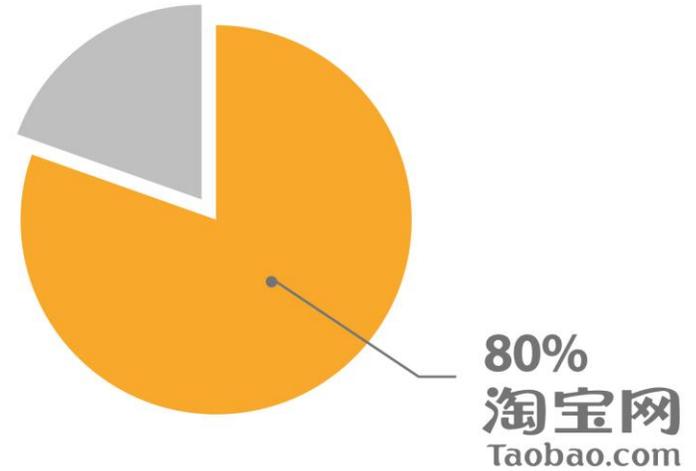


但是这有个特别的成分

08 + Proven Track record

2016.5월 - 2017.1월 한국브랜드 중 1위  
이중 3개월간 전세계 1위  
(타오바오 판매량 기준)

중국 Online C2C 마켓



2016.05



2016.06



2016.07



2016.08



2016.09



2016.10



2016.11



2016.12



2017.01



# COSMOPOLITAN BEAUTY AWARDS

중국 3대 뷰티 매거진 코스모 폴리탄



2016 마스크팩부문 '대상'

# 瑞丽美容大赏

중국 3대 뷰티 매거진 레이리



2016 마스크팩부문 '대상'



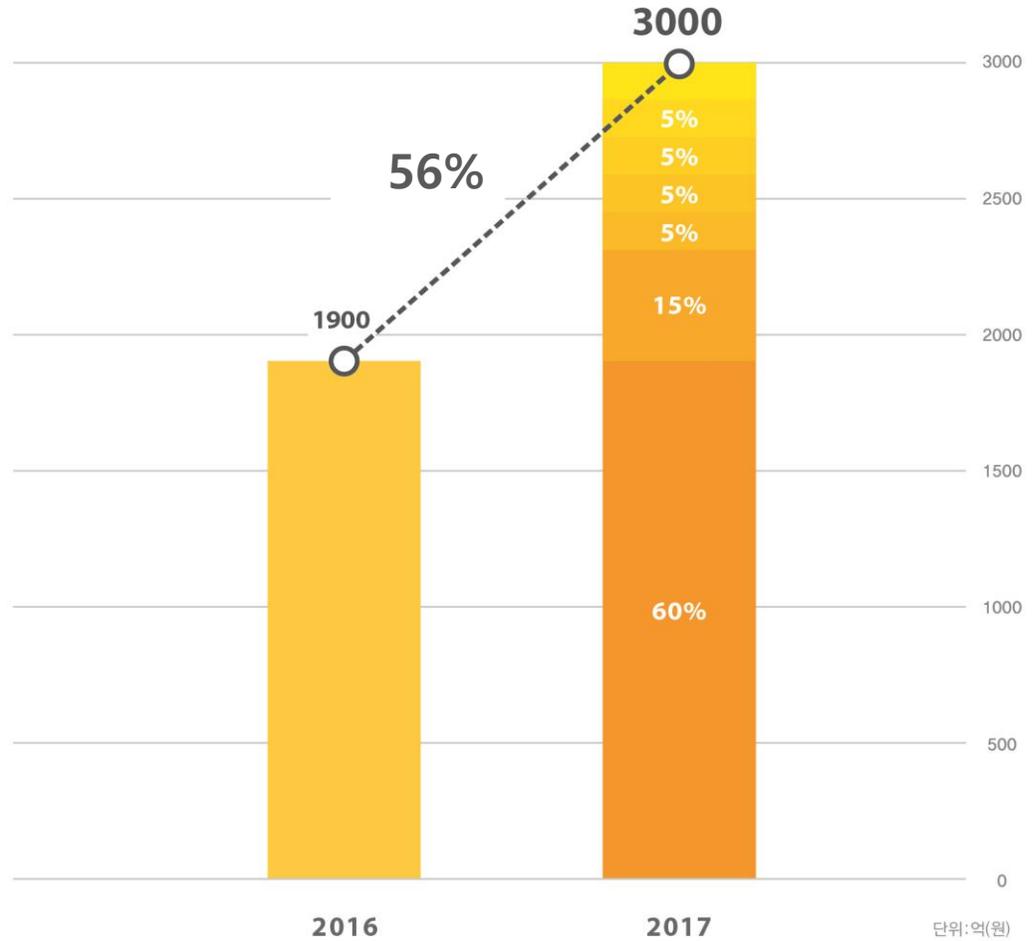
# 2017 & Beyond

## 01 + 2017 Guidance

### | 2017년 3000억원 매출 목표

#### 채널확장을 통한 성장 도모

- 2016 매출
- 2017 목표
- Tmall 국내관
- 중국 오프라인\_드럭스토어
- 중국 오프라인\_멀티샵
- 신제품 출시효과
- 카테고리 성장부분
- 기타국가 및 국내 판매채널확장



02 + Sustainable Growth Strategy

| 미래 성장전략



중국  
오프라인 진출



2017 공장신설  
생산라인 확대



기초 · 색조 라인  
제품 라인업



글로벌  
마케팅

위생허가 취득

타오바오 9개월 연속 1위

JAYJUN

중국내 브랜드로 각인

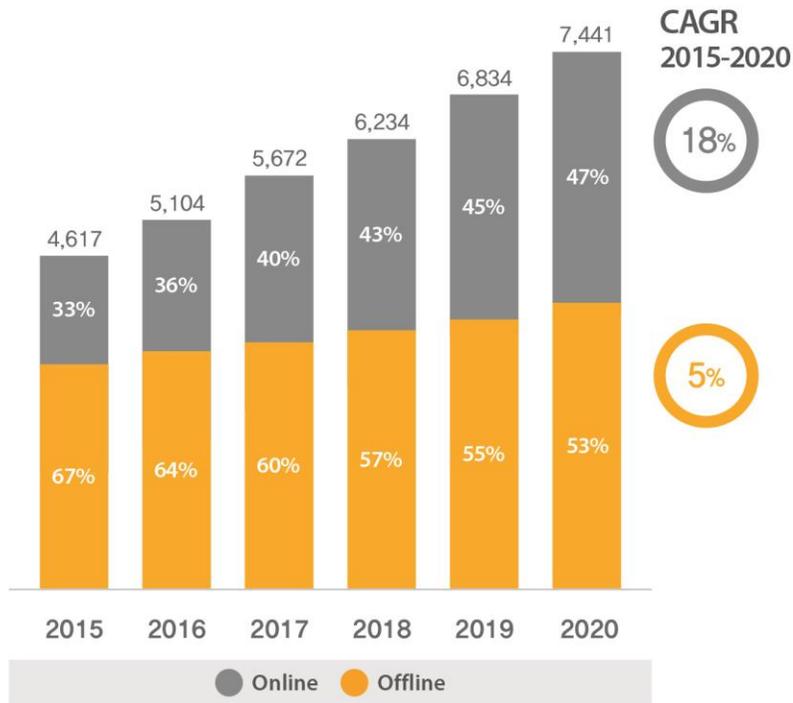
상표권 취득

유명 뷰티 어워드 수상

### 03 + Untapped Sales Channel : Offline & B2C Local

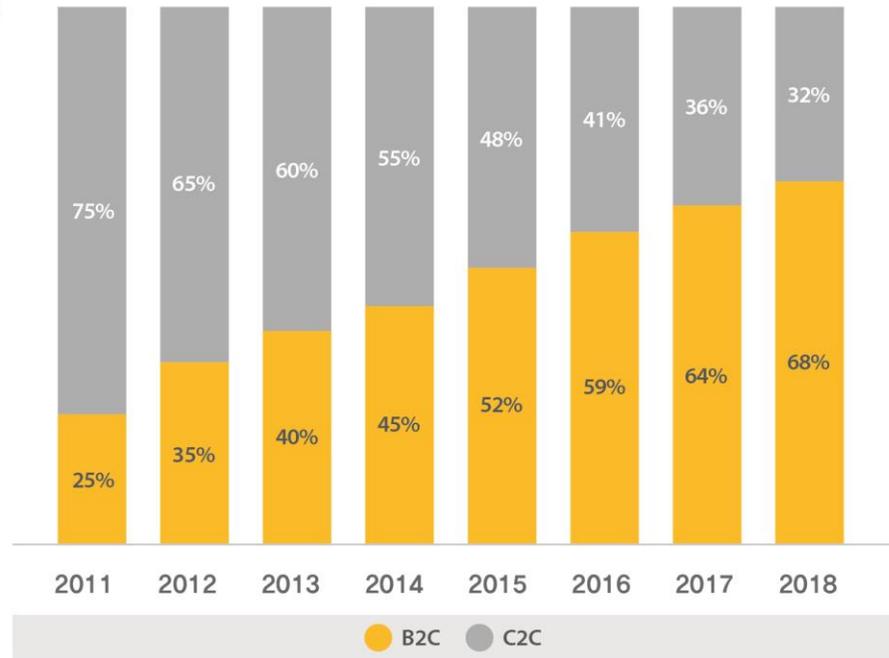
#### | 상표권 취득을 통한 중국 오프라인 채널 진출 및 B2C 국내관 입점

중국 뷰티&퍼스널 케어 온라인 VS 오프라인



( 출처 : iResearch, BCC Analysis / Currency : CNY 100mil )

중국 온라인 시장 B2C VS C2C



( 출처 : iResearch )

## 04 + Channel Expansion Strategy - 1. Drug Store Chains

### 드럭스토어 및 멀티샵 입점

#### China Watsons

연간 4조원 규모의 드럭스토어 채널 중 매출 1위의 채널

중국 전역에 약 2500개 매장보유  
매년 500개 이상 매장 증가 계획



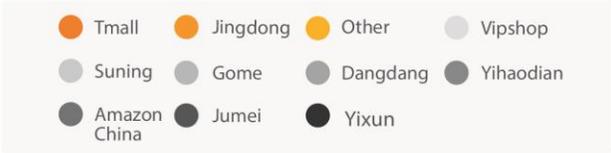
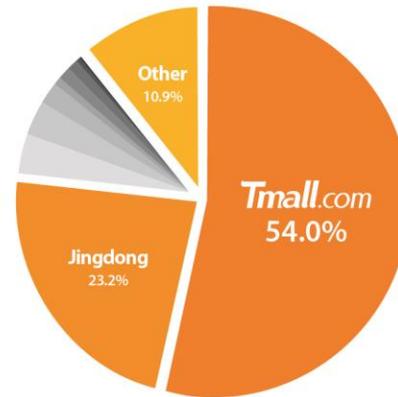
단위: 스토어수  
출처: China Retail Report 2015

## 직구대비 최대 10배 규모 Tmall 국내관 입점

"티몰 국내관 입점 행사 초대"



B2C MARKET STRUCTURE



## 06 + Overseas Expansion Plan



검증된 제품을 기반으로  
해외시장 진출 가속화

세밀한 시장조사를 기반으로 공신력 있는 유통망과의 전략적 파트너십을 통한 보수적 시장진입  
20개 이상의 신제품이 2017년내 출시될 예정 : 모든 신제품은 소비자의 피드백을 기반으로 개발되고, 선별된 시장 및 국가에서만 출시 예정



## 국내 최대 마스크팩 생산 시설

매월 안정적으로 4천만장을 생산할 수 있는 시설  
**최대 50% 이상 추가 생산 가능**

제약회사 제조공정을 적용한 마스크팩 생산에 최적화된 위생환경을 구축  
**제품 불량률 최소화**

일련의 생산과정을 직접 볼 수 있도록 투어라인 구축  
**생산 투명성 및 접근성 확보**

구 분	공장 A (현재운영)	공장 B (건축중)
위치	인천시 남동구	인천시 남동구
생산CAPA	월1천7백만장	월4천만장
생산면적	2,705m <sup>2</sup> (819평)	17,356m <sup>2</sup> (5,259평)
공장가동	2016년 2월	2017년 11월 (예정)
주요 생산품목	마스크팩	마스크팩
투자비	SPL 합병(제조회사)	토지:100억원 공장:200억원

08 + 2017 Product Launching schedule

**Dermo-  
Cosmetic**



**더모코스메틱 라인**

Health&Beauty 채널의 성장.  
피부 고민 해결을 위한  
안전하고 효과적인  
더모코스메틱 브랜드 라인 구축

**Anti-  
pollution**



**안티폴루션 라인**

피부 보호막을 형성하여  
유해 환경으로부터  
피부를 보호하고, 활력을 부여하는  
안티폴루션 브랜드 라인 구축

**VALA**



**제이준 세컨 브랜드**

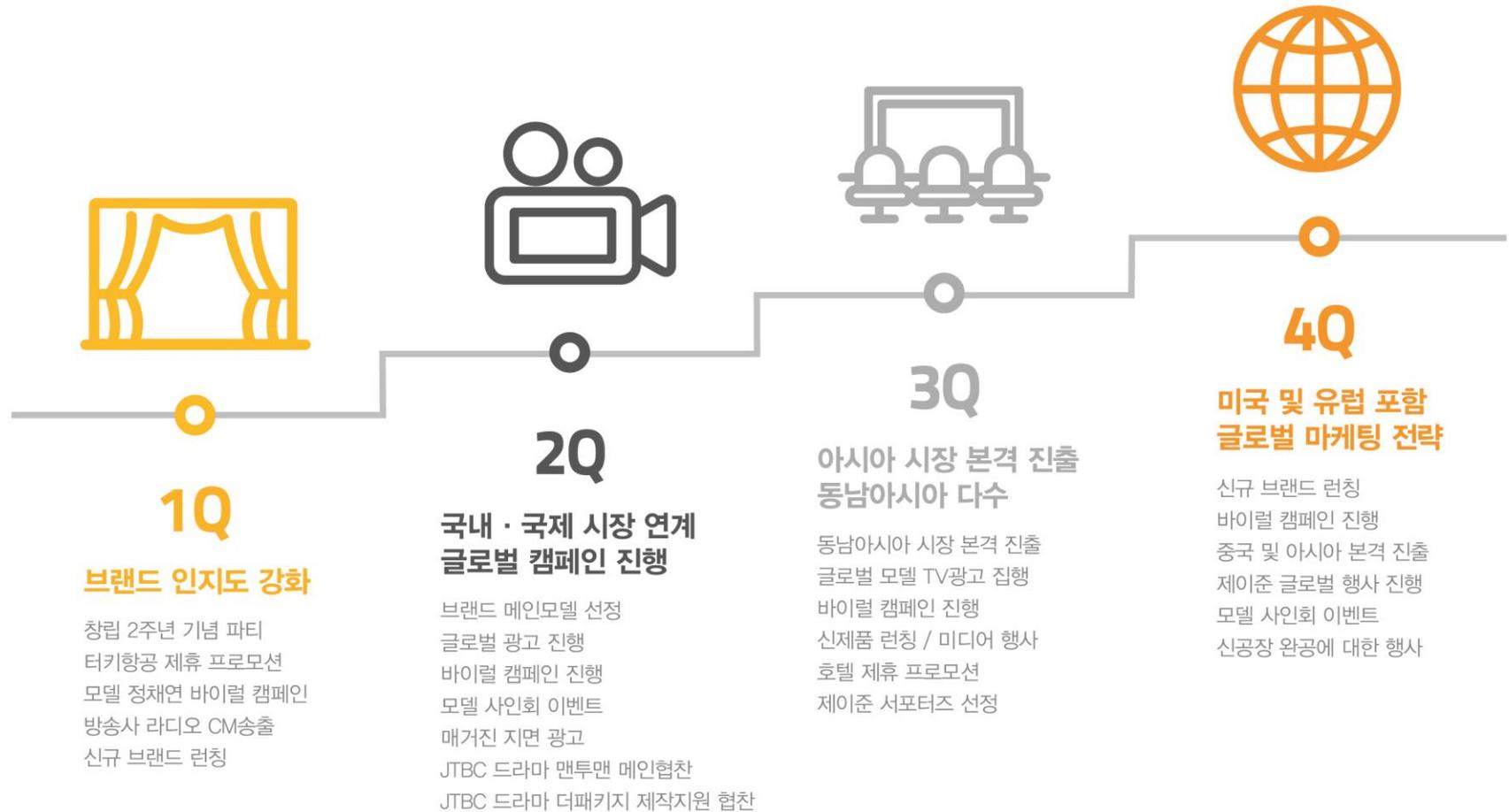
박한별의 뷰티팁을 활용한  
제품군으로 구성된  
제이준 발라만의 아이덴티티를  
적용한 세컨 브랜드를 구축

**HOMME**



**제이준 옴므 라인**

남성 피부에 에너지를  
부여하여 밝고 활력 넘치는  
피부로 가꾸어 주는  
베이직 옴므 라인 구축



**JJ JAYJUN**

깨진 날

## 10 + Business Outline

### | 개요

회사명	제이준 주식회사
대표이사	박 범 규 · 이 진 형
설립일	2015. 2
자본금	20억
사업분야	화장품 제조 유통
본사주소	서울시 강남구 논현로 526 제이준빌딩
임직원수	140명
홈페이지	www.jayjun.kr



**2015.01** 제이준 코스메틱 설립

**2016.07** SWH 유상증자를 통해 인수, 사명변경 진행 SWH → (주)제이준

**2016.09** (주)제이준 화장품 제조허가 취득

**2016.10** (구)에스피엘 흡수합병

**2016.12** 누적매출 2,000억원 돌파



# 11 + Technology & Patent certificate



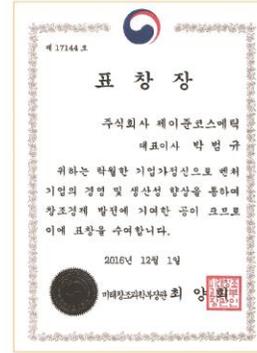
벤처기업 확인서



기업부설연구소 인정서



방송광고 TV부문 우수상



벤처유공표창



중국 위생허가증



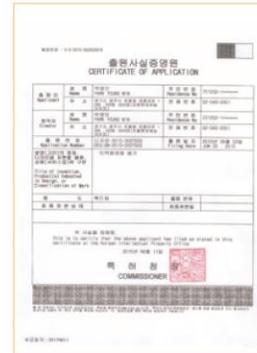
ISO9001



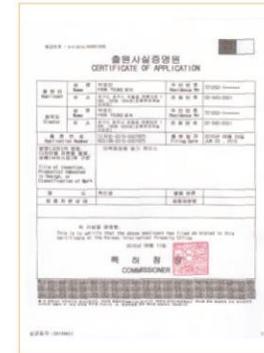
ISO14001



미백화장품케이스 특허출원



미백화장품용기 특허출원



피부미백조성물 특허출원

## 주주에 관한 사항

주주명	회사와의 관계	소유주식수	%
(주)제이준코스메틱	최대주주 본인	12,320,000	22.88%
박범규	공동대표이사	1,014,825	1.88%
이진형	공동대표이사	795,836	1.48%
박형준	최대주주의 주요주주	705,000	1.31%
기타	특수관계인들	367,497	0.68%
<b>소 계 (A)</b>		<b>15,203,158</b>	<b>28.23%</b>
자기주식	-	4,461	0.01%
회사 관계자	우호지분	1,187,500	2.21%
미래성장3호투자조합	우호지분	6,374,995	11.84%
<b>소 계 (B)</b>		<b>7,566,956</b>	<b>14.05%</b>
오양2호투자조합	(구) SWH 최대주주	2,649,710	4.92%
기타주주	소액주주	28,432,901	52.80%
<b>합 계</b>		<b>53,852,725</b>	<b>100.00%</b>

2016.12.31기준

우호지분율  
A+B = 42.28%

주주명	최대주주와의 관계	최대주주와의 관계	%
(주)제이준코스메틱	최대주주 본인	13,079,789	21.12%
박범규	공동대표이사	1,014,825	1.64%
이진형	공동대표이사	795,836	1.29%
박형준	최대주주의 주요주주	705,000	1.14%
기타	특수관계인들	367,497	0.59%
<b>소 계 (A)</b>		<b>15,962,947</b>	<b>25.78%</b>
자기주식	-	4,461	0.01%
회사 관계자	우호지분	1,187,500	1.92%
미래성장3호투자조합	우호지분	6,374,995	10.30%
<b>소 계 (B)</b>		<b>7,566,956</b>	<b>12.22%</b>
오양2호투자조합	(구) SWH 최대주주	2,649,710	4.28%
기타주주	소액주주	35,739,937	57.72%
<b>합 계</b>		<b>61,919,550</b>	<b>100.00%</b>

2017.02.26 기준(가정)

우호지분율  
A+B = 38.00%

참고사항: 상기 (주)제이준코스메틱 소유주식수에는 24회 및 25회 CB의 주식 전환가능  
주식수인 759,789주가 포함 되었음



## IR 담당자

### 남승중

전략기획실 | 상무  
Sung.nam@jayjun.co.kr

### 장원석

전략기획실 | 과장  
jc@jayjun.co.kr

### IR 관련 문의

investor.relations@jayjun.co.kr

## Disclaimer

본 자료에 포함된 회사의 경영실적 및 재무성과와 관련된 모든 정보는 기업회계기준에 따라 작성되었습니다. 본 자료에 포함된 “예측정보”는 별도 확인 절차를 거치지 않은 정보들입니다. 이는 과거가 아닌 미래의 사건과 관계된 사항으로 회사의 향후 예상되는 경영현황 및 재무실적을 의미하고, 표현상으로는 ‘예상’, ‘전망’, ‘계획’, ‘기대’, ‘(E)’ 등과 같은 단어를 포함합니다.

위 “예측정보”는 향후 경영환경의 변화 등에 따라 영향을 받으며, 본질적으로 불확실성을 내포하고 있는 바, 이러한 불확실성으로 인하여 실제 미래실적은 “예측정보”에 기재되거나 암시된 내용과 중대한 차이가 발생할 수 있습니다. 또한, 향후 전망은 Presentation 실시일 현재를 기준으로 작성된 것이며 현재 시장상황과 회사의 경영방향 등을 고려한 것으로 향후 시장환경의 변화와 전략수정 등에 따라 변경될 수 있으며, 별도의 고지 없이 변경될 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

따라서, 본 자료를 참고한 투자자의 투자 의사결정은 전적으로 투자자 자신의 판단과 책임하에 이루어져야 하며, 당사는 본 자료의 내용에 의거하여 행해진 일체의 투자행위 결과에 대하여 어떠한 책임도 지지 않습니다. 본 자료는 어떠한 경우에도 투자자의 증권투자 결과에 대한 법적 책임소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.





Responsible for beauty

| 2017 |