

## [투자자 유의사항]

1. 본 상장적격성보고서는 당사가 주식회사 세화피앤씨 주권의 신규 상장신청을 위하여 한국거래소에 제출한 것이며, 한국거래소의 상장승인은 상장적격성보고서의 기재사항이 진실 또는 정확하다는 것을 인정하거나 본건 주식의 가치를 보증 또는 승인한 것이 아닙니다. 따라서 상장적격성보고서의 기재사항에만 의존하여 투자판단을 하여서는 아니 되며, 투자판단에 대한 책임은 전적으로 투자자에게 귀속됩니다.

2. 본 상장적격성보고서 상의 재무정보는 당사가 주식회사의 외부감사에 관한 법률 제13조제1항제2호(또는 같은 조 같은 항 제1호)의 회계처리기준에 따라 작성된 주식회사 세화피앤씨의 외부감사인인 삼일회계법인의 감사보고서를 근거로 작성하였으므로 이를 참고하시기 바랍니다.

3. 본 상장적격성보고서 중 중요사항에 관하여 거짓의 기재 또는 표시가 있거나 중요사항이 기재 또는 표시되지 아니함으로써 입은 손해는 자본시장과 금융투자업에 관한 법률 제125조에 따른 배상책임과 증권관련 집단소송법에 따른 증권관련 집단소송의 대상에 해당되지 아니하므로 유의하시기 바랍니다.

# 상장적격성보고서

제 출 일 : 2013년 09월 04일

상장희망일 : 2013년 09월 25일

지정자문인 : IBK투자증권(주)

대표이사 : 조 강 래 (인)



코스닥시장상장규정 제47조의10에 따라 코넥스시장에 주권을 신규로 상장하고자 상장적격성보고서를 제출합니다.

회사 명칭		(한 글) 주식회사 세화피앤씨 (영 문) SEWHA P&C INC.			
본점소재지		충북 진천군 초평면 은암길 36 (연락처 : 043-838-1010)			
주사업장 소재지		충북 진천군 초평면 은암길 36 (연락처 : 043-838-1010)			
최대주주 현황		(주주명) 이훈구의 4명 (지분율) 46.98%			
대표이사		이훈구 (57歲)	대주주와의 관계	본인	
설립년월일		1976년 07월 09일	업종	(C20433)화장품 제조업	
			주제품	염모제 등	
			결산기	12월	
자본금	수권	250억원	관계회사 현황	-	
	납입	18.5억원	계열명	-	
	주당금액	500원	임직원수	75명	
항목	최근 3년간	'10년도 (제35기)	'11년도 (제36기)	'12년도 (제37기)	'13년도 상반기 (제38기 상반기)
	회계처리 기준	K-IFRS	K-IFRS	K-IFRS	K-IFRS
자산총계(백만원)		14,527	15,692	19,155	24,624
부채총계(백만원)		8,182	5,431	8,582	13,213
자기자본(백만원)		6,345	10,261	10,572	11,411
매출액(백만원)		20,801	30,044	25,471	10,819
법인세비용차감전 계속사업이익(백만원)		1,534	3,817	562	1,164
당기순이익(백만원) (주당순이익, 원)		896 (253)	4,122 (1,113)	688 (186)	975 (263)
ROE(%)		14.12	40.17	6.51	8.54
배당실적(백만원)		111	296	111	-

주) ROE=당기순이익/자기자본\*100

## < 목 차 >

경영자 확인서 .....	1
지정자문인 확인서 .....	2
외부감사인 확인서 .....	3
지정자문인의 상장적격성에 대한 종합의견 .....	4

### I. 회사의 개황

1. 회사의 개요 .....	49
2. 회사의 목적 .....	51
3. 회사의 연혁 .....	51
가. 해당기업의 연혁	
나. 신규상장신청 경력	
4. 자본에 관한 사항 .....	54
가. 자본금 변동 사항	
나. 공모·사모(예정)에 관한 사항	
5. 주식에 관한 사항 .....	55
가. 주식의 총수	
나. 보통주의 주식에 관한 사항	
6. 주주에 관한 사항 .....	55
가. 주식의 분포	
나. 최대주주 등의 소유주식 등 변동 현황	
다. 5%이상 주주의 보유주식 등 현황	
라. 지정자문인의 보유주식 현황	
마. 최근 3년간 자기주식 현황	
바. 우리사주조합의 지분현황	
사. 주식매수선택권	
아. 전환사채	

자. 신주인수권부사채 등

7. 배당에 관한 사항 ..... 59

## II. 경영조직에 관한 사항

1. 회사조직도 ..... 60

2. 최고경영자에 관한 사항 ..... 61

3. 임원 및 종업원에 관한 사항 ..... 63

가. 임원의 현황

(1) 제출일 현재 임원 현황

(2) 임원 변동 현황

나. 종업원의 현황

4. 회사가 가입한 주요 단체(협회) 현황 ..... 68

## III. 상장을 위한 조직 정비

1. 기업내용 공시체제 정비상황 ..... 69

가. 공시 및 주식담당업무 조직도

나. 공고게재신문 및 매체

2. 명의개서업무에 관한 사항 ..... 69

3. 주식의 양도제한 ..... 70

4. 통일규격주권 발행여부 ..... 70

5. 법률 또는 제규정 준수 ..... 71

6. 기업경영에 중요한 사항 ..... 71

가. 합병, 영업양수·도, 기업분할, 감자 등

(1) 합병

- (2) 영업양수·도
- (3) 기업분할
- (4) 감자
- 나. 부도발생사실
- 다. 자산재평가에 관한 사항

## IV. 사업의 내용

1. 사업의 개요 .....	72
가. 업계 현황 및 전망	
나. 회사의 현황	
다. 경영상 중요계약	
2. 업종심사에 필요한 사항 .....	108
3. 주요 제품 등에 관한 사항 .....	109
4. 매입에 관한 사항 .....	109
가. 매입 현황	
나. 원재료의 제품별 비중	
다. 원재료 가격변동추이	
5. 생산 및 생산설비에 관한 사항 .....	111
가. 생산능력 및 생산실적	
나. 생산설비에 관한 사항	
다. 제품별 생산공정도	
라. 외주생산에 관한 사항	
6. 매출에 관한 사항 .....	115
가. 매출실적	
나. 수출 현황	
다. 수주 현황	
라. 향후 매출액의 변동에 영향을 줄 것이라고 인정되는 사항	
7. 판매에 관한 사항 .....	119
가. 판매조직	

- 나. 판매경로
- 다. 판매전략

<b>8. 연구개발활동</b> .....	121
가. 연구개발비용	
나. 연구개발실적	
다. 지적재산권 등	
라. 기술이전 수혜 또는 기술이전	

## V. 재무에 관한 사항

<b>1. 요약재무상태표</b> .....	123
<b>2. 요약(포괄)손익계산서</b> .....	124
<b>3. 재무제표</b> .....	124
가. 재무상태표	
나. (포괄)손익계산서	
다. 자본변동표	
라. 현금흐름표	
<b>4. 요약연결재무현황</b> .....	128
<b>5. 연결재무제표</b> .....	128
가. 연결재무상태표	
나. 연결(포괄)손익계산서	
다. 연결자본변동표	
라. 연결현금흐름표	
<b>6. 회계변경사항</b> .....	128
<b>7. 재무분석</b> .....	130
가. 재무비율 분석	
나. 재무비율 변동요인	
<b>8. 우발채무 등</b> .....	132

- 가. 중요한 소송사건 등
- 나. 견질 또는 담보용 어음·수표 현황
- 다. 경영상의 주요계약
- 라. 할인어음(배서어음 포함)
- 마. 관련 법률 등과 관련된 우발채무
- 바. 노동쟁의 발생 유·무
- 사. 기타의 우발채무 등

## VI. 감사인, 감사의견 및 세무조사등에 관한 사항

1. 감사인(공인회계사)의 감사의견 등 .....	136
2. 연결재무제표에 대한 감사인 및 감사의견 등 .....	136
3. 감사인의 주식 등 보유현황 .....	136
가. 주식등의 보유 현황	
나. 감사보고서에 관한 사항	
4. 감사인과의 거래내용 및 기타 관계 여부 .....	137
5. 회계처리 위반조치 여부 .....	137
6. 세무조사등 .....	137

## VII. 지배구조 및 이해관계자와의 거래내용

1. 지배구조의 개요 .....	138
가. 소유구조	
나. 이사회제도에 관한 사항	
다. 감사제도에 관한 사항	
라. 주주의 의결권행사에 관한 사항	
마. 임원의 보수현황	
2. 관계회사 현황 .....	145

3. 관계회사 임원 현황 .....	146
4. 타법인출자 현황 .....	146
5. 이해관계자와의 거래내용 .....	146
가. 가지금금 · 대여금(증권 대여 포함) 및 가수금 내역	
나. 담보제공 내역	
다. 채무보증 내역	
라. 매출 · 매입거래	
마. 증권 등 매수 또는 매도 내역	
바. 부동산 매매 및 임대차 내역	
사. 차입금 내역	
6. 기타 투자자 보호를 위한 내부건제장치의 유무 .....	148

## Ⅷ. 공모 · 사모(할) 주식에 관한 사항

1. 공모 · 사모(할) 주식의 내용 .....	149
2. 초과배정옵션에 관한 사항 .....	149
3. 공모 · 사모에 의한 자금조달 내역 .....	149
가. 자금조달금액	
나. 발행제비용의 내역	
다. 자금의 사용목적	
4. 공모가격 산정시 사용된 비교기업 현황 .....	149

## 경영자 확인서

우리는 당사의 대표이사(또는 대표집행임원) 및 상장업무 담당임(직)원으로서 지정자문인(IBK투자증권)이 상장적격성보고서를 작성하는 데 필요한 객관적이고 정확한 자료를 제공하였으며, 동 자료는 당사의 코스닥시장 상장과 관련하여 중요한 사항의 기재 또는 표시의 누락이나 허위의 기재 또는 표시가 없음을 확인합니다. 또한 당사는 지정자문인에게 제공한 자료와 상장적격성보고서의 기재내용의 진실성 및 적정성 여부를 확인하였습니다.

2013. 9. 4.

주식회사 세화피앤씨

대표이사 이 훈 구 (인)

담당임원 박 정 환 (인)

담당자 조 준 한 (인)



## 지정자문인 확인서


우리는 당사의 대표이사 및 지정자문인 업무담당 임직원으로서 주식회사 세화피앤씨가 제출한 상장심사자료를 기초로 상당한 주의를 다하여 상장적격성보고서를 검토·작성 하였으며, 중요한 사항의 기재 또는 표시의 누락이나 허위의 기재 또는 표시가 없었고, 이용자의 중대한 오해를 유발하는 내용이 기재 또는 표시되지 아니하였음을 확인하였습니다.


2013. 9. 4.


지정자문인 IBK투자증권(주)


대표이사 조 강 래 (인) 


담당부부장 설 종 만 (인) 

담당본부장 배 상 현 (인) 

담당팀장 신 진 우 (인) 

실무담당자 전 기 환 (인) 

실무담당자 박 영 (인) 

실무담당자 이 기 홍 (인) 



## 상장적격성보고서에 대한 확인서한

주식회사 세화피앤씨 귀중

2013년 9월 5일

본 감사인은 주식회사 세화피앤씨(이하 "회사")의 2012년 12월 31일과 2011년 12월 31일 현재의 한국채택국제회계기준에 따라 작성된 재무상태표와 동일로 종료되는 회계연도의 손익계산서, 자본변동표 및 현금흐름표를 감사하였습니다.

본 감사인은 본 2013년 9월 4일자 상장적격성보고서와 관련하여 다음의 사항을 확인합니다.

1. 본 감사인은 위에 언급된 재무제표에 대한 회계감사와 관련하여 공인회계사법, 주식회사의 외부감사에 관한 법률 및 한국공인회계사회의 윤리기준에 따라 회사에 대해 독립성을 유지하고 있습니다.
2. 본 감사인은 2013년 1월 1일 이후 회사의 재무제표에 대하여 감사하지 아니하였으므로 2013년 1월 1일 이후의 회사의 재무제표에 대한 감사의견을 표명하지 아니합니다.
3. 본 감사인은 본 확인서를 작성하기 위하여 이 확인서에 첨부된 상장적격성보고서 V. 재무에 관한 사항에 포함된 재무제표 금액에 대하여 2012년 및 2011년 감사 받은 재무제표의 해당 금액과 대사하였으며 서로 일치하고 있음을 확인하였습니다.
4. 상기 절차는 대한민국의 회계감사기준이나 분·반기재무제표 검토준칙에 따라 수행된 감사 또는 검토가 아니므로 이에 대한 의견을 표명하지 아니하며 동 절차가 수신인이 의도하는 목적에 부합되는지 여부 및 그 충분성에 대한 의견을 표명하지 아니합니다. 또한, 상기 3에서 언급된 절차가 상장적격성보고서에 포함된 재무적 정보의 중요한 오류를 발견하지 못할 수도 있습니다. 본 감사인이 추가적인 절차 또는 감사를 수행하였다면 이 확인서에 언급할 다른 사항을 발견할 수도 있습니다.



상장적격성보고서에 기재되는 내용 및 공시범위 등의 결정 및 확인에 대한 책임은 본 확인서의 수신인에게 있습니다. 본 감사인은 상장적격성보고서의 중요한 사실의 누락여부 또는 공시의 충분성과 관련한 확인을 수행하지 아니하였으므로 이와 관련된 어떠한 언급도 하지 아니합니다. 다만 본 감사인은 이 확인서의 수신인으로부터 요청 받은 상기 절차를 수행하고 이 확인서를 발행하는 것입니다. 또한 이 확인서의 발행으로 인해 본 감사인이 상장적격성보고서에 포함된 모든 내용이 정확하다고 증명하는 것이 아니며 이 확인서의 발행이 회사 및 지정자문인의 상장적격성보고서 내용에 대한 책임을 대신하거나 면제시키는 것은 아닙니다.

이 확인서는 회사의 한국거래소 코넥스시장 상장을 위한 상장적격성보고서와 관련하여 작성된 것으로 이 서한의 수신인만을 위한 정보이므로 다른 기관 등에 다른 목적으로 회람되거나 인용되어서는 아니 됩니다. 이 확인서는 상기에서 언급한 목적으로만 사용되어야 합니다.

이 확인서는 대한민국 내에서만 사용될 목적으로 작성되었습니다. 따라서, 대한민국 이외의 어떤 지역에서도 사용되어서는 안 됩니다.

삼 일 회 계 법 인

대 표 이 사 안 경 태



## 〈 지정자문인의 상장적격성에 대한 종합의견 〉

### 1. 외형요건 충족여부

항 목	요 건	검 토 내 용
· 중소기업 여부	중소기업기본법에 따른 중소기업 해당	중소기업
· 이익규모 등	※ 선택적용 ① 자기자본 : 5억원 이상 ② 매출액 : 10억원 이상 ③ 당기순이익 : 3억원 이상	제37기(2012년말): - 자기자본: 10,572백만원 - 매출액: 25,471백만원 - 당기순이익: 688백만원
· 감사의견	적정 의견	2012년 감사의견 적정
· 합병 등	분할 또는 영업양수도 후 결산 확정	해당사항 없음
· 주식 양도제한	없을 것	해당사항 없음
· 액면가액	100원, 200원, 500원, 1,000원, 2,500원, 5,000원	500원
· 상근감사	상법 제542조의10 요건충족	해당사항 없음
· 사외이사	상법 제542조의8 사외이사 요건 충족	사외이사 요건 충족
· 설립연수 등	※ 건설업종에 한함 ① 설립연수 5년이상 경과 ② 시공능력평가액 3백억원 이상	-

### 2. 질적요건

#### (1) 영업, 재무상황 및 기타 경영환경 등에 비추어 기업의 계속성이 인정되는 지 여부

##### (가) 영업상황

세화피앤씨(이하 “동사”)는 48년 역사를 갖고 있는 염모제 중심의 두발용 코스메틱 전문 제조, 유통기업으로 염모제 및 헤어케어 그리고 바디케어류의 제품들을 자체 브랜드로 생산, 판매하고 있습니다. 특히 국내에서 독보적인 헤나 관련 기술력 및 특허(헤나추출물을 함유하는 나노파티클 조성물 및 이를 이용한 나노파티클의 제조방법(제10-0675808))를 바탕으로 신개념 샴푸타입 염모제인 리체나 이지스피디 헤어칼라의 홈쇼핑시장 런칭에 성공하면서 본격적인 성장가도에 진입을 하였으며, 화장품 제품 라인의 확대와 다국가 해외수출 및 OEM/ODM 매출확대를 주요 전략으로 성장을 추진 중에 있습니다.

[ 주요 사업영역 ]

분 류	세부 내용	브랜드	2012년 매출비중
염모제	- 파우더/크림/샴푸/버블 등 타입의 염모제를 제조, 판매 - 대표적인 상품은 리체나 이지스피디 헤어칼라 등이 있음 - 현재 편의성이 돋보이는 버블형 염모제가 주목받고 있음 - 토니모리, 더페이스샵, 스킨푸드, LG생활건강, 아모레퍼시픽 등 OEM 생산 납품 병행	리체나 비해피 세븐스피디 외	81.5%
헤어케어	- 헤어케어(샴푸/린스/트리트먼트/에센스 등), 스타일링(왁스/젤 등) 등 제반 라인에 걸쳐 제품을 제조, 판매 - 탈모, 윤모, 양모 등 기능이 강화된 제품 제조 및 판매 - 풀무원 등에 OEM 공급	리체나 V ON U 비해피 RH12+	16.1%
화장품류 (바디케어)	- 바디클렌저, 바디로션, 샤워코롱 등 바디케어 제품 제조 및 판매 - 풀무원 등에 OEM 제품 납품	리체나 V ON U	
화장품류 (기초화장품)	- 특화된 원료를 기반으로 한 기능성 제품 (크림, 클렌징폼 등) (자체 상표와 OEM 생산)	라벤느 리체나	
기타	- 반제품, 상품 등 매출	-	2.4%

1) 제품별 매출액

염모제 제품의 판매 증가가 동사 성장을 견인해왔음에 따라 전체 매출액에서 염모제에 의한 매출이 차지하는 비중이 과거 3개년 동안 줄곧 80% 이상 차지하고 있습니다. 최근 2년 동사가 샴푸, 컨디셔너, 바디케어, 기초화장품 등 사업의 포트폴리오를 강화하면서 화장품 매출의 경우 점유율은 최근 반기말 15%까지 상승하였으며 절대적인 규모나 상대적인 비율 측면에서나 모두 상승세를 보이고 있습니다. 동사는 향후 매출 성장의 견인, 안정적인 제품 포트폴리오 구축 차원에서 화장품 매출의 지속적 확대를 주요 전략으로 추진 중에 있습니다.

[ 동사 최근 3사업연도 제품별 매출액 현황 ]

(단위: 백만원)

구 분	2010년		2011년		2012년		2013년 상반기		
	금액	%	금액	%	금액	%	금액	%	
제품	염모제	18,180	89.9%	27,707	91.4%	20,867	81.5%	9,113	82.9%
	화장품	1,796	8.9%	2,008	6.6%	3,776	14.7%	1,701	15.5%
	기타	57	0.3%	28	0.1%	64	0.2%	2	0.0%
상 품	123	0.6%	371	1.2%	612	2.4%	109	1.0%	
기 타	68	0.3%	185	0.6%	299	1.2%	65	0.6%	
합 계	20,224	100.0%	30,300	100.0%	25,619	100.0%	10,990	100.0%	
기타조정	577	-	(256)	-	(148)	-	(171)	-	
총 합 계	20,801	-	30,044	-	25,471	-	10,819	-	

주) 기타조정에는 매출할인, 반품추정부채설정, IFRS 전환조정 등을 포함하였습니다.

## 2) 유통경로별 매출액

2012년 기준 동사 매출의 35.3%가 홈쇼핑을 통해 이루어지고 있습니다. 특히 동사의 히트 상품인 리체나 이지스피디 헤어칼라의 매출이 돋보여 해당 상품의 2011년 홈쇼핑 매출이 당해 전체 홈쇼핑 매출의 약 90%를 차지하고 2012년에는 35% 이상을 차지하고 있습니다. 동 상품의 경우 홈쇼핑에 6년째 판매되고 있는 상품으로 CJ오쇼핑에서 하유미 하이드로젤 마스크, 러삼푸와 함께 메가 상품으로 운영되어 왔습니다.

한편 동사는 신성장동력 확보 차원에서 해외수출을 중요하게 여기며 현재 50여 개국에 제품을 수출하고 있습니다. 해외수출은 2010년 37억원에서 2012년 67.8억원으로 연평균 34.33% 성장하면서 동사 성장의 주요 동력원이 되고 있습니다. 이와 같이 해외수출 규모의 증가와 함께 해외수출비중도 점차 커져 당사 주요 매출로 자리 잡고 있습니다.

### [ 동사 유통경로별 매출액 현황 ]

(단위: 백만원)

구분	2010년		2011년		2012년		2013년 상반기	
	금액	%	금액	%	금액	%	금액	%
국내	6,988	34.55%	7,761	25.62%	9,045	35.31%	4,226	38.45%
마트	110	0.54%	582	1.92%	752	2.93%	337	3.06%
홈쇼핑	9,405	46.51%	15,843	52.29%	9,044	35.30%	2,939	26.74%
해외	3,721	18.40%	6,114	20.18%	6,778	26.46%	3,488	31.74%
합계	20,224	100.00%	30,300	100.00%	25,619	100.00%	10,990	100.00%
기타조정	577	-	(256)	-	(148)	-	(171)	-
총 합 계	20,801	-	30,044	-	25,471	-	10,819	-

주) 기타조정에는 매출할인, 반품추정부채설정, IFRS 전환조정 등을 포함하였습니다.

## 3) 성장성 및 수익성

동사의 2012년 매출액은 25,471백만원으로 전년대비 15% 감소하였지만 최근3년 연평균성장률은 10.66%로서 동업종의 평균성장률을 능가하고 있습니다. 2011년 매출의 고성장은 동사의 주력제품인 리체나 이지스피디 헤어칼라 염모제가 홈쇼핑에서 공전의 히트를 치면서(2011년 리체나 이지스피디 헤어칼라가 CJ오쇼핑에서의 매출은 전년대비 약 56억 증가하면서 당해 홈쇼핑매출 총액의 90%를 차지함) 기인된 것입니다.

수익성 측면에서도 2011년 3월 31일 관계사 지분 전체를 제3자에게 양도함으로써 과거 수익성 저하를 가져온 관계사 지분법 손실(2010년 1,586백만원)이 사라짐에 따라 2010년 대비 매출액 순이익률 측면에서 많은 개선이 있었습니다. 2012년에 매출의 감소(약 45.7억 감소)와 함께 홈쇼핑수수료 인상 등으로 인한 원가비용이 증가되면서 성장성 및 수익성지표가 크게 악화되었지만 2013년에 들어서서 홈쇼핑수수료율의 개선 등 노력으로 수익성이 다시 호전되고 있습니다.

[ 동사 성장성 지표 ]

(단위 : 백만원, %)

구분	2010년		2011년		2012년		2013년 상반기	
	금액	성장률	금액	성장률	금액	성장률	금액	성장률
매출액	20,801	14.37%	30,044	44.44%	25,471	-15.22%	10,819	-15.05%
영업이익	1,787	32.68%	4,326	142.08%	702	-83.77%	1,182	236.75%
경상이익	1,534	198.62%	3,817	148.85%	562	-85.27%	1,164	314.23%
당기순이익	896	541.31%	4,122	360.29%	688	-83.30%	975	183.43%

주) 13연도 상반기 성장률은 연환산에 의해 산정된 수치입니다.

[ 동사 수익성 지표 ]

재 무 비 율	10연도	11연도	12연도		13연도 상반기
			회사	업종평균	
매출액 총이익률	54.88%	53.89%	43.40%	55.70%	45.17%
매출액 경상이익률	6.79%	12.70%	2.21%	10.63%	10.76%
매출액 순이익률	4.66%	13.72%	2.70%	8.05%	9.01%
총자본 경상이익률	9.74%	25.26%	2.70%	12.66%	10.64%
자기자본 순이익률	15.76%	49.65%	6.51%	15.68%	17.73%

주1) 동사의 표준산업분류는 화장품 제조업(표준산업분류코드 : C20433)으로서 업종 평균의 재무비율 분석자료는 KIS산업평가를 적용한 수치입니다.

주2) 13연도 상반기 총자본경상이익률, 자기자본순이익률 산정시 순익계산서상 지표는 연환산하여 산정하였습니다.

[ 홈쇼핑 매출 및 판매수수료 현황 ]

(단위: 백만원)

구분	2010년	2011년	2012년	2013년 상반기
매출액	20,801	30,044	25,471	10,819
홈쇼핑매출	9,405	15,843	9,044	2,939
판매수수료	4,289	7,222	5,054	1,455
(비율)	45.60%	45.59%	55.88%	49.51%

(나) 재무상황

1) 안정성 비율

2011년에는 유상증자, 채권발행 등의 재무활동이 아닌 순수한 영업활동으로 인한 현금흐름을 바탕으로 차입금을 대폭 상환(2010년 41억원 → 2011년 17억원)함으로 2010년 대비 재무안정성 지표의 전반적인 개선을 실현하였습니다.

2012년 공장 증축에 들어가면서 은행차입금(2011년 17억원 → 2012년 53억원 → 2013년 반기말

93억원)이 증가하기 시작하였으며, 이로 인해 동사의 부채비율 및 차입금의존도는 13년 반기말에 각각 115.78%, 37.62%로 상승하여 업종평균을 상회하였습니다. 하지만 이와 동시에 유동비율과 당좌비율도 12년부터 상승세를 이어와 13년 반기말에 각각 147.44%, 109.34%를 기록하고 업종평균을 큰 폭으로 상회하고 있습니다.

비록 동사의 부채비율 및 차입금의존도는 상승하였으나 유의한 수준은 아니라고 판단되며 또한 유동비율과 당좌비율이 상승추세에 있어 동사는 여전히 양호한 재무안정성을 갖고 있다고 판단됩니다.

[ 동사 안정성 지표 ]

재 무 비 율	10연도	11연도	12연도		13연도 상반기
			회사	업종평균	
부채비율	118.95%	52.92%	81.18%	62.19%	115.78%
차입금의존도	29.25%	10.92%	27.70%	17.32%	37.62%
유동비율	119.88%	184.89%	140.56%	121.51%	147.44%
당좌비율	90.47%	120.99%	95.05%	81.79%	109.34%

2) 매출채권의 원활한 회수

동사의 주요 거래처는 CJ오쇼핑, NS홈쇼핑 등 대형 홈쇼핑업체와 토니모리 등 브랜드샵, 롯데, 이마트 등의 마트, 그리고 제약, 잡화, 대리점 등에 납품하는 벤더업체입니다. 2012년말 현재 1년 이상의 장기 미회수 채권은 23백만원(전체 매출채권 잔액의 0.5%)으로 매출채권 회수가 원활히 되고 있는 것으로 판단되며, 그 규모 또한 동사의 매출규모(25,471백만원) 등을 미루어 보았을 때 과다하지 않은 규모인 것으로 판단됩니다.

[ 최근 3개년 매출채권 연령분석표 ]

(단위: 백만원)

구분	6월 미만		6~12월 미만		1년 이상		매출채권 잔액
	금액	비중	금액	비중	금액	비중	
2010년말	3,103	92.32%	69	2.05%	189	5.62%	3,361
2011년말	3,879	96.95%	50	1.25%	72	1.80%	4,001
2012년말	4,446	96.99%	115	2.51%	23	0.50%	4,584
2013년 반기말	4,213	89.81%	422	9.00%	56	1.19%	4,691

주) 해당 매출채권은 대손충당금을 차감하지 않은 금액입니다.

(다) 기타 경영환경

1) 국내 홈쇼핑시장의 성장

동사는 매출의 상당부분이 방문판매나 브랜드샵 등 전통적인 유통경로 대신 홈쇼핑을 통해 이루어지기 때문에 전방산업으로서 홈쇼핑의 성장성과 안정성이 기업의 계속성에 영향을 미칠 것입니다.

국내 홈쇼핑시장은 2008년 이후 연평균 15%의 성장률을 기록하면서 성장하여왔습니다. 이러한 홈쇼핑시장의 고성장은 1) 국내 소비자들의 Smart 소비(가격대비 고품질 추구-홈쇼핑내 PB상품 등 구매 증가), 홈쇼핑시장의 경쟁이 치열해지면서 2)MD 구성과 서비스의 질적 성장, 3) 홈쇼핑시장의 인터넷부문 고성장에 기인합니다. 이러한 홈쇼핑시장의 성장추세는 향후에도 지속될 것으로 전망됩니다.

[ 국내 홈쇼핑시장 전망 ]



(자료: 신영증권 2013.05.29)

홈쇼핑시장은 선발업체 2개사(GS홈쇼핑, CJ오쇼핑)와 후발업체 3개사(현대홈쇼핑, 롯데홈쇼핑, 농수산홈쇼핑)의 과점적 경쟁형태를 보이고 있으며 시장진입 시 관련기관 승인과 경쟁력 확보를 위한 초기 자본력, 유통채널구축 등이 요구됨에 따라 진입장벽이 높게 형성되어 있습니다.

[ 주요 홈쇼핑사 매출액 기준 M/S(2012년) ]

구분	GS홈쇼핑	CJ오쇼핑	현대홈쇼핑	롯데홈쇼핑	농수산홈쇼핑
M/S	25.7%	24.2%	21.0%	21.1%	8.0%

동사는 상기 5대 홈쇼핑업체에 카탈로그, 인터넷 판매를 하고 있으며 NS홈쇼핑에서 홈쇼핑 방송을 통하여 매출을 올리고 있습니다. 특히 동사의 리체나 이지스피디 헤어칼라 염모제의 경우 2008년 CJ오쇼핑에 최초로 런칭하여 현재 6년째 판매되고 있는 상품으로 누적 판매량이 1,200만 개를 상회하였습니다.

동사는 제품다각화를 위하여 리체나 이지스피디 헤어칼라 염모제 위주의 방송에서 기초화장품, 헤어케어, 기타 염모제 제품 등을 추가 런칭할 계획입니다. 또한 향후 CJ오쇼핑, GS홈쇼핑 등 다양한 홈쇼핑 채널을 통해 TV방송을 구성해나갈 예정입니다.

## 2) 홈쇼핑업체의 해외 진출

급격히 성장하는 해외 홈쇼핑시장을 선점하기 위해 국내 홈쇼핑업체 5개사 모두 현재 해외에 진출해 있으며, 5개사 모두 중국에 진출해 해외시장 중 중국시장에 가장 집중하고 있습니다. 해외에 진출한 홈쇼핑업체 중 실제로 현지에서 TV방송을 진행하는 업체는 CJ오쇼핑(중국 3개 채널, 인도, 베트남, 터키, 태국), GS홈쇼핑(태국, 인도, 중국, 베트남, 인도네시아), 현대홈쇼핑(중국), 롯데

홈쇼핑(중국)입니다.

CJ오쇼핑은 해외 진출 홈쇼핑업체 중에서 가장 공격적으로 외형 확장을 진행하고 있어 중국뿐만 아니라 인도, 베트남, 태국, 터키에서도 24시간 방송을 시작했으며, 일본 홈쇼핑 업체 지분인수를 통해 일본시장에도 진출하였습니다. CJ오쇼핑은 중국내에서도 1) 진출지역 24시간 방송권과 전국 방송 라이선스 취득, 2) 3개 법인(동방CJ, 천천CJ, 남방CJ)을 통해 상해, 천진, 광둥성 등 주요 지역을 모두 커버, 3) 해외에 진출한 타사들이 아직 수익성을 내지 못한 상황에서 2012년 CJ오쇼핑의 동방CJ는 20% yoy를 상회하는 취급고 성장률과 6%대에 가까운 영업이익률을 기록하며, 타사 대비 월등한 영업력을 과시하고 있습니다.

동사는 2010년 Liu&Com社를 통해 중국 동방CJ에 ‘리체나 이지스피디 헤어칼라’를 런칭하며 해당 홈쇼핑에 런칭한 한국 상품 중에서 이미용제품 부분 1위를 기록하였습니다. 또한 이를 바탕으로 중국 천진 소재 천천CJ, 광저우 소재 남방CJ 등에 지속적으로 판매채널 확대를 추진 중에 있습니다.

한편 동사는 CJ오쇼핑의 해외진출에 박자를 맞추어 동사는 2011년 9월 인도 Star CJ에 리체나 이지스피드를 런칭하였고 2012년에 베트남 SCJ홈쇼핑, 태국 CJ GMM홈쇼핑 등에 순차적으로 런칭하는 등 홈쇼핑업체의 해외 진출에 맞추어 동사의 해외사업 확대 또한 점차적으로 높아지고 있는 상황입니다.

[ CJ오쇼핑 주요 해외자회사 취급고 전망 ]



주) 상기 실적 추정치는 동사가 홈쇼핑 TV방송을 진행하고 있는 동방CJ(중국), Star CJ(인도), SCJ TC(베트남), CJ GMM(태국) 4개사를 합산한 수치입니다.

(자료: 한화투자증권 추정 2013.08.01)

### 3) OEM/ODM 시장의 성장

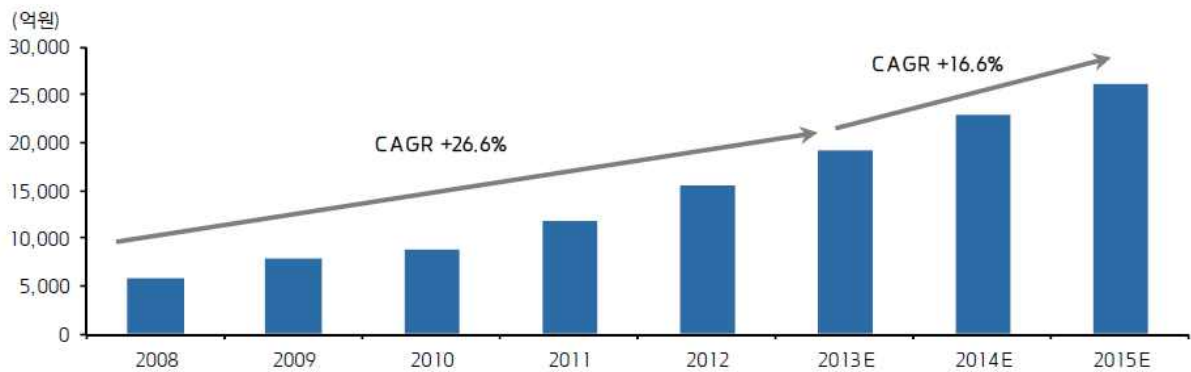
2011년말 기준 식품의약품안전청에 등록된 화장품제조업체는 968개소로 나타나고 있으며 그중 약 200여개 업체가 OEM/ODM 관련 사업을 영위하고 있는 것으로 추정되오나 상위 2개사 한국콜마와 코스맥스의 점유율은 60%를 육박하며 시장을 과점하고 있습니다.

주목할 사항은 OEM/ODM의 대표업체인 한국콜마, 코스맥스의 최근 수년간의 매출증가율이 국내 화장품산업의 성장률을 크게 상회하고 있다는 점입니다. 이는 1) 화장품 유통채널이 브랜드숍 중

심으로 재편되면서 신규 브랜드수의 증가에 따른 전체 생산물량 확대가 이루어졌고, 2) 제조시설을 갖추고 출발한 기업들도 핵심영역 이외의 분야는 아웃소싱으로 생산하는 경우가 늘어났기 때문입니다.

원브랜드샵 업체들은 주요 상권을 중심으로 점포수를 빠르게 늘려나가 시장포화에 대한 우려가 높은 상황입니다. 하지만 저가 화장품시장의 성장은 추가 출점에 대한 부담에도 불구하고 지속되는 경기불황 및 경쟁심화에 따른 각종 프로모션의 증가로 2013년에도 성장세가 이어져 약 1.9조 원의 규모를 이룰 전망이며 2015년에는 2.6조원규모의 시장을 형성할 전망입니다.

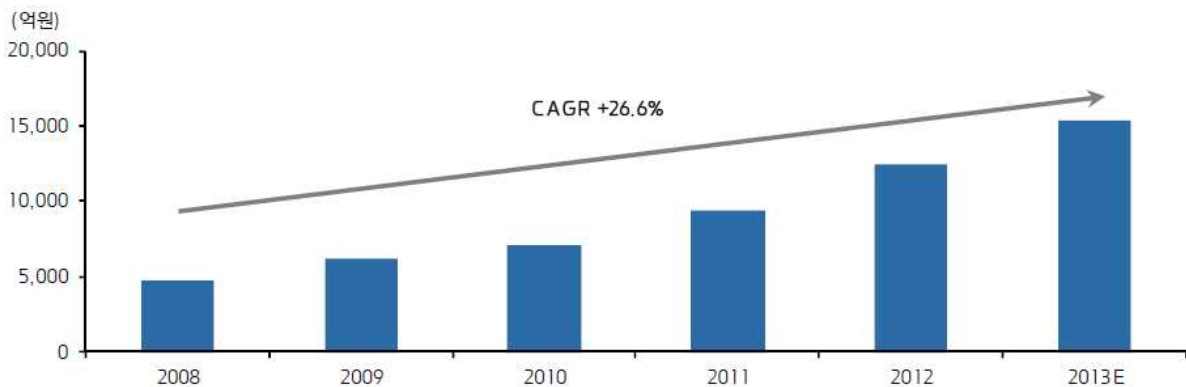
[ 원브랜드샵 시장규모 추이 및 전망 ]



(자료: 아모레퍼시픽, 키움증권 2013.05.20)

저가 화장품의 강세 지속 및 원브랜드샵 경쟁심화로 OEM/ODM 산업은 2013년에도 두 자릿수 성장률을 유지하며 1조 5천억원 규모로 성장할 전망입니다. 향후 원브랜드샵의 성장세가 둔화되더라도 OEM/ODM 산업의 성장세는 이어질 것이라 판단하는데 이는 화장품산업이 기본적으로 다품종 소량생산의 특성을 갖고 있고 유행에 민감하기에 제품교체의 사이클이 빠르기 때문입니다. 또한 비화장품업체들의 화장품시장 진출의 증가, 해외수출 증대 등으로 인해 OEM/ODM 업체들의 매출처가 확대될 것으로 예상되기 때문입니다.

[ 국내 OEM/ODM 시장 규모 추이 및 전망 ]



(자료: 아모레퍼시픽, 키움증권 2013.05.20)

[ 최근 1~2년간 화장품 사업 신규 진출 업체 ]

회사명 및 주요업종	내 용
KT&G	<ul style="list-style-type: none"> <li>소망화장품 인수를 통해 화장품 시장 진출</li> </ul>
웅진코웨이 휴온스 한국오츠카제약	<ul style="list-style-type: none"> <li>화장품 사업부 신설로 중~고가 화장품 사업 시작</li> <li>화장품 브랜드 '휴온'을 병원 중심으로 판매</li> <li>남성화장품 '우르오스' 런칭</li> </ul>
신세계	<ul style="list-style-type: none"> <li>'비디비치' 인수로 화장품 사업 진출</li> <li>H&amp;B 샵 '분스(Boons)' 런칭</li> </ul>
롯데	<ul style="list-style-type: none"> <li>후지필름의 '아스타리프트' 도입하며 화장품 사업 진출</li> <li>2013 년 내 H&amp;B 샵 런칭 계획</li> </ul>

(자료: 키움증권 2013.05.20)

동사 또한 최근 중저가 브랜드샵으로의 염모제 및 헤어케어류 OEM/ODM 매출액이 증가하는 추세에 있습니다. 이는 동사가 업계에서는 이미 염모제 전문 제조 기업으로 정평이 나 있으며 이 점을 바탕으로 염모제에 대한 꾸준한 OEM/ODM 진행 및 요청이 이루어지고 있기 때문입니다. 실제로 동사의 OEM/ODM 매출은 2010년 285백만원, 2011년 712백만원, 2012년 1,698백만원으로 연평균 약 144.17% 성장해왔습니다. 특히 기존에 납품 중이던 토니모리, 스킨푸드, 더페이스샵 등 주요 브랜드샵 외에 2013년 상반기 LG생활건강, 아모레퍼시픽 등으로의 OEM/ODM 신규 매출이 발생하기 시작하면서 향후 OEM/ODM 매출은 동사의 주요 성장 동력원이 될 것으로 기대되고 있습니다.

**(2) 기업지배구조, 내부통제제도, 공시체제 및 특수관계인과의 거래 등에 비추어 경영투명성이 인정되는지 여부**

(가) 기업지배구조

1) 대표이사

동사는 최대주주인 이훈구 대표이사를 중심으로 사업을 영위하고 있으며, 1994년 10월 취임한 이래 동사의 성장에 주도적인 역할을 수행하고 있습니다. 이훈구 대표이사는 화장품 및 염모제 산업의 오랜 업무경험을 바탕으로 시장의 흐름과 생산 프로세스에 대한 이해도가 높고 국내 및 해외 주요 업체와의 네트워크를 확보하여 동사의 영업확장에 기여하고 있습니다.

한편, 동사의 대표이사는 민형사상의 소송에 연루된 바가 없으며 상장적격성보고서 제출일 현재 동사와의 부당한 내부거래가 존재하지 않는 등 상장 후에도 투명성 있는 경영을 해나갈 것으로 판단하고 있습니다.

2) 이사, 이사회

동사의 이사회는 이사 3인(사내이사 2인, 사외이사 1인)과 비상근감사 1인으로 구성되어 있습니다. 동사의 이사진들은 과거 한국화장품, 시선레브 등 관련 기업에서 쌓은 풍부한 경험을 바탕으로 영업, 조직관리 등 각 분야에서 전문적인 경영 능력을 발휘함으로써 동사의 성장에 기여하고

있습니다. 또한 경영진들의 민형사상의 소송여부나 동사와의 부당한 내부거래 역시 존재하지 않아 동사의 대표이사를 비롯한 경영진들의 자질은 매우 우수한 것으로 평가할 수 있습니다.

[ 이사회 구성 현황 ]

직책명	성명 (생년월일)	약력	담당 업무	소유주식	
				종류	수량
대표이사 (상근/등기)	이훈구 (57.03.18)	-고려대 기계공학과 졸업 (82.07) -㈜유공 (82.08~85.08) -세화제약(주) (85.10~94.10) -㈜세화피앤씨 (94.10~현재)	경영 총괄	기명식 보통주	1,407,550
상무이사 (상근/등기)	박정환 (58.06.11)	-수원대 경제학과 졸업 (87.02) -한국화장품 (87.05~97.07) -시선레브 (97.07~06.05) -㈜세화피앤씨 (07.09~현재)	영업	-	-
감사 (비상근/등기)	윤인병 (48.10.15)	-고려대 독어독문학과 졸업 (75.02) -삼성물산 (75.01~83.09) -제일제당 (83.10~97.05) -신동방 (97.06~98.12) -일양약품 (99.01~02.12) -이성화학 (03.01~04.05) -중앙바이오텍 (04.06~06.) -㈜세화피앤씨 (07.08~현재)	감사	-	-
사외이사	배성렬 (65.10.26)	-서울대 법과대학 졸업 -대한상사중재원 -대한변협 환경과 에너지분과위원회 -법무법인 청진 대표변호사 -㈜세화피앤씨 (11.08~현재)	사외 이사	-	-

3) 감사

동사의 윤인병 감사는 비상근 등기임원으로서 2007년 8월 선임된 후 독립적으로 감사활동을 수행해왔으며 회사는 감사가 감사활동을 수행함에 있어서 필요한 업무적 지원을 제공하고 있습니다. 윤인병 감사는 상법에서 규정하는 감사의 자격을 충족하고 있으며, 동사와 특수관계가 없기에 감사로서 업무를 수행함에 있어 독립성이 충분히 인정된다고 판단됩니다. 비록 윤인병 감사는 무역진흥공사에서 겸직 중에 있지만 동사와 사업의 연관성이 없어 향후 거래가 발생할 가능성이 적을 바 동사에 미치는 영향은 적을 것으로 판단됩니다.

[ 감사의 겸직 현황 ]

성명	직책	선임시기	현재(겸임) 근무지의 상황			
			직장명	직책	근무연수	담당업무
윤인병	감사	2007.08.16	무역진흥공사	수출전문위원	6년 8개월	수출지원사업

한편, 동사는 감사의 감사업무에 필요한 경영정보접근을 통해 공정하고 체계적인 감사 제도를 확립하고자 동사의 정관 및 감사의 직무규정에 다음과 같은 규정을 두고 있습니다.

[ 정관 및 직무규정상 감사의 권한과 책임 ]

구 분	내 용
정관	<p><b>제47조 (감사의 직무)</b></p> <p>① 감사는 회사의 회계와 업무를 감사한다.</p> <p>② 감사는 회의의 목적사항과 소집의 이유를 기재한 서면을 이사회에 제출하여 임시주주총회의 소집을 청구할 수 있다.</p> <p>③ 감사는 그 직무를 수행하기 위하여 필요한 때에는 자회사에 대하여 영업의 보고를 요구할 수 있다. 이 경우 자회사가 지체 없이 보고를 하지 아니할 때 또는 그 보고의 내용을 확인할 필요가 있는 때에는 자회사의 업무와 재산 상태를 조사할 수 있다.</p> <p>④ 감사에 대해서는 제35조 제3항 및 제36조의2의 규정을 준용한다.</p> <p>⑤ 감사는 회사의 비용으로 전문가의 도움을 구할 수 있다.</p> <p>⑥ 감사는 필요하면 회의의 목적사항과 소집이유를 적은 서면을 이사(소집권자가 있는 경우에는 소집권자)에게 제출하여 이사회 소집을 청구할 수 있다.</p> <p>⑦ 제6항의 청구를 하였는데도 이사가 지체 없이 이사회를 소집하지 아니하면 그 청구한 감사가 이사회를 소집할 수 있다.</p>
감사 직무규정	<p><b>제7조 (권한)</b></p> <p>① 감사는 다음 각 호의 권한을 행사할 수 있다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 이사 등에 대한 영업의 보고 요구 및 회사의 업무·재산상태 조사</li> <li>2. 자회사에 대한 영업보고 요구 및 업무와 재산 상태에 관한 조사</li> <li>3. 임시주주총회의 소집 청구</li> <li>4. 이사회에 출석 및 의견 진술</li> <li>5. 감사의 해임에 관한 의견진술</li> <li>6. 이사의 보고 수령</li> <li>7. 이사의 위법행위에 대한 유지청구</li> <li>8. 주주총회 결의 취소의 소 등 각종 소의 제기</li> <li>9. 이사·회사 간 소송에서의 회사 대표</li> </ol> <p>② 감사는 다음 각 호의 사항을 요구할 수 있으며, 그 요구를 받은 자는 특별한 사유가 없는 한 이에 응하여야 한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 회사 내 모든 정보에 대한 사항</li> <li>2. 관계자의 출석 및 답변</li> <li>3. 참고, 금고, 장부 및 관계서류, 증빙, 물품 등에 관한 사항</li> <li>4. 기타 감사업무수행에 필요한 사항의 요구</li> </ol> <p>③ 감사는 각 부서의 장에게 임직원의 부정행위가 있거나 중대한 과실이 있을 때 지체 없이 보고토록 요구할 수 있다.</p> <p>④ 전항의 경우 감사는 지체 없이 감사요원을 투입하여 특별감사에 착수하여야 한다.</p>

4) 사외이사

동사는 2011년 8월 임시주주총회를 통하여 사외이사를 선임하여 회사의 경영투명성을 강화하고 있습니다. 동사는 현재 사내이사 2명, 사외이사 1명의 이사진을 구성 중에 있으며 이는 상장법인의 경우 사외이사를 이사 총수의 4분의 1 이상이 되도록 규정한 상법상 법규를 충족하는 것이며 상법상 결격요건에 해당하는 사항이 없는바 사외이사의 독립적인 역할수행이 가능할 것으로 판단

됩니다. 또한, 배성렬 사외이사는 2011년 8월 11일 선임 후 개최된 총 13회의 이사회에서 11회를 출석하는 등 사외이사로서의 직무를 충실히 이행하고 있습니다.

#### 5) 주주구성

상장적격성보고서 제출일 현재 동사의 최대주주는 이훈구 대표이사이며 최대주주 및 특수관계인은 46.98%의 지분을 보유하고 있습니다. 이에 따라 급격한 지분변동 등으로 인하여 안정적인 경영권을 위협할 만한 특이요소는 없다고 판단됩니다.

[ 보고서 제출일 현재 최대주주등 지분현황 ]

구분	주주명	보유주식수	지분율	비고
최대주주	이훈구	1,407,550주	38.00%	본인
특수관계인	이철구	281,510주	7.60%	제
특수관계인	이재복	35,180주	0.95%	자
특수관계인	석창현	15,870주	0.43%	임원
특수관계인	(주)세화피앤씨	150주	0.00%	자기주식
합 계	-	1,740,260주	46.98%	

#### (나) 내부통제제도

동사는 이사회에 의해 동사의 주요 경영활동과 안전에 대해서 의결하고 운영하고 있으며, 동사의 이사회규정에 의거 회사의 중요한 경영사항에 대한 심의, 의결권을 갖고 전문경영, 책임경영 및 기업지배구조 투명성을 제고하고 있습니다.

당사는 동사의 내부통제에 대해 실시하는 과정에서 이사회규정 및 이사회 의사록을 검토한 결과, 보고서 제출일 현재까지 조항에 따라 적절하게 운영되어온 것을 확인할 수 있었습니다. 또한, 동사의 내부감시장치는 효과적으로 운영되고 있으며 내부감시장치의 가동에 있어서 중요하다고 판단되는 취약점은 발견되지 아니하였습니다. 동사는 상장 이후에도 과거와 같이 내부통제제도를 적절하게 운영할 것으로 판단됩니다.

#### (다) 공시체제

[ 동사 공시담당 인력 현황 ]

직위	성명	담당업무	주요경력	비고
상무	박정환	영업 담당	- 수원대학교 경제학과 졸업 (87.02) - 한국화장품(주) (87.05~97.07) - (주)시선래브 (97.07~06.05) - (주)세화피앤씨 (07.09~현재)	공시책임자
부장	조준한	회계 담당	- (주)세화피앤씨 (95.02~현재)	공시담당자
과장	최은아	자금 및 주식담당	- (주)세화피앤씨 (00.11~현재)	공시담당자

동사는 공시책임자 및 공시담당자를 상기와 같이 지정하며, 담당자 및 책임자를 거래소에 등록할 것입니다. 또한, 상장법인 공시규정 및 세칙이 정하는 바에 따라 공시담당자가 이수하여야 할 교육을 성실히 이행할 것입니다. 공시의무사항과 기타 법인경영 또는 재산상황이나 투자자의 투자 판단에 중요한 역할을 미칠 상황이 발생한 경우에는 내부정보의 종합관리 및 적절한 공개를 위하여 공시책임자에게 정보가 집중되도록 할 것입니다.

(라) 특수관계인과의 거래

동사는 최근 3년 동안 아래와 같이 특수관계인과의 정상적인 매출거래가 있었습니다. 최대주주등 개인에 대한 매출은 개인소비의 수요에 의한 당사 제품의 구입입니다. 그리고 해외 종속회사인 Sewha Do Brasil Cosmetics Ltda과의 매출거래는 해외수출을 위한 것이며 2011년 3월 해당 법인을 타인에게 양도하면서 종속회사의 지위가 해제되었고 매출채권은 회수가 불가능하다고 판단되어 대손 처리하였습니다.

[ 특수관계인과의 매출거래 내역 ]

(단위 : 천원)

구 분	성 명 (법인명)	관계	13연도 상반기	12연도		11연도		10연도	
				금액	내용	금액	내용	금액	내용
매출거래	이훈구	최대주주	275	628	제품매출	271	제품매출	298	제품매출
	이재복	특수관계인	28	57	제품매출	-	-	-	-
	박정환	등기임원	-	1,618	제품매출	200	제품매출	-	-
	이희용	비등기임원	-	55	제품매출	-	-	49	제품매출
	Sewha Do Brasil	종속회사	-	-	-	-	-	34	제품매출
매출채권 잔액	이재복	특수관계인	22	-	-	-	-	-	-
	박정환	등기임원	390	390	제품매출	210	제품매출	-	-
	Sewha Do Brasil	종속회사	-	-	-	-	-	373	제품매출

그 외에, 2012년 당사는 사내이사인 서동수의 은행대출금 5,000만원에 대해 정기적금으로 담보를 제공하였지만 2013년 3월 서동수 이사가 퇴직하면서 해당 질권 설정도 해소하였습니다.

보고서 제출일 현재 동사는 특수관계인과의 자금거래, 지급보증 등 거래내역이 없으며 매출거래는 금액이 적고 사유가 적당하다고 판단되어 향후 특수관계인에 따른 위험은 적다고 판단됩니다.

### (3) 상장전 증자나 주식거래, 상장업무 관련 이해관계자의 주식투자 등으로 경영안전성 및 주주이익이 침해되지 않는지 여부

#### (가) 상장전 증자현황

동사는 설립 이후 주주배정 유상증자 4회, 제3자배정(우리사주조합) 유상증자 1회, 무상증자 2회를 실시하여 보고서 제출일 현재 동사의 자본금은 약 18.5억원입니다. 이 중에서 보고서 제출일 기준 과거 5년간 상장업무 관련 이해관계자의 주식투자 내역은 전혀 없습니다.

#### [ 자본금 변동 사항 ]

(단위: 천원, 주)

일자	주식 종류	주식수	주 당 액면가액 (원)	액면 총액	주 당 발행가액 (원)	발행 총액	할증률	증(감)자후 자본금	비고
1976.07.09	보통주	10,000	1,000	10,000	1,000	10,000	-	10,000	설립자본금
1987.05.10	보통주	8,000	5,000	40,000	5,000	40,000	-	50,000	유상증자 (주주배정)
1998.03.23	보통주	30,000	5,000	150,000	5,000	150,000	-	200,000	유상증자 (주주배정)
1999.02.05	보통주	60,000	5,000	300,000	5,000	300,000	-	500,000	유상증자 (주주배정)
2005.08.11	보통주	50,000	5,000	250,000	5,000	250,000	-	750,000	무상증자 (이익잉여금)
2009.10.01	보통주	126,225	5,000	631,125	5,000	631,125	-	1,381,125	유상증자 (주주배정)
2009.10.14	보통주	23,775	5,000	118,875	20,000	475,500	300%	1,500,000	유상증자 (제3자배정)
2009.11.18	보통주	70,410	5,000	352,000	5,000	352,000	-	1,852,050	무상증자 (주식발행 초과금)
2010.04.29	보통주	3,333,690	500	-	-	-	-	1,852,050	액면분할
계		3,704,100	500	-	-	-	-	1,852,050	

#### (나) 주식거래

최근 3년 최대주주등과 관련된 주식거래 내역은 아래와 같습니다.

거래일	양도인	양수인	주식수 (주)	거래단가 (원)	비고
2013.08.08	석창현	박혜연	12,340	2,400	박정환 이사의 자
2012.12.18	김용태	이재복	35,180	2,420	이훈구 대표이사의 자

해당 거래는 계약당사자 간의 협의 하에 이루어진 것이며 거래단가도 비슷한 시기에 이루어진 非

특수관계자 간의 거래단가와 비슷한 수준이어서 양도인의 이익에 대한 침해가 없다고 판단되며 특수관계인 보유주식의 증가로 경영안정성 유지에 유익하다고 판단됩니다.

#### (다) 경영안정성 및 주주이익의 침해여부 검토 사항

동사는 2009년 10월 14일 우리사주조합을 대상으로 제3자배정 유상증자를 실시하였으며, 그 외의 증자의 경우 주주배정 유상증자 및 주주배정 무상증자 방식을 택함으로써 현 경영진의 안정적인 경영권을 유지하여왔을 뿐만 아니라, 기존 주주의 권리를 보호하여왔습니다. 또한 우리사주조합을 대상으로 한 유상증자의 경우에도 주식의 발행가액과 관련 절차 등을 볼 때 기존 주주의 이익을 침해하는 거래가 아닌 것으로 판단됩니다.

### (4) 기타 투자자보호 및 코넥스시장의 건전한 발전을 저해하지 않는다고 인정되는지 여부

동사는 설립 이후 안정적으로 회사를 경영하여 왔으며, 주주의 권익 보호에 최선을 다하고 있습니다. 그리고 2011년 8월 임시주주총회에서 사외이사 1인을 신규로 선임하였고 감사의 경우 상근 감사의 자격요건을 충족하는 비상근감사가 역할을 수행 중임에 따라 경영진에 대한 사외이사 및 감사의 견제기능이 정상적으로 가동 중인 것으로 판단됩니다. 또한, 동사는 내부정보이용방지를 위하여 공시사항 발생 시 즉시 공시가 가능할 수 있도록 공시 체제를 정비하였습니다.

따라서 동사에 기타 투자자보호 및 코넥스시장의 건전한 발전을 저해할 요소가 없다고 판단합니다.

## 3. 투자위험 사항

### 가. 사업위험

#### (1) 소비자 선호도 변화 등에 따른 매출하락 위험

동사의 주력 제품인 염모제는 이미 국내를 포함한 전세계 화장품브랜드의 필수 제품군으로 자리 잡았으나, 소비자들의 염모제에 대한 선호도 변화 시 동사는 매출하락의 위험이 존재합니다.

동사의 염모제는 경쟁제품과 비교하여 ‘삼푸형’, ‘거품형’이라는 개념은 동일하나 국내에서 독보적인 헤나 관련 기술력 및 특허에 바탕을 둔 제품이라는 점에서 경쟁사 제품과 비교하여 상대적으로 차별성을 지니고 있습니다. 하지만 동사 제품의 판매가격에 대한 저항, 사용의 편의성에 대한 불만 등의 문제가 부각되거나, 헤나 관련 기술력, 제품의 특성 및 성분에 대한 신뢰가 저하될 경우 소비자의 선호도는 경쟁사 제품으로 옮겨갈 수 있습니다.

또한, 유행에 민감한 화장품 제품의 특성상 끊임없는 연구개발을 통해 소비자의 기호에 부응하는 신제품을 지속적으로 개발하여야 합니다. 따라서 동사의 연구개발성과가 기대에 미치지 못하거나 소비자의 니즈를 만족시키는 신규제품 출시가 지연될 경우 동사의 경쟁력은 저하할 것이며 이에 따라 동사의 영업성과는 영향을 받을 수 있습니다.

그리고 제품 품질상의 문제점과 결함 및 A/S 상의 문제가 발생할 경우 이는 장기적인 고객평판도 하락과 브랜드 선호도 하락으로 이어져 동사의 매출액 감소에 직접적인 영향을 미칠 수 있게 됩니다.

이에 대비하여 동사는 소비자 만족 개선을 위해서 CCM(소비자만족 자율관리 프로그램)을 2011년 1월 공정관리위원회에서 인증 받아 운영하고 있습니다. CCM은 모든 활동을 고객의 입장에서 생각하고 소비자 불만에 대해서 신속히 대응함으로써 고객이 안심하고 물품을 구입, 서비스를 받을 수 있도록 하는 소비자 권익을 보호하는 자율관리 프로그램입니다. 동사는 또한 따로 C/S 팀을 두어 공식적인 불만접수 및 팩스와 전화, 이메일을 통해 서비스에 대한 고객들의 불만사항을 수시로 접수하고 이에 대한 대응을 하고 있습니다.

(2) 주요 판매채널인 홈쇼핑의 매출변동성 위험

최근 사업연도말 기준 홈쇼핑에 의한 매출은 동사 매출의 30% 이상을 차지하고 있어 홈쇼핑 매출은 동사의 주요한 유통경로로 자리 잡고 있습니다. 그리하여 향후 홈쇼핑 업체의 업황에 따라 동사의 매출은 직접적인 영향을 받을 수 있습니다.

[ 국내 화장품 홈쇼핑 매출액 추이 ]

(단위 : 십억원, %)

구분	2009	2010	2011	2012	2013E	2014E	2015E
화장품매출액 (성장률)	7,331 (11.75%)	7,957 (8.54%)	8,936 (12.30%)	9,566 (7.05%)	10,146 (6.06%)	10,802 (6.47%)	11,514 (6.59%)
홈쇼핑매출 (성장률)	320 (6.67%)	369 (15.31%)	410 (11.11%)	456 (11.22%)	507 (11.18%)	569 (12.23%)	639 (12.30%)
비율	4.73%	4.64%	4.59%	4.77%	5.00%	5.27%	5.55%

화장품산업의 유통경로별 자료를 살펴보면, 2012년 홈쇼핑을 통한 화장품 유통은 2011년 대비 11.22%의 성장을 보여 양호한 성장세를 보이고 있지만 2012년 국내 화장품 유통채널 중 홈쇼핑 판매가 차지하는 비중은 4.77%로 타 유통채널 대비 작은 비중을 차지하고 있습니다.

홈쇼핑 이용자의 감소 또는 인터넷을 통한 유통비중 확대, 원브랜드샵 및 멀티브랜드샵 등 전문 로드샵의 성장 등으로 인하여 타 유통채널로 화장품 판매가 확산될 경우, 홈쇼핑 위주의 유통이 상당한 부분을 차지하는 동사의 매출구조상 동사의 매출은 직접적인 영향을 받을 수 있습니다. 또한 홈쇼핑 이용자의 구매행태 변화 등에 따라서 홈쇼핑의 화장품 관련 매출구조는 변동될 수 있으며, 동사는 이러한 홈쇼핑 매출구조 변동성에 따라 매출이 하락할 위험이 존재합니다.

(3) 매출처 생산정책 변동에 따른 OEM/ODM 매출변동의 위험

동사는 2007년 CGMP 적합업소 인증을 받았고 이러한 생산설비 및 지속적인 제품개발을 통하여 현재 염모제 이외에 헤어케어 화장품, 바디케어 화장품 등에서도 경쟁력 있는 제품을 생산하고 있습니다. 뿐만 아니라 토니모리, 스킨푸드 외 다수의 국내 화장품 브랜드회사에 OEM/ODM 제품을 공급하고 있습니다.

동사의 OEM/ODM 매출은 최근 3개년 동안 평균 약 144.17%의 고성장을 보여 왔습니다. 동사는 염모제 외에 기초화장품 등 주력 제품의 다양화를 위해 노력해 왔으며, 공장증축 후 OEM/ODM 매출을 더욱 확대할 계획입니다.

[ 동사 최근 3년 OEM/ODM 매출 ]

(단위 : 백만원, %)

구분	2010년	2011년	2012년	2013년 상반기
OEM/ODM 매출	285	712	1,698	658
총매출 대비 비중	1.37	2.37	6.67	6.09

그러나 물가상승에 대한 부담, 소비자의 소비패턴 변화 등 화장품시장의 변화 등으로 인하여 화장품산업의 업황이 변동되거나 기타 사유로 인하여 화장품 브랜드 업체들의 OEM/ODM에 대한 생산정책이 변동될 경우 동사의 OEM/ODM 매출은 영향을 받을 수 있습니다.

또한, 최근 과거 OEM 추세에서 생산업체의 적극적인 제품기획이 반영된 ODM이 점차 확대되기 시작하면서 각 생산업체의 제품 개발능력이 중요한 요인으로 자리 잡게 되었습니다. 따라서 동사의 ODM능력이 각 화장품회사의 제품니즈를 따라가지 못하게 될 경우, OEM/ODM 매출은 정체 또는 하락할 위험이 존재합니다.

(4) 경쟁제품 출현에 따른 경쟁심화 가능성

동사는 해나 관련 독보적 특허와 '샴푸형 염모제'라는 기술적 차별성과 명확한 제품 포지셔닝을 토대로 국내 염모제시장에서 고속성장하며 시장점유율을 급속히 확대하였습니다. 그러나 염모제 시장은 샴푸형 타입 이후 거품형 타입의 제품이 등장하는 등 소비자의 요구에 발맞춰 신규 제품이 지속적으로 출시되고 있는 상황입니다.

현재까지 동사의 제품력과 기술력, 원가경쟁력(대량 생산에 따른 안정적인 장기 매입처 확보)으로 인해 시장경쟁력을 유지하고 있으나 향후 혁신적인 제품의 등장, 유사 업체 및 제품의 난립 등으로 시장경쟁이 격화될 경우 중·장기적으로 매출 및 수익의 감소가 예상됩니다.

#### (5) 국내의 원가변동에 대한 위험

화장품 산업의 원가구조는 통상 원재료의 비율보다 부재료의 비중이 더 높고, 인건비의 비중이 상대적으로 높은 편이라 할 수 있습니다. 2012년 동사 매입액 기준으로 원재료가 28.04%, 부재료는 59.57%, 상품이 12.39% 차지하고 있습니다.

원재료의 경우 해외 제조업체의 국내 무역대리상을 통해 주로 구입하고 있으며, 원화로 결제되고 있어 직접적인 환위험은 존재하지 않으나, 석유화학제품의 특성으로 국제유가의 변동에 따른 직접적인 가격 상승의 위험이 존재하고 있습니다. 부재료의 경우 대부분 국내에서 조달하고 있으나 일부 단가절감이 필요한 경우에 한하여 중국 수입을 병행하고 있어 환위험에 노출되어 있으며 또한 중국내 임금인상 움직임에 따른 수입부자재 가격 상승의 위험 등이 수반되어 있습니다.

동사는 주요 매입처와의 안정적인 거래관계 유지, 원부재료의 대량구매를 통한 원가절감 등을 토대로 원가상승을 간접적으로 통제하고 있으나, 원부재료의 매입원가 상승이 동사의 통제 범위를 벗어날 경우 동사의 수익성이 하락할 수 있는 위험이 있습니다.

#### (6) 화장품 생산업체에 대한 규제 법률의 변화위험

2011년말 기준 식품의약품안전청에 등록된 화장품제조업체는 968개소로 군소 제조업체의 난립으로 인한 저품질 화장품의 공급이 문제가 되었습니다. 이를 개선하기 위해 식품의약품안전청에서는 위탁제조업의 경우 우수화장품 제조 및 품질관리기준(CGMP) 적합판정을 받은 제조업소에 위탁 제조하도록 권장하고 있으며, 장기적으로는 모든 화장품 제조업소의 CGMP 의무 도입을 추진하고자 하고 있습니다. 식약청의 'CGMP 의무화'에 대한 의지가 확고함에 따라 CGMP 인증을 득한 업체의 위상이 점차적으로 높아질 가능성이 높은 것으로 판단됩니다. 동사는 2008년에 대한화장품협회에 의해 CGMP 제조업소로 지정되었으며 현재까지 CGMP제조소로 운영 중에 있음에 따라 향후 이에 따른 혜택을 누릴 수 있을 것으로 판단됩니다.

한편 최근 한·미 FTA 및 한·EU FTA의 체결로 CGMP 설비기준보다 강화된 화장품 제조업 설비 기준인 ISO-GMP(국제 화장품 품질관리 기준)의 도입의 필요성이 대두되고 있어, 장기적으로 ISO-GMP기준에 부합하지 못하는 화장품 제조업체는 도태되어 화장품 제조업체가 재편될 것으로 예상되고 있습니다. 특히 우리나라 화장품의 주력 수출시장인 중국과 동남아시아에서 국제적 기준의 ISO-GMP에 따라 생산된 화장품의 수출을 요구하고 있어, 빠른 도입이 요구되고 있습니다. 이에 따라 향후 동 'ISO-GMP'의 규제가 도입되어 규제수준이 더욱 강화될 경우 동사의 생산실적과 이에 따른 매출액이 영향을 받을 수 있을 것으로 판단됩니다.

ISO-GMP 이외에도 화장품 산업관련 규제의 강화 추세에 맞춰 동사의 상황에 적합한 대응방안을 마련하여 대응하고 있습니다. 하지만 이러한 동사의 대응이 산업관련 규제에 적절히 이루어지지 않을 경우 동사의 화장품 생산에 큰 차질을 가져와 매출 및 이익뿐만 아니라 동사의 지속적 경영에 부정적인 영향을 미칠 수 있는 위험이 있습니다.

#### (7) 외환 위험

2012년 동사의 수출액은 67억원으로 전년 대비 12.31% 상승하였으며, 동사 전체 매출의 26.07%를 차지하고 있습니다. 최근 3년 동사의 수출을 보면 연평균성장률이 34.33%에 달하여 동사 매출에서 수출이 차지하는 비중이 점차 증가하고 있습니다. 또한 적극적인 해외 영업을 통하여 지속적인 성장을 추구하는 동사 경영 전략상 향후 해외 수출 규모가은 더 높아지리라고 판단이 됩니다.

현재 동사는 50여 개국에 수출을 하고 있으며, 주요 결제 통화로는 미국 달러가 이용되고 있습니다. 수입의 경우 일부 부재료에 대해서 중국으로부터 직수입 하고 있으며 이 경우에도 미국 달러를 결제 통화로 이용함으로써 일부 매칭을 하고는 있으나 수출 대비 수입 규모가 작아 완전한 매칭이 되고 있지 않은 상황입니다. 다만 해외 매출의 경우 외화수금을 적시에 원화로 환전함으로써 환 포지션 발생을 최소화하고 있습니다. 이에 따른 2012년 외화환산이익, 외환차익, 외화환산손실, 외환차손은 각각 1,992천원, 54,933천원, 16,560천원, 61,376천원으로 동사 실적에 미치는 영향은 상대적으로 미미한 것으로 판단됩니다.

#### (8) 핵심인력 이탈에 대한 위험

동사 염모제 및 화장품 제조 관련 기술은 동사의 소수 핵심인력에 의해 개발되고 유지되어 왔으며, 향후 사업과 영업성과는 상당부분이 경영진, 주요 연구개발 인력 및 기술 인력, 국내외 영업 인력의 유지 및 확보에 달려 있습니다. 이러한 주요 인력을 계속적으로 유지, 확보하는 것은 동사의 인력관리 능력에 따라 좌우됩니다.

주요 경영진이나 핵심인력이 동사를 이직할 경우, 동사의 영업이 손상을 받게 됩니다. 동사는 결과적으로 주요 고객의 이탈, 향후 사업기회의 감소, 매출 감소 등으로 인하여 향후 성장성이 감소하고 주요 사업에 대한 피해가 발생할 수 있습니다. 동사는 이러한 핵심인력의 유출을 방지하기 위한 방안으로 우리사주조합을 설립한 바 있으며, 경영성과에 따른 인센티브 및 성과보상 제도를 운용하고 있습니다.

#### (9) 경기변동 및 자연재해 등의 위험

2012년 기준 동사 매출의 70% 이상이 국내에서 발생하고 있습니다. 그 결과 동사는 한국 고유의 정치적, 경제적, 법적, 규제적 리스크에 영향을 받습니다. 최근 몇 년간 한국의 경제지표들은 혼합된 징후들을 보였으며 한국경제의 미래 성장은 당사의 통제권을 벗어나는 많은 요인들의 영향을 받습니다. 또한 2011년 3월에 발생한 일본의 지진사태처럼, 예상치 못한 자연재해는 이러한 경기 변동에 직접적인 타격을 미칠 수 있습니다.

미국 및 세계 금융시장의 부정적 상황과 변동 가능성, 중동사태로 야기되고 있는 석유 및 상품 가격의 변동, 미국, 일본 및 세계경제의 전반적인 악화로 대체로 전세계 경제 전망의 불확실성을 높였으며, 향후 한국경제 및 세계경제가 더욱 악화될 경우 동사의 사업, 영업성과, 재무상태는 부정적인 영향을 받을 수 있습니다.

## 나. 회사위협

### (1) 수익성 악화의 위험

2013년에 들어서서 동사의 수익성은 상승세로 전환하여 동업종 평균수준과 비슷한 수준을 유지하고 있지만 향후 시장경쟁 심화 및 원재료 단가 인상 등 사업운영에 불리한 요인 등이 발생한 경우 수익성 비율이 하락할 수 있습니다.

[ 동사 수익성 지표 ]

재 무 비 율	10연도	11연도	12연도		13연도 상반기
			회사	업종평균	
매출액 총이익률	54.88%	53.89%	43.40%	55.70%	45.17%
매출액 경상이익률	6.79%	12.70%	2.21%	10.63%	10.76%
매출액 순이익률	4.66%	13.72%	2.70%	8.05%	9.01%
총자본 경상이익률	9.74%	25.26%	2.70%	12.66%	10.64%
자기자본 순이익률	15.76%	49.65%	6.51%	15.68%	17.73%

동사의 수익성 비율은 2012년 업종평균과 비교시 최근 3개년 동안 중 2011년을 제외한 상당수의 지표가 업종평균에 못 미치고 있지만 2013년 상반기에 상승세로 전환하였습니다. 2011년 동사의 리체나 이지스피디 헤어칼라의 매출이 전년대비 약 56억원 증가, 해당 연도 홈쇼핑매출액의 90% 차지하는 등 홈쇼핑에서 공전의 히트를 치면서 동사의 경상이익, 당기순이익이 큰 폭으로 성장하였으며 2011년 3월 31일 관계사 지분 전체를 제3자에게 양도함으로써 과거 수익성 저하를 가져온 관계사 지분법 손실(2010년 1,586백만원)이 사라짐에 따라 2010년 대비 경상이익 및 순이익 관련 수익성 지표가 크게 상승하였습니다.

2012년에 매출이 약 45.7억 감소되면서 종업원급여 인상, 홈쇼핑판매수수료 지출의 증가 등으로 인한 원가비용이 증가되면서 수익성 지표가 크게 악화되었지만 2013년에 들어서서 홈쇼핑사 변경을 통한 판매수수료율의 개선 등을 통해 수익성이 다시 호전되는 모습을 보이고 있으며 업종평균과 거의 비슷한 수준으로 회복되었습니다.

[ 최근 3년 매출액 및 이익 변동 추이 ]

(단위 : 백만원)

구분	10연도	11연도	12연도	13연도 상반기
매출액	20,801	30,044	25,471	10,819
매출총이익	11,427	16,190	11,055	4,887
영업이익	1,787	4,326	702	1,182
경상이익	1,534	3,817	562	1,164
당기순이익	896	4,122	688	975

그러나 화장품업종의 특성상 자체 브랜드 매출시 제품제조 비용에 비해 유통비용, 광고비용 등 판매비 비중이 높아 이익률이 비교적 낮은 편에 속하고 있습니다. 아울러, 향후 신규 경쟁자가 출

현하여 판매추세가 둔화되거나 원재료 등의 비용인상요인을 적절히 통제하지 못할 경우 당사의 수익성은 악화될 수 있습니다.

(2) 매출채권 회수지연에 따른 위험

동사의 매출액은 2011년을 정점으로 하여 최근 2년 하락의 추세를 나타내고 있으나 매출채권은 오히려 늘어나고 있습니다. 그리하여 동사의 매출채권 회전율은 2011년의 8.87회에서 최근 반기말의 4.88회로 하락하였습니다. 2012년말 현재 1년 이상의 장기 미회수채권은 23백만원(전체 매출채권 잔액의 0.5%)으로 매출채권 회수가 원활히 되고 있는 것으로 판단되며, 그 규모 또한 동사의 매출규모(25,471백만원) 등을 미루어 보았을 때 과다하지 않은 규모인 것으로 판단됩니다.

우량한 거래처와의 거래비중 증대 및 신규거래처 발굴시 신용평가실시 등은 매출채권 회전율을 높이는 주요 요인으로 나타나고 있습니다. 동사의 주요 거래처는 CJ오쇼핑, NS홈쇼핑 등 대형 홈쇼핑업체와 토니모리 등 브랜드샵, 롯데, 이마트 등의 마트, 그리고 제약, 잡화, 대리점 등에 납품하는 벤더업체입니다. 그리하여 동사의 매출채권 잔액이 증가함에도 불구하고 1년 이상의 장기채권이 뚜렷하게 감소하는 등 매출채권 구조가 개선되는 현상을 보이고 있으며 매출채권의 회수 또한 원활히 이루어지고 있습니다.

동사의 주요 매출은 대형 홈쇼핑업체 및 이마트 등 유통업체, 화장품브랜드샵이 주를 이루기에 매출채권의 대손가능성은 적으나 매출채권 회수가 원활하지 않고, 장기간 미회수될 경우 동사의 영업현금흐름에 부정적인 영향을 미치며, 매출처 중 부도가 발생하는 등 대손이 발생할 경우 대손상각비가 증가하여 동사의 손익에 부정적인 영향을 미칠 수 있습니다.

[ 최근 3개년 매출채권 연령분석표 ]

(단위: 백만원, 회)

구분	6월 미만		6~12월 미만		1년 이상		매출채권 잔액	매출채권 회전율
	금액	비중	금액	비중	금액	비중		
2010년	3,103	92.32%	69	2.05%	189	5.62%	3,361	5.84
2011년	3,879	96.95%	50	1.25%	72	1.80%	4,001	8.87
2012년	4,446	96.99%	115	2.51%	23	0.50%	4,584	6.34
2013년 반기	4,213	89.81%	422	9.00%	56	1.19%	4,691	4.88

주) 해당 매출채권은 대손충당금을 차감하지 않은 금액입니다.

(3) 재고자산의 과도보유에 따른 위험

동사의 재고자산은 최근 3년 지속적으로 증가하였으나 이는 동사 생산의 증대에 기인한 것으로 판단됩니다. 2011년 동사의 재고자산 회전율은 업종평균과 비슷한 회전율로 분석되었고 최근 반기말에는 업계평균치를 밑도는 6.23회를 기록하였습니다. 재고자산회전율의 하락에도 불구하고 동사의 제품은 비교적 짧은 재고기간을 걸쳐 빠른 속도로 판매되어 당좌자산으로 전환되고 있습니다. 동사는 효율적인 ERP 회계 관리 시스템을 도입하면서 제품재고율 및 재고현황 등을 모니터

링하면서 재고자산을 적정한 수준 이내에 유지할 수 있도록 주의를 기울이고 있습니다.

[ 재고자산 회전을 및 재고자산 ]

(단위 : 백만원)

구분	10연도	11연도	12연도	13연도 상반기
재고자산	2,499	3,275	3,289	3,662
재고자산회전율	11.44회	10.41회	7.76회	6.23회
자산총계	14,527	15,692	19,155	24,624
자산총계 대비 비율	17.20%	20.87%	17.17%	14.87%

[ 최근 사업연도말 재고자산 소진 현황 ]

(단위 : 백만원)

구분	12년도말 재고자산	1월	2월	3월	4월	5월	직전월말 재고자산
제품	961	289	192	122	50	29	278
재공품	426	169	49	36	19	4	149
원재료	1,354	342	262	143	91	60	456
상품	627	21	160	55	46	6	338
합계	3,367	821	663	356	206	100	1,221

주) 상기 재고자산은 대손충당금을 차감하지 않은 금액입니다.

하지만 판매부진 또는 과도한 재고보유 등 동사의 재고자산이 불필요하게 증가할 경우, 동사의 손익 및 현금흐름은 부정적인 영향을 받을 수 있습니다.

(4) 영업파트너사와의 관계악화에 따른 위험

통상 홈쇼핑업계에는 홈쇼핑 유통업의 특성으로 인하여 제조사와 홈쇼핑사를 중재하고 각종 영업 활동을 보조하는 전문적인 벤더사가 존재합니다. 벤더사는 생산회사와 홈쇼핑사를 영업활동의 중재뿐만 아니라 방송편성/방송구성/방송수수료율/방송프로모션 등 조율 관리 업무를 대행하고 일정 부분의 수수료를 수취하고 있습니다.

홈쇼핑 업무를 효율적으로 관리하고 홈쇼핑사와의 관계를 유지하기 위해서는 벤더사와의 관계유지가 중요합니다. 만약 동사가 벤더사와의 관계를 긍정적으로 유지하지 못하거나 벤더사와의 업무협조에 문제가 발생하는 경우 등에는 동사 홈쇼핑 매출에 영향을 미칠 수 있습니다.

(5) 해외수출 부진에 따른 위험

2012년 기준 동사의 수출액은 중국 동방CJ홈쇼핑 등을 포함, 약 6,778백만원 수준으로 전체 매출액의 26.5%에 해당합니다. 동사는 시장 확대를 위하여 직수출 외에 벤더사를 통해 수출을 확대하

는 등 해외진출을 주요 전략으로 하여 운영해왔습니다. 수출국별로 보면 중국, 방글라데시, 미국 등 나라를 주축으로 하여 현재 50여 개국에 수출을 하고 있습니다.

국내 화장품 브랜드는 소위 '한류' 등의 영향으로 해외고객의 구매율이 크게 증가하였고, 특히 국내 브랜드의 중국진출이 점차 가시적인 성과를 거두게 되면서 많은 브랜드들이 중국진출을 추진하게 되었습니다. 동사는 주력 제품인 리체나 이지스피디 헤어칼라 제품을 CJ오쇼핑의 해외자회사인 동방CJ(중국)에 런칭하여 해당 홈쇼핑에 런칭한 한국 상품 중에서 이미용제품 부분 1위를 기록하였으며 중국시장의 성공진출을 기반으로 베트남, 태국, 인도 등 지역에서 홈쇼핑 TV방송을 시작하였습니다. 불과 몇 년 전까지만 해도 대기업에서는 염모제시장에 집중하지 않았으나 염모제시장이 커지면서 아모레퍼시픽, LG생활건강 등 대기업뿐만 아니라 동성제약 등 제약회사에서도 공격적으로 염모제를 출시하고 국내외 홈쇼핑 유통에도 진출하여 동사 제품과 경쟁을 벌이고 있습니다.

[ 주요 수출국 및 수출 규모 ]

(단위 : 백만원)

구분	2010년	2011년	2012년	2013년 상반기
방글라데시	658	789	1,144	456
미국	461	1,724	1,764	705
중국	620	702	773	704
러시아	233	368	527	291
홍콩	75	137	162	194
기타	1,654	2,254	2,310	1,021
수출액 합계 (매출액 대비 비중)	3,701 (18.40%)	5,947 (20.18%)	6,680 (26.46%)	3,371 (31.74%)

화장품업종의 경우 국내뿐만 아니라 해외 현지에도 관련 업체가 다수 존재하고 있는바 현지 업체의 유사제품 출시는 물론 동사와 유사한 제품을 판매하고 있는 국내 경쟁사들의 진입에 따른 경쟁심화 및 광고 관측비용 상승 등 위험요인이 항시 존재하며 해외 수출처의 유행 및 소비자 요구 사항, 경제상황 변화에 따른 제품 라인의 신속한 대응 또한 요구됩니다. 해외시장의 판로 확보를 위해서는 동사의 적절한 대응이 필요하며 이러한 대처가 미흡할 시 동사의 제품 및 브랜드에 대한 부정적 평가로 인해 공격적인 시장 개척 및 고객 유지에 문제가 발생 할 수 있습니다.

(6) 부분 자산의 이용제한에 따른 위험

2013년 6월 30일 현재 동사의 예금 및 유형자산, 재고자산 등이 차입금 등에 대한 담보로 제공되어 있습니다. 보고서 제출일 현재 동사의 영업활동에 중대한 영향을 미칠만한 상황이 발생할 가능성은 낮다고 판단하고 있으나 향후 경제 환경, 영업환경 등의 급격한 변동으로 차입금을 상환하지 못할 경우 해당 자산에 대한 사용이 제한적일 수 있으며 나아가 동사의 영업에 중대한 영향을 미치지 아니할 것이라고 보증할 수 없습니다.

[ 사용이 제한된 예금 등의 내역 ]

(단위 : 천원)

구분	차입처	차입금액	담보제공내역
운전자금	기업은행	300,000	토지, 건물, 기계장치
		700,000	토지, 건물, 기계장치
		1,000,000	토지, 건물, 기계장치
		24,625	매출채권
	한국수출입은행	1,149,700	채고자산
	하나은행	1,000,000	기술신용보증기금 지급보증 (18억원)
시설자금	기업은행	1,589,000	토지, 건물, 기계장치
합계		5,763,325	

(7) 신규투자의 위험

동사는 2010년 이후 매출액이 연간 평균 10.66%의 성장률로 성장하여왔으며 현재 향후 매출의 성장을 따른 생산량의 증가에 대비하기 위하여 현재 공장 증축 공사를 진행하고 있습니다. 이러한 신규투자는 대규모 자본 투입에 따른 운전자금의 단기 불균형 문제 등을 야기할 가능성이 존재합니다. 동사가 이러한 신규투자로 야기되는 위험에 대해 효율적으로 대응하지 못할 경우 동사의 향후 영업환경 및 유동성 등에 영향을 미칠 수 있습니다.

(8) 임직원 위법행위의 발생에 따른 위험

임직원등의 위법행위는 동사의 법규 위반으로 이어질 수 있고, 이는 동사에 대한 제재 및 소송으로 연결될 수 있으며, 나아가 동사의 평판 훼손 혹은 재무적 손실을 야기할 수 있습니다.

위법행위는 고객 영업 중 거짓된 정보의 제공 또는 사기 행위, 비인가 또는 비도덕적 행위에 대한 은폐, 고지되지 않거나 관리되지 않는 위험 또는 동사의 평판을 손상시키는 결과를 가져오는 행위, 또는 법령, 규정 및 절차를 준수하지 않는 행위 등을 포함할 수 있습니다.

동사는 위와 같은 위법행위를 방지하기 위하여 지속적으로 노력하고 있으나 임직원 등의 위법행위를 항상 사전에 방지할 수는 없으며, 이러한 위법행위 방지를 위한 예방 조치들은 항상 효과적이지 않을 수 있습니다. 동사는 임직원 등의 위법행위를 사전에 감지하거나 방지하지 못함으로써 이러한 위법행위가 동사의 평판에 상당한 손상을 입힐 수 있으며 또한 향후 동사의 조직문화에 부정적 영향을 미치고 그 결과, 동사의 사업, 영업성과 또는 재무 상태에 중대한 부정적 영향을 미칠 수 있는 사건이 발생하지 않을 것을 보장할 수는 없습니다.

## 다. 기타위협

### (1) 주식매각에 따른 주가하락 위험

동사가 상장하게 될 코넥스시장은 관계 법령 및 규정 등에 의하여 최대주주등의 보호예수 의무를 면제하고 있습니다. 따라서 기존 투자자 및 임직원이 현금화를 위하여 주식을 매도하게 될 경우, 동사의 주가에 부정적인 영향을 끼칠 수 있습니다.

### (2) 증권 거래와 관련된 집단소송 가능성 위험

2005년 1월 1일 발효한 국내의 증권 관련 집단소송법에서는 국내의 어떤 상장회사의 주식을 집단적으로 0.01% 이상 소유하고 해당 회사가 발행한 증권과 관련하여 자본시장 거래에서 피해를 입었다고 주장하는 50명 이상의 투자자들을 대표하여 한 명 이상의 대표성 있는 원고가 집단 소송을 제기하도록 허용합니다. 집단소송과 관련하여 적용 가능한 소송제기 원인으로는 증권신고서나 국내 투자설명서에 포함된 정보가 오해의 소지가 있어 피해를 입었다는 주장, 오해의 소지가 있는 사업 보고서의 제출, 내부자 거래, 시장 조작, 회계부정으로 유발된 피해에 대해 감사원을 상대로 제기한 주장 등이 포함됩니다. 동사가 향후 집단소송에 연루되지 않는다는 보장을 할 수 없습니다. 그러한 집단 소송이 동사를 상대로 제기될 경우 상당한 비용을 유발하고 동사 경영진의 관심과 자원을 당사의 핵심 사업으로부터 벗어나게 할 가능성이 있습니다.

### (3) 미래 추측자료의 불확실성에 따른 위험

본 상장적격성보고서에는 동사의 경영진의 미래에 대한 현재의 기대를 나타내는 미래지향적 내용이 포함되어 있으며, 그러한 내용은 실제로는 그러한 미래지향적인 내용에 서술된 사항들과 상당히 다른 결과를 초래할 수 있는 요인들과 불확실성의 영향을 받습니다. 앞서 논의한 동사의 사업에 관련된 투자위험요소 이외에 다른 요인들로 인해 실제 결과는 본 상장적격성보고서에 포함되어 있는 여러 가지 미래지향적인 내용에 담겨있는 사항들과 크게 다를 수 있습니다. 그러한 요인들로서는 다음과 같은 것들이 있습니다.

- 일반적인 경제, 비즈니스, 정치 상황
- 규제, 입법, 사법 분야에서의 불리한 추세
- 영업환경 및 부채 상환 능력 등
- 한국 혹은 세계 화장품산업의 전망, 경쟁상황 등
- 금융시장의 상태

이 밖에도 다른 투자위험요소와 관련된 공개사항들은 단지 추정일 뿐이며 무엇보다도 이러한 불확실성이나 투자위험요소 가운데 하나 이상이 구체화되는 경우, 실제 결과는 추정, 기대, 예상했던 것뿐만 아니라 과거의 결과와도 상당히 다를 수 있습니다. 특히 수익 감소, 비용 증가, 자본 비용 증가, 자본 투자 지연 등으로 예상했던 실적 회복이 충분히 실현되지 않을 수 있습니다.

지정자문인인 당사는 본 상장적격성보고서 제출 시점에서 서술하고 있는 미래지향적 내용에 과도

하게 의존하지 말 것을 권고하는 바입니다. 법에 의한 요구사항이 아니라면 당사는 새로운 정보나 향후 상황의 결과를 반영하기 위해 미래지향적 내용을 수정할 의무는 없으며, 또한 이러한 의무가 없다는 점을 분명히 밝히고자 합니다. 당사 혹은 당사의 대리인에 의한 모든 미래지향적 진술은 본 “투자위험요소” 항목에 포함된 신중한 결정을 권고하는 진술을 전제조건으로 이해되어야 합니다.

#### (4) 주식의 거래가 원활하지 못할 가능성 존재

현재 코넥스시장은 창업 초기기업 등 투자 위험을 감당할 수 있는 전문투자자를 위한 시장으로 규제되어 있습니다. 자본시장법 상 전문투자자로 분류되는 연기금·금융회사 등과 함께 창업투자회사(VC)가 참여 가능하며, 개인투자자의 경우 예탁금 3억원 이상인 고액 자산가만이 참여 가능합니다. 따라서 코넥스시장은 타 유가증권 시장에 비해 거래량이 저조할 수 있으며, 이로 인해 동사의 코넥스시장 상장 후 동사의 주식거래가 원활하지 못할 가능성이 있습니다.

현재 금융당국은 이러한 거래부진 가능성에 대비하여 코넥스시장의 지정자문인에게 거래 활성화를 위한 유동성공급자(LP)로서 호가 제출의무 등의 역할을 부여하고 있습니다. 그러나 이러한 노력에도 불구하고 지정자문인의 투자여력, 코넥스시장 투자자 및 기타 시장 환경 등에 의한 코넥스시장 활성화의 불확실성이 존재할 수 있으며, 이에 따라 주식거래가 원활하지 않을 수 있습니다.

#### (5) 기타

본 상장적격성보고서에 대하여 정부가 기재사항이 진실 또는 정확하다는 것을 인정하거나 본 증권의 가치를 보증 또는 승인한 것이 아니므로 본 증권에 대한 투자 의사결정은 전적으로 투자자에게 귀속됩니다. 또한, 본 증권은 정부 및 금융기관이 보증한 것이 아니며, 투자위험은 투자자에게 귀속되오니 투자자께서는 투자 시 이러한 점을 유념해 주시기 바랍니다.

## 4. 회계정보 투명성에 대한 확인 절차

동사의 코넥스시장 상장을 준비하면서 지정자문인인 IBK투자증권(주)은 최근 3사업연도의 재무제표, 세무조정계산서, 계정별 원장, 재무/회계 담당자 인터뷰 등을 통해 회사에 대한 실사를 진행하였습니다.

동사는 최근 3사업연도에 삼일회계법인에 의해 외부감사를 받았고 당해사업연도 반기보고서에 대한 검토를 대주회계법인으로부터 받으면서 회계정보의 투명성을 제고하기 위해 노력을 기울였으며 동사의 외부감사인은 동사의 주식 등에 투자한 사실 등 감사인의 독립성을 저해할 수 있는 기타의 거래사실이 없어 외부감사인의 감사의견 및 검토의견은 신뢰할 수 있다고 판단됩니다.

그 외에 보고서에 최근사업연도 감사인인 삼일회계법인의 확인서를 본 보고서에 첨부하였습니다.

## 5. 상장적합성에 대한 의견

### 가. CEO의 전문성 등에 대한 평가사항

인적사항	이 훈 구 (李勳求, Hoon Ku, Lee)
주요경력	- 고려대 기계공학과 졸업 (82.07) - (주)유공 (82.08~85.08) - 세화제약(주) (85.10~94.10) - (주)세화피앤씨 (94.10~현재)
회사설립배경	제약회사로 설립되었지만 업종을 염모제와 화장품으로 전환하여 세계적인 두발용 화장품 제조 및 판매 회사로 거듭 나고자 함
경영철학	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 한국의 화장품의 우수성과 끊임없는 연구개발을 통한 양질의 제품을 생산하여 세계적인 화장품 전문 제조 판매 회사가 되고자 함</li> <li>▪ 투명한 기업 경영을 통한 주주 가치 극대화와 직원이 창의적으로 업무를 수행하며 공정한 업적평가를 통한 동기부여 그리고 일자리 창출을 통한 사회에 기여하고자 함</li> </ul>
가입단체	대한화장품협회, 대한무역협회
법률위반 및 소송	해당사항 없음

동사의 대표이사인 이훈구 사장은 1994년 동사의 대표이사로 취임한 이래 공정경영, 가치창조, 미래지향을 경영윤리 및 철학으로 삼고 동사를 경영하여 왔습니다. 대표이사는 20여 년간 동업종에 종사한 경험을 바탕으로 기술, 생산, 영업 등 염모제 및 화장품 개발 산업 전반에 대한 높은 전문성과 통찰력을 보유하고 있으며, 이를 토대로 동사의 기술개발 및 영업, 전반적인 경영활동과 관련하여 충분한 역할을 수행 중에 있습니다. 또한, 이훈구 대표이사는 취임 후 줄곧 성실하게 기업 경영을 맡아와 그간 횡령, 배임 등 사실이 없었으며 법규 등의 위반으로 제재를 받은 사실이 없습니다.

이로서, 동사의 대표이사인 이훈구는 경영인으로서의 전문성과 도덕성, 인성을 갖추고 있다고 판단됩니다.

### 나. 경영관리체계

#### (1) 경영진의 전문성

동사의 대표이사인 이훈구 사장은 취임 후 줄곧 공정경영, 가치창조, 미래지향을 경영윤리 및 철학으로 삼고 성실하게 동사의 경영에 임하였으며 그간 20여년의 경험을 바탕으로 기술, 생산, 영업 등 방면에 걸쳐 염모제 및 화장품 산업에 대한 높은 전문성과 통찰력을 보유하고 있습니다. 이를 토대로 동사의 기술개발 및 영업, 전반적인 경영활동과 관련하여 핵심적인 역할을 수행하고 있습니다.

동사의 박정환 상무는 한국화장품, 시선레브 등 업체에서 영업을 담당하면서 터득한 노하우로 동

사의 매출성장을 이끈 주요 공신증의 한명으로서 동사에 큰 기여를 하고 있습니다.

동사는 내부통제의 실효성 및 경영의 투명성을 강화하기 위하여 비상근 사외이사 및 감사를 선임하였으며 이사회 규정 및 감사 규정을 통해 직무, 권한을 명확하게 하여 업무수행의 독립성을 보장하고 있습니다. 사외이사인 배성렬은 변호사로서의 전문지식을 갖고 있으며 감사인 윤인병은 제약회사 등 동사와 유사한 분야에 종사한 풍부한 경험을 갖고 있어 이를 토대로 동사 경영의 적정성 등에 대한 감시 역할을 해줄 것으로 기대하고 있습니다.

[ 동사 주요 경영진 경력 ]

직책명	성명 (생년월)	주요 경력	담당 업무	소유주식	
				종류	수량
대표이사 (상근/등기)	이훈구 (57.03.18)	-고려대 기계공학과 졸업 (82.07) -(주)유공 (82.08~85.08) -세화제약(주) (85.10~94.10) -(주)세화피앤씨 (94.10~현재)	경영 총괄	보통주	1,407,550
상무 (상근/등기)	박정환 (58.06.11)	-수원대 경제학과 졸업 (87.02) -한국화장품 (87.05~97.07) -시선래브 (97.07~06.05) -(주)세화피앤씨 (07.09~현재)	영업	-	-
감사 (비상근/등기)	윤인병 (48.10.15)	-고려대 독어독문학과 졸업(75.02) -삼성물산 (75.01~83.09) -제일제당 (83.10~97.05) -신동방 (97.06~98.12) -일양약품 (99.01~02.12) -이성화학 (03.01~04.05) -중앙바이오텍 (04.06~06.) -(주)세화피앤씨 (07.08~현재)	감사	-	-
사외이사	배성렬 (65.10.26)	-서울대 법과대학 졸업 -대한상사중재원 -대한변협 환경과 에너지분과위원회 -법무법인 청진 대표변호사 -(주)세화피앤씨 (11.08~현재)	사외 이사	-	-

상기의 경영진은 장기간의 협력을 통해 동사가 보유하고 있는 인력, 기술, 경험 등의 핵심능력을 극대화하여 동사의 영업, 관리시스템 등의 효율적인 운영 및 핵심역량 축적 등에 기여하고 있습니다.

(2) 의사결정 구조

동사의 중요한 경영사항은 이사회를 통해 충분한 논의를 거쳐 결정되는 등 합리적인 의사결정구조를 가지고 있습니다. 동사는 사내이사 외에 1명의 사외이사, 1명의 감사가 동사의 이사회에 참여하여 사내이사의 직무수행 및 경영활동 등에 대하여 감시하는 역할을 하고 있습니다. 또한 동

사의 이사회구성은 최대주주인 대표이사 외에 모두 친척관계가 아닌 자로 구성되어 있어 최대주주의 독단적 경영위험은 낮다고 판단됩니다.

(3) 상장기업에 준하는 경영관리시스템의 구축

동사는 상장예정기업으로서 관리체계 정비를 위해 전산회계시스템을 운영하고 있으며 경영계획의 평가, 재무제표의 작성, 원가계산, 재무추정 등 제반 관리체제가 원활하게 운용되고 있어 상장 후 제반 공시자료 작성 등에 문제가 없다고 판단됩니다.

상기 사항을 종합하여 보면, 경영관리체계의 적합성 측면에서 동사의 코넥스시장 상장은 적합하다고 판단됩니다.

**다. 당해기업의 성장성, 수익성 등에 비추어 본 영업전망의 적합성**

동사는 48년 역사의 염모제 중심의 헤어케어 코스메틱 전문 제조, 유통 기업으로 염모제 및 헤어케어, 그리고 바디케어류의 제품들을 자사 브랜드로 생산, 판매하고 있습니다. 특히 국내에서 독보적인 해나 관련 기술력 및 특허를 바탕으로 신개념 샴푸타입 염모제인 리체나 이지스피디 헤어칼라의 홈쇼핑시장 런칭에 성공(2008년)하면서 본격적인 성장가도에 진입을 하였으며, 다국가 해외 수출 및 OEM/ODM 매출 확대를 주요 전략으로 지속적 성장을 추진 중에 있습니다.

이와 같은 성장 전략을 바탕으로 동사의 2012년 매출액은 25,471백만원을 기록하여 전년대비 15% 하락하였지만 2010년 이후 연평균성장률은 10.66%로 동업종평균을 상회하고 있습니다. 수익성 측면에서도 과거 지분법 손실을 안겨온 관계사 지분 전체를 2011년 3월 제3자에게 양도함으로써 2010년 대비 매출액 순이익률 측면에서 많은 개선이 있으나(2010년 4.66%, 2011년 13.72%), 2012년에는 매출의 감소와 더불어 임금인상, 홈쇼핑수수료 증가 등에 의한 원가비용의 상승으로 수익성이 악화되었습니다. 하지만 2013년 상반기 동사의 수익성지표는 다시 상승 회복중입니다.

이와 같은 실적 개선 외에도 1) 동사의 주요 매출처인 홈쇼핑업체의 고성장세가 지속되고 있다는 점, 2) 국내 홈쇼핑업체 중 현재까지 해외 진출에 가장 성공한 것으로 평가받고 있는 CJ오쇼핑의 중국 및 인도 소재 홈쇼핑 방송을 통한 동사 제품 매출이 증가 추세에 있다는 점, 3) 중견브랜드 샵으로의 OEM/ODM 매출이 증가하고 있다는 점 등을 종합적으로 고려하였을 때 코넥스시장 상장에 적합한 기업으로 판단됩니다.

[ 동사의 매출액 및 이익 변동 추이 ]

(단위 : 백만원)

사업연도	2010연도	2011연도	2012연도	2013연도 상반기
매출액	20,801	30,044	25,471	10,819
매출총이익	11,427	16,190	11,055	4,887
영업이익	1,665	4,326	702	1,182
법인세차감전순이익	1,534	3,817	562	1,164
당기순이익	896	4,122	688	975

[ 동사의 성장성 및 수익성 지표 ]

구분	재무비율	10연도	11연도	12연도		13연도 상반기
				회사	업종평균	
성장성	매출액 증가율	14.37%	44.44%	-15.22%	9.96%	-15.05%
	총자산 증가율	-0.98%	8.02%	22.07%	8.72%	28.56%
	경상이익 증가율	198.62%	148.85%	-85.27%	4.84%	314.17%
	당기순이익 증가율	541.41%	360.29%	-83.30%	4.12%	183.20%
수익성	매출액 총이익률	54.88%	53.89%	43.40%	55.70%	45.17%
	매출액 경상이익률	6.79%	12.70%	2.21%	10.63%	10.76%
	매출액 순이익률	4.66%	13.72%	2.70%	8.05%	9.01%
	총자본 경상이익률	9.74%	25.26%	2.70%	12.66%	10.64%
	자기자본 순이익률	15.76%	49.65%	6.51%	15.68%	17.73%

주) 2013년 반기 재무비율 산정시 손익계산서계정은 연환산하여 산정하였습니다.

#### 다. 업종 및 취급 제품·상품의 적합성

국내 화장품산업의 총생산규모는 2012년에 7조 1,227억원으로 2011년에 비해 11.54%의 성장을 기록하였고, 국내총생산(GDP) 대비 0.55%를 차지하였습니다.

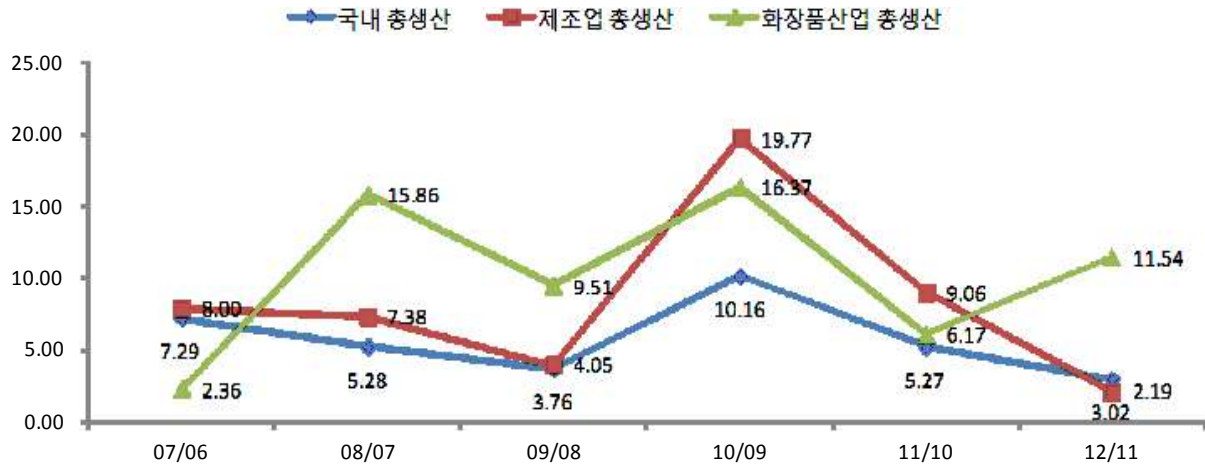
[ 국내 총 생산액 대비 화장품 산업의 비중 (2008년~2012년) ]

(단위: 십억원, %)

구분		2008년	2009년	2010년	2011년	2012년
국내 총생산		1,026,452	1,065,037	1,173,275	1,235,161	1,272,460
제조업 총생산		256,209	266,578	319,275	348,199	355,835
화장품산업 총생산		4,720	5,169	6,015	6,386	7,123
화장품 산업비중	국내 총생산 대비	0.46	0.49	0.51	0.52	0.56
	제조업 총생산 대비	1.84	1.94	1.86	1.83	2.00

(자료: 통계청, 대한화장품협회)

[ 화장품산업 전년도 대비 성장률 (%) ]



(자료: 대한화장품협회, 통계청)

국내 화장품시장은 불경기에도 지속적인 성장세를 보이는 경기방어적인 특징을 갖고 있습니다. 특히 투자 대비 고부가가치를 창출함으로써 향후 지속성장 가능한 산업분야로 손꼽히고 있습니다. 여성의 경제활동참가율 상승에 따른 인당 화장품 소비 금액 증가, 소비 연령 및 성별 확대 등을 기반으로 향후 국내 화장품시장은 성장할 것으로 기대됩니다.

이렇듯 동사가 속한 화장품시장은 향후 지속적인 성장이 예상되고 있으며, 한국의 문화산업의 발전과 함께 새로운 수출동력원이 되고 있습니다. 또한 타 산업에 비해 부가가치와 수익성이 높으며 제약·바이오 기술을 시장화하는 것이 가능한 분야입니다. 이에 따라 동사가 영위하는 화장품 제조업은 코넥스시장에 상장하기에 적합한 업종으로 판단됩니다.

## 6. 상장주선인의 DUE-DILIGENCE 주요내용, 절차 및 결과

### (1) 기업실사 이행상황

#### 1) 기업실사 참여자

※ 대표주관회사 참여자

성명	소속	직위	담당업무	주요경력
배상현	기업금융 본부	상무	기업금융 업무총괄	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 연세대학교 경영학과</li> <li>- 한국공인회계사</li> <li>- 한영회계법인</li> <li>- 신한은행 구조조정팀</li> <li>- 교보증권 기업금융팀</li> <li>- 코라오, 포메탈, 한국컴퓨터등 24개사 IPO</li> <li>- 그 외 다수의 투자컨설팅등 IB업무 수행</li> </ul>

신진우	IPO팀	차장	IPO업무 총괄	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 삼성증권 기업금융팀</li> <li>- 한국투자증권 신사업추진팀</li> <li>- 우리금융지주 BW 및 IPO</li> <li>- 서울은행 지분 매각 자문</li> <li>- 미래에셋증권, 삼성카드, IBKS SPAC 등 다수 IPO 수행</li> </ul>
전기환	IPO팀	차장	실사책임자	<ul style="list-style-type: none"> <li>- KICPA</li> <li>- 삼덕회계법인</li> <li>- 신한금융투자 IPO팀, ECM부</li> <li>- LIG투자증권 ECM팀</li> <li>- 현대위아, STX메탈, 한전KPS, 지엠코리아 등 다수 유가증권 IPO</li> <li>- 디지털옵틱, 디케이락, 인트론바이오테크놀로지, 인화정공 등 다수 코스닥 IPO</li> </ul>
박영	IPO팀	주임	실사담당자	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 북경대학 경제학과</li> <li>- 서울대학교 대학원 경제학과</li> <li>- (주)케이비티제약 등 유상증자업무</li> <li>- 세호로보트(주) 등 IPO 업무 수행</li> <li>- (주)아이티센시스시스템즈 등 코넥스상장 업무</li> </ul>
이기홍	IPO팀	주임	실사담당자	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 한양대학교 경영학과</li> <li>- 국내 IPO 업무 수행</li> </ul>

※ 발행회사 참여자

부서	성명	직책	담당업무
임원실	이훈구	대표이사	경영총괄
영업본부	박정환	상무	영업총괄
경영지원팀	조준한	부장	경영지원 총괄
경영지원팀	최은아	과장	자금담당
경영지원팀	박영은	대리	회계담당
마케팅팀	최계진	팀장	마케팅
생산기획팀	이선영	과장	생산기획
구매팀	강준구	차장	원부자재 구매
전략기획팀	김용수	팀장	전략기획
연구소	석창현	이사	연구개발

2) 기업실사 주요 내용

검토사항	주요 내역
일반사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 회사에 대한 전반적인 이해 <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 사업내용, 연혁, 경영조직, 연구개발 활동, 핵심기술 등</li> <li>▪ 정관 및 기타 사내규정, 주식·자본에 관한 사항 등</li> </ul> </li> </ul>

	- 화장품 및 염모제 산업에 대한 이해
임직원 관련 사항	임직원 현황, 임원의 변동사항, 핵심인력 등
재무에 관한 사항	- 감사보고서, 세무조정계산서, 주요 계정원장에 대한 확인 - 장/단기차입금 현황, 채무보증/담보 등 내역, 우발채무 등 - 재무비율 분석 - 자금조달 내역 및 자금운용 계획 등
매출/매입 관련 사항	- 매출 관련 사항 <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 매출실적 및 매출원가</li> <li>▪ 주요 매출처 현황, 수출 현황</li> <li>▪ 매출채권 연령분석, 매출채권 회수 현황 등</li> <li>▪ 판매조직, 판매경로, 판매전략</li> </ul> - 매입 관련 사항 <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 매입현황, 주요 매입처 현황, 매입채무 등</li> </ul>
기타 검토 사항	지배구조, 관계회사 현황, 이해관계자 거래내역 등

3) 기업실사 상세 내용

일자	실사내용
2013년 7월 29일 ~ 2013년 7월 31일	<p>▶ 1차 본실사</p> <p>주요 진행 사항:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 회사 현황에 관한 파악</li> <li>- 주요제품 및 업계 현황에 관한 내용</li> <li>- 과거 경영권 분쟁 발생 사실, 분쟁해결 및 경영진의 불법행위 내역</li> <li>- 회사 정관 및 기타 사내규정 검토</li> <li>- 주주명부, 주식양수도, 자본금 변동사항, 특수관계자 파악 등</li> <li>- 최대주주, 임원 및 타 임원과의 관계, 경력, 임원 별 역할 등</li> <li>- 공장 견학</li> <li>- 대표이사 면담 <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 주요 경력, 회사 설립배경 및 경영철학, 회사의 연혁, 상장추진 경위 등에 대해 인터뷰</li> <li>▪ 경영진의 변동, 임원진 약력, 회사 사업계획 등에 대한 설명</li> </ul> </li> </ul>
2013년 8월 12일 ~ 2013년 8월 14일	<p>▶ 2차 본실사</p> <p>주요 진행 사항:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 감사보고서, 결산자료 및 부속명세서, 세무조정계산서, 계정별 원장 등 재무자료에 대한 검토</li> <li>- 매출/매입 현황 검토</li> <li>- 매출채권 연령분석/회수현황</li> <li>- 판매방식 및 판매전략 등 청취</li> <li>- 과거 경영권 분쟁 발생 사실, 분쟁해결 및 경영진의 불법행위, 회사의 법규위반 내역 등 검토</li> <li>- 관계회사 현황, 관계회사와의 거래내역, 거래조건, 관련 손익 규모 등</li> </ul>

일자	실사내용
2013년 8월 19일 ~ 2013년 8월 21일	▶ 3차 본실사  주요 진행 사항: - 기술부문 담당자 면담 - 연구개발 현황 및 경쟁력 관련 검토 - 채무현황(차입금 구조 및 조건, 규모 등)에 대한 검토 - 장단기 차입금 현황 및 상환계획 - 계열사, 관련기업, 특수관계인 지급보증 등 내역에 대한 검토 - 경쟁사 및 경쟁 현황 - 산업위험, 회사위험 등에 대한 검토
2013년 8월 26일 ~ 2013년 8월 30일	▶ 4차 본실사  주요 진행 사항: - 시장성 검토: 시장규모 및 성장 잠재력, 경쟁상황 - 수익성 검토: 비용의 우위성, 매출의 우량도 - 재무상태 검토: 재무성장성, 재무안정성, 재무자료의 신뢰성 - 경영성 검토: CEO의 자질, 인력 및 조직경쟁력, 경영의 투명성, 독립성 - 상장적격성 보고서 점검

## (2) 기업실사 결과 및 평가내역

IBK투자증권(주)는 (주)세화피앤씨의 코넥스시장 상장과 관련하여 상장적격성보고서에 기재된 사항 이외의 관련 법률 또는 규정을 위반한 사실을 발견하지 않았습니다. 또한 동사의 수익성, 성장성, 시장전망 등으로부터 보아 향후 건설한 수익구조와 재무구조를 유지할 것으로 판단되며 향후 급격한 영업환경의 변화가 없는 한 우수한 성장성 또한 유지될 것으로 전망됩니다.

### 가. 시장성

#### (가) 시장의 규모 및 성장잠재력

2012년 국내 화장품 생산실적은 7조 1,227억 원으로 2011년 6조 3,856억 원에 비해 7,371억 원 늘어났습니다. 성장률도 2008년부터 3년 동안 이어오던 두 자릿수에 미치지 못했던 지난해의 6% 성장률을 훌쩍 뛰어넘으면서 다시 두 자릿수 성장률인 11.5%를 기록했습니다. 그중 동사의 영위 품목인 두발용 화장품 및 두발염색제품의 연평균성장률은 각각 11.4%, 8%로 높은 성장을 이어나가고 있으며 화장품시장에서 차지하는 비중은 약 15%입니다.

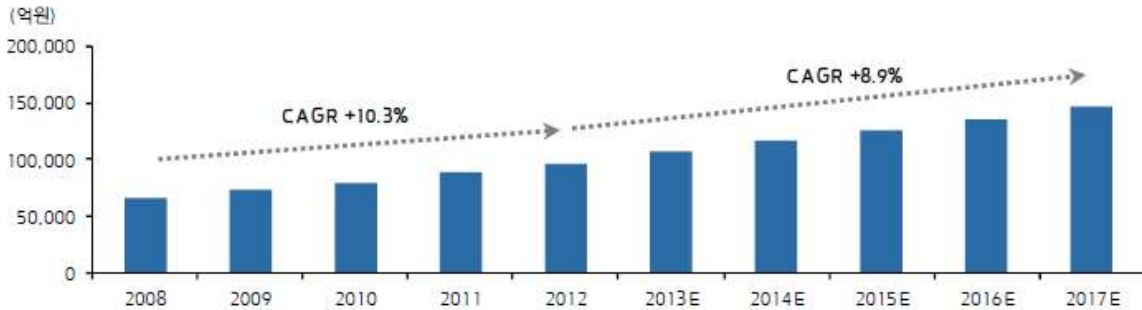
[ 국내 화장품 및 두발용품 시장규모 ]

(단위 : 백만개, 억원)

구분	2008년	2009년	2010년	2011년	2012년	CAGR
화장품생산실적	47,201	51,686	60,146	63,856	71,227	10.8
두발용	6,849	97,778	9,276	9,772	10,554	11.4
두발염색용	106	270	339	362	144	8.0

국내 화장품시장은 불경기에도 지속적인 성장세를 보이는 경기방어적인 특징을 갖고 있습니다. 특히 투자 대비 고부가가치를 창출함으로써 향후 지속성장 가능한 산업분야로 손꼽히고 있습니다. 향후 국내 화장품시장의 성장률은 다소 둔화되나 지속적인 성장세를 유지할 것으로 전망되며 더불어 동사의 외형확대는 국내 화장품시장의 성장 등에 힘입어 지속될 전망입니다.

[ 국내 화장품 시장규모 및 성장추이 ]



(나) 시장경쟁 상황

국내 화장품시장은 (주)아모레퍼시픽과 (주)LG생활건강의 상위 2개 업체가 과점하고 있는 것으로 파악되었으며, 당분간 상위 2개 업체의 점유율 확대 추세는 지속될 전망입니다. 이는 화장품이 트렌드에 민감하기에 빠른 변화에 대응하기 위한 전 유통채널을 보유하고 있고, 프리미엄에서 매스 제품까지 전 라인을 구축하여 유통과 마케팅, 제품 경쟁력을 동시에 보유하고 있는 대형업체들에게 유리한 산업이기 때문입니다. 상위 업체들은 핵심 경쟁력인 마케팅과 연구개발 측면에서 중하위권 업체들과 압도적인 규모의 차이를 보이며 자금동원력을 기반으로 M&A를 통해 빠른 유통채널 확대 및 제품 포트폴리오 다각화가 가능하고, 이로 인해 산업 환경의 변화에 능동적인 대처가 가능합니다.

국내 염모제시장은 아모레퍼시픽과 LG생활건강, 소망화장품, 동아제약 그리고 당사가 주축이 되고 있습니다. 염모제부문 시판채널에서는 아모레퍼시픽의 미장센이 20.2%의 점유율로 경쟁브랜드를 크게 앞서며 1위에 올랐으며 소망화장품의 꽃을든남자와 동사의 리체나가 10.3%의 동일 점유율로 공동 2위를 차지했습니다. 이밖에 리엔(7.6%)과 로레알 엑셀랑스(5.4%) 순으로 상위 톱5브랜드에 뽑혔으며 전체 톱브랜드의 점유율은 53.8%로 당사를 포함하여 아모레퍼시픽, 소망화장품, LG생활건강, 로레알 등 전통적 강세를 보이고 있는 기업 간 경쟁구도로 진행되는 추세입니다.

동사의 염모제는 경쟁제품과 비교하여 ‘삼푸형’, ‘거품형’이라는 개념은 동일하나 국내에서 독보적인 헤나 관련 기술력 및 특허에 바탕을 둔 제품이라는 점에서 차별성을 지니고 있습니다.

## 나. 수익성

### (가) 수익성의 개선

동사의 2012년 매출액은 25,471백만원으로 전년대비 감소하였지만 2010~2012년 연평균 10.66%의 매출성장률을 보이면서 동업종 평균성장률을 능가하고 있습니다. 2011년에는 매출성장에 더하여 2011년 3월 31일 관계사 지분 전체를 제3자에게 양도함으로써 과거 수익성 저하를 가져온 관계사 지분법 손실이 사라짐에 따라 매출액 경상이익률, 매출액 순이익률 측면에서 많은 개선이 있었습니다.

[ 수익성 관련 주요 재무비율 ]

재무비율	10연도	11연도	12연도		13연도 상반기
			회사	업종평균	
매출액 총이익률	54.88%	53.89%	43.40%	55.70%	45.17%
매출액 경상이익률	6.79%	12.70%	2.21%	10.63%	10.76%
매출액 순이익률	4.66%	13.72%	2.70%	8.05%	9.01%
총자본 경상이익률	9.74%	25.26%	2.70%	12.66%	10.64%
자기자본 순이익률	15.76%	49.65%	6.51%	15.68%	17.73%

매출원가율의 경우 2012년의 56.60%까지 상승하였다가 2013년 상반기의 54.83%로 하락 전환하였습니다. 2011년 이후 원재료 및 부재료의 가격 상승이 반영된 것이라고 판단됩니다. 화장품산업의 특성상 원재료는 절대부분 수입에 의존(대부분이 국내 무역 대리점을 통한 간접수입)하고 있기에 환율의 변동에 다소 영향을 받고 있습니다. 그리고 부재료의 경우, 부재료 매입가의 점진적인 인상폭이 반영된 것으로 교섭력 측면에서의 열위가 원인이 아니라 과거에 상대적 저가로 매입해온 부재료를 정상가에 매입하는 과정에서 발생한 것임에 따라 크게 우려할 만한 수준은 아닌 것으로 판단됩니다. 공장증축으로 관련 비용이 원가상승에 영향을 미칠 수 있으나 대량구매 및 제조공정 개선을 통하여 원가율의 지속적인 개선을 실현하고자 합니다.

경상이익률은 변동폭이 큰 편인데 이는 판관비의 변동에 많은 영향을 받고 있습니다. 판관비의 경우 홈쇼핑업체로의 판매수수료가 가장 큰 비중을 차지하며 2012년 당사가 TV방송을 진행하던 CJ오쇼핑이 수수료를 정율제로부터 정액제로 변경하면서 동사의 수수료 부담이 가중되어 12년 홈쇼핑 매출의 감소와 더불어 경상이익이 대폭 하락하였습니다. 그리하여 2013년 동사는 홈쇼핑 TV방송을 NS홈쇼핑으로 옮기면서 수수료 부담이 완화되어 수익성 지표가 개선되어 다시 상승세로 전환하였습니다.

[ 판관비 및 판매수수료 변동추이 ]

(단위 : 백만원)

재무비율	2010연도	2011연도	2012연도	2013연도 상반기
매출액	20,801	30,044	25,471	10,819
판관비 (매출액 대비 비중)	9,640 (46.34%)	11,863 (39.49%)	10,353 (40.65%)	3,705 (34.24%)

홈쇼핑매출액	9,045	15,483	9,044	2,939
판매수수료 (홈쇼핑매출액 대비 비중)	4,289 (47.42%)	7,222 (46.64%)	5,054 (55.88%)	1,455 (49.51%)

(나) 매출의 우량도

동사의 매출은 지속적으로 성장하고 있으며, 거래업체도 CJ오쇼핑, NS홈쇼핑 등 대형 홈쇼핑업체와 토니모리 등 브랜드샵, 롯데, 이마트 등의 마트, 그리고 제약, 잡화, 대리점 등에 납품하는 벤더업체 등으로 국내외 우량업체로 구성되어 있습니다. 2012년 말 현재 1년 이상의 장기 미회수채권은 23백만원(전체 매출채권 잔액의 0.5%)으로 매출채권의 회수가 안정적으로 이루어지고 있는 것으로 판단됩니다. 향후 공장증축으로 인해 생산량이 증가함에 따라 동사의 매출은 지속적으로 안정적인 성장을 구가할 수 있을 것으로 전망됩니다.

아울러 향후 홈쇼핑업체를 통한 중국, 인도 등 해외수출이 본격화되기 시작하면 비교적 큰 위험 없이 안정적인 매출신장을 이룰 수 있을 것으로 판단되며 중장기적인 매출처의 확보가 더욱 안정화될 것으로 기대되는 등 전체적인 동사 매출의 우량도는 높다고 평가할 수 있습니다.

(단위 : 백만원)

구 분	2010연도	2011연도	2012연도	2013연도 상반기
매출액	20,801	30,044	25,471	10,819
수출금액 (비중)	3,701 (17.79%)	5,947 (19.79%)	6,680 (26.23%)	3,371 (31.16%)
거래업체 수	49	60	87	60
기말 매출채권 (6월이상 채권)	3,361 (258)	4,001 (122)	4,584 (138)	4,691 (478)
부도금액 (업체 수)	-	16 (2)	27 (1)	-
매출총이익률	54.93%	53.89%	43.40%	45.17%

## 다. 재무상태

(가) 재무성장성

1) 매출의 성장 및 유통경로의 다각화

동사의 매출액은 2010~2012년 사이 연평균 10.66%의 수준으로 상승하여 동업종평균을 상회하고 있습니다. 주요 요인은 샴푸형 염모제인 리체나 이지스피디 헤어칼라가 2008년도부터 홈쇼핑 런칭을 통하여 본격적으로 시장진입에 성공하여 각광을 받고 있기 때문이며(2011년 리체나 이지스피디 헤어칼라 홈쇼핑 매출액이 동사 홈쇼핑매출의 90% 차지) 또한 버블형 염모제 등 시장트렌드에 맞는 제품을 적시에 출시하기 때문입니다. 이와 더불어 해외수출 물량의 증가(2012년 기준 6,679백만원, 2010~2012년 연평균성장률 : 34.33%), OEM/ODM 매출의 증가(2012년 기준 1,698백

만원, 2010~2012년 연평균성장률 : 144.17%) 또한 동사 향후 매출성장의 주요 포인트로 될 것입니다.

[ 최근 3사업연도 유통경로별 매출 구성 ]

(단위: 백만원)

구분	2010년		2011년		2012년		2013년 상반기	
	금액	비율	금액	비율	금액	비율	금액	비율
마트	110	0.54%	582	1.92%	768	3.00%	337	3.07%
온라인	304	1.50%	385	1.27%	785	3.06%	767	6.98%
해외	3,701	18.30%	6,094	20.11%	6,778	26.46%	2,820	25.66%
OEM	285	1.41%	712	2.35%	1,698	6.63%	658	5.99%
홈쇼핑	9,412	46.54%	15,843	52.29%	9,038	35.28%	3,607	32.82%
기타	6,412	31.70%	6,684	22.06%	6,552	25.57%	2,801	25.49%
합계	20,224	100.00%	30,300	100.00%	25,619	100.00%	10,990	100.00%
기타조정	577	-	(256)	-	(148)	-	(171)	-
총합계	20,801	-	30,044	-	25,471	-	10,819	-

주) 기타조정에는 매출할인, IFRS전환 등에 의한 조정금액입니다.

2) 영업이익 / 경상이익률

2011년 동사의 영업이익(증가율: 142.08%) 및 경상이익률(12.70%)은 2010년 대비 개선된 모습을 보였습니다. 이는 2011년 매출액 증가와 함께 2011년 3월 31일 관계사 지분 전체를 제3자에게 양도함으로써 과거 수익성 저하를 가져온 관계사 지분법 손실(2010년 1,586백만원)이 사라졌기 때문입니다. 2012연도에는 매출의 감소와 함께 직원급여 인상, 홈쇼핑수수료의 증가 등으로 인해 영업이익이 대폭 감소하여 수익성이 급격히 악화되었지만 2013년 상반기 홈쇼핑사 변경에 의한 판매수수료의 절감 등으로 수익성이 다시 회복되고 있습니다.

[ 매출액 및 이익률 변동 ]

(단위 : 백만원)

구분	2010연도	2011연도	2012연도	2013연도 상반기
매출액 (증감률 %)	20,801 (14.37%)	30,044 (44.44%)	25,471 (-15.22%)	10,819 (-15.05%)
영업이익 (증감률 %)	1,787 (32.68%)	4,326 (142.08%)	702 (-83.77%)	1,182 (236.78%)
1인당 부가가치	28	58	9	16
경상이익률(%)	7.37%	12.70%	2.21%	10.76%

주) 1인당 부가가치=영업이익/기말종업원수

3) 총자산 증가율

동사의 총자산은 지속적으로 증가하여 2010년 대비 자산규모가 31.86% 증가하였습니다(2010년 14,527백만원, 2011년 15,692백만원, 2012년 19,155백만원). 이는 매출액 증대와 지속적인 양의 영업현금흐름에 따른 것으로 판단되며 향후 공장증축 완료후 매출증가에 따른 자산증가세를 이어갈 수 있을 것으로 예상됩니다.

(나) 재무안정성

[ 재무안정성 지표 ]

재 무 비 율	10연도	11연도	12연도		13연도 상반기
			회사	업종평균	
부채비율	118.95%	52.92%	81.18%	62.19%	115.78%
차입금의존도	29.25%	10.92%	27.70%	17.32%	37.62%
유동비율	119.88%	184.89%	140.56%	121.51%	147.44%
당좌비율	90.47%	120.99%	95.05%	81.79%	109.34%

1) 부채비율, 차입금 의존도

2012년도 동사의 재무안정성 지표를 살펴보면, 부채비율 81.18%, 차입금의존도 27.70%로 동종업계 평균에 못 미치지만, 유동비율 및 당좌비율은 각 140.56%, 95.05%로 전반적으로 양호한 재무안정성을 보유하고 있다고 판단됩니다. 특히 2011년 유상증자, 채권발행 등의 재무활동이 아닌 순수한 영업활동으로 인한 현금흐름을 바탕으로 차입금을 대폭 상환(2010년 41.1억원 → 2011년 17.1억원), 전년 대비 재무 안정성 지표의 전반적인 개선을 실현한 점은 긍정적으로 판단됩니다. 최근 공장증축으로 인해 은행차입금이 증가하면서 동사의 부채비율과 차입금의존도가 상승하고 있지만 현재 수치상 유의한 수준은 아니라고 판단되며 향후 매출의 성장과 함께 개선될 것으로 보입니다.

2) 유동비율 / 당좌비율

동사의 유동·당좌비율은 매출의 성장과 함께 상승하여 왔으며 2012년에는 매출의 하락, 차입금의 증가 등으로 인해 전년대비 일시 하락하였지만 2013년에 들어서서 다시 상승세로 전환하였으며 동업종평균을 상회하고 있습니다. 이는 꾸준한 이익의 실현, 높은 매출채권 회수율 및 회전율에 따른 현금성자산 확보, 그리고 당사의 높은 현금 창출능력으로 유동성자산이 매년 꾸준히 증가하는 것에 기인합니다.

(다) 재무자료의 신뢰성

1) 회계기준 적용 및 감사인의 감사의견

사업연도	감사인	감사의견	회계기준	특기사항
2013년 상반기	대주회계법인	적정(검토의견)	K-IFRS	해당사항 없음
2012년	삼일회계법인	적정	K-IFRS	해당사항 없음
2011년	삼일회계법인	적정	K-IFRS	해당사항 없음
2010년	삼일회계법인	적정	K-GAAP	해당사항 없음

2) 감사인 선임의 적정성

동사는 주식회사의외부감사에관한법률 제4조의3제1항제9호에 의거, 2009년부터 금융감독원으로부터 삼일회계법인을 지정받아 동 감사인으로부터 감사를 받아오고 있습니다. 삼일회계법인에 의한 감사가 3회계연도를 경과하여 2013년 회계연도에 대한 감사인을 대주회계법인으로 변경하였습니다.

### 3) 감사인의 독립성

동사는 외부감사인인 삼일회계법인, 대주회계법인과 상호출자 및 금전대차 등의 사실이 없으며, 동 회계법인의 임직원과도 상호출자 및 금전대차 등의 독립성을 저해할만한 사실이 없습니다.

## 라. 경영성

### (가) CEO의 자질

동사의 대표이사인 이훈구 사장은 취임한 이래 공정경영, 가치창조, 미래지향을 경영윤리 및 철학으로 삼고 동사를 경영하여 오고 있습니다. 대표이사는 20여 년간의 경험을 바탕으로 기술, 생산, 영업 등 염모제 및 화장품 개발 산업 전반에 대한 높은 전문성과 통찰력을 보유하고 있으며, 이를 토대로 동사의 기술개발 및 영업, 전반적인 경영활동과 관련하여 충분한 역할을 수행 중에 있습니다.

한편, 동사에 대한 실사기간 동안 자금거래, 법률위반 등의 사항 등 CEO의 자질을 의심할 만한 사항은 발견하지 못하였습니다.

성명	이 훈 구 (李勳求, Lee Hoon Ku)
학력사항	고려대학교 기계공학과 졸업(82.07) 고려대학교 경영전문대학원 최고경영자과정(AMP62기) 수료
경력사항	- 고려대 기계공학과 졸업 (82.07) - (주)유공 (82.08~85.08) - 세화제약(주) (85.10~94.10) - (주)세화피앤씨 (94.10~현재)
회사설립 배경	▪ 제약회사로 설립후 업종을 염모제와 화장품으로 전환하여 세계적인 두발용 화장품 제조 및 판매 회사로 거듭 나고자 함.
경영철학	▪ 한국의 화장품의 우수성과 끊임없는 연구개발을 통한 양질의 제품을 생산하여 세계적인 화장품 전문 제조 판매 회사가 되고자 함. ▪ 투명한 기업 경영을 통한 주주 가치 극대화과 직원이 창의적으로 업무를 수행하며 공정한 업적평가를 통한 동기부여 그리고 일자리 창출을 통한 사회에 기여하고자 함.
가입단체	대한화장품협회, 대한무역협회
법률위반 및 소송	해당사항 없음

#### (나) 인력 및 조직 경쟁력

동사는 우수한 기술력과 신속한 상용화 능력을 바탕으로 꾸준한 성장을 구가하여 왔습니다. 통상 기술력을 확보하였으나 시장대응에 실패하는 중소기업들이 많은 것을 감안할 때, 동사가 기술 개발뿐만이 아니라 다양한 거래처 발굴을 위한 전문 영업조직을 지속적으로 강화하여 수요자의 니즈에 신속히 대응한 점은 회사의 조직 경쟁력이 안정화되었음을 증명하고 있습니다.

이러한 동사의 조직 경쟁력은 크게 전문적인 연구개발 조직과 이를 바탕으로 하는 제품상용화 능력의 조화와 관련 영업조직의 유기적인 조합으로 평가할 수 있을 것입니다. 동사의 연구소는 석창현 연구소장을 필두로 12명의 전문가가 제품 연구 및 개발(10명), 제품 안정성 평가(2명) 등의 업무를 담당하고 있습니다. 동사는 독점적인 기술력을 바탕으로 시장에서 경쟁력 있는 제품을 생산하여 왔으므로, 기술 인력의 제품화 응용능력이 상당히 뛰어난 것으로 평가됩니다.

이러한 연구개발 및 생산조직의 유기적인 지원 하에 동사의 영업조직은 각각의 사업부 별로 다양한 수요처 개발을 위해 적극적으로 시장을 공략하여, 국내의 경우 홈쇼핑, 브랜드샵, 마트 등을 주요 매출처로 두고 있으며 해외의 경우 50여 개국에 수출하는 등 안정화된 매출처를 확보하였습니다.

아울러 동사는 소비자 만족 개선을 위해서 CCM(소비자만족 자율관리 프로그램)을 운영하고 있으며, C/S 팀을 두어 공식적인 불만접수 및 팩스와 전화, 이메일을 통해 서비스에 대한 고객들의 불만사항을 수시로 접수하고 이에 대한 대응을 하고 있습니다.

특히 동사는 종업원 만족경영을 위하여 우리사주조합 운영, 장기근속자 포상, 경영성과에 따른 인센티브 및 성과보상 제도 운영실시를 통하여 복리후생 강화에 최대한 노력을 기울이고 있으며, 기타 다양한 경조제도 운영을 통하여 임직원 복지 및 화합에 중점을 둔 사내문화를 만들어 가고 있습니다.

#### (다) 경영의 투명성

동사는 보고서 제출일 현재, 진행 중인 소송사건 및 내부거래가 없습니다. 동사는 상장을 계획한 이후 내부통제 및 공시체제 관련 조직과 제도개선을 통하여 경영상의 투명성을 높이고 있습니다. 내부통제제도 개선의 방안으로 동사는 자금과 회계를 분리하고, 이사회 운영규정, 주주총회 운영규정 등 사규를 제정·구비하여 조직 각 부문의 통제와 운영의 효율을 도모하고 있습니다.

또한 동사는 감사활동을 수행하는 감사를 두어 경영에 대한 견제와 감시 활동을 하고 있습니다. 감사는 정관에 의하여 회사의 회계와 업무전반을 감시하며, 회의의 목적 사항과 소집의 이유를 기재한 서면을 이사회에 제출하여 임시주주총회의 소집을 청구할 수 있습니다. 뿐만 아니라, 감사는 그 직무를 수행하기 위하여 필요한 때에는 회사 내 해당 정보에 대한 접근 및 관계자의 출석을 요구할 수 있습니다. 이렇듯 동사는 공정하고 체계적인 감사 제도를 확립하고 궁극적으로 회사의 경영합리화를 도모하고자 감사가 수행하는 감사업무의 기준과 절차 및 처리방법 등을 규정한 내부 감사직무규정을 제정하고 시행하고 있습니다.

또한 동사는 2011년 8월 임시주주총회를 통하여 사외이사를 선임하였고 보고서 제출일 현재 사내이사 2명, 사외이사 1명의 이사진을 구성 중에 있습니다. 이는 상장법인의 경우 사외이사를 이사총수의 4분의 1 이상이 되도록 규정한 상법상 법규를 충족하는 것이며 상법상 결격요건에 해당하

는 사항이 없어서 사외이사의 독립적인 역할 수행이 가능할 것으로 판단됩니다.

그 외, 상장이후 경영상의 투명성을 높이기 위하여 공시체제 등 관련 조직 및 제도 개선을 하는 등 최선의 노력을 다하고 있습니다.

(라) 경영의 독립성

동사는 이훈구 대표이사가 경영을 책임지고 있으며, 기술개발과 운영에 관하여 이사회와 원활한 의사소통을 하고 있습니다. 동사는 원칙적으로 회사 경영에 중대한 사항은 이사회를 통하여 결정하고 있으며, 이사회 내 사외이사와 감사의 적극적인 의견개진 및 합리적 경영방향 도출 등을 유도하는 등 합리적인 의사결정으로 대표이사의 독단과 오류를 사전에 방지하고 있습니다.

마. 기술성

(가) 기술의 완성도

동사의 핵심기술은 크게 1) 헤나를 이용한 제품화 관련 제반 기술, 2) 염모제 제형 기술, 3) 천연(한방) 추출물을 이용한 탈모방지, 양모 제품의 제품화 관련 제반 기술로 분류할 수 있습니다.

[ 동사 주요 기술 ]

구분		내용
헤나 기술 로드맵	헤나 염모제 제품화	- 국내 최초 헤나를 주성분으로 식약청으로부터 허가를 득하여 제품화 성공 - 주요 제품 : 리체나 칼라파우더
	저온 농축 추출 공법	- 수입 제품 대비 헤나의 지표성분인 “로소니아” (Lawsonia, 색을 나타내고 모발에 컨디셔닝 효과가 있는 것으로 알려져 있음)의 성분 함량을 8 ~ 12배 높게 추출하는데 성공 - 주요 제품 : 리체나 칼라 크림, 매직 스트레이트
	리포솜 형성 공법	- 리포솜을 이용한 Delivery system 개발(“헤나추출물을 함유하는 나노파티클 조성물 및 이를 이용한 나노파티클의 제조방법” 특허 출원)에 성공하여 헤나추출물의 활성성분을 안정화시키고 모발 침투율을 좋게 만드는데 성공 - 주요 제품 : 리체나 이지스피디 헤어칼라, 리체나 버블 칼라
	줄기세포기술	- 헤나 줄기세포 배양에 성공 (특허 등록 예정) - 두피 모근 모세포의 활성 증진 및 모근 강화에 대한 영향을 연구하여 탈모방지, 양모 제품 개발을 계획
제형 기술 로드맵	올레오솜을 이용 한 제형 기술	- 올레오솜 유화 기법의 도입을 통하여 제형의 안정화와 함께 모발의 염색 효과 증진 - 주요 제품 : Men’s Select Hair Color 와 2012년 출시 예정인 비해피 센스나 헤어칼라 (은염을 이용한 염모제) 및 각종 유화형 염모제에 본 기술 적용
	에멀전 폴리머 겔 형성기법을 이용한 제형기술	- 거품 염모제 제조를 위한 주요 기술 (거품염모제 제조를 위해서는 거품이 꺼지지 않고 유지되는 것이 중요하며, 동사는 기포 사이에 에멀전 폴리머 겔을 형성하여 공기가 밖으로 빠져나가는 것을 막아 거품이

		오래 유지되도록 하는데 성공) - 주요 제품 : 리체나 버블칼라
탈모방지, 양모 제품 개발 로드맵	천연(한방) 추출 물을 이용한 탈모 방지, 양모 제품 개발 기술	- “한방추출물을 함유하는 탈모방지 및 발모개선을 위한 샴푸조성물 및 그 제조방법”, “천연추출물을 이용한 탈모방지 및 발모촉진 기능의 모발 및 두피 상태 개선용 조성물”특허를 출원하여 등록 - 주요 제품 : 리체나 진한방 트리트먼트, 리체나 진한방 샴푸 등의 헤 어케어 제품, 리체나 헤어토닉 등의 탈모 방지 및 양모 제품

상기 기술 모두 동사의 독자적인 기술로서 이와 관련하여 동사는 아래와 같은 특허를 보유 중에  
있으며, 이를 바탕으로 염모제를 포함한 헤어 관련 제품의 상용화에 성공하였습니다.

[ 동사 보유 특허 내역 ]

번호	구분	내용	출원일	등록일	적용제품	주무 관청
1	특허권	헤나추출물을 함유하는 나노파티클 조성물 및 이를 이용한 나노파티클의 제조방법	05.03.24	07.01.23	-리체나이지스피디 -라벤즈버블폼헤어칼라 -리체나골드 샴푸,린스 -리체나헤나볼륨샴푸,린스등	특허청
2	특허권	한방추출물을 함유하는 탈모방지 및 발모개선을 위한 샴푸조성물 및 그 제조방법	05.11.22	06.12.07	-리체나골드샴푸 -진한방,수한방샴푸 -뿌리깊은나무물리헨 천금비방진액수등	특허청
3	특허권	모발 스타일링 개선용 조성물	09.05.28	10.03.08	-리체나매직픽스 -리체나볼륨업매직	특허청
4	특허권	천연추출물을 이용한 탈모방지 및 발모촉진 기능의 모발 및 두피상태 개선용 조성물	09.02.26	11.12.01	-뿌리깊은나무천금비방샴푸 -뿌리깊은나무천금비방컨디셔너	특허청

(나) 기술의 경쟁 우위도

1) 다양한 염모제 제조기술력

동사는 창사 이래 크림타입, 파우더타입, 샴푸타입에 이어 최근 트렌드인 버블타입에 이르기까지  
다양한 형태와 색채의 염모제 개발 및 제품화에 성공하였습니다. 1980년대에 크림타입 염모제 ‘하  
이스피디’로 이미용 염모제시장을 선점하였으며, 2000년대 초기에는 파우더타입인 ‘리체나 칼라  
파우더’로 국내에 헤나 염모제 붐을 일으켰습니다. 2008년에는 샴푸형 염색제인 ‘리체나 이지스피  
디 헤어칼라’를 CJ오쇼핑에 런칭하여 현재까지 1,200만개 이상이 판매되면서 스테디셀러 상품으로  
등극하였습니다. 또한 현재 염모제시장의 트렌드인 ‘거품염색제’의 시장 선도자로서 지난 2012년  
2월 CJ오쇼핑에 거품염모제를 런칭하는 등 꾸준한 제형 개발로 염모제시장의 트렌드를 이끌어가  
고 있습니다.

2) 독보적인 헤나 기술력 보유

동사는 연구개발 분야에 강점을 가지고 다양한 타입의 염모제를 개발 및 상용화하여 시장을 주도  
하여왔으며 특히 동사가 보유한 헤나 관련 기술력 및 특허(헤나추출물을 함유하는 나노파티클 조

성물 및 이를 이용한 나노파티클의 제조방법(제10-0675808))는 동사의 주요 경쟁력 중 하나인 것으로 판단됩니다.

헤나란 열대성 관목으로 8,000여 년 전부터 인도와 파키스탄에서 사용되어온 식물입니다. 헤나에는 뛰어난 살균·항균 작용이 있으며 주성분인 ‘로스니아’는 모발의 케라틴 성분에 작용하여 모발에 색과 윤기를 부여하고 손상된 모발을 보수하는 작용을 합니다.

동사는 헤나엽가루(헤나잎을 건조하여 분말화)를 저온농축추출공법을 통하여 기존 수입 원료대비지표 물질인 로스니아 성분이 12배가 높은 고농축의 헤나추출물을 만드는데 성공하였으며 이를 토대로 염모제뿐만 아니라 샴푸, 컨디셔너, 매직스트레이트 크림 등 두발제품의 제품화에 성공하였습니다. 동 기술을 포함한 동사의 주요 기술이 특허를 통하여 보호받고 있음에 따라 여타 업체들이 단기간 내에 동사 제품의 품질을 따라잡기는 어려울 것으로 판단됩니다.

3) 다양한 연구기관들과의 협력 네트워크를 구성한 연구 활동

동사는 충북대학교와의 한방추출물을 이용한 육모, 발모 제품 개발의 위한 효력시험평가를 비롯하여 미백관련, 노화방지 등 여러 사업을 진행 중에 있으며 그 밖에 충주대학교, 강원대학교, 아주대학교, 제주대학교 등 산학협력단을 통한 연구 개발을 하고 있습니다. 또한 한울환경연구, 아이젤과 같은 업체들과 co-work를 통한 연구개발로 다양하고 높은 기술력의 제품생산이 가능합니다.

(다) 연구 인력 수준

동사의 연구개발은 자체의 기업부설연구소에서 담당하고 있으며 석창현 연구소장을 포함하여 총 12명의 인력이 연구 개발을 진행 중에 있습니다. 석창현 연구소장을 비롯한 대다수의 인력 모두 연구경력 5년 이상의 숙련된 인력으로서 동사 보유 특허 및 제품 개발에 주도적으로 참여하였던 인력이 현재도 그대로 연구개발 업무를 수행 중에 있습니다.

또한 동사 연구소는 3팀제로 운영되며, 1팀은 염모제 제품 개발, 2팀은 화장품 제품 개발, 3팀은 제품 안정성 평가, 특허 관리 등에 특화하여 업무를 수행 중임에 따라 효율적인 분업이 이루어지고 있는 것으로 판단이 됩니다.

[ 주요 연구개발 인력 현황 ]

직위	성명	담당업무	주요경력	주요연구실적
연구소장	석창현	제품 연구 및 개발	-라미화장품(85.02~88.12) -코리아나화장품(89.01~03.12) -세화피앤씨(04.10~현재)	- (재직외) 유용성 활성물질(레티놀)을 안정화시킨 화장품 조성물 특허등록 - 한방추출물을 함유하는 탈모방지 및 발모 개선을 위한 샴푸 특허등록 - 모발 스타일링 개선 조성물 특허등록 - 천연추출물을 이용한 탈모방지 및 발모촉진 기능의 모발 및 두피상태 개선용 조성물 특허등록 - 중기청 기술혁신자금 획득(2007년) 및 이를 이용한 육모, 발모 관련 의약외품 헤어 토너, 샴푸, 트리트먼트 제품개발 완료

				-중기청 선도과제자금 획득(2011년) 및 이를 이용한 레저용화장품 개발중
수석 연구원	정상희	제품 연구 및 개발	-세화피앤씨(95.05~현재)	-헤나추출물을 함유하는 나노파티클 조성물 및 이를 이용한 나노파티클의 제조방법 특허등록 -국내 최초 헤나파우더 염모제 개발하여 상품화 -CJ오쇼핑 염색제 부문 4년간 1위인 제품 리체나 이지스피디 개발 -버블타입 염모제 개발 (리체나버블칼라)
선임 연구원	박영교	제품 연구 및 개발	-세화피앤씨(03.01~현재)	-헤나로부터 로소니아 추출시 염기의 효과 -신조성 헤어토닉 제품 분석방법 설정 및 기준 및 시험방법 심사 완료
선임 연구원	오일근	제품 연구 및 개발	-동성제약(02.03~10.05) -메디치코리아(10.06~12.03) -세화피앤씨(12.05~현재)	-염모제 제품 개발 -화장품 제품 개발 -수출제품 및 신제품의 제품 개발
선임 연구원	임연진	제품 연구 및 개발	-세화피앤씨(04.10~현재)	-염모제(화장품) 제품 개발 -비산화형 염모제 개발
선임 연구원	오택수	제품 안정성 평가	-세화피앤씨(04.10~현재)	-부자재 적합성 평가 -제품 안정성 평가
주임 연구원	김세민	제품 연구 및 개발	-나우코스(05.02~07.02) -세화피앤씨(07.03~현재)	-의약외품(세정제, 제모제) 제품 개발 -의약외품(양모제) 제품 개발
주임 연구원	강정아	제품 연구 및 개발	-세화피앤씨(09.11~현재)	-바디 제품 개발 -헤어케어 제품 개발 -세정제 제품 개발 -금속염모제 황산은 제품 분석방법 설정 및 기준 및 시험방법 심사 완료
주임 연구원	박기룡	제품 연구 및 개발	-아름다운화장품(10.10~11.12) -세화피앤씨(12.01~현재)	-크림 염모제 제품 개발 -염모제(화장품) 제품 개발
주임 연구원	박선화	제품 연구 및 개발	-두리화장품(06.07~08.12) -아모레퍼시픽(09.03~10.08) -세화피앤씨(11.02~현재)	-기능성 화장품 개발 -샴푸, 컨디셔너 제품 개발 -매직 스트레이트(펌제) 제품 개발 -브이온유 브랜드 제품 개발
연구원	김민준	제품 안정성 평가	-세화피앤씨(11.6~현재)	-부자재 적합성 평가 -제품 안정성 평가
연구원	임성현	제품 안정성 평가	-세화피앤씨(13.07~현재)	-완제품 출하 검사 -제품의 공정 검사

(라) 기술 상용화 경쟁력

‘(나) 기술의 경쟁 우위도’에서 상술하였듯이 동사는 독자적 연구개발 능력을 토대로 염모제, 헤어 케어, 바디케어 등의 제품화에 성공하였으며 이를 토대로 2010년 이후 연평균 10.66%의 매출 성장률을 실현하였습니다. 특히 독자적 기술을 바탕으로 샴푸형 염모제인 리체나 이지스피디를 개발, 홈쇼핑 채널 내 히트 상품으로 자리 잡은 것은 동사 기술의 높은 상용화 경쟁력을 보여주는 한 예인 것으로 판단됩니다.

# I. 회사의 개황

## 1. 회사의 개요

### 가. 회사의 명칭 등

회 사 명 칭	(한글) 주식회사 세화피앤씨 (영문) SEWHA P&C INC.		
본사 소재지	충북 진천군 초평면 은암길 36 (연락처 : 043-838-1010)		
공장 소재지	충북 진천군 초평면 은암길 36 (연락처 : 043-838-1010)		
대 표 이 사	이 훈 구 (57歲)	대주주와의 관계	본인
설 립 년 월 일	1976년 07월 09일	업 종	(C20433) 화장품 제조업
		주요제품	염모제 등
		결 산 기	12월

### 나. 중소기업 해당 여부

당사는 보고서 제출일 현재 중소기업기본법시행령 제3조제1호 및 제2호의 규정에 의한 중소기업의 기준요건을 모두 충족하고 있어 중소기업에 해당됩니다.

기준	검토내용	적합여부	비고
해당사업	○ 화장품제조업(C20433)	적합	
종업원수 자본금 매출액 자기자본 자산기준	○ 2012년 말 기준 - 종업원수 : 80명 - 자본금 : 18.5억원 - 매출액 : 255억원 - 자기자본 : 103억원 - 자산총액 : 190억원	적합	
소유·경영 의 독립성	○ 자산총액 5,000억원 이상인 법인이 발행주식의 30% 이상 직·간접적으로 소유한 경우로서 최대출자자인 기업이 아닐 것 ○ 『독점규제 및 공정거래에 관한 법률』 제14조제1항에 따른 상호출자제한기업집단에 속하지 않을 것 ○ 『중소기업기본법 시행령』 제2조제3호에 따른 관계기업에 속하는 기업으로서 같은 영 제7조의4에 따라 산정한 상시근로자수, 자기자본, 매출액, 자산총액이 『조세특례제한법 시행령』 제2조제1항 각 호 외의 부분 단서에 따른 기준에 해당하는 기업이 아닐 것	적합	

## 다. 벤처기업/이노비즈기업 해당 여부

### 1) 벤처기업 해당 여부

당사는 보고서 제출일 현재 벤처기업에 해당되지 않습니다.

### 2) 이노비즈기업 해당 여부

당사는 보고서 제출일 현재 아래와 같이 이노비즈기업에 해당됩니다.

구분	내용	비고
확인번호	제 R9095-1566 호	
확인기관	중소기업청	
유효기간	2012.7.20 ~ 2015.7.19	

## 라. 상장 이유

### (1) 객관적인 기업의 평가 및 대외신용도 제고를 통한 영업력 증대

코넥스시장 상장을 계기로 회사의 가치를 객관적으로 시장에서 평가 받고 이를 통하여 영업 관련 관계자들에게 상장법인으로서 회사의 신용도를 향상시켜 자연스런 홍보효과 및 영업력을 증대 시키고자 합니다.

### (2) 임직원의 사기진작을 통한 기업발전의 기틀마련

임직원이 회사의 주인으로서 주체의식을 가지고 임하게 하여 사기진작 및 기업발전의 원동력으로 삼고자 합니다.

### (3) 기업경영의 합리화 및 회계의 투명성 확보를 통한 경영 혁신 성취

기업회계의 투명성과 내부통제구조의 합리성 등 기업경영의 합리화를 제고하여 회사조직이 보다 효율적으로 운영됨으로써 생산성 향상 및 기업가치 극대화를 도모하고자 합니다.

## 2. 회사의 목적

### 가. 영위하는 목적사업

목 적 사 업	비 고
1. 의약부외품 제조 및 판매업 2. 화장품 제조 및 판매업 3. 무역업 4. 전자상거래업 5. 통신판매업 6. 창고임대업 7. 식품 제조 및 판매업 8. 식품 수입 및 판매업	

### 나. 영위하지 않는 목적사업

목 적 사 업	비 고
1. 의료용구, 위생용품 제조 및 판매업 2. 부동산임대업 3. 건강식품 제조 및 판매업 4. 건강식품 수입 및 판매업 5. 프랜차이즈업	

## 3. 회사의 연혁

### 가. 해당기업의 연혁

#### (1) 회사의 설립일

설립일: 1976년 7월 9일

#### (2) 본점소재지 및 그 변경

일 자	주 소
1978.09.22	경기도 화성군 팔탄면 가재리 267-3
2005.11.24	충북 진천군 초평면 은암리 322-1

(3) 지점, 영업소, 사무소 등의 설치 또는 폐쇄

구분	일 자	내 용
설치	2010.11.20	서울시 강남구 대치2동 983

(4) 경영진의 중요한 변동

- 2000년 3월 31일 : 대표이사 이훈구 취임
- 2000년 3월 31일 : 이경호 이사 취임
- 2000년 3월 31일 : 이철구 이사 취임
- 2000년 3월 31일 : 이석규 감사 취임
- 2005년 8월 11일 : 이경호 이사 사임
- 2005년 8월 11일 : 서동수 이사 취임
- 2007년 8월 16일 : 이석규 감사 사임
- 2007년 8월 16일 : 윤인병 감사 취임
- 2007년 12월 17일 : 이철구 이사 사임
- 2007년 12월 17일 : 박정환 이사 취임
- 2011년 8월 11일 : 배성렬 사외이사 취임
- 2013년 3월 29일 : 서동수 이사 사임

(5) 최대주주의 변동

- 1996년 01월 26일 : 최대주주 이훈구 (지분율 40.00%, 양수도)
- 2009년 10월 01일 : 최대주주 이훈구 (지분율 41.27%, 유상증자)
- 2009년 10월 14일 : 최대주주 이훈구 (지분율 38.00%, 우리사주조합 제3자배정)

(6) 상호변경

- 1976년 07월 09일 : 서광제약(주) 설립
- 1978년 08월 10일 : 세화제약(주)로 상호변경
- 2000년 07월 10일 : (주)세화피앤씨로 상호변경

(7) 합병, 기업분할, 영업양수도 등 경영활동과 관련된 중요한 사실의 발생

해당사항 없습니다.

(8) 기타 연혁

년 월	내 용
1976년 07월	서광제약(주) 설립
1978년 08월	세화제약(주)로 상호변경 (대표이사 : 남진희)
1978년 09월	본점이전 (경기도 화성군 팔탄면 가재리 267-3)
1983년 01월	대표이사 이석규 취임
1987년 08월	자본금 5천만원으로 증자
1994년 10월	대표이사 이훈구 취임
1998년 03월	자본금 2억으로 증자
1999년 02월	자본금 5억으로 증자
2000년 07월	(주)세화피앤씨로 상호변경
2001년 05월	충북 진천군 공장 매입
2002년 03월	연구소 설립 인가
2002년 11월	충북 진천군 은암리 공장토지 구입
2005년 08월	자본금 7.5억 증자
2005년 12월	충북 진천군 초평면 은암리 공장 완공
2006년 03월	벤처기업등록(2006.3.30-2007.12.31)
2008년 03월	CGMP 취득
2009년 07월	기술혁신형 중소기업(이노비즈) 선정
2009년 10월	자본금 18.5억으로 증자
2010년 04월	벤처기업선정(기술보증기금)
2010년 04월	액면분할 (5,000원->500원)
2010년 11월	서울사무소 이전(서울시 강남구 대치2동 983 일동빌딩 별관)
2011년 12월	수출유망 중소기업 선정(중소기업청)
2012년 04월	진천공장 증축공사 착공
2012년 08월	ISO인증(ISO9001:2008) 획득
2012년 12월	CCM 재인증 획득
2013년 05월	“광노화억제물질 에페드라닌K(에페드라닌B)를 함유한 레저용 화장품 개발” 정부과제 수행 완료

나. 신규상장신청 경력

해당사항 없습니다.

#### 4. 자본에 관한 사항

##### 가. 자본금 변동 사항

일자	주식 종류	주식수 (주)	주 당 액면가액 (원)	액면 총액 (천원)	주 당 발행가액 (원)	발행 총액 (천원)	할증률	증(감)자후 자본금 (천원)	비고
1976.07.09	보통주	10,000	1,000	10,000	1,000	10,000	-	10,000	설립자본금
1987.05.10	보통주	8,000	5,000	40,000	5,000	40,000	-	50,000	유상증자 (주주배정)
1998.03.23	보통주	30,000	5,000	150,000	5,000	150,000	-	200,000	유상증자 (주주배정)
1999.02.05	보통주	60,000	5,000	300,000	5,000	300,000	-	500,000	유상증자 (주주배정)
2005.08.11	보통주	50,000	5,000	250,000	5,000	250,000	-	750,000	무상증자 (이익잉여금)
2009.10.01	보통주	126,225	5,000	631,125	5,000	631,125	-	1,381,125	유상증자 (주주배정)
2009.10.14	보통주	23,775	5,000	118,875	20,000	475,500	300%	1,500,000	유상증자 (제3자배정)
2009.11.18	보통주	70,410	5,000	352,000	5,000	352,000	-	1,852,050	무상증자 (주식발행초과금)
2010.04.29	보통주	3,333,690	500	-	-	-	-	1,852,050	액면분할
계		3,704,100	500	-	-	-	-	1,852,050	

주) 유상증자 자금사용 내역

증자일	주식수 (주)	주당발행가액 (원)	발행총액 (천원)	사용내역	금액 (천원)
1987.05.10	8,000	5,000	40,000	연구개발 및 운영자금	40,000
1998.03.23	30,000	5,000	150,000	연구개발 및 운영자금	150,000
1999.02.05	60,000	5,000	300,000	연구개발 및 운영자금	300,000
2009.10.01	126,225	5,000	631,125	연구개발 및 운영자금	631,125
2009.10.14	23,775	20,000	475,500	연구개발 및 운영자금	475,500

##### 나. 공모·사모(예정)에 관한 사항

해당사항 없습니다.

## 5. 주식에 관한 사항

### 가. 주식의 총수

구 분	보통주식	종류주식	합 계
발행할 주식의 총수	50,000,000주		50,000,000주
발행한 주식의 총수	3,704,100주		3,704,100주
미발행 주식수 (모집할 주식수 포함)	46,295,900주		46,295,900주

### 나. 보통주식 외 주식에 관한 사항

동사는 설립후 보통주식 외 주식을 발행한 사실이 없습니다.

## 6. 주주에 관한 사항

### 가. 주식의 분포

구 분	성 명	관계	주식의 종 류	소유주식수(지분율)				변 동 원 인
				기 초 (13.1.1)	증 가	감 소	기 말 (13.8.31)	
최대주주등	이훈구	본인	보통주	1,407,550주 (38.00%)	-	-	1,407,550주 (38.00%)	
	이철구	제	보통주	281,510주 (7.60%)	-	-	281,510주 (7.60%)	
	이재복	자	보통주	35,180주 (0.95%)	-	-	35,180주 (0.95%)	
	석창현	비등기 임원	보통주	28,210주 (0.76%)	-	12,340주	15,870주 (0.43%)	양도
	(주)세화피앤씨	자기 주식	보통주	150주 (0.00%)	-	-	150주 (0.00%)	
	소 계		보통주	1,752,600주 (47.31%)	-	-	1,740,260주 (46.98%)	
5%이상 주주	김봉식	타인	보통주	263,910주 (7.12%)	-	-	263,910주 (7.12%)	
	이재용	타인	보통주	228,720주 (6.17%)	-	-	228,720주 (6.17%)	
	Sidney Tai Kyung Youn	타인	보통주	244,910주 (6.61%)	-	-	244,910주 (6.61%)	

	소 계		보통주	737,540주 (19.91%)	-	-	737,540주 (19.91%)	
1%이상 5%미만 주주	김 철	타인	보통주	52,780주 (1.42%)	-	-	52,780주 (1.42%)	
	김태규	타인	보통주	70,370주 (1.90%)	-	-	70,370주 (1.90%)	
	윤은영	타인	보통주	111,120주 (3.00%)	-	-	111,120주 (3.00%)	
	이경호	타인	보통주	175,940주 (4.75%)	-	-	175,940주 (4.75%)	
	이영화	타인	보통주	70,370주 (1.90%)	-	-	70,370주 (1.90%)	
	조재호	타인	보통주	140,750주 (3.80%)	-	-	140,750주 (3.80%)	
	LEE DOUGLAS EUNIL	타인	보통주	52,780주 (1.42%)	-	-	52,780주 (1.42%)	
	소 계		보통주	674,110주 (18.20%)	-	-	674,110주 (18.20%)	
기타	61명	보통주	539,850주 (14.57%)	12,340주	-	552,190주 (14.91%)	양수	
합 계	76명	보통주	3,704,100주 (100.00%)	-	-	3,704,100주 (100.00%)		

주) 주식양수도 내역

거래일	양도인	양수인	주식수 (주)	거래단가 (원)
2013.08.08	석창현	박혜연 (박정환 이사의 자)	12,340	2,400

## 나. 최대주주 등의 소유주식 등 변동 현황

(최근 5년 변동내역)

성 명	변동일	주당금액	증가	감소	총주식수	증감사유	관계	비고
이훈구	2009.01.01	-	600,000주	-	1,407,550주 (38.00%)	기초주식	본인	
	2009.10.01	500원	540,000주	-		유상증자		
	2009.11.18	-	267,550주	-		무상증자		
이철구	2009.01.01	-	120,000주	-	281,510주 (7.60%)	기초주식	제	
	2009.10.01	500원	108,000주	-		유상증자		
	2009.11.18	-	53,510주	-		무상증자		
이재복	2012.12.18	2,420원	35,180주	-	35,180주 (0.95%)	양수	자	

석창현	2012.04.06	2,000원 (주3)	28,210주	-	15,870주 (0.43%)	우리사주 만기인출	임원	
	2013.08.08	2,400원	-	12,340주		양도		
(주)세화 피앤씨	2009.11.18	-	150주	-	150주 (0.00%)	무상증자 단수주	자기 주식	

주1) 당사는 2010년 4월 29일자로 액면분할(5,000원->500원)한 바가 있으며 상기 주식수 및 주당금액 등은 액면가 500원을 기준으로 하여 기재하였습니다.

주2) 주당 금액은 1주당 매수·도 단가(혹은 발행가액)이며 총주식수는 보고서 제출일 현재 보유하고 있는 주식수를 기재하였습니다.

주3) 해당 주당금액은 2009년 10월 14일 우리사주조합 증자시 발행가액입니다.

#### 다. 5% 이상 주주의 보유주식 등 현황

(최근 5년 변동내역)

주주명	주식의 종 류	취득일	주당 취득가액	증가	감소	제출일 현재 주식수	비 고
이훈구	보통주	2009.01.01	-	600,000주	-	1,407,550주 (38.00%)	기초주식
		2009.10.01	500원	540,000주	-		유상증자
		2009.11.18	-	267,550주	-		무상증자
이철구	보통주	2009.01.01	-	120,000주	-	281,510주 (7.60%)	기초주식
		2009.10.01	500원	108,000주	-		유상증자
		2009.11.18	-	53,510주	-		무상증자
이재용	보통주	2009.01.01	-	90,000주	-	228,720주 (6.12%)	기초주식
		2009.10.01	500원	81,000주	-		유상증자
		2009.11.18	-	40,130주	-		무상증자
		2010.05.12	2,500원	17,590주	-		양수
김봉식	보통주	2009.01.01	-	112,500주	-	263,910주 (7.13%)	기초주식
		2009.10.01	500원	101,250주	-		유상증자
		2009.11.18	-	50,160주	-		무상증자
Sidney Tai Kyung Youn	보통주	2011.01.07	2,500원	244,910주	-	244,910주 (6.61%)	양수

주) 당사는 2010년 4월 29일자로 액면분할(5,000원->500원)을 진행하였는바, 상기 표에서 주식수, 주당가액은 액면가 500원을 기준으로 하여 기재하였습니다.

#### 라. 지정자문인의 보유주식 현황

해당사항 없습니다.

## 마. 최근 3년간 자기주식 현황

(액면가 500원 기준)

주식의 종류	취득일	취득주식수	주당취득가액	제출일 현재 주식수	비고
보통주	2009.11.18	150주	500원	150주	무상증자 단수주

### (1) 관련 법령의 내용

당사는 상법 제341조에 따라 적법하게 자기주식을 보유 중에 있습니다.

상법 규정
<p><b>제341조의2(특정목적에 의한 자기주식의 취득)</b> 회사는 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우에는 제341조에도 불구하고 자기의 주식을 취득할 수 있다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 회사의 합병 또는 다른 회사의 영업전부의 양수로 인한 경우</li> <li>2. 회사의 권리를 실행함에 있어 그 목적을 달성하기 위하여 필요한 경우</li> <li><b>3. 단주(端株)의 처리를 위하여 필요한 경우</b></li> <li>4. 주주가 주식매수청구권을 행사한 경우</li> </ol>

### (2) 기간 중의 처분 내역

당사는 자기주식 취득 후 현재까지 처분한 사실이 없습니다.

### (3) 향후 처리계획

당사는 향후 자기주식을 처분할 경우 이사회 결의 등 적절한 절차를 통해 진행할 예정입니다.

## 바. 우리사주조합의 지분현황

당사는 2009년 10월 1일 우리사주조합을 설립하여 그해 10월 14일 제3차배정의 방식으로 우리사주조합에 237,750주 배정, 11월 18일 무상증자에 의해 55,790주 배정하였습니다. 그간 퇴사에 의한 인출, 기간 만료 등으로 인해 보고서 제출일 현재 우리사주조합의 명의로 보유중인 주식은 없습니다.

[우리사주조합 결성일 : 2009년 10월 1일]

주식의 종류	일 자	기초	증가	감소	기말	증감사유
보통주	2009.10.14	-	237,750주	-	293,540주	유상증자
보통주	2009.11.18		55,790주	-	(7.93%)	무상증자
보통주	2010.02.23	293,540주 (7.93%)	-	2,470주	271,560주 (7.33%)	퇴사
보통주	2010.06.10		-	12,100주		
보통주	2010.10.08		-	7,410주		
보통주	2011.06.08	271,560주 (7.33%)	-	20,000주	251,560주 (6.79%)	퇴사

보통주	2012.04.06	251,560주 (6.79%)	-	251,560주	-	기간만료
-----	------------	---------------------	---	----------	---	------

주1) 당사는 2010년 4월 29일 액면분할(5,000원->500원)을 진행하였는바 상기 주식수는 액면가 500원을 기준으로 하여 작성하였습니다.

주2) 우리사주조합원 중 회사의 비등기임원인 석창현 상무이사가 있으며 기간만료시 보유주식은 28,210주입니다.

## 사. 주식매수선택권

해당사항 없습니다.

## 아. 전환사채

해당사항 없습니다.

## 자. 신주인수권부사채 등

해당사항 없습니다.

## 7. 배당에 관한 사항

[주당액면가액 : 500원]

구 분		사업연도		10연도	11연도	12연도
				(제35기)	(제36기)	(제37기)
		당기순이익 (원)		895,585,842	4,122,313,113	688,277,770
		발행주식수 (주)		3,704,100	3,704,100	3,704,100
		주당순이익 (원)		253	1,113	186
		배당금총액 (원)		111,118,500	296,316,000	111,118,500
		배당성향 (%)		12.41%	7.19%	16.14%
액 면 배당물	현금	대주주	6.0%	16.0%	6.0%	
		소액주주	6.0%	16.0%	6.0%	
	주식	대주주	-	-	-	
		소액주주	-	-	-	
		주당순자산 (원)		1,713	2,770	2,854

주) 주당순자산=자본총계÷(발행주식총수-자기주식수)

## II. 경영조직에 관한 사항

### 1. 회사조직도

#### 1) 서울사무소



#### [ 부서별 담당업무 ]

부서	주요 업무	
경영기획실	경영계획 수립, 연간 및 중장기 사업계획 수립	
경영지원팀	인사, 총무, 회계, 자금	
영업본부	국내영업팀	약국, 대리점 등 영업 및 관리
	전략기획팀	영업 지원 및 관리, 영업기획, 법무 업무
	마트영업팀	마트 영업 및 관리
구매팀	원부자재 구매, 단가관리, 신규(대체)원료 및 자재 검색	
CS팀	제품교육, 테스트, 고객 상담 업무	
마케팅본부	제품개발, 브랜드 관리	
해외영업팀	해외 거래처 관리, 전시회 참가를 통한 신규 바이어 발굴, 세계시장의 흐름 파악	
SM사업팀	홈쇼핑, 온라인 유통경로 관련 영업 및 관리	

## 2) 공장·연구소 조직도



### [ 부서별 담당업무 ]

부서		주요 업무
생산부	생산기획팀	생산기획 및 실적관리
	원·부자재관리팀	원부자재 수급 및 원부자재 재고 관리
	생산1팀	화장품 제조, 염모제 제조, 파우더
	생산2팀	화장품, 염모제의 충전 및 포장
	공무팀	시설관리
연구소	연구1팀	염모제 연구 및 개발
	연구2팀	미생물 관리, 대관업무
	연구3팀	Q.C (원부자재, 제품, 반제품)

## 2. 최고경영자에 관한 사항

성명	(한글)	(한자)	(영문)	
	이 훈 구	李勳求	Hoon Ku, Lee	
학력사항	학교명	전공	수학상태	기간
	고려대학교	기계공학과	졸업	1975 ~ 1982
	고려대학교	경영전문대학원 최고경영자과정(AMP62기)	수료	2006
경력사항	기간		담당업무	
	1982 ~ 1985		(주)유공 엔지니어 담당	
	1985 ~ 1994		세화제약(주) 총괄업무 담당	
	1994 ~ 현재		(주)세화피앤씨 대표이사	
2012 ~ 현재		세정자문위원 위촉 (대전지방국세청)		

<p>회사설립 배경</p>	<p>당사의 이훈구 대표이사는 1994년 세화제약(주) 대표이사로 취임하였으며 이후 국내 업체들 중 자체 기술력만으로 다국적 염모제와 경쟁을 할 수 있는 제품이 없음을 알고 고객들에게 국내 기술을 바탕으로 한 경쟁력 있는 염모제를 생산하여 제공하고자 2000년 (주)세화피앤씨로 상호를 변경한 뒤 염모제 생산에 주력하였습니다.</p> <p>당사는 연구 및 개발에 대한 지속적인 투자를 진행하여 왔으며 특히 헤나에 대한 연구와 투자를 통하여 자체 기술력을 바탕으로 고객들에게 저렴하고 사용이 간편하며 모발의 아름다움과 건강을 지켜줄 수 있는 좋은 품질의 염모제를 공급할 수 있게 되었습니다.</p> <p>당사는 현재 한국을 대표하는 헤어 코스메틱 회사로 성장하여 당사의 제품을 전세계 50여 개국에 수출하고 있습니다.</p>
<p>경영철학</p>	<p>▶ 세계적인 화장품 전문 제조 회사</p> <p>이훈구 대표이사는 끊임없는 연구개발을 통한 양질의 제품을 생산하여 세계적인 화장품 제조 판매 회사로 회사를 성장시키는 것을 목표로 하고 있습니다.</p> <p>충북 진천 공장이 2005년에 준공되면서 국내 최대 규모의 염모제를 생산할 수 있는 설비를 갖추었고 2008년에는 CGMP(우수화장품 제조 및 품질관리 기준) 획득으로 각 부서의 명확한 업무 분장과 체계적인 관리로 품질이 보증된 우수한 제품을 생산할 수 있게 되었습니다. 이를 바탕으로 현재 염모제 산업의 선도 기업으로 회사를 성장시켰으며 다국적 염모제품과 경쟁하는 성과를 이루었습니다.</p> <p>▶ 소비자 중심 경영</p> <p>소비자의 입장에서 생각하고 권익증진에 앞장서는 회사가 되고자 하는 경영철학을 바탕으로 헤어업계 최초로 소비자중심경영(CCM)인증을 획득하였습니다. 이를 위해 전사적인 자율관리위원회를 구성하여 소비자 불만사항을 해결하고 권익 보호에 앞장서왔으며 소비자 불만을 사전에 예방하고 신속하게 처리하도록 프로세스를 갖추었습니다.</p> <p>▶ 주주, 직원, 사회기여</p> <p>투명한 기업경영을 통해 주주를 보호하고 가치를 극대화하며 직원이 창의적인 업무를 수행할 수 있는 분위기를 조성하고 공정한 업적평가, 우리사주조합 설립 등을 통해 임직원에 동기를 부여하며 좋은 일자리 창출을 통하여 사회와 더불어 사는, 사회의 공익에 앞장서는 기업이 되고자 노력하여 왔습니다.</p>
<p>가입단체</p>	<p>대한화장품협회, 대한무역협회</p>
<p>법률위반 및 소송</p>	<p>해당사항 없음</p>

### 3. 임원 및 종업원에 관한 사항

#### 가. 임원의 현황

(1) 보고서 제출일 현재

(단위 : 주, 백만원)

직책명	성명 (생년월일)	약력	담당 업무	소유주식		관계	비고
				종류	수량		
대표이사 (상근/등기)	이훈구 (57.03.18)	-고려대 기계공학과 졸업 (82.07) -㈜유공 (82.08~85.08) -세화제약(주) (85.10~94.10) -㈜세화피앤씨 (94.10~현재)	경영 총괄	기명식 보통주	1,407,550	본인	중임 (18년 10개월)
상무이사 (상근/등기)	박정환 (58.06.11)	-수원대 경제학과 졸업 (87.02) -한국화장품 (87.05~97.07) -시선레브 (97.07~06.05) -㈜세화피앤씨 (07.09~현재)	영업	-	-	타인	중임 (5년 11개월)
상무이사 (상근/비등기)	석창현 (62.11.06)	-연세대 생물학과 졸업 (85.02) -중앙대 약학대학원 약제학과 졸업 (99.02) -라미화장품 (87.2~89.04) -코리아나화장품 (89.05~03.12) -㈜세화피앤씨 (04.10~현재)	연구 개발	기명식 보통주	15,870	타인	(8년 10개월)
상무이사 (상근/비등기)	박수일 (58.07.26)	-제천제일고교 졸업 (76.02) -동성제약 (83.01~00.03) -포쉬에헤어코스메틱 (00.04~04.12) -코웰푸드 (05.01~07.7) -하늘푸드 (07.07~10.7) -㈜세화피앤씨 (11.12~현재)	공장장	-	-	타인	(1년 9개월)
이사 (상근/비등기)	이회용 (63.01.19)	-계명대 무역학과 졸업 (1982.02) -한국P&G (89.08~09.06) -㈜세화피앤씨 (10.01~현재)	영업	-	-	타인	(3년 8개월)
상무이사 (상근/비등기)	홍상기	-보성고등학교 졸업 (76.02) -아주대학교 산업공학과 졸업(80.02) -㈜대우 (82.07~12.03) -㈜세화피앤씨(13.02~현재)	영업	-	-	타인	(2개월)
감사 (비상근/등기)	윤인병 (48.10.15)	-고려대 독어독문학과 졸업 (75.02) -삼성물산 (75.01 ~ 83.09) -제일제당 (83.10 ~ 97.05) -신동방 (97.06 ~ 98.12) -일양약품 (99.01 ~ 02.12) -이성화학 (03.01 ~ 04.05) -중앙바이오텍 (04.06 ~ 06.) -㈜세화피앤씨 (07.08~현재)	감사	-	-	타인	중임 (6년)
사외이사 (비상근/등기)	배성렬 (65.10.26)	-서울대 법과대학 졸업 -대한상사중재원 -대한변협 환경과 에너지분과위원회 -법무법인 청진 대표변호사 -㈜세화피앤씨 (11.11~현재)	사외 이사	-	-	타인	신임 (1년 10개월)

- 연간보수총액(1~8월) : 336백만원 (상근임원 6명기준) (주주총회 승인 한도액 이사 : 1,000백만원, 감사 : 100백만원)  
- 1인당 평균보수액 : 59백만원 (상근임원 6명기준)

(2) 2012년 12월 31일 현재

(단위 : 주, 백만원)

직책명	성명 (생년월일)	약력	담당 업무	소유주식		관계	비고
				종류	수량		
대표이사 (상근/등기)	이훈구 (57.03.18)	-고려대 기계공학과 졸업 (82.07) -㈜유공 (82.08~85.08) -세화제약㈜ (85.10~94.10) -㈜세화피앤씨 (85.10~현재)	경영 총괄	기명식 보통주	1,407,550	본인	중입 (18년 2개월)
전무이사 (상근/등기)	서동수 (55.10.27)	-중앙대 화학공학과 졸업 (81.02) -한국화장품 (81.04~01.05) -STC (01.06~02.06) -젠스리무역 (03.06~04.06) -㈜세화피앤씨 (04.06~현재)	관리 총괄	-	-	타인	중입 (8년 6개월)
상무이사 (상근/등기)	박정환 (58.06.11)	-수원대 경제학과 졸업 (87.02) -한국화장품 (87.05~97.07) -시선레브 (97.07~06.05) -㈜세화피앤씨 (07.09~현재)	영업	-	-	타인	중입 (5년 3개월)
상무이사 (상근/비등기)	석창현 (62.11.06)	-연세대 생물학과 졸업 (85.02) -중앙대 약학대학원 약제학과 졸업 (99.02) -라미화장품 (87.2~89.04) -코리아나화장품 (89.05~03.12) -㈜세화피앤씨 (04.10~현재)	연구 개발	기명식 보통주	28,210	타인	(8년 2개월)
상무이사 (상근/비등기)	박수일 (58.07.26)	-제천제일고교 졸업 (76.02) -동성제약 (83.01~00.03) -포쉬에헤어코스메틱 (00.04~04.12) -코웰푸드 (05.01~07.7) -하늘푸드 (07.07~10.7) -㈜세화피앤씨 (11.12~현재)	공장장	-	-	타인	(1년 1개월)
이사 (상근/비등기)	이희용 (63.01.19)	-계명대 무역학과 졸업 (82.02) -한국P&G (89.08~09.06) -㈜세화피앤씨 (10.01~현재)	영업	-	-	타인	(3년)
감사 (비상근/등기)	윤인병 (48.10.15)	-고려대, 독어독문학과 졸업 (75.02) -삼성물산 (75.01 ~ 83.09) -제일제당 (83.10 ~ 97.05) -신동방 (97.06 ~ 98.12) -일양약품 (99.01 ~ 02.12) -이성화학 (03.01 ~ 04.05) -중앙바이오텍 (04.06 ~ 06.) -㈜세화피앤씨 (07.08~현재)	감사	-	-	타인	중입 (5년 4개월)
사외이사 (비상근/등기)	배성렬 (65.10.26)	-서울대 법과대학 졸업 -대한상사중재원 -대한변협 환경과 에너지분과위원회 -법무법인 청진 대표변호사 -㈜세화피앤씨 (11.11~현재)	사외 이사	-	-	타인	신입 (1년 2개월)
- 연간보수총액 : 643백만원 (상근임원 6명기준) (주주총회 승인 보수한도액 이사 : 1,000백만원, 감사 : 100백만원) - 1인당 평균보수액 : 107백만원 (상근임원 6명기준)							

(3) 2011년 12월 31일 현재

(단위: 주, 백만원)

직책명	성명 (생년월일)	약력	담당 업무	소유주식		관계	비고
				종류	수량		
대표이사 (상근/등기)	이훈구 (57.03.18)	-고려대 기계공학과 졸업 (82.07) -㈜유공 (82.08~85.08) -세화제약(주) (85.10~94.10) -㈜세화피앤씨 (94.10~현재)	경영 총괄	기명식 보통주	1,407,550	본인	중임 (17년 2개월)
전무이사 (상근/등기)	서동수 (55.10.27)	-중앙대 화학공학과 졸업 (81.02) -한국화장품 (81.04~01.05) -STC (01.06~02.06) -젠슨리무역 (03.06~04.06) -㈜세화피앤씨 (04.06~현재)	관리 총괄	-	-	타인	중임 (7년 6개월)
상무이사 (상근/등기)	박정환 (58.06.11)	-수원대 경제학과 졸업 (87.02) -한국화장품 (87.05~97.07) -시선레브 (97.07~06.05) -㈜세화피앤씨 (07.09~현재)	영업	-	-	타인	중임 (4년 3개월)
상무이사 (상근/비등기)	석창현 (62.11.06)	-연세대 생물학과 졸업 (85.02) -중앙대 약학대학원 약제학과 졸업 (99.02) -라미화장품 (87.2~89.04) -코리아나화장품 (89.05~03.12) -㈜세화피앤씨 (04.10~현재)	연구 개발	기명식 보통주	28,210	타인	(7년 2개월)
상무이사 (상근/비등기)	박수일 (58.07.26)	-제천제일고교 졸업 (76.02) -동성제약 (83.01~00.03) -포쉬에헤어코스메틱 (00.04~04.12) -코웰푸드 (05.01~07.7) -하늘푸드 (07.07~10.7) -㈜세화피앤씨 (11.12~현재)	공장장	-	-	타인	(1개월)
이사 (상근/비등기)	이희용 (63.01.19)	-계명대 무역학과 졸업 (82.02) -한국P&G (89.08~09.06) -㈜세화피앤씨 (10.01 ~ 현재)	영업	-	-	타인	(2년)
이사 (상근/비등기)	천정환 (65.11.02)	-고려대 무역학과 졸업 (91.02) -엘지화학사업자제사업본부 (91.03 ~ 93.07) -엘지그룹 중국지역 전문가과정 (96.07~01.01) -엘지화학" 데코빌" 주택인테리어 프랜차이즈 (01.02~04.08) -동아홀딩스 미래전략실 (04.09~09.12) -한국/중국 경영전략 시장조사 컨설턴터 (10.01~11.10) -㈜세화피앤씨 (11.11~현재)	전략 기획	-	-	타인	(2개월)
감사 (비상근/등기)	윤인병 (48.10.15)	-고려대 독어독문학과 졸업 (75.02) -삼성물산 (75.01 ~ 83.09) -제일제당 (83.10 ~ 97.05) -신동방 (97.06 ~ 98.12) -일양약품 (99.01 ~ 02.12) -이성화학 (03.01 ~ 04.05) -중앙바이오텍 (04.06 ~ 06.) -㈜세화피앤씨 (07.08~현재)	감사	-	-	타인	중임 (4년 4개월)

사외이사 (비상근/등기)	배성렬 (65.10.26)	-서울대 법과대학 졸업 -대한상사증재원 -대한변협 환경과 에너지분과위원회 -법무법인 청진 대표변호사 -㈜세화피앤씨 (11.11~현재)	사외 이사	-	-	타인	신임 (2개월)
- 연간보수총액 : 517백만원 (상근임원 7명기준)(주주총회 승인 보수한도액 이사 : 1,000백만원, 감사 : 100백만원) - 1인당 평균보수액 : 73백만원 (상근임원 7명기준)							

(4) 2010년 12월 31일 현재

(단위: 주, 백만원)

직책명	성명 (생년월일)	약력	담당 업무	소유주식		관계	비고
				종류	수량		
대표이사 (상근/등기)	이훈구 (57.03.18)	-고려대 기계공학과 졸업 (82.07) -㈜유공 (82.08~85.08) -세화제약(주) (85.10~94.10) -㈜세화피앤씨 (94.10~현재)	경영 총괄	기명식 보통주	1,407,550	본인	중임 (16년 2개월)
전무이사 (상근/등기)	서동수 (55.10.27)	-중앙대 화학공학과 졸업 (81.02) -한국화장품 (81.04~01.05) -STC (01.06~02.06) -젠스리무역 (03.06~04.06) -㈜세화피앤씨 (04.06~현재)	관리 총괄	-	-	타인	중임 (6년 6개월)
상무이사 (상근/등기)	박정환 (58.06.11)	-수원대 경제학과 졸업 (87.02) -한국화장품 (87.05~97.07) -시선레브 (97.07~06.05) -㈜세화피앤씨 (07.09~현재)	영업	-	-	타인	중임 (3년 3개월)
상무이사 (상근/비등기)	석창현 (62.11.06)	-연세대 생물학과 졸업 (85.02) -중앙대 약학대학원 약제학과 졸업 (99.02) -라미화장품 (87.2~89.04) -코리아나화장품 (89.05~03.12) -㈜세화피앤씨 (04.10~현재)	연구 개발	기명식 보통주	28,210	타인	(6년 2개월)
이사 (상근/비등기)	이희용 (63.01.19)	-계명대 무역학과 졸업 (82.02) -한국P&G (89.08~09.06) -㈜세화피앤씨 (10.01~현재)	영업	-	-	타인	(1년)
감사 (비상근/등기)	윤인병 (48.10.15)	-고려대 독어독문학과 졸업 (75.02) -삼성물산 (75.01 ~ 83.09) -제일제당 (83.10 ~ 97.05) -신동방 (97.06 ~ 98.12) -일양약품 (99.01 ~ 02.12) -이성화학 (03.01 ~ 04.05) -중앙바이오텍 (04.06 ~ 06.) -㈜세화피앤씨 (07.08~현재)	감사	-	-	타인	중임 (3년 4개월)
- 연간보수총액 : 443백만원 (상근임원 5명기준)(주주총회 승인 보수한도액 이사 : 700백만원) - 1인당 평균보수액 : 89백만원 (상근임원 5명기준)							

주1) 임원의 직계존비속 및 배우자의 주식 보유 현황

성명	주식의 종류	보유주식수 (주)	취득가격 (원)	취득일	취득사유	비고
이재복	보통주	35,180	2,420	2012.12.18	주식양수도	이훈구(대표이사)의 자
박혜연	보통주	12,340	2,400	2013.08.08	주식양수도	박정환(사내이사)의 자

주2) 임원 겸임 현황

성명	직책	선임시기	현재(겸임) 근무지의 상황			
			직장명	직책	근무연수	담당업무
배성렬	사외이사	2011.08.11	법무법인청진	대표변호사	1년 4개월	국제거래외
윤인병	감사	2007.08.16	무역진흥공사	수출전문위원	6년 8개월	수출지원사업

(5) 임원 변동 현황

연월	구분	직책명	성명 (생년월일)	담당업무	관계	비고
2010.01	신임	이사 (상근/비등기)	이희용 (63.01.19)	영업	타인	-前 한국P&G (89.08~09.06)
2010.03	중임	감사 (비상근/등기)	윤인병 (48.10.15)	감사	타인	-前 중앙바이오텍 (04.06~06.) -現 무역진흥공사(08.01~현재)
2010.03	중임	상무이사 (상근/등기)	박정환 (58.06.11)	영업총괄	타인	-前 한국화장품 (87.05~97.07) -前 시선레브 (97.07~07.09)
2011.08	중임	전무이사 (상근/등기)	서동수 (55.10.27)	관리총괄	타인	-前 한국화장품 (81.05~01.05)
2011.08	신임	사외이사 (비상근/등기)	배성렬 (65.10.26)	사외이사	타인	-現 법무법인청진(11.04~현재)
2011.11	신임	이사 (상근/비등기)	천정환 (65.11.02)	경영기획	타인	-前 엘지화학 (93.07~05.09)
2011.12	신임	상무이사 (상근/비등기)	박수일 (58.07.26)	공장장	타인	-前 하늘푸드 (07~11)
2012.03	중임	대표이사 (상근/등기)	이훈구 (57.03.18)	경영총괄	본인	-現 세화피앤씨 (94.10~현재)
2012.09	사임	이사 (상근/비등기)	천정환 (65.11.02)	경영기획	타인	-前 엘지화학 (93.07~05.09)
2013.03	사임	전무이사 (상근/등기)	서동수 (55.10.27)	관리총괄	타인	-前 한국화장품 (81.05~01.05)
2013.03	중임	상무이사 (상근/등기)	박정환 (58.06.11)	영업총괄	타인	-前 한국화장품 (87.05~97.07) -前 시선레브 (97.07~07.09)
2013.07	신임	상무이사 (상근/비등기)	홍상기 (57.06.24)	해외영업	타인	-前 (주)대우 (82.07~12.03)

## 나. 종업원의 현황

### (1) 직종별 구성

(단위 : 명)

직종	최근분기말 인원	인원수			기중퇴직자수			평균 근속연수
		2012년	2011년	2010년	2012년	2011년	2010년	
관리	29	30	27	21	1	4	2	5.6
영업	17	17	17	17	4	2	3	3.4
연구	11	11	11	9	1	0	0	6.4
생산	18	21	19	16	4	7	4	5
계	75	79	74	63	10	13	9	-

### (2) 급여 현황

(단위 : 명, 천원)

직위	인원수			최근연도 1인당 평균급여	급여등(상여포함) 합계		
	2012년	2011년	2010년		2012년	2011년	2010년
임원	9	7	5	81,088	729,789	516,764	442,920
부장	7	7	7	53,333	373,330	400,541	336,416
차장	8	9	9	52,294	418,350	384,913	389,789
과장	24	22	22	38,489	923,740	757,383	669,144
대리	13	13	10	31,286	406,715	255,336	260,283
계장	9	6	6	27,921	251,286	149,308	100,529
사원	19	23	13	21,379	406,202	267,231	185,540
합계	89	87	72	-	3,509,412	2,731,476	2,384,621

## 4. 회사가 가입한 주요 단체(협회) 현황

명칭	가입일	전화번호	가입목적	활동내역
대한화장품협회	2001-02-02	785-7984	정보수집, 제조판매증명서 발급	제조판매증명서발급
한국무역협회	1995-11-23	1566-5114	수출지원 사업	수출실적증명서발급

### Ⅲ. 상장을 위한 조직 정비

#### 1. 기업내용 공시체제 정비 현황

##### 가. 공시 및 주식담당업무 조직도



소속	직위	성명	담당업무	주요경력	비고
임원실	상무	박정환	영업 담당	수원대학교 경제학과 졸업 (87.02) 한국화장품(주) (87.05~97.07) (주)시선레브 (97.07~06.05) (주)세화피앤씨 (07.09~현재)	
경영지원팀	부장	조준한	재무 담당	(주)세화피앤씨 (95.02~현재)	
경영지원팀	과장	최은아	자금 및 주식담당	(주)세화피앤씨 (00.11~현재)	

##### 나. 공고게재신문 및 매체

당사의 공고는 정관 제4조에 따라 당사의 인터넷 홈페이지(www.sehwa.co.kr)에 하되 전산장에 또는 그 밖의 부득이한 사유로 회사의 인터넷 홈페이지에 공고를 할 수 없는 때에는 서울특별시에서 발행되는 매일경제신문에 게재하도록 되어 있습니다.

#### 2. 명의개서업무에 관한 사항

당사는 명의개서 대행 업무를 위해 대행기관인 국민은행과 2005년 8월 11일 명의개서업무에 관한 계약을 체결하였습니다.

정관상 신주인수권의 내용	<b>제9조(신주인수권)</b> ① 주주는 그가 소유한 주식의 수에 비례하여 신주의 배정을 받을 권리를 갖는다. ② 회사는 제1항의 규정에도 불구하고 다음 각 호의 어느 하나에 해당하는 경우 이사회회의 결의로 주주 외의 자에게 신주를 배정할 수 있다.
---------------------	--

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 발행주식총수의 100분의 20을 초과하지 않는 범위 내에서 「자본시장과 금융투자업에 관한 법률」 제165조의6에 따라 일반공모증자 방식으로 신주를 발행하는 경우</li> <li>2. 「상법」 제542조의3에 따른 주식매수선택권의 행사로 인하여 신주를 발행하는 경우</li> <li>3. 발행하는 주식총수의 100분의 20 범위 내에서 우리사주조합원에게 주식을 우선배정하는 경우</li> <li>4. 「근로복지기본법」 제39조의 규정에 의한 우리사주매수선택권의 행사로 인하여 신주를 발행하는 경우</li> <li>5. 발행주식총수의 100분의 20을 초과하지 않는 범위 내에서 긴급한 자금조달을 위하여 국내외 금융기관 또는 기관투자자에게 신주를 발행하는 경우</li> <li>6. 발행주식총수의 100분의 20을 초과하지 않는 범위 내에서 사업상 중요한 기술도입, 연구개발, 생산·판매·자본채휴를 위하여 그 상대방에게 신주를 발행하는 경우</li> <li>7. 우리사주조합원에게 신주를 배정하는 경우</li> <li>8. 주권을 코스닥시장에 상장하기 위하여 신주를 모집하거나 인수인에게 인수하게 하는 경우</li> </ol> <p>③ 제2항 각 호 중 어느 하나의 규정에 의해 신주를 발행할 경우 발행할 주식의 종류와 수 및 발행가격 등은 이사회에 결의로 정한다.</p> <p>④ 신주인수권의 포기 또는 상실에 따른 주식과 신주배정에서 발생한 단주에 대한 처리방법은 이사회에 결의로 정한다.</p>		
결산일	매년 12월 31일	정기주주총회	매사업연도 종료후 3월 이내에 소집
주주명부폐쇄시기	매년 1월 1일부터 1월 15일까지		
주권의 종류	일주권, 오주권, 십주권, 오십주권, 일백주권, 오백주권, 일천주권, 일만주권 (8종류)		
명의개서대리인	국민은행		

### 3. 주식의 양도제한

당사는 정관 및 기타 특별법 등 다른 법령에서 보고서 제출일 현재 주식의 양도를 제한하고 있는 내용이 없습니다.

### 4. 통일규격주권 발행여부

당사는 당사의 명의개서 대행기관인 국민은행을 통하여 2005년 9월 16일 통일규격 유가증권을 발행하여 주권을 교부하였습니다.

## 5. 법률 또는 제규정 준수

당사는 최근 5사업연도 이내에 금융관련법률, 세법 등 제반 법률 또는 의무위반으로 회사 또는 대표이사가 징계 또는 제재를 받은 사실이 없습니다.

## 6. 기업경영에 중요한 사항

### 가. 합병, 영업양수·도, 기업분할, 감자 등

#### (1) 합병

당사는 보고서제출일전 최근 5년 동안 해당사항 없습니다.

#### (2) 영업양수·도

당사는 보고서제출일전 최근 5년 동안 해당사항 없습니다.

#### (3) 기업분할

당사는 보고서제출일전 최근 5년 동안 해당사항 없습니다.

#### (4) 감자

당사는 보고서제출일전 최근 5년 동안 해당사항 없습니다.

### 나. 부도발생사실

해당사항 없습니다.

### 다. 자산재평가에 관한 사항

해당사항 없습니다.

## IV. 사업의 내용

### 1. 사업의 개요

당사는 48년 역사의 염모제 및 헤어케어 전문 제조·유통 업체로, 다양한 형태와 색채의 염모제와 두발용 화장품을 자체 개발, 생산 가능한 기술력을 보유하고 있습니다. TV홈쇼핑(CJ오쇼핑)을 통해 소개된 리체나 샴푸형 염색제(2008년 런칭 이후 누적 판매 1,200만개)로 널리 알려진 회사로, 국내 염모제시장에 新트렌드를 이끌어왔고 적극적인 R&D부분의 투자와 기술개발로 시장을 선도하는, 작지만 강한 염모제 중심의 헤어케어 전문 회사로 자리 잡아가고 있습니다.

주력 사업은 전체 매출의 80% 이상을 차지하고 있는 염모제로 당사의 안정적인 수익기반을 다지고 있고, 이외 화장품 등이 20%를 점유하고 있는데 48년의 두발용 화장품 업력을 기반으로 자사 브랜드뿐만 아니라 국내 우수업체와 OEM을 진행 중이며, 국내뿐만 아니라 적극적인 해외시장 공략과 신규 시장 개척 활동을 통해 전 세계 50여 개국에 자사 제품을 수출하고 있습니다.

당사는 현실에 안주하지 않고 3C경영(Change & Challenge for Consumers)을 모토로 헤어 코스메틱 분야에서의 창의적인 선두기업이 되는 것을 목표로 하고 있습니다.

### 가. 업계현황 및 전망

#### (1) 업계 개황

##### (가) 산업의 개요

##### 1) 화장품 산업의 정의 및 범위

화장품법 제2조에 따르면 “화장품은 인체를 청결·미화하여 매력을 더하고 용모를 밝게 변화시키거나 피부·모발의 건강을 유지 또는 증진하기 위하여 인체에 사용되는 물품으로 인체에 대한 작용이 경미한 것을 말한다. 단 약사법 제2조 제4항의 의약품에 해당하는 물품은 제외”한다고 정의하고 있습니다.

국내 화장품 분류는 크게 일반화장품과 기능성화장품으로 분류하고 있습니다. 일반화장품은 유형별 효능·효과에 따라 어린이용 제품류, 목욕용 제품류 등 12개의 유형으로 분류되며, 기능성화장품은 미백, 주름개선, 피부를 곱게 태워주거나 자외선차단 기능의 화장품 등 3개의 유형으로 분류하고 있습니다.

국내의 화장품 분류상 당사의 주요 제품은 일반화장품 중 염모제가 속해 있는 “두발염색용 제품류”와 샴푸, 린스 등의 헤어케어 제품인 “두발용 제품류”에 속해있습니다.

[ 국내 화장품 유형 분류 ]

구분	유형	세부 유형
일반화장품	가. 영·유아용 제품류	1) 영·유아용 샴푸, 린스 2) 영·유아용 로션, 크림 3) 영·유아용 오일 4) 영·유아 인체 세정용 제품 5) 영·유아 목욕용 제품
	나. 목욕용 제품류	1) 목욕용 오일·정제·캡슐 2) 목욕용 소금류 3) 버블 베스(bubble baths) 4) 그 밖의 목욕용 제품류
	다. 인체 세정용 제품류	1) 폼 클렌저(foam cleanser) 2) 바디 클렌저(body cleanser) 3) 액체 비누(liquid soaps) 4) 외음부 세정제 5) 그 밖의 인체 세정용 제품류
	라. 눈 화장용 제품류	1) 아이브로 펜슬(eyebrow pencil) 2) 아이 라이너(eye liner) 3) 아이 섀도(eye shadow) 4) 마스카라(mascara) 5) 아이 메이크업 리무버(eye make-up remover) 6) 그 밖의 눈 화장용 제품류
	마. 방향용 제품류	1) 향수 2) 분말향 3) 향낭(香囊) 4) 콜롱(cologne) 5) 그 밖의 방향용 제품류
	바. 두발 염색용 제품류	1) 헤어 틴트(hair tints) 2) 헤어 컬러스프레이(hair color sprays) 3) 그 밖의 두발 염색용 제품류
	사. 색조 화장용 제품류	1) 볼연지 2) 페이스 파우더(face powder), 페이스 케이크(face cakes) 3) 리퀴드(liquid)·크림·케이크 파운데이션 4) 메이크업 베이스(make-up bases) 5) 메이크업 픽서티브(make-up fixatives) 6) 립스틱, 립라이너(lip liner) 7) 립글로스(lip gloss), 립밤(lip balm) 8) 바디페인팅(body painting), 분장용 제품 9) 그 밖의 색조 화장용 제품류
	아. 두발용 제품류	1) 헤어 컨디셔너(hair conditioners) 2) 헤어 토닉(hair tonics) 3) 헤어 그루밍 에이드(hair grooming aids)

구분	유형	세부 유형
		4) 헤어 크림 · 로션 5) 헤어 오일 6) 폼아드(pomade) 7) 헤어 스프레이 · 무스 · 왁스 · 젤 8) 샴푸, 린스 9) 퍼머넌트 웨이브(permanent wave) 10) 헤어 스트레이트너(hair straightner) 11) 그 밖의 두발용 제품류
	자. 손발톱용 제품류	1) 베이스코트(basecoats), 언더코트(under coats) 2) 네일폴리시(nail polish), 네일에나멜(nail enamel) 3) 탑코트(topcoats) 4) 네일 크림 · 로션 · 에센스 5) 네일폴리시 · 네일에나멜 리무버 6) 그 밖의 손발톱용 제품류
	차. 면도용 제품류	1) 애프터셰이브 로션(aftershave lotions) 2) 남성용 툴컴(talcum) 3) 프리셰이브 로션(preshave lotions) 4) 셰이빙 크림(shaving cream) 5) 셰이빙 폼(shaving foam) 6) 그 밖의 면도용 제품류
	카. 기초화장용 제품류	1) 수렴 · 유연 · 영양 화장수(face lotions) 2) 마사지 크림 3) 에센스, 오일 4) 파우더 5) 바디 제품 6) 팩, 마스크 7) 눈 주위 제품 8) 로션, 크림 9) 손 · 발의 피부연화 제품 10) 클렌징 워터, 클렌징 오일, 클렌징 로션, 클렌징 크림 등 메이크업 리무버 11) 그 밖의 기초화장용 제품류
	타. 체취 방지용 제품류	1) 데오도란트 2) 그 밖의 체취 방지용 제품류
기능성화장품	피부의 미백에 도움을 주는 제품	
	피부의 주름개선에 도움을 주는 제품	
	피부를 곱게 태워주거나 자외선으로부터 피부를 보호하는데 도움을 주는 제품	

(자료: 화장품법 시행규칙)

[ 일반, 기능성화장품 비교 ]

항 목	일반 화장품	기능성 화장품
표시 및 기재	기능성 화장품 기재 불가	기능성 화장품 기재 가능
광 고	효능 광고 불가	기능성 효능 광고 가능
주성분	표기 의무 없음	기능성 주성분 표기
효능 및 효과	없음	효능, 효과 인정
허 가	없음	식약청 승인후 제조, 판매

당사의 주요 제품인 염모제의 경우, 우리나라는 약사법 제2조 제7항의 나목에 따라 영구염모제는 의약외품으로 분류하여 지정고시하고 있으며, 헤어스프레이 같은 반영구염모제나 일시염모제가 화장품(두발염색용 제품류)에 해당하고 있습니다.

의약외품 범위 지정
2. 약사법 제2조제7호 나목에 따른 의약외품은 다음 각목으로 한다. 나. 모발의 양모, 염색(탈색·탈염 포함), 제모 등을 위한 제제 2) 인체에 대한 작용이 경미한 염모제(탈색제, 탈염제). 다만, 2, 4-디아미노아니솔 및 그 황산염이 함유된 제제와 단순히 물리적으로 염색하는 제제는 제외한다. (보건복지부 고시 제2013-175호, 2013.04.05)

[ 화장품, 의약외품, 의약품 비교 ]

구 분	화장품	의약외품	의약품
사용대상	일반 정상인	일반 정상인	환 자
사용목적	청결, 미화, 피부보호	위생, 미화	질병 치료 및 진단
사용기간	장기간-지속적 사용	장기간-단기적 사용	일정기간 사용
사용범위	전 신	특정 부위	특정 부위
부 작 용	없어야 함	없어야 함	어느 정도 무방

2) 염모제의 개요

가) 모발염색의 정의

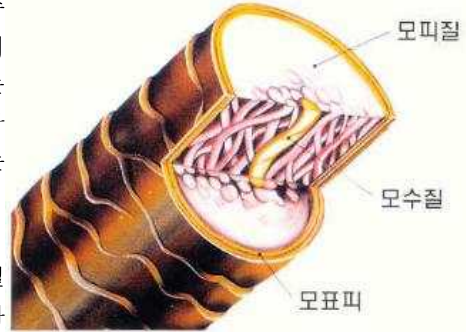
모발염색이란 자신이 원하는 색상의 염모제를 사용해서 모발색상을 변화시키는 행위를 말하는 것으로서, 자연모발 또는 염색하거나 탈색한 모발에 인공염료를 착색시켜, 미적 욕구를 충족시키고 나아가 자신의 변화된 이미지에 자신감을 불어주는 인간 욕구의 예술적 행위라 할 수 있습니다.

■ 모발의 구조

모발의 구조는 아래 그림에서 보는 바와 같이 모표피(Cuticle), 모피질(Cortex), 모수질(medulla)의 3개 층으로 이루어져 있습니다.

최외곽은 '모표피(Cuticle)'라고 불리는 부분으로 손톱과 같이 얇고 단단한 무색투명한 보호막으로 약 10

~15겹 단위로 지붕의 기와처럼 겹쳐져 모발을 보호하고 있습니다. 모표피는 대단히 단단하여 화학적 약품 등에는 저항력이 강하나 물리적인 힘에는 쉽게 부러지기도 합니다. 이 모표피는 모발의 매끄러움과 광택을 유지하는데 기여하며, 모발이 손상되었을 경우 모표피가 부분적으로 떨어져나가고 피부가 트는 것처럼 들뜨게 되어 모발은 거칠고 광택을 잃게 됩니다.

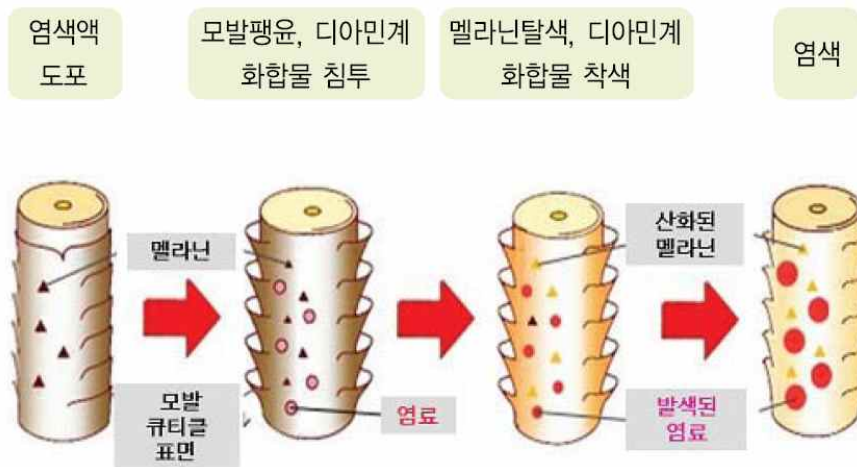


모표피로 둘러싸여 보호받고 있는 모발의 내부, 즉 '모피질 (Cortex)'은 모발 전체의 약 85~90%정도를 차지하며, 단단하게 각화된 케라틴성분의 단백질이 비교적 규칙적으로 길게 꼬여있는 부분입니다. 또한 모피질은 모발의 색을 결정하는 멜라닌 과립을 함유하고 있고 물과 쉽게 친화하는 친수성으로 화학물질의 작용을 쉽게 받기 때문에 영구염색 등에 가장 관련이 있는 부분이며 모발의 색상, 굵기, 탄력, 강도 및 길이 등 모발의 거의 모든 물리화학적 특성을 좌우하는 가장 중요한 부분입니다.

마지막으로 모발의 가장 안쪽에 위치한 '모수질 (Medulla)' 부분은 두피 속에서 자라난 모발이 두피 밖으로 나오면서 건조된 흔적으로 동물의 뼈를 자르면 보이는 구멍과 같은 모양을 하고 있으며, 모피질과 유사한 특징을 갖고 있습니다.

### ■ 염모제의 작용원리

염모제는 산화염료중간체, 산화제, 알칼리제 등의 필수성분이 모발 내부에서 다음과 같이 반응하여 탈색과 발색을 동시에 일으켜 염색이 되게 합니다.



우리 모발을 알칼리화하면 모표피 층이 팽창하여, 색소인 디아민계 화합물이 모표피로 침투하게 되며, 이때 산성인 과산화수소수가 모수질의 멜라닌 색소를 파괴시켜 모발을 탈색시키면, 모발 내부에 침투되어 있는 디아민계 화합물이 파괴된 멜라닌 색소의 자리에 착색되어 모발을 염색하게 됩니다.

### ■ 염모제의 주요 성분

흔히 시중에서 살 수 있는 염모제는 비산화형 염모제와 산화형 염모제로 나눌 수 있습니다. 산화형 염모제는 주로 제1제와 제2제로 나뉘지는데, 제1제에는 디아민계 화합물, 알칼리제, 겔화제, 용제, 모발보호제, 산화방지제, 기제 등이 있고, 제2제로는 산화제, pH 조절제 등이 있습니다.

[ 염모제의 주요 성분 ]

분 류	배합목적	성분 들
산화형 염모제 제1제	염모제 주성분	p-페닐렌디아민, p-아미노페놀, p-톨루엔디아민, 레조시놀, m-아미노페놀, m-페닐렌디아민 등
	알칼리제	암모니아, 모노에탄올아민 등
	겔화제	이소세틸알코올 등
	용제	이소프로필알코올 등
	모발 보호제	트리오닌, 판테놀 등
	산화방지제	암모늄치오글라이콜레이트, 에리소빅에씨드 등
	기제	프로필렌글라이콜
산화형 염모제 제2제	산화제	과산화수소수 등
	pH 조절제	과붕산나트륨 등
비산화형염모제	염모제 주성분	황산철, 로그우드추출물, 피로갈롤 등

[ 주요 성분의 작용 ]

구성	작용	종류
산화제	모발의 천연 색소인 멜라닌을 탈색시킴. 알칼리제와 상승적으로 작용함 산화염료중간체에 작용하여 발색을 도와줌	과산화수소수(H2O2) :액상, 크림 타입의 대표적 산화제 과붕산나트륨(NaBo3) : 분말타입의 산화제
알칼리제	모발을 연화 팽윤시켜 모발내부까지 산화염료 등의 침투를 쉽게 함 산화제의 작용을 높임(산화제는 알카리성에서 산화력이 촉진)	암모니아(NH3) : 주로 멧내기 염색에 사용 모노에탄올아민(NH2CH2CH2OH) : 새치머리 크림타입 염모제에 사용
산화염료중간체 (발색제)	산화염료중간체가 산소의 작용을 받아서 색상이 나타남	

나) 염모제의 종류

① 기능에 따른 분류

염모제는 기능별로 ‘새치커버용’과 ‘멧내기용’으로 구분할 수 있습니다. A) 새치커버용 염모제는 글자 그대로 흰머리 즉, 새치머리를 감추는 용도로 사용되는 염모제입니다. 검정머리와 흰머리가 섞여있을 경우 검정머리는 염색전과 비교해서 색의 변화가 없고, 흰머리에만 염색이 되는 제품으로, 암모니아를 함유하고 있지 않아 냄새가 적고 염색된 색상이 비교적 오래 유지되는 장점이 있습니다. B) 멧내기용 염모제는 검은 머리를 탈색시켜 모발의 색을 밝게 하면서 염료가 모발 내부로 침투하여 염색이 되는 2가지 과정이 동시에 이루어지는 제품으로 주변에서 흔히 볼 수 있는 노란색, 빨간색, 밝은 갈색 등의 염색이 이에 속합니다. 멧내기용 염모제는 암모니아를 함유하고 있어 자극적인 냄새가 있고, 모발의 손상도 비교적 많은 편입니다

종래의 멧내기용 염모제는 흰머리가 많이 섞여있는 모발에서는 검은 모발의 염색 색상과 흰머리의 염색 결과 색상차이가 커 흰머리가 있는 경우 사용하기 어려웠으나, 최근에는 약 30% 정도의 흰머리를 갖고 있는 사람도 멧내기 염색을 할 수 있는 새치/멧내기 겸용 제품이 출시되고 있습니다.

② 지속시간에 따른 분류

염모제는 색상이 얼마나 오래 지속되느냐에 따라 ‘일시염모제’, ‘반영구염모제’, ‘영구염모제’ 등으로 나뉩니다. A) 일시염모제는 중성에 가까우며 화학적 작용이 없고, 색소가 모발의 표면인 큐티클의 겉면에 부착하기 때문에 색상이 오랫동안 지속되지 못하여 샴푸 1~2회로 색상이 제거되는 염모제입니다. 제품으로는 칼라스프레이, 칼라무스, 칼라젤, 헤어마스카라 등이 이에 해당되며, 주로 화장품으로 분류되고 있습니다. B) 반영구염모제는 색소 자체가 모피질이나 모발표면의 큐티클 층에 침투하여 물리적으로 흡착시키는 제품으로, 영구염모제보다는 지속력이 다소 떨어지고 일시염모제보다는 지속력이 긴 염모제를 말합니다. 영구염모제보다는 낮은 알칼리제를 쓰는 제품으로 색상의 지속기간은 보통 2~4주 정도이며, 자연스러운 색상을 표현하기에는 좋지만 산화제나 암모니아가 없어서 모발을 밝게 할 수 없기에 아주 밝은 색상의 표현은 힘듭니다. 제품으로는 코팅칼라, 산성칼라, 헤어매니큐어 등이 있습니다. C) 영구염모제는 색소 형성 물질이 모발 내부에 모피질 또는 모수질 층까지 침투하여 화학변화를 일으켜 불용성 색소를 형성하는 염모제로, 현재 가장 폭넓게 사용되고 있습니다. 한 번 사용으로도 완전히 염색되며 샴푸할 경우에도 색상이 퇴색되지 않고 1회 염색으로 2~3개월간 지속됩니다. 영구염모제는 어두운 색부터 밝은 색까지 표현이 가능하나 모발을 손상시키거나 피부염을 일으킬 수 있어 사용 시 주의가 요구됩니다.

[ 지속시간에 따른 염모제의 분류 ]

분류	특징	장점	단점	제품
일시염모제	일시적이며, 1회의 샴푸로 지워짐	·모발의 손상이 없음 ·모발의 색상 변화가 쉬움 ·사용방법이 간편함	·지속력이 짧음 ·땀(수분)에 의해 지워짐	칼라샴푸 헤어마스카라 칼라무스 칼라스프레이
반영구염모제	보통 2~4주간 지속되나, 샴푸횟수가 잦을수록 지속기간이 짧아짐	·모발의 손상이 거의 없음 ·탈색과 병행하여 원색적인 색 및 다양한 색상을 나타낼 수 있음 ·시술시간에 대한 제약이 적음 ·모발에 윤기를 주고 다공성 모발의 손상된 부분을 일정기간 메울 수 있음	·장기간 반복하여 염색할 경우 모발이 뻣뻣해짐 ·어두운 모발을 밝고 선명한 색으로 염색하기가 어려움	코팅약 헤어매니큐어
영구염모제	유지가 오래감	·탈색 및 착색의 효과가 있으므로 수많은 색을 만들어낼 수 있음 ·염색의 색상이 오래 지속됨	·모발손상이 큼 ·시술시 두피온도차에 의한 영향을 받으므로 얼룩이 생길 염려가 있음 ·알레르기 반응을 일으킬 수 있음	일반 산화형 염색약

③ 형태에 따른 분류

[ 형태에 따른 염모제의 분류 ]

형태	특징	제품명
분말타입	제1세대 / 1964년 양귀비 효시 물만 타서 염색	보미겐, 비겐 A·B
액상타입	제2세대 / 1972년 웨미닌 효시 1제를 2제에 타서 흔들어 사용	웨미닌 헤어칼라, 몬시크 헤어칼라

크림타입 (튜브)	제3세대 / 1990년 웰라 등 크림타입이라 흐르지 않음 나누어 쓸 수 있고, 집에서 쉽게 염색가능	영킬러세븐, 세븐스피디, 세븐에이트, 리체나칼라크림 등
샴푸타입 거품타입	제4세대 2008년 샴푸형 이지스피디 2011년 거품형 버블칼라 혼자서 쉽고 간편하게 염색가능 긴머리 여성도 도포가 쉬움	국내 - 샴푸형 이지스피디, 오디코디 리체나 버블칼라, 버블엔비(동성) 에뛰드 버블칼라 등 해외 - 비겐크림폼(동아), 프레시라이트

#### ④ 성분에 따른 분류

염모제를 그 원료에 따라 구분하여 보면 다음과 같은 유형들이 있습니다. A) 식물성 염모제는 식물의 꽃, 뿌리, 껍질 등의 색소가 산성 수용액에서 케라틴에 염색되는 성질을 이용한 것입니다. 하나가 대표적인 것으로, 독성이나 자극성이 없고 안전하지만 색상에 한계가 있고 공급량이 적기 때문에 거의 사용되지 않습니다. B) 금속성 염모제는 철, 망간, 동, 니켈, 코발트 등을 기초로 한 염색소로, 금속에 독성이 강한 물질이 있고 염모 후 콜드 웨이브가 걸리지 않으므로 사용에 제한이 있습니다. C) 합성염모제(산화염모제)는 현재 가장 많이 사용되는 염모제로써 산화염료를 주로 사용하기 때문에 산화염모제라고도 불립니다. 합성염모제는 산화염료와 알칼리제를 주성분으로 한 제1제와 과산화수소 등의 산화제를 주성분으로 한 제2제로 구성되어 있으며 큐티클을 지나 코텍스 층에서 그 작용이 일어나며, 코텍스 층에 존재하는 멜라닌 색소의 파괴 및 염착을 통해 색상이 표현됩니다.

[ 성분에 따른 염모제의 분류 ]

구분	장점	단점	제품
식물성 염모제	독성·감작성이 없음 모발에 트리트먼트 효과가 큼	염색이 불편하며, 색조가 한정적 염색 시간이 길고 퇴색이 빠름	리체나 칼라파우더 (세화피앤씨), 리틀도쿄헤나 등
금속성 염모제	일시적으로 커버함 색상이 다양함	금속광택이 나고, 모발이 상하기 쉬움 장기간 사용하면 파마가 잘 안 됨	칼라스프레이
식물금속 혼합성 염모제	두피 부작용이 없음 (옷이 안탐)	색이 칙칙함 염색이 잘 안 되고 퇴색이 빠름 모발이 뻣뻣함	오시제로칼라크림 (세화피앤씨), 허브칼라크림 (동성제약) 등
합성 염모제	색상이 다양 염모력 우수 염색 유지력이 좋음	부작용이 발생함 (옷이 탐)	대부분의 염모제 (영킬러세븐, 리체나 칼라크림, 세븐스피디 등)
색소성 염모제	색상이 가장 다양함 모발이 상하지 않음	반드시 열기구가 필요함 퇴색이 빠름 염색 시간이 오래 걸림 피부에 묻으면 잘 안 지워짐	코팅칼라(산성칼라), 헤어매니큐어

다) 염모제의 이용목적

노화	백발 노화에 의한 백발을 커버하거나 자연스럽게 정돈, 유지시키기 위함
이미지 향상	오래된 스타일에 대한 변화욕구나 기분전환 그리고 직업에 따른 전문적인 이미지 창출을 위함
새로운 것의 시도	개인의 성격이나 패션경향이 잘 표현되고 창출될 수 있도록 현재의 모발 색상에 변화를 주기 위함
예술성 가미	헤어스타일을 보다 완성도 높게 보이도록 만들거나 색상의 착시효과를 줌으로써 얼굴형을 작게 또는 향상되어 보이도록 만들기 위함
모발관리	자외선에 의해 손상된 모발끝부분을 제거하거나 물에 의해 야기된 염소나 미네랄을 없애고 전에 시술된 색상보다 더 나은 색상으로의 전환을 위함

(나) 산업의 연혁 및 성장과정

1) 국내 화장품산업의 연혁 및 성장과정

① 초창기 (1960년대 ~ 1980년대): 방문판매 위주의 공급자 시장

국내 화장품산업의 초창기에는 일정한 자본력과 생산력을 갖고 있는 중대형 업체를 중심으로 발달하였습니다. 브랜드와 제품의 기능에 대한 소비자의 특별한 선호도가 없었던 시기로, 초창기 화장품의 판매는 주로 전문 판매 인력을 통한 방문판매가 주를 이루었습니다. 1960년대 초부터 화장품 제조업체들이 증가하면서 판매원을 직접 채용하는 방문판매의 형태로 시작하였습니다. 1963년 성미 주리아가 우리나라의 방문판매 방식을 처음으로 도입하였으며, 그 후 1964년도에 당시 태평양장업이 방문판매 방식을 한 차원 높게 발전시킴으로서 80년대 초반 전체 화장품 유통의 90%를 차지하는 등 국내 화장품산업의 주요한 유통을 주도하였습니다.

② 성장기 (1980년대 후반 ~ 1990년대)

1980년대 중반이후 방문하여 판매하는 방식에서 매장에 제품을 진열하고 판매하는 전문점이 들어서면서 1990년대 중반까지 호황을 누렸습니다. 1990년대까지만 해도 전문점이 국내화장품 매출액의 54.5% 가량을 점유하였습니다. 그러나 전문점수가 지나치게 증가하면서, 전문점들 간에 지나친 가격할인 정책으로 유통질서가 문란하게 되어 그로 인한 소비자 불신과 소비자의 다양한 요구에 부합하는 속도경쟁에 밀리면서 성장세가 하락하게 되었습니다.

③ 시장세분화기 (2000년대 초중반)

2000년대 들어 “미샤”, “더페이스샵”, “스킨푸드”, “에뛰드하우스” 등의 브랜드샵이라는 새로운 유통채널의 등장으로 전체 화장품시장은 성장한 반면, 전문점의 외형은 줄어들기 시작하였습니다. 브랜드샵은 기존의 화장품 전문점에서 부족한 카운슬링의 시스템화를 통한 차별화된 마케팅을 토대로 새로운 유형의 유통채널로 자리매김하였습니다. 특히 품질은 유지하면서 혁신적인 저가를 내세운 중저가 브랜드가 비약적으로 발전하였습니다.

브랜드샵은 브랜드의 기획 및 제품개발 및 품질관리를 본사에서 진행하며, 생산은 전문 외주업체에서 위탁생산하여 매장에 공급함으로써 중간 도매상 배제 및 본사와 직거래를 통해 유통에 대한 장악력을 강화하였습니다. 그러나 이후 중대형 화장품업체에서 공격적으로 브랜드샵을 런칭함으로써 브랜드샵 시장도 점차 포화되어 홈쇼핑, 온라인 등 향후 화장품산업의 발전을 위한 새로운

유통채널이 등장하기 시작했습니다. 이러한 증거가 브랜드샵의 발전은 자연스럽게 OEM/ODM시장의 발전을 이루는 밑바탕이 되었습니다.

#### ④ 유통채널 및 시장 다각화시기 (2000년 후반 ~ 현재)

증거가 브랜드의 급격한 성장과 함께 초기 증거가 브랜드시장을 주도하였던 ‘미샤’ 등이 치열한 경쟁 속에서 잠시 정체를 맞이하였습니다. 그러나 화장품 소비시장의 양극화가 진행되면서 특별한 브랜드파워나 제품력을 갖추지 못한 중소형 업체가 먼저 쇠퇴하였고 ‘미샤’, ‘페이스샵’ 등을 필두로 하는 저가 브랜드 시장이 다시 활력을 되찾게 되었습니다.

이와 함께 국내 대형사들이 이러한 저가 브랜드에 대항하기 위해 자체 대형 브랜드샵 또는 멀티 브랜드샵이라는 변화된 유통형태를 도입하였습니다. 그러나 기존 오프라인 위주의 유통망이 시장 트렌드에 따라 변화함에도 불구하고, 전체적인 시장 확대에는 한계가 있다는 판단 하에, 신규 채널로 각광받는 홈쇼핑, 온라인 등으로 유통망이 다각화되기 시작하였고, 특히 홈쇼핑 부문의 성장세가 두드러지게 나타났습니다. 홈쇼핑의 경우 신규 유통채널로서의 높은 성장성과 별도의 오프라인 매장운영 비용이 들지 않는다는 장점으로 인해 단기간에 큰 성장을 하게 되었습니다.

한편, 국내 화장품회사가 본격적으로 중국에 진출하게 되면서 국내 내수시장의 한계를 해외시장 공략으로 뛰어넘기 시작했습니다. 특히 중국이 세계 최대의 내수시장으로 각광받기 시작하면서 수입브랜드에 대한 선호현상과 아시아지역에서의 ‘한류’가 결합되어 중국은 국내 화장품회사의 새로운 성장 동력으로 부상하고 있습니다.

## 2) 염모제산업의 연혁 및 성장과정

### ① 제1세대(1960년대): 분말타입의 최초 염색약 출시

우리나라의 모발염색은 1950년대 말 염료를 끓여서 사용하는 보일링(Boiling) 타입의 제품이 이용되었으나 1960년대에 들어 ‘양귀비’가 출시되면서 물에 타서 사용하는 분말타입의 제품이 생산되었습니다. 그러나 이것은 쉽게 탈색되고 강한 암모니아 냄새와 두피에 부작용을 일으키는 단점을 지니고 있었습니다.

### ② 제2세대(1970~1980년대): 액상타입 컬러 염모제 출시

1968년 동성제약에서 액상타입으로 1제를 2제에 타서 흔들어서 사용하는 컬러염색약 ‘훼미닌’이 출시되면서 본격적인 멋내기(컬러) 염색이 시작되었습니다. 80년대 중반 이후에는 본격적인 컬러TV시대와 더불어 소득향상, 미에 대한 관심이 고조되면서 염색약은 더 이상 단순한 흰머리 커버의 기능에 그치지 않고 모발에 변화를 주기 위한 컬러로 각광받기 시작했습니다.

### ③ 제3세대(1990년대~2000년대 초): 자가 염색 증가, 해외 브랜드 진입, 컬러 염색 유행

1990년대 들어서는 해외 브랜드의 개방으로 외국 헤어 전문 브랜드 염모제가 국내에 들어오기 시작하면서 흘러내리지 않고 1제와 2제를 나눠 쓸 수 있는 경제적인 크림타입의 제품이 염색약시장의 주를 이루게 되었습니다. 이에 따라 집에서도 손쉽게 염색하기 원하는 자가 염색에 대한 소비자 욕구가 커지게 되었고, 약국에서 판매하는 가정용 염색제와 살롱 전문가용인 크림타입으로 시장이 세분화되었습니다.

한편, 90년대 후반부터는 젊은 신세대의 가치관의 변화, 개성화에 대한 사회적 편견의 감소 등으

로 의식이 개방화되면서 멋내기 염색약의 수요가 폭발적으로 증가하게 되었습니다. 특히 신세대에 가장 영향을 준 것은 인기 연예인들의 헤어패션이었는데 인기 연예인들이 헤어컬러링에서 개성을 추구함으로써 기성세대의 헤어컬러링에 대한 보수적·부정적 성향마저도 일시에 무너뜨려 컬러 염모제의 소비가 대중적인 생활패턴으로 자리를 잡게 되었습니다. 그러나 이처럼 4-5년간 숨가쁘게 변하면서 확대해온 염모제시장은 2000년대 들어 건강을 중시하는 웰빙열풍과 함께 시장이 포화상태에 이르면서 안정된 시장규모를 보이는 성숙기로 접어들었습니다.

④ 제4세대(2000년대 초~현재) : 제품 및 유통경로의 다양화, 새치염색 증대

2000년대 들어 웰빙이라는 시대적 열풍에 밀려 다소 사양길을 걷던 염모제시장은 염모제의 부작용을 줄인 천연성분의 두피와 모발을 보호하는 웰빙형 염모제 제품들이 잇따라 출시되기 시작하면서 큰 변화를 맞이하게 되었습니다. 이에 더불어 인구의 노령화와 외모에 신경 쓰는 중장년층이 늘어나면서 멋내기용 시장보다 새치머리용 시장이 확대되었으며, 더욱 편리한 염색을 원하는 진화된 소비자 니즈에 맞춰 혼자서도 손쉽게 염색할 수 있는 젤이나 거품타입의 편리한 샴푸형 염모제가 등장하게 되었습니다. 한편, 과거 약국위주의 유통에서 편리함을 추구하는 제품 구매 패턴변화 등으로 시판, 마트, 온라인(홈쇼핑) 유통으로 이동하면서 유통경로에 있어서도 큰 변화를 맞이하게 되었습니다.

(다) 산업의 특성

1) 화장품산업의 특성

① 기술집약적 고부가가치산업

화장품산업은 화학, 생물과학, 약학, 생리학 등 기초과학과 응용기술이 복합적으로 작용되는 전형적인 정밀화학공업의 한 분야로 기술집약적이고 고부가가치의 산업입니다. 화장품산업은 정밀화학공업의 일반적 특징인 고부가가치성을 가지고 있는데, 최근 시장개방에 따른 수입품의 증가와 신규기업의 진출증가로 수익성이 다소 떨어지기는 했으나 제조업 전체와 비교해볼 때 여전히 높은 수익구조를 유지하고 있습니다.

② 비대칭적 소득탄력성

국민의 생활수준 향상과 더불어 아름다움(美)에 대한 관심이 매우 높아졌으며, 여성의 경제력 향상에 따른 소비상향 구매 경향 및 화장품을 필수재로 인식하는 경향이 강해졌습니다. 그에 따라 소득수준이 올라갈 경우 고가의 화장품 구입하는 등 화장품 관련 소비를 늘리는데 반해(높은 소득탄력성) 소득이 낮아지더라도 화장품에 대한 지출을 쉽게 줄이지 않는 등(낮은 소득탄력성) 비대칭적 소득탄력성을 가지고 있습니다.

③ 다품종 소량생산으로 기술형 중소기업에 적합한 산업

화장품산업은 전형적인 다품종 소량생산 제품으로 소규모 자본투자형 산업으로 분류되기도 합니다. 이는 1) 생산측면에서 제품설비가 소규모이고 공간 활용을 집약화할 수 있는 생산방식을 취하고 있어 적은 규모의 설비투자라도 생산이 가능하고, 2) 소비측면에서 다양한 소비자의 요구를 만족시키기 위해서는 다양한 품종이 요구되기 때문입니다. 그러나 날로 다양해지고 까다로워지는 소비자의 요구에 맞추어 나가기 위해서는 단순한 생산뿐만이 아니라 그에 걸맞는 높은 R&D 수준 또한 요구됩니다. 따라서 기술력과 생산능력이 갖추어져 있다면, 중소기업이 전문화를 통해 경

쟁력을 보유할 수 있는 산업입니다.

#### ④ 이미지산업

화장품은 일반 소비제품과는 다르게 인간의 미와 신체에 관련한 소비자의 감성적 욕구를 충족시켜주는 제품으로 제품선택 시 브랜드가치가 매우 중요한 요소로 작용하며, 그 어떤 산업보다도 제품의 광고 및 브랜드가치가 제품의 경쟁력에 중요한 변수로 작용하고 있습니다. 유행에 민감한 대표적 패션상품으로 다른 업종에 비해 기호성과 유행성이 강하며 제품의 라이프사이클이 짧아 신상품 개발이 빈번하게 이루어지고 있습니다. 한편, 경험제라는 특성상 사용하던 제품에 대한 충성도가 높은 경향을 나타내고 있습니다.

#### ⑤ 전형적인 내수산업에서 탈피

인종에 따른 피부특성(지성, 건성 등의 피부타입 및 피부색깔 등)과 화장습관 차이로 인해 화장품 산업은 대부분 국가에서 내수중심 산업으로 발전해왔으며, 우리나라도 내수산업으로 발전하였습니다. 그러나 최근 한류열풍으로 동남아시아 및 중국 등에 우리 화장품 수출이 큰 폭으로 늘어나는 등 수출산업으로 변화(2007~2012년간 평균 수출 증가율 약 25.52%)하고 있습니다. 글로벌 화장품회사(로레알 등)의 적극적 아시아 진출정책으로 수입화장품의 시장점유율도 큰 폭으로 상승하는 등 내수산업에서 탈피하는 모습을 보이고 있습니다.

#### ⑥ 다양한 유통경로

국내 화장품시장의 유통경로는 크게 시판과 방판으로 구별됩니다. 시판은 전문점, 백화점, 대형할인매장, 홈쇼핑, 인터넷쇼핑 등을 포함하며, 방판은 판매사원을 통한 구방판과 사업자를 통해 매출이 발생하는 신방판으로 나뉩니다. 유통경로별로 다양한 소비자군과 차별화된 수요특성이 존재하며 경제상황 및 환경의 변화에 따라 각 유통경로의 비중은 끊임없이 변화하고 있습니다. 일반적으로 방판과 백화점은 프리미엄 화장품이 판매됨에 따라 프리미엄채널이라 하며 전문점과 할인점 등 기타 유통경로는 중저가 제품이 대량 유통되고 있어 매스채널이라고 합니다. 이렇듯 화장품산업은 다른 산업에 비하여 다양한 유통경로를 형성하고 있습니다.

## 2) 염모제산업의 특성

염색제는 고객충성도가 높은 품목 중 하나이며 그만큼 염색제 선택에 있어 신중함을 기한다는 의미로 해석이 됩니다. 염색이라는 특성상 한번 염색을 하고 나면 쉽게 모발 색상을 되돌리기 어렵기 때문에 일반 스킨케어 화장품과는 달리 염색제는 단 한 번의 사용으로 호불호가 갈리는 경향이 있습니다.

또한, 염색제는 새치커버 혹은 멋내기 패션 칼라처럼 사용목적에 따라 판매에 차이를 보이는 경향이 있습니다. 새치커버는 보통 3~4주 간격으로 지속적으로 하기 때문에 판매에 있어 큰 변화를 보이지 않지만 멋내기 패션 칼라의 경우는 계절이나 트렌드에 영향을 많이 받는다고 볼 수 있습니다.

염색제 구매 연령층을 살펴보면 40~50대의 비중이 높은 편입니다. 40~50대의 경우 주로 새치를 커버하기 위해 염색제를 구매하는데 보통 3~4주 간격으로 주기적으로 염색을 할뿐만 아니라 한번 새치커버 염색을 하기 시작하면 지속적으로 하는 패턴을 보이기 때문에 새치커버 염색제 시장

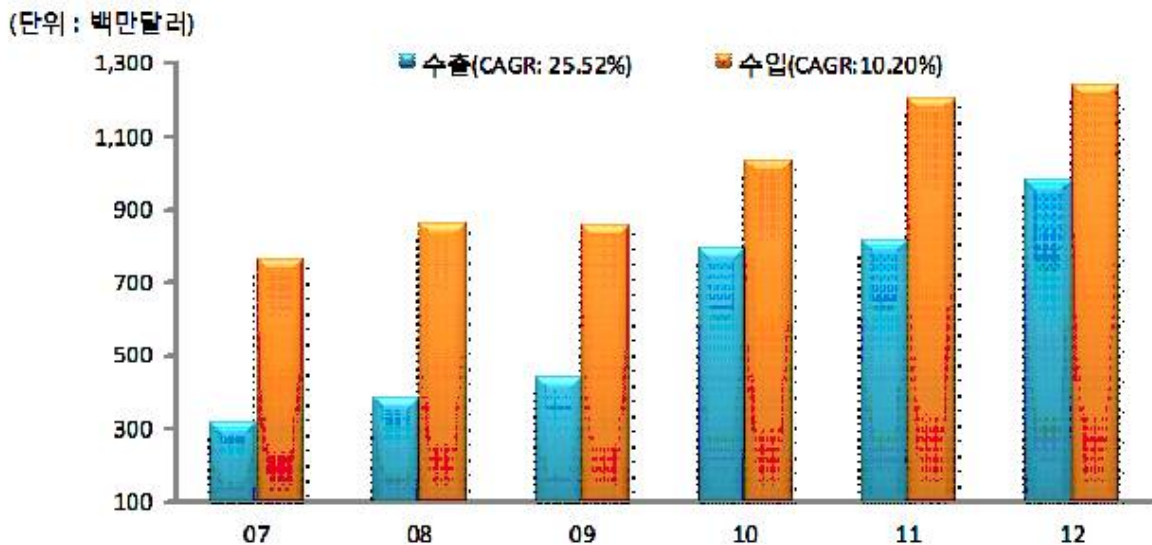
은 상대적으로 고객 이탈이 적습니다. 또한 새치커버 제품이 다양해지고 기존과는 달리 자가 염색 소비자를 위해 편리함을 강점으로 한 새로운 유형의 제품들이 잇따라 출시되면서 이러한 40~50대의 염색제 구매 비중은 더욱 높아지고 있습니다.

**(라) 국가경제에서의 중요성**

1) 꾸준한 경쟁력 제고를 통해 수입대체 효과를 갖추게 된 산업

국내 화장품 제조기업의 질적, 양적 성장에도 불구하고 화장품은 여전히 무역역조가 심한 품목입니다. 소비자의 유명브랜드 선호 경향에 힘입어 ‘랑콤’, ‘에스티로더’, ‘샤넬’ 등 세계적인 브랜드들이 백화점을 중심으로 매출을 증가시켜가면서 수입화장품의 시장점유율이 점차 증가하고 있는 것으로 파악됩니다. 다만 1990년대 후반에 비하여 최근에는 수입증가율이 점차 안정화되는 수준이며 국내 화장품업체의 해외진출로 수출액도 점차 증가하는 모습을 보이고 있습니다.

[ 화장품 수출입 실적 현황 (07년~12년) ]



(자료: 관세청)

2) 국가이미지를 제고하는 산업

화장품산업은 경기불황에 따른 매출감소 및 수입산 화장품의 증가, 다국적 기업과의 경쟁, 그리고 갈수록 복잡해지는 유통경로간의 경쟁심화 등으로 어려운 가운데서도 꾸준한 성장을 이루어 왔으며, 최근 일본·중국 관광객 등의 “미용관광” 사례에서 보듯이 한국 화장품업체는 아시아권을 중심으로 관심의 대상이 되고 있습니다. 이는 한국 화장품업체의 우수한 품질과 마케팅 능력이 뒷받침되었기 때문입니다.

화장품산업은 기술집약적 산업인 동시에 문화와 감성이 중요시되는 이미지 산업이기도 합니다. 로레알, 시세이도 등 시장을 선도하는 화장품업체가 대부분 선진국에 집중된 것은 이러한 이유에서입니다. 한국 화장품업체가 그간 갖추어온 품질경쟁력에 지속적인 연구개발 노력과 적극적인 시장개척 시도가 뒷받침된다면 한국 화장품기업은 세계적인 경쟁력을 갖추게 될 것이며 국가 이미지의 제고에도 기여할 것입니다.

## (마) 자원조달의 특성

화장품의 효능은 전적으로 원료에서 나온다고 할 수 있습니다. 하지만 우리나라의 화장품 원료 산업은 아직까지 선진국 수준을 따라잡지 못하고 있는 실정입니다. 그리하여 현재 화장품 원료는 순수 국내에 의한 자급도가 비교적 낮은 수준에 머물고 있는 것으로 파악됩니다. 수입 원재료에 의존하고 있으나 대부분이 국내 무역 대리점을 통한 간접수입으로 환율변동에 다소 영향을 받으나 일반적으로 사용되는 원재료가 대부분이기 때문에 공급자가 많은 편이어서 가격 변동폭은 크지 않은 것으로 파악되고 있습니다.

화장품 원료의 개발은 막대한 투자에 비해 그 수요가 제한적이기 때문에 쉽게 산업의 진입이 어려운 특징을 가지고 있습니다. 특히 합성원료 분야에서는 세계적으로 우수한 원료회사가 시장을 선점하고 있기 때문에 시장진입이 더욱 어려운 상황입니다. 또한 화장품산업 자체가 다품종 소량생산의 체제이며 유행에 민감한 트렌드산업임을 감안할 때 향후에도 이러한 원료의 수입 의존은 지속될 것으로 예측되고 있습니다.

화장품 산업이 뷰티산업으로 자리 잡으면서 포장재의 중요성 또한 부각되기 시작했습니다. 화장품 포장재의 경우 거의 대부분을 국내에서 조달하고 있습니다. 그 중에도 우리나라의 화장품 용기 산업은 그 품질과 가격적인 면에서 세계적인 경쟁력을 갖추고 있다고 평가됩니다. 특히 화장품 용기로 가장 많이 사용하고 있는 플라스틱의 성형기술은 세계적인 수준으로 평가받고 있습니다. 하지만, 대부분의 공급업체가 영세하여 지속적인 기술개발이 어렵고, 또한 용기의 원료가격이 지속적으로 상승하면서 산업 전체에 원가 압박을 주고 있습니다.

화장품산업의 경우 국내에 전문적인 교육기관이 거의 부재하다고 할 수 있습니다. 따라서 양성된 전문 인력의 조달이 어렵고, 전문 인력으로 양성하기 위한 기간이 오래 걸리는 특징을 가지고 있습니다.

## (바) 법적 규제 및 지원

당사는 화장품제조업체로서 화장품법 및 그 시행령, 시행규칙의 규제를 받고 있습니다. 국내외 환경 변화에 맞추어 화장품산업의 국가 경쟁력을 높이기 위하여 꾸준히 화장품 관련 법규를 개정하고 있으며, 주로 1)소비자 안전 강화 2)화장품산업 경쟁력 강화 3)화장품산업 지원 등을 바탕으로 이루어지고 있습니다.

### 1) 소비자 안전 강화(제조판매업 등록제, 광고실증제 등) (화장품법 제13,14조)

소비자 안전을 강화하고 화장품 품질 및 안전책임 소재를 명확히 하기 위해 화장품 업자를 제조업자와 제조판매업자로 구분하는 등록제가 도입되었습니다. 화장품 제조판매업 등록제가 시행되면서 제조업자는 제조판매업자의 관리·감독에 따라 제조업무와 제조관리에 충실하고, 제조판매업자는 시장에 공급되는 화장품의 안전과 품질에 대한 전반적인 책임을 지게 됩니다.

제조판매업자는 화장품 포장에 의약품으로 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고 등을 표기할 수 없도록 하고, 식품의약품안전청은 사실과 관련하여 소비자가 잘못 인식할 우려가 있는 표시 또는 광고 등에 대하여 제조판매업자에게 실증을 요구할 수 있습니다. 예전에는 별도로 규제하지

않았으나 이제는 광고에 사용하는 문구에 대한 모든 근거 자료를 가지고 있어야 합니다.

## 2) 화장품산업 경쟁력 강화 (화장품법 제8조)

화장품원료 관리에 대한 효율성 확보와 이를 통한 소비자 안전 강화를 위하여 신원료 심사 제도를 폐지하고 사용할 수 없는 원료만을 관리하는 네거티브 제도(Negative System)를 도입하였습니다. 식품의약품안전청장이 네거티브 리스트로 화장품 제조에 사용할 수 없는 원료를 지정하여 고시하면 그 밖의 원료는 모두 사용할 수 있는 선진국형 원료관리시스템으로 정부는 과거와 달리 국민보건 위해가 우려되는 원료에 대해서 위해요소를 평가해 배합금지 원료로 지정하는 등 최소한의 관리만을 하게 되었습니다. 네거티브시스템의 도입은 신규 화장품 원료개발을 촉진해 화장품산업을 활성화하는 새로운 계기가 될 것으로 전망됩니다.

## 3) 화장품산업 지원 등 기타내용 (화장품법 제2,4,5조)

제조업자의 교육명령을 신설하여 국민건강상 위해방지를 위해 제조업자와 종업원에게 안전성 확보와 품질관리 교육을 실시할 수 있도록 하였습니다. 또한, 화장품법 보칙에 화장품산업 지원(화장품법 제33조)을 명시함으로써 화장품산업의 진흥을 위한 기반 조성 및 경쟁력 강화에 필요한 시책을 보건복지부 장관과 식품의약품안전청장이 수립, 시행할 수 있도록 하였습니다. 이에 따라 앞으로 산업지원을 위한 재원 마련과 기술개발, 조사, 연구사업, 국제협력 체계의 구축 등에 필요한 지원을 받을 수 있게 되었습니다.

또한, 당사의 주요 제품인 염모제는 대부분 의약외품으로 분류되면서 약사법 및 그 시행령, 시행세칙의 규제를 받고 있습니다. 최근 식품의약품안전처는 의약외품 재평가 제도 신설 등을 주요 내용으로 하는 약사법 일부 개정 법률안을 2013년 8월 28일 밝혔습니다. 현행 약사법은 의약품의 정기적 재평가 규정만 명시하고 있어 의약외품의 경우 재평가 대상이 아니나 개정안에 따르면 앞으로 의약품이 아닌 '의약외품'에 대해서도 필요한 경우 안전성과 유효성을 재평가할 수 있게 됩니다.

법규 및 제도의 강화는 산업 전체의 기본적인 품질 수준을 향상시킬 것으로 판단되며, 그에 따라 현재 품질 면에서 최고의 경쟁력을 가진 당사는 더 많은 수주기회를 가질 것으로 예상하고 있습니다.

## (2) 업계 현황

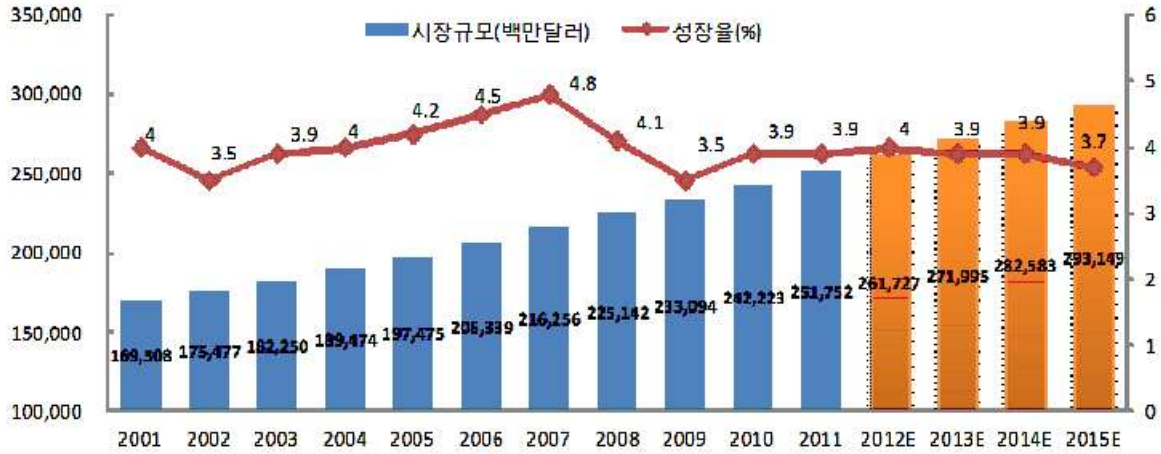
### 1) 세계 화장품 시장

#### 가) 세계 화장품 시장규모

Datamonitor에 의하면 2011년 세계 화장품시장 규모는 2,518억 달러로 전년 2,422억 달러보다 3.9% 증가하였습니다. 이는 향후에도 지속되어 2012년 2,617억 달러에서 2015년 2,931억 달러까지 꾸준한 증가세를 보일 것으로 전망되고 있습니다. 여러 원인에 의해 전 세계적으로 화장품시장의 성장이 2007년 이후 다소 둔화되었으나 지역별로 성장률에 다소 차이를 보이고 있었습니다. 세계 화장품시장을 주도하는 유럽 및 북미지역 성장률이 감소함에 따라 전 세계 화장품시장의 성장률이 영향을 받은 것으로 보이며 또한 선진국의 경우 시장 성숙으로 인해 기본 성장률 자체가 낮았

을 뿐만 아니라, 경기침체의 영향을 받아 성장률이 감소된 것으로 보입니다. 신흥국의 경우 경기 침체에도 불구하고 시장의 상대적 미성숙으로 인해, 글로벌 신용위기의 영향력이 전파되는데 선진국과 시간격차가 생겨 화장품시장의 경기하락이 미미한 수준인 것으로 나타나고 있습니다.

[ 세계 시장규모 및 성장률 ]



(자료 : Datamonitor Personal Care Market Data, 2012)

나) 지역별 화장품 시장규모

2011년 세계시장의 지역별 시장규모는 유럽이 890억 달러로 가장 크며 세계시장의 36.7%를 차지하였습니다. 그 다음으로 아시아-태평양 지역이 795억 달러로 32.8%, 북미가 676억 달러로 27.8%의 비중을 차지하였습니다. 세계 화장품시장에서 중동 및 아프리카 지역은 67억 달러로 타 지역에 비하여 그 규모는 작으나 전년대비 6.3% 증가했습니다.

[ 지역별 세계화장품 시장규모(2007년~2011년) ]

(단위: 백만 달러, %)

지역	2007년	2008년	2009년	2010년	2011	CAGR ('07~'11)
World	2,094	2,177	2,253	2,337	2,428	3.8
	(100)	(100)	(100)	(100)	(100)	
Europe	800	826	847	867	890	2.7
	(38.2)	(38)	(37.6)	(37.1)	(36.7)	
Asia-Pacific	660	693	723	760	795	4.8
	(31.5)	(31.8)	(32.1)	(32.5)	(32.8)	
Americas	583	603	624	647	676	3.8
	(27.8)	(27.7)	(27.7)	(27.7)	(27.8)	
Africa & Middle East	51	55	59	63	67	7.1
	(2.4)	(2.5)	(2.6)	(2.7)	(2.8)	

주) 괄호 안의 숫자는 각 연도 지역별 점유율입니다.

(자료: Datamonitor Personal Care Market Data, 2012)

다) 국가별 화장품 시장규모

2011년 화장품산업의 세계 시장규모는 미국이 359억 달러로 전체시장의 14.8%를 차지하며 가장 큰 시장을 이루고 있었으며, 그 뒤를 일본 328억 달러(13.5%), 중국 183억 달러(7.5%), 브라질 153억 달러(6.3%), 독일 140억 달러(5.8%) 등의 순으로 규모를 크게 형성하고 있었습니다. 우리나라의 화장품 시장규모는 63억 달러로 세계시장 11위에 랭크되어 있으며 전체 시장규모의 2.6%를 차지하였습니다. 또한 세계 화장품시장의 성장률(3.9%)보다 높은 성장률(4.8%)을 보이고 있어 현재 전체시장에서 차지하는 비중은 작지만 향후 그 규모는 점차 확대될 전망입니다.

[ 주요국의 화장품 s시장규모 ]

(단위: 백만 달러, %)

순위	국가	2009		2010		2011	
		시장규모	비중	시장규모	비중	시장규모	비중
1	미국	34,684	15.4	35,035	15	35,910	14.8
2	일본	31,454	14	32,163	13.8	32,808	13.5
3	중국	15,549	6.9	16,899	7.2	18,265	7.5
4	브라질	13,140	5.8	14,212	6.1	15,309	6.3
5	독일	13,512	6.0	13,675	5.9	13,973	5.8
6	프랑스	13,052	5.8	13,285	5.7	13,515	5.6
7	영국	10,043	4.5	10,425	4.5	10,738	4.4
8	이탈리아	9,774	4.3	9,862	4.2	10,058	4.1
9	러시아	6,529	2.9	6,865	2.9	7,193	3.0
10	스페인	6,798	3.0	6,809	2.9	6,828	2.8
11	한국	5,737	2.5	6,038	2.6	6,327	2.6
12	인도	4,969	2.2	5,612	2.4	6,273	2.6
13	멕시코	5,108	2.3	5,367	2.3	5,615	2.3
14	캐나다	5,093	2.3	5,254	2.2	5,412	2.2
15	호주	3,426	1.5	3,536	1.5	3,642	1.5

(자료: Datamonitor Personal Care Market Data, 2012)

라) 세계 유형별 화장품시장 규모

2011년 화장품 유형별 시장규모는 기초화장품류가 802억 달러로 전체 시장의 33%를 차지함으로써 화장품시장에서 가장 큰 점유율을 차지하고 있었으며, 그 다음으로 두발제품과 세정제품이 전체 시장에서 각각 20%, 16.5%에 해당하는 비중을 차지하였습니다. 점유율이 높게 나타난 기초화장품이 연평균성장률 또한 4.1%로 타 유형에 비해 높았으며, 색조화장품(4.2%), 세정제품(3.7%), 향수제품(3.4%) 등 순으로 성장률이 높게 나타났습니다.

[ 세계 화장품 유형별 시장규모 ]

(단위 : 백만달러, %)

유형	2008년	2009년	2010년	2011년		CAGR (08~11)
				시장규모	비중	
기초화장품류	71,185	73,949	77,147	80,236	33.0	4.1
두발제품류	44,509	45,796	47,077	48,639	20.0	3.0

샴푸	17,313	17,880	18,444	19,147	7.9	3.4
염모제	9,594	9,960	10,292	10,686	4.4	3.7
컨디셔너	8,091	8,376	8,695	9,061	3.7	3.8
스타일링	7,847	7,882	7,926	8,000	3.3	0.6
폼 & 릴렉서	1,665	1,698	1,720	1,745	0.7	1.6
세정제품류	35,990	37,294	38,696	40,164	16.5	3.7
색조화장품류	32,066	33,254	34,640	36,240	14.9	4.2
향수제품류	27,977	28,840	29,780	30,946	12.7	3.4
유아용제품류	1,728	1,777	1,829	1,888	0.8	3.0
남성용제품류	4,258	4,403	4,557	4,728	1.9	3.5
합계	229,040	237,013	245,784	255,372	100.0	3.7

(자료: Datamonitor Personal Care Market Data, 2012)

## 2) 국내 화장품 시장

화장품산업은 경기의 영향을 직접적으로 받는 전형적인 내수산업으로서 과거부터 민간소비 등의 국내 경기지표와 화장품시장 성장세는 유사한 트렌드를 보였으나 2007년 이후 화장품시장 성장률은 경기변동에 비탄력적으로 움직이고 있습니다. 특히 2008년 말부터 시작된 글로벌 금융위기에는 따른 소비위축에도 불구하고 화장품시장 성장률은 오히려 상승하였는데 2009~11년 타 소비재 상품군이 연평균 3~4% 성장한데 반해 화장품시장은 연평균 전년대비 무려 10% 이상 성장한 것으로 나타나고 있습니다. 이는 화장품이 필수 소비재로서 자리 잡고 있으며 소비자들의 가치소비가 확대됨에 따른 것으로 분석됩니다.

### 가) 국내 화장품 시장 규모

2012년 국내 화장품 생산실적은 7조 1,227억원으로 2011년 6조 3,856억원에 비해 7,371억원 늘어났습니다. 성장률도 2008년부터 3년 동안 이어오던 두 자릿수에 미치지 못했던 지난해의 6% 성장률을 훌쩍 뛰어넘으면서 다시 두 자릿수 성장률인 11.5%를 기록했습니다.

2012년 기초화장용 제품류가 2조 7,986억원으로 39.3%의 점유율을 기록하면서 선두를 지켰고 기능성 화장품이 2조대를 돌파한 2조 1,483억원으로 30.2%의 점유율로 2위를 기록하였습니다. 이들 유형의 뒤를 이어 두발용화장품이 1조 554억원으로 14.8%의 점유율로 3위에 랭크됐고 인체세정용제품류가 4,645억원으로 6.5%를 점유하며 지난해 5위에서 한 계단 올라선 4위를 차지하였습니다.

기초화장품은 7.3% 늘어나면서 꾸준한 성장세를 유지했고 기능성화장품 역시 18.1% 늘어나면서 기초화장품이 지켜온 선두자리를 위협하고 있습니다. 두발용화장품과 인체세정용화장품, 손발톱용화장품이 각각 11.4%, 31.7%, 20.1% 늘어나면서 큰 폭의 성장세를 기록하였으며 목욕용화장품과 체취발지용화장품 역시 각각 40.7%, 88% 늘어나면서 성장률에서는 단연 앞선 유형으로 꼽혔습니다.

[ 유형별 생산실적 변화 ]

(단위: 억원, %)

구분	2008년		2009년		2010년		2011년		2012년		연평균 성장률
	생산액	점유율	생산액	점유율	생산액	점유율	생산액	점유율	생산액	점유율	
기초화장용	21,090	44.7	22,540	43.6	25,099	41.7	27,305	42.8	27,986	39.3	7.3
기능성화장품	11,033	23.4	12,401	24	15,187	25.2	16,418	25.7	21,483	30.2	18.1
두발용	6,849	14.5	7,778	15	9,267	15.4	9,772	15.3	10,554	14.8	11.4
인체세정용	1,544	3.3	1,835	3.6	2,519	4.2	2,624	4.1	4,645	6.5	31.7
색조화장용	3,081	6.5	3,078	6	3,214	5.3	3,124	4.9	2,703	3.8	3.2
눈화장용	1,196	2.5	1,350	2.6	1,575	2.6	1,641	2.6	1,443	2.0	4.8
면도용	972	2.1	1,173	2.3	1,570	2.6	1,133	1.8	800	1.1	4.8
영아유아용	793	1.7	619	1.2	644	1.1	612	1.0	515	0.7	10.2
손발톱용	243	0.5	314	0.6	330	0.5	366	0.6	506	0.7	20.1
방향용	246	0.5	276	0.5	329	0.5	427	0.7	223	0.3	2.4
목욕용	49	0.1	51	0.1	69	0.1	55	0.1	190	0.3	40.7
두발염색용	106	0.2	270	0.5	339	0.6	362	0.6	144	0.2	8.0
체취방지용	-	-	-	-	5	0.0	17	0.0	32	0.0	N/A
합계	47,201	100	51,686	100	60,146	100	63,856	100	71,227	100	10.8

(자료: 대한화장품협회)

나) 국내 화장품 시장동향

① 프리미엄 화장품과 저가 화장품의 양극화

경기침체에도 불구하고 양극화가 지속되어 프리미엄 화장품과 저가 화장품의 양립화 추세는 지속적으로 이루어지고 있습니다. 많은 회사들은 기존 제품을 리뉴얼하면서 고급화(프리미엄화)하고 있으며, 저가브랜드는 제품의 다양화, 유통의 다각화를 통해 시장경쟁을 하고 있습니다.

화장품 안전성에 대한 문제 대두로 안전한 원료를 사용한 화장품의 선호도가 증가하여 미디어를 중심으로 화장품의 안전성에 대한 부분을 이슈화 시키고 있기에 일련의 화장품에 대한 안전성 이슈로 인해 많은 소비자들은 보다 안전하고 품질이 우수하다고 인식하는 프리미엄 제품을 선호하고 있습니다.

② 유통채널의 다각화

2013년 화장품 유통시장의 경우 원브랜드샵과 멀티브랜드샵, 드럭스토어, 인터넷 채널의 고성장이 예상되고 있습니다. 최근 경기불황으로 중저가 제품이 소비자 구매를 자극함에 따라 브랜드샵의 매출은 지속될 것으로 보이며, 한류 열풍에 따라 한국을 찾는 외국인들의 화장품 구매비중 역시 증가할 것으로 기대됩니다. 단순히 저가 화장품이 아니라 중저가 화장품 중에서도 가격 경쟁력과 제품력을 보유한 제품으로 구매 쏠림 현상이 발생할 것으로 예상됩니다.

이는 과거 고가에서 중저가 화장품으로 소비가 이루어진 것이 아니라 새로운 트렌드와 신규채널

등장으로 인해 저가 화장품시장이 빠르게 성장한 것에 기인한 것으로 볼 수 있습니다. 물론 경기 불황 영향도 있지만, 기존에 접하지 못했던 새로운 제품과 새로운 채널에 소비가 집중된다는 것을 의미합니다.

[국내 화장품 유통 채널시장 규모 추이 및 전망]

(단위: 억원)

경로		2011년	2012년	2013년(E)	성장률	3년간 연평균 성장률	비중
로드숍	일반점	2,213	2,070	1,930	-6.8%	-8.4%	1.9%
	원브랜드	12,194	16,230	18,500	14.0%	27.8%	18.3%
	멀티브랜드	8,193	8,500	8,950	5.3%	5.7%	8.9%
	드럭스토어	1,594	2,340	3,300	41.0%	51.6%	3.3%
SIS	백화점	23,296	22,850	23,300	2.0%	3.9%	23.1%
	마트	9,086	9,550	9,870	3.4%	5.8%	9.8%
인적 판매		27,177	27,550	27,700	0.5%	3.3%	27.5%
온라인	인터넷	2,175	2,460	2,720	10.6%	14.2%	2.7%
	홈쇼핑	4,030	4,600	5,200	13.0%	12.2%	5.2%
전체		89,898	96,150	101,450	5.5%	8.4%	100.0%

(자료: 아모레퍼시픽)

새로운 채널이라고 볼 수 있는 것에는 원브랜드샵, 인터넷, 홈쇼핑, 드럭스토어가 해당되며 이 채널이 주로 유통되는 제품은 국내 중저가 브랜드와 해외 중저가 브랜드입니다. 올해 브랜드샵 시장 규모는 3조원 규모로 추정되며(원브랜드샵 2조원과 멀티브랜드샵 1조원 포함), 합리적인 가격과 제품다변화 등 연평균 20% 고성장하여 전체 화장품 시장의 25% 차지하며 화장품시장의 성장을 견인하고 있습니다.

③ 화장품 OEM/ODM 업체들의 기회 확대

화장품 ODM/OEM 업체들은 2003년 신용카드 사태 이후 국내 화장품시장은 브랜드샵 시장이 빠르게 성장하면서 부각되기 시작하였습니다. 국내 화장품 ODM/OEM 시장규모는 2011년 기준 약 6,000억원에 이르고 있으며 약 200여개의 업체가 참여하고 있지만 영세업체가 대부분이며 전체 시장의 약 60%를 한국콜마와 코스맥스가 과점하고 있습니다.

향후 ODM/OEM 업체들은 기존 시장의 확대와 신규 화장품시장의 등장으로 기회가 확대될 것으로 전망하고 있습니다. 우선 기존 화장품시장 내에서는 저가 브랜드샵 시장이 재부상되면서 ODM/OEM 업체들의 고객확대가 예상되며, 화장품 선두기업들도 생산효율화를 위해 ODM/OEM 제품 비중을 점진적으로 확대할 것을 밝히고 있습니다. 또한 최근 드럭스토어 등 유통업체들과 병원 등의 화장품 PB 도입이 늘어나면서 신규 화장품시장이 확대되고 있습니다.

④ 여성 경제활동의 증가로 인한 시장 확대 가능성

한국 여성의 경제활동 참여율이 58.4%로 OECD 평균인 64%를 하회한다는 점도 향후 화장품시장

의 확대 가능성을 보여주고 있습니다. 일반적으로 여성 경제활동 참가율이 상승할수록 1인당 화장품 구매력이 높아지는 것을 감안했을 때, 점진적인 여성 경제활동 인구의 증가는 국내 화장품 시장의 장기적인 성장세를 이끌어 나갈 전망입니다. 한편 화장품의 수요기반이 과거 젊은 여성층으로 국한되어 있었으나, 점차 중장년층과 남성층으로 확대되고 있다는 점 또한 국내 화장품시장의 성장세 지속에 기여하게 될 전망입니다.

#### 다) 화장품시장 경쟁현황

2011년 기준 화장품을 생산한 실적이 있는 업체는 총 640개이며, 이들 업체 중 1,000억 이상 생산 실적이 있는 10개 사의 생산실적이 4조 8,708억원으로 전체의 76.3%를 점유하고 있습니다.

[화장품시장 규모별 제조업체수 및 생산실적]

(단위 : 개사, %, 억원)

구분	2010				2011			
	제조회사		생산실적		제조회사		생산실적	
		점유율		점유율		점유율		점유율
1,000억이상	8	1.4	43,190	71.8	10	1.56	48,708	76.3
500억 이상~1,000억 미만	8	1.4	6,052	10.1	4	0.62	2,697	4.2
100억 이상~500억 미만	27	4.6	5,845	9.7	31	4.84	6,969	10.9
50억 이상~100억 미만	21	3.5	1,417	2.4	25	3.91	1,791	2.8
10억 이상~50억 미만	116	19.6	2,740	4.5	118	18.44	2,709	4.3
10억 미만	411	69.5	902	1.5	452	70.63	982	1.5
합계	591	100%	60,146	100%	640	100%	63,856	100%

(자료 : 식품의약품안전청)

국내 화장품시장은 (주)아모레퍼시픽과 (주)LG생활건강의 상위 2개 업체가 과점하고 있는 것으로 파악되었으며, 당분간 상위 2개 업체의 점유율 확대 추세는 지속될 전망입니다. 이는 화장품이 트렌드에 민감하기에 빠른 변화에 대응하기 위한 전 유통채널을 보유하고 있고, 프리미엄에서 메스제품까지 전 라인을 구축하여 유통과 마케팅, 제품 경쟁력을 동시에 보유하고 있는 대형업체들에게 유리한 산업이기 때문입니다. 상위 업체들은 핵심 경쟁력인 마케팅과 연구개발 측면에서 중하위권 업체들과 압도적인 규모의 차이를 보이며 자금동원력을 기반으로 M&A를 통해 빠른 유통채널 확대 및 제품 포트폴리오 다각화가 가능하고, 이로 인해 산업 환경의 변화에 능동적인 대처가 가능합니다.

### 3) 국내 염모제 시장

#### 가) 국내 염모제 시장규모

국내 염모제시장은 크게 전문점과 마트를 중심으로 한 홈케어 시판유통 라인과 미용실을 대상으로 한 프로페셔널 라인으로 구분할 수 있습니다. 시판유통은 2,000억 원대로 추산되며 이중 의약외품 비중이 80% 이상인 것으로 분석되고 있으며 새치커비용은 1,000~1,200억원대, 멋내기비용은 700~800억원대로 추산하고 있습니다. 미용실 염모제시장은 716억원대로 추정되며, 전체 미용실용 제품 비중에서 28.7%의 점유비를 차지하고 있습니다.

고령화 사회에 따른 노년층 증가는 새치염색 시장의 성장가능성을 더욱 높였습니다. 노년층의 다운데이징 욕구가 새치머리 염색을 부추겼고 젊은층을 중심으로 헤어스타일이 패션의 완성이란 인식이 확산되면서 멋내기용 염모제시장 또한 확대되었습니다. 기존에는 새치염색 시장이 90%, 멋내기가 10% 남짓이었으나 작년에는 스타일링 염모제가 30%에 육박하는 수치로 증가하였습니다. 이 또한 편리성을 높이고 모발손상은 최소화하면서도 컬러선명도나 지속력은 탁월한 거품염모제에 힘입은 바가 큼니다.

지난 2011년 의약외품 허가 현황 분석 결과 2,347건 중 염모제가 1,347건에 이르러 의약외품 전체에서 57%를 차지하고 있습니다. 신제품 개발시 다양한 색상별로 제품구성을 달리해서 허가를 받아야 하는 염모제 특성상 다른 제품군보다 많아서 이기도 하나 염모제시장이 스피드, 스마트, 심플 등 트렌드가 형성되면서 제품의 출시가 많은 요인도 있습니다.

[연도별 품목유형별 의약외품 허가 건수]

(단위 : 건)

품목유형	2006년	2007년	2008년	2009년	2010년	2011년	총합
총 허가건수	2,326	2,039	2,437	2,391	2,141	2,347	13,681
제조	1,821	1,734	2,051	1,878	1,619	1,849	10,952
수입	505	305	386	513	522	498	2,729
염모제	1,553	1,250	1,626	1,339	1,218	1,347	8,333

(출처 : 식품의약품통계연보 2012)

#### 나) 국내 염모제시장의 성장과정

국내 염모제시장은 제1세대 1960년대는 세루화겐이 효시로 물만 타서 염색을 했던 것을 시작으로 분말타입의 대표적 상품으로는 양귀비란 제품이 있습니다. 제2세대 1970년대 액상타입으로 1제를 2제에 타서 혼들어 사용하던 타입, 제3세대 1980년대 들어서는 가정용 염색제가 유행되면서 집에서 손쉽게 염색을 원하는 고객들의 욕구가 커져갔고, 1990년대에는 개성을 중시하는 경향이 강조되면서 2000년대 초반까지 자가 염색은 폭발적으로 성장하였습니다. 이에 흘러내리지 않고 1제와 2제를 나눠 쓸 수 있는 경제적인 타입의 크립 제형의 제품이 염모제시장의 주를 이루게 되었습니다.

자가 염색의 성장과 동시에 모발의 다양한 컬러 연출이 유행하면서 화학염색제가 주종을 이루게 되었으며 이러한 제품은 두피발진 및 모발손상 등의 부작용을 일으키기도 하였습니다. 이에 화학 염모제를 대체할 신제품들이 속속 등장하게 되었고, 화학염모제를 대체하는 저자극 염모제가 새로운 염모제의 트렌드로 자리 잡게 되었습니다.

또한 염료중간체 PPD성분에 대한 부작용 및 염모제 특유의 암모니아 냄새도 이슈화 되어, 대체 성분 개발 및 염색약 특유의 암모니아 냄새를 제거하고 부작용을 줄인 제품이 등장하는 등 염모제시장이 변화를 맞게 되었습니다.

제4세대는 염모제의 부작용을 줄인 웰빙 염모제제품들이 잇따라 출시되기 시작하면서 염모제시장이 큰 변화를 맞이하게 되었습니다. 두피 트러블과 피부염 등 부작용의 원인물질로 지목된 암모니아 등 유해 화학물질을 제거해 모발과 두피손상은 물론 눈의 자극이나 알레르기 피부염 등 염모제의 각종 부작용을 최소화하는데 주안점을 두고 개발된 제품들이 봇물을 이루고, 천연성분을 함유하여 두피와 모발을 보호하고 아로마오일 등이 함유되어 염색시 마일드하게 기분 좋은 염색까지 고려한 염모제들이 대거 등장하였습니다.

특히 냄새 없이 누구나 간편하게 염색할 수 있는 NO 암모니아 제품들이 등장은 염모제산업도 기술진화형 산업으로 진화가 된 것으로 분석될 수 있으며, 염모제시장은 화학성분을 줄이고 천연성분을 사용한 염모제가 주를 이루게 되면서 몇대기용 염모제에서 새치머리용 염모제의 비중이 커지기 시작했습니다. 칼라 위주의 염모제시장에서 새치머리용 염모제, 여기에 기술력이 가미되면서 스피드 경쟁도 일어나게 되었습니다.

여기에 더욱 편리한 염색을 원하는 진화된 소비자 니즈에 맞춰 혼자서도 손쉽게 염색할 수 있는 젤 제형의 편리한 샴푸형 염모제가 등장하게 되었고, 또한 혼자서도 쉽고 간편하게 긴 머리 여성도 뒷머리까지 얼룩 없이 손쉽게 염색할 수 있는 거품제형의 염모제가 등장하여 제형의 다양한 변화 및 염모제 선택에 대한 소비자 니즈도 높아지고 있습니다. 주요 업체들이 최근 몇 년 내놓은 염모제 신제품은 대부분 암모니아를 넣지 않고 천연성분을 사용했다는 점을 강조한 것이 특징입니다. 염모제의 주성분으로 천연 오징어먹물을 사용한 사례가 증가하고 있고 한방추출물, 흑진주추출물, 헤나 등이 대표적인 천연 성분으로 떠오르고 있습니다.

국내 염모제는 과거 90년대까지만 해도 약국을 통한 판매가 80% 이상을 차지해 왔으나 현재는 오프라인의 경우 약국을 비롯해 화장품 전문점, 이·미용실, 슈퍼·대형 할인점을 통해 유통되고 있습니다.

#### 다) 국내 염모제 시장동향

##### ① 자가 염색시장의 증가

불황으로 인하여 미용실을 찾기보다 집에서 직접 염색하는 셀프 염색족의 증가로 인하여 염모제 시장이 크게 성장하고 있습니다. 특히 버블형 등 20~30대가 쉽게 쓸 수 있는 간편 염모제가 잇달아 출시됨에 따라 스타일링 염색제시장이 2년 동안 3배가량 성장하였습니다.

초보자도 무리 없이 사용할 수 있는 거품형 염모제의 등장으로 인하여 소비자들이 집에서 직접

염색을 하는 빈도가 늘고 있으며, 가격 또한 1만~3만원 정도로 저렴하므로 수요가 증가하고 있습니다. 이에 따라 애경의 리앙뜨 버블컬러, 동성제약의 버블비 등 타 업체에서도 이와 같은 제품을 출시하고 있습니다. 젊은 층의 역색에 대한 ‘재미’를 겨냥하여 편의성과 재미를 추구한 아이디어 제품도 속속 출시되고 있기에 자가 염색약에 대한 소비자 수요는 계속해서 증가할 것으로 예상됩니다.

② 멋내기시장에서 새치염색시장으로의 변화

인구 노령화와 새치모발의 확산 등 사회문화적 변화에 따라 새치커버용 시장이 다양화되고 패셔너블해지면서 염모제의 새로운 트렌드로 대두되고 있습니다. 특히 전문가들은 우리나라가 2050년이 되면 아시아국가 중 가장 빨리 고령국가로 접어들게 돼 백모 커버 시장에 대한 잠재력이 클 것으로 전망하고 있습니다. 일본에서도 노화로 인해 백발로 진행되는 머리를 감추는 용도로 사용되는 전통적인 개념의 염모제 부문 매출이 증가한 것으로 나타났습니다.

③ 염모제의 최근 추세

자가 염모제의 수요상승으로 인하여 암모니아 대신 저자극 천연성분을 사용한 제품이 주류를 이루고 있으며 빠르고 간편한 사용이 가능하도록 하는 것이 최근 염모제제품들의 트렌드입니다. 또한 새치커버용 염모제 출시가 대세이며 일부 새치머리만 커버해주는 마스크라형 염모제가 등장하는 등 특화 제품으로 차별화를 꾀하는 사례가 늘고 있습니다.

모발손상 없는 웰빙형 염모제가 등장하면서 다시 패션 헤어컬러 시장도 부상할 것으로 기대하고 있습니다. 또한 시즌마다 옷이나 얼굴 메이크업을 바꾸듯 헤어컬러도 좀 더 쉽고 캐주얼하게 즐긴다는 ‘헤어메이크업’이라는 새로운 헤어 컬러 트렌드도 형성되면서 헤어컬러 스펙트럼이 넓어질 것이라 예상하고 있습니다.

사용자의 편의성을 생각한 빠른 염색, 초스피드 1분에서 5분내 염색을 간편하게 끝낼 수 있다는 ‘스피드 경쟁’도 계속해서 이어지고 있습니다. 각사에서는 안전하면서도 빠른 스피드 영구염모제로 제품들을 출시하는 중입니다.

라) 염모제 시장 경쟁현황

[주요 염모제 출시현황]

제조사	브랜드	특징
아모레퍼시픽	미장센	Mass 헤어브랜드 중에서는 유일하게 염모 카테고리 보유. 마트, 드럭스토어 경로로 공격적인 마케팅 영업 진행 중. 주로 새치 커버용으로만 라인업.
LG생활건강	리엔 더블리치	한방성분의 함유로 피부 자극 최소화, 한방염모제로 이미지 각인. 마트와 드럭스토어 판매를 주력으로 함. 주로 새치커버용 염색약의 매출 높음.
소망화장품	꽃을든남자 다나한	저렴한 가격을 주 무기로 판매. 점유비 면에서 가장 높은 비율 차지. 주로 새치 커버용으로 라인업.

웰코스 (과일나라)	컨폼	화장품 전문점을 주요 채널로 함. 새치 커버용부터 멧내기용 까지 다양한 콘셉트로 상품 라인업. 브랜드력 미비, 한정적 채널영업.
로레알	엑셀랑스	전문점을 메인으로 드럭스토어, 마트, 약국 등 전 경로로 판매. 패션, 멧내기 새치 염색 분야에 독보적인 브랜드로 자리매김.
동성제약	혜미닌 세븐에이트 버블비	주로 약국 경로 판매에 집중. 2009년부터 시판시장 본격적으로 진입. 오마샤리프 전문 대리점 체계 구축 중. 각 유형별 거의 대부분의 염모제 보유. 세븐에이트, 비겐의 강력한 대중적 브랜드 보유.

현재 염모제시장은 아모레퍼시픽과 LG생활건강, 소망화장품, 동아제약 그리고 당사가 주축이 되어 경쟁하고 있습니다. 염모제 부문 시판채널에서는 아모레퍼시픽의 미장센이 20.2%의 점유율로 경쟁 브랜드를 크게 앞서며 1위에 올랐으며 소망화장품의 꽃을든남자와 당사의 리체나가 10.3%의 동일 점유율로 공동 2위를 차지했습니다. 이밖에 리엔(7.6%)과 로레알 엑셀랑스(5.4%) 순으로 상위 톱5브랜드에 뽑혔으며 전체 톱브랜드의 점유율은 53.8%로 당사를 포함하여 아모레퍼시픽, 소망화장품, LG생활건강, 로레알 등 전통적 강세를 보이고 있는 기업 간 경쟁구도로 진행되는 추세입니다.

[최근 3년간 염모제 TOP5 브랜드]

(단위: %)

구분	2013년				2012년				2011년			
	시판채널		전체채널		시판채널		전체채널		시판채널		전체채널	
	브랜드	점유율	브랜드	점유율	브랜드	점유율	브랜드	점유율	브랜드	점유율	브랜드	점유율
1	미장센	20.2	미장센	16.7	미장센	16.5	미장센	13.4	꽃을든남자	15.0	꽃을든남자	13.9
2	꽃을든남자	10.3	꽃을든남자	10.2	리체나	12.6	꽃을든남자	11.3	미장센	13.6	미장센	10.5
3	리체나	10.3	리체나	7.5	꽃을든남자	12.2	리체나	9.7	더블리치	11.4	더블리치	8.5
4	리엔	7.6	리엔	6.0	더블리치	9.2	더블리치	7.2	리체나	7.8	비겐	7.3
5	엑셀랑스	5.4	비겐	5.3	더페이 스샵	4.9	비겐	5.6	비겐	4.9	리체나	6.0

주1) 대한민국 베스트 화장품 자료. CMN과 다국적 조사 전문기업 칸타월드패널 공동조사. 매년 1월부터 12월까지 칸타월드패널 9천명(도시에 거주하는 만 14~54세 사이의 여성)의 화장품 구매조사를 바탕으로 판매액 기준 1위 화장품 선정.

주2) 전체 채널은 백화점, 방판, 화장품전문점, 브랜드숍, 멀티 브랜드숍, 면세점, 통신판매, TV홈쇼핑, 인터넷쇼핑몰, 드럭스토어, 대형마트, 편의점, 슈퍼마켓, 약국 등 화장품 구매가 가능한 유통을 모두 포함.

주3) 시판 채널은 화장품전문점, 멀티 브랜드숍, 브랜드숍, 드럭스토어, 대형 할인마트, 슈퍼마켓, 아울렛, TV홈쇼핑, 카탈로그, 인터넷쇼핑몰을 아우르는 광범위한 의미에서의 시판 유통으로 정의함.

## 나. 회사의 현황

세화피앤씨(이하 당사)는 48년 역사의 염모제 및 헤어케어 전문 제조·유통 업체로 다양한 형태와 색채의 염모제와 두발용 화장품을 자체 개발, 생산 가능한 기술력을 보유하고 있습니다. TV홈쇼핑을 통해 소개된 리체나 샴푸형 염색제(2008년 런칭 이후 누적 판매 1200만개)로 널리 알려진 회사로, 국내 염모제시장에 新트렌드를 이끌어왔고 적극적인 R&D부문의 투자와 기술개발로 시장을 선도하는, 작지만 강한 염모제 중심의 헤어케어 전문회사로 자리 잡아가고 있습니다.

주력 사업은 전체 매출의 80% 이상을 차지하고 있는 염모제로 당사의 안정적인 수익기반을 다지고 있고, 이외 화장품 등이 20%를 점유하고 있는데 48년의 두발용 화장품 업력을 기반으로 자사 브랜드뿐만 아니라 국내 우수업체와 OEM을 진행 중이며, 또한 적극적인 해외시장 공략과 신규 시장 개척활동을 통해 전 세계 50여 개국에 자사 제품을 수출하고 있습니다.

### (1) 사업 분야

#### 1) 염모제 분야

대표 브랜드인 리체나 16종 83품목, 수출용 브랜드인 RH12+ 2종 74품목, 기타 브랜드 25종 137품목 포함하여 총 43종 294품목의 염모제를 출시하였습니다. 가장 기본적인 크림타입과 천연 헤나 60% 함유로 자극이 적은 파우더타입, 매출 선두자리를 지키고 있는 샴푸형 타입 및 현재 염모제 시장 트렌드를 이끌고 있는 거품 타입에 이르기까지 모든 제형의 제품을 갖추고 있습니다.

유통 역시 국내 화장품 전문점, 대형마트, 약국, 온라인, 홈쇼핑, 도매 잡화 및 이미용은 물론 해외수출에 이르기까지 폭 넓은 채널로 진행 중에 있습니다. 과거에 염색력이 뛰어난 제품을 위주로 개발하여 왔으나 현재는 셀프 염색이 가능한 간편한 사용감 및 피부자극을 최소화한 순한 염모제로의 개발이 이어지고 있습니다.

[ 대표 염모제 품목 ]

제품명	제품 이미지	타입	용량	시간	색상		유통		
					새치	멋내기			
리체나 이지스피디 헤어칼라		샴푸 타입 (겔제형)	40g +	5~8분	2	-	홈쇼핑		
			40g +				4	-	약국
			60g +						60g
특징	샴푸하듯 혼자서도 쉽고 빠른 새치(흰머리) 염색 / 5분 타입 / 헤나+한방 성분 함유								

리체나(스타일팝) 버블칼라		거품 타입	50ml + 50ml	새치: 8분/ 멋내기 30분	2	9	전문점, 약국
메리뮤 스무디 폼 칼라					2	9	온라인 (오픈마켓)
특징	거품으로 즐기는 간편한 셀프 염색 / 생생한 칼라 연출 모발 보호 및 컨디셔닝 효과 / 생크림 같은 거품 제형 / 긴 머리도 간편하게						
리체나 이지스피디 폼 헤어칼라		무스 타입	40g + 40g	5~8분	2	-	홈쇼핑, 온라인
특징	원터치 스마트 용기로 간편한 염색 / 흐르지 않는 생크림 거품으로 깔끔한 염색 광택오일 콤플렉스(동백, 아보카도, 호호바, 아몬드) 및 진주추출물 함유 NO 암모니아						
리체나 칼라 크림		크림 타입	60g + 60g	30분	8	5	전문점
특징	헤나 추출물 1,200mg 함유 / 30분 타입 / 흰머리 염색과 멋내기 염색이 동시에 다양한 색상 / 선명한 칼라						
세븐스피디		크림 타입	40g + 40g	7~8분	4	-	약국
특징	7~8분 만에 완벽한 새치커버 / 식물성 추출물 함유-두피 진정 효과						
리체나 칼라 파우더		파우더 타입	25g * 4	30분	5	-	전문점
특징	천연 헤나 파우더 60% 함유 / NO 과산화수소, NO 암모니아						
오시제로 칼라크림		크림 타입	60g + 60g	40분	2	-	약국, 전문점
특징	옷 타는 문제점 해결 / 민감성 두피자 사용 가능 PPDA 성분의 부작용에 염색을 꺼리는 사람 / NO 암모니아, NO 과산화수소						

## 2) 화장품 분야

대표 브랜드인 리체나 32종 52품목, 수출용 브랜드인 RH12+ 21종 32품목, 기타 브랜드 33종 38품목 포함하여 총 86종 122품목의 화장품을 생산하고 있습니다. 염모제에 비하면 매출비중이 크지 않으나 주로 샴푸, 컨디셔너, 헤어에센스와 같은 헤어케어 라인의 비중이 높고 바디케어, 스킨케어

어 등 대부분의 화장품 영역도 개발 및 제조가 가능한 기술력을 보유하고 있습니다.

최근에는 온라인 소셜커머스 위메프와 공동 기획하여 개발한 ‘메리뮤 리페어 테라피 트리트먼트’가 큰 호응을 일으켜 출시 5개월 만에 약 40,000개를 판매하는 쾌거를 이루었으며 위메프 뷰티 카테고리 1위의 자리를 이어오고 있습니다.

[ 대표 화장품 품목 ]

카테고리	제품명	제품 이미지	용량	특징
헤어 케어	리체나 골드 헤나 한방 클리닉 샴푸 / 린스		500ml 200ml	> 고농도의 헤나추출물과 한방 성분을 특허 공법으로 제조하여 모근 강화, 모발 윤기 > 두피 가려움증과 비듬을 경감하여 건강한 두피 유지
	리체나 헤나 샴푸 / 린스		500ml 200ml	> 헤나 추출물(로소니아)이 가늘고 손상된 모발을 보호 > 피지 분비를 조절하고 두피 가려움과 비듬을 덜어주고 두피를 건강하게 유지
	리체나 딤케어 헤어세럼		150ml	> 실크 아미노산과 헤나 성분이 영양을 공급 > 뛰어난 보습효과 및 실크 특유의 윤기, 광택, 매끄러움 부여
	메리뮤 리페어 테라피 트리트먼트 블랙에디션		500g	> 케라틴 단백질의 손상 모발 집중 케어로 전문가에게 관리 받은 듯한 헤어케어 > 식물성오일복합체 및 블랙푸드복합체 함유 > 모발 보습 부여 및 우수한 컨디셔닝 효과
헤어 컬러링	리체나 프리플러 확성칼라		180g	> 선명하고 생생한 칼라를 연출하고 모발에 보습을 주는 트리트먼트 확성 칼라 > 야생 앵초 성분(1,800mg) 및 허브 복합체 성분 함유 > 물빠짐 최소화하여 우수한 칼라 지속력
	리체나 새치커버 마스카라		14ml + 14ml	> 간편하고 빠르게 새치커버가 가능한 마스카라 타입의 새치커버제 > 방수 코팅물질로 땀이나 물에 쉽게 흘러내리지 않음 > 새치에 반복적으로 사용 시 모발이 질어지는 코팅효과
헤어 스타일링	리체나 매직픽스		210ml	> 스타일링 전 뿌리고 말리면 간편한 헤어 스타일링 연출 가능 및 오랜 지속력 유지 > 끈적임 없고 뭉치지 않는 워터리 리퀴드 타입 > 실크 성분 및 7가지 식물 성분 모발 보호
스페셜 케어	리체나 인스턴트 헤어플러스		120g	> 모발을 곱고 풍성하게 보이게 연출해주는 스프레이 타입의 순간 증모제 > 콘스타치 성분을 사용하여 피부나 짐막에 자극이 적으며, 모발에 보습 효과 부여
스킨 케어	라벤드 프리미엄 리페어 스네일크림		50ml	> 달팽이점액여과물 함유로 피부 탄력 및 재생에 도움 > 피부 장벽을 튼튼하게 하여 건강하게 관리 > 미백, 주름개선 이중 기능성

### 3) OEM/ODM 분야

2010년 OEM/ODM 사업을 본격적으로 시작하였으며 염모제 및 헤어 코스메틱 분야에 특화된 기술력을 바탕으로 해당 분야 OEM/ODM에서 독보적인 위치를 차지하고 있습니다. 당사 2012년 OEM/ODM매출은 전년대비 138% 이상의 높은 성장률을 보였습니다.

[ 당사 최근 3년 OEM/ODM 매출 ]

(단위 : 백만원, %)

구분	2010년	2011년	2012년	2013년 상반기
OEM/ODM매출	285	712	1698	658
총매출 대비 비중	1.37	2.37	6.67	6.09

아모레퍼시픽, LG생활건강과 같은 대형 화장품업체는 물론 브랜드샵 고성장과 함께 토니모리, 더 페이스샵, 스킨푸드 등과 같은 인지도 높은 브랜드숍과의 진행 역시 꾸준히 증가하면서 당사의 매출 및 이익 성장에 적극적인 영향을 주고 있습니다. 최근에는 화장품사업으로 뛰어든 비화장품 업체가 증가하고 중견기업, 대기업과도 해당 업무를 신규 진행하게 되면서 품목 역시 염모제, 헤어케어 등의 헤어라인을 넘어 바디케어, 스킨케어 분야로 확대되고 있습니다.

[ 유형별 주력 및 생산 가능 품목 ]

제품유형	세부내용
염모제류	버블형, 샴푸형, 일반 크림형, 알레르기 피부용
전문가용	헤어팩제, 트리트먼트 등 전문가용
탈색제	블리치 파우더
헤어케어	샴푸(탈모용 샴푸, 헤나 샴푸, 한방 샴푸 등), 컨디셔너, 헤어트리트먼트, 헤어에센스 등
헤어스타일링	스프레이형 왁스, 왁스, 젤 등
스킨케어	스킨케어류, 기능성 제품류
바디케어	바디클렌저, 바디로션, 샤워코롱 등

[ 주요 거래 업체 및 진행 품목 ]

업체	제품명	제품 이미지	용량	특징	진행시기
토니모리	베리트렌디 헤어 블리치		10g + 30ml	> 얼룩 없이 선명한 탈색 > 베리 콤플렉스 함유로 모발 손상 최소화	2012년 7월
	베리트렌디 헤어 컬러크림 (5종)		40g + 80ml	> 흐르지 않는 크림 제형의 멋내기 염모제 > 케라틴 단백질이 모발손상최소	2011년 8월

	베리트렌디 버블 헤어컬러 (6종)		50g + 50ml	> 간편하게 샴푸하듯 사용하는 염색제 > 에코서트인증 유기농성분 함유	2012년 5월
	실키 클레이즈 헤어 왁스 스프레이 (3종)		70ml	> 헤나추출물, 실크프로테인, 판테놀 등 함유	2011년 7월
더페이스샵	스타일리스트 마일드 버블 헤어칼라 (3종)		50g + 50g	> 쏠쏠한 거품으로 샴푸하듯 간편한 염색 > 허브 성분이 함유된 마일드 염색	2012년 9월
스킨푸드	버블 헤어컬러 (7종)		50g + 50g	> 올리브 오일이 함유된 풍부한 거품의 간편한 버블 염색 > 모발 보호 및 컨디셔닝 효과 > NO 암모니아	2012년 7월
LG 생활건강	보떼 컬러스타일 리스트 (7종)		40g + 80ml	> 머리에 직접 짜서 바르는 크림 타입 염모제 > 식물 성분이 염색 전 후 모발 손상 방지 > 선명한 칼라, 우수한 지속력	2013년 6월
	보떼 컬러리스트 블리치 파우더&로션 (1종)		10g + 30ml	> 손쉬운 블리치 연출&모발 보호 > 부분 탈색, 전체 탈색	2013년 6월
아모레퍼시픽	컬러라이즈 헤어 블리치 (1종)		10g + 30ml	> 얼룩 걱정없이 모발 색상을 밝게 하고 손상은 적게 해주는 헤어 블리치 > 부분 탈색, 전체 탈색	2013년 6월
풀무원 생활건강	이쉴린 테일리 피토에센스 샴푸, 컨디셔너 (2종)		500ml / 200ml	> 케라틴 결합의 헤나와 허브 성분이 모발에 영양 공급 및 건강하게 가꾸어 주는 샴푸 및 컨디셔너	2011년 12월
	이쉴린 테일리 피토에센스 바디클렌저, 로션 (2종)		250ml / 250ml	> 미세한 거품이 부드러운 클렌징을 돕고 식물 영양 공급으로 촉촉한 피부결을 가꾸어주는 바디클렌저 및 바디로션	2011년 12월
소망 화장품	오단타 헤어 칼라크림 (2종)		80g + 80g	> 옷타지 않는 저자극 천연 한방 염모제 > NO암모니아, NO과산화수소수	2009년 10월

## (2) 회사의 성장과정

### 1) 태동기 (1976년~2005년)

당사는 설립이후 염색제 한 분야만 집중해 1980~1990년대 염색시간이 짧고 기능을 강화시킨 세

븐스피디와 하이스피디 등을 잇달아 출시하면서 국내 이·미용시장을 80% 점유하였습니다. 그러나 이 시기는 화학염색제가 주종을 이루었으며 이를 대체할 대안을 찾던 중 터키 재래시장에서 알게 된 헤나의 모발 트리트먼트 효능에서 힌트를 얻어 본격적인 헤나 연구에 착수하게 되었습니다. 헤나의 로소니아 함량을 기존 타사 수입 헤나추출물보다 12배 이상 높은 자체 헤나엑기스 추출공법 개발에 성공함으로써 당사가 나아갈 방향을 결정하게 된 전환점이 되었습니다.

연 도	주요 업적
2002년	> 고농도 헤나엑기스 추출공법 개발 성공
2003년	> 충북 진천에 공장 착공 > 중국내 염모제 특수 화장품류 위생허가를 획득
2004년	> 국내 최초 헤나 염색약 의약외품 제조허가증 획득 > 수출유망 중소기업 선정
2005년	> 프리미엄 헤나 브랜드 '리체나' 런칭 > TV홈쇼핑 유통 첫 진출: GS홈쇼핑에 '리체나 칼라파우더' 런칭 > 리체나, 한국일보 주최 '대한민국 2005 상반기 파워브랜드' 선정

## 2) 성장기(2006년~2011년)

2005년 진천 신공장 완공으로 염모제 대량 생산은 물론 헤어케어, 바디케어 등 일반 화장품 개발 및 생산에도 박차를 가하게 됨에 따라 가파른 양적 성장이 이루어지게 되었습니다. 뿐만 아니라 품질관리 강화, 특허기술 개발 등 차별화된 경쟁력에 주력함으로써 질적 성장 역시 눈에 띄었으며 다양한 브랜드 수상을 통해 브랜드와 제품 인지도를 끌어올리게 되었습니다.

당사의 R&D결과가 집약된 '리체나 샴푸형 염모제'는 2008년 국내 TV홈쇼핑에 런칭된 이후 현재 까지 1,200만개 이상 판매되어 브랜드 인지도 및 로열티 상승은 물론 지속적인 재구매가 이루어짐에 따라 홈쇼핑 유통에 안정적인 진입에 성공했다는 평가를 받고 있으며, 또한 2010년 중국 동방CJ 홈쇼핑에 런칭하여 매진 기록을 세우고 해당 홈쇼핑에 진출한 한국 상품 중에서 이미용 제품 1위라는 매출 신화를 세웠습니다.

## 3) 도약기 (2012년~현재)

기존 채널 외에 브랜드샵 성장으로 OEM/ODM을 통한 당사 외형 확대, 한류 열풍으로 국내 화장품이 중국 및 동남아시아를 중심으로 해외시장에서 큰 붐을 일으키면서 해외수출이 급격히 신장하고 있습니다.

연 도	주요 업적
2012	> 500만 불 수출의 탑 달성 > 충북 진천 공장 증축 공사 착공 > 'CCM(고객 중심 경영)' 재인증 획득 > 리체나, 일간스포츠 주최 '2012 한국소비자만족지수1위' 선정
2013	> 리체나 2013 한국소비자만족지수 1위 선정 > 리체나, 일간스포츠&환경비즈니스 주최 '2013 한국소비자만족지수1위' 선정

### (3) 해외시장진출

당사는 국내 시장의 성장제한성을 인지하고 해외 시장개척을 시작하여 현재 50개국 이상에 제품을 수출하고 있습니다. 연간 5~6회의 해외전시회 참가와 시장개척단, 수출지원 사업 등을 통한 유력 바이어 발굴을 통해 전 세계적으로 당사 제품의 인지도를 키워가고 있습니다.

해당 시장으로의 적극적, 신속 대응을 위해 현지 언어를 구사할 수 있는 해외영업 인력을 충원하여 각 지역특성 및 유통에 맞는 제품과 서비스를 통해 바이어와의 지속적인 관계 유지 및 브랜드 인지도 확장에 노력을 기울이고 있습니다.

최근 아시아-태평양 및 중남미 화장품시장의 성장이 돋보이고 있습니다. 이 지역들은 한류의 인기가 가장 높은 지역이며 앞으로도 그 인기가 확대될 가능성이 큰 국가들이 많기에 당사에서는 일반적인 염모제와 차별화된 제품 기술력을 바탕으로 중국, 인도, 태국, 싱가포르, 이라크 등 시장성이 큰 지역들에 진출하였으며, 현지의 선호 디자인과 사용 연령에 맞춘 타겟 마케팅으로 패키지 디자인을 현지 니즈에 맞게 제작하는 등 소비자 만족도를 높여 앞으로도 수출 국가를 지속적으로 확대하려는 중입니다.

당사의 주력 제품인 염모제뿐만 아니라 검증된 품질로 각 지역에 맞는 다양한 제품을 수출하고 있습니다. 염색모와 손상모가 많은 CIS지역(동유럽 및 러시아)의 경우 리체나 헤어케어 라인, 북부 유럽의 경우 필링 제품, 곱슬머리가 많은 중남미 지역의 경우 헤어 스트레이트 제품을 수출하는 등 국가별, 인종별 차이를 이해하고 각 국가의 니즈에 맞는 제품을 제안하고 개발하여 수출하고 있습니다.

[ 연도별 수출액 규모 ]

(단위 : 백만원)

구분	2010년	2011년	2012년	2013년 상반기
수출액	3,721	6,114	6,778	3,488
매출액 대비 비중	18.4%	20.2%	26.5%	31.7%

### (4) 주요 유통채널

#### 1) 홈쇼핑

TV 채널로는 2005년 헤나 파우더 염모제의 GS홈쇼핑 런칭을 시작으로 샴푸형, 거품형, 무스형에 이르기까지 다양한 종류의 염모제를 성공적으로 진입시켰습니다. 기존 염모제 중심에서 벗어나 헤어케어 및 헤어스타일링, 스킨케어 제품으로까지 품목을 확대하여 제품다각화를 추진 중에 있습니다.

2011년 염색제에 한정된 카테고리를 헤어제품으로 확장하기 위해 리체나 매직픽스를 현대홈쇼핑과 NS홈쇼핑에 런칭하여 6개월 동안 30억 정도를 판매하였습니다. GS홈쇼핑의 경우는 2011년 11월 23일에 수입제품인 키너레이즈 크림을 런칭하였습니다. 이러한 제품다각화는 매출증대뿐만이 아닌 CJ오쇼핑에 집중된 매출을 분산시키고 타 홈쇼핑사와 전략적인 비즈니스 관계를 형성하는데 의의를 찾을 수 있습니다.

현재 홈쇼핑에서 방송하는 자사 주력 브랜드 및 제품은 리체나 이지스피디 헤어칼라 샴푸형 염모제이고 해당 제품의 2012년 매출이 홈쇼핑 유통에서 차지하는 비중이 35% 이상으로 당사의 스테디셀러 제품입니다. 또 다른 주력 제품을 육성하기 위하여 2012년 2월 라벤느라는 브랜드를 홈쇼핑에 새로 런칭하였으며 총 70분 방송에 45분 만에 전량 매진을 기록하였습니다.

한편 TV방송 외에, 6대 홈쇼핑(CJ, GS, 롯데, 현대, NS, 홈앤쇼핑) 카탈로그, 인터넷에서 판매하고 있으며 카탈로그 판매 헤어제품군으로는 리체나 샴푸형 염색제, 리체나 헤어마스카라, 리체나 실크세럼, 리체나 매직픽스이며, 탈모제품으로는 리체나 인스턴트 헤어플러스, 기초제품으로는 라벤느 달팽이크림, 라벤느 수딩크림, 바디제품으로는 브이온유 샤워코롱이 있습니다. 인터넷 판매로는 이외에도 리체나 브랜드(리체나 파우더, 리체나 샴푸 등) 라인을 판매하고 있습니다.

[ 홈쇼핑 채널 주요 실적 ]

연도	실적
2005년	> 천연 헤나 파우더 염색제 ‘리체나 칼라파우더’ GS홈쇼핑 런칭
2008년	> 샴푸형 염색제 ‘리체나 이지스피디 헤어칼라’ CJ오쇼핑 런칭
2011년	> 헤어스타일링 ‘리체나 매직픽스’ 현대홈쇼핑, NS홈쇼핑 런칭 : 6개월에 약 30억 판매 > 피부장벽크림 ‘키너레이즈 크림’ GS홈쇼핑 런칭(11월)
2012년	> 브라운톤 새치염색제 ‘라벤느 버블폼 헤어칼라’ CJ오쇼핑 런칭(2월) > 거품형 새치염색제 ‘리체나 이지스피디 버블칼라’ CJ오쇼핑 런칭(6월) > 의약외품 샴푸, 헤어토닉 ‘몰리헨, 몰리헨 샴푸’ CJ오쇼핑 런칭(6월) > 무스형 새치염색제 ‘리체나 이지스피디 폼 헤어칼라’ CJ오쇼핑 런칭(8월) > 피부숙면팩 ‘레이썬 타임에너지 마스크팩’ GS홈쇼핑 런칭(11월)
2013년	> 특허 성분 씨케이키 함유 ‘미리암케베도 씨네이크 크림’ GS홈쇼핑 런칭 > 리체나 샴푸형 염색제 1,200만개 판매 돌파 > 8월, 퍼폼 샴푸형 염색제 NS홈쇼핑 런칭

2013년 현재 TV 홈쇼핑 진행 품목은 NS홈쇼핑에 방송 중인 ‘리체나 이지스피디 헤어칼라K(샴푸형 염모제)’ 1종 2품목으로, 소비자 트렌드를 반영한 밝은 색상을 추가하여 어둡지 않은 내추럴 새치 염색이라는 영역을 만들어 나가고 있으며 자스민향의 퍼폼 염모제를 신규 개발하여 하반기 홈쇼핑시장의 매출 확대를 목표로 하고 있습니다.

[ 현재 방송 채널 운영 중인 상품(총 1종) ]

구분	방송제품	리체나 이지스피디 헤어칼라K(샴푸형 염모제)
NS홈쇼핑	색상	흑갈색, 갈색
	용량	1제 40g, 2제 40g
	소비자가	69,800원
	홈쇼핑	> 2008년 5월 CJ오쇼핑 런칭 후, 당해 연도 현대홈쇼핑 런칭

	주요 히스토리	> CJ오쇼핑 5년 연속 염모제 부문 1위, 스테디 셀러 등극 > 2013년 NS홈쇼핑으로 홈쇼핑사 변경, 현재까지 1,200만개 판매 돌파 > 2012년 해외 TV홈쇼핑 진출하여 현재 중국-동방CJ, 인도-Star CJ, 베트남-CJ IMC(VIETNAM), 태국-CJ IMC(THAILAND) 방송 중
--	------------	---

TV홈쇼핑, 카탈로그, 인터넷몰 모두 합친 전체적인 홈쇼핑 채널에서 2011년에 약 158억 원의 매출을 달성하였으며 2012년에는 90억, 2013년 상반기까지 29억의 매출을 기록하고 있습니다.

[ 최근 3년 홈쇼핑 채널 매출 실적 ]



구분	2010년	2011년	2012년	2013년 상반기
홈쇼핑매출액 (백만원)	9,045	15,843	9,044	2,939
총매출액 대비 비중	46.51%	52.29%	35.30%	26.74%

2) 마트

2010년 농협과 홈플러스몰을 시작으로 현재 이마트, 롯데마트(창고형 매장인 빅마켓 포함), 농협 하나로마트, 메가마트, 홈플러스 온라인몰 등 총 5가지 유통에 11종 31품목의 제품을 판매 중에 있습니다. 최근에는 이마트 유통으로 헤어케어(샴푸, 린스 각 3종씩 총 6종) 신규 진입에 성공함으로써 기존 대기업(아모레퍼시픽, LG생활건강)과 나란히 경쟁할 수 있는 기회를 갖게 되었습니다. 해당 라인은 7월 25일 오픈한 의정부점을 시작으로 앞으로 전 이마트 매장에 진입하게 될 것입니다. 이로써 입점 품목이 기존 염모제에서 헤어케어 라인으로 확대되면서 헤어 코스메틱 전문 제조업체라는 이미지 구축과 함께 경쟁력을 갖추게 될 것으로 보입니다.

[ 주요 입점 품목 ]

구분	제품명	제품 이미지	용량	특징
염 모 제	리체나 스타일팜 버블칼라		50g + 50g	> 풍성하고 미세한 거품으로 간편히 즐기는 셀프염색 > 얼룩 없는 생생한 컬러 연출 > NO 암모니아 / NO PPD로 순한 염색 > 모발 보호 및 컨디셔닝 효과
	리체나 이지스피디 헤어칼라		60g + 60g	> 샴푸하듯 혼자서도 빠르고 간편하게 5분만에 완벽한 새치커버 > NO 암모니아로 냄새 걱정 없이 편안한 염색 > 흐르지 않고 모발에 쉽게 침투되는 신개념 젤타입
	보미겐 에센스 칼라크림		30ml*2 + 30g*2	> 2단계 모발 보호 시스템으로 염색 중, 그리고 염색 후에도 모발 손상을 최소화하여 생기 있는 염색 모발을 연출해주는 프리미엄 염색제.
화 장 품	비해피 내추럴 에코 샴푸&린스		400ml	> 유기농 성분 & 스킵베리추출물이 건강한 모발로 관리해주는 마일드한 세정력의 샴푸 > 유기농 성분 & 스킵베리추출물이 건강한 모발로 관리해주는 보습 및 윤기 강화 린스

	비해피 아로마 라벤더 샴푸&린스		1,000ml	> 은은한 라벤더 향이 릴랙싱을 부여하고 건강한 두피로 관리해주는 아로마 샴푸 > 은은한 라벤더 향이 릴랙싱을 부여하고 촉촉하고 부드러운 모발로 관리해주는 아로마 린스
	비해피 아로마 로즈마리 샴푸&린스		1,000ml	> 상큼하고 맑은 로즈마리 향이 상쾌함을 주고 두피 가려움과 비듬을 덜어주는 아로마 샴푸 > 상큼하고 맑은 로즈마리 향이 상쾌함을 주고 촉촉하고 부드러운 모발로 관리해주는 아로마 린스

2011년을 이마트, 롯데마트 입점 성공 또한 염모제 트렌드인 샴푸형 염모제와 거품형 염모제의 판매에 호조를 보이면서 마트 유통 성장률이 최대 300% 이상을 보이는 등 급격한 성장 추세를 보이고 있습니다.

[ 최근 3년 주요 마트 매출 실적 ]

(단위: 천원)

거래처	2010년	2011년	성장률	2012년	성장률	총 누계
농협	2,288	9,538	317%	38,725	306%	50,551
홈플러스	11,344	34,880	207%	2,791	-92%	49,015
이마트	-	290,307	-	498,960	72%	789,267
롯데마트	-	290,466	-	304,290	5%	594,756
합계	13,632	625,191	4,486%	844,766	35%	1,483,590

(5) 회사 경쟁력

1) 염모제 분야

① 다양한 염모제 종류 생산 가능

당사 설립 이래 크림타입, 파우더타입, 젤타입(샴푸형)에 이어 최근 트렌드인 거품타입에 이르기 까지 다양한 형태와 색체의 염모제를 출시하였습니다. 1980년대에 크림타입 염모제 ‘하이스피디’로 이미용 염모제시장을 선점하였으며, 2000년대 초기에는 파우더타입인 ‘리체나 칼라 파우더’로 국내에 헤나 염모제 붐을 일으켰습니다. 2008년에는 젤타입의 샴푸형 염색제인 리체나 이지스프디 헤어칼라를 CJ오쇼핑에 런칭하여 현재까지 1,200만개 이상이 판매되면서 TV홈쇼핑 스테디셀러 상품으로 등극하였습니다. 그리고 현재 염모제시장의 트렌드인 ‘거품형 염색제’의 초기 시장 선도자로서 지난 2012년 2월 CJ오쇼핑에 거품염모제를 런칭, 2013년 8월 리체나 퍼폼 염모제를 런칭함으로 꾸준한 제형 개발로 염모제시장의 트렌드를 이끌어가고 있습니다.

② 독보적인 헤나 기술력 보유

당사는 16년간 염모제 개발에만 집중하여 국내에서 독보적인 헤나 관련 기술력 및 특허(헤나추출물을 함유하는 나노파티클 조성물 및 이를 이용한 나노파티클의 제조방법(제10-0675808))를 보유하고 있습니다. 해당 특허기술로 헤나의 주성분인 로소니아 함유량이 기존 수입 헤나추출물보다 12배 이상 높습니다. 염모제에 들어가는 헤나 추출물 함량이 높을수록 착색력과 색의 선명도가

높고, 염색에 따르는 두피 트러블을 최소화하며 모발 손상에도 도움이 됩니다. 당사는 고농축 헤나추출물을 염모제에 함유시킴으로써 염색 시 모발손상을 최소화하여 염색 후에도 윤기 있고 탄력 있는 모발로 관리해 줄 수 있는 독보적인 기술력을 보유하고 있습니다.

### ③ 제품출시 전 철저한 품질(색감, 자극) 테스트

당사의 모든 염모제는 출시되기 전에 엄격한 테스트 절차를 밟고 있습니다. 회사 내에 별도의 CS 팀이 있어, 연구소에서 수령한 샘플을 철저하게 테스트(색감, 피부자극, 물빠짐 등)하여 최종 샘플을 결정합니다. 1차로 양모 모발 피스에 염색하여 색감을 정하고 그렇게 결정된 샘플은 2차로 직접 사람 모발에 테스트하여 최종 결정을 함으로써 소비자의 불만을 최소화한, 최적화의 제품을 출시하게 됩니다.

### ④ 자체 연구소 보유로 염모제 노하우 축적

15년 이상 경력의 염모제 전문 개발 연구원이 있어 염모제 개발에 대한 풍부한 노하우를 보유하고 있습니다. 염모제 원료 성분부터 시작하여 안정성 평가에 이르기까지 전 연구원들이 전문적인 지식을 가지고 염모제 개발에 몰두하고 있습니다. 또한 염모제 전문 기업으로써 완벽에 가까운 염모제를 개발하기 위해 타 회사에서는 찾기 어려운 다양한 실험장비는 물론 타 기관(한국화학시험연구원, 국내 대학 연구소 등)과의 네트워크 형성을 통해 염모제 연구에 전념하고 있습니다.

## 2) OEM/ODM 분야

### ① 공장생산능력

충북 진천에 대지 약 1만7,984㎡(약 5,400평), 건평 6,669㎡(약 2,000평)의 공장을 보유하고 있으며 염모제를 비롯해 화장품, 샴푸 등을 연간 1,500여만 개(1일 8시간 작업 기준) 생산할 수 있는 생산력을 갖추고 있습니다. 현재 공장 증축 중에 있으며 완공후 생산효율성 상승 등에 의해 연간 4,000만개 생산 가능하여 생산량 증대 효과가 기대되고 있습니다.

### ② 철저한 품질관리 시스템

공장 품질관리 시스템은 작업장 청정유지에서 잘 드러나고 있습니다. 특히 미생물실, 특수 화장품실, 충전실 등을 1급 청정실로 유지하고 있으며 칭량실, 제조실, 반제품실, 준비실, 세척실 등을 2급 청정실로 유지하는 등 철저한 공조시스템을 통한 품질관리에 만전을 기하고 있습니다. 특히 의약외품(염모제)과 화장품 생산라인을 따로 구축하여 원료 및 자재관리부터 제조, 충전, 포장에 이르기까지 모든 공정라인별로 의약외품과 화장품을 별개의 최신식 설비라인으로 구축하고 있습니다.

### ③ 독보적인 R&D 실력

「고품질, 차별화, 품질보증」을 3대 연구개발 목표로 삼고 지속적인 연구·개발에 대한 투자를 통해 유니크한 기술을 응용한 제품을 생산하고 있습니다. R&D센터는 국내외 산학연 기술 네트워크를 통해 두발, 염모제, 기초화장품 개발, 평가, 분석, QC 관련 공동 연구를 통해 시너지 효과를 높이고 있습니다. 특히, 당사가 개발한 ‘고농축 헤나 엑기스 추출 공법’은 헤나의 로소니아 함량을 기존 타사 수입 헤나 추출물보다 12배 이상 수치를 높인 자체 헤나 추출물을 생산할 수 있어 수입 대체 효과는 물론 제품력의 원천을 제공하고 있습니다.

## 다. 경영상의 주요계약

계약명	계약상대방	계약기간	계약의 목적	계약상의 주요내용
OEM	아모레퍼시픽	2013.07	OEM/ODM 생산	염모제
	LG생활건강	2013.06	OEM/ODM 생산	염모제
	풀무원생활건강	2011	OEM/ODM 생산	화장품 (샴푸, 컨디셔너, 바디클렌저 외)
	더페이스샵	2011	OEM/ODM 생산	염모제
	토니모리	2010	OEM/ODM 생산	염모제 외 화장품
	스킨푸드	2012.08	OEM/ODM 생산	염모제
	우리들제약	2013.06	OEM/ODM 생산	화장품 및 의약품
	소망화장품	2009	OEM/ODM 생산	염모제
	에네스티	2011	OEM/ODM 생산	염모제 및 화장품
	이스다나화장품	2011	OEM/ODM 생산	염모제
마트	이마트	2013.03	오프라인/온라인 매장판매	염모제 외 화장품
	롯데마트	2013.04	오프라인/온라인 매장판매	염모제 외 화장품
	하나로마트	2012.01	오프라인/온라인 매장판매	염모제 외 화장품
	홈플러스몰	2012.01	오프라인/온라인 매장판매	염모제 외 화장품
홈쇼핑	리우엔컴	2013.03	홈쇼핑 판매 (TV, 카다로그)	염모제 외 화장품

## 2. 업종심사에 필요한 사항

(단위 : 백만원, %)

매출유형	제 품 명	11연도(제36기)		12연도(제37기)	
		매출액	비율	매출액	비율
제 품	염모제	27,707	91.4%	20,867	81.5%
	화장품	2,008	6.6%	3,776	14.7%
	기 타	28	0.1%	64	0.2%
	소 계	29,744	98.2%	24,707	96.4%
상 품		371	1.2%	612	2.4%
기 타		185	0.6%	299	1.2%
합 계		30,300	100.0%	25,619	100.0%
기 타 조 정		(256)	-	(148)	-
총 합 계		30,044	-	25,471	-
업 종 코 드	업종코드: C20433 대분류: 제조업 중분류: 화학물질 및 화학제품 제조업; 의약품 제외 소분류: 기타 화학제품 제조업 세분류: 세제, 화장품 및 광택제 제조업 세세분류: 화장품 제조업				

주) 기타조정에는 매출할인 차감, 반품추정부채설정, IFRS전환조정액 등을 포함하였습니다.

### 3. 주요 제품 등에 관한 사항

(단위 : 백만원, %)

품 목	판매개시일	주요상표	매출액	비율
리체나 이지스프디 헤어칼라	2008년 5월	리체나	5,532	21.60%
라벤느 버블 폼 헤어칼라	2012년 2월	라벤느	3,436	13.41%
기타	-	리체나, 라벤느, 비해피 등	16,651	64.99%
단순합계			25,619	100.00%
기타조정			(148)	-
총 합 계			25,471	-

주) 기타조정에는 매출할인 차감, 반품추정부채설정, IFRS 전환조정액 등을 포함하였습니다.

### 4. 매입에 관한 사항

#### 가. 매입 현황

(단위 : 천원)

매입 유형	품 목	구 분	10연도 (제35기)	11연도 (제36기)	12연도 (제37기)	13연도 상반기 (제38기 상반기)
원재료	올레일알콜	국 내	100,402	138,486	126,366	41,161
		수 입	-	-	-	-
		소 계	100,402	138,486	126,366	41,161
	H-SPES	국 내	-	-	97,847	39,783
		수 입	-	-	-	-
		소 계	-	-	97,847	39,783
	KALCOL-6870	국 내	53,489	92,660	97,470	39,365
		수 입	-	-	-	-
		소 계	53,489	92,660	97,470	39,365
	과산화수소(35%)	국 내	45,301	79,286	86,384	36,465
		수 입	-	-	-	-
		소 계	45,301	79,286	86,384	36,465
	기타	국 내	2,046,035	2,844,184	2,035,633	993,370
		수 입	253,927	447,299	321,987	175,871
		소 계	2,299,962	3,291,483	2,357,620	1,169,241
원재료합계	국 내	2,245,227	3,154,616	2,443,700	1,150,144	
	수 입	253,927	447,299	321,987	175,871	
	소 계	2,499,154	3,601,915	2,765,687	1,326,015	
부재료	리체나버블칼라 혼합용기펌프	국 내	-	91,200	201,128	47,835
		수 입	-	9,013	159,329	36,587
		소 계	-	100,213	360,457	84,422
	패밀리달리용기 -2제	국 내	46,487	203,439	214,931	70,241
		수 입	-	-	-	-
		소 계	46,487	203,439	214,931	70,241

	리체나버블칼라 라텍스장갑	국 내	-	31,553	193,166	32,179
		수 입	-	-	-	-
		소 계	-	31,553	193,166	32,179
	기타	국 내	3,981,112	5,601,196	5,107,289	2,447,441
		수 입	-	-	-	-
		소 계	3,981,112	5,601,196	5,107,289	2,447,441
	부자재합계	국 내	4,027,599	5,927,388	5,716,514	2,597,696
		수 입	-	9,013	159,329	36,587
		소 계	4,027,599	5,936,401	5,875,843	2,634,283
상품	본더치 선글라스	국 내	-	-	173,645	-
		수 입	-	-	-	-
		소 계	-	-	173,645	-
	키너레이즈 크림	국 내	-	735,000	157,500	-
		수 입	-	-	-	-
		소 계	-	735,000	157,500	-
	비지트인뉴욕 토티백	국 내	-	-	144,000	-
		수 입	-	-	-	-
		소 계	-	-	144,000	-
	기타	국 내	170,073	1,466,730	746,708	201,089
		수 입	-	72,809	-	-
		소 계	170,073	1,539,539	746,708	201,089
	상품합계	국 내	170,073	2,201,730	1,221,853	201,089
		수 입	-	72,809	-	-
		소 계	170,073	2,274,539	1,221,853	201,089
총합계	국 내	6,442,899	11,283,734	9,382,067	3,948,929	
	수 입	253,927	529,121	481,316	212,458	
	소 계	6,696,826	11,812,855	9,863,383	4,161,387	

#### 나. 원재료의 제품별 비중

사업연도	주요 제품명	원재료명	원재료 비중(%)
10연도 (제35기)	리체나 이지스피디 헤어칼라	폴리옥시에칠렌 라우릴에텔 황산나트륨액	16%
		기타	84%
11연도 (제36기)	리체나 이지스피디 헤어칼라	폴리옥시에칠렌 라우릴에텔 황산나트륨액	18%
		기타	82%
12연도 (제37기)	리체나 이지스피디 헤어칼라	폴리옥시에칠렌 라우릴에텔 황산나트륨액	18%
		기타	82%
	라벤느 버블 폼 헤어칼라	Tea Cocoyl Glutamate	22%
		기타	78%

13연도 상반기 (제38기 상반기)	리체나 이지스피디 헤어칼라	폴리옥시에칠렌 라우릴에틸 황산나트륨액	18%
		기타	82%
	라벤느 버블 폼 헤어칼라	Tea Cocoyl Glutamate	22%
		기타	78%

#### 다. 원재료 가격변동추이

(단위 : 원)

구 분	2011년	2012년	2013년 상반기
올레일알콜	7,916	8,013	7,525
H-SPES	1,441	1,517	1,490
KALCOL-6870	3,152	3,206	2,753
과산화수소(35%)	970	1,020	1,020

화장품 원료의 특성상 원재료의 절대부분이 수입원재료에 의존(대부분이 국내 무역대리점을 통한 간접수입으로 원화로 결제)하므로 환율변동에 다소 영향을 받으나 일반적으로 사용되는 원재료가 대부분이기 때문에 공급자가 많아 가격 변동폭은 크지 않습니다. 또한 당사는 오랜 업력으로 염모제 생산물량이 OEM/ODM 물량을 포함할 때 염모제 분야에서 최상위권에 속하기 때문에 각 원자재 매입처와의 가격 및 물량 교섭력에서 상당한 우위를 차지하고 있습니다.

또한, 매출성장에 따른 원재료의 대량매입, 해외 직수입을 통한 매입단가 인하를 계속 추진하고 있어 원가는 지속적으로 하락할 것으로 예상됩니다.

## 5. 생산 및 생산설비에 관한 사항

### 가. 생산능력 및 생산실적

(단위 : 천개)

사업소	구분	2010년	2011년	2012년	2013년 상반기
진천공장	생산능력	15,120	15,120	15,120	15,120
	생산실적	8,618	13,487	13,093	4,851
	가동율	56.99%	89.20%	86.59%	64.16%

※ 산출근거:

- 생산일지(포장)의 자료를 기준으로 생산능력을 산정 (1일 8시간 기준)

- 컨베이어 3대 풀가동시의 수량임(반품해체 및 재포장 등 정식 생산이 아닐 경우 제외)
- 기간별 최대포장 수량:  
1시간: 7,875개; 1일(8시간): 63,000개; 1주(40시간): 315,000개; 1년(12개월): 15,120,000개

## 나. 생산설비에 관한 사항

### (1) 현황

(단위 : 백만원)

자산별	소재지	기초 가액 (12.1.1)	당기증감		당기 상각	기말 가액 (12.12.31)	최근분기말 가액 (13.6.30)	비고
			증가	감소				
토지	진천	212	-	-	-	212	212	공시지가: 995백만원
건물	진천(공장동)	2,705	31	-	197	2,538	2,440	시가표준액: 2,272백만원
	진천(창고동)	807	12	-	59	760	731	
	진천(분말실동)	182	-	-	13	169	162	
	진천(기타)	119	-	-	9	110	106	
	소계	3,813	43	-	278	3,578	3,439	
구축물	진천	392	-	-	33	359	343	
기계장치	진천(호모믹서)	-	290	-	18	272	254	
	진천(기타)	492	148	-	191	450	401	
	소계	492	438	-	209	722	654	
공구와 기구	진천	3	35	-	4	34	30	

주) 기업은행 차입금 3,212백만원(2012년도말 기준)과 관련하여 토지와 건물 및 기계장치를 담보로 제공하고 있습니다.

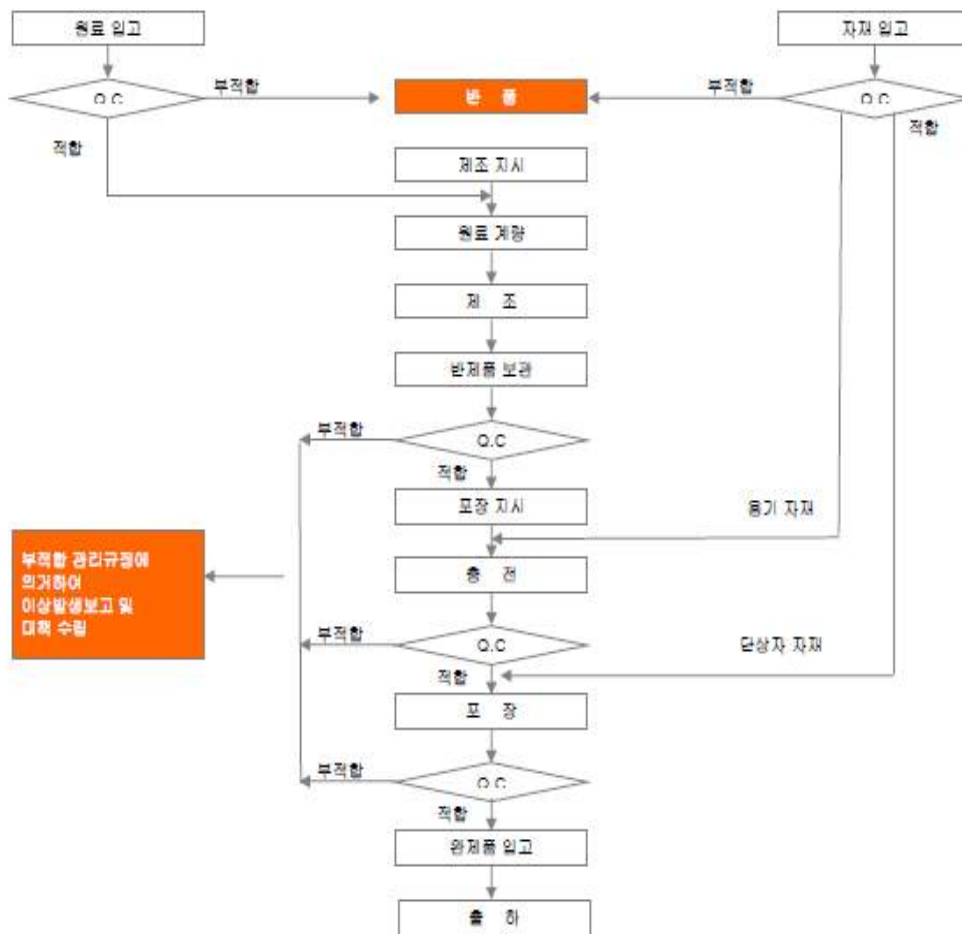
### (2) 최근 3년간 변동사항

(단위 : 원)

설비자산명	취득(처분)가액	취득(처분)일	취득(처분)사유	취득/처분	취득(처분)처
호모믹서(3L)	6,013,500	2010/08/10	제품생산	취득	성창사이언스
젯트프린터기 (PXR-D260W)	9,500,000	2010/08/30	제품포장	취득	영일산기
전자동튜브충전기 (YT-3000)	72,000,000	2011/05/19	제품충진	취득	유성에프에스
젯트프린터기 (RX-SD160S)	9,000,000	2011/05/27	제품포장	취득	영일산기
젯트프린터 (PX-D260AL)	8,000,000	2011/05/27	제품포장	취득	영일산기

가압저장탱크	16,000,000	2011/06/15	제품생산	취득	대신스틸
분말5열자동포장기	43,000,000	2012/02/07	제품포장	취득	중앙엔지니어링
액체자동포장기	65,200,000	2012/04/13	제품포장	처분	청진엔지니어링
PE튜브자동충진기	65,000,000	2012/04/13	제품충진	처분	청진엔지니어링
정량펌프	3,700,000	2012/04/24	제품생산	취득	주은미크론텍
호모믹서(500L)	51,430,000	2012/06/01	-	처분	청진엔지니어링
호모믹서(2,000L)	290,000,000	2012/07/02	제품생산	취득	우원기계
가압저장탱크	29,500,000	2012/07/24	제품생산	취득	대신스틸
인텍스충진기	58,000,000	2012/08/10	제품충진	취득	선우테크
튜브충진기	7,000,000	2012/10/23	제품충진	취득	제니코스
샘플파우치충진기	7,000,000	2012/10/23	제품충진	취득	제니코스
호모믹서(80L)	12,000,000	2013/01/07	제품생산	취득	제니코스
충진탱크(500L)	8,500,000	2013/05/20	제품충진	취득	대신스틸

다. 제품별 생산공정도



## 라. 외주생산에 관한 사항

### (1) 외주생산의 이유

당사는 생산의 효율성, 원가절감 등을 위하여 기술함량이 낮은 일부 공정 혹은 소량생산에 의한 가공, 특정 생산설비의 부재 등으로 인해 외주생산을 진행하고 있습니다.

### (2) 주요 외주처에 관한 사항

(단위 : 천원, %)

사업년도	외주처	외주내용	외주 금액	외주 비중
10연도 (제35기)	한불화장품	리체나트리플이펙트선블록SPF50+PA+++ (70ml)	47,846	77.26
	이엠코퍼레이션	리체나스타일팜멀티헤어에센스파우치(3ml)	5,337	8.62
		리체나딤케어헤어세럼파우치(1ml)		
		리체나이더클리어파우치(3ml)		
		리체나클리닉헤어에센스파우치(0.7ml)		
	에이치엔에이파마켄	SH-HENNASOME(벌크/kg)	3,120	5.04
엔코아	셀렉트아이래쉬세럼(5ml)	3,024	4.88	
조이산업	매그너스헤어칼라2제파우치(10ml)	2,603	4.20	
	리체나에센스믹싱오일파우치(1.3g) FUSIONTREATMENT-2제파우치(12g)			
합계			61,930	100.00
11연도 (제36기)	지에스켄	리체나인스턴트헤어플러스-다크브라운(120g)	27,315	43.50
		리체나인스턴트헤어플러스-내츄럴블랙(120g)		
	허브큐어	포르싸아싸이베리파우더(50g)	17,700	28.19
	톡앤톡	헤어마요네즈파우치(6ml)	10,140	16.15
		헤어캐츄파우치(6ml)		
	조이산업	리체나클렌징폼파우치(3g)	5,863	9.34
리체나페이셜젤클렌저파우치(3g) 누포어루트이지터치-2제파우치(15g) FUSIONTREATMENT-2제파우치(12g) 씨쓰리스피디헤어칼라-2제파우치(10g) 리체나에센스믹싱오일파우치(1.3g)				
이손화학	토니모리베리트렌디딤케어헤어로션(150ml)	1,778	2.83	
합계			62,796	100.00
12연도 (제37기)	지에스켄	리체나이저스피디폼헤어칼라-자연갈색(40g)	107,382	92.45
		리체나이저스피디폼헤어칼라-흑갈색(40g)		
	리체나인스턴트헤어플러스-다크브라운(120g) 리체나인스턴트헤어플러스-내츄럴블랙(120g)			
조이산업	리체나에센스믹싱오일파우치(1.3g)	2,875	2.47	
	리체나클리닉헤어에센스파우치(0.7ml)			
선우산업	이셀린데일리피토에센스바디로션(여행용)(30ml)	2,080	1.79	
	이셀린데일리피토에센스헤어컨디셔너(여행용)(30ml)			

	이엠코퍼레이션	리체나딤케어헤어세럼파우치(1ml) 리체나이더클리어파우치(3ml)	1,661	1.43
	톡앤톡	리체나워터드롭헤어에센스파우치(2g)	1,562	1.35
	이손화학	토니모리베리트렌디딤케어헤어로션(150ml)	596	0.51
	합계		116,156	100.00
13연도 상반기 (제38기 상반기)	지앤네이처	VitaminCPowder(4g)	3,888	59.50
	글란트 코스메틱	VitaminCPowder(4g)	1,372	21.00
	선우산업	이썰린데일리피토크에센스바디로션(여행용)(30ml)	1,280	19.50
		이썰린데일리피토크에센스헤어컨디셔너(여행용)(30ml)		
합계		6,540	100.00	

주) 주요 외주생산 내용:

- \* SH-HENNASOME : 당사의 헤나추출물을 업체에 보내서 헤나추출물과 다른 원료를 넣어 가공, 납품함
- \* 셀렉트 아이래쉬 세럼 : 소용량 용기라서 당사에서 충전 불가능(현시점에서는 가능하여 당사 공장에서 충전함)
- \* 리체나 클리닉 헤어 에센스등 파우치류 : 소용량, 공장 기계 사이즈와 다른 파우치 및 형상 파우치의 경우 당사 공장에서 충전 불가능
- \* 리체나 트리플 이펙트 선블록 : 당사 선제품 식약청 허가가 늦어져 OEM 으로 진행
- \* 토니모리 베리 트렌디 딤 케어 헤어 로션 : 초도 생산 능력 부족(현재는 추가 설비 구입하여 충전가능)
- \* 리체나 인스턴트 헤어 플러스 / 리체나 이지스피디 폼 헤어 칼라 : 가스 충전해야하는 품목으로 당사 충전 불가능
- \* 포르썸 아싸이베리 파우더 : 수입한 원료로서 당사 공장에서 파우더 소분 작업 불가능
- \* 이썰린데일리피토크에센스바디로션(여행용) / 이썰린데일리피토크에센스헤어컨디셔너(여행용) : 튜브 기장이 짧아 당사에서 충전 불가능
- \* Vitamin C Powder : 파우더 타입이라 당사에서 충전 불가능

## 6. 매출에 관한 사항

### 가. 매출실적

(단위 : 천개, 백만원)

매출 유형	품 목		10연도 (제35기)		11연도 (제36기)		12연도 (제37기)		13연도 상반기 (제38기 상반기)	
			수량	금액	수량	금액	수량	금액	수량	금액
제 품	리체나 이지스피디 헤어칼라	수 출	402	685	503	882	533	910	522	986
		내 수	241	9,479	431	15,999	248	4,622	129	2,810
		계	643	10,164	933	16,881	781	5,532	651	3,796
	라벤느 버블	수 출	-	-	-	-	5	9	-	-
		내 수	-	-	-	-	205	3,427	-19	36
		계	-	-	-	-	209	3,436	-19	36

	기타	수 출	2,175	3,029	4,394	5,167	4,205	5,736	1,460	2,384
		내 수	7,213	10,612	9,534	13,899	10,476	20,304	4,463	8,054
		계	9,388	13,641	13,928	19,066	14,681	26,040	5,923	10,439
	소계	수 출	2,577	3,714	4,896	6,049	4,743	6,655	1,982	3,370
		내 수	4,877	16,376	5,069	23,850	5,981	18,270	2,610	7,495
		계	7,454	20,091	9,965	29,899	10,724	24,925	4,592	10,865
상 품	수 출	37	7	32	65	63	24	21	1	
	내 수	125	127	48	336	241	669	115	124	
	소 계	162	133	81	402	305	693	136	126	
합 계	수 출	2,618	3,721	4,929	6,114	4,806	6,680	2,002	3,371	
	내 수	4,884	16,503	5,118	24,186	6,222	18,939	2,726	7,619	
	소 계	7,503	20,224	10,046	30,300	11,028	25,619	4,728	10,990	
기타조정		-	577	-	(256)	-	(148)	-	(171)	
총 합 계		7,503	20,801	10,046	30,044	11,028	25,471	4,728	10,819	

주) 기타조정은 매출할인, IFRS전환조정 등을 포함하였습니다.

## 나. 수출 현황

(단위 : 백만원)

매출유형	10연도 (제35기)		11연도 (제36기)		12연도 (제37기)		13연도 상반기 (제38기 상반기)	
	수출국	수출액	수출국	수출액	수출국	수출액	수출국	수출액
제품	방글라데시	658	방글라데시	789	방글라데시	1,144	방글라데시	456
	미국	461	미국	1,724	미국	1,764	미국	705
	중국	620	중국	702	중국	773	중국	704
	러시아	233	러시아	368	러시아	527	러시아	291
	홍콩	75	홍콩	137	홍콩	162	홍콩	194
	몽골	66	몽골	28	몽골	32	몽골	15
	기타	1,588	기타	2,226	기타	2,278	기타	1,006
합계	-	3,701	-	5,947	-	6,680	-	3,371

## 다. 수주현황

당사는 2013년 8월말 기준 약 68백만원의 수주잔액을 보유하고 있습니다.

(단위 : 천원)

발주처	품 목	수주일자	납 기	수주잔고	
				수 량	금 액
태양메디약품	한방 진 흑진주 스피디	08월 28일	09월 06일	4,000	7,564
태양사	LCK 검은머리과뿌리 스피디 칼라크림	08월 26일	09월 09일	1,000	3,636
태양사	자연바람 칼라크림	08월 30일		1,000	3,582
태평사	네오시아 하이블리치 파우더	08월 08일		1,000	4,000
이스다니	닥터포스트 버블버블 거품헤어칼라	08월 21일		22,000	29,524
토니모리	베리 트렌디 헤어컬러크림	08월 01일	09월 06일	3,000	4,290
	베리 트렌디 헤어트리트먼트	08월 26일		3,000	2,855
	베리 트렌디 헤어샴푸	08월 01일	09월 05일	3,000	3,719
	베리 트렌디 스타일 딥케어 헤어에센스	08월 26일		3,660	2,577
	베리 트렌디 스타일 헤어로션	08월 01일		5,000	3,740
	베리 트렌디 스타일 헤어미스트	08월 01일		4,000	2,772
합 계				50,660	68,258

## 라. 향후 매출액의 변동에 영향을 줄 것이라고 인정되는 사항

### (1) 홈쇼핑사와의 협력에 따른 매출액 변동

동사는 매출의 상당부분이 방문판매나 브랜드샵 등 전통적인 유통경로 대신 TV 홈쇼핑을 통해 이루어지기 때문에 전방산업인 TV 홈쇼핑에서의 매출이 큰 비중을 차지하고 있습니다. 동사는 2012년 CJ홈쇼핑의 홈쇼핑수수료 인상으로 원가비용이 증가되면서 성장성 및 수익성지표가 크게 악화되어 수수료 구조개선을 통한 비용절감을 위해 2013년에 NS홈쇼핑으로의 TV방송을 이전하였습니다. 당사는 제품 및 방송채널 다각화를 위하여 CJ홈쇼핑 및 GS홈쇼핑 등과 런칭품목 및 방송수수료에 대해 협의를 진행 중에 있습니다. 수수료율 인하 등 동사의 수수료 부담을 줄일 수 있는 방향으로 협의가 이루어진다면 적극적 홈쇼핑시장 진출 및 국내 홈쇼핑 1, 2위 업체의 고객기반을 통하여 매출 및 수익성 상승을 기대할 수 있습니다. 또한, 홈쇼핑은 당사 매출의 주요 유통경로로서, 홈쇼핑시장의 지속적인 성장세 전망은 당사의 영업환경에도 우호적입니다.

[ 국내 홈쇼핑시장 전망 ]



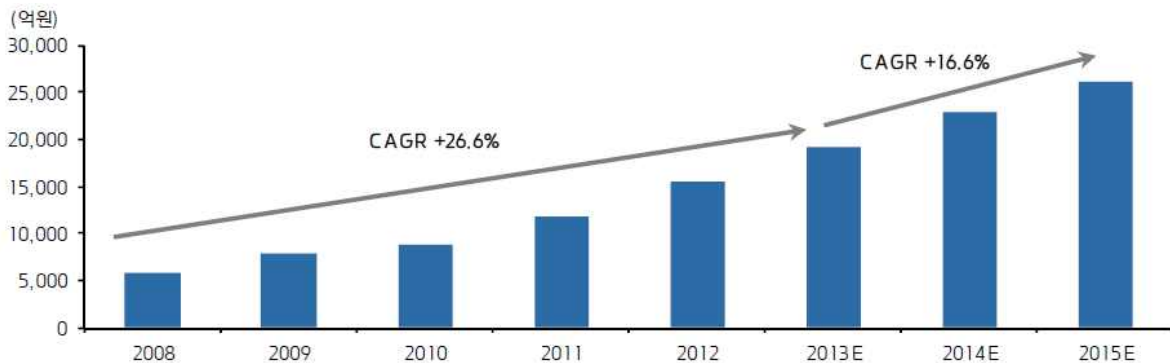
(자료: 신영증권 2013.05.29)

(2) 원브랜드샵 시장규모의 성장으로 인한 OEM/ODM 매출 성장

OEM/ODM의 대표업체인 한국콜마, 코스맥스의 최근 수년간의 매출증가율이 국내 화장품산업의 성장률을 크게 상회하는 것으로 나타나고 있습니다. 이는 1) 화장품 유통채널이 브랜드숍 중심으로 재편되면서 신규 브랜드수의 증가에 따른 전체 생산물량 확대가 이루어졌고, 2) 제조시설을 갖추고 출발한 기업들도 핵심영역 이외의 분야는 아웃소싱으로 생산하는 경우가 늘어났기 때문입니다.

원브랜드샵 업체들은 주요 상권을 중심으로 점포수를 빠르게 늘려나가 시장포화에 대한 우려가 높은 상황입니다. 하지만 저가 화장품시장의 성장은 추가 출점에 대한 부담에도 불구하고 지속되는 경기불황 및 경쟁심화에 따른 각종 프로모션의 증가로 2013년에도 성장세가 이어져 약 1.9조 원의 규모를 이룰 전망이며 2015년에는 2.6조원규모의 시장을 형성할 전망입니다.

[ 원브랜드샵 시장규모 추이 및 전망 ]

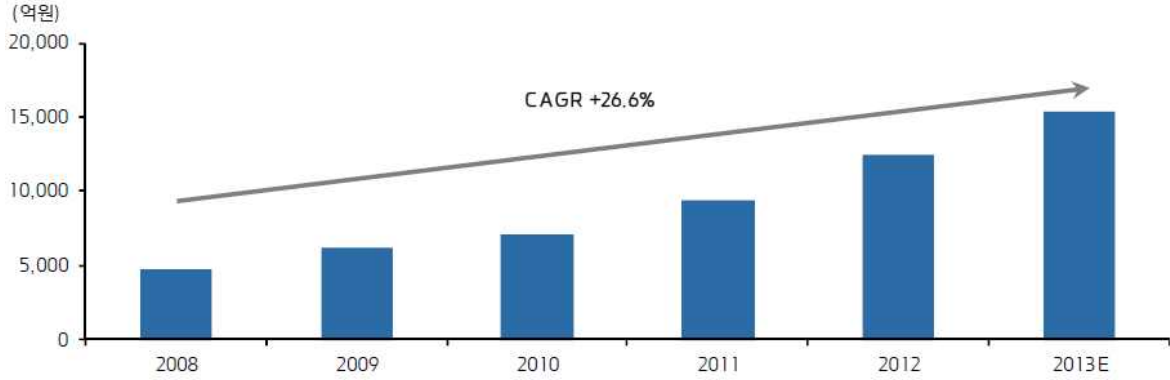


(자료: 아모레퍼시픽, 키움증권 2013.05.20)

저가 화장품의 강세 지속 및 원브랜드샵 경쟁심화로 OEM/ODM 산업은 2013년에도 두 자릿수 성장률을 유지하며 1조 5천억원 규모로 성장할 전망입니다. 향후 원브랜드샵의 성장세가 둔화되더라도 OEM/ODM 산업의 성장세는 이어질 것이라 판단하는데 이는 화장품산업이 기본적으로 다품종 소량생산의 특성을 갖고 있고 유행에 민감하기 때문에 제품교체의 사이클이 빠르기 때문

이며 해외수출의 증대 등으로 인해 OEM/ODM 업체들의 매출처가 확대될 것으로 예상되기 때문입니다.

[ 국내 OEM/ODM 시장 규모 추이 및 전망 ]



(자료: 아모레퍼시픽, 키움증권 2013.05.20)

## 7. 판매에 관한 사항

### 가. 판매조직

구분	부서	주요 업무	인원구성 (명)
내수	국내영업팀	약국, 국내 대리점 등 영업 및 관리	10명
	마트영업팀	마트 영업 및 관리	3명
	전략기획팀	영업 지원 및 관리, 영업기획, 법무 업무	4명
	SM사업팀	홈쇼핑, 온라인 유통경로 관련 영업 및 관리	3명
수출	해외영업팀	해외 거래처 관리, 전시회 참가를 통한 신규 바이어 발굴, 세계시장의 흐름 파악	6명

### 나. 판매경로

구분	판매경로	매출액 (백만원)	비중 (%)
수출	벤더	1,769	6.90%
	직수출	5,009	19.55%
국내	홈쇼핑	9,044	35.30%
	마트	752	2.94%
	약국/대리점 등	9,045	35.31%
소계		25,619	100.00%
기타조정		(148)	-
총합계		25,471	-

주1) 상기 매출액 및 비중은 2012년 기준입니다.

주2) 기타조정에 매출할인 차감, 반품추정부채설정 등을 포함하고 있습니다.

## 다. 판매전략

### 1) 홈쇼핑

#### - 신제품 런칭

당사의 주력 제품인 리체나 이지스피디 샴푸형 업그레이드 신제품으로 소비자 트렌드를 반영한 밝은 색상을 추가하여 어둡지 않은 내추럴 새치염색이라는 영역을 만들어 가고 있으며, 또한 퍼퓸 트렌드에 맞추어 자스민 꽃 향의 퍼퓸 염모제를 신규 개발하여 최근 홈쇼핑시자에 런칭하여 매출의 성장견인을 기대하고 있습니다.

또한 제품다각화를 위하여, 리체나 이지스피디 헤어칼라 위주의 방송에서 헤어케어 제품, 페이스케어 제품, 기타 우량 염모제 제품을 추가 런칭하여 다양한 제품의 단독 방송을 확대할 예정이며 지속적인 신제품 런칭을 통하여 TV방송 제품의 다변화를 시도할 것입니다.

#### - 홈쇼핑 국내외 방송채널 확대

당사는 6대 홈쇼핑(CJ, GS, 롯데, 현대, NS, 홈앤쇼핑) 카탈로그, 인터넷에 판매하고 있으며 리체나 이지스피디 헤어칼라 제품을 NS홈쇼핑 TV방송을 통해 판매하고 있습니다. 해외 홈쇼핑시장의 경우, 리체나 이지스피디 헤어칼라 제품을 중심으로 CJ오쇼핑의 해외 자회사인 동방CJ(중국), Star CJ(인도), SCJ TC(베트남), CJ GMM(태국)에서 TV방송을 통해 매출을 올리고 있습니다.

당사는 홈쇼핑에서의 매출을 확장하기 위하여 품목 및 구성을 다양화하여 CJ, GS 등 국내 주요 홈쇼핑사와 TV방송을 진행하고자 협의 중에 있으며 각 홈쇼핑의 해외지사를 통해 해외 홈쇼핑시장에 진출하여 당사 제품 및 브랜드를 알리고자 합니다.

### 2) 온라인

#### - 소셜커머스 시장 확대

IT기술의 급격한 발전과 함께 오픈마켓 및 큐레이션 커머스 등이 새로운 비즈니스 모델로 떠오르면서 전자상거래를 중심으로 한 온라인 화장품시장이 커지면서 최근 유통시장의 성장이 둔화되고 있음에도 온라인시장은 매년 20% 내외의 고성장을 이어가고 있습니다.

특히 소셜커머스 시장이 급속도로 커지면서 새로운 화장품 유통채널로 자리 잡고 있기에 당사도 온라인 소셜커머스와 신제품을 공동 기획, 개발하기 시작하였습니다. 최근 위메프와 공동 기획하여 개발한 ‘메리류 트리트먼트’가 큰 호응을 일으켜 출시 5개월 만에 약 4만개의 매출을 달성하는 쾌거를 이루었습니다. 당사는 메리류 트리트먼트 2번째 시리즈인 블랙 에디션을 런칭하는 등 끊임없이 당사 소셜커머스 시장 확대를 계획하고 있습니다.

### 3) OEM/ODM 활성화

당사는 염모제분야에서 40여 년 동안 전념해오면서 제반 형태(크림형, 샴푸형, 버블형 등)의 염모제 생산기술을 가지고 있으며 또한 샴푸, 린스 등 일반 두발용화장품, 크림 등 페이스용 화장품을 생산하는 기술을 터득하였습니다. 뿐만 아니라 당사는 CGMP 인증을 획득하여 제품의 품질 또한 일반 화장품 제조업체를 능가하고 있습니다. 그리하여 본격적인 OEM/ODM 사업을 시작하기 전

업계에서는 이미 염모제 전문 제조 기업으로 알려져 있었으며 염모제에 대한 꾸준한 OEM/ODM 진행 및 요청이 이루어지고 있습니다.

기존 스킨푸드, 더페이스샵, 토니모리 브랜드샵 외 소망화장품, 풀무원 생활건강 등 중견기업, 대기업과 염모제, 헤어케어 제품의 OEM 업무를 진행하고 있으며 2013년부터 아모레퍼시픽, LG생활건강과 염모제의 OEM 업무를 시작하게 되었습니다.

당사는 공장증축 후 OEM/ODM 사업을 확장해 나아갈 계획이며 진행 품목 역시 염모제, 헤어케어류 등의 헤어라인을 넘어 바디케어, 스킨케어 분야로도 확대하고자 합니다.

## 8. 연구개발활동

### 가. 연구개발비용

(단위 : 원)

구 분		10연도 (제35기)	11연도 (제36기)	12연도 (제37기)	13연도 상반기 (제38기 상반기)
자산처리		-	-	-	-
비용 처리	제조원가	398,677,431	474,808,226	574,101,061	276,516,600
	관관비	15,576,874	51,353,820	86,080,535	10,494,284
합 계 (매출액 대비 비율)		414,254,305 (2.04%)	526,162,046 (1.75%)	660,181,596 (2.59%)	287,010,884 (2.65%)

### 나. 연구개발실적

최근 3사업연도 중에 완료된 연구개발 활동의 성과는 아래와 같습니다.

연구과제	광노화 억제물질 에페드라닌K를 함유한 레저용 화장품 개발
연구기관	참여기업 : 한울환경연구원 위탁연구기관 : 강원대학교
연구결과 및 그 기대효과	신규 미백제 에페드라닌 K는 현재 tyrosinase 활성저해와 피부세포에서 멜라닌 합성이 저해됨을 생화학적으로 확인하였고, tyrosinase mRNA수준에서 일어나고 있음을 확인 할 수 있었음. 위 근거를 바탕으로 세포활성 및 임상연구를 이용한 미백 및 피부노화 효능효과를 일차적으로 확인하며 에페드라닌 K의 추출방법 및 분리 과정 연구, 유도체 연구를 통하여 원료를 확보하는 대량생산 방법을 개발하여 이를 워터프루프 제형에 적용하여 광에 대응하여 미백 및 노화방지 기능을 갖는 레저용 기능성 화장품을 개발함.
상용화	에페드라닌K(마황추출물)로 개발된 상품:

	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 메리뮤 리페어 테라피 트리트먼트</li> <li>- 리체나 쿨 마사지 스프레이</li> <li>- 닥터 피트 (힐링 헤어 샴푸)</li> </ul>
--	---

## 다. 지적재산권 등

### 1) 특허권

종류	출원일	등록일	권리자	내용	적용제품	주무관청
특허권	05.03.24	07.01.23	당사	헤나추출물을 함유하는 나노파티클 조성물 및 이를 이용한 나노파티클의 제조방법	-리체나이지스피디 -라벤느버블폼헤어칼라 -리체나골드 샴푸, 린스 -리체나헤나볼륨샴푸, 린스 등	특허청
특허권	05.11.22	06.12.07	당사	한방추출물을 함유하는 탈모방지 및 발모개선을 위한 샴푸조성물 및 그 제조방법	-리체나골드샴푸 -진한방,수한방샴푸 -뿌리깊은나무물리헨 천금비방진액수등	특허청
특허권	09.05.28	10.03.08	당사	모발 스타일링 개선용 조성물	-리체나매직픽스 -리체나볼륨업매직	특허청
특허권	09.02.26	11.12.01	당사	천연추출물을 이용한 탈모방지 및 발모촉진 기능의 모발 및 두피상태 개선용 조성물	-뿌리깊은나무천금 비방샴푸 -뿌리깊은나무천금 비방컨디셔너	특허청

### 2) 기타 지적재산권

당사는 상기 4개의 특허권 외에 71개의 국내 상표권, 24개의 해외 상표권, 4개의 디자인을 보유하고 있으며 해당 상표권과 디자인들은 당사 브랜드별 제품에 적용되고 있습니다.

## 라. 기술이전 수혜 또는 기술이전

해당사항 없습니다.

## V. 재무에 관한 사항

### 1. 요약 재무상태표

(단위 : 백만원)

사업연도 구분	10연도 (제35기)	11연도 (제36기)	12연도 (제37기)	13연도 상반기 (제38기 상반기)
회계처리 기준	K-IFRS	K-IFRS	K-IFRS	K-IFRS
감사인 (감사의견)	삼일회계법인 (주1)	삼일회계법인 (적정)	삼일회계법인 (적정)	대주회계법인 (검토의견 적정)
유동자산	8,195	9,477	10,626	14,172
매출채권	3,081	3,697	4,337	4,528
재고자산	2,499	3,275	3,289	3,662
현금및 현금성자산	1,812	1,611	1,789	4,983
단기금융자산	420	370	665	490
기타	383	524	545	509
비유동자산	6,332	6,215	8,528	10,452
투자자산	343	416	401	509
유형자산	5,503	5,045	7,357	8,348
무형자산	269	286	290	421
기타	217	468	480	1,174
자산총계	14,527	15,692	19,155	24,624
유동부채	7,140	5,126	7,560	9,612
매입채무	1,728	2,457	2,215	2,575
단기차입금	3,428	1,483	4,306	5,763
기타	1,984	1,186	1,039	1,274
비유동부채	1,042	305	1,023	3,600
장기차입금	683	231	1,000	3,500
기타	359	74	23	100
부채총계	8,182	5,431	8,582	13,213
자본금	1,852	1,852	1,852	1,852
자본잉여금	-	-	-	-
자본조정	-	-	-	-
기타포괄적손익누계액	-	-	-	-
이익잉여금	4,537	8,409	8,720	9,560
비지배지분	(45)	-	-	-
자본총계	6,344	10,261	10,572	11,412

주1) 당사는 2011 회계연도부터 K-IFRS기준을 적용하기 시작하였고 비교표시를 위하여 2010년 재무수치는 K-IFRS로 전환된 재무수치를 기재하였으며 해당 수치는 감사를 받지 않은 수치입니다. 하지만 2010년 K-GAAP에 의해 작성된 재무제표는 삼일회계법인에 의해 적정 의견을 받았습니다.

주2) 단기차입금은 유동성장기부채 등 단기성 차입금을 포함한 금액입니다.

## 2. 요약(포괄) 손익계산서

(단위 : 백만원)

구분 \ 사업연도	10연도 (제35기)	11연도 (제36기)	12연도 (제37기)	13연도 상반기 (제38기 상반기)
매출액	20,801	30,044	25,471	10,819
매출원가	9,373	13,855	14,416	5,932
매출총이익	11,427	16,190	11,055	4,887
판매비와관리비	9,640	11,863	10,353	3,705
판매수수료	4,289	7,222	5,054	1,455
급여	2,439	1,887	2,418	1,035
광고선전비	401	507	630	197
기타	2,511	2,247	2,251	1,018
영업이익	1,787	4,326	702	1,182
기타수익	117	193	121	133
기타비용	239	189	295	147
금융수익	71	73	124	76
금융원가	202	102	89	80
종속기업투자처분손실	-	484	-	-
법인세비용차감전순이익	1,534	3,817	562	1,164
법인세수익(비용)	(638)	305	126	190
당기순이익	896	4,122	688	975
기타포괄손익	(80)	(139)	(81)	(24)
보험수리적손익	(80)	(139)	(81)	(24)
총포괄손익	815	3,984	607	951

## 3. 재무제표

※ 당사는 2011년 회계연도부터 K-IFRS기준을 적용하여 재무제표를 작성하였으며 아래 비교표시를 위해 기재한 2010년 K-IFRS 재무수치는 감사를 받지 않은 수치입니다.

### 가. 재무상태표

(단위 : 원)

과 목	10연도 (제35기)	11연도 (제36기)	12연도 (제37기)	13연도 상반기 (제38기 상반기)
자산				
I. 유동자산	8,194,860,283	9,477,041,801	10,626,115,054	14,172,276,318
1. 현금및현금성자산	1,812,043,005	1,611,027,236	1,789,106,572	4,983,352,387
2. 단기금융자산	420,000,000	370,000,000	665,000,000	490,000,000

3. 매출채권	3,080,826,983	3,696,601,340	4,337,206,662	4,527,746,313
4. 기타유동금융자산	285,558,247	110,762,792	125,834,680	90,563,610
5. 기타유동자산	97,227,912	260,820,591	417,956,290	418,470,829
6. 재고자산	2,499,204,136	3,275,281,033	3,289,428,204	3,662,143,179
7. 당기법인세자산	-	152,548,809	1,582,646	-
Ⅱ. 비 유 동 자 산	6,332,123,867	6,214,698,354	8,528,465,488	10,451,922,326
1. 장기금융자산	341,272,318	414,662,138	401,155,262	509,490,983
2. 매도가능금융자산	1,500,000	1,600,000	-	-
3. 기타비유동금융자산	217,118,006	323,862,424	330,686,386	1,000,286,982
4. 기타비유동자산	-	143,139,645	6,530,336	-
5. 유형자산	5,503,022,931	5,045,125,610	7,356,781,195	8,347,785,225
6. 무형자산	269,210,612	286,308,537	289,678,918	420,644,784
7. 이연법인세자산	-	-	143,633,391	173,714,352
자산총계	14,526,984,150	15,691,740,155	19,154,580,542	24,624,198,644
부채				
Ⅰ. 유 동 부 채	7,139,934,538	5,125,867,004	7,559,844,559	9,612,398,661
1. 매입채무	1,727,778,297	2,457,192,168	2,214,572,438	2,575,160,045
2. 단기차입금	3,200,000,000	1,021,628,988	4,305,770,903	5,763,325,424
3. 유동성장기차입금	227,780,000	461,320,000	-	-
4. 당기법인세부채	273,951,398	-	-	206,686,270
5. 기타유동금융부채	1,498,286,639	901,153,610	855,152,225	842,846,123
6. 기타유동부채	142,017,017	182,145,386	144,200,135	165,368,944
7. 반품충당부채	70,121,187	102,426,852	40,148,858	59,011,855
Ⅱ. 비유동부채	1,042,121,707	304,647,030	1,022,561,180	3,600,106,430
1. 장기차입금	683,340,000	230,660,000	1,000,000,000	3,500,000,000
2. 기타비유동금융부채	49,561,180	54,046,180	22,561,180	32,561,180
3. 퇴직급여부채	145,369,209	-	-	67,545,250
4. 이연법인세부채	163,851,318	19,940,850	-	-
부채총계	8,182,056,245	5,430,514,034	8,582,405,739	13,212,505,101
자본				
Ⅰ. 지배기업의 소유지분	6,388,547,311	10,261,226,121	-	-
1. 자본금	1,852,050,000	1,852,050,000	1,852,050,000	1,852,050,000
(1) 보통주자본금	1,852,050,000	1,852,050,000	1,852,050,000	1,852,050,000
2. 이익잉여금	4,536,572,311	8,409,251,121	8,720,199,803	9,559,718,553
3. 기타자본항목	(75,000)	(75,000)	(75,000)	(75,000)
Ⅱ. 비지배지분	(43,619,406)	-	-	-
자본총계	6,344,927,905	10,261,226,121	10,572,174,803	11,411,693,543
부채와 자본총계	14,526,984,150	15,691,740,155	19,154,580,542	24,624,198,644

## 나. (포괄)손익계산서

(단위 : 원)

과 목	10연도 (제35기)	11연도 (제36기)	12연도 (제37기)	13연도 상반기 (제38기 상반기)
I. 매출액	20,800,654,075	30,044,290,552	25,471,037,370	10,819,176,112
II. 매출원가	9,373,439,888	13,854,778,525	14,415,799,951	5,932,497,323
III. 매출총이익	11,427,214,187	16,189,512,027	11,055,237,419	4,886,678,789
1. 판매비와관리비	9,640,199,968	11,863,372,726	10,353,346,199	3,704,766,839
IV. 영업이익	1,787,014,219	4,326,139,301	701,891,220	1,181,911,950
1. 기 타 수 익	117,513,798	192,997,970	121,307,363	132,869,255
2. 기 타 비 용	239,847,627	188,665,794	295,295,304	146,654,436
3. 금 융 수 익	71,189,487	72,544,507	123,629,724	76,298,091
4. 금 융 원 가	202,030,368	102,401,713	89,294,405	80,108,761
5. 종속기업투자처분손실	-	483,678,011	-	-
V. 법인세비용차감전순이익	1,533,839,509	3,816,936,260	562,238,598	1,164,316,099
VI. 법인세비용	(638,253,667)	305,376,853	126,039,172	189,707,665
VII. 당기순이익	895,585,842	4,122,313,113	688,277,770	974,608,434
1. 지배기업소유주지분	938,054,808	-	-	-
2. 비지배지분	(42,468,966)	-	-	-
VIII. 기타포괄이익	(80,195,251)	(138,515,803)	(81,013,088)	(23,971,194)
1. 보험수리적손익	(80,195,251)	(138,515,803)	(81,013,088)	(23,971,194)
IX. 총포괄이익	815,390,591	3,983,797,310	607,264,682	950,637,240
1. 지배기업소유주지분	857,859,557	-	-	-
2. 비지배지분	(42,468,966)	-	-	-
VIII. 주당이익				
1. 기본주당이익	253	1,113	186	263

## 다. 자본변동표

(단위 : 원)

구분	지배기업 소유주귀속분				비지배지분	총자본
	자본금	이익잉여금	기타자본항목	총계		
2010.1.1	1,852,050,000	3,759,281,744	(2,861,040)	5,608,470,704	(1,150,440)	5,607,320,264
당기순이익	-	938,054,808	-	938,054,808	(42,468,966)	895,585,842
보험수리적손익	-	(80,195,251)	-	(80,195,251)	-	(80,195,251)
연차배당	-	(77,782,950)	-	(77,782,950)	-	(77,782,950)
주식할인발행차금	-	(2,786,040)	2,786,040	-	-	-
2010.12.31	1,852,050,000	4,536,572,311	(75,000)	6,388,547,311	(43,619,406)	6,344,927,905
2011.1.1	1,852,050,000	4,536,572,311	(75,000)	6,388,547,311	(43,619,406)	6,344,927,905
당기순이익	-	4,122,313,113	-	4,122,313,113	-	4,122,313,113
보험수리적손익	-	(138,515,803)	-	(138,515,803)	-	(138,515,803)
연차배당	-	(111,118,500)	-	(111,118,500)	-	(111,118,500)
연결범위의 변동	-	-	-	-	43,619,406	43,619,406
2011.12.31	1,852,050,000	8,409,251,121	(75,000)	10,261,226,121	-	10,261,226,121

2012.1.1	1,852,050,000	8,409,251,121	(75,000)	10,261,226,121	-	10,261,226,121
당기순이익	-	688,277,770	-	688,277,770	-	688,277,770
보험수리적손익	-	(81,013,088)	-	(81,013,088)	-	(81,013,088)
연차배당	-	(296,316,000)	-	(296,316,000)	-	(296,316,000)
2012.12.31	1,852,050,000	8,720,199,803	(75,000)	10,572,174,803	-	10,572,174,803
2013.1.1	1,852,050,000	8,720,199,803	(75,000)	10,572,174,803	-	10,572,174,803
반기순이익	-	974,608,434	-	974,608,434	-	974,608,434
보험수리적손익	-	(23,971,194)	-	(23,971,194)	-	(23,971,194)
연차배당	-	(111,118,500)	-	(111,118,500)	-	(111,118,500)
2013.6.30	1,852,050,000	9,559,718,543	(75,000)	11,411,693,543	-	11,411,693,543

## 라. 현금흐름표

(단위 : 원)

과 목	10연도 (제35기)	11연도 (제36기)	12연도 (제37기)	13연도 상반기 (제38기 상반기)
I. 영업활동 현금흐름	1,668,351,720	3,050,598,691	938,156	1,437,645,479
1. 영업으로부터 창출된 현금흐름	2,391,213,016	3,196,874,529	(137,825,094)	1,447,486,182
2. 이자의 수취	61,524,789	76,904,507	72,841,595	62,129,162
3. 이자의 지급	(181,107,847)	(94,932,058)	(70,359,284)	(67,211,261)
4. 법인세의 납부	(603,278,238)	(128,248,287)	136,280,939	(4,758,604)
II. 투자활동 현금흐름	121,536,247	(734,344,948)	(3,154,547,930)	(2,011,335,267)
1. 단기금융자산의 증가(감소)	695,000,000	310,000,000	(295,000,000)	175,000,000
2. 장기금융자산의 증가(감소)	(360,199,678)	(333,389,820)	13,506,876	(541,886,138)
3. 매도가능금융자산의 증가(감소)	-	(100,000)	1,600,000	-
4. 유형자산의 취득	(112,168,862)	(162,430,993)	(2,868,900,484)	(1,274,231,489)
5. 유형자산의 처분	13,636,364	1,800,000	17,000,000	-
6. 종속기업의 처분	-	(396,675,657)	-	-
7. 무형자산의 취득	(16,396,577)	(44,258,478)	(17,254,322)	(145,052,640)
8. 보증금의 증가	(98,335,000)	(109,290,000)	(5,500,000)	(225,165,000)
III. 재무활동 현금흐름	(1,768,682,950)	(2,517,269,512)	3,345,625,915	3,767,836,021
1. 단기차입금의 증감	400,000,000	(2,178,371,012)	3,333,921,915	1,378,954,521
2. 유동성장기차입금의 상환	(2,090,900,000)	(227,780,000)	(461,320,000)	-
3. 장기차입금의 차입	-	-	1,000,000,000	2,500,000,000
4. 장기차입금의 상환	-	-	(230,660,000)	-
5. 배당금의 지급	(77,782,950)	(111,118,500)	(296,316,000)	(111,118,500)
IV. 현금및현금성자산의 환율변동효과	-	-	(13,936,805)	99,582
V. 현금및현금성자산의 증가(감소)	21,205,017	(201,015,769)	178,079,336	3,194,245,815
VI. 기초의 현금및현금성자산	1,790,837,988	1,812,043,005	1,611,027,236	1,789,106,572
VII. 기말의 현금및현금성자산	1,812,043,005	1,611,027,236	1,789,106,572	4,983,352,387

#### 4. 요약 연결재무현황

해당사항 없습니다.

#### 5. 연결재무제표

해당사항 없습니다.

#### 6. 회계변경사항

당사는 2011년 K-IFRS도입으로 인한 회계변경사항 이외에는 해당사항 없습니다.

##### 가. K-IFRS 도입 경과

구분		내용				
K-IFRS 도입 준비기간		2011년 9월 5일 ~ 2011년 10월 20일				
K-IFRS 담당 인력		직위	성명	담당업무	주요경력	비고
		부장	조준한	회계	(주)세화피앤씨 ('95~)	
		과장	최은아	자금	(주)세화피앤씨 ('00~)	
회계시스템 구축	구축기간	2011년 10월 ~ 2011년 12월 20일				
	구축비용	26,000,000 원				
	공급자	더존비즈온				
컨설팅/자문	계약기간	2010년 6월28일 ~ 2010년 8월 27일				
	자문료	45,000,000 원				
	공급자	삼일회계법인				
임직원 교육내용		K-IFRS 와 K-GAAP 차이 분석을 통한 지속적인 분석 및 사례 토의를 함				
연결재무제표 작성대상 종속회사		없음				

##### 나. K-IFRS 도입 영향

당사의 과거기간 재무제표는 한국의 일반적으로 인정된 회계기준에 따라 작성되었으나, 2011년 1월 1일로 개시되는 2011회계연도의 재무제표는 한국채택국제회계기준에 따라 작성되었습니다. 따라서 비교·표시된 전기 재무제표는 한국채택국제회계기준에 따라 2010년 1월 1일을 한국채택국제회계기준 전환일로 하고 기업회계기준서 제1101호(한국채택국제회계기준의 최초채택)를 적용하여 작성되었습니다.

개시 한국채택국제회계기준 재무상태표의 작성과 관련하여 당사가 적용한 회계정책과 과거 회계 기준에서 한국채택국제회계기준으로의 전환이 당사의 보고된 재무상태, 재무성과와 현금흐름에 미친 영향은 다음과 같습니다.

[ 2010.1.1 (전환일) 재무상태 조정내역 ]

(단위 : 천원)

구 분	총자산	총부채	총자본
과거회계기준	14,194,896	8,626,880	5,568,016
조정액 :			
대손충당금 조정	(192,764)	-	(192,764)
퇴직급여부채	-	(3,772)	3,772
유형자산 감가상각방법변경	355,837	-	355,837
미지급연월차수당	-	48,541	(48,541)
이연법인세 비유동분류 상계	(4,542)	(4,542)	-
조정액에 대한 이연법인세 효과	-	27,169	(27,169)
연결범위변동	357,990	409,821	(51,831)
조정액 합계 :	516,521	477,217	39,304
한국채택국제회계기준	14,711,417	9,104,097	5,607,320

[ 2010.12.31 재무상태 및 2010년 경영성과 조정내역 ]

(단위 : 천원)

구 분	총자산	총부채	총자본	당기순손익	총포괄손익
현행 회계기준	14,055,588	7,636,012	6,419,576	944,708	929,342
조정액 :					
대손충당금 조정	(230,291)	-	(230,291)	(37,527)	(37,527)
퇴직급여부채	-	69,177	(69,177)	29,865	(72,949)
유형자산감가상각방법변경	314,988	-	314,988	(40,849)	(40,849)
미지급연월차수당	-	54,153	(54,153)	(5,612)	(5,612)
이연법인세 비유동분류 상계	(19,634)	(19,634)	-	-	-
조정액에 대한이연법인세효과	-	(7,605)	7,605	12,155	34,774
연결범위변동	406,333	449,953	(43,620)	(7,154)	8,211
조정액 합계 :	471,396	546,044	(74,648)	(49,122)	(113,952)
한국채택국제회계기준	14,526,984	8,182,056	6,344,928	895,586	815,390

## 7. 재무분석

### 가. 재무비율 분석

구분	재무비율	10연도 (제35기)	11연도 (제36기)	12연도 (제37기)		13연도 상반기 (제38기 상반기)
				회사	업종평균	
성장성	매출액 증가율	14.37%	44.44%	-15.22%	9.96%	-15.05%
	총자산 증가율	-0.98%	8.02%	22.07%	8.72%	28.56%
	경상이익 증가율	198.62%	148.85%	-85.27%	4.84%	314.17%
	당기순이익 증가율	541.41%	360.29%	-83.30%	4.12%	183.20%
활동성	총자본 회전율	1.43회	1.99회	1.46회	1.19회	0.99회
	재고자산 회전율	11.44회	10.41회	7.76회	10.85회	6.23회
	매출채권회전율	5.84회	8.87회	6.34회	10.05회	4.88회
수익성	매출액 총이익률	54.88%	53.89%	43.40%	55.70%	45.17%
	매출액 경상이익률	6.79%	12.70%	2.21%	10.63%	10.76%
	매출액 순이익률	4.66%	13.72%	2.70%	8.05%	9.01%
	총자본 경상이익률	9.74%	25.26%	2.70%	12.66%	10.64%
	자기자본 순이익률	15.76%	49.65%	6.51%	15.68%	17.73%
안정성	부채비율	118.95%	52.92%	81.18%	62.19%	115.78%
	차입금의존도	29.25%	10.92%	27.70%	17.32%	37.62%
	유동비율	119.88%	184.89%	140.56%	121.51%	147.44%
	당좌비율	90.47%	120.99%	95.05%	81.79%	109.34%

### 나. 재무비율 변동요인

#### (1) 성장성 및 수익성

구분	재무비율	10연도	11연도	12연도		13연도 상반기
				회사	업종평균	
성장성	매출액 증가율	14.37%	44.44%	-15.22%	9.96%	-15.05%
	총자산 증가율	-0.98%	8.02%	22.07%	8.72%	28.56%
	경상이익 증가율	198.62%	148.85%	-85.27%	4.84%	314.17%
	당기순이익 증가율	541.41%	360.29%	-83.30%	4.12%	183.20%
수익성	매출액 총이익률	54.88%	53.89%	43.40%	55.70%	45.17%
	매출액 경상이익률	6.79%	12.70%	2.21%	10.63%	10.76%
	매출액 순이익률	4.66%	13.72%	2.70%	8.05%	9.01%
	총자본 경상이익률	9.74%	25.26%	2.70%	12.66%	10.64%
	자기자본 순이익률	15.76%	49.65%	6.51%	15.68%	17.73%

당사는 2010년 20,801백만원에서 2011년 30,044백만원의 매출을 기록하며 전년 동기대비 44%의 성장을 기록하였습니다. 이는 당사의 제품인 리체나 이지스피드 헤어칼라의 홈쇼핑 매출 급증에 기인한 것으로 최근 3년간 가장 높은 매출을 기록하게 되었습니다. 매출의 고성장과 더불어 2011년 3월 31일 관계사 지분 전체를 제3자에게 양도함으로써 과거 수익성 저하를 가져온 관계사 지분법 손실(2010년 1,586백만원)이 사라짐에 따라 수익성 지표가 2010년 대비 많은 개선이 있었습니다. 2012년의 경우 CJ오쇼핑에서 홈쇼핑 TV방송 수수료를 인상하면서 홈쇼핑 방송수수료 상승의 부담으로 당사가 홈쇼핑 TV 방송을 줄이면서 매출액은 25,471백만원으로 전년대비 약 15% 감소한 것으로 나타났으며 매출의 감소와 더불어 판관비 등이 상승하면서 동사의 경상이익 및 당기순이익도 대폭 감소하였습니다.

[ 홈쇼핑 매출액 및 판매수수료 추이 ]

(단위 : 백만원)

구분	2010년	2011년	2012년	2013년 상반기
홈쇼핑 매출액	9,045	15,843	9,044	2,939
판매수수료 (비중)	4,289 (47.42%)	7,222 (45.58%)	5,054 (55.8%)	1,455 (49.51%)

하지만 2013년에 들어서서 당사는 홈쇼핑 TV방송을 NS홈쇼핑으로 변경하여 정액제와 정율제 결합의 방식으로 수수료를 조정하여 판매수수료율이 하락하여 동사의 경상이익 및 당기순이익이 상승추세로 전환하였습니다. 당사는 현재 제품다각화 및 홈쇼핑 TV방송채널 다각화를 추진하고자 CJ오쇼핑, GS홈쇼핑 등 주요 홈쇼핑업체와 TV 방송을 협의 중에 있으며 향후 방송을 통한 홈쇼핑 매출을 확대하여 매출 성장 및 수익 개선의 목표를 실현할 것입니다.

(2)활동성

재 무 비 율	10연도	11연도	12연도		13연도 상반기
			회사	업종평균	
총자본 회전을	1.43회	1.99회	1.46회	1.19회	0.99회
재고자산 회전을	11.44회	10.41회	7.76회	10.85회	6.23회
매출채권회전을	5.84회	8.87회	6.34회	10.05회	4.88회

당사의 총자본 회전을 2010년 1.43회, 2011년 1.99회, 2012년 1.46회를 시현하고 있습니다. 이는 업종 평균치보다 높은 총자본 회전율로 당사의 투자자본 대비 매출 창출이 활발함을 의미합니다. 2011년 설립 이래 가장 높은 매출을 기록함으로써 총자본 회전을 및 재고자산 회전을, 매출채권 회전을 모두 높은 수치를 기록하였습니다. 이에 따라 1.99회의 동종 업체대비 높은 활동성을 보여주었으며 2012년 매출의 감소로 전년대비 활동성이 감소하였으나 1.46회로 타 업체에 비하여 높은 활동성을 기록하였습니다.

당사는 규모주문에 의한 단가하락 효과 등 사업의 특성상 일정한 재고자산을 비축하여 생산 활동을 영위하고 있습니다. 그럼에도 불구하고 재고자산 회전율이 높다는 것은 재고자산의 진부화, 부실 등에 따른 문제 발생 가능성이 낮고 경영활동이 활발하게 이루어지고 있음을 의미합니다.

비록 최근 3년 동사의 매출채권이 증가하고 채권회전율이 하락세를 나타내고 있지만 동사의 주요 거래처는 NS홈쇼핑 등 대형 홈쇼핑업체와 토니모리 등 브랜드샵, 롯데, 이마트 등의 마트, 그리고 제약, 잡화, 대리점 등에 납품하는 벤더업체이므로 매출채권의 회수에는 문제가 없다고 판단됩니다.

### (3)안전성

재 무 비 율	10연도	11연도	12연도		13연도 상반기
			회사	업종평균	
부채비율	118.95%	52.92%	81.18%	62.19%	115.78%
차입금의존도	29.25%	10.92%	27.70%	17.32%	37.62%
유동비율	119.88%	184.89%	140.56%	121.51%	147.44%
당좌비율	90.47%	120.99%	95.05%	81.79%	109.34%

2012년 동사의 부채비율은 81.18%, 차입금의존도는 27.70%로 전년대비 상승하여 2012년 산업평균에 비해 다소 높은 수준으로 나타났지만 여전히 양호한 수준이라고 판단됩니다. 당사 제품의 매출 확대에 인하여 공장 증축의 필요성을 느꼈으며 공장 증축공사를 진행하면서 최근까지 은행차입이 증가하여 부채비율과 차입금의존도가 최근 상승세를 이어온 것으로 분석됩니다.

2011년 수익성의 개선(2010년 당기순이익 895백만원 → 2011년 당기순이익 4,122백만원) 및 차입금의 상환(2010년 4,111백만원 → 2011년 1,714백만원)에 의해 유동비율 및 당좌비율이 각 184.89%와 120.99%로 상승하여 산업평균대비 높은 비율을 기록하였습니다. 2012년 공장증축으로 인한 단기차입금의 증가에 따라 유동비율과 당좌비율이 일시적으로 하락했지만 2013년에 들어서 다시 상승세로 전환하여 2013년 반기기준 각각 147.44%, 109.34%를 기록하고 있습니다. 이는 산업평균에 비하여 높은 수치로 단기적인 지급여력에 대한 문제발생 가능성이 낮을 것으로 판단되며 동종업계에 비해 안정적인 관리가 이루어졌다고 판단됩니다.

## 8. 우발채무 등

### 가. 중요한 소송사건 등

#### 1) 소송사건

최근 5사업연도에 당사가 원고로 종료된 소송사건이 2건 있으며 해당 소송사건은 물품대금의 지급에 관한 소송으로 현재 원활하게 종결되었으므로 향후 동사의 영업 및 재무에 미치는 영향이 미미하다고 판단됩니다.

- 2010년 소송사건

소송당사자	원고 : (주)세화피앤씨 (채권자) 피고 : 송재식 (채무자)
소송내용	▪ 물품대금의 지급 청구
소송가액	3,797,832원
진행상황	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 청주지방법원 진천군법원 2010차507 :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 접수 (10.10.18) (청구금액: 6,251,626)</li> <li>- 종국 : 지급명령 (10.10.20)</li> <li>- 채무자 송재식 이의신청 (10.10.22)</li> <li>- (주)세화피앤씨 청구취지감축 신청 제출 (10.11.15)</li> </ul> </li> <li>▪ 청주지방법원 진천군법원 2010가소4186 :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 접수 (10.11.15)</li> <li>- 소취하서 제출 (11.01.25)</li> </ul> </li> </ul>
영업 및 재무에 미치는 영향	▪ 제품 환수 및 대금을 지급 받았으므로 당사의 향후 영업 및 재무에 미치는 영향이 없음

- 2008년 소송사건

소송당사자	원고 : (주)세화피앤씨 (채권자) 피고 : 구자민(채무자)
소송내용	▪ 물품대금의 지급 청구
소송가액	36,710,000원
진행상황	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 청주지방법원 진천군법원 2008차269 :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 소장접수 (08.05.29)</li> <li>- 지급명령 (08.07.04)</li> <li>- 채권자 (주)세화피앤씨 소제기신청서 제출 (08.07.24)</li> </ul> </li> <li>▪ 청주지방법원 2008가단23064 :               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 접수 (08.07.28)</li> <li>- 종국: 원고승 (08.09.26)</li> </ul> </li> </ul>
영업 및 재무에 미치는 영향	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 당사가 승소하였으나 채무자가 보유중인 재산이 없으므로 대금을 회수하지 못하였으며 2010년도에 대손 처리하였음</li> <li>▪ 당사의 향후 영업 및 재무에 미치는 영향이 없음</li> </ul>

2) 중재사건

당사자	신청인 : (주)세화피앤씨, 이훈구 피신청인 : 최지호
중재내용	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 신청자들과 피신청자들 사이에 체결된 주식매매계약의 유효함</li> <li>▪ 피신청인이 Sewha Do Brasil Cosméticos LTDA 외 2사 주식의 소유자임을 확인함</li> </ul>
중재기구	대한상사중재원
중재결과	1) 주식매매계약이 유효하다는 점에 대한 확인을 구하는 신청은 확인의 이익이 없어 각하함

	2) 피신청인이 브라질 법인 Sewha Do Brasil Cosmetics Ltda 외 2사 주식의 소유자임을 확인함
영업 및 재무에 미치는 영향	▪ 브라질 법인 관련 채권 등은 해당 회계기간 중 대손 처리하였으므로 향후 동사의 영업 및 재무에 미치는 영향은 미미하다고 판단됨.

주) 주식양수도 내역

양도자	양수자	대상법인	대상주식수	액면가	양도가액
(주)세화피앤씨	최지호	Sewha Do Brasil Cosmetics Ltda	731,944,371주	R\$0.01	1USD
		Sewha Magic Story Salon de Beleza E Centro Tecnico Ltda	388,200주	R\$1.00	1USD
		Sewha Magic Story Franchising Ltda	130,000주	R\$1.00	1USD
이훈구	최지호	Sewha Do Brasil Cosmetics Ltda	1,000,000주	R\$0.01	1USD
		Sewha Magic Story Salon de Beleza E Centro Tecnico Ltda	297,150주	R\$1.00	1USD
		Sewha Magic Story Franchising Ltda	8,000주	R\$1.00	1USD

#### 나. 견질 또는 담보용 어음·수표 현황

해당사항 없습니다.

#### 다. 경영상의 주요계약

계약명	계약상대방	계약시기	계약의 목적	계약상의 주요내용
OEM	아모레퍼시픽	2013.07	OEM/ODM 생산	염모제
	LG생활건강	2013.06	OEM/ODM 생산	염모제
	풀무원생활건강	2011	OEM/ODM 생산	화장품 (샴푸, 컨디셔너, 바디클렌저 외)
	더페이스샵	2011	OEM/ODM 생산	염모제
	토니모리	2010	OEM/ODM 생산	염모제 외 화장품
	스킨푸드	2012.08	OEM/ODM 생산	염모제
	우리들계약	2013.06	OEM/ODM 생산	화장품 및 의약외품
	소망화장품	2009	OEM/ODM 생산	염모제
	에네스티	2011	OEM/ODM 생산	염모제 및 화장품
마트	이마트	2013.03	오프라인/온라인 매장판매	염모제 외 화장품
	롯데마트	2013.04	오프라인/온라인 매장판매	염모제 외 화장품
	하나로마트	2012.01	오프라인/온라인 매장판매	염모제 외 화장품
	홈플러스몰	2012.01	오프라인/온라인 매장판매	염모제 외 화장품
홈쇼핑	리우엔컴	2013.03	홈쇼핑 TV/카다로그 판매	염모제 외 화장품

## 라. 할인어음(배서어음 포함)

해당사항 없습니다.

## 마. 관련 법률 등과 관련된 우발채무

해당사항 없습니다.

## 바. 노동쟁의 발생 유·무

해당사항 없습니다.

## 사. 기타의 우발채무 등

### 1) 주요 약정사항

2013년 6월 30일 현재 회사가 금융기관 등과 체결하고 있는 주요 약정사항은 다음과 같습니다.

(단위: 천원, USD)

구분	금융기관	약정금액
기업구매카드	하나은행	3,000,000
원화대출	하나은행	1,000,000
원화대출	중소기업은행	800,000
원화대출	중소기업은행	700,000
원화대출	중소기업은행	1,000,000
원화대출	중소기업은행	3,000,000
매입외환	중소기업은행	21,419
외화대출	한국수출입은행	USD 3,000,000

### 2) 지급보증

회사는 하나은행으로부터의 일반자금 차입과 관련하여 기술신용보증기금으로부터 지급보증(1,800백만원)을 제공받고 있습니다.

### 3) 보증보험

회사는 홈쇼핑 판매와 관련하여 서울보증보험에 이행지급보증보험(보험가입금액: 100백만원)을 가입하고 있습니다.

## VI. 감사인, 감사의견 및 세무조사등에 관한 사항

### 1. 감사인(공인회계사)의 감사의견 등

사업연도	감사법인	감사의견	수정사항 및 그 영향	채택 회계기준	특기사항
2013년 반기 (제38기 반기)	대주회계법인	적정 (검토의견)	-	K-IFRS	-
2012년(제37기)	삼일회계법인	적정	-	K-IFRS	-
2011년(제36기)	삼일회계법인	적정	-	K-IFRS	-
2010년(제35기)	삼일회계법인	적정	-	K-GAAP	-

### 2. 연결재무제표에 대한 감사인 및 감사의견 등

해당사항 없습니다.

### 3. 감사인의 주식 등 보유 현황

#### 가. 주식 등의 보유 현황

해당사항 없습니다.

#### 나. 감사보고서(제37기)에 관한 사항

구 분	일 자	비 고
1. 외부감사인 선임을 위한 주총 결의	-	
2. 감사보고서 발행	2013년 3월 28일	
3. 외부감사인의 감사보고서 제출	2013년 3월 28일	
4. 정기주주총회 개최	2013년 3월 29일	
5. 증권선물위원회 및 공인회계사회 제출 ○당사에 대한 감사보고서 ○연결재무제표에 대한 감사보고서 ○결합재무제표에 대한 감사보고서	2013년 4월 10일 - -	

#### 4. 감사인(공인회계사)과의 거래내용 및 기타 관계 여부

사업연도	업체명	거래내용	지급금액(원)	관계
제35기(2010년)	삼일회계법인	외부감사	36,000,000	-
		IFRS 자문용역	45,000,000	-
제36기(2011년)	삼일회계법인	반기검토	39,000,000	-
		내부회계제도	23,000,000	-
		외부감사	31,000,000	-
제37기(2012년)	삼일회계법인	외부감사	34,000,000	-
		프랜차이즈 컨설팅	100,000,000	-
제38기(2013년)	대주회계법인	주식가치평가 용역	3,000,000	-
		외부감사	20,000,000	-

#### 5. 회계처리 위반조치 여부

해당사항 없습니다.

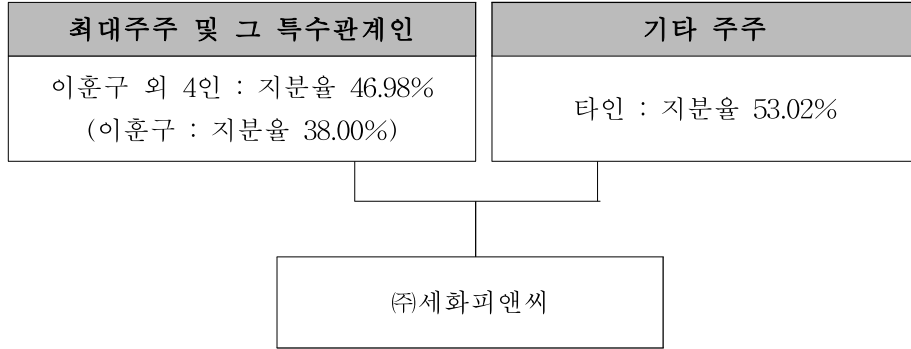
#### 6. 세무조사등

당사는 최근 5년동안 세무조사를 받은 사실이 없습니다.

## Ⅶ. 지배구조 및 이해관계자 등과의 거래내용

### 1. 지배구조의 개요

#### 가. 소유구조



#### 나. 이사회 제도에 관한 사항

##### (1) 이사회 운영규정의 주요내용

당사는 이사회규정에서 이사회 의 권한사항, 결의방법, 부의사항 등을 다음과 같이 규정하고 있습니다.

구분	내용
제3조(권한)	① 이사회는 법령 또는 정관에 정하여진 사항, 주주총회로부터 위임받은 사항, 회사경영의 기본방침 및 업무집행에 관한 중요사항을 의결한다. ② 이사회는 이사의 직무의 집행을 감독한다.
제9조(결의방법)	① 이사회 의 결의는 이사 과반수의 출석과 출석이사 과반수로 한다. ② 이사회는 이사의 전부 또는 일부가 직접 회의에 출석하지 아니하고 모든 이사가 동영상 및 음성을 동시에 송·수신하는 통신수단에 의하여 결의에 참가하는 것을 허용할 수 있으며, 이 경우 당해 이사는 이사회에 직접 출석한 것으로 본다. ③ 이사회 의 결의에 관하여 특별한 이해관계가 있는 이사는 의결권을 행사하지 못한다. ④ 제3항의 규정에 의하여 의결권을 행사할 수 없는 이사의 수는 출석한 이사의 수에 산입하지 아니한다.
제10조(부의사항)	① 이사회에 부의할 사항은 다음과 같다. 1. 주주총회에 관한 사항 (1) 주주총회의 소집 (1)-2 전자적 방법에 의한 의결권의 행사허용 (2) 영업보고서의 승인 (3) 재무제표의 승인

<ul style="list-style-type: none"> <li>(4) 정관의 변경</li> <li>(5) 자본의 감소</li> <li>(6) 회사의 해산, 합병, 분할합병, 회사의 계속</li> <li>(7) 주식의 소각</li> <li>(8) 회사의 영업 전부 또는 중요한 일부의 양도 및 다른 회사의 영업 전부의 양수</li> <li>(9) 영업 전부의 임대 또는 경영위임, 타인과 영업의 손익 전부를 같이하는 계약, 기타 이에 준할 계약의 체결이나 변경 또는 해약</li> <li>(10) 이사, 감사의 선임 및 해임</li> <li>(11) 주식의 액면미달발행</li> <li>(12) 이사의 회사에 대한 책임의 면제</li> <li>(13) 주식배당 결정</li> <li>(14) 주식매수선택권의 부여</li> <li>(15) 이사·감사의 보수</li> <li>(16) 회사의 최대주주(그의 특수관계인을 포함함) 및 특수관계인과의 거래의 승인 및 주주총회에의 보고</li> <li>(17) 기타 주주총회에 부의할 의안</li> </ul> <p>2. 경영에 관한 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 회사경영의 기본방침의 결정 및 변경</li> <li>(2) 신규사업 또는 신제품의 개발</li> <li>(3) 자금계획 및 예산운용</li> <li>(4) 대표이사의 선임 및 해임</li> <li>(5) 회장, 사장, 부사장, 전무이사, 상무이사의 선임 및 해임</li> <li>(6) 공동대표의 결정</li> <li>(7) 이사회 내 위원회의 설치, 운영 및 폐지</li> <li>(8) 이사회 내 위원회의 선임 및 해임</li> <li>(9) 이사회 내 위원회의 결의사항에 대한 재결의.</li> <li>(10) 이사의 전문가 조력의 결정</li> <li>(11) 지배인의 선임 및 해임</li> <li>(12) 직원의 채용계획 및 훈련의 기본방침</li> <li>(13) 급여체계, 상여 및 후생제도</li> <li>(14) 노조정책에 관한 중요사항</li> <li>(15) 기본조직의 제정 및 개폐</li> <li>(16) 중요한 사규, 사칙의 규정 및 개폐</li> <li>(17) 지점, 공장, 사무소, 사업장의 설치·이전 또는 폐지</li> <li>(18) 간이합병, 간이분할합병, 소규모합병 및 소규모분할합병의 결정</li> <li>(19) 흡수합병 또는 신설합병의 보고</li> </ul> <p>3. 재무에 관한 사항</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>(1) 투자에 관한 사항</li> <li>(2) 중요한 계약의 체결</li> <li>(3) 중요한 재산의 취득 및 처분</li> <li>(4) 결손의 처분</li> <li>(5) 중요시설의 신설 및 개폐</li> <li>(6) 신주의 발행</li> </ul>
---

	<p>(7) 사채의 모집</p> <p>(8) 준비금의 자본전입</p> <p>(9) 전환사채의 발행</p> <p>(10) 신주인수권부사채의 발행</p> <p>(11) 다액의 자금도입 및 보증행위</p> <p>(12) 중요한 재산에 대한 저당권, 질권의 설정</p> <p>4. 이사에 관한 사항</p> <p>(1) 이사와 회사 간 거래의 승인</p> <p>(2) 타회사의 임원 겸임</p> <p>5. 기 타</p> <p>(1) 중요한 소송의 제기</p> <p>(2) 주식매수선택권 부여의 취소</p> <p>(3) 기타 법령 또는 정관에 정하여진 사항, 주주총회에서 위임받은 사항 및 대표 이사가 필요하다고 인정하는 사항</p> <p>② 이사회에 보고할 사항은 다음과 같다.</p> <p>1. 이사회 내 위원회에 위임한 사항의 처리결과</p> <p>2. 이사가 법령 또는 정관에 위반한 행위를 하거나 그 행위를 할 염려가 있다고 감사가 인정한 사항</p> <p>3. 기타 경영상 중요한 업무집행에 관한 사항</p>
--	--

(2) 이사회 의 주요활동내역

개최일자	의 안 내 용	가결 여부	비고
2011.02.28	제35기 정기주주총회 소집의건	가결	
2011.03.03	현지법인 투자의 건	가결	
2011.03.14	현지법인 매각의 건	가결	
2011.05.18	매담대 신규 한도 설정의 건	가결	
2011.07.25	임시주주총회 개최의 건	가결	
2011.08.03	직원 대출담보 제공의 건	가결	
2011.11.14	제1호의안: 감사직무규정 승인의 건 제2호의안: 주총운영규정 승인의 건	가결	
2012.03.05	1. 제36기 재무제표 승인의 건 2. 제36기 정기주주총회 개최의 건 3. 이사보수 한도 승인의 건 4. 감사보수 한도 승인의 건	가결	
2012.03.30	대표이사 보선의 건	가결	
2012.04.23	기업은행 자금차입의 건	가결	
2012.05.30	하나은행 자금차입의 건	가결	
2012.07.31	기체에 관한 건	가결	
2002.09.07	하나은행 자금차입의 건	가결	
2012.11.25	직원 대출담보 제공의 건	가결	

2013.01.07	국민은행 자금차입의 건	가결	
2013.01.16	하나은행 자금차입의 건	가결	
2013.02.04	대여금 지급 승인의 건	가결	
2013.03.15	제37기 정기주주총회 소집에 관한 건	가결	
3012.08.08	코넥스 상장 승인의 건	가결	

(3) 이사회에서의 사외이사의 주요활동내역

개최일자	의안내용	사외이사 참석인원	비 고
2012.03.30	대표이사 보선의 건	1명중 1명	가결
2012.04.23	기업은행 자금차입의 건	1명중 1명	가결
2012.05.30	하나은행 자금차입의 건	1명중 1명	가결
2012.07.31	기체에 관한 건	1명중 1명	가결
2002.09.07	하나은행 자금차입의 건	1명중 1명	가결
2012.11.25	직원 대출담보 제공의 건	1명중 1명	가결
2013.01.07	국민은행 자금차입의 건	1명중 1명	가결
2013.01.16	하나은행자금 차입의 건	1명중 1명	가결
2013.02.04	대여금 지급 승인의 건	1명중 1명	가결
2013.03.15	제37기 정기주주총회 소집에 관한 건	1명중 1명	가결
2013.08.08	코넥스 상장 승인의 건	1명중 1명	가결

다. 감사제도에 관한 사항

(1) 감사기구 관련 사항

(가) 감사위원회(감사) 설치여부, 구성방법 등

당사는 보고서 제출일 현재 감사위원회를 별도로 설치하고 있지 않으며, 주주총회 결의에 의하여 선임된 비상근감사 1명이 감사업무를 수행하고 있습니다.

(나) 감사위원회(감사)의 감사업무에 필요한 경영정보접근을 위한 내부장치 마련 여부

당사는 감사의 감사업무에 필요한 경영정보 접근을 위하여 감사규정을 제정하였으며, 동 감사 직무규정 및 정관상에서 감사가 감사업무 수행 필요에 따라 다음의 권한을 행사할 수 있다고 규정되어 있습니다.

구분	내용
정관	<b>제47조(감사의 직무 등)</b> ① 감사는 회사의 회계와 업무를 감사한다. ② 감사는 회의의 목적사항과 소집의 이유를 기재한 서면을 이사회에 제출하여

	<p>임시주주총회의 소집을 청구할 수 있다.</p> <p>③ 감사는 그 직무를 수행하기 위하여 필요한 때에는 자회사에 대하여 영업의 보고를 요구할 수 있다. 이 경우 자회사가 지체 없이 보고를 하지 아니할 때 또는 그 보고의 내용을 확인할 필요가 있는 때에는 자회사의 업무와 재산상태를 조사할 수 있다.</p> <p>④ 감사에 대해서는 제35조 제3항 및 제36조의2의 규정을 준용한다.</p> <p>⑤ 감사는 회사의 비용으로 전문가의 도움을 구할 수 있다.</p> <p>⑥ 감사는 필요하면 회의의 목적사항과 소집이유를 적은 서면을 이사(소집권자가 있는 경우에는 소집권자)에게 제출하여 이사회 소집을 청구할 수 있다.</p> <p>⑦ 제6항의 청구를 하였는데도 이사가 지체 없이 이사회를 소집하지 아니하면 그 청구한 감사가 이사회를 소집할 수 있다.</p>
<p>감사 직무규정</p>	<p><b>제5조(독립성과 객관성의 원칙)</b></p> <p>① 감사는 이사회 및 집행기관과 타 부서로부터 독립된 위치에서 감사 직무를 수행하여야 한다.</p> <p>② 감사는 감사 직무를 수행함에 있어 객관성을 유지하여야 한다.</p> <p><b>제6조(직무)</b></p> <p>① 감사는 이사의 직무의 집행을 감사한다.</p> <p>② 감사는 다음 각 호의 직무를 수행한다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 감사계획의 수립, 집행, 결과평가, 보고 및 사후조치</li> <li>2. 회사 내 내부통제제도의 적정성을 유지하기 위한 개선점 모색</li> <li>3. 내부회계관리제도의 설계 및 운영 실태에 대한 평가 및 보고</li> <li>4. 외부감사인의 선임 및 감사업무 수행에 관한 사항</li> <li>5. 외부감사인의 감사활동에 대한 평가</li> <li>6. 감사결과 지적사항에 대한 조치내용 확인</li> <li>7. 관계법령 또는 정관에서 정한 사항의 처리</li> <li>8. 회계부정에 대한 내부신고·고지가 있을 경우 그에 대한 사실과 조치내용 확인 및 신고·고지자의 신분 등에 관한 비밀유지 확인</li> <li>9. 감사가 필요하다고 인정하는 사항에 대한 감사</li> </ol> <p><b>제7조(권한)</b></p> <p>① 감사는 다음 각 호의 권한을 행사할 수 있다.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 이사 등에 대한 영업의 보고 요구 및 회사의 업무·재산상태 조사</li> <li>2. 자회사에 대한 영업보고 요구 및 업무와 재산상태에 관한 조사</li> <li>3. 임시주주총회의 소집 청구</li> <li>4. 이사회에 출석 및 의견 진술</li> <li>5. 이사회 소집청구 및 소집</li> <li>6. 회사의 비용으로 전문가의 조력을 받을 권한</li> <li>7. 감사의 해임에 관한 의견진술</li> <li>8. 이사의 보고 수령</li> <li>9. 이사의 위법행위에 대한 유지청구</li> <li>10. 주주총회 결의 취소의 소 등 각종 소의 제기</li> </ol>

	<p>11. 이사·회사간 소송에서의 회사 대표</p> <p>② 감사는 다음 각 호의 사항을 요구할 수 있으며, 그 요구를 받은 자는 특별한 사유가 없는 한 이에 응하여야 한다.</p> <p>1. 회사내 모든 정보에 대한 사항</p> <p>2. 관계자의 출석 및 답변</p> <p>3. 창고, 금고, 장부 및 관계서류, 증빙, 물품 등에 관한 사항</p> <p>4. 기타 감사업무수행에 필요한 사항의 요구</p> <p>③ 감사는 각 부서의 장에게 임직원의 부정행위가 있거나 중대한 과실이 있을 때 지체 없이 보고토록 요구할 수 있다.</p> <p>④ 전항의 경우 감사는 지체 없이 감사요원을 투입하여 특별감사에 착수하여야 한다.</p>
--	--

(다) 감사위원회(감사)의 인적사항

성 명	주요 경력	결격 여부	비 고
윤인병 (48.10.15)	고려대 독어독문학과 졸업 (75.02) -삼성물산 (75.01~83.09) -제일제당 (83.10~97.05) -신동방 (97.06~98.12) -일양약품 (99.01~02.12) -이성화학 (03.01~04.05) -중앙바이오텍 (04.06~06.) -現 (주)세화피앤씨 (07.08~현재)	결격사유 없음	비상근 (선임일 : 2007.08.16)

(2) 감사위원회(감사)의 주요활동내역

개최일자	의안 내용	가결 여부	비고
2011.02.28	제35기 정기주주총회 소집의 건	가결	
2011.03.03	현지법인 투자의 건	가결	
2011.03.14	현지법인 매각의 건	가결	
2011.07.25	임시주총 개최의 건	가결	
2011.11.14	제1호의안: 감사직무규정 승인의 건 제2호의안: 주총운영규정 승인의 건	가결	
2012.02.04	대여금 지급 승인의 건	가결	
2012.03.30	대표이사 보선의 건	가결	
2012.04.23	기업은행 자금차입의 건	가결	
2012.05.30	하나은행 자금차입의 건	가결	
2012.07.31	기체에 관한 건	가결	
2002.09.07	하나은행 자금차입의 건	가결	
2013.01.07	국민은행 자금차입의 건	가결	
2013.01.16	하나은행 자금차입의 건	가결	

2013.03.15	제37기 정기주주총회 소집에 관한 건	가결	
2013.08.08	코넥스 상장 승인의 건	가결	

## 라. 주주의 의결권 행사에 관한 사항

### (1) 집중투표제의 배제여부

당사는 보고서 제출일 현재 정관 제32조제3항에 의거 집중투표제를 채택하고 있지 않습니다.

정관 규정
<b>제32조(이사의 선임)</b> ① 이사는 주주총회에서 선임한다. ② 이사의 선임은 출석한 주주의 의결권의 과반수로 하되 발행주식총수의 4분의 1 이상의 수로 하여야 한다. <b>③ 2인 이상의 이사를 선임하는 경우 「상법」 제382조의2에서 규정하는 집중투표제는 적용하지 아니한다.</b>

### (2) 서면투표제 또는 전자투표제의 채택여부

보고서 제출일 현재, 당사는 서면투표제 또는 전자투표제를 채택하지 않고 있습니다.

### (3) 소수주주권의 행사여부

해당사항 없습니다.

## 마. 임원의 보수현황

(단위 : 백만원)

구분	지급총액	주총승인 금액	1인당 평균 지급액	비고
사내이사	407	1,000	136	등기이사 3명
사외이사	18		18	사외이사 1명
감사	-	100	-	

주) 상기 지급총액 및 1인당 평균지급액은 제37기(2012.01~2012.12)의 급여총액 기준입니다.

## 2. 관계회사 현황

※ 당사는 기존 아래와 같이 3개의 해외법인 관계회사가 있었으나 2011년 3월 해당 해외법인의 보유주식을 매각함으로써 하여 보고서 제출일 현재 관계회사를 보유하고 있지 않습니다.

### 1) SEWHA DO BRASIL COSMETICOS LTDA.

(단위 : 백만원)

회사개황	재무상황							대주주	
	년도	자산총액	자본금	자기자본	매출액	당기순이익	배당	주주명	지분
회사명 : SEWHA DO BRASIL COSMETICOS LTDA. 대표자 : 이훈구 설립일 : 2008.3.17 결산기 : 12월 업종 : 도매및상품중개업 주제품 : 염모제 등 회사와의관계 : 종속회사	09연도	1,291	3,536	804	839	-1,542	-	(주)세화피앤씨	99.81%
	10연도	1,048	4,714	525	568	-1,350	-	(주)세화피앤씨	99.84%

### 2) SEWHA MAGIC STORY SALAO DE BELEZA E CENTRO TECNICO LTDA.

(단위 : 백만원)

회사개황	재무상황							대주주	
	년도	자산총액	자본금	자기자본	매출액	당기순이익	배당	주주명	지분
회사명 : SEWHA MAGIC STORY SALAO DE BELEZA E CENTRO TECNICO LTDA. 대표자 ; 이훈구 설립일 : 2009.5.19 결산기 : 12월 업종 : 서비스업 주제품 : 미용시술 회사와의 관계 : 종속회사	09연도	35	354	-12	53	-296	-	(주)세화피앤씨	59.76%
	10연도	53	470	4	223	-87	-	(주)세화피앤씨 이훈구	57.27% 42.73%

### 3) SEWHA MAGICSTORY FRANCHISING LTDA.

(단위 : 백만원)

회사개황	재무상황							대주주	
	년도	자산총액	자본금	자기자본	매출액	당기순이익	배당	주주명	지분
회사명 : SEWHA MAGICSTORY FRANCHISING LTDA. 대표자 : 이훈구 설립일 : 2010.7.10 결산기 : 12월 업종 : 서비스업 주제품 : 미용실 회사와의 관계 : 종속회사	10연도	21	63	21	-	-40	-	(주)세화피앤씨	91.93%

### 3. 관계회사 임원 현황

당사는 보고서 제출일 현재 관계회사가 없습니다.

### 4. 타법인출자 현황

(단위 : 천원)

대 상 법인명	출자현황(제출일 현재)			배당금 수익			최근 3년간 변동사항		
	보유 수량	지분율	취득 가액	10연도	11연도	12연도	취득 (처분)일	취득 (처분)수량	취득 (처분)가액
대한약품 공업협동조합	-	-	-	-	100	-	2011.12.31 (취득)	10	100
							2012.07.25 (처분)	160	1,600

### 5. 이해관계자 등과의 거래내용

#### 가. 가지급금 · 대여금(증권 대여 포함) 및 가수금 내역

해당사항 없습니다.

#### 나. 담보제공 내역

해당사항 없습니다.

#### 다. 채무보증 내역

해당사항 없습니다.

## 라. 매출 · 매입거래

(단위 : 천원)

구 분	성 명 (법인명)	관계	13연도 상반기	12연도		11연도		10연도	
				금액	내용	금액	내용	금액	내용
매출거래	이훈구	최대주주	275	628	제품매출	271	제품매출	298	제품매출
	이재복	특수관계인	28	57	제품매출	-	-	-	-
	박정환	등기임원	-	1,618	제품매출	200	제품매출	-	-
	이회용	비등기임원	-	55	제품매출	-	-	49	제품매출
	Sewha Do Brasil	종속회사	-	-	-	-	-	34	제품매출
매출채권 잔액	이재복	특수관계인	22	-	-	-	-	-	-
	박정환	등기임원	390	390	제품매출	210	제품매출	-	-
	Sewha Do Brasil	종속회사	-	-	-	-	-	373	제품매출

## 마. 증권 등 매수 또는 매도 내역

해당사항 없습니다.

## 바. 부동산 매매 및 임대차 내역

### (1) 부동산 매매 내역

해당사항 없습니다.

### (2) 부동산 임대차 내역

해당사항 없습니다.

## 사. 차입금 내역

해당사항 없습니다.

## 6. 기타 투자자 보호를 위한 내부건제장치의 유무

### 가. 소액주주 보호를 위한 대주주에 대한 내부의 견제장치 및 근거규정

당사는 소액주주 보호를 위해 대주주의 견제장치로서 모든 의사결정을 이사회에서 의결하도록 하며 이사회 규정, 감사 직무규정을 제정하여 운용 중에 있습니다. 또한, 코넥스시장 상장후 대주주의 주요 사항들에 대해서 공시를 철저히 수행함으로써 소액주주들의 권익을 보호할 예정입니다.

### 나. 사외이사제도

당사는 이사회의 기업 경영활동 감시를 위하여 사외이사를 선임하고 있습니다.

성명	주요경력	최대주주등과의 이해관계	결격요건 여부	비고
배성렬 (65.10.26)	서울대 법과대학 졸업 대한상사중재원 대한변협 환경과 에너지분과위원회 법무법인 청진 대표변호사	해당사항 없음	결격요건 없음	비상근 (선임일: 2011.8.11)

### 다. 집중투표제 현황

당사는 정관 제32조 ③항에 의거 상법 제382조 2에 규정하는 집중투표제를 배제하고 있습니다.

전관 규정
<p><b>제32조(이사의 선임)</b></p> <p>① 이사는 주주총회에서 선임한다.</p> <p>② 이사의 선임은 출석한 주주의 의결권의 과반수로 하되 발행주식총수의 4분의 1 이상의 수로 하여야 한다.</p> <p>③ <b>2인 이상의 이사를 선임하는 경우 「상법」 제382조의2에서 규정하는 집중투표제는 적용하지 아니한다.</b></p>

### 라. 관계회사, 대주주 및 그 특수관계인에 대한 거래 및 대여금에 대한 결정방식

당사는 관계회사, 대주주 및 그 특수관계인과 대여금 등 금전거래가 없는 것을 원칙으로 하고 있으며, 내부 규정상 이사와 회사간 거래에 대해서는 이사회 승인을 거치도록 하고 있습니다.

이사회 규정
<p>제10조(부의사항)</p> <p>① 이사회에 부의할 사항은 다음과 같다.</p> <p>.....</p> <p>4. 이사에 관한 사항</p> <p><b>(1) 이사와 회사간 거래의 승인</b></p> <p>(2) 타회사의 임원 겸임</p>

## VIII. 공모·사모(할) 주식에 관한 사항

### 1. 공모·사모(할) 주식의 내용

해당사항 없습니다.

### 2. 초과배정옵션에 관한 사항

해당사항 없습니다.

### 3. 공모·사모에 의한 자금조달 내역(추정)

#### 가. 자금조달금액

해당사항 없습니다.

#### 나. 발행제비용의 내역

해당사항 없습니다.

#### 다. 자금의 사용목적

해당사항 없습니다.

### 4. 공모(사모)가격 산정 방법

해당사항 없습니다.