

FASHION
COMPANY FOR
PLUS SIZE WOMEN

09WOMEN

Disclaimer

본 자료는 주식회사 공구우먼(이하“회사”)에 대해 투자자들의 이해를 돕기 위해 작성 되었습니다..

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

위 “예측정보”는 향후 경영환경의 변화 등에 따라 영향을 받으며, 본질적으로 불확실성을 내포하고 있는 바, 이러한 불확실성으로 인하여 실제 미래 실적은 “예측정보”에 기재되거나 암시된 내용과 중대한 차이가 발생할 수 있습니다.

또한, 향후 전망은 Presentation 실시일 현재를 기준으로 작성된 것이며, 현재 시장상황과 회사의 경영방향 등을 고려한 것으로, 향후 시장환경의 변화와 전략수정 등에 따라 별도의 고지 없이 변경될 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

본 자료의 활용과 관련하여 발생하는 손실에 대하여 회사 및 회사의 임직원들은 과실 및 기타의 경우를 포함하여 그 어떠한 책임도 부담하지 않음을 알려드립니다.

본 문서는 주식의 모집 또는 매출, 매매 및 청약을 위한 권유를 구성하지 아니하며 문서의 그 어느 부분도 관련 계약 및 약정 또는 투자 결정을 위한 기초 또는 근거가 될 수 없음을 알려드립니다.

본 자료는 비영리 목적으로 내용 변경 없이 사용이 가능하고(단, 출처표시 필수), 회사의 사전 승인 없이 내용이 변경된 자료의 무단 배포 및 복제는 법적인 제재를 받을 수 있음을 유념해 주시기 바랍니다.

LIVE WHAT YOU LOVE

TABLE OF CONTENTS

Prologue 플러스 사이즈 패션 시장과 공구우먼

Chapter 01_투자 하이라이트

Chapter 02_재무실적

Chapter 03_성장 모멘텀

Appendix





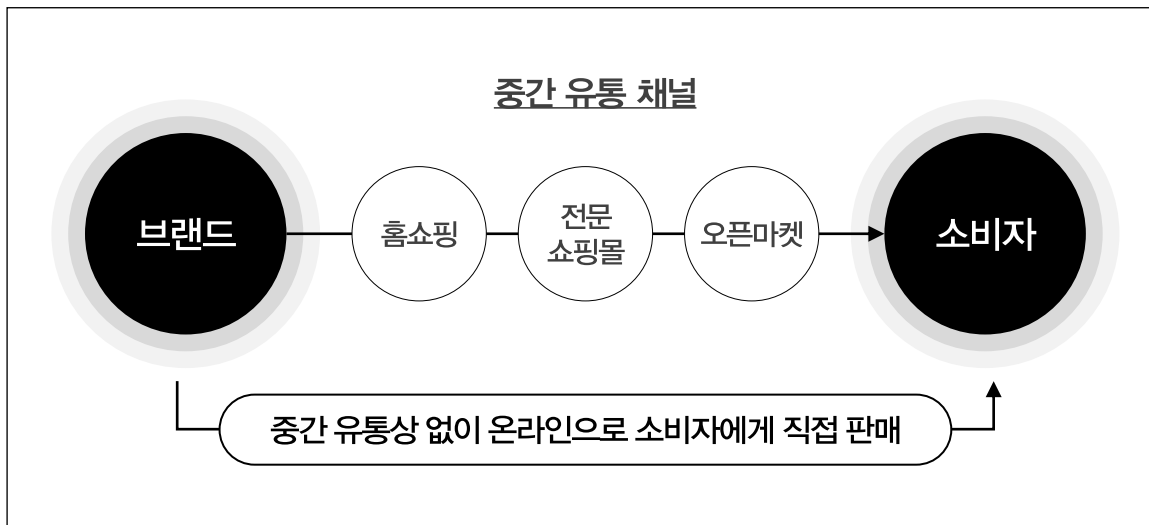
E-Commerce 시장의 새로운 흐름, D2C (Direct to Customer)



전자상거래 형태

소비자와 직접 소통을 통한 브랜드의 차별화된 경험 제공

브랜드 컨셉과 전략이 D2C 성공 요건



소비자 구매 패턴

브랜드 커뮤니케이션을 통한 차별적 경험 기반의 자발적 소비 선택

브랜드에 대한 강력한 팬덤 형성

제조사

유통사

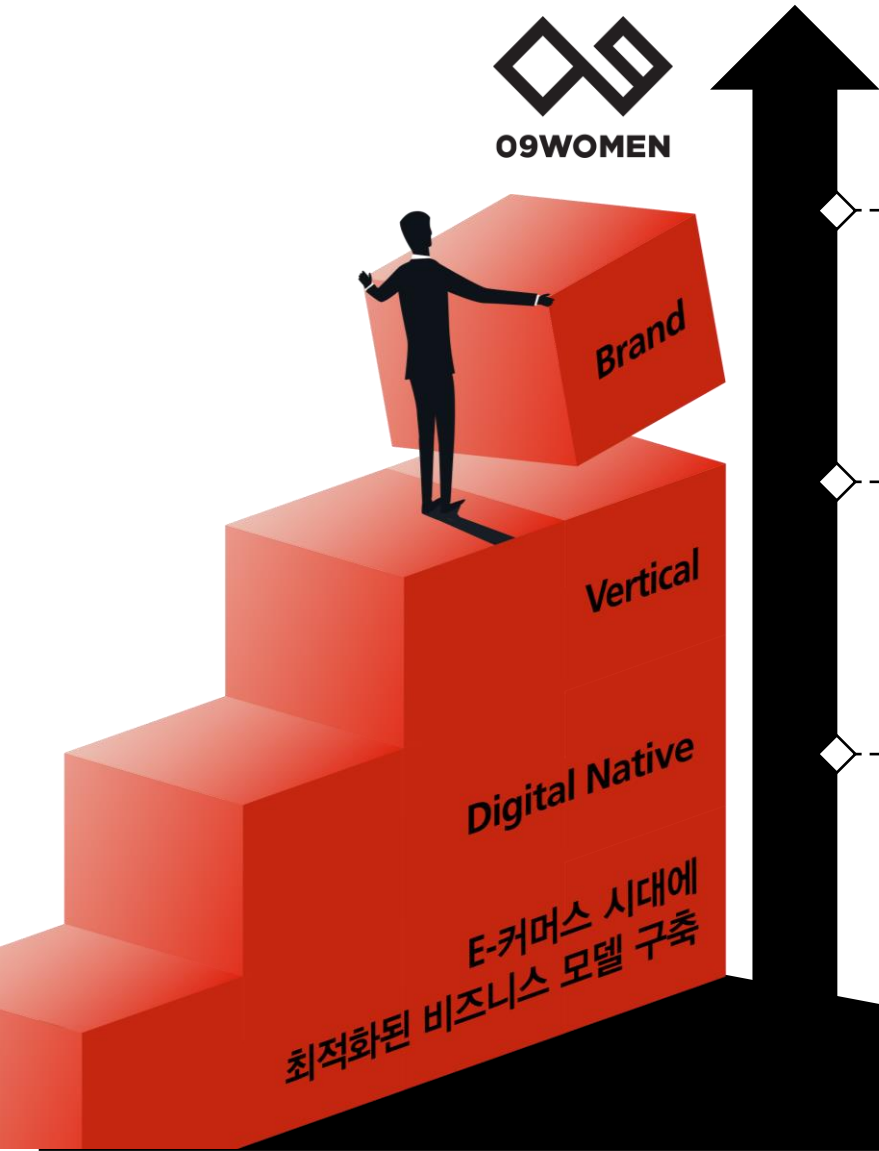
대기업

온라인 커머스

제조사를 포함한 다양한 플레이어들이 D2C 형태의 E-커머스 시장 진출 본격화



플러스 사이즈 여성을 위한 전문 패션 D2C 플랫폼, 공구우먼



01 **2003년 09WOMEN 브랜드 런칭**

모든 여성들이 체형에 구애 받지 않고 자유롭게 원하는 패션 아이템을 선택할 수 있는 브랜드 스토리

02 **플러스 사이즈에 자신감을 더하는 여성 의류**

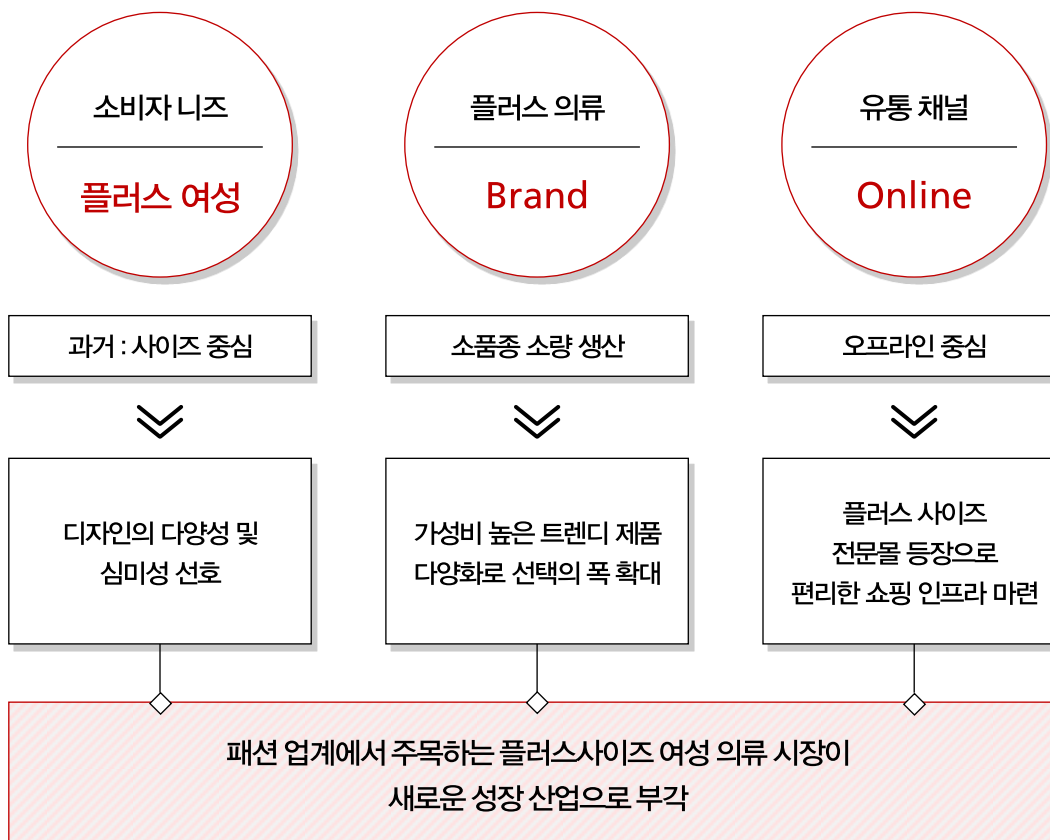
자체 기획한 브랜드 제품을 직접 제조한 후 유통 단계를 최소화 한 가성비 높은 트렌디 제품의 공급 및 빠른 상품 회전

03 **약 50만명의 충성 고객 확보한 자사몰 운영**

자사몰 중심의 이커머스(E-Commerce) 거래를 통해 직접 고객(D2C)에게 판매하는 유통 채널 구축



패션 업계의 새로운 성장 동력, 플러스사이즈 패션 시장



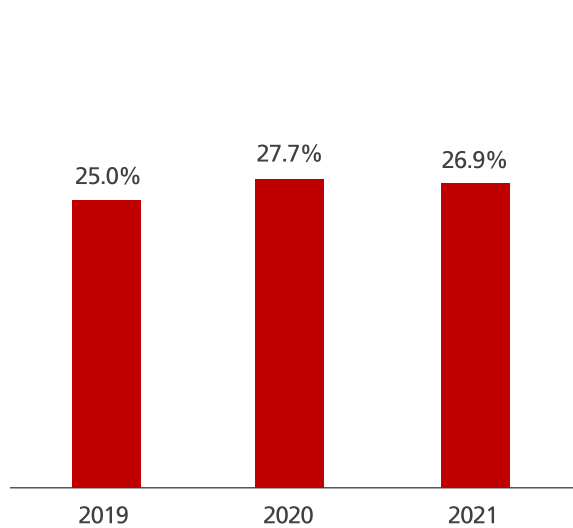


다양한 환경 변화와 함께 국내 플러스사이즈 패션 시장은 성장할 것으로 전망

플러스사이즈 여성 의류 수요 증가

한국 플러스 사이즈 여성 인구 비율 추이

■ 비만을



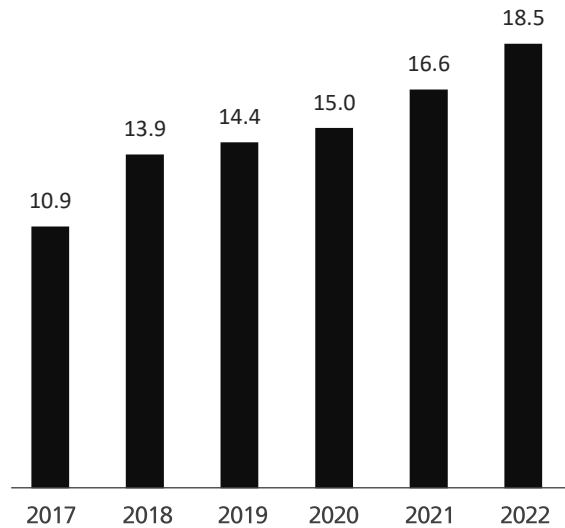
서구화된 식습관 및 생활 패턴 등에 따라 플러스 사이즈 여성 인구 비중 30% 육박

자료 : 국가지표체계

온라인 기반의 커머스 변화

의류 제품 온라인 거래규모 추이

[단위: 조원]

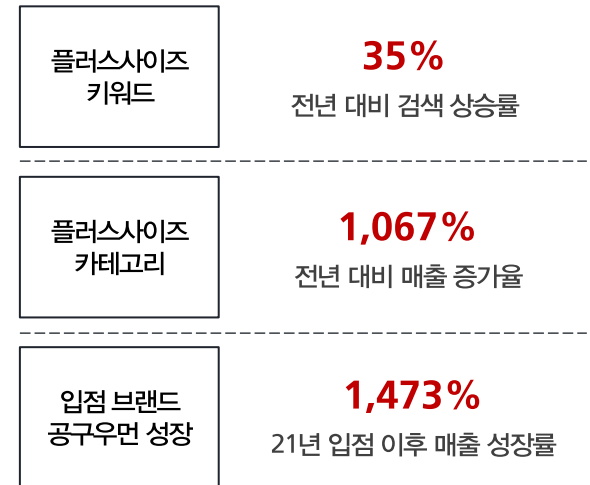


특정 관심사를 가진 소비자 대상의 타겟 마케팅을 통한 최적의 상품 추천

자료 : 통계청

플러스사이즈 시장 성장 본격화


주요 패션 플랫폼 내 플러스사이즈 성장 추이




소비자 관심 증가로 주요 패션 플랫폼 내 플러스사이즈 브랜드 입점 가속화


자료 : 패션플랫폼 A사

글로벌 시장 내 플러스사이즈 패션 시장의 성장 본격화



사회 전반적으로 '자기 몸 긍정주의 (body positive)' 캠페인 확산





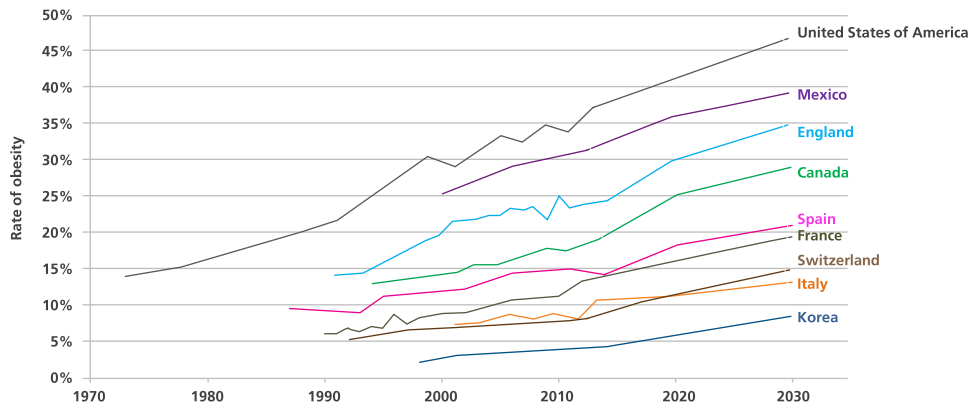

몸무게나 체형 등 획일화된
美的 기준에 맞추지 않고
자신의 있는 그대로를 사랑하자는 의미

자료 : Marie claire 2021. 07월호 '자기 몸 긍정주의'




플러스 사이즈 패션은 단순한 유행을 넘어, 새로운 아름다움을 추구하는 하나의 문화를 형성


OECD 국가 비만율 증가 추이 및 전망



주요 국가별 플러스 사이즈 패션 시장 현황

- 

미국

 - 미국 플러스사이즈 여성 의류 시장 약 90조원 예상
 - 미국 플러스사이즈 대표 브랜드 (TORRID, AVENUE, ASCENA 그룹 등)
- 

중국

 - 플러스사이즈 의류 시장은 가장 높은 성장 잠재력 보유
 - 중국 플러스사이즈 주요 브랜드 (난다오펑, 첸리슈, 메이동타이, 서쯔 등)

미국, 중국 외 다양한 글로벌 지역 내 플러스 사이즈 시장 성장



01

투자 하이라이트

- 01_ 국내 플러스사이즈 패션 No.1 기업
- 02_ 팬덤 기반의 강력한 브랜드 로열티
- 03_ 성공 가능성 높은 브랜드 기획 역량
- 04_ 무한한 성장 견인 온라인 자사몰, 공구우먼
- 05_ D2C 사업에 최적화된 오퍼레이팅 능력

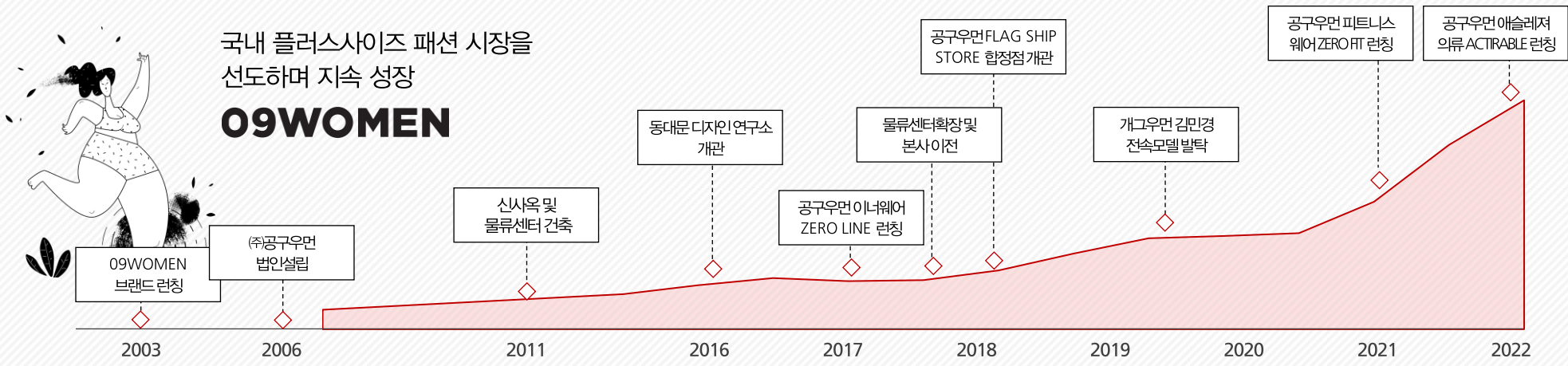
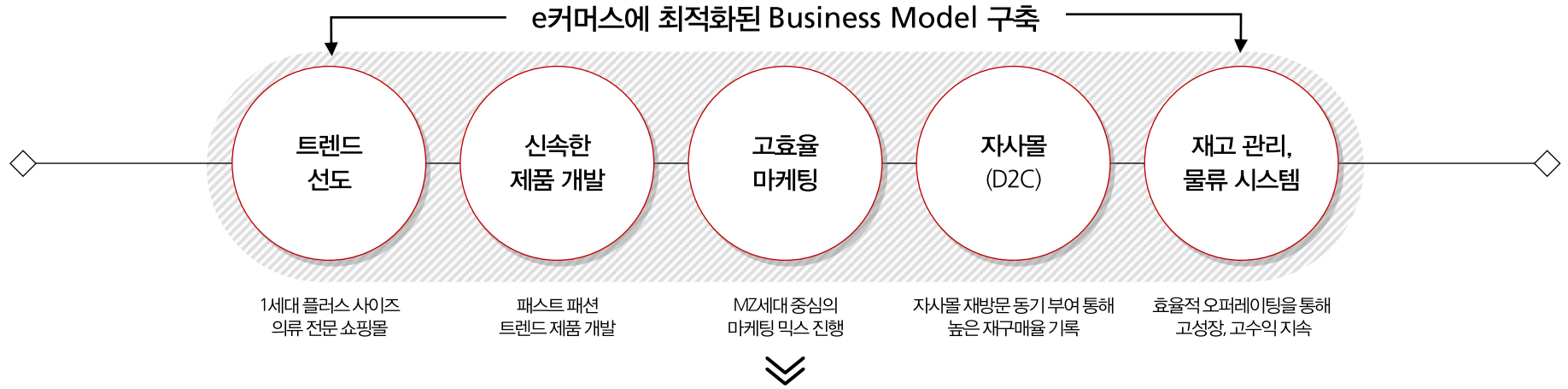
09WOMEN



01. 국내 플러스사이즈 패션 No.1 기업

O9WOMEN

강력한 브랜드 경쟁력을 기반으로 플러스사이즈 여성 패션 업계 독보적 지위 구축





02. 팬덤 기반의 강력한 브랜드 로열티

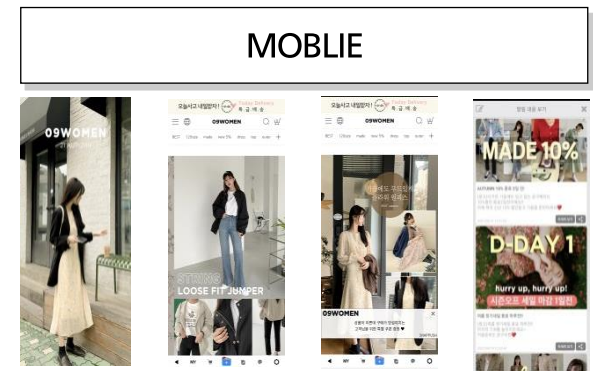
O9WOMEN

강력한 브랜드 팬덤 형성으로 지속적인 유효 고객의 증가

D2C 온라인 쇼핑몰
(09women.com)

런칭 2004년	총 회원수 50만명	App 다운로드 87만건
--------------------	----------------------	-------------------------

주 : 2022년 4분기누적 기준

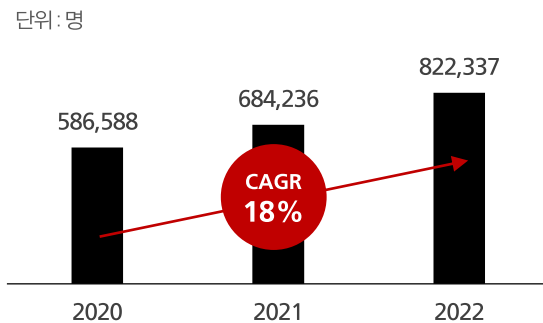


자사몰 유입 고객의 지속적인 증가

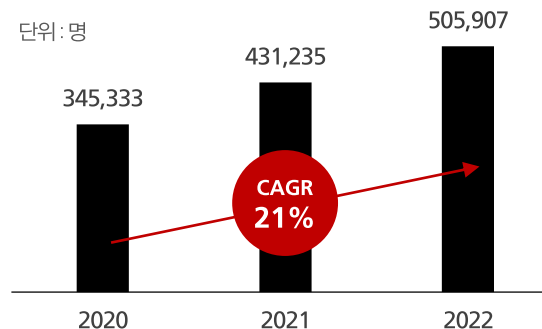
유입 고객의 회원 전환 가속화

고객 만족도 제고로 재구매율 증가

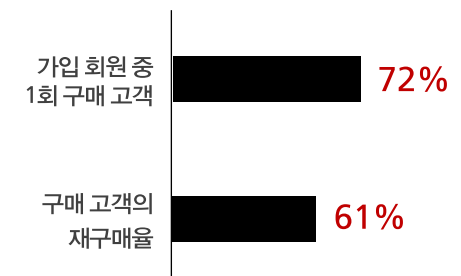
월 평균 방문자 증가



회원 가입 현황 (누적)



고객 재구매율 현황



*1회 구매 고객 : 2020년~2021년 자사몰 접속통계
*재구매율 : 2021년~2022년 자사몰 접속통계



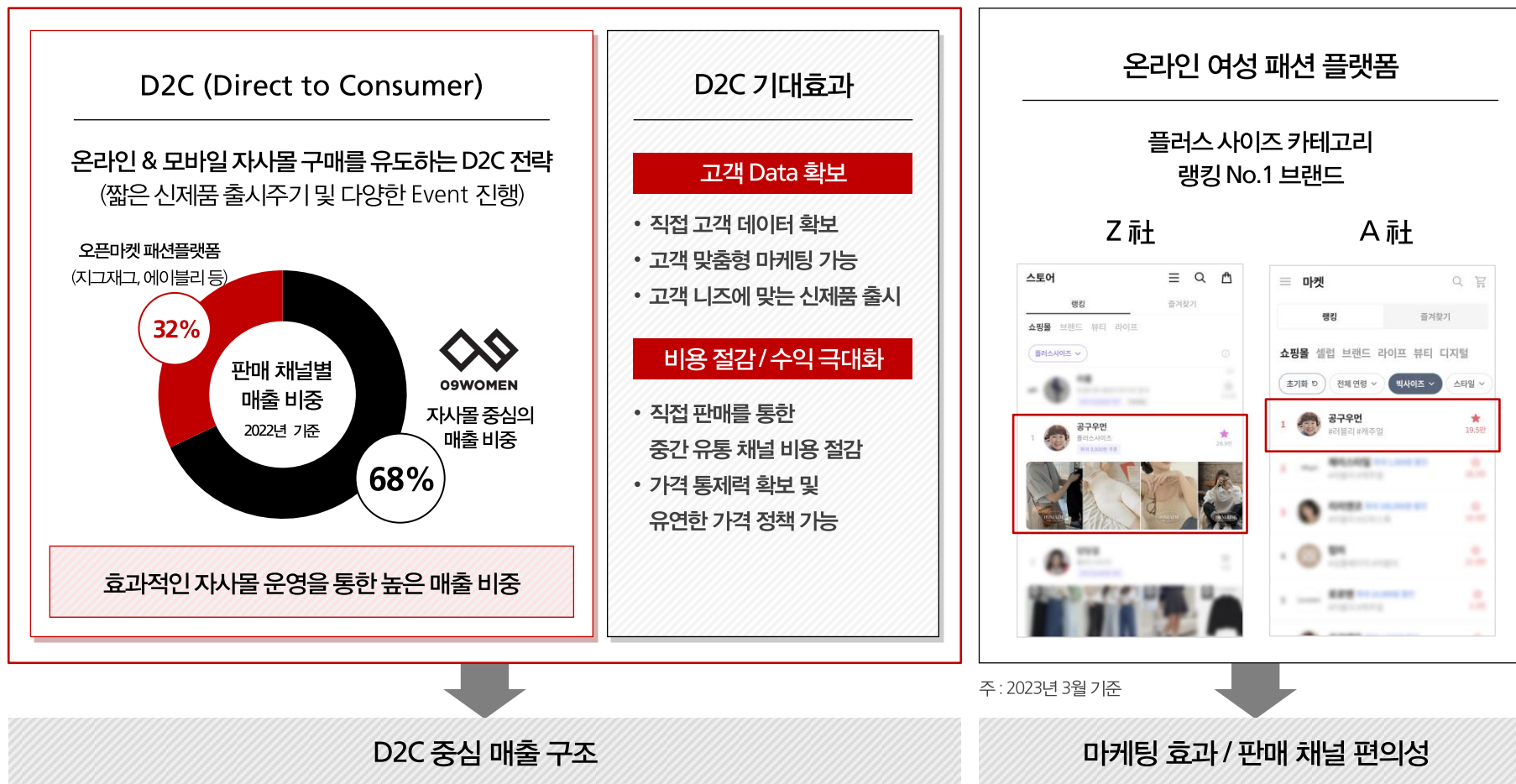
플러스사이즈 여성 니즈에 부합한 다양한 종류의 신제품 출시로 고객 만족도 제고



주: 그레이딩 공법 (한 가지 사이즈의 패턴을 등차적으로 확대 또는 축소하는 작업)



자사 온라인 쇼핑몰 09women.com 기반의 D2C 중심의 온라인 사업 전개





고효율 중심의 마케팅 & 내부 운영 시스템 구축

다양한 고객 경험 제공

플래그십 스토어 운영 및 스타마케팅을 통한 명확한 브랜드 아이덴티티 구축



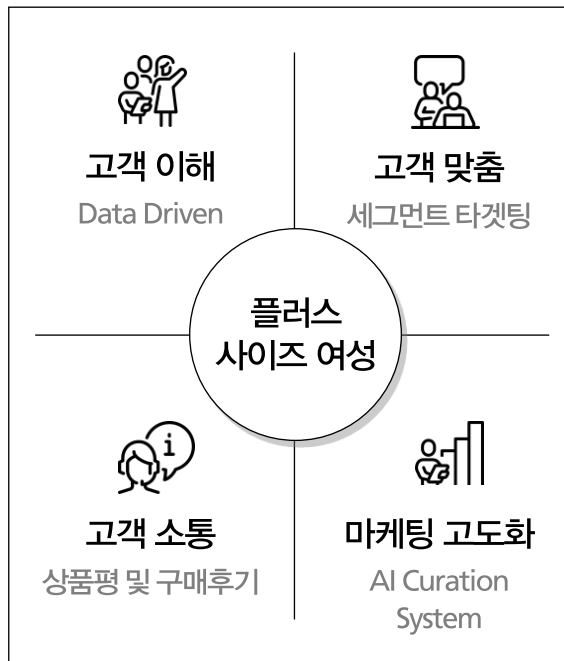
합정 FLAGSHIP STORE : 체험 공간 제공



모델 김민경 : 아이덴티티 최적의 인플루언서

개인화 마케팅

플러스 사이즈 고객 특성에 최적화된 서비스 제공



운영 효율 극대화

급속한 트렌드 변화에 대응을 위한 재고자산의 효율적 관리 및 물류 시스템 구축



자체 물류 센터 : 경기도 양주

- 효율적인 재고관리를 위한 S&OP (Sales and Operating Plan)
- 물류 프로세스 개선을 위해 TOTAL PACKING SYSTEM 도입



총자산 比 재고자산 구성비율 6.6%
재고자산 회전율 8.7회

주 : 재고자산 회전율은 2022년 매출원가를 연환산하여 적용



02

재무실적

- 01_ 실적 요약
- 02_ 주요 카테고리 매출 추이
- 03_ 비용 구성
- 04_ 재무상태표

09WOMEN

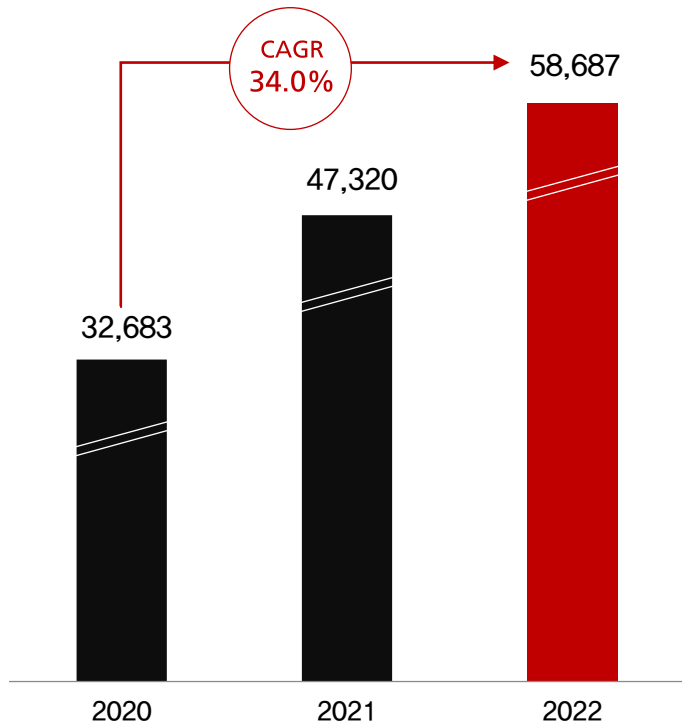


01. 실적 요약

- 데일리 의류 제품 확대와 신규 카테고리 중심 매출 신장, 신규 회원 가입자 및 월 평균 방문자 수 증대에 힘입어 연간 기준 최대 매출과 영업이익 달성

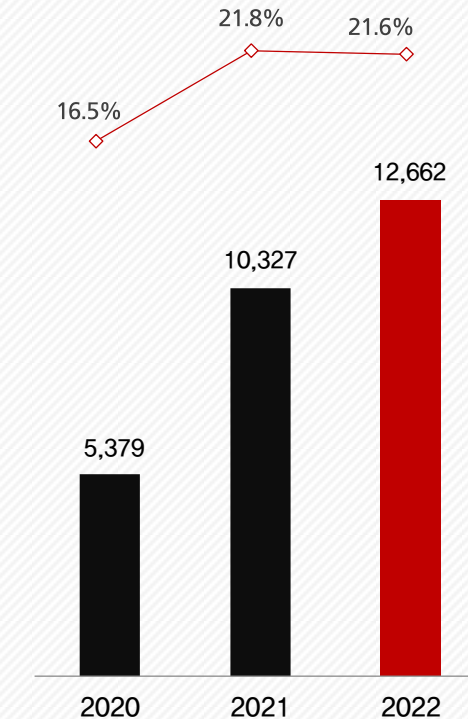
□ 매출액

단위: 백만원



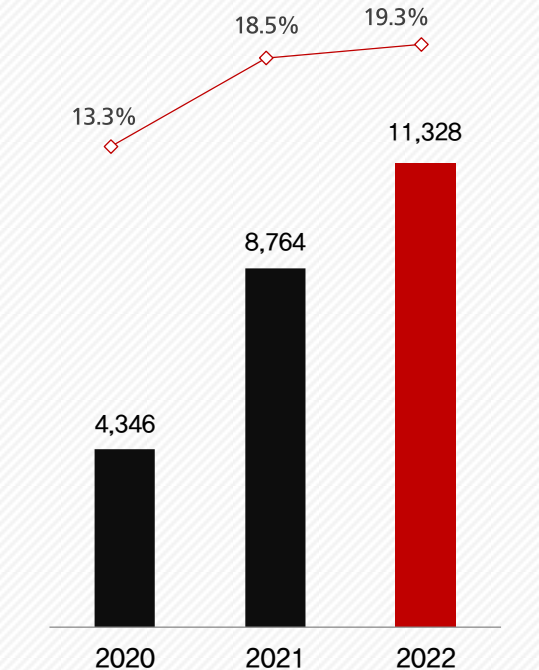
■ 영업이익

단위: 백만원



■ 당기순이익

단위: 백만원





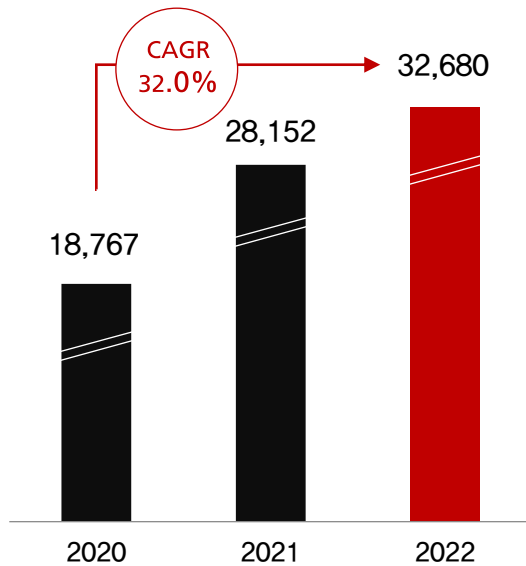
02. 주요 카테고리 매출 추이

09WOMEN

- 제품 매출 비중 확대('20년 61.2%, '21년 65.7%, '22년 67.0%) 및 데일리 의류의 견고한 매출 성장세 지속
- 이너웨어(ZERO LINE), 피트니스웨어(ZERO FIT, ACTIRABLE) 등 신규 카테고리 매출 성장 확대

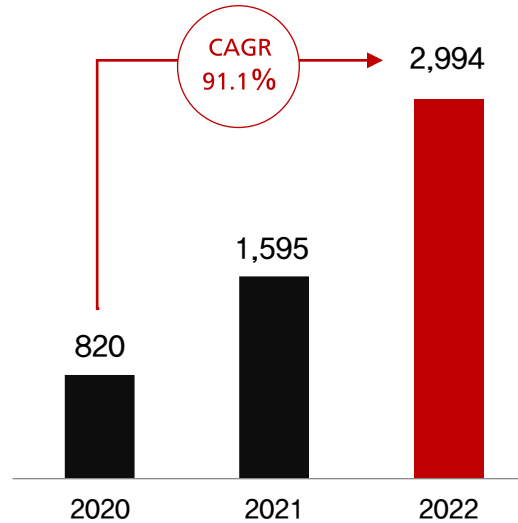
데일리 의류

단위: 백만원



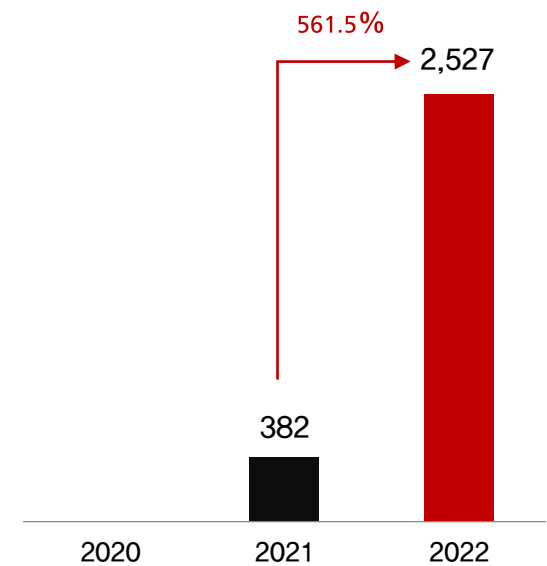
이너웨어

단위: 백만원

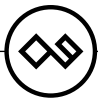


피트니스 웨어

단위: 백만원



주: 피트니스 웨어 ZERO FIT 2021년 2월 첫 출시



03. 비용구성

- 2022년 판매관리비 13,819백만원 YoY 26.0%▲
 - 지급수수료: 2022년 코스닥 주식시장 상장에 따른 상장수수료 등 일시적 증가
 - 운반비: 택배비 인상 등에 따른 운반비율 증가 ('21년 3.4% → '22년 3.7%)
 - 광고선전비: 타겟 마케팅을 통한 효율적 광고선전비 집행 (매출액 대비 1%대 유지 지속)

단위: 백만원	FY2021	FY2022	YoY	비고
판매관리비	10,969	13,819	26.0%	
% 매출대비	23.2%	23.5%		
인건비	4,101	4,174	1.8%	임직원 급여 및 상여, 퇴직급여, 주식보상 비용 등
지급수수료	3,044	4,480	47.2%	결제 및 판매 수수료, 기타 각종 수수료 비용
운반비	1,627	2,176	33.8%	국내외 고객 배송 비용 및 물류센터 이송 비용
광고선전비	734	1,130	53.9%	국내외 온라인 광고, 자사 모델 광고비 등
감가상각비	515	670	30.1%	리스회계 처리에 따른 지급임차료 계정 대체
기타	948	1,189	25.4%	그외 기타 판매관리비
영업이익	10,327	12,662	22.6%	
% 마진율	21.8%	21.6%		
법인세비용	1,664	2,005	20.5%	
당기순이익	8,764	11,328	29.3%	
% 마진율	18.5%	19.3%		



04. 재무상태표

- 2022년 자산총액 63,198백만원 YoY 100.3%▲
 - 코스닥 시장 기업공개 신주 발행으로 자본 증가 23,072백만원
 - 당기 순이익 증가에 따른 순자산 증가
 - 리스 부채 회계처리로 부채 총계 감소

단위: 백만원	FY2021	FY2022	YoY	비고
유동자산	18,641	47,473	154.7%	
비유동자산	12,910	15,725	21.8%	
자산총계	31,551	63,198	100.3%	
유동부채	4,038	3,739	-7.4%	
비유동부채	394	161	-59.1%	
부채총계	4,432	3,901	-12.0%	
자본금	252	2,226	784.0%	기업공개, 무상증자, 주식매수선택권 행사
자본잉여금	20	21,424	106,941.6%	기업공개, 주식매수선택권 행사
자본조정 등 기타	147	641	336.0%	
이익잉여금	26,700	35,006	31.1%	
자본총계	27,119	59,297	118.7%	



03

성장 모멘텀

- 01_ 중장기 성장전략
- 02_ Brand Expansion
- 03_ Global Expansion
- 04_ Business Expansion
- 05_ 2023년 주요 진행 사항 (1Q)
- 06_ Vision

09WOMEN



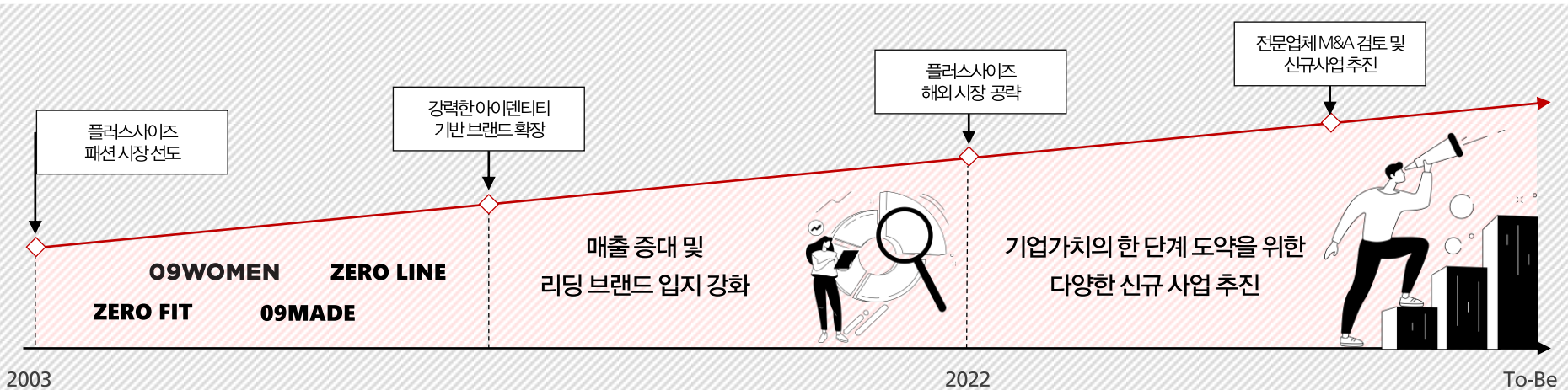
브랜드 기반의 수직적, 수평적 확장을 통한 지속 성장 모델 구축

국내 D2C 시장 강자
공구우먼 성장 키워드
Expansion

중장기 성장전략



안정적인 현금흐름 및 공모자금 유입을 통한 투자 확대

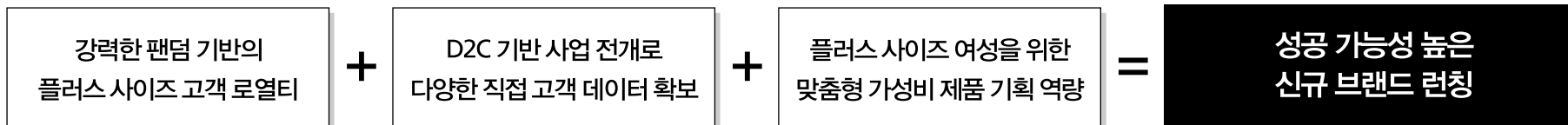




02. Brand Expansion

09WOMEN

브랜드 팬덤 기반의 신규 라인업 강화 및 카테고리 확대 성공의 선순환 구축



신규 브랜드 육성 전략

제품 라인업 확대 디자인 차별화 및 제품 카테고리 확대	마케팅 전략 고도화 체계적 마케팅 커뮤니케이션 전개
---	---

[신규 브랜드 매출 비중 확대 추이]

연도	매출 비중 (%)	주요 출시 제품
2018	2.0%	제로라인 출시
2019	2.7%	
2020	3.8%	
2021	6.5%	제로핏 출시
2022	9.4%	액티러블 출시

ZERO LINE

기능성과 편안함을
강조한 이너웨어 출시

ZERO FIT

스포츠 웨어의 일상화에
따라 피트니스웨어 출시

ACTRABLE

플러스 사이즈 여성을 위한
뉴패러다임 스포티브 캐주얼 브랜드

+

2023년 신규 브랜드 런칭 (뷰티라인)

'건강한 아름다움'을 모토로 하여,
'동국헬스케어 홀딩스'와 함께 연구하고 기획한
뷰티 브랜드 출시



국내 시장 지배력 강화와 함께 글로벌 플러스사이즈 의류 시장 진출 본격화

새로운 기회 : 글로벌 플러스사이즈 의류 시장



인접국가를 중심으로 한 글로벌 마켓 확대

중국, 일본 등 인접국가를 필두로
서구권 Big market 진입을 위한 글로벌 전략 실행



브랜드 기반의 D2C 플랫폼 운영 노하우

공구우먼 자사몰의 현지화 및
제품 경쟁력을 기반으로
국가별 주요 오픈마켓 입점



K-브랜드 인지도 확대

K뷰티, K콘텐츠 등 K브랜드의
글로벌 인지도 확대로
K-패션 수혜 전망



글로벌 시장 주요 전략

2022년 해외 주요 오픈 마켓 입점 및 국가별 프로모션 활동 전개

오픈마켓	결제	물류

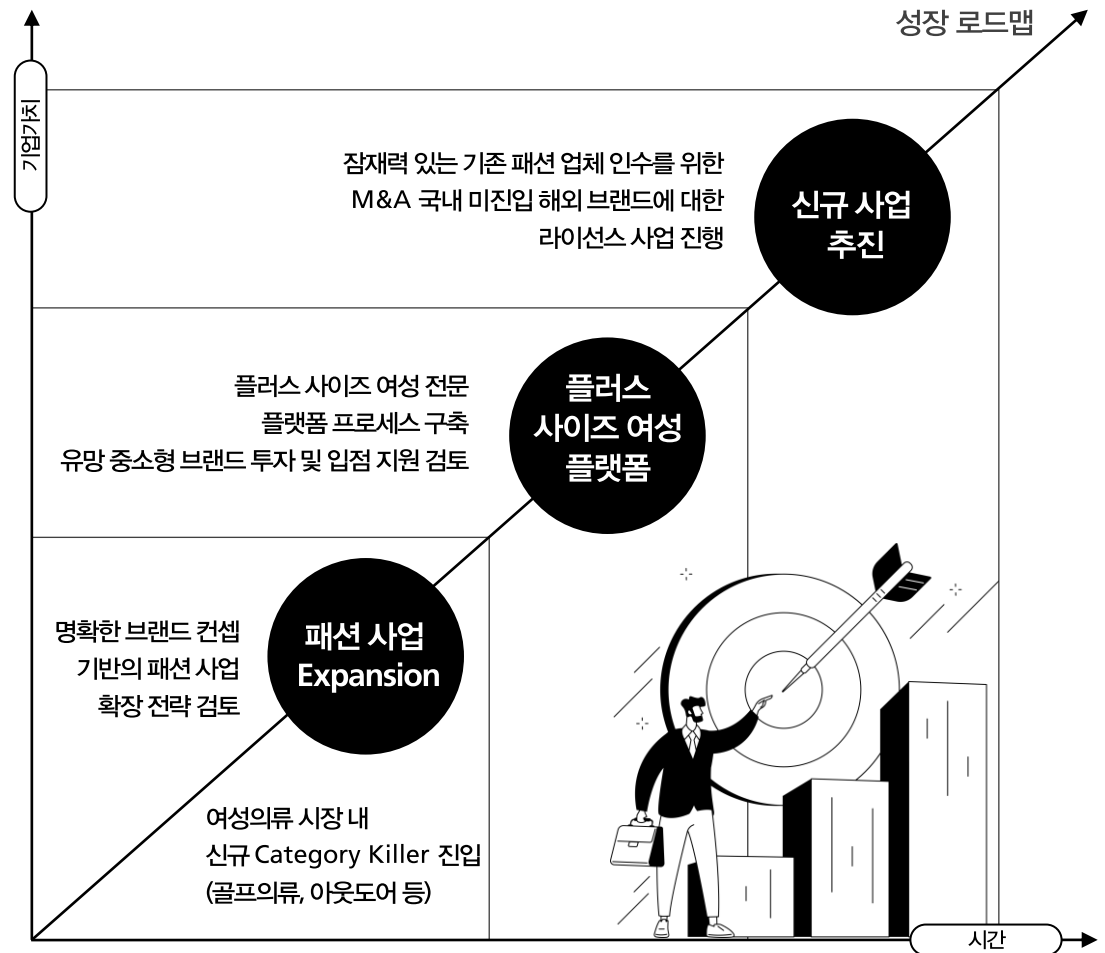
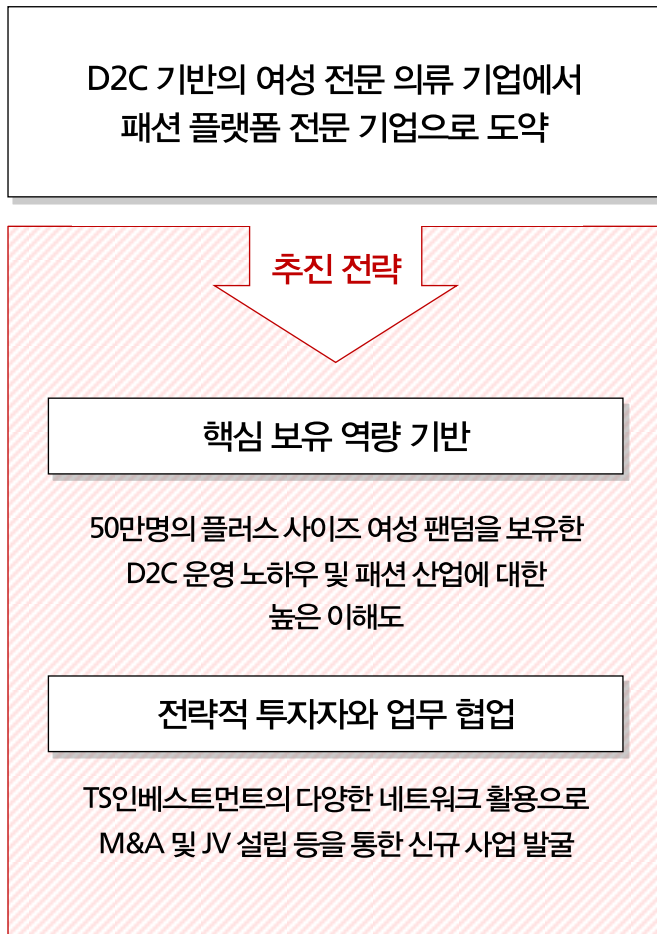


2023년 인접국가를 중심으로 한 국가별 현지 맞춤형 영업전략 전개

<p>팝업스토어 오픈 및 인플루언서 마케팅 (1Q~)</p>	<p>지사 설립 후 현지 온라인 오픈마켓 활성화 (2Q~)</p>	<p>중국 법인 설립 통한 현지 시장 침투 (4Q~)</p>
일본	대만	중국



e커머스 시대에 부합하는 다양한 형태의 New Biz. 전개를 통한 지속 성장





05. 기타 주요 진행 사항

09WOMEN

일본 lafarfa 팝업스토어 기획전 참여



국내 플러스사이즈 패션 업체 중 유일 참여,
팝업 스토어 및 SNS 활용 브랜드 홍보 강화.

신규 브랜드 '드미트리' 론칭



동국헬스케어 홀딩스와의 업무 협업을 통한
(이너)뷰티 사업 론칭.

문정 로데오 FLAGSHIP STORE OPEN



오프라인 매장 추가 출점.
신규 고객 유입 및 매출 확대.

Vision

Global LifeStyle
브랜딩 전문기업으로 도약하겠습니다.

09WOMEN



브랜드
파워



신뢰받는
제품



글로벌
고객 만족

Value-Up

Brand & Global & Business Expansion

Brand

강력한 아이덴티티
기반 브랜드 및 카테고리 다변화

Global

국내 시장을 넘어
글로벌 시장으로 사업영역 확대

Business

온라인 플랫폼
비즈니스를 통한 무한 확장성



04

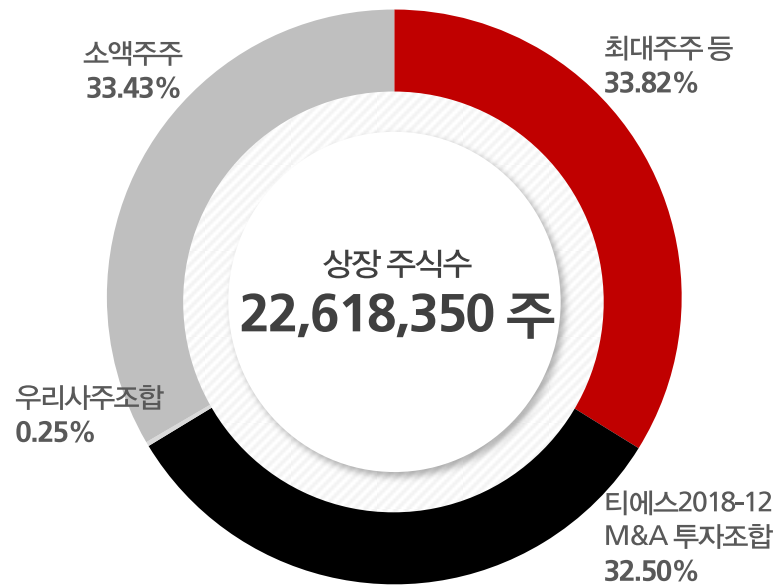
Appendix

- 01_ 주주구성
- 02_ 회사 현황
- 03_ 주요 제품 라인업
- 04_ 요약 재무제표

09WOMEN



주주구성



보호예수 사항

구분	주식수(주)	지분율(%)	보호예수
최대주주	7,470,000	33.03	상장 후 2년 6개월
티에스 2018-12 M&A 투자조합	7,350,000	32.50	상장 후 2년 6개월
우리사주조합	57,120	0.25	상장 후 12개월
계	14,877,120	65.78	

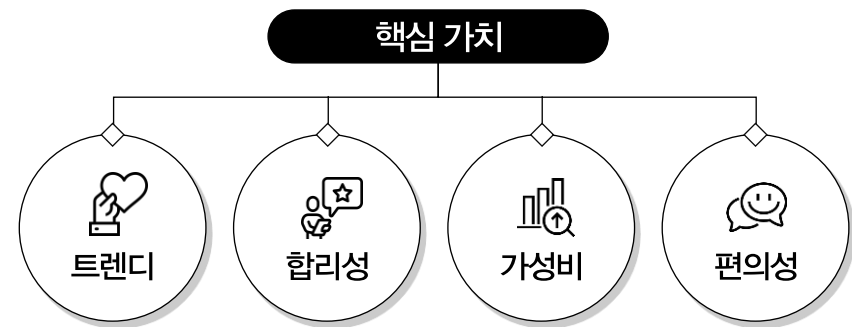
* 2023년 3월 기준



기업개요

회사명	주식회사공구우먼
대표이사	김주영
설립일	2006년 11월 2일
자본금	22.62억 원 (2023년 03월 기준)
임직원수	125명 (2023년 03월 기준)
사업분야	플러스사이즈 여성 전문 의류
주요 브랜드	09WOMEN, ZERO LINE, ZERO FIT, ACTIRABLE
본사주소	경기도 양주시 평화로 1525
디자인 연구소	서울 동대문구 왕산로 15 2층
서울 사무소	서울 동대문구 왕산로 15 3,7층
홈페이지	www.09women.net

경영진



“고객의 Needs를 파악하고,
 그 이상의 가치를 제공하는 기업”



03. 주요 제품 라인업

09WOMEN

09WOMEN

데일리 의류



ZERO LINE

이너웨어



ZERO FIT

피트니스웨어



09MADE

잡화 / 액세서리





04. 요약 재무제표

O9WOMEN

재무상태표

단위: 백만 원

구분	2019	2020	2021	2022
유동자산	8,472	12,003	18,641	47,473
비유동자산	9,563	11,977	12,910	15,725
자산총계	18,035	23,980	31,551	63,198
유동부채	1,169	2,726	4,038	3,739
비유동부채	-	-	394	161
부채총계	1,169	2,726	4,432	3,901
자본금	50	50	252	2,226
자본잉여금	-	221	20	21,424
자본조정 등 기타	-	25	147	641
이익잉여금	16,816	20,958	26,700	35,006
자본총계	16,866	21,255	27,119	59,297

손익계산서

단위: 백만 원

구분	2019	2020	2021	2022
매출액	24,571	32,683	47,320	58,687
매출원가	14,730	19,085	26,024	32,206
매출총이익	9,841	13,598	21,296	26,480
판매비와관리비	6,550	8,219	10,970	13,819
영업이익	3,291	5,379	10,327	12,662
법인세비용 차감전순이익	3,714	5,422	10,428	13,333
법인세비용	665	1,076	1,664	2,005
당기순이익	3,048	4,346	8,764	11,328

주: 2019년도는 감사받은 K-GAAP 기준, 2020년~2022년은 감사받은 K-IFRS 기준