

DISCLAIMER

본 자료는 제안된 IPO공모와 관련하여 기관투자자들을 대상으로 실시되는 Presentation에서의 정보 제공을 목적으로 주식회사 에이유브랜드(이하 “회사”)에 의해 작성되었습니다.

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. 주식 매입과 관련된 모든 투자 결정은 오직 금융감독원에 제출한 증권신고서 또는 투자설명서를 통해 제공되는 정보만을 바탕으로 내려져야 할 것입니다.

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.



TABLE OF CONTENTS

- Prologue
- Chapter 1. Company Overview
- Chapter 2. Core Competence
- Chapter 3. Growth Strategies
- Appendix

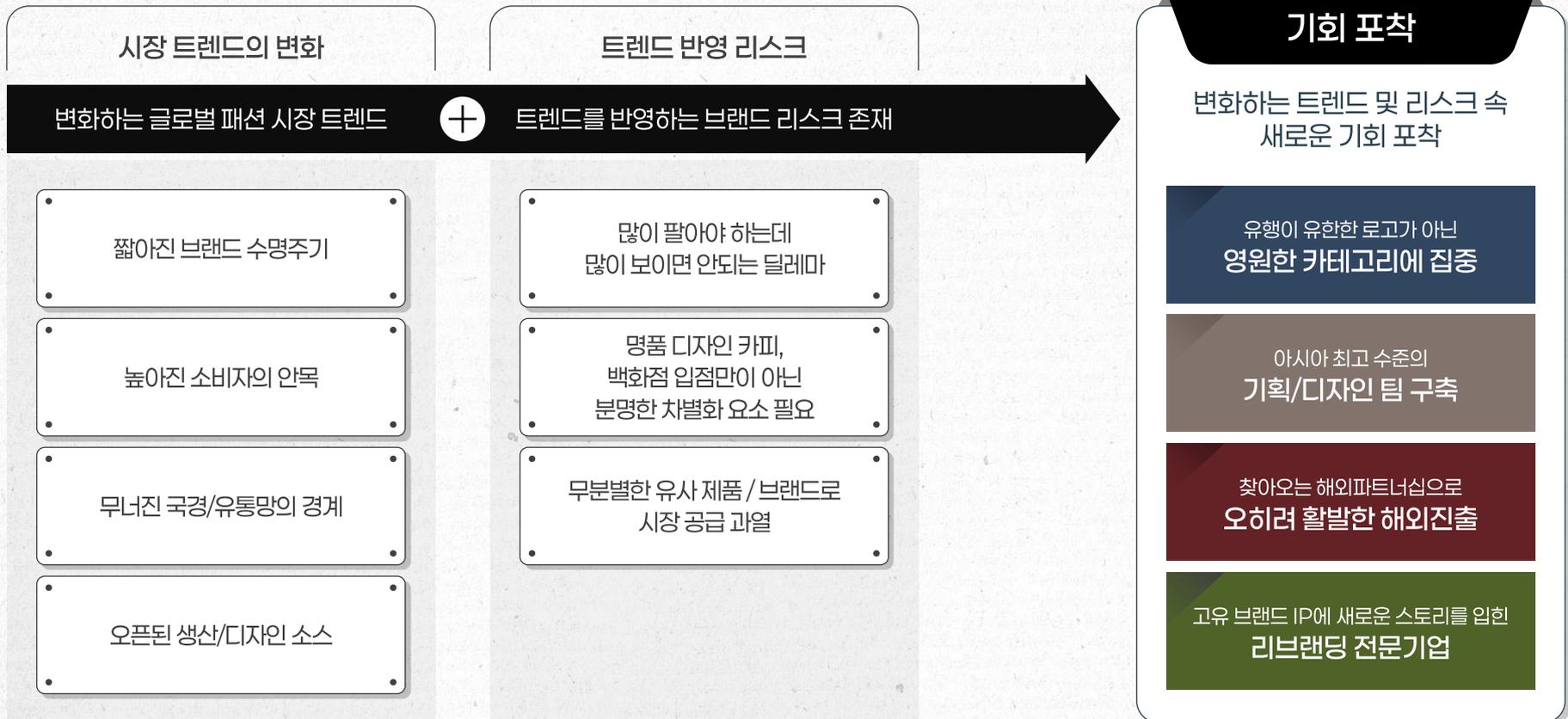


PROLOGUE

Trend, Risks and Opportunities
Owning Every Season, Leading Every Category
Best Team, Winning Brand



SNS와 플랫폼을 통해 모두가 빠르게 전문가 이상의 트렌드를 습득하는 글로벌 시대





Prologue – Owning Every Season, Leading Every Category

AU BRANDZ

유명 브랜드라서 사는 제품이 아니라 제품별 카테고리 1등이라 유명한 브랜드

매 계절
카테고리 1위를 만드는
브랜드

방한슈즈 1위

머플러 1위

레인부츠 1위

패션 우양산 1위

봄/가을 메리제인 슈즈 1위

Rockfish 
Weatherwear
CORNWALL & ISLES OF SCILLY

“

계절 카테고리는 항상 존재하기에
판매는 브랜드가치가 소비되는게 아니라
역사로 쌓이는 것

“

여름이 짧으면 겨울이 길고,
비가 안 오면 날씨가 화창한 것이다



Prologue – Best Team, Winning Brand

AU BRANDZ

각 분야 최고의 맨파워를 바탕으로 최적의 가심비를 가진 계절의 소품가게이자
아시아 여성이라면 누구나 선망하는 명성을 얻은 브랜드



Rockfish 
Weatherwear
CORNWALL & ISLES OF SCILLY

IP 인수 및 리브랜딩 역량

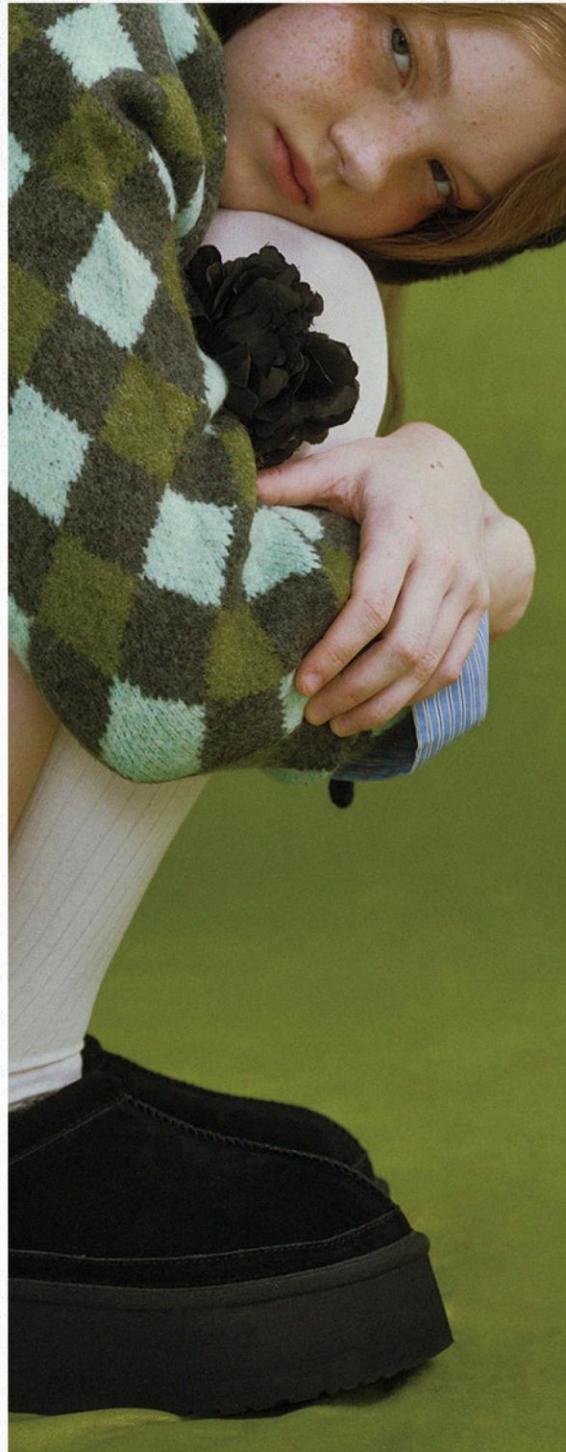
카테고리 진입의 명분이자 제품 본연의 가치를 높이고
유사상품과 차별화하는 역사를 이어가게 하는 IP를 인수하고
이를 리브랜딩 후 유통하는 업계 최고 브랜드사업 맨파워를 보유

글로벌생산 소싱 능력

15년간 업계 최고 생산 소싱 전문가들을 영입 및 양성하여
직접 글로벌 소싱을 하면서 쌓인 수백개의 글로벌 생산 파트너와
제조/통관/입고/판매의 전과정을 일원화해서 핸들링하는 생산/운영 전문집단 보유

K엔터와 같은 마케팅기획&글로벌 디자인

제품만이 아닌 패키지, 룩북, 스타일링까지 전체 감성을 디자인하는 기획 프로듀싱과,
유럽 명품업계 경험을 갖춘 업계 최고 수준의 디자인 집단 보유



01

COMPANY OVERVIEW

- 01. 기업 비전
- 02. 브랜드 소개
- 03. 비즈니스 모델
 - 핵심역량에 집중
 - 차별화된 올웨더 사업구조
- 04. 사업 성과





01. 기업 비전

AU BRANDZ

락피쉬웨어의 성공신화를 글로벌로 확장하고 신규브랜드로 재현하여 글로벌 브랜드 하우스 구축



- 영국 IP + 중국 생산 + 한국 마케팅
- 계절별 신규 카테고리 시장을 창출
- 매 계절 여성 카테고리 압도적 1위
- 글로벌 소비자를 사계절 줄세우는 매장

Vision 1.0 (2022~2024)

- 사계절 매장을 통한 해외 직접 진출
- 국가별 온라인 플랫폼 진입
- 해외유통사가 먼저 찾아오는 브랜드
- 글로벌 파트너십 네트워크 출범

Vision 2.0 (2025~2026)

- 신규 브랜드 발굴 및 리빌딩
- 세컨드 브랜드로 카테고리 확장
- 글로벌 파트너십 네트워크로 확산
- 유럽 디자인센터 설립
- 글로벌 브랜드 하우스 구축

Vision 3.0 (2026~2027)



02. 브랜드 소개

AU BRANDZ

매일이 성수기인 유일무이한 사계절 브랜드



British Weatherwear

영국 특유의 기후 특성을 반영하여 클래식한 감성과 기능을
점목한 사계절 웨더웨어 브랜드

연혁

- 2010년 락피쉬 한국판권 계약
- 2013년 락피쉬 한국 상표권 인수
- 2020년 락피쉬 웨더웨어 상표권 출원 및 등록
- 2024년 영국 본사 인수 및 49개국 상표권 확보

편안하면서도 세련된
메리제인과 스니커즈 등

메리제인

스니커즈



스타일과 실용성을 겸비한
레인부츠, 우산 등

레인부츠

우산



보온성과
스타일 모두를 충족하는
겨울화, 방한용품 등

겨울화

방한용품



계절별 즐거움을 선물하는
신규제품 지속 출시

의류/잡화

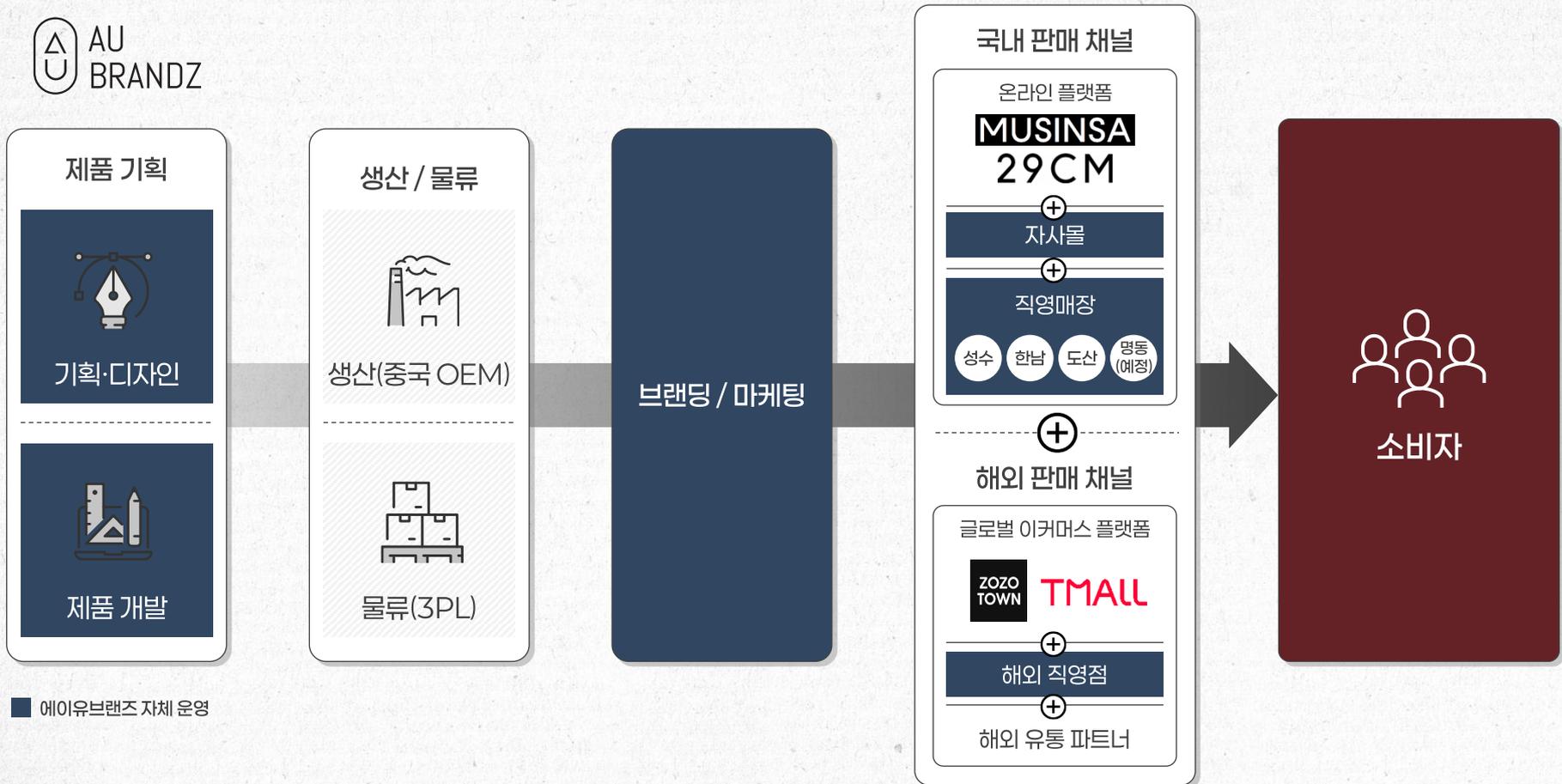




03. 비즈니스 모델 - 핵심역량에 집중

핵심역량인 제품기획과 브랜딩에 집중 → 가장 효과적으로 생산 및 유통 → 사업효율성 극대화

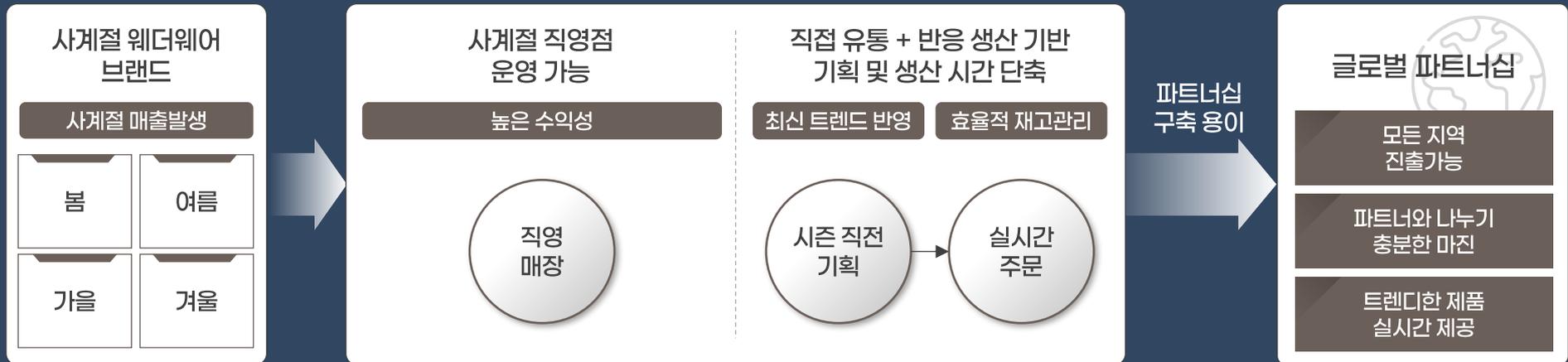
Business Model 개요





03. 비즈니스 모델 - 차별화된 올웨더 사업구조

계절 브랜드 유일의 기획/생산/유통에 걸친 강력한 사계절 사업구조





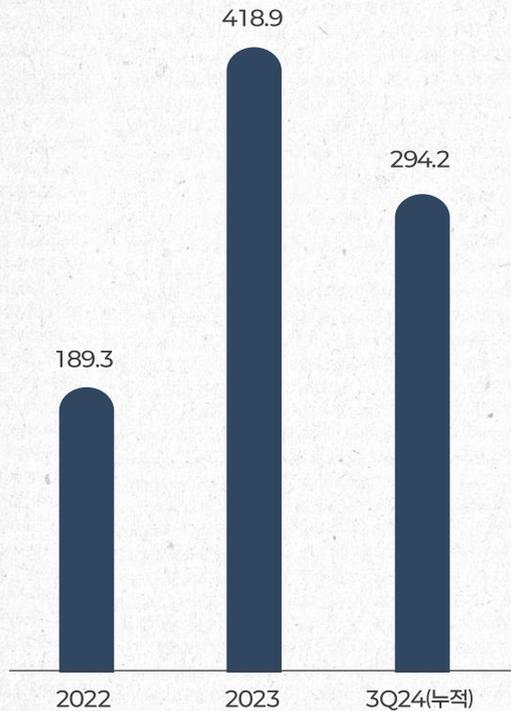
04. 사업 성과

AU BRANDZ

23년 매출 전년비 2.2배, 영업이익 전년비 2.5배 성장
24년에도 탑라인 성장 지속하며 업계 최고수준의 이익률 유지

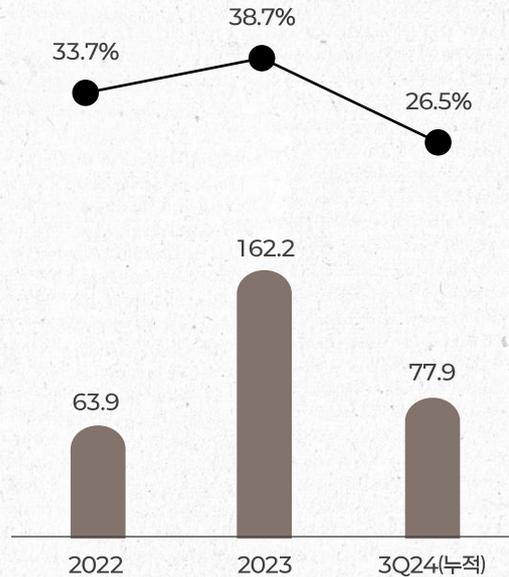
매출액

단위: 억원



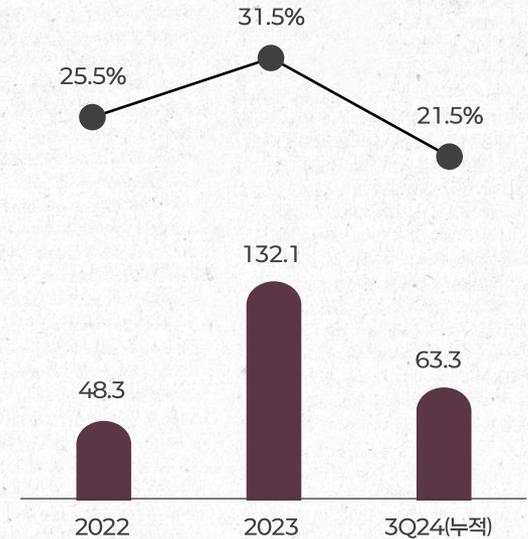
영업이익(률)

단위: 억원



당기순이익(률)

단위: 억원



주: 2022년은 감사받지 않은 K-IFRS 연결 재무제표 기준, 2023~3Q24는 감사 받은 K-IFRS 연결 재무제표 기준



02

CORE COMPETENCE

- 01. 브랜드 리빌딩 노하우 보유
- 02. 자체 판매 채널 확대
- 03. 업계 최고 수익성 실현
- 04. 브랜딩 기반 마케팅 효율 극대화
- 05. 글로벌 비즈니스 경쟁력 확보

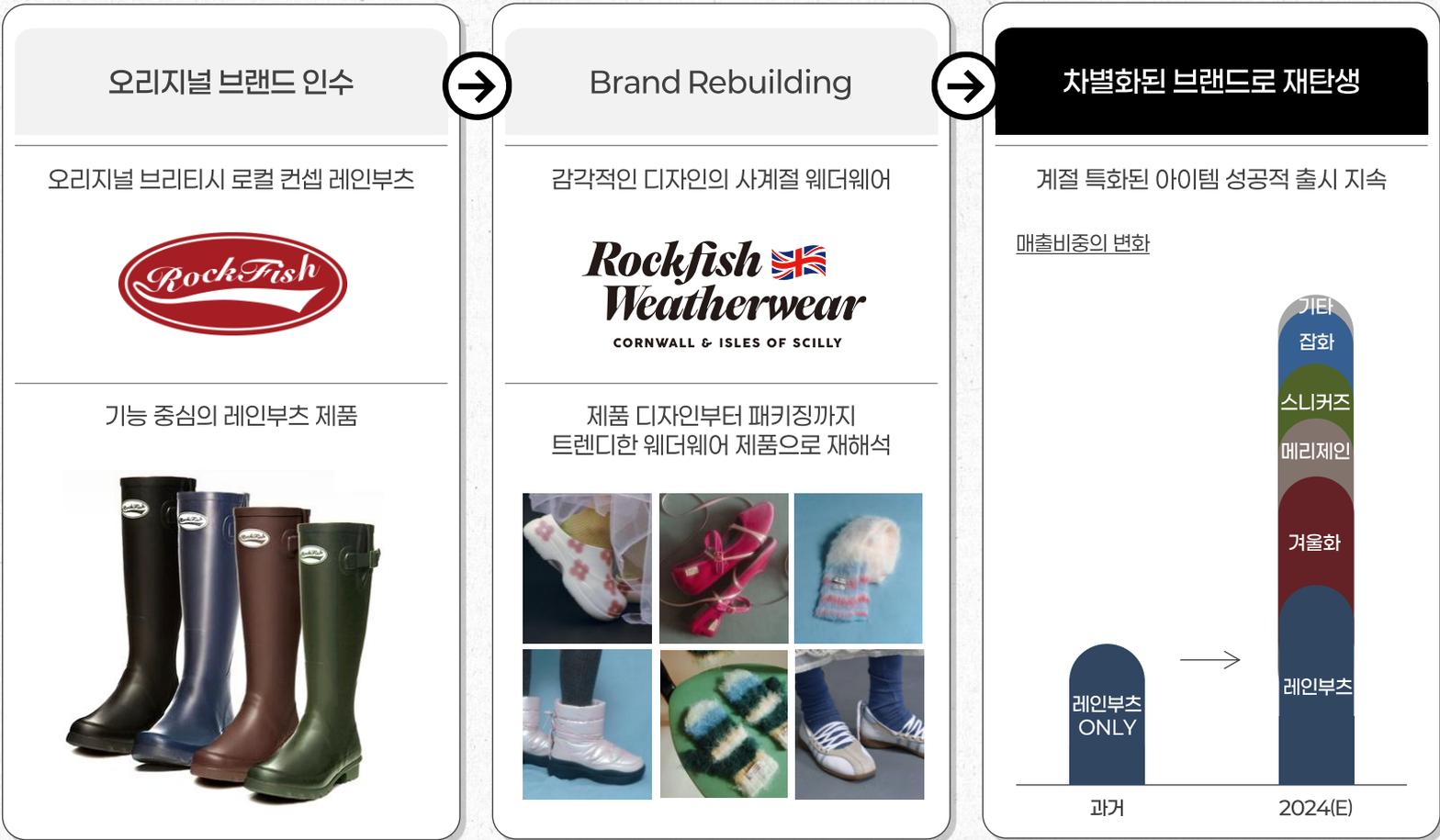




01. 브랜드 리빌딩 노하우 보유

여름에 특화된 시그니처 아이템 브랜드 → 매 계절에 특화된 멀티 아이템 브랜드

브랜드 리빌딩 전략



주: K-IFRS 별도 기준



02. 자체 판매 채널 확대

AU BRANDZ

지속적인 자체 채널 비중 확대로 수익성 및 브랜딩 강화

자체 판매 채널 현황

자사몰

- 플랫폼 수수료 절감
- 타겟 브랜딩/마케팅 가능

자사몰 KPI



누적 회원
42만 명



월 최대 UV
31만 명



누적 주문 건
31만 건



3Q24 매출 (누적)
68억 원

직영 매장

- 유통마진 절감
- 오프라인 브랜딩 > 온라인 판매 선순환



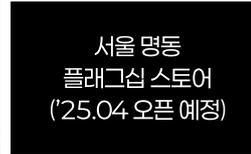
서울 한남
플래그십 스토어
('22.06 오픈)



서울 성수
플래그십 스토어
('23.05 오픈)



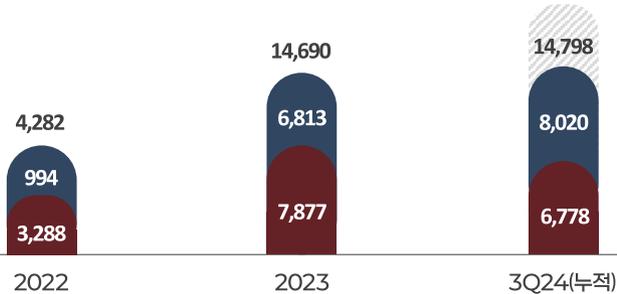
서울 도산
플래그십 스토어
('24.12 오픈)



서울 명동
플래그십 스토어
('25.04 오픈 예정)

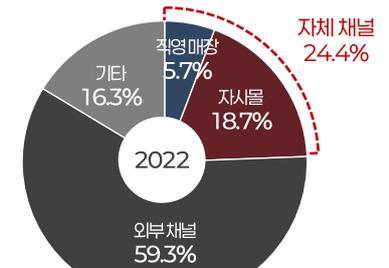
자체 채널 매출 추이

직영매장 자사몰

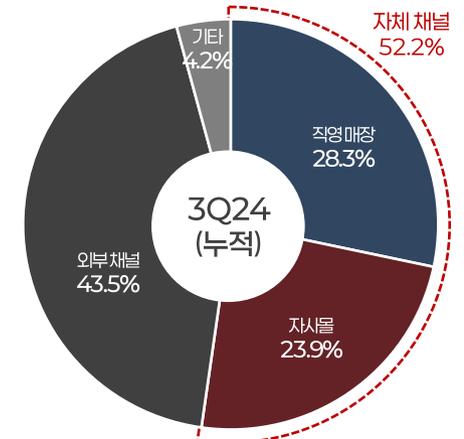


단위: 백만 원

자체 판매 채널 비중



자체 채널 비중 확대



주1: 자사몰 KPI는 2024년 12월 말 기준

주2: 누적 구매 건수는 2022년 1월부터 2024년 말까지 주문 번호 기준 누적 구매 건수

주3: UV(Unique Visitor)는 순 방문자 수로 한 명의 방문자가 여러 번 페이지를 요청하더라도 순수한 통계를 위해 중복값을 제거하고 1번의 방문 기록으로 집계

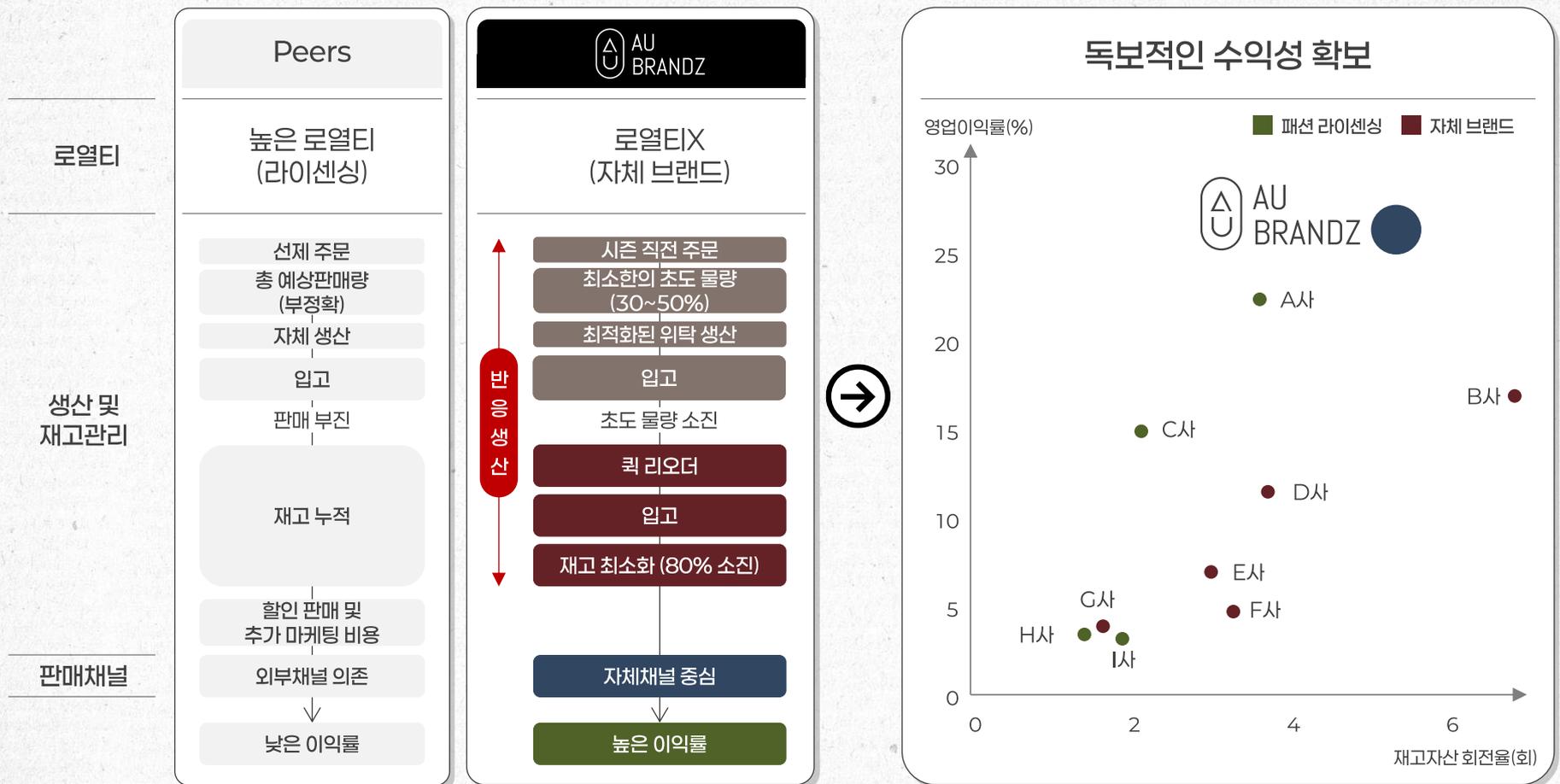
주4: K-IFRS 별도 기준



03. 업계 최고 수익성 실현

최적화된 운용구조로 업계 내 최고 수익성 달성

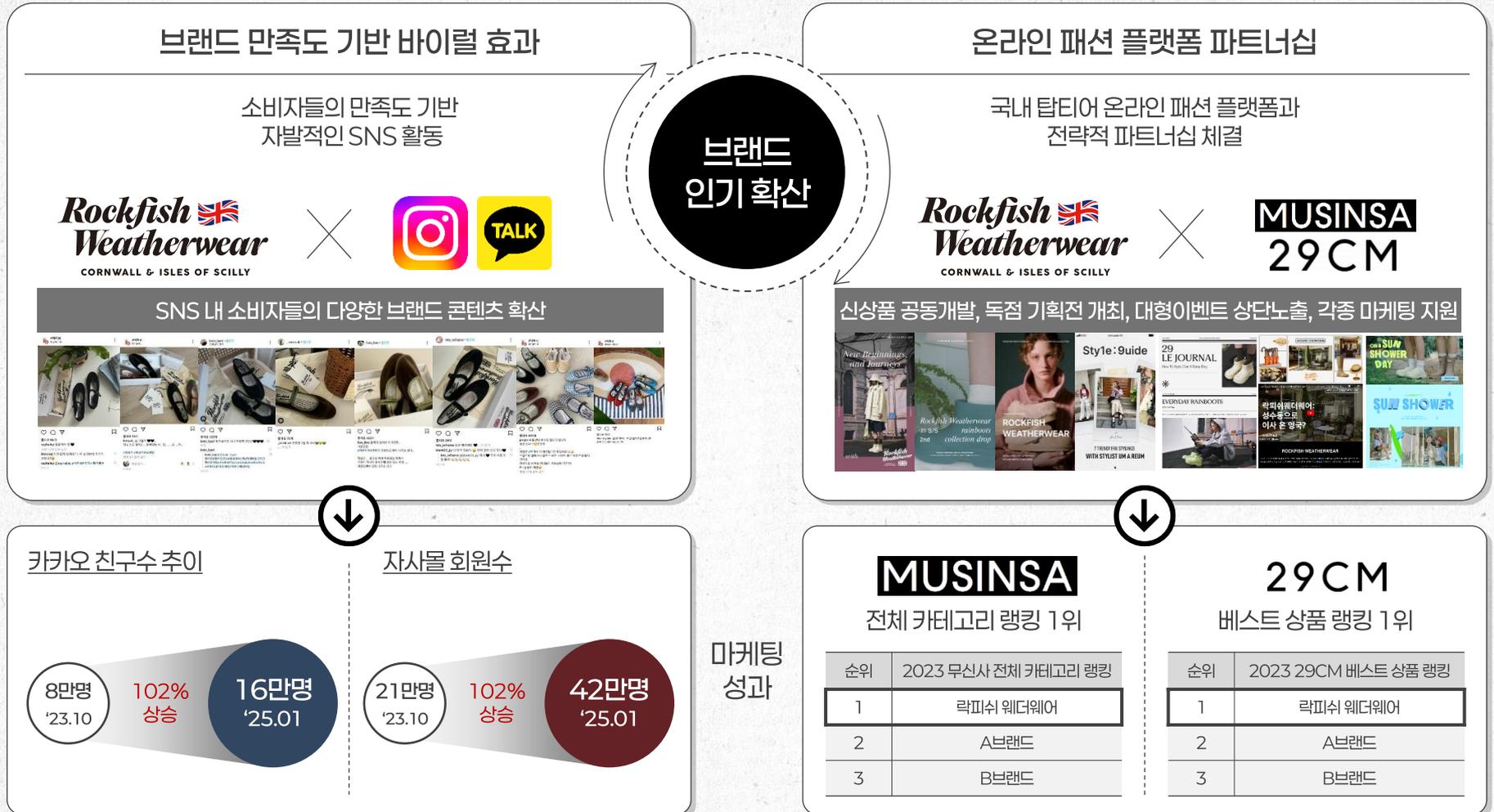
에이유브랜드 Vs. Peers



주: 2024년 3분기(누적) 기준

04. 브랜딩 기반 마케팅 효율 극대화

소비자 주도의 자발적 마케팅과 탑티어 플랫폼과의 전략적 제휴로 마케팅 효율 극대화



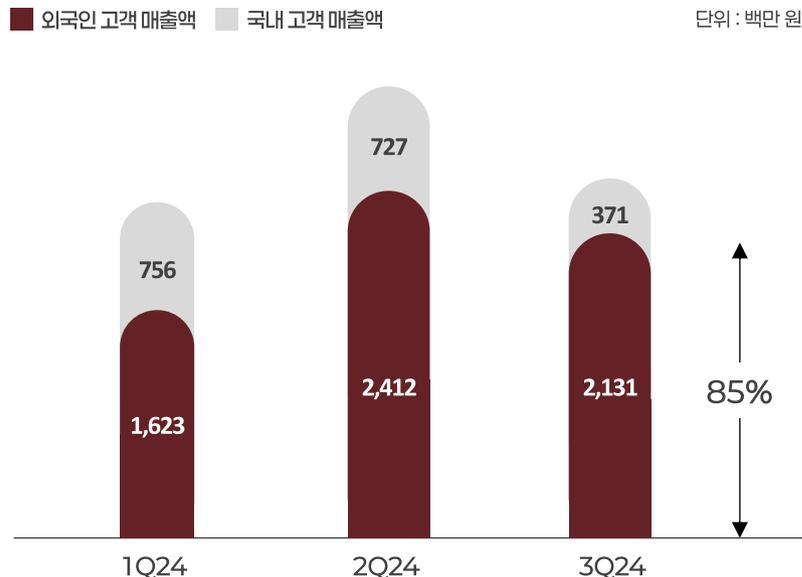
주1 : 무신사, 29CM순위는 2021년~2023년 기준
 주2 : 무신사 랭킹은 매출, 판매량, 조회수 기준
 주3 : 29CM 랭킹은 전체 실시간 클릭, 신발, 접화, 의류 기준

이미 확보된 글로벌 인지도 기반의 글로벌 비즈니스 경쟁력

글로벌 소비자 대상 브랜드 인지도 이미 확보

국내 매장 외국인 고객 매출비중 80% 이상

국내 직영 매장 매출액 추이

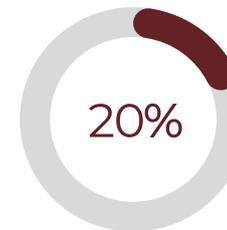


주: K-IFRS 별도 기준

검증된 글로벌 비즈니스 가능성

국내 자사몰 외국인 접속 트래픽

■ 외국인 접속 트래픽



한글로 운영되는 자사몰임에도 트래픽의 20%가 해외 이용자로부터 발생

해외 팝업스토어 현황





03

GROWTH STRATEGIES

- 01. 중장기 성장 로드맵
 - 02. 락피쉬웨더웨어 카테고리 강화
 - 03. 글로벌 비즈니스 본격화 (1), (2)
 - 04. 글로벌 브랜드하우스 구축
- Investment Highlights

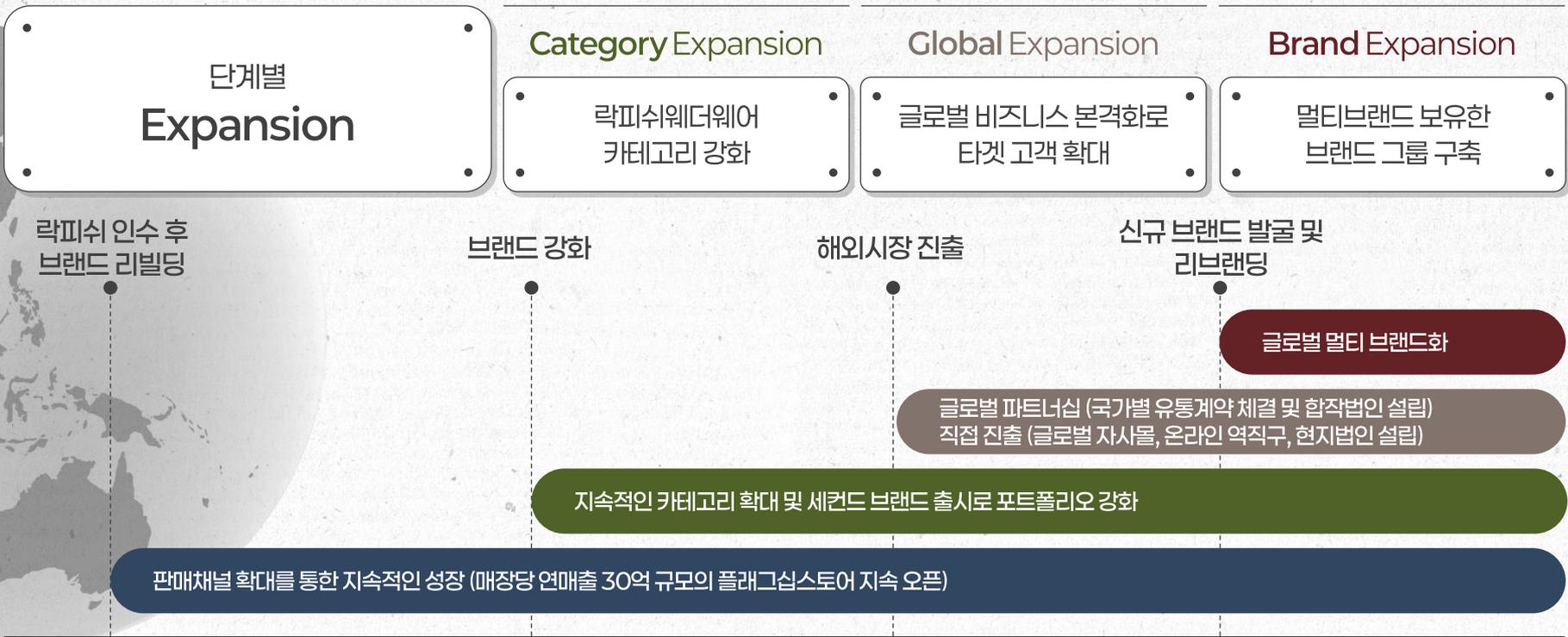




01. 중장기 성장 로드맵

AU BRANDZ

락피쉬 성공신화 지속 + 글로벌 확장 + 신규 브랜드 발굴 = 글로벌 브랜드 하우스



강력한 브랜드 리빌딩 역량 기반 글로벌 브랜드 하우스로 도약

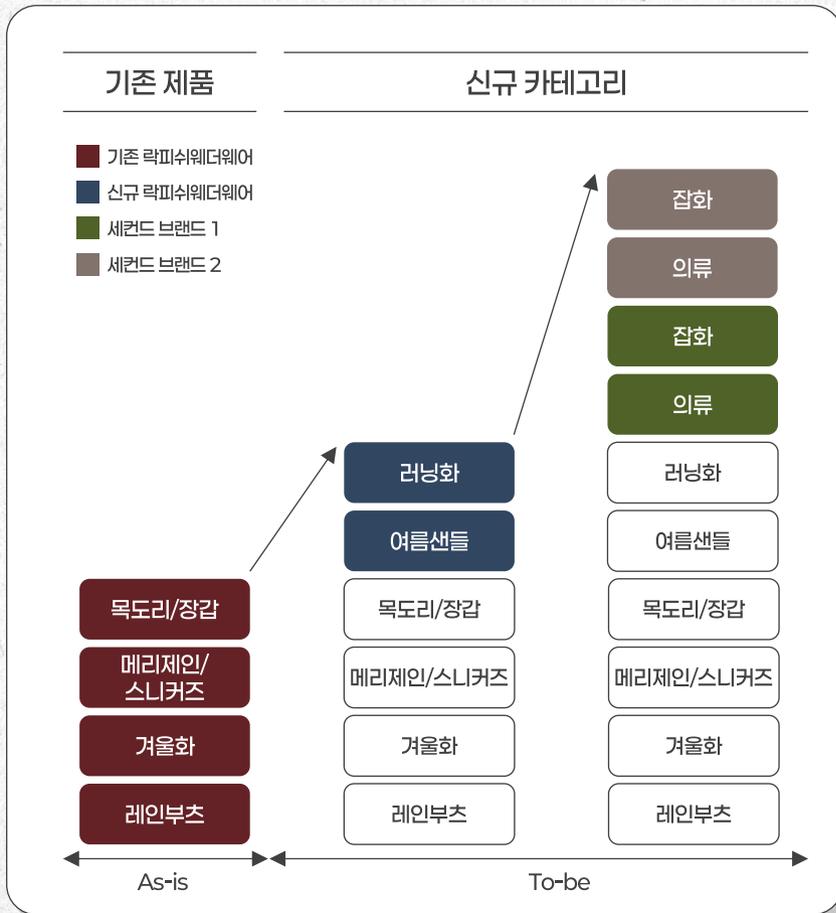


02. 락피쉬웨어 카테고리 강화

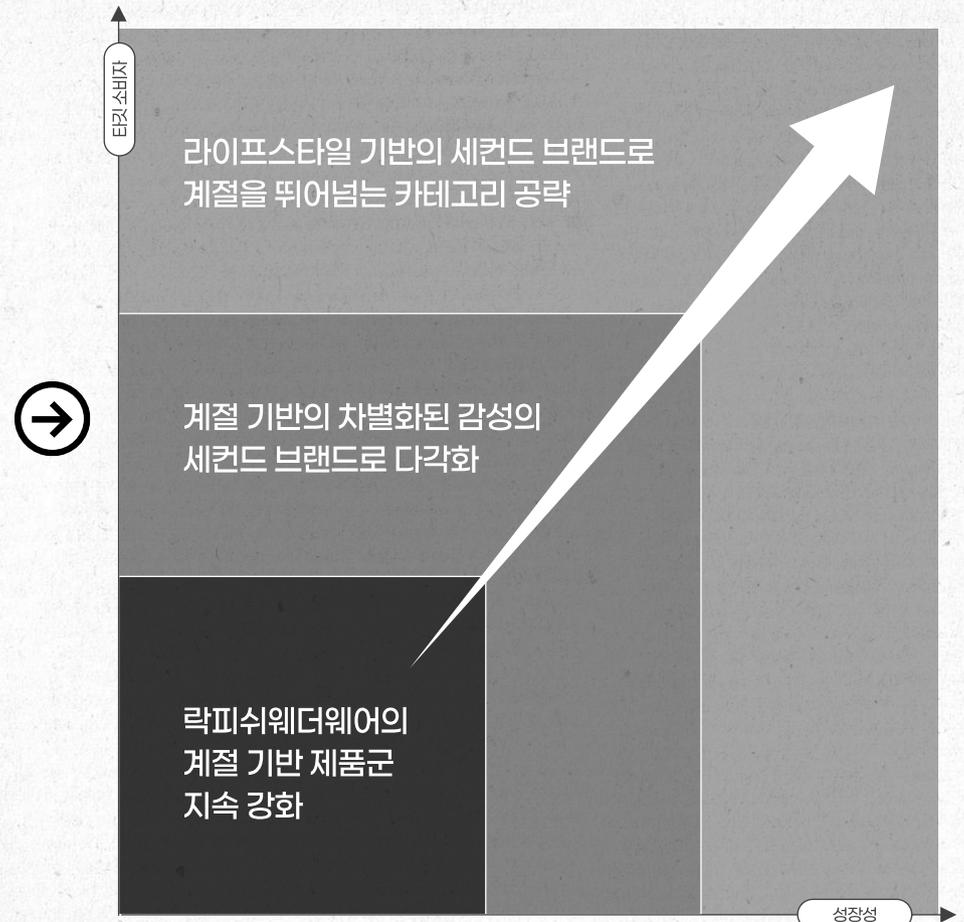
AU BRANDZ

계절기반 신규 제품군 출시 지속 → 세컨드 브랜드 출시 → 외형성장 및 소비자 접점 극대화

신규 카테고리 확대



기대효과





03. 글로벌 비즈니스 본격화(1) 글로벌 파트너십

AU BRANDZ

국가별 탐티어 유통사들과의 파트너십을 활용한 빠르고 효율적인 해외 진출

글로벌 협업 레퍼런스



글로벌 파트너십 확대

현지 총판(홀세일)

현지 내 홀세일 및 플래그십 스토어 오픈

계약완료

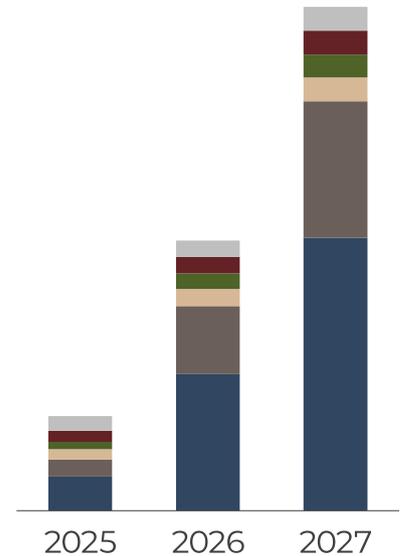


조인트벤처 설립 검토

수요가 큰 시장에서 검증된 파트너와 추진



아시아 6개국에서 3년간 총 2,500억원 규모의 현지 사업계획 수령 ('24년말 기준)





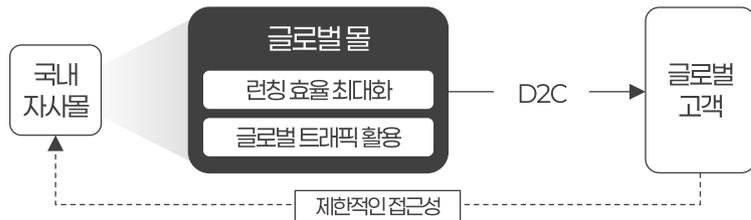
03. 글로벌 비즈니스 본격화(2) 직접 진출

주요국가 대상 해외 온/오프라인 직접 진출을 통한 브랜딩 및 수익성 극대화

온라인 채널 직접 진출

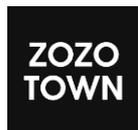
글로벌 몰 런칭 + 이커머스 플랫폼 입점

국내와 동일한 포맷의 번역 기반 글로벌 온라인 몰 런칭



글로벌 플랫폼 내 입점 현황

2025 '신규' 입점

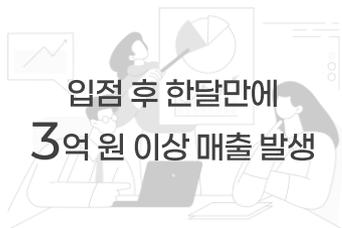


조조타운(일본)



티몰(중국)

입점 후 한달만에
3억 원 이상 매출 발생



오프라인 채널 직접 진출

현지 법인 진출을 통한 오프라인 직영점 확대 → 온라인 판매로 선순환



진출 국가

아시아 최대 시장 타킷



일본 법인 ('24.07 설립)



중국 법인 (설립준비 완료)

기대효과

글로벌 시장 내 외형 성장 본격화

현지 직영 매장 진출

해외고객접점 확대

현지 브랜딩
효과 최대화

온라인 판매로 선순환

국내 한정적인
고객경험



04. 글로벌 브랜드하우스 구축

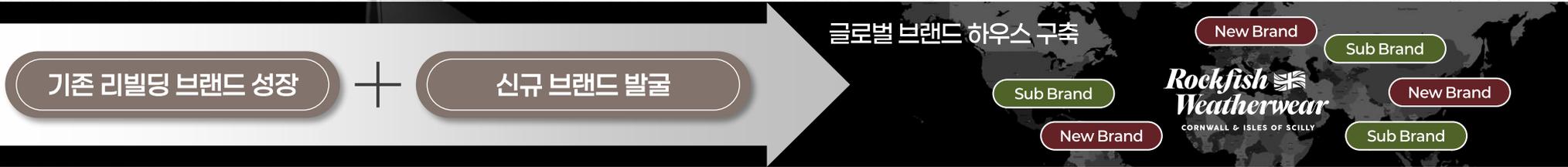
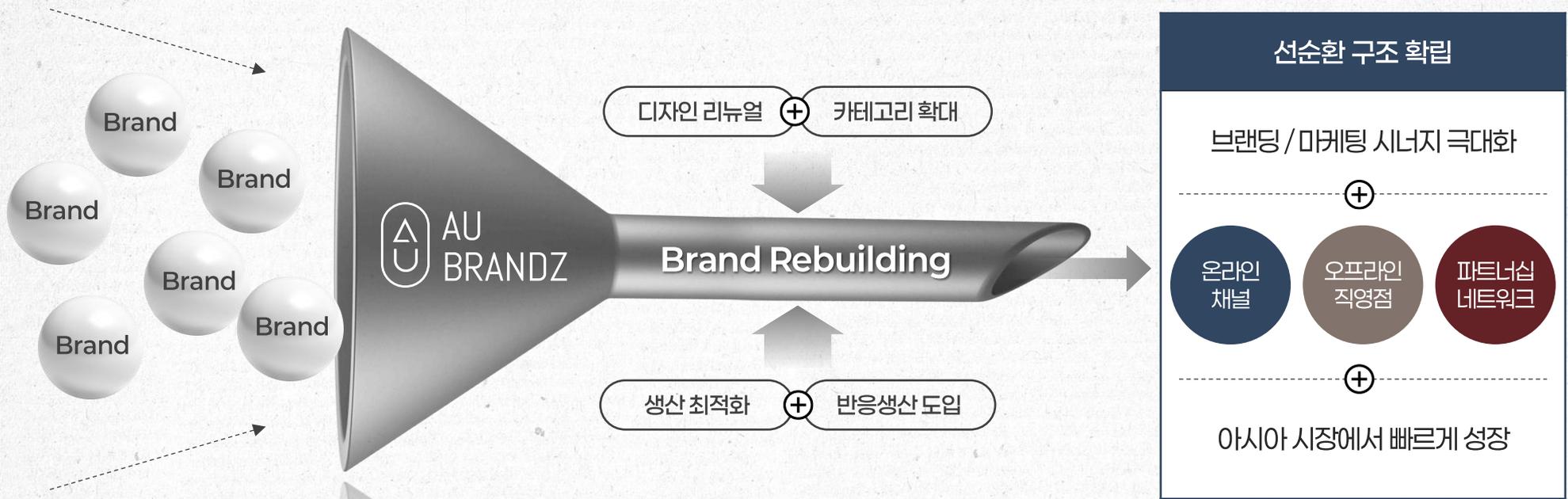
AU BRANDZ

신규 브랜드 발굴 후 브랜드 리뉴얼 및 사업구조 리빌딩을 통해 글로벌 멀티 브랜드 기업으로 도약

헤리티지 브랜드 발굴

브랜드 리뉴얼 및 사업구조 리빌딩

마케팅 및 파트너십 활용한 빠른 성장





계절브랜드의 강력한 임팩트를
사계절 누릴 수 있는 글로벌 유일 브랜드

전세계 유일의
올 웨더 차원 브랜드
사업구조 구축

반응생산 기반
업계 최고 수준
수익성

제품 카테고리의 확장
판매채널 확대 지속

기 구축된 글로벌 인지도 기반
해외진출 본격화

글로벌 파트너십 네트워크 활용
브랜드 리빌딩 신화 재현



강력한 브랜드 포트폴리오 보유
글로벌 브랜드 하우스



APPENDIX

- 01. IPO Plan
- 02. 요약재무제표 (연결), (별도)
- 03. 회사 개요
- 04. 분야별 전문가



01. IPO Plan

공모 개요

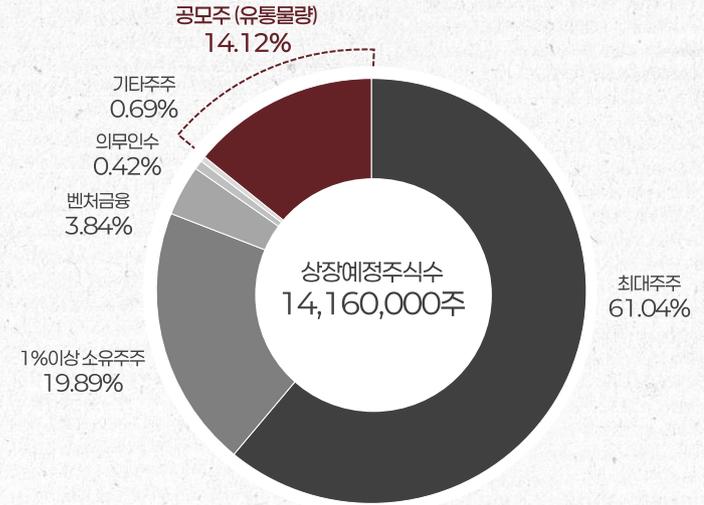
공모주식수	2,000,000주(신주 80%, 구주20%)
공모예정가	14,000원 ~ 16,000원
액면가	100원
총 공모예정금액	280억 원 ~ 320억 원
상장예정주식수	14,160,000주
예상 시가총액	1,982억 원 ~ 2,266억 원

공모 일정

증권신고서 제출일	2025년 2월 21일(금)
수요 예측일	2025년 3월 13일(목) ~ 19일(수)
청약 예정일	2025년 3월 25일(화) ~ 26일(수)
상장 예정일	2025년 4월 중

주: 주식수와 비중은 구주매출 이후 기준

공모 후 주주구성



보호예수사항

주주명	의무보호예수		기간
	주식수(주)	비중(%)	
최대주주	4,000,000	28.25	상장후 24개월
	4,000,000	28.25	상장후 18개월
	642,560	4.54	상장후 6개월
벤처금융	544,440	3.84	상장후 6개월
1%이상소유주주	2,500,000	17.66	상장후 3개월
	315,780	2.23	상장후 6개월
기타주주	97,220	0.69	상장후 6개월
의무인수 (한국투자증권)	60,000	0.42	상장후 3개월
총계	12,160,000	85.88	



02. 요약재무제표(연결)

AU BRANDZ

재무상태표

단위:백만원

구분	2022	2023	3Q24
유동자산	9,785	24,362	18,707
비유동자산	1,233	1,590	17,696
자산총계	11,018	25,951	36,403
유동부채	3,182	5,027	4,492
비유동부채	241	70	3,823
부채총계	3,423	5,097	8,315
자본금	63	63	1,250
자본잉여금	2,588	2,624	1,405
자본조정	-	-	581
기타포괄손익누계액	-	-	(21)
이익잉여금	4,781	17,709	24,053
비지배지분	163	459	821
자본총계	7,595	20,855	28,089

손익계산서

단위:백만원

구분	2022	2023	3Q24 (누적)
매출액	18,930	41,886	29,418
매출원가	5,881	13,597	9,136
매출총이익	13,050	28,290	20,282
판매비와관리비	6,662	12,075	12,494
영업이익	6,387	16,215	7,788
금융손익	(74)	65	(44)
기타손익	(279)	4	(152)
법인세비용차감전순이익	6,034	16,250	7,592
당기순이익	4,830	13,213	6,329
지배기업소유주지분	4,755	12,928	6,344

주: 2022년은 감사받지 않은 K-IFRS 연결 기준, 2022년 이후는 감사받은 K-IFRS 연결 기준.



02. 요약재무제표(별도)

AU BRANDZ

재무상태표

단위:백만원

구분	2022	2023	3Q24
유동자산	9,260	22,645	16,018
비유동자산	1,307	1,907	17,471
자산총계	10,566	24,552	33,488
유동부채	3,044	4,863	3,932
비유동부채	241	31	2,362
부채총계	3,285	4,894	6,294
자본금	63	63	1,250
자본잉여금	2,588	2,588	1,381
자본조정	-	-	581
이익잉여금	4,631	17,008	23,982
자본총계	7,281	19,658	27,194

손익계산서

단위:백만원

구분	2022	2023	3Q24 (누적)
매출액	17,555	38,714	28,308
매출원가	5,501	12,373	8,579
매출총이익	12,055	26,341	19,729
판매비와관리비	5,874	11,168	11,301
영업이익	6,180	15,172	8,428
금융손익	(73)	80	12
기타손익	(321)	4	(101)
법인세비용차감전순이익	5,787	15,256	8,338
당기순이익	4,605	12,377	6,974

주: 2022년은 감사받지 않은 K-IFRS 별도 기준, 2022년 이후는 감사받은 K-IFRS 별도 기준.



03. 회사 개요

AU BRANDZ

기업 개요

회사명	(주) 에이유브랜드
대표이사	김지훈
설립일	2022년 1월 28일 (에이유커머스와 물적 분할)
자본금	12.5억 원
임직원수	57명 (2025년 2월말 기준)
사업분야	도매 및 소매업, 제조업 (신발, 의류, 모자, 액세서리 기타)
주요 제품	레인부츠, 겨울화, 메리제인, 잡화, 기타
본사주소	서울특별시 성동구 아차산로 68
홈페이지	- rockfish-weatherwear.co.kr - aubrandz.irpage.co.kr

대표이사 소개

김지훈 대표이사

- 05.05~07.09 중국저장성위르지디전자유한회사 총괄 팀장
- 07.01~10.07 AU인터네셔널 대표이사
- 10.07~24.07 (주) 에이유커머스 대표이사
- 24.07~24.11 (주) 에이유브랜드재팬 대표이사
- 22.01~현재 (주) 에이유브랜드 대표이사



조직도





04. 분야별 전문가

AU BRANDZ

글로벌 시장과 브랜드 성장을 이끌 전문가 확보 → 성장전략 실현을 위한 기반 조성

신규 브랜드 투자/인수

남 송 현 CFO
투자/재무 총괄 이사



- 원티드랩 CFO
- 원티드랩파트너스 CEO
- 한국투자공사 아시아주식 운용
- 씨티그룹증권 애널리스트

글로벌 사업 확장

최 재 혁 이사
리테일 총괄



- 신세계 인터내셔널 해외사업부장
- 신세계 백화점 영업/신사업팀장
- 브루넬로 쿠치넬리, 아르마니, 크롬하츠 등 계약

브랜딩 전개

이 진 우 이사
브랜딩 총괄



- (주) 엠씨엠 코리아 한국 대표
- (주) 파인드폼 COO
- (주) 아이아이컴바인드 팀장 (젠틀몬스터, 탬버린즈)

브랜드 강화 역량

브랜딩

Branding & Visual Designer

- Central Saint Martins College of Art and Design 졸업
- SANS GENRE 아트기획팀 실장
- GIORDANO 디자인팀

사계절
신발

Shoes Designer

- (주)파스텔세상 디자인실 선임 연구원
- (주)디에프인테너셔널 슈즈 디자이너
- (주)윙스푹코리아 슈즈 디자이너
- (주)뉴에라코리아 슈즈 디자이너

사계절
어패럴

Apparel Designer

- Parsons School of design 패션디자인 석사
- Institut Français de la Mode 석사
- LVMH Assistant Designer
- PUIG(파코 라반)Assistant Designer

가방/
악세서리

Bag & Acc. Designer

- Vanessa Bruno Acc. 디자인
- Maje Acc. 디자인
- Isabel Marant Acc 디자인
- Nat&nin Acc 디자인

Thank you
ir@aucommerce.co.kr

