



사 례 발 표

Korea No 1. Internet Fashion Site
www.fashionplus.co.kr



목 차

I. 법인 내역

1. 법인개요 및 연혁
2. 조직도
3. 주주현황 및 증자

II. 주요제품 및 수익

III. 시장분석

1. 국내외 인터넷 시장현황
2. 인터넷 패션 시장현황
3. 목표시장

IV. 사업전략

V. 경쟁사 대비 비교 우위

VI. 향후 5개년 재무계획

1. 추정손익 계산서
2. 자금수지 계획
3. NPV 분석
4. 향후 주식가치 추정

별첨자료 : 매출액 추정, 매출원가 추정, 판관비 추정, 설비투자계획, 인건비 추정, 주요인력 프로필

패션플러스 실전

- 창업 사례 강의안

2000. 4. 15



조직도

Fashion Plus

대표이사: 김해련

Investment Part

산은캐피탈

Techno Part

이사: 김상우
팀장: 강희구
웹 개발팀장: 이명근
웹 마케터:
 강세은
 김윤정
웹 디자이너:
 김태연
 박진홍
웹 프로그래머 1인

Contents Part

이사: 정성혜, 김선하
컨텐츠 팀:
 이은형
 송윤주
 이현민
코디 팀:
 강진주
 윤선희

MD Part

이사: 박진기
MD 팀:
 김영준
 이기휴
 김은희
 차주희
물류 팀:
 한현택

Management Part

이사: 이철형
총무과장: 유미옥
총무팀: 윤하영



주주현황 및 증자내역

□ 주주현황 (1999년 8월 9일 기준)

(단위 : 천원, 주, %)

성명	출자금액	보유주식수	지분비율 (단위 : %)
김 해련	261,500	52,300	27.24
김 상우	135,000	27,000	14.06
김 선하	20,000	4,000	2.08
박 진기	66,000	13,200	6.88
이 철형	132,000	26,400	13.75
정 성혜	30,000	6,000	3.13
이 정열	150,000	30,000	15.63
신 나영	150,000	30,000	15.63
기타	15,500	3,100	1.60
합 계	960,000	192,000	100

□ 증자내역

구분	설립	1 차증자	2 차증자	3 차증자
증자시기	1999년 6월 15일	1999년 7월 29일	1999년 8월 9일	1999년 8월 25일
발행가	5,000 원 (액면발행)	5,000 원	5,000 원	20,000 원
증자금액		3 억 2 천만원	3 억 2 천만원	5 천만원
자본금	3 억 2 천만원	6 억 4 천만원	9 억 6 천만원	10 억 1 천만원
자기자본	3 억 2 천만원	6 억 4 천만원	9 억 6 천만원	11 억 6 천만원

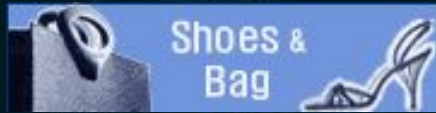
주) 3차 증자는 J&J 미디어(주) (URL : www.intz.com)와의 업무제휴로 인한 투자 유치임

주요 제품 및 수익

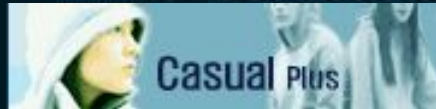
제 품
www.fashionplus.co.kr

1. 패션제품 전문 상거래 EC

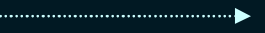
수 익



국내 Top 20의 패션 잡화 브랜드 유치를 통한 판매



Polo와 같은 Top 20 캐주얼 의류 브랜드 유치를 통한 판매



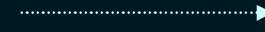
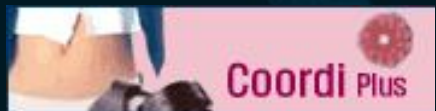
브랜드 향수 및 화장품 판매



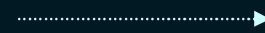
수입 명품과 유명 브랜드 특가판매



의류학과 교수들과 학생들의 브랜드 유치 판매



전문 코디네이터에 의한 이미지 컨설팅 서비스



톱스타들의 패션스타일 소개 및 스타마케팅 지원 서비스



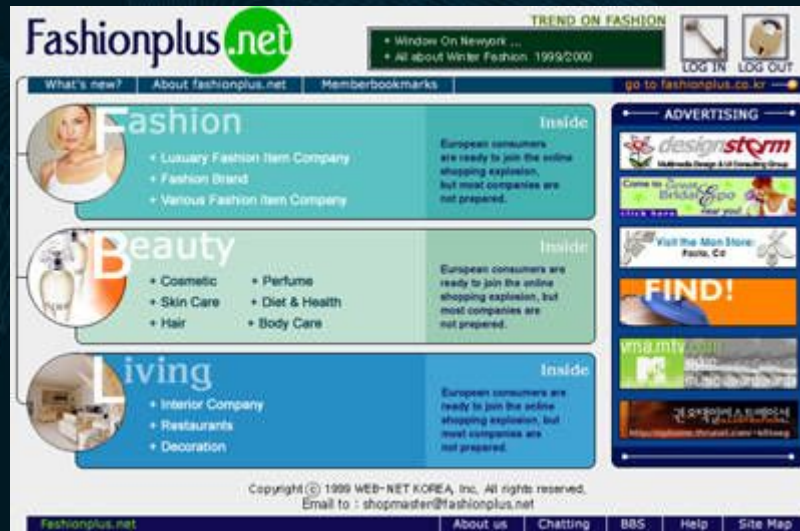
주요 제품 및 수익

2. 패션전문 광고 및 웹호스팅 사이트

제 품

www.fashionplus.net

수 익



1. 집중화된 fashion 및 beauty 광고시장

- 종래의 offline 패션잡지 및 패션광고 시장 대체

2. Online 광고시장

- 10만명회원시 평균 3천만원 광고수익

- 30만명회원시 평균 1억원 광고수익

3. Fashion 및 beauty 회사들의 웹제작 및 관리와 인터넷 홍보대행

주요 제품 및 수익

제 품

회원 가입시 신상정보를 활용할수 있도록
 허락된 회원의 정보 및 구매회원 정보
 항상 정보를 제공할 용의가 있는 회원
 DB 확보

3. 회원 데이터베이스

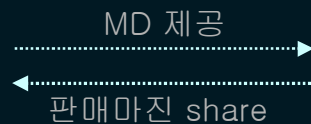
수 익

1. 회원 DB를 통한 패션 및 beauty업체의 마켓 리서치 대행
2. E-mail 마케팅을 통한 direct Marketing 대행

제 품

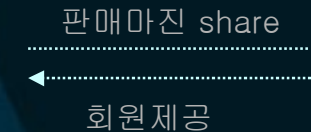


4. MD 컨설팅 및 대행



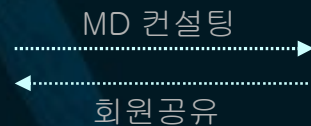
협력사이트 A
(디지털 조선)

- ▶ 1. 타 인터넷 사이트에 MD를 제공하고 마진을 share하는 모델



협력사이트 B
(intZ)

- ▶ 2. 타 인터넷사이트와 마진을 share하면서 회원을 공유하는 모델



협력사이트 C
(InternetBuddy)

- ▶ 3. 타 인터넷사이트에 MD기획, 컨설팅을 제공하는 모델



주요 제품 및 수익

5. 인터넷 패션 브랜드 (Internet Fashion Brand)

20대 네티즌만을 대상으로 하여 인터넷 사이트를 유통만으로 삼는 패션브랜드 창출.

- 1) 기존 브랜드들은 오프라인 유통망을 타겟으로 상품을 기획해서 판매했는데,
- 2) 인터넷 패션브랜드는 온라인 상의 유통망을 활용하는 것을 목적으로 새로운 개념의 브랜드를 기획/판매하는 개념이다. 인터넷 상에서는 기본적으로 고객에 대한 프로파일과 성향분석이 가능하여 진정한 의미의 One-to-one Marketing을 활용한 유통혁신을 추구한다.
- 3) 오프라인 브랜드의 한계 : 매장 확장성에 대한 제약
- 4) 온라인 브랜드의 장점 : 모든 온라인 업체를 상대로 머천다이징 소스를 제공하여 수익을 공유하고, 쉽게 유통채널을 확보할 수 있다.(Win-win 전략의 구현)

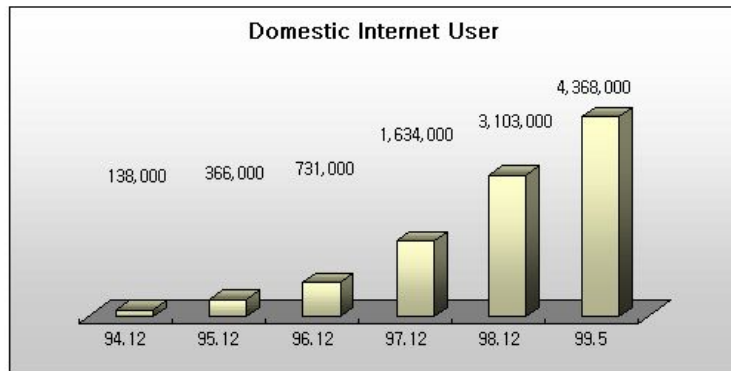
국내외 인터넷 시장 현황

□ 국내 인터넷 사용자

□ 세계 인터넷 시장 매출 규모

Domestic Internet User ('99. 5)

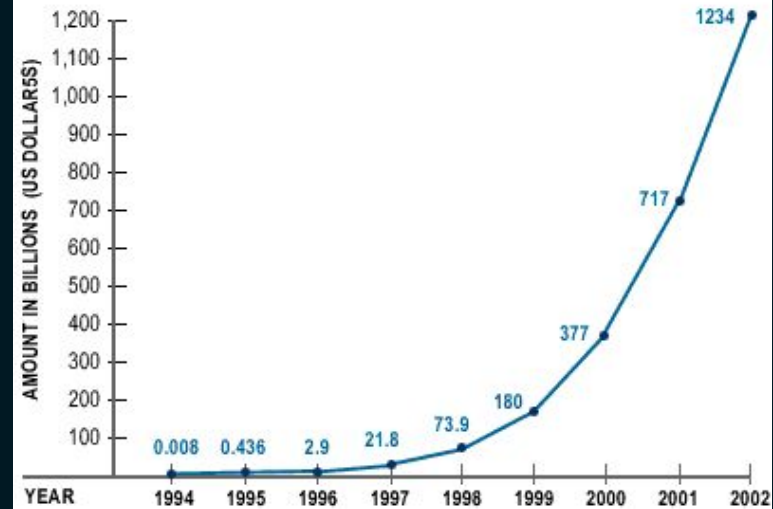
Date : 1999. 5. 31
Source : KRNIC/NCA



	94.12	95.12	96.12	97.12	98.12	99.5
Internet User	138,000	366,000	731,000	1,634,000	3,103,000	4,368,000

KRNIC : Korea Network Information Center

Internet generated revenue 1996 - 2002



□ 국내 인터넷 비즈니스 성장 추이

- 출처 : 삼성 경제 연구소 **Samsung Economic Research Institute**
- 지난 3년간 인터넷 사용자가 10배로 증가
- 1998년 말 3백만, 99년 4월 말 4백만, 99년 말에는 5백만 예상
- 인터넷 비즈니스가 2005년에 17억불 정도 규모로 성장할 것으로 예상
- 작년엔 2천 3백 70만불 규모의 매출을 기록 (230개 cyber shopping mall)
- 한국의 전자상거래 시장은 20.8billion 달러 규모 (출처 : 1999년 4월, 인터넷 뉴스 Internet News)



INTERNET CONSULTING GROUP



인터넷 패션 시장 현황

□ Top Purchased Items

인터넷을 통해서 구매되는 제품 중 의류제품이 4위를 차지
 미국의 경우 사이버 의류시장의 규모는 \$4.5M, 성장률은 67%

Item	Million	% Increase in 9 months
✓ Books	9.2	65%
✓ CD's/Videos	7.2	112%
✓ Compute Hardware	5.4	23%
✓ Clothing	4.5	67%
✓ Software	4	0%

Source: 1999 CommerceNet Inc.

Source: 1999 CommerceNet Inc.

Item	Million	% Increase in 9 months
✓ Books	4.1	105%
✓ CD's/Videos	2.7	145%
✓ Clothing	2.4	118%
✓ Travel	1.3	63%
✓ Compute Hardware	1.3	160%

□ Women Purchasing Online

여성 구매자들이 인터넷을 통해서 구매하는 제품 중에서 의류제품은 3위를 기록
 지난 9개월간 118%의 높은 성장률을 보이며 급속히 성장하고 있는 추세



목표시장

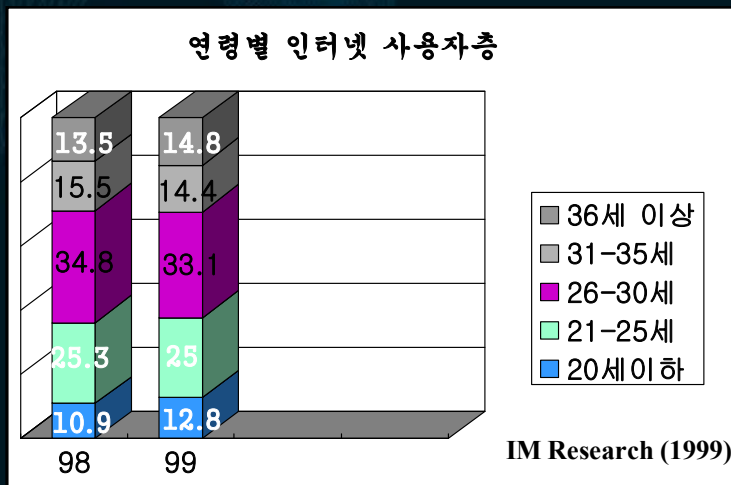
□ 목표시장

- 20대 ~ 30대 중반의 패션에 관심 있는 남, 녀 네티즌

□ 목표시장 선정근거

- 근거 35세 미만 소비자들의 온라인 구매패턴 (1998년 1월~6월, Nielsen Media)

• 전체의 **65%**가 의류를 구매한 경험이 있었음



1. 99년 5월 기준으로 국내 인터넷 사용자는 약 4,368,000 명임.
2. 이들 중 21세~35세까지가 전체 유저의 약 70.5%를 차지 함.
3. 위 Nielsen Media의 분석자료에 의하면, 약 2,001,636명이 잠재적 구매고객이 될 수 있음을 알 수 있다.

사업전략

< 사업전략 Mission Statement >
Market Creation을 통한 Revenue Growth

Business Core Concept:
Dynamic, Events, Community

“전략에 기반한 마케팅 기획은 인터넷 비즈니스 성공의 50%를 좌우한다.”

□ 진입 전략

- 기존의 패션 쇼핑몰과 차별화된 이미지로 시장에 진입
- On-line/ Off-line으로 다양한 광고 및 홍보 활동 계획

□ 머천다이징 전략

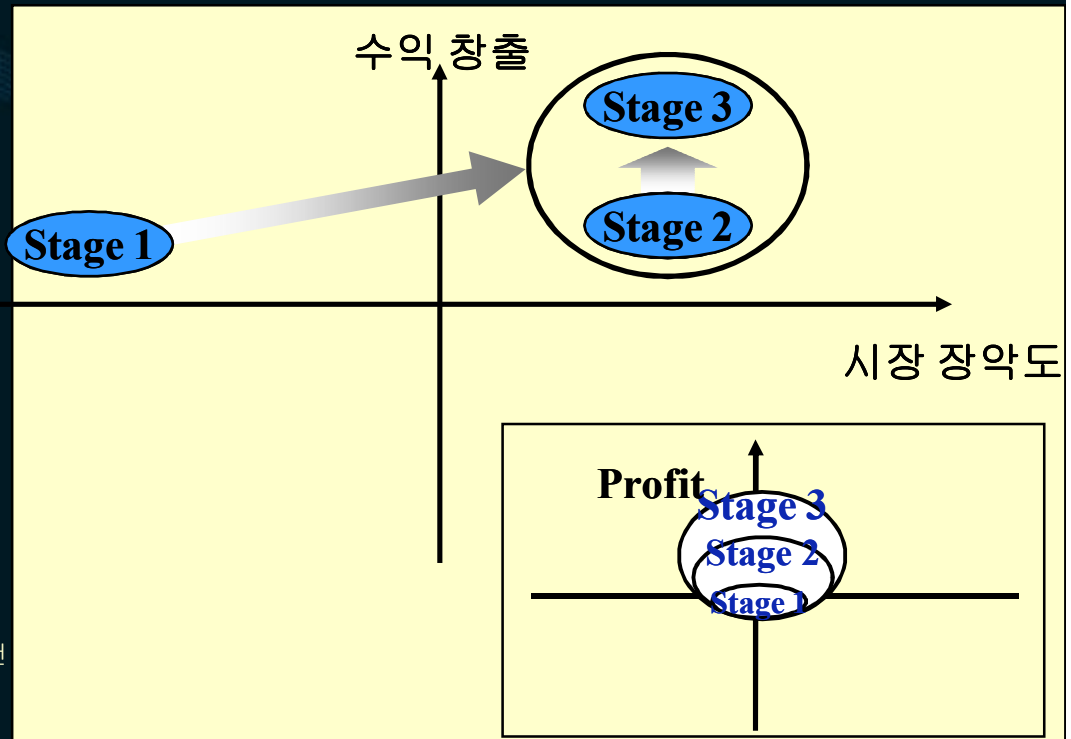
- 전문가에 의해 Filtering된 제품진열로 고객만족도 높임
- 고급스러운 이미지의 매장 구축
- 코디 서비스와 같은 Personalized Service를 제공

□ 커뮤니티 전략

- 회원과 비회원의 차별화 전략
- 상호 신뢰에 기반한 커뮤니티 구축
- 개념: 로열티를 갖는 회원 = 주주 = 회사이익의 공유

□ 마케팅 전략

- 집중적이고 효과적인 마케팅 활동 계획
- 온라인과 오프라인의 시너지를 발휘할 수 있는 마케팅 플랜
- 온라인과 오프라인의 네트워킹을 통한 진입장벽의 형성



경쟁사 대비 비교 우위

□ 제품의 차별화

- **New Technology**와의 접목을 통한 **Advanced Web**
 - 3D 입체 온라인 카탈로그 도입
 - 쇼핑버디 기능 도입 - 지인과 채팅하면서 쇼핑하는 기능
- 신뢰도 있는 인기 패션 브랜드 상품의 유치

□ 서비스의 차별화

- **100%** 반품보장과 반품비용의 폐사 부담
- 타 쇼핑몰 대비 배달기간의 단축
- 일대일 마케팅을 통한 맞춤 서비스의 구현

□ 인적자원의 차별화

- 국내 동분야 최고의 전문가들로 구성된 경영진
- 산학의 전문가로 구성된 자문단
- 강력한 **On-line**과 **Off-line** 네트워크 연계

□ 이미지의 차별화

- 화려하고 감각적인 웹 디자인



추정손익계산서

(단위:천원)

항 목	1999	2000	2001	2002	2003
매출액	633,000	8,912,000	19,494,000	30,006,000	40,518,000
매출원가	486,785	4,687,560	9,570,600	14,453,640	19,336,680
매출총이익	146,215	4,224,440	9,923,400	15,552,360	21,181,320
판매비와관리비	384,073	1,673,464	2,332,932	2,623,774	3,048,138
영업이익	(237,858)	2,550,976	7,590,469	12,928,586	18,133,182
영업외수익	90,579	318,301	764,876	1,606,418	2,908,853
영업외비용	0	0	0	0	0
경상이익	(147,279)	2,869,277	8,355,344	14,535,004	21,042,035
특별이익	0	0	0	0	0
특별손실	0	0	0	0	0
세전순이익	(147,279)	2,869,277	8,355,344	14,535,004	21,042,035
법인세비용	0	816,599	2,506,603	4,360,501	6,312,611
당기순이익	(147,279)	2,052,678	5,848,741	10,174,503	14,729,425



자금수지계획

(단위:천원)

항목	1999	2000	2001	2002	2003
기초자금	960,000	2,474,244	6,22,412	14,672,798	29,207,802
신규투자유입	2,200,000	1,000,000	0	0	0
이자수익	90,579	318,301	764,876	1,606,418	2,908,853
영업이익	(237,858)	2,550,976	7,590,468	12,928,586	18,133,182
감가상각비	111,006	156,576	235,042	135,194	80,378
현금유입액	3,123,727	6,550,097	14,810,798	29,342,996	50,330,215
설비투자	610,983	262,185	138,000	135,194	80,378
신주발행비	38,550	17,500	0	0	0
현금유출액	649,483	279,685	138,000	135,194	80,378
기말잔액	2,474,244	6,220,412	14,672,798	29,207,802	50,249,837

이자수익은 기초와 기말의 평균잔액중 영업긴급자금 5%를 제외한 금액의 8%를 적용하였음.



NPV 분석

(단위:천원)

항목	1999	2000	2001	2002	2003
영업이익	(237,858)	2,550,976	7,590,468	12,928,586	18,133,182
감가상각비	111,006	156,576	285,042	135,194	80,378
현금유입액	(126,852)	2,707,552	7,825,510	13,063,780	18,213,560
설비투자	610,983	262,185	138,000	135,194	80,378
현금유출액	610,983	262,285	138,000	135,194	80,378
순현금유입액	(737,835)	2,445,467	7,687,510	12,928,586	18,133,182
현재가계수(10%)	1.00	0.91	0.83	0.75	0.68
NPV	(737,835)	2,225,284	6,380,633	9,696,440	12,330,564
누적NPV	(737,835)	1,487,449	7,868,082	17,564,522	29,895,086

향후 주식 가치 추정

	1999	2000	2001	2002	2003	단위
매출액	6.3	176	278	471	960	억
순이익	-1.5	35.5	53.1	85.4	158.9	억
이익률	-23.3%	20.2%	19.1%	18.1%	16.6%	
자본금	13.6	40.0	40.0	40.0	50.0	억
자기자본	38.1	73.6	126.7	212.1	371.0	억
자산가치	14,018	9,204	15,841	26,516	37,103	천 원
주당순익(EPS)	-540	4,438	6,638	10,675	15,890	원
수익가치	39,389	61,130	94,526	79,074	117,704	천 원
본질가치	29,241	40,359	63,052	58,051	85,463	천 원
예상PER	-	20	17	17	15	
예상주가	-	88,750	112,838	160,125	238,350	원