

주주총회소집공고

2022년 3월 11일

회 사 명 : (주)에스알바이오텍
대 표 이 사 : 이소형
본 점 소 재 지 : 경기도 성남시 중원구 둔촌대로484, B101호
(전 화)031-726-3134
(홈페이지)<http://srbiotek.com>

작 성 책 임 자 : (직 책)과장 (성 명)최세미
(전 화)070-4733-7041

주주총회 소집공고

(제15기 정기)

1. 일시 : 2022년 3월 28일 오전 9시 30분
2. 장소 : 경기도 성남시 중원구 둔촌대로 484, B101호 (상대원동, 시콕스타워) 당사 대회의실
3. 회의목적사항
 - 가. 보고사항
 - 1) 감사 보고
 - 2) 영업 보고
 - 3) 내부회계관리제도 운영실태 보고
 - 나. 부의안건
 - 제1호 의안 : 제15기(2021.01.01 ~ 2021.12.31) 재무제표 승인의 건(결손금처리계산서 포함)
 - 제2호 의안 : 이사 선임의 건
 - 제2-1호 : 사내이사 김아리 선임
 - 제2-2호 : 사내이사 정수진 사임
 - 제3호 의안 : 주식매수선택권 부여의 건 (김아리 외 8명 25,326주)
 - 제4호 의안 : 외부회계감사법인 선임보고
4. 의결권 행사에 관한 사항
 - 1) 주주는 총회에 출석하지 아니하고 서면에 의하여 의결권을 행사할 수 있습니다.
 - 2) 서면에 의하여 의결권을 행사하고자 하는 주주는 의결권행사에 관한 서면에 필요한 사항을 기재하여, 회일의 전일까지 회사에 제출하여야 합니다.
 - 3) 주주는 대리인으로 하여금 그 의결권을 행사하게 할 수 있으며, 이 경우 대리인은 주주총회 개시 전에 그 대리권을 증명하는 서면(위임장)을 제출하여야 합니다.

*** 주주총회 참석시 준비물**

1. 직접행사 : 주주 본인이 주주총회에 직접 참석하여 행사함
- 본인 신분증 (필수지참)
2. 대리행사 : 주주의 가족 등 제3의 대리인을 통하여 대리 행사함
- 위임장(주주와 대리인의 인적사항 기재, 서명날인), 대리인의 신분증,
주주의 인감증명서

I. 사외이사 등의 활동내역과 보수에 관한 사항

1. 사외이사 등의 활동내역

가. 이사회 출석률 및 이사회 의안에 대한 찬반여부

회차	개최일자	의안내용	사외이사 등의 성명			
			A (출석률: %)	B (출석률: %)	C (출석률: %)	D (출석률: %)
			찬 반 여부			
-	-	-	-	-	-	-

나. 이사회내 위원회에서의 사외이사 등의 활동내역

위원회명	구성원	활동내역		
		개최일자	의안내용	가결여부
-	-	-	-	-

2. 사외이사 등의 보수현황

(단위 : 원)

구 분	인원수	주총승인금액	지급총액	1인당 평균 지급액	비 고
-	-	-	-	-	-

II. 최대주주등과의 거래내역에 관한 사항

1. 단일 거래규모가 일정규모이상인 거래

(단위 : 억원)

거래종류	거래상대방 (회사와의 관계)	거래기간	거래금액	비율(%)
-	-	-	-	-

2. 해당 사업연도중에 특정인과 해당 거래를 포함한 거래총액이 일정규모이상인 거래

(단위 : 억원)

거래상대방 (회사와의 관계)	거래종류	거래기간	거래금액	비율(%)
-	-	-	-	-

III. 경영참고사항

1. 사업의 개요

가. 업계의 현황

가. 산업의 특성

화장품에 대한 법적 정의는 '화장품법 제 2조'에 「"화장품"이란 인체를 청결, 미화하여 매력을 더하고 용모를 밝게 변화시키거나 피부, 모발의 건강을 유지 또는 증진하기 위하여 인체에 바르고 문지르거나 뿌리는 등 이와 유사한 방법으로 사용되는 물품으로서 인체에 대한 작용이 경미한 것을 말합니다. 다만, [약사법] 제 2조 제 4호의 의약품에 해당하는 물품은 제외한다.」라고 되어 있습니다. 화장품 산업은 다음과 같은 특성을 지니고 있습니다.

- ① '아름다움(美)'을 추구하는 인간의 근본적인 욕구에 바탕한 산업으로 최근 고령화 등의 영향으로 '젊음(동안)'으로 미의 방향성이 구체화되는 경향을 나타낸다.
- ② 화학공업과 피부과학의 접목이 화장품 산업의 근본적 속성이다. 화장품은 화학공업으로 출발하여 기초원료 개발의 중요성이 강조된다. 또한 인체에 적용되는 제품의 특성상 안전 측면이 강조되는 특성을 지닌다. 피부특성에 맞는 화학소재 개발이 중요하였으나 최근에는 천연유래 소재에 대한 관심도가 증가하고 있다.
- ③ 일상 소비재이자 사치재의 특성을 지닌다. 일상적으로 사용하는 편의품(필수품)이자 개인의 기호가 구매행동에 많은 영향을 미치고 숙고를 하는 선매품(選買品, 기호품) 특성도 지닌다. 그러면서도 사치재 특성도 있어 경제적 수요(국민소득)가 높아질수록 규모가 커지는 산업이다.
- ④ 트렌드에 민감하며 관련 산업과의 밀접한 연관 및 상호작용을 하는 특성을 지닌다. 미를 추구하기 때문에 트렌드에 민감하게 반응하는 경향을 지니며 뷰티, 패션산업 등 관련 산업과 연관 및 상호작용이 이뤄지는 산업이다.
- ⑤ 의료/의약산업, 식료품 산업 등 보건산업과의 상호작용이 높은 산업이며 화학, 생물학, 피부과학 등 다양한 과학기술을 활용하는 융복합적 특성을 지닌 산업으로 IT, BT, NT 등과의 융합 연구가 활발히 진행되고 있다.

제조·판매업자는 완제품 브랜드를 지닌 업체와 계약제조업체로 구성되며 완제품 브랜드 업체에 글로벌 경쟁력을 갖춘 대기업이 성장하고 있습니다. 계약제조 업체는 대형 ODM 업체와 영세 OEM 업체로 구성되며, 대형 ODM 업체인 한국콜마와 코스맥스가 시장의 50% 이상을 점유하고 있으며 기술, 협상력을 지니고 있습니다. 완제품 브랜드를 지닌 기업에 주로 대기업이 많으며 아모레퍼시픽과 LG생활건강이 조 단위 이상의 매출로 '빅 2'를 구성하며 전체 매출의 40% 이상을 점하고 있습니다. 유통업자는 다양한 채널로 구성되어 있으며 중단기적으로 부침이 심한 불안정성을 나타내고 있습니다. 전통적

인 채널인 백화점, 방문판매 등은 저상장세이며, 브랜드샵, 인터넷, 모바일 쇼핑 등 채널이 다양해지며 중저가경쟁이 치열한 양상을 나타내고, 최근 화장품 시장에서는 환경보호, 비건, 페미니즘, 인종차별 금지, 동물실험 금지, Dirty list 등재 원료 사용 금지 등 다양한 가치를 포용하는 컨셉의 브랜드들이 나타나고 있습니다. 이와 동시에 세계적인 양극화 추세에 맞추어 기능을 강조한 기능성 코스메슈티컬 브랜드와 가성비를 강조한 중저가 브랜드 시장으로 양분되고 있습니다.

(2) 시장 현황 및 전망

가. 국내시장 현황 및 전망

과거에는 경기의 영향을 직접적으로 받는 전형적인 내수산업으로서 민간소비 등의 국내 경기지표와 화장품 시장의 성장세는 유사한 형태를 보여 왔으나, 2000년도부터 경제성장과 더불어 화장품은 과거 사치성 소비재가 아닌 필수소비재로서 자리 잡으며 경기변동에 민감한 반응 없이 견고한 성장세를 유지하고 있습니다.

2019년 국내 화장품 생산규모는 16조 2,633억원으로 전년대비 4.9% 증가했습니다. 이 같은 증가세는 지속적 수출 성장세 등에 힘입을 것으로 보이고 있는 전망입니다.

- 국내 총생산액 대비 화장품산업 총생산 비중 -

(단위: 억원,%)

구분		2015년	2016년	2017년	2018년	2019년
국내총생산(GDP)		15,641,239	16,417,860	17,303,985	17,822,689	19,190,399
제조업 총생산		4,236,517	4,397,003	4,771,121	4,852,812	4,859,456
화장품 산업 총생산		107,329	130,513	135,155	155,028	162,633
화장품 산업 비중	국내 총생산 대비	0.69	0.79	0.78	0.87	0.85
	제조업 총생산 대비	2.53	2.97	2.83	3.19	3.35

자료:대한화장품협회, 화장품 생산실적 자료, 각 연도 한국은행, 경제통계시스템(ECOS)

국내 화장품 유통업계는 백화점과 방문판매, 브랜드샵이 주축하는 사이 온라인 쇼핑몰의 매출 비중이 꾸준히 증가하고 있습니다. 특히 인터넷·모바일 사용자가 늘어남에 따라 이를 기반으로 하는 소셜커머스 및 모바일 시장 성장이 두드러졌습니다. 모바일 쇼핑은 장소에 제약 없이 쇼핑을 할 수 있다는 점에서 맞벌이 부부 등 쇼핑시간이 부족한 소비자와 젊은 세대를 중심으로 사용이 많이 늘어났다는 분석입니다.

이와 함께 국내에서 구매할 수 없는 제품을 사기 위해 해외직구를 하는 소비자가 크게 늘고 있으며, 이

에 따라 글로벌 기업들이 자사 쇼핑몰에 한국어 안내문을 게시하는 등 해외직구 열풍이 세계적으로 화제가 되고 있습니다. 온라인 환경이 PC에서 모바일로 변환되는 과정이 마무리단계인 만큼 모바일 유통의 영향력은 해를 거듭할수록 거세질 것으로 보입니다.

나. 해외시장 현황 및 전망

글로벌 화장품산업은 전 세계적 불황에도 불구하고 수요를 지속적으로 창출해내는 미래 유망산업으로 위상을 넓혀가고 있다. 특히 새로운 소비 트렌드 부상과 유통 채널의 다양한 발전가능성으로 앞으로의 성장이 더욱 기대되는 분야입니다.

Euromonitor 자료에 의하면 2019년 세계 화장품 시장규모는 4,203억 달러로 전년대비 4.5% 증가했습니다. 2020년 코로나19로 인한 세계 경제 수요 및 공급 악화로 화장품산업 성장에 큰 제약이 따를 것으로 예측되며, 특히, 중국, 한국을 제외한 대부분의 국가에서 시장규모가 둔화되는 양상을 나타낼 것으로 전망했다. 향후 유통시장의 디지털 전환, 라이브 커머스 등의 활용으로 2021년 세계 화장품 시장규모는 반등할 것으로 예상되며 2024년(5,263억 달러)까지 꾸준한 증가세를 보일 것으로 내다보고 있습니다.

- 세계화장품규모 및 증가율 -



자료 Euromonitor International, 2021(Feb)

지역별 시장규모는 아시아/태평양이 1,587억 달러(전년대비 +7.4%)로 가장 크며, 이어서 아메리카 지역이 1,381억 달러, 유럽 1,049억 달러 순으로 나타났습니다.

2015년과 2019년 지역별 시장규모를 비교해보면 화장품 선진시장인 아메리카('15년 33.7% → '19년 32.8%) 및 유럽('15년 27.1% → '19년 24.9%)지역에서는 전체 세계 시장 대비 점유율이 하락한 반면, 아시아/태평양('15년 34.8% → '19년 37.8%)과 중동 및 아프리카('15년 4.38% → '19년 4.44%) 지역은 경제적 수준의 향상과 미(美)의 대한 관심 증가로 화장품 소비가 늘면서 전체 세계 시장 대비 점유

율이 상승하였다.

- 화장품과 의약품의 비교 -

구분	화장품	코스메슈티컬 (병원용 화장품)	의약품
사용목적	아름다움의 추구	보조적 치료	병의 치료 및 예방
사용인	정상적인 피부 (불특정 다수인)	병원 방문한 특정 다수와 일반인	피부 질환이 있는 피부 (특정인, 환자)
사용방법	매일, 장기적	장기적	대체로 일시적
사용원료	광범위한 모든 성분	보조적인 효능 중심의 성분	고시 성분 중심의 효과 우선 (때에 따라 경미한 부작용 동반)

자료: 메리츠증권증권 리서치센터

현재 미국 및 유럽 등 일부 선진국의 경우 코스메슈티컬 시장이 더욱 발달해 있습니다. 미국 코스메슈티컬 시장은 최근 10년 동안 화장품 카테고리 내 가장 높은 성장률을 기록하고 있으며, 주요 소비자들인 미국의 50세 이상 소비자 그룹의 인구수가 늘어남에 따라 향후 전망 또한 긍정적입니다. 이처럼 국내에서도 코스메슈티컬에 대한 관심은 지속적으로 증대되고 있으며 인구 고령화에 따른 50대 이상 인구가 증가함에 따라 국내의 코스메슈티컬산업에 대한 전망 또한 긍정적인 것으로 판단됩니다.

다. 계절적 경기변동 및 제품의 라이프사이클

화장품 산업은 계절에 따라 수요 변동요인이 변화하는 대표적 산업입니다. 계절 변화에 따른 소비자의 기능적, 정서적 요구가 화장품 출시에 많은 영향을 끼치며 계절에 따라 새로운 색상 등을 원하는 니즈에 따라 화장품 업체들이 변화하는 소비자들의 관심도를 반영할 수 있는 혁신적인 제품들을 출시하고 있습니다.

계절 변화에 따른 새로운 스킨케어에 대한 수요는 전 세계적으로 강하며 계절성이 뷰티 트렌드를 결정짓는 중요한 요인의 하나로 부각되고 있습니다. 한층 추운 날씨와 축축한 기후, 혹독하게 건조한 일기에는 이에 대응하는 제품으로 고보습 제품의 수요가 높은 반면 무더운 여름철에는 고온과 습기, 자외선으로 인한 손상으로부터 피부를 보호하는 제품들을 찾는 수요가 높습니다. 계절성 또는 이벤트성 제품만 출시 판매코자 하는 업체의 경우 그 생산을 위한 설비 도입 비용부담이 발생하므로 OEM/ODM 업체에 개발을 의뢰하는 사례도 빈번하게 발생하고 있습니다.

이처럼 화장품 브랜드 제품들은 계절적인 변화에 빠르게 부응할 수 있을 때 소비자들로부터 연중 높은 충성도를 끌어낼 수 있을 것이며 화장품 시장의 미래에도 상당한 변화를 가져오게 될 것으로 내다볼 수 있습니다. 하지만 최근에는 자외선 차단 제품의 사계절 필수품으로의 필요성 대두와 체취방지

용 제품 등 하절기용 기능성 화장품이 다양하게 개발되고 보편화되면서 계절적 변동요인이 점차 축소되고 있습니다.

라. 경쟁상황

화장품 산업은 낮은 장벽으로 인해 완전 경쟁 시장으로 볼 수 있으나, 축적된 R&D 기술력과 대량생산을 통한 가격 경쟁력을 가진 상위업체의 지속적인 시장 지위 강화가 예상되어 실질적으로는 진입 장벽이 높다고 볼 수 있습니다. 또한, 화장품의 특성상 소비자의 수요패턴 변화에 부합하는 차별화된 제품 개발뿐만 아니라 브랜드 이미지 구축 및 홍보, 유통경로 확보 등의 마케팅 역량이 시장진입에 크게 작용하고 있으며, 우리의 신체에 사용하는 제품이기에 타 제품에 비해 제조와 생산, 유통, 판매 과정에서의 안전과 관련된 법률적 규제가 엄격하여 신규 시장 진입 업체에 진입장벽으로 작용하고 있습니다.

OEM/ODM 산업은 고객사의 요구에 대응할 수 있는 설비와 인력 확보뿐만 아니라 지속적인 R&D 투자가 병행되어야 하는 구조로 OEM/ODM 업체의 R&D 규모가 중요하며 R&D 투자 여력이 부족한 기업은 선두 업체들과의 격차를 좁히기 힘들다고 보고 있습니다. 화장품 OEM/ODM 시장은 초기설비투자 비용이 낮고, 규제상 진입 장벽이 낮으나, 높은 기술력과 생산 효율성을 갖춘 상위업체들의 선점 효과가 크다는 특징이 있습니다. 또한, 단기간의 투자로 기술이 늘어날 수 있는 산업이 아니라 제조기술력에 대한 축적된 노하우가 필요하며, 규모의 경제에 따른 원가 경쟁력, 매입처와의 안정적인 거래 관계, 충분한 생산설비 보유 등이 기반을 두어야 하므로 보이지 않는 진입 장벽이 상당히 높은 산업이라고 할 수 있습니다.

마. 대체시장

최근 고령화, 외모 중시 경향 심화, 소득 증가로 인해 안티에이징 수요가 급증하고 있습니다. 이제는 노화 복구보다 사전 예방이 효과적이라는 인식하에 안티에이징 니즈가 급증하고 있으며, 인구가 증가하고 수명이 연장됨에 따라 안티에이징 수요가 증가할 수밖에 없는 상황입니다.

여기에 삶의 질 개선을 중시하는 정부 정책과 바이오·의료 기술 혁신이 더해지면서 안티에이징 제품 및 서비스의 품질도 발전을 거듭하고 있습니다. 이 가운데 안티에이징 효능에 대한 기대수준이 높아지면서 미용기기가 부상하고 있습니다.

이처럼 미용 의료기기의 국내 및 해외시장은 가파르게 성장 중이며 세계적으로 미국과 유럽에서는 식생활 습관으로 인한 비만으로 수요가 많은 편이며 한국을 포함한 아시아, 중동, 남미 등에서도 한류 열풍을 타고 미모와 아름다운 체형에 대한 욕구가 확산되어 관련 산업의 빠른 성장세가 이어지고 있습니다.

아시아의 국가 중 중국은 피부 및 체형 관련 미용 산업의 고속 성장 국가 중 대표적인 나라이며 경제성장 효과의 하나로 서구화된 식생활 등 생활 방식의 변화로 인해 대도시를 중심으로 비만 인구가 빠르

게 늘어나고 있으며 유럽에서는 오래전부터 독일, 이태리등이 비만인구의 과다로 인해 의료비용 지출 상승 등 사회적 보건의료비용의 상승요인으로 작용하고 있습니다.

바. 규제 및 산업지원정책

최근 전 세계적으로 화학물질 규제 수준이 강화되고 있습니다. 특히 유럽을 중심으로 최종제품에 대한 동물실험금지 의무화(2004년), 신화학 물질 관리제도(REACH) 도입(2007년)으로 부담이 가중되고 있으며 2009년부터 화장품 원료에 대한 동물실험금지 발효되었습니다. 최근에는 일본, 말레이시아, 대만, 터키 등 국가로의 REACH 유사제도 도입이 확산되고 있습니다.

또한, 나고야의 정서에 따른 원료시장 변화가 예상됩니다. 국내 의약품, 화장품 등 보건산업 기업의 60%가 해외 생물자원을 이용하고 있으며, 나고야의정서 발효 시 제공국과의 이익공유에 따른 기업부담이 증가될 것으로 전망됩니다.

국가	화장품 관련 제도· 정책· 환경 리스크
미국	FDA에서 화장품 관련 법령(Federal, Food, Drug & Cosmetic Act, FD&C act)에 근거 사후관리 체제로 운영 (원료일 경우 네거티브 제도로 운영)
EU	미국과 마찬가지로 화장품 관련 법령(EU Cosmetic Directive)하에 사후 관리 체제로 운영 (원료의 경우 네거티브 제도로 운영). 원료에 대한 안정성 평가의 경우 법에서 정하는 원료의 경우 SCCS(Scientific Committee on Consumer Safety)의 자문을 받는 것을 의무화
일본	화장품 규제법의 경우 "약사법"으로 수 차례 규정개정을 통한 사전관리 체계에서 사후 관리 체계로 관리됨. 제조판매 허가 시 품질관리 기준(GQP) 및 제조 판매 후 안전관리 기준 (GVP)이 제정, '총관제조판매 책임자'를 두어야 함.
중국	중국에서 2010년 발표한 기존화학물질목록(IECSC, 2003년까지 등록된 화학물질)및 등록된 화학물질 목록에 없는 신규 화학물질은 중국 시장에 진출하기 위해서는 독성데이터 준비, 제출 및 평가 후 유통 가능

국내의 경우 식약처의 화장품 관련 정책 기조는 크게 소비자 안전과 화장품 산업 육성의 두 축으로 구분될 수 있습니다. 식약처는 2017년 강조해 온 소비자 안전을 위한 규제 강화 기조를 이어갈 전망입니다. 또한, 식약처는 2017년 두차례에 걸친 기능성화장품 심사규정 개정을 통해 이미 심사받은 품목과 주성분의 규격, 분량, 용량, 기준 및 시험방법이 같은 품목에 대한 안전성·유효성 심사자료 제출을 면제토록 해 기능성화장품 심사기간을 획기적으로 단축하는 전기를 마련하였습니다. 안전성 유효성이 확보된 기능성화장품 주성분의 자료제출을 면제토록 해 신속한 심사체계를 확립하고 민원인 불편도 줄인다는 혁신 정책의 일환인 셈입니다.

특히 최근에는 물비누, 치약 등 OTC 의약품 일부를 화장품 영역화하는 화장품 유형확대, 우수 화장품 마케팅을 제한한다는 지적을 받아온 화장품 유형별 효능효과 규정을 삭제하는 내용의 화장품법 시행규칙 개정안을 입법 예고하는 등 혁신정책을 지속 중입니다.

이에 따라 화장품 유형이 11개 대분류 97개 유형으로 확대되고, 화장품 사용시 일반적으로 기대되는 표현 또는 연구개발 과정의 객관적 입증자료가 있는 광고문구에 대한 표시광고가 허용될 전망입니다.

나. 회사의 현황

당사는 마이크로 니들(미세침)을 이용한 기능성 화장품 관련 제품생산 및 판매 전문기업이며 회사 설립 초기부터 차별화된 제형 중심으로 화장품 OEM/ODM 전문회사로 성장하여 왔습니다. 차별화된 연구개발 노하우를 바탕으로 글로벌 시장에서 통할 수 있는 제품경쟁력과 생산(품질) 시스템을 갖추기 위해 노력한 결과 벤처기업 인증, ISO 9001, ISO 14001, ISO 22716 등 우수 화장품 제조에 필요한 기반을 구축, 높은 기술력을 확보하기 위해 꾸준히 노력하였습니다. 또한 이러한 성과를 바탕으로 지난 2017년 5월 중소기업청이 시행하는 국책과제 "2017년도 산학연협력 기술개발사업" 과 또 다른 국책과제인 "2017년 중소기업 기술혁신개발사업 혁신형 기업기술개발" 에 동년 6월 최종 선정되었습니다.

가. 회사의 설립 배경 및 성장 과정

당사는 2007년 5월 설립된 화장품 개발 및 제조기업으로 현재 OEM 및 ODM 사업과 자체 BRAND를 통한 화장품 제조업을 영위하고 있습니다. 당사의 설립자이자 현 CSO인 송병호 前 대표이사는 연세대학교 이과대학 화학과에서 학사 및 석사를 수료하였으며, 이후 아이오와주립대학교(The University of Iowa)에서 박사학위를 취득 후 시카고주립대학교(The University of Chicago)에서 연구원으로, 선문대학교 자연대학 화학과에서 교수로서 전문성과 다양한 연구 경험을 보유하고 있습니다. 당사는 향후 부가가치와 시장성이 높은 분야 연구에 집중적으로 투자하여 사업기반 및 성장 동력을 마련하고, 국내 최고의 미세침 기능성 화장품의 선도자 역할을 수행과 화장품산업의 발전에 기여하고자 창업하게 되었습니다.

당사는 설립 이후 국내의 경우 ODM(OEM) 사업을 통하여 성장했으며, 해외의 경우 2015년 자체 Brand를 개발하여 현재 해외 6개국에 꾸준한 수출을 하고 있습니다. 화장품 OEM/ODM 사업은 제조기술력에 대한 축적된 노하우와 원가 경쟁력, 매입처와의 안정적인 거래 관계, 충분한 생산설비 보유 등이 기반을 두어야 하기 때문에 보이지 않는 진입 장벽이 높은 산업이라고 할 수 있습니다. 당사는 우수화장품 제조에 필요한 기반을 구축, 높은 기술력을 확보하기 위해 꾸준히 노력하였습니다.

원료 및 자재의 입고부터 완제품의 출고에 이르기까지 품질관리를 비롯해 적절한 설비 설계, 직원들의 업무 수행 등 제품생산 전반에 조직적이고 체계적인 관리기준 충족능력을 확보한 당사의 입장에서는 중대형 고객사 및 수출 물량 수주의 확대 등 성장의 새로운 모멘텀이 될 것으로 기대하고 있습니다.

당사는 그간의 경험과 기술 개발력을 통하여 제품의 개발 및 생산에 대한 노하우를 축적했으며 당사

만의 차별화되고 특별한 제형을 확보하고 있습니다. 또한, 독창적인 기술력을 바탕으로 새로운 화장품 시장을 개척하는 연구/개발에 집중하고 있습니다.

2020년에는 마이크로니들과 펩타이드를 결합한 신소재 기술인 알텀 펩타이드의 개발을 완료하여 양산을 앞두고 있습니다. 알텀은 플랫폼 기술로 향후 펩타이드뿐만 아니라 콜라겐, 비타민 등 다양한 화장품 유효성분을 결합해 확장할 수 있을 것으로 기대됩니다.

나. 주요제품 현황 및 시장 상황

당사는 2007년 설립 이래 주로 화장품 OEM/ODM 분야에 집중하고 있으며, 현재 스킨로션, 기능성 화장품 등 기초화장품의 전 유형에서 제품을 개발, 제조하고 있습니다.

[주요 생산 제품]

유형	세부 유형	내 용
기초 화장품	세안제	피부표면의 오염, 노폐물 등을 청결하게 한다.
	화장수	피부 각질층에 수분을 공급하며, PH조절 등 세안 후 피부정돈을 도와 준다.
	유액(로션, 에멀전)	화장수와 크림의 중간적인 성상. 수분이 60~80%, 유분이 30%이하이다.
	크림	피부를 외부환경(추위, 열, 바람)으로부터 보호.
	에센스	피부에 탁월한 미용성분이 고농축 함유.
	팩, 마스크	보습작용, 수렴작용, 청정작용, 혈행촉진 작용 등
기능성 화장품	미백	피부의 미백에 도움을 주는 기능을 갖거나 피부에 침착된 멜라닌색소의 색을 얇게 하여 미백에 도움을 주는 기능을 가진 화장품
	주름개선	피부에 탄력을 주어 피부의 주름을 완화 또는 개선하는 기능을 가진 화장품
	자외선 차단	자외선을 차단 또는 산란시켜 자외선으로부터 피부를 보호하는 기능을 가진 화장품
	복합유형	미백, 주름개선, 자외선차단 효과 중 2가지 이상의 기능성 화장품.

당사의 주요 제품라인은 OEM/ODM제품과 당사 브랜드 제품(이데벨)으로 구분할 수 있습니다. OEM/ODM제품은 주로 국내시장에서 수주가 이루어지고 있으며, 당사 브랜드 제품 '이데벨'은 해외시장(동남아시아 및 중국)에서 판매가 이루어집니다.

2020년도 브랜드 매출 감소추세를 보였으나, 현재 '이데벨' 리뉴얼 제품이 출시되어 수출과 국내시장에 매출이 다시 상승추세를 보이고 있습니다.

다. 경쟁회사

마이크로니들을 활용한 화장품 혹은 유사상품은 패치형태의 마이크로니들, 기구를 사용하는 MTS등

이 있습니다.

마이크로니들 패치의 경우 붙이는 패치 형태로 구성되어 일반적인 크림, 에센스, 로션과 같은 화장품의 제형과는 차이가 있어 그 화장품으로서의 확장성에는 도전이 있을 수 있습니다.

주로 피부과 시술의 형태로 이뤄지는 도구를 사용한 MTS는 바늘의 길이에 따라 달라지지만 일반적으로 시술 시 통증이 크고, 피부과 등 전문 기관을 방문해서 사용해야 한다는 제약이 존재합니다.

스피쿨 등 해면 추출물을 활용한 마이크로니들은 화장품 제형에 섞어 사용할 수 있다는 점에서는 유리하지만 알텀 펩타이드처럼 직접적으로 유효성분을 피부장벽 안쪽까지 전달해주지는 못한다는 점에서 차이가 있습니다.

반면 당사의 알텀 펩타이드 기술은 다양한 화장품 제형에서 혼합하여 사용이 가능하고, 통증의 정도가 크지 않으며, 직접적으로 유효성분을 피부장벽 안쪽까지 전달하는 메커니즘이 명확하다는 장점을 가지고 있습니다.

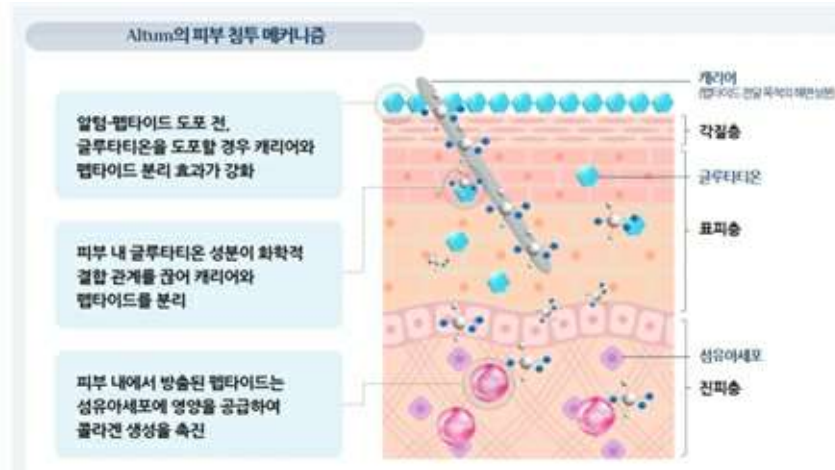
라. 신규사업 추진 및 향후 전망

(가) 신물질 연구개발

당사는 지속적으로 화장품용 신소재를 개발할 계획하고 있습니다. 2020년 개발이 완료된 알텀 펩타이드는 2021년 상반기 런칭할 예정이며, 이후 알텀콜라겐, 알텀비타민C 등 알텀플랫폼기술을 이용한 신소재를 지속해서 런칭할 예정입니다.

알텀 펩타이드는 기존 화장품 유효 성분의 가장 큰 한계점 중 하나였던 낮은 피부 장벽 침투율을 개선한 신소재입니다. 화장품 유효 성분들은 높은 피부 개선 효과를 가지고 있음에도 불구하고, 큰 분자량으로 인해 피부 장벽 통과가 어렵고 결국 피부에 도포하는 경우에도 제한적인 피부 개선 효과를 가져오는 경우가 많습니다.

알텀 펩타이드는 마이크로니들에 유효 성분인 펩타이드를 화학 결합한 소재로 MDDS(Microneedle Drug Delivery System) 라고 불리는 기술에 기반하고 있습니다. 이는 기존 방식 대비 유효 성분을 표피층 및 진피층에 직접적으로 투입시켜, 보다 개선된 피부 개선 효과를 일으킬 수 있습니다.



microneedle drug delivery system 작용 기전

□ 펩타이드결합 마이크로니들 시스템 요소기술

1. Inorganic & Surface Modification Technology

- 1) Microneedle 정제 및 전처리 기술
- 2) Microneedle 표면처리 기술
 - 표면처리 농도분석 기술

2. Organic Synthesis Technology

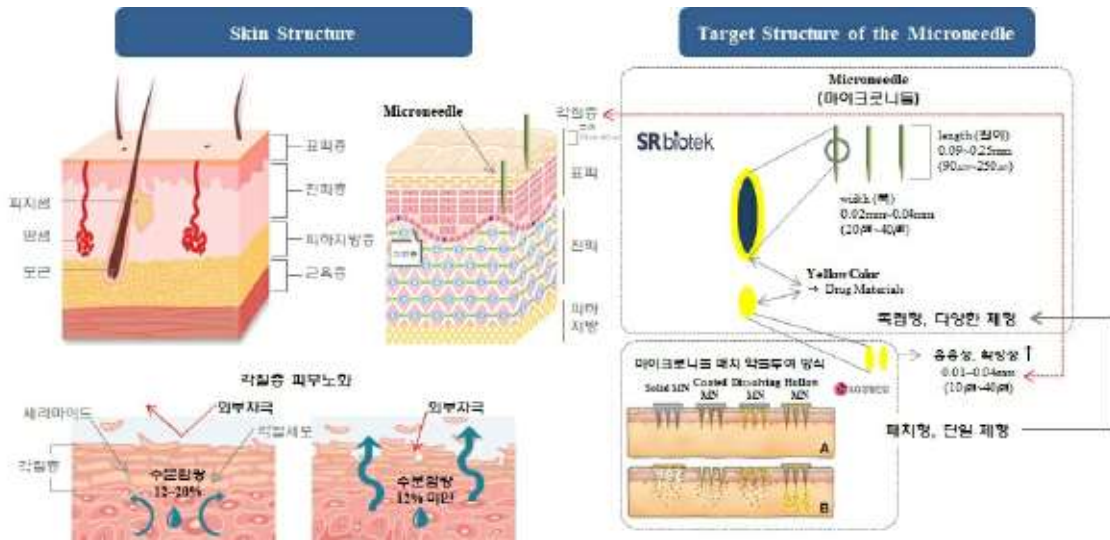
- 1) Peptide Derivatives 합성기술
 - MN + Peptide Linker 합성

3. Nano/Bioengineering Technology

- 1) Peptide + Microneedle 결합기술
- 2) Cell 배양 및 Peptide 기능/독성 평가기술

4. Conversion Technology(CT: 융합기술)

- 1) Nano/Organic/Inorganic/Bio Technology 복합 연구개발/창의적 연구
- 2) 연구 인프라 구축을 통한 시너지 효과 창출



핵심기술의 개요

마. 산업 표준 및 취득 여부 전망

현재 당사는 화장품 제조업(20433)으로 성남산업단지 내 공장등록을 하여, 공장 부지면적 207.270㎡, 제조시설 면적 536.020㎡, 부대시설 면적 735.170㎡로 구성되어 있습니다. 2016년 8월 화장품 제조 산업의 우수제조관리기준(GMP) 국제 가이드인 ISO 22716을 취득하였습니다. 그리고 2021년 하반기부터 공장 시설과 환경을 좀 더 개선하여 식약처로부터 우수화장품 제조 및 품질관리기준(이하 cGMP, Cosmetic Good Manufacturing Practice) 적합 인증을 획득할 계획입니다.

(5) 조직도



에스알바이오텍 조직도

2. 주주총회 목적사항별 기재사항

□ 재무제표의 승인

가. 해당 사업연도의 영업상황의 개요
사업의 개요를 참조하시기 바랍니다.

나. 해당 사업연도의 대차대조표(재무상태표) · 손익계산서

아래의 재무제표는 한국채택국제회계기준(K-IFRS)에 따라 작성되었으며, 외부감사인의 감사 결과 및 정기주주총회의 결의내용에 따라 일부 변경될수 있습니다

- 대차대조표(재무상태표)

<대 차 대 조 표(재 무 상 태 표)>

제 15(당) 기 : 2021년 12월 31일 현재

제 14(전) 기 : 2020년 12월 31일 현재

(단위 : 원)

과목	제 15(당) 기		제 14(전) 기	
자 산				
I.유동자산		1,079,703,738		341,109,897
(1)당좌자산		328,491,371		94,269,324
현금및현금성자산	22,758,164		5,442,927	
매출채권(주석3)	169,778,762		23,785,944	
대손충당금	(31,680)		(22,925,350)	
미수금	37,226,232		7,901,883	
선금금	96,994,118		79,770,359	
선금비용	1,753,225		246,271	
당기법인세자산	12,550		47,290	
(2)재고자산(주석2,5)		751,212,367		246,840,573
제품	209,023,402		40,952,898	
재고자산평가충당금	(299,766)		(3,461,617)	
원재료	263,426,970		72,500,516	
재고자산평가충당금	(8,270,943)			

과목	제 15(당) 기		제 14(전) 기	
부재료	270,692,829		167,022,903	
재고자산평가충당금	(57,418,787)		(30,174,127)	
재공품	74,058,662			
II. 비유동자산		1,487,922,719		1,483,935,525
(1) 유형자산(주석4,5,7,14)		1,420,240,296		1,443,117,730
토지	350,020,000		350,020,000	
건물	1,058,466,250		1,058,466,250	
감가상각누계액	(185,231,592)		(158,769,936)	
기계장치	750,415,274		743,327,274	
감가상각누계액	(647,087,111)		(602,736,589)	
차량운반구	17,016,018		7,600,000	
감가상각누계액	(8,973,364)		(6,879,398)	
비품	28,284,960		17,344,478	
감가상각누계액	(18,197,458)		(12,856,478)	
시설장치	207,090,000		182,290,000	
감가상각누계액	(166,898,723)		(158,944,816)	
실험기기	128,504,309		108,106,127	
감가상각누계액	(93,168,267)		(83,849,182)	
(2) 무형자산(주석6)		11,670,223		5,371,895
산업재산권	11,670,223		5,371,895	
(3) 기타비유동자산		56,012,200		35,445,900
임차보증금	50,500,000		30,500,000	
기타보증금	5,512,200		4,945,900	
자 산 총 계		2,567,626,457		1,825,045,422
부 채				
I. 유동부채		1,894,727,342		546,120,018
매입채무(주석15)	370,586,760		28,169,790	
미지급금(주석15,17)	286,060,068		92,233,580	
예수금	10,056,550		5,439,550	
선수금	977,345,059		90,818,331	
미지급비용(주석15)	11,678,905		10,458,767	
단기차입금(주석4,7,14,15)	120,000,000		200,000,000	
유동성장기부채(주석4,7,13,14,15)	119,000,000		119,000,000	
II. 비유동부채		973,901,752		1,089,992,840

과목	제 15(당) 기		제 14(전) 기	
장기선수금			40,150,000	
장기차입금(주석4,7,13,14,15)	862,750,000		981,750,000	
퇴직급여충당부채(주석8)	111,151,752		68,092,840	
부 채 총 계		2,868,629,094		1,636,112,858
자 본				
I.자본금(주석1,9)		403,404,000		403,404,000
보통주자본금	403,404,000		403,404,000	
II.자본잉여금(주석9)		3,580,476,610		3,580,476,610
주식발행초과금	3,580,476,610		3,580,476,610	
III.자본조정(주석10)		60,085,539		4,358,892
주식선택권	60,085,539		4,358,892	
IV.결손금(주석9)		4,344,968,786		3,799,306,938
미처리결손금	4,344,968,786		(3,799,306,938)	
자 본 총 계		(301,002,637)		188,932,564
부채및자본총계		2,567,626,457		1,825,045,422

- 손익계산서

<손 익 계 산 서>

제 15(당)기 : 2021년 1월 1일부터 2021년 12월 31일까지

제 14(전)기 : 2020년 1월 1일부터 2020년 12월 31일까지

(단위 : 원)

과 목	제 15(당) 기		제 14(전) 기	
I.매출액		5,681,249,049		1,685,381,607
제품매출	5,681,249,049		1,685,381,607	
II.매출원가(주석16)		4,711,521,874		1,679,553,855
기초제품재고액	40,952,898		127,551,182	
당기제품제조원가	4,902,346,597		1,662,752,730	
타계정에서대체액			-	
타계정으로대체액	22,754,219		(69,797,159)	
기말제품재고액	209,023,402		(40,952,898)	
III.매출총이익		969,727,175		5,827,752

과 목	제 15(당) 기		제 14(전) 기	
IV. 판매비와관리비(주석16)		1,363,798,022		1,210,284,086
급여	350,109,583		336,192,591	
퇴직급여	34,393,992		21,089,586	
복리후생비	22,978,729		22,077,222	
여비교통비	1,506,700		737,907	
접대비	5,585,700		3,182,120	
통신비	3,138,718		3,223,712	
세금과공과금	13,455,019		18,899,700	
감가상각비	43,680,637		43,114,852	
지급임차료	4,513,649		19,820,239	
보험료	9,591,767		6,330,100	
차량유지비	12,516,513		5,629,375	
경상연구개발비	353,365,152		333,120,528	
운반비	47,298,390		17,198,007	
교육훈련비	80,000		-	
도서인쇄비	240,421		264,923	
소모품비	21,490,943		8,288,223	
지급수수료	308,842,554		342,888,536	
광고선전비	41,889,462		-	
대손상각비	31,680		(2,100)	
건물관리비	12,964,639		9,617,721	
무형자산상각비	1,985,519		1,124,027	
견본비	18,411,608		13,181,509	
주식보상비용	55,726,647		4,305,308	
V. 영업손실		394,070,847		1,204,456,334
VI. 영업외수익		13,329,815		3,117,042
이자수익	120,701		324,251	
외환차익	1,074,860		1,888,121	
유형자산처분이익			391,250	
잡이익	12,134,254		513,420	
VII. 영업외비용		164,920,816		134,595,311
이자비용	32,118,243		43,870,214	

과 목	제 15(당) 기		제 14(전) 기	
외환차손	2,424,912		978,112	
기부금			137,659	
외화환산손실			-	
재고자산폐기손실	130,268,293		86,777,914	
잡손실	109,368		2,831,412	
VIII. 법인세차감전순손실		545,661,848		1,335,934,603
IX. 법인세비용(주석12)				
X. 당기순손실(주석11)		545,661,848		1,335,934,603
XI. 주당손익(주석18)				
기본주당순손실		676		1,825

- 최근 2사업연도의 배당에 관한 사항

해당사항 없음

□ 이사의 선임

가. 후보자의 성명 · 생년월일 · 추천인 · 최대주주와의 관계 · 사외이사후보자 등 여부

후보자성명	생년월일	사외이사 후보자여부	감사위원회 위원인 이사 분리선출 여부	최대주주와의 관계	추천인
김아리	1981.09.22	사내이사	해당사항없음	해당사항없음	이사회
총 (1) 명					

나. 후보자의 주된직업 · 세부경력 · 해당법인과의 최근3년간 거래내역

후보자성명	주된직업	세부경력		해당법인과의 최근3년간 거래내역
		기간	내용	
김아리	(주)에스알바이오텍 COO	2008년~2008년 2013년~2015년 2016년~2021년 2021년 ~ 현재	G20 정상회의 KBS 통역 MEMEBOX GLOBAL CHINA B2B SALES 팀장 B2Link Sales Group COO (주)에스알바이오텍 COO	해당사항없음

다. 후보자의 체납사실 여부 · 부실기업 경영진 여부 · 법령상 결격 사유 유무

후보자성명	체납사실 여부	부실기업 경영진 여부	법령상 결격 사유 유무
김아리	해당사항없음	해당사항없음	해당사항없음

라. 후보자의 직무수행계획(사외이사 선임의 경우에 한함)

해당사항 없음

마. 후보자에 대한 이사회 추천 사유

상기 후보자는 법령과 당사에서 정하고 있는 사내이사자격요건을 충족하고 있고 공정하고 합리적인 의사 결정으로 투명한 기업경영 및 기업성장에 도움이 될 것으로 판단됨에 따라 추천합니다.

확인서

확 인 서

후보자 본인은 본 서류에 기재한 『증권의 발행 및 공시 등에 관한 규정』 제3-15조 제3항 제3호 가목부터 마목까지의 사항이 사실과 일치함을 확인합니다.

2022년 3월 11일

보고자 : 이 소 형 (서명)



보고자 확인서

주식매수선택권의 부여

가. 주식매수선택권을 부여하여야 할 필요성의 요지
회사의 경영목표 달성을 위한 우수인재 확보하기 위함.

나. 주식매수선택권을 부여받을 자의 성명

성명	직책	교부할 주식	
		주식의종류	주식수
김아리	임원	보통주	16,136
정광택	임원	보통주	3,500
곽OO	직원	보통주	500
강OO	직원	보통주	1,000
최OO	직원	보통주	500
이OO	직원	보통주	500
오OO	직원	보통주	500
이OO	직원	보통주	1,000
손OO	직원	보통주	1,600
총(9)명			총(25,236)주

다. 주식매수선택권의 부여방법, 그 행사에 따라 교부할 주식의 종류 및 수, 그 행사가격, 행사기간 및 기타 조건의 개요

구 분	내 용	비 고
부여방법	신주교부	
교부할 주식의 종류 및 수	보통주, 25,236주	

라. 최근일 현재 잔여주식매수선택권의 내역 및 최근년도 주식매수선택권의 부여, 행사 및 실효내역의 요약

- 최근일 현재 잔여주식매수선택권의 내역

총발행 주식수	부여가능 주식의 범위	부여가능 주식의 종류	부여가능 주식수	잔여 주식수
47,716주	121,021주	보통주	82,317주	38,704주

- 최근 2사업연도와 해당사업연도의 주식매수선택권의 부여, 행사 및 실효내역

사업연도	부여일	부여인원	주식의 종류	부여 주식수	행사 주식수	실효 주식수	잔여 주식수
2017년	2017.03.01	5	보통주	6,000주	0주	4,800주	1,200주
2020년	2020.03.24	11	보통주	22,916주	0주	1,612주	21,304주
2021년	2021.03.31	9	보통주	18,800주	0주	2,600주	16,200주
계		총(25)명		총(47,716)주	총(0)주	총(9,012)주	총(38,704)주

□ 기타 주주총회의 목적사항

가. 의안 제목

외부회계감사법인 선임보고

나. 의안의 요지

2022년도 자율계약 대상으로 외부회계감사법인 선임에 대하여 보고진행

IV. 사업보고서 및 감사보고서 첨부

가. 제출 개요

제출(예정)일	사업보고서 등 통지 등 방식
2022년 03월 18일	1주전 회사 홈페이지 게재

나. 사업보고서 및 감사보고서 첨부

-

※ 참고사항

상법시행령 제31조(주주총회의 소집공고)에 의거하여 사업보고서 및 감사보고서는 주주총회 1주전까지 홈페이지에 게재하고, 전자공시시스템(DART)를 통하여 공시 할 예정입니다.

※ 홈페이지 주소 : <http://srbiotek.com>

향후 사업보고서는 주주총회 이후 변경된 사항 및 오기 등이 있는 경우 수정사항을 반영하여 전자공시 시스템(DART)에 업데이트 할 예정입니다.