

Company Introduction

Story Book





APR CORP.

뷰티와 생활문화 연구를 통해 고객의 즐겁고 행복한 삶을 만든다는 신념을 담아,
2014년 에이프릴스킨으로 출범한 APR Corporation은 아시아에서 가장 빠른 영업 성장률을 기록하면서 고속성장을 이어가고 있습니다.

APR Corporation은 에이프릴스킨(Aprilskin), 메디큐브(Medicube), 글램디(Glam.D), 포맨트(Forment), 프리센트(Present),
포토그레이 오리진(Photogrey Oreazin), 마더스픽(Mother's Pick) 7개 브랜드를 운영하고 있으며, 고객을 향한 더 많은 연구와 끊임없는
노력으로 새로운 문화를 창조하고자 합니다. 전 임직원들은 차별적인 혁신을 만들어 내는 놀라운 능력으로 최고의 제품과 서비스를 제공하는데
자부심을 느낍니다.

우리는 대한민국을 넘어 글로벌 시장을 선도하는 일류의 기업으로 도약하기 위한 꿈을 향해 전진하고 있습니다.
더 높은 성장을 꿈꾸고, 더 좋은 회사로 도약하면서 더 멋진 사람들과 함께하고자 합니다

APR Corporation의 이야기, 지금 시작합니다.

CEO 인사말

“ 혁신적이고 창의적인 제품과 서비스로
더 행복한 내일을 만들어갑니다.”



APR Corporation
대표이사 김병훈



APR Corporation
대표이사 이주광

CEO Greeting

APR Corporation은 소비자 중심의 독창적이고 차별화 된 '신제품 및 브랜드 개발'과 '젊은 감각의 혁신'을 통해 고객만족에 중점을 두고 있습니다.
글로벌 기업으로 도약하는 것을 목표로 지속성장을 위해 기존 사업을 강화하고, 적극적으로 신규 사업에 진출하면서 사업영역을 확대하고 있습니다.

2014년 에이프릴스킨을 런칭한 이래 메디큐브, 글램디, 포맨트로 브랜드를 확장했으며, 고객을 만족시키는 제품력을 바탕으로 국내를 넘어 글로벌 시장을 공략하고 있습니다.
2017년 7월 APR Corporation으로 사명을 변경하면서 제 2의 도약을 선언하고자 합니다.
이를 통해 전 세계 고객들에게 즐겁고, 행복한 삶을 선사하는 최고의 뷰티, 생활문화 기업의 모습을 향해 힘차게 나아가고자 합니다.

대내외 어려운 여건 속에서도 사업을 강화하고 흔들림 없이 확대해 온 가운데, 여전히 우리가 도전할 수 있는 분야는 무궁무진합니다.
기존 사업의 핵심 역량을 기반으로 신규 카테고리 확장과 인접영역의 신사업을 적극적으로 추진하여 APR Corporaion의 미래 성장을 견인할 주력 사업으로 육성할 것입니다.

그동안 APR Corporation의 모든 생각과 실행의 중심은 고객이었습니다.
앞으로도 고객 여러분들의 목소리에 늘 귀 기울이면서 차별적 마켓 리더로 도약하기 위해 항상 새롭게 시작하겠습니다.

아울러, 봉사활동과 기부를 통한 나눔을 지속적으로 실천해 사회와 함께 성장하는 기업으로서 윤리경영을 실현해 나가겠습니다.
더 행복한 내일을 만들어가는 APR Corporation의 도전에 여러분의 많은 관심과 따뜻한 성원 부탁드립니다.

대표이사 김병훈

대표이사 이주광



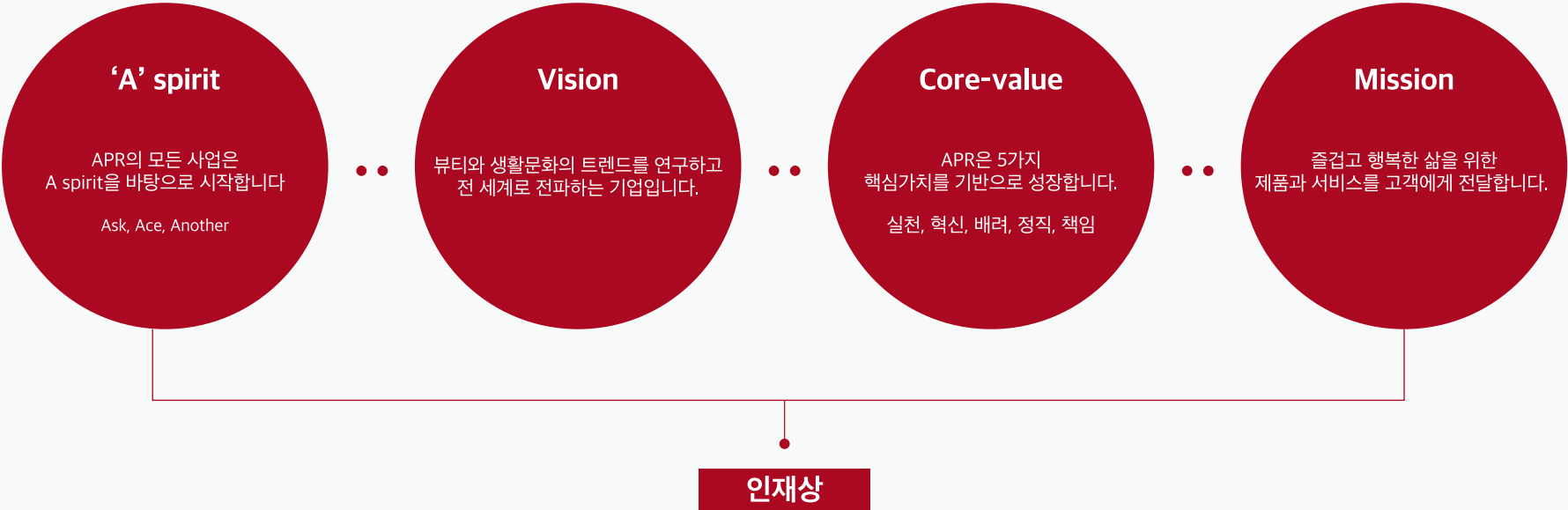
APR

여러겹의 원이 모여 가장 완벽한 원이 되는 것을 형상화하여
미래를 향해 끊임없이 도전하며 발전하고, 최고의 품질과 서비스를 제공하는 기업의 희망과 비전이 담겨있습니다.
레드컬러를 사용해 젊고 열정적이며, 진취적인 기업 이미지를 표현합니다.

고객에게 묻고 제품과 서비스로 답을 합니다.

고객에게 또 다른 가치를 제공 할 수 있는 제품과 서비스를 만듭니다.

최고의 제품과 서비스를 고객에게 제공합니다.



- ‘혁신적인 사고로 도전하는 사람’
- ‘맡은 일을 책임감 있게 해내는 사람’
- ‘동료를 배려할 줄 아는 마음을 가진 사람’
- ‘부정을 용납하지 않는 정직한 사람’
- ‘상상을 현실로 만드는 실행력을 겸비한 사람’

2014년 창업기

- 10. 에이프릴스킨(Aprilskin) 런칭
- 11. 국민비누 첫 출시
- 12. 매출 2억원 달성

2015년 성장기

- 07. 2015 한국소비자선호도 1위 브랜드 대상 (스킨케어 제품혁신 부분)
2015 한국 소비자 만족지수 1위
KCPBA 2015 한국 소비자 선호도 1위 브랜드 대상
- 08. 2015 자랑스러운 한국인 대상
- 11. 2015 대한민국 신뢰브랜드 대상
- 12. 매출 125억원 달성

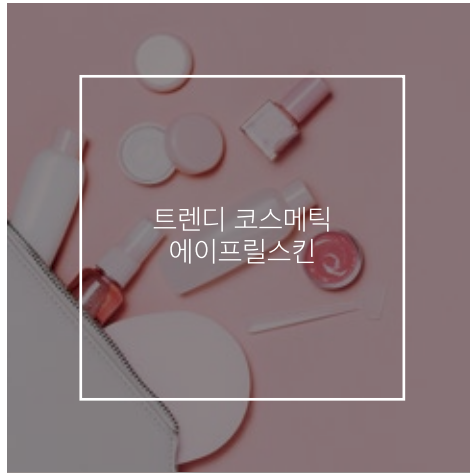
2016년 도약기

- 01. 2016 고객만족 우수 브랜드 수상
- 08. 올리브영 입점
- 11. 2016 대한민국 퍼스트 클래스 대상
푸른 아시아 미세먼지 방지 위한 환경기금 1천만원 기부
엔젤봉사단, 양천리 경로당 봄맞이 봉사활동
- 12. 엔젤봉사단, 한사랑장애영아원 중증장애아동 대상 봉사활동
- 11. 2016 고객감동 우수 브랜드 1위
초록우산 어린이재단 무연고 아동지원 캠페인 베이비키트 기부
제2회 사랑나눔 바자회, 국민비누, 국민비누 블랙 각 500개씩 후원
가정위탁의날 기념식, 국민비누 1,000개 후원
서울시 강남구 일원본동 주민센터 환경 봉사활동

변화와 혁신의 2017년

- 01. 미국 경제신문지 포브스(Forbes) 선정
‘2017 비상할 대한민국 10대 스타트업’
- 03. 2017 상반기 히트 브랜드 대상 1위
- 04. 룽스(LOHB's) 입점
미국 경제전문지 포브스(Forbes)가 선정한
‘2017년 아시아에서 영향력있는 30대 이하 리더’
- 05. 2017 대한민국 소비자 대상
- 06. 포맨트(Forment) 런칭
- 07. APR Corporation 법인명 변경

Group Structure - Beauty



트렌디 코스메틱
에이프릴스킨

<http://www.aprilskin.com>

에이프릴스킨은 유니크(Unique)하고
편(Fun)한 제품을 통해 감각적이고 트렌디한
뷰티 솔루션을 제시하는 코스메틱 브랜드입니다.

까다로운 테스트를 통해 소비자들이 믿고,
안심할 수 있는 좋은 제품을 제공함으로써
높은 고객만족도와 재구매율을 기록하고 있습니다

미국을 비롯해 유럽, 중국, 일본, 동남아 등
해외 각지로 진출하고 있습니다.



메디컬 코스메틱 브랜드
메디큐브

<http://www.themedicube.co.kr>

메디큐브는 피부 고민을 끊임없이 연구하여
개인에게 맞는 피부 솔루션을 제공하는
메디컬 코스메틱 브랜드입니다.

오랜 시간 연구를 거듭하여 민감한 피부도
안심하고 사용할 수 있는 안전한 제품을 개발하고,
피부 고민에서 벗어날 수 있도록 최선을 다하고 있습니다.

메디큐브는 전문 의료진과 함께해
메디큐브 클리닉을 개원했습니다.
이를 통해 개인별, 원인별 맞춤 솔루션을 제공합니다.



현실적인 다이어트,
글램디

<http://www.glamd.co.kr>

글램디는 현실적인 다이어트 브랜드입니다.

다이어트를 위한 현실적인 대안을 제시하기 위해
끊임없이 연구하고, 개인에게 맞는 방법을 제안합니다.

고객에게 신뢰를 주는 품질과 서비스를 제공하기 위하여
철저한 품질관리 시스템을 갖추고,
원료부터 완제품에 이르기까지 제품에 대한
안정성을 확보하는데 최선을 다하고 있습니다.



서베이로 기획 및 개발한
포맨트

[http:// www.theforment.com](http://www.theforment.com)

포맨트는 여자들이 원하는 남자를 위한
Men's 코스메틱 브랜드입니다.

모든 제품은 20-29세 여성을 대상으로 한
설문조사 결과를 바탕으로 제작하며,
조사된 데이터를 Forment로 실현시켜
여자에게 매력적인 남자로 변화시킬 아이템을 선보입니다.

여자가 호감을 갖는 매력적인 남자의 뷰티를 제안합니다.

Group Structure - Beauty/Fashion/Entertainment/Kids



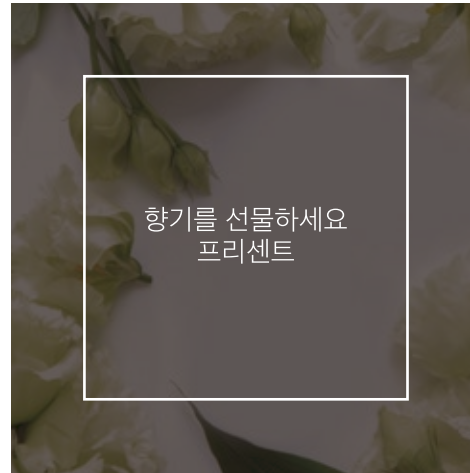
고급 키즈용품
마더스픽

[http:// www.motherspick.net](http://www.motherspick.net)



즉석 사진 포토 부스
포토그레이 오리진

<http:// photogray-oreazin.com>



향기를 선물하세요
프리센트

<http:// www.thepresent.com>

마더스픽은 엄마가 내 아이를 위해
직접 발로 뛰며 선정한 고급 키즈용품 브랜드입니다.

Mother가 세계 각지의 토이쇼에 찾아가 제품을 직접 만져보고
물어보며 내 아이에게 안전한 제품만을 선정했습니다.
Mother가 제품 하나하나 분석하여 아이의 아이의 창의력,
상상력을 잘 발달시키는 제품을 선정했습니다.
Mother가 내 아이와 함께 직접 제품을 갖고 놀며 체험한 뒤
부모와 아이가 서로 교감할 수 있는 수 있는 제품을
선정했습니다.

포토그레이 오리진은 즉석 사진 포토부스를 국내로
최초 도입한 브랜드입니다.

포토그레이 오리진은 사진의 기능에 감성적인 분위기를 더해
이용자들의 기억에 남는 추억을 만들어줍니다.

포토그레이 오리진만의 즉석 사진 부스가
이용자에게 주는 즐거움을 통하여
FUN한 문화를 만들어 가겠습니다.

Present + Scent = PRESENT

프리센트는 매순간 향기로워지고 싶은 당신의 일상을
향으로 채워주는 기능성 향기 전문 브랜드입니다.
당신의 은은함이 배가 될 수 있도록,
당신의 자신감이 유지될 수 있도록,
당신의 하루하루가 풍요로워 질 수 있도록
당신의 삶에 향을 선물하세요.
예상치 못한 냄새에 당황하지 말고 이젠 프리센트 하세요.

APRILSKIN

트렌디 코스메틱, 에이프릴스킨

에이프릴스킨은
고객들이 필요로 하는 제품에 Edge를 더해
에이프릴스킨만의 Unique하고 Fun하면서도
고객들이 정말로 필요로 하는 제품을 만듭니다.



medicube⁺

피부고민엔 메디큐브

피부를 연구하는 메디컬 코스메틱 메디큐브는
본질적인 문제를 해결하는 스킨케어입니다.
Cosmeceutical MEDICUBE researches skin care formulas
that resolve fundamental skin care products



GLAM.D

현실적인 다이어트, 글램디

글램디는 다이어트를 위한 현실적인 대안 제시를 위해 끊임없이 연구하여 개인에 맞는 방법을 제안합니다.

다이어트 식단은 과학적이어야 합니다.

다이어트 식단은 현실적이어야 합니다.

다이어트 식단은 경제적이어야 합니다.



Forment

여자들이 원하는 바로 그 남자 여자들의 이상형이 되는 방법, 포맨트

당신이 알고 싶은 여자의 마음,
이성에게 매력적으로 보이고 싶은 열망은 누구라도 강할 것 입니다.
포맨트는 여자들의 객관적인 설문조사(서베이)를 바탕으로
여자에게 호감가는 남자를 제안합니다.
포맨트와 함께하면 당신을 매력적인 남자가 될 수 있습니다.



2017~2018년 브랜드 전속모델 정준영



MOTHER's PICK

고급 키즈용품 브랜드, 마더스픽

Mother가 제품 하나하나 분석하여
아이의 창의력, 사고력, 상상력을
잘 발달시키는 제품으로 선정했습니다.





즉석사진 포토부스, 포토그레이 오리진

포토그레이 오리진은 유럽에서 유행한 즉석 포토 부스를
국내에 최초로 도입한 브랜드입니다.
트렌드를 읽고 앞서나가는 포토그레이 오리진,
감성 즉석 사진을 단순한 유행이 아닌 새로운 문화 콘텐츠로
국내 정서에 맞게 자리잡을 수 있도록 하고자 합니다.



PRESCENT

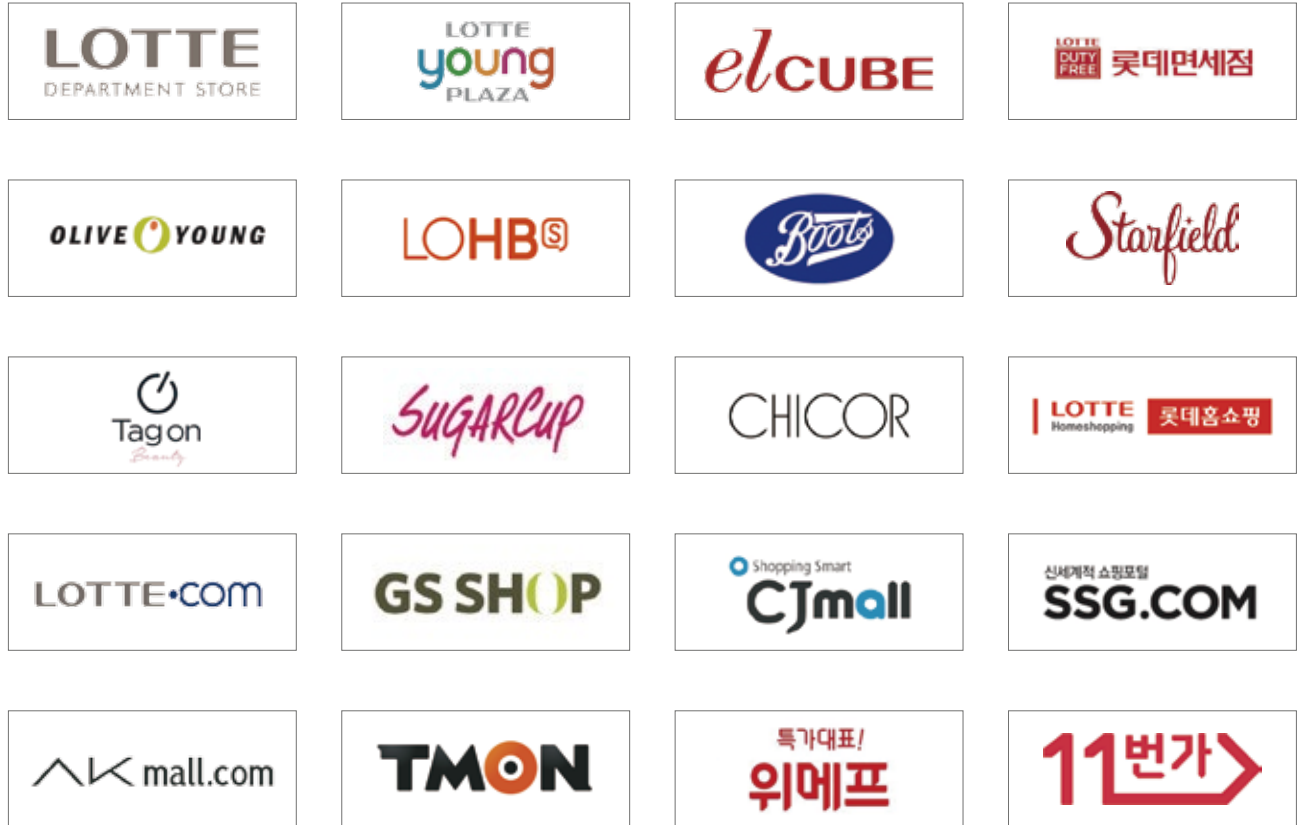
향기를 선물하세요, 프리센트

프리센트는 매 순간 향기로워지고 싶은 당신의 일상을
향으로 채워주는 기능성 향기 전문 브랜드입니다.

프리센트는 까다롭습니다.
프리센트는 안전합니다.
프리센트는 감성과 분위기를 담아냅니다.



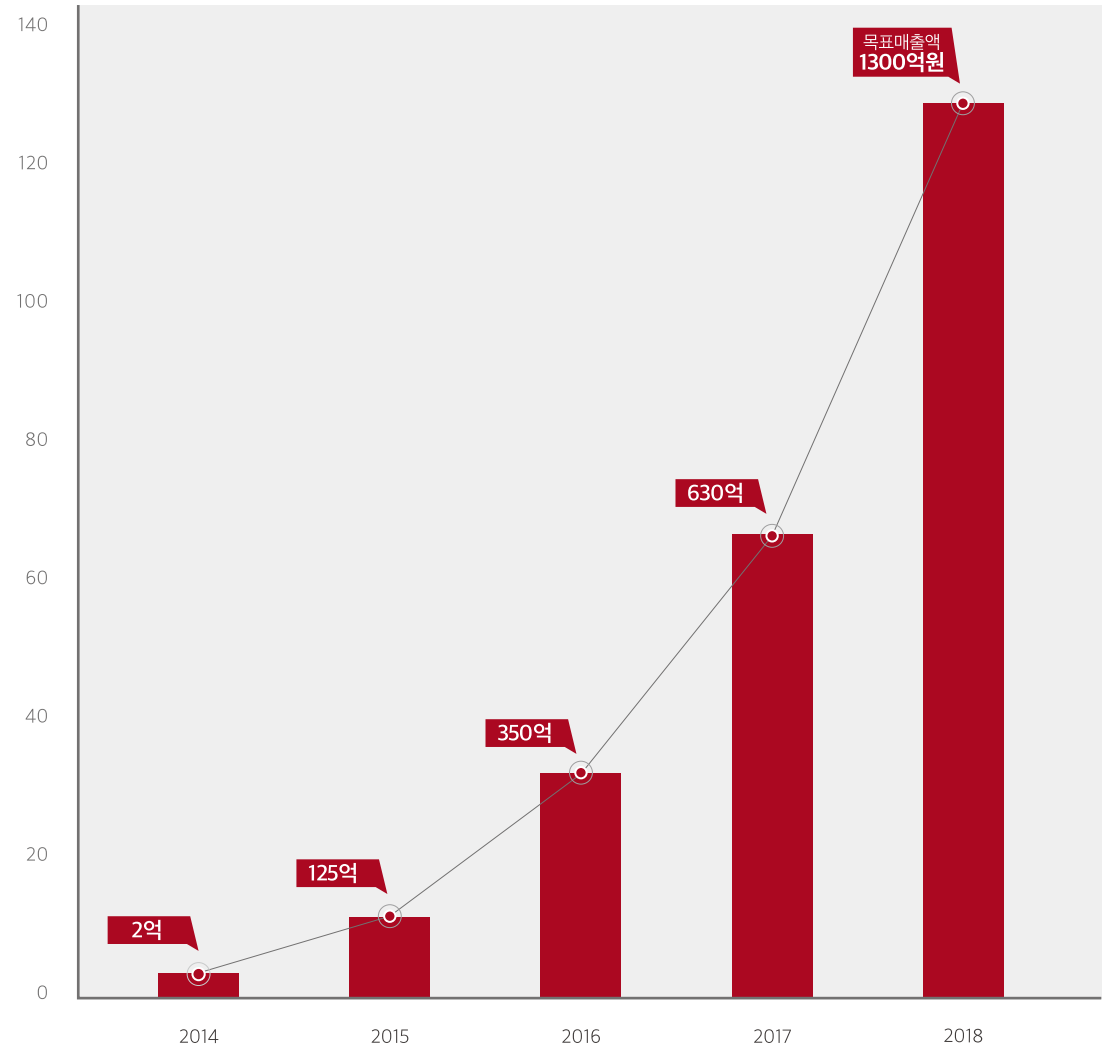
고객들이 다양한 곳에서 보다 편하게
APR Corporation을 만나볼 수 있도록
지속적으로 판매 채널을 확대하고 있습니다.



CHICOR / Lotte imall / Lotte.com / GS Shop / Cj Mall / SSG.com / AK mall / 티몬 / 위메프 / 11번가
롯데백화점 / 롯데영플라자 / 롯데엘큐브 / 롯데면세점 / 올리브영 / LOHB's / Boots / 스타필드 / AK태그온뷰티 / 이마트슈가컵

APR Corporation의 멈추지 않는 성장이야기는
다양한 사업으로 더 크게 펼쳐집니다.

2014년 국민비누를 시작으로 다양한 제품을 선보이며
APR Corporation만의 역사를 만들어 왔습니다.
더 나아가 우리는 고객에 대한 폭넓은 이해를 토대로
다양한 사업영역 확장에 도전하고 있습니다.

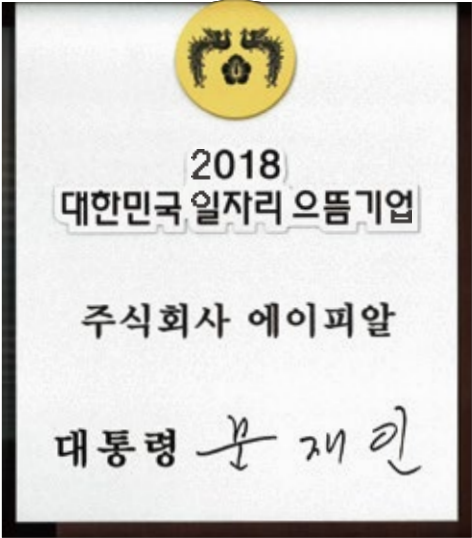


APR Corporation 은 다양한 분야에서
수상한 경력을 통해 고객 가치를 창조하고 있습니다.

고객 가치경영을 실천하여 더욱 오랫동안
신뢰받을 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

고용노동부 선정 대한민국 일자리 으뜸기업 선정

“에이피알은 지속적인 기업 성장과 함께 고용 및 정규직 전환이 매년 증가
일자리 창출과 고용 안정화에 앞장서 온 점을 인정받았다.
시차 출근제 도입, 점심시간 연장, 연차축진제, 단축근무, 특별 휴가 부여 등
다양한 복지 혜택으로 일자리 질을 높였다는 평가를 받았다.”



에이피알, 고용노동부 '대한민국 일자리 으뜸기업' 선정

머니투데이 경제기획팀 이종우 기자 | 입력: 20180629 16:38

이기사주소: <http://news.mt.co.kr/mview.php?no=20180628170741109465&type=1> **특사**

뷰티, 생활문화 기업 ㈜에이피알(공동대표 이주광, 김병훈)이 고용노동부 '2018년 대한민국 일자리 100대 으뜸기업'에 선정됐다고 29일 밝혔다.



'대한민국 일자리 으뜸기업'은 일자리 창출에 탁월한 성과를 거둔 기업과 정규직 전환 우수, 일·생활 균형 실천, 임금 감소없는 근로시간 단축 등 일·자리의 질을 선도적으로 개선한 기업들을 인정하고 격려하고자 마련된 제도다. 고용노동부가 고용보험 데이터베이스 분석, 지방고용노동관서 발굴 및 국민추천을 통해 후보기업을 선정하고 이후 현장조사, 노사의견 수렴을 거쳐 최종 100개 기업을 발표했다.

에이피알은 창업 이후 지속적인 기업 성장과 함께 고용 및 정규직 전환이 매년 증가해 일자리 창출과 고용 안정화에 앞장서온 점을 인정받았다. 또 시차 출퇴근제 도입, 점심시간 연장, 연차 축진제, 단축근무, 특별휴가 부여 등 다양한 복지혜택으로 일자리 질을 높였다는 평가를 받았다.

APR Corporation 은 다양한 분야에서
수상한 경력을 통해 고객 가치를 창조하고 있습니다.

고객 가치경영을 실천하여 더욱 오랫동안
신뢰받을 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

직원 평균나이 29세 ... 1020 취향 우리가 잘알죠

도전! 1000억 벤처 ㉔

이주광·김병훈 에이피알 대표
창업이 꿈이었던 청년들
뷰티 사업으로 의기투합
‘유재석 화장품’으로 대박
상품기획부터 고객과 소통
글로벌 뷰티·패션기업 꿈꿔

메디컬 코스메틱 브랜드인 ‘메디큐브’. 메디큐브의 저자극 피부 강화 크림인 ‘레드 어레이징 크림’은 출시 한 달 만에 1만5000개 이상 팔렸다. 방송인 유재석이 광고해 ‘유재석 화장품’이라는 과분한 호칭도 얻었다. 에이피알 이주광(32)·김병훈(31) 공동대표는 이 제품을 론칭하고 성공시킨 당찬 30대 청년 사업가다. 지난해 매출 633억원, 영업이익 67억원을 올리고 올해는 1000여원을 넘기겠다는 야무진 포부를 갖고 있다. 서울 강남에 160여 명이 근무하고 있는 에이피알 직원 평균 연령은 29.1세. 김 대표는 “타겟 고객과 같은 연령층 직원들이 바로 우리 회사의 경쟁력”이라며 “상품 기획 단계부터 마케팅 직원이 소셜네트워크서비스(SNS)를 통해 고객과 소통하며 제품 개발에 참여하고 있어 고객이 원하는 제품을 바로바로 선보일 수 있다”고 말했다. 에이피알은 벌써 싱가포르 말레이시아 대



이주광(왼쪽)·김병훈 에이피알 공동대표가 포즈를 취하고 있다.

(사진제공·에이피알)

만에 제품을 입점시켰고 유통사를 통해 홍콩 일본 등에도 진출을 추진하고 있다. 동남아시아 전역으로 시장을 확대해 내년 말에는 기업공개로 목표로 하고 있다. 이 대표와 김 대표는 알고 보면 대학 때부터 사업을 시작한 사업 경력 10여 년에 이르는 베테랑이다. 김 대표는 본래부터 창업이 꿈이었다고 털어놨다. 그는 연세대 경영학과 재학 시절부터 애플리케이션(앱)을 개발해 창업에 뛰어들었다. “창업에 관심이 많았어요. 사람들, 소비자, 집단에 대해 분석하는 것이 흥미로웠습니다. ‘나에게 필요한 것이 무엇일까’에 대한 고민부터 시작했죠.” 김 대표는 2013년 솔로일 때 대학생 전용 컴퍼스 데이팅 앱인 ‘(주)길하나사이’를 창업했다. 나중에 커풀이 되었을 때는 커풀 미션

앱 ‘미스터엔미세스’를 창업했다. 이 대표도 대학에 다닐 때 늘 창업 아이템에 골몰했다. “집이 어려워 가족 생계를 책임져야 한다는 생각에 창업을 했죠. 기획하고 도전하는 것을 좋아해 창업이 딱 맞았죠.” 성균관대 경제학도였던 이 대표는 2013년 멤버십 서비스업체 ‘브릿지코어’를 창업하고 접속 권한을 받은 회원들이 이용 가능한 폐쇄 형태 물(mall) ‘성균인(IN)’도 론칭했다. 위기양양하게 창업했지만 대학생으로 사업하는 것이 그리 순탄치만은 않았다. 그러던 중 우연히 벤처창업가 모임에서 김 대표를 만난 뒤 공동 창업을 결심했다. 의기투합한 두 사람은 뷰티에 관심이 많은 1020세대를 겨냥해 2014년 ‘에이프릴스킨’(현 에이피알)을 창업했다. 좋은

화장품을 만들어 소비자에게 알리겠다는 것이 목표였다. 시장과 소비자를 분석하는 능력이 뛰어난 김 대표와 친화력이 좋은 이 대표의 찰떡궁합이 빛을 발했다. 가성비(가격 대비 성능)가 뛰어난 자연주의 화장품을 콘셉트로 내세운 에이프릴스킨은 승승장구했다. 그러던 중 예상치 못한 어려움이 찾아왔다. 1020세대가 관심을 가진 만한 아이템을 찾다 시작한 ‘디어마이펫’이란 반려동물 관련 사업에서 문제가 생겼다. 일부 소비자가 디어마이펫에서 만든 사료가 ‘불량사료’라며 항의해 온 것. 인터넷에 항의성 글이 넘쳐 나자 사실관계를 파악할 겨를도 없이 제품 환불, 치료비 보상을 시행했다. 사건 이후 국립농산물 품질관리원, 동물약품기술연구소 등에서 사료에 문제가 없다는 평가를 받았지만 유해한 사료라는 인식을 바꾸지는 못했고 8개월 만에 문을 닫았다. 메업의 아픔을 딛고 김 대표와 이 대표는 에이프릴스킨에서 에이피알로 사명을 변경한 뒤 메디컬 코스메틱 브랜드 ‘메디큐브’, 뷰티&헬스케어 브랜드 ‘글램디’, 남성 화장품 브랜드 ‘포맨트’ 등을 연이어 론칭했다. 국외 좋은 완구제품을 소개하는 ‘마더스픽’, 흑백사진 자판기 브랜드 ‘포토그레이’, 화장실용 향수 ‘프리센트’ 등도 선보였다. “에이피알을 글로벌 뷰티 생활문화 기업으로 키우고 싶어요. 뷰티에 이어 패션·생활용품 등 전반으로 사업을 확장하는 것이죠. 글로벌 회사들과 어깨를 나란히 하고 경쟁할 겁니다.” 이영욱 기자

Rising Biz & Star | 설립 3년만에 매출 630억원...뷰티·생활문화 기업 '에이피알' 이주광·김병훈 공동대표

“파트너와 시너지 중요...창업했으면, 무조건 5년은 버텨라”

에이피알(APIAL)은 2014년 대학생 두 명이 공동창업한 뷰티·생활문화 기업이다. 화장품 에이프텔스킨을 비롯해 기능성 화장품을 메디큐브, 다이어트 식품 글루타 등 8개 브랜드를 운영하고 있는데 설립 3년 만에 매출 630억원을 기록했다. 올해는 1000여원을 남을 전망이다. 뷰티 스타트업 4년 만에 돌보이는 성장을 기록한 것이다. 매출 1000여를 바라보는 유망기업으로 성장했지만 에이피알의 두 대표, 김병훈(30세)과 이주광(31세)은 이제 막 30대에 들어섰다. 창업을 꿈꾸는 젊은이에게 두 사람은 정말 부러운 성공 모델이다. 서울 삼성동 본사에서 두 사람을 만났다.

8개 브랜드, 맞춤형 유통채널 운영 비디오 커머스 일소분 성공 비결 창업 3~5년차 매출 급증 사례 많아 서로 장점 겹치는 파트너는 퍼할 것



이주광(왼쪽)·김병훈 에이피알 공동대표는 “비디오 커머스 등 젊은 문화와 트렌드가 담긴 새 마케팅 시도가 중요했다”며 “고객을 향한 더 많은 연구와 끊임없는 노력으로 10개 이상의 제품 선을 한 것”이라고 강조했다.

●젊은 기업, 비디오 커머스로 승부수

-공동대표 체제다. 동업을 하게 된 계기는, 이주광(이하 이) “대학생 때 각자 창업의 길을 가고 있었는데, 2014년 초 스타트업 모임에서 만났다. 당시 저는 화장품 유통 관련 스타트업을 했고, 김 대표는 온라인 광고사업을 했다. 둘은 화장품을 제조해 소비자에게 직접 알리고 싶다는 관심사가 같았다. 그래서 사업을 재경비해 함께 시작했다. 2014년 10월 천연화장품 에이프텔스킨을 론칭하고 첫 제품인 천연미누를 100만개 이상, 메디큐브를 400만개 이상 판매했다.”

-창업 초기부터 다른 유통채널을 이용하지 않고 자사 온라인몰로 성장했다. 김병훈(이하 김) “젊은 문화와 트렌드가 담긴 비디오 커머스 시도가 주효했다. 에이프텔스킨은 SNS소셜네트워크 서비스(SNS)에

이=“탄탄한 제품력은 기본이다. 젊은 직원들이 직접 테스트하며 우수한 제품만을 브랜드화 한다. 다양한 브랜드를 동시 운영하면서 각 브랜드의 정체성 확립을 고민했다. 그

를 신규 고객으로 유치할 수 있었다.”
-현재 화장품 브랜드의 국내 유통 채널이 공급하다.
김=“온·오프라인을 겸하고 있으며 브랜드별 고객층 맞춤형 유통채널을 운영한다. 온라인 고객 선호도가 높은 에이프텔스킨은 SNS 마케팅을 최우선으로 했다. 반면 기능성 화장품인 메디큐브는 홈쇼핑을 통해 판매가 됐다. 오프라인의 경우 요즘 대세인 코스모어를 중심으로 하고 롯데백화점과 롯데마트에 작업점을 운영 중이다.”

-6개 브랜드가 동시에 성장할 수 있었던 비결은, 이=“탄탄한 제품력은 기본이다. 젊은 직원들이 직접 테스트하며 우수한 제품만을 브랜드화 한다. 다양한 브랜드를 동시 운영하면서 각 브랜드의 정체성 확립을 고민했다. 그

를 신규 고객으로 유치할 수 있었다.”
-현재 화장품 브랜드의 국내 유통 채널이 공급하다.
김=“온·오프라인을 겸하고 있으며 브랜드별 고객층 맞춤형 유통채널을 운영한다. 온라인 고객 선호도가 높은 에이프텔스킨은 SNS 마케팅을 최우선으로 했다. 반면 기능성 화장품인 메디큐브는 홈쇼핑을 통해 판매가 됐다. 오프라인의 경우 요즘 대세인 코스모어를 중심으로 하고 롯데백화점과 롯데마트에 작업점을 운영 중이다.”

-6개 브랜드가 동시에 성장할 수 있었던 비결은, 이=“탄탄한 제품력은 기본이다. 젊은 직원들이 직접 테스트하며 우수한 제품만을 브랜드화 한다. 다양한 브랜드를 동시 운영하면서 각 브랜드의 정체성 확립을 고민했다. 그

를 신규 고객으로 유치할 수 있었다.”
-현재 화장품 브랜드의 국내 유통 채널이 공급하다.
김=“온·오프라인을 겸하고 있으며 브랜드별 고객층 맞춤형 유통채널을 운영한다. 온라인 고객 선호도가 높은 에이프텔스킨은 SNS 마케팅을 최우선으로 했다. 반면 기능성 화장품인 메디큐브는 홈쇼핑을 통해 판매가 됐다. 오프라인의 경우 요즘 대세인 코스모어를 중심으로 하고 롯데백화점과 롯데마트에 작업점을 운영 중이다.”

-6개 브랜드가 동시에 성장할 수 있었던 비결은, 이=“탄탄한 제품력은 기본이다. 젊은 직원들이 직접 테스트하며 우수한 제품만을 브랜드화 한다. 다양한 브랜드를 동시 운영하면서 각 브랜드의 정체성 확립을 고민했다. 그

를 신규 고객으로 유치할 수 있었다.”
-현재 화장품 브랜드의 국내 유통 채널이 공급하다.
김=“온·오프라인을 겸하고 있으며 브랜드별 고객층 맞춤형 유통채널을 운영한다. 온라인 고객 선호도가 높은 에이프텔스킨은 SNS 마케팅을 최우선으로 했다. 반면 기능성 화장품인 메디큐브는 홈쇼핑을 통해 판매가 됐다. 오프라인의 경우 요즘 대세인 코스모어를 중심으로 하고 롯데백화점과 롯데마트에 작업점을 운영 중이다.”

-6개 브랜드가 동시에 성장할 수 있었던 비결은, 이=“탄탄한 제품력은 기본이다. 젊은 직원들이 직접 테스트하며 우수한 제품만을 브랜드화 한다. 다양한 브랜드를 동시 운영하면서 각 브랜드의 정체성 확립을 고민했다. 그

를 신규 고객으로 유치할 수 있었다.”
-현재 화장품 브랜드의 국내 유통 채널이 공급하다.
김=“온·오프라인을 겸하고 있으며 브랜드별 고객층 맞춤형 유통채널을 운영한다. 온라인 고객 선호도가 높은 에이프텔스킨은 SNS 마케팅을 최우선으로 했다. 반면 기능성 화장품인 메디큐브는 홈쇼핑을 통해 판매가 됐다. 오프라인의 경우 요즘 대세인 코스모어를 중심으로 하고 롯데백화점과 롯데마트에 작업점을 운영 중이다.”

-6개 브랜드가 동시에 성장할 수 있었던 비결은, 이=“탄탄한 제품력은 기본이다. 젊은 직원들이 직접 테스트하며 우수한 제품만을 브랜드화 한다. 다양한 브랜드를 동시 운영하면서 각 브랜드의 정체성 확립을 고민했다. 그

를 신규 고객으로 유치할 수 있었다.”
-현재 화장품 브랜드의 국내 유통 채널이 공급하다.
김=“온·오프라인을 겸하고 있으며 브랜드별 고객층 맞춤형 유통채널을 운영한다. 온라인 고객 선호도가 높은 에이프텔스킨은 SNS 마케팅을 최우선으로 했다. 반면 기능성 화장품인 메디큐브는 홈쇼핑을 통해 판매가 됐다. 오프라인의 경우 요즘 대세인 코스모어를 중심으로 하고 롯데백화점과 롯데마트에 작업점을 운영 중이다.”

-6개 브랜드가 동시에 성장할 수 있었던 비결은, 이=“탄탄한 제품력은 기본이다. 젊은 직원들이 직접 테스트하며 우수한 제품만을 브랜드화 한다. 다양한 브랜드를 동시 운영하면서 각 브랜드의 정체성 확립을 고민했다. 그

를 신규 고객으로 유치할 수 있었다.”
-현재 화장품 브랜드의 국내 유통 채널이 공급하다.
김=“온·오프라인을 겸하고 있으며 브랜드별 고객층 맞춤형 유통채널을 운영한다. 온라인 고객 선호도가 높은 에이프텔스킨은 SNS 마케팅을 최우선으로 했다. 반면 기능성 화장품인 메디큐브는 홈쇼핑을 통해 판매가 됐다. 오프라인의 경우 요즘 대세인 코스모어를 중심으로 하고 롯데백화점과 롯데마트에 작업점을 운영 중이다.”

-6개 브랜드가 동시에 성장할 수 있었던 비결은, 이=“탄탄한 제품력은 기본이다. 젊은 직원들이 직접 테스트하며 우수한 제품만을 브랜드화 한다. 다양한 브랜드를 동시 운영하면서 각 브랜드의 정체성 확립을 고민했다. 그

Profile

●이주광 대표

▲1987년생 ▲성균관대 경제학과 휴학 ▲2010년 브릿지프라이싱경제대 공학 석사(학위) 취득 ▲2012년 한중무역사 2급 코이나 설립

●김병훈 대표

▲1986년생 ▲연세대 경영학과 휴학 ▲2013년 김해나사(대학) 경영 서비스 설립

●공동이익

▲2014년 에이피알 설립 ▲2017년 포브스 선정 '아시아 30세 이하 기업인 30인' ▲2017년 포브스 선정 '2017년 50대 이상 한국 10대 스타트업' ▲2018년 고용노동부 '대한민국 일자리 100대 으뜸기업'

20대 창업자에게 하고픈 다섯 조언

- 파트너 선택이 중요하다.
- 고난의 5년을 버텨라.
- 늘 소비자 입장에서 생각하자.
- 탄탄한 제품력은 기본이다. 기본에 충실하라.
- 젊은 문화와 트렌드의 새 마케팅에 도전하라.

사진제공 : 에이피알

APR Corporation 은 다양한 분야에서 수상한 경력을 통해 고객 가치를 창조하고 있습니다.

고객 가치경영을 실천하여 더욱 오랫동안 신뢰받을 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

APR Corporation 은 다양한 분야에서
수상한 경력을 통해 고객 가치를 창조하고 있습니다.

고객 가치경영을 실천하여 더욱 오랫동안
신뢰받을 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

한국경제

2018년 02월 09일 금요일 A19면 산업 26.3 x 18.9 cm

대학생 두명이 세운 에이피알, 매출 1000억 넘는다

(화장품·식품 기업)

대학생 두명이 공동으로 창업한 회사가 3년 만인 지난해 매출 650억원을 올렸다. 2014년 설립된 에이피알은 화장품 브랜드 메디큐브와 에이프릴스킨, 다이어트 식품인 글램디, 완구용품인 마더스픽 등 다양한 소비재 브랜드 여섯 개를 갖추며 이름을 알렸다. 직원 평균 연령은 28.3세. 이주광 김병훈 공동대표의 나이도 각각 29세, 28세로 젊다. 고속 성장 비결이 '소비자를 잘 읽고 트렌드를 주도했기 때문'이라고 분석한 이 회사는 또 다른 도약을 준비하고 있다. 해외시장을 공략하고, 생활용품에도 진출할 계획이다. 올해 매출은 1000억원을 거둔다.

◆ 여섯 개 브랜드로 고속성장

두 대표는 대학생 때 창업한 뒤스타트업(신생 벤처기업) 모임에서 처음 만났다. 성균관대 경제학과에 다니던 이 대표는 당시 화장품 유통 관련 스타트업을 했고, 연세대 경영학과에 재학 중이던 김 대표는 온라인 광고사업을 했다. "좋은 화장품을 제조해 소비자에게 직접 알리고 싶다"는 공통된 관심사를 확인한 뒤 사업을 재정비에 새롭게 시작하기로 했다. 2014년 10월 에이프릴스킨을 설립하고 동명 화장품인 에이프릴스킨을 출시했다.

에이피알은

설립	2014년
업종	화장품, 다이어트식품 등
직원수	150명
브랜드	메디큐브, 에이프릴스킨, 글램디, 포먼트, 마더스픽, 포토그래이, 프리센트
특징	공동창업 공동대표

늘어나는 에이피알 매출



가성비가 가격 대비 성능이 뛰어난 자연주의 화장품을 내세운 에이프릴스킨은 소셜네트워크서비스(SNS)에서 '제품이 괜찮다'는 입소문을 타고 화제가 됐다. 커버력이 뛰어난 메이크업은 400만 개 팔려 나갔고 '국민비누'라는 별명을 얻은 천연비누는 100만 개 판매됐다. 메디컬 화장품 브랜드인 메디큐브와 다이어트 식품인 글램디, 난생용 화장품 포먼트, 해외의 좋은 완구제품을 소개하는 마더스픽, 흑



이주광(왼쪽) 김병훈 에이피알 공동대표가 메디큐브, 에이프릴스킨 등 주요 브랜드 제품을 소개하고 있다. 김정은 기자

설립 3년간 고속성장
SNS서 화제인 에이프릴스킨
홈쇼핑 완판 화장품 메디큐브
다이어트 식품 글램디 등
소비재 브랜드 6개 보유
아심민만 20대 공동대표
을 생활용품 브랜드 출시
중·동남아 공략 속도

백사진 자판기 브랜드 포토그래이, 화장실용 향수인 프리센트 등을 잇달아 선보였다. 이 대표는 "최근 홈쇼핑에서 '완판(완전 판매)' 행진을 이어가는 메디큐브는 여드름을 민감성용 모공관리용 등으로 제품을 세분화했다"며 "색소 침착을 개선하는 레드이레이징 크림은 1년 만에 30만 개가 팔렸다"고 말했다. 글램디는 위타젤리와 다이어트 커피 등이 인기다. 김 대표는 "포토그래이는 과거

유행한 스티커사진 기계에서 아이디어를 얻었다"며 "처음에 5대로 시작했는데 6개월 만에 1500여 대를 갖추고 전국 CGV극장에 공급한다"고 설명했다.

◆ 생활용품으로 사업 확대

회사 규모가 커지자 지난해 회사명을 에이피알로 바꿨다. 에이프릴스킨의 앞과 뒷 앞글자를 뗐다. 올해는 해외시장에 주력할 계획이다. 주방 및 세탁용품 등 생활용품 브랜드도 새로 선보인다. 이 대표는 "지금 국내시장 비중이 90%지만을 상반기 동남아와 중국 등에 수출하면서 해외 공략을 시작할 것"이라며 "생활용품 전반으로 사업 영역을 확장하겠다"고 밝혔다.

두 사람은 지난해 미국 경제전문지 포브스가 선정한 '아시아 30세 이하 기업인 30인'에 이름을 올렸다. 에이피알은 2016년엔 포브스로부터 '2017년 비상할 대한민국 30대 스타트업'으로 뽑혔다. 직원들이 젊다 보니 회사 분위기도 활기차다. 김 대표는 "날씨가 좋으면 사육 육상의 루프톱에서 맥주파티를 연다"며 "새 제품은 무조건 직원들의 'OK'를 받아야 출시할 수 있다"고 말했다. 두 대표는 사업에 전념하기 위해 최고학교를 자처했다.

김정은 기자 kasmie@hankook.com



2017 대한민국 소비자 대상
소비자 브랜드 부문
주관 : 한국소비자협회
[에이프릴스킨]



2017 상반기 히트브랜드대상 1위
피부과학화장품 부문
주관 : 중앙일보
[메디큐브]



2017 대학생 선호 브랜드 대상
현실적인 다이어트 브랜드 부문
주관 : 헤럴드경제
[글램디]



2016 대한민국 퍼스트 클래스 대상
제품 혁신 브랜드(코스메틱)
주관 : 동아일보
[에이프릴스킨]



2016 고객만족 우수 브랜드 대상
주관 : 머니투데이
[에이프릴스킨]



2016 상반기 대학생 선호 브랜드 대상
추천하는 화장품 브랜드 부문
주관 : 헤럴드경제
[에이프릴스킨]

APR Corporation 은 다양한 분야에서
수상한 경력을 통해 고객 가치를 창조하고 있습니다.



2016 올해의 히트 상품
생활문화 부문 / 매직스노우쿠션2.0
주관 : 머니투데이
[에이프릴스킨]



2015 대한민국 신뢰브랜드 대상
고객만족, 뷰티케어 부문
주관 : 스포츠조선
[에이프릴스킨]



2015 올해의 히트상품
생활문화 부문 / 매직스노우쿠션
주관 : 머니투데이
[에이프릴스킨]

고객 가치경영을 실천하여 더욱 오랫동안
신뢰받을 수 있도록 최선을 다하겠습니다.



2015 자랑스러운 한국인 대상
주관 : 시사투데이
[에이프릴스킨]



2015 한국 소비자 만족지수 1위
주관 : 한경BUSINESS
[에이프릴스킨]



2016 올해의 히트 상품
제품 혁신 부문(스킨케어)
주관 : 일간스포츠
[에이프릴스킨]

APR Corporation은 뷰티와 생활문화의
트렌드를 연구하고 전 세계로 전파하고자 합니다.
세계 유수의 기업들과 제휴를 통해
글로벌 기업으로 성장하고 있습니다.



APRILSKIN

-  <http://www.aprilskin.com>
-  <http://en.aprilskin.com>
-  <http://cn.aprilskin.com>
-  <http://www.aprilskin.jp>

medicube⁺

-  <http://www.themedicube.co.kr>
-  <http://en.themedicube.co.kr>
-  <http://cn.themedicube.co.kr>
-  <http://www.themedicube.jp>

Wonderful Lifestyle 새로운 문화를 창조하며

끊임없는 도전으로 다양한 포트폴리오를 갖춘
라이프스타일 기업으로 성장하고 있습니다.

고객을 향한 더 많은 연구와 끊임없는 노력으로
새로운 문화를 창조할 것입니다.



Beyond Korea 더 큰 세계로 나아갑니다

글로벌 시장의 트렌드를 이끄는
일류의 기업으로 도약하고 있습니다.

젊은 감각으로 차별적인 제품과 서비스를 제공해
세계인의 주목과 사랑을 받는 기업으로
자리매김할 것 입니다.



APR

