



한국IR협의회

기업리서치센터 기업분석 | 2025.05.22

KOSDAQ
GLOBAL

코스닥글로벌상장법인

코스닥글로벌세그먼트



2024년 코스닥 라이징스타

KOSDAQ | 건강관리장비와서비스

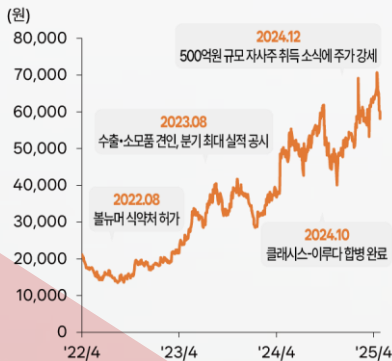
클래시스 (214150)

K-미용의료기기 대표선수

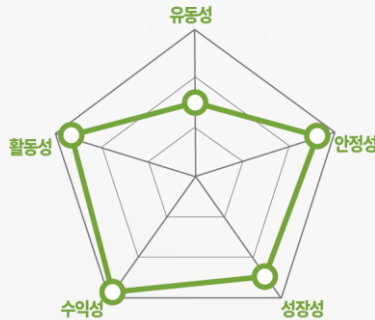
체크포인트

- 클래시스는 국내 비침습 리프팅 시술의 대중화를 이끈 미용의료기기 대표기업. 슈링크, 슈링크 유니버스, 볼뉴머 등의 대표 제품군을 통해 글로벌 피부마용 시술 트렌드를 선도하는 글로벌 미용의료기기로 Level-up 진행 중
- 2024년 10월 이루다 흡수합병을 통해 EBD 기술 영역의 통합, 판매지역의 보완, 제품 포트폴리오 확장이라는 측면에서 전략적 시너지가 기대
- 2025년 예상실적 기준 밸류에이션은 PER 27.2배, PBR 6.6배로 동종기업 대비 밸류에이션 프리미엄 구간. 다만, 국내 미용의료기기 업종의 대표기업으로서 매출 성장성 및 높은 수익성을 바탕으로 차별화된 밸류에이션 프리미엄이 가능하다고 판단됨
- 최대주주의 투자 회수 움직임은 기업에 대한 외부 신뢰도나 주가 안정성 측면에서 리스크 요인. 당사는 기업 내재가치 강화를 통해 리스크 최소화 노력

주가 및 주요이벤트



재무지표



주: 2024년 기준, Fnguide WICS 분류상 건강관리산업 내 등급화

밸류에이션 지표



주: PSR, PER은 2024년 기준, PBR은 4Q24 기준, Fnguide WICS 분류상 건강관리산업 내 순위 비교, 우측으로 갈수록 저평가

클래시스 (214150)

Analyst 박선영 syark@kirs.or.kr

RA 정수현 sh.jeong@kirs.or.kr

KOSDAQ

건강관리장비와서비스

K-미용의료기기의 대표주자, 클래시스

클래시스는 2014년 HIFU 장비 슈링크(Shurink)를 출시하며 국내 비침습 리프팅 시술의 대중화를 이끈 미용의료기기 대표기업. 고강도 집속 초음파(HIFU)와 모노폴라 고주파(MRF) 기반의 비침습 리프팅 및 탄력 개선 기기 분야에서 독보적인 경쟁력을 확보하고 있으며, 슈링크, 슈링크 유니버스, 볼뉴머 등의 대표 제품군을 통해 글로벌 피부미용 시술 트렌드를 선도하고 있음. 슈링크 제품군은 합리적인 가격대와 빠른 시술 회복력, 장비 보급이 소모품 확대로 이어지며 반복 수익을 창출하는 고수익 구조를 기반으로 K-미용의료기기 대표주자로서 위상을 확고히 하고 있음

수출 중심의 구조적 성장 가시화

클래시스는 브라질·태국·일본 등 기존 수출국에서의 고성장을 이어가고 있으며, 유럽과 미국 등 선진시장 진입이 가시화되면서 수출 드라이브가 한층 본격화되고 있음. 기술 기반의 다각화된 포트폴리오, 지역별 유통 전략의 정교함, Tier-up 전략에 기반한 인허가 및 마케팅 전략은 향후 글로벌 시장에서 동사의 지속 성장을 이끌 핵심 축으로 작용할 전망. 수출 확대에 따른 외형 성장은 물론, 고마진 소모품 매출 증가와 프리미엄 제품군 확산에 따른 이익률 상승도 동반될 것으로 전망됨

이루다 합병 시너지 기대

2025년 연결실적은 매출액 3,436억원 (YoY +41.4%), 영업이익 1,715억원(YoY +40.0%), 지배주주순이익 1,401억원(YoY +43.1%)을 전망. 수출 중심으로 장비 매출 확대 및 소모품 매출의 고성장이 지속되는 한편, 2024년 10월부터 이루다 합병 효과가 반영됨에 따라 외형 확장을 넘어 EBD 기술 영역의 통합, 판매지역의 보완, 제품 포트폴리오 확장이라는 측면에서 전략적 시너지가 기대됨

Forecast earnings & Valuation

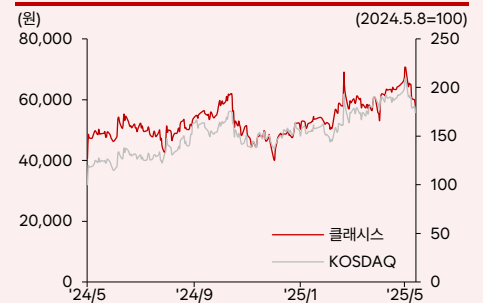
	2021	2022	2023	2024	2025F
매출액(억원)	1,006	1,418	1,801	2,429	3,436
YoY(%)	31.6	41.0	27.0	34.9	41.4
영업이익(억원)	517	689	896	1,224	1,715
OP 마진(%)	51.4	48.6	49.8	50.4	49.9
지배주주순이익(억원)	438	754	742	979	1,401
EPS(원)	677	1,164	1,146	1,517	2,138
YoY(%)	14.8	71.9	-1.5	32.4	40.9
PER(배)	27.8	15.8	32.9	31.4	27.2
PSR(배)	12.1	8.4	13.6	12.7	11.1
EV/EBITDA(배)	22.2	15.8	25.3	23.5	19.9
PBR(배)	7.4	5.2	8.6	6.9	6.6
ROE(%)	30.5	38.3	28.9	26.5	27.2
배당수익률(%)	0.4	0.6	0.5	0.5	0.4

자료: 한국IR협회의 기업리서치센터

Company Data

현재주가 (5/20)	58,100원
52주 최고가	70,700원
52주 최저가	40,050원
KOSDAQ (5/20)	715.55p
자본금	66억원
시가총액	38,059억원
액면가	100원
발행주식수	66백만주
일평균 거래량 (60일)	63만주
일평균 거래액 (60일)	393억원
외국인지분율	73.04%
주요주주	BCPE Centur Investments, LP 54.16%

Price & Relative Performance



Stock Data

주가수익률(%)	1개월	6개월	12개월
절대주가	-81	202	198
상대주가	-78	14.7	41.8

참고

1) 표지 재무지표에서 안정성 지표는 '이자보상배율', 성장성 지표는 '매출액 증가율', 수익성 지표는 '영업이익률', 활동성지표는 '순운전자본회전율', 유동성지표는 '당좌비율임. 2) 표지 밸류에이션 지표 차트는 해당 산업군내 동사의 상대적 밸류에이션 수준을 표시. 우측으로 갈수록 밸류에이션 매력도 높음.



기업 개요

1 회사 개요

**클래시스는 HIFU로 대표되는
국내 비침습 리프팅 시술 대중화를
주도한 피부 미용의료기기
전문기업**

클래시스는 2007년 설립된 글로벌 피부 미용의료기기 전문기업으로, 병의원 사술 및 에스테틱 등을 대상으로 차별화된 미용의료기기를 개발, 생산 및 판매하고 있다. 동사는 2014년 주력 제품인 고강도 집속 초음파(HIFU) 장비 슈링크를 출시하며 빠르게 성장하였고, 2017년 스팩(SPAC) 합병방식을 통해 코스닥 시장에 상장하였다. 2022년에는 중요한 전환점을 맞이하는데, 글로벌 사모펀드 BCPE Centur Investments, LP가 최대주주로 올라섰으며, 슈링크 후속 장비로 출시한 슈링크 유니버스가 슈링크의 교체 수요를 흡수하며 성공적으로 시장에 안착했다. 이와 함께, 신규 에너지원인 고주파(RF) 장비 볼뉴머를 출시하며 에너지원 포트폴리오 다각화에도 박차를 가했다. 2024년 4월, 클래시스는 전략적 파트너십 구축 및 기존 사업과의 시너지 확대를 목적으로 이루다 지분 17.86%를 405억원에 인수하고, 같은 해 10월 이루다(합병 소멸회사)와의 합병을 완료하였다.

2024년 연결매출 2,429억원기준, 부문별 매출비중은 CLASSYS(병의원용 장비) 45.7%, 소모품 45.2%, 舊 이루다 품목 4.8%, 클루덤(에스테틱샵용 장비) 2.0%, 슈링크 RX(가정용 뷰티 디바이스 및 화장품) 1.9%, 기타(임대 수익) 0.4%, 지역별 매출비중은 국내 33%, 아시아 34%, 미주 23%, 유럽 및 중동 10%로 수출 비중이 높은 편이다.

2024년 12월 말 기준, 최대주주는 BCPE Centur Investments, LP로 지분 60.16%를 보유하고 있다. 이 투자조합은 베인캐피탈 산하에 속해 있으며, 2022년 4월 클래시스 지분 60.84%를 6,699억원에 인수하며 최대주주가 되었다. 2대 주주는 창립자인 정성재 전 대표이사로, 9.82%의 지분을 보유 중이다. 한편, 회사는 주주가치 제고 및 주가 안정을 목적으로 2024년 12월 10일, 총 500억원 규모의 자기주식 취득 신탁계약 체결을 공시하였으며, 계약 기간은 2025년 6월 30일까지다. 추가로 2025년 5월 16일 공시에 따르면 BCPE Centur Investments, LP는 보유지분 6%(393만 339주)를 시간외매매 블록딜을 통해 매도함에 따라 60.16%에서 54.16%로 지분율이 변동되었다.

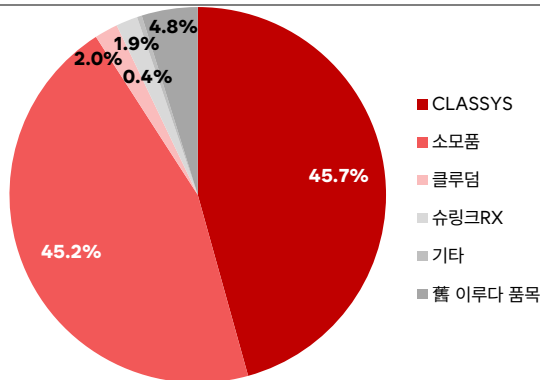
클래시스는 2024년말 기준 총 4개의 종속기업을 보유하고 있다. Skederm(100.0%)과 Skederm 상하이(100.0%)는 슈링크 RX(해외명: Skederm) 브랜드 품목인 가정용 뷰티 디바이스 및 화장품 판매 사업을 전개하고 있으며, Classys Japan(100.0%)은 일본 내 체인형 클리닉을 중심으로 한 마케팅을 목적으로 2024년 2분기에 설립되었다. 또한, 이루다의 종속기업이었던 레이저 및 IPL 장비 개발 제조업체 엔슨(51.0%)은 클래시스가 2024년 10월 피합병법인 지분 승계로 인해 의결권 과반수 이상을 보유하게 되면서, 종속기업으로 편입되었다.

회사 연혁

2007-2013 제품 기반 구비	2014-2017 제품/지역 다변화	2018-2021 인프라 확장 투자	2022~ 새로운 도약
2007 클래스스 설립 2011 크라이포(Crylipo) 출시 2012 울트라포메(Ultraformer) 출시	2014 슈링크(Ultraformer II) 출시 2015 슈링크(Ultraformer II) 유럽 CE 인증 500만불 수출의 탑 수상 2016 사이저(Sazer) 출시 2017 리프트(Refit) 출시 울핏(Ufit) 출시 중국 Skederm Shanghai co., Ltd. 설립 미국 Skederm, Inc. 인수 코스닥 시장 스펙 합병 상장	2018 문정동 제1공장 매입 아쿠아퓨어(Aquapure) 출시 2019 미사제2공장 준공 2021 슈링크 유.비스(Ultraformer MPT) 식약처 허가 5,000만불 수출의 탑 수상	2022 본사 변경 최대주주 BCPE(베인&피탈 산하펀드)로 변경 대표이사 변경(백승한 대표이사 신규 선임) 볼뉴머(Volnewmer) 식약처 허가 코스닥 글로벌 세그먼트 편입 2023 코스닥 라이징 스타 선정 사이저(Sazer) 미국 FDA 허가 2024 볼뉴머(Volnewmer) 미국 FDA 허가 250억원 규모 자기주식 소각 CLASSYS JAPAN 법인 설립 클래스스-이루다 통합법인 출범 500억원 규모 자기주식 취득 신탁계약 체결 결정 2025 대주주 보유지분 블록딜(6%)

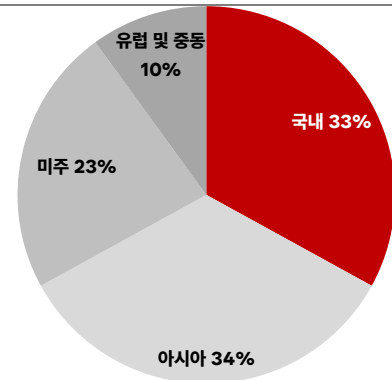
자료: 클래스스, 한국IR협회의 기업리서치센터

브랜드 및 품목별 매출 비중(2024년 기준)



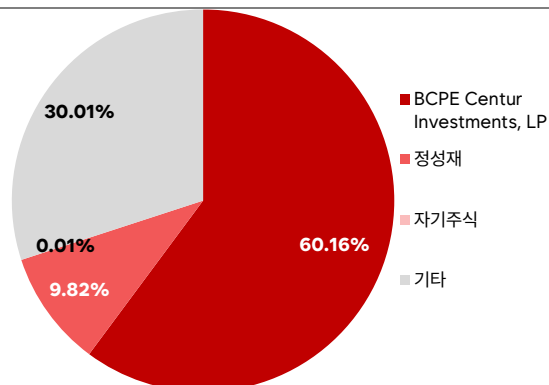
자료: 클래스스, 한국IR협회의 기업리서치센터

지역별 매출 비중(2024년 기준)



자료: 클래스스, 한국IR협회의 기업리서치센터

주주 현황(2024년 말 기준)



주: 2025년 5월 16일 기준, BCPE Centur Investments, LP 지분율은 60.16%에서 54.16%로 변동

자료: 클래스스, 한국IR협회의 기업리서치센터

종속기업 현황(2024년 말 기준)



자료: 클래시스, 한국IR협회의 기업리서치센터

주요 제품

글로벌 피부 미용의료기기 전문 기업 클래시스는 2020년부터 2024년까지 연평균 33.5%의 매출 성장률을 기록하며 괄목할 만한 성과를 보였다. 이러한 성장은 병의원 대상의 CLASSYS, 에스테틱샵 대상의 클루덤(Cluederm), 일반 가정 대상의 슈링크RX(Skederm) 세 가지 브랜드와 피부 미용의료기기 시술 시, 사용되는 소모품 판매를 통해 이루어졌다. 이 외에 매출원으로는 舊 이루다 품목, 기타(임대 수익)가 있다. 2024년 연결매출 2,429억원 기준, 브랜드 및 제품 군별 매출비중은 CLASSYS(병의원용 장비) 45.7%, 소모품 45.2%, 舊 이루다 품목 4.8%, 클루덤(에스테틱샵용 장비) 2.0%, 슈링크 RX(가정용 뷰티 디바이스 및 화장품) 1.9%, 기타(임대 수익) 0.4% 등으로 구성된다

(1) 클래시스(CLASSYS)

CLASSYS는 병의원용 피부 미용의료기기 브랜드로, HIFU, RF 등 에너지 기반 미용의료기기 제품을 각 국가별 의료기기 허가를 받아 판매하고 있다. 주력 제품인 슈링크(HIFU), 슈링크 유니버스(HIFU), 볼뉴머(RF)를 바탕으로 최근 4년간 연평균 35.5% 성장하며 2024년 매출액 1,110억원을 달성하였다.

슈링크는 2014년에 출시한 고강도 집속 초음파(HIFU) 장비로 눈썹 리프팅 및 얼굴(양볼), 복부, 허벅지의 피부와 피하 조직의 탄력을 개선하는 효과가 있다. 6가지 카트리지로 각 피부층의 깊이와 피부 상태에 따라 다양한 사용이 가능하며, 사용자 편의를 위한 듀얼 핸드피스가 특징이다. 2021년 기준, 국내 누적 판매량 3,500만 대를 달성하였으나, 후속작 슈링크 유니버스 출시에 따라 현재 국내에서는 판매가 중단되었다. 수출명은 'Ultraformer III'로 대당 가격은 1만 불 수준이며, 2023년 기준, 해외 누적 판매량 8,000만 대를 달성한 것으로 추정된다. 다만, 해외 역시 점차 슈링크 유니버스로 대체되는 추세이다.

슈링크 유니버스는 2022년에 출시한 슈링크 후속작으로 양방향 조사방식으로 시술 속도가 2.5배 더 빨라졌으며, 카트리지 교환없이 2가지 모드(MP & Normal(Dot))가 사용 가능해졌다. 2022년 초 국내 시장에서 본격적인 판매를 시작, 슈링크 교체 수요를 성공적으로 흡수하며, 출시 1년 만에 국내 누적 판매량 1,100대를 달성하였다. 또한, 수출명 Ultraformer MPT로 2022년 하반기부터 해외 진출 국가도 점진적으로 확대해 나가고 있다.

볼뉴머는 2022년 10월 말 국내에 출시한 클래시스 최초의 마이크로니들 고주파(MRF) 장비로, 진피층부터 콜라겐 재생을 유도해 리프팅과 피부 탄력을 증진하는 효과가 있다. 볼뉴머는 2024년 미국 FDA 510(K) 인허가를 획득하였으며 'Everesse'라는 현지 브랜드명으로 메디컬 스파 채널을 중심으로 출시되었으며, 2024년 말 기준, 출시 약 2년 만에 국내 누적 판매량 700대, 글로벌(국내+해외) 누적 판매량 1,700대를 돌파하였다.

병의원 대상의 CLASSYS

1) 슈링크 시리즈(HIFU)

2) 볼뉴머(RF)

에스테틱샵 대상의 Cluederm**(2) 클루덤(Cluederm)**

클루덤(Cluederm)은 에스테틱샵용 피부 미용의료기기 브랜드로, 최근 4년간 연평균 2.7% 성장, 2024년 기준, 매출액 49억원을 달성하였다. 주요 제품으로는 울핏(HIFU), 리핏(RF), 아쿠아퓨어(Hydrodermabrasion)가 있다.

일반 소비자 대상의 슈링크RX**(3) 슈링크RX(Shurink RX)**

슈링크RX(해외명 Skederm)는 가정용 피부 관리기 및 화장품 브랜드로, 최근 4년간 연평균 34.2% 성장, 2024년 기준, 매출액 45억원을 달성하였다. 주요 제품으로는 볼리움(RF), 리프팅 패치 등이 있다.

CLASSYS 연동 소모품

: 카트리지, 팁, 젤패드

Cluederm 연동 소모품

: 카트리지, 솔루션, RF로션

(4) 소모품

소모품은 CLASSYS와 연동된 소모품(카트리지, 팁, 젤패드)과 클루덤(Cluederm)과 연동된 소모품(카트리지, 솔루션, RF 로션)으로 구성된다. 주력 장비 판매가 늘어나고 신규 장비로 다변화되면서 최근 4년간 연평균 30.6% 성장하여, 2024년 매출액 1,099억원을 달성하는 등 Cash-Cow로 자리잡고 있다. 한편, 소모품은 매출원가율이 약 10%대 초반 수준으로, 동사의 이익률 제고에 기여하는 품목군이다.

(5) 舊 이루다 품목**舊 이루다 품목****1) 시크릿(MRNF)****2) 리핏(Laser)**

舊 이루다 품목은 2024년 10월부터 클래시스의 실적에 반영되었으며, 4Q24 기준 매출액 117억원이 인식되었다. 이루다는 2020년 217억원에서 2023년 562억원으로 성장하며, 연평균 37.3%의 높은 성장세를 기록해왔다. 주요 제품은 시크릿(MRNF)과 리핏(Laser)이며, 두 제품 모두 향후에도 지속적으로 판매될 예정이다. 또한, 마이크로니들을 업그레이드한 신제품 시크릿 맥스가 2025년 하반기 국내 출시를 앞두고 있다. 한편, 개인용 등 일부 마이너 장비는 단종 절차가 진행 중이거나 예정되어 있다.

클래시스(CLASSYS) 포트폴리오

CLASSYS 병의원용 의료기기

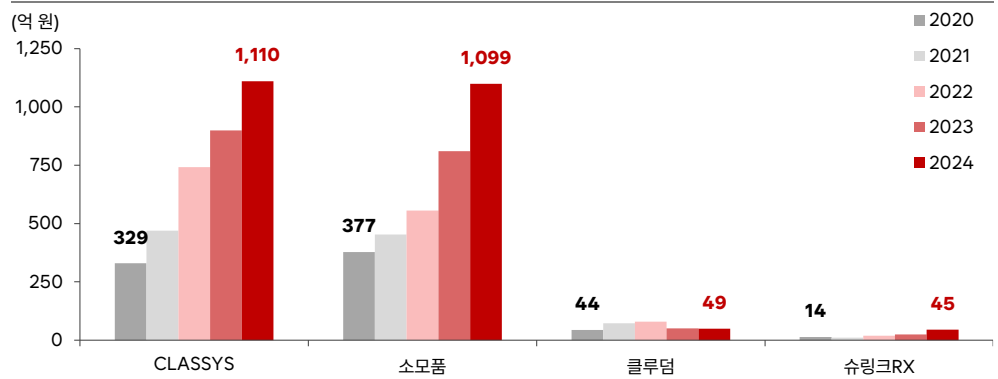


자료: 클래시스, 한국R협의회 기업리서치센터

클루덤 & 슈링크RX 포트폴리오

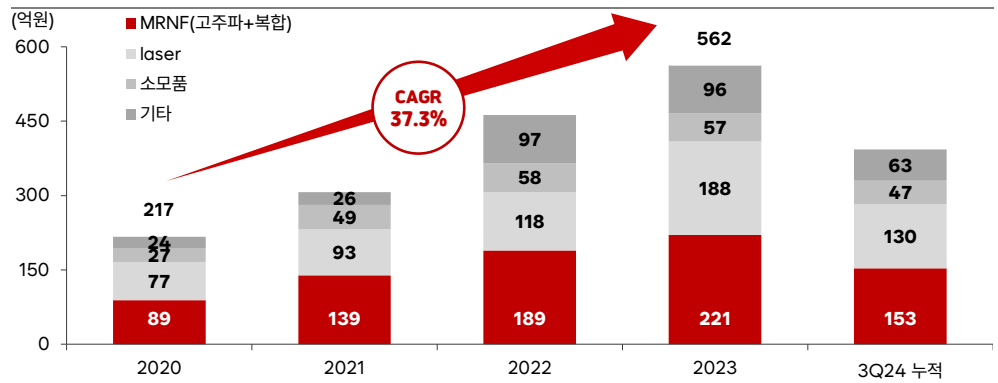
자료: 클래시스, 한국R협의회 기업리서치센터

브랜드 및 품목별 매출액 추이



자료: 클래시스, 한국IR협회의 기업리서치센터

이루다 매출액 추이



자료: 클래시스, 한국IR협회의 기업리서치센터

3 지역별 현황

2024년 기준,
지역별 매출 비중은
국내 33%, 아시아 34%,
미주 23%, 유럽 및 중동 10%

클래시스는 전세계 약 80여 개국에 고강도 집속형 초음파(HIFU) 장비인 슈링크 시리즈와 고주파(RF) 장비인 볼뉴머를 공급하고 있다. 2024년 기준, 지역별 매출 비중은 국내 33%, 아시아 34%, 미주 23%, 유럽 및 중동 10%로 수출 비중이 매우 높은 편이다.

국내에는 슈링크 유니버스, 볼뉴머의 판매 호조와 연동된 소모품 수요가 증가하면서, 매출액이 2021년 304억원에서 2024년 791억원으로 연평균 37.5% 성장하였다. 글로벌 시장에서는 슈링크(Ultraformer III)의 안정적인 판매와 함께 슈링크 유니버스(Ultraformer MPT)의 신규 출시와 빠른 확산이 이루어지면서 수출 Top 3 국가인 브라질, 태국, 일본을 중심으로 2021년부터 2024년까지 연평균 두 자릿수 이상의 매출 성장률을 기록하고 있다.

2025년부터는 클래시스의 성장 무대가 기존 주력 시장인 브라질, 태국, 일본을 넘어 유럽, 미국, 중국 등 글로벌 대형 시장으로 본격 확대될 전망이다. 유럽에서는 슈링크 유니버스와 볼뉴머의 의료기기 인증이 상반기 내 완료될 것으로 예상되며, 이루다가 확보한 동유럽 유통망과 클래시스의 서유럽 대리점망을 결합해 시장 진입이 가속화될 것으로 기대된다. 중국에서는 2025년 중 볼뉴머와 슈링크 유니버스의 임상 승인 가능성이 높아지고 있으며, 미국에서는 이미 볼

뉴머가 'Everesse'라는 브랜드명으로 2024년 말 출시되어 마취 없는 시술 장점으로 메드스파 시장에서 주목받고 있다. 또한 슈링크 유니버스로 미국 FDA 임상이 진행 중으로, 2026년 시장 진입이 예상된다.

해외 진출 현황



자료: 클래스스, 한국IR협의회 기업리서치센터



산업 현황

1 에스테틱 산업

안티에이징 수요 확대 및
외모 경쟁력 부각에 따라
에스테틱 산업의 높은 성장성 기대

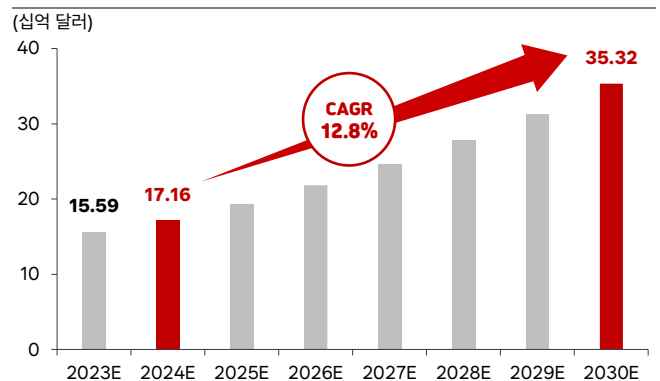
에스테틱(Aesthetic)은 '미(美)'와 관련된 산업 전반을 의미하며 크게 에스테틱샵, 필라테스 등과 같은 서비스 분야, 기능성화장품, 건강기능식품 등과 같은 소비재 분야, 성형수술, 메디컬에스테틱, 보톡스, 필러, EBD(에너지 기반 미용의료 기기) 등과 같은 의료 분야로 구분된다. 최근에는 기대 수명 증가로 인해 안티에이징(Anti-aging) 수요가 확대되고 있으며, 외모가 단순한 자기만족을 넘어 사회적·경제적 경쟁력으로 작용하면서 에스테틱 산업 전반의 성장성이 더욱 가속화되고 있다.

에스테틱 산업 중에서도 의료 분야는 실질적인 외모 개선 효과를 제공한다는 점에서 높은 수요를 형성하며 빠르게 성장하고 있으며 특히, 침습도가 낮은 보톡스·필러·레이저·초음파·고주파 등과 같은 비수술적 시술을 중심으로 한 '메디컬 에스테틱'이 주목받고 있다. 시장조사기관인 MARKETSANDMARKETS에 따르면, 글로벌 메디컬 에스테틱 시장은 2024년 약 171억 6천만 달러에서 2030년 약 353억 2천만 달러 규모로, 연평균 12.8%의 높은 성장률이 전망된다. 안티에이징 수요 확대가 메디컬 에스테틱 시장의 높은 성장을 견인할 것으로 전망되는 가운데, 기술의 발전, 소비자 트렌드의 변화 등에 따라 메디컬 에스테틱 내에서도 시술별 수혜 편차가 발생할 수 있어, 전반적인 시장의 흐름에 대한 이해가 필요하다.

에스테틱 분야별 분류

서비스 분야	소비재 분야	의료 분야
		
에스테틱샵, 필라테스	기능성화장품, 건강식	보톡스, 필러, EBD

메디컬 에스테틱 시장 규모



메디컬 에스테틱 시장

메디컬 에스테틱 수요 증가세

1) 선제적 안티에이징 트렌드

2) 남성층의 시술 유입

메디컬 에스테틱(Medical Aesthetic)은 의료기술을 기반으로 한 미용시술로, 피부 개선과 외모 변화를 목적으로 한다. 시술 방식에 따라 보톡스·필러 등 주사 기반의 최소침습 시술과 레이저·고주파(RF)·초음파(HIFU) 등 에너지 기반 미용 의료기기(EBD, Energy-Based Device)를 활용한 비침습 시술로 구분된다.

초기 메디컬 에스테틱 시장은 보톡스, 필러와 같은 최소침습 시술을 중심으로 성장해왔다. 최소침습 시술은 기대수명 증가에 따른 안티에이징 수요 확대와 함께, 피부 절개 없이도 주름 완화 및 볼륨 개선이 가능한 간편한 시술로 주목받으며 빠르게 대중화되었다. 국제미용성형수술협회(ISAPS) 자료에 따르면 2023년 글로벌 미용 성형 수술 및 시술 총 3,500만건 기준 수술/시술별 비중은 외과적 수술 45.2%, 보톡스 25.4%, 필러 15.9%, 기타 13.5%로 구성되며, 최소침습 시술(보톡스, 필러)이 전체 수술/시술의 41.3%를 차지할 정도로 외과적 성형수술의 대안으로서 빠르게 자리잡고 있다는 것을 알 수 있다.

최근에는 선제적인 안티에이징 트렌드의 확산과 남성층의 시장 참여가 맞물리며, 메디컬 에스테틱 소비층은 전 연령대와 성별로 확대되는 추세다. ISAPS에 따르면, 18~34세의 보톡스 시술 건수는 2019년 136만 건에서 2023년 213만 건으로 56.5% 증가하며, 전 연령층 중 가장 큰 폭의 증가세를 기록했다. 같은 기간, 글로벌 남성의 메디컬 에스테틱 시술 비중은 12.8%에서 14.7%로 확대되어, 남성 수요도 빠르게 증가하고 있음을 보여준다.

비침습 시술 선호 트렌드에 따라

주목해야 할 EBD 산업

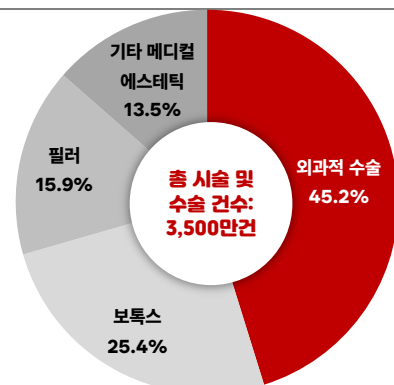
이처럼 보톡스와 필러가 여전히 시장의 중심을 이루고 있는 가운데, 최근에는 최소침습 시술 보다도 좀 더 자연스러운 변화에 대한 선호가 높아지며 비침습 시술이 빠르게 성장하고 있다. ISAPS 자료에 따르면 글로벌 주요 비침습/최소침습 시술 건수 추이에서 에너지 기반 미용기기를 활용한 피부탄력 시술은 2019년 39.1만 건에서 2023년 83.2만 건으로 연평균 20.7% 성장했다. 이는 같은 기간 보툴리눔 독신(연평균 9.1%)과 히알루론산 필러(6.6%)보다 높은 성장률로, 비침습 시술이 최소침습 시술보다 빠른 속도로 성장하고 있음을 엿볼 수 있다. 따라서 에스테틱 시장의 트렌드 변화속에서 새로운 성장 동력으로 자리잡고 있는 비침습 시술에 대한 관심이 높아지고 있으며, 비침습 시술 특히 에너지 기반 미용의료기기(EBD) 산업에 주목할 필요가 있다고 판단된다.

메디컬 에스테틱 시술 분류

대분류	중분류	주요 시장
메디컬 에스테틱	에너지기반 미용의료기기(EBD): 비침습	레이저 HIFU(초음파) RF(고주파)
	미용주사: 최소침습	보툴리눔 독신 필러 스킨부스터

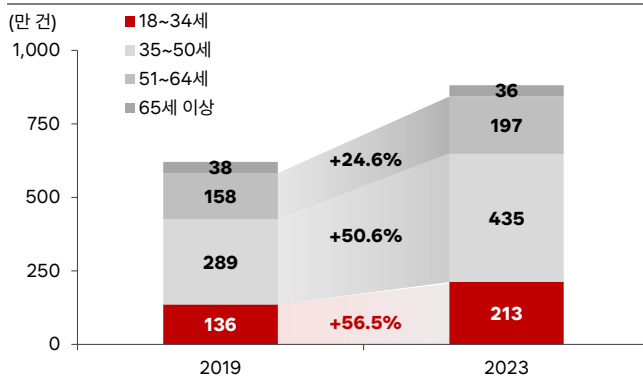
자료: 대한피부과학회, 한국IR협회의 기업리서치센터

글로벌 미용 성형 수술 및 시술 건수(2023년 기준)



자료: ISAPS, 한국IR협회의 기업리서치센터

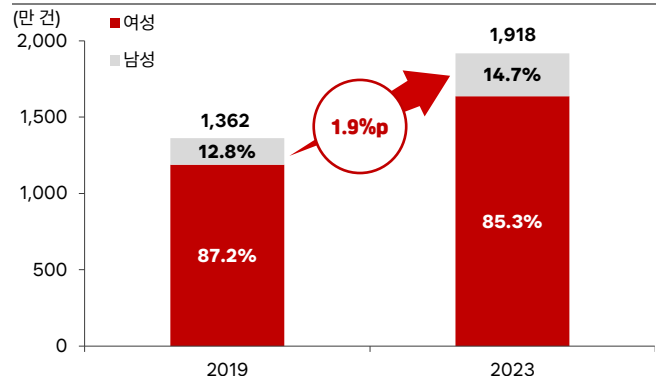
글로벌 연령층별 보툴리눔 독신 시술 건수 추이



2019년은 19~34세 기준

자료: ISAPS, 한국IR협회의 기업리서치센터

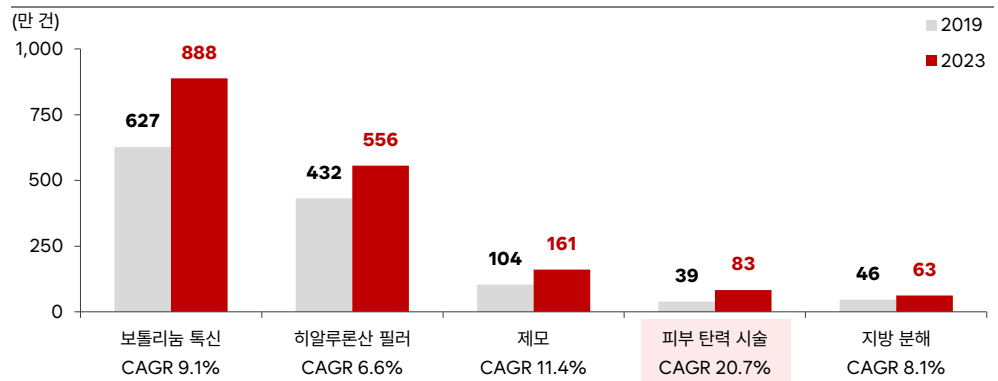
글로벌 메디컬 에스테틱 시술 성별 분포



메디컬 에스테틱 시술은 보톡스, 필러, 제모, 피부 탄력 시술, 지방 분해 등을 모두 포함한 개념

자료: ISAPS, 한국IR협회의 기업리서치센터

글로벌 주요 비침습/최소침습 시술 건수 추이



자료: ISAPS, 한국IR협회의 기업리서치센터

에너지 기반 미용의료기기(EBD) 산업

국내 EBD 전문기업들의 성장패턴

- 1) 신제품 출시 및 보급 확대
- 2) 소모품 판매 확대
- 3) 해외 시장 진출

보톡스나 필러 등과 같은 최소침습 시술의 부작용 우려를 낮추고 자연스러운 변화에 대한 관심이 높아짐에 따라 비침습 시술이 에스테틱 시장의 새로운 성장 동력으로 자리잡고 있다. 에너지 기반 미용의료기기(EBD)는 대표적인 비침습 시술로, 사용되는 에너지원과 피부 침투 깊이에 따라 레이저(Laser), 광선(IPL), 고강도 초음파(HIFU), 고주파(RF) 등으로 구분된다. 레이저와 IPL은 주로 표피층 및 상부 진피층(0.11mm)에 작용해 색소 개선, 미백, 홍조, 피부톤 균일화 등에 효과적이며, HIFU는 초음파 에너지를 진피 하부 및 근막층(3~4.5mm 이상)까지 전달하여 절개 없이도 피부 리프팅과 탄력 개선 효과를 제공한다. RF는 진피 전반(0.5~3mm)에 열 자극을 주어 콜라겐 재생을 유도해 주름 개선 및 피부 타이트닝 효과를 나타낸다. EBD 종류마다 각각의 기능과 목적이 상이하기 때문에 복합적인 피부 고민 해결을 위한 교차 시술도 흔히 활용되고 있다.

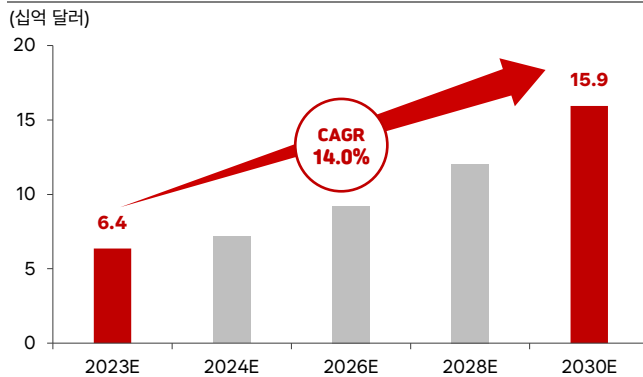
GRAND VIEW RESEARCH에 따르면, 글로벌 에너지 기반 미용의료기기 시장은 2023년 64억 달러에서 2030년 159억 달러로 연평균 14.0% 성장할 것으로 전망된다. 특히, HIFU와 RF 기기의 경우, 기기 보급이 확대될수록 기기와 연동되는 소모품 판매도 함께 증가하는 특성이 있기 때문에 EBD 산업의 높은 성장성이 꾸준히 지속될 것으로 기대된다.

에너지원별 분류

시술기기	에너지 방식	타겟 피부층	타겟 깊이	목적	대표 제품
Laser	광에너지	표피층 + 상부 진피	0.1~0.5 mm	색소 개선, 홍조, 잡티, 미백, 탄력, 재생	피코슈어(Cynosure), 클라리티 II(루트로닉), 피코케어(원텍)
IPL	복합광	표피층 + 상부 진피	0.5~1mm	색소 개선, 모공 축소, 피부톤 균일화	M22(Lumenis), 슈퍼 벨로체(이루다)
HIFU	초음파	진피 하부 + 근막층	3~4.5 mm 이상	리프팅, 탄력	울썬라(Merz), 더블로(하이로닉), 슈링크유니버스(클래스스), 리프테라(아스테라시스)
RF	고주파 전류	진피층 전반	0.5~3mm	콜라겐 생성, 주름 개선, 피부 타이팅	써마지(Solta Medical), 실팜(비올), 포텐자(제이시스메디칼), 텐서마(텐텍), 올리지오(원텍)

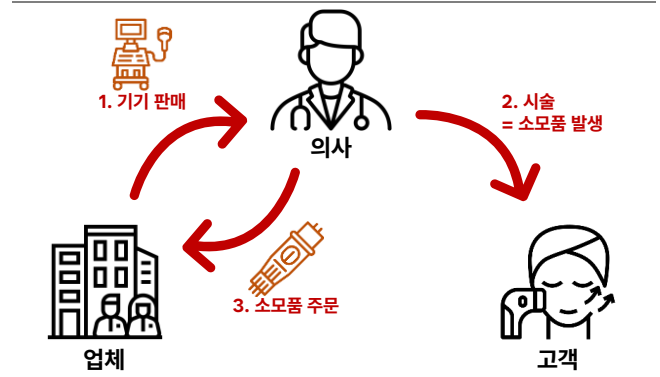
자료: 각 사 종합, 한국IR협회의 기업리서치센터

글로벌 에너지 기반 미용의료기기(EBD) 시장 규모 전망



자료: GRAND VIEW RESEARCH, 한국IR협회의 기업리서치센터

에너지 기반 미용의료기기 산업 Value chain



자료: Flaticon, 한국IR협회의 기업리서치센터

한국은 전세계적으로 뷰티 트렌드에 민감하고 관련 신기술을 빠르게 도입하는 대표적인 국가 중 하나로, 화장품을 비롯하여 미용의료기기 산업 등의 뷰티 관련 업종에서 전세계적으로 빠르게 성장하고 있는 기업이 다수 존재한다. 특히, 한국의 미용의료기기(특히, EBD) 산업을 영위하는 기업들 대다수는 1) 신제품 출시 및 보급 확대, 2) 소모품 판매 확대, 3) 해외 시장 진출 등과 같은 단계별 유사한 성장 패턴을 통해 성공적인 비즈니스 모델을 정립하고 있다는 특징이 있다.

(1) 신제품 출시 및 보급 확대

신제품 출시

1) 후속작: 교체 수요 흡수

2) 새로운 에너지원: 추가 수익원

미용의료기기 기업 측면에서 신제품 출시는 일반적으로 1) 기존 장비의 업그레이드 제품이거나, 혹은 2) 신규 에너지원 기반의 장비 출시로 분류할 수 있다. EBD 장비의 평균 수명은 약 10년이지만 병·의원의 장비 교체 주기는 3~5년으로 추정되는 만큼, 의료기기 업체들은 이 주기를 고려하여 업그레이드 신제품을 출시함으로써 자연스럽게 교체 수요를 흡수하는 전략을 구사한다. 이러한 방식은 판매량 확보에 유리할 뿐만 아니라, 업그레이드를 통한 제품 단가 인상을 통해 수익성 개선 효과도 기대할 수 있다는 장점이 있다.

기업이 기존에 보유하지 않았던 새로운 에너지원 장비를 출시하는 경우도 많다. 에너지원의 다변화는 신제품 출시 주기를 단축시키면서 장비 매출의 정체를 방지하는 데 기여한다. 특히, 레이저 장비에 특화되어 있던 기업이 HIFU 혹은 RF 장비를 새롭게 선보일 경우, 장비 판매뿐 아니라 소모품 매출이라는 추가적인 수익원도 확보할 수 있게 된다.

실제로, 클래스스는 2014년 출시한 HIFU 장비 슈링크의 후속작인 슈링크 유니버스를 2022년 1월 출시하며 교체 수요를 성공적으로 흡수, 출시 첫해 1,100대 판매를 기록하며 시장 내 입지를 강화했다. 이어 같은 해 10월에는 RF 기반의 신규 장비 볼뉴머를 출시해 첫해에만 90대를 판매하는 성과를 올렸고, 이에 힘입어 2년 연속 감소하던 내수 장비 매출이 반등하며 전년 대비 189.5% 증가(299억원)를 기록했다.

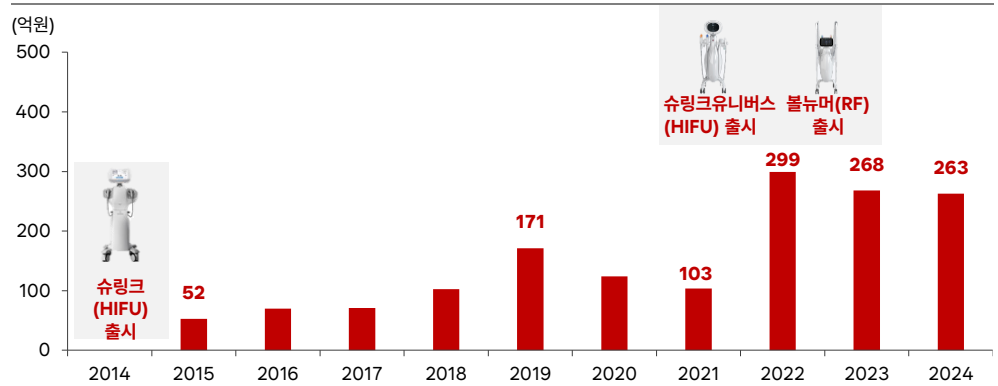
최적화된 마케팅 전략에 따라 좌우되는 제품의 성공 여부

에너지 기반 미용의료기기는 병·의원에 설치되는 장비로, 일반 소비자에게 직접 판매되는 제품은 아니지만, 구매자인 의료진과 실사용자인 시술자(소비자) 모두를 고려해야 하는 특수한 유통 구조를 지닌다. 이에 따라 제품의 성공 여부는 단순한 기술력에 그치지 않고, 이중 고객 구조에 최적화된 마케팅 전략에 크게 좌우된다.

의료진을 대상으로 하는 마케팅은 주로 장비 할인, 소모품 무상 제공 등 경제적 인센티브를 중심으로 구성된다. 여기에 더해, 시술 편의성을 높이기 위한 제품 개선이나 의료진의 피드백을 적극 반영한 사용자 중심 설계도 주요 설득 포인트로 작용한다.

반면, 일반 소비자를 대상으로는 연예인 모델 기용, SNS 광고, 유튜브 영상 등 감성적 요소를 활용한 마케팅이 효과적이다. 특히, 기업은 자사 브랜드 이미지와 시너지를 낼 수 있는 유명인을 모델로 기용해 해당 장비에 대한 정체성을 형성한다. 소비자들은 광고에서 접한 연예인을 중심으로 제품을 기억하게 되며, 자연스럽게 '○○○ 리프팅'처럼 연예인 이름이 시술명으로 통용되는 현상이 나타난다. 이처럼 브랜드 인지도가 곧 시술 인지도로 확장되기 때문에, 의료진 입장에서 단기 내 투자 회수 및 시술 수요 확보를 고려해 소비자 선호도가 높은 장비를 선택할 수밖에 없다.

클래스스 내수 장비 매출액 추이



자료: 클래스스, 한국IR협의회 기업리서치센터

국내 피부미용의료기기 회사별 모델

모델						
기업	클래스스	제이시스메디칼	원텍	아스테라시스	루트로닉	텐텍
제품명	슈링크유니버스	덴서티	올리시오	리프테라2	세르프	텐서마

자료: 각 사 종합, 한국IR협회의 기업리서치센터

(2) 소모품 판매 확대

소모품 판매 확대를 통한

성장성 & 수익성 제고

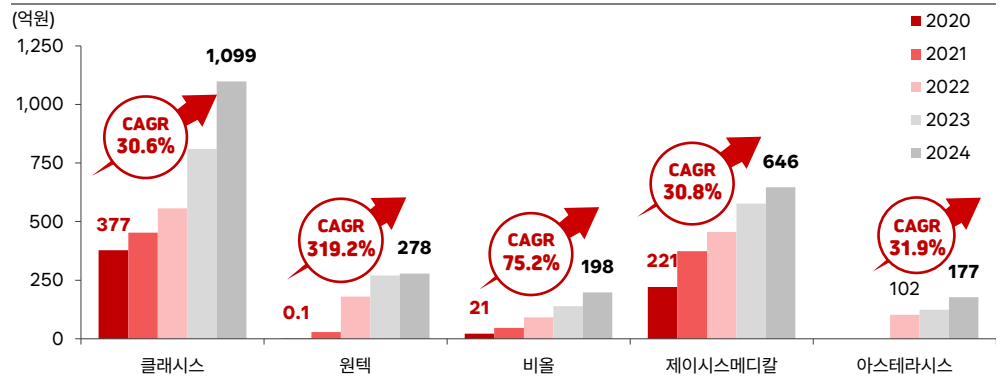
장비 보급이 확대되면 '락업 효과(Lock-up Effect)'가 형성되며, 이후 시술 과정에서 지속적으로 소비되는 소모품 판매를 기반으로 성장을 도모할 수 있다. 소모품 매출은 미용의료기기 산업에서 안정적인 매출원 역할을 하며, 수익성 제고에도 크게 기여하는 핵심 요소로 자리 잡고 있다.

미용 시술은 시간이 지나면 효과가 점차 감소하는 특성이 있어, 시술 효과를 유지하기 위해서는 3~6개월 간격으로 재시술이 필요하다. 이 과정에서 소모품은 시술과 연동되어 지속적으로 소비되므로, 장비 판매와는 별개로 꾸준한 매출이 발생한다. 이에 따라, 신규 장비 출시가 없는 시기이거나, 시장이 성숙기에 접어들어 장비 판매가 둔화되는 경우에도, 재시술 및 신규 시술 수요를 기반으로 소모품 매출 확대와 전사적 성장을 충분히 기대할 수 있다. 실제로, 국내 4사의 소모품 매출액은 연평균 두 자릿수 성장을 기록하고 있으며, 2020년 소모품 매출이 처음 발생한 원텍의 경우, 최근 4년간 연평균 319.2%라는 놀라운 성장률을 기록하고 있다. 이처럼 소모품은 기업의 꾸준한 매출 성장을 견인한다.

또한, 소모품은 장비보다 원가율이 낮아 수익성이 높다는 장점이 있다. 일반적으로 소모품의 원가율은 10%대로, 30%대 원가율을 보이는 장비보다 수익성이 월등히 우수하다. 실제로, 국내 5사의 소모품 매출 비중과 GPM(매출총이익률) 추이를 보면, 소모품 매출 비중이 높은 해일수록 GPM 역시 높아지는 경향을 확인할 수 있다. 이는 곧 소모품 매출 확대가 기업의 성장성과 수익성을 동시에 제고하는 방향임을 시사한다.

이뿐만 아니라, 소모품 생산은 비교적 유연한 인력 조정을 통해 생산량 증감에 대응할 수 있어, 타 제조업 대비 CapEx(자본적 지출) 및 감가상각비 부담이 적다. 이러한 특성 덕분에 미용의료기기 산업은 전반적으로 높은 수익성을 유지할 수 있는 구조를 갖추고 있다.

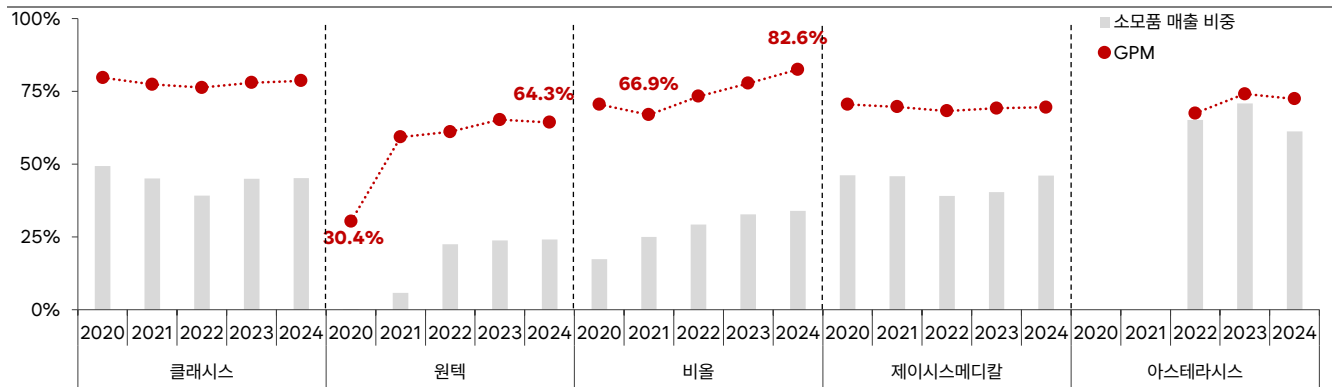
국내 5사 소모품 매출액 추이



주: 1) 제이시스메디칼은 3Q24 누적 기준, 2) 아스테라시스(2025년 코스닥 상장)는 2022년 이전의 자료 공시 x

자료: 각 사 종합, 한국IR협회의 기업리서치센터

국내 5사 소모품 매출 비중 및 GPM 추이



주: 1) 제이시스메디칼은 3Q24 누적 기준, 2) 아스테라시스(2025년 코스닥 상장)는 2022년 이전의 자료 공시 x

자료: 각 사 종합, 한국IR협회의 기업리서치센터

K-뷰티 및 글로벌 미용 트렌드 확산에 따른 해외 시장 확대 기대

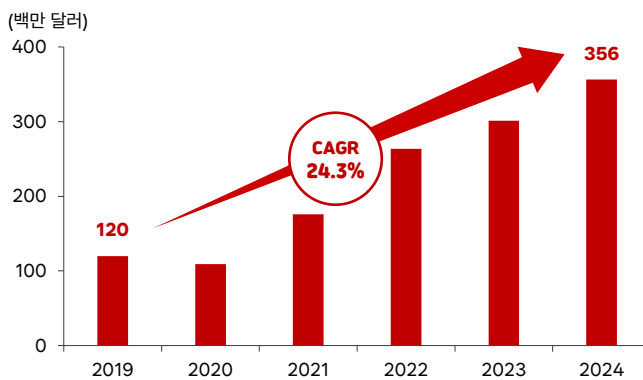
(3) 해외 시장 진출

국내 미용 의료기기 시장이 성숙기에 접어들면서, 국내 기업들은 미국, 브라질, 태국, 일본 등 주요 국가를 중심으로 해외 시장 진출을 본격화하고 있다. 특히, 국내 에너지 기반 미용의료기기 수출액은 2019년 1억 2,000만 달러에서 2024년 3억 5,600만 달러로 증가하며, 연평균 24.3%의 높은 성장률을 기록했다. 여기에 시술 시 반복 구매가 필요한 소모품 판매까지 포함하면, 실질적인 산업의 성장 폭은 더욱 클 것으로 전망된다.

에너지 기반 미용의료기기는 병원을 주요 수요처로 하는 산업 특성상, 안전성과 신뢰성이 최우선적으로 고려되는 규제 산업이다. 각국의 의료 정책과 관리 체계에 따라 인허가 절차를 반드시 거쳐야 하며, 이는 기업 입장에서 중요한 진입 장벽으로 작용한다. 예를 들어, 중국은 의료기기 규제가 매우 엄격한 국가로, 특히 RF(고주파) 장비를 인체 위해 가능성이 높은 '3급 의료기기'로 분류하고 있다. 3급 의료기기는 임상시험, 안전성 시험, 허가 심사 등 복잡하고 까다로운 절차를 요구한다. 다만, 기존에 동일한 에너지원 장비가 등록된 사례가 있는 경우, 동등성 입증만으로 절차가 약 6개월 정도 단축될 수 있다.

에너지 기반 미용의료기기 산업은 '락업 효과(Lock-up Effect)'가 크게 작용하는 구조이기 때문에, 인허가 지연은 시장 선점 기회를 놓치고 비용 부담을 키우는 주요 리스크로 작용한다. 그럼에도 불구하고, 국내 기업들의 수출 확대 추이를 고려할 때 이미 해외 시장에 성공적으로 안착한 것으로 판단된다. 이러한 점에서 인허가 제도는 단순한 규제 장벽을 넘어, 오히려 신규 경쟁자의 진입을 제한하는 보호막 역할을 수행할 가능성도 높다. 앞으로 K-뷰티 확산과 글로벌 미용 트렌드에 힘입어, 국내 기업들의 해외 시장 확장세는 더욱 가속화될 것으로 기대된다.

국내 에너지 기반 피부 미용의료기기 수출액 추이



주: HS코드: 9018.90.8110, 9018.90.8190

자료: 관세청, KOTRA, 한국IR협회의 기업리서치센터

국가별 의료기기(미용의료기기 포함) 인허가 절차

국가	인허가 등급	주요절차
한국	Class I, II, III, IV	등급에 따라, 신고/허가 필요
미국	Class I, II, III	510(k) 또는 PMA 승인 필요
중국	Class I, II, III	필수 임상시험 요구, 일부 제품 동등성 입증 가능
일본	Class I, II, III, IV	3등급 이상은 PMDA 승인 필수
태국	Class I, II, III, IV	일부 제품 GMP 심사 필요
브라질	Class I, II, III, IV	GMP 인증 필수, PMA 승인 필요

자료: 언론 종합, 한국IR협회의 기업리서치센터



투자포인트

1 K-미용의료기기의 대표주자, 클래스스

슈링크는 국내 HIFU 시장을
개척한 선도 제품으로,
비침습 리프팅 시술의 대중화를
이끈 주역 제품임

클래스스는 2014년, 고강도 집속 초음파(HIFU) 기술을 기반으로 한 리프팅 장비 슈링크(Shurink)를 출시하며 국내 미용 의료기기 산업의 패러다임을 바꾼 기업이다. 초음파 에너지를 진피층 및 SMAS층에 정밀하게 전달하여 콜라겐 생성을 유도하는 이 장비는 외과적 리프팅 시술 대비 통증과 회복 시간이 적고, 시술 단가도 합리적이어서 피부과 및 미용 클리닉 중심으로 빠르게 확산되었다. 슈링크는 국내 HIFU 시장을 실질적으로 개척한 선도 제품으로, 비침습 리프팅 시술의 대중화를 이끈 주역이라 평가받고 있다.

슈링크 시리즈는 글로벌 시장에서도 탁월한 실적을 기록하고 있다. 2023년까지 Ultraformer III의 누적 글로벌 판매 대수는 약 15,200대에 달하며, 이 중 해외 판매가 9,900대로 전체의 약 65%를 차지한다. 국내에서는 약 3,000개 병의원이 슈링크를 도입하였고, 대형 네트워크 병의원 중 약 90%가 사용하고 있을 정도로 시장 지배력을 확보하고 있다. 2022년에는 프리미엄 후속 모델인 슈링크 유니버스(Ultraformer MPT)를 출시하며 1년 만에 1,100대 이상을 판매했으며, 같은 해 10월 RF 기반 장비 볼뉴머(Volnewmer)도 출시되어 첫 해 90대 판매를 달성하며 제품 포트폴리오 확장에 성공했다.

슈링크 성공요인:

- 1) 합리적인 가격대와 빠른 회복력
- 2) 장비 보급 → 소모품 매출확대
통한 고마진 모델

슈링크 제품군의 성공 요인은 기술력과 시장 친화적인 시술 구조에서 기인한다. 2~4.5mm 범위의 다양한 깊이의 카트리지를 통해 얼굴, 목, 복부 등 부위별 맞춤 시술이 가능하고, 낮은 통증과 자연스러운 시술 효과로 반복 시술 수요를 창출했다. 특히 1회 고가 시술에 집중하는 울썸라썸마지와 달리, 합리적 가격대와 빠른 회복력을 기반으로 대중성을 확보한 점이 시장 확대에 적중했다고 판단된다.

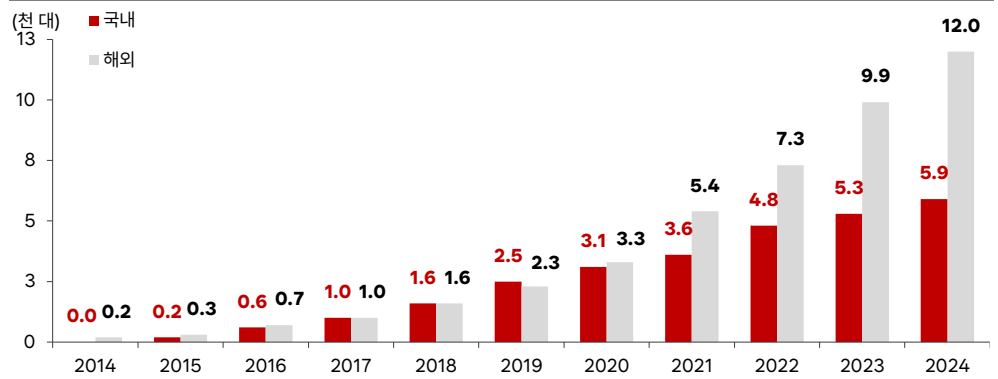
또한 장비 판매에 그치지 않고, 소모품(카트리지)을 중심으로 지속적인 매출 흐름이 발생하는 수익 구조는 높은 실적 안정성을 제공하고 있다. 실제로 2024년 동사의 소모품 매출 비중은 전체의 약 45.2%에 달하며, 해외 소모품 매출은 2020년 170억원에서 2024년 645억원으로 연평균 39.6% 증가하는 등 빠른 성장을 보이고 있다. 이러한 '장비 보급 → 소모품 매출 확대' 구조는 의료기기 업계에서 보기 드문 고마진 모델이며, 장기적으로도 매출 안정성과 마진을 유지에 기여하고 있다.

2024년 클래스스는 전년 대비 34.9% 증가한 2,429억원의 매출을 기록했으며, 영업이익도 1,224억원으로 36.6% 성장하며 고수익 구조를 재확인시켰다. 특히 프리미엄 제품군의 확산은 ASP 상승 효과와 함께 수익성 개선에 일조하고 있으며, 기존 중저가 시장 기반 위에 고가 시장을 추가한 전략이 유효하게 작동하고 있다.

이와 같은 기술력·시장성·수익성 삼박자를 갖춘 클래스스는 단순한 미용기기 제조사를 넘어 K-뷰티 기반의 글로벌 미용의료기기 플랫폼 기업으로 자리매김하고 있다. 특히 슈링크 시리즈는 HIFU 기반 리프팅 기기의 글로벌 스탠다드로 자리잡고 있으며, K-뷰티 시술에 대한 국제적 신뢰도가 높아지는 흐름 속에서 '한국산 미용 의료기기'의 대표 브랜드로 인식되고 있다. 향후 유럽과 미국 등 선진국 시장에서의 규제 승인과 진출이 본격화될 경우, 클래스스는 K-뷰티 의료기

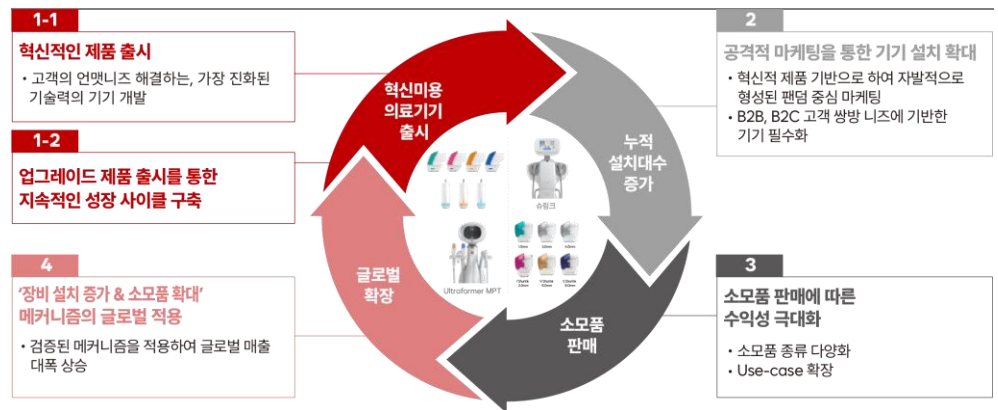
기 산업을 대표하는 글로벌 리더로 한 단계 도약할 것으로 기대된다.

국내 및 해외 '슈링크' & '슈링크 유니버스' 누적 판매 대수 추이



자료: 클래스스, 한국IR협회의 기업리서치센터

클래스스 성공방정식의 선순환 구조



자료: 클래스스, 한국IR협회의 기업리서치센터

수출 중심의 구조적 성장 가시화

Tier-up 전략:

국가별 시장 수준에 따라

제품 라인업과 마케팅 방식 차별화

지역별 의료기기 인프라와 규제

수준에 정교하게 대응하며

시장 점유율을 확대

클래시스는 글로벌 시장에서의 고성장을 바탕으로 수출 중심의 외형 확대를 본격화하고 있다. 2024년 기준 전체 매출의 약 67%가 해외에서 발생하고 있으며, 주력 제품군인 슈링크(Ultraformer III) 및 슈링크 유니버스(Ultraformer MPT)를 필두로, 브라질·태국·일본 등 고성장 신흥시장에서 확고한 입지를 확보해 왔다. 특히, 국가별 시장 수준에 따라 제품 라인업과 마케팅 방식을 차별화하는 Tier-up 전략을 바탕으로, 각 지역의 의료기기 인프라와 규제 수준에 정교하게 대응하며 시장 점유율을 확대하고 있다.

브라질은 클래시스의 대표적인 해외 고성장 시장으로, 2021년 137억원이던 매출이 2024년 469억원으로 성장하며 연평균 50.7%의 고성장을 달성했다. 슈링크 시리즈 누적 판매량이 2023년 기준 3,000대를 돌파한 데 이어, 2024년부터 본격적으로 공급된 볼뉴머(Volnewmer)의 보급 확산과 이에 따른 소모품 매출 증가는 향후 실적 기여도를 더욱 확대시킬 것으로 기대된다.

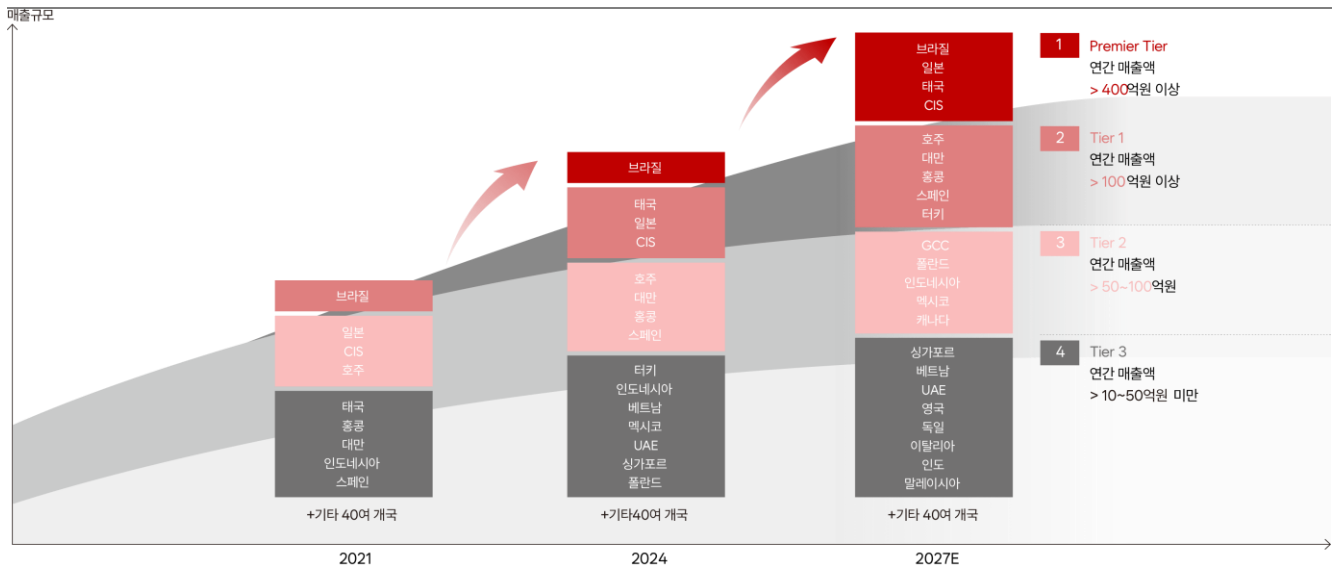
태국 또한 수출 성장률이 눈에 띄는 시장이다. 2021년 16억원에 불과하던 태국향 매출은 2024년 220억원으로 증가하며 연평균 139.6%의 폭발적인 성장을 기록했다. 슈링크 시리즈 누적 판매량이 2023년 기준 1,000대를 넘었고, 2024년에는 대형 프랜차이즈 클리닉 SLC 전 지점(26개소)에 볼뉴머 공급이 개시되며, 유통 채널의 구조적 안정성이 확보되고 있다.

일본은 2021년 대비 연평균 34.8% 성장하며, 2024년 매출 142억원을 기록하며 처음으로 연간 100억원대를 돌파하였다. 2024년 11월 설립된 현지 법인 CLASSYS JAPAN은 기존 유통 파트너사와 병행 체제를 구성해 개인 병원은 기존 유통사가, 체인형 클리닉은 현지 법인이 담당하는 이원화된 마케팅 전략을 통해 시장 커버리지를 강화하고 있다.

2025년부터는 유럽 시장의 본격적인 개화가 기대된다. 동사는 2025년 5월 볼뉴머 CE MDR(의료기기 규정) 인증을 획득하였으며, 상반기 내 슈링크 유니버스의 인증도 기대됨에 따라 동유럽 시장은 이루다가 과거 축적해온 유통망을 활용하고, 서유럽 지역은 클래시스의 기존 파트너망을 통해 공략하는 등 본격적인 유럽 의료기기 시장 진입이 가능할 것으로 전망된다.

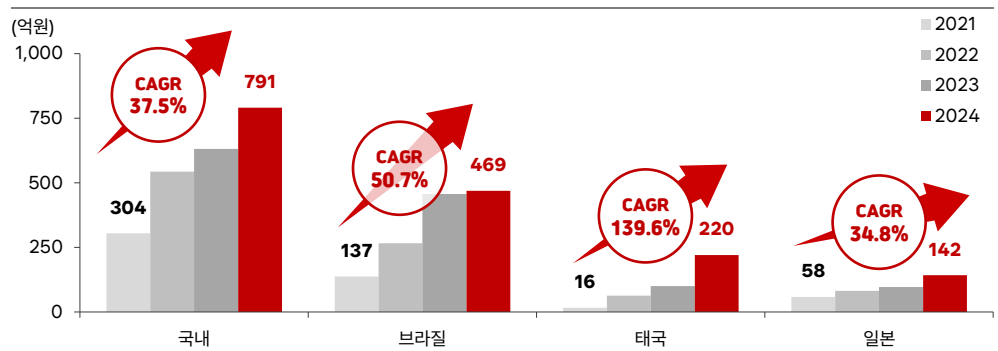
미국 시장은 클래시스의 글로벌 확장 전략에서 가장 중요한 지역으로, 2024년부터 본격적인 진입이 시작되고 있다. 특히 볼뉴머는 2024년 4월 미국 FDA로부터 510(k) 인허가를 획득하며 Everesse'라는 현지 브랜드명으로 메디컬 스파(Med Spa) 채널을 중심으로 시장에 출시되었다. 이 제품은 마취 없이도 시술이 가능하다는 장점이 있어, 미국 시장에서 기존 고주파 리프팅 장비보다 접근성과 활용성이 높아, 시술 효율성과 환자 편의성을 중시하는 메드스파 환경에 적합하다는 평가를 받고 있다. 또한, 슈링크 유니버스는 현재 미국에서 FDA 인허가를 위한 임상시험이 진행 중이며, 이는 눈썹 리프팅 효과에 대한 안전성과 유효성을 평가하기 위한 무작위 임상이다. 임상은 2025년 상반기까지 진행될 예정이며, 이후 결과에 따라 미국 시장 내 HIFU 장비 판매가 본격화될 전망이다. 미국은 글로벌 미용 의료기기 수요의 중심지로, 성공적인 제품 등록과 확산은 클래시스의 외형 성장뿐 아니라 브랜드 위상에도 중대한 전환점이 될 수 있기 때문에 관심있게 지켜볼 필요가 있다고 판단된다.

클래스스 수출 전략: Tier-up 전략



자료: 클래스스, 한국IR협회의 기업리서치센터

상위 4개국 매출액 추이



자료: 클래스스, 한국IR협회의 기업리서치센터

이루다 합병 시너지 기대

**이루다 합병은 외형 확장을 넘어
기술 포트폴리오 확장 및
글로벌 시장 전략 측면에서
유기적 결합으로 합병 시너지 기대**

클래시스는 2023년 9월, 미용의료기기 전문기업 (주)이루다의 지분 17.86%를 인수하며 전략적 파트너십을 구축한 데 이어, 2024년 10월 1일부로 이루다를 흡수합병하며 본격적인 사업 통합에 나섰다. 클래시스와 이루다의 합병은 단순한 M&A를 넘어, EBD 기술 영역의 통합, 시장 지역의 보완, 제품 포트폴리오의 확장이라는 측면에서 전략적 시너지가 기대된다. 향후 양사의 기술 융합과 통합 시너지 실현 여부는 클래시스의 글로벌 시장 내 위상 강화와 기업가치 제고의 핵심 변수로 작용할 전망이다.

기술적 관점에서 클래시스는 고강도 집속 초음파(HIFU)와 모노폴라 고주파(MRF) 기반의 비침습 리프팅 및 탄력 개선 기기 분야에서 독보적인 경쟁력을 확보하고 있다. 슈링크(Ultraformer III), 슈링크 유니버스(Ultraformer MPT), 볼뉴머(Volnewmer) 등의 대표 제품군을 통해 글로벌 피부미용 시술 트렌드를 선도해왔으며, 브라질, 태국, 러시아, 일본 등 주요 신흥국에서 높은 시장점유율을 기록하고 있다.

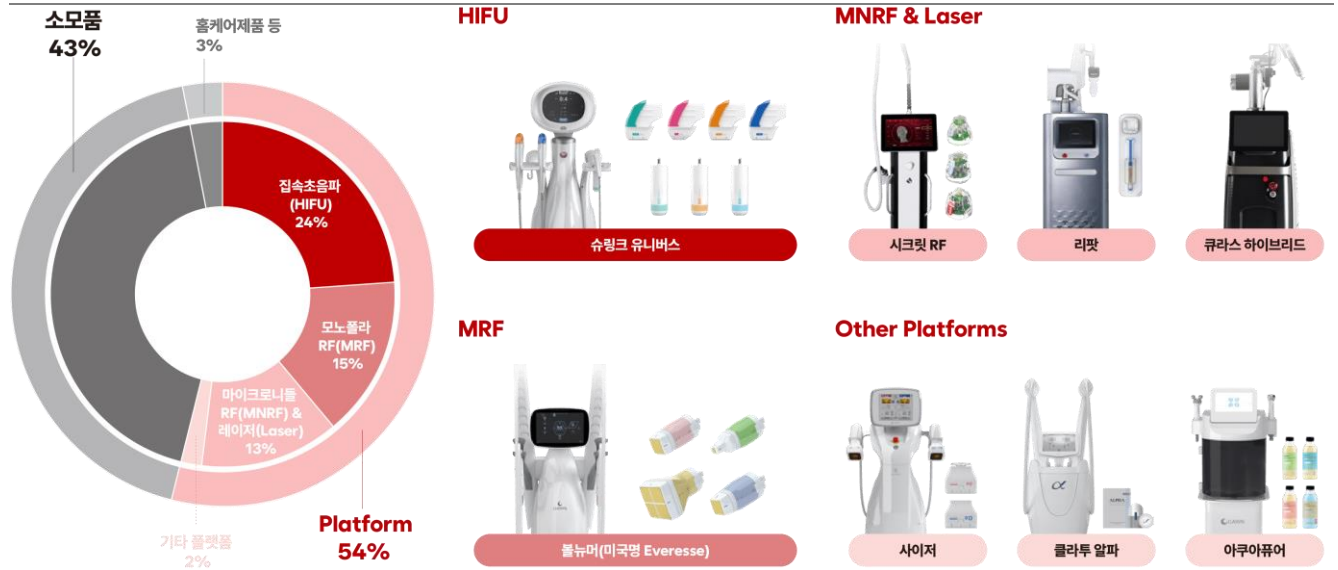
반면, 이루다는 마이크로니들 RF(MNRF) 및 레이저 기반 의료기기 분야에서 강점을 보유한 기업이다. 시크릿RF 등 자체 브랜드 제품이 국내외에서 안정적인 매출을 기록하고 있으며, 고주파-초음파-레이저 기반의 다양한 EBD(Energy-Based Device) 라인업을 통해 피부 치료 및 탄력 개선 솔루션을 폭넓게 제공해왔다. 기술 구조상 클래시스와 이루다는 서로 보완적인 기술 기반을 가지고 있어, 제품 중복 없이 기술 포트폴리오의 수평 확장이 가능하다.

이번 합병을 통해 클래시스는 HIFU, MRF, MNRF, Laser 등 EBD 기반의 핵심 기술을 모두 확보하게 되었으며, 이를 통해 전 세계적으로 사용되는 미용 의료기기 주요 시술 범위를 자사 플랫폼 내에서 일원화할 수 있게 되었다. 특히 이루다의 대표 제품군인 시크릿RF, 리팟(LIPOt), 큐라스(Curas) 등의 하이브리드 레이저 장비는 클래시스의 기존 제품 라인과 결합될 경우, 시술 다양성과 병의원 대상 솔루션의 폭을 획기적으로 확장시킬 수 있다.

또한, 양사가 집중하고 있는 지역 역시 상호 보완적이다. 클래시스는 브라질-태국 등 중남미 및 아시아권 시장에서 강세를 보이고 있으며, 이루다는 미국 및 유럽 시장에서의 판매 네트워크를 보유하고 있다. 이를 통해 통합 법인은 제품군의 지역별 판매 집중도를 분산시키며, 글로벌 시장 리스크를 분산하고 성장 기회를 확장할 수 있는 구조를 갖추게 되었다.

동사는 이번 합병을 계기로 글로벌 미용의료 플랫폼 기업으로의 도약을 선언하며, 2030년까지 매출 1조 원(약 10억 달러) 이상, 영업이익률 50% 이상이라는 중장기 목표를 제시하였다. 이는 단순한 외형 성장에 그치지 않고, 제품 경쟁력, 기술 포트폴리오, 유통망, 브랜드력 등을 통합적으로 강화하여 미용 의료기기 산업 내 수직적 통합 플랫폼으로 진화하겠다는 전략으로 판단된다.

합병 기준 제품 포트폴리오: EBD 시장의 주요 기술을 모두 확보



주: 매출비중은 클래스시스와 구, 이루다의 연간 매출액 단순 합산 기준
 자료: 클래스스, 한국IR협의회 기업리서치센터



실적 추이 및 전망

2024년 실적 추이

클래시스의 2024년 연결기준 실적은 매출액 2,429억원(YoY +34.9%), 영업이익 1,224억원(YoY +36.6%), 지배주주 순이익 979억원(YoY +31.9%)으로, 전년 대비 고른 성장을 기록하였다. 영업이익률은 50.4%로 전년 대비 0.6%p 개 선되며, 매출 성장과 동시에 수익성 또한 안정적으로 유지되었다.

실적 성장을 견인한 핵심 요인은 크게 세 가지로 1) 클래식스 본체의 장비 매출 성장, 2) 소모품 매출 확대에 따른 반복 수익 구조 강화, 3) 2024년 10월 이루다 합병 효과에 따른 신규 매출 유입이다. 2024년 기준 클래식스 자체 장비 매출 은 1,113억원으로 전년 대비 +23.7% 성장하였고, 소모품 매출은 1,095억원으로 전년대비 +35.1% 증가하며 전사 실 적의 핵심 성장 축 역할을 수행했다. 특히 소모품 매출은 전체 매출의 약 45.2%를 차지하며, 반복성 높은 고마진 매출 구조의 안정성을 입증했다. 2024년 4분기부터는 이루다의 실적이 신규 반영되며 외형 성장을 가속했다. 10월 1일부로 완료된 흡수합병 이후, 이루다의 RF 및 레이저 장비 제품군 매출 117억원이 통합 매출에 기여하였으며, 이는 분기 단 위 첫 반영 실적으로 향후 연간 기여도는 더욱 확대될 것으로 예상된다. 지역별로는 국내 매출이 791억원(YoY +25.5%), 수출이 1,637억원(YoY +39.9%)으로, 글로벌 수출 중심의 성장 구조가 강화되고 있다. 특히 브라질, 태국, 일본 등 주요 성장국에서의 장비 보급 확대와 소모품 매출 증가가 수출 실적 상승을 견인하였으며, 수출 매출비중이 약 67.4%로 확대되며 해외 매출이 더욱 고도화되고 있는 점도 긍정적이다.

수익성 측면에서는 소모품 비중 확대와 제품 믹스 개선에 따라 매출총이익률(GPM)이 지속적으로 상승세를 보이고 있 다. GPM은 2022년 76.3% → 2023년 78.0% → 2024년 78.7%로 2년 연속 개선되었으며, 이는 높은 마진의 소모 품 매출 확대와 프리미엄 제품군(슈링크 유니버스, 볼뉴머) 확산에 따른 효과로 해석된다. 판매관리비 증가에도 불구하고 영업이익률 역시 2022년 48.6% → 2023년 49.8% → 2024년 50.4%로 꾸준히 상승하며 고수익 구조를 유지하 고 있다.

2025년 실적 전망

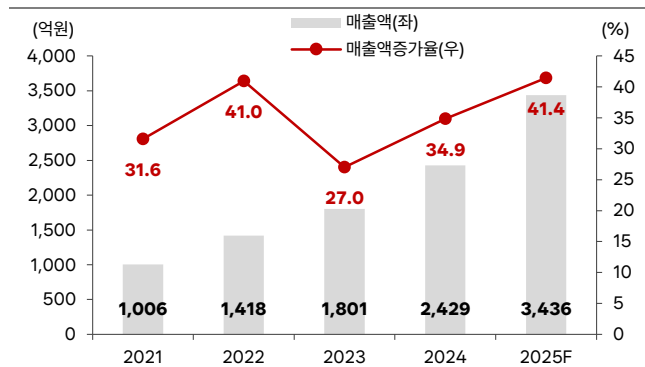
2025년 연결실적은 매출액 3,436억원 (YoY +41.4%), 영업이익 1,715억원(YoY +40.0%), 영업이익률 49.9%(YoY 0.5%p 하락), 지배주주순이익 1,401억원(YoY +43.1%)을 전망한다. 1Q25 실적은 매출액 771억원(YoY +53.1%), 영 업이익 388억원(YoY +46.3%), 지배주주순이익 298억원(YoY +14.3%)을 발표했다. 실적 성장의 핵심 동력은 크게 세 가지로 1) 클래식스 본체의 장비 매출 확대(1,358억원, +22.0%), 2) 소모품 매출의 고성장 지속(1,423억원, +30.0%), 3) 이루다 합병 효과의 본격 반영(526억원, +348.7%)이다. 특히 2024년 4분기부터 통합된 이루다 사업부 매출은 연간 단위로 500억원 이상이 반영될 것으로 보이며, 전체 외형 성장에 대한 기여도가 크게 확대될 전망이다.

품목별로는 슈링크 시리즈와 볼뉴머 중심의 HIFU-RF 장비 매출이 지속 성장하고 있으며, 후속 장비 보급 확대에 따른 소모품 매출 증가가 동반되고 있다. 2025년 소모품 매출은 1,423억원으로 전년 대비 약 330억원 증가하며, 전체 매 출의 41% 이상을 차지할 것으로 추정된다. 이는 장비 보급률이 일정 수준에 도달한 후, 소모품 중심의 반복 매출 구조

가 안정적으로 작동하고 있다는 점을 의미한다. 지역별로는 브라질·태국·일본 등 기존 주요 수출국에서의 장비 판매와 소모품 재구매 수요가 여전히 견조하며, 특히 2025년은 유럽 CE 인증 확보 및 미국 FDA 인허가 일정(볼뉴머 승인 완료, 슈링크 유니버스 임상 진행 중)을 기반으로 선진 시장 진입이 본격화되는 시점이 될 것으로 전망된다. 신규 시장 진입에 따른 초기 마케팅 및 유통비용 상승이 일부 판관비 부담으로 반영되겠으나, 중장기적으로 글로벌 확장 기반은 더욱 강화될 전망이다.

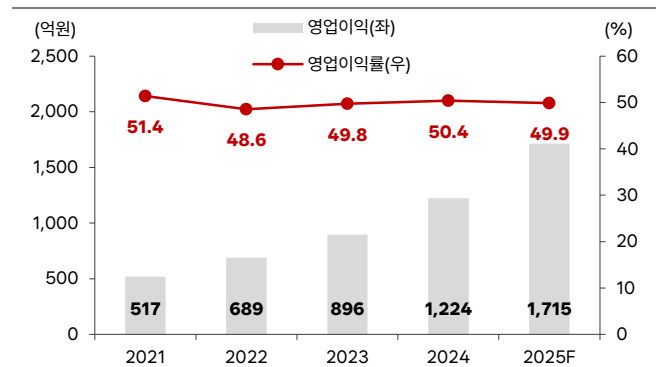
수익성 측면에서는 매출총이익률(GPM)이 전년 대비 소폭 하락한 77.6%로 예상되지만, 여전히 70% 후반대의 높은 수준을 유지할 것으로 보인다. 이는 소모품 중심의 고마진 구조와 프리미엄 장비의 ASP 상승 효과가 복합적으로 작용하는 가운데, 이루다 통합으로 인한 품목 믹스 변화와 신시장 마케팅비 증가 등이 일부 반영된 결과로 해석된다. 영업이익률도 49.9%로 전년 대비 0.5%p 하락할 것으로 보이나, 산업 평균을 크게 상회하는 수준이다.

매출액 추이



자료: 한국IR협회의 기업리서치센터

영업이익 추이



자료: 한국IR협회의 기업리서치센터

실적 추이 및 전망

(단위: 억원, %)

	2021	2022	2023	2024	2025F
매출액	1,006	1,418	1,801	2,429	3,436
증가율 (%)	31.6	41.0	27.0	34.9	41.4
클래스	469	742	900	1,113	1,358
클루덤	72	78	51	49	51
소모품	453	556	810	1,095	1,423
슈링크RX/스케덤	11	20	24	45	67
구 이루다 품목	0	0	0	117	526
임대	0	22	16	10	10
매출원가	227	336	397	518	771
매출원가율 (%)	22.6	23.7	22.0	21.3	22.4
매출총이익	779	1,082	1,404	1,911	2,665
매출총이익률 (%)	77.4	76.3	78.0	78.7	77.6
영업이익	517	689	896	1,224	1,715
영업이익률 (%)	51.4	48.6	49.8	50.4	49.9
세전계속사업이익	556	968	938	1,279	1,790
(지배주주)당기순이익	438	754	742	979	1,401

자료: 한국IR협회의 기업리서치센터

Valuation

1 동종기업 대비 차별화된 밸류에이션 프리미엄 적용

미용의료기기 업종의 대표기업.

매출 성장성 및 높은 수익성은

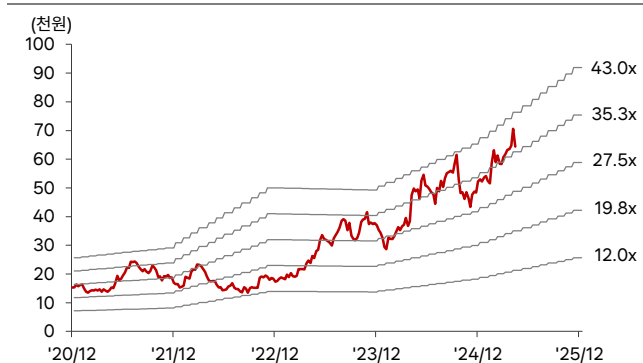
동종기업 대비 차별화된

밸류에이션 프리미엄 요인

클래스스의 현재 주가수준을 판단하기 위해 국내 상장되어 있는 EBD 기반의 미용의료기기 3개사(원텍, 비올, 아스테라시스)를 비교대상기업으로 하여 밸류에이션 수준을 비교해보고자 한다. 동사의 2025년 예상실적인 매출액 3,436억원 (YoY +41.4%), 영업이익 1,715억원(YoY +40.0%), 지배주주순이익 1,401억원(YoY +43.1%)을 기준으로 한 주가 밸류에이션은 PER 27.2배, PBR 6.6배로, 2025년 예상실적 기준 동종기업 밸류에이션 평균인 PER 21.5배, PBR 4.9배 (단, 아스테라시스 PBR은 outlier로 제외) 대비 상대적으로 고평가 영역이라고 판단된다.

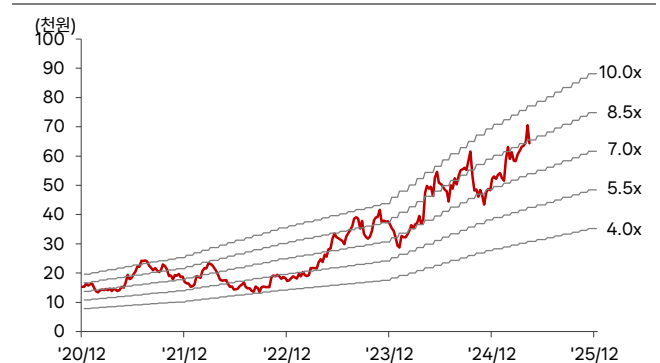
하지만 동사는 국내 상장된 미용의료기기 업종의 대표기업으로서 매출 성장성 및 높은 수익성을 기반으로 동종기업 대비 차별화된 밸류에이션 프리미엄이 가능하다고 판단된다. 동사는 HIFU, RF, MNRF 등 글로벌 수요가 높은 EBD 기술 전 분야를 포괄하는 풀라인업을 보유하고 있으며, 동종업계 내 기술 포지셔닝에서 경쟁사 대비 월등히 앞서 있다. 이는 단일 제품이나 단일 시장에 편중된 구조를 가진 여타 기업들과 차별화되는 핵심 포인트다. 또한, 장비 보급 이후 소모품 매출이 반복적으로 발생하는 고마진 구조는 동사의 안정적인 수익 창출 기반을 설명하는 핵심 요소다. 실제로 2024년 기준 소모품 매출 비중은 45%를 상회하며, 장비 판매에 대한 매출 일회성이 아닌 '보급 → 교체 수요 → 반복 매출'의 클로즈드 루프(Closed-loop) 구조가 내재됨에 따라 이익 예측 가능성을 높이고, 경기 민감도가 낮은 사업 모델이라는 점에서 동사의 현재 밸류에이션 프리미엄은 합리적으로 평가될 수 있다. 추가적으로 미국, 유럽 등과 같은 글로벌 선진시장 진입이 본격화되는 2025~2026년은 밸류에이션 멀티플의 추가 리레이팅 가능성도 기대해볼만 하다고 판단된다.

PER 밴드 차트



자료: 한국IR협의회 기업리서치센터

PBR 밴드 차트



자료: 한국IR협의회 기업리서치센터

동종기업 비교

(단위: 원, 억원, %, 배)

		클래스	원택	비율	아스테라스
주가(원) 2025년 5월 20일 종가 기준		58,100	9,460	9,670	11,670
시가총액 (억원)		38,059	8,461	5,649	4,278
자산총계(억원)	2022	3,314	738	445	146
	2023	3,754	1,533	639	166
	2024	6,084	1,779	981	247
	2025E	7,577	2,147	1,315	360
자본총계(억원)	2022	2,296	571	389	55
	2023	2,835	993	571	67
	2024	4,526	1,268	888	196
	2025E	5,754	1,592	1,216	290
매출액(억원)	2022	1,418	815	311	156
	2023	1,801	1,156	425	175
	2024	2,429	1,153	582	288
	2025E	3,436	1,410	671	488
영업이익(억원)	2022	689	268	129	18
	2023	896	460	223	16
	2024	1,224	348	361	67
	2025E	1,715	475	378	182
영업이익률(%)	2022	48.6	32.8	41.5	11.4
	2023	49.8	39.8	52.5	8.9
	2024	50.4	30.2	62.0	23.1
	2025E	49.9	33.7	56.3	37.3
지배주주순이익 (억원)	2022	754	134	115	12
	2023	742	388	216	9
	2024	979	291	326	54
	2025E	1,401	382	337	161
PER(배)	2022	15.8	30.2	16.3	-
	2023	32.9	21.2	23.0	-
	2024	31.4	13.4	14.4	-
	2025E	27.2	20.1	16.8	27.6
PBR(배)	2022	5.2	7.2	4.8	-
	2023	8.6	8.3	8.6	-
	2024	6.9	3.1	5.2	-
	2025E	6.6	5.3	4.6	13.7
ROE(%)	2022	38.3	32.3	35.1	N/A
	2023	28.9	49.7	44.9	14.3
	2024	26.5	25.8	44.7	40.6
	2025E	27.2	29.2	32.1	60.6
PSR(배)	2022	8.4	5.0	6.0	-
	2023	13.6	7.1	11.7	-
	2024	12.7	3.4	8.1	-
	2025E	11.1	5.7	8.4	9.1

주: 클래스의 2025년 예상실적은 당사 전망치, 동종기업의 2025년 예상실적은 컨센서스 적용

자료: Quantiverse, 한국IR협회의 기업리서치센터

미용의료기기 시장의 M&A 열풍 역시 동사의 밸류에이션 프리미엄 요인

매력적인 M&A 매물로 떠오르는
국내 EBD 업체

최근 글로벌 M&A 시장은 금리 인상과 투자 심리 위축 등의 여파로 전반적인 위축세를 보이고 있음에도 불구하고, 국내 에너지 기반 미용의료기기(EBD: Energy-Based Device) 산업은 예외적으로 높은 관심을 받고 있다. 이는 EBD 산업이 보유한 구조적 성장성과 사업 특성, 그리고 규제 환경의 이점 등에 기인한다.

실제로, 2022년 미국계 사모펀드 베인캐피탈은 코스닥 상장사 클래스스를 인수한 데 이어, 2024년에는 동종업계 기업인 이루다를 흡수합병하며 플랫폼화를 진행하고 있다. 이와 함께 2023년 국내 사모펀드 한앤컴퍼니의 루트로닉 인수 및 자진 상장폐지, 2024년 프랑스계 사모펀드 시러큐스서브코의 제이시스메디칼 인수 및 상장폐지, 그리고 국내 전통제약사인 동화제약의 하이로닉의 인수 시도(최종 무산) 등은 한국 EBD 기업이 국내외 투자자에게 M&A 유망 매물로 자리매김하고 있으며, 사업 전략적 가치가 재조명되고 있다는 것을 시사한다고 판단된다.

사모펀드(PEF)의 경우, 단기간 내 수익성 제고 및 구조 개선이 가능한 산업 특성상, 이미 실적이 검증된 EBD 기업은 이상적인 투자처로 간주된다. 고마진, 글로벌 수출 확장성, 낮은 규제 리스크가 이를 뒷받침한다. 제약사 입장에서는, 상대적으로 빠르게 시장 진입이 가능한 디바이스 사업을 통해 기존의 의약품 중심 포트폴리오를 다각화하고, 비급여 중심의 안정적 현금흐름을 확보하려는 전략적 니즈가 작용한다.

특히 국산 미용의료기기 제품들의 글로벌 경쟁력이 빠르게 부상하고 있다는 점은 산업 전반의 멀티플 재평가 요인으로 작용 중이다. 슈링크, 포텐자, 클라리티 등 주요 제품은 미국, 유럽, 중남미 등에서 점유율을 높이고 있으며, 'K-에스테틱 디바이스'라는 브랜드 이미지가 형성되면서 글로벌 시장에서의 상징성과 프리미엄 가치를 창출하고 있다.

이러한 환경 속에서, 클래스스는 고수익성과 글로벌 유통망, 제품 포트폴리오 확장 전략을 기반으로 업계 최상위 포지션을 유지하고 있으며, 이는 향후 기업가치 산정 시 단순한 실적 기반 멀티플 이상으로 전략적 프리미엄을 반영할 수 있는 근거가 된다.

결론적으로, 최근 활발하게 이루어지고 있는 M&A 사례들은 해당 산업의 외형 성장뿐 아니라, 시장 내에서의 기업가치 재평가(Re-rating)가 진행되고 있음을 보여주는 신호로 해석된다. 클래스스는 이러한 구조적 수혜의 중심에 있는 기업으로, 중장기적으로도 전략적 인수 대상 또는 플랫폼화 주체로서의 높은 밸류에이션 잠재력을 보유하고 있다고 판단된다.

국내 미용의료기기 주식 양수도 계약 및 현황

시점	피인수업체	인수자	양수도 대금	인수 지분율	인수가 기준, 추정 기업가치	비고
2022.04	클래스스	베인캐피탈(PEF)	6,699 억원	60.84%	1조 1,101 억원	최대주주 변경
2023.06	루트로닉	한앤컴퍼니(PEF)	1,889 억원	19.33%	9,771 억원	최대주주 변경 후, 자진 상장폐지
2023.09	이루다	클래스스(동종업계)	405 억원	18.00%	2,249 억원	합병(소멸)
2024.06	제이시스메디칼	시러큐스서브코(PEF)	2,660 억원	26.69%	9,965 억원	최대주주 변경 후, 자진 상장폐지
2024.09	하이로닉	동화제약(제약)	1,207 억원	45.09%	2,677 억원	인수 계약 해제(2024.12)

자료: 각 사 종합, 한국IR협의회 기업리서치센터



리스크 요인

1 최대주주 변경 가능성

대주주의 투자 회수 움직임은
기업에 대한 외부 신뢰도나
주가 안정성에 영향을 미침.
동사는 기업 내재가치 강화를 통해
리스크 최소화 노력

클래시스는 2022년 4월, 창업자 정성재 대표와 특수관계인들이 보유한 지분 약 60.84%를 미국계 사모펀드 베인캐피탈이 조성한 투자조합 BCPE Centur Investments, LP에 6,699억원에 매각하면서 최대주주가 변경되었다. 이를 계기로 동사는 전문경영인 체제로 전환하였으며, 베인캐피탈의 글로벌 네트워크와 경영 효율화 역량을 활용해 해외 시장 확대와 신제품 개발에 본격적으로 나서고 있다. 이러한 변화는 수익성 개선과 기업가치 제고를 위한 전략적 전환의 일환으로 평가된다.

그러나 대주주의 변경은 동시에 몇 가지 투자 리스크를 내포하고 있다. 일반적으로 사모펀드는 약 5~7년의 투자 회수 기간을 설정한 뒤 기업공개(PO)나 지분 매각 등을 통해 자금을 회수하는 전략을 취한다. 이로 인해 베인캐피탈이 보유한 클래시스 지분을 언제, 어떤 방식으로 처분할지에 대한 불확실성이 존재하며, 이는 향후 경영 전략이나 지배구조에 영향을 줄 수 있는 요인이라고 판단된다. 실제로 2024년 10월, 베인캐피탈이 클래시스 지분 매각을 추진하고 있다는 언론 보도가 나오며 시장의 우려가 반영되었고, 주가 역시 단기적으로 영향을 받았다. 2025년 5월 16일에는 베인캐피탈이 보유하고 있는 지분 6%(393만339주)를 전일 종가에서 10.9% 할인된 가격에 블록딜이 진행됨에 따라 주가가 크게 하락하였으며, 이는 대주주의 투자 회수 움직임이 기업에 대한 외부 신뢰도나 주가 안정성에 직결될 수 있음을 보여주는 사례라 할 수 있다.

이러한 불확실성에 대응하기 위해 클래시스는 다양한 전략적 조치를 병행하고 있다. 이루다 인수를 통한 제품 포트폴리오 다각화, 글로벌 시장에서의 유통채널 확장, 전문경영인 체제를 통한 의사결정의 민첩성 제고 등을 통해 내재가치를 강화하고 있으며, 대주주 변경에 따른 리스크를 최소화하려는 노력이 지속되고 있다. 따라서 투자자 입장에서는 대주주 구조의 변화가 단기적인 불안요소로 작용할 수 있다는 점을 유념할 필요가 있다. 동시에, 클래시스가 보여주는 전략적 대응과 실적 개선 추이를 면밀히 점검하면서, 중장기적으로는 오히려 구조적 성장 기회를 제공할 가능성도 함께 고려해야 할 것이다.

포괄손익계산서

(억원)	2021	2022	2023	2024	2025F
매출액	1,006	1,418	1,801	2,429	3,436
증가율(%)	31.6	41.0	27.0	34.9	41.4
매출원가	227	336	397	518	771
매출원가율(%)	22.6	23.7	22.0	21.3	22.4
매출총이익	779	1,082	1,404	1,911	2,665
매출이익률(%)	77.4	76.3	78.0	78.7	77.6
판매관리비	261	393	508	687	951
판매비율(%)	25.9	27.7	28.2	28.3	27.7
EBITDA	542	728	939	1,297	1,817
EBITDA 이익률(%)	53.9	51.3	52.1	53.4	52.9
증가율(%)	27.0	34.2	29.0	38.1	40.2
영업이익	517	689	896	1,224	1,715
영업이익률(%)	51.4	48.6	49.8	50.4	49.9
증가율(%)	27.3	33.2	30.1	36.6	40.0
영업외손익	39	279	42	66	75
금융수익	42	26	87	242	138
금융비용	4	47	36	47	50
기타영업외손익	1	300	-8	-130	-13
총속/관계기업관련손익	0	0	0	-11	0
세전계속사업이익	556	968	938	1,279	1,790
증가율(%)	41.6	73.9	-3.0	36.3	39.9
법인세비용	118	214	196	304	394
계속사업이익	438	754	742	975	1,396
중단사업이익	0	0	0	0	0
당기순이익	438	754	742	975	1,396
당기순이익률(%)	43.5	53.2	41.2	40.2	40.6
증가율(%)	14.8	72.1	-1.5	31.4	43.1
자배주주지분 순이익	438	754	742	979	1,401

현금흐름표

(억원)	2021	2022	2023	2024	2025F
영업활동으로인한현금흐름	364	548	646	1,028	1,433
당기순이익	438	754	742	975	1,396
유형자산 상각비	24	37	40	50	71
무형자산 상각비	1	2	3	22	31
외환손익	0	12	10	0	0
운전자본의감소(증가)	-96	-64	-85	-149	-46
기타	-3	-193	-64	130	-19
투자활동으로인한현금흐름	-925	-920	-482	-822	-539
투자자산의 감소(증가)	-50	-149	-100	-18	-3
유형자산의 감소	1	600	1	1	0
유형자산의 증가(CAPEX)	-326	-275	-45	-41	0
기타	-550	-1,096	-338	-764	-536
재무활동으로인한현금흐름	307	211	-256	-167	-166
차입금의 증가(감소)	350	318	-24	-29	2
사채의증가(감소)	0	0	0	0	0
자본의 증가	0	0	0	0	0
배당금	-39	-43	-75	-128	-168
기타	-4	-64	-157	-10	0
기타현금흐름	38	-6	15	5	-12
현금의증가(감소)	-216	-168	-77	43	716
기초현금	644	428	260	185	227
기말현금	428	260	183	227	944

재무상태표

(억원)	2021	2022	2023	2024	2025F
유동자산	731	1,478	1,857	2,342	3,935
현금성자산	428	260	183	227	944
단기투자자산	60	872	1,195	1,368	1,935
매출채권	17	69	173	369	522
재고자산	165	234	194	300	424
기타유동자산	62	43	112	77	109
비유동자산	1,432	1,836	1,897	3,742	3,642
유형자산	807	1,042	1,390	1,932	1,860
무형자산	11	15	28	1,409	1,378
투자자산	22	14	42	98	101
기타비유동자산	592	765	437	303	303
자산총계	2,164	3,314	3,754	6,084	7,577
유동부채	168	362	292	1,289	1,497
단기차입금	0	0	0	39	39
매입채무	8	3	5	39	55
기타유동부채	160	359	287	1,211	1,403
비유동부채	358	656	627	268	326
사채	0	0	0	0	0
장기차입금	350	644	620	115	115
기타비유동부채	8	12	7	153	211
부채총계	526	1,019	919	1,557	1,823
자배주주지분	1,637	2,296	2,835	4,540	5,772
자본금	65	65	65	66	66
자본잉여금	241	242	242	1,063	1,063
자본조정 등	0	-54	-183	48	48
기타포괄이익누계액	0	0	1	1	1
이익잉여금	1,331	2,042	2,710	3,361	4,593
자본총계	1,637	2,296	2,835	4,526	5,754

주요투자지표

	2021	2022	2023	2024	2025F
P/E(배)	27.8	15.8	32.9	31.4	27.2
P/B(배)	7.4	5.2	8.6	6.9	6.6
P/S(배)	12.1	8.4	13.6	12.7	11.1
EV/EBITDA(배)	22.2	15.8	25.3	23.5	19.9
배당수익률(%)	0.4	0.6	0.5	0.5	0.4
EPS(원)	677	1,164	1,146	1,517	2,138
BPS(원)	2,530	3,544	4,377	6,930	8,812
SPS(원)	1,554	2,189	2,781	3,766	5,245
DPS(원)	66	116	200	257	257
수익성(%)					
ROE	30.5	38.3	28.9	26.5	27.2
ROA	24.8	27.5	21.0	19.8	20.4
ROIC	58.9	52.8	51.5	41.2	38.5
안정성(%)					
유동비율	435.5	408.0	635.1	181.7	262.9
부채비율	32.1	44.4	32.4	34.4	31.7
순차입금비율	-7.9	-19.7	-25.5	-14.9	-34.0
이자보상배율	555.7	26.4	45.8	60.0	71.8
활동성(%)					
총자산회전율	0.6	0.5	0.5	0.5	0.5
매출채권회전율	42.3	32.9	14.9	9.0	7.7
재고자산회전율	7.6	7.1	8.4	9.8	9.5

최근 3개월간 한국거래소 시장경보제도 지정 여부

시장경보제도란?

한국거래소 시장감시위원회는 투기적이거나 불공정거래 개연성이 있는 종목 또는 주가가 비정상적으로 급등한 종목에 대해 투자자주의 환기 등을 통해 불공 정거래를 사전에 예방하기 위한 제도를 시행하고 있습니다. 시장경보제도는 '투자주의종목 투자경고종목 투자위험종목'의 단계를 거쳐 이루어지게 됩니다. ※관련근거: 시장감시규정 제5조의2, 제5조의3 및 시장감시규정 시행세칙 제3조~제3조의 7

종목명	투자주의종목	투자경고종목	투자위험종목
클래스스	X	X	X

발간 History

발간일	제목
2025.05.22	클래스스-K-미용의료기기 대표선수

Compliance notice

본 보고서는 한국거래소, 한국예탁결제원과 한국증권금융이 공동으로 출연한 한국IR협의회 산하 독립 (리서치) 조직인 기업리서치센터가 작성한 기업분석 보고서입니다. 본 자료는 투자자들에게 국내 상장기업에 대한 양 질의 투자정보 제공 및 건전한 투자문화 정착을 위해 무상으로 작성되었습니다.

- 당사 리서치센터는 본 자료를 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 본 자료를 작성한 애널리스트는 자료작성일 현재 해당 종목과 재산적 이해관계가 없습니다.
- 본 자료를 작성한 애널리스트와 그 배우자 등 관계자는 자료 작성일 현재 조사분석 대상법인의 금융투자상품 및 권리를 보유하고 있지 않습니다.
- 본 자료는 중소형 기업 소개를 위해 작성되었으며, 매수 및 매도 추천 의견은 포함하고 있지 않습니다.
- 본 자료에 게재된 내용은 애널리스트의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 신의 성실하게 작성되었음을 확인합니다.
- 본 자료는 투자자들의 투자판단에 참고가 되는 정보제공을 목적으로 배포되는 자료입니다. 본 자료에 수록된 내용은 자료제공일 현재 시점의 당사 리서치센터의 추정치로서 오차가 발생할 수 있으며 정확성이나 완벽성은 보장하지 않습니다.
- 본 조사자료는 투자 참고 자료로만 활용하시기 바라며, 어떠한 경우에도 투자자의 투자 결과에 대한 법적 책임 소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.
- 본 조사자료의 지적재산권은 당사에 있으므로, 당사의 허락 없이 무단 복제 및 배포할 수 없습니다.
- 본 자료는 텔레그램에서 "한국IR협의회(<https://t.me/kirsofficial>)" 채널을 추가하시어 보고서 발간 소식을 안내받으실 수 있습니다.
- 한국IR협의회가 운영하는 유튜브 채널 'IRTV'에서 1) 애널리스트가 직접 취재한 기업탐방으로 CEO인터뷰 등이 있는 '小中한탐방'과 2) 기업보고서 심층해설방송인 '小中한 리포트 가치보기'를 보실 수 있습니다.