

# NGI Division 소개 \_ 조직 구조

(2018년 5월 기준 총 63명)

대외비 / Confidential

Decision workshop  
① 2019년 1월 - 5월 10일까지 18명 (21명)  
② 2019년 1월 18명  
③ 2019년 1월 18명

**NGI Div.** *62명 280 people*  
Div.장 1명 직속 1명  
4개 팀 32명 6개 TF팀 29명

| 미래성장팀                                                                                                                                           | 8명 |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>[NGI/립스타트업] 신규 사업 발굴, 육성 및 운영</li> <li>[Co-acceleration] 외부 뷰티테크 스타트업 육성</li> <li>[CVC] 벤처 투자</li> </ul> |    |

외부  
발굴  
성장  
추진

| NGI 팀                    |                          |
|--------------------------|--------------------------|
| 메이크온BM팀<br><i>makeon</i> | 인디메이크업팀<br><i>준비 중</i>   |
| 뷰티디바이스 & 시너지케어           | 뷰티서비스 플랫폼 (모바일 앱)        |
| 일상에서의 뷰티 케어              | 이미지 검색 기반 고객 맞춤형 제품 큐레이션 |
| 6명                       | 11명                      |
| 7명                       |                          |

내부  
육성  
연결  
강화

| 립스타트업 TF |                       |                 |                          |          |                              |
|----------|-----------------------|-----------------|--------------------------|----------|------------------------------|
| 1        | 아웃런<br><b>OUT RUN</b> | 2               | 가온도담<br><b>GAONDODAM</b> | 3        | 브로앤티프<br><b>BRO&amp;TIPS</b> |
| 아웃도어코스메틱 | 온가족 안심 화장품            | 남성 그루밍          | 마스크팩 프로그램                | STEADY:D | CUBE ME                      |
| 6명       | 5명                    | 4명              | 4명                       | 5명       | 6                            |
| 프라도란트    | 프라도란트+ 데오드란트          | 뉴트리 코스메틱 먹는 화장품 | 프라도란트                    | 프라도란트    | 프라도란트                        |
| 5명       | 5명                    | 5명              | 5명                       | 5명       | 5명                           |

사와 working space 활용 중

## 전략적 가속화

## Test & Learn