

이 보고서는 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

기술분석보고서

 YouTube 요약 영상 보러가기

푸드웰(005670)

음식료·담배

요약

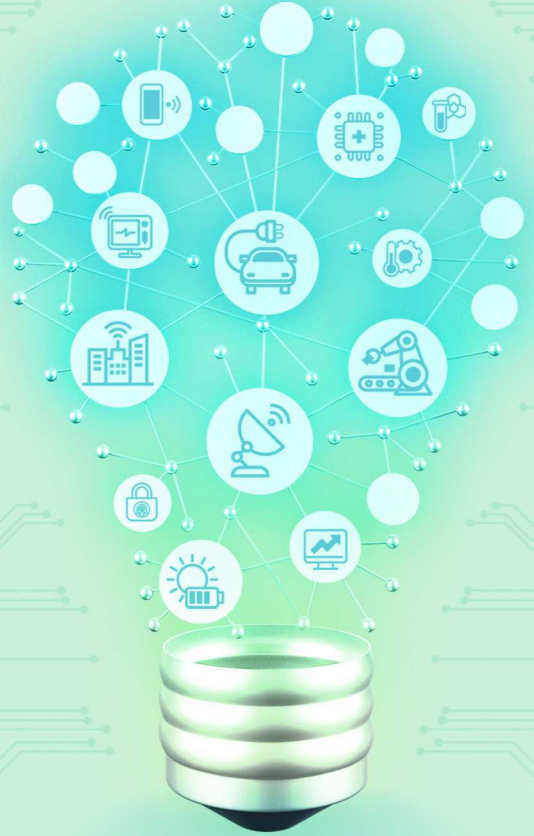
기업현황

시장동향

기술분석

재무분석

주요 변동사항 및 전망



작성기관

NICE평가정보

작성자

유현수 책임연구원

- 본 보고서는 「코스닥 시장 활성화를 통한 자본시장 혁신방안」의 일환으로 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해, 한국거래소와 한국예탁결제원의 후원을 받아 한국IR협회가 기술신용평가기관에 발주하여 작성한 것입니다.
- 본 보고서는 투자 의사결정을 위한 참고용으로만 제공되는 것이므로, 투자자 자신의 판단과 책임하에 종목선택이나 투자시기에 대한 최종 결정을 하시기 바랍니다. 따라서 본 보고서를 활용한 어떠한 의사결정에 대해서도 본회와 작성기관은 일체의 책임을 지지 않습니다.
- 본 보고서의 요약영상은 유튜브로도 시청 가능하며, 영상편집 일정에 따라 현재 시점에서 미게재 상태일 수 있습니다.
- 카카오톡에서 “한국IR협회” 채널을 추가하시면 매주 보고서 발간 소식을 안내 받으실 수 있습니다.
- 본 보고서에 대한 자세한 문의는 작성기관(TEL.02-2124-6822)로 연락하여 주시기 바랍니다.



한국IR협회

푸드웰(005670)

음식료품 OEM 전문기업 생산 인프라와 다양한 제품 포트폴리오를 바탕으로 안정적인 경영

기업정보(2020/07/21 기준)

대표자	성기준, 성민경
설립일자	1968년 08월 09일
상장일자	1993년 11월 30일
기업규모	중소기업
업종분류	과실, 채소 가공 및 저장 처리업
주요제품	음식료품

시세정보(2020/08/04 기준)

현재가(원)	5,360
액면가(원)	500
시가총액(억 원)	536
발행주식수	10,000,000
52주 최고가(원)	7,400
52주 최저가(원)	3,555
외국인지분율	2.14%
주요주주	성민경

■ 50여 년의 업력을 보유한 음식료품 OEM 전문기업

푸드웰(이하 동사)은 1968년 8월 협성농산으로 설립되었으며 1993년 11월 코스닥에 상장 후 2001년 12월 기업 이미지 제고를 위해 현 상호로 변경하였다. 통조림, 잼/시럽, 음료, 만두, 기타 등의 제품생산을 동원에프앤비, 빙그레, 남양유업, 푸르밀, 롯데칠성음료, 대상, 풀무원, 한국인삼공사 등의 국내 유수의 기업으로부터 수주받아 제조하고 있으며, OEM 전문기업으로 그간의 업력을 바탕으로 고객사와 양호한 거래 관계 유지하여 비교적 안정적인 기업경영을 지속하고 있다.

■ 검증된 생산 인프라구축으로 경쟁력 제고

동사는 종속회사와 함께 대구, 중국, 천안 등 총 3곳의 공장을 보유하고 있다. 이중 대구공장의 경우 동사가 자체적으로 운영 중인 곳으로 15건의 품목별 HACCP 인증과 기타 품질 인증을 확보하고 있다. 특히 체계적이고 효율적인 품질시스템 구축과 자체 조직화 된 생산본부팀과 품질경영실을 운영하여 엄격한 품질관리가 이뤄지는 가운데 소비자가 믿고 먹을 수 있는 음식료품을 생산함으로써 기업의 경쟁력을 한층 더 높이고 있다.

■ 다양한 시장수요에 대응 가능한 제품 인프라 확보

동사는 제품의 용도, 원료, 규격, 포장 등 고객의 요구에 따라 맞춤형으로 제품을 제조하기 위한 다양한 제품 포트폴리오를 보유하고 있다. 이는 다변화하는 소비자의 니즈를 충족시키기 위한 동사의 경쟁력으로 작용 되는 부분이며, 자연식품을 선호하는 소비자의 요구에 대응하고자 유기농산물을 원료로 하여 제품을 생산 및 판매하는 부분에 대해 유기공식품 인증을 획득했다. 제품에 대한 개발은 20년 이상 운영된 기업부설연구소에서 이뤄지고 있으며, 축적된 풍부한 데이터베이스를 바탕으로 고객의 니즈가 반영된 다양한 제품을 개발함으로써 시장수요에 대응하고 있다.

요약 투자지표 (K-IFRS 연결 기준)

구분 년	매출액 (억 원)	증감 (%)	영업이익 (억 원)	이익률 (%)	순이익 (억 원)	이익률 (%)	ROE (%)	ROA (%)	부채비율 (%)	EPS (원)	BPS (원)	PER (배)	PBR (배)
2017	1,168.7	8.0	48.1	4.1	29.3	2.5	6.1	2.3	165.0	327.0	5,489.0	14.9	0.9
2018	1,237.9	5.9	74.7	6.0	54.3	4.4	10.8	4.2	151.8	459.0	5,885.4	13.0	1.0
2019	1,439.4	16.3	85.8	6.0	319.8	22.2	47.4	22.8	80.3	3,153.0	7,681.5	1.9	0.8

기업경쟁력

안정적인 기업 경영

- 대기업 위주 고객사와 양호한 거래 관계 유지
(동원에프앤비, 빙그레, 남양유업, 푸르밀 등 대기업)
- 제품 및 서비스의 질과 폭을 확대
(유기가공식품인증, 통조림, 잼/시럽, 음료, 만두, 기타)
- 체계적인 품질시스템 구축
(생산 품목별 품질 인증 및 관련 설비 확보)

종속회사를 통한 성장동력 확보

- 청도푸드웰유한공사 100% 지분보유
(밤, 시럽, 냉동제품 생산, 일본 등에 수출)
- 푸르온 49% 지분보유
(네오퍼플 냉동만두사업부 사업양수, 만두제품 생산)
- 종속회사 포함 최근 3년간 성장세 지속
(2017년 1,169억 원 > 2019년 1,439억 원)

핵심기술 및 적용제품

핵심기술

- 체계적인 품질시스템 구축
(HACCP, ISO 9001, ISO 14001, FSSC 22000 확보)
- 맞춤형 제품생산
(용도, 원료, 규격, 포장 등 고객의 다양한 요구반영)
- 우수한 연구 인프라
(연구소 운영으로 풍부한 기술 데이터베이스 축적)

적용제품

통조림

잼/시럽

음료



시장경쟁력

음식료품 시장성장

- 국내 음식료품 시장 성장
(CAGR(2014-2018), 식료품: 3.63%, 음료: 2.20%)
- 일본 음식료품 시장 성장
(CAGR(2014-2018), 식료품: 3.88%, 음료: 0.81%)
- 다양한 기회 요인으로 수요 증가 지속 전망
(고령화, 여성 경제활동, 1인 가족, 편리함 추구 등)

다양한 수요대응 가능

- 수요패턴의 다양화로 품질, 영양, 브랜드 등 요구 수요
(품질시스템, 유기가공식품, 다품종생산으로 수요대응)

최근 변동사항

제품 다양화로 안정적인 성장 지속

- 검증된 생산 인프라와 제품 다양화 도모
(기타발효음료에 대한 HACCP 추가 등)
- 다양한 제품 제조로 안정적인 성장
(품목별 생산 수량 변동은 있으나 3년간 성장세 지속)

편중된 해외 매출의 구조적 개선 전략

- 일본에 편중된 매출구조의 개선 노력
(해외 매출구조의 개선을 위해 중국시장의 안착 노력)

I. 기업현황

국내 음식료품 OEM 전문기업

푸드웰은 종속회사와 함께 통조림, 잼/시럽, 음료, 만두, 기타 등 다양한 음식료품을 검증된 생산 인프라를 바탕으로 OEM 또는 임가공 방식으로 제조하는 전문기업이다.

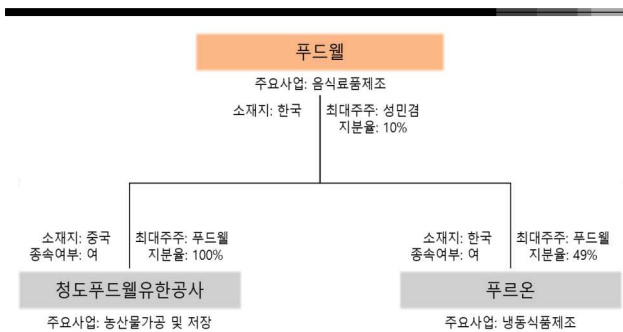
■ 개요

푸드웰(이하 동사)은 농산물 저장사업을 목적으로 1968년 8월 협성농산으로 설립되었으며, 1993년 11월 코스닥시장에 상장되었다. 2001년 12월 기업 이미지 제고를 위해 현 상호로 변경하였으며, 2013년 3월 성기준 단독 대표이사 체제에서 성기준, 성민겸 각자 대표이사 체제로 변경되었다. 동사는 음식료품을 제조하고 있으며, 과실가공제품으로 통조림, 잼/시럽, 음료 등은 자체적으로 생산함으로써 기술자립을 이끌고 있다. 2020년 1분기 보고서에 따르면, 본사는 대구시 달서구 성서서로 121에 소재해 있으며, 총 183명의 임직원이 근무하고 있는 것으로 파악된다.

■ 주요 관계회사 및 최대주주

동사의 최대주주는 각자 대표이사 성민겸으로 전체 10% 지분을 보유하고 있는 것으로 파악된다[표 1]. 2020년 1분기 보고서에 따르면, 관계회사는 청도푸드웰유한공사, 푸르온 총 2개이며, 모두 비상장 종속회사로 파악된다. 먼저 청도푸드웰유한공사는 동사가 100% 지분을 보유한 회사로 2003년 6월 농산물가공 및 저장을 목적으로 설립되었으며, 동사와 농산물가공품의 구매 및 가공 등의 상거래 관계를 유지하고 있다. 푸르온은 동사가 49% 지분을 보유한 회사로 2010년 9월 냉동식품제조를 목적으로 설립되었으며, 네오피플의 냉동만두사업부를 사업양수하여 냉동만두 제품을 전문적으로 제조하고 있다[그림 1].

그림 1. 동사 관계회사 현황



*출처: 1분기 보고서(2020), NICE평가정보 재구성

표 1. 동사 주요주주 현황

주요주주	지분율(%)
성민겸	10.00
(사)경화회	8.20
성기학	6.67
성기인	6.30
김희진	6.25
기타	62.58
합계	100.00

*출처: 1분기 보고서(2020)

■ 대표이사 정보

동사는 2013년 3월부터 성기준, 성민겸 각자 대표이사 체제로 현재까지 운영되고 있다. 각자 대표이사 성기준은 서강대학교 경영학과를 졸업하였고 라인에프 대표이사를 역임한 바 있으며 동사는 2007년 4월부터 현재까지 재직 중으로 대표이사는 2008년 3월 취임하였다. 각자 대표이사 성민겸은 중국칭화대학교 MBA를 졸업하였고 CJ에 근무한 바 있으며 동사는 2004년부터 현재까지 재직 중으로 대표이사는 2013년 3월 취임하였다.

■ 주요 기술역량

동사는 빠르게 변화하는 음식료품 산업에서 지속 가능한 발전을 이루고자 제품 및 서비스의 질과 폭을 확대하고, 체계적인 품질시스템을 갖춰가고 있다. 특히 수요자의 요구에 상응하는 제품을 개발 및 제조하는 방식으로 성장을 이뤄 왔으며 이를 위해 검증된 생산 인프라 구축과 제품의 다양화를 도모했다. 과정에 필요한 연구개발은 운용 중인 기업부설연구소 내에서 이뤄지고 있으며, 산학협력 등으로 단기 및 중장기 프로젝트를 수행하고 있다.

■ 주요 제품

동사는 종속회사와 함께 다양한 음식료품을 제조하고 있으며, 제품군은 통조림, 잼/시럽, 음료, 만두, 기타 등으로 구분된다. 이중 동사에서 제조 중인 제품군으로는 통조림, 잼/시럽, 음료 등이 있다[표 2]. 일부 동사 상표로 판매되는 제품도 일부 있으나, 대부분 OEM 또는 임가공 방식으로 고객사로부터 수주받아 제품을 생산하고 있다. 이로 인해 동사 매출은 고객사의 영업 개황에 따라 영향을 받으며 일본에 수출 중인 통조림 형태의 밤 제품의 경우 일본경기에도 영향을 받는다.

표 2. 동사 주요 제품



*출처: 홈페이지, 1분기 보고서(2020), NICE평가정보 재구성

■ 매출 비중

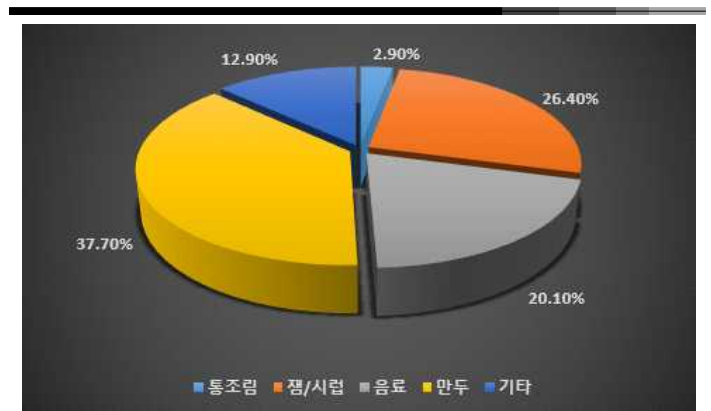
매출은 동원에프앤비, 빙그레, 남양유업, 푸르밀, 롯데칠성음료, 대상, 풀무원, 한국인삼공사 등의 고객사로부터 수주받은 OEM 또는 임가공 방식의 제품 제조 및 판매에서 안정적으로 발생하고 있다. 2019년 사업보고서에 따르면, 2019년 매출은 전년 대비 14.73% 증가한 약 746억 원의 매출을 달성했으며, 종속회사 2개의 매출까지 포함하면 약 1,439억 원을 달성한 것으로 파악된다. 또한, 2020년 1분기 보고서에 따르면, 2020년 1분기 매출은 누적 기준 약 149억 원을 달성했으며, 종속회사 2개를 포함하면 약 340억 원을 달성한 것으로 파악된다. 제품별 매출액(비중)은 통조림 10억 원(2.90%), 잼/시럽 90억 원(26.40%), 음료 68억 원(20.10%), 만두 128억 원(37.70%), 기타 44억 원(12.90%)로 확인된다[표 3, 그림 2].

표 3. 제품별 매출액

제품	매출액(억 원)
통조림	10
잼/시럽	90
음료	68
만두	128
기타	44
합계	340

*출처: 1분기 보고서(2020)

그림 2. 제품별 매출 비중



*출처: 1분기 보고서(2020)

Ⅱ. 시장 동향

음식료품 시장의 지속 성장이 전망되는 가운데 안정적인 경영

음식료품 산업은 고령화, 1인 가구 증가, 여성의 경제활동 등으로 시장의 성장이 지속할 전망이다 가운데 푸드웰은 시장 내 유수의 기업과 거래 관계 유지를 통해 안정적인 경영을 이어가고 있다.

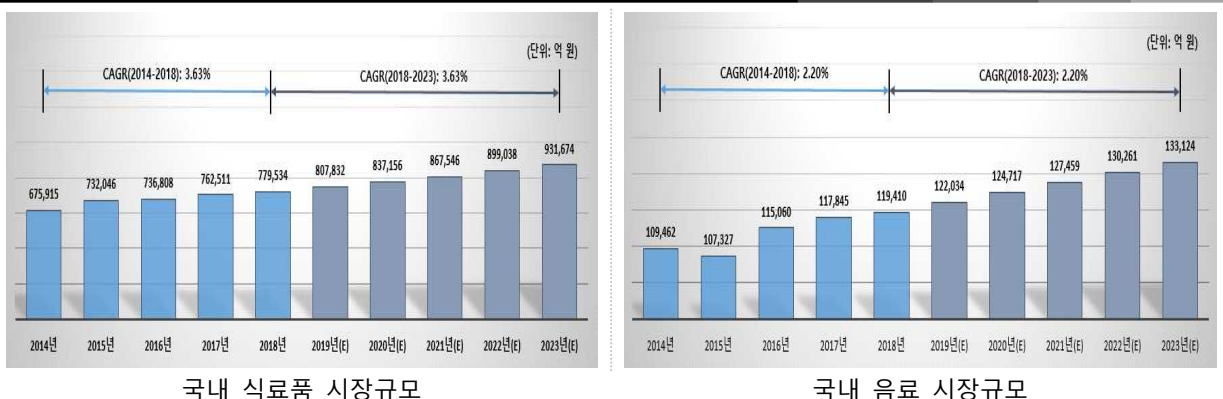
■ 국내 음식료품 시장 현황

국내 음식료품 산업은 식용을 위해 생산된 1차 생산물인 농수축산물의 수집, 가공, 포장, 판매 등의 경제활동을 수행하는 산업을 총칭한다. 육류·수산물·과일 및 채소 가공품, 동물성 및 식물성 유지, 곡물 가공품, 낙농품 및 기타 식료품, 동물용 사료 등을 제조하는 식료품 제조업과 알코올, 비알코올 및 얼음 등을 제조하는 음료 제조업으로 구분된다. 국내 음식료품 산업은 인구성장률 둔화, 식료품 소비비중(엔젤지수) 감소 및 경제성장률 둔화에 따른 성숙기 징후를 나타내고 있으며, 푸드웰(이하 동사)은 이러한 국내 음식료품 산업에 참여 중인 기업으로 통조림, 잼/시럽, 음료, 만두, 기타 등 다양한 음식료품을 롯데칠성음료, 대상, 한국인삼공사 등 대기업으로부터 수주받아 제품을 생산함으로써 안정적인 기업경영을 이어가고 있다.

▶▶ 국내 음식료품 시장규모

국내 음식료품 산업은 내수중심의 산업으로 1인 가구 수 증대, 여성의 경제활동 증가, 밀 키트를 포함한 가정간편식 수요확대 등으로 성장세가 지속할 전망이다. 통계청 광업제조업조사 자료에 따르면 국내 식료품 시장은 출하액 기준 2014년 67조 5,915억 원에서 2018년 77조 9,534억 원으로 연평균 3.63% 성장한 것으로 파악되며, 동일 성장률을 가정할 시 2023년에는 89조 8,270억 원 규모의 시장을 형성할 것으로 전망된다. 동일자료 기준 국내 음료 시장은 2014년 10조 9,462억 원에서 2018년 11조 9,410억 원으로 연평균 2.20% 성장한 것으로 파악되며, 동일 성장률을 가정할 시 2023년 13조 3,124억 원 규모의 시장을 형성할 것으로 전망된다[그림 3].

그림 3. 국내 음식료품 시장규모






*출처: 통계청, 광업제조업조사, NICE평가정보 재구성

▶▶ 국내 음료식품 참여업체

통계청 광업제조업조사 자료에 따르면 국내 식료품 시장 참여 사업체 수는 2014년 6,711개에서 2018년 7,517개로 증가하였으며, 업체당 평균 출하액은 2014년 101억 원에서 2018년 104억 원으로 소폭 상승했다. 동일자료 기준 국내 음료 시장 참여 사업체 수는 2014년 442개에서 2018년 459개로 증가하였으며, 업체당 평균 출하액은 2014년 248억 원에서 2018년 260억 원으로 상승했다. 상기 음료식품의 주요업체로는 CJ제일제당, 롯데칠성음료, 대상 등이 있다[표 4].

표 4. 국내 음료식품 주요업체

기업명	특징	주요 제품
CJ 제일제당	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 2007년 CJ주식회사의 제조사업부문이 인적분할되어 설립 ✓ 소재식품에서 가공식품으로 사업영역을 넓히며 성장 ✓ 설탕, 밀가루, 식용유, 장류, 육가공식품, 신선식품, 가정간편식 등 다양한 제품생산 	
롯데칠성 음료	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 1950년 동장청량음료로 설립하여 1974년 지금의 상호로 변경 ✓ 지속적인 원가절감 활동을 통해 질적 성장, 제품의 다양화로 소비자 니즈 충족 ✓ 탄산음료, 주스, 소주, 맥주 등 음료 및 주류제품생산 	
대상	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 1956년 설립 ✓ 식품사업, 소재사업을 중심으로 고객만족경영, K-FOOD투자를 통한 성장확대 ✓ 고추장, 미원, 식초, 김치, 두부, 핵산, L-글루타민 등의 제품생산 	

*출처: 한국농수산물유통공사, 식품외식산업주요통계(2019), 각사 사업보고서, 홈페이지, NICE평가정보 재구성

■ 일본 음료식품 시장 현황

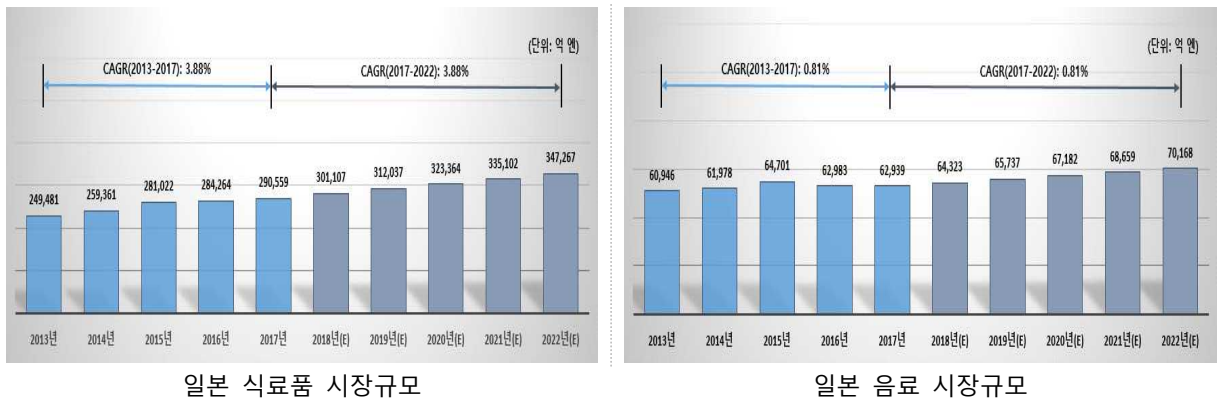
일본 음료식품 산업은 국내와 유사하게 식료품 제조업과 음료 제조업으로 구분된다. 한국농수산물유통공사 2019수출국가정보(일본·중화권) 자료에 따르면 일본의 음료식품 산업은 고령화 사회의 진행 및 소규모 가구의 증가에 따라 건강식품 시장과 고령자를 위한 음료식품 시장이 확대되고, 직장을 가진 주부의 증가 등으로 조리식품 시장이 견조한 추이를 보인다. 주목되는 점은 냉동식품 및 인스턴트식품, 빵, 면류, 간편성이 높은 카테고리와의 건강의식 고조로 건강식품 시장이 계속 성장하고 있다는 점이며, 육류 가공품 소비는 증가하는 반면 수산 가공품 소비는 축소되고 있어 일본인의 식생활이 서서히 육류 가공품으로 전환되고 있음을 시사하고 있다. 동사는 이러한 일본 음료식품 산업에 참여 중인 기업으로 국내산 밤을 구매하여 통조림제조용, 제빵용, 제빵용, 영양용 등 다양한 밤 제품으로 제조, 가공하여 판매하고 있다.

▶▶ 일본 음료식품 시장규모

일본 음료식품 산업은 베이비부머 세대인 단카이세대의 고령화로 인한 고령친화식품의 수요 증가, 1인 가구의 증가, 여성의 사회진출에 의한 맞벌이 가구의 증가에 따른 가정 내 조리시간 간소화 및 개인 식사 수요의 확대로 가정간편식의 수요 증가 등으로 성장세가 지속할 전망이다. 한국농수산물유통공사 2020식품외식통계(해외편) 자료에 따르면 일본 식료품 시장은 출하액 기준 2013년 24조 9,481억 엔에서 2017년 29조 559억 엔으로 연평균 3.88% 성장한 것으로

파악되며, 동일 성장률을 가정할 시 2022년에는 34조 7,267억 엔 규모의 시장을 형성할 것으로 전망된다. 동일자료 기준 일본 음료 시장은 2013년 6조 946억 엔에서 2017년 6조 2,939억 엔으로 연평균 0.81% 성장한 것으로 파악되며, 동일 성장률을 가정할 시 2022년에는 7조 168억 엔 규모의 시장을 형성할 것으로 전망된다[그림 4].

그림 4. 일본 음식료품 시장규모



*출처: 한국농수산물유통공사, 식품외식통계_해외편(2020), NICE평가정보 재가공

▶▶ 일본 음식료품 참여업체

2020식품외식통계(해외편) 자료에 따르면 일본 식료품 제조업 참여 사업체 수는 2013년 27,914개에서 2017년 24,892개로 감소하였으며, 업체당 평균 출하액은 2013년 9억 엔에서 2017년 12억 엔으로 상승했다. 동일자료 기준 일본 음료 제조업 참여 사업체 수는 2013년 3,438개에서 2017년 3,233개로 감소하였으며, 업체당 평균 출하액은 2013년 18억 엔에서 2017년 19억 엔으로 소폭 상승했다. 상기 음식료품의 주요업체로는 아지노모토, 깃코만, 야쿠르트혼샤 등이 있다[표 5].

표 5. 일본 음식료품 주요업체

기업명	특징	주요 제품
아지노모토	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 1907년 스킨 제약소 설립하여 1946년 지금의 상호로 변경 ✓ 1908년 글루탐산나트륨의 제조방법에 대한 특허를 취득 ✓ 조미료, 가공식품, 냉동식품 등 생산 ✓ 아지노모토(MSG), 혼다시, 크르, Cook Do의 제품은 일본 내 시장점유율 1위 	
깃코만	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 1917년 설립 ✓ 적극적인 인수합병을 바탕으로 기업의 효율적인 운영 도모 ✓ 간장, 소스, 음료, 두유, 와인 등 생산 ✓ 간장은 전 세계 약 50% 점유 	
야쿠르트혼샤	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 1935년 설립 ✓ 1930년 야쿠르트를 처음 만들었으며 회사 설립 후 본격적인 생산 ✓ 유산균 음료, 면류(국수, 라면 외), 건강식품 등 생산 	

*출처: 한국농수산물유통공사, 식품외식산업주요통계(2019), 각사 홈페이지, NICE평가정보 재구성

Ⅲ. 기술분석

검증된 생산 인프라를 바탕으로 고객 맞춤형 제품생산 및 개발

푸드웰은 HACCP 15건, ISO 9001, ISO 14001, FSSC 22000 등의 인증받은 시설 내에서 고객의 요구에 따라 다양한 음식료품을 생산하고 있으며, 20년 이상 운영 중인 기업부설 연구소 내에서 기술 지원 서비스를 병행하면서 고객의 니즈를 적극적으로 반영한 제품 개발을 지속하고 있다.

■ 식품가공기술의 발전 및 분류

푸드웰(이하 동사)은 종속회사와 함께 다양한 음식료품을 제조하고 있으며, 제품군은 통조림, 잼/시럽, 음료, 만두, 기타 등으로 구분된다. 상기 음식료품을 제조하기 위해 필수로 동반되는 기술이 식품가공기술이다. 식품가공기술은 재료의 수확 또는 포획 후 변질이 빠르게 되는 것을 막고자 발달했으며, 건조법, 가열처리법, 훈연법, 염장법, 발효법, 저온저장법 등 세계 각지의 다양한 기후, 풍토의 영향을 받아 지역별로 독자적으로 발전해왔다. 19세기 후반에 이르러 기존의 방법 외 통조림법, 인공건조법, 냉동법 등의 혁신적인 기술이 개발되었으며, 20세기 들어서는 급속냉동기술이 발달 되었다. 가스를 이용한 저장법과 석유화학 산업의 발달로 플라스틱 필름을 식품포장재로 이용하는 저장기술이 발달 되었으며, 식품의 방사선처리연구도 진행 되었다. 하나의 최종 제품을 생산하기까지 다양한 구성요소들이 필요하며 관련 다양한 식품가공기술이 발전하여 현재 음식료품에 적용되고 있다[표 6].

표 6. 식품가공기술의 구성요소에 따른 관련 기술

구분	구성요소	관련 기술
식품가공기술	식품가공, 단위조작, 공정, 저장, 포장기술	<ul style="list-style-type: none"> 농임축수산 가공, 원료처리, 원료 성분평가, 풍미 및 색소개발, 물성개발, 가열 및 냉각 처리, 추출 및 농축, 정제, 건조, 성형 및 조립, 막 분리공정 응용, 생물반응기 이용, 극한조작공정 설계기술, 계측 제어, 생산공정 자동화, 발효공정 관리 및 생산, 폐자원 이용, 설비, 냉장 및 냉동, 가열살균, 비가열살균, 수분 활성도 변환, 발효 및 첨가물 이용, 기체조절 저장, 신선식품 품질유지, 포장 소재개발, 환경 친화형 포장재개발, MA 포장, 기능성 포장, 무균포장, 포장 용기, 포장재 성능시험, 포장 식품품질 수명 예측 등
	기능성 및 신소재 탐색, 평가, 개발기술	<ul style="list-style-type: none"> 미생물·식물·동물 소재 탐색, 기능성 소재 동정 및 정량, in vitro 기능성 평가, in vivo 기능성 평가, 식품 기능성 규명 및 임상평가, 전통식품 유래 기능성 소재개발, 기능성 탄수화물·단백질 및 펩타이드·지질 소재개발, 천연물 소재개발 등
	균주, 발효, 물질, 효소 이용기술	<ul style="list-style-type: none"> 식품 미생물 동정 및 보존, 식품유용 종균 배양, 식품유용 균주 개량, 발효기작의 해석 및 제어, 전통 발효식품의 공업화·규격화·국제화, 식품 신소재 발효, 식품발효균 제어, 유산균 장내 전달, 식품발효 정밀 물질생산, 발효 대체식량자원 개발, 박테리오파지 등 천연식품보존제 분리 및 대량생산, 식품 효소탐색 생물공학, 식품 효소 대량생산 및 제제화, 식품 효소의 산업적 이용, 식품 효소 반응공학 등
	식품개발, 제품화 기술	<ul style="list-style-type: none"> 식품원료 처리, 원료 성분평가, 풍미 개발, 식품 색소개발, 식품 물성개발, 식품·소재 분리 및 정제, 식품·소재 대량생산, 식품·소재 제품화 등

*출처: 생명공학정책연구센터, 식품산업의 가공기술 현황과 전망(2008), NICE평가정보 재구성

■ 식품가공기술의 핵심요소

식품가공기술에 새로운 신기술들이 도입되고 적용되면서 식품이 가지고 있는 고유의 향미, 영양성분, 색도유지, 유효성분의 추출효율을 높일 수 있는 고품질의 제품 개발이 가능하게 되었으며, 향후 타 산업과의 융합, 기술 혁신, 신기술 창출 등을 통해 음식료품 산업은 발전해 나갈 것으로 전망된다. 또한, 조리시간의 단축, 자연식품 선호, 화학첨가물 등 저 함유 식품 선호, 영양성분 강화, 건강 기능성 강화, 고품질식품 등 시장 내 다양한 소비자 니즈가 존재함에 따라 불특정 다수를 위한 가공식품의 개발보다는 개인의 체질과 기호도에 맞는 식품, 특정한 질병의 예방 등을 위한 맞춤형 식품이 등장해 발전할 것으로 전망된다. 이러한 식품가공기술 분야의 대표적인 핵심요소로는 원료 전처리, 위생관리, 가공, 저장을 들 수 있다[표 7].

표 7. 식품가공기술의 핵심요소

구분	기업명	특징
식품가공 기술 핵심요소	원료 전처리	✓ 수송, 세척, 선별, 검사 등의 공정이 적용되며, 식품의 중요한 구비요건인 안전성 확보를 위해 필수적으로 요구됨.
	위생관리	✓ 식품의 가공 시 가장 우선 고려해야 할 분야로 제품의 생산에서 소비까지 전 과정의 위생적인 관리와 안정성 확보에 중점을 둠.
	가공	✓ 식품의 가공기술에는 분쇄, 혼합, 가열, 추출, 분리, 농축, 건조, 성형, 동결 및 해동 등의 공정이 적용됨.
	저장	✓ 저장단계는 건조, 살균, 제균, 포장, 살충 등의 공정이 적용되며 품질변화에 영향을 미칠 수 있는 미생물 극복할 수 없는 조건을 제공함.

*출처: 생명공학정책연구센터, 식품산업의 가공기술 현황과 전망(2008), 식품가공적성정보센터, 식품가공의 이해(2015, 2016), NICE평가정보 재구성

■ 음식료품 산업에 기술경쟁력을 확보한 푸드웰

▶▶ HACCP 등 검증된 생산 인프라를 바탕으로 체계적인 품질시스템 구축

HACCP제도는 식품을 만드는 과정에서 생물학적, 화학적, 물리적 위해요인들이 발생할 수 있는 상황을 과학적으로 분석하고 사전에 위해요인의 발생여건들을 차단하여 소비자에게 안전하고 깨끗한 제품을 공급하기 위한 시스템 규정이다. 즉, 식품의 원재료부터 제조, 가공, 보존, 유통, 조리단계를 거쳐 최종 소비자가 섭취하기 전까지 각 단계에서 발생할 우려가 있는 위해요소를 규명하고, 이를 중점적으로 관리하기 위한 중요관리점을 결정하여 자율적이고 효율적인 관리로 식품의 안정성을 확보하기 위한 과학적인 위생관리체계라고 할 수 있다. 당사는 음식료품 시장 내에 경쟁력 제고의 일환으로 HACCP 인증받은 시설을 확보하고 있으며, 관련 인증 15건과 이외 품질경영시스템(ISO 9001), 환경경영시스템(ISO 14001), 식품안전시스템(FSSC 22000) 등의 인증을 득함으로써 체계적이고 효율적인 품질시스템 구축하였다. 또한, 자체 조직화 된 생산본부팀과 품질경영실을 운영하여 엄격한 품질관리가 이뤄지는 가운데 소비자가 믿고 먹을 수 있는 음식료품을 생산함으로써 기업의 신뢰도를 높이고 있다[표 8].

표 8. 동사 품질 인증 현황

구분	인증명	품목	인증번호
대구공장	HACCP	기타발효음료	2019-4-9129
	HACCP	캔디류	2017-4-9126
	HACCP	서류가공품	2017-4-9121
	HACCP	땅콩 또는 견과류 가공품	2017-4-9120
	HACCP	커피	2017-4-9059
	HACCP	과채가공품	2017-4-9196
	HACCP	음료베이스	2017-4-8018
	HACCP	당류가공품	2016-4-8003
	HACCP	액상차	2015-4-8082
	HACCP	혼합음료	2014-4-8099
	HACCP	과채음료	2014-4-8098
	HACCP	인삼홍삼음료	2014-4-8044
	HACCP	과채주스	2011-4-8033
	HACCP	잼	2010-4-8003
	HACCP	기타잼	2005-4-8011
	ISO 9001	농·임산물, 과일류 및 채소류의 가공품에 대한 설계·개발, 생산 및 부가서비스	QMS-2307
	ISO 14001	농·임산물, 과일류 및 채소류의 가공품에 대한 설계·개발, 생산 및 부가서비스	EMS-0685
	FSSC 22000	과일 및 야채 주스/음료, 혼합 음료, 인삼 및 홍삼음료, 배 및 사과 퓨레의 제조	FSSC 22000-0065808

*출처: 홈페이지, 식품안전나라, NICE평가정보 재구성

▶▶ 다양한 제품 포트폴리오를 통한 맞춤형 제품생산

동사는 종속회사와 함께 다양한 음식료품을 생산하고 있으며, 통조림, 잼/시럽, 음료, 만두, 기타 등 다양한 제품 포트폴리오를 보유하고 있다[표 9]. 특히 제품의 용도, 원료, 규격, 포장 등 고객의 요구에 따라 맞춤형으로 다양한 제품생산이 가능하며 이는 다변화하는 소비자의 니즈를 충족시키기 위한 동사의 경쟁력으로 작용 되는 부분이다. 또한, 자연식품을 선호하는 소비자의 요구에 대응하고자 유기농산물을 원료로 하여 제품을 생산 및 판매하는 부분에 대해 유기공식품 인증을 획득했다.

표 9. 동사 제품 포트폴리오

구분	종류	특징
통조림	✓ 복숭아, 사과, 포도, 밤, 밀감, 고구마, 파인애플, 멜론 등	✓ 싱싱한 과일맛을 느낄 수 있으며, 다양한 분야에서 최종 제품에 적용 되도록 생산
잼/시럽	✓ 딸기, 사과, 살구, 복숭아, 블루베리, 밤 등 각종 과실	✓ 수입설비 도입으로 과일 고유의 형태와 맛이 잘 유지되며, 프리미엄 제품의 경우 무농약 과실 적용
음료	✓ 오렌지, 포도, 감귤, 망고, 파인애플, 녹차, 석류, 비타민 음료, 젤리 음료 등	✓ 이태리 및 독일의 최신식 Filler도입으로 위생적이고 안전하며, 고객의 요구에 따라 다양한 응대
만두	✓ 군만두, 물만두, 손만두, 교자만두 등	✓ 종속회사인 푸르온에서 생산 중으로 전용 설비를 바탕으로 전사적인 품질관리 수행
기타	✓ 밤제품, 냉동과채류 등	✓ 밤 제품의 경우 종속회사인 청도푸드웰유한회사에서 생산 중으로 가격경쟁력 확보

*출처: 홈페이지, NICE평가정보 재구성

▶▶ 연구소 운영을 통한 기술 및 제품 개발 지속

음식료품 산업에서 기술 및 제품 개발은 경쟁기업이 다소 존재하는 시장 내에서 기업의 경쟁력 제고를 위한 중요한 요인 중의 하나이다. 동사는 영업부문과 함께 기술지원 서비스를 병행하면서 고객의 니즈를 적극적으로 반영한 연구개발을 수행하고 있으며, 신제품개발, 기존제품개선, 공정개발 등에 대한 단기 및 중장기 프로젝트를 수행하고 있다. 특히 20년 이상 운영된 기업부설연구소는 식품가공에 대한 풍부한 데이터베이스를 축적하고 있으며, 고객의 요구에 따라 어떠한 형태로든 제품화 가능한 기술력과 개발능력을 보유하고 있다.

■ SWOT 분석

그림 5. 동사 SWOT 분석



*출처: NICE평가정보

▶▶ (Strong Point) 다양한 시장수요에 대응할 수 있는 생산, 연구, 제품 인프라 확보

동사는 1968년 8월 설립되었으며, 종속회사와 함께 통조림, 잼/시럽, 음료, 만두, 기타 등 다양한 음식료품을 고객사의 요구에 따라 제조하고 있다. 품질 관련 검증된 생산 시설을 갖추고 있으며, 오랜 업력을 바탕으로 축적된 생산기술에 대한 노하우와 품목별 다양한 제품 포트폴리오를 구축하고 있다. 20년의 운영 기간을 보유한 공인된 기업부설연구소는 풍부한 데이터베이스를 축적하고 영업부문과 함께 기술지원 서비스를 병행하면서 고객의 니즈를 적극적으로 반영한 연구개발을 수행하고 있으며, 신제품개발, 기존제품개선, 공정개발 등에 대한 단기 및 중장기 프로젝트를 수행하고 있어 시장에서의 다양한 수요에 대응할 수 있다.

▶▶ (Weakness Point) 자사 브랜드 경쟁력 강화와 편중된 매출구조 개선 필요

동사의 매출은 국내와 국외로 구분되며 국내의 경우 동원에프앤비, 빙그레, 남양유업, 푸르밀, 롯데칠성음료, 대상, 풀무원, 한국인삼공사 등의 유수의 기업으로부터 수주받은 제품생산을 통해 시현 중이고, 국외의 경우 대부분 일본 지역에 수출을 통해 시현 중이다. OEM 전문기업으로서 생산 중인 제품 모두 고객사의 브랜드로 판매되고 있으며, 일부 동사 자체 상표로 판매되는 제품이 있으나, 그 수량은 극히 적다. 브랜드인지도가 중요한 음식료품 산업에서 대기업, 일본 지역에 편중된 매출구조는 가격교섭력 약화와 국가별 경기변동 위험에 그대로 노출되므로 수익성과 매출에 악영향을 미칠 수 있다. 이에 자사 브랜드 경쟁력 강화를 위한 제품 개발 및 이를 통한 독자적인 유통망 구축이 요구되며, 일본 외 국가별 신규 진입을 통해 국가별 경기변동에 대한 위험을 분산할 필요성이 있다.

▶▶ (Opportunity Point) 인구, 소득, 생활 수준 등의 변화로 관련 음식료품 수요 증가

음식료품 산업은 내수중심의 산업으로 고령화, 여성의 경제활동 증가, 1인 가족, 핵가족화 및 편리함을 추구하는 소비자가 증가함에 따라 밀 키트를 포함하는 가정간편식의 수요가 확대되고 있다. 또한, 소득수준 향상에 따른 소비자들의 수요패턴 다양화와 더불어 식생활 수준의 향상으로 맛과 건강을 지향하는 수요가 지속적으로 증가할 것으로 보이며, 이로 인해 소비자들이 품질, 영양, 브랜드에 대한 요구가 높아지고 있다. 그러나 경제적 양극화로 인해 고가격의 기능성 제품과 PB상품 등의 저가격 품목의 소비가 각각 확대되어 소비 양극화가 진행되고 있다. 이러한 시장의 기조는 동사가 국내 유기농 원료를 사용하여 제조하는 프리미엄 제품과 중국에 생산공장을 두고 제조하는 밤제품, 시럽제품, 냉동제품 등의 PB상품과 자사 브랜드 경쟁력 강화에 좋은 기회 요소를 제공할 것으로 예상된다.

▶▶ (Threat Point) 경쟁이 심화되는 가운데 가격변동, 안전문제, 경기침체 등으로

음식료품 산업은 1990년 중반 이후 국민의 소득증가에 따라 성장을 지속하였으나, 현재는 성숙기 산업의 특성을 보이며, 적용되는 기술의 난이도가 높지 않은 가운데 다수의 기업이 시장에 진입해 경쟁이 심화 되고 있다. 원부자재의 수입의존도가 높아 환율, 국제 원자재 가격의 변화에 민감하게 반응하는 특성을 보이며, 제조과정이나 유통 중에 여러 요인으로 인한 제품 변질로 식품안전의 문제가 발생할 수 있어 소비자의 불신이 상존한다. 또한, 코로나 등 다양한 이슈로 인해 경기침체가 지속되는 점 등은 시장의 위협요인으로서 기업의 매출 및 수익성에 영향을 미칠 것으로 판단된다.

IV. 재무분석

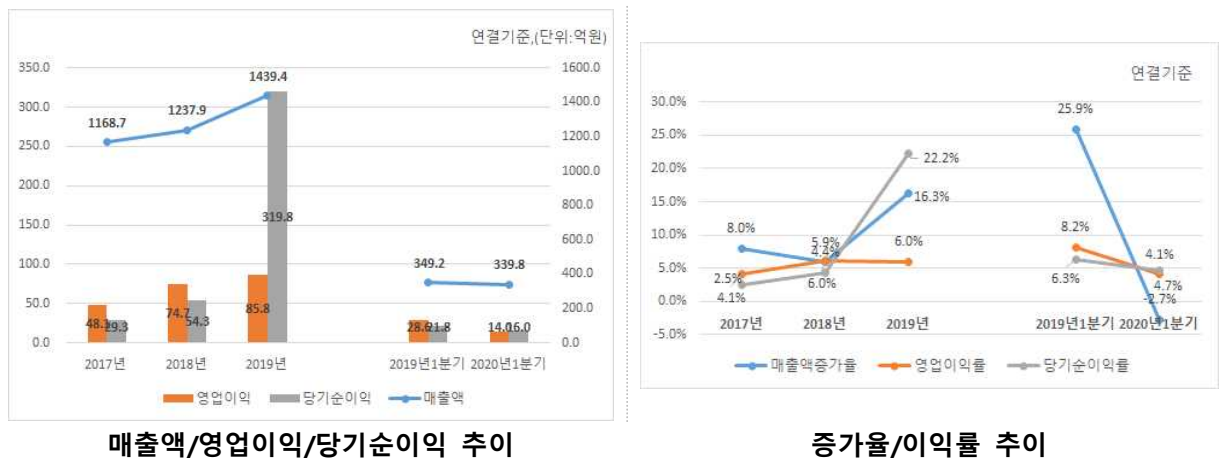
중국 자회사 청도푸드웰의 성장 기반 매출 성장세 지속

중국 자회사인 청도푸드웰식품유한공사의 실적 성장세와 함께 자회사 (주)푸르온의 국내 만두제품도 견조한 성장세를 지속하면서 매출액은 2018년 1,238억 원(+5.9% YoY), 2019년 1,439억 원(+16.3% YoY)을 시현하였다.

■ 2019년 음료제품 위주로 매출 증가

동사의 종속회사 청도푸드웰식품유한공사(중국 소재), (주)푸르온은 식음료, 냉동만두 등 생산으로 사업을 영위하면서 2019년 연결기준 매출은 1,439억원(+16.3% YoY)이었고, 품목별 비중은 잼 및 시럽 31.7%(18년 33.0%), 만두류 24.0%(18년 25.3%), 음료제품 22.6%(18년 17.5%), 통조림 7.5%(18년 8.7%) 등으로 음료제품 중심으로 매출이 증가하였다.

그림 6. 동사 연간 및 1분기 요약 포괄손익계산서 분석

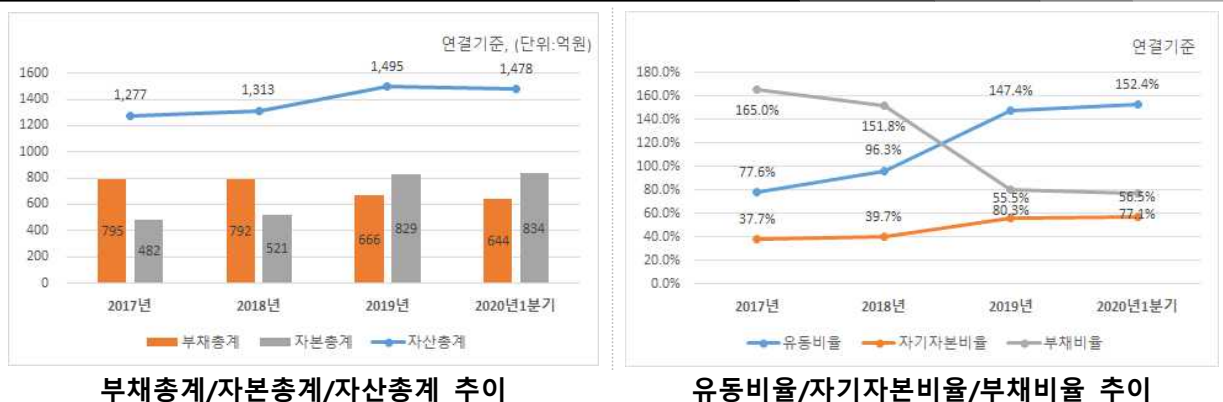


매출액/영업이익/당기순이익 추이

증가율/이익률 추이

*출처: 동사 사업보고서(2019), 분기보고서(2020)

그림 7. 동사 연간 및 1분기 요약 재무상태표 분석



부채총계/자본총계/자산총계 추이

유동비율/자기자본비율/부채비율 추이

*출처: 동사 사업보고서(2019), 분기보고서(2020)

■ 양호한 영업수익성 지속 및 자산 매각으로 큰 폭의 순이익 기록

동사는 대구공장에서 통조림, 잼 및 시럽, 음료제품을 생산하고 있고, 중국 자회사는 밤가공제품, 시럽, 냉동제품 등을 생산하고 있으며, 자회사 (주)푸르온의 천안공장에서 냉동만두 제품을 생산하고 있다. 2019년 제품군 별 매출은 잼 및 시럽 455.5억원(+11.4% YoY), 음료제품 325.5억원(+50.3% YoY), 만두제품 345.5억원(+10.4% YoY), 통조림 107.9억원(-0.2% YoY), 기타 205.0억원(+7.2% YoY)로 비중이 가장 큰 잼 및 시럽 제품과 함께 음료제품의 매출 증가로 성장세가 지속되었다.

동사의 매출원가율은 2018년 81.7%, 2019년 82.1%로 원가율이 소폭 상승하였고, 매출액영업이익률은 2018년 6.03%, 2019년 5.96%를 기록하여 동종 업계 평균 대비 양호한 영업수익성을 지속하면서 영업이익은 2018년 74.7억원, 2019년 85.8억원으로 매출 확대에 따라 증가하였다. 또한, 본사 이전에 따른 기존 본사 매각으로 유형자산처분이익 378억원의 영향으로 매출액순이익률이 2018년 4.4%, 2019년 22.2%를 기록하여 대폭 상승하였다.

■ 2020년 1분기 전년 동기 대비 매출 감소 및 수익성 저하

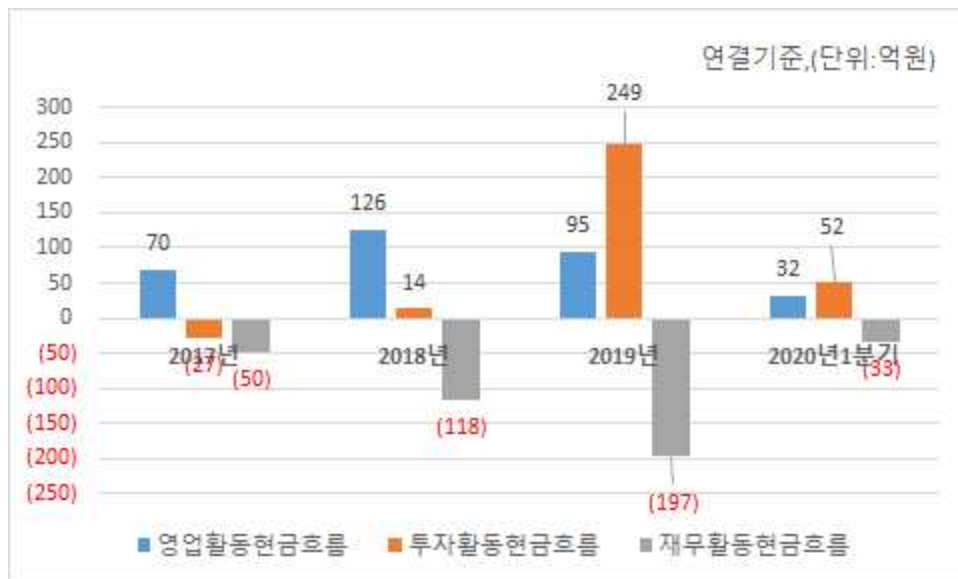
2020년 1분기 매출액은 전년 동기 대비 2.7% 감소한 339.9억원을 기록하며 매출 성장세를 이어지지 못하였고, 원가율 상승 및 임차료 등 관리비 증가로 인해 매출액영업이익률 4.1%, 매출액순이익률 4.7%를 기록하며 수익성이 저하되었다.

주요 재무안정성 지표는 부채비율 85.1%, 자기자본비율 54.0%, 차입금의존도 27.4%를 기록하는 등 전반적으로 양호한 수준을 나타냈다.

■ 영업활동을 바탕으로 한 우수한 현금창출능력 보유

2019년 영업활동현금흐름은 95.3억원을 기록한 가운데, 유형자산 처분으로 인하여 428억원이 유입되면서 차입금 상환, 자기주식 취득, 배당금 지급 등으로 자금이 소요되면서도 약 147억원의 현금성 자산이 증가하는 등 우수한 현금흐름을 보여주고 있다.

그림 8. 동사 현금흐름의 변화



*출처: 동사 사업보고서(2019) 1분기보고서(2020)

V. 주요 변동사항 및 향후 전망

안정적인 사업성장의 가속화를 위해 글로벌 진출 전략 모색

푸드웰은 음식료품 산업 내에 안정적인 성장을 지속하고 있으며, 기업의 경쟁력 제고를 위해 편중된 해외 매출의 구조적 개선 전략을 모색하고 있다.

■ 변화하는 음식료품 산업에서 안정적인 성장 지속

음식료품 소비 트렌드는 건강, 안전 지향이 가장 큰 비중을 차지하는 가운데 편리성과 다양화, 고급화 경향 등의 증가가 예상된다. 또한, 합리성과 간편성의 확산은 외식산업의 트렌드와 상호작용하며 시장을 주도하고 있다. 이러한 가운데 푸드웰(이하 동사)은 신사업 개척을 통해 비약적인 발전을 이루기보다 빠르게 변화하는 음식료품 산업에서 지속 가능한 발전을 이루고자 제품 및 서비스의 질과 폭을 확대하고, 체계적인 품질시스템을 갖춰가고 있다. 특히 수요자의 요구에 상응하는 제품을 개발 및 제조하는 방식으로 성장을 이뤄 왔으며 이를 위해 검증된 생산 인프라 구축과 제품의 다양화를 도모하고 있다. [표 10]의 최근 3년간 생산능력 기준 실제 제품생산 수량을 살펴보면 소비 트렌드 변화 등으로 품목별 차이는 있으나 전체적으로 증가세를 유지하고 있으며 이로 인해 매출 또한, 최근 3년간 동반 성장한 것으로 파악된다.

표 10. 동사 생산능력 기반 실제 제품생산 수량

구분	품목	실제 제품생산 수량(톤)		
		2017	2018	2019
대구공장	통조림	810	943	887
	잼/시럽	10,113	7,834	7,220
	음료	26,127	29,706	45,575
중국	밤 제품	966	835	759
	시럽제품	6,064	11,062	12,600
	냉동제품	5,332	8,701	7,816
천안공장	냉동만두	7,384	8,625	9,802

*출처: 사업보고서(2017-2019), NICE평가정보 재구성

■ 편중된 해외 매출의 구조적 개선 전략

동사는 경영혁신을 통한 제품 및 서비스의 질과 폭을 확대하고, 체계적인 품질시스템을 통해 안전한 식품문화 확보에 매진하고 있다. 특히, 본사와 해외법인의 생산 네트워크 및 품질 관리시스템에 중점을 두어 지속 성장의 기반을 다지고 있다. 다변화하는 소비자들의 니즈를 충족시키기 위한 다양한 식품이 개발하고 있으며 급격히 성장하고 있는 중국시장에서 확보한 품질시스템과 서비스는 안정적인 중국시장 안착을 위해서 매우 중요한 역할을 하고 있다.

특히 국내 대기업과 일본에 편중되어있는 매출구조의 개선 측면에서 중국시장 진출 대한 노력은

기술사업적 약점극복의 대안으로 활용되며, 한류열풍에 대한 문화콘텐츠와 결합을 통해 융합콘텐츠 관점에서 접근한다면 글로벌 시장 개척의 교두보로 작용할 수 있을 것으로 판단된다.

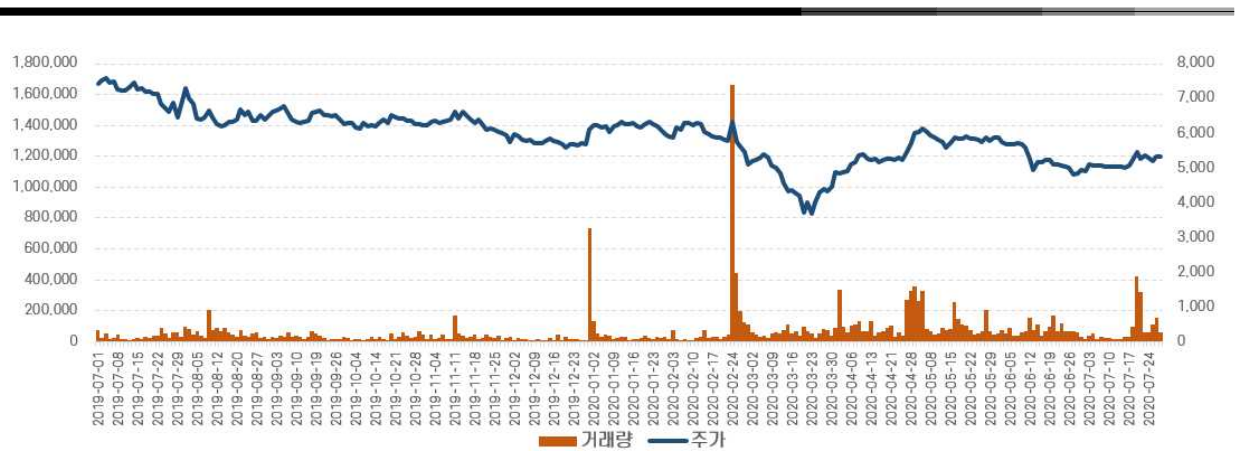
IoT, ICT, 스마트기기 등 신기술 접목을 통한 성장동력확보

음식료품 산업 분야의 주요 트렌드 중 하나는 소비자들이 그 어느 때보다 음식료품을 소비하기 전에 더 많은 조사를 한다는 것이다. 스마트폰을 이용한 간편한 검색을 통해 소비자들은 그들이 소비하고 있는 제품의 다양한 정보를 빠르게 습득하고 결정을 내릴 수 있게 되었다. 성공적인 음식료품 사업을 위해서는 디지털 및 소셜 플랫폼을 활용한 정보를 필요로 하는 소비자들에게 엄격한 제품조사방법과 팁, 이야기, 포럼 등을 제공하는 부분이 고려되어야 할 것이다. 또한, 2019년 국내 외식산업 주요이슈 중 하나인 푸드테크 활성화란 외식업과 ICT 기술이 접목되면서 외식업주와 소비자의 음식점 이용, 관리가 스마트해지고 편리해지면서 키오스크 주문, 사이렌오더, 배달서비스 어플리케이션 등 비대면 서비스 증가와 그 범위가 확대되고 있으며, 스마트 기기를 도입한 음식점, 카페 등이 점차 확산할 것으로 전망된다. 또한, 사물 인터넷과 빅데이터를 활용하는 것도 전체 전략의 중요한 부분이 될 것으로 보인다.

증권사 투자의견

작성기관	투자의견	목표주가	작성일
최근 6개월 내 발간된 보고서 없음			

시장정보(주가 및 거래량)



*출처: Kisvalue(2020.07.)