

이 보고서는 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

기술분석보고서

[▶ YouTube 요약 영상 보러가기](#)

하이로닉(149980)

건강관리장비

요약

기업현황

시장동향

기술분석

재무분석

주요 변동사항 및 전망



작성기관

한국기업데이터(주)

작성자

구완서 전문위원

- 본 보고서는 「코스닥 시장 활성화를 통한 자본시장 혁신방안」의 일환으로 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해, 한국거래소와 한국예탁결제원의 후원을 받아 한국IR협의회가 기술신용 평가기관에 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 “한국IR협의회” 채널을 추가하시면 매주 보고서 발간 소식을 안내 받으실 수 있습니다.
- 본 보고서에 대한 자세한 문의는 작성기관(TEL.02-3215-2398)으로 연락하여 주시기 바랍니다.



한국IR협회

하이로닉(149980)

글로벌 미용 의료기기 전문기업으로 도약

기업정보(2020/12/22 기준)

대표자	이진우
설립일자	2007년 12월 11일
상장일자	2014년 12월 17일
기업규모	중소기업
업종분류	그 외 기타 의료용 기기 제조업
주요제품	미용 의료기기 (DOUBLO, MICOOL, SLIMUS 등)

시세정보(2020/12/28 기준)

현재가(원)	5,070
액면가(원)	100
시가총액(억 원)	715
발행주식수(주)	14,099,995
52주 최고가(원)	6,540
52주 최저가(원)	2,080
외국인지분율	0.87%
주요주주	이진우 외

■ 하이로닉, 아름다움 찾아주는 '해피메이커(Happy maker)'

주식회사 하이로닉은 미용 의료기기 제조, 판매업 등을 사업목적으로 2007년 12월에 설립된 미용 의료기기 전문기업으로서 'Happy maker'라는 슬로건을 바탕으로, 미용 의료기기 시장을 선도해나가며 대한민국 대표 미용 의료기기 회사를 넘어 세계적인 글로벌 기업으로 성장하기 위해 노력하고 있고, 국내에서 개최되는 국제 의료기기 박람회(KIMES)와 해외의 의료기기 관련 유명 박람회에 매년 참가하여 동사의 기술력과 브랜드를 알리고 있다.

동사는 '행복한 세상을 만들어가는 기업'이라는 경영이념을 바탕으로, 고객에게 새로운 가치를 제공하기 위한 차별화된 제품을 만들고 있으며, 2011년 8월 HIFU 기술을 적용한 '더블로(DOUBLO)'를 출시하였다.

더블로는 고강도 집속 초음파 에너지를 이용한 피부탄력개선 장비로 세계에서 두 번째로 개발한 제품이며, 같은 해 12월 무역의 날에는 지식경제부 장관상을 받았으며, 2016년에는 세계일류상품으로 지정되었다.

2013년 4월에는 냉각 지방분해 제거기술을 이용한 '미쿨(MICOOL)' 제품을 출시하여 비만 시장에 반향을 일으켜 동사가 한 단계 더 도약하는 계기를 마련하였으며, 7월에는 코넥스 시장에 주식을 상장한 뒤, 9월에는 '제14회 중소기업기술혁신대전'에서 기술혁신 분야 국무총리상을 수상하였다.

2014년 9월에는 '제15회 중소기업기술혁신대전' 기술혁신 기업 분야에서 고강도 집속형 초음파 수술기 '더블로', 비침습 냉각 지방분해 기기 '미쿨'이 지식경제부 선정 기술혁신 제품으로 선정돼 대통령상을 수상하였다.

10월에는 에너지 방출을 통해 피부 질환 치료를 도와주는 '미라클리어(MIRACLEAR Plus)'를 출시하였고, 12월에는 주식을 코넥스에서 코스닥 시장으로 이전 상장하였다. 이러한 기술혁신을 바탕으로 제품 라인업을 지속적으로 확장하여 업계 트렌드를 선도하고자 끊임없이 노력하고 있다.

요약 투자지표 (K-IFRS 연결 기준)

구분 년	매출액 (억 원)	증감 (%)	영업이익 (억 원)	이익률 (%)	순이익 (억 원)	순이익률 (%)	ROE (%)	ROA (%)	부채비율 (%)	EPS (원)	BPS (원)	PER (배)	PBR (배)
2017	181.3	17.16	17.5	9.64	7.6	4.21	1.85	1.61	24.51	54	3,087	88.46	1.55
2018	203.3	12.11	-0.3	-0.14	1.4	0.69	-0.67	0.30	11.95	-18	3,005	-	1.49
2019	201.3	-0.98	26.1	12.98	30.5	15.14	7.40	6.78	12.85	206	3,240	27.18	1.73

기업경쟁력

기술경영

- 꾸준한 R&D 투자 및 다양한 지식재산권 확보
- 더블로(DOUBLO) 제품 : 2016년 세계일류상품 지정
- 다수의 수상실적(국무총리상, 대통령상 등) 보유

주요 지식재산권 보유 현황

- (10-2183161) 레이저 빔 장치
- (10-2174509) 냉동 지방분해 장치
- (10-2168246) 고강도 집속 초음파 시술 장치

핵심기술 및 적용제품

핵심기술

- 고강도 집속 초음파(HIFU) 기술 확보
- 532/755/1064/1450/2940nm LASER 파장과 LED/UV를 이용한 의료용 복합 광원 발생장치 개발
- Picosecond 엔디야그 레이저 피부미용 의료기기 개발

과목	연구개발비용	투자비율
2020년 3분기	1,613백만 원	13.77%
2019년	2,750백만 원	13.66%
2018년	3,107백만 원	15.29%

매출액 13%이상의 꾸준한 R&D 투자





후발주자에 대한 진입장벽

고부가가치 사업추진 근간

차별화된 제품 생산

고객 만족 및 신뢰 구축

적용제품

DOUBLO	SLIMUS
	
A-FIT	Q-FIT
	

새로운 미용 의료기기 제품 출시



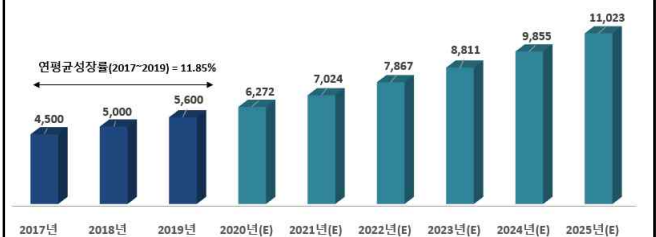
시장경쟁력

기술역량

- 높은 품질의 미용 의료기기 제품개발 및 공급
- 꾸준한 연구개발을 통해 기술 고도화
- 경쟁사 대비 경쟁력
 - 소비자가 뽑은 서비스고객만족대상 3년 연속 수상
 - 다양한 수상 이력이 입증하는 기술력 보유

시장 규모

년도	시장 규모	성장률
2019	5,600억 원	연평균 : 11.85% 성장 전망 (출처 : 중소기업 전략기술 로드맵)
2025	1조 1,023억 원	



최근 변동사항

성장모멘텀 확보

- 삶의 질 향상 추구로 뷰티 산업의 본격 성장 도래
 - 중장기 성장전략 수립 및 '아미베뷰티'를 통한 동사의 HIFU 기술과 플라즈마 기술 등을 이용한 제품개발
- 레이저 비만치료기 '슬리머스(SLIMUS)' 미국 FDA 승인
 - BMI 30(kg/m2) 이하 비만 환자의 허리둘레감소로 식품의약품안전처 허가를 받은 의료용 레이저조사기 슬리머스(SLIMUS)가 복부, 옆구리, 등, 허벅지의 비침습적 지방분해를 적응증으로 미국 FDA 승인
 - FDA 승인 기점으로 매출 규모 증가세 가속화 전망

I. 기업현황

인류의 건강과 행복을 위해 노력하는 미용 의료기기 전문기업

동사는 2007년 12월 11일 설립되었고, 고강도 집속 초음파(HIFU) 기술을 보유하고 이를 기반으로 더블로(DOUBLO) 제품, 냉각 지방분해 장비 등의 미용 의료기기를 제조하고 있다.

■ 회사 연혁 및 주요 사업 분야

주식회사 하이로닉(Hironic Co. Ltd.) (이하 ‘동사’)은 미용 의료기기의 제조, 판매업 등을 사업목적으로 2007년 12월 11일에 설립된 후 2013년 7월 1일 코넥스 시장에 상장하였고, 2014년 12월 17일에 코넥스 시장에서 코스닥 시장으로 이전 상장하여 사업을 영위하고 있으며, 2019년 말 기준 총자산 46,867백만 원, 자기자본 41,531백만 원(납입자본금 1,410백만 원) 규모의 중기업으로 2020년 9월 30일 기준 61명의 직원이 근무하고 있다.

동사는 ‘Happy maker’라는 슬로건을 바탕으로 국내에서 개최되는 국제 의료기기 박람회(KIMES)와 해외의 의료기기 관련 유명 박람회에 매년 참가하여 동사의 기술력과 브랜드를 알리고 있는 등 대한민국 대표 미용 의료기기 회사를 넘어 세계적인 기업으로 성장하기 위해 노력하고 있다.

동사는 안전하게 피부 노화를 치료하는 HIFU 기술이 적용된 피부 리프팅 기기 개발을 시작으로, 더욱 쉽게 지방을 분해할 수 있는 냉각 지방 분해기술, 빠르고 간편하게 탈모를 치료하는 비절개식 모발이식기술, 최근에는 심혈을 기울여 개발한 Nd:YAG Picosecond Laser로, 안정적인 300ps 펄스 듀레이션(Pulse Duration, 펄스 지속 시간)을 구현해내는 피코 레이저기기까지 다양한 기술과 제품 라인업으로 트렌드를 선도하기 위해 끊임없이 노력하고 있다.

[그림 1] 동사의 사업영역



*출처 : 동사 홈페이지(<http://kr.hironic.com/>)

동사는 3개의 종속회사를 보유하고 있으며, 종속회사의 개요와 사업의 내용은 다음과 같다.

[표 1] 종속회사 현황

종속회사	설립일	주요 사업	소재지
(주)아띠베뷰티	2015년 01월 08일	미용기기, 제조 및 도매업	경기도 용인시 수지구
(주)하이로닉코리아	2016년 04월 06일	의료기기, 미용기기 도소매	경기도 용인시 수지구
(주)블루코어컴퍼니	2012년 01월 02일	의료기기 제조업	부산광역시 해운대구

*출처 : 동사 분기 보고서(2020년 09월)

■ 대표이사 및 주주 정보

대표이사 이진우(1974년생, 남)는 (주)멀티비즈(2000년~2001년, 최종직위:팀장), (주)화이텐코리아(2002년~2003년, 최종직위:점장), (주)아마오리엔트(2003년~2006년, 최종직위:팀장), (주)비에스피메디칼(2006년~2012년, 최종직위:대표이사)에서 근무한 경험을 바탕으로 2009년 10월 대표이사에 취임하여 동사의 경영 전반을 총괄하고 있다.

동인은 사업성이 좋은 핵심아이템의 역량을 강화해 품질을 향상하고 판매가격을 현실화시키는 정책을 취하고 있다. 또한, 동인은 목표시장을 의료기기 분야로 설정하고 주력 사업 분야에 대한 뚜렷한 목표관리 시스템을 구축하여 주요 업무 분야 전담인력을 두고 기술 경쟁력 확대를 위한 투자와 지원을 아끼지 않고 있으며, 기술 관련 다양한 인증 획득에 심혈을 기울이고 있고, 기술 사업화 관련 각종 규제 및 정책 등에 대해 파악하고 있다.

[표 2] 최대 주주 및 특수관계인의 주식 소유 현황

성명	관계	주식(주)	지분율(%)
이진우	본인	3,695,370	26.21
이은숙	특수관계인	2,617,795	18.57
이민정	특수관계인	100,000	0.71
지복순	특수관계인	7,357	0.05
이연구	특수관계인	7,000	0.05
이민희	특수관계인	1,200	0.01
신민자	특수관계인	1,600	0.01
에스인베스트먼트	특수관계인	2,319	0.02

*출처 : 동사 분기 보고서(2020년 09월)

■ 동사의 주요 제품

동사는 HIFU 기술을 이용한 더블로(DOUBLO) 제품, 냉각 지방분해 장비인 미쿨(MICOOOL) 제품, 레이저 기술을 이용한 비침습적 지방분해 장비 슬리머스(SLIMUS), 레이저 기술과 RF를 접목시킨 여드름 개선 장비, 색소침착 개선을 위한 레이저 기술 기반 제품 등을 제조하고 있다.

[표 3] 제품 유형별 매출 추이

(단위 : 백만 원)

매출 구분	2020년 3분기	2019년	2018년
제품	11,699	19,956	20,158
기타	14	173	170
합계	11,713	20,128	20,328

*출처 : 동사 분기 보고서(2020년 09월), 한국기업데이터(주) 재가공

II. 시장 동향

지속적인 성장이 기대되는 의료기기 산업

의료기기 시장은 고령화, 기대수명 증가, 안티에이징에 대한 관심 증대 등으로 인해 시장전망이 밝은 편으로 동사가 영위하고 있는 미용 의료기기 시장도 꾸준히 성장할 것으로 예상된다.

■ 의료기기 시장 동향

의료기기는 사람 또는 동물에게 단독 또는 조합하여 사용되는 기구 · 기계 · 장치 · 재료 또는 이와 유사한 제품으로서 다음의 어느 하나에 해당하는 제품을 말한다. (의료기기법 제2조)

모든 의료기기의 시장 유통을 위해서는 식품의약품안전처의 인허가 과정을 거쳐야 하는데 인체 위해성이 낮은 1등급 품목(의료용 칼, 가위, 영상 저장/조회용 SW 등의 잠재적 위해성이 거의 없는 의료기기)은 단순 신고만으로 허가를 받을 수 있다. 다만, 인체 위해성이 있거나 유효성이 요구되는 2~4등급의 품목은 심사과정을 거쳐 의료기기 품목허가를 받아야 한다. 의료기기 산업은 총 5가지 특징을 갖고 있으며, 세부적인 내용은 다음과 같다.

첫째, 의료기기는 다양한 제품군으로 구성되며, 기술발전에 따라 점차 복잡해지고 다양화되는 추세이다. 의료기기는 제품설계 및 제조단계에서 임상의학, 전기 · 전자 · 기계 · 재료 · 광학 등 학제간기술이 융합 · 응용되는 특성이 있으며, 단순 소모품에서 최첨단 전자의료기기까지 넓은 스펙트럼으로 구성된다. 의료기기는 주사기 등 소모품, 기초 의료용품, MRI, CT, 의료용 로봇 및 수술기기 등 광범위한 기기를 포괄하며, 기술발전에 따라 점차 복잡화 및 다양화되는 추세이다.

둘째, 의료기기산업은 다품종 소량생산 산업이다. 의료기기 제품 종류는 수천 가지가 넘고, 품목당 생산 수량도 10만대를 초과하는 품목이 거의 없을 정도로 대표적인 다품종 소량 생산 산업이다. 저가 또는 일부 시장에서는 전문 중소기업이 시장을 주도하며, 고가의 첨단 고부가제품은 소수의 대기업이 주도하고 있다.

셋째, 의료기기산업은 정부의 의료정책 및 관리제도와 밀접한 관련성이 있다. 의료기기산업은 인간의 생명과 보건에 관련된 제품을 생산하는 산업으로 국민의 건강증진 등에 직간접적 영향을 받기 때문에 정부의 인허가 등 규제가 필요하다. 정부는 의료기기 생산 및 제조, 임상시험 등 안전규제, 유통 및 판매 등 안전성 · 유효성 확보, 지식재산권 보장 등에 대하여 규제하고 있다.

또한, 인허가 측면에서 국가 간 인증 허가제도가 상이하여 국제 교역에서 비관세 장벽으로 작용하고 있다. 미국 FDA의 인허가에 걸리는 기간이 평균 7.2개월, 중국은 13개월이다. 이후 시장에 진입하는 소요 기간은 더 늘어난다.

넷째, 의료기기 시장은 수요가 한정된 특징이 있다. 의료기기는 의료진단과 치료에 전문성을 가진 병원이 주요 수요처이다. 또한, 건강, 보건과 관련되므로 제품의 안전성 · 신뢰성을 우선하여 고려한다. 시장 수요자들은 기존 유명제품을 계속 사용하는 보수적인 경향이 강하기 때문에 상대적으로 시장의 진입장벽이 높고 가격 탄력성은 낮다. 제품에 대한 인지도와 브랜드 파워가 매우 중요한 산업이며, 마케팅 장벽 및 충성도가 매우 높아 경기 민감도가 상대적으로 낮다.

다섯째, 연구개발에 대한 지속적인 투자가 필요하다. 의료기기 산업은 자본/기술 의존형 산업으로 제품의 개발부터 생산까지 약 3~5년 정도가 소요되어 비용 회수 기간이 길다. 또한, 개별 제품의 시장 규모가 작고 수명주기가 짧아 연구개발에 대한 지속적인 투자가 요구되는 산업이다.

피치 솔루션(Fitch Solutions) 보고서에 의하면 세계 의료기기 시장은 2014년 333,613백만 달러에서 연평균(CAGR) 3.93% 성장하여 2019년 404,484백만 달러(약 493.9조 원) 규모로 성장하였으며, 한국의 의료기기 시장은 6,598백만 달러 규모로 세계 10위를 차지하였다.

대륙별로는 아메리카 지역이 194,664.5백만 달러로 전체의 48%를 차지하고 있고, 서유럽 지역은 97,811.7백만 달러, 아시아지역 85,305.7백만 달러의 시장을 형성하였으며, 2014년 이후 연평균 성장률은 아시아지역 5.9%, 아메리카 지역 4.8%로 평균 이상의 성장을 기록하고 있다.

Evaluate MedTech(2018) 자료에서는 의료기기 시장을 15개 범주로 구분하여 2024년까지의 시장을 전망하고 있으며, 체외진단 분야가 가장 큰 시장을 형성할 것으로 예상했다.

[표 4] 의료기기 세부 분야별 시장 현황 및 전망

(단위 : 십억 달러)

구분			시장규모		CAGR(%)
			2017년	2024년	(2017~2024)
01	체외진단	In Vitro Diagnostics(IVD)	52.6	79.6	+6.1%
02	심장학	Cardiology	46.9	72.6	+6.4%
03	진단영상	Diagnostic Imaging	39.5	51.0	+3.7%
04	정형외과	Orthopedics	36.5	47.1	+3.7%
05	안과	Ophthalmics	27.7	42.2	+6.2%
06	일반/성형외과	General & Plastic Surgery	22.1	34.3	+6.5%
07	내시경	Endoscopy	18.5	28.3	+6.3%
08	약물전달	Drug Delivery	18.5	25.3	+4.6%
09	치과	Dental	13.9	21.6	+6.5%
10	기타	Other(미용 의료기기 등)	63.1	92.9	+5.7%

*출처 : (2018년 09월) Evaluate MedTech, World Preview 2018, Outlook to 2024

세계 의료기기 시장에는 Medtronic, Johnson & Johnson, Abbott Laboratories, Siemens Healthineers, Becton Dickinson, Philips 등이 있으며, 메드트로닉(Medtronic)은 300억 달러(2017년 기준) 매출 1위를 차지하고 있다. 이러한 추세는 2024년까지 지속하여 2024년 389억 달러의 매출 전망했으며, 의료기기 업체 간 M&A로 기업들의 매출 전망에 큰 변화가 있는데, Becton Dickinson은 C. R. Bard를 인수하면서 2024년 매출 5위의 기업으로 급부상했다.

식품의약품안전처가 2019년 발표한 자료에 따르면, 국내 의료용 기기 시장 규모는 2015년 5조 2,657억 원에서 2019년 7조 8,039억 원으로 연평균 10.34% 증가하였으며, 이후 같은 성장률로 증가하여 2024년에는 12조 7,609억 원의 시장을 형성할 것으로 전망했다.

■ 미용 의료기기 시장 동향

미용 의료기기 산업은 인체를 건강하고 아름답게 관리하기 위해 제공되는 서비스와 서비스 제공에 사용되는 미용기기 등의 개발, 제조, 판매 등과 관련된 산업을 의미한다. 뷰티 산업은 웰빙, 감성 소비와 같은 새로운 소비 트렌드에 부합하여 크게 성장하고 있는 새로운 성장산업으로서 보건, 의료, 문화 등과 연계되어 새로운 수요를 창출하고, 사회적 가치와 결합되는 산업이다.

Psmarket research의 2018년 5월 자료에 따르면 미용 의료기기 세계 시장은 2017년 33,500백만 달러에서 2025년 137,169백만 달러로 연평균 19.37%씩 성장할 것으로 전망했었다.

[표 5] 세계 미용 의료기기 시장규모 및 전망

(단위 : 백만 달러)

2017년	2018년	2019년	연평균 성장률(CAGR)	2021년(E)	2023년(E)	2025년(E)
33,500	39,900	47,700	19.37%	68,100	96,900	137,169



*출처 : Beauty Devices Market by Type of Device, Psmarket research, 한국기업데이터(주) 재가공

또한, 2020년 8월에 발간된 Report Linker의 Medical Aesthetics Market 자료에 따르면 코로나19의 영향으로 인해 미용 의료기기 수요가 증가하여 미용 의료기기 세계 시장은 2019년 116,521.1백만 달러에서 2025년 221,472.8백만 달러로 2019년도에 예측했던 연평균 성장률(10.60%)을 소폭 상향하여 연평균 11.29% 성장할 것으로 전망했다.

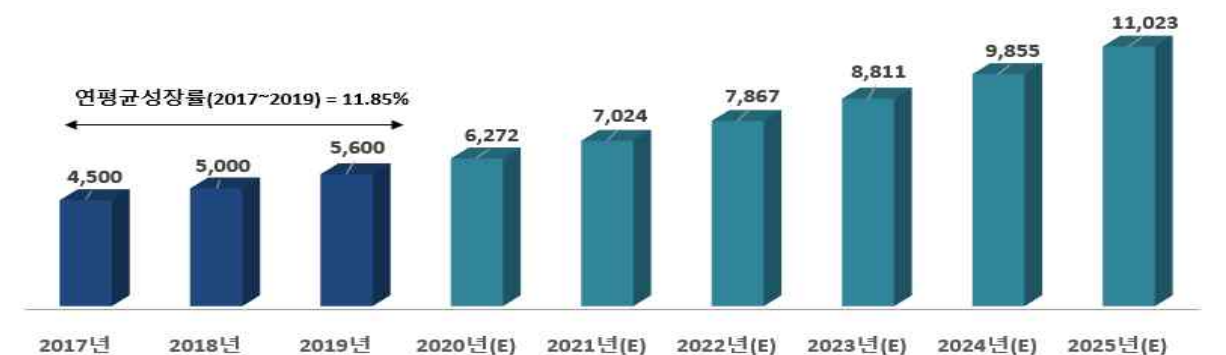
2019년 03월에 발간된 2019 화장품 업종 보고서에 따르면, 국내 미용 의료기기 시장은 2017년 4,500억 원에서 2025년 11,023억 원 규모로 연평균 11.85%씩 성장할 것으로 전망했다. 가정용 미용 의료기기는 2015년 클렌징 기능 중심의 제품을 시작으로 하여 2017년 LED 마스크가 등장했으며, 지속적인 기술 첨단화로 인한 제품이 다양화되고 있다.

또한, 국내 미용 의료기기 시장에서는 집에서 피부 관리가 가능한 미용 의료기기 관련 시장이 급속도로 성장하고 있으며, 향후에도 지속적으로 성장할 것으로 전망된다.

[표 6] 국내 미용 의료기기 시장규모 및 전망

(단위 : 억 원)

2017년	2018년	2019년	연평균 성장률(CAGR)	2021년(E)	2023년(E)	2025년(E)
4,500	5,000	5,600	19.37%	7,024	8,811	11,023



*출처 : 2019 화장품 업종 보고서, 중소기업 전략기술 로드맵, 한국기업데이터(주) 재가공


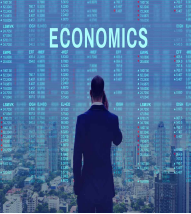


국가경쟁력강화위원회에서는 2009년 뷰티산업 경쟁력 강화 방안을 발표하고 국내 뷰티 서비스를 관광 및 수출 상품으로 육성하기 위한 정책을 추진하고 있다.

미용 의료기기 시장은 인구의 고령화, 남성 수요층의 확대, 관련 기술의 발전, 신흥시장의 부상, 환경오염 심화 등 거시적 산업 환경 변화에 따라 빠르게 성장하고 있으며, 수요 증가 및 기술발전 등의 요인에 따라 미용 의료기술이 증가하면서 병·의원용 기기의 보급이 확산 추세이다.

미용 의료기기 시장의 주요 특징으로는 지역별, 국가별 제품 수요가 상이함을 들 수 있는데 미국, 유럽 등 선진국의 경우에는 안티에이징 관련 시장이 40% 이상을 차지하는 반면 아시아의 경우 20% 수준이며 동남아 지역의 경우 미백 관련 수요가 상대적으로 높다.

최근 미용 의료기기 시장의 주요 트렌드는 안티에이징, 비침습 또는 최소 침습형 기기, 다기능화 및 DIY 경향을 들 수 있으며, 최근 미용 의료기기의 또 하나의 중요한 트렌드는 체형관리를 위한 기기 시장이 빠르게 성장하고 있고, 스마트 기기의 보급에 따른 셀프 케어 트렌드에 따라 가정에서도 스스로 관리가 가능한 DIY 트렌드가 부상하여 관련 시장도 급속히 성장하고 있다.

[표 7] 의료기기 분야 거시환경(PEST) 분석

정치/법규(Political)	
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 고령화 사회로의 진행에 대비한 정부의 노력 ▶ 모바일 헬스케어 서비스에 대한 정부의 정책 및 연구 지원 ▶ BT 분야 육성 계획에 따른 u-Healthcare 및 웰니스 서비스에 대한 당국의 관련 연구 지원 ▶ 노화 예방 통한 국민의 삶의 질 개선 정책 추진
거시/미시경제(Economic)	
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 소득향상, 고령화, 건강에 관한 관심 증대, 고성능 영상 진단기기 수요 증가 ▶ 패러다임 변화로 인한 건강관리 관심 증가 ▶ 원천 기술에 대한 재산권 강화 ▶ FTA 개방의 가속화 및 시장선점 경쟁 심화 ▶ (치료에서 예방을 중요시하는 환경) 영상 진단 및 측정기기 수요 증가
사회/문화(Social-Cultural)	
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 고령층 대상 산업 시장 규모 증가 및 건강 유지 중심 시장으로 변화 ▶ 생체신호 측정기기를 이용한 관련 기술들의 발전 ▶ 중국, 일본 등 주변 국가의 유동인구 증가에 따른 의료수요 확대 ▶ 많은 연구 개발비가 소요되고 투자 측면에서 위험 ▶ 사업 참여 및 시장 진입장벽이 높음
기술/정보(Technological)	
	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 생체적합성, 조직 재생에 대한 수요가 높아지면서 기존의 합성 생체 재료를 천연 유래의 생체 유래 소재로 대체하려는 연구 활성화 ▶ 제품 표준화, 원천 기술의 확보를 통한 경쟁력 강화 ▶ 나노융합 기술 및 표면 처리 기술의 개발로 인한 제품의 다양성 ▶ 기술 진입장벽이 높은 선진국 독점 형 첨단 기술에 의존 ▶ 일부 품목에 한정된 기술 경쟁력 및 (원천 기술 미확보) 기술 개발의 한계

*출처 : 한국과학기술정보연구원, 한국기업데이터(주) 재가공

Ⅲ. 기술분석

꾸준한 연구개발을 통한 기술 고도화 작업 진행

동사는 2010년 01월 기업부설연구소를 설립하고 기술개발을 통해 다양한 신제품을 생산하고 있는데, 세계일류상품으로 선정된 집속초음파장비(HIFU) 더블로 시리즈를 개발하는 등 지속적인 연구개발 투자로 미용 의료기기 분야를 선도하고 있다.

■ 미용 의료기기 개요

미용 의료기기는 기술 진화 및 트렌드 변화에 따라 변천을 거듭했다. 1970년대 레이저기기부터 시작하여 IPL(Intense Pulsed Light), Q-switched Nd:YAG Laser, RF, Fractional laser, Needle RF, HIFU를 거쳐 최근 피코 레이저 장비까지 이르고 있다.

미용 의료기기는 작용 기전에 따라 에너지 기반 기기 및 경피 약물전달 기기로 분류되며, 에너지 기반 기기는 인체 외부에서 에너지(laser, RF, 초음파 등)를 인체 내로 인가하여 원하는 임상적 효과를 얻는 의료기기를 의미하고, 경피 약물전달 기기는 물리적 에너지를 통해 피부 장벽을 완화 또는 제거하여 경피를 통한 약물전달을 원활하게 하도록 사용하는 의료기기를 말한다.

미용 의료기기 기술의 주요 트렌드는 시술비용, 회복 기간 및 부작용 최소화를 위한 비침습(non-invasive : 초음파, 고주파 등과 같이 피부 절개가 없는 시술) 및 최소 침습형(minimally invasive : 보툴리눔 독소 등과 같이 최소한의 침습을 통한 시술) 또는 비접촉 기기를 선호한다.

또한, 정상 부위의 손상 최소화를 위해 진단기술이 융합된 치료기기가 등장했고, 제품 사이클이 타 의료분야에 비해 짧은 특성상 새로운 형태(에너지, 구조 등)의 기기에 대한 요구가 증대되고 있으며, DIY 수요에 따른 전문 의료기기 기반 가정용 미용 의료기기에 대한 개발 요구가 증가하고 있고, 기기 자체의 전기 기계적 특성보다 임상 연계를 통한 데이터의 확보가 경쟁력에 가장 큰 영향을 미치고 있다.

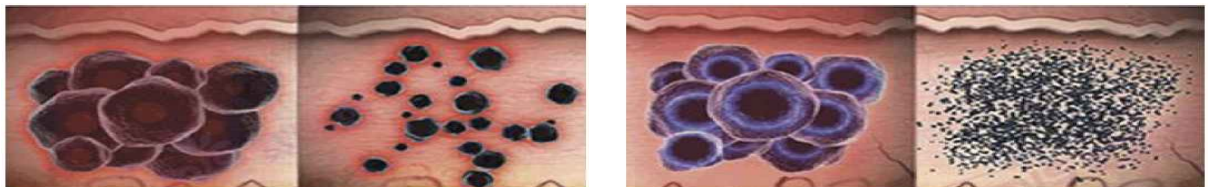
미용 의료기기 중 하나인 레이저기기는 인간 생체조직의 파장별 광 흡수 차이를 이용하여 열분해(Thermolysis)를 유도하여 원하지 않는 조직을 제거하는 방식으로 임상적 효과를 얻는 원리를 활용하는 기기로 1970년대 루비레이저의 의료분야 적용을 시작으로 미용 목적의 레이저 기술이 발달하기 시작하였다.

2003년 최초로 Huzaira M. 등이 레이저를 분산해 조사할 수 있는 프락셔널(Fractional) 개념을 발표하고 2004년 Manstein D. 등이 열분해(Fractional Thermolysis) 기술을 개발한 이후 프락셔널 레이저가 상용화되었으며, 현재 미용 의료기기의 대표 기기로 사용되고 있다.

또한, 레이저기기는 CO₂ 레이저(Carbon Dioxide Laser), 어븀야그(Er:YAG) 레이저 등 다양한 발진 부를 이용한 프락셔널 기술이 발전했으며 최근에는 경피 약물전달 분야까지 응용범위를 확장되고 있고, 레이저기기의 주요 기술 트렌드는 짧은 레이저 펄스 시간을 통한 높은 출력조사가 가능한 형태로 레이저 발진 부에 대한 개발이 활발히 진행되고 있다. Cynosure사의 Picosure를 펄스로 수백 피코초 단위의 펄스 폭을 갖는 피코초 레이저가 속속 출시되고 있다.

피코초 레이저는 기존의 Q-Switch 레이저보다 짧은 시간에 큰 에너지를 조사할 수 있어 정상 피부에 대한 손상은 최소화하고 목표하는 물질의 효과적 파괴가 가능하다. 최근 영상분석 기술의 발달과 의료분야에 AI 기술의 적용으로 영상유도기반 레이저 치료 등과 같은 치료 보조 및 자동 치료 기술에 대한 개발도 상당 수준 진행되고 있다.

[그림 3] 나노초 레이저(왼쪽) vs. 피코초 레이저(오른쪽)



*출처 : Cynosre, 미용 의료기기 기술 동향, 한국산업기술평가관리원, 한국기업데이터(주) 재가공

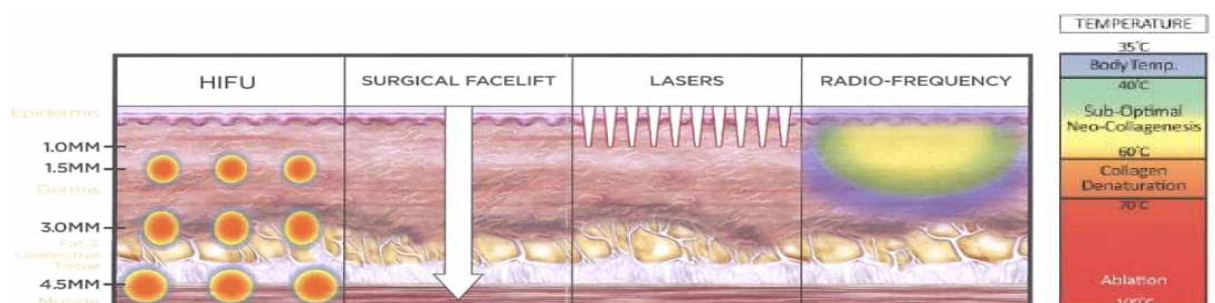
미용 의료기기 중 하나인 고주파 기기는 인체 내에 고주파를 인가하여 발생하는 세포 발열을 이용하여 조직 심부에 열을 발생시키는 목적으로 기존 전기 소작기 기술에서 파생되어 미용 목적 의료기기로 사용되고 있으며, 심부에 열을 발생시켜 낮은 정도의 화상을 유도함으로써 콜라겐 수축(Collagen Shrinkage) 및 섬유아세포 촉진(Fibroblastic Recruiting)을 유도하여 새로운 콜라겐 섬유와 엘라스틴(Elastic) 섬유를 생성하는 임상적 효과를 이용한다.

2000년 초반까지는 주로 고주파 마사지기로 사용되었으나 2004년 미국 Thermage사의 어레이 전극을 이용한 비침습 피부재생, 탄력용 기기가 미용 목적의 의료기기로는 처음으로 FDA의 승인을 받은 이후 관련 기기 개발이 활성화되었고, 이후 비침습 기기보다 효과적인 시술이 가능한 최소 침습형 니들을 이용한 고주파 기기들이 개발되고 있으며 최근에는 에너지 분산형 고주파 기기인 프락셔널 고주파 기기들에 대한 개발이 주를 이루고 있다.

최근에는 고주파 전극의 간격, 형상에 따라 피부 아래의 피하지방층에 심부 발열이 가능하여 체형관리 기기로도 응용이 확대되고 있으며, 피부에 직접 접촉하여 에너지를 전달하는 방식을 탈피하여 고주파 집속 장을 이용하여 비접촉 체형관리가 가능한 기기들도 개발되는 등 점차 적용 분야를 확대하는 추세로 최근 개발되는 비접촉 체형관리 기기의 경우 13.56MHz 또는 27.12MHz의 ISM 밴드 대역을 많이 사용하고 있다.

미용 의료기기 중 하나인 초음파 기기는 초기에는 미용 분야에서 경피 약물전달 보조 기기로 사용되었으며 1994년 고강도 집속초음파(HIFU : High Intensity Focused Ultrasound)가 전립선 비대증에 적용된 이후 2000년대 후반부터 미용 의료기기 분야에 사용되고 있다.

[그림 4] HIFU, 레이저, 고주파 작용 원리 비교



*출처 : Dr. Bob Clinic, NH투자증권, 한국기업데이터(주) 재가공





HIFU 기술이 본격적으로 미용 의료분야에 사용되기 시작한 것은 2009년 Ulthera사가 피부 주름 개선을 적응증으로 FDA 승인을 받은 것을 기점으로 급격히 확대되고 있으며, HIFU는 인체 내 특정 지점에 초음파를 집속하여 조직의 응고, 자극을 통해 원하는 임상적 효과를 얻는 방식으로 주로 주름 개선, 피부 탄력 증대 및 체형관리 등에 사용되고 있다.

초음파를 집속하는 방식은 개별 트랜스듀서의 형상제어를 통하는 방식과 어레이 구조를 통해 집속하는 두 가지 방식이 사용되며 전자는 작용점이 얇은 피부 관련 응용 분야에 후자는 적용 면적이 넓고 깊은 체형관리 분야에 많이 사용되고 있다. HIFU 시장을 선도하고 있는 Ulthera사의 제품의 가장 큰 특징은 초음파 진단 영상과의 결합을 통해 시술 부위를 사용자가 확인할 수 있다는 점으로 진단/치료 융합 기기의 대표적 성공사례로 들 수 있다.

가정용 미용 의료기기는 주로 구조가 간단한 경피 약물전달 기기가 주를 이루었으나 2010년 이후 다양한 병·의원용 미용 의료기기의 개발로 같은 원리를 이용하면서도 소형화된 제품들이 활발히 출시되고 있다. 가정용 미용 의료기기는 주로 약물전달 보조기기, 레이저, 고주파, LED 등 소형화가 비교적 용이한 기술군 위주로 개발이 진행되고 있다.

레이저기기의 경우 반도체 레이저 기술의 발전으로 소형화 가능해짐에 따라 체모, 주름 개선 등의 용도로 개발되고 있으며, 탈모와 같은 LLLT(Low Level Laser Therapy) 관련 제품이 다수를 차지하고 있고, 상대적으로 소형화가 용이한 고주파 기기의 경우 피부 탄력 및 주름 개선, 체형관리를 위한 기기들이 출시되고 있다.

[표 8] 주요 가정용 미용 의료기기

Tria (미국)	Illuminage (미국)	Phillips ReAura (네덜란드)	Tripolar Stop (이스라엘)
			

*출처 : 각 제조사 홈페이지, 한국기업데이터(주) 재가공

■ 고강도 집속 초음파(High-Intensity Focused Ultrasound, HIFU) 기술 확보

동사의 고강도 집속 초음파 기술들이 적용된 동사의 핵심 제품은 더블로(DOUBLO) 시리즈로 DOUBLO-GOLD, DOUBLO-S, DOUBLO, ULTRA VERA 등이 있다. 더블로(DOUBLO) 시리즈는 2016년 세계일류상품으로 선정되었다.

또한, 더블로 시리즈는 집적된 초음파 에너지를 이용한 장비로 피부 표면 아래 1.5~4.5mm 깊이(SMAS 층)까지 열에너지를 전달하여 절개하지 않고 리프팅을 할 수 있는 장비로 식품의약품안전처에서 ‘눈썹 리프팅’으로 허가받은 장비로 전 세계 누적 판매 대수가 3,000대에 이른다.

DOUBLO-GOLD은 기존 제품 대비 속도와 편의성을 업그레이드하였는데 가장 대표적으로 업그레이드된 기능은 연사(Auto Shot) 기능을 추가하여 샷이 중단되지 않고 지속적으로 나갈 수 있게 한 것과 기존의 DOUBLO에 비해 300 샷을 기준으로 시술 속도가 17분대에서 8분대로 줄어든 것이다.

동사의 DOUBLO과 DOUBLO-S 모델은 2015년에 CE MDD(Medical Devices Directive) 인증을 이미 받았으며, DOUBLO-GOLD 제품은 2017년 12월에 CE MDD 인증을 받았고, 2018년 6월에는 중국 CQC(China Quality Certification/중국 품질 보증) 인증을 받았다.

CE MDD는 EU 시장 진출에 반드시 취득해야 하는 필수 인증이며 CQC란 중국 내에서 생산, 유통 수입되는 모든 제품과 부품에 대해 반드시 IEC(국제전기 표준협회) 및 중국국가 표준에 준해 안전 및 품질 인증을 받도록 하는 강제/자율 인증제도로, 동사가 이와 같은 인증을 받았다는 것은 동사 제품의 품질 및 안전성이 국제적 수준으로 인정받고 있다는 것이라 할 수 있다.





동사의 레이저 제품으로는 SLIMUS, Q-FIT, A-FIT, BYELIPO, MIDEPI 등이 있으며, 동사는 2017년 6월 반도체 레이저수술기와 고주파 자극기 및 전기수술기 기능이 합쳐진 의료기기 A-Fit 개발 및 출시하였으며, 2018년 9월 미국 FDA로부터 의료기기 판매 허가를 취득하였다. 동사는 2018년 4월 독자개발로 국산화에 성공한 비침습적 허리둘레감소에 사용하는 레이저 장비인 SLIMUS를 식품의약품안전처로부터 허가를 획득하였다.

SLIMUS는 비침습적(noninvasive) 지방분해 장비로, 세포 온도를 42℃~47℃까지 상승시키는 온열요법을 원리로 하여 지방 세포층에 자극을 주면 세포 자멸(Apoptosis)이 체내에서 일어나고 이에 따라 지방세포가 분해되는 원리가 적용되었고, 1,060nm 파장의 방사되는 레이저를 이용하여 BMI 30(kg/m²) 이하 비만 환자들의 비침습적 허리둘레를 감소시켜주는 특징이 있다.

가장 큰 특징점으로 SLIMUS는 레이저조사뿐만 아니라 타사와의 차별점인 진동모드를 통해 레이저가 지방층에 조사 흡수되며 발생할 수 있는 불편함 및 가벼운 근육통과 통증을 완화해준다. 특히 SLIMUS는 25분의 짧은 시술 시간으로 4개의 핸드피스를 활용하여 넓은 부위까지 시술할 수 있으며 다운 타임이 없기 때문에 환자와 의사의 만족도가 높은 장비이다.

또한, 동사는 2018년 9월 플라즈마 신기술을 적용한 Plasonic 런칭, 2019년 2월 고주파 전류(RF)와 플라즈마를 이용한 장비인 GENTLO와 색소치료, 문신 제거, 리췌비네이션 등에 사용되는 피코 레이저 PICOHI(모델명 : PICOHI300, 품목명 : 엔디야그 레이저수술기)의 수출용 허가를 획득하였다. PICOHI의 경우 300ps(피코초)를 구현하여 더욱 강력한 효과를 기대할 수 있는 장비로 PICOHI는 2020년 1월 식약처로부터 MFDS를 획득하여 국내판매를 시작하였다.

[표 9] 동사의 주요 제품

DOUBLO	SLIMUS	A-FIT	PICOHI
			

*출처 : 동사 IR 자료 참조(2019년 12월), 한국기업데이터(주) 재가공

■ 우수한 전문 인력 및 꾸준한 연구개발을 통한 기술경쟁력 확보

동사는 프로세스를 지속적으로 개선하기 위해서 ISO 9001 인증, 이노비즈 등을 취득하였고, 한국산업기술진흥협회에서 인정한 기업부설연구소(HIFU팀과 LASER 팀으로 구성)를 2010년 01월부터 운영하고 있으며, 높은 기술력을 바탕으로 기존 제품 기술 개선 프로젝트, 새로운 시장 선도 기술 프로젝트 등을 핵심과제로 선정, 내부 R&D 프로그램을 통해 수행하고 있다.

동사는 수요자의 다양한 요구사항에 따른 커스터마이징(Customizing) 기술을 확보하고 있어 고객사의 요구에 유연한 대처가 가능하며, 제품 라인업이 다양하므로 특정 제품에 대한 의존도가 낮아 매출 변동성 위험이 낮은 편이다.

[표 10] 연구개발 담당조직 및 투자비율

(단위 : 백만 원)

과목	2020년 3분기	2019년 3분기	2019년	2018년
연구개발비용 계	1,613	1,953	2,750	3,107
연구개발비 / 매출액 비율 [연구개발비용계 ÷ 당기매출액 × 100]	13.77%	13.63%	13.66%	15.29%

업계내 최고 수준의 제품 생산

매출액 13%이상의 꾸준한 R&D 투자

후발주자에 대한 진입장벽

고부가가치 사업추진 근간

차별화된 제품 생산

고객 만족 및 신뢰 구축

*출처 : 동사 분기 보고서(2020년 09월), 한국기업데이터(주) 재가공

동사는 지속적인 연구개발을 수행하여 얻은 결과에 대해서는 특허 104건(출원 33건, 등록 71건), 디자인 26건, 상표권 75건(출원 7건, 공고 3건, 등록 65건) 등의 지식재산권으로 등록하여 관리함으로써 모방 방어를 위한 법적 보호 장치를 마련하고 있으며, 동사가 보유하고 있는 지식재산권은 동사의 제품과 직접적으로 연관된 지식재산권으로 제품에 관해 명확히 보호하고 있고, 이는 동사의 제품을 모방하려는 경쟁사에 기술 장벽으로 작용할 것으로 보인다.

[표 11] 주요 지식재산권 보유 현황

발명의 명칭	등록번호	등록 일자
01 레이저 빔 장치	10-2183161	2020.11.19
02 냉동 지방분해 장치	10-2174509	2020.10.29
03 고강도 집속 초음파 시술 장치	10-2168246	2020.10.14
04 집속 초음파 시술 장치	10-2149062	2020.08.21
05 미용 의료 장치	10-2149061	2020.08.21
06 레이저 시스템	10-2133050	2020.07.06

*출처 : 특허정보넷 키프리스

동사는 부가가치 사업인 미용 의료기기를 생산, 판매하고 있으며, 단순 조립 및 생산에서 벗어나, 기술 경쟁력을 갖춘 사업으로 확장하기 위하여 지속적인 연구개발을 추진하고 있다.

또한, 동사는 2011년 이후 적극적인 연구개발에 매진하여 집속 초음파장비(HIFU)인 더블로 시리즈를 개발하였으며, 지속적인 기술혁신으로 제품 라인업을 확장하여 업계 트렌드를 선도하고자 끊임없는 노력하고 진행하고 있다.

[표 12] 주요 국가연구개발과제 실적(위) 및 자체연구개발과제 실적(아래)

과제명		주관부처	연구 기간
01	정밀측정 융합형 다중 동작(Multi-Action) 펫멜팅(Fat-Melting) 시스템의 개발	보건복지부	2014년 07월 01일 ~ 2016년 06월 30일
02	광영상 가이드 다중 색소병변 치료용 레이저 광 의료기기 사업화 개발	한국산업 기술진흥원	2015년 10월 01일 ~ 2017년 09월 30일
03	532/755/1064/1450/2940nm LASER 파장과 LED/UV를 이용한 의료용 복합 광원 발생 장치 개발	한국산업 기술평가원	2017년 04월 01일 ~ 2021년 12월 31일
04	듀얼 파장 레이저 개발 및 이를 활용한 최적의 시술 프로토콜 제공 시스템 개발	중소벤처기업부	2020년 06월 01일 ~ 2022년 05월 31일

연구과제		연구결과
01	피부 거상 치료용 멀티플 초음파 집속 장치의 개발	○ Dual Type의 초음파 고강도 집속장치 이용. - 기존 기술보다도 높은 강도로 초음파의 집속 가능 주파수 대역의 조정 폭을 크게 확대한 의료장비 개발
02	지방층 자연괴사 원리를 이용한 인공지능 저온 치료기 개발	○ 400W급 펄티어(Peltier)를 이용한 수냉식 초소형 Chiller system 구성. - 치료 부위의 동상을 예방할 수 있도록 접촉면의 온도 변화와 흡착압력을 지속적으로 모니터링하고, 사용자가 지정한 값을 일정하게 스스로 유지할 수 있는 인공지능형 저온 치료 장치 개발
03	RF 고주파 및 마이크로니들을 이용한 미용 의료기기 개발	○ (고주파 이용) 리프팅, 타이팅 피부 재생의료기기. - Fractional RF Microneedle 기본으로 추가 RF(고주파) 핸드피스 옵션 선택 가능한 RF solution 장비 개발
04	Picosecond 엔디야그 레이저 미용 의료기기 개발	○ 엔디야그(Nd:YAG laser) 기반의 피코초 레이저 장비 - 300 picosecond의 pulse duration을 구현함. 기미와 주근깨 등 피부의 다양한 색소 병변 치료가 가능 피크 파워(1.67GW)가 강력해 다양한 컬러 문신, 흉터/피부재생 치료 시 주변 조직 손상 최소화 가능.

*출처 : 국가과학기술지식정보서비스, 동사 분기 보고서(2020년 09월), 한국기업데이터(주) 재가공

IV. 재무분석

글로벌 경기침체 및 코로나19 사태 장기화에 따른 매출 부진 예상

동사는 피부미용의료기기를 제조, 판매하는 기업으로 양호한 기술력으로 국내외 거래처를 확보하여 매출 시현하고 있으나, 글로벌 경기침체로 전반적인 매출증가세 둔화된 가운데 코로나19 사태의 장기화로 당분간 매출 성장에 어려움이 있을 것으로 예상된다.

■ 최근 매출 성장세 둔화

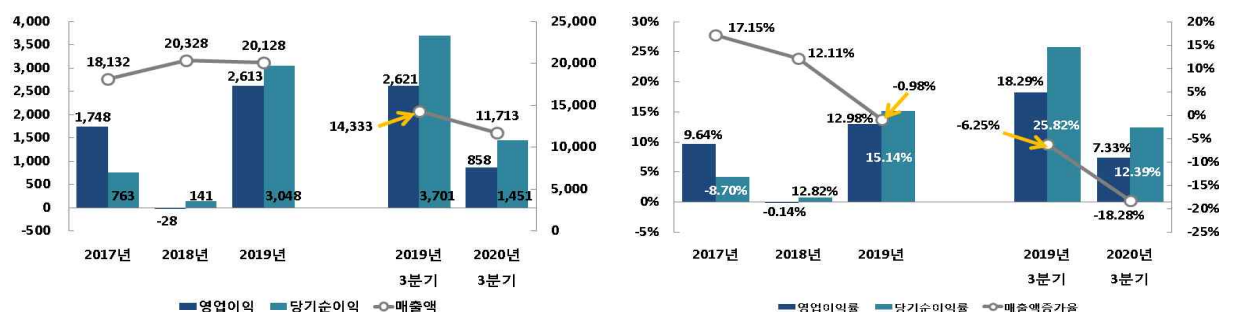
동사가 취급하는 피부미용의료기기는 고령화, 기대수명 증가와 그에 따른 건강과 외모에 대한 관심 증가로 전반적인 시장전망은 양호하나, 동사의 최근 매출을 살펴보면, 2017년 18,132백만 원, 2018년 20,328백만 원, 2019년 20,128백만 원으로, 매출 증가세가 둔화되고 있다.

이는 중국을 포함, 아시아의 수출 호조에도 불구하고 국내 및 유럽 등의 판매 부진에 기인하며, 최근 코로나19 사태로 수출 물량 감소하여 2020년 9월 말 누적 매출액은 2019년 9월 말 누적 매출액 14,333백만 원 대비 18.28% 감소한 11,713백만 원을 시현, 2020년 매출 감소가 예상되고, 코로나19 장기화로 당분간 외형 성장에 어려움을 겪을 것으로 예상된다.

다만, 동사가 속한 의료기기 시장은 전문 인력 확보와 까다로운 인허가 절차, 안정성의 검증, 효과성을 입증해야하는 임상시험 등 많은 경험과 기술력이 필요한 고부가가치 산업으로 높은 기술력과 초기 개발자금 투입이 필요한 바, 동사는 2007년 설립 이후 꾸준한 기술개발 투자로 세계 일류상품에 지정된 집속초음파장비(HIFU)인 DOUBLO(피부리프팅기기)를 개발, 출시하였고, 이후 냉각지방분해기기, 비절개식 모발이식기기 등 최신 트렌드를 반영한 다양한 의료기기를 출시하며 국내외 인증을 획득, 유럽 등 선진시장에 진출하는 등 제품 경쟁력을 확보하고 있다.

[그림 5] 요약 포괄손익계산서 분석

(단위 : 백만 원)



*출처 : 동사 연도별 사업보고서, 분기보고서(2020년 9월)

동사는 지속적인 광고 및 서비스지원 교육, 신뢰성 있는 논문 발표 등을 통해 인지도 향상에 노력 중이고, 국내 대리점 및 딜러를 통해 지역별 특성에 맞는 유통망을 운영하고 있으며, 기존 전문가용 피부미용의료기기를 일반인도 사용할 수 있도록 소형화 및 개인용으로 개발하여 종속회사인 '아띠뷰티'를 통해 인터넷과 홈쇼핑, 대리점 등 다양한 판매 채널을 통해 판매망을 구축하는 등 적극적인 영업활동 중이다.

한편, 2018년 연구개발비 및 광고 선전비, 인건비 부담으로 판관비 급증하여 영업 손실이 발생하였으나, 2019년 이후 인력 구조조정, 광고 선전비 축소 등으로 흑자전환하며 2019년 영업이익률 12.98%로 수익구조 크게 개선되었다.

다만, 최근 매출 감소에 따른 원가부담으로 2020년 9월 말 기준 영업이익률은 7.33%로 전년 동기 영업이익률 18.29% 대비 감소하는 등 2020년 매출 부진에 따른 수익성 저하가 예상된다.

[표 13] 주요 재무현황

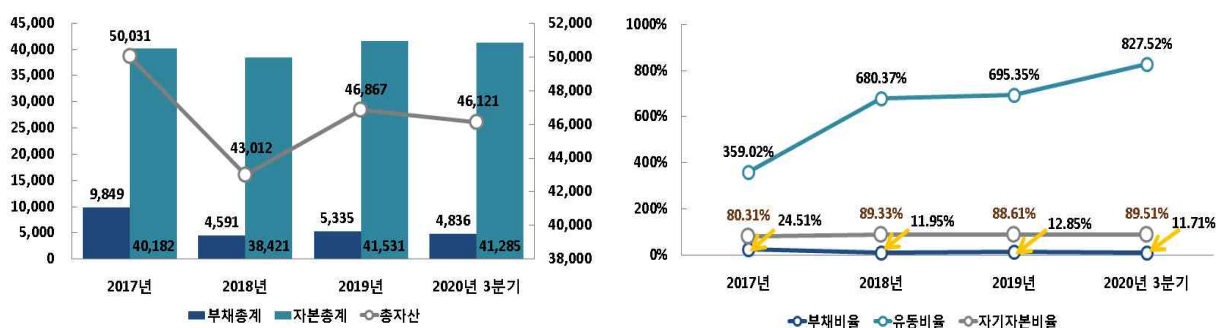
(단위 : 백만 원)

구분	2020년 3분기 말	2019년 3분기 말	2019년	2018년	2017년
매출액	11,713	14,333	20,128	20,328	18,132
영업이익	858	2,621	2,613	-28	1,748
당기순이익	1,451	3,701	3,048	141	763
매출액증가율(%)	-18.28	-6.25	-0.98	12.11	-18.35
영업이익률(%)	7.33	18.29	12.98	-0.14	9.64
순이익률(%)	12.39	25.82	15.14	0.69	4.21
부채비율(%)	11.71	11.71	12.85	11.95	24.51

*출처 : 동사 연도별 사업보고서, 분기보고서(2020년 09월)

[그림 6] 요약 재무상태표 분석

(단위 : 백만 원)



*출처 : 동사 연도별 사업보고서, 분기보고서(2020년 09월)

■ 낮은 부채비율, 우량한 재무구조 견지

동사는 연결대상 종속회사인 ‘블루코어컴퍼니’가 2019년 말 기준 금융기관 차입금 1,431백만 원을 보유하고 있으나, 동사는 2018년 이후 무차입 경영 체제를 유지하며 2019년 말 기준 자기자본 41,531백만 원, 자기자본비율 88.61%, 부채비율 12.85%로 전반적인 재무구조는 우량한 수준이다.

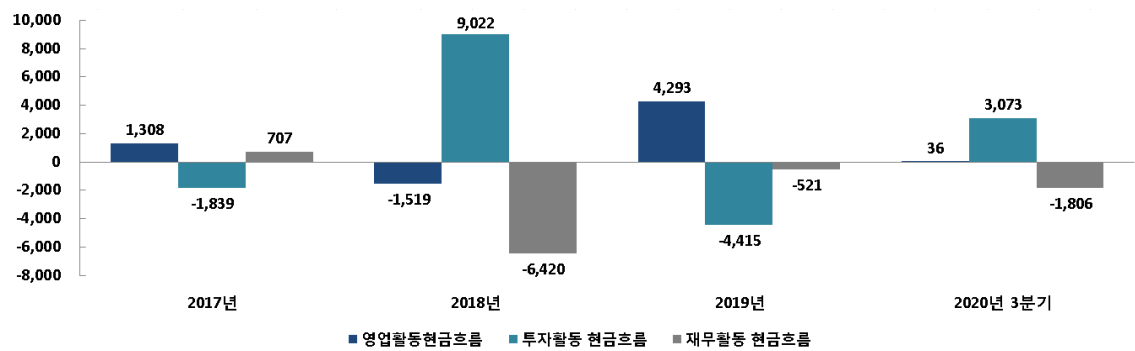
동사의 최근 현금흐름을 살펴보면, 2018년 영업 손실 발생하는 등 영업활동 현금흐름이 부(-)의 상태를 보였고, 차입금 상환으로 재무활동 현금흐름도 부(-)의 상태를 보였으나, 단기금융자산 감소를 통한 투자활동으로 현금 조달하여 기말 현금 및 현금성자산은 증가하였다.

2019년에는 영업활동현금흐름이 정(+)의 상태로 전환된 가운데 차입금 상환 및 단기금융자산 취득을 위한 자금을 영업활동으로 현금 조달하였으며, 부족분은 기초 현금에서 조달하여 2019년 기말 현금 및 현금성자산은 기초 대비 감소하였다.

다만, 2020년 9월 말 기준 현금흐름은 단기금융자산 감소를 통한 투자활동현금흐름 정(+)의 상태, 영업활동 현금흐름도 정(+)의 상태를 보이며, 자기주식 취득 및 배당금 지급을 위한 재무 활동 현금을 모두 조달하였고, 기말 현금 및 현금성자산도 증가하는 등 전반적인 현금창출능력은 양호한 수준이다.

[그림 7] 현금흐름 분석

(단위 : 백만 원)



*출처 : 동사 연도별 사업보고서, 분기보고서(2020년 09월)

V. 주요 변동사항 및 향후 전망

셀프 케어의 일상화로 인해 가정용 미용 의료기기 시장 지속 성장 예상

동사는 종속회사를 통해 동사의 기존 제품인 전문가용 미용 의료기기를 일반인들도 사용할 수 있도록 소형화 및 개인용으로 개발하여 매출 증대를 위한 성장모멘텀을 확보하고 있다.

■ 무한한 잠재력이 있는 미용 의료기기를 활용한 미용 시술 큰 인기

뷰티케어 시장은 크게 가슴 확대술, 지방흡입술, 눈, 코 성형 등의 외과적(Surgical) 성형수술과 독신, 필러, 리프팅 등의 비수술적(Non-surgical) 미용 시술로 구분할 수 있다. 최근에는 침습적(Invasive : 지방흡입술 등과 같이 피부를 절개 또는 구멍을 내어 신체를 침습하는 시술)인 성형수술보다는 비침습적, 최소 침습적인 미용 시술로 그 트렌드가 변화하고 있다.

그 이유는 성형수술로 인한 흉터를 완전히 제거하기가 어렵고, 성형수술 후 회복 기간이 상대적으로 길며, 환자의 수술 자체에 대한 공포감이 크기 때문이다. 성형수술의 대체 개념으로 미용 시술을 선택하는 환자들이 증가하고 있다.

일반적으로 모든 미용 시술은 성형수술만큼 효과가 직접적이지 않다. 하지만 기술력이 발달하면서 성형수술만큼 효과적이고 지속 기간 역시 우수한 미용 시술 의료기기들이 출시되었다. 이에 성형수술의 단점인 흉터, 회복 기간, 수술에 대한 공포감 등을 해소한 비침습적, 최소 침습적 미용 시술 시장이 급격히 성장하는 추세다. 미용 시술은 동서양을 불문하고 단연 독신과 HA필러 시술이 가장 대중적이며, 최근에는 피부 안티에이징 및 리프팅에 최적화된 레이저, 초음파, 고주파 등의 에너지 기반 미용 의료기기를 활용한 미용 시술이 큰 인기를 끌고 있다.

보톡스, 필러 등 미용 관련 시술이 보편화 됨에 따라 자택에서 간편하게 피부관리를 할 수 있는 가정용 미용 의료기기 시장이 성장하고 있다. 국내 가정용 미용기기 시장은 매년 34%씩 성장하여 2020년 8,900억 원가량의 시장 규모를 기록할 것으로 보인다. 가정용 미용기기 시장이 지속적으로 성장할 수 있었던 배경은 소비자층 및 디바이스 제품의 다변화이다.

기존 가정용 미용기기의 소비층이 중장년층 여성에 국한되었던 반면, 미용에 관한 관심 증대와 더불어 저렴한 가격대의 제품이 출시되며 20~30대 여성 및 남성에게 이르기까지 소비층이 확대되었다. 초기 시장을 이끌었던 진동 클렌저, 마사지기 등 기본적인 성능의 제품에서 발전해 초음파, 고주파, LED 등 전문 의료기기 수준의 기술이 탑재된 제품을 판매하고 있다.

향후 가정용 미용 의료기기 시장은 코로나19(COVID-19) 사태로 인한 셀프 케어의 대중화, 중국 시장의 개화를 바탕으로 성장세를 이어갈 전망이다. 코로나19 장기화로 사회적 거리 두기가 확산되며 가정용 미용 의료기기의 수요가 증가하여, LED 마스크 등 셀프 미용기기 제품들이 판매 호조를 보이고 있다. 미용기기의 사용 부위도 확장되었다.

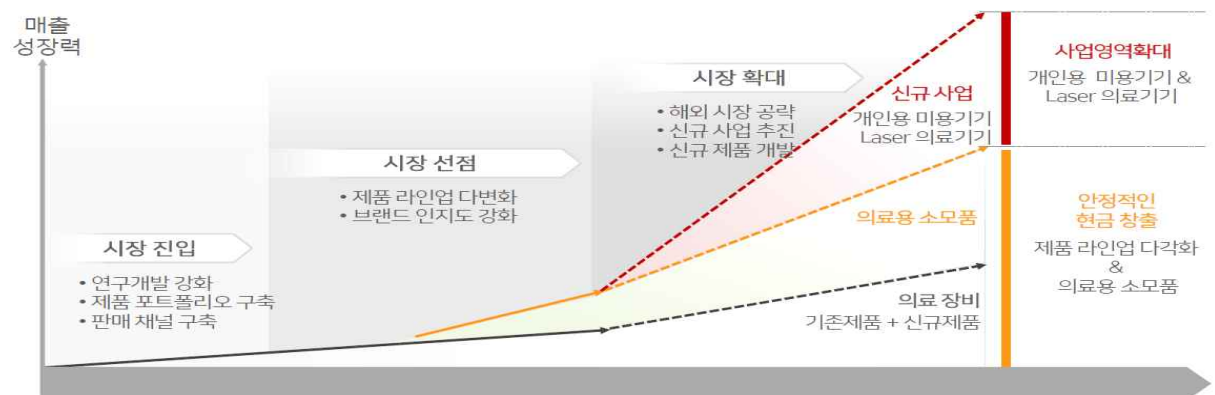
얼굴 위주였던 미용기기 제품이 전신, 두피 등으로 확대되며 셀프 케어가 일상화되고 있다. 셀프 케어의 수요 증가 및 사용 부위 확대에 의해 가정용 미용기기는 소수의 중산층이 이용하는 제품이 아닌 대중적인 소비재로 자리매김하며 지속적으로 시장 규모를 키워갈 전망이다.

■ 개인용 미용 의료기기 시장증대로 인한 성장모멘텀 확보

동사는 종속회사인 '아띠베뷰티'를 통해 동사의 기존 제품인 전문가용 미용 의료기기를 일반인들도 사용할 수 있도록 소형화 및 개인용으로 개발하여 개인용 미용 의료기기 사업에 진출하였다.

아띠베뷰티는 가정용 미용 의료기기 시장에서 동사의 강점인 HIFU 기술을 활용한 홈세라(구 울트라리프) 이노리프 외 블루 LED를 이용하여 여드름 치료 장비인 아크제로(개인용 의료기기 식약처 허가), 플라즈마 기술과 갈바닉을 이용한 플라닉 등 신규제품을 꾸준히 출시하며 에스테틱샵과 개인 소비자를 대상으로 국내외에 판매하고 있다. 아띠베뷰티는 인터넷 외에도 홈쇼핑, 대리점 등을 통하여 다양한 판매 채널을 통한 판매망을 구축하고 있다.

[그림 8] 성장모멘텀 확보를 위한 중장기 성장전략



*출처 : 동사 IR 자료 참조(2019년 12월)

또한, 동사는 BMI 30(kg/m²) 이하 비만 환자의 허리둘레감소로 식품의약품안전처의 허가를 받은 의료용 레이저조사기인 SLIMUS가 복부, 옆구리, 등, 허벅지의 비침습적 지방분해를 적응증으로 올해 12월 기준으로 미국 FDA 판매 허가를 취득했다.

■ 증권사 투자 의견

작성기관	투자의견	목표주가	작성일
없음	-	-	-
최근 1년 내 증권사 투자의견 없음			

■ 시장정보(주가 및 거래량)

[그림 9] 동사의 3개년 주가 변동 현황



*출처 : 네이버 금융(2020년 12월 22일)