

이 보고서는 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

기술분석보고서

 YouTube 요약 영상 보러가기

하츠(066130)

하드웨어/IT장비

요약

기업현황

시장동향

기술분석

재무분석

주요 변동사항 및 전망



작성기관

(주)NICE디앤비

작성자

전혜린 연구원

- 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.02-2122-1300)로 연락하여 주시기 바랍니다.



한국IR협의회



하츠[066130]

환경정기 사업 확대로 종합 실내공기질 관리 전문기업으로 성장

기업정보(2021/01/07 기준)

대표자	김성식
설립일자	1988년 10월 10일
상장일자	2003년 02월 11일
기업규모	중견기업
업종분류	주방용 전기기기 제조업
주요제품	레인지후드, 빌트인기기, 환경정기 등

시세정보(2020/01/11 기준)

현재가	8,800원
액면가	500원
시가총액	1,126억 원
발행주식수	12,800,000주
52주 최고가	9,500원
52주 최저가	2,990원
외국인지분율	3.0%
주요주주	
벽산	46.3%
자사주	5.2%

■ 레인지후드, 환기시스템 외 실내공기질 관리 제품으로 사업 다각화

하츠(이하 동사)는 가정용 레인지후드, 빌트인기기(전기/가스쿡탑 등), 세대 환기시스템과 같은 환기용 제품 전문기업으로, 최근 청공조기, 환기청정기를 신규 개발 및 출시하며 종합 실내공기질 관리기업으로 나아가고 있다.

동사는 연구개발전담부서와 디자인전담팀을 운영하며 제품의 기능과 더불어 디자인에 대한 연구개발도 수행하고 있으며, 공기질 분석 전용 실험실인 AQM(Air Quality Management) LAB을 별도로 구축하여 실내공기질 관리 솔루션 및 제품 개발을 위한 전문성을 확보하고 있다.

■ 건설사 수주 감소에도 인테리어 시장 호황, 판매처 다변화로 수혜 기대

국토교통부에 따르면 최근 주택 인허가 물량이 감소하고 있으며, 이에 따라 건설경기에 영향을 받는 특판용 레인지후드 등 건설사 수주 제품에 대한 수요가 감소하고 있다. 한편, 리모델링과 연관된 주택 거래량은 증가하고 있으며, 한국판 뉴딜 정책의 일환으로 그린 리모델링 사업도 거론되고 있어 인테리어 시장의 호황이 지속될 것으로 예상되는 바, 가정용 레인지후드를 포함하여 쿡탑 등 빌트인 기기에 대한 수요는 지속될 것으로 전망되고 있다.

또한, 동사는 기존 건설사, 대리점 등을 대상으로 한 B2B 사업에서 자체 쇼핑몰, 소셜커머스를 활용한 B2C 사업과 학교, 다중이용시설 등에 제품을 공급하는 B2G 사업을 통해 유통 채널을 다각화하고 있으며, 판매처 다변화 전략으로 동사의 제품에 대한 수요는 지속해서 발생할 것으로 기대되고 있다.

■ 실내공기질 관리 통합 솔루션 제공하며 성장 동력 마련

실내공기질 관리의 중요성이 부각되고 있는 추세에, 동사는 레인지후드, 세대 내 환기시스템 등의 제품 간 결합을 통해 실내공기질 종합관리 시스템을 제공하며 성장 동력을 마련하고 있다. 또한, 박스형 레인지후드인 스텝 후드, 가정용/상업용 환기청정기 코나, 로파 등 신제품을 개발 및 출시하며 제품 라인업 강화로 경쟁력을 확보하고 있다.

요약 투자지표 (K-IFRS 별도 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	1,019.1	15.5	52.5	5.1	45.3	4.4	5.7	4.8	17.5	354	6,477	13.4	0.7
2018	1,035.3	1.6	12.5	1.2	15.1	1.5	1.9	1.6	17.1	118	6,606	31.8	0.6
2019	1,123.0	8.5	25.0	2.2	23.7	2.1	2.9	2.5	17.7	185	6,778	40.5	1.1



기업경쟁력

독자적인 기술개발 환경 구축

- 공인 연구개발전담부서 운영(2013~)
 - 레인지후드 등 제품 개발, 품질개선 관련 연구개발
- 공기질 전용 분석 실험실(AQM LAB) 구축(2016~)
 - 청공조기, 환기청정기 및 공기질 관리 솔루션 개발

B2B, B2C에서 B2G로 유통 채널 확대

- B2B: 건설사, 특판전문점, 대리점 보유
- B2C: 자체 쇼핑몰(하츠몰), 소셜커머스, 하이마트 등
- B2G: 학교, 유치원, 다중이용시설 등으로 제품 공급

핵심기술 및 적용제품

종합 실내공기질 관리를 위한 제품 연구개발

- 팬모터 설계 및 제작 기술력 확보
 - 공기 유동해석을 통한 팬모터 날개 등 직접 설계
 - 고성능·저소음 팬모터 개발
- 외부/실내공기 조건에 따른 4가지 환기 모드 개발
 - 세대 환기 모드, 공기 청정 모드, 바이пас 모드, 듀얼 청정 모드(녹색기술 인증)
- 제품 성능 외 디자인 기술력 보유
 - 굿디자인어워드, 핀업디자인어워드 수상

주요 제품

레인지후드

고급형/일반형 후드



빌트인기기

전기/가스쿡탑, 살균기 등



세대환기시스템

절연교환기, 육실팬 등

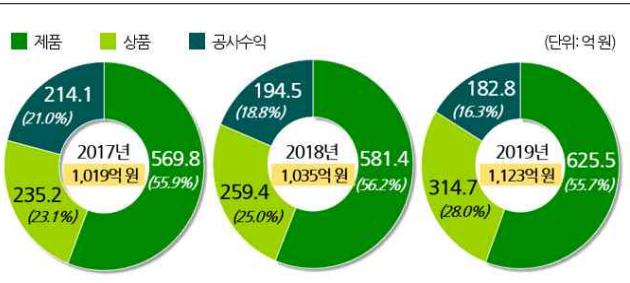


신규사업

청공조기, 환기청정기



최근 3개년 매출실적



시장경쟁력

국내 공기청정기 시장

구분	시장규모	성장률
2018년	9,873억 원	연평균 22.9% ▲
2023년(E)	2조 8,969억 원	

환기 설비에 대한 인식 및 수요 확대

- 실내 환기 방식으로 환기 설비 가동 비율 증가
 - 2016년 9% → 2019년 28%
- 국토교통부, 건축물 환기 설비 설치 대상 기준 확대
- 환경부, 각 교실에 공기정화설비 설치 추진 중

국내 레인지후드 시장

년도	시장규모	성장률
2018년	1,519억 원	연평균 4.7% ▲
2023년(E)	2,159억 원	

- 주택 거래량 증가에 따른 리모델링 수요 확대로 레인지후드, 쿡탑 등 빌트인기기 수혜 기대

최근 변동사항

실내공기질 관리 통합 솔루션 제공

- 제품 간 결합과 센서 기술을 활용한 종합 시스템 개발
 - 레인지후드, 쿡탑, 세대 내 전열교환기 통합
- 모든 사업의 유기적 연결을 통해 성장 동력 마련

신제품 출시

■ 레인지후드, 환기청정기 등 신제품 지속 개발 및 출시

제품군	레인지후드	가정용 환기청정기	상업용 환기청정기
사진			
모델명	스텝 후드	코나, 힐로 등	로파S 등



I. 기업현황

환기용 제품 전문기업에서 종합 실내공기질 관리기업으로 사업 다각화

동사는 레인지후드, 빌트인기기 등 환기용 제품 전문기업에서 종합 실내공기질 관리기업으로 도약하기 위해 청공조기, 환기청정기 등의 신규 제품을 출시하였다. 또한, B2C, B2G로 유통 채널을 확대하여 건설경기에 대한 의존도를 분산시키며 시장 내 경쟁력을 확보하고 있다.

■ 회사개요 및 주요주주

동사는 가정용 레인지후드, 빌트인기기(전기/가스쿡탑, 살균기 등)와 같은 주방가전과 세대 환기시스템을 제조 및 판매하는 환기용 제품 전문기업으로 1988년 10월 설립되었다. 1996년 7월 사내 자체적으로 기술연구소를 설립하여 레인지후드의 핵심 부품인 팬모터, 센서 등에 대한 설계 및 제작 기술력을 확보하여 성장하였고, 2003년 2월 코스닥 시장에 상장되었다.

이후, 2013년 2월부터 한국산업기술진흥협회에서 공인한 연구개발전담부서를 운영하며 한국과학기술원, 건설기술연구원, 대학 연구소 등과 함께 기술개발을 수행하며 환기용 제품 개발 및 품질개선에 대한 자체 기술력을 축적하였다. 또한, 디자인팀을 별도로 조직하여 차별화된 디자인 개발에도 주력하였으며, 굿디자인(GD)어워드, 핀업(PINUP)디자인어워드에서 수상하며 제품의 성능뿐만 아니라 디자인 경쟁력도 겸비하고 있음을 입증하였다.

동사는 연구개발 역량을 기반으로 레인지후드, 쿡탑 등의 제품 라인업을 다양하게 운영하며 성장을 거듭해왔으며, 2016년에는 공기질 분석 전용 실험실을 구축하고 기존 제품군 외 청공조기, 환기청정기 등의 신제품을 개발 및 출시하기 시작하였다. 더불어, 공동 주택, 학교, 다중이용시설의 공기질 관리 솔루션을 제공하며 사업 다각화를 통해 쾌적하고 건강한 생활 환경을 제공하는 종합 실내공기질 관리기업으로 도약하고 있다.

동사는 2008년 6월 건축자재 사업을 영위하는 (주)벽산의 계열사로 편입되었으며, (주)벽산 외 (주)벽산페인트, 벽산엘티씨엔터프라이즈(주), 인주로지스(주) 등 5개의 계열회사를 보유하고 있다. 2020년 9월 기준 동사 최대주주는 (주)벽산으로 46.3% 지분을 보유 중이다.

[그림 1] 동사의 주요 연혁



*출처: 동사 소개자료(2020), 동사 홈페이지, NICE디앤비 재구성



■ 레인지후드, 빌트인기기 외 청공조기, 환기청정기 등으로 확대된 제품군

동사의 주요 사업군은 레인지후드, 빌트인기기, 세대환기시스템, 신규사업으로 구성되어 있다. 레인지후드 사업의 주요 제품군은 고급형/일반형 자체 레인지후드와 이탈리아 후드 브랜드인 엘리카후드가 있으며, 형태에 따라 벽부착형, 박스형, 통후드형, 매립형, 아일랜드형 등으로 구분된다. 빌트인기기의 주요제품으로는 가스/전기쿡탑, 인덕션, 살균세척기 등이 있고, 쿡탑을 제외한 기기는 OEM 방식으로 생산 중이다. 세대환기시스템으로는 전열교환기, 욕실팬 등의 제품이 있고, 환기시스템 사업은 환기 덕트 공사가 수반되어 공사성 매출로 이루어지고 있다.

동사의 신규사업은 청공조기, 환기청정기 등의 신규 제품 및 공기질 관리 솔루션 개발 사업을 포함하며, 동사는 레인지후드, 빌트인기기 등 기존 사업의 시장 내 점유율 확보와 더불어 사업영역을 다각화하며 새로운 성장 모멘텀을 구축하고 있다.

[표 1] 동사 주요 제품

사업군	주요 제품 및 제품 특징	
레인지 후드	고급형/일반형 자체 후드, 엘리카후드 <ul style="list-style-type: none">○ 독자적 팬모터 개발로 고풍량 저소음 성능 발휘○ 24시간 상시 배기 시스템(모델 한정)○ 쿡탑과 연동하여 쿠킹존 시스템 구현(모델 한정)○ 형태에 따라 벽부착형, 박스형, 통후드형, 매립형, 아일랜드형 구분	
빌트인 기기	전기/가스쿡탑, 살균기, 탈수기, 건조대 등 <ul style="list-style-type: none">○ 전기쿡탑: 전력 제어 기능으로 최대 전력 소비량 제한, 음성안내 기능/파워쿡 조리 기능 추가 가능(모델 한정)○ 가스쿡탑: 점화 퀵 스타트 기능, 미세 불꽃 컨트롤, 이중 과열방지○ 살균기: 전자식 외부 조작부 구비, 한국식 주방에 맞는 렉 구조	
세대환기 시스템	전열교환기, 욕실팬, 컨트롤러 등 <ul style="list-style-type: none">○ 전열교환기: 일반형/바이패스형/공기청정형으로 구분<ul style="list-style-type: none">- 일반형: 내부 필터로 외기 오염물질 걸러주며, 내부 공기의 열에너지를 활용하여 냉난방 비용 절감 효과 제공- 바이패스형: 신선한 외기 조건에서 열교환소자 통하지 않고 환기	
신규 사업	청공조기, 환기청정기, 식물벽 등 <ul style="list-style-type: none">○ 청공조기: 듀얼파워모터(클린모터/산소전용모터)로 공기균형 관리, BLDC모터로 균일한 공기 흐름 제어, 6단계 필터링 시스템 탑재○ 환기청정기: 외기 필터링, 내부 오염된 공기는 디퓨저 통해 외부로 배출하며 오염원(미세먼지, CO₂, VOCs) 자체를 제거	

*출처: 동사 홈페이지, NICE디앤비 재구성



■ 건설경기 의존도 분산을 위한 B2C, B2G 등 유통 채널 확대 추진

동사는 90여 개의 건설사 및 12개 특판전문점을 보유하고, 전국 6개 사업소와 110여 개의 대리점을 운영하며 안정적인 B2B 유통망을 확보하고 있다. 한편, 특판용 레인지후드 등 동사의 일부 제품은 건설경기에 영향을 받기 때문에, 건설경기에 대한 의존도를 분산시키고자 B2B에서 B2C, B2G로 판매 경로를 다각화하며 건설사 수주물량 감소에 대응하고 있다.

2017년 자체 쇼핑몰인 하츠몰(www.haatzmall.com)을 개설하고, 레인지후드 필터 관리, 유지보수 신청 등의 서비스를 제공하는 하츠앱을 런칭함으로써 소비자에게 제품 관리부터 구매 서비스까지 한 번에 제공하며 B2C 사업을 확대하기 시작하였다. 초기에는 사업 확대를 위한 광고선전비로 판관비 부담이 존재하였으나 사업 안정화에 따라 부담을 완화하고 있고, 소셜커머스, 하이마트 등으로 유통 채널을 새롭게 확장하며 고객층을 안정적으로 넓혀가고 있다. 더불어, 대용량 환기청정기를 신규 출시하고, 학교, 유치원, 다중이용 시설 등을 대상으로 제품을 공급하며 B2G 사업 본격화로 유통 경쟁력을 강화하고 있다.

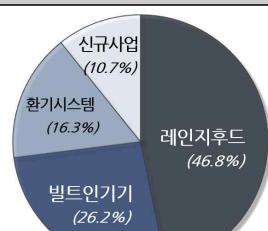
■ 건설사 수주물량은 감소하였으나, 사업 다각화로 매출은 지속적인 성장세

동사의 2019년 사업보고서(2019.12)에 의하면, 동사의 매출은 제품, 상품, 공사수익으로 나누어지며, 3개년 간 전체 매출액은 지속적으로 증가하고 있다. 2018년 매출액은 1,035억 원으로 전년 대비 1.6% 증가하였으며, 2019년에는 전년 대비 8.5% 증가하여 1,123억 원의 매출액을 기록하였다. 동사 제공자료에 의하면, 2019년 사업군별 매출은 레인지후드 46.8%, 빌트인기기 26.2%, 환기시스템 16.3%, 기타(청공조기, 환기청정기 등) 10.7%로 구성되었다.

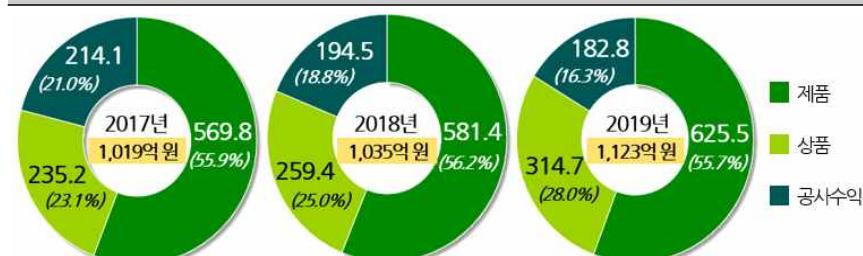
한편, 최근 건설경기 침체로 주택인허가 물량이 감소함에 따라 동사의 사업군 중 건설경기의 영향을 받는 세대환기시스템, 특판용 레인지후드 등의 건설사 수주물량이 줄어 2019년 공사수익은 감소한 것으로 분석되고 있다. 다만, 주택 거래량이 증가하며 리모델링 수요가 확대되었으며, 주방 리모델링에 핵심 제품인 레인지후드, 쿡탑 등이 꾸준히 판매되어 제품과 상품 매출은 증가한 것으로 나타나고 있다. 최근 한국판 뉴딜 정책의 일환으로 그런 리모델링 사업이 제기되고 있어, 동사의 제품 수요는 꾸준하게 존재할 것으로 기대된다.

나아가, 동사는 최근 청공조기, 환기청정기 등의 신규사업을 개시하였으며, 신제품 판매도 매출 성장에 기여하고 있는 것으로 보여진다. 공공시설의 공기질 개선에 대한 관심은 더욱 확대될 것으로 예상되고 있으며, 환기청정기 등의 제품은 최초 설치 후 필터와 같은 소모성 부품 매출 또한 계속 발생하여 동사의 사업은 당분간 수혜를 입을 것으로 전망되고 있다.

[그림 2] 2019년 매출 비중



[그림 3] 동사의 3개년 매출현황



*출처: 동사 소개자료(2020), NICE디앤비 재구성

*출처: 동사 사업보고서(2019.12), NICE디앤비 재구성



II. 시장 동향

공기질 개선에 대한 관심 증가와 국가 정책에 힘입어 성장 중인 환기 설비 시장

실내공기질에 대한 관심이 높아짐에 따라 공기청정기, 환기청정기 등 공기질 개선 설비에 대한 수요가 증가하고 있다. 나아가 환기 설비 설치기준 확대, 그린 리모델링과 같은 국가 정책으로 환기 설비 시장은 성장 중이며, 레인지후드 역시 주방 환기용 제품으로 수요가 이어지고 있다.

■ 실내공기질과 관련한 소비자들의 인식 제고로 수혜 받는 공기청정기

생활 수준 및 환경 현안에 대한 인식의 향상과 더불어 고농도 미세먼지의 빈번한 발생과 실외 활동 제약, 환기의 어려움 등으로 소비자들의 실내공기질에 대한 관심이 더욱 증가하고 있다. 미국환경보호청(EPA)은 공기 중 미립자에 장기간 노출되면 집중력이나 업무효율 저하 등의 부정적인 영향이 있을 수 있고 호흡기 질환을 유발 혹은 악화시킬 가능성이 높다고 보고한 바 있으며, 세계보건기구(WHO)는 2019년 세계인의 건강을 해치는 10가지 위협 중 하나로 공기질 오염을 꼽았다. 이와 같은 상황에 최근 코로나19로 인해 개학이 연기되고 직장인 재택근무가 늘어나는 등 실내에 머무르는 시간이 길어져 실내공기질 개선 방안에 대한 이목이 더욱 집중되고 있다.

국토교통부는 실내생활 중 발생하는 미세먼지, 라돈, 이산화탄소, 휘발성유기화합물(VOCs) 등으로 인해 실내공기는 외부환경보다 최대 10배까지 오염될 수 있으며, 이를 해소하기 위해 창문을 통한 자연 환기나 기계설비를 이용한 기계 환기를 적극적으로 실시할 필요가 있다고 발표하였다. 이에 따라 공기청정기와 같은 공기질 개선 제품이 수혜를 입고 있다.

공기청정기는 일반적으로 미세먼지 발생이 많은 봄과 환기가 어려운 겨울에 수요 증가가 뚜렷하게 나타나고 있으며, 최근 대기오염이 심해지고 건강 관리에 관심이 높아지면서 환기가 어려운 일반 가정이나 사무실 등 실내공간을 위한 수요가 급증하고 있다. 통계청에 따르면, 국내 공기청정기의 출하금액은 2014년 4,133억 원에서 2019년 1조 1,565억 원으로 연평균 22.9%의 높은 증가세를 보였으며, 동일 성장을 가정 시 2023년에는 2조 8,969억 원의 규모를 형성할 것으로 전망되고 있다.

[그림 4] 국내 공기청정기 출하금액

(단위: 억 원)



*출처: 통계청(2020), NICE디앤비 재구성

IT 전문 뉴스포털 전자신문의 보도자료에 의하면, 업계에서 공기청정기 누적 판매량은 2017년 140만 대에서 폭증 하여 2019년 350만 대를 달성하였다고 추산되고 있으며, 2019년 처음 에어컨과 TV를 제치고 단일 가전제품으로 처음 300만 대 판매를 넘어섰다고 보도하였다.



■ 공기청정기를 보완한 환기청정기 등 환기 설비에 대한 인식과 수요 확대 추세

공기청정기 시장이 꾸준히 성장할 것으로 전망되고 있기는 하지만, 최근 코로나19로 국내와 중국 공장들이 일부 가동을 중단함에 따라 수요 확대로 직결되는 미세먼지가 줄고 소비자들의 소비심리가 얼어붙어 성장세에 제동이 걸릴 수도 있다는 우려도 나타나고 있다. 또한, 공기청정기는 미세먼지를 제거할 수는 있으나 이산화탄소의 농도까지는 잡지 못하며 창문을 열거나 환기시스템을 이용하여 내부와 외부 공기를 순환시켜주는 환기가 요구된다. 이에 따라, 공기청정기의 한계를 보완하는 환기청정기 등 환기 설비에 관심이 대두되고 있다.

국토교통부에서 2019년 공동 주택 거주자 300명을 대상으로 한 설문 결과에 의하면, 환기의 중요성에 대해 96%가 중요하다 응답하였고, 실내 환기 방식으로는 창·문을 여는 경우가 37%이며, 환기 설비 가동(28%), 주방 후드 가동(19%)이 그 뒤를 잇는 것으로 나타났다.

[그림 5] 환기 중요성 및 환기 방식 설문 결과



*출처: 국토교통부(2019), NICE디앤비 재구성

2016년 설문 결과와 비교 시 창·문을 여는 환기 방식이 45%에서 37%로 줄어든 반면, 환기 설비 가동은 17%에서 28%로 증가함에 따라, 환기 설비에 대한 인식과 수요가 증가한 것으로 보여지고 있다.

환기에 대한 인식은 국가적 차원에서도 높아지고 있다. 국토교통부는 2020년 4월 건축물의 설비기준 등에 관한 규칙을 개정하여 환기 설비를 설치해야 하는 대상을 기존 100세대 이상의 공동 주택, 주상복합 건축물에서 30세대 이상으로 확대하였다. 또한, 환경부는 실내공기질 관리법에 따라 일정 규모의 민간 노인요양시설, 어린이 놀이시설, 영화관 등 다중이용시설에 대해서도 환기 설비 설치를 의무화한다고 밝혔다. 이와 더불어, 신축 아파트의 환기 설비 설치 의무화가 처음 도입된 2006년 이후 15년가량이 흐르며 기존 설치된 제품의 교체주기가 돌아옴에 따라 환기 설비 시장은 확대될 것으로 전망되고 있다.

또한, 교육부는 학교보건법 일부개정을 통해 유치원, 초·중·고등학교 각 교실에 공기정화설비 및 미세먼지 측정 기기를 설치하도록 하였고, 관련 설비에 대하여 매년 1회 이상 정기 점검을 실시하도록 하는 등 교실 내 공기질 관리를 강화하기 위한 운영안을 추진하고 있다.

[표 2] 전국 학교 공기정화장치 설치 현황

학교급	학급 수(개)	설치 비율(%)
유치원	34,760	99.8
초등학교	123,934	92.3
특수학교	4,699	100
중학교	51,559	79.2
고등학교	56,887	79.0

*출처: 교육부(2019), NICE디앤비 재구성

한편, 2019년 12월 기준 교육부가 전국 학교 교실 내 공기정화장치 설치 비율을 조사한 현황에 따르면, 초등학교 설치 비율 92.3%에 비해 중·고등학교 설치 비율은 각 79.2%, 79.0%로 공기정화장치가 없는 학급이 여전히 존재하고 있다.

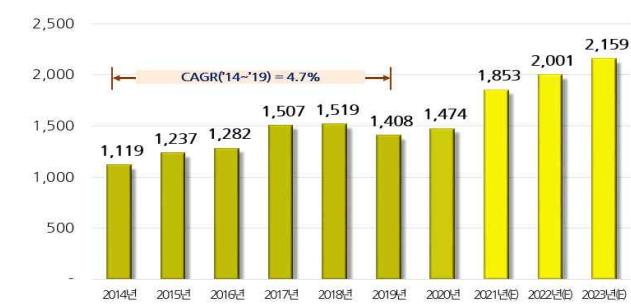
이처럼 공기질 개선과 관련한 소비자들의 인식과 정부의 정책 등이 환기청정기와 같은 환기 설비 시장에 우호적으로 작용할 것으로 기대되고 있다.



■ 건설사 수주물량은 미흡하나, 리모델링으로 꾸준한 수요가 예상되는 레인지후드

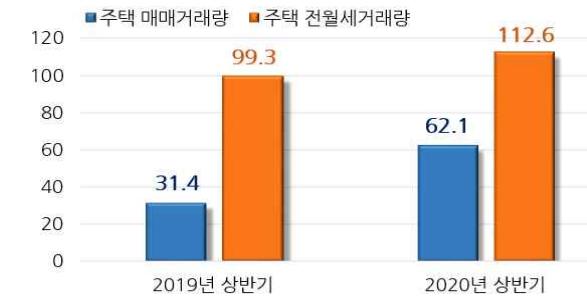
주방은 요리를 하며 발생하는 미세먼지와 연소 가스가 불완전연소되며 발생하는 유해가스 등의 다양한 유해물질이 발생하는 공간으로, 실내 어느 공간보다 환기가 중요한 공간이다. 레인지후드는 조리할 때 발생하는 냄새나 유해가스 등의 오염된 공기를 빨아들여 외부로 배출시키는 주방기기로, 주택의 고급화에 따라 제품의 고부가가치화, 품목 다양화가 이루어지며 건강에 관심 증대로 수요가 꾸준히 증가하고 있다. 통계청에 의하면 국내 레인지후드 출하금액은 2014년 1,119억 원의 규모에서 2019년 1,408억 원을 이루었으며, 점진적으로 시장이 확대되어 2023년에는 2,159억 원의 규모를 달성할 것으로 전망되고 있다. 한편, 특판용 레인지후드의 경우 건설경기의 영향을 받는데, 최근 주택 인허가 물량이 2015년 76.5만 호에서 2019년 48.8만 호로 감소함에 따라 건설사 수주물량이 감소하고 있다. 다만, 2020년 상반기 주택 매매거래량은 전년 동기 대비 97.7% 증가하였으며 전월세거래량 역시 전년 동기 대비 13.4% 증가함에 따라 주택 리모델링 수요는 증가하고 있다. 인테리어 시장의 호황과 더불어 최근 한국판 뉴딜 정책의 일환인 그린 리모델링 사업으로 환기 설비의 중요성이 거론되며 가정용 레인지후드의 수요는 이어질 것으로 기대되고 있다.

[그림 6] 레인지후드 국내 시장 (단위: 억 원)



*출처: 통계청(2020), NICE디앤비 재구성

[그림 7] 주택 매매 및 전월세 거래량 (단위: 만 건)



*출처: 국토교통부(2020), NICE디앤비 재구성

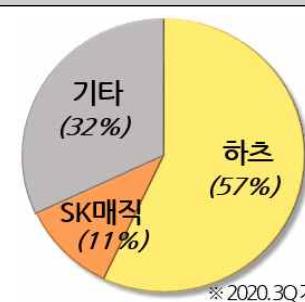
레인지후드 시장에 참여하고 있는 국내 주요 기업으로는 동사를 포함하여 SK매직, 엔텍, 은하 등이 있었으나, 엔텍은 작년 경영난으로 파산하였다. SK매직은 레인지후드 외 인덕션, 전자레인지 등의 다양한 주방가전과 정수기, 비데 등으로 다양한 사업군을 보유하고 있지만, 레인지후드만 비교했을 때 2020년 3분기 기준 시장 내 점유율은 11%로 동사 대비 낮은 수준을 보였다. 동사는 동일 분기 57%의 높은 점유율을 보이며 경쟁력을 확보하고 있으나, 주요 경쟁사들의 지속적인 신규 제품 출시로 업계 내 단가 경쟁은 우려되고 있다.

[표 3] 국내 주요 레인지후드 전문기업

기업명	하츠	SK매직	은하
2019년 매출액(억 원)	1,123 (전년 대비 8.5%▲)	8,528 (전년 대비 32.5%▲)	94 (전년 대비 2.1%▲)
2019년 영업이익(억 원)	25	828	6
주요 제품	레인지후드, 쿡탑, 전열교환기, 환기청정기 등	레인지후드, 인덕션, 정수기, 비데, 공기청정기 등	레인지후드, 전열교환기, 절수기 등

*출처: 각사 홈페이지 및 공시자료(2020), NICE디앤비 재구성

[그림 8] 레인지후드 시장 점유율



*출처: 동사 분기보고서(2020.09), NICE디앤비 재구성



III. 기술분석

팬모터 설계 및 공기질 분석 역량을 기반으로 실내공기질 전문기업으로 도약

동사는 레인지후드의 핵심 구성요소인 팬모터 설계 및 제작 기술을 보유하고 고기능성 제품을 개발하고 있다. 또한, 공기질 분석 전용 실험실을 별도로 운영하며 실험 데이터를 기반으로 환기청정기, 청공조기 등의 제품 개발을 통해 종합 실내공기질 관리기업으로 도약하고 있다.

■ 레인지후드의 기본 구성요소: 팬모터, 필터, 배출 데트 등

일반적인 레인지후드는 조리 시 발생하는 수증기나 기름 입자, 이산화탄소 등의 유해물질이 흡입되는 흡입구, 이물질을 걸러주는 필터, 회전하여 흡입력을 발생시키는 팬모터, 흡입된 공기를 외부로 배출하는 배출 데트 등으로 구성되어 있다.

[그림 9] 레인지후드 구성요소



*출처: FuturoFuturo, NICE디앤비 재구성

레인지후드 작동 시 공기 흡입은 레인지후드 내부에 장착되어 모터의 동력으로 회전하는 팬에 의하여 좌우되기 때문에, 공기 흡입력 개선을 위해서는 팬모터와 관련한 기술력이 요구된다. 또한, 흡입된 공기에 포함된 이물질이나 먼지 등이 레인지후드 내부로 유입되는 것을 방지하여 팬모터를 보호하거나, 이물질이 조리대로 낙하하는 것을 방지하기 위해서는 알루미늄 필터, 탄소 필터 등의 고기능성 필터를 적용한 필터기술도 레인지후드의 핵심기술 중 하나로 요구되고 있다.

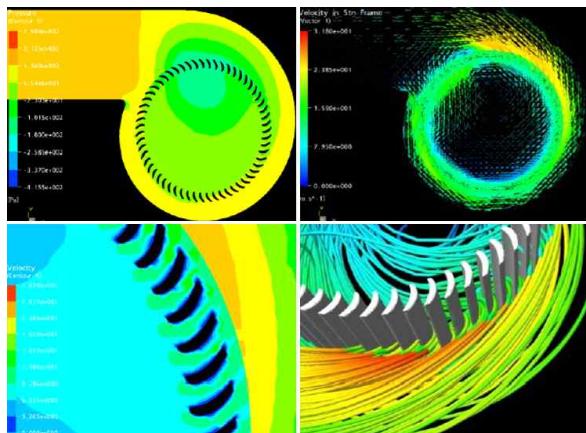
■ 유동해석을 통한 팬모터 설계 및 제작 기술력 보유

레인지후드는 설치되는 환경에 따라 풍량이나 소음에 영향을 받게 되는데, 동사는 어떠한 설치조건에서도 레인지후드가 제 성능을 발휘할 수 있도록 실제 환경과 유사한 유동정압 조건, 오염물질 발생조건 등을 구현하며 팬모터를 설계하고 있다. 또한, 팬모터는 강력한 성능을 발휘할수록 소음이 커질 수 있다는 문제점이 있으나, 동사는 고성능에도 저소음을 구현할 수 있는 팬모터 설계 기술력을 보유하고 있다.

동사는 CFD(Computer Fluid Dynamic) Design & Analysis 프로그램을 활용하여 공기 유동해석을 통해 제품의 성능을 예측하며 팬모터 날개 등을 직접 설계하고 있다. 동사의 팬모터 개발 사례로는 최대 51mmAq의 고정압을 구현한 파워 팬(Power Fan), 슬라이드 후드에 적용되는 슬림 팬(Slim Fan), 얇으면서도 고정압, 고풍량이 가능한 듀얼 팬(Dual Fan), 소음 제어 기술이 적용된 사일런스 플러스 팬(Silence Plus Fan) 등이 있으며, 다양한 팬모터를 설계 및 제작하여 부합하는 레인지후드에 적용 중이다.



[그림 10] 유동해석을 통한 팬모터 설계 예시



*출처: 동사 소개자료(2020)

[그림 11] 자체 설계 팬모터 예시



*출처: 동사 소개자료(2020)

동사는 팬모터 설계 역량을 기반으로 도서관 소음 수준의 적은 소음으로 밀폐된 실내에서 창문을 열지 않고 실내공기질을 관리할 수 있도록 24시간 상시 배기 기능을 개발하기도 하였으며, 해당 기능을 일부 고급형 후드에 적용하여 제품의 차별화를 두고 있다. 또한, 팬모터를 보호하기 위해 오염물질을 효과적으로 포집하고 기름 등을 2중으로 걸러줄 수 있는 알루미늄 필터, 타공 필터, 스크린 필터, 섬유 필터 등을 개발하여 적용 중이다.

■ 공기질 분석 전용 실험실 AQM LAB을 운영하며 실내공기질 관리 역량 함양

동사는 2016년 평택공장에 실내 가정환경과 유사하게 30평형으로 설계한 공기질 분석 전용 실험실인 AQM(Air Quality Management) LAB을 구축하여 운영하고 있다. 동사는 다양한 조건에서 발생할 수 있는 가정 내 오염원들을 방사한 후 환기 설비들을 작동시켜 제거하는 데 걸리는 시간과 농도를 측정한 데이터를 확보하여 공기질 개선에 관한 연구개발을 진행하고 있고, 분석 데이터를 기반으로 환기청정기, 청공조기 등의 다양한 제품을 개발하였다.

[그림 12] 동사의 AQM LAB



기존의 공기청정기는 국부적인 공간만 청정도 유지가 가능하며 내부 필터로 실내공기를 필터링한 후 필터링한 공기를 재순환 시킴으로써 먼지 제거만 가능하고, 이산화탄소 등 유해가스나 오염원의 자체 제거는 불가하였다. 반면, 동사가 개발한 환기청정기는 공기 청정 기능과 환기 기능이 동시에 구현 가능한 공기 정화 장치로, 외부 공기는 필터링을 거쳐 신선한 공기로 바꿔주고 오염된 내부 공기는 외부로 배출해주며 오염원 자체를 제거하는 효과를 제공한다.

*출처: 동사 홈페이지

또한, 동사는 연구개발을 통해 외부 및 실내 환경에 따라 4가지 모드를 갖춘 환기시스템을 개발하였다. 동사의 환기시스템은 세대 환기 모드, 공기 청정 모드, 바이패스 모드, 듀얼 청정 모드로 작동되며, 특히 듀얼 청정 모드는 세대 환기모드와 공기 청정 모드를 결합한 것으로 2018년 환경부로부터 이를 구현하기 위한 연관 기술(실내공기 정화기능을 갖는 열회수형 환기시스템 기술)에 대해 녹색기술 인증을 획득하며 에너지와 자원을 절약하고 오염물질의 배출을 최소화하는 기술로 인정받은 바 있다.



[표 4] 동사의 환기시스템 작동 모드

구분	세대 환기 모드	공기 청정 모드	바이пас 모드	듀얼 청정 모드
개념도				
특징	<ul style="list-style-type: none"> 외기와 내기 교환 열에너지 활용으로 냉난방비용 절감 	<ul style="list-style-type: none"> 실내공기 정화 후 재공급 	<ul style="list-style-type: none"> 외기와 내기 교환 열교환이 없어 더 적은 에너지 소비량 	<ul style="list-style-type: none"> 세대환기+공기청정 녹색기술 인증 취득

*출처: 동사 홈페이지, NICE디앤비 재구성

한편, 동사가 개발하여 2019년 출시한 청공조기 ‘에어프레셔’는 82개의 블레이드로 구성된 BLDC(BrushLess DC)모터를 장착하여 저소음의 강력한 흡입과 송풍을 구현하며 공기 흐름을 균일하게 제어하고, 먼지 필터, 탈취 필터, 혼화 필터 등으로 구성된 6단계 필터링 시스템을 탑재함으로써 산소와 이산화탄소의 농도를 조절하고 몸에 해로운 미세먼지와 라돈, 유해가스 등을 제거하며 실내 공기균형 형성에 도움을 주는 제품이다. 동사의 자체 실험 결과에 의하면, 에어프레셔를 기준 산소 농도 18.6%, 이산화탄소 농도 5000ppm의 3.2평형 실내공간에서 30분 가동 시 약 12분 만에 산소 농도는 20.6%까지 증가하였으며, 이산화탄소 농도는 500ppm 감소하였다.

[그림 13] 에어프레셔



*출처: 동사 홈페이지

■ 기술개발 및 디자인 역량을 기반으로 제품 성능·디자인 경쟁력 확보

동사는 최근 3년간 레인지후드 자동제어장치, 하방배기형 후드장치, 폐쇄된 공간에서 환기 가능한 청정기, 복합열교환 환기장치, 가스레인지의 교열방지시스템 등의 연구개발을 수행한 실적이 있으며, 개발 기술을 특허로 등록하여 기술력을 보호하고 있다. 2020년 12월 키프리스(KIPRIS) 기준으로 동사는 총 36건의 등록 특허와 1건의 출원 특허를 보유 중이다.

[그림 14] 동사의 스마트 쿠킹존 구현 예시



특히, 동사가 개발한 레인지후드 자동제어장치, 자동환기시스템 등은 레인지후드와 쿡탑을 연동시켜 보다 편리하게 요리할 수 있는 쿠킹존 시스템을 구현하기 위한 기술이다. 쿠킹존 시스템은 레인지후드에 부착된 센서를 통해 쿡탑을 켜면 후드가 자동으로 작동하고, 쿡탑을 끄면 후드가 3분간 지연운전 후 스스로 꺼지는 시스템으로, 동사는 일부 모델에 해당 시스템을 적용함으로써 스마트 쿠킹 서비스를 제공하며 제품에 차별화를 두고 경쟁력을 확보하였다.

*출처: 동사 홈페이지



동사는 제품의 기술개발 외 디자인 개발에도 주력하고 있으며, 굿디자인(GD)어워드, 편업(PINUP)디자인어워드에서 여러 차례 수상하며 디자인 역량을 입증하였다. 동사는 2020년 12월 기준 61건의 디자인권을 확보하고 디자인 침해를 예방하고 있다.

한편, 동사는 다수의 특허권과 디자인권 외에도 브랜드 권리 강화를 도모하기 위해 106건의 상표권도 보유하고 있는 것으로 확인된다.

[표 5] 동사의 주요 디자인상 수상 현황

구분	2012 굿디자인 KIDP원장상	2012 편업디자인 디자인부분 인증작	2016 굿디자인 국가기술표준원장상	2017 굿디자인 특허청장상	2018 굿디자인 선정
제품 사진					
제품명	퓨어(스마트후드)	아델라인(후드)	뮤렌(주방 공기청정기)	비채(환기청정기)	

*출처: 동사 홈페이지, NICE디앤비 재구성

■ B2C 사업 확대를 위한 판관비 부담으로 2019년까지 영업이익은 부진하였으나, 유통 채널 및 사업 다각화로 경쟁력 확보 중

[그림 15] SWOT 분석





IV. 재무분석

경쟁사 점유율 흡수 및 인테리어 시장 호황으로 2020년 3분기(누적) 실적 증가

2019년 판매처 다변화 전략으로 매출 정체에서 벗어나 성장세로 돌아섰으며, 2020년 경쟁사 점유율 흡수 및 인테리어 시장 호황으로 3분기(누적) 실적이 전년 동기 대비 증가하였다.

■ 레인지후드 시장 점유율 1위라는 브랜드 위상을 기반으로 안정적인 매출 시현

동사는 주방기기 제조업체로 레인지후드, 주방용 빌트인기기, 세대환기용 열교환기 등을 주요 제품으로 생산하고 있으며, 건축자재 제조업체인 (주)벽산을 동사의 최대주주로 두고 있다. 동사는 건설사를 주요 거래처로 두고 레인지후드와 주방용 빌트인기기를 공급하고 있으며, 특히 레인지후드의 경우 국내 시장 점유율 1위로 독보적인 브랜드 위상을 유지하고 있고, 이를 기반으로 안정적인 매출을 시현하고 있다. 2019년 기준 사업부문별 매출 비중은 레인지후드 46.8%, 빌트인기기 26.2%, 세대환기시스템 16.3%, 기타(청공조기, 환기청정기 등) 10.7%를 각각 차지하였다.

■ 2019년 판매처 다변화 전략으로 매출 정체에서 벗어나 외형 확대

동사는 시장 점유율을 바탕으로 레인지후드 사업군에서 안정적인 매출을 시현하고 있으며, 기존 빌트인기기 사업군에서 가스쿡탑의 판매 호조와 환기청정기의 학교 납품 등에 따른 신규사업군의 성장으로 2019년 전년 대비 8.5% 증가한 1,123억 원의 매출액을 기록하며 매출외형이 확대되었다. 건설사를 대상으로 하는 특판 중심의 영업구조에서 탈피하여 하츠몰, 하츠앱 등 자사몰을 비롯해 소셜커머스 및 하이마트 등으로 B2C 유통 채널을 확대함에 따라 유통 매출이 증가 추이를 보였고, 학교를 대상으로 환기청정기 공급을 시작하는 등 판매처 다변화 전략으로 매출 정체에서 벗어나 성장세로 돌아선 것으로 분석된다.

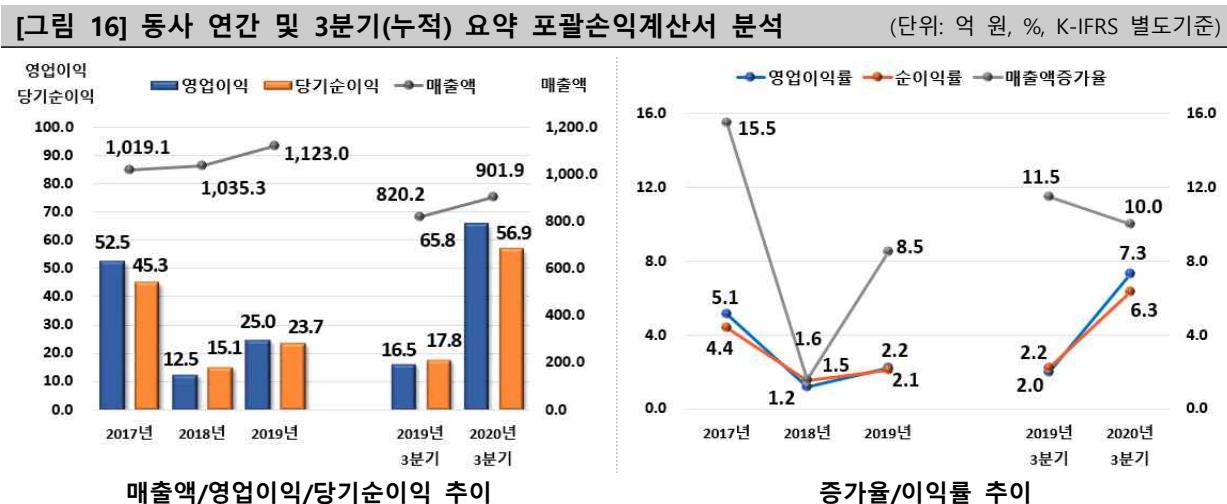
동사는 경쟁사들과의 단가 경쟁에 따른 낮은 마진률로 인해 수익구조 개선의 여지가 크지 않은 가운데, 원가절감을 통한 원가구조 개선과 더불어 매출 증가에 따른 판매관리비 부담 완화로 주요 수익성 지표인 매출액영업이익률과 매출액순이익률이 각각 2.2%, 2.1%를 기록하며 소폭이나마 수익성이 전년 대비 개선을 나타냈다.

■ 경쟁사 점유율 흡수 및 인테리어 시장 호황으로 2020년 3분기(누적) 실적 증가

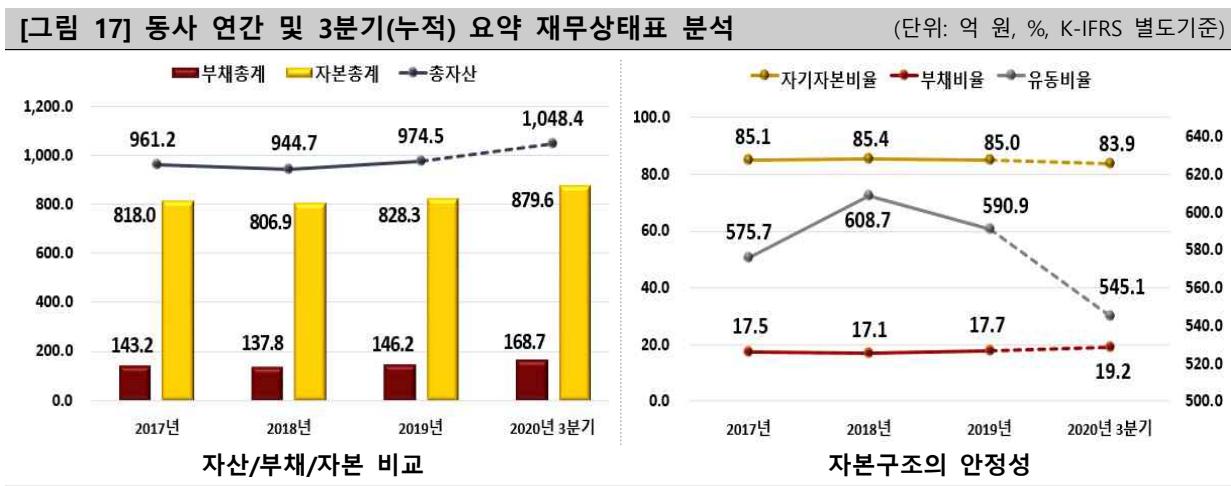
2020년 1월 레인지후드 시장에서 주요 경쟁사였던 엔텍이 파산으로 인해 경쟁 구도에서 이탈하였고, 동사가 엔텍의 점유율을 일부 흡수함에 따라 레인지후드의 판매가 증가 추이를 보였다. 그런 가운데, 실수요자 중심의 주택 매매 증가로 촉발된 인테리어 시장 호황으로 동사의 빌트인기기도 판매 호조를 보이며 2020년 3분기까지 누적 매출액이 전년 동기 대비 10.0% 증가한 902억 원을 기록하였다.



동사는 매출이 전년 동기 대비 증가하였으며, B2C 유통 채널의 안착에 따른 광고선전비 감소 등으로 판매관리비가 전년 동기 대비 감소함에 따라 판관비율이 전년 동기 20.3%에서 16.3%로 하락하였고, 이에 힘입어 매출액영업이익률 7.3%, 매출액순이익률 6.3%를 각각 기록하며 수익성이 전년 동기 대비 개선된 모습을 보였다.



*출처: 동사 사업보고서(2019.12), 동사 분기보고서(2020.09), NICE디앤비 재구성



*출처: 동사 사업보고서(2019.12), 동사 분기보고서(2020.09), NICE디앤비 재구성

■ 2019년 영업활동을 통한 현금창출능력 양호

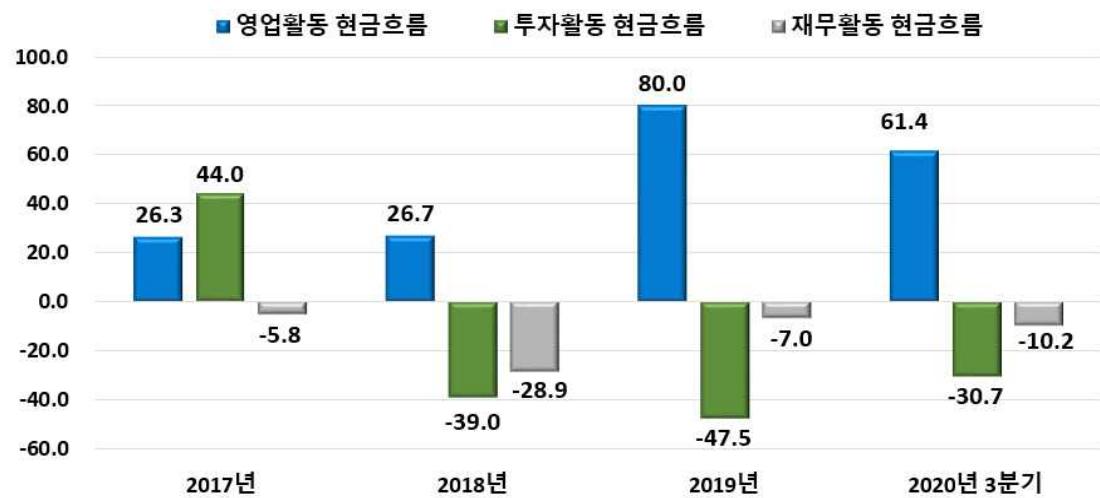
매출 증가 및 수익성 개선으로 전년 대비 증가한 순이익에 감가상각비, 하자보수비 등 현금의 유출이 없는 비용을 가산함에 따라 동사는 2019년 영업활동현금흐름이 80억 원을 기록하며 그 규모가 전년 대비 큰 폭으로 확대되는 등 영업활동을 통한 현금창출능력이 양호한 수준을 나타냈다.

동사는 영업활동을 통해 창출된 현금으로 금융상품의 취득 등 투자활동으로 인한 현금유출과 리스부채의 상환, 배당금 지급 등 재무활동으로 인한 현금유출을 충당하는 현금흐름을 보였으며, 현금성 자산은 기초 155억 원에서 기말 180억 원으로 그 규모가 증가하였다.



[그림 18] 동사 현금흐름의 변화

(단위: 억 원)



*출처: 동사 사업보고서(2019.12), 동사 분기보고서(2020.09), NICE디앤비 재구성



V. 주요 변동사항 및 향후 전망

신제품 출시로 라인업 강화, 인테리어 시장 호황으로 제품 수혜 기대

동사는 실내공기질 관리 통합 솔루션을 제공하며 신제품 출시로 제품 라인업을 강화하여 성장 동력을 마련하고 있다. 또한, 최근 판매처 다변화, 경쟁사 점유율 흡수로 매출외형 성장을 이어가고 있으며, 인테리어 업계 호황 등에 힘입어 동사의 제품에 수혜가 기대되고 있다.

■ 실내공기질 관리 통합 솔루션 제공 및 신제품 지속 출시로 성장 동력 마련

최근 미세먼지, 주방 유해가스 등에 대한 소비자들의 관심이 증대되고 있는 상황에, 동사는 AQM LAB을 통해 협약하고 있는 연구개발 역량을 기반으로 레인지후드, 쿡탑, 세대 내 전열교환기를 하나의 시스템으로 통합하여 국소 환기가 아닌 실내 전체의 유해물질을 효과적으로 제거하고 환기하는 실내공기질 관리 통합 솔루션을 제공하고 있다.

또한, 동사는 공기질 관리 전문기업에 걸맞게 다양한 제품을 지속적으로 출시하며 신규사업의 비중을 확대하고 있다. 후드 부문에서는 사용자 중심의 디자인 설계를 통해 주방 공간의 크기 및 취향에 따라 맞춤형 후드를 만들 수 있는 박스형 레인지후드 ‘스텝 후드’를 새로 선보였다. 스텝 후드는 쿠킹존 시스템이 적용된 모델이며, 후드 미작동 시 배기부가 자동으로 닫혀 외부에서 역류하는 음식 냄새 및 실내로 들어오는 습기 등도 효과적으로 차단할 수 있는 스마트 댐퍼도 별도로 구비 가능하다.

환기청정기 부문에서는 첨단 자외선 발광다이오드(UV-LED) 광촉매 기술로 살균 환기가 가능한 환기청정기인 ‘로파S’를 출시하였다. 로파S는 $0.3\mu\text{m}$ 의 초미세먼지를 99.95%까지 제거하는 H13등급의 해파 필터가 장착되어 있으며, 강력한 풍량 세기로 운전할 때에도 46db 이하의 소음이 발생하여 정숙이 필요한 공간에서도 사용할 수 있는 모델이다. 이외에도 동사는 가정용 환기청정기 5종(천장형 3종(코나A/B/H), 벽부착형 2종(힐로W/T))과 상업용 환기청정기 3종(로파P/H/W)을 신규 출시하며 환기청정기 제품 라인업을 강화하고 있다.

[표 6] 동사의 신규 출시 제품

구분	레인지후드	환기청정기			
		가정용		상업용	
모델명	스텝 후드	코나A/B/H	힐로W/T	로파P/H/W	로파S
대표 사진					
특징	<ul style="list-style-type: none">○ 박스형 후드○ 맞춤형 설치 가능○ 쿠킹존 시스템 적용○ 스마트 댐퍼 설치 가능	<ul style="list-style-type: none">○ 천장형(매립형 가능)○ H13등급 해파 필터○ 멀티 분기로 최대 3개실 동시 환기	<ul style="list-style-type: none">○ 벽부착형○ H13등급 해파 필터○ 자동 풍량 조절○ 오염도 직접 확인	<ul style="list-style-type: none">○ 스탠딩형/상치형○ H13등급 해파 필터○ 자동 풍량 조절○ 바이пас 기능	<ul style="list-style-type: none">○ 스탠딩형○ H13등급 해파 필터○ 살균기능 추가○ 46db이하의 소음

*출처: 동사 홈페이지, 하츠몰, NICE디앤비 재구성



■ 2020년 3분기(누적) 전년 동기 대비 실적 증가

동사는 2019년 판매처 다변화를 통해 매출 정체에서 벗어나 성장세로 돌아서는 모습을 보였으며, 2020년 경쟁사 점유율 흡수 및 인테리어 업계 호황에 따른 제품 판매 호조로 전년 동기 대비 매출규모가 증가하며 매출외형 성장을 이어갔다. 향후 코로나19로 인해 환기청정기의 수요 증가가 기대되며, 집에 머무는 시간이 길어짐에 따라 홈 인테리어에 대한 관심 확대로 인테리어 시장의 호황은 당분간 지속될 것으로 보이는 바, 이에 따른 수혜도 기대되고 있다.

■ 증권사 투자의견

작성기관	투자의견	목표주가	작성일
DB 금융투자	Not Rated	-	2020. 12. 16.
	<ul style="list-style-type: none">■ 레인지후드, 환기시스템 등을 제조하는 실내공기질 전문기업■ B2B, B2C 매출 비중 확대로 주택 건설경기 연동에서 벗어나 실적 성장■ 실내공기질 규제 강화에 대응하며 환기청정기 영업 강화		
이베스트 증권	Not Rated	-	2020. 09. 15.
	<ul style="list-style-type: none">■ 레인지후드, 쿡탑, 세대 환기 시스템을 보유한 벽산 효자 기업■ 정부 정책 및 실수요자 주택 구매에 따른 리모델링 수혜 기대		