

이 보고서는 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

기술분석보고서

 YouTube 요약 영상 보러가기

브이티지엠피(018290)

하드웨어/IT장비

요약

기업현황

시장동향

기술분석

재무분석

주요 변동사항 및 전망



작성기관

NICE평가정보(주)

작성자

김선영 책임연구원

- 본 보고서는 「코스닥 시장 활성화를 통한 자본시장 혁신방안」의 일환으로 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해, 한국거래소와 한국예탁결제원의 후원을 받아 한국IR협의회가 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 “한국IR협의회” 채널을 추가하시면 매주 보고서 발간 소식을 안내 받으실 수 있습니다.
- 본 보고서에 대한 자세한 문의는 작성기관(TEL.02-2124-6822)로 연락하여 주시기 바랍니다.

브이티지엠피(018290)

라미네이팅 기계/필름 및 화장품 브랜드 사업 영위 기업

기업정보(2021/01/01 기준)

대표자	정철 / 김양평
설립일자	1986년 11월 07일
상장일자	1994년 09월 07일
기업규모	중소기업
업종분류	사무용 기계 및 장비 제조업
주요제품	라미네이팅기계, 라미네이팅필름

시세정보(2021/04/26 기준)

현재가(원)	8,380
액면가(원)	500
시가총액(억 원)	2,876
발행주식수	34,159,521
52주 최고가(원)	11,000
52주 최저가(원)	7,910
외국인지분율	3.56 %
주요주주	정철

■ 지엠피, 브이티코스메틱 합병을 통한 외형 성장

브이티지엠피는 인쇄물 후가공 산업분야에 사용되는 라미네이팅 기계와 필름 제조 분야에서 입지를 다져온 지엠피가 화장품 브랜드인 자회사 브이티코스메틱을 2019년 10월 흡수합병하며 현재의 상호로 변경되었다. 설립 이후 국내외를 대표하는 라미네이팅 전문 기업으로 성장하여 화장품, 바이오, 미디어 커머스, 엔터테인먼트 분야의 계열사를 편입시켜 사업 영역을 확장하였고 전기차 부품, 2차전지, 수소연료전지 등 친환경 에너지 사업 분야로의 진출을 추진하고 있다.

■ 화장품 사업부문, Cash-Cow 역할 지속

화장품 사업부문은 동사 매출액의 약 69%(2020년 매출 기준)를 차지하는 주력 사업으로, 국내 외 중국 시장을 중심으로 두각을 나타내고 있다. OEM·ODM사와의 협력을 통해 차별화된 상품을 기획하고 스테디셀러 제품인 ‘시카’ 라인 외에 ‘프로그로스’, ‘슈퍼히알론’ 등 신규 라인을 런칭하며 제품을 다양화하고 있다. 스타 및 유명 캐릭터와의 콜라보레이션 제품 출시, 중국 내 단독 총판 중심으로 안정적인 유통망 구축, SNS 마케팅, 왕홍 라이브 커머스 콘텐츠 활용 등 차별화된 마케팅 및 유통 경쟁력을 기반으로 안정적인 실적 성장세를 유지 중이다.

■ 라미네이팅 사업부문, 친환경 에너지 사업으로 다각화

라미네이팅 사업부문은 라미네이팅 기계 및 필름을 일괄 공급할 수 있는 기술 경쟁력을 확보하고 있으며, 이를 기반으로 경쟁력 있는 신제품 개발, 다국적 기업(HP 및 Konica Minolta)과의 협업, 휴대폰, 전기자동차, IT 산업 분야에서의 특수필름 적용, 보안라벨, 항공필름 등을 출시하며 매출 확대를 위한 노력을 지속하고 있다. 또한, 차세대 배터리 사업부를 신설하여 전기자동차용 부품, 리튬황 배터리 부품 사업을 추진하고 있고, 수소에너지사업부를 신설하여 자회사와 수소연료전지 발전 사업을 추진하는 등 기존 사업 역량 강화와 더불어 미래 성장 동력 창출을 위한 사업 영역을 확장 중이다.

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)
2018	1,095	56.7	134	12.2	107	9.8	17.6	10.8	77.8	276	1,982	30.1	4.2
2019	1,128	3.0	103	9.1	34	3.0	5.0	2.6	121.9	96	1,919	93.9	4.7
2020	1,074	(4.8)	55	5.1	(13)	(1.2)	1.7	(0.9)	125.7	32	2,177	275.1	4.1

기업경쟁력

라미네이팅 기계 및 필름 전문 기업

- 라미네이팅 기계 및 필름 동시 생산
 - 인쇄 후 공정에 사용되는 라미네이팅 기계와 필름을 동시 생산하는 국내외 유일 제조 업체로 기술 경쟁력 확보
 - 라미네이팅 기술력을 기반으로 경쟁력 있는 신제품 출시

화장품 기획, 마케팅 및 유통 경쟁력 확보



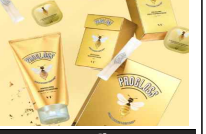


- 차별화된 마케팅 및 유통 역량 확보
 - 해외 현지 맞춤형 마케팅 및 유통 전략 수립을 통해 중국 시장 내 '시카' 라인 인지도 구축
- 시너지 창출 가능한 자회사 보유
 - 미디어 커머스 플랫폼 전문기업 케이블리, 연예매니지먼트 큐브엔터테인먼트 기반으로 안정적인 콘텐츠 제작 기반 마련

핵심기술 및 적용제품

라미네이팅 사업부문 주요 제품

기계	디지털/옵셋 인쇄용, 그래픽용 등
필름	Thermal Film, Heat-seal Film 등
하이테크	Ruthenox Heater, Film Heater 등
디지털프린팅 피니싱	인라인 라미네이터, 인라인 코터 등

화장품 사업부문 주요 제품 라인업

시카	슈퍼히알론	프로그로스
		
피토	프로바이오틱스	VT 팩트
		

시장경쟁력

라미네이팅 시스템 글로벌 인지도 확보

- 고부가가치 시장 수요 확대
 - 라미네이팅 기계 및 필름 시장 지속 성장
 - 기존 책자 인쇄물용 시장 감소, 광고물, 디지털 사진, IT 소재 등으로의 적용 분야 확대

화장품 시장 성장 및 유통 채널 변화

- 글로벌 화장품 시장 지속 성장
 - 2019년 3,802억 달러에서 2027년 4,635억 달러로 연평균 2.5% 증가 전망
 - COVID-19 장기화로 비대면 소비 패턴이 확산됨에 따라 온라인 중심의 이커머스 시장 성장 가속화

최근 변동사항

화장품 사업 실적 증가 및 신규 사업 추진

- 2020년 화장품 사업부문 수출 실적 증가
 - COVID-19 영향에도 주력 유통 채널인 중국과 일본 수출량이 증가하며 전년 대비 2.2% 증가한 746억 원 기록
 - 주력 제품인 '시카' 라인의 안정적 성장과 신제품 라인 출시로 매출 성장 견인
- 신성장 동력 마련 위한 사업 영역 확장
 - 전기자동차용 부품, 2차전지 부품, 수소연료전지 발전사업 등 친환경 에너지 사업부문으로 사업 영역 확장
 - 2019년 연료전지 발전사업 허가 취득한 케이제이 그린에너지와 경상북도 구미 소재 180MW 규모의 연료전지 발전 단지 조성 목표로 사업 추진 중

I. 기업현황

라미네이팅 전문 기업에서 화장품, 친환경 에너지 사업 확장

브이티지엠피는 라미네이팅 기계 및 필름 전문 기업에서 화장품, 바이오, 미디어 커머스, 엔터테인먼트, 친환경 에너지 등으로 사업 영역을 확장하고 있다.

■ 기업 개요

브이티지엠피(이하 ‘동사’)는 1986년 11월 대산프라스틱기계 법인 전환 형태로 설립되었고 1991년 1월 지엠피로 상호 변경되었으며, 1994년 9월 증권시장에 상장되었다. 라미네이팅 기계 및 필름 제조 및 판매 사업을 영위해 오다 2019년 10월 화장품 제조 사업 영위 업체인 자회사 브이티코스메틱을 흡수합병하여 현재의 상호로 변경되었다.

동사는 라미네이팅 기계 및 필름, 화장품 제조 및 판매를 주력 사업으로 영위하고 있으며, 신성장 동력 확보를 위한 목적으로 전기차 2차전지 사업과 수소에너지 사업 등을 추진하며 사업 영역을 확장하고 있다.

그림 1. 기업 개요



*출처: 브이티지엠피, NICE평가정보(주) 재구성

■ 주요 주주 및 관계회사 정보

최대주주는 장철 공동대표이사로 22.03%의 지분을 보유하고 있으며, 최대주주 및 특수관계자 (강승곤, 조하나, 큐브엔터테인먼트) 지분은 32.65%이다. 동사는 사업다각화를 위한 목적으로 브이티바이오, 지엠피글로벌, 케이블리 3개사를 종속회사로 두고 있으며, 큐브엔터테인먼트, VT CUBE JAPAN, 케이제이그린에너지, 에이제이 룩을 관계회사로 두고 있다.

표 1. 주요주주 및 관계회사 현황

주요주주	지분율 (%)	관계회사	지분율 (%)
정철	22.03	브이티바이오	50.16
강승곤	5.10	지엠피글로벌	40.00(*)
조하나	4.51	케이블리	41.70(*)
큐브엔터테인먼트	1.00		
김양평	1.00		

*출처: 사업보고서(2021), 공시자료, NICE평가정보(주) 재구성

(*) 지분율이 50%를 초과하지는 않으나 이사회 구성원의 과반수를 임명 또는 해임할 수 있어 종속회사로 분류

표 2. 계열회사 현황

계열회사	사업 내용	지분율(%)
브이티바이오	<ul style="list-style-type: none"> 천연물 신약(치매, 우울증, 기관지염 치료제) 개발 중 세포치료제(퇴행성 뇌질환 치료제, VT301) 개발 중 천연물 기능성원료 개발 - 건강기능식품 출시 20년 매출 565백만 원 	50.16
지엠피글로벌	<ul style="list-style-type: none"> 부동산 개발 및 공급 주상복합건물 개발 중(사업기간: 18.08.31~ 21.05.31) 	40.00
케이블리	<ul style="list-style-type: none"> 컨텐츠 제작 서비스, 연예기획 및 공연기획 사업 한류 컨텐츠 기반으로 SNS 마케팅, 커머스 사업을 전개하는 글로벌 미디어 커머스 플랫폼 사업 영위 20년 매출 1,030백만 원 	41.70
큐브엔터테인먼트	<ul style="list-style-type: none"> 음반기획 및 제작, 공연, 매니지먼트 사업 코스닥 상장사, 20년 매출 36,938백만 원(연결 기준) 	30.59
VT CUBE JAPAN	<ul style="list-style-type: none"> 큐브엔터 소속 아티스트의 일본 활동 담당과 기타 유통 사업 전개 	20.27
케이제이그린에너지	<ul style="list-style-type: none"> 2019년 12월 90MW 연료전지 발전사업 허가 취득 브이티지엠피와 연료전지 구축 사업 추진(구미 산업단지 내 총 180MW 규모 연료전지 발전 단지 조성 목표) 	29.20
에이제이 룩	<ul style="list-style-type: none"> 케이블리가 패션 인플루언서 '미지우'와 설립한 합작법인으로 패션 브랜드 사업 전개 온라인 쇼핑몰 '미지우' 대표이자 모델로 활동 중인 정지우 대표는 방탄소년단(BTS) 멤버 제이홉 친누나로, 사업 전반의 크리에이티브 디렉터로 브랜드를 총괄하고 케이블리는 마케팅, 운영, 지원, 유통 등 담당 	50.00 (케이블리 지분)

*출처: 사업보고서(2021), NICE평가정보(주) 재구성

■ 대표이사 정보

정철 공동대표이사는 2010년 브이티코스메틱의 전신인 곤센을 창업하면서 화장품 사업을 시작하였고, 뛰어난 상품 기획력과 마케팅 전략으로 인지도를 확보하며 빠른 속도로 회사를 성장시킨 주역이다. 현재 동사의 최대주주로 사업을 총괄하며 화장품 및 미디어커머스 사업부문을 전두지휘하고 있다. 김양평 공동대표이사는 조선대학교 기계공학과를 졸업하고 광일농산 전무이사, 이비코코리아 사장을 거쳐 지엠피를 설립한 동사의 창업주로, 라미네이팅 사업부문을 총괄하고 있다.

■ 주요 사업 및 매출 비중

2020년 사업보고서 연결재무 기준, 동사의 사업부문은 크게 라미네이팅 사업, 화장품 사업, 기타 사업부문으로 구분된다. 라미네이팅 사업은 1985년 라미네이팅 기계를 국산화하며 성장하였고, 인쇄 및 포장, 옥내외 광고, 보안문서 등을 보호하는 라미네이팅 필름과 필름을 열과 압력을 이용하여 접착시키는 라미네이팅 기계를 제조하여 국내외 시장에 공급하고 있다. COVID-19 영향으로 미주 및 유럽향 수출 물량이 감소하며 2020년 라미네이팅 사업부문 매출은 감소하였으나 라미네이팅 기술을 기반으로 경쟁력 있는 신제품 개발을 지속하고 있다.

화장품 사업은 2017년 피합병 법인인 브이티코스메틱의 지분을 인수하면서 시작되었다. 브이티코스메틱은 VANT 36.5 브랜드를 거쳐 2016년 VT 브랜드를 신규 런칭하였으며, 성장 발판이 된 콜라겐 팩트 외 시카 라인, 프로그로스 라인, 슈퍼히알론 라인, 피토 라인, 프로바이오틱스 라인을 보유하고 있다. 2018년 방탄소년단을 광고모델로 기용하고 콜라보 제품을 출시하면서 브랜드 인지도를 제고하였고, 시카 라인의 중국 시장 진출 성공으로 2018년 매출이 전년 대비 약 2배 성장하였다. COVID-19 위기 속에서도 중국 및 일본 수출이 증가하며 2020년도에도 매출을 유지해 가고 있다.

기타 바이오 사업은 계열사인 브이티바이오가 영위하는 사업군이다. 세포치료제로 알츠하이머성 치매치료제(VT301, 국내 임상 1상 승인)와 천연물 치매치료제(VT012, 임상 2상 완료), 천연물 만성폐쇄성 폐질환 치료제(VT014, 임상 3상 완료), 천연물 우울증 치료제(VT011), 천연물 탈모/발모 의약품(VT015, 전임상 효능 입증 완료), 천연물 혈당조절 기능성 원료(VT021, 개별인정형 건강기능식품 품목허가) 등을 파이프라인으로 보유하고 있으며, 지속적인 R&D 투자가 진행 중인 상태다.

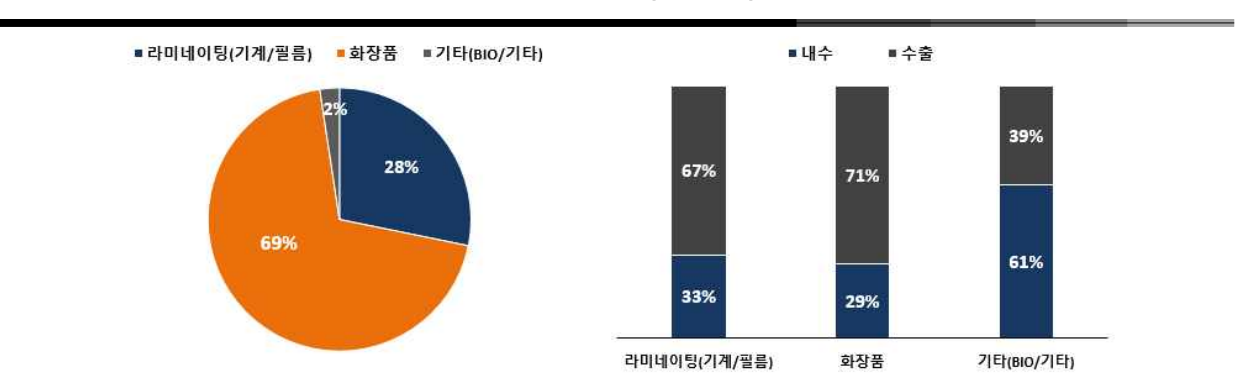
표 3. 연결재무 기준 매출액 추이 (단위: 백만 원, %)

구분	2018		2019		2020	
	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중
라미네이팅(기계/필름)	39,276	35.88	37,042	32.85	30,326	28.24
화장품	69,064	63.09	72,994	64.74	74,485	69.36
기타(BIO/기타)	1,130	1.03	2,721	2.41	2,584	2.41
합계	109,470	100	112,757	100	107,395	100

*출처: 사업보고서(2021), NICE평가정보(주) 재구성

사업부문별 매출 비중은 2020년 기준 화장품 69%, 라미네이팅 28%, 기타(BIO/기타) 2%로 화장품이 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 화장품 및 라미네이팅 사업 모두 제품의 약 70% 내외를 수출하는 수출 주도형 기업이다[그림 2].

그림 2. 20년 연결재무 기준 사업부문별 매출 비중 (단위: %)



*출처: 사업보고서(2021), NICE평가정보(주) 재구성

II. 시장 동향

라미네이팅 및 화장품 시장 지속 성장 전망

라미네이팅 시장은 고급 인쇄 시장을 중심으로 성장하고 있고, 화장품 시장은 소비패턴 변화로 온라인 유통채널 중심의 시장 성장이 가속화되고 있다.

■ 라미네이팅 시장

▶▶ 산업 특성

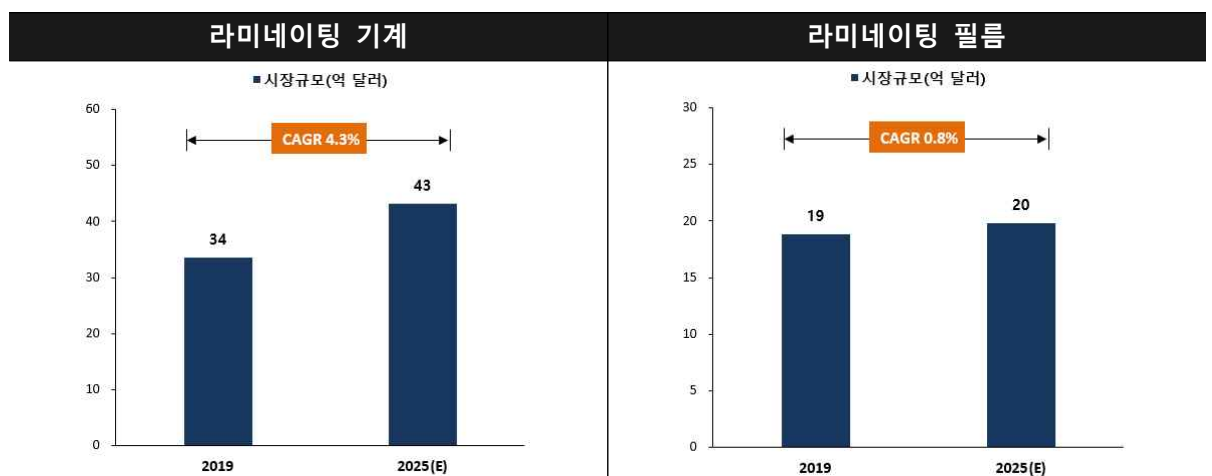
라미네이팅은 인쇄물을 장기간 보존하고 위변조를 막기 위해 각종 출력물을 비닐 소재로 코팅하는 것이다. 과거에는 광고물이나 책자 등의 인쇄물에 주로 적용하였으나 신분증, 여권, 디지털 사진 등으로 적용 분야가 확대되고, 그 외 인테리어 소재, 렌즈 표면의 반사방지 코팅, 특수 유리 제작 등 다방면으로 활용되고 있다. 나아가 인쇄전자, 태양전지 제작, 대면적 그래핀 제작, 홀로그램 제작, 디스플레이 제작 등 첨단 산업의 필수 공정으로 적용되고 있다.

라미네이팅 기계는 기술 진입장벽이 높아 단기간에 경쟁력을 확보하기 어려운 기술 집약적 산업이며, 품질 경쟁력 및 산업간 연계성이 중요한 산업이다. 라미네이팅 필름의 경우 중소기업에서부터 대기업까지 시장에 참여하며 경쟁이 심화되고 있음에 따라 글로벌 경쟁력 강화를 위한 고부가가치 및 고기능성 제품 개발과 함께 제조원가 절감을 위한 노력이 필요하다.

▶▶ 시장규모 및 전망

MarketWatch 시장보고서에 따르면, 세계 라미네이팅 기계 시장은 2019년 34억 달러에서 2025년 43억 달러로 연평균 4.3% 증가할 전망이다. Marketquest 시장보고서에 따르면, 세계 라미네이팅 필름 시장은 2019년 19억 달러에서 2025년 20억 달러로 연평균 0.8% 증가할 전망이다[그림 3].

그림 3. 세계 라미네이팅 기계 및 필름 시장 규모 및 전망 (단위: 억 달러, %)



*출처:MarketWatch(2021), Marketquest(2020), NICE평가정보(주) 재구성

■ 화장품 시장

▶▶ 산업 특성

화장품은 정밀화학의 한 분야로 화학, 생물학, 약학 등 기초과학 관련 응용기술이 복합적으로 작용하는 기술집약적인 고부가가치 산업이다. 타 업종에 비해 기호성과 유행성이 강하며, 제품의 라이프 사이클이 짧아 다품종 소량생산이 적합하며, 신제품 개발이 빈번하게 일어난다. 제조설비 없이도 ODM(제조업자개발생산)·OEM(주문자상표부착생산)을 활용하여 시장에 용이하게 진입할 수 있어 중소기업의 참여도가 높은 편이다. 다만, 광고 및 브랜드 가치가 제품의 경쟁력에 중요한 변수로 작용하며, 자본력을 갖춘 대규모 기업들이 시장을 주도하는 과점적 경쟁 시장을 형성하고 있다.

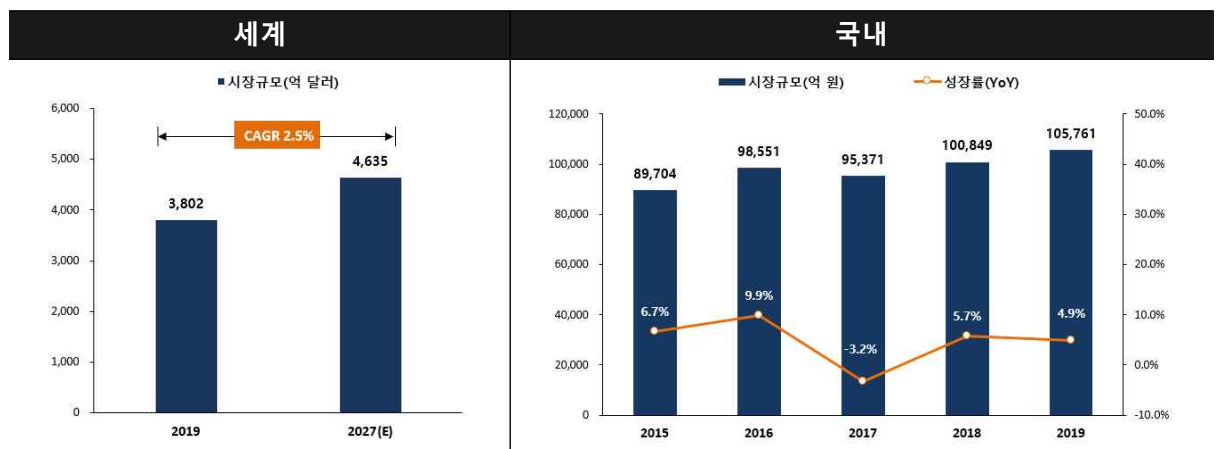
화장품 산업은 미(美)에 대한 욕구, 여성 경제활동 증가, 인터넷 발달에 따른 온라인/오프라인 공유 플랫폼 확산, 화장품 소비층 다양화 및 확대 등이 산업 성장을 견인하고 있다.

▶▶ 시장규모 및 전망

Allied Market Research 시장보고서에 따르면, 세계 화장품 시장은 2019년 3,802억 달러를 기록하였고 2027년에는 4,635억 달러 규모로 연평균 2.5% 증가할 것으로 전망된다[그림 4]. COVID-19 발발로 인해 2020년 상반기에는 소비가 다소 주춤하였으나 2분기를 저점으로 회복세로 전환하였으며, 중국 최대 쇼핑 행사인 광군제 기간에 폭발적인 판매 실적을 기록하며 중국이 시장 성장을 주도한 것으로 나타났다.

통계청 및 한국화장품산업연구원 통계자료에 따르면, 국내 화장품 시장은 2015년 8조 9,704억 원에서 2019년 10조 5,761억 원으로 연평균 4.2% 증가하였다[그림 4]. 동 기간 동안 화장품 수입규모는 연평균 3.5%의 성장률을 보인 반면 수출규모는 22.2%로 높은 성장세를 기록하였으며, 여전히 중국 수출 의존도가 높은 편이다. 2020년 시장규모는 COVID-19의 영향으로 다소 하락한 것으로 추정되나 이커머스 시장 확대, 정부의 방역 집중 정책 및 백신, 치료제 출시 가시화로 수요는 점진적으로 다시 상승할 것으로 전망된다.

그림 4. 세계 및 국내 화장품 시장 규모 및 전망 (단위: 억 원, %)



* 출처: Allied Market Research(2021), 통계청/한국화장품산업연구원 통계자료(2021), NICE평가정보(주) 재구성

주: 1) 국내 시장규모는 생산-수출+수입

2) 국내 수출입에 대한 환율 적용은 한국은행 19년 연평균 기준 환율(1,165.65원) 적용

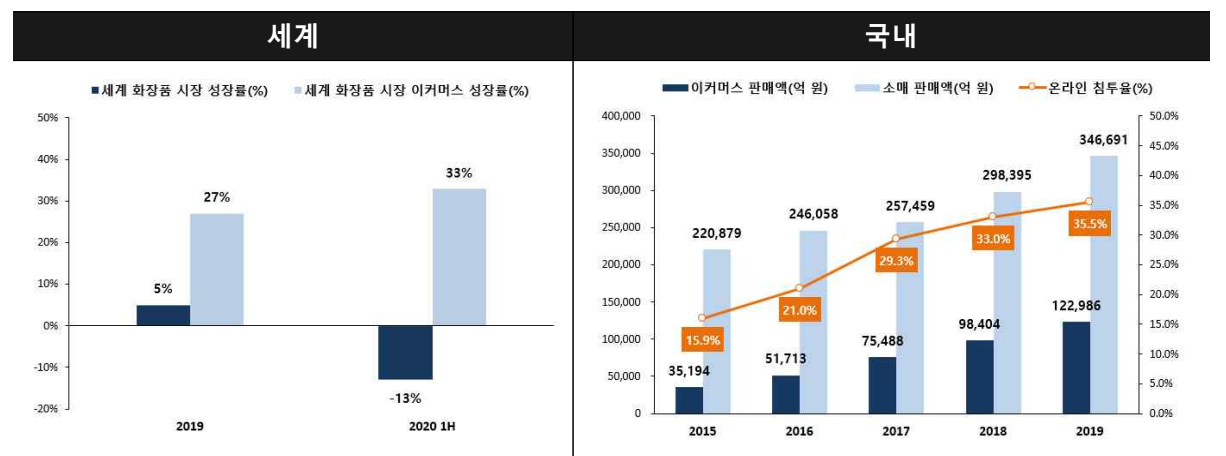
▶▶ 유통채널 변화

화장품 유통채널은 전문점(일반 소매점, 브랜드샵, 편집샵), 대형소매점(대형마트, 백화점), 이커머스, 홈쇼핑, 방문판매, 면세점, 약국 등이 있다. COVID-19 장기화로 비대면 소비 패턴이 확산되며 소비자 라이프 스타일이 달라지고 있고 뷰티 트렌드와 유통채널도 변화하고 있다. 유통채널 중 이커머스 시장의 성장이 두드러지고 있고, 이러한 시장 환경 변화에 대응하기 위해 대부분의 업체들이 이커머스 비중 확대를 위한 전략을 수립하며 채널을 확장하고 있다.

전 세계 화장품 시장에서 이커머스 기여도가 확대되는 추세로, 2019년 세계 화장품 시장은 5% 성장하였고, 이커머스 채널은 27%의 성장세를 기록하였다. COVID-19 영향으로 2020년 상반기 세계 화장품 시장이 13% 감소한 반면, 이커머스 채널은 33% 성장하였고, 이커머스 플랫폼의 자체 성장과 더불어 소비자와 상호 소통 가능한 라이브스트리밍 등의 플랫폼 출현으로 이커머스 시장 성장이 가속화되고 있다[그림 5].

통계청 자료에 따르면 2019년 국내 화장품 소매 판매액은 34조 6,690억 원으로 집계됐으며, 이 중 이커머스 쇼핑 거래액은 12조 3,822억 원으로 35.5%의 비중을 차지한 것으로 나타났다. 2015년 이커머스 비중(15.9%) 대비 약 2배 이상 성장한 수치이며, 2020년은 비대면 소비 패턴 강화로 온라인 침투율은 더욱 증가될 것으로 예상된다[그림 5].

그림 5. 세계 및 국내 화장품 이커머스 채널 성장률 (단위: %)



* 출처: 유안타증권 로레알 그룹 자료 재가공(2021), 통계청(2021), NICE평가정보(주) 재구성

Ⅲ. 기술분석

라미네이팅 기계/필름 관련 기술 경쟁력 및 화장품 유통 경쟁력 확보

브이티지엠피는 라미네이팅 기계 및 필름을 동시에 개발, 생산 및 공급할 수 있는 독자적인 기술 경쟁력을 보유하고 있으며, 화장품 사업부문에 대한 차별화된 상품 기획, 마케팅, 유통 경쟁력을 확보하고 있다.

[라미네이팅 사업부문]

■ 동사 주요 제품 및 보유 기술

동사의 라미네이팅 제품군은 크게 라미네이팅 기계, 라미네이팅 필름, 하이테크, 디지털프린팅 피니싱으로 구분된다. 라미네이팅 기계는 온도, 압력, 속도를 제어하여 물체에 1겹 이상 얇은 레이어를 덧씌우는 장치이며, 이때 사용하는 얇은 레이어를 라미네이팅 필름이라고 한다. 하이테크는 라미네이팅의 품질을 결정하는 라미네이팅 기계구성 부품 중 롤러와, 필름 히터 등이며, 디지털프린팅 피니싱은 특수한 작업공정 등을 포함하는 특수 인쇄기술과 맞춤형 인쇄공정 설계가 가능한 패키징을 포함한다[표 4].

표 4. 제품군별 주요 제품

제품군	주요 제품
기계	디지털/옵셋 인쇄용, 트레이드용, 그래픽 및 사인용, 가정용
필름	Thermal Film, Heat-seal Film, Pressure Sensitive Film, Films for Print FOD Industry
하이테크	Ruthenox Heater, Film Heater, Silicone Roller, Electric Induction Heating Roller,
디지털프린팅 피니싱	인라인 라미네이터(In-Line Laminator) : LAMIMASTER-34 인라인 코터(In-Line UV Coater): COATMASTER-IN3752UV

*출처: IR자료, NICE평가정보(주) 재구성

▶▶ 라미네이팅 기계

라미네이팅 기계는 뜨거운 온도와 압력을 가하여, 코팅 재질을 물체에 점착시키는 방식으로 작동되며, 균일한 히터 표면 온도, 기포 생성 억제를 위한 진공 유지 및 압력 제어 등이 필수인 정밀제어 장치로, 베어링, 열판 히팅, 롤러, 모터, 사출 케이스 등 9가지 품목의 부품으로 구성된다.

문구용으로 사용되는 파우치 기계, 포스터용 소형 롤 기계, 옥외 대형 광고용 롤 기계, 책 표지 및 포장재 인쇄 등에 사용되는 고속 양/단면 라미네이팅이 가능한 상업용 커머셜 기계를 포함하여 약 208종의 품목을 생산하고 있으며, 라미네이팅 기기의 핵심부품인 실리콘 롤러, 히터, 온도와 모터속도 제어회로, 테프론 코팅(물이 스며들지 않게 하는 코팅), 온도센서 등의 주요 부품을 직접 생산하며 핵심기술을 보호 및 육성하고 있다.

기존 파우치 기계의 경우, 수동급지 및 파우치 필름사용, 필름 두께에 따른 온도 및 속도를 사용자가 설정했는데, 이는 사용자의 기술적 노하우 및 경험에 따라 품질이 다르게 출력되는 단점이 있어 동사는 필름 두께에 따른 온도, 속도 등을 자동으로 제어하는 시스템을 개발하였고, 사용자와 무관하게 일정한 품질을 구현할 수 있게 되었다[그림 6].

또한, HP와 디지털 사진의 은염 인화지를 대체할 수 있는 디지털 장비를 공동 개발하였으며, HP의 디지털 인쇄기에 동사의 라미네이팅 기계를 공급하는 계약을 체결하여 공급하고 있다.

그림 6. 전자동 파우치 라미네이터(THINKLAM-330)



*출처: IR자료, NICE평가정보(주) 재구성

▶▶ 라미네이팅 필름

동사는 PP(Polypropylene), PET(Polyethylene terephthalate), PA(Polyamide) 등의 베이스 필름을 사용하여 다양한 특성과 기능을 가진 라미네이팅 필름 총 45개 제품군을 생산하고 있다. 열가소성 접착층과 보호필름이 적층을 이루고 있는 가운데 접착층은 고온에서 열융착되는 특성이 있어 라미네이팅 과정에서 접착층과 보호필름이 분리되는 현상이 발생하므로 적층을 이루게 하는 기술이 라미네이팅 필름 제조의 핵심 기술이다. 동사는 자체 생산 공장 및 설비를 구축하여 다품종 소량생산 수요에 적극 대응하고 있다.

표 5. 라미네이팅 필름 주요제품 및 특성

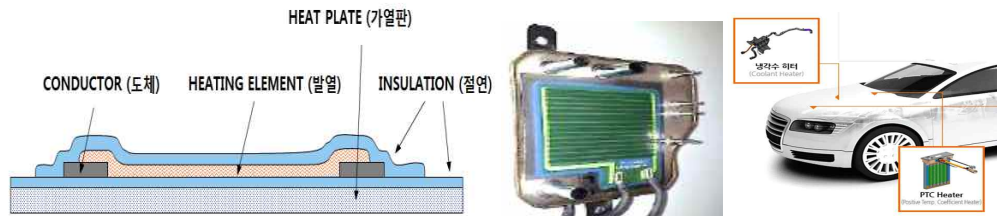
제품군	소재	장점
PERFEX	PET base Thermal	운반 용이 및 밀림에 의한 변형 없음
PHOTONEX	Vinyl base Textured	폴리에스테르 층에 의해 UV가 90% 차단
SUPERTOUCH	PP & PET Composited Textured Heat Seal	초 저온(80°C) 필름
POLYNEX	PP base Thermal	흠 발생 방지기능

*출처: 홈페이지, NICE평가정보(주) 재구성

▶▶ 하이테크 - 루테녹스(Ruthenox)

루테녹스 히터는 금속 세라믹 표면에 특수한 물질을 인쇄(코팅)하는 방법으로 제조되는 박막히터이다. 세라믹, 스테인리스 유리 등의 가열판 표면에 절연층과 발열체, 전극을 0.1mm~0.5mm 두께로 적층 시키는 면상 히터이며, 반영구적인 수명, 균일한 온도분포 등의 특성을 지닌다. 단 순화된 열 전달 경로로 순간 가열을 이용하는 전기다리미, 전기포트, 정수기(온수), 비데(온수) 등에 적용 가능하며, 2019년 전기자동차용으로 개량하는데 성공하여 자동차 탑승자의 난방용 공조히터, 겨울철 2차 전지 효율 개선용 배터리 히터 등으로 개발하여 샘플 테스트를 마쳤다 [그림 7].

그림 7. 루테녹스 구조 및 적용분야

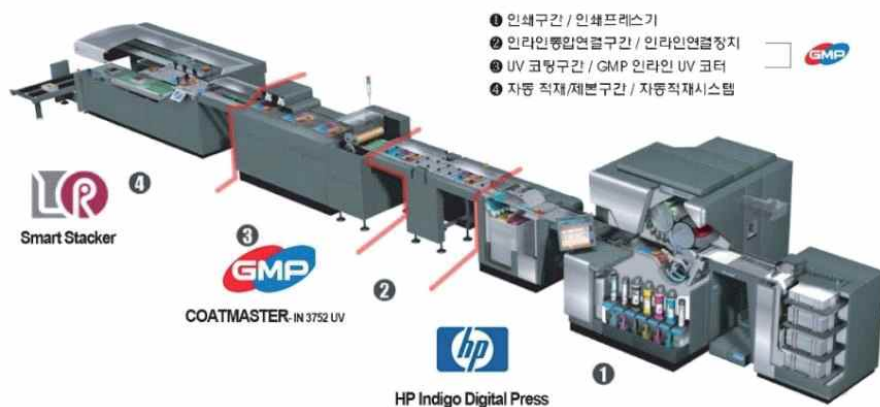


*출처: IR자료, NICE평가정보(주) 재구성

▶▶ 디지털프린팅 피니싱

인쇄 및 라미네이팅, 자동 적재 과정까지 전 공정을 한 대의 기계에서 할 수 있는 프린팅 시스템이다. HP인디고와 공동 개발한 제품으로, 기존 옵셋 인쇄 대비 50% 인력을 절감하여 생산성을 높였다. 고속 전자동 포토엠보싱 고광택 라미네이팅 기계는 양면 라미네이션, 양면 포토 엠보싱과 미디어 슬릿라미네이션이 가능한 다용도 제품이며, 동사가 독자적으로 개발한 Silver Halide Replacement System 포토 엠보싱이 적용되었다. 또한, 열관리가 중요한 라미네이팅 기계에서 유도가열롤러를 장착하여 안정적이면서 고품질의 라미네이팅이 가능하게 하였다[그림 8].

그림 8. 디지털프린팅 피니싱



*출처: IR자료, NICE평가정보(주) 재구성

▶▶ **Optical Film-정품인증보안라벨(SECUREGRAM)**

빛의 회절, 보강간섭 형상을 응용하여 DOE(회절형 광학소자)를 통과한 빛이 설계된 이미지로 발현되는 광학적 원리를 이용한 제품이다. 핵심기술은 이미지를 형성하기 위한 DOE 설계 기술과 설계된 DOE 대량 생산을 위한 원판 제작기술, 원판으로부터 필름에 대한 대량복제 기술이다. 필름에 광원을 비추면 설계된 이미지가 발현되어 위조와 변조를 손쉽게 확인 가능한 보안필름이다. 화장품, 담배 등의 용기 또는 포장재, 의약품의 용기 외면, 상품권 등, 자동차 부품 등의 순정품 확인용 라벨 등에 적용 가능하다.

▶▶ **연구개발 및 지식재산권 현황**

동사는 설립 후 라미네이터 및 필름 관련 연구개발 활동을 지속적으로 수행하며, 제품 성능 향상 및 신제품 개발 등을 진행하였고, 최근 3개년 평균 전체 매출액의 약 2.7%를 연구개발비로 투자하였다. 2021년 3월 기준 동사가 보유한 지식재산권은 화장품 사업부문 관련 지식재산권을 제외하고 국내 기준 특허 등록 8건, 상표 등록 89건으로 파악된다[표 7].

표 6. 최근 연구개발 실적

구분	연구개발 과제	착수일	완료일
라미네이터	POD용 반자동 라미네이터	2014.09	2015.04
라미네이터	POD 반자동 라미네이터	2014.11	2016.03
라미네이터	사진액자 제작용 라미네이터	2015.01	2016.03
제어시스템	라미네이터의 가동 제어시스템	2016.01	2016.12
라미네이터	Roll 원고용 라미네이터	2016.01	2016.12
필름	진품확인 라벨	2017.04	2017.06

*출처: 사업보고서(2021), NICE평가정보(주) 재구성

표 7. 주요 특허 현황

특허명	등록번호	등록일	최종권리자
인쇄면상에 서멀라미네이트 필름을 이용한 부분가열 형압염보싱 방법	10-0704462	2007.04.02	브이티지엠피
자동 라미네이터	10-1030288	2011.04.13	브이티지엠피
접지 내면 정보보호 라미네이팅 적층필름	10-1090741	2011.12.01	브이티지엠피
디지털 인쇄물에 유광 및 무광처리를 포함하는 후처리공정에 의한 인쇄물을 고급화하는 방법	10-1212551	2012.12.10	브이티지엠피
라미네이터의 속도 조절장치	10-1281041	2013.06.26	브이티지엠피
자동 테이프 부착장치	10-1412632	2014.06.20	브이티지엠피
가변전력 히터(DUAL COIL HEATER)	20-0476403	2015.02.17	브이티지엠피
슬릿북 라미네이터 및 슬릿북 라미네이팅 방법	10-1643190	2016.07.21	브이티지엠피

*출처: 특허정보넷 키프리스, NICE평가정보(주) 재구성

[화장품 사업부문]

■ 화장품 개요

화장품은 용도 및 기능에 따라 일반 화장품과 기능성 화장품으로 분류된다. 일반 화장품은 기초, 색조, 두발용 제품류 등 총 13개 유형으로 분류되며, 기능성 화장품은 미백, 주름 개선, 자외선 차단, 염모, 제모, 탈모 증상 완화, 여드름성 피부 완화 등에 도움을 주는 제품이다. 식품의약품안전처 자료에 따르면, 화장품의 주요 구성성분은 정제수, 유성원료, 계면활성제, 보습제, 점증제, 색소, 보존제, 착향제, 기능성 원료 등이 있으며, 사용원료, 배합비율, 배합방법 등에 따라 제품의 사용감, 보습력, 방부력, 점도, 제형 안정도, 색상, 향 등이 결정된다.

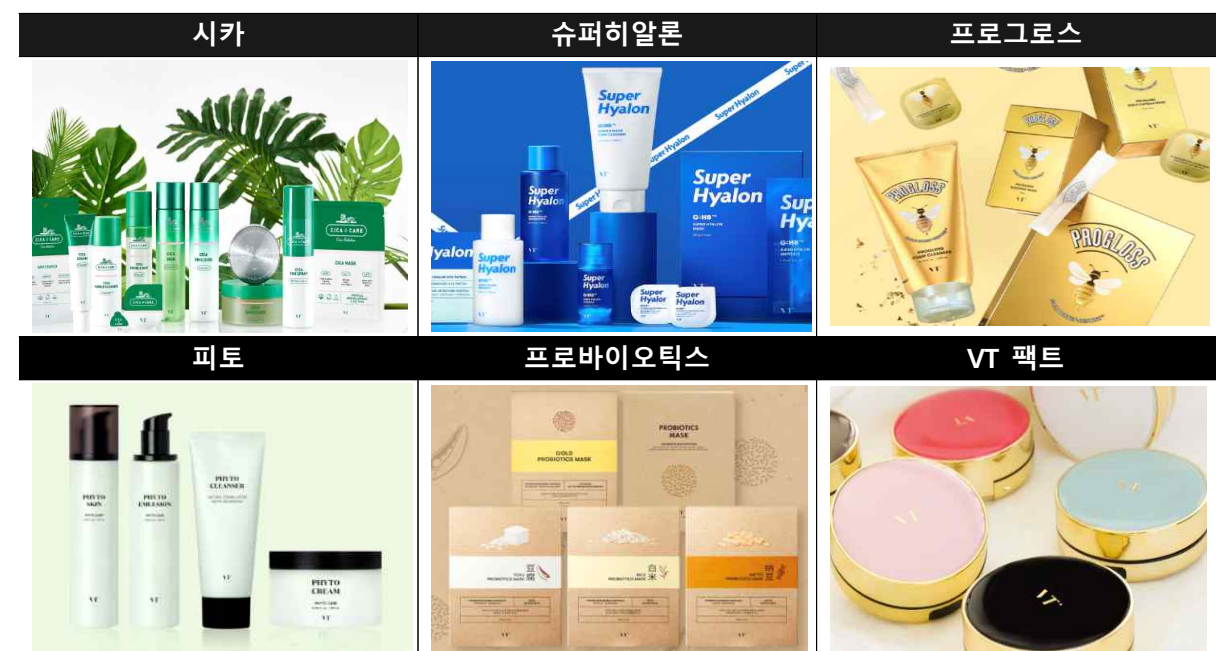
■ 동사 주요 제품 및 보유 기술

동사는 화장품 기획 및 개발, 디자인, 홍보 및 마케팅, 유통 등을 자체적으로 진행하고, ODM, OEM 전문기업을 통해 개발 및 생산하는 구조로, 차별화된 상품 기획력과 마케팅 및 유통 경쟁력을 핵심 기술로 보유하고 있다.

▶▶ 상품 기획력을 기반으로 다양한 제품 라인업 보유

동사는 기술 및 시장 트렌드와 소비자의 니즈를 파악해 기초 및 기능성 화장품, 색조 화장품 등을 제품화하고 있다. 초창기 동사 주력 제품이었던 콜라겐 팩트 외에 시카, 슈퍼히알론, 프로그로스, 피토, 프로바이오틱스 제품 라인을 보유하고 있으며, 대표 제품은 시카 라인으로 알려져 있다. 시카 제품은 상처를 치유하는 호랑이풀로 알려진 병풀 추출물을 함유한 제품으로, 시카 히알론이라는 독자적인 복합성분을 OEM사와 개발해서 기초 및 베이스 메이크업 등의 제품을 상용화하고 있다.

그림 9. 주요 제품 라인업



*출처: 홈페이지, NICE평가정보(주) 재구성

표 8. 주요 제품 라인업별 특징

제품 라인	특징
시카	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 피부 진정 케어 성분인 시카리오(병풀 추출물)가 함유되어 피부의 진정과 피부 장벽 강화를 도와주는 VT 스킨케어 대표 라인업 ▪ 기초케어, 쿠션, 클렌징, 마스크팩, 선케어 제품 등
슈퍼히알론	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 슈퍼히알론 감마-PGA(Polyglutamic Acid)와 8종 Hyaluronic acid을 포함하는 VT만의 독자 성분인 G:H8TM을 함유한 수분 공급 라인 ▪ 기초 및 선케어 제품
프로그램스	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 골드, 꿀, 항산화 성분인 이데베논 3가지 성분의 골드허니베논™을 주성분으로 하여 피부에 보습, 영양, 윤기를 부스팅하는 스페셜 영양 라인 ▪ 마스크, 세럼, 클렌저 제품
피토	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 전 성분 EWG 그린 등급의 원료를 사용한 순한 화장품으로, 민감성 피부를 위해 설계한 제품 라인 ▪ 클렌저, 기초케어 라인 제품
프로바이오틱스	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 6가지 유산균(락토바실러스발효용해물, 락토코쿠스발효용해물, 락토바실러스/우유발효여과물, 비피다발효용해물, 효모발효용해여과물, 스트렙토코쿠스 데르모필루스발효물)을 발효 및 배양시켜 추출한 프로바이오틱스 콤플렉스를 함유하여 영양 및 윤기를 전달하는 마스크팩 제품 라인
VT 팩트	<ul style="list-style-type: none"> ▪ VT의 시그니처 라인으로, 주름 개선, 미백, 자외선 차단 기능성 성분 함유, 에센스 세럼, 콜라겐 앰플 등의 성분을 함유시켜 영양 및 윤기 공급하는 팩트 제품으로, 콜라겐 팩트, 에센스 스킨 파운데이션, 씨씨쿠션 등 제품 라인 보유

*출처: 홈페이지, NICE평가정보(주) 재구성

▶▶ 차별화된 마케팅 및 유통 경쟁력 확보

동사는 초장기 온라인 채널을 중심으로 제품을 유통해오다 쇼룸, 백화점, 면세점, 드럭스토어, 홈쇼핑 등 다양한 판매채널로 유통을 확대하였다. 다양한 판매채널 중 브랜드 이미지에 맞는 채널에 입점하여 시장점유율을 높이고, 적은 비용으로 고효율을 창출할 수 있는 온라인 기반의 마케팅 전략을 집중적으로 수립하여 추진하고 있다.

내수보다 수출 비중이 높은 편으로, 차별화된 현지 맞춤형 마케팅 전략을 수립하여 해외 시장에 진출하고 있다. 최대 수출국인 중국의 경우 장기적으로 안정적인 유통망을 확보하기 위해 중국 내 시카 라인 단독 총판인 ‘습니다창고’를 중심으로 유통망을 구축하였다. ‘습니다창고’를 통해 거래 중인 온라인 유통채널은 타오파오, 티몰 등 대형 온라인몰을 비롯하여 약 2,000개이며, 중국 매출의 약 90%가 온라인에서 발생하는 만큼 온라인 채널을 확대하고 있다. 또한, 중국 시장에서 과급력이 높은 유명 크리에이터 왕홍을 활용한 라이브 커머스 시장을 공략하며 중국 시장에서의 독자적인 유통 전략을 수립하고 있다.

일본의 경우 일본 지사를 통해 까다로운 일본 소비자들의 성향을 파악하여 VT JAPAN (MADE IN JAPAN) 전용 제품을 출시하였고, 일본 시장 내 온·오프라인, 면세점 등에 입점시켰다. 또한, 최근 '시카 데일리 수딩 마스크', '시카 스팟 패치', '시카 캡슐 마스크' 등 총 10가지 제품이 유럽 화장품 인증(CPNP, Cosmetic Product Notification. Portal)을 획득하였고, 중국 및 일본 시장에서의 성공적인 시장 진출 경험을 기반으로 프랑스, 독일 등 EU 소속 유럽 시장 진출을 통한 시장 다각화도 준비 중이다.

그밖에 BTS와의 콜라보레이션 프로젝트를 성공시켰던 경험을 바탕으로, 자회사인 큐브엔터테인먼트와 케이블리를 활용하여 중국, 일본 및 아시아 미디어 커머스 사업을 전개하고 있다. 미디어 커머스는 콘텐츠를 통해 제품 소비를 촉진하는 방식의 전자상거래로, 당사는 K-콘텐츠를 활용한 마케팅 및 유통 전략을 수립하고 있으며, 자회사를 기반으로 안정적인 콘텐츠 제작 기반을 마련하고 있음에 따라 화장품 사업부문의 성장을 위한 교두보를 확보하고 있다.

▶▶ 연구과제 및 지식재산권 현황

동사는 'Nox 저해 기능이 있는 천연추출물 함유 탈모제품 개발(2018.06 ~ 2019.05)'에 대한 국가과제 수행 실적을 보유하고 있으며, 탈모 방지 및 발모 촉진용 조성물을 개발하여 특허로 등록하였다. 2021년 3월 기준 동사가 보유한 화장품 사업부문 관련 지식재산권은 국내 기준 특허 등록 2건, 디자인 등록 3건, 상표 등록 75건으로 파악되며, 자사 브랜드를 보호하기 위한 상표권 확보가 활발하게 이루어지고 있다[표 9].

표 9. 주요 특허 현황

특허명	등록번호	등록일	최종권리자
대량강 추출물 또는 이의 분리된 화합물을 유효성분으로 포함하는 탈모 방지 또는 발모 촉진용 조성물	10-2234199	2021.03.25	브이티지엠피
아세톡시차비콜 아세테이트를 유효성분으로 포함하는 탈모 방지 및 발모 촉진용 조성물	10-1930823	2018.12.13	브이티지엠피

*출처: 특허정보넷 키프리스, NICE평가정보(주) 재구성

■ SWOT 분석

그림 10. SWOT 분석



*출처: NICE평가정보(주)

▶▶ (Strong Point) 라미네이팅 및 화장품 사업부문 기술 및 시장 경쟁력

동사는 라미네이팅 기계 및 필름 관련 독자적인 기술력을 구축하여 국내외 시장에서 기술 경쟁력을 확보하고 있다. 화장품 사업부문의 경우 상품 기획 및 개발 능력과 더불어 차별화된 마케팅 및 유통 전략을 기반으로 중국 시장 내에서 확고한 브랜드 인지도를 구축하고 있으며, 시너지 창출이 가능한 미디어 커머스 플랫폼 및 연예 매니지먼트 등의 자회사들을 보유하고 있다.

▶▶ (Weakness Point) 화장품 사업부문의 높은 중국 시장 의존도

화장품 사업부문의 경우 수출 비중이 약 70% 수준이며, 대부분이 중국 시장에 편중되어 있다. 중국 시장에서 견고한 입지를 구축하며 성장세를 이어가고 있으나 정치적 요인에 따른 수출 위험요인이 존재하는 만큼 수출 구도를 다변화할 필요가 있다.

▶▶ (Opportunity Point) K-뷰티 관심, 미디어 커머스 시장 성장

K-콘텐츠에 대한 관심이 K-뷰티 제품 소비로 연결되고 있으며, 전 세계적으로 온라인 채널을 중심으로 하는 미디어 커머스가 주요 소비 트렌드로 떠오르고 있다. 동사는 자회사인 케이블리 및 큐브엔터테인먼트를 필두로 K-콘텐츠를 기반으로 한 비즈니스 모델 수립을 통해 화장품 사업부문 경쟁력을 강화할 수 있을 것으로 기대된다.

▶▶ (Threat Point) 화장품 시장 경쟁 가열

글로벌 화장품 브랜드와 중국 로컬 브랜드들이 시장 점유율을 확대하며 중국 시장에서의 경쟁은 더욱 치열해지고 있다. 또한, 2021년부터 중국의 화장품 관리감독 조례가 새로 적용되어 국내외 화장품 업체의 원료 관리, 인증 및 등록, 광고 등 유통과정 전반에 대한 규제를 강화함에 따라 이에 대한 대응 마련이 필요하다.

IV. 재무분석

COVID-19 영향에도 화장품 부문 매출 증가 추세

COVID-19 팬데믹으로 인해 동사의 주요 사업 부문 중 하나인 라미네이팅의 매출이 감소하였지만, 화장품 부문의 매출은 전년 대비 증가한 추세를 보였다.

■ 2020년 COVID-19 영향으로 라미네이팅 부문 매출 감소

동사의 주요 사업은 라미네이팅 제조 부문, 화장품 제조 부문, 기타(BIO/기타) 부문으로 구성되어 있다. 2020년은 주요 사업 부문인 화장품 부문의 매출은 중국, 일본 등지로 수출량이 늘어 745억 원(+2.1%, YoY)으로 증가하였으나 COVID-19 영향으로 라미네이팅 부문 매출이 303억 원(-17.7%, YoY)으로 감소하였고, 기타(BIO/기타) 부문의 매출도 26억 원(-10.9%, YoY)으로 감소하여 연결기준 총매출은 1,074억 원으로 전년 대비 매출액은 4.8%로 감소하였다.

그림 11. 동사 연간 포괄손익계산서 분석



매출액/영업이익/당기순이익 추이

증가율/이익률 추이

*출처: 동사 사업보고서(2020)

그림 12. 동사 연간 재무상태표 분석



부채총계/자본총계/자산총계 추이

유동비율/자기자본비율/부채비율 추이

*출처: 동사 사업보고서(2020)

■ **관계사 지분법투자주식 처분손실 발생해 순이익 적자전환**

동사의 최근 3개년 연결기준 매출액은 2018년 1,095억 원(+56.7%, YoY), 2019년 1,128억 원(+3.0%, YoY), 2020년 1,074억 원(-4.8%, YoY)으로 2017년 12월 화장품 제조업체인 (주)브이티코스메틱을 인수하여 화장품 사업에 진출한 후 매출이 급격히 성장하여 천억 원대의 매출을 유지하고 있다.

매출액영업이익률은 라미네이팅 부문이 공장 셧다운 등으로 적자로 전환되었고, BIO 부문의 적자 규모도 늘어나면서 2019년 9.1%에서 2020년 5.1%로 하락하였다. 또한, 금융비용 부담 지속과 지분법투자주식 처분손실이 발생하여 당기순이익률은 -1.2%를 기록해 적자로 전환되었다.

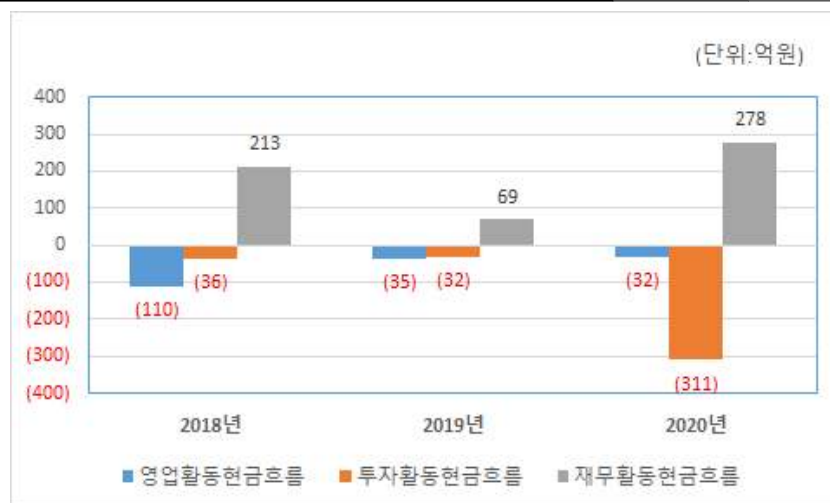
■ **차입금 매년 증가 추세**

동사는 미흡한 자금흐름으로 인해 차입으로 운영자금을 충당하면서 연결기준으로 2018년 말 277억 원이었던 총차입금이 2020년 말에는 754억 원까지 늘어났고, 같은 기간 차입금 의존도도 22.3%에서 대폭 올라 47.4%를 기록하고 있다.

■ **미흡한 영업활동 현금흐름 지속**

영업활동으로 인한 현금흐름은 재고자산 증가 영향으로 최근 3년간 부(-)의 흐름이 지속되고 있다. 이러한 가운데 (주)큐브엔터테인먼트 등에 지분을 투자하면서 투자활동으로 인한 현금흐름으로 311억 원이 유출되었고, 교환사채 발행 및 차입금으로 타법인 주식 취득과 운영자금을 충당하는 미흡한 자금흐름을 보이고 있다.

그림 13. 동사 현금흐름의 변화



*출처: 동사 사업보고서(2020)

V. 주요 변동사항 및 향후 전망

화장품 사업부문 실적 증가 및 신규 사업 영역 확장

COVID-19 팬데믹에도 중국 및 일본 수출량이 증가하며 화장품 사업부문의 매출이 증가하였고, 신성장 동력 마련을 위해 전기자동차용 부품, 2차전지 부품, 수소연료전지 발전사업 등 친환경 에너지 부문으로 사업 영역을 확장하고 있다.

■ COVID-19 영향에도 화장품 사업부문 수출 실적 증가

COVID-19로 라미네이팅 사업부문은 매출 실적에 타격을 받은 반면 화장품 사업부문은 주력 유통 채널인 중국과 일본으로의 수출량이 증가하며 전년 대비 2.2% 증가한 746억 원을 기록하였다. 콜라보레이션 제품군인 ‘VT x BTS’ 와 ‘BT21’ 관련 매출 비중 감소에도 불구하고 스테디셀러 제품인 ‘시카’ 라인의 안정적인 성장과 신제품 ‘프로그로스’ 라인, ‘슈퍼히알론’ 라인 등의 출시로 매출 상승세를 이어나가고 있다.

비대면 소비 패턴 확대로 온라인 마케팅을 강화하고 있고, 중국 파트너사와 협업하며 런칭 초기부터 SNS마케팅을 기반으로 왕홍과 라이브 커머스를 활용한 시장 공략으로 매출 신장을 이끌었다. 일본 시장에서도 SNS마케팅과 온·오프라인 유통망 확보를 통해 높은 성장세를 이어가고 있으며, 자회사 소속 K-POP 그룹 펜타곤과의 콜라보를 통해 일본 내 MZ 세대를 대상으로 브랜드 경쟁력을 강화할 계획이다. 또한, 최근 ‘시카’ 라인이 유럽 화장품 시장 진출을 위한 필수 인증인 CPNP을 취득함으로써 2021년 상반기에 유럽 시장 진출을 계획하고 있다.

■ 신성장 동력 확보를 위한 신규 사업 추진

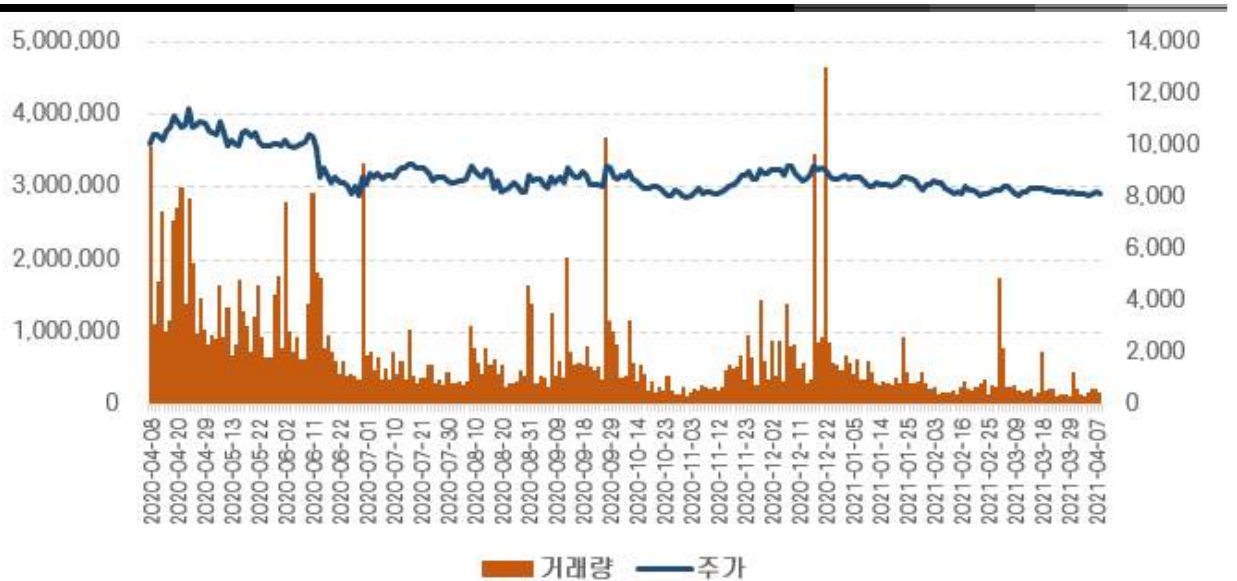
동사는 제한적인 라미네이팅 산업에서 벗어나 전기자동차용 부품, 2차전지 부품, 수소연료전지 발전사업 등 친환경 에너지 사업부문으로 사업영역을 확장해 나가고 있다. 기존 원천기술을 활용한 전기자동차용 루테늄스 히터와 2차전지 제조설비용 인덕션 롤러를 통해 신규 수요처를 발굴할 계획이며, 한국전기연구원으로부터 차세대 2차전지로 주목받고 있는 리튬황전지 및 리튬황전고체전지의 양극재 관련 특허 2종을 기술이전(통상실시권) 받아 본격적으로 사업을 전개해 나가고 있다.

또한, 동사는 새로운 성장 동력을 마련하기 위해 2019년 연료전지 발전사업 허가를 취득한 케이제이그린에너지와 협력하여 수소연료전지 발전 사업에 참여하고 있다. 경상북도 구미 산업단지 내에 총 180MW 규모의 연료전지 발전 단지 조성을 목표로 하고 있으며, 19.8MW 규모의 1기 연료전지 구축을 추진 중으로, 1기 발전 설비에 투입되는 금액은 약 1,500억 원 수준이다. 발전 설비는 블룸SK 퓨얼셀(SK 건설과 Bloom Energy의 합작회사)의 SOFC(고체산화물) 타입 연료전지가 활용될 예정이다. 정부는 수소경제 활성화를 위해 수소 발전 의무화 제도(HPS)를 도입하고 오는 2022년부터 시행할 방침으로, 1기가 완공되면 연간 150억 원, 180MW 완공 시 최대 1,750억 원의 영업 이익이 발생할 것으로 기대하고 있다.

■ 증권사 투자의견

작성기관	투자의견	목표주가	작성일
	Not Rated	-	2021.04.14.
SK증권	<ul style="list-style-type: none"> • 지난해 전체 매출의 약 10% 차지했던 일본 화장품 매출, 올해 큰 폭의 성장 기대 • 부동산 개발 사업 영위 중인 계열회사 지엠피글로벌 분양이익 더해질 예정 • 수소연료전지 발전+2 차전지 분리막/리튬황 배터리 관련 사업은 미래 성장 동력 		

■ 시장정보(주가 및 거래량)



*출처: Kisvalue(2021.04.)