


이 보고서는 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

기술분석보고서

 YouTube 요약 영상 보러가기

맘스터치앤컴퍼니(220630)

소매

요약
기업현황
시장동향
기술분석
재무분석
주요 변동사항 및 전망



작성기관

NICE평가정보(주)

작성자

김미나 선임연구원

- 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.

맘스터치앤컴퍼니(220630)

외식 프랜차이즈 전문기업

기업정보(2021/01/01 기준)

대표자	김동전
설립일자	2015년 05월 19일
상장일자	2015년 08월 28일
기업규모	중견기업
업종분류	기타 가공식품 도매업
주요제품	가공식품(햄버거, 치킨, 계육)

시세정보(2021/04/26 기준)

현재가(원)	3,505
액면가(원)	100
시가총액(억 원)	3,569
발행주식수	101,817,531
52주 최고가(원)	4,210
52주 최저가(원)	2,305
외국인지분율	12.23%
주요주주	한국에프앤비홀딩스

■ 가맹사업 역량 보유한 외식 프랜차이즈 전문기업

맘스터치앤컴퍼니는 ‘맘스터치’와 ‘뽕바타’의 브랜드로 프랜차이즈 사업과 가공식품(버거, 치킨, 피자, 계육) 및 식자재 유통사업을 영위하는 외식 전문기업으로 2021년 사명을 변경하였다. 원재료의 신선도와 고객의 건강을 생각한 가격대비 품질 효율성이 좋은 제품을 선보이는 것을 브랜드 콘셉트로 하고 있으며, 버거, 치킨, 사이드 등 다양한 메뉴 개발로 시장을 선도하고 있다. 또한, 가맹점의 관리, 영업, 물류의 통합시스템과 품질, 서비스, 위생의 관리시스템 등 가맹사업을 위한 전략을 체계적으로 구축하고 있다.

■ 국내 ‘맘스터치’ 성과로 글로벌 브랜드 도약

대표적인 브랜드인 ‘맘스터치’의 국내 매장 수는 2020년 12월 말 기준 1,314개로 해마다 증가하고 있으며, 경쟁사 대비 저렴한 투자비용은 성장 여력을 높일 것으로 전망된다. 또한, 한국적인 수제버거와 치킨의 맛을 알리기 위해 해외시장에 진출하여 3개 국가와 마스터 프랜차이즈 계약을 체결하였다. 해외 현지의 법률, 문화, 사업 관행에 대한 리스크를 최소화할 수 있는 마스터 프랜차이즈 계약 및 식품 업체와의 파트너십을 통한 고품질 제품 공급으로 해외시장 진출을 본격화할 예정이다.

■ 코로나-19 발생으로 언택트 외식 사업 다각화

코로나-19가 장기화되고 있는 만큼 외식 프랜차이즈 시장이 배달과 포장 중심으로 무게추이가 이동할 것으로 전망된다. 이에 따라, 동사는 최근 포스트 코로나 시대에 뉴노멀 표준이 될 만한 모델을 선보이고 소비자에게 새로운 경험을 제공하고자 배달과 포장을 중심으로 한 매장을 개점하였다. 또한, 자사 애플리케이션을 강화하고 ‘새우불고기버거’ 등 다양한 신메뉴를 론칭하는 등 사업 다각화에 집중하고 있다.

기업경쟁력

외식 프랜차이즈 전문기업

- '프랜차이즈 통합 관리 플랫폼' 적용
- 가맹사업 전략 및 메뉴 개발 역량 보유
- 국내외 판매 네트워크 확보

Supply Chain



- HACCP 인증의 진천 생산공장
- 콜드체인시스템을 이용한 물류 유통

주요사업 및 대표 브랜드

주요 사업

- 외식 프랜차이즈 및 음식료 도소매
 - 프랜차이즈 사업(맘스터치, 붐바타)
 - 식자재 유통 사업
- 광고업 및 위생용품 유통

대표 브랜드



시장경쟁력

지속성장 전망의 외식산업

- 외식산업 성장
 - 2018 기준 138.2조, CAGR: 8.57%
- 1인 가구 및 맞벌이 가구 증가로 외식산업 성장
 - 맛, 기호 중심 수요 증가 및 서구식 음식문화 도입
- 외식 프랜차이즈 중 한식, 치킨 비중 45.6%
 - Quick Service Restaurant(QSR) 성장

코로나-19 이후 동향

- 온라인유통 및 비대면 서비스 확대
 - 정보통신기술, 인공지능 등 디지털기술 발전 영향
- 식품 제조 및 유통 혁신
 - 식품영업/안전관리, 소비자/환경보호 측면 부각

최근 변동사항

경영체계 변동

- 대표이사, 관계회사, 사모펀드 등의 경영체계 변동
- 사업모델 재점검으로 합리적 경영방식 보강

언택트 사업 본격화

- 배달 및 포장 매장 오픈 및 자사 애플리케이션 강화
- 고객 니즈 반영의 메뉴 라인업 확장

I. 기업현황

외식 프랜차이즈 전문기업, 맘스터치앤컴퍼니

맘스터치앤컴퍼니는 외식 프랜차이즈, 가공식품 및 식자재 유통, 소비재 제조 및 판매 사업을 영위하며, 생산 및 연구개발 인프라 및 국내외 네트워크를 갖춘 전문기업이다.

■ 개요

맘스터치앤컴퍼니(이하 동사)는 2004년 6월 설립되었으며, 2015년 케이티비기업인수목적3호 주식회사와 합병을 통해 2016년 코스닥 상장되었다. 동사는 2021년 3월 해마로푸드서비스에서 맘스터치앤컴퍼니로 사명을 변경하였으며, ‘맘스터치(MOM’S TOUCH)’와 ‘봄바타(Boombata)’ 라는 브랜드로 프랜차이즈 사업을 영위함과 동시에, 관련 가공식품(버거, 치킨, 피자, 계육) 및 식자재 유통사업에 주력하고 있다. 2021년 1분기 보고서에 따르면 본사는 서울특별시 강동구 천호대로 1077, 이스트센트럴타워 24, 25층에 소재해 있으며, 총 187명의 직원이 근무하고 있는 것으로 파악된다.

■ 최대주주 및 주요 관계회사

동사의 주요주주는 한국에프앤비홀딩스, KB자산과 소액주주로 구분되며, 이중 최대주주는 한국에프앤비홀딩스로 전체 67.65% 지분을 보유하고 있다. 동사의 관계회사는 타 법인주식 및 출자 증권 양도 결정 및 합병 등으로 인해 변경되어 분석기준일 현재 국내 4개, 해외 1개를 보유하고 있다[표 1].

표 1. 주요주주 및 관계회사 현황

주요주주	지분율(%)	관계회사
한국에프앤비홀딩스	67.65%	MOM'S TOUCH TAIWAN CO., LTD.
KB자산	6.65%	크레이더스
소액주주	14.46%	에이치이엔티
기타	11.24%	해마로
합계	100%	대오

*출처: 1분기 보고서(2021), NICE평가정보(주) 재구성

■ 대표이사 정보

대표이사 김동전은 연세대학교 사회학과 학사, 동 대학원 경제학 석사를 마쳤으며, 삼성전자 무선사업부, 투자전문회사인 케이엘파트너스 등에서 경력을 쌓은 후 2021년 3월 동사의 대표이사로 취임하였다. 20여 년간 다양한 산업계에서 경영, 마케팅, 재무 등을 담당한 전문 역량은 동사의 높은 경영 성과를 보여줄 것으로 기대하고 있다.

■ 주요 사업

주요 사업 영역은 외식 프랜차이즈, 식자재 유통사업이며, 그 외 광고업 및 위생용품 유통사업으로 분류된다. 외식 프랜차이즈 사업 부문은 치킨 및 수제버거 브랜드인 ‘맘스터치(MOM’S TOUCH)’와 화덕 샌드위치 브랜드인 ‘붐바타(Boombata)’의 프랜차이즈 관리 업무와 가맹점에 원재료 등을 조달하는 프랜차이즈 유통 업무를 담당하고 있다. 식자재 유통 사업 부문은 충청북도 진천에 제조공장을 설립하여 계육가공품, 새우, 감자, 원료육 등을 국내 외에서 조달하여 공급하는 업무를 담당하고 있다. 또한, 관계회사인 에이치이엔티, 크레이더스를 통해 광고 및 스마트기저귀를 유통하는 등 수익을 창출하는 재화와 용역의 성격, 시장 및 판매방법의 특징, 사업 부문 구분의 계속성을 고려하여 사업의 다각화를 모색하고 있다[표 2].

표 2. 주요 사업 영역

구분	회사명	사업 부문	브랜드명	주요품목
외식 프랜차이즈 및 음식료 도소매	맘스터치앤 컴퍼니	프랜차이즈 사업부	맘스터치	햄버거, 치킨, 계육가공품 등
			붐바타	화덕 샌드위치, 삼피자, 화덕피자 등
		식자재 유통 사업부	해마로푸드서비스	계육가공품, 감자류, 닭 정육, 부재료, 새우
광고업 및 위생용품 유통	에이치이엔티, 크레이더스	광고업 및 위생용품 유통	에이치이엔티, HYGERA	광고 및 스마트기저귀 등

*출처: 1분기 보고서(2021), NICE평가정보(주) 재구성

■ 공급 인프라

프랜차이즈 사업을 위한 원재료는 관계사 및 직수입을 통해 안정적으로 조달되며, 가공 및 저장은 충청북도 진천에 소재한 공장에서 진행된다. 최대 2천여 개의 가맹점 대응이 가능한 대규모 조리시설과 HACCP(Hazard Analysis and Critical Control Point, 식품안전관리인증기준) 적용을 통해 식품의 생산 유통 소비의 전 과정을 관리하여 제품의 안전성을 확보하고 있다. 또한, 규정된 원/부재료 배합비 점검을 통한 품질 안정화 등의 생산관리와 원/부재료 및 포장지 입고 검사, X-ray 검출기를 이용한 원료육 뼈 이물 검사, 급속냉각공정의 균일한 제품 신선도 유지, 현장 환경 점검을 통한 방충/방서 점검, 작업자 위생점검 등의 품질 관리를 체계적으로 진행하고 있다. 물류 유통은 수도권 당일 배송 및 지방권 주 3회 이상 배송을 원칙으로 운영되며, 콜드체인시스템을 적용한 냉장/냉동/상온 분리 배송으로 지방권 프랜차이즈 물류센터, 식자재유통 등으로 원활하게 제품의 배송이 이루어진다[그림 1].

그림 1. 공급 인프라



*출처: IR자료(2020), NICE평가정보(주) 재구성

■ 국내외 판매 네트워크

대표 브랜드인 ‘맘스터치’의 국내 매장 수는 빠르게 증가하여 2020년 12월 기준 1,314개를 운영하고 있다. 사업 초기 영남지역에서 시작하여 충청 및 서울을 제외한 수도권 중심으로 성장했으며 경쟁사 대비 저렴한 투자비용은 높은 인구밀도인 서울에서의 성장 여력을 높일 것으로 기대된다.

한편, 아시아는 최근 높아진 소득 수준을 바탕으로 해외 외식 브랜드에 관한 관심이 높아졌다. 당사는 이러한 시장의 흐름을 파악하여 한국적인 수제버거와 치킨의 맛을 알리기 위해 해외시장에 진출하였으며, 3개 국가와 마스터 프랜차이즈 계약을 체결하였다. 해외 현지 식품 업체와의 파트너십을 통해 품질 좋은 원재료를 안정적으로 공급받아 고품질의 제품을 확대해 나갈 예정이다[그림 2].

그림 2. 국내외 매장 현황



*출처: IR자료(2020), NICE평가정보(주) 재구성

II. 시장 동향

지속성장이 전망되는 외식 프랜차이즈 산업

외식 프랜차이즈 산업은 1인 가구, 코로나-19 발생 등으로 온라인유통 및 비대면 서비스의 성장이 지속될 전망이다 가운데, 맘스터치앤컴퍼니는 프랜차이즈시스템의 고도화, 제품의 고부가가치화, 서비스기술 혁신의 경쟁력을 확보하고자 한다.

■ 외식산업

외식이란 사전적 의미로 집에서 직접 요리해서 먹지 않고 밖에서 음식을 사 먹는 행위, 즉 가정 내 식생활이 아닌 가정 외 식생활을 뜻한다. 통계청에서 정의하고 있는 외식산업은 가정 외 장소에서 식사와 음료, 서비스 등을 제공하고 그 대가를 받는 업종으로 세부적으로 일반 음식점업, 구내식당업, 출장/이동 음식점, 주점업, 비알코올 음료점업 등으로 구분되며, 직영점 및 프랜차이즈 중심의 운영방식으로 구분된다.

고령화, 1인 가구 증가, 여성의 사회참여 확대 등의 사회 구조적인 변화, 건강 관심 수준 변화, 서구식 음식 문화의 도입 등 다양한 트렌드의 영향으로 개인의 식생활에 있어서 외식이 차지하는 비율이 높아지고 있다. 한편, 2020년 코로나-19 발생으로 매장 식사는 감소하는 듯 보였으나 정보통신기술, 인공지능 등 디지털기술 발전으로 식품 및 외식산업의 온라인유통과 비대면 서비스가 증가하고 있으며, 이는 유통구조 혁신과 제조 단계에서 소비자 요구 중시라는 변화를 초래할 것으로 예상된다.

통계청의 서비스업 조사 자료(2020년)에 의하면 국내 외식산업 시장규모는 2015년 108조 원에서 2018년 138.2조 원으로 증가하였으며, 연평균 8.57%로 2021년에는 176.8조 원에 달할 것으로 전망한다. 이는 식료품 제조업과 음료 제조업, 담배 제조업의 시장규모 합계를 상회하는 수치로 해마다 꾸준히 성장하고 있다[그림 3].

그림 3. 국내 외식산업 시장규모



*출처: 통계청(2020), NICE평가정보(주) 재구성

■ 외식 프랜차이즈 산업

외식산업 내 약 20% 비중을 차지하는 프랜차이즈는 외식업, 도소매업, 서비스업을 중심으로 국가의 신 성장 동력이자 일자리 창출 및 지역경제 활성화의 핵심으로 자리 잡고 있다. 특히, 외식, 배달음식 시장이 성장과 더불어 간단하게 한 끼를 해결하는 QSR(Quick Service Restaurant, 햄버거, 피자, 치킨 등의 음식을 편리하고 신속하게 제공하는 사업)은 코로나-19 확산에 따른 사회적 거리 두기 조치로 매장 식사 수요가 음식 배달 시장으로 상당 부분 옮겨 감에 따라 크게 성장하고 있는 것으로 보인다.

공정거래위원회 가맹산업 현황 자료(2020년)에 의하면, 2019년 전체 브랜드 수는 6,353개고 가맹본부와 가맹점은 5,175개와 25만 4,040개로 모두 전년 대비 증가하였다[그림 4]. 특히, 통계청에서 발표한 2019년 프랜차이즈(가맹점) 조사(2020년)에 따르면, 가맹점 수는 편의점, 한식, 치킨이 전체의 45.6%를 차지하는 가운데 피자, 햄버거가 7.9%, 한식이 6.2%로 증가하였고 생맥주, 기타주점은 -14.4% 감소한 것으로 나타났다.

그림 4. 외식 프랜차이즈 산업 추이

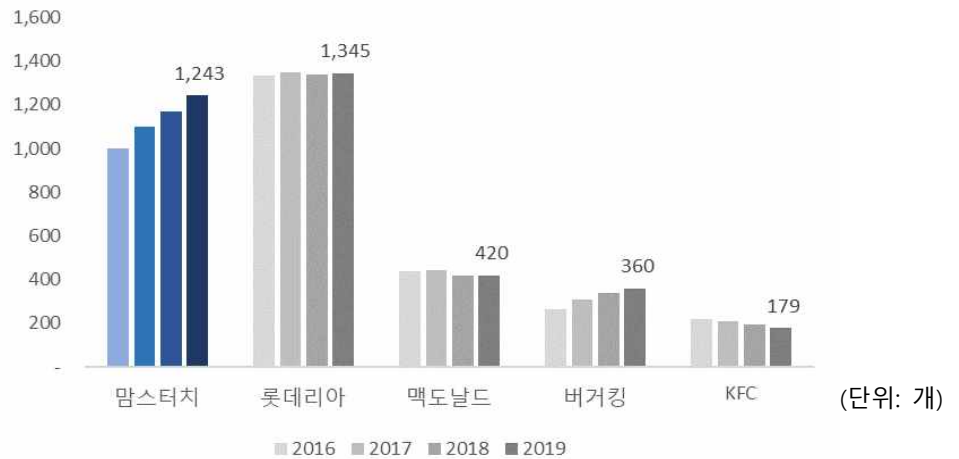


*출처: 공정거래위원회(2020), NICE평가정보(주) 재구성

▶▶ 국내 버거 프랜차이즈 현황

국내 버거 브랜드는 롯데리아, 맥도날드, 버거킹, 맘스터치, KFC 등의 대기업 브랜드를 중심으로 과점체제를 보이고 있다. 공정거래위원회 정보공개서(2020년)에 따른 2019년도 국내 버거 프랜차이즈 점포 수 추이를 살펴보면 업계 1위인 롯데리아가 1,345개를 기록하였으며, 그 뒤를 이어 맘스터치가 1,243개, 맥도날드가 420개를 기록하였다[그림 5]. 해외 수제버거 업체들의 국내시장 진출로 경쟁은 심화되고 있으며, 국내 기업들은 프리미엄 버거, 사이드메뉴를 출시하는 등 맛, 서비스, 가격에서 차별화된 경쟁력을 확보하고자 노력하고 있다.

그림 5. 버거 프랜차이즈 점포 수 증감 추이 비교



*출처: 공정거래위원회(2020), NICE평가정보(주) 재구성

■ 코로나-19로 인한 외식산업 동향

국가균형발전위원회/산업연구원의 자료(2020년)에 따르면, 2020년 3월부터 국내 백화점 매출, 대형마트 매출은 전년 동기대비 두 자릿수 감소세를 보이고 있으나 ‘코로나-19’ 방역 목적의 재택근무 증가, 개학연기 및 온라인 개학 실시, 감염을 우려하는 소비자들의 외출 자제로 인해 가정 내 소비가 증가하는 ‘홈 이코노미(Home Economy)’ 성장으로 온라인쇼핑 부분만 상승한 것으로 나타났다. 또한, 2020년 상반기 온라인쇼핑 거래액 전체 중 외식(음식 서비스) 상품군은 1/4분기 9.4%에서 2/4분기 10.2%로 증가하였으며, 전년 동분기비는 각각 76.6%, 73.8%로 매우 높아 코로나-19 사태 이후 온라인쇼핑과 비대면 산업의 성장을 주도하고 있는 것으로 보인다[표 3].

표 3. 외식산업의 온라인쇼핑거래액 비교(2019년~2020년)

(단위: 억 원, %)

구분	2019년		2020년					
	1/4분기 거래액	2/4분기 거래액	1/4분기			2/4분기		
			거래액	전년 동분기비	구성비율	거래액	전년 동분기비	구성비율
외식 (음식 서비스)	19,529	22,069	34,508	76.7	9.4	38,358	73.8	10.2
온라인쇼핑 거래액 전체	315,895	325,293	368,927	16.6	100	374,617	15.2	100

*출처: 통계청(2020), NICE평가정보(주) 재구성



▶▶ **첨단기술(ICT, AI) 기반 온라인유통 및 비대면 서비스 확대**

향후 포스트 코로나 사회에서도 외식산업은 비대면 서비스를 중심으로 한 온라인유통 거래가 계속 확대될 것으로 보인다. 따라서, 첨단기술(ICT, AI)과 연계한 주문·결제용 키오스크, 셀프 계산대 설치, 무인 판매업, 무인배송 등에서 나아가 모바일 전용 앱을 통한 주문서비스 방식을 도입하는 등 무인화, 자동화 경향의 비대면 서비스 시장이 확대될 것으로 전망된다.

▶▶ **외식산업의 생산, 유통, 소비 구조변화**

외식산업계의 비대면 서비스의 증가는 기존 규모화로 가격경쟁력을 높여왔던 식품제조업 중심 식품산업과 대면형 외식산업이 디지털기술 기반 온라인유통 중심 구조로 변화하고, 이 변화는 향후 동시다발적으로 식품 원료의 생산, 식품의 제조·가공단계까지 영향을 미칠 것으로 전망된다. 특히, B2C(Business to Business)와 B2B(Business to Consumer)에서 C2C(Consumer to Consumer), O2O(Off-line to On-line), D2C(Direct to Consumer), O4O(Online for Offline) 등으로 거래 대상과 경로가 다변화되고, 비대면 서비스도 온라인유통채널과 온·오프라인연계플랫폼, 모바일 기반 온라인쇼핑 채널로 다양해질 것으로 보인다.

▶▶ **식품안전, 환경보호 문제 발생**

외식산업의 온라인유통 증가는 식품의 종류에 따라 제조 후 유통·배송조건이 달라 품질 및 안전상태가 변질될 가능성이 있고, 지구 온난화로 인한 상온 기온 상승 및 잦은 기상이변으로 생물학적 위해요소(미생물, 균, 곰팡이) 오염으로 인한 식품안전사고가 증가할 것으로 예상된다. 또한, 음식 서비스의 택배·배송서비스의 증가와 함께 동반되는 일회용 용기 및 비닐 포장재 사용 증가로 인한 환경보호 문제가 심각해질 것으로 보인다. 따라서, 온라인유통 식품에 대한 포장 및 배송 시 안전관리기준 마련과 일회용 식품 용기·포장 감소 방안과 포장재의 재활용을 높이는 방안을 마련해야 할 것으로 사료된다.

Ⅲ. 기술분석

프랜차이즈 사업의 브랜드화

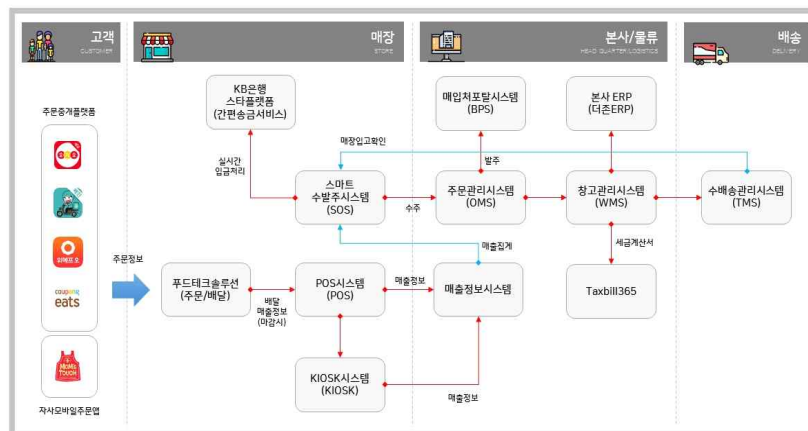
맘스터치앤컴퍼니는 시장의 요구와 고객에 대한 세밀한 분석으로 외식 프랜차이즈 산업의 새로운 패러다임을 제시해오고 있으며, 고품질의 제품 및 서비스 개발, 신사업 발굴 등 적용 범위를 점차 확대하고 있다.

■ 가맹사업(프랜차이즈)

가맹사업거래 공정화에 관한 법률 제2조 제1호에 의하면 “가맹사업은 가맹본부가 가맹점 사업자로 하여금 자기의 상표, 서비스표, 상호, 간판 그 밖의 영업표지를 사용하여 일정한 품질 기준이나 영업 방식에 따라 상품 또는 용역을 판매하도록 함과 아울러 이에 따른 경영 및 영업활동 등에 대한 지원, 교육의 대가로 가맹본부에 가맹금을 지급하는 계속 적인 거래 관계”를 말한다. 공정거래위원회의 프랜차이즈 산업에 대한 업종은 외식업, 소매업, 서비스업으로 나뉘지만, 가맹본부는 본질적으로 유통업의 특성을 나타내며 일부 아웃소싱을 하더라도 물류 내부화가 사업 성공의 중요 요소로 규모의 경제를 추구하고 있다. 가맹본부가 특정 상품만을 유통시키는 일종의 전문유통업의 성질을 보이는 반면 가맹점이 소비자를 만나는 시점에서 각 각의 업종 특성이 나타나며 기존 자영업 시장에서 경쟁하는 특징을 지닌다.

동사의 ‘프랜차이즈 통합 관리 플랫폼’은 관리, 영업, 물류관리의 효율성뿐만 아니라 분산되어 있는 여러 프로그램을 하나로 통합하여 급변하는 IT 및 업무환경에 즉각적인 대응이 가능하다. 또한, 주문 통합시스템은 고객 트렌드에 맞는 주문 편의성을 제공하고 가맹점의 경우 POS 시스템과 통합된 운영으로 쉽게 매장에서 원터치로 주문을 처리할 수 있는 장점이 있다. 본 시스템을 활용하여 고객 주문 접근성 및 편의성 강화, 브랜드 이미지 상승, 통합 관리능력 향상, 데이터를 활용한 고객 관리로 체계적인 프랜차이즈 운영을 하고 있다[그림 6].

그림 6. ‘맘스터치’ 시스템구성도



*출처: IR자료(2020), NICE평가정보(주) 재구성

■ 대표적 브랜드 ‘맘스터치’, ‘붐바타’

‘맘스터치’는 엄마의 마음을 담았다는 의미의 브랜드로, 원재료의 신선도와 고객의 건강을 생각하는 가격대비 품질 효율성이 좋은 제품을 선보이는 것이 콘셉트이다. 현재 1,300개가 넘는 가맹점포에서는 콜드체인 물류시스템을 이용하여 신선한 재료가 전달되며, 고객의 주문 후 매장 내에서 직접 냉장육의 힘줄을 자르고 브레딩(식품 표면에 파우더 가루를 묻혀 주는 단계)을 거치는 등 ‘After-Order-Cook’ 방법으로 조리가 이루어진다. 140여 곳의 가족 농장에서 당일 도계한 HACCP 인증 계육만을 사용하고 있으며, 일반 염지 방식이 아닌 진공텀블러 방식으로 제조한 부드러운 육질과 맘스터치 전용 베타믹스, 직접 개발한 소스 등을 사용하여 바삭하고 고소한 식감의 차별화를 확보하였다. 또한, 버거를 중심으로 빠르게 변화하는 소비자의 입맛과 외식 트렌드에 적합한 사이드 메뉴 및 음료를 출시하고 있다.

제2 프랜차이즈 브랜드인 ‘붐바타’는 자연발효 냉장 도우에 야채와 토핑을 첨가하여 이태리 정통 화덕으로 구워낸 화덕 샌드위치 및 찜/화덕피자를 2017년 출시하였다. 2020년 12월 말 기준 직영점 1개, 가맹점 7개의 점포 수를 보유하고 있으며 우수한 원가 경쟁력 및 저렴한 초기투자비용은 매장 수 증가로 이어질 것이다.

그림 7. 맘스터치/붐바타의 주요 판매 제품



*출처: IR자료(2020), NICE평가정보(주) 재구성

▶▶ 연구개발

동사의 연구개발 조직은 외식 프랜차이즈 메뉴를 전담하는 상품마케팅실의 메뉴개발팀, 자사 공장 및 OEM(Original Equipment Manufacturing, 주문자상표부착생산) 공장에서 생산하는 제품을 개발하는 유통사업부의 제품개발팀으로 구성되어 있다. 메뉴개발팀은 프랜차이즈인 맘스터치 및 붐바타 매장에 공급하는 식자재와 매장에서 제조/판매하는 메뉴에 대하여 연구개발하며, 매장 운영 및 고객 제공 방법 등을 검증 후 적용하고 있다. 제품개발팀은 자사공장 및 OEM 공장에서 생산하는 제품에 대해 연구개발을 수행하며, 상품의 구성요성인 제품의 설계와 개발, 이를 생산하기 위한 제조공정설계 등을 담당하고 있다. 최근 3개년 연구개발 성과로 가맹사업은 129개, 유통사업부는 52개를 상용화한 것으로 확인된다[표 4].

표 4. 2020년 연구개발 실적

가맹사업부			유통사업부		
번호	품목	브랜드	번호	품목	연구기관
1	쉬림프포테이토버거	맘스터치	1	미트볼	동사
2	간장마늘치킨	맘스터치	2	인생닭 더블닭가슴살 (크림치즈맛)	동사
3	바삭크림치즈볼	맘스터치	3	인생닭 더블닭가슴살 (만두맛)	동사
4	베이컨에그홀(리뉴얼)	붐바타	4	인생닭 더블닭가슴살 (왕갈비소스밥맛)	동사
5	치즈풀(리뉴얼)	붐바타	5	하림 순살치킨가라아게	동사/하림
합계	총 18 건		합계	총 7 건	

*출처: 1분기 보고서(2021), NICE평가정보(주) 재구성

■ 프랜차이즈 사업 전략

동사는 가맹점의 품질 관리, 서비스 관리, 위생 관리 및 브랜드 정체성 정립의 통일성 확보와 가맹점 증설을 위해 체계적인 가맹사업 전략을 수립하였다[표 5]. 최소 37시간 이상의 브랜드 기초교육 훈련과정 및 실습을 진행하고 필요시에는 추가교육 과정을 수시로 운영하여 제품의 맛과 품질, 서비스, 청결, 위생 등이 유지될 수 있도록 노력하고 있다. 또한, 양질의 재료와 차별화된 개발 노하우를 바탕으로 한 고객의 니즈와 시장 트렌드에 부합하는 제품(Product), 품질 좋은 제품을 합리적인 가격에 제공하는 판매가격(Price), 온/오프라인 판매 채널의 효율적인 활용을 통해 고객 경험 및 가맹점주의 경영 효율을 제고하는 유통경로(Place), 캠페인, 프로모션 등 통합 마케팅 활동을 수행하는 판매촉진(Promotion)의 4P 전략으로 기업이 기대하는 마케팅 목표를 달성하기 위해 각종 전략, 진술을 종합적으로 실시하고 있다.

표 5. 프랜차이즈 사업 전략

구분	전략 내용
개발	- 유효가맹점 사업자 발굴 및 상권 분석을 통한 맞춤형 창업
교육	- 노하우, 제조, 운영 시스템 매뉴얼 교육 시행 - 가맹점 사업자의 인성 및 마인드 교육 시행
A/C(Area Coach)시스템	- 가맹점 운영에 대한 전반적인 지원업무 및 브랜드 관리 감독 - 판매데이터 및 상권 분석을 통한 점별 맞춤 판매 전략기획 시행
L.S.M (Local Store Marketing)	- 슈퍼바이저와 가맹점주의 점포 매출 증진 목적의 행사 마케팅 - 경쟁상황 및 매출 전략 수립에 따른 예산 집행, 활동 결과 측정
고객 서비스	- 온라인 등 다양한 소통 채널을 통한 적극적이고 신속한 고객 불만 대응 처리로 고객 니즈 충족
매장관리 프로그램	- 신규 오픈 매장의 안정화 및 단계별 판매촉진 프로그램 진행

*출처: 1분기 보고서(2021), NICE평가정보(주) 재구성

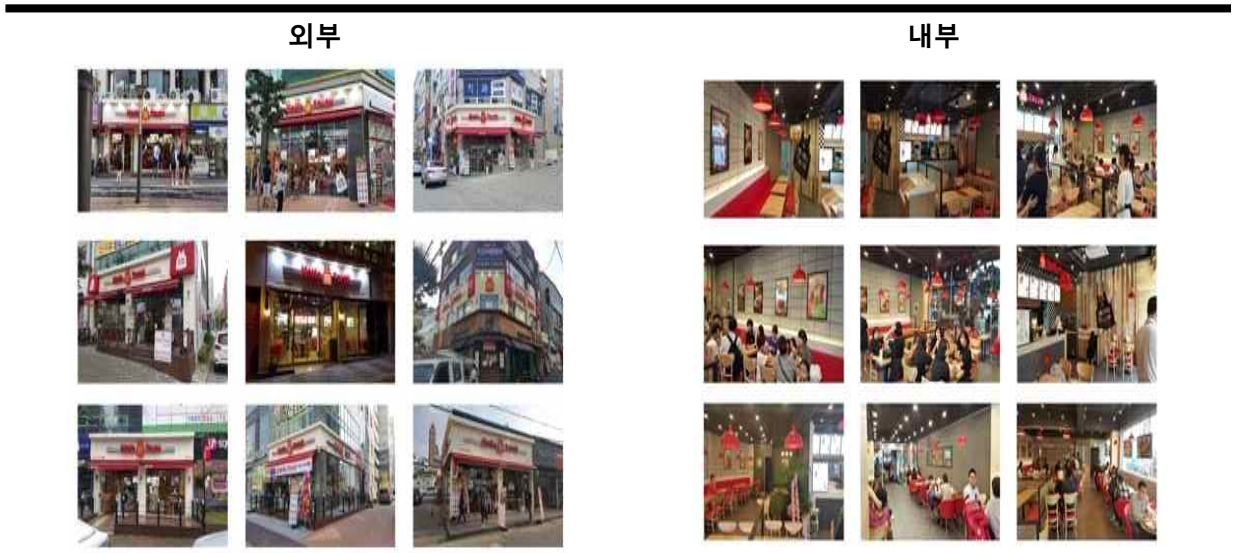
공정거래위원회 가맹사업 정보공개서에 의하면, 동사의 브랜드 맘스터치는 신규출점비용이 상대적으로 2배 이상 적은 것으로 나타났다. 중소형 규모의 매장 크기로 가입비, 교육비, 보증금, 기타 비용 등 가맹점 초기 투자비용의 부담을 줄여 빠르게 신규 출점이 가능한 특징이 있다[표 6, 그림 8].

표 6. 신규 출점 기준 비교

구분	맘스터치	경쟁사
매장 크기	중소형 규모(100㎡ 이하)	대형매장 위주(300㎡ 이상)
점포 위치	골목상권(대학, 주택가 배후지)	중심상권(역세권)
메뉴	다양한 메뉴이지만 원재료 단순화	다양한 메뉴
운영방식	주문 후 조리, 슬로우푸드	사전 조리, 패스트푸드
소비자 인식	건강한 간편식, 수제버거	정크푸드
초기 출점비용	25평 기준, 약 1.4억	60~100평 기준, 약 3~5억
초기비용 회수 기간	매출액 기준 4개월	매출액 기준 1년 3개월
브랜드 로열티	점포 매출액의 약 1%	점포 매출액의 약 4~6%

*출처: IR자료(2020), NICE평가정보(주) 재구성

그림 8. 맘스터치 가맹점



*출처: IR자료(2020), NICE평가정보(주) 재구성

■ SWOT 분석

그림 9. SWOT 분석



*출처: NICE평가정보(주)

▶▶ (Strong Point) 프랜차이즈 사업 전략 및 메뉴 개발 역량

동사의 외식 프랜차이즈 사업본부는 가맹점을 대상으로 제조 매뉴얼 및 품질 기준에 따른 제품을 제공하는 등 지속적인 관리로 수익률 증대를 위해 노력하고 있다. 도계공장에서도부터 고객까지의 체계적인 물류시스템과 매년 신제품을 출시하는 생산 및 연구개발 인프라를 갖추고 있다.

▶▶ (Weakness Point) 경영체계 변동 및 코로나-19 영향

최근 이루어진 동사의 대표이사, 관계회사, 사모펀드 등 경영체계의 변경과 코로나-19 발생은 사업 흐름의 변화를 가져올 것으로 예상된다. 이에, 사업모델을 전반적으로 재점검하고 비효율적인 요소들을 개선시켜 나감과 동시에 합리적인 경영방식 보강으로 기업 가치 평가를 높이기 위해 노력해야 할 것으로 사료된다.

▶▶ (Opportunity Point) 언택트 기반의 외식산업 성장 기대

코로나-19 발생 이후 외식산업은 배달 및 포장 위주의 언택트 소비로 급속도로 변하고 있다. 감염병의 장기화로 동사는 배달 애플리케이션 입점뿐만 아니라 자체적으로 배달 전문 매장을 선보이는 등 트렌드에 대응한 방안을 모색하고 있다.

▶▶ (Threat Point) 소비침체 현상 및 대기업 중심의 경쟁 구도

합리적인 가격으로 폭발적인 증가세를 보이는 신세계푸드의 ‘노브랜드’ 버거가 가맹사업자 모집에 나서는 등 경쟁력을 갖춘 대기업의 점유율 및 해외 버거의 유입이 증가하고 있다. 따라서, 지속적인 기술 개발에 따른 제품 차별화 및 경쟁력 확보와 제품 공급 확대를 위한 마케팅 전략이 필요할 것으로 생각된다.

IV. 재무분석

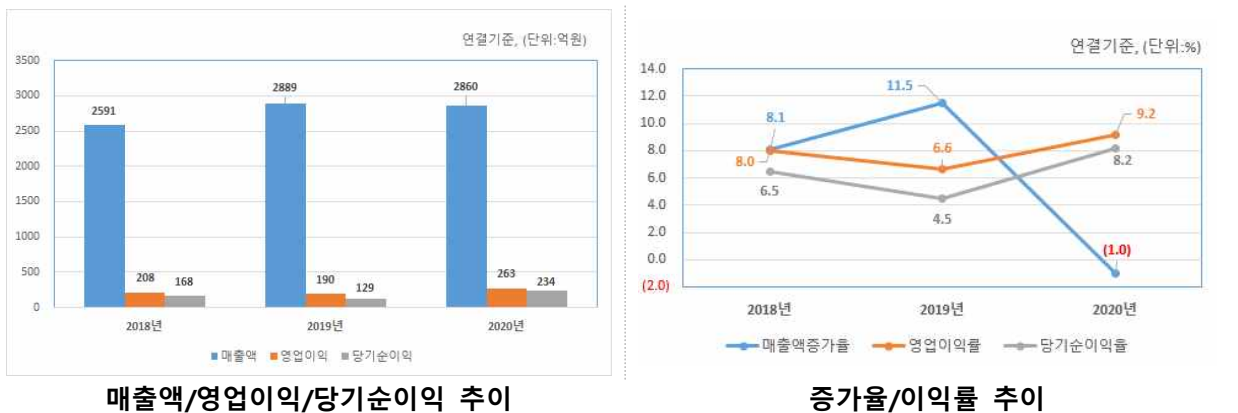
양질의 제품을 선보이는 외식 프랜차이즈 '맘스터치'

동사는 체계적인 사업 전략을 바탕으로 우수한 수익구조를 유지하고 있으며, 1인 가구 증대 및 비대면 소비 확산 등의 패러다임 변화에 발맞추어 양적, 질적 성장을 이루고 있다.

■ 프랜차이즈 사업 위주로 호실적 유지

동사의 사업 부문은 크게 외식 프랜차이즈 사업과 식자재 유통 사업으로 나뉜다. 2020년 연결기준 매출액은 식자재 부문 실적 감소에도 불구하고 '맘스터치'를 필두로 한 외식 프랜차이즈 사업의 성장에 힘입어 전년과 유사한 규모인 2,860억 원의 매출을 시현하였다. '맘스터치'는 국내 점포 수를 늘려감과 동시에 합리적인 가격 제시를 통해 꾸준한 고객 수요를 창출해왔으며, 이를 바탕으로 2020년 프랜차이즈 사업 부문 매출액만 2,566억 원, 2019년 2,537억 원, 2018년 2,256억 원을 각각 기록하여 호실적을 유지하였다.

그림 10. 동사 연간 요약 포괄손익계산서 분석

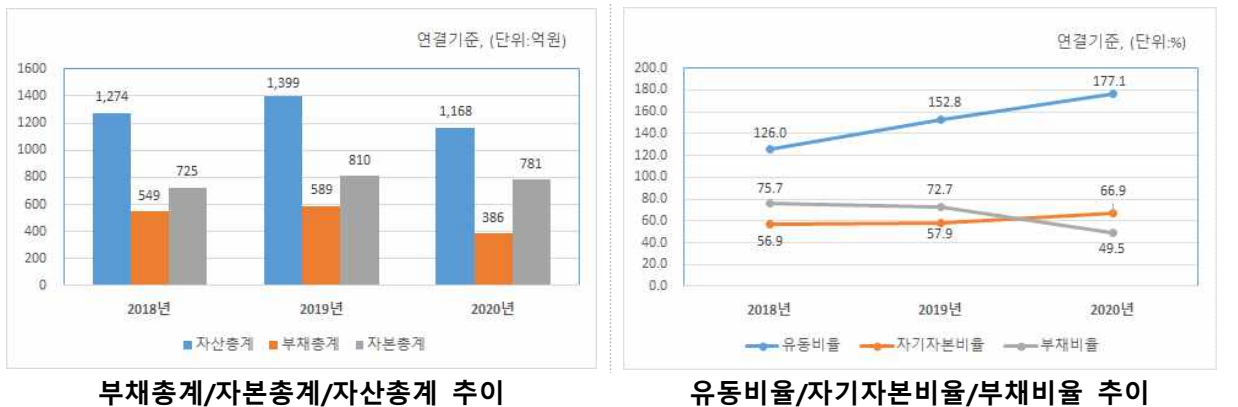


매출액/영업이익/당기순이익 추이

증가율/이익률 추이

*출처: 동사 사업보고서(2020)

그림 11. 동사 연간 요약 재무상태표 분석



부채총계/자본총계/자산총계 추이

유동비율/자기자본비율/부채비율 추이

*출처: 동사 사업보고서(2020)

■ 동종업 대비 우수한 수익구조 보유

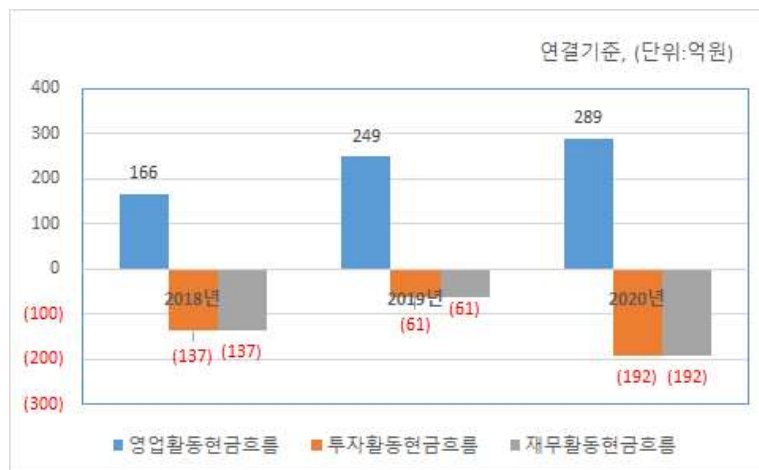
당기 영업이익은 263억 원으로 전기 대비 38.4%의 성장을 나타내었다. 프랜차이즈 사업의 외형 성장에 따른 규모의 경제 효과와 계속 고정단가 계약에 의한 원자재 조달의 안정성 확보, 물류공정부터 제조공정까지의 자체 인프라 구축을 통한 생산성 효율화 등이 맞물려 나타난 결과이다. 동사의 최근 3개년 매출액영업이익률을 살펴보면 2020년 9.2%, 2019년 6.6%, 2018년 8.0%로 동종업계 대비 우수한 수준을 유지하고 있음을 알 수 있다. 한편, 식자재 유통 부문은 매출 부진과 더불어 영업손실 16억 원을 기록하여 적자 전환되었다.

채무안정성 측면에서는 2020년 말 부채비율이 49.5%, 자기자본비율 66.9%, 차입금의존도 3.1%, 유동비율 177.1% 등으로 타인자본 비중이 낮아 재무구조가 안정적이며, 환금성 높은 자산과 담보가치를 지닌 자산을 상당 보유하고 있어 재무적 융통성이 우수하다.

■ 영업활동을 바탕으로 한 우수한 현금창출력 지속

양호한 수익창출력을 바탕으로 한 영업활동 현금흐름은 2020년도 289억 원, 2019년 249억 원, 2018년 166억 원으로 흑자 기조가 이어졌다. 동사는 영업활동 유입현금으로 꾸준한 시설 확충을 통해 내부 재투자율 하고 있으며, 매기 배당금 지급을 통해 주주 환원정책도 펼치고 있다. 당기 말 보유 현금은 75억 원으로 전기 193억 원 대비 감소하였으나, 현금성자산 기반의 유동부채 상환 능력을 나타내는 현금비율은 21.7%로 무난한 수준을 유지하였다.

그림 12. 동사 현금흐름의 변화



*출처: 동사 사업보고서(2020)

V. 주요 변동사항 및 향후 전망

시장 트렌드, 고객 니즈를 적용한 사업 다각화

맘스터치앤컴퍼니는 코로나-19로 인한 외식산업의 변화에 대응하고 주도하기 위해 신사업 추진, 메뉴 개발 등 끊임없는 도전과 성장 전략을 모색하고 있다.

■ 마스터 프랜차이즈 계약으로 해외 진출 본격화

동사는 가맹본부 및 브랜드 수의 빠른 증가로 경쟁이 심화된 국내 외식 프랜차이즈 시장을 넘어 성장 동력을 찾기 위해 2015년부터 해외 진출을 시작하였으며, 3개 국가와의 마스터 프랜차이즈 계약을 체결하였다. 마스터 프랜차이즈 계약은 현지의 법률, 문화 그리고 사업 관행에 대하여 잘 알고 있는 해당국의 파트너(마스터프랜차이지)를 통해 이루어지므로 해외 진출 시 투자비용을 줄이고 진출국의 상이한 문화 및 부족한 정보로 인한 리스크를 최소화할 수 있는 특징이 있다. 동사는 이러한 마스터프랜차이즈 계약을 활용하여 운영방식 및 레시피 등 노하우를 전수하고 지속적인 관리를 통해 해외 진출을 본격화할 예정이다.

■ 언택트의 배달, 테이크아웃 강화

코로나-19 여파로 배달음식 시장의 성장은 지속될 것으로 전망되는 가운데, 비비큐, 하겐다즈, 스타벅스 등의 외식 프랜차이즈 업체들이 배달 및 포장 전용 매장을 선보이고 있다. 동사는 최근 포스트 코로나 시대에 뉴노멀 표준이 될 만한 모델을 선보이는 한편, 소비자에게 새로운 경험을 제공하고자 배달과 포장을 강화한 매장을 개점하였다. 또한, 배달 중개 애플리케이션에서 발생하는 수수료가 자사 애플리케이션으로 주문 시 발생하지 않도록 하여 가맹점주의 부담을 경감시키기 위해 노력하고 있다.

그림 13. 언택트 전략



*출처: IR자료(2020), NICE평가정보(주) 재구성

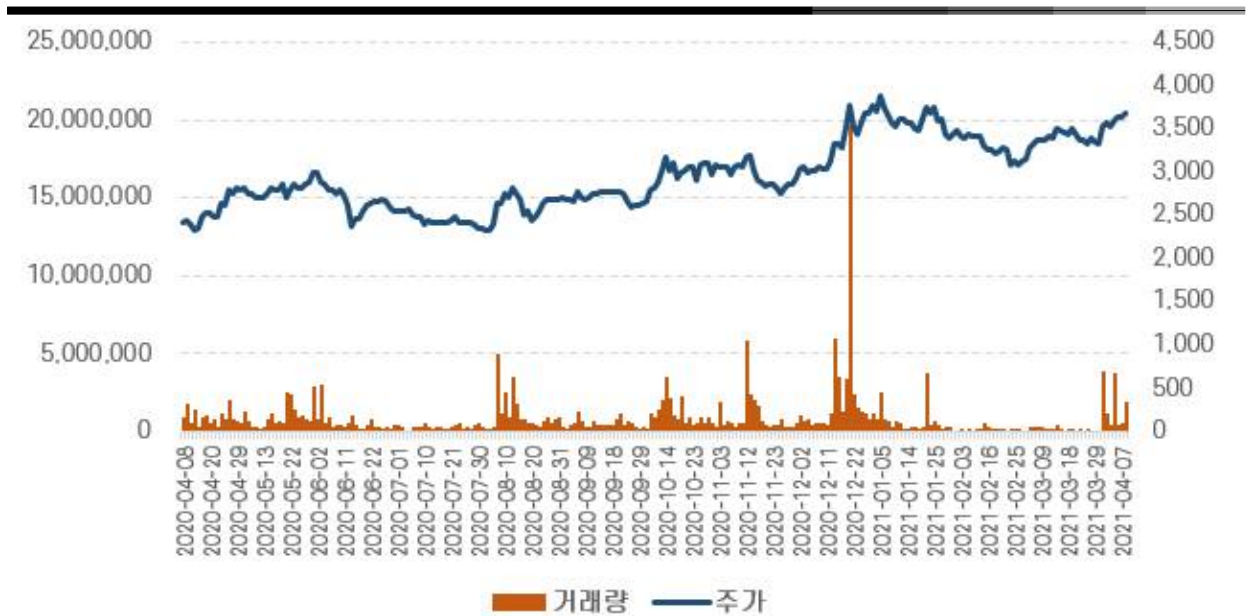
■ 고객 니즈 반영 및 메뉴 라인업 확장

해마다 신메뉴를 출시하고 있는 ‘맘스터치’는 최근에도 불고기버거에 프리미엄 새우살 패티를 추가하여 한 번에 두 가지 맛을 즐길 수 있는 ‘새우불고기버거’를 출시했다. 통통한 새우살에 코코넛 가루를 다져 만든 새우살 패티에 불향이 가득한 불고기소스로 감칠맛을 더한 메뉴로, 합리적인 가격으로 제공되고 있다. 동사는 버거에 대한 맛과 품질을 최대한 끌어올려 고객 만족도를 높이고 메뉴 라인업을 강화하기 위해 지속적으로 신메뉴를 개발하고 있다.

■ 증권사 투자 의견

작성기관	투자 의견	목표주가	작성일
IBK투자 증권	BUY	4,000	2021.04.22.
	<ul style="list-style-type: none"> • 매출 소폭 감소하겠지만 큰 폭의 수익성 개선세 이어질 전망 • 1분기 19개 가맹점 순증. 견조한 가맹점 증가세 지속 • 하반기 외식시장 회복에 따른 매출 회복 기대감 유효 		
SK증권	Not Rated	-	2020.10.22.
	<ul style="list-style-type: none"> • 펀더멘탈이 단단한 외식업 프랜차이즈 업체 • PEF 케이엘파트너스가 인수 후 가격, 비용, 주주친화 정책 등 효과 점차 나타나는 중 		

■ 시장정보(주가 및 거래량)



*출처: Kisvalue(2021.04.)