

이 보고서는 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

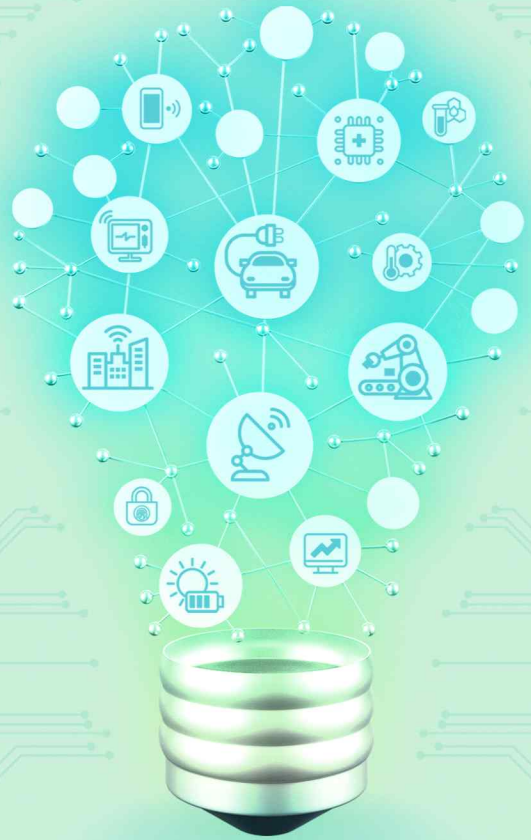
기술분석보고서

 YouTube 요약 영상 보러가기

손오공(066910)

소매

요약
기업현황
재무분석
주요 변동사항 및 전망



작성기관

NICE평가정보(주)

작성자

지혜련 전문연구원

- 본 보고서는 「코스닥 시장 활성화를 통한 자본시장 혁신방안」의 일환으로 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해, 한국거래소와 한국예탁결제원의 후원을 받아 한국IR협의회가 기술 신용평가기관에 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 미 게재 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)으로 연락주시기 바랍니다.



한국IR협회

손오공(066910)

캐릭터 완구 유통 전문기업

기업정보(2021/08/20 기준)

대표자	김종완
설립일자	1996년 12월 30일
상장일자	2005년 01월 07일
기업규모	중소기업
업종분류	그 외 기타 상품 전문 도매업
주요제품	캐릭터 완구, 게임용 소프트웨어

시세정보(2021/08/20 기준)

현재가(원)	2,480
액면가(원)	500
시가총액(억 원)	667
발행주식수	26,896,161
52주 최고가(원)	4,395
52주 최저가(원)	1,475
외국인지분율	3.23%
주요주주	Mattel Marketing Holdings Pte. Ltd.

■ 25년 업력의 캐릭터 완구 유통 전문기업

손오공(이하 동사)은 캐릭터 완구 유통 전문기업으로 다양한 연령층이 즐길 수 있는 완구를 만들고 판매하는 것에서 나아가 '한 시대의 놀이문화를 만들자'라는 미래지향적인 목표를 가지고 성장해왔다. 국내 유명 애니메이션 터닝메카드, 헬로카봇 등을 상품화하여 유통하고 있을 뿐만 아니라 2016년에 글로벌 완구 전문기업 마텔과 전략적 파트너십 협약을 맺어 피셔프라이스, 바비, 핫휠, 옥토넷 등의 상품에 대한 국내 독점 유통권을 보유하고 있다.

■ 새로운 놀이문화 공간 창조

동사의 놀이문화 만들기 시초는 2002년 팽이 장난감 '탑블레이드 전국대회'부터 시작되었다. 뒤이어 2009년 전국 각지에서 동시다발적으로 진행된 '메탈메이블레이드 챔피언십'과 2014년 '최강탑플레이트 내셔널 챔피언십' 그리고 2017년 '터닝메카드 테이머 챔피언십'으로 이어왔다. 참가한 아이들의 누적 수치 기준 11만 명 이상이며, 함께 대회장을 찾은 가족까지 합하면 50만 명이 넘는다. 앞으로도 터닝메카드, 헬로카봇 등의 개발사 초이락컨텐츠팩토리와 함께 캐릭터 완구로 아이들이 즐길 수 있는 다양한 형태의 대회와 놀이문화 공간을 조성할 계획이다.

■ 고부가가치 캐릭터산업 지속 성장 전망

캐릭터산업은 하나의 캐릭터 창출 후 애니메이션, 만화, 영화, 게임, 완구 등 다양한 상품 및 서비스로 연계할 수 있는 'One Source, Multi Use(OSMU)' 시장 구조를 나타내고 있어 인기 캐릭터 개발 시 지속적인 부가가치 창출이 가능하다. 온라인 및 모바일 플랫폼 확장으로 유통 채널이 다각화되고 있고 캐릭터 상품의 소비 연령층 확대 등의 요인에 힘입어 캐릭터 산업은 지속적으로 성장하고 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)
2018	992	(4.7)	9	1.0	11	1.1	5.6	2.1	129.9	46	848	46.3	2.5
2019	734	(26.0)	(21)	(2.8)	(19)	(2.6)	(8.6)	(3.8)	127.9	(77)	912	(20.1)	1.7
2020	853	16.2	(14)	(1.6)	(20)	(2.3)	(8.3)	(3.6)	136.7	(72)	839	(24.4)	2.1

기업경쟁력

캐릭터 완구 유통 전문기업

■ 애니메이션 및 캐릭터를 연계한 상품화 전략

- 유아, 어린이부터 어른까지 다양한 연령층을 공략

■ 캐릭터 완구 신제품 개발 지속

- 다양한 신제품 출시 및 마케팅 역량 강화

핵심경쟁력

■ 글로벌 완구 전문기업과 국내 유통 독점 계약

- 마텔과 전략적 파트너십 구축
- 주요 상품: 피셔프라이스, 바비, 핫휠, 옥토넷 등

■ 인기 캐릭터 상품 유통 및 놀이문화 조성

- 터닝메카드, 헬로카봇 등 인기 캐릭터 상품 유통
- 터닝메카드 테이머 배틀대회 등을 통해 놀이문화 조성

주요 사업 및 제품

사업 영역

캐릭터 완구	글로벌 완구	게임 제품
		

핵심 제품

터닝메카드	바비인형	닌텐도
		

ESG 현황

Environment

항목	현황
환경 정보 공개	田
환경 경영 조직 설치	田
환경 교육 수준	□
환경 성과 평가체계 구축	□
온실가스 배출	□
에너지, 용수 사용	□
신재생 에너지	□

田 : 양호 ■ : 미흡 □ : 확인불가

Social

항목	현황
인권보호 정책 보유	田
여성/기간제 근로자 근무	□
협력사 지원 프로그램	□
공정거래/반부패 프로그램	□
소비자 안전 관련 인증	田
정보보호 안전 관련 인증	□
사회공헌 프로그램	田

田 : 양호 ■ : 미흡 □ : 확인불가

Governance

항목	현황
주주의결권 행사 지원제도	□
중장기 배당정책 보유	□
이사회 내 사외이사 보유	田
대표·이사회 독립성	田
감사위원회 운영	田
감사 업무 교육 실시	■
지배구조 정보 공개	□

田 : 양호 ■ : 미흡 □ : 확인불가

- 윤리 소비에 적극적인 소비자들이 늘어난 가운데 완구 업계도 친환경 트렌드 확산에 적극적으로 동참하고 있음. 동사 또한 친환경 트렌드 확산에 동참해 나갈 계획에 있음.
- 세이브더칠드런의 캠페인을 후원하는 등 사회적 공헌 활동을 지속적으로 실천하고 있음.
- 이사회 내 사외이사를 보유하고 있어 이사회 독립성을 확보하고 있으며, 감사위원회를 운영 중에 있음.

* 본 ESG현황은 나이스평가정보㈜가 분석대상 기업으로 입수한 정보를 요약 정리한 것으로, 분석 시점 및 기업의 참여도에 따라 결과가 달라질 수 있습니다.

I. 기업현황

캐릭터 완구 유통 전문기업

국내 유명 애니메이션 터닝메카드, 헬로카봇 등을 상품화하여 유통하고 있을 뿐만 아니라 글로벌 완구 전문기업 마텔과 전략적 파트너십 협약을 맺어 피셔프라이스, 바비, 핫휠, 옥토넛 등의 상품에 대한 국내 독점 유통권을 보유하고 있다.

■ 개요

동사는 1996년 12월에 설립되어 2005년 1월 코스닥시장에 상장하였다. 캐릭터 완구 및 게임 유통 사업을 영위하고 있으며, 김종완 대표이사 체제로 운영되고 있다. 주요 사업 영역으로 글로벌 완구 유통, 캐릭터 완구 유통, 일반 완구 유통, 게임 제품 유통이 있다. 터닝메카드, 헬로카봇 등을 비롯하여 글로벌 완구 전문기업 마텔 상품 피셔프라이스, 바비, 핫휠, 옥토넛 등의 상품을 취급하고 있다.

그림 1. 사업 현황



*출처: 동사 홈페이지(2021), NICE평가정보(주) 재구성

■ 주요주주 및 종속회사 현황

2021년 3월 사업보고서 기준, 동사의 최대주주는 Mattel Marketing Holdings Pte. Ltd.로 9.77%의 지분을 보유하고 있으며, 그 외 소액 주주로 구성되어 있다. 한편, 동사는 100% 출자한 (주)손오공아이비 등을 자회사로 보유하고 있다.

표 1. 주요주주 및 종속회사 현황

주요주주	지분율(%)	종속회사	지분율(%)
Mattel Marketing Holdings Pte. Ltd.	9.77	(주)손오공아이비	100

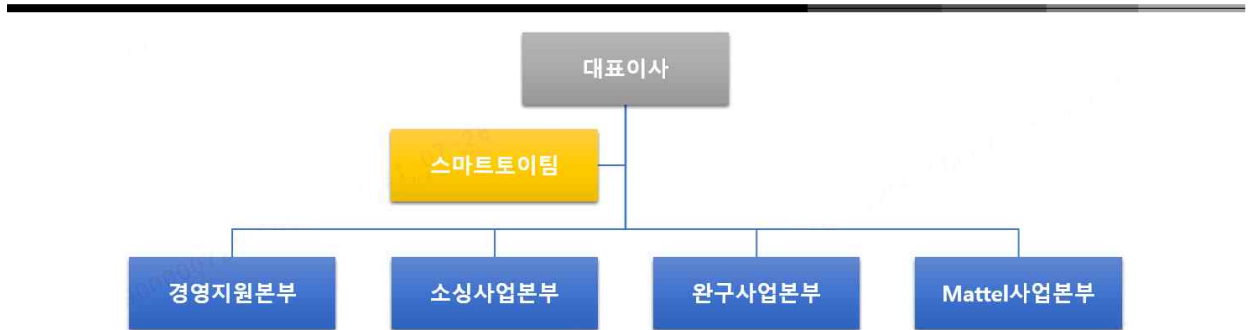
*출처: 분기보고서(2021), NICE평가정보(주) 재구성

■ 주요 경영진 및 조직 구성

김종완 대표이사는 한양대학교 경영학과 출신으로 1990년부터 2005년까지 신보창업투자팀장, 경기도문화산업진흥재단 자문위원을 역임하였다. 2005년 3월 동사 사외이사로 선임된 후, 2007년 7월에 대표이사로 취임하였다. 주요 등기임원인 노제임스 이사는 동사 최대주주인 마텔 관련 업무를 총괄하고 있으며, 조병철 이사는 관리 업무를 총괄하고 있다.

분기보고서(2021) 기준, 등기임원은 대표이사 1명 외 사내이사 2명과 사외이사 1명 그리고 감사 1명으로 구성되어 있으며, 등기임원을 제외한 총 96명의 직원이 근무하고 있다. 조직 구성은 크게 경영지원본부, 소싱사업본부, 완구사업본부, 마텔 사업본부로 구성되어 있다.

그림 2. 조직 구성



*출처: 분기보고서(2021), NICE평가정보(주) 재구성

■ 연구개발 활동

동사는 완구 및 캐릭터 사업에 관련한 기술적 권리성과 법적 안정성을 위해 확보한 지식재산권으로 작성일 기준 국내 특허 등록 1건, 디자인 등록 3건, 상표 등록 46건, 다수의 저작권(영상 저작물, 미술 저작물, 컴퓨터 프로그램 저작물 등)을 보유하고 있다.

표 2. 최신 지식재산권 실적

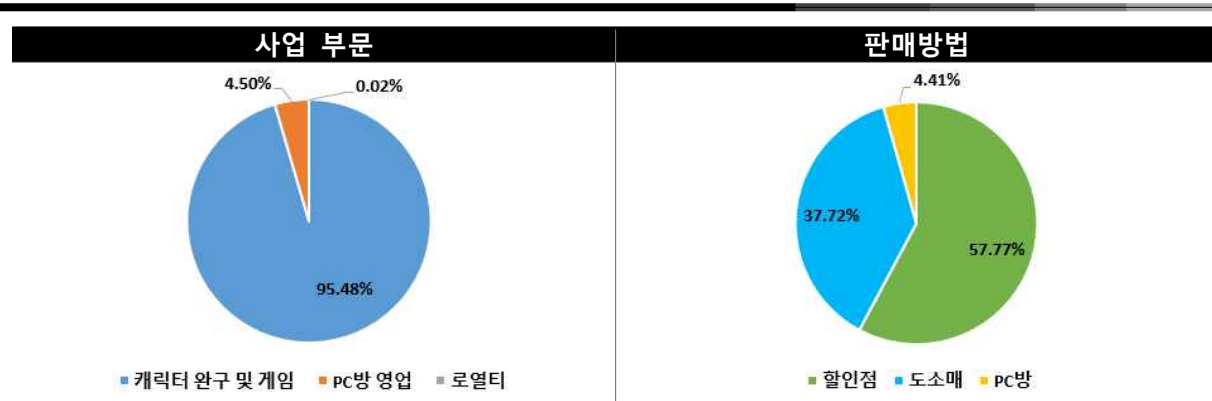
구분	발명의 명칭	등록번호	등록일
특허	완구용 구동 장치 및 이를 포함하는 시스템	KR 10-1881437	2018.07.18
디자인	완구	KR 30-0938879	2018.01.02
디자인	완구	KR 30-0924917	2017.09.21
디자인	완구	KR 30-0923825	2017.09.14
상표	탑블레이드 TOPBLADE	KR 40-1576328	2020.02.18
상표	탑블레이드 TOPBLADE	KR 40-1576327	2020.02.18
상표	ARMZ	KR 40-1360645	2018.05.17
상표	사과쿵	KR 40-0953343	2013.02.14
상표	햄토킹	KR 40-0918209	2012.05.03
상표	비키 VICKY	KR 40-0918172	2012.05.03
상표	로봇태권브이	KR 40-0766339	2008.07.10
상표	SkyMecaBird	KR 40-0737259	2008.02.14
상표	마법전사 유칸도 RYUKENDO	KR 40-0706105	2007.04.11
상표	마법전사 유칸도 RYUKENDO	KR 40-0706103	2007.04.11

*출처: 특허정보넷(2021), NICE평가정보(주) 재구성

■ 주요 매출 비중

2021년 3월 분기보고서 기준, 캐릭터 완구 및 게임 부문이 전체 매출의 95.48%, PC방 수입 부문이 4.50%를 차지하고 있으며, 캐릭터 로열티를 제외한 99.9%의 수익이 국내에서 발생하고 있다. 또한, 판매방법으로는 할인매장을 통한 판매, 온/오프라인 및 전문점을 통한 판매, 프랜차이즈 및 일반 PC방 등이 있으며, 할인매장을 통한 매출이 57.77%, 도소매를 통한 매출이 37.72%, PC방을 통한 매출이 4.41%로 발생하고 있다.

표 3. 사업 부문 및 판매방법별 매출 비중 현황



*출처: 분기보고서(2021), NICE평가정보(주) 재구성

■ 산업 현황

한국콘텐츠진흥원이 발간한 2019 캐릭터 산업백서에 따르면, 국내 캐릭터산업의 시장 규모는 2017년 11조 9,223억 원에서 2019년 12조 5,669억 원으로 연평균 2.7% 증가하였으며, 제작업과 유통업 모두 꾸준한 성장세를 나타내고 있다. 또한, 국내에서 개발된 캐릭터들의 해외시장 진출 성공으로 수출액은 2018년 7억 4,514만 달러에서 2019년 7억 9,134만 달러로 전년 대비 6.2% 증가하였으나 수입액은 2018년 1억 6,763만 달러에서 2019년 1억 6,695만 달러로 1.6% 감소했다. 한편, 국내 캐릭터 브랜드가 시장 주류로 성장하면서 어린이들의 전유물이던 캐릭터 시장이 다양한 연령층으로 범위가 확대되었고, 국내 캐릭터산업의 글로벌 스마트 미디어 환경 변화, 캐릭터 유통경로 확장 등이 캐릭터 상품 개발로 이어지고 있다.

표 4. 국내 캐릭터 산업 매출액 현황 (단위: 억 원, %)

중분류	소분류	2017	2018	2019	비중	전년대비 증감률	연평균 증감률
캐릭터 제작업	캐릭터 개발 및 라이선스업	8,586	9,078	9,637	7.7	6.2	5.9
	캐릭터 상품 제조업	53,090	54,432	54,908	43.7	0.9	1.7
	소계	61,676	63,510	64,545	51.4	1.6	2.3
캐릭터 상품 유통업	캐릭터 상품 도매업	17,774	18,278	19,166	15.3	4.9	3.8
	캐릭터 상품 소매업	39,773	40,282	41,958	33.4	4.2	2.7
	소계	57,548	58,560	61,124	48.6	4.4	3.1
합계		119,223	122,070	125,669	100.0	2.9	2.7

*출처: 한국콘텐츠진흥원, 2019 캐릭터 산업백서(2020), NICE평가정보(주) 재구성

■ 핵심경쟁력

동사는 4세부터 초등학생까지를 목표로 하여 애니메이션과 캐릭터를 연계한 상품화 전략으로 완구 판매 극대화를 추구하고 있다. 대표적인 캐릭터 상품으로 헬로카봇, 빠샤메카드, 공룡메카드, 요괴메카드와 마텔의 피셔프라이스, 바비, 핫휠, 옥토넛, 주라기월드가 있다. 특히 마텔과의 국내 독점 협약을 통해 유통역량을 강화하고 있다. 캐릭터 완구의 상품 파급력은 크나 유행 변화에 따라 인기가 급변한다는 단점을 가지고 있다. 이에 동사는 마텔의 다양한 브랜드 완구 상품을 국내에 유통함으로써 상품 영역 및 소비자 목표 연령층을 확대하고 나아가 지속적인 매출 시현이 가능한 점에 큰 의미가 있다.

그림 3. 주요 제품

글로벌 완구 유통	캐릭터 완구 유통	일반 완구 유통	게임 제품 유통
 •글로벌 완구 기업 Mattel 社와 협업을 통해 영/유아 어린이 브랜드 완구의 국내 유통 사업을 실시 •BTS 등 대중문화를 선도하는 셀럽과 파트너십을 통해 키덜트 소비자까지 사로잡음	 •애니메이션, 게임 등 문화콘텐츠에 등장하는 캐릭터 완구 및 놀이 제품의 제작 및 유통사업을 실시 •소비자의 캐릭터 경험 니즈를 충족시킬 수 있는 놀이를 제공	 •국내 대형 유통채널 및 온라인까지 탄탄한 유통 역량을 바탕으로 다양한 제품을 취급함 •어린이용 뿐만 아니라 키덜트 제품을 선보이고 있음	 •닌텐도 스위치 등 비디오 게임 기기 및 게임 소프트웨어를 오프라인 대형 유통채널에 독점 공급, 블리자드 엔터테인먼트사와 SF/RPG 게임 패키지 유통 사업을 진행 •자회사 손오공 IB의 리그오브레전드 PC방 유통 사업 실시

*출처: 동사 홈페이지(2021), NICE평가정보(주) 재구성

II. 재무분석

캐릭터 완구류 유통 기업

동사는 애니메이션과 캐릭터를 연계하여 캐릭터 완구류를 제작 및 판매하고 있으며, 2020년 결산기준 매출액은 캐릭터 완구 및 게임 판매 증가 등의 영향으로 전년대비 16.2% 증가한 853억 원의 매출을 시현하였다.

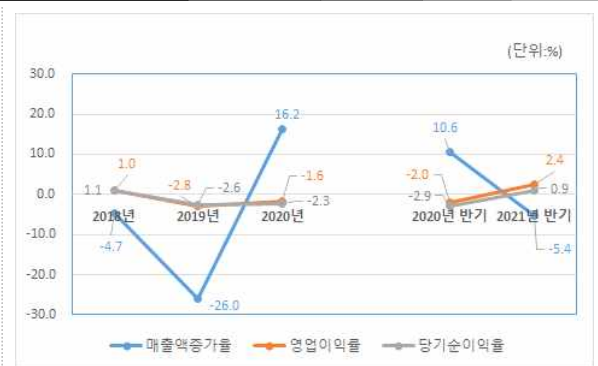
■ 상품매출 부문이 총 매출의 95% 이상을 차지

동사는 상품 매출부문(캐릭터 완구 및 게임), 캐릭터수입 매출부문, 수수료수입 매출부문(PC 방 수수료) 으로 나누어져 있으며, 상품 매출이 816억 원(총 매출의 95.7%), 캐릭터수입 매출이 0.5억 원(총 매출의 0.06%), 수수료수입 매출이 40억 원(총 매출의 4.2%)으로 구성되어 있다.

그림 4. 동사 연간 및 분기 요약 포괄손익계산서 분석



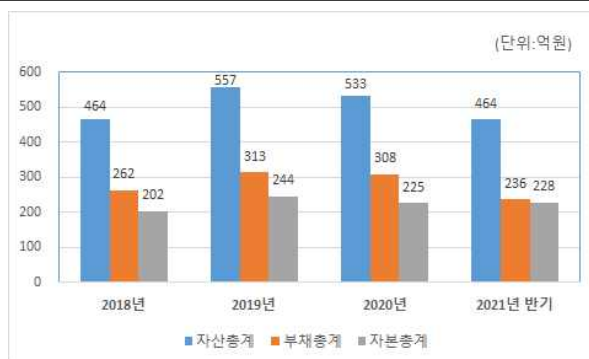
매출액/영업이익/당기순이익 추이



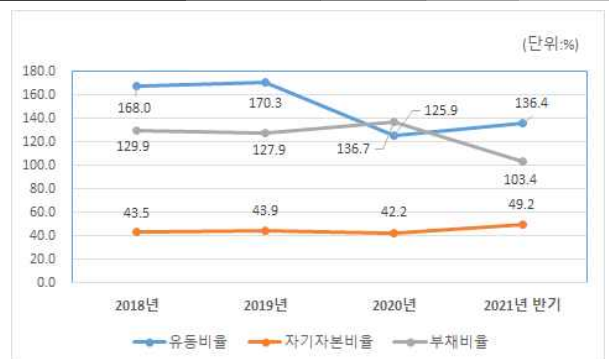
증가율/이익률 추이

*출처: 동사 사업보고서(2020), 반기보고서(2021)

그림 5. 동사 연간 및 분기 요약 재무상태표 분석



부채총계/자본총계/자산총계 추이



유동비율/자기자본비율/부채비율 추이

*출처: 동사 사업보고서(2020), 반기보고서(2021)

■ 매출 증가에도 불구하고 수익성 적자 지속

동사는 애니메이션과 캐릭터를 연계하여 캐릭터 완구 위주로 유통하는 전략을 추구하고 있는 가운데, 주력품목인 캐릭터 완구는 대형마트, 도매상을 중심으로 판매하고 있으며, 디아블로3, 오버워치 등의 게임 소프트웨어는 롯데마트와 오픈마켓 등에 공급하고 있다. 2020년 결산기준 매출액은 캐릭터 완구 및 게임 판매 증가 등의 영향으로 853억 원의 매출을 실현하여 전년대비 16.2%가 증가하였다.

동사의 매출액은 2018년 992억 원(-4.7% YoY), 2019년 734억 원(-26.0% YoY), 2020년 853억 원(+16.2% YoY)을 기록하는 등 최근 매출 성장세를 나타내고 있다.

동사의 매출원가율은 2019년 80.9%, 2020년 82.9%로 원가율은 증가하였으나, 판매비 부담이 축소되어 매출액영업이익률은 2019년 -2.8%, 2020년 -1.6%를 기록하여 영업손실 규모가 축소되었으나, 여전히 적자세를 지속하였고, 산업평균 대비 미흡한 영업수익성을 나타냈다.

한편, 매출액순이익률은 2019년 -2.6%, 2020년 -2.3%를 기록하여, 순손실 지속하였고, 산업평균 대비 미흡한 수익구조를 나타냈다.

■ 2021년 상반기 전년 동기 대비 매출 감소하였으나, 수익성 흑자전환

2021년 상반기 매출액은 전년 동기대비 5.4% 감소한 374억 원을 기록하였으나, 매출액영업이익률 2.4%, 매출액순이익률 0.9%를 나타내며 수익성 흑자전환 하였다.

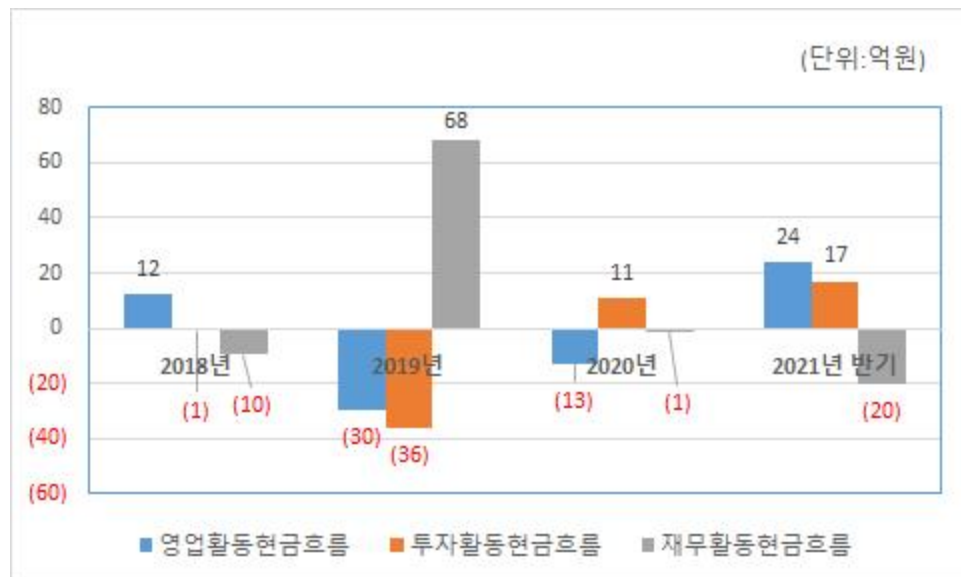
주요 재무안정성 지표는 부채비율 103.4%, 자기자본비율 49.2%, 유동비율 136.4%를 기록하는 등 산업평균 대비 무난한 수준을 나타냈다.

■ 기보유 현금으로 운전자금에 운용

2020년 영업활동현금흐름은 당기순손실 지속되어 부(-)의 상태를 지속하고 있으며, 기보유 현금으로 운전자금에 운용하였고, 전기 대비 순차입금 상환액이 증가하여 부(-)의 재무활동현금흐름을 기록하였음.



그림 6. 동사 현금흐름의 변화



*출처: 동사 사업보고서(2020), 반기보고서(2021)

Ⅲ. 주요 변동사항 및 향후 전망

친환경 캐릭터 상품의 출시 및 다양한 콘텐츠 제공

동사는 지속 가능한 경영을 실천하기 위해 친환경 트렌드 확산에 동참해 나갈 계획이며, 세이브더칠드런 캠페인 후원 등을 통해 사회적 공헌 활동을 진행해 오고 있다.

■ 캐릭터 상품 신제품 출시 지속

동사는 터닝메카드, 헬로카봇, 피서프라이스, 바비 등의 캐릭터 상품 및 패키지 게임 소프트웨어(닌텐도 등)를 국내에 유통하고 있다. 또한, 지속 가능한 경영을 실천하기 위해 친환경 트렌드 확산에 동참해 나갈 예정으로 다양한 마케팅 전략을 통해 캐릭터 상품을 홍보하고 있다.

표 5. 최근 신제품 출시 현황

출시일	내용
2021.08.03	- 닌텐도 스위치 다운로드 소프트웨어 상품 판매 '젤다의 전설 스카이워드 소드 HD'부터 '모여봐요 동물의 숲'까지 약 100개 이상 보유
2021.07.13	- 영유아 전문 브랜드 피서프라이스의 '식물유래 메가블럭' 출시 - 식물성 플라스틱과 재활용 가능한 포장재(FSC 인증)로 친환경적 소재 사용
2021.07.07	- 영화 블랙 위도우 영화 개봉일에 맞춰 바비 블랙 위도우 한정수량(90개) 출시 - 온라인몰(마텔샵, 네이버 마텔공식스토어, 토이저러스몰)과 토이킹덤에서 판매
2021.04.07	- 초이락컨텐츠컴퍼니의 헬로카봇 변신 자동차 로봇 완구를 블록으로 재현 - 블록을 조립한 후, 분해 없이도 자동차에서 로봇으로 교차 변신이 가능
2020.12.02	- 마텔의 BTS 패션돌 및 BTS 미니 피규어 특가 판매 진행 - 지마켓, 옥션 등을 통해 판매

*출처: 동사 홈페이지(2021), NICE평가정보(주) 재구성

■ 유튜브 운영을 통한 홍보 및 부수입 효과 기대

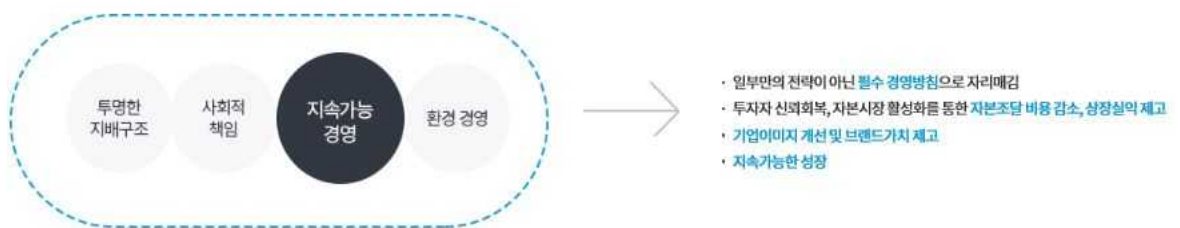
유튜브를 통해 콘텐츠를 검색하고 구매하려는 소비심리가 늘어남에 따라 유튜브 콘텐츠가 국내 완구 및 애니메이션 전문기업의 고정 수입처로 자리 잡고 있다. 초기 완구 업체들은 완구 홍보 목적으로 유튜브를 개설하였으나, 구독자 수, 동영상 조회수 등이 수익과 직결됨에 따라 최근에는 다양한 콘텐츠를 제공함으로써 부수입을 끌어내고 있다. 특히, 유튜브에서 어린이용 키즈 콘텐츠가 차지하는 비중은 높은 편에 속하며, 구독자 1인당 월평균 시청횟수도 높게 나타나고 있어 완구 산업에 새로운 생존전략으로 나아가고 있다.

동사 또한 2010년부터 손오공 유튜브를 운영해오고 있으며, 약 63만 명의 구독자 및 약 700개의 동영상을 보유하고 있다. 헬로카봇, 터닝메카드, 바비, 손오공 완구 극장: 오공극장, 폴리포켓, 메가블럭: 피카블럭, 링키멀즈, 핫휠, 어린이 안전교육: 에이스쿼드/용감한 소방차 레이 등의 콘텐츠를 보유하고 있다. 유튜브는 표현방식이 자유로운 특징이 있어 캐릭터의 성격과 매력, 스토리텔링이 소비자들에게 잘 전달된다는 장점이 있다. 동사는 이러한 장점을 살린 배포 채널을 통해 잠재적 소비자와의 접점을 확대하여 캐릭터에 대한 친밀감을 높이고 있다.

■ ESG 활동 현황

ESG는 기업의 비재무적 요소인 환경(Environment), 사회(Social), 지배구조(Governance)를 뜻한다. ESG 평가는 기업엔 지속 가능 경영의 동기를 유발하고 투자자에게는 사회적 책임 투자에 대한 접근성을 제고 하는 지표로 활용할 수 있다. 국내 ESG 평가를 수행하고 있는 기관은 한국기업지배구조원, 서스틴베스트, QESG가 있다.

그림 7. ESG



*출처: 한국기업지배구조원 홈페이지(2021)

▶▶ 완구 업계 현황

환경 영향을 최소화하기 위한 윤리 소비에 적극적인 소비자들이 늘어난 가운데 플라스틱 배출에 큰 지분을 차지하고 있던 완구 업계도 친환경 트렌드 확산에 적극적으로 동참하고 있다. 친환경 소재에 대한 소비자의 요구가 커지며 글로벌 완구 기업들이 소재 개발에 집중하고 있다.

세계 최대 완구 제조업체인 레고 그룹은 2030년까지 매년 생산하는 레고 블록들을 유성 플라스틱 대신 친환경 재료로 만든다는 목표를 세웠다. 이를 대체할 재료를 찾지 못해 어려움이 있었으나, 수많은 전문가 집단과 몇 년간 연구한 결과 인증된 플라스틱 음료수병을 재활용하여 사용하는 것이 최선임을 확인했다. 2021년 6월 레고 그룹은 재생 플라스틱으로 만든 지속 가능 브릭(레고 조각) 시제품을 공개하였으며, 1L 페트병으로 2X4 레고 브릭을 약 10개 만들 수 있다고 발표하였다. 이번 시제품을 바탕으로 재생 PET 플라스틱 제조공법에 대해 지속적으로 연구할 예정이다. 시험 생산 단계에 이르기까지 최소 1년이 소요될 것으로 전망하고 있으며, 2022년까지 최대 4억 달러를 투자할 계획이다.

동사의 최대주주인 마텔 또한 제품의 지속 가능성과 친환경 마케팅에 집중하고 있다. 2021년 5월 마텔은 시범 프로그램 '마텔 PlayBack'을 발표했다. 오래된 완구 재료를 회수하고 재사용하기 위한 것으로 2030년까지 모든 제품군과 포장재를 100% 재활용 플라스틱이나 바이오 플라스틱으로 생산한다는 목표이다. 간판 제품인 바비, 매치박스, 메가토이즈를 시작으로 점차 다른 브랜드로 확대해 나갈 계획이다.

▶▶ 동사 현황

마텔을 비롯하여 다양한 글로벌 브랜드 완구의 국내 유통을 담당하고 있는 동사는 완구 업계 트렌드에 발맞춰 친환경 제품에 초점을 맞춘 마케팅 방안을 검토할 예정이다. 아이들이 가지고 노는 인형이 지구에 영향을 주는지 알게 하고 환경을 생각하는 가치 소비를 배울 수 있다는 것에 주안점을 뒀다. 친환경 트렌드 확산에 동참해 나갈 계획이다.



또한, 동사는 ESG 중 사회(Social)에 대한 노력을 이어왔다. 2016년 1월 동사는 세이브더칠드런 '놀이터를 지켜라' 캠페인 후원 기금을 전달하였다. 2015년 12월간 동사 주력 브랜드인 터닝메카드 대형제품 판매 금액의 1%씩 적립하여 모은 5천만 원 상당의 금액을 기부하였다. 같은 해 동사가 후원하고 국제 구호개발 NGO 단체인 세이브더칠드런과 시흥초등학교가 함께하는 '잘 노는 우리 학교 만들기' 놀이 공간을 마련하였으며, 2017년에는 동답초등학교에 해당 사업을 진행하며 2년간 후원 활동을 지속했다. 그 밖에도 2020년 6월 전문인력 양성을 위한 MOU 체결하여 전문 인력양성과 산학협력 활성화에 힘쓰고 있으며, 2020년 12월에는 신명복지재단 신명아이마루 보육원에 완구를 기부하는 등의 다양한 활동을 이어오고 있다.

표 6. 동사의 사회적 공헌 현황

일시	내용
2020.12	• 신명복지재단 신명아이마루 보육원에 BTS 인형을 포함한 인기 완구 기부
2020.06	• 유한대학교와 전문 인력양성과 산학협력 활성화를 위한 업무협약(MOU) 체결
2020.04	• 바비 드림-하이 아카데미 캠페인 '#감사합니다' 진행 • 사회적 이슈를 반영, 전 세계 모든 의료진과 봉사자들을 향한 응원과 감사 메시지 전달로 비상업적 공익 캠페인
2018.07	• 세이브더칠드런에서 신축한 농어촌 지역 놀이 공간 7곳에 완구 기부
2017.09	• 세이브더칠드런과 동답초등학교가 함께하는 '잘 노는 우리 학교 만들기' 캠페인 후원
2016.03	• 세이브더칠드런과 시흥초등학교가 함께하는 '잘 노는 우리 학교 만들기' 캠페인 후원
2016.01	• 세이브더칠드런 '놀이터를 지켜라' 캠페인 후원 • 2015년 12월간 터닝메카드 판매 금액의 1%의 적립액을 모아 5천만 원 상당 기부

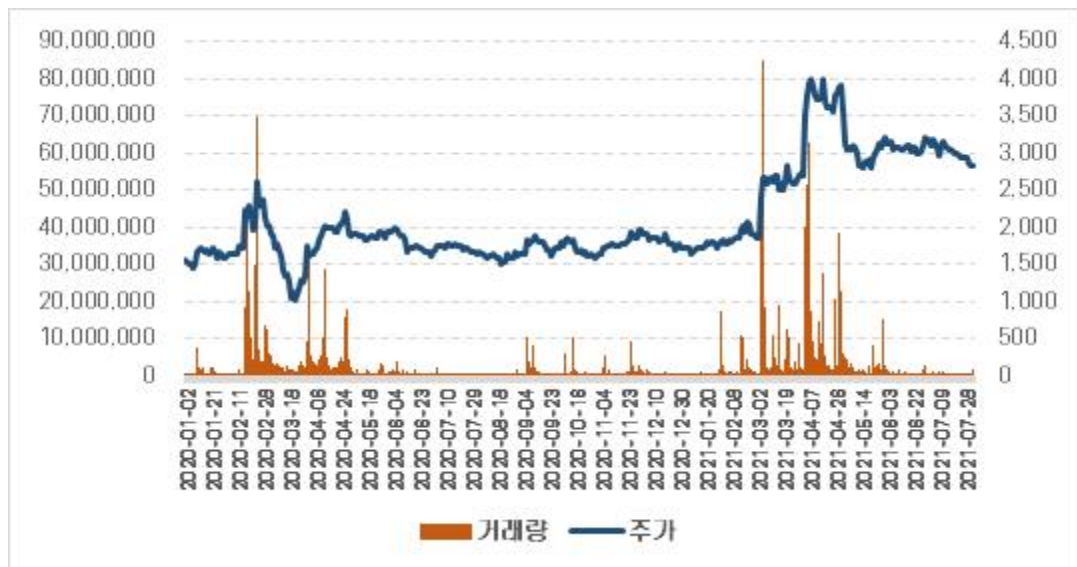
*출처: 동사 홈페이지(2021), NICE평가정보(주) 재구성



■ 증권사 투자의견

작성기관	투자의견	목표주가	작성일
	• 최근 6개월 이내 발간 보고서 없음		

■ 시장정보(주가 및 거래량)



*출처: Kisvalue(2021.08.)