

이 보고서는 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

기술분석보고서

[▶ YouTube 요약 영상 보러가기](#)

코웰패션(033290)

유통

요약

기업현황

시장동향

기술분석

재무분석

주요 변동사항 및 전망



작성기관

한국기업데이터(주)

작성자

박영서 전문연구원

- 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.02-3215-2313)으로 연락하여 주시기 바랍니다.



한국IR협회

코웰패션(033290)

글로벌 브랜드와의 협업을 통한 라이프 스타일 전문기업

기업정보(2021/10/05 기준)

대표자	최용석, 임종민
설립일자	1974년 6월 11일
상장일자	1997년 10월 13일
기업규모	중견기업
업종분류	섬유, 의복, 신발 및 가죽제품 소매업
주요제품	의류, 내의류, 전자부품

시세정보(2021/10/13 기준)

현재가(원)	7,610
액면가(원)	500
시가총액(억 원)	6,735
발행주식수(주)	88,500,234
52주 최고가(원)	8,850
52주 최저가(원)	5,420
외국인지분율	5.98%
주요주주	(주)대명화학, 이순섭

■ 카테고리 다각화 기반의 라이프 스타일 전문기업

코웰패션(주)는 1974년 6월 외국법인 필립스코리아(주)로 설립한 후, 1994년 2월 내국법인화하고 상호를 필코전자(주)로 변경하였으며, 1997년 10월 코스닥 시장에 상장하였다. 필코전자(주)와 소멸법인 코웰패션(주)는 현 상호로 변경하여 2015년 4월 합병하였으며, 주력 사업은 전자사업과 패션사업이다.

2021년 6월 말 기준 548명의 직원이 근무하고 있으며, 연결대상 종속회사로는 영성필코유한공사, 씨에프씨(주), 씨에프인터내셔널(주) 등이 있다.

■ MCN(Multi Channel Network) 사업 본격 전개

최근 모바일 홈쇼핑이라 할 수 있는 라이브 커머스 시장이 새로운 시장으로 급부상함에 따라 코웰패션(주)는 2020년 12월, (주)인픽을 설립하여 인플루언서 육성 및 지원, 디지털 마케팅 등 MCN 관련 사업을 본격 전개하였다.

라이브 커머스 플랫폼과 인플루언서(influencer)와의 협업을 통해 동영상과 모바일 쇼핑을 선호하는 MZ세대를 주 고객으로 하는 신규 판매채널로 성장시키는데 역량을 집중하고 있다.

■ 패션 커머스 강화를 위한 로젠택배 인수

e커머스 비대면 채널 유통의 성장으로 인해 코웰패션(주)는 2021년 7월, 자회사인 씨에프인베스트먼트(주)를 통해 로젠(주) 지분인수를 결정하였다. ‘코웰패션닷컴’의 데이터 베이스와 로젠택배의 물류·운송 IT 인프라인 ‘iLozen’을 결합한 데이터베이스를 구축하여 고객을 위한 제품 기획과 마케팅 활동에 활용하여 경쟁력을 강화하고 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	3,394	9.68	710	20.92	534	15.72	26.80	17.94	46.81	555	2,348	8.57	2.03
2019	3,947	16.29	761	19.28	544	13.79	22.72	15.86	42.14	568	2,777	9.93	2.03
2020	4,264	8.05	801	18.77	608	14.25	22.98	16.50	28.76	684	3,354	8.29	1.69

기업경쟁력

특허경영

- 특허권, 실용신안권 등 다수 지식재산권 보유
- 동내의, 레깅스, 체형 보정용 속옷 등

축적된 기술 선점과 점유율 확대 전략

- 신규 매출 채널 확대를 통한 경쟁력 강화
- 성장 동력 확보를 위한 친환경 자동차 분야 기술 개발

핵심기술 및 적용제품

핵심기술

- 수소전기차용 필름 커패시터 개발
- 친환경 자동차에 필요한 콘덴서(LDC용, OBC용) 개발
- e커머스 통합물류플랫폼 구축

적용제품

■ 골프웨어



■ 필름 커패시터



매출실적

■ 사업 부문별 매출 현황 (단위 : 억 원)

구분	2018년	2019년	2020년	2021년 반기
전자사업	405	367	397	231
패션사업	2,989	3,580	3,867	2,040
합계	3,394	3,947	4,264	2,271

시장현황

인지도, 위상

- 필름 커패시터 국내 우수 기업 납품
- 모바일 및 e커머스 채널에서 우위 선점
- 패션사업 글로벌 브랜드 제조/판매(라이선스 포함) 계약 체결

최근 변동사항

골프웨어 시장 본격 참여

- 고속 성장하고 있는 골프웨어 시장에서 점유율 확대
- 골프웨어 브랜드 추가 인수
- 해외 유명 골프웨어 브랜드 라이선스 확보

e커머스 물류플랫폼 장착

- 통합물류플랫폼 구축을 통한 패션 커머스 강화
- '코웰패션닷컴'의 데이터베이스와 로젠택배의 물류·운송 IT 인프라 'iLozen' 결합

ESG(Environmental, Social and Governance) 활동 현황

ESG	Issue	Action
 ENVIRONMENTAL	- 에너지·온실가스 이슈는 많지 않은 편 - 원부자재(판유리, 새시, 실리콘 등)의 환경이슈 발생 가능성 있음 - ESG 경영 세계적 이슈	- 환경 및 안전보건 자체 교육 및 모니터링 강화로 친환경 생산과 소비에 기여 - 환경방침 규정 및 운영 - ESG 동향조사, 도입시기, 조직구성 등 검토
 SOCIAL	- 장비 특성상 높은 신뢰성과 품질안정성 요구 - 조직문화, 직원 복지 및 근무환경 - 거래처 및 협력업체와의 관계 - 기술보호, 유출 및 정보보안	- 쾌적하고 효율적인 업무 환경 제공 - 다양한 복리후생제도 운영 - 좋은 일자리 창출과 경제성장에 기여
 GOVERNANCE	- 부패방지 및 내부고발 - 정보관리 및 정보보호 - 이해관계자 소통을 위한 채널 다양성 확보 - 합리적인 의사결정 및 투명한 제도	- 소통 확대를 위한 홈페이지 지속 업데이트 - 홈페이지를 통한 기업 활동 적극적인 공개 - 연구 자율성 보장과 꾸준한 기술개발을 위한 조직체계 확립으로 산업 성장과 혁신에 기여

한국기업데이터(주)의 ESG 평가항목 기반 자체 데이터, 언론자료 및 제출자료 등을 통해 Issue와 Action을 구성하고 이를 SDGs와 연계

I. 기업현황

글로벌 브랜드와의 협업을 통한 라이프 스타일 전문기업

동사는 글로벌 브랜드와의 협업을 통해 골프웨어, 스포츠웨어, 언더웨어, 잡화 및 화장품까지 카테고리를 확장하여 고품질의 제품을 공급하고 있다.

■ 회사 개요

코웰패션(주)(이하 ‘동사’)는 1974년 6월 외국법인 필립스코리아(주)로 설립한 후, 1994년 2월 내국법인화하고 상호를 필코전자(주)로 변경하였으며, 1997년 10월 코스닥시장에 상장하였다. 전자부품업체인 존속법인 필코전자(주)와 의류업체인 소멸법인 코웰패션(주)는 현 상호로 변경하여 2015년 4월 합병하였으며, 주력 사업은 전자부품 제조 및 판매의 전자사업과 의류, 내의류, 용품 잡화 제조 및 판매 등의 패션사업이다.

2021년 6월말 기준 548명의 직원이 근무하고 있으며, 연결대상 종속회사로는 영성필코유한공사, 씨에프씨(주), 씨에프인터내셔널(주), 씨에프리테일(주), 씨에프에이치앤케이(주) 등이 있다.

[표 1] 연결대상 종속회사 현황

상호	주요 사업	지분율(%)
영성필코유한공사	전자부품 제조 및 판매업	100.0
씨에프씨(주)	의류, 화장품 제조 및 판매업	73.5
씨에프리테일(주)	의류, 내의류 판매업	70.0
엘엔피브랜드(주)	의류, 내의류, 잡화 제조 및 판매업	100.0
윌패션(주)	의류, 내의류, 잡화 제조 및 판매업	100.0
씨에프인터내셔널(주)	의류, 가방, 핸드백 제조 및 판매업	100.0
씨에프에이치앤케이(주)	의류, 여성용 신발 제조 및 판매업	100.0
(주)분크	가방, 의류 제조 및 판매업	51.0
(주)코트리	화장품 제조 및 판매업	62.0
(주)씨에프디에이	의류, 잡화 제조 및 판매업	51.0
(주)인픽	광고, 온라인 마케팅 대행업	55.0
(주)인터내셔널케이엘	의류, 내의류, 잡화 제조 및 판매업	80.0
에스에이치리(주)	의류, 내의류, 잡화 제조 및 판매업	100.0
씨에프인베스트먼트(주)	기업인수, 합병업	100.0

*출처 : 동사 반기보고서(2021년 6월)

■ 대표이사 정보 및 주요 주주 현황

동사의 회장 이순섭은 소멸법인 코웰패션(주)를 2002년 9월 설립한 창업주로, 합병을 통해 2015년 3월 동사의 각자 대표이사로 취임하였고, 2017년 3월 사임하였다.

동사는 각자 대표이사 최용석, 임종민 체제로 운영되고 있다. 각자 대표이사 최용석은 1999년 1월부터 동사에서 근무한 경험을 바탕으로 2007년 3월 대표이사로 취임하여 의사회 의장으로 서 동사 경영을 총괄하고 있고, 영성필코전자(유) 사장을 겸직하고 있다.

각자 대표이사 임종민은 2009년 6월부터 동사에서 근무한 경험을 바탕으로 2017년 3월 대표이사로 취임하여 동사 경영을 총괄하고 있으며, 씨에프씨(주), 씨에프리테일(주), 에스에이치리(주)의 사내이사와 씨에프인터내셔널(주), 씨에프에이치앤케이(주), 씨에프인베스트먼트(주)의 대표이사 등을 겸직하고 있어 동사의 대표이사 2인은 핵심 사업에 있어 높은 전문성을 보유하고 있다고 판단된다.

동사의 최대주주는 지주회사인 (주)대명화학으로 48.78%의 지분을 보유하고 있으며, (주)대명화학의 최대주주는 회장 권오일이다. 이외 회장 이순섭은 21.94%, 각자 대표이사 임종민은 0.11%의 지분율을 보유하고 있어 동사의 최대주주 및 특수관계인의 지분율 합은 70.83%이다.

[표 2] 최대주주 및 특수관계인의 주식소유 현황

성명	관계	주식 수(주)	지분율(%)
(주)대명화학	최대주주	43,171,283	48.78
이순섭	특수관계인	19,413,223	21.94
임종민	특수관계인	100,000	0.11
계		62,684,506	70.83

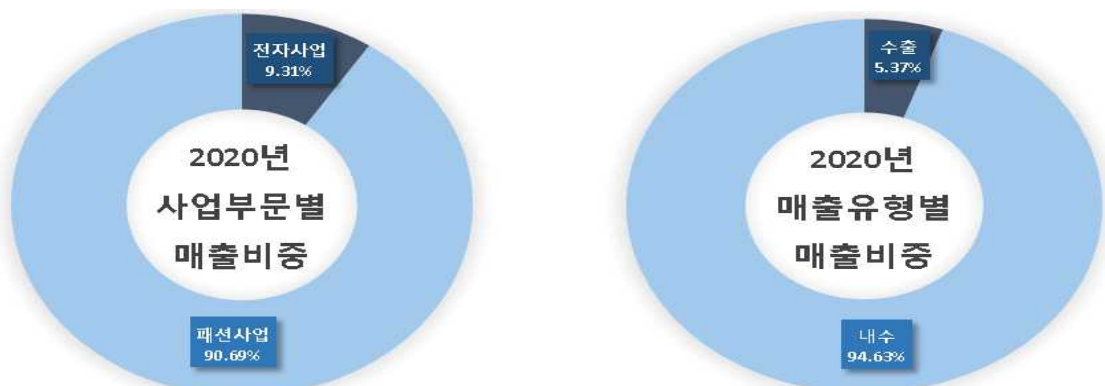
*출처 : 동사 반기보고서(2021년 6월)

■ 주요 사업 분야

동사의 사업은 전자부품을 제조, 판매하는 전자사업 부문과 의류, 내의류, 용품 잡화를 제조, 판매하는 패션사업 부문으로 구분된다. 패션사업 부문의 주요 제품 및 상품은 언더웨어, 레포츠·패션 의류, 잡화, 화장품 등으로 홈쇼핑과 자사운영 쇼핑몰을 통한 온라인 판매를 주요 유통채널로 두고 있는데 언더웨어는 내의, 언더셔츠, 홈웨어 등의 카테고리로 분류하고 있으며, 레포츠·패션의류는 트레이닝복, 골프웨어, 캐주얼복, 스포츠슈즈 등을 판매하고 있다. 전자사업 부문의 주요 제품은 가전제품 및 자동차의 부품으로 사용되는 콘덴서와 저항기로 삼성계열, LG계열, 해외직거래 업체에는 자사 브랜드로 판매하고 있으며, 유럽, 미주 등은 각국 대리점을 통해 판매하고 있다.

2020년 결산 기준(12월 결산) 사업부문별 매출 비중은 패션사업 부문이 90.69%, 전자사업 부문이 9.31%로 패션사업 부문 비중이 높으나, 수출액은 패션사업 부문이 2억원(2021년 상반기 26억원), 전자사업 부문이 220억(129억원)으로 전자사업 부문이 수출액의 대부분을 차지하고 있다.

[그림 1] 사업부문별/매출유형별 매출 비중(2020년)



*출처 : 동사 사업보고서(2020년)

Ⅱ. 시장 동향

디지털 트랜스포메이션(DX) 기반 섬유패션 산업 경쟁력 강화

정부는 섬유패션산업의 디지털 트랜스포메이션(DX)을 위한 경쟁력 강화 대책을 수립하여 발표할 예정으로, 제품과 공정을 혁신하여 새로운 서비스와 사업 모델을 창출할 것으로 전망된다.

■ O2O(Online to Offline) 모델로 유통채널 변화 추세

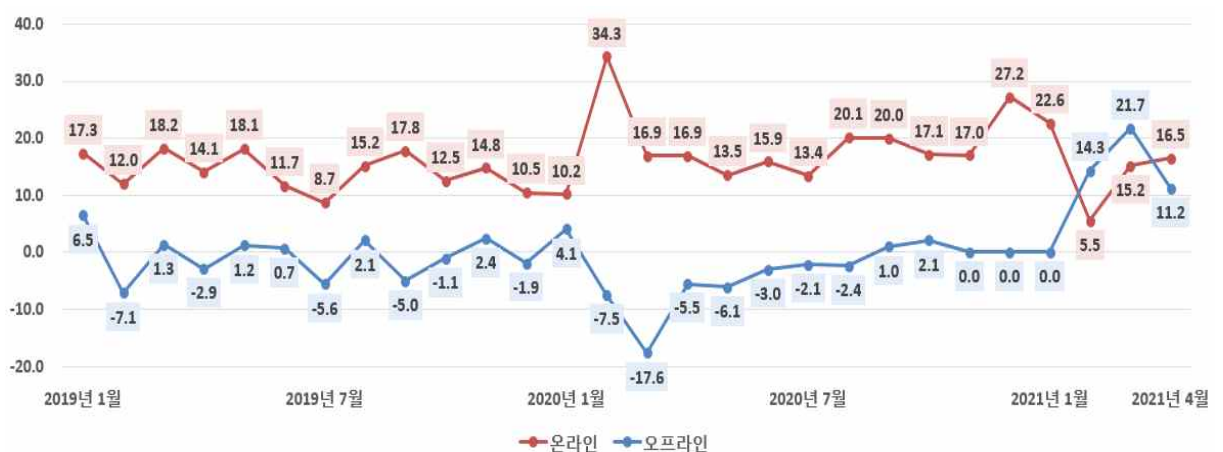
우리나라 의류 산업은 필수 의복과 패션 의류로서의 특성을 동시에 갖고 있어 안정적인 시장 규모를 유지해 온 산업이다. 내의류에 대한 소비자의 질적 향상욕구 증가, 패션의류로서의 트렌드 변화 속도 증대, 글로벌 소싱에 의한 가격 인하 요인 발생 등으로 산업 내 변화의 움직임이 가속화되고 있으며, 이에 대한 기업의 대응 전략이 요구되고 있다.

또한, 디지털화와 함께 유통 채널의 경계가 사라지는 등 패션산업의 유통구조는 오프라인에서 온라인 시장으로 확대되는 디지털 소비 행태를 보이고 있으며, 유통경로의 차별화는 지속되고 있어 백화점, 대형 할인점 등 오프라인 시장은 정체·축소되고 있으나, 홈쇼핑 및 온라인, 모바일 등 무점포 유통망은 높은 증가 추세가 지속되고 있다.

통계청에 따르면, 2020년 온라인쇼핑몰 거래 규모는 전년 대비 17.9% 신장한 159조 4,384억 원을 기록하였다. 기존 온라인 쇼핑몰 사업자는 물론 오프라인 사업자까지 전자상거래 시장에 본격적으로 뛰어들어 가파른 성장세를 보이고 있다. 백화점, 대형마트 등 기존 오프라인 유통업체들은 기존 오프라인 채널과 온라인 몰을 연계해 인터넷 쇼핑을 강화하였으며, 산업통상자원부에 따르면, 오프라인 매출은 매월 1~2% 수준에서 성장률이 고정된 반면, 온라인매출 성장률은 15%를 상회하고 있다. 2021년 4월 기준으로 오프라인 매출은 동월 대비 11.2% 성장에 그친 반면, 온라인은 16.5% 신장하였다.

[그림 2] 유통업체의 온라인, 오프라인 거래액 증감율 추이(전년동기대비)

(단위 : %)



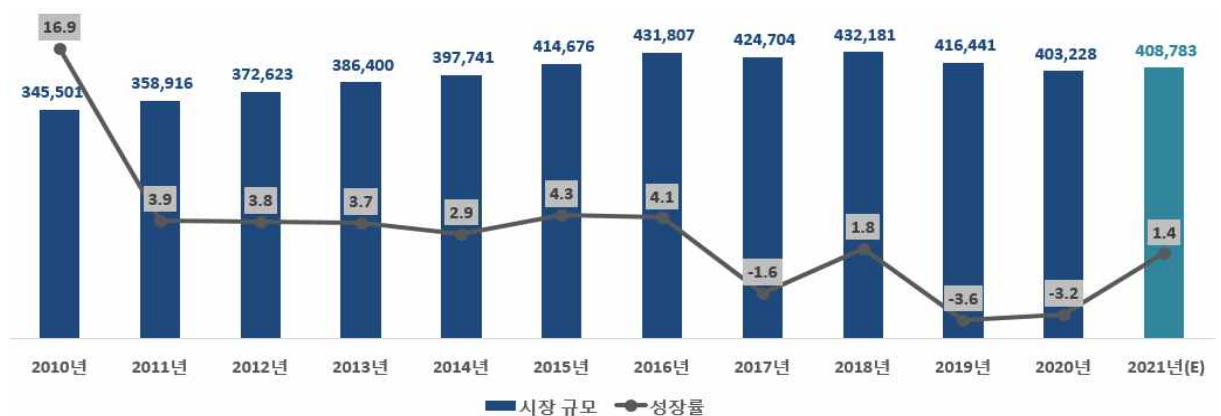
*출처 : 산업통상자원부 유통물류과, 유통업체 매출동향보고서 각월호, 한국기업데이터(주) 재가공

■ 2021년 패션시장, 2년 연속 역신장 이후 플러스 성장 기대

한국섬유산업연합회의 한국패션마켓트렌드 2021 상반기 보고서에 따르면, 국내 패션시장 규모는 2020년 40조 3,228억 원을 기록하였고, 1.4% 성장하여 2021년에는 40조 8,783억 원의 시장규모를 형성할 것으로 전망되며, 2022년은 2.0% 성장하여 41조 6,797억 원으로 예측된다. 지난 2020년은 코로나19 영향과 세계 경기 불황으로 내수시장 붕괴의 위기까지 경험했으나, 2021년 1월에 들어서는 회복세를 보이는 긍정적 신호가 여러 곳에서 나타났으며, 전반적인 공격적 투자를 하는 명품 가방 시장과 트렌드 꼭지에 있는 스트리트 캐주얼 시장, 그리고 신소비를 진작시키는 운동화 시장이 성장을 주도할 전망이다.

[그림 3] 국내 패션시장 규모

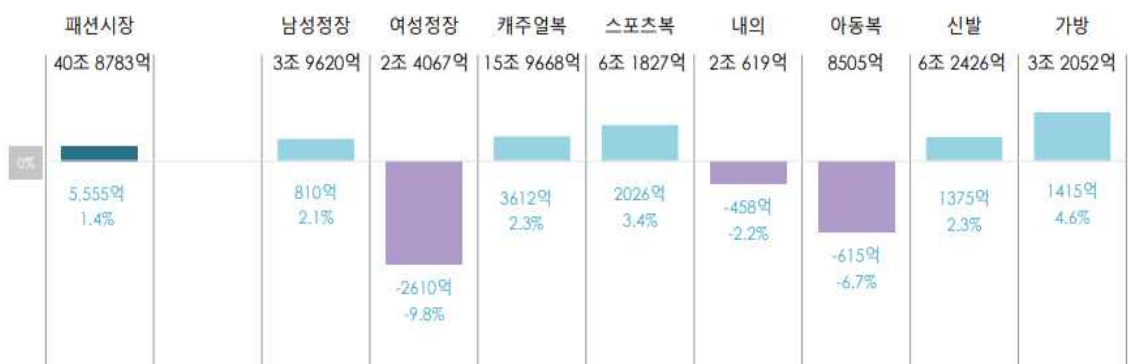
(단위 : 억 원, %)



*출처 : 산업통상자원부, 한국섬유산업연합회, 한국패션시장트렌드 각년호, 한국기업데이터(주) 재가공

또한, 2021년 세분시장별로 성장세를 예상해보면, 캐주얼복, 스포츠복과 가방, 신발 시장이 강세이고, 아웃도어 패션의 침체와 경쟁 격화로 수 년 동안 부진을 면치 못한 스포츠복 시장은 코로나19 종식과 함께 야외 활동 증가가 예상되어 점퍼 사파리 등의 아우터 품목을 중심으로 시장 회복을 도모할 수 있을 것으로 예상된다. 스포츠복과 연관 상품인 신발시장은 명품 가죽운동화 및 스포츠 전문기업이 출시한 패션 운동화를 중심으로 MZ 세대에서 소비 증진이 일어날 것으로 예상되며, 코로나19 회복소비의 일환인 명품 플렉스에서 MZ세대는 가죽지갑, 40, 50대 여성은 가죽가방 소비가 급증할 것으로 예상되어 가방시장이 8개 시장 중 가장 큰 폭으로 성장할 것으로 전망된다.

[그림 4] 2021년 세분시장별 성장률 및 시장규모 전망



*출처 : KFI Research&Fashion Intrend 시장규모 추정모델에 의한 전망치(2021년 7월)

■ 국내 패션기업 동향

국내 패션기업 중 연관 계열사를 포함한 총매출액은 기준으로, 2020년 2,000억 원 이상의 매출을 기록한 기업은 총 42개사이며, 해당 기업의 총매출액은 22조 5,456억 원으로 한국 패션 소비시장조사 결과에서 추정된 시장 규모 49조 3,229억 원에서 55.9% 비중을 차지하고 있다. 매출액 순으로 살펴보면 삼성물산(제일모직 부문), LF(그룹), 신세계인터내셔널, 한섬, 이랜드 월드 순이다.

팔목할만한 성장세를 보인 기업은 크리스찬디올쿠뛰르코리아, 무신사, 루이비통코리아로 매출액이 각각 75.8%, 43.1%, 33.4% 성장하였으며, 더네이처홀딩스(23.4%), 한서(그룹, 20.1%), 에르메스코리아(15.8%), 크리스토프앤셀(그룹, 12.8%) 등도 매출액이 10% 이상 성장하였다.

또한, 4차 산업혁명이라는 시대적 이슈와 함께 패션사업은 대변혁기를 맞고 있다. 특히 디자인 감성산업이었던 패션산업이 데이터에 기반을 둔 플랫폼 혁신 산업으로 재구축되고 있으며, 이에 따른 소비, 유통, 스타일 트렌드가 변화되고 있음을 감지할 수 있다. 소비자 측면에서 패션산업의 향후 방향은 경제적 관점에서는 가격경쟁력, 사회적 관점에서는 개성을 추구하는 것이다.

따라서, 경제적·사회적 균형감을 어떻게 유지시켜 주는가가 관건이며, 자신이 지향하는 가치와 가격, 만족도 등을 세밀히 따지는 가치소비를 넘어 유행을 따르지 않고 자신만의 색깔과 성향에 집중하는 취향 소비의 증가로 이어진다.

인공지능, 3D 프린팅, 로봇, 가상현실, 사물인터넷(IoT) 등 4차 산업혁명으로 탄생한 혁신적인 기술이 패션산업과 융합하고 있으며, 이에 따라 패션 디자인 기획, 생산, 마케팅, 유통 전반에 걸친 생태계 변화가 예상된다.

[그림 5] 한국패션산업협회, K패션오디션 사진



*출처 : 한국패션산업협회, 한국기업데이터(주) 재가공

Ⅲ. 기술분석

차별화된 역량 보유를 통한 기술 진입 장벽 구축

동사는 기술혁신을 통한 가치창조, 기술력 고도화를 통한 경쟁우위 선점, 전문화 및 특성화된 전문팀을 통한 연구역량 향상에 주력하고 있다.

■ 한국판 그린뉴딜 섬유패션산업 기술 동향

2020년 11월, 산업통상자원부, 한국섬유산업연합회에서 발표한 섬유패션산업 한국판 뉴딜 실행 전략의 핵심은 그린·디지털 혁신을 통한 글로벌 신시장 선점이다. 추진과제로는 환경 친화적 산업으로 전환, 디지털 기술을 활용한 산업혁신, 첨단기술로 안전한 사회 구현, 연대와 협력을 통한 산업생태계 강화가 있다.

[그림 6] 섬유패션산업 한국판 뉴딜 실행전략 기대효과



*출처 : 산업통상자원부, 한국섬유산업연합회, 섬유패션산업 한국판 실행전략(2020년 11월)

환경 친화적 산업으로 전환의 기대효과는 친환경 섬유 원료부터 제품화까지 원천기술 확보로 국내 친환경 섬유 기술력 강화 및 글로벌 시장 진출 확대, 염색·가공 업종의 그린·팩토리 조성을 통한 지속 가능 산업으로 전환, 글로벌 섬유패션산업 수요에 대응할 수 있는 지속 가능한 산업 생태계 구축, 친환경·디지털 등 미래 섬유패션 성장 분야에 대한 전문인력 양성 및 일자리 연계를 통한 민간 투자 활성화가 있다.

디지털 기술을 활용한 산업혁신의 기대효과는 스마트 표준공정 모델 기술 확보 등 디지털 제조 고도화를 통한 생산성 향상 및 품질 제고, 섬유소재, 패션 트렌드의 디지털 데이터화를 통한 생산주기 단축, 생산비 절감 및 온라인 거래 활성화, 국내 중소·중견 중심의 패션산업 생태계 활성화를 위한 K-패션 디지털 기반 확보로 국내외 판로 개척, 디지털 비즈니스 플랫폼으로의 전환을 통한 글로벌 경쟁력 강화가 있다.

첨단기술을 통한 안전한 사회 구현의 기대효과는 K-방역제품 산업생태계 구축으로 신규 일자리 창출 및 글로벌 시장 진출을 위한 교두보 확보, 산업안전 및 국방 분야에서 국산 소재의 우수성을 입증하여 글로벌 경쟁력 강화, 고성능 부직포 소재 장비 자립화를 통해 글로벌 경쟁력을 확보하여 국내 부직포산업 생태계 강화, 자동차·반도체·전자 등 핵심 수요산업에 요구되는 첨단 섬유소재 자립화를 통해 공급망 안정 및 시장 진출이 있다.

연대와 협력을 통한 산업생태계 강화의 기대효과는 5G 및 IoT 기반 최적 공정관리시스템 구축 및 브랜드와 봉제기업 간 유기적 연계 플랫폼 제공으로 생산성 향상, 4차 산업혁명 및 미래 트렌드에 대응 가능한 스트림별 글로벌 강소기업 육성을 통해 수출 강국 재도약, 수요기업 맞춤형 사업화 지원 및 수요-공급기업간 연대협력 기반 조성을 통해 섬유산업 경쟁력 강화, 자동화공장 공유 플랫폼 구축, 인력 양성으로 해외 생산 오더의 국내 전환 및 Re-shoring 기업 유치 등 국내 봉제 산업 경쟁력 확보가 있다.

■ 축전기 기술 동향

동사의 사업 부문 중 전자사업 부문의 주요 제품은 축전기인데, 축전기(콘덴서, 커패시터)는 회로에 흐르는 전류를 모았다가 내보내는 역할과 회로에 흐르는 노이즈를 걸러주는 역할을 담당하는 부품으로, 전자제품 하나에 수백 개가 들어간다.

커패시터는 유전체 재료의 양 끝에 2개의 전극을 마주보게 배치한 형태를 기본 구조로 하는 수동 부품이며, 각 커패시터의 특징은 사용하는 유전체 재료의 성질에 따라 결정되고, 유전체와 전극의 종류에 따라 필름 커패시터, 세라믹 커패시터, 전해 커패시터, 탄탈 커패시터 등으로 구분된다.

[표 3] 커패시터 종류 및 특징

구분	특징	사용처&관련기업
필름 커패시터	- 유전체로 PE, PP 필름을 사용해 전극 사이에 끼운 구조임 - 같은 용량 대비 축소 가능하여 소형화에 유리함	- 사용처 : 디지털 가전기기 및 휴대기기 등 - 관련기업 : 삼영화학, 뉴인텍, 성문전자, 은성산업, 성호전자, 삼화컨덴서
세라믹 커패시터	- 무극성, 무기질로 온도 및 고주파 특성이 우수해 회로의 노이즈 제어에 사용함 - 극성이 없어서 기판 장착에 유리하고 소형화가 가능함	- 사용처 : PC, TV, 배터리, 전지회로 등 디지털 가전분야 - 관련기업 : 삼성전기, 삼화콘덴서, 아모텍, 세라텍, 동일전자
전해 커패시터	- 가격이 저렴함 - 알루미늄 전해 콘덴서가 보편적이며, 최근 산업용으로 많이 사용됨	- 사용처 : 고주파회로, 초소형 전자기기 - 관련기업 : 삼성전기
탄탈 커패시터	- 초고용량으로 리튬-이온 이차전지의 대체나 병용에 적합함 - 고출력, 반영구적이며, 안정성이 우수함	- 사용처 : 소형 디지털 전자기기 - 관련기업 : 삼화콘덴서, 삼성전기

*출처 : 신한FSB연구소(2010), 한국기업데이터(주) 재가공

■ 동사의 기술력

동사의 주요 사업은 전자사업 부문과 패션사업 부문으로 구분되어 있다. 패션사업 부문에서의 경쟁력을 살펴보면, 패션사업의 최근 동향은 사회 경제적인 흐름에 따라 패션시장 역시 양극화 현상이 심화되고 있으며, 실제로 소비자들은 고가의 명품이나 가심비, 가성비가 뛰어난 제품을 구매하는 성향을 보이고 있다.

이에 시장 선점을 위한 새로운 전략이 요구되고 있으며, 새로운 신규 창출을 위해 고부가가치 제품 개발, 원가절감 등의 노력이 요구되고 있다.

동사는 지속적으로 신상품 및 신규 브랜드 개발, 매출 채널 확대를 통해 안정적인 성장을 도모하여 경쟁력을 강화하고 있으며, 코스메틱 사업 확장과 라인업 강화로 의류 품목군 외의 성장 동력도 갖춰 나가고 있고, 해외시장 판로를 개척하여 수출 매출 증대를 이를 예정이다.

[표 4] 패션사업 부문 제품

언더웨어	패션의류	레포츠의류
		

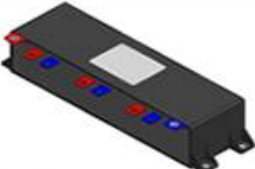
*출처 : 동사 홈페이지, 한국기업데이터(주) 재가공

전자사업 부문에서 동사는 전자 부품의 수동 부품과 전자 부품의 복합화에 따른 모듈 등을 생산하고 있으며, 삼성전자, LG전자를 비롯하여 Sony, Bosch, Philips, Vishay, HD Mobis 등 유명한 다국적 기업들의 승인을 받아 공급하고 있다.

또한, 종합 수동부품 Maker로 진입하기 위하여 가전용 필름 콘덴서뿐만 아니라 친환경 자동차용 콘덴서, 태양광 발전용 콘덴서 등을 개발 및 출시하여 OLED·QLED 등 TV 시장과 가정 및 산업용 냉난방 공조시스템 시장에 이어 차세대 자동차로 불리는 수소연료 전지용 하이브리드 자동차 시장의 매출 확대가 가능하며, 전 제품을 고성능 친환경 고부가가치 제품으로 전환하여 환경 친화적인 기업으로 거듭나고 세계적인 추세에도 발 빠르게 대응하고 있다.

특히, 굴지의 국내외 종합 자동차 부품 제조사인 HD-Mobis 및 HD 트랜시스를 통하여 EU의 스텔란티스 그룹이나 VW 등의 수소연료전지차, 전기자동차, 하이브리드자동차에 사용되는 동사의 DC-Link 콘덴서와 기타 콘덴서(LDC용, OBC용)의 공급량을 확대하기 위한 대형 프로젝트를 진행하고 있다.

[표 5] 전자사업 부문 제품

Polyester Film Capacitors	DC-Link Capacitors	Standard Metal Film Resistors
		

*출처 : 동사 홈페이지, 한국기업데이터(주) 재가공

■ MCN(Ulti Channel Network) 사업 본격 전개

동사는 온라인 유통의 절대 강자답게 주력 유통 채널인 홈쇼핑과 더불어 e커머스 채널 시장을 공격적으로 개척해 나갈 방침이다. 최근 모바일 홈쇼핑이라 할 수 있는 라이브 커머스 시장이 새로운 시장으로 급부상함에 따라 라이브 커머스 시장 우위 선점에도 속도를 내고 있으며, 라이브 커머스 플랫폼과 유명 인플루언서와의 협업을 통해 동영상과 모바일 쇼핑을 선호하는 MZ세대를 주 고객으로 하는 신규 판매 채널로 성장시키는데 역량을 집중하고 있다.

이에 동사는 2020년 12월, MCN 관련 사업을 위해 신규법인 (주)인픽을 설립하여 인플루언서 육성 및 지원, 디지털 마케팅 등을 본격 전개하였으며, 유튜버·인플루언서를 양성하고 지원하는 사업, 계약 및 협업 관계에 있는 인플루언서들에게 상품을 공급하고 마케팅을 지원해 주는 사업, 라이브 커머스 사업, 디지털 마케팅 사업 등을 전개하는 종합 MCN 기업으로 육성할 계획이다.

또한, 온라인 전용 상품 판매 및 정기적인 이벤트 행사를 통해 소비자의 유입을 확대하며, 온라인 대표 스토어로 성장시키기 위해 별도의 조직을 신설하고, SNS 및 유튜브 등을 통한 미디어 마케팅으로 자사몰 경쟁력 강화를 통해 외형 성장과 더불어 수익 구조 향상을 도모할 계획이다.

■ 연구개발을 통한 기술역량강화

동사는 공인된 기업부설연구소(최초 인정일 : 1995년 12월 8일, 인정처 : 한국산업기술진흥협회)를 설립하여 운영하고 있고, 전자부품(수동소자) 개발 등에 대한 연구개발을 진행하고 있으며, 차별화된 역량 보유와 경쟁력 향상을 위하여 연구개발에 집중하고 있다.

또한, 사업 초기부터 연구개발 투자를 통해 시장에서 우위를 점하고 진입장벽을 구축하고 있는데, 동사의 최근 3년 매출액 대비 R&D 투자율 평균은 1.17% 수준으로, 기초 기술 개발, 개량 기술 개발의 성과를 통해 안정적으로 연구 개발을 수행하고 있다.

[표 6] 전자사업 부문 연구개발투자비용

(단위 : 억 원, %)

과목	2018년	2019년	2020년	2021년 반기
연구개발비용 계	7.60	9.15	8.47	4.20
연구개발비 / 매출액 비율 [연구개발비용계 ÷ 당기매출액 × 100]	1.88	2.50	2.13	1.82

*출처 : 동사 사업보고서(2020년), 반기보고서(2021년 6월)

[표 7] 패션사업 부문 연구개발투자비용

(단위 : 억 원, %)

과목	2018년	2019년	2020년	2021년 반기
연구개발비용 계	4.57	9.40	3.18	9.40
연구개발비 / 매출액 비율 [연구개발비용계 ÷ 당기매출액 × 100]	0.15	0.26	0.08	0.26

*출처 : 동사 사업보고서(2020년), 반기보고서(2021년 6월)

[표 8] 주요 연구개발 실적

연구과제명	
PMSP RESISTOR 개발	Stacked Capacitor 개발
Hybrid 자동차용 Film Capacitor 개발	수소연료전지 자동차용 Film Capacitor 개발
SMD Film Capacitor 개발	LCD용 Box type Film Capacitor 개발
Wire Wound type RESISTOR 개발	Round type Film Capacitor 개발
LED용 Box type Film Capacitor 개발	Mini Type Film Capacitor 개발
산업 공조용 Film Capacitor 개발	Low Profile Film Capacitor 개발
태양광용 Film Capacitor 개발	DC-link Film Capacitor 개발

*출처 : 동사 반기보고서(2021년 6월)

[표 9] 주요 지식재산권 취득 현황

구분	등록(출원)번호	발명의 명칭
특허권	10-2046894	체형 보정용 속옷
	10-2000195	브래지어
실용신안권	20-0463565	브래지어가 내장된 동(冬)내의
	20-0494092	브래지어
	20-0492165	레깅스
	20-0491927	여성용 상의
	20-0483462	남성용 팬티
디자인권	30-1056190	여성용 속바지
	30-1056189	레깅스

*출처 : 특허청, 한국기업데이터(주) 재가공

IV. 재무분석

차별화된 가치 제공을 통한 안정적인 매출 및 시장점유율 유지 기대

동사는 사업 부문별 브랜드와 카테고리 다각화, 모바일 및 e커머스 채널에서 우위 선점을 통해 매출이 지속적으로 성장할 것으로 전망된다.

■ e커머스 채널 시장 개척 등으로 인한 매출 지속 신장

동사는 전자사업과 패션사업을 주요 사업으로 영위하고 있다. 전자부품은 전자제품이나 전자기기에 사용되며, 반도체, 전자관 등의 능동 부품과 수동 부품, 기능 부품(또는 변환 부품), 기구 부품(또는 접속 부품), 기타로 분류되며, 이 중에서 동사는 전자부품의 수동 부품과 전자부품의 복합화에 따른 모듈 등을 생산하고 있다.

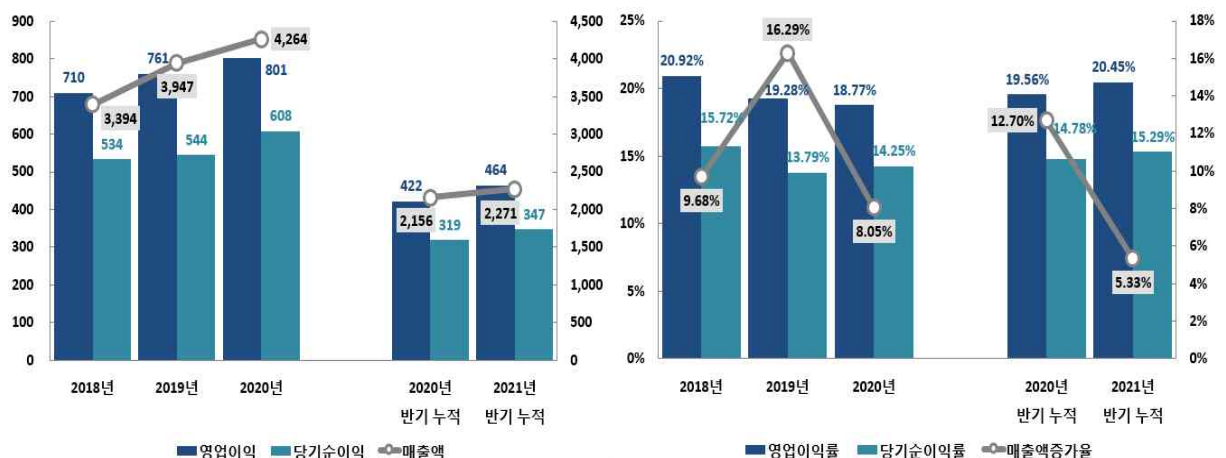
패션사업은 글로벌화의 진전, 소비 트렌드 등에 따른 소비 양극화 현상의 가속화 및 다양한 매체의 영향이 증대되면서 소비자들의 패션 성향은 더욱 다양화, 세분화되고 있다. 이러한 변화에 대응하고자 동사는 다양한 소비자층의 라이프 스타일과 니즈를 충족할 수 있는 브랜드를 확보하여 시장을 전개함으로써 안정적인 성장을 도모하여 경쟁력을 강화해나가고 있다.

동사는 유통 채널이 다변화되는 시기에 적극 대응하여 주력 유통 채널인 홈쇼핑과 더불어 모바일, e커머스 채널 시장을 개척하여 매출 확대에 나서고 있으며, 동사의 매출액은 2018년 3,394억 원, 2019년 3,947억 원, 2020년 4,264억 원으로 증가세에 있으며, 영업이익(영업이익률)은 2018년 710억 원(20.92%), 2019년 761억 원(19.28%), 2020년 801억 원(18.77%)이다.

2021년 반기 누적 매출액은 2,271억 원으로 전년 동기 대비 5.33% 증가하였고, 영업이익(영업이익률)은 464억 원(20.45%)으로 전년 동기 대비 43억 원(0.89%p) 증가하였는데, 이는 신상품 전개와 e커머스 채널 확대 등의 영향으로 보인다.

[그림 7] 요약 포괄손익계산서 분석 [K-IFRS 연결기준]

(단위 : 억 원)



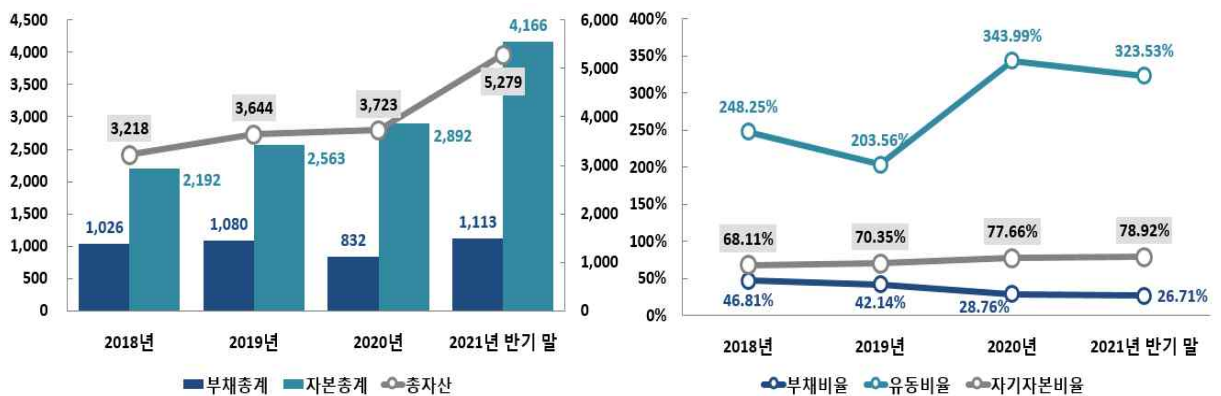
*출처 : 동사 연도별 사업보고서, 반기보고서(2021년 6월), 한국기업데이터(주) 재가공

■ 풍부한 내부유보자금 등 안정적인 재무구조 견지

동사의 총자산은 2019년 3,644억 원, 2020년 3,723억 원, 2021년 반기 말 5,279억 원이다. 부채비율은 2018년 말 46.81%, 2019년 말 42.14%, 2020년 말 28.76%이고, 유동비율은 2018년 말 248.25%, 2019년 말 203.56%, 2020년 말 343.99%이다. 2021년 반기 말 부채비율은 26.71%, 유동비율은 323.53%로, 동사의 재무구조는 안정적인 것으로 판단된다.

[그림 8] 요약 재무상태표 분석 [K-IFRS 연결기준]

(단위 : 억 원)



*출처 : 동사 연도별 사업보고서, 반기보고서(2021년 6월), 한국기업데이터(주) 재가공

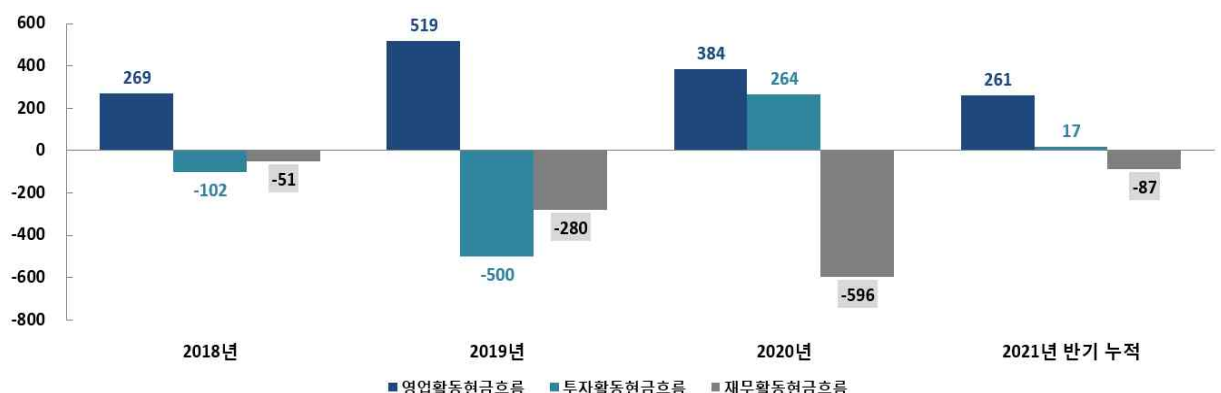
■ 높은 수익성을 기반으로 우수한 현금창출능력 보유

동사는 영업활동을 통해 2019년, 2020년 연속 정(+)의 현금을 창출하고 있으며, 동사의 투자활동현금흐름은 유형자산 처분, 단기대여금 감소 등의 영향으로 2019년 부(-)에서 2020년 정(+)의 흐름을 나타내었으며, 재무활동현금흐름은 2019년, 2020년 연속 부(-)의 흐름을 나타내었다. 동사는 2019년 87.8억 원, 2020년 102.4억 원의 배당금을 지급하여 주주가치 환원 및 사업에 대한 책임경영을 보이고 있다.

2021년 반기 누적 현금흐름을 볼 때, 동사는 영업 및 투자활동을 통해 창출한 현금으로 부채를 상환한 것으로 판단되며, 기말현금및현금성자산으로 기초 대비 192억 원 증가한 395억 원을 보유하고 있다.

[그림 9] 현금흐름 분석 [K-IFRS 연결기준]

(단위 : 억 원)



*출처 : 동사 연도별 사업보고서, 반기보고서(2021년 6월), 한국기업데이터(주) 재가공

V. 주요 변동사항 및 향후 전망

브랜드 포트폴리오 강화 및 신규 유통시장 확보를 통한 매출 확대

동사는 글로벌 브랜드 추가 확보를 통해 브랜드 포트폴리오를 더욱 단단하게 갖추고 있으며, 라이브 커머스 시장이 새로운 시장으로 급부상함에 따라 신규 판매 채널 성장을 위한 역량에 집중하고 있다.

■ 골프웨어 시장 본격 참여

동사는 고속 성장하고 있는 골프웨어 시장에서 시장 점유율을 확대해 나가고 있으며, 글로벌 골프웨어 브랜드 역시 추가로 전개하고, 프리미엄 골프웨어 브랜드 아다바트를 홈쇼핑에 성공적으로 론칭함에 따라 아이템과 물량 확대를 통해 홈쇼핑 대표 골프 브랜드로 성장시킬 계획이다.

2020년 10월 여성 전문 골프웨어 브랜드 ‘페어라이어’를 인수하여 오프라인 매장 약 30개 오픈을 계획하고 있으며, 남성 아이템 론칭도 준비하고 있다. 향후 지속적으로 골프웨어 브랜드 추가 인수, 단독 브랜드 론칭, 해외 유명 골프웨어 브랜드 라이선스 확보 등을 통해 국내 골프웨어 시장에 본격적으로 참여할 예정이다.

[그림 10] 동사 판매 골프웨어



*출처 : 동사 홈페이지

■ e커머스에 특화된 고수익 물류플랫폼 장착을 위한 로젠택배 인수 결정

동사는 2021년 7월, e커머스의 지속적인 확대에 의한 택배산업 본연의 성장과 동사가 속한 대명화학 그룹 내 관계사들과의 통합물류플랫폼 구축을 통한 패션 커머스 강화를 위해 자회사인 특수목적법인 씨에프인베스트먼트(주)를 통해 로젠(주) 지분인수를 결정하였다.

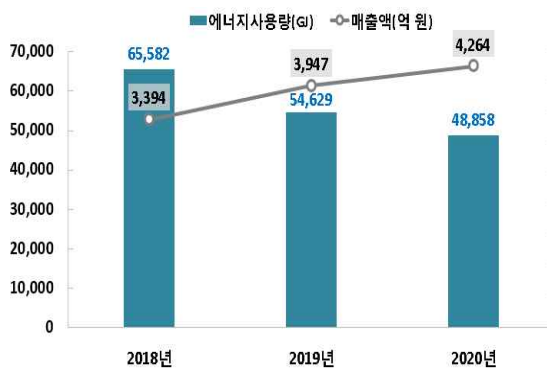
이번 인수를 통해 기존의 제품 기획과 판매 Supply Chain에 배송 업무를 내재화하여 고객별 맞춤형된 배송으로 새로운 쇼핑 경험을 제공할 예정이며, 나아가 고객친화정책 강화를 위해 ‘코웰패션닷컴’의 데이터베이스와 로젠택배의 물류·운송 IT 인프라인 ‘iLozen’을 결합한 데이터베이스를 구축하여 고객을 위한 제품 기획과 마케팅 활동에 활용할 예정이다.

■ 동사의 ESG 활동

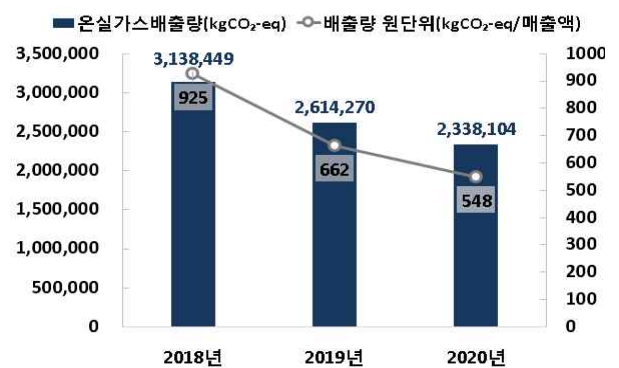
동사는 환경(E) 부문에서 환경방침을 규정하여 운영하고 있으며, 국제환경 보전을 위해 환경친화적인 정책을 수행하고, 다양한 녹색활동과 지속적인 개선 계획을 통해 환경경영을 실시하고 있다. 환경방침은 환경친화적인 회사와 제품을 유지하기 위하여 지속적으로 노력하며, 국내외 환경규정과 요구사항을 따르고, 사내 환경 관련 규정을 실행하고 있다. 환경경영시스템의 지속적인 개선을 위해 계획을 수립하며, 계획에 따라 상세하고 총괄적인 환경활동을 수행하고, 환경친화적인 정책에 의한 자원과 기후 보호에 기여하며, 이를 통해 경쟁력을 향상하고 있다.

기후변화대응 측면에서 에너지 사용은 전기가 대부분이며, 동사의 최근 3개년 에너지사용량은 2018년 65,582GJ, 2019년 54,629GJ, 2020년 48,858GJ로 감소 추세이고, 온실가스배출량 원가단위도 2018년 925kgCO₂-eq/매출액, 2019년 662kgCO₂-eq/매출액, 2020년 548kgCO₂-eq/매출액으로 약 40.7% 가량 감소하여 효율적으로 에너지를 사용하고 있는 것으로 보인다.

[그림 11] 연도별 에너지사용량 및 원단위



[그림 12] 연도별 온실가스배출량 및 원단위



*출처 : 동사, 한국기업데이터(주) 재가공

사회(S) 부문의 경우, 동사의 구성원 수는 2018년 말 493명에서 2020년 말 531명으로 38명 증가하였고, 2021년 반기 말 기준 총 548명으로 17명이 추가로 증가하는 등 지속적인 채용으로 고용을 창출하고 있다. 또한, 구성원들을 위해 쾌적하고 효율적인 업무 환경을 제공함과 동시에 워라벨(Work-life Balance)을 고려하여 중·고·대학생 자녀 학자금 지원, 우수사원 학비 지원, 종합건강검진 실시, 복지기금 대출, 콘도시설 운영, 구내식당 운영, 취미클럽 활동비 지원 등 생활의 안정과 직장생활의 질적 향상을 위해 다양한 복리후생 제도를 운영하고 있다.

지배구조(G)의 경우, 대표이사 2인은 명확한 사업 목표를 설정하여 회사를 경영하고 있으며, 대내외적으로 일정 수준 이상의 신뢰관계를 구축하고 있다. 대표이사를 제외한 경영진 3명은 각자 업무 분장이 명확하게 설정되어 있고, 상근 감사 1인이 회계와 업무를 감사하고 있으나, 감사위원회나 여성 임원은 보유하고 있지 않다.

동사는 정보 공개와 주주 권익보호 측면에서 ESG 관련 정보의 공개는 부족한 수준이나, 상장회사로서의 공시 의무를 준수하며, 소통채널 다양성 확보, 정보접근 등의 권한을 준수하기 위해 홈페이지에 최신 소개 자료를 업데이트하는 등 이해관계자의 권익보호를 위한 노력은 일정 수준 이상으로 전개하고 있다.

■ 증권사 투자의견

작성기관	투자의견	목표주가	작성일
신한 금융투자	-	-	2021년 9월 17일
	· 3Q21 사회적 거리두기 영향 비교적 낮음 · 2022F 로젠택배 자회사 편입에 따른 외형성장 시작 · 2021F 매출액 6,099억 원(+43% YoY) 전망		
작성기관	투자의견	목표주가	작성일
DS 투자증권	BUY	10,600	2021년 8월 13일
	· 패션사업 매출 확대 지속 · 로젠택배 인수에 따른 실적 개선		
작성기관	투자의견	목표주가	작성일
이베스트 투자증권	BUY	13,000	2021년 8월 2일
	· 견조한 본업 성장 · 로젠택배 추정치 반영		
작성기관	투자의견	목표주가	작성일
NH 투자증권	-	-	2021년 6월 9일
	· 아웃도어 수요 증가로 레포/패션 매출액 증가 중 · 2021년 예상 실적 기준 PER 8.3배		
작성기관	투자의견	목표주가	작성일
한화 투자증권	-	-	2021년 6월 2일
	· 1Q21 실적 : 시장 기대치 충족 · 신규 브랜드 런칭 및 자회사 실적 기여로 성장세 지속		

■ 시장정보(주가 및 거래량)

[그림 13] 동사 3개년 주가 변동 현황



*출처 : 네이버 금융(2021년 10월 5일)