

이 보고서는 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

기술분석보고서

 YouTube 요약 영상 보러가기

슈피겐코리아(192440)

하드웨어/IT장비

요약
기업현황
재무분석
주요 변동사항 및 전망



작성기관

(주)NICE디앤비

작성자

조민경 선임전문위원

- 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 보고서는 '20.10.15.에 발간된 동 기업의 기술분석보고서에 대한 연계보고서입니다.
- 본 보고서의 요약영상은 유튜브로도 시청 가능하며, 영상편집 일정에 따라 현재 시점에서 미공개 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.

슈피겐코리아(192440)

아마존 점유율 1위, 모바일 액세서리 강자

기업정보(2021/11/19 기준)

| | |
|------|--------------------------|
| 대표자 | 김대영 |
| 설립일자 | 2009년 02월 18일 |
| 상장일자 | 2014년 11월 05일 |
| 기업규모 | 중견기업 |
| 업종분류 | 그 외 기타 달리 분류되지 않은 제품 제조업 |
| 주요제품 | 스마트폰 케이스, 보호필름 등 |

시세정보(2021/12/06 기준)

| | |
|----------|------------|
| 현재가 | 41,750원 |
| 액면가 | 500원 |
| 시가총액 | 2,595억 원 |
| 발행주식수 | 6,216,363주 |
| 52주 최고가 | 68,900원 |
| 52주 최저가 | 38,500원 |
| 외국인지분율 | 14.86% |
| 주요주주 | |
| 김대영 외 3인 | 40.99% |
| 자사주 | 3.00% |

■ 10년 이상의 브랜드 파워를 축적한 스마트폰 액세서리 제조 기업

슈피겐코리아(이하, 동사)는 소형 모바일기기 및 전자기기의 액세서리 제조 및 도소매업 등을 목적으로 2009년 2월 설립된 기업으로, 2014년 11월 코스닥 시장에 상장하였다. 동사는 스마트폰 케이스, 보호필름과 기타(충전기 외) 제조 및 판매를 주요 사업으로 영위하고 있다. 2020년 연결 기준 유형별 매출 구성은 스마트폰 케이스 사업 부문 64.9%, 보호필름사업 부문 11.6%, 기타(충전기 외) 사업 부문 23.5%를 각각 차지하였고, 케이스 사업 부문이 매출에 높은 기여도를 보였다.

■ 내구성을 높인 스마트폰 케이스 기술력 보유

동사는 중국산 저가 제품과 차별화를 이루기 위해 소재 고급화와 금형 자체 개발을 통한 고품질의 케이스 제품 개발을 고수하고 있다. 또한, 트렌드에 민감한 모바일 액세서리 시장에서 다수의 자체 특허기술을 바탕으로 한 제품 개발 및 온라인 중심의 마케팅을 통해 변화하는 소비자의 니즈에 적극적으로 대응하고 있다. 동사는 스마트폰 케이스 관련, 낙하 충격을 흡수하여 파손이 쉬운 모서리를 보호할 수 있는 ‘에어쿠션’ 기술, 내부 음각 패턴이 충격을 유연하게 흡수할 수 있는 ‘스파이더웹 패턴’ 기술, 스크린보다 높은 설계로 디스플레이가 바닥에 직접 닿지 않도록 하는 기술, 촬영시 간섭을 최소화하며 효과적인 카메라 보호 설계가 가능한 카메라 보호 기술 등을 보유하고 있다.

■ 변화하는 시장에 맞춰 제품 포트폴리오 확대

동사는 코스메슈티컬 전문 자사 브랜드인 ‘글램 업(Glam Up)’ 과 국내 K-뷰티 업체들과의 파트너십을 기반으로 헬스&뷰티의 글로벌 시장을 공략하고 있으며, 테슬라, 벤츠 등 스마트카 보호필름 시장 공략에도 나서고 있어 다양한 제품군으로 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 | 2,668.7 | 18.6 | 491.8 | 18.4 | 427.0 | 16.0 | 17.7 | 15.4 | 13.6 | 6,870 | 43,334 | 7.6 | 1.2 |
| 2019 | 3,085.6 | 15.6 | 440.8 | 14.3 | 402.8 | 13.1 | 14.5 | 12.5 | 17.5 | 6,489 | 48,834 | 7.9 | 1.0 |
| 2020 | 4,033.2 | 30.7 | 796.7 | 19.8 | 547.9 | 13.6 | 17.0 | 14.6 | 20.1 | 8,603 | 55,729 | 7.6 | 1.2 |

기업경쟁력

기술력과 마케팅을 기반으로 한 브랜드 파워

- 지속적인 연구개발 활동과 국내외 지식재산권 등록을 통하여 기술과 디자인을 보호
- 스마트폰 시장 초기 아마존에 입점하여 소비자에게 브랜드 각인
- 차별화된 품질과 AS 정책으로 인한 신뢰도 확보

목표 시장 및 사업 분야 확장 전략

- 에어태그 케이스 및 테슬라, 벤츠 등의 스마트카용 보호필름 라인업 확대
- 인도, 일본 등 신규 판로 개척
- 자회사 '슈피겐뷰티'를 통한 헬스&뷰티 사업으로의 글로벌 확장

핵심기술 및 적용제품

내구성을 높이는 스마트폰 케이스 제조 기술

- 스마트폰 케이스의 내구성을 높이는 '에어쿠션', '스파이더웹 패턴', '스크린 보호', '카메라 보호 설계 기술' 및 '3D 사운드 터널' 기술 등을 보유
- 폴더블 스마트폰의 출시에 맞추어 힌지보호가 가능한 폴더블 케이스를 신규 개발

스마트폰 케이스 주요 제품

슈피겐 울트라하이드리드

슈피겐 터프아머



출처: 동사 홈페이지

시장경쟁력

전방시장의 성장 회복과 애프터마켓 시장의 성장세

- 소득수준 증가로 인해 인도, 동남아 중동, 남미 등 신흥 시장에서의 모바일 액세서리에 대한 수요 증가
- 아이폰 및 삼성전자의 갤럭시 시리즈 출시 주기가 줄어들면서 스마트폰 케이스 등의 '애프터마켓' 시장의 성장세 예상

세계 스마트폰 액세서리 시장규모 및 성장률

| 연도 | 시장규모 | 성장률 |
|----------|-----------|----------|
| 2019년 | 1,025억 달러 | 연평균 4% ▲ |
| 2024년(E) | 1,235억 달러 | |

출처:Technavio 스마트폰 액세서리 시장자료(2020)

국내 스마트폰 케이스 시장규모 및 성장률

| 연도 | 시장규모 | 성장률 |
|----------|----------|-------------|
| 2019년 | 6,478억 원 | 연평균 5.47% ▲ |
| 2023년(E) | 7,990억 원 | |

출처: 통계청 국가통계포털(2019)

ESG(Environmental, Social and Governance) 활동 현황

E

(환경경영)

- 동사는 커피 추출 후 생활쓰레기와 함께 소각, 매립되는 커피박을 재활용하여 스마트폰 거치대로 제조함.
- 동사의 마하링크 HDMI 케이블은 RoHS 인증을 받아, 유해물질의 함유량이 기준치 이하임을 확인받았으며, 블루투스 스피커 역시 RoHS 인증 외 KC인증, 전자파테스트를 거쳐 안전성을 인정받음.

S

(사회책임경영)

- 동사의 터프아머 케이스는 미국군사규격 인증을 받아 내구성을 인정받았음.
- 동사는 임직원들에게 심리적 안정감과 일상의 소소한 즐거움을 제공하고, 최상의 몸과 마음의 건강 상태를 갖출 수 있도록 다양한 복지제도를 두고 있음.

G

(기업지배구조)

- 동사의 이사회는 사내이사 2인, 사외이사 3인으로 구성되어 있으며, 사외이사 1인을 여성임원으로 구성하여 성별의 다양성을 높이고 있음.
- 동사는 사외이사 3인으로 구성된 감사위원회를 두고 있으며, 감사는 독립적인 위치에서 내부회계, 이사회 등 경영 전반의 감사 업무를 수행중임.

NICE디앤비의 ESG 평가항목 중, 기업의 ESG 수준을 간접적으로 파악할 수 있는 항목에 대한 설문조사를 통해 활동 현황을 구성

I. 기업현황

높은 브랜드 인지도와 기술력을 보유한 스마트폰 액세서리 전문 기업

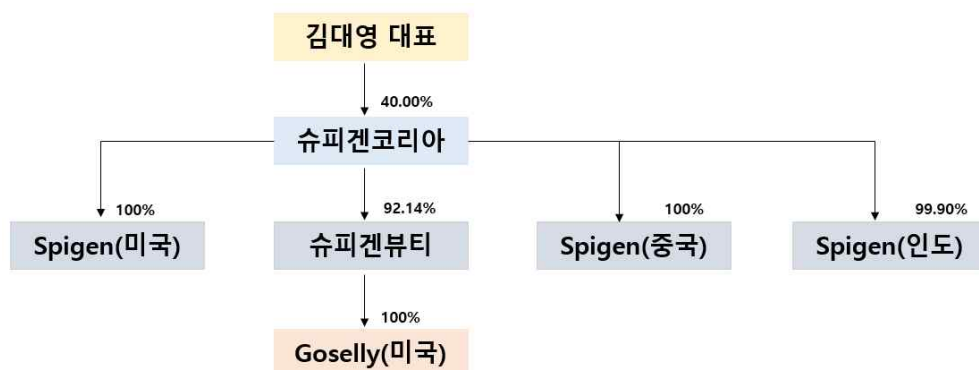
동사는 스마트폰 케이스, 보호필름 등 모바일 액세서리 제조 및 판매 사업을 주력으로 영위하고 있다. 동사는 제품 전량을 주문 위탁 방식으로 생산하고 있으며, 북미지역에서 스마트폰 케이스 제품 판매를 주력으로 매출을 실현하고 있다. 또한, 내충격성을 확보한 케이스 디자인과 아마존 등 온라인 쇼핑 플랫폼을 활용한 판매 노하우를 강점으로 가지고 있다.

■ 기업개요 및 주주현황

동사는 소형 모바일기기 및 전자기기의 액세서리 제조 및 도소매업 등을 목적으로 2009년 2월 설립된 기업이다. 설립 시 상호는 에스지피코리아 주식회사였으며, 2011년 12월 주식회사 스피겐에스지피로, 2012년 1월 주식회사 슈피겐에스지피로, 2013년 11월 주식회사 슈피겐코리아로 변경되었으며, 2014년 11월 코스닥 시장에 상장하였다. 동사 분기보고서(2021.09)에 따르면, 현재 5개의 종속회사를 보유하고 있으며, Spigen(미국), Spigen(중국), Spigen(인도), 슈피겐뷰티, GoSelly로 구성되어 있다. 슈피겐 뷰티는 화장품 회사이며, Goselly 또한 화장품 회사로 슈피겐뷰티의 종속기업이다.

동사의 최대주주는 김대영 대표이사로 동사의 지분 40%를 보유하고 있으며, 최대주주 외 주요주주는 최철규 임원 0.8%, 이고은 임원 0.11%, 국봉환 임원 0.07%로 확인된다.

[그림 1] 동사 지배구조



*출처: 동사 분기보고서(2021.09), NICE디앤비 재구성

동사의 핵심 역량은 제품 기획, 디자인, 마케팅, 물류 관리, 세일즈 등에 집중되어 있다. 동사는 서울 강남구에 위치한 본사 및 부천에 위치한 물류 센터에서 주요 제품에 대한 개발, 마케팅, 영업, 배송 등의 사업 활동을 수행하고 있으며, 2011년 4월 설립된 슈피겐 디자인 연구소를 통해 주력 제품군의 고도화를 통한 지속적인 상품 및 경쟁력 확보와 신제품에 대한 연구개발 활동을 지속하고 있다. 동사는 트렌드에 따라 제품 수명주기가 짧고 소비자별 다양한 성향을 보이는 액세서리 시장에서 위탁 생산(Outsourcing Production)을 통해 재고 부담을 최소화하고 생산 배송의 리드타임을 단축시켜, 능동적으로 대응 가능한 탄력적인 재고 및 생산관리를 하고 있다.

■ 주요 제품 및 매출 현황

동사의 주요 제품은 스마트폰 케이스와 보호필름, 기타 모바일 액세서리이다. 동사 분기 보고서(2021.09)에 따르면 2021년 3분기 누적 기준 전체 2,555억 원 중 스마트폰 케이스 1,802억 원(70.5%), 보호필름 448억 원(17.6%), 기타 모바일 액세서리(충전기 등)가 304억 원(11.9%)의 매출비중을 나타내, 전체 매출 중 대부분을 스마트폰 케이스가 담당하고 있는 것으로 확인되었다. 동사 스마트폰 케이스 라인은 충격에 강하면서도 세련된 이미지의 슈피겐(Spigen) 제품군, 감성을 담은 디자인의 씨릴(Cyril) 제품군, 2019년 6월 미국 모네로부터 인수한 케이스올로지(Caseology) 제품군이 있다.

[표 1] 동사 제품군 별 주력 제품

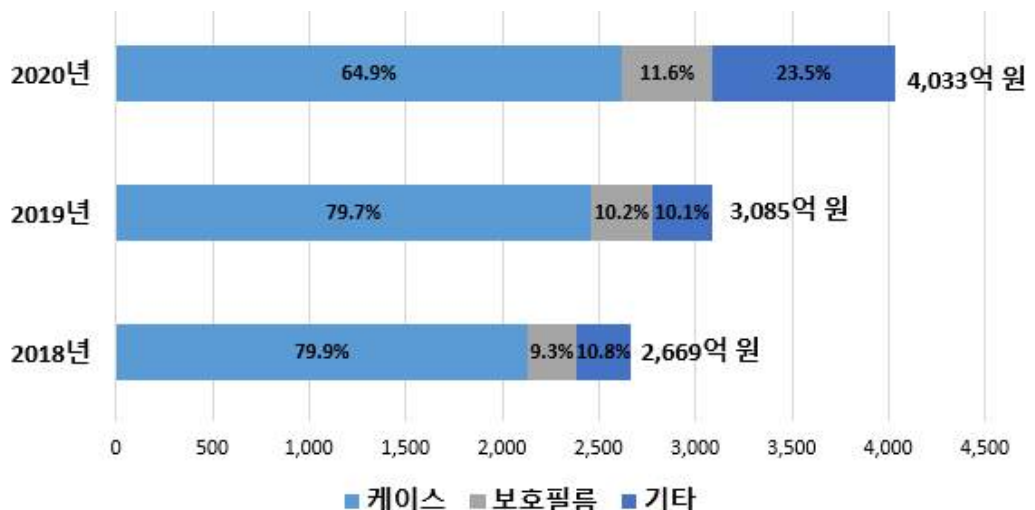
| | 울트라 하이브리드 | 터프아머 | 크리스탈슬롯 |
|--------|---|--|---|
| 슈피겐 |  |  |  |
| | 컬러브릭 | 레더브릭 | 씨엘바이씨릴 |
| 씨릴 |  |  |  |
| | 나노팝 | 리전 | 스카이폴 |
| 케이스올로지 |  |  |  |

*출처: 동사 홈페이지, NICE디앤비 재구성

슈피겐의 울트라 하이브리드 라인은 투명도가 좋고 단단한 PC(Polycarbonate) 소재와 탄력이 좋으면서 유연한 TPU(Thermoplastic Polyurethane) 소재를 복합적으로 사용하여 보호력을 높이며 후면의 변색을 최소화하였다. 티프아머 라인도 TPU 소재, PC 소재에 얇고 가벼우며, 충격 흡수력이 뛰어난 충격 흡수 패드를 함께 사용하여, 3중 레이어 설계를 통해 극강의 보호력을 구현한다. 크리스탈슬릿 라인은 TPU 소재로 제조하여 카드를 넣어도 부드럽고 슬림한 디자인을 구현하였으며, 하단의 카드슬릿 일부를 백리스(내부 개방형) 구조로 디자인하여 원활한 카드 사용을 도울 수 있도록 한다. 동사는 자사몰, 네이버 쇼핑, 쿠팡 등과 같은 온라인 유통채널 및 오프라인 판매처 등 다양한 유통채널을 통해 내수 매출을 시현하고 있다. 수출 부문에서는 글로벌 판매에 최적화된 미국의 아마존을 시작으로, 일본의 라쿠텐, 동남아 라자다와 같은 온라인 유통채널을 통해 판매를 확대해나가고 있다.

동사의 분기 보고서(2021.09)에 따르면, 동사의 매출액은 2018년 2,699억 원에서 2019년 3,085억 원으로 14.3% 증가했으며, 2020년 4,033억 원으로 30.7% 증가하여 꾸준한 매출 증가 추세로 확인된다. 한편, 동사는 2020년 매출액이 4,000억 원을 처음으로 돌파하여 창사 이래 최대 실적을 기록하였다. 해당 실적은 해외 사업 부문과 보호필름 사업부가 견인을 한 결과로 판단된다. 지난해 유럽 시장에서 매출액이 1,012억 원을 달성하였고, 유럽 아마존 직접 진출 이후 연평균 33% 성장을 지속하였다. 특히, 보호필름 사업부는 2019년 316억 원에서, 2020년 469억 원으로 약 48% 정도 매출이 성장하였는데, 비대면 트렌드로 인해 집에서 혼자 쉽게 부착할 수 있는 ‘이지핏(EZ-Fit)’ 보호필름 판매량이 증가했기 때문인 것으로 판단된다. 또한, 2020년에는 전년 대비 기타의 매출 비중이 2배 가까이 성장하였다. 2020년 COVID-19로 인해 손세정제 품귀 현상이 발생하였으며, 캘리포니아 주정부가 아마존에 공급처를 의뢰함에 따라 자회사인 슈피겐뷰티가 납품하는 손세정제 판매가 급증하였기 때문이다.

[그림 2] 동사 최근 3개년간 매출액 추이

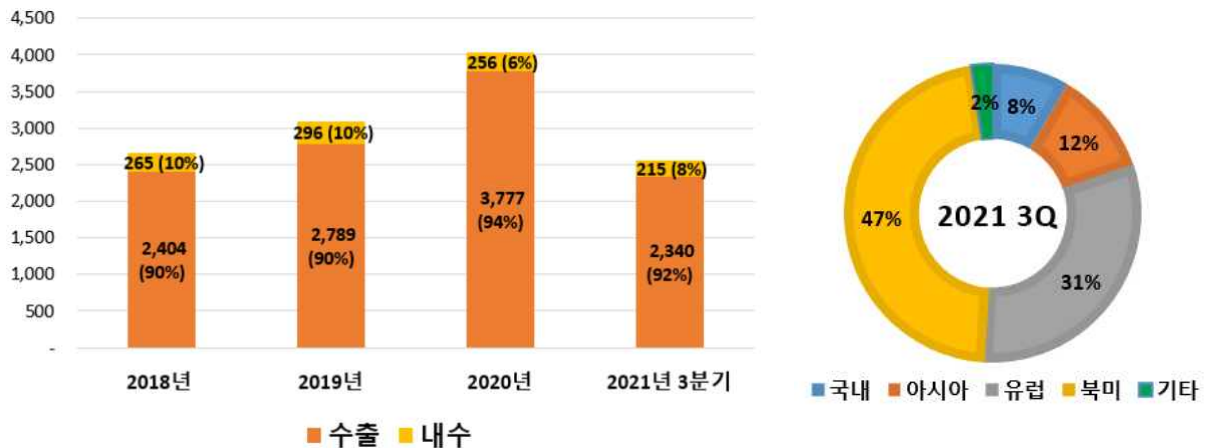


*출처: 동사 사업보고서(2020.12), NICE디앤비 재구성

2020년 기준 매출액의 수출 및 내수 비중은 각각 94% 및 6%로 나타났다. 지역별 매출 비중은 2021년 3분기 누적 기준 북미가 47%로 가장 높았고 그 뒤를 이어, 유럽 31%, 아시아 12%, 국내 8%, 기타 2% 등으로 확인된다.

[그림 3] 동사 국내외 매출 비중 및 지역별 매출 비중

(단위: 억 원, %)



*출처: 동사 사업보고서(2020.12), 동사 분기보고서(2021.09), NICE디앤비 재구성

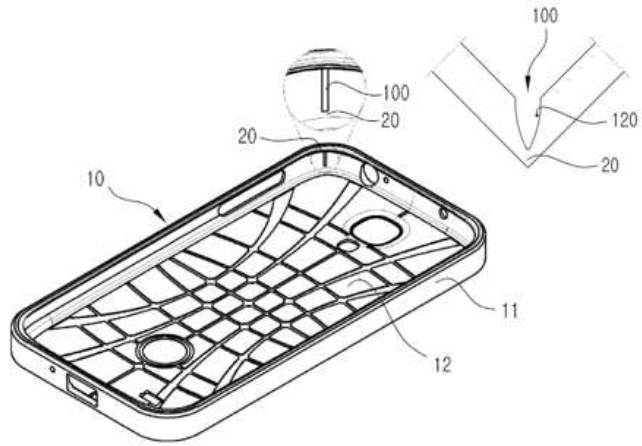
■ 내구성을 높인 스마트폰 케이스 관련 기술력 보유

동사는 중국산 저가 제품과 차별화를 이루기 위해 소재 고급화와 금형 자체 개발을 통한 고품질의 케이스 제품 개발에 주력하고 있다. 특히, 트렌드에 민감한 모바일 액세서리 시장에서 다수의 자체 특허 기술을 바탕으로 한 제품 개발을 통해 경쟁력을 확대해나가고 있다. 동사는 지속적인 연구개발 활동에 집중하고 있으며, 국내외 지식재산권 등록을 통하여 동사의 기술과 디자인을 보호하고 있다.

동사가 특허를 통해 보호하고 있는 스마트폰 케이스 관련 기술로는, 낙하 충격을 흡수하여 파손이 쉬운 모서리를 보호할 수 있는 ‘에어쿠션’ 기술을 대표적으로 들 수 있다. 해당 기술은 케이스 모서리 안쪽에 충격 보호를 위한 구멍(홀)을 형성하여 모서리에 충격이 가해지는 경우 구멍이 모서리 내부로 휘어지거나 찌그러질 수 있는 공간을 형성하여 스마트폰 본체에 직접적인 충격이 가해지지 않도록 한다.

이 외에도, 케이스 내부 음각패턴을 통해 스마트폰에 가해지는 충격을 유연하게 흡수할 수 있는 ‘스파이더웹 패턴’ 기술, 디스플레이부의 스크린보다 높은 설계로 디스플레이가 바닥에 직접 닿는 것을 방지하는 ‘스크린 보호’ 기술, 촬영시 간섭을 최소화하며 효과적인 카메라 보호 설계를 위한 기술, 수화부 주변을 입체적으로 감싸 소리공간을 만들어 잡음 없이 또렷한 음성을 들 수 있는 ‘3D 사운드 터널’ 기술을 통해 고품질의 케이스 제품을 제조하고 있다.

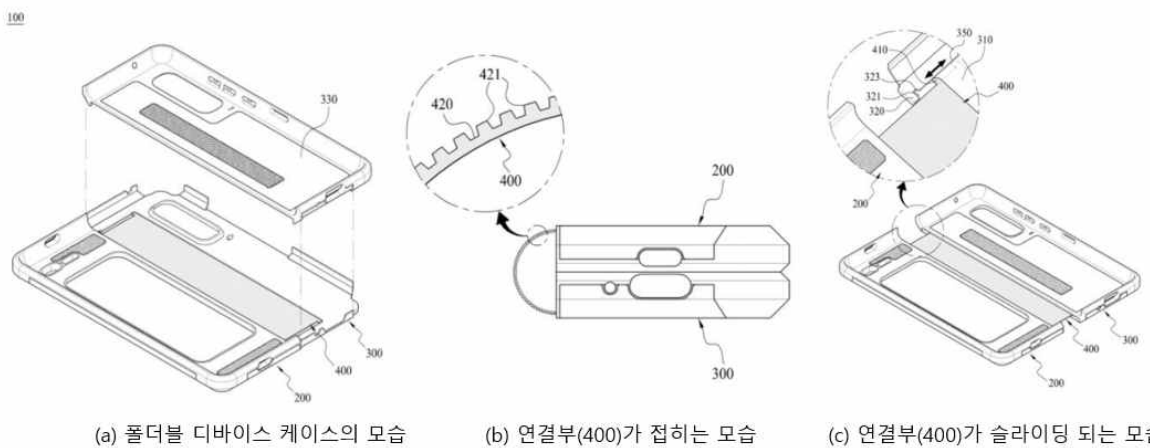
[그림 4] 충격 보호를 위한 구멍(홀)을 핵심으로 하는 동사의 '에어쿠션' 기술



*출처: 동사 홈페이지, 등록특허 제10-1394288호, NICE디앤비 재구성

동사는 새롭게 출시된 삼성전자의 갤럭시Z 폴드 및 Z 플립 시리즈의 출시에 맞추어 신규 폴더블 케이스를 선보였다. 동사는 힌지보호, 천연가죽, 초슬림·초경량, 기능성 등 소비자의 니즈에 맞춘 4가지 전략을 기반으로 폴더블 시장에서의 지배력을 확대할 방침이다. 특히, 동사가 지난해 출시한 ‘Z 폴드2 슬림 아머프로’ 케이스는 글로벌 최초로 ‘반자동 힌지 풀커버’ 기술이 도입되었다. 해당 기술은 폴더블 모바일 디바이스의 접히거나 구부러지는 형태 변형에 대응할 수 있도록, 제1케이스와 제2케이스를 연결하는 연결부가 모바일 디바이스의 형태 변형에 대응하여 능동적으로 변형될 수 있고, 제2케이스 내측에 연결부를 수용하는 공간을 통해 연결부가 슬라이딩 이동될 수 있도록 하는 것을 특징으로 한다.

[그림 5] 형태 변형과 슬라이딩 이동이 가능한 연결부를 포함하는 동사의 '반자동 힌지 풀커버' 기술

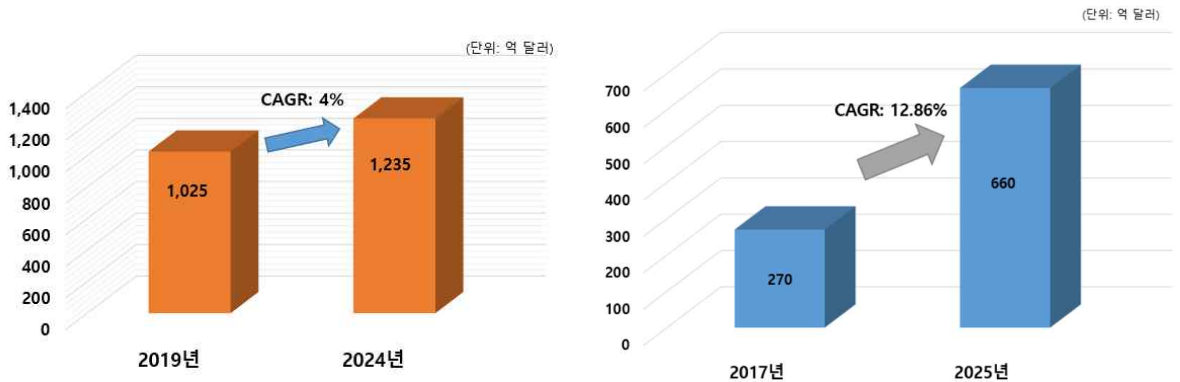


*출처 : 등록특허 제10-2161481호, NICE디앤비 재구성

■ 국내외 스마트폰 액세서리 시장 전망

시장조사기관인 Technavio에 따르면, 세계 스마트폰 액세서리 시장은 2019년 1,025.3억 달러 규모를 형성하고, 연평균 4%의 성장세를 보여 2024년 1,235.2억 달러의 규모 시장을 형성할 것으로 전망하였다([그림 6]). 특히 스마트폰 케이스의 경우는 스크래치나 스마트폰을 떨어트려 발생하는 기본적인 제품과손 방지를 위한 수요 이외에도 고가의 스마트폰 교체 주기가 길어지고 스마트폰 의존도가 높아짐에 따라 기기 보호의 인식이 변화되고 있다. 이에 프레임과 디스플레이 보호뿐만 아니라 사용자의 소비를 자극하는 다양한 디자인의 개발에 따른 수요자들의 증가가 이어질 것으로 전망된다.

[그림 6] 세계 스마트폰 액세서리 시장 규모(좌), 미국 스마트폰 액세서리 시장 규모(우)

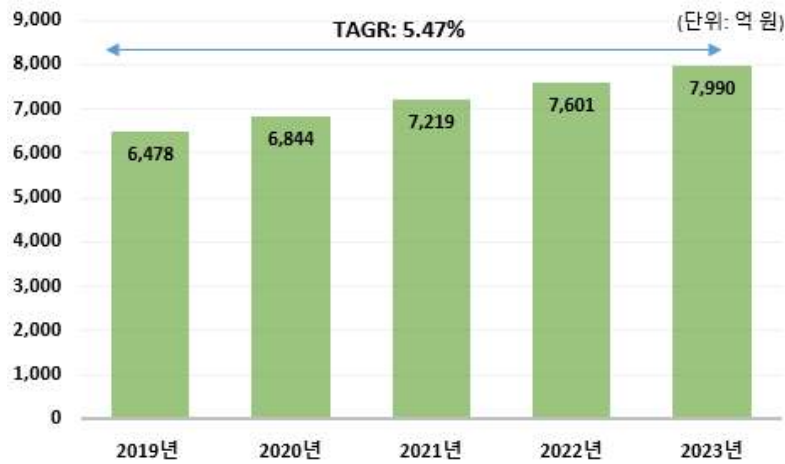


*출처: Technavio 스마트폰 액세서리 시장자료(2020)(좌), Statista 스마트폰 액세서리 시장자료(2019)(우), NICE디앤비 재구성

특히, 최근 미국 시장에서는 스마트폰 케이스가 가장 높은 성장세를 기록하고 있다. 시장조사기관인 Statista에 따르면 동사의 해외 매출 중 가장 높은 점유율을 차지하고 있는 미국의 스마트폰 액세서리 시장 규모는 2018년 약 270억 달러 규모를 형성하고 있는 것으로 나타났다. 또한, 연평균 12.86%의 성장세를 보여 향후 2025년에는 660억 달러 규모를 형성할 것으로 전망하였다([그림 6]). 최근 스마트폰 액세서리가 개성을 표현할 수 있는 패션 아이템으로 떠오르면서 미국 소비자들은 스마트폰 액세서리의 기능성뿐만 아니라 디자인도 중요시하는 것으로 나타났다. 특히, 밀레니얼 세대 소비자들은 소셜미디어를 통해 스마트폰 액세서리 시장 트렌드를 파악하며 변화에 민감하게 반응하는 것으로 조사되었으며, 미국 내 온라인 시장에 진출한 대형 스마트폰 액세서리 판매 업체의 제품 판매가 확대됨에 따라 향후 스마트폰 액세서리의 온라인 마케팅 전략은 다양해질 것으로 전망된다.

통계청의 국가통계포털에 따르면, 국내 스마트폰 케이스 시장 규모는 2019년 6,478억 원의 규모를 형성하였으며, 연평균 5.47%의 성장률을 보여 2023년에는 7,990억 원의 시장 규모를 형성할 것으로 전망되었다. 한국은 스마트폰 보급률 95%로 보급률이 전세계 1위 수준이며, 높은 보급률만큼 그에 동반되는 스마트폰 액세서리 시장도 높은 성장률을 보이고 있다.

[그림 7] 국내 스마트폰 케이스 시장 규모



*출처: 통계청 국가통계포털(2019), NICE디앤비 재구성

특히, 스마트폰 업계에서 ‘아이폰 시리즈의 9월, 갤럭시S 시리즈의 2월’ 출시는 지난 5년 동안 하나의 공식이었으나, 최근 아이폰 12가 2020년 10월 출시된 가운데 갤럭시 S21가 2021년 1월 공개되면서 두 회사의 스마트폰 출시 주기가 3개월로 줄어들게 되었다. 이에 따라 스마트폰 케이스 등의 ‘애프터마켓’ 제품을 생산, 유통하는 업계에도 큰 장이 서게 되었다는 분석이 있다. 애프터마켓은 제품이 나온 후 부수적인 수요에 의해 형성되는 시장을 말한다. 최근에는 스마트폰 케이스에 콜라보레이션을 한 참여 기업들의 제품 사진을 넣는 방식의 제품이 눈에 띄게 늘어나 소비자에게 신선함과 재미를 줄 수 있는 차별화된 디자인을 보유한 제품이 인기를 끌고 있다.

■ 스마트폰 액세서리 관련 주요 기업 동향

동사의 경쟁업체로는 인탑스, 리어스(링케) 등이 있다. 2020년 연결 기준 매출액을 비교하면 동사가 4,033.2억 원, 리어스(2020년 별도 기준)가 231.7억 원, 인탑스가 7,778.4억 원(IT 디바이스 부분 매출액 5,431억 원)으로 나타났다. 수익성을 비교해 보면 동사의 매출액영업이익률 19.8%, 인탑스 8.4%, 리어스(2020년 별도 기준) 9.9%로 3개 업체 모두 영업이익률은 양호한 수준을 보이고 있으며, 동사의 수익성이 가장 우수한 것으로 나타났다.

[표 2] 2020년 기준 국내 스마트폰 액세서리 업체 비교

(단위: 억 원)

| 회사명 | 사업부문 | 매출액 | 영업이익 | 당기순이익 | 영업이익률 |
|-----------------|-----------------------------|---------|------|-------|-------|
| 인탑스 | IT 디바이스, 가전제품 ASS'Y 등 | 7,778.4 | 650 | 547 | 8.4% |
| (주)리어스 | 스마트폰, 전자기기 액세서리 | 231.7 | 22 | 13 | 9.9% |
| 동사 (주)슈피겐코리아 | 스마트폰 케이스, 보호필름, 기타 모바일 액세서리 | 4,003.2 | 797 | 548 | 19.8% |

*출처: 각 업체 사업보고서 및 감사보고서, NICE디앤비 재구성

SWOT

[그림 8] SWOT 분석



동사의 ESG 활동



동사는 환경(E) 부문에서 활동으로, 디저트 카페 ‘투스플레이스’와의 콜라보레이션을 통해 친환경 패키지를 기획하였다. 동사의 에어쿠션 기술이 적용된 스마트폰 케이스와 함께 제공되는 스마트폰 거치대는 커피박(찌꺼기)을 활용한 친환경 제품으로 커피 추출 후 생활쓰레기와 함께 소각·매립되는 커피박을 재활용함으로써 환경을 보호하고자 하는 동사의 고민을 담아 업사이클링 제품으로 기획되었다.

스마트폰 케이스 이외에도, 동사가 제조하는 마하링크 ‘HDMI Ver2.0’ 케이블은 RoHS 인증을 받아 인체에 해를 끼치는 납, 수은, 카드뮴, 6가크롬, 난연제(PBB, PBDE)의 함유량이 기준치 이하임을 인정받았다. 또한, 동사의 블루투스 스피커 ‘R12S’ 역시 RoHS 인증 이외에도 국내 KC인증, 전자파테스트를 거쳐 유해물질이 함유될 위험을 최소화하였다.



사회(S) 부문에서의 활동으로, 동사의 ‘터프아머’ 케이스는 미국 군사규격(MIL-STD 810G) 인증을 받아, 기기의 내구성을 인정받았다. 미군 군사규격은 미국 국방부에서 제정한 것으로, IT/전자기기, 액세서리 등을 높이 1.2m에서 26회 떨어트려 기기의 파손 여부를 확인하는 등 군용으로 사용하는 데에도 문제가 없도록 내구성을 규정하는 기준이다.

동사는 임직원들에게 심리적 안정감과 일상의 소소한 즐거움을 제공하고, 쾌적한 환경에서 최상의 몸과 마음의 건강 상태를 갖출 수 있도록 다양한 복지제도를 두고 있다. 매주 목요일마다 2시간 조기퇴근제를 운영하고 있으며, 점심시간을 90분으로 늘리고, 선택적 재택근무 제도를 운영하여 효율적인 업무 수행과 성과 창출을 지향한다. 또한, 사무실에는 인체공학적 디자인이 적용된 의자와 전동 높이 책상을 구비하고 공기청정기와 전동 안마의자를 사내에 배치하고 있다. 이 외에도 온라인몰 포인트, 신용대출 지원, 리프레시 휴가, 분기별 경영성과급 지급, 리조트/골프장 지원, 자사제품 할인제도 등을 두고 있으며, 심리상담, 건강검진, 단체 상해 보험을 통해 임직원들의 마음과 몸의 평화까지 챙기고 있다.

동사는 사업의 성과뿐만 아니라 사회의 행복을 위해 다양한 공헌 활동을 하고 있다. 동사는 2억원 상당의 자사 넥밴드형 블루투스 이어폰을 서울특별시사회복지협의회가 운영하는 '푸드뱅크'에 기부하고, 사옥 지하에 '슈피겐홀' 을 오픈하여 지역주민들에게 복합문화공간을 제공하는 등 기업의 사회적 책임을 다하기 위해 노력하고 있다.

동사의 반기보고서(2021.06)에 의하면 동사의 여성 근로자의 비율은 약 46.8%로 동 산업의 여성 근로자 비율인 52.08%에 미치지 못하는 것으로 보인다. 다만, 동사의 남성대비 여성 근로자의 근속연수는 80%로 산업 평균인 73.5%를 상회하고, 남성대비 여성 근로자의 임금 수준은 70.9%로 산업 평균인 70.7%를 상회하여, 동사는 어느 정도 성별에 따른 고용 평등을 실천하고 있는 것으로 보인다. 동사는 상기와 같은 성과를 인정받아 2021년 5월 고용평등 우수기업 고용노동부 장관 표창을 수상하고, 2021년 7월 대한민국 일자리 으뜸기업에 선정되었다.

[표 3] 동사 근로자의 정규직 수 및 근속연수

| 성별 | 직원수(명) | | | 평균근속연수(년) | | 1인당 연평균 급여액(백만원) | |
|----|--------|---------|-----|-----------|------|------------------|------|
| | 정규직 | 기간제 근로자 | 합계 | 동사 | 동 산업 | 동사 | 동 산업 |
| 남 | 176 | 13 | 189 | 4.0 | 6.8 | 55 | 41 |
| 여 | 161 | 5 | 166 | 3.2 | 5.0 | 39 | 29 |
| 합계 | 337 | 18 | 355 | 3.6 | 5.9 | 47 | 35 |

*출처: 고용노동부 「고용형태별근로실태조사」 보고서(2021.02), 동사 분기보고서(2021.09), NICE디앤비 재구성



지배구조(G) 부문에서, 동사의 분기보고서(2021.09)에 의하면 동사의 이사회는 사내이사 2인, 사외이사 3인으로 구성되어 있다. 동사는 3인의 사외이사로 구성된 감사위원회를 두고 있으며, 회계, 재무분야의 학위를 보유하고 있는 선우희연 이사를 감사위원장으로 두고 있다. 또한, 선우희연 이사는 여성으로, 사외이사 중 1인을 여성 임원으로 구성하여, 이사회 성별의 다양성을 높이고 있다.



동사는 제12기 정기주주총회(2020년)를 통해 주주의결권 행사 지원제도(전자투표제)를 시행하여 주주친화정책을 펼치고 있으며, 최근 7년간 연속 결산배당을 시행하고 있으며, 최근 3년간 평균 배당수익률은 2.19%이다. 동사는 지속적인 기업설명회를 통해 투자자에게 기업의 대내외적인 경영 성과를 공유하여 기업 경쟁력을 제고하고 있으며, 홈페이지에 감사보고서와 사업보고서를 공개하여 상장기업으로서의 기업공시제도 의무를 준수하고 있다.

II. 재무분석

해외지역 브랜드 인지도 상승에 힘입어 2020년 실적 성장세

2020년 아이폰 SE 출시, 인도시장 진출, 슈피겐뷰티 등 자회사 실적 호조에 힘입어 큰 폭의 매출 상승을 보였으며, 매출액영업이익률이 10%를 상회하며 양호한 수준의 수익성을 유지하였다.

■ 2020년에도 해외 매출이 동사의 매출을 견인

동사의 사업 분야는 스마트폰 케이스, 보호필름과 기타(충전기 외) 제조 및 판매를 주요 사업으로 영위하고 있다. 2020년 연결 기준 유형별 매출 구성은 스마트폰 케이스 사업 부문 64.9%, 보호필름사업 부문 11.6%, 기타(충전기 외) 사업 부문 23.5%를 각각 차지하였고, 케이스사업 부문이 매출에 높은 기여도를 보였다. 또한, 아마존닷컴에서의 오랜 판매경험을 기반으로 해외 매출의존도가 93.7%로 높은 수준을 나타냈으며, 북미 57.8%, 유럽 25.8%, 아시아 7.5%, 국내 6.3%로 북미와 유럽 시장에서 강세를 보였다.

■ 2020년 주력사업 기반 및 자회사 실적반영으로 인한 실적 증가 폭 상승

북미, 유럽, 국내를 포함한 아시아 등 글로벌 모든 시장에서 실적 호조가 지속되었던 바, 2018년 연결 기준 전년 대비 18.6% 증가한 2,668.7억, 2019년 전년 대비 15.6% 증가한 3,085.6억의 매출액을 기록하며 외형 성장세를 이어왔다. ‘슈피겐’ 브랜드 인지도 상승으로 인한 북미와 유럽시장에서의 케이스, 보호필름의 매출 확대와 인도 시장 내 점유율 확보, 자회사 슈피겐뷰티의 손소독제 판매실적 반영 등으로 2020년 전년 대비 30.7% 증가한 4,033.2억의 매출을 기록하여 매출 성장 폭이 확대되었다. 2020년 아마존닷컴 FBA(Fulfillment by Amazon) 서비스가 COVID-19 확산 이후 생필품·의약품 등 필수 카테고리 6개에 한정하여 최우선적인 배송을 제공하며 이에 해당하지 않는 경기소비재 등의 입고를 지연시켰지만, 현지에 자체 법인과 창고를 보유한 동사의 경우 직접 배송을 통해 수월하게 대응했던 바, 상대적으로 수요가 집중된 영향도 일부 기인한 것으로 보인다.

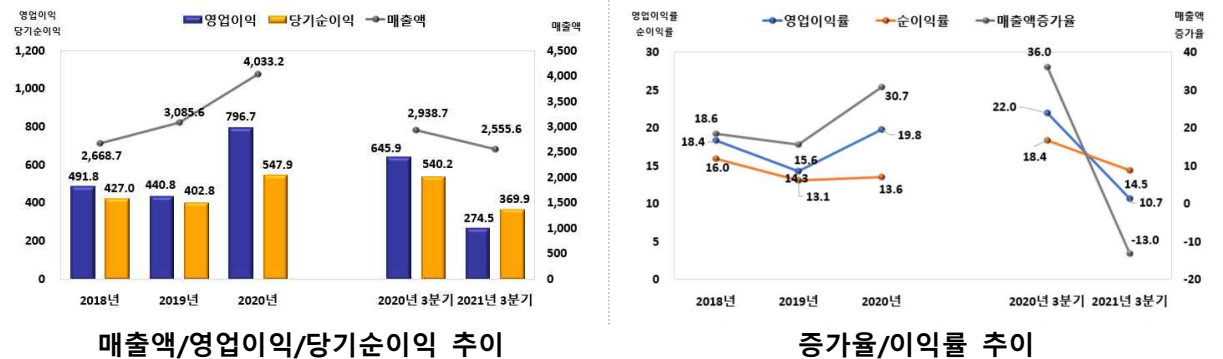
2021년 3분기 누적 매출액은 전년 동기간 대비 13.0% 감소한 수치를 기록했으나, 직전분기(2021년 2분기) 대비 27.2% 상승하며 2021년 3분기 누적 2,555.6억 원을 시현하며 개선세로 전환했다.

■ 2020년 큰 폭 매출 증가에 힘입어 영업수익성 개선

동사는 30%대의 원가율을 유지하고 있어 최근 3개년간 10% 중후반대의 양호한 영업수익성을 지속하였다. 2020년 매출 증가 폭이 컸던 가운데, 전반적인 고정비 부담이 완화된 영향으로, 매출액영업이익률이 전년 14.3%에서 19.8%로 개선되었으며, 영업이익은 전년 대비 80.7% 증가한 796.7억 원을 기록하였다. 한편, 2020년 말 기준 금융자산 평가손실 증가로 매출액순이익률은 전년과 비슷한 13.3%를 기록하는 데 그쳤다. 다만, 순이익 규모는 전년 대비 32.6% 증가한 534.8억 원을 기록했다.

한편, 2021년 3분기 누적 기준 매출액영업이익률 10.7%, 매출액순이익률 14.5%를 기록하였고, 분기누적영업이익 274.5억 원(-57.5% YoY), 분기누적순이익 369.9억 원(-31.5% YoY)을 기록했다. 이는 전년 동기 대비 하락한 수치이나, 2020년 동 기간의 COVID-19로 인한 아마존닷컴 FBA(Fulfillment by Amazon) 서비스 변화에 따른 반사이익과 슈피겐뷰티의 대량수주로 인한 일회성 매출에 대한 기저 효과도 반영된 것으로 판단된다.

[그림 9] 동사 연간 및 3분기(누적) 요약 포괄손익계산서 분석 (단위: 억 원, %, K-IFRS 연결기준)



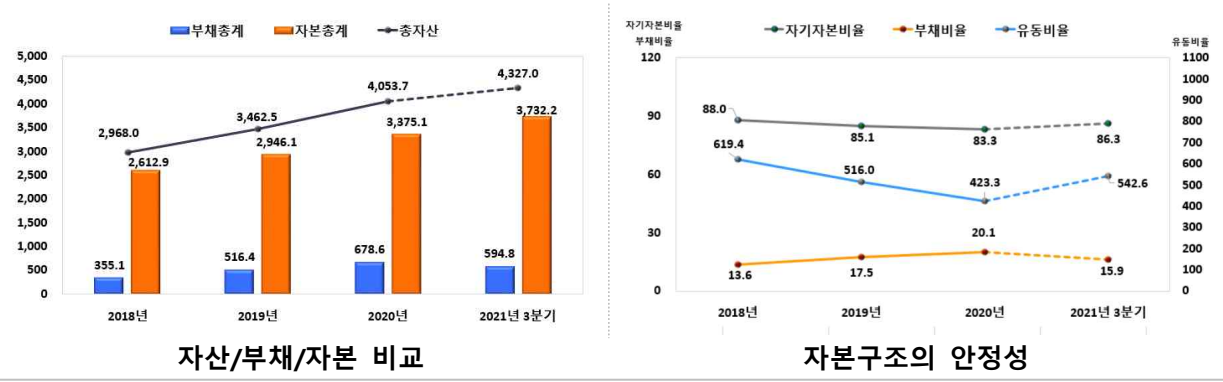
*출처: 동사 사업보고서(2020.12), 동사 분기보고서(2021.09), NICE디앤비 재무성

■ 양호한 수익창출력을 기반으로 안정적 재무구조 유지

매년 높은 수익성을 바탕으로 한 지속적인 순이익 내부유보로 2020년 말 기준, 총자산의 71.0%를 이익잉여금으로 보유하며 안정적인 재무구조를 유지하고 있으며, 2020년 말 기준 부채비율 20.1%, 유동비율 423.3%를 기록하여 양호한 재무안정성을 나타냈다. 또한, 내부자금으로 운영자금을 충당하여 부채 부담이 낮은 수준을 지속하고 있어 전반적인 재무리스크가 낮은 수준으로 판단된다.

이후 2021년 3분기 말 기준 부채비율 15.9%, 유동비율 542.6%를 기록하며 우량한 재무구조를 유지했다.

[그림 10] 동사 연간 및 3분기(누적) 요약 재무상태표 분석 (단위: 억 원, %, K-IFRS 연결기준)



*출처: 동사 사업보고서(2020.12), 동사 분기보고서(2021.09) NICE디앤비 재구성

[표 4] 동사 연간 및 3분기(누적) 요약 재무제표 (단위: 억 원, K-IFRS 연결기준)

| 항목 | 2018년 | 2019년 | 2020년 | 2020년 3분기 | 2021년 3분기 |
|-----------|---------|---------|---------|-----------|-----------|
| 매출액 | 2,668.7 | 3,085.6 | 4,033.2 | 2,938.7 | 2,555.6 |
| 매출액증가율(%) | 18.6 | 15.6 | 30.7 | 36.0 | -13.0 |
| 영업이익 | 491.8 | 440.8 | 796.7 | 645.9 | 274.5 |
| 영업이익률(%) | 18.4 | 14.3 | 19.8 | 22.0 | 10.7 |
| 순이익 | 427.0 | 402.8 | 547.9 | 540.2 | 369.9 |
| 순이익률(%) | 16.0 | 13.1 | 13.6 | 18.4 | 14.5 |
| 부채총계 | 355.1 | 516.4 | 678.6 | 621.3 | 594.8 |
| 자본총계 | 2,612.9 | 2,946.1 | 3,375.1 | 3,417.0 | 3,732.2 |
| 총자산 | 2,968.0 | 3,462.5 | 4,053.7 | 4,038.3 | 4,327.0 |
| 유동비율(%) | 619.4 | 516.0 | 423.3 | 454.6 | 542.6 |
| 부채비율(%) | 13.6 | 17.5 | 20.1 | 18.2 | 15.9 |
| 자기자본비율(%) | 88.0 | 85.1 | 83.3 | 84.6 | 86.3 |
| 영업현금흐름 | 379.9 | 326.2 | 800.9 | 521.7 | 182.4 |
| 투자현금흐름 | -367.6 | -238.1 | -262.1 | -102.0 | -209.5 |
| 재무현금흐름 | -41.9 | -101.4 | -118.3 | -108.7 | -99.3 |
| 기말 현금 | 529.8 | 516.5 | 904.3 | 825.3 | 806.1 |

※ 분기: 누적 실적

*출처: 동사 사업보고서(2020.12), 동사 분기보고서(2021.09)

Ⅲ. 주요 변동사항 및 향후전망

안정적 매출 기반, 판매 채널 및 제품 포트폴리오 다변화로 중장기적인 성장 기대

주력 제품의 인지도 상승에 따른 안정적 매출 확보와 이커머스 판매 채널 확대 및 웨어러블 액세서리, 헬스&뷰티 제품, 자동차용 보호필름 등 제품군 확장으로 성장세 유지가 전망된다.

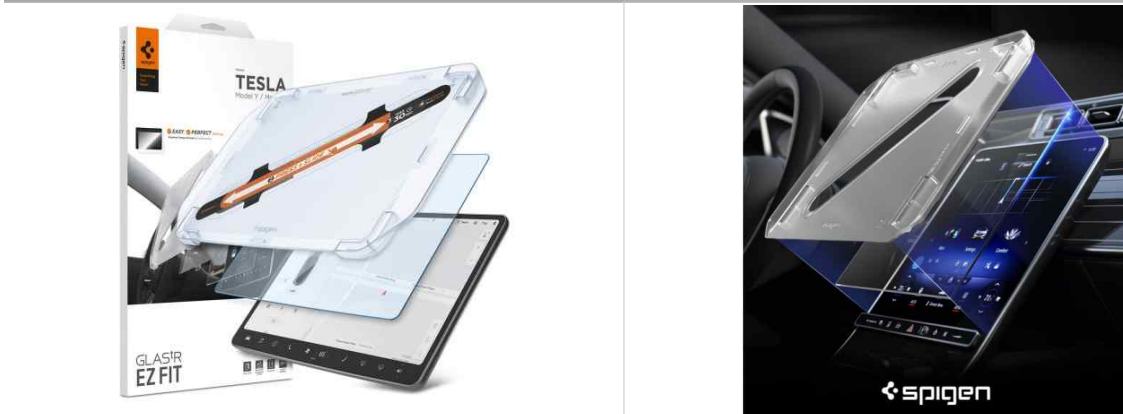
■ 웨어러블 액세서리, 헬스&뷰티 제품, 자동차용 보호필름 등으로 라인업 확대

[헬스&뷰티 제품] 동사는 북미와 유럽의 헬스&뷰티 시장 공략을 위해 자회사인 ‘슈피겐뷰티’를 설립하고 국내 유수의 업체들과 네트워크를 형성하여 K-뷰티 제품을 판매하고 있다. 캘리포니아 주정부의 아마존 손세정제 공개 발주에 입찰하고자 우수한 제품을 지속해서 공급하여 본건을 수주하였으며, 성공적인 프로젝트 수행으로 슈피겐뷰티는 브랜드 인지도를 높일 수 있었다. 동사는 현재 코스메슈티컬 전문 자사 브랜드인 ‘글램업(Glam Up)’과 국내 K-뷰티 업체들과의 파트너십을 기반으로 글로벌 시장을 공략하고 있다.

[웨어러블 액세서리] 또한, 기존 웨어러블 기기인 워치, TWS(무선이어폰) 외에도 웨어러블 액세서리 라인업을 확대하며 2021년 4월 에어태그 케이스 출시 후, 아마존 내 베스트셀러 1위 및 현재까지도 상위권 순위를 차지하고 있다. 이 외에도 동사는 스마트카 디스플레이 보호필름 시장 공략에 나서고 있다. Technavio에 따르면, 최근 대화면 터치스크린을 내재화한 신차들의 지속적인 출시가 계속되고 있어, 국내 자동차용 디스플레이 시장은 2018년 6,474억 원 규모에서 연평균 18.28% 성장률을 보여 2023년 1조 4,986억 원의 시장규모를 형성할 것으로 전망된다. 이에 따라, 자동차용 디스플레이의 난반사와 지문 방지 등 기능성을 가진 보호필름에 대한 소비 역시 늘어날 것으로 판단된다.

[자동차용 보호필름] 동사는 차량용 보호필름 시장을 타깃하여 지난해 하반기 테슬라 모델3의 디스플레이 보호필름을 출시하였다. 해당 제품은 기능과 편의성을 인정받아 북미 아마존 스크린 프로텍터 부문 1위를 차지한 이력이 있으며, 영국에서도 베스트셀러 4위를 차지한 이력이 있다. 해당 제품은 난반사 방지를 위한 AG(Anti-Glare) 코팅이 되어 있어 주행 중 실내 난반사로 화면이 보이지 않는 현상을 예방해주며 지문 방지도 탁월한 장점이 있다. 또한, 동사가 오랜 시간 동안 연구 개발해왔던 스마트폰 액정용 보호필름의 기술을 접목시켜 본래 화면 그대로의 투명도와 터치감을 느낄 수 있으며, 필름이 아닌 9H 경도 리얼 글래스로 제작하여 생활 스크래치와 파손에 대비하였다. 동사는 2021년 8월 벤츠 S-클래스 OLED(Organic Light Emitting Diodes) 센트럴 디스플레이에 최적화된 보호필름을 출시하였으며, 이후에도 벤츠 E 및 A-클래스, 테슬라 S 플레이드 및 포드 전기 픽업트럭의 보호필름을 순차적으로 출시할 예정이다.

[그림 11] 동사의 자동차용 디스플레이 보호필름



*출처: 동사 홈페이지, 서울경제TV 홈페이지, NICE디앤비 재구성

■ 인도 등으로 이커머스 판매 채널 확대

동사가 북미 등 해외 시장에서 빠르게 성장할 수 있었던 핵심 원동력으로는 온라인 플랫폼 유통 노하우를 손꼽을 수 있다. 스마트폰 시장 초기 ‘아마존’에 케이스 제품군으로 입점, 카테고리별 선점하고 소비자에게 브랜드를 각인시켰다. 또한, 차별화된 품질과 AS 정책으로 아마존 셀러 등록 이후 각종 후기에서 긍정 답변이 99%에 이른다.

한편, 전 세계의 소득수준 증가로 인해 선진국을 시작으로 프리미엄 스마트폰의 사용이 확대되고 있다. 인도, 동남아, 중동, 남미 등 신흥 시장의 스마트폰 보급률이 빠른 속도로 증가함에 따라 아시아, 중동, 중남미 지역 등에서 모바일 액세서리에 대한 수요가 증가하고 있다. 특히, 인도에서는 스마트폰 보급률 확대에 따라 모바일 액세서리에 대한 수요가 빠르게 증가하고 있다. 동사는 인도 타타그룹 산하 온라인 플랫폼인 타타클릭과 옴니채널 크로마에 스마트폰 케이스와 보호필름 등 모바일 액세서리 제품군을 입점시켰다. 타타클릭은 인도 프리미엄 이커머스 플랫폼으로 선별된 브랜드만 입점 가능하며, 크로마는 인도 전역 28개 주에 오프라인 유통망과 1,200만 명 이상의 충성 고객을 보유한 대형 옴니채널이다.

동사는 인도의 아이폰 소비자가 저가형보다 프리미엄 액세서리를 더 선호한다는 점을 고려하여 유럽 시장보다 높은 판매가격으로 시장을 공략하였으며, 2019년 인도 시장에 진출한 이후 1년 만에 아마존 전체 마켓플레이스 3위 달성, 매출 규모 110억 원을 달성하였다. 동사는 타타그룹 이외에도 릴라이언스 디지털 등 인도의 대형 유통채널과 보다폰, 지오 등 현지 이동통신사와의 협업을 통해 인도 전역에 판매 채널을 확장시킬 계획이다. 기존 강세를 보인 북미, 유럽으로부터의 주력 제품 수요와 비교적 신규시장인 인도, 일본 시장으로의 로컬 온라인 플랫폼 채널 확장 등 제품군 확대와 시장 개척으로 인한 시너지 효과가 기대된다.

■ 2021년 하반기 실적 회복 기대

IBK투자증권(2021.05) 자료에 따르면 동사는 상장 6년만인 지난해 매출액 4,033억 원을 달성하며 높은 매출 성장세를 기록하였으나, 높은 매출 볼륨 성장 대비 이익률이 지속적으로 하락하며 시장 관심도가 낮아지고 있다고 분석하였다. 또한, 지난해엔 COVID-19으로 미국 시장내 손소독제 판매 호재가 단발적 영향을 미쳐 이익률 개선 효과가 나타났지만 올해는 명확한 성장 요인이 없어 이익률 하락이 부각될 것으로 판단했다.

다만, 2021년 3분기 기준 949.7억 원의 매출을 기록하며 2분기 746.4억 원 대비 27.2% 증가하며 반등을 나타냈고, 하반기 삼성전자 폴더블 스마트폰과 애플 신규 플래그십 모델 등 아이폰13 액세서리 판매 실적이 추가되며 실적 회복이 기대된다.

■ 증권사 투자 의견

| 작성기관 | 투자 의견 | 목표주가 | 작성일 |
|-------------|---|---------|--------------|
| IBK 투자증권 | Buy(유지) | 70,000원 | 2021 05. 31 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ■ 동사는 상장 6년만인 지난해 매출액 4,033억 원을 달성하며 높은 매출 성장세를 기록. 하지만 높은 매출 볼륨 성장 대비 이익률이 지속적으로 하락하며 시장 관심도가 낮아지고 있음. ■ 상장 초기 33.9%라는 경이로운 수준을 나타내던 영업이익률이 매년 하락을 이어가며 올해 1분기 영업이익률은 12.1%까지 낮아짐. ■ 2021년 전망치는 매출액 404억 원(+0.3% YoY), 영업이익 490억 원(-35.0% YoY)으로 추정 | | |
| 대신증권 | Buy(유지) | 90,000원 | 2021. 02. 16 |
| | <ul style="list-style-type: none"> ■ 2021F 매출액 4,070억 원(+0.9% YoY), 영업이익 689억 원(-13.5% YoY), 2020년 손 세정제 매출 제외 시 2021년 본업 기준 매출액, 영업이익 각각 +18.8% YoY, +24.8% YoY 성장 지속 예상 ■ 2020년 진출한 인도 매출액 110억 원 이상 기록. 3개월 영업 제한된 점 감안 시 올해 180억 원 이상 가능할 전망 ■ 2020년 높은 이익률의 손 세정제 매출로 2021년 연결 실적 수익성은 역성장 예상되나 본업 기준으로는 성장 지속되는 점 주목 | | |

■ 시장정보(주가 및 거래량)

[그림 12] 동사 1개년 주가 변동 현황



*출처: 네이버금융(2021년 11월 19일)