

이 보고서는 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

기술분석보고서

 YouTube 요약 영상 보러가기

# 인산가(277410)

## 음식료·담배

요약  
기업현황  
재무분석  
주요 변동사항 및 전망



작성기관

NICE평가정보(주)

작성자

김미나 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.

# 인산가(277410)

## 죽염 증가 자연지향 건강기업

### 기업정보(2021/09/30 기준)

대표자	김윤세
설립일자	2017년 07월 26일
상장일자	2018년 09월 11일
기업규모	중소기업
업종분류	기타 식품 첨가물 제조업
주요제품	죽염, 엿류, 장류 등

### 시세정보(2021/12/27 기준)

현재가(원)	2,150
액면가(원)	100
시가총액(억 원)	685
발행주식수	31,863,399
52주 최고가(원)	3,195
52주 최저가(원)	1,760
외국인지분율	2.35%
주요주주	김윤세

### ■ 전통성과 제품경쟁력 보유한 죽염 제조 전문기업

인산가(이하, 동사)는 죽염 및 죽염응용식품 제조 및 판매업을 영위하는 업체로, 2018년 코스닥시장에 상장되었다. 인산 김일훈 선생의 정신과 4대째 이어오는 전통방식을 기반으로 죽염 및 죽염응용식품(죽염장류 등), 고령친화식품(진액, 엿류, 환류 등), 건강기능식품 등을 주요제품으로 개발 및 상용화하고 있다. 방부제, 색소, 첨가물, 향료를 사용하지 않고 천연재료만을 원료로 수작업하는 것을 제조원칙으로 삼고 있으며, 자연지향 건강기업으로 꾸준히 성장할 것으로 기대된다.

### ■ 식품 시장과 산업 변화에 따른 대응

COVID-19로 인해 소비자의 내식 성향과 건강에 대한 관심이 높아지며 가정간편식(HMR, Home Meal Replacement), 프리미엄 제품 등이 주목을 받고 있다. 내식 비중이 높다 보니 ‘맛’ 이나 ‘가격’ 보다 ‘간편’, ‘건강 유익성’ 이 더 중요한 식품 선택 요인이 될 것으로 전문가들은 내다보고 있다. 동사는 홈쇼핑, 마트, 편의점, 온라인 등 다양한 신규채널로 죽염을 응용한 간편식, 프리미엄 제품개발에 주력하여 죽염약콩두유, 참명란젓, 인산죽염 포기김치 등의 제품을 출시하는 등 시장 변화에 적극적으로 대응하고 있다.

### ■ 사업 다각화, 마케팅 전략을 통한 성장 기대

동사의 브랜드 인지도와 다양한 마케팅 채널 활용은 죽염의 산업화와 대중화를 이끌고 있다. CJ 온스타일 최화정쇼에서 판매된 ‘순백명란’ 은 2021년 3차례 진행된 방송 중 모두 매진되었으며, 죽염을 기반으로 한 코스메틱 브랜드인 씨실(SEASEAL)을 론칭하여 헬스&뷰티 제품을 선보이고 있다. 사업의 다각화 및 마케팅 전략은 죽염의 활용 범위를 확장시켜 죽염 기능을 효과적으로 인식시키고 시장경쟁력을 이끌어 사업의 시너지 효과를 거둘 것으로 전망된다.

### 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	252	(3.0)	42	16.7	(9)	(3.7)	(5.1)	(2.9)	44.3	(42)	985	N/A	1.6
2019	259	2.5	40	15.4	32	12.2	11.5	7.4	61.9	120	1,156	15.9	1.7
2020	305	17.8	57	18.8	48	15.6	14.4	8.3	87.4	177	1,303	11.1	1.5

## 기업경쟁력

### 죽염 및 죽염응용식품 제조 전문기업

- 검증된 생산 인프라 및 축적된 노하우
  - 3대 원칙- 4無(방부제, 색소, 첨가물, 향료), 천연재료, 수작업
  - 4대째 내려오는 전통적 제조방식
  - HACCP, ISO9001, ISO14001 인증 확보
- 죽염 및 죽염응용식품 생산
  - 영양가 중시, 고객 수요 맞춤 신제품 개발

### 사업 다각화 전략

- 사업/제품군 확장
  - 가정간편식 - 인삼죽염 활용한 '순백명란' 등 출시
  - 헬스&뷰티 - 씨실 브랜드, '죽염 치약', '내추럴 에센스 슝' 등 출시
- 유통채널 등 마케팅 역량 강화
  - '인산의학' 모바일 앱 개발
  - Owned Media(개인이 소유한 미디어 채널) 활용
  - 홈쇼핑, 오픈마켓 등 B2B, B2C 다양화
  - 식품 전방시장 리딩기업들과의 업무협약 진행

## 주요제품 및 브랜드

### 주요제품

- 인삼죽염 - 인산9회죽염, 인산자죽염 등
- 죽염장 및 진액류 - 복해정, 메주콩죽염간장 등
- 건강고 및 환, 분말 - 무엇 프리미엄, 죽마고우환 등
- 전통주류 - 적송자53, 적송자72, 청비성 등
- 프리미엄 가정간편식 - 죽염약콩두유, 참젓갈 3종 등
- 헬스&뷰티 - 밤부솔트 미네랄 리페어 샴푸 등

### 브랜드

 <p>인산家 ORIGINAL COMMITMENT</p> <p>내 몸이 원하는 미네랄의 힘 인산의학 죽염 제품</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 인산 9회죽염</li> <li>· 9회 자죽염</li> <li>· 암갈리죽염</li> <li>· 미네보</li> </ul>	 <p>인산家 ORIGINAL ARTFUL</p> <p>건강한 생활의 시작 인산의학 전통제조 제품</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 복해정</li> <li>· 유황오리진액</li> <li>· 무엇 프리미엄</li> <li>· 구운마늘고</li> </ul>	 <p>인산家 COLLABORATION</p> <p>죽염의 대중화 인산식으로 만든 건강식품</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· 참명란젓</li> <li>· 쌀국수</li> <li>· 천마차</li> <li>· 약용두유</li> </ul>
--	--	---

## ESG 현황

### Environment

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

▣ : 양호 ■ : 미흡 □ : 확인불가

### Social

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

▣ : 양호 ■ : 미흡 □ : 확인불가

### Governance

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

▣ : 양호 ■ : 미흡 □ : 확인불가

- 당사는 환경 교육을 수행하고 있으며, 에너지, 용수를 사용하고 있음.
- 여성 근로자가 근무하고 있고 기간제 근로자 비율이 낮으며, 인권보호 정책을 수립하고 있음. 또한, 소비자 안전 관련 인증을 보유하고 있음.
- 주주의결권 행사 지원제도, 중장기 배당정책 및 이사회 내 사외이사를 보유하고 있으며, 대표와 이사회 독립성 유지하고 있음. 또한, 감사 업무 교육을 수행하고 있으며, 지배구조 정보를 공개하고 있음.

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

# I. 기업현황

## 자연지향 건강기업, 인산가

인산가는 천연물의 우수한 약성을 극대화하는 연구와 제품 생산에 주력하고 있으며, 한국 전통에 기반을 둔 신기술과 새로운 발상을 통해 자연지향 건강기업으로 도약하고자 한다.





### ■ 개요 및 사업 현황

인산가(이하, 동사)는 인산식품과 인수합병을 통해 설립된 죽염 및 죽염응용식품 제조 및 판매업을 영위하는 업체로, 2018년 아이비케이에스제8호기업인수목적과 합병하여 코스닥시장에 상장되었다. 죽염 및 죽염응용식품(죽염장류 등), 고령친화식품(진액, 엿류, 환류 등), 건강기능식품 등을 전문으로 제조하여 매출을 시현하며, 건강증진을 도모하는 죽염업계 선도기업으로의 위상을 확립해나가고 있다. 종속회사인 인산농장은 2010년 설립되어 농산물 채배와 장류, 가공식품 제조 및 판매업을 영위하고 있으며, 발효 기술을 기반으로 첨가제 없는 탁여현, 청비성, 월고해 등의 전통 증류주 대중화에 앞장서고 있다.

### ■ 주요제품 현황

동사는 활인구세(活人救世) 정신을 계승 받아 4無(방부제, 색소, 첨가물, 향료) 정신, 천연재료, 수작업이라는 3대 원칙을 바탕으로 제품을 개발 및 생산하고 있다. 주요제품은 죽염, 죽염장류, 진액, 환류로 구분되며, 고객의 수요를 파악하고 반영하여 제품군을 발전시키기 위해 연구개발을 지속하고 있다. 인삼죽염은 4대째 내려오는 전통 제조방식으로 생산되고 있으며, 알칼리성 식품으로 높은 항산화 효과와 활성산소 제거 효능이 알려지면서 죽염시장 내 시장 점유율 1위를 유지하고 있다[표 1].

표 1. 주요제품

주요제품		내용	제품 예시
죽염		죽염증가 방식의 법제 및 응용으로 생산된 죽염	 인산자죽염    인산9회죽염
죽염장류		죽염을 응용한 장류(된장, 간장, 고추장)	
진액	유황오리	유황오리+원방재료 추출 진액	 복해정    제주풍죽염간장    서목태죽염간장
	다슬기	다슬기 추출 진액	
환류	죽마고우환	죽염을 마늘과 배합한 환	 죽마고우환    복해정환    호두액
	홍화씨환	홍화씨와 죽염을 배합한 환	

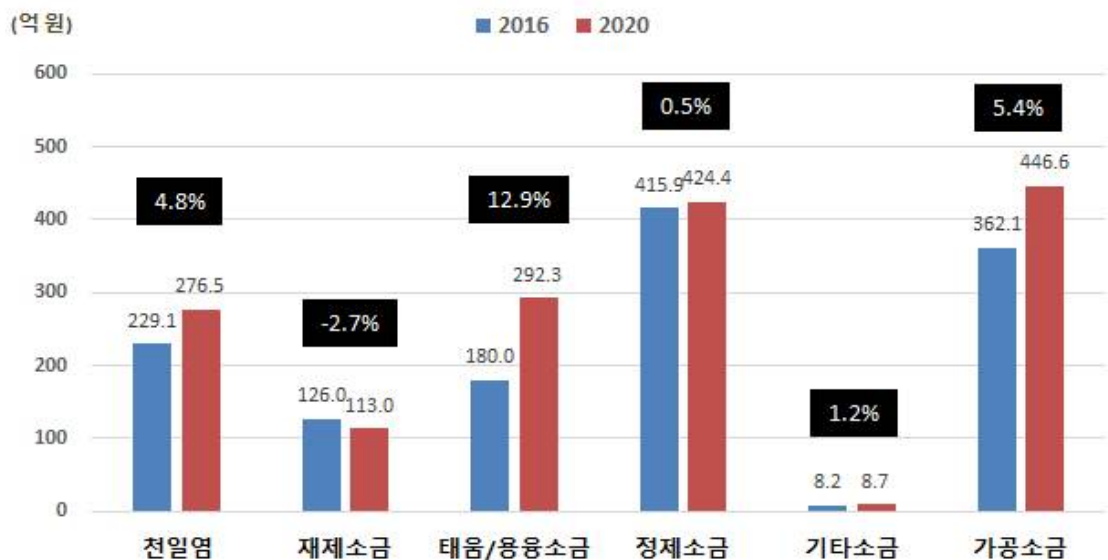
\*출처: 3분기 보고서(2021), 동사 IR 자료(2021), NICE평가정보(주) 재구성

## ■ 시장 현황 및 동향

가공 및 정제염은 천일염을 재처리하거나 해수를 이온 분리 및 결합 방법 등으로 처리하여 제조한 소금 제품을 의미한다. 가공 및 정제염 산업은 전형적인 내수산업으로 경기변동에 둔감한 산업, 김장 등에 따른 계절적 특성이 있는 산업, 식품산업 원재료의 보조적 역할을 하는 중간재 산업, 노동집약적/자본집약적 산업 등의 특징이 있다.

식품의약품안전처의 식품 및 식품첨가물 생산실적 통계자료(2021)에 따르면, 국내 가공 및 정제염 시장은 2016년 1,321.2억 원에서 2020년 1,561.5억 원으로 연평균 4.3%씩 증가하였다. 2020년도 기준으로 제품별 매출액을 살펴보면, 가공소금이 446.6억 원으로 가장 큰 비중(28.6%)을 차지하며, 그 뒤로 정제소금 424.4억 원(27.2%), 태움/용융소금 292.3억 원(18.7%), 천일염 276.5억 원(17.7%), 재제소금 113.0억 원(7.2%), 기타소금 8.7억 원(1.2%)으로 확인된다[그림 1].

그림 1. 국내 가공 및 정제염 제품별 시장규모



\*출처: 식품의약품안전처, 식품 및 식품첨가물 생산실적 통계자료(2021), NICE평가정보(주) 재구성

최근 중국산 제품의 수입 증가, 웰빙 트렌드에 따른 저염식 식단 선호도 증가로 가공 및 정제염의 소비는 줄어들고 있으나, 양질의 식품에 관한 관심이 증가하면서 신제품 개발, 고급 제품 출시 등 차별성을 강조한 제품이 주목받고 있다. 시중에 유통되고 있는 프리미엄 제품으로 히말라야 핑크 암염 가는 소금, 사해 가는 소금, 칸나멜라 그레이 브레타뉴 소금, 핑크 솔트 플레이크 등이 있으며, 전통방식으로 천일염을 수확한 토판염, 숙성 천일염, 죽염 등 천일염을 개량한 제품들이 시장에 출시되고 있다.

가공 및 정제염뿐만 아니라 일반 제품에 비해 좋은 원료, 생산방법 등에서 기능, 맛, 포장 등이 차별화된 프리미엄 가공식품 시장이 급격히 확대되고 있으며, 고령친화식품, 가정간편식, 주류, 화장품 등으로 적용되고 있다. 인구의 고령화와 프리미엄 식품 추구에 대한 욕구로 웰빙 전통식품 산업에 새로운 변화를 맞이할 것으로 보인다.



## ■ 기술사업 분석

동사의 가장 큰 매출을 차지하는 제품인 죽염은 인산 김일훈 선생에 의해 독창적이고 체계적으로 제조공법이 정립되었고 HACCP 인증 시설에서 품질관리 체계에 따라 생산이 이루어진다. 노하우성 법제와 용융방식을 적용해 소금 속의 유해물질이 제거되며 인체를 구성하고 운영하는 데 필수적인 칼슘, 철, 구리, 아연, 게르마늄 등 다양한 미네랄을 함유하고 있다. 또한, 정제염, 천일염, 1회 죽염, 9회 죽염의 19% 농도에서 쇠의 산화 반응 실험을 비교한 결과 9회 죽염에서 7개월 동안 산화가 거의 일어나지 않았다. 그 외 다수 논문과 연구결과에서 9회 죽염은 우유, 바나나 등 일반 식품과 대비하여 환원력(산화된 물질을 원래대로 되돌려 환원시켜주는 힘)이 좋은 식품으로 보고되고 있다[그림 2].

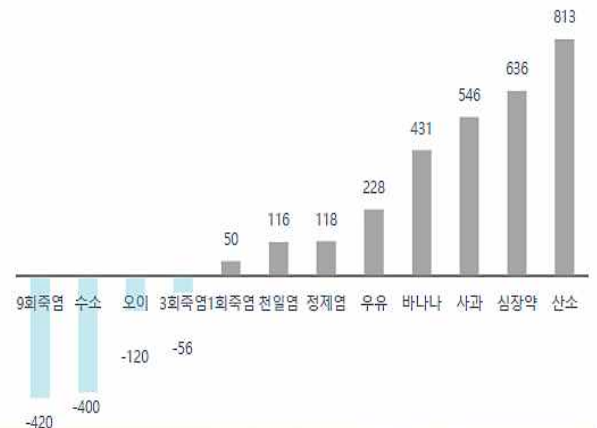
그림 2. 죽염 환원력 검증

### 죽염의 환원력 실험

쇠의 산화반응 (19% 소금을 용액, 7개월 경과)



### 죽염 및 일반식품의 산화 비교



\*출처: 일본 자분화학연구회 및 인산생명과학연구소, 동사 IR 자료(2021)

동사는 연구개발 투자 효율성을 높이고 연구 생산성 향상에 기여 하고자 국가 연구과제 사업에 참여하고 있으며, 그 결과는 관련 제품 적용으로 이어지고 있다. 주요 실적으로 ‘혈관 석회화 예방용 열처리 소금의 제조방법 및 이에 의하여 제조된 열처리 소금을 포함하는 혈관 석회화 예방용 조성물 개발’에 대한 연구 등이 있다. 현재 ‘인산 9회 죽염’ 제품으로 판매 중이며, 이를 이용한 드링크류, 건강보조제 등 혈관 석회화 예방용 제품으로 상용화할 예정이다. 또한, 주요제품에 대한 기술력은 다수의 특허등록으로 기술권리를 확보하는 등 죽염 및 죽염응용 관련 제품 개발과 그 우수성에 대한 과학적 연구개발 활동을 지속해서 수행하고 있다.

또한, B2C 사업구조에서 벗어나 B2B로 사업영역을 확대하고자 홈쇼핑, 마트, 편의점, 온라인채널 등 다양한 신규채널로 마케팅 전략을 구축하고 있다. 특히, COVID-19로 인해 소비자의 내식 성향이 높아지며 가정간편식 시장의 급성장에 따라 죽염을 응용한 간편식 제품개발에 주력하였으며, 죽염약콩두유, 참명란젓, 인산죽염 포기김치 등의 제품을 출시하였다. 죽염의 항산화 작용, 노화방지, 높은 미네랄 함유량 등의 성질을 응용하여 각 특장점을 부각시킬 수 있는 연계 제품들로 대중성을 확장해나갈 계획이다.

## II. 재무 분석

### 건강식품 수요 확대로 매출 성장세

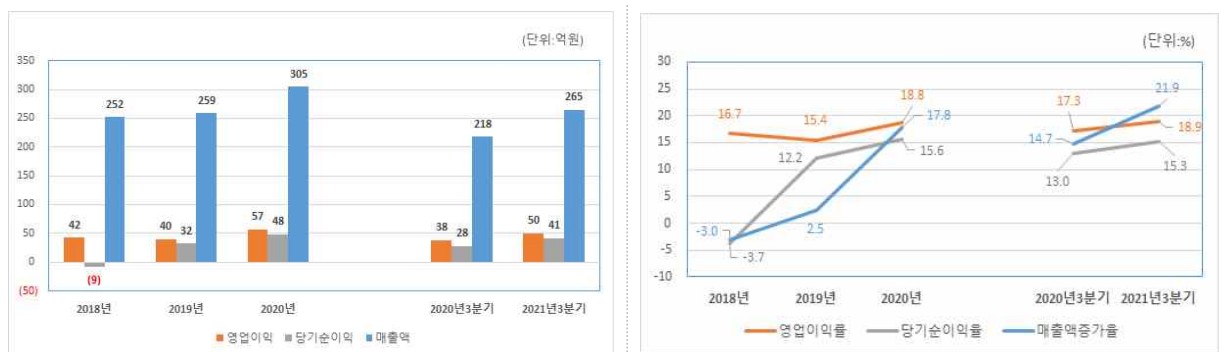
동사는 죽염 제조 전문기업으로 2020년 결산 기준 주력 제품인 죽염 및 죽염응용류를 비롯하여 엑기스류, 환 및 분말류 등도 동반 호조를 보여 전년 대비 17.8% 증가한 305억 원의 매출을 시현하였다.

#### ■ 국내 최초로 죽염을 산업화한 죽염 증가

동사는 1987년 설립되어 세계 최초로 죽염을 산업화하여 오랜 기간 동안 최고 품질의 죽염과 죽염응용식품을 개발하여 공급 중이며, 주력 제품인 인산죽염은 4대째 내려오는 전통 제조 방식으로 생산 중으로 시장을 선도하고 있다.

2019년부터 죽염의 대중화를 위해 죽염을 응용한 간편식 제품개발에 많은 노력을 기울이고 있으며, 프리미엄 HMR(가정간편식) 제품인 '순백명란', '참명란'을 론칭한데 이어 다양한 HMR 제품을 출시할 예정으로 있다.

그림 3. 동사 연간 및 분기 요약 포괄손익계산서 분석

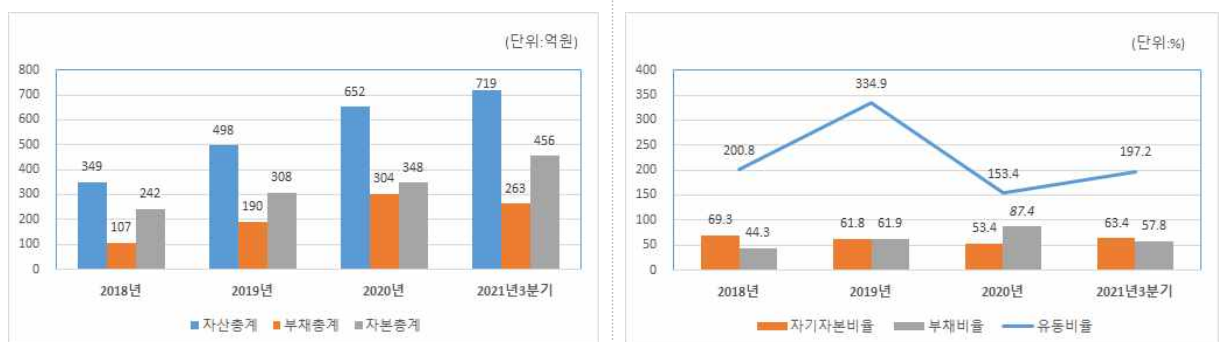


매출액/영업이익/당기순이익 추이

증가율/이익률 추이

\*출처: 동사 사업보고서(2020), 분기보고서(2021)

그림 4. 동사 연간 및 분기 요약 재무상태표 분석



부채총계/자본총계/자산총계 추이

유동비율/자기자본비율/부채비율 추이

\*출처: 동사 사업보고서(2020), 분기보고서(2021)

## ■ 죽염과 더불어 신사업 HMR 모두 성장세

동사의 주력 제품인 인산죽염은 알칼리성 식품으로 높은 항산화 효과 및 활성산소 제거 능력을 보유한 건강식품으로 고령화와 건강에 대한 관심 고조로 수요가 확대되고 있다. 또한 1~2인 가구 및 여성 경제활동 인구의 증가와 코로나 19로 인해 소비자의 내식 성향이 높아지며 HMR 시장이 급성장 중으로 동사의 꾸준한 성장이 기대된다.

동사는 2020년 결산 기준 코로나19로 인해 죽염 등 건강식품을 찾는 수요가 늘어나면서 주력 제품인 죽염 및 죽염응용류를 비롯하여 엑기스류, 환 및 분말류 등도 동반 호조를 보여 전년 대비 17.8% 증가한 305억 원의 매출을 시현하였다.

동사의 매출원가율은 2019년 35.0%, 2020년 33.2%로 개선되었으며, 매출이 성장하면서 판매관리비 부담 또한 완화되어 전년 대비 향상된 매출액영업이익률 18.8%, 매출액순이익률 15.6%를 기록하였다.

## ■ 2021년 3분기 매출 성장, 수익성 개선

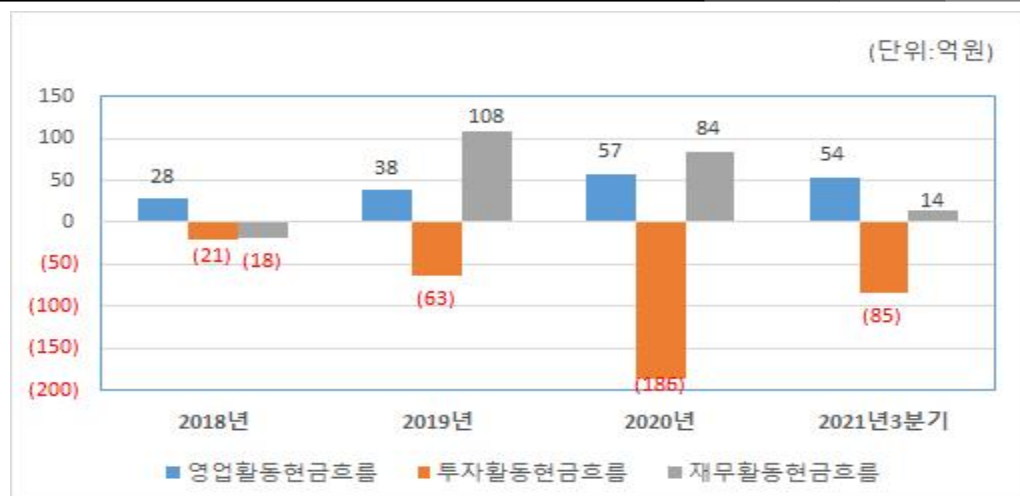
동사는 2021년 3분기 기준 프리미엄 식염 제품 수요 확대와 HMR 시장 성장 효과로 전년 동기 대비 21.9% 증가한 265억 원의 매출을 시현하였다. 수익성 또한 전년 동기 대비 개선된 매출액영업이익률 18.9%, 매출액순이익률 15.3%를 기록하였다.

주요 재무안정성 지표는 부채비율 57.8%, 자기자본비율 63.4%, 유동비율 197.2%를 나타내었고 양호한 수준을 유지하였다.

## ■ 유형자산 투자로 인한 차입금 조달

동사는 2020년 결산 기준 당기순이익 증가 영향으로 영업활동 현금흐름은 전년 대비 개선된 57억 원을 기록하였으며, 유입된 자금과 차입금 조달을 통해 유형자산 투자에 필요한 자금을 충당하였다.

그림 5. 동사 현금흐름의 변화



\*출처: 동사 사업보고서(2020) 분기보고서(2021)



### Ⅲ. 주요 변동사항 및 전망

#### 사업 다각화, 마케팅 전략에 따른 지속적인 성장동력 마련

동사는 미래의 시장에 선제적으로 대응하고자 가정간편식, 헬스&뷰티 사업 등으로 지속적인 성장동력을 갖춰나가고 있으며, 다양한 마케팅으로 급변하는 시장에서 시장성과 기술경쟁력의 우위를 유지해나가기 위해 노력하고 있다.

#### ■ 주요사업 전망

동사는 프리미엄 가정간편식 제품으로 홈쇼핑, 오픈마켓 등 대중적 유통채널을 확장해나가고 있다. CJ 온스타일 최화정쇼에서 판매된 ‘순백명란’은 2021년 3차례 진행된 방송 중 모두 매진되는 등 매출의 긍정적인 성과로 이어지고 있다. ‘순백명란’은 배 위에서 채란해 동결, 선도를 유지시킨 선동 명란만 엄선한 제품으로, 시각적 효과를 높이기 위해 사용하는 아질산 나트륨의 사용을 배제하고 3년간 간수를 뺀 천일염을 4회 구운 동사의 죽염을 사용해 염장, 숙성해 명란 고유의 맛과 색상을 살린 것이 특징이다. 동사는 인삼죽염을 활용해 원료 신선함은 최대한 살리되 편의성을 극대화한 제품 개발에 주력하여 라인업을 확대해나갈 계획이다 [그림 6].

동사는 헬스&뷰티 사업영역까지 확장하고자 코스메틱 브랜드인 씨실을 런칭하였으며, 죽염을 기반으로 한 친환경적인 제품을 선보이고 있다. 특유의 죽염 효능 부각에 적합하고 소비자가 쉽게 사용할 수 있는 유형에 제품을 개발하는 데 중점을 둔 결과 클렌징 라인과 죽염 치약, 내추럴 에센스 슝 2종을 출시했다. 죽염 치약은 고함량인 3%의 죽염이 함유되어 있고 자연 유래 성분인 자몽 종자 추출물을 비롯해 카모마일 추출물, 감태 추출물 등 식물에서 추출한 감미제를 사용해 양치 후 상쾌함을 증대시켰다. 또한, 내추럴 에센스 슝은 피부 친화 염도인 0.9% 죽염을 함유해 노폐물 세정과 피부 밸런스 유지에 도움을 주며, 오랫동안 깊은 보습이 가능한 7가지 식물성 오일과 3가지 각질 제거 성분이 포함되어 있다. 프랑스, 영국 등의 유럽 시장에서는 솔트 코스메틱이 매년 큰 폭의 성장세를 보이고 있다. 이에, 동사의 씨실 브랜드는 죽염의 미네랄과 항노화 성분에 중점을 둔 제품을 선보이며 국내 솔트 코스메틱 전문 브랜드의 선두주자로 발돋움하고 있다[그림 6].

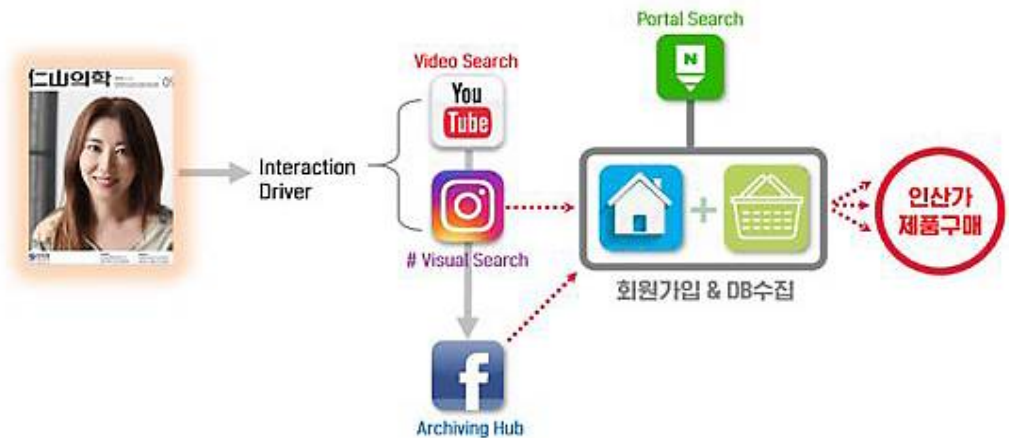
그림 6. 동사의 HMR 및 코스메틱 제품



\*출처: 동사 홈페이지(2021), NICE평가정보(주) 재구성

동사의 제품은 주로 텔레마케팅, 직영점, 대리점 등을 통해 고객에게 판매되었다. 그러나, COVID-19 장기화로 비대면 구매를 중시하는 소비자들의 트렌드가 급증함에 따라 동사는 매월 발행 중인 ‘인산의학’의 모바일 앱을 개발하였으며, Owned Media(개인이 소유한 미디어 채널; 유튜브, 페이스북, 인스타그램 등)를 통한 마케팅을 강화하였다. 또한, TV 매체 광고, 온라인채널 등 다양한 마케팅 운영 인프라를 구축하여 고객층 확대에 긍정적인 영향을 보일 것으로 전망된다[그림 7].

그림 7. 비대면 마케팅



\*출처: 3분기 보고서(2021), NICE평가정보(주) 재구성

### ■ ESG 활동 현황

ESG는 기업의 비재무적 요소인 환경(Environment), 사회(Social), 지배구조(Governance)를 뜻한다. ESG 평가는 기업이 고객, 주주, 직원에게 얼마나 기여하는가, 환경에 대한 책임을 다하는가, 지배구조는 투명한가를 다각적으로 평가하는 것으로, 기업에는 지속 가능 경영의 동기를 유발하고 투자자에게는 사회적 책임투자에 대한 접근성을 제고하는 지표로 활용될 수 있다[표 2].

표 2. ESG 구성 요소

	환경 (Environment)	사회 (Social)	지배구조 (Governance)
핵심 키워드	<ul style="list-style-type: none"> <li>기후변화 대응</li> <li>탄소 배출 저감</li> <li>자원 절약</li> <li>재활용 촉진</li> <li>청정 기술개발</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>노동환경 개선</li> <li>사회적 약자 보호</li> <li>인권 존중</li> <li>고용 평등 및 다양성 지향</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>투명한 기업 운영</li> <li>고용 평등</li> <li>법과 윤리 준수</li> <li>반부패 및 공정성 강화</li> </ul>

\*출처: 효성FMS 뉴스룸, 비즈 트렌드(2021), NICE평가정보(주) 재구성

산업통상자원부(2021)에 따르면, 2021년 12월 국내 상황에 적합한 K-ESG 지표를 마련하여 표준화하기 위한 K-ESG 가이드라인을 발표했다. 분야별 진단 항목을 보면 정보공시(P) 분야는 ESG 정보공시 방식, ESG 정보공시 주기, ESG 정보공시 범위 등 5개 문항으로, 환경(E) 분야는 재생 원부자재 비율, 온실가스 배출량, 재생에너지 사용 비율, 폐기물 재활용 비율, 환경 법규제 위반 등 17개 문항으로 각각 구성됐다. 사회(S) 분야는 정규직 비율, 결사의 자유 보장, 여성 구성원 비율, 산업재해율, 협력사 ESG 지원 등 22개 문항으로, 지배구조(G) 분야는 이사회 내 ESG 안건 상정, 사외이사 비율, 대표이사 이사회 의장 분리, 배당정책 및 이행, 감사기구 전문성 등 17개 문항으로 각각 이뤄졌다. 국내에서 ESG 평가를 수행하고 있는 기관은 한국기업지배구조원, 서스틴베스트, QESG가 있다.

한국기업지배구조원(2021)은 ESG 평가등급을 공개하고 있으며, 각 등급은 S, A+, A, B+, B, C, D 7등급으로 구성되어 있다. 기타 식품첨가물, 장류 등을 포함하는 식품 제조업체는 일부 상장사의 등급이 제시되어 있으며, 동사의 ESG 등급은 확인되지 않는다[표 3].

**표 3. 한국기업지배구조원의 주요 식품 제조업 ESG 등급 현황**

기업명	기업코드	ESG등급	환경	사회	지배구조	평가년도
조흥	351202	C	D	D	B	2021
샘표식품	HR7687	B	B	B+	B	2021
롯데푸드	310026	A	B+	A	A	2021
풀무원	312320	A+	A	A+	A+	2021
대상	310239	A	A	A+	B+	2021
CJ제일제당	494292	A	A	A+	A	2021

\*출처: 한국기업지배구조원(2021), NICE평가정보(주) 재구성

서스틴베스트(2021)의 등급은 AA, A, BB, B, C, D, E 7등급으로 제시되고 있으며, 자산 규모별 등급을 구분하고 있다. 상기 업체 중 샘표식품, 롯데푸드, 풀무원, CJ제일제당이 서스틴베스트에서도 평가받은 이력이 확인되며, 동사의 ESG 등급은 확인되지 않는다[표 4].

**표 4. 서스틴베스트의 주요 식품 제조업 ESG 등급 현황**

기업명	기업코드	전체 등급	규모별 등급	자산 규모	평가년도
샘표식품	HR7687	B	A	5천억 미만	2021
롯데푸드	310026	A	AA	5천억 이상	2021
풀무원	312320	AA	AA	5천억 이상	2021
CJ제일제당	494292	A	BB	2조 이상	2021

\*출처: 서스틴베스트(2021), NICE평가정보(주) 재구성

동사의 ESG 활동은 공개 자료 및 질문지를 통해 ESG 항목에 대한 사항을 별도로 확인했다. 동사는 환경정보 공개, 환경 경영 조직 설치, 환경 성과평가체계 구축 등이 파악되지 않으나, 환경 교육을 수행하고 있으며 에너지, 용수사용 절감을 위해 노력하고 있는 것으로 파악된다.

환경 관련 인증으로 죽염, 무염, 장류에 대한 개발, 생산 및 판매와 관련한 환경경영시스템 인증 ISO14001을 획득하여 환경 측면을 체계적으로 식별, 평가, 관리 및 개선함으로써 환경 위험성을 효율적으로 관리하는 것으로 판단된다. 사회 관련 인증으로 기타가공품, 태움용용소금의 2개 품목의 생산 시스템에 대하여 HACCP 인증을 획득하여 식품 제조 과정에서 발생할 수 있는 생물학적, 화학적, 물리적 위해 요인을 차단함으로써 소비자에게 안전하고 깨끗한 제품 공급이 가능한 것으로 판단된다[표 5].

표 5. 보유 인증 현황

인증명	인증번호	상태
 안전관리인증 HACCP 식품안전관리인증	HACCP 기타가공품(2018-2-9275) 태움용용소금(2018-2-9274)	유효
 KSA ISO 14001 CERTIFIED	ISO14001 EMS-0484	유효

\*출처: 한국식품안전관리인증원, 한국인정지원센터(2021), NICE평가정보(주) 재구성

3분기 보고서(2021)에 따르면, 총 187명의 임직원 중 기간제 근로자는 없으며 여성 근로자는 146명이 근무하고 있는 것으로 확인된다[표 6]. 또한, 인권 보호 정책과 소비자 안전 관련 인증을 보유하고 있어 사회책임경영에 대한 부문에 대응할 수 있는 역량을 일정 부분 갖춘 것으로 판단된다.

표 6. 여성/기간제 근로자 근무 현황

사업 부문	성별	기간의 정함이 없는 근로자	기간제 근로자	합계
사무	남	28	-	28
	여	95	-	95
생산	남	13	-	13
	여	51	-	51
합계		187	-	187

\*출처: 3분기 보고서(2021), NICE평가정보(주) 재구성

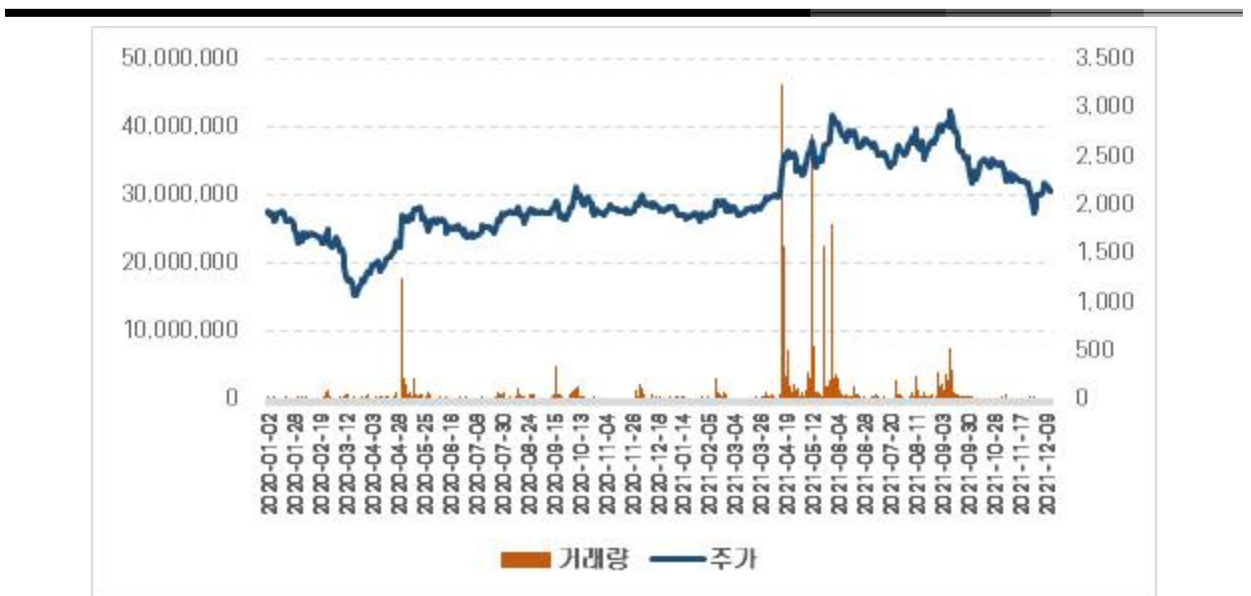
동사는 주주의결권 행사 지원제도 및 중장기 배당정책을 보유하고 있으며, 감사 업무 교육 실시를 수행하고 있다. 이사회는 사외이사 1인을 포함한 4인으로 구성되어 있으며, 대표 및 이사회 독립성을 유지하고 있는 것으로 파악된다. 또한, 인사총무팀을 통해 경영정보 등의 자료를 제공하고 있으며, 기타 사내 주요 현안에 대해서도 수시로 정보를 제공하고 있는 것으로 보인다.

식품업계는 비교적 환경 분야에 집중한 ESG 경영을 이끌어 온 것으로 파악된다. 사회적 책임과 지배구조 부문 대응은 기업 내부의 조직과 문화 변화 같은 체질 개선을 요구하는 반면, 환경적 책임은 신기술을 개발하거나 외부에서 도입함으로써 대처할 수 있다는 점을 반영하고 있다. 최근 기업의 사회적 책임에 관한 관심이 제고되고 있고, 투자자 관점에서의 투자 적합 기준이 아니라 모든 구성요소가 인류의 지속가능성을 위해 노력해야 하는 상황에서 ESG 기준 충족이 필요한 것으로 판단된다.

■ 증권사 투자의견

작성기관	투자의견	목표주가	작성일
IBK 투자증권	Not Rated	-	2021-06-16
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 죽염 기반 프리미엄 HMR이 성장 견인할 것</li> <li>• 2Q21부터는 외형성장에 따른 비용부담 완화로 수익성도 개선될 것으로 예상</li> </ul>		

■ 시장정보(주가 및 거래량)



\*출처: Kisvalue(2021.12)