

이 보고서는 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

기술분석보고서

YouTube 요약 영상 보러가기

파세코(037070)

일반전기전자

요약

기업현황

재무분석

주요 변동사항 및 전망



작성기관

한국기업데이터(주)

작성자

신지혜 선임전문위원

- 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.02-3215-2398)으로 연락하여 주시기 바랍니다.



한국IR협의회



파세코(037070)

기술을 넘어 삶의 질을 높이는 기업

기업정보(2022/01/11 기준)

대표자	유일한
설립일자	1986년 8월 1일
상장일자	2000년 1월 4일
기업규모	중소기업
업종분류	가정용 전기기기 제조업
주요제품	석유스토브, 가스쿡탑, 빌트인 가전기기 외

시세정보(2022/01/11 기준)

현재가(원)	23,600
액면가(원)	500
시가총액(억 원)	3,304
발행주식수(주)	14,000,000
52주 최고가(원)	29,950
52주 최저가(원)	13,150
외국인지분율	1.65%
주요주주	유일한 31.63% 유정한 30.13% 외

■ 30년 이상 계절 및 생활가전 분야에 집중하고 있는 파세코

(주)파세코는 1986년 8월 법인기업으로 설립되었으며, 1999년 12월 코스닥시장에 상장되었다. 2020년 9월 말 기준, 상시종업원 291명이 근무하고 있는 중소기업으로, 주요 관계회사로는 (주)에이치엔씨(석유스토브 등의 일부 품목 및 부품 생산), (주)고광전자(에이치엔씨에서 중국에 현지 출자하여 설립한 해외법인)가 있다.

■ 코로나19가 바꾼 국내 가전시장, 온라인 판매 급증

글로벌 시장조사업체 GfK에 따르면, 2021년 상반기 국내 가전 시장은 2020년과 비교해 5%의 성장을 이룬 것으로 나타났다. 2021년 상반기 성장은 온라인 채널에서 비롯되었으며, 온라인 채널에서의 가전제품 판매 매출은 2020년과 비교해 19%가 증가하며 시장 전체를 이끌었다. 이는 코로나19로 변화한 라이프 스타일로 집에서 보내는 시간이 증가하며 집안 가전제품에 투자하는 트렌드가 뚜렷해지면서 생겨난 결과로 해석된다.

■ 세계로 가는 '창문형 에어컨'

(주)파세코의 주력 제품 중 하나인 창문형 에어컨은 세계적 열돔(폭염) 현상으로 국내뿐만 아니라 베트남, 싱가폴 등 동남아시아 진출에 이어 남미 칠레까지 수출계약이 이루어졌다. 특히, 남미 시장의 경우 국내업체의 진출이 어려운 지역으로 꼽히는데, 칠레와의 수출 계약은 동사가 중소벤처기업부로부터 제품 우수성을 인정받아 국가대표 공동상표인 '브랜드K'를 획득(2021년 5월)한 후 진행되었다.

현재 (주)파세코는 해외 수출 전담팀을 신설해 전 세계를 대상으로 창문형 에어컨 홍보에 집중하고 있으며, 향후 유럽 및 북미 등의 시장 개척에도 속도를 낼 계획에 있다.

요약 투자지표 (K-IFRS 별도 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	1,494	23.19	53	3.55	48	3.18	6.88	4.93	45.12	339	5,005	13.62	0.92
2019	1,804	20.75	108	5.98	86	4.79	11.86	8.12	46.94	617	5,423	14.42	1.64
2020	1,981	9.81	169	8.52	142	7.15	17.46	12.51	33.14	1,012	6,192	13.63	2.23



기업경쟁력

세계적 브랜드, 심지식 난로

- 캠핑시장에서 독보적 위치 차지
- 수출국의 규격 획득(미국 UL, 캐나다 CSA 등)

브랜드 개발을 통한 B2C 시장 공략

- 주방가전 및 생활가전 등 다양한 제품 라인업 보유
- 흠크핑 및 온라인 판매 확대를 통해 B2C 시장 공략

핵심기술 및 적용제품

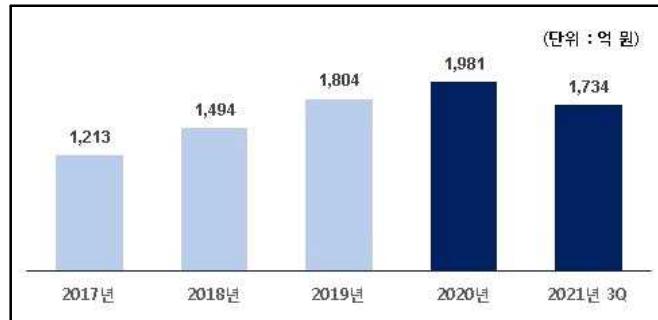
핵심기술

- 응축수 건조 기능을 포함하는 창문형 에어컨
- 연동 제어형 가스 쿡탑의 후드 환기 시스템
- 자동 소화장치를 포함하는 히터

적용제품

- 계절가전 : 난로, 히터, 제습기, 캠핑난로, 캠핑용품 등
- 생활가전 : 가스쿡탑, 전기쿡탑, 후드, 식기세척기, 김치냉장고, 취반기, 가스튀김기, 야채절단기 등

매출실적



시장현황

주요 고객사



최근 변동사항

코로나19가 바꾼 국내가전시장

- GfK, 2021년 상반기 국내가전시장 전년 대비 5% 성장
- 코로나19로 인해 가전제품에 투자하는 트렌드 뚜렷
- 온라인 판매 채널이 전체 가전시장 리드

세계로 가는 '창문형 에어컨'

- 국내뿐만 아니라 베트남, 싱가폴 등 동남아시아 진출
- 국가대표 공동상표 '브랜드K' 획득 → 남미 칠레 수출
- 유럽 및 북미 등의 시장 개척 속도 내는 중

ESG(Environmental, Social and Governance) 활동 현황

ESG	Issue	Action
ENVIRONMENTAL	<ul style="list-style-type: none"> - 탄소중립 정책에 따른 제품 및 공정 개선 - 자원이용, 안전보건 등 환경 이슈 가능성은 타 업종에 비해 낮은 편 - ESG 경영 세계적 이슈 	<ul style="list-style-type: none"> - 환경영향(ISO 14001), 에너지 절약 및 모니터링 강화로 친환경 생산과 소비에 기여 - 주력제품들 에너지 절약 등 녹색기술 해당되는 제품 - ESG 동향조사, 도입시기, 조직구성 등 검토 필요
SOCIAL	<ul style="list-style-type: none"> - 제품 특성상 높은 신뢰성과 품질안정성 요구 - 조직문화, 직원 복지 및 근무환경 - 거래처 및 협력업체와의 관계 - 기술보호, 유출 및 정보보호 	<ul style="list-style-type: none"> - ISO 45001(안전보건경영시스템), 산자부 KS 인증 기반 산업 및 품질 안전 시스템 보유 - 고용노동부, 강소기업 선정 - 일과 삶의 균형 도모(자기개발비/휴가 지원 등)
GOVERNANCE	<ul style="list-style-type: none"> - 준법경영, 부패방지 및 내부고발 - 정보관리 및 정보보호 - 이해관계자 소통을 위한 채널 다양성 확보 - 합리적인 의사결정 및 투명한 제도 	<ul style="list-style-type: none"> - 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

계절 및 생활가전 분야에 집중하고 있는 종합가전브랜드, 파세코

동사는 전 세계 다수의 나라에 계절 및 생활가전 제품을 수출하는 글로벌 기업으로, 국가별 맞춤 전략을 통해 중동과 북미, 유럽과 러시아 등 다양한 시장에서 독보적 입지를 구축하고 있으며, 기존 B2B 사업 위주에서 나아가 B2C 사업으로 영역을 확장해 나아가고 있다.

■ 회사 연혁 및 주요 사업 분야

(주)파세코(이하 ‘동사’)는 1974년 8월에 창업한 개인기업 ‘신우직물공업사’를 모태로 하여 1986년 8월 법인기업으로 설립되었으며, 1999년 12월 코스닥시장에 상장되었다. 동사는 분기보고서(2021년 9월) 기준, 상시종업원 362명이 근무하고 있는 중소기업이다.

동사는 사업초기에 석유스토브 제조로 국내에서 높은 인지도를 쌓은 뒤 1990년대에 빌트인형 식기건조기를 생산하며 본격적인 생활 가전 산업에 뛰어들었고, 이후 김치냉장고, 식기세척기, 가스쿡탑, 후드 등 다양한 제품을 선보여 명실상부한 종합 가전 브랜드로 거듭나고 있다.

동사의 사업 분야는 크게 계절가전과 생활가전으로 나뉘어 있으며, 가전의 종류를 다시 열기 및 냉기 가전, 생활가전, 빌트인 가전, 상업용 가전으로 세분화하여 분야별 역량 집중을 통해 수익 다변화를 꾀하고 있으며, 특히, 대표 제품인 석유난로는 전 세계 다수의 나라에 수출하고 있다.

[그림 1] 동사 사업영역



*출처 : 동사 홈페이지, 한국기업데이터(주) 재가공

■ 대표이사 및 주요 주주 현황

대표이사 유일한(1971년생, 남)은 IBM KOREA, CJ Entertainment 등에서 근무한 경험을 바탕으로 2011년 4월 대표이사에 취임하여 동사의 경영 전반을 총괄하고 있다. 동사의 대표이사는 개발기술의 시장 및 수요분석을 진행하고 주력 사업을 위한 실현가능한 중장기 경영계획을 체계적으로 수립하고 있는 가운데, 분기보고서(2021년 9월) 기준 31.63%의 지분을 보유하고 있어 최대주주이며, 그 외 특수관계인, 관계회사의 지분을 합하면 약 72.11%에 해당된다.

[표 1] 최대주주 및 특수관계인의 주식소유 현황

주요 주주	대표이사와의 관계	주식(주)	지분율(%)
유일한	본인	4,427,945	31.63
유정한	제	4,217,542	30.13
유병진	부	18,206	0.13
구자염	모	561,671	4.01
(주)에이치엔씨	관계회사	255,906	1.83
박찬경	배우자	197,677	1.41
유일준	사촌	40,000	0.29
유주영	자	134,592	0.96
유진영	자	236,862	1.69
유정현	사촌	4,300	0.03
계		10,094,701	72.11

*출처 : 동사 분기보고서(2021년 9월), 한국기업데이터(주) 재가공

■ 국내외 주요 고객사

[그림 2] 거래처 현황



*출처 : 동사 홈페이지

■ 주요 사업별 매출 현황

[그림 3] 매출 유형별 비중(좌), 연도별 매출현황(우)



* 출처 : 동사 연도별 사업보고서, 분기보고서(2021년 9월), 한국기업데이터(주) 재가공

II. 재무분석

제품 다각화, 해외시장 확대 등으로 안정적인 매출 및 시장점유율 유지 기대

동사는 최근 창문형 에어컨과 캠핑난로 등의 제품 판매 증가로 매출 신장 및 수익성이 확대되었으며, B2C 가전 제품군의 확대와 석유스토브의 수출 호조세, 창문형 에어컨의 남미시장 진출 등으로 지속적인 외형 성장이 가능할 것으로 예상된다.

■ 창문형 에어컨과 캠핑난로 제품 판매 증가로 매출 신장 및 수익성 확대

동사는 석유스토브 등 연소기기와 가전기기의 제조 및 판매업을 주요 사업으로 영위하고 있으며, 국내 최대의 빌트인 가전기기 제조업체로 국내 유수의 건설회사와 거래관계에 있다. 또한, 대기업과 ODM(Original Development Manufacturing) 방식을 통한 매출을 실현하고 있으며, 대표제품인 심지식 석유난로와 산업용 열풍기를 현재 미주, 중동, 남미 등 세계 30여 개국의 수출을 통해 매출이 발생하고 있고, 해외시장에서 양호한 시장 점유율을 차지하고 있다.

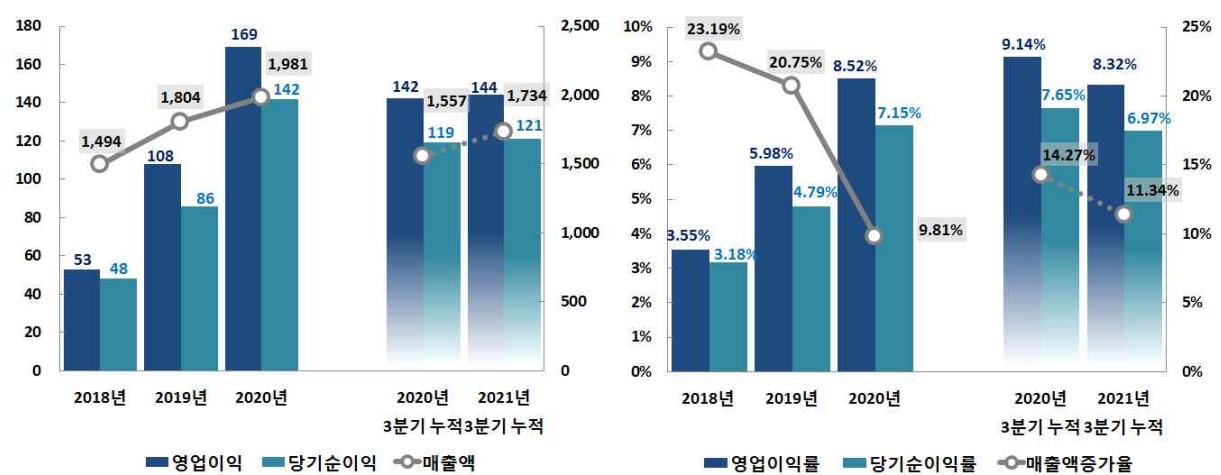
동사는 2018년 매출액 1,494억 원, 2019년 1,804억 원을 기록한 이후 창문형 에어컨과 캠핑난로 등의 제품 판매가 증가하여 2020년 매출액이 1,981억 원으로 전년 대비 9.81% 증가하며 외형 성장하였다. 영업이익(순이익)은 2018년 53억 원(48억 원), 2019년 108억 원(86억 원), 2020년 169억 원(142억 원)으로 매출과 마찬가지로 증가세에 있다.

2021년 3분기 누적 매출액은 1,734억 원으로 전년 동기 대비 11.34% 증가하였고 영업이익(순이익)은 144억 원(121억 원)으로 전년 동기 대비 2억 원(2억 원) 증가하였는데 이는 창문형 에어컨 등 여름가전 사업과 ESS 사업이 포함된 기타 매출 증가의 영향으로 보인다.

동사는 빌트인 가전 부문의 부진 지속에도 B2C 가전 제품군의 확대와 석유스토브의 수출 호조세, 창문형 에어컨의 남미시장 진출 등으로 지속적인 외형 성장이 가능할 것으로 예상된다. 또한, 최근 코로나19로 인해 MZ세대를 필두로 캠핑에 대한 관심이 높아지면서 동사의 캠핑난로가 국내에서 큰 인기를 끌고 있어 지속적인 매출 증가가 전망된다.

[그림 4] 요약 포괄손익계산서 분석 [K-IFRS 별도기준]

(단위 : 억 원)



*출처 : 동사 연도별 사업보고서, 분기보고서(2021년 9월), 한국기업데이터(주) 재가공

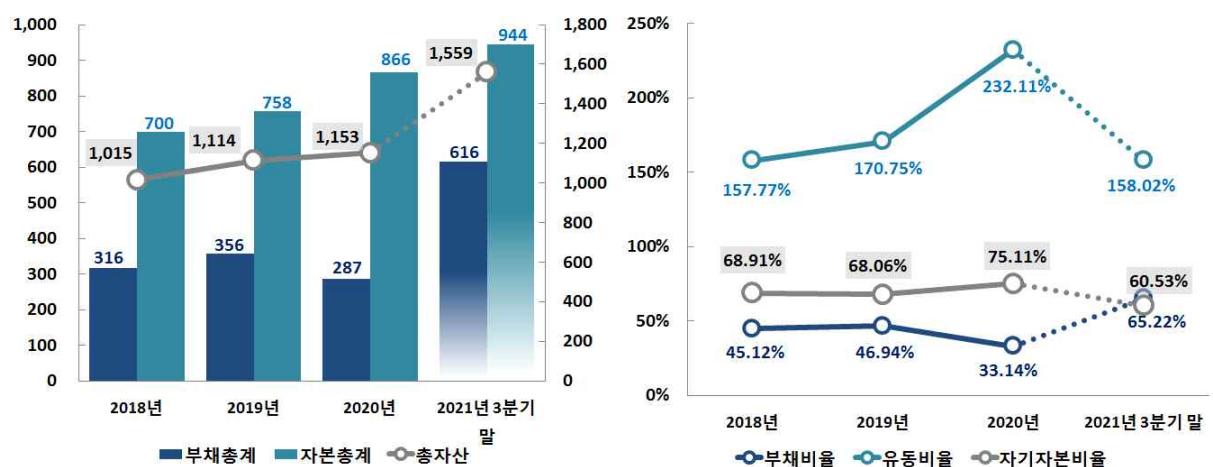


■ 안정적인 재무구조 견지

동사의 총자산은 2019년 말 1,114억 원에서 2020년 말 1,153억 원으로 3.46% 증가하였고 2021년 3분기 말 1,559억 원으로 추가 증가하였다. 부채비율은 2018년 말 45.12%, 2019년 말 46.94%, 2020년 말 33.14%이고 유동비율은 2018년 말 157.77%, 2019년 말 170.75%, 2020년 말 232.11%이다. 2021년 3분기 말 부채비율은 65.22%, 유동비율은 158.02%로, 동사의 재무구조는 비교적 안정적인 것으로 판단된다.

[그림 5] 요약 재무상태표 분석 [K-IFRS 별도기준]

(단위 : 억 원)



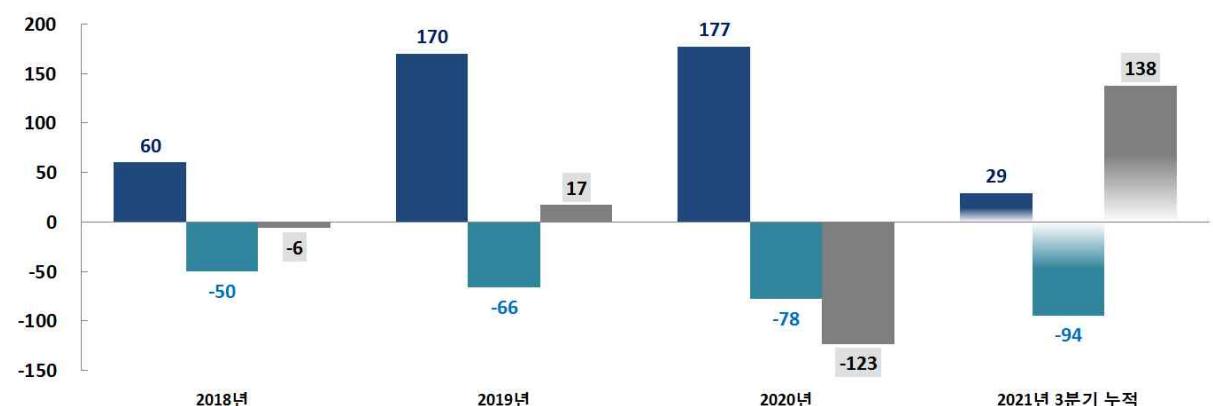
*출처 : 동사 연도별 사업보고서, 분기보고서(2021년 9월), 한국기업데이터(주) 재가공

동사는 영업활동을 통해 2019년, 2020년 연속 정(+)의 현금흐름을 창출하고 있고, 투자활동 현금흐름은 유형자산 취득 등으로 2019년, 2020년 연속 부(-)의 흐름을 나타내었으며 재무활동현금흐름은 차입금의 상환 등으로 2019년 정(+)에서 2020년 부(-)의 흐름을 나타내었다.

2021년 3분기 누적 현금흐름을 볼 때, 동사는 영업활동으로 현금을 창출하고 있고 투자를 위해 추가 차입이 이뤄진 것으로 판단되며 기말현금및현금성자산으로 기초 대비 74억 원 증가한 194억 원을 보유하고 있다.

[그림 6] 현금흐름 분석 [K-IFRS 별도기준]

(단위 : 억 원)



*출처 : 동사 연도별 사업보고서, 분기보고서(2021년 9월), 한국기업데이터(주) 재가공

III. 주요 변동사항 및 전망

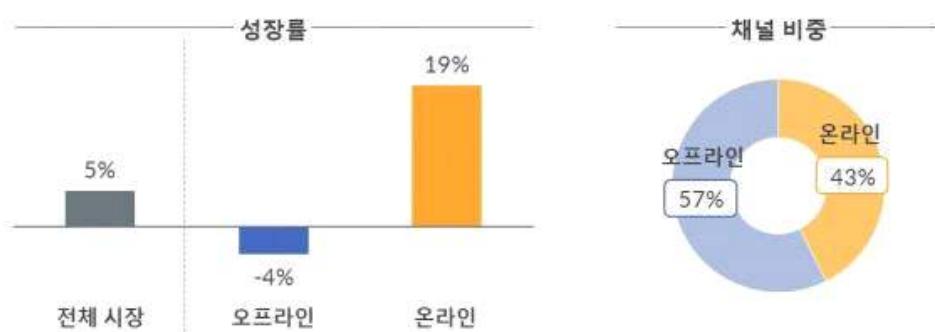
창문형 에어컨 전문기업 도약, 해외시장 개척 속도 내는 중

동사는 국내 시장에서의 주도권을 빨판 삼아 창문형 에어컨 전문 기업으로 도약하기 위해 해외 시장 개척에 속도를 내고 있는데, 국가대표 공동상표인 브랜드K를 획득하고, 2020년 베트남 수출을 처음 진행한 데 이어, 2021년 싱가폴, 남미 칠레까지 수출이 이루어지고 있다.

■ 코로나19가 바꾼 국내 가전시장, 온라인 판매 급증

글로벌 시장조사업체 GfK에 따르면, 2021년 상반기 국내 가전 시장은 2020년과 비교해 5%의 성장을 이룬 것으로 나타났다. 이는 국내 대표 가전제품 24개의 매출 금액 기준으로, 오프라인과 온라인 주요 채널을 포함한 수치이다.

[그림 7] 2021년 상반기 국내 가전시장 성장률 및 온·오프라인 채널 비중



*출처 : GfK Market Intelligence, 뉴스와이어, 2021년

2020년에 2분기부터 큰 폭의 성장세를 보여 온 국내 가전 시장이 2021년에 상반기에도 여전히 높은 수요가 유지되었으며, 이는 코로나19로 변화한 라이프 스타일로 집에서 보내는 시간이 증가하며 집안 가전제품에 투자하는 트렌드가 뚜렷해지면서 생겨난 결과로 해석된다.

2021년 상반기 성장은 온라인 채널에서 비롯되었으며, 온라인 채널에서의 가전제품 판매 매출은 2020년과 비교해 19%가 증가하며 시장 전체를 이끌었다. 반면, 지난해 코로나 수혜로 온·오프라인 채널 모두에서 가전제품 판매가 플러스 성장을 보였던 것과 달리 2021년 상반기 오프라인 채널 판매는 2020년 상반기와 비교해 4% 감소하여 2021년 상반기에 57%로 하락하고, 온라인 채널의 판매 비중이 43%로 2020년 대비 6%p 증가한 것으로 분석되었다.

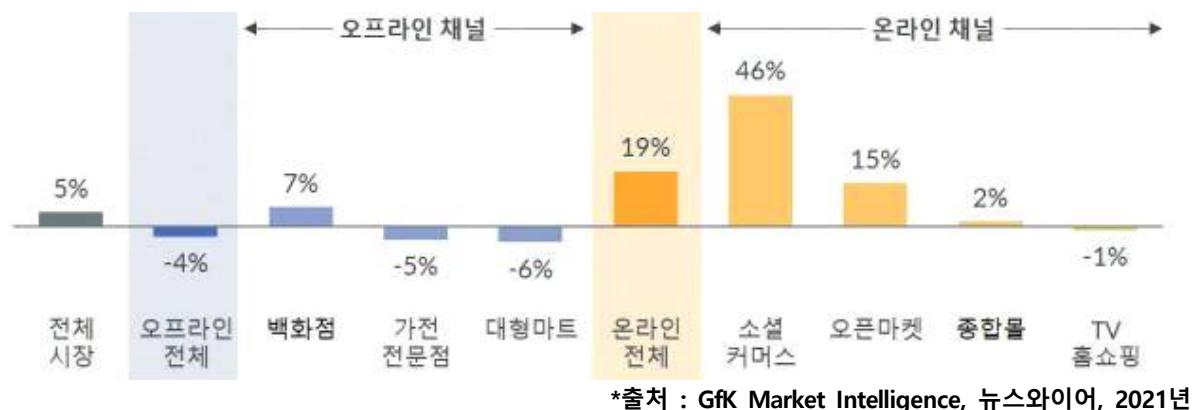
온라인 채널의 성장은 유지되는 반면 오프라인은 감소하는 현상은 코로나19로 가전 시장에도 온라인을 통한 비대면 구매가 빠르게 확대되고 있기 때문이며, 코로나19 영향이 1년 이상 이어지며 단발성이었던 가전제품의 온라인 구매가 점차 지속·확대되고, 소형 가전제품뿐만 아니라 대형 가전제품의 온라인 구매 또한 편의성이 높아지면서, 가전제품 역시 온라인에서 습관적으로 구매하는 소비자들이 많아진 것으로 보인다.

또한, 2020년 상반기 대비 2021년 46%라는 높은 성장률을 기록한 소셜커머스 채널 판매 가운데 가전 시장에서 가장 큰 비중을 차지하는 대형 가전 품목 군이 2020년 상반기 대비 54%라는 높은 성장률을 보이며 소셜커머스의 매출 증가에 가장 큰 기여를 했다. 반면, 오프라인의

경우 백화점에서만 7%의 성장을 기록했고, 가전제품 전문점, 대형 마트는 각각 -5%, -6%씩 매출이 감소한 것으로 나타났다.

2021년 상반기 시장 전반의 분기별 증감은 2020년 1분기의 소비 위축, 2분기의 대체·보복 소비 증가의 기저효과에 따른 것으로, 마이너스 성장을 기록한 2021년 2분기도 코로나19가 발생하기 전인 2019년과 비교하면 시장은 13% 증가한 규모이다. 여전히 코로나19 이전보다 높은 가전 수요가 유지되고 있다고 볼 수 있다.

[그림 8] 2021년 상반기 국내 가전시장 채널별 성장률



■ KT와 전략적 협력을 위한 MOU(양해각서) 체결

동사는 2021년 3월 KT와 MOU 체결을 통해 KT 대리점에서도 동사의 가전제품을 판매할 수 있게 되었다. 양해각서의 주된 협력 분야는 2019년 국내에서 처음 선보인 창문형 에어컨과 동사의 우수한 가전제품들을 KT 대리점에서 판매하고, KT의 AI/DX 기술을 접목한 스마트 가전 제품의 개발 등으로 협력 범위를 확대할 계획이다. 또한, 동사는 이번 MOU를 통해 소매 채널로의 판로 확장 및 KT AI, 스마트팩토리 등을 실증할 수 있는 기회가 될 것으로 기대된다.

■ 폴더블 '접이식 써큘레이터' 11종 출시

동사는 2021년 4월 폴더블 방식을 적용한 접이식 써큘레이터를 출시하였다. 이 제품은 부피를 많이 차지하는 팬 헤드, 그리고 길게 올라온 스탠드를 접어 원통 형태로 납작하게 접을 수 있도록 하여 일반 선풍기와 기존 스탠드 써큘레이터의 최대 단점으로 꼽혔던 보관의 불편을 파격적으로 개선시켰다. 실제로 일반 선풍기 1대를 작은 공간에 쉽게 수납할 수 있고, 차곡차곡 쌓아 올리면 최대 5대까지 보관할 수 있도록 했으며, 2016년 동사가 써큘레이터에 적용시킨 BLDC(Brushless DC) 모터를 적용시킴으로써 소음과 소비 전력을 적으면서 총 12단계의 정밀한 풍량 단계 조절이 가능한 장점이 있다. 또한, 실내 온도에 따라 풍량을 섬세하게 조절하여 전력 낭비 등 에너지 절감효과도 기대할 수 있다.

이 밖에도 어디에서 봐도 세련된 디자인도 강점으로 꼽히고 있으며, 터치식 패널 기능 조작부는 심플한 디자인에 포인트가 되도록 했다. 또한, 1단부터 5단까지 자유롭게 높이 조절이 가능해, 사용자가 침대나 책상에 있을 때는 물론 바닥에 있을 때도 높이에 맞추어 사용할 수 있다.

종류는 크게 야외에서도 사용이 가능한 무선 배터리 충전 방식 7종과 일반 방식 4종으로, 팬 사이즈 9인치, 10인치, 12인치, 14인치 중 선택할 수 있다. 특히 12인치 무선 배터리 방식의



코드리스 써큘레이터는 완충 후 36시간까지 사용이 가능하며, 색상 역시 기본 컬러인 화이트와 블랙을 비롯해 스카이블루, 민트 등 다양하게 선보였다.

[그림 9] 동사의 접이식 써큘레이터



*출처 : 동사 홈페이지

■ 세계로 가는 '창문형 에어컨'

동사의 주력 제품 중 하나인 창문형 에어컨은 세계적 열돔(폭염) 현상으로 2021년 여름 국내에서 폭발적인 수요를 보였는데, 판매 개시 98일 만에 10만 대 이상 판매했고, 누적 판매량은 3년 만에 25만 대를 넘어섰다. 특히, 2021년 7월 16~18일 사흘간 창문형 에어컨 총 1만 2천 대를 팔았으며, 단순 계산 시 21초에 1대씩 판매한 셈으로, 이 기간 매출만 91억 원에 달한다.

또한, 국내뿐만 아니라 베트남, 싱가폴 등 동남아시아 진출에 이어 남미 칠레까지 수출계약이 이루어졌다. 특히, 남미 시장의 경우 국내업체의 진출이 어려운 지역으로 꼽히는데, 칠레와의 수출 계약은 동사가 중소벤처기업부로부터 제품 우수성을 인정받아 국가대표 공동상표인 '브랜드K'를 획득(2021년 5월)한 후 진행되었으며, 2021년 9월 1,000여 대를 시작으로 순차적으로 물량을 확대할 계획을 가지고 있다. 동사가 수주한 초도 물량은 칠레에 수출되는 국내 브랜드 에어컨 물량의 약 20%를 차지한다.

[그림 10] 동사의 창문형 에어컨



*출처 : 동사 홈페이지



동사가 진입 장벽이 높은 남미 시장에 수출을 성공한 요인으로는 우수한 제품력이 있으며, 전기 안전 및 에너지 효율 A등급을 획득하는 것은 물론, 실외기 일체형 제품임에도 소음이 적고, 우수한 냉방 효과를 갖춘 것으로 평가된다. 또한, 코로나19로 인해 비대면 제품에 대한 수요가 높아지면서 자가 설치 제품인 창문형 에어컨에 대한 관심이 높아진 영향도 있다.

현재 동사는 해외 수출 전담팀을 신설해 전 세계를 대상으로 창문형 에어컨 홍보에 집중하고 있으며, 향후 유럽 및 북미 등의 시장 개척에도 속도를 낼 계획에 있다.

■ 불명 트렌드에 적합한 캠핑용 난로 '캠프-29(CAMP-29)' 출시

2021년 8월, 동사는 안전성이 강화된 프리미엄 캠핑난로 캠프-29를 출시했다. 이 제품은 불을 보며 시간을 보내는 이른바 '불명'에 최적화된 제품으로, 불이 보이는 투시창을 2500°C의 고온에도 견디는 특수 소재 마이카로 만들고, 크기를 기존에 비해 2배 이상 키웠다. 또한, 불이 연료를 타고 역류하는 문제점을 개선할 수 있는 역화방지 기술을 적용해 외부 바람으로 불꽃이 흔들리거나 불완전 연소되는 현상을 감소시켰으며, 이동시 연소통이 제대로 장착되지 않아 연소가 불완전해지는 불완전 연소 현상을 최소화하기 위해 개선된 변홀드 시스템이 적용되었다.

코로나19가 재확산하면서 혼자서 또는 일행과 소규모로 즐길 수 있는 캠핑에 대한 주목도가 점점 높아지고 있고, 기존 캠핑 마니아들 사이에서 유명한 동사의 캠핑 난로도 대중적으로 큰 관심을 얻고 있어 당분간 이 같은 추세는 지속될 것으로 보여진다.

[그림 11] 동사의 캠프-29



*출처 : 동사 홈페이지

■ UV살균 야채절단기, 軍 선정 우수 상용품 시범사용 적합제품 지정

국방부는 우수 상용품 시범사용 제도에 참여해 군에 도입이 필요하고, 장병 만족도가 높은 군수품을 대상으로 운용적합성 평가에서 '적합' 판정을 받은 기업의 판로 지원과 안정적 조달 여건 보장을 위해 '우수 상용품 시범사용 제도'를 시행하고 있다. 2020년부터 해당 업체들에 장관 명의 지정서(유호기간 3년)를 수여하고 있으며, 2021년에는 동사의 UV살균 야채절단기, 강운공업의 고체 에어로졸 소화 장치 등 전체 32개 기업, 35개 품목이 지정서를 받았다.

특히 동사의 UV살균 야채절단기는 대량의 야채를 다듬어야 하는 업소환경에 넓은 튜입구를 가지고 있어 효율을 극대화하고 있으며, 둥글게 라운딩된 손잡이로 적은 힘으로도 쉽게 눌러 작업



할 수 있다. 또한, 제품 내부에 서울 바이오시스 국내산 UV-LED 살균램프를 장착하여 칼날 세균 발생을 억제하고 내부를 자체적으로 살균할 수 있는 특징이 있으며, 기본 8가지 칼날의 조합으로 여러 가지 모양의 전처리가 가능한 장점이 있다.

[그림 12] 동사의 UV살균 야채절단기



*출처 : 동사 홈페이지

■ 최근 주요 연구개발 현황

동사는 한국산업기술진흥협회에서 공인된 (주)파세코 부설연구소(최초인정일 : 1994년 11월)를 설립·운영하고 있으며, 연구소 내에 주방가전팀, 생활가전팀, 계절가전팀, 전자팀으로 구성되어 있다. 계절가전팀에서는 에어컨, 난로 등 계절관련 제품에 대한 연구가 이루어지고, 주방가전팀에서는 빌트인 가전기기, 생활가전 팀에서는 의류청정기, 정수기 등에 대한 기술개발을 진행하고 있다.

최근 3년간 평균 연구개발투자비율은 1.51%로 산업 평균 1.73% 대비 낮은 수준이나, 핵심기술과 관련된 다수의 지식재산권을 보유하고 있어 핵심기술의 보호와 관련된 사업 보완적 수단을 갖추고 있는 것으로 판단된다.

[표 2] 연구개발비율

(단위 : 억 원)

과목	2018년	2019년	2020년	2021년 3분기
연구개발비율 계	20	24	29	24
연구개발비 / 매출액 비율 [연구개발비율계 ÷ 당기매출액 × 100]	1.36%	1.31%	1.86%	1.38%

*출처 : 동사 연도별 사업보고서, 분기보고서(2021년 9월), 한국기업데이터(주) 재가공

[표 3] 국내 지식재산권 보유 현황(등록 기준)

(단위 : 건)

특허	실용신안	디자인	상표	총계
46	13	64	38	161

*출처 : 특허청, 한국기업데이터(주) 재가공

[표 4] 최근 연간 수행한 연구개발 실적

연구품목	연구과제	기대효과
창문형에어컨	<ul style="list-style-type: none"> 창문 고정형 에어컨 및 일체형 개발 냉방능력 2100W 강제 증발 능력 강화 	<ul style="list-style-type: none"> 자가 설치성 확보 설치 및 보관 용이성 시장 개척을 통한 매출액 증대
캠핑 난로 Camp-10	<ul style="list-style-type: none"> CAMP 소형 난로 개발 GLASS Burner 적용 난방출력 3500W 	<ul style="list-style-type: none"> 캠퍼 증가에 따른 판매량 확대 캠핑 난방기 시장 선점 운영 모델의 다변화로 고객 선택 사양 확대
야채절단기	<ul style="list-style-type: none"> 500~600kg 처리/h 	<ul style="list-style-type: none"> 사용의 편리성 및 제품군의 다양성 확보 신규 시장 진입
레인지후드	<ul style="list-style-type: none"> 글라스후드 원가절감형 신모델 개발 타이머 기능 추가 및 기본 성능 검증 	<ul style="list-style-type: none"> 기존모델 원가절감으로 경쟁력 향상 제품군 다양성 확보
가스쿡탑	<ul style="list-style-type: none"> 가스쿡탑 및 레인지 후드 연동 	<ul style="list-style-type: none"> 사용의 편리성 및 제품군의 다양성 확보
전기/인덕션	<ul style="list-style-type: none"> 원가 경쟁력 확보 및 냄비 인식율 향상 	<ul style="list-style-type: none"> 사용의 편리성 및 제품군의 다양성 확보
양념 냉장고	<ul style="list-style-type: none"> 기존 양상품 공용화 및 사용 편리성 향상 양념별 적정 보관온도 선정 	<ul style="list-style-type: none"> 사용 편리성 다목적 냉장고 제품군의 다양성
식기세척기	<ul style="list-style-type: none"> 식기세척기 신제품 출시 이지 오픈 기능 추가 	<ul style="list-style-type: none"> 신제품 출시

*출처 : 동사 분기보고서(2021년 9월), 한국기업데이터(주) 재가공

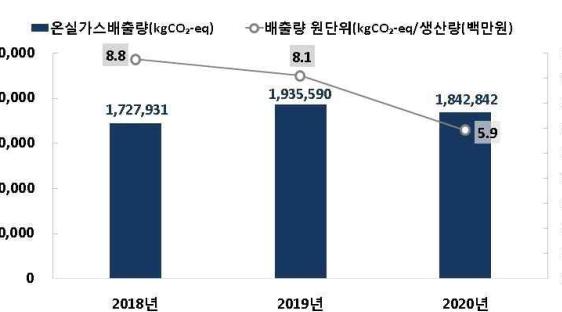
■ 동사의 ESG 활동

동사는 환경(E) 부문에서 환경(대기, 수질, 폐기물, 화학물질 등) 관련 법규 준수를 위한 'ISO 14001(환경경영시스템)' 기반 환경영경영체제를 구축하여 운영하고 있으며, 유해화학물질 관리를 통해 사용이 제한되는 법정 규제물질과 자발적 제한물질을 엄격하게 관리·검사하고 제품의 제조, 유통, 사용 및 폐기의 전 과정에 걸쳐 환경영향을 최소화하기 위해 노력하고 있다.

[그림 13] 연도별 에너지사용량 및 원단위



[그림 14] 연도별 온실가스배출량 및 원단위



*출처 : 동사, 한국기업데이터(주) 재가공

기후변화대응 측면에서 에너지 사용은 기계가동을 위한 전기가 대부분이며, 동사의 2020년 에너지사용량은 38,509TJ, 온실가스배출량은 1,842,842kgCO₂-eq이며, 온실가스배출량 원단위가 2018년 8.8kgCO₂-eq/1,000m²에서 2020년 5.9kgCO₂-eq/1,000m²로 약 32.95% 가량 감소하여 개선추세를 보이고 있다.

사회(S) 부문에서는 기본적으로 ISO 45001(안전보건경영시스템) 기반 산업안전 및 품질안전을 위한 시스템을 갖추고 있으며, 고용노동부에 강소기업으로 등록되는 등 고용성과도 대외적으로 인정받고 있는 가운데 직원들에 대한 다양한 복리후생제도를 운영하고 있다. 직원들의 안정된 생활을 지원하기 위해 건강검진, 각종 경조사, 자녀학자금 등을 지원하고, 체력단련실을 운영하고 있으며, 직원들의 자기계발을 위해 워크샵, 직무능력향상교육을 지원하고 있다.

또한, 지역사회 발전을 위해 2010년부터 안산지역 복지시설에서김장김치 담그기, 어르신 목욕, 청소, 침대시트 교체, 아이들 동화 구연 등의 봉사활동과 비데, 난로, 과일, 모기퇴치기, 미니선풍기 등 후원품 전달, 기존 제품 A/S 등 다양한 사회공헌 활동을 이어가고 있으며, 지역경제 활성화 및 사회적 책임 활동에도 앞장서고 있다.

지배구조(G)의 경우, 동사의 이사회는 분기보고서(2021년 9월) 기준 등기 사내이사 3명, 사외이사 3명으로 구성되어 있다. 이사는 주주총회에서 선임하며, 주주총회에서 선임할 후보자는 이사회(사내이사 및 사외이사)가 선정하여 주주총회에 제출할 의안으로 확정하고 있다. 동사는 이사 총수의 4분의 1 이상을 사외이사로 유지하여 상법이 규정하고 있는 사외이사 선임요건을 준수하고 있으며, 이사회가 객관적으로 업무집행을 감독할 수 있도록 이사회 구성원의 독립성을 보장하고 있다. 또한, 감사위원회를 별도로 운영하고 있으며, 3인의 사외이사로 구성되어 있다.

동사는 기업가치의 극대화를 목표로 하여 주주가치의 제고를 위해 경영실적, 향후 투자계획 및 재무환경 등을 종합적으로 고려하여 상법상 배당가능이익 내에서 배당규모를 결정하고 있으며, 2019년 28억 원, 2020년 34.9억 원의 배당금을 지급하여 주주가치 환원 및 사업에 대한 책임경영을 보이고 있다.

정보공개와 주주 권리 보호 측면에서 ESG 관련 정보공개는 부족한 수준이나, 상장회사로서의 공시 의무를 준수하며, 소통 채널 다양성 확보, 정보 접근 등의 권한을 준수하기 홈페이지에 최신 소개 자료를 업데이트 하는 등 이해관계자의 권리 보호를 위한 노력을 일정 수준 이상으로 전개하고 있다.

■ 증권사 투자의견

작성기관	투자의견	목표주가	작성일
. 최근 1년 이내 발간 보고서 없음			