

이 보고서는 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

기술분석보고서

 YouTube 요약 영상 보러가기

우양(103840)

음식료/담배

요약
기업현황
재무분석
주요 변동사항 및 전망



작성기관

(주)NICE디앤비

작성자

김태립 책임연구원

- 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 '21.03.18에 발간된 동 기업의 기술분석보고서에 대한 연계보고서입니다.
- 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.02-2122-1300)로 연락하여 주시기 바랍니다.

우양(103840)

식품의 신선함을 보존한 HMR을 생산하여 간편식 시장을 공략

기업정보(2022/01/24 기준)

대표자	이구열
설립일자	1992년 01월 28일
상장일자	2019년 11월 20일
기업규모	중소기업
업종분류	기타 과일·채소 가공 및 저장 처리업
주요제품	HMR, 음료베이스, 퓨레 등

시세정보(2022/01/24 기준)

현재가	5,350원
액면가	100원
시가총액	763억원
발행주식수	14,258,000주
52주 최고가	7,490원
52주 최저가	4,160원
외국인지분율	1.15%
주요주주	
이구열 외 1인	38.48%

■ HMR 등의 즉석조리식품 및 냉동가공식품을 생산하는 기업

우양(이하 동사)은 식품 고유의 맛, 향, 질감, 영양소를 보존한 HMR(Home Meal Replacement, 가정식사 대체식품), 음료베이스, 퓨레 등의 즉석조리 식품 및 냉동가공식품을 생산하는 기업으로, 생산공장 5곳(쉐프스토리공장, 뉴뜨레공장, 장항공장, 장창2공장, 청송공장)에서 생산하고 있다. 동사는 제조유통사(CJ제일제당, 풀무원 등)와 외식 프랜차이즈사(스타벅스, 이디야 등)의 위탁생산품을 생산하고 있으며, 이외에 자사 브랜드('뉴뜨레', '쉐프스토리', '더비나인' 등)도 론칭하여 소비자에게 직접 판매하고 있다.

■ 간편식 시장은 혼밥 일상화, 조리 편의성 관심 증가로 성장 전망

국내의 식품 및 간편식 시장은 코로나19로 인해 집에서 혼자 식사하는 시간이 증가하고 있고, 바이러스 면역력 향상을 위한 건강식의 관심이 증가하고 있으며, 조리의 편의성에 대한 관심이 증가하고 있는 등의 영향에 의해 2019년 4.2조 원에서 CAGR 9.2% 증가하여 2025년 7.2조 원으로 성장을 전망하였다.(한국농수산물유통공사, 2021.11, 식품산업통계정보, 2021.04)

■ 수익성 저하 및 재무안정성 열위하나, HMR 수요 증가로 성장 전망

동사는 코로나19 장기화로 인한 비대면 소비와 1인 가구 증가 등으로 HMR 수요가 증가하여 외형 성장세를 지속하였으나, 식료품의 원재료 가격이 상승하여 수익성이 저하 되었고, 운영자금을 차입금으로 충당하여 재무안정성은 열위한 수준이다. 다만, 동사는 HMR 수요 증가에 대비하여 판매망, 생산설비, 제품라인업 등을 지속적으로 확대하고 있어 중장기적인 성장이 전망된다.

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	1,074.4	12.2	66.9	6.2	39.3	3.7	20.4	4.5	413.0	319	1,495	-	0.0
2019	1,179.1	9.8	60.3	5.1	34.2	2.9	13.3	3.5	206.0	283	2,347	14.1	1.7
2020	1,330.6	12.9	65.2	4.9	40.7	3.1	11.4	3.6	225.2	285	2,640	20.9	2.3

기업경쟁력

HMR 역량

- HMR 품목(핫도그, 치즈볼, 고로케 등)의 다양화
- 제조유통사(CJ제일제당, 풀무원 등), 카페 프랜차이즈사(스타벅스, 이디야 등) 거래업체 다수
- 자사 브랜드('쉐프스토리', '뉴뜨레', '더비나인' 등) 론칭

사업추진 현황

- 2021년 10월 밀키트 국내 시장 주도 기업 프레시지에 HMR 제품 공급 시작
- 2022년 1월 '쉐프스토리' 베스트3 제품 할인 이벤트를 진행하여 판매 촉진 및 확대

핵심기술 및 적용제품

핵심기술

- HMR, 즉석조리식품, 냉동가공식품 생산 기술 보유
 - 개별급속냉동설비, 냉각설비, HPP 등의 생산설비를 활용하여 식품 고유의 맛, 향, 질감, 영양소 보존
 - HACCP 기반 핫도그 등의 HMR 생산 : 원료선별, 스틱꽃이, 배합, 성형, 유탄, 급속동결, 비닐포장, 액션 검출, 포장, 보관
 - 고객 맞춤형 음료베이스 생산 : 원료배합, 살균, 충전, 라벨링, 비전검사, 초고압 처리, 포장, 보관

주요 제품



핫도그

음료베이스

퓨레

시장경쟁력

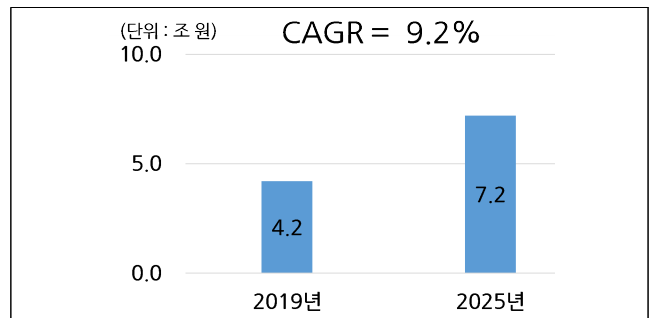
식품 소비시장 동향

- 코로나19로 인해 홈술, 혼밥 등 집에서 간편하게 즐길 수 있는 식품 선호하게 되었고, 건강 및 친환경의 키워드가 식품시장의 관심을 주도 전망

간편식 시장 전망

- 코로나19로 집에서 식사하는 시간, 보관 및 조리가 편리한 간편식 관심, 건강 관리와 신선한 음식에 대한 수요 등의 증가로 성장 전망

년도	시장규모	CAGR
2019년	4.2조 원	9.2% ▲
2025년	7.2조 원	



ESG(Environmental, Social and Governance) 활동 현황

E

(환경경영)

- 당사는 생산과정에서 생물학적, 화학적, 물리적 위해요소가 혼입되거나 오염되는 것을 방지하기 위해 위생 관리 시스템을 구축함.
- 당사는 국제적인 표준화 규격인 ISO14001(환경경영시스템) 요구사항을 준수하여 인증을 유지함.

S

(사회책임경영)

- 당사는 소비자 권의 보호를 위한 지속적인 기술 개발과 품질 향상을 위해 품질관리체계를 구축하여 ISO9001 (품질경영시스템) 인증을 취득함.
- 당사는 취약 계층을 위해 소방시설을 기증하였고, 사회적 책임에 앞장서기 위해 장학금을 기탁하고 있는 등 사회공헌활동을 실천함.

G

(기업지배구조)

- 당사는 사외이사를 선임하여 지배구조와 경영방식의 투명성을 갖추고 있으며, 경영진과 특수관계가 아닌 상근 감사 1인이 감사 업무를 수행함.
- 당사는 현금 배당을 시행하여 주주의 이익 환원을 실천하고 있으며, 홈페이지에 사업보고서를 공개하여 상장 기업으로서의 기업공시제도 의무를 준수함.

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

I. 기업현황

HMR 등의 즉석조리식품 및 냉동가공식품을 생산하는 기업

동사는 HMR, 음료베이스, 퓨레 등의 즉석조리식품 및 냉동가공식품을 생산하여 제조유통사와 외식 프랜차이즈업체에 공급하고 있는 기업으로, 2019년 11월 코스닥 시장에 상장하였다.

■ 기업개요 및 주요주주

동사는 1992년 1월 설립되어 농축수산물·과실통조림·유사조제식품·즉석조리식품 제조, 수출입 등의 사업을 영위하고 있으며, 2019년 11월 코스닥시장에 상장하였다.

동사는 주요 제품은 HMR(핫도그, 치즈볼, 간편죽, 고로케, 냉동면, 냉동밥 등), 음료베이스(카페 완제품 음료수의 직전 반제품 형태 과일베이스), 퓨레(갈아놓은 과일 및 채소), 기타 제품(과일 냉동제품, 가당제품 등) 등이 있다.

[그림 1] 동사 주요 제품



HMR



음료베이스



퓨레



기타(과일 냉동제품)

*출처: 동사 제출자료, NICE디앤비 재구성

동사의 주요 매출처는 제조유통사인 CJ제일제당, 풀무원 등과 외식 프랜차이즈업체인 스타벅스, 이디야, 할리스 등으로, 동사는 식품원료 수입/가공부터 위탁생산품 개발/제조까지 식품 사업에 필요한 다양한 제조솔루션을 제공하고 있고, 자체 브랜드 '뉴뜨레', '쉐프스토리', '더비나인' 등도 론칭하여 일반 소비자에게 직접 판매하는 제품라인업도 확대하고 있다.

동사의 최대주주는 대표이사 이구열로 38.22%의 지분을 보유하고 있고, 특수관계인 이진양이 0.26%의 지분을 보유하고 있으며, 최대주주를 제외한 5% 이상 주주는 원익그로쓰챔프 2011의3호 사모투자전문회사로 9.82%의 지분을 보유하고 있다.

[표 1] 동사 주요주주

주주명	지분율(%)	관계
이구열	38.22	최대주주
원익그로쓰챔프 2011의3호 사모투자전문회사	9.82	투자사
이진양	0.26	특수관계인

*출처: 동사 분기보고서(2021.09), 네이버금융, NICE디앤비 재구성

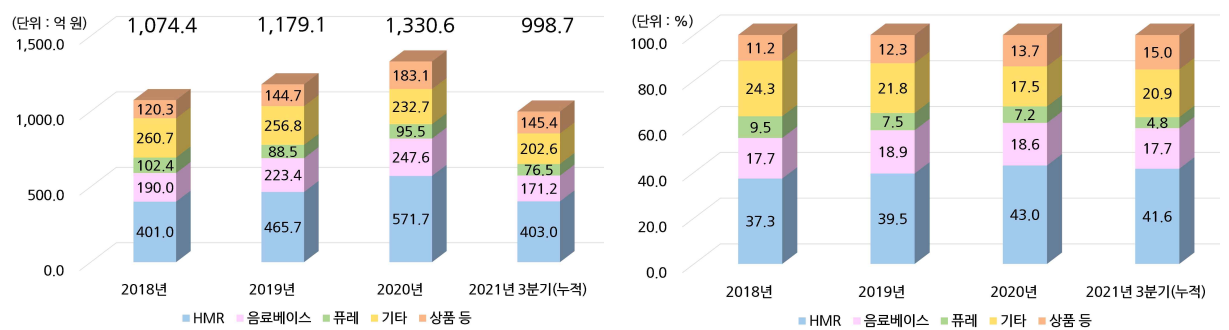
■ 주요 제품별 매출 현황

동사의 사업보고서(2020.12), 분기보고서(2021.09)의 별도재무 기준에 의하면, 코로나19가 확산되어 집밥족이 증가하였고, HMR 소비로 확대되는 영향 등으로 인해 전체 매출액은 2019년 1,179.1억 원에서 2020년 1,330.6억 원으로 전년도 대비 12.9% 증가하였다.

동사의 제품별 매출 추이는 HMR이 2019년 465.7억 원에서 2020년 571.7억 원으로 전년도 대비 22.8% 증가하였고, 음료베이스는 2019년 223.4억 원에서 2020년 247.6억 원으로 전년도 대비 10.8% 증가하였다. 또한, 동사의 푸레는 2019년 88.5억 원에서 2020년 95.5억 원으로 전년도 대비 7.9% 증가하였고, 상품 등은 2019년 144.7억 원에서 2020년 183.1억 원으로 전년도 대비 26.5% 증가하였다. 한편, 기타는 2019년 256.8억 원에서 2020년 232.7억 원으로 전년도 대비 9.4% 감소하였다.

동사는 2020년 제품별 매출 비율은 HMR이 43.0%, 음료베이스가 18.6%, 푸레가 7.2%, 기타가 17.5%, 상품 등이 13.7%로 확인되고, 주력 제품은 HMR로 확인된다.

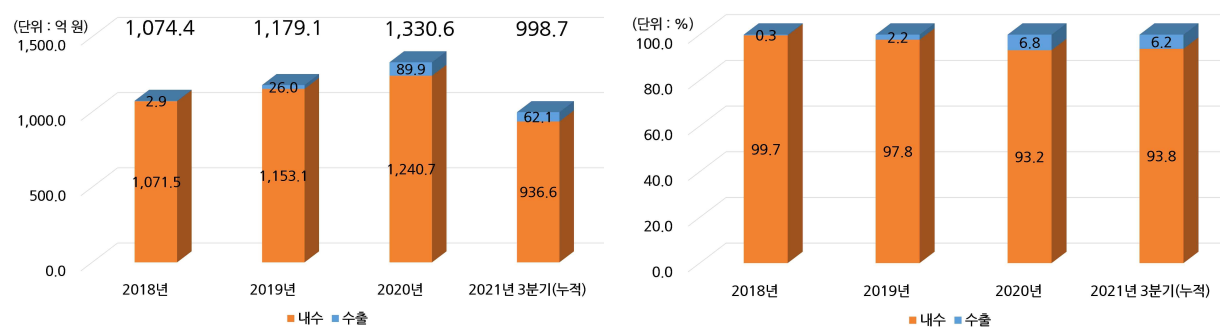
[그림 2] 동사 제품별 매출 추이 및 비율 (공시자료 기준, K-IFRS 별도 기준)



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

동사의 사업보고서(2020.12), 분기보고서(2021.09)의 별도재무 기준에 의하면, 내수와 수출을 병행하고 있으며, 2020년에 비율이 내수가 93.2%, 수출이 6.8%를 차지하여 주로 매출은 내수에서 발생하고 있는 것으로 확인되고, 수출은 매년 증가세를 보이고 있다.

[그림 3] 동사 내수/수출 매출 추이 및 비율 (공시자료 기준, K-IFRS 별도 기준)



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

■ 식품 고유의 맛, 향, 질감, 영양소가 보존된 신선한 HMR을 생산하는 기술 보유

동사는 HMR, 신선식품, 냉동가공식품 등의 신선함을 보전하고, 유통기한을 연장시키기 위해 개별급속냉동설비(옥토프로스트), 냉각설비(아이스젠), HPP(High Pressure Processing, 초고압처리)설비 등의 첨단 생산설비를 구축하여 생산하고 있다.

동사는 개별급속냉동설비를 통해 영하 35℃에서 과일 등을 급속 냉동하여 재료 본연의 맛과 모양이 유지되면서 슬라이스 등의 다양한 형태로 가공이 용이하게 생산하고, 냉각설비를 통해 액체 제품을 기포가 없는 슬러시 형태로 신속히 동결하여 제품 해동 시 수분의 분리현상이 최소화되게 생산하고 있다. 또한, 동사는 HPP를 통해 100~1,000MPa의 높은 정수압으로 미생물을 제어하는 친환경적인 비가열처리 방식으로 포장이 완료된 제품을 살균처리하여 식품의 맛, 향, 질감, 영양성분에 변화를 주지 않으면서 미생물을 제어하고, 식품 고유의 변화를 최소화하여 유통기한을 연장하며, 원재료인 과일, 야채, 육류, 원두, 유제품 등의 신선함을 보존하여 생산하고 있다.

[그림 4] 동사 HMR 생산설비



개별급속냉동설비

냉각설비

HPP

*출처: 동사 제출자료, NICE디앤비 재구성

■ HACCP 시스템 기반으로 핫도그 등의 HMR을 생산하는 기술 보유

동사는 식품안전관리인증기준(Hazard Analysis and Critical Control Points, HACCP) 시스템을 기반으로 설계된 생산체계를 위생적으로 관리하여 식품의 안전성이 보증된 HMR을 생산하고 있으며, HMR 제품은 핫도그, 치즈볼, 간편죽, 고로케, 냉동면, 냉동밥 등이 있고, 주력 제품은 핫도그로 원료선별, 스틱꽂이, 배합, 성형, 유탕, 급속동결, 비닐포장, 엑스선 검출, 포장, 보관 등의 과정으로 생산하고 있다.

[표 2] 동사 핫도그 생산 과정

구분	내용
원료선별	소시지 외관을 검사하여 선별
스틱꽂이	소시지에 스틱을 꽂음
배합	원료를 혼합하여 핫도그 외피를 반죽
성형	반죽을 입혀 규격에 맞게 성형
유탕	대두유에 튀김
급속동결	터널형 식품 동결장치로 급속 동결
비닐포장	동결 완료 제품을 비닐 포장지에 개별 포장
엑스선 검출	엑스선 검출기를 통해 이물질이 혼입되었는지 검사하여 선별
포장	지함에 정해진 수량으로 포장
보관	박스 포장된 제품을 적재 후 창고에서 보관

*출처: 동사 제출자료, NICE디앤비 재구성

동사는 자사 브랜드 제품인 '쉐프스토리 바삭한 핫도그'를 포함하여 풀무원의 '생가득 모짜렐라 핫도그', '올바른 핫도그', '탱글보득 핫도그' 등 17 종류의 핫도그 제품을 생산하고 있다.

[그림 5] 동사 핫도그 제품



*출처: 동사 제출자료, NICE디앤비 재구성

동사의 핫도그 생산 범위는 제조사 브랜드(National Brand, NB), 유통업자 브랜드(Private Brand, PB), OEM/ODM이고, 제조유통사(CJ제일제당, 풀무원 등)나 도매 대리점에 납품하여 리테일(CU, 롯데마트, 홈플러스 등) 채널을 통해 일반 소비자에게 판매하고 있다.

■ 식품시장은 혼밥 일상화, 간편식 선호, 건강식 관심 증가

한국농수산식품유통공사의 2022 식품외식산업 전망대회(2021.11)에 의하면, 코로나19로 인해 사람들이 실내에서 머무르는 집콕 생활로 혼밥이 일상화 되고, 집에서 혼자 간편하게 즐길 수 있는 식품을 선호하며, 바이러스 면역력 향상을 위한 건강 및 친환경 등의 식품에 관심이 증가하고 있다.

2022 식품외식산업 전망대회에 참가한 서울대학교 문정훈 교수는 2022년 국내 식품 소비시장의 트렌드 TOP 7으로 ① 단백질, 유지, 주류 소비 증가, ② 온라인 장보기 고객 증가, ③ 냉동 간편식 빠른 성장, ④ RMR(Restaurant Meal Replacement, 레스토랑 간편식) 열풍, ⑤ 건강 및 체중관리 관심 증가, ⑥ 지속가능한 대체식품, ⑦ 건강한 라이프 스타일을 위한 면역력·다이어트·마이크로바이옴 관심 증가를 선정하여 발표하였다. 코로나19 장기화로 가정 내 집밥의 비중이 증가하여 일상적인 식재료 장보기가 온라인 시장으로 이동하고, 건강 및 체중관리에 대한 관심이 증가하고 있으며, 집밥 취식 비중(코로나19 이전 59.5% → 코로나19 이후 83.0%)이 증가했다고 발표하였다. 또한, 간편식은 직접 조리의 대체재로 포스트코로나 이후에도 소비는 유지되고, 이커머스 업체들을 중심으로 신선도를 유지한 냉동 제품 소비가 증가하며, 시간과 공간의 한계를 극복한 프랜차이즈, 체인레스토랑 메뉴를 모델로 한 RMR이 새로운 사업 전략이 될 것이라고 발표하였다.

[그림 6] 2022년 국내 식품 소비시장 트렌드 TOP 7

- ① 단백질, 유지, 주류 소비 증가
- ② 온라인 장보기 고객 증가
- ③ 냉동 간편식 빠른 성장
- ④ RMR 열풍
- ⑤ 건강 및 체중관리 관심 증가
- ⑥ 지속가능한 대체식품
- ⑦ 건강한 라이프 스타일을 위한 면역력·다이어트·마이크로바이옴 관심 증가

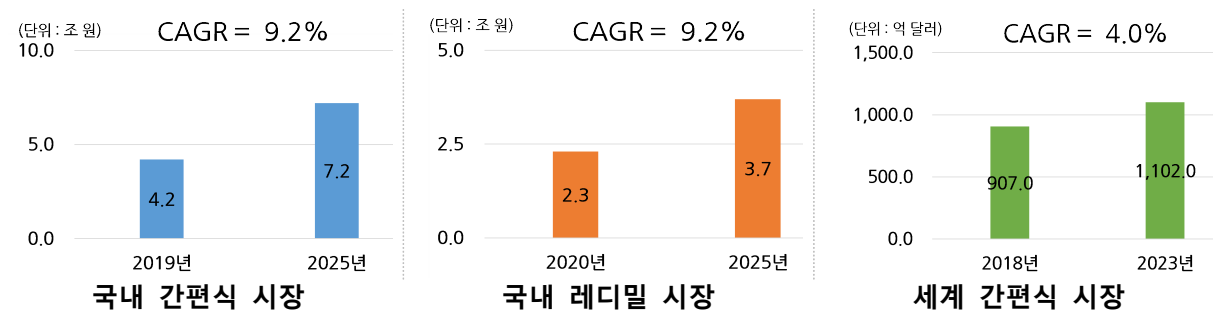
*출처: 한국농수산식품유통공사(2021.11), NICE디앤비 재구성

■ 국내 및 세계 간편식 시장은 간단한 한끼 해결 등의 수요 증가로 성장 전망

식품산업통계정보의 식품산업트렌드 PICK! 간편식 도시락/샐러드<국내편>(2021.04)에 의하면, 국내 간편식(즉석조리식품, 즉석섭취식품, 신선편의식품) 시장은 코로나19로 집에서 식사하는 시간 증가, 보관 및 조리가 편리한 식품 관심 증가, 건강 관리와 신선한 음식 수요 증가 등에 의해 2019년 4.2조 원에서 CAGR 9.2% 증가하여 2025년 7.2조 원으로 성장을 전망하였고, 즉석조리식품의 국내 레디밀(Ready-meal, 데워 먹는 식품) 시장은 2020년 2.3조 원에서 CAGR 9.2% 증가하여 2025년 3.7조 원으로 성장을 전망하였다.

식품산업통계정보의 식품산업트렌드 PICK! 간편식<해외편>(2021.02)에 의하면, 세계 간편식 시장은 현대인의 소득 증가와 바쁜 라이프스타일 중에서 간단하게 한끼 해결할 수 있는 간편식에 대한 수요가 증가하는 등의 영향에 의해 시장규모는 2018년 907.0억 달러에서 CAGR 4.0% 증가하여 2023년 1,102.0억 달러로 성장을 전망하였다.

[그림 7] 국내 간편식 및 레디밀, 세계 간편식 시장 전망



*출처: 식품산업통계정보(2021.04, 2021.02), NICE디앤비 재구성

■ 국내 및 해외 경쟁사

[표 3] 국내 및 해외 경쟁사

구분	내용	
국내	푸드나무	○ 코스닥 상장기업으로, B2C 전자상거래 플랫폼을 이용하여 HMR의 유통과 생산(OEM)을 주요 사업으로 영위하고 있는 푸드테크 기업임.
	푸드웰	○ 2021년 7월 실온 보관이 가능한 '잇츠나우 닭가슴살'을 이마트에 입점하여 판매함. ○ 코스닥 상장기업으로, 시럽, 음료, 밤 등의 제품을 제조, 도소매, 수출하는 음식료품 제조기업임.
	엠펜대산	○ 2020년 10월 HMR 제조기업 후드원을 인수하여 신규사업 추진 및 성장동력을 확보함. ○ 코스닥 상장기업으로, 미스터피자 프랜차이즈, 식자재 유통 등의 사업을 영위하고 있는 기업임.
해외	블루에이프런	○ 2021년 6월 축산물 가공업체 대산포크와 합병하여 HMR 시장 진출을 준비 중임. ○ 미국에 소재한 재료 및 레시피 밀키트 기업임.
	콘아그라푸즈	○ 요리사가 디자인한 맛있는 레시피, 고품질 성분, 저렴한 금액, 재활용 가능한 얼음팩 포장 등으로 구성된 식사 키트를 제공함. ○ 미국에 소재한 가공식품과 냉동식품 등을 생산하는 기업임.
	헬로우프레쉬	○ 식용유, 냉동 간편식품, 코코아, 핫도그, 땅콩버터 등을 생산하고 있으며, 가정용, 식당용, 푸드서비스 업체에 공급하는 제품도 생산함. ○ 독일에 본사를 두고 미국, 캐나다 등 세계 시장으로 밀키트 사업을 확대 중인 기업임. ○ 그린 셰프 및 팩터75의 기업을 인수하여 시장 입지를 강화하였고, 레시피 선택, 라이프스타일 상자, 주간 배달, 제철 재료 등의 서비스를 제공함.

*출처: 경쟁사 사업보고서(2020.12), 언론사, NICE디앤비 재구성

[표 4] 2020년 기준 국내 경쟁사 재무 비교 (단위: 억 원, %, K-IFRS 연결 기준)

구분	업종	매출액	영업이익	당기순이익	영업이익률
푸드나무	전자상거래 소매업	1,171.5	66.4	62.9	5.7
푸드웰	과실, 채소 가공 및 저장 처리업	1,373.3	61.8	57.4	4.5
엠펜대산	음·식료품 및 담배 도매업	771.3	-162.5	-226.2	-21.1

*출처: 경쟁사 사업보고서(2020.12), NICE디앤비 재무성

SWOT 분석

[그림 8] SWOT 분석



ESG 활동



동사는 환경(E) 부분의 활동으로, 환경경영을 지속적으로 실천하고 효율적으로 운영하기 위해 생산 및 품질관리시스템을 구축하고 있으며, 환경에 대한 영향이 최소화된 제품을 소비자에게 제공하고 있다. 동사는 생산과정에서 생물학적, 화학적, 물리적 위해요소가 혼입되거나 오염되는 것을 방지하기 위해 위생관리시스템을 구축하고 있으며, 국제적인 표준화 규격인 ISO14001(환경경영시스템) 등의 요구사항을 준수하고 있다.

동사는 사회(S) 부분의 활동으로, 소비자 권익 보호를 위한 지속적인 기술 개발과 품질 향상을 위해 품질관리체계를 구축하여 ISO9001(품질경영시스템) 인증을 취득하였다. 동사는 경영활동을 소비자 관점, 소비자 중심으로 구성하여 지속적으로 개선하고 있으며, 소비자의 건강을 최우선시하고 있고, 소비자의 가치와 신뢰를 얻기 위해 공정한 기준에 따라 비즈니스 활동을 수행하고 있는 등 윤리 경영을 실천하고 있다.

동사는 사회적 책임에 앞장서기 위해 사회공헌활동을 실천하고 있으며, 청양소방서에 취약계층에 보급을 위한 소화기를 기증하였고, 2021년 5월 서천사랑장학회에 1,000만 원의

장학금, 2022년 1월 충청남도 서천군 장항읍에 행복한 겨울나기 성금 200만 원을 기탁하였다.

[그림 9] 동사 사회공헌활동



*출처: 동사 홈페이지, NICE디앤비 재구성

동사 분기보고서(2021.09)에 의하면, 임직원 전체를 정규직으로 채용 중이고, 여성 근로자 비율은 41.3%로 동사가 속한 식료품 산업의 여성 고용비율인 46.8%(2020년도 산업별 여성 고용비율, 고용노동부)에 다소 미치지 못하는 것으로 나타났다. 다만, 동사는 남성대비 여성 근로자의 평균근속연수는 80%로 동 산업의 남성대비 여성 근로자의 평균근속연수 76% 이상이고, 남성대비 여성 임금 수준도 73.5%로 동 산업 평균 70%를 상회하고 있어 성별에 따른 고용 평등을 실천하고 있는 것으로 확인된다.

[표 5] 동사 근로자의 직원 수, 평균근속연수 및 평균 급여액

성별	직원 수(명)			평균근속연수(년)		1인당 연평균 급여액(천 원)	
	정규직	기간제 근로자	합계	동사	동 산업	동사	동 산업
남	217	-	217	3.0	6.7	34,000	40,440
여	153	-	153	2.4	5.1	25,000	28,344
합계	370	-	370	2.7	5.9	30,000	34,788

*출처: 고용노동부(2021.02), 동사 분기보고서(2021.09), NICE디앤비 재구성



동사는 지배구조(G) 부문의 활동으로, 분기보고서(2021.09)에 의하면, 이사회는 총 4인(사내이사 2인, 사외이사 1인, 기타비상무 이사 1인)으로 구성되어 지배구조와 경영방식의 투명성을 갖추고 있으며, 2021년에 9회 이상 이사회를 개최하는 등 사외이사 참석률은 75%로 확인된다.

동사는 감사위원회를 별도로 운영하지 않고 있으나, 경영진과 특수관계인이 아닌 상근 감사 1인이 감사 업무를 수행하고 있다.

동사의 감사는 이사회에 참석하여 독립적으로 이사의 업무를 감독할 수 있으며, 제반업무와 관련된 장부 및 서류를 해당 부서에 요청할 수 있고, 필요시 회사로부터 영업에 관한 사항을 보고 받을 수 있는 등 적절한 방법으로 경영정보에 접근할 수 있는 권한을 갖고 있어 감사 활동에 대한 독립성이 보장되어 있다.

동사는 배당기준일 2019년과 2020년에 1주당 50원에 해당하는 현금 배당을 시행하였으며, 홈페이지에 사업보고서를 공개하여 상장기업으로서 기업공시제도 의무를 준수하고 있다.

[표 6] 동사 지배구조

(단위: 명, %)

이사회		감사		주주	
의장, 대표이사의 분리	-	회계 전문성	○	최대주주 지분율	38.22
사내/사외/기타비상무	2/1/1	특수관계인	-	소액주주 지분율	49.06
사외이사 재직기간	2년 미만	내부통제 제도	-	3년 이내 배당	○
내부위원회	-	감사 지원조직	○	의결권 지원제도	○

*출처: 동사 분기보고서(2021.09), NICE디앤비 재구성

II. 재무분석

HMR 수요 증가로 외형 성장세를 지속하였으나, 수익성 저하 및 차입금 부담 상존

동사는 비대면 소비와 1인 가구 증가 등으로 HMR 수요 증가와 시장 확대로 외형 성장세를 지속하였으나, 2021년 3분기에 식료품의 원재료 가격이 상승하여 수익성이 저하되었고, 운영자금을 차입금으로 충당하고 있는 등 재무안정성은 열위한 수준이다.

■ 비대면 소비와 1인 가구 증가 등으로 HMR 수요가 증가하여 매출 성장

동사는 코로나19 발생으로 비대면 소비 확산과 1인 가구 증가 등의 영향으로 인해 HMR 수요가 증가하고 있으며, 시장의 변화에 대응하는 생산설비 투자 등으로 HMR 제품 공급을 확대하여 안정된 시장 지위를 확보하고 있다.

동사는 국내의 HMR, 과채가공품, 카페 시장 등에서 상품 수입, 소재 가공, 완제품 생산 등의 다양한 솔루션을 제공하고 있으며, 국내 주요 제조유통사 및 프랜차이즈사와 수익계약 위주의 계약형태를 통해 매출액이 발생하고 있고, 연간 매출액의 70% 이상이 CJ제일제당, 풀무원, 스타벅스, 이디야 등에서 발생하고 있다.

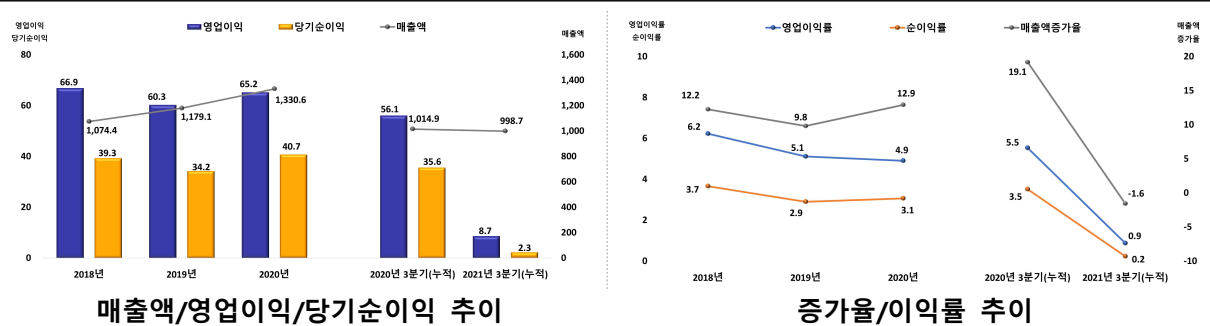
동사의 매출액은 2019년 1,179.1억 원을 기록한 이후에 2020년 1,330.6억 원을 기록하여 외형 확대를 나타냈고, 최근 3개년 매출액증가율은 2018년 12.2%, 2019년 9.8%, 2020년 12.9%를 기록하여 10% 내외의 꾸준한 성장세를 나타냈다. 또한, 동사는 코로나19 장기화로 비대면 소비 증가와 카페 프랜차이즈 공급 실적 향상 등의 영향에 의해 2021년 3분기(누적) 매출액은 998.7억 원으로 전년 총매출액의 75.1% 수준을 기록하였다.

■ 2021년 3분기에 식료품의 원재료 가격이 상승하여 수익성은 저하

동사의 신규 공장 증설로 인한 고정비 증가, 주 52시간제 적용 등으로 인한 인건비 상승에도 매출 증가분이 이를 상쇄하였고, 식료품 원재료는 소시지, 딸기, 파우더 등으로 최근 결산 3개년 동안 매출원가율은 유의미한 변동을 나타내지 않았다. 동사의 2020년 영업이익은 65.2억 원으로 전년 대비 8.1% 증가하였고, 매출액영업이익률은 4.9%를 나타냈으며, 차입금 사용에 대한 이자비용 부담 등으로 영업외수지 적자 추이가 지속되어 순이익은 40.7억 원, 매출액순이익률은 3.1%를 기록하였다.

한편, 동사는 2021년 3분기(누적) 매출원가율이 89.7%로 전년 동기 85.6% 대비 식료품 원재료 가격이 상승하여 영업이익은 8.7억 원, 순이익은 2.3억 원으로 전년 동기 대비 감소하였고, 매출액영업이익률이 0.9%, 매출액순이익률이 0.2%를 기록하여 수익성이 전년 동기 대비 저하되었다.

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



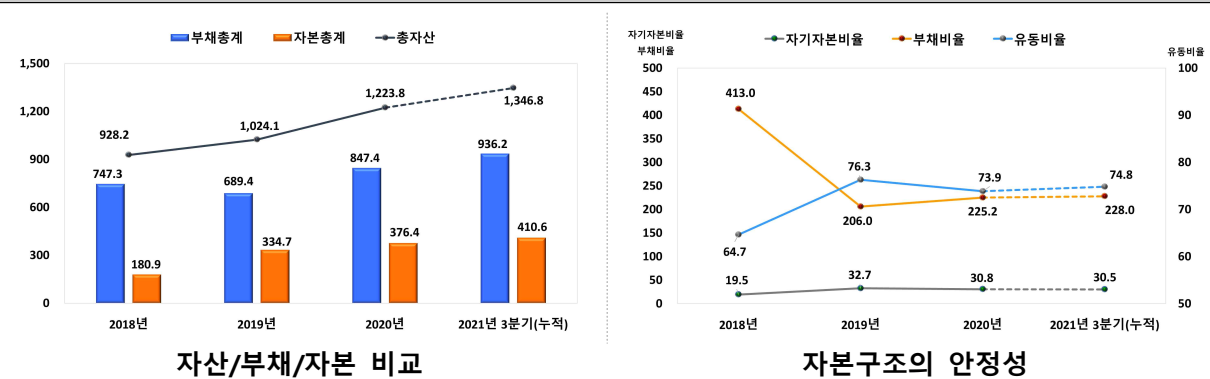
*출처: 동사 사업보고서(2020.12), 동사 분기보고서(2021.09), NICE디앤비 재구성

■ 운영자금 충당 등에 의한 차입금 증가로 재무안정성 열위한 수준

동사는 약 30년의 업력을 기반으로 누적된 이익잉여금 보유와 신주 발행 등으로 인한 자본잉여금으로 인하여 일정 수준의 자기자본은 확보하고 있으며, 차입금을 비롯한 부채 부담으로 주요 재무안정성 지표는 2020년 부채비율 225.2%, 자기자본비율 30.8%를 기록하였다. 동사는 매입채무, 단기차입금 등의 유동부채가 높은 비중을 차지하고 있으며, 자산의 대부분이 건물, 기계장치 등의 비유동자산으로 구성되어 있어 유동비율은 73.9%를 기록하는 등 유동성이 저조한 수준을 나타냈다.

동사는 2021년 5월에 원과 구매 등 운영자금 충당을 목적으로 금융기관에서 단기차입금 75억 원을 차입하기로 결정하였으며, 차입 후 단기차입금 총액은 275.9억 원으로 증가하였다. 또한, 동사의 2021년 3분기(누적) 단기차입금은 322.9억 원으로 증가함에 따라 부채비율은 228.0%, 유동비율은 74.8%를 기록하는 등 여전히 재무안정성은 열위한 수준을 나타냈다.

[그림 11] 동사 연간 및 3분기(누적) 요약 재무상태표 분석 (단위: 억 원, %, K-IFRS 별도 기준)



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

[표 7] 동사 연간 및 3분기(누적) 요약 재무제표

(단위: 억 원, K-IFRS 별도 기준)

항목	2018년	2019년	2020년	2020년 3분기	2021년 3분기
매출액	1,074.4	1,179.1	1,330.6	1,014.9	998.7
매출액증가율(%)	12.2	9.8	12.9	19.1	-1.6
영업이익	66.9	60.3	65.2	56.1	8.7
영업이익률(%)	6.2	5.1	4.9	5.5	0.9
순이익	39.3	34.2	40.7	35.6	2.3
순이익률(%)	3.7	2.9	3.1	3.5	0.2
부채총계	747.3	689.4	847.4	839.5	936.2
자본총계	180.9	334.7	376.4	370.3	410.6
총자산	928.2	1,024.1	1,223.8	1,209.8	1,346.8
유동비율(%)	64.7	76.3	73.9	74.1	74.8
부채비율(%)	413.0	206.0	225.2	226.8	228.0
자기자본비율(%)	19.5	32.7	30.8	30.6	30.5
영업현금흐름	108.8	91.8	85.2	106.2	-24.0
투자현금흐름	-106.9	-128.5	-194.4	-168.8	-103.6
재무현금흐름	-7.1	36.4	110.6	75.8	129.4
기말 현금	1.7	1.3	2.8	14.6	4.6

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

III. 주요 변동사항 및 향후 전망

HMR 수요 증가로 인한 판매망, 생산설비, 제품라인업 등을 추진하여 성장 전망

동사는 국내에서 냉동 핫도그 시장을 안정적으로 점유하고 있으며, 코로나19 장기화, 1인 가구 증가 등으로 인한 HMR 수요 증가에 대비하여 판매망, 생산설비, 제품라인업 등의 확대를 지속적으로 추진하고 있어 중장기적인 성장이 전망된다.

■ 밀키트 국내 시장 주도 기업 프레시지에 HMR 공급을 시작하여 사업 확장 중

동사는 2021년 10월 밀키트 국내 시장을 주도하고 있는 프레시지에 HMR을 공급하기 시작하여 사업을 확장하고 있다.

프레시지는 경기도 용인시 지역에 하루 최대 10만 개의 밀키트 생산이 가능한 8,000평 규모의 HMR 전문 생산시설을 운영하고 있으며, 신선한 식재료로 구성된 다양한 간편식 제품을 소비자들이 즐길 수 있도록 상품을 기획하여 생산하고 있고, B2C 및 B2B 유통 역량을 기반으로 국내와 해외 5개국(베트남, 싱가포르 등)에 밀키트를 공급하고 있다. 또한, 프레시지는 2022년 1월에 캐주얼 간편식 기업 허담을 인수하여 가공육과 볶음밥을 비롯한 총 362종의 퍼블리싱 제품을 확보하였고, 온라인 판매 효율성을 강화할 것으로 보인다.

동사는 프레시지가 인수한 허담에 크리스피 닭가슴살 핫도그 제품을 제조원으로 공급하고 있으며, 프레시지가 밀키트 제품을 국내와 해외에 판매를 확대하고 있어 다양한 HMR 제품 공급이 기대되는 등 HMR 사업의 지속적인 확장이 전망된다.

[그림 12] 동사 제조원으로 프레시지가 인수한 허담에 공급하는 핫도그 제품



*출처: 허담 스마트스토어, NICE디앤비 재구성

■ '쉐프스토리' 베스트3 제품 할인 이벤트를 진행하여 판매 촉진 및 확장

동사는 2022년 1월 지난해 동안 쇼핑몰을 이용하신 고객들에게 보답을 드리고자 '쉐프스토리' 베스트3 제품(통단팠너츠볼, 로제떡볶이, 탕글 분모자 떡볶이)의 할인 이벤트를 2022년 1월 4일부터 2022년 1월 28일까지 약 4주 동안 진행하고 있다.

동사의 통단팥너츠볼은 담백한 통단팥앙금, 고소한 해바라기씨와 땅콩을 조화시켜서 겉은 바삭하고 속은 담백한 맛으로 별도로 튀길 필요 없이 간편하게 전자레인지에 100초 동안 조리하여 즐길 수 있는 제품이다. 동사의 로제떡볶이는 말랑한 밀떡에 분모자, 비엔나소시지, 베이컨을 토핑으로 담았고, 부드러운 우유 크림에 토마토 페이스트, 고춧가루 특제 매콤 소스를 더하여 풍부하고 진한 정통 로제 소스 맛을 전자레인지의 간편한 조리로 즐길 수 있는 제품이다. 동사의 탱글 분모자 떡볶이는 감자 전분으로 만든 탱글하고 쫄깃한 분모자, 고춧가루로 맛을 낸 소스를 급속 냉동하여 레토르트 특유의 텁텁한 맛 없이 깔끔한 매운 수제 떡볶이 소스를 구현해서 학교 앞 분식집에서 먹던 맛을 즐길 수 있는 제품이다.

동사는 '쉐프스토리' 베스트3 제품의 할인 이벤트를 통해 소비자들에게 쇼핑의 즐거움을 선사하여 기존 소비자들의 이탈을 방지하면서 신규 소비자들을 유입하고 있고, 제품을 홍보하는 효과가 적용되어 판매를 촉진하고 있는 등 판매품목 및 판매채널을 확장하고 있다.

[그림 13] 동사 '쉐프스토리' 베스트3 제품 할인 이벤트



*출처: 동사 제출자료, NICE디앤비 재구성

■ 간편식 수요 증가에 대비한 설비투자과 제품라인업 확대 등을 통한 성장 전망

동사는 국내 냉동 핫도그 시장 OEM/ODM 업체 중에서 약 50%의 시장점유율을 차지하고 있으며, 국내 주요 식품업체인 CJ제일제당의 '고메 핫도그 크리스피', 풀무원의 '생가득 모짜렐라 핫도그' 등을 OEM으로 생산하고 있다. 동사는 5개 공장의 수직 통합 시스템과 포장 라인 자동화를 통해 신속한 납기와 가격 경쟁력을 확보하고 있으며, 업계에서 가장 낮은 수준의 납품단가와 경쟁사 평균 대비 약 10일 빠른 납기일을 준수하여 공급하고 있다.

동사는 코로나19 장기화, 1인 가구 증가 등의 변화로 인한 HMR 수요 증가에 대비하여 생산설비 투자도 지속하고 있으며, 2020년 충청남도 서천군 소재 핫도그 전용 공장을 준공하여 생산능력이 기존 500억 원에서 1,200억 원으로 확대되었고, 군납/급식 등의 납품채널 추가로 매출처 다변화와 다양한 HMR 제품 공급을 계획하고 있다.

동사는 핫도그 시장 이외에 카페 및 HMR 시장의 성장에 의해 자체 브랜드인 '뉴뜨레'와 '쉐프스토리'를 통해 일반 소비자에게 직접 판매할 수 있는 제품라인업 및 판매망을 확대하고 있으며, 국내 주요 식품 업체와의 거래를 통해 누적된 생산 노하우를 활용하여 해외 진출(유안타증권 추정치 기준 2021년 해외 매출액 95억 원, YoY +20%)을 준비하고 있는 등 중장기적인 성장이 전망된다.

■ 증권사 투자 의견

작성기관	투자 의견	목표주가	작성일
유안타증권	Not Rated	-	2021. 04. 28
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 2021년 매출액, 영업이익은 각각 1,399억 원(YoY +5.1%)과 67억 원(YoY +3.0%)로 전망. 부문별로는 HMR 691억 원(YoY +20.9%), 음료베이스/퓨레 291억 원(YoY -15.2%), 상품 197억 원(YoY +7.7%) ■ HMR 내에서 80%를 차지하는 냉동 핫도그는 국내 시장 성장 수혜로 작년 매출액 470억 원에서 올해 28% 늘어날 전망. 영업이익 증가는 수익성이 높은 핫도그 판매 비중 증가, 생산 CAPA 증설 및 자동화 설비에 따른 원가 절감에 기인 		
IBK 투자증권	Not Rated	-	2021. 02. 01
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 주력 품목인 핫도그를 비롯한 HMR 판매 실적은 양호할 전망, 다만 스타벅스향 음료베이스 납품이 크게 늘었던 4Q19 실적에 대한 역기저 부담이 있는 가운데, 거리두기 단계 상향 여파로 카페 소재 납품도 크게 감소 ■ 가정간편식(핫도그/HMR) 신 공장이 2020년 1분기 완공됨에 따라 기존 연 500억 원 수준이던 가정간편식 생산 능력이 약 1,200억 원으로 대폭 성장할 전망 		

■ 시장정보(주가 및 거래량)

[그림 14] 동사 1개년 주가 변동 현황



*출처: 네이버금융(2022년 1월 17일)