

이 보고서는 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

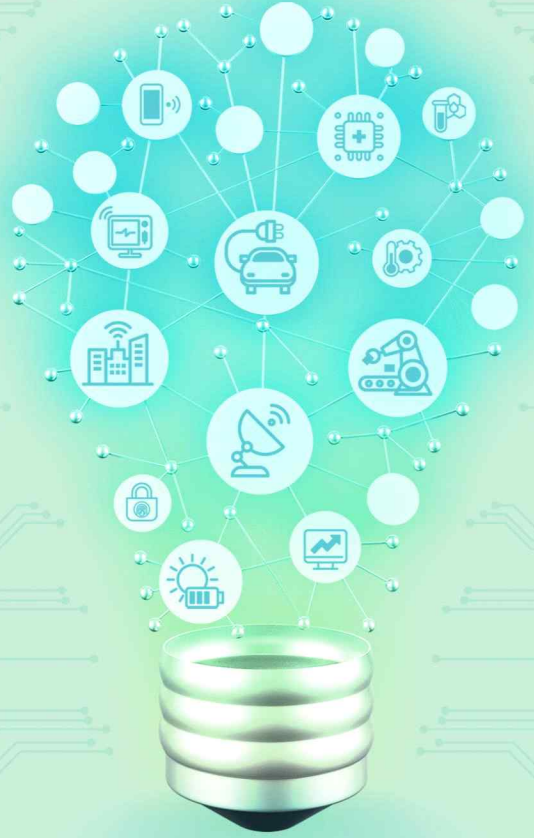
기술분석보고서

 YouTube 요약 영상 보러가기

형지I&C(011080)

섬유·의류

요약
기업현황
재무분석
주요 변동사항 및 전망



작성기관

NICE평가정보(주)

작성자

김혜란 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.



한국IR협회

형지I&C(011080)

패션에 대한 노하우를 기반으로 트렌드를 선도하는 토털패션 전문기업

기업정보(2021/09/30 기준)

대표자	최혜원
설립일자	1976년 02월 25일
상장일자	2004년 07월 02일
기업규모	중소기업
업종분류	셔츠 및 블라우스 제조업
주요제품	남성복, 여성복

시세정보(2022/02/17 기준)

현재가(원)	1,115
액면가(원)	500
시가총액(억 원)	435
발행주식수	39,013,649
52주 최고가(원)	2,220
52주 최저가(원)	1,140
외국인지분율	0.41%
주요주주	최병오

■ 46년 업력으로 축적된 노하우를 보유한 토털패션 전문기업

형지I&C는 1976년 설립 이후 남성복 및 여성복 제조를 주요 사업으로 운영하는 패션 전문기업으로, YEZAC, BON, Carries Note, BON:E 등의 자체 브랜드를 보유하고 있다. 브랜드별 디자인실을 운영하여 매 시즌 트렌드를 반영한 신제품을 개발하여 상용화하고 있으며, 국내 백화점, 아웃렛, 대리점 영업망 등 안정적인 유통 기반을 확보하고 있다.

■ 브랜드 포지셔닝을 통해 제품 경쟁력 확보

남성복 셔츠 브랜드 YEZAC, 남성복 컬렉션 브랜드 BON, 고감도 커리어 여성복 Carries Note, 프렌치 컨템포러리 여성복 BON:E를 보유하고 있으며, 브랜드별 컨셉, 타겟층, 가격대를 달리하여 시장 내 경쟁력을 확보하고 있다. YEZAC과 Carries Note는 동사의 장수 브랜드로, 시장 내 일정수준의 인지도를 보유하고 있으며, BON과 BON:E는 보다 젊은 층을 겨냥하여 다양한 고객층을 흡수하고 있다. YEZAC은 뉴 컨셉 라인 Y-STYLE을 론칭하여 고급화를 추구하고 있으며, 비즈니스 캐주얼 전략, 디지털 확보 형식을 통한 정보 전달을 통해 차별화를 선보이고 있다. 또한, BON은 프리미엄 라인 MAGNUM 컬렉션을 론칭하여 브랜딩을 강화하였으며, 신제품 확대와 채널 다각화를 통해 브랜드의 새로운 성장을 도모하고 있다.

■ MZ세대 유입 강화 마케팅, 아마존 미국 판매 확대 등에 총력

중저가의 포멀한 의류에 집중된 남성복 시장에서 색다른 디자인과 프리미엄 스타일 두 가지를 모두 원하는 틈새 고객을 겨냥하고 있으며, MZ세대의 라이프 스타일에 맞춘 신상품을 확대하고 있다. 또한, 미국 판매 확대를 위한 전반적인 온라인 리뉴얼, 온라인 고객들의 데이터 활용을 통한 판매 리스크 최소화, 판매율 높은 상품에 대한 공격적 물량 공급 등을 통해 수익을 극대화하기 위한 전략을 진행하고 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	1,088	(4.2)	(9)	(0.8)	(62)	(5.7)	(26.2)	(8.6)	225.7	(160)	537	N/A	1.3
2019	1,021	(6.1)	5	0.4	(1)	(0.1)	(0.4)	(0.1)	181.6	(2)	581	N/A	1.0
2020	671	(34.2)	(53)	(7.9)	(68)	(10.1)	(35.2)	(11.9)	215.0	(173)	404	N/A	2.8

기업경쟁력

제품 개발 역량 및 유통 기반 확보

- 우수한 디자인/브랜드 개발 역량 보유
- 브랜드별 디자인실 운영, 매 시즌 신제품 출시
- 전국에 백화점, 아웃렛, 대리점 영업망 확보

핵심 경쟁력

- 컨셉, 타겟층, 가격대 등을 기반으로 브랜드 포지셔닝을 구축
- 셔츠 브랜드 YEZAC과 컨템포러리 커리어웨어 Carries Note는 장수 브랜드로서 시장 내 높은 인지도를 보유
- 자체 브랜드와 관련하여 91권의 상표권을 등록하였으며, 중국, 베트남, 대만, 러시아 등 상표권 출원/등록을 통해 해외시장 진출에 박차

핵심기술 및 주요 사업

주요 브랜드

- 남성복 브랜드
 - YEZAC: 20~40대 남성층 고객층, 셔츠
 - BON: 20~30대 남성 고객층, 캐릭터캐주얼
- 여성복 브랜드
 - Carries Note: 35~45대 여성, 커리어 의류
 - BON:E: 20~30대 여성, 컨템포러리 의류

최근 변동사항

- 2021년 3월 아마존 미국 진출 이후, 지속적인 매출 성장, 남성 셔츠 부문 Best Sellers 100위 이내 진입
- 2022년 대한민국 퍼스트 브랜드 대상 남성셔츠 부문 1위 수상
- 신상품 판매율 신장, 유통 구조 개선, 프리미엄 아웃렛 확대, MZ세대 유입 강화 마케팅, 아마존 미국 판매 확대 등의 사업 전략 진행

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 에너지, 용수 사용 절감을 위한 노력을 진행하고 있으나, 그 외 환경경영 강화를 위한 적극적인 노력이 필요한 것으로 사료됨.
- > 총 69명의 직원 중 기간제 근로자는 없으며 여성 근로자 53.6%로 확인되고, 인권보호 정책, 사회공헌 프로그램 활동 등을 수행 중임.
- > 이사회 내 사외이사 비중이 25%이며, 감사위원회는 운영하지 않은 것으로 확인되나 주주총회 의결에 의해 선임된 비상근 감사가 감사업무를 수행하고 있음.

* 본 ESG현황은 나이스평가정보(주)가 분석대상 기업으로 입수한 정보를 요약 정리한 것으로, 분석 시점 및 기업의 참여도에 따라 결과가 달라질 수 있습니다.

I. 기업현황

브랜드 아이덴티티를 기반으로 시장 내 인지도 및 경쟁력 확보

형지 I&C는 여성복 및 남성복 토털패션 전문기업으로, 브랜드별 컨셉, 타겟층, 가격대 등을 기반으로 브랜드 포지셔닝을 구축하였다. 트렌드를 반영한 디자인 개발과 브랜드 아이덴티티 확보를 통해 시장 내 인지도 및 경쟁력을 확보하고 있다.

■ 개요

형지I&C(이하 동사)는 1976년 2월 ‘시대셔츠’ 상호로 설립된 46년 업력의 토털패션 전문기업으로, 서울 강남구 역삼동에 본사를 두고 있다. 설립 이후 의류 제조(외주제작) 및 도·소매 등의 의류사업을 영위하여왔으며, 2004년 7월 코스닥 시장에 상장되어 2012년 6월 패션그룹형지 계열사에 편입되었다. 패션그룹형지에는 동사를 포함하여 형지에스콰이어, 까스텔바작 등의 기업이 속해있다. 남성복 브랜드 YEZAC, BON과 여성복브랜드 Carries Note, BON:E를 보유하고 있으며, 매 시즌 신규 디자인을 개발하여 제품을 출시하고 있다.

■ 사업 현황

동사의 주요 판매 채널은 국내 백화점, 아웃렛 및 대리점이다. 셔츠 브랜드 YEZAC은 국내 백화점 및 아웃렛 77개 점에 입점해 있으며, 셔츠 외에도 타이, 액세서리 등 다양한 상품군을 구비하고 있다. 남성복 컬렉션 브랜드 BON은 국내 백화점, 아웃렛 및 대리점 61개 점에 영업망을 갖추고 있으며, 커리어 여성복 Carries Note 또한 국내 백화점, 아웃렛 61개 점에 입점해 있다(2021년 3분기 보고서 기준). 2020년 론칭한 프렌치 컨템포러리 여성복 BON:E는 온라인을 통해 판매되고 있다. 동사의 매출은 95% 이상이 위탁판매를 통해 발생되고 있다. 백화점 내 매장의 위치가 판매량에 영향을 주기 때문에, 백화점 내 영업환경 개선에 주력하고 있으며, 검증된 위탁판매자의 확보와 위탁판매자의 역량 개발을 위해 노력하고 있다. 대리점의 경우, 입지조건 및 대리점주의 경력을 고려하여 영업망을 구축하고 있다.

■ 주요 운영 브랜드

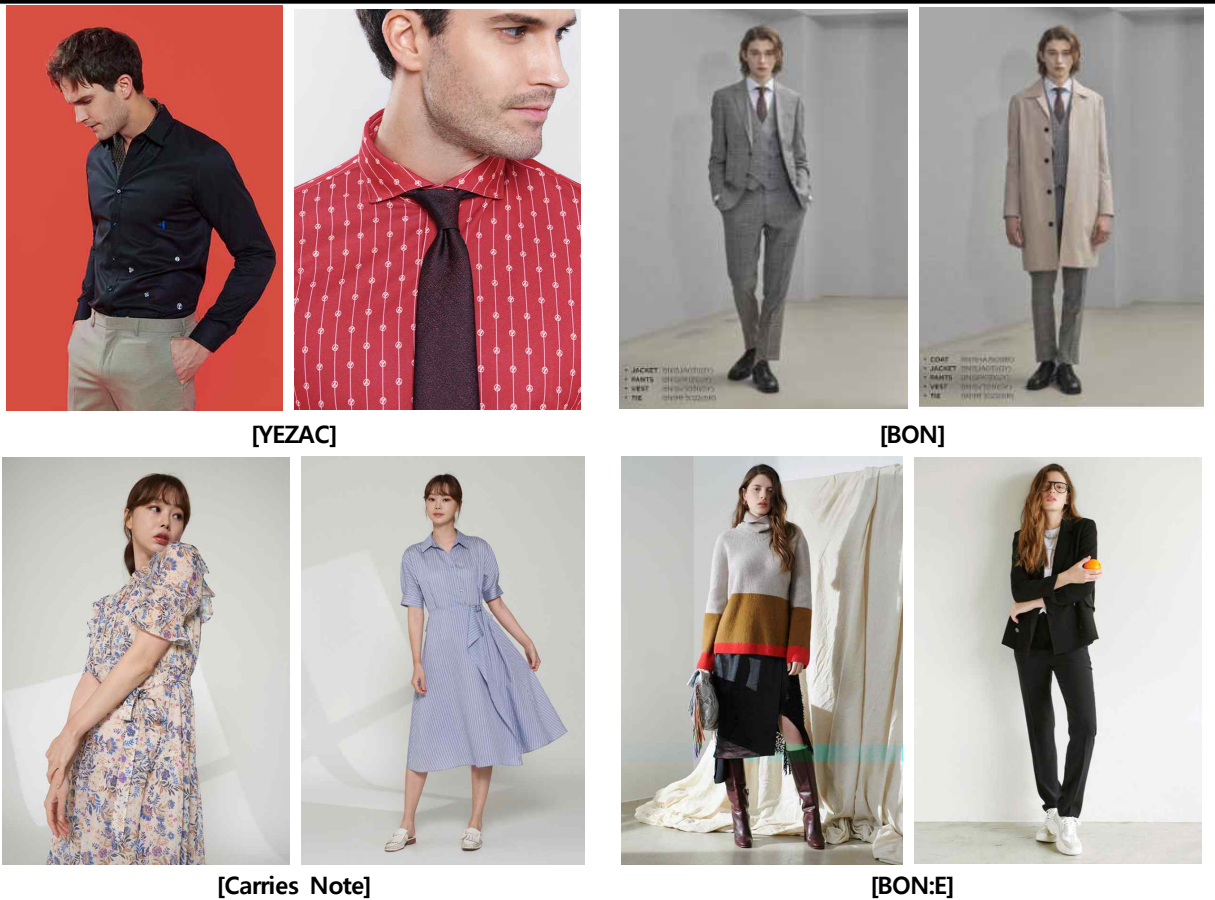
패션업계에서 핵심 경쟁요소는 브랜드 가치, 디자인, 품질 등 상품기획 역량이며, 그 외 중심상권 확보 및 신규 유통 채널 개발 등의 유통 경쟁력과 글로벌 소싱을 통한 가격경쟁력 등을 들 수 있다. 수요층의 범위가 넓고 진입이 용이하여 많은 기업이 시장에 참여하고 있으며 유통 채널도 다양하여 시장 참여 업체 수를 파악하기는 쉽지 않기 때문에 시장에서 지위를 확보하기 위해서는 브랜드 아이덴티티의 확립이 중요하다. 동사는 브랜드별 컨셉, 타겟층, 가격대 등을 기반으로 브랜드 포지션을 구축하였다[표 1][그림 1]. 특히, YEZAC과 Carries Note는 동사의 장수 브랜드로 확고한 브랜드 아이덴티티를 형성하여 시장 내 인지도 및 경쟁력을 확보하고 있다.

표 1. 브랜드 현황

브랜드	구분	주요 고객층	유통채널	특징
YEZAC	셔츠	20~40대 남성	국내백화점	독창적 디자인을 바탕으로 한 매니아층 증가와 타이 액세서리 등 토털샵 지향
BON	캐릭터캐주얼	20~30대 남성	국내백화점	도시 남성의 세련미를 보여주는 차별화된 디자인의 남성 토털 브랜드
Carries Note	커리어	35~45대 여성	국내백화점, 아웃렛	심플하고 시크한 고감도 감성과 럭셔리함의 여성스러운 이미지 지향
BON:E	컨템포러리	20~30대 여성	온라인	감각적인 여성 위한 데일리 웨어 브랜드

*출처: 반기보고서(2021), NICE평가정보(주) 재구성

그림 1. 주요 브랜드 화보 이미지



*출처: 동사 홈페이지(2022), NICE평가정보(주) 재구성

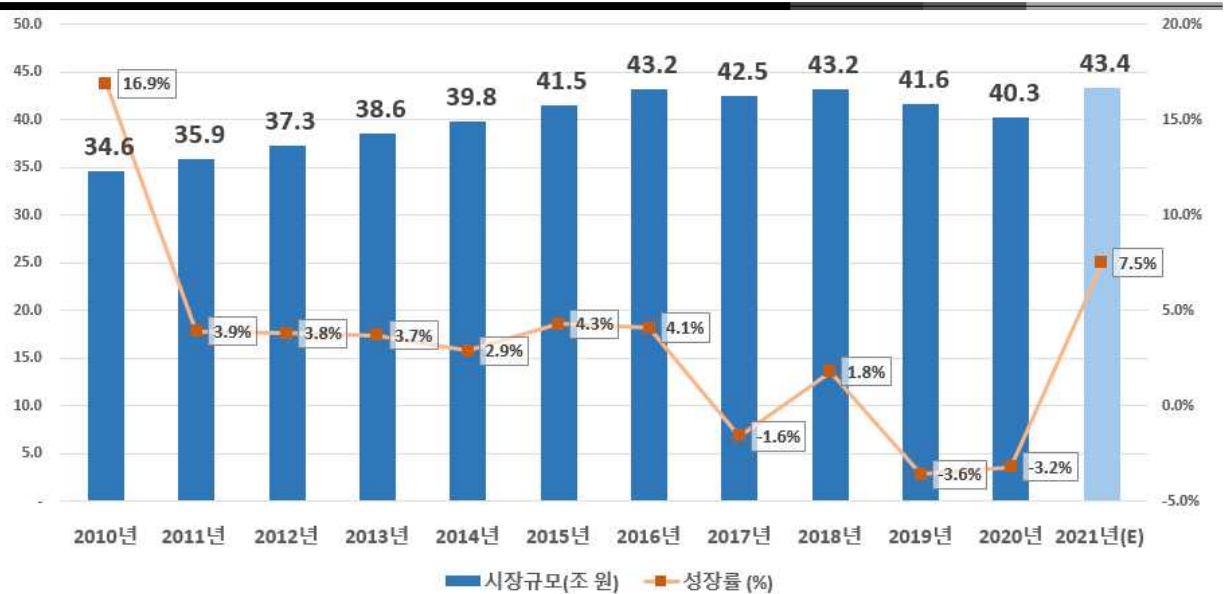
자체 브랜드와 관련하여 ‘예작 YEZAC’, ‘Carries Note’, ‘BON HYPERREALITY’를 포함하여 91건의 상표권을 등록하였으며, 중국, 베트남, 대만, 러시아 등에도 상표 출원 및 등록하여 해외시장 개척에 박차를 가하고 있다. 매 시즌에 500~1,000개의 시제품을 개발하여 외주가공을 통해 상품화하고 있으며, 브랜드별 디자인실을 운영하여 트렌드를 반영한 신제품 개발을 진행하고 있다.

■ 시장 현황 및 특성

패션산업은 소비자의 소득, 연령, 성별, 취향 및 유행에 따라 세분화, 전문화되어 있다. 소자본으로도 창업이 가능하며 자체 생산설비를 갖추지 않아도 외주제작 형태로 생산이 가능하기 때문에 시장의 진입과 탈퇴가 용이하다. 그러나 주된 경쟁요인이 품질, 마케팅, 유통경로 등으로 초기 진입자가 경쟁우위를 선점하기는 어렵다. 또한, 패션산업은 경기변동에 매우 민감한 산업이며, 특히 국내 패션시장은 내수 위주의 산업구조로 국내 경기 변화에 대한 민감도가 타 산업 대비 높은 편이다. 이로 인해 수요예측이 매우 어렵고, 사회·경제적 환경, 소비자 정보 등 거시적인 정보에서부터 패션 트렌드, 소재 정보 등 미시적인 정보에 이르기까지 다양한 정보를 복합적으로 활용하여 변동에 대응하는 것이 중요한 산업이다. 또한, 계절에 따른 소재 및 디자인 등의 변화에 의해 라이프 사이클이 매우 짧은 산업으로 재고량이 사업의 주요 변수가 될 수 있다.

한국섬유산업연합회에 따르면, 2021년 국내 패션시장 규모는 전년 대비 7.5% 상승한 43조 3,508억 원 규모로 확인된다[그림 2]. 2021년 국내 패션시장은 상·하반기 모두 성장세를 보였으며, 품목별로는 아동복, 남성 정장, 여성 정장 순으로 성장세가 두드러지게 나타났다. 남성, 여성 정장 시장은 신규 명품 정장브랜드의 영향으로 수요가 증가하여 전년 대비 16.0% 증가하였으며, 캐주얼 시장의 경우 재택근무 확산에 따른 이지웨어와 애슬레저웨어 등 간편복이 인기를 끌며 전년 대비 6.8% 성장하였다.

그림 2. 국내 패션시장 시장 규모 및 성장률 추이



*출처: 한국섬유산업연합회(2021), NICE평가정보(주) 재구성

표. 재무 분석

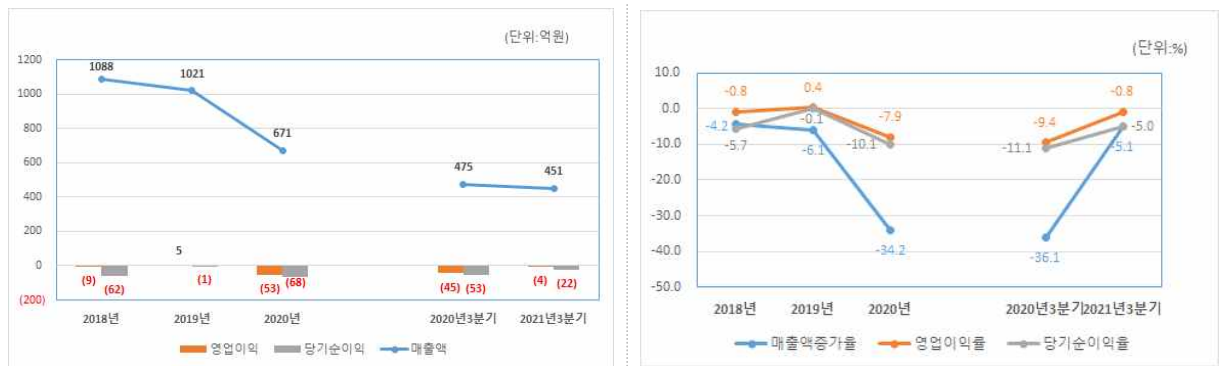
패션그룹형지 그룹 계열 토털패션 전문기업

동사는 2021년 9월말 기준 에이치지아이앤씨일차(유)를 종속회사로 두고 있어 하기 재무분석은 연결재무제표를 기준으로 하고 있다. 최근 경기 회복세에 따른 의류소비 개선으로 의류판매 증가가 기대되며 온라인 전용 브랜드 BON:E의 성장, 캐주얼 복종 확대 등으로 매출 회복을 꾀하고 있다.

■ 다양한 유통채널을 통한 매출 시현

동사의 사업부문은 의류사업부문으로 단일 구성되어 있으며, 주요 판매 채널은 국내 백화점, 아울렛 및 대리점 등 다양한 유통채널을 통해 매출을 시현하고 있다. 2020년 결산 매출 671억 원 중 의류제품 매출은 447억 원(총매출의 66.6%)을 차지하였고, 의류상품 매출은 224억 원(총매출의 33.4%)을 차지하였다.

그림 3. 동사 연간 및 3분기 요약 포괄손익계산서 분석



매출액/영업이익/당기순이익 추이

증가율/이익률 추이

*출처: 동사 사업보고서(2020), 분기보고서(2021)

그림 4. 동사 연간 및 3분기 요약 재무상태표 분석



부채총계/자본총계/자산총계 추이

유동비율/자기자본비율/부채비율 추이

*출처: 동사 사업보고서(2020), 분기보고서(2021)

■ 매출액 감소 및 영업손실 시현

2020년 결산 매출액은 COVID-19로 인한 시장상황 악화로 전년대비 감소한 671억 원을 기록하였다.

동사의 매출액은 2018년 1,088억 원(-4.2% YoY), 2019년 1,021억 원(-6.1% YoY), 2020년 671억 원(-34.2% YoY)을 기록하며 최근 매출액 감소 추세를 보이고 있다.

동사의 매출원가율은 2019년 40.5%, 2020년 44.8%로 상승한 가운데 지급수수료 증가로 판관비용 부담이 확대되었으며, 투자자산평가이익과 관계회사주식손상차손환입 감소로 영업외수지 또한 저하되어 2019년 매출액영업이익률 0.4%, 매출액순이익률 -0.1%에서 2020년 매출액영업이익률 -7.9%, 매출액순이익률 -10.1%로 하락하여 영업손실 시현 및 당기순손실 폭이 확대되었다.

■ 2021년 3분기 매출액 감소했으나 손실 폭 완화

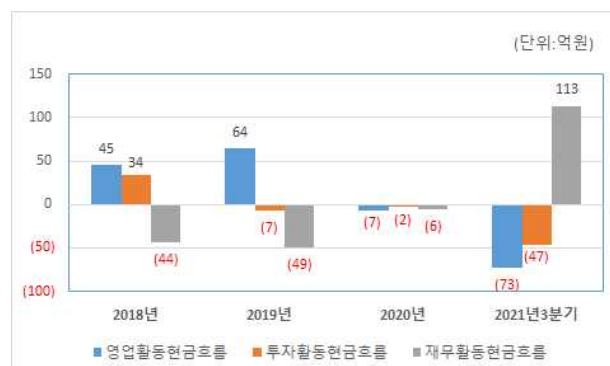
동사의 2021년 3분기 매출액은 COVID-19 영향에 따른 사회적 거리두기 지속으로 오프라인 매장의 판매가 부진한 가운데 근무복 자율화 등으로 여성복 및 남성복 수요가 감소함에 따라 전년 동기 대비 5.1% 감소한 451억 원을 기록하였다. 매출 감소에도 원가율이 하락하면서 매출액영업이익률 -0.8%, 매출액순이익률 -5.0%로 전년 동기 대비 수익성이 개선되어 손실 폭이 축소되었다.

주요 재무안정성 측면에서는 결손금 누적으로 자본총계가 축소되었으며, 사모사채와 파생상품 부채 증가 등 부채부담이 확대되면서 부채비율 343.0%, 자기자본비율 22.5%, 유동비율 185.9%를 기록하여 2020년 결산 대비 안정성 지표가 저하된 바, 재무안정성은 미흡한 수준을 지속하고 있다.

■ 열위한 자금흐름 시현

2020년 결산 영업활동현금흐름은 당기순손실 증가로 인해 적자 상태로 전환되었으며, 이로 인해 부족한 운전자금과 유형자산 취득 등의 투자활동 소요자금, 차입금 상환과 장기미지급금 지급의 재무활동 소요자금은 기 보유 현금으로 충당하며 열위한 자금흐름을 시현하였다.

그림 5. 동사 현금흐름의 변화



*출처: 동사 사업보고서(2020), 분기보고서(2021)

Ⅲ. 주요 변동사항 및 전망

사업구조 효율화, 트렌드/실용성을 겸비한 신상품 출시, 아마존 미국 판매 확대 가속화

동사는 아마존 미국에 입점 이후 꾸준한 매출 성장이 이어지고 있으며, 2022년에는 신상품 판매율 신장, 유통 구조 개선, 프리미엄 아웃렛 확대, MZ세대 유입 강화 마케팅, 아마존 미국 판매 확대 등을 통해 실적 개선을 도모하고 있다.

■ 주요 사업 이슈

동사의 대표 브랜드 YEZAC의 글로벌 시장 확대 전략의 일환으로 소재와 봉제 퀄리티가 우수한 합리적인 가격대의 셔츠를 내세워 2021년 3월 아마존 미국에 진출했다. 아마존 미국에 입점한 이후, 브랜드와 카테고리에 가장 최적화된 마케팅 캠페인 툴을 발굴했으며 재고 공급망 관리, 리뷰와 별점 쌓기, Potential Hero 제품 발굴 등 기본에 충실한 운영을 해왔다. 2021년 6월 진행된 아마존 미국 프라이데이에서 남성 셔츠 부문 Best Sellers 100위 이내 진입하였으며, 전월 평균 일 매출 대비 710%를 신장한데 이어 Amazon's Choice 태그(높은 평점, 알맞은 가격 및 즉시 배송이 보장된 물품)를 획득했다. 아마존 소비자들은 Amazon's Choice 태그에 대한 신뢰가 높으며 구매 결정에 중요한 영향을 받는다. 또한, 키워드 검색 시 상위에 노출돼 매출 극대화에도 결정적인 요소가 될 수 있다. 아마존 입점 이후 꾸준한 매출 성장세를 보였으며, 2021년 9월 판매는 아마존 진출 초기인 동년 4월 대비 1,500%의 매출 신장을 보였다. 동사는 미국 판매 확대를 위한 전반적인 온라인 리뉴얼, 온라인 고객들의 데이터 활용을 통한 판매 리스크 최소화, 판매율 높은 상품에 대한 공격적 물량 공급, 충성 고객 확보 등을 통해 향후 매출을 높이고 수익을 극대화하기 위한 전략을 진행하고 있다.

한편, 국내에서는 YEZAC이 한국소비자 브랜드 위원회에서 주최하는 2022 대한민국 퍼스트 브랜드 대상 남성 셔츠 부문에서 1위를 수상했다[그림 6]. 해당 소비자 조사는 총 381,514명이 참여해 역대 최대 참여 규모를 기록했으며 고객 기대치와 브랜드에 대한 만족도 점수를 기준으로 선정된다. 이번 조사에 참여한 소비자들은 YEZAC 셔츠를 착용했을 때의 편안한 재질(착용감)에 대해서 가장 높게 평가한 것으로 알려졌다.

그림 6. 2022 대한민국 퍼스트 브랜드 대상 수상



*출처: 동사 홈페이지(2022)

또한, 동사는 최근 아웃렛 운영 관련 수익성 개선을 위해 유통망에 맞는 상품을 기획하고 있으며, 남성복 BON 프리미엄 라인 MAGNUM은 프리미엄 아웃렛을 통해 전년 대비 50% 이상 성장하는 등 성공적 행보를 이어갔다. 프리미엄 남성 셔츠 브랜드 YEZAC은 2021년 9월 F/W 시즌 트렌드를 리드할 뉴 컨셉 라인 Y-STYLE 라인을 론칭했으며, 동년 10월 Y-STYLE 컨셉 스토어를 롯데백화점의 남성 편집샵 ‘명작소’에 오픈했다. 동사는 향후 MZ세대의 라이프 스타일에 맞춘 신상품을 확대하고 아마존 미국 매출 증대를 가속화하여 전체 매출을 확대할 계획이다. 2022년에는 신상품 판매율 신장, 유통 구조 개선, 프리미엄 아웃렛 확대, MZ세대 유입 강화 마케팅, 아마존 미국 판매 확대 등을 통해 이익이 확대될 것으로 예상된다.

■ 향후 전망

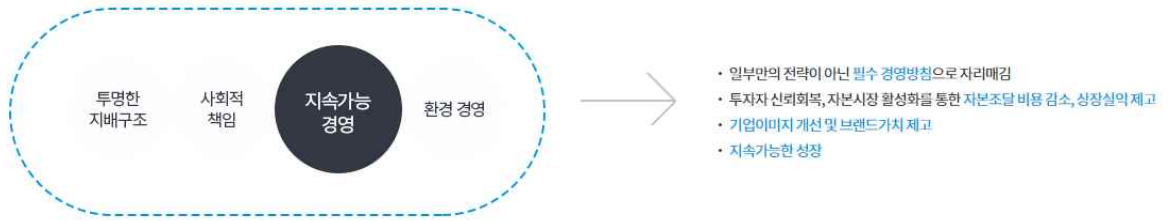
최근 COVID-19 백신 접종이 확산하고 있지만, 소비심리 위축과 소비자의 구매력 약화로 의류업계 전반의 업황이 부진한 상황이다. 브랜드 인지도가 높은 상위 업체들은 비대면 상황에서도 충성도 높은 고객을 중심으로 온라인 유통 채널을 통해 선방하고 있지만, 인지도가 뒤처지는 하위 업체들은 영업 실적 변동 폭이 크게 확대되어 양극화 현상이 심화되고 있다.

이와 같은 상황에서, 동사는 오프라인 매장 효율화, 판가 관리에 따른 매출원가율 개선, 온라인 판매 등으로 실적을 개선하기 위해 노력하고 있다. 적극적인 온라인 입점 몰 확대와 자사몰 오픈준비에 박차를 가하고 있으며 온라인 전용 상품 출시 등 온라인 사업을 더욱 확대해 수익성 개선에 나설 방침이다. 또한, 아마존 미국에서의 판매 확대를 위해 온라인 리뉴얼, 고객 데이터베이스 구축, 고객 충성도 제고 등에 힘쓸 예정이다. 온라인 분야에서 본격적인 성과를 내기까지는 다소 시간이 소요될 것으로 예상되나 패션 부문의 소비심리 회복에 맞춰 내·외부 채널 마케팅을 적극 활용해 매출을 증진해 나갈 것으로 보인다.

■ ESG 활동 현황

ESG는 기업의 비재무적 요소인 환경(Environment), 사회(Social), 지배구조(Governance)를 뜻한다. ESG 평가는 기업엔 지속 가능 경영의 동기를 유발하고 투자자에게는 사회적 책임투자에 대한 접근성을 제고하는 지표로 활용할 수 있다. 사회적책임투자란 사회적, 윤리적 가치를 반영하는 기업에 투자하는 방식으로 기업의 재무적 성과만을 판단하던 전통적 방식과 달리, 장기적 관점에서 기업 가치와 지속가능성에 영향을 주는 ESG 등의 비재무적 요소를 반영해 평가한다[그림 7]. 국내에서는 2025년부터 자산 총액 2조 원 이상인 유가증권시장 상장사의 ESG 공시 의무화가 도입되며, 2030년부터는 모든 코스피 상장사로 확대된다. 본 보고서에서는 동사의 ESG 운영 현황에 대해 분석하였으며, 공개 자료 및 질문지를 통해 각 항목에 대한 사항을 확인하였다.

그림 7. ESG의 개념



*출처: 한국기업지배구조원(2022) 홈페이지

동사는 현재 환경 정보 공개, 신재생 에너지 사용 등은 수행하고 있지 않으나, 에너지, 용수 사용 절감을 위해 노력하고 있는 것으로 파악된다. 환경 경영 조직 설치, 환경 교육 수행, 환경성과 평가체계 구축 등 지속 가능한 환경경영 역량 강화를 위한 적극적인 노력이 필요 할 것으로 사료된다.

한편, 동사의 2021년 3분기 보고서에 따르면, 동사에서 근무하는 69명의 직원 중 기간제 근로자는 없으며, 여성 근로자는 37명(53.6%)으로 확인된다[표 2]. 사회적 활동으로 소비자 안전 관련 부분에서는 공인된 인 증은 확인되지 않았으나, 국가 정책/규제를 준수하는 수준에서의 인권보호 정책 등을 수행 중인 것으로 파악된다. 또한, 최근 환경부가 주관하는 취약계층 대상 사회공헌 캠페인에 참여해 향균 면마스크 2,000장을 기부하였고, 제주특별자치도개발공사와 환경부가 주관하는 폭염 대응을 위한 취약계층 지원 사업에 참여하여 폭염 대응 물품을 지원하는 등 폭넓은 사회공헌 활동을 펼치며 지역사회에 기여하고 있다.

표 2. 근로자 근무 현황

사업 부문	성별	기간의 정함이 없는 근로자	기간제 근로자	합계
의류	남	32	-	32
	여	37	-	37
합계		69	-	69

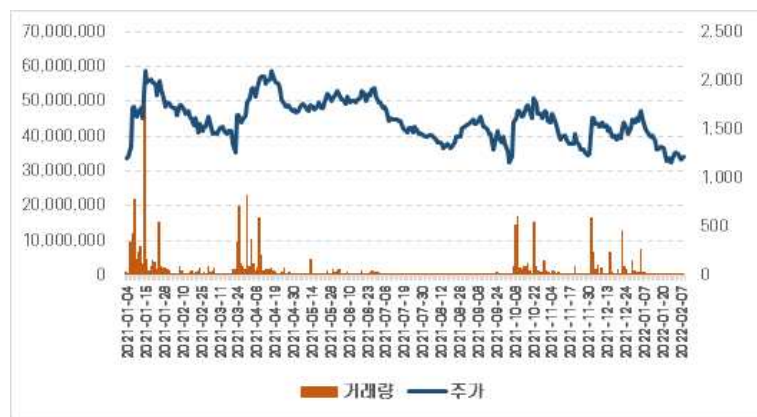
*출처: 3분기보고서(2021), NICE평가정보(주) 재구성

동사의 이사회는 대표이사를 포함한 사내이사 3명, 사외이사 1명으로 총 4명의 이사로 구성되어 있고, 주요 의결사항에 대해 공시하고 있으며, 합리적 인의사결정 및 투명성 확보를 위한 제도적 장치를 확보하고 있다. 별도의 감사위원회는 두고 있지 않으나, 주주총회 의결에 의해 선임된 비상근 감사 1인(임용천)이 감사업무를 수행하고 있다. 법규에 의거 이사회 추천 및 주주총회를 통해 선임함으로써 이사 선정의 독립성을 보장하고 있는 것으로 확인되며, 회사 내 지원조직은 사외이사가 이사회 및 이사회 내 위원회에서 전문적인 직무수행이 가능하도록 지원하고 있다. 또한, 이사회 안건 내용을 충분히 검토할 수 있도록 사전에 자료를 제공하고 필요 시 방문 설명 등을 실시하고 있으며, 기타 사내 주요 현안에 대해서도 수시로 정보를 제공하고 있는 것으로 파악된다.

■ 증권사 투자의견

작성기관	투자의견	목표주가	작성일
	<ul style="list-style-type: none"> • 최근 6개월 이내 발간 보고서 없음 		

■ 시장정보(주가 및 거래량)



*출처: Kisvalue(2022.02)