

이 보고서는 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

기술분석보고서

 YouTube 요약 영상 보러가기

듀오백(073190)

기타 제조

요약
기업현황
재무분석
주요 변동사항 및 전망



작성기관

NICE평가정보(주)

작성자

황보현 전문연구원

- 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 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.02-2124-6822)으로 연락주시기 바랍니다.

듀오백(073190)

브랜드 파워를 보유한 의자 전문기업, '앉는 모든 것'을 다루는 플랫폼 회사를 지향

기업정보(2022/03/28 기준)

대표자	정관영
설립 일자	1987년 04월 22일
상장 일자	2004년 02월 06일
기업 규모	중소기업
업종분류	금속 가구 제조업
주요제품	사무용, 가정용 의자

시세정보(2022/03/28 기준)

현재가(원)	2,715
액면가(원)	500
시가총액(억 원)	323
발행 주식 수	11,968,040
52주 최고가(원)	4,850
52주 최저가(원)	2,265
외국인지분율	1.54%
주요주주	정관영

■ 30년 업력의 기능성 의자 전문기업으로 높은 브랜드 인지도 보유

동사의 '듀오백' 의자는 브뤼니히 박사의 듀오백 이론을 기초로 하여 한국인의 신체와 체형에 맞게 개발된 것으로 1995년 처음 출시되었으며, 1990년대 후반부터 2000년대 초중반까지 '국민의자'라는 별칭을 얻을 만큼의 판매 실적과 인지도를 쌓았다. 동사는 우수한 생산시설과 체계화된 생산시스템 하에서 고품질의 제품을 생산하고 있을 뿐만 아니라 디자인 차별화, 기능성 강화를 위한 연구개발을 지속하여 신제품을 출시하고 있으며, 이를 바탕으로 명실상부한 의자 전문기업으로서 30년 넘게 그 명성을 이어오고 있다.

■ 국내 홈퍼니싱 시장 확대 및 온라인몰 강화에 힘입어 성장 전망

1970년대 중반 이후 경제 성장, 건설업계의 호황, 생활패턴의 변화로 국내 가구시장은 꾸준히 확대되어 왔으나, IMF 여파에 따른 소비심리 및 기업 투자심리 위축으로 큰 폭으로 축소된 이후 다소 낮은 성장세를 지속하고 있다. 또한, 주택 부문의 건설투자 감소, 글로벌 가구기업인 이케아의 국내 진출 등의 부정적인 요인으로 인해 국내 가구시장은 다소 위축되어 있는 상황이다. 코로나19로 인한 비대면 소비 트렌드의 확산으로 홈코노미와 1인 가구가 증가하고 있고, 주요 가구업체들의 홈퍼니싱 사업 확대와 온라인 채널 강화 등의 추세를 감안할 시 장기적으로는 성장세를 보일 것으로 전망된다.

■ 헬스케어 브랜드 '리얼컴포트' 및 인테리어 브랜드 '바인츠'

동사는 2014년 체험 중심형 건강·생활용품 전문샵인 '리얼컴포트'를 런칭하면서 듀오백 의자를 비롯하여 안마의자, 마사지기, 운동기구, 침대, 기능성 배게 등 다양한 헬스케어 제품의 유통사업을 신사업으로 추가하는 한편, 2018년에는 '바인츠(BAINTZ)'를 런칭하면서 인테리어 가구시장에도 진출하였다. 동사는 기존의 기능성 의자 제조사업에서 인테리어 가구로 사업영역을 확대하고, 최근 수요가 크게 확대된 헬스케어 제품의 유통사업을 강화할 계획이다. 또한, 더 나아가 최근 급격한 성장세를 나타내는 홈퍼니싱 시장에서 성장동력을 찾기 위해 '앉는 모든 것'을 다루는 플랫폼 회사로 성장하기 위한 노력을 지속할 전망이다.

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)
2019	318	(2.7)	(25)	(7.8)	(30)	(9.3)	(9.9)	(8.9)	19.3	-238	2,477	N/A	1
2020	441	38.6	7	1.5	7	1.6	2.6	2.2	23.6	61	2,534	65.2	1.58
2021	386	(12.3)	(32)	(8.4)	(41)	(10.5)	(15.7)	(12.9)	18.5	-342	2,193	N/A	1.29

기업경쟁력

핵심경쟁력

- 30년 업력을 바탕으로 강력한 브랜드 파워 확보
 - 1995년 듀오백 출시 이후 '국민의자'라는 별칭을 얻을 정도의 판매실적 기록
 - 30년 이상 의자 개발과 제조에 집중해 온 결과 독보적인 기능성 의자 제조사로 기업가치 유지
- 온-오프라인의 다양한 유통 네트워크 기 구축
 - (온라인) 직영 '듀오백몰'과 오픈마켓 및 홈쇼핑
 - (오프라인) 대형마켓, 백화점, 대리점, 체험형 헬스케어용품 전문샵 '리얼컴포트'

경쟁력 강화 전략

- IoT 기술이 적용된 스마트 의자 개발 추진
 - 좌판의 압력센서를 통해 자세 데이터 분석 및 분석데이터 제공하는 유아용 의자 '듀오백 온' 출시
 - 성인용 의자에 적용하기 위한 실증연구 완료로 성인용 스마트 의자 '자세알고(Jase Algo)' 출시
- 프리미엄 고기능성 의자 개발 추진
 - 싱글백의 장점과 듀오백의 기능을 부가한 'D3'

핵심기술 및 주요 제품

핵심기술

- 독자적인 의자 설계 및 제조 노하우 보유
 - 동사 고유의 등받이가 2개인 차별화된 디자인 적용으로 의자의 기능성 강화
 - 체계적이고 효율적인 자체 생산인프라 구축으로 3일 출고시스템 유지
- 연령, 성별, 용도별 다양한 제품군 보유
 - 사무직 남성을 위한 '듀오백 알파'
 - 여성 전용 '듀오레이디'
- 시장 트렌드에 부합하는 신제품 출시
 - 유아용 스마트 의자인 '듀오백 온'
 - 게이밍 전용 의자 '게임즈'

주요 제품 및 브랜드



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

> 환경 성과에 대한 평가체계를 구축하고 있으나, 별도의 환경 경영 조직은 두고 있지 않으며, 환경 정보 공개 및 임직원 대상의 환경 교육 수준은 다소 미흡한 것으로 파악됨.
 > 임직원을 위한 인권보호 정책과 소비자 안전을 위한 인증을 보유하고 있으며, 사회공헌 프로그램을 운영하고 있음. 다만, 협력사 지원 프로그램과 공정거래 및 반부패 프로그램과 정보보호 안전 관련 인증은 확인되지 않음.
 > 5인으로 구성된 이사회를 운영 중이며, 사외이사 비중은 40%로 확인되어 이사회의 독립성을 유지하고 있음. 또한, 감사위원회를 운영하고 있으며, 지배구조에 대한 정보를 공개하고 있으나, 주주의결권 행사를 위한 지원제도, 중장기 배당정책 등은 보유하고 있지 않은 것으로 파악됨.

* 본 ESG현황은 나이스평가정보사가 분석대상 기업으로 입수한 정보를 요약 정리한 것으로, 분석 시점 및 기업의 참여도에 따라 결과가 달라질 수 있습니다.

I. 기업현황

30년 이상의 업력을 보유한 대표적인 기능성 의자업계의 선두업체

기능성 의자 전문기업으로서 ‘듀오백’으로 독보적인 브랜드 인지도를 보유하고 있으며, 체험형 헬스케어 유통 브랜드 ‘리얼컴포트’와 인테리어 가구 브랜드 ‘바인즈’ 런칭을 통해 사업 영역을 확대 중에 있다.

■ 개요

듀오백(이하 동사)은 교구용 합판과 학생용 책상 및 의자 제조업 영위 목적으로 1987년 5월에 설립되었으며, 해정, 듀오백코리아, 디비케이를 거쳐 2018년 3월 현재의 사명인 듀오백으로 변경되었다.

동사는 1995년 독일의 의자 전문 제조사 GRAHL와의 라이선스 계약을 통해 Duoback 특허권에 대한 국내 전용실시권을 취득한 후 한국인의 체형에 맞는 듀오백 의자를 출시함으로써 1996년부터 본격적인 의자 제조사업을 시작하였다. 국내 기능성 의자의 첫 시초가 된 듀오백 의자는 IMF 사태에도 불구하고 TV 광고와 홈쇼핑을 통한 공격적인 마케팅 활동에 힘입어 1990년대 후반부터 2000년대 중반까지 국민의자라는 별칭을 얻을 만큼의 큰 성공을 거두었다.

듀오백 이론에 대한 특허권 권리를 모두 이전받은 2004년에는 수출을 시작하였고, 같은 해 2월 코스닥 시장에 상장되었다. 듀오백은 전국의 대형 할인점, 홈쇼핑, 온라인 쇼핑몰, 가맹점 등 다양한 유통망을 통해 판매되고 있으며, 미주와 유럽, 중동, 오세아니아, 아시아 등 주요 대륙 30여 개 국가로 수출되고 있다.

동사는 30여 년간 의자 제조사업을 영위해 오면서 제품 차별화, 효율적인 자체 생산시스템을 구축하였으며, 우수한 품질, 전국의 사후 서비스망 등을 바탕으로 높은 브랜드 인지도를 보유한 의자 전문기업으로 성장하였다.

■ 사업 현황

주요 사업분야는 듀오백 의자를 포함한 다양한 의자와 책상 등 가구를 생산하는 제조사업과 인간공학 제품의 유통사업으로 구분되어 있다. 유통사업은 2014년 체험중심의 헬스케어용품 전문샵 ‘리얼컴포트(Real Comfort)’를 런칭하면서 본격적으로 시작되었다. 5개 테마별 공간에 자사 제품인 듀오백 의자 외 안마의자, 미용기기, 마사지기, 수면용품 등 다양한 헬스케어 제품을 전시하여 고객이 직접 체험하고 구매할 수 있도록 하는 멀티샵 형태로 운영되고 있으며, 서울, 용인, 고양, 부천, 인천, 수원 광교, 부산 등 15개 직영매장을 두고 있다.

대표적인 유통채널은 헬스케어 유통 브랜드인 리얼컴포트, 본사 공식 온라인 쇼핑몰인 듀오백몰, 글로벌 브랜드인 듀오레스트 등으로 구분된다. 자사 제품의 경우 듀오백몰과 그 외

오픈마켓, 홈쇼핑 등 온라인 유통라인을 통해 판매되며, 그 외 사무가구 유통 대리점, 백화점, 대형마켓 등의 오프라인 매장을 통해서도 판매된다. 그 외 일부 자사제품을 포함한 대부분의 유통상품은 리얼컴포트를 통해서 일반 소비자에게 판매되고 있고, 관계회사인 듀오백라이트오피스, 스페이스랩을 통해서 B2B 시장에 판매되고 있다.

그림 1. 보유 브랜드



*출처: 듀오백 연간보고서(2018)

2021년 분기보고서에 따르면, 동사의 2021년 3분기 매출액은 297.51억 원으로, 2020년 3분기 매출액(332.41억 원) 대비 89.5% 수준이다. 2020년 연매출 440.88억 원으로 파악되며, 2020년 매출액 기준 내수 87.4%, 수출 12.6%, 제품매출 81.2%, 유통매출(상품, 용역, 기타매출 포함) 18.8%이며, 제품매출 중 내수가 84.5%, 수출이 15.5%를 차지하고 있는 것으로 파악된다.

표 1. 매출현황

(단위: 백만 원)

매출유형	2021년		2020년		2019년		2018년		
	매출액(3Q)	비중	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	
제품	내수	17,282	77.8%	30,265	84.5%	22,051	84.4%	16,210	79.5%
	수출	4,922	22.2%	5,535	15.5%	4,088	15.6%	4,182	20.5%
	소계	22,203	100.0%	35,800	100.0%	26,139	100.0%	20,392	100.0%
상품 및 기타	내수	7,547	100.0%	8,288	100.0%	5,669	100.0%	12,286	100.0%
	수출	-	-	-	-	-	-	-	-
	소계	7,547	100.0%	8,288	100.0%	5,669	100.0%	12,286	100.0%
합계	내수	24,829	83.5%	38,553	87.4%	27,720	87.1%	27,709	86.9%
	수출	4,922	16.5%	5,535	12.6%	4,088	12.9%	4,182	13.1%
	소계	29,751	100.0%	44,088	100.0%	31,808	100.0%	31,891	100.0%

*출처: 분기보고서(2021), NICE평가정보(주) 재구성

■ 주요 기술역량

동사의 듀오백 의자는 두 개의 등받이가 신체의 움직임에 따라 3차원으로 움직여 허리로 가해지는 부담을 분산시킨다는 브뤼니히 박사의 듀오백 이론을 기초로 한국인의 체형과 생활패턴에 맞게 새로이 설계된 인체공학적 의자이다. 척추를 중심으로 좌측과 우측으로 분리된 2개의 등받이와 3차원적인 특수 작동고무가 핵심 부품이며, 배낭효과(Rucksack Effect), 동적 착석(Dynamic Sitting), 맞춤형 의자(Customized Chair), 인체공학적 라운드형 디자인(Ergonomic Design)이 주요 특징으로 요약된다.

한편, 의자에 앉은 사람의 체형에 맞게 등받이의 상하, 좌우의 폭과 목받침의 높낮이, 의자 좌판의 기울기를 자유자재로 조절할 수 있어 맞춤형 의자에 앉는 듯한 효과를 얻을 수 있으며, 사람의 바디라인에 따라 라운드형으로 디자인되어 척추를 보호하고 등받이 기대었을

때 몸에 꼭 맞는 편안함을 느낄 수 있도록 설계된 것이 특징이다.

대표 모델인 듀오백 알파는 동사의 인간공학 기술이 총 집약된 기능성 의자로, 주로 등받이에만 적용되던 메쉬 소재를 좌판에 적용함으로써 몸의 열을 발산하고 세균 번식을 최소화하여 쾌적함을 유지시켜 줄 수 있다. 또한, 인체에 맞게 등판의 각도가 자유롭게 변화되는 싱크로나이즈드 틸팅 시스템을 비롯하여 좌판의 위치를 앞뒤로 조절할 수 있는 좌판 슬라이드 기능 등이 추가된 것이 특징이다.

그림 2. 듀오백 의자(모델명: 듀오백 알파)



*출처: 듀오백 홈페이지

동사의 제품은 인천 본사와 천안 소재의 생산공장에서 전량 자체 생산되고 있으며, 공정별 체계화된 생산시스템을 갖추고 있다. 품질관리 전담인력이 각 공정별 및 완제품에 대한 품질관리를 수행하고 있고, 수주일로부터 2일 이내에 생산을 완료하고 있으며, 3일 만에 제품을 출고하는 ‘3일 출고시스템’을 운영하고 있다. 인천 공장에는 사출, 프레스, 파이프 밴딩, 도장을 담당하는 협력업체가 입주해 있어 협력업체의 물류비용과 임대비용을 줄여 납품가를 낮춤으로써 가격경쟁력을 확보하고 있다.

■ 연구개발 진행 현황

동사는 강력한 브랜드 파워를 보유한 기능성 의자업계의 선두업체로, 점유율 확대를 위해 가구업계 트렌드를 반영한 스마트 및 고기능성 의자를 줄이어 출시하고 있으며 국내외에서 좋은 반응을 얻고 있다.

동사는 인천 본사 내 인간공학연구소를 운영하고 있으며, 의자의 디자인 차별화, 기능성 강화, 신제품 개발을 위한 R&D 투자를 지속하고 있다. 그 결과 연구개발 성과물로서 다수의 지식재산권을 보유하여 주요 기술과 제품에 대한 독점적 권리를 확보하고 있다. 주로 의자를 구성하는 헤드레스트, 등받이 구조, 등 지지장치, 틸팅장치, 암레스트 등 주요 구성부품의 구조와 기능성, 의자 디자인에 관한 것으로, 2022년 2월 기준 권리가 유효한 지식재산권은 특허권 35건, 디자인권 50건, 상표권 113건으로 파악된다.

동사의 주력 제품인 의자는 등받이 형태에 따라 듀오백과 싱글백으로 구분되며, 사용공간, 가격대, 사용자 성별 및 연령 등에 따라 다양하게 구성되어 있다. 그 외 메쉬 좌판이 적용된 에어로, 게이밍 전용의자인 게이즈, 체감형 엔터테인먼트 의자인 사운드백 등의 제품이 존재한다.

두 개의 등받이로 이루어진 듀오백 의자는 DK, D2, D2A, D3, ALPHA, GOLD FLUS, MILKEY의 7개 제품군으로 구성되며, 싱글백 의자는 Q1, Q2, Q3, Q5, Q7, Q7 PLUS, SQUARE, BEAVO, JOY, LIMA 등 18개 제품군, 그 외 소파 및 인테리어 의자가 포함된다.

그림 3. 주요 제품



*출처: 듀오백 홈페이지

D3 모델은 프리미엄 고기능성 의자로, 보통의 의자가 채택하고 있는 일반적인 일체형 등판을 적용하면서도 더블 플렉서블 요추 받침대 시스템과 싱글 메쉬백의 장점인 통풍성, 유연한 근무 환경을 위한 트위스트 기능 등을 부가하여 안정적이고 편안한 착석상태를 유지할 수 있도록 한 제품이다. 최근에는 해당 제품으로 클라우드 펀딩을 시도하여 당초 목표의 31,306%인 9.4억 원의 펀딩에 성공한 바 있다.

유아용 IoT 의자인 ‘듀오백 온’은 머신러닝 기술이 접목된 기능성 의자로, 의자의 좌판에 삽입된 압력센서를 통해 사용자의 자세 데이터를 분석하여 스마트폰으로 착석자세 및 생활패턴 분석 데이터를 제공하며 자세습관 개선을 위한 솔루션을 제공한다.

또한, 동 기술을 성인용 듀오백 의자에 적용하기 위해 2019년 필름형 압력분포 센서 및 딥러닝 기반의 스마트 의자 관련 기술개발을 진행하였으며, 자세알고(Jase Algo)로 시장에 출시했다. 자세알고는 의자 좌판에 압력센서를 장착해 앉는 자세 습관을 측정한 뒤 분석데이터를 스마트폰 앱을 통해 고객에게 실시간으로 알려주는 스마트 의자로, 국내에는 2020년 4월 출시되었고, 해외 버전인 ‘듀오레스트온’도 이미 35개국으로 수출 중에 있다.

Ⅱ. 재무 분석

매출 감소하면서 적자전환 되었으나, 재무안정성은 여전히 양호

동사는 가정용 및 사무용 의자를 개발 및 제조하는 기업으로 확보한 기술력을 바탕으로 국내 시장을 비롯한 해외시장에 진출하여 사업을 영위하고 있다. COVID-19 확산에 따른 재택근무의 확대 등에 힘입어 2020년 매출이 급증했던 반면, 2021년 매출은 다시 감소하였고 목재, PVC 등 원자재 가격 및 물류비 상승 등으로 손실이 발생하였다.

■ 2021년 매출 감소 및 적자전환하며 영업실적 저하

동사는 COVID-19의 장기화로 인해 신규 수요가 축소됨에 따라 2021년 연결 매출은 전년 대비 12.3%가 감소하였고, 원자재 가격을 비롯한 물류비 상승 등으로 적자전환하였다. 한편, 순손실로 인한 자본총계의 축소에도 불구하고 매입채무 등의 부채규모 또한 감소하면서 낮은 부채비율을 유지하며 여전히 안정적인 재무구조를 보유하고 있다.

그림 4. 동사 연간 요약 포괄손익계산서 분석



매출액/영업이익/당기순이익 추이

증가율/이익률 추이

*출처: 동사 사업보고서(2021)

그림 5. 동사 연간 요약 재무상태표 분석



부채총계/자본총계/자산총계 추이

유동비율/자기자본비율/부채비율 추이

*출처: 동사 사업보고서(2021)

■ 매출 감소한 가운데 원가 부담의 확대로 적자전환

동사는 COVID-19 팬데믹의 장기화로 2020년 대비 신규 수요가 축소되면서 2021년 연결 매출은 전년대비 12.3% 감소한 386억원을 시현하였다. 한편, 목재, PVC 등의 원자재 가격 상승, 물류비 부담 지속으로 매출원가율이 상승하면서 영업손실 32억원(매출액영업이익률 - 8.4%)이 발생되었고, 투자자산평가손실, 투자부동산손상차손 인식 등으로 순손실 41억원(매출액순이익률 -10.5%)을 보이며 전년대비 적자전환되었다.

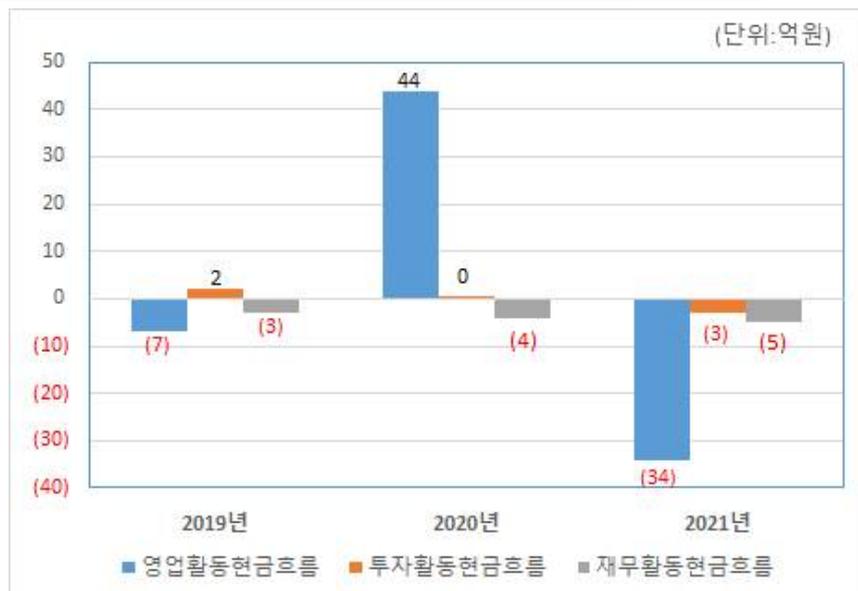
■ 영업실적 악화에도 불구하고 비교적 양호한 재무구조 유지

주요 재무안정성 지표는 2021년 연결 기준 부채비율 18.5%, 자기자본비율 84.4%, 유동비율 270.5%, 차입금의존도 2.2%로 순손실로 인한 이익잉여금의 축소에도 불구하고 매입채무 감소 등으로 부채총계 또한 축소되며 전반적으로 업계대비 우량한 재무안정성을 유지하고 있다.

■ 영업활동 자금 부족으로 기말 현금성자산 축소

동사는 2021년 연결 기준 순손실로 인해 영업활동현금흐름 또한 부족 상태가 지속되는 가운데 유형자산, 보증금 등의 투자활동 자금 유출을 비롯해 리스부채 상환 등의 재무활동 자금 유출로 인해 기말 현금성자산이 축소된 바, 전반적인 자금흐름이 다소 미흡한 것으로 판단된다.

그림 6. 동사 현금흐름의 변화



*출처: 동사 사업보고서(2021)

Ⅲ. 주요 변동사항 및 전망

점유율 확대를 위한 R&D 및 신규 사업을 통한 인테리어 가구시장 진출 추진

기능성 의자 시장에서의 점유율 확대를 위한 연구개발을 지속하여 가구업계 트렌드를 반영한 신제품을 출시하고 있으며, 인테리어 가구시장 진출을 통해 사업영역 확대를 위한 노력을 지속하고 있다.

■ 주요 사업 이슈

국내 가구시장은 내수경기 침체와 건설투자의 부진에도 불구하고 내수경제의 회복과 민간소비 개선, 건설투자의 완만한 회복세 등으로 꾸준히 성장하고 있는 것으로 파악된다. 사무용 가구시장은 경기침체와 취업자 수 감소, 재택근무 확대 등으로 부진한 것으로 파악되나, 가정용 가구와 부엌용 가구시장은 아파트 입주 부진, 주택 부문의 건설투자 감소, 이케아의 국내 매장 확대 등 부정적인 요인에도 불구하고 정부의 재정지출 확대, 리모델링 및 인테리어 수요 증가 등으로 성장세를 나타낸 것으로 파악된다.

향후 사무용 가구는 글로벌 경제의 더딘 회복세에도 내수경기의 상대적 호조와 기업들의 수출 증가 및 설비투자 증가, 취업자 수 증가 등으로 성장할 것으로 예상된다. 다만, 코로나19 사태의 장기화 여부, 글로벌 경제의 회복 지연, 국내 주택 거래량 감소와 인허가 및 착공/분양실적 감소, 정부의 부동산 규제, 전년 양호한 성장세를 보였던 B2C 부문의 기저효과 등은 가구시장의 성장을 제약하는 요인인 바 성장세는 제한적일 것으로 파악된다.

한편, 코로나19의 장기화로 인한 사회적 거리두기와 이동 제한으로 집에 체류하는 시간이 길어지면서 집을 꾸미기 위한 인테리어 수요가 증가로 인해 홈퍼니싱 시장이 급격한 성장세를 나타내고 있다. 이에 한샘, 현대리바트 등 국내 가구업체들뿐만 아니라 신세계, 삼성물산 패션사업부, 백화점 등 대기업 및 유통업체들 역시 소비자들의 니즈에 맞춰 홈퍼니싱 시장에 진출하고 있다.

국내 가구시장은 홈퍼니싱의 시장 확대에 힘입어 사무용 가구보다는 가정용 가구 시장을 중심으로 성장할 것으로 전망되며, 다양한 시장 참여자의 등장으로 인해 경쟁이 더욱 심화될 것으로 예상된다. 이에 당사는 주력 분야인 사무용 가구 제조사업을 유지하면서, 공정 개선, 제품 경쟁력 강화 등을 통해 점유율 확대와 수익성 강화 및 기업 내실 다지기에 주력할 것으로 예상된다.

■ 전망 및 이슈

최근 대두되고 있는 국내 가구 및 인테리어 시장의 트렌드는 온라인 채널 강화와 토털 인테리어 사업확대로 요약된다.

동사는 이미 2015년 직영 온라인 쇼핑몰인 듀오백몰을 전면적으로 개편하면서 300여 개에 달하는 제품과 브랜드 체계를 재정립하고 소비자가 쉽게 원하는 제품을 찾을 수 있도록 검색기능을 강화하는 한편, 2018년에는 인테리어가구 브랜드 ‘바인즈’를 런칭하면서 인테리어 가구사업으로 사업영역을 확대하는 등 가구시장 트렌드에 부합하는 방식으로 영업활동을 진행하고 있다.

한편, 2018년 런칭한 ‘바인즈’는 동사의 중장기 성장을 견인할 새로운 사업 포트폴리오로 제시된 것으로, 사회적 거리두기 캠페인을 겨냥한 차별화된 디자인 적용, 가정 뿐만 아니라 식당이나 카페 등 다양한 공간에서 사용할 수 있는 제품 라인업 구성 등 제품군 강화를 통해 인테리어 시장을 공략할 전망이다. 또한, 더 나아가 최근 급격한 성장세를 나타내는 '홈퍼니싱' 시장에서 성장동력을 찾기 위해 '있는 모든 것'을 다루는 플랫폼 회사로 성장하기 위한 노력을 지속할 전망이다.

2년간 매출 부진을 보였던 동사는 꾸준한 연구개발과 온라인몰 강화 등의 노력으로 창립 이후 최대 실적인 연매출 440억 원을 기록하면서 2020년에는 3년 만에 흑자전환에 성공하였으나, 최근 공시자료(2022.02)에 따르면 2021년에는 전년 대비 매출액이 12% 감소함과 동시에 손익구조 악화로 인해 다시 적자전환한 것으로 파악된다.

최근 대두된 홈오피스 시장 확대, 일반 소비자의 비대면 구매 증가, 건강을 중요시 하는 트렌드 확산 등 가구시장 트렌드로 인해 국내 주요 인테리어 및 가구업체들은 매출상승을 시현했음에도 불구하고 대출 규제와 금리 인상 여파로 인한 부동산 거래 침체로 가구 및 인테리어 수요가 감소하였고, 이와 더불어 목재, PVC 등 원자재 가격, 물류비 상승 등의 복합적인 요인으로 인해 수익성은 저하된 것으로 파악된다.

이러한 시장 환경은 2022년에도 크게 달라지지 않을 것으로 전망되는 바, 업계에서는 상대적으로 수익성이 높은 프리미엄 제품 확대, 고객의 체험형 요소를 극대화하기 위한 매장 구성, 가구 및 인테리어 등을 포함하는 종합 라이프스타일 플랫폼 구축, 물류 및 사후관리 역량 강화 등을 추진하고 있는 것으로 파악된다.

동사의 매출감소 및 수익구조 악화 또한 이러한 가구 및 인테리어 수요 감소와 원자재 가격의 상승이 주요 원인으로 분석되는 바, 기존의 사업영역 전반을 검토하고 현황과 비용 구조에 대한 체계적인 분석을 바탕으로 기업 내부의 불필요한 비용 부담을 줄이고 상대적으로 수익창출이 확실한 핵심 브랜드를 육성하는 등 수익성 확보를 위한 노력이 필요할 것으로 사료된다.

■ 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 제고 하는 지표로 활용할 수 있으며, 비재무적 요소가 기업의 가치 및 성장에 미치는 영향이 증가하고 있어 추구해야 할 필수적인 경영방침으로 자리 잡고 있다.

국내 ESG 평가를 수행하고 있는 기관은 한국기업지배구조원, 서스틴베스트, QESG, 대신 경제연구소, 나이스평가정보(주)(주) 등이 있다. 각 기관마다 차별화된 ESG 평가등급을 공개하고 있으며, 한국기업지배구조원(2022) 및 나이스평가정보(주)(주)(2022)는 S, A+, A, B+, B, C, D 및 ESG1~ESG7 등 7등급 체계로 구성되고, 일부 대기업, 코스닥 상장사의 등급이 제시되어 있다. 가구 및 인테리어 전문기업인 한샘, 현대리바트 등의 일부 대기업 및 코스닥 상장사의 ESG 등급은 다음과 같다.

표 2. 주요 경쟁사 ESG 등급 현황

업체명	ESG 등급	환경(E)	사회(S)	지배구조(G)	평가년도
한샘	A	B+	A	A	2021
현대리바트	A	A	A+	A	2021
퍼시스	B	C	B+	B	2021
시디즈	C	C	C	C	2021
코아스	B	C	C	B+	2021

*출처: 한국기업지배구조원(2022), NICE평가정보(주) 재구성

동사는 평가일 현재 ESG 평가 이력이 없는 것으로 확인되나, 동사의 경영진은 ESG 이슈를 충분히 인지하고 있고, 기업의 비전과 목표, 이에 따른 전략·과제·실행 체계 등 ESG를 반영한 경영전략을 마련하기 위해 다각도로 논의를 진행 중인 것으로 파악된다. 동사가 현재 진행하고 있는 ESG 활동 현황은 다음과 같다.

동사는 의자 제조사업을 통해 발생할 수 있는 환경적인 영향에 대한 조사 및 분석을 수행하거나, 환경 경영을 위한 별도의 조직 설치 등은 확인되지 않으나 내부적으로 환경 성과에 대한 평가체계를 구축하고 있고, 에너지 및 용수 사용에 대한 조사와 관리체계를 갖추고 있는 것으로 파악된다. 또한, 영위 사업과 관련된 각종 환경 법규를 준수하고 제조 공정에서 발생하기 쉬운 환경 위반사항을 사전에 예방하기 위해 적극적인 환경 점검 및 관리를 진행 중인 것으로 파악된다.

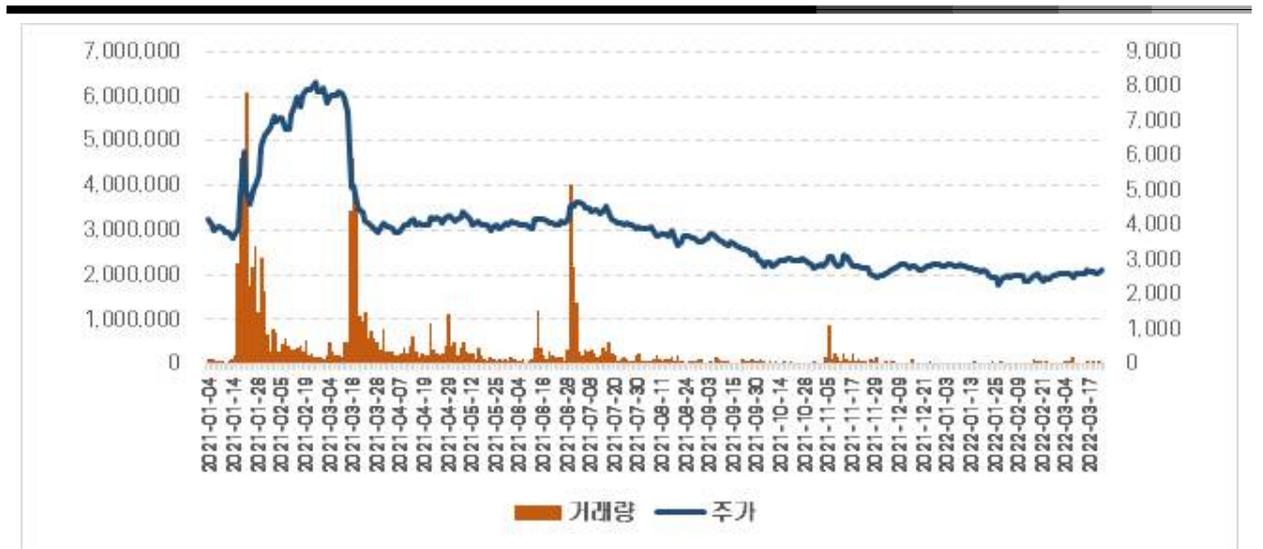
2021년 분기보고서에 따르면 2021년 9월 30일 기준으로 113명의 임직원이 근무하고 있으며, 여성 근로자 비율은 33%로 파악된다. 동사는 임직원 개인의 공정한 직무수행을 위한 기본 윤리를 규정하고 있으며, 인권보호 정책을 기반으로 건전한 기업문화를 진작시키기 위해 노력하고 있는 것으로 파악된다. 다만, 공정거래 및 반부패 프로그램, 협력사 지원 프로그램 등은 운영하고 있지 않은 것으로 파악된다.

한편, 동사는 관련 법령 및 정관에 따라 5인으로 구성된 이사회를 운영하고 있고, 운영의 권한, 책임 등을 감사위원회 규정에 따라 감사업무를 수행하고 있다. 이사회와 사외이사의 비중은 40%로 독립성을 유지하고 있으며 별도의 감사위원회를 설치하여 운영 중인 것으로 파악된다. 또한, 주주의결권 행사를 위한 지원제도나 증장기 배당정책 등은 보유하고 있지 않은 것으로 파악되나, 매년 상장회사로서의 공시 의무를 준수하며 홈페이지 등에 기업의 지배구조와 사업현황 전반에 대한 최신자료를 게시하는 등 이해관계자의 권익보호를 위한 노력은 일정 수준 전개하고 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(2022.03)