

이 보고서는 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

기술분석보고서

 YouTube 요약 영상 보러가기

# 까스텔바작(308100)

## 유통

요약  
기업현황  
재무분석  
주요 변동사항 및 전망



작성기관

NICE평가정보(주)

작성자

권혜미 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.

# 까스텔바작(308100)

독창적인 디자인 능력과 유통 경쟁력을 갖춘 패션 골프 선두기업

## 기업정보(2022/04/04 기준)

대표자	최준호
설립 일자	2016년 08월 01일
상장 일자	2019년 06월 10일
기업 규모	중견기업
업종분류	기타 의복 소매업
주요제품	골프의류, 골프 잡화 (신발) 소매, 제조

## 시세정보(2022/04/04 기준)

현재가(원)	9,940
액면가(원)	500
시가총액(억 원)	656
발행주식수	6,596,700
52주 최고가(원)	17,350
52주 최저가(원)	8,560
외국인지분율	0.89%
주요주주	패션그룹형지(주)

### ■ 패션 골프의류 및 잡화 국내 선두기업

까스텔바작(이하 동사)은 2016년에 패션그룹형지로부터 물적 분할하여 설립되었으며, 독창적인 디자인 개발 능력과 온/오프라인 유통 경쟁력을 기반으로 골프웨어와 잡화 시장을 선도하고 있다. 패션 골프라는 새로운 문화를 개척하고 있으며, 팝아트를 기반으로 한 풍부한 컬러와 독창적인 아트워크 활용 등으로 예술과 패션을 접목하여 제품 가치를 높이고 있는 것으로 파악된다. 국내 200여 개 유통채널과 자체 쇼핑몰을 활용하여 매출을 시현하고, 중국, 대만 시장에 진출하여 제품을 공급하고 있으며, 유럽, 미주 등으로 글로벌 시장 확대를 추진하고 있다.

### ■ 브랜드 가치 강화에 집중

한국 레저산업연구소에 따르면 2020년 골프 인구가 전년 대비 44만 8천여 명 증가한 514만 명 수준으로 예상하였고, 20~30대 골프 유저는 약 35% 증가한 115만 명인 것으로 파악된다. 또한, 골프 산업은 COVID-19가 지속되는 상황에서도 야외 스포츠에 대한 관심이 증대됨에 따라 진입장벽이 낮아지고 있어 다양한 연령층이 골프를 즐기고 있다. 동사는 젊은 층의 소비자에 대한 접근성을 높이기 위해 디지털 플랫폼에 진출하여 온라인 유통 비중을 확대하고, 매스티지(값싼 명품) 제품으로 대중적 인지도를 넓힐 뿐만 아니라 작품 전시회 활동과 유명인을 활용한 마케팅으로 헤리티지 브랜드로의 가치 강화를 위한 다양한 영업활동을 진행하고 있다.

### ■ 글로벌 종합 패션 기업으로 성장하기 위한 동력 마련

동사는 골프의류의 성공 경험을 바탕으로 캐주얼룩, 애슬레저, 신발 및 가방 시장으로 사업 다각화를 이루고자 글로벌 시장 진출 계획을 수립하고 있다. 이를 위해 자체 디자인 연구소에서 패션 시장과 소비자 동향을 분석하고 전반적인 제품의 디자인을 개발하며, 상품화를 위한 샘플을 제작한다. 또한, 자회사인 프랑스 소재 PMJC 디자인센터와 협업하여 연 2회 시즌마다 글로벌 콘셉트와 권리, 아트워크를 개발하고 전세계 파트너사에 공급하고 있다. 의류 라이선스 업체인 PMJC의 유럽 내 활발한 IP 계약 진행 역량을 기반으로 글로벌 시장을 확대하고, 장기적인 브랜드 수익창출을 기대하고 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)
2019	814	(11.9)	90	11.1	69	8.4	9.9	8.2	16.1	1,082	11,624	8.68	0.81
2020	673	(17.3)	75	11.2	48	7.1	6.1	5.0	27.3	727	12,351	14.92	0.88
2021	747	11.0	(43)	(5.8)	(67)	(9.0)	(8.9)	(6.1)	65.9	-1,020	10,882	N/A	0.98

## 기업경쟁력

### 브랜드 인지도 및 유통 경쟁력 확보

#### ■ 패션 골프리류 및 잡화 선도기업

- 독창적인 디자인을 활용하여 차별화된 제품 개발
- 프랑스 디자이너 브랜드로 국내외 브랜드 인지도 보유

#### ■ 유통채널 운영 능력

- 전국 200여 개 가두 대리점, 백화점, 아울렛 매장 운영
- 온라인 유통채널 강화로 수익창출 기대

### 글로벌 경쟁력 강화 전략 구축

#### ■ 글로벌 종합 패션 브랜드로의 도약

- 캐주얼, 애슬레저 웨어, 스니커즈 신발, 여성용 가방 등 시장확대를 위한 신제품 제조, 판매
- IT 등 타 분야 협업을 통한 신사업 발굴 투자
- 시즌마다 글로벌 컨셉트와 아트워크를 개발, 전세계 파트너사에 공급
- 중국, 대만 등 중화권 시장확대 및 유럽, 미주 등 신시장 진출 계획

## 핵심기술 및 취급 품목

### 핵심기술

#### ■ 자체 디자인 개발 인프라 확보

- 자체 디자인 연구 센터 운영, 프랑스 소재 PMJC 디자인센터와 협업하여 독창적인 디자인 개발 진행

#### ■ 시장 변화에 대한 빠른 대응 능력 보유

- 시장 트렌드 변화에 빠르게 대응하기 위해 지속적인 인력 교육, 해외 출장 및 시장 조사 수행

### 주요제품



남성용 니트



여성용 티셔츠



여성용 모자

## 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

- > 생산 협력 업체 통한 친환경 원부자재 사용 공정 방식 채택 등 환경경영 추진중임.
- > 높은 비율로 여성 근로자 근무, 기간제 근로자 없음. 지속 가능한 사회공헌 활동에 참여하고 있음.
- > 이사회 내 별도의 위원회를 운영하여 경영 독립성 확보함.

\* 본 ESG현황은 나이스평가정보평가 분석대상 기업에 대해 필수한 정보를 요약 정리한 것으로, 분석 시점 및 기업의 참여도에 따라 결과가 달라질 수 있습니다.

# I. 기업현황

## 독창적인 디자인 능력을 갖춘 패션 골프웨어 전문기업

까스텔바작은 패션 골프웨어 및 용품 전문기업으로, 자체 디자인 연구소와 프랑스 디자인센터와의 협력을 통해 독창적인 디자인을 개발하고 있다. 제품 카테고리 확대와 온/오프라인 유통망 확대, 글로벌 판매처 확대 등을 통한 글로벌 종합 패션 브랜드로 성장하고자 한다.

### ■ 개요 및 사업 현황

까스텔바작(이하 동사)은 2016년 8월 패션그룹형지 주식회사로부터 사업 부문을 물적분할하여 설립되었고, 2019년 6월 코스닥 시장에 상장하였다. 프랑스의 장 샤를 드 까스텔바작이 론칭한 브랜드의 한국 상표권을 취득하면서 국내 까스텔바작 골프웨어가 론칭되었고, 2016년 10월 PMJC S.A.S 프랑스 본사를 인수하면서 글로벌 상표권을 취득한 것으로 파악된다. 패션 골프를 콘셉트로 독창적인 아트워크, 풍부한 컬러를 활용한 디자인의 골프웨어 및 용품을 제조, 판매하고 있다.

표 1. 매출실적

(단위: 천 원, PCS)

매출유형	품목	2021년 3분기		2020년		2019년	
		수량	금액	수량	금액	수량	금액
제상품 (의류/잡화)	수출	9,063	336,702	13,593	47,851	22,788	920,784
	내수	737,557	45,378,868	913,538	66,311,928	1,108,440	79,143,465
	소계	746,621	45,715,570	927,131	66,359,779	1,131,228	80,064,249
기타	수출	-	-	-	12,280	-	163,252
	내수	-	813,980	-	902,790	-	1,131,116
	소계	-	813,980	-	915,070	-	1,294,368
합계	수출	9,063	336,702	13,593	60,131	22,788	1,084,036
	내수	737,557	46,192,848	913,538	67,214,718	1,108,440	80,274,581
	소계	746,620	46,529,550	927,131	67,274,849	1,131,228	81,358,617

\*출처: 3분기 보고서(2021), NICE평가정보(주) 재구성

### ■ 보유기술 및 주요제품 현황

동사는 골프웨어와 잡화 등을 직접 디자인 개발, 샘플 제작하고, 외주생산하여 판매처에 공급하고 있다. 제품 디자인을 위한 디자인 연구소를 운영하고 있으며, 소비자 동향 분석 및 전 제품에 대한 디자인 개발, 상품화를 위한 샘플 제작 활동을 영위하고 있다. 연구개발 조직은 상품기획팀과 디자인 연구소, 개발실 및 프랑스 소재 PMJC 디자인센터로 구성하였고, 총 20명의 인원이 소속되어 있다. PMJC 디자인센터에서는 연 2회 매시즌마다 까스텔바작의 글로벌 콘셉트와 권리, 아트워크를 개발하고 전세계 파트너사에 공급하고 있다.

표 2. 연구개발 실적

구분	인원 구성	역할
상품기획팀	3명	시장 조사 분석 및 시즌 상품기획, 소재 트렌드 분석 및 신소재 개발 품종별 판매 분석 및 소비자 동향 분석, 아이템 구성 및 가격정책 수립 등
디자인 연구소	10명	국내 시장 메인 컬렉션 디자인 개발, 의류, 용품 등 라이프스타일/캐주얼/스포츠, 라인별 디자인팀제 운영, 그래픽 아트워크 개발 등
개발실	5명	Prototype 샘플 개발, 프로덕션 샘플 개발 협력사 생산 공정 관리, 패턴 개발 등
PMJC 디자인센터	2명	까스텔바작 글로벌 스토리 개발 시즌별 아트워크 개발, 컬러/스타일 제안 등

\*출처: 3분기 보고서(2021), NICE평가정보(주) 재구성

주요제품은 까스텔바작 브랜드의 골프의류와 골프 잡화 등이며, 화장품, 아동복, 침구, 신 등 글로벌 브랜드와 협업하여 브랜드 확장 경험 및 노하우를 확보한 것으로 파악된다.

그림 1. 브랜드 제품



\*출처: 홈페이지(2022)

### ■ 고급 브랜드 이미지 확립

동사는 2020년을 기점으로 골프웨어 부문에서 매스티지(Masstige, Mass+Prestige의 합성어)로 비교적 값이 저렴하면서도 감성적 만족을 얻을 수 있는 고급품을 소비하는 경향) 골프웨어 브랜드로 외형을 확대하고 있다. 이의 기반을 다지기 위해 한국 외 파리 디자인 스튜디오를 운영하고 글로벌 브랜드와 협업 논의 및 전개가 이루어지고 있으며, 40여 년간 축적한 포트폴리오를 기반으로 국내외 걸쳐 마케팅 및 다양한 협업을 진행해 온 것으로 파악된다.

또한, 까스텔바작은 1976년부터 파리 패션위크에 참가하여 작품 발표를 통한 브랜드 가치를 축적하고, 교황, 마돈나, 비욘세, 이방카 트럼프 등 해외 주요 셀럽이 즐겨 입는 옷으로 브랜드 홍보를 통한 명성을 확보한 이력을 보유하고 있으며, 향후 여러 셀럽과의 협업 확대를 계획하는 등 고급 브랜드로서의 이미지를 확립하고 있다.

## ■ 시장 현황 및 경쟁사 현황

산업통상자원부, 한국섬유산업연합회, 트렌드리서치의 2021 상반기 통계보고서에 의하면 전체 패션 시장은 부진한 상황에서 명품 소비가 주도한 가방 시장이 플러스 성장을 했고, 스포츠 아웃도어 트렌드와 스트리트 패션, 브랜드 스토리가 가미된 컬처 캐주얼까지 통합한 캐주얼복 시장이 작지만 플러스 성장을 한 것으로 파악된다. 2021년 상반기 스포츠웨어 산업은 내수경기의 개선, 사회적 거리 두기의 완화, 전년에 부진했던 기저효과 등으로 회복세를 보인 것으로 추정되며, 2021년 하반기에는 COVID-19 백신 보급 확대에 따른 사회적 거리 두기 완화, 민간소비의 증가, 오프라인 매장의 판매 회복세, 비대면 소비의 보편화와 온라인 쇼핑의 지속적인 성장으로 상반기 대비 성장할 것으로 전망된다. 특히, 골프웨어 시장은 내수경기 개선과 2~30대 젊은 층을 중심으로 한 골프 산업의 성장, 고가 브랜드 선호 증가 등으로 성장이 예상된다(NICE평가정보, 스포츠웨어 산업 분석보고서, 2021).

골프웨어 및 골프용품을 취급하는 국내 기업으로는 케이투코리아 그룹의 다이나핏 코리아, 힐라코리아 그룹의 아쿠쉬네트코리아, 크리스에프앤씨 그룹, DFD 패션 그룹의 보그인터내셔널과 피앤비인터내셔널, 한성에프아이, 브이엘엔코, 신한코리아, 슈퍼리어 그룹 등이 있다.

## ■ 기술사업 분석

동사는 해외 진출 및 사업 카테고리 확장을 통해 종합 패션 브랜드 확립을 계획하고 있다. 골프웨어를 넘어 캐주얼로 확장하고, 글로벌 주요 파트너사와 수출 및 라이선스 계약을 통한 대만, 중국 시장확대와 유럽 등 해외 시장 진출을 계획하는 등 로열티, 수출을 통한 수익 확보와 글로벌 파트너 성장을 통한 추가 수익창출을 기대하고 있다.

중국 이링쥬 사와 라이선스 계약을 체결하고 캐주얼 제품을 판매하면서 유통채널을 확대하고 있으며, 애슬레저 웨어, 용품 디자인 개발을 진행하여 시장 내 다양한 품목 생산을 위해 투자하고 있다. 현재 대만, 중국으로의 제품 공급 및 라이선스 계약으로 매출을 시현하고, 동남아시아 진출 및 유럽, 미주 진출 기반을 구축하고 글로벌 시장으로 브랜드를 확장하고자 한다.

그림 2. 시장 확장 전략



\*출처: IR 자료(2022)

## II. 재무 분석

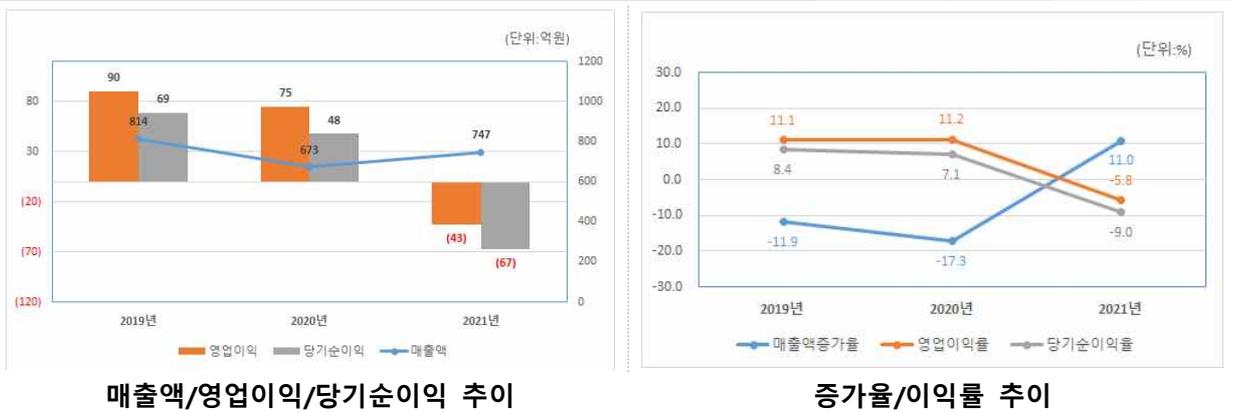
### 소비 심리 회복 및 기저효과로 인한 매출 일부 회복

COVID-19 장기화에도 불구하고 백신 기대 효과 등에 힘입은 국내 소비심리의 회복과 실외스포츠인 국내 골프시장의 호황으로 동사의 2021년 결산 매출은 747억 원으로 일부 회복한 모습을 보였다. 2021년 사업보고서 기준 (주)나비, PMJC S.A.S, Castelbajac USA의 3개 종속회사를 보유하고 있어 하기 재무분석 또한 연결 재무제표를 기준으로 분석하였다.

#### ■ 골프 의류 및 골프 잡화 판매를 통한 매출 시현

동사의 사업부문은 크게 골프 의류 사업부문과 골프 잡화 사업부문, 라이선스 및 소모품매출 사업부문으로 구분되어지며, 2021년 결산 매출 747억 원 중 골프 의류 매출 613억 원(총매출의 82.1%), 골프 잡화 매출 119억 원(총매출의 15.9%), 라이선스 및 소모품 매출 15억 원(총매출의 2.0%)을 차지하였다.

그림 3. 동사 연간 요약 포괄손익계산서 분석

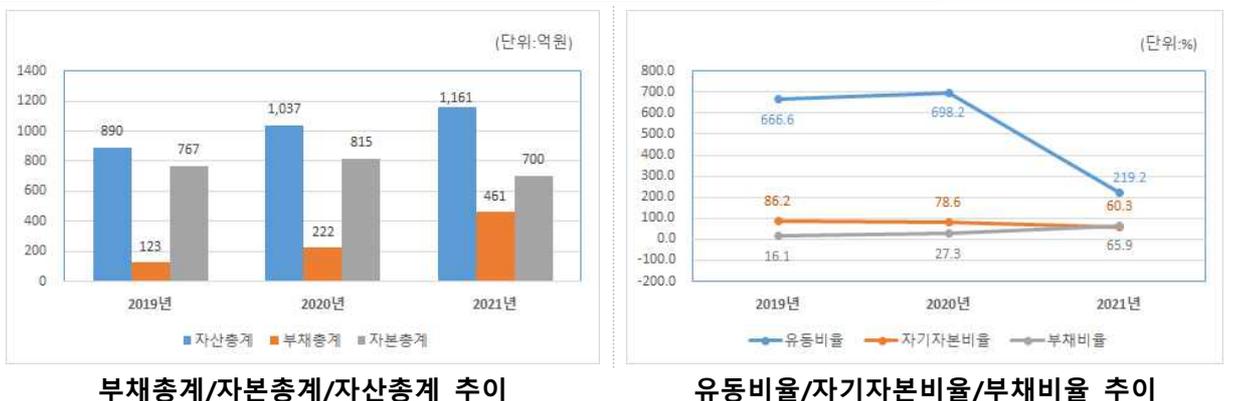


매출액/영업이익/당기순이익 추이

증가율/이익률 추이

\*출처: 동사 사업보고서(2021)

그림 4. 동사 연간 요약 재무상태표 분석



부채총계/자본총계/자산총계 추이

유동비율/자기자본비율/부채비율 추이

\*출처: 동사 사업보고서(2021)

■ 매출액 일부 회복하였으나 수익성 적자 전환

백신 기대 효과 등에 힘입은 국내 소비심리의 회복과 실외스포츠인 국내 골프시장의 호황으로 2021년 결산 연결기준 매출은 전년 대비 11.0% 증가한 747억 원을 기록하였다.

동사의 매출액은 2019년 814억 원(-11.9% YoY), 2020년 673억 원(-17.3% YoY), 2021년 747억 원(+11.0% YoY)을 기록하며 최근 매출액이 일부 회복한 모습을 보였다.

동사의 매출원가율은 2020년 39.1%, 2021년 52.5%로 원가율이 크게 상승하였으며, 무형자산손상차손, 소송충당부채전입액, 이자비용 증가 등으로 영업외수지가 저하되면서 2020년 매출액영업이익률 11.2%, 매출액순이익률 7.1%에서 2021년 매출액영업이익률 -5.8%, 매출액순이익률 -9.0%로 수익성이 적자상태로 전환하였다,

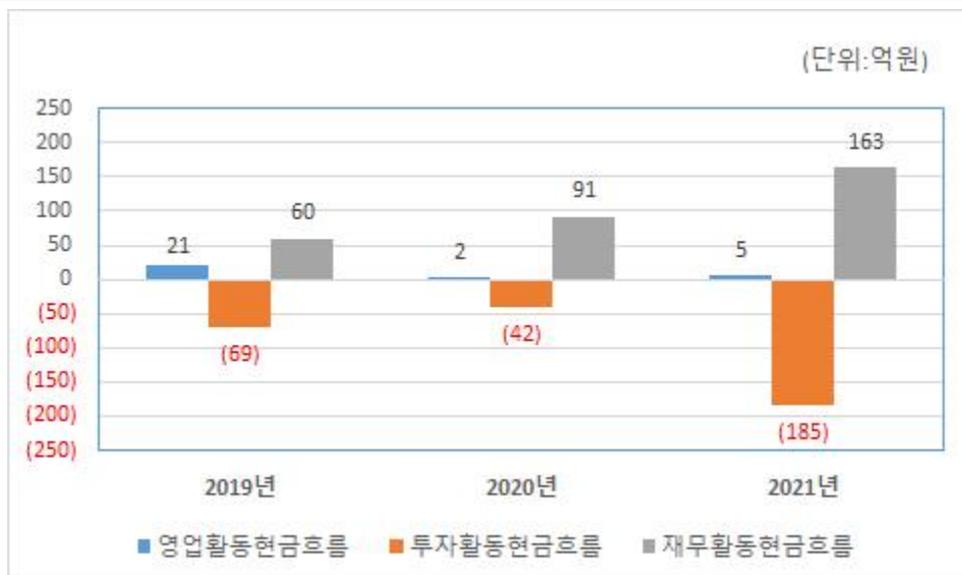
■ 재무구조 저하

주요 재무안정성 지표는 당기순손실 시현과 자기주식 취득으로 자기자본이 감소하였으며, 전환사채 발생으로 부채 부담이 확대되면서 부채비율 65.9%, 자기자본비율 60.3%, 유동비율 219.2%를 기록하여 전년대비 안정성 지표가 저하되었으나, 전반적으로 안정적인 재무구조를 견지하고 있다.

■ 자금흐름 무난

2021년 결산 영업활동현금흐름은 당기순손실 시현에도 불구하고 대손상각비와 감가상각비 등 현금의 유출이 없는 비용의 가산과 재고자산 감소 등에 힘입어 흑자 상태를 유지하였으며, 전환사채 발생으로 조달한 자금과 함께 보증금과 기타비유동채권 증가 등 투자활동 소요자금을 충당하고 기말 시점 양호한 현금유동성을 보유함에 따라 무난한 자금흐름을 시현하였다.

그림 5. 동사 현금흐름의 변화



\*출처: 동사 사업보고서(2021)

## Ⅲ. 주요 변동사항 및 전망

### 시장확대를 위한 경쟁력 강화 전략 마련

패션산업은 COVID-19 등의 영향으로 큰 성장을 나타내지 못하고 있으며, 야외 스포츠나 애슬레저 품목이 성장하고 있다. 당사는 카테고리 확장을 통해 관련 제품 개발에 참여하고 있으며, 유통채널 다변화로 국내외 시장확대 전략을 구축하고 있다.

#### ■ 주요 사업 이슈

COVID-19의 영향으로 외부활동이 가능한 걷기와 등산과 같은 체육활동은 증가하고, 체육시설 이용 제한으로 보디빌딩, 요가, 수영은 감소한 것으로 파악된다(문화체육관광부, 2020년 국민 생활 체육 참여실태조사). 향후 참여희망 운동 종목으로 금전적 여유 시 골프를 희망하는 응답자가 14.7%로 가장 높게 나타났고, 골프, 등산 등의 야외활동 중심 체육활동은 증가할 것으로 기대된다. 또한, 스포츠웨어 산업 중에서도 애슬레저 웨어 시장은 편안한 복장과 건강을 추구하는 라이프 스타일로의 변화, 근거리 외출 시 일상복 및 홈웨어로의 활용도 증가 등으로 수요가 확대되면서 높은 성장세를 지속하는 것으로 파악된다. 이에, 스포츠웨어 브랜드를 비롯한 다양한 패션 브랜드들은 애슬레저 브랜드를 론칭하거나 라인 확장 및 상품 강화 등을 통해 시장에 진출하고 있다(NICE평가정보, 스포츠웨어 산업 분석보고서, 2021).

당사는 시장 성장이 기대되는 골프웨어를 주력 제품으로 취급하고 있으며, 캐주얼, 애슬레저 웨어 등 카테고리 확장을 통한 종합 패션 브랜드 구축을 계획하고 있다. 국내 연구소와 프랑스 PMJC 디자인센터를 활용한 빠른 트렌드 조사와 제품 개발 및 출시로 개발 성과를 나타내고 있으며, 중국, 대만 등 중화권을 넘어 유럽, 미주 진출로 글로벌 시장 확장을 적극적으로 추진하고 있다.

#### ■ 기술에 대한 전망

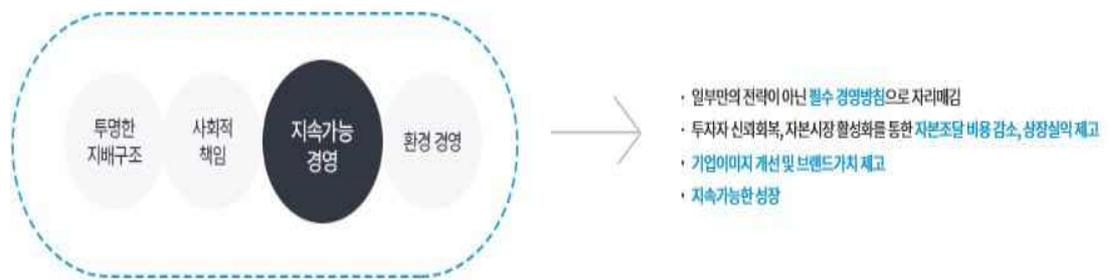
당사는 국내외 시장확대를 위해 온/오프라인 유통 강화 및 사업 확대 전략을 구축하고 있다. 온라인 등 신 유통 사업 확대 전략으로는 온라인 전용 브랜드 출시, 유망 미디어 커머스, 플랫폼 등 사업 투자와 네이버, 카카오와의 라이브 커머스 진출, 국내 최대 패션 유통 플랫폼과의 협업 전개 등이 있다. 그 예로 에이미 조 라인의 온라인 전용 브랜드를 출시하였고, 온라인 기반 스트리트 캐주얼 진출, 홈쇼핑 진출 등의 성과를 획득하였다.

또한, 오프라인 유통 경쟁력을 강화하기 위해 지역거점 스타매장 적극 육성, 브랜드 로열티 강화 CRM 집중, 저비용 고효율 유통 확대를 통한 외형 확대를 진행하고, 원가 경쟁력 강화, 고효율 전략 상품 확대, 물량 운영 시스템 업그레이드, 비효율 유통채널 점검을 통한 이익률 관리 및 효율 극대화 전략을 갖추고 있다. 40년 작품을 활용한 전시회 진행과 월드클래스 골프 선수 후원, 미니언즈, 카카오 캐릭터와의 협업 마케팅 등으로 브랜드 인지도를 확대 및 브랜드 가치 확장을 위한 투자가 이루어지고 있다.

## ■ 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. 2021년 12월에 산업통상자원부는 국내 상황에 적합한 K-ESG 지표를 마련하여 표준화하기 위한 K-ESG 가이드라인을 발표하였고, 분야별 진단 항목을 보면 정보공시(P) 분야는 ESG 정보공시 방식, ESG 정보공시 주기, ESG 정보공시 범위 등 5개 문항으로 구성됐다. 환경(E) 분야는 재생 원부자재 비율, 온실가스 배출량, 재생에너지 사용 비율, 폐기물 재활용 비율, 환경 법규제 위반 등 17개 문항, 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 이루어져 있다.

그림 6. ESG



\*출처: 한국기업지배구조원 홈페이지

국내 ESG 평가를 수행하고 있는 기관은 한국기업지배구조원, QESG, 대신경제연구소, 나이스평가정보 등이 있다. 기관마다 차별화된 ESG 평가등급을 공개하고 있으며, 한국기업지배구조원(2022) 및 나이스평가정보(2022)는 S, A+, A, B+, B, C, D 및 ESG 1~ESG 7 등 7등급 체계로 구성되고, 일부 대기업, 코스닥 상장사의 등급이 제시되어 있다. 당사는 한국기업지배구조원으로부터 ESG 평가 이력을 보유하지 않으며, 골프웨어를 취급하는 주요 기업 또한 평가 이력을 보유하지 않은 것으로 파악된다. 패션산업 참여 기업으로는 휠라홀딩스, 영원무역홀딩스, 한섬, 한세엠케이 등이 ESG 활동을 하는 것으로 나타났다.

표 3. 한국기업지배구조원의 패션산업 참여 기업 ESG 등급 현황

기업명	기업코드	ESG 등급	환경	사회	지배구조	평가연도
휠라홀딩스	081660	A	B+	A+	A	2021
영원무역홀딩스	009970	A	B+	B+	A	2021
한섬	020000	A	A	A+	A	2021
한세엠케이	069640	C	D	C	B+	2021

\*출처: 한국기업지배구조원(2022), NICE평가정보(주) 재구성

서스틴베스트(2022)의 등급은 AA, A, BB, B, C, D, E 7등급으로 제시되고 있으며, 자산 규모별 등급을 구분하고 있다. 동사 및 골프웨어를 취급하는 주요 기업은 서스틴베스트로부터 ESG 평가받은 이력이 없으며, 패션산업 참여 기업 중 휠라홀딩스, 한섬의 평가 이력이 조사되었다.

**표 4. 서스틴베스트의 패션산업 참여 기업 ESG 등급 현황**

기업명	기업코드	전체 등급	규모별 등급	자산 규모
휠라홀딩스	081660	A	BB	2조 이상
한섬	020000	A	AA	5천억 이상

\*출처: 서스틴베스트(2022), NICE평가정보(주) 재구성

한편, ESG 항목에 대한 사항을 공개된 자료와 사업보고서 등을 통해 별도로 확인했다. 동사는 환경경영시스템 인증 획득 이력이 조사되지 않으나, 신재생 소재를 활용한 생산 업체 협력을 통해 친환경 원부자재 사용 방안을 시도하고, 공정에서 발생하는 가죽 부산물을 재활용하고자 하는 등 친환경적 원자재 공정 방식 채택을 통한 환경보호 활동을 도입하고 있는 것으로 파악된다.

또한, 동사의 2021년 3분기 보고서에 따르면, 총 46명의 임직원이 근무하고 있고, 여성 근로자는 23명으로 전체 근로자 대비 여성 비율이 50%에 해당하며, 기간제 근로자 없이 전 직원을 고용하고 있어 근로자의 인권 보호책임을 통한 사회적 책임을 이행하고 있는 것으로 파악된다. 또한, KLPGA 투어 후원, 아울렛 행사 수익금 기부 등의 활동이 이루어지는 등 사회공헌 사업을 하는 것으로 파악된다.

**표 5. 여성/기간제 근로자 근무 현황**

사업 부문	성별	기간의 정함이 없는 근로자	기간제 근로자	합계
패션사업	남	23	-	23
	여	23	-	23
합계		46	-	46

\*출처: 3분기 보고서(2021), NICE평가정보(주) 재구성

지배구조 부문과 관련하여 이사회는 2명의 사내이사와 3인의 사외이사로 구성되어 이사회 내 사외이사 비중이 60%로 이사회 독립성을 확보하고 있다. 또한, 이사회 내 내부거래위원회, 사외이사후보추천위원회 등 2개의 위원회가 이사회 구성원 및 선임에 관한 사항, 사외이사 후보추천위원회 등의 감독, 운영으로 경영 독립성을 높이는 등 윤리경영 활동이 이루어지는 것으로 파악된다.

삼정KPMG 경제연구원에서 보고한 자료(삼정 INSIGHT, Vol. 80, 2022)에 의하면 패션 제품의 80% 이상이 재활용되지 않고 버려지게 되는데, 폐기되는 과정에서 환경 생태계에 적지 않

은 악영향을 주어 컨셔스(Conscious) 패션(소재부터 제조 공정 전반에 걸쳐 친환경적이고 윤리적으로 만들어진 의류를 선호하는 트렌드)이 주요 소비 트렌드로 부상하고 있는 것으로 파악된다. 기업의 ESG 활동을 고려하여 구매 결정하는 소비자가 증가하고 있으며, 특히 환경 분야에 집중되고 있다.

글로벌 스포츠 패션 브랜드 나이키는 2018년부터 ‘Move to Zero’ 슬로건으로 제로 탄소와 제로 폐기물을 목표로 프로젝트를 진행하고 있으며, 아디다스는 2024년까지 자사 생산 제품에서 새 폴리에스터 사용을 없애고 재활용 소재로 대체하는 것을 목표로 하고 있다.

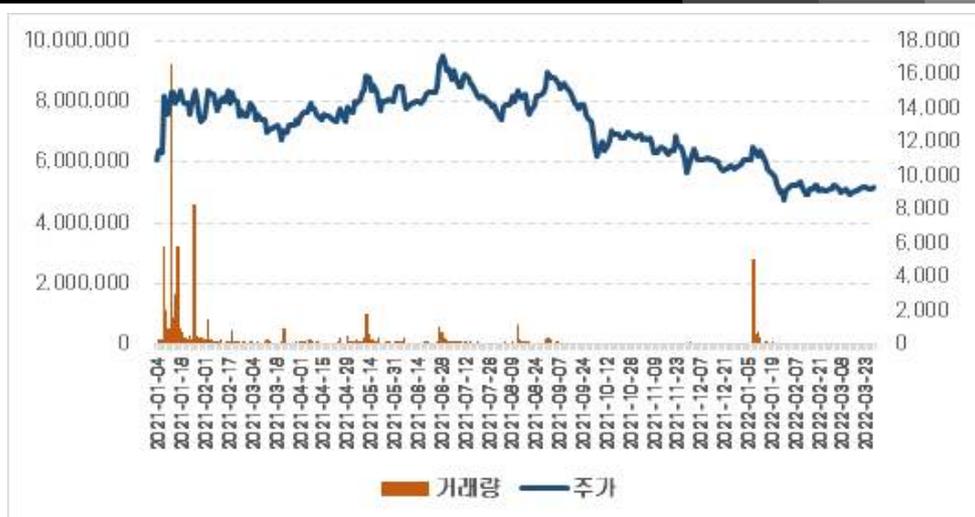
한섬은 재고 의류를 재활용하는 프로젝트를 전개하여 폐기될 재고 의류를 고온과 고압으로 성형하여 친환경 인테리어 마감재를 제작하였고, 섬유 기업 효성티앤씨가 버려진 페트병의 불순물을 제거하고 플라스틱을 녹여서 폴리에스테르 원사 리젠을 개발하고 국제 재활용 인증(GRS, Global Recycle Standard)을 획득한 것으로 파악된다.

한국무역협회 국제무역통상연구원의 TRADE BRIEF 자료(필(必) 환경 ESG 시대, 패션산업 친환경 트렌드와 시사점, 2021)에 의하면 ESG 경영 시대 속 글로벌 패션 기업들이 친환경 캠페인에 동참함에 따라, 국내 패션 기업 또한 친환경 트렌드 활용 전략 구축이 필요하며, 친환경 패션의 디자인, 원단 및 부자재 생산, 옷 제조, 유통, 폐기 기업 간 전략적 협업, 그린워싱(Greenwashing, 위장 환경주의) 유의 전략 등이 필요한 것으로 보고하였다.

■ 증권사 투자이견

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

■ 시장정보(주가 및 거래량)



\*출처: Kisvalue(2022.04)