

기술분석보고서 소재

더라미 (032860)



작성기관 NICE평가정보(주) 작성자 유해욱 연구원

[▶ YouTube 요약 영상 보러가기](#)

- 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.
- 텔레그램에서 “한국IR협의회” 채널을 추가하시면 매주 보고서 발간 소식을 안내 받으실 수 있습니다.
- 본 보고서에 대한 자세한 문의는 작성기관(TEL.02-2124-6822)로 연락하여 주시기 바랍니다.

- ▶ 요약
- ▶ 기업현황
- ▶ 시장동향
- ▶ 기술분석
- ▶ 재무분석
- ▶ 주요 변동사항 및 전망

더라미(032860)

화장품 시장에 새롭게 도전하는 철 스크랩 유통기업

기업정보(2025.06.12 기준)

대표자	조윤성
설립일자	1986.01.01
상장일자	1997.07.04
기업규모	중견기업
업종분류	소재
주요제품	화장품 제조/판매, 철 스크랩 유통, 리조트 운영

시세정보(2025.06.12 기준)

현재가(원)	1,294
액면가(원)	500
시가총액(억 원)	522
발행주식수	40,395,863
52주 최고가(원)	3,995
52주 최저가(원)	1,074
외국인지분율(%)	1.61
주요주주	(주)바이오스마트, 옵니시스템(주), 커넥티드얼라이언스 펀드

■ 다양한 산업 분야에서의 경험을 쌓은 제조 전문기업

더라미(주)(공시회사명 ‘더라미’, 이하 동사)는 의류 제조업 등을 목적으로 설립되었으며, (주)아이니츠, (주)엠포러스, (주)가람 등 다수의 기업을 흡수·합병하면서 통신 및 방송 장비 제조업, 풍력발전 시스템 제조업 등을 거쳐 금속 및 비금속원료 재산업 분야로 사업을 확장하였다. 현재는 화장품 제조 사업을 중점 전개하고 있으며, 스킨케어, 헤어·바디, 메이크업 제품 등 세분화된 카테고리 및 브랜드를 통한 가치 창출을 추구하고 있다. 고객사의 영역에 포함되는 ‘제품기획’ 부분을 제공하는 강점을 보유하고 있고, 흡수합병한 기업을 통해 확보된 인프라 및 마케팅 노하우를 기반으로 K-뷰티의 활약이 기대되는 글로벌 시장에서의 입지를 확보하고 있다.

■ 국내 유일 철 스크랩 상장사

동사는 국내에서 발생하는 철 스크랩을 수집하여 수요처에서 요구하는 형태로 분류 및 선별한 후 내수용으로 공급하거나 해외 철강사로 수출하고 있는 철 스크랩 리사이클링 전문기업이다. 2015년 회생절차를 진행하면서 수익성이 낮은 철 스크랩 가공 및 제조 관련 사업을 정리하였고, 현재는 비철 금속 스크랩 부문을 포함하여 철 스크랩 수집, 분류 및 선별, 유통 및 판매에 주력하고 있으나, 여전히 국내의 유일한 철 스크랩 상장사로서의 인지도를 바탕으로 신뢰도를 구축하고 있다.

■ 화장품 사업 등 사업 다각화를 통한 성장 기대

동사는 2023년 라미화장품(주) 흡수합병을 통해 화장품 사업에 신규 진출하였다. 기존의 철 스크랩 관련 사업은 지속적인 수주 및 양호한 매출액에도 불구하고 수익성이 좋지 못하였는데, 이는 국제 시세의 변동이 국내 시장가격에 미치는 영향이 크고 대형 제강사의 가격정책에 따라 유통업체가 가격변동을 감수해야 하기 때문으로 판단된다. 따라서 동사는 사업 다각화를 통해 화장품 사업에 진출하여, 현재 미국, 일본, EU, 러시아, 베트남 등 전 세계 화장품 시장에서 두각을 보이며, 주력 사업으로서 수익을 확대하고 있다.

요약 투자지표 (K-IFRS 개별 기준)

	매출액 (억 원)	증감 (%)	영업이익 (억 원)	이익률 (%)	순이익 (억 원)	이익률 (%)	ROE (%)	ROA (%)	부채비율 (%)	EPS (원)	BPS (원)	PER (배)	PBR (배)
2022	626	32.4	-32	-5.1	-56	-9.0	-19.95	-15.62	11.9	-313	1,411	N/A	2.58
2023	510	-18.5	-35	-6.9	-33	-6.5	-8.55	-7.01	27.0	-131	1,318	N/A	2.76
2024	698	36.9	16	2.3	25	3.6	4.57	3.89	9.2	62	1,406	19.42	0.85

기업경쟁력

화장품 제조 역량과 기술력	라미화장품㈜과의 합병으로 확보한 화장품 OEM/ODM 생산설비와 기술력을 통해 중소 화장품 브랜드(인디 브랜드)의 생산 수요에 대응 가능
사업 포트폴리오 다변화	기존 철 스크랩 유통사업 외에도 화장품 OEM/ODM, 리조트 운영 등 다양한 사업영역을 보유

핵심 기술 및 적용제품

화장품 OEM/ODM	고객사의 영역에 포함되는 '제품기획' 부분을 제공할 수 있으며, 제품의 기획 제안, 제품개발의뢰, 제품 생산 및 납품, 사후관리에 이르는 전 영역을 Turn-Key 방식으로 제공	화장품 OEM/ODM 사업 프로세스 화장품 사업 프로세스
기능성 화장품	기능성 화장품, 더마 화장품, 클린/비건 뷰티, 맞춤형 화장품 등 다양한 제품군에 대응 가능한 라미화장품㈜의 개발 역량 흡수	

시장경쟁력

K-뷰티 트렌드에 따른 글로벌 수요 확대	화장품 업계에서 오랜 업력을 지닌 라미화장품㈜의 기술 및 영업 기반을 이용할 수 있으며, 특히 K-뷰티의 글로벌 인기로 힘입어 해외 시장에서의 수요 확대 가능성을 높이고 있고, 특히 기능성 원료를 활용한 다양한 스킨케어 제품 출시로 매출 기회가 확대되고 있음
철 스크랩 유통 시장에서의 선도적 지위	국내 철 스크랩 유통 시장에서 상장사로는 유일하게 활동 중인 기업으로, 규모와 신뢰도 측면에서 강점을 보유하고 있으며, 국내 제강사와의 안정적인 공급 네트워크를 통해 경기 침체 시에도 일정 수준 이상의 매출을 유지할 수 있는 기반 확보하고 있음
사업 포트폴리오 다변화를 통한 리스크 분산	화장품 사업, 철 스크랩 유통사업 외에도 리조트 운영 등 다양한 사업영역을 보유하고 있어, 경기 변동에 대한 리스크를 분산시킬 수 있는 구조로 각 사업 부문 간의 시너지 효과를 통해 안정적인 수익 창출이 가능함

ESG(Environmental, Social and Governance) 활동 현황

E 환경경영	◎ 철강 제품을 생산하거나 사용한 후 남은 철 소재를 회수하여 재활용하는 철 스크랩을 통해 탄소 배출을 줄이고 자원 순환을 촉진하는 데 기여 ◎ 화장품 관련 친환경 원료 및 친환경 패키지 기술 연구
S 사회책임경영	◎ 지속적 고용 창출에 기여 ◎ ISO 9001 및 ISO 14001 인증 획득
G 기업지배구조	◎ 이사회 총 4명(사내이사 3명, 사외이사 1명)으로 구성 ◎ 이사회 및 주주총회 개최 ◎ 코스닥 시장에 상장되어 주주현황 및 재무 정보 투명하게 공개

I. 기업 현황

사업 다각화에 성공한 국내 유일 철 스크랩 상장사

동사는 1986년 의류 제조 및 판매업으로 시작하여 금속 및 비금속원료 재생 사업으로 전환함으로써 친환경적인 자원 순환 시스템 구축에 기여하고 있으며, 리조트 사업 및 화장품 사업 등 사업 다각화를 추진하고 있다.

■ 기업개요

동사는 1986년 01월 의류(기성복) 제조업을 목적으로 법인 설립되었으며, 2005년 고철, 금속 재생가공처리업 업종을 추가하여 현재까지 철 스크랩 유통사업을 영위해 오다가, 사업 다각화를 위해 2021년 수익형 부동산을 양수하여 리조트 사업 부분을 신설하였다. 2023년에는 라미화장품(주)을 흡수합병하여 화장품 사업에도 본격 진출하였다. 동사는 2023년 더라미(주)로 상호를 변경한 이후 2025년 새롭게 취임한 조윤성 대표이사를 필두로 다수의 화장품 브랜드 제품을 국내외 시장에 공급하며 화장품 사업을 주력 사업으로 영위하고 있다.

■ 주요연혁 및 대표이사 주요이력

동사는 1986년 01월 법인 설립되어 1997년 코스닥 상장한 이후, 금속 및 비금속원료 재생 사업인 철 스크랩 유통사업을 영위해 오며 국내 유일 철 스크랩 상장사가 되었다. 동사는 친환경적인 자원 순환 시스템을 구축하고자 2009년 리사이클링 및 폐기물 연구소를 설립하여 '저급전선 스크랩 회수 기술 개발연구' 국가 프로젝트에 참여하였으며, 이를 통해 기술력을 인정받아 2010년 연 매출 1,000억 원 초과 달성을 기록하였고, 2011년 충청남도 강소형 중소기업에 선정된 바 있다.

(주)지엠알머티리얼즈를 거쳐 (주)글로스퍼랩스로 법인명을 변경한 동사는 2020년 미국 철 스크랩 법인인 GMR MATERIALS, INC.를 매각하며 국내 고철뿐 아니라 비철 등 수익성이 좋은 스크랩 사업을 확장하였다. 또한, 사업 다각화를 통해 수익형 부동산인 오버더마운틴 리조트 인수계약을 체결하여 2021년부터 본격적으로 운영하였다. 그러나 2021년 감사보고서 의견거절에 따라 2022년 3월 주식 거래가 정지되었으며 기존 사업인 철 스크랩 유통사업과 리조트 사업의 부진으로 인해 2022년 6월 회생절차 개시를 신청하였다. 2022년 8월 회생계획안이 인가되어 11월 회생절차가 종결된 후, 사업 정상화 및 수익성을 개선하기 위해 2023년 라미화장품(주)을 흡수합병하며 화장품 사업에 진출하였으며, 2024년 10월 한국거래소 코스닥 시장본부의 상장유지 결정에 따라 주권 거래가 재개되었다.

그림 1. 주요연혁



자료: 동사 사업보고서(2024.12.), NICE평가정보(주) 재가공

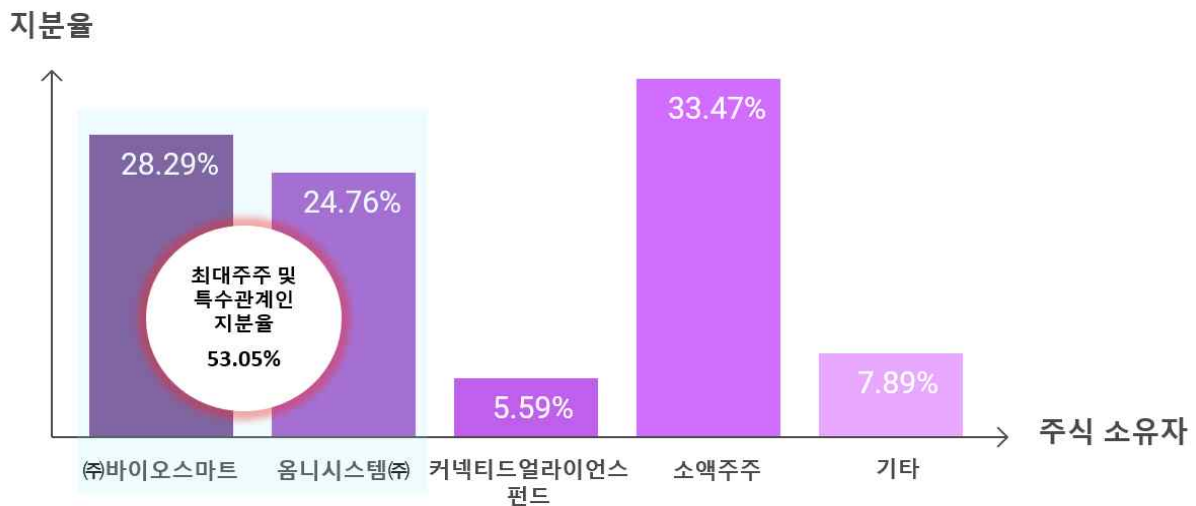
대표이사 조운성은 통계학 학사 학위를 보유하고 있으며, ㈜GS리테일 사장, 한국통합물류협회 부회장 등 다수의 경력을 바탕으로 현재 더라미(주), 오스틴제약(주) 및 시공사(주)의 대표이사를 겸직하고 있다. 다양한 사업을 운영해 온 경력 및 지식을 기반으로 동사를 안정적으로 운영하고 있으며, 다년간 축적된 기술 사업화 경험을 토대로 창의적인 혁신과 도전을 추구하고 있다.

■ 종속회사 및 주주현황

동사는 2020년 기준 보안 솔루션 제품 개발업을 영위하는 ㈜데이터스텔스테크놀로지, 금속 스크랩 도매업을 영위하는 GMR MATERIALS, INC., 금속 및 비금속원료 재생업을 영위하는 ㈜글로스퍼글로벌을 종속회사로 보유하였으나, ㈜데이터스텔스테크놀로지는 2020년 당기 중 종속기업투자의 지분 일부를 처분함으로써 지배력을 상실하여 연결 범위에서 제외되었고, GMR MATERIALS, INC.는 2020년 당기 중 종속기업투자를 처분하여 연결 범위에서 제외되었으며, ㈜글로스퍼글로벌의 경우 2020년 당기 중 폐업하여 연결 범위에서 제외되었고, 동사는 현재 종속회사를 보유하고 있지 않은 것으로 확인된다.

2024년 12월 사업보고서 기준, 동사의 최대 주주는 (주)바이오스마트로 11,428,571주(28.29%)를 보유하고 있다. 그 외 특수관계인에 해당하는 옴니시스템(주)이 10,000,000주(24.76%)를 보유하여 최대 주주 및 특수관계인의 지분율은 53.05%이다. 한편, 동사의 최대주주인 (주)바이오스마트는 1971년 설립되어 1983년 국내 최초로 MS CARD를 제조 및 공급한 신용카드 제조 기업으로, 2024년 기준 자산 262,843백만 원, 매출액 484,310백만 원을 기록하였다.

그림 2. 주주현황



자료: 동사 사업보고서(2024.12.), NICE평가정보(주) 재가공

■ 사업 분야 및 매출현황

동사는 금속 및 비금속원료 재생 사업 부문인 철 스크랩 유통사업을 영위해 오다가 2021년 수익형 부동산인 오버더마운틴 리조트를 양수하여 경기도 가평군에서 리조트 사업을 운영하고 있으며, 2023년 라미화장품(주)을 흡수합병한 이래 신규 진출한 화장품 사업을 주요 사업 분야로 운영하고 있다. 2024년 사업보고서에 따르면, 철 스크랩 유통사업은 2023년 대비 14.17% 감소하였고 리조트 사업 또한 20.35% 감소하였으나, 화장품 관련 제품매출이 229.41% 증가하며 전체 매출액은 2023년 대비 36.88% 증가한 것으로 확인된다.

동사는 2023년 화장품 사업에 신규 진출했으나 라미화장품(주)의 오랜 업력을 바탕으로 글로벌 비즈니스 네트워크를 구축하고 있으며, 글로벌 K-뷰티 수요 증가의 가속화로 인해 2024년 국내 화장품 수출 실적이 최고치를 경신함에 따라, 동사의 화장품 제품매출 또한 증가한 것으로 확인된다.

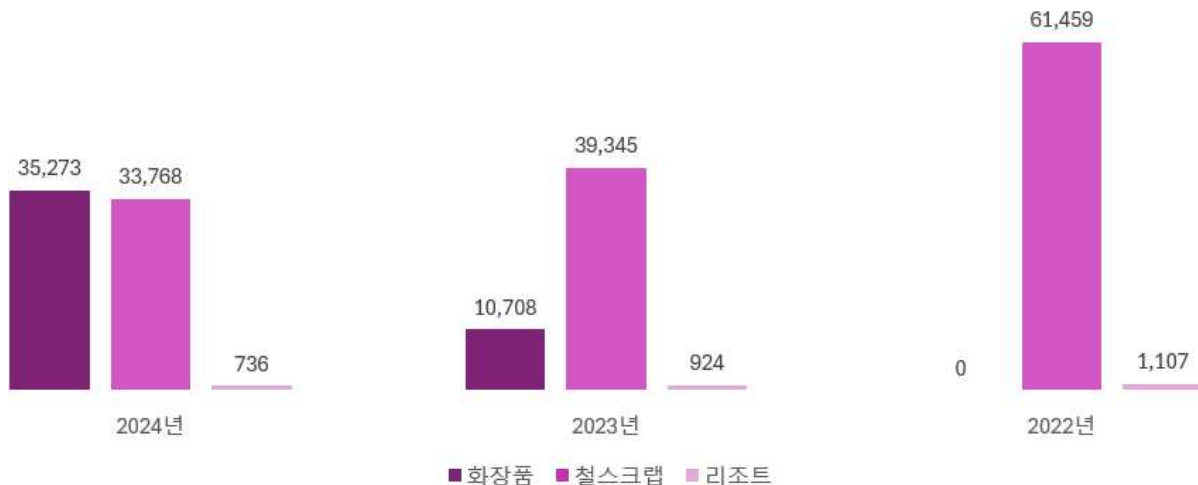
표 1. 사업 분야

사업부문	품목(유형)	주요 사업의 내용	매출액 (백만 원)	매출 비중(%)
화장품	제품매출	2023년 라미화장품(주) 흡수합병 이후 화장품 사업을 주 사업으로 영위 - 카타니라지오, 소르띠에, 라피네 등 다수의 자사 브랜드를 보유하고 있으며, ODM(OEM) 분야에서 해외 유명 브랜드의 PB상품 생산 - 미국, 홍콩, 카자흐스탄 등 20개국의 유통채널 확보	35,273	50.55
금속 및 비금속원료 재생	철 스크랩 유통	- 국내 중·대형 고철업체, 중소 수집상 및 중간 상인들로부터 철 스크랩 매입 및 국내외 제강사에 판매 - 해상운송 시스템을 통한 비철 및 고철의 국내 유통에 매진 - 목포, 군산에 철 스크랩 야드를 임차하여 운용	33,768	48.39
리조트	서비스 매출	2021년 경기도 가평군 소재의 오버더마운틴 리조트를 인수하여 호텔&리조트 사업 영위	736	1.06

자료: 동사 사업보고서(2024.12.), NICE평가정보(주) 재가공

그림 3. 사업 부문별 매출액 구조

(단위: 백만 원)



자료: 동사 사업보고서(2024.12.), NICE평가정보(주) 재가공

II. 시장 동향

Slow Aging 트렌드와 맞물려 K-뷰티 시장의 지속적인 성장이 전망됨

인구 고령화 및 피부 보호에 관한 관심 고조에 따라 화장품 산업은 지속 성장할 것으로 예상되며, 특히 스킨케어 분야에서 독자적인 카테고리를 형성한 'K-뷰티' 산업의 수요가 증가할 것으로 예상된다.

■ 화장품 시장 규모 및 전망

동사는 2023년 라미화장품(주)을 흡수합병한 이래 신규 진출한 화장품 사업을 주요 사업으로 운영하고 있다. 화장품은 인체를 청결하게 하거나 아름답게 가꾸고, 피부 또는 모발의 건강을 유지하기 위해 인체에 바르고 문지르는 제품으로, 화장품 시장은 화장품 제조 또는 판매업체를 통해 판매된 스킨케어(Skincare), 헤어케어(Haircare), 선크어(Suncare), 색조화장품, 방향용 제품, 목욕용 제품 등의 매출액으로 구성되어 있다.

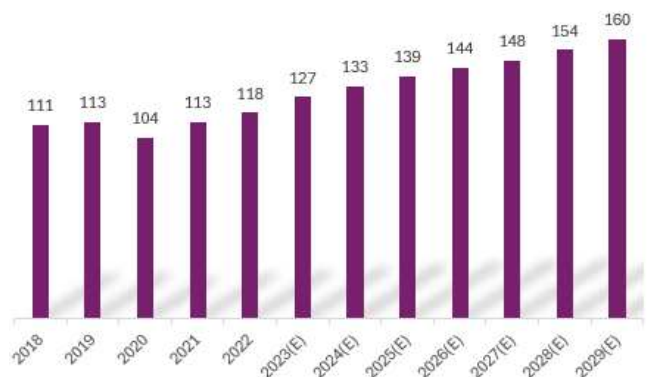
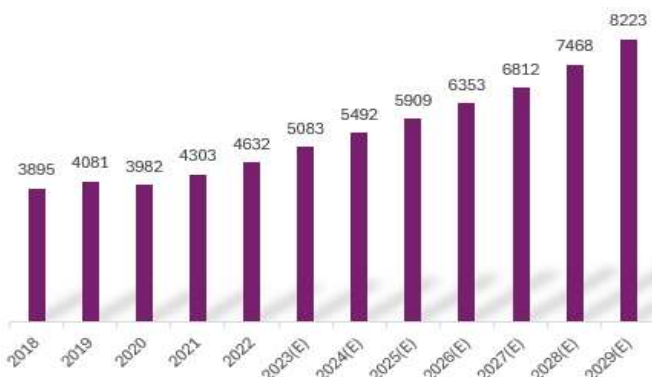
Euromonitor International(2024)에 따르면, 2022년 전 세계 화장품 산업의 시장 규모는 약 4,632억 달러로 추산되며, 2023년부터 2029년까지 연평균 성장률(CAGR) 8.3%로 성장하여 2029년에는 약 8,223억 달러에 이를 것으로 전망되고 있다. 미국은 2022년 기준으로 전 세계 화장품 시장의 약 20.81%를 차지하고 있으며, 중국, 일본, 브라질, 독일 등이 주요 생산국으로 활동하고 있다. 한국의 경우 2022년 118억 달러 수준의 시장 규모를 형성하여 세계에서 9번째로 큰 규모를 차지하였으며, 2023년 이후 연평균 4.0%로 성장하여 2029년에는 약 160억 달러의 시장 규모를 형성할 것으로 전망된다.

2022년 기준 국내 화장품 무역수지는 2012년 약 1억 달러로 첫 흑자를 기록한 후, 꾸준히 성장세를 유지하며 2021년 약 79억 달러 수준에 이르러, 2021년 기준 국내 전체 무역수지 흑자 규모 중 25.7%를 차지하였다. 2022년 코로나19로 인해 잠시 주춤했던 수출 규모는 2024년 102억 달러를 기록하며 화장품 수출 사상 첫 100억 달러를 돌파하였다. 한때 70%에 달하던 중화권 수출 비중은 34%로 감소하였으나, 북미, 유럽 등 비중국 국가로의 수출 성장으로 2024년 한국산 화장품의 전 세계 수출 증가율은 20%에 달한 것으로 나타났다. 미국, 싱가포르, 일본 등 전 세계 상위 화장품 수출국의 수출액이 역성장을 기록하는 가운데, 한국은 20%의 성장률을 기록하며 2024년 수출 점유율 1위 국가인 프랑스(15%)에 이어 2위(11%)를 차지한 것이다. 다만, 가장 큰 화장품 시장을 보유하고 있는 미국의 화장품 주요 수입국 비중에 있어서는 한국(22%)이 프랑스(17%)를 넘어 1위를 차지한 것으로 확인된다. 이는 화장품 이커머스 거래가 급격히 증가한 팬데믹을 기점으로 단순히 시장의 성장에 기댄 것이 아닌, K-뷰티의 독자적인 카테고리로서 시장을 조성하여 전반적인 점유율을 성장시킨 결과로 파악된다.

그림 4. 세계 화장품 시장 규모

(단위: 억 달러) 그림 5. 국내 화장품 시장 규모

(단위: 억 달러)



자료: Euromonitor International(2024), NICE평가정보(주) 재가공

■ 기능성 화장품(Cosmeceutical)의 부상과 K-뷰티의 글로벌 침투로 인한 화장품 시장 확대

2024년 뷰티 산업의 주요 트렌드 중 대표적인 한가지는 ‘Slow Aging’ 이다. 팬데믹 기간에 홈케어가 떠오르며 다양한 스킨케어 루틴이 유행하고, 미세먼지 등 환경오염 문제, 마스크 착용 등으로 인한 트러블 완화 및 피부 보호에 관한 관심이 고조되는 한편, 100세 시대로 불리는 최근 노화를 부정적으로 인식하는 대신 건강한 아름다움을 유지하며 자연스럽게 나이 들어가는 것을 목표로 하는 새로운 뷰티 트렌드가 등장하면서 기능성 화장품이 주목받고 있다. 이는 인종·문화 등의 구애를 받지 않아 글로벌 시장으로 확대되고 있는 추세이다.

스킨케어 제품이 전체 화장품 시장 가치의 약 45%를 차지하며 뷰티 부문에서 가장 큰 카테고리를 차지하고 있는 가운데 ‘최고의 기초 화장품 브랜드(best skincare brand)’ 관련 구글 최대 검색 키워드는 최근 5년간 ‘한국의 스킨케어’가 1위를 차지했다. 미국 이커머스의 화장품 판매액의 46%를 점유하고 있는 Amazon 내 한국 화장품의 카테고리별 침투율을 살펴보면, 스킨케어 10.7%, 선크어 4.1%, 색조화장품 2.7%로 스킨케어 카테고리가 시장 침투율을 견인하는 모습을 볼 수 있다. 특히, SNS가 정보 비대칭성 완화에 기여함으로써 브랜드 명성에 대한 소비자의 의존도(브랜드 로열티)가 하락하고, 적은 자본으로도 화장품 브랜드 경영이 가능해짐에 따라, 소(小)자본의 비(非)대기업 신생 브랜드를 의미하는 ‘인디(indie) 브랜드’가 독특하고 혁신적인 아이디어로 K-뷰티 수출의 부흥을 이끌고 있어, 향후 스킨케어를 포함한 전체 화장품 시장이 지속해서 확대될 것으로 전망된다.

주요기관별 시장전망

글로벌 뷰티&퍼스널 케어 시장 규모는 2025년 6,771억 9천만 달러의 수익을 창출할 것으로 기대되며, 2030년까지 연평균 성장률(CAGR) 3.37%로 성장할 것으로 예상됩니다.

– Statista

글로벌 화장품 시장은 2023년에 6,172억 달러 규모로 평가되었으며, 2024년부터 2033년까지 연평균 성장률 8.81%로 성장하여 2033년 1조 4,358억 7천만 달러에 이를 것으로 예상됩니다.

– The Brainy Insights

2024년 세계 화장품 시장 규모는 4,198억 달러이며, 2033년까지 6,297억 달러에 달할 것으로 예상되고, 2025년부터 2033년까지 연평균 성장률(CAGR) 4.60%를 기록할 것으로 전망합니다.

– IMACR Group

2024년 세계 화장품 시장 규모는 3,359억 5천만 달러로 평가되었으며, 2025년 3,546억 8천만 달러에서 2032년 5,562억 1천만 달러로 성장하여 예측 기간 동안 연평균 6.64%의 성장률을 보일 것으로 예상됩니다.

– Fortune Business Insights

이러한 성장 전망은 스킨케어에 대한 인식 제고, 혁신적인 제품 브랜딩, 효과적인 마케팅 등이 주요 요인으로 작용하고 있습니다. 그러나 합성 화학 물질의 부정적인 영향, 화장품 제조에 대한 엄격한 규제 등은 화장품 시장 성장에 제약 요인으로 작용할 수 있습니다.

■ 경쟁업체 현황

화장품 산업은 전 세계적으로 피부 기초 관리의 중요성이 두드러지면서 성장하고 있다. 글로벌 시장에서는 Beiersdorf AG(독일), COTY, Inc.(미국), Johnson&Johnson Services, Inc.(미국), Kao Corporation(일본), L'Oreal S.A.(프랑스), Natura&Co.(브라질) 등의 기업이 참여하고 있으며, 기능성 화장품의 성분 연구개발 및 제품 차별화를 위해 지속적으로 노력하고 있다.

국내에서는 (주)아모레퍼시픽, (주)LG생활건강, 애경산업(주), 코스맥스(주) 등의 기업이 화장품 제품의 개발 및 생산 기술을 보유하고 있으며, 관련 사업 현황은 아래와 표와 같다.

표 2. 경쟁업체 현황

기업명	현황
(주)아모레퍼시픽	• 이니스프리, 설화수, 렉스 등 다양한 브랜드를 보유하고 있으며, 스킨케어 제품부터 색조화장품, 헤어케어 제품 등 다양한 카테고리를 보유하고 있음 • AI 기반 맞춤형 뷰티 솔루션을 개발하여 뷰티테크 분야에서 두각을 나타내고 있음
(주)LG생활건강	• 오뎬, 빌리프, 비온드 등 다양한 브랜드를 보유하고 있으며, 스킨케어 제품 외에도 구강용품, 모발 용품, 세탁 용품, 음료 등 포괄적인 제품 카테고리를 보유하고 있음 • 브랜드 '더후' 론칭 22년 만에 순 매출 20조 원을 돌파했으며, 2025년 북미 온라인 직영 물을 오픈함
애경산업(주)	• 뷰티, 퍼스널케어, 홈케어로 사업 부문을 나누고 있으며, 화장품, 목욕용 제품, 세탁 용품 등을 취급함 • 화장품 사업부 매출의 대부분은 'AGE20'S' 브랜드에서 발생하고 있으며, 수출은 중국 시장 중심의 디지털 채널로부터 발생하고 있으나, 최근 미국, 일본, 동남아시아 등 신규 시장을 개척하여 지역 다변화 시도 중
코스맥스(주)	• 화장품 ODM 전문기업으로 로레알, 슈에무라, 랑콤, 메이블린, 입생로랑 등 글로벌 뷰티 업체와 계약을 맺고 화장품 개발 및 판매 중 • OBM 전략을 도입하며 2023년 웹사이트나 공식 앱을 통해 1대1 문진을 진행하여 초개인화 헤어 케어 제품을 제공하는 자체 브랜드 플랫폼 '3WAAU' 론칭함 • 2025년 국내 최초 '피부장벽 기능 개선' 기능성을 인정받은 마스크시트 제품에 대한 기능성 화장품 심사 통과함

자료: 각 사 홈페이지 및 보도자료, NICE평가정보(주) 재가공

그 외 (주)아우딘퓨처스, 한국화장품(주), (주)네오팜, 한국콜마(주) 등의 기업이 화장품 제조 및 유통사업을 추진하고 있으며, 국내외 기업들의 적극적인 참여와 K-뷰티의 글로벌 인기로 국내 화장품 산업은 향후 지속적인 성장이 예상된다.

III. 기술분석

화장품 제조와 철 스크랩 가공 및 제조에 대한 차별화된 기술적 이해도

동사는 화장품 산업에서 오랜 업력을 지닌 라미화장품(주)의 기술력을 흡수하여 화장품 제조에 대한 높은 이해력과 우수한 역량을 확보하고 있으며, 철 스크랩 가공 및 제조 경험을 바탕으로 효율적인 철 스크랩 유통구조를 구축하고 있다.

■ 주요 사업 분야

2024년 사업보고서에 따르면, 동사는 9개의 화장품 브랜드를 통한 화장품 사업, 비철, 고철 등 철 스크랩 및 철강 제품의 유통사업, 오버더마운틴 리조트를 통한 리조트 사업을 통해 매출을 실현하고 있다.

동사는 2023년 흡수합병한 라미화장품(주)을 통해 화장품 사업에 신규 진출한 이후, 화장품 사업을 주력 사업으로 영위하고 있다. 라미화장품(주)은 1976년 국내 의약품 브랜드 동아제약(주)에 의해 설립되어 1980년대 초부터 미국 FDA로부터 화장품의 안전성을 입증받은 바 있으며, 1984년 말레이시아를 시작으로 이란, 호주, 중국, 미국 등 전 세계로 수출하여 글로벌 기반을 다졌다. 또한, 2000년 레티널 팔미테이트 캡슐을 함유하는 안정화된 화장료 분야에서 특허를 획득하였으며, 2015년에는 가루를 한 겹씩 적층하여 층 사이에 공기층이 형성돼 피부에 바를 때 밀착력이 뛰어난 ‘BI(Back Injection) 공법’을 적용한 콤팩트 제조 기술로 프랑스 유명 화장품 기업 ‘로레알(ROREAL)’과 ODM 계약을 체결한 바 있다.

표 3. 동사 사업군

구분	제품 및 서비스명	주요 특징 및 기능
화장품	지오(GEO) 레노마(RENOMA), 멘넨(MENNEN) 라피네(LAFINE) 소르띠에(SORTIE) 헤미인(HAEMIIN) 카타리나지오(CATALINAGEO) 닥터3(DOCTOR.3) 코어젠(Coregen)	100% 외주 생산 방식으로 생산하여 화장품 원료는 제조업체에서 공급하나, 부자재는 동사가 직접 주문하여 제조업체에 공급 - 외주 생산 업체는 지분을 소유하고 있지 않으나 동사 제품을 전담으로 생산하며, 동사의 생산설비 일부를 외주 생산 공정에 도입하여 생산 공정 및 품질 관리 실시 - 고객사의 영역에 포함되는 제품기획 부문을 제공하는 강점을 가지고 제품의 기획 제안, 제품개발의뢰, 제품 생산 및 납품, 사후관리에 이르는 전 영역을 Turn-Key 방식으로 서비스 - 스킨케어 41%, 헤어·바디 36%, 메이크업 14%, 기타 9% 비율로 월간 생산량 총 60만 개 수준 - 외주 업체 화장품 제조 및 품질 관리 기준 ISO 22716 인증 획득
금속 및 비금속원료 재생	철 스크랩 유통	3,000톤급 전용 바지선 및 5,000톤급 용선, 다수의 야적장과 부두를 바탕으로 철 스크랩의 수출 및 해상운송 시스템 구축 2015년 회생절차 이후 수익성이 떨어지는 철 스크랩 가공 및 제조 사업 등을 중단하고, 스크랩(비철, 고철) 및 철강 제품 국내 유통에 집중
리조트	오버더마운틴 리조트	2021년 경기도 가평 축령산에 위치한 10,000m² 크기의 프리미엄급 리조트 오버더마운틴 리조트 인수 - 빌라동과 호텔동으로 구성, 레저 시설로 수영장 운영 중

자료: 동사 사업보고서(2024.12.), NICE평가정보(주) 재가공

■ 기능성 화장품 제조를 위한 원료 개발 기술

동사가 흡수합병한 라미화장품(주)은 1976년 동아제약(주)에 의해 설립된 화장품 전문기업으로, 제약 분야에서 축적된 피부 생리학적 지식과 임상 경험을 바탕으로 고기능성 화장품을 개발하였다. 1980년대 초 미국 FDA에 의뢰하여 5단계 검사에서 모두 합격하여 국내 화장품 업계 최초로 국제 공인을 획득하였으며, 기존의 화장품 제품 대비 사용성 및 안전성을 개선할 수 있는 기술을 개발하여 다수의 특허를 출원한 바 있다. 또한, 다양한 기능성 화장품 원료에 대한 특허등록에도 성공했으며, 이를 바탕으로 미백, 주름 개선, 자외선 차단 등 기능성 화장품의 연구개발에 주력하였다. 동사는 라미화장품(주)의 이러한 기술력을 흡수하여 화장품 제조에 대한 높은 이해력과 우수한 역량을 확보하였고, 이는 경쟁이 치열한 화장품 시장 내에서 사업 초기부터 고부가가치 제품 생산 및 차별화된 브랜드 포지셔닝에 유리하게 작용할 것으로 예상된다.

표 4. 라미화장품(주) 특허출원 현황

발명의 명칭	발명의 효과	등록 번호 (등록 일자)
레티닐팔미테이트 캡슐을 함유하는 안정화된 화장료	기존 레티놀 성분보다 자극이 적고 보습 효과가 뛰어나며, 피부재생을 촉진하여 주름 개선에 효과적	10-0267356 (2000.07.04)
히알루론산 또는 그 알칼리금속염을 함유하는 마이크로캡슐을 함유하는 신규의 서방형 보습성 립스틱 및 그 제조 방법	립스틱에 배합하여 입술에 도포 시 입술의 건조를 방지하여 지속적인 촉촉함을 유지	10-0131130 (1997.11.26)
젤라틴 함유 네일 메이크업 조성물 및 그 분산 방법	종래의 네일 메이크업 제품 대비 접착성 및 지속성, 광택, 내수성 등 제품의 기능성 향상	10-0045538 (1991.10.30)
식물성 천연 색소가 염착된 수불용성 분체물질의 제조 방법	천연 색소의 우수한 안전성과 염색성을 살리면서도 내광성 및 내열성 등의 안정성을 개선, 피부에 착색 또는 흡착되어 피부에 잔류하는 문제점을 해결	10-0045537 (1991.10.30)
파우더리 타입 립스틱	사용 시 매우 부드러운 감촉을 느낄 수 있고, 사용 후에도 끈적거리나 미끈거리지 않아 입술화장 지속성이 우수	10-0039572 (1991.02.04.)
박리형 네일에나멜 조성물	네일 메이크업 시 손톱에 피막을 형성시킨 후, 제거 시 제거액을 사용하지 않고 손으로 간단히 피막을 제거할 수 있음	10-0039042 (1991.01.16.)

자료: 키프리스(KIPRIS)

■ 연구개발 활동

동사는 2009년 리사이클링 및 폐기물 연구소 설립 이후 ‘저급전선 스크랩 회수 기술 개발연구’ 관련 국가 프로젝트에 참여 등록한 바 있으나, 2016년 이후부터는 비철금속 스크랩 부문으로 사업영역을 확장하는 대신 철 스크랩 유통사업에 집중하고 있다. 또한, 동사는 숙련된 작업자의 경험을 기반으로 다양한 스크랩 종류의 정확한 분류 및 선별을 통해 효율적인 유통구조를 구축하기 위해 노력을 지속하고 있다.

동사는 2023년 라미화장품(주)을 흡수합병하여 화장품 사업에 신규 진출한 이래 외주 생산을 통해 개발 및 제조를 진행하는 것으로 파악된다. 외주 계약을 통해 동사의 화장품 제품을 생산하는 (주)이엔알은 동사의 제품을 전담으로 생산하는 업체로서, 과학기술정보통신부 인정 기업부설연구소를 두고 있으며 화장품 제조 및 품질 관리 관련 국제 표준인 ISO 22716 인증을 취득하였고, 피부 건강에 대한 새로운 요구를 충족하고 안전한 제품을 만들기 위해 사람의 피부와 유효성분에 관한 연구를 지속적으로 진행하고 있는 것으로 확인된다. (주)이엔알은 2022년 8월 설립된 화장품 제조회사로, 2024년 매출액 8,392백만 원, 영업이익 2,074백만 원을 기록하였다.

그림 6. 동사 R&D 활동 현황



자료: 동사 회사소개서 발췌(2025)

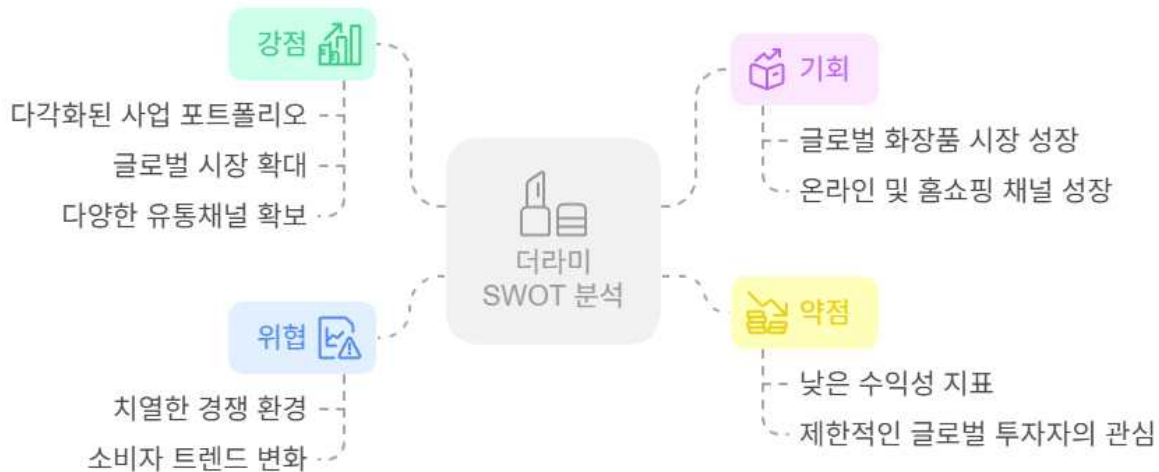
■ 기술 진입장벽

기술적 권리성과 법적 안정성을 위해 확보한 지식재산권은 사업보고서(2024.12.) 기준 국내 상표 등록 43건 및 디자인 등록 4건을 보유한 것으로 확인된다.

상표와 디자인은 주로 주력 사업인 화장품 사업과 관련한 것으로, 제품의 개발 및 생산은 외주 생산 방식으로 진행하여 기술적 권리성을 위한 특허는 현재까지 보유하지 않은 것으로 확인되나, 화장품 용기 및 콤팩트 관련하여 4건의 디자인 등록을 보유하고 있으며 지오, 카타리나지오, 닥터3 등 동사가 운영하는 화장품 브랜드 관련 다수의 상표권을 보유하고 있는 것으로 확인된다. 또한, 현재 동사의 화장품 사업에 주력하고 있으나 현재 사업 초기 단계로, 향후 매출 확대를 통한 사업 확장 가능성이 있어, 관련 지식재산권 추가확보 가능성 또한 높을 것으로 예상된다.

SWOT 분석

더라미 SWOT 분석



1. 강점 (Strengths)

- 다각화된 사업 포트폴리오: 철스크랩 유통, 리조트, 화장품 등 다양한 사업영역을 보유하여 리스크 분산에 유리함
- 글로벌 시장 확대: K-뷰티 인기로 힘입어 미국, 일본, EU 등 주요 시장에서 두 자릿수 성장률을 기록하며 해외 OEM/ODM 사업 기회를 적극적으로 모색 중
- 다양한 유통채널 확보: 브랜드샵, 온라인, 홈쇼핑 등 다양한 유통채널을 통해 소비자 접근성을 높이고 있음

2. 약점 (Weaknesses)

- 낮은 수익성 지표: 2025년 1분기 기준 영업이익이 적자 전환되었으며, 해외 화장품 PB 상품 생산 주량 확대 등 수익성 측면의 개선이 요구됨
- 제한적인 글로벌 투자자의 관심: 외국인 보유 비중이 낮아 글로벌 투자자들의 관심을 끌기 위한 대책 마련이 필요함

3. 기회 (Opportunities)

- 글로벌 화장품 시장 성장: 글로벌 화장품 시장은 연 8.3% 성장이 전망되며, 특히 K-뷰티의 글로벌 인지도 상승은 동사의 브랜드 가치 향상과 해외 시장 진출에 긍정적인 영향을 미칠 수 있음
- 온라인 및 홈쇼핑 채널 성장: 비대면 소비 트렌드에 따라 온라인 및 홈쇼핑 채널이 성장하여 매출 확대에 기여할 수 있음

4. 위협 (Threats)

- 치열한 경쟁 환경: 화장품 산업은 진입장벽이 낮고 경쟁이 치열하여 브랜드 차별화와 마케팅 전략이 중요함
- 소비자 트렌드 변화: 소비자들의 빠른 트렌드 변화에 대응하지 못할 경우 제품 수요 감소로 이어질 수 있음

IV. 재무분석

2024년, 해외 실적 개선으로 매출 증가, 수익성 향상

동사는 2023년 라미화장품(주)를 흡수합병하며 화장품 사업에 진출하였으며, 2024년 철 스크랩 유통 및 리조트 사업 매출이 감소하였지만 화장품 사업의 수출 및 내수 실적 개선으로 매출이 전년 대비 성장하고 수익성 역시 크게 개선되었다.

■ 사업 부문 다각화로 2024년 수출 매출 증가

동사는 금속 및 비금속 원료재생사업 부문인 철 스크랩 유통사업을 영위하다가 2021년 수익형 부동산(오버더마운틴 리조트)을 양수하여 경기도 가평군에서 리조트 사업을 운영하고 있고, 2023년 라미화장품(주)을 흡수합병하여 화장품 사업을 영위하고 있다. 2024년 매출 기준 금속 및 비금속원료 재생 사업 부문의 철 스크랩 매출이 전체 매출의 48.4%를 차지하며 주요 사업 부문을 구성하고 있으며, 화장품 사업 부문의 수출 매출이 전체 매출의 33.1%, 내수 매출이 17.5%를 구성, 리조트 사업이 전체 매출의 1%를 차지하고 있다. 동사는 2022년 626억 원의 매출을 시현한 후 2023년 매출이 510억 원으로 감소하였으나 2024년 매출액증가율 36.9%를 기록하며 698억 원의 매출을 시현하였다. 2025년 1분기 매출은 내수경기 부진으로 전년 동기 대비 40.6% 감소한 134억 원을 기록하였다.

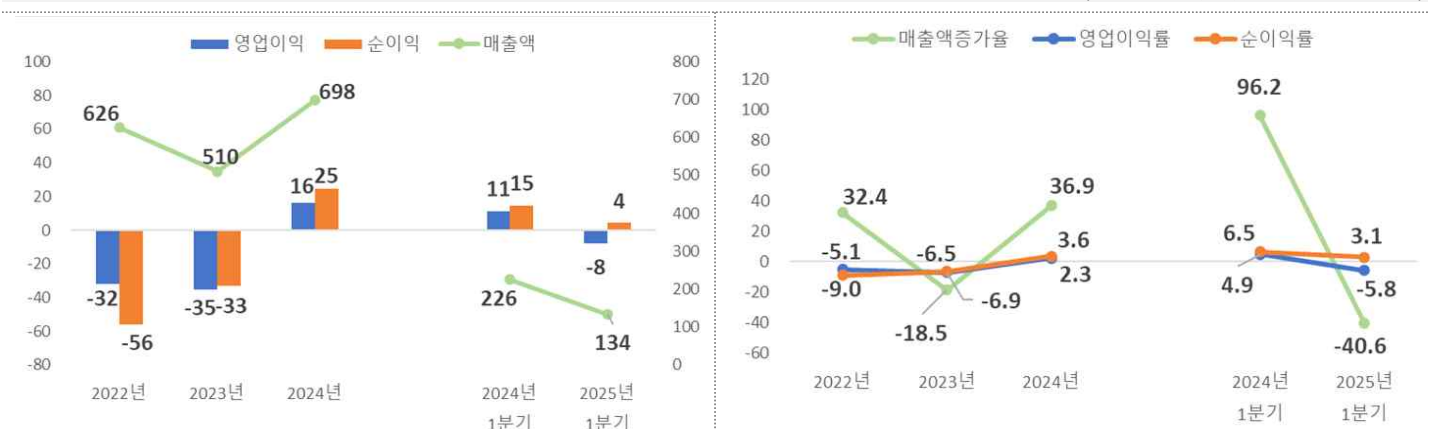
■ 2024년, 매출 증가와 함께 영업이익 및 당기순이익 흑자전환

2023년 동사 매출은 전년 대비 18.5% 감소하여 510억 원을 기록하고, 영업이익은 3억 원 감소하여 35억 원의 적자를 기록하였다. 영업이익률이 2022년 -5.1%에서 2023년 -6.9%로 하락하였으나 금융수지 및 기타수지의 개선으로 당기순손실 규모는 56억 원에서 33억 원으로 축소되고, 순이익률 또한 2022년 -9.0%에서 -6.5%로 소폭 개선되었다.

2024년에는 전년 대비 매출이 36.9% 증가하고, 영업이익률과 순이익률 모두 큰 폭으로 상승하며 흑자 전환하였다. 또한, 판관비 부담이 심화되었음에도 원가율이 하락하며 영업이익은 16억 원을 기록, 2023년 대비 51억 원 증가하였으며, 당기순이익은 58억 원 증가한 25억 원을 기록하였다. 한편, 2025년 1분기 매출은 전년 동기 대비 40.6% 감소한 134억 원을 시현하였으며, 영업이익도 전년 동기 대비 19억 감소하여 8억 원의 적자를 기록하였다. 다만, 당기순이익은 기타수익이 크게 증가하여 4억 원을 기록하는 등 흑자를 지속하였다.

그림 7. 동사 손익계산서 분석

(단위: 억 원, %, K-IFRS 개별 기준)



자료: 동사 사업보고서(2024.12.), 분기보고서(2025.03.), NICE평가정보(주) 재가공

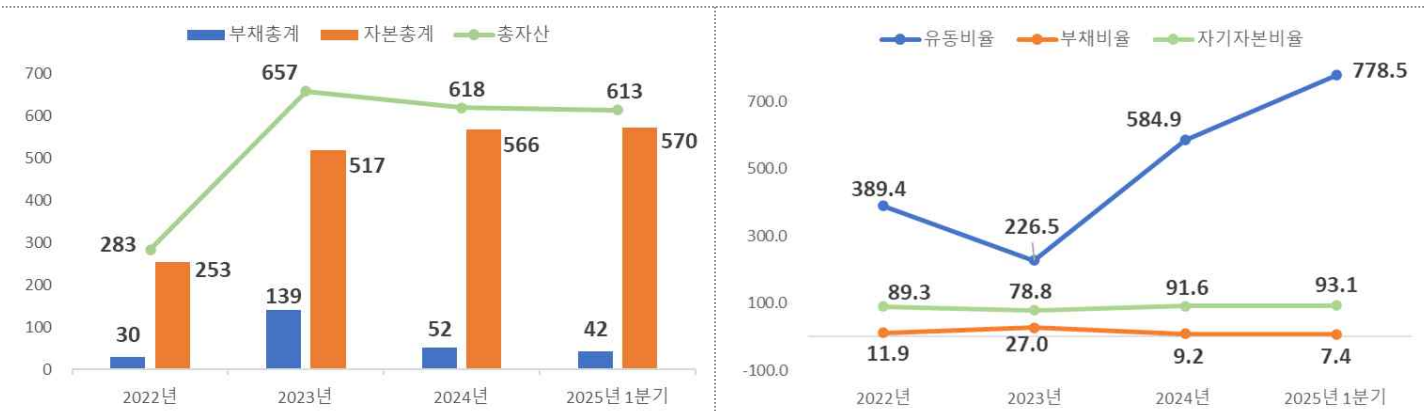
■ 보수적인 재무구조로 단기지급능력 우수

동사는 2023년에 부채총계가 109억 원 증가, 자본총계가 264억 원 증가하며 총자산이 규모가 크게 증가하였다. 유동자산이 기타금융자산, 유동재고자산 등의 증가로 190억 원 증가하고, 매입채무 및 기타채무, 당기법인세부채의 증가로 유동부채가 104억 원 증가하며 유동비율은 2022년 389.4%에서 226.5%로 하락하였다. 부이연법인세부채 증가와 함께 부채총계의 증가로 자기자본비율이 하락하고 부채비율은 상승하였다.

2024년, 동사는 부채가 87억 원 감소하고 자본총계가 49억 원 증가하며 부채비율은 9.2%로 하락, 자기자본비율은 91.6%로 상승하였다. 유동자산이 감소하였으나 매입채무 및 기타채무, 유동성전환사채, 당기법인세부채 등 유동부채가 크게 감소하며 유동비율은 584.9%로 상승하였다. 2025년 1분기에는 부채비율이 하락, 자기자본비율이 상승하였고, 유동부채 감소를 원인으로 유동비율이 상승하며 안정적인 재무구조를 보이고 있다.

그림 8. 동사 재무상태표 분석

(단위: 억 원, %, K-IFRS 개별 기준)



자료: 동사 사업보고서(2024.12.), 분기보고서(2025.03.), NICE평가정보(주) 재가공

표 5. 동사 요약 재무제표

(단위: 억 원, K-IFRS 개별 기준)

항목	2022년	2023년	2024년	2024년 1분기	2025년 1분기
매출액	626	510	698	226	134
매출액증가율(%)	32.4	-18.5	36.9	96.2	-40.6
영업이익	-32	-35	16	11	-8
영업이익률(%)	-5.1	-6.9	2.3	4.9	-5.8
순이익	-56	-33	25	15	4
순이익률(%)	-9.0	-6.5	3.6	6.5	3.1
부채총계	30	139	52	130	42
자본총계	253	517	566	558	570
총자산	283	657	618	687	613
유동비율(%)	389.4	226.5	584.9	271.6	778.5
부채비율(%)	11.9	27.0	9.2	23.3	7.4
자기자본비율(%)	89.3	78.8	91.6	81.1	93.1
영업현금흐름	5	-32	15	0	-8
투자현금흐름	86	-234	-2	9	-5
재무현금흐름	-96	286	-1	0	0
기말 현금	49	69	81	77	68

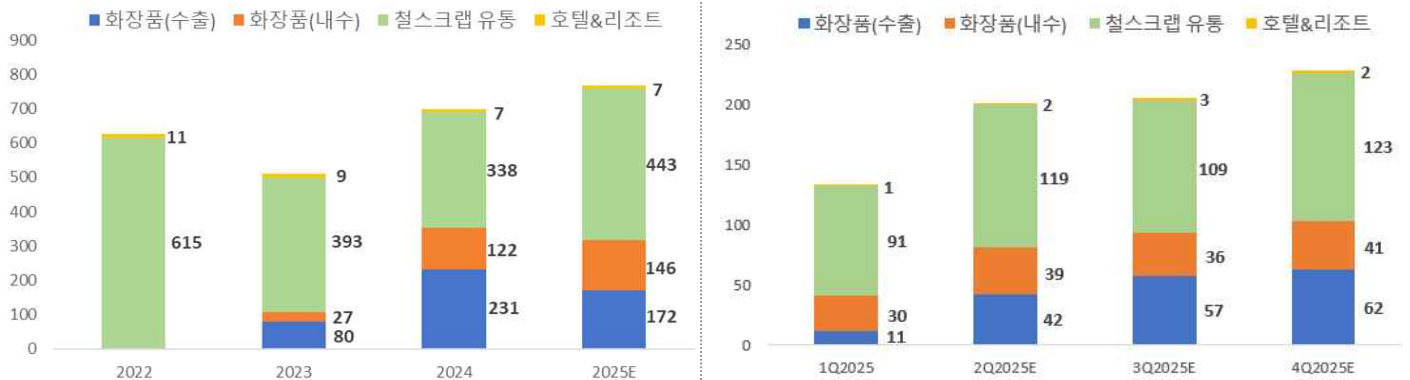
자료: 동사 사업보고서(2024.12.), 분기보고서(2025.03.), NICE평가정보(주) 재가공

■ 동사 실적 전망

동사는 철 스크랩 유통사업을 기반으로, 2021년 리조트 사업 진출, 2023년 라미화장품(주) 흡수합병을 통해 주력 사업을 화장품 산업으로 전환하며 사업 다각화를 추진해왔다. 2025년, 화장품 부문에서는 글로벌 시장이 성장세를 이어가고 있으며, 특히 북미·일본·EU 등에서 K-뷰티 수출이 호조를 보이는 가운데 국내 시장 역시 성장하며 기능성·친환경 제품 중심의 소비 트렌드가 강화되고 있어 동사도 기능성·친환경 제품 확대, 해외 OEM/ODM 진출 등을 통해 본격적인 실적 성장을 견인할 것으로 보인다. 철 스크랩 유통사업은 전기로 제강 기술 확산과 탄소배출 감축 기조에 따라 구조적 수요 확대가 지속되며 안정적 수익 기반을 유지할 것으로 예상된다. 특히 전기로 제강이 판재류 생산까지 확장되며 철 스크랩 활용도가 높아지고 있고, 친환경 자원으로서의 위상이 강화되고 있는 만큼 해당 사업이 안정적인 매출 창출원으로 기여할 것으로 보인다. 또한 리조트 사업은 가족 단위 여행 수요 회복으로 수익성 개선이 기대된다. 2025년 1분기 매출은 134억 원으로 전년 동기 대비 감소했으나, 전 사업 부문에서의 동반 성장을 통해 2025년 매출 성장세를 보일 것으로 전망된다.

그림 9. 동사 사업부문별 실적 및 전망

(단위: 억 원, %, K-IFRS 개별 기준)



자료: 동사 사업보고서(2024.12.), 분기보고서(2025.03.), NICE평가정보(주) 재가공

표 6. 동사의 사업부문별 연간 실적 및 분기별 전망

(단위: 억 원, %, K-IFRS 개별 기준)

항목	2022	2023	2024	2025E	1Q2025	2Q2025E	3Q2025E	4Q2025E
매출액(억 원)	626	510	698	768	134	201	205	228
화장품(수출)	0	80	231	172	11	42	57	62
화장품(내수)	0	27	122	146	30	39	36	41
철스크랩 유통	615	393	338	443	91	119	109	123
호텔&리조트	11	9	7	7	1	2	3	2

자료: 동사 사업보고서(2024.12.), 분기보고서(2025.03.), NICE평가정보(주) 재가공

V. 주요 변동사항 및 향후 전망

사업 다각화, 글로벌 경쟁력 확보 등으로 지속 가능한 성장을 도모

세계 최대 화장품 시장인 미국을 비롯하여 일본, EU 등 글로벌 시장에서의 기반 확보를 통해 매출 확대를 도모하고 있으며, OEM/ODM 파트너십 강화를 통해 화장품 시장경쟁력을 확보해 나가고 있다.

■ 사업 다각화를 통한 리스크 분산

동사가 영위하는 철 스크랩 관련 사업의 실적 기여도가 감소하였으나, 해당 사업은 동사가 장기간 유지해온 사업으로 리조트 사업이나 화장품 사업 등 동사 신사업의 실적 변동성을 상쇄해주는 역할을 할 수 있을 것으로 예상될 뿐 아니라 자원 순환, 친환경 경영 측면에서 기업의 ESG 가치를 높이는 데 기여할 수 있을 것으로 분석된다. 또한, 리조트 사업의 경우 경기 호황기 또는 관광 수요 증가 시 안정적 현금흐름을 창출할 수 있어 전체 사업 포트폴리오의 리스크를 분산시키는 역할을 할 것으로 기대된다.

■ 주력 사업의 전환을 통한 시장 확장

동사는 2023년 라미화장품(주)을 흡수합병하며 화장품 사업 본격화하였으며 향후 동사의 주력 사업으로 지속 확장할 계획이다. 기존 철 스크랩 업계에서 유일한 상장사였던 동사는 사업 확장을 통해 기업의 수익성 구조를 개선하고 새로운 시장에서 경쟁력을 확보하기 위해 ISO 22716 인증을 획득한 화장품 제조 전문기업 (주)이앤알과 외주 계약을 체결하여 미국, 일본, EU 등을 중심으로 화장품 수출을 확대할 계획이다. 특히 고기능성 스킨케어 제품에 대한 수요 증가에 따라 OEM/ODM 파트너십을 통해 가격 경쟁력을 확보하고 현지화 전략을 추진 중이다. 이러한 해외 시장 진출 노력은 동사의 글로벌 경쟁력을 강화하고, 브랜드 이미지 제고 및 오래갈 성장 기반을 마련할 수 있을 것으로 분석된다.

최근 뉴스와 향후 전망

☑ 프롬프트: 동사의 최근 뉴스와 향후 전망에 대해 알려주세요

☑ 생성형 AI 답변:

더라미는 기존 철 스크랩 유통사업 중심에서 벗어나 화장품 OEM/ODM 및 헬스케어 분야로의 사업 다각화를 추진하며 새로운 성장 동력을 모색하고 있습니다. 2023년 라미화장품 흡수합병을 통해 브랜드 통합과 에스테틱 프랜차이즈 역량을 확보했으며, K-뷰티 수요 증가에 발맞춰 글로벌 시장 확대를 추진하고 있습니다. 그러나 2025년 1분기 실적은 매출 134억 원, 영업손실 7.8억 원을 기록하며 적자 전환되었고, 특히 화장품 수출 부진이 실적 악화의 주요 원인으로 지적되었습니다. 또한, 최근 주가의 급등락과 거래 집중 현상으로 인해 투자주의 종목으로 지정되었으며, 이는 단기 투자자들의 주의가 필요한 부분입니다. 더라미는 구조조정과 부채 축소를 통해 재무 건전성을 일정 부분 확보하였으며, 합병 이후 시너지를 바탕으로 화장품 사업의 수익성 회복과 신규 브랜드 론칭을 모색 중입니다. 더라미의 중장기적인 전망은 신사업 안착과 수출 회복 여부에 따라 달라질 것으로 예상됩니다. 실적 안정화와 해외 시장 확장이 병행된다면 기업가치 재평가 가능성도 기대해 볼 수 있습니다.

* 자료: Chat GPT

더라미(032860)

더라미는 최근 상장유지 결정에 따른 거래 재개 이후 기존 철 스크랩 사업과 더불어 화장품 사업을 통해 사업 다각화를 추진하고 있습니다. 2024년 1분기에는 화장품 부문의 매출 감소로 영업손실을 기록하였으나, 같은 해 잠정 실적에서는 화장품 사업 성장에 힘입어 흑자전환에 성공하며 회복세를 보였습니다. 이러한 사업 구조 변화와 화장품 사업의 성과를 바탕으로 회사의 수익성 및 안정성 향상이 기대되며, 산업 내 경쟁력 강화에 따라 향후 성장 가능성을 높게 평가할 수 있습니다.

* 자료: 뽀튼

증권사 투자 의견

작성기관	투자 의견	목표주가	작성일
-	-	-	-
최근 6개월 내 발간 보고서 없음			

시장 정보(주가 및 거래량)

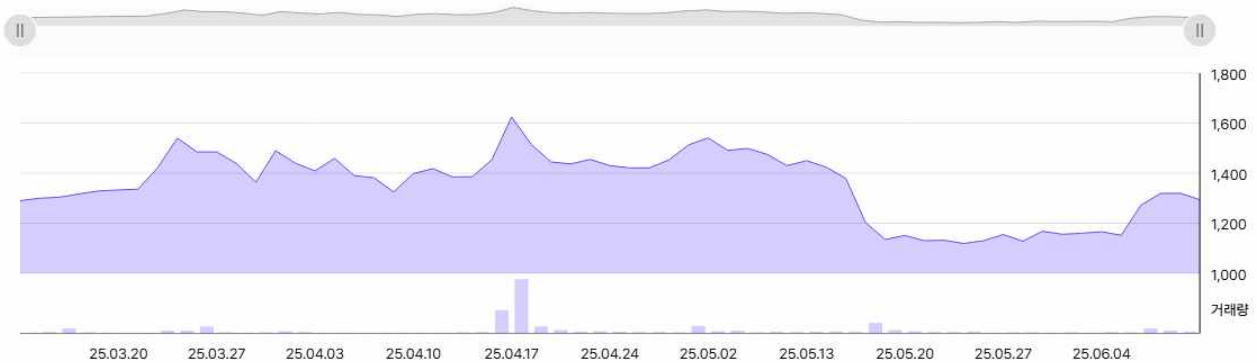
032860 코스닥

1,294 ▼26 -2.01%

기준 : 2025.06.12 | 단위 : 원, 주, %

전일	1,320	고가	1,318	거래량	74,854 주
시가	1,306	저가	1,277	거래대금	97 백만원

1주일 3개월 6개월 1년 3년 5년



자료: NICE BizLINE(2025.06.12)

최근 3개월간 한국거래소 시장경보제도 지정여부

시장경보제도란?

한국거래소 시장감시위원회는 투기적이거나 불공정거래 개연성이 있는 종목 또는 주가가 비정상적으로 급등한 종목에 대해 투자자 주의 환기 등을 통해 불공 정거래를 사전에 예방하기 위한 제도를 시행하고 있습니다.

시장경보제도는 「투자주의종목 투자경고종목 투자위험종목」의 단계를 거쳐 이루어지게 됩니다.

※관련근거: 시장감시규정 제5조의2, 제5조의3 및 시장감시규정 시행세칙 제3조~제3조의7

기업명	투자주의종목	투자경고종목	투자위험종목
더라미(주)	○	X	X

2025년 05월 21일 소수계좌 거래집중으로 투자주의종목 지정한 바 있음.