KOSDAQ | 식품,음료,담배

삼진식품 (0013V0)

부산 3대 어묵 중 최고(最古)

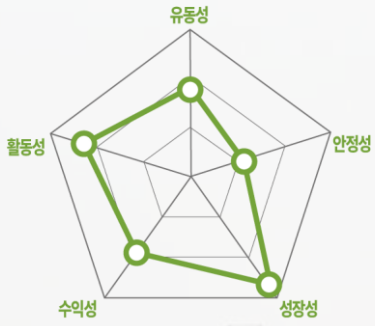
체크포인트

- 포장간식용 제품군 확대와 유통채널 다변화로 관련 매출 비중은 2021년 10% → 2025년 25% → 2026년 27%까지 상승할 전망. 생산공정 자동화와 제품군 효율화에 따른 제조원가 절감 효과도 기대
- 미국과 베트남에서는 현지 유통망을 확대하고, 호주와 중국에서 어묵 베이커리 오프라인 매장을 확대하며 해외사업 확장 중. 해외 매출 비중은 2021년 1.6% → 2025년 3.1% → 2026년 상반기 4.5%로 지속 상승
- 2026년 매출액은 1,179억원(+7.6% YoY), 영업이익은 80억원(+34.7% YoY)으로 실적 개선 전망. 포장간식용 제품 매출 확대에 따른 제품 믹스 개선과 영업레버리지 효과로 영업이익률은 6.8%(+1.4%p YoY)까지 상승할 전망

주가 및 주요이벤트

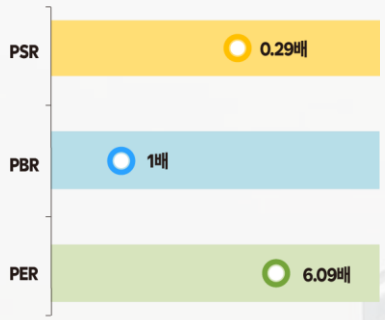


재무지표



주: 2025년 기준, Fnguide WICS 분류 상 필수소비재산업 내 등급화

밸류에이션 지표



주: PSR, PER은 2025년 기준, PBR은 2Q26 기준, Fnguide WICS 분류상 필수소비재산업 내 순위 비교, 우측으로 갈수록 저평가

삼진식품 (013V0)

KOSDAQ
식품,음료,담배

Analyst 조영환 yh.cho@kirs.or.kr
RA 김혜인 hyein.kim@kirs.or.kr

포장간식용 제품 확대와 생산 효율화를 통한 실적 개선 기대

꼬치어묵, 핫바 등 포장간식용 제품을 중심으로 제품군과 유통채널을 다변화 중. 이에 따라 포장간식용 제품 매출 비중은 2021년 약 10%에서 2025년 25%, 2026년 상반기 26%까지 상승했으며, 상대적으로 판매단가가 높은 제품 비중 확대로 전사 ASP 상승과 수익성 개선이 나타나는 흐름. 이와 함께 생산공정 자동화와 제품 SKU 축소 등을 통한 생산 효율화도 추진 중. 향후 포장간식용 제품의 매출 확대와 제조원가 절감 효과가 더해지면서 실적 개선세가 이어질 것으로 기대

해외사업 확대에 따른 실적 성장 기대

미국과 베트남 등 해외 유통망 확대와 호주, 중국 등 현지 마스터 프랜차이즈 계약을 통한 어묵 베이커리 매장 운영으로 해외사업 확대 중. 이에 따라 해외 매출 비중은 2021년 1.6%에서 2025년 3.1%, 2026년 상반기 4.5%까지 상승. 향후 미국 코스트코, 크로거 등 현지 대형 유통업체로 판매망 확대를 추진하고 있으며, 수출 물량 증가에 대응하기 위한 생산설비 확충도 계획 중. 2027년 약 100억원 규모의 설비투자를 통해 냉동 및 상온 제품 생산능력을 확대하면서 중장기 해외 매출 성장 기반을 강화할 전망

포장간식용 제품 믹스 개선과 영업레버리지 효과로 2026년 실적 개선 전망

2026년 매출액은 1,179억원(+7.6% YoY), 영업이익은 80억원(+34.7% YoY)으로 전년대비 실적이 개선될 것으로 전망. 상대적으로 수익성이 높은 포장간식용과 선물세트 제품 중심의 매출 성장이 예상되는 가운데, 이에 따른 제품 믹스 개선과 매출 증가에 따른 영업레버리지 효과가 더해지면서 영업이익률은 6.8%(+1.4%p YoY)로 상승할 것으로 기대

Forecast earnings & Valuation

	2022	2023	2024	2025	2026F
매출액(억원)	N/A	846	964	1,095	1,179
YoY(%)	N/A	N/A	13.9	13.6	7.6
영업이익(억원)	N/A	22	48	60	80
OP 마진(%)	N/A	2.6	5.0	5.4	6.8
지배주주순이익(억원)	N/A	-4	10	52	66
EPS(원)	N/A	-69	194	524	665
YoY(%)	N/A	N/A	흑전	170.2	-10.1
PER(배)	N/A	N/A	0.0	26.5	6.7
PSR(배)	N/A	0.0	0.0	0.9	0.4
EV/EBITDA(배)	N/A	4.7	4.2	13.9	2.8
PBR(배)	N/A	0.0	0.0	3.3	0.9
ROE(%)	N/A	-24.5	33.3	22.3	14.6
배당수익률(%)	N/A	N/A	N/A	0.0	0.0

자료: 한국IR협의회 기업리서치센터

Company Data

현재주가 (11/4)		4,455원
52주 최고가		19,210원
52주 최저가		4,315원
KOSDAQ (11/4)		714.95p
자본금		50억원
시가총액		442억원
액면가		500원
발행주식수		10백만주
일평균 거래량 (60일)		5만주
일평균 거래액 (60일)		3억원
외국인지분율		2.19%
주요주주	박용준 외 1 인	52.43%

Price & Relative Performance



Stock Data

주가수익률(%)	1개월	6개월	12개월
절대주가	-19.0	-39.5	
상대주가	1.2	2.8	

참고

1) 표지 재무지표에서 안정성 지표는 '부채비율', 성장성 지표는 '매출액 증가율', 수익성 지표는 '영업이익률, 활동성지표는 '재고자산회전율,' 유동성지표는 '당좌비율'임. 2) 표지 밸류에이션 지표 차트는 해당 산업군내 동사의 상대적 밸류에이션 수준을 표시. 우측으로 갈수록 밸류에이션 매력도 높음.

기업 개요

1 회사연혁

삼진식품은 '삼진어묵' 브랜드를 중심으로 어묵 및 수산가공식품을 제조하고 판매하는 기업

삼진식품은 '삼진어묵' 브랜드를 중심으로 어묵 및 수산가공식품을 제조·판매하는 기업이다. 1953년 박재덕 창업주가 부산 영도 봉래시장에 설립한 '삼진식품가공소'에서 출발했으며, 국내에서 현존하는 가장 오래된 어묵 가공업체로 알려져 있다. 이후 사업이 점차 확장되면서, 2015년 유통을 전문으로 담당하는 '삼진어묵'을 설립했고, 2017년에는 기존에 제조사업을 영위하던 개인사업자 '삼진식품'을 법인화했다. 이후 2020년 두 법인은 합병되었으며, 2025년 12월 코스닥 시장에 상장하였다.

2011년 3대 경영인 박용준 대표가 경영에 참여하면서 전통적인 어묵 제조업체에서 벗어나 본격적인 변화가 시작되었다. 2011년 어묵 프리미엄 선물세트를 출시했으며, 2012년 업계 최초로 온라인 쇼핑몰을 열어 판매 채널을 확대했다. 2013년에는 기존 영도공장을 대형 어묵 매장으로 변화시켜 '삼진어묵 베이커리'를 오픈하였다. 이후 2021년 영도 본점을 마켓&뮤지엄 콘셉트로 리뉴얼해 단순 판매 공간을 넘어 소비자가 제품과 브랜드를 직접 경험할 수 있는 체험형 공간으로 발전시켰다. 2022년에는 어묵 업계 최초로 상온 유통 어묵을 개발하여, 냉장 및 냉동 어묵의 유통상 제약을 보완하고 해외 시장 진출을 위한 기반을 마련했다.

생산능력 확대와 해외 시장 진출도 지속하고 있다. 2011년 장림공장, 2014년 감천공장을 설립해 각각 연간 9,920톤, 1,184톤의 생산능력을 확보했다. 2019년 감천공장을 운영하는 어메이징팩토리가 별도 법인으로 분리되었으며, 젊은 소비층을 겨냥한 어묵 신제품을 개발/출시하고 있다. 한편, 호주(2024년), 중국(2026년) 등에 어묵 베이커리 매장을 오픈하며 해외로 매장을 확대해 나가고 있다. 또한 미국에서 2019년 H마트 입점을 시작으로 한인 마트 및 온라인 유통 채널을 통해 제품을 공급하고 있으며, 베트남에서는 롯데마트 등 현지 대형마트에 입점해 유통망을 확보했다.

삼진식품 연혁

1953~2014

1953	박재덕 창업주, 삼진식품가공소 설립(개인사업자)
1976	공장 기계 자동화, 어묵 생산 효율성 증대 및 유통망 확장
1986	2대 박종수 경영승계
2000	영도 제1공장 신축
2011	3대 박용준 대표 경영 참여
	장림 제2공장 신축
	HACCP 인증 획득
2013	삼진어묵 베이커리 오픈
	삼진어묵 역사체험관 개관
2014	감천 제3공장 설립

2015~2020

2015	수산지식인 대상 선정
	수산물브랜드대전 금상 수상
	삼진어묵 주식회사 설립 (자본금 100백만원)
2016	고용창출 10대 기업 선정
2017	일자리 창출 유공표창(고용노동부)
	'법인 전환' 삼진식품(주)
	해외 1호점 싱가포르점 오픈
2018	삼진식품(주) 박용준 대표이사 취임
2019	감천공장 계열사 분리(어메이징 팩토리)
2020	수산물 수출공로탑 1백만불 수상(해양수산부)
	'법인 합병' 삼진식품(주)

2021~

2021	영도매장 리뉴얼 오픈
	중소기업 혁신 유공 정부 포상(국무총리표창)
2022	업계 최초 상온 유통 어묵 개발
	아마존 브랜드 어워드 슈퍼스타 셀러 선정
	부산지방 중소벤처기업청 표창
2025	한국의 경영자상 수상(KMA)
	2025 브랜드 고객 충성도 대상(어묵 부문) 1위
	CES 2025 참가 성료
	코스닥 시장 신규 상장
2026	KBPI 수산가공식품부문 6년 연속 1위 (KMAC)
	뉴욕페스티벌 대한민국 국가브랜드 대상 어묵 부문 1위

자료: 삼진식품, 한국IR협의회 기업리서치센터

2 주주구성

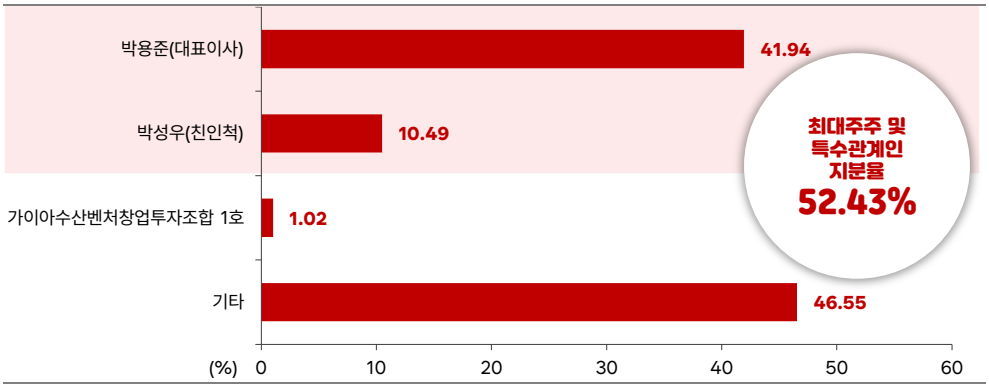
최대주주(박용준 대표) 및 특수관계인 지분율은 52.43%로 안정적인 지배구조를 유지

2026년 상반기 말 기준 삼진식품의 최대주주는 박용준 대표이사로, 지분 41.94%를 보유하고 있다. 특수관계인으로는 박용준 대표의 형제인 박성우(10.49%)가 있으며, 최대주주 및 특수관계인 합산 지분율은 52.43%로, 안정적인 지배구조를 유지하고 있다.

박용준 대표는 삼진식품의 창업주인 故 박재덕 회장의 손자이자, 2대 경영자인 박종수 회장의 장남으로, 가업을 승계한 3대 경영인이다. 박용준 대표는 2011년 동사에 전략기획실장으로 합류한 이후 브랜드 혁신을 추진하였으며, 이후 2018년 대표이사로 취임하였다.

동사의 상장 전 지분투자에 참여했던 재무적투자자(FI)들은 보호예수 해제 이후 보유 지분을 상당 부분 처분한 것으로 파악되며, 이에 따라 FI 잔여 지분에 따른 오버행 부담은 제한적인 것으로 판단된다. 2026년 상반기 말 기준 기관투자자로는 가이아벤처파트너스가 있으며, 보유 지분율은 1.02%이다.

삼진식품 주주구성(1H26말 기준)



자료: 삼진식품, 한국IR협의회 기업리서치센터

3 주요 사업 및 제품

내수 중심의 사업을 영위하며, 제품 및 채널별로 다변화된 포트폴리오 보유

삼진식품은 어묵을 중심으로 다양한 수산가공식품을 제조/판매하는 사업을 영위하고 있다. 종속회사로는 동사는 부산에 위치한 장림공장과 100% 자회사인 어메이징팩토리의 감천공장을 주요 생산거점으로 활용하고 있으며, 일부 제품은 외부 협력업체를 통한 OEM 생산을 병행하고 있다. 2025년 기준 국내 매출 비중은 97%로 내수 중심의 사업 구조를 보유하고 있다.

동사의 주요 제품은 소비 목적과 제품 형태에 따라 국탕용, 포장간식용, 반찬용, 선물세트, 즉석간식용 등으로 구분된다. 2025년 기준 제품별 매출 비중(별도기준)은 국탕용 35%, 포장간식용 25%, 반찬용 21%, 선물세트 12%, 즉석간식용 7.2%, 기타 0.2%로 구성되어 있다. 제품별 특징은 다음과 같다.

- **국탕용**: 다양한 형태의 어묵을 한 팩에 담은 모듬어묵을 중심으로 구성
- **포장간식용**: 꼬치어묵, 핫바 등 간편하게 섭취하거나 조리할 수 있도록 포장한 제품

- **반찬용**: 사각어묵 등 볶음이나 국물 요리에 활용되는 범용 제품
- **선물세트**: 다양한 종류의 어묵을 선물용으로 포장한 제품으로 명절 및 기념일 등을 중심으로 판매
- **즉석간식용**: 자체 어묵 베이커리 매장에서 직접 조리하여 판매하는 어묵고로케, 수제어묵 등의 제품

동사는 제품 특성과 소비자층에 따라 다양한 브랜드를 운영하고 있다. 대표 브랜드인 '삼진어묵'은 고품질 어묵을 중심으로 한 프리미엄 브랜드이며, '부산국민어묵'은 가격 경쟁력과 대중성을 강조한 브랜드이다. 이외에도 간식용 어묵에 특화된 '그랩이바이트'와 '삼진얌', 어묵을 활용한 분식 브랜드인 '삼진어묵당', 씨푸드 버거 브랜드인 '비킹후스' 등으로 브랜드 포트폴리오를 구성하고 있다.

채널별로는 식자재 유통업체/대형마트/온라인 플랫폼/매장 등 다양한 유통채널을 통해 판매하고 있으며 2025년 기준 채널별 매출 비중(별도기준)은 B2B 29%, 리테일 31%, 매장 19%, 온라인 18%, 수출 3%로 구성되어 있다.

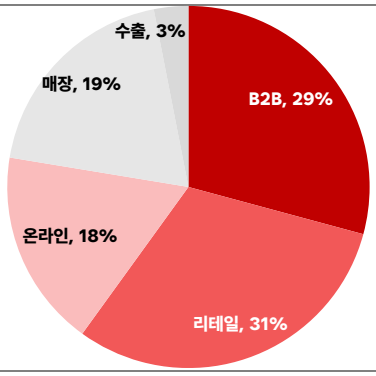
- **B2B**: 식자재 유통업체, 외식 프랜차이즈, 급식업체, 공공기관 및 고속도로 휴게소 등
- **리테일**: 코스트코, 이마트, 트레이더스 등 대형마트와 기업형 슈퍼마켓(SSM), 편의점 등 오프라인 유통업체
- **매장**: KTX 역사, 백화점 등 주요 상업시설을 중심으로 운영하는 국내 17개의 삼진어묵 베이커리 매장
- **온라인**: 쿠팡, 컬리 등 주요 이커머스 플랫폼과 자사몰
- **수출**: 미국/베트남 등 현지 유통망을 통한 제품 공급과 호주/중국 등 현지 마스터 프랜차이즈 계약을 통한 삼진어묵 베이커리 매장 운영

삼진식품 연결 자회사 현황 (단위: 억원)

법인명	소재지	지분율(%)	자산	매출액	당기순이익
어메이징팩토리	한국	100.0	86	143	15
SAMJIN AMOOK GLOBAL PTE, LTD	싱가폴	57.1	1	-	-0.1

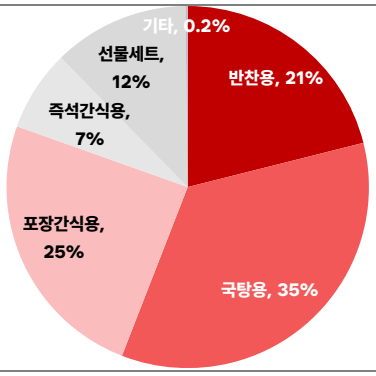
주: 지분율/자산은 1H26말 기준, 매출액/당기순이익은 2025년 기준
자료: 삼진식품, 한국IR협의회 기업리서치센터

삼진식품 제품별 매출비중(2025년 기준)



주: 별도 기준
자료: 삼진식품, 한국IR협의회 기업리서치센터

삼진식품 채널별 매출비중(2025년 기준)



주: 별도 기준
자료: 삼진식품, 한국IR협의회 기업리서치센터

삼진식품 생산거점 현황



자료: 삼진식품, 한국IR협의회 기업리서치센터

삼진식품 제품 라인업



자료: 삼진식품, 한국IR협의회 기업리서치센터

삼진식품 브랜드 및 유통망 관련



자료: 삼진식품, 한국IR협의회 기업리서치센터

산업 현황

1 국내 어묵시장 산업 동향

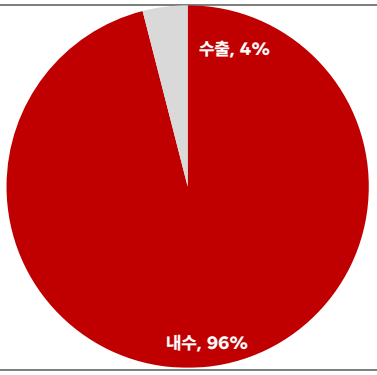
어묵은 내수 중심의 시장 구조를 형성하고 있으며, 성숙기에 진입

어묵은 오랜 기간 한국인의 식생활에서 폭넓게 소비되어 온 대표적인 수산가공식품이다. 국내에서 생산되는 어묵 가운데 수출 비중은 약 4%에 불과하며, 대부분 국내에서 소비되는 내수 중심의 시장 구조를 형성하고 있다. 어묵은 생선살을 분쇄한 후 소금과 전분 등 부재료를 혼합해 반죽하고, 일정한 형태로 성형한 뒤 가열하는 방식으로 제조된다. 과거부터 사각어묵과 봉어묵 등을 중심으로 볶음이나 조림 등의 반찬용과 국물요리 등의 식재료로 활용되어 왔으며, 길거리 포장마차에서 판매되는 꼬치어묵 등 간식 형태의 소비문화도 형성되어 있다. 상대적으로 저렴한 가격과 간편한 조리 방식 등을 바탕으로 국내 식생활에서 일상적인 식품으로 자리 잡고 있다.

국내 어묵 시장은 일정 수준의 성숙기에 진입한 것으로 판단된다. 국내 어묵 판매량은 2025년 21.9만톤(+0.8% YoY)을 기록했으나, 2017년 20.9만톤을 기록한 이후에는 연간 약 20만~22만톤 수준에서 등락을 반복하고 있다. 다만 판매액은 장기적인 판매단가 상승에 힘입어 판매량 대비 높은 성장세를 나타냈다. 2025년 국내 어묵 시장규모는 8,735억원(-1.0% YoY)으로 2024년 역대 최고치인 8,822억원 대비 소폭 감소했으나, 최근 10년간 연평균 4.5%의 성장률을 기록했다.

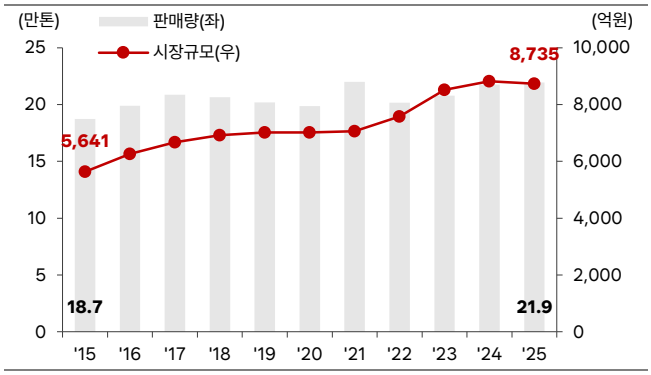
국내 어묵 시장은 1인 가구 증가와 간편한 조리 및 섭취를 선호하는 소비 패턴의 확산 등에 따라 기존 반찬용/국탕용 등 가정 내 조리용 제품 중심에서 꼬치어묵, 핫바 등 포장간식용 제품과 어묵탕, 전골 등 가정간편식으로 소비 영역이 확대되고 있다. 이와 함께 식품업체들의 제품 다변화와 베이커리형 매장 확산으로 어묵을 즉석에서 즐기는 간식이나 선물용 식품으로 소비하는 문화도 형성되고 있다. 이러한 소비 목적의 다양화와 고부가가치 제품군 확대는 국내 어묵 시장의 평균판매단가 상승 요인 중 하나로 작용하고 있는 것으로 판단된다.

국내 어묵산업 내수/수출 비중



자료: 식약처, 한국IR협의회 기업리서치센터

국내 어묵 판매량 및 시장규모 추이



자료: 식약처, 한국IR협의회 기업리서치센터

2 주요 업체별 점유율 현황

대형 종합식품업체 3개사가 전체 어묵시장의 64%를 차지하는 구조이며, 어묵 전문업체의 시장 점유율이 확대되는 흐름

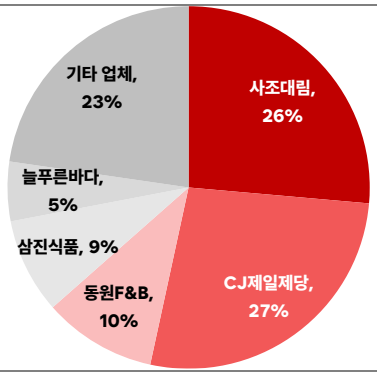
닐슨 데이터에 따르면 2025년 국내 어묵 시장점유율(판매량기준)은 CJ제일제당(삼호어묵) 27%, 사조대림(대림선어묵) 26%, 동원F&B(바른어묵) 10%, 삼진식품(삼진어묵) 9%, 늘푸른바다(고래사어묵) 5%로 상위 5개사가 전체 시장의 77%를 차지하고 있다. 특히 CJ제일제당, 사조대림, 동원F&B 등 대형 종합식품업체 3개사가 합산 64%의 점유율을 차지하며 시장 내 높은 비중을 유지하고 있다.

다만 최근에는 삼진식품과 늘푸른바다 등 어묵 전문업체를 중심으로 시장점유율이 확대되는 흐름을 보이고 있다. 2019년 대비 2025년 삼진식품의 시장점유율은 2%에서 9%로, 늘푸른바다는 1%에서 5%로 상승했으며, 상위 5개사를 제외한 기타 업체들의 점유율도 18%에서 23%로 확대되었다. 반면 대형 종합식품업체 3개사의 합산 점유율은 같은 기간 79%에서 64%로 하락하면서 기존 대형 식품업체 중심의 시장구조에 변화가 나타나고 있다.

삼진식품과 늘푸른바다 등 어묵 전문업체들은 프리미엄 제품과 간식용, 가정간편식, 선물세트 등으로 제품군을 확대하고, 자체 매장과 온라인 유통망을 통해 브랜드 인지도를 높이면서 시장 내 입지를 강화해 왔다. 삼진식품은 삼진어묵 베이커리를 통해 즉석 간식과 선물용 식품으로서의 브랜드 이미지를 구축했으며, 포장간식용 제품과 가정간편식 등으로 제품군을 다변화해 왔다. 늘푸른바다 역시 고래사어묵 브랜드를 중심으로 어묵면 등 차별화된 제품과 전골류 가정간편식, 선물세트 등을 확대하고 있다. 이처럼 어묵 전문업체들은 기존 범용 어묵과 차별화된 제품 및 브랜드 경쟁력을 바탕으로 시장점유율을 확대하고 있는 것으로 판단된다.

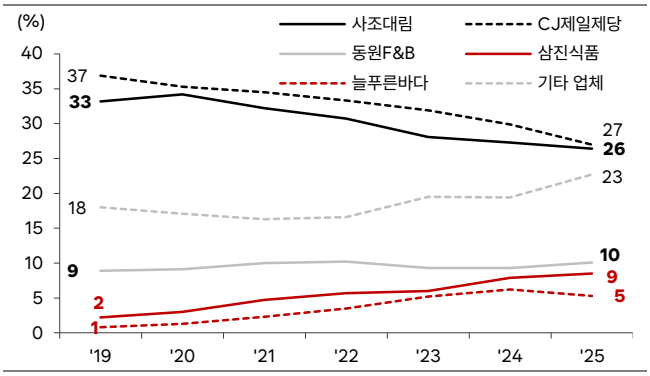
한편 기존 대형 식품업체들도 전국적인 유통망과 제조 규모를 기반으로 제품 차별화 및 판매채널 확대를 추진하고 있다. CJ제일제당은 삼호어묵 브랜드를 중심으로 정통 부산어묵과 프리미엄 제품을 판매하는 한편, 기존 유통망을 활용한 소매 및 B2B 판매 확대를 추진하고 있다. 사조대림은 높은 어육 함량을 강조한 프리미엄 제품과 쌀어묵 등 차별화된 제품을 출시하고, 편의점 등 주요 유통채널에서 판매를 강화하고 있다. 동원F&B 역시 바른어묵 브랜드를 중심으로 원재료와 제조 공정의 차별화를 강조하고 있으며, 저나트륨 제품 등 건강 지향 제품군을 확대하고 있다. 이처럼 어묵 전문업체들의 시장점유율 확대에 대응해 기존 대형 식품업체들도 제품 고급화와 유통 경쟁력을 강화하면서 국내 어묵 시장의 제품 차별화 경쟁이 확대되고 있는 것으로 판단된다.

국내 어묵시장 업체별 점유율



주: 판매량 기준
자료: 닐슨데이터, 사조대림, 한국IR협의회 기업리서치센터

국내 어묵시장 업체별 점유율 추이



주: 판매량 기준
자료: 닐슨데이터, 사조대림, 한국IR협의회 기업리서치센터

투자포인트

1 포장간식용 카테고리 확대와 생산 효율화를 통한 실적 개선 기대

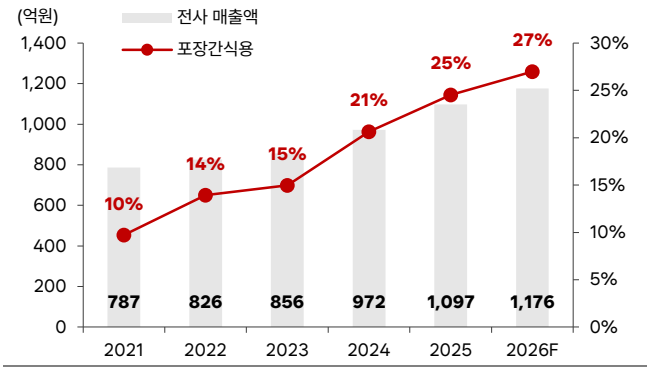
포장간식용 매출 비중 확대로 전사 ASP 상승 및 수익성 개선되는 흐름

삼진식품은 기존 반찬용/국탕용 중심의 제품 포트폴리오에서 최근 스낵류, 가정간편식 등 간식 및 간편식 제품을 중심으로 매출을 확대하고 있다. 특히 포장간식용 제품은 꼬치어묵, 순살바(핫바) 등 간편하게 조리하거나 섭취할 수 있는 제품으로 구성되어 있으며, 기존 반찬용/국탕용 제품 대비 소포장 형태로 판매되는 비중이 높고 조리 편의성과 다양한 부재료를 활용한 제품 차별화가 가능해 상대적으로 판매단가와 수익성이 높은 편이다.

1인 가구 증가와 간편식 소비 확대 등 식품 소비 형태의 변화에 대응해 동사는 유통채널별 수요에 맞춰 기존 어묵의 형태와 부재료 구성, 포장 방식을 다양화해 왔다. 대표적으로 꼬치어묵은 기존 사각어묵을 꼬치에 꽂아 냉장/냉동 완제품 형태로 공급하면서 조리 편의성을 높였으며, 외식 프랜차이즈와 식자재 유통업체 등 B2B 채널을 중심으로 판매를 확대해 왔다. 순살바(핫바)는 야채, 매운맛, 오징어, 치즈 등 다양한 부재료를 활용해 제품군을 세분화하고, 편의점과 대형마트 등 리테일 채널을 통해 간편 간식 수요에 대응하고 있다. 또한 온라인 및 가정간편식 시장을 겨냥해 꼬치어묵에 소스와 우동, 떡볶이 등 부재료를 결합한 밀키트 제품을 출시하면서 가정 내 간편식 수요에도 대응하고 있다.

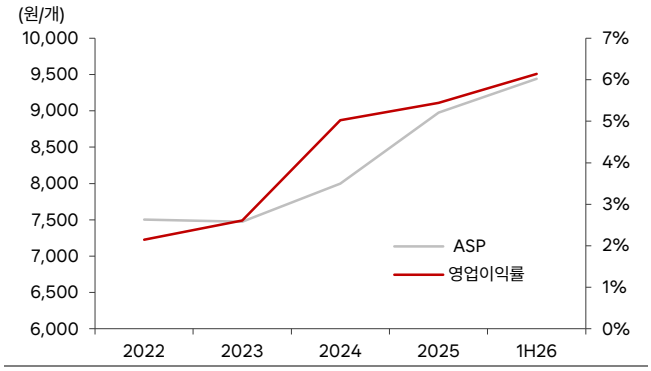
이러한 제품 다변화와 유통채널 확대에 따라 동사의 포장간식용 제품 매출 비중은 2021년 약 10% -> 2024년 21% -> 2025년 25% -> 2026년 상반기 26%로 빠르게 상승하고 있다. 상대적으로 판매단가가 높은 포장간식용 제품의 비중 확대는 전사 ASP 상승과 매출 성장에 기여하고 있으며, 수익성 개선으로 이어지면서 전사 영업이익률은 2024년 5.0% -> 2025년 5.4% -> 2026년 상반기 6.1%로 상승하는 흐름을 보이고 있다.

삼진식품 포장간식용 제품 매출비중 추이 및 전망



주: 매출액은 별도 기준
자료: 삼진식품, 한국IR협의회 기업리서치센터

삼진식품 ASP, 영업이익률 추이



주: ASP는 별도 기준, 영업이익률은 연결 기준
자료: 삼진식품, 한국IR협의회 기업리서치센터

포장간식용 제품의 지속적인 매출 비중 확대와 생산 효율화를 통한 실적 개선 기대

향후에도 동사는 기존 어묵 제조 기술을 활용한 신제품 개발을 통해 건강식품과 가정간편식 등 신규 식품시장으로 사업 영역을 확대하면서 포장간식용 제품의 매출 비중 상승에 따른 전사 매출 성장과 수익성 개선이 기대된다. 현재 명태연육을 활용한 어팸과 수산단백질 프로틴바 등 단백질 식품을 개발하고 있으며, 어묵면과 어묵피자, 어묵만두 등 면류 및 냉동 간편식으로도 제품군을 확대할 계획이다. 이와 함께 상온 유통이 가능한 찐어묵과 컵라면용 고명어묵 등을 개

발해 상온 식품시장 진출과 유통채널 다변화를 모색하고 있다.

한편, 동사는 생산공정 자동화와 제품군 효율화를 통해 생산성 개선에도 주력하고 있다. 전체 제품 SKU를 기존 약 270개에서 200개 수준으로 축소하고, 주요 제품을 중심으로 생산체계를 정비하고 있다. 이와 함께 부산 장림공장을 중심으로 자동화 설비를 확충해 냉동 연육의 포장 제거 및 투입 공정에 자동화 로봇을 도입했으며, 꼬치어묵 생산과 제품 포장 공정에도 자동화 설비를 확대했다. 또한 냉각 및 급속냉동 설비와 냉장/냉동 보관 공간을 확충하면서 생산 및 물류 효율성을 높이고 있다. 향후 포장간식용 제품의 매출 확대에 생산공정 자동화 및 제품군 효율화에 따른 제조원가 절감 효과가 더해지면서 실적 개선에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 전망된다.

삼진식품 신제품 출시 전략



자료: 삼진식품, 한국IR협의회 기업리서치센터

삼진식품 원가 경쟁력 제고 방안



자료: 삼진식품, 한국IR협의회 기업리서치센터

2 해외사업 확대에 따른 실적 성장 기대

북미, 동남아 등 해외 유통망 확대와 현지 마케팅 강화를 통해 해외 매출 규모를 확대해 나갈 계획

삼진식품은 해외 유통망 확대를 통해 해외 매출 비중을 점진적으로 높여가고 있다. 동사의 해외사업은 크게 현지 대형 마트와 식자재 유통업체 등에 제품을 공급하는 유통사업과 현지 파트너사를 통해 삼진어묵 매장을 운영하는 오프라인 매장사업으로 구분된다.

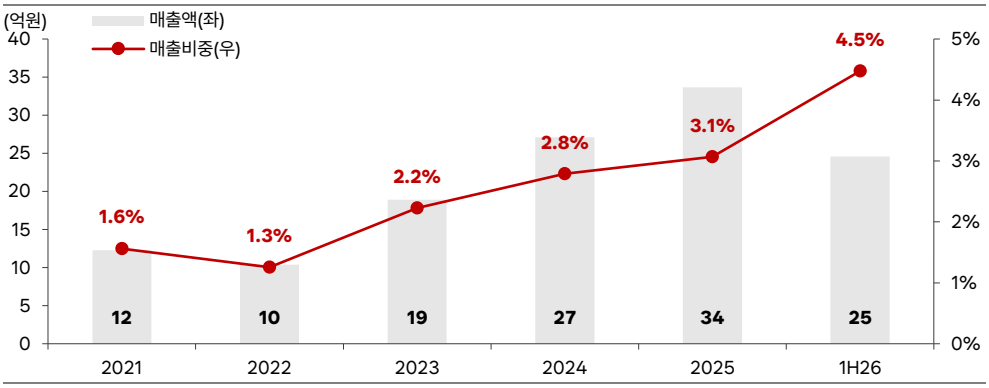
유통사업은 미국과 베트남을 중심으로 이루어지고 있으며, 미국에서는 현지 무역업체를 통해 H마트 등 아시아계 유통 채널에 제품을 공급하고 있고 베트남에서는 롯데마트와 윈마트 등 현지 유통망을 통해 판매를 확대하고 있다.

해외 오프라인 매장은 현지 파트너사와 마스터 프랜차이즈 계약을 체결하는 방식으로 운영되고 있으며, 현재 호주 3개점과 중국 2개점 등 총 5개 매장을 확보하고 있다. 특히 중국에서는 2026년 5월 창사와 10월 상해에 신규 매장을 개점하면서 올해부터 중국 시장 진출을 본격화하고 있다. 이러한 해외사업 확대에 따라 동사의 해외 매출 비중은 2021년 1.6%에서 2025년 3.1%로 확대되었으며 2026년 상반기에는 4.5%까지 확대되는 흐름을 보이고 있다.

향후 동사는 북미, 동남아 등 해외 유통망 확대와 현지 마케팅 강화를 통해 해외 매출 규모를 늘려갈 계획이다. 특히 미국에서는 기존 H마트 등 아시아계 유통채널을 기반으로 코스트코와 크로거 등 현지 대형 유통업체로의 신규 입점을 추진하고 있다. 이를 위해 글로벌 식품 박람회 참가와 현지 팝업스토어 운영 등을 통해 브랜드 인지도를 높이고 해외 바이어와의 접점을 확대하고 있다. 또한 기존 어묵을 저지방/고단백 수산단백질 식품으로 포지셔닝하고, 어묵면과 어묵만두, 프로틴바 등 현지 소비자를 겨냥한 신제품 개발을 통해 제품 경쟁력을 강화할 계획이다.

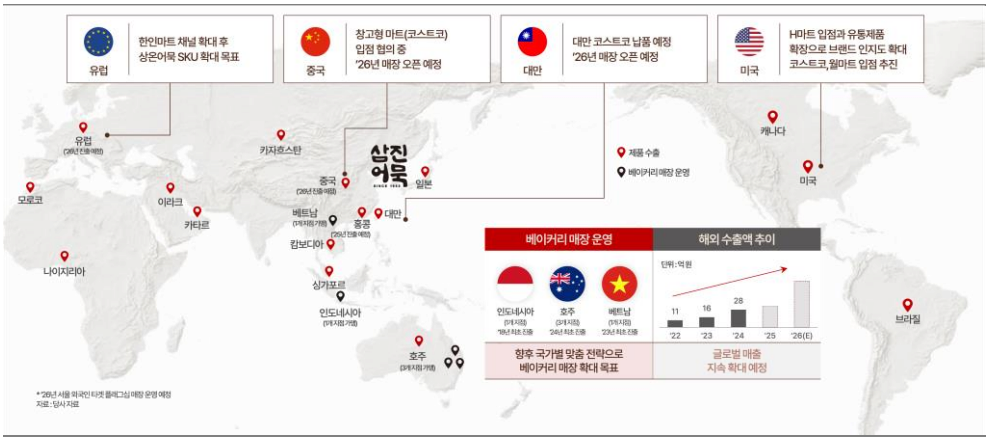
한편 동사는 향후 수출 물량 증가에 대응하기 위해 생산설비 확충을 계획하고 있다. 해외 시장의 장거리 운송과 유통환경에 적합한 냉동 및 상온 제품의 생산능력을 확대할 예정이며, 이를 위해 2026년 9월 시설자금 조달 목적으로 100억원 규모의 신주인수권부사채(BW)를 발행했다. 2027년에는 약 100억원 규모의 Capex가 집행될 것으로 파악되며, 향후 생산능력 확대를 통해 해외 유통채널의 신규 입점과 공급 물량 증가에 대응할 계획이다. 이러한 해외 유통망 확대와 생산능력 확충은 동사의 중장기적인 실적 성장에 긍정적으로 작용할 것으로 기대된다.

삼진식품 해외 매출액 추이



주: 매출액 별도 기준
자료: 삼진식품, 한국IR협의회 기업리서치센터

삼진식품 글로벌 시장 확대 전략



자료: 삼진식품, 한국IR협의회 기업리서치센터

실적 추이 및 전망

1 2025년 실적 리뷰

포장간식용/선물세트 중심의 매출 성장과 영업레버리지 효과로 수익성 개선

삼진식품의 2025년 매출액은 1,095억원(+13.6% YoY), 영업이익은 60억원(+22.9% YoY)으로 전년대비 실적이 개선되었다. 즉석간식용을 제외한 전 제품군이 성장한 가운데 포장간식용과 선물세트 제품 매출액(별도기준)이 각각 269억원(+34.2% YoY), 133억원(+17.0% YoY)으로 증가하며 전사 매출 성장을 견인했다. 이와 함께 매출 확대에 따른 영업레버리지 효과가 나타나면서 영업이익률은 5.4%(+0.4%p YoY)로 상승했다.

한편 지배주주순이익은 52억원(+408.2% YoY)으로 전년대비 큰 폭으로 증가하였다. 기존에 발행한 RCPS가 2025년 중 전량 보통주로 전환됨에 따라 이자비용이 8.1억원 감소하고, 파생상품평가이익이 2.7억원 증가하는 등 영업외이익이 개선되었다. 또한 법인세수익이 3.4억원(+6.7억원 YoY) 발생하며 순이익 증가에 기여했다.

2 1H26 실적 리뷰 및 2026년 실적 전망

1H26 실적 리뷰

수익성이 높은 포장간식용/선물세트 중심의 제품 믹스 개선 효과로 실적 개선

삼진식품의 2026년 상반기 매출액은 548억원(+7.7% YoY), 영업이익은 34억원(+23.2% YoY)을 기록하며 전년동기대비 실적이 개선되었다. 미국-이란 전쟁에 따른 지정학적 리스크와 원달러 환율 상승으로 원가 부담이 확대되었음에도 불구하고, 상대적으로 수익성이 높은 포장간식용과 선물세트 제품의 매출액(별도기준)이 각각 142억원(+19.3% YoY), 75억원(+16.8% YoY)으로 증가하면서 제품 믹스 개선 효과가 나타났다. 이에 따라 매출총이익률은 43.3%(+0.9%p YoY), 영업이익률은 6.1%(+0.8%p YoY)로 개선되었다.

2026년 실적 전망

수익성 높은 포장간식용/선물세트 제품 중심의 매출 성장에 따른 믹스 개선/영업레버리지 효과 기대

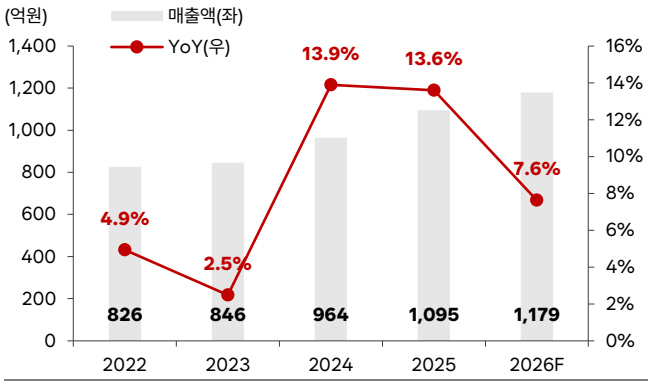
삼진식품의 2026년 매출액은 1,179억원(+7.6% YoY), 영업이익은 80억원(+34.7% YoY)으로 전년대비 실적이 개선될 것으로 전망된다. 상대적으로 수익성이 높은 포장간식용과 선물세트 제품 중심의 매출 성장이 예상되는 가운데, 이에 따른 제품 믹스 개선과 매출 증가에 따른 영업레버리지 효과가 더해지면서 영업이익률은 6.8%(+1.4%p YoY)로 상승할 것으로 기대된다.

지정학적 리스크와 국제 유가 상승에 따른 원가 부담은 하반기에도 이어질 것으로 예상되나, 최근 원달러 환율 하락과 주요 제품의 판가 인상은 원가 상승에 따른 수익성 부담을 완화하는 요인으로 작용할 것으로 전망된다. 동사는 2026년 6월 야채네모와 땡초말이 등 어묵 제품 10여 종의 판매가격을 평균 7% 인상했으며, 10월에는 미니땡초봉꼬치와 통통야채새우봉꼬치 등 냉동 어묵 제품 8종의 가격을 평균 10% 인상했다. 상대적으로 가격전가력이 높은 포장간식용 제품을 중심으로 판가 인상을 진행하면서 원가 부담에 대응하고 있다.

한편 동사는 포장간식용 제품 중심의 판매 확대 전략을 통한 실적 개선세를 이어갈 것으로 전망된다. 특히 외식 프랜차이즈와 식자재 유통업체를 중심으로 신규 거래처를 확보하고 꼬치어묵과 핫바류 공급을 확대하면서 B2B 채널에서 두드러진 성장세를 보이고 있다(매출 비중 2025년 29% → 1H26 34%). 이와 함께 리테일 및 온라인 채널에서도 포장

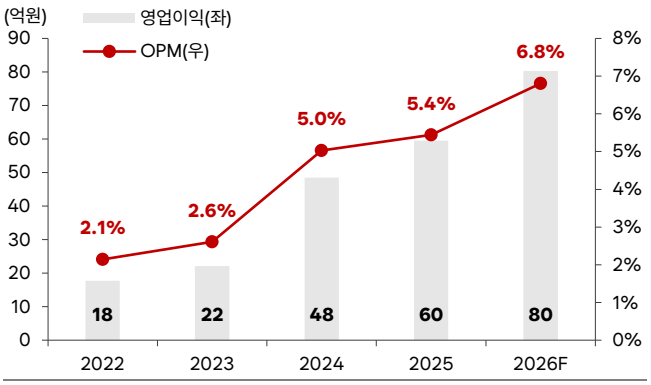
간식용 제품의 판매를 확대하고 있으며, 2021년 약 10% 수준이었던 포장간식용 제품의 매출 비중은 2026년 연간 27%까지 상승할 것으로 예상된다.

삼진식품 연결기준 연간 매출액 추이 및 전망



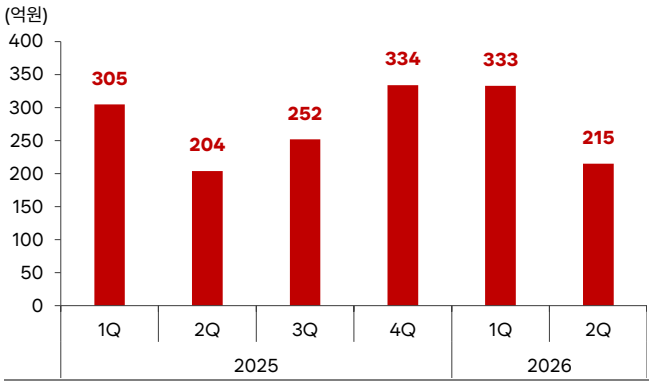
자료: 삼진식품, 한국IR협의회 기업리서치센터

삼진식품 연결기준 연간 영업이익 추이 및 전망



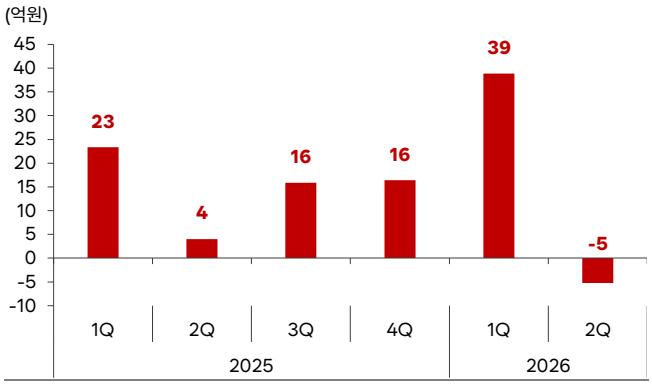
자료: 삼진식품, 한국IR협의회 기업리서치센터

삼진식품 연결기준 분기별 매출액 추이



자료: 삼진식품, 한국IR협의회 기업리서치센터

삼진식품 연결기준 분기별 영업이익 추이



자료: 삼진식품, 한국IR협의회 기업리서치센터

삼진식품 실적 테이블 (단위: 억원)

	2022	2023	2024	2025	2026F
매출액	826	846	964	1,095	**1,179**
(YoY)	4.9%	2.5%	13.9%	13.6%	**7.6%**
반찬용	170	168	211	231	**243**
국탕용	369	367	365	382	**369**
포장간식용	115	128	200	269	**321**
즉석간식용	86	93	80	79	**85**
선물세트	84	93	114	133	**155**
기타	2	1	2	2	**2**
매출총이익	325	369	410	460	**511**
(YoY)	-3.7%	13.5%	11.2%	11.9%	**11.1%**
영업이익	18	22	48	60	**80**
(YoY)	-55.8%	24.6%	119.3%	22.9%	**34.7%**
영업이익률	2.1%	2.6%	5.0%	5.4%	**6.8%**
세전이익	1	-5	13	49	**73**
지배주주순이익	1	-4	10	52	**66**
(YoY)	-93.5%	-519.9%	-381.1%	408.2%	**26.8%**

주: 제품별 매출액은 별도 기준

자료: 삼진식품, 한국IR협의회 기업리서치센터

삼진식품 분기별 실적 테이블 (단위: 억원)

	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26	2Q26
매출액	305	204	252	334	333	215
(YoY)	N/A	18.9%	13.4%	7.0%	9.3%	5.3%
반찬용	59	53	55	64	64	55
국탕용	107	69	69	136	108	63
포장간식용	66	53	60	91	77	64
즉석간식용	19	21	22	17	20	23
선물세트	56	9	49	20	65	10
기타	0	0	1	1	0	1
매출총이익	130	86	111	133	152	85
(YoY)	N/A	8.5%	6.5%	16.6%	16.7%	-0.4%
영업이익	23	4	16	16	39	-5
(YoY)	N/A	-17.3%	-9.3%	103.6%	66.7%	-231.5%
영업이익률	7.7%	2.0%	6.3%	4.9%	11.7%	-2.4%
세전이익	18	3	13	15	37	-7
지배주주순이익	15	12	10	15	29	-2
(YoY)	N/A	3467.8%	-14.9%	-217.4%	95.6%	-118.6%

주: 제품별 매출액은 별도 기준

자료: 삼진식품, 한국IR협의회 기업리서치센터

Valuation

2026년 예상 PER은 6.7배로 상장 이후 밸류에이션 최하단에 위치

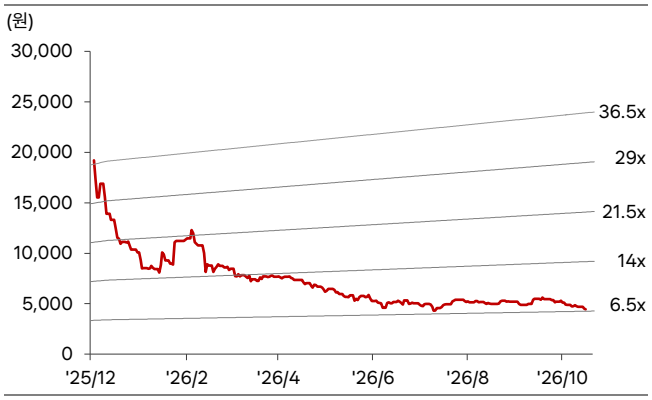
해외 매출 확대 여부가 밸류에이션에 중요한 변수로 작용할 전망

당사 추정 기준 삼진식품의 2026년 예상 PER은 6.7배, PBR은 0.92배 수준이다. 상장 이후 PER은 6.5~37.0배, PBR은 0.9~4.6배 수준에서 형성되어 왔으며, 현재 PER과 PBR 모두 상장 이후 밸류에이션 밴드의 최하단에 위치해 있다.

Peer 그룹은 동사와 사업 유사성이 있는 수산물 가공업체인 사조대림, CJ씨푸드, 한성기업으로 선정했다. 해당 기업들의 2026년 실적 컨센서스가 부재한 점을 감안해 TTM(3Q25~2Q26) 실적을 기준으로 비교하면, 동사의 PBR은 1.28배로 Peer 그룹 평균인 0.44배를 상회하고 있다. 동사의 상대적으로 높은 PBR은 Peer 그룹(사조대림 -31.0%, CJ씨푸드 2.0%, 한성기업 5.0%) 대비 높은 ROE(15.1%)에 기인한 것으로 판단된다.

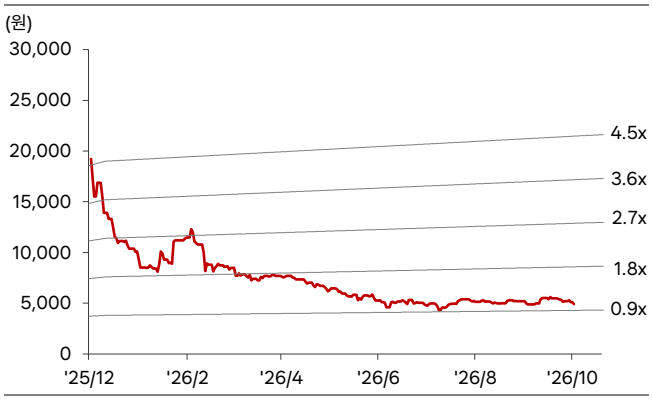
한편 향후 동사의 밸류에이션에는 해외 매출 확대 여부가 중요한 변수로 작용할 전망이다. 해외 매출 비중은 2026년 상반기 기준 4.5%로 여전히 낮은 수준이나, 2021년 1.6%에서 꾸준히 상승하고 있다는 점은 긍정적이다. 동사는 북미와 동남아 등 주요 지역의 유통망 확충과 현지 마케팅 강화에 주력하고 있으며, 특히 미국에서는 기존 H마트 중심의 유통망을 코스트코 등 대형 유통채널로 확대하는 방안을 추진하고 있다. 호주와 중국에서는 마스터 프랜차이즈 계약을 활용해 현지 매장 확대를 모색하고 있으며, 2026년에는 중국 시장에 최초로 진출해 2개 매장을 개설하는 등 해외사업 확장을 본격화하고 있다. 향후 이러한 노력이 실질적인 해외 매출 증가로 이어질 경우 밸류에이션 리레이팅에 긍정적으로 작용할 것으로 판단된다.

삼진식품 PER밴드



자료: Fnguide, 한국IR협의회 기업리서치센터

삼진식품 PBR밴드



자료: Fnguide, 한국IR협의회 기업리서치센터

삼진식품 Peer그룹 테이블 (단위: 억원)

구분		삼진식품	사조대림	CJ씨푸드	한성기업
주가(11/04, 원)		4,455	23,750	1,687	3,330
시가총액(11/04)		442	2,177	606	207
매출액	2024	964	26,430	1,937	3,325
	2025	1,095	34,998	1,921	3,184
	TTM	1,134	35,512	2,003	3,145
	2026F	1,179	N/A	N/A	N/A
영업이익	2024	48	1,330	44	110
	2025	60	947	-9	58
	TTM	66	920	-5	68
	2026F	80	N/A	N/A	N/A
OPM(%)	2024	5.0	5.0	2.2	3.3
	2025	5.4	2.7	-0.5	1.8
	TTM	5.8	2.6	-0.2	2.2
	2026F	6.8	N/A	N/A	N/A
지배주주순이익	2024	10	918	50	28
	2025	52	-786	28	2
	TTM	52	-2,057	18	35
	2026F	66	N/A	N/A	N/A
PER(배)	2024	N/A	4.1	20.8	11.0
	2025	26.5	N/A	36.3	204.7
	TTM	8.5	N/A	34.5	5.9
	2026F	6.7	N/A	N/A	N/A
PBR(배)	2024	N/A	0.53	1.25	0.46
	2025	3.29	0.52	1.16	0.51
	TTM	1.28	0.33	0.70	0.29
	2026F	0.92	N/A	N/A	N/A
ROE(%)	2024	8.9	14.3	6.2	4.2
	2025	22.3	-11.6	3.3	0.2
	TTM	15.1	-31.0	2.0	5.0
	2026F	14.6	N/A	N/A	N/A
배당수익률(%)	2024	N/A	0.7	N/A	N/A
	2025	N/A	0.7	N/A	N/A
	2026F	N/A	N/A	N/A	N/A

주: 2026년 삼진식품 실적은 당사 추정치, 나머지는 시장컨센서스 부재 / TTM = 3Q25-2Q26, 자료: Fnguide, 한국IR협의회 기업리서치센터

리스크 요인

1 원재료 가격 상승 리스크

주요 원재료인 연육의 수입단가가 상승하는 흐름

동사는 주요 원재료인 연육의 수입단가 상승에 따른 수익성 하락 리스크가 존재한다. 동사의 연육 kg당 평균 수입단가는 2024년 2,448원 → 2025년 2,582원 → 2026년 상반기 2,920원으로 상승하며 원가 부담이 확대되고 있다.

연육 수입단가 상승은 주요 생산국의 공급 감소와 환율 상승 등에 기인한다. 동사의 주요 수입국인 베트남과 인도에서는 잦은 태풍과 해수온도 상승에 따른 조업 차질로 어획량이 감소했으며, 현지 가공업체들이 오징어 등 상대적으로 부가가치가 높은 어종으로 생산을 전환하면서 연육 공급이 축소되었다. 여기에 2025년부터 원달러 평균 환율이 상승하고, 2026년 미국-이란 간 지정학적 리스크 확대에 따른 국제 유가 및 해상운임 상승이 더해지면서 수입 원가 부담이 가중되었다. 동사는 원재료를 사전 계약하고 일정 수준의 재고를 보유하고 있어 연육 수입단가 상승이 실제 제조원가에 반영되기까지 통상 6개월 정도의 시차가 발생할 것으로 예상되며, 최근 수입단가 상승에 따른 원가 부담은 2027년부터 발생할 가능성이 있다.

다만 2026년 하반기 원달러 환율이 하락세로 전환한 가운데, 동사는 상대적으로 가격전가력이 높은 고부가가치 제품을 중심으로 판가 인상을 진행하며 원가 상승에 대응하고 있어, 이러한 요인들이 향후 원재료 가격 상승에 따른 수익성 부담을 상쇄하는 데 기여할 것으로 판단된다.

2 BW 발행에 따른 잠재적 오버행 및 상환 부담

발행 BW의 잠재주식 비중은 11.95%로, 2027년 9월 28일부터 신주인수권 행사 가능

동사는 2026년 9월 신규 공장 투자를 위한 시설자금 조달 목적으로 신주인수권부사채(BW) 100억원을 발행하였다. 해당 사채는 신주인수권 행사를 통해 신주 발행이 가능하다는 점에서 향후 지분 희석 및 오버행 부담으로 작용할 수 있다.

해당 사채의 신주인수권 행사기간은 2027년 9월 28일부터이며, 만기일은 2029년 9월 28일이다. 신주인수권 행사 시 발행 가능한 잠재주식수는 약 135만주로, 행사 후 총 발행주식수의 11.95%에 해당하는 물량이다. 행사가액은 7,427원이며, 별도의 리픽싱 조항이 없어 향후 행사가액 조정에 따른 잠재주식수 증가 가능성은 제한적이다.

현재 동사의 주가는 행사가액을 크게 하회하고 있는 상황이다. 신주인수권 행사 개시일인 2027년 9월 28일 이후 주가가 행사가액을 상회할 경우 신주인수권 행사에 따른 매도 물량이 출회될 수 있으며, 반대로 주가가 행사가액을 하회하는 상황이 지속될 경우 사채권자의 조기상환청구권 행사 또는 만기 도래에 따른 현금 상환 부담이 발생할 수 있다는 점에 유의할 필요가 있다.

포괄손익계산서

(억원)	2022	2023	2024	2025	2026F
매출액	N/A	846	964	1,095	1,179
증가율(%)	N/A	N/A	13.9	13.6	7.6
매출원가	N/A	477	554	635	668
매출원가율(%)	N/A	56.4	57.5	58.0	56.7
매출총이익	N/A	369	410	460	511
매출이익률(%)	N/A	43.6	42.6	42.0	43.3
판매관리비	N/A	347	362	400	431
판관비율(%)	N/A	41.0	37.6	36.5	36.6
EBITDA	N/A	60	89	102	137
EBITDA 이익률(%)	N/A	7.1	9.3	9.3	11.6
증가율(%)	N/A	N/A	49.6	14.5	33.7
영업이익	N/A	22	48	60	80
영업이익률(%)	N/A	2.6	5.0	5.4	6.8
증가율(%)	N/A	N/A	119.3	22.9	34.7
영업외손익	N/A	-27	-35	-11	-7
금융수익	N/A	2	2	4	6
금융비용	N/A	24	31	14	13
기타영업외손익	N/A	-6	-7	-1	-1
종속/관계기업관련손익	N/A	-0	-0	0	0
세전계속사업이익	N/A	-5	13	49	73
증가율(%)	N/A	N/A	흑전	262.7	50.1
법인세비용	N/A	-2	3	-3	7
계속사업이익	N/A	-4	10	52	66
중단사업이익	N/A	0	0	0	0
당기순이익	N/A	-4	10	52	66
당기순이익률(%)	N/A	-0.4	1.1	4.7	5.6
증가율(%)	N/A	N/A	흑전	409.9	26.8
지배주주지분 순이익	N/A	-4	10	52	66

재무상태표

(억원)	2022	2023	2024	2025	2026F
유동자산	N/A	222	232	434	650
현금성자산	N/A	38	19	197	395
단기투자자산	N/A	5	0	-1	-1
매출채권	N/A	111	120	138	148
재고자산	N/A	65	90	95	102
기타유동자산	N/A	3	4	5	5
비유동자산	N/A	260	376	397	360
유형자산	N/A	162	256	275	239
무형자산	N/A	1	2	3	2
투자자산	N/A	2	2	2	2
기타비유동자산	N/A	95	116	117	117
자산총계	N/A	483	608	831	1,010
유동부채	N/A	404	401	282	295
단기차입금	N/U41A	90	63	70	70
매입채무	N/A	55	56	66	71
기타유동부채	N/A	259	282	146	154
비유동부채	N/A	65	162	131	232
사채	N/A	0	0	0	100
장기차입금	N/A	41	115	91	91
기타비유동부채	N/A	24	47	40	41
부채총계	N/A	469	563	414	527
지배주주지분	N/A	15	47	419	485
자본금	N/A	1	1	50	50
자본잉여금	N/A	1	17	287	287
자본조정 등	N/A	-5	1	3	3
기타포괄이익누계액	N/A	0	-0	-0	-0
이익잉여금	N/A	17	28	79	145
자본총계	N/A	13	45	417	483

현금흐름표

(억원)	2022	2023	2024	2025	2026F
영업활동으로인한현금흐름	N/A	60	63	82	118
당기순이익	N/A	-4	10	52	66
유형자산 상각비	N/A	37	41	42	56
무형자산 상각비	N/A	0	0	1	1
외환손익	N/A	0	0	0	0
운전자본의감소(증가)	N/A	-5	-27	-25	-5
기타	N/A	32	39	12	0
투자활동으로인한현금흐름	N/A	-25	-111	-39	-20
투자자산의 감소(증가)	N/A	1	0	2	-0
유형자산의 감소	N/A	-0	0	1	0
유형자산의 증가(CAPEX)	N/A	-20	-116	-41	-20
기타	N/A	-6	5	-1	0
재무활동으로인한현금흐름	N/A	-21	29	135	100
차입금의 증가(감소)	N/A	-5	48	6	0
사채의증가(감소)	N/A	0	0	0	100
자본의 증가	N/A	0	0	147	0
배당금	N/A	0	0	0	0
기타	N/A	-16	-19	-18	0
기타현금흐름	N/A	-0	0	0	-1
현금의증가(감소)	N/A	14	-19	179	198
기초현금	N/A	24	38	19	197
기말현금	N/A	38	19	197	395

주요투자지표

	2022	2023	2024	2025	2026F
P/E(배)	N/A	N/A	0.0	26.5	6.7
P/B(배)	N/A	0.0	0.0	3.3	0.9
P/S(배)	N/A	0.0	0.0	0.9	0.4
EV/EBITDA(배)	N/A	4.7	4.2	13.9	2.8
배당수익률(%)	N/A	N/A	N/A	0.0	0.0
EPS(원)	N/A	-69	194	524	665
BPS(원)	N/A	282	854	4,222	4,886
SPS(원)	N/A	16,072	18,281	15,575	11,882
DPS(원)	0	0	0	0	0
수익성(%)					
ROE	N/A	-24.5	33.3	22.3	14.6
ROA	N/A	-0.8	1.9	7.2	7.2
ROIC	N/A	N/A	14.1	16.7	21.6
안정성(%)					
유동비율	N/A	55.0	57.8	153.7	220.3
부채비율	N/A	3,480.5	1,248.8	99.2	109.1
순차입금비율	N/A	2,096.8	845.5	10.2	-11.4
이자보상배율	N/A	1.1	2.2	4.2	6.3
활동성(%)					
총자산회전율	N/A	1.8	1.8	1.5	1.3
매출채권회전율	N/A	7.6	8.4	8.5	8.2
재고자산회전율	N/A	13.0	12.4	11.8	11.9

최근 3개월간 한국거래소 시장경보제도 지정 여부

시장경보제도란?

한국거래소 시장감시위원회는 투기적이거나 불공정거래 개연성이 있는 종목 또는 주가가 비정상적으로 급등한 종목에 대해 투자자주의 환기 등을 통해 불공정거래를 사전에 예방하기 위한 제도를 시행하고 있습니다. 시장경보제도는 「투자주의종목 투자경고종목 투자위험종목」의 단계를 거쳐 이루어지게 됩니다.

※관련근거: 시장감시규정 제5조의2, 제5조의3 및 시장감시규정 시행세칙 제3조~제3조의 7

종목명	투자주의종목	투자경고종목	투자위험종목
삼진식품	X	X	X

발간 History

발간일	제목
2026.11.06	삼진식품-부산 3대 어묵 중 최고(最古)

Compliance notice

본 보고서는 한국거래소, 한국예탁결제원과 한국증권금융이 공동으로 출연한 한국IR협의회 산하 독립 (리서치) 조직인 기업리서치센터가 작성한 기업분석 보고서입니다. 본 자료는 투자자들에게 국내 상장기업에 대한 양질의 투자정보 제공 및 건전한 투자문화 정착을 위해 무상으로 작성되었습니다.

- 당사 리서치센터는 본 자료를 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 본 자료를 작성한 애널리스트는 자료작성일 현재 해당 종목과 재산적 이해관계가 없습니다.
- 본 자료를 작성한 애널리스트와 그 배우자 등 관계자는 자료 작성일 현재 조사분석 대상법인의 금융투자상품 및 권리를 보유하고 있지 않습니다.
- 본 자료는 중소형 기업 소개를 위해 작성되었으며, 매수 및 매도 추천 의견은 포함하고 있지 않습니다.
- 본 자료에 게재된 내용은 애널리스트의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 신의 성실하게 작성되었음을 확인합니다.
- 본 자료는 투자자들의 투자판단에 참고가 되는 정보제공을 목적으로 배포되는 자료입니다. 본 자료에 수록된 내용은 자료제공일 현재 시점의 당사 리서치센터의 추정치로서 오차가 발생할 수 있으며 정확성이나 완벽성은 보장하지 않습니다.
- 본 조사자료는 투자 참고 자료로만 활용하시기 바라며, 어떠한 경우에도 투자자의 투자 결과에 대한 법적 책임 소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.
- 본 조사자료의 지적재산권은 당사에 있으므로, 당사의 허락 없이 무단 복제 및 배포할 수 없습니다.
- 본 자료는 텔레그램에서 "한국IR협의회(https://t.me/kirsofficial)" 채널을 추가하시어 보고서 발간 소식을 안내받으실 수 있습니다.
- 한국IR협의회가 운영하는 유튜브 채널 'IRTV'에서 1) 애널리스트가 직접 취재한 기업탐방으로 CEO인터뷰 등이 있는 '小中한탐방'과 2) 기업보고서 심층해설방송인 '小中한 리포트 가치보기'를 보실 수 있습니다.