

기술분석보고서 경기관련 소비재

미쥬(351020)



작성기관 서울평가정보(주) 작성자 양지현 책임

[▶ 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 미공개 상태일 수 있습니다.
- 텔레그램에서 “한국IR협의회” 채널을 추가하시면 매주 보고서 발간 소식을 안내 받으실 수 있습니다.
- 본 보고서에 대한 자세한 문의는 작성기관(TEL.02-3449-1519)로 연락하여 주시기 바랍니다.

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

미쥬(351020)

여성용 의류 제조 및 판매 업체

기업정보(2025.05.16)

대표자	황승주
설립일자	2013년 02월 04일
상장일자	2023년 10월 26일
기업규모	중소기업
업종분류	여자용 겹옷 제조업
주요제품	여성 의류, 골프 의류 등

시세정보(2025.05.16)

현재가(원)	7,550원
액면가(원)	100원
시가총액(억 원)	157억 원
발행주식수	2,075,000
52주 최고가(원)	9,930원
52주 최저가(원)	4,250원
외국인지분율	-
주요주주	황승주, 김남규

■ 여성캐주얼 의류 제조기업

미쥬(이하 동사)는 2013년 2월 4일에 설립된 후 2023년 10월 26일에 코넥스 시장에 상장된 중소기업으로, 3050 여성을 주요 타겟층으로 하여 겹옷, 상의류, 하의류(바지, 치마 외), 원피스류, 패션액세서리등 여성복 제조업을 영위하고 있다. 매출유형별 비중은 2024년 결산 기준 제품(아우터) 23.8%, 제품(상의류) 19.8%, 제품(하의류) 9.9% 순으로 높게 나타났으며, 브랜드별 비중은 2024년 상반기 기준 르니앤맥코이가 84.3%를 차지하고 있다. 전국 89개의 오프라인 매장을 운영하고 있으며, 유통망별 매출 비중은 오프라인이 87.6%를 차지하는 것으로 조사되었다.

■ 수요 정체의 위험이 존재하나, 친환경·디지털 전환이 기회

패션 산업은 국내외에서 상반된 성장 양상을 보이고 있다. 국내 시장은 성숙기에 접어들며 전체 성장률은 정체 상태에 있으나, 온라인 중심 소비 확대와 브랜드 다양화로 부분적인 성장을 유지하고 있다. 2023년 국내 여성 의류 시장 규모는 약 20조 원 수준이며, 연평균 성장률은 2.81% 이다. 2024년 세계 여성 의류 시장 규모는 약 9,300억 달러로 추산되며, 2027년에는 약 1조 달러에 이를 것으로 예상된다. 국내외 시장 모두 과거대비 성장세는 둔화되었으나, 중국, 인도, 동남아 등 신흥국 중심의 중산층 확대와 온라인 유통망 강화와 북미와 유럽을 중심으로는 ESG 경영, 비건 패션, 재활용 소재 등 지속가능성 요소가 점진적인 성장동력으로 작용할 것으로 예상된다.

■ 온라인 채널 강화 및 브랜드 포트폴리오 확대

동사는 자사몰 ‘르니몰’ 운영 강화와 외부 플랫폼 입점 확대를 통해 온라인 매출 비중을 늘리고 있으며, 브랜드별 특성에 맞춘 온라인 전략으로 ‘르니골프’와 ‘리펜스튜디오’의 성장을 유도하고 있다. 또한 2025년에는 비건 패션 브랜드 ‘GTHEN’을 신규 론칭하여 친환경 소비층을 공략하고, 기존 브랜드와 함께 다양한 소비자층을 아우르는 포트폴리오를 구축해 매출 다변화를 추진하고 있다.

요약 투자지표 (K-IFRS 연결 기준)

	매출액 (억 원)	증감 (%)	영업이익 (억 원)	이익률 (%)	순이익 (억 원)	이익률 (%)	ROE (%)	ROA (%)	부채비율 (%)	ESP (원)	BPS (원)	PER (배)	PBR (배)
2022	193	35.9	11	5.6	9	4.6	32.2	6.8	356.4	426	1,457	-	-
2023	231	19.8	13	5.4	7	3.2	21.9	5.1	300.5	358	1,814	17.1	3.4
2024	308	33.1	15	4.8	10	3.2	20.2	5.4	257.9	467	2,824	14.6	2.4

기업경쟁력

브랜드별 온라인 플랫폼 최적화 전략 기술	● 브랜드별로 타겟 고객과 소비 패턴을 분석하여, 온라인몰 및 외부 플랫폼 입점 전략을 차별화 ● '르니앤맥코이'는 고감도 상품 중심의 자사몰 중심 운영 ● '리펜스튜디오'는 중저가 중심의 플랫폼 확산 전략 ● '르니골프'는 골프 전문 플랫폼 확장
친환경 제품 개발을 통한 B2B 사업영역 확대	● 제주산 굴껍질을 활용한 비건 레더 소재 개발 등 자체 친환경 기술을 보유 ● 2025년 비건 패션 브랜드 'GTHEN'을 런칭할 계획

핵심 기술

다품종 소량 생산 기반 리오더 기획 시스템	● 판매 데이터를 기반으로 인기 제품을 빠르게 재생산하는 위클리 리오더 체계 ● 시즌별 주요 아이템을 기준으로 고객 반응을 실시간 분석, 유연하게 기획 수정 및 추가 생산 ● 유행 변동에 민감한 여성복 시장에 최적화된 운영 방식
ERP 기반 스마트 재고 및 물류 자동화 시스템	● ERP 시스템을 중심으로 입고-배분-출고에 이르는 재고관리 전 과정을 자동화 ● 배분 로봇, 자동 포장기, 폴리백 시스템 등 첨단 물류 설비를 도입하여 상품 회전율을 극대화 ● 매장별 수요 예측과 실시간 배분에 효과적이며, 점당 효율성과 공급 안정성을 동시에 확보
굴껍질 기반 비건 레더 원단 개발 기술	● 제주산 폐기 굴껍질을 미세 파우더로 가공, 식물성 폴리올과 결합하여 가죽 대체 원단을 개발 ● 재활용 폴리에스터, 생분해성 원단과 함께 접합되어 환경 유해성이 낮고 내구성이 우수한 소재로 구현

시장경쟁력

브랜드 포트폴리오의 전략적 구성	● 다양한 연령대와 소비 성향을 아우르는 브랜드 체계를 구축 ● 백화점·아울렛 중심의 오프라인 채널과 자사몰 및 외부 플랫폼을 통한 온라인 채널에 유기적으로 연계 ● 오프라인 매장을 통해 안정적인 매출 기반을 확보하고 있고, 온라인 플랫폼과의 제휴 확대로 새로운 소비층을 빠르게 흡수
친환경 기술을 통한 차별화된 제품 경쟁력 확보	● 제주산 굴껍질을 활용한 친환경 비건 레더 소재를 독자적으로 개발 ● 비건 패션 브랜드를 본격 전개함으로써, 환경·윤리 소비 트렌드에 민감한 시장의 흐름에 선제적으로 대응 ● 친환경 기술력을 통해 향후 ESG 기반 글로벌 시장 진출

ESG(Environmental, Social and Governance) 활동 현황

E 환경경영	◎ 환경 경영 체계 구축 - 친환경브랜드 확대 운영 - 친환경 소재개발 상용화 진행
S 사회책임경영	◎ 사회적 책임 경영 내재화 - 재고 물품의 지역사회 기부
G 기업지배구조	◎ 투명한 지배구조 확립 - 재무건전성 확보를 위한 사외이사 선임

I. 기업 현황

여성캐주얼 의류 제조 및 유통사업을 영위

동사는 2013년 설립 이후 여성복 중심의 브랜드 포트폴리오를 구축하며 안정적인 오프라인 유통망과 온라인 채널을 병행해 성장해온 패션 전문 기업이다. 최근에는 친환경 비건 소재 개발과 신규 브랜드 'GTHEN' 론칭을 통해 지속가능성과 시장 다변화를 동시에 추진하고 있다.

■ 기업 개요

동사는 2013년 2월 4일에 여성캐주얼 의류 제조 및 유통사업을 영위할 목적으로 설립되었으며, 2023년 10월 26일에 코넥스 시장에 상장한 중소기업이다. 동사는 감도 높은 디자인과 실용적인 기획력을 바탕으로 다양한 연령대와 소비층을 아우르는 브랜드 포트폴리오를 구축해 왔다. 주력 브랜드인 '르니앤맥코이'를 중심으로, 2021년 골프웨어 브랜드 '르니골프', 2023년 중저가 스트리트 브랜드 '리펜스튜디오'를 잇따라 출시하며 시장 내 점유율을 확장해왔으며, 2025년에는 비건 패션 브랜드 'GTHEN' 론칭을 앞두고 있다. 백화점, 아울렛 등 오프라인 유통망과 함께 자사몰 및 외부 플랫폼 중심의 온라인 채널을 병행 운영하고 있으며, 자체 기획 역량과 외주 생산 시스템을 기반으로 유연한 상품 운영 구조를 갖추고 있다. 최근에는 친환경 비건 소재 개발과 ESG 경영 강화에 주력하며 지속가능한 패션 기업으로의 전환을 모색하고 있다.

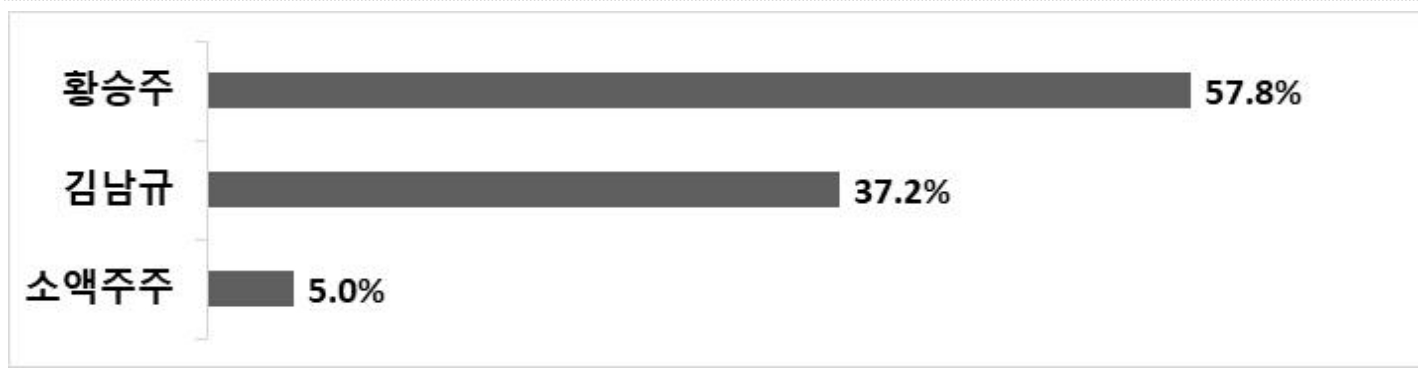
[표 1] 동사의 주요 연혁

연월	주요내용
2013.02	(주)미쥬에프엔에프 법인 설립
2013.07	(주)미쥬 법인명 변경, 기업부설연구소 설립, 여성기업 인증, 벤처기업 인증
2013.11	르니앤맥코이 상표 등록
2014.06	중소기업 글로벌 청년창업 기업 선정
2015.10	본사 확장 이전 (영등포구 가마산로 89길 17 -> 금천구 가산디지털1로 70)
2016.12	한국백화점협회 주관 '제9회 코리아 패션대상 우수 협력 신인상' 수상
2017.01	여성벤처기업협회 '선도벤처주관기업' 선정
2019.11	중소벤처기업부 주관 '장관상' 수상
2020.07	"함초를 이용한 직물의 염색방법" 특허 기술이전
2020.08	자사 온라인몰(르니몰) 오픈
2020.10	중소벤처진흥공단 이사장상 수상
2021.03	"패션 제품 제조 플랫폼 서비스 제공 방법, 장치 및 시스템" 특허 등록
2022.01	"굴 껍질을 활용한 친환경 비건 가죽 및 그 제조방법" 특허 등록
2022.06	르니골프(LeNIC GOLF) 런칭
2022.10	제 11회 금천기업인상 수상
2022.11	중소벤처기업부 주관 장관상 수상
2023.04	금천구청 우수기부자 표창, 액면분할 진행(5,000원 -> 100원)
2023.05	엠제이앤코 사업 양수
2023.07	자본금 전입에 따른 무상증자 진행
2023.10	코넥스시장 상장
2024.07	베트남 법인 설립
2024.12	금천구청 일자리 우수기업 선정, 여성가족부 "가족친화기업" 인증, 이노비즈 인증

자료: 동사 2024년 사업보고서, 서울평가정보(주) 재구성

2024년 12월 31일 기준 동사의 최대주주는 황승주 대표이사로 지분율은 57.8%이다. 배우자인 김남규가 37.2%, 소액 주주가 5.0%의 지분을 보유하고 있다.

[그림 1] 동사 지분구조



자료: 동사 사업보고서(2025.03), 서울평가정보(주) 재구성

■ 주요 사업부문 및 사업부문별 매출 & 수주 상황

동사의 주요 제품은 아우터, 상의류, 하의류, 원피스 등 다양한 여성용 패션의류이며 2024년 12월 31일 기준 매출비중은 아우터 23.8%, 상의류 19.8%, 하의류 9.9%, 원피스 4.3%, 기타 2.7%이다. 상품 매출은 약 39.4%를 차지하고 있다.

[표 2] 동사의 사업부문별 브랜드와 주요 제품

사업부문	해당 브랜드	주요 제품
여성 토털 패션 부문	르니앤맥코이 (LENIC & McCOY)	블라우스, 자켓, 팬츠, 니트, 원피스 등 계절별 토털 의류
중저가 스트리트 캐주얼 부문	리펜스튜디오 (Repen Studio)	스트리트 감성의 티셔츠, 팬츠, 아우터 등 실용 캐주얼
여성 골프웨어 부문	르니골프 (LENIC GOLF)	기능성 골프 상·하의, 큐롯, 점퍼, 골프용 잡화 등
친환경 비건 패션	지댄 (GTHEN) (2025년 런칭 예정)	비건 레더 기반 가방, 지갑, 업사이클링 패션 아이템

자료: 동사 사업보고서(2025.03), 서울평가정보(주) 재구성

[표 3] 동사의 매출 실적

(단위 : 백만 원)

매출유형	부문(품목)	매출액	매출비중
제품	아우터	7,326	23.8%
	상의류	6,100	19.8%
	하의류	3,065	9.9%
	원피스	1,329	4.3%
	기타	843	2.7%
	소계	18,663	60.5%
상품	소계	12,162	39.4%
기타	소계	8	0.1%
합계	합계	30,833	100%

자료: 동사 사업보고서(2025.03), 서울평가정보(주) 재구성

II. 시장 동향

성숙기에 접어든 가운데, 연령별 소비 양극화와 온라인 중심 유통으로 전환중인 산업

여성의류 시장은 전체 패션 산업 내 가장 큰 세부 시장으로, 성숙기에 접어들며 전반적인 성장률은 둔화되고 있으나 소비층의 세분화와 유통 채널의 다변화로 인해 여전히 구조적 활력이 유지되고 있는 것이 특징이다.

■ 여성 의류 시장 동향

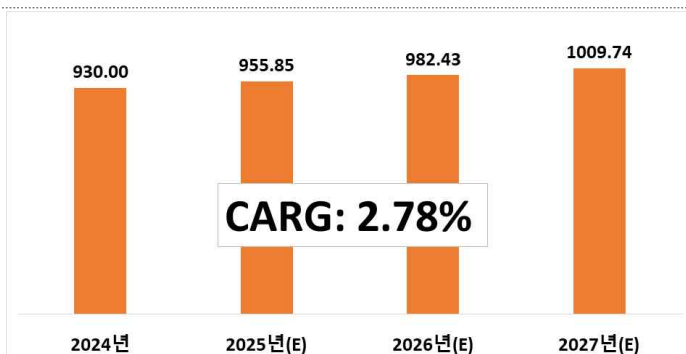
2024년 기준 전 세계 여성 의류 시장은 약 9,300억 달러 규모로 추산되며, 이는 남성복과 아동복을 합친 것보다도 큰 수치로 글로벌 패션 산업에서 가장 큰 비중을 차지한다. 향후 연평균 2.78%의 성장률을 유지하며 2027년에는 약 1조 달러에 이를 것으로 전망되며, 특히 소셜 미디어 기반 트렌드 확산, 맞춤형 소비 니즈 증가, 친환경 패션에 대한 수요 확대가 성장을 견인하고 있다. 지역별로는 북미가 전체 시장의 약 34%를 차지하는 최대 시장으로서, 애슬레저와 지속가능 패션이 강세를 보이고 있으며, 유럽은 고급화와 친환경 트렌드를 중심으로 안정적인 수요를 유지하고 있다. 반면 아시아는 중국·인도를 중심으로 중산층의 급속한 확대와 온라인 플랫폼 성장에 따라 가장 빠른 성장세를 기록 중이다.

국내 여성의류 시장은 전체 의류 시장에서 약 45~50%를 차지하는 핵심 분야로, 2023년 기준 약 19조 8,000억 원 규모로 추산된다. 전반적으로는 성숙기에 접어들며 과거 대비 성장세는 둔화되었지만, 소비자의 연령별·성향별 세분화와 온라인 유통 확장에 따라 구조적인 변화가 활발히 진행되고 있다. 국내 전체 의류 시장은 2024년 약 38조 원, 2027년까지 약 42조 원 규모로 확대될 것으로 예상되며, 여성복 시장 역시 가치소비, 친환경 패션, 프리미엄 기획 강화를 통해 점진적인 성장 여력을 유지할 것으로 보인다.

국내 여성 의류 시장은 디지털 채널의 급속한 확산과 MZ세대 중심의 소비 트렌드 변화에 따라 구조적인 전환기를 맞고 있다. 특히 브랜드에 대한 충성도보다는 기능성과 감성적 만족을 추구하는 소비 성향이 강화되며, 새로운 브랜드와 제품군이 시장 내 기회를 확보할 가능성이 높아지고 있다. 중산층 소비자들 사이에서 가격 대비 가치보다 품질과 정체성에 대한 감성적 만족을 우선시하는 소비 패턴(Trading Up)이 확산되고 있으며, MZ세대를 중심으로 "가치에는 투자하고, 불필요한 지출은 줄이는" 이중 소비 행태가 자리잡고 있다. 이로 인해 선택과 집중이 분명한 브랜드나 제품군은 강력한 매출 성장을 경험하고 있으며, 브랜드 스토리나 윤리성(Ethical Value)을 강조하는 브랜드가 선호되고 있다.

[그림 2] 세계 여성의류 시장규모와 성장률

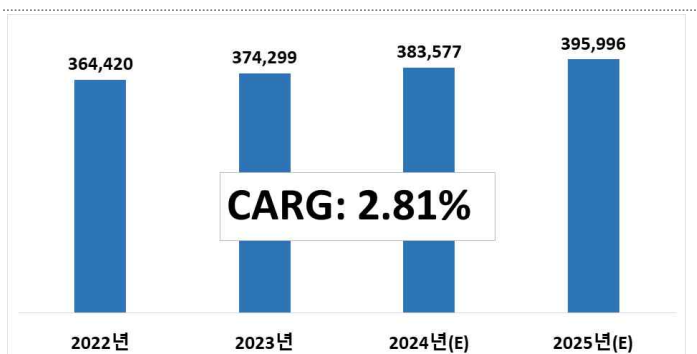
(단위 : 10억 달러)



자료: Global Apparel Industry Statistics: Market Size and Trends (2025)(UNIFORM MARKET), 서울평가정보(주) 재구성

[그림 3] 국내 의류 시장규모와 성장률

(단위 : 억 원)



자료: 2024 한국패션산업 트렌드(트렌드리서치 주식회사), 서울평가정보(주) 재구성

III. 기술분석

지속가능한 친환경 소재 개발과 스마트 유통 운영을 결합한 기획 중심의 여성 의류 제조 기업
 동사는 여성용 의류 제조를 중심으로, 친환경 소재 개발과 유연한 생산 기획 역량을 바탕으로 한 기술 경쟁력을 보유하고 있다. 특히 굽갹질 기반 비건 레더 개발과 ERP 기반의 스마트 유통 운영 시스템을 통해 지속가능성과 시장 대응력을 동시에 강화하고 있다.

■ 동사 주요기술

▶ 브랜드별 온라인 플랫폼 최적화 전략 기술

동사의 브랜드별 온라인 플랫폼 최적화 전략 기술은 각 브랜드의 특성과 타깃 고객층에 맞춰 맞춤형 온라인 유통 전략을 차별화하는 방식으로 전개되고 있으며, 이는 동사의 디지털 전환 역량과 실질적인 매출 확대를 견인하는 핵심 요소로 작용하고 있다. ‘르니앤맥코이’는 3050 여성 고객을 대상으로 자사몰 ‘르니몰’에 집중된 운영 전략을 취하고 있으며, 브랜드 충성도가 높은 고정 고객층을 대상으로 상품 추천, 적립 시스템, 통합 마일리지 운영 등을 통해 재구매율과 전환율을 높이는 구조를 구축하고 있다. 이를 통해 비교적 고가의 감성 제품을 안정적으로 유통할 수 있는 채널을 확보하고 있다.

반면, ‘리펜스튜디오’는 2030 세대 중심의 스트리트 캐주얼 브랜드로, 무신사·지그재그·퀵릿 등 주요 온라인 패션 플랫폼에 적극 입점하여 다양한 소비층과의 접점을 넓히고 있다. 해당 브랜드는 빠르게 회전하는 스타일과 가성비 중심의 상품 구성을 바탕으로, 실시간 소비 데이터 분석과 연계된 위클리 리오더 전략을 함께 구사하여 온라인 시장에서의 반응성을 높이고 있다.

또한, ‘르니골프’는 기능성과 세련된 디자인을 결합한 여성 골프웨어로, 최근 골프 전문 커머스 채널 및 프리미엄 패션 플랫폼과의 연계 마케팅을 강화하고 있으며, 온라인몰 내에서는 큐레이션 콘텐츠와 함께 사용자 맞춤형 필터링 경험을 도입해 상품 탐색과 구매 편의성을 향상시키고 있다.

이러한 브랜드별 플랫폼 최적화 전략은 동사가 단일한 유통 접근방식이 아닌, 고객군·가격대·스타일 특성에 따라 최적화된 온라인 유통 구조를 유기적으로 설계하고 실행하는 기술적 역량을 확보하고 있음을 보여주는 사례이며, 이는 전체 온라인 매출 성장뿐 아니라 브랜드별 온라인 인지도와 고객 충성도 확보에도 긍정적인 영향을 미치고 있다.

[그림 4] 동사의 브랜드 포트폴리오



르니 앤 맥코이: 여성복



리펜 스튜디오: 캐주얼



르니 앤 골프: 골프복



지덴: 친환경 브랜드

자료: 동사 IR 자료(2024.10), 서울평가정보(주) 재구성

▶ 다품종 소량생산 기반 리오더 기획 시스템

동사의 다품종 소량생산 기반 리오더 기획 시스템은 빠르게 변화하는 패션 트렌드와 소비자 수요에 민첩하게 대응하기 위한 핵심 운영 전략으로, 상품 기획에서 생산, 판매, 재생산까지의 전 과정을 유연하게 통제할 수 있는 구조로 설계되어 있다.

이 시스템은 기본적으로 다품종을 소량으로 선기획·선출시하고, 시장 반응을 실시간으로 분석한 후 판매율이 높은 품목에 한해 신속하게 리오더(재생산)를 실행하는 방식으로 운영된다. 초기 기획 단계에서부터 제품별 최소 생산 수량을 낮추어 재고 부담을 최소화하고, ERP 시스템과 연동된 매출 분석 및 주간 판매 데이터 기반 피드백을 통해 인기 상품을 주 단위로 반복 생산함으로써, 소비자 수요를 놓치지 않으면서 효율적인 운영을 가능하게 한다.

이러한 방식은 특히 계절성, 유행성, 타깃 취향 변화에 민감한 여성복 시장에 최적화되어 있으며, 과잉 생산으로 인한 할인율 상승 및 수익성 저하 문제를 예방하는 데에도 효과적이다. 또한 리오더 실행 시에는 원부자재 소싱과 생산 라인을 사전 확보해 두는 반자동화된 생산 일정 관리 체계를 병행함으로써 납기 리스크를 최소화하고 있다.

동사의 이 시스템은 기획 민첩성, 재고 효율성, 수익성 개선이라는 세 가지 관점에서 동시 만족을 추구하며, 고객 반응 기반의 유연한 상품 운영 체계를 통해 브랜드 경쟁력과 시장 대응력을 높이는 주요 수단으로 기능하고 있다.

▶ ERP 기반 스마트 재고 및 물류 자동화 시스템

동사의 ERP 기반 스마트 재고 및 물류 자동화 시스템은 상품 기획부터 입출고, 재고 관리, 물류 배분에 이르기까지 전 유통 과정을 통합적이고 효율적으로 운영하기 위한 핵심 인프라로 구축되어 있다. 이 시스템은 특히 다품종 소량생산 체제와 빠른 회전율이 요구되는 여성복 시장 특성에 맞춰 설계되었으며, 실시간 데이터 연동과 자동화 설비를 결합해 운영의 정확성과 속도를 극대화하고 있다.

우선 ERP 시스템을 통해 상품별·매장별 판매 데이터를 실시간으로 수집·분석하고 있으며, 이를 기반으로 효율적인 물류 배분 계획과 재고 보충 시점을 자동으로 산출한다. 각 매장의 판매 추이를 반영한 차등 배분 기능은 점당 효율을 높이는 데 기여하며, 과잉재고 발생을 최소화하는 구조를 갖추고 있다.

또한 동사는 물류센터에 배분 로봇, 자동 포장기, 폴리백 시스템 등 자동화 설비를 도입해 물류 처리 속도를 대폭 향상시켰으며, 이를 통해 출고 지연 없이 각 유통 채널에 제품을 빠르게 공급할 수 있는 기반을 마련했다. 자동 포장 시스템은 제품별 포장 기준과 출고 정보가 ERP와 연동되어 있어, 사람의 개입 없이 정확한 물류 처리가 가능하며, 포장재 사용량 절감 및 작업 효율화에도 긍정적인 효과를 보이고 있다.

이처럼 ERP와 자동화 시스템이 유기적으로 통합된 스마트 물류 운영은 동사의 상품 회전을 제고, 납기 신뢰성 향상, 인건비 절감, 데이터 기반 의사결정 정교화를 동시에 실현하는 기반이 되고 있으며, 향후 매장 수 확대 및 온라인 주문 증가에 따른 물류 부담에도 안정적으로 대응할 수 있는 구조적 경쟁력을 제공하고 있다.

▶ 고품질 기반 비건 레더 원단 개발 기술

동사의 고품질 기반 비건 레더 원단 개발 기술은 친환경 소재 개발을 통한 지속가능한 패션 구현을 목표로 한 핵심 기술 중 하나로, 폐기 농산물을 고부가가치 자원으로 전환한 대표적 사례이다. 이 기술은 제주산 폐기 고품질을 미세 파우더화한 뒤, 이를 식물성 폴리올(Polyol)과 결합하고, 재활용 폴리에스터나 생분해성 원단과 접합하는 방식으로 비건 레더 원단을 제조하는 공정이다.

동사는 이 과정에서 고품질의 함량을 최대 40%까지 포함한 고비율 식물성 원단을 개발했으며, 기존 합성피혁(PU 레더)보다 환경 유해성이 낮고 내구성은 유지되는 기술적 완성도를 확보하였다. 이 소재는 향후

비건 인증 및 특허 등록을 추진 중이며, 생산된 시제품은 가방, 지갑 등 패션잡화 제품에 우선 적용될 예정이다. 이 기술은 정연개발(합성피혁 전문 기업) 및 대가과우더시스템(분체기술 전문 업체)과의 공동 기술개발을 통해 완성되었으며, 굽겹질 파우더의 입자 제어, 혼합 안정성, 점착력, 내구성 등 여러 품질 요소에 대해 반복적인 실험과 시험 성적서를 통해 검증을 완료한 상태다.

이 기술의 경쟁력은 단순한 친환경 콘셉트에 머무르지 않고, 실제 상용화 가능성과 생산성을 동시에 확보하고 있다는 점에 있다. 동사는 이 비건 원단을 활용한 제품 라인을 통해 2025년 하반기 비건 패션 전문 브랜드 'GTHEN(지덴)'을 론칭할 계획이며, 친환경 소비 트렌드가 강한 국내외 시장(특히 유럽, 북미, 일본 등)을 중심으로 수출 확대와 전시회 참가 등을 통해 글로벌 시장 진입을 본격화할 예정이다.

■ 연구개발활동

동사는 디자인 고도화와 친환경 소재 개발을 중심으로 연구개발 활동을 추진하고 있으며, 이를 전담하는 디자인 R&D 연구소를 운영 중이다. 2024년 한 해 동안 연구개발비로 약 2억 5,800만 원을 투입하였으며, 이는 매출액 대비 약 0.8%에 해당하는 규모로, 전년도(1.2%)에 비하여 0.4%p 감소하였으나, 지속적인 기술투자가 이어지고 있는 상황이다.

주요 연구개발 성과로는 첫째, 윌리엄 모리스의 예술미학을 접목한 벨로아 체크패턴 아우터 제품의 개발 및 상용화가 있으며, 이는 브랜드의 디자인 감도 강화를 위한 전략적 시도로 평가된다. 둘째, 친환경 분야에서는 제주산 폐기 굽겹질을 원료로 한 비건 레더 개발이 핵심 과제로 추진되고 있다. 동사는 2023년 기준 굽피 함량 10% 수준의 외피 원단을 제작하고 샘플 제품을 통해 봉제 품질, 환경 유해성, 내구성 등 다방면의 테스트를 성공적으로 완료하였으며, 향후에는 세계 최고 수준인 굽피 40% 함량의 생분해성 비건 레더를 개발 목표로 설정하고 있다. 해당 소재는 식물성 폴리올과 재활용 폴리에스터를 적용한 다층 구조로 설계되고 있으며, 2025년 론칭 예정인 친환경 핸드백 브랜드 'GTHEN'에 활용될 예정이다.

또한, 동사는 국내외에서 총체적으로 특허권 3건, 국내 상표권 12건, 해외 상표권 14건, 디자인권 14건을 보유하고 있으며, 특히 친환경 기술(굽겹질 기반 비건 레더)에 대한 핵심 특허를 확보하고 있어 향후 ESG 중심 제품과 브랜드 전개에 있어 경쟁 우위를 점할 수 있는 지식재산 기반을 갖추고 있다고 평가할 수 있다.

[표 4] 동사의 연구개발비용

(단위 : 백만 원)

과목	2024년	2023년	2022년
연구개발비용 계	258	284	207
연구개발비/매출액비율	0.84%	1.23%	1.07%

자료: 동사 사업보고서(2025.03), 서울평가정보(주) 재구성

■ PEST 분석

동사의 사업은 외부 환경 변화에 대한 민감한 대응력이 필요한 패션 산업 특성상, 정치·경제·사회·기술적 요소에 균형 있게 영향을 받고 있다. 정부의 ESG 정책 강화와 소비자의 가치소비 확대는 친환경 비건 소재 개발을 추진 중인 동사에게 긍정적인 기회요인으로 작용하며, 중장년층 중심의 안정적 수요와 온라인 플랫폼 기반의 유통 전략은 소비 양극화와 디지털 전환 흐름에 효과적으로 대응하고 있다. 반면, 글로벌 원자재 가격 상승과 외주 생산 구조에 따른 원가 변동성은 수익성 확보에 있어 잠재적인 위협 요소로 작용할 수 있다.

기술적으로는 ERP 기반 재고관리 및 자동화 물류 시스템, 실시간 리오더 체계 등 운영 효율화 역량이 우수하며, 이는 빠른 트렌드 대응과 상품 회전을 관리에 강점을 부여하고 있다. 이처럼 동사는 지속가능성, 디지털화, 생산 유연성 측면에서 기회를 활용하면서도, 외부 리스크에 대한 선제적 대응 역량이 지속적으로 요구되는 구조적 환경에 놓여 있다.

[그림 5] 동사 사업의 PEST 분석



IV. 재무분석

최근 3개년 매출외형 및 영업이익 규모 증가추세

동사는 대표브랜드인 '르니앤맥코이'를 선보이며 백화점 및 아울렛 등의 오프라인 매장을 통해 성장해왔으며, 온라인 유통망을 통해 매출 확대와, '르니골프', '르펜스튜디오' 런칭 등 매출 확대를 위해 사업 아이템 범위를 확장시켜 최근 3년간 매출과 영업이익이 상승하는 뚜렷한 성장세를 나타냈다.

■ 다각적인 매출 증대 노력에 힘입어 3년 연속 매출 성장세 유지

동사의 최근 3개년 연결재무제표 기준 매출액을 살펴보면 2022년 193억 원, 2023년 231억 원, 2024년 308억 원으로 3년 연속 증가추세를 보이고 있다. 2024년 별도재무제표 기준 매출 유형별로는 크게 제품매출(60.5%), 상품매출(39.4%), 기타매출(0.03%)로 구성되어 있고, 최근 3개년 매출 유형별 추세를 보면, 제품매출(2022년 132억 원, 2023년 152억 원, 2024년 186억 원)의 경우 3년 연속 증가추세를 보이고 있고, 상품매출(2022년 52억 원, 2023년 79억 원, 2024년 122억 원) 또한 3년 연속 증가추세를 보이고 있다. 다만, 기타매출(9억 원, 1억 원, 0.1억 원(800만 원))은 감소추세를 보이고 있으나, 절대적인 액수는 미미한 수준이다.

동사는 2020년 '르니앤맥코이' 자사몰 런칭을 통해 유통채널을 온라인으로 확대하였고, 2022년 '르니골프(LeNIC GOLF)' 브랜드를 런칭하여 높은 수요가 전망되는 골프웨어로 사업영역을 확대하였으며, 2023년 여성캐주얼브랜드 '리펜스튜디오(Repen Studio)'를 포괄양수하여 다양한 여성의류 카테고리 사업아이템 범위를 확장시키는 등 매출 확대를 위한 다방면의 시도가 성공적으로 이어져 성장세를 견인한 것으로 판단된다.

■ 수익성은 다소 악화되었으나, 3년 연속 영업이익 규모 증가추세

동사의 매출원가율은 2022년 41.4%, 2023년 40.4%, 2024년 35.5%로 생산외주업체 발굴 및 다변화를 통한 원가절감을 통해 3년 연속 감소추세를 보였다. 다만, 판관비의 증가로 매출액영업이익률(2022년 5.6%, 2023년 5.4%, 2024년 4.8%)은 3년 연속 감소추세를 보였다. 수익성이 다소 악화되는 경향은 보이나, 최근 매출외형 증가로 인해 영업이익은 2022년 11억 원, 2023년 13억 원, 2024년 15억 원으로 증가추세를 보이고 있어 전반적인 규모 측면에서는 긍정적인 흐름을 이어가고 있다고 판단된다.

최근 3개년 매출액순이익률 또한 2022년 4.6%, 2023년 3.2%, 2024년 3.2%로 감소추세를 보이고 있으나, 당기순이익은 2022년 9억 원, 2023년 7억 원, 2024년 10억 원으로 당기순이익의 절대적인 규모는 안정적으로 유지하고 있다. 동사는 스팟 생산이 가능한 제품과 사전 기획을 통해서만 생산 가능한 제품을 양분화하여 생산 자원의 배분과 운영 효율성을 제고하고 있고, 아울렛 유통 및 직영점과 대리점 입점 확대를 통한 전체 이익률 향상을 위해 노력하고 있어 향후 수익성은 개선될 것으로 기대한다.

■ 높은 부채비율에도 불구하고, 재무구조 개선 추세 지속

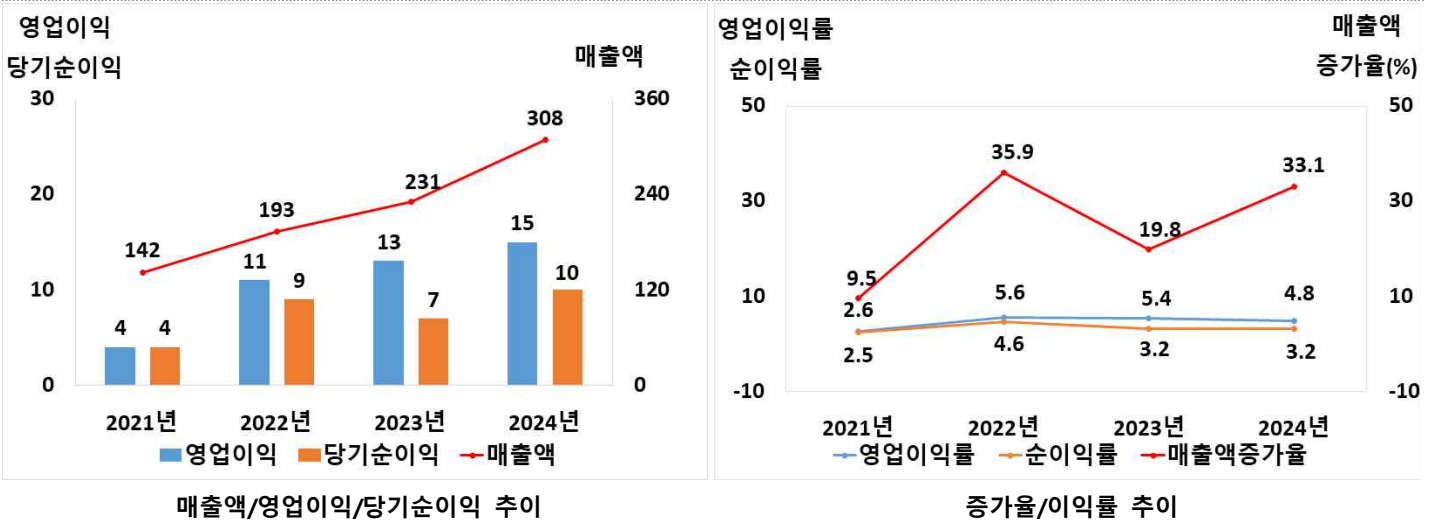
동사는 2024년 7월 베트남 호치민에 의류 및 잡화 판매 목적으로 자회사(MIJU VN CO.,LTD)를 설립하여 연결재무제표 작성 대상 종속회사를 보유하게 되었으며, 종속회사의 자산총액 94백만 원과 부채총액 56백만 원이 연결재무제표에 반영됨에 따라 동사의 연결 자산총액과 부채총액 증가하였다.

유형자산 취득을 위한 차입금 증가로 2024년 부채총계는 151억 원으로 전년(113억 원)대비 38억 원 증가하였으나, 최근 3개년 부채비율은 2022년 356.4%, 2023년 300.5%, 2024년 257.9%로 감소 추세를 보이고 있다. 또한, 2024년 영업 활동에 따른 당기순이익 증가와 더불어 2021년 자기주식 처분 시

발생한 오류에 대한 정산 금액이 2024년 회계연도 중 회수되면서 자본잉여금이 증가하였다. 또한, 유형 자산 재평가를 통한 기타포괄손익누계액 증가로 자기자본이 전년(38억 원) 대비 21억 원 증가하였고, 자기자본비율은 2022년 21.9%, 2023년 25.0%, 2024년 27.9%로 3년 연속 증가추세를 보이고 있다.

[그림 6] 동사 연간 요약 포괄손익계산서 분석

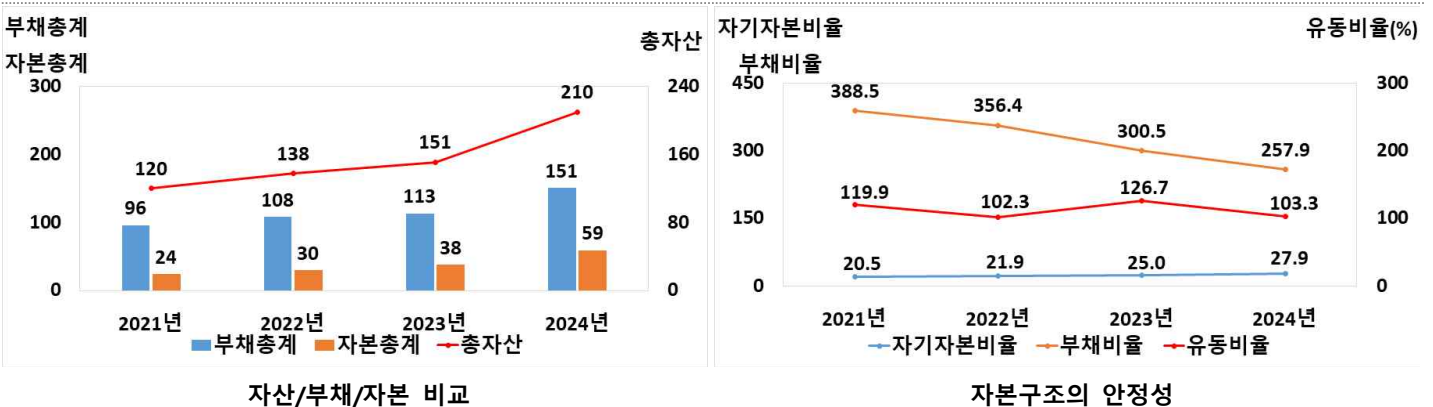
(단위 : 억 원, % K-IFRS 연결기준)



자료: 동사 사업보고서(2024.12), 서울평가정보(주) 재구성

[그림 7] 동사 연간 요약 재무상태표 분석

(단위 : 억 원, % K-IFRS 연결기준)



자료: 동사 사업보고서(2024.12), 서울평가정보(주) 재구성

의류 업종 특성상 외주생산 및 재고자산 확보를 사전에 진행하는 과정에서 자금 확보를 위한 단기 차입 증가로 2024년 기준 유동비율은 103.3%로 전년(126.7%) 대비 23.4%p 감소하였으나, 현금및현금성자산 10억 원을 보유하고 있고, 이익 실현을 통한 지속적인 현금 재원 확보로 유동성이 개선될 것으로 예상된다.

종합적인 재무안정성을 살펴보면, 부채비율은 업종평균 대비 높은 수준이나, 3년 연속 감소추세를 보이고 있고, 자기자본비율은 반대로 3년 연속 증가추세를 보이고 있어 재무안정성이 개선되고 있는 것으로 보인다. 추가적으로 2023년 하반기부터 일부 차입금 상환을 시작하였고, 향후 3개년간 지속적인 차입금 상환 계획을 갖추고 있어 재무구조는 앞으로 더욱 개선될 것으로 기대한다.

[표 5] 동사 연간 요약 재무제표

(단위 : 억 원, K-IFRS 연결기준)

항목	2021년	2022년	2023년	2024년
매출액	142	193	231	308
매출액증가율(%)	9.5	35.9	19.8	33.1
영업이익	4	11	13	15
영업이익률(%)	2.6	5.6	5.4	4.8
순이익	4	9	7	10
순이익률(%)	2.5	4.6	3.2	3.2
부채총계	96	108	113	151
자본총계	24	30	38	59
총자산	120	138	151	210
유동비율(%)	119.9	102.3	126.7	103.3
부채비율(%)	388.5	356.4	300.5	257.9
자기자본비율(%)	20.5	21.9	25.0	27.9
영업현금흐름	-2	12	-3	19
투자현금흐름	6	-16	-3	-31
재무현금흐름	-9	10	-2	21
기말현금	2	9	1	10

자료: 동사 사업보고서(2024.12), 서울평가정보(주) 재구성

■ 동사 실적 전망

동사의 2024년 실적은 제품매출 186억 원, 상품매출 122억 원, 기타매출 0.1억 원(8백만 원)으로 총매출 약 308억 원 규모를 기록하였으며 이는 전년 대비 고른 유통 채널 성장과 주력 브랜드의 안정적 운영에 따른 결과로 해석된다. 특히 오프라인 매장 확대, 온라인 플랫폼 강화, 코스트코 로드쇼 등 다양한 유통 전략이 복합적으로 반영된 성과로 평가된다. 2025년에는 제품매출 211억 원, 상품매출 155억 원으로 총 366억 원 규모의 매출이 전망되고 있으며, 이는 전년 대비 약 19% 성장을 목표로 하고 있다. 해당 성장 전망은 친환경 브랜드 'GTHEN'의 정식 론칭, B2B 모델 확대, 글로벌 시장 진출 강화 등 신규 사업의 실질적 매출 반영과 함께 기존 브랜드들의 기획력 및 유통 효율 제고에 따른 실적 개선 기대가 반영된 수치이다. 이러한 매출 구조는 동사가 기획·제조 중심의 제품매출 비중을 확대하고, 상품 유통 및 위탁판매에 이르기까지 수익 구조를 다변화하며 지속적인 외형 성장을 이어가고 있음을 보여준다.

[그림 8] 동사 연간 실적 전망

(단위 : 억 원, % K-IFRS 연결기준)



품목	2022	2023	2024	2025E
제품	132	152	186	211
상품	52	78	122	155
기타	9	1	0.1	0
합계	193	231	308	366

자료: 동사 사업보고서(2024.12), 서울평가정보(주) 재구성

V. 주요 변동사항 및 향후 전망

브랜드 다각화와 친환경 기술을 기반으로 국내 안정성과 글로벌 확장 기대

동사는 르니맥코이를 중심으로 르니골프, 리펜스튜디오, GTHEN(지덴) 총 4개 브랜드 운영으로 다양한 소비층을 겨냥한 다층적 시장 대응력을 확보하고 있다. 동시에 제주산 굴피를 활용한 비건 레더 소재 개발 등 친환경 기술에 집중 투자하며 ESG 경쟁력을 강화하고 있으며, 말레이시아-인도네시아 전시회 참가, 베트남 직영매장 오픈 등 실질적인 글로벌 진출 성과도 가시화되고 있다. 이러한 흐름은 동사가 기존 오프라인 중심 안정성을 유지하면서도, 친환경 기반 기술력과 온라인·글로벌 유통 확장을 통해 중장기적으로 지속성장 가능성을 확보해 나가고 있음을 보여준다.

■ 글로벌 진출 역량 강화

동사는 말레이시아와 인도네시아 등지의 패션 전시회 및 세미나에 참가하며 글로벌 시장 진출을 위한 브랜드 인지도 확보와 바이어 네트워크 구축에 나서고 있으며, 이를 통해 실질적인 수출 성과도 점차 가시화되고 있다. 특히 인천 영종도 인스파이어에 르니앤맥코이/리펜스튜디오 복합매장 오픈, 몽골 바이어 편집샵을 통한 제품 판매, 카자흐스탄 알마티에서의 오더 수주, 베트남 호치민에의 직영매장 오픈 등은 단순 홍보를 넘어선 실질적 해외 매출 기반을 형성하고 있는 성과로 평가된다. 이러한 해외 진출 활동은 동사의 브랜드 경쟁력과 친환경 패션 기획력이 신흥국 시장에서도 긍정적으로 작용하고 있음을 보여주며, 향후 유럽 및 북미 시장 등으로의 확장을 위한 전초 기반으로 작용할 것으로 기대된다.

[그림 9] 동사의 글로벌 수출화 사업



몽골: 바이어 편집샵 제품 판매 진행



서울: 수출상담회 참여 및 오더 수주



카자흐스탄: 무역사절단 참여 및 오더 수주



베트남: 2025년 2월 직영매장 오픈

자료: 동사 IR 자료(2024.10), 서울평가정보(주) 재구성

■ 코스트코 로드쇼 진출

동사는 2024년부터 전국 주요 코스트코 지점을 중심으로 로드쇼 형식의 유통 채널을 본격 운영하며 르니앤맥코이 브랜드의 외형 성장에 중요한 전환점을 마련하고 있다. 로드쇼는 특정 브랜드와 상품을 일정 기간 동안 집중적으로 소개·판매하는 팝업형 행사로, 동사는 봄부터 코스트코 양재점, 광명점, 일산점 등에서 행사를 진행해 최대 13일간 2억 원에 달하는 매출을 기록하는 등 단기간 내 고성능 실적을 달성했다. 특히 동사는 기획-생산-물류를 아우르는 통합 운영 시스템을 기반으로 대량 공급과 가격 경쟁력을 동시에 확보하며, 코스트코의 대형 소비층과의 접점을 성공적으로 넓혔다. 이를 통해 2024년 약 25억 원 이상의 코스트코 매출을 기록하였다. 이러한 로드쇼 진출은 동사가 기존 백화점, 아울렛 외에 대형 유통 채널과의 협업을 확대하고 있다는 점에서 유통 전략의 다변화를 보여주는 사례이며, 향후 B2C 판매 역량과 브랜드 대중성 확보 측면에서도 긍정적인 시사점을 지닌다.

■ 친환경 소재 개발을 통한 B2B 사업 영역 확대

동사는 친환경 패션 기술을 기반으로 한 B2B(기업 간 거래) 모델 확대를 추진하고 있으며, 그 핵심에는 제주산 폐기 곱집질을 활용한 비건 가죽 소재 개발이 있다. 현재 동사는 곱피를 활용한 식물성 비건 레더를 자체 개발 중이며, 이를 자사 브랜드 제품에 적용하는 것을 넘어, 외부 브랜드나 산업체에 공급할 수 있는 소재 공급형 B2B 사업모델로 확장할 계획이다. 향후에는 제주도 외에도 국내 각 지역의 지자체 특산물(예: 과일 껍질, 농산 부산물 등)을 연계한 업사이클링 원재료 개발을 통해 다양한 비건 소재 라인을 확장하고, 이를 통해 비건 패션, 잡화, 생활용품 등 다양한 산업군으로의 소재 공급을 실현하고자 한다. 이러한 전략은 단순 제품 판매를 넘어 동사의 지속가능한 기술 자산을 활용한 수익모델 다변화로 이어질 수 있으며, ESG 가치와 지역사회 연계를 결합한 B2B 확장 기반으로 주목받고 있다.

[그림 10] 동사의 지자체 연계 비건가죽 개발 계획



미쥬(351020)

증권사 투자의견

작성기관

투자의견

목표주가

작성일

투자의견 없음

시장정보(주가 및 거래량)



자료: 네이버증권(2025.05.16)

최근 3개월간 한국거래소 시장경보제도 지정여부

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~제3조의7

기업명	투자주의종목	투자경고종목	투자위험종목
주식회사 미쥬	X	X	X