

기술분석보고서 필수 소비재

한국미래클피플사(331660)



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

한국미라클피플사(331660)

친환경 세정제와 화장품을 아우르며 글로벌 시장을 지향하는 생활·뷰티 기업

기업정보(2025.09.15 기준)

대표자	이호경
설립일자	2014.05.29
상장일자	2019.10.28
기업규모	중소기업
업종분류	치약, 비누 및 기타 세제 제조업
주요제품	다용도세정제, 세탁 세제

시세정보(2025.09.15 기준)

현재가(원)	7,820
액면가(원)	500
시가총액(억 원)	86
발행주식수	1,100,000
52주 최고가(원)	17,600
52주 최저가(원)	7,820
외국인지분율	
주요주주	(주)지피클럽, 이호경

■ 친환경 세제와 화장품을 제조하는 기업

주식회사 한국미라클피플사(이하 ‘동사’)는 2004년 개인기업으로 설립 후 2014년 법인 전환된 친환경 생활화학제품 전문기업으로, 세탁세제·주방세제·다용도 세정제 등 다양한 생활용품을 자체 브랜드와 OEM(Original Equipment Manufacturer, 주문자 상표 부착 생산)/ODM(Original Development Manufacturing, 주문자 개발 생산) 형태로 생산해왔다. 동사는 오렌지 오일 고농축 기술과 은나노입자 합성 기술을 비롯한 독자적인 친환경 원료 및 제형 개발 역량을 보유하고 있으며, 이를 기반으로 저자극·무독성 제품을 꾸준히 선보이고 있다. 또한, 화장품과 반려동물용 의약외품 분야까지 사업을 확장해 마스크팩, 기초 스킨케어, 반려동물 샴푸·탈취제 등 다양한 제품군을 보유하고 있는 종합 생활·뷰티 전문기업이다.

■ 친환경·프리미엄 소비 트렌드가 확산되는 세정제와 화장품 시장

생활용품 부문에서는 위생과 안전에 대한 관심이 높아지며 고농축·캡슐형 세제와 같은 편의성과 친환경성을 동시에 충족하는 제품 수요가 빠르게 늘어나고 있으며, 이는 가격보다는 안전성·효과성을 중시하는 소비자층을 형성하고 있다. 화장품 부문에서는 비건·클린뷰티·천연 성분을 선호하는 글로벌 트렌드에 맞춰 OEM/ODM 수요가 확대되고 있다.

■ 대량생산 체제와 연구개발 역량을 기반으로 제품군 확대

동사는 향후 친환경 생활용품 분야에서 캡슐세제 OEM/ODM 생산을 확대해 글로벌 세탁세제 시장의 제형 변화에 선제적으로 대응하는 한편, 화장품 부문에서는 자체 브랜드 ‘피오네트’와 ‘미라블룸’을 중심으로 제품 라인을 확장하며 미국과 일본 등 해외 시장 진출을 가속화할 계획이다. 아울러 반려동물용 의약외품 사업에서도 저자극·친환경 제품을 지속적으로 선보여 성장 가능성이 높은 펫케어 시장을 공략할 계획이다.

요약 투자지표 (K-IFRS 별도 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	299.5	33.3	3.9	1.3	-6.5	-2.2	N/A	-3.0	-5,577.2	-553	-372	N/A	N/A
2023	298.1	-0.4	-30.2	-10.1	-30.0	-10.1	N/A	-13.0	-1,203.7	-2,535	-1,695	N/A	N/A
2024	276.0	-7.4	19.6	7.1	9.8	3.5	N/A	4.7	-2,046.8	828	-867	21.3	N/A

기업경쟁력

친환경 원료 및 제형 기술	- 오렌지 오일 20% 고농축 기술과 은나노입자 합성 기술을 바탕으로 차별화된 친환경 세제 및 생활용품 개발 - 독창적 원료·제형 개발 역량은 제품의 안전성과 기능성을 동시에 확보하며, 글로벌 친환경 인증과 특허를 통해 기술적 신뢰성을 입증
생산 인프라와 품질관리 체계	- 두 개의 스마트공장을 기반으로 일 240톤 이상의 생산능력을 확보 - 자동화된 캡슐세제·화장품 전용 라인을 운영해 대량생산과 다품목 대응이 가능 - FDA, CE, 환경표지 인증 등 국내외 품질 규격을 충족하는 체계를 갖추어 안정적이고 신뢰성 있는 제품 공급

핵심 기술 및 적용제품

오렌지 오일 고농축 기술	- 오렌지 오일을 20% 이상 고농축할 수 있는 기술로, 천연 원료의 세정력·침투력·피부 보습 기능을 극대화하면서도 합성 화학물질 사용을 최소화 - 친환경성과 인체 안전성을 동시에 확보했으며, 환경부의 녹색기술 인증과 비건 인증을 획득해 기술 신뢰성을 입증	주요 제품
은나노입자 합성 기술	- 감귤류 천연 환원제를 활용해 친환경적이고 독성이 없는 방법으로 은나노입자를 합성 - 살균·항균 효과뿐만 아니라 전도성·촉매 기능까지 확보 - 화학적 독성물질을 배제해 의약품·화장품·식품 등 다양한 산업 분야에 응용 가능	

시장경쟁력

브랜드 신뢰	대표 브랜드 '은나노스텝'과 '탐스텝'은 친환경 세제 시장에서 오랜 기간 소비자 인지도를 확보했으며, 고객선호 브랜드지수에서 다년간 1위를 차지
제품 포트폴리오	세탁·주방세제와 다용도 세정제 등 생활용품을 넘어 화장품 OEM/ODM, 자체 브랜드 화장품, 반려동물용 의약품까지 다양한 제품군을 보유해 소비자 니즈 변화와 시장 트렌드에 신속히 대응
OEM/ODM 경쟁력	스마트공장을 통한 대량생산 체제와 제형 개발 역량을 기반으로 글로벌 기업 및 인디 브랜드의 생산 수요를 충족, 미국·일본 등 해외 전시회 참가와 유통사 협력을 통해 수출 기반을 강화

ESG(Environmental, Social and Governance) 활동 현황

E 환경경영	◎ 오렌지 오일 고농축 기술과 은나노입자 친환경 합성 기술을 기반으로 화학 성분을 최소화한 세제와 세정제를 개발 ◎ 재활용 용기 사용 캠페인, 저탄소·친환경 포장재 적용 등을 통해 폐기물 저감과 자원 순환에 기여
S 사회책임경영	◎ 임직원 복지와 안전한 근무 환경 조성을 중시하며, 정기 건강검진 지원과 경조금 제도 등 다양한 복지제도를 운영 ◎ 매년 1회 이상 산업안전보건교육을 실시해 작업장의 안전성을 강화 ◎ 지역사회와의 상생을 위해 사회적기업 활동과 친환경 제품 보급 확대
G 기업지배구조	◎ 이사회 운영 규정을 마련하고, 주요 의결사항과 활동 내역을 전자공시시스템에 공개해 투명경영을 실천 ◎ IR 활동을 경영 책무로 인식하고 정기적으로 기업설명회를 개최해 투자자와의 신뢰를 강화 ◎ 공시 진행 및 변경사항, 우발부채, 제재 관련 내용 등을 외부에 투명하게 공개해 투자자 보호

I. 기업 현황

친환경 생활화학용품을 주력으로 화장품과 동물의약외품까지 사업을 확장

동사는 2004년 설립되어 친환경 생활화학용품, 화장품, 의약외품 및 동물의약외품을 제조·판매하는 종합 생활용품 기업으로, 본사는 경기도 포천시에 위치하며 ‘은나노스텝’, ‘탐스텝’, ‘피오네트’, ‘프리라이프 펫’ 등의 브랜드를 보유하고 있다. 2019년 코넥스시장에 상장한 이후 안정적인 성장을 이어가고 있으며, 2024년 말 기준 주주구성은 최대주주인 (주)지피클럽이 55.77%를 보유하고, 이호경 대표이사가 23.01%를 보유하여 지배구조 안정성을 유지하고 있다. 주요 사업은 생활용품과 화장품으로 나뉘며, 생활용품 부문에서는 세탁·주방세제와 다용도 세정제를 중심으로 내수 및 수출 시장을 확대하고 있고, 화장품 부문은 OEM/ODM을 기반으로 마스크팩과 기초 스킨케어 제품을 생산하며 자체 브랜드 확장을 추진하고 있다. 2024년 매출은 총 276.0억 원으로, 생활용품이 약 66.3%, 화장품이 약 33.7%를 차지했으며, 매출의 90.6%가 국내에서 발생해 내수 의존도가 높으나 해외 수출 비중을 확대하기 위한 전략을 병행하고 있다.

■ 회사 개요

동사는 2004년 설립 이후 친환경 생활화학용품을 중심으로 화장품, 의약외품, 동물의약외품까지 사업영역을 확장한 종합 생활용품 전문기업으로, 2014년 5월 법인화되었다. 생활용품 부문에서는 ‘은나노스텝’, ‘탐스텝’ 등 친환경 세제 브랜드를 기반으로 내수와 해외 시장에서 매출을 확대하고 있으며, 화장품 부문은 OEM/ODM과 자체 브랜드를 통해 마스크팩, 샴푸, 스킨케어 제품 등으로 포트폴리오를 다변화하고 있다. 또한 반려동물 시장 진출을 통해 ‘프리라이프 펫’ 브랜드의 샴푸와 탈취제를 선보이며 신성장 동력을 확보중이다.

동사는 2017년 제1공장 준공과 2019년 코넥스 상장 및 제2공장(스마트공장)을 가동했고, 2020년에는 미국 FDA(Food and Drug Administration, 미국 식품의약국) 승인과 글로벌 인증을 취득하며 해외 경쟁력을 강화했다. 최근에는 설비 증설과 신제품 출시를 통해 시장 변화에 대응하고 있으며, OEM/ODM 확대와 브랜드 경쟁력 강화를 기반으로 지속적인 성장을 추구하고 있다.

표 1. 동사 주요 연혁

2004. 08	한국미라클피플사 설립(개인사업자)
2006. 03	‘은나노스텝’ 브랜드 출시
2014. 05	한국미라클피플사 법인 전환
2015. 05	기업부설연구소 설립
2016. 06	‘은나노스텝’ 홈앤홈쇼핑 론칭 방송
2017. 02	포천 제1공장 준공(포천용정일반산업단지)
2017. 09	‘은나노스텝’ 2017 한국품질만족도 1위 선정
2019. 10	코넥스 상장 및 제2공장(스마트공장) 가동
2020. 12	제57회 무역의 날 300만불 수출 탑 수상

자료: 동사 홈페이지 및 동사 사업보고서(2025.03), 서울평가정보(주) 재구성

■ 주주 현황

동사의 2024년 말 기준 주주현황을 보면, 최대주주인 (주)지피클럽이 660,000주(55.78%)를 보유하고 있으며, 이호경 대표이사가 272,269주(23.01%), 신용보증기금이 83,330주(7.04%)를 보유하고 있다. 특수관계자인 이유상이 40,008주(3.38%), 이유경이 40,000주(3.38%)를 보유하고 있으며, 기타 임원 및 소액주주가 87,723주(7.41%)를 나누어 보유하고 있다. 이처럼 지피클럽과 대표이사 지분을 합산하면 78.79%에 달해 안정적인 경영권을 유지하는 구조를 형성하고 있다.

표 2. 동사 주주현황

주주명	소유주식수	지분율
(주)지피클럽	660,000	55.78%
이호경	272,269	23.01%
신용보증기금	83,330	7.04%
이유상	40,008	3.38%
이유경	40,000	3.38%
소액주주	87,723	7.41%
합계	1,183,330	100.00%

자료: 동사 사업보고서(2025.03), 서울평가정보(주) 재구성

■ 주요 사업 분야

동사의 사업은 크게 생활용품 사업부문과 화장품 사업부문으로 나뉘며, 최근에는 동물의약외품 영역까지 확장하고 있다. 생활용품 부문은 회사의 주력 사업으로, 세탁세제·주방세제·다용도 세정제·탈취제 등을 중심으로 성장해 왔다. ‘은나노스텝’, ‘탐스텝’ 등 자체 브랜드를 보유하고 있으며, TV 홈쇼핑, 온라인 쇼핑몰, 대형마트, 특판, 수출 등 다양한 유통 채널을 통해 판매하고 있다. 특히 친환경·고농축·캡슐형 세제에 강점을 두고 차별화 전략을 추진하고 있다.

화장품 부문은 2022년 제이엠솔루션 마스크팩 OEM 사업을 시작으로 본격화되었으며, 이후 자체 브랜드 ‘피오네트(Fionette)’를 중심으로 샴푸·린스·염모제·기초 스킨케어·선크림 등으로 포트폴리오를 확장하고 있다. OEM/ODM을 통한 안정적 매출 확보와 자체 브랜드 성장을 동시에 추구하고 있다. 동물의약외품 부문은 반려동물 시장 확대에 대응하기 위해 ‘프리라이프 펫(Free Life Pet)’ 브랜드를 중심으로 샴푸, 탈취제, 고양이 모래 탈취제 등을 출시하며 신성장 동력을 확보하고 있다.

■ 사업별 매출 현황

동사의 2024년 매출액은 276.0억 원으로 생활용품 부문은 전체 매출의 66.3%를 차지하며, 세탁세제, 주방세제, 다용도 세정제 등에서 꾸준히 실적을 기록했다. 특히 홈쇼핑과 온라인 채널을 통한 판매가 주요 매출원으로 작용했고, 미국·중국·동남아 등 해외 18개국으로의 수출도 병행되었다. 생활용품의 수출 매출은 2022년 17.1억 원, 2023년 17.4억 원, 2024년 26.7억 원으로 증가 추세이며, 내수 의존도가 높으나 점차 수출 비중을 늘리기 위한 전략을 추진 중에 있다. 화장품 부문은 전체 매출의 33.7%를 담당했다. OEM/ODM 중심의 매출 구조로 제이엠솔루션 마스크팩이 주력 제품이었으며, 최근에는 자체 브랜드 제품군 확대를 통해 새로운 매출원을 확보하고 있다.

표 3. 동사 매출실적

(단위: 억 원)

사업부문	판매경로	2022	2023	2024
생활용품 부분	내수	195.1	199.3	156.3
	수출	17.1	17.4	26.7
	합계	212.2	216.7	183.0
화장품 부분	내수	87.3	81.4	93.0
	수출	-	-	-
	합계	87.3	81.4	93.0

자료: 동사 사업보고서(2025.03), 서울평가정보(주) 재구성

II. 시장 동향

친환경성과 프리미엄화를 키워드로 글로벌 확장 및 지속 성장

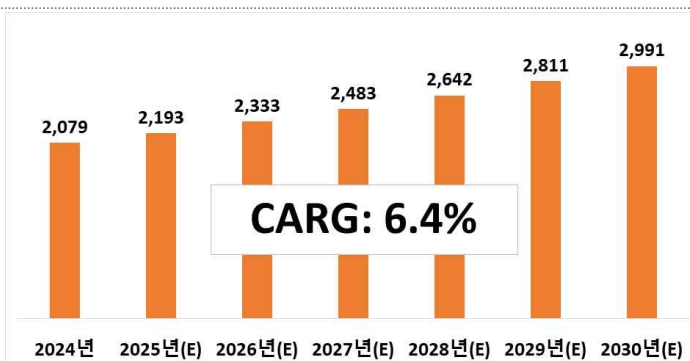
가정용 세정제 시장은 위생과 친환경에 대한 수요가 높아지면서 꾸준한 성장세를 보이고 있으며, 특히 캡슐형·고농축 세제가 편의성과 지속가능성을 이유로 빠르게 확산되고 있다. 글로벌 시장은 2024년 약 2,079억 달러 규모에서 2034년 3,833억 달러로 성장할 것으로 예상되며, 국내 시장 역시 연평균 9.8%의 성장을 기록하며 친환경·프리미엄 제품 중심으로 구조 전환이 진행되고 있다. 한편, 화장품 OEM/ODM 시장은 인디 브랜드 성장, K-뷰티 확산, 맞춤형 제품 수요 확대를 배경으로 2025년 약 678.1억 달러 규모에서 2032년 1,046.9억 달러 규모로 성장할 전망이다. 비건·클린뷰티·친환경 제형을 중심으로 ODM 기술 경쟁이 심화되고 있다. 이처럼 두 시장 모두 친환경성과 프리미엄화를 키워드로 글로벌 확장과 지속 성장을 이어가고 있다.

■ 가정용 세정제 시장 규모 및 전망

Global Market Insights 보고서에 따르면 글로벌 가정용 세정제 시장은 2024년 약 2,079억 달러 규모로 추정되며, 2025년부터 2034년까지 연평균 6.4% 성장하여 2034년에는 3,833억 달러에 이를 것으로 전망된다. 주요 제품군 중 표면 세정제는 2024년 약 685억 달러의 매출을 기록하며 가장 큰 비중을 차지했고, 2025년부터 2034년까지 연평균 6.5% 성장이 예상된다. 성분별로는 화학·합성 세제가 시장을 주도하고 있으나, 친환경·천연 성분 기반 제품의 비중도 점차 확대되고 있다.

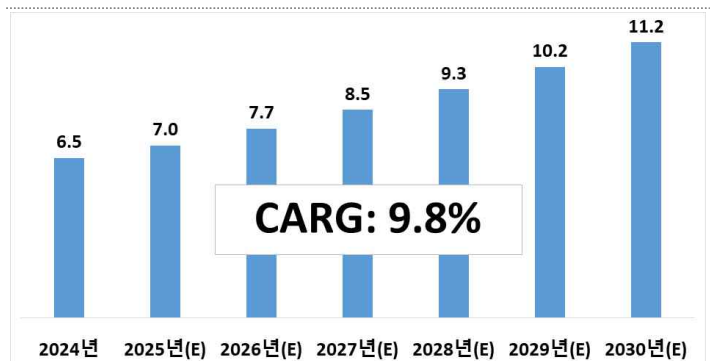
Grand View Research 보고서에 따르면 2024년 국내 클리닝 및 위생용품 시장 규모는 약 6.5억 달러로 추정되며, 2025년부터 2030년까지 연평균 9.8%의 성장이 예상되어 2030년에는 약 11.2억 달러에 이를 것으로 전망된다. 코로나19 이후 생활 전반에서 청결과 위생에 대한 기준이 높아지고, 친환경적이면서도 사용이 편리한 제품에 대한 수요가 증가하면서 국내 세정제 시장의 성장은 지속되고 있다.

그림 1. 세계 가정용 세정제 시장 규모 (단위: 억 달러)



자료: Global Market Insight, Household Cleaning Product Market, Forecast 2025-2034, 서울평가정보(주) 재구성

그림 2. 국내 가정용 세정제 시장 규모 (단위: 억 달러)



자료: Grand View Research, South Korea Cleaning and Hygiene Product Market Size & Outlook, 서울평가정보(주) 재구성

■ 가정용 세정제 시장특성 및 동향

가정용 세정제 시장은 위생과 건강에 대한 소비자 인식이 높아지면서 꾸준히 성장하고 있으며, 특히 코로나19 팬데믹을 계기로 청결 관리가 생활화되면서 시장 기반이 더욱 견고해지고 있다. 동 시장은 전통적인분말·액상

세제 중심에서 벗어나 캡슐형·고농축·친환경 세제로 수요가 빠르게 이동하고 있으며, 사용 편의성과 안전성을 동시에 중시하는 소비 패턴이 자리잡고 있다. 또한, 도시화와 가처분 소득 증가에 힘입어 프리미엄 세제에 대한 지출이 늘어나고 있으며, 온라인 유통 채널 확대와 맞물려 전자상거래를 통한 판매 비중도 지속적으로 상승하는 추세이다.

한편, 국내 시장은 가격 민감도가 높은 특성을 지니고 있어, 치열한 경쟁과 ‘슈링크플레이션(내용량 축소)’ 논란 등이 기업에게 도전요인으로 작용한다. 그럼에도 불구하고 친환경 인증 제품, 무독성·비건 세정제, 에너지 절감형 제품에 대한 수요 확대가 뚜렷하여, 향후 국내 가정용 세정제 시장은 지속가능성과 프리미엄화를 동시에 추구하는 방향으로 발전할 것으로 전망된다.

■ 화장품 OEM/ODM 시장 규모 및 성장성

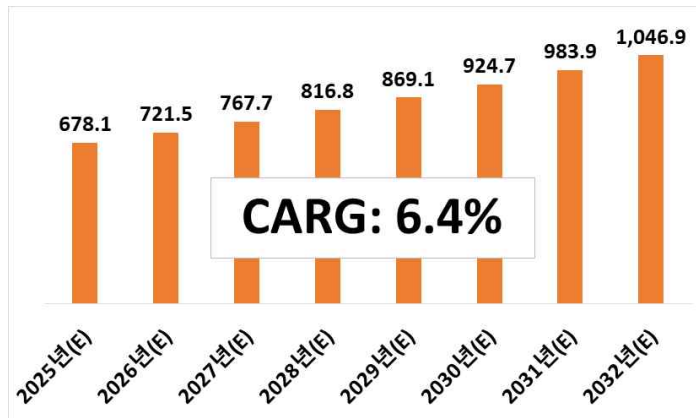
글로벌 화장품 OEM/ODM 시장은 브랜드 다변화, 인디 브랜드 성장세에 힘입어 빠르게 확대되고 있다. COHERENT MARKET INSIGHTS 보고서에 따르면 2025년 글로벌 화장품 OEM/ODM 시장 규모는 678.1억 달러 수준으로 추산되며, 2032년에는 1,046.9억 달러로 성장할 것으로 전망된다. 이는 연평균 6.4%에 달하는 높은 성장률로, 화장품 산업 내에서 빠르게 성장하는 부문 중 하나로 평가된다.

Global Growth Insights 보고서에 따르면 국내 시장은 K-뷰티 확산, ODM 기술력과 생산 인프라 경쟁력을 기반으로 2025년 37.5억 달러 규모를 보이고 있으며 연평균 4.5%의 성장률로 2032년 51.0억 달러 규모로 성장할 것으로 전망된다. 한국은 글로벌 브랜드와 신생 브랜드의 주요 생산기지로 자리 잡았으며, 국내 주요 기업들이 중국, 동남아, 북미까지 고객사를 확대하면서 글로벌 시장 점유율을 높여가고 있다.

■ 화장품 OEM/ODM 시장 특성과 전망

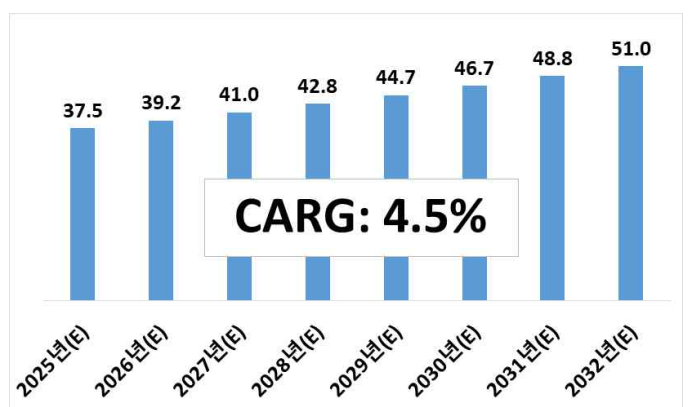
화장품 OEM/ODM 시장은 브랜드의 마케팅·유통 집중 전략, 연구개발 및 제조 효율성 확보 니즈, 소비자 맞춤형 제품 수요 증가라는 특성을 가지고 있다. 브랜드사는 제품 개발 및 생산을 전문 제조사에 위탁함으로써 비용 절감과 신제품 출시 속도를 높일 수 있고, 제조사는 대량 생산과 고도화된 연구개발을 통해 차별화 경쟁력을 확보할 수 있다. 최근에는 스킨케어·마스크팩 중심에서 색조·헤어·선케어까지 영역이 다변화되고 있으며, 비건·친환경 원료, 클린뷰티, 기능성 화장품 등 트렌드에 맞춘 제형 개발이 활발히 이뤄지고 있다. 향후 글로벌 화장품 브랜드의 아웃소싱 확대, K-뷰티를 비롯한 아시아 ODM의 영향력 강화, 개인 맞춤형 화장품 및 스마트 제조기술 도입이 시장 성장을 견인할 것으로 보인다. 따라서 OEM/ODM 시장은 단순 제조 위탁을 넘어 혁신적 제형 개발과 글로벌 파트너십을 통한 가치 창출형 산업으로 발전할 것으로 기대된다.

그림 3. 세계 화장품 OEM/ODM 시장 규모 (단위: 억 달러)



자료: COHERENT MARKET INSIGHTS, COSMETIC OEM/ODM MARKET ANALYSIS AND FORECAST: 2025-2032, 서울평가정보(주) 재구성

그림 4. 국내 화장품 OEM/ODM 시장 규모 (단위: 억 달러)



자료: Global Growth Insights, Cosmetic OEM and ODM Service Market Size Share, Growth, and Industry Analysis, 서울평가정보(주) 재구성

III. 기술분석

친환경 기술과 생산·연구개발 역량을 기반으로 사업 경쟁력을 강화

동사는 오렌지 오일 20% 고농축 기술과 은나노입자 친환경 합성 기술 등 친환경 원료 및 제형 개발 기술을 확보해 차별화된 제품 경쟁력을 갖추고 있으며, 어린이보호포장재 적용, 저자극·무독성 제형, 정량 사용이 가능한 캡슐세제 등 소비자 안전·편의 중심 기술을 통해 신뢰성을 높이고 있다. 또한 생활용품, 화장품, 반려동물용 의약품 등으로 사업분야를 확장하는 동시에 포천 소재 두 개의 스마트공장을 기반으로 일 240톤 이상의 생산능력을 확보해 대량생산 및 글로벌 인증 체계를 구축했다. 아울러 기업부설연구소를 중심으로 연 매출의 1~2% 수준을 연구개발에 투입하며, 천연물 고농축·저자극 제형·비타민C 안정화 등 다양한 기술개발 과제를 추진하고 특허·디자인·상표권을 축적해 중장기적인 기술 경쟁력을 강화하고 있다.

■ 친환경 원료 및 제형 개발 기술

동사의 친환경 원료 및 제형 개발 기술은 천연 소재의 기능을 극대화하면서도 안전성과 지속가능성을 확보하는데 중점을 두고 있다. 동사는 오렌지 오일을 20% 이상 고농축할 수 있는 기술을 확보하여 세탁세제, 주방세제, 다용도 세정제 등 다양한 제품을 개발해왔다. 오렌지 오일은 뛰어난 세정력과 침투력, 피부 보습 기능을 동시에 갖춘 친환경 원료로, 기존 합성 계면활성제를 대체하거나 보완하는 핵심 성분으로 활용되고 있다. 또한 감귤류에서 유래한 천연 환원제를 이용해 은나노입자를 친환경적으로 합성하는 기술을 개발하였으며, 화학적 독성물질을 배제해 의약품, 화장품, 식품 등 다양한 산업 분야에 적용 가능한 안전성을 확보하였다.

또한, 동사는 비타민C 안정화 조성물, 올리브오일·월계수 오일 기반 화장도구 세척용 조성물 등 다수의 원료 관련 특허를 보유하고 있으며, 이를 통해 제품의 효능과 기능성을 차별화하고 있다. 이러한 독창적 원료 기술은 친환경 세제 제조 공정으로 이어져 고농축 캡슐세제, 무독성·저자극 세정제 등 다양한 혁신 제품 생산을 가능하게 했다. 더불어 환경부의 녹색기술 인증, 환경표지 인증, 비건 인증을 획득하며 기술력과 제품의 친환경성을 객관적으로 입증하였고, 이는 글로벌 시장에서 동사의 경쟁우위를 공고히 하는 기반이 되고 있다.

■ 소비자 안전·편의 중심 기술

동사의 소비자 안전·편의 중심 기술은 제품 사용 과정에서 소비자가 안심하고 편리하게 활용할 수 있도록 설계된 다양한 기술과 설비를 의미한다.

안전성 측면에서 생활용품에 저자극·무독성 제형을 적용하고 있다. 대표적으로 ‘탭스텝’ 세탁세제는 CMIT, 페녹시에탄올 등 유해 성분 20여 종을 배제하여 유아 의류에도 안전하게 사용할 수 있는 제품으로, 한국화학융합시험연구원의 비자극 인증, 환경부의 환경표지 인증, 한국표준협회의 로하스 인증 등을 획득해 공신력 있는 기관들로부터 안전성을 인정받았다. 또한 어린이의 안전사고를 방지하기 위해 어린이 보호용 안전캡을 적용한 캡슐세제 용기 기술을 도입하여, 세제를 삼키거나 노출될 위험을 최소화하였다.

편의성 측면으로는 다양한 제형 개발을 통해 사용 편의성을 높이는 기술이 적용된다. 캡슐세제는 사용자가 별도로 계량할 필요 없이 정량 사용이 가능해 과다 사용을 방지하고, 세탁 시 번거로움을 줄이는 장점이 있다. 동사의 세탁조 크리너, 배수구·변기 전용 세정제 등은 스프레이형, 물티슈형, 타블렛형 등 다양한 제형으로 사용 편의성이 높으며, 고농축 제형을 적용해 적은 사용량으로도 높은 세정효과를 제공하고 있다.

그림 5. 동사의 생산 인프라

■ 제1공장 (2017년 설립, CAPA: 일 40톤)



■ 제2공장 (2019년 설립, CAPA: 일 200톤)



자료: 코넥스협회 홈페이지(2025 상반기 동사 IR 보고서)

■ 사업분야 확장 및 생산 역량

동사는 생활용품에서 축적한 친환경 원료 기술을 기반으로 화장품과 반려동물용 의약외품 개발 능력을 강화하고 있다. 화장품 부문에서는 마스크팩, 샴푸, 기초 스킨케어 등 OEM/ODM 사업을 확대하는 한편 자체 브랜드 ‘피오네트’를 론칭해 포트폴리오를 확장하고 있으며, 비건·친환경 제형 연구를 지속하고 있다. 반려동물 분야에서는 EWG 그린 등급 원료와 천연 추출물을 활용해 저자극 샴푸, 탈취제, 고양이 모래 탈취제 등을 개발하여 반려동물에게도 안전성과 효능을 제공하고 있으며, 향후 종합 케어 브랜드로의 성장을 목표로 하고 있다.

또한 동사는 경기도 포천시에 위치한 2개의 스마트 공장과 자체 연구소를 기반으로 안정적인 생산 역량을 보유하고 있다. 2017년 준공된 제1공장은 생활용품 생산라인을 갖추고 있으며 일 40톤 규모의 생산능력을 확보하고 있다. 2019년 완공된 제2공장은 첨단 스마트공장으로, 캡슐세제와 화장품 생산라인을 동시에 운영하며 일 200톤 규모의 생산이 가능하다. 특히 제2공장에는 자동화 설비가 구축되어 있으며, 캡슐세제 전용 기계를 지속적으로 증설하여 국내외 수요 증가에 대응할 수 있는 대량 생산 체제를 마련했다.

■ 기술개발현황

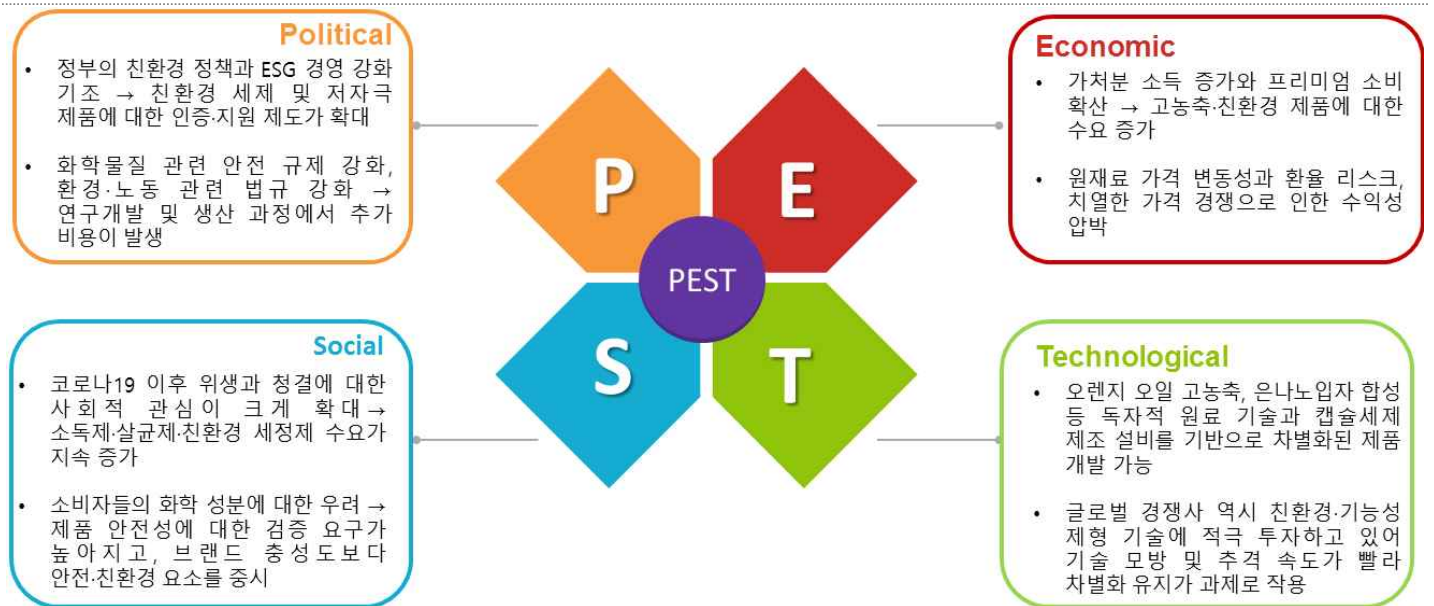
동사는 생활용품과 화장품, 동물의약외품 전반에 걸쳐 독자적 기술 확보와 신제품 개발을 위해 꾸준히 연구개발(R&D)을 진행하고 있다. 연구개발은 기업부설연구소를 중심으로 품질관리팀, 기술연구팀, 제품개발팀이 전담하고 있으며, 주요 개발 내용으로는 천연물 고농축 기술 고도화, 감귤류 천연 환원제를 활용한 은나노입자 합성법, 비타민C 안정화 조성물, 친환경·저자극 제형 연구 등이 있다. 이러한 기술은 국내외 특허로 보호받고 있으며, 현재까지 6건의 특허와 약 40여 건의 디자인, 30여 건의 상표권을 확보하였다.

■ PEST 분석

동사의 사업은 정치적 측면에서는 정부의 친환경 정책 강화와 ESG 경영 확대 기조가 기회 요인으로 작용하는 반면, 화학물질 및 환경 규제 강화는 비용 부담 요인으로 작용한다. 경제적 측면에서는 가처분 소득 증가와 프리미엄 소비 확산으로 친환경·고농축 제품 수요가 늘어나고 있으나, 원재료 가격 변동성과 환율 리스크, 치열한 가격 경쟁이 수익성에 압박을 가한다.

사회적 측면에서는 코로나19 이후 위생과 청결에 대한 인식 제고, 반려동물 인구 증가로 시장 기회가 확대되고 있으나, 소비자의 화학 성분에 대한 우려와 높은 상표 전환율은 리스크로 남아 있다. 마지막으로 기술적 측면에서는 오렌지 오일 고농축, 은나노입자 합성, 캡슐세제 제조 등 독자적 기술과 스마트공장 기반의 생산역량이 강점으로 평가되지만, 글로벌 경쟁사의 기술 추격이 빨라 추가적인 차별화 전략이 필요하다.

그림 6. PEST 분석



자료: 서울평가정보(주) 작성

IV. 재무분석

매출외형 소폭 감소하였으나, 수익성 흑자 전환

동사는 최근 3년간 매출액은 감소추세를 보였는데, 이는 경기침체 영향 및 기존 주력 판매채널인 홈쇼핑 시장의 침체로 매출액이 감소한 것으로 판단된다. 특히, [생활용품 부문] 중 '내수' 부문의 매출 감소가 두드러지게 나타났다. 수익성 측면의 경우 2022년, 2023년 당기순손실을 시현하였으나, 매출채널 구조 개선, 품목 이익 구조 개선, 인력 구조 조정을 통해 수익성이 흑자 전환되었다. 재무안정성 측면을 살펴보면, 누적 결손금으로 인해 자본잠식 상태가 지속되고 있으나, 당기순이익 시현을 통해 결손금이 감소하였고, 매출 반등 및 경영 효율화 전략 추진을 통해 향후 재무 안정성 지표는 개선될 것으로 기대한다.

■ 매출 반등 기대

동사의 최근 3년간 매출액은 2022년 299.5억 원, 2023년 298.1억 원, 2024년 276.0억 원으로 감소추세를 보였다. 2024년 기준 사업부문별 매출비중은 생활용품 부문이 66.3%(183.0억 원), 화장품 부문 33.7%(93.0억 원)를 차지하였다.

사업부문별 매출실적을 자세히 살펴보면, [생활용품 부문] '내수'의 경우 2022년 195.1억 원, 2023년 199.3억 원, 2024년 156.3억 원으로 변동성을 보였고, '수출'의 경우 2022년 17.1억 원, 2023년 17.4억 원, 2024년 26.7억 원으로 증가추세를 보였다. [화장품 부문]의 경우 수출 없이 '내수' 시장에서만 매출이 발생하고 있는데, 2022년 87.3억 원, 2023년 81.4억 원, 2024년 93.0억 원으로 변동성을 보였다.

동사의 생활용품 사업부문은 기존 홈쇼핑 채널을 중심으로 매출을 성장시켜 왔는데, 홈쇼핑 시장의 침체로 매출액이 감소하는 추세를 보였으나, 최근에는 홈쇼핑 매출 비중을 조정하고, B2B, 온라인, 해외수출 및 화장품 매출을 확대하며 매출 프로세스를 개선하였다. 또한, 화장품 제품 등 라인업 확장과 신규 매출처 다변화를 통하여 지속적인 성장세를 회복하기 위한 노력을 진행하고 있어 향후 매출은 반등할 것으로 기대한다.

■ 수익성 흑자 전환

동사는 '세제, 화장품류의 원료'에 주로 사용되는 「계면활성제」와 「포장재」에 사용되는 「용제」가 주요 원재료인데, 각각의 가격변동 추이를 살펴보면, 「계면활성제」의 경우 2022년 1,653원/kg, 2023년 1,605원/kg, 2024년 1,823원/kg으로 변동성을 보였고, 「용제」의 경우 2022년 1,131원/kg, 2023년 1,792원/kg, 2024년 2,618원/kg으로 증가추세를 보였다. 그 결과, 동사의 최근 3년간 매출원가율은 2022년 66.0%, 2023년 82.0%, 2024년 72.3%로 변동성을 보였다.

판관비의 경우 2022년 97.9억 원, 2023년 83.8억 원, 2024년 56.9억 원으로 감소추세를 보였는데, 매출액 대비 판관비가 차지하는 비중 또한 2022년 32.7%, 2023년 28.1%, 2024년 20.6%로 감소추세를 보였다. 2024년의 경우 지급수수료(29.6억 원)가 직전년도(46.3억 원) 대비 36.0% 감소하였고, 광고선전비(1.2억 원)는 직전년도(5.5억 원) 대비 78.0% 감소하였다.

동사의 최근 3년간 영업이익의 경우 2022년 3.9억 원, 2023년 영업손실 30.2억 원, 2024년 19.6억 원으로 2023년 영업적자를 기록하였으나, 2024년 흑자 전환에 성공하였다. 2023년 새롭게 출시한 세탁세제 브랜드 '탐스탭'의 투자시점과 이익실현 시점의 괴리로 매출액 대비 높은 판관비 계상으로 인해 적자 전환되었으나,

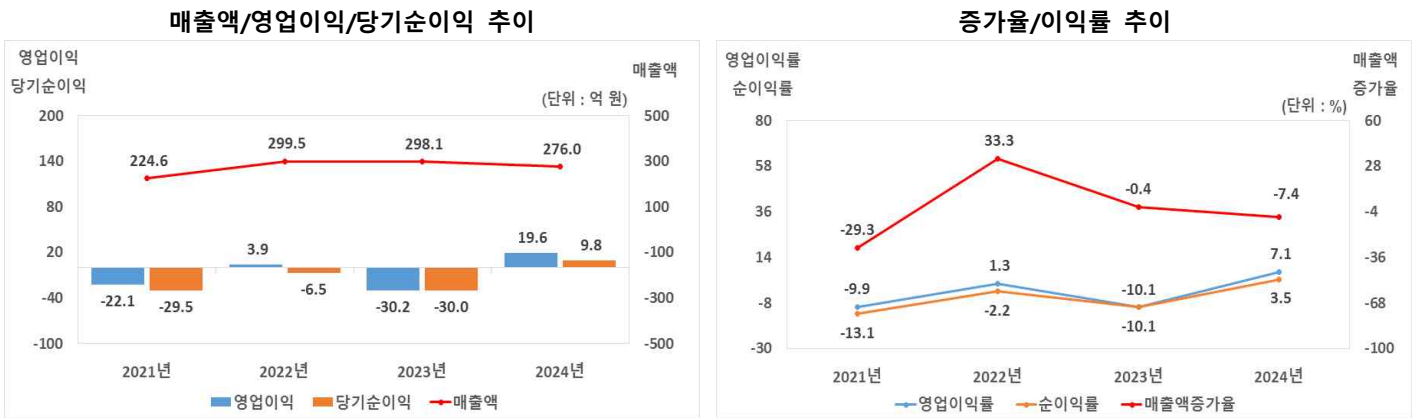
2024년 이익률이 낮은 품목은 조정하고, 수익 제품 비중을 늘리는 전략과 인력 구조 조정 및 불용자산 처분을 통해 운영 효율성을 극대화하면서 비용절감을 실현하여 흑자 전환에 성공한 것으로 판단된다.

당기순이익의 경우 2022년 당기순손실 6.5억 원, 2023년 당기순손실 30.0억 원, 2024년 9.8억 원을 실현하여 2024년 흑자 전환에 성공하였다. 2023년의 경우 파생상품평가이익 9.0억 원이 계상되었음에도 불구하고, 영업손실이 당기순손실로 이어졌다.

동사는 화장품라인 신규 증설과 기존라인의 구조조정에 따른 일회성 제조원가의 증가로 2023년까지 적자를 기록하였으나, 2024년부터는 매출액순이익률이 3.5%로 회복하며 흑자 전환되었고, 향후 매출액 증가를 통해 수익성은 더욱 개선될 것으로 판단된다.

그림 7. 동사 연간 요약 포괄손익계산서 분석

(단위 : 억 원, % K-IFRS 별도 기준)



자료: 동사 사업보고서(2025.03), 사업보고서(2024.03) 서울평가정보(주) 재구성

■ 결손금 감소, 재무 건전성 회복 기대

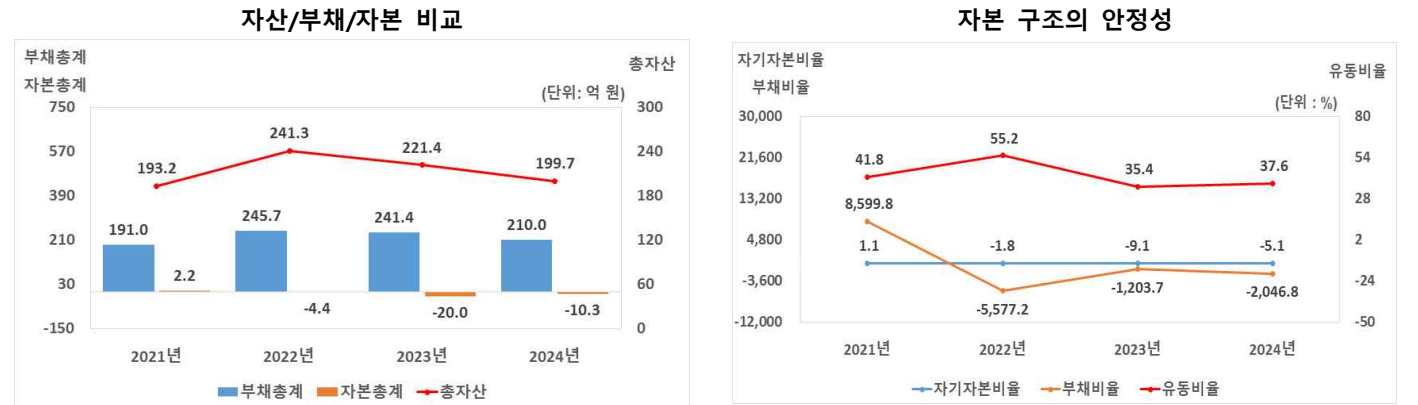
동사는 2023년 재평가손익(15.2억 원)을 통한 기타포괄손익누계액 증가로 자기자본 확충하고자 노력하였다. 또한, 부채총계는 2022년 245.7억 원, 2023년 241.4억 원, 2024년 210.0억 원으로 감소추세를 보였고, 특히, 2024년의 경우 기타유동부채 내 선수금(2.6억 원)이 직전년도(34.0억 원) 대비 92.2% 감소한 모습을 보였다. 부채총계 감소 및 자기자본 확충 노력에도 불구하고, 동사는 누적된 결손금으로 인해 최근 3년간 자본잠식 상태가 지속되고 있다.

유동성 측면을 살펴보면, 최근 3년간 유동비율은 2022년 55.2%, 2023년 35.4%, 2024년 37.6%로 증감을 보였다. 동사는 2016년부터 2021년까지 이어진 설비투자를 위한 대규모 차입으로 유동부채가 증가하는 추세를 보였으나, 불용자산 처분을 통해 부채를 상환하며 차입금을 점진적으로 낮추어 유동성을 개선하고자 노력하고 있다.

동사는 2024년 당기순이익을 실현하며 결손금이 감소하였고, 매출채널 다변화, 수익 제품 개선, 비용 절감 등의 경영 효율화 전략을 추진하여 이를 바탕으로 내부 수익성 강화 및 자금 운용 체계 개선을 통해 금융 의존도를 줄이고자 노력하고 있어 향후 재무 안정성은 개선될 것으로 기대한다.

그림 8. 동사 연간 요약 재무상태표 분석

(단위 : 억 원, % K-IFRS 별도 기준)



자료: 동사 사업보고서(2025.03), 사업보고서(2024.03) 서울평가정보(주) 재구성

표 4. 동사 연간 요약 재무제표

(단위 : 억 원, % K-IFRS 별도 기준)

항목	2021년	2022년	2023년	2024년
매출액	224.6	299.5	298.1	276.0
매출액증가율(%)	-29.3	33.3	-0.4	-7.4
영업이익	-22.1	3.9	-30.2	19.6
영업이익률(%)	-9.9	1.3	-10.1	7.1
순이익	-29.5	-6.5	-30.0	9.8
순이익률(%)	-13.1	-2.2	-10.1	3.5
부채총계	191.0	245.7	241.4	210.0
자본총계	2.2	-4.4	-20.1	-10.3
총자산	193.2	241.3	221.4	199.7
유동비율(%)	41.8	55.2	35.4	37.6
부채비율(%)	8,599.8	-5,577.2	-1,203.7	-2,046.8
자기자본비율(%)	1.1	-1.8	-9.1	-5.1
영업현금흐름	-1.1	18.9	4.9	-12.4
투자현금흐름	-9.8	-11.8	-13.6	9.6
재무현금흐름	10.9	1.5	-1.1	2.7
기말현금	7.6	16.1	6.4	6.3

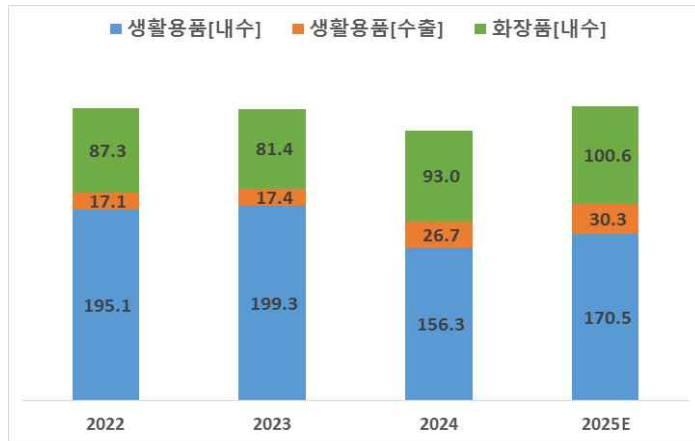
자료: 동사 사업보고서(2025.03), 사업보고서(2024.03) 서울평가정보(주) 재구성

동사 실적 전망

동사는 2025년 실적으로 생활용품 내수 170.5억 원, 생활용품 수출 26.7억 원, 화장품 내수 100.6억 원 등 총 301.4억 원 수준의 매출이 전망된다. 이는 전년 대비 완만한 성장세를 이어가는 수치로, 전체 매출에서 여전히 생활용품 내수가 가장 큰 비중을 차지하지만 수출이 점진적으로 확대되고 있는 점이 주목된다. 특히 화장품 부문은 OEM/ODM과 자체 브랜드의 매출이 점차 안정화되면서 내수에서 의미 있는 규모를 형성하고 있어, 기존 생활용품 중심 구조에서 화장품이 보완적 성장축으로 자리 잡아가는 추세다. 이러한 매출 구성을 통해 동사는 내수 기반의 안정성을 유지하는 동시에 수출 확대와 화장품 사업 확장을 통해 점진적 성장을 지속할 것으로 전망된다.

그림 9. 동사 연간 실적 전망

(단위 : 억 원, % K-IFRS 별도 기준)



구분	2022	2023	2024	2025E
생활용품[내수]	195.1	199.3	156.3	170.5
생활용품[수출]	17.1	17.4	26.7	30.3
화장품[내수]	87.3	81.4	93.0	100.6
합계	299.5	298.1	276.0	301.4

자료: 동사 사업보고서(2025.03), 사업보고서(2024.03) 서울평가정보(주) 재구성

V. 주요 변동사항 및 향후 전망

캡슐세제 채널 확대와 화장품 브랜드 론칭을 통해 성장 기반 확보

동사는 최근 화장품 사업에서 기업 이미지를 'Korea Miracle People Cosmetic'으로 변경하고 자체 브랜드 '피오네트'와 '미라블룸'을 론칭해 기초 화장품과 퍼스널케어 제품군으로 영역을 넓히는 한편, 생활용품 부문에서는 '은나노스텝 3POD 캡슐 세탁조 클리너'를 대형마트에 입점시키며 온라인 중심이던 판매 채널을 오프라인으로 확대했다. 이러한 변화를 바탕으로 동사는 캡슐세제 OEM/ODM 매출 확대와 화장품 브랜드의 해외 진출을 동시에 추진하며, 2025년 매출 350억 원 달성과 증장기적으로 코스닥 이전 상장을 목표로 글로벌 친환경 생활·뷰티 전문 기업으로 도약할 전망이다.

■ 변동사항

동사는 기존 친환경 생활화학제품 중심의 사업에서 한 단계 더 나아가 화장품 OEM/ODM과 자체 브랜드 사업을 본격적으로 확대하고 있다. 기업 이미지를 'Korea Miracle People Cosmetic'으로 새롭게 정립하며, '피오네트'와 '미라블룸' 등 신규 브랜드를 론칭해 기초 화장품, 마스크팩, 퍼스널케어, 기능성 선크림, 향수 등으로 제품군을 확장했다. 2022년 화장품 시장 진출 이후 마스크팩 OEM 누적 1억 5천만 장 생산 경험을 바탕으로, 2024년 하반기부터 자체 브랜드 제품을 출시하며 국내외 시장 공략에 속도를 내고 있으며, 특히 미국과 일본을 핵심 시장으로 삼아 전시회 참가와 현지 유통사 협력을 강화하고 있다. 동시에 생활용품 부문에서는 '은나노스텝 3POD 캡슐 세탁조 클리너'를 이마트에 입점시킴으로써, 온라인 중심이던 판매 채널을 대형 오프라인 유통망으로 확대하며 시장 접근성을 넓혀가고 있다.

■ 향후 전망

동사는 주력 사업인 생활용품 부문에서 캡슐세제 OEM/ODM 확대를 통해 안정적인 매출 성장을 도모하고 있다. 글로벌 세제 시장의 제형 트렌드가 액상·분말에서 편의성과 친환경성을 갖춘 캡슐 제품으로 빠르게 전환되고 있는 만큼, 동사는 스마트공장 내 전용 설비 증설과 기술 고도화를 통해 생산 역량을 강화하고 있으며, 이를 기반으로 국내외 브랜드사의 주문을 적극적으로 유치하고 있다. 또한, 화장품 사업에서는 기존의 마스크팩 OEM 경험을 넘어 제품 라인 확장에 주력하고 있다. 자체 브랜드 '피오네트(Fionette)'와 '미라블룸(MIRABLOOM)'을 론칭하여 기초 스킨케어, 선크림, 퍼스널케어, 향수 등으로 포트폴리오를 다변화하고 있으며, 미국·일본 등 해외 전시회 참가와 현지 유통망 개척을 통해 글로벌 시장 진출을 본격화하고 있다.

그림 10. 동사 화장품 제품 라인 확장

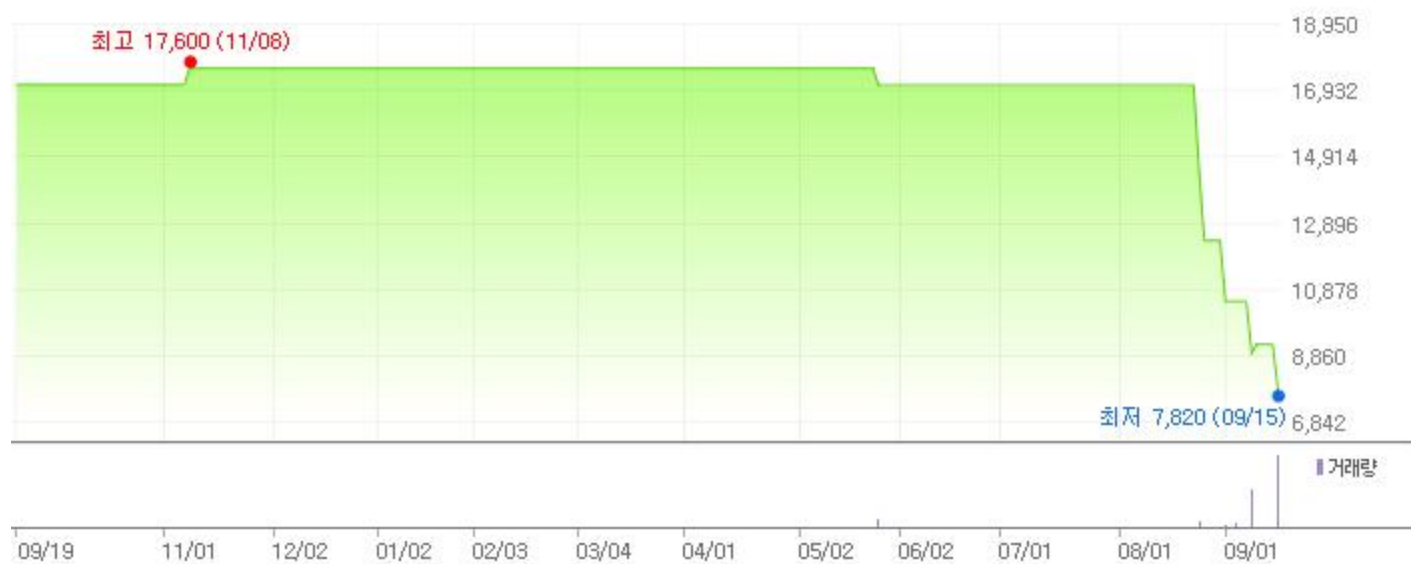


한국미라클피플사(331660)

증권사 투자의견

작성기관	투자의견	목표주가	작성일
X			

시장정보(주가 및 거래량)



자료: 네이버증권(2025.09.15)

최근 3개월간 한국거래소 시장경보제도 지정여부

시장경보제도란?

한국거래소 시장감시위원회는 투기적이거나 불공정거래 개연성이 있는 종목 또는 주가가 비정상적으로 급등한 종목에 대해 투자자주의 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
한국미라클피플사	X	X	X