

기술분석보고서 | IT

# 슈피겐코리아(192440)

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

작성기관 서울평가정보(주)      작 성 자 박진희 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 “한국IR협회” 채널을 추가하시면 매주 보고서 발간 소식을 안내 받으실 수 있습니다.
- 본 보고서에 대한 자세한 문의는 작성기관(TEL.02-3449-1450)으로 연락하여 주시기 바랍니다.

# 슈피겐코리아(192440)

## 글로벌 온라인 채널 기반의 모바일 보호 액세서리 브랜드

### 기업정보(2026.04.27 기준)

대표자	김대영
설립일자	2009년 2월 18일
상장일자	2014년 11월 5일
기업규모	중견기업
업종분류	그 외 기타 달리 분류되지 않은 제품 제조업
주요제품	스마트폰 케이스, 보호필름, 기타 모바일 액세서리 등

### 시세정보(2026.04.27 기준)

현재가(원)	27,000
액면가(원)	500
시가총액(억 원)	1,678
발행주식수	6,216,363주
52주 최고가(원)	30,100
52주 최저가(원)	21,000
외국인지분율	9.71%
주요주주	김대영 외 3인

### ■ 스마트폰 보호 액세서리 중심 사업 기반에 글로벌 온라인 판매 역량과 브랜드 경쟁력 구축 중

스마트폰 케이스와 보호필름 중심의 모바일 보호 액세서리 사업을 영위하는 글로벌 이커머스 브랜드 기업으로, 자체 브랜드 제품을 주요 온라인 채널을 통해 판매하는 구조를 구축하고 있다. 핵심 사업은 스마트폰 보호 액세서리이지만, 충전기·웨어러블·차량용 액세서리 등 인접 카테고리도 확장을 추진하고 있으며, 위탁생산 기반의 운영 효율성과 내부 제품기획·품질관리 역량을 바탕으로 시장 변화에 대응하고 있다.

### ■ 프리미엄화와 온라인화가 진전되는 시장으로 브랜드·제품 대응력이 경쟁력을 좌우

스마트폰 보호 액세서리 시장은 신규 모델 출시 주기, 프리미엄 모델 확대, 기기 가격 상승, 소비자의 보호 수요 강화에 따라 수요가 결정된다. 프리미엄 시장에서는 브랜드 인지도, 디자인 완성도, 제품 적합성, 온라인 리뷰와 플랫폼 운영 역량이 핵심 경쟁요소로 작용한다. 최근 신규 폼팩터 확산, 디자인과 사용성을 겸비한 제품 선호 확대, 전자상거래 성장에 따른 온라인 채널 중요성 강화가 주요 트렌드이며, 저가 경쟁 심화, 플랫폼 비용 상승, 관세 및 공급망 변수 확대는 시장의 주요 리스크 요인으로 작용할 것으로 보인다.

### ■ 보호필름 성장과 주주환원 강화가 두드러지는 가운데 기존 주력사업의 안정적 확장 전망

동사는 최근 해외 법인이 일부 조정됐고, 자기주식 취득으로 자사주 비중이 크게 늘어나면서 자사주를 주주환원과 임직원 보상 재원으로 활용하는 기조가 강화됐다. 한편, 보통주 1주당 500원의 현금배당안이 주주총회에서 가결되었다. 향후 스마트폰 보호 액세서리 사업의 안정성을 유지하는 가운데, 보호필름 및 인접 카테고리 확대와 함께 배당·자사주를 병행하는 주주환원 정책이 이어질 가능성이 있다.




### 요약 투자지표 (K-IFRS 연결 기준)

	매출액 (억 원)	증감 (%)	영업이익 (억 원)	이익률 (%)	순이익 (억 원)	이익률 (%)	ROE (%)	ROA (%)	부채비율 (%)	EPS (원)	BPS (원)	PER (배)	PBR (배)
2023	4,474.0	0.3	353.2	7.9	413.2	9.2	9.4	8.4	9.8	6,765	77,532	4.9	0.4
2024	4,652.9	4.0	217.5	4.7	279.0	6.0	5.9	5.1	9.8	4,663	85,756	4.2	0.2
2025	4,637.0	-0.3	332.1	7.2	290.1	6.3	5.6	5.1	8.3	4,669	91,806	4.7	0.2

기업경쟁력

글로벌 온라인 판매 운영 역량	<ul style="list-style-type: none"> <li>아마존(Amazon.com)을 중심으로 주요 국가별 이커머스 채널을 운영하며, 제품 기획부터 가격 운영, 리뷰 관리, 물류까지 연결하는 디지털 커머스 체계를 구축</li> </ul>
브랜드 기반의 프리미엄 사업 구조	<ul style="list-style-type: none"> <li>자체 브랜드와 디자인 경쟁력을 기반으로 프리미엄 포지셔닝을 유지하고 있으며, 가격 경쟁력보다 브랜드 신뢰와 제품 완성도로 수요를 확보하는 구조</li> </ul>
위탁생산 기반의 유연한 운영 구조	<ul style="list-style-type: none"> <li>외주 생산을 기반으로 재고 부담과 고정비를 낮추고, 스마트폰 신제품 출시와 수요 변화에 맞춰 빠르게 제품을 전개할 수 있는 운영 효율성을 확보</li> </ul>

핵심 기술 및 적용제품

충격 보호 중심의 케이스 구조 설계 기술	<ul style="list-style-type: none"> <li>에어쿠션, 스파이더웹 패턴, 카메라 및 스크린 보호 설계 등을 기반으로 낙하 충격을 분산·흡수하고, 외부 충격으로부터 기기를 보호하는 구조적 설계 역량</li> </ul>	
보호필름 부착 및 정밀 보호 기술	<ul style="list-style-type: none"> <li>정렬 정확도와 사용 편의성을 높이고, 표면 보호 성능을 안정적으로 구현하는 기술력 보유</li> </ul>	
신규 폼팩터 대응 설계 기술	<ul style="list-style-type: none"> <li>폴더블·롤러블 등 변화하는 디바이스 구조에 맞춰 거치, 결합, 확장, 보호 기능을 최적화할 수 있는 설계 기술</li> </ul>	

시장경쟁력

스마트폰 보호 액세서리 시장 내 높은 제품 적합성	<ul style="list-style-type: none"> <li>스마트폰 신제품 출시 일정에 맞춘 빠른 제품 대응을 통해 케이스와 보호필름 시장에서 초기 수요를 선점할 수 있는 경쟁력 보유</li> </ul>
프리미엄 세그먼트에서의 차별화 포지션	<ul style="list-style-type: none"> <li>시장이 저가 범용 제품군과 브랜드·프리미엄 제품군으로 나뉘는 가운데, 당사는 소재 고급화와 디자인 완성도를 기반으로 프리미엄 수요층에 대응</li> </ul>
인접 카테고리 확장 가능성	<ul style="list-style-type: none"> <li>케이스와 보호필름 중심의 핵심 시장을 기반으로 충전기, 웨어러블, 차량용 액세서리 등으로 포트폴리오를 넓히며 시장 내 성장 여지 확보</li> </ul>

VRIO 분석 (VRIO Analysis)

VRIO(브리오) 분석이란 기업이 보유한 경영자원과 활용 능력을 가치(Value), 희소성(Rarity), 모방 가능성(Imitability), 조직(Organization) 이라는 기준으로 분석하는 도구

			
가치(Value)	희소성(Rarity)	모방가능성(Imitability)	조직(Organization)
<ul style="list-style-type: none"> <li>글로벌 아마존 중심 판매망, 스마트폰 케이스·보호필름 중심의 제품 포트폴리오, 그리고 지역·카테고리 확장 역량은 시장 접근성과 수익 창출 측면에서 가치가 있다.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>북미 아마존에서 시작해 유럽·인도·일본으로 확장한 글로벌 온라인 판매 기반과 장기간 축적된 브랜드 인지도는 업계 내에서 상대적으로 차별적이다.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>디자인 연구소 기반의 개발 체계, 글로벌 브랜드 축적, 해외 법인 네트워크, 산업재산권 확보는 동일 수준으로 단기간 모방하기 어렵게 만드는 요소다.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>대표이사 중심 안정적인 지배구조와 해외·국내 영업, 디자인, 제품 개발 등 기능별 조직을 통해 역량을 사업 성과로 연결할 수 있는 수준을 확보하고 있다.</li> </ul>

## I. 기업 현황

**스마트폰 보호 액세서리 중심 사업 기반에 글로벌 온라인 판매 역량과 브랜드 경쟁력 구축 중**  
스마트폰 케이스와 보호필름 중심의 모바일 보호 액세서리 사업을 영위하는 글로벌 이커머스 브랜드 기업으로, 자체 브랜드 제품을 주요 온라인 채널을 통해 판매하는 구조를 구축하고 있다. 핵심 사업은 스마트폰 보호 액세서리이지만, 충전기·웨어러블·차량용 액세서리 등 인접 카테고리도 확장을 추진하고 있으며, 위탁생산 기반의 운영 효율성과 내부 제품기획·품질관리 역량을 바탕으로 시장 변화에 대응하고 있다.

### ■ 기업 개요

동사는 스마트폰 보호 액세서리 중심의 글로벌 이커머스 브랜드 기업으로 2009년 설립되어 2014년 11월 코스닥시장에 상장했다. 사업의 출발점은 스마트폰 케이스였으나, 현재는 보호필름과 기타 모바일 액세서리로 제품군을 확장하면서 북미를 시작으로 유럽, 인도, 일본 등으로 판매권역을 넓혀 왔다. 핵심 경쟁력은 온라인 유통채널 선점, 자체 브랜드 인지도, 고급 소재와 금형 자체 개발을 통한 품질 차별화, 그리고 소비자 피드백을 반영한 빠른 제품 전개 역량이다.

자체 브랜드 제품을 기획·개발하고, 이를 아마존(Amazon.com)을 비롯한 글로벌 온라인 채널에 공급하는 방식으로 수익을 창출하고 있다. 이는 제조설비 투자보다는 제품 기획, 디자인, 금형 개발, 온라인 마케팅, 물류 운영, 채널 관리에 역량을 집중하는 구조를 통해 자산 효율성과 시장 대응 속도를 확보하고 있다는 점에서 일반 제조업체와 구별된다. 특히 아마존 중심의 글로벌 판매 경험을 기반으로 국가별 로컬 이커머스 채널까지 확장하고 있어, 단일 플랫폼 의존을 완화하면서도 온라인 직접판매 경쟁력을 유지하고 있다.

주요 제품은 스마트폰 케이스와 보호필름이며, 적용 산업은 스마트폰 제조사 중심의 모바일 디바이스 생태계다. 실질적인 수요는 신규 스마트폰 출시, 교체 수요, 프리미엄 기기 보호 수요, 온라인 액세서리 구매 확산을 통해 발생한다. 동사는 태블릿, 웨어러블, 스마트홈, 차량용 액세서리, 프리미엄 충전기 등으로 카테고리를 확대하고 있으나, 현재 기준 핵심 수익원은 여전히 스마트폰 보호 액세서리다. 이는 동사의 실적이 전방 스마트폰 출하량과 프리미엄 모델 비중, 신제품 출시 주기와 직접적으로 연결되는 구조임을 의미한다.

[표 1] 동사의 주요 연혁

연월	내용
2009.02	에스지피코리아(주) 설립
2011.04	부설 디자인 연구소 설립
2012.01	(주)슈피겐에스지피로 사명 변경
2012.02	미국 Spigen Inc. 인수
2013.11	(주)슈피겐코리아로 사명 변경
2014.11	코스닥 상장
2016.08	중국 법인(SPIGEN SHENZHEN TRADE Co., Ltd) 설립
2018.04	2018년 글로벌 강소기업 선정(중소벤처기업부)
2018.06	인도 법인(SPIGEN INDIA PRIVATE LIMITED) 설립
2018.10	2018년 대한민국 디자인 부문 대상(산업통상자원부)
2019.04	슈피겐뉴티 설립

자료: 동사 사업보고서(2026.03), 서울평가정보(주) 재구성

## 슈피겐코리아(192440)

### ■ 주주 현황

2026년 2월 기준, 동사의 최대주주는 김대영으로, 전체 발행주식(6,216,363주) 중 2,486,545주의 주식을 보유하고 있으며, 이는 전체 지분의 40.0%에 해당한다. 다음으로 최철규 외 2인의 특수관계자가 61,380주(0.99%)의 보통주를 보유하고 있어, 최대주주 및 특수관계자가 보유한 주식의 지분을 합계는 약 40.99%로 확인된다. 동사는 435,341주(7.0%)의 자기주식을 보유하고 있고, 나머지 3,233,097주(52.01%)는 소액주주 등 일반 주주가 보유하고 있다. 한편, 동사는 일부 자기주식을 우리사주조합 출연 및 임직원 상여 목적 등으로 활용할 계획을 밝혔고, 2026년 1월 30일과 2월 4일에 17,850주의 자기주식을 임직원에게 성과급으로 지급하였다. 종합적으로 동사의 지배구조는 최대주주 중심의 안정성과 상장사로서의 분산주주 구조가 병존하는 형태이며, 향후에는 자사주 활용과 주주환원 정책의 균형이 중요한 평가 요소가 될 것으로 보인다.

[표 2] 동사의 주요 주주 현황

주주명	소유주식수(주)	지분율(%)	관계
김대영	2,486,545	40.00%	최대주주
최철규 외 2인	61,380	0.99%	특수관계인
자기주식	435,341	7.00%	
기타 주주	3,233,097	52.01%	
합계	6,216,363	100.00%	

자료: 동사 사업보고서(2026.03), 동사 자기주식처분결과보고서(2026.02), 서울평가정보(주) 재구성

### ■ 사업 영역

동사의 사업 영역은 명목상으로는 모바일기기 액세서리, 충전기, 음향기기, 생활용품, 물류서비스, 차량용 액세서리, 운동용품 등으로 확장되어 있으나, 실질적인 핵심 사업은 스마트폰 케이스와 보호필름 중심의 모바일 보호 액세서리 사업이다. 2025년 매출 구성에서도 케이스와 보호필름 비중이 절대적이기 때문에, 이 부문이 핵심 사업이자 기업가치의 중심축이라고 판단된다.

보호 액세서리 사업 내에서는 케이스가 주력, 보호필름이 보완적 핵심 사업, 기타 모바일 액세서리가 성장 및 포트폴리오 보조 사업으로 기능하고 있다. 케이스는 브랜드 인지도와 디자인 경쟁력이 집약된 대표 제품군이며, 보호필름은 디바이스 보호 수요 확대와 함께 재구매·교체 수요를 기대할 수 있는 영역이다. 기타 부문에는 충전기, 웨어러블 액세서리, 스마트홈 관련 제품 등이 포함되며, 이는 객단가와 카테고리 다변화 측면에서 의미를 가진다.

신규 확장 사업으로는 차량용 액세서리와 운동용품이 있다. 차량용 액세서리는 테슬라 전용 정리·보호 용품 중심으로 시제품 개발 및 판매가 진행 중이며, 운동용품은 골프공을 시작으로 OEM(Original Equipment Manufacturer) 기반 진출이 추진되고 있다. 다만 현 시점에서는 실적 견인 사업이라기보다 중장기 옵션 가치에 가까운 영역으로 해석하는 것이 타당하다.

## 슈피겐코리아(192440)

사업 간 관계는 브랜드, 온라인 유통망, 제품 기획 역량, 디지털 마케팅 역량을 공유하는 구조다. 동사는 모바일 액세서리에서 축적한 브랜드 운영 경험과 온라인 채널 운영 노하우를 기반으로 인접 소비재 카테고리 확장하고 있다. 이는 신규 사업이 완전히 이질적인 영역이 아니라, 기존의 온라인 판매·브랜드 체계를 재활용할 수 있는 범주 내에서 추진되고 있음을 의미한다. 결국 동사의 사업 포트폴리오 전략은 스마트폰 보호 액세서리를 현금창출 기반으로 유지하면서, 유사한 소비자 접점과 유통 구조를 갖는 인접 카테고리로 확장하는 방향으로 정리된다.

[표 3] 동사의 주요 제품 매출실적

(단위 : 억 원, %)

구분	2023년	비중	2024년	비중	2025년	비중
케이스	2,681.0	59.9%	2,578.7	55.4%	2,493.6	53.8%
보호필름	1,038.4	23.2%	1,181.9	25.4%	1,308.1	28.2%
기타 제품	754.6	16.9%	892.3	19.2%	835.3	18.0%
합계	4,474.0	100.0%	4,652.9	100.0%	4,637.0	100.0%

Year	케이스	보호필름	기타제품	합계
2023년	2,681.0	1,038.4	754.6	4,474.0
2024년	2,578.7	1,181.9	892.3	4,652.9
2025년	2,493.6	1,308.1	835.3	4,637.0

자료: 동사 사업보고서(2026.03), 서울평가정보(주) 재구성

### ■ 판매조직 및 판매전략

동사의 판매조직은 전통적 오프라인 영업조직보다 온라인 채널 운영 중심으로 구성되어 있다. 동사는 아마존을 핵심 유통채널로 삼아 성장했으며, 이후 네이버 쇼핑, 쿠팡, 플립카트, 라자다 등 국가별 주요 이커머스 채널로 판매망을 확장하고 있다. 이는 플랫폼 내 검색 노출, 리뷰 관리, 콘텐츠 운영, 가격정책 운용이 매출 창출의 핵심이라는 점에서 일반 대리점 영업과는 성격이 다르다.

고객 확보 구조는 플랫폼 유입과 브랜드 검색 수요를 기반으로 한다. 제품 기획 단계부터 스마트폰 신제품 출시 일정에 맞춰 대응하고, 온라인 유통 경로를 선점하며, 국가별 시장가격을 고려해 최종 소비자 가격을 독립적으로 결정하는 구조를 통해 판매 효율을 높이고 있다. 즉, 영업의 본질은 단순 유통이 아니라 제품 출시 타이밍, 플랫폼 알고리즘 대응, 리뷰 축적, 국가별 가격 운영을 종합한 디지털 커머스 운영 역량에 있다.

주요 고객군은 북미와 유럽을 중심으로 한 글로벌 온라인 소비자이며, 프리미엄 또는 중고가 스마트폰 사용자가 중심으로 추정된다. 이는 동사가 저가 범용 제품과 달리 소재 고급화, 금형 자체 개발, 디자인 차별화를 강조하고 있기 때문이다. 따라서 동사의 매출은 단순 스마트폰 보급대수보다도 프리미엄 기기 비중, 보호 수요 강도, 온라인 직구 및 플랫폼 구매 성향과 더 밀접하게 연결된다.

매출 발생 구조는 기본적으로 B2C 중심이나, 일부 B2B 거래를 병행하는 혼합형 구조다. 다만 브랜드 인지도와 소비자 리뷰가 핵심 경쟁자산이라는 점에서 B2C 비중이 높은 구조가 유지될 가능성이 높다. 경쟁 전략 측면에서 동사는 저가 제품과의 가격경쟁보다는 품질, 브랜드, 빠른 신제품 대응, 온라인 채널 선점에 기반해 시장을 공략하고 있다. 이는 위탁생산 구조를 통해 운영 유연성을 유지하면서도, 제품 기획과 브랜드 투자에 자원을 집중하는 사업모델과 일관된 전략이다.

## II. 시장 동향

### 프리미엄화와 온라인화가 진전되는 시장으로 브랜드·제품 대응력이 경쟁력을 좌우

목표시장은 신규 모델 출시 주기, 프리미엄 모델 확대, 기기 가격 상승, 소비자의 보호 수요 강화에 따라 수요가 결정된다. 프리미엄 시장에서는 브랜드 인지도, 디자인 완성도, 제품 적합성, 온라인 리뷰와 플랫폼 운영 역량이 핵심 경쟁요소로 작용한다. 최근 신규 폼팩터 확산, 디자인과 사용성을 겸비한 제품 선호 확대, 전자상거래 성장에 따른 온라인 채널 중요성 강화가 주요 트렌드이며, 저가 경쟁 심화, 플랫폼 비용 상승, 관세 및 공급망 변수 확대는 시장의 주요 리스크 요인으로 작용할 것으로 보인다.

### ■ 스마트폰 보호 액세서리 시장의 특성

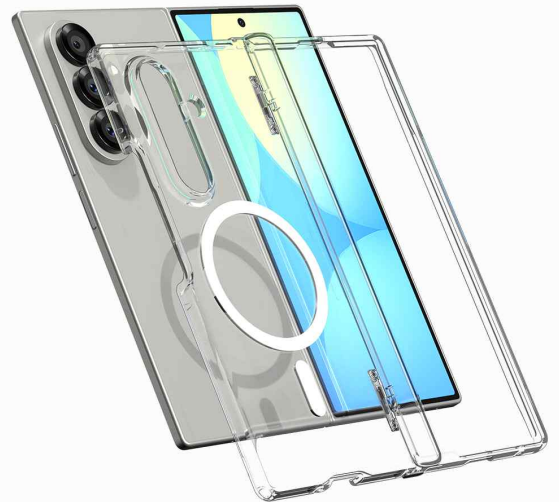
스마트폰 보호 액세서리 시장은 스마트폰 출하량 자체보다도 신규 모델 출시 주기, 프리미엄 모델 비중, 디바이스 가격 상승, 소비자의 보호 인식 강화에 따라 수요가 형성되는 특징을 가진다. IDC(International Data Corporation)에 따르면 2025년 전 세계 스마트폰 출하량은 12.5억 대로 2024년 대비 1.5% 증가한 것으로 추정되며, 4분기 출하량도 전년 대비 2.4% 증가했다. 이는 스마트폰 본체 시장이 고성장 국면은 아니더라도 완만한 회복세를 보이고 있음을 의미하며, 보호 액세서리 시장에는 안정적인 기초 수요를 제공하는 요인으로 작용한다.

시장 구조는 범용 저가 제품군과 브랜드·프리미엄 제품군으로 이원화되어 있다. 저가 시장은 가격 경쟁이 심하고 진입이 상대적으로 쉬운 반면, 동사가 속한 프리미엄 온라인 시장은 브랜드 인지도, 디자인 역량, 제품 적합성, 리뷰 관리, 플랫폼 운영 경험이 중요하다. 특히 스마트폰 케이스는 기기별 금형 대응과 출시 시점 정합성이 중요하고, 보호필름은 소재, 접착력, 투과율, 내구성, 부착 편의성이 제품 차별화 요소가 된다. 따라서 표면적으로는 진입장벽이 낮아 보이나, 실제로는 빠른 제품 개발과 온라인 판매 최적화 역량이 누적된 사업자에게 유리한 구조다.

유통 측면에서는 온라인 채널의 중요성이 구조적으로 높다. 유엔 무역 개발 회의(UNCTAD, United Nations Conference on Trade and Development)는 43개국 기준 기업의 전자상거래 매출이 2016년부터 2022년까지 약 60% 증가해 27조 달러에 달했다고 발표했으며, 이는 글로벌 소비재 판매에서 온라인 플랫폼의 비중이 지속 확대되고 있음을 보여준다. 스마트폰 보호 액세서리는 표준화된 SKU(Stock Keeping Unit)와 반복 구매, 검색 기반 구매행태에 적합해 전자상거래 친화성이 높은 품목군이기 때문에 온라인 리뷰, 검색 노출, 광고 효율, 풀필먼트 역량이 오프라인 판매 역량보다 더 중요한 경쟁 요소로 작용한다.

시장 규모 측면에서 케이스와 보호필름 모두 중기 성장 시장으로 평가된다는 방향성은 유효하다. Grand View Research 발표에 따르면 글로벌 모바일폰 보호커버 시장은 2025년 275.7억 달러에서 2033년 533.3억 달러로 연평균 8.6%의 성장률로 확대될 것으로 예상되고, 스마트폰 보호필름 시장은 2023년 526.6억 달러에서 2030년 849.6억 달러로 확대될 것으로 전망된다.

[그림 1] 동사의 폴더블 스마트폰 케이스



자료: 동사 온라인샵, 서울평가정보(주) 재구성

■ 핵심 트렌드 및 시사점

목표 시장의 핵심 트렌드는 스마트폰 시장의 저성장 회복 국면 속에서도 프리미엄·신규 폼팩터 중심의 교체 수요가 유지되고 있다는 점이다. IDC는 2025년 스마트폰 시장이 소폭 성장한 데 이어, 폴더블 스마트폰은 2025년 2,060만대 출하로 전년 대비 10% 성장할 것으로 전망했다. 이는 단순 보급형 기기 증가보다 고가 기기 보호 수요와 맞춤형 액세서리 수요가 확대될 가능성을 시사한다. 동사가 폴더블 케이스와 차세대 보호 제품으로 포트폴리오를 확장하고 있는 점을 감안하면, 전방 제품 구조 변화는 단가 상승과 차별화 기회로 연결될 수 있다.

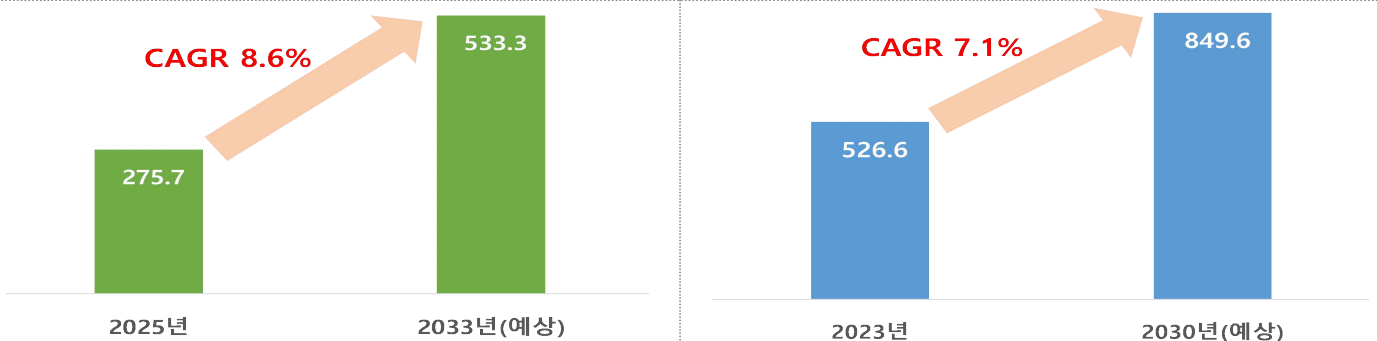
스마트폰 가격 상승과 프리미엄화로 인해 소비자는 단순 소모품보다 기능성·디자인을 겸비한 액세서리를 선호하는 경향이 강화되고 있어, 시장의 수요는 기기 보호에서 ‘기기 보호+디자인+사용성’으로 이동하고 있다. 이는 케이스 시장과 보호필름 시장 모두 프리미엄 세그먼트 비중 확대가 예상되는 배경이며, 동사가 고급 소재, 자체 금형 개발, 브랜드 기반 판매 전략을 유지하는 데 유리한 환경으로 해석된다.

또한 기술 변화는 액세서리의 다변화를 촉진하고 있다. 폴더블, 대화면, 카메라 모듈 변화, 웨어러블·차량 연동 확대는 케이스와 필름의 설계 난이도를 높이는 동시에 차별화 여지를 키운다. 특히 폴더블과 특수 폼팩터 증가는 범용 제품보다 설계·금형 대응력이 중요한 시장을 형성할 가능성이 높기 때문에 SKU 관리와 출시 대응 속도가 중요한 온라인 브랜드 사업자에게 기회 요인으로 작용할 수 있다.

한편, 정책 및 산업 환경 측면에서 글로벌 공급망과 통상 변수의 영향이 커지고 있다. 미국 세관국경보호청(CBP)은 2025년 소액면세제도(De Minimis) 변경 등을 안내했으며, 중국·홍콩산 상품에 대한 관세 정책의 변동 가능성이 증가하였다. 이는 중국 중심 외주생산 또는 대미 판매 비중이 높은 액세서리 업체의 원가 및 물류 운영에 영향을 줄 수 있는 요소이며, 동사 역시 위탁생산과 글로벌 온라인 판매를 기반으로 하고 있어, 국가별 관세·통관 제도 변화는 가격경쟁력과 재고운영에 영향을 미칠 가능성이 있다.

종합하면, 글로벌 스마트폰 보호 액세서리 시장은 스마트폰 출하의 완만한 회복, 프리미엄 기기 확산, 온라인 유통 확대, 폴더블 등 신규 폼팩터 등장에 힘입어 중기 성장세가 예상된다. 이러한 시장 변화는 동사에 대해 두 가지 방향의 영향을 미칠 것으로 보인다. 기회 요인으로는 프리미엄 보호 수요 확대, 온라인 플랫폼 내 브랜드 선점 효과, 신기종·신폼팩터 대응을 통한 고부가 제품 비중 상승이 있다. 반면 리스크 요인으로는 스마트폰 시장 성장 둔화, 저가 경쟁 심화, 플랫폼 수수료 및 광고비 상승, 그리고 관세·공급망 변수에 따른 원가 불확실성이 있다. 따라서 동사는 기존 케이스·보호필름 중심의 핵심 시장 내 지위를 유지하면서도, 채널 다변화와 고부가 제품 비중 확대를 통해 수익성 방어에 나설 필요가 있는 것으로 판단된다.

[그림 2] 글로벌 모바일폰 보호커버 시장 (단위 : 억 달러) [그림 3] 글로벌 스마트폰 보호필름 시장 (단위 : 억 달러)



자료: Grand View Research, 서울평가정보(주) 재구성

### III. 기술분석

#### 제품 설계 경쟁력과 지식재산권을 기반으로 차별화된 모바일 액세서리 사업 역량 확보

동사는 스마트폰 케이스의 충격 흡수와 사용 편의성을 높이는 구조 설계 역량을 핵심 경쟁력으로 확보하고 있다. 연구개발은 기초기술보다 제품 설계, 품질관리, 콘텐츠 개발 등 상용화 연계형 체계에 집중돼 있으며, 폴더블·롤러블 대응 케이스와 보호필름 부착 가이드 등 실용 기술을 축적하고 있다. 국내 등록 특허 32건과 등록 상표 386건이 확인되며, 제품 설계 경쟁력과 브랜드 자산을 기반으로 모바일 보호 액세서리 시장에서 차별화된 사업 기반을 구축하고 있는 것으로 판단된다.

#### ■ 핵심 보유기술 및 특징점

동사의 핵심 경쟁력은 모바일 보호 액세서리의 구조 설계 역량, 디자인 차별화, 그리고 온라인 판매에 최적화된 제품 개발·공급 체계에 있다. 동사는 스마트폰 케이스와 보호필름을 주력으로 사업을 영위하면서, 소재 고급화와 금형 자체 개발을 통해 저가 범용 제품과 차별화된 품질을 확보하고 있다. 또한 다수의 특허 기술을 바탕으로 제품을 개발하고, 온라인 중심의 마케팅과 유통 운영을 결합해 변화가 빠른 액세서리 시장에 대응하고 있다.

동사의 기술은 단순 소재 기술보다 제품 구조와 실사용 편의성에 초점이 맞춰져 있다는 점이 주요 특징이다. 주요 기술 요소는 에어쿠션, 스파이더웹 패턴, 스크린 보호 설계, 카메라 보호 설계 등으로 요약된다. 에어쿠션은 낙하 충격 흡수에, 스파이더웹 패턴은 충격의 분산과 흡수에, 스크린 보호 구조는 평면 접촉 방지에, 카메라 보호 설계는 촬영 시 간섭 최소화와 렌즈 보호에 초점을 두고 있다. 이는 동사의 제품 경쟁력이 외관 중심이 아니라 보호 성능과 사용 경험의 결합에 기반하고 있음을 보여준다.

또한 동사는 주문 위탁 생산(Outsourcing Production) 구조를 통해 제품 수명주기가 짧고 수요 변동성이 큰 액세서리 시장에 유연하게 대응하고 있다. 이는 자체 생산라인 운영보다 제품 기획, 디자인, 마케팅, 물류관리, 세일즈에 역량을 집중하는 구조를 통해 재고 부담을 줄이고 리드타임을 단축하는 방식이다. 따라서 동사의 특징점은 제조설비 자체보다 시장 변화에 맞춘 빠른 기획·설계·출시 역량에 있다고 볼 수 있다.

2026년 4월 기준 동사의 한국 등록 특허는 32건으로, 특허 포트폴리오는 케이스 구조, 보호부재 부착, 디바이스 거치 및 결합 메커니즘에 집중되어 있다. 메인 IPC(International Patent Classification) 기준으로 특허를 분석한 결과, 소재나 전자회로보다는 휴대용 전자기기 케이스의 구조적 설계와 기능 구현에 기술적 초점이 맞춰져 있다. 최근 여권 케이스, 필름부착장치, 컴퓨터 거치장치, 록킹모듈, 롤러블 모바일 디바이스용 확장형 케이스, 폴더블 모바일 디바이스용 보호 케이스 등에 대한 특허가 등록되어, 전통적인 스마트폰 케이스를 넘어 신규 폼팩터와 주변 사용환경까지 확장 가능한 설계 역량을 확보하고 있는 것으로 판단된다.

[그림 4] 동사의 케이스에 적용된 주요 기술



자료: 동사 사업보고서(2026.03), 서울평가정보(주) 재구성

### ■ 연구개발활동

동사의 연구개발활동은 대규모 원천기술 개발보다는 주력 제품군의 고도화와 신제품 상용화에 직접 연결되는 실용형 개발에 집중되어 있다. 주력 제품군의 지속적인 상품 경쟁력 확보와 신제품 대응을 위해 연구개발활동을 수행하고 있으며, 그 수행 업무는 제품개발, 제품설계 및 관리, 웹 및 콘텐츠 개발로 구분된다. 제품개발은 신규 사업 및 신제품 개발, 제품설계 및 관리는 신규 제품 설계·제작과 양산 및 품질 관리, 웹 및 콘텐츠 개발은 온·오프라인 콘텐츠 제작을 담당한다. 이는 연구개발이 단순 기술 부서에 한정되지 않고 상품기획-설계-양산-판매 콘텐츠까지 연계된 구조로 운영되고 있음을 보여준다.

2025년 사업보고서에 기재된 연구개발 실적에는 카드 수납형 보호 케이스, 이중 레이어 케이스, 수납 공간을 갖는 전자기기용 케이스, 전면 커버 개폐 결합장치, 충격 보호 홀 구조, 3중 결합 구조, 키스탠드, 보호필름 부착용 가이드장치, 롤러블 모바일 디바이스용 확장형 케이스, 폴더블 모바일 디바이스용 보호 케이스 등이 포함되어 있다. 이는 연구개발의 방향이 보호 성능 개선, 휴대성과 수납성 강화, 거치 기능 추가, 신규 폼팩터 대응, 사용 편의성 개선으로 명확히 정리되고, 제품 경쟁력 강화와 즉시 사업화 중심의 개발 성격이 강한 것으로 해석된다.

조직 측면에서도 연구개발은 디자인과 제품개발 기능을 중심으로 운영되고 있어, 2025년 말 기준 미등기임원 중 디자인 부문장과 제품개발 부문장이 별도로 운영되고 있다. 또한 동사 연혁상 2011년 부설 디자인 연구소를 설립한 바 있어, 동사의 연구개발은 전통적 공학 중심 조직보다는 디자인·구조 설계·상품화 중심 조직 역량에 기반하는 것으로 파악된다.

### ■ 지식재산권 현황

지식재산권 전략은 제품 구조와 디자인을 보호하는 권리 확보와 브랜드 자산을 다층적으로 축적하는 상표 포트폴리오 운영으로 구분된다. 동사는 R&D 활동의 지적 재산화에 집중하고 있으며, 국내외 특허청과 세관에 지식재산권을 등록해 위조상품 단속을 강화하고 있다. 또한 기술 특허, 디자인 특허, 상표권을 병행 확보함으로써 사업 보호뿐 아니라 경쟁사 견제 기능까지 수행하고 있다고 밝히고 있다.

2025년 사업보고서 기준 누적 지식재산권 등록 건수는 미국 1,070건, 유럽·영국 870건, 한국 749건, 기타 국가 1,203건으로 분산되어 있어, 동사의 IP(Intellectual Property) 전략이 국내 중심이 아니라 글로벌 판매국 중심의 권리 방어 체계로 설계되어 있음을 보여준다. 특히 주요 온라인 시장이 북미와 유럽에 집중되어 있다는 점을 감안하면, 판매지역과 권리 확보 지역이 상당 부분 연동되는 구조로 해석된다.

2026년 4월 기준 국내 등록 상표권은 386건이고, 상품분류는 09류가 238건으로 높은 비중을 차지해, 동사의 상표 전략이 스마트폰 케이스, 보호필름, 충전기, 전자기기 액세서리 등 주력 제품군 보호에 우선순위를 두고 있음을 보여준다. 동시에 35류, 28류, 14류, 18류, 16류, 12류 등도 분포해 있어, 모바일 액세서리 외에 유통·운동용품·가방류·생활소비재·차량 관련 제품까지 브랜드 사용 가능성을 확장해 놓은 구조다.

상표 포트폴리오의 특징은 대표 브랜드 보호에 머물지 않고 세부 제품 라인명까지 폭넓게 선점하고 있다는 점이다. 동사가 보유한 상표권에는 Classic LS, DotGrip, FESTIVER, Ice Shield, Cyber Armor, GEARLOCK, O-Mag 등이 확인되며, 단일 Spigen 브랜드 의존도가 아니라, 제품군별 서브브랜드를 활용할 수 있는 구조를 사전에 마련하고 있음을 뜻한다. 동사는 최근까지도 신규 네이밍에 대한 상표권을 지속 확보하고 있으며, 동사의 상표권은 현재의 브랜드 보호 수단을 넘어, 향후 신규 카테고리 진출에 대비한 권리 확보 수단으로 기능하고 있다.

■ PEST 분석

모바일 보호 액세서리 산업은 글로벌 이커머스와 해외 생산·판매 비중이 높아 통상정책과 관세 제도의 영향을 직접적으로 받는 구조다. 특히 미국은 2025년부터 중국·홍콩산 저가 수입품에 대한 소액면세제도(De Minimis) 축소와 관세 적용의 변동성이 증가하여, 북미 온라인 판매 비중이 높은 액세서리 업체에는 원가와 물류 운영의 불확실성이 확대되는 방향으로 작용하고 있다. 이에 따라 향후 시장에서는 단순 제품 경쟁력뿐 아니라 공급망 재편, 생산 거점 다변화, 국가별 통관 대응력이 중요한 경영 변수로 부각될 것으로 보인다.

경제 측면에서 스마트폰 보호 액세서리 시장은 스마트폰 본체 시장의 급격한 성장보다는 완만한 회복 흐름 위에서 안정적인 수요를 형성하는 구조다. IDC는 2025년 전 세계 스마트폰 출하량이 약 12.5억 대로 전년 대비 1.5% 증가할 것으로 전망하고 있으며, 보호 케이스 시장 역시 2025년 275.7억 달러에서 2033년 533.3억 달러로 확대될 것으로 예상된다. 이는 시장이 경기 민감 업종이면서도 스마트폰 교체 수요와 연동된 반복 구매 성격을 동시에 가진다는 의미이며, 프리미엄 제품 비중 확대와 객단가 상승은 수익성 개선 기회가 될 수 있는 반면 경기 둔화와 소비심리 위축은 저가 경쟁 심화를 유발할 가능성이 있다.

소비자 측면에서는 스마트폰이 필수 개인기기로 자리 잡으면서 액세서리 수요도 단순 부속품이 아니라 보호·디자인·사용성을 동시에 고려하는 방향으로 변화하고 있다. 고가 스마트폰 보급이 확대될수록 기기 손상 방지에 대한 인식이 강화되고, 케이스와 보호필름도 패션성과 편의성을 갖춘 제품에 대한 선호가 높아지는 흐름이다. 여기에 글로벌 전자상거래 매출이 2016년 17조 달러에서 2022년 27조 달러로 증가한 점은 소비재 구매가 온라인 중심으로 빠르게 이동하고 있음을 보여주며, 향후에는 브랜드 신뢰도, 리뷰 평판, 검색 노출력과 같은 디지털 소비자 접점이 시장 성과를 좌우하는 핵심 요소가 될 것으로 예상된다.

기술 측면에서 스마트폰의 폼팩터와 사용 환경 변화가 액세서리 시장의 고도화를 이끌고 있다. IDC는 2025년 폴더블 스마트폰 출하량이 전년 대비 10% 증가한 2,060만 대에 이를 것으로 전망하고 있으며, 이는 케이스와 보호필름이 단순 범용 소모품에서 기기 구조에 최적화된 설계형 제품으로 진화하고 있음을 시사한다. 또한 5세대 이동통신(5G) 보급 확대와 사물인터넷(IoT) 기기 증가로 스마트폰을 중심으로 한 연결 생태계가 확대되면서, 액세서리 역시 웨어러블·차량·스마트홈과 연계된 방향으로 확장될 가능성이 높다. 따라서 가격 중심 경쟁에서 설계 대응력, 신제품 출시 속도, 사용자 경험 개선 역량 중심 경쟁으로 이동하는 흐름을 보인다.

[그림 5] PEST 분석

➤ Political (정치)

- 미국 통상규제 강화
- 관세·통관 불확실성 확대
- 공급망 다변화 필요성 증대

➤ Economic (경제)

- 스마트폰 시장 완만한 회복
- 보호액세서리 시장 성장 지속
- 경기 둔화시 저가 경쟁 심화

➤ Social (사회)

- 고가 스마트폰 보호 수요 확대
- 디자인·사용성 중심 소비 확산
- 온라인 구매 영향력 강화

➤ Technological (기술)

- 폴더블 등 신규 폼팩터 확대
- 설계형 액세서리 수요 증가
- 연동기기 확산에 따른 제품 다변화



자료: 서울평가정보(주)

## IV. 재무분석

### 글로벌 매출 기반 안정적 외형과 재무건전성 견비

동사의 3년간 매출액은 2023년 4,474.0억 원, 2024년 4,652.9억 원, 2025년 4,637.0억 원으로 안정적인 외형을 보여주었다. 보호필름 비중이 높아지며 매출 구조가 균형적으로 변화하였다. 수익성은 2024년에 원가와 판관비 부담으로 둔화되었으나, 2025년에는 판매관리비 효율화를 통한 비용 개선으로 회복세가 나타났다. 재무구조는 3년간 낮은 부채비율을 유지하였으며, 배당으로 주주환원정책을 실시했음에도 충분한 자본완충력을 보였다.

### ■ 글로벌 판매 기반 안정적 외형

동사의 3개년 매출액은 2023년 4,474.0억 원, 2024년 4,652.9억 원, 2025년 4,637.0억 원으로 나타났다. 2024년에는 전년 대비 4.0% 증가하며 역대 최대 매출을 기록했고, 2025년에는 소폭 감소하였으나, 비슷한 수준을 유지하였다.

주요 제품별로 보면 [케이스]는 2023년 2,681.0억 원, 2024년 2,578.7억 원, 2025년 2,493.6억 원으로 3년간 전체 매출에서 가장 큰 비중을 차지하였다. [보호필름]의 경우 2023년 1,038.4억 원, 2024년 1,181.9억 원, 2025년 1,308.1억 원으로 증가세를 보이며 2025년의 경우 전년 대비 10.7% 증가하여 안정적인 매출 기반을 확보하였다. [기타제품]은 2023년 754.6억 원, 2024년 892.3억 원, 2025년 835.3억 원으로 나타났다.

동사는 북미 아마존을 시작으로 유럽·인도·일본 등으로 수출 지역을 확장하여 지역별 매출액에서는 수출 비중이 절대적이었다. 2024년에는 국내 315.3억 원, 해외 4,337.6억 원으로 높은 수출 비중을 보였으며, 2025년은 국내 367.3억 원, 해외 4,269.7억 원으로 유사한 구조가 지속되었다.

동사는 해외 매출 기반으로 안정적인 외형을 나타냈다. 보호필름 부문의 안정적인 증가세와 더불어 제품 경쟁력 강화 전략을 바탕으로, 대외 불확실성이 지속되는 상황에서도 안정적으로 매출액을 시현할 수 있을 것으로 기대된다.

### ■ 외형 유지 속 판관비 효율화로 수익성 향상

동사의 최근 3년간 영업이익은 2023년 353.2억 원, 2024년 217.5억 원, 2025년 332.1억 원으로 나타났다. 영업이익률은 각각 7.9%, 4.7%, 7.2% 수준이었으며, 판관비율은 3년간 59.3%, 59.3%, 55.6%로 50% 이상의 수준을 보였다. 2024년에 경쟁 심화, 미국 인플레이션, 신규 인력 채용에 따른 인건비 증가 등의 영향으로 판관비가 2023년 2,655.0억 원에서 2,758.6억 원으로 늘었으며, 이에 따라 영업이익이 전년 대비 38.4% 감소했다. 다만, 2025년에는 판관비 효율화를 통해 운반비(249.0억 원→223.1억 원), 지급수수료(1,418.0억 원→1,320.4억 원), 소모품비(11.1억 원→9.2억 원) 등의 비용을 절감하여 영업이익은 전년 대비 52.7% 개선되었다.

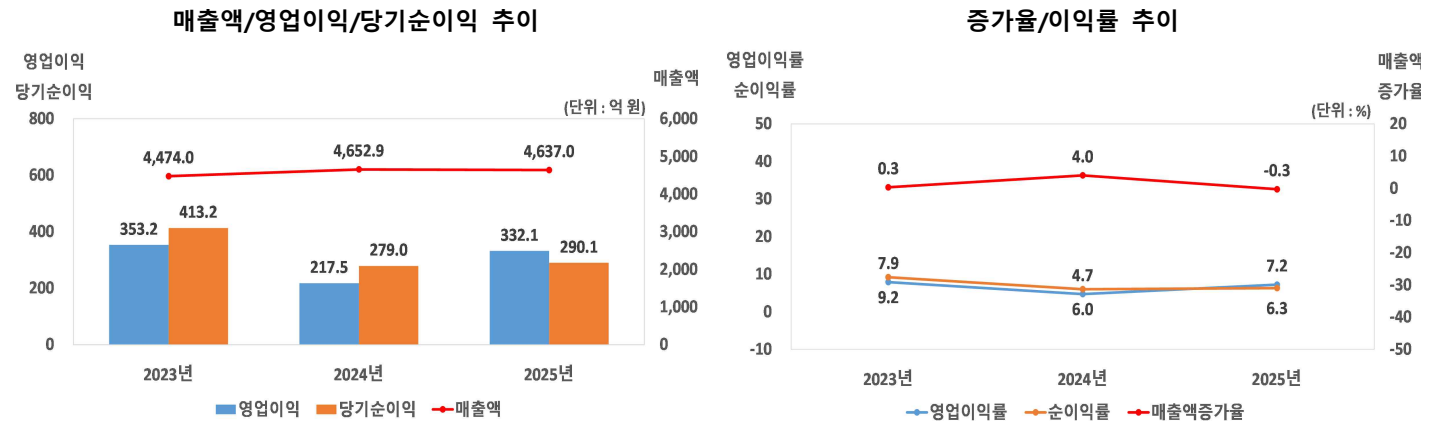
당기순이익은 2023년 413.2억 원, 2024년 279.0억 원, 2025년 290.1억 원으로 나타난다. 2025년에는 기타대손상각비(20.4억 원), 금융비용(105.1억 원) 부담이 존재하였으나, 영업이익 개선 효과가 반영되며 순이익이 소폭 회복된 모습을 나타냈다.

## 슈피겐코리아(192440)

동사의 수익성은 2024년 일시적으로 하락한 뒤, 2025년에 비용 구조가 크게 개선되며 회복하였다. 스마트폰 시장의 프리미엄화, 판매가격 상승, 전략 시장별 포트폴리오 세분화, 원가 경쟁력 개선 계획이 진행되고 있어 향후 수익성은 한층 안정화될 가능성이 높은 것으로 판단된다.

[그림 6] 동사 연간 요약 포괄손익계산서 분석

(단위 : 억 원, % K-IFRS 연결 기준)



자료: 동사 사업보고서(2026.03), 서울평가정보(주) 재구성

### ■ 낮은 부채비율과 안정적인 영업현금흐름으로 재무건전성 유지

동사의 자산총계는 3년간 2023년 5,155.2억 원, 2024년 5,690.0억 원, 2025년 5,740.7억 원으로 증가했다. 같은 기간 현금및현금성자산은 630.7억 원, 353.0억 원, 456.5억 원으로 변동하였다. 유동비율 역시 3년간 606.2%, 618.2%, 862.4%를 기록하였으며, 안정적인 영업현금흐름 창출을 통해 충분한 유동성을 보유하고 있는 것으로 판단된다.

3년간 부채총계는 2023년 459.3억 원, 2024년 509.3억 원, 2025년 437.5억 원으로 낮은 수준을 유지하였다. 부채비율도 2023년 9.8%, 2024년 9.8%, 2025년 8.3%로 낮은 수준을 유지하였다. 동사는 수출비중이 높아 환율 변동에 따른 위험이 존재하는데, 현지통화 거래와 입출금 통화 일치 원칙으로 관리하고 있어 전반적인 재무 리스크는 크지 않은 수준으로 판단된다.

자본총계는 2023년 4,696.0억 원, 2024년 5,180.8억 원, 2025년 5,303.2억 원으로 증가하였다. 동사는 2025년 배당금 지급과 자기주식 취득을 통해 각각 27.9억 원, 70.1억 원의 자본이 일시적으로 감소하였다. 다만, 영업현금창출력은 유지되었고, 순이익 누적으로 이익잉여금을 확보하였다. 또한 자본잉여금으로 이익잉여금으로 전입해 향후 배당 활용 기반을 마련하며 자본구조를 정비하였다.

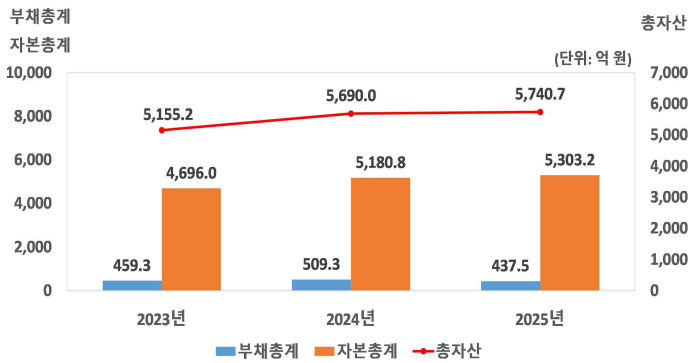
전반적으로 동사는 낮은 부채비율과 안정적인 영업현금흐름 창출을 바탕으로 재무안정성을 유지하고 있다. 현재의 자본완충력과 본업을 통한 현금창출력을 감안하면 재무건전성 전망은 양호할 것으로 판단된다.

# 슈피겐코리아(192440)

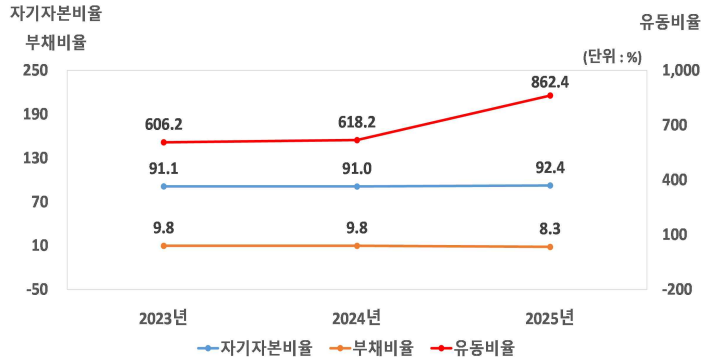
[그림 7] 동사 연간 요약 재무상태표 분석

(단위 : 억 원, % K-IFRS 연결 기준)

### 자산/부채/자본 비교



### 자본 구조의 안정성



자료: 동사 사업보고서(2026.03), 서울평가정보(주) 재구성

[표 4] 동사 연간 요약 재무제표

(단위 : 억 원, % K-IFRS 연결 기준)

항목	2023년	2024년	2025년
매출액	4,474.0	4,652.9	4,637.0
매출액증가율(%)	0.3	4.0	-0.3
영업이익	353.2	217.5	332.1
영업이익률(%)	7.9	4.7	7.2
순이익	413.2	279.0	290.1
순이익률(%)	9.2	6.0	6.3
부채총계	459.3	509.3	437.5
자본총계	4,696.0	5,180.8	5,303.2
총자산	5,155.2	5,690.0	5,740.7
유동비율(%)	606.2	618.2	862.4
부채비율(%)	9.8	9.8	8.3
자기자본비율(%)	91.1	91.0	92.4
영업현금흐름	334.4	294.1	431.4
투자현금흐름	-307.1	-560.0	-203.2
재무현금흐름	-65.9	-55.6	-109.8
기말현금	630.7	353.0	456.5

자료: 동사 사업보고서(2026.03), 서울평가정보(주) 재구성

■ 동사 실적 전망

케이스 부문은 2023년 2,681.0억 원, 2024년 2,578.7억 원, 2025년 2,493.6억 원으로 감소한 뒤, 2026년에는 2,580.0억 원 수준으로 반등할 것으로 예상된다. 이는 동사가 보유한 프리미엄 보호 케이스 중심의 브랜드 경쟁력, 소재 고급화, 금형 자체 개발, 폴더블 스마트폰용 케이스 등 신제품 대응 역량을 기반으로 과거 2년간의 감소세가 상승 추세로 전환될 가능성을 고려한 전망이다. 다만 최근 실적 흐름상 케이스 부문은 이미 성숙 단계에 가까운 주력 사업이므로, 2026년 회복도 급격한 성장보다는 기존 주력 카테고리의 안정화와 정상화 수준으로 보는 것이 적절하다.

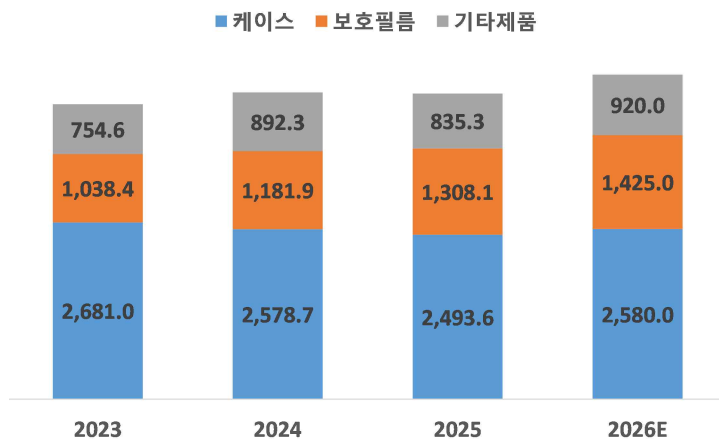
보호필름 부문은 2023년 1,038.4억 원, 2024년 1,181.9억 원, 2025년 1,308.1억 원에 이어 2026년 1,425.0억 원까지 확대될 것으로 예상된다. 동사는 EZ-Fit, NeoFlex, GLAS.tR 등 보호필름 제품군을 보유하고 있으며, 스마트폰용뿐 아니라 차량용 디스플레이 보호필름 등으로 적용 범위를 넓히고 있다. 따라서 2026년에도 보호필름 부문은 스마트 디바이스 보호 수요와 적용처 다변화에 힘입어 성장세를 이어갈 가능성이 있다. 다만 실제 성장폭은 신제품 흥행, 시장 경쟁, 소비자 교체 수요에 따라 달라질 수 있다.

기타 부문은 2023년 754.6억 원, 2024년 892.3억 원, 2025년 835.3억 원을 기록한 뒤 2026년에는 920.0억 원 수준으로 회복될 것으로 예상된다. 기타 부문에는 충전기, 모바일 주변기기, 음향기기, 차량용품 등이 포함되며, 차세대 충전기, 웨어러블 액세서리, 차량용 액세서리 등으로 제품 포트폴리오를 넓히고 있다. 특히 동사는 차량용 액세서리와 운동용품을 사업목적에 추가하고, 차량용 액세서리 부문에서는 테슬라 전용 프리미엄 정리·보호용품을 개발·판매 중이라고 밝히고 있어, 기타 부문은 2026년에 신규 카테고리 확장 효과가 반영될 가능성이 있다. 신규 사업은 아직 본격 실적 기여가 검증된 단계라고 보기 어려워, 성장 기대와 함께 변동성도 함께 내재하고 있다고 판단된다.

종합적으로 2026년에는 기존 주력 사업의 안정화와 신제품군 확장에 힘입어 외형 성장 가능성이 있다. 다만 이는 기존 사업 기반과 제품 확장 전략을 반영한 추정치이므로 실제 실적은 아마존 등 주요 온라인 채널 판매 흐름, 북미·유럽 중심의 해외 수요, 스마트폰 신제품 출시 효과, 환율 및 원가 환경 등에 따라 예상치를 상회하거나 하회할 가능성이 있다.

[그림 8] 동사 연간 실적 전망

(단위 : 억 원, % K-IFRS 연결 기준)



품목	2023	2024	2025	2026E
케이스	2,681.0	2,578.7	2,493.6	2,580.0
보호필름	1,038.4	1,181.9	1,308.1	1,425.0
기타	754.6	892.3	835.3	920.0
합계	4,474.0	4,652.9	4,637.0	4,925.0

자료: 동사 사업보고서(2026.03), 서울평가정보(주) 재구성

## V. 주요 변동사항 및 향후 전망

### 보호필름 성장과 주주환원 강화가 두드러지는 가운데 기존 주력사업의 안정적 확장 전망

동사는 최근 해외 법인이 일부 조정됐고, 자기주식 취득으로 자사주 비중이 크게 늘어나면서 자사주를 주주환원과 임직원 보상 재원으로 활용하는 기조가 강화됐다. 한편, 보통주 1주당 500원의 현금배당안이 주주총회에서 가결되었다. 향후 스마트폰 보호 액세서리 사업의 안정성을 유지하는 가운데, 보호필름 및 인접 카테고리 확대와 함께 배당·자사주를 병행하는 주주환원 정책이 이어질 가능성이 있다.

#### ■ 최근 변동사항

2025년 사업보고서에서는 신규 연결 대상인 MEXSPIGEN이 편입되고 ODK Shop Inc는 지분 매각으로 연결 범위에서 제외됐으며, 기존 SOUTHERN PINES ECOM 법인명은 MEXSPIGEN으로 변경됐다. 한편 2025년 자기주식 266,660주를 장내에서 직접 취득했고, 2026년 1~2월에는 이 가운데 17,850주를 임직원 성과급 지급 목적으로 처분하여, 자기주식은 2024년 말 18만 6,531주(3.0%)에서 2026년 2월 기준 43만 5,341주(7.0%)로 확대돼 주주환원 및 보상 재원으로 활용 가능한 내부 유보 주식이 크게 늘어났다. 또한 2026년 정기주총 안건에는 자기주식 보유·처분 관련 조문 신설과 감사위원회 구성 변경 등이 포함돼 있어 최근 회사 운영의 핵심 축이 자사주 활용과 주주환원 체계 정비로 이동하고 있는 것으로 해석된다.

2026년 3월 13일 이사회는 제17기 결산 현금배당으로 보통주 1주당 500원을 결의했고, 시가배당률은 2.19%, 총 배당금은 2,881,586,000원, 배당기준일은 2025년 12월 31일로 제시됐다. 본 배당은 2025년 3월 27일 정기주주총회 결의에 따라 자본준비금을 이익잉여금으로 전입한 금액을 재원으로 시행하는 감액배당으로, 2026년 3월 30일 주주총회에서 원안대로 가결되었다.

#### ■ 향후 전망

향후 동사는 주력 모바일 보호 액세서리 사업의 안정적 유지 위에, 보호필름·주변기기·신규 카테고리 확장 및 주주환원 강화가 병행되는 구조로 전망된다. 사업 측면에서는 2025년 기준 케이스와 보호필름이 여전히 대부분의 매출을 차지하고 있어 단기간 내 사업 중심축이 바뀔 가능성은 낮지만, 최근 매출 믹스 변화상 보호필름 비중이 높아지고 있고 태블릿, 웨어러블, 차량용 액세서리, 프리미엄 충전기 등으로 제품 카테고리를 계속 넓히고 있어 중기적으로는 비케이스 부문의 기여도가 점진적으로 커질 가능성이 있다. 특히 차량용 액세서리와 운동용품은 이미 사업목적에 반영돼 있으며, 동사는 테슬라 전용 차량용 제품과 골프용품 등 신규 카테고리를 기존 온라인 유통망과 브랜드 인지도 위에서 확장을 추진 중이다.

재무 측면에서는 2025년 현금및현금성자산이 456.5억 원으로 전년 대비 103.5억 원 증가했음에도 배당금 지급과 70억 원 규모 자기주식 취득이 병행됐다는 점에서, 동사는 여전히 일정 수준의 현금 여력을 유지한 채 주주환원 정책을 확대할 수 있는 상태로 보인다. 다만 2025년 신용등급이 A에서 A-로 한 차례 낮아진 이력이 있어, 중장기적으로 온라인 판매 경쟁 심화, 스마트폰 출하 사이클, 광고·물류비 부담, 자사주 매입과 배당을 병행하는 자본정책의 지속 가능성이 주요 점검 포인트가 될 전망이다. 결국 동사는 사업 포트폴리오 다변화로 성장 여지를 확보하는 동시에, 배당과 자사주 활용을 통해 주주친화 기조를 강화하는 방향으로 운영될 가능성이 있다. 다만 최근 배당 공시가 감액배당 구조로 제시된 점을 감안하면, 향후 전망은 “고배당 확대” 측면보다 주주환원 정책의 제도화와 정교화에 무게를 두는 것이 적절해 보인다.

## 슈피겐코리아(192440)

### 증권사 투자의견

작성기관	투자의견	목표주가	작성일
N/A	-	-	-

### 시장정보(주가 및 거래량)



자료: 네이버 증권(2026.04.27)

### 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
슈피겐코리아	X	X	X