

기술분석보고서 필수소비재

# 케이엠제약(225430)



작성기관 한국기술신용평가(주)

작성자 황정환 선임연구원

[▶ 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.02-525-7759)로 연락하여 주시기 바랍니다.

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

# 케이엠제약(225430)

유아용 오랄케어 제품 전문 기업

## 기업정보(2025.05.22)

대표자	강일모/백승원
설립일자	2001년 3월 26일
상장일자	2018년 9월 28일
기업규모	중소기업
업종분류	필수소비재
주요제품	오랄케어, 뷰티케어 제품 등

## 시세정보(2025.05.22)

현재가(원)	600
액면가(원)	100
시가총액(억 원)	167
발행주식수(주)	27,887,050
52주 최고가(원)	952
52주 최저가(원)	510
외국인지분율(%)	1.02
주요주주(%)	
강일모	37.3
백승원	1.5

### ■ 캐릭터 마케팅과 제형 기술 기반 오랄, 뷰티케어 제품 생산

케이엠제약(이하 '동사')은 자체 개발한 제형, 조성물 기술을 기반으로 유아용 및 성인용 오랄케어, 뷰티케어, 기타 생활용품을 개발 및 제조하는 기업이다. 동사는 ISO 인증, FDA(Food and Drug Administration) 공장 등록(의약품 제조시설)을 진행하는 등 기술력을 인정받고 있으며 캐릭터 기반 유아용 제품을 기획 및 생산하고 있다. 또한, 동사는 다양한 업체와 계약 및 파트너십으로 국내/외 네트워크를 구축하여 글로벌 시장에서의 경쟁력을 확보하기 위해 노력하고 있다.

### ■ 소비량의 큰 변화는 없으나 지속적인 시장 성장 전망

치약은 필수소비재로 수요 변동이 적으나 구취, 충치, 미백 등 다양한 소비니즈를 충족하기 위해 기능성 치약을 비롯하여 프리미엄 치약 시장 등으로 세분화되고 있다. 기업들은 단순한 제품 홍보를 넘어 소비자에게 솔루션 제공이 가능한 제품을 개발하고 있으며 동사 또한, 제품 차별성을 유지하기 위해 연구개발하고 있어 기업의 매출에는 긍정적인 요소가 될 것으로 전망되고, 시장규모 또한 지속적으로 성장할 것으로 전망된다.

### ■ 중장기적 실적 개선을 위한 사업 다각화 전략 수립

동사는 보유한 기술 경쟁력을 기반으로 시장 트렌드에 맞춰 제품을 개발, 생산하고 있으며, 다양한 유통채널을 확보하는 등 적극적 마케팅 전략을 구축하여 수익 구조를 개선하기 위해 노력하고 있다. 또한, 화장품, 기타 생활용품 분야의 신제품 기획, 출시로 사업을 활성화하고 2025년 펫케어 용품 시장을 타겟으로 하는 펫제품 론칭을 계획하고 있는 등 다양한 매출 신장 전략을 수립하고 있다.

## 요약 투자지표 (K-IFRS 개별 기준)

	매출액 (억 원)	증감 (%)	영업이익 (억 원)	이익률 (%)	순이익 (억 원)	이익률 (%)	ROE (%)	ROA (%)	부채비율 (%)	EPS (원)	BPS (원)	PER (배)	PBR (배)
2022	156	-31.2	-12	-8.0	-39	-25.1	-10.3	-7.6	41.2	-141	1,303	N/A	1.2
2023	178	13.7	-11	-6.1	-13	-7.4	-3.7	-2.6	42.5	-47	1,272	N/A	0.8
2024	145	-18.5	-26	-17.8	-46	-31.6	-13.4	-9.2	50.2	-164	1,170	N/A	0.6

기업경쟁력

<b>애니메이션 캐릭터 기반 안정적 매출 확보</b>	- 10년 이상 뽀로로와 친구들, 꼬마버스 타요 등 캐릭터 사용권 계약체결 - 캐릭터 기반 칫솔, 치약 등 제품개발, 상용화하여 안정적 매출 확보
<b>R&amp;D 노하우 기반 Total OEM/ODM 솔루션 제공</b>	- 치약 제형 개발 등 24년간 의약외품 개발, 제조 경험 보유 - FDA 공장등록, ISO 9001, ISO 14001, ISO 45001, ISO 22716 등 인증 보유 - 오랄케어, 스킨케어, 의료기기, 향료 등 OEM/ODM 솔루션 제공 가능

핵심 기술 및 적용제품

<b>오랄케어 제품</b>	- 유아용 치약, 칫솔, 가글 - 피규어 형태 칫솔, 용기 등으로 유아용 제품 개발		
	- 성인용 치약, 칫솔, 가글 - 미백, 시린이, 잇몸 등 기능성 강조한 천연 유래 성분이 함유된 제품개발		
<b>뷰티케어 제품</b>	- 유아용 샴푸, 바디워시, 화장품류 - 헤어 및 바디 제품으로 물총 인형 등 목욕을 하면서 놀 수 있도록 제품개발		
	- 성인용 샴푸, 바디워시, 화장품류 - 프리미엄 화장품, 친환경 제형 등 다양한 조성물 개발 기술력 보유		

시장경쟁력

<b>필수 소비재이며, 브랜드 파워 중요</b>	- 일상생활에서 사용하는 필수 소비재로 수요 변동이 적음 - 혁신적인 제품 개발보다는 브랜드 파워 강화를 위한 마케팅 활동, 제품개발 필요
<b>소비자 요구에 맞춰 수요 증가</b>	- 소비자 요구에 맞춰 기능성, 프리미엄 제품 등 다양한 제품이 출시로 시장 세분화 - 건강에 대한 전반적인 관심 증가에 따라, 구강 관리 제품의 전체적인 수요 증가

ESG(Environmental, Social and Governance) 활동 현황

<b>E</b> 환경경영	<ul style="list-style-type: none"> <li>◎ 환경경영시스템 ISO14001를 취득</li> <li>◎ GMO를 사용하지 않고 미생물발효 등 물리적인 정제공정으로 개발된 원료인 2~3부탄다이올을 이용하여 샴푸 및 치약조성물을 개발</li> <li>◎ 환경관리, 검임담당자를 보유하고 있으며 대기, 폐기물, 용수 처리를 대행업체를 통해 정기적으로 관리</li> </ul>
<b>S</b> 사회책임경영	<ul style="list-style-type: none"> <li>◎ 안전관리 검임 담당자를 보유하고 있으며 매년 1회 담당자를 대상으로 한국안전기술협회가 주관하는 안전보건관리 책임자교육을 실시</li> <li>◎ 고충처리 담당부서 등의 직원 편의시설을 운영, 인권교육, 성희롱교육, 직장내 괴롭힘 방지 교육을 연 1회 이상 실시</li> </ul>
<b>G</b> 기업지배구조	<ul style="list-style-type: none"> <li>◎ 주주의결관 행사 편의성을 위해 전자투표제를 실시, 기업윤리강령 수립공개</li> <li>◎ 투자자 보호를 위해 사업보고서 외 필요한 사항(공시내용 진행 및 변경사항, 우발부채 등에 관한 사항, 제재 등과 관련된 사항 등) 등을 대외적으로 공개하고 있으며, 최근 결산 기준 거버넌스 관련 위배사항에 해당되는 항목 없음</li> </ul>

## I. 기업 현황

### 오랄케어 및 뷰티케어 제품을 주력으로 공급하는 생활용품 전문기업

동사는 오랄케어 및 뷰티케어 사업을 주력으로 하는 생활용품 전문기업으로 “뽀로로” 등 유아용 오랄케어 제품과 각종 캐릭터로 디자인한 치약 및 칫솔을 주력 제품으로 보유하고 있다. 동사는 성인용 오랄케어 제품을 개발하여 “지트”, “에고라운드” 등의 브랜드로 출시하였으며 각종 뷰티케어 제품과 생활용품으로 제품 포트폴리오를 확장하고 있다.

### ■ 회사의 개요

동사는 2001년 3월 설립되어, 2016년 2월 코넥스 시장에 상장을 거쳐, 2018년 9월 코스닥 시장에 상장된 기업으로, 오랄케어 제품군, 뷰티케어 제품군, 기타 생활용품의 제조, 판매를 주요 사업으로 영위하고 있다. 동사의 주력제품은 유아용/성인용 치약, 칫솔제품과 유아용/성인용 샴푸 및 바디워시, 주름개선 기능성 화장품 등이다. 동사가 판매하는 제품 브랜드 중 “뽀로로와 친구들”, “꼬마버스타요” 캐릭터가 적용된 유아용 오랄케어 용품은 전체 매출에서 가장 높은 비중을 차지하는 대표 제품이다. 해당 브랜드는 애니메이션 기획전문업체인 (주)아이코닉스와 캐릭터 사용권 계약체결을 통해 제품을 생산하고 있다. 동사는 자사브랜드인 오랄케어 종합 솔루션 및 클리닉 브랜드 “지트”와 “에고라운드” 이외에도 유통업체의 PB제품 및 국내외 다양한 업체의 치약, 칫솔, 화장품(스킨케어), 핸드워시, 샴푸 등의 제품에 대해 OEM(Original Equipment Manufacturer)/ODM(Original Design Manufacturer) 매출을 시현시키고 있다. 동사는 경기도 평택시에 본사와 제1,2공장을 보유하고 있다.

표 1. 동사 주요 연혁

연도	연혁 내용
2001	케이엠제약(주) 설립
2002	아톰, 디지몬, 햄토리 캐릭터 계약
2007	국방부 군납 업체 선정
2010	연구개발 전담부서 설립
2012	평택 포승공단으로 본사 및 공장 이전
2013	해외수출 계약(중국, 싱가포르, 말레이시아, 베트남 등)
2014	홍콩, 태국, 인도네시아 등에 진출
2015	공장증축 및 화장품, 가글생산라인 추가
2016	코넥스 상장
2018	코스닥 상장
2019	제조생산공정 미국 FDA 적합판정, 평택제2공장 취득
2020	손소독제 미국수출, 두피열 감소 기능성 탈모증상완화샴푸 개발 및 출시
2021	기술혁신형 중소기업 인증
2022	레추얼 베르디올 주름미백기능성 화장품 및 헤어, 바디케어 출시
2023	제로시피 나노그래핀 샴푸 출시, 대한민국 산업대상 품질혁신부문 수상
2024	천연보습제를 용제로 이용한 자극이 없는 차약향료 조성물 특허 출원

자료: 동사 홈페이지(2025.05.)

## 케이엠제약(225430)

동사의 최대주주는 현 공동대표이사인 강일모 대표이사이며 최대주주와 특수관계인의 지분율의 총 합은 38.8%이다.

표 2. 동사 지분구조 현황

주주명	관계	주식수(주)	지분율(%)
강일모	최대주주	10,399,492	37.3
백승원	특수관계인	417,715	1.5
기타		17,069,843	61.2
<b>합계</b>		<b>27,887,050</b>	<b>100.0</b>

자료: 동사 분기보고서(2025.03.)

동사는 사업상의 필요 및 사업다각화의 목적으로 (주)아이코닉스, 모린(주), 석정골프앤리조트(주)의 주식을 보유하고 있으나 연결대상 종속회사는 없다.

### ■ 대표이사

동사는 최대주주인 강일모 대표이사와 2대 주주인 백승원 대표이사의 공동대표 체제로 운영되고 있다. 강일모 대표이사는 2001년부터 동사의 대표이사를 역임하고 있으며, 백승원 대표이사는 조지워싱턴대학교 국제경영학과를 졸업한 후 SK이노베이션 전략기획 과장을 거쳐 2018년부터 동사의 공동대표를 역임하고 있다.

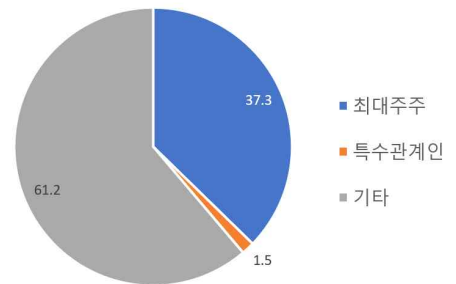
### ■ 주요 사업 분야

동사는 오랄케어 제품군, 뷰티케어 제품군, 기타 생활용품 등 3부분의 사업을 영위하고 있다. 오랄케어 제품군은 유아용 및 성인용 치약, 칫솔, 가글 등의 제품이 있으며 주력 제품은 “뽀로로와친구들”, “꼬마버스타요” 등의 유아용 캐릭터 치약과 칫솔이다. 뷰티케어 제품군은 샴푸, 바디워시, 화장품류, 기타 생활용품은 물티슈, 제습제, 손소독제, 마스크, 건강기능식품 등이다. 동사가 보유하고 있는 제품의 브랜드는 “지트”, “에고라운드”, “소소해”, “닥터안스” 등이 있다.

### ■ 주요 매출현황

동사의 부문별 매출구성은 2024년 기준 오랄케어 제품이 61.9%, 뷰티케어 제품이 30.3%, 기타 제품이 2.4%를 차지하고 있으며, 제품 매출의 세부 비중을 살펴보면, 유아용 오랄케어 제품이 가장 큰 비중을 차지하였으며 다음으로는 성인용 오랄케어 제품, 유아용 뷰티케어제품, 성인용 뷰티케어 제품 순으로 높은 비중을 차지하고 있다. 유아용과 성인용을 구분하면 동사는 유아용 제품의 매출비중이 51.9%, 성인용 제품의 매출비중은 40.1%로 유아용 제품이 동사의 주력제품이다. 최근 3년(2022~2024년)간 동사의 제품 매출 중 수출 비중은 2022년 34.5%, 2023년 33.2%, 2024년 33.8%로서, 내수와 수출의 비율이 일정한 수준을 유지하고 있다. 수출매출의 판매처는 대부분 중국이다.

그림 1. 동사 지분구조 현황

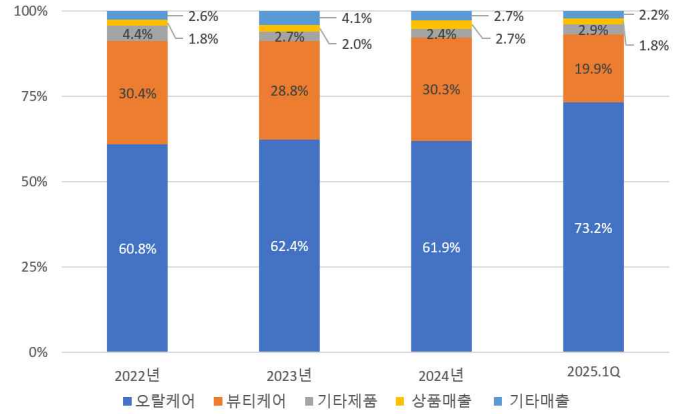


자료: 동사 분기보고서(2025.03.)

표 3. 매출유형별 실적 (단위: 억 원, K-IFRS 개별 기준)

매출유형	사업부문	2022년	2023년	2024년	2025.1Q
제품매출	오랄케어	95	111	89	30
	뷰티케어	47	51	44	8
	기타제품	7	5	4	1
상품매출		3	4	4	1
기타매출		4	7	4	1
매출합계		156	178	145	41

그림 2. 사업 부문별 매출비중 (단위: %)



자료: 동사 분기보고서(2025.03.)

자료: 동사 분기보고서(2025.03.)

## II. 시장 동향

### 필수소비재 및 소비자 니즈 다양화에 따라 지속 성장이 전망되는 치약 시장

동사의 주요 타겟 시장은 기능성 치약 시장으로, 경기의 영향이 많은 산업, 규제 산업, 세분화된 산업, B2C 산업, 브랜드와 마케팅이 중요한 산업에 해당한다. 최근에는 소비자 니즈 다양화로 인해 수요층이 다양해져 지속적인 시장 성장이 전망된다.

### ■ 치약 시장의 정의 및 특징

치약은 치아를 깨끗이 하고 구강 청결을 유지하기 위해서 사용하는 화학물질이며, 연마제로 탄산칼슘, 인산칼슘 등이 사용되고 충치를 예방하는 불소와 살균 성분으로 클로르헥시딘 등이 포함된다. 여기서 구강 청결 및 질환 예방 목적을 강화하거나 특이 기능성을 추가로 부여하는 데 필요 목적에 따라 다양한 특수 성분을 첨가할 경우 기능성 치약으로 구분된다.

기능성 치약은 일반 치약 대비 가격이 높게 형성되어 있어, 경기 상황에 따라 소비자의 선택이 가변적이며, 일반 치약보다 엄격한 규제와 인증이 필요하고, 필요에 따라 임상시험을 거쳐야 할 수 있다. 특히, 기업의 대상이 아닌 직접적인 소비자에게 수요가 발생하여 전반적으로 브랜드파워, 마케팅이 중요하며, 과학적 근거를 바탕으로 고유 기능성을 강조하는 마케팅 전략을 통해 소비자의 관심을 꾸준히 끌 수 있는 전략이 필요하다.

일상생활에서 사용하는 필수 소비재로 수요변동이 적으며, 다양한 구강건강 문제를 해결하기 위해 미백, 시린 이, 치석 제거, 구취 제거 등 기능성 제품 그리고 프리미엄 제품과 같이 소비자 니즈가 다양화됨에 따라 수요층이 다양해지고 있는 점도 시장 촉진요인으로 작용하고 있다.

표 4. 치약 시장 분석

구분	내용
촉진요인	- 소비자 니즈 다양화(기능성 제품, 프리미엄 제품, 가격에 민감한 가치소비 등)로 인해 수요층이 다양함 - 일상생활에서 사용하는 필수 소비재로 수요변동이 적음
저해요인	- 성숙기 진입에 따라 공급업체 간 경쟁이 치열함 - 주요 대기업이 장악하고 있는 과점 시장을 형성함
시사점	- 치약 산업은 필수소비재 산업에 속하여 수요가 꾸준하나, 공급자 간 경쟁이 치열해지면서 차별화된 시장전략이 요구됨 - 가격에 민감한 가치소비와 감성 중심의 프리미엄 소비 등 시장이 다양화됨에 따라 브랜드 파워 강화를 위한 마케팅 활동, 시장 세분화 전략에 따른 제품개발 등이 필요함

자료: 한국기술신용평가(주) 재구성

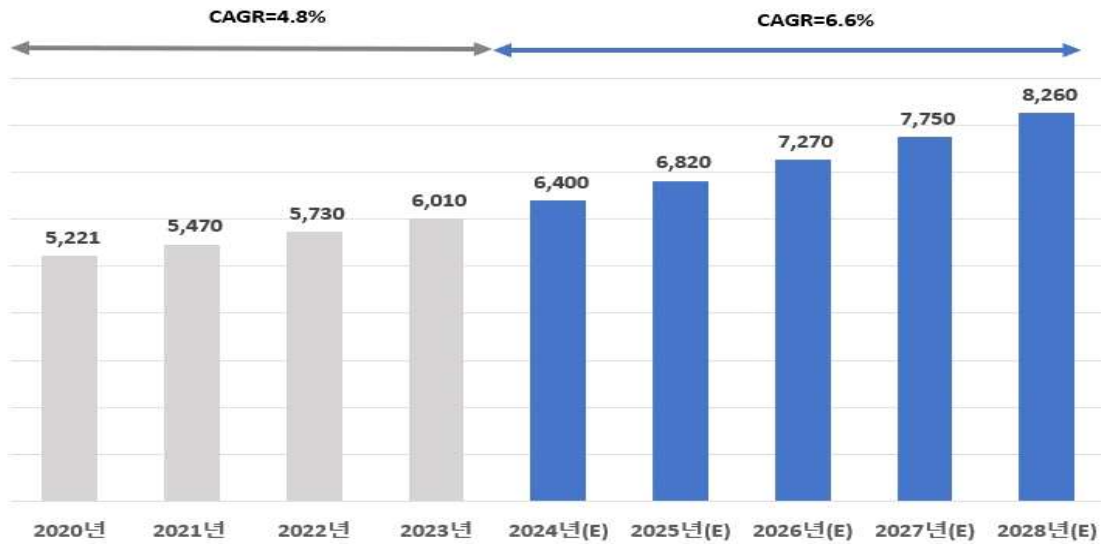
### ■ 기능성 치약 시장규모 및 경쟁 현황

식약처 및 글로벌 시장조사 업체인 Fortune Business Insights 시장보고서에 따른 기능성 치약의 국내 시장은 2023년 6,010억원에서 연평균 6.6%로 성장하여 2028년에는 8,260억원에 이를 것으로 예상된다. 기능성 치약을 비롯하여 프리미엄 치약 시장의 강세로 인하여 기업 매출에는 긍정적인 요소로 작용하고 있다.

동사를 제외한 국내 대표적인 업체는 금호덴탈제약, 애경산업, 이큐맥스제약, 생일제약, 오스텀오랄케어, 부광약품 등이 있다. 애경산업은 유아 및 어린이 전문 치약 점유율 국내 1위로 2080 키즈크리닉 제품을 개발, 제조하고 있으며, 이큐맥스제약은 충치 제거 및 헬리코박터균 제거가 가능한 기능성 치약을 개발하고 있다.

그림 3. 국내 기능성 치약 시장규모

(단위: 억 원)

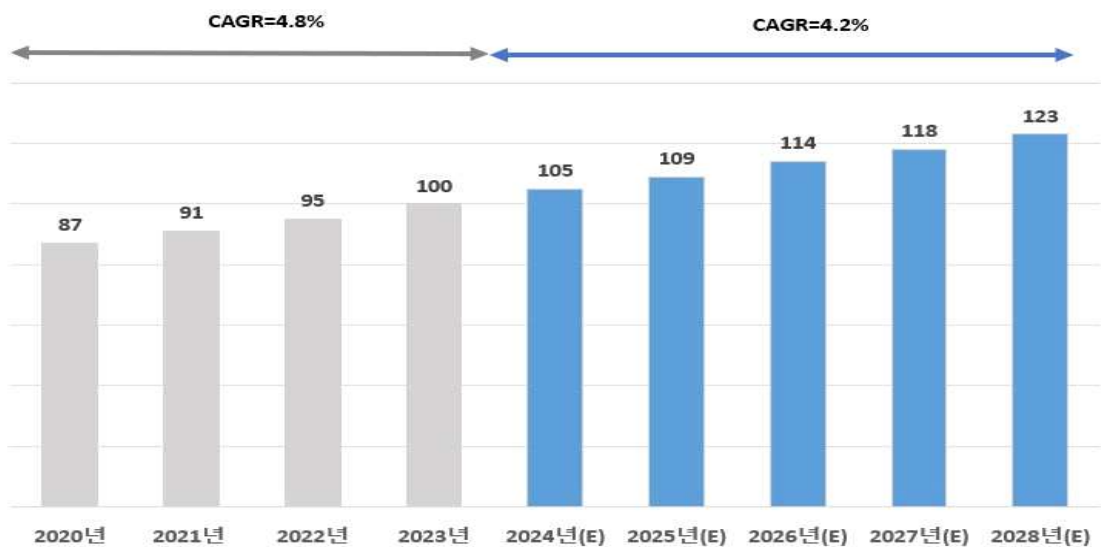


자료: 식약처(2024) 및 Fortune Business Insights(2024), 한국기술신용평가(주) 재구성

한편, 기능성 치약의 글로벌 시장은 2023년 100억 달러에서 연평균 4.2% 성장하여 2028년에는 123억 달러에 이를 것으로 예상된다. 주요 해외 업체로는 글락소스미스클라인(GSK, 영국), 콜게이트(Colgate, 미국), 피앤지(Procter&Gamble, 미국), 암웨이(Amway, 미국), 루도비코 마텔리(Ludovico Martelli, 이탈리아) 등이 있다. 글락소스미스클라인은 시린 이를 위한 기능성 치약의 대표적인 상품으로 국내뿐 아니라 글로벌 점유율이 가장 높은 제품 중 하나로 대표 제품으로 센소다인이 있다. 콜게이트는 미국 내 일반 치약 시장 점유율이 가장 높은 미백 전문 기능성 치약으로 콜게이트 맥스 화이트가 있다.

그림 4. 글로벌 기능성 치약 시장규모

(단위: 억 달러)



자료: Fortune Business Insights(2024), 한국기술신용평가(주) 재구성

### III. 기술분석

#### 제형, 조성물 개발, 제조 기술력과 마케팅 기반 경쟁력 확보

자체 개발한 제형, 조성물 기술을 기반으로 유아용/성인용 오랄케어, 뷰티케어 및 기타 생활용품을 개발하고 있으며, ISO, FDA 등 품질 관련 인증을 확보하여 고품질의 제품을 생산 가능한 인프라를 구축하고 적극적 마케팅으로 시장 경쟁력을 확보하기 위해 노력하고 있다.

#### ■ 치약향료 조성물 등 제형 관련 기술개발, 사업화 역량 보유

동사는 주로 온 가족이 사용할 수 있는 순한 성분의 치약부터 미백과 잇몸보호 기능을 갖춘 이중 기능성 치약, 천연유래성분 치약 등 차별화된 치약 개발에 주력하고 있다. 일반적으로 사용되는 치약향료의 경우 성상 안정성과 향료의 맛을 구현하기 위해 사용되는 폴리필렌글리콜, 에탄올, 글리세린지방산에스테르 등의 용제는 자극성을 띄고 있다. 이에 동사는 천연보습성분인 2, 3-부탄다이올을 용매제로 사용하고 페퍼민트오일, 스피아민트오일, 오렌지오일, 유칼립투스오일, 클로브오일, 레몬오일, 티트리오일, 조조바오일을 포함하는 천연오일 성분을 용제로 이용하여 자극이 없으면서 제형 안정성이 확보된 치약향료 조성물에 관한 기술을 개발하였다. 동사는 오랄케어를 포함한 의약외품뿐만 아니라 화장품, 의료기기, 패키징디자인에 관한 기술개발 역량을 보유하고 있다.

표 5. 동사의 연구개발 실적

구분	개발내용	특징	개발 기간
오랄 케어	천연보습제를 용제로 이용한 자극이 없는 치약향료 조성물	자극이 없는 치약향료	'24.04.~'24.05.
	나노센텔라를 이용한 치약제형	잇몸 질환 예방, 치료	'24.08.~'24.09.
뷰티 케어	나노센텔라와 소팔메토 열매추출물을 이용한 탈모증상완화 제품	탈모 완화	'24.08.~'24.09.
	콩추출물을 활용한 고기능성 화장품 연구개발	보습, 탄력, 항산화	'24.10.~'24.11.
	리사이클링 해조류 유래 알긴산을 활용한 친환경 화장품 제형 개발	보습, 탄력, 피부 장벽	'24.10.~'24.12.
	13나노그래핀을 이용한 앰플	피부장벽, 주름개선, 진정/수분	'25.01.~'25.02.
	나노센텔라를이용한 탈모증상완화 두피앰플	모근강화, 탈모진행 억제, 모발성장촉진	'25.01.~'25.03.

자료: 동사 분기보고서(2025.05.)

자사 브랜드인 제로시피 나노 그래핀 샴푸의 주요 기술인 나노 그래핀을 활용하여 최근 피부 침투 촉진 시스템과 결합하여 피부를 보호하고 장시간 효능을 지속시키기 위한 앰플을 개발한 이력이 있으며, 치약을 개발하는 등 의약외품과 화장품 기술력을 접목해 소비자가 필요로 하는 기능성 제품개발이 가능한 역량을 보유하고 있다. 축적된 노하우와 품질력을 바탕으로 트렌드를 예측, 신제품 개발하여 사업화하고 있으며, 주요 파트너사로 동아제약(주), 동국제약(주), 한국콜마(주) 등 유수의 기업과 OEM/ODM 거래하고 있어 그 기술력을 인정받고 있다.

그림 5. 동사의 기술개발 프로세스 및 주요 고객사



자료: 동사 홈페이지(2025.05.)

### ■ 안정적인 유통채널 확보 및 적극적 마케팅 전략 구축

동사는 2008년부터 대리점 형태의 판매경로를 구축하여 운영 중으로 지역별 판매 범위를 한정하여 시장이 겹치지 않도록 관리하고 있다. 대리점을 통해 마케팅이 자연스럽게 이루어져 별도의 비용이 발생하지 않았다. 하지만, 최근 대형 할인점과 같은 전통 오프라인 채널의 판매 비중이 줄어들고 오픈마켓, 소셜커머스 등 신규 유통채널의 성장세가 지속하고 있는 상황에 맞춰 직/간접판매를 위한 온라인 판매경로를 구축하였으며, 국내뿐만 아니라 해외시장의 온/오프라인 유통채널을 확보하는 등 다각화를 통해 수익구조를 개선하기 위해 노력하고 있다.

동사는 연구개발, 제조 기술 그리고 캐릭터 사용권을 보유한 등 경쟁력을 기반으로 적극적인 마케팅 전략을 보유하고 있다. 2024년 초 전략기획팀을 신설하여 SNS, 블로그 등을 활용한 마케팅 현황과 소비 트렌드를 분석하고 있으며, R&D 센터에서는 비건, 미니멀, 친환경 제품 등 소비자 니즈를 반영해 다양한 제품을 출시하여 시장 공략하고 있다.

### ■ 우수한 품질의 제품 생산에 주력

동사는 미국 FDA, 중국위생허가 등 국내외 엄격한 품질 기준을 충족하는 생산시설과 체계적인 품질관리 시스템을 갖추어 그 기술력을 인정받았다. 생산 공장은 1, 2공장으로 구분되며 1공장은 의약외품(오랄케어, 손소독제), 2공장은 화장품(기초 화장품, 헤어제품)을 주력으로 제조하고 있다. ISO 9001, ISO 14001, ISO 22716, ISO 45001등 다수의 인증과 카테고리별 고스펙의 제조, 충전, 포장 설비 등이 구축되어 있으며, 오랄케어, 스킨케어, 헤어케어, 바디케어, 펫케어 제품 제조가 가능하여 고부가가치 제품 개발, 제조, 납품 서비스를 제공하고 있다.

그림 6. 동사의 생산, 품질관리 프로세스 및 보유 인증 현황



자료: 동사 IR자료(2025.05.)

■ 전략적 제휴로 캐릭터 상품에 주력하여 브랜드 인지도 확보

동사는 ㈜아이코닉스와 캐릭터 라이선스를 계약하고 이를 기반 제품을 개발, 생산하고 있다. 주요 제품으로는 뽀로로 칫솔, 치약 등 구강 제품과 뽀로로 샴푸, 린스, 바디워시 등 뷰티제품, 뽀로로 삼부커스 비타민 C+아연 등 생활용품이 있다. ㈜아이코닉스와 5년 단위로 한국, 중국 이용권에 대해 재계약을 진행하고 있으며, 동사의 관계회사인 모린㈜를 통해 전략적 제휴를 이어가고 있다. 라이선스 이용료를 지불하고 있지만, 광고 홍보비 등이 높지 않아 수익성을 확보할 수 있다.

동사는 단순히 캐릭터를 인쇄하는 형태가 아닌 피규어 형태로 칫솔에 부착하고 용기 자체를 캐릭터 형태로 만드는 등 차별화된 제품을 개발하고 있다. 캐릭터 특성상 호불호가 분명하고 그 주기가 짧은 편에 속하나, 해당 제품은 제품 출시부터 10년이 넘는 장수 제품으로 자리 잡고 있다.

그림 7. 동사의 캐릭터 상품



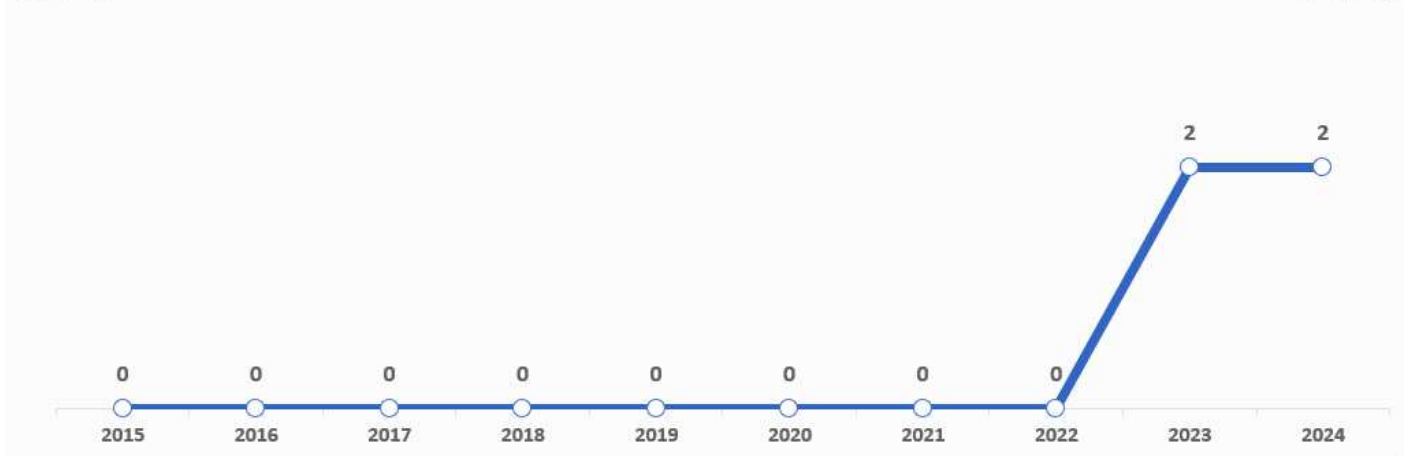
자료: 동사 IR자료(2025.05.)

특허 활동 동향

KIPRIS(2025.05.16.)에 따르면, 당사는 총 4건의 특허를 출원, 4건이 등록되었다. 최근 10년 기준으로는 4건의 특허를 출원, 4건이 등록되었다.

출원 개수

(단위: 개)



자료: KIPRIS(2025.05.16.)

최근 10년간 출원한 특허의 IPC코드를 통해 파악한 주요 기술분류는 [의약품, 치과용, 화장용 제제], [세정제] 등으로 파악된다.

■ [A61K] 의약품, 치과용, 화장용 제제

특허출원번호	발명의 명칭	출원일
1020240000038	마이크로플루다이어 공법을 이용한 잇몸밀착형 다층치약 조성물	2024-01-02
1020230182348	병풀 추출물과 프로테아제를 포함하는 구강용 향균 조성물 및 이의 제조방법	2023-12-14
1020230110077	천연 보습제를 용제로 이용한 자극이 없는 치약향료 조성물	2023-08-22

■ [C11D] 세정제

특허출원번호	발명의 명칭	출원일
1020240028924	거품 타입의 의치와 치아교정기용 세정제 조성물	2024-02-28

용어 정의

- 출원 특허: 특허를 받기 위해 심사를 요청한 상태
- 등록 특허: 심사를 통과해 법적으로 보호받는 특허
- 유효 특허: 현재 기준으로 유효하게 권리를 보호받을 수 있는 등록 특허
- IPC: 발명의 기술분야를 나타내는 국제적으로 통일된 특허분류체계



#### IV. 재무분석

##### 매출하락 및 저하된 수익성에도 불구하고 양호한 재무안정성 보유

동사의 매출은 대중국 수출이 하락한 2022년 이후 지속적으로 낮은 수준을 보이고 있고 해당기간 동안 영업손실을 지속적으로 기록하는 등 수익성 저하를 겪고 있다. 그럼에도 불구하고 동사의 재무안정성은 양호한 수준을 유지하고 있다.

##### ■ 2022년 중국수출 감소의 영향이 지속

동사의 매출액은 2024년 145억원으로 전년대비 18.5% 하락하였다. 동사의 매출은 2021년 227억원을 기록한 이후 전반적으로 하락하고 있는데 매출 하락의 중요한 이유는 수출의 감소이다. 2021년 동사의 제품 수출금액은 105억원이었으나 2022년에 51억원으로 크게 하락하였으며 2024년 수출금액은 46억원으로 수출감소가 회복되지 못하고 있다. 동사의 수출 대부분이 중국향이라는 점을 고려하면 대중국 무역량 감소의 영향을 받은 것으로 판단된다.

##### ■ 매출감소에 따라 저하된 수익성이 유지

동사의 최근 3년간 지속적으로 영업손실을 기록하고 있으며 2024년에는 26억원의 영업손실 및 46억원의 당기순손실을 기록하였다. 이에 따라 영업이익률 등 수익성 지표가 저하된 상태가 유지되고 있다. 2025년 1분기 동사의 매출액은 전기동기 대비 4억원 하락한 41억원이며 5억원의 영업손실을 기록하였다.

그림 8. 동사 손익계산서 분석

(단위: 억 원, %, K-IFRS 개별 기준)



자료: 동사 분기보고서(2025.03.)

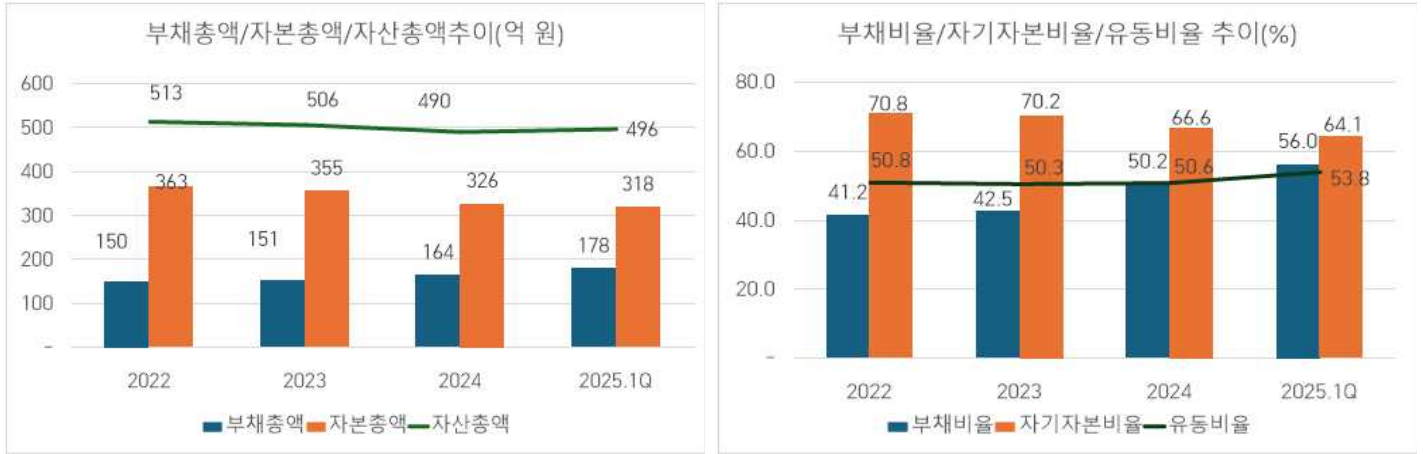
## 케이엠제약(225430)

### ■ 실적저하에도 불구하고 양호한 재무안정성을 유지

2025년 1분기말 현재, 동사의 부채비율은 56%, 자기자본비율은 64.1%로 채무비율은 안정적인 수준을 유지하고 있다. 동사의 유동비율은 53.8%로 낮은 수준을 보이고 있으나 이는 유동성대체된 사채와 장기차입금 약 71억원의 영향이며 해당 차입금의 차환이 무리없이 이루어진다면 유동성비율도 양호한 수준으로 판단된다.

그림 9. 동사 재무상태표 분석

(단위: 억 원, % K-IFRS 개별 기준)



자료: 동사 분기보고서(2025.03.)

표 6. 동사 요약 재무제표

(단위: 억 원, K-IFRS 개별 기준)

항목	2022년	2023년	2024년	2024년1분기	2025년1분기
매출액	156	178	145	45	41
매출액증가율(%)	-31.2	13.7	-18.5	-12.4	-8.9
영업이익	-12	-11	-26	-2	-5
영업이익률(%)	-8.0	-6.1	-17.8	-4.4	-13.2
순이익	-39	-13	-46	-5	-8
순이익률(%)	-25.1	-7.4	-31.6	-11.1	-19.5
부채총계	150	151	164	1575	178
자본총계	363	355	326	345	318
총자산	513	506	490	1920	496
유동비율(%)	50.8	50.3	50.6	81.1	53.8
부채비율(%)	41.2	42.5	50.2	456.5	56.0
자기자본비율(%)	70.8	70.2	66.6	18.0	64.1
영업활동현금흐름	-1	14	-20	32	-131
투자활동현금흐름	-51	-1	-4	-79	-56
재무활동현금흐름	35	-8	17	-5	182
기말의현금	4	10	2	51	109

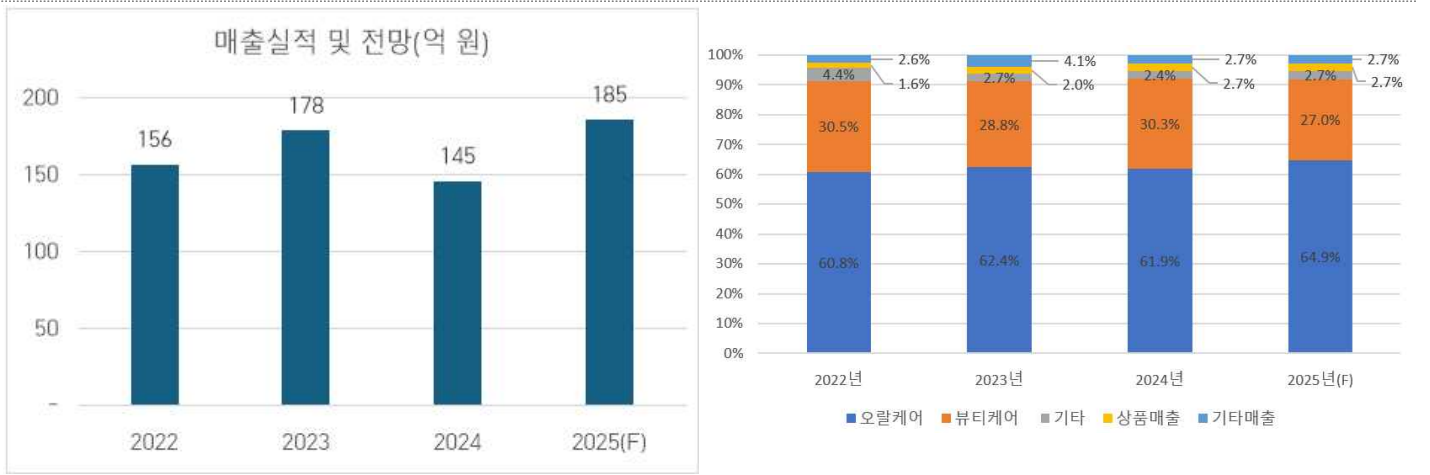
자료: 동사 분기보고서(2025.03.)

■ 동사 실적 전망

동사는 매출 확대를 위해 제품의 프리미엄화, 동남아 등 새로운 수출판로 개척의 노력을 지속하고 있다. 알긴산(Alginate)나트륨을 활용한 프리미엄 제품개발을 위해 일본의 글로벌 기업 KIMICA와 양해각서를 체결하였으며, 오리온바이오로지스와 치주질환예방 및 구강건강 개선을 위한 차세대 오랄케어 제품개발을 위한 기술협약을 체결하였다. 또한, 오일층과 불소가글층을 분리한 이층상 가글제형이 국내 대형 제약사의 채택으로 본격적인 생산에 돌입함에 따라 동사의 2025년 매출은 하반기부터 반등할 것으로 기대된다.

그림 10. 동사 매출전망 및 매출구성 전망

(단위: 억 원, %, K-IFRS 개별 기준)



자료: 동사 사업보고서(2024.12)

표 7. 동사 사업 부문별 매출 실적 및 전망

(단위: 억 원, K-IFRS 개별 기준)

항목	2022년	2023년	2024년	2025년(F)
매출액	156	178	145	185
오랄케어 제품매출	95	111	89	120
뷰티케어 제품매출	47	51	44	50
기타 제품매출	7	5	4	5
상품매출	3	4	4	5
기타매출	4	7	4	5

자료: 동사 사업보고서(2024.12)

## V. 주요 변동사항 및 향후 전망

### 기존 사업 강화 및 펫케어 용품 시장으로 확대

동사는 오탈케어 및 화장품의 안정성과 품질개선을 통해 경쟁력을 높여 안정적인 ODM/OEM 사업과 함께 자사 브랜드 파워를 강화하는 등 수익성 개선을 위해 노력할 것으로 보이며, 펫케어 전용 제품으로 개발, 생산 가능한 인프라를 구축하여 시장을 확대할 계획이다.

### ■ 증장기적 실적 개선을 위해 화장품 사업 활성화

동사는 보유한 조성물 기술개발, 제조 기술을 보유하여 2016년부터 탈모 증상 완화 샴푸, 자연 유래 단백질 샴푸, 지루성 완화에 도움을 주는 샴푸 등 다양한 기능성 헤어케어 제품을 개발하고 있다. 헤어케어 제품뿐만 아니라 주름개선 및 미백화장품, 핸드크림 등 스킨케어 제품을 개발하여 자사브랜드와 OEM/ODM 제품으로 출시, 판매하고 있다. 2023년 와디즈 펀딩으로 출시한 샴푸 브랜드 “제로시피”는 펀딩 16,221%로 샴푸 카테고리에서 1위를 차지하였다. 이 외에도 거품 타입 가글 제품, 오일 클린 가글 등 소비자의 니즈에 맞춰 제품을 개발, 출시하고 지식재산권 확보를 통해 기술 보호하여 경쟁력을 확보하는 것에 집중하고 있다. 이와 함께 블로그, 인플루언서 등 인지도 확보를 위한 다양한 마케팅을 진행하고 추가 제품 라인을 구성, 증장기적 실적 개선을 위해 화장품 사업을 활성화할 계획이다.

그림 11. 동사의 화장품 사업



자료: 동사 IR자료(2025.05.)

### ■ 펫케어 용품 시장 공략 계획

동사는 주요사업 외 건강기능식품, 기타 생활용품 등 매출 활성화를 위해 시장 트렌드에 맞는 상품을 기획 및 출시하고 있다. 최근 1인 가구 증가, 고령화 등에 따라 반려동물 양육 증가, 동물 지위 상승 등으로 반려동물 관련 제품 및 서비스 시장이 빠르게 성장하고 있다. 수요가 빠르게 증가하고 있는 시장을 공략하기 위해 주요 제약사인 동국제약, 유한양행, 종근당바이오, 보령컨슈머헬스케어, 일동제약, 광동제약 등이 참여하고 있으며, 2025년 펫 제품을 론칭할 계획이다.

동사는 반려동물의 피부, 모질, 건강 등에 맞는 안전하고 차별화된 제품을 개발 가능한 역량을 보유하고 있으며, 유아용/성인용 치약, 샴푸 등 생활용품을 개발, 사업화한 경험을 기반으로 펫 전용 치약, 샴푸 등 위생용품을 우선 타겟할 것으로 보인다. 이를 위해 동물 의약품 제조시설 및 운영자금에 총 5억원을 투자할 계획으로 매출 신장을 위한 신시장 진출 전략을 구축, 이행할 것으로 보인다.

# 케이엠제약(225430)

## 증권사 투자의견

작성기관	투자의견	목표주가	작성일
-	-	-	-
투자의견 없음			

## 시장정보(주가 및 거래량)

한국거래소(KRX)



자료: 네이버증권(2025.05.22.)

## 최근 3개월간 한국거래소 시장경보제도 지정여부

### 시장경보제도란?

한국거래소 시장감시위원회는 투기적이거나 불공정거래 개연성이 있는 종목 또는 주가가 비정상적으로 급등한 종목에 대해 투자자 주의 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

기업명	투자주의종목	투자경고종목	투자위험종목
케이엠제약	X	X	X