

기술 2024-180

2024.10.31.

이 보고서는 시가총액 5,000억 원 미만의 중소형 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

기술분석보고서 | 음식료, 담배

뉴트리 (270870)

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

작성기관 (주)NICE디앤비

작성자 이상아 연구원

[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 유튜브(IRTV)로도 시청 가능하며, 영상편집 일정에 따라 현재 시점에서 미제재 상태일 수 있습니다.
- 텔레그램에서 “한국IR협의회” 채널을 추가하시면 매주 보고서 발간 소식을 안내 받으실 수 있습니다.
- 본 보고서에 대한 자세한 문의는 작성기관(TEL.02-2122-1300)로 연락하여 주시기 바랍니다.

뉴트리(270870)

개별인정형 원료로 인정된 독자개발 원료를 활용하는 이너뷰티 전문기업

기업정보(2024.10.23. 기준)

대표자	김도연
설립일자	2001년 04월 12일
상장일자	2018년 12월 13일
기업규모	중견기업
업종분류	기타 식품 제조업
주요제품	이너뷰티 제품 (콜라겐, 다이어트 식품 등)

시세정보(2024.10.23. 기준)

현재가(원)	9,080원
액면가(원)	500원
시가총액(억 원)	835억 원
발행주식수	9,200,224주
52주 최고가(원)	12,660원
52주 최저가(원)	5,480원
외국인지분율	2.10%
주요주주	
김도연 대표이사	22.83%

■ 천연물 유래 이너뷰티 식품의 원료와 완제품을 제조하는 기업

뉴트리(이하 동사)는 2001년 4월 설립되어 2018년 12월 코스닥 시장에 상장한 중소기업이다. 동사는 이너뷰티 식품 원료 및 완제품의 제조를 주요 사업으로 영위하고 있으며, 콜라겐, 유산균, 다이어트 식품 등의 제품을 보유하고 있다. 동사의 매출유형은 제품 및 상품 판매, 금융관리수익, 광고업으로 구분되며, 제품 및 상품의 판매를 통해 주요 매출(77.1%, 2024.06. 반기보고서 기준)을 실현하고 있다.

■ 미용에 대한 소비자 요구 증가로 성장을 지속하는 이너뷰티 시장

Technavio(2022)에 따르면, 이너뷰티 식품은 외모 관리에 대한 소비자의 관심 증가와 다양한 유통경로의 발달로 인해 꾸준히 시장이 성장해 왔다. 기존 원료의 고급화, 새로운 제형의 제품 등 소비자 수요에 맞는 신제품이 지속 출시되고 있으며, 소득 증가, 건강에 대한 관심 증가 등의 요인으로 인해 꾸준히 성장하고 있다. 다만, 이너뷰티 제품은 기능성을 나타내지만 필수 소비재는 아니므로 경기변동에 따라 수요가 변동할 가능성이 있고, 의약품 대비 검증이 충분하지 않아 식품으로서의 한계를 지닌다는 점에서 시장 성장이 저해될 가능성도 있는 것으로 파악된다.

■ 해외 진출과 신제품 출시로 매출 다변화를 위해 꾸준히 노력

동사는 2024년 8월, 동사 제품인 ‘에버콜라겐 타임’의 말레이시아 왓슨스 그랜드 론칭 이벤트를 진행했다. 이번 이벤트는 동사가 소비자에게 동사의 브랜드와 제품을 홍보하고, 말레이시아 입점을 앞둔 신규 제품에 대해 시장 반응을 조사하는 기회로 활용되었다. 동사는 동 이벤트를 계기로 말레이시아 내에서 브랜드 인지도를 확고히 쌓고, 차별화된 마케팅을 통해 기존 입점 제품과 신규 입점 제품의 판매량을 늘려나갈 계획이다. 한편, 동사는 신제품인 ‘뉴트리 루피니빈’과 ‘내츄럴TG 식물성 오메가3’를 출시함으로써 제품의 라인업 강화를 본격화했다.

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)
2021	2,469.6	30.4	211.5	8.6	198.9	8.1	24.1	15.9	56.3	2,161	10,475	10.2	2.1
2022	1,852.9	-25.0	44.4	2.4	47.5	2.6	5.0	3.2	48.5	516	10,818	21.3	1.0
2023	1,513.8	-18.3	105.2	7.0	46.7	3.1	4.7	3.3	31.0	510	11,096	14.2	0.6

기업경쟁력

독자개발 원료와 기술을 활용하여 차별화된 제품으로 브랜드 인지도 확보

■ 동사는 핑거루트 추출 분말, 우뭇가사리, 해국 등 독자적으로 개발한 천연물 유래의 원료를 활용하여 이너뷰티 제품을 개발 및 제조함으로써 동사 제품의 차별성을 확보하고 브랜드 인지도를 제고하고 있음

해외 진출과 신제품 출시로 수익 다각화 및 제품 라인업 강화

■ 말레이시아 론칭 이벤트를 통한 해외 인지도 확장과 수출 물량 증진을 위한 마케팅 추진 및 신제품 출시를 통한 제품 라인업 강화와 매출 다변화 시도

핵심 기술 및 적용제품

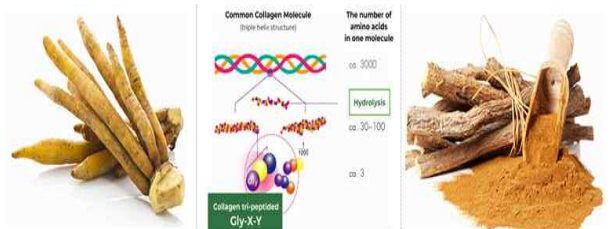
한국 식품의약품안전처로부터 복합 기능성 인증을 획득한 독자개발 원료의 활용

- 동사가 개발한 핑거루트 추출 분말, 저분자 콜라겐 펩타이드, 감초추출물의 3개 원료에 대하여 한국 식품의약품안전처로부터 복합 기능성 인증 획득(개별인정형 원료 인정)

기술연구원과 전문 연구 인력 등 R&D 역량을 갖추고 제품을 제조

- 석박사 연구진 등의 전문 인력을 보유하고 기술연구원을 운영하고 있으며, 국책과제 수행 경력과 해외 천연원료 소재 기업들과의 협업을 바탕으로 연구 노하우 확보 및 자체적인 성분개발 프로세스를 구축

동사의 독자개발 원료(개별인정형 원료 인정 품목)



시장경쟁력

세계 이너뷰티 시장 규모

년도	시장 규모	연평균 성장률
2022년	4,773.0억 달러	▲5.3%
2030년(E)	7,179.4억 달러	

국내 이너뷰티 시장 규모

년도	시장 규모	연평균 성장률
2023년(E)	2,478억 원	▲3.3%
2030년(E)	3,110억 원	

시장환경

- 건강한 아름다움에 대한 소비자 요구 증가, 소비자 요구에 대응하는 다양한 기능성 제품들의 출시 등의 요인으로 지속 성장 중인 이너뷰티 시장
- 이너뷰티 제품은 기능성을 나타내는 식품이지만 필수 소비재가 아니므로 경기변동에 따라 수요가 변동할 가능성이 있으며, 의약품 대비 검증이 충분하지 않아 식품으로서의 한계를 지닌다는 점에서 시장 성장 저해 가능성 상존
- 화장품, 식품, 의약품 기업들의 활발한 시장 참여로 시장 경쟁이 강화되고 있어 소비자의 유행과 선호 패턴을 살피고 적합한 제품을 제공함으로써 수요를 만족하는 것이 시장 점유율 확보에 매우 중요할 것으로 판단됨

I. 기업 현황

천연물 유래 피부 건강식품 소재 및 완제품 제조 기업

동사는 천연물 유래의 이너뷰티 식품 원료와 완제품을 제조하여 판매하고 있으며, 종속기업 레이크우드 파트너스(주)를 통해 신기술사업자에 대한 투자, 융자 등을 수행하는 신기술사업금융업을 영위하고 있다. 동사는 건강식품 중에서도 콜라겐, 유산균, 다이어트 식품 등의 이너뷰티 제품을 제조하여 판매하고 있으며, 주요 매출(77.1%, 2024.06. 반기보고서 기준)은 제품 및 상품 판매를 통해 발생하고 있다.

■ 기업 개요

동사는 2001년 4월 설립되어 천연물 유래의 이너뷰티 식품 소재 및 완제품의 제조 판매를 주요 사업으로 영위하고 있다. 동사의 본점 소재지는 서울시 송파구 백제고분로 27길 6-14 (삼전동 101-3) 뉴트리빌딩이며, 동사는 2018년 12월 13일에 코스닥 시장에 상장한 중견기업이다.

[표 1] 동사의 주요 연혁

일자	내용
2001.04.	동사 설립
2004.01.	산업통상자원부 국가기술표준원 NT(신기술) 인증 획득
2009.06.	한국식품과학회 기술진보상 수상
2010.09.	지식경제부 기술혁신상 수상
2016.01.	중국 법인(뉴트리상해) 설립 및 중국 론칭
2018.12.	코스닥 상장
2019.02.	종속회사 레이크우드파트너스(주) 설립
2020.10.	한국식품영양과학회 산업기술상 수상
2021.07.	한국식품과학회 기술진보상 수상
2021.10.	한국식품영양과학회 공로상 수상
2023.05.	저분자콜라겐펩타이드 식약처 신규 개별인정 획득

자료: 동사 반기보고서(2024.06.), 동사 홈페이지, NICE디앤비 재구성

동사 반기보고서(2024.06) 및 임원·주요주주특정증권등소유상황보고서(2024.10.14.) 기준, 동사의 최대주주는 김도연 대표이사로 동사 지분의 22.83%를 보유하고 있다. 그 외 지분율은 최미혜 외 특수관계인 28.52%, 기타 48.65%로 구성되어 있다. 동사의 연결대상 종속회사는 뉴트리(상해)유한회사, (주)비커밍, (주)레이크우드파트너스, 레이크우드파트너스 블라인드1호 조합, Zephyrus Capital, LLC, 레이크우드 제4호 조합이다.

[표 2] 최대주주 및 특수관계인 주식소유 현황

주주명	지분율(%)
김도연 대표이사	22.83
최미혜 외 특수관계인	28.52
기타	48.65
합계	100.00

[표 3] 주요 계열사 현황

(단위: 억 원)

회사명	주요사업	자산총액
뉴트리(상해)유한회사	건강기능식품판매	1.1
(주)비커밍	광고대행업	26.4
(주)레이크우드파트너스	신기술사업금융업	189.2
레이크우드파트너스 블라인드1호 조합	신기술투자조합	252.6

자료: 동사 반기보고서(2024.06.), 임원·주요주주특정증권등소유상황보고서(2024.10.14.), NICE디앤비 재구성

■ 대표이사 경력

김도연 대표이사는 연세대학교 생물소재공학 박사학위를 취득하였다. 그는 CJ제일제당에 재직한 후, 인터테크의 대표이사직을 수행한 경력이 있으며, 2005년부터 현재까지 대표이사로서 동사의 경영을 총괄하고 있다.

[표 4] 대표이사 주요 경력

대표이사 성명	기간	근무처	비고
김도연	1987.03. ~ 1995.12.	CJ제일제당	· 연구원
	1999.01. ~ 2002.04.	인터테크	· 대표이사(경영총괄)
	2005.07. ~ 현재	동사	· 대표이사(경영총괄)

자료: 동사 반기보고서(2024.06.), NICE디앤비 재구성

■ 주요 사업

동사의 주요 사업은 천연물 유래의 이너뷰티 식품 원료 및 완제품의 제조 판매이며, 주요 제품은 콜라겐, 유산균, 다이어트 식품 등이다. 동사의 매출유형은 제품 및 상품 판매, 금융관리수익, 광고업으로 구분되며, 동사 반기보고서(2024.06.)를 기준으로 동사의 주요 매출(동사 매출의 77.1%)은 이너뷰티 제품 및 상품의 판매를 통해 발생하고 있다.

■ 주요 고객

동사의 주요 매출이 발생하는 이너뷰티 제품 및 상품에 대한 주요 고객은 일반 소비자 등이며, 동사는 채널별 판매 전략을 세워 추진함으로써 매출의 향상을 위해 노력하고 있다. 구체적으로, 홈쇼핑은 수익성 극대화를 위한 채널편성 추진과 빅셀럽 연계 마케팅의 적극 운영 등을 추진하고, 온라인몰은 주요 소비자인 20~30대를 대상으로 제품 포트폴리오를 확보하고, 인플루언서와의 공동 마케팅을 강화할 예정이다. 또한, 해외 판매는 외국 현지법인을 거점으로 하여 직접 수출 형태로 제품을 제공하는 등 구체적인 판매 전략을 계획하고 실현함으로써 매출 신장을 도모하고 있다.

ESG(Environmental, Social and Governance) 활동 현황

<div>E</div> <div>환경경영</div>	<div>7</div> <div>에너지의 친환경적 생산과 소비</div>	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 원료 재배와 제품 생산에 있어 환경친화적 방식 지속 개발 및 고수 ◎ 에너지, 물, 원료의 사용과 폐기물 배출 과정을 관리하고 오염을 최소화
<div>S</div> <div>사회책임경영</div>	<div>3</div> <div>건강하고 행복한 삶 보장</div>	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 식대지원, 각종 수당제 운영(영업활동비, 잔/특근수당, 직책수당 등), 직원휴게실(카페테리아) 운영 ◎ 업무용 폰요금과 잔/특근 시 택시비, 자녀학자금 지원 ◎ 하계휴가비, 명절 상여, 결혼/상조 경조사비 지원 및 생일선물(케이크), 인재 추천 지원금 지급 ◎ 자유로운 연차 사용, 출산휴가 및 육아휴직 제공
<div>G</div> <div>기업지배구조</div>	<div>16</div> <div>평화·정의·포용</div>	<ul style="list-style-type: none"> ◎ 경영 투명성 제고를 위한 정관 및 이사회 등의 운영 시스템 구축 ◎ 이사회의 전문성과 독립성 보장을 위해 관계 법령 및 정관의 규정사항 준수 운영

II. 시장동향

건강과 미용에 대한 소비자 요구의 증가로 성장을 지속 중인 이너뷰티 시장

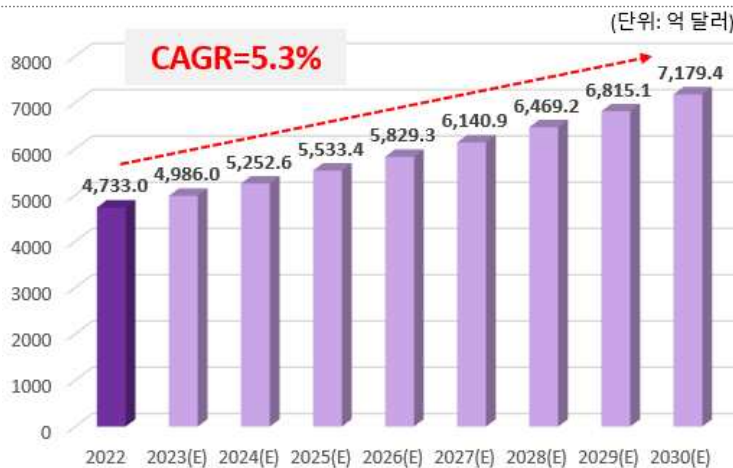
이너뷰티 시장은 건강한 아름다움에 대한 소비자 요구의 증가로 지속 성장하고 있다. 또한, 소비자의 경제력이 향상되면서 건강한 삶을 위한 수요와 소비가 증가하고 있고, 과학 기술의 발달로 소비자 요구에 대응하는 기능성 제품들이 다수 출시되면서 시장이 성장 중인 것으로 파악된다.

■ 건강한 삶에 대한 소비자 요구 증가와 이에 대응한 제품의 출시로 성장 지속

동사는 천연물 유래의 이너뷰티 식품 원료 및 완제품의 제조·판매업을 영위하는 기업으로, 콜라겐, 유산균, 다이어트 식품 등의 이너뷰티 제품을 판매하고 있다. 이너뷰티는 섭취를 통해 몸 안에서 건강한 아름다움을 만들어 나간다는 개념이며, 피부 미용, 다이어트, 장 건강 향상 등을 목표로 섭취하는 제품을 포괄한다.

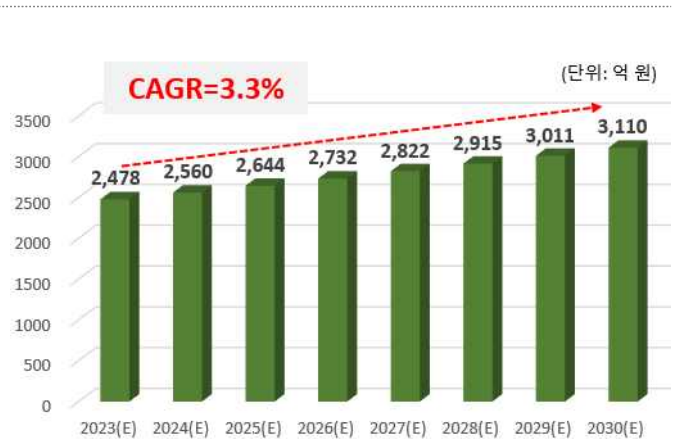
Technavio(2022)에 따르면, 이너뷰티 식품은 다이어트에 대한 수요 증가를 포함하여 외모 관리에 대한 소비자의 관심 증가와 다양한 유통경로의 발달로 인해 꾸준히 시장이 성장해 왔다. 기존 원료의 고급화, 새로운 제형의 제품 등 소비자 수요에 맞는 신제품이 지속 출시되고 있으며, 소득 증가, 건강에 대한 관심 증가 등의 요인으로 인해 꾸준히 성장하고 있다. 또한, 약국, 마트, 뷰티전문스토어 등 다양한 유통 채널을 통해 제품을 구매할 수 있어 소비가 용이하고, 기술의 발전이 지속되면서 제품의 기능이 다양해지고, 알약, 앰플, 분말 등 섭취 형태가 다양해지면서 소비자의 기호에 따라 선택할 수 있다는 점에서 소비를 촉진하고 있다. 다만, 이너뷰티 산업은 경기변동에 민감한 산업으로서 피부 보습, 체지방 감소 등 기능성을 나타내는 식품이지만 필수 소비재는 아니므로 경기변동에 따라 수요가 변동할 가능성이 있다. 또한, 이너뷰티 원료는 식품의약품안전처에 기능성 원료로 등록된 성분이 많은 편이나, 의약품 대비 검증이 충분하지 않은 편이므로 식품으로서의 한계를 지닌다는 점에서 시장 성장이 저해될 가능성이 있는 것으로 파악된다.

[그림 1] 세계 이너뷰티 시장 규모 및 전망



자료: Marketsandmarkets(2022), NICE디앤비 재구성

[그림 2] 국내 이너뷰티 시장 규모 및 전망



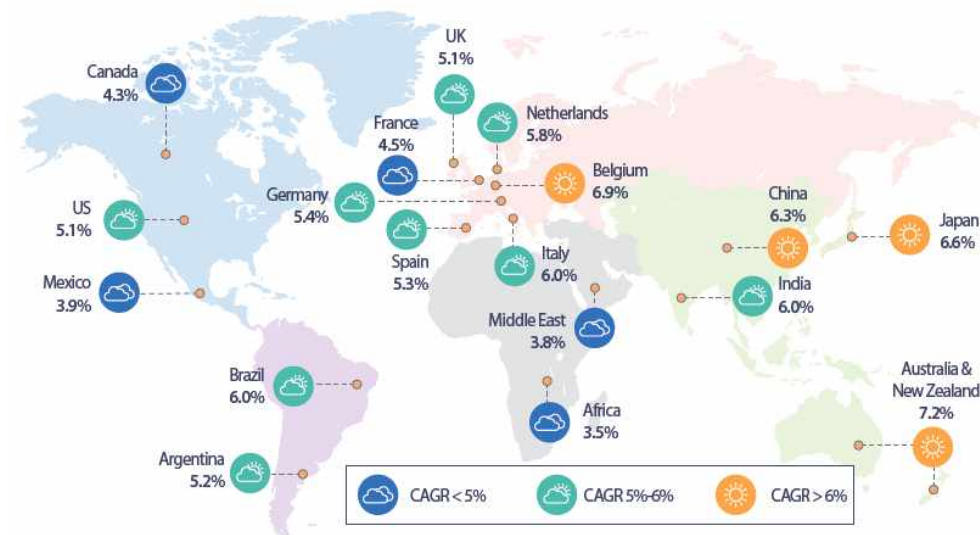
자료: 식품의약품안전처(2022), NICE디앤비 재구성

Marketsandmarkets(2022)에 따르면, 세계 이너뷰티 시장 규모는 2022년 4,773.0억 달러 규모에서 연평균 5.3% 성장하여 2030년 7,179.4억 달러의 규모에 이를 것으로 전망되고 있다. 또한, 식품의약품안전처(2022)에 따르면, 국내 이너뷰티 시장 규모는 2023년 2,478억 원 규모에서 연평균 3.3% 성장하여 2030년 3,110억 원 규모를 형성할 것으로 전망되고 있다.

■ 세계 지역별 이너뷰티 시장동향

한국과학기술정보연구원의 이너뷰티 시장조사 자료(2023)에 따르면, 이너뷰티 시장에서 가장 큰 규모를 형성하고 있는 지역은 유럽이다. 유럽의 이너뷰티 시장은 메이저 회사들이 대거 참여하고 있으며, 성숙기 상태로 평가되고 있다. 반면, 아시아-태평양 시장은 상대적으로 시장 규모가 작고, 성장은 빠를 것으로 예상되며, 최근 화장품, 식품, 의약품 기업들이 신규로 시장에 참여하면서 경쟁이 강화되고 있다. 아시아-태평양 지역의 기업들은 현지화 전략을 통해 노동 비용의 감소와 원활한 원재료 수급으로 제품 생산비용을 줄일 계획이며, 가장 높은 성장이 예상되는 지역은 호주와 뉴질랜드이다.

[그림 3] 세계 지역별 이너뷰티 시장 성장률 전망



자료: 한국과학기술정보연구원(2023), NICE디앤비 재구성

한편, 국내 시장의 경우, 2000년대 후반에는 제약사 위주로 이너뷰티 제품이 일부 제조되며, 평균 가격이 20만 원 대의 고가로 책정되었고, 원료는 주로 해외 수입 원료를 사용했었다. 이후 2020년대 초반부터 이너뷰티 시장이 급성장하면서 건강기능식품 전문 업체 외에도 (주)아모레퍼시픽, (주)농심, 매일유업(주), 일동후디스(주) 등 화장품 및 식품 업계의 대기업들이 이너뷰티 시장에 활발하게 참여하고 있다. 이로 인한 경쟁의 심화로 마케팅 광고 비용이 증가하고, 수익성은 악화되고 있는 상황이다.

이미 성숙기에 진입한 유럽과 미국 시장에서는 고객 차별화 전략이 이미 많이 진행되어 연령, 지역별로 다른 요구사항을 반영한 제품을 다양하게 출시하고 있으며, 기능적 차별성 외에도 파우더, 캡슐, 정제형 등의 제형별 선호도 조사에 대한 자료를 통해 소비자의 소비 패턴을 파악하고 요구에 부합한 제품을 제공하고 있다. 국내 시장은 경쟁이 심해짐에 따라 큰 폭으로의 성장이 쉽지 않음을 감안하여 소비자의 유행과 선호 패턴을 면밀히 살펴보고 적합한 제품을 제공함으로써 수요를 만족하는 전략이 반드시 필요할 것으로 보인다.

이러한 상황에서 동사는 판매채널을 홈쇼핑, 텔레마케팅, 온라인, 오프라인, B2B 및 수출의 5개 항목으로 나누고 항목별 중점 추진 전략을 실행함으로써 제품의 판매율을 증진하고자 노력하고 있다. 온라인은 주 소비계층인 20~30대를 겨냥한 인플루언서와의 공동 마케팅과 SNS viral 및 매출 연계 프로모션 전략을 추진하는 반면, 오프라인에서는 브랜드의 인지도를 기반으로 드럭스토어부터 백화점까지 판매 경로를 확대하고 약국, 특판, 군납 등의 특수 경로 진출을 통해 안정적 판매처를 확보하는 전략을 추진하고 있다. 동사는 소비자에 관한 데이터를 기반으로 구체적인 판매 전략의 수립과 빠른 실행을 통해 시장 점유율을 확장해 나갈 계획이다.

■ 경쟁사 분석

이너뷰티 시장은 건강한 아름다움에 대한 소비자 요구가 증가하고, 소비자 요구에 대응하는 기능성 제품들이 다수 출시되면서 시장이 지속 성장하는 반면, 화장품 및 식품 업계의 대기업들이 이너뷰티 시장에 활발하게 참여하면서 경쟁이 강화되고 있다. 이러한 상황에서 동사와 유사한 비즈니스 모델을 보유한 국내 기업은 코스맥스엔비티와 휴럼이 있다.

코스맥스엔비티는 기능성 원료와 성분을 연구하는 연구개발 사업과 건강기능식품의 제조 및 건강식품의 판매를 통해 매출을 실현하고 있다. 휴럼은 유산균 등의 건강기능식품 제조 및 유통과 카페 전용 원료 유통 등을 통해 매출을 실현하는 기업이다.

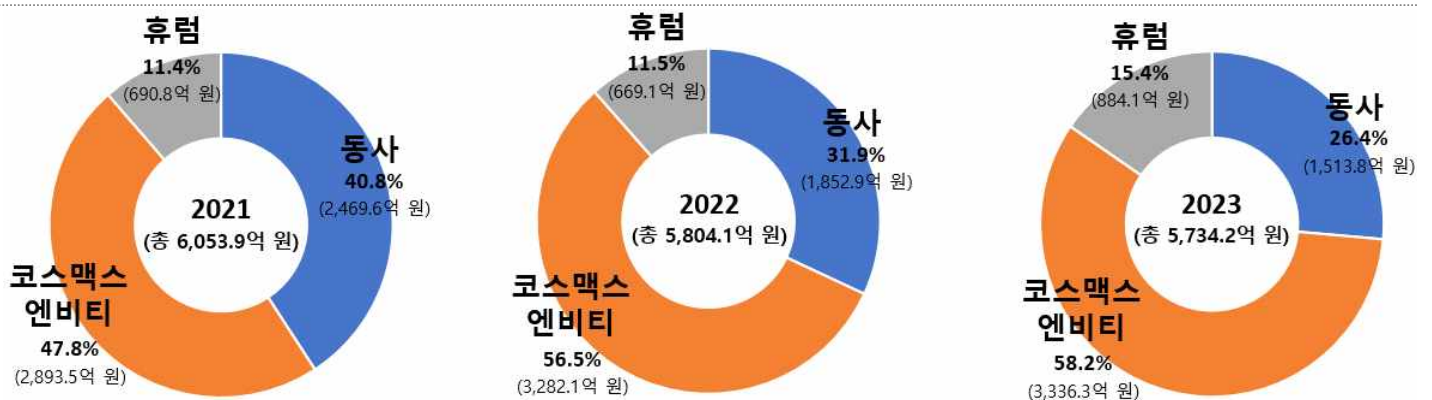
[표 5] 유사 비즈니스 모델 경쟁업체 현황

(단위: 억 원, K-IFRS 연결 기준)

회사명	사업부문	매출액			기본정보 및 특징
		2021	2022	2023	
뉴트리 (동사)	이너뷰티 제품 제조/판매 등	2,469.6	1,852.9	1,513.8	· 중견기업, 코스닥 시장 상장(2018.12.13.) · 콜라겐, 유산균, 다이어트 식품 등의 이너뷰티 제품 제조 및 판매 등을 통해 매출 실현
코스맥스 엔비티	건강기능식품의 제조/판매 등	2,893.5	3,282.1	3,336.3	· 중견기업, 코스닥 시장 상장(2015.12.16.) · 기능성 원료와 성분의 연구개발, 건강기능식품 제조, 건강기능식품의 판매 등을 통한 매출 실현
휴럼	건강기능식품의 제조 및 판매 등	690.8	669.1	884.1	· 중소기업, 코스닥 시장 상장(2021.07.27.) · 유산균을 포함한 건강기능식품의 제조 및 유통, 카페 전용 원료 유통 등을 통해 매출 실현

자료: 각 사 사업보고서(2023.12.), NICE디앤비 재구성

[그림 4] 경쟁업체와의 매출액 규모 비교 현황



자료: 각 사 사업보고서(2023.12.), NICE디앤비 재구성

III. 기술분석

복합 기능성 인증을 획득한 개발 원료를 활용하여 이너뷰티 제품을 제조하는 기업

동사는 한국 식품의약품안전처로부터 복합 기능성 인증을 획득한 독자개발 원료와 우뭇가사리, 해국 등의 천연물 유래 성분을 활용하여 이너뷰티 제품을 제조하고 있다. 또한, 동사는 기술연구원을 운영하며 전문 연구 인력을 활용하여 성분과 제품에 대한 연구개발을 지속하고 있다.

■ 동사의 기술개요 및 동향

동사는 피부 미용, 다이어트, 장 건강 향상 등을 목표로 체내에 섭취하는 건강기능식품을 포괄하는 이너뷰티 제품을 제조 및 판매하고 있다. 이너뷰티 제품의 제조를 위해서는 기존 원료의 고급화, 저분자화, 섭취하기 좋은 형태로 만드는 제형 기술 등의 세부 기술이 요구된다. 특히, 최근에는 동일한 원료라도 저분자화될수록 신체 흡수가 빨라 성분을 저분자로 변형하는 기술이 지속 개발되고 있으며, 정제, 캡슐, 환, 과립, 액상, 분말 등의 다양한 형태로 제품화하는 기술이 발달하고 있다.

[표 6] 기능성별 고시형·개별인정형 원료 목록

기능	고시형 원료	개별인정형 원료
항산화	코엔자임Q10, 토마토추출물, 녹차추출물, 홍삼, 클로렐라, 엽록소 함유 식물, 스피루리나, 프로폴리스추출물, 스쿠알렌	피크노제놀-프랑스해안송껍질추출물, PME-88메론추출물, 비즈왁스알코올
체지방 감소	녹차추출물, 공액리놀레산, 가르시니아카모보지아 추출물, 키토산/키토올리고당	보이차추출물, 레몬밤추출물혼합분말, 대두배아추출물등복합물, 그린마떼추출물, 키토산, 미역등복합추출물(잔티젠), 콜레우스포스콜리추출물, Lactobacillus gasseri BNR17, 와일드망고종자추출물, 그린커피빈추출물, 풋사과추출폴리페놀, L-카르니틴타르트레이트, 핑거루트추출분말, 돌외잎주정추출분말, 히비스커스등복합추출물
피부 건강	포스파티딜세린, NAG(엔에이지, N-아세틸글루코사민, N-Acetylglucosamine), 엽록소 함유 식물, 클로렐라, 스피루리나, 알로에겔, 곤약감자추출물	핑거루트추출분말, 프로바이오틱스HY7714, 히알루론산, 쌀겨추출물, 저분자콜라겐펩타이드, 옥수수배아추출물, 석류농축액

자료: 식품의약품안전처(2020), NICE디앤비 재구성

이너뷰티 제품을 포함한 건강기능식품의 원료는 유형에 따라 고시형과 개별인정형으로 구분되는데, 고시형 원료는 건강기능식품 공전에 등재되어 있는 기능성 원료로서, 2019년 8월 고시 내용 기준으로 영양소(비타민 및 무기질, 식이섬유 등) 28종과 기능성 원료 68종이 이에 해당한다. 해당 원료는 공전에서 정하고 있는 제조기준, 규격, 최종 제품의 요건 등에 적합할 경우 별도의 인정 절차 없이 누구나 사용할 수 있다. 개별인정형 원료는 건강기능식품 공전에 등재되지 않은 원료로 영업자가 원료의 안전성, 기능성, 기준규격 등의 자료를 제출하여 식품의약품안전처장으로부터 인정을 받아야 하며, 인정받은 업체만이 해당 원료를 사용할 수 있다.


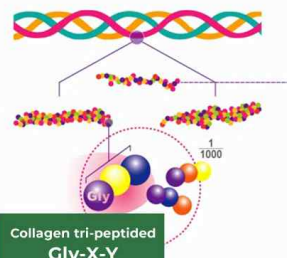

이너뷰티 제품에는 콜라겐, 히알루론산 등의 성분이 주로 사용되고 있으며, 천연 성분으로는 녹차 추출물, 스피루리나, 클로렐라, 키토산 등이 주로 사용되고 있다. 과학적으로 효능이 입증된 제품들이 출시되면서 건강 및 외모 관리에 관심 있는 소비자의 수요가 증가하고 있으며, 의약품보다 접근이 쉽고 일반 식품 대비 기능성을 함유하고 있다는 장점을 기반으로 지속하여 시장이 성장하면서 다수 기업의 사업 진출이 활성화되고 있다.

■ 동사의 보유 기술

▶ 한국 식품의약품안전처로부터 복합 기능성 인증을 획득한 독자개발 원료의 활용

동사는 우뚝가사리, 해국 등 독자적으로 개발한 원료를 활용하여 이너뷰티 제품을 제조하고 있다. 동사가 개발한 원료 중 핑거루트 추출 분말, 저분자 콜라겐 펩타이드, 감초추출물은 한국 식품의약품안전처로부터 복합 기능성 인증을 획득한 개별인정형 원료이다. 핑거루트 추출 분말은 Boesenbergia Pandurata는 Zingiberaceae 과에 속하는 식용 식물로 동남아시아에서 야생으로 자라는 성분으로 체지방 감소, 자외선으로 인한 피부 손상으로부터 피부 건강 유지와 보습에 도움을 줄 수 있는 성분임을 인정받았다. 저분자 콜라겐 펩타이드 (EVERCOLLAGEN)는 어류 콜라겐으로부터 효소 분해를 통해 제조되어 인체에 빠르게 흡수되는 성분으로, 피부 속 콜라겐과 히알루론산의 생성을 촉진하여 주름을 펴고 피부 탄력을 개선한다. 감초추출물(HELICOLESS)은 글리시리진이 제거된 형태의 추출물로서 위 손상 요인으로부터 위를 보호하고 항염증 효과가 있는 성분이다. 감초의 글리시리진은 부종, 고혈압, 저칼륨증 등의 부작용으로 알려져 있으므로 동사는 글리시리진 성분을 제거한 감초추출물(HELICOLESS)을 제품의 원료로써 사용하고 있다.

[그림 5] 동사의 독자개발 원료(복합 기능성 인증 획득 원료)

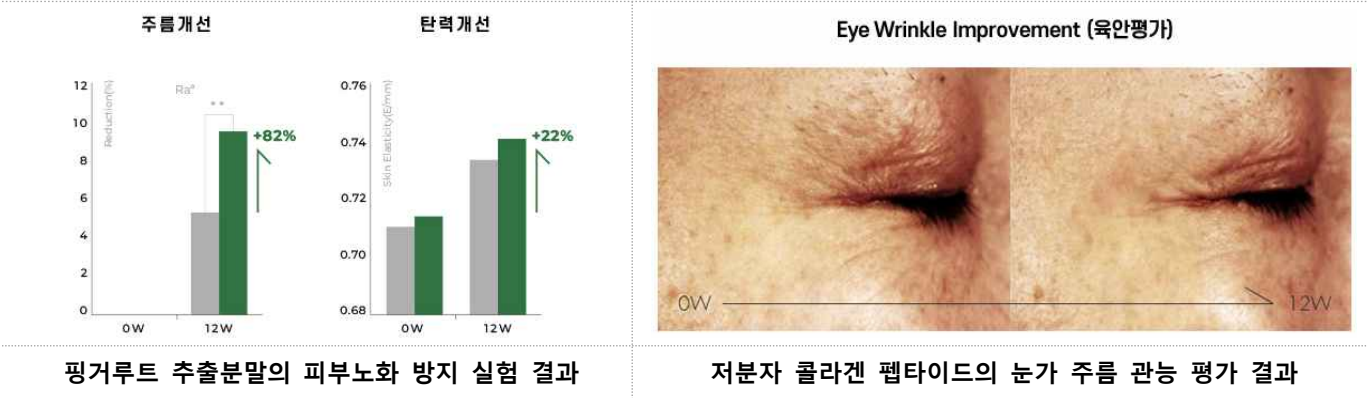
	<p>Common Collagen Molecule (triple helix structure)</p>  <p>The number of amino acids in one molecule</p> <p>ca. 3000</p> <p>Hydrolysis</p> <p>ca. 30~100</p> <p>ca. 3</p> <p>Collagen tri-peptided Gly-X-Y</p>	
<p>핑거루트(Boesenbergia Pandurata)</p>	<p>저분자 콜라겐 펩타이드 (EVERGOLLAGEN)</p>	<p>감초추출물(HELICOLESS)</p>

자료: 동사 홈페이지, NICE디앤비 재구성

▶ 기술연구원과 전문 연구 인력 등 R&D 역량 및 기술 관련 수상실적 보유

동사는 기술연구원인 건강식품연구소를 운영하고 있다. 동사는 석박사 연구진 등의 전문 연구 인력을 통해 자연원료의 발굴과 소재 개발 및 기능성 제품화를 추진하고 있다. 천연원료의 발굴부터 특허 소재의 개발과 배합을 통한 기능성 제품의 완료에 이르는 전 과정을 직접 진행하고 있으며, 국책과제 수행과 해외 천연원료 소재 기업들과의 협업을 통해 연구 노하우를 확보하고, 자체적인 성분개발 프로세스도 구축하고 있다. 한편, 동사는 국내 뿐 아니라 해외 출원 및 등록을 완료한 특허 물질을 다수 보유하고, 해당 성분을 활용하여 제품을 제조함으로써 제품의 차별성을 확보하고 있다. 동사의 R&D 역량은 연구 및 수상 실적을 통해 확인할 수 있다. 동사는 한국식품과학협회 주최 국제학술대회 기술상 (2016.08.), 과학기술정보통신부 주최 IR52 장영실상 (2017.09.), 한국식품영양과학회 산업기술상(2020.10.), 한국식품과학회 기술진보상(2021.07.) 등의 수상실적으로 보유하고 있으며, 수상한 기술을 바탕으로 진보된 제품을 제조하기 위해 연구를 지속하고 있다.

[그림 6] 동사의 효능 연구 결과(일부)



자료: 동사 홈페이지, NICE디앤비 재구성

■ 동사의 연구개발 역량

동사는 2005년 1월부터 공인 기업부설 연구소인 건강식품연구소를 운영하고 있으며, 효능을 지닌 천연물 유래 개별인정형 소재 개발에 주력하고 있다. 동사 반기보고서(2024.06.)에 따르면, 동 연구소는 소재/기술 탐색 및 발굴(지표 발굴, 공정 표준화, 효능 발굴, 성공 가능성 검토), 개별인정형/특허 취득, 제형 연구 및 효능검증 시험 프로토콜 설계 등을 수행하고 있다. 한편, KIPRIS(2024.10.)에 따르면, 동사는 23건의 등록 특허 및 실용신안권을 보유하고 있는 것으로 확인된다.

[표 7] 동사의 연구개발비용

(단위: 억 원, %, K-IFRS 연결 기준)

항목	2021	2022	2023
연구개발비용	34.9	25.7	21.9
연구개발비 / 매출액 비율	1.5	1.4	1.6

자료: 동사 사업보고서(2023.12.), NICE디앤비 재구성

[표 8] 동사의 주요 특허권 현황

발명의 명칭	등록일자	등록번호
팔 추출물을 유효성분으로 포함하는 근육 손상 예방, 개선 또는 치료용 조성물	2020.01.21	10-2070854
핑거루트 추출물을 유효성분으로 함유하는 정제의 붕해성 및 저장안정성 향상을 위한 기술	2021.04.09	10-2240935
동부, 잠두 또는 제비콩을 함유하는 근 기능 개선 또는 운동수행능력 향상용 조성물	2021.05.07	10-2251889
자바후추 추출물을 유효 성분으로 포함하는 혈관 내피 세포 활성 조절 관련 질병의 예방, 개선 또는 치료용 조성물	2023.05.11	10-2533252
저장 안정성이 향상된 콜라겐 조성물 및 이의 제조방법	2024.01.22	10-2629510

자료: 특허정보검색서비스(KIPRIS, 2024), NICE디앤비 재구성

IV. 재무분석

건강기능식품 업계 불황으로 2022년 매출 감소 및 수익성 저하, 2023년도 매출 감소세는 지속됐으나 판관비 부담 감소로 수익성 개선

건강기능식품 업계의 불황으로 최근 2개년 및 2024년 상반기 매출 감소추이를 나타내었음. 한편, 2023년 및 2024년 상반기 채널운용 효율화 노력 등으로 판관비 부담이 감소해 수익성은 개선되었다.

■ 건강기능식품 업계의 불황으로 최근 2개년에 이어 2024년 상반기 매출 감소세 지속

동사는 건강기능식품의 개발, 제조, 유통하는 건강기능식품 전문기업으로 대표 제품으로 에버콜라겐이 있으며, 2024년 자체 개발 기능성 원료 ‘저분자 콜라겐펩타이드’ 등에 대한 할랄 인증을 획득하여 말레이시아 시장에 본격 진출하였다. 2021년 2,469.6억 원의 매출을 시현하며 외형 성장하였으나, 2022년 위드 코로나에 따른 외부 활동 증가로 주 판매채널인 홈쇼핑의 시청률 하락 등으로 인해 전년 대비 25.0% 감소한 1,852.9억 원의 매출을 기록하였다. 2023년 경기침체가 이어져 전년 대비 18.3% 감소한 1,513.8억 원의 매출을 기록하며 매출 감소세가 지속되었다.

한편, 2024년 상반기 주력 제품인 건강기능식품 매출 감소는 이어졌으나, 종속기업 보유주식 관련 금융관리수익 증가로 매출 감소세가 둔화되어, 전년 동기 대비 7.8% 감소한 729.1억 원의 매출을 시현하였다.

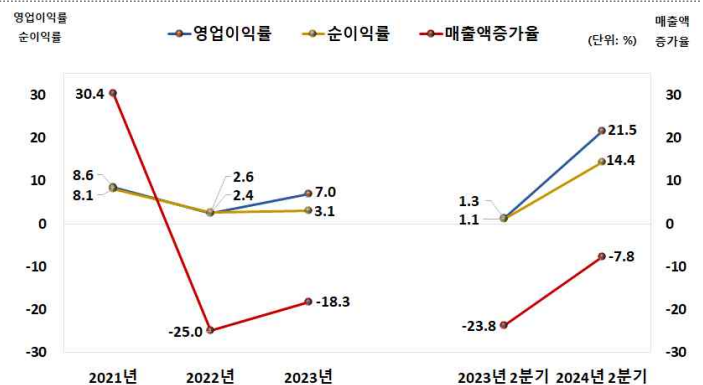
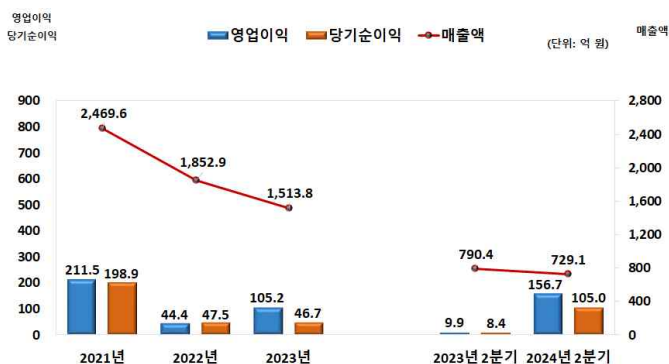
■ 2022년 원가 및 판관비 부담 가중으로 영업수익성 저하, 2023년 수익성 회복

2021년 영업이익률 8.6%(영업이익 211.5억 원)을 기록한 이후, 2022년에는 매출감소에 따른 원가 및 판관비 부담 가중으로 영업이익률은 전년 대비 6.2%p 하락한 2.4%, 영업이익은 전년 대비 167.1억 원 감소한 44.4억 원을 기록하며 수익성이 약화되었다. 2023년에도 매출감소세는 이어졌으나 채널운용 효율화 노력 등으로 판관비 부담이 완화된 영업이익률 7.0%(영업이익 105.2억 원)을 기록하며 수익성이 회복되었다. 2021년, 2022년 순이익률은 영업이익률과 비슷한 추이를 보였으나, 2023년 비지배부채손실 등 금융원가의 증가로 순이익률은 영업이익률보다 낮은 3.1%를 기록하였다.

한편, 2024년 상반기는 전년 동기 대비 매출이 감소하였으나, 마케팅 비용의 효율적 운용 등으로 판관비 부담이 크게 감소해 영업이익률 21.5%, 순이익률 14.4%를 기록, 전년 동기 대비 수익성이 크게 개선되었다.

[그림 7] 동사 손익계산서 분석

(단위: 억 원, %, K-IFRS 연결 기준)



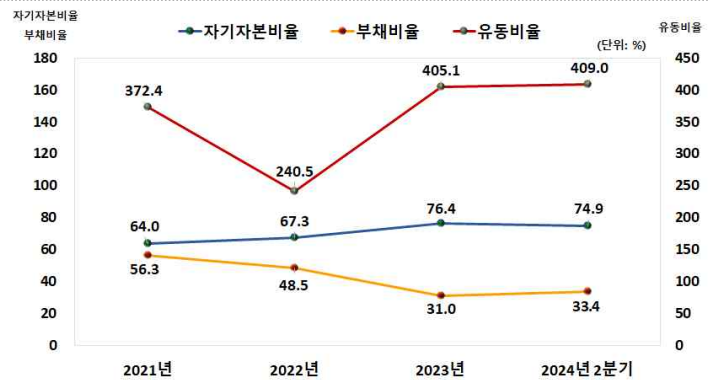
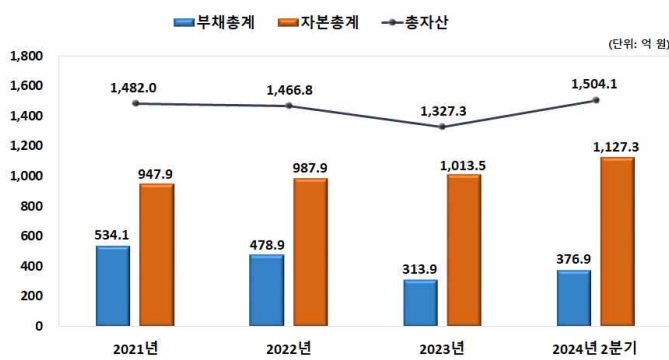
자료: 동사 사업보고서(2023.12.), 반기보고서(2024.06.), NICE디앤비 재구성

■ 주요 재무안정성 지표는 개선 추세이며, 안정적인 수준 유지

동사의 부채비율은 2021년 56.3%, 2022년 48.5%, 2023년에는 31.0%를 기록하며 지속적으로 감소 추세에 있으며, 2024년 상반기에도 비슷한 수준을 유지하며 33.4%의 부채비율을 나타내었다. 또한, 최근 3개년간 유동비율도 각각 372.4%, 240.5%, 405.1%를 기록하였으며, 2024년 상반기 유동비율은 409.0%로서 유동비율 또한 양호한 수준을 견지한 바, 동사의 주요 재무안정성 지표 및 재무구조는 전반적으로 안정적인 수준으로 분석된다.

[그림 8] 동사 재무상태표 분석

(단위: 억 원, %, K-IFRS 연결 기준)



자료: 동사 사업보고서(2023.12.), 반기보고서(2024.06.), NICE디앤비 재구성

[표 9] 동사 요약 재무제표

(단위: 억 원, K-IFRS 연결 기준)

항목	2021년	2022년	2023년	2023년 2분기 누적	2024년 2분기 누적
매출액	2,469.6	1,852.9	1,513.8	790.4	729.1
매출액증가율(%)	30.4	-25.0	-18.3	-23.8	-7.8
영업이익	211.5	44.4	105.2	9.9	156.7
영업이익률(%)	8.6	2.4	7.0	1.3	21.5
순이익	198.9	47.5	46.7	8.4	105.0
순이익률(%)	8.1	2.6	3.1	1.1	14.4
부채총계	534.1	478.9	313.9	359.1	376.9
자본총계	947.9	987.9	1,013.5	977.4	1,127.3
총자산	1,482.0	1,466.8	1,327.3	1,336.4	1,504.1
유동비율(%)	372.4	240.5	405.1	305.0	409.0
부채비율(%)	56.3	48.5	31.0	36.7	33.4
자기자본비율(%)	64.0	67.3	76.4	73.1	74.9
영업현금흐름	130.1	-36.3	81.7	82.8	54.0
투자현금흐름	-50.9	-90.4	-133.4	-92.1	-67.4
재무현금흐름	260.4	-16.8	-229.3	-138.8	-3.2
기말 현금	532.4	389.8	108.8	239.5	92.1

자료: 동사 사업보고서(2023.12.), 반기보고서(2024.06.)

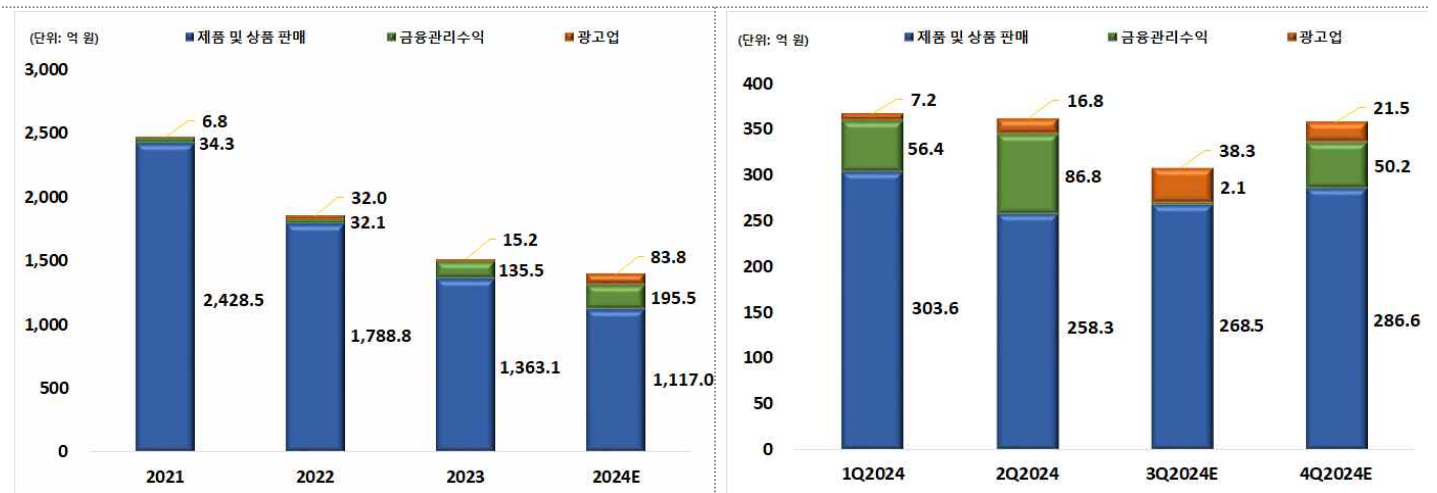
■ 동사 실적 전망

2023년 동사의 매출은 경기침체가 이어지면서 전년 대비 18.3% 감소한 1,513.8억 원의 매출을 기록하였다. 2024년 상반기에도 주력 제품인 건강기능식품 매출의 감소는 이어졌으나, 종속기업 보유주식 관련 금융관리수익의 증가로 매출 감소세가 둔화되어 전년 동기 대비 7.8% 감소한 729.1억 원의 매출을 기록하였다. 동사의 2024년 매출실적은 주력 제품의 매출 감소 여파로 인해 2023년 대비 소폭 감소할 것으로 전망된다.

한편, 동사는 해외 진출과 신제품 출시를 통해 사업 다각화를 시도하고 있다. 초도물량 2만 개 완판 등의 좋은 실적을 달성 중인 말레이시아 수출과 국내 신제품을 통해 신규 매출 창출이 성공적으로 이루어진다면, 추후 매출 외형 성장이 가능할 것으로 전망된다.

[그림 9] 동사의 사업부문별 실적 및 전망

(단위: 억 원, %, K-IFRS 연결 기준)



자료: 동사 사업보고서(2023.12.), 반기보고서(2024.06.), NICE디앤비 재구성

[표 10] 동사의 사업부문별 연간 실적 및 분기별 전망

(단위: 억 원, %, K-IFRS 연결 기준)

항목	2021	2022	2023	2024E	1Q2024	2Q2024	3Q2024E	4Q2024E
매출액	2,469.6	1,852.9	1,513.8	1,396.3	367.2	361.9	308.9	358.3
제품 및 상품 판매	2,428.5	1,788.8	1,363.1	1,117.0	303.6	258.3	268.5	286.6
금융관리수익	34.3	32.1	135.5	195.5	56.4	86.8	2.1	50.2
광고업	6.8	32.0	15.2	83.8	7.2	16.8	38.3	21.5

자료: 동사 사업보고서(2023.12.), 반기보고서(2024.06.), NICE디앤비 재구성

V. 주요 변동사항 및 향후 전망

해외 진출과 신제품 출시로 수익 다각화 노력

약업신문(2024.08.)에 따르면, 당사는 2024년 8월에 에버콜라겐 제품의 말레이시아 왓슨스 그랜드 론칭 이벤트를 진행했다. 또한, 뉴시스(2024.09.)와 팜뉴스(2024.09.)의 보도자료에 따르면, 당사는 신제품인 '뉴트리 루피니빈'과 '내츄럴TG 식물성 오메가3'를 출시함으로써 제품의 라인업 강화를 본격화 했다.

■ 인도네시아 론칭 이벤트를 통한 해외 진출과 신제품 출시를 통한 수익 다각화 시도

당사는 2024년 8월, 당사 제품인 '에버콜라겐 타임'의 말레이시아 왓슨스 그랜드 론칭 이벤트를 진행했다. 에버콜라겐 타임은 말레이시아 입점 초기에 초도물량 2만 개를 2개월 만에 완판했으며, 2024년 7월 왓슨스 어워드(Health Wellness and Beauty Awards 2024)를 수상했다. 이번 론칭 이벤트 행사는 뉴트리의 팜업스토어 오픈을 통해 현지 주력 제품인 에버콜라겐 타임을 공개하고 다양한 경품 프로모션 이벤트를 제공하는 형태로 구성되었다. 당사는 본 이벤트를 통해 소비자에게 당사의 브랜드와 제품을 더욱 알리고, 말레이시아 입점을 앞둔 신규 제품에 대한 사전 시장조사와 소비자 반응 조사를 진행했다. 당사는 이번 기회를 통해 말레이시아 내에서 브랜드 인지도를 확고히 쌓고, 차별화된 마케팅을 통해 기존 입점 제품과 신규 입점 제품의 판매량을 늘려나갈 계획이다.

뉴시스(2024.09.)에 따르면, 당사는 2024년 9월, 신제품 '뉴트리 루피니빈'을 출시했다. 해당 제품은 탄수화물 위주의 식습관을 보유하고 있는 한국인의 혈당 관리를 돕는 기능성 식품으로, 저당, 고단백, 고식이섬유 성분으로 알려진 루피니빈을 활용하여 혈당을 낮추는 데 도움을 준다. 또한, 팜뉴스(2024.09.)에 따르면, 당사는 신제품 '뉴트리 내츄럴TG 식물성 오메가3' 2종도 출시했다. 해당 제품은 당사의 원심분리 추출 특수 공법을 통해 제조된 제품으로, 인위적인 공정을 줄이고 잔류 화학 용매와 포화 지방 등 인체에 유해한 성분을 최소화한 오메가3 원료를 사용했다. 동 제품은 100% 식물성이며, 임산부와 채식주의자 등 남녀노소 모두 안심하고 섭취할 수 있다. 당사는 연이은 신제품 출시를 통해 제품 라인업을 강화하고 매출 다변화를 지속할 예정이다.

[그림 10] 당사의 말레이시아 론칭 이벤트(좌) 및 신제품 뉴트리 루피니빈(우)



자료: 약업신문(2024.08.), 뉴시스(2024.09.), NICE디앤비 재구성

뉴트리(270870)

증권사 투자 의견

작성기관	투자 의견	목표주가	작성일

시장 정보(주가 및 거래량)



자료: 네이버증권(2024.10.24.)

최근 6개월간 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
뉴트리	X	X	X