



ZINUS

Live in Wonder



DISCLAIMER

본 자료에 포함된 2022년 1분기 주식회사 지누스(이하 “회사”)의 연결기준 경영실적 및 재무성과와 관련한 모든 정보는 한국채택국제회계기준에 따라 작성되었습니다.

2022년 1분기 당사의 연결기준 경영실적은 회사 및 자회사 등에 대한 외부감사인의 검토가 완료되지 않은 상태에서 투자자 여러분의 편의를 위해 작성된 자료이므로, 그 내용 중 일부는 향후 회계감사/검토 과정에서 달라질 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

또한, 본 자료는 미래에 대한 예측정보를 포함하고 있습니다. 이러한 정보는 실적발표 시점 현재의 당사 사업환경을 고려하여 작성된 것으로, 향후 전망은 여러가지 변수 등에 따라 실제와는 달라질 수 있음을 양지하시기 바랍니다.



Whatever your sleep style we've
got a mattress for you



2022년 1분기 경영실적 (K-IFRS 기준)

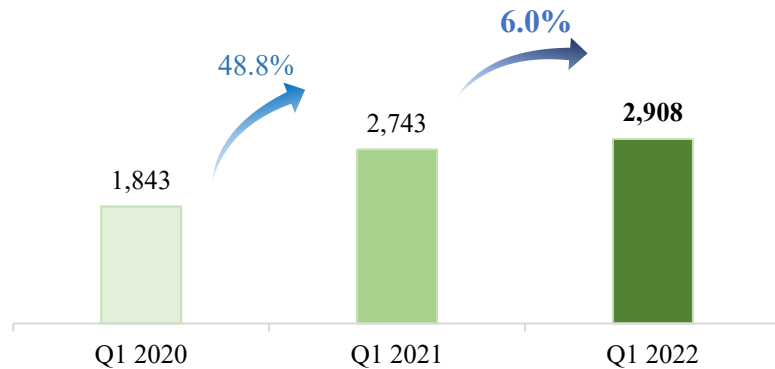
(단위: 백만원)

연결손익계산서	2022년 1분기 실적			
	Q1 2022	Q1 2021	증감액	증감율
매출액	290,786	274,299	16,487	6.0%
매출원가	203,575	189,967	13,608	
매출총이익	87,211	84,331	2,880	
판매비와관리비	58,865	59,269	(404)	
영업이익	28,346	25,062	3,284	13.1%
기타수익비용	(1,153)	(1,168)	15	
금융수익비용	(1,804)	2,243	(4,047)	
법인세비용차감전순이익	25,389	26,137	(748)	
법인세비용	6,712	7,042	(330)	
분기순이익	18,677	19,095	(418)	(-) 2.2%
EBITDA	38,248	31,676	6,572	20.7%
매출총이익률	30.0%	30.7%		(-) 0.7%P
영업이익률	9.7%	9.1%		0.6%P
분기순이익률	6.4%	7.0%		(-) 0.6%P



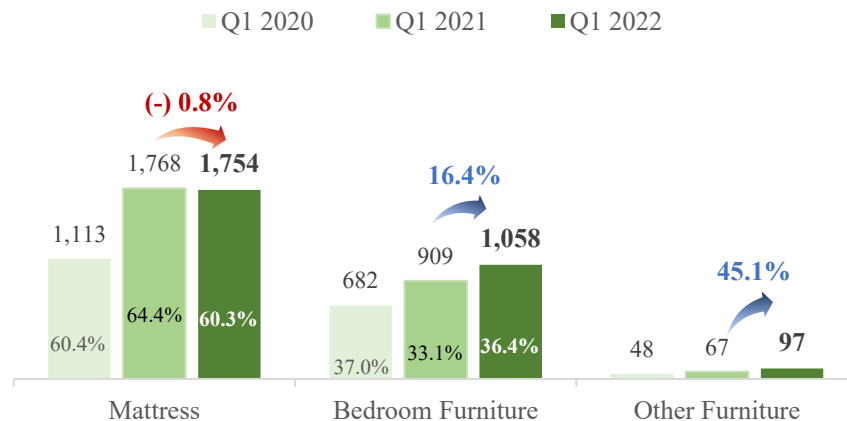
(단위: 억원)

매출액



(단위: 억원)

품목별 매출액



실적분석

- ▶ 당사의 22년 1분기 매출액은 전년 동기 대비 165억원 증가한 2,908억원을 기록하며, 1분기 기준 역대 최고의 매출 실적을 기록하였습니다.
- ▶ 21년 1분기에는 주요 고객이 반덤핑 리스크 회피를 위해 매트리스 거래 구조를 일시적으로 변경하는 과정에서 20년 4분기에서 이연 인식되었던 매출이 많이 반영된 실적이었음을 감안할 때, 올해 1분기 매출의 실질적인 성장률은 더 높다고 볼 수 있습니다.
- ▶ 당사가 높은 해상운임과 현지 창고운영 비용을 직접 지불하기 때문에 상대적으로 이익률이 낮은 현지창고 인도거래(DO) 매출을 최대한 억제하고 있는 상황에서 달성한 실적임을 감안한다면, 회사의 비즈니스 모델은 견고하고 성장성 역시 지속적으로 높게 유지되고 있는 것으로 당사는 판단하고 있습니다.
- ▶ 품목별 매출액에서는 매트리스부문에서 소폭의 (-)성장률을 기록한 반면, DO 매출의 억제에 따라 전년 (-)성장을 기록하였던 가구제품의 매출 성장률이 점진적으로 회복하고 있으며, 품목 다각화를 통해 종합 가구 회사로 발돋움 하고자 하는 당사의 장기 성장 전략이 주효하고 있음을 재확인 하였습니다. 매트리스의 경우 위에서 언급한 전년 동기 실적에 반영된 이연매출 효과로 (-)의 성장률을 기록한 것으로 표시되었으나, 이연매출 효과를 제외한 실질 성장률은 두 자릿수의 (+) 성장률을 기록하였습니다.

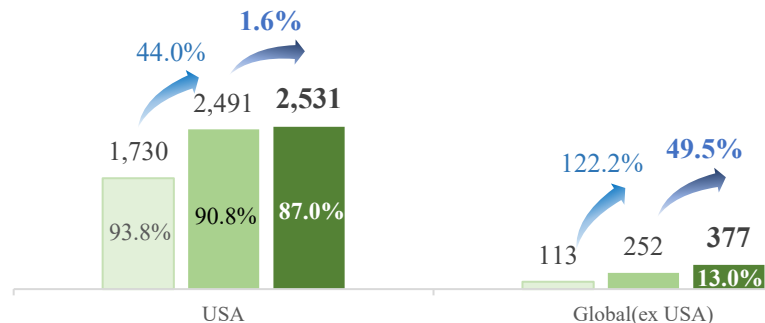


매출액, 계속

(단위: 억원)

지역별 매출액

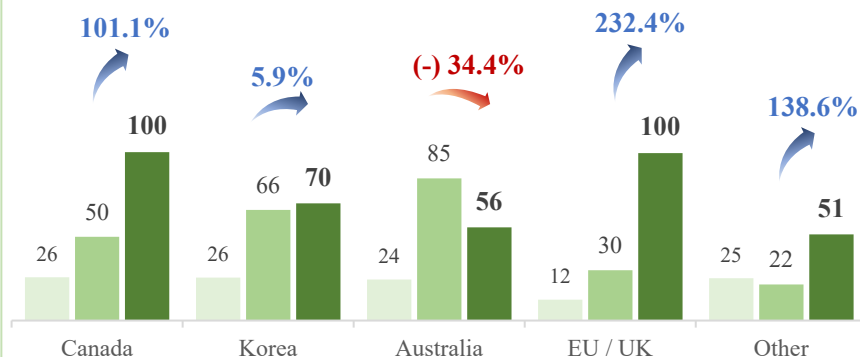
■ Q1 2020 ■ Q1 2021 ■ Q1 2022



(단위: 억원)

Global(ex USA) 세부 지역별 매출액

■ Q1 2020 ■ Q1 2021 ■ Q1 2022



실적분석

- 지역별 매출에서는 USA 매출이 1.6%의 성장률을 보인 반면에, Global(ex USA) 매출은 49.5%의 성장률을 기록하면서 전체 매출에서 차지하는 비중이 13%까지 확대 되었습니다.
- ✓ USA: 앞 장에서 설명하였듯이 21년 1분기에 반영된 이연매출로 인한 상대적인 비교, 수익성 유지를 위한 전략적인 DO 매출 통제에도 불구하고, 고객의 직접수입(DI) 매출이 큰 폭으로 증가하며, 성장 추세를 이어 나아갔습니다.
- ✓ Canada: 21년 COVID-19에 따른 주요채널의 영업중단 등 매출확대에 어려움을 겪었던 캐나다는 올해 1분기에는 100%를 초과하는 성장률을 기록하였습니다. 작년말 캐나다 매트리스 제조사들의 제소로 지난 2월부터 중국산 매트리스에 대한 반덤핑 조사가 개시되었으며, 판정결과가 나오기 전까지 캐나다향 매트리스에 대한 생산국가를 중국에서 인도네시아로 변경하였습니다.
- ✓ Korea: 전년도 가장 큰 성장률을 기록하였던 시장으로, 1분기 말 중국-한국간 선박이슈에 따른 일시적 공급 지연으로 인해 당분기 성장률이 둔화되었습니다. 이연된 선박들이 순차적으로 배차되면서 2분기에는 다시 성장세를 이어갈 것 입니다. 향후 신설될 시너지전략부서에는 한국사업을 큰 폭으로 성장시킬 여러가지 시너지전략들을 추진할 예정입니다.
- ✓ Australia: 중국-호주 간 선박량 부족에서 파생된 주요 제품의 공급부족, 주요 고객들의 발주시스템의 기술적인 문제로 인한 일시적인 공급지연 등으로 Global 시장에서 유일하게 (-)성장을 기록하였습니다. 주요 고객들의 기술적인 문제는 해결되었으며, 해상운송 상황도 안정될 것으로 예상되는 만큼 향후에는 기존과 같이 성장세를 유지할 것으로 예상됩니다.
- ✓ EU/UK: 직전 21년말 보고에서 언급 드렸듯이 올 한해 가장 높은 성장률이 기대되는 시장으로, 전년 동기 대비 200%를 초과하는 성장률을 기록하였으며, 당사의 주요 경영진들은 6월 영국과 독일을 방문하여서 신규 고객 확보에 주력할 예정입니다.
- ✓ Others: 인도네시아 내수시장에서의 매출이 전년 동기 대비 3배 이상 급성장하며, Other 지역의 세 자릿수성장에 기여하였습니다.

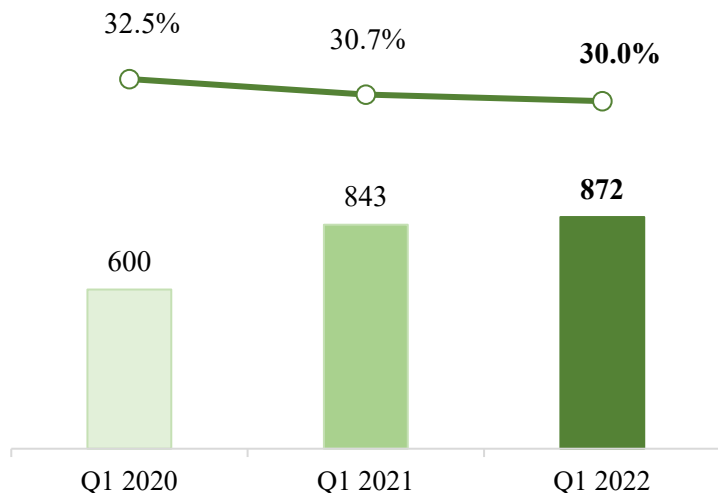


매출총이익

(단위: 억원)

매출총이익 / 매출총이익률

■ 매출총이익 ● 매출총이익률



실적분석

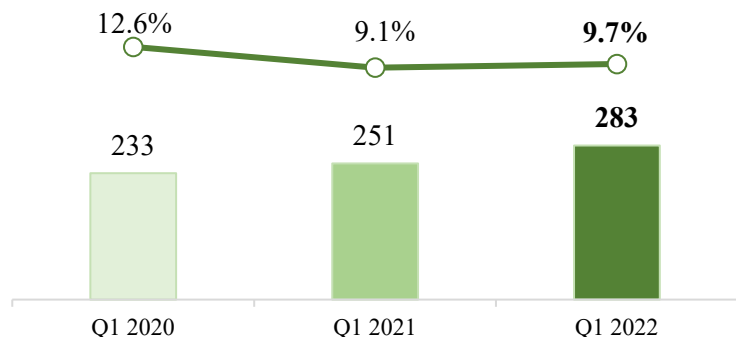
- 22년 1분기의 매출총이익은 전년 대비 29억원(3.4%) 증가한 872억원을 기록하였으나, 매출총이익률은 전년 동기 대비 소폭 하락하였습니다. 매출총이익률이 예년의 이익률에 미치지 못하는 이유는 당분기에도 높은 수준에서 유지되고 있는 해상운임과 전년 동기 대비 크게 오른 주요 원재료비가 그 원인입니다.
- 과거 수준의 매출총이익률까지는 아직 회복하지 못하였으나 어려운 대외 환경 하에서도 가격인상을 성공적으로 이루었고 주요 고객과의 긴밀한 협력 하에 상대적으로 이익률이 높은 DI 매출 비중을 더욱 끌어 올렸습니다.
- 작년 상업생산 초기단계에서 큰 적자를 기록한 미국 조지아 생산법인의 생산성도 최근 눈에 띄게 향상되고 있습니다. 중국과 인도네시아 생산법인의 원가절감을 위한 노력도 계획대로 진행됨에 따라 지난해 4분기 25% 수준이었던 매출총이익률을 다시 30%대로 회복 할 수 있었습니다.
- 당사의 경영진은 매출총이익에 영향을 미칠 수 있는 해상운임과 원자재 가격 동향, 최근 미 연준의장이 언급하면서 양국간 논의되고 있는 중국산 공산품에 대한 25% 특별관세 철폐, GSP 제도의 재승인, 미국 인플레이션에서 촉발되고 있는 시장 환경 변화 등 여러가지 상황에 대해 면밀하게 모니터링 하고 있으며, 관련 리스크 최소화를 위해 노력하고 있습니다.



영업이익 / 판매비와관리비

(단위: 억원)

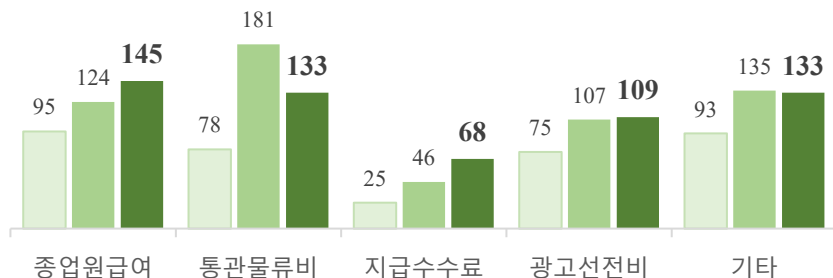
영업이익 / 영업이익률
■ 영업이익 ○ 영업이익률



(단위: 억원)

판매비와관리비

■ Q1 2020 ■ Q1 2021 ■ Q1 2022



실적분석

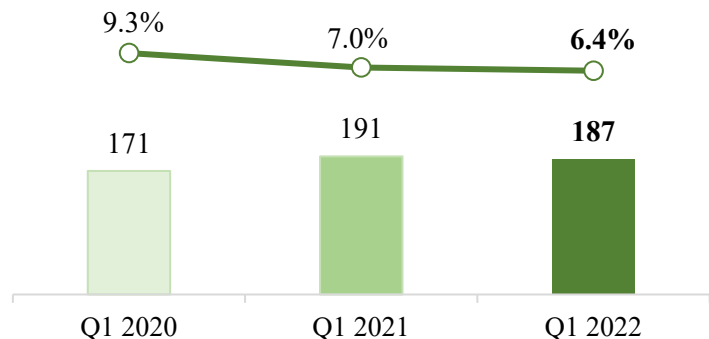
- 극심하게 악화된 대외환경 하에서도 매출총이익의 증가와 판매비와관리비의 안정적인 관리로 인해 당분기 영업이익은 전년 동기 대비 33억원(13.1%) 증가한 283억원을 기록하였으며, 영업이익률 역시 전년 동기 대비 0.6%p 상승한 9.7%를 기록하였습니다.
- 매출총이익률이 전년 동기 대비 하락하였음에도 불구하고, 영업이익률이 상승할 수 있었던 가장 큰 요인은 위에서 언급하였듯이 판매비와관리비를 예산 내에서 효과적으로 관리하였기 때문입니다. 당분기의 매출액 대비 판매비와관리비의 비율은 20.2%로, 20년 23.3%과 21년 21.2% 대비하여 낮은 수준에서 관리하였으며 판매비와관리비를 지속적으로 관리하여 규모의 경제 효과를 이를 예정입니다.
- 매출의 증가에도 불구하고 판매비와관리비 금액은 전년 동기 대비 4억원 감소한 589억원을 기록하였습니다. 특히 20년 4분기 발생한 미국내 물류대란의 여파로 전년도 1분기 비경상적으로 증가하였던 통관물류비가 당분기에는 정상적으로 관리된 것이 판매비와관리비 감소의 가장 큰 요인입니다. 이 외에도 종업원 급여와 지급수수료의 경우 사전 승인된 인력계획과 지출계획에 따라 관리되었고, 광고선전비 역시 매출의 증가에도 불구하고 큰 증가 없이 효율적으로 관리되었습니다.



분기순이익 / 영업외손익

(단위: 억원)

분기순이익 / 분기순이익률
■ 분기순이익 ○ 분기순이익률



(단위: 억원)

영업외손익
(기타수익비용, 금융수익비용)

■ Q1 2020 ■ Q1 2021 ■ Q1 2022



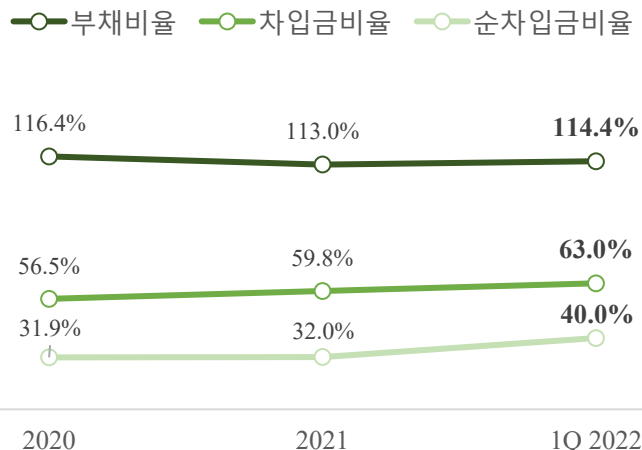
실적분석

- ▶ 영업이익의 증가에도 불구하고 환율영향으로 인해 분기순이익은 전년 동기 대비 4억원 감소하며 187억원을 기록하였으며, 분기순이익률 역시 0.6%p 하락하며 6.4%를 기록하였습니다.
- ▶ 당분기 영업외손익은 외환 관련 손익을 제외하고는 전년 동기 대비 유의한 변동을 보이지 않았습니다. 외환 관련 손익은 강달러가 지속되고 있음에도 불구하고 환율의 전반적인 추세가 전년 동기 대비 안정적인 범위 내에서 움직임에 따라 (+)효과가 감소하였습니다.
- ▶ 이자비용은 차입금 규모 증가로 인해 전년 동기 대비 소폭 증가하였으며, 기타에 반영되는 잡이익과 잡손실, 선물환손익 등의 금액은 전년 동기 대비 부의 효과가 감소하였습니다.

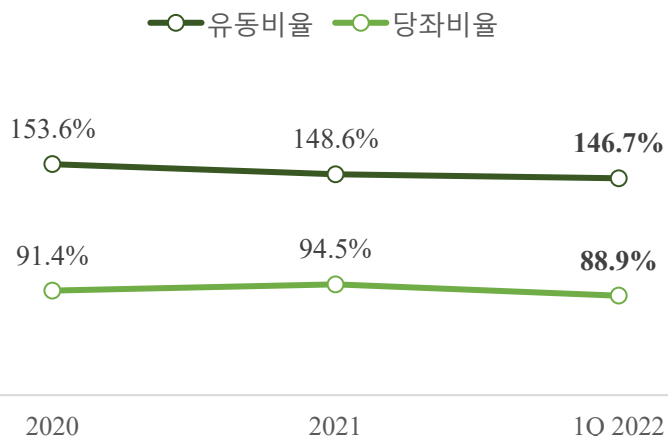


주요 재무비율

부채비율 / 차입금비율 / 순차입금비율



유동비율 / 당좌비율



주요 재무비율 분석

➤ 당사의 주요 재무비율은 다음과 같이 계산되었습니다.

* 부채비율	부채 총계 / 자본총계
* 차입금비율	(차입금+사채) / 자본총계
* 순차입금비율	(차입금+사채-현금및현금성자산-단기금융상품) / 자본총계
* 유동비율	유동자산 / 유동부채
* 당좌비율	(유동자산-재고자산) / 유동부채

➤ 자본이 전기말 4,782억 원에서 당분기말 4,971억 원으로 증가 하였음에도 불구하고, 미국판매법인의 운영목적 차입금 증가와 환율 상승에 따른 해외법인의 차입금 증가효과 등으로 인해 부채비율과 차입금비율 모두 소폭 상승하였습니다. 또한, 현금및현금성자산과 단기금융상품이 전기말 대비 185억 원 감소하며 순차입금비율은 차입금비율 대비하여 더 큰 폭으로 상승 하였습니다.

➤ 주요 안정성 지표인 유동비율은 유동자산이 368억 원 증가하며 유동부채 증가 309억 원 보다 크게 증가하였음에도 불구하고 전기말 대비 소폭 감소하였고, 당좌비율 역시 재고자산 증가 337억 원이 반영되며 유동비율 보다 더 큰 폭으로 감소 하였습니다.

➤ 5월말로 예정된 현대백화점으로부터의 제 3자 배정 유상증자가 당분기말에 완료되었다고 가정하며, 현금및현금성자산과 자본이 증가하여 부채비율은 114.4% → 92.2%, 차입금비율은 63.0% → 50.8%, 순차입금비율은 40.0% → 12.8%으로 개선됩니다.

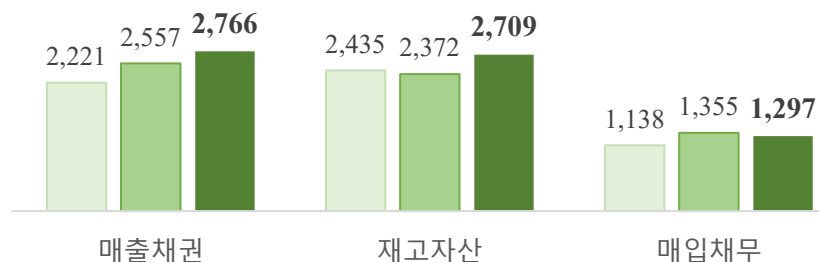


매출채권 / 재고자산 / 매입채무

(단위: 억원)

매출채권 / 재고자산 / 매입채무

■ 2020 ■ 2021 ■ 1Q 2022

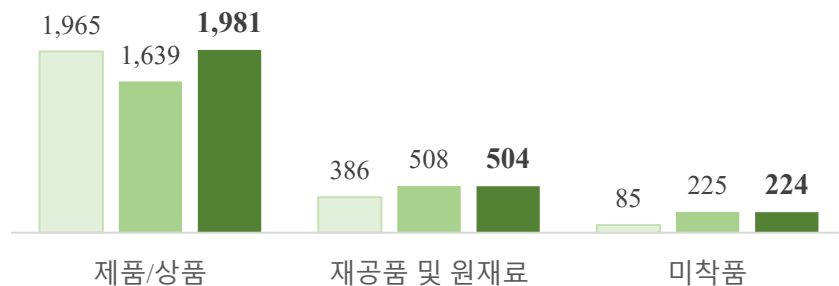


* 매출채권은 당기손익공정가치 금융자산으로 분류된 매출채권 합계금액입니다.

(단위: 억원)

재고자산 세부내역

■ 2020 ■ 2021 ■ 1Q 2022

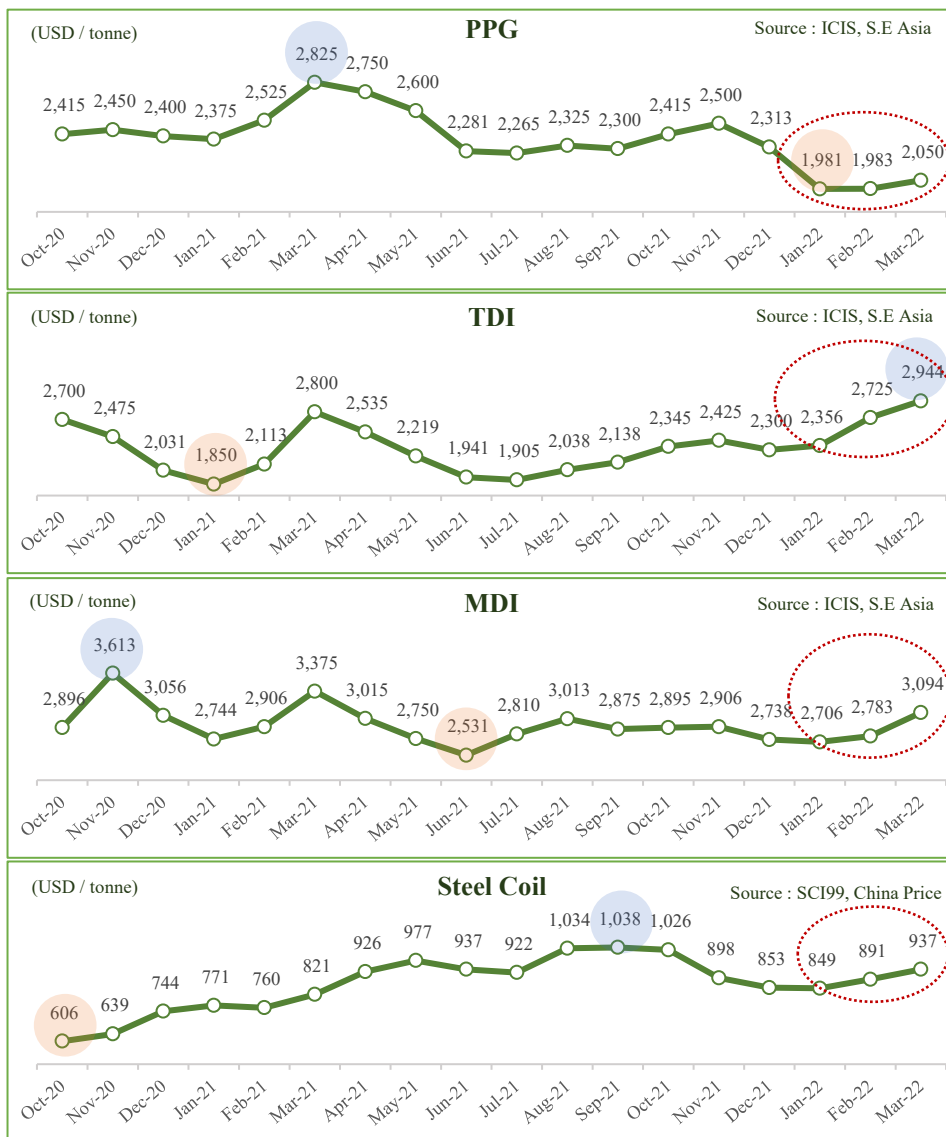


❁ 매출채권, 재고자산, 매입채무 분석

- 매출채권은 매출 규모 대비 정상수준에서 관리되고 있으며, 재고자산은 전반적인 매출 성장 과정에서 필수적인 안전재고 규모가 확대되면서 판매법인 중심으로 재고금액이 증가 하였습니다. 반면, 매입채무는 감소하였는데 이는 전기말 대비 당분기의 매입이 감소된 것이 주요 원인입니다.
- 전체 재고자산은 전기말 대비 366억원(15.4%) 증가 하였으며, 재공품 및 원재료, 미착품은 전기말 대비 변동이 없는 반면, 완제품(제품/상품) 재고는 약 20%가 증가하였습니다. 또한, 판매법인과 생산법인을 구분하여 보면 판매법인의 재고는 전기말 대비 443억원 증가하면서 제품 공급이 원활하게 이루어지고 있으며, 생산법인의 재고는 67억원 감소하였습니다.
- 이와 같은 판매법인의 완제품 재고 증가는 2020년 하반기 물류사태와 같은 의도치 않은 증가가 아닌, 채널에서의 결품을 방지하고 2분기 매출 확대를 위한 계획된 수준 내에서의 증가입니다. 당사는 과거 경험을 토대로 하여 관리 가능하고 예측 가능한 범위에서 재고자산을 운용하기 위해 노력하고 있으며, 이를 위해 다양한 부서가 유기적으로 협업을 진행하고 있습니다.



원재료 가격



원재료 가격 추이

[화학 원재료 가격동향 및 향후전망]

- 21년 상반기 텍사스 한파, 하반기 중국 홍수와 전력 공급 부족으로 당사가 가장 많이 사용하는 화학 원재료인 PPG는 21년 내내 높은 수준의 가격대를 유지하였습니다. 22년 1분기 중국 및 동북아 지역의 PO 공장 증설 및 미국향 수출 감소에 따른 안정적 공급으로 인해, PPG 가격은 큰 폭의 유가 상승에도 불구하고 하향 안정세를 유지하고 있습니다.
- 러시아의 우크라이나 침공으로 인한 천연 가스 등 에너지 가격 상승이 유럽에 위치한 TDI/MDI 공장들의 가동을 저하와 공급 부족을 야기하고 아시아 생산물량의 유럽 수출을 확대시켰습니다. 이에 따라, TDI/MDI 가격은 22년 1월 이후 다시 상승세를 보이고 있습니다.
- 향후 우크라이나 사태로 인해 유가 및 주요 에너지 자원 등이 높은 가격대를 형성하더라도, 회사가 사용하는 주요 화학 원재료들의 가격의 추가 상승은 제한적일 것으로 예측됩니다. 오히려 중국 내 봉쇄 조치로 인한 수요 감소, 미국 인플레이션에 따른 구매 수요 저하 등 실제 수요와 밀접하게 연관된 대외환경의 변화로 인해 화학 원재료 가격은 다시 하향 안정세로 돌아설 것으로 전망됩니다. 화학 원재료의 가격 변동성을 줄이기 위한 비축 재고 확대 및 주요 공급사와의 장기계약도 적극적으로 검토하고 있습니다.

[철강 원재료 가격동향 및 향후전망]

- 21년 상반기 철광석 가격 상승 및 중국의 탄소 절감 정책에 따른 생산 제한으로, 철강 가격이 큰 폭으로 상승하였습니다. 이후 하반기에는, 5월부터 시행된 중국의 철광석 시장 가격 통제, 철강 수출 제한 정책이 실효성을 거두면서 철강 가격은 가파른 상승세를 멈추고 안정세를 유지하였습니다.
- 22년 1분기 중국 내수 철강 가격은, 중국 정부의 경기 부양 정책에 따른 기대 수요 증가와 우크라이나 사태에 따른 글로벌 공급 차질 우려로 다시 상승세로 전환 하였습니다.
- 향후에는 유럽 국가들의 철강부족으로 중국의 수출물량이 증가하고 탄소절감 정책 시행으로 철강 생산이 제한됨에 따라 공급부족 현상이 예상됩니다. 다만, 중국 내 봉쇄 조치가 주요 공장들의 가동을 멈추게 하며 전반적인 수요를 억제하여 철강 가격의 완만한 안정세가 전망되기 때문에 적절한 가격 구간에서의 대량 구매도 검토하고 있습니다.



2022년 경영환경 전망

☀ Headwind vs. Tailwind

➤ 당사에서 가장 큰 매출을 일으키는 국가인 미국의 정치 및 경제상황을 실시간 모니터링하며 경영환경에 영향을 줄 수 있는 요소들을 파악하고 있습니다. 러시아의 우크라이나 침공, 해소되지 않는 주요 국가간 무역갈등 및 고공행진을 지속하고 있는 원재료 및 해상운임 지수 등을 종합적으로 분석하여 경영전략에 반영하고 있습니다. 회사가 모니터링 하고 있는 ‘극복해야 하는 도전과제(Headwind)’와 ‘활용할 수 있는 기회요소(Tailwind)’는 다음과 같습니다.

✓ 도전과제(Headwind):

1. 미국내 인플레이션 심화에 따른 테이퍼링 기조 확산: 소비심리 위축에 따른 소비자 구매력 하락 및 미국 성장 저해
2. 중국내 ‘지역 봉쇄’ 해제 시 생산 가동에 따른 물동량 증가: 해상운임 및 원재료가격의 일시적 상승 가능성
3. 미국 서부항만노조(ILWU)와 서안항만 운영단체 사이 6월 단체협약 만료를 앞두고 파업 위기 고조: 적시에 제품공급이 되지 않아 결품에 따른 판매기회 손실, DO 미착재고에 따른 자금운용 및 미국 내 물류혼란 가능성

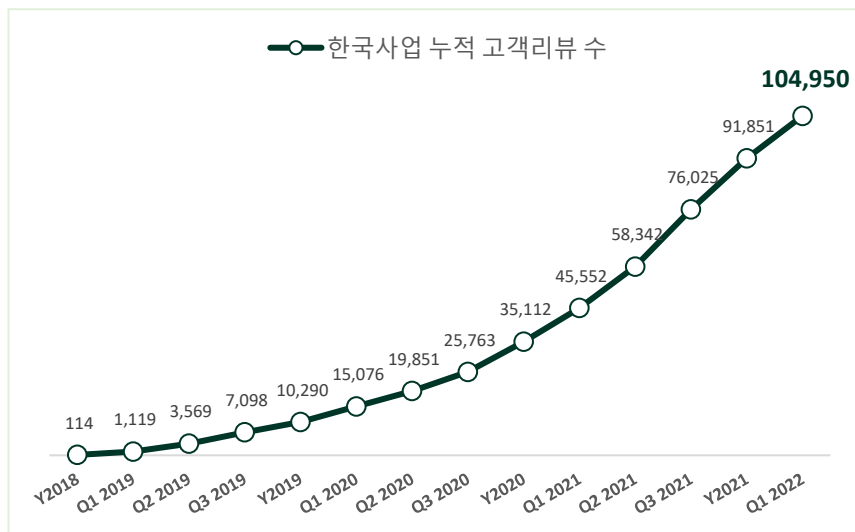
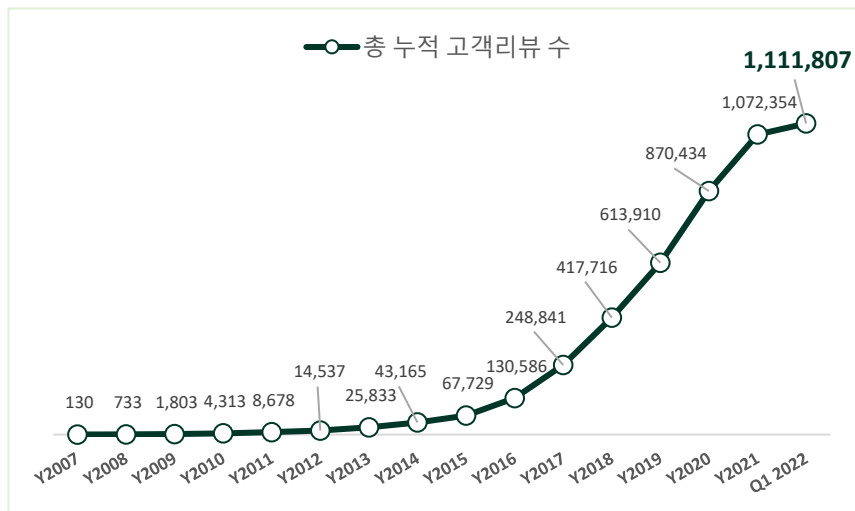
✓ 기회요소(Tailwind):

1. 미국 정부가 소비자물가 개선 및 인플레이션 해소를 위해 중국산 공산품에 부과한 Section 301 관세 철폐 가능성
2. 달러화 강세 기조가 유지됨에 따라 수출 경쟁력 증가 및 매출원가 개선
3. 인도네시아 GSP 제도의 재승인: 하원을 통과한 관련 법안이 상원과의 협의 조정 과정을 거쳐 올해 Q2 ~ Q3 중 최종 통과될 것으로 전망
4. 미국 고용환경 개선에 따른 미국 GA 공장의 램프업(Ramp Up) 가속화: 22년 하반기 내 BEP 달성 및 생산량 추가 확대



지누스의 고객 리뷰 현황

✿ 고객 리뷰 현황



- 당사는 1분기에만 약 4만개의 고객리뷰를 추가로 확보하여, 22년 1분기말 기준 약 111만개의 누적 고객리뷰를 축적하였습니다.
- 미국 조지아 공장에서 생산되는 프리미엄 매트리스인 Green Tea Luxe의 성공적인 출시 이후, 또 다른 프리미엄 매트리스인 Ultra Cooling Gel과 Bliss를 주요 고객사 채널(Amazon, Walmart, Wayfair)을 통해 추가로 선보였습니다. 신규 출시된 세 가지 프리미엄 매트리스 모두 Amazon 내에서 높은 평점(4.6점)을 유지하고 있으며, 이 중 가장 초기에 출시한 Green Tea Luxe는 당분기에만 Amazon에서 백만불을 초과하는 판매실적을 달성하며 Amazon US - Mattress 카테고리 내 36위 자리를 차지하였습니다. 또한, Ultra Cooling Gel 매트리스는 동 카테고리 내에서 52위를 차지하고 있습니다.
- MIU(Made in USA) 매트리스들의 성공적 출시 경험을 바탕으로 보다 공격적으로 MIU 매트리스를 기획하여 확장하고 있습니다. 7월에 Sam's.com 독점공급용 MIU 매트리스를 출시할 계획이며, 가성비 라인의 새로운 MIU 매트리스들도 Amazon과 Walmart에 각각 독점 제품으로 추가 출시할 예정입니다.
- 주요 고객사들의 베스트셀러에서도 지속적으로 높은 점유율을 유지하고 있습니다. 특히, Amazon US - Beds 카테고리 Top 10안에는 총 9개의 당사 제품이 자리 매김하고 있으며, 이중 Mia 14in 베드 프레임 제품은 동 카테고리 내에서 7주 연속 1위 자리를 차지하고 있습니다.
- 당사는 22년 1분기말 기준 캐나다, 한국, 호주, 일본 등의 글로벌 마켓에서도 약 16만개 이상의 누적 고객리뷰를 축적하였습니다. 당사가 빠른 속도로 글로벌 마켓에서 성장할 수 있는 이유는, 오랜 기간의 글로벌 경영활동으로 축적한 시장정보와 R&D 노하우를 바탕으로 각 국가에 특화된 제품들을 출시하고 있기 때문입니다. 현재 호주 마켓 니즈에 부합하는 베드 프레임 제품들의 신규 출시를 앞두고 있으며, 지속적으로 현지 국가에 최적화된 신제품들을 개발하여 글로벌 마켓을 확장할 계획입니다.



✧ ESG 활동

- ▶ 당사는 연초에 수립한 ESG 경영 Framework(ESG Management, Environmental, Social, Governance)를 바탕으로 도출한 추진과제를 진행하고 있으며 진척현황을 외부 이해관계자들에게 보고드리기 위해 ESG 전용 홈페이지를 개발하고 있습니다. 아울러, 올해 처음으로 기업지배구조보고서를 2분기 내에 발간할 계획입니다.
- ▶ 회사 홈페이지(www.zinus.co.kr) 내 ESG 게시판을 신규 생성하여 'ESG 경영 목표·비전'을 소개하는 커뮤니케이션 패키지를 공시하였습니다.

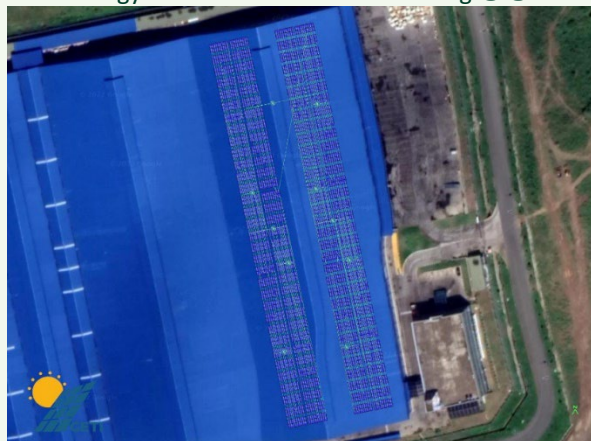
✧ 신재생 에너지의 적극적 도입

중국 화안생산법인과 미국 판매법인에 이어 인도네시아 생산법인에서도 대표적인 친환경 에너지로 인식되는 태양광 발전설비를 도입함으로써 친환경 에너지 사용률을 높이고 외부 전력량 사용을 절감하기 위한 전사적인 계획을 확대 중입니다.

<탄소중립을 위하여 인니법인에서 추진중인 사항>

	추진업무	주요내용	추진경과
1	태양광 발전설비 설치	공장 지붕에 태양광 발전설비를 설치하여 탄소 배출량을 감소시키며 전력비도 절감	• 태양광 전문 설치업체와 공장 지붕구조에 대한 검토 완료 • Karawang 공장을 시작으로 Bogor공장에 2022년내 태양광 발전설비 설치완료를 목표로 함 • 현재 건설중인 3공장도 지붕에 태양광발전 설비를 설치 예정
2	전기차 확대	경유를 사용하던 생산용 차량 등을 점진적으로 친환경 차량으로 교체	• 3공장의 경우 기존에 사용하던 경유원료 forklift에서 전기용 forklift 로 전환

Solar Energy Construction Plan – Karawang 공장



System Metrics	
Total Install Capacity	1,280 kW
Area Required	6,140 m ²
System Weight	15 kg/m ²
Solar Generation (year 1)	1,717 MWh
Expected Yield	1,338 kWh/kWp
No. of Modules	2,376 pcs
No. of Inverters	10 pcs
Construction Period	3 ~ 4 months

Solar Energy Construction Plan – Bogor 공장



System Metrics	
Total Install Capacity	1,100 kW
Area Required	5,272 m ²
System Weight	15 kg/m ²
Solar Generation (year 1)	1,406 MWh
Expected Yield	1,276 kWh/kWp
No. of Modules	2,040 pcs
No. of Inverters	8 pcs
Construction Period	3 ~ 4 months



CSR

▶ 당사는 회사가 위치한 지역사회와의 공존과 발전에 기여할 수 있는 다양한 캠페인 참여 및 기부활동을 일상적으로 진행하고 있습니다.

인도네시아 Karawang 지역 코로나 매트리스 지원 (4차~ 5차분)



Karawang 지역 고아원/양로원 모금 및 의류 증정행사 (노사협의회 주관)



Karawang 지역 사원 개보수 지원금 전달



Bogor 지역 (지누스 직원 주 이용 사원) 사원확장 공사 자재 지원



