



PASSION
FOR THE
GREATER

Disclaimer

본 자료는 기관투자자와 일반투자자를 대상으로 실시되는 Presentation에 정보 제공을 목적으로 ㈜동인기연 (이하 “회사”)에 의해 작성되었으며 이의 반출, 복사 또는 타인에 대한 재배포는 금지됨을 알려 드리는 바입니다. 본 Presentation에의 참석은 위와 같은 제한 사항의 준수에 대한 동의로 간주될 것이며 제한 사항에 대한 위반은 관련 증권거래 법률에 대한 위반에 해당될 수 있음을 유념해 주시기 바랍니다.

본 자료에 포함된 회사의 경영실적 및 재무성과와 관련된 모든 정보는 기업회계기준에 따라 작성되었습니다. 본 자료에 포함된 “예측정보”는 별도 확인 절차를 거치지 않은 정보들입니다. 이는 과거가 아닌 미래의 사건과 관련된 사항으로 회사의 향후 예상되는 경영 현황 및 재무실적을 의미하고, 표현상으로는 ‘예상’, ‘전망’, ‘계획’, ‘기대(E)’ 등과 같은 단어를 포함합니다. 위 ‘예측정보’는 향후 경영 환경의 변화 등에 따라 영향을 받으며, 본질적으로 불확실성을 내포하고 있는 바, 이러한 불확실성으로 인하여 실제 미래 실적은 “예측정보”에 기재되거나 암시된 내용과 중대한 차이가 발생할 수 있습니다. 또한, 향후 전망은 Presentation 실시일 현재를 기준으로 작성된 것이며 현재 시장 상황과 회사의 경영방향 등을 고려한 것으로 향후 시장 환경의 변화와 전략 수정 등에 따라 변경될 수 있으며, 별도의 고지없이 변경될 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

본 자료의 활용으로 인해 발생하는 손실에 대하여 회사 및 각 계열사, 자문역 또는 Representative들은 그 어떠한 책임도 부담하지 않음을 알려드립니다. (과실 및 기타의 경우 포함) 본 문서는 주식의 모집 또는 매매 및 청약을 위한 권유를 구성하지 아니하며 문서의 그 어느 부분도 관련 계약 및 약정 또는 투자 결정을 위한 기초 또는 근거가 될 수 없음을 알려드립니다. 주식 매입과 관련된 모든 투자 결정은 오직 금융 위원회에 제출한 증권 신고서 또는 (예비) 투자설명서를 통해 제공되는 정보만을 바탕으로 내려져야 할 것 입니다. 본 자료는 회사의 사전 승인 없이 자료의 무단 배포 및 복제는 법적 제재를 받을 수 있음을 유념해 주시기 바랍니다.

INVESTOR RELATIONS 2025

Table Of Contents

01

**Company
Overview**

02

**Investment
Highlight**

03

**Growth
Strategy**

04

Appendix



Company Overview

01. 회사개요
02. 성장과정
03. 주요사업
04. 생산능력
05. 개발능력
06. 경영성과

01. 회사개요

대표이사



회사개요

회사명	(주)동인기연
설립일	1992년 12월 15일
대표이사	정인수
자본금	6.1억 원
주요 사업	아웃도어 제품 생산 및 유통
임직원수	한국인 131명, 필리핀인 8,613명, 베트남인 1,100명, 미국인 25명
국내 주소	경기도 김포시 통진읍 대곶북로 370-26
홈페이지	www.dong-in.com



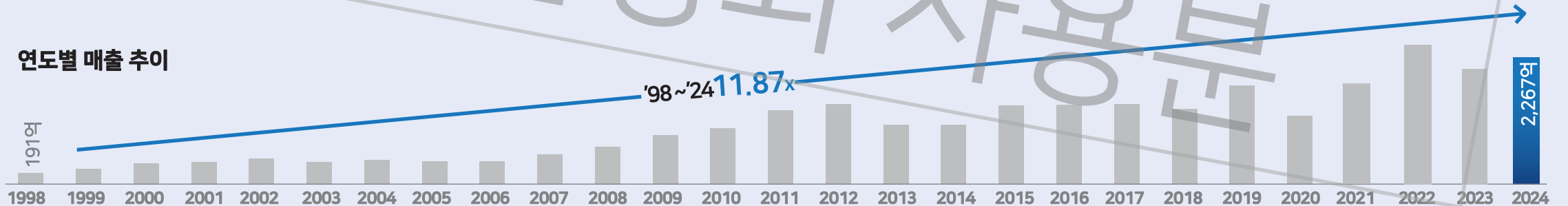
주석: 2024년 말 기준

02. 성장과정

지난 30년간 수많은 시련에 담금질 되며, 세계적인 브랜드들의 글로벌 파트너로 성장하였습니다.

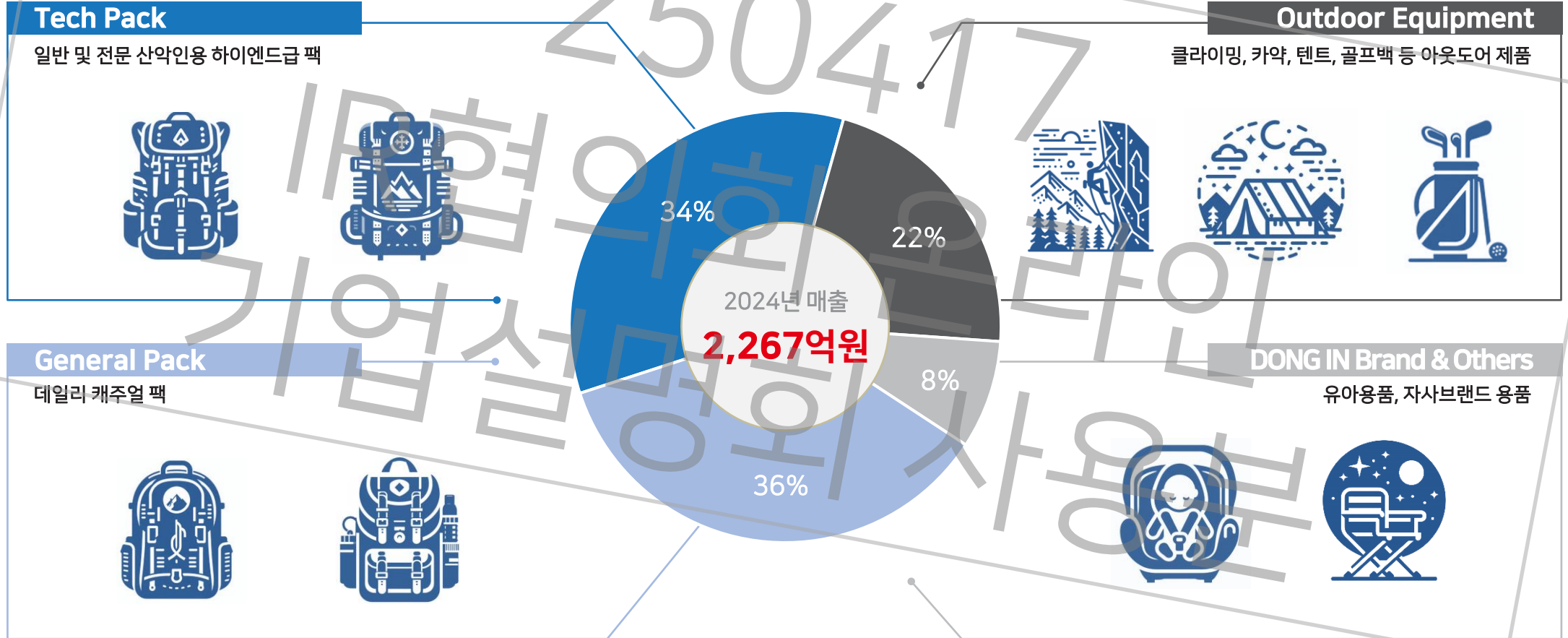
설립기	성장기	도약기
<p>알루미늄튜브사업을 시작으로 Tech Pack 제조사업 진출</p> <ul style="list-style-type: none"> 1992 (주)동인기연 설립 1996 필리핀 현지법인 K1 설립 1996 K사 프레임 캐리어 & 백팩 제조 1998 C2사 하이드레이션 백팩 개발 2001 필리핀 현지법인 MICO 설립 2002 필리핀 현지법인 ECTC 설립 2003 미군 이라크전 C2사 하이드레이션 백팩 군납 	<p>세계 유수의 브랜드들과 하이엔드 제품 개발 협업 시작</p> <ul style="list-style-type: none"> 2003 필리핀 현지법인 ALMATECH 설립 2005 필리핀 현지법인 ESGS 설립 2006 유아용품 브랜드 FORB 출시 2007 베트남 현지법인 DIVN 설립 2008 KIKO 사태 발발 - 협력사 네트워크를 통해 극복 2009 연매출 6,000만 불 달성 2012 공장화재사건 - 2달만에 정상화 	<p>포트폴리오 다변화를 통한 미래 사업 확장</p> <ul style="list-style-type: none"> 2013 필리핀 현지법인 DISC 설립 2016 필리핀 현지법인 REMC 설립 2017 가족용품 브랜드 WAYB 미국 론칭 2022 아웃도어 브랜드 INSMOOTH 론칭 2022 학생용 가방 브랜드 DINAIENT 론칭 2022 애견용품 브랜드 GENTLWUFF 론칭 2023 KOSPI 상장 2024 필리핀 현지법인 PDME 설립 

연도별 매출 추이



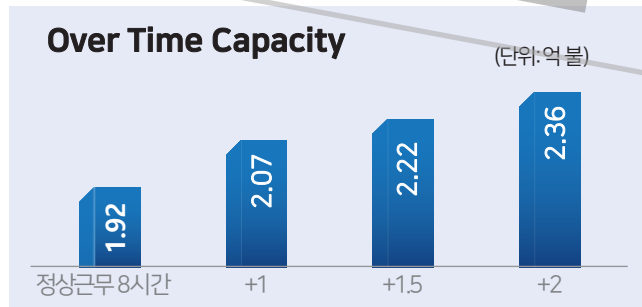
03. 주요사업

알루미늄 가공 기술을 기반으로 인체공학적 봉제 기술을 접목해 다양한 제품 포트폴리오와 전문성을 키워왔습니다.



04. 생산능력

2024년 기준 Capa는 1.92억 불/년이며, Over Time 근무 시 **최대 2.36억 불/년의 Capa**를 보유하고 있습니다.



법인명	설립연도	생산 Line	최대 Capa	현재 생산품	주요 고객사
ESGS	2005			원단 재단 및 반제품	타법인 반제품 제공
ALMA	2003			알루미늄 반제품, RF백, 카약	Y사, T사, 타법인 반제품 제공
MICO	2001	11개	2,900만 불/년	배낭 완제품	Y사, B2사
ECTC	2002	15개	2,500만 불/년	배낭 완제품	C1사, C2사
DIDP	2009	14개	2,800만 불/년	하네스, 배낭 완제품, AL체어	B1사, M1사, N사
DISC	2013	16개	3,500만 불/년	배낭 완제품	G사, M3사
REMC	2017	12개	2,700만 불/년	배낭 완제품, AL체어	R사, M4사, K사
BIMI	2020	10개	2,800만 불/년	골프백	C3사, P사
SCOUT	2020	10개	2,100만 불/년	브랜드 완제품, 유아용품	자체브랜드 및 F사
PDME	2024	4개	1,400만 불/년	텐트	B3사, M5사, N사
DIVN	2007	12개	2,900만 불/년	배낭 완제품	E사, A사

주식: DIVN은 베트남에 위치한 생산법인임
필리핀 법인 중 SPIKE는 현재 생산 설비 미보유

05. 개발능력

글로벌 R&D 센터 설립을 통해 디자인 및 제품 개발 역량을 강화하고 있습니다.



한국 (김포/방화동)

미국

필리핀

베트남



- 주소: 김포 (신소재개발팀) / 방화 (브랜드개발팀)
- 인원: 15명
- 주요 역할: 거래선 신규 제품 개발 및 자사브랜드 제품 개발



- 주소: Mariveles, Bataan
- 인원: 약 309명
- 주요 역할: 신규 제품 개발 및 생산 라인 테스트



- 주소: Vung-Tau, Vietnam
- 인원: 27명
- 주요 역할: 신규 제품 개발 및 생산 라인 테스트



- 주소: Salt Lake City, Utah (인원 10명)
- 주요 역할: 글로벌 아웃도어 브랜드 디자이너 영입을 통한 자체 브랜드/고객사 제품 디자인 및 제품 엔지니어링 연구

주석: 2024년 말 기준



김포



필리핀 / 베트남

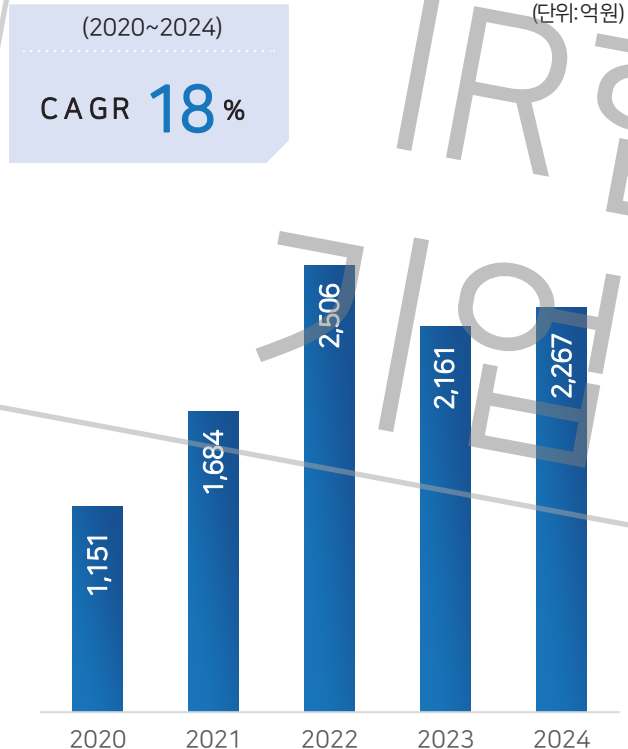


미국

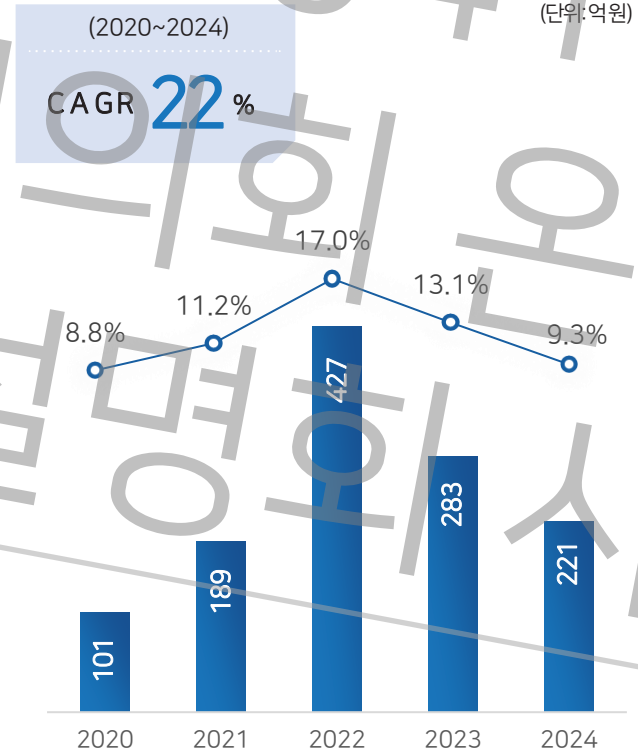
06. 경영성과(1)

코로나 팬데믹 시기를 견뎌내고 Top-Line과 Bottom-Line의 동시 성장을 이뤄냈습니다.

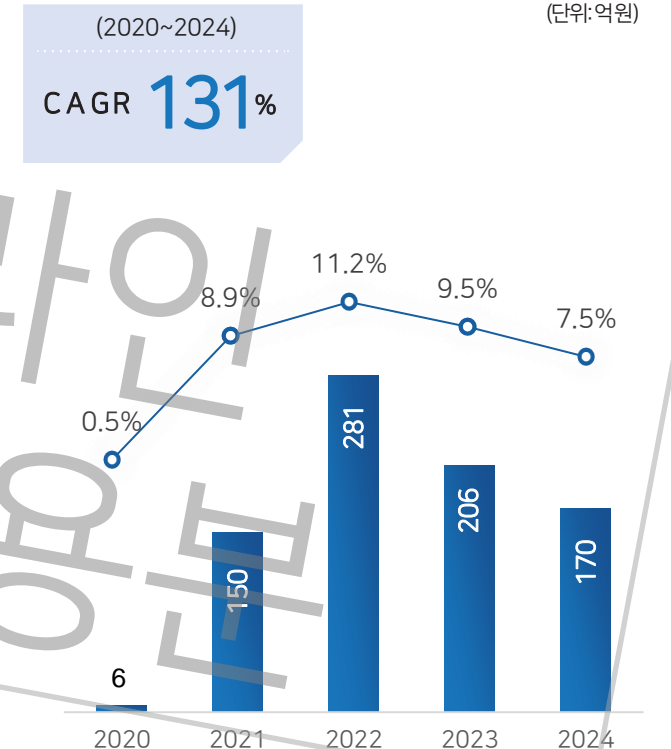
매출액 변화 추이



영업이익(율) 변화 추이



당기순이익(율) 변화 추이



주식: 2020년별도기준(K-GAAP), 2021 이후연결기준(K-IFRS)

06. 경영성과(2)

대표적 수출 기업이자, 북미 시장을 기반으로 하고 있는 World Class 기업입니다.

권역별 매출 비중

아시아 & 오세아니아 시장

- B2사(호주), M1사(일본) 브랜드와 협업을 통한 아시아 & 오세아니아 시장 진출

Asia&Oceania

13%

North America
83%

북미시장

- G사, B1사 등 기존 아웃도어 강자와 협업
- C1사 등 신생 업체와의 협업을 통한 Outdoor 시장 확대
- 디자인, 친환경 등 북미 감성을 자극하는 제품 생산

Europe

4%

유럽시장

- 유럽 지역별 감성에 맞는 Customized 제품 제작
- E사, F사 등 기업의 협업을 통해 시장 확장

06. 경영성과(3)

다년간의 경험을 통해 고객사 다변화를 이뤄내며, 안정적 매출 기반을 구축하였습니다.

편향되지 않는 매출구조 (매년 약 40개 거래선 유치)



고객사와 장기적 우호관계 구축

	<p>B2사</p> <ul style="list-style-type: none"> - 미국 현지 Climbing Harness 생산공장의 아시아 이전 계획 중 Contact - 제품 생산기술 전수 대신 경쟁업체 제품 생산금지 구두 협약 - NDA 계약없이 21년간 신뢰를 지키며 Climbing Harness를 100% 생산
	<p>C2사</p> <ul style="list-style-type: none"> - 1998년 아시아 Sourcing 과정에서 Contact - 이라크 전쟁에 필요한 Hydration Military Bag 긴급 생산에 대응하며, 현재까지 긴밀한 협업 관계를 유지 중
	<p>M사</p> <ul style="list-style-type: none"> - 뉴질랜드에서 아시아로 생산공장 이전 계획 중 Contact - 생산 후 처음 선적했던 제품은 전량 품질 Reject 사건 발생 - 엄격한 자체 검수 및 품질 수준 향상을 통해서 동인의 QC가 글로벌 수준으로 향상. 고객과는 28년째 장기적 파트너십 유지 중

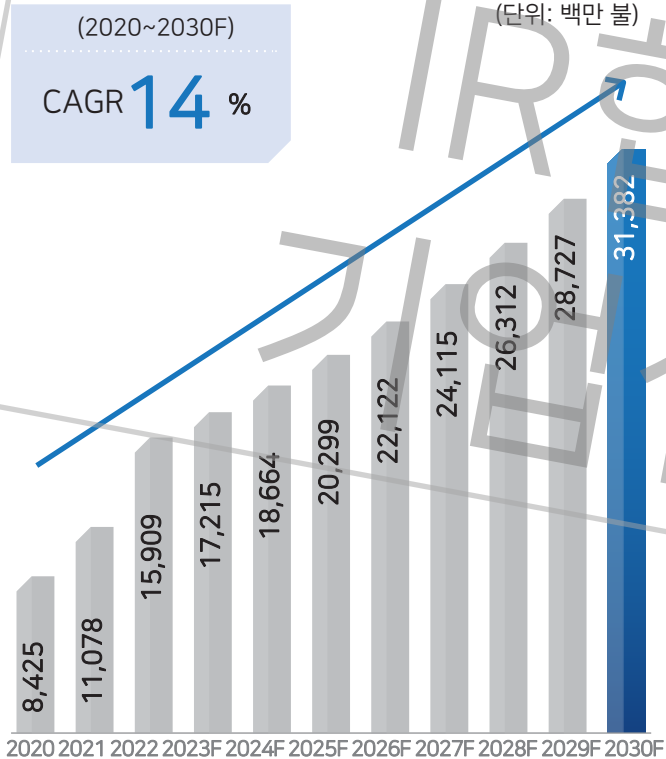
Investment Highlights

- 01. 시장개요
- 02. 기술력
- 03. 제품 개발력
- 04. 필리핀 현지화

01. 시장개요

하이엔드 아웃도어 팩 시장은 **高** 부가가치 산업입니다.

高 성장 (글로벌 아웃도어 팩 시장 전망)



高 진입장벽

기술 집약산업

- 추위, 더위, 사막, 폭설 등 극단적인 자연 상황을 극복하는 기술력 필요
- 소재, 부품 등 높은 관련 산업 의존도로 인한 진입장벽 존재

끈끈한 신뢰관계

- 안전과 생명이 직결되는 산업으로 높은 제품 신뢰성이 요구되는 산업
- 장기간 파트너십을 통한 신뢰관계 형성이 필요하여 신규 경쟁사 진입이 어려움

高 단가

High-End Level vs Mid Level: 약 40% difference

동인기연 vs 경쟁사: 동인기연은 기술력 기반 경쟁사 대비 높은 가격(P) 형성

하이엔드 테크팩은 높은 단가 형성

출처: 회사자료

02. 기술력

알루미늄 가공 및 봉제기술력과 수직계열화 등 독보적인 노하우를 보유하고 있습니다.

제품 제작 기술 (봉제 및 알루미늄)

인체공학기법을적용하여진화하는 봉제기술



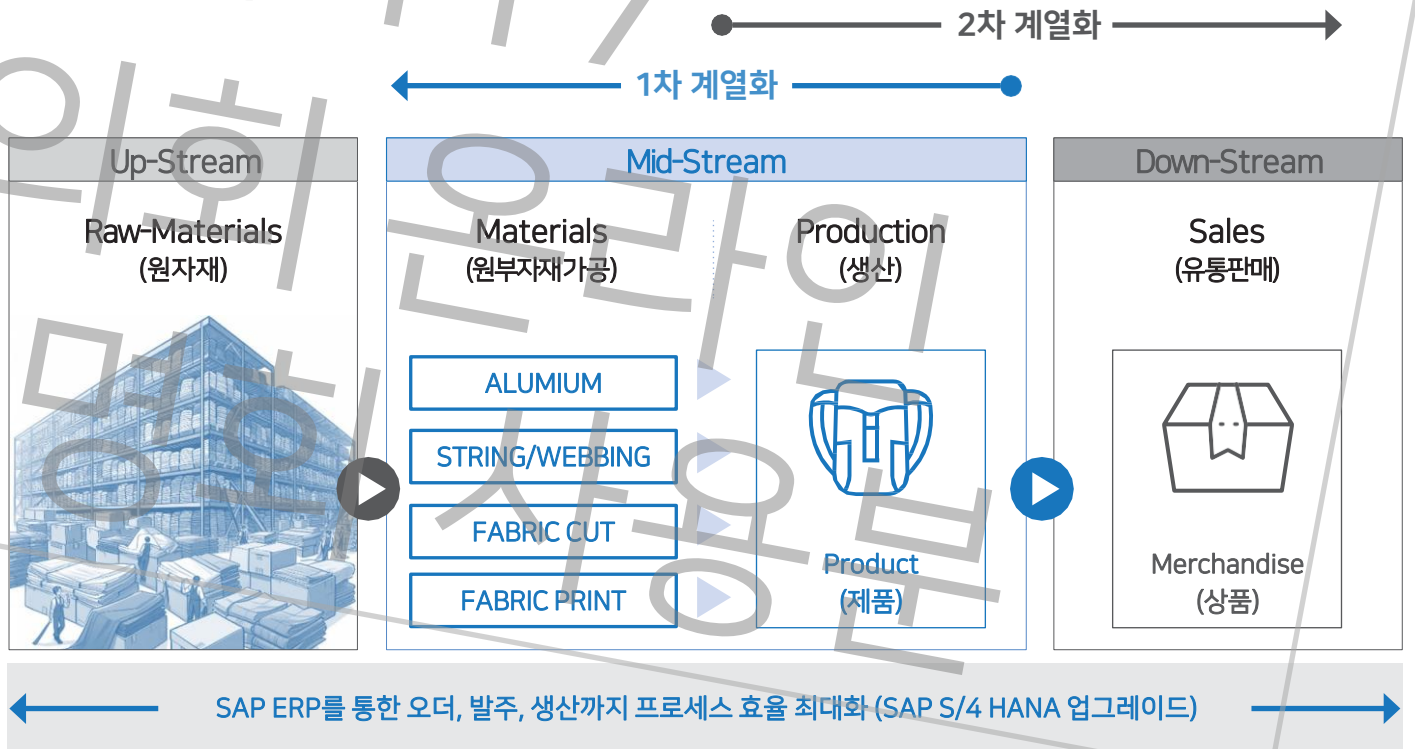
고기능성등산용팩에서부터하네스, 러기지까지 세계 최고 명성을 가진 브랜드의수많은제품들이 동인기업의 효율적생산시스템과속련된 기술을 거쳐완성되고있습니다.

고강도알루미늄가공기술을 통한 하이테크제품경량화



카시트,카약, 설상화에필요한초경량의알루미늄 프레임제품부터 버클, 카라비너와같은 고강도의내구성을 요하는단조제품까지 최고의생산장비와기술을 만나 최고품질의제품으로생산하고있습니다.

수직계열화를 통한 안정적인 공급 확보



03. 제품 개발력

아웃도어 산업은 극한의 환경에서 고기능을 발휘하는 방향으로 진화해 왔습니다.
지속적인 기술 투자로 브랜드들이 요구하는 디자인을 실시간 구현할 수 있는 세계 유일무이한 회사입니다.

선제적 개발

원단과 원단소재 	높은활동성의 패턴 
강력한 내구성 	인체공학적 핏 
시그니처 부속품 	RF Welding 

압도적인 기술력 및 개발 능력을 바탕으로 바이어의 수 많은 요구사항에 선제적 대응

실시간 샘플 대응



신속한 샘플 제작 역량 및 인프라 구축을 통해 실시간 쌍방향 피드백 반영

고객과의 파트너십 형성



고품질과 고객 관리를 통한 충성 고객 확보
신규 수주 및 포트폴리오 확대

04. 필리핀 현지화

수많은 기업이 실패한 필리핀 현지화에 성공하여, 필리핀만이 가지는 이점을 최대한 활용하고 있습니다.

필리핀 현지 개요



위치

- 필리핀 북서부 Bataan주 위치
- Manila 공항에서 3시간 30분

입지 혜택

- 정상 가동 후 4년 법인세 면제
- 사업관련 설비, 부품, 원재료, 소모품 수입과 관련된 세제 혜택

영어 커뮤니케이션

- 현지 직원과 바이어의 용이한 커뮤니케이션을 통한 비즈니스

풍부한 노동력

- 피라미드 구조의 인구 구성
- 풍부한 많은 노동가능 인구 (전체인구의65%가량노동직)

필리핀 현지화 이점

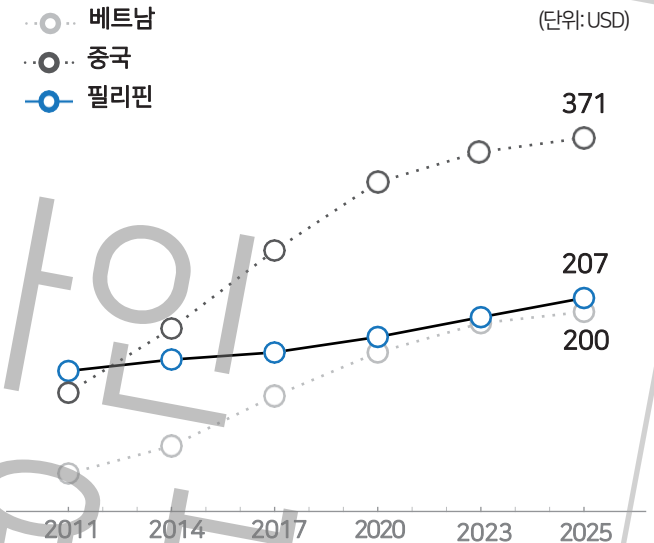
민주주의와 유연한 노동시장

- 오랜 민주주의 국가로서 공산권 국가보다 낮은 Country Risk
- No Work, No Pay 기조 아래 유연한 노동시장

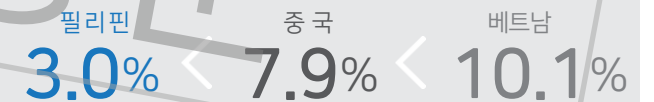
탈(脫) 중국화 수혜

- 트럼프 1기 정부부터 이어진 미 중 무역분쟁과 중국 경제성장으로 중국의 제조업 이점 둔화
- 고객사 구매처 다변화로 필리핀 공장입지 강화

월 최저임금 변화 추이



'08~'24 CAGR



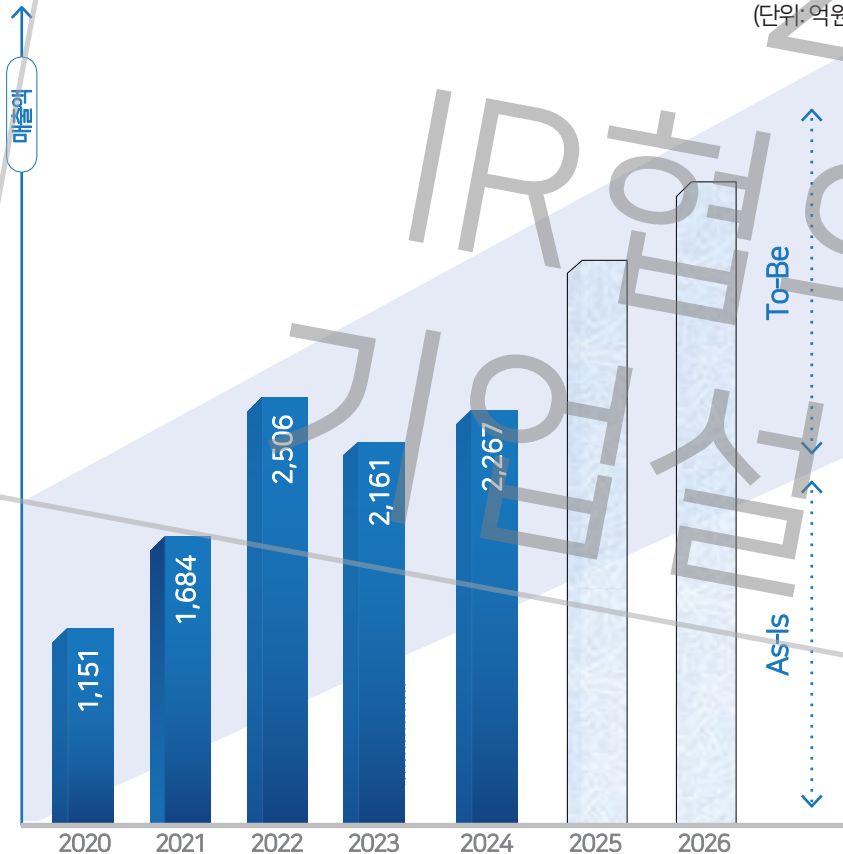
출처: Trading Economic, Investing.com (February, 2025)

Growth Strategy

01. 성장로드맵
02. 비즈니스 확장
03. Capa 증설
04. 글로벌 브랜드 성장
05. ESG 기업 추진
06. Vision

01. 성장로드맵

실현 가능한 목표 설정과 고객사와의 유기적인 대응을 통해 지속적인 성장을 실현하고자 합니다.



Category 확장

Short-Term / Long-Term /
반제품 생산 내재화 전략을 통해
매출 극대화 및 수익성 증대

Capacity 확장

2030년 까지 Capa 50% 확대

Brand Globalizing

자체 브랜드를 통한 포트폴리오
다각화와 사업 안정성 확보



제품, 기술개발력

02. 비즈니스 확장

전략적으로 카테고리를 확대하고 있습니다.

Short-Term

Long-Term

텐트

알루미늄 가공기술 + 원단 봉제기술 = 전문가용 텐트 생산

- 미국 Big3 텐트 브랜드(B사, N사, M사)와 계약을 통해 시장 진입
- 일괄 생산 체제 도입을 통해서 경쟁업체와 차별화
- 텐트 생산업체 중 A to Z 솔루션을 제공하는 회사는 거의 없음



러기지

글로벌 여행용 러기지

- 아웃도어 브랜드용 소프트 러기지 생산 경험 보유
- SAMSONITE (M/S 15%) 등 글로벌 브랜드의 중국 외 생산기지 확장 중
- 기존 고객사를 통한 용이한 판매 라인 확보
- 러기지 생산장비 설치 완료 후 시운전 단계



알루미늄 단조 제품 생산 확대

단조 가공

정밀 가공을 통한 초고강도 반제품 생산

- 2024년 말 추가 설비 도입으로 알루미늄 단조 제품 전량 자체 생산 가능
→ 캐러비너, 버클, 텐트 부속품 등 단조 제품 자체 생산으로 비용 절감
- 6000, 7000계열 알루미늄 단조 제품 생산
- 단조 제품 생산 A to Z 솔루션 자동화(단조, CNC가공, 아노다이징 등)



드링크 웨어

스테인리스 텀블러 및 관련 용품

- 미국내 수입되는 텀블러 99%는 중국산
- 미·중분쟁으로 텀블러 시장 주요 플레이어는 생산기지 이전 검토 중
- 고객사인 Y사(Global M/S 25%) 와 C2사를 통해 사업 계획
- 당사 금속가공 기술 노하우 활용 2026년 양산 계획



03. Capa 증설

지속적인 설비투자와 기술투자를 통해 높은 진입장벽을 구축하고, 성장 한계치를 높이기 위해 노력할 것입니다.

기존 투자 방향과 향후 투자계획

Tech Pack 생산 진입장벽 구축

건물투자
618억원

+

설비투자
519억원

RF Welding, Seam Sealing, Powder Coating & Anodizing 등

설비투자를 통한 차별화

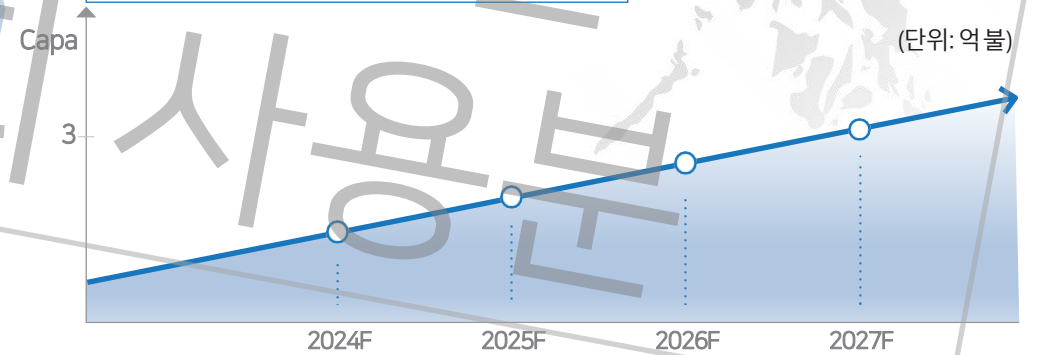
진공성형 사출, 고품질 알루미늄 가공 등 지속적인 기술투자를 통한

노하우축적



필리핀 기존 공장(ALMATECH) 증설 및 신규 공장 3개 신설

- 부지면적: 68,000평방미터
- 예상 종업원 규모: 약 2,300명
- 생산제품: 러기지, 백팩, 텐트, 보틀
- 투자비용: 2,360만 불
- Capa 증설계획: 2023.02 공장부지 사용승인완료
2024.05 두개 공장 설계 완료
2024.10 두개 공장 착공



주식: 2024년 말 누적취득가액 기준

출처: 회사자료, 환율(USD/KRW1,400 적용)

04. 글로벌 브랜드 성장 (1) 자체브랜드 Line-up

자체브랜드 활성화를 통해 포트폴리오 다각화와 자체 유통채널 매출 비중을 늘려나갈 것 입니다.



가족 용품



아웃도어 용품



반려동물 용품



학생가방



유아 용품

04. 글로벌 브랜드 성장 (2) 미국 시장 진출

WAYB를 통해 축적된 글로벌 브랜드 유통 사업 노하우를 보유하고 있습니다.

글로벌 브랜드 유통사업을 통한 신규 사업 확대

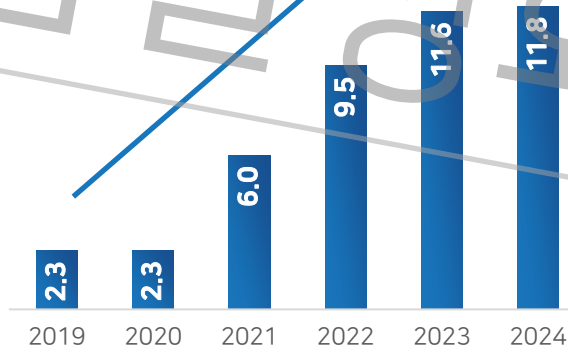
미주 시장 확대 본격화

WAYB-자사 브랜드 론칭



- OEM/ODM 생산뿐만 아니라 자가 브랜드 보유의 '꿈'
- 저출산과 해외제품 선호도가 높은 한국 시장보단 미국 시장 진출
- 2022년 흑자 전환 (2017년 설립)

(2019~2024) (단위: 백만원)
CAGR **39%**

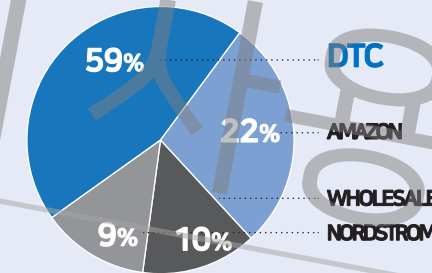


WAYB 브랜드 소개

3.6kg	안전 인증	Design
초경량 기술 적용	고강도 기술 적용	전문 R&D 센터 설립

DTC(Direct to Customer) 전략

- ✓ 제품명부터 브랜드 스토리까지 미국 시장에 맞춰 기획
- ✓ 전방위적 온라인 마케팅과 크라우드 펀딩 등을 통해 주요 고객층 타겟
- ✓ 높은 부가가치 창출을 위해 DTC 판매 확대 총력
- ✓ NORDSTROM의 전폭적인 지지로 PICO 제품 현재 입점 중



PICO 매출 채널

브랜드 구축 노하우



트렌드 대응
소비자에 맞춘 제품 개발



적극적 리콜 대응
소비자 신뢰회복



B Corp
공정영향 인증기업

05. ESG

친환경적 제품 개발과 다양한 지역 사회 후원 사업을 통해 기업의 지속가능성을 높이기 위해 노력할 것입니다.

Sustainability Market

당사 제안 자투리 천 활용 아이디어를 채택한 "DelDía" 컬렉션 매출 호조

- 타사 제품의 생산 과정 중 발생된 불용 원단을 적극 활용한 신규 가방 브랜드 탄생에 기여
- 실용적 디자인과 컬러 배색, 똑같은 제품이 없는 특징 등을 통해 마케팅
- 자투리 천을 활용한 환경보호 기업으로 이미지 구축
- 이후 다수 글로벌 브랜드와 협업을 통한 환경보호 콘셉트의 제품 제작 중

First Step to ESG Manufacturing

베트남 생산 공장 태양광 패널 및 실내 냉방 시스템 완공

- 친환경 냉방 및 습도 조절시스템을 적용한 공장 전면 리노베이션 완료
- 태양광 패널 설치를 통한 탄소 배출저감 및 에너지 비용 절감
- 생산직원 복지 향상 및 생산성 개선
- 글로벌 아웃도어 브랜드의 생산 기준에 부합하는 ESG 제조 시스템 구축



06. Vision

The Global Leader, Beyond Provider

ODM을 넘어 최고 품질의 Brand를 제공하는 회사로 성장

※ 요약재무제표

연결재무상태표

(단위: 억원)	2021	2022	2023	2024
유동자산	914	1,007	1,104	1,575
비유동자산	873	978	1,069	1,349
자산총계	1,787	1,985	2,173	2,924
유동부채	1,280	1,168	685	1,065
비유동부채	258	301	160	366
부채총계	1,538	1,469	845	1,431
자본금	4	4	6	6
기타자본구성요소	(150)	(150)	479	(26)
이익잉여금	380	662	826	1,424
기타포괄손익누계액	9	(4)	8	81
비지배지분	5	4	9	7
자본총계	248	516	1,328	1,492

연결손익계산서

(단위: 억원)	2021	2022	2023	2024
매출액	1,684	2,506	2,161	2,267
매출원가	1,229	1,730	1,488	1,596
매출총이익	455	776	673	671
판매비와관리비	266	349	390	458
영업이익	189	427	283	211
영업외수익	64	104	99	130
영업외비용	90	164	109	98
법인세비용차감전이익	163	367	273	245
법인세비용	13	86	67	75
당기순이익	150	281	206	170