

[생활(소비)혁명 시리즈 1]

소비혁명의 선두주자 무인점포

Z세대의 UnContact화 현상이 무인점포 확산시킬 듯

2018/09/27

■ 제4차 산업혁명 시대에는 향후 수요자 측면에서 생활 즉 소비혁명을 일으킬 수 있는 주식들이 아주 크게 도약할 듯

제4차 산업혁명으로 가는 길은 초기이기 때문에 아직 확정되지도 않을 뿐만 아니라 받아들이는 세대들도 시차가 존재하므로 예측할 수 없는 불확실성이 너무나 많이 존재한다. 하지만 수요자 측면에서 편리성을 향상 시키거나 비용을 절감시킬 수 있다는 것은 생활 및 소비에서 혁명이 일어날 수 있는 가능성을 높여 줄 수 있을 것이다. 따라서 제4차 산업혁명 시대에 수 많은 기술들이 수단 및 접점 역할을 하면서 향후 생활 즉 소비혁명을 일으킬 수 있는 주식들이 아주 크게 도약할 수 있는 기회가 많아질 것이다.

■ Z세대 등이 UnContact화 현상인 무인화 등을 촉진시킬 듯

UnContact화 현상은 오프라인에서 사람과 사람 사이에서 발생하는 접촉을 자발적으로 단절하는 것으로서 Z세대에서 두드러지게 나타나고 있다. 이는 온라인을 통해 유통되는 다양한 정보를 취사선택하고, 이를 바탕으로 합리적인 소비를 할 수 있기 때문에 정보를 전달하려는 제3자의 개입이 불필요해져 버렸다.

■ Z세대의 UnContact화 현상으로 아마존 고(Amazon Go) 등 무인점포 확산시킬 듯

2017년 기준으로 Z세대가 미국 전체 인구에서 차지하는 비중은 25.9%로, 세대 구성 중 가장 많은 인구수를 기록하고 있을 뿐만 아니라 2020년에는 전체 인구의 3분의 1을 넘어설 것으로 전망된다. 특히 해를 거듭할수록 Z세대의 사회 진출이 본격화되기 때문에 그 중요도가 더욱 커지고 있는 상황이다. 이에 따라 Z세대의 UnContact화 현상으로 인한 무인점포 수요가 충족되는 환경하에서 아마존은 무인점포를 확대할 예정이다. 즉, 아마존은 올해 말까지 아마존 고(Amazon Go) 10개 지점을 더 개점하고 내년에는 주요 대도시를 중심으로 50개까지 늘릴 계획이며, 특히 3년 후인 2021년에는 인구밀도가 높은 도시 지역에 아마존 고(Amazon Go) 매장을 여는 방식으로 3,000개의 지점망을 완성할 예정이다.

■ 투자 유망 종목

- 아이디스(143160): 무인점포 등에 필수인 영상 AI 성장성 부각될 듯
- 롯데정보통신(286940): 롯데그룹 유통혁명은 내가 이끈다

Analyst 이상현

(2122-9198)

value3@hi-ib.com

■ 제4차 산업혁명 시대에 향후 수요자 측면에서 생활 즉 소비혁명을 일으킬 수 있는 주식들이 아주 크게 도약할 듯

제4차 산업혁명이 도래하고 있어서 생활에서나 소비측면에서 향후 혁명들이 가시화 될 것으로 예상된다.

제4차 산업혁명의 본질은 모든 사물에 센서, 통신칩을 집어 넣어서 정보를 받아들이고 내보내는 역할을 할 수 있게 하는 모든 사물의 지능화로, 현재 보다는 정보를 더 많이 얻을 수 있을 뿐만 아니라 인공지능으로 인하여 단지 정보만 쌓이는 쓰레기 같은 정보가 아닌 내게 딱 들어맞는 맞춤형 정보 획득을 가능케 하여 사전적 이든 사후적 이든 인류 삶의 질을 향상 시키는 데 있다.

또한 제4차 산업혁명은 초연결화 시대라고 하는데 이것은 자동차에 통신을 연결하면 스마트카가 되는 것이고, 공장에 통신을 연결하면 스마트팩토리가 되는 것이고, 집에 통신을 연결하면 스마트홈이 되는 것이고, 도시에 통신을 연결하면 스마트시티가 되기 때문이지만 이것에 대한 본질은 전 세계의 소프트웨어화를 의미한다. 이는 곧 전 세계를 저비용 고효율화 구조로 만들겠다는 것이다. 따라서 제4차 산업혁명이 현재부터 일어나고 있는 것은 향후 20~30년 이후를 대비하자는 것이다.

과연 제4차 산업혁명에서 미래 기대치를 높게 평가 하였던 요소는 무엇이 될까?

그 요소는 공급자 측면에서는 기술적 혁신에 의하여 새로이 등장하는 제품 및 서비스들에 관여하거나 그 동안의 지역적인 한계가 파괴되어 판매 및 서비스가 가능해 지면서 시장크기를 극대화 될 수 있느냐이며, 수요자 측면에서는 기술 혁신이 생활에서의 편리성 향상 및 비용 절약을 극대화 될 수 있는지가 중요하다.

가령, 높은 밸류에이션을 받고 있는데도 불구하고 지속적으로 아마존 주가가 상승하고 있는 것은 시장파이 및 데이터 축적 효과가 향후 본격적으로 나타날 것으로 기대하기 때문이다. 시장파이 효과의 경우는 단순히 여러 개국 진출이 아니라 제4차 산업혁명 관련 기술 등을 활용하게 되면 진출한 국가들의 시장 지배력 확대가 가능해 지면서 그 커지는 시장만큼 밸류에이션을 평가해 주는 것이다.

또한 제4차 산업혁명에서 모든 형태의 새로운 비즈니스 모델 출현은 다 데이터를 기반으로 할 것이다. 따라서 클라우드 등을 활용한 데이터 축적은 단순히 쓰레기가 아니라 향후 새로운 비즈니스 모델의 원천이 될 수 있기 때문에 무형의 자산가치로서 인식되는 데이터 축적 효과가 발생하면서 높은 밸류에이션을 줄 수 있는데, 아마존의 경우도 여기에 해당한다.

무엇보다 제4차 산업혁명으로 가는 길은 초기이기 때문에 아직 확정되지도 않을 뿐만 아니라 받아들이는 세대들도 시차가 존재하므로 예측할 수 없는 불확실성이 너무나 많이 존재한다. 결국에는 이러한 혁명은 인류의 가치를 증진시켜 줄 것으로 필자는 확신한다.


















여기서 분명한 점은 너무나 많은 기술들이 나타났거나 향후 나타날 것으로 예상되지만 그것들은 단지 우리의 생활이나 소비에서의 혁명을 일으키는 수단이나 점점역할을 하는 도구에 불과하다. 따라서 기술의 함정에 빠지지 말아야 한다.

가령 어떠한 기술이 비용을 절감시킬 수 있다고 가정할 때 공급자 측면과 수요자 측면은 엄연히 다르다. 공급자 측면에서 비용을 절감시키는 것은 단기적인 이익을 증가시킬 수 있지만 그런 효과가 어떤 식이든 수요자와 연결되지 않으면 근본적인 효과를 기대할 수 없다.

그러나 수요자 측면에서 비용을 절감시킬 수 있다는 것은 생활 및 소비에서 혁명이 일어날 수 있는 가능성을 높여 줄 수 있을 것이다. 가령 인터넷 도입 초기에 인터넷 전화를 사용하게 되면 국제 및 시외 전화요금을 획기적으로 줄여줄 수 있다는 아이디어 하나만으로 관련 주식들이 많이 상승하였다. 아쉬운 것은 인터넷 전화가 바로 이루어지지 않고 몇 년 후에 이루어 졌지만 어찌 되었든 기술의 발전이 수요자 측면에서 비용을 절감시키면서 생활 및 소비에서 혁명으로 이어질 수 있어야 근본적인 효과를 기대할 수 있다.

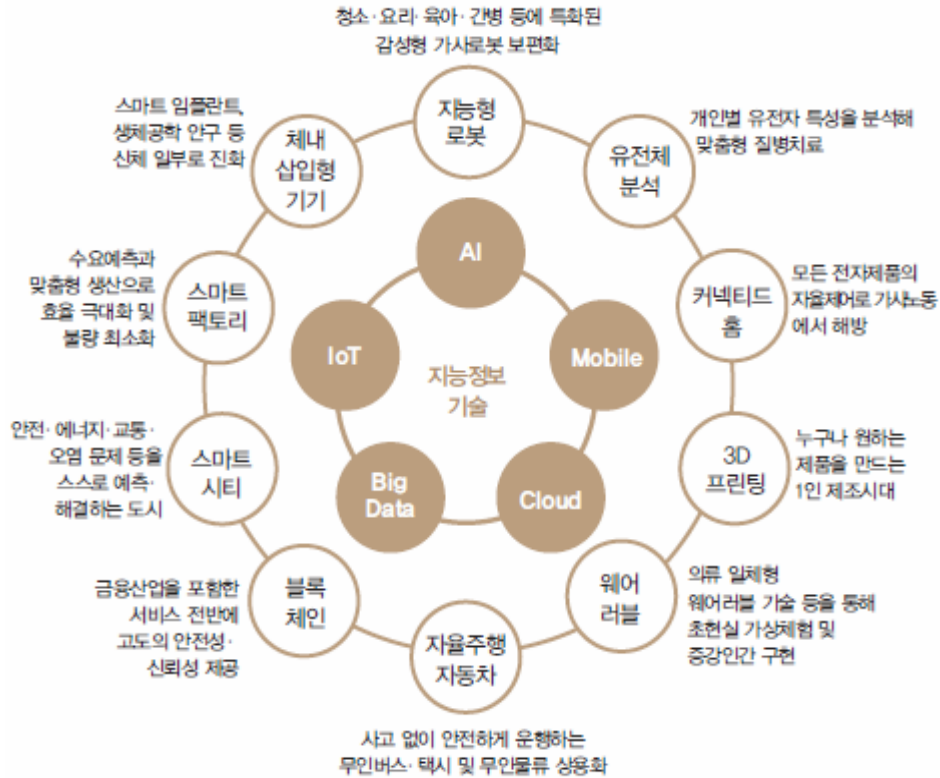
따라서 제4차 산업혁명 시대에 수 많은 기술들이 수단 및 점점 역할을 하면서 향후 생활 즉 소비혁명을 일으킬 수 있는 주식들이 아주 크게 도약할 수 있는 기회가 많아질 것이다.

<그림 1> 제 4 차 산업혁명 및 지능정보기술

| 개념 | IoT | Mobile | Cloud & Big Data | A.I. | 새로운 가치 |
|---|--|---|---|---|--|
| | 모든 기계·인간으로부터 데이터 수집 | | 정보처리능력 고도화로 데이터 축적·분석강화 | 기계가 데이터를 빠르게 학습해 새로운 지능정보가치 창출 | |
| |  CCTV |    |  정보저장  정보처리  정보관리 |  인공 지능 |  스마트팩토리 → 생산비용 절감 |
|  자동차 |  자율자동차·스마트교통 → 교통사고 감소 | | | | |
|  가전 |  스마트홈 → 생활 편의성 향상 | | | | |
|  의료건강 |  스마트 헬스케어 → 의료비 감소 | | | | |
|  기반시설 |  스마트 인프라 → 안정적 에너지 공급 | | | | |
| 특징 | 만물의 데이터화 | | 실시간 반응 | 자율 진화 | 무인 의사결정 |

자료: 과학기술정보통신부, 하이투자증권

<그림 2> 지능정보기술과 타 산업·기술의 융합 예시



자료: 과학기술정보통신부, 하이투자증권

■ Z세대 등이 UnContact화 현상인 무인화 등을 촉진시킬 듯

기대 수명 연장으로 다양한 세대가 공존하며 살아가는 시대가 인류 역사상 처음으로 겪고 있는 중으로 여러가지 측면에서 불확실성이 확대되고 있다. 즉, 현재 일터에서 함께 일하게 된 전후 경제성장 황금기를 경험했던 베이비붐 세대(1950년대 중반~1960년대 초반 출생)와 더불어 X세대(1960년대 후반~1970년대 후반 출생) 및 급격한 기술 발전의 시대에 태어난 밀레니얼 세대(1980년대 초반~1990년대 중반 출생) 간의 사고방식 차이는 여러가지 측면에서 불확실성을 키우고 있다.

그러나 이러한 불확실성에는 항상 기회가 많아 질 수 있다는 반증이 될 수 있다. 가령 소비측면에서는 베이비붐 세대와 달리 인터넷 이용이 능숙하고 근거리 쇼핑을 선호하는 밀레니얼 세대의 특성 등으로 최근 몇 년간 편의점 시장의 급성장 중에 있다.

이와 같이 소비와 문화의 중심인 밀레니얼 세대가 새로운 트렌드를 만들어 가고 있을 뿐만 아니라 산업의 판도를 바꿔 놓고 있다.

이러한 밀레니얼 세대에 이어 다가온 세대는 Z세대(1990년대 중반~2000년대 중반 출생)이다. Z라는 글자에 특별한 의미가 있는 것은 아니라 단순히 X세대와 Y세대(밀레니얼 세대)의 다음 세대라는 뜻에서 그런 이름이 붙여졌다. 아직은 밀레니얼 세대가 소비시장의 주역이지만 연령대를 고려하면 향후에는 Z세대가 소비시장의 차세대 주역이 될 것이다.

밀레니얼 세대는 아날로그에 대한 향수나 경험을 간직하고 있는 세대지만 Z세대는 아날로그에 대한 경험이 없는 유일한 세대로서 태어나서부터 스마트폰 등 디지털을 접했고 함께 성장하였다. 즉, Z세대는 누가 알려주지 않아도 디지털을 체득하였을 뿐만 아니라 원하는 플랫폼에 들어가 원하는 정보를 선택하여 본다.

Z세대는 뉴스를 비롯한 각종 정보도 기존의 TV, 신문, 잡지 같은 플랫폼에서 얻기보다는 SNS를 통해 접할 뿐만 아니라 정보 검색 등의 목적을 위해서는 유튜브를 더 선호하는 경향이 있다. 각자의 의견을 개진하는 것을 중요시하기 때문에 뉴스를 보더라도 댓글을 통해 다른 사람들과 소통하는 것에 더 관심이 높다.

이렇듯 Z세대는 SNS, 유튜브 등을 통하여 소통을 하기 때문에 오프라인에서는 UnContact화 현상이 발생되고 있다. UnContact화 현상은 오프라인에서 사람과 사람 사이에서 발생하는 접촉을 자발적으로 단절하는 것으로서 Z세대에서 두드러지게 나타나고 있다.

이는 온라인을 통해 유통되는 다양한 정보를 취사선택하고, 이를 바탕으로 합리적인 소비를 할 수 있기 때문에 정보를 전달하려는 제3자의 개입이 불필요해져 버렸다. 즉, 일반적으로 제품의 질적인 부분에 있어 불확실성을 안고 소비를 해야 했던 과거와는 달리 최근에는 제품의 세세한 측면을 전문적으로 리뷰링해볼 수 있는 수단이 늘어났기 때문에 검색 생태계를 통해서도 확인할 수 있다. 따라서 Z세대는 브랜드 자체에 대한 충성도보다는 브랜드의 스토리텔링에 관심을 가지며 자신의 가치관과 충돌하는 경우 쉽게 경쟁 브랜드로 갈아타는 경향을 보인다.

또한 어디서나 연결될 수 있는 기술적인 발달도 UnContact화 현상을 받아들이 수 있게 해준다.

무엇보다 모두와 연결된 사회에서 불필요한 면대면 접촉은 되도록 피하고 싶어지는 게 인지상정이기 때문에 향후 UnContact화 현상은 필연처럼 다가올 것이다.

최근 대다수 언론은 최저임금 인상이 UnContact화 현상인 무인화를 부추기고 있다고 하는데 실상은 기술의 발달과 더불어 수요자의 요구가 만들어낸 자연스러운 결과물로 인식하는 것이 타당해 보인다. UnContact화 현상인 무인화를 가속화하는 기술적 요소는 최저임금의 급격한 인상이 화두가 되기 전부터 심도 있게 논의되던 것들이기 때문이다.

아이러니 하게도 UnContact화 현상인 무인화 등에 기반으로 삼는 다양한 기술은 연결이라는 대명제 위에서 만들어진 것들이다. 따라서 기술의 발달에 따른 접촉양상의 변화도 당연한 수순으로 이루어지는 것이다.

<표 1> 세대별 특징

| 구분 | 베이비붐 세대 | X세대 | 밀레니얼 세대 (Y세대) | Z세대 |
|------------|----------------|------------------|----------------|---------------------|
| 태어난 시기 | 1950~1960년대 초반 | 1960년대 후반~1970년대 | 1980~1990년대 중반 | 1990년대 중반~2000년대 중반 |
| 사회적 특징 | 산업화 주역 | 개인주의 탄생 | 청년실업과 YOLO | 다양성을 중시하는 편견 없는 세대 |
| 상징적 디지털 기기 | TV | 삐삐, 워크맨 | 스마트폰, 태블릿 | 사물인터넷(IoT) |

자료: 각종 언론, 하이투자증권

■ Z세대의 UnContact화 현상으로 아마존 고(Amazon Go) 등 무인점포 확산시킬 듯

아마존의 무인점포인 아마존 고(Amazon Go)는 매장에 들어가 원하는 상품을 집어들고 계산없이 나오면 되는 편의점 형태의 무인점포다. 진열대에 놓인 물건을 집어들면 인공지능(AI) 센서가 고객을 인식해 해당 고객의 아마존 고 앱장바구니 목록에 그 물건을 담는 방식으로 매장 곳곳에 설치된 고해상도 CCTV가 고객을 추적하며 선택하는 상품을 식별하고, 선택된 상품은 아마존 고(Amazon Go) 앱을 통해 자동으로 결제된다.

현재 시애틀(2016년 12월 1호점, 2018년 8월 2호점 개장)과 시카고(2018년 9월 17일 개장)에 세 개의 아마존 고(Amazon Go) 매장을 보유하고 있으며, 향후 3년간 3,000곳 이상으로 확대할 계획이다. 즉, 아마존은 올해 말까지 10개 지점을 더 개점하고 내년에는 주요 대도시를 중심으로 50개까지 늘릴 계획이며, 특히 3년 후인 2021년에는 인구밀도가 높은 도시 지역에 아마존 고(Amazon Go) 매장을 여는 방식으로 3,000개의 지점망을 완성할 계획이다.

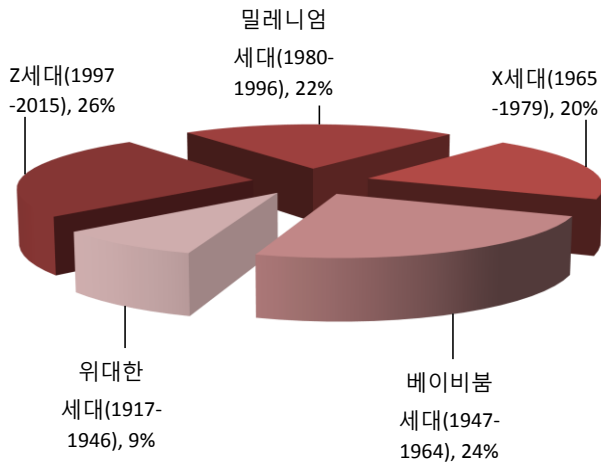
이는 곧 미국에서도 Z세대의 UnContact화 현상으로 인하여 아마존이 무인점포를 확대하는 것이다. 즉, Z세대는 온라인과 오프라인의 경험을 구별했던 이전 세대들과는 달리 매장에서 직접 쇼핑을 하면서 물건의 최저가와 리뷰를 살펴보는 등 온라인과 오프라인의 경험이 하나로 통합되는 소비 형태를 보이고 있다.

2017년 1분기 기준으로 Z세대가 미국 전체 인구에서 차지하는 비중은 25.9%로, 세대 구성 중 가장 많은 인구수를 기록하고 있을 뿐만 아니라 2020년에는 전체 인구의 3분의 1을 넘어설 것으로 전망된다. 또한 미국내 Z세대는 미국 경제에 440억 달러 규모를 기여하고 있을 뿐만 아니라 해를 거듭할수록 Z세대의 사회 진출이 본격화되기 때문에 그 중요도가 더욱 커지고 있는 상황이다.

한편, 국내 Z세대는 약 646만명으로 추산된다. 그 동안 부모에게 경제적으로 의존해오다가 본격적인 소비층으로 부상하고 있어서 향후 편의점 형태의 무인점포 수요가 늘어날 것으로 예상된다. 현재 세븐일레븐(3개), CU(3개), 이마트 24(9개)등은 무인 편의점을 시범 운영 중에 있다.

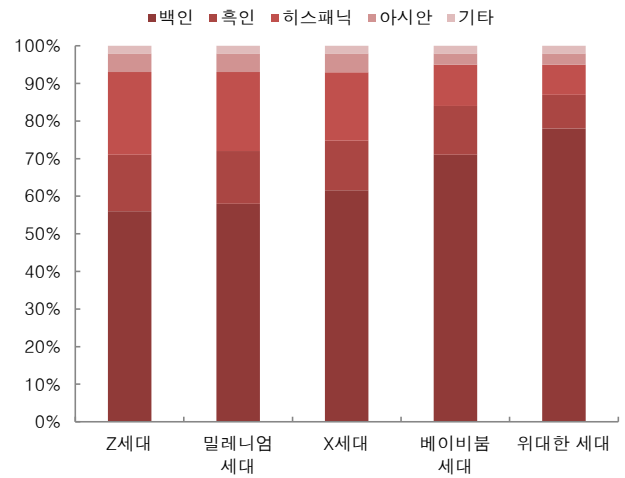
전 세계적으로 편의점 형태의 무인점포 등이 확산될 것으로 예상됨에 따라 지능형 CCTV 등 4차 산업혁명 관련 기술을 가진 업체에 수혜가 전망된다.

<그림 3> 미국 세대별 비중(2017년 1분기 기준)



자료: Nielsen, 하이투자증권

<그림 4> 미국 세대별 인종 비중(2017년 1분기 기준)



자료: Nielsen, 하이투자증권

<그림 5> 아마존 고(Amazon Go)



자료: 아마존, 하이투자증권

투자 유망 종목

아이디스(143160)

롯데정보통신(286940)

2018/09/27

아이디스(143160)

지주/Mid-Small Cap 이상현

(2122-9198) value3@hi-ib.com

무인점포 등에 필수인 영상 AI 성장성 부각될 듯

■ 제4차 산업혁명 시대, 동사 영상 인공지능(AI) 관련 성장성 부각될 듯

제4차 산업혁명 시대를 맞이하여 동사의 딥 러닝 애널리틱스(Deep Learning Analytics) 플랫폼으로 AMD(Advanced Motion Detection), ANPR(Automatic Number Plate Recognition), BI(business intelligence) 등 여러 분야에 적용이 가능해지면서 영상 인공지능(AI) 관련 성장성 등이 부각될 수 있을 것이다.

무엇보다 무인점포 및 유통업체 등의 경우 실시간 영상 및 동영상 파일 등을 딥 러닝 애널리틱스(Deep Learning Analytics) 플랫폼을 통하여 BI(business intelligence)로 활용하는 것이 반드시 필요하므로 향후 동사의 성장성 등이 극대화될 수 있을 것이다. 또한 주차 관제시스템 시장이 성장하는 환경하에서 올해부터 동사는 ANPR(Automatic Number Plate Recognition) 등 주차관제시스템 사업 진출로 인하여 매출 성장이 기대된다.

■ 올해 하반기부터 실적 턴어라운드 가속화 될 듯

동사는 그 동안의 매출 부진에서 벗어나 올해 하반기부터 실적 턴어라운드가 가속화 될 것으로 예상된다. 먼저 국내 ODM 사업의 경우 출동경비 시장 전용 제품 8종의 개발과 테스트를 완료함에 따라 3분기부터 양산에 들어갈 예정이다. 무엇보다 국내 영상보안 장비 시장의 50%를 ODM이 차지하고 있는 가운데 동사의 신규 ODM 제품이 가격 경쟁력 측면에서 중국산과 비교해도 뒤지지 않기 때문에 기존 거래처의 경우는 수량의 확대가 예상될 뿐만 아니라 신규 거래처 확보로 매출 성장이 예상된다.

또한 동사 자체 브랜드의 경우 올해 말에 해외 시장을 겨냥한 2메가픽셀 카메라 라인업 확충을 통하여 내년도 매출 성장을 도모할 예정이다.

■ 실적 턴어라운드 및 성장성 가시화 될 듯

올해 하반기부터 국내 ODM 사업 매출 성장으로 실적 턴어라운드가 가속화 될 뿐만 아니라 내년에는 자체 브랜드 해외매출 증가로 실적 턴어라운드 지속성이 이어질 수 있을 것이다.

이와 더불어 전 세계 편의점 형태의 무인점포 등이 확산하게 되면 무인점포 등에 필수인 영상 AI 성장성 등이 부각될 수 있을 것이다.

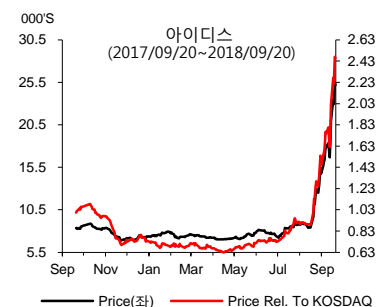
NR

| | |
|----------------|---------|
| 액면가 | 500원 |
| 종가(2018/09/20) | 25,150원 |

Stock Indicator

| | |
|-----------|---------------|
| 자본금 | 5.3십억원 |
| 발행주식수 | 1,072만주 |
| 시가총액 | 270십억원 |
| 외국인지분율 | 12.0% |
| 배당금(2017) | 200원 |
| EPS(2017) | 927원 |
| BPS(2017) | 14,262원 |
| ROE(2017) | 6.7% |
| 52주 주가 | 6,860~25,450원 |
| 60일평균거래량 | 303,729주 |
| 60일평균거래대금 | 4.6십억원 |

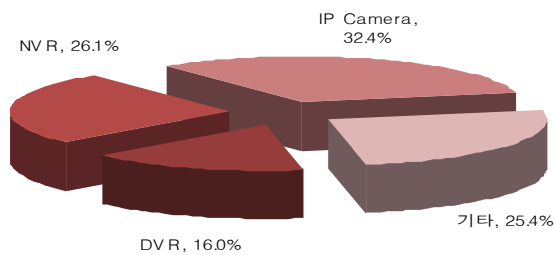
Price Trend



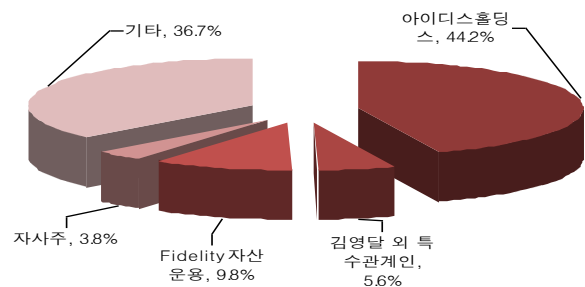
| FY | 매출액 (억원) | 영업이익 (억원) | 세전이익 (억원) | 순이익 (억원) | 지배주주순이익 (억원) | EPS (원) | PER (배) |
|-------|-------------|--------------|--------------|-------------|-----------------|------------|------------|
| 2013 | 1,176 | 196 | 245 | 201 | 201 | 1,956 | 8.6 |
| 2014 | 1,174 | 93 | 129 | 105 | 105 | 982 | 12.7 |
| 2015 | 1,466 | 136 | 171 | 129 | 129 | 1,205 | 15.3 |
| 2016 | 1,047 | 23 | -4 | -80 | -40 | - | - |
| 2017 | 952 | -49 | 80 | 95 | 99 | 927 | 7.9 |
| 2018E | 1,200 | 80 | 130 | 105 | 105 | 980 | 25.7 |
| 2019E | 1,500 | 150 | 190 | 152 | 152 | 1,418 | 17.7 |

자료: 아이디스, 하이투자증권

<그림 6> 매출구성(2017년 기준)



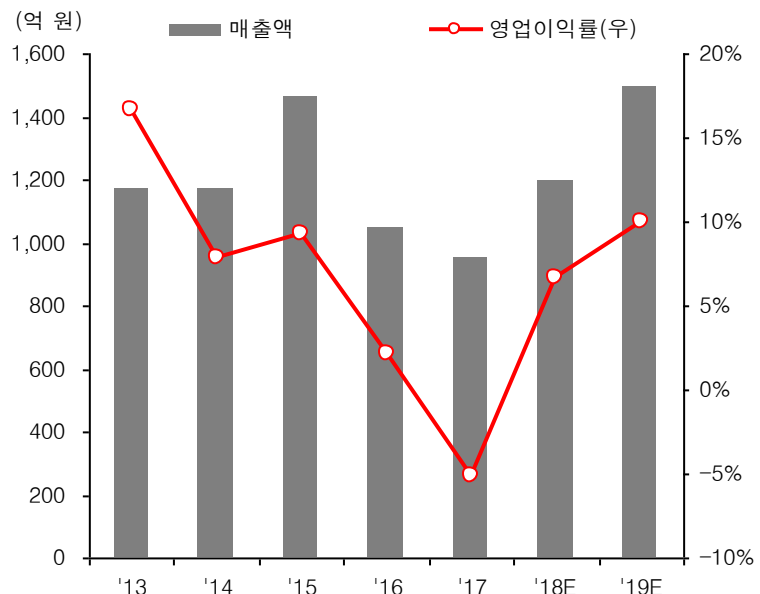
<그림 7> 주주분포(2018년 6월 30일 기준)



자료: 아이디스, 하이투자증권

자료: 아이디스, 하이투자증권

<그림 8> 아이디스 실적 추이



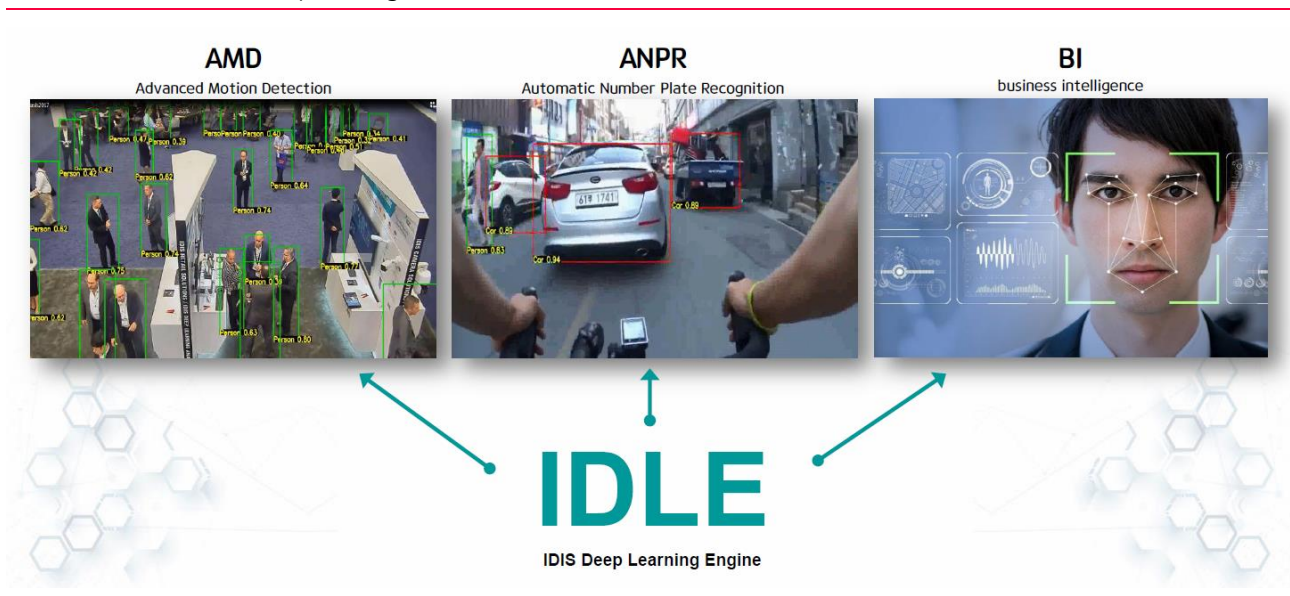
자료: 아이디스, 하이투자증권

<그림 9> 사업영역



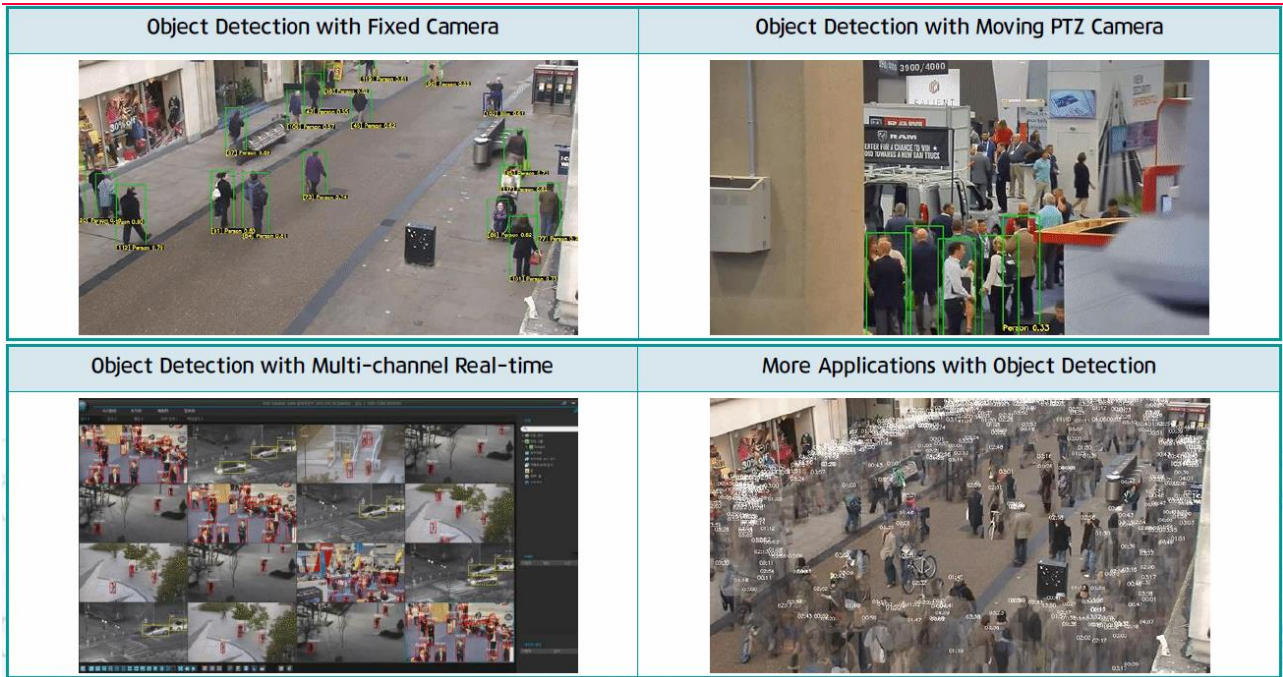
자료: 아이디스 하이투자증권

<그림 10> 아이디스만의 Deep-Learning Platform 으로 여러 분야에 적용가능



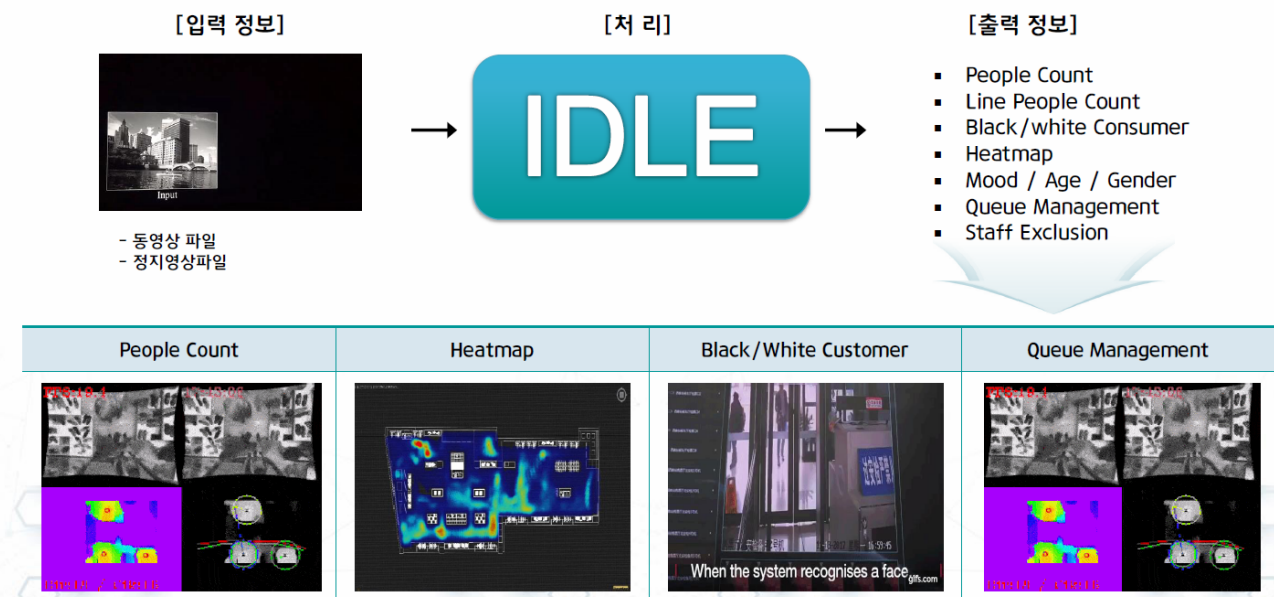
자료: 아이디스 하이투자증권

<그림 11> AMD(Advanced Motion Detection)



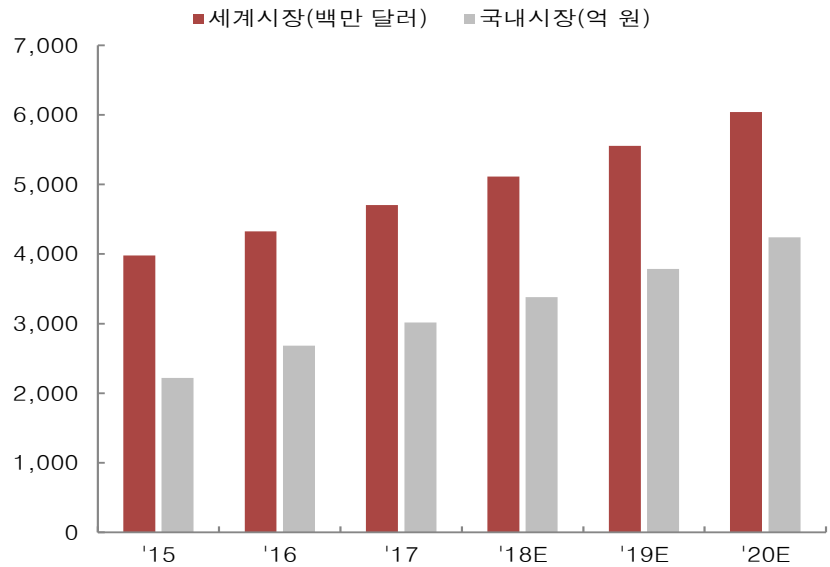
자료: 아이디스 하이투자증권

<그림 12> BI (Business Intelligence)



자료: 아이디스 하이투자증권

<그림 13> 주차관제시스템 시장규모 추이 및 전망



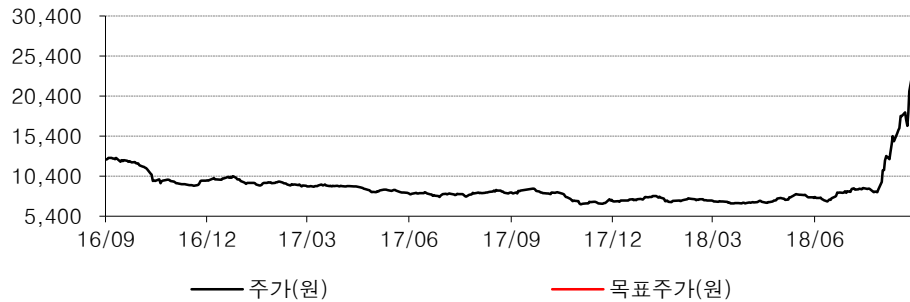
자료: Grand View Research, 한국신용정보원, 하이투자증권

<표 1> 아이디스 주요 경쟁사 해상도별 라인업 현황

| Resolution | Avigilon | Axis | Dahua | HanWha | Hikvision | 합계 |
|------------|----------|------|-------|--------|-----------|------|
| 12MP | | | 4 | | | 4 |
| 8MP | 8 | 4 | 23 | 3 | 80 | 118 |
| 6MP | | 1 | 18 | | 43 | 62 |
| 5MP | 25 | 8 | 11 | 14 | 65 | 123 |
| 4MP | | 4 | 64 | 12 | 141 | 221 |
| 3MP | 35 | 2 | 20 | | 84 | 141 |
| 2MP | 40 | 42 | 78 | 51 | 250 | 461 |
| 1MP | 51 | 19 | 12 | | 28 | 110 |
| 합계 | 159 | 80 | 230 | 80 | 691 | 1240 |

자료: 산업자료, 아이디스, 하이투자증권

최근 2년간 투자의견 변동 내역 및 목표주가 추이(아이디스)



| 일자 | 투자의견 | 목표주가(원) | 목표주가 대상시점 | 괴리율 | |
|----|------|---------|--------------|--------|------------|
| | | | | 평균주가대비 | 최고(최저)주가대비 |

Compliance notice

당 보고서 공표일 기준으로 해당 기업과 관련하여,

- ▶ 회사는 해당 종목을 1%이상 보유하고 있지 않습니다.
- ▶ 금융투자분석사와 그 배우자는 해당 기업의 주식을 보유하고 있지 않습니다.
- ▶ 당 보고서는 기관투자가 및 제 3자에게 E-mail등을 통하여 사전에 배포된 사실이 없습니다.
- ▶ 회사는 6개월간 해당 기업의 유가증권 발행과 관련 주관사로 참여하지 않았습니다.
- ▶ 당 보고서에 게재된 내용들은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 작성되었음을 확인합니다. [\(작성자: 이상현\)](#)

본 분석자료는 투자자의 증권투자를 돕기 위한 참고자료이며, 따라서, 본 자료에 의한 투자자의 투자결과에 대해 어떠한 목적의 증빙자료로도 사용될 수 없으며, 어떠한 경우에도 작성자 및 당사의 허가 없이 전재, 복사 또는 대여될 수 없습니다. 무단전재 등으로 인한 분쟁발생시 법적 책임이 있음을 주지하시기 바랍니다.

1. 종목추천 투자등급 (추천일 기준 증가대비 3등급) 종목투자의견은 향후 12개월간 추천일 증가대비 해당종목의 예상 목표수익률을 의미함.(2017년 7월 1일부터 적용)

- Buy(매 수): 추천일 증가대비 +15%이상
- Hold(보유): 추천일 증가대비 -15% ~ 15% 내외 등락
- Sell(매도): 추천일 증가대비 -15%이상

2. 산업추천 투자등급 (시가총액기준 산업별 시장비중대비 보유비중의 변화를 추천하는 것임)

- Overweight(비중확대), - Neutral (중립), - Underweight (비중축소)

하이투자증권 투자비용 등급 공시 2018-06-30 기준

| 구분 | 매수 | 중립(보유) | 매도 |
|------------|-------|--------|----|
| 투자의견 비율(%) | 93.9% | 6.1% | - |

2018/09/27

롯데정보통신(286940)

지주/Mid-Small Cap 이상현

(2122-9198) value3@hi-ib.com

롯데그룹 유통혁명은 내가 이끈다

NR

■ 롯데그룹 계열의 SI 전문 업체

지난해 기준으로 전체 매출의 53.8%를 ITO 사업에서 거두고 있으며 DT사업에서 38.4%, 베트남, 인도네시아 등에서 전개하는 글로벌 IT서비스사업에서 7.8%를 올리고 있다. 향후에는 동사는 안정적인 IT아웃소싱 사업을 기반으로 디지털 트랜스포메이션(DT) 사업 부문을 확대할 예정이다.

■ 롯데그룹 유통혁명 중으로 동사 최대 수혜 가능할 듯

롯데그룹은 각 계열사를 통해 IT 투자를 확대하고 있어서 동사의 수혜가 예상된다. 즉, 사물인터넷(IoT)센서와 로봇을 활용한 스마트 팩토리, 주문부터 창고 및 차량관리가 한꺼번에 이뤄지는 스마트 물류, O4O(Online for Offline)기반의 옴니채널을 구축하는 스마트 리테일 등이다.

무엇보다 편의점 세븐일레븐은 동사와 함께 무인매장 상용화에 나섰으며 향후 확대할 예정이다. 즉, 무인매장은 계산대에 직원이 없는 편의점으로, 점포에 들어갈 때 본인 인증을 하고, 상품 진열대 전자가격표를 통해 상품 가격을 원격으로 바꿀 수 있다. 또한 간단한 인사말과 대화를 주고받을 수 있는 AI 결제 로봇 브니도 선보였다.

한편, 롯데가 기존에 분산되었던 각 계열사별 온라인몰을 통합하고, 3조원의 투자를 통하여 3800만명의 국내 최대 회원을 거느린 롯데멤버스와 1만1000여개에 달하는 오프라인 매장을 연계하면서 옴니채널을 완성시킬 O4O전략을 추진할 계획이다. 이에 따라 내년부터 투자가 본격화 되면 동사가 성장할 수 있는 발판이 마련될 것이다.

■ 글로벌에서는 베트남, 인도네시아 중심으로 성장할 듯

동사는 금융과 의료, 유통, 전자결제, 스마트시티 등 사업을 베트남, 인도네시아를 중심으로 펼칠 예정이다. 우선 베트남에서는 증권 업무 시스템 티솔루션 고도화 및 박마이, 비엠틍 병원에 구축 중인 통합의료정보시스템(LHospital)을 베트남 전역으로 확대할 뿐만 아니라 스마트시티 구축에도 참여할 예정이다.

또한 유통 및 결제(PG) 분야가 급성장하고 있는 인도네시아에서는 유통 관련 솔루션을 현지 사정에 맞게 커스터마이징함으로써 롯데그룹 계열사 뿐만 아니라 현지 업체에 진출하면서 성장할 것으로 예상된다.

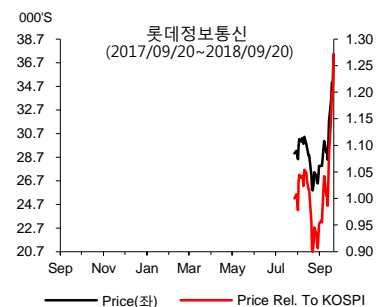
액면가 5,000원

종가(2018/09/20) 37,350원

Stock Indicator

| | |
|-----------|----------------|
| 자본금 | 71.4십억원 |
| 발행주식수 | 1,429만주 |
| 시가총액 | 534십억원 |
| 외국인지분율 | 0.2% |
| 배당금(2017) | - |
| EPS(2017) | 1,456원 |
| BPS(2017) | 19,679원 |
| ROE(2017) | 11.7% |
| 52주 주가 | 25,850~37,350원 |
| 60일평균거래량 | 199,433주 |
| 60일평균거래대금 | 6.0십억원 |

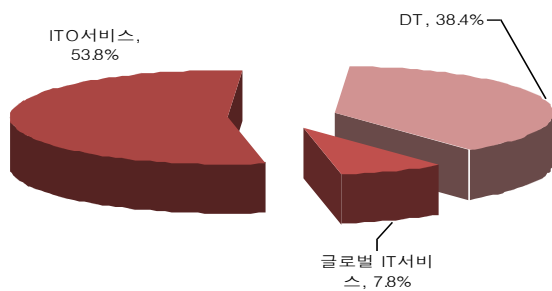
Price Trend



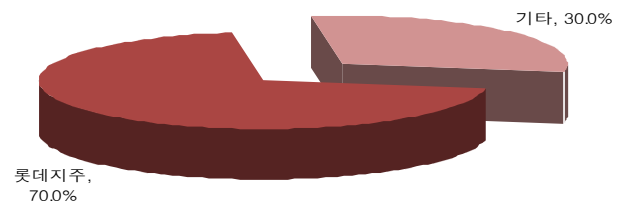
| FY | 매출액 (억원) | 영업이익 (억원) | 세전이익 (억원) | 순이익 (억원) | 지배주주순이익 (억원) | EPS (원) | PER (배) |
|-------|-------------|--------------|--------------|-------------|-----------------|------------|------------|
| 2015 | 7,349 | 290 | 237 | 169 | 183 | 1,281 | - |
| 2016 | 7,688 | 189 | 151 | 119 | 124 | 868 | - |
| 2017 | 8,197 | 342 | 276 | 206 | 208 | 1,456 | - |
| 2018E | 9,400 | 400 | 352 | 266 | 270 | 1,890 | 19.8 |

자료: 롯데정보통신, 하이투자증권

<그림 14> 매출구성(2017년 기준)



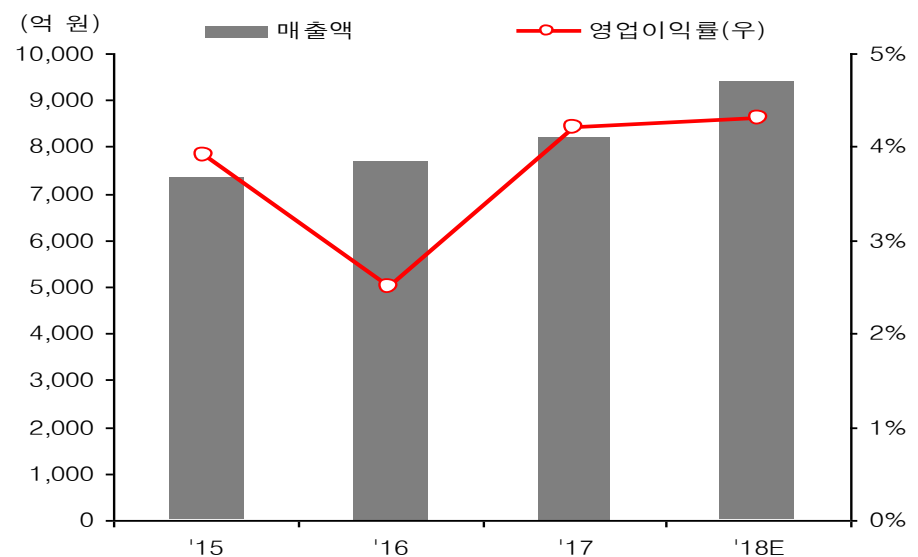
<그림 15> 주주분포



자료: 롯데정보통신, 하이투자증권

자료: 롯데정보통신, 하이투자증권

<그림 16> 롯데정보통신 실적 추이



자료: 롯데정보통신, 하이투자증권

<표 2> 산업영역별 IT 서비스 현황

| 구분 | 주요 IT서비스 |
|-----|--|
| 유통 | <ul style="list-style-type: none"> On-Offline의 고객경험 혁신으로 서비스 차별화 <ul style="list-style-type: none"> 스마트 스토어: 안면인식, 무인 POS, 핸드페이 결제 물류/유통: 물류 플랫폼, 통합 인도장, L.Retail 등 |
| 건설 | <ul style="list-style-type: none"> 롯데월드타워, 원주 스마트시티 기술 내재화로 사업 확대 <ul style="list-style-type: none"> 지능형 빌딩시스템, 빌딩에너지관리, 융복합보안 등 |
| 금융 | <ul style="list-style-type: none"> L.Pay, 간편결제 등 고객 편리성 극대화 <ul style="list-style-type: none"> 음파결제, 바이오 인증 결제, 모바일 상품권 등 |
| 교통 | <ul style="list-style-type: none"> 전국 호환 교통카드 및 SOC분야 솔루션 확대 <ul style="list-style-type: none"> 스마트톨링, 요금 자동징수, 공항운항통신, 철도신호통신 |
| 서비스 | <ul style="list-style-type: none"> 단순 SI구축사업에서 솔루션, 플랫폼사업 전환 <ul style="list-style-type: none"> 스마트 인도어(실내위치기반 서비스), 무인발권 시스템 |

자료: 롯데정보통신, 하이투자증권

<그림 17> 롯데그룹 스마트 밸류체인



자료: 롯데정보통신, 하이투자증권

<표 3> 롯데그룹사 DT 전환 현황

| 적용기술 | 그룹사 | 사업 |
|--------|--------|---------------|
| AI | 롯데백화점 | 쇼핑 어드바이저 |
| | 롯데면세점 | AI기반 콜센터 |
| IoT | 롯데월드타워 | IBS, FMS, LBS |
| | 캐논코리아 | 로봇, 자동물류 |
| | 롯데호텔 | 스마트 객실관리 |
| 이미지 인식 | 롯데슈퍼 | 스마트 스토어 |
| 생체인증 | 세븐일레븐 | 무인POS, 정맥결제 |
| 블록체인 | 롯데마트 | 축산물 이력관리 |
| 모바일 | 롯데리아 | 스마트 오더 |

자료: 롯데정보통신, 하이투자증권

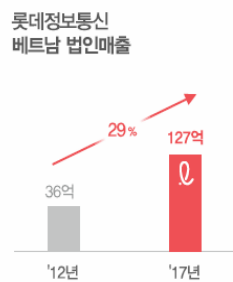
<그림 18> 베트남 및 인도네시아 사업 현황

베트남 (롯데그룹 브랜드 파워 6위)

■ 롯데그룹 사업확장에 따른 DT적용 확대

[매장 현황] (단위 : 점)

| 구분 | '12년 | '17년 | 증감 |
|-------|------|------|------|
| 롯데마트 | 4 | 13 | 9 ↑ |
| 롯데리아 | 129 | 224 | 95 ↑ |
| 롯데백화점 | - | 2 | 2 ↑ |
| 롯데호텔 | - | 2 | 2 ↑ |
| 롯데시네마 | 7 | 33 | 26 ↑ |



■ 대외 금융 · 의료 분야 레퍼런스 기반 사업기회 확보

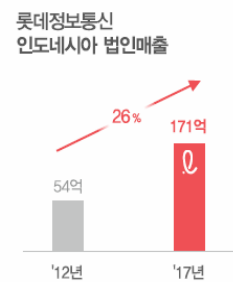
- 1 금융 : 증권 · 은행 SI 구축, 베트남 M/S 1위 증권 솔루션 보유
- 2 의료 : 국내 최다 적용 의료솔루션과 베트남 1위 통신사 결합

인도네시아 (롯데그룹 브랜드 파워 11위)

■ 롯데그룹 유통사업 성장에 따른 IT지원 확대

[매장 현황] (단위 : 점)

| 구분 | '12년 | '17년 | 증감 |
|-------|------|------|------|
| 롯데마트 | 31 | 46 | 15 ↑ |
| 롯데리아 | 17 | 31 | 14 ↑ |
| 롯데백화점 | - | 1 | 1 ↑ |
| 롯데면세점 | 1 | 1 | - |
| 엔젤리너스 | 3 | 4 | 1 ↑ |

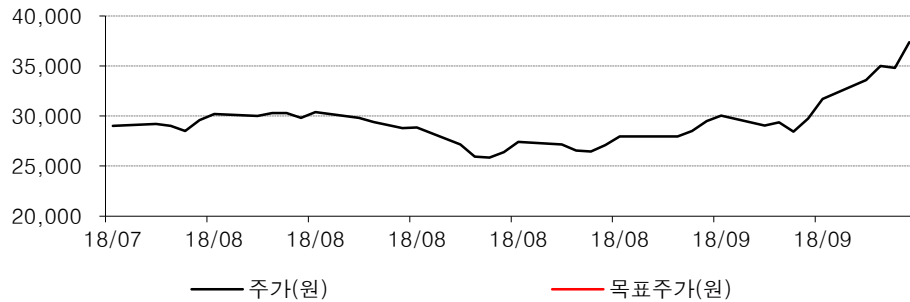


■ 대외 유통 · 결제 분야 사업 노하우 기반 사업 추진

- 1 유통 : 국내 유통솔루션 (L, Retail) 현지화 및 소매점 중심 확대
- 2 결제 : 롯데멤버스 PG 시스템 구축 ('18. 3) 기반 사업진출

자료: 롯데정보통신, 하이투자증권

최근 2년간 투자의견 변동 내역 및 목표주가 추이(롯데정보통신)



| 일자 | 투자의견 | 목표주가(원) | 목표주가 대상시점 | 괴리율 | |
|----|------|---------|--------------|--------|------------|
| | | | | 평균주가대비 | 최고(최저)주가대비 |

Compliance notice

당 보고서 공표일 기준으로 해당 기업과 관련하여,

- ▶ 회사는 해당 종목을 1%이상 보유하고 있지 않습니다.
- ▶ 금융투자분석사와 그 배우자는 해당 기업의 주식을 보유하고 있지 않습니다.
- ▶ 당 보고서는 기관투자가 및 제 3자에게 E-mail등을 통하여 사전에 배포된 사실이 없습니다.
- ▶ 회사는 6개월간 해당 기업의 유가증권 발행과 관련 주관사로 참여하지 않았습니다.
- ▶ 당 보고서에 게재된 내용들은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 작성되었음을 확인합니다. [\(작성자: 이상현\)](#)

본 분석자료는 투자자의 증권투자를 돕기 위한 참고자료이며, 따라서, 본 자료에 의한 투자자의 투자결과에 대해 어떠한 목적의 증빙자료로도 사용될 수 없으며, 어떠한 경우에도 작성자 및 당사의 허가 없이 전재, 복사 또는 대여될 수 없습니다. 무단전재 등으로 인한 분쟁발생시 법적 책임이 있음을 주지하시기 바랍니다.

1. 종목추천 투자등급 (추천일 기준 증가대비 3등급) 종목투자의견은 향후 12개월간 추천일 증가대비 해당종목의 예상 목표수익률을 의미함.(2017년 7월 1일부터 적용)

- Buy(매 수): 추천일 증가대비 +15%이상
- Hold(보유): 추천일 증가대비 -15% ~ 15% 내외 등락
- Sell(매도): 추천일 증가대비 -15%이상

2. 산업추천 투자등급 (시가총액기준 산업별 시장비중대비 보유비중의 변화를 추천하는 것임)

- Overweight(비중확대), - Neutral (중립), - Underweight (비중축소)

하이투자증권 투자비용 등급 공시 2018-06-30 기준

| 구분 | 매수 | 중립(보유) | 매도 |
|------------|-------|--------|----|
| 투자의견 비율(%) | 93.9% | 6.1% | - |