

이 보고서는 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

기술분석보고서

 YouTube 요약 영상 보러가기

다나와(119860)

소프트웨어/IT서비스

요약

기업현황

시장동향

기술분석

재무분석

주요 변동사항 및 전망



작성기관

(주)NICE디앤비

작성자

김태립 선임연구원

- 본 보고서는 「코스닥 시장 활성화를 통한 자본시장 혁신방안」의 일환으로 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해, 한국거래소와 한국예탁결제원의 후원을 받아 한국IR협의회가 기술신용평가기관에 발주하여 작성한 것입니다.
- 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.
- 카카오톡에서 “한국IR협회” 채널을 추가하시면 매주 보고서 발간 소식을 안내 받으실 수 있습니다.
- 본 보고서에 대한 자세한 문의는 작성기관(TEL.02-2122-1300)로 연락하여 주시기 바랍니다.

다나와(119860)

가격비교서비스 제공으로 온라인쇼핑 경쟁력을 갖춘 종합쇼핑포털 전문기업

기업정보(2020/07/13 기준)

대표자	손윤환, 안징현
설립일자	2002년 06월 21일
상장일자	2011년 01월 24일
기업규모	중소기업
업종분류	데이터베이스 및 온라인정보 제공업
주요제품	온라인 가격비교 서비스

■ 가격비교서비스 제공으로 온라인쇼핑 경쟁력 강화

다나와(이하 동사)는 온라인쇼핑을 하고자 하는 사람들이 보다 쉽고 편리하게 쇼핑을 할 수 있도록 소비자에게 가격비교서비스를 제공하고 있다. 동사는 가격비교서비스, 상품수집서비스, 제휴사 상품자동링크서비스, 판매가격입력서비스, 콘텐츠관리서비스, 상품정보 연동 EC 호스팅서비스 등을 자체 기술력으로 시스템을 개발하였다. 또한, 소비자들이 쇼핑물의 상품변화 및 가격변화를 즉각적으로 확인하여 온라인쇼핑을 할 수 있게 제품의 최신 정보를 제공하고 있다.

■ 유튜브 인기와 코로나19 영향으로 온라인쇼핑 증가

2020년 상반기 코로나19에 따른 재택근무, 온라인 교육 등이 확대되고 있다. 이로 인해 PC의 수요가 늘어나 1분기 조립PC 판매량이 전년 동기 대비 증가하였고, 이와 같은 추세는 2분기까지 이어질 것으로 예상되고 있다. 나아가 온라인 강의를 위한 촬영용 웹캠, 마이크 등 판매량도 증가하고 있다. 또한, 태블릿PC나 스마트폰 등 모바일기기를 이용한 인터넷사용이 늘어나면서 모바일 쇼핑의 비중이 증가하고 있다. 트래픽 지표가 PC에서 모바일로 전환되는 추세이고, 상품 관련 기사, 상품 후기 등 다양한 정보를 이용하는 방문객의 비중이 높아지고 있다. 이와 같은 비대면 서비스 확대, 모바일 쇼핑 증가 등의 시장 상황은 동사의 사업에 유리하게 작용할 전망이다.

■ 사업의 안정적 성장, 신규 사업 카테고리 확대

온라인 가격비교서비스, 광고 및 제휴 등의 사업 포트폴리오 다변화를 통해서 안정적인 성장을 해왔으며, 주력사업인 PC 및 가전분야에서 쌓은 노하우를 바탕으로 향후 신성장동력 기반을 구축하기 위해 생활용품 및 스포츠/레저 카테고리 확대하고 자동차, 여행 등의 서비스 사업에도 진출하고 있다.

시세정보(2020/07/13 기준)

현재가	31,000원
액면가	500원
시가총액	4,053억원
발행주식수	13,074,822주
52주 최고가	32,850원
52주 최저가	16,600원
외국인지분율	16.1%
주요주주	
성장현 외 4인	51.4%
자사주	0.9%

요약 투자지표 (K-IFRS 연결 기준)

구분 년	매출액 (억 원)	증감 (%)	영업이익 (억 원)	이익률 (%)	순이익 (억 원)	이익률 (%)	ROE (%)	ROA (%)	부채비율 (%)	EPS (원)	BPS (원)	PER (배)	PBR (배)
2017	1,076.1	67.1	152.4	14.2	135.1	12.6	19.0	16.3	20.8	1,033	5,957	13.2	2.3
2018	1,063.0	-1.2	201.7	19.0	164.0	15.4	19.7	16.3	20.5	1,255	6,972	12.2	2.2
2019	1,669.6	57.1	285.2	17.1	235.8	14.1	23.6	18.0	40.6	1,804	8,461	13.2	2.8

기업경쟁력

온라인쇼핑 사업 강점

- 가격비교를 통한 소비자 요구 맞춤 서비스 제공
- 유통시장 흐름 분석을 통한 최신 정보 즉각 반영
- 객관적 쇼핑정보(리뷰, 동영상, 벤치마크, 후기 등) 제공
- 온라인 및 모바일 특성을 이용한 접근성 향상

사업 안정적 성장

- 2019년 매출 전년 대비 57.1% 증가
- 2020년 1분기 매출 전년동기 대비 14.6% 증가
- 2020년 1분기 영업이익 전년동기 대비 30.6% 증가
- 2020년 1분기 부채비율 17.5% 지표 양호

핵심기술 및 적용제품

핵심기술

- 가격비교서비스
- 상품수집서비스
- 제휴사 상품자동링크서비스
- 판매가격입력서비스
- 콘텐츠관리서비스
- 상품정보연동 EC 호스팅서비스

주요서비스

 다나와 App 이젠 모바일 앱으로도 No.1! 다나와의 애플리케이션 서비스	 다나와 이벤트 매일 매일 푸짐한 경품이 쏟아지는 신개념 이벤트 서비스
 샵다나와 PC, 노트북을 가장 빠르고 안전하게 구매할 수 있는 쇼핑 채널	 DPG 다나와 플레이 그라운드 최신 뉴스와 소비자 후기, 특가할인까지!
 PC견적 나만의 PC를 구성하는 가장 쉬운 방법! PC 견적에서 결제까지 간편하게!	 PC26 전문 PC 구매상담 서비스와 알찬 PC 구매정보를 제공하는 커뮤니티
 다나와 자동차 정보, 견적, 커뮤니티를 제공하는 스마트한 자동차 포털 서비스	 다나와 여행 다나와 데이터베이스와 이를 적용한 여행상품 가격비교 서비스
 다나와 장터 믿고 팔고 안심하고 살 수 있는 중고제품 안전거래의 장	 다나와 리서치 소비자 구매성향, 시장동향, 트렌드 등 시장분석자 료

매출실적

■ 2019년 매출유형별 비중 (단위: 백만 원, %)

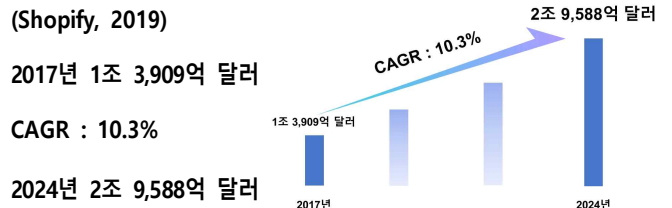
매출유형	매출액	비중
제품매출	105,829	63.4
제휴쇼핑	21,683	13.0
판매수수료	17,620	10.5
광고사업	내수	13,279 8.0
	수출	504 0.3
정보이용료	5,473	3.3
DPG매출	2,572	1.5
총 합계	166,960	100.0

시장경쟁력

국내 온라인쇼핑 동향

연도	시장규모	성장률
2019년	10조 6,716억 원	전년 대비 12.5% ▲ (통계청)
2020년	12조 26억 원	

세계 전자상거래 시장규모



글로벌 전자상거래 기업 해외 진출 확대

- 아마존, 구글, 알리바바 등 글로벌 전자상거래 기업들의 해외 진출 확대로 글로벌화 가속

최근 변동사항

유튜브 인기 방송용 조립PC 수요 증가

- 유튜브 방송용 조립PC 관련한 제품 추천 정보를 제공하는 등 시장 흐름에 신속한 대응을 통해 조립PC 판매량 증가

코로나19 영향 언택트(비대면) 거래 증가

- 2020년 상반기 코로나19 영향으로 재택근무 및 온라인 교육 확대, 언택트(비대면) 거래 수요 증가

사업 카테고리 다양화 단계적 확장

- 생활용품, 스포츠용품, 레저용품으로 상품 카테고리를 확대하고, 자동차, 여행 등 서비스 분야로 진출 추진

2020년 상반기 실적 전년동기 수준 상회 전망

- 기존사업 안정적인 성장이 지속되고, 신규 사업 확대를 통한 실적 가시화로 전년동기 실적 수준 상회 전망

I. 기업현황

다나와, 가격비교서비스로 양질의 쇼핑정보 제공하는 종합쇼핑포털 전문기업

동사는 가격비교를 중심으로 다양한 콘텐츠와 서비스시스템을 구축하고 있으며, 이를 바탕으로 소비자에게 양질의 쇼핑정보, 알찬 쇼핑 콘텐츠, 통합 검색 서비스를 제공하고 있다.

■ 개요

동사는 디지털 카메라 및 컴퓨터에 관한 가격비교 정보제공을 목적으로 2000년 4월 개인사업자로 설립된 후 다양한 상품의 가격비교 서비스 및 양질의 쇼핑정보를 제공하는 쇼핑 포털사이트로 사업영역을 확장하여 2002년 6월 법인을 설립하여 전환하였다. 동사는 2011년 1월 코스닥시장에 주식을 상장하였다.

동사는 온라인쇼핑을 하고자 하는 사람들이 보다 쉽고 편리하게 쇼핑을 할 수 있도록 소비자에게 가격비교서비스를 제공하고 있다. 또한, 업계 내 우월한 트래픽을 기반으로 검색, 디스플레이 광고 사업, 조립PC 관련 사업을 영위하고 있으며, 그 외 카탈로그 제작 등 여러 부가사업을 영위하고 있다.

동사의 분기보고서(2020.03)에 따르면, 본사는 서울시 양천구에 소재해 있으며, 총 292명의 임직원이 근무하고 있다.

■ 관계회사 및 최대주주










동사는 연결대상 종속회사(비상장사)를 (주)다나와컴퓨터(지분을 100%), (주)디피지존(지분을 100%) 2개사 보유하고 있다. (주)다나와컴퓨터는 컴퓨터 등을 제조 및 유통하고 있으며, (주)디피지존은 e스포츠 플랫폼 구축을 주요 사업으로 영위하고 있다.

동사의 최대주주는 성장현 이사로 30.05%의 지분을 보유하고 있다. 이외에 5% 이상의 지분을 보유한 주주는 손운환 대표이사, 남궁원 이사(기타비상무이사)가 있으며, 11.25%, 7.73%를 각각 보유하고 있다.

■ 사업 현황

동사는 컴퓨터, 가전, 유아용품, 게임, 자동차, 아웃도어 등 다양한 제품에 대한 가격비교서비스와 옵션별 정보 검색을 제공하여 양질의 쇼핑 콘텐츠와 서비스를 제공하고 있다.

[그림 1] 동사 서비스 현황

 다나와 App 이천 모바일 앱으로도 No.1 다나와의 애플리케이션 서비스	 다나와 이벤트 매일 매일 푸짐한 경품이 쏟아지는 신개념 이벤트 서비스	 다나와 자동차 정보, 견적, 커뮤니티를 제공하는 스마트한 자동차 포털 서비스	 다나와 여행 다나와 데이터베이스와 이를 적용한 여행상품 가격비교 서비스	 PC견적 나만의 PC를 구성하는 가장 쉬운 방법! PC 견적에서 끝까지 간편하게!
 샵다나와 PC, 노트북을 가장 빠르고 안전하게 구매할 수 있는 쇼핑 채널	 DPG 다나와 플레이 그라운드 최신 뉴스와 소비자 후기, 특가할인까지!	 다나와 장터 광고 말고 안심하고 살 수 있는 중고제품 안전거래의 장	 다나와 리서치 소비자 구매성향, 시장동향, 트렌드 등 시장분석자 료	 PC26 전문 PC 구매상담 서비스와 양질의 PC 구매정보를 제공하는 커뮤니티

*출처: 동사 홈페이지, NICE디앤비 재구성

■ 조직 현황

동사의 조직은 경영지원본부(재무관리, 지식경영), 디자인기획본부(기획마케팅, 서비스기획, 디자인, 상품콘텐츠), e마켓본부(PC사업, 인프라사업, 채널영업), 제휴사업본부(제휴영업, 제휴지원, 자동차사업), 영업본부(광고영업, 커뮤니티, 이벤트체험단), 기업부설연구소(검색엔진운영, 빅데이터 분석, 정보보안) 등으로 구성되어 업무를 담당하고 있다.

[그림 2] 동사 조직도



*출처: 동사 분기보고서(2020.03), NICE디앤비 재구성

■ 2019년 매출 실적: 1,669.6억 원 매출로 전년 대비 57.1% 성장

동사는 2019년 전년 대비 57.1% 증가한 1,669.6억 원의 매출실적을 기록하였다. 동사의 매출유형은 2019년 기준 제품매출(중속회사의 컴퓨터 제조 및 유통)이 1,058.3억 원(63.4%)으로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 그 뒤로 제휴쇼핑(종합쇼핑몰과 제휴계약을 통해 일정 비율의 제휴수수료 수취)이 216.8억 원으로 13.0%의 비중을 차지하고 있다. 2019년 매출 중 내수와 수출 비중은 각각 99.7%, 0.3%로 주요 매출이 내수에서 발생하고 있다. 한편, 수출은 광고사업을 통해 발생하고 있으며, 2017년 2.45억 원, 2018년 3.05억 원, 2019년 5.04억 원으로 매년 증가추세를 보이고 있다.

[표 1] 2019년 유형별 매출 및 비율 (단위 : 백만 원)

매출유형	2019년			2018년			2017년		
	매출액	비율(%)	전년 대비 성장률(%)	매출액	비율(%)	전년 대비 성장률(%)	매출액	비율(%)	
제품매출	105,829	63.4	105.2	51,566	48.5	-20.9	65,206	60.6	
제휴쇼핑	21,683	13.0	32.8	16,325	15.4	22.9	13,283	12.4	
판매수수료	17,620	10.5	6.2	16,595	15.6	35.1	12,285	11.4	
광고사업	내수	13,279	8.0	-5.9	14,111	13.3	17.3	12,034	11.2
	수출	504	0.3	65.3	305	0.3	24.5	245	0.2
정보이용료	5,473	3.3	3.5	5,670	5.3	24.5	4,553	4.2	
DPG매출	2,572	1.5	48.7	1,730	1.6	-	-	-	
합계	166,960	100.0	57.1	106,302	100.0	-1.2	107,606	100.0	

*출처: 동사 사업보고서(2019.12), NICE디앤비 재구성

II. 시장 동향

코로나19 영향 언택트(비대면) 거래 증가, 글로벌 전자상거래 기업 해외 진출 확대

최근 코로나19 영향에 따라 소비행태가 변화하여 언택트(비대면) 거래가 증가하여 국내 온라인쇼핑 시장이 활성화되고 있으며, 글로벌 전자상거래 기업(아마존, 구글, 알리바바 등)의 해외 진출 확대로 글로벌화가 가속화되고 있다.

■ 코로나19 확산 소비행태 변화로 모바일쇼핑 및 언택트(비대면) 거래 증가

온라인쇼핑 및 전자상거래는 인터넷을 통해서 물품을 거래하는 시스템으로 다양한 관계 산업들이 연결되어 있다. 예를 들어 온라인쇼핑몰, 상품 등을 홍보하기 위해 광고매체를 활용해야 하며, 상품 대금 결제를 위해 PG, 선불/신용카드, 결제예치금, 가상계좌 등 전자금융 서비스가 필요하다. 그리고 구매한 상품이 고객에게 배달되기 위해서 택배산업과 결합되어야 한다. 소비자가 눈에 보이는 것은 쇼핑물 페이지에 국한되지만 전자상거래 서비스를 제공하기 위해서는 광고홍보, 전자금융, 택배 등 부수적인 서비스들이 필수적이다. 전자상거래 산업의 성장은 이들 산업의 성장에 직접적으로 영향을 미치고 있어 성장의 파급력은 확대되고 있다.

온라인쇼핑은 국내 대형 유통업체에 오픈마켓, 소셜커머스, 온라인 스타트업 그리고 네이버, 카카오 등 국내 IT 기업에 아마존, 구글 등 글로벌 기업까지 가세한 절대강자가 없는 산업이다. 4차산업혁명 및 디지털 혁신으로 결제서비스를 비롯한 제반 서비스의 다양화, 미디어 콘텐츠 차별화, 빅데이터 기반의 큐레이션 고도화, 나아가 브랜드 인수 및 프라임 PB 출시 등 다양한 전략으로 새로운 서비스를 제공하고 있다.

최근 전세계적인 현상으로 코로나19가 확산 조짐을 보이며 사회적 거리두기가 강조되고 있다. 국내 일용소비재 시장에서는 빠르고, 편리한 배송과 언택트(비대면) 쇼핑이 장점인 온라인 채널들이 타 채널로부터 구매자 유입이 늘면서 성장세가 더욱 커지는 모습이다.

통계청의 온라인쇼핑 동향에 따르면, 2020년 4월 국내 온라인쇼핑 거래액은 총 12조 26억 원으로 전년 동월 대비 12.5%(1조 3,309억 원) 증가하였다. 상품군별 비중은 음·식료품 12.7%로 가장 높았고, 그 뒤로 가전·전자·통신기기 11.5%, 음식서비스 10.5%를 나타냈으며, 모바일쇼핑은 2019년 4월 6조 7,264억 원에서 7조 9,621억 원으로 18.4% 증가하였다.

[그림 3] 국내 온라인쇼핑 거래액 / 모바일쇼핑 거래액

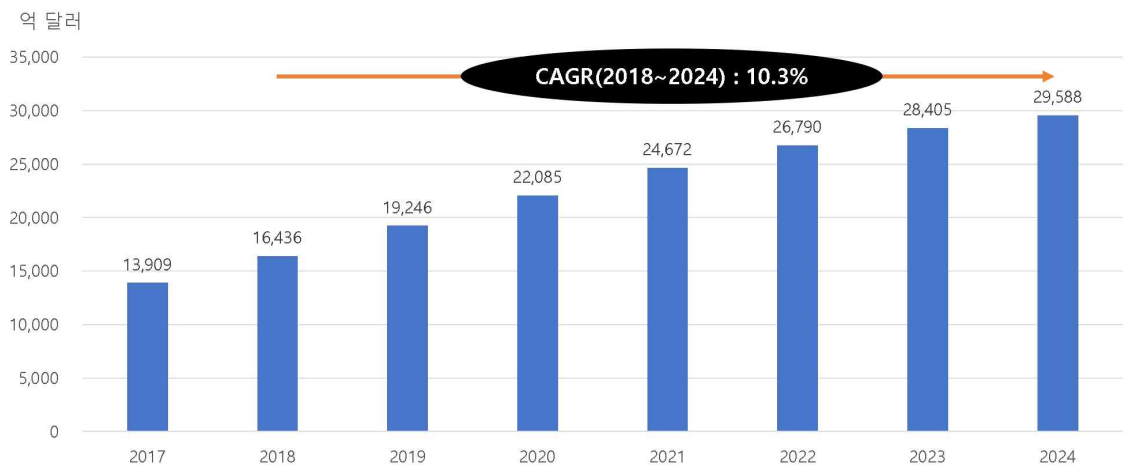


*출처: 통계청 온라인쇼핑 동향(2020.06), NICE디앤비 재구성

코로나19에 따른 언택트(비대면) 거래 확산과 소비행태 변화로 신선식품, 간편식, 배달음식, 세정제, 휴지, 세제 등의 온라인 거래가 늘었고, 재택근무와 온라인 개학으로 노트북, 태블릿 PC 온라인 거래도 늘어났다. 반면, 사회적 거리두기에 따라 영화관람, 여행, 대중교통 이용이 줄어들어 문화 및 레저서비스, 여행 및 교통서비스는 크게 감소한 것으로 나타났다.

다국적 전자상거래 업체인 Shopify가 발표한 자료(2019)에 따르면, 세계 전자상거래 시장규모는 2017년 1조 3,909억 달러에서 2018년 1조 6,436억 달러로 증가한 것으로 추산하고 있으며, 2024년에는 2조 9,588억 달러까지 연평균 10.3% 성장할 것으로 전망하였다.

[그림 4] 세계 전자상거래 시장규모 추이



*출처: Shopify, 2019, NICE디앤비 재구성

■ 글로벌 전자상거래 기업 해외 진출 확대

아마존, 구글, 알리바바 등 글로벌 전자상거래 기업들의 해외 직접 및 간접 진출 확대로 글로벌화가 가속화되고 있다.

아마존은 북미, 유럽을 넘어 인도와 중국으로 영역을 확장하였으며, 2019년 3월 아마존 웹사이트와 애플리케이션에서 한국어 기반 서비스를 제공하여 국내 서비스를 확대하고 있다.

구글은 미국을 넘어 중국, 유럽, 동남아 등지에 투자와 전략적 동맹을 지속하여 확대하고 있으며, 월마트 까르푸, 징둥닷컴 등과 함께 글로벌 이커머스 연합진영을 구축하고 있다. 특히 2018년 중국 제2의 전자상거래 업체인 징둥닷컴(JD.com)에 5억 5,000만 달러(약 6,000억 원)를 투자함으로써 빠르게 성장하는 아시아 시장 진출을 확대하여 아마존과의 경쟁에서 우위를 점하였으며, 징둥닷컴 역시 미국 진출의 발판을 마련하였다.

알리바바는 미국 최대 사무용품 체인인 오피스디포와 손잡고, 미국 중소기업을 위한 서비스를 초기 타깃으로 삼았다. B2B 매출이 전체의 69% 차지하는 오피스디포와의 파트너십으로 알리바바는 오피스디포가 보유한 1천 만 개의 사업체와 1천 800개의 판매 대리업체에 접선할 수 있게 되고, 동시에 오피스디포와 알리바바가 15만 공급업체로 구성된 글로벌 네트워크에서 연계된 차일 배송 등의 서비스도 제공하고 있다.

Ⅲ. 기술분석

최신 정보(상품변화, 가격변화, 시장흐름 등) 반영 온라인쇼핑 가격비교서비스 제공

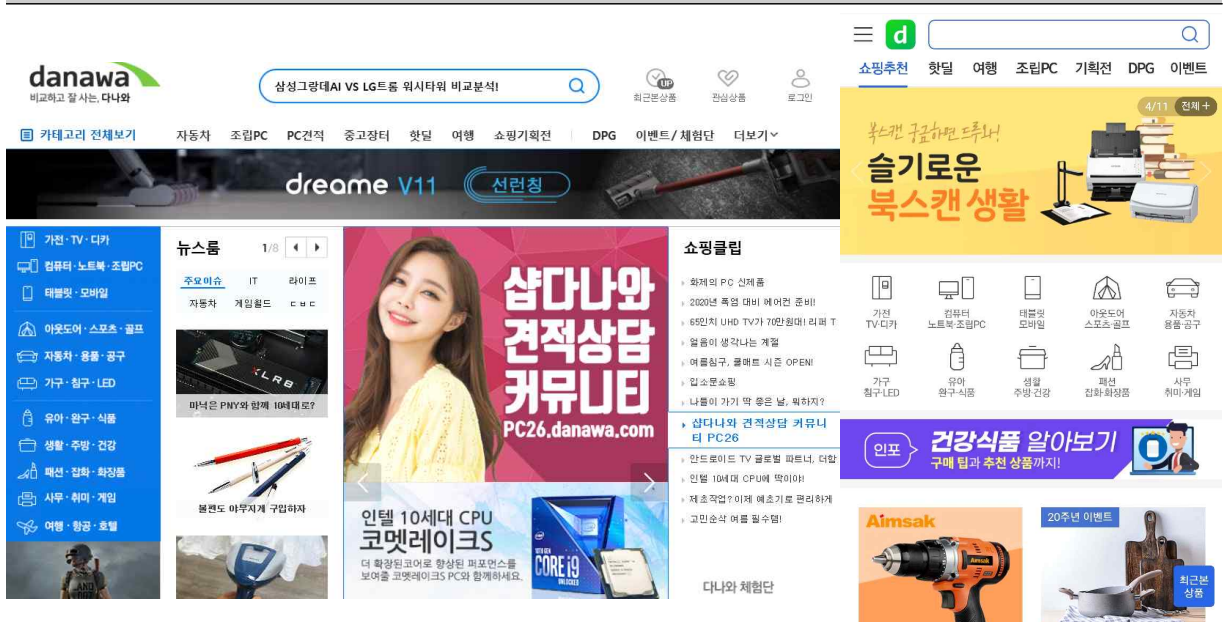
동사는 가격비교서비스를 제공하는 시스템을 개발하여 소비자들이 온라인쇼핑 정보의 상품변화 및 가격변화를 즉각적으로 확인할 수 있으며, 유튜브 인기와 코로나19 유행의 시장흐름을 최신 정보로 반영하여 시장의 수요를 충족시켜 지속적인 성장세를 유지하고 있다.

■ 온라인쇼핑 가격비교서비스 제공 기술 보유

동사는 온라인쇼핑을 하고자 하는 사람들이 보다 쉽고 편리하게 쇼핑을 할 수 있도록 소비자에게 가격비교서비스를 제공하고 있다. 가격비교서비스, 상품수집서비스, 제휴사 상품자동링크 서비스, 판매가격입력서비스, 콘텐츠관리서비스, 상품정보 연동 EC 호스팅서비스 등을 자체 기술력으로 시스템을 개발하였으며, 소비자들이 쇼핑물의 상품변화 및 가격변화를 즉각적으로 확인하여 온라인쇼핑을 할 수 있게 가격비교서비스를 제공하고 있다.

동사는 쇼핑물에 존재하는 다양한 상품들의 상품정보를 수집하기 위하여 쇼핑물들과 제휴를 맺고, 상품수집기라는 시스템을 통하여 정기적으로 제휴된 쇼핑물들의 상품 정보를 수집한다. 수집된 상품 정보는 상품자동링크라는 시스템을 통하여 자동으로 상품군별로 분류되고 소비자가 보게 될 대표상품 이름으로 연결된다. 소비자가 가격비교 사이트에서 상품 구매를 위하여 하나의 상품을 선택했을 때 각 쇼핑물의 판매 형태(현금, 카드, 매매보호 등) 및 판매 금액별로 분류하고, 소비자가 원하는 순서형태(인기도, 낮은가격 등)로 상품이 노출되어 소비자는 한 눈에 가격들을 비교 구매할 수 있는 편의성을 누릴 수 있다.

[그림 5] 동사 가격비교 홈페이지



*출처: 동사 홈페이지, 모바일 앱

1. 가격비교서비스

동사는 소비자가 상품을 구매하기 위하여 여러 판매 사이트를 찾아 다니며 가격을 검색하고, 비교하는 형태를 각 사이트에서 상품들을 그룹화하여 상품 단위로 판매되는 가격들을 수집하며, 한곳에 모아서 낮은 가격부터 정렬하여 보여줌으로써 가장 저렴한 곳부터 확인하고 구매할 수 있도록 해주는 가격비교서비스시스템을 개발하여 운영하고 있다.

동사는 구매자가 평소에 관심있었던 상품을 재검색할 필요도 없이 바로 관심상품 정보에서 불러와 검색하여 쇼핑시간을 절약할 수 있고, 구매 의향이 높은 관심상품의 가격비교 정보를 제공받을 수 있으며, 다양한 온라인 쇼핑몰의 관심 상품을 취합하여 관리할 수 있는 플랫폼을 운영하고 있다. 또한, 가격비교 서비스 과정에서 해당 관심상품의 정보 갱신 및 신규 가격 비교를 등록하면 할인쿠폰을 제공받을 수 있으며, 변동되는 상품정보를 즉각적으로 노출시켜 고객을 신속하게 유입시키고 있다.

[그림 6] 동사 가격비교서비스

 39.6cm / 1.75kg 8세대 / 광시야각 LG전자 2019 울트라PC 15U D590-G... 900,000 원 HIT	 39.6cm / 1.9kg 7세대 / 광시야각 삼성전자 노트북5 NT550EB Z-AD2A... 554,000 원 HIT	 39.6cm / 1.9kg 7세대 / 광시야각 삼성전자 노트북5 NT550EB Z-AD2A... 600,000 원 HIT	 39.6cm / 2.39kg 커피레이크 / RTX2060 삼성전자 Odyssey NT850X BX-GD7A... 2,034,000 원 HIT	 39.6cm / 2.39kg 커피레이크 / RTX2060 삼성전자 Odyssey NT850X BX-GD7A... 2,134,000 원 HIT
---	--	--	---	---

*출처: 동사 홈페이지

2. 상품수집서비스

동사는 가격비교 서비스에 가격을 노출하기 위하여 각 사이트의 상품 판매 가격을 상품수집시스템을 통해 수집하고 있으며, 제휴사의 상품 정보를 하루 수차례 수집하여 가격 변동을 실시간에 가깝게 적용하고 있다. 서버의 메인 메모리에 직접 접근하여 사용하는 메모리 데이터베이스를 구축하였다. 이 기술은 디스크를 기반으로 하는 데이터베이스와 달리 매우 빠른 속도로 질의(Query)를 처리하고, 시스템의 하드웨어 부하량도 낮추는 등 많은 장점을 갖추고 있으며, 네트워크를 이용하여 전송되는 제휴상품정보는 전송되는대로 병렬 처리를 통하여 네트워크 지연에 따른 처리 지연현상을 없애는 등 처리 속도의 최적화를 목표로 개발되어 운영하고 있다.

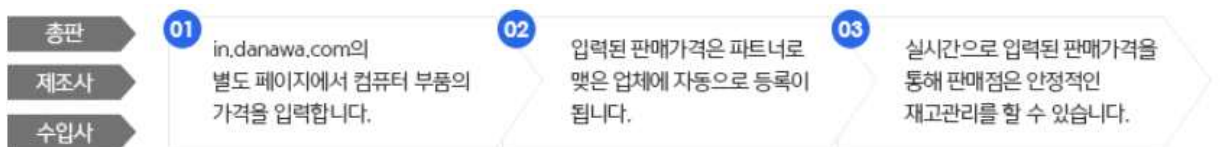
3. 제휴사 상품자동링크서비스

동사는 상품수집시스템에서 수집된 상품을 그룹화하여 어느 상품에 가격을 노출할 것인지를 상품자동링크시스템을 통해 연결하고, 후보군을 추천하여 승인함으로써 수많은 상품을 최단시간 내에 서비스에 노출할 수 있도록 보완하여 운영하고 있다. 많은 쇼핑몰에 존재하는 동일한 상품들을 하나의 대표상품으로 식별하여 서로 연결하며, 사람이 눈으로 확인하고 판단하는 논리적인 과정을 상품 단위의 검색 옵션과 상품 키워드 등을 조합하는 방법으로 자동화하였다. 또한, 이것을 이용하는 번역기와 해당 번역기를 검증할 수 있는 시뮬레이션 도구를 개발하여 서비스를 운영함으로써 전체 신규 상품의 약 80% 정도를 자동으로 처리하고 있으며, 신속하고 효율성이 높은 검색서비스를 제공하고 있다.

4. 판매가격입력서비스

동사는 파트너 관계에서 일어나는 업무를 자동화함으로써 최소의 인력으로 다양한 파트너를 관리하고, 가격비교시스템에 실시간으로 상품 판매 가격이 노출될 수 있도록 하는 부가적인 지원 시스템을 운영하고 있다. 용산총판대리점 업체와 연동사이트 업체간에 상품가격을 온라인상에서 제공하고, 가격 및 재고를 자동으로 관리할 수 있으며, 소비자들로부터 주문받은 제품에 대한 주문발주시스템도 사용할 수 있다.

[그림 7] 동사 판매가격입력서비스 기능



*출처: 동사 홈페이지

5. 콘텐츠관리서비스

동사는 사용기, 신상품소식, 뉴스, 이벤트, 사진 등의 콘텐츠를 통합하여 서비스에 노출하며, 관리할 수 있도록 하고 지정된 스케줄에 따라 콘텐츠 노출이 자동으로 생성 될 수 있도록 시스템을 운영하고 있다. 각 세부 제원 및 실사이즈의 이미지를 제공하고, 소비자가 원하는 정보를 제공하며, 소비자의 시각과 청각을 동시에 자극하여 구매욕을 높이고 있다.

6. 상품정보연동 EC 호스팅서비스

동사는 가격비교 서비스를 이용하는 온라인 판매업체 및 온라인 판매시장으로의 진출을 원하는 오프라인 업체에게 보유중인 상품정보를 연동하여 직접 자신만의 쇼핑몰을 꾸밀 수 있게 하며, 운영 및 관리가 용이한 서비스를 제공하고 있다. 오픈마켓에 등록된 상품을 가격비교 제품에 연결하거나, 새로운 가격비교 제품을 등록하고, 수정한 상품가격을 갱신할 수 있게 서비스를 제공하고 있다.

■ 연구개발조직 운영 및 지식재산권 등록

동사의 연구개발조직은 6개의 연구팀으로 구성되어 있으며, 서버, 네트워크, 데이터베이스, 정보보안, 그룹웨어, 상품처리, 가격 갱신, 인기순위, 회원관리, 표준관리, 검색엔진 등을 개발하고 있으며, 동사는 3년 평균 매출액의 3.2%를 연구개발에 투자하고 있다. 동사는 최근의 연구개발 성과로 실시간 검색을 위한 데이터 인덱싱 방법 및 장치를 개발하였으며, 2020년 6월 기준 특허권 16건, 상표권 106건, 저작권 57건의 지식재산권을 등록한 것으로 확인된다.

[표 2] 동사 연구역량 지표

연구개발투자비율	2017년	2018년	2019년	3년 평균
매출액(백만 원)	107,606	106,302	166,960	126,956
연구개발비(백만 원)	3,409	4,339	4,585	4,111
연구개발투자비율(%)	3.2	4.1	2.7	3.2
지식재산권 현황	특허등록	상표권	저작권	
실적(건 수)	16	106	57	

*출처: 동사 사업보고서(2019.12), KIPRIS 홈페이지, NICE디앤비 재구성

■ 온라인쇼핑 PC에서 모바일로 전환 추세

동사의 가격비교를 활용한 온라인쇼핑은 인터넷 상에서 알마나 많은 사용자를 자사 사이트로 유인할 수 있느냐가 가장 중요한 경쟁수단이고, 방문자수, 페이지뷰, 체류시간 등의 지표를 통해 이를 가늠할 수 있다. 동사의 일평균 방문자수는 PC는 2018년 23만 1천명에서 2019년 26만 2천명으로 증가하였고, 모바일은 2018년 21만 5천명에서 2019년 30만 6천명으로 증가하였다. 일평균 페이지뷰가 PC는 2018년 421만 8천건에서 2019년 361만 1천건으로 감소하였으나, 모바일은 2018년 134만 1천건에서 2019년 184만 1천건으로 증가하였다.

태블릿PC나 스마트폰 등 모바일기기를 이용한 인터넷사용이 늘어나면서 트래픽 지표가 PC에서 모바일로 전환되는 추세로 모바일쇼핑의 비중이 늘어나고 있으며, 이에 따라 동사는 모바일 앱 서비스를 리뉴얼하여 충성도 높은 고객을 확보하고 있다.

[표 3] 동사 일평균 트래픽 지표

일평균 트래픽 지표	2018년		2019년	
	PC	모바일	PC	모바일
방문자수 (천명)	231	215	262	306
페이지뷰 (천건)	4,218	1,341	3,611	1,841
체류시간 (분:초)	17:44	4:57	13:52	4:40

*출처: 동사 사업보고서(2018.12), 사업보고서(2019.12), NICE디앤비 재구성

[그림 8] SWOT 분석



IV. 재무분석

온라인쇼핑 가격비교서비스 안정적 성장, 코로나19 영향 언택트(비대면) 거래 증가

동사의 2019년 매출은 전년 대비 57.1% 증가하여 안정적 성장세를 보였으며, 2020년 상반기 코로나19 영향으로 언택트(비대면) 거래가 증가하여 2020년 1분기도 전년동기 대비 14.6% 성장세를 보였다.

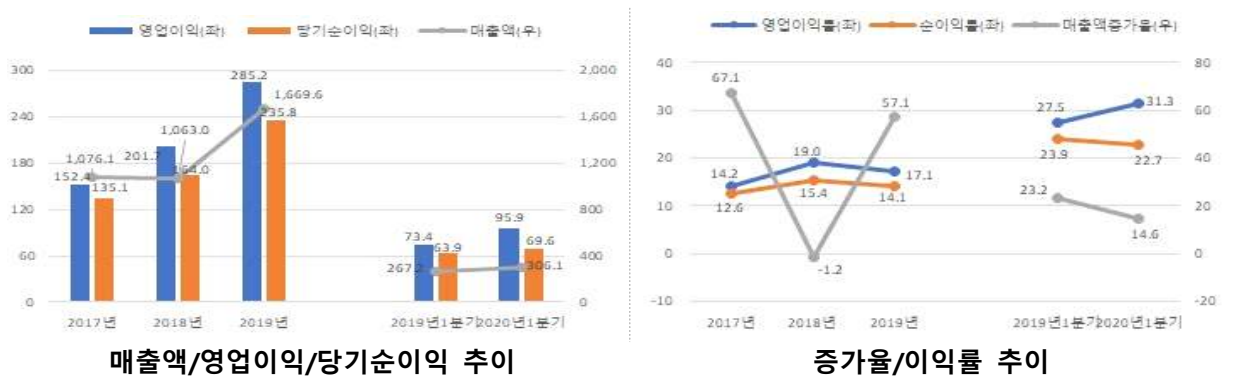
■ 기존 사업 안정적 성장, 신규 사업 통해 향후 성장동력 확보

동사는 온라인쇼핑 가격비교뿐 아니라 광고 및 제휴 등의 사업 포트폴리오 다변화를 통해서 안정적으로 성장을 해왔으며, 주력사업인 PC 및 가전분야에서 노하우를 바탕으로 향후 신성장 동력 기반을 구축하기 위해 생활용품 및 스포츠/레저 카테고리를 확대하고 자동차, 여행 등의 서비스 사업에도 진출하고 있다.

동사의 2020년 1분기 기준 주요 매출유형별 매출비중(연결 기준)을 살펴보면, 제품(㈜다나와 컴퓨터) 38.6%, 판매수수료(㈜다나와) 19.9%, 제휴쇼핑 19.3%, 광고사업(㈜다나와, ㈜디피지존) 13.2%, 정보이용료 등(㈜다나와) 8.2%, DPG(㈜디피지존) 0.8%로 구성되어 있다. DPG매출을 제외한 모든 사업부분의 매출이 확대된 가운데, 동사의 매출 중 가장 큰 비중을 차지하는 컴퓨터 제조 관련 제품 매출이 전년 동기 대비 65% 성장한 118.6억 원을 기록하며, 코로나19로 인한 반사효과로 실적 성장이 지속되고 있는 것으로 나타났다.

[그림 9] 동사 연간 및 1분기 포괄손익계산서 분석

(단위: 억 원, %)



*출처: 동사 사업보고서(2019.12), 동사 분기보고서(2020.03), NICE디앤비 재구성

■ 1분기 외형 확대, 영업이익 증가

2020년 1분기 연결실적은 매출액 306.1억 원(+14.6% YoY), 영업이익 95.9억 원(+30.6% YoY, OPM 31.3%), 당기순이익 69.6억 원(+8.9% YoY)을 기록하였다. 이번 실적은 코로나19로 인한 언택트(비대면) 거래 증가로 PC수요가 확대되면서 제품 및 판매수수료가 각각 전년동기 대비 12.4%, 28.6% 증가하는 등 실적기여도가 미미한 DPG 매출을 제외한 전 사업부문에서 고른 성장을 보이고 있다.

한편, 매출원가와 인건비 및 경상연구개발비 등의 관관비 증가에도 불구하고 외형성장에 따른 고정비 부담 축소에 따라 영업레버리지 효과가 나타났다(OPM: 2019년 1분기 27.5%→2020년 1분기 31.3%).

■ 재무안정성 지표 양호

동사의 재무안정성 지표는 전반적으로 양호한 수준을 보여주었다(자기자본비율: 2019년말 71.1%→2020년 1분기 85.1%, 부채비율: 2019년말 40.6%→2020년 1분기 17.5%). 한편, 유동부채 규모가 축소되어 유동자산이 유동부채를 크게 상회하고 있으며, 2020년 1분기 기준 유동비율은 585.0%로 2019년 기말 대비 높아진 것으로 나타났다.

[그림 10] 동사 연간 및 1분기 요약 재무상태표 분석 (단위: 억 원, %)



*출처: 동사 사업보고서(2019.12), 동사 분기보고서(2020.03), NICE디앤비 재무성

■ 1분기 음(-)의 영업활동현금흐름 시현

동사는 최근 5개년(2015~2019) 양(+)의 영업활동현금흐름을 지속해온 가운데 2020년 1분기 음(-)의 영업활동현금흐름을 나타냈다. 단기금융상품 및 유,무형자산 취득 등의 투자활동을 통한 현금유출을 보여주었으며, 배당금 지급 등의 재무활동을 통한 현금유출을 나타냈다. 한편, 보유 현금은 2019년말 기준 437.4억원에서 2020년 1분기말 140.3억 원으로 약 297억 원 감소했다. 한편, 보유 중인 현금과 현금성 자산의 유동화가 가능하며 상장사로써 외부차입을 통한 자금조달이 용이하여 유동성 위험은 낮은 것으로 판단된다.

[그림 11] 동사 현금흐름의 변화 (단위: 억 원)



*출처: 동사 사업보고서(2019.12), 동사 분기보고서(2020.03), NICE디앤비 재무성

V. 주요 변동사항 및 향후 전망

2020년 코로나19 영향 언택트(비대면) 거래 수요 증가로 수혜 전망

동사는 유튜브 인기로 방송용 조립PC 수요 증가, 코로나19 영향으로 언택트(비대면) 거래 수요가 증가하였으며, 모바일 버전과 사업 카테고리 다양화로 단계적 확장을 추진하고 있다.

■ 유튜브 인기 방송용 조립PC 수요 증가

동사는 유튜브 인기로 방송용 PC에 대한 수요가 급증할 것을 대비하여 방송용 조립PC와 관련한 가격비교, 온라인 견적, 콘텐츠, 사후관리 등의 서비스를 제공하였다. 방송용 조립PC에 활용되는 에이엠디(AMD) 라이젠 3세대 프로세서 출시 관련한 정보를 분석하여 크리에이터용 제품 추천 콘텐츠서비스, 조립PC 견적 서비스 관련한 정보를 제공하고 시장 흐름에 신속하게 대응하였다. 이에 따라, 샵다나와(조립PC 쇼핑몰)에서 2019년 전자상거래로 판매한 조립PC 판매량이 전년 동기 대비 20% 증가한 24만대를 기록했고, 이는 2016년 이후 2019년까지 성장률이 27.8%에 달한 것으로 파악된다.

■ 코로나19 영향 언택트(비대면) 거래 증가

2020년 상반기에 코로나19의 영향으로 재택근무와 온라인 교육이 확대되었고, 언택트(비대면) 거래 등의 수요가 늘어나 동사는 2020년 1분기 조립PC 판매량이 전년 동기 대비 32% 증가한 7만 9,000대를 기록하였다. 온라인 강의 촬영용 웹캠, 마이크 등 판매량도 증가하여 동사는 화상회의, 원격회의에 적합한 홈오피스 전용 기획전을 운영하고, 효율적 구매 서비스 제공을 통해 2020년 2분기까지 조립PC의 판매량이 견조하게 이어질 것으로 예상된다.

■ 사업 카테고리 다양화 단계적 확장

동사는 생활용품, 스포츠용품, 레저용품으로 상품 카테고리를 확대하고, 자동차, 여행 등 서비스 분야로의 진출도 추진하고 있다. 가격비교에서 검증된 DB수집 노하우와 UI를 적용하여 다나와 여행서비스를 출시하였으며, 소비자가 원하는 세부사항 별로 비교가 가능하고, 조건별, 여행사별 비교를 통해 패키지 여행상품을 쉽게 비교할 수 있는 서비스를 제공하고 있다.

동사는 숙박, 음식점, 여행, 사진, 외환거래 등 다양한 서비스 연계 사업을 추진하고 있으며, 모든 카테고리를 일시에 확장하기 보다는 투입 대비 효율성이 뛰어난 몇 개의 카테고리를 우선적으로 집중 개발하여 단계적으로 확장하는 전략을 추진하고 있다.

■ 2020년 상반기 실적 전년동기 수준 상회 전망

최근 NH투자증권(2020.05), 이베스트투자증권(2020.06)의 보고서에 따르면, 1분기에 비해 2분기가 상대적 비수기임에도 불구하고 트래픽이 증가(+10~15% QoQ)하면서 제휴쇼핑부문에서 높은 성장 기대, 판매수수료부문에서 샵다나와와 조립PC 월별 판매량 증가 등으로 실적 성장세가 지속될 것으로 기대(2분기 예상 매출액 163억 원, 영업이익 76억 원)했다.

또한, 2020년 예상 실적은 매출액 1,376억 원(+1.5% YoY), 영업이익 317억 원(+11.3% YoY)으로 전망했다. 주력사업인 제휴쇼핑(수수료 매출)은 2020년 예상 성장률이 약 8%대로 기대되나, 2021년 10% 이상의 성장률로 회복해 전체 매출 성장을 견인할 것으로 예상했다. 또한, 경쟁사(카카쿠닷컴, 카페24, 인터파크 등) 대비 높은 벨류에이션 매력을 보유하고 있다고 밝혔다.

동사는 사업 포트폴리오 다변화를 통해 사업안정성을 제고하기 위한 자구적 노력을 하고 있으며, 중·장기적 관점에서 기존사업에서의 안정적인 성장이 뒷받침되고 신규 사업 안정화를 통한 실적 가지화로 추가 성장을 달성할 수 있을 것으로 기대된다. 한편, 별도 기준 매출 실적은 과거 10년간 한번의 역성장없이 꾸준히 성장해왔으며, 당분간 성장을 지속할 것으로 전망된다. 다만, 신규 사업에서의 유의미한 실적달성까지 소요되는 시일이 향후 동사의 성장성에 가장 큰 변수가 될 것으로 판단된다.

단기적 관점에서 올해 상반기 코로나19 영향권 아래 재택근무 등의 PC 수요가 확대되면서 2020년 상반기 실적(2분기 시장 컨센서스: 매출액 265.6억 원, 영업이익 80.4억 원 예상)은 전년 상반기 실적 수준을 상회할 것으로 예상된다.

■ 증권사 투자의견

작성기관	투자의견	목표주가	작성일
키움증권	매수(유지)	40,000원(상향)	2020. 05. 15.
	<ul style="list-style-type: none"> Valuation에 있어 2020년 예상실적에서 2021년 예상실적을 반영하면서 목표주가를 상향조정 2분기 모바일 중심으로 트래픽이 전년동기대비 성장하고 있으며 온라인개학에 따른 PC 수요 확대, 카테고리 확장 등을 통해 실적 성장세 시현 전망 		
NH투자증권	Not Rated(-)	-	2020. 05. 15.
	<ul style="list-style-type: none"> 코로나19 인한 PC수요 증가로 1분기 어닝 서프라이즈 기록 향후 가전과 일반상품에 이어 서비스로의 카테고리 확장을 통해 온라인 쇼핑시장 성장의 수혜가 기대 		
이베스트증권	매수(유지)	40,000원(상향)	2020. 06. 16.
	<ul style="list-style-type: none"> 중·장기적인 성장성 유지되고, 코로나19로 비대면 관련 아이템 증가 수혜 2020년 2분기는 매출액 163억 원(+17.6% YoY), 영업이익 76억 원(+18.9% YoY)으로 안정적인 성장이 유지될 것으로 전망 		