기술 2020-78

2020.08.13.

이 보고서는 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

기술분석보고서 | YouTube 요약 영상 보러가기

이퓨쳐(134060)

소비자서비스

요 약
기업현황
시장동향
기술분석
재무분석
주요 변동사항 및 전망

작성기관	NICE평가정보(주)	작 성 자	강보연 연구원

■ 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 미게재 상태일 수 있습니다.

■ 카카오톡에서 “한국IR협의회” 채널을 추가하시면 매주 보고서 발간 소식을 안내 받으실 수 있습니다.

■ 본 보고서에 대한 자세한 문의는 작성기관(TEL.02-2124-6822)로 연락하여 주시기 바랍니다.

한국IR협의회

이퓨쳐(134060)

국내 ELT 영어교재 전문기업, 독자적인 콘텐츠 개발역량 보유

기업정보(2020/08/10 기준)	
대표자	이기현
설립일자	2000년 01월 21일
상장일자	2011년 04월 27일
기업규모	중소기업
업종분류	교과서 및 학습서적 출판업
주요제품	교과서, 학습서적

시세정보(2020/08/10 기준)	
현재가(원)	5,810
액면가(원)	500
시가총액(억 원)	277
발행주식수(주)	4,769,250
52주 최고가(원)	9,000
52주 최저가(원)	3,510
외국인지분율(%)	2.99
주요주주	이기현

■ 유치·초등 영어교육 콘텐츠 개발 선도

이퓨쳐는 유치 · 초등 영어교육 콘텐츠의 개발 및 판매를 주요사업으로 하고 있다. ‘Smart Phonics’를 기반으로 Grammar, Reading, Writing, Listening 등 영어교육 전 부문에 대한 교재를 개발한 대표적인 국내 ELT(English Language Teaching; 시험대비서와 구분되어 영어 자체를 배우기 위한 영어교육 전문교재) 전문기업이다.

■ 고유 콘텐츠 개발을 통해 성장 동력 확보

동사의 핵심 경쟁력은 자체 개발한 양질의 영어교육 콘텐츠에 있다. 2003년 Phonic 교수법을 기반으로 자체 콘텐츠 개발에 성공하였으며 EFL Phonics라는 제품을 출시하며 본격적으로 ELT 시장에 진입하였다. ‘Smart Phonics’ 교재가 큰 인기를 얻으며 현재 회사의 근간을 마련하였고, 2010년부터 예스24, 인터파크 등 주요 온라인 도서 쇼핑몰을 통해 교재를 판매하며 교육 부문 베스트셀러에 등극한 바 있다. 동사는 경쟁업체와 달리 자체 R&D 센터 운용을 통해 개발 초기부터 시판까지 자체 콘텐츠 개발이 가능하다. 이는 개발 역량을 회사 내부에 계속 축적시키며 온전한 콘텐츠 저작권 확보를 가능하게 한다. 개발된 자체 콘텐츠는 부가적인 2, 3차 저작물의 제작을 통한 부가 매출 발생이 가능하다는 잠재력을 가지고 있으며, 향후 사업 확장 및 매출 증가에 핵심요소로 작용할 것이다.

■ 해외 진출을 통해 외형적 성장 기대

2017년에는 중국 IT 기업 '토크웹(Talkweb)'과 손잡고 중국 교육시장에 진출하였으며, 이후 다수의 중국 교육업체들과의 계약 체결을 진행하며 중국 내 입지확보에 힘쓰고 있다. 또한, 비영어권 국가 기업으로는 이례적으로 영어권인 미국에 판권을 수출한 경험을 가지고 있으며, 일본, 대만, 싱가포르, 스페인 등 주요 비영어권 국가에도 수출 계약을 체결하며 해외 사업 확장에 역량을 집중하고 있다.

요약 투자지표 (K-IFRS 개별 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	85.8	0.7	(2.2)	(2.5)	(5.8)	(6.8)	(3.5)	(2.8)	19.3	(129.0)	2,769.0	0.0	0.0
2018	98.3	14.5	2.9	3.0	3.3	3.4	2.0	1.7	21.7	74.0	2,991.6	51.1	1.3
2019	106.9	8.7	9.5	8.9	17.1	16.0	9.7	7.9	25.7	381.0	3,349.4	16.6	1.9

기업경쟁력

영어교육 콘텐츠 자체 개발

- 2003년 Phonics 교수법을 기반으로 자체 콘텐츠 개발 (EFL Phonics 제품 출시)
- 회사 내 체계적인 R&D 센터 구성 (개발팀, 창작연구개발실, 연구팀 운영)
- 동업종 대비 높은 R&D 투자 비율 (2019년, 14.38%)

글로벌 사업역량

- 비영어권 국가 기업으로서는 이례적인 영어권 국가 대상 제품 수출
- 중국, 일본, 멕시코, 칠레 등 범세계적 제품 수출
- 국가별 영업 인력 파견 및 수출 Agent 고용
- 현지 맞춤형 제품 개발 및 현지 교사들을 대상으로 제품 사용법/영어교습법 제공

핵심기술 및 적용제품

핵심기술

- 유치·초등 단계에 최적화된 영어교육 콘텐츠
- 단어가 가진 소리, 발음을 배우는 Phonics 교수법에 기반한 제품 (Smart Phonics)
- Grammar, Reading, Writing, Listening 등 Total 영어 교육 콘텐츠
- 온라인 학습지원 플랫폼 'eSmart Campus'

적용제품

시장경쟁력

국내

- 2011년 Phonics 국내 교육시장 점유율 35% 돌파
- 현재 예스24, 알라딘 등 인터넷 서점 내 유아/어린이 도서, 외국도서 등에서 최상위권 순위 유지 중
- 정상어학원, 에스엠잉글리쉬, 엠베스트 등 국내 대형 프랜차이즈 학원과 제휴 체결

해외

- 미국 실리콘밸리 에듀테크기업 '니어파드(Nearpod)'와 영어교재 라이선스 계약 체결(2016년)
  - 2018년 기준 미국 내 14만 명 이상 동사 콘텐츠 이용
- 중국 IT기업 토크웹이 서비스하는 영유아 교육 플랫폼 '바오베이꾸스'에 '파닉스 펀 리더스' 25종, '리틀 스프라웃 리더스' 40종 등 콘텐츠 공급

최근 변동사항

대표이사 변경

- 2020년 1월 21일 대표이사 변경
- 황경호 대표이사 사임 및 이기현 대표이사 선임

포스트 COVID-19 대응

- 첫 웨비나(웹 세미나) 개최
- 글로벌 사용자 지원 정책으로 온라인 라이브러리 플랫폼 'e-Library'를 각 국가별 거래처에 2개월 간 무료 오픈 후 정식 서비스 계획
- 온라인마켓 확대 기반 마련을 위해 다양한 분야의 전문가로 구성된 테스크포스(TF) 가동

Ⅰ. 기업현황

ELT 영어교재 전문기업, 이퓨쳐

이퓨쳐는 유치·초등 등 저학년 위주의 ELT 영어교재 개발을 주요 사업으로 영위하고 있으며 19년 기술 노하우를 겸비한 영어 콘텐츠 전문기업이다.

■ 개요

이퓨쳐(이하 동사)는 인터넷 교육 콘텐츠 서비스 기업이며, 특히 영어 교재 출판, 인터넷 콘텐츠 개발 및 판매를 주요사업으로 영위하고 있다. 1994년 설립된 언어학 중심의 영어교습소인 David English House Korea를 전신으로 하여 2001년 1월 동사가 설립되었으며, 2011년 4월 27일 코스닥 시장에 상장하였다. 본사는 송파구 백제고분로 91 4, 5, 6층에 소재해 있으며, 총 45명의 임직원이 근무하고 있다.

■ 주주구성

2020년 1분기 보고서에 따르면, 창업주인 이기현 대표이사가 지분율 23.97%로 최대주주이며 황경호 (前)대표이사가 16.78%, 김경숙 이사 3.94%, 한상호 감사 0.26%로 최대주주 및 특수관계자가 44.95%를 보유한 것으로 나타나며, 최근 2020년 5월 황경호 (前)대표이사가 장내매도로 38,406주를 매도하며 그 수치는 44.14로 0.81% 감소하였다.

그림 1. 주주구성

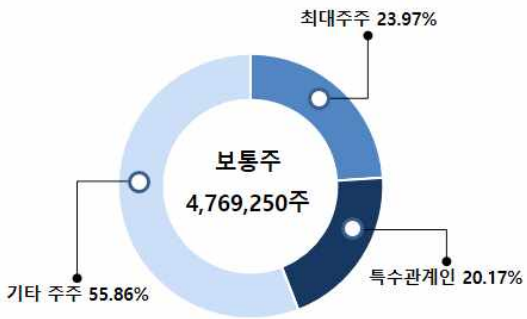


표 1. 주요주주 현황

주요주주	지분율(%)
이기현	23.97
황경호	15.97
김경숙	3.94
한상호	0.26
기타	55.86
합계	100

*출처: 1분기 공시자료(2020)

■ 대표이사 정보

동사는 황경호 대표이사 체제로 운영되다가 최근 2020년 1월 21일 창립 멤버이자 부사장을 역임하고 있던 이기현 대표이사로 변경되어 운영되고 있다. 이기현 대표이사는 일리노이 주립대학교 경영학 석사, 서울대학교 IT 벤처 최고경영자과정을 수료하였으며 LG, 삼성 등에서 TOEFL 등 비즈니스 영어 강의 및 DEH Korea(레고닥타어학학원) 대표를 역임한 바 있다.

■ 주요 사업

이퓨쳐의 사업부문은 유치원·초등 교육용 영어교육 콘텐츠의 판매를 위해 디지털 콘텐츠 개발, 글로벌 비즈니스 부문으로 구성되어 있다. Phonics를 기반으로 Grammar, Reading, Writing, Listening 등 영어교육 전 부문에 대한 교재를 개발한 대표적인 국내 ELT 전문기업이다.

그림 2. 주요 사업 분야

*출처: IR 자료(2020)

ELT란 실용영어를 가르치는데 필요한 서적, 교수법 등을 망라한 개념으로, 입시영어 등을 위한 시험대비서와 구분되며 동사는 2003년 Phonic 교수법에 기초하여 자체 EFL(English as a Foreign Language) Phonics라는 제품을 출시하며 ELT 시장에 참여하였다. 영어교육 산업은 학원, 학습지, 콘텐츠 개발사업으로 구분되는데, 동사가 영위하고 있는 콘텐츠 개발의 경우 교육서비스를 제공하는 학원 및 학습지 업체 등이 주요 고객 군이며 최근에는 온라인마켓을 통한 일반 고객으로의 매출이 확대되고 있다.

■ 주요 매출 품목

주요 매출 품목으로는 영어를 외국어로 공부하는(EFL)학생을 위해 개발된 파닉스 전문 교재 'Smart Phonics', 'EFL Phonics'가 있으며, 파닉스 시리즈에 적용된 핵심 기술을 기반으로 Grammar, Writing, Reading, Listening 등 영어학습의 필수 구성요소에 대한 집중 학습 교재, 듣기, 읽기, 말하기, 쓰기 등에 대한 통합 학습이 가능한 CourseBook, 영어에 대한 친근한 접근이 가능한 Comic Readers 등 다양한 영어교육 콘텐츠를 개발하였다. 또한 Android, iOS용 '파닉스 App', 온라인 학습지원서비스 'e-Smart Campus' 등을 개발하여 서비스함으로써 온라인/오프라인으로 학생들이 교육 콘텐츠를 쉽고 간편하게 접하며 영어 공부를 할 수 있도록 하였다.

그림 3. 주요 매출 품목

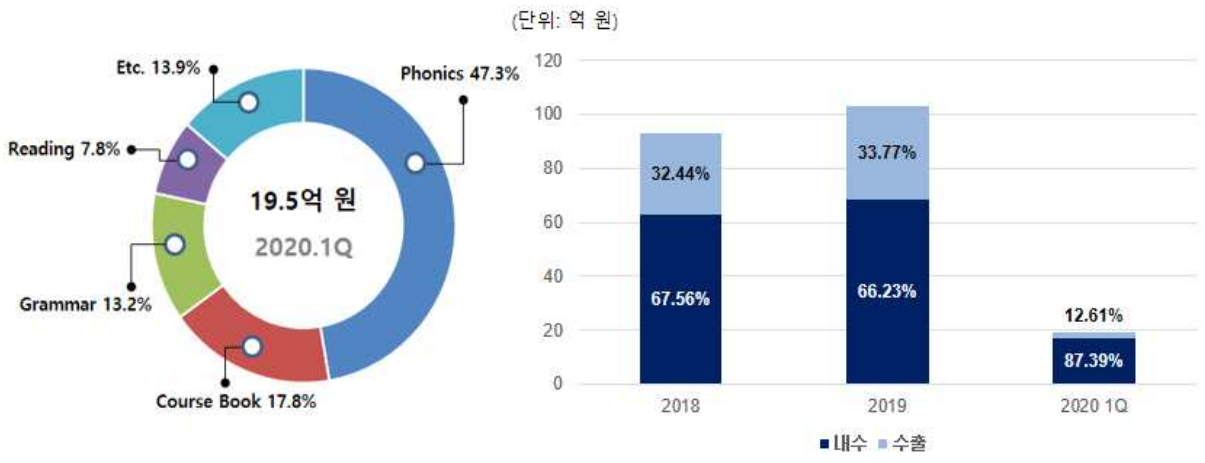
*출처: IR 자료(2020), NICE평가정보 재가공

■ 주요 제품별 매출 비중

동사의 2020년 1분기 기준 전체 매출액은 약 20.65억 원이며, 제품 매출액은 19.51억으로 94.47%를 차지한다. 동사의 제품은 초등학생용 파닉스 교재(Phonics), 초등학생용 영어교재 코스북(Course Book), 초등학생용 영어문법교재(Grammar), 초등학생용 읽기교재(Reading), 파닉스 학습용 영어동화교재 등으로 구성되어 있다. 이 중 파닉스 교재의 비중이 47.3%로 1위, 코스북의 비중이 17.8%로 2위를 차지하고 있다.

제품 매출 중 내수와 수출의 비중을 살펴보면 2020년 1분기 내수 비중은 87.39%, 수출 비중은 12.61%로 대부분의 매출이 내수로부터 발생한다는 것을 알 수 있다. 2020년 1분기 제품 매출은 전년도 1분기 매출에 비해 약 16% 소폭 감소하였으며 내수 비중이 약 6.71% 감소한 것에 비해 수출 비중이 약 50.28%로 크게 감소한 것으로 나타났다. 이는 COVID-19에 따른 전 세계적인 시장 경기 악화에 따른 영향으로 판단되며 향후 시장의 회복에 따라 동사의 제품 수출 비중도 회복할 수 있을 것으로 예상된다.

그림 4. 제품 매출 비중(좌), 수출 및 내수 비중(우)



*출처: 1분기 공시자료(2020), NICE평가정보 재가공

■ R&D 투자 및 기술개발 실적

이퓨쳐는 회사 내 R&D 센터를 통해 콘텐츠를 자체적으로 개발 및 제작하고 있으며, 이를 통해 저작권 문제없이 교육 시장에 다양한 형태의 디지털 콘텐츠를 제작하여 공급하고 있다. 동사의 최근 3년간 매출액 대비 R&D 투자 비율은 2017년 14.43%, 2018년 13.21%, 2019년 14.38%로 동업종 평균인 3.34%에 비해 높은 수준이며, 2020년 1분기 기준 3.37억 원으로 전체 매출액의 16.32% 수준으로 나타났다. 최근 3년간 투자비율의 변동은 있으나 R&D 투자는 꾸준히 증가하고 있는 추세로 나타난다.

그림 5. R&D 투자비율

*출처: 1분기 공시자료(2020), NICE평가정보 재가공

표 2. R&D 수행 실적

연구과제	상품화 내용	기대효과	출시일
초등 문법서	345 Grammar	초등 한글 문법서	2019.11
유치용 영어회화학습서	Little Hands	유아 대상 영어회화 교재	2019.10
초등학생용 쓰기교재	My First Writing (개정판)	초등 저학년용 패턴쓰기교재	2019.05
초등학생용 Phonics 교재	School Phonics	스토리와 함께 배우는 파닉스 교재	2018.05
초등~고등 어휘 분석교재	어휘충전소 (개정판)	교육부 지정 기본 어휘 분석 교재	2017.12
초등 고학년용 문법교재	My Next Grammar (개정판)	국내 초등 고학년을 위한 영문 문법 교재	2017.12
초등 저학년용 읽기교재	My Phonics Reading	파닉스와 함께 배우는 읽기 기초 교재	2017.10
초등 저학년용 말하기교재	매직 스피킹	영어 말하기에 특화된 체계적인 4단계 패턴 학습으로 구성된 교재	2016.11

*출처: 1분기 공시자료(2020), NICE평가정보 재가공

Ⅱ. 시장 동향

정체하고 있는 국내 사교육 시장, 증가하는 해외 교육 시장

국내 영어 사교육 시장은 정부의 적극적인 공교육 강화 정책, 학령인구 감소 등으로 성장이 정체되고 있다. 한편, 인접 국가 중국, 일본을 비롯하여 해외 국가의 영어교육에 대한 수요 증가는 국내 사교육 업체의 새로운 터닝 포인트를 시사하고 있다.

■ 영어교육 시장 현황

국내 영어교육 시장은 크게 학원사업, 학습지사업, 콘텐츠 제작업으로 나눌 수 있다. 학원사업은 유아, 학생 및 일반 대중을 대상으로 직접 또는 인터넷을 통해 교육서비스를 제공한다. 학습지사업은 정기적으로 교육 콘텐츠를 공급하면서 가입자 개개인을 대상으로 방문 과외 형식을 통해 강의 및 학습 보조 서비스를 제공한다. 콘텐츠 제작업은 교육서비스를 제공하는 학원 및 학습지 업체 또는 일반 수요자를 대상으로 영어학습을 위해 필요한 콘텐츠를 공급하고 있다.

영어 콘텐츠의 경우 ELT, 문법, 읽기 등 분야가 다양하기 때문에 영어 사교육 업체들의 사업 분야가 정확하게 겹치는 경우가 많지 않다. 따라서 경쟁 강도를 정확하게 측정하기 어렵고, 경제학적으로는 독점적 경쟁 시장의 성격을 띠고 있다.

독점적 경쟁 시장은 차별화된 제품을 공급하므로 기업의 의사결정에 상호의존성이 없이 다수의 기업이 경쟁에 참여할 수 있으며, 시장의 진입 장벽이 낮아 진입과 퇴출이 자유롭다. 이질적인 재화를 생산하므로 가격보다는 비가격경쟁이 더 중요하다.

교육부의 '2019 초중고 사교육비조사 결과' 보고서에 따르면 현재 국내 영어교육 시장의 규모는 약 12~15조 원 이상의 규모를 가지고 있는 것으로 추정되며, 초, 중, 고등학교의 영어 사교육비는 2019년 기준 6.1조 원에 이르는 것으로 조사되고 있다. 이는 2018년의 5.7조 원 대비 8.2% 증가한 수치로 단일 교과목 중에 가장 많은 비중을 차지하고 있다.

표 3. 과목별 사교육 시장 규모 (단위: 억 원)

구 분	전 체			초등학교	중학교	고등학교
	2018	2019	증감률(%)			
일반교과	142,600	154,052	8.0	56,545	46,191	51,315
국 어	13,854	15,013	8.4	5,098	2,615	7,300
영 어	56,729	61,381	8.2	25,797	18,859	16,725
수 학	55,479	58,915	6.2	16,591	20,112	22,211
사회, 과학	7,744	8,503	9.8	2,611	2,509	3,383
제2외국어 등*	2,764	3,715	34.4	2,247	802	666
논 술	6,030	6,525	8.2	4,201	1,295	1,029

*제2외국어 등 : 제2외국어, 한문, 컴퓨터일반, 기술·가정

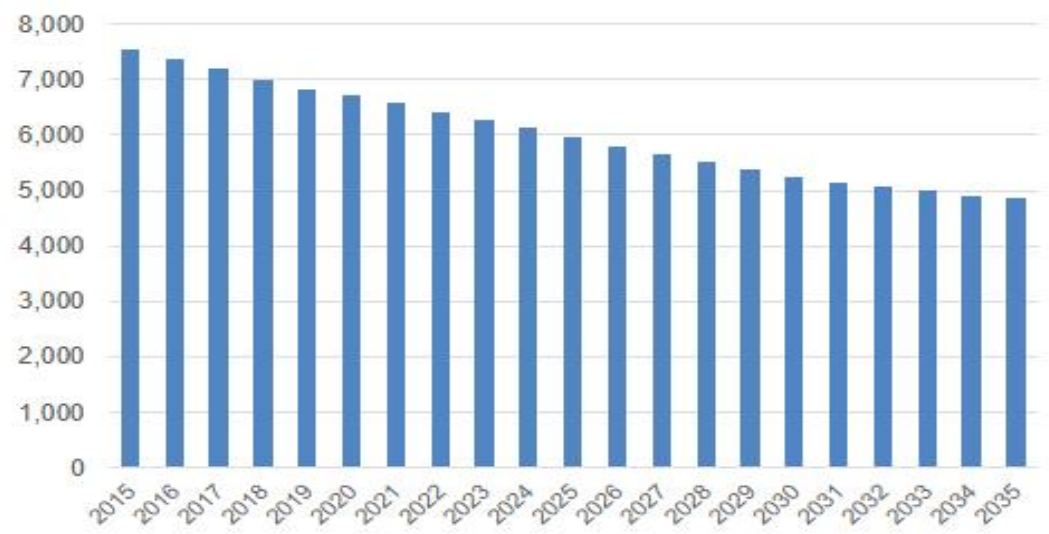
*출처: 교육부 '초중고 사교육비조사 결과', 2019, NICE평가정보 재가공

2019년 국내 사교육비 총액은 약 21조 원으로 2018년 19조 5천억 원에 비해 약 1.5조 원 증가한 수치로 나타났다. 주요 수요층인 학령인구가 출산율 하락으로 감소하고 있음에도 불구하고 가계소득 증가와 자녀 수 감소로 인해 자녀 1인당 사교육비 지출이 증가한 것으로 나타났으며 이와 함께 사교육 참여율 증가, 주당 사교육 참여시간 증가로 사교육비 전체는 소폭 증가하였다.

■ 학령인구 감소 현황

학령인구는 학교 교육을 받는 만 6세 이상부터 만 21세 인구를 말하며 교육인구 규모를 가늠할 수 있는 일차적 요인이다. 통계청의 장래인구특별추계(2017~2067년) 보고서에 따르면 학령인구는 2017년 846만 명에서 향후 10년간 190만 명이 감소할 것으로 전망하고 있다. 학령인구의 감소는 출산율 하락 때문이며 현재 출산율은 2018년 기준 0.977명까지 하락한 상태다.

그림 6. 전국 학령아동 변동 추계 **(단위: 천 명)**



*출처 : 통계청 '장래인구특별추계(2017~2067년)', 2019, NICE평가정보 재가공

■ 정부의 공교육 안정화 정책 추진

교육제도 측면에 있어서도 정권에 따라 차이가 있으나 기본적으로 공교육의 정상화를 목표로 하고 있다. 이명박 정부 시절에는 '영어 공교육 완성 프로젝트'를 통해 초등학교 3학년부터 고등학교 3학년까지 단계적으로 영어전용 수업(영어과목을 영어로 가르치는 수업)을 확대해 나가 학생들의 영어교육을 궁극적으로 개선하고자 하였다. 영어 교사 채용 확대, 초등학교 영어수업시간 확대, 어린이 영어도서관 확충 등이 당시 추진되었다.

문재인 정부도 '공교육 정상화 촉진 및 선행교육 규제에 관한 특별법' 을 통해 선행학습을 금지하고자 하였으나, 유치원 또는 저학년 영어교육 금지가 반발에 부딪히면서 놀이중심 방과후 과정의 유치원 영어교육을 허용하겠다고 밝혔다. 또한 2019년 3월 국회에서 '공교육 정상화 촉진 및 선행교육 규제에 따른 특별법' 개정안을 가결하며 2018년 3월부터 금지되었던 초등 1, 2학년 영어 방과후 교육이 공교육정상화법의 적용 대상에서 제외되어 허용되었다.

정부는 과도한 학습 부담과 사교육비 지출 감소를 위해 원점수 100점 만점에 90점 이상을 받으면 1등급을 받게 되고 10점 간격으로 총 9등급까지 매겨지는 수능영어 절대평가를 2017년도 치

러진 2018년도 수능부터 도입하였으며 선행학습금지법을 통해 공교육 시장을 정상화하려고 노력하고 있다.

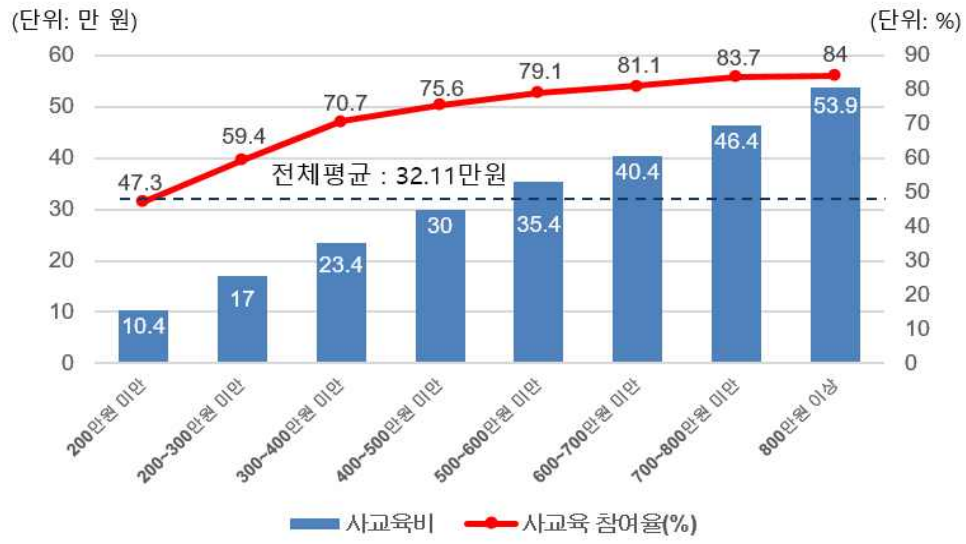
2020년 3월 교육부는 '2019년 초중고 사교육비조사 결과 발표' 보고서에서 향후 교과 사교육 중 큰 규모를 차지하고 있는 영어 사교육을 경감하기 위해 학교 영어캠프, 학생 영어 동아리, 초등학교 6학년 겨울방학 영어 프로그램 개발·보급 등 '영어교육 내실화 계획' 의 지원 계획을 발표했다. 위와 같이 방향성은 다르지만 사교육 시장의 팽창에 대해 정부는 규제 스탠스로 접근하고 있으며 이는 영어 사교육 시장에는 부정적으로 작용할 수 있다.

■ 고소득, 한 자녀 가구 증가에 따른 사교육 증가 추세

그럼에도 불구하고 학령인구 감소는 성장세를 둔화시키는 수준에서 그치며 사교육 시장의 성장세는 지속될 듯하다. 이는 가구당 소득수준의 상승, 여전한 공교육에 대한 낮은 만족도, 청년실업률의 장기화에 따른 학력의 상향평준화, 정부 교육정책의 변화 불확실성 등으로 사교육에 대한 수요가 더욱 증가할 것이기 때문이다.

이를 대변하는 것이 '골드키즈' 로 대변되는 키즈산업의 고급화 바람이다. 한 자녀 가구가 늘면서 자녀에게 돈을 쓰는 데에 아끼지 않는 부모들이 늘어가고 있다. 사교육에 있어서도 이러한 현상이 관찰되고 있다. 통계청에 따르면 월 600만 원 이상 고소득 가구의 경우 오히려 사교육비를 늘리고 있고, 사교육 참여율도 가장 높은 수준을 보이고 있다.

그림 7. 2019 가구 소득수준별 월평균 사교육비, 참여율 **(단위: 만 원, %)**



*출처: 교육부 '초중고 사교육비조사 결과', 2019, NICE평가정보 재가공

■ 영어교육업체 매출액 추이

영어교육업체들은 정체된 국내시장의 돌파구를 찾기 위해 해외 진출을 통해 매출 성장을 도모하고 있다. 세계적으로 수입 영어교육 시장은 영미권 업체들이 장악하고 있어 비영어권 국가 업체들이 해외로 진출하는 것이 쉽지는 않다. 그러나 자체 개발한 콘텐츠라는 강력한 무기가 있을 경우 차별화를 기반으로 해외 진출이 가능하다.

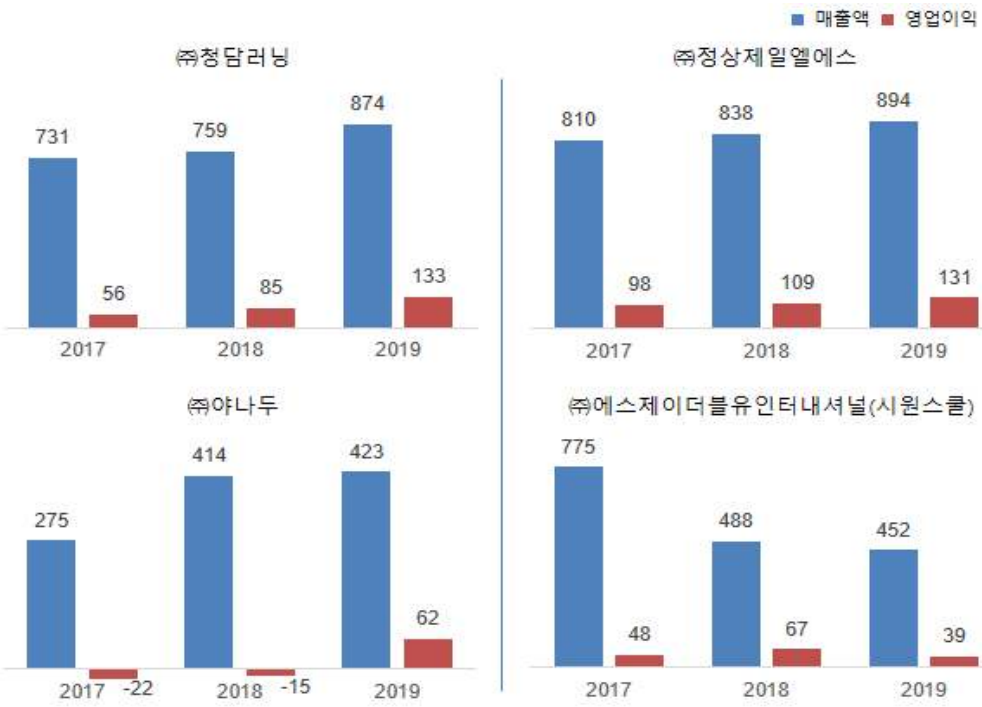
영어학원 사업을 영위하고 있는 청담러닝은 베트남, 중국 시장에 진출하여 큰 성공을 거두고 있다. 2013년 100억 원을 들여 교육 솔루션을 개발하여 자료 공유 · 퀴즈 · 피드백 등이 강사와 학생 간 실시간으로 공유되도록 하였다. 이를 기반으로 2015년 베트남 초등 영어교육 시장에 진출한 이후 2년 만에 시장 1위를 달성하며 학생수 약 25,000명을 달성하였다. 이후 2018년 중국 최대 국영교육업체 신남양과 함께 중국 유아 영어교육 시장 진출을 발표하기도 하였다.

정상제이엘에스는 캐나다 작가 협회를 통해 제작한 교재 스토리를 기반으로 교육 콘텐츠를 구성한다. 영미권의 교육 콘텐츠가 영어를 모국어로 쓰는 사람을 위한 것이라면, 정상제이엘에스의 경우 영미권 콘텐츠에 없는 부분을 채우기 위해 노력했다. 2016년 9월 중국 진띠그룹과 손을 잡고 중국 영어 시장 진출을 공식 선언했다. 중국 자본이 학원 설립, 운영을 맡고 정상제이엘에스는 교육 콘텐츠를 공급하는 방식이다.

야나두는 '하루 10분 영어' 라는 컨셉으로 모든 강의가 최소 2분에서 최대 20분 이내로 구성되어 있으며 영어학습에 대한 지루함 감소를 강점으로 설립 이후 급격하게 매출 성장을 이루었다. 2015년 설립 초기 10억 원 남짓의 매출에서 2019년 423억 원으로 약 420배 성장하였으며 현재 카카오키즈에 인수되어 종합 교육 플랫폼으로 변모를 진행 중에 있다.

에스제이더블유인터내셔널이 운영하는 시원스쿨의 경우 2019년 452억 원을 기록하며 2016년 매출 1,379억 원 이래 3년 연속 하락세를 보였다. 시원스쿨 측은 매출감소요인에 대해서 홈쇼핑에서 판매하던 스마트탭의 상품 판매량의 지속 감소 및 일부 콘텐츠에 대한 단가 조정이라고 발표하였으며 수험영어 브랜드인 '시원스쿨랩' 을 중심으로 토익 · 토익스피킹 · 지텔프(G-TELP) 등 시험 콘텐츠 강화와 태국어 · 베트남어 · 인도네이사어 등 제2외국어 신규 강의 출시 등을 통해 실적 회복에 주력하고 있다.

그림 8. 주요 영어교육업체 매출액 추이 **(단위: 억 원)**



*출처 : KISLINE, NICE평가정보 재가공

■ 성인 대상 영어교육 시장

해외 진출 외에도 성인 대상 교육 시장 진출을 통해 돌파구를 찾는 경우도 있다. 성인 대상 외국어 교육 시장은 2016년 기준 1.8조 원으로 추산되며 대부분 토익, 토플 등의 영어교육으로 파악된다. 2017년부터 7급 공무원 영어 과목이 영어 능력 검정시험으로 대체되었고, 9급의 경우도 영어 능력 검정시험으로의 대체가 검토되고 있어 성인 대상 영어교육 시장의 추가 성장을 기대할 수 있을 것으로 보인다.

Ⅲ. 기술분석

자체 개발한 고유 콘텐츠를 기반으로 다양한 제품 라인업을 구축

이퓨쳐는 자체 R&D를 기반으로 개발한 영어교육 콘텐츠를 보유하고 있으며, 해당 콘텐츠를 기반으로 1차, 2차 응용 콘텐츠를 제작하여 다양한 제품군의 확보가 이루어지고 있다. 또한 온라인 교육 콘텐츠 개발, 다양한 디바이스와 콘텐츠와의 결합을 통한 사업 확장에 역량을 집중하고 있다.

동사의 경쟁력은 양질의 영어교육 콘텐츠를 보유하고 있다는 점이다. 2000년대 초반까지 국내 ELT시장은 글로벌 ELT 교재 업체들이 장악하고 있었다. 그러나 동사의 'EFL Phonics' 출시 이후 Phonics 시장 점유율이 역전되었고, 'My First Grammar' 출시 이후 국내 영어 문법 시장 점유율도 역전되었다.

■ 단어가 가진 소리, 발음에 입각한 학습법 '파닉스(Phonics)'

파닉스(Phonics)는 각 철자의 음가를 익혀 단어에서 문장까지 읽기를 훈련시키는 교육방식이다. 동사는 파닉스 교재에서 압도적인 국내 점유율을 보이고 있다. 2003년 파닉스 교수법에 의거한 'Smart Phonics' 교재를 출시하였고 이 교재가 대성공을 거두면서 현재 회사의 근간이 되었다. 2010년 예스24, 인터파크 등 주요 온라인 도서 쇼핑몰을 통해 개발 교재를 판매했으며 교육부문 베스트셀러에 등극한 바 있다. 해당 교재는 현재 예스24기준 주간베스트 외국도서종합 6위, 유아/어린이 카테고리 5위로 지속적으로 선두를 점하고 있다.

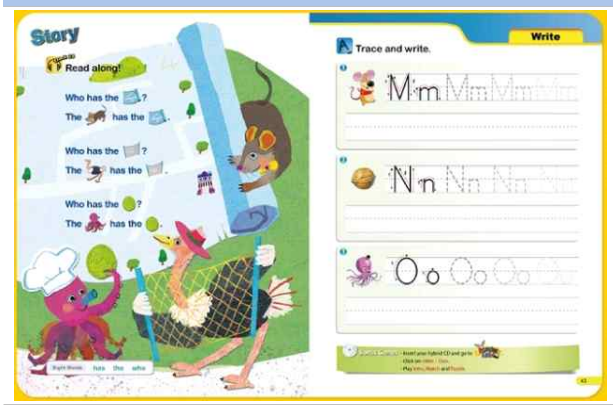
그림 9. 'Smart Phonics' 교재

*출처: 예스24, NICE평가정보 재가공

해당 도서는 총 5권으로 구성되며 단계별로 학습 난이도를 구분지어 처음 영어를 접하는 학생들이 단계별 영어 학습을 가능하게 하였다. 책 1권의 경우 26개의 알파벳과 알파벳이 만들어내는 소리를 읽고 쓰는 법을 학습하며 책 2권은 1권에서 습득한 지식을 기반으로 단모음-자음의 어울

림, 자음-단모음의 어울림을 가진 단어들을 익히며 자연스럽게 한 발음이 어떻게 여러 단어로 확장되는지에 대해 습득하게 된다. 책 3권은 장모음에 대한 습득을 지원하며 기본 단어 외 스토리, 코믹스를 통해 다양한 문장과 단어를 접해 친근감 있고 재미있게 영어학습을 하도록 하였으며 책 4권은 두 자음의 조합 및 두 자음을 가진 여러 단어들에 대해 습득하도록 하였다. 최종적으로 책 5권은 두 모음의 조합을 배우고 이런 조합을 가진 단어들에 대한 공부가 가능하다. 동사는 책의 모든 학습에 대해서 무료 온라인학습을 개발 및 지원하여 학생들이 직접 참여하여 학습에 대한 재미 및 효과를 높일 수 있도록 하였다.

그림 10. 주요 온라인 학습 콘텐츠

체계적인 파닉스 학습을 위한 유닛 구성	아이들이 좋아하는 다양한 학습 액티비티
재미있는 스토리와 챈트를 통한 학습	**흥미를 북돋아주는 보드게임**
	

*출처: 예스24, NICE평가정보 재가공

인상적인 점은 동사의 'Smart Phonics'가 외국도서로 분류되어 있다는 점이다. 글로벌 ELT 출판사들의 교재들과 같이 외국어도서로 분류됨으로써 동사 교재의 퀄리티를 인정받고 있다고 할 수 있다. 이에 따라 'Smart Phonics'는 유치원 및 초등학교용 파닉스 교재에서 절대 강자 입지를 구축하고 있다.

'Smart Phonics'가 영어를 외국어로 공부하는 초등학생을 위해 개발된 파닉스 전문 교재라면, 'EFL Phonics'는 영어를 접해보지 못한 초등학생들을 대상으로 한 파닉스 교재로서 2003년 출시 이후 10년 연속 베스트셀러를 기록하였다. 이후 스피드 파닉스 등 다수의 파닉스 시리즈를 출시하였다.

'Smart Phonics' 콘텐츠를 기반으로 동사는 다양한 디바이스로의 적용 및 타 교재로의 응용을 통해 매출 기반을 확대해 나가는 One source, Multi use 전략을 활용하고 있다. 우선 기존 종이 교재 이외에도 스마트폰, 태블릿 PC, 스마트 TV 등 다양한 디바이스를 통해 'Smart Phonics' 콘텐츠를 활용하도록 하고 있다.

또한 서강 SLP 어학원에 동사 교재를 공급하고 KT Edu와의 공동사업을 통해 Live Phonics 콘텐츠를 개발하는 등 다양한 교재로의 응용도 지속적으로 이어나가고 있다.

그림 11. 'Smart Phonics' 교재의 응용

*출처: IR 자료(2020)

■ 자체 R&D 센터 운용을 통해 콘텐츠 개발 역량 보유

동사는 경쟁업체와 달리 자체 R&D 센터 운용을 통해 개발 초기부터 시판까지 자체 콘텐츠 개발이 가능하다는 장점을 가지고 있다. 동사 임직원 45명 중 연구소 인력이 20명으로 인력의 44%를 차지하고 있으며 연구개발 담당조직은 영어교육 프로그램 및 교재, 콘텐츠를 주로 연구하는 개발팀, 뉴프로젝트 디자인 기획(표지, 내지 디자인 컨셉 기획), 편집디자인 등을 담당하는 창작연구 개발실, 전자칠판 수업용 디지털 콘텐츠, 모바일 애플리케이션 개발, 웹사이트 및 서버 관리, AI Speaker용 콘텐츠 개발을 담당하는 연구팀으로 구성되어 있다.

동사가 인건비, 위탁용역비, 경상연구개발비 등 연구개발을 위해 지출한 비용은 2019년 기준 매출액 대비 약 20.14%로 매출 규모를 감안하면 경쟁사 대비 매우 높은 수준의 R&D 투자라고 판단된다. 동사는 R&D를 통해 개발한 콘텐츠에 대해서 6건의 상표권 및 16건의 저작권을 통해 사업을 위한 권리성을 확보하고 있다.

자체 R&D 센터 운용은 개발 역량을 회사 내부에 계속 축적시킬 수 있다는 장점이 있고, 온전한 콘텐츠 저작권 확보를 가능하게 하면서도 이를 기반으로 부가적인 2, 3차 저작물의 자유로운 제작을 통해 부가 매출 및 신사업에 대한 잠재력을 확보할 수 있게 한다.

그림 12. 차별화된 콘텐츠 개발능력

*출처: IR 자료(2020)

■ 비영어권 국가 기업으로는 이례적인 영어권 국가로의 판권 수출

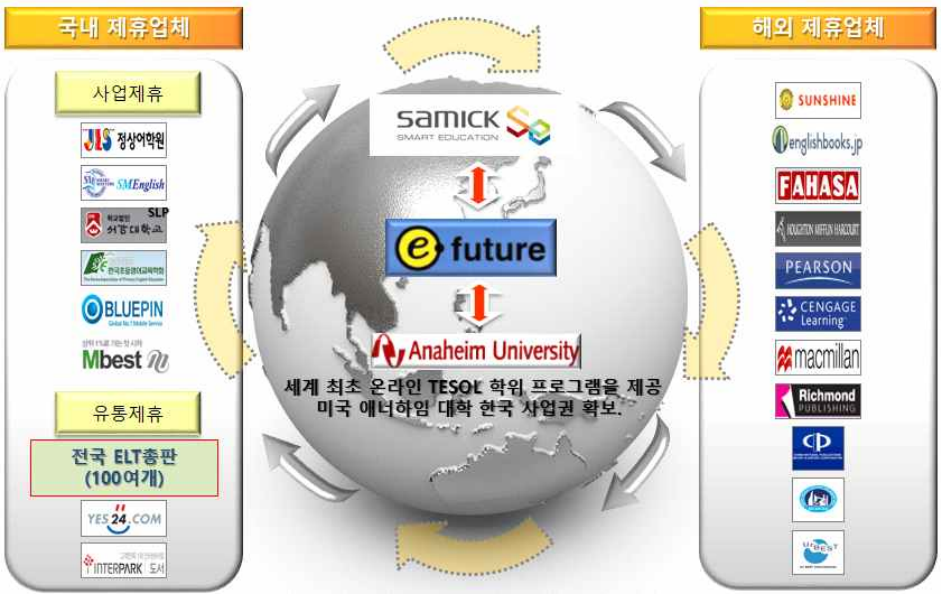
ELT 산업은 영어를 모국어로 사용하지 않는 모든 국가가 잠재적인 수출 대상이 될 수 있다. 이퓨쳐는 비영어권 국가 기업으로는 이례적으로 영어권인 미국에 판권을 수출한 경험을 가지고 있으며 일본, 중국, 대만, 싱가포르, 스페인 등 주요 비영어권 국가에도 수출 계약을 체결한 바 있다. 그 외에 베트남 교육부를 대상으로 이미 '교육과정 개혁 컨퍼런스' 등을 제공하면서 영어교육 과정에 대한 컨설팅을 제공한 경험도 가지고 있다.

동사는 2017년 중국 IT 기업 '토크웹(Talkweb)'과 손잡고 중국 교육시장에 진출하였다. 토크웹의 중국 네트워크를 활용한 현지화 전략을 통해 26조 원 규모의 중국 온라인 교육시장을 공략한다는 계획으로 '스마트리 잉글리시(SMARTree English)' 등 동사의 교육 콘텐츠 공급 계약을 체결하였다. '토크웹' 은 2008년 중국 선전 증권거래소에 상장했으며, 현재 시가총액은 1조 4000억 원에 달하는 것으로 파악되고 있다.

비슷한 시기에 별도로 중국 온라인 교육업체 이치쭤예망(17 Zuoye)과 정식계약을 체결하고 동서양 고전으로 엮은 '클래식 리더스' 시리즈를 공급하기로 하였으며 eBook에 대한 라이선스 공급계약도 체결하였다. 이외 상하이를 기반으로 21개성 180개 교육센터를 운영하고 있는 키디잉글리쉬를 비롯하여 UBest Education, 심오더 등 중국 내 다수의 영어교육업체와 영어교재 공급계약을 체결하였으며 베트남, 멕시코, 칠레, 싱가포르 등 다수의 해외 국가들과 연속적으로 계약을 체결하며 사업 무대를 세계로 넓혀나가고 있다.

비영어권 국가는 대부분 영어를 제1외국어로 지정하고 초등교육과정부터 교육을 실시하고 있으며, 글로벌 시대에서 영어의 중요성은 굳이 얘기하지 않아도 될 정도이다. 영미권 국가 업체들이 영어를 모국어로 하는 화자를 대상으로 한 교육에 중점을 두고 있기 때문에 현지 지역화에 경쟁력 있는 동사의 ELT 교재들이 지속적으로 수출될 가능성은 높은 것으로 판단한다.

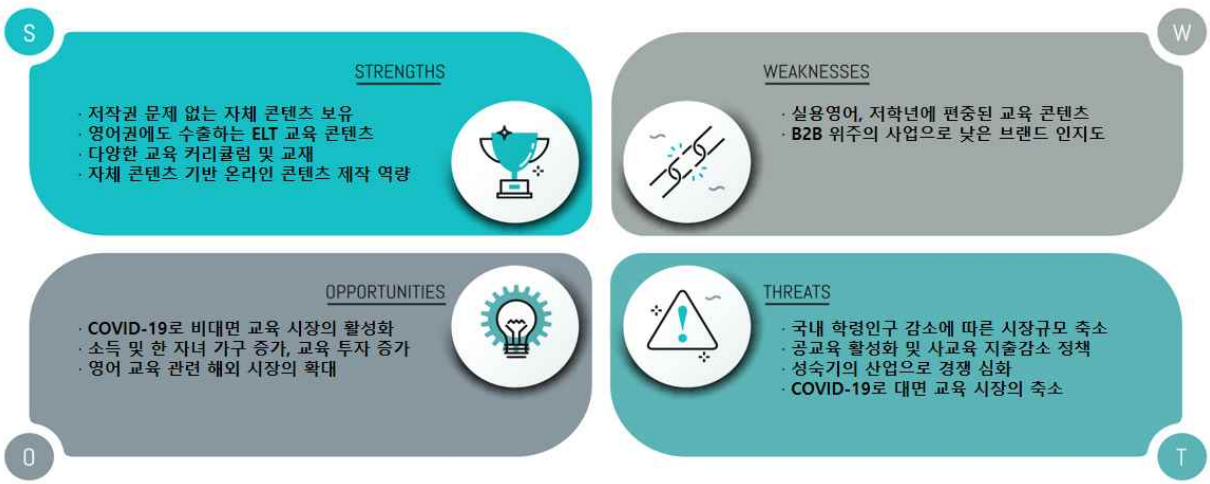
그림 13. 국내외 제휴업체



*출처: IR 자료(2020)

■ SWOT 분석

그림 14. 동사 SWOT 분석



*출처: NICE평가정보 작성

▶▶ (Strong Point) 자체 연구개발을 통해 고유의 콘텐츠 개발

이퓨쳐가 보유한 연구소를 통해 2003년 Phonic 교수법에 기초한 고유의 콘텐츠 개발에 성공하였으며 이를 통해 EFL Phonics 제품을 출시하며 ELT 시장에 성공적으로 진입하였다. 고유의 콘텐츠를 응용하여 다양한 영어교육 커리큘럼 및 교재를 개발하여 시중에 판매하고 있으며 비영어권 국가의 기업에서 개발한 교재임에도 불구하고 영어권에 판매하는 쾌거를 이루었다. 동사는 현재 보유한 콘텐츠를 기반으로 온라인 교육 콘텐츠를 개발하여 학생들에게 제공하고 있으며 향후 2차, 3차 가공을 통해 신사업 혹은 부가사업에 활용하기 위하여 지속적인 연구개발을 수행하고 있다.

▶▶ (Weakness Point) 고객군의 다양화 및 브랜드 인지도 제고 필요

동사는 입시영어와 실용영어로 나뉘어진 영어교육 중 실용영어에 중점적으로 관련 교육 서적을 출판하고 있으며 유치원생, 초등학생 등 저학년 위주의 교육 교재에 역량을 집중하고 있다. 또한 주로 학원, 학교 등 영어 교육기관을 대상으로 교재를 판매하고 있어 일반 소비자들에 대한 인지도는 다소 낮은 편이다. 출산율 감소로 학령인구가 감소하고 있는 현재, 고객군의 다양화를 통해 향후 매출의 안정성 및 성장성의 확보가 요구된다. 또한 B2C 사업으로의 역량 분산 및 마케팅 강화 등을 통해 소비자들의 브랜드 인지도 상승 및 이에 따른 충성 소비자들의 확보가 필요하다. 이렇게 증가한 인지도는 향후 가격교섭력 강화 등 타 경쟁사와의 경쟁에 있어 긍정적인 요소로 작용할 수 있을 것이다.

▶▶ (Opportunity Point) COVID-19로 비대면 시장에 대한 수요 증가

최근 전 세계적으로 감염성이 높은 COVID-19의 팬데믹 현상으로 비대면 서비스에 대한 수요가 증가하고 있다. 특히 사상 초유의 공교육 온라인 개학 등 온라인 기반 학습의 수요가 증가하고 있으며 에듀테크 산업 활성화 필요성에 대한 사회적 공감대가 형성되었다. 이는 ELT 콘텐츠를 활용한 AI Speaker용 콘텐츠 개발 등 자체 콘텐츠를 기반으로 온라인 교육 콘텐츠 개발에 주력하고 있는 동사의 사업에 긍정적인 요소로 작용할 수 있을 것으로 예상된다. 또한 가구별 소득 증가 및 한 자녀 가구의 증가로 자녀들에 대한 교육 투자가 증가하고 있다. 이는 국내뿐만 아니라 인접국가 중국에서도 일어나고 있는 현상으로 중국의 경우 높은 교육열과 아낌없는 자녀에 대한 투자 경향이 강한 젊은 '바링허우(1980년대 출생자)' 부모를 중심으로 영유아 조기교육시장이 꾸준히 확대되고 있는 추세이다. 저학년 위주의 영어교육 콘텐츠를 다수 보유하고 있고, 다수의 중국 내 영어교육업체와 영어교재 공급계약을 체결 및 공급하고 있는 동사에게 고객의 증가 및 해외 사업의 확장에 있어 좋은 기회로 작용할 것으로 예상된다.

▶▶ (Threat Point) 학령인구 감소, 선행학습금지 정책, 심화되는 경쟁

국내의 경우 지속적인 출산율 감소로 인한 학령인구 감소로 교육 시장 규모가 축소되고 있다. 정부는 공교육 강화를 위한 다양한 정책을 내놓고 있으며 사교육에 대한 지출감소를 지속적으로 추진하고 있다. 적용되는 기술의 난이도가 높지 않은 가운데 다수의 기업들이 영어교육 시장에 진입해 경쟁이 심화 되고 있다. 최근 COVID-19로 대면 교육 시장의 규제 및 축소가 이루어지고 있으며 이는 학교, 학원 등에 교재를 판매하는 동사에게 있어 매출 및 수익성에 영향을 미칠 것으로 판단된다.

IV. 재무분석

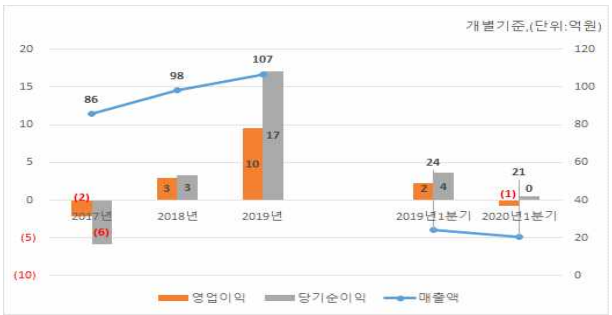
COVID-19로 인한 실적이 일시 정체되었으나, 양호한 현금흐름 기반 유동성 유지

영어교육 콘텐츠 개발 능력 및 해외시장 개척을 통해 최근 100억 대 매출 회복

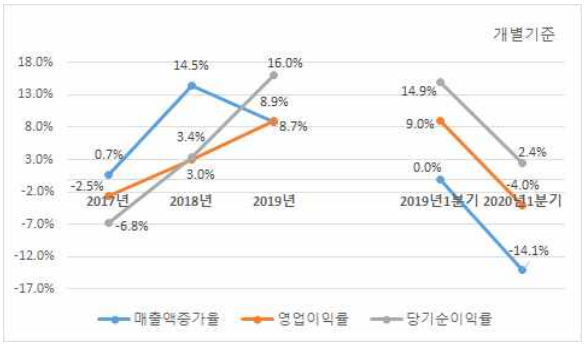
■ 차별화된 기술력과 해외시장 공략을 통한 실적 견인

동사는 초등생 주력으로 영어교육 콘텐츠를 개발 및 판매하는 업체이다. 최근 COVID-19로 인한 팬데믹 현상과 공교육 강화 정책, 학령인구 감소 등으로 산업 전반에 걸쳐 위기에 직면하였으나, 동사는 차별화된 자체 개발능력과 해외시장 개척을 통해 2019년 개별기준 전년 대비 8.7% 증가한 107억원의 매출액을 기록하여 10년 만에 100억대 매출을 회복하였다.

그림 15. 동사 연간 및 1분기 요약 포괄손익계산서 분석



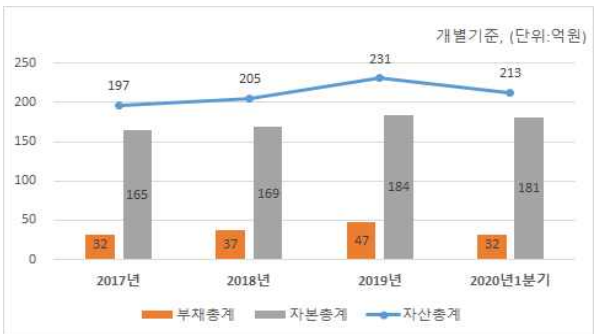
매출액/영업이익/당기순이익 추이



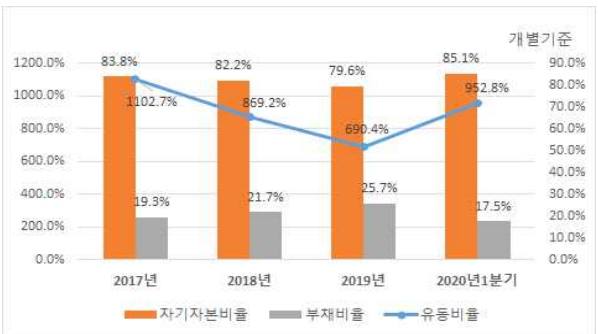
증가율/이익률 추이

*출처: 동사 사업보고서(2019) 1분기보고서(2020)

그림 16. 동사 연간 및 1분기 요약 재무상태표 분석



자산총계/부채총계/자본총계 추이



유동비율/자기자본비율/부채비율 추이

*출처: 동사 사업보고서(2019) 1분기보고서(2020)

■ 수출 약진에 따른 매출 및 수익성 개선

동사의 2019년 개별기준 매출액을 살펴보면 수출 매출이 34.5%, 내수 매출이 65.5%로 구성되어 있다. 수출 매출의 경우 그 비중이 전기 33.9%, 전전기 18.4%로 점차 확대되고 있으며 이는 동사 매출 성장에 기여하고 있음을 알 수 있다. 주요 제품군의 가격은 최근 3년간 변동이 없었으므로 매출 성장은 판매량 증가에서 기인하였음이 유추된다.

동사는 제품의 생산을 전량 외주업체에 위탁하고 있으며 외주처가 고르게 분산되어 있어 상호 견제를 통한 외주비용 관리가 가능하다. 또한, 생산설비를 보유하고 있지 않아 제조활동에 의한 설비 감가상각비용이 거의 발생하지 않는다. 2019년은 외주비용 증가와 임금 상승 등에도 불구하고 매출 성장에 따른 고정비 효과로 영업이익이 전기 대비 7억원 증가한 10억원을 기록하였으며, 매출액영업이익률 8.9%로 유의적인 개선세를 보였다.

■ COVID-19로 인한 1분기 실적 정체

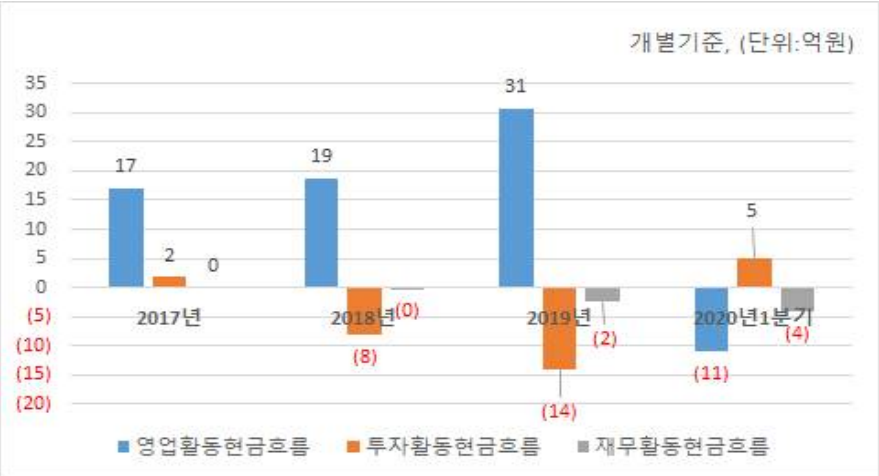
한편, 2020년 1분기 개별기준 매출액은 21억원(-14.1% YoY)으로 성장이 정체되는 모습을 보였는데, 이는 COVID-19에 따른 휴교 및 휴원으로 영어교재 판매부수가 감소한 것에서 원인을 찾을 수 있다. 영어교재 제품 판매 실적은 19.5억원(-16.0% YoY)으로 내수 및 수출 판매가 모두 부진하였다. 다만, 온라인 매출은 1억원(+30.2% YoY)으로 약진하며 총매출 감소 폭을 일부 방어해주었는데, 이는 비대면 교육에 대한 수요 확대가 긍정적인 영향을 미친 것으로 판단된다. 매출의 감소로 인한 수익성 하락이 불가피하였고 임금 및 광고비 등의 비용 또한 가중되어 2020년 1분기는 영업손실 1억원을 기록, 적자 전환되었다.

영업손실 시현에도 불구하고 동사는 우수한 유동성을 토대로 2020년 1분기 말 기준 총자산 212억원, 부채 32억원, 현금성자산 54억원의 안정적인 자산구조를 유지하였다. 이를 비율로 환산 시 부채비율 17.5%, 자기자본비율 85.1%, 유동비율 952.8%로 동업계 대비 우수한 수준이며, 실적이 악화될 경우 외부 자본 조달 없이도 일정 기간 사업을 유지할 수 있음을 시사한다.

■ 양호한 현금흐름 기반의 풍부한 유동성 유지

2019년 동사의 영업활동현금흐름은 전기 대비 13.8억원 증가한 17.1억원으로 매출 대비 우량한 수준이었다. 유입된 재원으로 개발비 투입 및 금융자산 취득과 같은 투자활동에 지출하였고, 일부는 리스부채 상환에 따른 재무활동으로 유출되었다. 기말 현금성자산은 기초 49억원 대비 14억원 증가한 63억원으로 높은 현금 유보율을 보였다.

그림 17. 동사 현금흐름의 변화



*출처: 동사 사업보고서(2019) 1분기보고서(2020)

V. 주요 변동사항 및 향후 전망

고유 콘텐츠 기반 현지화, 온라인화를 통한 성장 동력 확보

국내외 수요자들의 요구에 맞춰 최적화된 콘텐츠를 개발 및 공급하고 있으며 포스트 COVID-19를 대비하여 온라인 교육 콘텐츠 개발에 사업역량을 집중하는 등 경쟁력과 신성장 동력 확보를 위해 다방면으로 노력하고 있다.

■ 증가하는 해외 영어교육 시장, 현지에 최적화된 콘텐츠 공급 및 개발

국내는 출산율 감소에 따른 학령인구 감소가 진행 중에 있으며 이에 향후 국내 교육 시장의 규모는 점차 축소될 것으로 예상된다. 국내 시장규모의 축소에 따라 이퓨쳐는 ELT 시장의 주력 상품군인 회화 코스북을 저학년용으로 해외수요에 맞게 추가 개발하고 온라인 교육지원사이트 등을 해외 거래처에 공급함과 동시에 해외 영업직원 파견, 해외 교사교육 확대 및 도서전 참가 등 해외 수출국가 확대 및 거래처 확보에 사업역량을 집중하고 있다.

대한무역투자진흥공사(kotra)에 따르면 중국산업정보망은 중국의 K12(초·중·고등학교) 사교육시장은 2012년 2,281억 위안에서 연평균 11.6% 성장하여 2017년 3,930억 위안에 이르렀으며 2022년 약 6,111억 위안에 달할 것으로 전망하고 있다. 특히 중국 온라인 아동 영어 교육시장의 경우 2016년 19.7억 위안으로 2019년 50.7억 위안을 돌파하여 지속 상승할 것으로 예측된다. 또한 일본 리서치회사 야노경제연구소는 일본 어학 비즈니스 시장은 2012년 7,848억 엔에서 연평균 2.07%의 성장으로 2018년 약 8,873억 엔으로 성장하며 향후 지속 상승세를 보일 것으로 전망하였다.

과거 영어 교육 업체들이 중국 시장에 진출했으나 실패한 경우가 종종 있었다. 그 이유는 현지화 부족인데, 중국 현지 법인을 세운 후 한국에서 흥행한 콘텐츠를 그대로 공급하면서 현지에서 외면을 받았기 때문이다. 공산품과 달리 교육 콘텐츠는 현지 문화와 교육 법규를 상당 부분 고려해야 하는데 그러지 못했던 것이다.

동사는 이러한 전철을 밟지 않기 위해 현지 법인 설립보다는 현지 업체와의 로열티 계약 방식으로 접근하였다. 2017년 토크웹의 중국 네트워크를 활용한 현지화 전략을 통해 26조 원 규모의 중국 온라인 교육시장을 공략한다는 계획으로 '스마트리 잉글리시(SMATree English)' 등 자사의 교육 콘텐츠 공급 계약을 체결하였으며 해당 계획은 이퓨쳐의 콘텐츠를 토크웹이 현지화해 중국 시장에 판매한 뒤 수익을 배분하는 '로열티' 계약 형태를 보이고 있다. 이와 같은 로얄티 계약 방식을 통해 현지 법인 설립을 통해 직접 리스크를 부담하기보다는 현지에 최적화된 현지 업체에 리스크를 넘기고 대신 로열티 수취를 통해 보다 안정적인 수익을 확보할 수 있다.

동사는 중국, 일본 등에 해외 영업을 담당하는 파견직원, Agent 직원이 상주하고 있으며 대만에는 URBest, 기타 지역에 대해서는 PSI 수출 Agent를 통해 해외 영업을 진행하고 있다. 수출하는 콘텐츠와 병행하여 수입국의 교사들에게 콘텐츠의 사용교육과 영어교습법을 제공하여 시장에서 안정적으로 정착될 수 있도록 하고 있으며 해외 트렌드 및 현지에 대한 연구 결과를 반영하여 수출용 콘텐츠를 제작하고 있다.

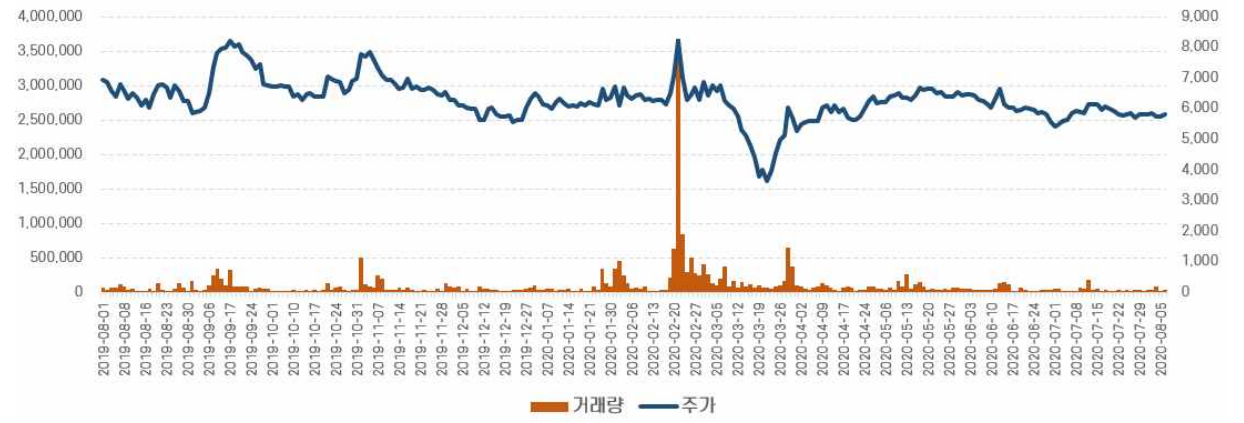
■ COVID-19로 비대면 교육의 수요 증가

최근 전 세계적으로 팬데믹 사태를 불러일으킨 COVID-19로 인하여 대면 서비스 위축과 동시에 비대면 서비스에 대한 수요가 증가하고 있다. 이는 교육에서도 마찬가지로 작용하여 얼굴을 맞대고 직접 현장에서 교육을 받는 대신 온라인을 통해 비대면으로 진행하는 온라인 교육에 대한 수요가 증가하고 있다. 동사는 이러한 시장 트렌드에 발맞춰 온라인 교육 콘텐츠의 보강 및 사업 확장을 추진하고 있다. 개발 전문업체와 협력하여 ELT 콘텐츠를 접목한 AI 디지털 디바이스를 올해 출시할 예정이며 태블릿 PC 등 스마트기기 기반의 영어학습 콘텐츠와 학사관리시스템(LMS)가 결합되어 자기 주도 학습을 지원하는 스마트러닝 솔루션 SMATree에 대한 업그레이드를 진행할 예정이다. 또한 500종 이상의 리더스가 탑재된 비대면 영어다독플랫폼 'e-Library' 는 현재 국내에서 강원도 교육청과 계약, 도내 초/중/고 약 1만 6천 명을 대상으로 서비스 중에 있으며 적극적으로 국내외 시장에 공급하여 매출원의 다변화를 진행할 계획이다.

■ 증권사 투자의견

작성기관	투자의견	목표주가	작성일
	최근 6개월 내 발간된 보고서 없음.		

■ 시장정보(주가 및 거래량)



*출처: Kisvalue(2020.08.)