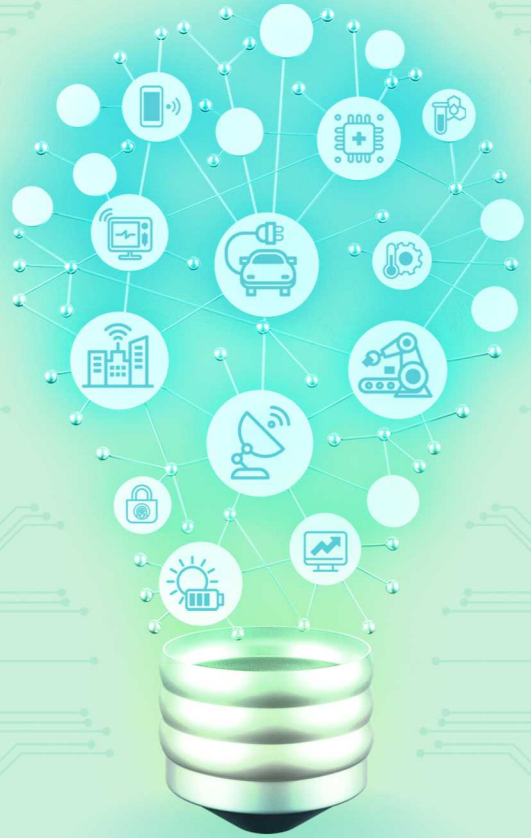


이 보고서는 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

기술분석보고서

 YouTube 요약 영상 보러가기



대원미디어(048910)

소매

요약
 기업현황
 시장동향
 기술분석
 재무분석
 주요 변동사항 및 전망

작성기관	NICE평가정보(주)	작성자	유가영 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)으로 연락하여 주시기 바랍니다.

대원미디어(048910)

애니메이션 기반의 종합엔터테인먼트 기업

기업정보(2020/08/18 기준)

대표자	정욱/정동훈
설립일자	1977년 12월 06일
상장일자	2001년 07월 31일
기업규모	중소기업
업종분류	그 외 기타 상품 전문 도매업
주요제품	애니메이션 기획 게임/완구 유통

시세정보(2020/08/18 기준)

현재가(원)	6,170
액면가(원)	500
시가총액(억 원)	776
발행주식수	12,578,946
52주 최고가(원)	8,630
52주 최저가(원)	3,600
외국인지분율	2.04%
주요주주	정욱

■ 국내 애니메이션 산업의 선구적 역할 수행

대원미디어는 1970년대 일본 ‘도에이’의 OEM 제작을 통해 애니메이션 사업의 기반을 마련하였다. 이후 국내 최초 창작 TV 시리즈 애니메이션을 제작 하면서 선구자 역할을 수행하였고, 약 40년간 다수의 해외 콘텐츠 업체와 장기 네트워크를 구축하여 인기 IP 선점과 함께 지속적인 성공 레퍼런스를 창출하고 있다. 또한, OSMU(One Source Multi Use) 등 시너지 창출에 최적화된 계열사 네트워크를 보유하고 있으며 두터운 팬층을 형성하고 있는 다수의 인기 콘텐츠를 기반으로 국내 대표 콘텐츠 기업으로서 견고한 지위를 확보하고 있다.

■ 미디어 생태계 변화에 따라 온라인 중심으로 사업 개편

기존 TV 중심에서 IPTV, OTT 등의 뉴미디어 플랫폼으로 변화가 급격히 이루어지고 있는 상황에서 동사는 이러한 흐름에 발맞춰 카카오페이지와 협력을 강화하는 등 IP 활용사업을 확대해 나가고 있으며, 기존 콘텐츠를 온라인 플랫폼에서 더 활발하게 제공함으로써 매출성장을 기대하고 있다. 또한, 웹툰 2종 ‘구름이 피워낸 꽃’, ‘첫사랑입니다만’을 중국 웹툰 플랫폼 ‘동만’에 런칭하여 모바일 기반의 콘텐츠 소비가 급격하게 증가하고 있는 중국 시장에 성공적으로 진출할 수 있는 교두보를 확보할 것으로 할 것으로 전망된다.

■ 국내 ‘마블’ 완구 유통 및 개발 사업을 중심으로 성장동력 모색

대원미디어는 2020년 디즈니 코리아와 ‘마블’ 브랜드 라이선스 계약을 체결하여 마블 관련 캐릭터 피규어 완구, 롤-플레이 완구, 카드 게임 등을 국내 유통 예정이며 현재 가장 집중하고 있는 사업이다. 자회사인 대원씨아이와 연계하여 마블 IP를 활용한 출판 사업을 계획 중이며 지난해부터 ‘겨울왕국’, ‘토이 스토리 4’ 등 디즈니 관련 완구의 국내 유통사업을 진행하고 있는 만큼 시너지 효과를 기대하고 있다.

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	1,207.4	27.1	69.9	5.8	62.4	5.2	10.0	7.7	28.9	507.0	5,063.0	16.3	1.6
2018	1,633.7	35.3	64.1	3.9	20.8	1.3	4.6	3.6	23.7	169.0	6,399.8	59.1	1.6
2019	1,915.5	17.2	36.6	1.9	11.0	0.6	3.1	2.4	34.5	90.0	6,243.9	75.0	1.1

기업경쟁력

종합 엔터테인먼트 사업 구축

- 애니메이션 기반 출판, 방송채널, 완구 사업 등으로 사업 간 시너지 효과 극대화, 이를 통해 국내 업계 최대 콘텐츠 보유
- 완구, 의류, 식품, 생활잡화, 문구 등 200여개 업체와 IP 상품화 진행
- 총 40여 개 창작 애니메이션 제작 및 방영
- 풍부한 IP와 풍부한 IP 작가
 - 만화 총 13,254권 / 만화 작가 155명
 - 소설 총 1,252권 / 소설 작가 185명

'마블' 라이선스 계약 체결

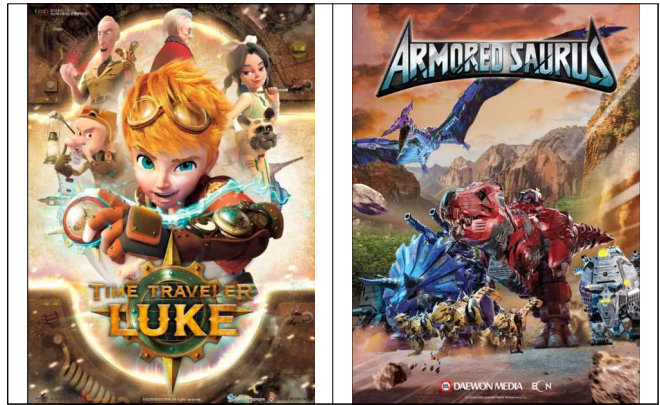
- '마블'과 관련하여 원하는 상품으로 제조해서 유통할 수 있으며, 직접 개발한 상품을 해외 수출할 수 있는 라이선스 보유

핵심기술 및 적용제품

자체 IP를 기반으로 애니메이션 제작

- 대원미디어 자체 IP를 기반으로 직접 제작/ 투자한 '시간여행자 루크' KBS 첫 방영
- SF/ 3D실사 TV 드라마 도전 '용감함체! Armored Saurus(가제)' 첫 선

적용제품



시장경쟁력

국내 애니메이션 시장점유율 1위

- 애니메이션 영화 및 비디오물 제작 분야 시장점유율 1위
 - 대원미디어는 2018년 흑자 전환을 기점으로 애니메이션 업계 매출액 1위를 유지

전략적 제휴를 통한 국내외 사업 확장

- 대원미디어, 카카오페이지와의 전략적 제휴를 통한 온라인 플랫폼 진출



최근 변동사항

신제품 출시

- '시간여행자 루크' 2020년 05월 KBS 1TV 첫 방영
 - 유네스코에 등재된 장소들을 배경으로 활용하여 학습 대안으로의 효과 기대 -> 첫 방송 시청률 1위

뉴미디어 플랫폼 증가

- SK브로드밴드 Btv VOD 서비스 개시
 - 2020년 하반기 만화 채널과 유튜브 등에 공개 예정
 - 애니메이션 관련 유통 사업과 시너지 창출 기대

I. 기업현황

상상하는 모든 것을 현실로 만드는 기업, 대원미디어

애니메이션 창작기획, 캐릭터 라이선스사업, 애니메이션 방송, VOD, 비디오, 잡지, 만화, 게임 등을 망라하는 국내 최대 애니메이션 기반 종합엔터테인먼트 기업






■ 개요

대원미디어는 1977년 12월 ‘대원동화(주)’ 라는 상호명으로 설립되었으며, 2001년 7월에 코스닥시장에 상장된 법인이다. 2017년 3월 정동훈 대표이사가 취임하여 현재 정욱, 정동훈 2인 각자 대표 경영체제를 유지하고 있다. 동사 이외 종속회사와 관계회사를 통해 애니메이션 콘텐츠와 관련한 종합엔터테인먼트 사업을 영위하고 있으며, 주요 사업은 크게 콘텐츠, 유통, 방송, 출판 분야로 구분된다.

■ 설립 초기

설립 당시인 1977년 일본 '도에이 동화'와의 기술제휴 및 OEM 수출계약을 체결하고 약 5년 동안 ‘은하철도 999’ 를 비롯하여 우수한 작품들의 OEM 제작을 위주로 연간 80편의 이상 사업을 수행하였다. 1986년까지 ‘독고탁 시리즈’ 를 중심으로 10여 편의 극장용 애니메이션을 제작하였고, 1988년 ‘달려라 하니’, ‘영심이’ 를 시작으로 한국 TV 시리즈 창작 애니메이션 제작 위주의 사업으로 전환하였으며 지금까지 약 20편 이상의 창작 애니메이션을 보유하여 국내 애니메이션 시장을 선도하고 있다.

표 1. 사업 초기 대표 애니메이션 작품

OEM 제작		자체 제작		
				

*출처: 대원미디어 IR자료(2020)

■ 주주구성 및 주요주주 현황

그림 1. 주주구성

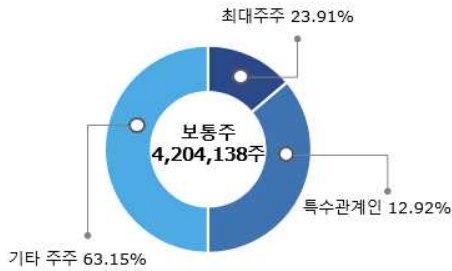


표 2. 주요주주 현황

주요주주	지분율 (%)	비고
정욱	23.91	최대주주
정동훈	5.61	특수관계인
안정교	6.04	특수관계인
안현동	0.32	특수관계인
(주)학산문화사	0.95	특수관계인
기타 주주	63.15	-
합계	100	-

*출처: 1분기 공시자료(2020)

■ 주요 기술 역량

1991년 애니메이션 원작 소재의 확보 및 출판매체를 통한 시장확대를 위해 자회사 ‘대원씨아이’를 설립하였으며, ‘소년챔프’, ‘영챔프’ 간행본부터 ‘열혈강호’, ‘용비불패’ 등 단행본 시장까지 한국 만화출판을 이끌어온 출판사로 출판업뿐만 아니라 만화 작가의 발굴 및 양질의 만화작품 생산에 집중하고 있다. 지금까지 약 8,000권의 작품을 출판하였으며 최근에는 출판시장의 변화에 따라 디지털 만화출판, 웹툰 및 웹 소설 등 온라인 콘텐츠 서비스를 진행하고 있고, 신인 작가 발굴, 시나리오 공모, 작품 수출 등을 통해 국내 만화콘텐츠 발굴에 적극적으로 기여 하고자 노력하고 있다.

2001년에는 애니메이션의 배급과 캐릭터 사업강화를 위해 '대원방송'을 설립하여 애니메이션 전문 채널인 <Anione>, <Anibox>, <Champ>를 운영하고 있다. 또한, 2014년 일본문화전문 채널 <채널J> 운영을 통해서 애니메이션에서 드라마까지 콘텐츠 영역을 확장하였고, 한국과 일본의 문화교류에 앞장을 서는 등 활발한 방송사업을 전개하고 있다.

■ 주요 사업 및 매출 비중

표 3. 주요 사업 및 매출 비중

	콘텐츠	유통	방송	출판
분류	애니메이션 창작 IP 라이선스 영화/전시 TCG/ SCC	닌텐도 완구 캐릭터 상품	대원방송 대원엔터테인먼트	대원씨아이
매출 비중	7.7%	71.8%	5.6%	14.9%

*출처: 대원미디어 IR자료(2020), NICE평가정보 재가공

(1) 콘텐츠 사업

21세기 고부가가치 산업으로 각광 받고 있는 애니메이션 산업은 다양한 소재와 기업에 의해 많은 장르로 구별될 수 있으며 상업적인 의미의 애니메이션은 현재 2D에서 3D 애니메이션으로 발전하였다. 대원미디어는 확보한 글로벌 IP를 바탕으로 국내 파트너사들과 다양한 콜라보레이션을 선보이고 있으며, IP수급 및 사업 전개 범위를 지속 확대해 나가고자 계획하고 있다. 또한, 대규모의 전투 액션과 특수효과를 선보인 SF 3D 실사 TV 드라마를 제작하여 2019년 10월 세계 최대 키즈 콘텐츠 마켓인 'MIPCOM 2019' 에서 첫선을 보였다. 향후 동사의 핵심 IP로 수익 창출과 글로벌 비즈니스 전개에 큰 공헌을 할 것으로 기대하고 있다.

(2) 유통사업

대원미디어는 닌텐도 게임기 및 소프트웨어 등 닌텐도 전문 유통사업을 진행해오고 있다. 2017년 12월에 국내 정식 발매된 닌텐도의 새로운 게임기 '닌텐도 스위치'는 TV모드, 테이블 모드, 휴대모드 등 게임을 플레이하는 장소나 게임 내용, 플레이어의 기호에 따라 자유로운 플레이 스타일로 게임을 즐길 수 있는 것이 특징이다. 동사의 제품으로는 2020년 03월에 발표된 '모여봐요 동물의 숲' 이 큰 인기를 끌고 있으며, 한국콘텐츠진흥원의 '글로벌 게임산업 트렌드(2020년 3+4월호)'에서는 글로벌 게임 판매 실적에 코로나 19로 인한 강력한 자가격리 조치의 영향으로 사람들이 신체활동을 위한 무언가를 찾으면서, 닌텐도 스위치의 '링 피트 어드벤처'가 수요가 높아진 사례로 언급되었다.

(3) 방송사업

방송사업은 개인의 관심사나 욕구가 다원화됨에 따라 다양한 콘텐츠를 원하는 수요가 점차 증가하고 있으며 콘텐츠를 기반으로 하는 문화산업으로써 다양한 분야의 상품으로 재가공되어 새로운 부가가치를 창출해내는 One Source Multi Use(OSMU)가 가능한 사업이다. 현재 대원방송은 애니메이션 채널인 애니원(ANIONE)으로 위성방송과 IPTV를 통하여 애니메이션을 제공하고 있고, 애니박스(ANIBOX)를 통해 케이블TV, 위성방송, IPTV 등 다양한 플랫폼을 통해 시청자들에게 제공하고 있다. 그 외에도 채널 챔프(Champ), 제이박스(JBOX) 등의 채널을 보유하여 시청자들에게 방송 서비스를 제공하고 있다.

(4) 출판사업

국민의 소득이 증가함에 따라 품질 높은 우량서적에 대한 수요는 지속적으로 증가할 것으로 예상된다. 도서출판 산업의 경우 기존에는 종이책 위주의 시장이었지만, 최근에는 전자책(e-book)이 활성화됨에 따라 기존과는 다른 새로운 사업환경으로 변경되었다. 대원씨아이는 만화출판업이 주된 사업으로 국내만화, 해외만화 작품을 잡지, 단행본, 아동서, 실용서, 스티커북 등 다양한 책을 출판하고 있으며, 1차 도서출판물 형태의 판매에 그치지 않고 2차 저작물을 활용하여 만화콘텐츠 해외 수출과 함께 드라마, 영화, 게임 관련 판매, 캐릭터 라이선스, 온라인, 모바일 만화 등 다양한 형태로 사업을 진행하고 있다. 특히 만화를 기반으로 하는 드라마, 영화 등에 대한 관심이 계속 커지고 있어 향후 기대되는 사업 분야이다.

■ 주요 연혁

대원미디어는 다수 애니메이션 창작(1974~1980), 국내 최고 라이선스 사업(1990~2005), 엔터테인먼트 사업 강화(2006~2016), 콘텐츠 MSMU(Multi Source Multi-Use) 본격화(2017~현재) 단계로 사업 확장을 진행해 왔으며, 국내 최초 라이선스 사업부를 신설 후 출판, 방송사업에 진출하여 온라인 출판 서비스를 본격화하였다. 최근에는 문화 공간 사업을 전개하는 등 글로벌 엔터테인먼트 종합 문화 그룹 이미지를 보여주기 위해 끊임없이 노력하고 있다.

표 4. 최근 5년간 주요 연혁

일자	연혁
2015	'스튜디오 지브리 입체건축전' 주관
2016	대원미디어합자회사 <가성문화발전유한공사(佳盛文化產業發展有限公司)> 설립
2017	애니메이션·만화·게임 전문점 '애니메이트' 용산점 개점
2018	본점 소재지 이동(서울시 용산구 아이파크몰 테마파크 6층) 복합문화공간 '팝콘 D 스퀘어' 론칭(대원뮤지엄, 애니랜드, 팝퍼블)
2019	애니메이션·만화·게임 전문점 '애니메이트' 홍대점 개점
2020	극장용 애니메이션 '원피스 스탬피드' 개봉

*출처: 1분기 공시자료(2020), NICE평가정보 재가공

II. 시장 동향

지속적으로 부가가치를 창출하는 문화콘텐츠 산업

대원미디어는 TV, 극장, 비디오 등 영상물 이외에도 캐릭터 상품, 게임, 출판, 전시, 공연, 테마파크에 이르기까지 광범위한 영역으로 OSMU(One Source Multi-Use)가 가능한 기업으로 문화콘텐츠 분야의 종합엔터테인먼트 기업을 표방하고 있다.

■ 콘텐츠 산업 규모

한국콘텐츠진흥원의 「2019 하반기 콘텐츠산업 동향분석 보고서」에 따르면, 콘텐츠산업 실태조사를 토대로 한 19년 하반기 추정치 산출 결과, 전체 콘텐츠산업의 매출액은 67조 394억 원, 수출액은 55억 4,743만 달러, 종사자수는 68만 2,131명으로 추정되었으며, 전년동기 대비 매출액은 6.4%, 수출액은 9.5% 증가, 종사자 수는 2.2% 증가했다고 분석했다. 분야별 매출액은 애니메이션 산업이 전년동기 대비 가장 높은 증가율(17.4%)을 보인 것으로 조사되었다.

■ 국내 애니메이션 시장 현황

한국콘텐츠진흥원의 「2019 애니메이션 산업백서」에 따르면, 애니메이션을 유통형식에 따라 애니메이션 제작업, 애니메이션 유통 및 배급업, 온라인 애니메이션 서비스업 등으로 구성된다. 국내 애니메이션 시장 규모는 2017년 6,655억 원으로 연평균 3.6%씩 감소하여 2018년에는 6,293억 원 규모를 나타내고 있다. 중분류별로 살펴보면, 애니메이션 제작업은 4,637억 원으로 전년 대비 2.0%, 2년 평균으로는 1.2%의 증가율을 보였고, 애니메이션 유통 및 배급업은 1,493억 원으로 전년 대비 23.6% 감소하였으며, 2년 평균으로는 15.6%의 감소율인 것으로 조사된다. 온라인 애니메이션 유통업은 163억 원으로 규모가 작고 전년 대비 5.8% 증가, 2년 평균으로는 5.4%의 증가율인 것으로 조사되었다.

표 5. 국내 애니메이션 시장 규모

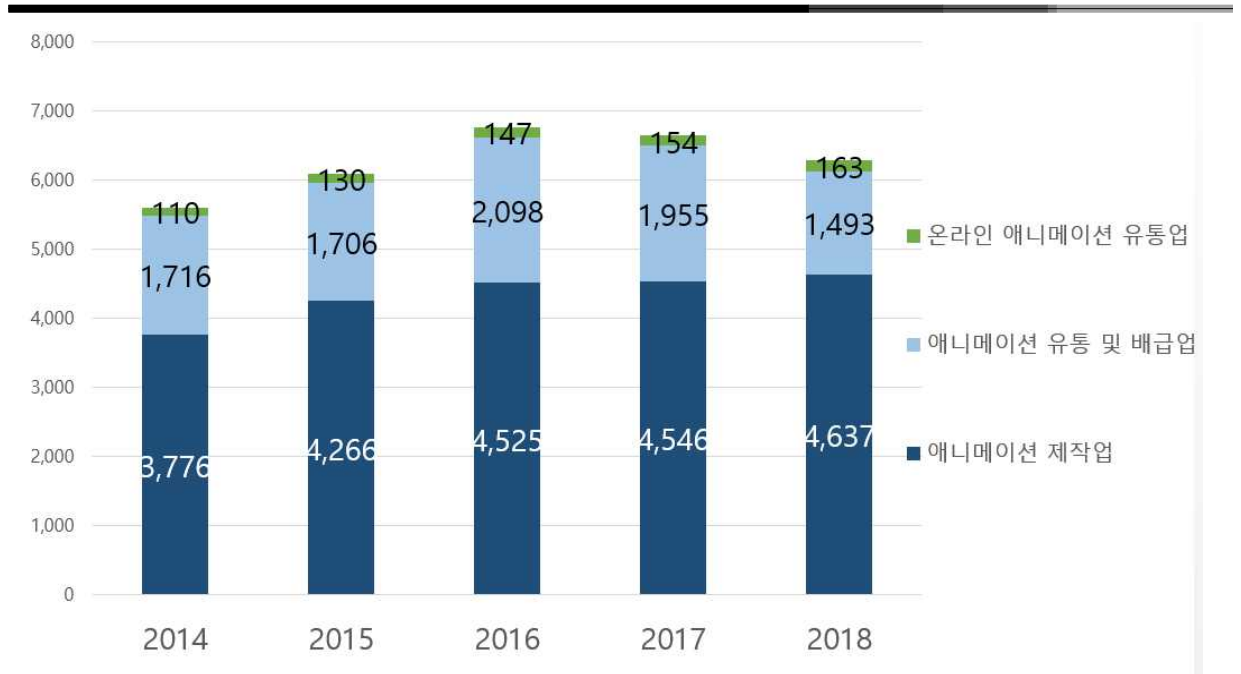
(단위: 억 원)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년
애니메이션 제작업	3,776	4,266	4,525	4,546	4,637
애니메이션 유통 및 배급업	1,716	1,706	2,098	1,955	1,493
온라인 애니메이션 유통업	110	130	147	154	163
합계	5,602	6,102	6,770	6,655	6,293

*출처: 한국콘텐츠진흥원, 2019 애니메이션 산업백서(2019) 재가공

그림 2. 국내 애니메이션 시장 규모

(단위: 억 원)



*출처: 한국콘텐츠진흥원, 2019 애니메이션 산업백서(2019) 재가공

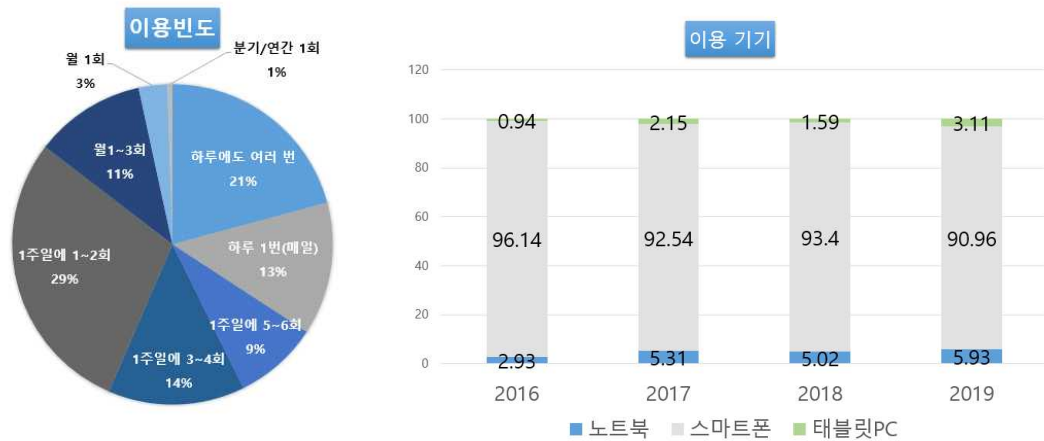
■ 미디어 플랫폼의 증가와 유통창구 다변화

기존 애니메이션 산업은 기획, 제작, 유통 단계의 가치사슬 방식 구조를 지니고 있었으나, 최근에는 IPTV, 디지털 케이블, 모바일 등 뉴미디어 플랫폼의 증가와 스트리밍, VOD로 대변되는 OTT(Over The Top) 서비스로 유통구조가 다변화되고 있어 TV 중심의 수익구조에서 탈피하여 스마트폰 등 디지털 단말기 중심의 환경으로 변화되고 있다. 새로운 플랫폼에 따라 차별화된 콘텐츠를 제공함으로써 추가 고객유입이 가능하며, 이를 통한 새로운 수익모델 창출이 가능해졌다. 또한, 유튜브, 넷플릭스 등 뉴미디어 플랫폼을 기반으로 한 오리지널 작품들의 기획이 늘어나고 있으며, 이렇게 제작된 작품들은 IPTV, 케이블TV 및 공중파 방영으로 확장되고 있다. 기존 미디어를 기본으로 제작되어 뉴미디어로 확장되던 콘텐츠 흐름이 뉴미디어 오리지널에서 기존 미디어로(역방향) 흐르는 등 미디어믹스가 활발해지는 추세다.

정보통신정책연구원의 「온라인 동영상 제공 서비스(OTT) 이용행태 분석」에 따르면 2020년 기준 OTT 서비스 이용빈도는 ‘1주일에 1~2회’라는 응답이 가장 많았고, 다음으로는 ‘하루에도 여러 번’ 이용한다는 응답이 많이 나타났다. 연령대별로 이용빈도를 보면, 10대의 경우 하루에도 여러 번 본다는 응답이 34.5%로 가장 높았으며, 10대를 제외한 연령층에서는 일주일에 1~2회가 가장 높은 것으로 조사되었다. 20대에서도 10대와 비슷하게 하루에도 여러 번 본다는 응답이 27.8%로 높게 나타나 젊은 층의 경우 자주 OTT 서비스를 이용하는 것을 확인하였다. 한편, 「온라인 디지털 콘텐츠와 OTT 서비스 이용」에서는 2019년 기준 온라인 디지털 콘텐츠 이용 시 주로 이용하는 매체로 스마트폰의 비율이 가장 높은 것으로 조사되었으나, 점차 감소하는 경향을 보이며 노트북이나 태블릿PC의 비율은 지속적인 증가 추세를 보인다.

그림 3. 2019년 기준 OTT(Over The Top) 이용빈도 및 이용 기기

(단위: %)



*출처: 정보통신정책연구원, OTT 서비스 이용자의 특성 및 이용행태(2019), 온라인 디지털 콘텐츠와 OTT 서비스 이용(2019) 발췌

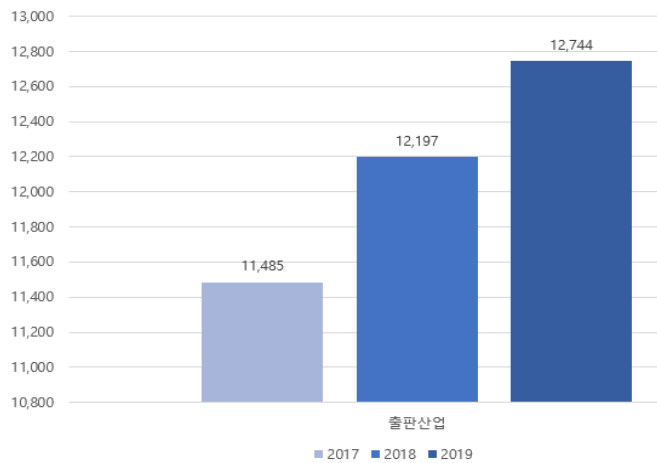
■ 책과 유튜버의 결합, 북튜버들의 영향력

과거 연예인이나 유명인들의 책장에 꽂힌 책들이 조명받으며 베스트셀러가 되었다면, 최근에는 유튜버가 올리는 영상 속의 말 한마디, 소품 하나로 책의 인기가 결정되는 현상이 나타나고 있다. 이에 따라 ‘유튜버셀러(유튜버가 만든 베스트셀러)’라는 신조어가 등장하였으며, 유튜버의 책 소개로 출간 후 시간이 지난 책들이 베스트셀러에 진입하는 경우가 많아지고 있다. 출판업계 또한 독자의 관심도를 올리기 위한 하나의 홍보 수단으로 유튜브를 활용하고 있으며 텍스트로 된 기존 출판물을 다르게 해석하거나 재가공하기도 하고, 독자와의 거리를 줄이기 위해 작가 인터뷰나 책 소개, 브이로그 콘텐츠 등을 제작하기도 하며 친근하게 독자들과 소통하는 데에 관심을 기울이고 있다.

한국콘텐츠진흥원의 '2019 하반기 콘텐츠산업 동향분석 보고서'에 따르면 출판 산업의 2019년 하반기 매출액은 약 1조 2,745억 원으로 전년동기 대비 4.5% 증가, 전반기대비 5.9% 증가한 것으로 나타났다. 또한, 2019년 상반기의 경우 2018년 하반기에 비해 소폭의 매출 하락이 있었으나 2019년 하반기 들어 반등하여 전반기대비 및 전년동기 대비 매출이 증가하였다고 분석했다.

그림 4. 최근 3개년 출판 산업 하반기 매출액

(단위: 억 원)

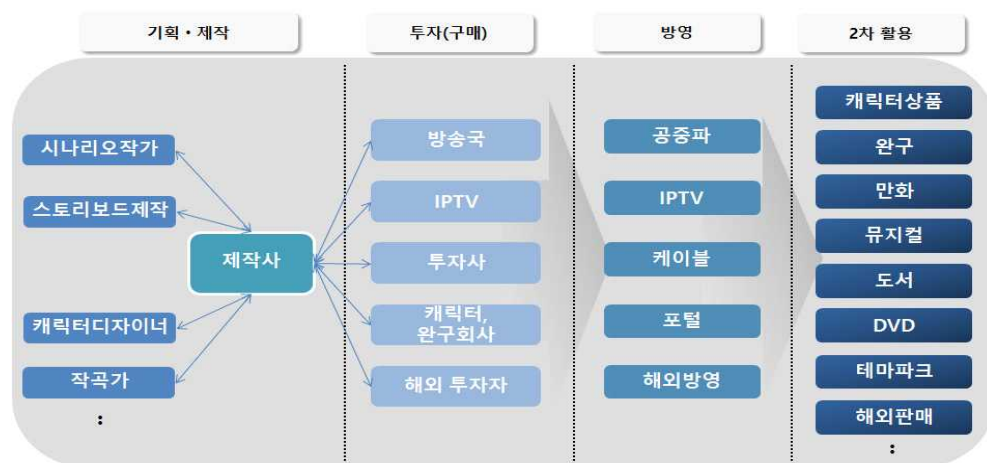


*출처: 한국콘텐츠진흥원, 2019 하반기 콘텐츠산업 동향분석 보고서(2019), NICE 평가정보 재가공

■ 애니메이션 산업 구조

애니메이션 산업은 출판, 게임, 영화, 뮤지컬 등의 포맷으로 제작이 가능하며 멀티미디어, 캐릭터, 광고, 테마파크 등으로 사업화되어 지속적으로 수익을 창출한다. 애니메이션은 주로 방송용으로 기획되어 극장용으로 제작되는 경우가 많으며, 게임이나 영화 또는 만화 등으로 제작된 스토리나 컨셉을 활용하여 애니메이션을 기획하는 경우도 있다.

그림 5. 애니메이션 산업 구조



*출처: 문화체육관광부, 애니메이션 분야 표준계약서 고시 제정 및 시행 보도자료 발취(2019)

■ 애니메이션 산업진흥에 관한 법률안

2019년 ‘애니메이션 산업진흥에 관한 법률안’이 3년 만에 국회 본회의를 통과하면서, 애니메이션 산업 발전 및 고용창출 기반이 강화되었다. 해당 법률안은 정부의 애니메이션 산업 육성 및 지원을 위한 정책 마련, 자금 및 융자 지원, 전문 인력의 양성, 기술개발의 촉진, 협동 개발 및 연구 등을 골자로 하였다. 또한, 애니메이션 특화 표준계약서의 도입을 통해 작가 등 을의 위치에 있던 산업 종사자들의 공정계약과 인권 보호를 위한 제도적 장치가 마련되었다.

이전까지 애니메이션 분야는 제작, 유통환경에 특화된 표준계약서가 없었으며 이번에 도입된 표준계약서는 애니메이션 방영권, 애니메이션 제작투자 등 총 4종으로 이루어져 있으며 그 밖의 기존에 불공정 문제가 제기되었던 사안을 방지할 수 있는 내용이 포함되었다. 주요 내용으로는 방영권 범위 구체화, 방송 편성시간 및 제작 편수 증감 시 절차, 시나리오 작가의 단계별 대가 지급 명시 등이 있다. 관련 법률이 증가됨에 따라 애니메이션 작가들의 활발한 활동이 기대되는 바이다.

Ⅲ. 기술분석

다양한 캐릭터 상품 이용한 콘텐츠 확대, 목표는 키덜트(Kid + Adult)

대원미디어는 동사가 보유한 인기 콘텐츠의 브랜드가치를 활용하여 다양한 사업 영역의 기업들과 함께 콜라베이션 상품을 시장에 선보일 예정이며, 기존 공동 제작 사업을 더욱 확장할 계획이다.

■ 산업재산권 기반의 캐릭터 비즈니스

대원미디어가 현재 적극적으로 추진하고 있는 사업이 캐릭터 유통사업과 자체 IP 기획임을 고려하여 본 장에서는 캐릭터 라이선스와 연구개발에 대한 내용을 중심으로 분석하고자 한다.

한국무역투자진흥공사에서 2019년 3월에 발간된 「캐릭터 라이선스 유망시장 진출 전략」 보고서에 따르면, 캐릭터는 상품 이용에 따라 라이선스료에 수반되는 수익이 창출되고, 패션, 미용, 음식 등의 문화 파생 상품으로 인한 매출 효과가 기대되며, 광고 출연 등으로 인한 프로모션료가 발생한다. 콘텐츠는 비즈니스 행위를 매개하는 브랜드(상표, 마크, 태그 등에 따라서 차별화되는 상품, 기업 이미지)와 특정 상품이나 기업에 속박되지 않으며, 캐릭터를 취급하는 비즈니스는 유통과 무관한 성격을 지니고 있다.

통상적인 캐릭터 비즈니스는 ①애니메이션 방영 등으로 콘텐츠가 유통되고 ②해당 애니메이션의 인기가 높아져 콘텐츠가 많은 지지를 받게 되며 ③캐릭터를 활용하여 제품 판매나 광고에 이용하는 방식의 유형을 보인다. 특히, 라이선스 비즈니스에서는 일반적으로 라이선서(상표 등록된 재산을 가지고 있는 자)는 자신의 프로퍼티를 제공한 대가로 라이선시(권리를 대여 받는 자)에게 로열티 비율에 따른 개런티를 받는다. 로열티는 라이선스 비즈니스의 대가, 즉 상품 판매 가격에 대한 일정한 비율로 받게 되며, 라이선시에게는 가장 중요한 수익의 원천이 된다. 한편 라이선서는 라이선시로부터 제공받은 사용 대가가 실질적인 라이선스 계약물의 대상물이 되므로, 이른바 스타일 가이드가 양자 간 비즈니스의 기본 요소이다.

그림 6. 캐릭터 비즈니스



*출처: 한국무역투자진흥공사(KOTRA), 캐릭터 라이선싱 유망시장 진출 전략(2019) 발취

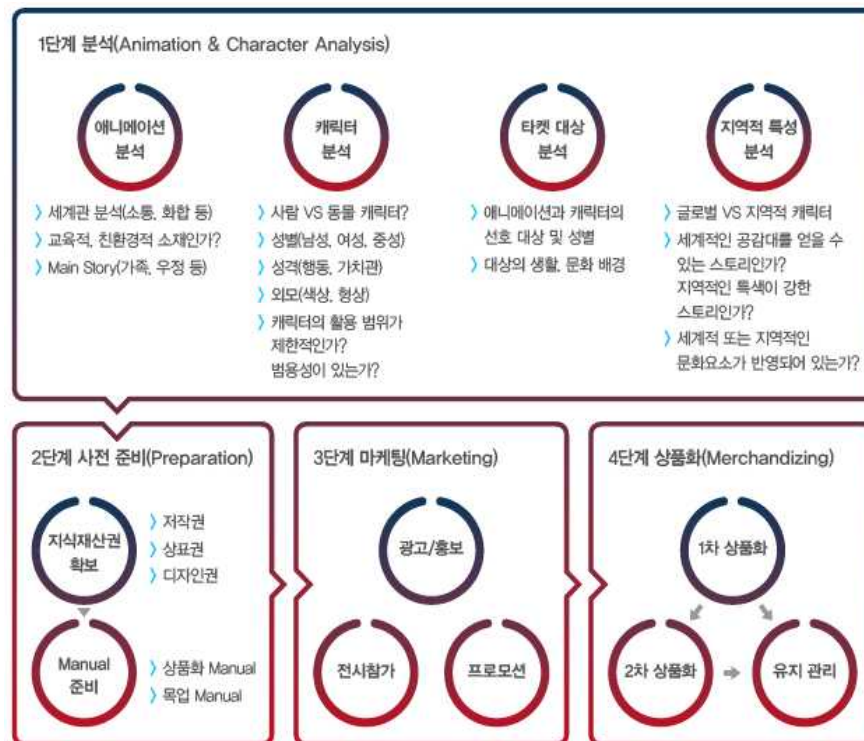
■ IP를 활용한 캐릭터 상품화

캐릭터 상품화를 위해서는 분석, 사전준비, 마케팅의 단계를 거치게 된다. 분석단계에서는 애니메이션, 캐릭터, 타겟 대상, 지역적 특성을 요소별로 살펴보고, 사전준비 단계에서는 지식재산권을 확보한 후 상품화할 메뉴얼을 준비한다. 이후 광고/홍보, 프로모션, 전시 참가 등의 마케팅이 이루어지고, 1차 상품화 상황을 반영하여 2차 상품화로 추가 진행 여부와 유지 관리에 대해 다루어진다.

대원미디어는 역대 박스오피스 TOP 30 이내에 유일하게 1,000만명 이상 영화가 3편이나 진입한 어벤져스 시리즈의 회사인 디즈니 코리아와 ‘마블’ 브랜드 라이선스 계약을 체결하였다.

마블과 관련해서 IP를 활용한 다양한 사업 전개가 가능해졌으며 역대 박스오피스 상위권 내에 링크된 다른 작품들과 차별화된 경쟁력을 보유하고 있다. 동사는 마블 관련 캐릭터 피규어 완구, 롤-플레이 완구, 카드 게임 및 보드게임 등을 국내에 유통할 예정이며 마블 IP를 활용한 출판 사업(대원씨아이)과의 연계를 계획하고 있다. 또한, 마블과 관련하여 오리지널 상품의 개발 및 생산, 전시 등 OSMU(One Source Multi-Use) 사업을 전개할 예정이며 2019년부터 디즈니 관련 완구의 국내 유통사업을 진행하고 있는 만큼 시너지 효과를 기대하고 있다.

그림 7. 캐릭터 상품화 방식과 활용범위



*출처: 한국무역투자진흥공사(KOTRA), 캐릭터 라이선싱 유망시장 진출 전략(2019) 발취

■ 캐릭터 상품화의 다양한 방식

캐릭터 상품화 방식 중 하나인 캐릭터 콜라베이션은 이미 높은 인지도를 지닌 대기업 중심의 제조회사가 한시적으로 자신의 브랜드와 캐릭터의 브랜드를 동시에 잘 나타나도록 상품화하는 방식이다. 최근에는 상품의 유통과 생산력에 노하우가 있는 대기업 중심의 회사들과 손을 잡고 추가 수익을 추구하고 있으며, 이러한 새로운 상품화 방식은 라이선스 회사에게 새로운 수익원으로 인식되어 세계적으로 급속하게 확산되는 추세다.

대원미디어가 보유한 인기 콘텐츠의 브랜드가치를 활용한 기업간 협업도 적극 확대해 나갈 예정으로 다양한 사업 영역의 기업들과 함께 콜라베이션 상품을 지속적으로 시장에 선보일 계획이다.

표 6. 캐릭터 상품화 방식 비교

방식	기존의 상품화 사업	콜라베이션
거래업체	주로 자체 브랜드가 약한 중소기업	자체 유통 및 제작, 브랜드력을 가진 중견 이상 회사
계약단위	주로 1년 단위의 계약	한시적 계약
강조대상	생산자의 브랜드가 강조되지 않고 캐릭터 및 브랜드가 강조	생산자의 브랜드와 캐릭터가 동등하게 상품에 표시

*출처: 한국무역투자진흥공사(KOTRA), 캐릭터 라이선싱 유통시장 진출 전략(2019) 재가공

■ 새로운 목표는 키덜트(kid + adult)

대원미디어는 캐릭터 유통사업의 확대를 적극 추진할 계획이다. 영·유아는 물론이거니와 풍부한 구매력을 갖춘 키덜트 층을 타깃으로, 다양한 캐릭터 상품 및 콘텐츠 확대와 함께 전 연령층의 대중들이 쉽게 접할 수 있는 핫스팟 팝업 점포 운영 등 캐릭터 유통사업을 통해 수익성을 키워나갈 계획이다. 또한, 실구매층의 접근성이 높은 대형마트를 비롯한 온라인쇼핑몰 및 소셜마켓 등 다양한 유통 채널에 지속적으로 다양한 상품 및 아이템을 추가하여 완구 유통사업 확대를 목표하고 있다. 동사는 이미 키덜트의 영향력을 체험하고 있는데 ‘닌텐도 스위치’가 그 중심에 있다. ‘동물의 숲’ 시리즈가 젊은 여성 유저들에게 큰 인기를 보였으며 일본 불매 운동으로 맞이한 위기를 무사히 넘길 수 있게 해주었다. 또한, 이번 ‘마블’ 라이선스 계약은 유·아동을 목표 고객으로 예상하고 있지만 키덜트의 관심을 기대하고 있는 것으로 나타났다. 이처럼 동사는 더 이상 어린 연령층에서만 수요가 있는 기업이 아니며 사업의 확대를 통해 다양한 연령층을 목표로 동사를 키워나가고 있다.

■ 공동 제작을 통한 IP사업 확대 전략

대원미디어는 애니메이션 기획 및 제작 외주 관리를 위해 조직 내부에 애니/ 기획팀을 별도로 구성하여 자체 연구개발 활동을 수행하고 있다. 공동제작사와 함께 연구개발에 참여하고 있으며, SK 브로드밴드 등 대기업과 협력하고 있다. 동사는 현재 SK브로드밴드와 ‘시간여행자 루크’ 를, 스튜디오 이온과 ‘용감합체! Armored Saurus(가제)’ 를 공동 제작하고 있다. ‘시간여행자 루크’ 는 KBS 1TV를 통해 방영 중이며 동 시간대 시청률 1위라는 성과를 얻어내었고 ‘용감합체! Armored Saurus(가제)’ 는 세계 최대 콘텐츠 마켓인 프랑스 칸 ‘MIPCOM 2019’ 에서 첫선을 보였으며 동사는 두 작품을 바탕으로 자체 IP를 늘리기 위해 계획 중에 있다.

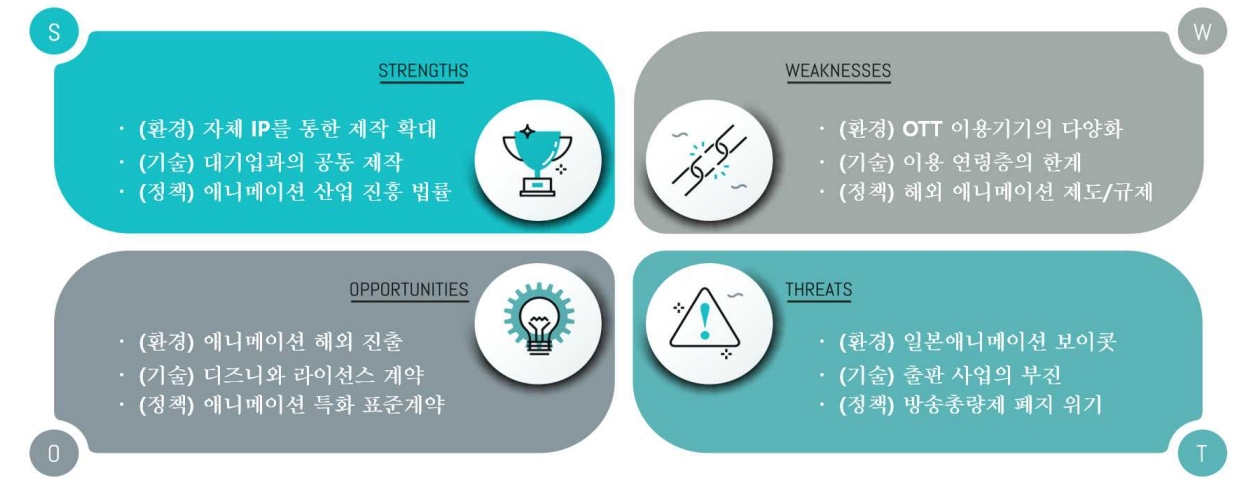
표 7. 공동 연구과제

연구과제	연구기관 및 공동제작사	결과 및 기대효과
<p>큐빅스</p> 	대원미디어/시네픽스/4KIDSE NTER-TAINMENT, JR기획	<ul style="list-style-type: none"> - 한,미,일 3국4사의 글로벌 프로젝트 파이낸싱 작품 - 워너브라더스를 통한 방송 - 캐릭터 머천다이징을 겨냥한 캐릭터 제작으로 글로벌 마케팅
<p>아이언키드</p> 	대원미디어/디자인스툼/MVP 투자자문/엠-벤처투자/매스터 즈투자/BRB인터네셔널/망가 엔터테인먼트/한국문화콘텐츠 진흥원	<ul style="list-style-type: none"> - 캐릭터 머천다이징을 겨냥한 풀3D 작품으로 박진감 있고 스토리 풍부 - 세계 각국 수출로 캐릭터 상품 매출증가 - 키즈워너브라더스 채널(미국) 등에서 방영
<p>곤</p> 	대원미디어 /고단샤	<ul style="list-style-type: none"> - 고단샤가 최초로 일본 외 국가에 최초로 판권 수출 - 국내 해외 사업 동시 추진 - 해외작품이 최초로 일본 지상파에 방영
<p>용감합체! Armored Saurus(가제)</p> 	대원미디어 / 스튜디오이온	<ul style="list-style-type: none"> - 공룡과 소년, 메카닉을 결합한 형태의 실사+3D CG가 결합된 TV시리즈 - 멀티 플랫폼 콘텐츠 개발 및 다양한 세계관으로의 확장성 보유 - 할리우드의 전유물이던 SF 3D 실사 TV 드라마 영역 도전
<p>시간여행자 루크</p> 	대원미디어 / 애니작/ SK브로드밴드/ 기글가라지	<ul style="list-style-type: none"> - 유네스코에 등재된 장소들이 배경으로 사용되어 학습 대안으로의 효과 기대 - 향후 극장 개봉 추진 예정.

*출처: 1분기 공시자료(2020), NICE평가정보 재가공

■ SWOT 분석

그림 8. 대원미디어 SWOT 분석



*출처: NICE평가정보

▶▶ (Strong Point) 자체 IP 기획 확대 및 대기업과의 공동 제작

대원미디어는 만화 총 13,254권, 만화 작가 155명 등을 보유하고 있으며 자체 IP를 확대하기 위한 노력을 기울이고 있다. 만화, 소설 등은 애니메이션으로 전환할 수 있는 가능성을 갖고 있기 때문에 관련 작가를 꾸준히 모집하고 있다. 또한, 대기업과의 파트너 관계를 통해 애니메이션을 제작하고 있으며 향후 완구, 의류, 문구 등 IP 상품화를 목표로 하고 있다.

한편, ‘애니메이션 산업진흥에 관한 법률안’이 국회 본회의를 통과하면서 애니메이션 산업 발전 및 고용창출 기반이 강화되었다. 해당 법률안은 정부의 애니메이션 산업 육성과 지원을 위한 정책 마련, 자금 및 융자 지원, 전문 인력의 양성, 기술개발의 촉진, 협동 개발 및 연구 등을 골자로 하고 있다.

▶▶ (Weakness Point) 제공 방법의 다양화 및 연령층 확대 필요

애니메이션 산업은 주로 TV 채널을 통해 제공되어 왔지만 현재 OTT(Over The Top) 기기의 증가로 콘텐츠를 접할 수 있는 방법이 다양해졌다. 유튜브, 넷플릭스 등을 통해 콘텐츠를 시청하고 e-book을 통해 출판물을 접하고 있으며, 이에 대원미디어 또한 유통 채널의 확장 및 온라인 산업의 비중을 높이는 등의 대안이 필요하다.

한편, 한국콘텐츠진흥원의 '2019 하반기 콘텐츠산업 동향분석 보고서'에 따르면 해외 진출 중이거나 추진 중인 사업체를 대상으로 해외 진출을 둘러싼 애로사항을 살펴본 결과 제도 및 규제에 대한 어려움이 18.1%로 현저(28.4%) 다음으로 높은 수치를 보였다. 대원미디어가 해외 진출 목표를 달성하기 위해선 해외 애니메이션 제도 및 규제에 대해 정확한 파악이 필요할 것으로 보인다.

▶▶ (Opportunity Point) 라이선스 확장과 해외시장 확대

최근 디즈니 코리아와의 계약을 통해 ‘마블’ 과 관련된 라이선스를 확보하였으며, 국내 업계 최대 콘텐츠를 보유한 대원미디어와의 시너지 효과를 기대하고 있다. 한국콘텐츠진흥원의 '2019 하반기 콘텐츠산업 동향분석 보고서'에 따르면 중국과 북미지역에서 애니메이션 산업 진출이 증가하고 있다는 조사가 발표되었다. 이에 대원미디어는 일본 불매 운동의 영향을 벗어나 북미, 유럽 쪽을 겨냥하여 목표 시장 확대에 매진하고 있다. 또한, 애니메이션 특화 표준 계약서의 도입을 통해 작가 등 을의 위치에 있던 산업 종사자들의 공정계약과 인권 보호를 위한 제도적 장치가 마련되었다. 이에 애니메이션 작가들의 활동이 활발해질 것으로 기대된다.

▶▶ (Threat Point) 일본 보이콧 및 방송 채널 감소 위기

2019년 한일간의 무역 갈등으로 국내에서 일본 제품에 대한 불매 운동이 시작되었다. 대원미디어는 신카이 마코토 감독의 신작 ‘날씨의 아이’ 에 대한 라이선스사업을 진행하였는데 불매 운동으로 직격탄을 맞았다. 부가적인 광고 수익과 유료 채널 수신료를 통해 수익 분산의 가능성을 기대하고 있지만 향후 일본 불매 운동을 벗어나 모바일, 웹툰 사업을 확장할 것으로 보인다.

한편, 최근 애니메이션 방송총량제를 축소하려는 움직임이 포착되었다. 방송총량제는 지상파와 종합편성채널 등 방송사들이 매년 전체 방송시간의 8~45% 이상을 국산 애니메이션으로 의무 편성하도록 한 제도로 축소가 된다면 동사도 피해를 벗어나기는 힘들 것으로 보이지만 이는 방송 채널을 벗어나 유통 채널의 확대를 추진할 수 있는 원동력이 될 수 있다고 사료된다.

IV. 재무분석

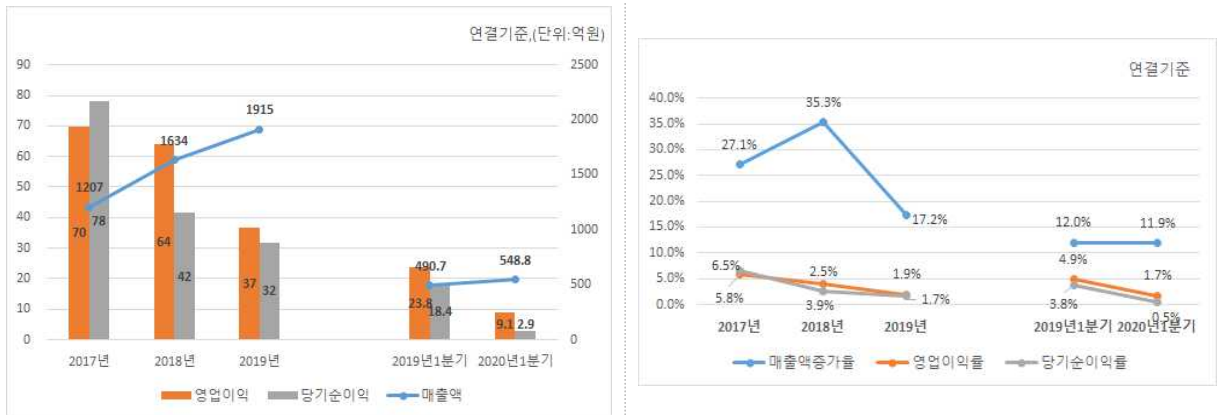
상품매출 부문의 성장세에 따른 매출 지속 성장 예상

2019년 연결기준 매출액은 1,915억원이고, 게임기, 소프트웨어, 캐릭터 등의 상품유통 사업부문이 34.8% 증가한 1,256억원으로 총 매출의 65.5%를 차지하면서 성장세가 지속되었다.

■ 게임기 소프트웨어 및 하드웨어, 캐릭터 상품 등의 상품매출 부문이 성장세 주도

동사는 애니메이션 콘텐츠, 캐릭터, 게임 및 완구 유통 등의 사업을 영위하고 있고, 종속회사 대원방송(주), 대원씨아이(주), 대원엔터테인먼트(주)를 통해 방송, 만화출판 등의 사업을 영위하고 있다. 게임, 캐릭터 상품 등의 상품유통 사업부문이 2018년 연결기준 매출 932억원에서 2019년 1,256억원으로 34.8% 증가하면서 매출 성장세 지속의 주요 요인이었다.

그림 9. 동사 연간 및 1분기 요약 포괄손익계산서 분석

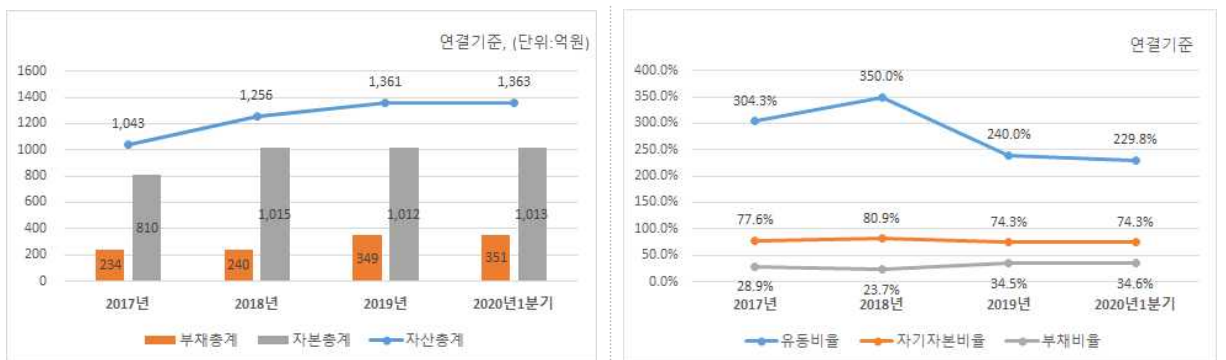


매출액/영업이익/당기순이익 추이

증가율/이익률 추이

*출처: 동사 사업보고서(2019), 분기보고서(2020)

그림 10. 동사 연간 및 1분기 요약 재무상태표 분석



부채총계/자본총계/자산총계 추이

유동비율/자기자본비율/부채비율 추이

*출처: 동사 사업보고서(2019), 분기보고서(2020)

■ 매출 성장세 지속

2019년 상품유통 부문은 1,256억원(총 매출의 65.5%), 완구제조 및 출판 등의 제조 부문은 462억원(총 매출의 24.1%), 방송 사업부문은 195억원(총 매출의 10.2%)로 게임 및 캐릭터 상품의 상품유통 부문 매출의 성장세가 지속되면서 주력 사업부문으로 자리잡고 있다. 제조 부문의 성장률은 18년 -7.9%, 19년 -5.9%, 방송 사업부문의 성장률은 18년 -3.0%, 19년 -5.5%로 규모가 감소하고 있으나, 상품유통 부문의 성장률은 18년 106.2%, 19년 34.8%로 우수한 성장세가 지속되었다.

동사의 영업이익은 2017년 69.9억원, 2018년 64.1억원, 2019년 36.6억원으로 매출원가를 상승이 지속되고 판매비와 관리비도 함께 증가하면서 동 기간 매출액영업이익률은 5.8%, 3.9%, 1.9%를 기록하고, 매출액순이익률은 6.5%, 2.5%, 1.7%를 기록하면서 수익성이 저하되었다.

■ 2020년 1분기 수익구조 저하되었으나 양호한 재무구조 유지

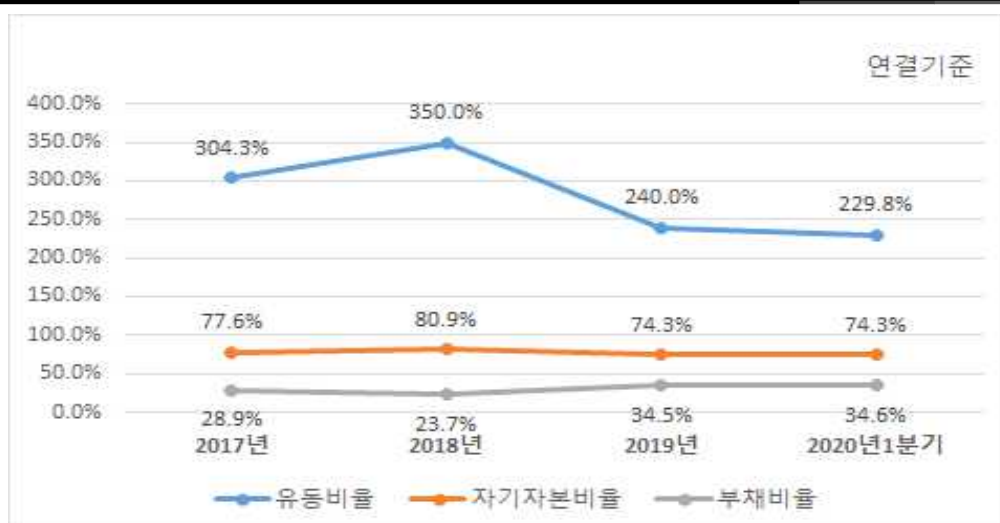
2020년 1분기 매출액은 전년 동기 대비 11.9% 증가한 549억원을 기록하며 매출 성장세가 지속되었으나 매출원가가 16.0% 증가하였고, 이로 인해 매출액영업이익률 1.7%, 매출액순이익률 0.5%를 기록하여 수익성 하락이 지속되었다.

한편, 부채비율 34.6%, 자기자본비율 74.3%, 차입금의존도 8.1%, 유동비율 229.8% 등 양호한 재무안정성 및 유동성이 지속되었다.

■ 영업활동을 바탕으로 한 현금흐름 무난

2019년 영업활동현금흐름은 23.0억원으로 양(+)의 흐름을 지속하고 있다. 동사는 애니메이션 및 캐릭터 창작 등의 개발프로젝트의 원가를 개발비로, 외국 애니메이션의 국내 방송권 등의 권리 취득을 라이선스로 무형자산을 인식하고 있다. 19년 무형자산 취득은 총 68.7억원으로 이중 방송프로그램이 41.4억원, 라이선스가 23.8억원이며, 무형자산 취득 및 배당 지급 위한 운영 자금은 영업활동으로 유입된 자금과 함께 차입금 조달로 충당하였다.

그림 11. 동사 현금흐름의 변화



*출처: 동사 사업보고서(2019) 1분기보고서(2020)

V. 주요 변동사항 및 향후 전망

NO.1 글로벌 엔터테인먼트 기업을 향해

대원미디어의 2020년 하반기는 콘텐츠, 유통, 방송, 출판 등 모든 사업의 확장으로 글로벌 엔터테인먼트 기업으로의 도약을 기대하고 있다.

■ 유통서비스 확대를 통한 수익성 개선

대원미디어는 일본 닌텐도 게임기를 국내에 유통하는 사업을 약 10년 이상 수행해 오고 있다. 2017년 12월 국내 정식 출시된 ‘닌텐도 스위치’가 꾸준한 수요를 확보하고 코로나 19의 영향으로 비대면 게임이 인기를 끌면서 ‘모여봐요 동물의 숲’이 흥행하고 있다. 2020년 1분기 닌텐도 유통부문 매출액은 총 매출액의 65.4%를 차지한 358.7억 원을 달성하며 동사의 매출 성장을 이끌었다. 기본 남성 사용자 중심의 사업에서 여성 사용자 유입으로 목표 고객이 확대되었고 동사는 올해 닌텐도 유통부문 매출액 2,000억 원을 예상하고 있다.

또한, 닌텐도와 관련된 소프트웨어 및 부속품의 매출액도 꾸준히 증가하는 추세를 보이며, 2020년 1분기 35.1억 원의 매출을 기록하였고 이는 전년도 1분기 대비 37% 증가한 것으로 확인되었다. 이외에도 마니아 층이 두터운 젤다의 전설 시리즈, 슈퍼마리오 등이 매출증가에 도움을 준 것으로 보인다.

그림 12. 대원미디어 닌텐도 소프트웨어 중 ‘동물의 숲’ 판매 현황

닌텐도 스위치 사업 현황



주: 게임 기기 및 게임 타이틀 판매량은 2019년 12월 31일까지의 대원미디어 누적 판매 기준

〈모여봐요 동물의 숲〉 특별 본체 및 휴대용 케이스 발매 판매부



인기 신작 게임 타이틀의 닌텐도 스위치 다운로드 번호 판매 지속



*출처: 대원미디어 IR자료(2020)

■ ‘마블’ 브랜드 라이선스 계약 체결

대원미디어는 2020년 05월 글로벌 종합엔터테인먼트 기업인 ‘월트디즈니 컴퍼니 코리아’와 ‘마블’ 브랜드 라이선스 계약을 체결했다. 동사는 높은 브랜드 인지도를 자랑하는 ‘마블’ 브랜드에 대한 라이선스 계약 체결을 통해 국내에서 피규어를 비롯한 ‘마블’ 관련 완구 사업을 본격 전개할 예정이다. 본 계약을 통해 ‘월트디즈니 컴퍼니 코리아’와의 국내 ‘마블’ 완구(피규어 등) 개발 및 유통에 대해서 우선 운영 권한을 획득하게 되었으며, 이는 동사가 2018년부터 본격적으로 완구 유통사업에 뛰어든 이래 단기간에 수립한 성과로 평가된다.

본 계약을 통해 동사는 ‘마블’ 완구(피규어 등)뿐만 아니라 모든 롤-플레이 상품과 게임(카드 및 보드게임 등) 상품 유통, 이를 활용한 출판 사업과의 연계, ‘마블’ 관련 오리지널 상품의 개발 및 생산, 전시 등 다양한 OSMU(One Source Multi-Use) 사업 검토 및 추진 예정이다.

동사는 “새로운 OTT(Over The Top) 플랫폼인 ‘디즈니 플러스’가 국내 론칭 될 예정인 가운데 기존에 극장에서 만나볼 수 있었던 다양한 마블 시리즈를 안방에서도 만나볼 수 있게 되면서 ‘마블’ 브랜드는 국내시장에 이전과는 비교할 수 없을 정도의 큰 파급력을 가져올 것으로 전망된다.”라며 “대원미디어는 올해 개봉 예정인 디즈니 신작 ‘물란’의 프린세스 완구 시리즈를 국내 유통할 예정으로 완구 사업에 대한 영향력을 지속적으로 넓혀 나갈 것이다.”라고 전했다.

표 8. 역대 국내 박스오피스 순위 (2020.05.19. 기준)

순위	영화	누적 관객수
5위	어벤져스 : 엔드게임	13,977,602명
20위	어벤져스 : 인피니티 워	11,233,176명
24위	어벤져스 : 에이지 오브 울트론	10,504,007명

*출처: 대원미디어 IR자료(2020), NICE평가정보 재가공

역대 박스오피스 TOP 30 이내에 1,000만명 이상 영화가 3편 이상 진입한 것을 어벤져스 시리즈가 유일하며, 관련 IP를 활용한 다양한 사업 전개가 가능하다는 점에서 역대 박스오피스 상위권 내에 링크된 다른 작품들과 차별화된 경쟁력을 보유하고 있다.

■ 콘텐츠와 출판 사업의 합작

세계 최대 키즈 콘텐츠 마켓 <MIP Junior2019>에서 미래 유망 장르(모험, 여행, 액션)의 성공적인 사례로 소개된 ‘시간여행자 루크’가 성공리에 방영 개시하였다. 지난 5월 9일 KBS 1TV에서 첫 방영되어 당일 방영된 지상파 애니메이션 프로그램 중에서 시청률 1위를 기록했으며, 동 시간대 지상파 시청률 2위를 기록했다. 이와 함께 첫 방영 직후 SK 브로드밴드 Btv를 통해 당일 공개된 VOD도 전체 프로그램 2,700여편 중 일일 시청 건수 TOP100에 이름을 올렸다.

대원미디어는 ‘시간여행자 루크’ IP를 활용한 OSMU(One Source Multi-Use) 사업에 대한 관심도를 높이고 다양한 기업들과의 콜라보레이션 사업에 기대감을 모으고 있다. 또한, ‘시간여행자 루크’의 배경이 유네스코에 등재된 세계 문화유산인 만경 교육 대안으로서의 효과를 기대하고 있으며 자회사 대원씨아이를 통해 ‘시간여행자 루크 스티커 색칠북’, ‘시간여행자 루크 캐릭터 스티커북’, ‘찾아라! 시간여행자 루크’, ‘시간여행자 루크 스티커 미니북’ 등의 도서 4종을 출시하였다.

향후 ‘시간여행자 루크’와 관련된 필름북과 스토리북 등 다양한 형태의 도서도 출시될 예정이며 이 외에도 완구 및 잡화, 보드게임 등 다양한 상품화 사업을 추진할 예정이다.

그림 13. ‘시간여행자 루크’ 관련 출판물 예시

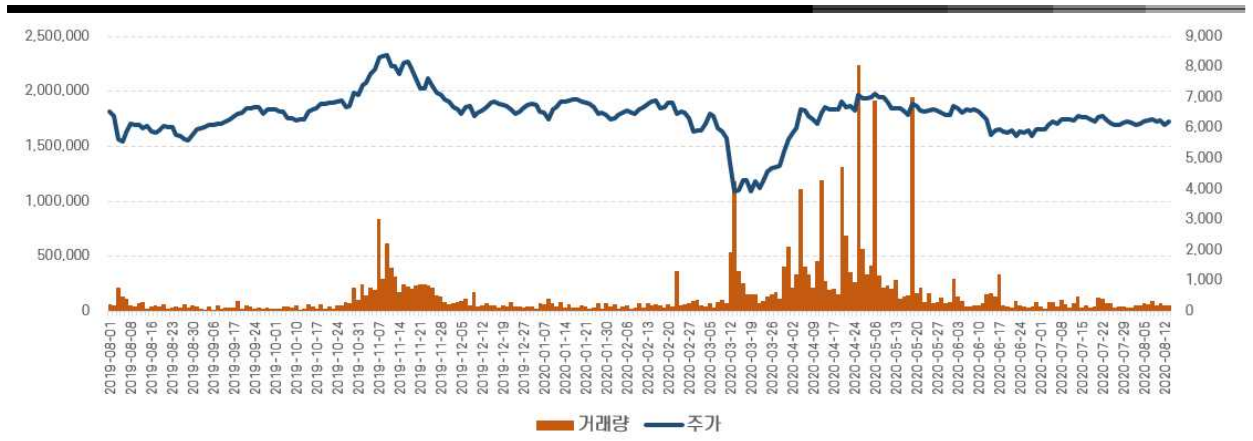


*출처: 대원미디어 홈페이지

■ 증권사 투자이견

작성기관	투자이견	목표주가	작성일
최근 6개월 내 발급된 보고서 없음			

■ 시장정보(주가 및 거래량)



*출처: Kisvalue(2020.08.)