기업브리프

키움증권

☑ Company Brief

2020.10.20

WI (073570)

빼놓을 수 없는 콜라보레이션 동반자

Not Rated

주가(10/19): 1,750원

시가총액: 1,324억원

미디어/엔터/레저

Analyst 이남수

02) 3787-5115 namsu.lee@kiwoom.com

RA 이한결

02) 3787-3759 gksruf9212@kiwoom.com

캐릭터 라이선싱 산업은 다양한 IP의 성장과 함께 중장기적으로 안정적인 성장 추세를 유지할 것으로 전망합니다. 동사는 국내외 유명 IP와의 콜라보레이션을 통해 제작 역량을 검증 받았고, 산업 및 IP 특성별 제품 생산의 영역을 확장시켜 OSMU 시대에 더욱 많은 사업 기회가 발생하며 동반 성장할 것으로 판단합니다.

>>> IP(Intellectual Property Rights)와의 콜라보레이션

캐릭터 라이선싱 사업 구조는 라이선시가 IP를 제품화하며 제품 판매에 따른 계약금과 판매량에 대한 인센티브 구조를 갖는다. 또한 제품화된 IP는 그 자체로도 재산권 가치의 제고와 추가적인 인지도 상승 효과를 얻을 수 있다.

동사는 〈카카오 프렌즈〉, 〈BTS〉, 〈펭수〉, 〈벤츠〉 등 산업 구분 없이 캐릭터와 로고 등을 상품화하여 콜라보레이션의 규모와 제품의 종류를 다양화하고 있다.

예상 매출액은 2020년 281억원, 2021년 392억원으로 고성장 할 것으로 전망하며, 기존 반도체 사업부문 철수가 이루어진다면 이익의 개선폭 역시 클 것으로 예상한다.

>>> 더욱 커질 E-Sports와 게임 유저 공략

동사는 SKT CS T1 라이선싱 외에도 〈배틀그라운드〉를 개발한 크래프톤의 자회사 펍지와의 대행 사업을 추가했다. 유튜브 등에서 확인이 가능하듯이 증가하고 있는 게임 동영상 시장에 E-Sports 프로게이머가 직접 또는 간접 출연한 콘텐츠는 집중된 흥행 효과를 불러일으킬 것으로 보인다. 페이커가 소속된 SKT CS T1과의 콜라보레이션은 글로벌 시장, 특히 아시아 시장 공략에 가장 성공적인 케이스가 될 전망이다. 또한 게임 IP의 인지도에 따른 대중적 제품과의 협업과 게임 특성에 따른 스페셜 굿즈도 가능하여 대중성과 대표적 고관여 소비자인 게임 유저에 대한 특화성을 동시에 확보할 수 있을 것으로 판단하고, 4분기 이후 출시될 〈배틀그라운드〉 콜라보레이션 제품의 흥행을 예상한다.

>>> IP 활용에서 전통 제품의 혁신으로

최근 출시한 VSA(Visual Storage Album)는 음반의 소장가치를 더욱 높여줄 제품으로 높아진 K-POP의 위상과 함께 국내외 성장이 기대된다. 국내 음반 판매량의 고성장 추세와 K-POP 아티스트의 글로벌 차트 순위 진입 등을 고려할 때 국내 엔터테인먼트와의 전방위적인 협력이 가능할 것으로 보여 단기는 물론 중장기적으로도 성장이 가능할 것이라 예상한다.

이와 같은 혁신은 디지털 트랜스포메이션 추세와 더불어 마케팅, 교육 등의 분야에도 광범위하게 활용될 수 있을 것으로 예상되어 다양한 디바이스와 플랫폼의 홍수 속에서 특화된 소비자를 공략하는 핵심 타겟 전략 도구로 성장할 것이라 전망한다.

이 보고서는 『코스닥 시장 활성화를 통한 자본시장 혁신 방안』의 일환으로 작성된 보고서입니다.

Stock Data

KOSDAQ (10/19)		822.25pt
52 주 주가동향	최고가	최저가
최고/최저가 대비	2,510원	1,090원
등락률	-30.3%	60.6%
수익률	절대	상대
1M	19.9%	29.6%
6M	9.4%	-15.6%
1Y	5.1%	-17.8%

Company Data

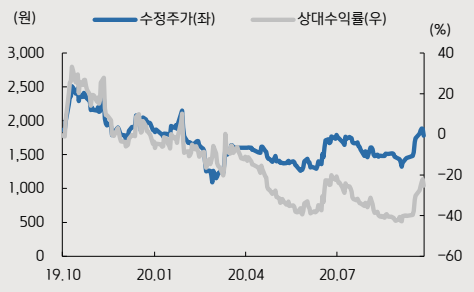
발행주식수		75,665 천주
일평균 거래량(3M)		1,062천주
외국인 지분율		1.9%
배당수익률(20E)		0.0%
BPS(20E)		528원
주요 주주	변익성 외 6 인	37.3%

투자지표

(십억원, IFRS 별도)	2018	2019	2020F	2021F
매출액	5.0	24.1	28.1	39.2
영업이익	-2.9	0.9	1.4	8.5
EBITDA	-2.4	2.2	1.9	9.0
세전이익	-5.4	1.7	1.2	8.7
순이익	-16.9	1.4	0.6	6.0
지배주주지분순이익	-16.0	1.4	0.6	6.0
EPS(원)	-329	20	8	80
증감률(%,YoY)	적지	흑전	-57.9	852.2
PER(배)	-4.1	95.8	212.1	22.3
PBR(배)	2.74	3.56	3.45	3.00
EV/EBITDA(배)	-34.3	60.9	67.8	12.9
영업이익률(%)	-58.0	3.7	5.0	21.7
ROE(%)	-56.0	3.9	1.6	14.4
순차입금비율(%)	-18.2	-9.9	-17.4	-42.8

자료: 키움증권

Price Trend



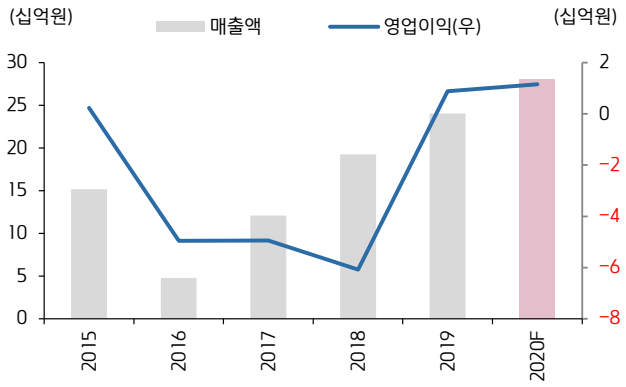
WI 실적 추이 및 전망 (K-IFRS 별도 기준)

(십억원)	1Q19	2Q19	3Q19	4Q18	1Q20	2Q20F	3Q20F	4Q20F	2019	2020F	2021F
매출액	5.7	7.1	6.0	5.3	5.7	7.2	7.0	8.3	24.1	28.1	39.2
(YoY)	1002.1%	943.4%	-26.1%	-46.8%	-0.3%	1.6%	15.6%	57.1%	24.8%	16.8%	39.4%
컨텐츠	4.4	4.7	4.9	6.1	5.1	6.6	6.4	8.0	20.1	26.1	39.2
기타	1.3	2.4	1.1	-0.8	0.6	0.6	0.5	0.3	4.0	2.0	0.0
매출원가	4.0	5.1	4.1	3.3	3.4	4.8	4.8	5.4	16.4	18.4	22.0
(YoY)	778.6%	606.3%	-2.6%	-33.3%	-14.3%	-6.8%	18.2%	66.7%	60.0%	12.2%	19.3%
매출총이익	1.7	1.9	1.9	2.0	2.3	2.4	2.1	2.9	7.6	9.7	17.2
(YoY)	2521.3%	-4042.6%	-50.9%	-59.9%	31.6%	23.8%	10.1%	41.6%	-15.3%	26.8%	77.8%
GPM	30.5%	27.4%	32.3%	38.2%	40.3%	33.4%	30.8%	34.4%	31.7%	34.4%	43.9%
판관비	2.1	2.3	1.8	0.6	2.1	2.1	2.0	2.2	6.8	8.3	8.7
(YoY)	39.4%	72.2%	-73.7%	-90.1%	-1.2%	-10.4%	11.3%	298.8%	-55.3%	23.4%	4.6%
영업이익	-0.4	-0.4	0.2	1.5	0.2	0.3	0.2	0.7	0.9	1.3	8.5
(YoY)	적지	적지	흑전	흑전	흑전	흑전	-0.4%	-55.1%	흑전	52.4%	531.8%
OPM	-7.1%	-5.3%	3.1%	27.8%	3.0%	4.6%	2.7%	7.9%	3.7%	4.8%	21.7%
순이익	-1.1	-0.5	0.6	2.5	0.2	-1.0	0.1	1.4	1.5	0.7	6.1
(YoY)	적지	적지	흑전	흑전	흑전	적지	-85.9%	-44.3%	흑전	-55.6%	829.9%
NPM	-18.5%	-7.4%	9.9%	46.4%	2.8%	-13.2%	1.2%	16.4%	6.1%	2.3%	15.6%

자료: WI, 키움증권

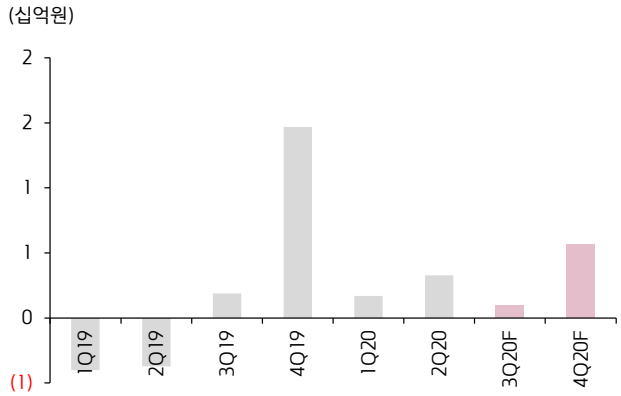
주1. 주 재무제표 변경 : 2019년 3분기 (연결 → 별도)

WI 연도별 매출액 및 영업이익 추이 및 전망



자료: WI, 키움증권

WI 분기별 영업이익 추이 및 전망



자료: WI, 키움증권

>>> 기존 제품에서 새로운 제품으로 혁신

'보이는 디지털 앨범' VSA(Visual Storage Album)은 태블릿과 같이 스크린이 탑재된 음악 앨범으로 스마트폰 성장에 따른 스트리밍 확대에 있는 음반 시장에 새로운 형태의 수익 구조를 제시할 것으로 예상한다. 시장조사기관 IDC는 디지털 트랜스포메이션을 '기업이 새로운 비즈니스 모델, 제품, 서비스를 창출하기 위해 디지털 역량을 활용함으로써 고객 및 시장(외부 생태계)의 파괴적인 변화에 대응하거나 이를 추진하는 지속적인 프로세스'로 정의하고 있다.

이와 같은 변화의 트렌드 속에서 음반은 바이닐, CD, 스트리밍 등으로 시도되고 있으나, 결국 듣기에 한정되고 있었다. 또한 디바이스의 변화가 더욱 급격하게 발전하며 현재 음악 앨범은 특별한 경우를 제외하고는 음악을 듣기 위한 재화로의 소비가 아니다.

하지만 팬 또는 팬이 아니더라도 음악을 소비하고 즐기는 시장은 디바이스의 발전과 플랫폼의 글로벌화를 통해 더욱 성장하고 있다. 이제 음악 앨범은 음악청취용에서 소장용 혹은 아티스트 콘서트 참여에 필요한 기본 아이템 등으로 확대되며 아티스트에 대한 높은 로열티를 증명하는 요인 중 하나이다.

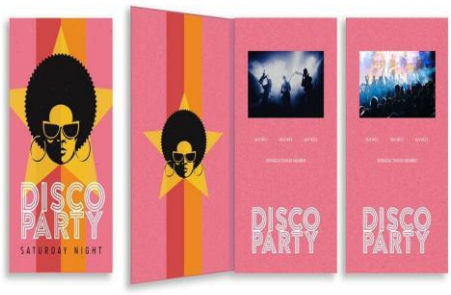
특히 최근 피지컬 음반은 노래를 담고 있는 CD뿐만 아니라 이티스트의 미니 화보집과 같은 부가적인 콘텐츠 들이 함께 포함되어 있다. 앨범에 대한 구매가 소장의 성격이 강해지며 향후 피지컬 음반의 콘텐츠 옵션은 더욱 다양화 될 가능성이 높고, 이는 음악에서 마케팅으로 변화하는 과정으로 해석할 수도 있다.

2020년 우리나라 가온차트 Top100 기준 앨범 판매량은 상반기 누적 1,690만장으로 집계되었다. 2019년에는 연간 2,100만장을 판매하며 전년 대비 8.9% 성장하는 모습을 보여주었다. 코로나19는 콘서트 등 대면 콘텐츠의 급격한 부재를 가져왔지만, 팬덤은 흔들리지 않았으며 앨범에 대한 집중도가 높아져서 아티스트에 대한 이해와 관심은 더욱 증가했을 것으로 예상한다.

K-POP은 'Korean Style & Narrative'와 'Glocalization'을 전략으로 세계 무대를 공략하고 있다. K-POP 아티스트들은 본인들의 이야기를 솔직한 감성으로 담아내며 시리즈로 창작해 내는 단계까지 도달하며 글로벌 공감대를 확장하는데 성공하고 있다. 이처럼 아티스트와의 더욱 높은 교감과 공감을 이끌어 낼 수 있는 VSA는 더욱 좋은 무기가 될 수 있어 국내외 관심과 집중을 받을 것으로 전망한다.

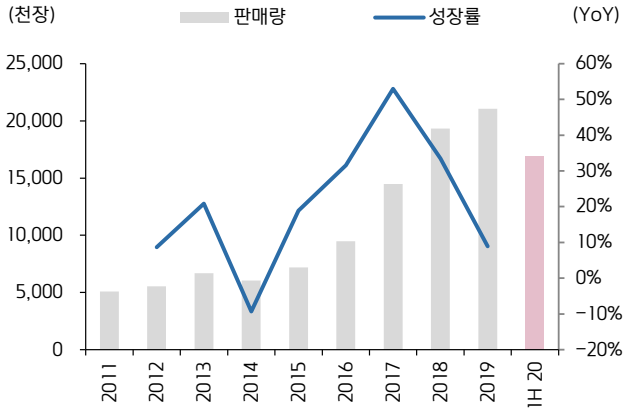
이와 같은 변화의 트렌드 중에 동사는 VSA 관련 기술, 디자인 특원 출원 등을 통해 국내외 주요 엔터테인먼트사와 협의를 통해 시장 침투를 진행할 예정이다. 이는 전통 제품에서 디지털 제품으로 전환되는 디지털 트랜스포메이션의 진행 과정이라 할 수 있다. 이를 통해 다양한 디바이스와 플랫폼의 홍수 속에 노출된 소비자 중에서 구분된 핵심 타겟층을 공략하는 히트 상품으로 자리매김할 것으로 전망한다.

VSA 실물



자료: WI, 키움증권

가온차트 Top100 판매량 및 성장률 추이



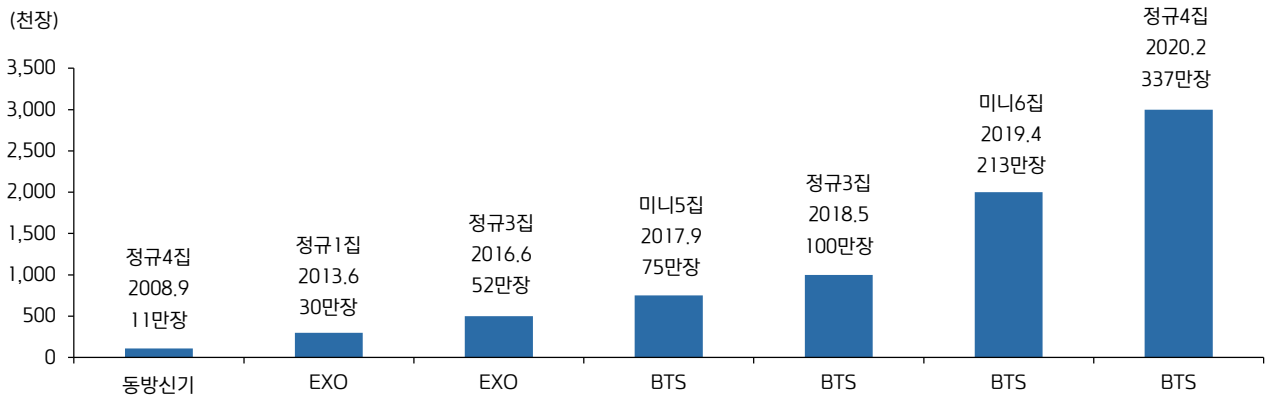
자료: 가온차트, 키움증권

주요 아티스트 2019년 대비 앨범 초동 및 합산 증가량

구분	2019년	2020년
NCT DREAM	WE BOOM / 미니앨범 3 집 / 2019.07.26	RELOAD / 미니앨범 4 집 / 2020.04.29
(SM)	182,970 장	412,458 장(125% ↑)
ITZY	IT'z ICY / 미니앨범 1 집 / 2019.07.29	Not Shy / 미니앨범 3 집 / 2020.08.17
(JYP)	32,416 장	144,355 장(345% ↑)
여자아이들	I MADE / 미니앨범 2 집 / 2019.02.26	I TRUST / 미니앨범 3 집 / 2020.04.26
(CUBE)	20,390 장	112,075 장(450% ↑)
SF9	RPM / 미니앨범 7 집 / 2019.06.17	FIRST COLLECTION / 정규 1 집 / 2020.01.07
(FNC)	27,032 장	68,707 장(154% ↑)

자료: 한터차트, 키움증권

역대 초동 신기록



자료: 한터차트, 언론보도, 키움증권

>>> 지적재산권(IP) OSMU(One Source Multi Use)의 해결책

전통적으로 소비자는 관여도가 높은 제품 및 서비스에 대한 광고 수용도가 크다. 관여도란 특정 제품이나 대상에 대한 지속적인 관심이나 중요성을 자각하는 정도라 할 수 있고, 광고주가 보내는 메시지의 최종 수용에 영향을 미친다.

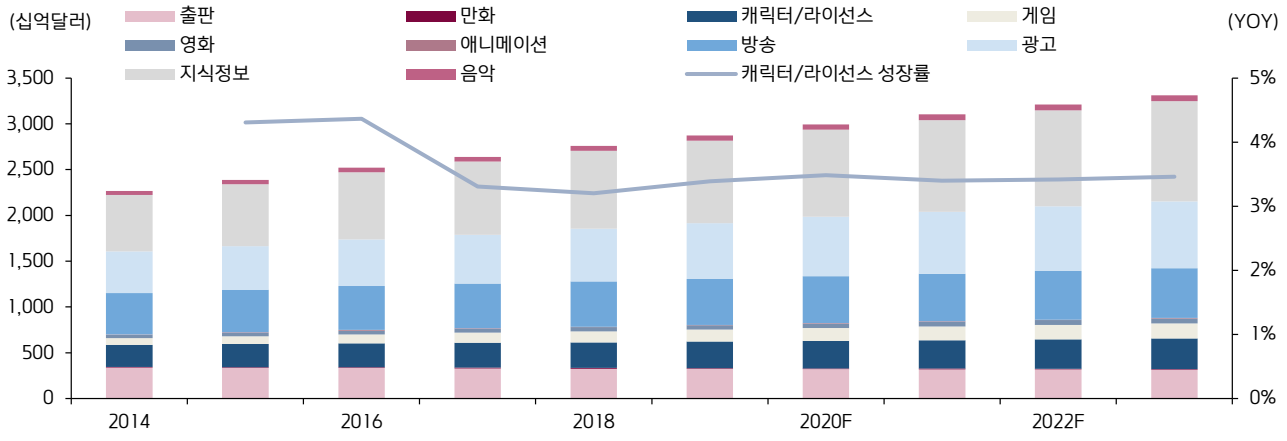
코로나19로 인해 언택트 소비가 증가함에 따라 소비 내용의 상호 교환이 발생하지 않는 사회로 급격하게 전환됨에 따라 과거 소비자의 경제 행위에 대한 수요 기준의 점검이 필요한 시점이다. 또한 디지털 기술 발전에 따라 재화 및 서비스에 대한 상시 평가가 가능해지며 소비자 개인이 느끼는 효용의 종류는 더욱 다양해 지고, 기업은 더욱 예민한 소비자와 커뮤니케이션을 해야하는 상황에 직면해 있다.

기업과 소비자가 소통하는 과정에서 기업의 아이덴티티를 세련되게 표현하는 IP는 과거 마스코트와 같은 역할을 한다. 동사는 2018년 국내 최고의 모바일 액세서리 전문 기업 '위드 모바일'을 인수하며 머천다이징 사업을 본격적으로 수행하였고, 특히 카카오와 협업하며 〈카카오 프렌즈〉를 활용한 모바일 악세서리를 생산하며 안정적인 사업구조를 확보하였다. 이외에도 〈BTS〉, 〈펭수〉, 〈벤츠〉 등의 IP를 활용한 다양한 상품을 선보이고 있다.

최근에는 글로벌 게임인 〈배틀그라운드〉 개발사 펍지와 IP 라이선스 계약을 체결하며 대표적인 고관여 소비자인 게이머들을 공략할 것으로 보인다. 1차적으로 〈배틀그라운드〉 유저를 대상으로 라이선스 제품의 소비를 이끌어 낼 것으로 보이고, 이를 통해 히트 굿즈로의 발돋움도 가능할 것으로 예상한다.

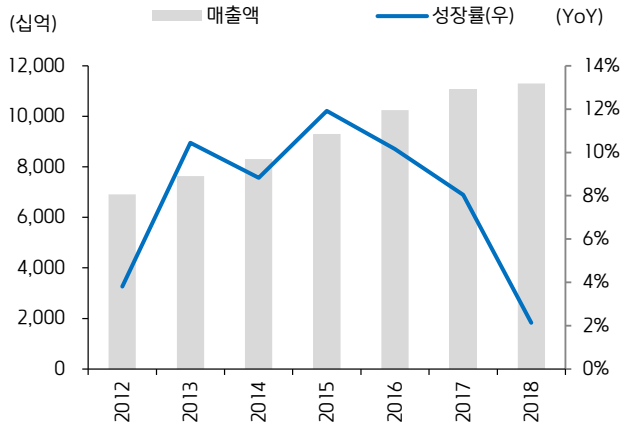
특히 10대 이전부터 비디오 게임을 하며 자라난 게임의 핵심 소비층인 우리나라 밀레니얼 세대는 전체 인구의 20% 수준으로 약 1,000만명으로 추정되고, 전세계적으로는 세계 인구의 1/4 수준인 18억명으로 예상되어 충분한 배후 시장을 확보한 것으로 판단한다. 동사가 협업한 〈배틀그라운드〉는 2020년 9월 기준 평균 동접자수 16.9만명과 최고 동접자수 40만명이 즐기고 있어 콜라보레이션 제품의 탄탄한 소비 기반이 기대된다. 더욱이 주니어 세대에서 경제 중심 세대인 40대로 올라서는 밀레니얼의 소비능력은 더욱 공고해 질 것으로 보여 게임 관련 산업의 누적 이용량이 더욱 증가하며 동반 성장하는 모습을 보일 것으로 판단한다.

글로벌 콘텐츠 산업 시장 규모 및 전망



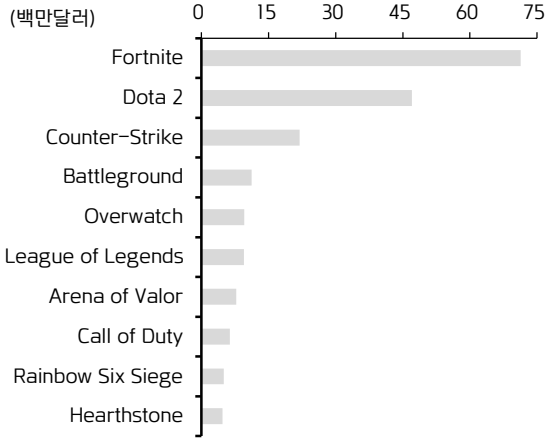
자료: 한국콘텐츠진흥원, 키움증권

국내 캐릭터 개발 및 라이선스업 매출액 현황



자료: 한국콘텐츠진흥원, 키움증권

2019 Top 10 Games Prizes



자료: esportsearnigs, 키움증권

League of Legends Season Prizes

	LCK(Korea)	LEC(Europe)	LPL(China)	LCS(America)	Worlds
2017 SPRING	$260,000	$200,000	$525,000	$200,000	$4,170,000
2017 SUMMER	$263,730	$100,000	$525,525	$200,000	
2018 SPRING	$326,900	$245,000	$527,727	$200,000	$2,250,000
2018 SUMMER	$290,000	$222,000	$539,595	$200,000	
2019 SPRING	$307,673	$225,651	$520,870	$200,000	$2,250,000
2019 SUMMER	$276,704	$221,000	$491,435	$200,000	
2020 SPRING	$246,660	$217,500	$520,870	$200,000	$2,250,000
2020 SUMER	$252,650	$218,080	$609,596	$200,000	

자료: 언론보도, 키움증권

IP 라이선스 현황

계약 상대방	항목	내용
카카오아이엑스 주식회사	계약 유형	캐릭터 사용 허락 계약서
	체결시기 및 기간	2020.04.01~2023.03.31
	목적 및 내용	카카오프렌즈 캐릭터의 사용계약
	기타 주요 내용	-
주식회사 토인즈씨	계약 유형	캐릭터상품 개발/판매계약서
	체결시기 및 기간	2019.04.23 / 1 년(자동연장)
	목적 및 내용	유니버셜 스튜디오 캐릭터를 활용한 상품화 사업
	기타 주요 내용	-
메르세데스 벤츠	계약 유형	브랜드 로고 라이선스 사용 허락 계약서
	체결시기 및 기간	2019.04.25~2022.06.30
	목적 및 내용	벤츠의 로고인 삼각별을 이용한 모바일 제품 사업
	기타 주요 내용	-
빅히트아이피	계약 유형	캐릭터 사용 허락 계약서
	체결시기 및 기간	2020 년 1 분기 계약
	목적 및 내용	BTS 캐릭터의 사용계약
	기타 주요 내용	-
한국교육방송공사 / 소유코퍼레이션	계약 유형	캐릭터 사용 허락 계약서
	체결시기 및 기간	2020 년 1 분기 계약
	목적 및 내용	펭수 캐릭터의 사용계약
	기타 주요 내용	-
㈜ SK Telecom CS T1	계약 유형	라이선싱 사업 대행 등
	체결시기 및 기간	2020 년 2 분기 계약(3 년간 진행 예정)
	목적 및 내용	라이선싱 에이전트 계약
	기타 주요 내용	-

자료: WI, 키움증권

카카오프렌즈 IP 콜라보레이션 주요 제품

자료: WI, 키움증권

펭수 IP 콜라보레이션 주요 제품

자료: WI, 키움증권

벤츠 IP 콜라보레이션 주요 제품

자료: WI, 키움증권

>>> 현재보다 미래가 더 기대되는 E-Sports와의 콜라보레이션

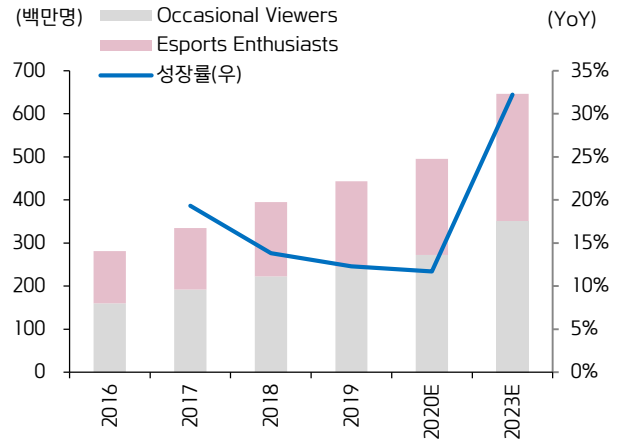
2019년 유튜브 게임 콘텐츠 시청시간은 500억 시간을 넘겨 녹화 게임 콘텐츠 수요를 이끌고 있고, 트위치는 올해 상반기 누적 스트리밍 시간이 3.2억 시간에 달하며 유튜브 31백만 시간과 더불어 생방송 수요를 증가 시키고 있다. 또한 페이스북은 올해 '페이스북 게이밍'을 런칭하며 스트리밍 시장 확장을 시도하고 있어, 글로벌 플랫폼의 웰메이드 콘텐츠 수급 경쟁은 더욱 치열해질 전망이다.

콘텐츠 제작과 수급 측면에서도 시장 환경 및 전략은 향후 빠르게 변화할 것이라 예상한다. 콘텐츠 경쟁 증가로 다량의 고품질 콘텐츠를 즐길 수 있는 환경이 조성되고 있어 글로벌 시청자를 보유한 게임 IP에 대한 투자는 매력적인 포인트이다.

최근 〈바람의 나라: 연〉의 '응답하라 바람의 나라' 광고는 청소년기 PC방에 바람의 나라를 즐기던 친구들이 휴대폰으로 게임을 할 수 있을까 의문 하던 것이 현실로 되어 현재 30대에 게임을 함께 하는 모습을 그렸다. 이처럼 게임은 PC 및 모바일 게임의 확장으로 인해 최초 사용 연령이 낮아지고, 1990년대 중반 이 게임들을 즐겼던 세대가 경제활동 인구로 성장해 잠재적 신규 게임 사용자 또는 현 게임 유저로 누적될 가능성이 높기에 성장성이 탄탄하다고 예상한다.

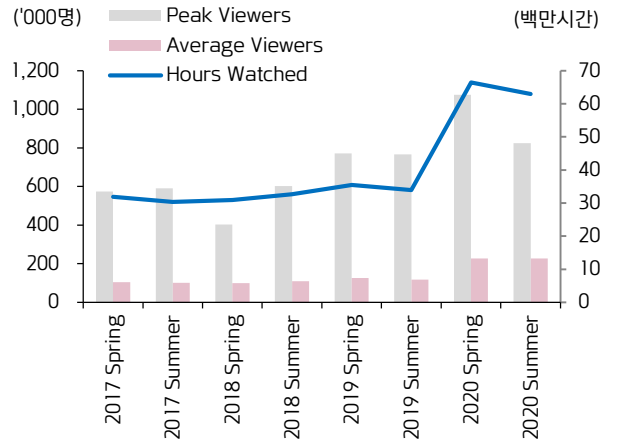
특히 글로벌 게임으로 히트한 게임의 경우 E-Sports로 확장되고 있고, 동사는 SKT와 Comcast가 설립한 글로벌 E-Sports 전문 기업인 SKT CS T1에 투자하여 E-Sports 성장의 수혜를 직•간접적으로 볼 것으로 전망한다. SKT CS T1이 게임 콘텐츠 제작, 스트리밍 방송, 게임 굿즈 판매 등 게임 플랫폼 사업 추진 시 동사와 협력하여 진행할 것으로 예상되어 콘텐츠 확보에 유리한 고지를 점하고 있는 상황도 매력적이다. 특히 SKT CS T1에는 〈리그 오브 레전드〉 월드 스타 페이커가 속해 있어 글로벌 인지도 및 콜라보레이션 제품 생산에 유리한 측면을 보유하고 있어 수출에 따른 매출 확장도 기대할 수 있는 점은 고무적이다.

e스포츠 글로벌 관람객 추이 및 전망



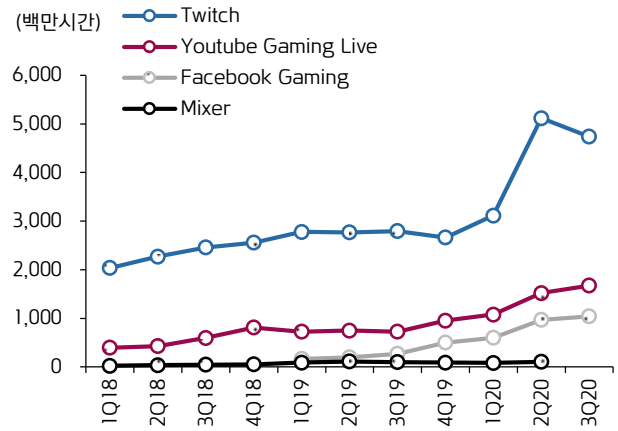
자료: Newzoo, 키움증권

LoL 시청자 수 추이(LCK)



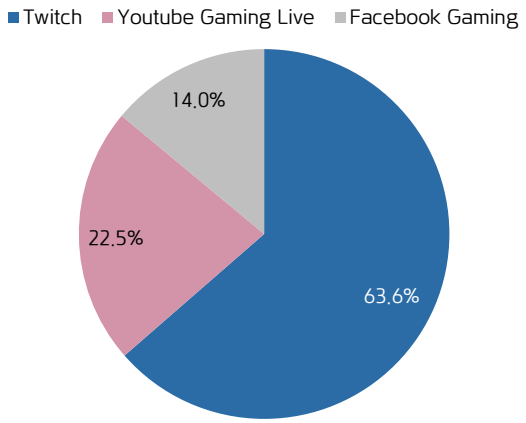
자료: escharts, 키움증권

글로벌 라이브 게임 스트리밍 누적 시청 시간



자료: streamlabs, 키움증권

글로벌 라이브 게임 스트리밍 플랫폼 점유율



자료: streamlabs, 키움증권

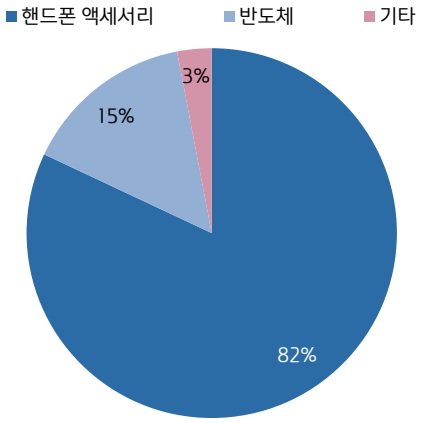
>>> 기업개요

WI는 반도체 검사장비 개발 및 제조 기업에서 2019년 2월 모바일 액세서리 굿즈 전문 기업 '위드모바일'의 지분을 100% 인수하면서 IP 활용 전문기업으로 사업 전환에 성공하였다. 2019년 〈카카오 프렌즈〉를 시작으로 〈펭수〉, 〈BTS〉, 〈벤츠〉 등 다양한 핵심 IP를 확보하며 IP 라이선싱 사업자로 탈바꿈하고 있다.

동사는 IP 기반 액세서리 기획, 제작 및 유통의 전반적인 부분을 담당하고 있다. 주요 제품으로는 〈카카오 프렌즈〉와 같은 IP를 활용한 휴대폰 케이스, 보조배터리, 블루투스 스피커 등 모바일 액세서리가 주를 이룬다. 모바일 액세서리 사업부의 2020년 상반기 기준 매출액은 113억원으로 전체 매출 비중의 88%를 차지하고 있다.

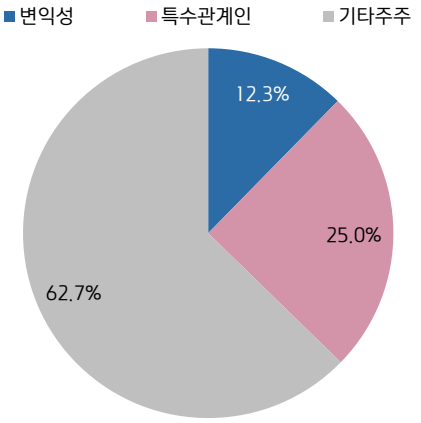
IP 다각화를 위해 동사는 신규 사업으로 E-Sports 분야를 택했다. SK텔레콤과 글로벌 미디어 기업 Comcast의 합작 E-Sports 기업 'SKT CS T1'에 20억원을 투자하면서 약 2%의 지분을 확보하였다. 이를 계기로 본격적으로 E-Sports 구단과 핵심 인기 선수를 활용한 게임 컨텐츠 제작 및 굿즈 판매 등 IP 사업 확장을 준비 중이다.

WI 2019년 사업부문별 비중



자료: WI, 키움증권

WI 주주구성



자료: WI, 키움증권

포괄손익계산서

(단위: 십억원)

12 월 결산, IFRS 별도	2018A	2019A	2020F	2021F	2022F
매출액	5.0	24.1	28.1	39.2	48.7
매출원가	4.2	16.4	18.4	22.0	27.3
매출총이익	0.8	7.6	9.7	17.2	21.4
판관비	3.6	6.8	8.3	8.7	9.3
영업이익	-2.9	0.9	1.4	8.5	12.1
EBITDA	-2.4	2.2	1.9	9.0	12.5
영업외손익	-2.5	0.8	-0.2	0.2	0.3
이자수익	0.0	0.3	0.3	0.6	0.7
이자비용	0.9	1.1	1.1	1.1	1.1
외환관련이익	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
외환관련손실	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
종속 및 관계기업손익	0.0	0.4	0.0	0.0	0.0
기타	-1.6	1.2	0.6	0.7	0.7
법인세차감전이익	-5.4	1.7	1.2	8.7	12.5
법인세비용	-0.3	0.1	0.6	2.6	3.8
계속사업순손익	-5.1	1.6	0.6	6.0	8.7
당기순이익	-16.9	1.4	0.6	6.0	8.7
지배주주순이익	-16.0	1.4	0.6	6.0	8.7
증감율 및 수익성 (%)					
매출액 증감율	-50.3	382.0	16.6	39.5	24.2
영업이익 증감율	흑전	-131.0	55.6	507.1	42.4
EBITDA 증감율	흑전	-191.7	-13.6	373.7	38.9
지배주주순이익 증감율	흑전	-108.8	-57.1	900.0	45.0
EPS 증감율	적지	흑전	-57.9	852.2	43.8
매출총이익율(%)	16.0	31.5	34.5	43.9	43.9
영업이익률(%)	-58.0	3.7	5.0	21.7	24.8
EBITDA Margin(%)	-48.0	9.1	6.8	23.0	25.7
지배주주순이익률(%)	-320.0	5.8	2.1	15.3	17.9

재무상태표

(단위: 십억원)

12 월 결산, IFRS 별도	2018A	2019A	2020F	2021F	2022F
유동자산	66.1	30.0	30.2	35.7	44.1
현금 및 현금성자산	25.9	10.8	15.3	28.0	36.3
단기금융자산	8.4	1.9	0.4	0.1	0.0
매출채권 및 기타채권	23.4	8.0	4.2	1.6	1.5
재고자산	7.0	4.5	5.3	1.0	1.0
기타유동자산	1.4	4.8	5.0	5.0	5.3
비유동자산	27.1	22.8	20.3	20.8	21.4
투자자산	5.8	14.1	12.1	13.1	14.1
유형자산	10.8	5.2	4.8	4.4	4.1
무형자산	8.5	2.4	2.3	2.2	2.1
기타비유동자산	2.0	1.1	1.1	1.1	1.1
자산총계	93.2	52.8	50.4	56.6	65.5
유동부채	35.3	13.5	10.3	10.5	11.0
매입채무 및 기타채무	10.5	1.3	0.6	0.7	0.8
단기금융부채	21.8	8.6	8.6	8.6	8.6
기타유동부채	3.0	3.6	1.1	1.2	1.6
비유동부채	8.4	1.1	1.1	1.1	1.1
장기금융부채	3.5	0.2	0.2	0.2	0.2
기타비유동부채	4.9	0.9	0.9	0.9	0.9
부채총계	43.7	14.6	11.4	11.6	12.1
지배지분	33.8	38.2	39.0	44.9	53.4
자본금	6.9	7.1	7.6	7.6	7.6
자본잉여금	49.9	35.4	35.4	35.4	35.4
기타자본	-5.0	-5.0	-5.0	-5.0	-5.0
기타포괄손익누계액	-0.6	-0.8	-1.0	-1.2	-1.4
이익잉여금	-17.4	1.5	2.1	8.1	16.8
비지배지분	15.7	0.0	0.0	0.0	0.0
자본총계	49.5	38.2	39.0	44.9	53.4

현금흐름표

(단위: 십억원)

12 월 결산, IFRS 별도	2018A	2019A	2020F	2021F	2022F
영업활동 현금흐름	-11.9	-3.7	-0.7	12.1	8.1
당기순이익	-14.5	1.6	0.6	6.0	8.7
비현금항목의 가감	3.2	0.9	0.4	2.2	3.1
유형자산감가상각비	0.4	0.9	0.4	0.4	0.3
무형자산감가상각비	0.1	0.4	0.1	0.1	0.1
지분법평가손익	0.0	-0.4	0.0	0.0	0.0
기타	2.7	0.0	-0.1	1.7	2.7
영업활동자산부채증감	-0.3	-5.6	-0.4	7.0	0.4
매출채권및기타채권의감소	-0.6	1.8	3.8	2.6	0.1
재고자산의감소	0.0	-1.8	-0.8	4.3	0.0
매입채무및기타채무의증가	0.1	-0.2	-0.7	0.1	0.1
기타	0.2	-5.4	-2.7	0.0	0.2
기타현금흐름	-0.3	-0.6	-1.3	-3.1	-4.1
투자활동 현금흐름	-9.2	-4.1	1.4	-2.7	-2.9
유형자산의 취득	-0.1	-0.7	0.0	0.0	0.0
유형자산의 처분	0.2	0.1	0.0	0.0	0.0
무형자산의 순취득	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
투자자산의감소(증가)	4.8	-7.9	2.0	-1.0	-1.0
단기금융자산의감소(증가)	-5.7	6.6	1.4	0.3	0.1
기타	-8.4	-2.2	-2.0	-2.0	-2.0
재무활동 현금흐름	37.0	-2.0	-0.1	-0.5	-0.5
차입금의 증가(감소)	11.8	-1.5	0.0	0.0	0.0
자본금, 자본잉여금의 증가(감소)	25.2	0.0	0.4	0.0	0.0
자기주식처분(취득)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
배당금지급	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
기타	0.0	-0.5	-0.5	-0.5	-0.5
기타현금흐름	3.8	-5.3	3.8	3.8	3.8
현금 및 현금성자산의 순증가	19.7	-15.1	4.4	12.7	8.4
기초현금 및 현금성자산	6.2	25.9	10.8	15.2	27.9
기말현금 및 현금성자산	25.9	10.8	15.2	27.9	36.3

투자지표

(단위: 원, %, 배)

12 월 결산, IFRS 별도	2018A	2019A	2020F	2021F	2022F
주당지표(원)					
EPS	-329	20	8	80	115
BPS	487	536	516	593	705
CFPS	-267	33	14	108	156
DPS	0	0	0	0	0
주가배수(배)					
PER	-4.1	95.8	212.1	22.3	15.5
PER(최고)	-7.8	129.4	265.7		
PER(최저)	-3.0	51.2	100.8		
PBR	2.74	3.56	3.45	3.00	2.52
PBR(최고)	5.30	4.81	4.32		
PBR(최저)	2.06	1.90	1.64		
PSR	13.71	5.58	4.66	3.44	2.77
PCFR	-5.0	57.9	125.9	16.4	11.4
EV/EBITDA	-34.3	60.9	67.8	12.9	8.6
주요비율(%)					
배당성향(%,보통주,현금)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
배당수익률(%,보통주,현금)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
ROA	-28.1	1.9	1.2	11.3	14.2
ROE	-56.0	3.9	1.6	14.4	17.7
ROIC	-13.9	4.3	3.4	34.4	64.7
매출채권회전율	0.4	1.5	4.6	13.6	32.2
재고자산회전율	1.4	4.2	5.8	12.5	49.8
부채비율	88.1	38.4	29.1	25.9	22.6
순차입금비율	-18.2	-9.9	-17.4	-42.8	-51.5
이자보상배율	-3.1	0.8	1.2	7.8	11.1
총차입금	25.3	8.9	8.9	8.9	8.9
순차입금	-9.0	-3.8	-6.8	-19.2	-27.5
NOPLAT	-2.4	2.2	1.9	9.0	12.5
FCF	-2.9	-3.7	0.8	13.4	9.3

자료 : 키움증권

Compliance Notice

- 당사는 10월 19일 현재 'WI(073570)' 발행주식을 1% 이상 보유하고 있지 않습니다.
- 당사는 동 자료를 기관투자자 또는 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 동 자료의 금융투자분석사는 자료 작성일 현재 동 자료상에 언급된 기업들의 금융투자상품 및 권리를 보유하고 있지 않습니다.
- 동 자료에 게시된 내용들은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭없이 작성되었음을 확인합니다.

고지사항

- 본 조사분석자료는 당사의 리서치센터가 신뢰할 수 있는 자료 및 정보로부터 얻은 것이나, 당사가 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없고, 통지 없이 의견이 변경될 수 있습니다.
- 본 조사분석자료는 유가증권 투자를 위한 정보제공을 목적으로 당사 고객에게 배포되는 참고자료로서, 유가증권의 종류, 종목, 매매의 구분과 방법 등에 관한 의사결정은 전적으로 투자자 자신의 판단과 책임하에 이루어져야 하며, 당사는 본 자료의 내용에 의거하여 행해진 일체의 투자행위 결과에 대하여 어떠한 책임도 지지 않으며 법적 분쟁에서 증거로 사용 될 수 없습니다.
- 본 조사 분석자료를 무단으로 인용, 복제, 전시, 배포, 전송, 편집, 번역, 출판하는 등의 방법으로 저작권을 침해하는 경우에는 관련법에 의하여 민·형사상 책임을 지게 됩니다.