

이 보고서는 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

기술분석보고서

 YouTube 요약 영상 보러가기

# 시공테크(020710)

## 상업/전문서비스

요약

기업현황

시장동향

기술분석

재무분석

주요 변동사항 및 전망



작성기관

NICE평가정보(주)

작성자

지혜련 선임연구원

- 본 보고서는 「코스닥 시장 활성화를 통한 자본시장 혁신방안」의 일환으로 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해, 한국거래소와 한국예탁결제원의 후원을 받아 한국IR협의회가 기술신용 평가기관에 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.



한국IR협의회



# 시공테크(020710)

국내 전시문화산업 분야 선도기업, 글로벌 에듀테크 기업으로 도약

## 기업정보(2020/07/31 기준)

대표자	박기석
설립일자	1988년 02월 19일
상장일자	1999년 08월 13일
기업규모	중견기업
업종분류	그 외 기타 창작 및 예술관련 서비스업
주요제품	전시물, 전시시설, 인테리어, 진열장, 수장고, 훈증시스템

## 시세정보(2020/11/2 기준)

현재가(원)	4,665
액면가(원)	500
시가총액(억 원)	935
발행주식수	20,047,970
52주 최고가(원)	6,940
52주 최저가(원)	3,310
외국인지분율	0.74%
주요주주	박기석, 임기석

## ■ 국내 전시문화산업 분야 선도기업

시공테크는 불모지였던 국내 전시문화산업의 견인차 역할을 해오면서 선도 기업으로 성장했으며, 2,000여건이 넘는 국내 굵직한 프로젝트를 수행해왔다. 국립중앙박물관, 서울역사박물관 등 가상현실(VR), 증강현실(AR)을 적용한 첨단 교육 콘텐츠를 전시해왔으며, 서울드래곤시티호텔, 롯데월드타워 등 인테리어 사업에도 두각을 나타내고 있다. 2020년 3월 해양수산부와의 105억 원 규모 수주 계약을 시작으로 6월 경상남도 교육청과 74억 원 규모, 대구광역시와 39억 원 규모, 7월 포스코와 46억 원의 수주 계약을 체결하였다.

## ■ 글로벌 에듀테크 기업으로 도약

에듀테크 사업의 주축인 아이스크림미디어와 아이스크림에듀는 330만 건의 교육 콘텐츠를 보유하고 있으며, VR, AR 등의 실감 콘텐츠도 방대하게 보유하고 있는 것으로 파악된다. 특히 교육 플랫폼 아이스크림S는 전국 초등 학교 93%에서 활용되고 있으며, 해외 42개국에서 교포들에 의해 사용되고 있다. 최근 아이스크림미디어는 미주개발은행(IDB)과 남미국가 교육 지원 플랫폼 공급계약을 체결하였으며, 스마트 코딩로봇 '뚜루뚜루'는 프랑스, 스페인, 일본, 아랍에미리트(UAE) 등 해외 18개국에 수출되고 있다. 향후 국제 표준 적용, 현지화 등으로 동사의 콘텐츠, 기술, 플랫폼이 국제적 경쟁력을 갖추게 되면 글로벌 시장 도약이 용이할 것으로 전망된다.

## ■ 포스트 코로나 19 시대, 전시문화산업의 향방

코로나 19로 전시문화산업은 경제적 손실 및 고용 감소 현상을 겪고 있다. 이에 따라 기존 오프라인 방식에서, 온/오프라인을 병행한 하이브리드 방식 또는 온라인에서만 행사를 개최하는 가상 전시회 방식으로 변화하고 있다. 국내외 전시 행사들이 재개되는 가운데 전 세계 행사 개최 기준이 제시되고 있으며, 코로나 19에 대응하는 행사 재개최 전략 및 솔루션 사례가 나타나고 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	1,731.1	114.3	148.6	8.6	187.2	10.8	21.5	15.6	35.6	950	4,869	7.2	1.4
2018	729.6	(57.9)	(47.2)	(6.5)	14.4	2.0	1.5	1.1	29.3	73	4,820	85.0	1.3
2019	1,197.7	64.2	80.2	6.7	153.4	12.8	15.1	11.1	43.3	786	5,576	6.3	0.9



## 기업경쟁력

### 국내 전시문화산업 분야 선도기업

#### ■ 국내 전시문화산업 견인차 역할

- 2,000건이 넘는 국내 굵직한 프로젝트 수행
- VR, AR을 적용한 첨단 교육 콘텐츠 전시
- 인테리어 사업에서도 두각

#### ■ 2020년 수주 계약 성사 현황

- 해양수산부, 경상남도 교육청, 대구광역시, 포스코

## 핵심기술 및 주력 사업

### 과학적 프로세스, 차별화된 Out-Put

#### ■ 총 6단계로 전시 제작 프로세스 구축

- 마스터 플랜 설정, 기본 계획, 기본 설계, 실시 설계, 제작/설치, 시운전/사후관리 순으로 진행

#### ■ 활발한 연구개발, 다수의 지식재산권 보유

- 문화기술연구소 운영
- 다수의 전문가 집단에 의한 개발
- 특히 50건, 디자인 10건 외 다수 보유

## 국내 에듀테크 사업 대표주자

### ■ 아이스크림미디어, 아이스크림에듀

- 동사 계열사로 에듀테크 사업의 주축
- 330만 건의 교육 콘텐츠 보유
- 1일 1,500만 건 데이터 분석, 10만 명 회원 대상 맞춤형 서비스 제공

### ■ 글로벌 시장 도약 발판 마련

- 교육 플랫폼 아이스크림S 해외 42개국 수출
- 스마트 코딩로봇 '뚜루뚜루' 해외 18개국 수출

## 주력 사업



전시관, 박물관, 인테리어, 영상, 콘텐츠 외

## 시장경쟁력

### 전문가 집단 기반 기술력 보유

#### ■ 다양한 분야의 전문 인재 보유

- 전시기획, 공간/환경 디자인, 영상, 콘텐츠 등의 전문가 집단을 통해 전시 아이템에 대한 총체적 기술 확보

## 최근 변동사항

### 에듀테크 사업, 해외 진출 본격화

#### ■ 미주개발은행과 에듀테크 플랫폼 공급 계약

- 남미국가 교육을 지원하는 플랫폼 수출 계약
- 한국 에듀테크 기업 최초
- 콜롬비아 시작으로 남미 국가 확산 기대

## 차별화된 수주 전략

### ■ 제안서 작성 및 판매 전략 빅3

- 기획 전략 독창적 기획의 계속적 창조에 중점
- 기술 전략: 하드웨어 및 소프트웨어 개발, 고성능화
- 지식 전략: 축적된 방대한 지식 및 정보 자료에 대한 데이터베이스화

## 편안창고 SPACETIME 논현점 오픈

### ■ 셀프스토리지, 도심형 공유창고 비즈니스

- 개인/기업의 생활/취미용품, 가구, 서류, 이삿짐 보관
- 주거소형화, 집콕경제발달 등과 맞물려 수요 증가
- 도심 위치, 24시간 편리한 활용 가능
- 온습도조절, 항균, 친환경, 보안, 보험, 화재안전



## I. 기업현황

### 국내 전시문화산업 대표주자, 글로벌 에듀테크 기업으로 도약

국내 전시문화산업의 대표주자로 서울올림픽 레이저 영상 쇼, 대전엑스포 등 2,000여건이 넘는 프로젝트를 수행해왔다. 더불어 가상현실(VR), 증강현실(AR), 혼합현실(MR), 3D 애니메이션 등을 접목하면서 공간 체험형 콘텐츠 장르를 개척하였다. 이를 통해 축적한 노하우를 기반으로 디지털 교수 학습 플랫폼, 콘텐츠 오픈마켓 플랫폼, AI/빅데이터 서비스로 사업 영역을 확장하여 전 세계에 수출하는 등 글로벌 에듀테크 기업으로 도약하고자 한다.

#### ■ 개요

시공테크(이하 동사)는 1988년 2월 창업주인 박기석 회장에 의해 법인 설립되었으며, 1999년 9월 코스닥 상장하였다. 전시, 영상, 문화 산업 분야의 불모지였던 국내 전시문화산업의 견인차 역할을 수행해왔으며, 국내 전시문화산업의 발달과 함께 성장해 왔다. 1988년 서울올림픽 국내 첫 레이저 영상 쇼 연출을 시작으로 1993년 대전엑스포, 2003년 APEC 정상회담, 2010년 G20 서울정상회의, 2012년 대한민국역사박물관 등 국내 굵직한 전시, 행사 프로젝트를 수행해왔다. 더불어 VR, AR, MR, 3D 애니메이션 등을 접목하면서 공간 체험형 콘텐츠 장르를 개척하였다.

2019년 7월 자회사인 (주)아이스크림에듀가 코스닥 상장하였다. (주)아이스크림에듀는 2013년 시공미디어 내 아이스크림홈런 사업 부문을 인적 분할해 설립한 국내 에듀테크 전문 기업으로 초등학교, 중학교 디지털 교육 콘텐츠 등을 개발, 공급하고 있다. 330만 건의 디지털 교육 관련 콘텐츠를 기반으로 디지털 교수 학습 플랫폼, 콘텐츠 오픈마켓 플랫폼, AI/빅데이터 서비스로 사업 영역을 확장하여 전 세계에 수출하는 등 글로벌 에듀테크 기업으로 도약하고자 한다.

표 1. 기업 현황

구분	내용	구분	내용
회사명	(주)시공테크	창업주/ 대표이사	박기석
설립일	1988년 02월 19일	임직원 수	172명(2019년 12월 31일 기준)
자본금	10,024백만 원(2020년 1분기)	계열사	(주)시공문화, (주)아이스크림미디어, (주)아이스크림에듀 외
발행주식 총수	20,047,970주(자사주 621,235주)	주력 사업	전시관, 박물관, 인테리어, 콘텐츠 외
상장일	1999년 08월 13일(코스닥)		
지식재산권	특허(50건), 디자인(10건) 외		

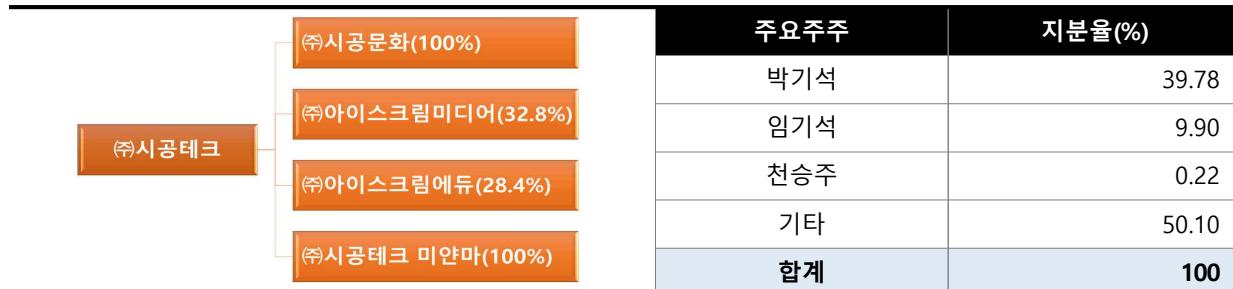
\*출처: 1분기 사업보고서(2020), NICE평가정보(주) 재구성

#### ■ 주요 관계회사 및 최대주주

최대 주주는 창업주인 박기석 회장으로 39.89%의 지분을 보유하고 있다. 계열사로 금속 가구업체인 (주)시공문화, 디지털, 영상, 콘텐츠 제작 업체인 (주)아이스크림미디어, 에듀테크 스마트러닝 사업체인 (주)아이스크림에듀가 있다.



표 2. 계열회사 현황(좌) 및 주주현황(우)



\*출처: 1분기 사업보고서(2020), NICE평가정보(주) 재구성

## ■ 주요 경영진 정보

창업주이자 실질경영주인 박기석 회장은 고려대학교 독어독문학과를 졸업하였으며, 1985년 고려대학교 경영대학원 최고경영자과정을 수료하였다. 대학 졸업 후, 1977년 율산실업에 입사하여 사우디아라비아에서 해외 바이어 발굴 업무를 수행하였으며, 알루미늄 수출에 성공하였다. 그 후, 1988년 동사를 설립하여 국내 주요 전시 문화공간을 담당하는 기업으로 성장시켜 왔다. 2007년 에듀테크 사업 영위 목적으로 교육 콘텐츠 등을 제작하는 아이스크림미디어를 설립하였다. 2013년 국내 스마트 학습지 시장을 선도하기 위해 (주)아이스크림에듀를 설립하여 2019년 코스닥 시장에 상장시켰다. 현재는 동사를 비롯하여 (주)아이스크림미디어, (주)아이스크림에듀 등 계열사의 대표이사직을 겸임하고 있다.

## ■ 주요 핵심역량

### ▶▶ 다양한 분야 전문가 집단 기반 총체적 기술 전문성 보유

동사는 설립 이래 32년간 전시문화산업을 선도해 왔으며, 국내 굵직한 전시, 행사 프로젝트를 수행해 왔다. 이는 동사 유수의 전문가 집단에 기인한 것으로 전시기획, 공간/환경 디자인, 모형제작, 영상, 그래픽, 시스템 엔지니어링, 콘텐츠 개발, VR/AR 등 다양한 분야의 전문 인재를 보유하고 있다. 경영기획본부, 전시사업본부 및 인테리어사업 본부 조직을 분류하여 체계적으로 운영하고 있으며, 별도의 문화기술연구소를 운영하며 관련 기술에 대한 연구개발을 꾸준히 실시하여 전시, 영상 등 다수의 지식재산권을 보유하고 있다. 전시문화산업을 주력으로 실시하면서 전시 아이템에 대한 기획, 설계, 모형 제작, 영상 및 CG 제작, 시스템 통합 등을 종합적으로 구축하고 있는 전문기업은 국내에 많지 않다. 따라서 해당 분야에 대한 총체적인 기술 전문성은 동사의 독자적인 차별화 요소로 손꼽힌다.

## 그림 1. 주요 사업 분야



\*출처: 동사 홈페이지, NICE평가정보(주) 재구성



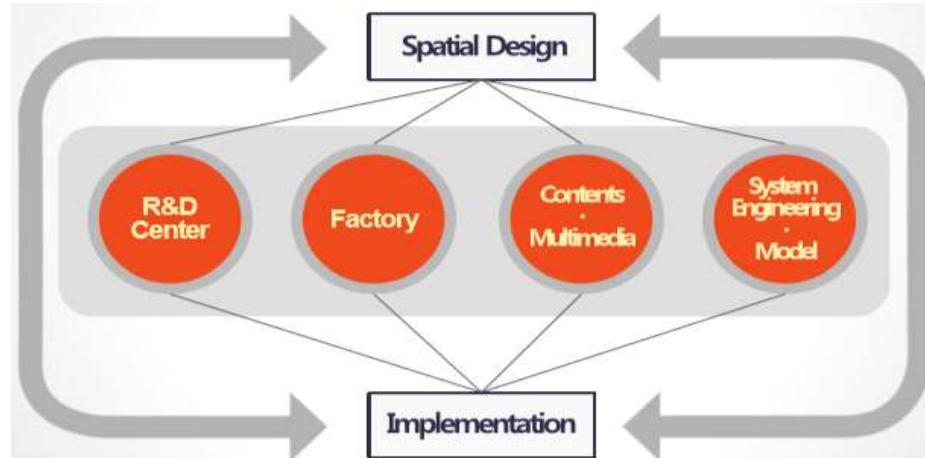
## ▶▶ 전략적 수주를 위한 차별화된 빅3

전시문화산업의 수주는 계약이행의 전문성, 기술성, 창의성 등의 이유로 다수의 공급자로부터 제안서를 제출받아 평가한 후, 협상 절차를 통해 낙찰자를 결정하는 방식 즉, 협상에 의한 계약 체결을 통해 주로 결정된다. 이는 기술력 및 가격뿐만 아니라 업무수행능력(기술인력 보유 상태, 경영상태, 수행실적 등) 차이에 의해 계약의 당락이 결정됨을 의미한다. 제안서 공모를 통한 당선의 당락이 매출과 직결되므로 다양한 프로젝트 수주를 위한 판매 전략이 중요한 요소로 작용된다.

동사는 사업본부별 영업팀을 별도로 운영하고 있으며, 분야별 주된 판매 창구 역할을 담당하면서 수주 정보 및 기타 사업정보를 수집하고 있다. 수집된 정보를 바탕으로 각각의 사업본부는 판매 전략을 수립한 후, 공모 당선을 위한 제안서를 작성한다. 제안서 작성 및 판매에 있어 차별화된 전략으로 총 3가지를 꼽을 수 있다.

첫째, 독창적인 기획의 계속적 창조 즉, 기획 전략이다. 해당 프로젝트의 부가가치를 창출하는 가장 효과적인 방법은 독창적인 기획의 계속적인 창조이기 때문에, 이에 중점을 두어 경쟁 우위를 확보하고 있다. 둘째, 연출효과의 극대화를 위한 첨단 전시과학장비의 개발 즉, 기술 전략이다. 프로젝트의 연출효과를 위해서는 많은 하드웨어와 소프트웨어가 필요한데 이들 장비의 기능을 개발 및 개량하여 고성능화 시키고 이를 연출 및 제작에 적용하고 있다. 셋째, 데이터베이스의 구축 즉, 지식 전략이다. 전시/인테리어 기획의 독창적인 창조와 기술 개발은 지식과 정보의 축적을 통해 가능하다. 축적된 지식과 정보를 효율적으로 사업에 이용하기 위해 사내 인프라넷 및 인터넷을 구축하고 있다.

그림 2. 업무 프로세스



\*출처: 동사 홈페이지

## ■ 수주 현황

2007년부터 경쟁 제한적 단체수의계약제도가 폐지되고 기업 간 새로운 발주제도인 협상에 의한 계약 방식이 보편화됨에 따라 전시물의 납품 편리성과 투명성이 증대되어왔다. 기존 불필요한 영업력에만 의존하던 수주 활동이 배제되면서 경쟁업체 간 기술능력과 입찰가격의 종합적인 평가를 통해 낙찰자가 선정되고 있다. 해당산업 특성상 수주의 당락이 매출과 직결됨에 따라 매출 향상을 위한 다수의 수주 계약 체결은 사업의 중요한 요인으로 작용한다.



동사는 매년 전시, 영상, 인테리어 사업에 대한 수주 계약 체결을 활발히 진행하고 있다. 중국, 태국 등 아시아권으로의 시장 진출을 필두로 하여 세계 각국으로 사업 영역을 넓혀가면서 대규모의 수주 계약 체결을 성공하였다. 2017년에는 카자흐스탄 아스타나 엑스포의 주제관 및 공동관을 제작 설치하는 등 해외 매출 증가로 연간 최대 실적을 기록하였다. 2019년에는 카자흐스탄 초대 대통령 박물관의 설계 및 제작 설치 관련 수주 계약을 체결하였으며, 제주 드림타워 신축공사 일반호텔 인테리어 수주 계약을 체결하였다. 2020년에는 주로 국내 위주로 수주 계약이 성사되었다. 2020년 3월 해양수산부와의 105억 원 규모 수주 계약을 시작으로 6월 경상남도 교육청과 74억 원 규모, 대구광역시와 39억 원 규모, 7월 포스코와 46억 원의 수주 계약을 체결하였다.

표 3. 최근 주요 수주 현황

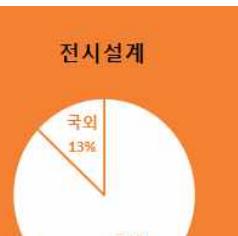
발주처	완공 예정일	수주 규모	계약 내용
해양수산부	2024.01.17	105억 원	국립인천해양박물관 전시물 설계 및 제작 설치
대구광역시	2022.12.31	39억 원	어린이회관 리모델링 전시물 설계 및 제작 설치
경상남도 교육청	2022.04.07	74억 원	미래교육테마파크 전시 콘텐츠 설계 및 제작 설치
포스코건설	2021.06.30	46억 원	포항 인큐베이팅센터 신축 공사 인테리어 공사
경기 재난안전본부	2020.12.10	64억 원	경기도 재난안전종합체험관 전시 체험장 제작 설치
오산시	2020.08.17	72억 원	오산 미니어처 전시관 조성사업 전시물 제작 설치
카작무스	2020.04.30	198억 원	카자흐스탄 초대 대통령 박물관 설계 및 제작 설치
제주유한공사	2020.04.30	198억 원	제주드림타워 호텔 인테리어 공사
국토교통부	2020.03.12	116억 원	국립항공박물관 전시물 설계 및 제작 설치
경기교육청	2019.12.31	53억 원	경기도 학생종합안전체험관 전시 체험장 설계 및 제작 설치

\*출처: 1분기 사업보고서(2020), NICE평가정보(주) 재구성

## ■ 매출 현황

2020년 1분기 사업보고서에 따르면, 2019년 매출액 실적은 전시관/박물관/영상/콘텐츠 부문에서 국내 1,045억 원, 국외(카자흐스탄, 미얀마, 중국, 콩고) 129억 원으로 파악되며, 전시 설계 부문에서 국내 20억 원, 국외(베트남, 중국, 태국) 3억 원으로 파악된다.

표 4. 매출 현황(단위: 억 원)

2019년 매출 비중		매출유형	지역	2019년	2018년	
전시관/박물관/ 영상/콘텐츠	 국내 89% 국외 11%	전시관/박물관/ 영상/콘텐츠	국내	1,045	657	
			국외	129	64	
전시설계	 국내 87% 국외 13%		소계	1,174	721	
			국내	20	8	
			국외	3	1	
전시 설계	 국내 23 국외 9		소계	23	9	
			합계	1,197	730	

\*출처: 1분기 사업보고서(2020) 연결 재무 기준, NICE평가정보(주) 재구성



## II. 시장 동향

### 포스트 코로나19 시대, 전시문화산업의 향방

코로나19로 인한 전시문화산업은 경제적 손실 및 고용 감소 현상에 있다. 이에 따라 기존 오프라인 방식에서 온/오프라인을 병행한 하이브리드 방식, 온라인에서만 행사를 개최하는 가상 전시회 방식으로 변화되고 있다.

#### ■ 전시 문화산업

21세기 들어 문화산업은 디지털 보급과 문화의 세분화 현상, 지구화 현상에 따른 국제교류 활성화와 문화의 혼성 현상 등으로 인하여 그 개념과 영역이 확장되었다. 특히, 창조산업이라는 이름으로 확장된 개념은 곧 전시산업 영역 역시 창의적 성격과 면모를 갖는 것으로 이해하게 된다. 한편, 21세기 창조산업의 확산은 전시산업을 기준의 페어를 비롯한 각종 비즈니스 목적의 대규모 전시산업만이 아니라 창조 산업의 속성을 충족함으로써 확장된 문화 개념을 확보하는 문화산업의 유형으로 간주한다. 특히, 유네스코 문화 정의에 해당하는 ‘사회와 사회 구성원의 특유한 정신적, 물질적, 지적, 감성적 특성의 총체’로 간주되는 문화를 소통하기 위해 전시라는 형태로 구현한다는 점에서 전시산업과 달리 ‘의미’와 ‘가치체계’를 갖는다는 개념적 차이를 내재하고 있다. 전시문화산업은 문화 순환 주기에서 전시, 수용, 전달과 소비, 참여에 해당하는 것으로 볼 수 있다. 또한, 동시에 전시문화 자체가 사회적, 문화적 가치와 의미를 지닌 시장성을 갖는 문화 재화에 해당된다.

표 5. 전시문화산업 특징

구분	특징
복합영역산업	<ul style="list-style-type: none"><li>전시는 특정 영역에 국한되지 않고, 인문, 예술, 공학, 과학 등 사회 전반에 걸친 다양한 학문영역을 대상으로 함.</li><li>전시의 내용인 콘텐츠 작성은 물론이고, 건축 인테리어, 영상, 이벤트, 모형, 운영, 보존, 조경 등과 같은 무수히 많은 전문 산업 분야들이 모여 완성되는 특수성 때문에 전시는 복합영역산업이라 할 수 있음.</li></ul>
지식집약산업	<ul style="list-style-type: none"><li>첨단 연출 기업, 특수 체험 전시, 입체 영상, 첨단 공법 등과 같은 심도 있고, 전문적인 지식을 필요로 하는 지식집약적 산업임.</li><li>소프트웨어적인 지식이기 때문에 전시를 단순히 하드웨어적인 산업으로 이해하는 것은 문제가 될 수 있음.</li></ul>
엔터테인먼트산업	<ul style="list-style-type: none"><li>관람객의 흥미를 유발하고, 효과적인 내용전달을 위해 오락적 성격을 가진 전시 기업이 사용됨.</li><li>일차적으로 감각에 호소하기 때문에 아무리 훌륭한 내용을 담고 있는 전시라 하더라도 흥미를 끌지 못하면 성공할 수 없음.</li></ul>
종합서비스산업	<ul style="list-style-type: none"><li>전시 콘텐츠 구성이나 디자인, 설계, 운영, 이벤트 등과 같은 다양한 서비스 업종을 동시에 포괄하는 종합서비스산업임.</li></ul>

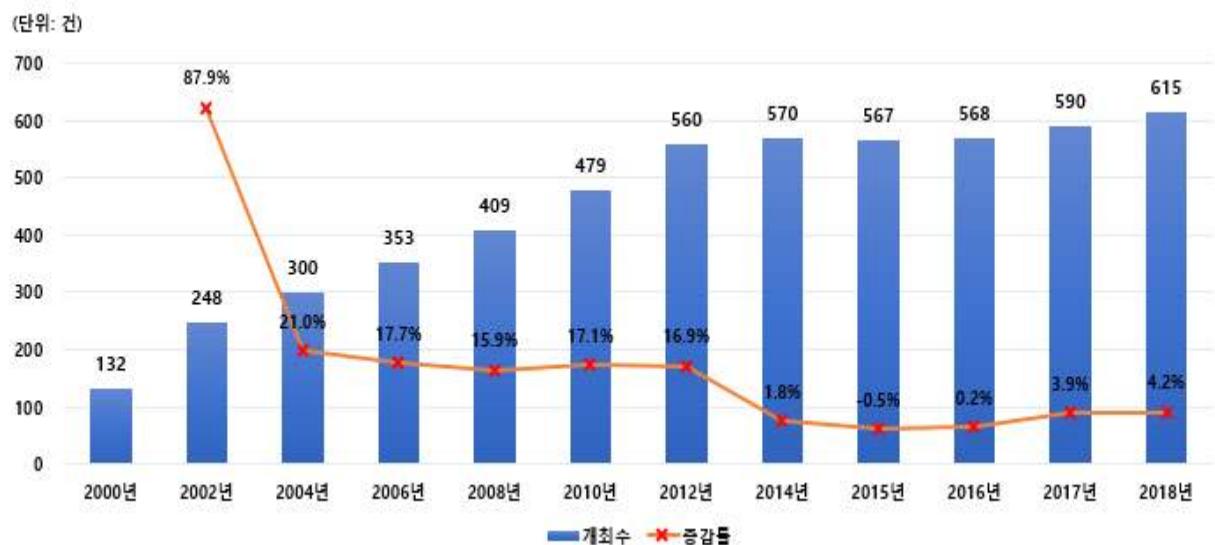
\*출처: 전시문화산업 통계조사 보고서, NICE평가정보(주) 재구성



## ■ 전시회 개최 건수 비교

국내에 소재한 전문 전시장 및 기타 장소 등에서 개최된 전시회는 매년 꾸준히 증가세를 보이고 있으나, 2012년 이후 전시산업이 성숙기에 진입하면서 성장 속도가 둔화되고 있다.

그림 3. 연도별 전시회 개최 현황



\*출처: 국내 전시산업통계 보고서(2019), NICE평가정보(주) 재구성

2018년 국내전시산업통계(2018년 3월부터 2019년 2월까지) 보고서에 따르면, 2018년 국내에서 개최된 전시회 수는 총 615건으로 무역 전시회 129건, 혼합전시회 259건, 일반전시회 227건으로 파악된다. 국내전시회 개최건수는 꾸준히 증가하여 2018년 전년 대비 4.2% 증가하였다. 무역 전시회 개최건수는 2018년 전년 대비 3.2%, 혼합 전시회는 1.9%, 일반 전시회는 7.6% 증가하였다. 다만 2014~2018년 전시회 개최 현황을 고려할 시, 일반 전시회 개최 건수는 감소 추세를 보였으며, 반면 혼합 전시회의 개최건수는 꾸준히 증가 추세를 보였다. 특히 무역 및 혼합 전시회를 합한 건수가 지속적으로 증가하는 것을 볼 수 있다.

표 6. 2014~2018년 전시회 유형별 개최 현황(단위: 건)

구분	2014년	2015년	2016년	2017년	2018년	2014~2018년 CAGR
무역	119	130	120	125	129	2.0%
혼합	174	177	191	254	259	10.5%
일반	227	260	257	211	227	0.0%
합계	570	567	568	590	615	1.9%

\*출처: 국내 전시산업통계 보고서(2019), NICE평가정보(주) 재구성



## ■ 전시사업자 매출액 및 영업 이익률 현황

국내전시산업통계 보고서(2019)에 따르면, 2018년 전시사업자 전체 매출액은 전년(2017년) 대비 17.43% 증가한 4조 1,634억 원으로 파악되며, 영업 이익률은 전년 대비 38.61% 증가한 3,981억 원으로 파악되어 산업 성장세를 나타냈다. 2018년 업종별 매출액 및 영업 이익률을 고려 시, 각각 전시시설업 2,767억 원(▲19.9%) 및 102억 원(▽44.6%), 전시주최업 1조 2,610억 원(▲48.8%) 및 2,435억 원(▲309.2%), 전시디자인설치업 1조 774억 원(▲5.51%) 및 672억 원(▽22.1%), 전시서비스업 1조 5,483억 원(▲6.6%) 및 772억 원(▽37.2%)으로 집계되어 전시주최업의 매출액 및 영업 이익률이 가장 많이 증가한 것으로 나타났다.

그림 4. 전시사업자 업종별 매출액 현황

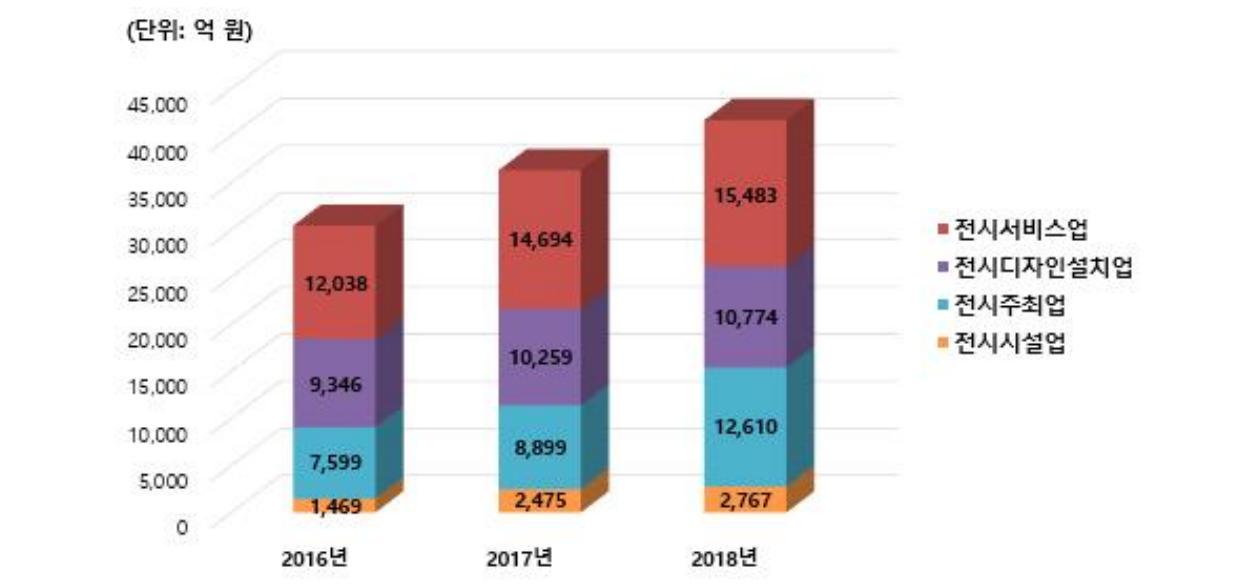


그림 5. 전시사업자 업종별 영업 이익률 현황



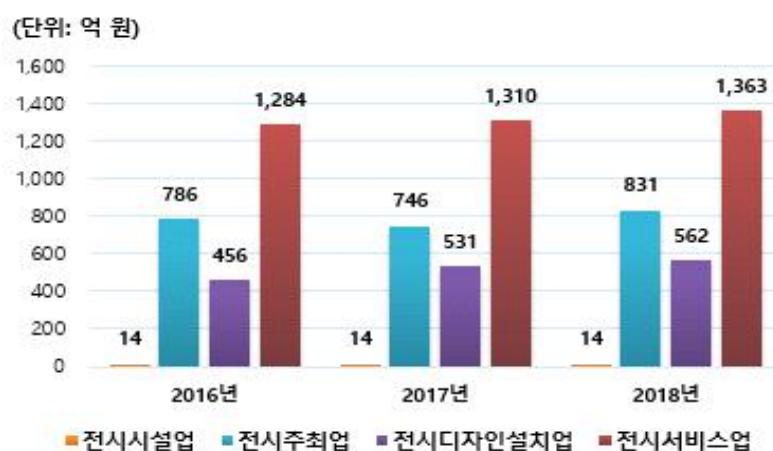
\*출처: 국내 전시산업통계 보고서(2019), NICE평가정보(주) 재구성



## ■ 전시사업자 사업체 수 현황

2018년 전시산업을 영위하고 있는 전체 사업체 수는 2,770개사로 전년 2,601개사 대비 6.5% 증가하였다. 업종별 사업체 수는 전시시설업 14개사(-), 전시주최업 831개사 (11.39%), 전시디자인설치업 562개사(5.84%), 전시서비스업 1,363개사(4.0%)의 증감을 나타냈다.

그림 6. 2018년 전시사업자 업종별 영위 사업체 수



\*출처: 국내 전시산업통계 보고서(2019), NICE평가정보(주) 재구성

## ■ 코로나19 여파에 따른 전 세계 전시문화산업 현황

### ▶▶ 전시문화산업 경제적 손실 및 고용 감소 현황

2020년 전시저널(전시컨벤션경영연구소(주) 이창현 대표이사 기고)에 따르면, 코로나19 팬데믹(Pandemic)으로 인한 전 세계 전시회 취소 및 개최 연기는 지속되고 있다. 2020년 7월 8일 기준 전 세계 3,436건의 박람회 및 전시회의 785건(22.8%)이 취소되고, 2,583건 (75.2%)이 연기되었으며, 68건(2.0%)만이 가상 전시회로 전환하거나 일부 규모를 축소하여 진행하겠다고 밝혔다. 대륙별로는 유럽의 전시회 취소 건수가 553건(27.2%), 연기 건수가 1,447건(71.2%)으로 가장 많았다. 전반적으로 전시회 취소보다 연기하는 비중이 높았으며, 가상 전시회로 전환하거나 규모를 축소하여 개최하는 비중은 상대적으로 낮았다.

표 7. 코로나19 여파에 따른 전 세계 전시회 개최 현황

구분	세계	유럽	아시아	북미	남미	아프리카	호주
예정 건수	3,436	2,032	879	344	67	76	38
취소 건수	785	553	122	98	2	3	7
연기 건수	2,583	1,447	732	236	65	72	31
전환/축소	68	32	25	10	-	1	-

\*출처: TSNN, EEIA 발표자료, 전시저널(Vol.95, 07+08, 2020) 재구성



## ▶▶ 전시문화산업 변화 전망

2020년 9월 이후 해외 국제전시회들의 개최방식은 크게 3개 유형으로 구분되고 있다. 기존과 같은 오프라인(Off-line) 방식, 온/오프라인(On/Off-line)을 병행한 하이브리드(Hybrid) 방식, 온라인에서만 행사를 개최하는 가상 전시회(Virtual Show) 방식으로 구분된다. 베를린 IFA(International Funkausstellung)는 2020년 9월 4일부터 9일까지 하이브리드 방식으로 독일 베를린에서 개최되었으며, CES(Consumer Electronics Show)는 2021년 1월 6일부터 9일까지 가상 전시회 방식으로 개최될 예정이다.

반면, 의료 분야의 대표적 국제 전시회인 MEDICA는 2020년 11월 16일부터 19일까지 기준과 동일하게 오프라인 방식으로 개최하는데 8대 방역지침을 세워 안전한 전시회 운영에 만전을 기할 예정이다. 한편, 우리나라와 일부 국가들이 행사 개최를 재개하고 있는 가운데 7월 17일 기준 주요 국가 행사 재개회 허용 기준은 다음과 같다[표 07]. 국가별, 지역별 방역 상황에 따라 행사 허용기준이 달라 행사 주최자에게 혼란을 줄 수 있고, 일부 국가가 전시회나 콘퍼런스 같은 비즈니스 행사를 일반 대중 집회와 함께 취급하는 것은 이들 정부가 어떤 종류의 행사가 언제 재개되어야 하는지에 대한 명확한 이해가 없는 것이라는 비판도 함께 제기되고 있는 상황이다.

표 8. 코로나19 여파에 따른 전 세계 행사 재개회 기준 현황

국가명	기준
미국	네바다 주 5월 중 50명 이하 공적/사적 모임 허용
	버지니아 주 6월 중 50명 이하 사적 모임 허용
	뉴욕 6월 26일부터 25명 이하 실내/야외 모임 허용
영국	8월 1일부터 30명 이하 콘퍼런스, 기업회의 허용
독일 베를린	7월 중 300명 이하, 8월 중 500명 이하, 9월 중 750명 이하, 10월 중 1,000명 이하 산업박람회, 전시회 허용
프랑스	9월 중 5,000명 이하 스포츠 행사, 축제 등의 문화 행사, B2B 행사 허용
이탈리아	6월 중 인원 제한 없이 콘퍼런스, 회의, 박람회, 컨벤션 허용
스페인	6월 22일부터 50명 이하 비즈니스 회의, 콘퍼런스 허용
호주	7월 1일부터 인원 제한 없이 실내/야외 행사 허용
중국	5월 중 인원 제한 없이 콘퍼런스, 전시회 허용
일본	6월 중 1,000명 이하 모든 행사 개최 허용

\*출처: EventSkift, PCMA 'Business Events Compass' 보고서, 전시저널(Vol.95, 07+08, 2020) 재구성



## ▶▶ 행사 재개최 전략 및 솔루션 사례

2020년 전시저널 전시컨벤션경영연구소(주)의 분석 기사에 따르면, 코로나19에 대응하는 행사 재개최 전략 및 솔루션 사례는 다음과 같다.

첫째, 세계전시산업협회(UFI) 권고안, 전시회 재개최를 위한 5대 전략과 실행 아이디어이다. 세계전시산업협회는 지난 5월 5일 보고서를 통해 행사 재개최를 위한 전략을 제시하였다. 보고서는 위험 평가 분석 등을 통한 직원 및 개인 안전 보장, 차단벽 이용이나 시간대별 입장 및 회의장 레이아웃 재조정 등을 통해 물리적 거리두기 실천, 방역 및 입장 관리를 통한 보건 및 안전조치 마련, 혼잡도 관리 최신 기술 솔루션을 활용한 군중 혼합도 관리 그리고 협조 체계 구축 등을 통한 대응까지 총 5개 프레임 워크와 부문별 실천사례 및 활용 가능한 최신 기술을 소개하였다.

둘째, 영국 기업의 뉴노멀을 대비한 전시회 안전 운영 시뮬레이션이다. 코로나19 환경에서의 안전한 전시회 개최라는 뉴노멀(New Normal)을 대비하기 위해 영국의 엑서비션뉴스 (Exhibition News, EN)와 장치서비스업체 프로디지오(Prodigio)는 공동으로 UFI 권고안에 실제 행사 개최 상황에서 실행하는 시뮬레이션을 펼쳤다.

셋째, 안전한 전시회 개최를 위한 비접촉 전시회 운영 솔루션 사례이다. 모바일 행사 앱 개발사였던 구메오(Goomeo)는 현장에서 접촉이 발생하는 지점을 디지털화 하는 데에 초점을 두고 디지털 뱃지(Digital Badge)를 개발했다고 밝혔다. 구글 페이 등을 연동한 이 디지털 뱃지는 사전단계에서 매치메이킹을 가능하게 하고, 참관객의 출서기 및 명찰 수령과정을 줄여 빠른 입장을 가능하게 한다. 또한, 입력된 정보를 바탕으로 리드 관리(lead retrieval)를 도와주어 사후 관리과정까지 용이하게 만든다고 밝혔다.

넷째, 필드드라이브(Field Drive)의 안전한 전시회 운영을 위한 6단계 관리 프로세스 솔루션이다. 필드드라이브는 UFI 권고안을 기반으로 안전한 전시회 운영을 위한 6단계 관리 프로세스를 도입한 솔루션을 개발하였다. 참관객의 전시회 참가 활동을 ‘온라인 등록, 행사장 도착, 체크인, 전시회장, 세션 참가, 퇴장’ 총 6개 프로세스로 구분하여, 각 단계별 세부 활동에 대한 관리 솔루션을 제시하였다.



### III. 기술분석

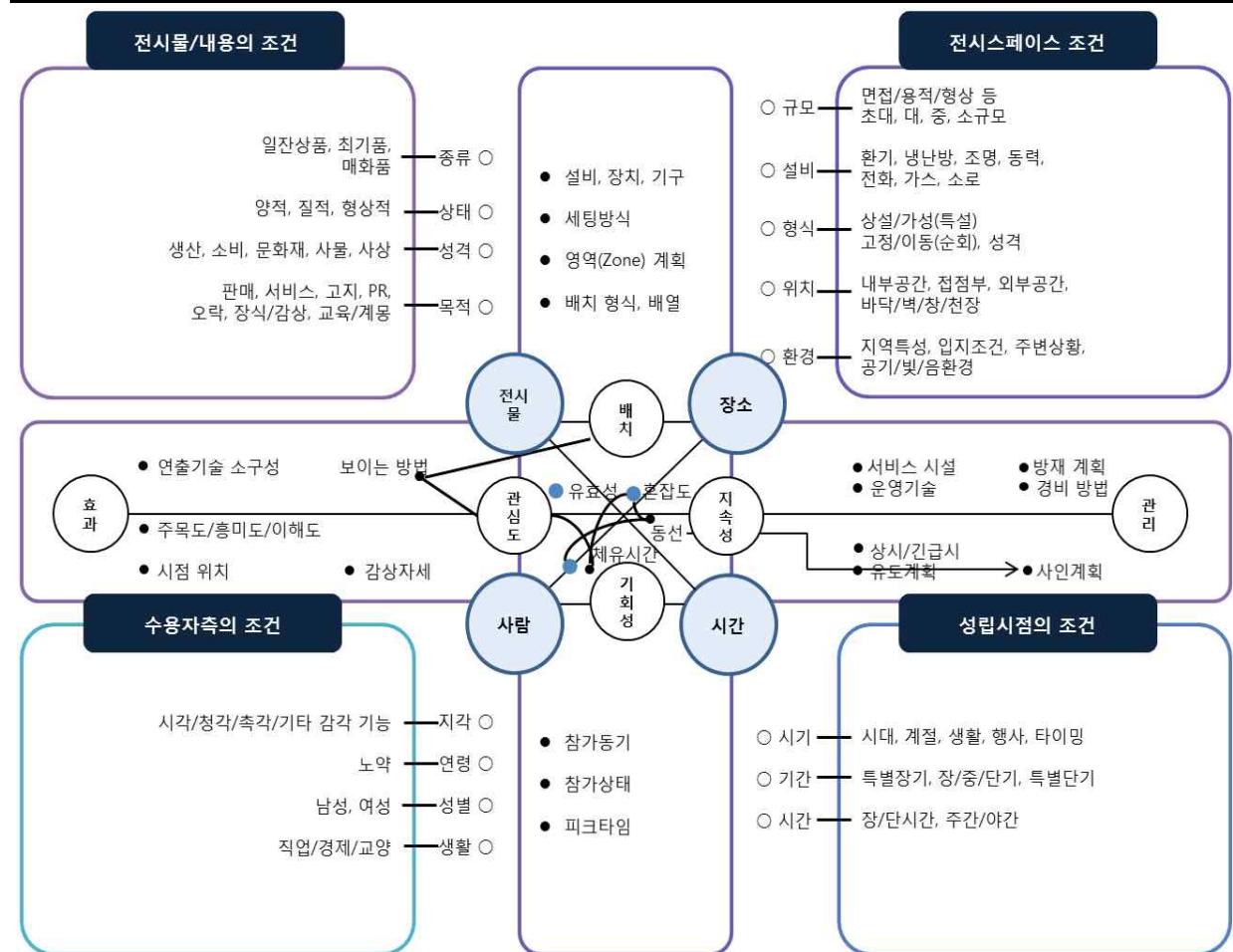
#### 과학적 프로세스 구축, 차별화된 Out-Put 제작

동사는 전시문화산업 전문업체로 총 6단계의 체계화된 전시 제작 프로세스를 구축하고 있으며, 차별화된 Out-Put을 제작하고 있다. 또한, 수많은 전시 프로젝트를 수행하면서 축적된 기술 및 창의적 아이디어를 기반으로 각종 전시공간을 만들고, 특수 영상 등을 제작하고 있으며, 활발한 연구개발 활동을 통해 다수의 지식재산권을 확보하고 있다.

#### ■ 전시의 구성요소

전시란 특정 공간에 어떤 사물을 놓고 그 장소와 사물간의 상호관계에 의해서 각자가 가진 의미와 그 전체가 만들어내는 의미의 세계를 표현하는 기술에 해당된다. 전시가 성립하기 위해서는 제공자, 전시물, 전시 공간, 수용자라는 4개 항목의 존재가 필수적이며, 이들 중 어느 하나가 빠져도 전시는 그 기능을 수행할 수 없다.

그림 7. 전시의 구성요소



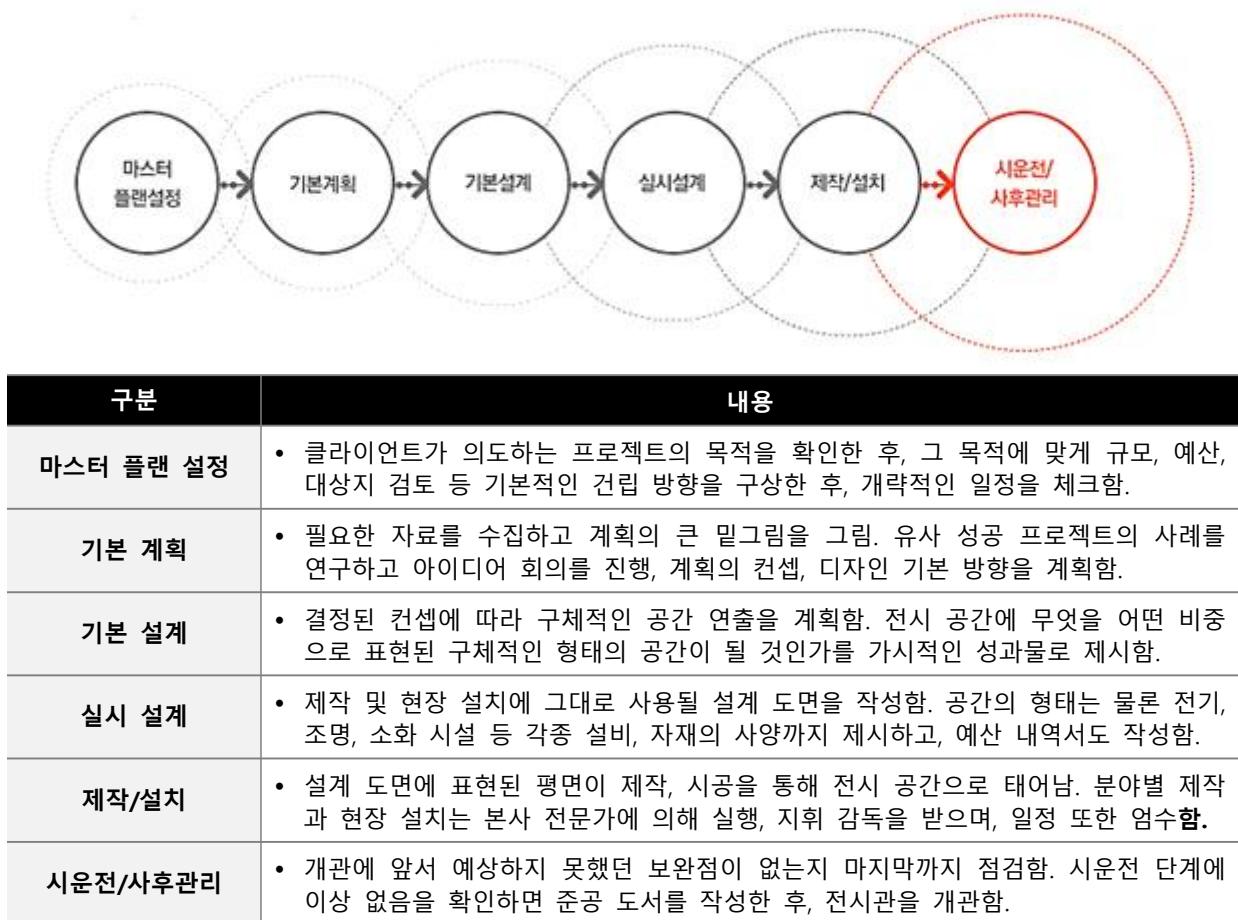
\*출처: 전시학사전, NICE평가정보(주) 재구성



## ■ 체계화된 업무 프로세스

동사는 과학적인 프로세스를 통해 차별화된 Out-put을 제작하고 있다. 총 6단계의 체계화된 전시 제작 프로세스를 구축하고 있으며, 마스터 플랜 설정, 기본 계획, 기본 설계, 실시 설계, 제작/설치, 시운전/사후관리 순으로 진행되고 있다.

표 9. 업무 프로세스



\*출처: 동사 홈페이지, NICE평가정보(주) 재구성

## ■ 연구개발 실적 현황

동사는 수많은 전시 프로젝트를 수행하면서 축적된 기술 및 창의적 아이디어를 기반으로 각종 전시공간을 만들고, 특수 영상 등을 제작하고 있으며, 활발한 연구개발 활동을 통해 다수의 지식재산권(특허, 실용신안, 디자인, 상표 등)을 확보하고 있다. 동사의 연구개발 활동은 크게 Hardware와 Software 개발로 구분된다. Hardware는 전시에 필요한 각종 시스템과 제어장치로서 전문디자이너가 자체적으로 개발하고 있으며, Software는 전시 Hardware를 제어하는 프로그램 기술로서 전시문화 기술연구소에서 개발을 수행하고 있다. 모형, 영화, 의장, 유물보존 기술 등은 각 사업 부문에서 자체적인 연구개발을 수행하고 있으며, 필요에 따라 외부 연구기관과 공동으로 연구를 진행하고 있다.



표 10. 연구개발 실적 현황

연구기간	내용
2019.01.10~	한국콘텐츠진흥원 AR 공간 생성 및 위치 추정 시스템
2019.01.01~2019.10.30	가상현실 5대 프로젝트
2018.06.30.~2019.01.31	UWB를 이용하는 다시점 디스플레이 시스템 및 그 동작 방법
2018.03.01.~2018.07.30	버츄얼 크리쳐 4D 효과 개발
2017.07.01.~2017.12.31	위치센서연동 체험 공간 시스템 개발

\*출처: 1분기 사업보고서(2020), NICE평가정보(주) 재구성

## ■ 지식재산권 확보 현황

지식재산권 기술 분야는 크게 시스템, 디스플레이, 진열장, 수장고 등으로 구분되며, 2020년 10월 기준 특허 50건, 실용신안 1건, 디자인 10건, 상표 29건을 보유하고 있다.

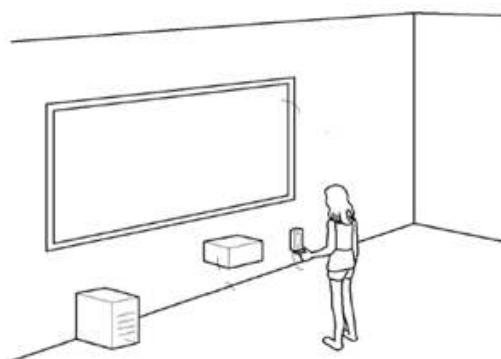
### ▶▶ 시스템 기술

시스템 관련 기술로 총 특허 등록 15건, 실용신안 등록 1건의 지식재산권을 보유하고 있으며, 최근 특허 등록받은 기술로 “UWB를 이용하는 다시점 디스플레이 시스템 및 그 동작 방법”, “다시점 모니터를 채용한 지능형 쇼케이스” 등이 있다.

표 11. 시스템 기술 관련 최신 특허 1

구분	등록번호	발명의 명칭
특허	10-1874938	UWB를 이용하는 다시점 디스플레이 시스템 및 그 동작 방법

- 해당 기술은 2018년 06월 29일에 특허 등록된 기술로 UWB(Ultra Wide Band)를 이용하여 사용자 단말과 인터랙션하는 다시점 디스플레이 시스템에 대한 것임.
- 사용자가 관람에 능동적으로 참여하도록 지원하는 특징을 가짐. 리더기는 UWB 기반 RFID(Radio Frequency Identification)를 이용하여 사용자 단말을 인식하도록 UWB 기반 RFID를 지원하는 통신 모듈을 포함함.
- 사용자 단말은 사용자가 휴대하는 PC, 노트북, 스마트폰, 태블릿 등의 전자기기로 리더기에 의해 UWB 기반 RFID를 통하여 인식되도록 UWB 기반 RFID 태그를 포함함.
- 리더기는 사용자 단말을 인식할 수 있도록 다시점 디스플레이 시스템이 배치되는 공간 내에 적절한 위치에 배치되어 사용자 단말과 인터랙션함. 따라서, 로컬 서버 사용자 단말로부터 수신되는 사용자 입력에 기초하여 멀티미디어 콘텐츠를 생성함.



\*출처: KIPRIS, NICE평가정보(주) 재구성



표 12. 시스템 기술 관련 최신 특허 2

구분	등록번호	발명의 명칭
특허	10-1770711	다시점 모니터를 채용한 지능형 쇼케이스

• 해당 기술은 2017년 8월 17일에 특허 등록된 기술로, 관찰자에게 전시물에 대한 맞춤 정보를 직관적으로 제공하여 관찰자의 이해와 흥미를 높일 수 있는 쇼케이스에 관한 것임.

• 전시물에 대한 3D 정보를 적극적으로 검색 및 확인할 수 있도록 하고, 관찰자들의 움직임에 대응하여 전시물의 관심 영역이 적극적으로 이동 및 회전 가능하도록 만들어 줌.

\*출처: KIPRIS, NICE평가정보(주) 재구성

## ▶▶ 디스플레이 기술

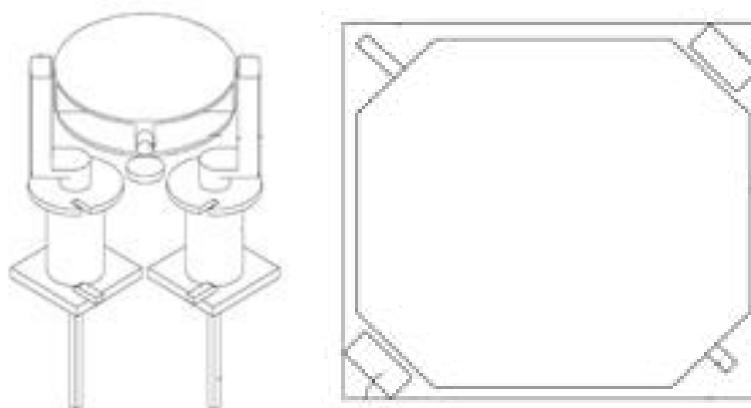
디스플레이 관련 기술로 총 특허 등록 2건의 지식재산권을 보유하고 있으며, 최근 특허 등록 받은 기술로 “모터 원리를 이용한 회전 가능한 디스플레이 소자” 가 있다.

표 13. 디스플레이 기술 관련 최신 특허

구분	등록번호	발명의 명칭
특허	10-1874937	모터 원리를 이용한 회전 가능한 디스플레이 소자

• 해당 기술은 2018년 6월 29일 특허 등록받은 기술로, 복수의 코어 측면 자력을 이용하여 복수의 코어 사이 공간에 배치되는 회전판을 한 방향으로 회전시키는 디스플레이 소자에 관한 것임.

• 회전판의 양측에 서로 다른 높이로 배치된 복수의 영구 자석이 코어의 전극에 대한 반발력으로 각각 상부 또는 하부로 이동하려는 힘이 작용함으로써 회전판을 회전시키고, 회전판의 회전에 따라 상부가 일면에서 타면으로 교체되는 모터 원리를 이용한 특징을 가짐.



\*출처: KIPRIS, NICE평가정보(주) 재구성

## ▶▶ 진열장 기술

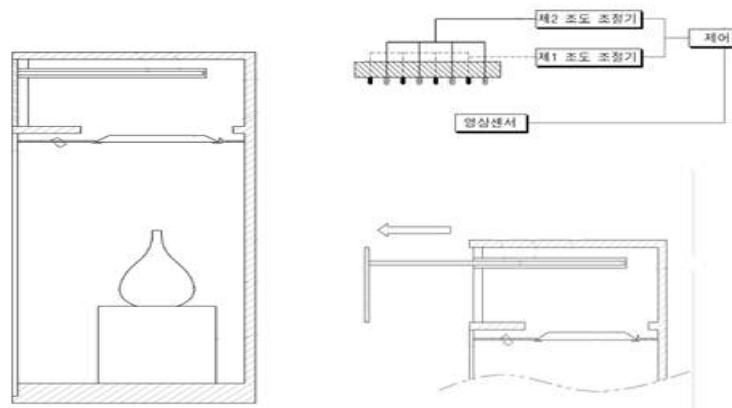
진열장, 수장고, 기타 관련 기술로 총 특허 등록 34건, 실용신안 1건 및 디자인 10건의 지식재산권을 보유하고 있으며, 최근 특허 등록받은 기술로 “평판 엘이디 조명장치가 장착된 박물관 진열장” 이 있다.



표 14. 진열장 기술 관련 최신 특허

구분	등록번호	발명의 명칭
특허	10-1439356	평판엘아이 조명장치가 장착된 박물관 진열장

- 해당 기술은 2014년 9월 2일에 특허 등록된 기술로, 진열품의 색상에 따라 조도, 색온도 등의 조명 건을 변경하여 진열품이 변색되지 않도록 하거나 주변보다 돋보이도록 하며, 작업자가 조명장치를 보다 용이하게 점검할 수 있는 박물관 진열장에 관한 것임.
- 영상센서를 이용하여 진열품의 색상을 감지하고 이를 이용하여 조명의 조도 및 색온도 등의 조명 조건을 변경하여 진열품이 변색되지 않도록 하거나 주변보다 돋보이게 함.
- 또한, 평판형상의 엘아이조명부를 사용하기 때문에 진열품에 빛이 균일하게 조사될 수 있음. 조명모듈을 승강시키는 승강부에 의해 점검도어를 개방하면 조명모듈이 상승하도록 함으로써 작업자가 조명모듈을 용이하게 점검할 수 있는 특징을 가지고 있음.



\*출처: KIPRIS, NICE평가정보(주) 재구성

## ■ WORK & PRODUCT

동사는 다양한 작업 및 작품을 전시하고 있으며, 주요한 전시품으로 과학관, 미디어 아트, 박물관, 홍보관 등이 있다.

표 15. 동사 제작 전시 사례

세계동물대탐험전	국립생태원	인천 어린이 과학관
포스코 센터 스틸 갤러리	국립중앙박물관	인천국제공항 홍보관

\*출처: 회사소개서, NICE평가정보(주) 재구성



## ■ SWOT 분석

그림 8. SWOT 분석



\*출처: NICE평가정보(주)

### ▶ (Strengths Point) 전문가 집단 기반 기술력 보유 및 차별화된 수주 전략

동사는 전시기획, 공간/환경 디자인, 모형 제작, 영상, 그래픽, 시스템 엔지니어링, 콘텐츠 개발, VR/AR 등 다양한 분야의 전문 인재를 보유하고 있다. 이를 기반으로 전시문화산업을 주력으로 실시하면서 전시 아이템에 대한 총체적 기술 전문성을 확보하고 있다. 제안서 공모를 통한 당선의 당락이 매출과 직결되므로 다양한 프로젝트 수주를 위한 판매 전략이 중요한 요소로 작용되기에 동사는 제안서 작성 및 판매에 있어 차별화된 전략을 보유하고 있다. 첫째, 독창적인 기획의 계속적 창조에 중점을 두어 경쟁 우위를 확보하고 있다. 둘째, Hardware 및 Software 기능을 개발하고 고성능화하여 이를 연출 및 제작에 적용하고 있으며, 셋째, 축적된 지식과 정보를 효율적으로 이용하고자 데이터베이스를 구축하고 있다.

### ▶ (Weaknesses Point) 산업 특성상 수주 당락에 따른 매출 증감 영향

해당산업 특성상 수주의 당락이 매출과 직결됨에 따라 매출 향상을 위한 다수의 수주 계약 체결은 사업의 중요한 요인으로 작용한다. 동사는 2017년 카자흐스탄 아스타나 엑스포의 주제관 및 공동관을 제작 설치하는 등 해외 매출 증가로 연간 최대 실적을 기록하였다. 2018년 해외 사업 부진으로 실적이 주춤하였으나, 2019년 카자흐스탄 초대 대통령 박물관의 설계 및 제작 설치 및 제주 드림타워 신축공사 일반호텔 인테리어 수주 계약을 체결하여 매출 회복세를 나타냈다. 이처럼 수주 당락에 따라 매출의 변동이 크며 전망이 쉽지 않다.

2020년에는 코로나19 팬데믹으로 인한 전 세계 전시회 취소 및 개최 연기는 지속되고 있어 해외 사업 실적은 부진하였으나, 국내 위주로 수주 계약이 성사되고 있다. 2020년 3월 해양 수산부와의 105억 원 규모 수주 계약을 시작으로 6월 경상남도 교육청과 74억 원 규모, 대구광역시와 39억 원 규모, 7월 포스코와 46억 원의 수주 계약을 체결하였다.



### ▶ (Opportunities Point) 미래학교 공간 혁신 사업 추진

최근 코로나19 여파에 따라 학교의 원격교육이 시작되면서 미래 교육 및 미래학교에 대한 관심이 높아지고 있다. 이보다 앞서 디지털 기술을 수업에 제대로 활용해 보지 않은데다 학교 ICT 인프라도 미흡하여 원격교육 효과를 반감시키는 장애물로 작용하면서 인프라와 시설까지 충분히 갖춘 미래학교에 대한 기대가 높아지고 있다. 교육부는 학교 공간 혁신 사업을 위해 지난해 LG와 마이크로소프트와 업무 협약을 맺었으며, 2020년 삼성전자, 시공테크 등으로 협력 대상을 넓혔다. 시공테크와 관계사 아이스크림미디어는 대구 수창초등학교의 공간혁신 사업을 맡게 되었다. 올해부터 진행되는 학교 단위 공간혁신 사업인 인디(InDe) 프로젝트의 일환으로 학교 단위 공간 혁신은 도서관, 카페테리아 같은 특정 영역을 넘어 학교 전체 또는 학교 건물 단위로 추진하는 대형 공간 혁신 사업에 해당된다. 올해 총 57개 학교를 대상으로 진행될 예정이다.

### ▶ (Threats Point) 코로나19로 인한 전시문화산업 여파

세계전시산업협회(UFI)가 2020년 3월 20일에 발표한 보도자료(전시저널 Vol. 93 내용 발췌)에 따르면, 코로나19로 인한 세계 전시산업의 직접적인 경제적 손실은 2/4분기까지 882 억 달러, 일자리 감소는 98만여 개에 달할 것으로 전망된다. 대륙별로 살펴보면 북미 지역의 직접 경제 손실이 316억 달러, 유럽 311억 달러, 아시아/태평양 지역은 올해 2/4분기까지 236억 달러에 달할 것으로 추정된다. 또한, 전시산업에서의 일자리 감소는 올해 2/4분기까지 북미 32만개, 유럽 25만 7천개, 아시아/태평양 37만 8천개에 달할 것으로 전망된다. 또한, 전시회 취소로 인한 거대한 도미노 효과가 발생하면서 다른 산업에도 큰 영향을 미치고 있다. 전시회 참가를 통해 사업 기회를 창출하고 매출 상당 부분 이익을 창출한 산업별 전시회 참가업체들은 전시회 취소로 인한 매출 감소가 올해 2/4분기까지 1,450억 달러에 달할 것으로 전망된다.



## IV. 재무분석

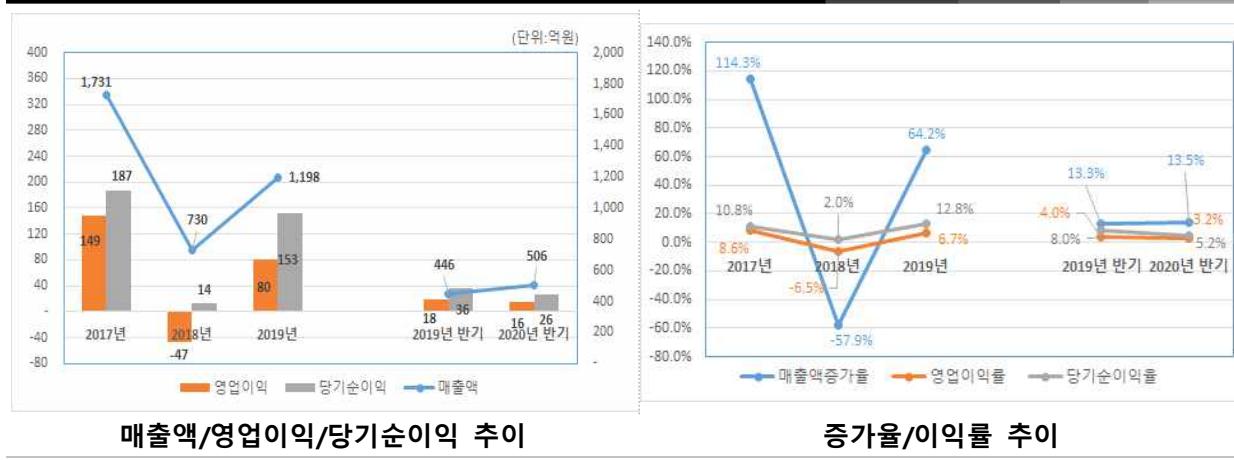
### 전시문화산업 분야 우수한 기술력과 업무수행능력 보유

동사는 국내 전시문화산업 분야 선도기업으로 1988년 설립된 이래 약 32년간 수많은 전시프로젝트를 수행하고 있으며, 우수한 기술력과 업무수행능력을 바탕으로 박물관, 전시관, 테마파크 등에서의 각종 전시물과 컨텐츠의 기획, 설계, 제작설치 및 인테리어 설계, 공사 등을 통해 매출을 시현하고 있다.

#### ■ 2019년 국내 대형 프로젝트 수주 확대로 매출 성장

동사는 국내외 전시 프로젝트 수행을 통해 매출을 시현하고 있으며, 2019년 기준 국내 전시사업 분야 매출은 1,065억 원(전체 매출대비 약 88.9%), 해외 매출은 카자흐스탄 등에서 132억 원(전체 매출대비 11.0%)이 발생되었다. 특히, 국립해양과학교육관 전시 설계 프로젝트 등의 정부 및 지방자체단체로부터의 매출이 557억 원(국내 매출대비 약 52%)으로 2019년은 국내 대형 전시프로젝트가 확대되면서 전년대비 매출이 성장하였다.

그림 9. 동사 연간 및 반기 요약 포괄손익계산서 분석



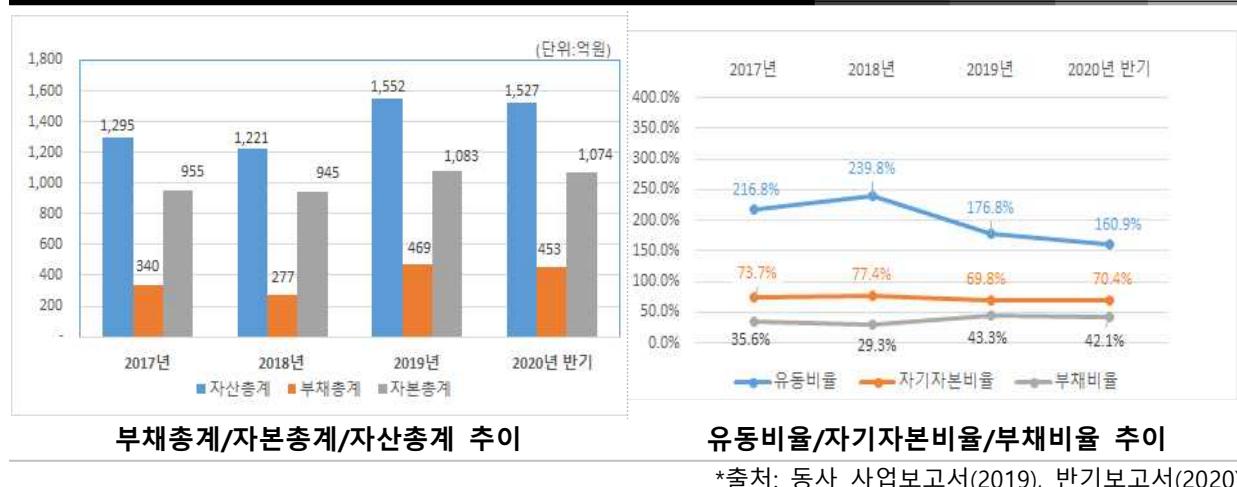
\*출처: 동사 사업보고서(2019), 반기보고서(2020)

#### ■ 2019년 매출 회복 및 수익성 개선

동사의 연결기준 매출액은 2017년 1,731억 원(+114.3% YoY), 2018년 730억 원(-57.9% YoY), 2019년 1,198억 원(+64.2% YoY)으로 2017년 아스타나 주제관 및 공동관 프로젝트 등의 해외 매출이 943억 원(용역 포함, 전체 매출대비 54.5%)으로 급증하면서 전체 매출이 크게 증가한 반면, 2018년에는 해외 프로젝트에서의 수주 감소로 해외 매출이 65억 원으로 급감하면서 전체 매출이 전년대비 감소하였다.



그림 10. 동사 연간 및 반기 요약 재무상태표 분석



\*출처: 동사 사업보고서(2019), 반기보고서(2020)

2019년에는 카자흐스탄 초대대통령 박물관 등의 해외 수주를 통한 해외 매출이 132억 원으로 전년대비 증가한데다 국립해양과학교육관 전시 설계 및 제작 설치 프로젝트에서 197억 원의 매출이 발생하는 등 국내 대형프로젝트 수주를 통해 매출이 일부 회복되었다.

이렇듯 동사는 수주에 따른 매출 변동이 큰 편이며, 전시문화산업의 특성상 정형화된 제품의 가격이 정해질 수 없으므로 부문별 프로젝트의 가격에 따라 매출원가율도 변동이 심한 편이다. 2017년 매출원가율 87.8%에서 2018년 매출 급감으로 외주비 등의 비용 부담이 확대되면서 매출원가율이 99.6%까지 상승하였고, 2019년 매출 일부 회복에 따라 매출원가율 88.3%를 보이며 안정화되었다. 이에 따라 2019년 기준 매출액영업이익률은 6.7%로 전년대비 흑자전환하였고, 금융비용이 감소한 가운데 관계기업투자주식처분이익 증가 등으로 매출액순이익률 12.8%를 보이며 전년대비 수익성이 개선되어 양호한 수익성을 나타내고 있다.

## ■ 2020년 상반기 매출 증가했으나 수익성은 하락

2020년 상반기 매출은 코로나19 사태에도 불구하고 기존에 확보한 정부 및 지방자치단체 수주와 카자흐스탄 등의 해외 수주를 바탕으로 전년동기대비 13.5% 증가한 506억 원의 매출을 시현하였으나, 진행률 50% 이상의 프로젝트 비중이 높은 편으로 원가 투입이 확대되면서 매출액영업이익률 3.2%, 매출액순이익률 5.2%로 전년동기대비 수익성은 소폭 하락하였다.

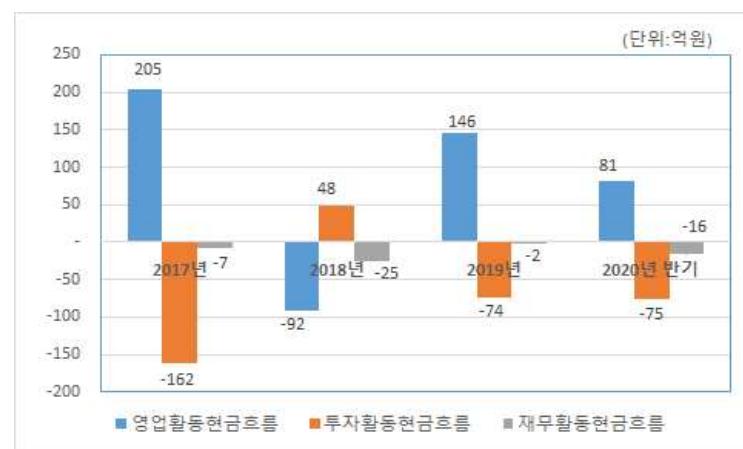
주요 재무안정성 지표는 2020년 상반기 기준 부채비율 42.1%, 자기자본비율 70.4%, 유동비율 160.9%, 차입금의존도 0.0%로 무차입이 유지되고 있는 가운데 부채 중 계약부채(선수금) 비중이 높고, 풍부한 유동성을 보유하고 있어 전반적인 재무구조가 양호한 수준이다.



## ■ 영업활동 현금흐름이 양호하여 투자활동, 재무활동 자금 소요 충당

동사는 2019년 당기순이익이 증가한 가운데 매입채무 증가, 계약부채 증가 등의 영향으로 영업활동현금흐름이 전년대비 개선되었고, 이에 따른 영업을 통한 유입된 현금으로 관계기업투자주식 취득 등의 투자활동 자금과 배당금 지급 등의 재무활동 자금을 충당하고도 기말 현금성자산이 증가된 바, 전반적인 자금흐름이 양호한 편이다.

그림 11. 동사 현금흐름의 변화



\*출처: 동사 사업보고서(2019) 반기보고서(2020)



## V. 주요 변동사항 및 향후 전망

### 글로벌 에듀테크 기업으로 도약, 도심형 공유창고 비즈니스 실시

동사는 지속적으로 에듀테크 사업을 추진해왔으며, 해외 4,000여개의 교육기업과의 네트워크 구축으로 글로벌 시장에 진출하였다. 또한, 소비자의 니즈에 부합하는 도심형 공유창고 비즈니스를 실시하였다.

#### ■ 글로벌 에듀테크 기업으로 도약

동사는 전시문화산업 분야를 선구적으로 개척해온 최대 전시 컨벤션 기업이다. 국내 주요 전시 문화공간을 담당하는 기업으로써 성장하였으며, 이를 통해 구축한 사업 역량을 기반으로 국내 에듀테크 사업을 적극 추진하고 있다. 전자신문에 기고된 기사 내용(2020년 8월)에 따르면, 동사 에듀테크 사업의 주축은 계열사인 (주)아이스크림미디어와 (주)아이스크림에듀로 330만 건의 교육 전용 멀티미디어 자료 아카이브를 보유하고 있다. 디지털 교육의 핵심은 콘텐츠이며, VR, AR 등의 실감 콘텐츠도 방대하게 보유하고 있는 것으로 파악된다.

AI교육연구소를 2015년에 설립하였으며, 1일 1,500만 건 데이터를 분석해 10만 명이 넘는 회원들에게 맞춤형 서비스를 제공하고 있다. 각종 소프트웨어 특허도 50건이 넘으며, 개인 학습에 대한 AI 분석 또한 가능한 것으로 파악된다. 특히, 교육 플랫폼 아이스크림S는 전국 초등학교 93%에서 활용되고 있으며, 해외 42개국에서 우리 교포들이 스마트학습 서비스 홈런을 사용하고 있는 것으로 파악된다.

코로나19로 세계 각국 학교가 휴교하면서 스마트학습 서비스 홈런은 국내는 물론 해외에서도 호평 받고 있다. 동사는 해외 진출에 많은 노력을 꾸준히 기울여 왔으며, 국제 교육 세미나, 콘퍼런스에 참석하면서 해외 4,000여개 교육 기업과 네트워크를 구축하였다. 최근 (주)아이스크림미디어는 한국 에듀테크 기업 최초로 미주개발은행(IDB)과 남미국가 교육 지원 플랫폼 공급계약을 체결하였다. 동사는 콜롬비아를 시작으로 많은 남미 국가에 에듀테크 서비스가 확산되길 기대하고 있다.

또한, 스마트 코딩로봇 ‘뚜루뚜루’는 출시 1년 6개월 만에 프랑스, 스페인, 일본, 아랍에미리트(UAE) 등 세계 18개국에 수출하고 있다. 이는 수십 년 전부터 해외 네트워크를 구축해 왔기에 가능한 성과이다. 향후 국제 표준 적용, 현지화 등으로 동사의 콘텐츠, 기술, 플랫폼이 국제적 경쟁력을 갖게 된다면 글로벌 시장으로의 진입이 용이할 것으로 기대된다.



## ■ 셀프스토리지, 도심형 공유창고 비즈니스 실시

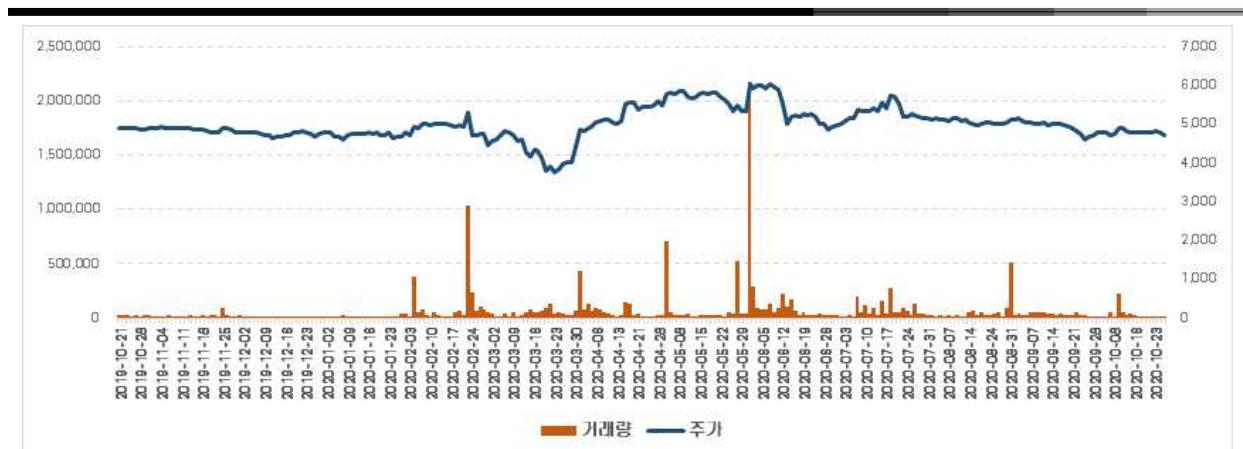
동사는 2020년 04월 편안창고 SPACETIME 논현점, 07월 잠실점을 오픈하였다. 이는 편리한 짐 보관을 위한 도심형 창고(셀프스토리지)로 개인, 기업 등 늘어나는 생활용품, 취미용품, 사무용품 등으로 불편해진 생활공간의 편의를 위해 찾는 소비자가 늘어나고 있다. 특히 주거 소형화 현상과 집콕경제의 발달에 따라 셀프스토리지는 소비자의 니즈에 부합하는 비즈니스로써 수요가 증가하고 있다.

셀프스토리지는 계절성 의류, 가전제품, 가구 및 캠핑용품, 낚시용품, 스키용품, 각종 취미용품, 서류, 이삿짐 등을 쾌적한 환경에서 안전하게 보관할 수 있다. 도심 한복판에 위치하여 24시간 필요할 때 자유롭게 입출고가 가능하다. 동사는 30여 년간 사용된 박물관 수장고 전문보관환경(보존을 위한 핵심특허자체 등 적용) 기술을 셀프스토리지에 적용시켜 친환경적이면서 온습도조절이 뛰어나고, 항균, 유해가스탈취, 화재안전까지 가능한 프리미엄 도심형 창고를 제시하였다.

## ■ 증권사 투자의견

작성기관	투자의견	목표주가	작성일
• 최근 6개월 이내 발간 보고서 없음			

## ■ 시장정보(주가 및 거래량)



\*출처: Kisvalue(2020.10.)