

이 보고서는 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

기술분석보고서

 YouTube 요약 영상 보러가기

SM Life Design(063440)

출판·매체복제

요약
기업현황
시장동향
기술분석
재무분석
주요 변동사항 및 전망



작성기관

(주)NICE디앤비

작성자

김창현 연구원

- 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 미 게재 상태일 수 있습니다.
- 카카오톡에서 “한국IR협의회” 채널을 추가하시면 매주 보고서 발간 소식을 안내 받으실 수 있습니다.
- 본 보고서에 대한 자세한 문의는 작성기관(TEL.02-2122-1300)로 연락하여 주시기 바랍니다.

SM Life Design(063440)

K-팝의 팬덤 효과 등을 기반으로 한 SM 아티스트 상업인쇄물 제작 전문기업

기업정보(2020/12/09 기준)

대표자	신승복
설립일자	1998년 12월 29일
상장일자	2002년 05월 30일
기업규모	중소기업
업종분류	기타 인쇄업
주요제품	상업인쇄물 등

시세정보(2020/12/14 기준)

현재가	1,965원
액면가	500원
시가총액	885억원
발행주식수	45,029,154주
52주 최고가	2,600원
52주 최저가	820원
외국인지분율	0.0%
주요주주	
(주)에스엠엔터테인먼트	29.9%
유성호	1.9%

■ 다양한 아티스트의 앨범, 화보집, 포스터 등의 인쇄를 통해 매출 시현

SM Life Design(이하 동사)은 1998년 12월 설립 후 2002년 5월 코스닥 시장에 상장되었다. 동사의 대주주인 (주)에스엠엔터테인먼트는 2019년 가온차트 상위 200위 기준 디지털 차트 점유율 1위를 기록하는 등 K-팝 아이돌 그룹의 소속사이자 국내 음악 엔터테인먼트 시장점유율 5.5%를 차지하는 업체이며, 동사는 이를 바탕으로, (주)에스엠엔터테인먼트 소속 아티스트 특유의 디자인을 반영한 실물앨범, 포스터, 화보집 등의 상업인쇄물을 제작하여 주요 매출을 시현하고 있다.

■ 국내 실물음반 판매량 증가에 따른 상업 인쇄 사업 활성화 수혜 전망

한국콘텐츠진흥원에서 2018년 발간한 해외 콘텐츠 시장 분석 보고서에 따르면 세계적으로 디지털 음원 시장이 성장하며 실물음반의 판매량은 지속적인 감소세로 확인되나, 국내 실물음반 시장의 경우 아이돌 그룹 중심으로 K-팝 시장의 성장과 함께 팬덤의 형성되고 앨범, 굿즈 등의 소장품 구매가 증가하여 가온차트 자료 기준 실물앨범의 판매량이 2015년 이후 지속적인 증가추세로 나타났다. 국내 K-팝 아이돌 그룹의 대형 기획사인 (주)에스엠엔터테인먼트 소속 아티스트의 상업인쇄물을 주로 제작하고 있는 동사의 경우 이러한 국내 시장의 수혜가 전망된다.

■ 신승복 대표이사 취임 및 외식사업, 와인 유통 등의 사업 다각화 추진

동사는 2019년 10월 기준에 진행해오던 복권, 유가증권 등을 제작하는 특수인쇄 사업을 매각하였고, 드라마 제작사 (주)필름부틱의 지분을 전량 매각하는 한편, 와인 유통업체 (주)모아엘앤비인터내셔널과 외식사업체 비컨홀딩스(주)의 지분을 취득하였고, (주)에스엠엔터테인먼트의 경영기획 본부장을 역임한 신승복 상무를 동사의 대표이사로 선임하여 외식사업과 와인 유통사업으로의 사업 다각화를 추진하고 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	332.8	192.7	6.0	1.8	7.5	2.3	1.9	1.7	10.0	20	1,090	59.6	1.1
2018	200.3	-31.5	-8.9	-4.4	-20.2	-10.1	-4.3	-3.9	12.1	-47	1,135	-	1.3
2019	369.8	84.6	4.2	1.2	-30.3	-8.2	-6.1	-5.2	23.7	-67	1,084	-	1.9

기업경쟁력

고품질 인쇄와 대량생산 역량 확보

- 보유한 인쇄설비들을 기반으로 연간 600만 부의 상업인쇄물 생산역량 확보
- (주)에스엠엔터테인먼트 소속 아티스트들의 앨범, 화보집 등 인쇄물 제작 중

사업 다각화

- 비컨홀딩스(주), (주)모아엘앤비인터내셔널의 지분 인수를 통해 외식, 와인 유통사업 부문으로의 다각화 추진
- 유통 채널 다양화, 브랜드 아이덴티티 확보를 위한 전략 수립 중

핵심기술 및 적용제품

고품질 인쇄물 제작 기술

- (주)에스엠엔터테인먼트의 비주얼디렉팅을 기반으로 디자인된 앨범 표지의 인쇄 진행
- 품질관리 시스템 관리를 통해 고품질의 인쇄물을 생산할 수 있는 역량 보유

제품군

주요 인쇄 제품

동방신기 공연 화보집(2019.10) EXO 6집 앨범(2019.11)



태민 2집 미니앨범(2019.02) 슈퍼주니어 9집 앨범(2019.10)



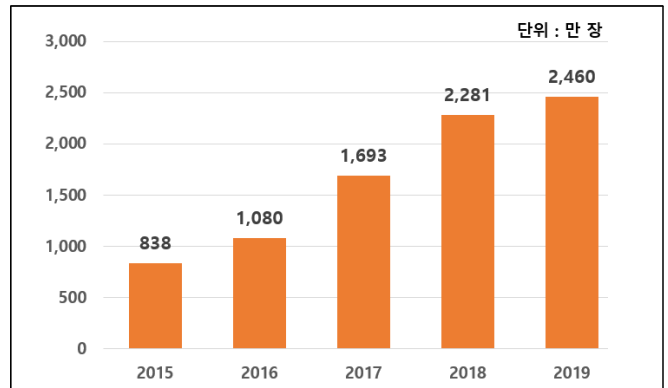
매출 비중

■ 2020년 3분기 유형별 매출액 및 비중 (단위: 억 원, %)

사업 부문	매출 품목	매출액	비중
인쇄	아티스트 인쇄물	136.3	73.5
영화콘텐츠	DVD 등	14.0	7.5
기타	푸드, 와인 유통 등	35.1	19.0
총합계		185.4	100.0

시장경쟁력

K-팝의 인기에 힘입어 국내 실물앨범 판매량 증가



(주)에스엠엔터테인먼트, 디지털 차트 점유율 1위

■ 2019년 연간 디지털 차트 점유율 (단위: %)

순위	제작사명	점유율
1	(주)에스엠엔터테인먼트	5.5
2	(주)남남엔터테인먼트	5.3
3	(주)와이지엔터테인먼트	5.1
4	(주)빅히트엔터테인먼트	4.8

최근 변동사항

K-팝의 인기 지속에 따른 실물음반 판매 증가 기대

- (주)에스엠엔터테인먼트는 2020년 11월 신규 걸그룹 에스파의 데뷔 등을 통해 아티스트 라인업을 확대하고 있어 이에 따른 실물앨범의 인쇄물 수주 예상

외식사업, 와인 유통사업 등 사업 다각화 추진

- 2019년 6월 특수인쇄사업 부문 매각과 드라마 제작 부문을 담당하는 (주)필름부티크의 지분 매각
- 2020년 3월 신임 신승복 대표이사의 취임은 성공적인 외식 및 와인 유통사업 다각화가 목적

I. 기업현황

SM 아티스트 상업인쇄물 전문기업에서 외식, 와인 유통사업 다각화 추진 중

동사는 SM 아티스트 앨범, 화보집, 포스터 등의 상업 인쇄 사업을 통한 매출 비중이 높으며, 현재 외식사업, 와인 유통사업으로 사업 다각화를 추진하고 있다.

■ 기업개요

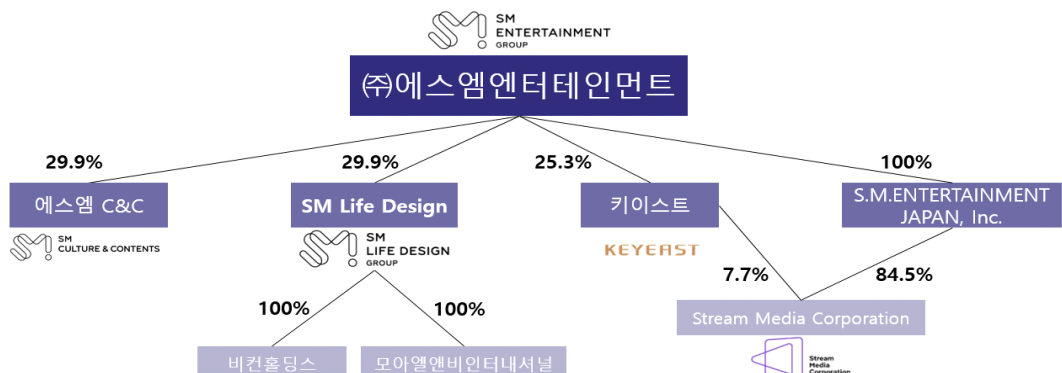
동사는 1998년 12월 (주)대한매일문화정보로 설립되었고, 2002년 5월 코스닥 시장에 상장되었다. 동사의 구(舊)사명은 에프엔씨애드컬처로 (주)에프엔씨엔터테인먼트의 드라마, 예능제작 중심의 흑자 자회사였으나, 2018년 5월 (주)에스엠엔터테인먼트가 동사의 지분을 인수하면서 (주)에스엠엔터테인먼트의 계열사로 편입되었고 현재 사명으로 변경되었다. 동사의 매출 중 현재 가장 큰 비중을 차지하는 사업은 SM 아티스트 앨범, 화보집 등을 제작하는 상업 인쇄 사업이다.

■ 계열회사 및 주요주주

동사는 기업집단 (주)에스엠엔터테인먼트에 속해 있으며, 동 기업집단에는 동사 등 5개의 상장사를 포함해 총 38개의 계열회사가 있다. 동사의 최대주주는 (주)에스엠엔터테인먼트(최대주주: 이수만, 18.7%)로, 음반 및 음원 제작 사업을 중심으로 영상콘텐츠 제작, 연예 매니지먼트 등 엔터테인먼트 관련 사업 전반을 영위하는 국내 대형 엔터테인먼트 기업이다. 동사의 종속회사로는 비컨홀딩스(주), (주)모아엘앤비인터내셔널이 있으며, 두 기업 모두 동사가 100% 지분을 보유하고 있다. 비컨홀딩스(주)는 중식당 ‘청’, 멕시코 음식점 ‘토마틸로’ 등 외식사업을 담당하고 있고, (주)모아엘앤비인터내셔널은 미국 프리미엄 와인 브랜드 이모스(emos)의 독점 수입 등 와인 유통사업을 진행하고 있다.

한편, 2020년 3월 동사는 보광창업투자(주) 이사, (주)이수창업투자 상무, 엠벤처투자(주) 사장을 거쳐 (주)에스엠엔터테인먼트의 경영기획 본부장을 역임하였던 신승복 상무를 동사의 신임 대표이사로 선임하였고, 동사의 신사업(외식사업 및 와인 유통사업) 부문 역량 강화에 착수하였다.

[그림 1] 동사의 주요 계열회사 지배구조



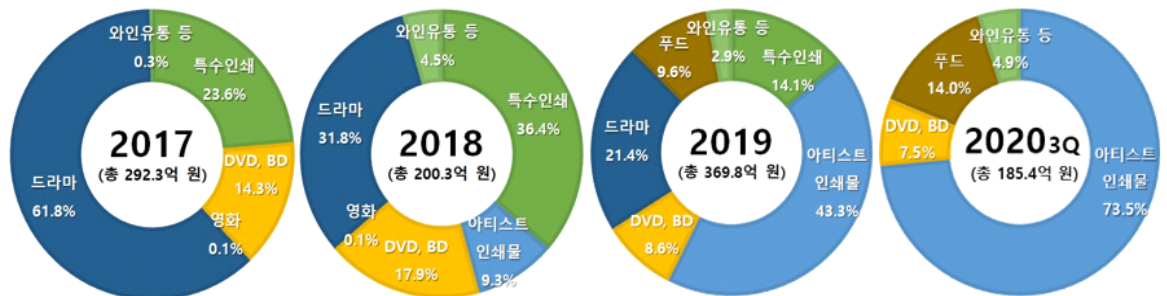
*출처: 동사 분기보고서(2020.09), NICE디앤비 재가공

■ 주요제품 및 매출 비중

동사의 주 매출은 아티스트 앨범, 포스터, 화보집 등의 인쇄물 제작을 통해 발생하고 있다. 동사는 인쇄설비를 기반으로 EXO, NCT(127, dream, WayV), 레드벨벳 등 (주)에스엠엔터테인먼트 소속 가수 및 기타 아티스트의 앨범, 화보집 등의 인쇄작업을 수행하고 있다.

동사의 최근 3개년 매출구성비를 살펴보면, 2017년에는 드라마 제작을 통한 매출이 61.8%를 차지하고 있고, 그다음으로 복권, 유가증권 등의 특수인쇄 매출이 23.6%로 전체 매출의 대부분을 차지한 것으로 확인된다. 동사는 2018년 (주)에스엠엔터테인먼트의 계열사로 편입되면서 아티스트 인쇄물이 발생하기 시작하였고, 2019년에는 아티스트 인쇄물이 43.3%로 주요 매출로 급부상하였으며, 드라마, 특수인쇄는 기존 대비 점차 줄어들었다. 2019년 10월 동사는 특수인쇄 사업 부문을 매각하였고, 드라마 제작사 (주)필름부티크의 지분을 전량 매각함에 따라 동사는 SM 아티스트 인쇄물 제조기업으로 탈바꿈하였다. 동사의 2020년 3분기 기준 아티스트 인쇄물 매출 비중은 73.5%로 확인되며, 신사업 영역인 푸드와 와인 유통 매출 비중이 매년 확대되고 있는 것으로 확인된다.

[그림 2] 동사의 최근 3개년 매출구성비

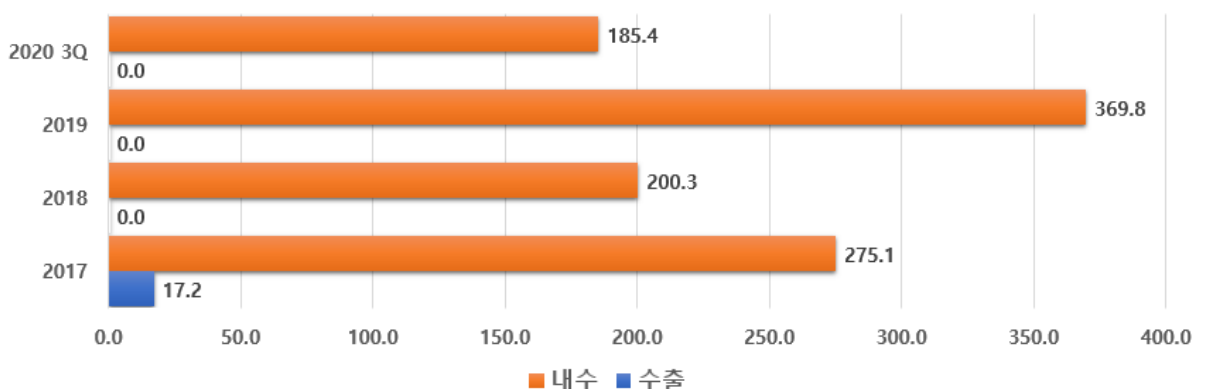


*출처: 동사 사업보고서(2019.12), 분기보고서(2020.09), NICE디앤비 재가공

동사의 최근 3개년 매출의 내수/수출 구성비를 살펴보면, 2017년 드라마 제작과 관련하여 수출실적이 일부 발생한 것으로 확인되나, 2018년 이후 현재까지 수출실적에 대한 매출이 확인되지 않아, 동사는 내수 중심으로 사업을 운영하고 있는 것으로 파악된다.

[그림 3] 동사의 최근 3개년 매출의 내수/수출 구성비

(단위: 억 원)



*출처: 동사 사업보고서(2019.12), 분기보고서(2020.09), NICE디앤비 재가공

II. 시장동향

K-팝의 인기에 힘입어 동사의 상업 인쇄 사업 활성화 수혜 전망

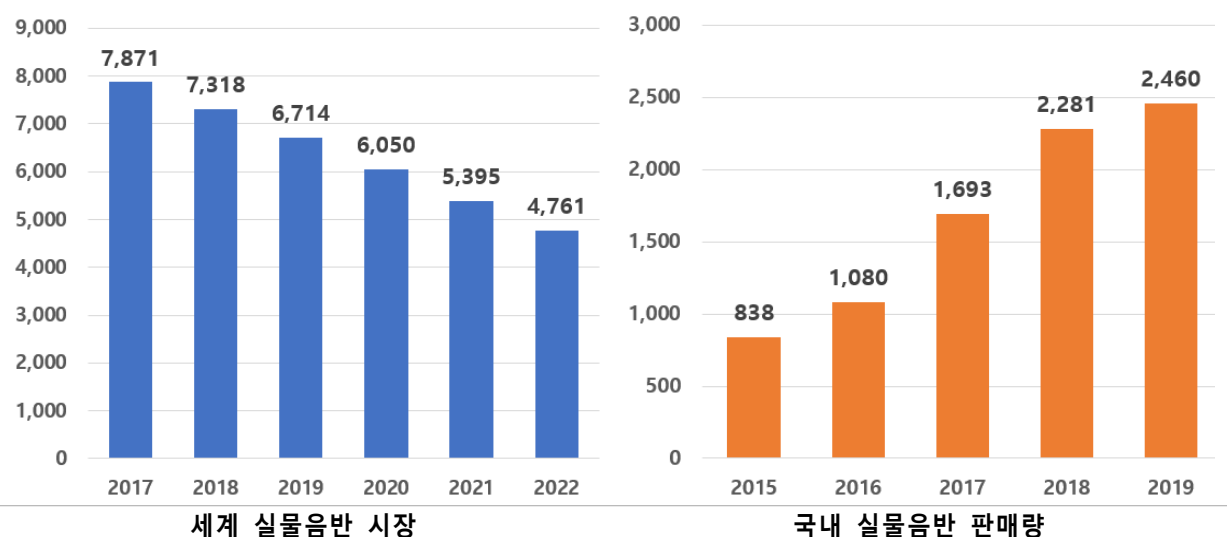
K-팝의 높은 인기에 기반해 국내 실물앨범의 판매가 증가하는 모습을 보이며 동사의 주력사업인 아티스트 앨범 인쇄 사업의 수혜가 전망된다.

■ 디지털 콘텐츠 산업의 성장 속 K-팝의 인기에 따른 실물음반 판매량 증가

동사의 주요 사업은 아티스트 앨범, 포스터, 화보집 등의 인쇄물을 제작하는 상업 인쇄 사업으로, K-팝 등 문화 콘텐츠 시장의 상황에 영향을 받고 있다. 한국콘텐츠진흥원에서 2018년 발간한 해외 콘텐츠 시장 분석 보고서에 따르면, 세계 음악 시장의 규모는 2017년 502억 2,600만 달러에서 연평균 4.7% 성장해 2022년 632억 1,100만 달러 규모를 형성할 것으로 전망되었다. 하지만, 이 중 동사의 사업영역과 가장 연관성이 높은 실물음반 시장의 경우 2017년 78억 7,100만 달러에서 2022년 47억 6,100만 달러로의 시장규모 축소될 것으로 전망하였다.

또한, 동 보고서에 의하면 글로벌 디지털 음원의 수요가 증가하며 실물음반의 판매량이 감소할 것으로 예측되었지만, 2019년 가온차트에서 보고한 자료에 따르면 최근 국내 상위 400위 앨범 판매량은 2015년 838만 장에서 2019년 2,460만 장으로 증가하는 모습이 보고되고 있다. 이는 K-팝 아이돌의 팬덤 효과, 앨범 구매 시 팬 사인회 참여 기회를 주는 엔터테인먼트사들의 마케팅 활동 등이 반영된 결과로, 아이돌 그룹을 중심으로 K-팝의 인기가 지속된다면 K-팝 아티스트 앨범 등의 인쇄물을 생산하는 동사의 사업 활성화에 긍정적인 영향을 줄 것으로 전망된다.

[그림 4] 세계 실물음반 시장전망 및 국내 실물음반 판매량 추이 (단위: (좌)백만 달러, (우)만 장)



*출처: 한국콘텐츠진흥원, 가온차트, NICE디앤비 재가공

■ 아이돌 그룹의 인기에 힘입어 성장 중인 K-팝 굿즈 시장

아이돌 그룹의 인기로 증가하는 실물음반 판매량은 더 나아가 굿즈(Goods, MD상품)의 판매 증가로 이어지고 있다. 아이돌 굿즈는 티셔츠, 사진 모음집, 응원봉, 이외 아티스트의 얼굴이 들어간 각종 잡화를 의미한다. 엔터테인먼트 업계에서는 ‘팬더스트리’ (팬+인더스트리)라는 용어를 사용하는 등 팬 중심의 산업을 중요하게 여기고 있다.

[그림 5] 아이돌 굿즈의 예시



레드벨벳 북마크&스티커

슈퍼주니어 포토북

EXO 목걸이&응원봉

*출처: SMTOWN&STORE

조선일보, 중앙일보 등의 매체 보도에 따르면, (주)에스엠엔터테인먼트, (주)와이지엔터테인먼트 등 상위 5개 연예기획사의 아이돌 굿즈 관련 매출액은 2014년 750억 원에서 2016년 1,500억 규모로 성장하였으며, 방탄소년단의 소속사 (주)빅히트엔터테인먼트의 굿즈 매출액은 2017년 464억 원에서 2019년 상반기 2,142억 원으로 증가하는 등 성장세를 보이고 있다. 동사는 실물음반 인쇄를 주력으로 진행하며 화보집, 달력, 시즌그리팅 등의 굿즈 제작으로 사업영역을 확장하고 있어 아이돌 굿즈 시장의 성장 전망은 동사의 매출 외형 성장에 긍정적 영향을 줄 것으로 예상된다. 한편, 아이돌 굿즈 시장은 엔터테인먼트사에서 제작하는 공식 굿즈뿐만 아니라 열성팬들을 중심으로 생산되는 비공식 굿즈가 있으며, 중고거래 플랫폼을 통해 공식 굿즈보다 높은 가격에 판매되는 현상이 나타나는 등 그 가치가 높게 평가되고 있다. 이러한 굿즈 시장에서의 생존을 위해서는 비공식 굿즈가 만들 수 없는 차별화된 제품을 기획하고 생산할 수 있는 전략이 필요할 것으로 판단된다.

■ (주)에스엠엔터테인먼트의 국내 음반/음원 시장에서의 영향력

동사의 대주주 (주)에스엠엔터테인먼트는 국내 엔터테인먼트 업계에서 높은 인지도를 가지고 있는 대형 엔터테인먼트사다. 최근 공시자료에 의하면, (주)에스엠엔터테인먼트는 2019년 6,578억 원의 매출액을 기록하며 2,645억 원의 (주)와이지엔터테인먼트, 5,872억 원의 (주)빅히트엔터테인먼트 등 주요경쟁 기업들보다 높은 매출액을 기록하고 있으며, 2019년 가온차트 연간 디지털 차트에서 5.5%의 점유율로 엔터테인먼트사 1위를 기록하였다. 디지털 차트 점유율은 (주)에스엠엔터테인먼트를 포함해 5개 엔터테인먼트사가 약 20.7%를 차지하고 있으며, 이외 부분은 2019년 콘텐츠산업 통계조사의 음악산업 사업체 수를 통해 추정했을 때 약 35,660여 개의 업체가 경쟁 중인 것으로 판단된다. 대부분의 엔터테인먼트사가 0.1% 미만의 디지털 차트 점유율을 기록 중인 것과 비교했을 때 (주)에스엠엔터테인먼트는 음반/음원 부문에서 5.5%의 점유율을 기록하며 높은 시장점유율을 보이고 있다.

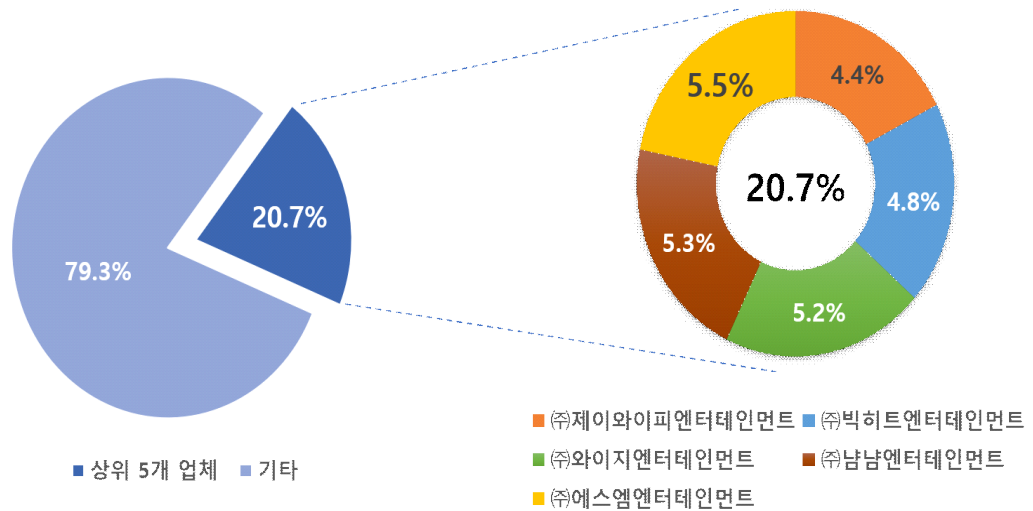


[표 1] 국내 주요 엔터테인먼트사의 매출액 및 영업이익 비교 (단위: 억 원)

업체명	2019년	
	매출액	영업이익
(주)에스엠엔터테인먼트	6,578	404
(주)빅히트엔터테인먼트	5,872	987
(주)와이지엔터테인먼트	2,645	202

*출처: 업체별 사업보고서 및 연결감사보고서(2019.12), NICE디앤비 재가공

[그림 6] 국내 주요 엔터테인먼트사의 디지털 차트 점유율 (단위: %, 억 원)



*출처: 가온차트, 한국콘텐츠진흥원, NICE디앤비 재가공

영업이익률은 최근 방탄소년단을 중심으로 가파른 성장세를 보이는 (주)빅히트엔터테인먼트의 987억 원보다 떨어지는 404억 원을 기록했지만, EXO, NCT, 레드벨벳 등 다양한 라인업을 기반으로 안정적인 음반/음원 매출이 발생하고 있다. 또한, 보유한 아티스트 라인업에서 유닛 활동, 솔로 활동 등 파생되어 나오는 프로젝트를 만들어내며 소속 아티스트들의 주기적인 활동이 가능한 기반을 확보하였다. 동사는 (주)에스엠엔터테인먼트의 실물음반 인쇄물이 주요 매출을 차지하고 있으며, 주기적으로 활동을 이어나가는 소속 아티스트들을 고려 시 실물음반 시장에서 (주)에스엠엔터테인먼트의 음반 발행 수요는 지속될 것으로 전망된다.

Ⅲ. 기술분석

드라마 제작, 특수인쇄 사업에서 상업 인쇄, 외식사업 등으로 사업 부문 변화

동사는 (주)에프엔씨엔터테인먼트의 계열사에 소속되어 있던 시절 드라마 제작, 특수인쇄 사업을 주력사업으로 영위했지만, 2018년 (주)에스엠엔터테인먼트가 지분 인수 후 아티스트 인쇄물과 외식, 와인유통 사업으로 사업영역이 변화하고 있다.

■ (주)에스엠엔터테인먼트 특유의 디자인을 반영한 고품질 인쇄물 제작

동사는 사업장에 제품 생산을 위하여 연간 약 600만 부의 생산능력을 갖춘 인쇄설비를 보유하고 있으며, 동사는 이를 바탕으로 (주)에스엠엔터테인먼트 소속 다양한 아티스트들의 음악앨범, 화보집, 포스터 등의 인쇄와 리패키지, 스페셜 버전, 신년키트, 명함, 봉투, 쇼핑백 등의 서식 인쇄물 등으로 사업영역을 확장해나가고 있다. 최근의 실물음반 인쇄는 인쇄 품질의 고도화뿐만 아니라 개성 있는 제품 생산을 통해 소장 가치를 높이며 팬들의 구매 욕구를 자극하는 것이 중요하다. 동사는 인쇄의 품질 유지를 위해 품질관리 시스템을 강화하고 있으며, 시장조사 및 트렌드 분석을 통해 신속하게 업계 동향을 파악하고 독창적인 디자인의 앨범 제작을 위해 노력하고 있다. 또한, (주)에스엠엔터테인먼트의 경우 비주얼디렉팅 전략을 통해 (주)에스엠엔터테인먼트만의 아이덴티티를 만들어내기 위해 노력하고 있다. Journal of Digital Convergence에 수록된 논문에 따르면, 비주얼디렉팅은 아티스트의 이미지를 비주얼 측면에서 포장해 아티스트의 이미지를 구축하고 브랜드 가치를 만들어내는 것을 의미한다(최성이 외, 2019, p.374). 상기 언급된 논문에 의하면 (주)에스엠엔터테인먼트는 마케팅 전략 수립부터 시장 분석, 타겟 이미지 설정 후 확장, 프로젝트 기획 전개, 외부 네트워크와의 협업, 홍보 마케팅, 융합 콘텐츠 제작까지 아티스트 이미지메이킹과 관련한 모든 과정을 내부적으로 수행하고 있으며, 비주얼디렉팅을 아티스트의 이미지메이킹, 앨범 디자인, 의상 디자인 등을 넘어 굿즈 디자인 및 제작 등의 부가적인 상품 판매까지 확장시키며 그 가치를 더해가고 있다고 보고하였다. 동사는 비주얼디렉팅을 기반으로 디자인된 (주)에스엠엔터테인먼트만의 차별화된 앨범을 인쇄하고 있으며, 다양한 아티스트 라인업을 보유한 (주)에스엠엔터테인먼트의 주기적인 앨범 프로젝트 진행을 기반으로 계열사 수혜에 힘입어 지속적인 상업인쇄물 매출을 이어갈 것으로 전망된다.

[그림 7] 비주얼디렉팅을 통해 디자인된 (주)에스엠엔터테인먼트의 앨범 표지



*출처: (주)에스엠엔터테인먼트 홈페이지

■ **상업 인쇄와 외식, 와인 유통사업으로 주력사업 부문 변화 중**

2018년도까지 동사의 매출은 드라마 제작, 복권, 유가증권 등의 특수인쇄 사업의 비중이 높았다. 동사는 ‘언니는 살아있다’, ‘황후의 품격’ 등 제작한 드라마가 각각 24%, 17% 이상의 시청률을 기록하는 실적을 보유하고 있으며, 보안시스템을 갖추고 특수코팅, 위변조 방지 기법 연구 등을 기반으로 각종 복권, 상품권, 티켓 등의 특수인쇄물 제작 사업을 진행했다. 하지만, (주)에스엠엔터테인먼트가 지분을 인수한 이후 기존에 주력으로 진행해오던 2개 사업 부문을 매각하며 2020년 드라마 제작과 특수인쇄 사업의 매출 대신 상업 인쇄 사업, 지분 인수를 통한 외식사업과 와인 유통사업의 매출 비중이 증가하고 있다. 동사는 비컨홀딩스(주)를 통해 외식사업을 영위 중으로, 중화요리 고급 브랜드 ‘청’, 캐주얼 중식 브랜드 ‘청화당’, 멕시코 음식점 ‘토마틸로’ 를 운영하고 있다. 동사는 외식사업과 관련하여 레시피 표준화, 서비스 교육 등 통일된 운영 매뉴얼을 통해 사업을 확장해나갈 계획에 있으며, 젊은 층을 대상으로 브랜드 아이덴티티를 확보하기 위한 전략 수립을 진행하고 있다. 와인 유통사업의 경우 철저한 품질관리를 통해 미국의 와인 브랜드 이모스의 독점 수입을 진행하고 있으며, 국내 주요 호텔 및 레스토랑과의 협업을 통한 와인 디너 행사 등을 기획하며 브랜드 인지도를 높이기 위해 노력하고 있다. 또한, 선주문 판매방식을 도입해 매년 주기적으로 선주문하는 고객 리스트를 확보하며 안정적인 수요 확보를 계획하고 있다.

[그림 8] 동사 주력사업의 변화



*출처: 동사 사업보고서(2019.12), 동사 홈페이지

[그림 9] SWOT 분석



IV. 재무분석

2019년 상업 인쇄 매출 증가로 매출 외형 확대되었으나 2020년 3분기 매출 축소

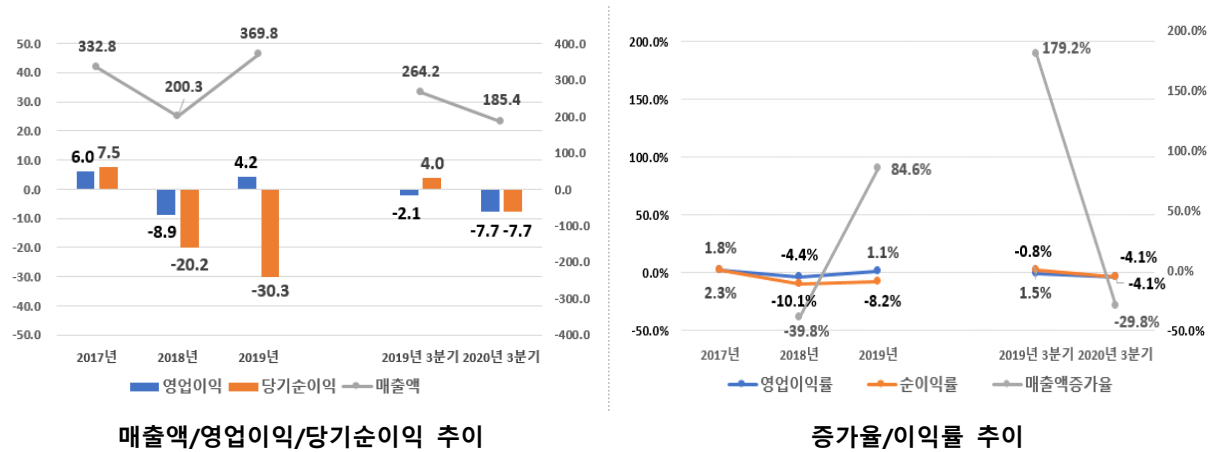
2019년 상업 인쇄 사업 부문의 현격한 성장으로 매출 외형이 확대되었으나 관련 종속기업의 지분 매각 등으로 2020년 미디어 제작 사업 부문 매출이 전무함에 따라 3분기까지 누적 매출액이 전년 동기 대비 축소되었다.

■ 인쇄 사업 부문이 동사의 매출을 견인

동사는 상업 인쇄, 미디어 제작 및 멀티미디어사업을 주력사업으로 영위하는 업체로 2018년 5월 최대주주 변경에 따라 기업집단 (주)에스엠엔터테인먼트의 계열사로 편입되었다. 동사의 사업 부문은 크게 인쇄, 영화콘텐츠, 미디어 제작, 외식으로 구분하고 있으며, 2019년 기준 부문별 매출 비중은 인쇄 57.4%, 미디어 제작 21.4%, 외식 9.6%, 영화콘텐츠 8.7%, 기타(와인 유통 외) 2.9%로 나타나 인쇄 사업이 동사의 주요 매출 부문인 것으로 분석된다.

[그림 10] 동사 연간 및 3분기(누적) 요약 포괄 손익계산서 분석

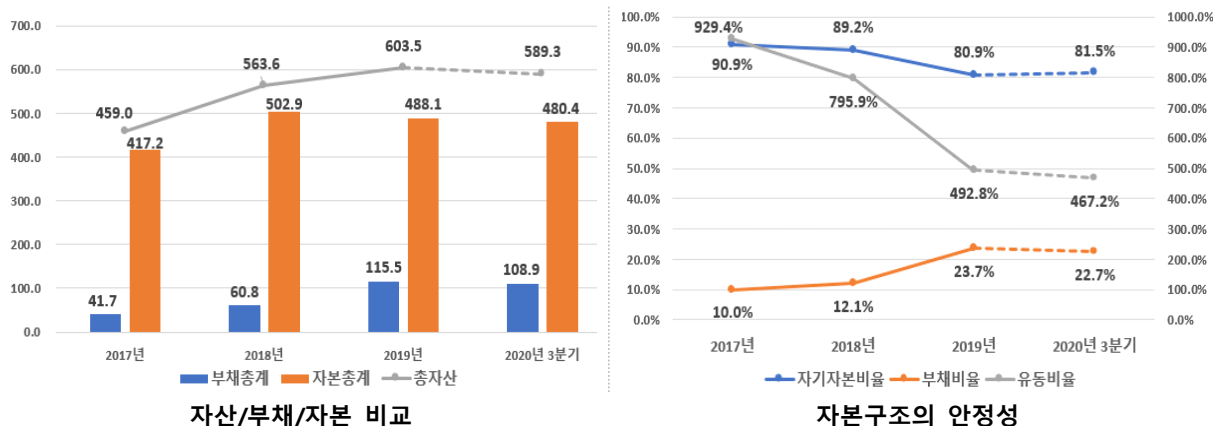
(단위: 억 원, %)



*출처: 동사 사업보고서(2019.12), 동사 분기보고서(2020.09), NICE디앤비 재구성

[그림 11] 동사 연간 및 3분기(누적) 요약 재무상태표 분석

(단위: 억 원, %)



*출처: 동사 사업보고서(2019.12), 동사 분기보고서(2020.09), NICE디앤비 재구성

■ 2019년 상업 인쇄 사업 확대에 힘입어 매출 외형 성장

동사는 아티스트 인쇄물 관련 매출의 현격한 성장에 따른 인쇄 사업 부문의 매출 증가에 힘입어 전년 대비 84.6% 증가한 370억 원의 매출액을 기록하며 매출 외형이 확대되었다.

큰 폭의 매출 확대에 따른 판매관리비 부담 완화로 동사는 4억 원의 영업이익을 기록하는 등 영업수지가 흑자 전환하였으나, 영업이익률은 1.1%를 기록하는 수준에 머물렀다. 한편, 동사는 2019년 외식업체인 (주)토마틸로코리아와 비컨홀딩스(주), 와인 유통업체인 (주)모아엘앤비인터내셔널의 지분을 취득하였고, 그 과정에서 발생한 영업권의 손상평가를 통해 36억 원의 손상차손을 인식함에 따라 영업외수지 적자 폭이 확대되며 영업 손실 30억 원을 기록하는 등 전년에 이어 적자 기초를 지속하였다.

■ 2020년 3분기 전년 동기 대비 매출규모 축소

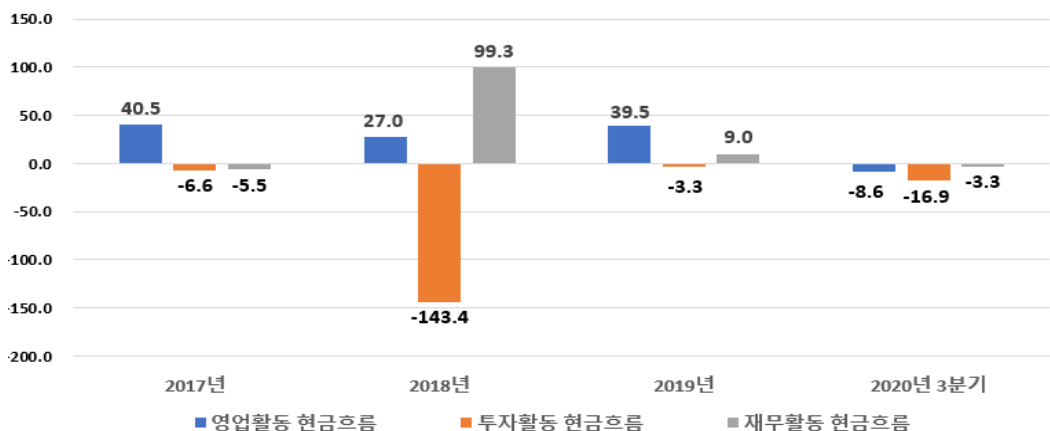
동사는 2019년 12월 추첨식 복권 인쇄 사업의 계약이 종료됨에 따라 특수인쇄 사업 부문을 매각하여 관련 매출이 소실된 가운데, 2019년 6월 드라마 제작사인 (주)필름부티크의 지분을 전량 매각한 이후 2020년에 드라마 제작 사업 부문의 매출이 전무한 상태를 지속함에 따라 3분기까지 누적 매출액이 전년 동기 대비 29.8% 감소한 185억 원을 기록하였다. 또한, 매출 감소에 따른 영업비용 부담 확대로 영업 손실 8억 원, 분기 순손실 8억 원을 각각 기록하며 적자 시현하였다.

■ 2019년 정(+의) 영업활동현금흐름 지속

동사는 순손실을 시현하였음에도 불구하고 영업권 손상차손 및 감가상각비 등 현금유출이 없는 비용의 가산으로 2019년 영업활동현금흐름이 손익계산서 상 영업이익을 큰 폭으로 상회하였으며, 그 규모가 전년 대비 증가하는 등 영업활동을 통한 현금 창출 능력은 무난한 수준을 나타냈다. 동사는 영업활동을 통해 창출된 현금으로 투자 활동으로 인한 현금유출을 충당하는 현금흐름을 보였으며, 유상증자 등 재무활동을 통해 현금 유입이 발생함에 따라 현금성 자산이 기초 32억 원에서 기말 77억 원으로 증가하였다.

[그림 12] 동사 현금흐름의 변화

(단위: 억 원, %)



*출처: 동사 사업보고서(2019.12), 동사 분기보고서(2020.09), NICE디앤비 재구성



V. 주요 변동사항 및 향후 전망

K-팝 시장의 지속성, 신사업 본격화를 통한 매출 외형 회복 여부가 관건

동사의 주력사업인 상업 인쇄 사업은 기업집단 (주)에스엠엔터테인먼트의 음반 판매실적과 K-팝의 인기 활성화 정도에 영향을 받을 것으로 예상된다. 또한, 외식사업과 와인 유통사업의 실적이 동사의 향후 매출 회복 및 성장에 중요한 역할을 할 것으로 보인다.

■ K-팝의 인기 등에 따른 실물음반 판매 증가세 지속 예상

아이돌 그룹을 중심으로 K-팝의 인기가 전 세계로 뻗어 나가고 있다. 특히 앨범, 화보, 굿즈 등의 구매는 팬들의 아이돌 그룹에 대한 애정, 충성심의 표현으로 인식되며 지속적인 판매량 증가가 나타나고 있으며, 향후 이러한 현상이 계속될 것으로 전망된다. 또한, 동사가 속해 있는 기업집단 (주)에스엠엔터테인먼트의 경우 아티스트 라인업 확대와 글로벌 팬덤 확장을 통해 음반/음원의 매출 성장세가 지속되고 있으며, 2020년 719만 장의 누적 음반판매량을 기록하였다. 또한, 2020년 11월 신규 걸그룹 에스파가 데뷔하는 등 신규 아티스트 라인업의 확대와 기존 아티스트의 활동이 지속적일 것으로 예상되며 이에 따른 음반 매출의 증가가 기대된다. 동사의 상업 인쇄 사업은 (주)에스엠엔터테인먼트의 아티스트들을 비롯해 K-팝 전체 시장의 지속성과 이로부터 실물음반의 소비를 얼마나 이끌어낼 수 있는지가 사업 활성화에 관건이 될 것으로 보인다.

■ 외식사업, 와인 유통사업으로의 다각화 추진 중

동사는 2019년 기중 드라마 제작사인 (주)필름부티크의 지분 매각 및 특수인쇄 사업 부문 매각을 단행하였고, 외식업체인 비컨홀딩스(주)와 와인 유통업체인 (주)모아엘앤비인터내셔널의 지분을 취득하였다. 이후, 2020년 3분기 동사의 매출 구성을 살펴보면 특수인쇄 매출과 미디어 제작 매출이 소실된 가운데, 아티스트 인쇄물로 대표되는 상업 인쇄 사업부의 매출을 기반으로 하여 외식사업과 와인 유통업을 통해 사업 다각화를 추진하는 방향성이 드러나고 있다. 다만, 인쇄 사업 다음으로 매출 비중이 높았던 미디어 제작 사업의 부재로 전년 동기 대비 매출 규모가 축소된 점을 고려할 때, 향후 신사업의 본격적인 추진을 통한 매출 외형 회복 여부가 동사의 주요 이슈로 남아있다.

■ 증권사 투자의견

최근 1년 내 증권사 투자의견 없음