

이 보고서는 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

기술분석보고서

 YouTube 요약 영상 보러가기

팬엔터테인먼트(068050)

소비자서비스

요약

기업현황

시장동향

기술분석

재무분석

주요 변동사항 및 전망



작성기관

NICE평가정보(주)

작성자

안종하 선임연구원

- 본 보고서는 「코스닥 시장 활성화를 통한 자본시장 혁신방안」의 일환으로 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해, 한국거래소와 한국예탁결제원의 후원을 받아 한국IR협의회가 기술 신용평가기관에 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.02-2124-6822)으로 연락주시기 바랍니다.

팬엔터테인먼트(068050)

드라마 콘텐츠 경쟁력을 바탕으로 한 종합 엔터테인먼트 기업

기업정보(2021/01/29 기준)

대표자	박영석
설립일자	1998년 04월 03일
상장일자	2006년 07월 07일
기업규모	중소기업
업종분류	방송 프로그램 제작업
주요제품	드라마 등 방송영상물

시세정보(2021/01/29 기준)

현재가(원)	6,190
액면가(원)	500
시가총액(억 원)	1,687
발행주식수	27,247,982
52주 최고가(원)	7,300
52주 최저가(원)	1,110
외국인지분율	2.25%
주요주주	박영석

■ '겨울연가'를 비롯하여 60여 편의 드라마 제작

팬엔터테인먼트는 방송 영상 제작 사업자로서 드라마, 교양/예능 프로그램을 제작하여 방송사나 기타 콘텐츠 플랫폼 업체에 공급하고 있다. 동사가 제작한 <겨울연가> 외에도 <월계수 양복점 신사들>, <적도의 남자>, 김수현이라는 배우를 정상에 올린 <해를 품은 달> 등 2020년 초까지 60여 편의 다양한 장르의 드라마를 제작하였다. 동사는 30여 명의 작가와 계약을 체결하는 등 드라마 제작과 관련한 인적자원을 확보하고 있다.

■ 영화, 음반 등 다양한 콘텐츠 사업 진행

동사는 인기 웹툰 <국민사형투표>, <악의는 없다> 등의 영화화 판권을 계약하고, 외부 제작사와 공동 제작 준비를 하고 있다. 그 외에도 <콜레트>, <아이엠마더> 등의 외화에 대한 투자 및 배급을 통해 개봉하는 등 영화 관련 다양한 사업을 진행하고 있다. 또한, 드라마 콘텐츠 경쟁력을 통해 음반 사업으로 영역을 확대하고 있으며, 이는 자체 제작 드라마를 활용하여 홍보비 절감이 가능한 OST(Original sound track) 사업을 추가적으로 진행함과 동시에 여성그룹, 밴드 등의 자체 아티스트를 발굴하는 등 콘텐츠 및 매니지먼트 사업을 동시에 진행할 예정이다.

■ 매니지먼트 사업을 통한 시장 내 영향력 강화

드라마, 영화, 음반 등 문화 콘텐츠 제작 뿐 아니라, 자체적인 자체 여성그룹, 밴드 등의 가수, 역량 있는 연기자 발굴을 위한 매니지먼트 사업을 통해 문화 콘텐츠 시장에서 영향력을 확보할 계획을 수립하고 있으며, 이를 위해 자회사인 (주)팬스타즈컴퍼니를 통해 전혜빈, 표예진, 최성재 등의 연기와 매니지먼트 계약을 체결하였다. 문화 콘텐츠 제작 역량과 매니지먼트 역량을 바탕으로 소속 연기자의 상업적 가치를 끌어올리고, 동사의 영향력을 강화시킬 계획을 수립하고 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	423.4	19.9	(7.4)	(1.8)	(16.9)	(4.0)	(3.9)	(2.3)	69.4	(165)	3,373	(25.4)	1.2
2018	132.1	(68.8)	(6.9)	(5.2)	(10.4)	(7.9)	(2.2)	(1.4)	42.4	(76)	3,309	(49.1)	1.1
2019	402.2	204.4	10.7	2.7	11.3	2.8	2.4	1.6	62.2	82	3,407	62.0	1.5

기업경쟁력

히트작 제작 이력 및 유명 작가 확보

- <겨울연가>를 비롯하여 <해를 품은 달>, <동백꽃 필 무렵> 등 다수의 히트작 제작 이력 보유
- 임상춘, 문영남, 진수완 등 유명 작가를 비롯한 드라마 작가 24명 및 영화 작가 5명 확보
- 유명 작가의 영향력을 바탕으로 한 우수한 PD, 연기 자섭외 역량 보유

문화 콘텐츠 간 시너지 효과

- 드라마 제작 역량을 바탕으로 한 영화 제작 사업 진출
- 자체 제작 드라마를 활용한 OST 시장 진출 및 음반 산업 진입
- 매니지먼트 사업을 통한 콘텐츠 시장 경쟁력 강화 및 사업 포트폴리오 다각화

핵심기술 및 적용제품

종합 문화 콘텐츠 기업으로의 성장

- 우수한 작가진을 바탕으로 PD, 연기자 등을 섭외하여 화제성 있는 드라마 제작
- 경쟁력 있는 작품을 통한 신인 연기자 발굴 및 우수 인력확보를 통한 문화 콘텐츠계 영향력 강화
- 매니지먼트 사업을 통한 인적자원 강화 및 작품 경쟁력 강화 등 선순환 구조 구축

동사 제작 드라마



시장경쟁력

국내 방송영상물제작업 시장현황

년도	시장규모	성장률
2018년	24,565억 원	연평균 13.6% ▲ (문화체육관광부)
2022년	40,911억 원	

지속적인 성장 및 콘텐츠 유통채널 변화

- 국내 방송 및 영화산업의 지속적인 성장
- OTT 등 콘텐츠 유통채널의 다변화
- 한국영화의 세계적 위상 및 경쟁력 강화

최근 변동사항

영화사업부 역량 강화

- 조직개편을 통한 영화사업부 사업역량 강화
 - 영화 제작 외 영화 배급 등 사업 다각화
- 음반사업에 대한 적극적인 투자를 통한 매출 다변화

적극적인 해외시장 공략

- 한국드라마에 대한 수요가 증가함에 따라 중국 등 해외시장에 대한 진출 가속화
- 한국영화의 위상 및 경쟁력 강화를 발판삼아 해외시장에 대한 적극적인 공략

I. 기업현황

영역 확대를 통한 종합 콘텐츠 미디어 기업으로의 전환

드라마 콘텐츠 제작업체로, 60여 편의 드라마를 제작한 이력을 보유하고 있으며, 영화, 음반 등으로 영역을 확대하여 종합 콘텐츠 미디어 기업으로 성장하고 있다. 또한, 매니지먼트 사업을 통해 실력 있는 연기자를 확보하고, 이를 통한 영향력을 확대하고 있다.

■ 개요

팬엔터테인먼트(이하 동사)는 1998년 4월 방송영상물제작 및 음반제작을 주요 사업으로 영위하기 위해 HS미디어로 설립되었다. 이후 2001년 사명을 팬엔터테인먼트로 변경하였고, 2006년 7월 7일 코스닥 시장에 상장하였다. 설립 이후 최초로 제작된 <겨울연가>는 국내 및 일본 등에서 공전의 히트를 기록하며 동사가 빠르게 성장하는 밑거름이 되었으며, 이후 <해를 품은 달>, <킬미 힐미>, <월계수 양복점 신사들>, <적도의 남자> 등 다양한 장르의 드라마를 제작하였다. 최근에는 영화 및 음반 산업 진출을 위한 사업을 준비하고 있으며, 인기 웹툰을 원작으로 하는 <저택의 주인>, <국민사형투표> 등의 영화화 판권을 계약하고, 시나리오를 개발 중이다. 또한, 종속기업인 (주)팬스타즈컴퍼니를 통해 연기자 인적자원을 확보하고 매니지먼트 사업을 영위하고 있다.

■ 주요 주주 및 종속기업

동사의 최대주주는 대표이사 박영석으로 38.57%의 지분을 보유하고 있으며, 그 외 특수관계인인 박종술 사장이 2.58%의 지분을 보유하고 있다. 한편, 종속기업 (주)팬스타즈컴퍼니의 지분을 100% 보유하여 대주로서 지배력을 행사하고 있다[표 1].

표 1. 주요 주주 및 주요 종속회사 현황

주요 주주	관계	지분율(%)	상호	지배관계 근거
박영석	본인	38.57	(주)팬스타즈컴퍼니	지분율 100%
박종술	특수관계인	2.58	-	-

*출처: 사업보고서(2020), NICE평가정보(주) 재가공

■ 매출 구조

2019년 연결기준, 드라마 관련 매출이 87.6%로 매출의 대부분을 차지하고 있으며, 음반, 영화, 출연료 등의 엔터테인먼트 관련 매출이 95.0%를 차지하는 등 엔터테인먼트 관련 사업이 동사의 주 매출원인 것을 확인할 수 있다. 2018년 제작 드라마가 <테릴남편 오작두> 한 편이며, 이 또한 큰 성공을 거두지는 못하여 전년 대비 매출액이 급격하게 감소하였으나, 2019년 402.2억 원의 매출을 올리며 2017년 수준을 거의 회복한 것을 확인할 수 있다.

음반제작은 드라마 OST 제작을 주로 하고 있으며, 드라마 OST는 드라마가 흥행할 경우 큰 투자 없이도 수익창출에 기여할 수 있다. 드라마라는 매개체를 통해 지속적으로 노출이 되며, 이를 통해 자연스럽게 홍보가 가능하기 때문이다. 기존 음원이 홍보비 부담이 큰 점을 감안하면 드라마 OST의 수익성이 더 높다. 박영석 대표이사가 음반 제작자로 커리어를 시작했기 때문에 음반제작과 드라마OST 제작의 장단점을 잘 파악했던 것으로 판단된다.

임대부문 수익은 서울시 마포구 상암동에 소재한 동사 소유 사옥인 ‘The PAN’ 에서 발생하며 연간 20억 원 가량의 매출이 발생하고 있다. 2012년 지하5층, 지상13층 규모로 사옥을 건설하였으며 3개 층은 동사가 사용 중이고 잔여 층은 임대 계약을 맺고 있다. 2019년 기준 임대부문 수익은 약 20억 원이다.

표 2. 최근 3개년 매출구조(단위: 백만 원)

구분		2017년	2018년	2019년
엔터테인 먼트	드라마	36,873	8,907	35,218
	음반	1,066	1,160	1,033
	영화	-	-	320
	출연료 외	1,607	777	1,635
임대수익		2,795	2,178	2,013
합계		42,341	13,022	40,219

*출처: 사업보고서(2020), NICE평가정보(주) 재가공

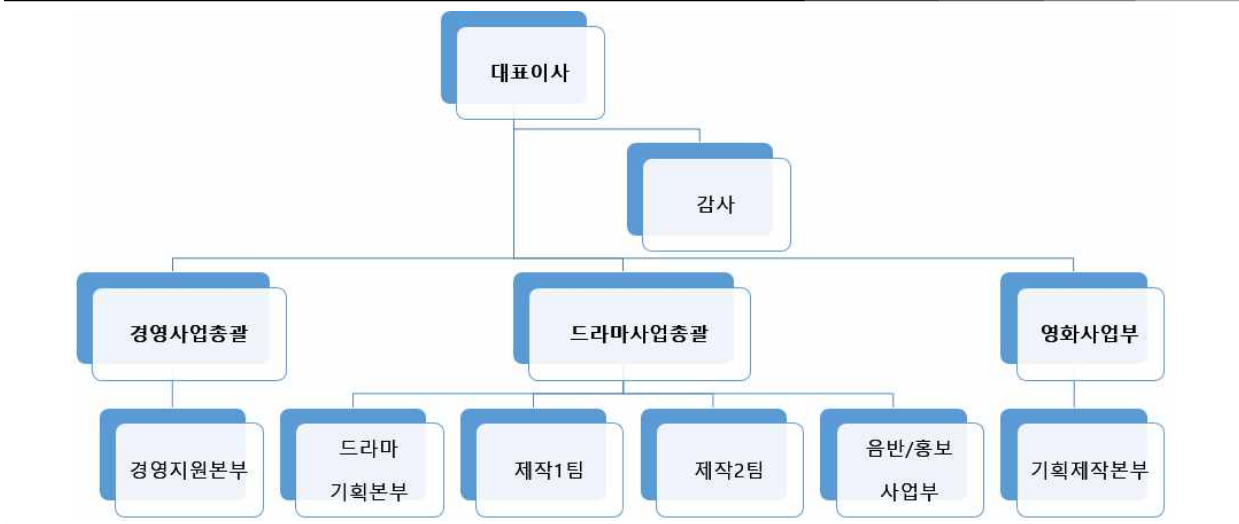
■ 대표이사 정보

박영석 대표이사는 20년 이상 대표이사를 역임 중인 동시에 지분 38.57%를 보유한 최대주주로, 지배구조나 경영권에 특별한 변화 없이 안정적으로 회사가 운영되고 있다. 동아제약 연구원으로 직장생활을 시작하였으나 연예계를 오랫동안 동경해 왔으며, 1988년 가수 이상우의 음반을 제작하면서 엔터테인먼트 산업과 인연을 맺기 시작했다. 이후 가수 이정현, 싸이의 앨범 제작을 맡기도 하다가 드라마 제작사 대표로 커리어를 확장하여 동사 설립 이후 창립작으로 <겨울연가>를 제작하였으며, 이후 <해를 품은 달>, <킬미 힐미>, <동백꽃 필 무렵> 등 다수의 히트작을 제작하였다.

■ 조직도

동사는 박영석 대표이사를 필두로 각 사업부별 경영진을 임명하여 운영하고 있으며, 경영사업 총괄은 박종술 사장, 드라마사업총괄은 김희열 부사장, 영화사업부는 박성근 부사장이 운영하고 있다. 동사는 드라마사업총괄이 가장 큰 조직으로 구성되어 있으며, 이는 동사의 매출구조상 드라마 사업 관련 부분에서 가장 큰 매출이 발생하기에 사업역량이 집중되어 있는 것으로 판단된다.

그림 1. 동사 조직도



*출처: 사업보고서(2020), NICE평가정보(주) 재가공

■ 우수한 인적자원

동사는 총 29명의 작가진(드라마 24명, 영화 5명)과의 계약을 바탕으로 드라마/영화를 기획, 제작하고 있다. 드라마의 경우 감독, 연기자 등이 유명 작가의 작품에 참여하는 것을 선호하는 경향이 있으며, 동사는 진수완, 문영남 등 유명 작가를 통해 인기 연기자 및 연출자 등 우수한 인적자원을 원활하게 확보하고, 이를 바탕으로 다수의 인기 드라마를 제작하고 있다. 이는 우수한 인적자원을 바탕으로 우수한 작품을 제작하고, 작품에 참여한 인력의 가치가 상승함에 따라 우수한 인력의 확보가 원활하게 되는 등 우수 인력의 확보가 토대가 되어 지속적인 작품의 성공이라는 선순환 구조를 구축하였다.

■ 종합 엔터테인먼트 기업으로 성장

동사는 드라마 제작 역량을 바탕으로 하여 영화 및 음반 시장으로 사업영역을 확대하고 있으며, 시나리오 개발 및 웹툰, 소설 등의 원작 확보 등 다양한 경로를 통해 작품을 기획하고, 영화화를 준비하고 있다. 현재 인기 웹툰을 바탕으로 한 영화의 시나리오를 개발하고 있으며, 소설 <잘가요, 언덕>을 바탕으로 한 영화의 판권을 확보하는 등 영화 관련 사업을 지속적으로 수행하여 영역을 확대하고 있다. 또한, 드라마 OST 제작을 중심으로 음반사업을 수행하고 있으며, 드라마 OST를 바탕으로 자체 아티스트를 발굴하고, 육성시켜 사업영역을 확대할 계획을 수립하고 있다.

이외에도 동사는 종속회사를 바탕으로 매니지먼트 사업을 수행하고 있으며, 자체적으로 신인 연기자를 육성하고, 인기 연기자를 확보하여 인적자원을 바탕으로 사업 간 시너지 효과를 통해 경쟁력 강화를 위해 노력하고 있다.

■ 주요 연혁

1998년 설립 이래로 초창기에는 이선희, 이승철, 이정현 등 유명가수의 음반을 제작하거나, 드라마 OST 관련 사업을 주로 수행하였으나, 2001년 방송영상사업부 신설을 계기로 2002년 드라마 <겨울연가>를 제작하여 국내 및 일본 등에서 메가히트를 기록하며 드라마 제작사로 입지를 넓히기 시작하였다. 이후 <소문난 칠공주>, <찬란한 유산>, <해를 품은 달> 등 다수의 히트작을 제작하였고, 현재까지 매년 3~5편의 드라마를 제작하고 있다.

표 3. 주요 연혁

일자	연혁
2020	<청춘기록> 등 드라마 제작
2019	<동백꽃 필 무렵> 등 드라마 제작
2017	<쌈, 마이웨이> 등 드라마 제작
2016	<월계수 양복점 신사들> 등 드라마 제작
2015	<킬미 힐미>, <풍문으로 들었오> 등 드라마 제작
2014	<갑동이>, <전설의 마녀> 등 드라마 제작
2012	<해를 품은 달>, <각시탈>, <적도의 남자> 등 드라마 제작
2009	<찬란한 유산> 등 드라마 제작
2006	코스닥 상장
2006	<소문난 칠공주> 등 드라마 제작
2003	<여름향기>, <장미울타리> 등 드라마 제작
2002	<겨울연가>, <태양인 이제마> 등 드라마 제작
2001	방송영상사업부 신설
2001	이정현 3집, 오현란 1집 등 음반 제작
2001	(주)팬엔터테인먼트 사명 변경
2000	이정현 2집, 원타임 2집 등 음반 제작
2000	박영석 대표이사 취임
1999	YG패밀리 2집, 이정현 1집 등 음반 제작
1998	이선희 11집, 이승철 5.5집 등 음반 제작
1998	(주)HS미디어 설립

*출처: 사업보고서(2020), NICE평가정보(주) 재가공

II. 시장 동향

방송영상 및 영화산업의 안정적인 시장 성장

국내 방송영상산업 및 영화산업은 2014년부터 2018년까지 각각 5.2%, 6.6% 성장한 것으로 확인되며, 동사가 속하는 방송영상물제작업은 연평균 10% 이상의 성장률이 기대되는 등 안정적인 시장 성장을 보일 것으로 기대된다.

■ 방송영상산업

▶▶ 방송영상산업 전체규모

문화체육관광부의 2019 콘텐츠산업 통계조사(2020)에 따르면, 한국 방송영상산업은 지상파 방송, 유선방송, 위성방송, 방송채널사용사업, 인터넷영상물제공업 방송사업자, 방송영상독립제작사 등을 포함하고 있다. 이중 지상파방송은 지상파방송사업자와 지상파 이동 멀티미디어방송 사업자를 포함하며, 유선방송은 종합유선방송사업자와 중계유선방송사업자 등이 포함된다.

국내 방송영상산업 매출액은 2014년 15조 8,248억 원에서 2018년 19조 7,622억 원으로 연평균 5.7% 증가하였으며, 동일한 수준의 성장률을 보인다고 가정할 시, 2023년에는 26조 741억 원의 시장규모를 형성할 것으로 예상된다. 방송영상 산업 사업체 숫자는 2018년 기준 1,148개로 2014년 935개 대비 연평균 5.2% 증가한 것으로 확인되었으며, 종사자 수 또한 2014년 41,397명에서 2018년 50,286명으로 증가하는 등 시장규모, 사업체 수, 종사자 수 등 전체적인 산업규모가 커지고 있다.

표 4. 방송영상산업 현황(단위: 백만 원)

구분	사업체 수(개)	종사자 수(명)	매출액(백만 원)
2014년	935	41,397	15,824,795
2015년	954	42,378	16,462,982
2016년	957	43,662	17,331,138
2017년	1,054	45,337	18,043,595
2018년	1,148	50,286	19,762,210
전년 대비 증감률(%)	8.6	10.9	9.5
연평균 증감률(%)	5.2	5.0	5.7

*출처: 문화체육관광부 2019 콘텐츠산업 통계조사(2020), NICE평가정보(주) 재가공

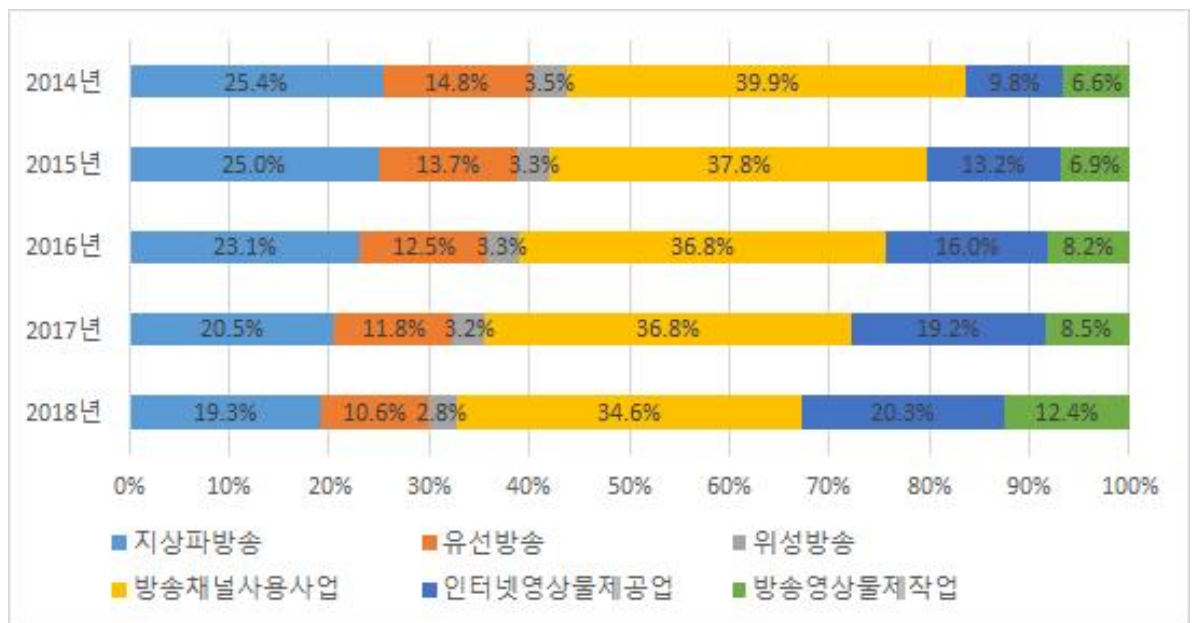
▶▶ 방송영상산업 분야별 매출액 비중

문화체육관광부의 2019 콘텐츠산업 통계조사(2020)에 따르면, 2018년 방송영상산업 분야별 매출은 지상파방송이 3조 8,069억 원, 유선방송 2조 916억 원, 위성방송 5,551억 원, 방송채널사용사업 6조 8,402억 원, 인터넷영상물제공업 4조 119억 원, 방성영상물제작업 2조 4,565억 원을 기록하는 등 방송채널사용사업 분야가 가장 큰 매출액을 보이고 있다.

2014년부터 분야별 매출액 비중변화를 살펴보면, 지상파방송, 유선방송, 위성방송 등의 매출액 비중은 지속적으로 감소하고 있으며, 인터넷영상물제공업, 방송영상물제작업 등의 매출액 비중은 증가하고 있는 것으로 확인된다. 특히, 인터넷영상물제공업 매출액은 2014년 1조 5,485억 원으로 9.8%의 비중을 차지하였으나, 2018년 4조 119억 원(20.3%)으로 큰 폭으로 매출액이 증가하였다.

표 5. 방송영상산업 분야별 매출액 비중 변화(단위: 백만 원)

구분	지상파방송	유선방송	위성방송	방송채널 사용사업	인터넷영상물 제공업	방송영상물 제작업
2014년	4,015,301	2,349,289	553,239	6,306,708	1,548,543	1,051,715
2015년	4,111,452	2,261,690	549,612	6,222,446	2,174,284	1,143,498
2016년	4,009,072	2,171,662	565,631	6,380,071	2,775,889	1,428,813
2017년	3,695,156	2,132,718	575,388	6,639,622	3,469,289	1,531,422
2018년	3,806,872	2,091,595	555,125	6,840,197	4,011,886	2,456,536

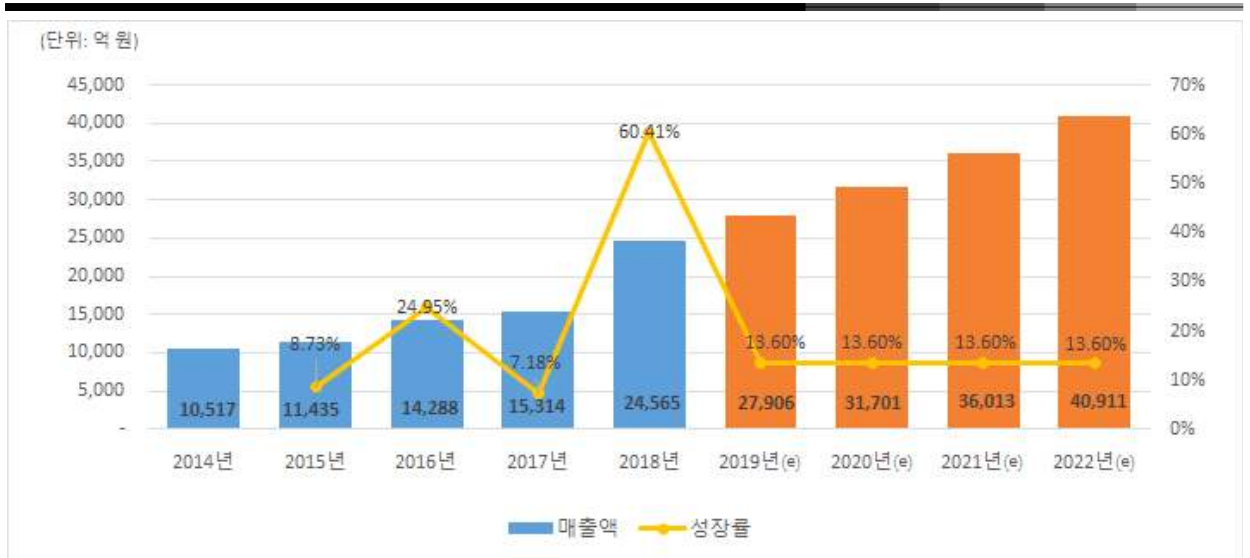


*출처: 문화체육관광부 2019 콘텐츠산업 통계조사(2020), NICE평가정보(주) 재가공

▶▶ 방송영상물제작업 매출액 규모

2018년 방송영상물제작업 매출액은 2조 4,565억 원으로 2014년 1조 517억 원 대비 연평균 25.3% 성장하였으며, 2018년 매출액 성장률이 60.4%로 매우 높은 수준을 보였으나, 이는 일반적인 수준으로 보기는 어려운 바, 2018년 성장률을 제외한 3개년 성장률 13.6%를 2018년 이후 성장률로 가정하여 향후 매출액 규모를 예측하였다. 이에 2022년 4조 911억 원 수준의 매출액 규모를 보일 것으로 예상된다.

그림 2. 국내 방송영상물제작업 시장규모



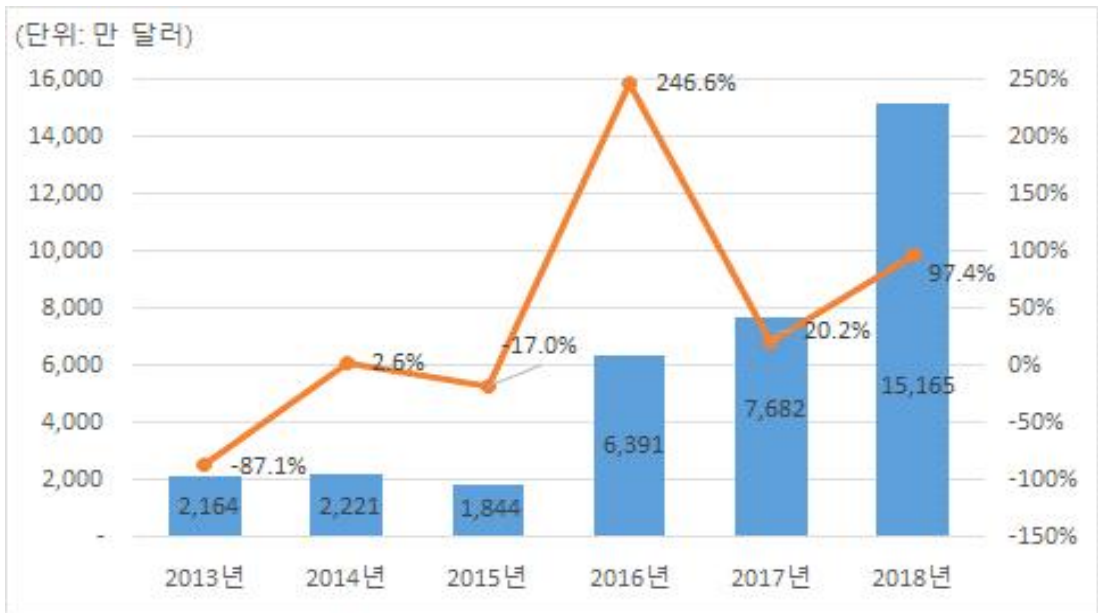
*출처: 문화체육관광부 2019 콘텐츠산업 통계조사(2020), NICE평가정보(주) 재가공

▶▶ 방송영상물제작업 수출액 변동

문화체육관광부의 2019 콘텐츠산업 통계조사(2020)에 따르면, 2013년 방송영상물제작업 수출액은 2,164만 달러에서 2018년 15,165만 달러로, 연평균 70% 가량 성장한 것으로 조사되었다. 특히, 2018년 전년 대비 7,483만 달러만 달러가 증가하여 97.4%의 성장률을 보였으며, 이는 2018년부터 넷플릭스 등의 OTT(Over The Top) 플랫폼 활성화에 힘입어 방송영상 콘텐츠의 수출 창구 확장이 본격화된 것과 방송영상물제작업의 매출액, 수출액 집계 기준인 방송영상독립제작사 사업체 수가 2017년 631개 사에서 2018년 728개로 증가한 것이 영향을 미친 것으로 판단된다.

수출은 중국(홍콩)과 동남아시아 권역을 중심으로 이루어졌고, 다음으로 미국, 일본 등에서 이루어졌다. 향후 아마존, 디즈니 등 주요 글로벌 OTT 업체들의 국내 시장진출이 예상됨에 따라 수출액은 지속적으로 상승할 것으로 판단된다. 다만, 주요 글로벌 OTT 대상의 수출 기회가 유명 작가 및 연출자를 확보하고 있는 일부 대형 제작사에게 국한되는 양상이 나타나, 중소형 제작사의 콘텐츠 제작역량 강화, 해외 유통 견인을 위한 육성 방안이 요구된다.

그림 3. 방송영상물제작업 수출액 및 증가율



*출처: 문화체육관광부 2019 콘텐츠산업 통계조사(2020), NICE평가정보(주) 재가공

■ 영화산업

▶▶ 영화산업 전체규모

문화체육관광부의 2019 콘텐츠산업 통계조사(2020)에 따르면, 영화 제작, 지원 및 유통업, 디지털 온라인 유통업 등을 포함한 영화산업의 2018년 총 매출액은 5조 8,898억 원으로 확인되며, 이는 2014년 4조 5,651억 원 대비 연평균 6.6% 성장한 것으로 확인된다. 2018년 기준으로 극장 상영이 48.4%로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 영화 배급, 영화 기획 및 제작, 온라인 상영 등의 순으로 비중이 높은 것을 확인할 수 있다.

전체적인 시장규모는 지속적으로 증가하고 있으며, 극장 상영, 디지털 온라인 유통업 등을 지속적으로 시장이 커지고 있다. 영화 배급은 2014년 이래로 지속적으로 증가하다가 2018년 감소세로 전환하였으며, 영화 기획 및 제작은 이와 반대로 2014년 이래로 지속적으로 감소하다가 2018년 증가세로 전환한 것으로 확인된다.

표 6. 영화산업 현황(단위: 백만 원)

구분	극장 상영	영화 배급	영화 기획 및 제작	기타 영화 제작, 지원 및 유통업	디지털 온라인 유통업	합계
2014년	2,212,479	711,347	830,563	618,805	191,912	4,565,106
2015년	2,335,365	910,741	814,475	619,587	432,051	5,112,219
2016년	2,442,068	913,265	778,494	624,818	497,437	5,256,082
2017년	2,608,179	937,504	722,207	650,434	576,346	5,494,670
2018년	2,851,750	890,581	740,082	726,034	681,385	5,889,832

*출처: 문화체육관광부 2019 콘텐츠산업 통계조사(2020), NICE평가정보(주) 재가공

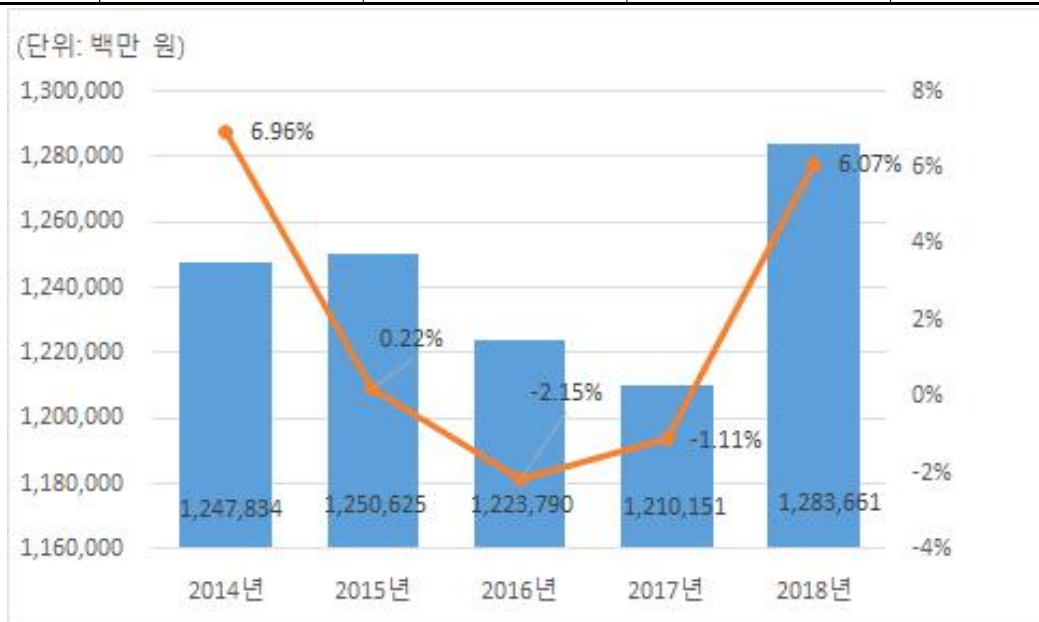
▶▶ 영화 기획 및 제작, 수입 등 동사 관련 시장규모

동사는 영화 제작, 지원 및 유통업에 포함된 항목 중 극장 상영, 영화 홍보 및 마케팅 부분을 제외하고 영화 기획 및 제작, 영화 수입, 영화 제작 지원 등의 사업을 통해 매출을 시현하거나, 시현할 예정이므로 이와 관련된 시장규모를 종합적으로 검토하였다. 문화체육관광부의 2019 콘텐츠산업 통계조사(2020)를 참고한 동사가 영위하는 영화 관련 산업분야 시장규모를 살펴보면, [표 7]과 같다.

영화 기획 및 제작, 영화 수입, 영화 제작 지원 분야의 시장규모의 총합은 2014년 1조 2,478억 원에서 2018년 1조 2,837억 원으로 연평균 0.8% 증가하여 영화산업 전체규모의 성장률 대비 낮은 수준으로 성장한 것으로 확인된다. 다만, 2018년 6.1%의 성장률을 보이는 등 양호한 성장세를 보이고 있고, <기생충> 등 한국영화에 대한 긍정적인 반응이 지속적으로 이어지고 있어 영화 수입 시장규모가 증가할 요인이 존재한다.

표 7. 동사 관련 영화산업 시장규모 및 성장률(단위: 백만 원)

구분	영화 기획 및 제작	영화 수입	영화 제작 지원	합계
2014년	830,563	293,753	123,518	1,247,834
2015년	814,475	283,483	152,667	1,250,625
2016년	778,494	259,276	186,020	1,223,790
2017년	722,207	242,045	245,899	1,210,151
2018년	740,082	226,538	317,041	1,283,661



*출처: 문화체육관광부 2019 콘텐츠산업 통계조사(2020), NICE평가정보(주) 재가공

Ⅲ. 기술분석

드라마 제작 역량에 바탕을 둔 콘텐츠 기획 및 제작

60여 편의 드라마를 제작한 역량을 바탕으로 영화, 음반 등의 다양한 콘텐츠로 사업 영역을 확장하고 있으며, 콘텐츠 제작과 매니지먼트 사업을 통한 경쟁력을 강화하고 있다.

■ 방송 프로그램

▶▶ 방송 프로그램 종류

방송 프로그램은 전통적인 분류법으로 보도 프로그램, 교양 프로그램, 오락 프로그램으로 분류된다. 보도 프로그램은 뉴스, 뉴스 매거진, 시사 다큐멘터리 등이 포함되고, 교양 프로그램에는 다큐멘터리, 대담/토론, 생활정보, 강좌, 학습 프로그램, 문화예술이 오락 프로그램에는 드라마, 예능, 영화, 애니메이션, 퀴즈, 스포츠 등의 프로그램이 포함된다.

▶▶ 제작 과정

방송 프로그램은 제작, 편성, 송출, 전송 단계를 거쳐서 시청자에서 전달되며, 방송 프로그램 제작자는 제작에 들어가기에 앞서 방송제작에 영향을 미치는 요인(시청률, 제작비, 시간 및 제작설비, 출연자집단, 멀티미디어 매체의 평가, 조직화된 시청자단체, 전문가집단, 이익집단, 제작스태프 등)을 검토하여 프로그램을 제작한다.

방송프로그램 제작과정은 크게 프리 프로덕션, 프로덕션, 포스트 프로덕션 과정으로 분류된다. 프리 프로덕션에는 기획, 구성 및 섭외 등이 포함되고, 프로덕션에는 야외촬영, 스튜디오 촬영 등이 포스트 프로덕션에는 가편집, 더빙과 음향, 종합편집 등이 포함된다.

▶▶ 외주제작 업체의 경쟁 요소

국내 외주제작 업체는 교양 프로그램, 오락 프로그램, 드라마 등의 제작사들이 각각 분야별로 전문화하여 자체기획을 통해 프로그램을 제작하고 있다. 동사가 속하는 드라마 외주제작 업체는 극본 개발역량, 배우 캐스팅 역량, 연출자 확보 역량, 편성 역량, PPL 유치 역량, 부가사업 추진역량 등이 요구된다.

극본 개발 역량은 방송사 편성이 가능한 신선하고, 화제성 있는 극본의 개발을 위해 역량 있는 작가의 섭외가 필수적이며, 유명 작가의 경우 장기 예약되어 있으며, 지속적인 관계유지와 계약이 필요하다. 또한, 대형 한류 스타의 캐스팅을 통한 해외 선판매 진행, 협찬 등의 부가수익 확대가 필요하다. 그 외 소비자 기호와 트렌드를 반영, 연출할 수 있는 연출자의 확보, 방송국과의 네트워크를 통한 편성 역량 등 다양한 역량을 필요로 한다.

표 8. 방송 프로그램 제작 과정

구분		내용
프리 프로덕션	기획	<ul style="list-style-type: none"> • 프로그램을 기획 구성하는 단계로, 기획 업무에 필요한 자료를 조사하고 아이디어를 모아서 프로그램 대본 초안을 제작함. • 준비 및 연습 단계를 거쳐서 구체적인 콘티가 완성됨.
	구성 및 섭외	<ul style="list-style-type: none"> • 구성의 핵심은 시청자 주목도를 높이는 것이므로, 재미가 우선이며 메시지 제공은 부가적인 목표임. • 출연자 섭외는 다큐의 경우에는 전문가 비중이 높으며, 교양은 전문가 이상으로 연예인 출연자 비중이 높고, 쇼·오락 및 드라마의 경우는 연예인과 매니지먼트사의 비중이 증가함.
프로덕션	야외촬영	<ul style="list-style-type: none"> • ENG 카메라를 기본으로 동시녹음 장비 등을 활용함. • 오락, 드라마의 경우 기타 특수장비(헬리캠, 지미집 등)를 다수 활용하고 있으며, 최근 6mm 카메라 등이 많이 활용됨. - 다큐: PD 1명 외 카메라맨 등 5~7명의 소규모 - 교양: 대부분이 스튜디오 프로그램이나, 예외적인 경우에는 야외촬영, 종합구성 프로그램 3~4명 내외의 PD가 필요 - 오락: 5~6명 내외의 PD가 필요하며, 6mm 카메라 다수 동원 - 드라마: PD 1~2명과 연출보조인력 다수, 기타 50~100명 내외의 스태프 필요
	스튜디오 촬영 및 녹화	<ul style="list-style-type: none"> • 일반적으로 교양 프로그램의 경우 카메라 4대, 쇼, 오락의 경우 카메라 6~8대, 드라마의 경우 카메라 4대가 활용됨. • 녹화의 비중은 일일극은 80%, 주말극은 60~70% 정도임. • 사전제작제가 아니라 방송이 나가면서 시청률 등 시청자반응에 따라 대본을 수정하는 시스템임.
포스트 프로덕션	가편집 (VCR편집)	<ul style="list-style-type: none"> • 야외촬영 원본 혹은 스튜디오 녹화 원본 편집 • 촬영된 화면들 중 불필요한 부분을 잘라내고 순서를 바꿈. • PD 혹은 전문 편집기사가 편집함.
	더빙과 음향	<ul style="list-style-type: none"> • 프로그램의 종류에 따라 성우들이 내레이션을 녹음하거나 더빙작업 진행함. • 프로그램 음향을 조절하고 효과음을 만듦.
	종합편집	<ul style="list-style-type: none"> • VCR 편집을 기본으로 하여 자막, 음악 및 음향효과, 특수영상 효과 등을 첨가하여 프로그램을 완성함.

*출처: 한국신용정보원 방송 프로그램 제작업(2018), NICE평가정보(주) 재가공

■ 영화 제작 과정

영화 제작은 모바일 및 온라인 플랫폼의 성장과 함께 다양한 플랫폼과 연계된 새로운 콘텐츠를 창출하고 있으며, 컴퓨터 그래픽, 가상현실, 3D 입체촬영 기술 등 최신의 멀티미디어 기술이 활용되는 종합 콘텐츠이다.

영화 제작의 경우도 방송 프로그램과 동일하게 프리 프로덕션, 프로덕션, 포스트 프로덕션의 과정을 거쳐 제작되나, 일부 세부적인 부분에서 차이를 보이고 있다. 영화 제작의 프리 프로덕션 과정은 기획/시나리오 촬영준비 단계로, 작품 선택, 캐스팅, 제작 방법 등 영화가 완성되기까지의 전체적인 계획과 추진을 수행하는 단계이다. 프로덕션 과정은 영화 작품을 구체적으로 필름에 기록하는 단계로 장소에 따라 야외촬영, 실내촬영, 세트촬영으로 구분되며, 시간별, 장소별, 연기자 스케줄 등을 고려하여 촬영한다. 포스트 프로덕션 과정은 편집과 컴퓨터 그래픽 작업 등 촬영된 필름을 바탕으로 완전한 한편의 영화가 나올 수 있도록 후반 작업을 수행하는 과정이다.

▶▶ 프리 프로덕션

프리 프로덕션은 영화를 찍기 전 계획된 프로젝트를 시작하는 단계로, 영화 제작자가 적시에 프로덕션을 진행할 수 있도록 하는 모든 준비 과정이다. 프리 프로덕션 단계에서 시나리오가 완성되면 이를 통해 투자자를 만족시킬 수 있으며, 시나리오가 완성되면 개별 신(Scene)들로 분할되고 신별로 촬영장소, 캐스팅, 의상, 특수효과, 시각효과 등이 확정된다. 동단계의 가장 핵심적인 역할을 수행하는 파트는 기획이며, 여기에서의 기획이란 영화사의 기획부서라기보다는 제작자와 감독, 시나리오 작가 등이 함께 프로젝트를 개발해 나가는 과정을 말한다.

▶▶ 프로덕션

프로덕션은 실제 촬영이 일어나는 제작기간을 말하는 것으로, 영화 제작 과정에서 가장 중요한 부분이다. 프리 프로덕션에서의 사전준비와는 별도로 끝없는 변수들이 등장하며, 각 스텝들은 늘 이러한 상황에 기민하게 대처해야 하며, 우선순위를 가지고 최선책, 차선책을 선택할 수 있는 역량이 필요하다. 프로덕션에서는 현장은 감독의 통솔 하에 놓이고, 예산의 한계선 안에서 감독의 모든 물적 필요사항을 제공하는 역할은 프로듀서가 담당하는데, 모든 제작부를 총괄 지휘한다.

▶▶ 포스트 프로덕션

영화 제작의 후반작업으로서 편집, 색보정, 음악과 음향의 추가, 시각적 특수효과, 상영용 필름 프린트 제작 등을 모두 포함하는 과정으로, 실제적인 영화촬영보다 더 오랜 기간이 걸리기도 하며, 영화의 의도를 변경할 수도 있기 때문에 '제2의 연출'이라고도 한다.

컴퓨터 그래픽 등의 발달로, 포스트프로덕션에서도 프로덕션에 비견할 만큼 많은 창작분량을 가지게 되며, 이러한 흐름은 프로덕션과 포스트프로덕션의 경계와 실사영화와 애니메이션의 경계가 희미해져 가는 최근 영화 제작 트렌드와 관계가 있다.

표 9. 프로덕션의 주요 기술

구분		내용
촬영	일반 촬영	<ul style="list-style-type: none"> • 촬영 시스템에는 촬영감독이 총 지휘권을 갖는 DP시스템과 조명감독이 존재하는 촬영부/조명부 시스템이 있음. • 카메라의 앵글(높이와 각도)에 따라 창작자의 특수한 의도를 담기도 함.
	모션컨트롤 카메라	<ul style="list-style-type: none"> • 컴퓨터를 이용하여 카메라의 동작을 컨트롤하기 때문에, 같은 카메라워크를 하나의 오차도 없이 반복 촬영이 가능함.
	기타 촬영기법	<ul style="list-style-type: none"> • 고속 촬영(Flow-Mo-process), 타임트랙 촬영(Time-Track-process) 등의 촬영 기법이 활용됨.
조명		<ul style="list-style-type: none"> • 빛은 공간의 느낌이나 특성을 표현하기에 영화에 있어서 중요한 표현의 도구임. • 조명의 기본은 빛에 대한 센스를 가지는 것이며, 조명 작업은 빛을 통제하는 작업임.
영화미술 (세트제작 등)		<ul style="list-style-type: none"> • 영화 미술의 주요업무는 촬영할 배경이 되는 공간을 구성하는 일을 말함. • 미술감독은 영화 미장센을 이루는 모든 요소들을 지휘함. • 세트의 종류에는 스튜디오 안에서의 실내 세트와 야외에서 만들어지는 오픈 세트가 있음.
사운드 (동시녹음)		<ul style="list-style-type: none"> • 동시녹음과 후반작업단계의 각종 사운드작업으로 나뉨. • 동시녹음은 영화를 제작하는 동안 현장에서 영상 녹화와 동시에 음성을 녹음하는 방식임. • 마이크를 조정하는 붐 오퍼레이터를 이용해서 녹음기사가 현장의 적절한 소리를 담음.
디지털 액터		<ul style="list-style-type: none"> • 디지털 액터(Digital Actor)란 실제 배우와 동일한 수준의 외형과 동작을 구현할 수 있는 컴퓨터 그래픽 영상 캐릭터를 의미함. • 디지털 액터 기술로 인물을 제작할 경우 외모는 물론 표정 캡처, 근육을 이용한 사실적인 신체 표현, 피부 렌더링(Rendering), 모션 데이터 처리 및 동작 생성 등이 가능함.

*출처: 한국영상자료원 영화만들기의 기초(2007), NICE평가정보(주) 재가공

■ 팬엔터테인먼트의 기술력

▶▶ 다양한 작가진의 확보를 통한 극본 개발 역량

<왕가네 식구들>, <왜그래 풍상씨> 등을 집필한 문영남 작가, <동백꽃 필 무렵>, <쌈, 마이웨이> 등을 집필한 임상춘 작가, <해를 품은 달>, <킬미 힐미> 등을 집필한 진수완 작가 등 24명의 드라마 작가와 5명의 영화 작가와 계약을 체결하고 있으며, 이를 통해 다양한 장르의 드라마 및 영화 극본을 개발할 수 있는 역량을 보유하고 있다. 동사는 로맨스, 판타지, 가족, 스릴러, 코미디 등 한 장르에 치우친 것이 아닌 다양한 장르의 극본을 개발할 수 있는 작가를 보유하고 있고, 기존 높은 시청률을 기록한 작품을 집필한 이력을 보유하고 있는 다수의 유명 작가를 확보하고 있다.

▶▶ 다수의 히트작과 60여 편의 드라마 제작 경험

2002년 <겨울연가>를 시작으로 2020년 <청춘기록>까지 60여 편의 드라마를 제작하였으며, 히트작을 다수 보유하고 있다는 점에서 경쟁력을 확인할 수 있다. <겨울연가>의 히트 이후 <여름향기>, <소문난 칠공주>, <해를 품은 달>, <찬란한 유산>, <각시탈> 등 높은 시청률을 기록한 드라마를 제작한 경험이 있다. <해를 품은 달>은 최고 시청률 42.3%를 기록했고, <찬란한 유산> 또한 최고 시청률 45.2%를 기록하였으며, 주말 드라마였던 <월계수 양복점 신사들> 역시 최고 시청률 36.2%를 기록했는데, 이는 트렌디한 미니시리즈 및 온 가족이 시청하는 주말 드라마 등 다양한 장르에서 제작 역량을 보유하고 있는 것으로 판단된다. 최근 제작한 드라마로는 <동백꽃 필 무렵>이 최고 시청률 23.8%를 기록하였으며, tvN에서 방영한 <청춘기록>은 종합편성채널로는 높은 수치인 8.7%의 최고 시청률을 기록하였다.

그림 4. 동사 제작 드라마 - <청춘기록>, <동백꽃 필 무렵>



*출처: tvN 홈페이지, KBS 홈페이지

2015년 1월 MBC에서 방영된 <킬미 힐미>는 중국 최대 드라마 제작사인 화책미디어와 함께 공동 제작하였으며, 미국 현지 촬영이 상당부분 포함되어 제작비 규모가 150억 원에 이르는 대작으로, 중국 현지에서 리메이크 되어 2017년 12월부터 방영되었으며 현지에서는 <칠개아(柒个我)>라는 이름으로 방영되는 등 국내 뿐 아니라 해외시장으로 진출한 이력을 보유하고 있다. 국가 간의 정치적인 문제로 인해 한국 콘텐츠에 대한 소비를 금지하는 등 중국시장 진출이 위축되었으나, 최근 양국 간의 관계가 어느 정도 개선됨에 따라 드라마 제작 역량을 바탕으로 중국시장을 비롯한 해외시장 진출을 가속화할 예정이다.

▶▶ **드라마 제작 역량을 바탕으로 한 사업영역 확장**

드라마 OST는 특성상 ‘드라마’ 라는 콘텐츠와 긴밀한 상관관계를 형성하게 되는데, 동사는 드라마 제작 역량을 바탕으로 OST를 통한 음반 산업에 진출할 예정이다. 자체 제작한 드라마를 통해 동사 아티스트의 음악을 홍보하고, 이를 바탕으로 음반시장에 진입하고, 역량 있는 아티스트의 발굴을 통한 음반 산업 역량을 강화하여 OST 외 일반 가요까지 사업영역을 확대할 계획을 수립하고 있다.

드라마 제작 경험을 바탕으로 신규사업으로 영화 제작사업을 진행하고 있으며, 시나리오 개발 및 웹툰, 소설 등 원작의 확보를 통한 자체제작 및 공동제작을 준비 중에 있다. 동사는 인기 웹툰인 <저택의 주인>의 영화화 판권을 확보하였으며, <은밀하게 위대하게>를 연출한 장철수 감독과 감독계약을 마치고 시나리오 개발을 진행하고 있다. 그 외 <편지; 끝나지 않은 기억>, <국민사형투표> 등 다수의 시나리오를 작업하고 있다. 동사는 안정적인 시나리오 작업을 위한 다수의 작가와 계약을 맺은 상태이며, 지속적으로 계약 작가를 확보하여 시나리오 개발 역량을 강화할 예정이다.

또한, 자회사인 (주)팬스타즈컴퍼니의 매니지먼트 사업을 통해 인지도 있는 연기자를 확보하여 드라마 및 영화 제작에 있어서 영향력 확보를 위해 노력하고 있다. 현재 전혜빈, 지이수, 표예진, 김예린, 최성재 등 9명의 연기자와 매니지먼트 계약을 체결하는 등 스타 연극자가 국내 시청률은 물론 해외에서의 성과에도 영향을 미치는 중요한 요인이라고 볼 때 지속적으로 주요 연기자의 계약과 신인 연극자 발굴을 비롯하여 유명 작가, 인기 연극자 등의 인적 자원을 활용한 동사의 작품의 수주 가능성을 높이기 위한 전략을 수립하고, 매니지먼트 사업을 육성하고 있다.

■ **SWOT 분석**

그림 5. 동사 SWOT 분석



*출처: NICE평가정보(주)

▶▶ (Strengths) 우수한 작가진을 바탕으로 한 인적자원

다수의 유명 작가와 계약을 체결하여 안정적인 작품 기획 및 제작역량을 확보하고 있으며, 유명 작가로부터 파생되는 인기 연기자, 우수한 연출진의 확보가 가능하다. 이러한 인적자원이 바탕으로 되어 다수의 히트작을 제작하여 지속 성장이 가능할 것으로 보인다. 또한, 최근에는 영화 산업에 진출하여 인기 웹툰을 기반으로 한 영화의 시나리오를 개발하는 등 다양한 콘텐츠를 제작할 수 있는 역량을 보유하고 있다.

▶▶ (Weaknesses) 제작과 배급 시장의 한정적 규모

시장 내 경쟁력 확보를 위해 인기 연기자 등 지속적인 인적 자원의 확보를 위해 노력하고 있으나, 인기 연기자, 가수의 경우 희소성이 높아 확보에 다소 어려움이 있는 것으로 판단된다. 또한, CJ E&M이 JK필름사 인수를 통해 제작→배급→상영으로 이어지는 수직계열화 체계를 완성하는 등 제작과 배급 시장이 점차 한정적으로 변하고 있어 이에 따른 대비가 필요한 것으로 판단된다.

▶▶ (Opportunities) OTT 시장의 활성화 및 코로나19로 인한 시장 활성화

넷플릭스를 비롯한 OTT 시장이 활성화됨에 따라 드라마 및 영화 시장 규모가 확대될 것으로 판단되며, 디지털 기기의 발전에 따라 웹드라마 등 다양한 디지털 콘텐츠가 지속적으로 확대될 것으로 기대된다. 또한, <기생충>의 성공을 바탕으로 한국영화의 산업 내 영향력이 높아져 영화산업의 활성화가 이루어질 것으로 기대된다. 2020년 코로나19로 인한 외부활동이 제한되면서 전 세계적으로 영화, 드라마 등 동영상 콘텐츠에 대한 소비가 증가하고 있어 관련 시장이 큰 폭으로 성장할 것으로 기대된다.

▶▶ (Threats) 중국 등 주요 콘텐츠 소비국과의 관계

사드 등의 영향으로 중국 내 한국 드라마, 영화 등의 콘텐츠 소비가 줄어드는 등 국가 간 관계에 따라 문화 콘텐츠가 영향을 받고 있으며, 이는 중국 외 국가와의 관계에도 중요한 요인이 될 것으로 판단된다. 또한, 넷플릭스 등의 해외 OTT 업체뿐만 아니라 국내 웨이브, 티빙 등도 드라마, 영화 등을 자체 제작하고 있어 이에 대한 대비가 필요할 것으로 판단된다.

IV. 재무분석

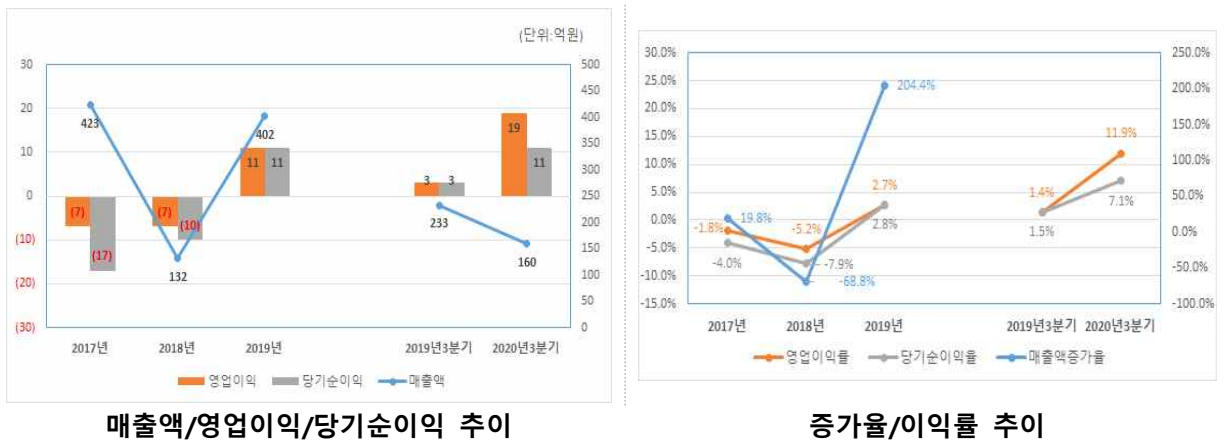
방송 영상물 및 음반 제작업 영위하는 종합 엔터테인먼트 기업

동사는 1998년도에 설립되어 드라마 제작 역량을 바탕으로 영화 및 음반 시장으로 사업영역을 확대하였으며, 이외에도 종속회사 (주)팬스타즈컴퍼니를 바탕으로 매니지먼트 사업을 수행하여 사업 간 시너지 효과 창출을 통해 경쟁력을 강화하고 있다.

■ 다수의 드라마 히트작과 드라마 콘텐츠 경쟁력을 보유

동사의 사업부문은 연결기준으로 드라마, 음반, 영화를 제작하는 엔터테인먼트 사업부문과 건물임대 사업부문으로 구성되어 있으며, 2019년 결산 엔터테인먼트 사업부문은 382억 원(총매출의 95.0%)으로 건물임대 사업부문 매출 20억 원을 크게 상회하고 있으며, 특히 엔터테인먼트 사업부문 중 드라마 제작부문이 352억 원(총매출의 87.6%)으로 드라마 제작을 주력 사업으로 영위하고 있다.

그림 6. 동사 연간 및 3분기 요약 포괄손익계산서 분석

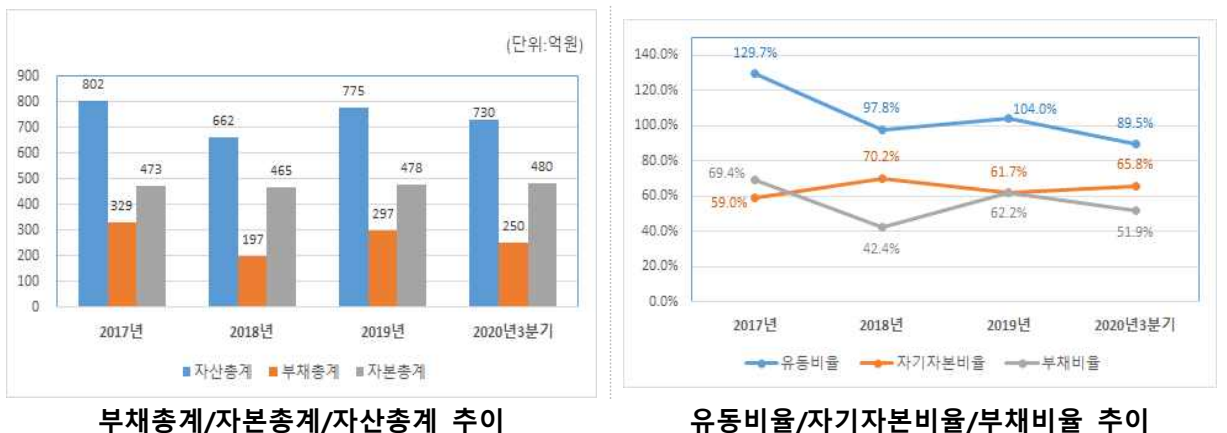


매출액/영업이익/당기순이익 추이

증가율/이익률 추이

*출처: 동사 사업보고서(2019), 3분기보고서(2020)

그림 7. 동사 연간 및 3분기 요약 재무상태표 분석



부채총계/자본총계/자산총계 추이

유동비율/자기자본비율/부채비율 추이

*출처: 동사 사업보고서(2019), 3분기보고서(2020)

■ 2019년 매출 회복 및 수익성 흑자전환

2019년 <왜그래 풍상씨>, <동백꽃 필 무렵> 등 제작 드라마의 흥행과 편성 확대로 엔터테인먼트 사업 부문의 실적이 성장하면서 2019년 결산 연결기준 매출은 전년 대비 204.4% 증가한 402억 원을 기록하였다.

동사의 매출액은 2017년 423억 원(+19.8% YoY), 2018년 132억 원(-68.8% YoY), 2019년 402억 원(+204.4% YoY)을 기록하며 매출액이 회복한 모습을 보였다. 동사의 매출원가율은 2018년 85.1%, 2019년 91.4%로 원가율의 상승에도 불구하고 큰 폭의 매출 신장에 따른 판관비 부담이 완화되면서 매출액영업이익률 2018년 -5.2%, 2019년 2.7%, 매출액순이익률 2018년 -7.9%, 2019년 2.8%를 기록하여 수익성이 상승하여 흑자 상태로 전환되었다.

■ 2020년 3분기 매출액 감소했으나 수익성 개선

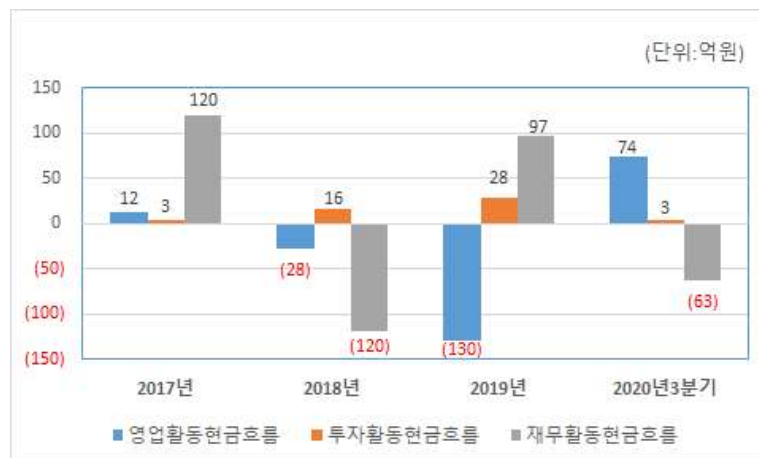
드라마 편성 공백, 교양 및 예능 프로그램 사업의 역성장 등으로 동사의 2020년 3분기 누적 매출액은 전년 동기 대비 31.3% 감소한 160억 원을 기록하였으나, 원가구조 개선으로 매출액영업이익률 11.9%, 매출액순이익률 7.1%로 전년 동기 대비 상승하며 양호한 수익구조를 나타내었다.

주요 재무안정성 지표는 부채비율 51.9%, 자기자본비율 65.8%, 유동비율 89.5%를 기록한 가운데 2019년 결산 대비 차입금 상환으로 부채규모가 축소되면서 안정성 지표가 개선되어 안정적인 재무구조를 유지하고 있다.

■ 열위한 자금흐름 지속

2019년 결산 영업활동현금흐름은 순이익 흑자전환에도 불구하고 매출채권과 선급금 증가로 2018년 결산 영업활동현금흐름 대비 저하된 130억 원이 부족한 적자 상태의 영업현금흐름을 지속하였으며, 이로 인해 부족한 운전자금은 단기금융상품 처분과 추가 차입을 통해 조달하며 경직된 자금흐름을 지속하였다.

그림 8. 동사 현금흐름의 변화



*출처: 동사 사업보고서(2019) 3분기보고서(2020)

V. 주요 변동사항 및 향후 전망

영화사업 진출 및 해외시장 공략

조직개편을 통해 영화사업부 사업역량을 강화하여 기존 드라마 제작과 더불어 영화 제작을 수행하는 등 매출 다각화를 위해 노력하고 있다. 또한, 중국 등 아시아를 중심으로 자체제작 드라마 수출을 통한 해외시장을 적극적으로 공략하고 있다.

■ 영화사업부 강화

2019년 조직개편을 통해 기존 예능사업부를 폐지하고, 영화사업부의 사업역량 강화를 수행하였으며, 이를 바탕으로 영화 사업을 적극적으로 추진하고 있다. 자체적으로 영화 관련 시나리오 작가와 계약을 체결하여 안정적인 시나리오 개발 등이 이루어질 수 있는 인적자원을 확보하였으며, 다수의 인기 웹툰을 원작으로 하는 영화화 판권계약을 체결하여 시나리오 개발을 진행하고 있다. 또한, <콜레트>, <더룸> 등의 외화를 공동배급하여 개봉하는 등 외화수입 관련 업무도 수행하고 있는 것으로 파악된다. 지속적으로 역량 있는 감독, 제작자 및 작가들과 협력하여 영화를 제작하고, 성공한 드라마의 영화화 등 드라마사업과 영화사업 간의 시너지 창출을 통해 사업분야를 다각화하고, 매출 신장을 이룩할 계획이다.

설립 초기부터 수행하던 음반사업은 드라마 제작에 집중하며 다소 축소되었으나, 지속적인 드라마 성공을 발판삼아 자체 아티스트 육성을 기획하는 등 음반사업에 대한 적극적인 투자를 수행할 예정이다.

■ 중국 등 해외시장 공략

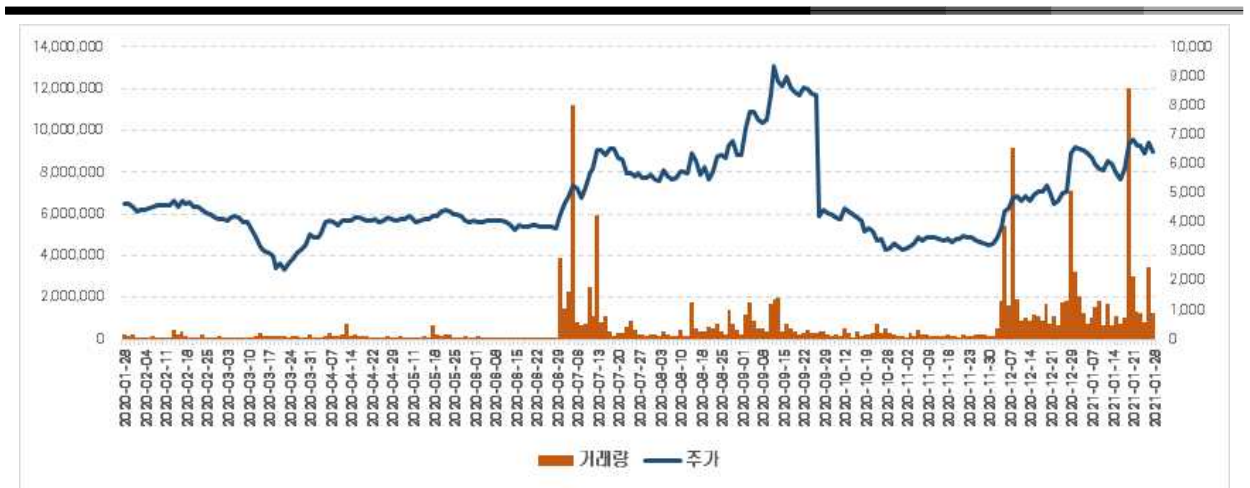
중국을 비롯하여 다양한 동영상 플랫폼 업체의 한국드라마에 대한 수요가 확대되는 등 지속적인 시장 수요가 발생할 것으로 예상됨에 따라 드라마, 영화, 예능 등 다양한 영상 콘텐츠를 기반으로 중국 내 시장 진출을 확대할 계획이다. 동사는 2015년 중국 최대 콘텐츠 제작사인 화책미디어와 <킬미 힐미>를 공동제작하는 등 중국 시장 진출의 발판을 마련하였으며, 중국 메이저 제작사와의 파트너십을 기반으로 신규 콘텐츠를 제작하는 한편, 기존에 제작한 드라마를 수출하는 등 지속적인 수익 창출 및 시장확대를 위해 노력할 예정이다.

2019년 <기생충>이 칸 영화제에서 황금종려상을 수상하며, 한국영화에 대한 위상이 상승하고, 관심이 증가함에 따라 우수한 작품을 통해 국내 뿐 아니라 해외 시장을 적극적으로 공략하는 등 신규 비즈니스 모델을 기획하고 있다.

■ 증권사 투자의견

작성기관	투자의견	목표주가	작성일
하이 투자증권	Not Rated	-	2021.01.18
	<ul style="list-style-type: none"> 올해 콘텐츠 가치 상승 환경 하에서 동사의 라인업 증가로 실적 점프업 될 듯 매출 상승 뿐 아니라 거래처 다변화 및 비즈니스 모델 변화로 인한 수익성 개선도 기대 		
SK증권	Not Rated	-	2021.01.13
	<ul style="list-style-type: none"> 2021년 역대 최다 드라마 제작/편성 예상(5-8편)으로 실적 고성장 전망 글로벌 OTT의 드라마 장기 공급 파트너사가 될 가능성 증가 IP보유 전략으로 수익성 상승 추구 		

■ 시장정보(주가 및 거래량)



*출처: Kisvalue(2021.01.)