

이 보고서는 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

기술분석보고서

 YouTube 요약 영상 보러가기

쇼박스(086980)

소비자서비스

요약

기업현황

시장동향

기술분석

재무분석

주요 변동사항 및 전망



작성기관

(주)NICE디앤비

작성자

김태립 선임연구원

- 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.02-2122-1300)로 연락하여 주시기 바랍니다.

쇼박스(086980)

영화 제작 및 배급 등의 종합 콘텐츠 미디어 전문기업

기업정보(2021/02/10 기준)

대표자	김도수
설립일자	1999년 06월 10일
상장일자	2006년 07월 07일
기업규모	중견기업
업종분류	영화, 비디오물 및 방송프로그램 배급업
주요사업	영화의 제작, 배급, 투자, 홍보

시세정보(2021/02/16 기준)

현재가	4,370원
액면가	500원
시가총액	2,736억 원
발행주식수	62,600,000주
52주 최고가	5,170원
52주 최저가	1,535원
외국인지분율	1.52%
주요주주	
오리온홀딩스 외 1인	57.51%
자사주	0.32%

■ 영화의 배급, 유통, 투자, 상영 전문기업

쇼박스(이하 동사)는 영화 및 영상물 배급, 콘텐츠 관련 유통, 투자 유치, 방송용 프로그램 제작, 영화 상영 등의 종합 콘텐츠 미디어 사업을 수행하고 있다. 2020년에는 영화 <남산의 부장들>을 개봉하여 475만명의 관객을 동원하였으며, 사업영역을 확장하여 콘텐츠(드라마)의 제작 역량도 확보하였다. 영화진흥위원회(2020.11)에 의하면, 동사는 2020년 1~11월에 전체영화 배급사별 관객 점유율 4위를 차지하였다.

■ 코로나19로 한국영화의 침체, 그러나 세계 영화산업은 성장 전망

영화진흥위원회(2020.11)에 의하면, 코로나19(코로나바이러스감염증-19) 영향으로 한국영화의 2020년 1~11월(누적) 관객 수는 5,808만 명(전년 동기 대비 71.6% 감소), 매출액은 4,980억 원(전년 동기 대비 71.2% 감소)으로 결산되었다. 한편, 영화진흥위원회(2019.08)에 의하면, 세계 영화산업의 극장 시장은 향후 5년간(2018~2023년) 연평균 성장률(Compound Annual Growth Rate, 이하 CAGR) 4.4% 증가하여 2023년에 554.9억 달러를 달성할 것으로 전망하고 있다.

■ 2021년 신작 영화 공개 및 흥행작 OTT 제공으로 실적 회복 기대

동사는 영화의 판매 관련한 경로(시사회, 계약, 공급, 상영, 정산 등), 방법(최소보장, 수익배분, 단매계약 등), 전략(투자조합 협업, 영화관 연계강화, 경쟁사 배급 일정 분석, 작품별 맞춤형 수출 등)을 보유하고 있으며, 첫 드라마 제작 작품인 <이태원클라쓰>를 성공적으로 방영하여 콘텐츠 제작 역량도 확보하였다. 동사는 코로나19 장기화에 따른 대중 집합시설 기피현상의 직접적인 영향을 받고 있지만, 2021년에 신작 영화 <비상선언> 등을 공개하였으며, 쿠팡플레이에서 흥행작을 온라인 동영상 서비스(Over-The-Top, 이하 OTT)로 제공하고 있어 점진적인 실적 회복이 기대된다.

요약 투자지표 (K-IFRS 연결기준)

구분	매출액 (억 원)	증감 (%)	영업이익 (억 원)	이익률 (%)	순이익 (억 원)	이익률 (%)	ROE (%)	ROA (%)	부채비율 (%)	EPS (원)	BPS (원)	PER (배)	PBR (배)
2017	1,026.9	-18.5	104.0	10.1	158.5	15.4	12.0	7.9	46.3	253	2,226	21.3	2.4
2018	685.1	-33.3	52.4	7.7	43.5	6.4	3.1	2.3	27.7	70	2,255	43.3	1.3
2019	786.5	14.8	19.4	2.5	32.6	4.1	2.3	1.9	17.5	52	2,254	74.5	1.7

기업경쟁력

영화산업에서의 강점 보유

- 영화의 배급, 유통, 투자, 상영 등의 기술 보유
- 해외 시장의 진출 및 수출 전략 보유
- 콘텐츠(드라마) 제작 역량 확보
- 신작 영화의 지속적인 라인업

사업추진 및 역량

- 2020년 코로나19의 시장여건에도 불구하고 영화 <남산의 부장들>을 개봉하여 475만 명의 관객 동원
- 네이버, 카카오, 쿠팡 등과 모바일 콘텐츠 플랫폼을 활용한 특별 프로모션 진행

핵심기술 및 적용제품

핵심기술

- 영화의 제작 및 판매 전략 보유
 - 국내 영화 제작 및 배급
 - 해외 판권 계약을 최소보장금액, 수익배분, 단매계약 방법으로 설정

주요 흥행 영화 및 신작

봉오동 전투



국제수사



남산의 부장들



비상선언



매출실적

■ 매출유형 비중 (단위: 억 원, %)

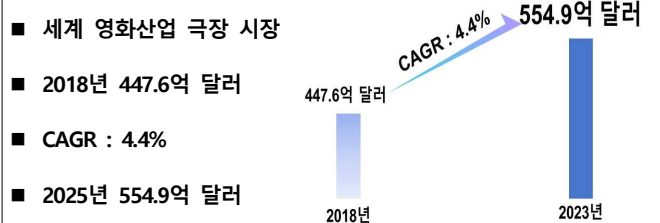
구분	2020년 3분기(누적)		2019년		
	매출액	비율	매출액	비율	
수출	영화(판권, 배급)	17.1	4.3	50.1	6.4
	영화(판권, 배급)	288.9	72.9	687.4	87.4
	콘텐츠(기획, 제작)	89.9	22.7	48.2	6.1
	기타	0.6	0.2	0.8	0.1
	소계	379.4	95.7	736.4	93.6
총 합계	396.5	100.0	786.5	100.0	

시장경쟁력

한국 영화산업 결산(2020.11)

- 2020년 코로나19로 인한 한국 영화산업 침체
 - 수도권 사회적 거리두기 격상 및 영화관 입장료 할인권 배포 잠정적 중단으로 극장 상영횟수와 관객 수 감소
- 2020년 1~11월(누적) 관객 수 및 매출액
 - 관객 수 : 5,808만 명, 전년 동기 대비 71.6% 감소
 - 매출액 : 4,980억 원, 전년 동기 대비 71.2% 감소

세계 영화산업 극장 시장 전망



최근 변동사항

2020년 연말에 네이버 시리즈온에서 최신 영화 제공

- 2020년 연말에 코로나19 상황으로 인해 집에서 있는 관객들에게 네이버 시리즈온에서 영화 6편을 할인가에 제공

2021년 신작 영화 라인업 공개

- 2021년 새해를 맞아 신작 영화 라인업으로 <비상선언>, <싱크홀>, <사흘>, <야차>, <시민덕희> 등의 라인업 공개

2021년 1월 쿠팡플레이에서 흥행작을 OTT로 제공

- 2021년 1월에 쿠팡과 콘텐츠 계약을 통해 OTT를 제공하는 플랫폼인 쿠팡플레이에서 영화 콘텐츠를 제공

코로나19에 영향을 받고 있으나, 실적 회복 기대

- 코로나19 장기화에 대중 집합시설 기피현상의 영향을 받고 있으나, 리스크 요인이 완화될 경우 점진적인 실적 회복 기대

I. 기업현황

영화의 배급, 유통, 투자, 상영 등 종합 콘텐츠 미디어 전문기업

동사는 영화 및 영상물 배급, 콘텐츠 판권 유통, 투자 유치, 방송용 프로그램 제작, 영화 상영 등의 사업을 영위하는 종합 콘텐츠 전문기업으로, 2006년 7월 코스닥 시장에 상장하였다.

■ 기업개요

동사는 1999년 6월 주식회사 미디어플렉스로 영화의 제작, 투자, 배급 등의 사업을 영위할 목적으로 설립되었으며, 2006년 7월 코스닥에 상장하였다.

동사는 메가박스 씨네플렉스로 영화 상영 및 영화관 운영 사업을 진행하였고, 쇼박스 브랜드로 영화 투자 및 배급 사업을 시작하였으며, 2007년 7월 메가박스를 매각하면서 영화 투자와 배급, 제작 기획에 역량을 집중하였다. 2015년 6월에는 브랜드와 사명의 통일을 위해 주식회사 쇼박스로 사명을 변경하여 현재 영화 및 영상물 배급, 콘텐츠 판권 유통, 투자 유치, 방송용 프로그램 제작, 영화 상영 등의 종합 콘텐츠 미디어 사업을 수행하고 있다.

동사는 코로나19의 시장여건에도 불구하고 2020년에 영화 <남산의 부장들>을 개봉하여 475만 명의 관객을 동원하였으며, 사업영역을 확장하여 콘텐츠(드라마)의 제작 역량도 확보하였다. 영화진흥위원회의 한국영화산업 결산(2020.11)에 의하면, 동사는 2020년 1~11월에 전체영화 배급사별 관객 점유율은 4위를 차지하고 있으며, 전체영화 상영 편수는 2편이고, 매출액은 457억 원, 매출액 점유율은 9.2%, 관객 수는 529만 명, 관객 수 점유율은 약 9.1%를 기록하고 있다.

동사의 분기보고서(2020.09)에 의하면, 본사는 서울시 강남구에 소재해 있으며, 총 59명(임원 4명, 직원 55명)의 임직원이 근무하고 있다.

[그림 1] 동사 주요 영화



*출처: 동사 제공자료, NICE디앤비 재구성

■ 대표이사 및 주요 주주

동사는 2020년 12월 31일을 기준으로 황순일, 김도수 각자 대표이사 체제에서 김도수 단독 대표이사 체제로 변경되었다. 동사의 최대주주는 (주)오리온홀딩스로 동사의 지분 57.505%을 보유하고 있으며, 주요 주주로는 특수관계인 이화경(0.003%)이 있다. 한편, (주)오리온홀딩스의 최대주주는 이화경으로 32.63%의 지분을 보유하고 있다.

[표 1] 동사 주요 주주

성명	관계	지분율(%)	비고
(주)오리온홀딩스	최대주주	57.505	(주)오리온홀딩스의 대표이사는 허인철
이화경	특수관계인	0.003	(주)오리온홀딩스의 최대주주로 32.63% 보유

*출처: 동사 분기보고서(2020.09), NICE디앤비 재구성

■ 조직 현황

동사의 조직은 대표이사를 중심으로 투자제작본부(투자팀, 기획제작팀), 운영본부(배급팀, 마케팅팀, 홍보팀), 경영지원본부(재경팀, 경영지원팀), 해외사업부로 구성되어 있다.

[그림 2] 동사 조직도



*출처: 동사 제공자료, NICE디앤비 재구성

■ 2019년 786.5억 원 매출을 시현하여 전년 대비 14.8% 증가

동사는 영화(판권, 배급)의 수출 및 내수가 증가하고, 콘텐츠(기획, 제작)의 내수 매출이 신규로 창출되어 2018년 685.1억 원의 매출을 시현한 이후 2019년에 전년 대비 14.8% 증가한 786.5억 원의 매출실적을 기록하였다. 다만, 코로나19의 영향에 따라 영화관이 폐관 및 영업 중단되어 관객이 감소하고 영화 신작 공급도 감소하여 2020년 3분기(누적)의 매출 실적은 2019년의 50.4% 수준인 396.5억 원을 기록하였다.

[표 2] 동사 매출실적

(단위: 억 원)

구분	2020년 3분기(누적)		2019년		2018년		2017년		
	매출액	비율(%)	매출액	비율(%)	매출액	비율(%)	매출액	비율(%)	
수출	영화(판권, 배급)	17.1	4.3	50.1	6.4	26.2	3.8	32.8	3.2
내수	영화(판권, 배급)	288.9	72.9	687.4	87.4	658.1	96.1	993.6	96.7
	콘텐츠(기획, 제작)	89.9	22.7	48.2	6.1	-	-	-	-
	기타	0.6	0.2	0.8	0.1	0.8	0.1	0.5	0.1
	소계	379.4	95.7	736.4	93.6	658.9	96.2	994.1	96.8
합계	396.5	100.0	786.5	100.0	685.1	100.0	1,026.9	100.0	

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

II. 시장동향

코로나19로 한국 영화산업은 침체되었으나, 세계 영화산업은 성장 전망

코로나19 영향으로 한국 영화의 2020년 1~11월(누적) 관객 수는 5,808만 명(전년 동기 대비 71.6% 감소), 매출액은 4,980억 원(전년 동기 대비 71.2% 감소)으로 결산되었다. 한편, 세계 영화산업의 극장 시장은 CAGR 4.4% 증가하여 2023년에 554.9억 달러를 달성할 것으로 전망하고 있다.

■ 2020년 코로나19로 인한 한국 영화산업 전 영역 침체

영화진흥위원회의 한국 영화산업 결산(2020.11)에 의하면, 영화산업은 2020년 10월 중순에 코로나19의 지역사회 감염 차단을 위해 실시되었던 사회적 거리두기가 1단계로 하향 조정되었고, 영화관 입장료 할인권 사용이 재개되었으며, 11월 초순부터 좌석 띄어 앉기가 해제되면서 극장 좌석 운영이 정상화되었고, 영화 도공이 11월 중순에 개봉하면서 관객 수 상승세가 나타날 것으로 기대되었다. 하지만, 11월 중순에 수도권의 사회적 거리두기가 1.5단계로 격상되고, 11월 말경에 수도권의 사회적 거리두기가 2단계로 격상되면서 영화관의 입장료 할인권 배포가 잠정적으로 중단되어 극장의 상영횟수와 관객 수는 감소하였다.

국내에서 개봉한 영화의 2020년 1~11월(누적) 관객 수는 5,808만 명으로 전년 동기 20,421만 명 대비 71.6% 감소하였고, 매출액은 4,980억 원으로 전년 동기 17,273억 원 대비 71.2% 감소하였다. 동일한 기간의 한국영화 관객 수는 3,985만 명으로 전년 동기 10,384만 명 대비 61.6% 감소하였고, 매출액은 3,453억 원으로 전년 동기 8,729억 원 대비 60.5% 감소하였다. 동일한 기간 외국영화 관객 수는 1,823만 명으로 전년 동기 10,037만 명 대비 81.8% 감소하였고, 매출액은 1,527억 원으로 전년 동기 8,544억 원 대비 82.1% 감소하였다.

[표 3] 한국 영화산업 결산

(단위 : 억 원, 만 명, %)

구분	2020년 1~11월(누적)				2019년 1~11월(누적)			
	개봉편수	매출액 (억 원)	관객 수 (만 명)	점유율 (%)	개봉편수	매출액 (억 원)	관객 수 (만 명)	점유율 (%)
한국영화	713	3,453	3,985	68.6	436	8,729	10,384	50.8
외국영화	1,023	1,527	1,823	31.4	1,138	8,544	10,037	49.2
합계	1,736	4,980	5,808	100.0	1,574	17,273	20,421	100.0

*출처: 영화진흥위원회 결산보고서(2020.11), NICE디앤비 재구성

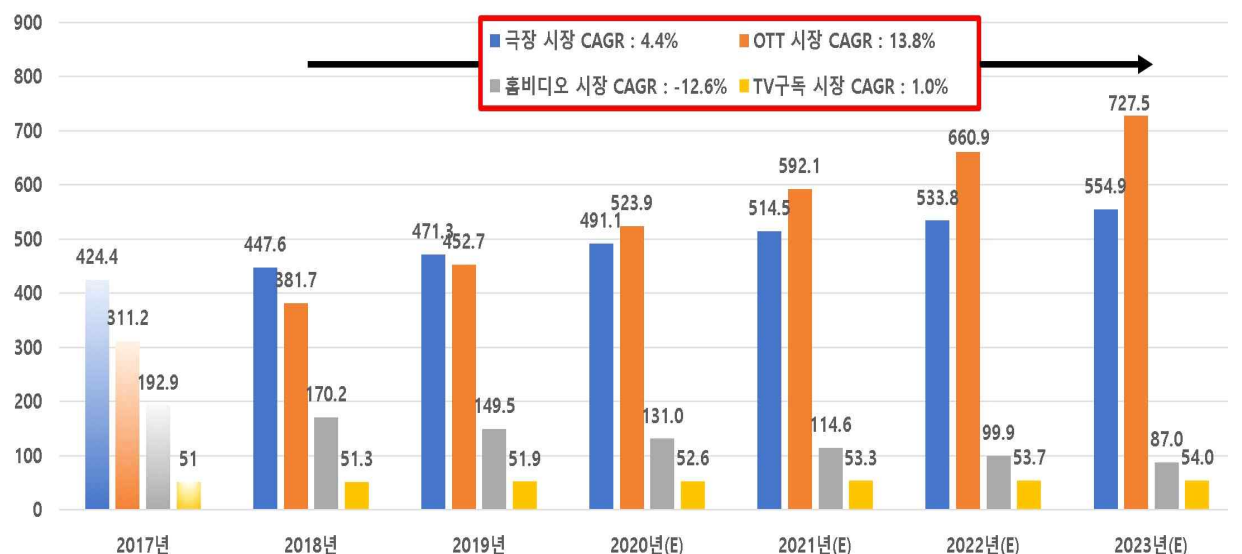
영화진흥위원회의 코로나19 충격 2020년 한국 영화산업 가결산 1부 보도자료(2020.12)에 의하면, 코로나19로 인해 신작들의 개봉 연기로 인해 신작 수급이 어려워져 극장 산업이 타격을 입었다. 2020년 11월(누적)의 한국영화 해외 매출(완성작 수출, 기술서비스 수출, 장비 수출, 로케이션 유치 등) 추산액은 394억 원으로 전년도의 50% 이하 수준일 것으로 분석하고 있다. 영화관 피해 형태는 매출액 감소, 운영 중단, 고용 피해 등으로 다양하고, 상영관의 입장권, 매점, 광고 매출을 모두 합한 총매출액은 4,796억 원으로 지난해 동일 기간 1조 5,587억 원보다 69.2%(↓1조 791억 원) 감소하였다.

반면, 독립·예술영화와 재개봉작 상영은 확대와 장기 상영이라는 현상이 나타나고 있으며, 2020년 11월(누적)에 320편의 독립·예술영화 개봉작이 51만 4,814회 상영되었는데 이는 2019년 11월(누적)에 353편의 41만 5,699회 상영된 것과 비교했을 때 상영 횟수가 23.8% 증가한 것이다. 또한, 영화진흥위원회는 2020년 11월에 코로나19 확산으로 한국영화계가 치명적인 타격을 입은 상황에서 미래 환경 변화를 예측하고, 포스트 코로나 시대에 한국영화의 긍정적인 미래를 준비하기 위해서 한국영화계 각 분야(제작, 촬영, 연출, 시나리오, 창작, 프로듀서, 독립영화, 투자, 수입배급, IPTV, 영화관 등)와 함께 포스트 코로나 영화정책추진단을 발족시켰다.

■ 세계 영화산업의 극장 시장은 2023년 554.9억 달러로 성장 전망

영화진흥위원회의 2018년 세계 영화산업 현황 및 2019-2023년 성장 전망(2019.08)에 의하면, 인터넷 중심의 멀티플랫폼 시대에 북미를 중심으로 포화상태에 이른 극장 시장은 최근에 저성장세를 유지하고 있으며, 앞으로 큰 변화가 없을 것으로 판단된다. 그러나, 극장 시장은 OTT 시장의 상승세 속에서도 지속적인 성장세를 이어가고 있다. 2018년 극장 시장은 2017년 424.4억 달러에서 5.5% 증가하여 447.6억 달러를 기록했으며, 향후에 5년간(2018~2023년) CAGR 4.4% 증가하여 2023년에는 554.9억 달러를 달성할 것으로 전망하고 있다. OTT 시장은 2017년 311.2억 달러에서 22.7% 증가하여 2018년 381.7억 달러를 기록했다. 향후에 5년 간 CAGR은 13.8%의 성장을 보이면서 2020년을 기점으로 극장 시장을 넘어설 것이며, 2023년에는 총 727.5억 달러를 달성하면서 극장시장의 31.1%를 상회할 것으로 전망하고 있다. 인터넷 기반의 미디어 소비 환경 변화로 가장 큰 타격을 입고 있는 홈비디오 시장은 2017년 192.9억 달러에서 -11.8% 성장률을 보여 2018년 170.2억 달러로 감소했다. 한편, 케이블/위성/통신사업자 등이 공급하는 TV구독 시장은 2017년 51.0억 달러에서 0.6% 성장한 51.3억 달러를 기록했다. 홈비디오 시장과 TV구독 시장의 향후에 5년 간 CAGR은 각각 -12.6%, 1.0%로 전망하고 있다.

[그림 3] 세계 영화산업 시장 전망 (단위: 억 달러)



*출처: 영화진흥위원회 보고서(2019.08), NICE디앤비 재구성

Ⅲ. 기술분석

영화의 차별적 판매 전략을 보유하고 있으며, 콘텐츠 제작 역량도 확보

동사는 영화의 판매 관련한 경로(시사회, 계약, 공급, 상영, 정산 등), 방법(최소보장, 수익배분, 단매계약 등), 전략(투자조합 협업, 영화관 연계강화, 경쟁사 배급 일정 분석, 작품별 맞춤형 수출 등)을 보유하고 있다. 또한, 첫 드라마 작품인 <이태원클라쓰>를 성공적으로 방영하여 콘텐츠 제작 역량도 확보하였으며, 2021년 신작 영화 <비상선언>의 개봉을 예정하고 있다.

■ 영화의 판매 관련한 경로, 방법, 전략을 보유

동사는 국내 시장 및 해외 수출 시장을 진출 전략에 맞추어 영화의 판매 경로를 설정하고 있다. 영화의 해외 판권 계약을 위해 판매 전략을 수립하고, 홍보자료를 배포한 후에 국가별 판권 계약을 실시하여 상영하고 있는 등 판매 경로를 설정하고 있다. 국내 영화관 상영 배급을 위해 국내 영화를 제작하거나 해외 영화를 수입한 후에 시사회를 통해 영화관 사업자별로 계약을 수립하고 있으며, 영화 상영을 통해 수익을 창출하고 있다. 이외에 주문형 비디오(Video On Demand, 이하 VOD), 케이블 텔레비전(Cable Television, 이하 CATV), 디지털 비디오 디스크(Digital Versatile Disc, 이하 DVD), 공중파 등의 판권, 상영, 유통 관련한 계약 및 배급 전략을 수립하고 있다. 또한, 다양한 프로그램의 기획, 제작, 제작비 검수, 수익정산의 콘텐츠 제작을 통해 판매 경로를 구축하는 등의 매출액 증대를 위하여 품목별 판매 경로와 전략을 설정하고 있다.

동사는 해외 판권 계약시 매출의 최소보장금액(Minimum Guarantee, MG)을 보장해 주는 형태와 이용자가 구매한 금액 및 총매출을 수익배분(Revenue Share, RS)의 비율로 배분하는 방법으로 계약을 설정하고 있다. VOD 및 DVD는 총매출을 RS로 배분하는 방법으로 판권 계약을 설정하고, CATV 및 공중파는 일정 금액을 책정해서 구매하는 단매계약(FLAT) 방식으로 판권 계약을 설정하고 있다.

[표 4] 영화 판매의 경로 및 방법

구분	판매 경로	판매 방법
수출	해외 판권 계약 판매 전략 수립 → 홍보자료 배포 → 국가별/영화별 판권 계약 → 필름 공급 → 영화관 상영 → 수익 정산	판권 계약(MG+RS)
내수	영화관 상영 배급 제작/수입 → 시사회 → 영화관 사업자별 배급 계약 → 필름 공급 → 영화관 상영 → 관객 수 정산	영화관 상영 후 관객 수 및 부금 정산 부금율 : 한국영화 50%, 외화 60%, 지방 50%
	VOD 유통 계약 극장 종영 시점의 서비스 일정 협의 → 선제 제작/전달 → 서비스 진행	판권 계약(RS)
	CATV 판권 계약 케이블 방송사별 판권 제시 → 방송사 선정 및 계약 → 선제 제작/전달 → 방영	판권 계약(FLAT)
	공중파 판권 계약 공중파 방송사별 판권 제시 → 방송사 선정 및 계약 → 베타 제작/납품 → 방영	판권 계약(FLAT)
	DVD 판권 계약 VOD 서비스 출시 후 DVD 코멘터리 작업 및 선제 작업 → 출시 및 판매 → 판매량 정산	판권 계약(RS)

*출처: 동사 분기보고서(2020.09), NICE디앤비 재구성

또한, 동사는 한국영화 투자(흥행성 높은 작품 중이 투자역량 집중, 흥행 리스크 관리를 위한 투자조합 협업, 제작사와의 협력을 통한 마케팅 수립 등), 한국영화 수출(해외 유망 배급사와 전략적 제휴 강화, 국가/장르/주연배우 맞춤형 해외판매 전략 수립 등), 국내 배급(영화관 사업자와 연계강화를 통한 안정적 배급망 확보, 경쟁사 배급일정 분석 및 관리, 데이터베이스를 활용한 배급 수립 등), 부가판권 판매(IPTV, OTT, VOD, CATV, 공중파 판권 협상력 강화 등) 관련한 전략도 보유하고 있다.

■ <이태원클라쓰>를 성공적으로 방영하여 콘텐츠 제작 역량을 확보

동사는 사업영역의 확장을 위하여 카카오페이지와 다음웹툰에서 연재되던 조광진의 만화 <이태원클라쓰(불합리한 세상 속, 고집과 객기로 뭉친 청년들의 반란이 시작되고, 세계를 압축해 놓은 듯한 이태원의 작은 거리에서 각자의 가치관으로 자유를 쫓는 등장인물의 창업 신화를 다룬 드라마)>를 원작으로 하여 드라마를 제작하여 방영하였다. 2020년 1월에 JTBC에서 첫 드라마 작품인 <이태원클라쓰>를 방영하여 최고 시청률 16.5%를 기록하는 등 드라마 제작사로서 성공적인 시장 진출을 이루었으며, 콘텐츠를 기획 및 제작할 수 있는 역량을 확보하게 되었다. 이를 토대로 동사는 지속적인 콘텐츠의 기획과 제작을 위해 다수의 판권을 확보하고, 시나리오 개발 편수와 협력 전문가(작가, 감독)를 확대하고 있다.

■ 2021년 신작 영화 <비상선언> 개봉 예정

동사는 2021년 신작 영화 중에 <비상선언>의 개봉을 예정하고 있다. <비상선언>은 사상 초유의 재난상황에 직면해 무조건적인 착륙을 선포한 비행기를 두고 벌어지는 리얼리티 항공 재난 영화이다. 영화 감독은 한재림 감독으로 제작 준비 단계부터 영화 팬들의 관심과 호응을 얻고 있다. 배우는 송강호, 이병헌, 전도연, 김남길, 임시완, 김소진, 박해준이고, 제작사는 우주필름, 씨제스엔터테인먼트, 씨네주이다. <비상선언>은 200억 원 이상의 제작비가 투입되는 한국형 재난 블록버스터 영화이고, 항공 재난을 소재로 한 영화이기 때문에 긴장감 넘치는 스토리 전개와 등장 인물들의 다채로운 캐릭터가 돋보이는 시나리오를 내세워 준비하고 있다. 그러나, 코로나19의 영향으로 구체적인 개봉일은 미정이다.

[그림 4] 비상선언 포스터 및 영화 관련 이미지



*출처: 동사 제공자료, NICE디앤비 재구성

■ 지식재산권 현황

동사는 2021년 2월 기준 동사가 보유한 지식재산권은 상표권 15건(쇼 박스 ShowBox 등)으로 확인된다.

[표 5] 동사 연구역량 지표

(단위: 백만 원)

지식재산권 현황	특허권	실용신안권	디자인권	상표권
실적(건 수)	-	-	-	15

*출처: 동사 사업보고서(2019.12), KIPRIS 홈페이지, NICE디앤비 재구성

[그림 5] SWOT 분석

Strength

- 영화의 배급, 유통, 투자, 상영 등 관련한 기술 보유
- 콘텐츠 기획 및 제작 역량 확보

- 세계 영화산업의 극장 시장은 안정적인 성장 전망
- OTT 시장의 급성장에 대한 수혜 가능성 존재
- 영화진흥위원회에서 포스트 코로나 대비 영화정책추진단 발족

Opportunity

Weakness

- 영화의 극장 배급 및 상영에 매출이 편중
- 영화의 흥행 리스크 부담
- 콘텐츠 후속작 제작의 부진

- 코로나19의 장기화로 대중 집합시설 기피현상의 직접적인 영향을 받아 수요 위축

Threat



IV. 재무분석

비우호적인 사업 환경으로 2020년 3분기(누적) 매출 감소

2019년에 국내외 판권 판매 증가 및 콘텐츠 제작 등으로 실적이 반등하였으나, 코로나19 여파에 따른 영화관 상영의 부진 등으로 2020년 3분기(누적) 매출이 감소하여 적자 전환하였다.

■ 영화 배급 외에 판권 판매, 콘텐츠 제작 등 다양한 판매 경로를 확보

동사는 영화 투자 및 배급을 주요 사업으로 영위하고 있으며, 2019년부터 콘텐츠(드라마) 제작을 통해 추가적인 매출이 발생하고 있다. 2019년 기준 부문별 매출 비중은 국내 영화 상영과 판권 판매가 87.4%를 차지하며 가장 높은 매출 기여도를 나타냈고, 아시아 등으로 해외 판권 판매가 6.4%, 국내 콘텐츠(드라마) 제작이 6.1%를 각각 차지하였다. 주요 판매 경로는 국내외 영화관 상영으로 2019년 기준 총매출의 63.3%에 상당하는 비중을 차지하였으며, 이외에도 VOD 유통 계약, CATV 판권 계약, 공중파 판권 계약 등의 다양한 판매의 경로를 확보하고 있다.

[표 6] 동사 연간 및 3분기(누적) 요약 재무제표

(단위: 억 원, K-IFRS 연결 기준)

항목	2017년	2018년	2019년	2019년 3분기	2020년 3분기
매출액	1,026.9	685.1	786.5	648.0	396.5
매출액증가율(%)	-18.5	-33.3	14.8	128.6	-38.8
영업이익	104.0	52.4	19.4	22.6	-25.8
영업이익률(%)	10.1	7.7	2.5	3.5	-6.5
순이익	158.5	43.5	32.6	33.6	-11.1
순이익률(%)	15.4	6.4	4.1	5.2	-2.8
부채총계	643.4	390.2	245.9	283.7	124.7
자본총계	1,389.2	1,407.1	1,406.6	1,409.3	1,359.9
총자산	2,032.7	1,797.3	1,652.5	1,693.0	1,484.5
유동비율(%)	250.4	357.8	519.6	467.2	996.9
부채비율(%)	46.3	27.7	17.5	20.1	9.2
자기자본비율(%)	68.3	78.3	85.1	83.2	91.6
영업현금흐름	25.4	-518.7	-1.5	63.0	-320.3
투자현금흐름	-371.9	28.2	-12.7	-13.4	319.4
재무현금흐름	-31.2	-31.2	-34.3	-33.6	-33.2
기말 현금	639.4	117.7	68.3	133.5	34.4

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

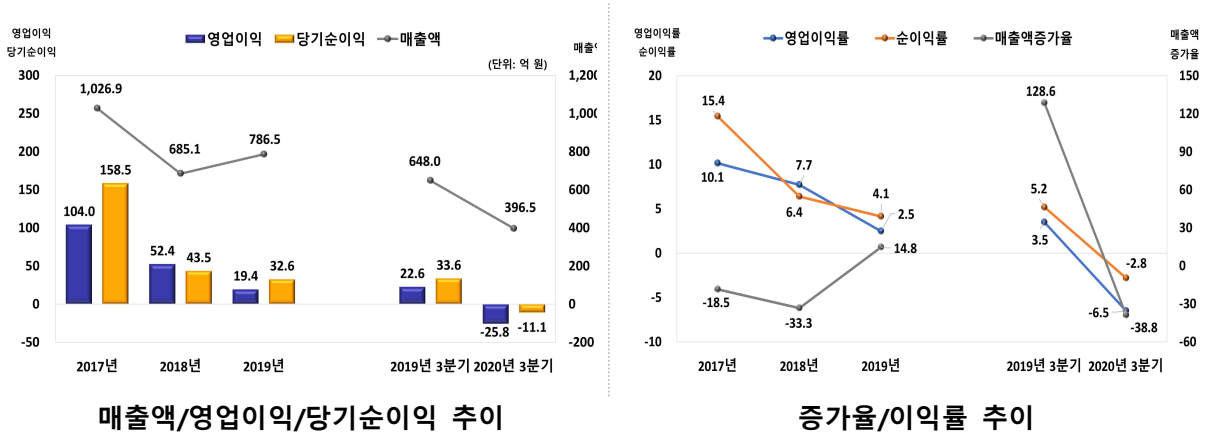
■ 2019년 부가판권 판매와 콘텐츠 제작으로 매출 외형 일부 회복

2018년 영화 개봉 편수의 감소와 흥행 실적 저조로 매출액이 감소하였으나, 2019년에는 VOD 유통 계약의 증가와 콘텐츠(드라마) 제작을 통한 추가적인 실적 발생 등으로 연간 매출액이 전년 대비 14.8% 증가한 786.5억 원을 기록하며 외형 일부를 회복하였다. 한편, 사업 특성상 영업비용 중 영화판권 등 무형자산 관련 상각비가 차지하는 비중이 높으며, 2019년에는 무형자산상각비의 증가와 콘텐츠 제작원가의 발생 등으로 매출액영업이익률이 전년의 7.7%에서 2.5%로 하락하였다. 이에 따라 일부 관계기업 청산에 따른 지분법손실 감소 등에도 불구하고 매출액순이익률 역시 전년의 6.4%에서 4.1%로 하락하였다.

■ 코로나19 여파로 2020년 3분기(누적) 매출 감소 및 적자 전환

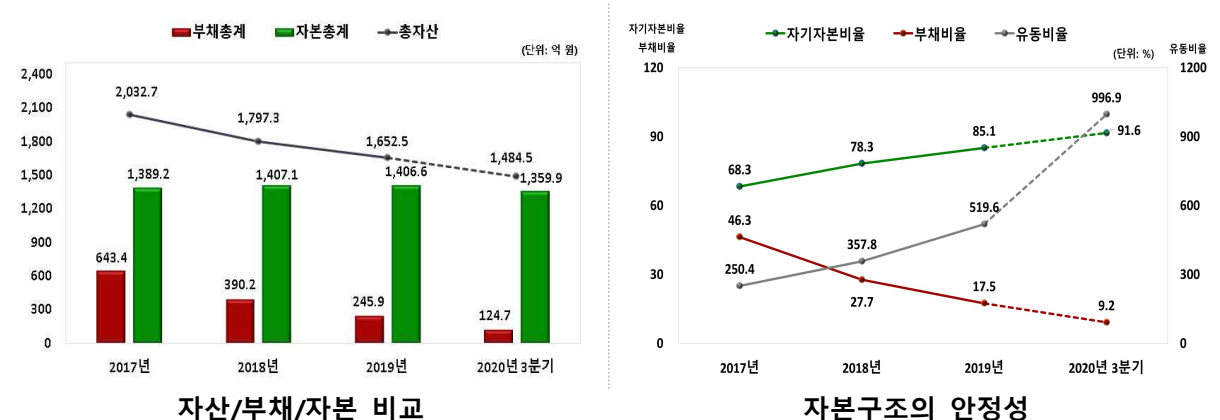
2020년 초 JTBC 드라마 <이태원클라쓰> 방영에 따른 콘텐츠(드라마) 제작 부문의 호조에도 불구하고, 코로나19로 인한 대중 집합시설 기피 현상 등으로 주요 사업 부문인 영화관 상영의 실적이 부진하였으며, 3분기 누적 매출액은 전년 동기 대비 38.8% 감소한 396.5억 원을 기록하였다. 이에 따라 고정비 성격의 판관비 부담 가중으로 25.8억 원의 영업손실과 11.1억 원의 분기순손실을 기록하며 적자 전환하였다.

[그림 6] 동사 연간 및 3분기(누적) 요약 포괄손익계산서 분석 (단위: 억 원, %, K-IFRS 연결기준)



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

[그림 7] 동사 연간 및 3분기(누적) 요약 재무상태표 분석 (단위: 억 원, %, K-IFRS 연결기준)

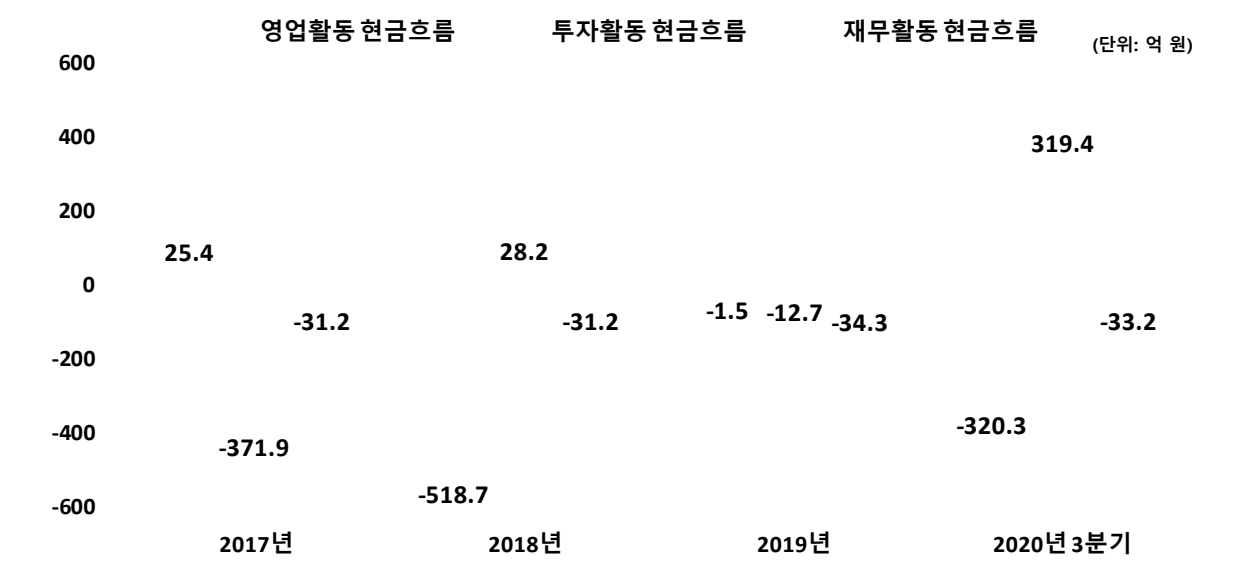


*출처: 동사 사업보고서(2019.12), 동사 분기보고서(2020.09), NICE디앤비 재구성

■ 2019년 부(-)의 영업활동현금흐름 규모 축소

동사는 2018년에 이어 2019년에도 부(-)의 영업활동현금흐름을 지속하였으나, 그 규모는 무형자산상각비의 가산과 매출채권의 회수 등으로 전년 대비 크게 축소되었다. 상기 영업활동을 통해 유출된 현금과 금융자산 매입 등 투자활동으로 인한 현금 유출, 배당금 지급 등 재무활동으로 인한 현금 유출을 자체 보유 현금으로 충당하였으며, 이에 따라 현금성 자산은 2019년 기초 117.7억 원에서 기말 68.3억 원으로 감소하였다.

[그림 8] 동사 현금흐름의 변화 (단위: 억 원)



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

V. 주요 변동사항 및 향후 전망

코로나19 장기화, 그러나 신작 영화 공개 및 흥행작 OTT 제공으로 실적 회복 기대

동사는 코로나19 장기화에 따른 대중 집합시설 기피현상의 직접적인 영향을 받고 있다. 다만, 2021년 신작 영화를 공개하여 흥행의 기대감을 증가시키고 있으며, 2021년 1월부터 쿠팡플레이에서 흥행작을 OTT로 제공하고 있어 점진적인 실적 회복이 기대된다.

■ 2020년 말 네이버 시리즈온 및 카카오페이지를 통해 최신 영화 제공

동사는 2020년 말에 코로나19 상황으로 인해 야외 활동 대신 집에서 영화를 즐기는 관객들에게 즐거움과 위안을 전하기 위해 네이버 시리즈온에서 최신 영화 <남산의 부장들>, <돈>, <봉오동 전투>, <뽕반>, <퍼펙트맨>, <마담 싸이코> 6편의 작품을 온라인 관객들에게 20% 할인된 가격에 제공하였다. 또한, 카카오페이지에서 코인영화방 2020 BEST 선정작인 <봉오동 전투>, <남산의 부장들>, <작전>, <돈>의 영화 4편도 30~50% 할인된 가격에 제공하였다.

동사는 이번 프로모션을 통해 드라마, 코미디, 스릴러, 액션 등 다양한 장르의 영화를 즐기는 관객, 영화관에서 영화를 아직 관람하지 못한 관객, 다시 보기를 원하는 관객 등을 대중매체 및 온라인으로 관심을 유도하였으며, 영화의 관람도 유도하여 매출 증가를 촉진하였다.

■ 2021년 신작 영화 라인업 공개

동사는 2021년 새해를 맞아 신작 영화 라인업으로 <비상선언>, <싱크홀>, <사흘>, <휴가>, <야차>, <시민덕희> 등을 공개하였다. <비상선언>은 사상 초유의 재난상황에 직면해 무조건적인 착륙을 선포한 비행기를 두고 벌어지는 리얼리티 항공 재난 영화로 송강호, 이병헌, 전도연, 김남길, 임시완, 김소진, 박해준 등이 출연한다. <싱크홀>은 11년 만에 마련한 내 집이 1분만에 싱크홀로 추락하며 벌어지는 현실 재난 영화로 차승원, 김성균, 이광수, 김혜준 등이 출연한다. <사흘>은 장례를 치르는 사흘 동안 죽은 딸의 심장 안에서 악마가 깨어나면서 벌어지는 사투를 다룬 영화로 박신양, 이민기가 출연한다. <휴가>는 하늘에서 3일의 휴가를 받아 내려온 엄마가 딸의 곁에서 벌어지는 기적같은 순간을 담은 영화로 신민아, 김혜숙, 강기영, 황보라가 출연한다. <야차>는 스파이들의 최대 접전지 중국 선양에서 야차로 불리는 인물과 그곳으로 특별 감찰을 나선 검사가 만나며 벌어지는 영화로 설경구, 박해수, 양동근, 이엘, 송재림, 진영 등이 출연한다. <시민덕희>는 보이스피싱을 당한 시민 덕희가 범죄 조직의 총책을 검거하기 위해 나서는 통쾌한 일망타진극으로 라미란, 공명, 염혜란, 박병은, 장윤주, 이무생, 안은진 등이 출연한다.

동사는 이번 신작 영화 라인업을 관객들에게 인지시켜 인지도를 확보하고, 정보를 단계적으로 노출시켜 흥행의 기대감을 증가시키고 있다. 그러나, 코로나19가 장기화되는 영향으로 구체적인 개봉일자는 미정이다.

■ 2021년 1월 쿠팡플레이에서 흥행작을 OTT로 제공

동사는 쿠팡과 콘텐츠 계약을 통해 OTT를 제공하는 플랫폼인 쿠팡플레이(인기 영화, 국내외 TV시리즈 등 다양한 영상 콘텐츠를 시간과 장소 제약없이 무제한으로 즐길 수 있는 동영상 스트리밍 서비스)에서 영화 콘텐츠를 제공하고 있다. 쿠팡의 와우 멤버십 서비스에 가입한 회원은 월 2,900원 멤버십 비용만으로 쿠팡플레이의 무제한 스트리밍 서비스를 이용할 수 있다. 동사는 <봉오동 전투>, <범죄와의 전쟁>, <도둑들>, <내부자들>, <관상> 등의 대표 흥행작 총 51편을 2021년 1월부터 쿠팡플레이를 통해 제공하고 있다.

동사는 쿠팡플레이를 통해 인지도가 있는 감독과 배우들이 참여한 영화를 제공하고, 흥행에 성공한 영화를 제공하여 잠재되어 있는 관객을 창출하며, 극장 상영을 벗어난 콘텐츠 서비스(내가 선택한 시간, 내가 선택한 장소, 내가 선택한 콘텐츠, 내가 선택한 단말기로 관람하는 서비스)를 제공하여 매출의 증가 영역을 확대하고 있다.

■ 코로나19에 직접적인 영향을 받고 있으나, 점진적인 실적 회복 기대

2019년 결산 이후 코로나19로 인한 극장 관객 수의 급격한 감소로 동사 매출을 견인하는 영화관 상영배급 부문의 실적이 부진하였으며, 이에 따라 전년 동기 대비 2020년 3분기(누적) 매출액이 감소하였으며 적자 전환하였다. 다만, 2020년 초에 개봉한 영화 <남산의 부장들>의 흥행과 첫 드라마 제작 작품인 <이태원클라쓰>의 성공적인 시장 진출 등을 바탕으로 일정 수준의 비용 발생 분을 상쇄하고 있다. 또한, 동사의 실적은 코로나19 장기화에 따른 대중 집합시설 기피현상에 직접적인 영향을 받고 있으나, 이러한 리스크 요인이 완화될 경우 그동안 연기되었던 작품들이 연이어 개봉하는 등 점진적인 실적 회복이 가능할 것으로 보여지며, 부가관련 판매와 콘텐츠 기획제작 부문에서의 추가적인 매출 발생 역시 실적 개선에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 전망된다.

■ 증권사 투자의견

최근 1년 내 증권사 투자의견 없음