

이 보고서는 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

기술분석보고서

 YouTube 요약 영상 보러가기

코리아센터(290510)

소프트웨어/IT서비스

요약

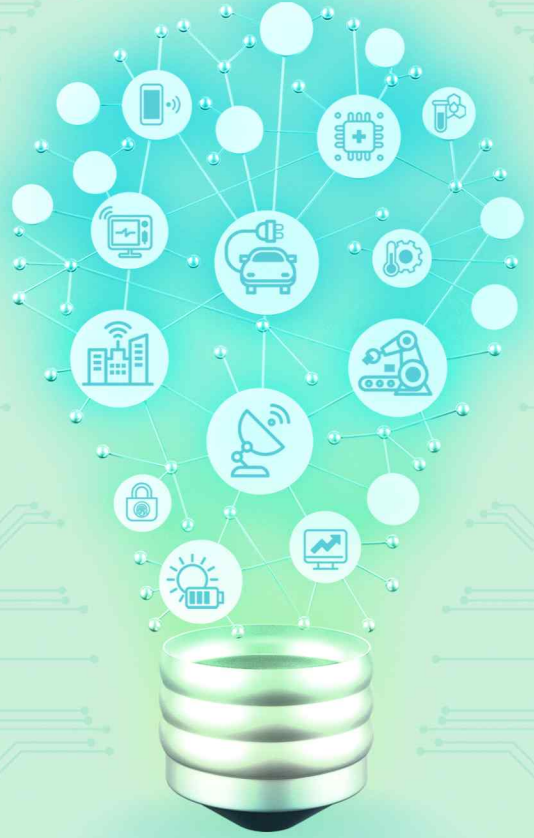
기업현황

시장동향

기술분석

재무분석

주요 변동사항 및 전망



작성기관

(주)NICE디앤비

작성자

최윤희 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.

코리아센터(290510)

이커머스 플랫폼 전문기업

기업정보(2021/02/25 기준)

대표자	김기록
설립일자	2000년 01월 12일
상장일자	2019년 11월 29일
기업규모	중소기업
업종분류	응용 소프트웨어 개발 및 공급업
주요제품	쇼핑몰 솔루션, 해외배송대행 서비스

시세정보(2021/03/02 기준)

현재가	8,560원
액면가	100원
시가총액	6,523억 원
발행주식수	76,200,637주
52주 최고가	13,300원
52주 최저가	2,124원
외국인지분율	0.43%
주요주주	
김기록 외 10인	65.77%
자사주	1.03%

■ 글로벌 이커머스에 특화된 기업

코리아센터(이하 동사)는 온라인쇼핑몰 솔루션, 글로벌 상품 소싱 솔루션, 빅데이터 솔루션, 마켓 플레이스 연동 솔루션 등을 바탕으로 국내 이커머스, 해외 이커머스, 빅데이터 이커머스 사업을 영위 중이다. 동사는 7개국 10개 도시에 직영 풀필먼트(Fulfillment, 물류 일괄 배송 대행 서비스)를 구축하고 해외직접구매 소비자들을 위한 배송대행 및 구매대행 서비스를 주요 사업으로 영위하고 있는 글로벌 이커머스에 특화된 기업이다.

■ 캠핑카 렌트 및 공유 서비스 사업 진출

동사는 2020년 4월 자회사 코센모빌리티를 설립하고 캠핑카 렌트 및 공유 서비스 사업을 시작하였다. 캠핑카를 전문으로 렌트한다는 점에서 기존 렌트카 업체와 차별화된 포인트이다. 동사의 서비스는 캠핑카 장기 대여자가 캠핑카의 유휴시간에 캠핑카(렌트카)를 다른 사람에게 공유함으로 월 대여료 할인 및 별도의 수익을 창출할 수 있도록 지원하는 서비스이다.

캠핑 이용자 수의 증가와 코로나19로 인해 타인과의 접촉을 최소화한 차박(자동차에서 잠을 자며 머무르는 활동)이 선호되면서 동사 서비스에 대한 수요는 증가할 수 있을 것으로 예상된다.

■ 코로나19로 국내 온라인쇼핑 시장은 필수 소비재 중심으로 거래 증가

국내 온라인쇼핑(이커머스) 시장은 간편결제, 스마트폰 보급률 증가 등으로 2017년부터 2020년까지 연평균 19.6%의 높은 성장률을 보이고 있다. 2020년에는 코로나19로 인해 대면활동이 어려워지면서 공연, 여행 분야의 소비는 감소하고 식음료, 음식서비스 등 필수 소비재에 대한 거래가 증가한 것으로 조사되었다. 해외직접구매 시장 역시 해외 쇼핑물들의 결제절차 간소화와 높은 할인을, 해외배송 및 구매대행 시스템의 디지털화로 온라인쇼핑 시장보다 더 높은 성장률로 시장이 성장하고 있다.

요약 투자지표 (K-IFRS 연결기준)

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	1,331.6	26.7	62.9	4.7	46.5	3.5	10.8	4.8	143.8	89	814	-	-
2018	1,896.7	42.4	96.4	5.1	48.7	2.6	5.2	2.7	96.3	72	1,936	-	-
2019	2,515.0	32.6	107.7	4.3	70.2	2.8	3.8	2.3	74.1	86	2,526	66.0	2.3

기업경쟁력

해외 7개국 풀필먼트 보유

- 국내 포함 미국, 중국, 영국, 스페인, 독일, 일본 7개국 10개 도시에 직영 풀필먼트를 보유하고 글로벌 이커머스에 특화된 서비스 제공
 - 해외배송 및 해외구매 대행, 글로벌 소싱 등의 서비스

이커머스 밸류체인 수직계열화 구축

- 기업 인수와 해외법인 설립을 통해 이커머스 밸류체인의 수직적 통합 기반을 마련하고 쇼핑몰 구축부터 운영, 배송(물류) 대행, 광고/마케팅에 이르기까지 토털이커머스 서비스를 제공

핵심기술 및 적용제품

온라인쇼핑몰 토털솔루션 개발 기술 보유

- 당사는 온라인쇼핑몰 사업을 위한 쇼핑몰 구축, 운영, 가격비교, 통합관리, 광고 솔루션 등을 자체 기술로 내재화
 - 상품정보 대량등록, 이벤트 예약스케줄링, 택배사 연동, 해킹 및 정보 유출 방지 암호화 솔루션, 대규모 트래픽 분산 시스템 등의 자체 기술 보유

해외 배송 서비스 시스템 구축

- 상품, 주문, 배송 등에 대한 빅데이터를 분석하여 최적의 물류 배송 루트 도출
- 해외구매 TV에 대한 국내 배송 전문 서비스 제공
 - 통관 후 30일까지 제품 보관 고객이 원하는 일시와 시간에 제품 배송 및 설치

동사 주요 제품군



최근 매출 비중

- 2020년 3분기(누적) 사업부문별 매출액 및 비중 (연결기준)

사업부문	매출액(억 원)	비중(%)
국내 이커머스	617.7	28.8
글로벌 이커머스	1,265.2	59.1
빅데이터 이커머스	215.9	10.1
기타	42.7	2.0
총합계	2,141.5	100.0

시장경쟁력

국내 온라인쇼핑 시장규모

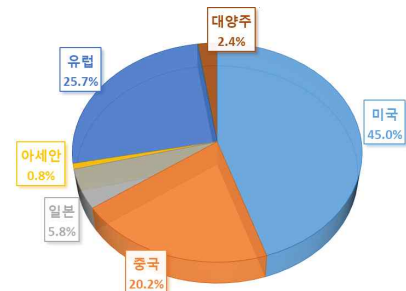
년도	시장규모	성장률
2017년	94조 1,858억 원	연평균 19.6%▲
2020년	161조 1,234억 원	

국내 해외직접구매 시장규모

년도	시장규모	성장률
2017년	2조 2,436억 원	연평균 22.4% ▲
2020년	4조 1,094억 원	

해외직접구매액 국가별 구성비(2020년)

- 국내 해외직접 구매액의 국가별 구성비는 미국 45.0%, 유럽 25.7%, 중국 20.2%, 일본 5.8%, 아세안 0.8% 순



최근 변동사항

해외 풀필먼트 확대

- 영국 잉글랜드 풀필먼트 센터 신규 오픈(2020.02), 스페인 마드리드 풀필먼트 센터 추가 설립(2020.11)
 - 유럽 직접구매 시장 확대

캠핑카 렌트 및 공유 서비스 사업 진출

- 2020년 4월 자회사 코센모빌리티를 설립하고 카라반테일의 캠핑카 소싱 사업과 연계한 캠핑카 렌트 및 공유 서비스 사업에 진출

I. 기업현황

수직계열화를 통한 이커머스 밸류체인 확보

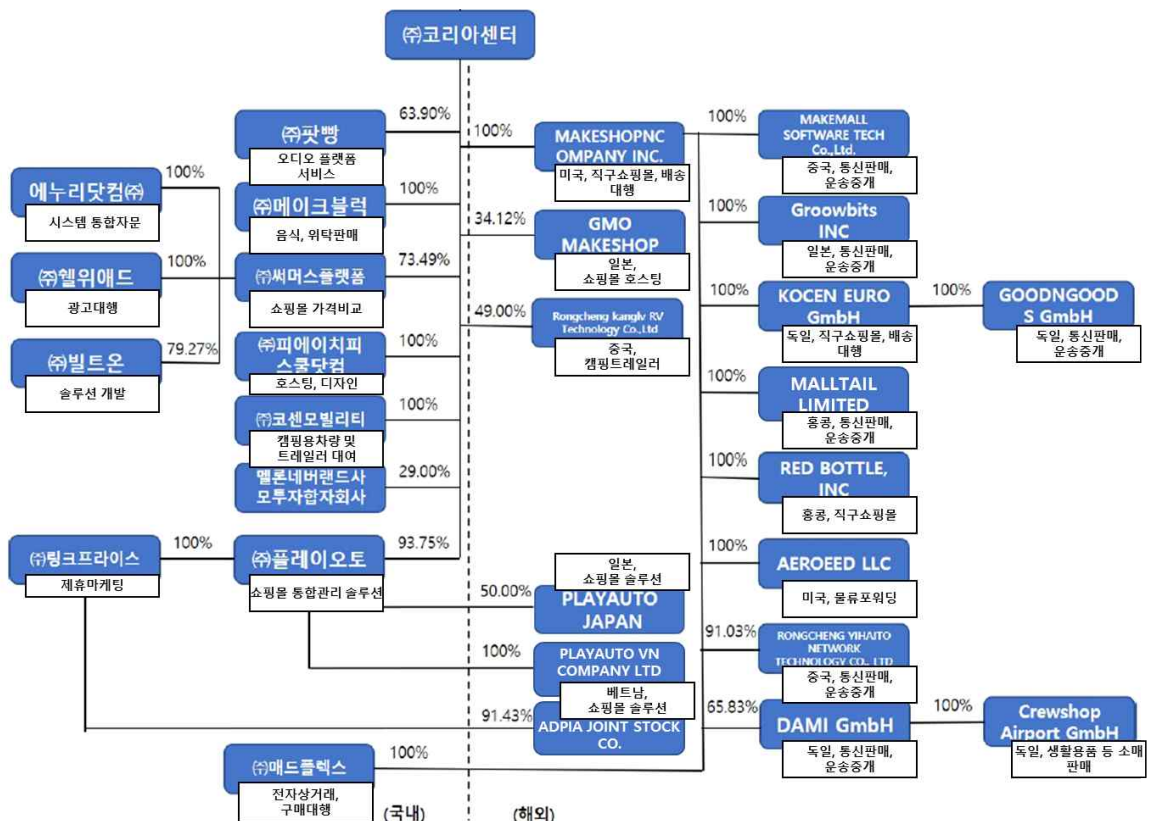
동사는 기업 인수와 해외법인 설립을 통해 이커머스 밸류체인의 수직적 통합 기반을 마련하고 쇼핑물 구축부터 글로벌 물류 지원까지 토탈이커머스 서비스를 제공하고 있다.

■ 회사 연혁 및 관계사

동사는 2000년 1월 설립되어 2019년 11월 코스닥 시장에 상장된 토탈이커머스 서비스 제공 기업이다. 동사는 온라인쇼핑물 구축, 광고/마케팅, 글로벌 배송대행, 글로벌 제품 소싱, 글로벌 확장 등을 위한 기업 인수와 해외법인 설립을 통해 수직계열화된 24개의 종속회사와 4개의 관계회사를 보유하고 있다.

동사는 MAKESHOPNCOMPANY INC.를 거점으로 글로벌 배송대행 및 글로벌 제품 소싱을 위한 해외법인을 구축하고 있으며, 써머스플랫폼 인수를 통해 빅데이터 이커머스 사업(광고/마케팅) 확대하였고, 플레이오토와 빌트온 인수를 기반으로 글로벌 확장 및 마케팅 역량을 강화하고 있다.

[그림 1] 동사 계열사 및 주요 사업



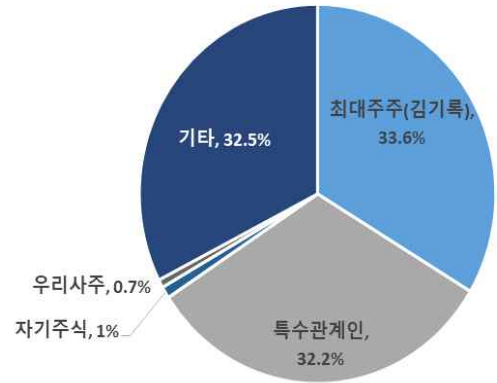
*출처: 동사 분기보고서(2020.09), NICE디앤비 재구성

■ 주요 주주

동사는 2020년 10월 보통주 1주당 신주 2주를 배정하는 200% 무상증자를 진행했다. 코리아센터는 이번 무상증자를 통해 기존 25억 9,000만 원의 자본금을 76억 5,000만 원으로 늘렸고, 자본금 50억 이상의 전자화폐 발행 및 관리업 사업자의 자격 요건을 갖추게 됐다.

무상증자 후에도 최대주주는 김기록 대표이사로 변동이 없으며, 동사의 지분 33.6%를 보유하고 있다. 이 외에 임성진, 김영철 등 특수관계인(동사 및 관계사 등기 임원)이 보유한 주식이 32.2%, 자기주식 1.0%, 우리사주 0.7%이다.

[그림 2] 동사의 주요주주 구성



*출처: 동사 공시자료(2020.12), NICE디앤비 재구성

■ 주요 사업 및 매출

동사의 사업 부문은 국내 이커머스와 글로벌 이커머스, 빅데이터 이커머스 부문으로 구분되며, 동사는 온라인쇼핑몰 솔루션, 글로벌 상품 소싱 솔루션, 빅데이터 솔루션, 판매채널(마켓플레이스) 연동 솔루션 등을 바탕으로 국내 이커머스 서비스 외에 해외 배송대행, 해외 상품 소싱, 해외 국가 간 배송, 광고대행, 가격비교 서비스, 택배조회 등의 토탈이커머스 서비스를 제공하고 있다.

[그림 3] 동사 사업 영역 및 브랜드



*출처: 동사 IR자료

동사는 2019년 기준 글로벌 이커머스 사업부문이 전체 매출비중의 65.2%를 차지하고 있고, 국내 이커머스가 22.1%, 빅데이터 이커머스가 10.2%, 기타 매출이 2.5%의 비중을 나타내고 있다. 2020년 3분기 누적 매출 비중은 2019년 전체 매출 비중 대비 다소 차이가 있으나 11월 중국 광군제, 미국 블랙프라이데이, 12월 크리스마스 등 해외직접구매 성수기가 4분기에 있는 점을 감안 시 2020년 전체 매출 중 글로벌 이커머스 누적 매출 비중은 전년과 유사할 것으로 예상된다.

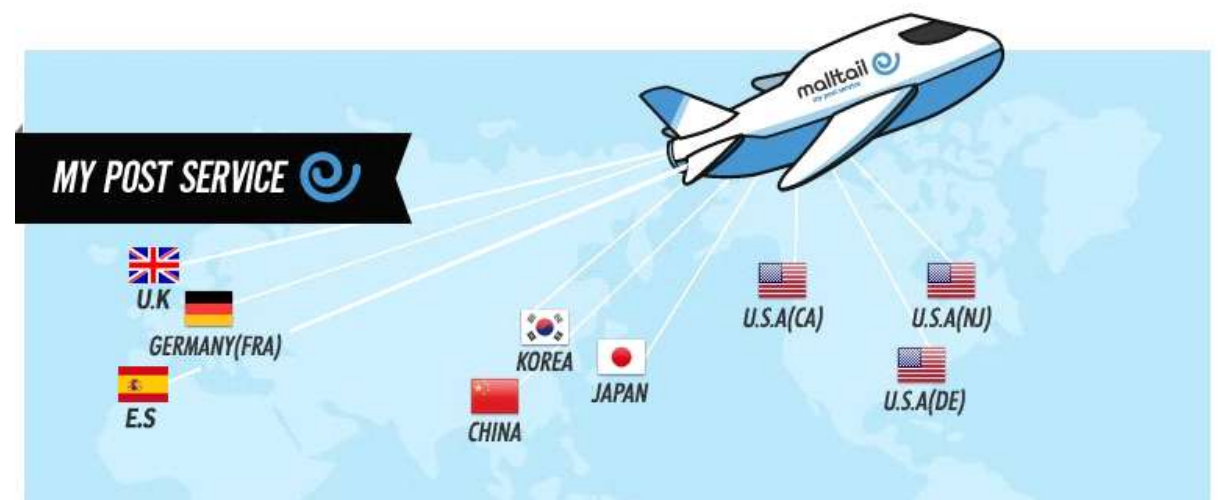
[표 1] 동사 사업부문별 매출 현황 (K-IFRS 연결기준, 단위: 억 원)

사업부문	서비스명	2020년 3분기(누적)		2019년		2018년		
		매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	
국내 이커머스	메이크업 외	617.7	28.8%	555.2	22.1%	446.0	23.5%	
글로벌 이커머스	몰테일, 테일리스 외	상품	1,109.7	51.8%	1,453.5	57.8%	1,049.3	55.3%
		용역	155.5	7.3%	185.4	7.4%	209.7	11.1%
		합계	1,265.2	59.1%	1,638.9	65.2%	1,259.0	66.4%
빅데이터 이커머스	에누리, 스마트택배 외	215.9	10.1%	257.0	10.2%	134.3	7.1%	
기타	기타	42.7	2.0%	63.9	2.5%	57.4	3.0%	
합계		2,141.5	100.0%	2,515.0	100.0%	1,896.7	100.0%	

*출처: 동사 분기보고서(2020.09), NICE디앤비 재구성

동사는 글로벌 자체 물류 풀필먼트¹⁾ 센터를 보유하고 있어 글로벌 이커머스에 특화된 서비스를 제공하고 있다. 동사는 국내 포함 미국, 중국, 영국, 스페인, 독일, 일본 7개국 10개 도시에 물류센터를 보유하고 있으며, 프랑스와 동남아시아 국가도 확대 예정이다.

[그림 4] 동사의 글로벌 물류 풀필먼트 센터



*출처: 동사 몰테일 사이트

1) 풀필먼트란 물류 전문업체가 물건을 판매하려는 업체들의 위탁을 받아 배송과 보관, 포장, 배송, 재고관리, 교환·환불 서비스 등의 모든 과정을 담당하는 '물류 일괄 대행 서비스'를 말한다.

II. 시장 동향

코로나19로 온라인쇼핑 거래패턴이 필수 소비재 중심으로 변화

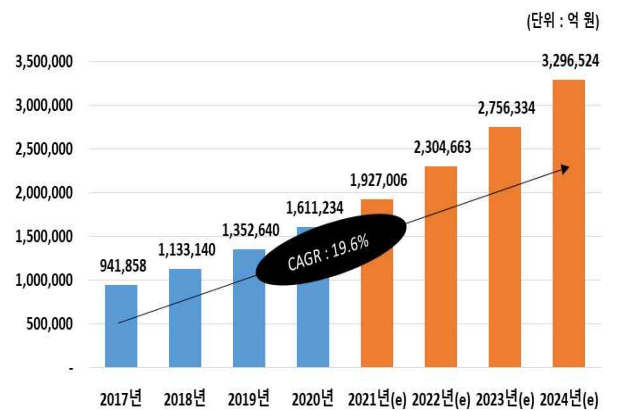
코로나19로 공연, 여행, 레저 분야의 소비는 감소하고 식음료, 음식서비스 등 필수 소비재 중심으로 거래가 증가하였다.

■ 국내 온라인쇼핑 시장규모

통계청 자료에 따르면 국내 온라인쇼핑 시장규모는 2017년 94조 1,858억 원에서 연평균 19.6% 증가하여 2020년 161조 1,234억 원에 이르는 것으로 조사되고 있다. 동일 성장률을 고려 시 2024년에는 329조 6,524억 원 규모를 형성할 것으로 전망된다.

온라인쇼핑 시장은 스마트폰 보급률 (2018년 기준 91%)이 증가하였고, 초고속 통신서비스, 간편결제, 증강현실 등의 정보통신기술(ICT) 기술이 빠르게 발전하고 있는 원인에 의해 지속적으로 증가하고 있는 것으로 파악된다.

[그림 5] 국내 온라인쇼핑 시장규모



*출처: 통계청, NICE디앤비 재구성

[그림 6] 상품군별 온라인쇼핑 거래액 구성비 (2020년 기준, 단위: %)



*출처: 통계청, 온라인쇼핑 동향(2021)

2020년 상품군별 온라인쇼핑 거래액 구성비 중 음·식료품 분야(2019년 구성비 4위)는 12.4%로 가장 높은 구성비를 차지하고 있으며, 가전·전자·통신기기 분야(2019년 구성비 2위)가 11.8%, 음식서비스 분야(2019년 구성비 7위)가 10.8%로 그 뒤를 잇고 있다. 음·식료품 분야는 전년 대비 48.3% 증가한 수치이며, 가전·전자·통신기기 분야는 30.3%, 음식서비스 분야는 78.6% 증가한 수치이다.

통계청은 이에 대해 코로나19로 인한 사회적 거리두기 강화로 배달음식, 간편조리식, 식재료

등의 거래가 높아졌고 가정 내 생활 증가로 생활·주방 가전, 휴대폰 판매가 증가했기 때문으로 분석하고 있다. 한편, 외부활동 자제로 인해 문화 및 레저서비스(2019년 구성비 동일)는 전년 대비 69.3% 감소하였으며, 여행 및 교통서비스 분야(2019년 구성비 1위 항목)도 53.3% 감소한 것으로 조사되고 있다. 이를 종합하여 볼 때, 코로나19로 인한 정부의 규제에 따라 온라인쇼핑 거래패턴이 공연, 여행, 레저 분야 중심에서 식음료 등 필수 소비재 중심으로 변화한 것으로 보인다.

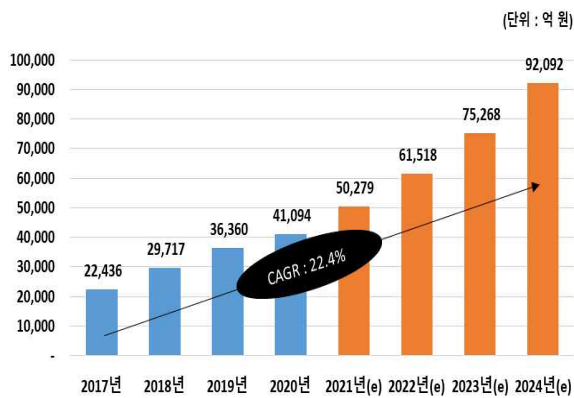
■ 국내 해외직접구매 시장규모

해외직접구매는 줄여서 직구, 국경 간 이커머스, 크로스보더 이커머스(Cross-border E-commerce) 등으로 불리고 있다. 해외직접구매 시장은 해외 쇼핑물들의 결제절차 간소화, 높은 할인율의 글로벌 할인행사(중국 광군제, 미국 블랙프라이데이 등), 해외배송 및 구매대행 시스템의 디지털화 등으로 인해 국내 소비자들의 해외직접구매 건수가 높아져 점차 증가하고 있다. 또한, 2020년에는 코로나19로 해외여행을 가지 못하는 상황이 되면서 유명명품, 의류 등 해외직접구매 수요가 더 증가한 것으로 파악된다.

통계청 자료에 따르면, 국내 해외직접구매 시장규모는 2017년 2조 2,436억 원에서 연평균 22.4% 성장하며 2020년 4조 1,094억 원 규모를 형성하였고, 동일 성장률을 고려 시 2024년에는 9조 2,092억 원까지 성장할 것으로 전망된다.

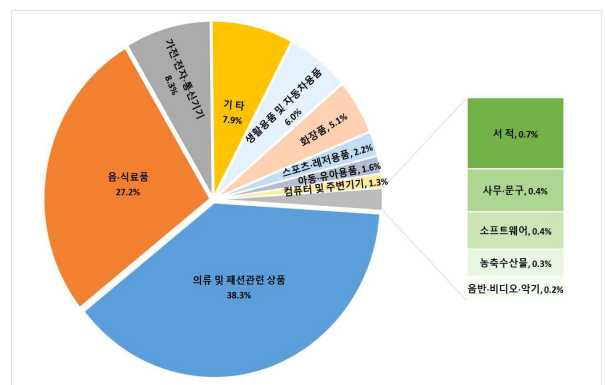
상품군별(2020년 기준)로는 의류 및 패션 관련 상품이 전체 해외직접구매액의 38.3%를 차지하여 가장 높았으며, 음·식료품이 27.2%로 두 번째로 높은 비중을 차지하고 있다. 상품군별 온라인 해외직접구매액 중 가전·전자·통신기기(-26.1%)는 전년 대비 감소하였으나, 음·식료품(22.5%), 의류 및 패션 관련상품(11.8%), 생활용품 및 자동차용품(34.6%) 등은 증가하였다.

[그림 7] 연도별 해외직접구매 시장규모



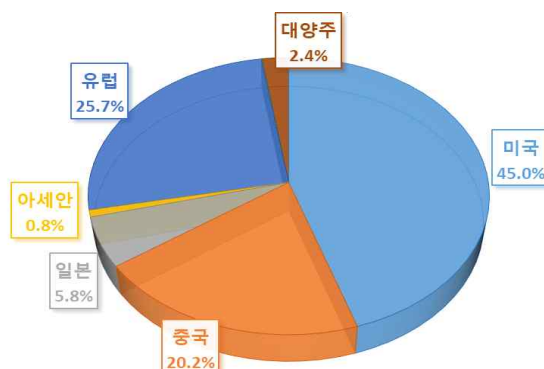
*출처: 통계청, 해외직접구매액, NICE디앤비 재구성

[그림 8] 상품군별 해외직접구매액 구성비(2020년)



*출처: 통계청, 해외직접구매액, NICE디앤비 재구성

[그림 9] 국내 해외직접구매액 국가별 구성비(2020년)



*출처: 통계청, 해외직접구매액, NICE디앤비 재구성

국내 해외직접구매 국가별 비중(2020년 기준)은 미국이 45.0%로 압도적으로 높았으며, 유럽은 25.7%, 중국은 20.2%로 나타났다. 미국에서는 음·식료품을 가장 많이 구매하는 것으로 조사되었으며, 중국과 유럽에서는 의류 및 패션관련 상품을 가장 많이 구매하는 것으로 조사되고 있다.

한편, FTA TRADE REPORT(2020)가 인용한 글로벌 이커머스 금융기업인 페이오니아(Payoneer)의 글로벌 크로스보더 이커머스 시장동향 분석자료 ‘2020년 1분기 글로벌 셀러 인덱스’ 보고서에 따르면, 국내의 2020년 1분기 ‘이커머스 수출(역직접구매, 해외직접판매)’ 금액은 전년 동기 대비 45%나 늘어난 것으로 조사되었으며 향후에도 K-방역, K-뷰티 등에 따른 판로확대로 시장의 빠른 확대가 예상된다고 설명했다.

■ 해외 이커머스 시장

이커머스는 글로벌 소매유통시장의 13.2%를 차지하고 있는 주요 유통채널이며, 코로나19가 확산되면서 핵심적인 쇼핑 수단으로 부상하고 있다. 한국무역협회가 인용한 유로모니터 자료에 따르면, 해외 이커머스 시장은 2019년 약 2조 7억 달러 수준에 이르고 있으며, 최근 5년간 연평균 21.0% 성장하며 일반 소매유통시장 연평균 증가율(4.9%)을 크게 상회하는 것으로 나타났다. 해외 이커머스 시장은 국내와 마찬가지로 스마트폰 보급 확산, 인터넷 사용자 증가, 결제 시스템의 간편화, 물류창고의 자동화, 신선식품 유통을 위한 콜드체인 구축 등이 시장 성장을 견인하고 있다.

[그림 10] (좌)해외 이커머스 시장 추이, (우) 주요국 이커머스 시장규모 및 비중(2019년)



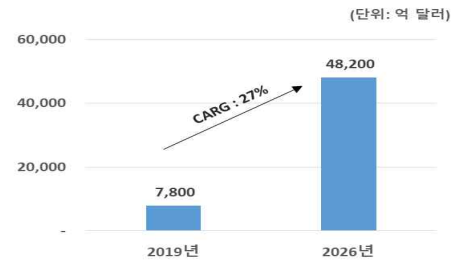
*출처: 한국무역협회(자료: 유로모니터), Trade Focus(2020)

트레이드 포커스(Trade Focus) 자료에 따르면, 세계 최대 이커머스 시장은 중국이며, 전체 소매유통 시장 대비 이커머스 시장 비중이 가장 큰 국가는 대한민국으로 조사되었다. 중국 이커머스 시장은 2015~2019년 연평균 34.1%의 급속한 성장률을 보였으며, 2016년 미국을 제치고 글로벌 1위를 차지하고 있다. 중국은 알리페이, 위챗페이 등 간편한 모바일 결제서비스가 발달하며 이커머스 성장을 이끌고 있으며, 알리바바그룹이 타오바오(C2C), 티몰(B2C), 카올라(해외직접구매) 등 다양한 유형의 웹사이트를 운영하며 중국 이커머스 시장의 42.7%를 점유하고 있다.

크로스보더 대표기업인 아마존은 미국, 캐나다, 영국, 독일, 프랑스 등에서 시장 1위를 차지하고 있으며, 유료 회원 가입자를 대상으로 2일 내 무료 배송서비스와 음악, 비디오 스트리밍 및 도서 구독서비스를 제공해 많은 충성고객을 확보하고 있다.

한편, 크로스보더는 이커머스 시장의 트렌드로 자리잡고 있으며, 아마존의 경우 크로스보더 비중이 60%(2019년 기준)에 육박하고 있다고 밝히고 있다. Facts and Factors(2020)에 따르면, 세계 크로스보더 이커머스 시장은 2019년 7,800억 달러 규모이며, 이후 연평균 27% 증가하여 2026년에는 48,200억 달러 규모를 형성할 것으로 전망하고 있다.

[그림 11] 세계 크로스보더 이커머스(B2C) 시장 전망



*출처: Facts and Factors(2020), NICE디앤비 재구성

크로스보더 시장은 긴 배송 리드타임(Lead Time), 반품의 어려움, 불분명한 상품 배송 트래킹 등이 저해요인으로 작용하였으나, 최근 출현한 배송대행 전문업체들이 체계적인 물류 시스템을 구축하며 크로스보더의 편의성을 높이는 등 시장 성장을 촉진하고 있다.

Ⅲ. 기술분석

이커머스 서비스를 위한 토탈솔루션 제공

동사는 해외 풀필먼트, 쇼핑몰 구축 및 운영 솔루션, 가격비교 솔루션, 광고 솔루션 등을 보유하고, 일반, SNS 전용, 다국어, 해외직접구매, 해외구매대행 등 다양한 쇼핑몰 사업을 진행하고 있으며, 쇼핑몰과 관련된 마케팅, 창업교육 등의 사업도 펼치고 있다.

■ 온라인쇼핑몰 토탈솔루션 제공

동사는 상품의 게시부터 소비자에게 이동하기까지 이커머스의 밸류체인 전 영역에 걸친 솔루션 및 플랫폼을 제공하고 있다. 동사는 쇼핑몰 구축 및 운영 솔루션, 가격비교 솔루션, 통합관리 솔루션, 광고 솔루션 등 각각의 솔루션의 솔루션을 자체적으로 개발하여 보유하고 있으며, 이를 통해 이커머스 각 단계에 맞는 서비스를 제공하고 있다.

동사의 대표적인 서비스는 메이크샵(MakeShop)으로 기업 맞춤형 쇼핑몰 구축부터 운영, 마케팅, 결제 연계 솔루션 등을 제공하는 서비스이다. 메이크샵은 일반쇼핑몰(메이크샵 프리미엄)과 SNS 전용모바일 쇼핑몰(마이소호), O2O플랫폼(스탬프광) 등으로 구분되며, 해외 진출을 원하는 판매자를 위한 다국어 쇼핑몰 구축 및 해외배송 서비스도 지원하고 있다.

[그림 12] 동사 주요 플랫폼(좌) 및 비즈니스 구조(우)



*출처: 동사 IR자료

1. 온라인쇼핑몰 솔루션

동사는 PC 및 모바일 쇼핑 환경 분석과 이해를 바탕으로 판매자 편의성과 매출 상승을 위한 쇼핑몰 구축 및 운영 솔루션을 제공하고 있다. 구체적으로 동사는 경쟁서비스에는 없는 상품정보 대량등록, 상품별/카테고리별 이벤트 예약 스케줄링, 입점 업체 관리 기능 등을 제공하여 판매자의 상품 관리 시간을 단축시키고 있으며, 쇼핑몰의 고객만족도를 높일 수 있도록 처리단계별 안내 SMS 자동 발송 기능, 반품/환불/취소 바로 접수 기능, 택배사 연동 자동 반품 회수 기능 등을 제공하고 있다.

또한, 동사는 정보산업의 발달과 더불어 문제가 되는 해킹, 정보 유출 등의 공격을 방어하기 위해 자체적으로 암호화 솔루션을 개발하여 적용하고 있으며, DDOS 방어 시스템을 구축하고 전담 대응센터를 운영 중에 있다. 이 외에도 서버 다운이나 로딩 속도 지연 등을 방지하기 위한

대규모 트래픽 분산 시스템 구축 기술을 보유하고 있으며, 서버 통합 백업 시스템, 자동광고 집행 솔루션, 실시간 상황모니터링 솔루션 등 다수의 기술을 내재화하고 있다.

동사의 쇼핑몰 솔루션은 쇼핑몰 제작부터 패치, 점검 등의 부가적인 서비스 제공, 운영까지 전 과정을 월 사용료를 지불하며 사용하는 임대형 솔루션으로, 네이버, G마켓, 쿠팡 등 플랫폼에 따른 홍보효과가 있는 입점형 쇼핑몰과 경쟁관계에 있다. 또한, 유사서비스를 제공하는 임대형 솔루션 업체인 카페24, 고도몰(엔에이치앤고도) 등과도 경쟁관계에 있다.

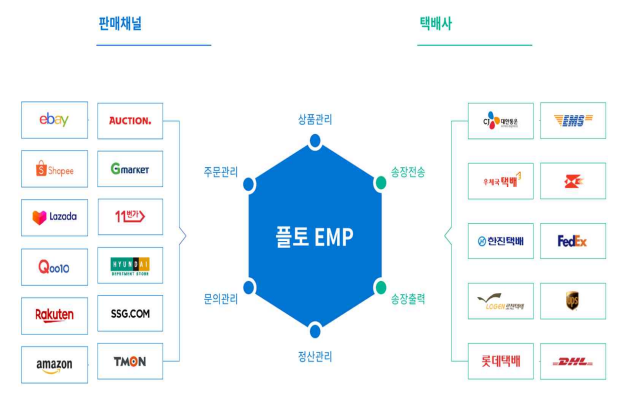
동사는 신규 판매자를 위한 쇼핑몰 운영 및 마케팅 교육, 운영 진단 컨설팅 등의 서비스를 제공하고 있으며, 솔루션 가격을 별도로 받는 대신 PG(Payment Gateway)사 등록과 간편결제 연동을 무료로 지원하고 있고, 서버 트래픽을 무제한으로 제공하여 등록 상품 수에 대한 제한을 없애고 CS(Customer Service) 지원을 통해 경쟁력을 확보하고 있다.

2. 쇼핑몰 통합관리 솔루션

기존의 온라인 쇼핑몰은 판매자가 각각의 판매채널에서 재고관리, 주문관리 등을 수행해야 하는 번거로움이 있었다.

동사는 자회사 플레이오토의 쇼핑몰 통합관리 솔루션인 플레이오토 솔루션을 이용해 동사 쇼핑몰 솔루션을 이용하는 판매자들로 하여금 국내외 대형 판매채널(오픈마켓, 자사몰, 소셜 커머스, 종합몰 등이 연동되도록 지원하고 있다. 플레이오토 솔루션은 쇼핑몰 판매자가 11번가, G마켓, 옥션 등 다양한 오픈마켓 및 자사몰에

[그림 13] 동사 쇼핑몰 통합관리 솔루션 개요도



*출처: 동사 카탈로그

상품을 등록했을 경우 특정 판매채널에서 상품이 판매되면 자동으로 다른 판매채널과 연동되도록 구현되어 보유 상품의 재고관리, 주문관리 등이 한 번에 이루어질 수 있도록 서비스를 제공하는 기능이 있다. 또한, 재고관리 외에도 정산관리, 문의관리, 송장출력 등의 기능을 제공하며 판매자의 편의성을 높이고 있다.

다만, 동사의 쇼핑몰 통합관리 솔루션은 많은 판매채널을 연동하고 있어 연동된 판매채널의 사이트 정책이나 솔루션을 업데이트할 경우 동사도 이에 대한 패치를 개발하여 대응해야 하는 어려움이 있다.

■ 글로벌 풀필먼트 구축으로 글로벌 크로스보더로 성장

동사는 소비자가 구매한 물건의 분실 및 파손을 최소화하기 위해 미국(3개 도시), 독일, 영국, 스페인, 중국, 일본, 서울 총 10개 도시에 직영 풀필먼트를 구축하고 해외 배송대행, 글로벌 상품 소싱 플랫폼 등을 제공하고 있다. 특히, 동사는 국내 거주 교포, 유학생들이 해외로 물건을 보낼 수 있도록 서울 내 풀필먼트도 보유하고 있는 것이 특징이며, 타 국가 간 거래까지 확장하며 글로벌 크로스보더로 성장하고 있다.

1. 해외 배송대행 서비스 시스템 구축

동사는 몰테일이라는 사이트를 통해 해외 배송대행 서비스를 제공하고 있다. 동사는 빅데이터(상품, 주문, 배송 등) 분석을 통해 블랙프라이데이, 오프로드²⁾ 발생률이 높은 시기, 항공기 결항, 각종 시즌(체리 시즌, 킹크랩 시즌 등) 등을 도출하고 해당 시기에는 일정 확인을 통해 국적에 상관없이 가장 빠른 화물기를 이용한 배송 서비스를 제공하여 주 이용 공항의 항공 일정이 확보되지 않을 경우 우회 배송을 진행하더라도 빠른 배송이 이루어질 수 있도록 항공 배송을 진행하고 있다. 또한, 빠른 통관을 위해 CJ대한통운, 범한판토스와 제휴를 체결하고 있어 해외직접구매의 저해요소로 손꼽히는 배송시간을 단축시키고 있다.

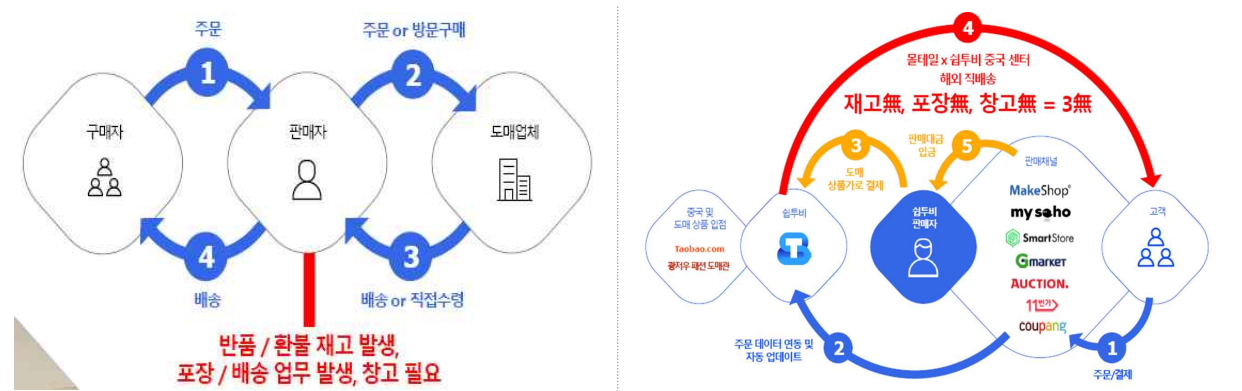
동사는 국내 TV 배송 전문 서비스를 마련하여 통관 후 30일까지 제품을 보관하며 고객이 원하는 일시와 시간에 제품을 배송하고 요청이 있을 경우 설치 서비스도 제공하고 있다. 동사는 빅데이터를 기반으로 수요-공급에 최적화된 상품을 소싱하고 있으며, 2019년 기준으로 600개 이상 브랜드에서 약 4,000만 품목의 제품을 소싱하고 있다.

2. 무재고 판매 시스템

동사는 국내외 판매자가 해외제품을 한국에서 판매할 때 상품 판매, 주문관리, 배송을 원스톱으로 처리할 수 있는 무재고 판매 시스템(쉽투비)을 개발하여 제공하고 있다.

동사의 무재고 판매 시스템은 판매자에게 판매자가 선택한 상품에 대한 데이터베이스와 국내 판매채널 통합 솔루션을 제공하고, 동사는 판매자의 판매채널을 통해 주문된 데이터(상품명, 배송지 등)를 자동으로 전송받아 동사의 풀필먼트에서 소비자에게 직접 배송되도록 구현되어 있다. 이로 인해 판매자는 상품을 미리 매입할 필요가 없어 상품 판매 시 가장 문제가 되는 재고가 없고, 상품 보관, 포장 등을 위한 창고도 필요하지 않아 판매자의 원가이익을 높일 수 있다. 또한, 재고 부담이 없는 만큼 다양한 제품을 선택하여 판매할 수 있다.

[그림 14] 기존 글로벌 소싱 개념(좌) 및 동사 무재고 판매 시스템 개념(우)



* 출처: 동사 쉽투비 소개자료

2) 오프로드(off-load)란 출발지에서 서류 준비가 완료되었으나 화물이 실리지 않는 현장 오퍼레이션에 문제가 있는 경우를 말함. 예를 들어 비행기는 정해진 탑재량이 있어 급유를 많이 해야 하는 경우 그만큼 화물을 실을 수 없어 탑재량이 줄어들게 되고, 화물칸의 결함으로 특정 위치에 화물을 실을 수 없는 경우, 비행기의 무게중심, 예상보다 많은 탑승객 짐 등 정해진 탑재량을 초과하거나 물리적 공간이 모자라는 경우 화물이 누락되는 오프로드가 발생함.

■ 빅데이터 이커머스

동사는 동사가 제공하는 서비스를 이용하는 사업자들의 상품 데이터베이스와 배송 데이터베이스를 활용하여 다양한 부가 사업을 영위 중에 있다. 동사의 분기보고서(2020.09)에 따르면, 현재 동사가 보유하고 있는 상품 데이터베이스는 6억 개 이상으로 경쟁사 평균 대비 8배 많은 데이터를 보유하고 있는 것으로 확인된다. 동사는 보유한 데이터를 바탕으로 일반 소비자뿐 아니라 소비재 대기업, 대형 IT회사, 대형 마켓, 중소형 온라인 사업자들에게 ‘에누리닷컴’ 이라는 가격비교 서비스와 ‘스마트택배’ 라는 배송조회 서비스를 제공하고 있다. 구체적으로 동사는 보유 중인 상품, 주문, 배송 관련 빅데이터 분석을 통해 닐슨코리아 등의 시장 동향연구기관, 네이버, 카카오, 이베이코리아 등의 대형 마켓에 데이터를 공급하고 수익을 발생시키고 있다.

또한, 동사는 보유한 데이터를 분석하여 광고, 마케팅 등에 사용하고 있다. 동사는 동사의 사이트를 통해 제품을 검색하는 소비자들을 타겟으로 검색 카테고리화 매칭된 광고를 노출시켜 구매전환율을 높이고 있으며, 광고 기간 중 노출, 클릭수 등 일반지표와 더불어 동사 사이트 내 순위변화, 예상 매출추이 등 마케팅 지표를 제공하고 있다.

[그림 15] 동사 빅데이터 이커머스 상품화 프로세스

데이터 수집/추출 (Extracting)	정제 (Cleansing)	분석 (Analysis)	상품화 (BI)	영업 (Sales)
 해외 직구 구매 데이터 (몰테일) 쇼핑몰 Seller 판매 데이터 (플레이오토) 소셜몰 판매 데이터 (메이크샵) e-커머스 구매상품 배송 데이터 쇼핑몰 채널/가격 수집 데이터 가격비교 실거래 데이터 e-커머스 300만 채널 실제 구매 데이터	 전문 DB 청제 조직 SI 기반 청제 엔진 대량 데이터 처리 시스템 에누리 표준상품 데이터	 분석 시스템 분석 및 컨설팅 서비스	 Trend View/Dashboard 분석 솔루션 (Price/Shelf-on 등) Marketing Tool/MIRS	 코리아센터 해외거점 주요 파트너사 전문 영업조직

*출처: 동사 IR자료

동사는 써머스플랫폼을 통해 빌트온을 인수하였다. 이번 인수를 통해 글로벌 온라인마켓에서 자사 및 경쟁사 상품의 판매가격, 할인가격, 배송가격 정보를 모니터링, 분석하여 실제 판매되고 있는 상품의 글로벌 가격구조를 파악하고 자사 상품판매 가격정책을 수립할 수 있도록 지원하고 있으며, 온라인마켓 판매가 흐름 분석, 판매채널별 정보분석 등의 마케팅 분석 리포트를 제공하고 있다. 이 외에도 동사는 구매후기를 분석한 고객만족 정보, 각 카테고리 및 키워드 검색에 따른 상품의 인기도 분석 등의 빅데이터 분석을 통해 기업의 방향성을 제시하고 소비자들의 구매, 이용방법 등 소비자 행동 측면을 분석하여 기업과 고객이 원하는 마케팅 방향성을 제시하고 있다.

[그림 16] SWOT 분석

Strength

- 7개국 10도시 직영 플랫폼(물류 일괄 대행 서비스) 보유
- 이커머스 밸류체인 수직계열화로 다양한 사업(해외직구, 구매대행, O2O 등)으로 확장가능

- ICT 기술 발달로 유통 트렌트가 오프라인에서 온라인 이커머스로 변화
- 물류센터 중심의 크로스보더 확장
- 코로나19로 비대면 거래 확대

Opportunity

Weakness

- 연동 판매 채널 증가 시 실시간 대응을 위한 개발비 및 유지관리 부담 증가 우려
- 해외상품 직접 소싱에 의한 재고부담 리스크 존재

- 플랫폼 자체로 홍보효과가 있는 네이버, 쿠팡 등의 입점형 쇼핑몰이 대세로 부상
- 아마존 등 글로벌 이커머스 기업 및 유튜브, 페이스북 등의 미디어 그룹의 국내 이커머스 사업 진출

Threat



IV. 재무분석

해외직접구매 시장의 성장과 이커머스 활성화로 매출 성장세 지속

동사는 해외직접구매 시장의 가파른 성장세에 힘입어 2019년 매출외형 확대를 보였고, 2020년에도 코로나19로 인한 이커머스 활성화로 3분기 누적 매출이 전년 동기 대비 증가하였다.

■ 글로벌 이커머스 사업부문이 동사의 매출을 견인

동사는 수직계열화를 통해 토탈이커머스 서비스를 제공하는 플랫폼 전문 업체로 사업영역은 국내 이커머스, 글로벌 이커머스, 빅데이터 이커머스의 세 부문으로 구분되어 있다. 그 중 글로벌 이커머스 부문은 전 세계 7개국에 10개의 물류센터를 구축하고 글로벌 풀필먼트 서비스를 제공하고 있는 크로스보더 이커머스 사업으로서 해외에서 제품을 구매하거나 해외로 제품을 판매하는 직접구매 및 역직접구매의 급속한 시장 성장세에 따라 동사의 매출을 견인하고 있다. 2019년 기준 부문별 매출 비중은 글로벌 이커머스 65.2%, 국내 이커머스 22.1%, 빅데이터 이커머스 10.2%, 기타매출 2.5%를 각각 차지하였다.

[표 2] 동사 연간 및 3분기(누적) 요약 재무제표

(단위: 억 원, K-IFRS 연결 기준)

항목	2017년	2018년	2019년	2019년 3분기	2020년 3분기
매출액	1,331.6	1,896.7	2,515.0	1,808.4	2,141.5
매출액증가율(%)	26.7	42.4	32.6	-	18.4
영업이익	62.9	96.4	107.7	56.0	128.0
영업이익률(%)	4.7	5.1	4.3	3.1	6.0
순이익	46.5	48.7	70.2	24.7	97.1
순이익률(%)	3.5	2.6	2.8	1.4	4.5
부채총계	612.2	1,298.0	1,467.2	-	1,777.9
자본총계	425.6	1,347.5	1,981.4	-	2,332.1
총자산	1,037.8	2,645.5	3,448.7	-	4,110.0
유동비율(%)	84.1	84.9	118.4	-	97.7
부채비율(%)	143.8	96.3	74.0	-	76.2
자기자본비율(%)	41.0	50.9	57.5	-	56.7
영업현금흐름	15.8	-50.2	255.4	140.3	229.0
투자현금흐름	-150.5	-1,169.0	-301.9	-304.7	-806.8
재무현금흐름	101.8	1,299.8	520.5	200.9	251.2
기말 현금	85.8	163.9	639.0	205.6	314.6

※ 분기: 누적 실적

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

■ 해외직접구매 시장의 성장에 힘입어 2019년 매출 성장세 지속

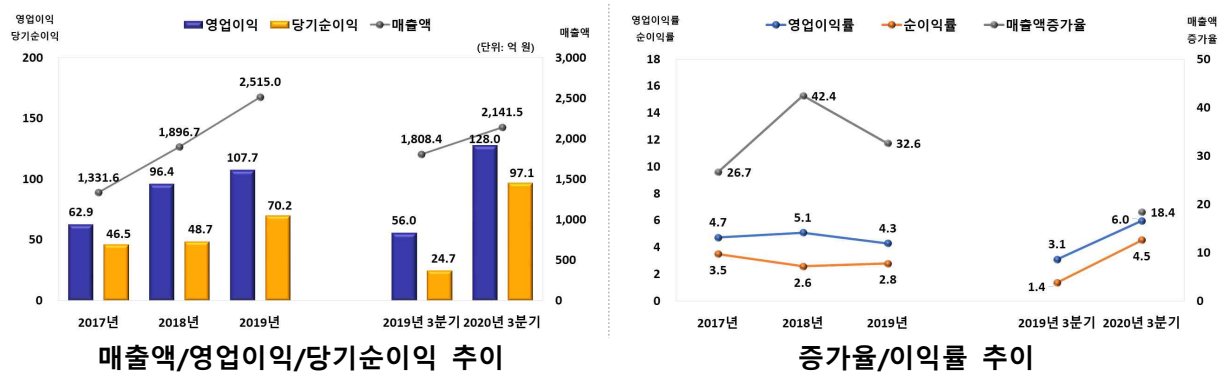
해외직접구매 시장의 가파른 성장세에 힘입어 동사의 글로벌 이커머스 부문이 성장을 이어가고 있으며, 그에 따른 사업부문간 시너지 확대로 동사의 전 사업부문이 고른 성장세를 보임에 따라 2019년 동사는 2,515.0억 원(+32.6% YoY)의 매출액을 기록하며 매출 성장세를 지속하였다.

2019년 주요 수익성 지표는 영업이익률 4.3%, 순이익률 2.8%를 각각 기록하며 전년과 비슷한 수준을 유지하였으나, 매출의 확대로 인해 영업이익 107.7억 원(+11.7% YoY), 순이익 70.2억 원(+44.0% YoY)을 각각 기록하며 이익규모가 증가하였다.

■ 2020년 코로나19로 인한 이커머스 활성화로 3분기(누적) 실적 증가

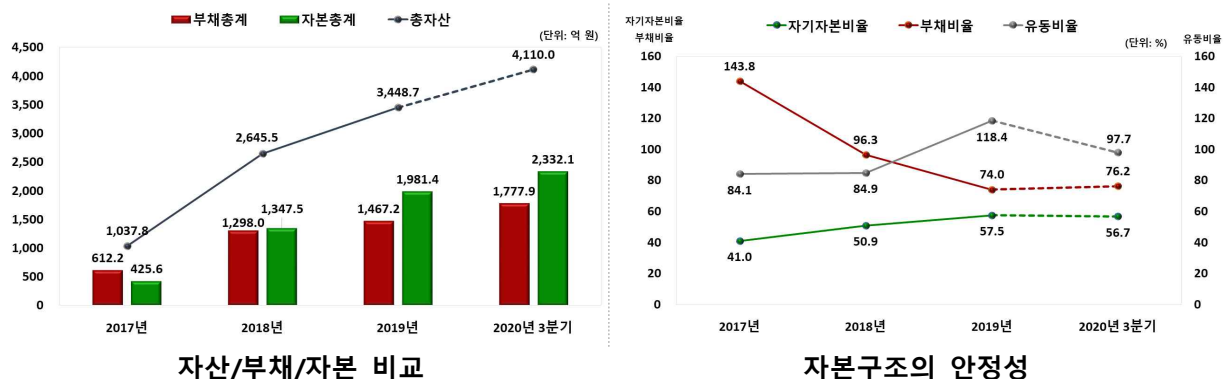
2020년 코로나19의 장기화로 인한 언택트 소비 트렌드의 확산으로 이커머스가 활성화됨에 따라 동사의 3분기까지 누적 매출액은 2,141.5억 원(+18.4% YoY)을 기록하며 전년 동기 대비 매출규모가 증가하였다. 한편, 주요 수익성 지표는 영업이익률 6.0%(+2.9%p YoY), 순이익률 4.5%(+3.1%p YoY)로 전년 동기 대비 수익성이 개선추이를 나타냈다. 이는 전 세계 주요국에 자체 풀필먼트 센터를 구축하여 배송 효율을 높인 가운데 글로벌 소싱을 통한 상품 매출의 증가로 나타난 규모의 경제 효과에 주로 기인한 것으로 분석된다.

[그림 17] 동사 연간 및 3분기(누적) 요약 포괄손익계산서 분석 (단위: 억 원, %, K-IFRS 연결 기준)



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

[그림 18] 동사 연간 및 3분기(누적) 요약 재무상태표 분석 (단위: 억 원, %, K-IFRS 연결 기준)



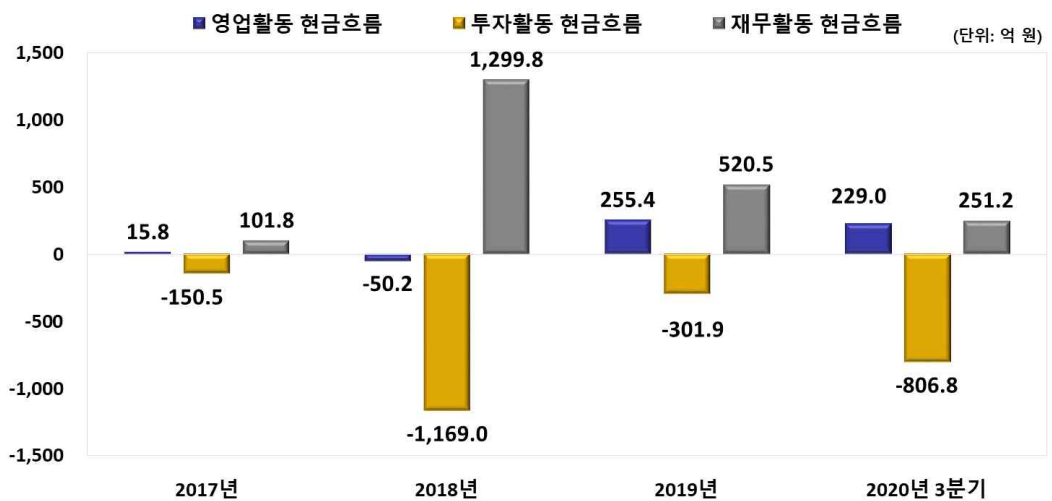
*출처: 동사 사업보고서(2019.12), 분기보고서(2020.09), NICE디앤비 재구성

■ 2019년 영업활동현금흐름 흑자전환

동사는 매출의 증가로 순익규모가 확대되었으며, 감가상각비 등 현금유출이 없는 비용의 가산과 순운전자본의 감소에 따른 운전자금 부담 완화로 인해 2019년 영업활동현금흐름이 255.4억 원을 기록하며 흑자전환하였다. 상기 영업활동으로 창출된 현금과 코스당 상장 시 유입된 공모자금 등 재무활동으로 유입된 현금으로 사업결합 등 투자활동 현금유출을 충당하는 현금흐름을 보였다. 한편, 잉여현금을 내부 유보함에 따라 동사의 현금성 자산은 기초 163.9억 원에서 기말 639.0억 원으로 그 규모가 큰 폭으로 증가하였다.

[그림 19] 동사 현금흐름의 변화

(단위: 억 원, K-IFRS 연결 기준)



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

V. 주요 변동사항 및 향후 전망

글로벌 크로스보더로 성장하기 위한 투자 지속

동사는 글로벌 크로스보더로 성장하기 위해 지난해 영국과 스페인에 풀필먼트를 추가 설립했으며, 글로벌 소싱 제품인 렌트카의 사업 확대를 위해 자회사를 설립하고 캠핑카 렌트 및 공유 서비스 사업을 시작하였다.

■ 해외 풀필먼트 확대

동사는 브렉시트 상황과 배송시간 및 비용 부담을 줄이기 위해 지난해 2월 영국 잉글랜드에 풀필먼트 센터를 신규 오픈했다. 동사에 따르면 영국은 러쉬, 보덴, 포트메리온 등의 브랜드와 박싱데이 등 연말 직접구매 선호도가 높은 국가 중 하나로, 동사는 상품 배송 시 독일을 경유하지 않아도 됨에 따라 배송시간이 크게 단축될 것으로 보고 있다.

관련 기사(2020.11.16.자 ZDNET KOREA기사)에 따르면, 동사의 해외직접구매 배송대행 플랫폼인 몰테일은 지난해 9월까지 동기 대비 유럽 직접구매건수가 73% 급증한 것으로 조사되었다. 동사는 이러한 수요 증가를 고려하여 지난해 11월에 스페인 수도 마드리드에 최대 일 1만 건의 물류를 처리할 수 있는 스페인 물류센터를 추가 설립했으며, 이탈리아 MD지점도 오픈하며 유럽 직접구매 시장을 확대하고 글로벌 크로스보더로서 영역을 넓히고 있다.

■ 캠핑카 렌트 및 공유 서비스 사업 진출

동사는 지난 4월 캠핑카 렌트 및 공유 서비스 사업을 영위할 목적으로 자회사 코센모빌리티를 설립하였다. 코센모빌리티는 지난 6월 장기렌트 형태로 캠핑카를 보유할 호스트를 모집하고, 7월부터 본격적인 캠핑카 공유 서비스 사업을 시작하였다. 코센모빌리티가 제공하는 서비스는 호스트가 렌트카를 사용하지 않는 유휴시간에 모바일 앱(“꿈카”)을 통해 게스트에게 렌트카를 공유함으로써 월 대여료 할인 또는 웨어링 수익을 창출할 수 있도록 하는 캠핑카 렌트 및 공유 서비스이다. 동사는 캠핑카 및 수입 카라반 공식딜러인 카라반데일(글로벌 소싱 일부)을 운영하고 있으며, 카라반데일이 보유하고 있는 캠핑카 및 작년 출시한 소형 캠핑카 ‘로디’를 활용해 코센모빌리티가 캠핑카 렌트 및 공유 서비스 사업을 진행하는 것이다.

3분기에 시작한 캠핑카 렌트 및 공유 서비스 사업은 현재 매출이 미미한 상태이나 캠핑카 튜닝 작업비용(평균 1,050만 원, 출처 : 한국교통안전공사)에 대한 가격부담이 크고, 유휴 시간에 대한 주차 문제, 캠핑카 전문 렌트카 업체 들이 많지 않은 점 등을 고려할 때 동사 서비스에 대한 수요는 증가할 수 있을 것으로 예상된다.

한편, (사)캠핑아웃도어진흥원이 발표한 캠핑산업현황 통계조사보고서(2020.04)에 따르면, 2018년 캠핑 산업규모는 전년 대비 32.1% 증가한 2조 6천억 원 규모이며, 캠핑 이용자 수도 전년 대비 33.9% 증가한 403만 명에 달하는 것으로 조사되고 있다. 또한, 한국교통안전공단은 캠핑카 튜닝 대수가 전년 동기(2019.02~2019.10) 대비 267.4% 증가한

것으로 밝히고 있다. 이는 캠핑카 튜닝 규제 완화(2020.02)와 지속되는 코로나19로 인해 타인과의 접촉을 최소화한 캠핑이 유행하며 이동이 간편한 차박이 선호되기 때문으로 파악된다.

■ 코로나19로 인한 이커머스 활성화로 수혜 지속 예상

동사는 해외직접구매 시장의 성장세에 힘입어 2019년 매출 성장세를 지속하였으며, 2020년에도 코로나19의 장기화에 따른 이커머스 활성화로 3분기까지 누적 매출이 전년 동기 대비 증가하였다. 이러한 가운데, 미국의 블랙프라이데이, 사이버먼데이를 비롯해 중국의 광군제 등 전 세계적으로 소비가 급속히 증가하는 할인 행사가 집중된 4분기에 동사의 글로벌 이커머스 부문 매출의 동반 증가가 예상되고 있다.

■ 증권사 투자 의견

작성기관	투자 의견	목표주가	작성일
SK증권	Buy	11,000원	2020.12.07
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 자체 풀필먼트 센터를 보유한 글로벌 이커머스 플랫폼 전문 업체 ■ 코로나19 확산으로 인해 언택트 소비 문화 형성되며 이커머스 거래액 크게 증가 ■ 연말연시 글로벌 할인행사 집중된 4분기도 고무적, 연간 사상 최대 실적 달성 유력 		
이베스트 증권	Not Rated	-	2020.12.01
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 3Q20 Review: 영업이익 YoY 135% 증가 ■ 여전히 견고한 펀더멘탈, 4분기 실적에 주목해야 할 시점 		
유안타증권	Buy	12,000원	2020.12.01
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 3Q20 Review : 사업부문별 고성장이 이어졌으나, 일시적 비용 증가가 실적 부진의 원인 ■ 4분기는 해외 직구 사업을 영위하는 동사에게 있어 최대 성수기로 4Q20 매출액 903억원(+28% YoY) 영업이익 96억원(+84% YoY)를 기록할 전망 		