

이 보고서는 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

기술분석보고서

[▶ YouTube 요약 영상 보러가기](#)

아이즈비전(031310)

통신장비

요약

기업현황

시장동향

기술분석

재무분석

주요 변동사항 및 전망



작성기관

한국기업데이터(주)

작성자

박영서 전문연구원

- 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.02-3215-2313)으로 연락하여 주시기 바랍니다.



한국IR협회

아이즈비전(031310)

혁신적인 기술과 전략 기반의 MVNO 전문기업

기업정보(2021/09/03 기준)

대표자	김상우
설립일자	1992년 9월 9일
상장일자	1997년 7월 25일
기업규모	중견기업
업종분류	통신 재판매업
주요제품	MVNO, SKT 위탁대리점, AP 등

시세정보(2021/09/07 기준)

현재가(원)	4,420
액면가(원)	500
시가총액(억 원)	727
발행주식수(주)	16,439,898
52주 최고가(원)	5,900
52주 최저가(원)	3,505
외국인지분율	2.94%
주요주주	(주)파워넷 (주)티사이언티픽

■ 혁신적인 기술과 전략 기반의 MVNO 전문기업

(주)아이즈비전은 1992년 9월 설립한 뒤, 1997년 7월 코스닥시장에 상장하였고, 2000년 3월 현 상호로 변경하였으며, 가상이동통신사업자(MVNO)로서 무선통신서비스(알뜰폰)를 제공하고 있다.

2021년 6월 말 기준 상시종업원 55명이 근무하고 있는 중견기업으로, 연결대상 종속회사로는 (주)머큐리, (주)로트리가 있고, 주요 관계회사로는 (주)이엔코퍼레이션, (주)이에셋글로벌, (주)위지트, (주)파워넷 등이 있다.

■ 언택트 시대 흐름에 따른 온라인 판매방식 개편

최근 비대면 트렌드와 함께 자급제폰과 저렴한 요금제 조합이 입소문을 통해 빠르게 퍼지면서 젊은 층의 알뜰폰 가입자 증가세가 뚜렷하게 나타나고 있으며, 소비자의 언택트 서비스에 대한 수요가 급격히 증가하고 있다.

이에 (주)아이즈비전은 온라인을 통한 고객 모집을 증가시키기 위한 방안을 다각도로 검토하여 온라인몰 개편 및 다양한 후불 서비스를 런칭하고, 적극적인 후불 가입자 모집에 집중하고 있다.

■ SKT 공식 대리점 '리봄(Revom)' 런칭

(주)아이즈비전은 브랜드 경쟁력, 고객의 니즈에 부합하는 판매 경쟁력을 기반으로 SKT와의 위탁 대리점 계약을 완료하여 SKT 공식 대리점인 '리봄(Revom)'을 런칭하였다.

이를 통해 SKT와의 파트너십을 강화하는 계기가 되었고, 고객 관점에서 차별화된 혜택을 제공하고 다년간의 통신 서비스를 운영한 역량으로 고객 만족을 실현하기 위해 지속적으로 경쟁력을 키워갈 예정이다.

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)
2018	1,602	-4.13	124	7.72	109	6.81	13.13	7.74	30.78	694	6,197	6.68	0.75
2019	1,315	-17.87	-5	-0.35	-3	-0.20	-1.11	-0.17	37.30	-63	6,018	N/A	0.55
2020	1,353	2.83	57	4.21	158	11.64	12.40	8.68	45.01	770	7,204	4.95	0.53

기업경쟁력

사업 다각화로 경쟁력 확보

- 사업영역 다각화를 통한 경쟁력 확보와 수익구조 다변화 추구

축적된 기술 선점과 점유율 확대 전략

- 국내 이동통신 3사의 회선별 특화된 서비스 제공
- 언택트 시대 흐름에 맞춰 온라인 가입자 확보 집중

핵심기술 및 적용제품

핵심기술

- 회선별 특화된 서비스와 요금제로 다양성 확보
- 전국 유통 채널망 확장

적용제품

■ 아이즈모바일

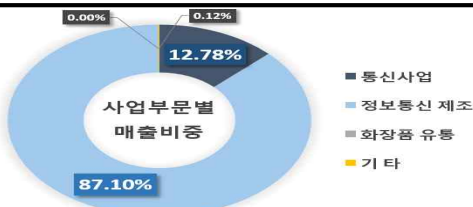
■ WiFi Extender AP

아이즈모바일



매출실적

■ 주요 사업별 매출 비중(2020년)



시장현황

인지도, 위상

- 글로벌 텔레콤 어워드 2년 연속 최고 통신사 선정
- 우정본부 알뜰폰 위탁판매업체 선정
- 다양한 제휴 채널 확보
 - 전국 70여 개의 대리점, 1,000여 개의 판매 전문점, 1,500여 개의 우체국 지점, 온라인 직판몰, 다이소 등

최근 변동사항




SKT 공식 대리점 '리봄(Revom)' 런칭

- SKT와의 위탁 대리점 계약 체결
- 소년폰과 협업을 통한 중고폰 보상 판매 서비스 제공
- 고객 관점에서 차별화된 혜택 제공

차세대 LTE 무전기 출시

- 모토로라솔루션과 산업 현장의 안전과 생산성을 높여줄 LTE 무전기 'TLK 100' 공동 출시
- 주파수 용량 제한이 없어져 혼선으로 인한 사고 방지

ESG(Environmental, Social and Governance) 활동 현황

ESG	Issue	Action
 ENVIRONMENTAL	- 에너지·온실가스 이슈는 많지 않은 편 - 원부자재(PBA, IC, 소재, PE 등)의 환경이슈 발생 가능성 있음 - ESG 경영 세계적 이슈	- 전기에너지 사용량 모니터링 실시 - 환경, 안전, 보건 교육 실시 - ESG 동향조사, 도입시기, 조직구성 등 검토
 SOCIAL	- 장비 특성상 높은 신뢰성과 품질안정성 요구 - 조직문화, 직원 복지 및 근무환경 - 거래처 및 협력업체와의 관계 - 기술보호, 유출 및 정보보안	- 효율적인 업무 환경 제공 - 임직원 직무 역량 강화와 자기계발을 위한 교육, 자녀 학자금 지원 등 다양한 복리후생제도 운영 - 좋은 일자리 창출과 경제성장에 기여
 GOVERNANCE	- 부패방지 및 내부고발 - 정보관리 및 정보보호 - 이해관계자 소통을 위한 채널 다양성 확보 - 합리적인 의사결정 및 투명한 제도	- 소통 확대를 위한 홈페이지 지속 업데이트 - 홈페이지를 통한 기업 활동 적극적인 공개 - 연구 자율성 보장과 꾸준한 기술개발을 위한 조직체계 확립으로 산업 성장과 혁신에 기여

한국기업데이터(주)의 ESG 평가항목 기반 자체 데이터, 언론자료 및 제출자료 등을 통해 Issue와 Action을 구성하고 이를 SDGs와 연계

I. 기업현황

혁신적인 기술과 전략의 MVNO 전문기업

동사는 국내 이동 통신 3사(SKT, KT, LGU+)의 회선별 특화된 서비스와 요금제로 기존 오프라인 채널은 물론 언택트 시대 흐름에 발맞춰 온라인 가입자 확보에도 집중하고 있다.

■ 회사 개요

(주)아이즈비전(이하 ‘동사’)은 1992년 9월 부일이동통신(주)로 설립한 뒤, 1997년 7월 코스닥시장에 상장하였고, 2000년 3월 현 상호로 변경하였으며, 가상이동통신사업자(MVNO)로서 이동통신망사업자(MNO) 통신설비를 이용한 무선통신서비스(알뜰폰)를 제공하고 있다.

2021년 6월 말 기준 상시종업원 55명이 근무하고 있으며, 연결대상 종속회사로는 (주)머큐리, (주)로트리가 있고, 주요 관계회사로는 (주)이엔코퍼레이션, (주)이에셋글로벌, (주)위지트, (주)파워넷 등이 있다.

[표 1] 연결대상 종속회사 및 관계회사 현황

구분	상호	주요 사업	지분율(%)
연결대상 종속회사	(주)머큐리	AP(유무선공유기) 광케이블 제조 판매	57.51
	(주)로트리	도매 및 상품중개업(화장품)	95.00
관계회사	(주)위지트	디스플레이 및 반도체	-
	(주)파워넷	전자부품(전원공급장치) 제조 및 판매업	-
	(주)티사이언티픽	모바일커머스 전문기업	-
	(주)이엔코퍼레이션	기타 정보서비스업	10.89
	(주)메디프론디비티	기계장비 및 관련 물품 도매업	-
	(주)제이에스아이코리아	투자자문 및 일임업	-
	(주)이투데이	신문발행업	-
	(주)이에셋글로벌	투자알선 및 중개업	6.44
	(주)제이에스아이컴퍼니	경영컨설팅업	-

*출처 : 동사 반기보고서(2021년 6월)

■ 대표이사 정보

대표이사 김상우(연세대학교 경영대학원 수료)는 2019년 10월 대표이사로 취임하여 동사 경영을 총괄하고 있으며, (주)위지트, (주)이투데이, (주)파워넷, (주)티사이언티픽, (주)메디프론디비티의 대표이사를 겸직하고 있다.

동사의 최대주주인 (주)파워넷은 18.35%의 지분율을 보유하고 있으며, 최대주주와 특수관계인

의 지분을 합이 35.32%인 점을 고려할 때 동사의 지배구조는 안정적인 수준으로 판단된다.

[표 2] 주요 주주 구성

성명	관계	주식(주)	지분율(%)
(주)파워넷	최대주주	2,972,034	18.35
(주)티사이언티픽	주요주주	1,875,000	11.58
자기주식	특수관계인	904,659	5.59
계		5,751,693	35.52

*출처 : 동사 반기보고서(2021년 6월)

■ 주요 사업 분야

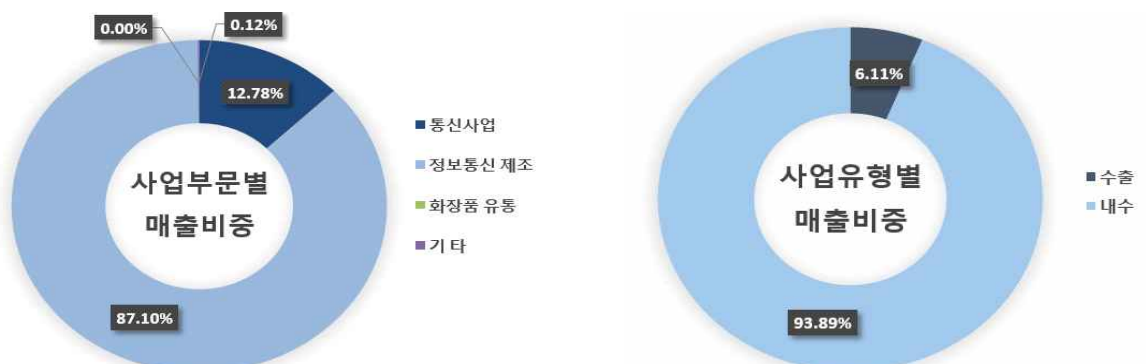
동사의 주요 사업은 MVNO 사업 부문과 연결대상 종속회사 (주)머큐리의 단말사업, 광통신사업, 컨버전스사업 부문으로 구분되어 있다. MVNO 사업 부문의 주요 서비스는 MVNO, SKT 위탁대리점 등이 있고, 단말사업 부문의 주요 제품은 유무선공유기(AP), FTTH ONT, UTP 통합모델, VoIP 게이트웨이, IoT 게이트웨이 등이 있다. 광통신사업의 주요 제품은 광케이블 등이 있고, 컨버전스사업 부문의 주요 제품은 TDXAGW, 위성통신장비, 소형 교환기(DCS), IoT 장비 등이 있다.

동사에서 제공하는 모바일 서비스는 후불 서비스, 선불 서비스, M2M/IoT 서비스로 구분되며, 후불 서비스는 이동통신 3사 대비 약 50% 저렴하고, 약정이 없이 사용하던 중고 휴대폰이나 해외 직구 등으로 구입한 휴대폰에 개통한 유심 칩을 바로 사용할 수 있는 편리한 요금제인 유심 요금제(USIM)와 높은 할인율을 제공하는 다양한 요금제 및 최신 인기 휴대폰, 아이즈모바일이 엄선한 중고폰을 통해 고객의 통신비를 절약하는 합리적인 요금제인 휴대폰 할인 요금제로 구성되어 있다.

또한, 선불 서비스는 사용하고 싶은 금액만큼 선 충전하고, 사용한 만큼 금액이 차감되는 무선 통신 서비스이며, M2M/IoT 서비스는 파트너십을 통해 데이터 중심의 서비스 제공이 가능하다.

동사의 사업 분야별 매출실적은 통신사업, 정보통신 제조, 화장품 유통, 기타 부문으로 구분되며, 2020년 결산 기준(12월 결산) 통신사업 부문 12.78%, 정보통신 제조 부문 87.10%, 화장품 유통 부문 0.00%(100천 원), 기타 부문 0.12%로 구성되어 있다.

[그림 1] 사업부문별/매출유형별 매출 비중(2020년)



*출처 : 동사 사업보고서(2020년)

II. 시장 동향

정부 정책 시행에 따른 MVNO 시장 활성화 전망

MVNO 산업은 시장정부의 ‘가계통신비 부담해소’ 정책에 따라 정부가 적극적으로 활성화하고 있는 산업으로, MVNO 서비스 누적 가입자 수는 매년 증가하고 있다.

■ 시장 성장에 따른 MVNO 산업 발전

국내 이동통신 시장의 활성화와 통신 요금 인하를 위한 이동통신 도매 제도인 MVNO 제도가 도입됨으로써 알뜰폰 활성화 대책이 지속적으로 존재할 것으로 예상되며, 금융기관 등 다양한 분야에서 MVNO 사업에 참여하면서 MVNO 서비스에 대한 인식 개선이 전망된다.

또한, 시장 환경 발전에 기여하고, 정부 정책에 보조를 맞추어 Wibro, MVoIP 등의 단말기 업체, AP(Application Provider) 및 CP(Contents Provider) 등의 경쟁력 강화, 통신 방송·정보가전 등의 부가 서비스 창출을 활성화하는 비즈니스 모델을 지속적으로 개발하는 방향으로 시장 진입을 모색할 필요성이 있다.

[표 3] MVNO 산업 특징

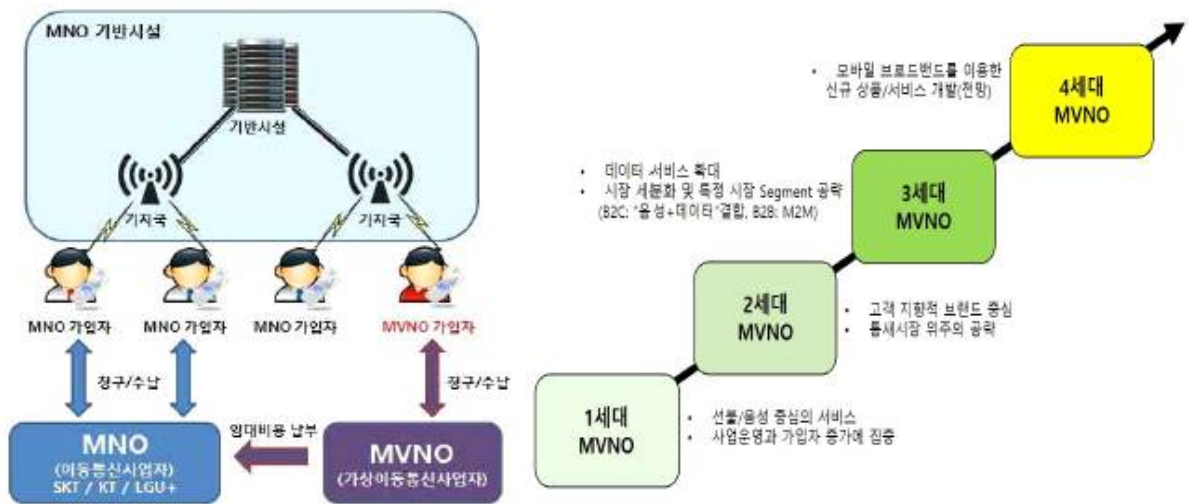
특징	내용
성숙기 산업	국내 MVNO 시장은 성장이 둔화되고 있으며, 서비스에 대한 신규 수요도 크게 증가하지 않을 것으로 전망됨.
내수위주의 산업	여러 국가에서 MVNO 사업을 진행 중인 업체도 존재하지만, 국내의 경우 MVNO 산업은 내수만으로 관련 시장이 형성됨.
경쟁강도가 높은 산업	국내에서는 재판매 MVNO가 대부분을 차지하므로 서비스의 차별화가 어려우며, 서비스 가격 측면에서 유리한 MNO 계열사들이 MVNO 시장에서 높은 점유율을 보이고 있어 시장 내 경쟁 강도가 높은 편임.
정부 정책의 영향력이 큰 산업	전기통신 사업법의 개정이나 단통법, 도매제공 의무제도 등 MVNO 산업과 관련된 정책 및 제도가 시장에 미치는 영향력이 매우 큼.

*출처 : Technical Data Base

MVNO 서비스 제공 업체는 MNO로부터 적정 도매율로 무선 주파수와 인프라를 임대하여 소비자에게 소매로 통신 서비스를 제공함으로써 이동통신 서비스 산업의 높은 진입장벽을 넘어 시장에 참여할 수 있다. 무선 주파수는 한정된 자원이므로 이를 활용하는 이동통신 산업에는 소수의 업체만 시장에 참여할 수 있으나, MVNO의 등장으로 인하여 경쟁의 활성화 및 소비자의 편익증대를 꾀할 수 있다.

국내에서는 MVNO 서비스를 ‘알뜰폰’이라는 명칭을 사용하여 저렴한 가격에 동일한 통신 품질을 제공하는 점을 강조하고 있다. MVNO 산업은 시장성장에 따라 1세대 MVNO(선불·음성 중심의 서비스), 2세대 MVNO(브랜드 중심의 서비스), 3세대 MVNO(데이터 통신 서비스), 4세대 MVNO(모바일 브로드밴드 기반의 서비스)로 나눌 수 있다.

[그림 2] MVNO의 산업 관계도, 시장 성장에 따른 MVNO의 유형



*출처 : 엘지헬로모바일, Heavy Reading and Pyramid Research

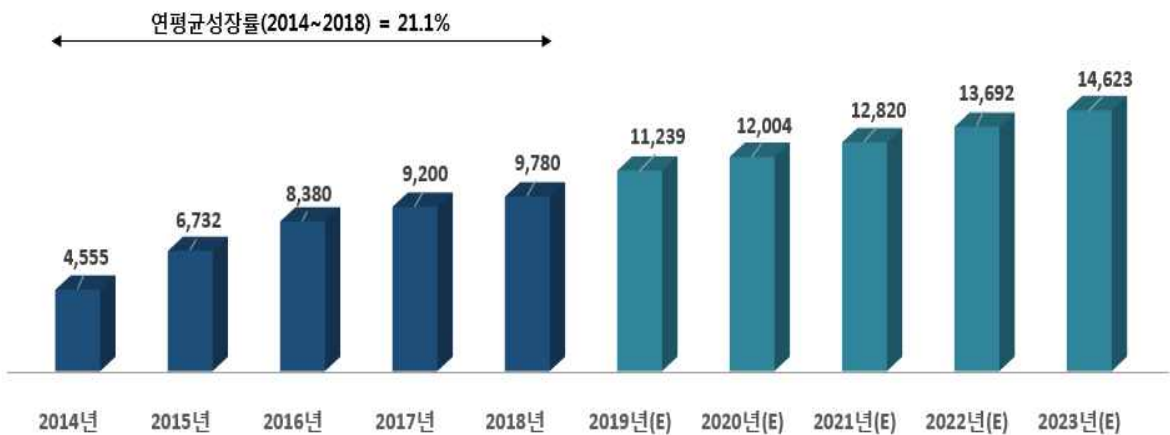
■ 국내 MVNO 시장, 연평균 21.1% 성장

MVNO Market, MarketsandMarkets, 과학기술정보통신부에 따르면, 국내 MVNO 시장은 2014년 4,555억 원에서 연평균 21.1% 성장하여 2018년 9,780억 원 규모이며, 2018년 이후 연평균 8.4% 성장하여 2023년에는 1조 4,623억 원의 시장규모를 형성할 것으로 전망된다.

국내 MVNO 산업은 (주)엘지헬로비전, SK텔링크(주), (주)에넥스텔레콤, (주)큰사람커넥트 등이 참여하고 있으며, 대부분의 업체들이 재판매 MVNO에 해당되고, MNO의 자회사들이 MVNO 시장에서 높은 점유율을 보이고 있다.

[그림 3] 국내 MVNO 시장규모

(단위 : 억 원)



*출처 : MVNO Market, MarketsandMarkets, 과학기술정보통신부, 한국기업데이터(주) 재가공

■ MVNO 제도 동향

이동전화 시장은 제한된 주파수 대역폭과 막대한 투자비용 등의 원인으로 시장 진입이 어려운 특징이 있어 시장 고착화에 대한 우려가 지속적으로 존재하였다. 이러한 우려를 해소하기 위한

대안으로 2000년 후반 MVNO가 대두되었다. 과거 MVNO 도입 이전 국내 이동전화 시장의 구조는 MNO 3사를 중심으로 고착화되어 비경쟁적 시장상황이 지속적으로 유지되고 있었다.

이에 규제기관은 이동통신 시장의 경쟁을 촉진하기 위한 방안은 2010년 3월 전기통신사업법 개정을 통해 제38조를 신설하여 전기통신서비스의 재판매 및 도매제공 제도를 도입하였다. 신규 법의 도입으로 인해 시장지배적 사업자는 다른 전기통신사업자가 도매제공을 요청하면 협정을 체결하여 자신의 전기통신서비스를 제공하거나 전기통신설비를 이용하도록 의무적으로 허용하게 되었다.

2013년 제1차 알뜰폰 활성화 계획이 발표된 이후 매년 미래창조과학부는 다양한 MVNO 활성화 방안을 발표하고 있으며, 제1차 활성화 계획의 주요 내용은 ‘도매대가 인하’, ‘도매제공 의무 서비스 확대’, ‘우체국의 알뜰폰 판매 지원’ 등을 꼽을 수 있다.

이 후, 2016년 7월 미래창조과학부는 알뜰폰이 이동통신 시장에서 실질적 경쟁주체로 자리 잡을 수 있도록 지원할 방안을 마련하였다. 이동통신 시장이 데이터 중심으로 재편 중이나, 알뜰폰은 아직도 소량 음성, 선불 등 틈새시장에 머무르고 있어 가입자 점유율 10%를 넘어선 지금 까지도 재무구조가 취약하고, 이동통신 3사와의 협상력도 떨어져 자생력이 떨어진다는 점을 개선하고자 하였다.

이를 위해 ‘알뜰폰 도매대가 인하’, ‘데이터 중심 요금제 도매제공 시 수익배분 비율 및 음성 무제한 제공에 따른 추가 비용 조정’, ‘LTE 상품 출시 시 정산방식 선택권 보장’, ‘전파사용료 감면 1년 연장’, ‘도매제공 의무사업자 제도 연장’ 등을 추진하였다. 이를 통해 알뜰폰 원가부담이 최대 530억 원(도매대가 인하 200억 원 + 전파사용료 감면 330억 원 추정)까지 감소되어 이동통신 3사보다 저렴하고 차별화된 요금상품 출시가 가능할 것으로 기대된다.

[표 4] 2016년 7월 미래창조과학부 알뜰폰 지원계획의 주요 내용

구분	주요 내용
도매대가 인하	▶ 음성 14.6% 인하(35.37 → 30.22원/분) ▶ 데이터 18.6% 인하(6.62 → 5.39원/MB)
데이터 중심 요금제 수익배분 비율 조정	▶ 알뜰폰 목 5%p 인상으로 요금 수익의 50% 내지 60%를 알뜰폰 업체에 배분
음성무제한 제공에 따른 추가비용 조정	▶ 저가 요금제 기준 5,300원 → 3,000원
LTE 상품 출시 시 정산방식 선택권 보장	▶ 종량형 또는 수익배분형 중 선택
전파사용료 감면 1년 연장	▶ 전파사용료 감면 1년 연장 : 2016년 9월 → 2017년 9월
도매제공 의무사업자 제도 연장	▶ 도매제공 의무사업자 제도 연장 : 2016년 9월 → 2019년 9월

*출처 : 미래창조과학부(2016), 통신시장 경쟁정책 추진계획 발표

MVNO 제도의 도입부터 지금까지 정책적 지원 경과를 종합해 보면 알뜰폰 사업자의 비용 절감을 위하여 지속적으로 도매대가를 인하해 온 것을 알 수 있으며, 각종 부가서비스 및 LTE에 대한 의무 제공을 통해서 MVNO의 서비스 범위를 확대하였고, 우체국 알뜰폰 수탁판매를 통해서 유통 채널의 확보에도 힘쓴 것을 확인할 수 있다.

Ⅲ. 기술분석

회선별로 특화된 서비스를 통한 기술 진입 장벽 구축

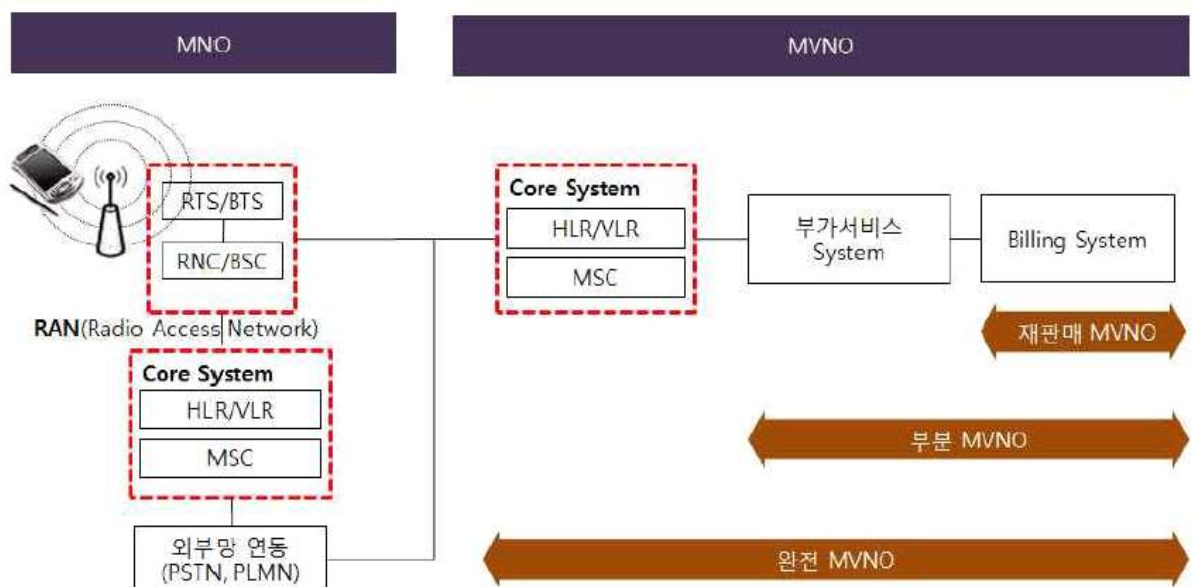
동사는 이동통신 3사의 회선을 모두 고객들에게 제공하고 있으며, 회선별로 특화된 서비스와 요금제로 MVNO 사업에서의 다양성을 확보하고 있다.

■ MVNO 기술의 개요 및 기술 동향

MVNO(Mobile Virtual Network Operator, 가상이동통신망사업자)는 무선 주파수 사용권한을 보유하지 않고, MNO(Mobile Network Operator, 이동통신사업자)의 무선 주파수 및 통신 설비 등을 임대하여 이동통신 서비스를 제공하는 사업자를 지칭한다.

이동통신 네트워크는 크게 핵심 네트워크(Core Network, Core System)와 무선접속 네트워크(Radio Access Network, 이하 'RAN')로 나뉜다. 핵심 네트워크는 과금을 담당하는 이동통신 서비스 제공 업체의 핵심 인프라를 지칭하며, RAN은 이동통신 기기의 네트워크 접속 및 기기 간 통신을 지원하는 기지국과 기지국 제어기 등을 포함한다.

[그림 4] MVNO 시스템 구성



*출처 : Technical Data Base

MVNO는 구축 범위와 MNO에 대한 의존도에 따라 완전 MVNO, 부분 MVNO, 재판매 MVNO의 유형으로 나눌 수 있다. 완전 MVNO는 RAN 등과 같이 대체 불가능한 부분만 MNO의 설비를 이용하고, 그 외 시설은 독자적으로 구축한 경우를 지칭하며, 부분 MVNO는 완전 MVNO보다 자체 서비스 및 설비의 비중이 낮지만, 재판매 MVNO 보다는 강화된 서비스를 제공할 수 있는 사업자 유형이다. 재판매 MVNO는 MNO 설비의 대부분을 사용하면서 MNO와의 계약에 따라 가입자를 모집하는 형태로, MNO의 가입자 재판매 유형이다.

[표 5] MVNO 분류

구분	내용
완전 MVNO	<ul style="list-style-type: none"> ▶ RAN 등 최소한의 시스템만 임대 ▶ 대부분 시스템을 독자적으로 구축 ▶ SIM카드 자체 제작
부분 MVNO	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 상당부분의 시스템을 임대 ▶ 부가서비스 등의 별도 서비스 제공을 위한 시스템 구축 ▶ MNO의 SIM카드를 이용하여 자체 브랜드 출시
재판매 MVNO	<ul style="list-style-type: none"> ▶ 대부분의 설비를 임대 ▶ 자체 과금 시스템을 통해 정산 및 과금 진행 ▶ SIM카드 자체 발급 불가

*출처 : Technical Data Base

MVNO는 음성 통화, 고유 브랜드, 데이터 통신 제공 등을 넘어서서 콘텐츠, 플랫폼, 네트워크, 기기 중심의 데이터 MVNO 서비스로 진화될 것으로 예측된다. 콘텐츠 중심의 데이터 MVNO 서비스는 음악, 영화, 게임 등의 디지털 콘텐츠를 제공하는 서비스로, 게임 배급업체나 인터넷 동영상 서비스(Over-The-Top, OTT) 업체, 전자책 제공 업체들이 참여할 것으로 예상된다. 플랫폼 중심의 데이터 MVNO 서비스는 모바일 운영체제, 어플리케이션 마켓, 인터넷 포털 서비스 업체 등 다양한 플랫폼 제공 업체들이 자사의 포털 서비스를 편리하게 사용할 수 있도록 지원하는 데이터 통신을 제공하는 서비스이다.

네트워크 중심의 데이터 MVNO 서비스는 데이터 네트워크를 임대하여 모바일 브로드밴드 서비스를 제공하는 서비스로, 이동통신 서비스와 모바일 인터넷 결합 상품 혹은 모바일 브로드밴드 단독 상품 등을 제공할 수 있다. 기기 중심의 데이터 MVNO 서비스는 데이터 통신이 가능한 단말기를 위한 통신 서비스를 제공하는 것으로, 해당 단말기에는 노트북, 태블릿, 스마트폰 등의 스마트 기기 등이 포함된다.

■ 동사의 기술력

동사는 자사 MVNO 브랜드 ‘아이즈모바일’로 서비스를 제공하고 있다. 2011년 7월 SKT와 MVNO 사업 계약을 맺으면서 알뜰폰 서비스를 시작하였으며, 2015년 4월 KT, 2019년 3월 LGU+와 차례대로 계약을 하면서 현재는 이동통신 3사의 회선을 모두 고객들에게 제공하게 되었고, 회선별로 특화된 서비스와 요금제로 알뜰폰 사업에서의 다양성을 확보하고 있다.

또한, 2013년 9월부터 4회에 걸친 입찰을 통해 우정본부 알뜰폰 위탁판매업체로 선정되어 온·오프라인 우체국을 통한 판매 활동을 수행하고 있으며, 현재는 다이소와 같은 전국 유통 채널망의 확장을 통해 고객들이 알뜰폰을 보다 손쉽게 이용할 수 있게 유통망을 확대하고 있다.

■ 알뜰폰 서비스

동사는 온라인몰, 전국 유통망, 제휴협력업체 등 다양한 채널을 통해 알뜰폰을 판매하고 있다. 온라인은 동사가 직접 운영하여 마케팅을 통한 판매를 진행 중이고, 오프라인의 경우 유치실적 등에 따라 동사 정책에 근거하여 전국 유통망 및 제휴협력업체 등에 지급하여 가입자 유치를 하고 있다. 동사 서비스인 선불 알뜰폰은 고객이 현금, 신용카드, 선불카드 등의 결제 수단을

사용하여 필요한 만큼 충전하는 시스템으로, 전국의 편의점, ARS, 인터넷, 가상계좌 등을 통하여 쉽고 빠르게 충전할 수 있는 시스템을 구축하여 운영하고 있으며, 후불 알뜰폰은 온라인몰, 우체국을 통해 가입하여 매월 자동이체, 신용카드, 지로를 통해 다양한 결제 수단을 제공하여 운영하고 있다.

과학기술정보통신부 통계자료에 따르면, 알뜰폰 후불 누적 가입자 수는 매년 증가하고 있으며, 동사의 후불 알뜰폰 누적 가입자 수도 2019년 말 56,773명에서 2021년 6월 말 69,687명으로 증가세에 있다.

[표 6] 동사 시장점유율(2021년 6월 30일 기준)

(단위 : 명, %)

구분	2019년 말	2020년 말	2021년 반기 말
선불 알뜰폰 가입자	3,558,041	2,665,378	2,164,331
동사 선불 알뜰폰 가입자	699,623	366,194	197,753
선불 M/S(%)	19.66	13.74	9.14
후불 알뜰폰 가입자	4,191,475	6,445,907	7,560,459
동사 후불 알뜰폰 가입자	56,773	59,210	69,687
후불 M/S(%)	1.35	0.92	0.92

*출처 : 동사 반기보고서(2021년 6월)

■ 알뜰폰 요금제

동사에서 서비스 중인 알뜰폰 요금제는 기존 이동통신 3사와 동일한 통신망을 사용해 데이터 전송 속도, 통화 품질 모두 최상급의 품질로 이용할 수 있으며, 쓰던 번호와 핸드폰 단말기를 그대로 사용할 수 있고, 약정 없이 유심만 교체하면 간편하게 이용할 수 있는 것이 최대 장점이다.

동사는 2021년 6월, 2년간 매월 221GB를 제공하는 아이즈(11GB+) 요금제 이벤트를 런칭하였다. 아이즈(11GB+) 요금제는 기본적으로 통화, 문자를 무제한으로 이용할 수 있고, 속도 제한 없이 2년간 매월 221GB의 데이터를 사용할 수 있는 것이 특징이다. 221GB의 데이터를 모두 소진했을 경우, 3Mbps로 데이터를 사용할 수 있는 안심 데이터 서비스도 제공하며, 해당 요금제는 6개월 간 월 1만 8,700원에 이용할 수 있다.

■ 통신 단말장비 사업

국내 인터넷 네트워크 장비 시장은 크게 기업 시장과 사업자 시장으로 구분되며, 사업자 시장은 통신 사업자를 대상으로 하여 동사의 연결대상 종속회사인 (주)머큐리의 사업이 속해 있는 시장이다. 통신 사업자별로 요구하는 특화된 기능을 만족해야 하고, 통신 사업자가 운영하는 망 관리 시스템과 연동 운용이 가능해야 하며, 신속한 기술지원이 가능해야하기 때문에 진입장벽이 높은 편이다.

(주)머큐리의 단말사업은 다수의 통신 단말장비를 국내 통신 3사와 모두 거래하고 있으며, 통신 3사와 오랜 업무 협력을 통해 기술을 인정받아 시장 내 높은 점유율을 유지하고 있고, 광케

이블 사업은 자체 생산시설 보유 및 오랜 업력의 제조 노하우를 바탕으로 높은 품질과 효율적인 공급망을 구축하고 있다.

[표 7] 통신 단말장비 제품

구분	WiFi6 Extender AP	DCS-10	관로용 단일 PE 피복 광케이블
제품			

*출처 : (주)머큐리 홈페이지, 한국기업데이터(주) 재가공

■ 연구개발 활동

동사는 주요 종속회사인 (주)머큐리에서 연구개발 활동을 수행하고 있으며, 공인된 기업부설연구소(최초인정일 : 1982년 8월 19일, 인정처 : 한국산업기술진흥협회)를 설립하여 운영하고 있고, 광통신 분야, IoT, AI 등 신기술에 대한 R&D를 지속적으로 시행하고 있다.

(주)머큐리의 연구개발 조직은 SW연구1팀, SW연구2팀, SW연구3팀, SW연구4팀, SW연구5팀, SE연구팀, H/W연구팀, 미래연구팀, 광통신연구팀으로 조직되어 있으며, 관련 업무 분야를 제품 및 공정 단위로 분할함으로써 제품 단위로 업무 분장되어 있는 영업 조직의 담당자들과의 즉시적인 의사소통 및 피드백을 통하여 개발 관련 정보의 입수 및 대응을 위한 시간 소요를 최소화하고, 각 업무 그룹 내 개발 프로세스를 집중과 선택에 있어 가장 효율적인 형태로 구성하고 있다.

또한, 사업 초기부터 연구개발 투자를 통해 시장에서 우위를 점하고 진입장벽을 구축하고 있는데, (주)머큐리의 최근 3년 매출액 대비 R&D 투자율 평균은 4.68% 수준으로, 기초 기술 개발, 개량 기술 개발의 성과를 통해 안정적으로 제품 개발을 수행하고 있다.

(주)머큐리는 2021년 반기 말 기준 KT CPE 제품개발 34건 등 총 7개 연구과제를 포함하여 61건의 제품개발에 대한 연구개발을 완료하였다.

[표 8] (주)머큐리 연구개발투자비용

(단위 : 억 원, %)

과목	2018년	2019년	2020년	2021년 반기
연구개발비용 계	52.70	57.14	58.33	28.86
연구개발비 / 매출액 비율 [연구개발비용계 ÷ 당기매출액 × 100]	3.94	5.15	4.95	5.02

*출처 : 동사 연도별 사업보고서, 반기보고서(2021년 6월)

[표 9] (주)머큐리 연구개발 실적

구분	연구과제명						
	KT CPE 제품개발	LGU+ CPE 제품개발	SKB CPE 제품개발	광통신 제품개발	국책과제	코웨이 CPE 제품개발	수출 CPE 제품개발
개발완료 제품건수	34건	8건	8건	4건	5건	1건	1건

*출처 : 동사 반기보고서(2021년 6월)

동사의 지식재산권 현황을 살펴보면, MVNO 브랜드로 사용되는 ‘Eyes’는 온라인(동사 직판물, 알뜰폰 허브 사이트, 우체국 온라인몰 등) 오프라인 매장(알뜰폰 스퀘어, 우체국, 다이소 등)에서 찾아볼 수 있으며, 향후 브랜드 선호도 제고 활동을 통해 매출 증가에 긍정적인 영향을 줄 것으로 기대된다. 이 외에도 주요 종속회사인 (주)머큐리의 정보통신제조 관련 특허권을 보유하고 있다.

[표 10] 주요 지식재산권 보유 현황

구분	등록(출원)번호	발명의 명칭
특허권	10-2020-0039986	방열 구조물 및 이를 포함하는 이더넷 전원 액세스 포인트
	10-1524415	비 타이트버퍼 인입 및 옥내 광케이블
	10-1803420	TDX의 가입자 보드를 이용한 VoIP 액세스 게이트웨이
	10-0919039	블루투스 기능이 내장된 무선 인터넷 모뎀 및 그 구동 방법
	10-1238907	사설망에 위치한 미디어 서버의 콘텐츠를 원격지 사설망에 위치한 미디어 랜더리에 공유시키는 홈 게이트웨이 및 컨트롤 포인트
	10-1262122	웹콘텐츠를 UPnP 장치에 제공하기 위한 미디어이션 방법 및 서버
	10-1394609	원격지에 위치하는 디바이스가 제공하는 이벤트를 수신하기 위한 컨트롤 포인트 및 홈 게이트웨이
상표권	40-1261897	휴박스 hu:box
	41-0222757	Eyes

*출처 : 특허청, 한국기업데이터(주) 재가공

IV. 재무분석

사업 다각화 등으로 안정적인 매출 및 시장점유율 유지 기대

동사는 대리점, 판매 전문점, 우체국 지점, 온라인 직판몰, 다이소 등 다양한 제휴 채널을 확보하고 있으며, 계열회사간 사업 영역의 확장과 시너지 효과를 통해 경제적 성과뿐만 아니라 사회적 가치 창출을 위한 노력을 강화하고 있다.

■ 전방산업 호조로 매출 신장 및 수익성 확대

동사는 1992년 9월 설립되었으며, 기존 국제전화 선불, 회선재판매 시장에서의 축적된 통신 서비스 노하우와 자체 유통망 및 고객응대시스템의 차별화된 강점으로 알뜰폰 서비스(아이즈모바일)를 제공하고 있다. 주요 종속회사인 (주)머큐리는 정보통신장비(AP, 광케이블 등)를 개발하여 생산, 판매하고 있다.

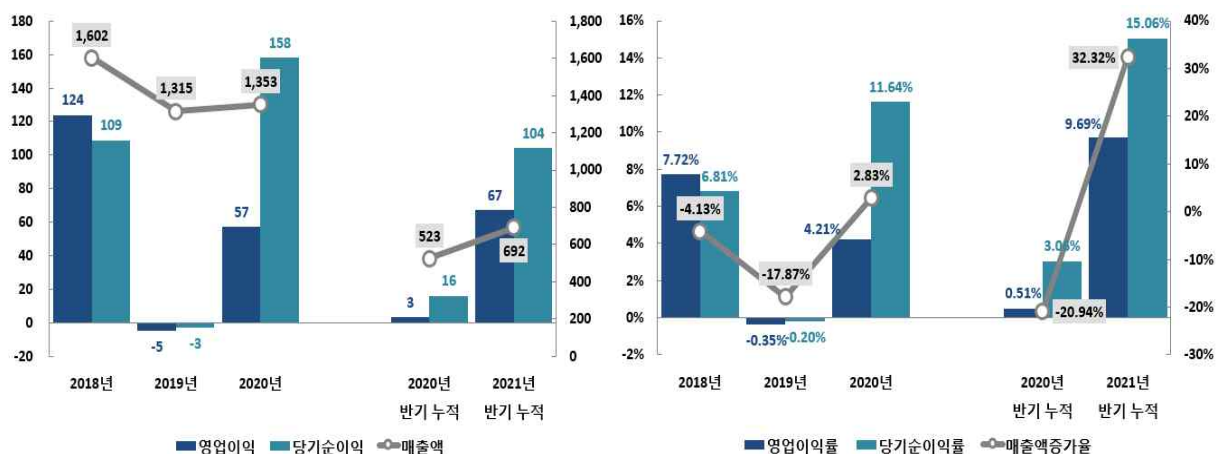
동사의 MVNO 사업인 알뜰폰의 판매경로는 동사가 직접 운영하는 온라인몰을 통해 선·후불 가입자를 적극적으로 모집하고 있고, 다양한 제휴채널이 입점하고 있으며, MVNO 영업팀이 관리하는 전국 70여 개의 대리점과 1,000여 개의 판매 전문점을 통하여 가입자를 모집하고 있고, 1,500여 개의 전국 우체국 지점 등의 제휴업체가 주요 판매경로이다.

동사는 2020년부터 회사의 온라인몰을 강화하여 본격적인 온라인 가입 유치에 집중하고 있으며, 이는 고객을 직접 유치함으로써 온라인 역량을 내재화하고, 이를 기반으로 다양한 사업 영역에 진출하고자 준비하고 있다.

동사의 매출액은 2018년 1,602억 원, 2019년 1,315억 원, 2020년 1,353억 원이며, 영업이익(영업이익률)은 2018년 124억 원(7.72%), 2019년 -5억 원(-0.35%), 2020년 57억 원(4.21%)이다. 2021년 반기 누적 매출액은 692억 원으로 전년 동기 대비 32.32% 증가하였고, 영업이익(영업이익률)은 67억 원(9.69%)으로 전년 동기 대비 64억 원(9.19%) 증가하였는데, 이는 MVNO 사업 성장 및 자회사의 매출 증가 등의 영향으로 보인다.

[그림 5] 요약 포괄손익계산서 분석 [K-IFRS 연결기준]

(단위 : 억 원)



*출처 : 동사 연도별 사업보고서, 반기보고서(2021년 6월), 한국기업데이터(주) 재가공

■ 풍부한 내부유보자금 등 안정적인 재무구조 견지

동사의 총자산은 2019년 1,574억 원, 2020년 2,056억 원, 2021년 반기 말 2,289억 원이다. 부채비율은 2018년 말 30.78%, 2019년 말 37.30%, 2020년 말 45.01%이고, 유동비율은 2018년 말 500.25%, 2019년 말 779.31%, 2020년 말 338.59%이다.

2021년 반기 말 부채비율은 47.68%, 유동비율은 224.95%로, 동사의 재무구조는 안정적인 것으로 판단된다.

[그림 6] 요약 재무상태표 분석 [K-IFRS 연결기준]

(단위 : 억 원)



*출처 : 동사 연도별 사업보고서, 반기보고서(2021년 6월), 한국기업데이터(주) 재가공

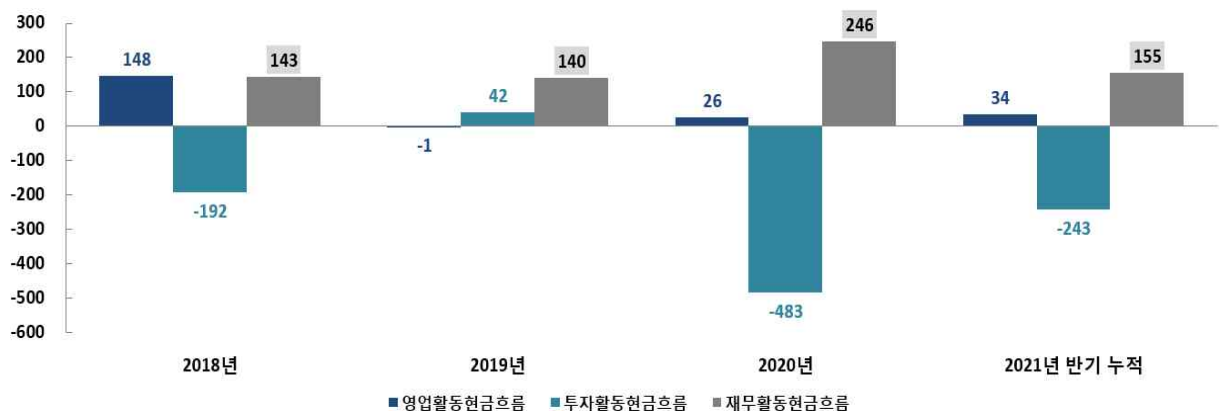
■ 수익성 개선된 영업활동으로 현금 창출하며 투자수익 도모

영업활동현금흐름은 당기순이익 증가 등의 영향으로 2019년 부(-)에서 2020년 정(+)의 흐름을 나타내었고, 투자활동현금흐름은 단기금융상품 및 관계기업에 대한 투자자산 취득 등의 영향으로 2019년 정(+)에서 2020년 부(-)의 흐름을 나타내었으며, 재무활동현금흐름은 2019년, 2020년 연속 정(+)의 흐름을 나타내었다.

2021년 반기 누적 현금흐름을 볼 때, 동사는 영업활동으로 현금을 창출하고 있고, 사업다각화 및 단순투자 목적으로 관계기업 등 투자주식과 전환사채를 취득한 것으로 판단되며, 이로 인하여 기말현금및현금성자산은 기초 대비 59억 원 감소한 301억 원을 보유하고 있다.

[그림 7] 현금흐름 분석 [K-IFRS 연결기준]

(단위 : 억 원)



*출처 : 동사 연도별 사업보고서, 반기보고서(2021년 6월), 한국기업데이터(주) 재가공

V. 주요 변동사항 및 향후 전망

다양한 고객 서비스를 통한 브랜드 가치 향상

동사는 온라인 직판물, 제휴물, 다양한 도매점 확보 등 적극적인 온·오프라인 마케팅을 통해 다양한 고객 서비스를 제공하여 브랜드 가치를 높이고 있다.

■ 언택트 시대 흐름에 따른 온라인 판매방식 개편

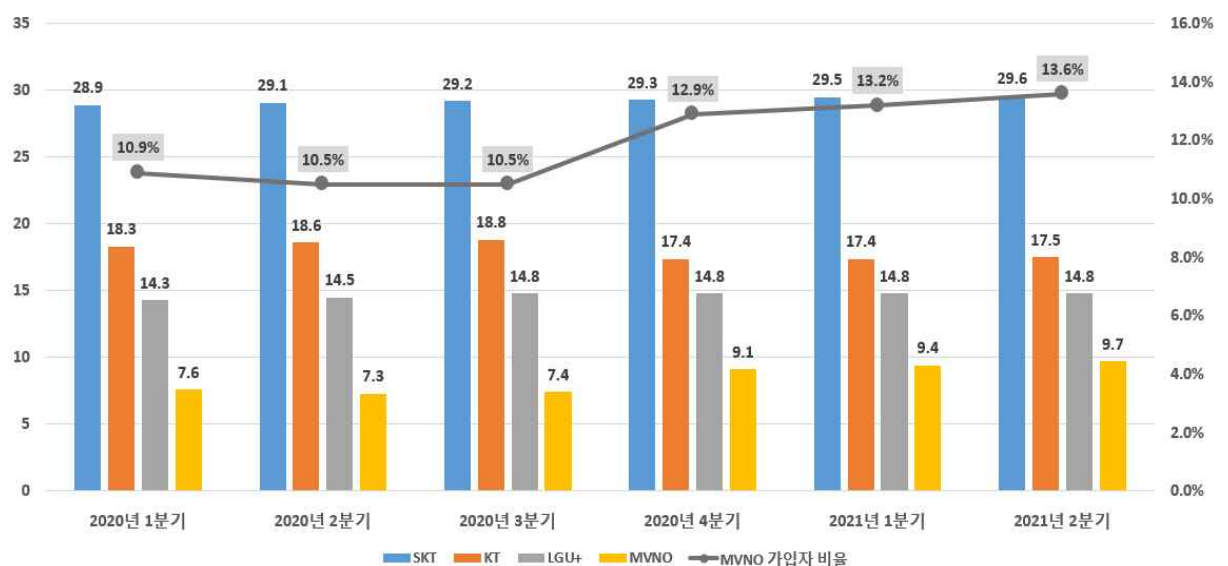
최근 비대면 트렌드와 함께 자급제폰과 저렴한 요금제 조합이 입소문을 통해 빠르게 퍼지면서 젊은 층의 알뜰폰 가입자 증가세가 뚜렷하게 나타나고 있다. 알뜰폰은 과거 ‘효도폰’이라 불리던 고연령층 대상만의 서비스가 아닌 이제는 가성비로 MZ세대들에게 주목받고 있다.

과학기술정보통신부에 따르면, 현재 국내의 이동통신 가입자 수는 2021년 6월 말 기준 약 7,163만 명(태블릿 PC, 무선데이터 포함)으로 보급률은 100%가 넘었다. 알뜰폰 서비스 가입자 수는 2021년 6월 말 기준 약 972만 명이며, 이동전화 전체 가입자 대비 13.6% 수준으로 전년 동기 대비 약 30%의 성장세를 보이고 있다.

소비자들의 언택트 서비스에 대한 수요가 급격히 증가하면서 동사도 이에 발맞추어 온라인을 통한 고객 모집을 증가시키기 위한 방안을 다각도로 검토하고 실행할 계획이다. 이에 2020년 하반기 온라인몰 개편 및 다양한 후불 서비스를 런칭하고, 적극적인 후불 가입자 모집에 집중하고 있으며, 기존의 외국인 오프라인 중심 선불 서비스 운영에서 유지기간이 길고 다양한 고객층이 존재하는 온라인 후불 위주의 사업 재편을 통해 2021년부터 본격적으로 영업 활동을 진행하고 있다.

[그림 8] 무선통신서비스 가입자 통계

(단위 : 백만 명)



*출처 : 과학기술정보통신부, 한국기업데이터(주) 재가공

■ SKT 공식 대리점 ‘리봄(Revom)’ 런칭

동사는 글로벌 텔레콤 어워드 2년 연속 최고 통신사 선정, 5G 월드 어워드 4년 연속 수상 등 브랜드 경쟁력과 상품·서비스 경쟁력, 고객의 니즈에 부합하는 판매 경쟁력을 기반으로 SKT와의 위탁 대리점 계약을 완료하였으며, 동사가 직접 운영하는 온라인몰과 다양한 업체들간의 제휴 및 마케팅을 통해서 가입자 유치 확보에 집중하여 매출 기반을 확대하고 있다.

SKT 공식 대리점인 ‘리봄(Revom : Re Value of Mobile)’은 신규 핸드폰 판매뿐만 아니라 중고 핸드폰의 가치를 다시 쓰는 ‘중고폰 보상 판매 서비스’를 진행하고 있고, 중고폰 업체인 소녀폰과 리봄이 협업해서 진행 중이며, 핸드폰을 구매할 때 기존의 중고 핸드폰을 판매 신청하면 소녀폰을 통해서 손쉽게 판매할 수 있다. 매입된 핸드폰은 철저한 관리로 고객 개인정보를 완벽하게 삭제하며, 리봄에서 핸드폰을 구매한 고객은 소녀폰에 중고 핸드폰을 판매했을 경우 판매금액 외에 추가적인 보상금을 지원하고 있다.

이를 통해 SKT와의 파트너십을 강화하는 계기가 되었고, 고객 관점에서 차별화된 혜택을 제공하고 다년간의 통신 서비스를 운영한 역량으로 고객 만족을 실현하기 위해 지속적으로 경쟁력을 키워갈 예정이다.

[그림 9] SKT 공식 대리점 ‘리봄(Revom)’



*출처 : 동사 IR 자료, 한국기업데이터(주) 재가공

■ 모토로라솔루션과 차세대 LTE 무전기 출시

동사는 2020년 8월, 모토로라솔루션과 기존 무전기의 단점은 극복하고, 부가적인 기능을 추가로 제공해 다양한 산업 현장의 안전과 생산성을 한 차원 높여줄 LTE 무전기 ‘TLK 100’을 공동 출시하였다. ‘TLK 100’은 기존 무전기의 한계로 지적됐던 주파수 용량의 제한이 없어져 혼선으로 인한 사고를 미연에 방지할 수 있으며, 지역 설정을 통해 특정 지역에만 호환이 되게 하는 등 다양한 기업의 요구사항을 충족하였다.

또한, 파손에 대한 우려가 큰 현장에서도 안전하게 활용할 수 있도록 미 군사규격을 기반으로 설계되었으며, 18시간 동안 지속되는 배터리 사용으로 그 효율성을 개선하였다. 이 외에도 모토로라솔루션에서 제공하는 서비스인 WAVE PTX를 통해서 전 세계 어디든 통신할 수 있어 글로벌 시대에 걸맞는 폭넓은 서비스를 제공하고 있다.

■ 동사의 ESG 활동

동사는 환경(E) 부문에서 환경 관련 법규 준수를 위해 방침 및 목표 수립, 모니터링 실시, 환경 및 안전, 보건을 핵심 주제로 하여 오염방지, 자원이용, 안전보건, 작업환경 교육을 주기적으로 실시하고 있다.

사회(S) 부문의 경우, 동사의 구성원 수는 2018년 말 48명에서 2020년 말 51명으로 3명이 증가하였고, 2021년 반기 말 기준 총 55명으로 4명이 추가로 증가하는 등 지속적인 채용으로 고용을 창출하고 있다. 또한, 구성원들을 위해 쾌적하고 효율적인 업무 환경을 제공함과 동시에 워라밸(Work-life Balance)을 고려하여 4대보험, 건강검진, 경조금 지급, 직원 상조회 운영, 외국어 교육, 도서구입비 지원, 자녀 학자금 지원, 휴양시설 제공, 리프레시 휴가, 패밀리데이, 생일자 축하간담회, 사내 동호회 지원 등의 제도를 운영하고 있다.

동사는 2021년 7월 한국기업평판협회에서 통신장비 상장기업 대상으로 발표한 기업평판 우수 기업으로 선정되었으며, 기업과 소비자와의 관계를 긍정적으로 관리하고 있는 기업으로 인정받아 경쟁력을 키워나가고 있다.

지배구조(G)의 경우, 대표이사는 명확한 사업 목표를 설정하여 회사를 경영하고 있으며, 대내외적으로 일정 수준의 신뢰관계를 구축하고 있다. 대표이사를 제외한 사내이사 2인이 상근하고 있고, 비상근 감사 1인이 회계와 업무를 감사하고 있으나, 여성임원은 보유하고 있지 않다.

동사는 정보 공개와 주주 권익보호 측면에서 ESG 관련 정보의 공개는 부족한 수준이나, 상장회사로서의 공시 의무를 준수하며, 소통 채널 다양성 확보, 정보접근 등의 권한을 준수하기 위해 홈페이지에 최신 소개 자료를 업데이트하는 등 이해관계자의 권익보호를 위한 노력은 일정 수준 이상으로 전개하고 있다.

■ 증권사 투자의견

작성기관	투자의견	목표주가	작성일
	-	-	-
	· 최근 1년 이내 발간 보고서 없음		

■ 시장정보(주가 및 거래량)

[그림 10] 동사 3개년 주가 변동 현황



*출처 : 네이버 금융(2021년 9월 3일)