

이 보고서는 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

기술분석보고서

 YouTube 요약 영상 보러가기

NHN한국사이버결제(060250)

소프트웨어/IT서비스

요약
기업현황
재무분석
주요 변동사항 및 전망



작성기관

(주)NICE디앤비

작성자

이병찬 선임전문위원

- 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 보고서는 '21.01.28에 발간된 동 기업의 기술분석보고서에 대한 연계보고서입니다.
- 본 보고서의 요약 영상은 유튜브로도 시청 가능하며, 영상편집 일정에 따라 현재 시점에서 미공개 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.

NHN한국사이버결제(060250)

e-Payment 금융 플랫폼을 구축 중인 전자결제 서비스 기업

기업정보(2021/11/30 기준)

대표자	박준석
설립일자	1994년 12월 28일
상장일자	2002년 01월 08일
기업규모	중견기업
업종분류	데이터베이스 및 온라인정보 제공업
주요제품	온라인 전자결제(PG), 오프라인 전자결제(VAN), O2O 서비스

시세정보(2021/11/30 기준)

현재가	33,350원
액면가	500원
시가총액	8,066억 원
발행주식수	24,502,769주
52주 최고가	47,797원
52주 최저가	29,890원
외국인지분율	34.09%
주요주주	
엔에이치엔페이코(주)	42.14%
Lazard Asset Management LLC	5.24%
박준석 외 2인	0.29%
자기주식	4.07%

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	4,326.6	22.9	217.7	5.0	167.8	3.9	15.5	6.7	141.3	704	4,898	15.5	2.2
2019	4,699.0	8.6	320.9	6.8	244.8	5.2	20.2	8.3	144.9	1,002	5,478	20.8	3.8
2020	6,248.4	33.0	397.7	6.4	298.9	4.8	21.4	8.7	143.1	1,225	6,580	55.9	10.4

■ 온라인, 오프라인 전자결제 서비스를 기반으로 사업 다각화

NHN한국사이버결제(이하 동사)는 1994년 12월 설립되어 2002년 1월 코스닥 상장된 종합 전자결제 서비스 기업이다. 전자지급결제대행(Payment Gateway, 이하 PG) 사업과 카드결제를 위한 부가통신망(Value Added Network, 이하 VAN) 사업, O2O(Online to Offline) 사업을 주력으로 영위 중이며, 2020년에는 국내 온라인 VAN 서비스 점유율 부문 1위를 달성하였다. 동사는 주력 사업을 기반으로 휴대폰 간편결제 등의 서비스까지 확장 제공 중이며, O2O 브랜드인 페이코(PAYCO)를 포함하여 휴대폰 본인확인, 무인 결제 등 다양한 e-Payment 솔루션을 통해 사업 다각화를 실현 중이다.

■ PG 시장의 지속적인 성장으로 안정적인 실적 증가 예상

한국은행 자료(2021)에 따르면, 2021년 상반기 중 PG 서비스 이용실적은 일 평균 2,091만 건, 사용금액은 8,635억 원으로 집계되었다. 이는 전기 대비 각각 12.8%, 13.0% 증가한 수치로 사회적 거리두기 시행에 따른 언택트 상황과 온라인 거래가 여전히 상승 추세인 것으로 분석되며, PG 사업이 전체 매출의 약 88.5%를 차지하는 동사의 매출 구조상 향후 안정적인 실적 증가를 예상할 수 있는 부분이다.

■ 디즈니플러스의 마스터 PG사 선정 등 해외 가맹점 확대

동사는 2019년 애플 앱스토어 마스터 PG사 지위를 확보한 이후 서비스를 진행 중인 가운데, 최근 디즈니플러스의 PG사 지위까지 획득하였다. 보도자료에 따르면, 동사는 2021년 11월 12일 OTT(Over The Top) 서비스를 시작하는 디즈니플러스의 마스터 PG사로 선정되었고, 국내에서 흥행 기대가 높을 것으로 예상되는 디즈니플러스의 성장 속도와 맞물려 PG사의 지위를 확보한 동사의 매출 증가 속도 역시 상승할 것으로 전망된다.

기업경쟁력

국내·외 약 47만여 개의 고객사 보유

- 온라인 결제사업은 대형 온라인 쇼핑몰, 소셜커머스사 등을 대상으로 하며, 약 15만 개의 고객사 보유
- 오프라인 결제사업은 신용카드 거래승인이 필요한 가맹점을 대상으로 하며, 약 32만 개의 고객사 보유

차별화된 마케팅 전략

- 동사의 마케팅 전략은 사업별로 각각 수립
 - 온라인 결제 - 인터넷 웹사이트를 통한 인바운드 영업
 - 오프라인 결제 - 신용카드 가맹점 등 시장조사 기반
 - O2O 사업 - 테이크 아웃 중심의 프랜차이즈사 타겟팅

핵심기술 및 적용제품

전자결제 시스템 및 O2O 서비스 구현 기술

- 글로벌 PG 시스템, VAN 시스템, 간편결제 시스템 등 다양한 종류의 전자결제 시스템 구축 및 운영 기술
- 동사의 페이코 오더는 QR(Quick Response) 코드를 이용한 방식으로 모바일을 활용해 주문과 결제를 한번에 해결할 수 있는 통합 솔루션임.

구분	제품 설명
PG 서비스	<ul style="list-style-type: none"> • 일반결제 서비스(신용카드, 계좌이체, 가상계좌 등) • 휴대폰 결제 서비스 • 정기과금 및 PG 부가 서비스
VAN 서비스	<ul style="list-style-type: none"> • 신용카드, 체크카드, 포인트 카드 결제 • 무인결제(키오스크) • 현금 영수증 서비스
O2O 서비스	<ul style="list-style-type: none"> • 페이코오더 서비스 • 페이코모바일식권 • 페이코캠퍼스 존

시장경쟁력

전자결제 및 O2O 시장의 높은 성장 기대

- 한국은행 자료(2021)에 따르면, PG 서비스 이용실적은 지속적으로 증가하는 추세

구분	일평균 이용금액	증감
2019년 하반기	5,689억 원	-
2020년 상반기	6,474억 원	▲13.7%
2020년 하반기	7,653억 원	▲18.2%
2021년 상반기	8,635억 원	▲12.8%

- 과학기술정보통신부가 공개한 자료에 의하면, 2020년 국내 O2O 서비스 거래액은 전년 대비 29.6% 증가한 126조 원으로 집계



ESG(Environmental, Social and Governance) 활동 현황

E

(환경경영)

- 동사는 2021년 ESG 위원회를 설치하고 관련 정책과 활동을 수립하여 지속 가능한 경영을 실천하고 있음.
- 동사는 종합 결제 기업으로 온·오프라인 결제 서비스를 제공하고 있으며, 친환경 스마트시티 정책인 공유 자전거 사업의 결제 서비스사로 참여한 바 있음.

S

(사회책임경영)

- 동사는 개인정보 보호법을 준수하고 있으며 정기적인 보안교육, 접근통제 시스템의 설치, 고유식별정보의 암호화 등을 통해 개인정보의 안정성을 확보함.
- 동사는 객관적인 업적 및 역량 평가와 합리적인 보상제도를 통해 근무 의욕과 업무 능률을 향상하고 있음.

G

(기업지배구조)

- 동사는 내부정보 관리 규정을 수립하여 따르고 있으며, 상장기업으로서 공시 의무를 성실히 준수하여 2018년 한국거래소의 코스닥 시장 공시 우수법인으로 선정된 바 있음.
- 동사의 사외이사 비율은 50%이며 이사회 내 감사위원회를 설치하여 감사 업무를 수행 중임.

I. 기업현황

온·오프라인 전자결제 서비스를 주력으로 e-Payment 시장을 선도하는 기업

동사는 대형 온라인 쇼핑몰이나 소셜커머스사와 같은 온라인 기반의 사업자 또는 신용카드 가맹점을 대상으로 온·오프라인 전자결제 서비스를 제공하며 O2O 분야에도 사업을 전개하고 있는 기업이다.

■ 기업 개요

동사는 온라인 결제(PG), 오프라인 결제(VAN), O2O와 같은 e-Payment 사업을 전문적으로 영위하는 종합 전자결제 서비스 기업으로 1994년 12월 설립되어 2002년 1월 코스닥 상장하였다. 동사는 소비자들의 안전하고 편리한 전자상거래를 위한 일환으로 신용카드 결제 서비스, 계좌이체, 휴대폰 결제 서비스, 무인 결제 서비스 등을 제공하고 있으며, 대형 온라인 쇼핑몰이나 소셜 커머스사와 같은 온라인 기반의 사업자 또는 가맹점을 주요 대상으로 한다. 현재 온라인 결제부문과 오프라인 결제부문으로 구분된 동사의 사업은 각각 15만여 개의 기업과 32만 개의 가맹점이 동사의 고객으로 있으며, 2020년에는 오픈마켓 거래 1위, 온라인 VAN서비스 점유율 1위의 성과를 달성하기도 했다. 동사는 1994년부터 이어온 전자결제의 기술력과 전문인력, 실무경험을 바탕으로 O2O 분야까지 사업을 전개하고 있으며, 기업이 꾸준히 성장할 수 있는 지속성장이라는 슬로건 아래 결제수단의 확장과 온·오프라인 통합 결제 서비스 구현을 목표로 사업을 추진 중이다.

■ 주요 주주 및 관계 회사

동사 분기보고서(2021.09)에 따르면, 동사 최대주주는 엔에이치엔페이코(주)(엔에이치엔(주), 68.42%)로 총 41.30%의 지분을 보유하고 있다. 그 뒤로 Lazard Asset Management LLC와 슈로더 인베스트먼트 매니지먼트 리미티드, The Capital Group Companies, Inc.가 각각 5.14%, 5.03%, 5.02%의 지분을 보유하고 있고, 자기주식과 박준석 대표이사 외 2인이 4.51%, 0.25%의 지분을 보유하고 있다.

[표 1] 동사 주요 주주

주주명	보통주(주)	지분율(%)	비고
엔에이치엔페이코(주)	10,118,563	41.30	최대주주
Lazard Asset Management LLC	1,258,814	5.14	
슈로더 인베스트먼트 매니지먼트 리미티드	1,156,235	5.03	
The Capital Group Companies, Inc.	1,231,205	5.02	
자기주식	1,105,477	4.51	
박준석 외 2인	60,990	0.25	대표이사 외 2인

*출처: 동사 분기보고서(2021.09), NICE디앤비 재구성

한편, 당사는 종속기업으로 (주)케이씨피대부파이낸셜과 (주)솔비포스, NHN KCP PTE. Ltd.를 두고 있다. 당사의 종속기업은 여신금융업, 소프트웨어 개발 및 처리업, POS개발 등을 주업종으로 하며, 소재지는 각각 한국과 싱가포르이다. 당사는 (주)솔비포스를 제외하고는 종속회사의 지분을 모두 보유하고 있으며, 재무정보 등 종속기업의 세부정보는 [표 2]와 같다.

[표 2] 당사 종속기업 세부정보

종속회사	소재지	업종	당사 지분율
(주)케이씨피대부파이낸셜	한국	여신금융업, SW 개발 및 처리업	100.0%
(주)솔비포스	한국	POS 개발 및 유통업	91.5%
NHN KCP PTE. Ltd.	싱가포르	SW 개발 및 컨설팅, 서비스	100.0%

*출처: 당사 분기보고서(2021.09), NICE디앤비 재구성

■ 사업 분야 및 주요 서비스

당사는 온라인 결제사업과 오프라인 결제사업, O2O 사업을 주력으로 영위한다. 온라인 결제사업은 PG 서비스와 온라인 VAN 서비스를 가맹점에 제공하여 제공하는 사업으로 대형 온라인 쇼핑몰, 소셜커머스사, 온라인 게임사 등 약 15만여 개 업체가 주요 고객이다. 오프라인 결제사업은 오프라인 가맹점에 신용카드 거래승인 및 부가정보 중개서비스와 같은 오프라인 VAN 서비스를 의미하며, 약 32만 개의 오프라인 가맹점을 주요 고객으로 보유하고 있다. O2O 사업은 온라인과 오프라인 시장을 융합하여 진행하는 사업으로 무인주문 결제사업, 주문 중개서비스 (주문데이터 중개서비스), 온·오프라인 통합 솔루션 등이 해당되며, 대표적으로 ‘페이코 오더’ 라는 브랜드를 엔에이치엔페이코(주)와 공동으로 운영하고 있다. 2021년 3분기 누적 실적 기준, 당사의 사업 분야별 매출은 온라인 결제사업의 PG 서비스에서 가장 많이 발생하였으며, 비중은 88.5%를 차지하였다.

[표 3] 당사 사업별 매출 비중(2021년 3분기 누적 기준)

(단위: 억 원)

사업 구분	매출액	비중
온라인 결제사업	PG	4,817
	온라인 VAN	225
오프라인 결제사업	오프라인 VAN	294
O2O 사업	103	1.9%

*출처: 당사 분기보고서(2021.09), NICE디앤비 재구성

당사의 서비스는 크게 PG 서비스와 VAN 서비스, O2O 서비스로 구분할 수 있다. 이 중, 당사 매출의 가장 큰 비중을 차지하는 PG 서비스는 일반 결제 서비스, 휴대폰 결제 서비스, PG 부가 서비스 등이 있으며, VAN 서비스는 신용카드, 체크카드 결제, POS 솔루션, 무인 결제 등이 있다. O2O 서비스는 페이코 오더 서비스, 페이코 모바일 식권 등이 대표적이다.

[그림 1] 동사 주요 서비스

PG 서비스	VAN 서비스	O2O 서비스
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 일반결제 서비스(신용카드, 계좌이체, 가상계좌 등) ▪ 휴대폰 결제 서비스 ▪ 정기과금 ▪ PG 부가서비스(본인확인 등) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 신용카드, 체크카드, 포인트 카드 결제 ▪ 무인결제(키오스크) ▪ 현금 영수증 서비스 ▪ POS 솔루션 플랫폼 	<ul style="list-style-type: none"> ▪페이코 오더 서비스 ▪페이코 모바일 식권 ▪페이코 캠퍼스 존

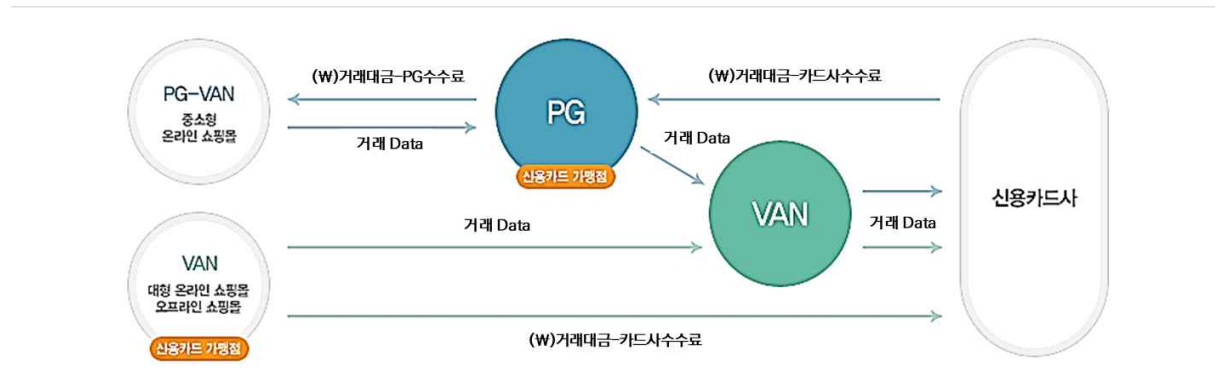
*출처: 동사 홈페이지, NICE디앤비 재구성

한편, 동사는 온라인 결제사업, 오프라인 결제사업, O2O 사업의 판매전략을 각각 수립하여 마케팅을 수행 중이다. 온라인 결제사업은 인터넷 웹사이트를 통한 인바운드 영업과 아웃바운드 타겟 영업을 주 판매전략으로 하고 있고, 오프라인 결제사업은 지역별 인구 분포, 신용카드 가맹점 분포 등의 시장 조사를 기반으로 대상을 결정하며, 지역 내 영업력을 강화하기 위한 거점 대리점 사업자를 통해 판매전략을 구사한다. 또한, O2O 사업은 오피스 상권 내 테이크 아웃을 중심으로 하는 소형 매장, 자체 배달 채널 운영 등 매출 증대를 꾀하는 프랜차이즈를 타겟팅하여 판매전략을 구성하고 있으며, 각 매장의 서비스 편의성 증진을 위해 POS 솔루션과의 연동을 확대하고 있다.

■ PG와 VAN이 접목된 동사의 전자결제 시스템

동사의 PG는 전자상거래에서 구매자로부터 대금을 수취하여 판매자에게 최종적으로 지급될 수 있도록 지급정보를 송수신하거나 그 대금의 정산을 대행하는 서비스를 의미한다. 신용카드사와 계약을 맺을 수 있는 대형 온라인 쇼핑몰과 오프라인 쇼핑몰은 VAN사를 통한 결제가 가능하지만, 중소형 온라인 쇼핑몰은 신용카드사와 직접 계약이 어려워 PG사가 대표가맹점으로써 대금을 결제하는 방식을 사용한다. 따라서, 대형 온라인 쇼핑몰과 오프라인 쇼핑몰의 결제 흐름은 다소 차이가 있는데 대형 온라인 쇼핑몰의 결제 흐름은 ‘매장→VAN사→신용카드사’ 이고, 중소형 온라인 쇼핑몰의 결제 흐름은 ‘매장→PG사→VAN사→신용카드사’ 이다.

[그림 2] 동사의 전자결제 시스템 구성 및 흐름도



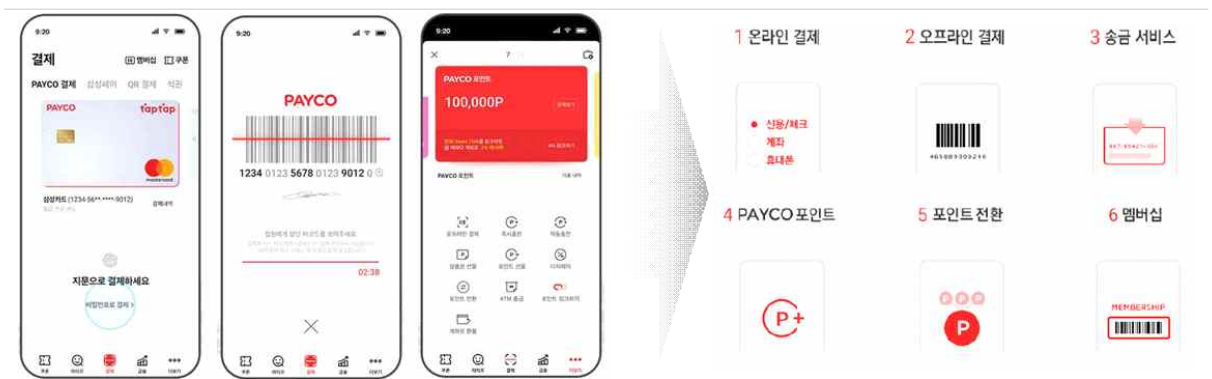
*출처: 동사 홈페이지

■ 온라인, 오프라인을 모두 지원하는페이코 간편결제서비스

동사의페이코 간편결제서비스는 결제 방식을 특화한 PG 서비스의 일종으로 모바일 결제에 해당된다. 모바일 결제는 스마트폰 등 모바일 기기를 이용하여 금융거래와 소비자거래 등 지급 결제 업무를 처리할 수 있도록 하는 지급 결제 서비스이며, 모바일 뱅킹, 온·오프라인 모바일 결제 등으로 구분된다. 모바일 결제는 근거리 무선통신 기술인 NFC(Near Field Communication)를 적용한 방식과 MST(Magnetic Secure Transmission)를 적용한 방식이 있으며, 그 외 앱카드나 바코드, QR 코드를 이용하는 방식도 있다.

동사는 2015년페이코 간편결제 시스템을 구축하여페이코 간편결제 온라인 및 오프라인 서비스를 제공하고 있다.페이코를 통한 온라인 결제는 ‘페이코 가입→본인인증 및 결제수단 등록→할인혜택 선택→결제 비밀번호 입력→결제’의 순으로 이루어져 있다. 오프라인 결제는 휴대폰에페이코 앱이 설치되어 있어야 서비스를 이용할 수 있으며, NFC 결제와 바코드 결제 등을 지원한다. 동사는 현재페이코를 포함하여 넥슨페이, 원더페이 등 다양한 기업 맞춤형 간편결제서비스를 개발하여 운영 중이다.

[그림 3] 동사의 간편결제서비스



*출처: 동사 홈페이지

■ 최신 IT 기술과 트렌드를 반영한 동사의 O2O 서비스,페이코 오더

O2O 서비스는 온라인과 오프라인을 유기적으로 연결하여 고객들에게 편리하고 가치 있는 서비스를 제공하는 비즈니스 모델을 의미한다. O2O 서비스는 온라인으로 고객을 유치하고, 오프라인으로 커머스를 지원하기 위해 시작되었으며, 성공적인 사업을 위해 서비스 유형에 적합한 마케팅과 서비스를 고도화할 수 있는 IT 기술 접목이 필수적이다. 이와 관련하여, O2O 서비스는 스마트기기에 앱을 설치하고 온라인 송금으로 결제하는 비대면 결제 방식과 NFC/마그네틱 카드로 직접 결제하는 대면 결제 방식으로 구분되는데, 사용자의 결제수단(카드 등)의 정보를 앱에 미리 입력하고, 비밀번호나 생체정보(지문 등) 인증을 통해 결제하거나, NFC 기술과 MST 기술, QR 코드 기술 등이 적용된 방식을 사용하기도 한다.

동사의 페이코 오더는 QR 코드를 이용한 방식으로 모바일을 활용해 주문과 결제를 한번에 해결할 수 있는 통합 솔루션이다. 온라인상에서 누리던 간편결제 편의를 오프라인에서 그대로 제공하는 것이 특징이며, 페이코 이용자는 주문을 위해 매장 내 테이블에 비치된 QR코드를 스캔하거나, 페이코 앱 또는 고객사 앱을 이용해 간편하게 주문과 결제를 마칠 수 있다. 또한, 현장에서 직접 이뤄지는 결제뿐만 아니라, 미리 주문하고 매장에서 포장 제품을 받아갈 수 있는 ‘픽업 오더’와 주문부터 배달서비스까지 모두 제공하는 ‘배달 오더’의 기능도 포함한다.

아울러, O2O 서비스는 소비자에게 유용한 정보를 전달하기 위해 소비자의 위치를 고려하여 온라인으로 정보를 전달하는 기능을 사용하므로 사용자의 위치를 측정하는 기술이 매우 중요한데, 동사의 페이코 오더는 사용자의 위치를 파악하고 앱으로 근처 매장의 판매 정보를 제공하기 위해 저전력 블루투스(Bluetooth Low Energy) 비콘, WiFi, 지오펠스(Geo-Fence)와 같은 기술을 이용해 사용자의 위치를 측정한다.

[그림 4] 동사의 페이코 오더 서비스



*출처: 동사 제공자료

■ 지속적으로 성장 중인 PG 서비스 및 간편결제서비스

한국은행 자료(2021)에 따르면, 2021년 상반기 PG 서비스 일 평균 실적은 사용금액 8,635억 원, 이용건수 2,091만 건으로 집계되었다. 이는 전기 대비 각각 12.8%, 13.0% 증가한 수치로 코로나19 이후 온라인 거래가 계속해서 상승하여 PG 서비스 역시 동반 상승한 것으로 분석된다. 이 중 식품, 생활용품, 음식배달의 온라인 결제를 대행하는 업종들의 실적 증가가 PG 서비스 이용 증가를 견인한 것으로 보고 있고, 2021년 상반기 간편결제서비스 이용실적(일평균)은 전기 대비 각각 12.5%, 12.9% 증가한 5,590억 원, 1,821만 건으로 집계되었다.

[그림 5] PG 서비스(위) 및 간편결제 서비스(아래) 이용실적 (단위: 억 원, 만 건)



*출처: 한국은행(2021), NICE디앤비 재구성

■ 코로나19로 사용이 늘어난 O2O 서비스는 다양한 산업계로 확산 중

일반적으로 O2O는 온라인과 오프라인 채널을 통합하여 구매 촉진을 활성화하는 유저들의 새로운 서비스로 통용된다. 정보통신기술을 통해 온라인 공간에서 고객을 유치하여 오프라인 공간에서 실질적 서비스를 제공하는 특징이 있고, 서비스 시장은 온라인 상거래 시장과 오프라인 상거래 시장이 겹치는 교집합 영역으로 정의할 수 있다. O2O 서비스는 음식, 숙박, 뷰티, 교통, 관광, 유통 등 잠재력이 풍부한 산업 분야로 확산 가능성이 높은 서비스로 분류되며, 서비스 산업의 Value Chain은 오프라인 매장 사업자 → O2O 서비스 제공업체 → 수요자로 구성된다.

2021년 과학기술정보통신부가 공개한 보도자료에 의하면, 2020년 국내 O2O 서비스 플랫폼에서 이루어진 총 거래액(O2O 서비스 기업 플랫폼에 등록된 제휴사 및 가맹점의 매출)은 126조 원으로 전년(약 97조 원) 대비 29.6% 증가한 것으로 나타났다. 구체적으로 보면 이사, 럭셔리서비스, 택배와 같은 배달이 속한 운송 서비스 분야 거래액이 전년(약 28.5조 원)보다 23.7% 증가한 35.3조 원을 기록했으며, 이 중, 특히 음식배달 거래액은 2019년 14.4조 원에서 20.1조 원으로 43.5% 성장했다. 이는 코로나19로 인한 배달 수요의 급증세가 여전히 진행 중이란 뜻이며, 운송 서비스가 O2O 시장 견인에 핵심적인 역할을 하는 가운데 다양한 산업계로의 지속적인 확산과 성장이 전망되는 부분이다.

[그림 6] 2020년 O2O 서비스 분야별 거래액



*출처: 2020년 O2O 서비스 산업조사, 과학기술정보통신부(2021)

■ 경쟁사 분석

[다날] 다날은 휴대폰 결제를 비롯해 신용카드, 계좌이체, 상품권, 가상계좌 등 다양한 결제수단을 활용한 PG 사업을 영위하는 회사로, 1997년 7월 설립되어 2004년에 코스닥 상장하였다. 다날은 세계최초 휴대폰 결제 서비스 출시 및 전자지급 결제 분야의 전문성을 바탕으로 신용카드 결제 서비스,페이코인 결제 서비스 등 온라인 결제뿐 아니라 오프라인 결제 서비스도 제공하고 있으며, 2018년에는 삼성페이와 전략적 제휴를 통해 서비스를 진행 중이다. 현재 6개의 주요 자회사를 통해 디지털 콘텐츠, 프랜차이즈, 렌탈서비스 사업으로 수익을 증가시키고 있는 가운데, 2020년에는 2,294억 원의 매출액과 124억 원의 순이익을 기록하였다.

[KG이니시스] KG이니시스는 PG 사업과 유통망을 활용한 상품매출로 수익을 창출하는 전자상거래 및 유통 기업으로, 1998년 11월 설립되어 2002년 11월 코스닥 상장하였다. KG이니시스는 주력 기술인 암호화 인증기술과 데이터 보호기술, 전자서명기술을 기반으로 이니페이(INIpay), 케이페이(KPAY), 더블유페이(WPAY) 등 전자결제 서비스를 제공하고 있으며, 결제 서비스의 연속성을 보장하고, 거래의 안정성을 확보하기 위해 전 시스템 및 서버 듀얼화를 통한 무정지 시스템을 보유하고 있다. 또한, 정보보호 강화와 신뢰성 확보를 위해 2014년에 취득한 글로벌 결제 데이터 보안 인증을 현재까지 유지하고 있고, 2020년에는 8,102억 원의 매출액과 530억 원의 순이익을 기록하였다.

[한국정보통신] 한국정보통신은 신용카드 조회 서비스 사업을 국내 최초로 개발하여 상용화하고 신용카드 조회 VAN 시장에 진출한 기업으로, 1986년 5월 설립되어 1998년 1월 코스닥 상장하였다. 주력 사업은 가맹점 네트워크, 대외 인터페이스 부가가치 창출을 위한 VAN 사업, PG 사업 등이 있고, 전국 VAN 가맹점을 통하여 신용카드 판매대금 자동이체 서비스, 전자전표 관리 서비스 등을 제공한다. 한국정보통신의 이지체크(Easy Check)는 대표적인 안전 결제 시스템으로서 온라인, 오프라인, 모바일 등 모든 결제가 가능하며 전국 약 100만 개의 가맹점을 고객사로 두고 있다. 한국정보통신은 지속적인 매출실적을 실현하는 가운데 2020년에는 4,952억 원의 매출액과 106억 원의 순이익을 기록하였다.

동사의 SWOT 분석

[그림 7] SWOT 분석



동사의 ESG 활동

동사는 2021년 8월 지속 가능한 경영을 위해 ESG 위원회를 설치하고, 법률 전문가인 사외이사를 위원장으로 선임하였으며, 기술, 인사, 재무, IR 등 부문별 전문가로 이루어진 위원회를 구성하였다. ESG 위원회는 ESG 정책을 수립하고 유관 업무 및 활동을 관리 감독하여 지속 가능 경영의 필요성과 방향에 대해 소통하며 ESG 경영에 적극적으로 참여하고 있다. 동사는 전자금융산업에서 온·오프라인 통합결제 서비스를 제공하고 있어 유형의 제품을 제작하지 않아 환경오염 물질의 배출과는 무관하다. 그러므로, 환경(E) 부문 관련한 활발한 활동은 없으나, 오폐(OFO)사와 업무 협약을 체결해 친환경적인 스마트시티 정책인 공유 자전거 사업의 결제 서비스사로 참여한 바 있다.

동사는 사회(S) 부문에서 정보통신망 이용촉진 및 정보보호에 관한 법률 및 개인정보 보호법을 준수하여 이용자의 개인정보를 보호하고 있다. 구체적으로는 정기적인 정보교육을 진행하고 내부 정보관리 계획을 수립하고 있으며 기술적 조치로 접근통제 시스템의 설치, 고유 식별정보의 암호화, 보안 프로그램 설치 등을 시행하여 개인정보의 안정성을 확보하고 있다.

동사는 인재 육성을 위해 직무교육, 계층 교육, 공동체 교육 등 다양한 교육 프로그램을 제공하고 있으며, 임직원의 업적 및 역량 평가를 통해 합리적인 보상을 제공하여 근무 의욕과 업무 능률을 향상시키고 있다. 동사 분기보고서(2021.09)에 의하면 동사의 여성 근로자의 비율은 약 38.0%로 동 산업(K66, 금융 및 보험관련 서비스업)의 여성 근로자 비율인 44.0% 이하이고, 남성대비 여성 근로자의 근속연수는 72.2%로 동 산업 평균 86.6%에 못 미치는 수치이다. 하지만 남성대비 여성 근로자의 연간 급여 수준은 71.0%로 동

산업 평균 65.6%에 상회하며, 여성 임원 또한 보유하고 있어 성별에 따른 고용 평등을 일정 수준 실천하고 있다.

[표 4] 동사 근로자 성별에 따른 근속연수 및 급여액 (단위: 명, 년, 천 원)

성별	직원 수		평균근속연수		1인당 연평균 급여액	
	동사	동 산업	동사	동 산업	동사	동 산업
남	227	50,520	5.4	9.7	45,507	88,224
여	139	39,742	3.9	8.4	32,309	57,876
합계	366	90,262	-	-	-	-

*출처: 고용노동부 「고용형태별근로실태조사」 보고서 (2021.02), 동사 분기보고서(2021.09), NICE디앤비 재구성



동사는 지배구조(G) 부문에서 경영 투명성 제고를 위해 내부정보 관리 규정을 제정하여 자본시장과 금융투자업에 관한 법률을 준수하고 내부거래를 방지하고 있으며, 상장기업으로서 공시 의무를 준수하여 2018년 한국거래소의 코스닥 시장 공시우수법인으로 선정된 바 있다. 동사 분기보고서(2021.09)에 의하면 동사의 이사회는 사내이사 2인, 사외이사 3인, 기타 비상무이사 1인으로 구성되어 있으며 사외이사 비율은 50%이다. 동사는 이사회 내, 사외이사 3인으로 구성된 감사 위원회를 설치하고 회계 전문성을 갖춘 감사 위원장을 선임하여 회계 감사 업무의 독립성과 전문성을 확보하였다. 동사는 주주환원을 위해 2020년부터 총 11회의 연속 결산 배당을 시행하였으며 최근 5년간 평균 배당수익률은 2.95%이다.

[표 5] 동사의 지배구조 (단위: 명, %)

이사회		감사		주주	
의장, 대표이사의 분리	-	회계 전문성	○	최대주주 지분율	41.30
사내/사외/기타비상무	2/3/1	특수관계인	-	소액주주 지분율	33.69
사외이사 재직기간	6년 미만	내부통제 제도	○	3년 이내 배당	○
내부위원회	○	감사 지원조직	○	의결권 지원제도	○

*출처: 동사 분기보고서(2021.09), NICE디앤비 재구성

II. 재무분석

코로나19 영향에 따른 언택트 소비 확산으로 2020년 실적 성장세 유지

동사는 2020년 코로나19로 인한 언택트 소비 증가로 온라인 사업부 실적 호조에 힘입어 큰 폭의 매출 상승을 보였으며, 최근 2개년 매출액 영업이익률은 6%대로 무난한 수준의 수익성을 나타냈다.

■ 2020년에도 온라인 부문 매출이 동사의 매출을 견인

동사는 PG 사업과 온·오프라인 VAN 사업, O2O 사업을 영위하고 있는 종합 결제사이다. 온라인 결제사업은 PG, 온라인 VAN 서비스를 가맹점에게 제공하는 사업이며, 온라인 쇼핑물, 온라인 게임사 등 약 15만여 개의 고객사를 보유하고 있고, 오프라인 결제사업은 약 32만 개의 오프라인 가맹점을 대상으로 신용카드 거래승인 및 부가정보 중계서비스를 제공 중이다. 동사는 2015년 국내 최초로 신용카드 정보저장 간편서비스를 출시하였으며, 2019년 ‘페이코 오더’ 신사업을 시작하였다. 2020년 말 사업보고서에 따르면, PG 사업은 신용카드 거래액 기준 시장점유율 24.5%를 기록하며 업계 1위를 차지하였고, 동사의 사업 부문별 매출 비중은 온라인 PG 사업 88.5%, 온라인 VAN 4.1%, 오프라인 VAN 5.4%, O2O 사업이 1.9%이다.

■ 2020년 온라인 쇼핑 시장 확대, 언택트 소비 확산으로 실적 증가 폭 상승

유안타증권(2021.09) 자료에 따르면 인터넷 상거래 증가 및 스마트폰 보급 확대에 따른 간편결제서비스의 활성화로 국내 온라인 쇼핑 시장이 2021년 전년 대비 19.0% 성장한 190조 원 규모를 형성할 것으로 전망되고 있다. 이러한 우호적 환경 조성과 함께, 코로나 장기화로 비대면 소비가 늘어나며 온라인 결제부문 매출이 증가하였고, 2020년 전년 대비 33.0% 증가한 6,248.4억 원을 기록하여 매출 성장 폭이 확대되었다.

신사업인 O2O 사업 부문의 식권 서비스, 페이코 오더 서비스 오픈과 함께 국내외 가맹점 거래대금이 큰 폭으로 증가하였다. 이와 관련하여, 온라인 결제 사업부의 실적 호조 지속에 힘입어 2021년 3분기 누적 매출액은 전년 동기 대비 20.9% 증가한 5,440.5억 원을 시현하였고 상승 추이를 이어갔다. 특히 분기별 누적 매출 추이는 1분기 1,672.6억, 2분기 3,497.8억 원, 3분기 5,440.5억 원을 기록하여 3분기까지 누적 실적으로는 사상 최초 5,000억 원을 돌파하는 증가세를 지속했다.

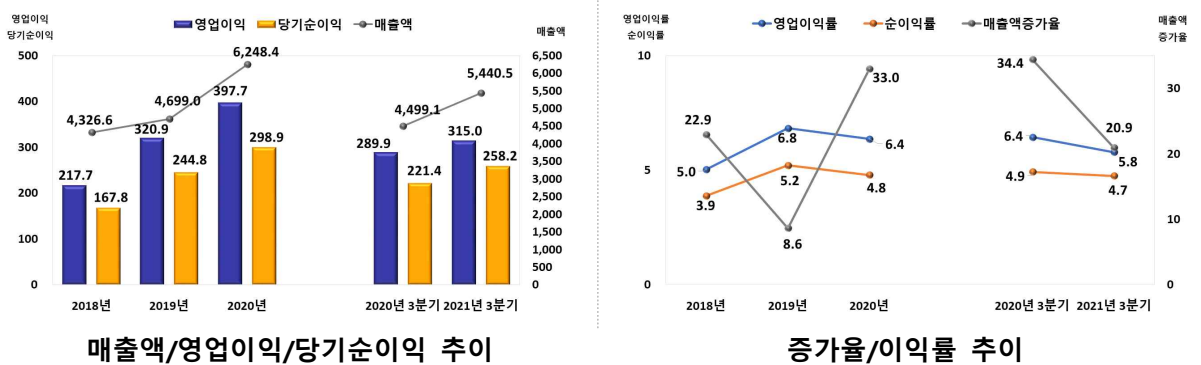
■ 2020년 수익성은 다소 하락했으나, 2021년 3분기까지 무난한 수준 유지

동사는 80% 중후반대의 원가율을 나타내고 있으며, 최근 2개년간 6%대의 무난한 영업 수익성을 지속 중이다. 2020년 매출 증가에도 불구하고 원가율 상승 등으로 매출액 영업이익률이 전년 6.8%에서 6.4%로 저하되었으나, 매출 증가 폭이 컸던 이유로 영업이익은 전년 대비 23.9% 증가한 397.7억 원을 기록하였다. 한편, 2020년 말 기준 외환차손과 외화

환산손실 등의 증가로 영업외수지가 적자를 나타내어 매출액 순이익률은 4.8%를 기록하며 영업이익률과 비슷한 추이를 보였다.

아울러, 2021년 3분기 누적 기준 매출액 영업이익률 5.8%, 매출액 순이익률 4.7%를 기록하였고, 영업이익률은 전년 6.4% 대비 감소한 수치를 나타내었으나, 인센티브 지급으로 인한 단발성 비용임을 고려할 시, 우려할 만한 감소 폭은 아닌 것으로 판단된다. 한편, 분기 누적 영업이익은 315.0억 원(+8.7% YoY)을 기록하였고, 분기 누적 순이익은 258.2억 원(+16.6% YoY)을 기록하며 양호한 영업실적을 나타냈다.

[그림 8] 동사 연간 및 3분기(누적) 요약 포괄손익계산서 분석 (단위: 억 원, %, K-IFRS 연결 기준)

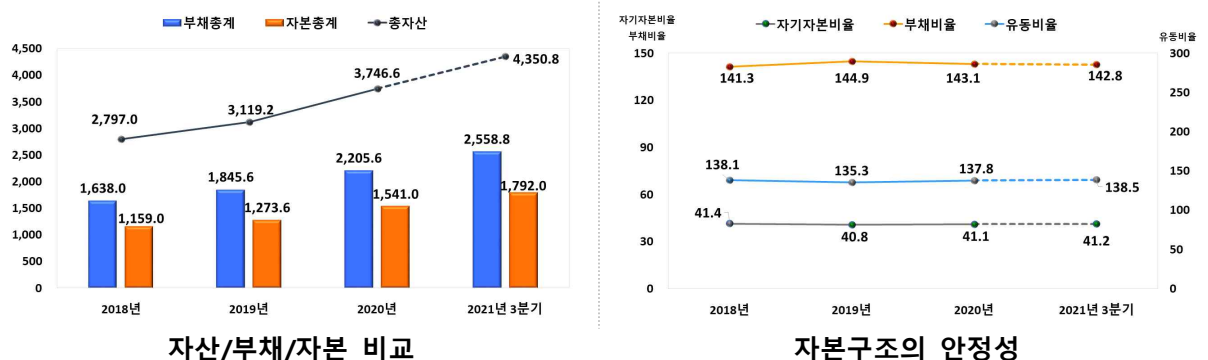


*출처: 동사 사업보고서(2020.12), 동사 분기보고서(2021.09), NICE디앤비 재구성

■ 무난한 수익창출력을 기반으로 큰 변동 없는 일정한 재무구조 유지

동사는 지속적인 순이익 내부유보로 자본총계 및 총자산은 증가세를 보이며, 140% 초반대의 부채비율과 130% 중반대의 유동비율로 큰 변동 없는 비교적 일정한 재무구조를 유지 중이다. 2020년 말 기준 부채비율 143.1%, 유동비율 137.8%를 기록하여 무난한 재무안정성을 나타냈다. 차입 사용금액은 담보 제공자산 장부금액의 50% 정도로 담보 여력이 충분하며, 차입금 의존도는 10% 미만을 유지하고 있고, 현금 및 현금성 자산의 보유량도 최근 2개년 증가세를 보여 전반적인 재무 리스크가 낮은 수준으로 판단된다. 이후 2021년 3분기 말에도 부채비율 142.8%, 유동비율 138.5%를 기록하며 큰 변동 없이 비슷한 재무구조를 유지했다.

[그림 9] 동사 연간 및 3분기(누적) 요약 재무상태표 분석 (단위: 억 원, %, K-IFRS 연결 기준)



*출처: 동사 사업보고서(2020.12), 동사 분기보고서(2021.09), NICE디앤비 재구성

[표 6] 동사 연간 및 3분기(누적) 요약 재무제표 (단위: 억 원, K-IFRS 연결 기준)

항목	2018년	2019년	2020년	2020년 3분기	2021년 3분기
매출액	4,326.6	4,699.0	6,248.4	4,499.1	5,440.5
매출액증가율(%)	22.9	8.6	33.0	34.4	20.9
영업이익	217.7	320.9	397.7	289.9	315.0
영업이익률(%)	5.0	6.8	6.4	6.4	5.8
순이익	167.8	244.8	298.9	221.4	258.2
순이익률(%)	3.9	5.2	4.8	4.9	4.7
부채총계	1,638.0	1,845.6	2,205.6	2,057.5	2,558.8
자본총계	1,159.0	1,273.6	1,541.0	1,458.1	1,792.0
총자산	2,797.1	3,119.1	3,746.6	3,515.6	4,350.8
유동비율(%)	138.1	135.3	137.8	139.3	138.5
부채비율(%)	141.3	144.9	143.1	141.1	142.8
자기자본비율(%)	41.4	40.8	41.1	41.5	41.2
영업현금흐름	280.5	732.1	592.7	72.4	678.1
투자현금흐름	-28.1	-216.5	-98.3	-59.5	-201.4
재무현금흐름	-54.4	-134.7	-31.8	-31.8	-6.0
기말 현금	887.7	1,269.4	1,717.7	1,249.6	2,189.7

※ 분기: 누적 실적

*출처: 동사 사업보고서(2020.12), 동사 분기보고서(2021.09)

III. 주요 변동사항 및 향후 전망

해외 가맹점 확대와 O2O 사업 본격화로 중장기적인 성장 전망

코로나 백신 접종 확대 등 각 산업계의 해외 진출과 여행사업이 활성화될 것으로 전망되는 가운데, 당사는 해외 가맹점 유치를 통한 거래처 다변화와 O2O 사업 본격화로 중장기적인 성장이 기대된다.

■ 디즈니플러스의 마스터 PG사 선정 등 해외 가맹점 확대로 실적 증가 예상

당사는 과포화된 국내 전자결제 시장을 넘어 신성장동력으로 해외 가맹점 확보에 주력하고 있다. 해외 고객사는 맞춤형 결제 시스템을 제공해야 하는 만큼 개발 기간만 1년 이상 걸리지만, 한번 마스터 PG사 지위를 획득하게 되면 장기간 거래가 가능하기 때문이다. 이와 관련하여, 당사는 2019년 애플 앱스토어 마스터 PG사 지위를 확보한 이후 서비스를 진행 중인 가운데, 최근 디즈니플러스의 PG사 지위까지 획득하였다.

보도자료에 따르면, 당사는 2021년 11월 12일 OTT(Over The Top) 서비스를 시작하는 디즈니플러스의 마스터 PG사로 선정되었다. 넷플릭스에 비견되는 글로벌 온라인 스트리밍 서비스 기업인 디즈니플러스는 국내에서 흥행 기대가 높은 상황으로 당사의 중장기적 실적에도 영향을 줄 것으로 예상된다. 참고로 디즈니플러스는 지난 2분기 유료 회원수가 1억 1,600만 명으로 집계되었는데, 넷플릭스의 2억 900만 명과 비교하면 여전히 차이가 있으나, 성장 속도는 더 높은 수준이었다. 지난 2분기 넷플릭스의 신규 가입자는 154만 명인데 반해, 디즈니플러스는 같은 기간 7.8배 많은 1,200만 명을 확보한 것이 그 이유이며, 디즈니플러스의 성장 속도와 맞물려 PG사의 지위를 확보한 당사의 매출 증가 속도 역시 상승할 것으로 전망된다.

■ O2O 사업 매출 본격화 및 신사업 추진을 통해 매출 극대화

과학기술정보통신부에 따르면, 2020년 O2O 기반 거래액은 126조 원으로 전년 97조 원 대비 29.9% 성장하였으며, O2O 플랫폼에 입점하여 서비스를 공급하는 가맹점은 약 53만 개로 전년 대비 55.6% 증가하였다. 이처럼 해마다 빠르게 성장하고 있는 O2O 시장은 코로나19로 인해 비대면 결제 방식의 선호도가 높아진 점과 1인 가구의 증가, 무인 주문 결제의 생활화 등 소비자들의 생활패턴 변화와 새로운 트렌드 확산이 맞물린 이유로 분석되며, 이러한 추세에 따라 당사의 O2O 사업 매출이 본격화될 것으로 전망된다.

당사는 또한, 지분투자를 통해 (주)솔비포스 등 POS사의 의사결정권과 독점제휴권을 확보하였다. 이를 통해 POS사와 연계하여 가맹점 맞춤형 서비스를 제공할 수 있고, POS와 관련된 다양한 부가서비스를 제공할 수 있으며 이에 따른 수익 창출이 기대된다.

■ 증권사 투자 의견

작성기관	투자 의견	목표주가	작성일
유안타 증권	Buy(유지)	72,000원	2021. 10. 14
	<ul style="list-style-type: none"> ■ 2021년 3분기 실적은 매출액 1,893억 원과 영업이익 118억 원으로 전망 ■ 3분기 실적은 매출액 1,893억 원(+18.9%, YoY)과 영업이익 118억 원(+4.7%, YoY)으로 추정. 3분기에도 무난한 실적 흐름 이어질 것으로 예상하며 재난 지원금 효과로 오프라인 결제 부문 이익률 좋아지며 전사 수익성 개선에 기여할 것. 2021년 전망치는 7,523억 원(+20.4% YoY), 영업이익 452억 원(+13.6% YoY)으로 추정 		
교보증권	Buy(신규)	62,000원	2021. 06. 08.
	<ul style="list-style-type: none"> ■ O2O 신사업은 현재 본격적 런칭 가맹점 확대 집중. O2O 사업의 '런칭가맹점/계약가맹점' 비율은 '20년 말 20% → '21년 말 70%대 상승 기대, 오프라인 활동 재개되는 하반기부터 가시적 O2O 매출 성장 예상. 2021년 O2O 매출 200억원(YoY +127.7%) 전망 ■ 2021년(E) PG 매출은 6,717억원(YoY +22.2%)를 기록할 것으로 전망 ■ 올해 동사의 영업이익률은 2분기부터 QoQ 상승해 4Q21E까지 6.6%로 상승할 것으로 예상하며, 2021년 동사의 영업이익은 476억원(YoY +19.6%, OPM 6.2%)를 전망 		

*본 투자 의견은 2021/11/25일 실시한 무상증자 권리락 이전 투자 의견임.

■ 시장 정보(주가 및 거래량)

[그림 10] 동사 1개년 주가 변동 현황



*출처: 네이버금융(2021년 11월 25일)