


이 보고서는 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

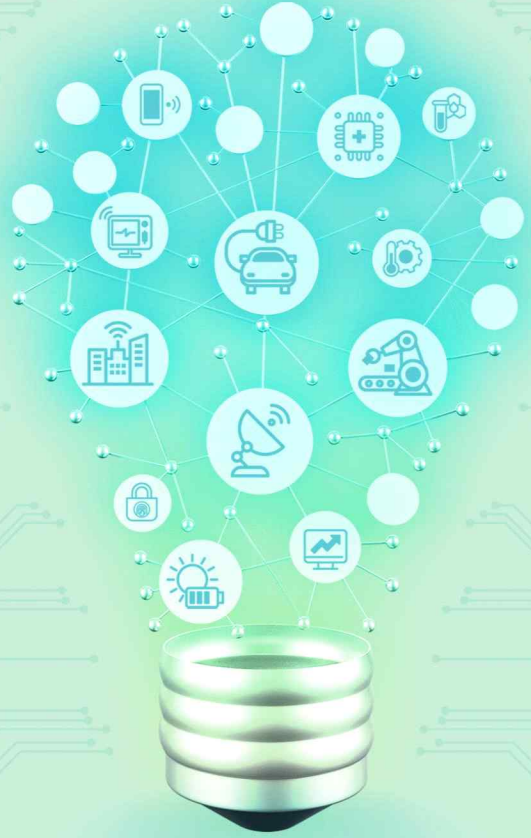
기술분석보고서

 YouTube 요약 영상 보러가기

이엠넷(123570)

기타서비스

요약
기업현황
재무분석
주요 변동사항 및 전망



작성기관

NICE평가정보(주)

작성자

이슬아 전문연구원

- 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.

이엠넷(123570)

온라인 종합광고대행 업계 최초 코스닥 상장 기업

기업정보(2022/01/24 기준)

대표자	김영원
설립일자	2000년 04월 20일
상장일자	2011년 11월 25일
기업규모	중소기업
업종분류	광고 대행업
주요제품	온라인광고대행/ 소프트웨어 개발

시세정보(2022/01/24 기준)

현재가(원)	6,150
액면가(원)	500
시가총액(억 원)	1,370
발행주식수	22,276,078
52주 최고가(원)	8,970
52주 최저가(원)	3,705
외국인지분율	25.91%
주요주주	김영원

■ 업계 최초 국내 코스닥 상장 기업

이엠넷(이하 동사)은 온라인 종합광고대행을 목적으로 설립되었으며, 업계 최초 2011년 11월 코스닥시장에 상장되었다. 동사는 자체 솔루션을 기반으로 약 4만여 건 이상의 광고집행 이력을 통해 다양한 포트폴리오를 보유하고 있으며, 지속적인 연구개발을 통해 품질경쟁력을 유지해 나가고 있다. 그간의 업력을 바탕으로 온라인 종합광고대행 전문기업으로 자리매김하였으며, 고객사와 양호한 거래 관계 유지를 통해 안정적인 기업경영을 지속하고 있다.

■ 독자적인 광고 솔루션을 통해 경쟁력 확보

동사는 독자적인 광고 솔루션을 개발하여 광고주 단위 최적화된 맞춤 서비스를 제공하고 있으며, 특히, 데이터 기반의 애드테크 분석을 통한 맞춤형 마케팅을 구현함으로써 광고주 단위 최적화된 솔루션을 제공하고 있다. 또한, 광고주 유형별 관리체계 변화를 통해 네이버, 구글, 페이스북 등 국내외 대형 광고 매체와의 파트너십을 맺는 등 대형광고주의 비중을 지속적으로 확대하고 있다. 이러한 서비스 차별화를 통해 지속적으로 수익률 개선이 이루어지고 있으며 대한민국 온라인광고제 3년 연속 수상, 구글 프리미어 파트너 어워드 대상 및 페이스북 우수 사례 선정 등의 성과를 이루어냈다.

■ 주요사업인 온라인 광고 시장 성장세 지속

최근 COVID-19의 글로벌 확산과 장기화에 따라 비대면의 일상화로 PC와 모바일을 중심으로 한 콘텐츠 소비가 증가하며, 온라인광고 시장이 빠르게 성장하고 있다. 특히, 온라인광고 시장에서 모바일의 비율이 2016년 48%에서 2020년 76%까지 증가하며, 시장 성장을 주도하고 있다. 동사 또한 주력 매출원인 모바일 사업 부문이 해당 시장성장에 따른 수혜가 예상된다.

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	316	9.7	56	17.7	45	14.2	8.9	5.8	56.3	191	2,337	11.3	0.9
2019	367	16.1	77	21.0	81	22.1	13.0	8.8	56.1	323	2,617	11.0	1.4
2020	390	6.3	72	18.6	79	20.2	11.7	7.5	68.9	317	2,861	13.1	1.5

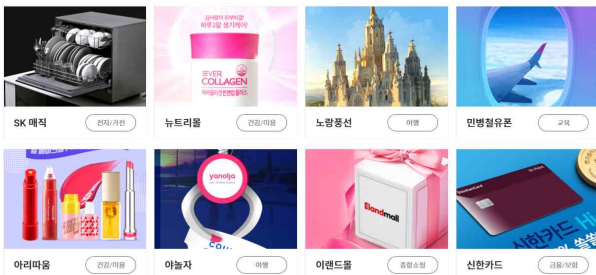
기업경쟁력

온라인 종합광고대행 시장 선도

■ 다양한 온라인 종합광고대행 포트폴리오 보유

- 4만여 포트폴리오 구축

주요 포트폴리오



체계적인 인프라 구축

■ 350여 명의 전문가 조직을 통한 기술경쟁력 확보

- 2021년 3분기 기준, 중속회사포함

■ 콘텐츠 기획 역량 강화를 위한 조직 구축

- 디자인 및 동영상 기획/제작 전담 조직 구축

핵심기술 및 주요 수상

핵심기술

■ 애드테크 기반 성과형 솔루션 보유

- 광고주 단위 최적화된 맞춤형 솔루션 개발

■ 광고주 유형별 맞춤 조직 및 솔루션 보유

- 중소형 광고주 관리체계 구축을 통한 안정적 매출 구조 확보
- 전략광고주 관리/운영을 통한 플랫폼 중대형 광고주 포트폴리오 강화

주요 수상

■ 광고 최적화, 수익률 개선 등 수상

대한민국 온라인 광고제 수상 [퍼포먼스 부문]	구글 프리미어 파트너 어워드 [동영상혁신 검색네트워크디스플레이부문]	글로벌 매체 Best Case 선정 [Dynamic Ad, Innovation]
광고성과최적화를 통한 3년 연속 수상	2년 연속 대한민국 WINNER	제안, 운영, 성과 국내외 사례 선정 및 공식 등록
<ul style="list-style-type: none"> 17년: 네오팜 우수상 16년: 인터파크 우수상 15년: 롯데마트 우수상 	<ul style="list-style-type: none"> 19년: 디스플레이 부문 파이널리스트 18년: 동영상혁신 부문 17년: 검색네트워크 부문 <small>*구글 전세계 프리미어 파트너 대상 어워드</small>	<ul style="list-style-type: none"> 페이스북: 플레이어, 가방팝 크리테오: 투어2000

ESG 현황

Environment

항목	현황
환경 정보 공개	□
환경 경영 조직 설치	□
환경 교육 수준	□
환경 성과 평가체계 구축	□
온실가스 배출	□
에너지, 용수 사용	□
신재생 에너지	□

▣ : 양호 ▢ : 미흡 □ : 확인불가

Social

항목	현황
인권보호 정책 보유	□
여성/기간제 근로자 근무	▣
협력사 지원 프로그램	□
공정거래/반부패 프로그램	□
소비자 안전 관련 인증	□
정보보호 안전 관련 인증	□
사회공헌 프로그램	□

▣ : 양호 ▢ : 미흡 □ : 확인불가

Governance

항목	현황
주주의결권 행사 지원제도	▣
중장기 배당정책 보유	▣
이사회 내 사외이사 보유	▣
대표·이사회 독립성	▣
감사위원회 운영	▣
감사 업무 교육 실시	▢
지배구조 정보 공개	▣

▣ : 양호 ▢ : 미흡 □ : 확인불가

- > 환경정보 공개, 환경 경영 조직 설치, 환경 성과평가체계 구축 등이 파악되지 않으나 추후 계획 중에 있음
- > 전체 인원의 50% 이상의 여성 근로자를 보유하고 있고, 지속 가능한 사회공헌 활동 등을 위한 프로그램 등을 계획 중에 있음.
- > 이사회 독립성 강화를 위해 모든 정보를 투명하게 공개하며, 감사위원을 보유하여 독립성을 유지하면서 감사 업무를 수행하고 있음.

* 본 ESG 현황은 나이스평가정보사가 분석대상 기업으로 입수한 정보를 요약 정리한 것으로, 분석 시점 및 기업의 참여도에 따라 결과가 달라질 수 있습니다.

I. 기업현황

온라인 종합광고대행 업계 최초 국내 코스닥 상장 기업

이엠넷(이하 동사)은 온라인광고 대행, 컨설팅 등을 주요사업으로 영위하고 있으며, 국내 업계 최초 코스닥 상장사로 독자적인 데이터 분석 기반의 퍼포먼스 통합 솔루션을 제공 중이다.

■ 개요

동사는 2000년 4월에 설립되어 2011년 11월 업계 최초로 코스닥시장에 상장되었다. 동사는 온라인 종합광고대행 사업을 목적으로 설립되었으며 광고 기획/집행, 광고분석 솔루션 개발 및 공급 등을 주 사업으로 영위하고 있으며, 이 외 광고관리/프로모션 및 용역 서비스 등을 제공 중에 있다.

■ 주요주주 및 관계회사 현황

3분기 보고서(2021) 기준, 최대주주는 대표이사 김영원으로 32.51%의 지분을 보유하고 있으며, 다음으로는 일본 5대 SEM(Search Engine Marketing) Agency인 Transcomos inc로 파악된다. 한편, 동사의 관계회사는 이엠넷 재팬(일본), (주)더브록스, (주)코마스인터랙티브, (주)위터멜론 등 총 6개이며, 모두 광고대행 관련 사업을 영위하고 있는 것으로 파악된다.

표 1 주요 관계회사 계통도

(단위: %)

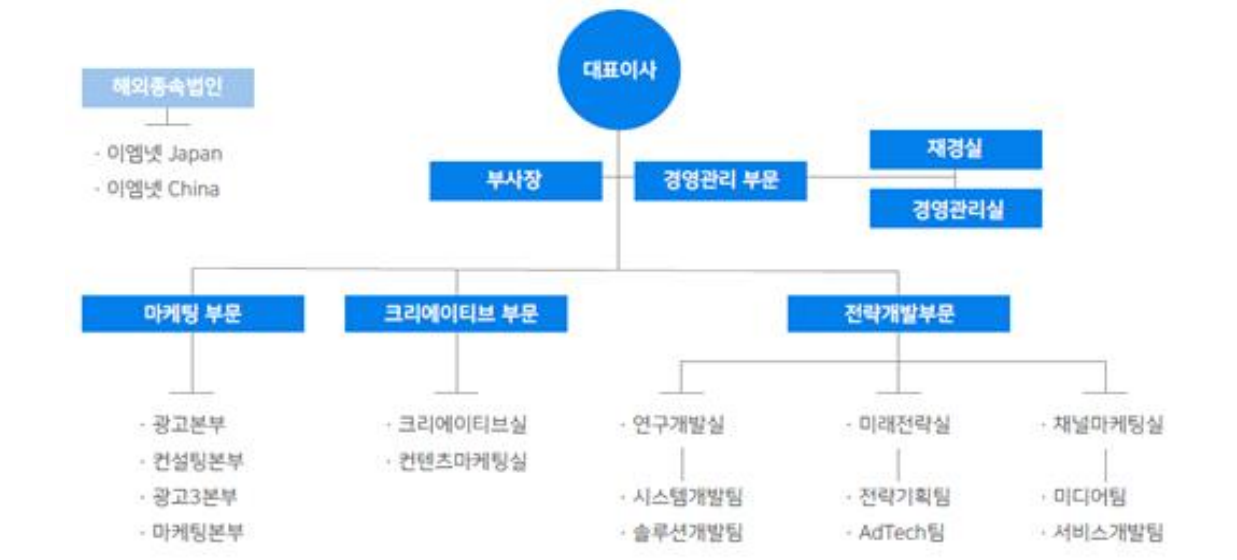
출자자(소속회사)/피출자자	(주)이엠넷	(주)코마스인터랙티브
(주)이엠넷	1.90	-
(주)더브록스	100.00	-
Beijing eMnet Co. Ltd	100.00	-
(주)코마스인터랙티브	52.39	-
북경코마스광고유한공사	-	100.00
(주)위터멜론	-	100.00
이엠넷 재팬	20.67	-

*출처: 3분기 보고서(2021), NICE평가정보(주) 재구성

■ 주요 경영진 및 조직 구성

동사는 설립부터 김영원 대표이사가 역임해오고 있으며, 대표이사는 한양대학교 사회학 전공자로 온라인광고협회 및 한국인터넷광고재단 이사 등의 이력을 보유하고 있다. 한편, 3분기 보고서(2021) 기준, 동사는 등기임원은 총 8명으로 대표 1명, 상근 사내이사 2명, 비상근 사외이사 4명 및 비상근 기타비상무이사 1명으로 구성되어 있으며, 미등기임원은 1명이다. 직원은 기간의 정함이 없는 근로자 및 기간제 근로자를 포함하여 총 335명이 근무하고 있다. 조직 구성은 크게 마케팅, 크리에이티브, 전략개발, 경영관리 등으로 구성되어 있다.

그림 1. 조직 현황



*출처: IR자료(2021)

■ 주요 사업 및 매출 비중

동사 3분기 보고서(2021) 기준, 광고 대행 사업 부문이 전체 매출의 60% 이상의 매출을 차지하고 있다.

표 2. 사업 부문별 매출 비중 현황

(단위: 백만 원, %)

매체/상품		주요 상표	매출액	비율	제품 설명	
국내	광고 대행	네이버	파워링크, 비즈사이트, 쇼핑검색, 브랜드검색, 신용카드정보 검색 등	14,598.48	46.62	네이버 및 제휴사이트에 노출, CPC/CPM방식
		카카오	프리미엄링크, 콘텐츠광고 모바일검색, 브랜드검색 등	2,448.49	7.82	카카오, 네이트에 노출, CPC/CPM방식
		구글	스폰서 링크, GDN 등	1,644.72	5.25	구글 제휴사이트에 노출, CPC방식
		기타	네이트, 네오클릭, 크리테오, 페이스북, 네트워크상품 등	1,682.31	5.37	-
	광고관리/프로모션 수익		각 매체 프로모션	1,952.10	6.23	-
	용역/ 임대수입		바이럴	1,298.31	4.15	-
	기타매출		판매대행	20.77	0.07	-
일본	광고 대행	야후	야후 리스팅 광고, 인터레스트 매치	949.51	3.03	야후 재팬 노출, CPC방식
		구글	애드워즈	2,655.11	8.48	구글 재팬 노출, CPC방식
		페이스북	페이스북	795.18	2.54	페이스북
	기타	트위터 등	1,141.09	3.64	야후, 구글 이외 매체파트너 사이트에 노출, CPC/CPM방식	
	광고관리/프로모션 수익		-	1,893.61	6.05	-
	용역/ 임대수입		-	232.02	0.74	-
합계			31,311.75	100.00		

*출처: 3분기 보고서(2021), NICE평가정보(주) 재구성

■ 연구개발 활동

동사는 광고주의 광고집행을 보다 효과적으로 진행하기 위해 지속적으로 솔루션 개발 및 업데이트를 진행 중이며, 사원들에게 체계적인 솔루션 교육을 시행함으로써 전문인력 양성뿐만 아니라 광고주 광고 효과를 극대화하기 위한 연구개발을 지속하고 있다.

표 3. 주요 연구개발 실적

개발명	개발결과	효과
AD인사이드 : 로그 분석 및 광고 효과 측정 솔루션	- 산학협력을 통한 자체기술로 로그 분석 솔루션 개발 - 광고 데이터베이스와 연계한 종합분석 - 상품별, 회원유형별 등 다차원의 마케팅 효과분석	- 대외적 경쟁력 확보 - 해외 진출을 위한 기술적 기반 마련
광고주센터 : 광고 통합 보고서 시스템	- 로그 분석 시스템 연동을 통한 검색 광고 데이터 통합 분석 기능 - 매체 API를 통한 광고 데이터 수집 및 데이터 마이닝 - 기타 매체 성과 리포트	- 다양한 보고서 제공을 통한 고급 컨설팅 가능 - 광고주와의 커뮤니케이션 확대 - 광고주의 동사에 대한 신뢰도 및 만족도 증가
키홀더 : 광고 소재 및 경쟁사 분석 솔루션	- 광고주 광고를 통한 대량의 광고 소재 확보 - 분석 모듈을 통한 키워드 및 경쟁 사이트의 카테고리 분석 기능제공 - 광고주의 경쟁사 광고 현황 모니터링 및 분석	- 영업 시 신속한 정보 획득으로 영업 효율성 증대 - 경쟁사 광고 현황 분석을 통해 광고주의 광고 성과 개선
AD매니저 : 광고 소재 편집, 운영 및 스마트 입찰 솔루션	- API 웹서비스를 이용한 윈도우용 프로그램 개발 - 실시간 데이터 수집 및 적용 - 일부 업무 자동화로 업무 효율화 - URL 패턴 분석기 - 키워드 속성 필터링	- 광고 소재 편집에 소요되는 시간을 단축함으로써 업무 효율성 상승 - 자동 스케줄 기능 등으로 업무 누수 방지
브랜드매니저 : 광고주 브랜드 관련 인터넷 게시물 모니터링 솔루션	- 오픈 API를 이용한 브랜드 콘텐츠 수집 - 스케줄링을 통한 데이터 자동 수집 - 수집된 콘텐츠의 분류	- 브랜드 관련 웹 게시물의 자동 수집을 통한 업무 편의성 개선 - 수집된 콘텐츠의 분류 및 분석을 통한 후속 대응 방안 수립 가능

*출처: 3분기 보고서(2021), NICE평가정보(주) 재구성

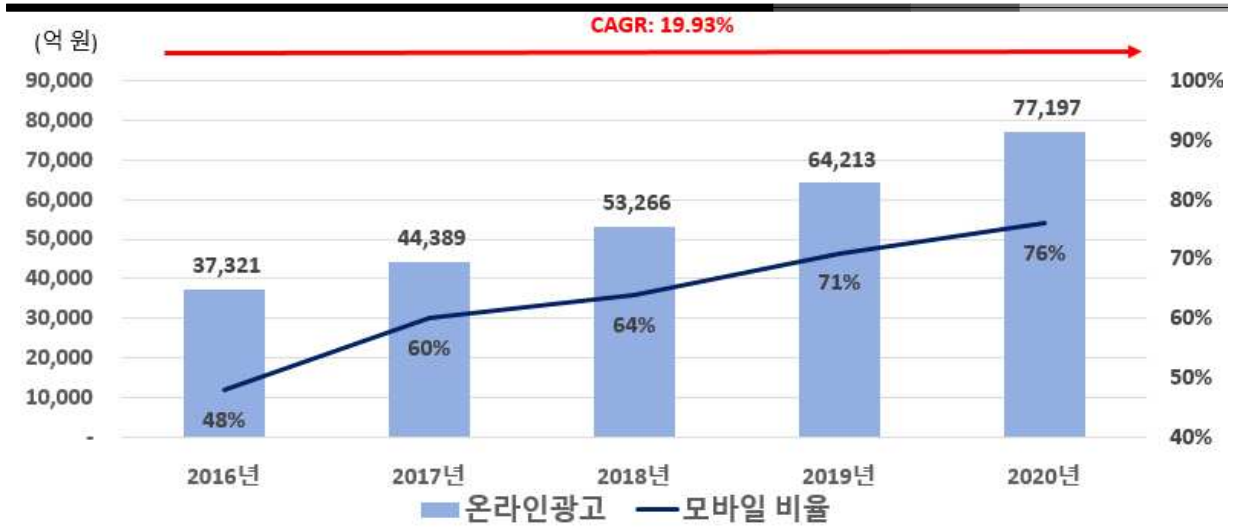
■ 온라인광고 산업 현황

온라인광고 산업은 COVID-19로 인한 오프라인 광고 시장 침체에서도 비대면의 일상화로 산업과 소비자의 소통창구 역할을 수행하며, 광고 시장 성장을 주도하고 있다. 또한, 동영상 스트리밍, OTT 시장의 성장과 미디어 커머스, 쇼퍼블 콘텐츠 확대 등을 통해 동영상 광고 시장의 확대와 다변화가 예상된다.

한국온라인광고협회 2020 온라인광고 시장 분석 및 전망에 따르면, 국내 온라인광고 시장은 2016년 3조 7,321억 원에서 연평균 19.93% 성장하며, 2020년에는 7조 7,197억 원의 시장을 형성한 것으로 조사되었다.

한편, 온라인광고 시장에서 모바일이 차지하는 비율은 2016년 48%에서 2020년 76%로 점유율이 높아지고 있는 것으로 조사되었다.

그림 2. 국내 온라인광고 시장 규모

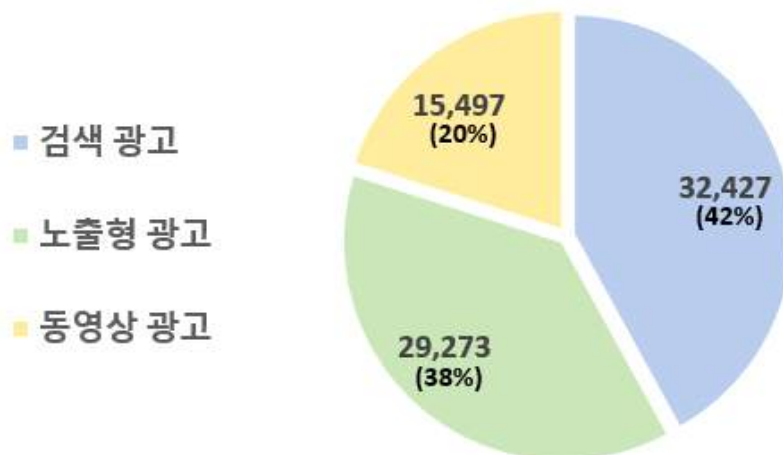


*출처: 한국온라인광고협회, '2020 온라인광고 시장 분석 및 전망(2021), NICE평가정보(주) 재구성

또한, 2020년 기준 국내 온라인광고 시장에서 광고 유형별 시장 규모는 검색 광고 3조 2,427억 원(42%), 노출형 광고 2조 9,273억 원(38%), 동영상 광고 1조 5,497억 원(20%) 순으로 조사되었다.

그림 3. 국내 온라인광고 유형별 시장 규모(2020년)

(단위: 억 원)



*출처: 한국온라인광고협회, '2020 온라인광고 시장 분석 및 전망(2021), NICE평가정보(주) 재구성

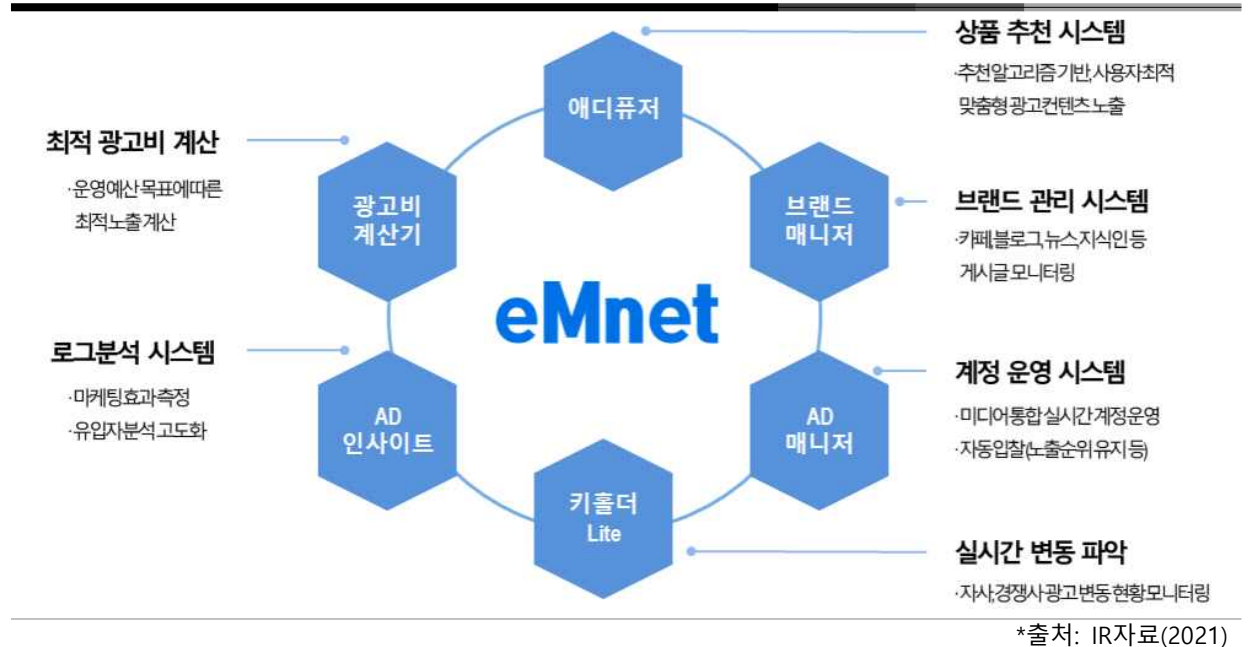
■ 핵심경쟁력

동사는 광고 효과를 극대화하기 위해 4P 운영 프로세스 구축하여 운영하고 있다. 동사의 4P 프로세스는 Prediction(목표 방향 설정), Planning(전략기획 및 컨설팅), Perform(광고집행, 관리 등), Progression (광고분석 등) 순으로 이루어진다. 동사는 광고주의 광고 목표 및 방향을 설정(Prediction)하여 이에 맞게 체계적인 전략기획 및 컨설팅(Planning)을 수행하고 있다. 동사는 Perform과 Progression 단계에서 사용되는 다양한 맞춤형 솔루션을 개발하였으며 이를 통해 광고주의 예산과 요구사항 범위 내에서 활용 가능한 광고 및 마케팅 방법을 제안하고 있

다. 또한, 이를 실행하여 결과를 분석하고 마케팅 효과를 높이기 위해 투입되는 인적자원, 솔루션 등을 포함하는 일련의 모든 서비스를 제공하고 있다.

동사의 주요 서비스는 광고의 집행과 성과 관리, 광고 및 캠페인 관련 디자인 제작, 광고분석 솔루션 제공 등이 있으며, 해당 솔루션은 광고집행의 효율성 개선은 물론 광고 성과에 대한 객관적인 지표들을 제공함으로써 광고 성과를 극대화한다. 또한, 동사는 에디튜저, 브랜드매니저, AD 매니저, AD 인사이트 등 다양한 솔루션을 개발하여 광고주 단위로 최적화된 맞춤형 솔루션을 제공하여 시장경쟁력을 확보해 나가고 있다.

그림 4. 대표 솔루션



II. 재무분석

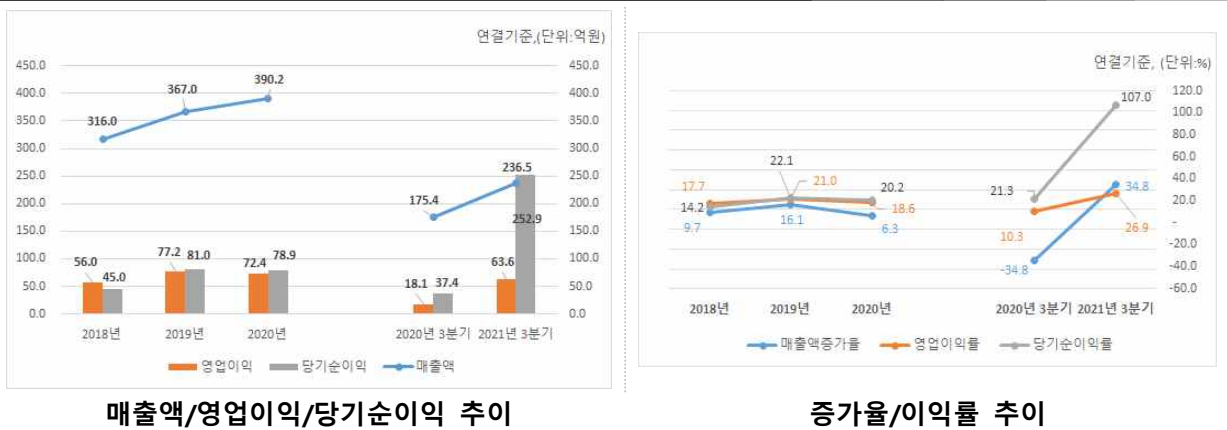
양호한 성장성과 수익성, 안정성을 모두 겸비한 광고 전문기업

동사는 국내와 일본에서 광고대행 및 광고관리 위주로 호실적을 이어가고 있으며, 동종업 대비 수익성이 우수하다. 무차입 경영 기조를 고수하고 있으며 현금 유동성이 풍부하여 재무적 리스크도 낮은 것으로 분석된다.

■ COVID-19에도 불구하고 매출 증가세 지속

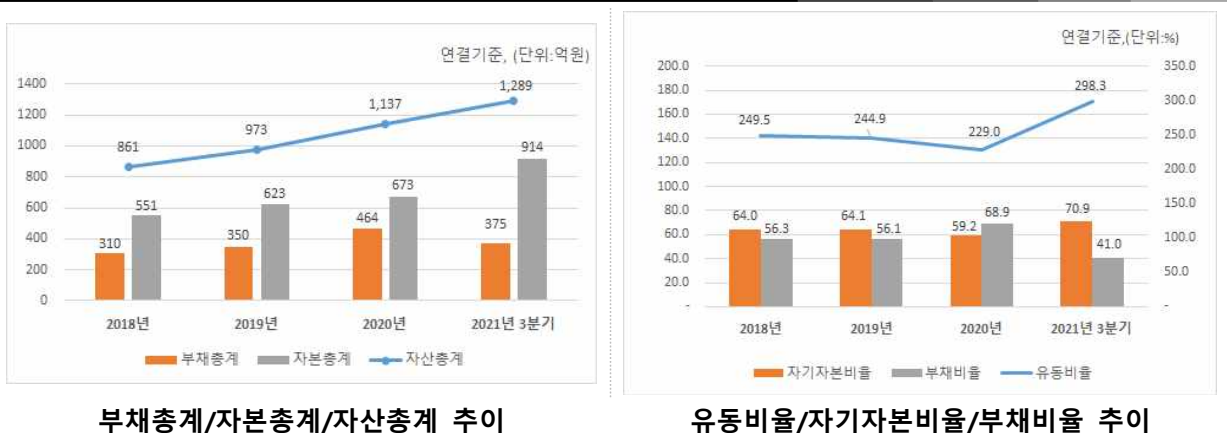
동사는 COVID-19로 인한 경기 침체에도 불구하고 2020년 연결기준 전년 대비 6.3% 증가한 390억 원의 매출을 시현하였다. 광고대행 수익이 325억 원(+5.5%), 광고관리 프로모션 매출이 42억 원(+40.1% YoY)으로 총매출 성장을 이끌어냈다. 내수 매출의 경우 254억 원(+4.9% YoY), 일본 등 해외매출은 136억 원(+9.1 YoY%)을 기록하여 경로별로 고른 성장을 나타냈다. 매출처별로 살펴보면 네이버와 카카오, 구글 등을 위주로 광고수익이 증가하고 있는 모습이 확인된다.

그림 5. 동사 연간 및 3분기 요약 포괄손익계산서 분석



*출처: 동사 사업보고서(2020), 분기보고서(2021)

그림 6. 동사 연간 및 3분기 요약 재무상태표 분석



*출처: 동사 사업보고서(2020), 분기보고서(2021)

■ 효율적인 인력 운영으로 우수한 수익성 견지

동사의 수익구조를 살펴보면 영위하는 사업 특성 상 인건비 비중이 가장 크다. 2020년 연간 종업원급여는 207억 원으로, 당기 말 영업직 및 영업지원직 인력인 420명으로 산술평균 계산 산할 경우 인당 0.49억 원의 인건비가 산출된다. 종업원 1인당 매출액이 0.93억 원인 것을 감안하면 인당 생산성이 뛰어난 것으로 평가된다. 최근 3개년 매출액영업이익률의 경우 2020년 18.6%, 2019년 21.0%, 2018년 14.2%로 NICE 산업평균인 6% 수준을 상회하며 우수한 수익성을 견지했다.

■ 2021년도 호실적 및 안정적인 재무구조 지속

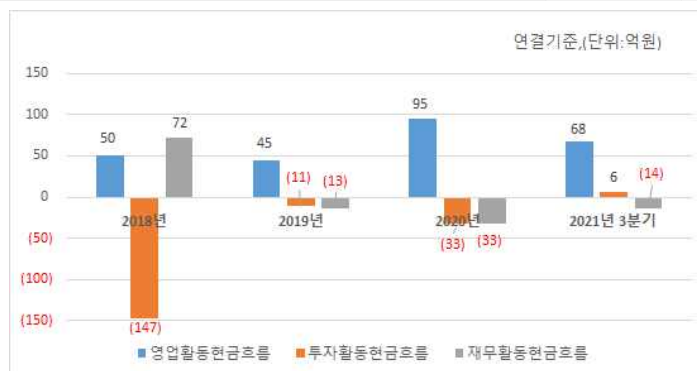
2021년 3분기 연결기준 누적 매출액은 237억 원(-14.3% YoY)으로 감소했다. 상반기에 일본법인 지분을 매각함에 따라 연결대상에서 제외된 것이 주요 원인이었다. 올해 발생한 일본 매출 77억 원을 분기실적에 반영할 경우 당분기 누적매출은 총 313억 원으로 산출되는 바, 성장세는 여전히 견재했던 것으로 확인된다. 한편, 분기 영업이익은 64억 원으로 증가하며 매출액영업이익률이 26.9%로 향상되었고, 종속기업 처분이익을 일시에 178억 원 인식함에 따라 분기순이익도 253억 원으로 급증하며 우수한 수익구조를 유지했다.

2021년 3분기 말 기준 부채비율은 41.0%, 자기자본비율 70.9% 로 전기 말 부채비율인 68.9%, 자기자본비율 59.2% 대비 개선되었다. 순이익 대부분을 유보함에 따라 자기자본이 확충된 가운데 대행미지급금 감소 등으로 부채 총계가 축소된 영향이다. 유동자산으로 단기채무를 상환할 수 있는 지급능력을 가늠하는 지표인 유동비율의 경우 매년 200% 이상을 유지하고 있으며, 당분기 말 유동비율은 298.3%로 산업평균인 137.4% 대비 안정적인 수준을 유지했다.

■ 영업활동을 통한 원활한 현금흐름 유지

최근 영업활동 현금흐름을 살펴보면 2018년이 50억 원, 2019년 45억 원, 2020년 95억 원, 2021년 3분기 68억 원으로 양호한 흐름이 이어졌다. 영업창출현금으로 종속기업 지분 매매, 유형자산 취득, 배당금 지급과 같은 투자활동 및 재무활동에 충당하고도 약 64억 원의 잉여현금이 발생한 바, 분기말 현금성 자산은 253억 원으로 기초 190억 원 대비 증가했다.

그림 7. 동사 현금흐름의 변화



*출처: 동사 사업보고서(2020), 분기보고서(2021)

Ⅲ. 주요 변동사항 및 향후 전망

비대면 서비스 수요 증가와 신사업 진출을 통해 성장 지속

동사는 COVID-19로 인한 비대면 서비스 활성화로 온라인광고 산업이 지속적인 성장세에 있으며, 이러한 시장 성장세에 발맞추어 시장경쟁력 강화에 나서고 있다. 또한, 신성장동력 확보를 위해 이커머스 등 신사업을 계획 및 진행 중에 있다.

■ COVID-19로 인한 온라인광고 산업 성장세 지속

COVID-19로 인하여 비대면 서비스의 확대가 이루어짐에 따라 PC, 모바일 등을 기반으로 포털 관련 서비스들의 소비가 증가 될 것으로 예상된다. 또한, 모바일 주도 온라인광고 시장이 빠르게 성장하고 있으며, 대형 플랫폼 기업들의 성장이 가속화되고 있는 점 등은 동사의 사업 성장에 긍정적인 요소로 작용할 것으로 전망된다.

동사는 수년 전부터 대형 플랫폼 광고주 영입에 집중하고 있으며, 회사가 보유한 차별화된 광고분석 솔루션과 대형광고주들의 광고집행 등의 고도화된 전략을 통해 성장세를 지속하였다. 특히, COVID-19로 인한 OTT, 유튜브 등 동영상 플랫폼 내 광고 서비스가 활성화됨에 따라 동영상을 비롯한 퍼포먼스 DA 광고 영역에서 역량을 강화하여 사업 비중을 확대해 나가고 있다. 또한, 애드테크 및 크리에이티브 전문인력 확보를 위한 지속적인 투자를 통해 차별화된 광고 솔루션 개발역량을 강화할 계획이며, 차별화된 제품 및 인프라 구축을 통해 서비스 경쟁력 강화에 주력하고 있다.

■ 자본제휴에 따른 업무 협약(MOU) 및 이커머스 신사업 진출

동사의 일본 법인인 이엠넷 재팬과 소프트뱅크는 자본제휴를 통해 글로벌시장 진출 등에 있어 협력적 관계를 유지하는 내용의 업무협약(MOU)을 2021년 5월 21일에 발표하였다. 소프트뱅크는 이엠넷 재팬의 지분 41.7%를 동사로부터 184억 원에 취득하면서 1대 주주가 되었으며, 동사의 이엠넷 재팬 지분율은 기존 62.8%에서 21.02%로 감소되었다. 이러한 업무 협약을 통해 동사는 일본 내 광고 서비스뿐만 아니라 글로벌시장까지 확장할 수 있는 발판을 마련하였다.

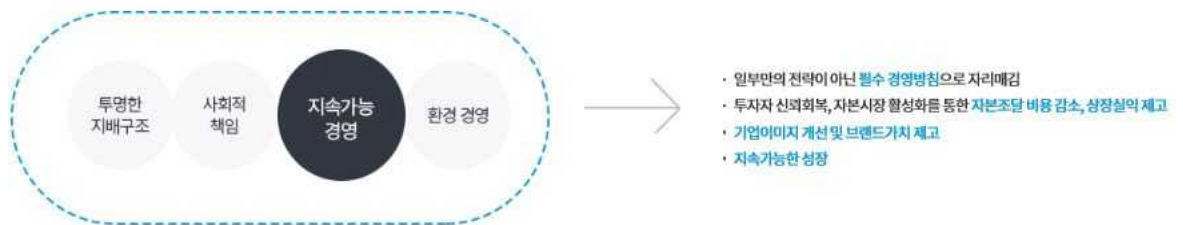
한편, 동사는 신성장동력 확보를 위해 자회사 더브록스를 출범하여 이커머스 사업 진출을 본격화 하였다. 더브록스는 동사의 고객사를 비롯하여 우수한 상품력과 높은 성장 가능성을 가지고 있는 다양한 형태의 브랜드를 발굴해 파트너십을 맺고 판매 증대에 필요한 디지털 광고를 포함하는 이커머스 전 영역을 수행해 나갈 계획이다. 더브록스의 이커머스 사업 첫 번째 파트너인 미스터바우어는 프리미엄 디자이너 네이뷰터 브랜드이며, 이를 시작으로 다양한 분야 내 사업 파트너를 발굴하여 이커머스 사업 진출을 통한 성장동력 확보에 집중하고 있다.

■ ESG 활동 현황

ESG는 기업의 비재무적 요소인 환경(Environment), 사회(Social), 지배구조(Governance)를 뜻한다. ESG 평가는 기업엔 지속 가능 경영의 동기를 유발하고 투자자에게는 사회적 책임 투자에 대한 접근성을 제고 하는 지표로 활용할 수 있다. 국내 ESG 평가를 수행하고 있는 기관은 한국기업지배구조원, 서스틴베스트, QESG가 있다.

한편, 지속가능발전소의 2015년부터 2019년까지 기업의 ESG 사건 사고 발생 현황을 분석한 자료에 의하면, 거버넌스 이슈가 있는 기업이 83.5%, 사회적 이슈 49.7%, 환경은 5.1%로 조사된다. 이사회 및 임원선정 공정성, 불공정 부패 방지 강화 및 기업윤리 정책 개선에 관한 거버넌스 측면에서 기업의 투명한 경영 활동은 ESG 관련 이슈의 핵심 요소이다. 동사는 감사위원회를 별도로 구성하여 운영하고 있으며, 최대주주와 특수관계인의 주식소유현황과 계열회사간의 지배구조 계통도를 분기별 공시하고 있다.

그림 8. ESG



*출처: 한국기업지배구조원 홈페이지(2021)

▶▶ 광고 업계 현황

광고 업계는 상대적으로 ESG 경영에 두각이 크게 나타나지 않았으나, COVID-19 장기화로 디지털 전환이 가속화되면서 ESG 경영 등 지배구조 개선 작업에 움직임을 보이고 있다. 특히, LG그룹 소속 광고 지주회사인 지투알을 포함하여, 제일기획, 오리콤, 이노션 월드와이드(이노션) 등 선두기업들이 ESG 경영을 계획 및 진행하고 있다.

지투알은 LG그룹 소속 광고 지주회사로 이사회 산하에 ESG 위원회를 설치하여, 환경과 사회, 지배구조에 관한 ESG 경영을 강화해 장기적이고 지속 가능한 성장을 실현하기 위한 계획을 수립하여 진행 중이다. 지투알은 광고제작 환경에서의 탄소배출과 자원순환을 위한 관리체계를 정립 및 실천하기 위해 자회사인 HS애드, 엘베스트와 업무 협약을 체결하였다. 해당 협약을 통해 지투알은 광고제작을 위한 전 과정에서 탄소 중립을 이행할 예정이며, 주요 사항으로는 탄소 중립과 관련된 요소를 고려한 제작 방향 기획, 촬영지, 카메라, 사운드, 의상, 분장 등의 환경 영향 최소화 등이 있다.

제일기획은 삼성그룹 소속 광고 회사로 2021년 ESG 담당 조직을 구축하여 본격적으로 ESG 경영을 위한 노력을 지속하고 있으며, 크게 나눔경영, 환경경영, 인재경영, 상생경영, 준법문화로 나누어 실천하고 있다. 환경경영은 근무 환경에서부터 본사 사옥 자동 소득 시스템 운영, 전자결재 등 친환경 문화를 구축하고 탄소 정보 공개 프로젝트에도 자발적으로 참여하는 등 실천하고 있다. 또한, 나눔경영 프레임워크를 설정하고 이에 따른 사회공헌 활동들을 추진하고 있으며, 추후 ESG 경영관리에 적극적으로 논의하고 실천해나갈 방침이다.

이노션 월드와이드(이하 이노션)는 현대자동차그룹 계열사로 ESG 협의체를 운영 중이며, 이를 통해 환경, 사회, 지배구조 각각의 사업을 체계적으로 관리하고 있다. 특히, 이노션은 2020년 환경 부분에서 D등급을 받으면서 이를 개선하기 위한 노력에 집중하고 있다, 이를 위해 다섯 가지의 환경 방침을 정하여 전 임직원이 실천하고 있으며, 2024년까지 환경경영 로드맵을 구축하여 환경 대응 체계를 내재화하는 데 집중하고 있다. 또한, 문서화 된 사내 윤리현장, 인권 현장, 협력사 행동 규범을 누구나 볼 수 있는 홈페이지에 국/영문으로 게시하여 이해관계자들이 쉽게 확인할 수 있도록 제공함으로써 사회, 지배구조 부문에 집중하여 A등급을 받았다.

표 4. 국내 광고 업계 선두기업 ESG 현황

<지투알>					<제일기획>				
구분	통합	E	S	G	구분	통합	E	S	G
2021	B	D	B	B+	2021	B+	C	A	B+
2020	B	D	B+	B+	2020	B+	D	A	B+
2019	B	C 이하	B+	B+	2019	B	C 이하	B+	B+

<오리콤>					<이노션 월드와이드>				
구분	통합	E	S	G	구분	통합	E	S	G
2021	B	D	B+	B+	2021	A	B+	A	A
2020	B	D	B+	B+	2020	B+	D	A	A
2019	B	C 이하	B	B	2019	B+	C 이하	B+	B+

*출처: 한국기업지배구조원 홈페이지(2021), NICE평가정보(주) 재구성

▶▶ 동사 현황

동사는 ESG 평가등급 이력이 부재하여 공개 자료를 통해 ESG 항목에 대한 사항을 별도로 확인하였다. 현재 동사의 경우 ESG 경영에 대한 구체적인 실천 계획은 없으나, 사회 전반의 분위기가 ESG 경영의 중요성을 강조하고 있어 향후 ESG 경영에 대한 좀 더 구체적인 대응 전략이 필요할 것으로 판단된다.

한편, 2021년 9월 분기 보고서에 따르면, 기간제 근로자가 일부 근무하고 있으나(전체 약 4%), 여성 근로자가 199명(전체 약 59%) 포함 총 335명의 직원이 근무하고 있는 것으로 확인된다. 다만, 사회적책임경영에 관한 부문에 대응 역량은 확인할 수 없는 바, 향후 사회적 공헌에 대한 적극적 참여 또한 필요할 것으로 판단된다. 동사는 최대주주와 특수관계인의 주식 소유현황과 계열회사 간의 지배구조 계통도를 분기별 공시하고 있다.

이외 사회적 책임경영에 관한 구체적인 활동은 현재 정확하게 명시되어 있지 않으며, 추후 ESG 경영의 중요성 대두와 함께 해당 부문에 대한 구체적인 계획을 수립하여 진행할 필요성이 있을 것으로 사료된다.

■ 증권사 투자의견

작성기관	투자의견	목표주가	작성일
이베스트 증권	NR	NR	2022-01-04
	<ul style="list-style-type: none"> 성장하는 디지털 광고 기업 온라인 광고의 고성장, 중대형 고객 비중 증가 향후에도 이러한 흐름이 지속될 가능성이 높아 영업이익 성장에 긍정적 		
한양증권	NR	-	2021-08-05
	<ul style="list-style-type: none"> 향후 주목 포인트는 소프트뱅크 협업 가능성과 이커머스 사업 건조한 수익성 보유한 디지털 종합광고 대행사 		

■ 시장정보(주가 및 거래량)



*출처: Kisvalue(2022.01.)