

이 보고서는 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

기술분석보고서

 YouTube 요약 영상 보러가기

버킷스튜디오(066410)

디지털컨텐츠

요약

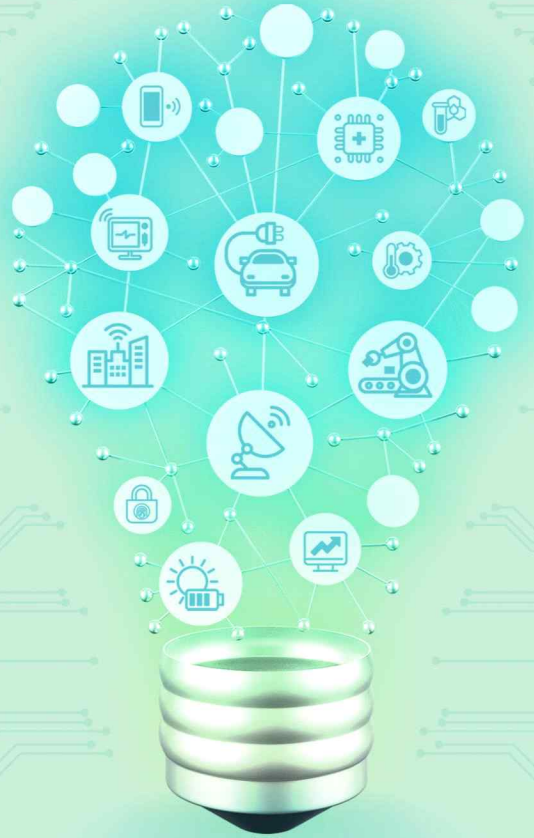
기업현황

시장동향

기술분석

재무분석

주요 변동사항 및 전망



작성기관

NICE평가정보

작성자

송승범 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.02-2124-6853)으로 연락주시기 바랍니다.

버킷스튜디오(066410)

라이브커머스 관련 토털 지원이 가능한 라이브커머스 리딩기업

기업정보(2021/09/30 기준)

대표자	강지연
설립일자	1999년 02월 05일
상장일자	2003년 12월 19일
기업규모	중소기업
업종분류	음반 및 비디오물 도매업
주요제품	DVD 영화타이틀, 영상물, 멀티미디어 컨텐츠 도소매 등

시세정보(2022/04/11 기준)

현재가(원)	3,745
액면가(원)	500
시가총액(억 원)	2,050
발행주식수	54,734,065
52주 최고가(원)	8,420
52주 최저가(원)	1,665
외국인지분율	1.67%
주요주주	이니셜1호투자조합

■ 디지털문화컨텐츠 부가판권을 활용한 유통 사업

버킷스튜디오(이하 '동사')는 1999년 2월 설립했고 2003년 12월 코스닥 시장에 상장했다. 동사는 IPTV, 케이블방송, 스마트TV, 태블릿 등 스마트 기기 기반을 중심으로 영화, 영상, 교육 등의 컨텐츠 제공과 온라인 컨텐츠 유통의 필수 기술인 필터링 솔루션을 제공하고 있다. 또한, 모바일서비스(대량문자 발송, 벨소리 다운로드)와 5G 주변기기(이어러블 등) 유통 사업, 온라인 기반의 라이브커머스(컨설팅, 대행, 방송, 판매 등)사업을 영위하고 있다.

■ 비대면 경제의 수혜를 받은 전자상거래 및 라이브커머스 사업 부문

최근 코로나19의 글로벌 확산과 장기화에 따라 전자상거래 관련 유통 사업은 큰 호황기를 맞이하였으며, 실시간 스트리밍으로 상품을 판매하는 라이브커머스는 관련 시장에 진출해 성공적으로 자리매김하였다. 한편, 일부 코로나19 영향으로 박스오피스 부진이 지속되면서 극장부문의 실적 개선이 필요한 상황이나, 위드코로나와 함께 국내외 개봉작 확대 등과 맞물려 박스오피스 시장이 재개움직임을 보이는 긍정적인 상황을 맞이하고 있다.

■ 라이브커머스 사업에 기반한 장기 성장 인프라 구축

동사는 이커머스 기반으로 진행되는 라이브커머스 사업의 리딩업체로 대행 판매 서비스를 기반으로 하는 플랫폼을 구축하였으며, 향후 중국 등으로 해외시장 진출을 계획하고 있다. 또한, 빗썸 등과 400억 원 규모의 투자 유치를 통해 향후 라이브커머스 사업 경쟁력 강화를 위한 메타버스, NFT 등의 기술과 연계를 계획하고 있는 등 신규 사업을 추진하고 있으며, 성장 인프라 구축을 위한 공간 확보를 위하여 서울 강남에 건물을 매입하였다. 이에, 향후 이커머스 내 라이브커머스 침투 비율이 지속적으로 상승하고 있는 점을 바탕으로 실적 성장이 전망된다.

요약 투자지표 (K-IFRS 개별 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)
2019	176	(4.7)	8	4.7	(27)	(15.3)	(9.5)	(6.1)	31.0	-121	1,334	N/A	1.47
2020	233	32.3	4	1.5	(51)	(22.1)	(11.3)	(8.1)	47.6	-160	1,408	N/A	1.35
2021	264	13.5	(21)	(7.9)	509	192.7	52.3	27.1	108.1	1,213	2,485	4.58	2.23

기업경쟁력

컨텐츠 제작/유통 및 모바일서비스

■ 컨텐츠 제작 및 유통 사업

- 10년 이상의 노하우를 기반으로 스마트기기 기반의 컨텐츠 제공
- '건축학개론', '오징어게임' 등 영화와 드라마 투자 이력 보유

■ 모바일서비스

- 대량문자 발송 및 벨소리 다운로드 서비스 제공

핵심경쟁력

■ 컨텐츠 필터링 기술

- 컨텐츠 유통을 위한 저작권 보호 기술 보유
- 불법 음란정보 유통 방지 기술 보유

■ 라이브커머스 등 신산업 도전

- 라이브커머스 사업 리딩기업
- 자체 스튜디오를 구성해 실시간 영상 제작 가능
- 상품기획, 유통, 촬영 등 내재화된 서비스기술 보유
- 400억 원 규모의 대규모 투자 유치

핵심기술 및 취급 품목

핵심기술

■ 디지털비즈

- 휴대폰으로 다양한 종류의 메시지(SMS/LMS/MMS/메신저)를 전송하는 광고 메시징 기술

■ 컨텐츠 유통

- 디지털컨텐츠 부가판권 온/오프라인 유통 기술

■ 라이브커머스

- 라이브커머스 관련 방송대행, 컨설팅 등 전문 서비스

주력 제품

디지털비즈	컨텐츠 유통	라이브커머스

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

▶ 에너지, 용수 사용 절감을 위해 노력하고 있으나, 환경 경영 조직, 환경 교육, 환경 성과 평가체계 등은 미흡한 수준임.

▶ 당사는 약 40%의 여성 근로자가 근무하고 있으며, 직원의 대부분은 기간의 정함이 없는 근로자임.

▶ 이사회 내 사외이사 비중이 약 75%로 이사회 독립성을 확보하고 있으며, 감사위원회를 운영하는 등 이사회 독립성을 유지하면서 감사업무를 수행하고 있음.

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

I. 기업현황

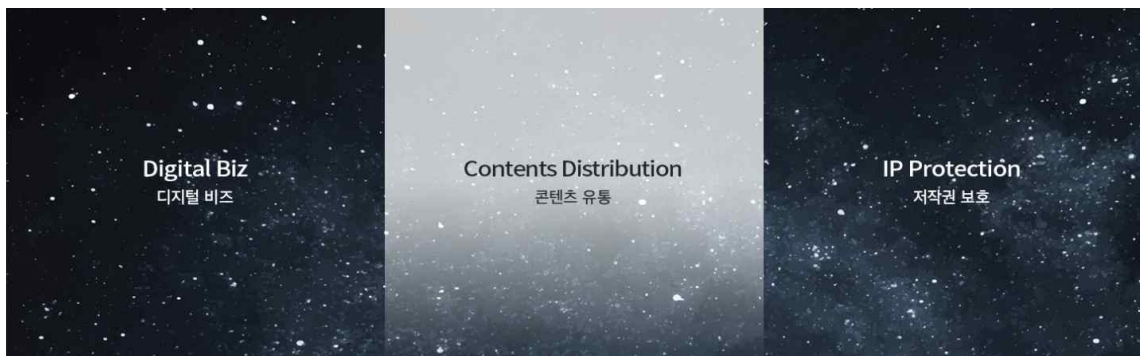
10년 이상의 노하우를 기반으로 스마트기기 기반 중심의 콘텐츠 제공

동사는 영화와 드라마와 같은 영상컨텐츠를 제작, 투자 및 국내에 배급 사업을 하고 있으며 불법 콘텐츠의 유통을 방지하는 저작권 보호 사업을 함께 영위하고 있다. 이외 디지털비즈, 오픈마켓 이커머스, 라이브커머스 등 사업을 영위하고 있다.

■ 개요

동사는 DVD, VOD 등 영상물의 제조, 복사, 서비스 등을 영위할 목적으로 1999년 2월 설립되어 2003년 12월 코스닥시장에 상장되었다. 동사는 IPTV, 케이블방송, 스마트TV, 아이패드 등 스마트 기기 기반을 중심으로 영화, 영상 교육 등의 디지털컨텐츠 유통 사업과 디지털컨텐츠 유통의 필수 기술인 필터링 솔루션 사업을 영위하고 있다. 또한, 대량문자 발송 및 벨소리 다운로드 서비스와 같은 모바일서비스(디지털비즈)와 5G 주변기기 오픈마켓 유통 사업을 영위하고 있다. 최근에는 온라인 기반의 라이브커머스 사업의 일환으로 컨설팅, 대행, 방송, 판매 등을 위한 토탈솔루션을 제공하는 등 사업다각화를 진행하였다.

그림 1. 동사의 주요사업



*출처: 동사 홈페이지(2022), NICE평가정보(주) 재구성

■ 주요주주 및 임직원 현황

2021년 3분기 보고서 기준, 동사의 최대주주는 이니셜1호투자조합으로 14%의 지분을 보유하고 있으며, 관계사인 비텐트가 13.77%, 이니셜2호투자조합이 11.8%의 지분을 보유하고 있다. 최대주주인 이니셜1호투자조합은 동사의 강지연 대표이사가 대표이사(지분율 70%)로 되어있는 이니셜이 최대출자자로 출자율은 약 48.86%로 확인된다. 한편, 동사는 해당 분기 보고서 이후 경영권 확보 등 경영상 목적 달성을 위하여 두 번의 유상증자를 진행하여 이니셜1호투자조합과 더블유디제이1호조합이 신주를 교부 할 예정이다.

표 1. 최대주주 및 특수관계인 주식소유 현황

주요주주	소유주식수	지분율(%)	최대출자자
이니셜1호투자조합	5,951,507	14.00	이니셜
비덴트	5,852,979	13.77	비덴트
이니셜2호투자조합	5,015,674	1.80	이니셜
기 타	25,683,235	60.43	기 타
합 계	42,503,395	100	-

*출처: 3분기 보고서(2021), NICE평가정보(주) 재구성

동사의 이사회는 1명의 사내이사(대표이사)와 3명의 사외이사진으로 구성되어 있다. 경영총괄 직을 수행하고 있는 강지연 대표이사는 2020년 8월 이사회에 의해 대표이사로 선출되었으며, 현재 이니셜과 동사 계열사인 인바이오젠, 메타커머스 대표이사직을 수행하고 있다. 한편, 동사는 50명(남 30명, 여 20명)의 직원이 근무 중이며, 다수의 직원에 스톡옵션을 부여하는 등 차액을 통한 보상지급을 통하여 인력관리를 수행하고 있다.

■ 주요사업 및 매출현황

표 2. 주요 제품 및 매출액

(단위: 백만 원, %)

사업 부문	품 목	구체적용도	주요상표	매출액	비 율
디지털 비즈	모바일서비스/컨설팅용역	문자발송 서비스	문자천국, 문자조아, 문자사랑 등	7,047	33.2
컨텐츠 유통	IPTV/공연 등	공중파, 케이블, 다운로드, DVD, IPTV 등 대상 유통	버킷스튜디오	2,849	13.4
	다운로드 서비스	OSP계약을 맺은 P2P 및 웹하드 사업 등 대상 유통	버킷스튜디오	789	3.7
저작권 보호	저작권보호	OSP, 권리사의 저작권 보호 서비스(필터링)	SmartFilter	450	2.1
극장	영화 상영 등	영화상영, 예고편 광고	세종메가박스	294	1.6
	매점상품 등	극장 매점 상품 판매	세종메가박스	44	
상품 유통	이어러블기기	오픈마켓 등	버킷스튜디오	9,507	45
임대 사업	부동산 임대	사무실 등 임대	이니셜타워 I	214	1.0
합 계				21,194	100

*출처: 3분기 보고서(2021), NICE평가정보(주) 재구성

동사는 디지털비즈, 컨텐츠 유통, 저작권 보호, 극장, 상품유통, 임대사업 부문을 통해 매출을 실현하고 있으며, 주요 매출은 상품유통(45%), 디지털비즈(33.2%), 컨텐츠 유통(17.1%)에서 발생한다.

각 사업부문으로 콘텐츠 유통 사업은 설립 초기부터 영위한 사업으로 영상물 DVD 및 블루레이 제작/유통을 진행하였으며, 3D컨텐츠를 비롯한 양질의 영상컨텐츠를 공급하고 있다. 대표적으로 국내외 주요 영화에 대한 부가판권을 직간접적인 투자를 통하여 확보한 후 온라인다운로드 서비스, IPTV, 공중파 및 케이블TV, 디지털 위성방송, 모바일, OTT플랫폼 등에 공급하고 있다. 콘텐츠 유통과 더불어 영화, 공연, 웹소설, 웹툰 등 모든 콘텐츠IP에 기반하는 사업에 투자/제작 사업을 함께 영위하고 있다.

동사는 디지털콘텐츠 유통 사업을 통해 확보한 기술 및 노하우에 기반하여 디지털비즈(모바일 서비스), 저작권보호 사업을 영위하고 있다. 동사의 디지털비즈 사업부문은 인터넷을 이용한 UMS기술 기반 문자메시지 전송 사업으로 중소기업 및 소상공인의 마케팅 수단으로 사용되고 있다. 또한, 콘텐츠 유통에 필수적인 요소인 저작권보호 필터링 솔루션을 영상 식별 기술과 보유 데이터베이스 및 노하우에 기반하여 방송통신위원회, 방송심의위원회, 저작권위원회, KAIT 등 정부 기관 및 산한 단체에 공급하고 있다.

한편, 동사는 최근 사업다각화를 위하여 라이브커머스 사업을 수행하고 있다. 라이브커머스 사업을 전담하는 상품기획팀, 유통팀, 마케팅팀과 방송 촬영에 필요한 스튜디오, 쇼호스트를 보유한 촬영팀을 직접 운영함으로써 방송대행, 컨설팅 등 전문적인 서비스를 제공하고 있다.

그 외 동사는 무선이어폰 등 주력제품을 온라인으로 유통할 수 있는 인프라를 기반으로 자사몰, 오픈마켓을 운영하고 있으며, 보유한 이니셜타워 빌딩을 바탕으로 임대사업을 영위하고 있다.

그림 2. 동사의 라이브커머스 포트폴리오



*출처: 버킷스튜디오 홈페이지(2022)

II. 시장 동향

이커머스 시장 내 온택트형 온라인쇼핑 '라이브커머스' 시장의 부상

동사는 디지털콘텐츠 유통을 진행하고 있으며, 향후 신사업으로 라이브커머스를 통한 중장기적 성장을 기대하고 있다. 이에, 디지털콘텐츠 유통과 관련된 산업의 시장과 라이브커머스 산업의 시장 동향을 분석하고자 한다.

■ 디지털콘텐츠 유통산업

디지털콘텐츠 유통은 영화, 애니메이션, 음악 및 음악공연, 광고, 게임, 캐릭터, 솔루션 등의 콘텐츠를 유통하는 업무를 뜻한다. 미국 연방통신위원회는 동영상 프로그램 서비스에 대한 경쟁 상황 보고서에서 지상파 방송, 멀티채널비디오 프로그램 유통(Multichannel Video Programming Distributor, MVPD)과 함께 온라인 동영상 서비스 유통(Online Video Distributor, OVD)을 포함하고 있다. 해당 산업의 콘텐츠 소비는 최근 SNS 등 신규 서비스의 등장 등 디지털 미디어 채널이 증가하면서 빠른 속도로 증가하고 있다. 이에, 디지털콘텐츠 유통산업은 모바일 플랫폼 다양화와 스마트 결제 활성화로 모바일을 통한 콘텐츠 유통력이 확대되어 경쟁이 심화될 것으로 예상된다.

그림 3. 디지털콘텐츠 유통 개요도



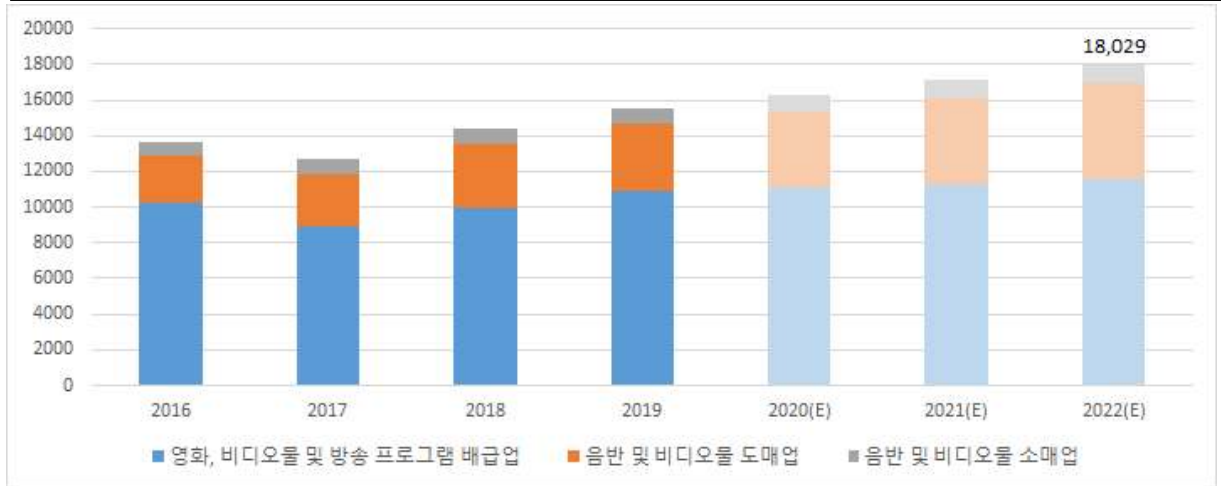
*출처: 교보증권(2020), "라이브커머스", NICE평가정보(주) 재구성

디지털콘텐츠 유통산업은 산업분류 상 영화, 비디오물 및 방송 프로그램 배급업, 음반 및 비디오물도/소매업을 포함한다. 이에, 통계청 도소매서비스산업 조사에 따르면, 국내 비디오물 및 방송 프로그램 배급업은 2016년 10,241억 원에서 2019년 10,867억 원으로 연평균 2%의 성장률을 보였으며, 음반 및 비디오물 도매업은 2016년 2,642억 원에서 2019년 3,782억 원으로 연평균 12.7%의 성장률을 보였고, 음반 및 비디오물 소매업은 2016년 721억 원에서 2019년 883억 원으로 연평균 7.03%의 성장률을 보였다. 동일 성장률을 감안할 시 2022년 디지털콘텐츠 유통 사업 시장규모는 상기 세 산업을 합한 약 1조 8,029억 원으로 예상된다.

표 3. 국내 디지털콘텐츠 유통 시장규모

(단위: 억 원, %)

구 분	2016	2017	2018	2019	2020 E	2021 E	2022 E	CAGR
영화, 비디오물 및 방송 프로그램 배급업	10,241	8,963	9,974	10,867	11,084	11,306	11,532	2.0%
음반 및 비디오물 도매업	2,642	2,911	3,581	3,782	4,262	4,803	5,414	12.7%
음반 및 비디오물 소매업	721	815	855	883	946	1,012	1,083	7.03%



*출처: 통계청 국가통계포털 도소매서비스산업(품목편)(2021), NICE평가정보(주) 재구성

■ 라이브커머스 산업

라이브커머스 산업은 라이브 스트리밍(Live Streaming)과 커머스(Commerce)의 합성어로 실시간 양방향 소통을 통해 소비자 입장에서 궁금한 점을 바로 해결하며, 높은 구매 전환율을 가지며, 기존 TV홈쇼핑 대비 촬영을 위한 공수가 크게 들지 않고, 송출료가 따로 없어 수수료가 비교적 낮게 책정되는 등의 장점을 제공한다.

표 4. TV홈쇼핑, 라이브커머스 차이점

구 분	TV홈쇼핑	라이브커머스
설명방식	-쇼호스트가 일방적으로 제품을 설명함 -소비자가 당장 궁금한 점을 해소할 방법이 적음	-정보교류 활발, 실시간 소통 가능 -판매자는 시청자들의 요청에 따라 해당 상품을 직접 사용하고 질문에 답변 가능함
심의규정	-엄격한 방송심의, 제작 과정부터 제품 소개 영상에 사용하는 문구가 규정에 위반되지 않는지 살펴야만 방송 가능함	-온라인 서비스 특성상 규제로부터 자유로움, 전문 쇼호스트 외 인플루언서, 브랜드 관계자, 매장 스태프 등 다양한 전문가들의 출연이 가능함
진입장벽	-방송 송출료로 인해 브랜드가 홈쇼핑 방영을 위해 지불해야 하는 수수료 부담이 큼	-송출료가 따로 없어 수수료가 비교적 낮게 책정됨 -라이브 특성상 방송장비 등의 준비도 비교적 쉬운 편임

*출처: Brunch.co.kr(2022), NICE평가정보(주) 재구성

교보증권의 보고서에 따르면, 국내 라이브커머스는 초기 산업으로 포털, 유통 사업자, 스트리밍 서비스, SNS 등 다양한 영역에서 사업을 수행하는 기업이 참여하고 있다. 각 사업자의 강점을 살려 시장에 진출하고 있으며, 직접 시장 공략 외에도 서로 다른 사업간 파트너십 형태로 시장에 진출하고 있는 것으로 파악된다. 특히, 포털사업자의 경우 트래픽, 인프라, 커머스 등 대부분의 필요조건을 이미 보유하고 있어 해당 시장으로의 진입이 수월하며, 유통사의 경우 영상컨텐츠 제작 기업 인수를 통해 자체적인 유통인프라를 활용하는 추세이다. 또한, 스트리밍 사업자들과 SNS 사업자들도 라이브스트리밍 인프라, 높은 트래픽, 인지도를 가진 인플루언서 풀을 기반으로 해당 시장에 진입하고 있다.

그림 4. 라이브커머스 시장현황

(단위: 조 원, %)



*출처: 교보증권(2020), "라이브커머스", NICE평가정보(주) 재구성

라이브커머스 시장은 이커머스 시장의 침투율로 추정할 수 있다. 이에, 이커머스 시장에 기반하여 2020년 침투율은 0.3%인 약 4,000억 원 규모의 시장을 형성하고 있는 것으로 추정되고 있으며, 선형 국가인 중국의 성장 사례를 고려하여 2023년 침투율은 4%로 약 10조 원까지 성장할 것으로 예상되고 있다.

표 5. 국내 유통업체의 라이브커머스 운영 현황

기업명	내용
롯데백화점	'100라이브' 운영
신세계	자회사 설립 및 스튜디오 인수
현대백화점	'백화점 원도라이브' 운영
갤러리아백화점	'언박싱 갤러리아' 론칭
쿠팡	라이브커머스 부서 신설 및 인력 채용
11번가	'라이브 11' 운영
CJ ENM	다다스튜디오 운영

*출처: 교보증권(2020), "라이브커머스", NICE평가정보(주) 재구성

Ⅲ. 기술분석

라이브커머스 관련 기획/촬영/송출 등 방송제작에 필요한 올인원 솔루션 제공

동사는 디지털콘텐츠 관리 및 유통에 필요한 필터링 기술을 보유하고 있으며, 이를 포함한 모든 문화콘텐츠IP에 기반하는 사업을 계획하고 있다. 또한, 상품기획, 유통, 촬영 등 내재화된 서비스기술에 기반하여 라이브커머스 관련 방송대행, 컨설팅 등 전문 서비스를 제공하고 있다.

■ 디지털콘텐츠

디지털콘텐츠는 첨단IT기술을 사용하여 부호, 문자, 음성, 음향, 영상 등을 디지털 포맷으로 가공/처리하고 정보통신망, 디지털방송망, 디지털저장매체 등을 통하여 활용하는 정보의 내용물을 지칭하며, 출판, 음악, 영화 등의 영상, 사진 등의 화상, 게임, 데이터베이스 등으로 구분된다.

디지털콘텐츠 관련 기술은 크게 제작, 편집, 관리, 보호, 서비스, 표준화 등으로 구분할 수 있으며, 비즈니스의 효율을 증가시키며 다양한 산업에 상당한 파급효과를 가져오고 있다.

표 6. 디지털콘텐츠 관리 및 유통 기술

기술명	내용
인터넷 서버 응용 기술	- 고품질, 실시간 멀티미디어 서비스를 제공하기 위한 고성능, 대용량 인터넷 서버 응용 기술
지능형 정보방송 기술	- 지능형 방송서비스를 제공하기 위한 방송 전송기술, 방송 통신망 연동기술, 방송콘텐츠 서비스/단말 기술
디지털콘텐츠 관리 기술	- 다양한 플랫폼에서 서비스 되고 있는 디지털콘텐츠에 대한 안전하고 신뢰성 있는 창작, 전달, 소비하기 위한 디지털콘텐츠의 보호 및 관리 유통 기술

*출처: 정보통신연구진흥원(2013), "디지털콘텐츠", NICE평가정보(주) 재구성

동사가 보유한 콘텐츠 필터링 기술은 디지털콘텐츠가 가지고 있는 고유의 특징 정보를 추출해 그 정보를 데이터베이스로 구축하고, 이를 기반으로 유통 중인 콘텐츠와 비교, 검색하는 기술로 디지털 저작물의 영상 인식 기술을 이용한 저작권 보호기술이다. 동사가 보유한 콘텐츠 필터링 기술은 한국저작권위원회의 기술검정을 통과하였으며, 콘텐츠 제공자와 온라인서비스제공자 사이의 중립적인 위치에서 불법 음란정보 유통, 개인 영상 저작권보호를 위한 기술적 조치로 지원되고 있다. 동사는 총 해시 정보 2,200만 개, 콘텐츠 추출 해시 1,200만 개, 콘텐츠 등록 개수 900만 건, 음란물 해시 정보 150만 개, DNA 매칭 콘텐츠 30만 개 등의 데이터베이스를 보유하고 있으며, 이를 바탕으로 iMBC, KBS미디어, CJ ENM 등과 같은 국내의 23개의 권리사와 16개의 웹하드사에 필터링서비스를 제공하고 있다.

동사는 해당 기술을 통해 국내외 영화, 드라마, 애니메이션 등과 같은 콘텐츠 부가관권에 대하여 온/오프라인 유통 사업을 영위하고 있으며, 콘텐츠 유통과 더불어 영화, 공연, 웹소설, 웹툰 등 모든 콘텐츠IP에 기반하는 사업에 투자/제작 사업을 함께 영위할 계획이다.

그림 5. 동사가 보유한 부가판권 문화컨텐츠



*출처: 동사 홈페이지(2022)

라이브커머스

라이브커머스는 라이브 스트리밍(Live Streaming)과 커머스(Commerce)의 합성어로 디지털 방송 기술을 기반으로 시청자와 인터랙션이 가능한 양방향 인터넷 전자상거래 서비스이다. 이에, 영상 기반으로 실시간 고객들과 소통하여 상품을 판매하는 양방향 미디어커머스로 정의되며, 이는 기존 이커머스 시장의 제약 요소인 고객과의 소통, 생생함 등 고객 경험 차별화를 제공한다. 또한, 라이브커머스는 MZ세대라는 차세대 타겟 확보, TV홈쇼핑 대비 70%이상의 비용 절감, 맞춤형 데이터를 통한 마케팅효과 극대화, 실시간 고객 반응을 통한 신속한 제품 테스트 등의 장점을 가진다.

표 7. 라이브커머스 특징 및 장점

특징	내용
Linked	- 라이브 시청하며 구매로 연결
Interactive	- 판매자 구매자 간 양방향 소통 가능
Various	- 실시간 시청자 대상 다채로운 혜택을 제공 가능
Entertaining	- 재미있는 이벤트 등 쇼핑 외의 흥미요소 제공
장점	내용
Target	- 이미지, 영상컨텐츠가 편한 Z세대를 주요 소비층으로 설정
Cost reduction	- TV홈쇼핑 대비 낮은 수수료로 인한 비용 부담 절감
Marketing	- 관심 제품/구매이력 등 구매데이터를 활용하여 고객 서비스 강화
Product test	- 실시간 고객 받은 리서칭을 통한 신제품 테스트 및 고객 리서칭 자료 확보

*출처: CJ ENM자료(2021), "취향공감 라이브쇼핑 CJ ONSTYLE", 동사 홈페이지(2022), NICE평가정보(주) 재구성

라이브커머스는 판매자, 라이브커머스 사업자, 콘텐츠 제작 대행사, 기술 개발사의 4개의 에코 시스템을 갖고 있다. 한편, 라이브커머스 사업자로 유저 유입 경로 및 플랫폼 개발 여부에 따라 포털플랫폼, 유통 및 브랜드사업자, 전문 플랫폼으로 구분된다.

그림 6. 라이브커머스 에코시스템



*출처: CJ ENM자료(2021), "취향공감 라이브쇼핑 CJ ONSTYLE", NICE평가정보(주) 재구성

한편, 라이브커머스와 같이 시청자에게 새로운 쇼핑 경험을 제공함으로써 소비자 이용후생 증대를 위한 서비스 형태로 이커머스는 발전해나가고 있으며, 이러한 새로운 경험의 서비스 제공을 위해 빅데이터 분석, Curating Service, Omni Channel, 핀테크, IoT 등의 기술을 적용하여 인터랙티브 양방향 콘텐츠 산업으로의 고도화가 진행 중이다.

표 8. 이커머스 활성화를 위한 부가 기술

기술명	내용
빅데이터 분석	- 성별, 나이, 지역, 날씨 정보, 구매 이력, 최신 유행정보, 선호 정보 등을 분석하여 개인별 맞춤형 서비스제공
Curating Service	- 고객의 라이프 스타일과 쇼핑 패턴, 선호도 등을 분석하여, 생필품을 자동 주문, 기호상품은 최적의 가격과 제품을 추천하는 서비스
Omni Channel	- TV와 모바일, PC, 웨어러블 디바이스, Office Display까지 연계하여 디바이스 특성에 맞는 쇼핑 수단을 제공하는 유비쿼터스 환경 제공(N-Screen)
핀테크	- 데이터홈쇼핑 이용자에게 안전하고 간편한 결제 환경 제공
IoT	- 다양한 사물과 연계된 데이터를 활용하여 새로운 쇼핑 문화 창조

*출처: T커머스협회(2020), NICE평가정보(주) 재구성

동사는 라이브커머스 전문 에이전시인 버킷스튜디오 솔루션을 제공하고 있다. 해당 솔루션은 기획/촬영/송출 등 방송제작에 필요한 모든 과정을 제공한다. 이를 위해 동사는 연출, 촬영감독, 마케터, MD, 디자이너, 쇼호스트 등 각 분야의 전문가를 구성하고 있다. 또한, 방송컨셉 별로 5개의 스튜디오를 제공할 수 있으며, 프로급 쇼호스트, 개그맨, 연예인, 아나운서 등 상품과 브랜드에 최적화된 쇼호스트 약 200여 명과 매칭 서비스를 제공할 수 있는 경쟁력을 보유하고 있다.

표 9. 방송 컨셉 별 스튜디오 및 버킷 쇼호스트

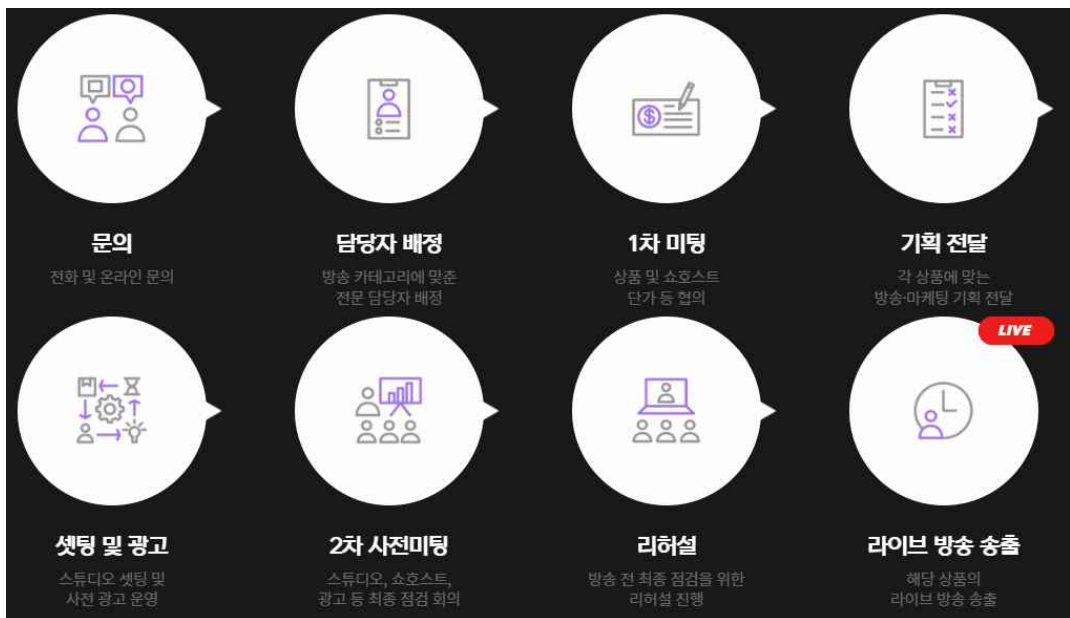
구분	내용
리빙 스튜디오	- 주방을 연상하는 스튜디오로 직접 요리하거나 플레이팅 연출이 가능
호리존 스튜디오	- 크로마키 촬영 등 깔끔한 단색 배경 촬영이 가능한 스튜디오
메인 스튜디오1, 2	- 핑크 벽과 화이트 커튼 등 다양한 분위기 등 상품 별 맞춤 DP가 가능한 스튜디오
야외 스튜디오	- 캠핑/텐트/야외배경 촬영 가능한 오픈 스튜디오



*출처: 버킷스튜디오 홈페이지(2022), NICE평가정보(주) 재구성

라이브커머스 솔루션서비스는 라이브 컨설팅, 기획 회의, 방송 준비 및 진행, 사후관리의 순으로 진행된다. 라이브 컨설팅은 방송 상품 협의, 진행 예산 선정, 방송 채널 확인, 프로모션 협의의 과정을 거치고 기획 회의는 라이브 방송컨셉 기획, 상품 별 소구 포인트, 쇼호스트 매칭의 과정을 가진다. 방송 준비 및 진행 단계에서는 상품 및 방송을 등록하고 라이브 예고페이지 제작해주는 서비스를 제공하며, 이후 사전 미팅, 최종 리허설, 실시간 모니터링 등의 과정을 거친다. 최종적으로 라이브 결과 분석 및 추후 방송일정 협의 등 사후관리 서비스를 제공한다. 이를 위해 담당 마케터 제도를 활용한 사전 디지털 광고 및 사후 홍보창구를 운영하여 체계적인 방송 홍보 환경을 제공한다.

그림 7. 라이브커머스 진행계획



*출처: 버킷스튜디오 홈페이지(2022)

■ SWOT 분석

그림 8. 동사 SWOT 분석



*출처: NICE평가정보(주)

▶▶ **(Strong Point) 축적된 기술을 기반으로 저작권 보호 기술 및 라이브커머스 사업 리딩**
 동사는 10년 이상의 영상컨텐츠 제작/배급/유통 사업을 영위한 노하우 기술에 기반하여 디지털 컨텐츠 저작권보호 기술을 보유하고 있다. 또한, 5G, 핀테크 등 기술 발전이 뒷받침 된 유통업계는 기존 오프라인에서 TV, TV에서 온라인으로 진행된 유통 매체 변화에 대응하는 노하우를 바탕으로 최근 양방향 온라인커머스인 라이브커머스 사업을 신사업으로 영위하고 있으며, 업계 를 리딩하고 있다.

▶▶ **(Opportunity Point) 이커머스 내 라이브커머사 사업의 부상**

코로나19로 온라인에서 상품을 주문하거나 앱을 통해 진행되는 소비 패턴으로 인해 라이브커머스 시장은 점차 성장할 것으로 예상된다. 라이브커머스 시장은 기존 SNS 및 OTT 서비스와 같이 초기에는 청년층을 시작으로 점차 중장년층으로 사용자가 확대될 것으로 예상된다.

▶▶ **(Weakness Point/Threat Point) 낮은 시장진입장벽과 기술개발 인력/투자 부족**

동사는 디지털컨텐츠, 라이브커머스 등 트렌드에 민감한 산업에 기반한 사업을 영위하고 있으나, 기존에 확보한 기술경쟁력 및 노하우에 기반하여 사업을 영위하고 있다. 한편, 신사업인 라이브 커머스는 플랫폼사업자, 포털사업자, 스트리밍 사업자, 유통 사업자, 인플루언서 기반 개인사업자 등 각 사업자의 강점을 직접 시장을 공략하거나 다른 산업간 파트너십 형태로 시장에 진출하고 있는 점을 토대로 시장경쟁상황이 심화되고 있으며, 이에 기술개발 인력과 투자를 통해 기술 경쟁력을 제고하고 인지도의 향상이 필요하다.

IV. 재무분석

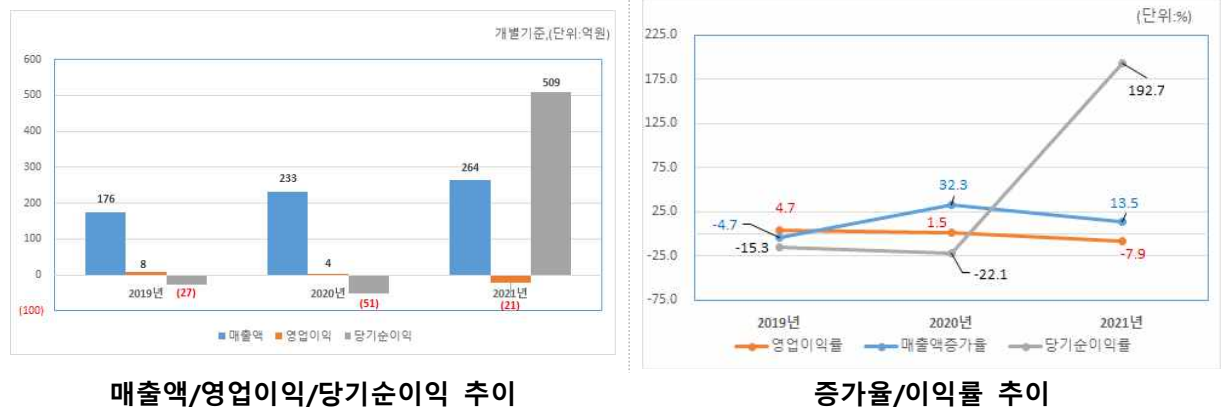
스마트기기 기반 중심의 콘텐츠 제공 전문기업

동사는 IPTV, 케이블방송, 스마트TV 등 스마트 디바이스 기반을 중심으로 영화, 영상, 교육 등의 콘텐츠 제공, 모바일 서비스(대량문자 발송 및 벨소리 다운로드)업 등의 사업 영위 중에 있는 바, 2021년 결산기준 전년대비 13.5% 증가한 264억 원의 매출을 시현하였다.

■ 상품유통 부문 매출이 총 매출의 40%를 차지

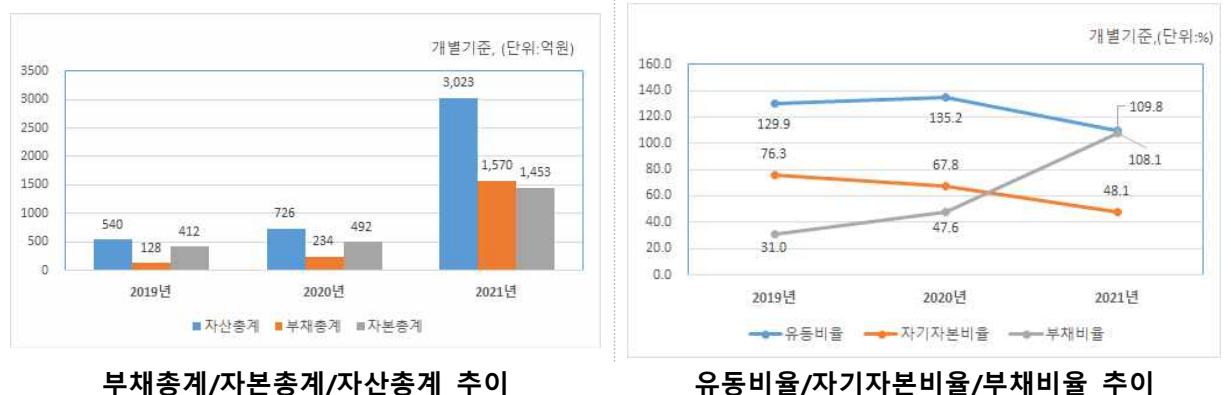
동사는 상품유통, 디지털비즈, 콘텐츠유통, 저작권보호, 극장, 임대사업 등을 영위하고 있으며, 상품유통 부문이 106억 원(총 매출의 40.0%), 디지털비즈 부문이 96억 원(총 매출의 36.5%), 콘텐츠유통 부문이 43억 원(총 매출의 16.4%), 저작권보호 부문이 6억 원(총 매출의 2.4%), 극장 부문이 5억 원(총 매출의 1.9%), 임대사업 부문이 7억 원(총 매출의 2.8%)으로 상품유통 부문 매출이 높은 비중을 차지하고 있다.

그림 9. 동사 연간 요약 포괄손익계산서 분석(개별 기준)



*출처: 동사 사업보고서(2021)

그림 10. 동사 연간 요약 재무상태표 분석(개별 기준)



*출처: 동사 사업보고서(2021)

■ 매출 증가 및 순이익 흑자전환

동사는 IPTV, 케이블방송, 스마트TV 등 스마트 디바이스 기반을 중심으로 영화, 영상, 교육 등의 콘텐츠 제공, 모바일 서비스(대량문자 발송 및 벨소리 다운서비스)업 등을 영위하고 있으며, 문자 및 벨소리 콘텐츠를 자사가 운영하는 6개 웹사이트를 통해 서비스하고 있고, 메가박스 세종점 5개관을 보유 하여 사업 영위 중에 있다. 콘텐츠유통 및 디지털비즈, 극장부문이 부진하였으나 신규 이어러블기기의 판매 호조에 힘입어 2021년 결산기준 매출액은 264억 원으로 전년대비 13.5%가 증가하였다.

동사의 매출액은 2019년 176억 원(-4.7% YoY), 2020년 233억 원(+32.3% YoY), 2021년 264억 원(+13.5% YoY)을 기록하는 등 전년대비 매출 성장세를 나타냈다.

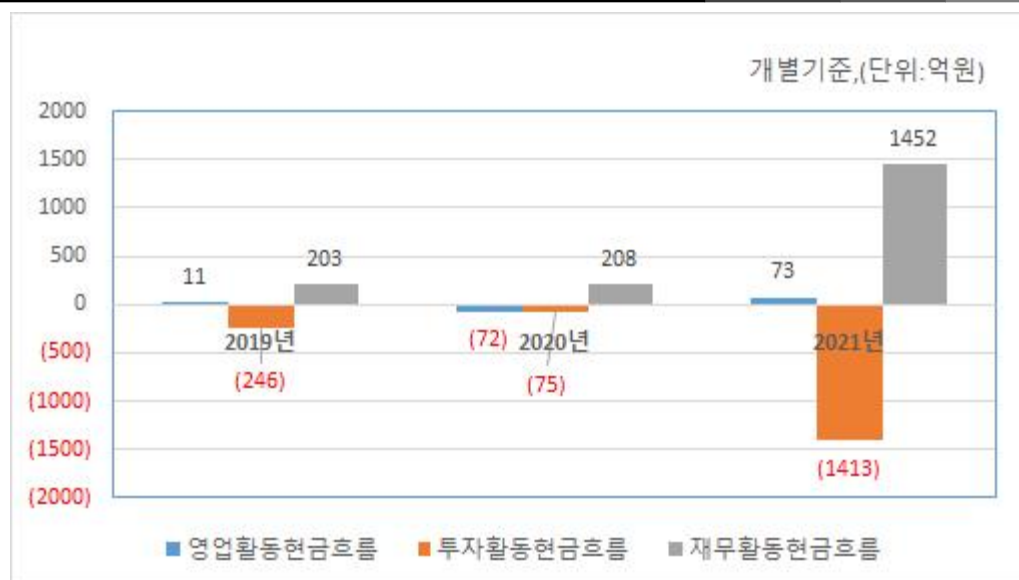
동사의 매출원가율은 2020년 78.6%, 2021년 80.3%로 전년대비 증가하였고, 판관비 증가의 영향으로 매출액영업이익률은 2020년 1.5%, 2021년 -7.9%를 기록하며 영업수익성이 전년대비 적자전환 하였고, 산업평균 대비 미흡한 영업수익성을 나타냈다.

또한, 매출액순이익률은 관계기업투자처분이익의 증가로 2020년 -22.1%, 2021년 192.7%를 기록하여, 순이익이 전년대비 흑자전환 하였고, 산업평균 대비 양호한 수준을 나타냈다.

■ 영업활동현금흐름 정(+의) 상태로 전환

2021년 영업활동현금흐름은 순이익 흑자전환의 영향으로 정(+의) 상태로 전환된 가운데 73억 원을 나타내고 있고, 이를 운전 및 투자자금에 사용하고도 현금성 자산 290억 원을 보유하는 등 현금 유동성을 확보하였다.

그림 11. 동사 현금흐름의 변화(개별 기준)



*출처: 동사 사업보고서(2021)

V. 주요 변동사항 및 향후 전망

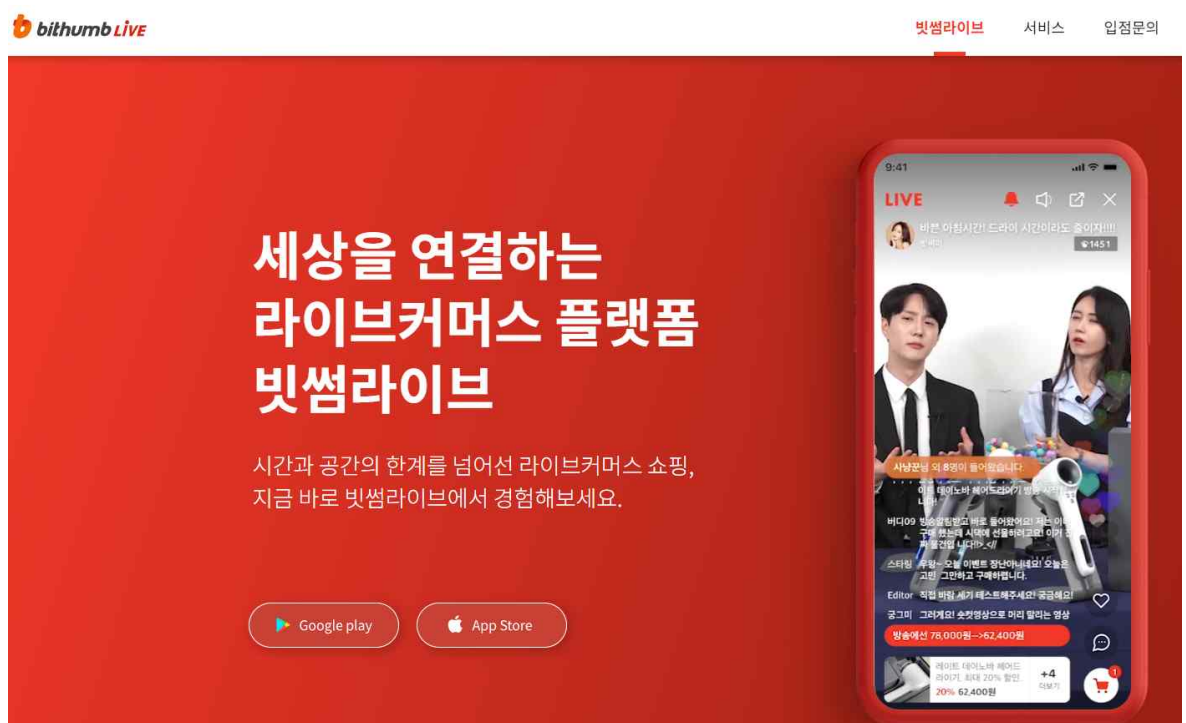
라이브커머스 역량 확보를 위한 투자 진행

동사는 최근 유상증자를 통하여 책임경영 체제를 강화하였으며, 해당 투자에 기반하여 신사업인 라이브커머스 관련 역량을 강화하였다. 이를 바탕으로 향후 메타버스 내 유통산업의 퍼스트무버로 도약할 계획을 세우고 있다.

■ 책임경영 강화 및 라이브커머스 역량 강화를 위한 메타버스, NFT 사업화 준비

동사는 최근 발행하는 대규모 유상증자에 강지연 대표이사가 참여하면서 책임경영 체제를 강화하였다. 동사의 지배구조 상 이니셜1호투자조합은 최대주주이며, 관계사인 이니셜3호투자조합과 함께 강지연 대표이사가 해당 조합의 조합장을 수행하고 있다. 동사는 최대주주인 이니셜1호투자조합과 이니셜3호투자조합을 대상으로 400억 원 규모의 제3자배정유상증자를 결성하였으며, 이를 통해 버킷스튜디오, 인바이오젠, 비텐트 순서로 이어지는 기업 간 지배구조를 공고히 하였다. 한편, 2021년 9월 라이브커머스 역량 강화를 위하여 빗썸과 총 120억 원을 출자하여 국내 최초 메타버스, NFT, 블록체인, 커머스를 결합한 복합 플랫폼인 빗썸라이브를 설립하는 등 책임경영 체제를 바탕으로 메타버스, NFT 등 관련 신사업을 적극 추진하고 있다. 향후 가상 세계 내 문화, 예술, 게임, 엔터테인먼트, 미디어 등의 다양한 사업이 활용될 예정에 따라 메타버스 업계의 유통서비스를 제공하는 퍼스트무버로 도약할 계획이다.

그림 12. 빗썸라이브 홈페이지

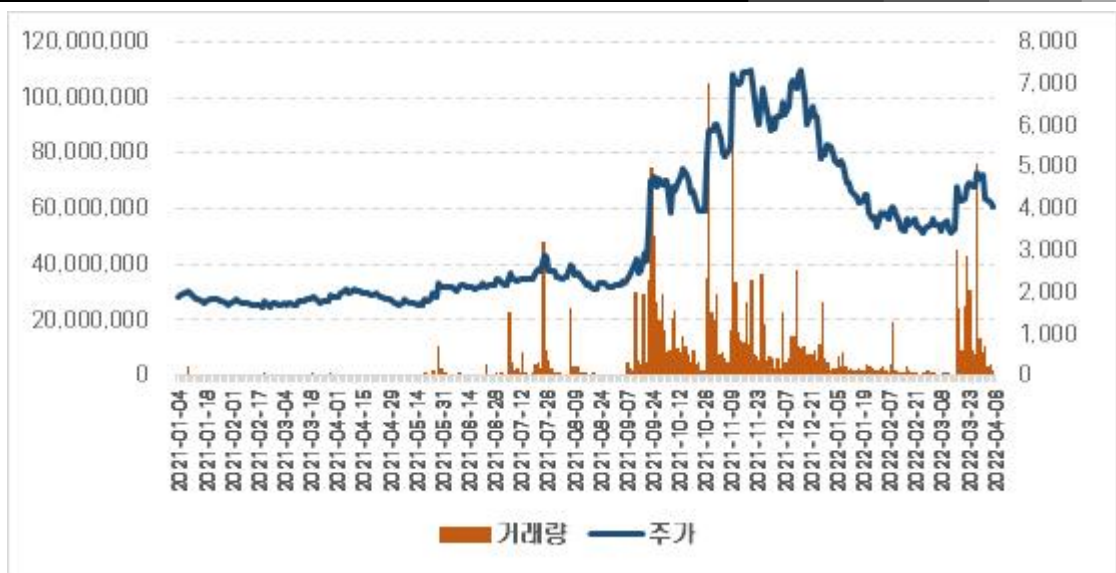


*출처: 빗썸라이브 홈페이지(2022)

■ 증권사 투자의견

작성기관	투자의견	목표주가	작성일
<ul style="list-style-type: none"> • 최근 6개월 이내 발간 보고서 없음 			

■ 시장정보(주가 및 거래량)



*출처: Kisvalue(2022.04.)