

KOSDAQ | 미디어와엔터테인먼트

애니플러스 (310200)

M&A와 해외진출에 따른 매출 성장 기대

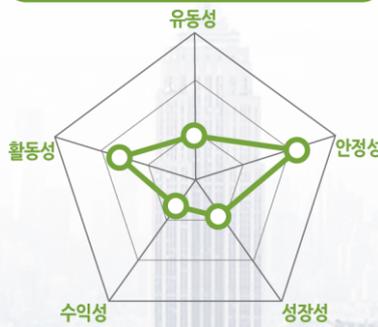
체크포인트

- 애니플러스는 일본 유스 애니메이션 IP(Intellectual Property) 유통사. 국내의 일본 유스 애니메이션 수입 시장에서 시장 점유율 70% 차지. 매출액은 콘텐츠(2023년 상반기 누적 기준, 59.0%), 상품(25.2%), 기타(15.8%)로 구성
- 동사의 투자포인트는 1) M&A 및 수직 계열화를 통한 시너지 효과와 2) 본격적인 해외 진출을 통한 매출 성장 기대. 동사는 '채널-VOD-굿즈-오프라인 행사'를 통한 팬덤 비즈니스 밸류체인을 구축 중
- 애니플러스의 2023년 매출액 1,091억원(+87.7%YoY), 영업이익 221억원(+130.1%YoY), 영업이익률 20.3%(+3.7%pYoY)로 추정. 동사의 현재 2023년 PER은 11.7배로 역사적 밸류에이션에서 중하단 위치
- 동사의 리스크는 전환사채로 인한 오버행 이슈

주가 및 주요이벤트



재무지표



주: 2022년 기준, Fnguide WICS 분류 상 유니캐이션서비스산업 내 등급화

밸류에이션 지표



주: PSR, PER은 2022년 기준, PBR은 2023기준 Trailing, Fnguide WICS 분류 상 유니캐이션서비스산업 내 순위 비교, 우측으로 갈수록 저평가

애니플러스 (310200)

Analyst 김태현 thkim@kirs.or.kr
RA 서지원 jiwon.seo@kirs.or.kr

KOSDAQ
미디어와엔터테인먼트

애니플러스는 일본 유스 애니메이션 IP 유통사

국내의 일본 유스 애니메이션 수입 시장에서 동사의 시장 점유율은 약 70%. 동사는 자회사를 통해 사업 다각화 진행 중. 매출액은 콘텐츠(2023년 상반기 누적 기준, 59.0%), 상품(25.2%), 기타(15.8%)로 구성

투자포인트1. M&A 및 수직 계열화를 통한 매출 성장 기대

애니플러스의 매출액은 2020년부터 2022년까지 연평균 91% 성장. 2023년 매출액도 전년 대비 87.7% 증가할 것으로 예상. 매출 급증의 주요인은 1) M&A를 통해 매출원 다각화와 2) 애니플러스와 자회사 간의 시너지 효과임. 동사는 2020년에 위매드(드라마제작사), 2022년 로운컴퍼니(굿즈 제작)와 라프텔(OTT 플랫폼)을, 올해 6월에는 애니맥스(애니메이션 유통사)를 인수. 애니플러스는 2017년부터 채널-VOD-굿즈-오프라인 행사를 통한 팬덤 비즈니스 밸류체인을 구축 중

투자포인트2. 본격적인 해외 진출을 통한 매출 성장 기대

애니플러스는 내년부터 해외 매출이 본격적으로 성장할 것으로 기대됨. 애니플러스의 2022년과 2023년 상반기 해외 매출액은 각각 111억원과 59억원으로 전체 매출액의 19.1%, 13.3%에 불과함. 애니플러스의 자회사인 라프텔과 미디어엔터테인먼트는 올해 연말부터 적극적으로 해외 진출이 예정되어 있어, 내년에는 해외 매출도 급증할 것으로 기대됨

Forecast earnings & Valuation

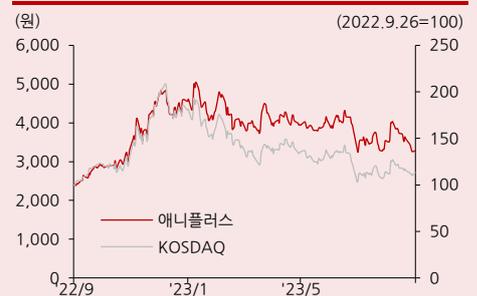
	2019	2020	2021	2022	2023F
매출액(억원)	184	159	490	581	1,091
YoY(%)	-7.6	-13.4	208.7	18.5	87.7
영업이익(억원)	0	-10	130	96	221
OP 마진(%)	0.1	-6.5	26.5	16.6	20.3
지배주주순이익(억원)	-15	-35	203	40	125
EPS(원)	-55	-126	701	118	278
YoY(%)	적전	적지	흑전	-83.1	135.7
PER(배)	N/A	N/A	7.4	40.1	11.8
PSR(배)	2.9	2.6	3.1	2.8	1.3
EV/EBIDA(배)	2.3	8.3	7.2	10.1	5.0
PBR(배)	14.5	2.5	3.4	2.7	1.7
ROE(%)	-33.3	-33.7	64.7	6.7	15.5
배당수익률(%)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

자료: 한국IR협회의 기업리서치센터

Company Data

현재주가 (9/25)	3,280원
52주 최고가	5,050원
52주 최저가	2,380원
KOSDAQ (9/25)	839.17p
자본금	42억원
시가총액	1,482억원
액면가	100원
발행주식수	45백만주
일평균 거래량 (60일)	57만주
일평균 거래액 (60일)	21억원
외국인지분율	3.26%
주요주주	제이제이미디어웍스 외 11인 38.08%
리디	7.74%

Price & Relative Performance



Stock Data

주가수익률(%)	1개월	6개월	12개월
절대주가	-7.2	-18.7	32.3
상대주가	-0.6	-20.2	15.0

▶ 참고 1) 표지 재무지표에서 안정성 지표는 '부채비율', 성장성 지표는 '매출액 증가율', 수익성 지표는 '영업이익률', 활동성지표는 '순운전자본회전율', 유동성지표는 '유동비율'임.

2) 표지 밸류에이션 지표 차트는 해당 산업군내 동사의 상대적 밸류에이션 수준을 표시. 우측으로 갈수록 밸류에이션 매력도 높음.



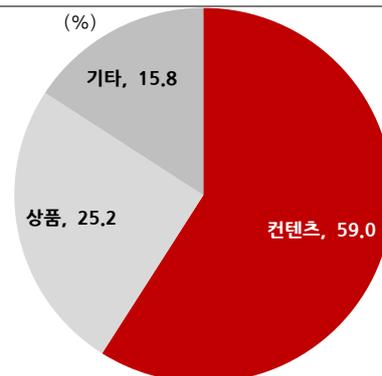
기업 개요

1 주요 연혁

애니플러스는 일본 유스 애니메이션 IP 유통사

애니플러스는 일본의 애니메이션 제작위원회로부터 유스(Youth) 애니메이션 IP(Intellectual Property, 지적재산권)를 구매하여 국내와 동남아로 유통하고 있다. 동사가 구입하는 IP는 방송권, VOD유통권, 상품 수입 및 유통권, 상품 제작 및 유통권 등으로 구성되어 있다. 국내 일본 유스 애니메이션 수입 시장에서 동사의 점유율은 약 70%이다. 과거에는 단순히 애니메이션 방송 유통업만을 영위했으나, 점진적으로 자회사 등을 통해 OTT사업, 극장판 애니메이션 배급 사업, 전시 이벤트 사업과 드라마 제작 사업 등 관련 사업 영역으로 다각화를 진행하며, 사업 영역 간 시너지 효과를 누리고 있다. 동사의 매출액 구성은 콘텐츠, 상품과 기타로 구성된다. 콘텐츠 매출은 방송프로그램, 케이블 방송, 영화유통, OTT매출 등으로 구성되어 있고, 상품은 주로 캐릭터 완구, 문구, 잡화가 있다. 기타 매출로는 전시회 및 행사 수익과 드라마 제작 수익이 있다. 2023년 상반기 누적 매출액 기준으로 콘텐츠, 상품, 기타 매출 비중은 각각 59.0%, 25.2%, 15.8%이다.

애니플러스의 매출 구성



주: 2023년 상반기 누적 기준, 자료: 애니플러스, 한국IR협의회 기업리서치센터

애니플러스 연혁: 2004년 설립, 2020년 코스닥 시장에 상장

애니플러스는 2004년 7월 생활경제TV로 설립되었으며, 2020년 코스닥 시장에 상장되었다.

애니플러스는 C&그룹 산하의 경제 채널인 생활경제TV로 설립되었으나, C&그룹이 유동성 위기로 해체되면서 2009년 제이제이미디어웍스가 인수했다. 이후 등기 변경을 통해 사명과 방송분야를 (주)애니플러스와 애니메이션으로 변경하고, 2009년 12월 정식으로 애니플러스를 정식으로 개국했다. 유스(Youth)애니메이션 전문 방송으로 국내 최초로 한일 동시 방영이 진행되었다.

2010년 디지털케이블TV로 전국 방송과 IPTV 방송을 개시한 동사는 2011년에는 위성 스카이라이프 방송을 개시했다.

2013년부터 애니플러스는 글로벌 시장을 개척하고 신사업 분야를 확장했다. 2014년 PLUS MEDIA NETWORK PTE.LTD를 설립한 동사는 <ANIPLUS ASIA>와 <K-PLUS>채널로 동남아 6개국(한국 제외)에 방송을 개시했다.

6개국은 태국, 인도네시아, 싱가포르, 필리핀, 말레이시아와 베트남이다. 또한 애니플러스는 2014년 2월 미디어엔아트를 설립했다. 미디어엔아트는 당해 10월 '반고흐 10년의 기록'을 런칭하며 국내 최초로 상업용 미디어아트를 전시했다.

애니플러스는 2017년부터 애니메이션 IP사업을 강화하고 있다. 애니메이션 IP사업을 강화하기 위해 동사는 MD 사업을 강화하고 애니메이션 전시 및 이벤트 사업을 진행하기 시작했다. 2017년 4월 동사는 서울 합정동에 MD 샵 'ANIPLUS'를 런칭하고 국내 최초로 애니메이션 IP콜라보카페를 진행했다. 2018년 국내 최초로 애니메이션 종합전시행사 'Anime X Game Festival'를 개최했다. 2019년에도 개최된 AGF는 코로나로 중단되었다가 2022년에 다시 개최되었다.

2020년 코스닥 상장을 계기로 동사는 본격적인 사업 성장 및 다각화를 진행하고 있다. 동사는 2021년 서울 합정동의 MD샵을 확장한데 이어 대전점, 광주점과 부산점을 오픈했다. 또한, 2020년에는 드라마 제작사인 (주)위매드 지분 100%를 인수하고 2022년에는 (주)로운컴퍼니씨앤씨 지분 67.1%와 (주)라프텔 지분 56.4%를 인수했다. 올해 6월 애니맥스브로드캐스팅코리아(유) 지분 100%와 (유)에이피얼라이언스 지분 100%를 인수하며 사업을 적극적으로 다각화하고 있다.

애니플러스의 주요 연혁



자료: 애니플러스, 한국IR협회의 기업리서치센터

2 주주와 종속회사

애니플러스의 최대주주는 (주)에이제이미디어웍스로

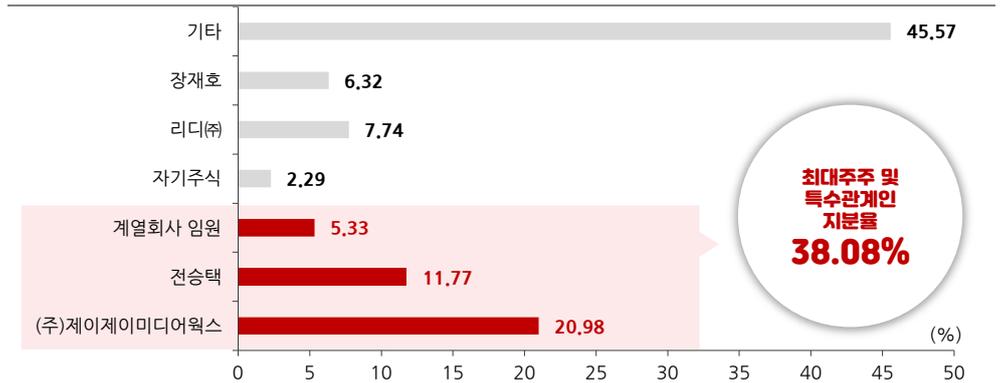
2023년 6월말 기준 애니플러스의 최대주주는 (주)에이제이미디어웍스로 지분을 20.98%를 보유 중이다. 또한, (주)에이제이미디어웍스의 전신택 대표이사가 지분을 11.77%를 보유 중이며, 계열회사 임원들이 5.33% 지분을 보유하고

지분율 20.98% 보유

고 있다. 최대주주와 특수관계자의 지분 합계는 38.08%이다. 애니플러스는 자기주식으로 1,036,173주를 보유 중이며, 지분율은 2.29%이다.

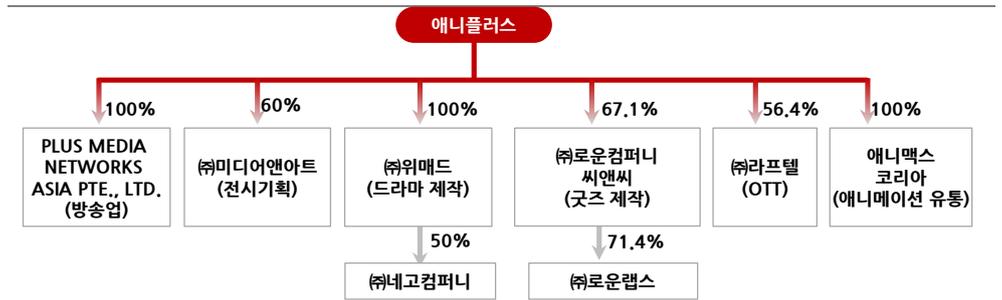
이외 주요 주주로 리디㈜(지분율 7.74%)와 장재호(6.32%)가 있다.

애니플러스의 주주 구성



주: 2023년 6월말 기준, 자료: 애니플러스, 한국IR협의회 기업리서치센터

애니플러스의 지배구조



주: 2023년 6월말 기준, 자료: 애니플러스, 한국IR협의회 기업리서치센터

애니플러스의 주요 종속회사

- 1) PMNA
- 2) 미디어앤아트
- 3) 위매드
- 4) 로운컴퍼니
- 5) 라프텔
- 6) 애니맥스

애니플러스의 주요 종속회사로는 1) PLUS MEDIA NETWORKS ASIA(지분율 100%, 2023년 6월말 기준), 2) (주) 미디어앤아트(지분율 60%), 3) (주)위매드(지분율 100%), 4) (주)로운컴퍼니씨앤씨(67.1%), 5) (주)라프텔(56.4%), 6) 애니맥스브로드캐스팅코리아(유)(지분율 100%)가 있다.

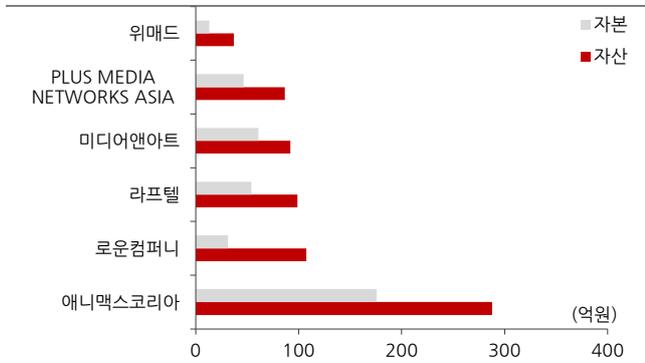
PLUS MEDIA NETWORKS ASIA는 애니플러스가 해외 사업을 추진하기 위해 2014년에 싱가포르에 설립한 회사로 방송업을 영위하고 있다. PLUS MEDIA NETWORKS ASIA는 동남아에서 1) 방송, 2) 콘텐츠 유통과 3) 상품화 사업을 진행하고 있다. 동사는 <ANIPLUS ASIA>와 <K-PLUS>채널을 운영할 뿐만 아니라, 각국 TV플랫폼(Astro, Starhub)과 지역 OTT플랫폼(HOOQ, iFlix)에 애니메이션 콘텐츠(VOD)를 판매하고 있다. 온/오프라인 매장을 운영하며 수입상품 및 자체제작 상품을 판매하고 있다. 2023년 6월말 기준동사의 자산과 자본은 각각 87억원과 47억원이다. 2022년 매출액과 당기순이익 82억원과 20억원을 기록한 동사는 2023년 상반기에 각각 50억원과 16억원을 달성했다.

미디어엔아트는 전시 및 행사 대행업을 주요 사업으로 영위하고 있다. 동사는 1) 미디어아트를 전시하고 2) Anime X Game Festival을 주최하고 있다. 또한 애니플러스, 로운컴퍼니씨앤씨와 함께 전시IP관련 상품 제작 및 판매 유통도 하고 있다. 2023년 6월말 기준으로 동사의 자산과 자본은 각각 92억원과 61억원이다. 올해 상반기 누적 동사의 매출액과 당기순이익은 52억원과 16억원이다. 2020년 코로나로 인해 적자를 기록했던 당기순이익은 2021년 이후 꾸준히 흑자를 내고 있다.

위매드는 드라마 기획 및 제작업을 영위하고 있다. 애니플러스가 2020년 2월 지분을 인수하면서 종속회사가 되었다. 2021년에는 ‘리브썬넘버#’과 ‘옷소매 붉은 끝동’을 제작 및 방영하며 160억원의 매출액을 달성했으나 2022년에는 19억원으로 매출액이 감소했다. 올해 상반기 매출액은 16억원을 기록했고, 6월에 반영된 옥택연, 원지안 주연의 판타지 로맨스 ‘가슴이 뛰다’로 하반기 안정적인 매출액을 달성할 것으로 예상된다. 2023년 6월말 기준 자산과 자본은 37억원과 13억원이다.

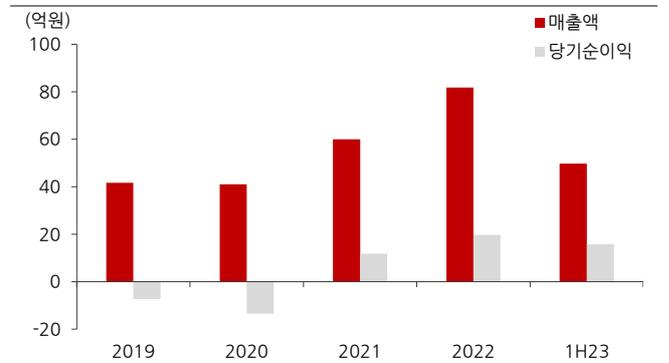
로운컴퍼니씨앤씨는 애니플러스가 2022년에 전시IP관련 상품 제작 및 판매, 유통과 콘텐츠IP 굿즈 제작을 위해 인수한 회사이다. 같은 시기에 지분을 인수한 라프텔은 콘텐츠 유통업을 영위하고 있다. 2023년 6월말 기준 로운컴퍼니씨앤씨와 라프텔의 자산 규모는 각각 108억원과 99억원이다. 올해 6월 인수한 애니맥스는 방송업을 영위하는 회사로 2023년 6월말 기준 자산은 288억원이다.

애니플러스의 종속회사 자산 및 자본 규모



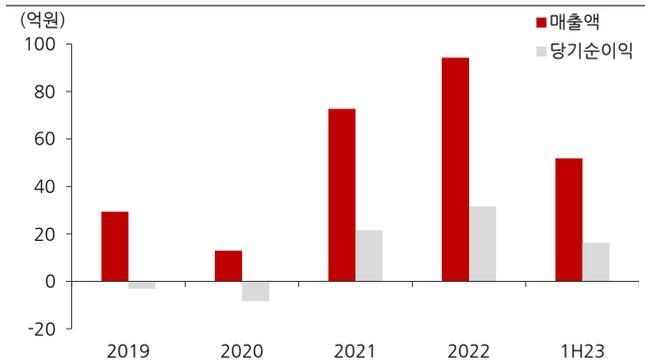
주: 2023년 6월말 기준, 자료: 애니플러스, 한국IR협회의 기업리서치센터

PLUS MEDIA NETWORKS ASIA의 매출액과 당기순이익 추이

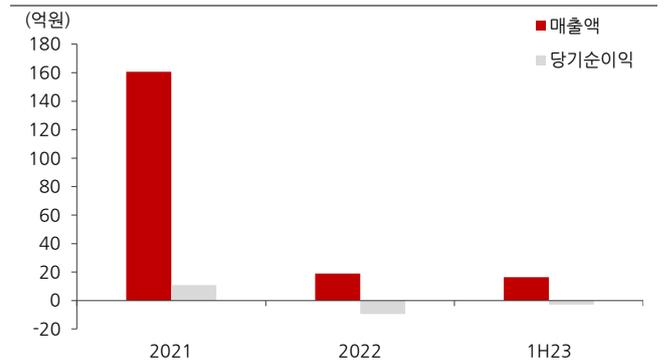


자료: 애니플러스, 한국IR협회의 기업리서치센터

미디어엔아트 매출액과 당기순이익 추이

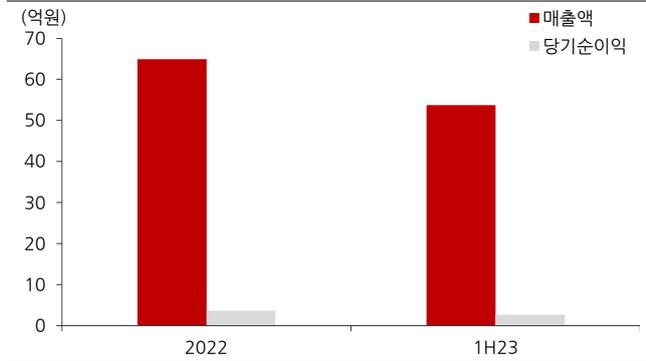


위매드 매출액과 당기순이익 추이



자료: 애니플러스, 한국IR협의회 기업리서치센터

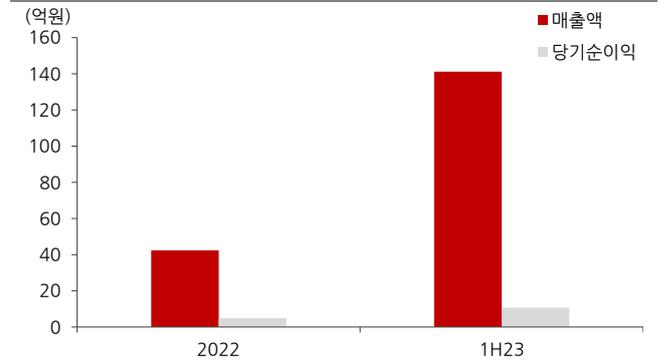
로온컴퍼니씨앤씨 매출액과 당기순이익 추이



자료: 애니플러스, 한국IR협의회 기업리서치센터

자료: 애니플러스, 한국IR협의회 기업리서치센터

라프텔 매출액과 당기순이익 추이



자료: 애니플러스, 한국IR협의회 기업리서치센터



산업 현황

1 국내 애니메이션 시장 현황

2022년 국내 애니메이션
시장 규모는 7,882억원으로
2018년 이후
연평균 5.8%로 성장

애니플러스는 애니메이션 분야의 콘텐츠 유통 및 상품화 사업을 영위하고 있다.

한국 콘텐츠진흥원에 따르면 콘텐츠 산업이란 '콘텐츠상품을 생산, 유통, 소비하는데 관련된 산업'으로 영화, 방송, 만화, 음악, 출판, 애니메이션, 광고, 캐릭터, 지식정보, 콘텐츠솔루션으로 세분화된다.

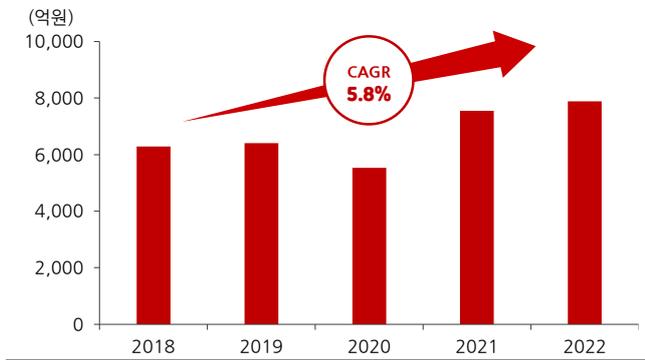
2022년 국내 애니메이션 시장 규모는 7,882억원으로, 전체 콘텐츠 시장의 0.53%를 차지하고 있다. 국내 애니메이션 시장은 지난 5년간 연평균 5.8% 성장했다. 특히 2021년 전년대비 37% 증가하며 큰폭으로 성장했는데 이는 1) OTT 플랫폼 성장에 따른 애니메이션 접근성 향상과, 2) 장편 애니메이션 개봉에 따라 극장 관련 매출이 증가한 영향이다.

애니메이션 산업은 크게 애니메이션 제작업, 애니메이션 유통 및 배급업, 온라인 애니메이션 유통업으로 나뉘며, 2021년 애니메이션 시장에서 각각 78%, 19%, 3%를 차지하고 있다. 이중 전년대비 가장 높은 증가율을 보인 부문은 애니메이션 유통 및 배급업으로 2020년 대비 160% 증가했다.

애니메이션 유통 및 배급업은 애니메이션 유통/배급 및 홍보업, 극장 매출액, 방송사 수출액으로 나뉜다. 극장 매출액은 2020년 코로나19 영향으로 전년대비 79% 감소했다. 반면 애니메이션 유통/배급 및 홍보업 부문은 코로나에도 불구하고 OTT 시장의 확대에 따라 2018년부터 연평균 34%로 꾸준히 성장해 2021년 609억원을 기록했다. 2021년에는 모든 부문이 전년대비 큰폭으로 성장했으며, 특히 극장 사업의 회복과 함께 극장 매출이 전년대비 211% 증가했다.

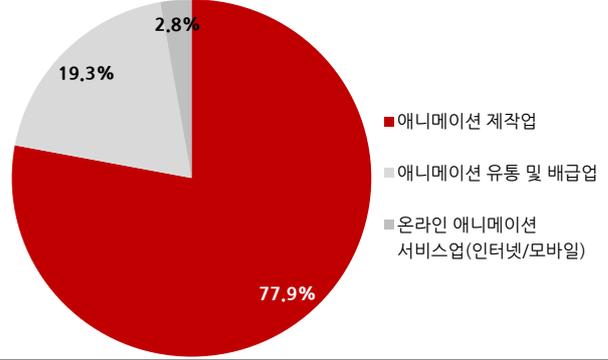
2021년 기준 주요 국가별 수입액 현황을 보면 일본이 전체 애니메이션 수입액의 97.5%를 차지하고 있으며 일본 수입액은 전년대비 12.1% 증가했다. 이외 동남아, 북미 지역이 각각 1%, 2%를 차지하고 있다.

국내 애니메이션 시장 규모 추이



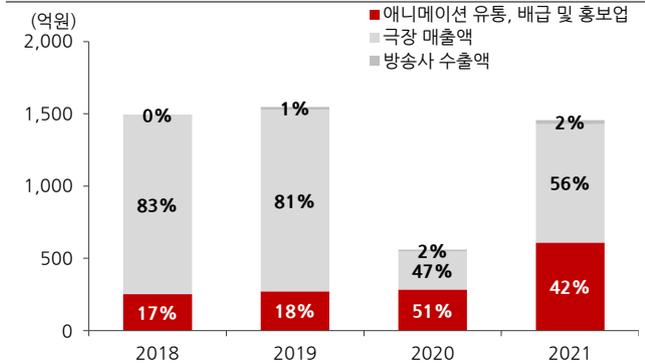
자료: 한국콘텐츠진흥원, 한국R협회의 기업리서치센터

국내 애니메이션 산업 세분화 비중



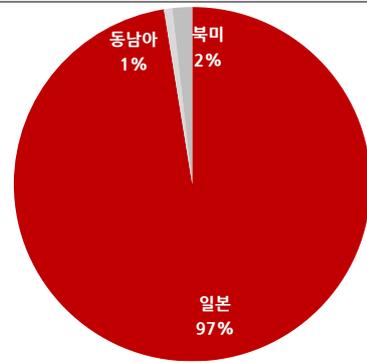
주: 2021년 기준, 자료: 한국콘텐츠진흥원, 한국R협회의 기업리서치센터

국내 애니메이션 유통 및 배급업 부문별 비중 추이



자료: 한국콘텐츠진흥원, 한국R협회의 기업리서치센터

국내 애니메이션 국가별 수입액 비중



주: 2021년 기준, 자료: 한국콘텐츠진흥원, 한국R협회의 기업리서치센터

2 일본 애니메이션 시장 현황

2021년 기준

일본 애니메이션 시장 규모는

2.7조엔으로 2010년 이후

연평균 8.7%로 성장

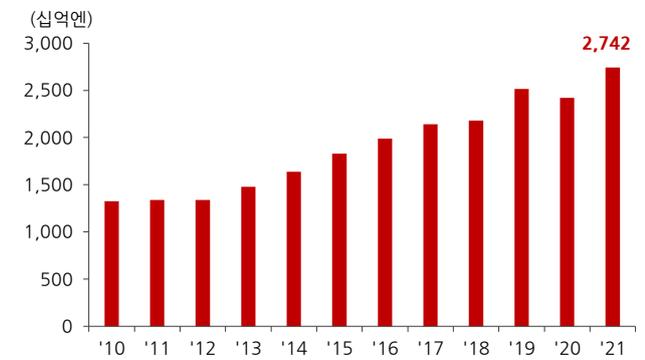
일본동화협회(AJA)에 따르면 2021년 일본 애니메이션 시장 규모는 2.7조엔으로 2010년 이후 연평균 8.7%로 성장했다. 일본 애니메이션 시장은 2010년 이후 성장세를 이어갔지만, 2020년 코로나 영향으로 역성장하는 모습을 보였다. 2021년에는 애니메이션 산업 전부분에서 매출이 증가했으며, 코로나 이전인 2019년과 비교 시에도 9.1% 증가했다.

일본 애니메이션 시장은 TV, 영화, 비디오, 온라인, 상품화(MD), 음악, 해외시장, 유희, 라이브 엔터테인먼트로 나뉜다. 2021년 기준 해외시장이 전체 시장의 48%를 차지하고 있으며, 상품화(MD), 유희 분야가 각각 24%, 11%씩 차지하고 있다.

2021년 온라인 서비스(VOD)은 전체 애니메이션 시장의 6% 비중을 차지하고 있는데, 규모는 1,540억엔으로 전년 대비 66% 급증했다. 이는 코로나 이전인 2019년과 비교 시에도 125% 증가한 수치이며, 2020년부터는 전통적인 매체(TV, 영화, 비디오)규모를 넘어섰다. 애니메이션 보급이 전통적인 방식에서 OTT플랫폼을 통한 시청 방식으로 변화한 것이 주요인이다.

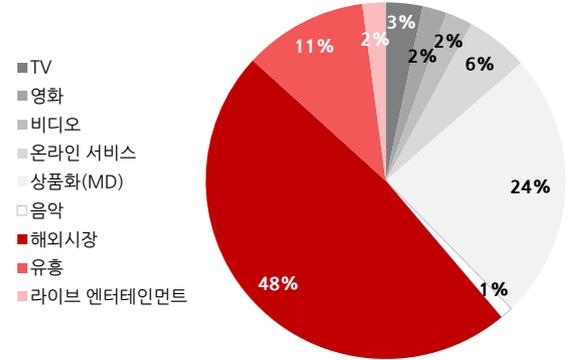
해외시장은 일본 애니메이션시장에서 꾸준히 성장하고 있는 시장이다. 2015년 해외시장은 전체 일본 애니메이션 시장의 32%를 차지하고 있었으나, 2015년부터 2020년까지 연평균 16%로 증가하여 2020년에는 일본 내수 시장 규모를 넘어서기도 했다. 해외시장이 확대된 배경으로는 글로벌 OTT 플랫폼의 비약적인 성장과 일본 극장판 애니메이션 수요 증가 등이 있다. 과거 일본 애니메이션을 접근할 수 있었던 채널이 DVD에 한정되어 있었던 반면, 현재는 OTT플랫폼 등 다양한 채널을 통해 접할 수 있게 되어 일본 애니메이션에 대한 접근성이 높아졌다. 또한 2020년 공개된 극장판 <귀멸의 칼날>은 45개국에서 상영되었으며, 해외시장 수익 117억엔을 기록했다. 2021년에 개봉한 극장판 <명탐정 코난>은 베트남, 대만, 홍콩 등 22개국에서 개봉됐으며, 아시아 지역을 중심으로 인기를 이끌었다.

일본 애니메이션 시장 규모 추이



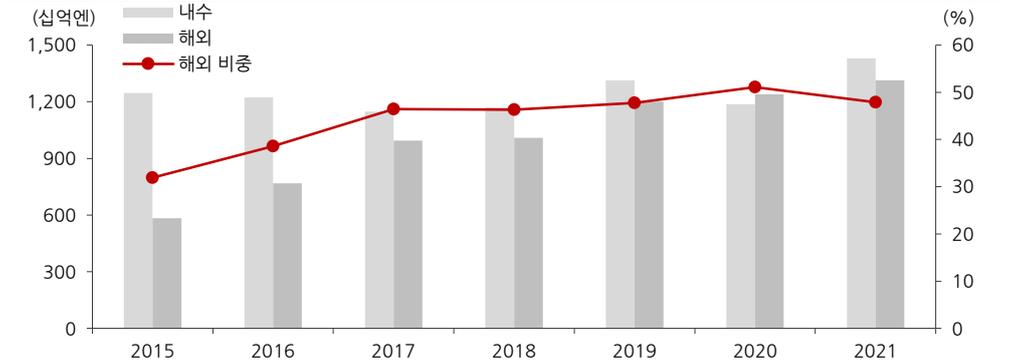
자료: 일본동화협회, 기업리서치센터

일본 애니메이션 부문별 비중



주: 2021년 기준, 자료: 일본동화협회, 한국IR협의회 기업리서치센터

일본 애니메이션 내수 및 해외 시장 규모 추이



자료: 일본동화협회, 한국IR협의회 기업리서치센터

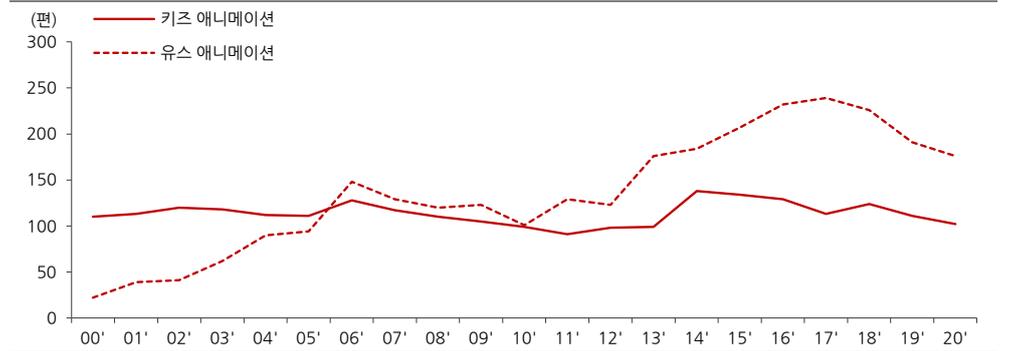
3 일본 애니메이션 시장의 특징

일본 애니메이션은 제작위원회 방식을 통해 제작

일본에서 애니메이션은 '제작위원회' 방식을 통해 제작된다. 제작위원회 방식이란 애니메이션 제작을 위해 방송사, 애니메이션 제작사, 영화사, 광고 대행사, 2차 창작물 제조업체 등이 출자하여 위원회를 구성하고, 출자된 자금으로 애니메이션을 제작하는 일종의 컨소시엄 형태이다. 저작권은 제작위원회에 귀속되며, 투자 금액에 따라 각 이해관계들에게 수익이 분배된다.

일본은 유스 애니메이션 시장을 주도하고 있다. 유스 애니메이션이란 청소년과 성인과 같이 높은 연령층을 시청 대상으로 하는 애니메이션을 의미한다. 과거 애니메이션의 주된 소비층은 영유아 및 초등학생에 한정되어 있었다. 하지만 미디어 환경의 급격한 변화와 키덜트 문화 확산에 따라 애니메이션 소비 계층이 청소년 및 성인까지 확대되고 있다. 키덜트란 아이(Kid)와 어른(Adult)의 합성어로, 아이와 같은 감성을 지니고 있는 어른을 뜻한다. 2000년 기준 일본에서 유스 애니메이션 제작 편수는 22편에 불과했지만, 꾸준히 증가하여 2006년 기준 148편을 기록하며 전통적인 키즈 애니메이션 편수를 능가하기 시작했다.

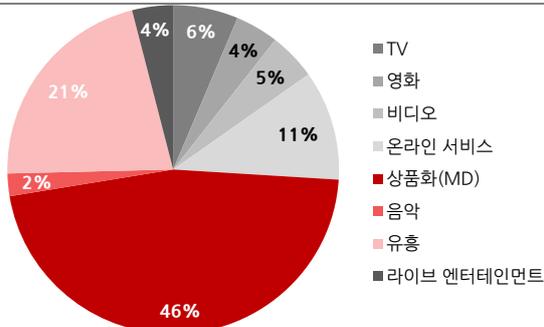
일본 키즈 및 유스애니메이션 제작편수 추이



자료: 일본동화협회, 한국R협회의 기업리서치센터

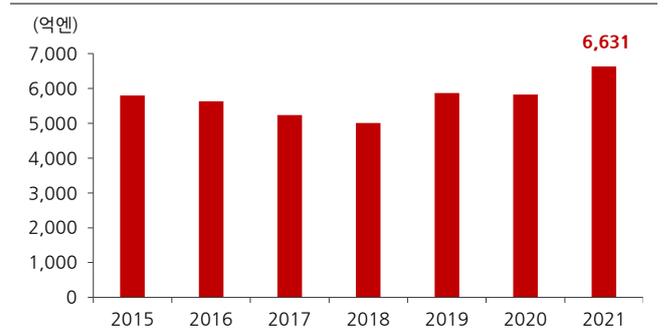
애니메이션 산업은 일반적으로 OSMU(One Source Multi Use)특성을 보이기 때문에 IP를 활용해 다양한 분야(굿즈, 모바일 게임 등)로 확장해 부가가치를 창출하기 용이한 산업이다. 2021년 기준 일본 애니메이션 내수 시장에서 상품화(MD)시장은 46%의 비중을 차지하고 있다. 2021년 기준 일본 캐릭터 상품화 시장 규모는 6,631억엔으로 전년대비 14% 증가했다. 유스 애니메이션인 <귀멸의 칼날>의 아사히음료, 로손(편의점 프랜차이즈 社), 남코(엔터테인먼트 社) 등과 협업으로 굿즈에서부터 음료수, 식품, 생활용 잡화까지 상품화의 범위가 넓어지면서 일본 상품화 시장 성장을 견인했다. 또한 <포켓몬스터 레드:그린>, <에반게리온>, <주술회전>, <기동전사 건담>등 다양한 애니메이션 작품 속 캐릭터들의 상품화가 호조를 보였다. 실제로 일본 애니메이션 제작사 매출에서 IP활용을 통한 관련 사업이 높은 비중을 차지하고 있는데, 일본 애니메이션 제작 기업인 '토에이'의 경우 2022년 기준 전체 매출에서 판권 비중이 48%를 차지하고 있다.

일본 애니메이션 내수 부분별 비중



주: 2021년 기준, 자료: 일본동화협회, 기업리서치센터

일본 캐릭터 상품화 시장 규모 추이



자료: 일본동화협회, 한국R협회의 기업리서치센터



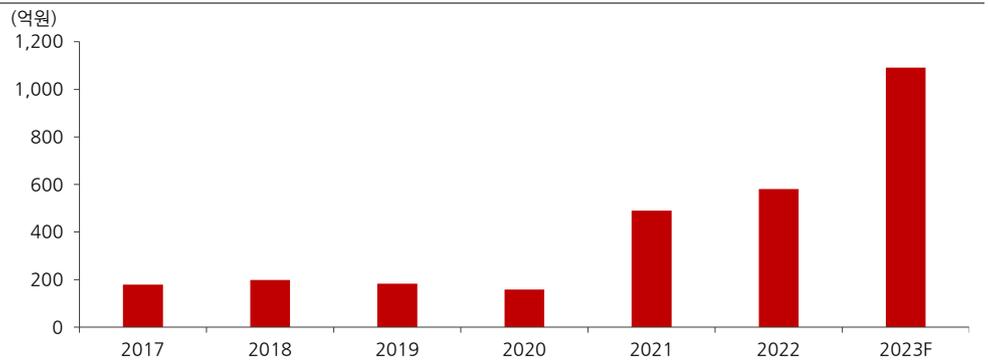
투자포인트

1 M&A 및 수직 계열화를 통한 매출 성장 기대

투자포인트1. 급증하는 매출 성장

애니플러스의 첫번째 투자포인트는 적극적인 M&A와 해외진출을 통한 매출 성장 기대이다. 2020년 159억원에 불과했던 동사의 매출액은 2022년 581억원을 기록해 연평균 91% 성장했다. 특히 2021년 매출액은 전년 대비 208.7%급증했다. 올해도 동사의 매출액은 전년 대비 87.7% 증가한 1,091억원으로 추정된다.

애니플러스의 매출액 추이



자료: 애니플러스, 한국IR협의회 기업리서치센터

주요인은 1) M&A와 2) 애니플러스와 자회사간의 시너지 효과 때문임

동사의 가파른 매출액 증가는 1) M&A를 통해 매출원 다각화와 2) 애니플러스와 자회사 간의 시너지 효과에 의해 가능하다.

2020년 코스닥에 상장한 이후 동사는 적극적인 M&A를 통해 사업 다각화를 꾀하고 있다. 2020년에는 위메드(드라마 제작사)를, 2022년에는 로운컴퍼니씨엔씨(굿즈 제작)와 라프텔(OTT 플랫폼)을 인수했다. 올해 6월에는 애니맥스(애니메이션 유통사)를 인수했다.

라프텔은 애니메이션 전용 OTT플랫폼으로 2014년에 설립되었다. 애니플러스는 2022년 11월 18일 라프텔 지분 56.38%(콜옵션 12.5%포함)을 인수했다. 라프텔 월 이용료는 Basic 9,900원, Premium 14,900원이다. 인수 당시 유료 구독자수는 20만명이었고 현재는 22만명 정도이며, 사용자 잔존율(Retention Rate)이 높은 편이다. 라프텔의 매출액은 작년 4분기 42억원을, 올해 상반기 141억원을 기록하고 있다.

라프텔은 1) 해외진출과 2) 오리지널 작품을 제작할 예정이다. 해외 매출과 관련해서는 두번째 투자포인트에서 알아보고자 한다. 동사는 국내 웹툰, 웹소설 IP등을 활용해 올해 10편 정도의 오리지널 작품을 제작해 자체 IP를 보유할 예정이다. 형식은 숏폼이나 미들폼형식을 구상하고 있다.

최근에는 국내 2위의 일본 유스 애니메이션 유통사인 애니맥스코리아 지분 100%를 460억원 인수했다. 애니맥스는 소니 픽처스가 1998년에 개국한 애니메이션 채널로, 애니맥스코리아는 2006년 5월 개국, 스카이라이프 등에

서 방영되어 왔다. 애니맥스코리아는 국내 일본 유스 애니메이션 시장에서 시장 점유율 10~20%를 차지하고 있으며, 유스 애니메이션 뿐만 아니라 키즈 애니메이션도 유통하고 있다. 애니맥스코리아 매출액에서 유스 애니메이션과 키즈 애니메이션이 차지하는 비중은 각각 65%, 35%이다. 2022년 기준 애니맥스코리아의 매출액과 영업이익은 각각 134억원과 42억원이며, 영업이익률은 31.3%였다. 올해 하반기에는 63억원의 매출이 가능할 예정이다. 애니맥스를 인수함으로써 애니플러스는 1) 국내 일본 유스 애니메이션 시장에서 시장점유율 확대(약 90% 정도)로 시장 지배력을 강화, 높아진 바이 파워를 활용 단가 인하 효과를 기대할 수 있다. 또한, 2) 중장기적으로는 애니플러스의 키즈 애니메이션 IP 사업 진출도 가능하다.

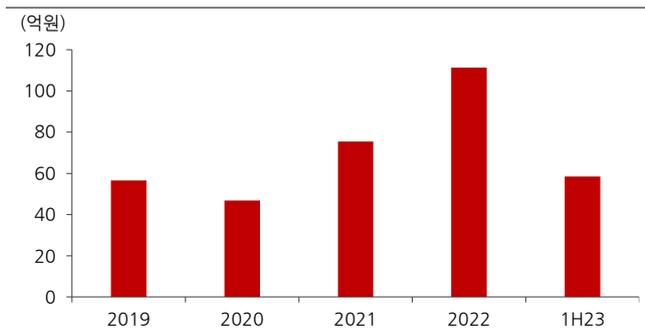
애니플러스의 M&A는 애니플러스와 자회사간, 자회사와 자회사간에 시너지를 높이는 방향으로 진행되고 있다. 애니플러스는 2014년 설립한 자회사인 PLUS MEDIA NETWORKS ASIA 및 미디어엔아트와 함께 채널 사업 및 전시, 이벤트 사업을 영위하고 있었다. 동사는 2017년부터 MD삽을 런칭하고 애니메이션 IP 콜라보 카페를 진행하면서 애니메이션 IP사업을 활성화했다. 이 때부터는 본격적으로 ‘채널-VOD-굿즈-오프라인 행사’를 통한 팬덤 비즈니스 밸류체인을 구축을 시작했으며, M&A를 통해 수직 계열화를 공고히 했다. 2022년에 애니플러스가 인수한 로운컴퍼니앤씨는 굿즈를 제작하는 곳으로 연예인, 게임 등의 콘텐츠 IP굿즈를 제작할 뿐만 아니라, 애니플러스와 미디어엔아트가 주관하는 전시IP관련 상품 제작도 담당하여 IP 활용도를 높일 것으로 기대된다. 라프텔은 코로나로 중요성이 높아진 콘텐츠 채널인 OTT로 애니플러스 콘텐츠 유통채널 확대에 이어질 전망이다. 최근 인수한 애니맥스는 팬덤 비즈니스 밸류체인 하에서 굿즈 사업 수익 확대 및 애니플러스의 서브컬처 IP 사업 경쟁력 강화에 기여할 수 있다.

2 본격적인 해외 진출을 통한 매출 성장 기대

투자포인트. 내년부터 본격화될 것으로 기대되는 해외 매출 성장

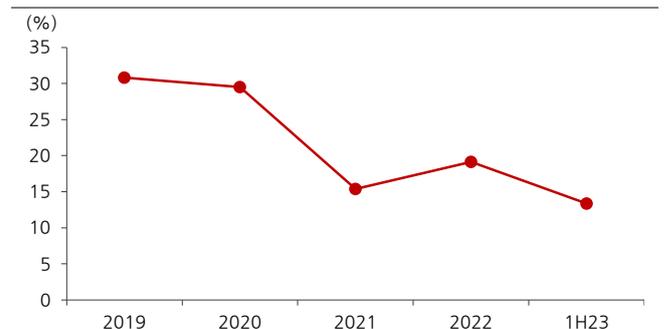
애니플러스의 두번째 투자 포인트는 적극적인 해외 진출로 내년부터 가시화가 예상되는 해외 매출 성장 기대이다. 애니플러스의 2022년과 2023년 상반기 해외 매출액은 각각 111억원과 59억원이다. 전체 매출액 대비 비중은 19.1%, 13.3%이다. 해외 매출액의 대부분은 자회사인 PLUS MEDIA NETWORKS ASIA의 매출액이며, 비중 축소는 M&A로 국내 매출액이 증가했기 때문이다. 애니플러스의 자회사인 라프텔과 미디어엔아트는 올해 연말부터 적극적으로 해외 진출을 추진할 예정이다. 이로 인해 내년부터는 본격적인 해외 매출 성장도 기대 가능하다.

해외 매출액 추이



자료: 애니플러스, 한국IR협의회 기업리서치센터

해외 매출액 비중 추이



주: 전체 매출액 대비 비중, 자료: 애니플러스, 한국IR협의회 기업리서치센터

라프텔과 미디어엔아트 올해 연말부터 해외 진출 예정

라프텔은 올해 연말까지 동남아 6개국(태국, 인도네시아, 싱가포르, 필리핀, 말레이시아와 베트남)에 동시 진출할 예정이며, 현재 거의 준비가 완료된 상황이다. 동사는 계열사인 PLUS MEDIA NETWORKS ASIA의 400~500편 정도의 IP Library를 활용할 수 있고, <ANIPLUS ASIA>채널을 통해 TV광고도 가능해 내년부터는 본격적인 매출도 발생할 것으로 기대하고 있다. 장기적으로는 미국에 진출할 계획도 보유 중이다.

미디어엔아트는 2014년 설립 초기 클립트와 같은 대형작가의 작품을 재해석하여 미디어아트의 대중화를 이끌었고, 이후에는 '이상한 나라의 앨리스', '빨강머리 앤', '유미의 세포들'과 같은 비화화 명작을 전시 콘텐츠화 하며 차별화된 경쟁력을 확보하고 자체 IP도 확보했다. 특히, 2021년 '요시고사진전: 따뜻한 휴일의 기록'은 2021년 전시/행사 부문에서 11.4%의 점유율로 압도적인 1위를 달성하며 매출 상승에 큰 기여를 하였다. 현재 동사는 전시회를 개최할뿐만 아니라 애니플러스 및 계열사와 함께 굿즈를 판매하며 상품화 사업도 진행하고 있다. 통상 미디어엔아트가 전시회를 열 경우 티켓 판매액의 10%가 상품 판매액으로 발생하고 있다. 미디어엔아트는 국내에서 성공한 '요시고 사진전'을 일본 도쿄 등에서 개최하며 해외 진출을 할 예정이다. 이를 경우, 추가적인 원가 부담이 없다는 점에서 영업이익률의 상승도 기대할 수 있다. 미디어엔아트는 30% 이상의 견조한 영업이익률을 유지하고 있으며, 2023년 상반기 영업이익률은 37% 였다. 미디어엔아트는 내년 싱가포르에 지점(그라운드스시소) 진출 예정이며, 이를 위한 시리즈 A 자금을 모집 중이다.



실적 추이 및 전망

1 2022년 실적 Review

2022년 매출액
581억원(+18.5%YoY),
영업이익 96억원(-26%YoY),
영업이익률
16.6%(-9.9%pYoY) 기록

애니플러스의 2022년 매출액은 581억원으로 전년 대비 18.5% 증가했다.

애니플러스 별도법인의 매출액이 294억원으로 전년 대비 44.8% 증가했으나, 애니플러스의 종속법인 매출액 합계는 287억원으로 전년과 비슷한 수준을 유지했다. 애니플러스가 로운 컴퍼니(2022년 매출액 63억원)와 라프텔(42억원)을 인수하며 종속법인 매출액이 증가했으나, 드라마 제작 건수 감소로 위메드의 매출액이 88% 급감(2021년 161억원 → 2022년 19억원)하며 종속법인의 매출액은 성장하지 못했다. 애니플러스 별도법인은 1) OTT플랫폼 성장에 따른 콘텐츠 매출 증가와 2) 수직화된 계열화로 IP 활용도가 증가(콜라보 카페 등)로 상품 매출이 증가하면서 매출액이 급증했다.

제품별로 매출액을 살펴보면, 매출액의 51.3%를 차지하는 콘텐츠의 매출액이 33.6% 증가한 가운데, 상품매출이 368.6% 급증했다. 기타매출은 위메드의 드라마 제작 매출이 급감하면서 48.5% 감소했다.

동사의 2022년 영업이익은 96억원으로 전년 대비 26% 감소하였고, 영업이익률도 16.6%로 9.9%p 하락했다. 위메드가 영업손실을 기록한 가운데, 2022년 인수한 로운 컴퍼니와 라프텔의 영업이익률이 각각 11.9%, 12.8%를 기록해 기존 계열사(PLUS MEDIA NETWORKS ASIA(30.7%), 미디어엔아트(39.7%))의 영업이익률 대비 낮은 수익률을 기록하며 애니플러스의 연결기준 영업이익률 하락에 기여했다. 또한 애니플러스의 영업이익률도 23.5%로 2021년 33.9% 대비 10.4%p 하락했는데, 이는 일회성 요인으로 주식보상비용이 반영되었기 때문이다.

애니플러스의 2022년 지배주주기준 순이익은 40억원으로 전년 대비 80.2% 감소했다. 2021년에는 영업외이익으로 파생상품평가이익 144억원이 일회성 요인으로 반영되었다.

2 2023년 실적 전망

2023년 상반기 매출액
438억원(+76.1%YoY),
영업이익 83억원(+127%YoY),
영업이익률
19.0%(+4.2%pYoY) 기록

애니플러스의 2023년 상반기 매출액은 438억원으로 전년동기 대비 76.1% 증가했다. 애니플러스 별도법인과 PLUS MEDIA NETWORKS ASIA의 매출액이 각각 19.9%, 36.5% 증가한 가운데, 2022년 하반기에 인수한 로운 컴퍼니와 라프텔의 매출액 34억원, 75억원 인식하며 매출액이 2022년 상반기 대비 급증했다.

동사의 2023년 상반기 영업이익은 83억원으로 전년동기 대비 127% 증가했다. 영업이익률은 19.0%로 2022년 상반기 대비 4.2%p 상승했다. 이는 2022년 상반기 판관비 부분에서 반영된 일회성 요인인 주식보상비용이 제외된 데 따른 것이다.

애니플러스의 2023년 상반기 지배주주기준 순이익은 15억원으로 흑자 전환되었다. 2022년 상반기 순이익은 22억 원 적자였다.

2023년 매출액
1,091억원(+87.7%YoY),
영업이익
221억원(+130.1%YoY),
영업이익률
20.3%(+3.7%pYoY) 예상

당사는 애니플러스의 2023년 매출액을 1,091억원(+87.7%YoY), 영업이익을 221억원(+130.1%YoY), 영업이익률을 20.3%(+3.7%pYoY)로 추정한다.

별도 법인 애니플러스의 매출액은 324억원으로 전년 대비 10.2% 증가가, 종속회사 매출액은 767억원으로 전년 대비 167% 급증이 예상된다. 작년에 인수한 로온컴퍼티와 라프텔의 매출액이 온기로 반영되고, 6월말 인수 완료한 애니맥스도 하반기 63억원의 매출을 달성할 것으로 예상된다.

전년도 일회성 비용인 주식보상비용이 올해는 발생하지 않고, 견고해지는 수직계열화 속에 IP활용도가 증가하면서 수익성도 개선될 전망이다.

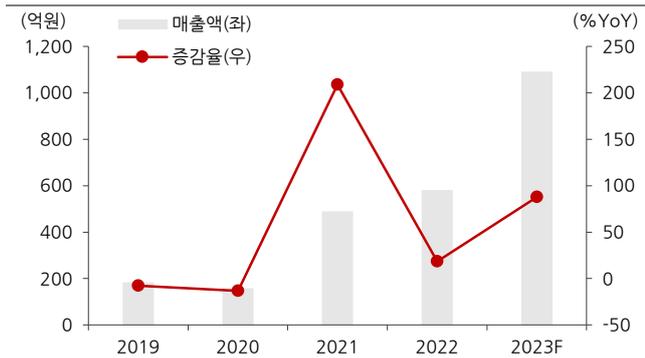
실적 전망

(단위: 억원, %)

	2019	2020	2021	2022	2023F
매출액	184	159	490	581	1,091
별도기준애니플러스	122	112	203	294	324
종속회사	62	47	287	287	767
영업이익	0	-10	130	96	221
당기순이익	-15	-35	203	40	125
%YoY					
매출액	-7.6	-13.4	208.7	18.5	87.7
영업이익	-99.7	적전	흑전	-26.0	130.1
당기순이익	적전	적지	흑전	-80.3	212.5
영업이익률	0.1	-6.5	26.5	16.6	20.3
당기순이익률	-8.2	-22.0	41.4	6.9	11.5

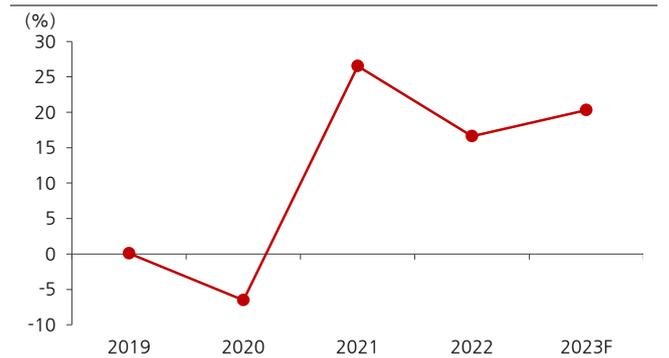
자료: 한국IR협의회 리서치센터

매출액과 증감율 추이 및 전망



자료: 애니플러스, 한국IR협의회 기업리서치센터

영업이익률 추이 및 전망



자료: 애니플러스, 한국IR협의회 기업리서치센터

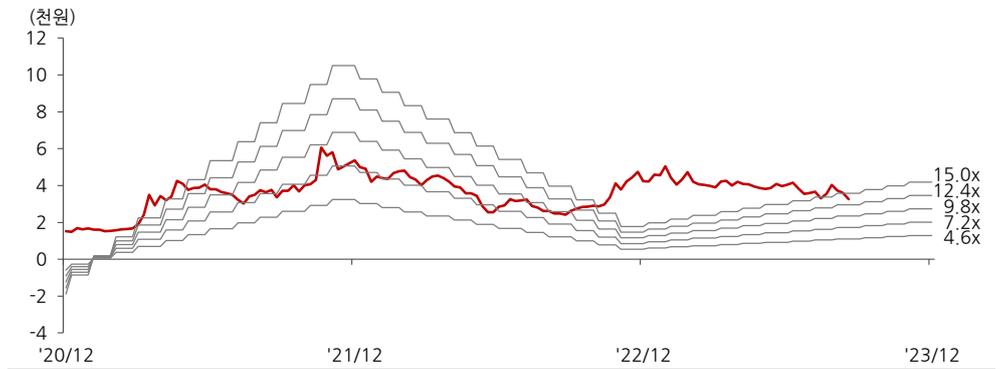
Valuation

**애니플러스의 2023년
예상 PER은 11.8배로
역사적 밸류에이션 중하단 위치**

현재 애니플러스의 2023년 예상 PER은 11.8배이다. 동사가 상장 후 당기순이익 흑자를 기록한 2021년 이후 동사의 주가는 PER Band 2.0배에서 35.2배 사이에서 움직이고 있다. 이를 감안하면, 현재 동사의 밸류에이션은 Band 중하단에 위치해 있다. 다만, 상장 후 기간이 길지 않고 당기순이익의 변동성이 컸다는 점에서 역사적 밸류에이션 비교에 한계가 있다는 점은 고려할 필요가 있다.

참고로, 동사의 2023년 예상 PBR은 1.7배이다. 동사가 스펙으로 상장한 2020년 이후 동사의 주가는 PBR Band 0.9배에서 4.5배 사이에서 움직이고 있으며, PBR로도 동사의 현재 밸류에이션은 Band 중하단에 위치해 있다.

애니플러스의 PER Band



자료: Fnguide, 한국IR협회의 기업리서치센터

애니플러스의 PBR Band



자료: Fnguide, 한국IR협회의 기업리서치센터

**경쟁사 평균 PBR대비
밸류에이션은 낮은 편**

애니플러스의 국내 상장 경쟁사로는 대원미디어, CJENM, 스튜디오미르와 SAMG엔터를 들 수 있다.

대원미디어는 1977년에 설립된 기업으로 ‘철인 007’, ‘달려라 하니’, ‘영삼이’ 등을 제작한 한국의 만화 및 애니메이션 콘텐츠 대표기업이다. 동사는 애니메이션 창작 능력을 보유했을 뿐만 아니라 글로벌 라이선싱을 기반으로 라

이션스, 영화, 전시, 게임 등 OSMU(One Source Multi Use) 사업을 전개하고 있다. 대표적으로 짱구, 원피스, 도라에몽, 지브리스튜디오 등의 애니메이션 캐릭터를 활용한 콘텐츠부터 글로벌 인기 IP 마블 라이선스를 활용한 피규어 사업 등을 전개하고 있다. 동사의 2023년 상반기 매출액(연결조정 제외 전) 기준으로 유통(닌텐도 등), 출판, 방송과 콘텐츠 비중이 각각 62.7%, 21.1%, 9.2%, 6.9%를 차지하고 있다.

CJ ENM은 CJ오쇼핑과 CJ E&M이 합병한 법인으로 미디어와 관련된 다양한 사업을 영위하고 있다. 동사의 사업부는 크게 미디어플랫폼(2022년 매출액 비중, 29.8%), 영화드라마(29.7%), 음악(12.2%), 커머스(28.3%) 부문으로 나누어진다. 동사는 투니버스라는 어린이 채널을 유지하고 있으며, 애니메이션 스튜디오인 스튜디오 바주카에서는 애니메이션을 제작하고 있다.

스튜디오미르는 2010년에 설립되었으며, 2D 애니메이션 제작 및 기획을 주요 사업으로 영위하고 있으며, 제작 외에도 게임사 등 다른 분야와 IP공동 개발을 추진하고 있다. 동사는 넷플릭스, 디즈니플러스 등 글로벌 OTT플랫폼사 등 북미를 타겟으로 애니메이션을 제작하고 있다.

SAMG엔터 역시 키즈 애니메이션 제작 및 IP상품화 사업을 하고 있다. 동사는 국내 최대 3D애니메이션 제작사로 애니메이션 기획 및 제작, 캐릭터 라이선싱 및 상품화, 글로벌 배급 사업을 영위하고 있다.

애니플러스의 국내 경쟁사들의 2023년 PBR 평균은 2.3배로 애니플러스(당사 추정치 기준)의 PBR 1.7배보다 높다. 비교시 CJ ENM은 시장컨센서스를, 시장 추정치가 존재하지 않는 나머지 경쟁사들은 2023년 6월말 자본 총계를 기준으로 비교를 했다.

참고로 PSR로 비교 시에도 애니플러스의 PSR 1.3배는 국내 경쟁사 평균 PSR 2.0배보다 낮다.

애니플러스와 주요 경쟁사의 재무지표와 밸류에이션 지표

(단위: 억원, 엔 %, 배)

		애니플러스	CJENM	대원미디어	스튜디오미르	SAMG 엔터	토에이애니메이션
주가(원, 엔)		3,280	56,900	11,780	22,550	23,800	13,320
시가총액(억원, 억엔)	2023E	1,482	12,478	1,482	1,209	2,045	5,594
자산총계 (억원, 억엔)	2019	250	54,349	1,361	193	271	940
	2020	291	62,799	1,447	189	324	1,055
	2021	1,013	79,406	1,641	208	385	1,269
	2022	1,415	103,322	1,923	253	767	1,505
자본총계 (억원, 억엔)	2019	37	29,465	785	70	31	747
	2020	171	34,373	842	82	-118	851
	2021	456	37,774	903	105	-227	960
	2022	743	35,522	953	209	471	1,145
매출액 (억원, 억엔)	2019	184	37,897	1,915	139	199	548
	2020	159	33,912	2,662	170	236	516
	2021	490	35,524	2,998	144	384	570
	2022	581	47,922	3,035	258	683	875
영업이익(억원, 억엔)	2019	0	2,694	37	6	24	161
	2020	-10	2,721	72	5	-10	155
	2021	130	2,969	123	-19	34	179
	2022	96	1,374	143	33	-4	287
영업이익률(%)	2019	0.1	7.1	1.9	4.6	12.3	29.3
	2020	-6.5	8.0	2.7	3.1	-4.4	30.0
	2021	26.5	8.4	4.1	-13.3	8.8	31.4
	2022	16.6	2.9	4.7	13.0	-0.5	32.8
당기순이익(억원, 억엔)	2019	-15	1,042	11	-1	1	114
	2020	-35	569	41	9	-104	111
	2021	203	1,935	57	21	-111	128
	2022	40	-1,201	56	15	-230	209
ROE(%)	2019	-39.6	3.7	1.4	-	1.9	16.1
	2020	-33.7	1.8	5.0	11.2	241.2	13.9
	2021	64.7	5.4	6.5	22.6	64.4	14.2
	2022	6.7	-3.3	6.0	9.6	-	19.9
PER(배)	2019	N/A	33.6	77.2	N/A	N/A	18.1
	2020	N/A	53.7	28.6	N/A	N/A	43.8
	2021	7.4	15.7	47.1	N/A	N/A	32.4
	2022	40.1	N/A	31.1	N/A	N/A	25.7
	2023E	11.8	N/A	6.8	58.7	N/A	31.0
PSR(배)	2019	-	0.9	0.4	N/A	N/A	3.8
	2020	2.7	0.9	0.4	N/A	N/A	9.4
	2021	3.1	0.9	0.9	N/A	N/A	7.3
	2022	2.8	0.5	0.6	N/A	2.4	6.2
	2023E	1.3	0.3	0.4	5.2	2.3	6.8
PBR(배)	2019	-	1.1	1.0	N/A	N/A	2.8
	2020	2.4	0.8	1.3	N/A	N/A	5.7
	2021	3.2	0.8	2.8	N/A	N/A	4.3
	2022	2.6	0.6	1.8	N/A	4.3	4.7
	2023E	1.7	0.4	1.5	3.2	4.4	3.8
배당수익률(%)	2019	0.0	0.9	0.0	0.0	0.0	1.3
	2020	0.0	1.2	0.0	0.0	0.0	0.9
	2021	0.0	1.5	0.0	0.0	0.0	0.6
	2022	0.0	0.0	0.7	0.0	0.0	0.7

주: 주가와 시가총액은 2023. 09. 25 기준. FY2023 실적은 애니플러스는 당사추정치, CJENM, 토에이 애니메이션은 컨센서스 적용, 이외 기업의 경우 자산, 자본총계는 2Q23기준 / 매출액, 영업이익, 당기 순이익은 연율화 적용. 자료: Fnguide, 한국IR협의회 기업리서치센터


리스크 요인
**리스크 요인은 전환사채로 인한
오버행 이슈**

애니플러스의 리스크 요인은 전환사채로 인한 오버행 이슈이다.

애니플러스의 장부상 전환사채로는 제3회 무보증 사모 전환사채(77억원)와 제4회 무보증 사모 전환사채(250억원)가 있다.

제 3회 무보증 사모 전환사채는 2021년 9월 29일 발행했으며, 만기는 2026년 9월 29일이다. 전환청구기간은 2022년 9월 29일부터 2026년 8월 29일까지이며 전환가격은 1주당 2,692원이다. 전환가능주식수는 2,860,327주로 전체 발행주식 수의 6.3%이다.

제 4회 무보증 사모 전환사채는 2023년 4월 21일 발행했으며, 만기는 2028년 4월 21일이다. 전환청구기간은 2024년 4월 21일부터 2028년 3월 21일까지이며 전환가격은 1주당 3,558원이다. 전환가능주식수는 7,026,419주로 전체 발행주식 수의 15.5%이다. 애니플러스는 매도청구권(콜옵션)을 보유하고 있으며 매도청구권 행사는 2024년 4월 21일부터 2025년 4월 21일까지 가능하다.

포괄손익계산서

(억원)	2019	2020	2021	2022	2023F
매출액	184	159	490	581	1,091
증가율(%)	-7.6	-13.4	208.7	18.5	87.7
매출원가	126	104	297	329	657
매출원가율(%)	68.5	65.4	60.6	56.6	60.2
매출총이익	57	55	194	252	434
매출이익률(%)	31.1	34.5	39.5	43.4	39.8
판매관리비	57	65	63	156	213
판매비율(%)	31.0	40.9	12.9	26.9	19.5
EBITDA	62	50	198	191	332
EBITDA 이익률(%)	33.7	31.2	40.3	32.9	30.5
증가율(%)	-19.6	-19.8	298.7	-3.2	73.6
영업이익	0	-10	130	96	221
영업이익률(%)	0.1	-6.5	26.5	16.6	20.3
증가율(%)	-99.7	적전	혹전	-26.0	130.1
영업외손익	-17	-27	129	-35	-24
금융수익	4	3	153	41	56
금융비용	20	11	23	64	73
기타영업외손익	-1	-20	-2	-11	-8
종속/관계기업관련손익	0	0	0	0	0
세전계속사업이익	-17	-38	259	62	197
증가율(%)	적전	적지	혹전	-76.2	219.9
법인세비용	0	3	46	7	28
계속사업이익	-17	-40	213	54	169
중단사업이익	0	0	0	0	0
당기순이익	-17	-40	213	54	169
당기순이익률(%)	-9.5	-25.4	43.4	9.4	15.5
증가율(%)	적전	적지	혹전	-74.4	209.9
지배주주지분 순이익	-15	-35	203	40	125

현금흐름표

(억원)	2019	2020	2021	2022	2023F
영업활동으로인한현금흐름	49	41	162	212	392
당기순이익	-17	-40	213	54	169
유형자산 상각비	11	13	17	22	22
무형자산 상각비	51	47	51	73	89
외환손익	0	4	1	1	0
운전자본의감소(증가)	-10	-12	-33	-9	113
기타	14	29	-87	71	-1
투자활동으로인한현금흐름	-30	4	-137	-522	-533
투자자산의 감소(증가)	11	12	-41	746	-2
유형자산의 감소	1	0	0	19	0
유형자산의 증가(CAPEX)	-4	-4	-16	-1	-20
기타	-38	-4	-80	-1,286	-511
재무활동으로인한현금흐름	-17	-19	350	106	294
차입금의 증가(감소)	-9	-4	-20	21	186
사채의증가(감소)	0	0	370	0	108
자본의 증가	0	-0	0	100	0
배당금	0	0	0	0	0
기타	-8	-15	0	-15	0
기타현금흐름	-1	-1	2	2	0
현금의증가(감소)	1	24	377	-202	153
기초현금	38	39	63	440	238
기말현금	39	63	440	238	390

재무상태표

(억원)	2019	2020	2021	2022	2023F
유동자산	120	139	614	544	773
현금성자산	39	63	440	238	390
단기투자자산	26	14	43	141	147
매출채권	37	32	96	88	159
재고자산	5	3	24	48	43
기타유동자산	14	27	10	29	33
비유동자산	129	152	400	872	1,288
유형자산	22	44	69	87	86
무형자산	92	93	145	704	1,099
투자자산	5	10	179	63	65
기타비유동자산	10	5	7	18	38
자산총계	250	291	1,013	1,415	2,060
유동부채	202	91	149	432	488
단기차입금	26	23	3	102	94
매입채무	23	17	44	22	76
기타유동부채	153	51	102	308	318
비유동부채	10	33	403	178	599
사채	0	0	205	0	148
장기차입금	0	0	0	3	193
기타비유동부채	10	33	198	175	258
부채총계	211	124	551	610	1,086
지배주주지분	37	171	456	743	867
자본금	19	28	29	42	42
자본잉여금	12	194	274	505	505
자본조정 등	0	-22	-21	-18	-18
기타포괄이익누계액	1	1	1	2	2
이익잉여금	5	-30	173	213	338
자본총계	38	167	462	805	974

주요투자지표

	2019	2020	2021	2022	2023F
P/E(배)	N/A	N/A	7.4	40.1	11.8
P/B(배)	14.5	2.5	3.4	2.7	1.7
P/S(배)	2.9	2.6	3.1	2.8	1.3
EV/EBITDA(배)	2.3	8.3	7.2	10.1	5.0
배당수익률(%)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
EPS(원)	-55	-126	701	118	278
BPS(원)	140	603	1,550	1,784	1,919
SPS(원)	698	570	1,695	1,709	2,440
DPS(원)	0	0	0	0	0
수익성(%)					
ROE	-33.3	-33.7	64.7	6.7	15.5
ROA	-7.3	-14.9	32.6	4.5	9.7
ROIC	-1.0	-7.8	86.5	14.2	22.4
안정성(%)					
유동비율	59.8	152.6	412.6	125.8	158.4
부채비율	551.8	74.0	119.3	75.8	111.5
순차입금비율	204.8	-8.4	-24.4	-7.3	7.8
이자보상배율	0.0	-4.6	10.2	3.5	5.9
활동성(%)					
총자산회전율	0.8	0.6	0.8	0.5	0.6
매출채권회전율	5.1	4.6	7.6	6.3	8.8
재고자산회전율	40.2	40.1	36.0	16.1	23.9

Compliance notice

본 보고서는 한국거래소, 한국예탁결제원과, 한국증권금융이 공동으로 출연한 한국IR협의회 산하 독립 (리서치) 조직인 기업리서치센터가 작성한 기업분석 보고서입니다. 본 자료는 시가총액 5천억원 미만 중소형 기업에 대한 무상 보고서로, 투자자들에게 국내 중소형 상장사에 대한 양질의 투자 정보 제공 및 건전한 투자문화 정착을 위해 작성되었습니다.

- 당사 리서치센터는 본 자료를 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 본 자료를 작성한 애널리스트는 자료작성일 현재 해당 종목과 재산적 이해관계가 없습니다.
- 본 자료를 작성한 애널리스트와 그 배우자 등 관계자는 자료 작성일 현재 조사분석 대상법인의 금융투자상품 및 권리를 보유하고 있지 않습니다.
- 본 자료는 중소형 기업 소개를 위해 작성되었으며, 매수 및 매도 추천 의견은 포함하고 있지 않습니다.
- 본 자료에 게재된 내용은 애널리스트의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 신의 성실하게 작성되었음을 확인합니다.
- 본 자료는 투자자들의 투자판단에 참고가 되는 정보제공을 목적으로 배포되는 자료입니다. 본 자료에 수록된 내용은 자료제공일 현재 시점의 당사 리서치센터의 추정치로서 오차가 발생할 수 있으며 정확성이나 완벽성은 보장하지 않습니다.
- 본 조사자료는 투자 참고 자료로만 활용하시기 바라며, 어떠한 경우에도 투자자의 투자 결과에 대한 법적 책임 소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.
- 본 조사자료의 지적재산권은 당사에 있으므로, 당사의 허락 없이 무단 복제 및 배포할 수 없습니다.
- 본 자료는 카카오톡에서 "한국IR협의회" 채널을 추가하시어 보고서 발간 소식을 안내받으실 수 있습니다.
- 한국IR협의회가 운영하는 유튜브 채널 'IRTV'에서 1) 애널리스트가 직접 취재한 기업탐방으로 CEO인터뷰 등이 있는 '小中탐방'과 2) 기업보고서 심층해설 방송인 '小中한 리포트 가치보기'를 보실 수 있습니다.)