

KOSDAQ | 미디어와엔터테인먼트

쇼박스 (086980)

2024년 실적 개선 기대

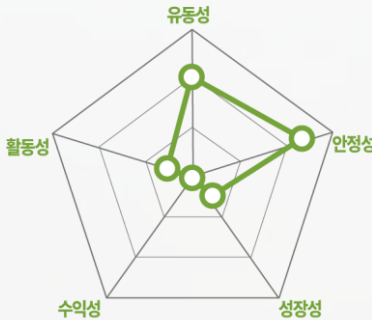
체크포인트

- 쇼박스는 영화 투자와 배급을 주요 사업으로 영위하는 회사. 동사의 매출액은 영화(54.5%, 2023년 매출액 기준), 제작판매(37.5%), 영화배급대행(7.0%)과 기타(1.0%)로 구성
- 투자포인트는 1) 2024년 실적 개선 기대와 2) 기획제작 사업을 통한 매출 다변화 기대
- 쇼박스의 2024년 매출액 919억원(+128.8%YoY), 영업이익의 308억원(흑자 전환) 전망. 현재 동사의 2024년 PBR은 1.8배로 밸류에이션 중하단 수준
- 리스크 요인은 영화 실패 시 손익 악화와 가중될 자금 부담 가능성

주가 및 주요이벤트

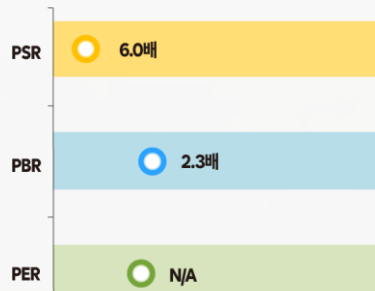


재무지표



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

밸류에이션 지표



주: PSR, PER은 2022년 기준, PBR은 3Q23기준 Trailing, Fnguide WICS 분류상 커뮤니케이션서비스산업 내 순위 비교, 우측으로 갈수록 저평가

쇼박스는 영화 투자와 배급을 주요 사업으로 영위하는 회사

쇼박스는 영화 투자와 배급을 주요 사업으로 영위하는 회사. 2004년부터 올해까지 천만 관객이 넘는 국내 영화 6편을 보유. 매출액은 영화(54.5%, 2023년 매출액 기준), 제작판매(37.5%), 영화배급대행(7.0%)과 기타(1.0%)로 구성

투자포인트1. 실적 개선 기대

쇼박스의 2024년 실적은 급격히 개선될 것으로 기대. 매출액은 919억원으로 전년 대비 128.8% 증가하고, 영업이익도 308억원을 달성하여 전년도 적자에서 흑자 전환할 것으로 추정. 주요인은 영화라인업 확대와 영화 '파묘'의 흥행 성공에 기인. 올해 2월 개봉한 '파묘'는 총관객수 1,189만명 (5/7일 기준) 기록. 쇼박스는 '파묘'의 제작, 배급과 메인 투자 담당

투자포인트2. 기획제작 사업을 통한 매출 다변화 기대

2018년 동사의 주요 사업 영역인 영화 배급 및 투자 사업의 이익 변동성을 축소하고, 매출 다변화를 위해 기획 제작 부문 조직을 세팅하기 시작, 2019년부터 매출 발생. 동사의 첫 제작 작품은 '이태원 클라쓰'. 동사의 기획제작 사업부 전략은 원천 IP로 주목받는 기업들과 전략적 파트너십을 구축하여 시장 맞춤 콘텐츠를 기획, 제작하여 글로벌 시장으로 진출하는 것

Forecast earnings & Valuation

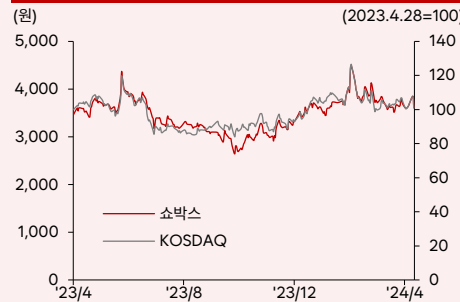
	2020	2021	2022	2023	2024F
매출액(억원)	468	509	567	402	919
YoY(%)	-40.5	8.8	11.3	-29.1	128.8
영업이익(억원)	-20	19	-32	-283	308
OP 마진(%)	-4.2	3.8	-5.6	-70.4	33.5
지배주주순이익(억원)	-26	22	-21	-303	237
EPS(원)	-42	36	-34	-484	379
YoY(%)	적전	흑전	적전	적지	흑전
PER(배)	N/A	168.7	N/A	N/A	9.5
PSR(배)	4.5	7.4	4.1	5.2	2.5
EV/EBITDA(배)	6.7	15.8	5.6	9.9	2.9
PBR(배)	1.6	2.8	1.7	2.0	1.8
ROE(%)	-1.9	1.7	-1.6	-25.2	20.3
배당수익률(%)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

자료: 한국IR협회의 기업리서치센터

Company Data

현재주가 (5/8)	3615원
52주 최고가	4,485원
52주 최저가	2,640원
KOSDAQ (5/8)	872.42p
자본금	313억원
시가총액	2,264억원
액면가	500원
발행주식수	63백만주
일평균 거래량 (60일)	153만주
일평균 거래액 (60일)	63억원
외국인지분율	0.83%
주요주주	오리온홀딩스 외 1인 57.47%

Price & Relative Performance



Stock Data

주가수익률(%)	1개월	6개월	12개월
절대주가	0.0	18.5	0.7
상대주가	-1.4	10.2	-2.8

참고

1) 표지 재무지표에서 안정성 지표는 '부채비율', 성장성 지표는 '매출액 증가율', 수익성 지표는 '영업이익률', 활동성지표는 '총자산회전율', 유동성지표는 '유동비율'임. 2) 표지 밸류에이션 지표 차트는 해당 산업군내 동사의 상대적 밸류에이션 수준을 표시. 우측으로 갈수록 밸류에이션 매력도 높음.



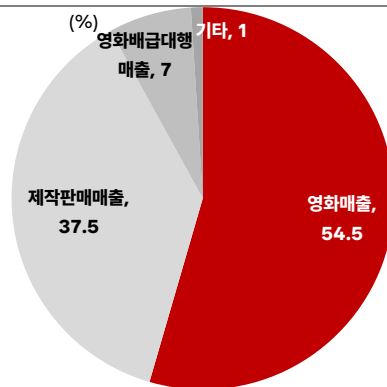
기업 개요

1 연혁

쇼박스는 영화투자자와 배급을 주요 사업으로 영위하는 회사

쇼박스는 영화 투자와 배급을 주요 사업으로 영위하는 회사이다. 2004년부터 올해까지 천만 관객이 넘는 국내 영화 6편을 보유하고 있으며, 과거 6년(2012년~2017년) 연속 편당 관객수 1위를 기록하며 독보적인 기획력을 입증했다. 다른 투자배급사와 달리 영화관을 직접 운영하고 있지 않아, 흥행성이 좋은 소수의 영화에 집중 투자하고 배급할 수 있다. 동사는 2018년부터 이익 변동성을 완화하고자 드라마 및 시리즈물 기획과 제작으로 사업영역을 확대하고 있다. 또한, 자체 IP개발 뿐만 아니라 웹소설, 출판과 웹툰 전문 기업들과 전략적 IP파트너십을 구축하여 IP를 확보하고, 이를 기반으로 다양한 포맷의 콘텐츠를 개발해 국내 및 해외 콘텐츠 시장을 공략하고 있다. 쇼박스의 매출액은 영화(54.5%, 2023년 매출액 기준), 제작판매(37.5%), 영화배급대행(7.0%)과 기타(1.0%)로 구성되어 있다. 해외 매출 비중은 33.4%(2023년 기준)였다.

쇼박스의 매출액 구성



주: 2023년 매출액 기준, 자료: 쇼박스, 한국IR협회의 기업리서치센터

연혁: 1999년 설립, 2006년 코스닥 시장에 상장

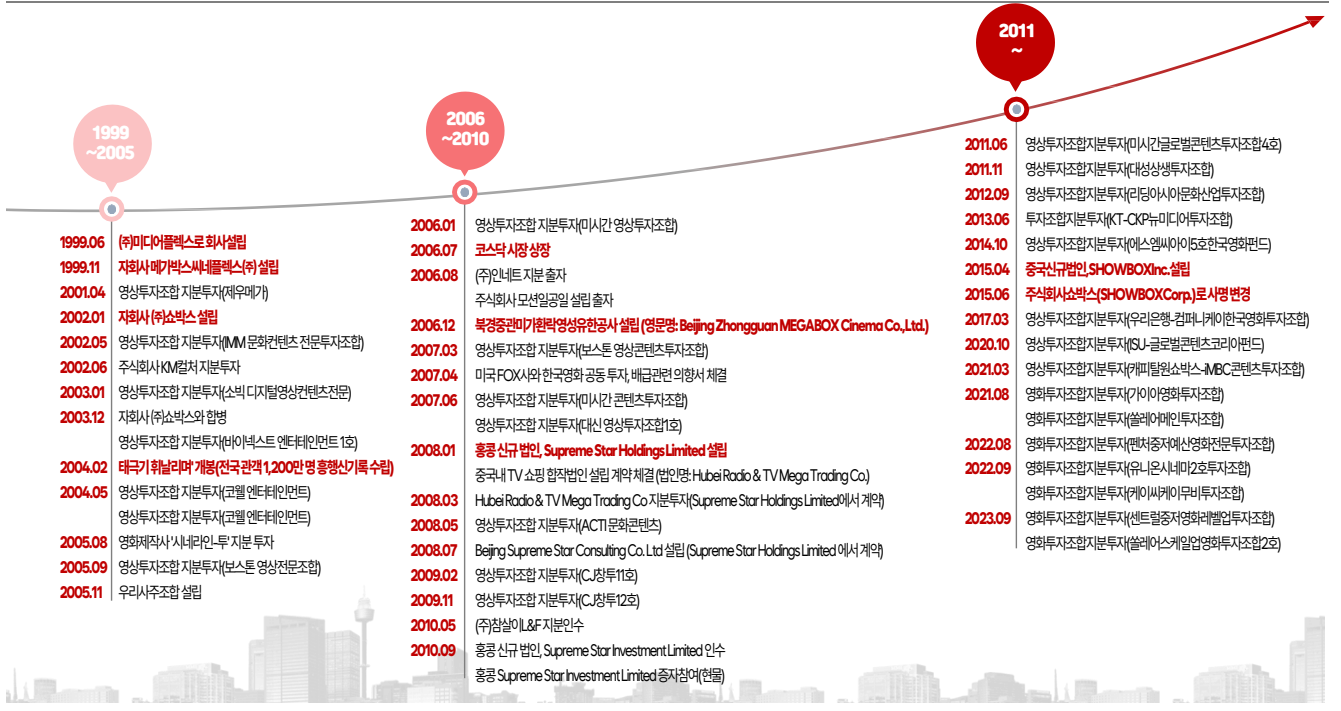
쇼박스는 1999년 6월 (주)미디어플렉스로 설립되었고, 2006년 7월에 코스닥 시장에 상장했다.

동사는 1999년 설립 직후 미국 멀티플렉스 영화관 체인사업자인 Loews Cineplex사와 합작법인으로 메가박스 씨네플렉스를 설립하였고, 2002년 자회사로 쇼박스를 설립했다. 메가박스 씨네플렉스로 영화 상영 및 영화관 운영을, 쇼박스 브랜드로 영화 투자 및 배급 사업을 진행하였다. 2003년 자회사인 쇼박스와 합병한 후, 2015년 사명을 (주)쇼박스로 변경했다.

2005년 영화제작사 '씨네라인-투'에 지분을 투자하기도 했던 동사는 2006년 (주)인네트에 지분을 투자하면서 영화 제작 중심의 투자, 배급사 '모션101'을 설립했다. 2007년 7월 메가박스를 매각하면서 영화 투자와 배급, 제작 기획에 역량을 집중하기 시작했고, 2006년 코스닥 시장에 상장 후에는 중국과 홍콩을 중심으로 해외로 비즈니스 확대를 진행했다. 2006년에는 중국에 북경중관미기환락영성유한공사를, 2008년에는 홍콩 신규 법인 Supreme Star Holdings Limited를 설립했다. Supreme Star Holdings Limited는 설립한 해에 중국 내 TV쇼핑 합작법인인 Hubei Radio & TV

Mega Trading Co.를 설립하는 계약을 체결하고 지분투자를 했으며, Beijing Supreme Star Consulting Co.Ltd를 설립했다. 2015년에는 중국에 신규 법인 SHOWBOX Inc.를 설립했다.

쇼박스의 주요 연혁



자료: 쇼박스, 한국IR협회의 기업리서치센터

천만 관객이 넘는 쇼박스의
배급 및 투자 영화

동사가 배급 및 투자한 영화 중 천만 관객을 넘는 영화는 '태극기 휘날리며(2004년 개봉, 1,174만명)', '괴물(2006년, 1,301만명)', '도둑들(2012년, 1,298만명)', '암살(2015년, 1,270만명)', '택시운전사(2017년, 1,218만명)와 파묘(2024년, 1,189만명(5/7일 기준))'가 있다.

쇼박스의 주요 콘텐츠



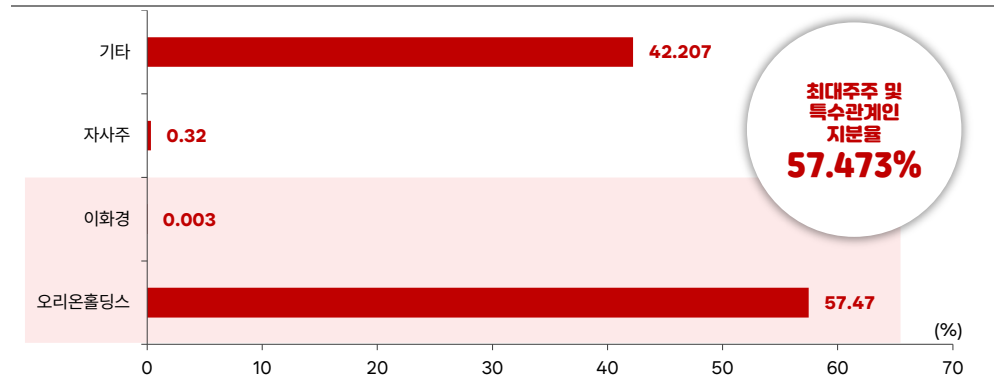
자료: 쇼박스, 한국IR협회의 기업리서치센터

주주 구성과 종속회사

쇼박스의 최대주주는 (주)오리온홀딩스로 지분을 57.47% 보유

2023년말 기준으로 쇼박스의 최대주주는 (주)오리온홀딩스이다. 지분을 57.47%를 보유하고 있다. (주)오리온홀딩스의 최대주주인 이화경씨가 0.003%의 지분을 보유하고 있다. 최대주주와 특수관계자의 합계 지분율은 57.473%이다. 자사주로 200,000주가 있으며, 지분을 0.32%이다.

쇼박스의 주주 구성



자료: 쇼박스, 한국IR협의회 기업리서치센터

종속회사: SHOWBOX Inc.

쇼박스의 종속회사로는 중국에 있는 SHOWBOX Inc.(지분율 100%)가 있다. 영화제작투자 사업을 영위하고 있으며, 현재 매출은 연간 1억원으로 미미하며, 당기순적자가 2018년부터 지속되고 있다. 2023년말 자산과 자본규모는 각각 3억원, 1억원이다.

🏭 산업 현황

1 콘텐츠 산업 현황

2023년 상반기

국내 콘텐츠 시장 규모는

69.3조원으로 전년동기 대비

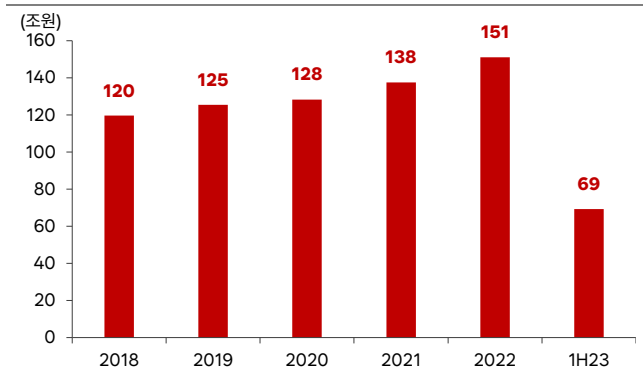
2.5% 성장

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

2023년 상반기 국내 콘텐츠 시장 규모는 69.3조원으로 전년동기 대비 2.5% 증가했다. 상대적으로 높은 증가율을 보인 산업은 음악, 영화와 애니메이션으로 각각 2022년 상반기 대비 15.2%, 12.3%와 8.6% 증가했다. 반면, 게임과 캐릭터산업은 전년동기 대비 10.9%, 7.5% 감소했다. 참고로, 2022년 국내 콘텐츠 시장 규모는 151조원으로 지난 5년간 연평균 6.0% 성장했다.

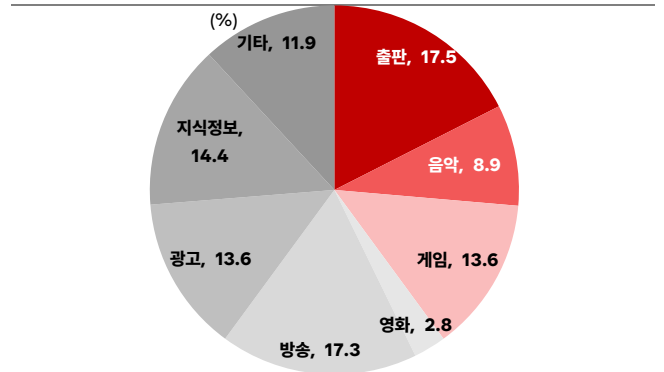
2023년 상반기 총 매출액 기준으로 콘텐츠 시장에서 가장 큰 비중을 차지하는 산업은 출판과 방송산업으로 17.5%, 17.3%를 차지하고 있다.

국내 콘텐츠 시장 규모 추이



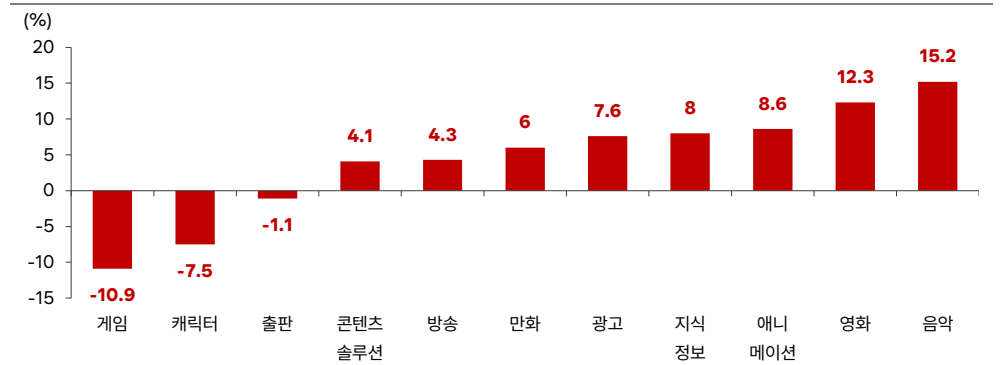
자료: 한국콘텐츠진흥원, 한국R협회의 기업리서치센터

콘텐츠 산업 시장 분야별 비중



주: 2023년 상반기 기준, 자료: 한국콘텐츠진흥원, 한국R협회의 기업리서치센터

국내 콘텐츠 산업 분야별 2023년 상반기 매출액의 전년동기 대비 증감률 현황



자료: 한국콘텐츠진흥원, 한국R협회의 기업리서치센터

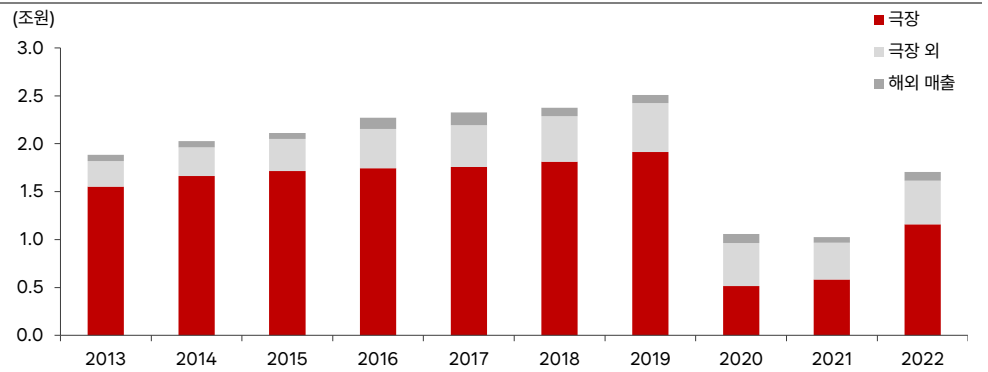
영화 산업 현황

2022년 영화 산업 매출 규모는 1.7조원 규모로 전년대비 66.6% 급증

영화사업 부문은 쇼박스의 주요한 사업부이며, 2023년 매출액 기준으로 61.5%(영화배급대행매출 포함) 비중을 차지하고 있다.

2022년 영화 산업 매출 규모는 1.7조원으로 전년 대비 66.6% 급증했다. 이는 코로나19 충격으로 2019년 대비 58% 감소했던 2020년 산업 매출액 1조 537억원 대비 일정부분 회복되었으나, 최고 수준인 2019년 2.5조원에는 못 미치는 규모이다. 부분별로 살펴보면, 극장 매출이 1.16조원으로 전년대비 98.5% 급증했다. 극장 매출은 영화관입장권통합전산망에 집계되는 극장 입장권 매출로, 매점매출이나 광고매출 등은 포함하지 않은 수치이다. 극장 외 시장 매출(TV VOD, 인터넷 VOD, DVD 및 블루레이 등 물리적 저장매체, TV방영권 등)은 4,539억원으로 전년대비 18.3% 증가했고, 해외 수출도 923억원으로 66.0% 급증했다.

영화 산업 매출 규모 추이



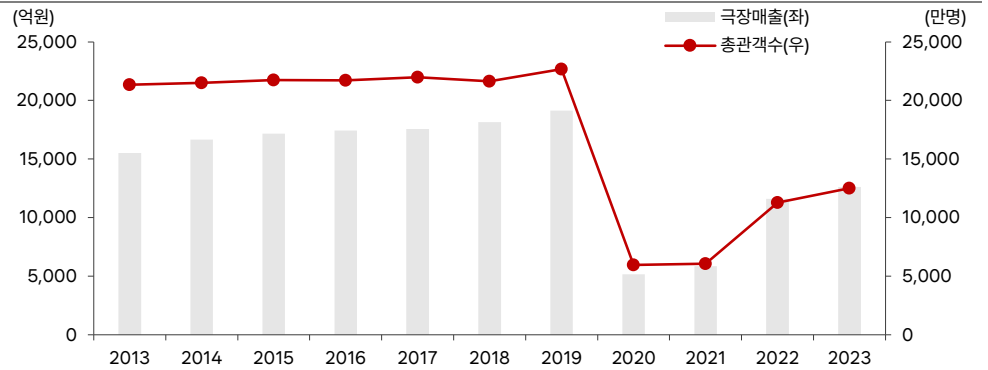
자료: 영화진흥위원회, 한국R협회의 기업리서치센터

2022년 극장 매출액은 1.16조원으로 전년대비 98.5% 급증. 2023년은 1.26조원으로 전년대비 8.7% 증가

2022년 극장 매출액은 전체 영화산업 매출 규모의 68% 비중을 차지했다. 전체 관객수는 1억 1,281만명으로 전년 대비 86.4% 증가했고, 이로 인해 극장 매출액도 1.16조원으로 98.5% 급증했다. 2022년 4월부터 사회적 거리두기 모든 조치가 해제되었고, 5월 ‘범죄도시 2’를 시작으로 ‘탐간:매버릭’, ‘한산:용의 출현’, ‘공조2: 인터내셔널’, ‘아바타:물의 길’ 등 성수기에 화제작이 개봉한 영향으로 관객수가 코로나19 팬데믹 이후 처음으로 1억명을 넘어섰다. 특히, 코로나19 팬데믹으로 개봉이 연기되었던 한국영화 기대작들이 개봉하면서, 한국영화 매출액은 6,310억원으로 전년대비 263.9% 급증했고 한국영화 관객 수는 6,279만명으로 전년 대비 244.7% 증가했다.

2023년 극장 매출액은 1.26조원으로 전년대비 8.7% 증가했다. 총 관객수는 1억 2,514만명으로 10.9% 증가했다. 천만 영화인 ‘서울의 봄’, ‘범죄의 도시3’의 메가 히트와 외국 애니메이션(‘엘리멘탈’ 등) 흥행 영향이 컸다. 한국영화보다 외국영화 관객 수 증가 폭이 컸다. 한국 영화 관객수와 외국 영화 관객수는 6,705만명과 5,809만명으로 2022년 대비 각각 6.8, 16.2% 증가했다. 극장 매출 호조는 올해에도 이어지고 있다. 2024년 1분기 극장 매출액은 3,018억원으로 전년동기 대비 10.5% 증가했다. 천만영화 ‘파묘’의 영향이 매출액 증가의 주요인이었다.

극장 매출과 총관객수 추이



자료: 영화진흥위원회, 한국R협의회 기업리서치센터

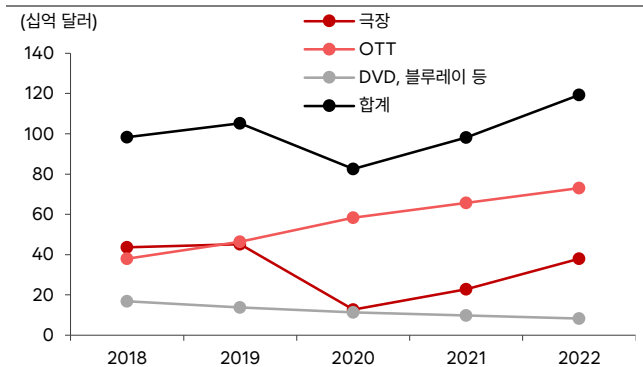
OTT 부상으로 극장 외 시장에서 인터넷 VOD 매출액 급증

2022년 극장 외 시장 매출액은 4,539억 원으로 전년 대비 18.3% 성장했다. 극장 외 시장 세부 내역을 살펴보면, TV VOD 시장이 전체 극장 외 시장에서 차지하는 비중이 55.7%로 가장 높다. 그러나 인터넷 VOD 매출액이 전년 대비 59.2% 급증하며 비중이 37.4%로 TV VOD와의 격차를 좁히고 있다. 인터넷 VOD 매출액 급증은 극장 흥행 대작들이 특정 OTT플랫폼과 독점으로 계약됨에 따라 해당 작품들이 IPTV 등에 서비스가 불가능해진 영향이 크다. 이는 코로나19 이후 세계 영화, 영상산업에서 OTT시장이 급부상과 연계된다. OTT시장 규모는 2019년부터 세계 극장 시장 규모를 상회하기 시작했다. 2022년 세계 시장에서 OTT시장 규모는 729.6억 달러로 극장 시장(380.2억 달러)의 약 2배 큰 비중을 차지하고 있다.

극장사업자들은 객단가를 높이기 위한 고급화 전략 주력

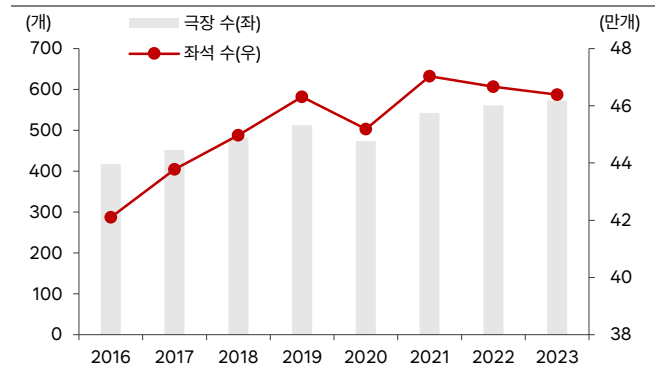
2023년 말 기준으로 전국에서 영업중인 극장 수는 573개로 전년대비 2.1% 증가했으나, 좌석 수는 463,935개로 0.6% 감소했다. 극장 수는 최근 5년간 처음으로 증가한 반면, 좌석 수는 감소한 것이다. 이는 관람 형태가 다변화되는 가운데 극장들이 생존 전략의 하나로 관람 경험을 차별화하는 고급화 전략에 주력했기 때문이다.

세계 영화 및 영상 산업 부문별 시장 규모 추이



자료: 영화진흥위원회, 한국R협의회 기업리서치센터

국내 극장 수와 좌석 수 추이



자료: 영화진흥위원회, 한국R협의회 기업리서치센터

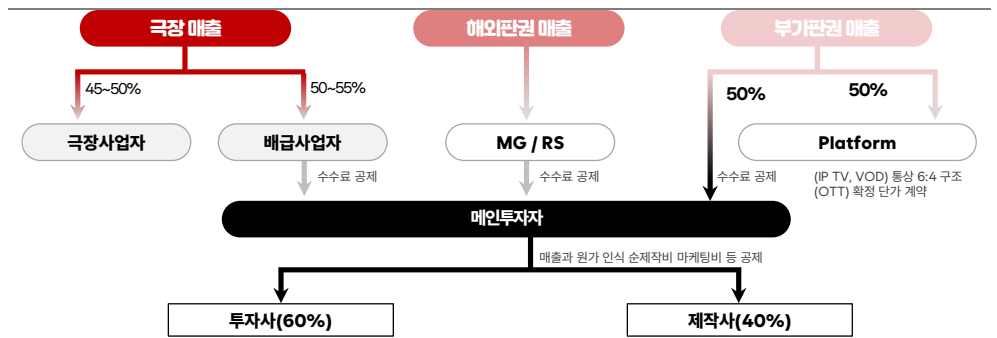
영화산업 수익구조는

- 1) 극장 매출,
- 2) 해외판권 매출과
- 3) 부가판권매출로 구분

영화산업의 수익구조는 극장 매출, 해외판권 매출, 부가 판권 매출로 구분된다.

극장매출의 경우 영화발전기금(3%)과 부가가치세(10%)를 제외한 금액을 기준으로 상영 사업자와 배급 사업자가 일정 비율로 배분한다. 배급사가 수수료 10% 가져가고 남은 금액을 메인투자자가 해외판권매출, 부가판권매출과 함께 인식한다. 메인투자자는 영화제작에 사용한 제작비를 공제하고 BEP(손익분기점)를 넘기는 이익에 대해 투자자와 제작사에게 배분(일반적으로 60:40 비율)한다. BEP를 넘기지 못했을 경우 발생한 손실은 투자사가 부담한다.

영화산업 수익 인식 flow



자료: 쇼박스, 한국R협회의 기업리서치센터

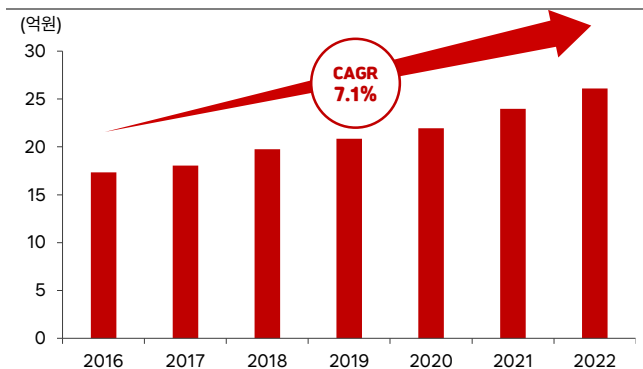
3 방송 영상산업 현황

2022년 방송영상산업 매출액은 26조원 전년대비 8.9% 증가

한국 콘텐츠진흥원에 따르면 2022년 기준 국내 방송영상산업 매출액은 26조원으로 전년대비 8.9% 증가했다. 이는 코로나 이전 시기인 2019년과 비교해도 25% 증가한 수치이다. 업태별로 보면 유선방송과 위성방송을 제외한 모든 부문에서 증가하는 모습을 보였다. 유선방송과 위성방송은 가입자 수가 감소함에 따라 매출이 각각 2.7%, 2.9% 감소했다. 반면, 쇼박스의 기획제작 사업 부문에 해당하는 방송영상물 제작업 매출액은 6.3조원으로 38.9% 증가하며 가장 큰 폭의 성장을 보여 주었다.

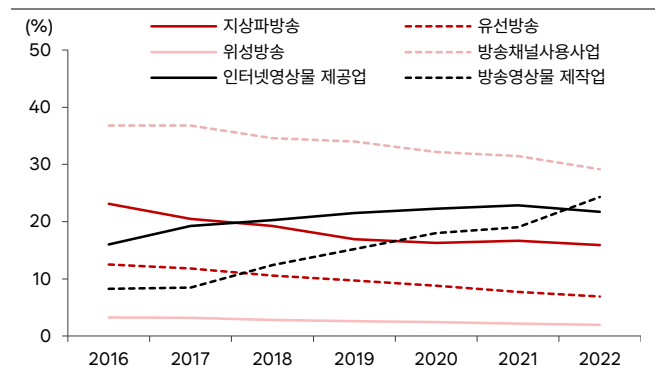
2016년 이후 추이를 살펴보면, 전체 방송영상 시장에서 방송영상물 제작업 매출 비중은 커지고 있는 반면 전통적인 지상파방송, 유선방송, 방송채널사용산업의 비중은 하락세를 보이고 있다.

방송영상산업 시장규모 추이



자료: 한국 콘텐츠진흥원, 한국R협회의 기업리서치센터

방송영상산업 업태별 매출액 비중 추이



자료: 한국 콘텐츠진흥원, 한국R협회의 기업리서치센터

방송영상 제작사 수익은

방송영상 제작사 수익은 방영권 매출, 유통 매출, 기타 매출로 나뉜다.

1) 방영권 매출,**2) 유통 매출과****3) 기타매출로 나뉘**

방영권 매출은 드라마 제작사가 방송사에 판권을 판매함으로써 창출되는 매출이다. 방영권 매출의 경우 캡티브(Captive)와 비캡티브(Non-Captive)로 나뉜다. 제작자 계열에 해당되는 방송사에 영상물에 대한 판권을 판매하게 되면 캡티브 매출로 잡히며, 그 외 방송사에 판매하게 되면 비캡티브 매출로 인식된다. 캡티브 채널을 보유하고 있는 제작사는 콘텐츠리중앙(방송사: JTBC), 스튜디오드래곤(방송사: tvn, OCN 등)이 있다. 유통 매출은 방송사가 아닌 OTT플랫폼에 판권을 판매하여 얻는 매출이다. 최근 OTT향 영상이 확대되면서 유통 매출이 차지하는 비중이 높아지고 있다. 기타 매출은 PPL광고와 OST판매 등 판권 매매 이외 발생하는 매출을 포함한다.

OTT플랫폼 등장으로 다변화된**방송영상 산업 수익구조 형태**

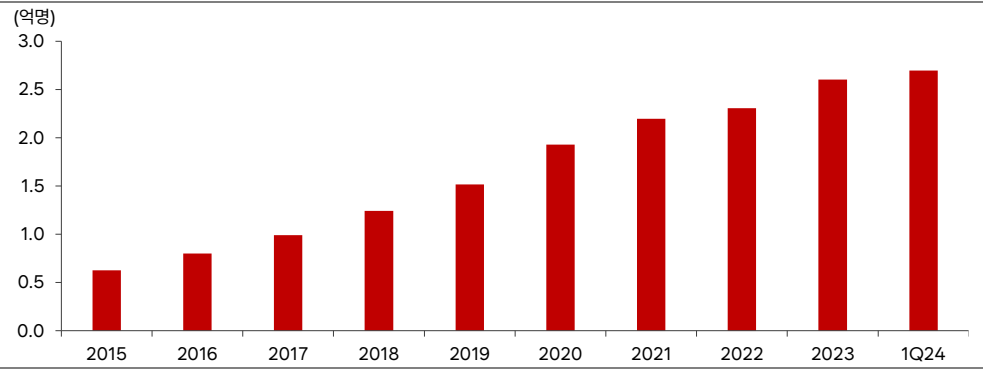
OTT채널이 등장하기 전 방송영상 산업의 수익구조는 판매채널이 방송사 하나로 일원화된 구조로, 드라마 제작비를 방송사에서 일정부분 부담하는 자체납품형식 구조가 일반적이었다. 자체납품형식은 방송사에서 제작비를 부담하는 대신 방송사가 IP를 소유하고 계약조건에 따라 해당 드라마에 대한 판권 판매 및 부가 수익의 일부를 제작사에게 분배하는 구조이다.

하지만 2010년 후반 자본력이 높은 대기업 계열 제작사가 등장하고 OTT플랫폼이 생겨나면서 드라마 제작 구조에 변화가 생겼다. 제작사가 자금력으로 대규모 제작비를 투입해 직접 IP(Intellectual Rights; 지식재산권)를 소유하는 자체투자형식이 생겨났다. 자체투자형식이란 제작사가 방송사나 OTT플랫폼에 방영권이나 판권을 판매하여 제작비를 회수하고, IP를 활용해 부가 수익을 발생시키는 구조이다. 성공한 콘텐츠 IP는 다른 콘텐츠 영역에서 활용해 다양한 방법으로 수익원을 확장할 수 있기 때문에 최근에 제작자들은 IP를 확보하기 위한 투자를 늘리고 있다

OTT플랫폼의 부상과 함께 제작사가 OTT채널에 영상물 IP를 넘기는 OTT납품형식도 생겼다. OTT업체는 드라마 제작비와 일정 수준의 마진을 보장해 주고 영상물에 대한 저작권을 보유하는 구조이다.

이와 같은 사업구조 다변화 현상은 OTT플랫폼의 부상과 함께 가속화되었다. 코로나 이후 넷플릭스와 디즈니플러스와 같은 글로벌 OTT플랫폼이 급격히 성장했다. 넷플릭스 가입자 수는 2015년(6,000만명)부터 꾸준히 증가세를 보이며 2024년 3월말 2.7억명을 기록했다. 이런 OTT시장의 성장은 국내 제작사에 유리하게 작용하고 있다. 왜냐하면 동남아 시장 선점을 위해 글로벌 OTT들이 국내 콘텐츠 수급에 높은 관심을 보이고 있기 때문이다. 실제로 국내 영상물 제작 시장으로 글로벌 OTT기업들의 해외자본이 크게 유입되고 있다. 넷플릭스는 2015년부터 2022년까지 누적적으로 2.1조원 투자했을 것으로 추정된다. 또한 2023년 4월 넷플릭스는 향후 4년간 한국 콘텐츠에 3.3조원을 투자하겠다고 발표했다.

넷플릭스 가입자 수 추이



자료: 넷플릭스, 한국IR협의회 기업리서치센터

투자포인트

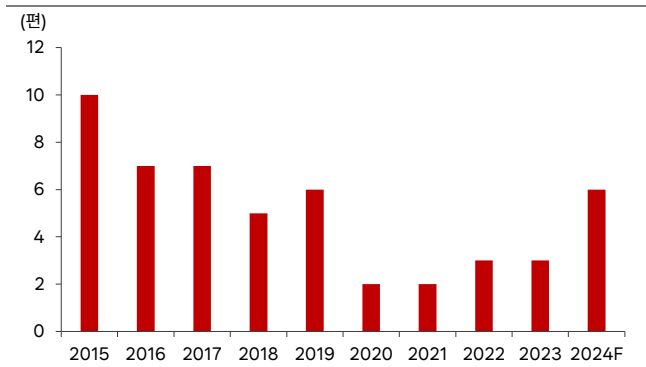
2024년 실적 개선 기대

투자포인트1. 실적 개선 기대

쇼박스의 첫번째 투자포인트는 실적 개선 기대이다.

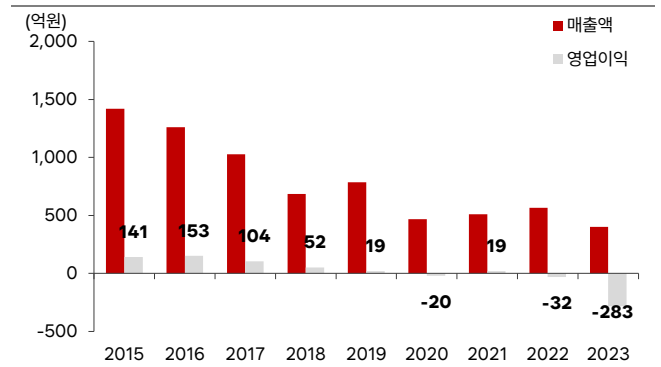
2020년 초반 국내 영화산업은 코로나19로 인한 사회적 격리와 거리두기가 본격적으로 시행되며 극장 섀다운 등으로 급격한 위축되었다. 이와 더불어 쇼박스의 영화 라인업도 7편(2015년~2019년 평균 기준)에서 2~3편으로 감소했고, 이로 인해 영화매출도 2019년 733억원에서 2023년 219억원으로 급감했다. 또한, 동사가 메인 투자한 영화가 흥행에 성공하지 못하면서 2022년과 2023년에는 영업 적자도 기록했다.

쇼박스의 연간 영화 라인업 추이



자료: 쇼박스, 한국R협의회 기업리서치센터

쇼박스의 매출액과 영업이익 추이



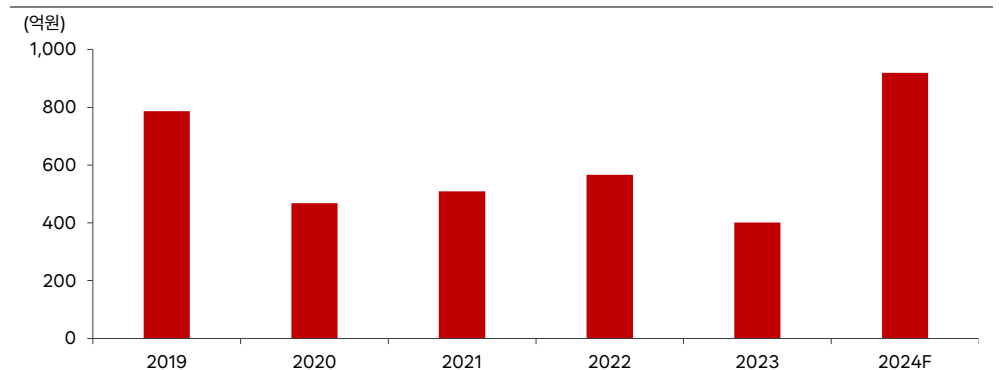
자료: 쇼박스, 한국R협의회 기업리서치센터

2024년 쇼박스 매출액

919억원으로 128.8% 급증 전망

그러나 올해는 쇼박스의 실적이 급격히 개선될 것으로 기대된다. 2024년 쇼박스의 매출액은 919억원으로 전년 대비 128.8% 증가하고, 영업이익도 308억원을 달성하여 전년도 적자에서 흑자 전환할 것으로 추정된다. 주요인은 영화라 인업 확대와 영화 '파묘'의 흥행 성공에 기인한다. 동사는 올해 6개의 영화 라인업을 목표로 설정하고 있다.

2024년 매출액 128.8% 급증 예상



자료: 쇼박스, 한국R협의회 기업리서치센터

영화라인업 확대와 영화 '파묘'의 흥행 성공에 기인

파묘는 올해 2월 22일 개봉한 한국 영화로 수상한 묘를 이장한 풍수사와 장의사, 무속인들에게 벌어지는 기이한 사건을 담은 오컬트 미스터리 장르이다. '검은 사재들', '사바하' 등 퇴마, 오컬트 장르 영화로 유명한 장재현 감독의 세번째 장편 영화로 최민식, 김고은, 유해진, 이도현 등이 출현했다. 쇼박스는 파인타운 프로덕션과 '파묘'를 제작했을 뿐만 아니라, 단독 배급하고 메인 투자에 참여했다. '파묘'의 국내 총 누적 관객수는 1,189만명(5/7일 기준)이며, 한국뿐만 아니라 미국, 인도네시아 등 해외에서도 상영되고 있다. OTT로는 Apple TV+, Wavve와 WATCHA에서 스트리밍 서비스도 제공하고 있다.

국내 관객 수가 1천만을 상회하며 '파묘'의 영화 티켓 매출만으로 1분기 400억원 이상의 매출 인식이 가능할 예정이다. 또한 언론에 따르면, 쇼박스의 제작비가 140억원이고 손익분기점이 330만원으로 추산된다는 점을 감안하면 메인 투자사이기도 한 쇼박스는 이에 따른 투자수익도 기대 가능할 전망이다.

쇼박스는 올해 1분기에 '파묘' 이외에 '시민 덕희'도 배급하였다. 쇼박스는 영화 '시민 덕희'를 배급하였을 뿐만 아니라 투자도 집행하였는데, '시민 덕희'의 관객 수가 170만명을 기록하며 손익분기점은 소폭 넘어섰을 것으로 추정된다.

올해 '파묘' 이후에 동사가 준비 중인 영화 라인업 중 현재 개봉 시기가 정해진 영화는 '청춘 18X2'와 '사랑의 하츠피'이 있다. '청춘 18X2'는 후지이 미치히토 감독의 일본 영화로 미디어캐슬이 수입해서 쇼박스는 배급대행만 할 예정이다. 예상 개봉일은 5월 22일이다. '사랑의 하츠피'는 하츠피와 로미의 특별한 첫 만남을 담은 애니메이션으로, 글로벌 누적 조회수 7억 뷰를 기록한 최고 인기 시리즈 '캐치미니핑'의 프리퀄이다. SAMG엔터가 제작했으며, 쇼박스는 배급을 담당하고 일부 부분 투자를 시행했다. 3분기 개봉 예정이다.

2024년 준비 중인 영화대표 라인업

	<p>시민덕희 감독: 박영주 배우: 라미란, 공명 외 제작: 씨제스 외 배급: 쇼박스 제공: 쇼박스 개봉: 1월 24일</p>		<p>파묘 감독: 장재현 배우: 최민식, 김고은 외 제작: 쇼박스 외 배급: 쇼박스 제공: 쇼박스 개봉: 2월 22일</p>		<p>청춘18X2 감독: 후지이 미치히토 배우: 허광한, 키요하라 카야 외 배급: 쇼박스 수입: 미디어캐슬 개봉: 5월 22일</p>
	<p>사랑의하츠피 감독: 김수훈 제작: SAMG 엔터 배급: 쇼박스 제공: SAMG 엔터 개봉: 3분기</p>		<p>사흘 감독: 현문섭 배우: 박신양, 이민기, 이레 제작: 아이필름코퍼레이션 배급: 쇼박스 제공: 쇼박스</p>		<p>모럴해저드 감독: 최윤진 배우: 이제훈, 유해진 제작: 더램프 배급: 쇼박스 제공: 쇼박스</p>

자료: 쇼박스, 한국IR협의회 기업리서치센터

'청춘18X2'와 '사랑의 하츠피'를 통해 동사가 기대할 수 있는 주요 수익은 배급수수료이다. 또한, 영화 '파묘'로 1분기 실적만으로 작년 매출액과 영업이익을 크게 상회할 것으로 기대되고, 향후 IP를 활용해 추가 수익도 발생한다는 점에서 실적 개선 기대는 유효하다.

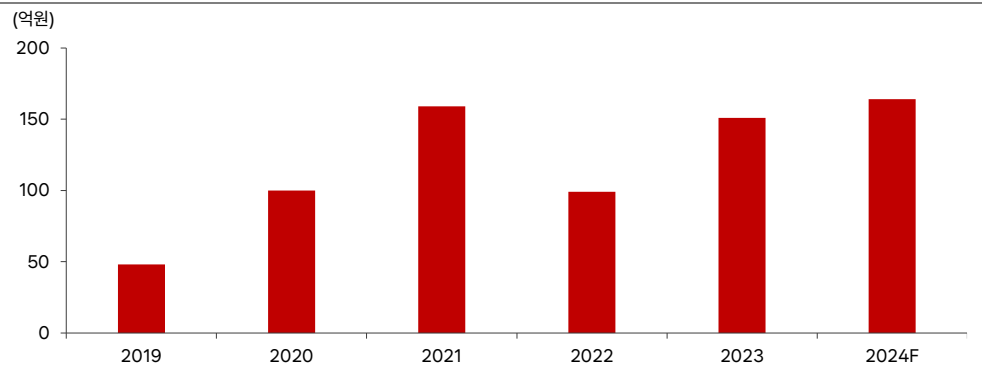
기획제작 사업을 통한 매출 다변화 기대

투자포인트2. 기획제작 사업을 통한 매출 다변화 기대

쇼박스의 두번째 투자 포인트는 기획제작 사업을 통한 매출 다변화 기대이다.

쇼박스는 2018년 동사의 주요 사업 영역인 영화 배급 및 투자 사업의 이익 변동성을 축소하고, 매출 다변화를 위해 기획 제작 부문 조직을 세팅하기 시작했다. 또한, 웹툰, 웹소설, 출판 등 원천 IP(Intellectual Property: 지적재산권)에 투자하여 이를 토대로 드라마와 영화를 제작하기 시작했다. 이에 2019년부터 동사의 제작 판매 매출이 발생하기 시작했다.

쇼박스의 제작 판매 매출 추이



자료: 쇼박스, 한국IR협회의 기업리서치센터

올해 공개 예정인 작품은 3편

쇼박스가 처음으로 제작한 작품은 ‘이태원 클라쓰’로 2020년 1월~3월 JTBC에서 방영된 16부작 드라마이다. 이후 동사는 방송사와 OTT채널로 제작 드라마, 예능 및 다큐, 영화 등을 판권을 판매하여 방영권 매출과 유통 매출이 발생하고 있다.

지금까지 제작한 작품으로는 ‘이태원 클라쓰’ 외에 ‘어나더 레코드: 신세경’(다큐, 플랫폼: 시즌(現 티빙), 공개연도: 2021), ‘어나더 레코드: 이제훈’(다큐, 시즌, 2022), ‘배우는 여행중’(예능, JTBC, 2023)가 있다. 영화로는 2022년에 넷플릭스에서 공개된 ‘아차’가 있으나, 이는 (주)상상필름이 제작하고 동사가 배급 및 제공했다. ‘살인자ㅇ난감’(시리즈, 넷플릭스)이 올해 2월 개봉되었으며, 올해 공개 예정인 작품은 ‘마녀’(시리즈), ‘대도시의 사랑법’(영화)이 있다.

쇼박스 기획제작 작품 라인업

제목	포맷	플랫폼	공개연도
이태원 클라쓰	시리즈	JTBC	2020
어나더 레코드:신세경	다큐	시즌(현 티빙)	2021
아차	영화	넷플릭스	2022
어나더 레코드:이제훈	다큐	시즌(현 티빙)	2022
배우는여행중	예능	JTBC	2023
살인자안감	시리즈	넷플릭스	2024
대도시의사랑법	영화	극장(예정)	2024
마녀	시리즈	미정	2024

주: 영화 <아차>는 (주)상상필름 제작, 쇼박스 배급, 제공
 자료: 쇼박스, 한국R협의회 리서치센터

2024년 준비 중인 기획/제작 라인업

드라마



살인자안감
 연출: 이창희
 배우: 최우식, 손석구, 이희준 외
 포맷: 8 부작 드라마
 편성: 넷플릭스
 제작사: 쇼박스, 렛츠필름



마녀
 연출: 김태균
 배우: 박진영, 노정의 외
 포맷: 10 부작 드라마
 편성: 미정
 제작사: 쇼박스, 미스터로맨스

영화



대도시의 사랑법
 감독: 이언희
 배우: 김고은, 노상현 외
 포맷: 영화
 제작사: 쇼박스, 고래와유기농
 제공사: 플러스엠, 미시간벤처캐피탈

자료: 쇼박스, 한국R협의회 기업리서치센터

**원천IP 기업과 파트너십을 구축,
 콘텐츠를 제작해 글로벌 시장으로
 진출한다는 계획**

동사의 기획제작 사업부는 원천 IP로 주목받는 기업들과 전략적 파트너십을 구축하여 시장 맞춤 콘텐츠를 기획, 제작하여 글로벌 시장으로 진출한다는 계획을 실행하고 있다. 글로벌 시장으로의 진출은 글로벌 OTT에 판권 판매 뿐만 아니라, 2022년 '문유'의 사례와 같이 IP의 판권 확보 중국 자회사를 통한 판매도 하나의 방안으로 고려 중이다. 연간 3~4편의 작품을 제작한다는 계획 하에서 이 중 흥행성이 있는 작품 1편 정도는 쇼박스에서 제작비를 투입해서 자체 IP를 구축, 소유하고 판권을 매도하는 제작 사업 모델을 가져갈 예정이다.

**실적 추이 및 전망****2023년 실적 Review**

2023년 매출액
402억원(-29.1%YoY),
영업적자 283억원 기록

쇼박스의 2023년 매출액은 402억원으로 전년 대비 29.1% 감소했다.

사업부문 별로 보면 영화매출이 247억원으로 전년대비 46.9% 급감했다.

동사는 2023년 영화 '비공식 작전'과 '3일의 휴가'에 투자하고 배급을 담당했다. '비공식 작전'은 김성훈 감독, 하정우와 주지훈 주연의 액션, 첩보영화이다. 2023년 8월에 개봉되었으며 언론에서 추산하는 손익분기점 관객수 500만명 선이었으나, 105만명 관객에 그쳤다. '3일의 휴가'는 육상호 감독, 김해숙과 신민아 주연의 판타지 드라마 장르로 2023년 12월에 개봉했다. 총 관객 수는 52만명이었다. 동사가 단독 배급한 영화의 관객 수가 기대 대비 미치지 못하면서 영화 매출은 전년대비 급감했다.

반면, 제작판매매출이 151억원으로 52.5% 증가했다.

넷플릭스 오리지널로 제작된 '살인자ㅇ난감'이 연초 제작물에 따라 인식되었고, 하반기에는 '대도시의 사랑법'이라는 영화와 '배우는 연애 중'이라는 예능을 제작하며 매출을 인식하였다.

2023년 쇼박스는 283억원의 영업적자와 303억원의 당기순적자를 기록했다.

영업적자의 주요인은 영화 '비공식 작전'의 흥행 실패에 기인했다. 동사가 메인투자자로 참여한 '비공식 작전'의 총 제작비는 300억원 규모였으나, 관객수는 100만에 그치면서 손실 규모가 컸다. 2022년에도 제작비가 약 200억원이 들어간 영화 '비상선언'의 관객수가 200만에 그쳤으나, 쿠팡플레이 OTT에 판매함으로써 손실을 만회했다. 그러나 '비공식 작전'은 OTT로 판매 되지 않았다.

2024년 실적 전망

2024년 매출액
919억원(+128.8%YoY),
영업이익 308억원 예상

동사는 쇼박스의 2024년 매출액을 919억원으로 전년 대비 128.8% 증가할 것으로 추정한다. 영업이익은 308억원으로 2023년 영업적자에서 흑자로 전환될 예정이다.

쇼박스의 매출액을 사업 부문별로 살펴보면, 영화매출은 750억원으로 전년대비 203.6% 급증할 것으로 예상된다. 연초 개봉한 '파묘'의 관객이 1천만을 넘어서며 메가 히트를 기록한 점이 매출 급증의 주요인이다. 이 외에 '시민 덕희'역시 관객 170만명을 넘어섰고, 하반기에는 '청춘 18X2'와 '사랑의 하츠펙'을 통해 영화 배급 수익도 기대 가능하는 점에서 올해 영화부문의 매출은 급증할 전망이다.

제작판매 매출은 164억원으로 전년대비 8.6% 증가할 것으로 추정한다. 달성 여부는 10부작 드라마 '마녀'의 방송 편성 여부가 될 예정이다. '마녀'는 동사가 미스터로맨스와 제작한 작품으로 박진영, 노정의 배우가 참여하였다. 동시 방영을 계획하고 있으며, 방송편성 여부와 적절한 가격의 판권 매각이 제작판매 매출을 좌우할 것으로 예상된다. 동시 방영작으로 매출인식은 시점은 방송 편성 이후이다.

동사의 영업이익은 308억원이 예상된다. '파묘'를 배급하고 메인 투자자로 참여한 동사는 배급수수료 외에 투자 수익도 인식 가능할 전망이다. 이에 따라 영업이익은 전년도 적자에서 큰 폭의 흑자로 전환될 예정이다.

2024년 1분기 잠정실적 공시에 따르면, 동사의 1분기 매출액은 632억원으로 전년 대비 734.9% 급증했고, 영업이익은 199억원으로 흑자 전환되었다.

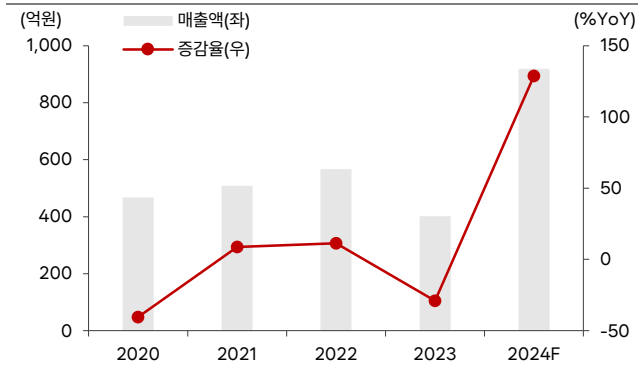
실적 전망

(단위: 억원, %)

	2020	2021	2022	2023	2024F
매출액	468	509	567	402	919
영화매출	363	345	465	247	750
제작판매매출	100	159	99	151	164
기타매출	4	5	2	4	5
영업이익	-20	19	-32	-283	308
당기순이익	-26	22	-21	-303	237
<hr/>					
%YoY					
매출액	-40.5	8.8	11.3	-29.1	128.8
영업이익	적전	흑전	적전	적지	흑전
당기순이익	적전	흑전	적전	적지	흑전
영업이익률	-4.2	3.8	-5.6	-70.4	33.5
당기순이익률	-5.6	4.4	-3.7	-75.4	25.8

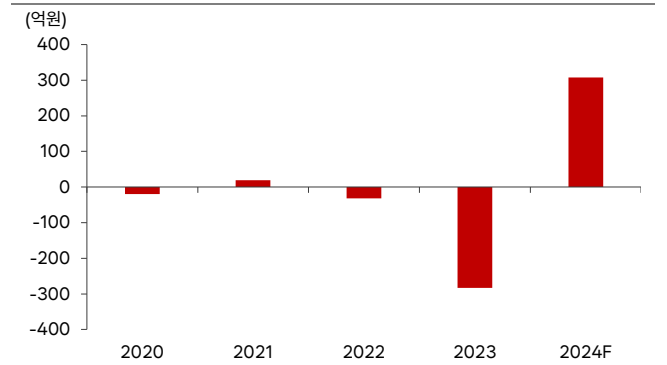
자료: 한국IR협의회 기업리서치센터

쇼박스의 매출액과 증감율 추이 및 전망



자료: 쇼박스, 한국IR협의회 기업리서치센터

쇼박스의 영업이익 추이 및 전망



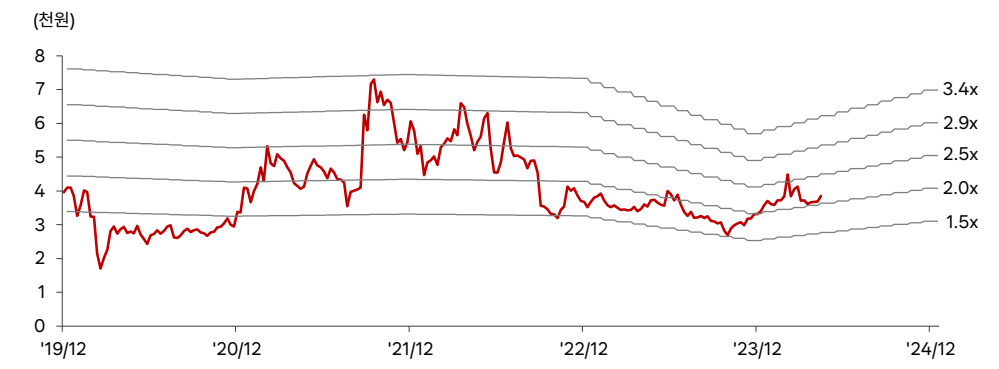
자료: 쇼박스, 한국IR협의회 기업리서치센터

Valuation

쇼박스의 2024년 PBR은 1.8배로 밸류에이션 중하단 위치

현재 쇼박스의 2024년 PBR은 1.8배이다. 2020년 이후 동사의 주가는 PBR Band 0.7배~3.4배 사이에서 움직였다. 이를 감안하면, 동사의 주가는 밸류에이션 중하단에 위치해 있다. 참고로, PSR측면에서도 동사의 주가는 밸류에이션 하단에 위치해 있다. 현재 쇼박스의 2024년 PSR은 2.5배인 반면, 2020년 이후 주가는 PSR Band 2.1배~9.8배 사이에서 움직였기 때문이다.

쇼박스 PBR Band



자료: Fnguide, 한국IR협회의 기업리서치센터

2024년 ROE와 PBR 관점에서 쇼박스는 경쟁사 대비 저평가 국면

동사의 경쟁사로는 CJENM, 콘텐츠리중앙과 NEW 등이 있다.

CJENM은 2018년 7월 홈쇼핑 부문의 CJ오쇼핑이 미디어 부문의 CJE&M을 흡수합병한 기업이다. 동사의 사업부문은 1) 방송채널, 광고, 티빙 사업 등이 편제되어 있는 미디어플랫폼 사업(28.89%, 2023년 매출액 기준), 2) 콘텐츠 제작 및 판매를 비롯해 영화사업과 IP부가사업 등으로 구성된 영화드라마 사업(25%), 3) 음반/음원 제작 및 콘서트, 엠넷 채널 관련 사업이 포함된 음악사업(15.49%)와 4) TV커머스 및 디지털 커머스 등으로 구분된 커머스 사업(30.62%)로 구성되어 있다.

콘텐츠리중앙은 중앙그룹 계열사로 지주회사이다. 종속회사를 통해 1) 콘텐츠 제작 및 유통업과 2) 극장운영업 등을 영위하고 있다. 동사의 대표적인 종속회사로는 SLL중앙(주)과 메가박스중앙(주)가 있다. 2023년 매출액 기준으로 콘텐츠, 공간과 기타 사업부문은 각각 63.3%, 29.9%와 6.8% 비중을 차지하고 있다. 세부적으로는 1) SLL, 2) Plus M, 3) Megabox, 4) Playtime과 5) 기타가 각각 57.3%, 7.6%, 23.6%, 6.4%와 5.1% 비중이다.

NEW는 영화 투자 및 배급사로 설립되었으나, 현재는 6개의 자회사를 통해 미디어와 관련된 다양한 사업을 영위하고 있다. 현재 동사가 자회사를 통해 영위하는 사업으로는 드라마 및 영화 제작, VFX(Visual Effects)기획, 콘텐츠 기획 및 유통, 앨범제작 및 유통과 멀티플렉스 영화관 등이 있다. 동사의 매출액은 1) 영화방송콘텐츠부문(83.0%, 2023년 매출액 기준), 2) 극장부문(4.9%)과 3) 뮤직콘텐츠 부문(12.1%)로 구성되어 있다.

이 중 2024년 시장 컨센서스가 존재하는 기업은 CJ ENM과 콘텐트리중앙이다. 이들과 2024년 ROE, PBR을 비교 시, 쇼박스는 상대적으로 저평가 되어 있다. 쇼박스의 2024년 예상 ROE가 20.3%이고 현재 PBR이 1.8배인 반면, CJ ENM의 ROE와 PBR은 0.4%, 0.5배, 콘텐트리중앙의 ROE와 PBR은 -56.4%, 4.9배이기 때문이다. 다만, 쇼박스와 CJ ENM을 비교 시 1) 자산 및 자본 규모 차이가 크고 2) 쇼박스의 이익변동성이 크다는 점에서 CJ ENM 대비 일부 할인 평가는 필요하다.

쇼박스와 경쟁사의 재무 및 밸류에이션 지표 비교

(단위: 억원, %, 배)

		쇼박스	CJENM	콘텐츠리중앙	NEW
주가(원)		3,615	78,600	13,060	3,290
시가총액(억원)		2,264	17,236	2,516	918
자산총계 (억원)	2021	1,602	79,406	22,456	3,475
	2022	1,632	103,322	25,881	3,329
	2023	1,321	99,499	24,531	3,134
	2024E	1,688	100,067	26,528	
자본총계 (억원)	2021	1,371	37,774	1,754	1,288
	2022	1,352	35,522	1,411	1,200
	2023	1,049	32,387	493	1,095
	2024E	1,287	32,019	514	
매출액 (억원)	2021	509	35,524	6,771	1,415
	2022	567	47,922	8,521	1,556
	2023	402	43,684	9,930	1,291
	2024E	919	47,991	10,951	
영업이익(억원)	2021	19	2,969	-574	18
	2022	-32	1,374	-716	72
	2023	-283	-146	-681	-56
	2024E	308	2,028	154	
영업이익률(%)	2021	3.8	8.4	-8.5	1.2
	2022	-5.6	2.9	-8.4	4.6
	2023	-70.4	-0.3	-6.9	-4.3
	2024E	33.5	4.2	1.4	
당기순이익(억원)	2021	22	1,935	-525	-220
	2022	-21	-1,201	-402	-123
	2023	-303	-3,159	-1,231	-114
	2024E	237	121	-284	
ROE(%)	2021	1.7	5.4	-28.4	-18.8
	2022	-1.6	-3.3	-25.4	-9.9
	2023	-25.2	-9.3	-129.4	-9.9
	2024E	20.3	0.4	-34.8	
PER(배)	2021	168.7	15.7	N/A	N/A
	2022	N/A	N/A	N/A	N/A
	2023	N/A	N/A	N/A	N/A
	2024E	9.5	142.2	N/A	
PSR(배)	2021	7.5	0.9	1.4	2.8
	2022	4.1	0.5	0.6	1.5
	2023	5.2	0.4	0.3	1.0
	2024E	2.5	0.4	0.2	
PBR(배)	2021	2.8	0.8	5.7	3.1
	2022	1.7	0.6	3.9	1.9
	2023	2.0	0.5	5.9	1.2
	2024E	1.8	0.5	4.9	
배당수익률(%)	2021	0.0	1.5	0.0	0.0
	2022	0.0	0.0	0.0	0.0
	2023	0.0	0.0	0.0	0.0

주: 주가와 시가총액은 2023-05-08 기준/ FY2024년 수치는 쇼박스는 당사 추정치, CJENM과 콘텐츠리중앙은 컨센서스 값 적용
 자료: Fnguide, 한국IR협의회 기업리서치센터


리스크 요인
**리스크 요인은
영화 실패 시 적자 발생 가능성**

쇼박스의 리스크 요인은 영화 투자 및 배급사로서 투자한 영화가 흥행 실패 시, 실패에 따른 손익 악화와 자금 부담을 져야 한다는 점이다.

쇼박스는 영화 산업 내에서 주요 영화 배급 및 메인투자자로서 역할을 수행한다. 영화 메인투자자로서 쇼박스는 영화 제작사에게 주는 비용을 선금금으로 처리했다가, 영화가 극장 개봉 후 극장 매출이 발생할 때 모든 매출(극장매출+해외판권 매출+부가판권매출)과 매출원가를 인식한다. 영화가 흥행에 성공한다면 순이익을 제작사와 분배한다. 그러나 영화가 손익분기점을 넘어서지 못하는 경우에는 손실 발생에 대한 리스크를 대부분 부담한다. 이를 헤지하기 위해 외부투자자를 유치하기도 하지만, 대부분의 경우 쇼박스가 영화 흥행여부에 따른 리스크의 큰 부분을 책임진다.

포괄손익계산서

(억원)	2020	2021	2022	2023	2024F
매출액	468	509	567	402	919
증가율(%)	-40.5	8.8	11.3	-29.1	128.8
매출원가	402	402	508	590	502
매출원가율(%)	85.9	79.0	89.6	146.8	54.6
매출총이익	66	107	59	-188	417
매출이익률(%)	14.2	21.0	10.3	-46.8	45.4
판매관리비	86	88	91	95	109
판매비율(%)	18.4	17.3	16.0	23.6	11.9
EBITDA	292	216	396	181	612
EBITDA 이익률(%)	62.3	42.5	69.8	45.1	66.6
증가율(%)	-53.4	-25.9	82.9	-54.2	237.4
영업이익	-20	19	-32	-283	308
영업이익률(%)	-4.2	3.8	-5.6	-70.4	33.5
증가율(%)	적전	흑전	적전	적지	흑전
영업외손익	-10	10	6	-19	11
금융수익	6	5	7	9	19
금융비용	1	1	1	1	1
기타영업외손익	-15	7	0	-27	-6
종속/관계기업관련손익	0	0	-2	-7	-7
세전계속사업이익	-30	30	-28	-309	312
증가율(%)	적전	흑전	적전	적지	흑전
법인세비용	-3	7	-7	-6	75
계속사업이익	-26	22	-21	-303	237
중단사업이익	0	0	0	0	0
당기순이익	-26	22	-21	-303	237
당기순이익률(%)	-5.6	4.4	-3.7	-75.4	25.8
증가율(%)	적전	흑전	적전	적지	흑전
지배주주지분 순이익	-26	22	-21	-303	237

현금흐름표

(억원)	2020	2021	2022	2023	2024F
영업활동으로인한현금흐름	-344	255	-213	173	541
당기순이익	-26	22	-21	-303	237
유형자산 상각비	7	4	5	6	1
무형자산 상각비	304	193	422	458	304
외환손익	2	0	2	0	0
운전자본의감소(증가)	-649	26	-619	-85	6
기타	18	10	-2	97	-7
투자활동으로인한현금흐름	369	-275	266	-26	-440
투자자산의 감소(증가)	370	-308	319	-28	-32
유형자산의 감소	0	0	0	0	0
유형자산의 증가(CAPEX)	-1	-0	-0	-0	0
기타	0	33	-53	2	-408
재무활동으로인한현금흐름	-34	-3	-2	-5	6
차입금의 증가(감소)	0	0	0	0	6
사채의증가(감소)	0	0	0	0	0
자본의 증가	0	0	0	0	0
배당금	-31	0	0	0	0
기타	-3	-3	-2	-5	0
기타현금흐름	-0	1	0	0	0
현금의증가(감소)	-9	-22	52	142	107
기초현금	68	59	37	89	231
기말현금	59	37	89	231	338

재무상태표

(억원)	2020	2021	2022	2023	2024F
유동자산	1,055	1,106	989	741	1,063
현금성자산	59	37	89	231	338
단기투자자산	121	348	3	76	174
매출채권	32	90	136	55	96
재고자산	0	0	0	0	0
기타유동자산	843	631	761	379	455
비유동자산	450	495	642	580	624
유형자산	2	1	1	0	-0
무형자산	27	23	48	106	112
투자자산	95	154	228	170	209
기타비유동자산	326	317	365	304	303
자산총계	1,505	1,601	1,632	1,321	1,688
유동부채	132	209	249	252	373
단기차입금	0	0	0	0	0
매입채무	19	35	27	20	32
기타유동부채	113	174	222	232	341
비유동부채	27	21	31	19	29
사채	0	0	0	0	0
장기차입금	0	0	0	0	0
기타비유동부채	27	21	31	19	29
부채총계	159	230	280	271	401
지배주주지분	1,345	1,371	1,352	1,049	1,287
자본금	313	313	313	313	313
자본잉여금	363	363	364	364	364
자본조정 등	-2	-0	-1	-1	-1
기타포괄이익누계액	2	3	-0	-0	-0
이익잉여금	669	693	675	373	610
자본총계	1,345	1,371	1,352	1,049	1,287

주요투자지표

	2020	2021	2022	2023	2024F
P/E(배)	N/A	168.7	N/A	N/A	9.5
P/B(배)	1.6	2.8	1.7	2.0	1.8
P/S(배)	4.5	7.4	4.1	5.2	2.5
EV/EBITDA(배)	6.7	15.8	5.6	9.9	2.9
배당수익률(%)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
EPS(원)	-42	36	-34	-484	379
BPS(원)	2,149	2,191	2,158	1,675	2,054
SPS(원)	748	814	905	641	1,467
DPS(원)	0	0	0	0	0
수익성(%)					
ROE	-1.9	1.7	-1.6	-25.2	20.3
ROA	-1.7	1.4	-1.3	-20.5	15.8
ROIC	-3.6	3.1	-4.3	-57.6	78.7
안정성(%)					
유동비율	799.9	528.8	396.7	294.0	285.4
부채비율	11.8	16.8	20.7	25.9	31.2
순차입금비율	-12.1	-27.0	-5.2	-27.6	-38.0
이자보상비율	-19.7	25.1	-28.8	-204.1	208.1
활동성(%)					
총자산회전율	0.3	0.3	0.4	0.3	0.6
매출채권회전율	11.9	8.3	5.0	4.2	12.1
재고자산회전율	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

최근 3개월간 한국거래소 시장경보제도 지정 여부

시장경보제도란?

한국거래소 시장감시위원회는 투기적이거나 불공정거래 개연성이 있는 종목 또는 주가가 비정상적으로 급등한 종목에 대해 투자자들의 환기 등을 통해 불공 정거래를 사전에 예방하기 위한 제도를 시행하고 있습니다. 시장경보제도는 '투자주의종목 투자경고종목 투자위험종목'의 단계를 거쳐 이루어지게 됩니다. ※관련근거 시장감시규정 제5조의2, 제5조의3 및 시장감시규정 시행세칙 제3조~제3조의 7

종목명	투자주의종목	투자경고종목	투자위험종목
쇼박스	○	X	X

2024년 2월 29일 기준 스펙관여과다 종목으로 지정된 바 있음.

Compliance notice

본 보고서는 한국거래소, 한국예탁결제원과, 한국증권금융이 공동으로 출연한 한국IR협의회 산하 독립 (리서치) 조직인 기업리서치센터가 작성한 기업분석 보고서입니다. 본 자료는 시가총액 5천억원 미만 중소기업에 대한 무상 보고서로, 투자자들에게 국내 중소기업 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 중소기업 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 증명자료로 사용될 수 없습니다.
- 본 조사자료의 지적재산권은 당사에 있으므로, 당사의 허락 없이 무단 복제 및 배포할 수 없습니다.
- 본 자료는 텔레그램에서 "한국IR협의회(https://t.me/kirsofficial)" 채널을 추가하시어 보고서 발간 소식을 안내받으실 수 있습니다.
- 한국IR협의회가 운영하는 유튜브 채널 'IRTV'에서 1) 애널리스트가 직접 취재한 기업탐방으로 CEO인터뷰 등이 있는 '소중한탐방'과 2) 기업보고서 심층해설방송인 '소중한 리포트 가치보기'를 보실 수 있습니다.