

이 보고서는 코스닥 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.



[YouTube 요약 영상 보러가기](#)

NEW(160550)

소비자서비스

영화의 감동, 드라마의 공감, 음악의 즐거움, 스포츠의 환희를
추구하는 종합 콘텐츠 미디어 기업

요약

기업현황

사업부설

기술분석

재무부설

주요 이슈 및 전망



작성 기관	한국기업데이터(주)	작 성 자	강귀석 전문위원
■ 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.			
<p>■ 본 보고서는 투자 의사결정을 위한 참고용으로만 제공되는 것입니다. 또한 작성기관이 신뢰할 수 있는 자료 및 정보로부터 얻은 것이나, 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없으므로 투자자 자신의 판단과 책임하에 종목선택이나 투자시기에 대한 최종 결정을 하시기 바랍니다.</p> <p>따라서 본 보고서를 활용한 어떠한 의사결정에 대해서도 본회와 작성기관은 일체의 책임을 지지 않습니다.</p> <p>■ 해당 기업이 속한 산업에 대한 자세한 내용은 산업테마보고서를 참조해 주시기 바랍니다.</p> <p>* 산업테마보고서는 발간일정에 따라 순차적으로 발간 중이며, 현재 시점에서 해당기업이 속한 산업테마 보고서가 미발간 상태일 수 있습니다.</p> <p>■ 본 보고서의 요약영상은 유튜브로도 시청 가능하며, 영상편집 일정에 따라 현재 시점에서 미게재 상태일 수 있습니다.</p> <p>■ 본 보고서에 대한 자세한 문의는 한국기업데이터(주)(TEL.02-3215-2497, sekabi@kedkorea.com)로 연락하여 주시기 바랍니다.</p>			

종합 콘텐츠 미디어 기업

NEW
(160550)

시세정보(1/15)

현재가	4,775원
액면가	500원
시가총액	1,333억 원
발행주식수	27,906,106주
52주 최고가	6,750원
52주 최저가	3,240원
60일 평균 거래대금	6.1억 원
60일 평균 거래량	148,418주
외국인지분율	14.9%
주요주주	
김우택	36.5%

- ▶ (주)뮤직앤뉴, (콘텐츠판다) 등 8개 종속회사를 보유한 콘텐츠 유통 및 투자 기업
- ▶ 영화관 브랜드 런칭, 스포츠 분야 투자 등 사업 다각화 추구

콘텐츠(영화 등) 투자, 배급, 마케팅, 홍보 등을 위한 판매경로 구축 및 판매전략 수립을 통한 전문성 확보

주식회사 넥스트엔터테인먼트월드(약칭 NEW, 이하 ‘동사’)는 2008년 6월 설립, 2012년 1월 주식회사 넥스트엔터테인먼트월드 합병 후 2014년 12월 코스닥시장에 상장되어 현재까지 정상적으로 거래가 이루어지고 있다.

동사는 영화 투자배급업을 시작으로 음악 사업, 스포츠사업 등의 분야로 사업을 확장하고 있는 등 콘텐츠 투자 및 유통 사업을 목표로 종합 콘텐츠 미디어 비즈니스 컨셉을 실현하고 있다.

*출처: NEW

동사의 최대주주는 대표이사 김우택으로 2018년 12월 31일 기준 주식 수 10,186,532주, 지분율 36.5%(전년 대비 주식수 변동 없음)이며, 동사를 제외한 8개의 종속회사(비상장사)를 보유하고 있다.

투자지표 (억 원, IFRS연결)

구분	2016	2017	2018
매출액	1,257	945	1,612
증감(%)	52.23	-24.81	70.54
영업이익	66	-52	-106
이익률(%)	5.28	-5.46	-6.58
순이익	36	-75	-148
이익률(%)	2.84	-7.89	-9.16
ROE(%)	3.30	-5.98	-11.29
ROA(%)	1.65	-3.06	-5.76
부채비율(%)	68.69	96.16	98.71
유보율(%)	887.83	830.47	751.39
EPS(원)	160	-287	-504
BPS(원)	4,940	4,659	4,223
PER(배)	69.61	-31.91	-8.70
PBR(배)	2.26	1.96	1.04

연결대상 종속회사에 포함된 회사들이 영위하는 사업으로는 음원투자 및 유통업((주)뮤직앤뉴, (주)먼데이브런치), 영상 콘텐츠 부가판권 유통업((주)콘텐츠판다), 방송프로그램 투자 및 제작((주)스튜디오앤뉴), 스포츠 및 매니지먼트업((주)브라보엔뉴), 방송채널사업((주)타임투미디어), 당구장 및 경기용 도매업((주)타임앤플레이스) 및 VFX사업((주)엔진비주얼웨이브)이 있다.

[표 1] 최대 주주, 주요 연결대상 종속회사 및 타 법인 출자현황

최대 주주	지분율 (%)	연결대상 종속회사 및 타 법인 출자현황	지분율 (%)
김우택	36.5	(주)뮤직앤뉴	70.0
		(주)콘텐츠판다	70.9
		(주)브라보엔뉴	25.3
		(주)스튜디오앤뉴	79.7
		(주)엔진비주얼웨이브	58.3
		IBK-대교 콘텐츠 펀드	37.5

*출처 : 사업보고서, 분기보고서(2019년 변동사항 반영, 2019년 9월 30일자 기준)

[그림 1] NEW



NEXT ENTERTAINMENT WORLD



기술분석보고서

주요 사업분야 : 영화사업, 영화관사업 등

동사는 영화, 비디오물 및 방송 프로그램을 배급하는 영화사업과 자체 브랜드(CINE Q, 씨네Q)를 보유하고 영화관사업을 중심으로 음악, 방송, 스포츠 등 다양한 분야의 사업을 수행하고 있다.

또한 동사는 한국영화투자본부 등을 중심으로 해외 판권 계약 수립을 위한 전략 등 다양한 판매경로와 전략을 수립하고 있는바, 동사는 2019년 3분기 기준 14편의 한국영화를 상영(관객 점유율 8.2%)하였다.

[그림 2] 주요 사업



*출처: NEW

사업 다각화로 매출액 개선 기대

동사의 2018년 매출액은 1,612억 원(2017년 매출액 945억 원)으로 전년 대비 증가하였으나, 2년 연속 영업손실을 기록했고, 2019년 3분기 누적 매출액 또한 908억 원(전년동기 1,166억 원)으로 전년 동기 대비 감소하였다.

다만, 동사는 최근 영화 등 영상콘텐츠의 VFX 제작을 위한 (주)엔진비주얼웨이브와 음원 투자 및 유통을 위한 (주)먼데이브런치를 설립하였는 등 사업 다각화를 통한 종합 콘텐츠 기업을 지향하고 있어 향후 매출액 및 수익성 개선을 기대하고 있다.

[그림 3] 동사 전경



*출처: NEW

I. 기업현황

**영화 배급업
목적으로 설립 후
2014년 12월
코스닥시장 상장**

동사의 명칭은 주식회사 넥스트엔터테인먼트월드(이하 ‘동사’)이고, 영문으로는 Next Entertainment World Co., Ltd.라고 하며, 약칭으로 NEW라 표기한다.

동사는 2008년 06월 25일 설립된 주식회사 도메오헐딩스에서 경영합리화 및 기업의 경쟁력 제고를 목적으로 2012년 1월 11일 간이흡수합병의 방법으로 주식회사 넥스트엔터테인먼트월드를 합병하였다.(합병 후 상호는 합병소멸법인의 상호인 주식회사 넥스트엔터테인먼트월드를 사용함)

이후 동사는 음악사업, 콘텐츠 부가판권 유통사업, 공연사업 등을 추가하였고, 2013년 12월 액면분할(액면가 5,000원 → 500원) 후 2014년 12월 코스닥시장에 상장되어 현재까지 정상적으로 거래되고 있다.

**8개의 연결대상
종속회사 보유**

동사는 동사를 제외한 8개의 종속회사(비상장사)를 보유하고 있다.

(주)뮤직앤뉴와 (주)먼데이브런치는 음원투자 및 유통업을 중점적으로 영위하고 있고, (주)콘텐츠판다는 영상 콘텐츠에 대한 부가판권 유통업을 영위하고 있으며 (주)스튜디오앤뉴는 방송프로그램 기획, 투자 및 제작을 영위하고 있다.

또한, (주)브라보앤뉴는 스포츠마케팅 및 매니지먼트업을 영위하고 있고, (주)타임 투미디어는 방송채널사업 및 방송프로그램을 제작하고 있으며, (주)타임앤플레이스는 당구장 및 경기용품 도매업을 영위하고 있다. 마지막으로 (주)엔진비주얼웨이브는 VFX 사업을 영위하고 있다.

[표 2] 종속회사

구분	설립일자	주요사업
(주)뮤직앤뉴	2009.04.02	음원 투자 및 유통업
(주)콘텐츠판다	2013.08.22	영화 부가판권 유통 대행업
(주)브라보엔뉴	2015.02.26	스포츠 마케팅 및 매니지먼트업
(주)스튜디오앤뉴	2016.08.30	방송프로그램 제작 및 배급업
(주)타임투미디어	2008.10.21	방송채널사업 및 방송프로그램제작
(주)엔진비주얼웨이브	2019.04.29	영화 등 영상콘텐츠 VFX 제작업
(주)먼데이브런치	2019.07.23	음원 투자 및 유통업
(주)타임앤플레이스	2003.12.29	당구장 운영업 및 경기용품 도매업

*출처: 분기보고서



최대주주 :
김우택

동사의 최대주주는 대표이사 김우택으로 2018년 12월 31일 기준 주식수 10,186,532주, 지분율 36.5%이며(전년 대비 지분율 변동 없음), 최대주주 김우택 이외에 특수관계인으로 김지웅(소유주식수 5,418주, 임원), 임재환(소유주식수 23,800주, 임원), 5%이상 주주로 HAUCE Media(Hong Kong) Investment limited(소유주식수 3,572,070주) 등이 있다. 소액주주의 비율은 약 42.73%(주식 수 11,924,491주, 2018년 결산 기준) 수준이다.

[표 3] 주요 주주, 연결대상 종속회사 및 타 법인 출자현황(2019년 9월 30일 기준)

주요 주주	지분율(%)	연결대상 종속회사 및 타 법인 출자현황	주요 사업	지분율(%)
김우택	36.5	(주)뮤직엔뉴	음원 투자 및 유통업	70.0
		(주)콘텐츠판다	영화 부가판권 유통 대행업	70.9
김지웅	0.02	(주)브라보엔뉴	스포츠 마케팅 및 매니지먼트업	25.3
		(주)스튜디오엔뉴	방송프로그램 제작 및 배급업	79.7
임재환	0.09	IBK-대교 콘텐츠 펀드	영화투자 네트워크 강화	37.5
		(주)엔진비주얼웨이브	영화 등 영상콘텐츠 VFX 제작업	58.3
HAUCE Media(Hong Kong) Investment limited	12.8	센트럴스포츠투자조합	영화투자 네트워크 강화	35.3
		지온방송드라마 콘텐츠 펀드	영화투자 네트워크 강화	25.0

*출처: 사업보고서

* 2019년 이후 변경사항 반영을 위하여 2019년 9월 30일 기준으로 작성함

**영화사업 : 영화,
비디오물 및 방송
프로그램 배급업
등**

동사는 영화, 비디오물 및 방송 프로그램 배급업 이외에도 드라마 등의 콘텐츠와 스포츠, 음악 등 엔터테인먼트 전 분야로의 사업영역을 확대하고 있고, 동사의 VISION은 영화의 감동, 드라마의 공감, 음악의 즐거움, 스포츠의 환희 등이다.

동사의 영화사업부는 콘텐츠 고유의 개성을 바탕으로 작품의 완성도를 높이고, 새로운 유통방식을 개발하여 관객과의 공감대를 넓히고 있는 등 국내 수위의 메이저 투자배급사로서 글로벌 관객과의 소통을 위하여 노력하고 있다.

동사는 2008년 영화 투자 배급사 설립 후 2013년 전체 배급사 순위 2위, 한국 영화 기준 배급사 순위 1위를 달성하였는 등 한국영화 발전에 기여하였고, 주요 작품으로는 ‘7번방의 선물’(총 관객수 1,281만 명), ‘변호인’(총 관객수 1,137만 명), ‘부산행’(총 관객수 1,156만 명) 등이 있다.



*출처: NEW

제작사

[그림 5] 미션

새로운 도전



글로벌 소통



재미와 감동의 아이콘



*출처: NEW

영화사업 :
한국영화 투자,
배급, 마케팅,
홍보 등

동사는 영화사업부 내 한국영화팀, 배급팀, 마케팅팀, 홍보팀 등을 보유하고 사업을 수행하고 있다.

[그림 6] 영화사업부 조직도



*출처: NEW

동사의 한국영화팀에서는 한국영화 콘텐츠 소재 발굴, 기획, 투자 및 제작 업무를 담당하고, 배급팀에서는 콘텐츠의 국내 극장 배급 및 판권 업무를 담당한다. 마케팅팀에서는 콘텐츠의 마케팅 업무를 담당하고, 홍보팀에서는 동사와 동사가 보유하고 있는 콘텐츠의 가치를 소개하는 대외 커뮤니케이션 업무를 담당한다.

[그림 7] 영화사업부 비즈니스



구분	내용
한국영화 투자	한국영화 콘텐츠 개발 및 관리
배급	콘텐츠 배급 및 판권 관리
마케팅	마케팅 담당
홍보	대외 커뮤니케이션 담당

*출처: NEW



기술분석보고서

영화사업 :
한국영화 위주
다수 작품

동사는 주요 작품으로는 1,000만 명 이상의 관객을 동원한 ‘7번방의 선물’, ‘부산행’ 등을 포함하여 2019년 12월 상영 또는 상영 예정인 마동석 주연의 ‘시동’, ‘눈의 여왕 4’ 등이 있다.

[그림 8] 주요 작품



*출처: NEW

영화관사업 :
씨네Q 영화관

동사는 차별화된 공간, 편안한 좌석 등 접근성과 편의성에 집중해 관객의 만족을 극대화할 수 있는 지역 친화적 문화생활 공간을 제공하기 위한 영화관 사업(자체 브랜드 CINE Q, 씨네Q)을 수행하고 있다. 동사는 임대료와 주변 경쟁강도를 고려하여 지방 위주에 진출하여 지역 내 랜드마크를 목표로 대기업 계열사 멀티플렉스와 경쟁하고 있다.

[그림 9] 영화관



*출처: NEW

[그림 10] 미션



구분	내용
LANDMARK	지역 친화적인 복합문화생활공간을 제공하여 지역의 랜드마크가 된다
PREMIUM	고객지향적 시스템을 기반으로 고객의 새로운 프리미엄 영화관이 된다

*출처: NEW

동사는 2017년 CINE Q 1호점 경주보문점을 오픈하였고 현재는 구미봉곡점, 서울 신도림점, 충주연수점 등 총 5호점을 운영하고 있다.

[그림 11] THEATER



구분	내용
성신여대입구	일반 상영관 요금으로 관람이 가능한 프리미엄 상영관
경주보문	경주 최대 규모 멀티플렉스, 전관 레이저 영사기, 전좌석 양팔걸이 가죽시트
신도림	최상의 영화 관람환경을 제공하는 총 30석 규모의 프리미엄 상영관
구미봉곡	구미 최고의 프리미엄 시설, 전관 레이저 영사기, 전좌석 양팔걸이 가죽시트
충주연수	최대 규모 & 최고 스펙을 갖춘 영화관, 전관 양팔걸이 가죽시트, DOLBY ATMOS

*출처: NEW

판매 조직 및 전략 :
한국영화투자본부 등을 중심으로 판매경로 및 전략 수립

동사는 한국영화투자본부, 기획팀, 배급팀, 마케팅팀 등의 조직을 보유하고 투자 및 배급, 마케팅 기획 등의 업무를 수행하고 있다. 동사는 영화, 극장, 드라마 등 3개 분야 매출액 증대를 위하여 품목별 판매경로 및 전략을 구축 및 수립하고 있다.

[표 4] 판매경로

구분	판매경로
영화 매출	해외 판권 계약
	영화관 상영 배급
	비디오, DVD판권 계약
	공중파, Cable TV 판권계약
극장 매출	영화관
드라마 매출	드라마

*출처: NEW



[표 5] 판매전략

구분	판매전략
투자작품	홍행성 높은 프로젝트에 대한 접근성 강화를 위해 주요 제작사/수입사와 지속적 연계
	빠른 의사결정을 위해 수시적인 투자심의위원회 개최
	홍행 가능성 높은 신인 감독 및 제작사에 적극적 투자 진행
	매출 규모보다는 수익성 및 리스크 관리 중심의 투자 구조 구축
	시나리오 초기 단계에서부터 투자 및 마케팅 전략을 수립하여 프로젝트 밀착 관리
배급(대행)작품	경쟁사 영화 분석 및 타사 배급 일정 관리를 통해 당사 배급 일정 유동적 조율
	메이저 상영업자와의 균등한 우호관계를 통해 안정적 배급망 확보
극장배급	경쟁사 영화 분석 및 타사 배급 일정 관리를 통해 당사 배급 일정 유동적 조율
	메이저 상영업자와의 균등한 우호관계를 통해 안정적 배급망 확보
부가판권 유통	CATV/IPTV/모바일 등의 플랫폼의 확장 및 부가판권 시장 규모의 확대로 부가판권 독점 유통을 위한 콘텐츠 제작 및 수급
수출	국내 유망한 세일즈사와의 파트너쉽을 통해 콘텐츠 수출

*출처: NEW

동사 경쟁력 :**수평적 의사 결정**

동사는 주연 배우나 유명 감독의 인지도보다는 시나리오를 중심으로 영화를 배급하고 있는 등 동사만의 홍행 가능성에 대한 기준을 수립하고 수익률을 관리하고 있다.

이에 동사는 2019년 3분기까지 14편의 한국영화를 상영하였으며 관객수 740만 명, 관객 점유율 8.2%를 기록하였고, 외국영화 포함시에는 17편을 상영하였으며, 관객수 756만 명, 관객 점유율 4.4%를 기록하였는 등 한국영화 부분에서는 수위에 위치하고 있다.

동사는 전직원이 참여하는 수평적인 의사 결정 구조를 통하여 신속한 투자 결정이 가능하고, 의사 결정 시 대중성을 적극 반영하고 있다.

또한, 동사는 고예산 영화보다는 홍행성을 중심으로 투자를 진행하고 있고, 영화 산업뿐만 아니라 영화관, 영화제작, 부가판권, 음악, 스포츠 등 다양한 콘텐츠 산업에 진출함으로써 종합 콘텐츠 미디어 그룹으로의 성장을 지향하고 있다.

기타 사업 :**음악사업 등**

동사는 8개의 종속회사를 보유하고 다수의 사업을 수행하고 있는바, 대표적으로 음악사업, 제작/매니지먼트사업, 스포츠사업, 글로벌판권, VFX사업 등이 있다.

음악사업 :
(주)뮤직앤뉴(MUSIC C&NEW)

(주)뮤직앤뉴는 2012년 음악 제작 및 매니지먼트 사업으로 시작하여 현재는 음원/음반 유통에서 물류사업을 포함한 종합적인 음악 콘텐츠 사업을 진행하고 있는 등 글로벌 음악시장에 새로운 비전으로 (주)뮤직앤뉴만의 BRAND IDENTITY를 만들어 가고 있다.

(주)뮤직앤뉴는 발매, 유통 될 콘텐츠에 대한 전체적인 일정 및 마케팅, 프로모션 전략을 수립하고, 기성/신인 아티스트 및 다양한 장르의 음악에 대한 지속적인 투자와 함께 음악의 스펙트럼을 넓히고 경쟁력을 만들어 가고 있다.

또한, (주)뮤직앤뉴는 온라인 음원 유통과 오프라인 음반 유통, 그리고 전문화되고 체계적인 물류사업 시스템까지 더해져 ONE-STOP 온/오프라인 유통 서비스를 실현하고 있고, 이를 통하여 콘서트, 뮤지컬, 페스티벌 등 다양한 공연에 투자 및 제작을 추진하고 있다.

이외에도 경기도 김포에 소재한 뮤직앤뉴 제1, 제2 물류센터는 음반을 포함한 DVD/MD/블루레이 등의 상품을 관리하며 ERP(Enterprise Resource Planning) 물류 전산 시스템과 함께 자사에 최적화된 시스템을 구축하고 있다.

[그림 12] MUSIC



*출처: NEW

[그림 13] 음악사업



*출처: NEW

(주)뮤직앤뉴는 국내외 다수의 업체와 협력관계 및 파트너십을 맺고 다양한 음악을 유통 및 취급하고 있다.

[그림 14] PARTNER

구분	내용			
ONLINE PLATFORM	APPLE MUSIC	Spotify	YouTube	amazon
INTERNATIONAL ONLINE PLATFORM	QQ 音乐	网易云音乐	酷狗音乐	酷我音乐 www.wuwo.cn
KOREA	Melon	genie	Bugs!	naver.net
PARTNERSHIP	sori boda	NAVER MUSIC	kakao music	VIBE
	GENIE MUSIC	YG ENTERTAINMENT	YG PLUS	INTERPARK
	Bugs!	MICROBALL MUSIC	ONE Entertainment	IOK

*출처: NEW



기술분석보고서

(주)뮤직앤뉴는 미국 최대 음악 서비스사 중 하나인 CD Baby가 보유한 600만곡 음원의 국내 독점권과 국내 대표 가수들의 음원을 포함해 약 600여곡의 음원을 독점하고 있는 등 다수의 digital/physical 음악을 유통하고 있다.

또한, (주)뮤직앤뉴는 유튜브와 연결되는 'PLAY LIST(FOR U)'를 구축하고 있는바, NEW Release, RELAXING MUSIC, 뮤직앤뉴 INDIE MUSICIAN 등으로 구분하여 다양한 서비스를 제공하고 있다.

[그림 15] LIBRARY

구분	내용			
DIGITAL				
	Various Artists 배가본드 OST	박보방, 박재정 두 흔자	The One (더원) 보좌관 OST Part.3	김재한 배가본드 OST Part.9
	전주희 전주희 - 파이팅 OST	연 페남	변 보좌관2 OST Part.2	김봄진 보좌관2-세상을 움직이는 사...
PHYSICAL				
	Zinu 정진우 (Zinu)	Various Artist 독두전 O.S.T	Sweet Sorrow 스윗 소로우 (Sweet Sorrow)	ASTRO BLUE FLAME [6th Mini Al...
	LABOUM Two Of Us	김동준 스물아홉, 그 즈음에	송가인 佳人	LABOUM Two Of Us

*출처: NEW

제작/매니지먼트 사업 : (주)스튜디오앤뉴

다양한 영화와 드라마 등 글로벌 콘텐츠를 제작하는 (주)스튜디오앤뉴는 매니지먼트 사업 등 새로운 성장 동력을 확보하는 등 사업의 경계를 허물며 다양한 포트폴리오로 동사만의 업무 영역을 넓혀가고 있다.

(주)스튜디오앤뉴는 2016년 9월 설립되었고, 2017년 JTBC와 드라마 제작 MOU를 체결하였으며, 2018년 첫 영화 '안시성' 개봉, 드라마 '미스함무라비' 등을 제작하였다.



*출처: NEW

[그림 17] 스튜디오 사업



DRAMA



MOVIE



MANAGEMENT

구분	내용
DRAMA	신선한 드라마 콘텐츠들을 통해 일상의 즐거움을 제공함
MOVIE	다양한 영화 콘텐츠들을 통해 진한 감동을 제공함
MANAGEMENT	‘배우’라는 꿈을 실현시켜 줌

*출처: NEW

[그림 18] 주요 작품



보좌관2 – 세상을 움직이는 사…



보좌관 – 세상을 움직이는 사람들



비스트



뷰티인사이드

*출처: NEW

(주)스튜디오앤뉴는 2019년 4월 매니지먼트 본부를 신설하고 신인배우 7명과 전속 계약을 체결하며 매니지먼트 사업을 시작하였다. (주)스튜디오앤뉴는 매년 신인배우 오디션을 통하여 전속배우를 선발하고 있고, 평가일 현재는 ‘보좌관2’에 출연중인 박성준 등 약 9명의 소속 배우가 있다.

[그림 19] 주요 아티스트



권혁



김정우



도은비



박성준



안세원



안시하



이소영



이승희

*출처: NEW



기술분석보고서

스포츠사업 :

(주)브라보앤뉴

(주)브라보앤뉴는 매니지먼트와 다양한 종목의 스포츠 이벤트 기획, 중계권, 라이센싱, 광고 커뮤니케이션 사업을 수행하는 등 다양한 스포츠 콘텐츠를 통하여 ASIA NO.1 스포츠 마케팅 & 커뮤니케이션 기업을 지향하고 있다.

(주)브라보앤뉴는 2015년 2월 설립되었고, 2017년 NEW 스포츠사업부(브라보앤뉴)로 사명 변경하였다. 이후 골프 박인비, 탁구 신유빈 선수, 크로스컨트리 신의현 선수, 피겨스테이팅 차준환 선수 등과 매니지먼트 계약을 체결하였고, 2018년 7월에는 당구 전문채널 '밸리어즈TV'를 인수하였다.

[그림 20] 스포츠



*출처: NEW

[그림 21] 미션



구분	내용
CONNECT	연결을 통해 새로운 가치를 창조한다
CHALLENGE	열정과 창의력을 바탕으로 모든 가능성에 도전한다
ENJOY	스포츠라는 콘텐츠로 사회의 행복에 기여한다

*출처: NEW

(주)브라보앤뉴는 경영전략본부, 콘텐츠부문, 마케팅부문, 빌리어즈TV 등의 조직을 구축하고 MANAGEMENT, PROPERTY, SPORTS EVENT, SPONSORSHIP, MEDIA CONTENTS, LICENSE, COMMUNICATION 등의 비즈니스를 수행하고 있다. 동사가 최근 기획 및 개최한 프로젝트로는 ‘오렌지라이프 챔피언스트로피 박인비 인비테이셔널’ 등이 있다.

[그림 22] 스포츠사업부 조직도



*출처: NEW

[표 6] 스포츠사업부 BUSINESS

구분	내용
MANAGEMENT	골프, 빙상, 탁구 등 각 분야 최고의 선수들을 매니지먼트한다
PROPERTY	아이스쇼, 당구 등 신규 스포츠 사업을 발굴, 확장한다
SPORTS EVENT	스포츠 대회를 기획, 운영하고 프로모션 이벤트를 개발한다
SPONSORSHIP	스포츠 스타, 스포츠 단체 및 협회, 다양한 스포츠 이벤트의 스폰서를 유치하고 발굴한다
MEDIA	방송 중계권 유통과 콘텐츠 제작, 미디어 컨설팅을 진행한다
CONTENTS	
LICENSE	브랜드 라이선싱 및 스포츠 관련 상품을 개발한다
COMMUNICATION	광고 기획, 제작부터 매체 플랜까지 효과적인 홍보를 위한 다양한 광고 커뮤니케이션 전략을 수립한다

*출처: NEW

글로벌판권 :
(주)콘텐츠판다

부가판권 시장은 극장 종영 이후 영화 콘텐츠를 이용하여 부가적으로 수익을 창출하는 것으로, 최근에는 인터넷의 발달로 디지털 온라인 시장이라고 불리고 있다.

(주)콘텐츠판다는 콘텐츠 유통을 시작으로 현재 한국영화 투자배급, 외화 수입, 기타 부가사업 및 한국영화 해외세일즈를 진행하고 있다. 또한, 인터넷, 모바일 등 다양한 플랫폼을 통해 고객들을 만날 수 있는 새로운 콘텐츠도 개발하고 있는 등 새로운 비즈니스 모델 개발을 위하여 노력하고 있다.

(주)콘텐츠판다는 2013년 설립 후 2015년 해외세일즈 사업부를 론칭하였다. 동사는 2017년 '강철비', '염력', '반드시 잡는다'에 대해서 한국 영화 최초로 NETFLIX와 전 세계 독점판권 계약을 체결하였고, 2018년에는 투자펀드 결성과 새로운 배급 및 유통전략, IP소싱 등의 신규 비즈니스 모델을 통해 사업을 다각화하고 있다.

[그림 23] 글로벌판권



*출처: NEW

[표 7] 비즈니스 영역

구분	내용
콘텐츠 사업	디지털 유통 IPTV 등 다양한 디지털 플랫폼에 영화를 유통하고 있다
	투자/배급 '풀잎들' 등 다양한 작품에 투자 및 배급을 수행한다
	외화 해외 필름 마켓에 참가하여 구매 후 국내 소개한다
	신사업 새로운 배급전략과 전방위적인 IP소싱을 준비하고 있다
해외 세일즈	영화제 출품 해외 필름 마켓에 참가하여 국내 작품을 소개 및 판매한다
	해외 배급 국내의 유수한 영화들을 190개 이상 나라에 수출한다
	리메이크 판권 한국영화의 리메이크 판권을 해외 시장에 판매, 유통한다

*출처: NEW



(주)콘텐츠판다의 콘텐츠사업과 관련된 작품은 ‘미래에게 생긴 일’ 등 5,000여 편 이상이고, 해외세일즈사업과 관련된 작품은 ‘별새’ 등 1,000여 편 이상이다. 또한, 2019년에는 약 600여 편 이상의 작품을 유통할 것으로 기대된다.

[그림 24] 작품

구분	작품			
콘텐츠사업 작품				
해외세일즈 작품				

*출처: NEW

VFX사업 :

(주)엔진비주얼웨이브
브

(주)엔진비주얼웨이브는 영화와 드라마, 광고 등의 영상에 컴퓨터 그래픽을 이용한 특수효과 서비스를 제공하기 위하여 2019년 4월 설립되었다.

(주)엔진비주얼웨이브가 제공할 VFX 즉, 시각적 특수효과(Visual Effects)란 영상 연출 시 실제로 촬영할 수 없는 장면을 컴퓨터 그래픽스 기술로 영상에 구현하는 것으로, 실존하지 않는 배경 환경과 생명체, 천재지변이나 재난 등의 효과 및 가상의 배우 등을 컴퓨터로 생성한 이미지(Computer-Generated Imagery, CGI) 영상으로 제공하는 것이다.

(주)엔진비주얼웨이브는 기술개발을 통하여 CGI의 품질을 높이는 등 영화 제작 전체 공정의 효율화에 기여할 것으로 기대된다.

II. 산업분석

영화, 비디오물 및 방송프로그램 배급업

영화, 비디오물 및 방송프로그램 배급업은 영화, 비디오물 및 방송프로그램의 배급권을 획득하고 영화관, 방송사 및 기타 상영자(일반소비자 제외)에게 배급하는 산업 활동을 말한다.

[표 8] 영화, 비디오물 및 방송프로그램 배급업

산업분류 코드	산업
59	영상·오디오 기록물 제작 및 배급업
591	영화, 비디오물, 방송프로그램 제작 및 배급업
5913	영화, 비디오물 및 방송프로그램 배급업
59130	영화, 비디오물 및 방송프로그램 배급업

*출처: 한국신용정보원, 통계청, 한국기업데이터 재가공

엔터테인먼트산업 : 고부가가치

엔터테인먼트 산업은 현대의 과학기술과 미디어 매체를 통하여 문화 상품과 서비스를 생산, 유통(배급)하는 산업으로, 거대한 생산설비나 자본 없이도 창의적인 지식과 아이디어로 엄청난 부를 창출할 수 있는 고부가가치 산업이다.

과거 엔터테인먼트 산업은 단순한 '놀이' 또는 '오락'으로써 소비적인 활동을 조장하는 비생산적인 산업으로 취급되어 왔으나 오늘날 엔터테인먼트는 현대 산업의 중심축인 정보통신산업을 포함한 서비스 산업의 일원으로, 21세기 유망지식기반산업으로 부각되고 있다.

또한, 엔터테인먼트 산업은 문화, 서비스, 미디어 산업에만 국한되는 것이 아니라 여타 산업에 미치는 파급효과가 상당하고, 자국문화와 상품의 이미지 제고 및 외래 전파에 크게 기여하는 특성이 있다.

한국 영화시장 현황 : 성장 지속

한국 영화시장은 멀티플렉스 상영관 및 여가 문화의 확산과 한국 영화의 질적, 양적 성장 등을 통해 매년 꾸준한 박스오피스 성장세를 보이고 있다. 한국영화의 성장에 따라 종합 엔터테인먼트 플랫폼의 기능을 갖춘 멀티플렉스 상영관의 확산은 새로운 수요의 확대를 가져와 선 순환의 성장세를 지속하게 되었다.

2019년 3분기 누적 극장 관객수는 17,076만 명으로 전년 동기 대비 4.6% 증가하였으며, 전체 극장 매출액은 14,482억 원으로 전년 동기 대비 6.1% 증가하였다. 콘텐츠로는 '극한직업' 이 1,626만 명, '어벤져스: 엔드게임' 이 1,393만 명 관객을 각각 동원하며, 이외에도 '알라딘', '기생충' 등이 천만명 이상의 관객을 동원하였다.

※ 자료출처 : 영화진흥위원회 2019년 9월 한국 영화산업 결산 보고서



영화, 비디오물 및 방송프로그램 배급업 : 수직계열화 현상

영화, 비디오물 및 방송프로그램 배급업 시장은 제작업자가 사업의 안정 및 위험분산을 위해 배급, 상영 부문으로 진출하거나, 상영업자가 콘텐츠의 안정적 공급을 위해 배급, 투자 부문까지 진출하여 수직계열화를 이루기도 한다.

또한, 제작사가 영화, 비디오물 및 방송프로그램을 만들고 나면 배급사가 자체 배급망을 가지고 유통을 담당함. 대부분의 배급사는 배급권을 얻기 위해 영화 제작 등에 대한 투자도 같이 하므로 투자/배급사로 불리기도 한다.

영화, 비디오물 및 방송프로그램 배급업 산업의 특징은 1)수직계열화가 적합한 산업, 2)지속적인 부가가치 창출이 가능한 산업, 3)수요의 탄력성이 낮은 산업으로 요약된다.

[표 9] 영화, 비디오물 및 방송프로그램 배급업 산업 특징

특징	내용
수직계열화가 적합한 산업	* 영화 및 비디오물의 수익이 시현되는 과정은 제작과 배급, 상영의 3개부문으로 구성되며, 3개 부문의 수직계열화 시 시너지효과를 통해 경쟁력이 강화될 수 있음 * 제작, 배급, 상영 단계를 한 번에 수행함으로써 각 단계에서 발생하는 비용의 비효율성 등을 제거할 수 있기 때문임
지속적인 수익 창출이 가능한 산업	* 하나의 콘텐츠가 극장 상영, 비디오 판매, DVD 대여, TV 상영, 케이블TV 및 위성방송 방영 등 다양한 매체를 통해 반복 판매되어 수익을 증가시키는 성격을 가짐
수요의 탄력성이 낮은 산업	* 국내 영화 시장은 불황기에도 지속적인 성장세를 보여, 음반과는 달리 외부 충격에 의한 수요 탄력성이 낮은 안정적인 추세를 보이고 있음

*출처: 한국신용정보원, 통계청, 한국기업데이터 재가공
영화, 비디오물 및 방송프로그램 배급업 산업의 후방산업은 영상 및 프로그램 제작업 등이며, 전방산업은 상영관 및 방송사 등으로 구성된다.

[표 10] 전후방 산업(영화, 비디오물 및 방송프로그램 배급업)

구분	영상 및 프로그램 제작업	영화, 비디오물 및 방송프로그램 배급업	상영관 및 방송사
제품			
업체	케이비에스아트비전, 엠비씨씨앤아이, 엠씨엠씨, 키이스트	워너브러더스코리아, 아이에이치큐, 넥스트엔터테인먼트월드	씨제이씨지브이, 롯데시네마, 메가박스중앙

*출처: 한국신용정보원, 통계청, 한국기업데이터 재가공

**영화, 비디오물
및 방송프로그램
배급업 : 경쟁
심화**

국내 영화, 비디오물 및 방송프로그램 배급업의 제조업체는 동사를 포함하여 워너브러더스코리아, 아이에이치큐, 제이콘텐트리, 미디어플렉스, 이십세기폭스코리아, 월트디즈니컴퍼니코리아, 리틀빅픽쳐스 등이 있다.

[표 11] 주요 영화, 비디오물 및 방송프로그램 배급업체 현황

특징	내용
워너브러더스코리아	Warner Bros(미국)가 전액출자하여 설립한 수입영화 배급업체로, 2018년 매출액 기준 국내 영화, 비디오물 및 방송프로그램 배급업에서 1위 업체임
아이에이치큐	드라마, 예능, 음반 등 다양한 분야의 콘텐츠를 제작하는 종합 엔터테인먼트 업체로, 매니지먼트사, 콘텐츠 제작사, 케이블 플랫폼을 보유하고 있으며, 코메디TV, Dramax, K-star, AXN 등 6개의 케이블 채널을 확보하여 콘텐츠-채널-플랫폼의 수직 계열화 체계를 구축함
제이콘텐트리	드라마 및 영화 제작 투자사업을 영위하는 업체로, 국내외 드라마와 영화 비디오물을 유통하고, 제이티비씨의 드라마와 영화관 메가박스의 영화 운영을 담당하여 자체 기획 역량을 강화하고, 시너지 효과를 통해 수익을 창출함
미디어플렉스	1999년 영화제작, 투자, 배급업 등을 목적으로 설립된 영화 투자 및 배급 전문기업으로 위상을 확대해오고 있음

*출처: 한국신용정보원, 통계청, 한국기업데이터 재가공

**영화, 비디오물
및 방송프로그램
배급업 : 시장
성장**

한국신용정보원 보고서(2019년 11월)에 따르면, 영화 배급의 국내 시장규모는 2013년 8,039.0억 원에서 2017년 9,375.0억 원으로 연 평균 3.92% 증가했으며, 동일 추세를 가정할 때 2022년에는 11,361.3억 원에 달할 전망이다.

[그림 25] 영화 배급 시장 규모



*출처: 한국콘텐츠진흥원, TDB 재구성

*주: CAGR은 2013~2017년 기준이고, 2018~2022년 추정치는 동 CAGR을 이용하여 산출함.

*출처: 한국신용정보원, 통계청



영화관 운영업 : 영화 산업은 영화를 개발 및 배급하는 경제 산업 분야로, 한 편의 영화를 관객이 볼 수 있게 되려면 배급업자 또는 흥행업자와 영화관이 있어야 하며, 광고가 따라야 하고 영화평론가들의 평가도 있어야 한다.

극장 상영은 영화관 운영업에 해당하며, 실내 또는 야외에 영사시설을 갖추고 영화를 상영하는 사업을 의미하고, 실내 영화관, 자동차 영화관, 야외영화관 등으로 구분하며, 대표적인 극장 상영 업체로는 CGV, 롯데시네마, 메가박스 등이 있다.

한국신용정보원 보고서(2019년 11월)에 따르면, 극장 상영의 국내 시장규모는 2013년 21,782.0억 원에서 2017년 26,081.8억 원으로 연 평균 4.61% 증가했으며, 동일 추세를 가정할 때 2022년에는 32,669.1억 원에 달할 전망이다.

[그림 26] 극장 상영 시장 규모



*출처: 한국콘텐츠진흥원, TDB 재구성

*주: CAGR은 2013~2017년 기준이고, 2018~2022년 추정치는 동 CAGR을 이용하여 산출함.

*출처: 한국신용정보원, 통계청

III. 기술분석

인터넷 발달 : 배급의 체계화 필요

인터넷 기술의 발달로 다양한 플랫폼들이 등장하면서 기존의 영화관이라는 플랫폼에서 더 나아가 디지털 위성방송, IPTV, 그리고 최근에는 스마트 모바일 기기 등 유통 영역이 지속적으로 확대되었고, 소비자들의 영화 등 콘텐츠에 대한 접근성이 용이해졌다.

동사가 수행하는 영화, 비디오물 및 방송프로그램 배급업에는 극장 배급 이외에도 비디오 배급, DVD 배급, 인터넷 배급, 공중파 및 케이블 방송사 배급, 해외 배급 등 다양한 종류가 있으며, 배급 과정에서 적정한 이익을 취하기 위해서 배급사는 이 모든 배급 과정을 체계화시킬 필요가 있다.

영화, 비디오물 및 방송프로그램 배급업 기술 동향 : 배급전략

극장 배급은 영화를 극장에 상영하는 것을 말하는데 영화의 형태 및 내용에 따라 배급 전략이 달라진다. 대규모 예산을 투입한 영화이거나 시기적으로 단기간 대량 배급이 필요한 영화는 이른바 와이드 릴리스(Wide Release)라고 불리는 광역 개봉 방식을 취하는 경우가 대부분이며, 특수 관객을 위한 영화는 소수 영화관에서 장기간 상영하는 전략을 취하기도 한다.

국내의 극장 배급 방식은 크게 직접 배급과 간접 배급으로 분류할 수 있다.

직접 배급은 배급사가 극장과 배급 계약을 할 때 배급 대행사를 거치지 않고 직접 극장과 관객 수입금을 배분하는 것을 말하며, 보통 배급사와 극장은 준조세를 뺀 금액을 제한 입장료를 외국 영화의 경우 6:4의 비율로 국내 영화의 경우는 5:5의 비율로 분배한다. 직접 배급은 영화 배급 환경이 현대화되는 추세와 맞물려 서울에서 지방으로 확산되고 있다.

간접 배급은 배급사와 극장 사이에 배급 대행사가 개입하는 방식을 말하며, 직접 배급을 하는 것이 더 많은 비용이 들 때 간접 배급을 취하는데 주로 지방 극장에 영화를 개봉할 때의 방식이다.

한편, 영화 배급을 위해 배급사는 제작사로부터 배급권을 사들인 다음, 영화의 판매와 마케팅을 책임지고 영화 상영과 관련된 세부사항에 대해서 극장과 협상을 한다.

최근에는 최대한 많은 상영관을 확보해서 단기간에 흥행수입을 극대화하는 광역 개봉(Wide Release)이 일반화되면서, 배급이 영화 흥행에 중요한 요소로 작용하고 있다. 수익의 배분은 수수료 배분 방식, 단매 방식, 미니멈 캐런티(Minimum Guarantee) 방식 등을 사용한다.



[표 12] 수익 배분 방식

구분	내용
수수료 배분	수익의 배분을 흥행성적에 따라 일정비율로 계약 당사자별로 분배하는 방식
단매방식	흥행성적에 관계없이 일정가격에 배급권을 판매하는 방식으로, 영화제작 자본의 부족을 해결하기 위해 많이 사용되는 방법
미니멈개런티	영화제작비 일부 또는 전부를 부담하는 조건으로 제작사가 최저수입을 선불로 받고 영화를 공급한 후, 다시 흥행성적에 따라 일정비율로 계약당사자 간에 수익을 배분하는 방식

*출처: 한국신용정보원

영화, 비디오물 및 방송프로그램 배급업 기술 동향 : 디지털 배급

기술 진보와 더불어 발전해왔던 국내 영화산업 100년의 역사 아래 가장 변화가 없었던 것이 바로 배급 형태이고, 최근에는 디지털 배급을 통한 새로운 방식이 대두가 되고 있다.

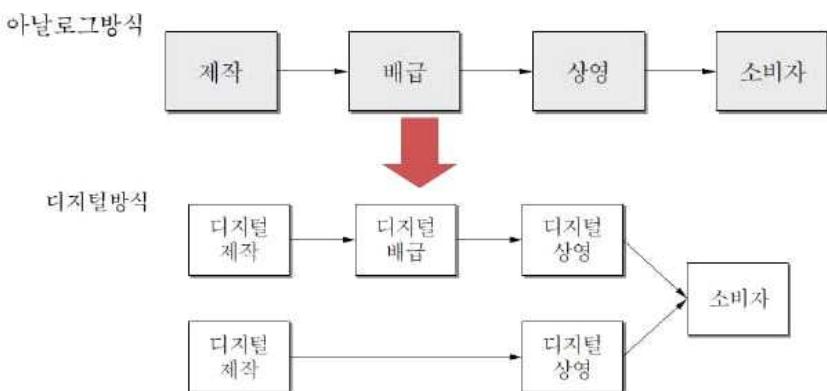
디지털 배급은 위성/광케이블을 통한 전송과 DVD 등의 기타 저장장치를 통한 전송 2가지 형태로 구분된다.

저장장치를 통한 배급은 불법 복제와 물리적 장치의 한계에서 오는 해외 동시개봉의 어려움 등의 문제점을 가지고 있으며, 위성/광케이블을 통한 배급의 경우 항공업체와 통신회사를 중심으로 활발한 연구가 이루어지고 있다.

데이터 전송을 통한 배급이 전 세계에 보급된다면 앞으로 새로운 형태의 배급 구조가 형성될 수 있다. 즉, 직배사를 통해 전 세계에 영화를 공급해왔던 기존의 할리우드 메이저 영화사들은 배급사를 거치지 않고 자사의 디지털 배급시스템을 통해 전 세계에 있는 극장에 영화를 상영할 수 있게 될 것이다. 또한, 그동안 자금이 부족하여 영화를 제작해오지 못했던 독립영화 감독들과 제작자들도 손쉽게 디지털 전송망을 통해 자신의 영화를 상영하는 것이 가능해질 것이다.

다만, 디지털 배급은 권리가 제대로 보호되지 못할 가능성�이 있다. 필름의 경우 필름을 직접 운반하여 영화를 상영한 후 계약기간이 끝나면 다시 필름을 회수하는 과정을 통해 저작권이 지켜지지만, 디지털 시네마의 경우 파일로 전송되므로 다시 회수할 수 없다는 문제점이 있다. 따라서 저작권 보호 문제에 대한 대책을 마련하는 것이 중요하다.

[그림 27] 배급 방식



*출처: 한국신용정보원, 정보통신정책연구원

**영화, 비디오물
및 방송프로그램
배급업 기술 동향
: 텐트폴**

‘콘텐츠 사업’과 ‘텐트 치기’에는 공통점이 있는데 이것이 바로 ‘텐트폴(Tentpole)’ 즉, 핵심 지지대 역할을 하는 작품/막대기가 필요하다는 것이다. 콘텐츠 사업에서 ‘텐트폴’의 맥락적 의미는 ‘현금 흐름의 지지대 역할을 할 수 있는 핵심 흥행 라인업’이라고 할 수 있다.

텐트폴 영화 및 방송 라인업은 해당 기업의 한 해 실적을 좌우할 정도로 중요한 변수로 작용하며, 이러한 텐트폴 라인업이 단기가 아닌 장기적으로 배치되어 있다면, 예측 불가능한 흥행 산업을 좀 더 예측 가능하게 만들어 줄 수 있다.

이러한 헐리우드 텐트폴 전략의 흥행 성과의 배경에는 ‘강력한 IP(Intellectual Property)’와 ‘배급력’이 자리잡고 있다.

**영화관 운영 기술
: 스크린 및
관람석**

영화관 운영업의 주요 사업으로 영화 상영 및 영화관 운영, 국내외 영화 및 기타 영상물 수출입, 국내외 멀티플렉스 극장 건설 및 운영, 영화관에 부속하는 각종 위락시설, 음식점, 매점 등의 영업, 국내외 영화 기타 영상물 구매, 영화 및 기타 영상물 배급업 및 배급대행업, 콘텐츠 판권 유통 사업 등이 있다.

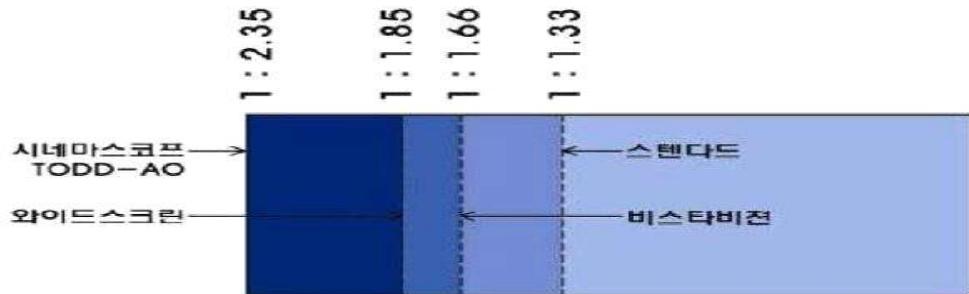
실내 영화관으로는 멀티플렉스, 가정용 영화관, DVD룸이 있고, 실외 영화관으로는 야외 영화관, 자동차 영화관이 있다.

멀티플렉스 영화관은 상영관이 10개 이상으로 보고 싶은 영화를 고를 수 있고, 상영관 당좌석수가 300석 내외이며, 첨단(3D/4D) 상영장비와 음향설비, 편안한 느낌을 주는 영화전용관과 주차장, 식당, 오락, 쇼핑, 문화 공간, 전시장 등의 부대 시설을 갖춘 건물을 말한다.

영화관을 구축하기 위해서 중요한 핵심 기술은 스크린과 관람석 설치 기술 등이 있다. 스크린은 염화비닐 또는 글라스섬유 위에 각종 표면재를 도포하여 만들어지며, 길이가 넓은 극장은 주로 실버 또는 퍼얼(Pearl) 종류의 재료가 도포된다.



[그림 28] 스크린의 크기와 비율



구분	특성
스탠다드 화면비 (1.33:1)	35MM 필름이 가진 원래의 화면비가 적용되나 현재는 사용하지 않음
비스타 화면비 (1.66:1)	유럽영화의 절반을 차지함
와이드 스크린비 (1.85:1)	우리나라 영화 대부분이 해당되고 와이드 TV의 화면비이기도 함
TODD-AO 화면비 (2.35:1, 2.21:1)	65MM 또는 70MM 와이드 스크린을 사용함
시네마스코프 화면비 (2.35:1)	광역의 화면을 제공하고, 대작이나 역동적인 화면의 영화에 주로 사용됨

*출처: 한국신용정보원

관람석은 관람석 바닥 구배(Slope), 관람석 단면형, 2층 객석 발코니, 시선과 수직 각 처리 등을 고려하여 구축한다.

[표 13] 관람석 설치 계획

규격	주요사항
관람석 바닥 구배	<ul style="list-style-type: none"> 관람석 전후 단면을 기준, 앞부분의 1/3을 수평으로 하고 뒷 부분 2/3를 1/12 정도의 구배를 가진 단면으로 계획함 객석 단의 상하 바닥 차는 50cm 이하임 높이 3M마다 횡 통로 설치, 복도 및 계단과 통하게 함 발코니 객석 길이는 1층 객석 길이의 1/3 이내임
관람석 단면형	<ul style="list-style-type: none"> 구배를 준 플래트 타입 및 스타디움 타입이 주로 사용되고, 발코니 타입은 영리상 많은 사람을 수용할 필요가 있을 때 활용됨
2층 객석 발코니	<ul style="list-style-type: none"> 좌석 1단은 80cm 이상으로 하고, 1단의 높이는 50cm 이하로 하며, 발코니 깊이는 높이의 최대 2배(가능하면 1.5배) 이하임
시선과 수직각	<ul style="list-style-type: none"> 스크린의 중심과 최후열 좌석 양각은 15° 이하, 최전열 좌석 양각은 30° 이하이고, 스크린의 하단과 최후열 좌석 양각은 25° 이하이고, 영사각과 시선이 이루는 각이 35° 이하임 1층은 최저 위치에서도 스크린의 하단이 충분히 보일 것이며, 영사각은 12° 이하임

*출처: 한국신용정보원

영화관 운영 기술

: 디지털 시네마 상영 기술

디지털 시네마 상영 기술은 디지털 카메라로 촬영한 영화를 디지털 파일 형태로 가공 처리하고 포장한 뒤, 이 파일을 하드드라이브나 DVD 등의 고정 매체 혹은 위성, 광대역 접속망(네트워크)을 통해 영화관으로 배급하고 디지털 프로젝트 등 디지털 영사 시스템으로 관람객들에게 고화질의 디지털 영상 서비스를 제공하는 영화 기술을 의미한다.

디지털 시네마 제작에서 편집이 끝난 콘텐츠는 DCDM(Digital Cinema Distribution Master) 단계에서 디지털 마스터링(Digital Mastering, DM) 작업을 수행한다.

DCDM은 상영을 위해 요구되는 영상, 음향, 데이터 등 각각의 요소들이 DCDM 과정을 거치게 되며, 디지털 마스터링은 전체 영화 정보를 디지털 데이터로 전환하는 과정으로 콘텐츠를 암호화하고 DCP로 패키지화하여 데이터를 전송하기 위한 포맷으로 바꾼다.

영화관 운영 기술

: 상영용 서버, 디지털 프로젝터

상영용 서버는 디지털 시네마 기술의 집약이라 할 수 있으며, 디지털 시네마의 보안 부분과도 밀접하다. 디지털 시네마 상영을 위한 서버는 파일 형식으로 제작된 콘텐츠를 보관하고 재생하며 색 정보 관리, 디지털 영사기 관리, 콘텐츠 유지 및 관리 기능을 한다.

또한, 디지털 시네마용 프로젝터와 일반 프로젝터는 해상도에서 차이가 있다. 일반적인 Full HDTV의 해상도는 보통 $1,920 \times 1,080$ 이지만, 디지털 시네마용 프로젝터는 2K($2,048 \times 1,080$), 4K($4,096 \times 2,160$)의 해상도를 가지는 등 디지털 시네마용 프로젝터와 일반 프로젝터는 해상도에서 차이가 있다.

영화관 운영 기술

: DCP(Digital Cinema Package)

DCP 패키징은 디지털시네마 콘텐츠의 안전한 배급과 지속적인 저작재산권 보호를 위하여 디지털시네마를 구성하는 영상, 음향, 자막 등 다양한 요소들에 암호화 기술을 도입하여 콘텐츠를 보호하는 기술을 말한다.

영화파일의 보안은 DCP 생성 시, 128 바이트 키를 사용하는 AES(Advanced Encryption Standard)라 불리는 강력한 암호화 알고리즘을 이용하여 대칭적으로 암호화되며 세부 내용은 SMPTE에 상정되어 있는 SMPTE DC-28 중 ‘SMPTE 429-6 디지털시네마 MXF트랙 파일 에센스 암호화’에 규정되어 있다.

DCI 규격을 준수하는 DCP(Digital Cinema Package, 디지털 배급을 위해 만든 상영용 파일)와 보안 문제를 해결하기 위한 배급용 암호키(KDM) 기술이 디지털 시네마의 핵심이다.

연구개발조직 :

한국영화팀

동사는 한국영화 투자본부 내 한국영화팀에서 홍행성 있는 영화를 발굴하고 제작 및 관리를 담당하고 있다.



[표 14] 연구개발 조직 및 현황(2019년 9월 말 기준)

부서	주요사항	인원
한국영화 투자본부	시나리오 선정, 투자집행 관리, 예산 및 제작비 지급 일정 관리, 원소스(소설, 웹툰, 기사 등) 검토/개발/계약	9

*출처: 분기보고서

동사의 주요 개발실적으로는 ‘강철비’ 등을 포함하여 아래와 같다.

[표 15] 개발 실적(2019년 9월 말 기준)

연구주최	개봉년도	연구과제	연구결과
한국영화 투자본부	2019년	비스트	관객 18만 명 동원, 수출계약 4억 5천만 원
		생일	관객 120만 명 동원, 수출계약 2억 5천만 원
	2018년	스윙키즈	관객 147만 명 동원, 수출계약 10억 원
		창궐	관객 160만 명 동원, 수출계약 21억 1천만 원
	2017년	강철비	관객 446만 명 동원, 수출계약 16억 원
		장산법	관객 131만 명 동원, 수출계약 5억 4천만 원
	2016년	판도라	관객 460만 명 동원, 수출계약 46억 8천만 원
		부산행	관객 1159만 명 동원, 수출계약 115억 8천만 원

*출처: 분기보고서

동사는 상표권 36건의 지식재산권(2019년 12월 31일 기준)을 보유하고 있어 서비스 제공과 관련된 사업 보완적 수준은 충분하다.

[표 16] 주요 지식재산권 보유현황

권리권자	구분	등록번호	발명의 명칭
(주)넥스트 엔터테인먼트월드	상표권	41-1536157	New NEXT ENTERTAINMENT WORLD
	상표권	41-0264055	New

*출처: 특허청, 한국기업데이터(재가공)

IV. 재무분석

최근 매출액 감소 : 영화 흥행 부진

동사는 2018년 기준 영화, 드라마 등 사업 전 분야에서 매출액 증가하였고 특히 극장 운영 관련 매출액 증가하여 2018년 기준 매출액(87,625백만 원, IFRS 별도 기준)은 전년 대비 50% 이상 급증하였으나, 최근 영화 흥행이 부진하여 2019년 3분기 기준 매출액(38,101백만 원, IFRS 별도기준)은 전년 동기 대비 30% 이상 감소하였다.

[표 17] 사업부문별 매출액 및 비중(IFRS 별도기준)

(단위 : 백만 원, %)

사업	2019년 3분기		2018 3분기		2018년		2017년	
	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중	매출액	비중
영화	27,293	71.6	53,335	89.5	77,731	88.7	55,133	96.7
극장	7,548	19.8	5,269	8.8	7,296	8.3	1,157	2.0
드라마	2,649	7.0	404	0.7	701	0.8	591	1.0
기타	611	1.6	596	1.0	1,897	2.2	123	0.2
합계	38,101	100	59,604	100	87,625	100	57,004	100

*출처: 사업보고서, 분기보고서, 한국기업데이터 재가공

재무현황 : 드라마/영화 제작 지속 및 플랫폼 다변화를 통한 수익성 개선 기대

동사는 최근 드라마 부분에서 일시적인 라인업 공백기가 있었고, 영화의 흥행 부진으로 2019년 3분기 기준 전년도 동기 대비 매출액 감소하였다. 다만, (주)스튜디오 앤뉴의 200억 원 규모 펀딩을 통한 2020년 5편의 드라마가 제작 및 방영 예정이고 영화 부산행의 후속작도 개봉을 준비하고 있으며, 케이블 등으로 플랫폼 다변화를 진행하고 있어 향후 매출액 개선이 기대된다.

[표 18] 주요 재무현황(IFRS 연결기준)

(단위: 억 원)

구분	2019년 3분기		2018년 3분기		2018년		2017년	
	금액	금액	금액	금액	금액	금액	금액	금액
매출액	908		1,166		1,612		945	
영업이익	-101		-33		-106		-52	
당기순이익	-81		-35		-148		-75	
영업이익률(%)	-11.10%		-2.81%		-6.58%		-5.46%	
순이익률(%)	-8.87%		-2.96%		-9.16%		-7.89%	
부채비율(%)	121.35%		105.50%		98.71%		96.16%	

*출처: 사업보고서, 분기보고서



증권사 투자의견

[표 19] 증권사 투자의견

작성기관	투자의견	목표주가	작성일
이베스트증권	BUY	5,500	2019년 11월 15일
2019년도 영화 흥행 부진하였으나, 2020년 드라마 5편 등이 예정되어 있어 수익성 개선 기대됨			
키움증권	BUY	6,000	2019년 10월 01일
IP 활용과 드라마 사업 연착륙 등 중장기적 방향성 유효			

V. 주요 이슈 및 전망

영화 콘텐츠 :
**영화 자체적인
요소의 영향이
중요함**

영화라는 콘텐츠는 그 속성 상 경쟁력의 특성이 있어 경쟁 추이에 따른 산업의 변동폭보다는 자체적인 요소 즉, 영화의 양적, 질적 상황에 의하여 받는 영향이 더 크다고 할 수 있다. 또한, 영화관람은 비교적 저렴한 가격에 콘텐츠를 소비할 수 있어 가격 대비 만족도가 큰 문화생활이다.

이러한 측면에서 2000년도 이후 관객 수의 급증도 경기회복보다는 멀티플렉스 출현과 기업화된 투자/배급사의 확대에 의한 전반적인 제작여건 개선 및 한국영화 자체의 질적 향상, 다양한 제휴 및 프로모션 등에서 기인한 것이라 할 수 있다.

또한 최근 디지털 기술의 발달과 IPTV, 스마트 모바일 기기 등 새로운 플랫폼의 보급으로 콘텐츠 접근성의 급속한 개선이 콘텐츠 수요의 증가로 이어지고 있다. 이와 관련하여 저작권 보호 강화를 위한 제도가 마련되고 스마트 미디어 보급이 급속도로 늘어나면서, 합법 다운로드 서비스와 IPTV 서비스 등의 부가판권 시장이 중요한 영역으로 자리 잡고 있다.

영화산업 :
**계절적 요인에
의한 수요 변동**

영화산업은 일반적인 성수기와 비성수기의 차이가 확연히 차이가 난다고 할 수 있다. 즉, 방학, 휴가, 그리고 가족 행사 등이 몰려있는 하절기와 동절기에 영화 관객 수가 크게 증가한다.

이는 계절적 요인뿐만 아니라 영화사들 역시 화제작 및 대규모 예산의 영화를 성수기 시즌에 맞추어 개봉하게 되면서 관객수 역시 비성수기에 비해 크게 증가하게 된 결과라고 볼 수 있다.

영화산업 :
**진입장벽 낮아
경쟁 증가**

영화산업 특히 배급업은 진입장벽이 낮아 많은 국내외 경쟁사들이 등장함과 동시에 흥행할 수 있는 영화를 선점하기 위한 경쟁이 치열해지고 있다. 경쟁이 치열해진 만큼 시장에는 더 많은 영화들이 공급되고 있으며 소비자들의 선택의 폭은 더 넓어지고 있다.

이러한 환경 속에서 동사는 투자 영화 편 수를 증가시켜 라인업을 구축하기 보다는 각 작품의 수익성에 집중해서 인력과 자원을 효율적으로 운영하는데 초점을 맞추고 있다.

**영화관람료 인상
: 관객 수 및
고부가가치
콘텐츠 증가**

영화관람료는 2001년 주중 7,000원(주말 8,000원)에서 8년 동안 변동 없이 유지되어오다가 2009년 하반기부터 주중 관람료 8,000원, 주말 관람료 9,000원으로 인상되었으며 이후 2016년 초 일부 극장에서 가격 조정(주말 11,000원)이 있었고, 2018년 초 추가 가격 인상(주말 12,000원, 특수관 15,000원)이 있었다.



또한, 관객 수 측면에서는 2000년대 중반 이후 1,000만 관객 이상을 동원하는 한국 영화가 다수 출현하는 등 급격한 양적 성장을 보였고, 추가적으로 IMAX, 3D, 4D 등의 고부가가치 콘텐츠 증가로 인하여 극장 티켓 단가의 상승이 있었다.

한편, 영화산업의 경우, 극장에서 관람료 수입이 발생하면 이 중 3%를 영화진흥기금으로 징수하고 남은 금액을 극장과 배급사가 부금율에 따라 배부한다.

* 아래 표(영화 관람표)에는 영화진흥위원회에서 발표한 2018년의 평균 극장요금을 추정 평균관람료로 사용하였다. 또한, 배급사는 영화진흥기금차감 후 배부액을 매출로 계상하므로, 영화진흥기금과 극장배부액을 차감하여 관객당 평균단가를 계산하였다.

[표 20] 영화 관람표(단위 : 원)

구분	근거	2018년	2017년	2016년
평균 관람료	연간 평균 요금	8,383	7,989	8,032
영화진흥기금	평균 관람료의 3%	251	240	241
극장 배부액	영화진흥기금 차감 후 50%	4,066	3,875	3,896
관객당 평균단가	-	4,066	3,875	3,896

*출처: 2018년 한국 영화 산업 결산 보고서, 영화진흥위원회, 분기보고서

주) 극장 배부액은 2013년 하반기부터 한국영화 50% ->55%로, 외국영화(서울) 60%->50%->55%로 변경되었으나 보수적으로 50%로 산정하여 기재하였다

VI. 별첨

· 기업개요

기 업 명	(주) 넥스트엔터테인먼트월드 (160550)	대 표 자	김 우 택			
본 사 주 소	(06044) 서울특별시 강남구 학동로9길 5(논현동)					
전 화 번 호	02-3490-9300	팩 스 번 호	02-515-1055			
개업/설립일자	2008년 06월 25일	홈 페 이 지	http://www.its-new.co.kr			
사 업 자 번 호	120-87-29530	법인(주민)번호	110111-3922550			
기 업 규 모	보호대상중견기업	기 업 형 태	코스닥 시장			
업 종 분 류	(J59130) 영화, 비디오물 및 방송프로그램 배급업 정보통신업 > 영상·오디오 기록물 제작 및 배급업 > 영화, 비디오물, 방송 프로그램 제작 및 배급업 > 영화, 비디오물 및 방송 프로그램 배급업 > 영화, 비디오물 및 방송 프로그램 배급업					
경 영 규 모 (단위: 백만 원)	결산일 2018-12-31	총자산 256,522	납입자본금 13,953	자기자본 129,093	매출액 161,223	순이익 -14,764
사업부문	주요제품					매출구성비 (연결기준)
영화 사업	영화 배급 등					48.2%
영화관 사업	영화관 운영					4.5%
기타	음악, 스포츠 사업 등					47.3%

· 직원현황

기준일자	영화사업	영화관사업	개발/생산	기타	합계
2019-09-30	53명	26명	-	-	79명

· 사업부문별 주요기술현황

사업부문	주요(핵심) 기술
영화 사업	판매 경로 및 전략 수립, 배급 방법 등
영화관 사업	영화관 운영 기술
기타	음악 유통, 방송프로그램 제작, 경기용품 판매 기술 등



기술분석보고서

· 주요연혁

2008.06	주식회사 도메오훌딩스 설립
2008.08	완전 자회사 주식회사 넥스트엔터테인먼트월드 설립
2009.04	한국영화 투자배급 시작(한국영화 '킹콩을 들다' , '청담보살' 등)
2009.05	본격적인 영화투자 시작(영화투자 목적 펀드 ISU, 글로벌 콘텐츠투자조합 출자 협약)
2012.01	주식회사 도메오훌딩스가 주식회사 넥스트엔터테인먼트월드를 흡수합병
2012.01	상호 변경(주식회사 도메오훌딩스 → 주식회사 넥스트엔터테인먼트월드)
2012.01	사업영역 확장 – 음악사업 시작(주식회사 태일런스미디어 인수 – 현 (주)뮤직엔뉴)
2013.08	콘텐츠 부가판권 유통사업 시작(자회사 주식회사 콘텐츠판다 설립)
2013.12	공연사업 시작(창작 뮤지컬 '디셈버' 개막)
2013.12	국내 TOP 투자배급사 등극(2013년 한국영화 투자배급 1위)
2014.05	공연기획 법인 신설(자회사 주식회사 쇼엔뉴 설립)
2014.10	536억 규모 중국자본 유치(제3자배정, 화책미디어)
2014.12	코스닥시장 상장
2015.02	스포츠 마케팅업 시작(자회사 주식회사 스포츠엔뉴 설립)
2016.03	유형자산 양수 결정 – 신도림 테크노마트 판매동 11~14층 매입(총 매입액 : 30,000,000,000원)
2016.03	드라마 '태양의 후예' 판권 계약 체결(중국, 일본 등 30개국 이상)
2016.08	방송투자제작 사업 법인 신설(자회사 주식회사 스튜디오엔뉴 설립)
2017.08	영화관 사업 개시 : 씨네Q 1호점 (경주보문점) 개관
2017.11	(주)뮤직엔뉴의 음반, 음원 유통 법인 (주)윈드밀이엔티 인수
2018.04	본사 주소 이전(서울시 강남구 학동로9길 5)
2018.06	씨네 Q 3호점 (신도림점), 4호점 (부평점), 5호점 (충주연수점) 개관
2018.06	(주)뮤직엔뉴가 (주)윈드밀이엔티를 흡수합병
2018.07	(주)브라보엔뉴의 방송채널사업 및 방송프로그램 제작 법인 (주)타임투미디어 인수
2018.10	(주)스튜디오엔뉴 제작 드라마 '뷰티 인사이드' JTBC 방영
2019.03	(주)스튜디오엔뉴 매니지먼트 사업 개시
2019.04	VFX 사업 시작 (자회사 주식회사 엔진비주얼웨이브 설립)
2019.07	(주)뮤직엔뉴 자회사 (주)먼데이브런치 설립
2019.08	(주)브라보엔뉴가 당구장 운영 및 경기용품 도매업 회사 (주)타임앤플레이스 인수

· 조직도



· 재무상태표

(단위 : 백만 원, K-IFRS연결)

구분	2016년	2017년	2018년
유동자산	151,227	152,431	134,773
현금 및 현금성자산	58,052	37,640	66,088
매출채권	27,146	29,642	21,604
재고자산	—	66	200
비유동자산	79,297	104,032	121,749
투자자산	2,379	2,337	2,294
유형자산	42,221	53,575	60,281
무형자산	1,558	5,902	11,421
자산총계	230,524	256,463	256,522
유동부채	55,198	92,066	106,294
매입채무 등	5,945	10,857	11,704
유동차입부채	5,575	13,400	42,908
단기차입금	2,000	3,800	15,800
유동성장기부채	3,575	9,600	27,108
기타부채	43,678	67,809	51,682
비유동부채	38,668	33,654	21,136
장기차입금	17,925	32,908	19,462
기타부채	20,743	746	1,674
부채총계	93,866	125,720	127,430
지배회사지분	135,392	127,692	117,854
자본금	13,703	13,703	13,953
비지배지분	1,265	3,051	11,239
자본총계	136,657	130,743	129,093

자산/부채/자본 비교



부채비율/유보율/PER 변화 추이





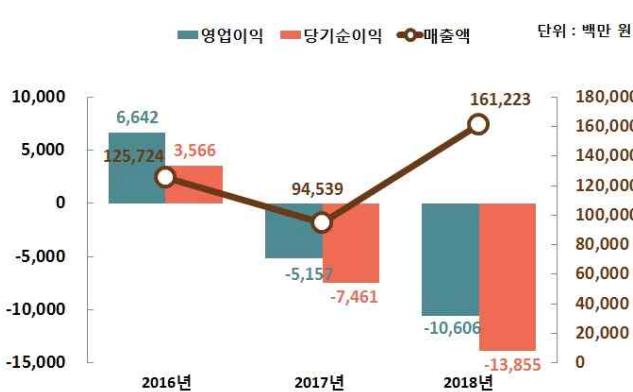
기술분석보고서

· 손익계산서

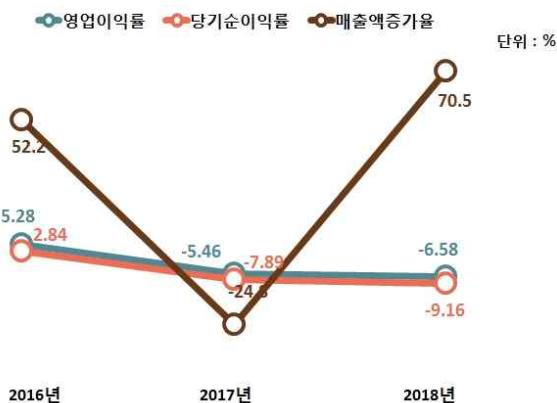
(단위 : 백만 원, K-IFRS연결)

구분	2016년	2017년	2018년
매출액	125,724	94,539	161,223
매출원가	99,921	73,587	133,949
매출총이익(손실)	25,803	20,951	27,274
판매비와관리비	19,161	26,108	37,880
영업이익(손실)	6,642	-5,157	-10,606
기타수익	398	137	1,484
기타비용	1,631	2,654	6,237
금융수익	1,339	1,099	1,070
금융비용	454	896	1,653
지분법손익	2,953	-1,074	403
법인세차감전순손익	9,228	-8,546	-15,539
법인세비용	5,663	-1,085	-775
당기순이익(순손실)	3,566	-7,461	-14,764
지배회사지분순손익	4,390	-7,860	-13,855
비지배지분순손익	-824	398	-908

매출액/영업이익/당기순이익 추이



증가율/이익률 변화 추이



· 현금흐름표

(단위 : 백만 원, K-IFRS연결)

구분	2016년	2017년	2018년
영업활동으로 인한 현금흐름	3,909	-21,473	17,697
영업으로부터 창출된 현금흐름	6,224	-19,197	18,469
법인세 납부	-3,566	-2,713	-260
배당금 수입	247	-	69
이자의 수입	1,447	1,151	1,011
이자의 지급	-443	-714	-1,592
투자활동으로 인한 현금흐름	-26,746	-3,214	-16,296
투자활동 현금유입	37,408	19,048	5,298
유동금융자산의 감소	33,054	15,150	165
유무형자산의 감소	618	3	5
관계기업 등 지분관련 투자자산의 감소	617	3,212	471
투자활동 현금유출	64,155	25,853	22,479
유동금융자산의 증가	33,804	-	12
유무형자산의 증가	23,098	13,702	10,519
관계기업 등 지분관련 투자자산의 증가	1,266	2,115	2,965
배당금수입	-	3,591	885
재무활동으로 인한 현금흐름	3,750	4,313	27,046
재무활동 현금유입	78,313	34,888	29,885
장단기사채의 증가	5,000	500	2,000
장단기차입금의 증가	73,313	32,860	15,900
수입보증금의 증가	-	-	50
유상증자(종속기업 포함)		1,528	11,935
재무활동 현금유출	74,563	30,575	2,839
장단기사채의 감소	-	1,500	1,500
장단기차입금의 감소	74,563	9,052	1,039
수입보증금의 감소	-	20,023	300
배당금지급	-	-	-
현금의 증가(감소)	-19,025	-20,412	28,449
기초현금	77,076	58,051	37,639
기말현금	58,051	37,639	66,088

현금흐름의 변화

