

(주)라훔나노테크

기업가치 평가 보고서

September 2020

Strictly Private and Confidential

삼화회계법인 × MOORE

(주)라훔나노테크

기업가치 평가 보고서

September 2020

RAHUM
NANOTECH

September 2020

Strictly Private and Confidential

삼화회계법인
SANGHWA ACCOUNTING & TAX CONSULTANTS

MOORE

발행서 소개

수신: (주)라훤나노테크

제목: (주)라훤나노테크 기업가치 평가 보고서

삼화회계법인은 주식회사 라훤나노테크(이하 "신청기업")의 요청에 따라 평가기준일 현재(2020년 9월 28일)의 회사의 기업가치를 산정하는 용역을 수행하고 본 보고서를 제출합니다.

당 법인은 투자유치와 금융기관으로부터 자금조달과 관련된 제반조건을 결정하기 위하여 필요로 하는 신청기업의 재무적 추정사항 및 가치평가에 관련된 내용을 본 용역의 업무범위에 포함하는 것으로 신청기업과 사전에 협의하였습니다.

본 보고서는 투자유치를 위한 참고자료로 작성된 것이므로 다른 목적으로 사용될 수 없으며, 본 보고서 제출일 이후 추가적인 사건발생이나 경영환경의 변화로 인하여 보고서 내용과 실제치의 차이가 발생하는 부분에 대하여 당 법인은 이를 수정할 책임을 부담하지 않습니다.

2020년 9월 28일

삼화회계법인 대표이사 석 완 주

목차 (Contents)

01

Section 01

Executive Summary

02

Section 02

용역의 개요

03

Section 03

회사에 대한 이해

04

Section 04

산업분석 및 사업에 대한 이해

05

Section 05

기업가치 산정방법론

06

Section 06

기업가치 산정

Section 01. Executive Summary

1.1 추정 손익계산서 (단위: 백만 원)

구분	2020(E)	2021(E)	2022(E)	2023(E)	2024(E)	2025(E)
Revenue	1,249	14,682	32,184	57,181	82,326	133,271
Cogs	834	6,098	14,661	24,693	35,144	53,480
Gross Margin	415	8,584	17,523	32,489	47,182	79,791
SG&A	611	4,268	7,174	13,477	19,564	34,941
Operating Income	(-)196	4,317	10,349	19,012	27,618	44,850
Corporate Tax	-	928	2,255	4,161	6,054	9,845
Net Income	(-)196	3,389	8,095	14,851	21,564	35,005

주요 전제

- 회사의 사업계획서(안) 대로 사업이 진행된다고 가정함
- 개발비 성격의 비용도 무형자산을 계상하지 않아 2020년에 손실 발생함

Section 03. 회사에 대한 이해 | 1.1 회사의 개요

(주)라훙나노테크 — LED 디스플레이 연구/개발/제조/판매 전문기업 (설립: 2018.07.02)

기업명	(주)라훙나노테크	홈페이지	http://투명led.com
설립년월일	2018.07.02	종업원수	7명
사업자등록번호	885-86-01025	법인등록번호	110111-6800092
주소	경북 경산시 삼풍로 27, 본부동 405호 (경북테크노파크)		
업종	전자회로 및 기판제조업	주생산품	투명 LED 디스플레이
대표자	이 명 훈 (1958.02.10)	자본금	340,000,000원
1주당 액면가/주식수	500원 / 680,000주		

보유 특허 (2019년 말 기준)

- ① 금속 나노와이어 투명전극 및 이의 제조방법 (출원특허-2018-0090049)
- ② 무-에칭인쇄형 마이크로 전극의 패턴을 형성하는 방법 (특허-2018-0132829)
- ③ 투명 엘이디 디스플레이장치 및 그 제조방법 (특허 제10-2052886호)

Section 03. 회사에 대한 이해 | 1.2 주주현황

평가기준일 2020년 9월 28일 현재 최대주주는 대표이사입니다.

주주명	주식수	지분율
이명훈 (대표이사)	485,725주	71.43%
박성호	60,716주	8.93%
정성홍	60,716주	8.93%
이정길	26,249주	3.86%
김명옥	25,296주	3.72%
김승희	11,852주	1.74%
이유리	9,446주	1.39%

* 이명훈 대표이사가 71.43%의 지배적 지분을 보유하고 있으며, 벤처기업확인 취득 (2019.04.08)

2. 회사의 사업현황

2.1 사업영역



2. 회사의 사업현황

2.2 Pipe Line 향후 전략

투명 디스플레이
패널 제조



투명 디스플레이
패널 제조

투명 전광판용 패널 유통시장
LED 모듈 수입시장 대체
해외시장 개척

Target Market

구분	내역
목표시장	• 전광판용 패널 유통시장 • LED 모듈 수입시장 • 해외시장
사업전략	• 기술 특허 기반의 양산공정으로 가격경쟁력 확보 (30~40% Cost Down) • Eco-Friendly • KC 인증
전략적 수행프로그램	• 범용 컨트롤러 및 서킷보드 개발
매출계획	• 유통망 구성을 토대로 전국 광고 및 간판사업자 대상 판매 • 가격 경쟁력을 토대로 수입모듈 대체 및 다른 투명전광판 사업자 대상 판매 • 패널/전광판/솔루션의 앤드-to-앤드 패키지로 해외시장 개척

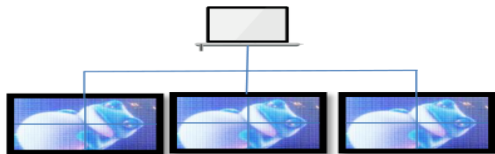
2. 회사의 사업현황

2.2 Pipe Line 향후 전략

Target Market

투명 LED
디지털 전광판 제작

디지털 전광판



점착형 투명 전광판
콘텐츠 피드 및 편집
스마트팩토리/시티/하이웨이용
온-디맨드 모듈확장

구분	내역
목표시장	• 리테일(프랜차이즈 및 일반 소매매장) • 조달시장 • B2B(기업 및 공장)
사업전략	• 기술특허 기반의 양산공정으로 가격경쟁력 확보 (30-40% Cost down) • 단기간내 많은 Reference 사이트 구축 • 시장진입과 동시에 마케터리더 점유
전략적 수행프로그램	• 전략사업(광고기획사와 연계하여 인프라 선투자에 따른 무료설치/광고비 상쇄 모델) • 기존 전광판 관리대행 및 대체, 신규 렌탈 정책, 핫-플레이스 Free trial • 조달등록 및 NEP/MAS 추진
매출계획	• 전략사업의 확대(텔레콤, 프랜차이즈, 사단법인) • 지불능력이 있는 리테일 세그먼트 공략(병·의원, 약국, 신규 건축물 및 Luxury 매장)

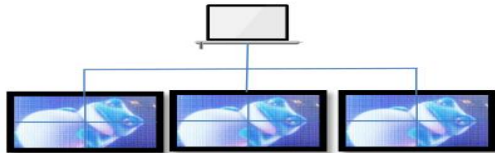
2. 회사의 사업현황

2.2 Pipe Line 향후 전략

Target Market

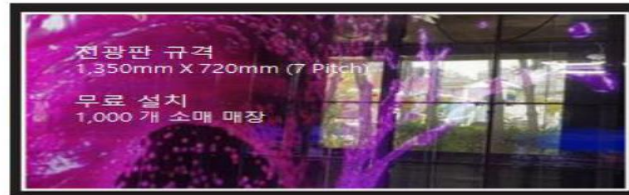
투명 LED
디지털 전광판 제작

디지털 전광판



점착형 투명 전광판
콘텐츠 피드 및 편집
스마트팩토리/시티/하이웨이용
온-디맨드 모듈확장

❖ 전략사업
(광고기획사와 연계하여 인프라 선투자에 따른 무료설치/광고비 상쇄 모델)



2. 회사의 사업현황

2.2 Pipe Line 향후 전략

Target Market

서비스 네트워크

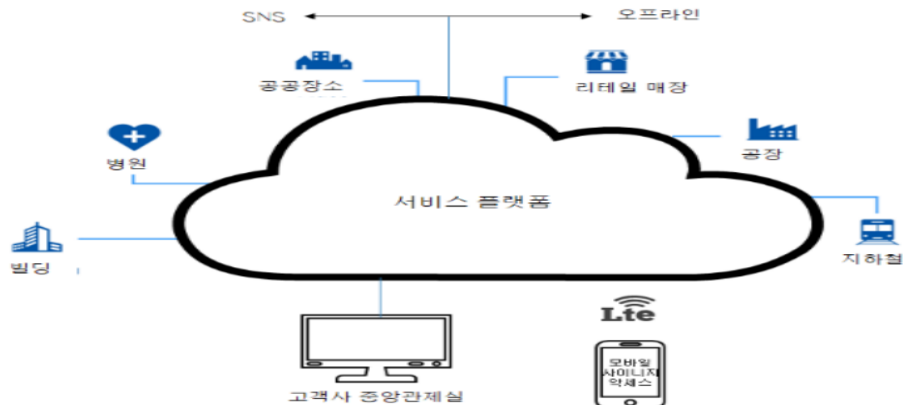
전광판 관리 대행서비스

전광판용 광고콘텐츠 거래마켓
광고용/기업용 전광판 운영관리
기술솔루션 개발
전광판용 컨트롤러 개발



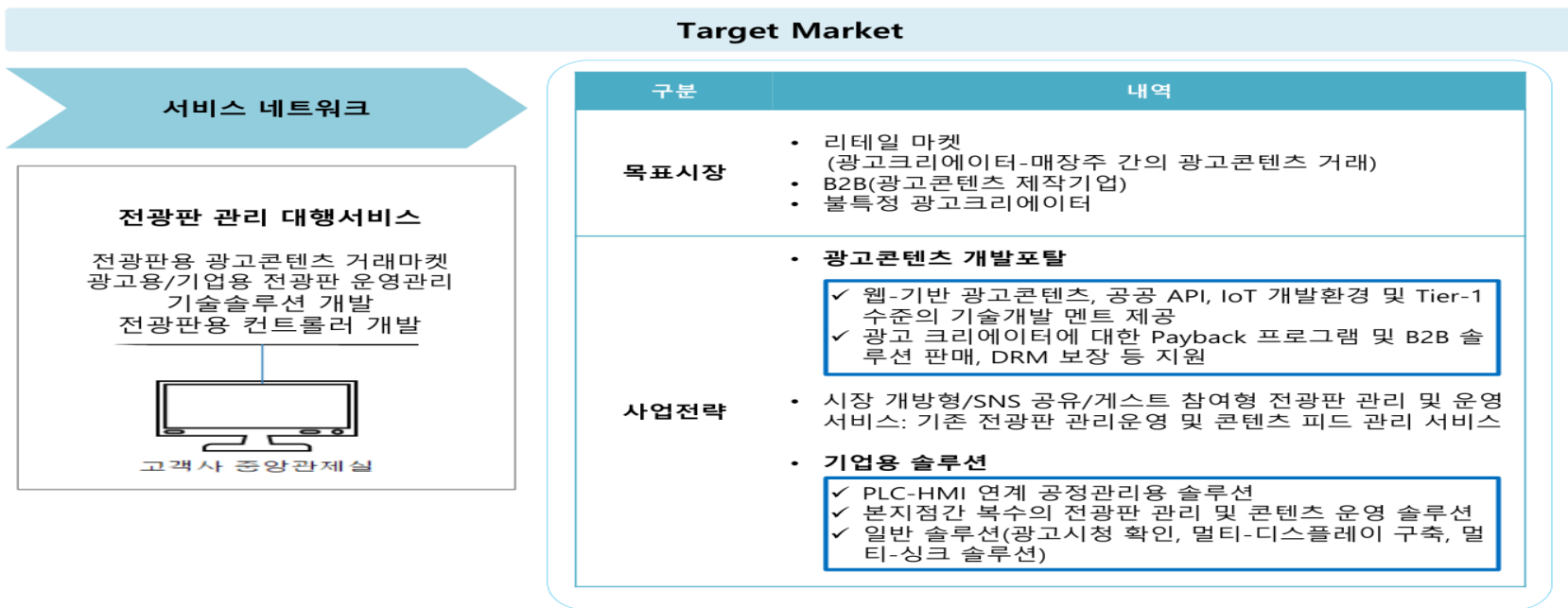
고객사 중앙관제실

라홀 서비스네트워크의 개념도



2. 회사의 사업현황

2.2 Pipe Line 향후 전략



Section 03. 2.3 주요연혁

- 
- 2018.07.02 (주) 라훙 나노테크 법인설립
 - 2018.08.01 특허출원 <출원번호: 10-2018-0090049> — 금속 나노 와이어 투명전극 및 이의 제조방법
 - 2018.08.07 영남대학교 산업교육자문계약 체결
 - 2018.08.27 국제PCT 157개국 특허출원 신청
 - 2018.11.09 기업부설연구소 설립 <영남대학교 內, 산학협력>
 - 2018.11.12 영남대로부터 기술이전 <무-에칭 인쇄 형 마이크로 전극의 패턴을 형성하는 방법>
 - 2019.03.10 기업부설연구소 인정서 취득 <KOITA>
 - 2019.04.08 벤처기업확인서 승인 <중소기업진흥공단>

... 이후 항목은 다음 슬라이드에서 계속

Section 03. 3. 회사의 재무현황

3. 회사의 재무현황

요약 재무상태표

단위: 천 원

과목	FY. 2020 2Q	FY. 2019	FY. 2018
유동자산	315,771	362,326	455,551
(1) 당좌자산	166,829	264,826	420,551
당좌예금	2,000	2,000	-
보통예금	150,764	231,700	390,518
외상매출금	-	189	-
단기대여금	-	-	6,000
미수금	10,816	18,129	20,917
선급금	3,234	12,804	3,110
선납세금	15	5	5
(2) 재고자산	148,942	97,500	35,000
원재료	51,442	0	0
시제품	97,500	97,500	35,000
비유동자산	1,309,562	1,017,348	289,472
유형자산	104,715	103,517	-
무형자산	1,185,176	861,160	275,800
기타비유동자산	19,671	52,671	13,671
자산총계	1,625,333	1,379,674	745,022
유동부채	1,279,076	1,108,533	557,909
미지급금	53,942	33,462	802
예수금	12,819	17,602	1,786
단기차입금	1,199,201	1,049,201	550,000
미지급비용	13,114	8,268	5,322
부채총계	1,279,076	1,108,533	557,909
자본총계	346,257	271,142	187,113

요약 손익계산서

단위: 천 원

과목	FY. 2020 2Q	FY. 2019	FY. 2018
매출액	30,400	19,326	583
성장율	57.3%	3214.9%	
매출원가	11,007	-	-
매출원가율	36.2%	0.0%	0.0%
매출총이익	19,393	19,326	583
매출총이익률	64%	100%	100%
판매비와관리비	79,687	146,544	48,269
판매비와관리비율	262%	758%	8279%
영업손익	(60,294)	(127,218)	(47,686)
영업외수익	122,003	210,497	35,045
영업외비용	16,593	27,474	247
법인세차감전순이익	45,116	55,805	(12,887)
법인세비용	0	1,777	0
당기순이익	45,116	54,029	(12,887)

Section 04. 1.1 디스플레이 산업의 특성

1. 디스플레이 산업의 동향

1.1 디스플레이 산업의 특성



【 차세대 디스플레이 정의 】 출처: 중소기업기술로드맵, 디스플레이, 2018-2020

1) 디스플레이 시장

디스플레이는 다양한 전자 정보를 인간이 볼 수 있도록 화면으로 구현해 주는 영상표시장치로서 UI/UX 기술을 포함한 영상기기를 통칭하는 것으로 디스플레이산업은 디스플레이와 관련된 소재 부품, 장비의 생산에 필요한 모든 활동을 포함

패널을 중심으로 전후방 연관효과가 큰 시스템 산업으로 기술개발의 선도에 따라 세계시장의 주도권이 결정되는 산업에 해당

패널의 경쟁력은 제조장비와 소재의 기술력이 결정하기 때문에 대규모 생산설비와 적극적인 기술개발이 필요한 산업

- 디스플레이의 제품 경쟁력은 후방산업인 부품소재 경쟁력으로 결정되나, 우리나라의 후방산업 경쟁력은 취약한 수준으로 해외의존도가 높음
- 디스플레이 장비·부품소재 분야는 대부분 중소기업으로, 전문인력 비중이 상대적으로 낮음
- 디스플레이의 최고기술국 일본 대비 한국의 상대수준은 96.4%, 기술 격차 0.4년임 2015년 기술수준 93.6%대비 2.8% 증가하고 기술 격차기간은 0.5년에서 0.1년 감소한 것으로 나타남

Section 04. 1.2 디지털 사이니지 (Digital Signage)

1. 디스플레이 산업의 동향

1.2 디스플레이 산업 중 신청기업 해당 분야



출처: 중소기업기술로드맵,디스플레이,2018-2020

(2) 디지털 사이니지용 디스플레이

- 디지털 사이니지(Digital Signage)란 디지털 정보 디스플레이(digital information display, DID)를 이용한 옥외광고로, 관제 센터에서 통신망을 통해 각종 정보와 광고 내용을 제어할 수 있는 광고판을 말함
- 정부는 해당 분야에 2018년도까지 총 333억원을 투입해 취약한 SW 및 콘텐츠와 차세대 디스플레이 분야의 핵심요소기술을 확보하고, 초기 단계인 국제 표준화 활동에 적극 대응

- ❖ 디지털 사이니지 (Digital Signage)란 디지털 정보 디스플레이 (digital information display, DID)를 이용한 옥외광고로, 관제센터에서 통신망을 통해 광고 내용을 제어할 수 있는 광고판을 말함. 공공장소와 상업시설에 설치된 간판, 안내문 등을 LCD, LED, PDP, CRT 등의 다양한 디지털 정보 디스플레이를 통해 다양한 콘텐츠를 전달하는 새로운 미디어
- IT 네트워크를 통해 중앙집중형 콘텐츠 관리 및 지역/시간/매장에 따른 차별화된 정보 전달이 가능한 장점이 있으며, TV/신문 등 대중매체 대비 개인화된 정보제공이 가능한 장점이 있음
- 기존 정지된 이미지나 동영상 형태의 광고를 시간대별로 번갈아 보여주는 옥외광고와 같은 단순 노출 위주의 기존미디어와 달리, 상호작용을 중심으로 하는 매체로써 인식되면서 빠른 발전을 야기하고 있으며 인터넷에 연결되어 각종 정보와 광고를 쌍방향으로 제공하는 IT 융합시스템으로 TV, PC, 휴대폰 등 기존 3대 스크린에 이은 '제 4의 스크린 미디어'로 주목받고 있음

Section 04. 1.3 세계시장 동향 — 디지털 사이니지 시장 (CAGR 12.9%)

1. 디스플레이 산업의 동향

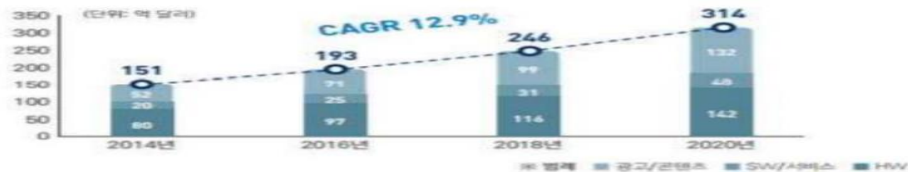
1.3 세계시장 동향

[디지털 사이니지용 디스플레이 분야의 세계 시장규모 및 전망]

(단위 : 백만 달러, %)

구분	'16	'17	'18	'19	'20	'21	CAGR
세계시장	19,300	21,789	24,600	27,773	31,400	35,450	12.9

* 출처 : 과학기술정보통신부, 디지털사이니지 산업 활성화 대책(안), 2015



- 통신 및 IT 기업, DS 전문기업, 플랫폼 업체 등 다양한 참여자가 서비스 차별화 및 제휴하는 경쟁적 생태계를 형성 중
- 글로벌 디지털 사이니지 시장규모는 '16년 193억 달러에서 21년 354억 달러로 연평균 12.9%의 성장세를 유지할 것으로 전망
'14년 기준 HW가 80억 달러로 전체 시장의 52.9%(디스플레이 39.7%)로 가장 높은 비중을 차지하였지만, 광고/콘텐츠 시장의 성장세 (연평균 16.7%)로 점차 관련 시장이 커질 것으로 전망
- IHS는 디지털 사이니지 산업이 향후 몇 년간 4.7%~5.6%까지 지속적으로 성장할 것이며, 스마트 콘텐츠와 지능화되고 있는 인터페이스, 실시간 데이터 적용의 확산 등으로 인해 매출이 점차 증가하고 있다고 발표
- 디스플레이(하드웨어) 중심으로 시장이 형성 및 확대되고 있으며, 서비스·미디어·광고 분야의 매출도 빠르게 늘어나고 있음
 - 디지털 사이니지를 가장 많이 도입할 산업으로 리테일(50%) / 광고(15%) / 금융(6%) / 교통(5%) / 고객 대응(5%) / 엔터테인먼트(5%) / 공공(4%) / 교육(4%) / 스포츠/경기장(2%) / 전시회(1%) 순으로 나타남

Section 04. 1.4 국내시장 동향 — CAGR 13.4%

1. 디스플레이 산업의 동향

1.4 국내시장 동향

【 국내 디지털 사이니지용 디스플레이 산업 시장 규모 현황 및 전망 】

(단위: 억 원, %)

구분	2016	2017	2018	2019	2020	2021	CAGR
국내 내수시장	25,500	28,917	33,100	37,535	39,700	45,019	13.4

* 출처 : 과학기술정보통신부, 디지털사이니지 산업 활성화 대책(안), 2015

(단위: 조원)



- '16년 약 2조 5000억 원(세계시장의 11% 수준)에서 '21년에는 약 4조 5000억 원으로 연평균 13.4%로 성장할 것으로 전망
- 디스플레이가 전체 생산의 과반수 이상 ('14년기준 66.8%)을 차지하며 국내 디지털 사이니지 시장 성장을 견인
- 국내 디지털 사이니지 주력 전문 기업은 100여개이며 중소기업이 90.1%를 차지하는중소기업 위주의 산업구조를 보이고 있음
- 2005~2009년에 설립된 기업이 전체 기업중 36%, 2010년 이후 설립된 기업이 14%로 디지털사이니지 산업으로 인한 신규 기업 증대에 기여
- 디지털 사이니지 종사 인력은 3,411명이며 '12년 신규 인력을 충원한 기업은 36.6%로 높은 고용 창출 효과

Section 04. 1.6 주요 중소기업 비교

1. 디스플레이 산업의 동향

1.6 주요 중소기업

[주요 중소기업 비교]

(단위: 백만 원, %)

국내업체	자산총계	매출액	매출액 증가율	영업이익율	당기 순이익율	R&D 집중도
지스마트글로벌	115,037	90,159	91.3	21.3	15	1.8
이트라이브	2,914	8,256	9.0	0.1	0	7.8
에스지에이	75,821	33,463	-23.3	-11.1	2	0.6
오디하이텍	4,133	3,644	40.2	6.9	4	0.6
딜리	58,245	37,156	-10.5	8.0	10	5.3
키오스크코리아	2,691	4,683	73.8	8.1	12	6.7

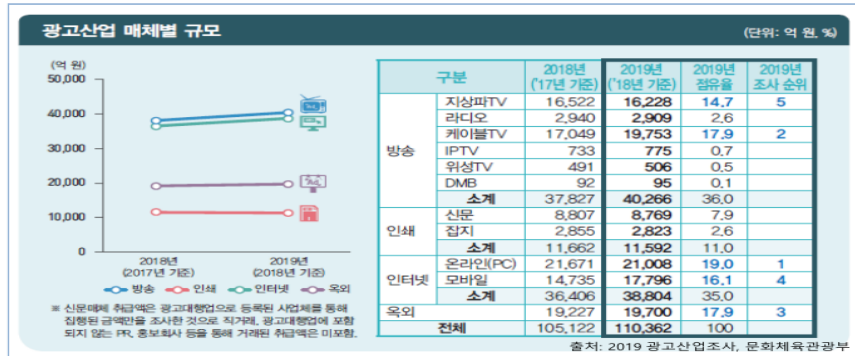
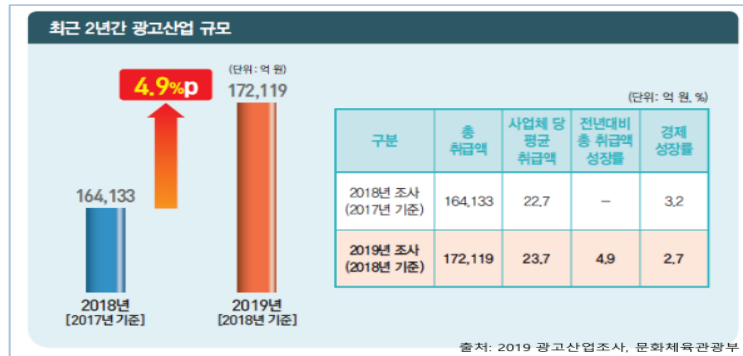
출처: 중소기업기술로드맵, 디스플레이, 2018-2020

- 지스마트글로벌이 개발한 투명 LED 유리(G-glass)는 세계 최초의 투명전광유리이며 전세계 독점 판매하고 있는 제품으로 판매 2년만에 매출 900억원을 넘어설 만큼 국내외에서 그 기술력과 시장성을 인정받고 있음
- 이트라이브는 도심형 VR 테마파크 사업에 활발히 진출하고 있으며 국내 VR 시장의 선도적인 기업으로 성장
- 에스지에이는 임베디드 소프트웨어 개발업체로, 시스템 통합과 솔루션 분야에 강점 보유
- 오디하이텍은 '보안용 매직 LCD' 제품을 개발하여 보안모니터용이나 보안기술 연구소에 공급 계획
- 딜리는 UV 프린터 전문 제조업체로서 디지털 잉크젯 기술의 선도 기업으로 도약 중
- 키오스크코리아는 투명디스플레이와 멀티비전 기술에 강점을 가진 현재 국내에서 촉망받는 디지털 사이니지 공급 업체

Section 04. 2. 광고 산업의 동향

2. 광고 산업의 동향

2.2 국내 광고시장 동향



- 2019년 조사결과 광고산업 시장 규모는 17조 2,119억원(7,256개 사업체)으로 전년 대비 4.9% 성장한 것으로 나타남.
- 이러한 결과를 바탕으로 최근 2년간 광고산업 규모가 매년 증가하는 추세를 보이고 있으며, 취급액을 업종별로 구분하면, 광고대행업이 6조 6,239억원으로 가장 높아 38.5%의 절대적인 비중을 차지
- 사업체당 평균취급액은 전체 23.7억원이었으며, 광고대행업이 33.3억 원으로 가장 높고, 다음으로 온라인 광고대행업이 33.0억원, 광고전문서비스업 19.6억원, 옥외광고업 17.3억원의 순으로 높게 나타남.
- 2019년 조사결과 광고산업의 매체별 취급액 규모는 11조 362억 원으로 전체 광고시장의 64.1%를 차지
이 중 매체 유형별로 분류하여 살펴보면, 4대 매체(TV, 라디오, 신문,잡지)의 금액은 3조 729억 원으로 매체 전체의 27.8% 비중이며, 뉴미디어(케이블, 위성, 컴퓨터(PC), 모바일, IPTV, DMB)는 5조 9,933억 원으로 54.3%, 옥외광고는 1조 9,700억 원으로 17.9%인 것으로 나타남. 이를 통하여 옥외광고는 광고산업 내에서도 비교적 안정적인 위치에 차지하고 있다고 판단됨.

Section 05. 기업가치 평가 방법론

자산가치 평가법

회계상의 순장부가액 기준 / 청산가치를 기준으로 평가

수익가치 평가법

미래의 예상이익을 할인하여 현재가치로 평가

본질가치 평가법

자산가치+수익가치 절충법 / 가중평균 4:6(자산/수익) / 현행공모가 산출 기준

현금흐름 할인법 (DCF)

미래 잉여현금흐름 추정 후 가중평균자본비용으로 현재가치화하여 영업가치 평가

시장가치 비교법 ✓

상장 기업의 주가와 재무/영업 비율을 이용하여 평가 (PER 활용) — 본 평가에서 선택

선택된 평가방법: 시장가치비교법 (PER)

- PER 산정을 위한 동종산업으로 "디스플레이장비및부품"과 "광고업" 두 가지를 고려하였습니다.
- $PER(주가수익비율) = \text{주당시가} \div \text{주당이익}$ | 2021년 예상 당기순이익: 33억 8,900만원 기준으로 기업가치 산정

Section 05. 2. PER 산출 근거 — 디스플레이 장비업 (Peer Comparison)

2. PER 산출 근거(디스플레이 장비업)

2.1 P/E 평가(PER)

PER는 특정 주식의 주당시가를 주당이익으로 나눈 수치로, 주가가 1주당 수익의 몇 배가 되는가를 나타냅니다. 본 평가에서는 동종업종(디스플레이장비및부품) 상장사의 평균 PER를 산출해보고, 이를 통해 회사의 기업가치를 추정하기로 합니다.

2.2 PER 산출

구분	PER=18.89	PER=20	PER=30
당기순이익	3,389	3,389	3,389
PER	18.89	20.00	30.00
기업가치	64,025	67,779	101,669

<Peer Comparison>

종목명	현재가	시가총액	매출액	영업이익	당기순이익	PER	
동아엘텍 *	9,260	987	2,029	198	153	11.27	
GRT *	1,405	947	3,680	774	649	1.61	
엘티씨 *	12,150	914	921	37	13	62.95	
로체시스템즈 *	5,450	834	798	43	12	16.52	
케이엔제이 *	12,700	801	563	38	44	14.87	
에프엔에스테크 *	8,350	700	341	22	14	15.84	
영우디에스피 *	1,590	633	1,004	115	-21	5.13	
선익시스템 *	7,010	631	876	114	71	10.23	
파인디앤씨 *	1,985	523	775	-4	-37	56.71	
우리이앤엘 *	984	491	1,332	36	48	13.3	
이엘피 *	10,000	491	373	31	41	7.06	
우리조명 *	1,725	430	16,977	271	54	6.82	
한국컴퓨터 *	2,425	390	1,104	72	76	8.11	
아이컴포넌트 *	4,600	325	290	-15	-12	34.07	
평균값						18.89	

Notes

(*) 데이터 자료는 네이버 "디스플레이장비및부품" 업종별 시세를 참고

(**) 시가총액 1,000억원이하의 회사 중 PER가 (-)이거나 100이 넘는 회사들은 제외함

Section 05. 2. PER 산출 근거 — 광고업 (Peer Comparison)

2. PER 산출 근거(광고업)

2.1 P/E 평가(PER)

PER는 특정 주식의 주당시가를 주당이익으로 나눈 수치로, 주가가 1주당 수익의 몇 배가 되는가를 나타냅니다. 본 평가에서는 동종업종(광고업) 상장사의 평균 PER를 산출해보고, 이를 통해 회사의 기업가치를 추정하기로 합니다.

2.2 PER 산출

구분	PER=18.74	PER=20	PER=30
당기순이익	3,389	3,389	3,389
PER	18.74	20.00	30.00
기업가치	63,492	67,779	101,669

<Peer Comparison>

종목명	현재가	등락률	시가총액	매출액	자산총계	영업이익	당기순이익	PER
제일기획	21,300	0	24,504	34,217	22,528	2,058	1,395	19.05
이엠넷 *	3,980	0	887	367	973	77	81	14.11
지투알	4,910	0	813	5,421	5,037	219	153	4.85
오리콤 *	4,105	0	480	1,985	1,956	80	59	13.16
이노션	51,300	0.39%	10,260	12,743	20,755	1,219	946	15.35
에코마케팅 *	27,300	0	8,845	1,114	1,396	378	334	21.91
SM C&C *	1,675	-0.30%	1,585	1,667	3,507	48	38	
나스미디어 *	31,950	0	2,797	1,170	3,562	306	225	14.13
플레이디 *	8,620	-0.69%	1,106	386	973	88	66	28.45
인크로스 *	42,200	0	3,400	345	1,443	122	93	33.31
와이즈버즈 *	1,750	0	832	0	152	0	1	23.03
평균값								18.74

Notes

(*) 대상회사와 유사한 사업을 영위하고 있는 회사를 선정

(**) <Source> 데이터 자료는 네이버 광고업종별 시세를 참고

Section 06. 1. 기업가치 평가 결과 요약

시나리오 1

디스플레이장비업 PER 적용
(PER = 18.89)

640억 원

64,025 백만 원

시나리오 2

시장 평균 PER 적용
(PER = 20)

677억 원

67,779 백만 원

시나리오 3

성장기업 PER 적용
(PER = 30)

1,016억 원

101,669 백만 원

핵심 평가 기준 (2021년 예상 당기순이익 기반)

구분	PER=18.89 (디스플레이)	PER=20	PER=30
당기순이익 FY2021	3,389 백만 원	3,389 백만 원	3,389 백만 원
기업가치 추정	64,025 백만 원	67,779 백만 원	101,669 백만 원

Section 06. 2. Sales 추정 (단위: 백만 원)

2. Sales

(단위: 백만 원)

제 품	목표 시장 및 시장분류	2020	1차년도	2차년도	3차년도	4차년도	5차년도	기타
투명 패널	수입 LED모듈 유통대체	-	2,500	5,000	7,500	10,000	12,500	시장점유율 연간 0.5%씩 성장하는것으로 추정
	투명 전광판 제조사	-	300	600	900	1,200	1,500	누적, 350제품가(250납품), 월 10장, 매년 1곳
	sub	-	2,800	5,600	8,400	11,200	14,000	
투명 전광판	레거시 전광판 관리	-	43	173	259	346	432	누적, 3만원/월, 10매장/월 (22년부터 영업 + 2인 총원, 연간 매장 자연증가 +120)
	프로젝트 광고수익	674	6,125	7,000	14,000	21,000	28,000	
	프로젝트 투자수익		1,200	7,600	7,600	7,600	7,600	
	리테일시장	의료	-	420	1,680	2,520	3,360	영업인력 및 영업파트너 총원 (22년부터 영업 + 2인 총원, 연간 매장 자연증가 +120)
		의약	-	420	1,680	2,520	3,360	
		프랜차이즈	150	420	1,680	2,520	3,360	
	B2B 시장	자동화	-	360	1,440	2,160	2,880	월 10공장(기업)
		홍보(현관)	200	840	3,360	5,040	6,720	
	조달 시장	-	840	2,520	4,200	5,880	7,560	350만X2개/공공기관, 10곳/월
	sub	1,024	10,668	27,133	40,819	54,506	68,192	
서비스 네트워크	프로젝트 네트워크 운영비	150	1,200	2,400	4,800	8,400	13,200	누적, 월5만원/매장당, 최초 설치비 별도(Oneoff 비용)
	콘텐츠 마켓	15	120	240	480	840	1,320	누적, 1.5만원/광고(30%분), 분기당 1개 교체/면권
	콘텐츠 공유	60	480	960	1,920	3,360	5,280	누적, 멤버십 월2만원/매장당
	sub	225	1,800	3,600	7,200	12,600	19,800	
Global SV	해외	전광판 및 솔루션	-	-	1,006	3,011	6,017	누적, Basic pack(2500\$/Signage +Operating solution 5,000\$, Management 500\$/year), 100 module/unit/Q
		글로벌서비스	-	-	460	1,380	4,140	누적, +2 countries per year, 100% compound growth/year
	sub	-	-	1,466	4,391	10,157	39,922	
Grand total		1,249	15,268	37,798	60,810	88,462	141,914	

Section 06. 2. 광고수익 추정근거 (단위: 시간, 원)

2. Sales

■ 초기에 매출액 중 가장 큰 부분을 차지하는 광고수익 추정근거는 다음과 같습니다.

리테일(소매) 매장에 투명 디지털 전광판을 무료 설치 후, 전광판에 광고를 실어 수익을 정산하는 사업구조입니다.
프랜차이즈 업체들을 대상으로 1,000세트 무료 설치를 단기간 목표로 하고 있으며, 구체적으로 '명륜진사갈비'와 협의 중에 있습니다.

(*) 예상 광고수익 산출식

(단위: 시간, 원)

업체당 광고시간(月)	2,880
업체당 광고비(月)	149,760
연간 업체당 광고비	1,797,120,000
5개 업체 가정시	8,985,600,000

주요 가정

- 기업광고 영업분야의 전문가를 통하여 전광판 광고매체 인프라에서 확보될 수 있는 현실적인 광고 수익에 대해 자문(약 연간 120억원)을 받았으나, 사업계획에서는 광고 운영상의 리드타임 등을 고려하여 반영함.

(**) 연도별 광고수익 산출액

(단위: 시간, 원)

구분	2020년(E)	2021년(E)	2022년(E)	2023년(E)	2024년(E)	2025년(E)
광고업체수	1개업체	3개업체	5개업체	6개업체	7개업체	8개업체
업체당 광고 가능시간	8.0	2.7	1.6	1.3	1.1	1.0
실제 광고예상시간	2.0	2.0	1.6	1.3	1.1	1.0
광고시간(시 -> 분)	120	120	96	80	69	60
분당 광고료	52	52	52	52	52	52
업체당 일광고수익	6,240	6,240	4,992	4,160	3,566	3,120
세트당 일 광고수익	6,240	18,720	24,960	24,960	24,960	24,960
세트당 월 광고수익	187,200	561,600	748,800	748,800	748,800	748,800
세트당 연 광고수익	2,246,400	6,739,200	8,985,600	8,985,600	8,985,600	8,985,600
세트 수	100	1,000	1,000	2,000	2,500	3,000
매출액(단위: 백만 원)	225	6,739	8,986	17,971	22,464	26,957

Section 06. 3 & 4. 매출원가 및 판관비 추정 (단위: 백만 원)

3. Cost

주요 가정

- 매출액을 업종별로 분류한 후 동종업종 비율을 이용하여 매출원가를 추정하였습니다.
- 회사는 투명LED전광판이라는 광고플랫폼을 직접 보유함에 따라 실제 원가율은 동종업종비율보다 절감될 것으로 예상됩니다.

3.1 업종별 매출액

	2020년(E)	2021년(E)	2022년(E)	2023년(E)	2024년(E)	2025년(E)	(단위: 백만 원)
매출액							
투명LED 전광판	350	6,100	18,966	30,371	42,777	56,182	
광고수익	899	8,582	13,218	26,810	39,550	77,089	
제품매출액	1,249	14,682	32,184	57,181	82,326	133,271	

3.2 매출원가 추정

■ 추정제조원가							(단위: 백만 원)
	2020년(E)	2021년(E)	2022년(E)	2023년(E)	2024년(E)	2025년(E)	추정비율
I. 원재료비(전광판)	97	1,683	5,232	8,379	11,801	15,499	28%
I. 원재료비(광고업)	15	146	225	457	674	1,314	2%
II. 노무비	336	206	740	827	1,066	1,203	
급여	310	190	684	764	985	1,110	
퇴직급여	26	16	57	63	82	92	
III. 경비	387	4,063	8,463	15,030	21,603	35,464	
감가상각비	19	163	163	163	163	163	
복리후생비	30	18	65	73	94	106	
기타경비(전광판)	83	1,438	4,471	7,159	10,084	13,244	23.6%
기타경비(광고업)	256	2,444	3,764	7,634	11,262	21,951	28.5%
IV. 총제조비용	834	6,098	14,661	24,693	35,144	53,480	
(제조원가율)	66.8%	41.5%	45.6%	43.2%	42.7%	40.1%	

주요 가정

- 최근 한국은행 기업경영분석(2018) 동종 업종 산업비율 참조 (C261,2. 반도체, 전자부품 / M713 : 광고업)
- 노무비, 감가상각비, 복리후생비 별도 추정
- 별도의 재고자산은 고려하지 않음.

Section 06. 3 & 4. 매출원가 및 판관비 추정 (단위: 백만 원)

4. SG&A

주요 가정

- 매출액을 업종별로 분류한 후 동종업종 비율을 이용하여 판관비를 추정하였습니다.
- 회사는 투명LED전광판이라는 광고플랫폼을 직접 보유함에 따라 실제 경비율은 동종업종비율보다 절감될 것으로 예상됩니다.

■ 추정판관비

(단위: 백만 원)

	2020년(E)	2021년(E)	2022년(E)	2023년(E)	2024년(E)	2025년(E)	추정비율
<총액>	611	4,268	7,174	13,477	19,564	34,941	
급여	200	460	695	972	1,288	1,353	
퇴직급여	17	38	58	81	107	112	
복리후생비	24	55	83	117	155	162	
감가상각비	2	17	17	17	17	17	
기타경비(전광판)	23	400	1,242	1,989	2,802	3,680	6.5%
기타경비(광고)	345	3,297	5,078	10,300	15,194	29,616	38.4%
(판관비 비율)	48.9%	29.1%	22.3%	23.6%	23.8%	26.2%	

주요전제

- 최근 한국은행 기업경영분석(2018) 동종 업종 산업비율 참조 (C261.2. 반도체, 전자부품/M713 : 광고업)
- 인건비, 감가상각비, 복리후생비 별도 추정

■ 2019년 감가상각비

구 분	취득가액	상각방법	상각율	내용연수	감가상각비
건물(공장)	0	정액법	0.025	40년	0
기계장치	94	정액법	0.200	5년	19
기타	10	정액법	0.200	5년	2
소계	104				21

구 분	감가상각비	비율	적용비율
제조원가	19	90.4%	90%
판관비	2	9.6%	10%
합계	21	100%	100%

■ 추정 감가상각비

(단위: 백만 원)

구 분	2020년(E)	2021년(E)	2022년(E)	2023년(E)	2024년(E)	2025년(E)	2026년(E)
건물	0	50	50	50	50	50	50
기계장치	19	119	119	119	119	119	119
기타	2	12	12	12	12	12	12
합계	21	181	181	181	181	181	181

※ 2021년 건물 20억 원, 기계장치 5억 원, 기타 유형자산 0.5억 원 취득 가정

Section 06. 5. 인건비 추정 (단위: 명, 백만 원)

5. 인건비

■ 인원배분 (단위: 명)

구 분	2020년(E)	2021년(E)	2022년(E)	2023년(E)	2024년(E)	2025년(E)
판매관리	3	8	11	15	19	19
생산	7	4	16	16	21	21
합계	10	12	27	31	40	40

주요 전제

- 인건비는 회사의 인원계획을 준용

■ 인건비 추정 (단위: 백만 원)

구 분	2020년(E)	2021년(E)	2022년(E)	2023년(E)	2024년(E)	2025년(E)
1) 급여	510	650	1,378	1,736	2,273	2,463
2) 퇴직급여	42	54	114	144	189	204
3) 복리후생비	54	73	149	190	249	268
합계	606	777	1,641	2,070	2,710	2,936

■ 주요 비율

구 분	2020년(E)	2021년(E)	2022년(E)	2023년(E)	2024년(E)	2025년(E)
급여 대비 퇴직급여 비율(1/12 적용)	8.30%	8.30%	8.30%	8.30%	8.30%	8.30%
급여 대비 복리후생비(판) 비율	12.01%	12.01%	12.01%	12.01%	12.01%	12.01%
노무비 대비 복리후생비(제) 비율	8.80%	8.80%	8.80%	8.80%	8.80%	8.80%

❖ 최근 한국은행 기업경영분석(2018) 동종 업종 산업비율 참조 (C261,2. 반도체, 전자부품 / M713 : 광고업)

CONTACT US

삼화회계법인

권 순 기 (KICPA)

H.P: 010.9370.7224

E-mail: ksk@shcpa.co.kr