NH투자증권

NHN

22.2Q 실적발표 컨퍼런스콜 내용정리

Spot Comment | 2022. 8. 9

Analyst 안재민 02)768-7647, jaemin.ahn@nhqv.com

1) NHN 측 Comment – 2Q22 사업현황 및 실적발표

<사업현황>

- 7월 13일 게임 자회사 NHN빅풋을 흡수합병하기로 결정. 웹보드 규제 완화 구간에서 게임 역량을 본사로 집중하고 성과를 극대화하려 함. 모회사를 주축으로 웹보드 및 블록체인 게임에 집중하고, 결제, 광고, 커머스, 기술, 콘텐츠 5대 핵심사업의 고른 성장을 이끌어가고자 함. 각 사업의 수익구조를 재점검하고 선택과 집중을 위해 그룹사 구조 효율화 단행. NHN빅풋 합병이외에도 페이코 조직구조 개편함. 2분기말 85개 연결 회사를 2024년까지 60여개 수준으로 재편해 나갈 것

- 주주환원 정책: 2024년까지 발행주식 총 수의 10%에 해당하는 자기주식 소각을 결정. 올해 2회에 걸쳐 148만주, 433억 자기주식 매입함. 주주환원정책의 2.4배 수준이나 자기주식 소각을 통해 추가 주주환원정책을 시행하기로 결정. 현재 자기주식 지분율 8.2%로 8월 17일을 예정으로 하여 발행 주식 총수의 4%인 150만주를 소각할 예정. 이후 이사회 결의를 통해 추가 매입 및 소각을 결정하고 총 10%를 소각할 것

1. 게임

– 게임: 웹보드 게임은 비수기임에도 불구하고 전년동기대비 22% 상승. 한게임만의 콘텐츠와 리브랜딩 마케팅 영향으로 견조한 매출 기록. 5월 시작한 한게임 리브랜딩 마케팅은 인지도 높은 광고모델을 사용하여 한게임의 건강한 게임 문화를 알렸고 클럽 점령전과 7월 출시한 PC포커 리그전도 이용자들의 큰 호응을 받고 있음. 7월부터 규제 완화가 나타나며 역대 최고 매출 순위를 기록하며 긍정적 흐름 이어가고 있음. 월 결제 한도가 상향되며 7월 한 달간 전년동기대비 40%, 전월대비 22% 상승. 하반기 중 더블에이포커 도입을 통해 젊은 유저들의 유입 기대. 업계 1위 사업자로서 수혜 기대

– 4월 글로벌 론칭한 건즈업모바일은 제한적 마케팅에도 불구하고 신규 유저 유입이 나타나며 미국과 한국에서 의미 있는 성과 기록. NHN플레이아트는 컴파스라이브아레나를 출시. 일본 양대 마켓 다운로드 1위 기록. 컴파스 IP를 활용한 콘텐츠로 코어 유저 관심 환기하고 있음. 컴파스의 복귀 유저가 늘어나고 매출 순위도 다시 회복. 연내 웹보드 신작 더블에이포커, 3매치 퍼즐게임, 오픈월드 좀비서바이벌게임, 블록체인 게임인 우파루오디세이, 슬롯마블, 프로젝트위믹스스포츠 등 다수의 신작 출시 예정. 총 7종의 신작은 구체적인 사항이 결정되면 공유

2. 페이코

- 2분기 거래규모 전년동기대비 36% 증가한 2.3조원 기록. 오프라인 결제 금액 전년동기대비 75% 증가하였고 비중은 22%까지 성장. 대형 오프라인 가맹점 확보와 캠퍼스 존 및 B2B 기업 복지 솔루션의 빠른 성장이 거래대금 증가 견인. 캠퍼스 존은 대학가의 등교 정상화에 따라 주문 건수가 4배 이상 증가. 페이코의 기업복지솔루션은 1,600개의 기업에서 12만명의 임직원이 활용하는 서비스로 자리잡음. 페이코오더는 사내 카페를 중심으로 빠르게 확장되고 있으며 거래대금대비 전년동기대비 74% 증가
- 쿠폰 사업은 광고주 수가 크게 증가하여 2분기 매출이 전년동기대비 72% 증가. 하반기 중 카드사와 협업하여 매출 크게 증가할 것
- 페이코포인트 결제는 전년동기대비 2.8배 증가. 포인트 결제 증가는 수익성에도 증가

3. 커머스

- 중국 봉쇄와 미국 소비 심리 위축으로 대외 여건 약화. 중국 시장 부진에도 샵바이프로는 클라우드 환경 기반으로 안정적인 성장을 이어갔고, NHN글로벌 이용자수 꾸준히 증가하며 드랍쉽핑 서비스의 가능성 확인. 변화하는 환경에 대응할 것

4. 기술

- NHN클라우드는 행정안전부 주관 클라우드컴퓨팅 사업 중 경상남도, 전라남도, 광주광역시 서비스 제공. 금융을 포함한 민간 클라우드 서비스를 확대하여 공공과 민간을 아우르는 경쟁력 확보에 주력할 것. 2분기말 기준 법인 회원수 4,100개. 테코로스의 AWS 리세일링 매출은 전년동기대비 19% 성장하며 일본 전지역으로 고객사 확대 중

5. 콘텐츠

- 글로벌 웹툰 플랫폼 포켓코믹스가 북미에 이어 프랑스에서도 긍정적 반응 기록. 서구권에서 인지도를 높여가고 있음. 월간 이용자수 48% 증가. 코미코 전체 매출은 전분기대비 17% 상승. 오리지널 인기작 '아무튼 로판 맞습니다'에 이어 하반기 로맨스판타지 장르 위주의 기대작을 출시하여 글로벌 대표 여성향 플랫폼으로 자리매김할 것
- NHN링크는 마스크 실외착용 완화로 전분기대비 매출 78% 성장. 프로야구, 축구 등 공연 전시 관람 매출도 고르게 성장

- 웹보드 시장의 비수기에도 시장을 리딩하는 성과 기록. 건전한 마인드 스포츠로서 한게임을 알리고 보다 많은 이용자의 관심을 환기시켰기 때문. 포켓코믹스가 웹툰 시장에 성공적으로 진출하고 로맨스 판타지 중심의 대표하는 플랫폼으로 알려지고 있는 배경에는 좋은 작품을 만들기 위한 노력이 진행되고 있음. NHN 우수한 서비스를 알리고 거리두기 완화 이후 일부 사업을 본격화하기 위해 비용이 다소 집행됨. 웹보드 매출 증가와 포켓코믹스 이용자 증가 등으로 3분기부터 성과 가시화되고 있음. 전사적으로 수익성 개선을 위해 사업 목표를 재점검. 전략적 비용 집행을 통해 점진적으로 수익성 개선할 것

- 2분기 이후 NHN클라우드, NHN빅풋의 신규 채용이 늘어남. 6월말 기준 연결대상 인원수 5천명으로 전분기대비 121명 증가하였으나, 올해 연간 인건비는 매출대비 19% 수준으로 유지하려고 함. 이는 19년 23.8%, 20년 20.7%, 21년 19.3% 대비 낮은 수준

- 마케팅비용은 상반기에는 한게임리브랜딩 마케팅을 하였고 하반기에도 다수의 기대 신작을 론칭할 것. 하반기에는 마케팅 비용을 줄여나가고 내년에는 연간대비 마케팅 비용 수준을 예년수준으로 낮출 것

- 자기주식소각은 단기 주주환원 정책 뿐만 아니라 3년간의 소각 목표를 통해 일관적 주주환원 정책과 수익성 개선에 대한 회사의 의지를 보여주기 위함

2) Q&A 정리

1. 2분기 마케팅 비용이 많이 늘어났는데, 사업별로 어떤 부분에서 많이 썼나?

- 2분기 마케팅 게임 쪽이 가장 많이 집행됨. 370억원 중 230억원. 콘텐츠 쪽 80억원 수준. 결제/광고 40억원

2. 페이코, 코미코, 클라우드 등 신사업의 점유율이 3위 이하인 것으로 파악이 되는데, 이 정도 순위에 머물로도 괜찮은 건지? 순위를 더 올리기 위한 투자를 진행할 것인지?

- 코미코는 오리지날 작품을 제작하면서 수익성과 시장 확대 전략을 취하고 있음. 웹툰은 해외 비중이 있다보니 현재 지금 시점의 순위만으로 언급할 수 없고, 콘텐츠 비즈니스라는 것에 중점

- 페이코는 예년에 비해 광고를 집행하면서 거래대금이 많이 늘고 있음. B2C보다는 B2B에 주력하고 있음. 기업, 학교에 대규모로 결제 플랫폼을 깔면서 장기 유저 확대 기대

- 클라우드는 CSP, MSP가 있는데 글로벌 CSP를 같이 포함하면 순위가 어렵지만, MSP만 봤을 때 공공측면에서는 3위안에 충분히 들 수 있고, 시장 규모도 확대해 나갈 수 있음

- 코미코와 페이코에서 마케팅 비용이 늘어난 부분도 시장에서 순위를 높이기 위한 전략임. 페이코는 거리두기가 완화되면서 오프라인 결제 금액을 늘릴 수 있는 시점이 되었다고 판단. 코미코는 자체제작 콘텐츠가 늘어나고 있음

3. 커머스 사업 하반기 전망?

- 중국 시장이 봉쇄가 풀렸지만 정상화가 되고 있지 않음. 7~8월은 전통적 비수기임. 하반기 광군제는 통상적인 수준에서는 예년보다 낮을 것으로 판단. 연간 10% 성장 기대. 중국 커머스 시장은 6~7% 수준이고 시장보다는 높을 것. 하반기 봉쇄 상황이 어떻게 될지 몰라 아직은 예측이 어려움

4. 클라우드 사업 외부 투자 유치 상황과 예상 Valuation? 경쟁 상황?

- 전체 Value는 1조원 수준으로 투자 금액은 1~2천억원 정도를 받을 예정. 5개 이내의 투자사와 이야기를 하고 있으며 10월 중에는 마무리가 되지 않을까 예상

5. 하반기 실적 가이던스? 사업부분별 실적 마진율?

- 3분기는 2분기대비 손익 개선 기대. 2분기가 항상 계절적으로 안 좋은 시기이기도 함

6. 페이코는 오프라인 사업의 우호적 환경이 조성되고 있는데, 이익 개선이 보여지는지?

- 단순 양적 성장 보다는 질적 성장에 무게를 두고 있으며, 7월 1일자로 조직을 개편했음. 오프라인 대면 확산에 따라 수익이 좋아지

- 양적 성장을 위해 카드 결제 마케팅을 하지는 않을 것. 수익을 가져다 줄 수 있는 포인트 결제, 카드의 규모 확대를 위한 마케팅을 쓸 것

7. 2분기 마케팅 비용 중 230억원이 게임 마케팅 비용이라고 했는데, 한게임 리브랜딩에 많이 사용한 건지?

- 웹보드와 관련된 마케팅비용이 130억원 정도. 리브랜딩 관련 비용이 50억원. 시장 점유율 확대 측면에서 진행하고 있음

- 3분기는 마케팅 비용이 줄 것으로 예상하고 4분기는 늘어날 전망

8. 법인세 비용이 높은데, 다른 자회사들 적자가 많아서 그런건지? 다른 이유가 있나?

- 이연법인세를 잡을 때 미래 수익이 난다는 가정하에서 잡는데 연결 자회사 중 단기적으로 이익이 날 것으로 예상하지 못해 전체 유효 법인세율이 항상 높은 편. 자회사의 흑자 전환이 되면 해결될 문제임

Compliance Notice

- 당사는 자료 작성일 현재 'NHN'의 발행주식 등을 1% 이상 보유하고 있지 않습니다.
- 당사는 동 자료를 기관투자가 또는 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 동 자료의 금융투자분석사와 배우자는 자료 작성일 현재 동 자료상에 언급된 기업들의 금융투자상품 및 권리를 보유하고 있지 않습니다.
- 동 자료에 게시된 내용들은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭없이 작성되었음을 확인합니다..

고지 사항

본 조사분석자료에 수록된 내용은 당사 리서치센터의 금융투자분석사가 신뢰할 만한 자료 및 정보를 바탕으로 최선을 다해 분석한 결과이나 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없습니다. 따라서 투자자의 투자판단을 위해 작성된 것이며 어떠한 경우에도 주식 등 금융투자상품 투자의 결과에 대한 법적 책임소재를 판단하기 위한 증빙자료로 사용될 수 없습니다. 본 조사분석자료는 당사의 저작물로서 모든 지적 재산권은 당사에 귀속되며 당사의 동의 없이 복제, 배포, 전송, 변형, 대여할 수 없습니다.