

드림인사이트 (362990)

업황부진 속 안정적인 성장

기업개요

드림인사이트는 광고의 기획, 제작부터 광고게재 및 사후관리까지 광고산업 전반을 대행하는 업체로, 온라인DA/SA와 바이럴광고, 디지털옥외, 광고제작 사업을 영위하고 있다. 경기침체 영향으로 광고주들이 판촉비용을 절감하며 국내 광고시장이 23년 역성장한 가운데, 드림인사이트는 매출액 174억원 (+14.8% YoY), 영업이익 41억원 (+17.9% YoY)을 시현했다. 사업다변화를 기반으로 부정적인 업황의 영향을 최소화 했으며, 사업부별 고른 성장세가 실적 개선을 이끌었다.

투자포인트: 성장을 위해 쓸 카드가 많다

드림인사이트는 다양한 플랫폼을 기반으로 한 디지털 광고사업 성장에 따라 2024년 두자릿수의 외형성장률을 시현할 것으로 예상되며, 높은 이익률을 바탕으로 하는 디지털광고의 매출확대, 디지털옥외사업의 전사 이익기여 지속, 일회성비용 제거 등에 따라 20%대의 안정적인 마진레벨을 이어갈 것으로 전망한다.

① 디지털광고 다변화란 무기: 드림인사이트는 디지털광고에 집중하면서도 다변화된 사업분야를 영위함으로써 광고 수요를 다방면으로 흡수하고 있다. 이는 영업실적 성장에 계속해서 긍정적으로 작용할 전망이다. 드림인사이트는 광고 플랫폼별 특성에 따라 고객사의 의뢰에 적합한 유형을 제안할 수 있으며, 하나의 광고의뢰에 여러 유형을 접목시켜 광고효과를 극대화할 뿐만 아니라 추가수익을 창출하고 있다. 이는 효율적인 광고비 집행을 추구하는 광고주들의 수요를 이끌어 드림인사이트가 광고시장 대비 고성장하는 발판이 되고 있으며, 앞으로도 강점으로 작용할 것으로 예상된다. 또한 매출비중 4%의 검색광고 사업 확장으로 24년부터 월별 취급고가 증가하면서 균형 잡힌 사업구조 안착에 따른 영업체력 강화가 기대된다.

② 디지털 옥외사업, 캐시카우 사업으로 성장 기대: 옥외광고시장 활성화에 따라 디지털 옥외사업은 드림인사이트의 캐시카우가 될 가능성이 높다. 오프라인 공간에 유동인구가 늘어나고 옥외광고 시장의 디지털 전환이 빠르게 일어나면서 국내 옥외광고 매체개수는 꾸준히 증가하고 있다. 광고수요가 회복되면서 드림인사이트는 보유 중인 서울 고속버스터미널 디지털 사이니지의 위치적 강점을 기반으로 안정적인 이익을 확보할 전망이다. 그 외 아이엠택시 등 옥외매체 판매사로서 수수료를 수취 중이며, 커버리지 확장 가시화시 추가적인 외형성장 또한 가능하다.

③ 인플루언서 플랫폼 '디비리치' 경쟁력 확인: 드림인사이트의 인플루언서 플랫폼 '디비리치' 경쟁력을 기반으로 한 바이럴광고 사업 성장을 전망한다. 코로나19 이후 소셜 커머스가 급성장하면서 인플루언서 마케팅의 초점은 과거 '인지도 향상 및 도달범위 확장'에서 '판매 촉진'으로 전환 중이다. 이러한 추세에 맞춰 디비리치는 인플루언서가 제작한 광고컨텐츠가 광고주의 요청을 기반으로 한 성과기준에 도달할시 일정 부분의 수익을 인플루언서와 쉐어한다. 이를 통해 광고컨텐츠 노출도를 높이는 것에 더해 실질적인 판매 촉진까지 나아갈 수 있도록 하며, 광고주들의 만족도 향상을 통한 광고수주 확대 가능성을 열어둔다.

iM하이

하이투자증권 DGB

Company Brief

NR

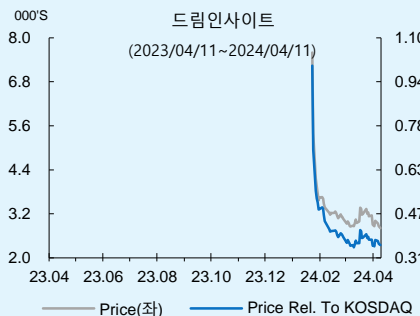
액면가 100원
증가(2024.04.11) 2,815원

Stock Indicator

자본금	1.6십억원
발행주식수	1,649만주
시가총액	46십억원
외국인지분율	0.2%
52주 주가	2,815~7,600원
60일평균거래량	792,128주
60일평균거래대금	3.9십억원

주가수익률(%)	1M	3M	6M	12M
절대수익률	-2.3	-63.0	-63.0	-63.0
상대수익률	-0.2	-60.2	-68.0	-58.4

Price Trend



FY	2020	2021	2022	2023
매출액(백만원)	9,161	12,231	15,131	17,374
영업이익(백만원)	1,408	3,628	3,458	4,079
순이익(백만원)	1,561	3,306	3,480	4,016
EPS(원)	103	202	211	243
BPS(원)	633	850	1,110	1,379
PER(배)	-	-	-	-
PBR(배)	-	-	-	-
ROE(%)	20.6	27.2	21.5	19.6
배당수익률(%)	-	-	-	-
EV/EBITDA(배)	-	-	-	-

주:K-IFRS 별도 요약 재무제표

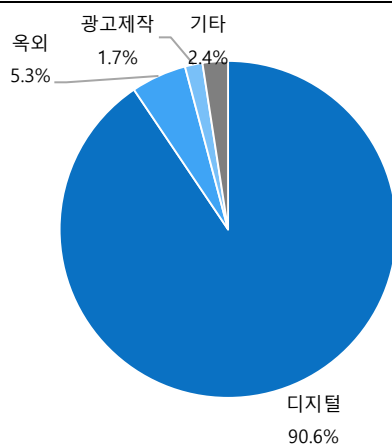
기업개요

디지털광고에 주력하는 광고대행사

광고산업 전반의 넓은
커버리지가 강점

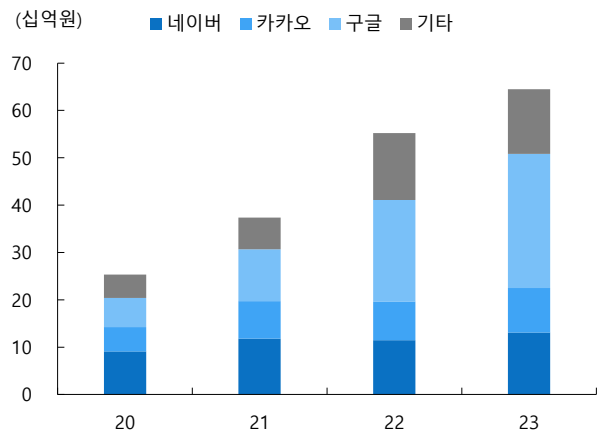
드림인사이트는 디지털광고가 취급액의 90% 이상을 차지하고 있는 디지털 종합 광고 대행사로, 광고의 기획, 제작부터 광고 게재 및 사후관리까지 광고산업 전반에 관여하고 있다. 온라인 디스플레이 광고, 검색 광고뿐만 아니라 디지털옥외, 바이럴 등 다각화된 사업모델을 바탕으로 광고주가 보유한 브랜드 특성을 고려해 제품선별, 판매방식, 온·오프라인 마케팅 연계, 광고 컨셉 및 광고물 제작 등 통합적인 솔루션을 제안할 수 있다는 강점을 보유하고 있다. 온라인광고의 주요 매체로 네이버, 카카오, 구글 및 메타 등을 이용하고 있으며, 광고주의 선호도에 따라 2023년 구글이 매체비의 44%를 차지했다.

그림1. 드림인사이트 취급액 현황 (22년 기준)



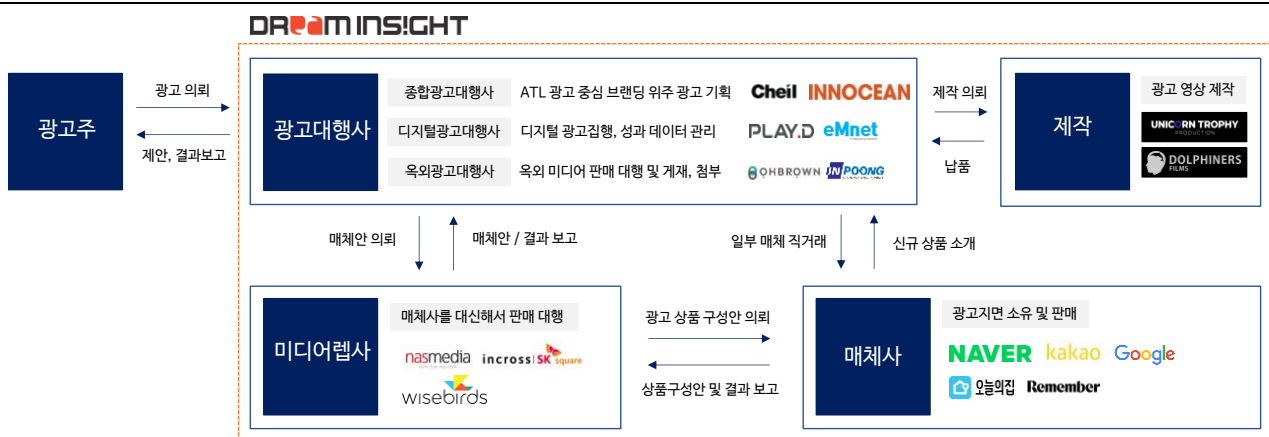
자료: 한국광고총연합회, 하이투자증권 리서치본부

그림2. 드림인사이트 온라인광고 매체비 비중



자료: 드림인사이트, 하이투자증권 리서치본부

그림3. 드림인사이트 밸류체인

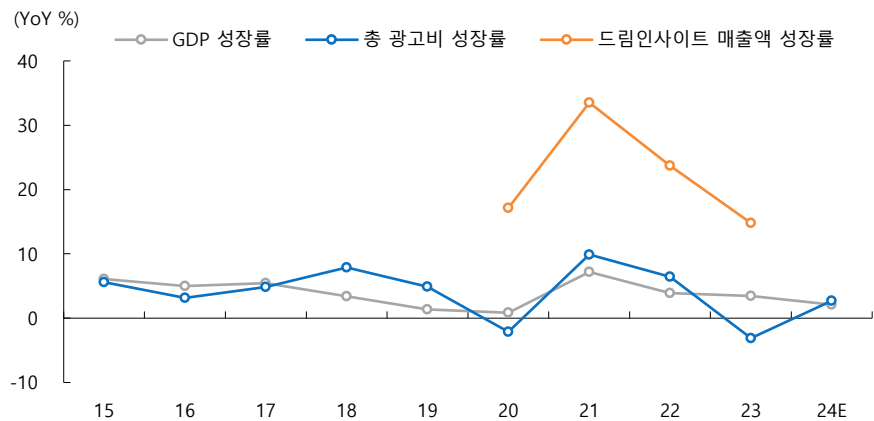


자료: 드림인사이트, 하이투자증권 리서치본부

2023년 영업실적
: 업황부진을 이겨낸 성장

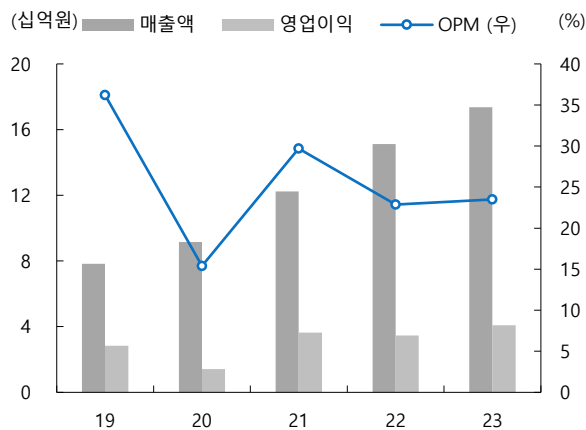
드림인사이트는 매출액 174억원 (+14.8% YoY), 영업이익 41억원 (+17.9% YoY)를 시현했다. 국내 광고시장이 부진한 가운데 드림인사이트의 안정적인 영업실적 성장세에 주목할 필요가 있다. 국내 경기침체 국면에서 광고주들이 광고판촉 비용 절감을 통한 마진 확보 노력을 이어가고 있으며, 이에 따라 코로나19 이후 회복이 기대되었던 광고시장은 다시 위축세로 돌아섰다. 2023년 광고시장은 전년대비 3.1% 역성장했으며, 2024년 또한 역기저효과를 제외할시 추세가 유지될 것으로 예상되어 광고업체들의 업사이드를 제한하고 있다. 이러한 상황 속 드림인사이트는 광고산업 전반의 역할을 모두 수행하면서 사업다변화를 기반으로 부정적인 업황의 영향을 최소화할 수 있었다.

그림4. 국내 광고시장 대비 드림인사이트 고성장세 지속



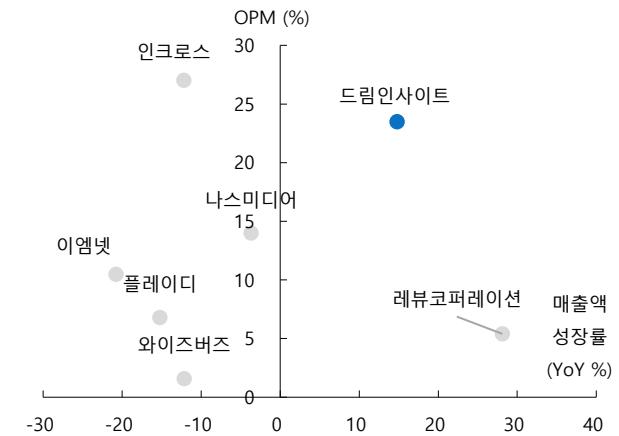
자료: kobaco, 한국은행, 드림인사이트, 하이투자증권 리서치본부

그림5. 드림인사이트 영업실적 추이



자료: 드림인사이트, 하이투자증권 리서치본부

그림6. 국내 주요 디지털 광고대행사 23년 영업실적 비교



자료: DataGuide, 하이투자증권 리서치본부

투자포인트: 성장을 위해 쓸 카드가 많다

① 온라인광고 다변화란 무기

드림인사이트는 온라인광고에 집중하면서도 다변화된 사업분야를 영위함으로써 온라인광고 수요를 다방면으로 흡수하고 있으며, 이는 영업실적 성장에 계속해서 긍정적으로 작용할 전망이다.

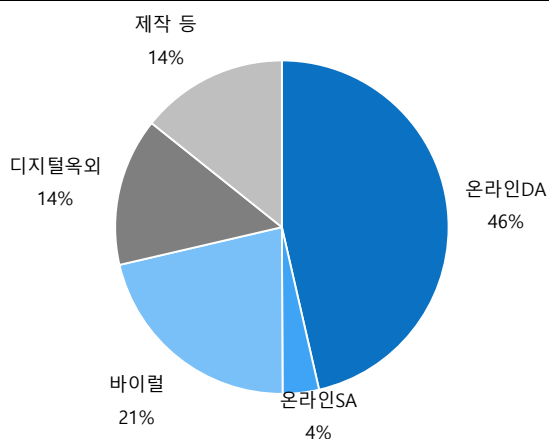
온라인광고 성장 지속,
드림인사이트 수혜 전망

국내 광고시장은 여전히 온라인광고가 성장의 주요 동력으로 작용하고 있다. 코로나19 시기를 지나며 디지털 전환 추세에 따라 온라인광고 시장의 성장은 가속화되었고, 2023년 (+) 성장률을 시현하며 56.4% (+3.7%p YoY)로 광고시장에서의 영향력을 확대했다. 이후에도 미디어 패러다임의 변화 속 AI 기술과의 접목에 따른 소비자 타겟팅 기술이 발전하고, 적은 광고비로 높은 광고효과를 기대하는 광고주 성향이 보다 강해짐에 따라 앞으로도 온라인광고가 시장 성장을 주도할 가능성이 높다. 이에 따라 관련 사업을 영위 중인 업체들의 수혜를 기대하며, 매출액의 71%를 온라인광고에 집중하고 있는 드림인사이트 또한 예외가 아니라는 판단이다.

다변화된 사업구조로
다양한 광고수요 대응
가능

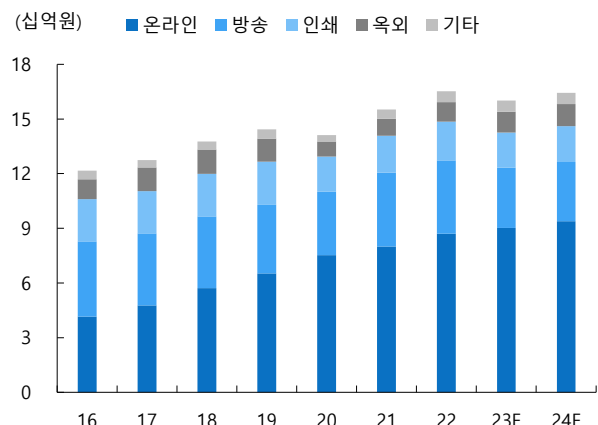
여기에 더해 드림인사이트는 다양한 광고수요에 대응할 수 있는 다변화된 사업분야를 영위 중이다. 이를 기반으로 플랫폼별 특성을 고려한 광고대행을 통해 광고효과를 높일 수 있을 뿐만 아니라 크로스셀링을 통해 추가적인 수익을 창출할 수 있어 외형성장에 긍정적이다. 또한 큰 비중을 두지 않던 검색광고 사업도 인력을 확충하는 등 확장에 드라이브를 걸면서 2024년부터 월별 취급고 증가가 확인되고 있다. 검색광고 사업 성장이 순조롭게 이뤄질시 드림인사이트가 가진 선순환 구조에 힘을 실으며 전사 영업실적 성장에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상된다.

그림7. 드림인사이트 사업부별 매출액 비중 (23년 기준)



자료: 드림인사이트, 하이투자증권 리서치본부

그림8. 국내 광고시장 성장은 온라인이 주도 중



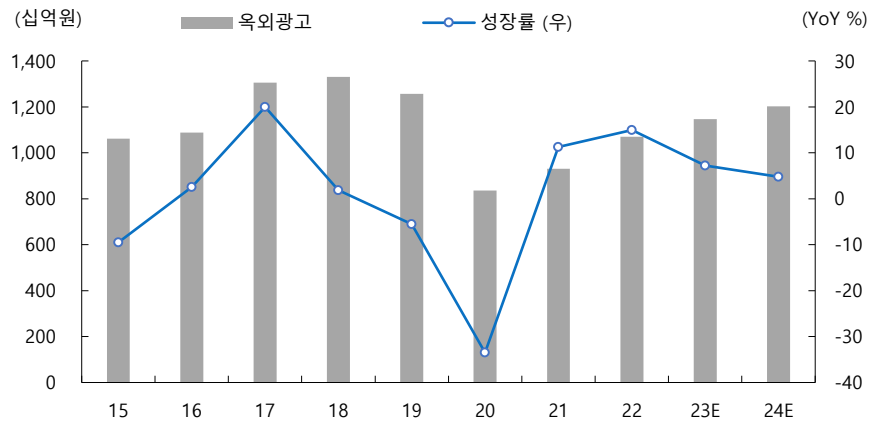
자료: kobaco, 하이투자증권 리서치본부

② 디지털 옥외사업, 캐시카우 사업으로 성장 기대

옥외광고시장 활성화에
따른 수요 확대 추세

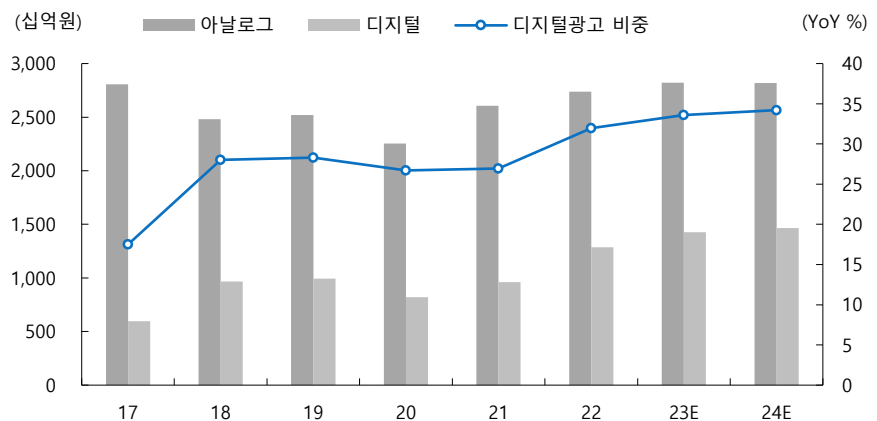
2024년 국내 옥외광고시장의 회복세가 이어질 것으로 예상하며, 옥외광고사업을 영위 중인 드림인사이트 (23년 매출액 비중 14%)에도 긍정적인 영향을 미칠 것으로 전망한다. 2023년 국내 옥외광고시장은 전체 광고시장 위축 우려 속에서도 성장률 +7.2% YoY를 시현했다. 엔데믹 이후 오프라인 공간에 유동인구가 늘어나고 디지털 전환이 빠르게 적용되면서 시장의 활성화를 이끌었으며, 광고 수요 확대에 따라 옥외광고 매체 개수가 꾸준히 증가한 영향이 컸다. 특히 시각적 효과를 높일 수 있고 실시간으로 콘텐츠 변경이 가능한 디지털 옥외광고에 대한 수요가 늘어나면서 국내 옥외광고 매출액 중 디지털 비중은 코로나19 이후 지속적으로 확대되고 있다.

그림9. 국내 옥외광고시장 광고비 규모 추이



자료: kobaco, 하이투자증권 리서치본부

그림10. 국내 옥외광고 매출액 중 디지털 광고 비중 지속 상승세



자료: 한국옥외광고센터, 하이투자증권 리서치본부

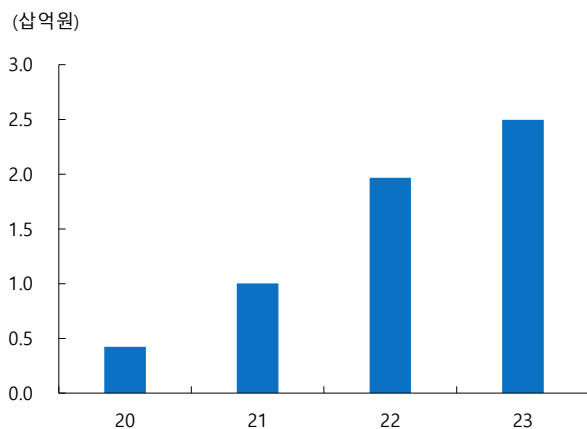
디지털 옥외사업,
캐시카우 역할 담당

드림인사이트의 디지털 옥외사업은 캐시카우 역할을 담당하며 꾸준히 전사이익에 기여할 전망이다. 드림인사이트는 서울 고속버스터미널에 디지털 사이니지를 전면 구축해 독점 판매 중이다. 옥외광고 매체사이자 판매대행사로서 역할을 동시에 담당하고 있어 영업이익률이 약 80% 수준으로 높다. 또한 서울 고속버스터미널은 전국 각 지역으로 연결되는 교통망이자 서울 주요 상권으로 유동인구가 많고 그만큼 광고노출도가 높아 광고주 확보가 유리하다. 이러한 위치적 이점을 기반으로 광고 수요가 높은 수준을 유지하며 전사 이익 확대에 기여할 것으로 예상된다.

옥외광고 판매 통한
외형성장 기대도 가능

향후 옥외매체 판매사로서 추가적인 커버리지 확대를 통해 외형성장을 도모할 수 있다는 점 또한 긍정적이다. 현재 드림인사이트는 아이엠텍시 약 3,000여개의 광고지면, 서울역, 청량리역, 오송역, 수서역 SRT의 약 17개 광고지면과 지하철 2호선 E-VISION, 개인택시 5만대의 광고지면 등의 구좌 판매를 담당하고 있다. 판매대행 수수료를 수취하는 사업으로서 영업이익률은 상대적으로 낮지만, 옥외광고시장 활성화에 따라 추가 수주를 기대해 볼 수 있으며 이에 따른 영업실적 성장 기여에 대한 기대가 유효하다.

그림11. 드림인사이트 디지털 옥외사업 매출액



자료: 드림인사이트, 하이투자증권 리서치본부

그림12. 서울고속버스터미널 디지털 옥외광고 모습



자료: 언론종합, 하이투자증권 리서치본부

③ 인플루언서 플랫폼 '디비리치' 경쟁력 확인

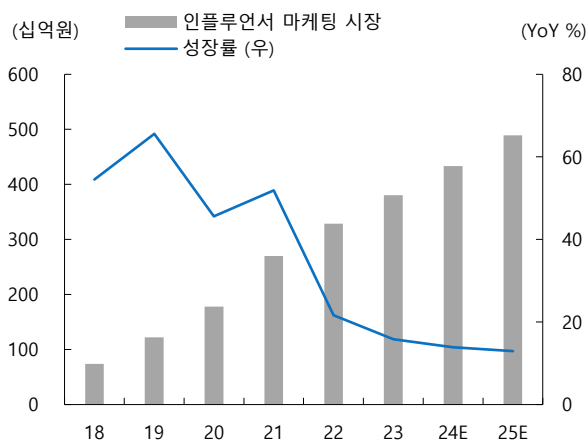
인플루언서 마케팅,
'판매촉진'으로 초점 전환

국내 인플루언서 마케팅 시장은 유튜브를 필두로 인플루언서들의 영향력이 증대되면서 개화했으며, 코로나19 이후 소셜 커머스 주도의 안정적인 성장기로 접어들었다. 수많은 인플루언서들이 등장하면서 경쟁이 치열해진 만큼 마케팅 효과에 대한 기대도 점차 높아졌다. 이에 따라 인플루언서 마케팅의 초점은 과거 '인지도 향상 및 도달범위 확장'에서 '판매촉진'으로 전환 중이다.

성과보상형 플랫폼
'디비리치'로 차별화

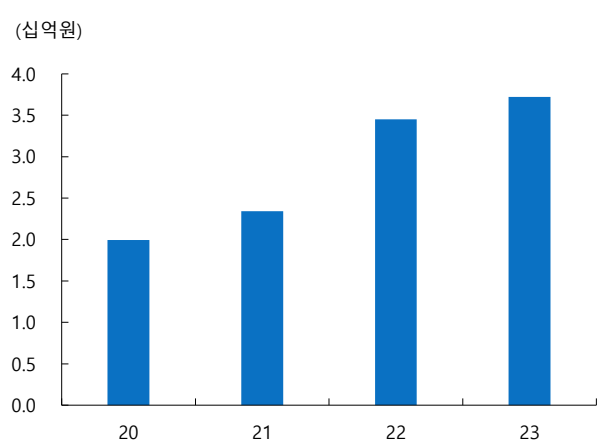
드림인사이트의 인플루언서 마케팅 플랫폼 '디비리치'는 광고제작사 역할을 하는 인플루언서를 광고주와 이어주는 가교 역할을 하며, 블로그, 메타, 인스타그램 등 양방향 소통이 가능한 매체를 중심으로 광고 콘텐츠를 제공할 수 있도록 한다. 디비리치는 유사한 사업을 영위 중인 여타 동종업체와는 달리 성과보상형 제도를 도입하고 있다는 점에 주목할 필요가 있다. 동종업체 플랫폼의 경우 광고주가 제공하는 소정의 혜택을 인플루언서가 취하는 구조다. 반면 디비리치는 인플루언서가 제작한 광고링크에 접속한 소비자 수, 구매 또는 설치로 이어진 횟수 등을 측정한다. 광고주의 요청을 기반으로 한 성과기준에 충족할 경우 디비리치는 일정 부분의 수익을 인플루언서에게 제공한다. 이러한 구조를 통해 양적 측면의 광고효과 도달뿐만 아니라 실제 판매 활성화에 기여할 수 있도록 한다. 이는 광고 콘텐츠 제작시 질을 높이는 동력으로 작용할 뿐만 아니라 광고주의 만족도를 높여 추가적인 광고수주 확대에 이어질 수 있어 바이럴사업 확대에 긍정적이라는 판단이다.

그림13. 국내 인플루언서 마케팅 시장 안정적인 성장세 돌입



자료: Statista, 하이투자증권 리서치본부

그림14. 드림인사이트 바이럴광고 매출액



자료: 드림인사이트, 하이투자증권 리서치본부

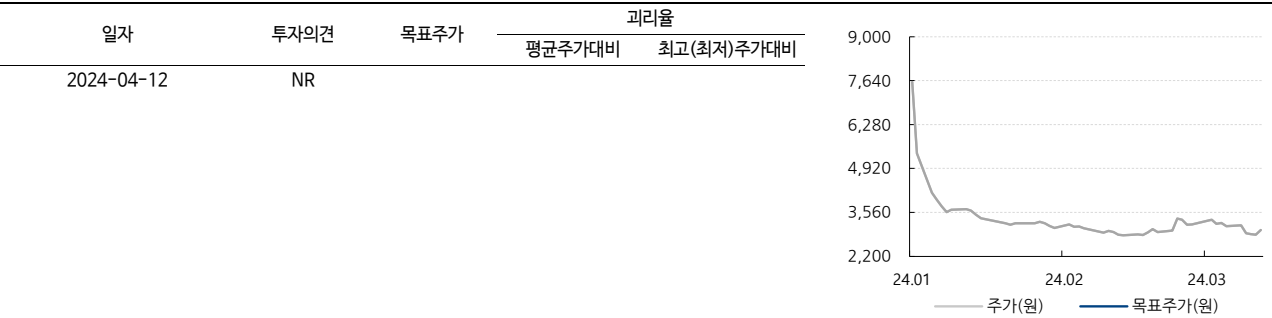
K-IFRS 별도 요약 재무제표

재무상태표					포괄손익계산서				
(백만원)	2020	2021	2022	2023	(백만원, %)	2020	2021	2022	2023
유동자산	7,986	13,511	16,026	22,349	매출액	9,161	12,231	15,131	17,374
현금 및 현금성자산	4,252	9,379	5,627	10,808	증가율(%)	17.1	33.5	23.7	14.8
단기금융자산	0	500	2,035	3,338	매출원가	0	0	0	0
매출채권	3,335	2,638	7,008	7,048	매출총이익	9,161	12,231	15,131	17,374
재고자산	0	0	0	0	판매비와관리비	7,754	8,603	11,673	13,295
비유동자산	7,455	10,260	13,240	12,907	인건비	3,638	4,018	5,033	5,370
유형자산	5,078	5,203	10,070	10,434	일반관리비	353	487	654	616
무형자산	104	111	96	94	판매비	3,428	3,186	4,935	6,264
자산총계	15,441	23,771	29,266	35,256	영업이익	1,408	3,628	3,458	4,079
유동부채	3,707	8,293	8,045	9,862	증가율(%)	-50.2	157.4	-4.7	17.9
매입채무	0	0	0	0	영업이익률(%)	15.4	29.7	22.9	23.5
단기차입금	0	1,300	1,300	1,300	이자수익	50	87	219	471
유동성장기부채	1,300	0	0	0	이자비용	42	88	92	139
비유동부채	1,438	1,459	2,917	2,645	지분법이익(손실)	0	0	0	0
사채	0	0	0	0	기타영업외손익	27	-52	84	-20
장기차입금	0	0	2,380	2,380	세전계속사업이익	1,443	3,585	3,681	4,397
부채총계	5,145	9,752	10,962	12,507	법인세비용	-118	280	202	381
지배주주지분	10,295	14,019	18,304	22,749	세전계속이익률(%)	15.7	29.3	24.3	25.3
자본금	110	1,451	1,451	1,451	당기순이익	1,561	3,306	3,480	4,016
자본잉여금	3,989	3,039	3,039	3,039	순이익률(%)	17.0	27.0	23.0	23.1
이익잉여금	6,519	9,824	13,304	17,320	지배주주귀속 순이익	1,561	3,306	3,480	4,016
기타자본항목	-322	-416	-294	-405	기타포괄이익	-162	-94	122	-111
비지배주주지분	0	0	0	0	총포괄이익	1,399	3,212	3,602	3,904
자본총계	10,295	14,019	18,304	22,749	지배주주귀속총포괄이익	1,399	3,212	3,602	3,904

현금흐름표					주요투자지표				
(백만원)	2020	2021	2022	2023		2020	2021	2022	2023
영업활동 현금흐름	1,997	7,411	972	7,786	주당지표(원)				
당기순이익	1,561	3,306	3,480	4,016	EPS	103	202	211	243
유형자산감가상각비	330	899	1,036	1,028	BPS	633	850	1,110	1,379
무형자산상각비	4	13	15	17	CFPS	115	277	273	311
지분법관련손실(이익)	0	0	0	0	DPS	126	258	275	307
투자활동 현금흐름	-3,118	-1,679	-6,581	-2,163	Valuation(배)				
유형자산의 처분(취득)	-3,108	-327	-5,270	-913	PER	-	-	-	-
무형자산의 처분(취득)	-108	-19	0	-16	PBR	-	-	-	-
금융상품의 증감	499	-769	-1,620	-1,187	PCR	-	-	-	-
재무활동 현금흐름	3,851	-605	1,856	-443	EV/EBITDA	-	-	-	-
단기금융부채의증감	0	0	0	0	Key Financial Ratio(%)				
장기금융부채의증감	-147	-996	1,856	-443	ROE	20.5	27.2	21.5	19.6
자본의증감	4,000	400	0	0	EBITDA이익률	19.0	37.1	29.8	29.5
배당금지급	0	0	0	0	부채비율	50.0	69.6	59.9	55.0
현금및현금성자산의증감	2,730	5,127	-3,752	5,181	순부채비율	-	-	-	-
기초현금및현금성자산	1,522	4,252	9,379	5,627	매출채권회전율(x)	2.5	4.1	3.1	2.5
기말현금및현금성자산	4,252	9,379	5,627	10,808	재고자산회전율(x)	-	-	-	-

자료 : 드림인사이트, 하이투자증권 리서치본부

드림인사이트 투자의견 및 목표주가 변동추이



Compliance notice

하이제6호기업인수목적(주)와의 합병에 의하여 상장된 기업으로 코스닥 상장 규정에 의한 의무발행자료임을 고지합니다.

당 보고서 공표일 기준으로 해당 기업과 관련하여,

- 회사는 해당 종목을 1%이상 보유하고 있지 않습니다.
- 금융투자분석사와 그 배우자는 해당 기업의 주식을 보유하고 있지 않습니다.
- 당 보고서는 기관투자자 및 제 3자에게 E-mail등을 통하여 사전에 배포된 사실이 없습니다.
- 당사는 2024년 1월 25일에 코스닥에 상장된 드림인사이트의 IPO에 주관사로 참여하였습니다.
- 당 보고서에 게재된 내용들은 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 작성되었음을 확인합니다.

본 분석자료는 투자자의 증권투자를 돕기 위한 참고자료이며, 따라서, 본 자료에 의한 투자자의 투자결과에 대해 어떠한 목적의 증빙자료로도 사용될 수 없으며, 어떠한 경우에도 작성자 및 당사의 허가 없이 전재, 복사 또는 대여될 수 없습니다. 무단전재 등으로 인한 분쟁발생시 법적 책임이 있음을 주지하시기 바랍니다.

[투자의견]

종목추천 투자등급	산업추천 투자등급
종목투자의견은 향후 12개월간 추천일 종가대비 해당종목의 예상 목표수익률을 의미함.	시가총액기준 산업별 시장비중대비 보유비중의 변화를 추천하는 것임
· Buy(매 수): 추천일 종가대비 +15%이상	· Overweight(비중확대)
· Hold(보유): 추천일 종가대비 -15% ~ 15% 내외 등락	· Neutral (중립)
· Sell(매도): 추천일 종가대비 -15%이상	· Underweight (비중축소)

[투자등급 비율 2024-03-31 기준]

매수	중립(보유)	매도
92.1%	7.9%	-