

이어서 이커머스 기업분석 시작하겠습니다. 기업은 이커머스 BIG3라고 불리는 네이버, 쿠팡, 이베이코리아와 새롭게 부상하고 있는 카카오커머스까지 총 4개기업을 선정했습니다.

지난 5년간 거래액 그래프를 보시게되면 4사모두 꾸준히 거래액이 증가하는 기업이었다는 것을 볼 수 있습니다. 그런데 2020년에 그래프 기울기가 가파르게 상승한 것을 봤을 때 4사 모두 기존 성장속도와 별개로 코로나효과를 보았다는 것을 대략적으로 확인할 수 있습니다.

다음은 지난 5년간 매출과 영업이익입니다. 보시게 되면 쿠팡의 매출이 압도적으로 높게 잡힌 것을 확인 할 수 있는데요. 그 이유는 쿠팡만이 풀필먼트 서비스를 운영하고 있기 때문입니다. 그니까 대형물류창고를 짓고 배송까지 전담하고 있는건데 거기서 발생하는 거래를 매출로 포함시키다 보니까 다른 기업들에 비해 높게 측정되어 있는 상태구요. 대신 그만큼 풀필먼트 서비스를 운영하기 위해서 투자를 진행하다 보니까 유일하게 영업이익이 적자인 것을 확인할 수 있습니다. 지금까지 태블로로 발표를 진행했고 다음은 POWERBI로 4사별 심층분석을 진행하겠습니다.

먼저 2020년 거래액 1위 이커머스 기업 네이버입니다. 지금 데이터는 5년간 평균이구요 이렇게 누르게 되면 해당년도의 데이터가 출력이됩니다. 네이버 같은 경우에는 네이버검색이나 광고로 수수료를 받아서 수익을 내는 전형적인 플랫폼의 역할을 하고있고, 또 스마트스토어 아마 개설해보신분들 계실수 있는데 그만큼 누구나 쉽게 물건을 판매할수있도록 자체적으로 시스템을 만들어놨습니다. 그래서 그 추진력에 힘입어서 5년간 평균 거래액YOY가 18% 여기서 YOY는 작년대비 성장률이라고 보시면 되구요. 영업이익이 1000억원에 매출액 대비 영업이익률은 17%에 달합니다. 굉장히 수익성이 좋으면서 무섭게 성장을 하고 있다고 봐주시면 될 것 같고 2020년에는 거래액 YOY가 무려 35.7%에 다란 것을 확인할 수 있습니다.

다음은 거래액 2위 쿠팡입니다. 여기서 딱 두가지를 주목해주시면 되는데 평균 거래액YOY가 44%에 2020년에는 무려 66%에 다라구요. 또 2016년부터 거래액이 점차 증가할수록 매출액 대비 영업적자률이 감소하고 있는 것을 확인할 수 있습니다. 2020년에는 -4.4%까지 온 상태입니다.

다음은 이베이코리아입니다. 옥션 지마켓 등이 있는 회사구요. 평균 거래액 YOY가 10%, 사실 낮은건 절대 아닌데 네이버나 쿠팡을 비교했을 때 상대적으로 망한거아닌가? 싶을정도로 떨어지는건 사실입니다. 그래도 이베이코리아가 앞으로 기대되는 점은 최근에 신세계이마트가 인수를 했습니다. 이제 신세계이마트도 5년전에 미국의 월마트가 디지털 대전환을 한 것처럼 가지고 있던 부동산과 건물을 매각하고 지금 이베이코리아랑 W패션을 인수한 상태입니다. 그렇다면 신세계이마트가 가지고 있는 네오센터라든지 이마트PP센터와의 시너지가 일어날수는 있지 않을까 하는 기대가 되는 상황입니다.

다음은 제가 봤을 때 가장 큰 코로나 수혜를 받았다고 생각하는 카카오커머스입니다. 앞선 BIG3에 비하면 현저히 떨어지는 거래액이긴 한데요. 2020년 거래액YOY가 거의 쿠팡급으로 나왔습니다. 또 쿠팡에 비해서 영업이익률도 좋구요. 원인을 생각해보게 되면 작년에 코로나로 생일같은 기념일에 못만나는 경우가 많았잖아요? 그러면 대신에 카카오 선물하기를 다들 해보셨을 겁니다. 요새는 거의 생일선물로 선물하기를 사용하는 문화가 정착이 된 것같은데 그 금액의 10%정도를 카카오가 수수료로 받아갑니다. 그래서 매출의 대부분은 선물하기에서 나오는거다 라고 보시면 되고 카카오톡이 망하지않는이상 꾸준한 영업이익을 창출할 수 있는 매력적인 기업이라고 생각하시면 됩니다. 지금까지 기업별 심층분석이었구요. 2021년 1분기 2분기도 이러한 흐름과 다르지않습니다. 거의 쿠팡이 압도적으로 성장을 하고 있고 네이버,이베이코리아가 따라가는 추세라고 보시면 됩니다. 그렇다면 왜 쿠팡은 언택트 소비자들의 선택을 받고 있는가에 대해 이야기를 이제 진행해보려고 합니다.

네이버나 이베이코리아나 결국 플랫폼입니다. 판매자는 따로 있고 그 판매자는 소비자에게 각자 배송을 해야합니다. 반면에 쿠팡은 전국에 대형물류창고를 지었습니다. 지도를 보게 되면 제주도에도 대규모물류창고를 지어놨습니다. 배송부터 QM까지 쿠팡이 직접하죠. 이게 어떤 차이가 있는지 실감이 안나실것같아서 제가 예시를 들어보려고 합니다. 제가 만약에 나이키 데이브레이크 써밋화이트 이 모델이 너무 사고 싶어서 쇼핑을 해볼건데 먼저 네이버쇼핑에서 구매를 하려고 검색을하면 이렇게 뜨게 됩니다. 최저가 사이트를 알려주죠. G마켓에서 검색을 하면 이렇게 뜨게됩니다. 또 사이트를 연결시켜주는거죠? 반면에 쿠팡에서 검색을 하면 최저가 상품과 배송이 언제되는지 딱 직관적으로 나오게 됩니다. 또 사이트를 연결시켜주는게 아니라 그냥 쿠팡에서 사면 되는거예요. 여기서 뭘 느낄수있냐면 이커머스 기업이 풀필먼트서비스를 가지게되면 로켓배송과 같이 배송의 질이 달라진다는 겁니다. 다시 발표로 돌아와서 사실 지금 쿠팡이 하고 있는건 이미 아마존이 만들어놓은 물류혁명의 모델입니다.

보시게 되면 아마존과 월마트의 주가 그래프와 아마존과 쿠팡의 영업이익 비교 그래프인데요. 이걸 제가 데이터를 받아서 시각화를 하려고 했는데 미국 공시자료를 찾아야되다보니까 너무 어렵더라구요. 그래서 한화투자증권 리서치센터에서 이미지를 긁어왔고 보시게되면 아마존이 20년전에 1조씩 영업적자를 겪다가 흑자전환에성공하고 엄청난 영업이익을 내고 있는 것처럼 쿠팡도 곧 그렇게 되지 않을까? 하는 분석자료이구요. 검색키워드는 제가 네이버광고에 가입한뒤에 API를 받아서 월별 검색수를 비교해봤는데요. 여기서 좀 유의미하게 볼 수 있는 것은 네이버쇼핑과 지마켓 같은 경우에 PC검색수보다 모바일 검색수가 2배이상 많습니다. 그만큼 모바일로 검색해서 쇼핑하는 횟수가 많은거겠죠? 반면에 쿠팡은 PC나 모바일이나 차이가 거의 없습니다. 굳이 네이버 앱을 들어가서 쿠팡을 검색할 이유가 적은거겠죠. 그만큼 쿠팡앱을 통해 직접 들어가는 경우가 많다. 라는 걸 알 수 있는 대목입니다.

다음은 쿠팡 김범석 의장이 2018년말에 CNBC에서 한 인터뷰 전문을 따와서 워드클라우드를 만들어 봤는데요. 여기서 김범석의장이 생각하는 회사의 비전에 대해서 엿볼 수 있습니다. 보시게 되면 테크놀로지 5번이나 언급하셨고 해당 문장이 출력이 됩니다. 또 여기 워드검색에 제가 인베스트먼트를 치게되면 관련 단어들과 해당 문장이 출력이 됩니다. 아마존을 쳐볼까요? 한번 언급이 됐는데 역시 쿠팡은 한국의 아마존이다 라는 언급이 있었던걸 확인할 수 있습니다. 참고로 현재 쿠팡은 나스닥에 상장을 해서 시가총액이 70조가까이 됩니다. 카카오보다 높구요. 현대차랑 LG전자를 합쳐도 쿠팡한테 안됩니다. 그만큼 클라우드와 풀필먼트를 가지고 있는 이커머스 기업의 벨류에이션이 어느정도로 평가받는지 알 수 있는 대목입니다. 기업분석은 여기서 마치구요 이제 저희 조원들이 파워비아이랑 태블로 둘다 사용해서 데이터시각화를 해봤는데 거기서 느낀 장단점에 대해서 이야기하고 마무리하려고 합니다.

우선 파워비아이 같은 경우에는 장점으로 무료판이 존재합니다. 이것도 무료판으로 만든거고 마이크로소프트에서 만들었다 보니까 UI가 굉장히 익숙합니다. 참조하고 있는 데이터가 추가되면 데이터새로고침을 통해 바로 적용할 수 있구요. 엑셀함수같은 걸 이용해서 원본 데이터를 해치지 않으면서도 자체적으로 데이터 변환이 가능합니다. 단점으로는 데이터를 다루려면 결국 엑셀을 할 줄 알아야 될 것 같다는 생각이 들었고. 무료판의 함정이 존재했습니다. 오른 쪽 이미지가 제가 겪었던 일인데요. 원래는 네이버 뉴스 3개월치를 크롤링해서 해당 기업에 대해 어떤 뉴스들이 오갔는지 워드클라우드를 만들었습니다. 그렇게 잘 만들고 있다가 갑자기 무료판 메모리를 초과했다고 가차없이 강제종료를 시켜버리더라구요. 그리고 다시 접속해보니까 그날 작업했던게 다 날아가버린 상황이었습니다. 그래서 파워비아이를 쓰려면 어차피 결국 구매를 해야 된다는 생각이고 무료판은 결국 구매전에 적응시키는 과정이 아닌가 하는 생각이 들었습니다.

태블로 같은 경우에는 (읽어)

자료출처는 다음과 같고요.

이상으로 4조 발표마치도록 하겠습니다. 감사합니다.