

NLJBT

DISCLAIMER

본 자료는 투자자들을 대상으로 실시되는 Presentation에 정보 제공을 목적으로 (주)엔비티 (이하 “회사”)에 의해 작성되었으며 이의 반출, 복사 또는 타인에 대한 재 배포는 금지됨을 알려 드리는 바입니다.

본 Presentation에의 참석은 위와 같은 제한 사항의 준수에 대한 동의로 간주될 것이며 제한 사항에 대한 위반은 관련 증권거래법률에 대한 위반에 해당 될 수 있음을 유념 해주시기 바랍니다. 본 자료에 포함된 회사의 경영실적 및 재무성과와 관련된 모든 정보는 기업회계기준에 따라 작성되었습니다. 본 자료에 포함된 “예측정보”는 별도 확인 절차를 거치지 않은 정보들입니다. 이는 과거가 아닌 미래 의 사건과 관계된 사항으로 회사의 향후 예상되는 경영현황 및 재무실적을 의미하고, 표현상으로는 ‘예상’, ‘전망’, ‘계획’, ‘기대(E)’ 등과 같은 단어를 포함합니다.

위 “예측정보”는 향후 경영환경의 변화 등에 따라 영향을 받으며, 본질적으로 불확실성을 내포하고 있는 바, 이러한 불확실성으로 인하여 실제 미래실적은 “예측정보 ” 에 기재되거나 암시된 내용과 중대한 차이가 발생할 수 있습니다. 또한, 향후 전망은 Presentation 실시일 현재를 기준으로 작성된 것이며 현재 시장상황과 회사의 경영방향 등을 고려한 것으로 향후 시장환경의 변화와 전략수정 등에 따라 변경될 수 있으며, 별도의 고지 없이 변경될 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

본 자료의 활용으로 인해 발생하는 손실에 대하여 회사의 임원들은 그 어떠한 책임도 부담하지 않음을 알려드립니다.(과실 및 기타의 경우 포함)

본 문서는 회사가 발행하는 증권의 모집 또는 매매를 위한 권유를 구성하지 아니하며, 문서의 그 어느 부분도 관련 계약 및 약정 또는 투자 결정을 위한 기초 또는 근거가 될 수 없음을 알려드립니다.

chapter 01. Investment Highlight

chapter 02. 사업 현황

chapter 03. 성장 전략

Appendix



CONTENTS

Education

경영학과 졸업
회계학 전공

Work Experience

다양한 산업군 재직
• 제네전단 바이오
• 의료 축산업
• 패션 IT 플랫폼

엔비티는 **국내 1위** 오픈월 네트워크 사업자입니다.

런칭 4년 만에 국내 오픈월 시장 점유율 45% 이상 달성했습니다.

오픈월은 IT 산업에서 **플랫폼 필수재**로 주목받고 있습니다.

앱 시장은 성숙기에 진입했고 퍼포먼스 광고 시장이 빠르게 성장하고 있습니다.

제휴사 확대, 디맨드 강화를 통한 **탑라인 성장**에 집중하고 있습니다.

국내 주요 플랫폼과의 제휴를 통해 국내 MAU 1,300만 이상 달성할 것으로 기대됩니다.

미국, 동남아시아를 중심으로 **글로벌 사업**을 확장하고 있습니다.

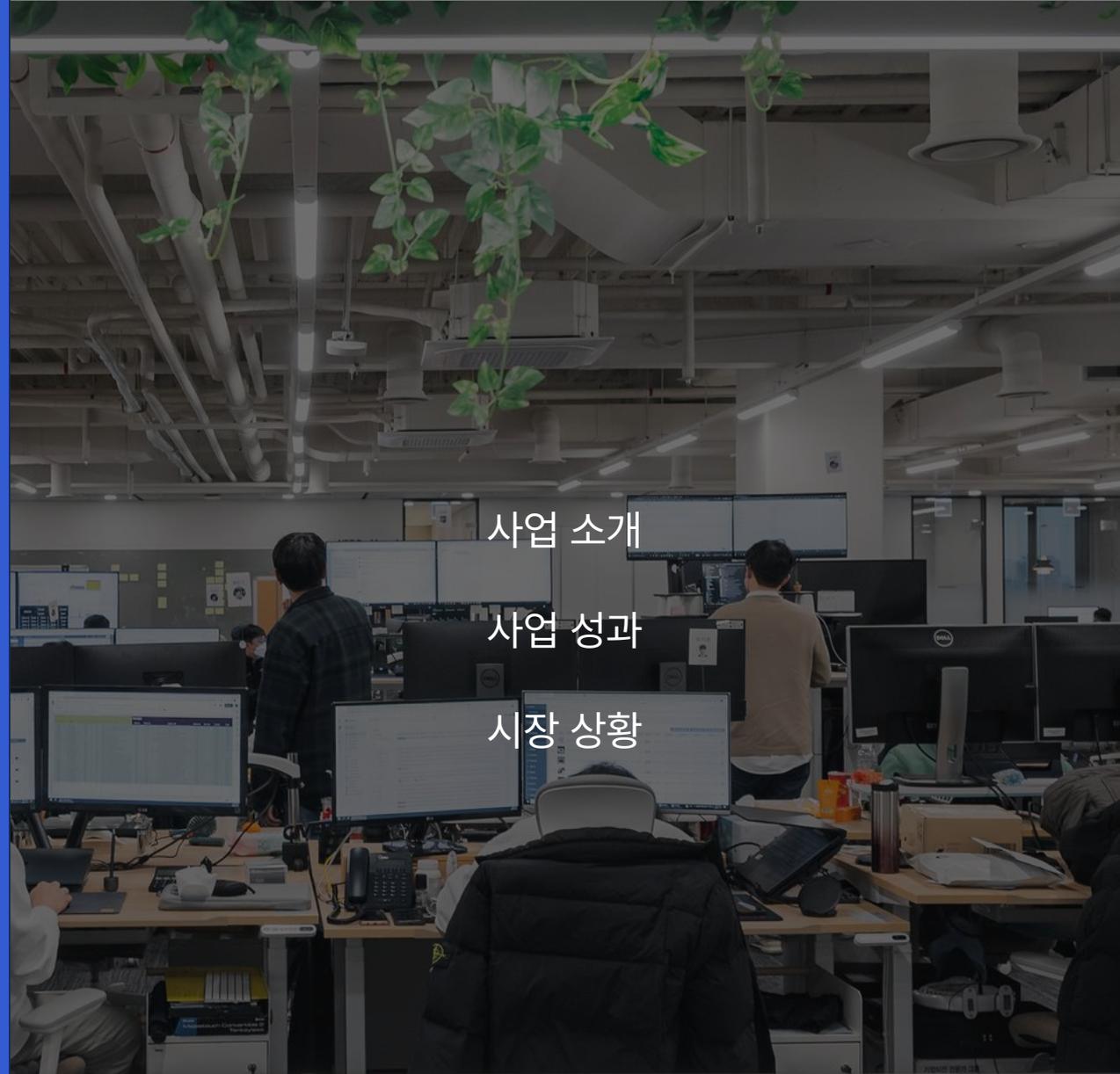
네이버웹툰 미국, 인도네시아, 태국, 대만 서비스에 자사 오픈월을 도입하였습니다.

chapter 02.
사업 현황

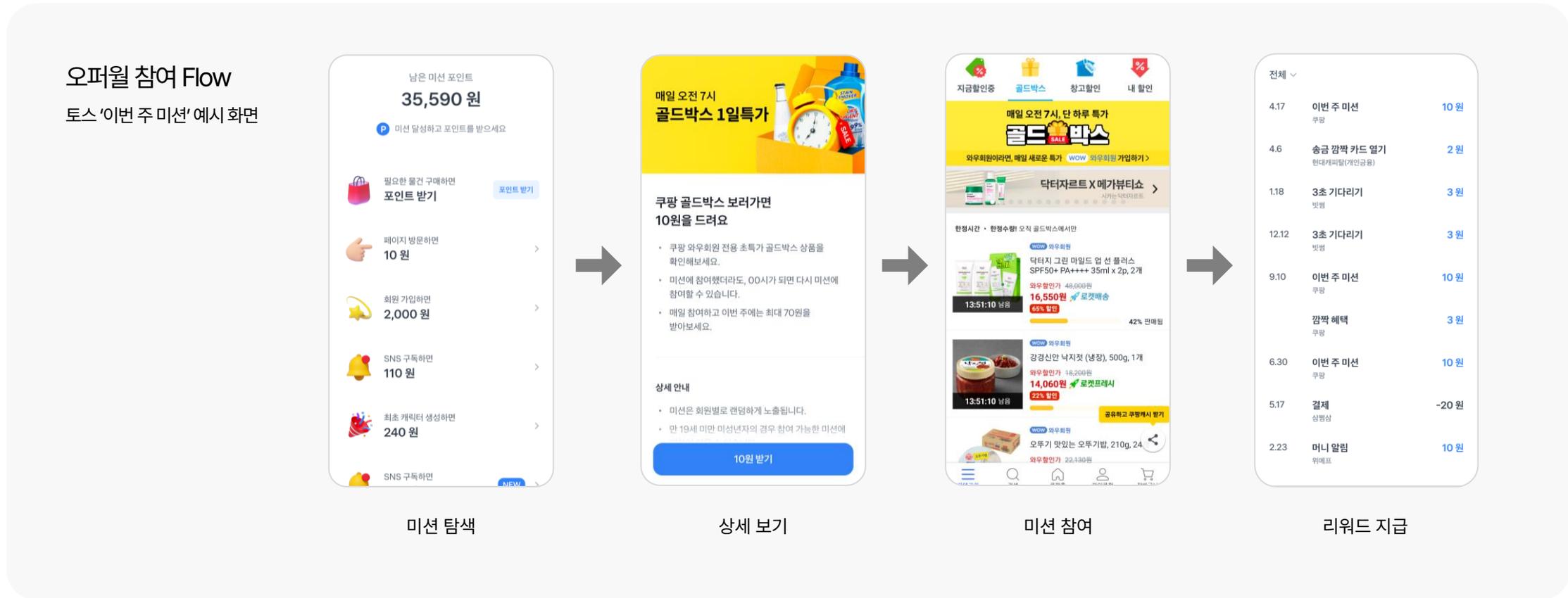
사업 소개

사업 성과

시장 상황



오퍼월은 IT 산업에서 플랫폼 필수재 로 주목받는 포인트 솔루션입니다

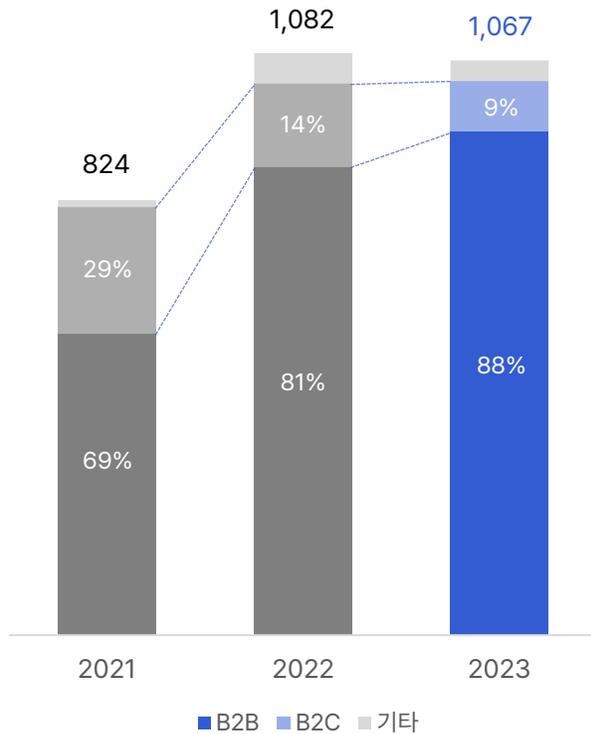


- 오퍼월(Offerwall)은 웹·모바일 기반의 **포인트 솔루션**입니다.
- 웹사이트 조회, 앱 설치, 회원가입, SNS 구독 등의 특정 미션을 수행하면 **리워드를 지급**합니다.
- '애디슨 오퍼월'은 **기획, 개발, 운영, 영업, 고객지원까지** End-to-end 솔루션을 제공합니다.

국내 1위 오퍼월 사업자로서 론칭 4년만에 시장 점유율 45%까지 확대했습니다

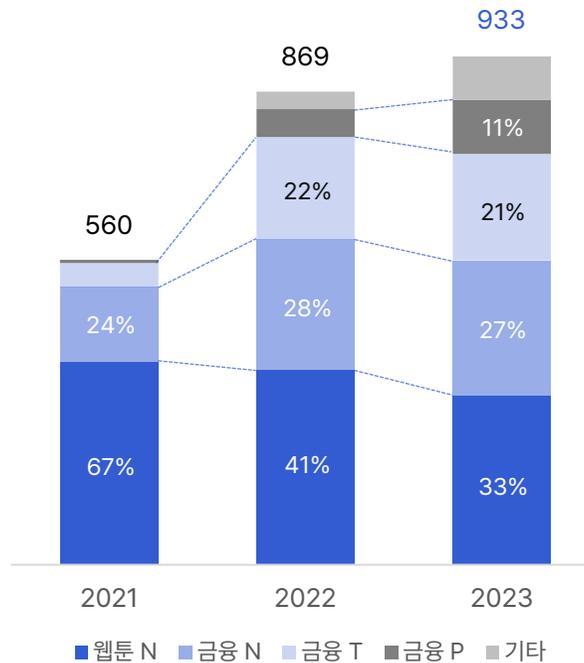
총 매출액(연결)

단위 : 억 원

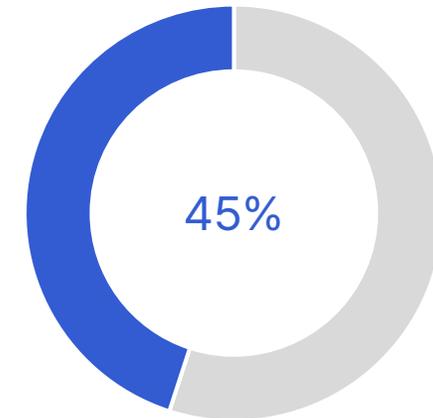


B2B 매출액

단위 : 억 원



시장 점유율



* 2022년 기준 국내 퍼포먼스 광고 시장 규모는 약 3조 원이며, 1차 목표 시장인 국내 오퍼월 광고 시장의 규모는 약 2,500억 원으로 추산됩니다.
* 시장 점유율은 주요 오퍼월 사업자별 매출액 합계로 나누어 산출했습니다.

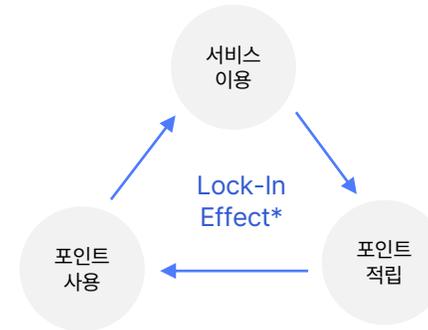
모바일 시장이 성숙기에 들어서면서 고객 충성도와 수익화가 중요해졌습니다

앱 시장의 성숙도 단계

| 단계 | 실험 | 수용 | 성숙 |
|----|---------------|-----------|-----------------------|
| 시기 | 2008년~ | 2010년대 | 2020년대 |
| 상황 | 앱 스토어 출시 | 스마트폰 보편화 | 대형 플랫폼 부상 |
| 특징 | 앱 다운로드 증대 | 앱 사용량 증대 | 앱 지출 증대 |
| 전략 | 시장 선점 | 신규 트래픽 확보 | 고객 충성도 강화 및 수익화 |
| 액션 | 시장 조사 및 제품 개발 | 매스 마케팅 집행 | 멤버십, 포인트 등 로열티 시스템 도입 |

출처 : data.ai, 당사 자료

오퍼월을 통한 락인 효과



*락인 효과(Lock-in Effect)

고객이 특정 제품이나 브랜드에 대한 의존도가 높아지면서, 제품이나 브랜드를 바꾸기가 어려워지는 현상

오퍼월 도입 사례



네이버웹툰 '쿠키오븐'
2018년



네이버페이 '혜택'
2020년



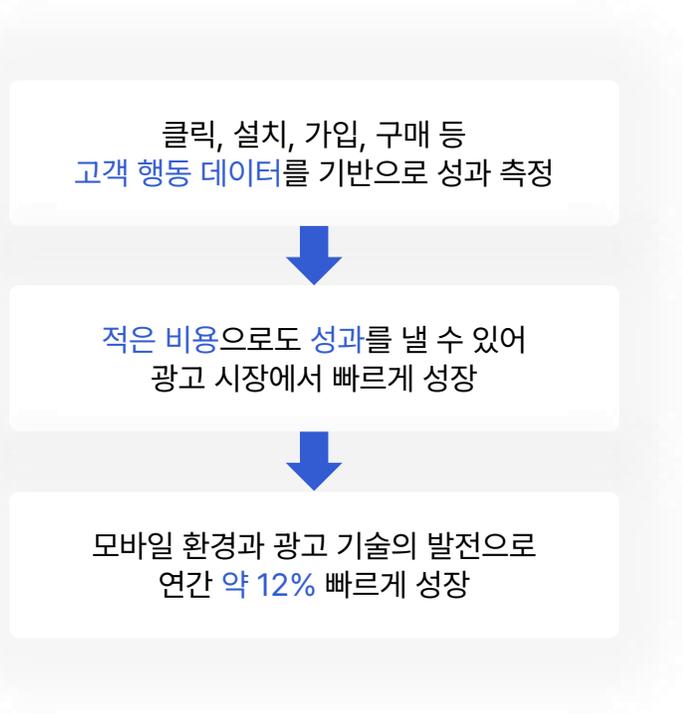
토스 '이번 주 미션'
2021년



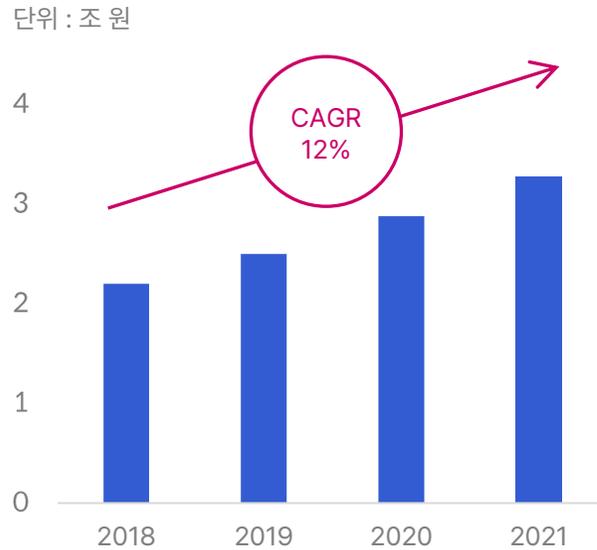
페이북 '머니THE쌓기'
2021년

광고 시장의 불황기에도 퍼포먼스 광고 시장은 연평균 12% 성장하고 있습니다

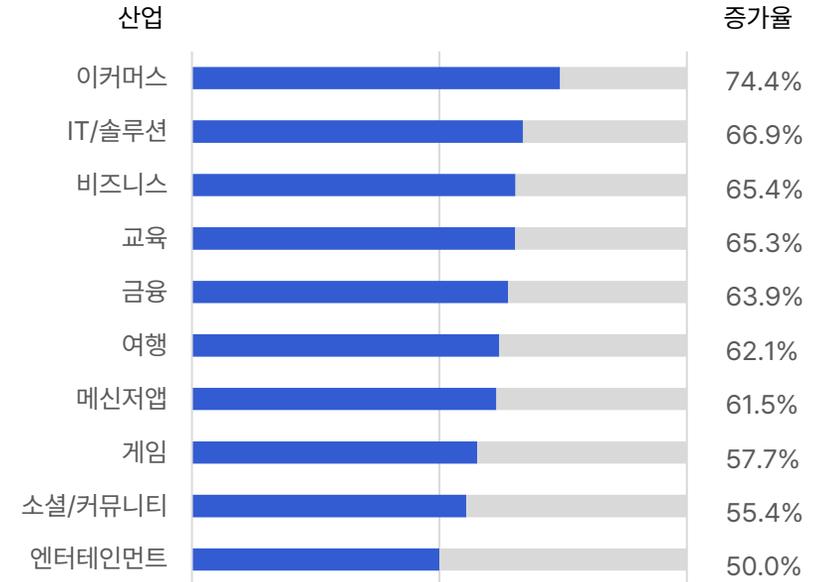
퍼포먼스 광고의 특성



국내 퍼포먼스 광고 시장 규모



산업별 퍼포먼스 광고 예산 증가 추이



출처 : 모로코, 2023, 모바일 앱 퍼포먼스 마케팅 글로벌 보고서

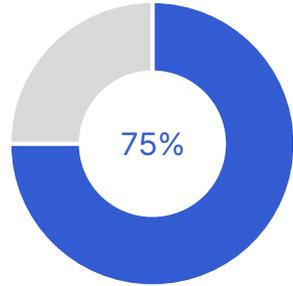
모바일 앱을 통해 혜택을 얻는 앱테크가 새로운 소비 트렌드로 떠오르고 있습니다

앱테크 이용 현황

* '앱테크'는 App(애플리케이션)과 Tech(제테크)의 합성어로 스마트폰의 리워드 앱을 활용한 재테크 방식을 의미

Q. 현재 앱테크를 하고 있나요?

2022.3.16~3.20, 성인 1,707명 대상
신뢰 수준 95%, 표본오차 ±2.28%



- 앱테크 한다
- 앱테크 안 한다

Q. 앱테크를 하는 이유는 무엇인가요?

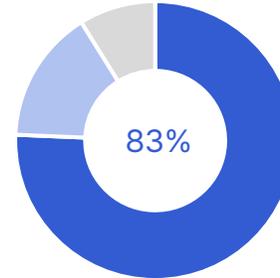
- 자투리 시간에도 생산적인 활동을 하고 싶어서 (32.3%)
- 소액이라도 저축하고 싶어서 (30.1%)
- 모은 포인트 차감으로 생활비를 절약할 수 있어서 (19.0%)
- 성취감을 느낄 수 있어서 (9.0%)

출처 : 인크루트

오퍼월 이용 현황

Q. 오퍼월에서 포인트를 적립해 사용해본 적이 있나요?

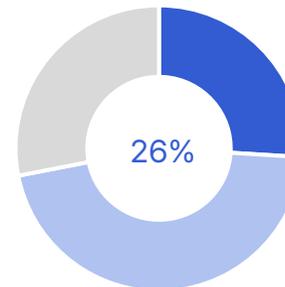
2021년, 633명 대상



- 예
- 아니요
- 모르겠어요

Q. 오퍼월이 없어지더라도 현재 서비스를 계속 이용할 의향이 있나요?

2021년, 2,009명 대상



- 오퍼월이 있는 유사 서비스를 찾아본다.
- 서비스는 계속 이용하지만, 결제할 의향은 없다.
- 서비스를 계속 이용하며, 필요시 결제할 의향도 있다

출처 : 당사 데이터

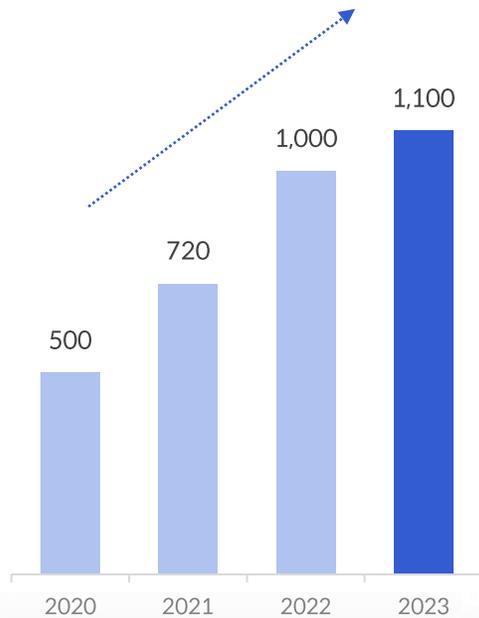
chapter 03.
성장 전략

매출 구조
성장 전략

A group of people in a meeting room, wearing face masks, looking at laptops and discussing work. The scene is dimly lit, with the primary light source being the screens of the laptops. The people are gathered around a table, and their attention is focused on the devices. The overall atmosphere is professional and collaborative.

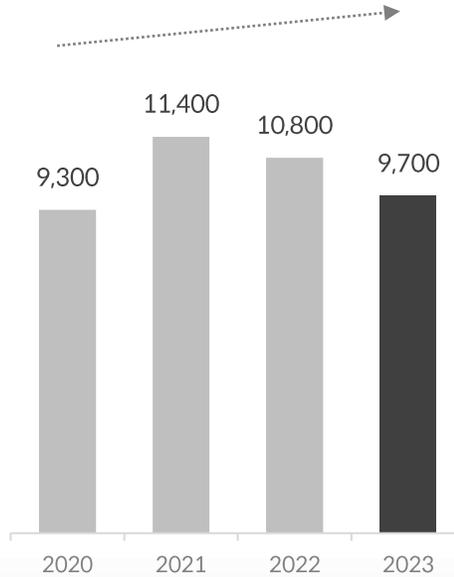
제휴사 확대, 디맨드 강화를 통한 **탑라인 성장**에 집중하고 있습니다

월간 사용자 수(MAU) 단위: 만명



Supply ↑
 신규 플랫폼 제휴를 통한
 월간 사용자 수 성장

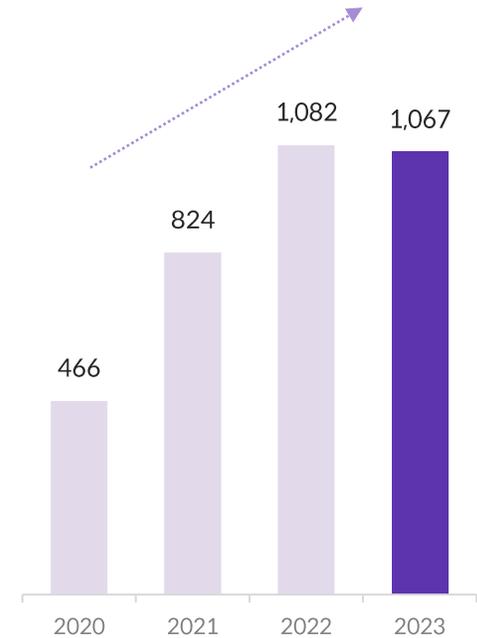
사용자당 매출(ARPMUA) 단위: 원



Demand ↑
 광고 상품, 기능 고도화를 통한
 광고 영업력 강화



총 매출 단위: 억 원



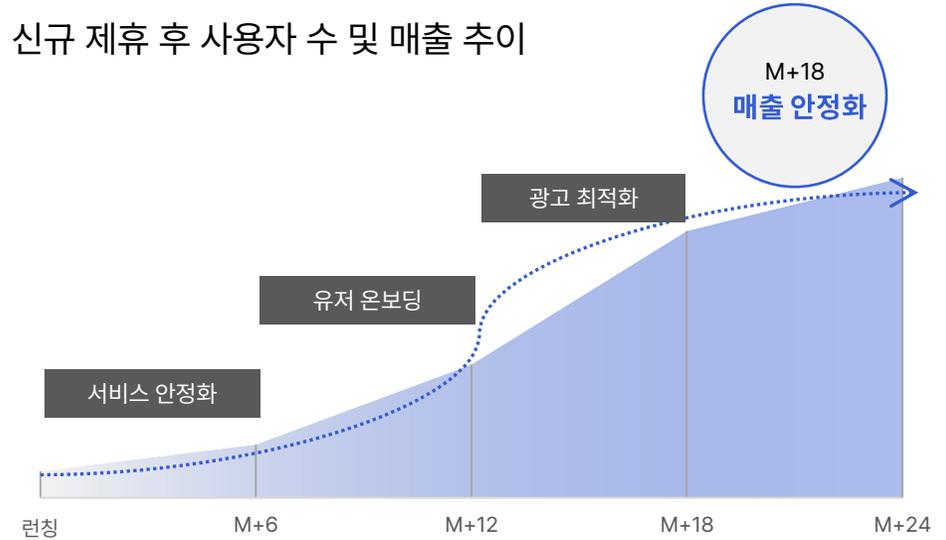
런칭 후 2022년까지,
Supply 확장이 매출 성장을 견인

주요 플랫폼과의 제휴를 통해 국내 MAU 1,300만 이상 달성할 것으로 기대됩니다

플랫폼별 인입 사용자 수 현황 및 전망

| 플랫폼 명 | 인입 MAU | 제휴 연도 |
|------------|---------|----------------------------|
| 금융 N | | 2020 |
| 웹툰 N | | 2018 |
| 금융 T | | 2021 |
| 메신저 K | | 2023 |
| 금융 P | | 2021 |
| 기타 | | - |
| FY'23 | 1,100만 | |
| + 식음료 B 제휴 | | |
| + 신규매체 발굴 | | 이커머스, 메타버스, O2O, 금융, 콘텐츠 등 |
| + 기존매체 증분 | | |
| FY'24(E) | 1,300만+ | |

신규 제휴 후 사용자 수 및 매출 추이

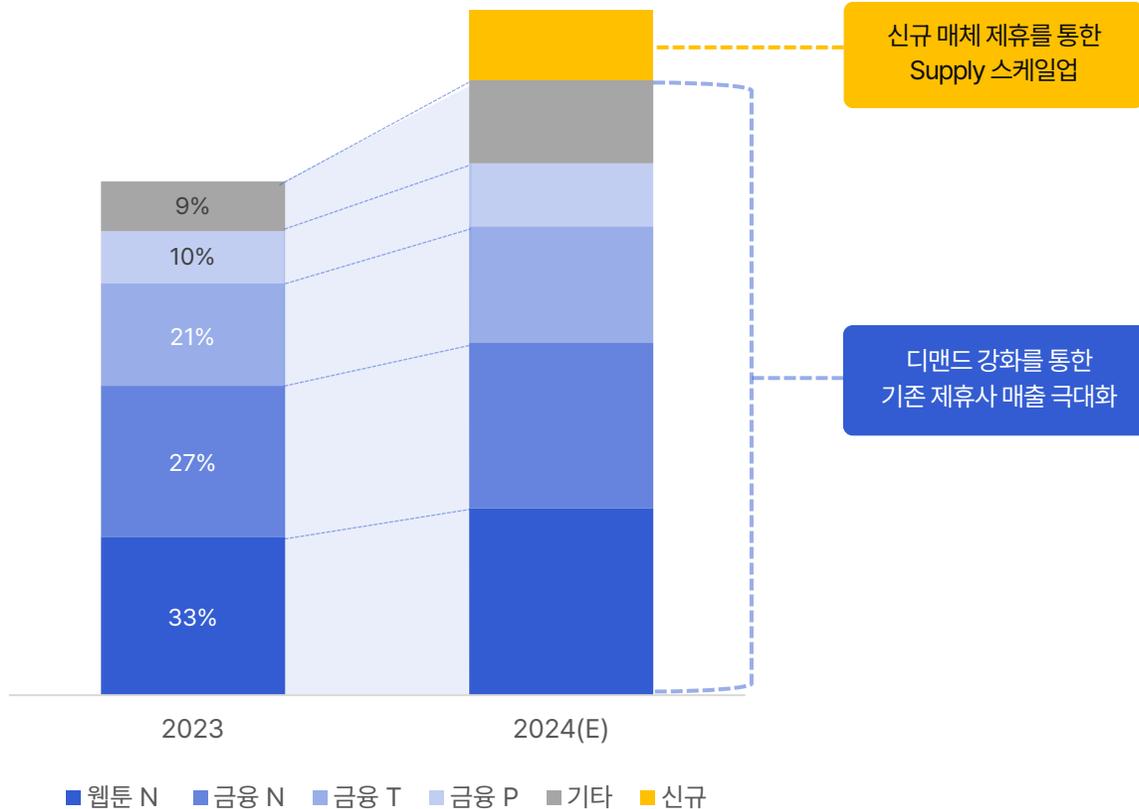


국내 월간 사용자 수 추이



기능 고도화, 신규 광고 상품 개발을 통해 광고 매출을 극대화하고자 합니다

제휴사별 오퍼월 매출 전망



디맨드 강화 전략

광고 수요 추가 확보 ↑

- 동영상, 서베이 등 새로운 포맷의 광고 상품 개발
- 글로벌에서 검증된 인게이지먼트 강화 상품 도입

광고 소진량 증대 ↑

- 주요 광고주를 위한 자체 부스팅 수단 도입
- 참여 수 확대를 위한 레퍼럴 기능 개발

광고 효율 증대 ↑

- 소재 추가 노출 기능 구현 및 광고 타겟팅 강화
- 광고 리포트 고도화

북미, 동남아시아를 중심으로 글로벌 사업을 확장하고 있습니다

글로벌 진출 현황

 진출 지역  추가 진출 예상 지역



글로벌 확장 전략

- 1) 글로벌 플랫폼 강화 제품 고도화 및 영업력 강화 → 안정적인 매출 및 레퍼런스 확보
- 2) 신규 지역 진출 프랑스, 영국, 스페인, 중남미 등 서비스 지역 추가 확장
- 3) 신규 매체 확장 기존 제휴사를 통한 글로벌 플랫폼 신규 제휴 확대

네이버웹툰 진출 시장 및 오퍼월 제휴 현황

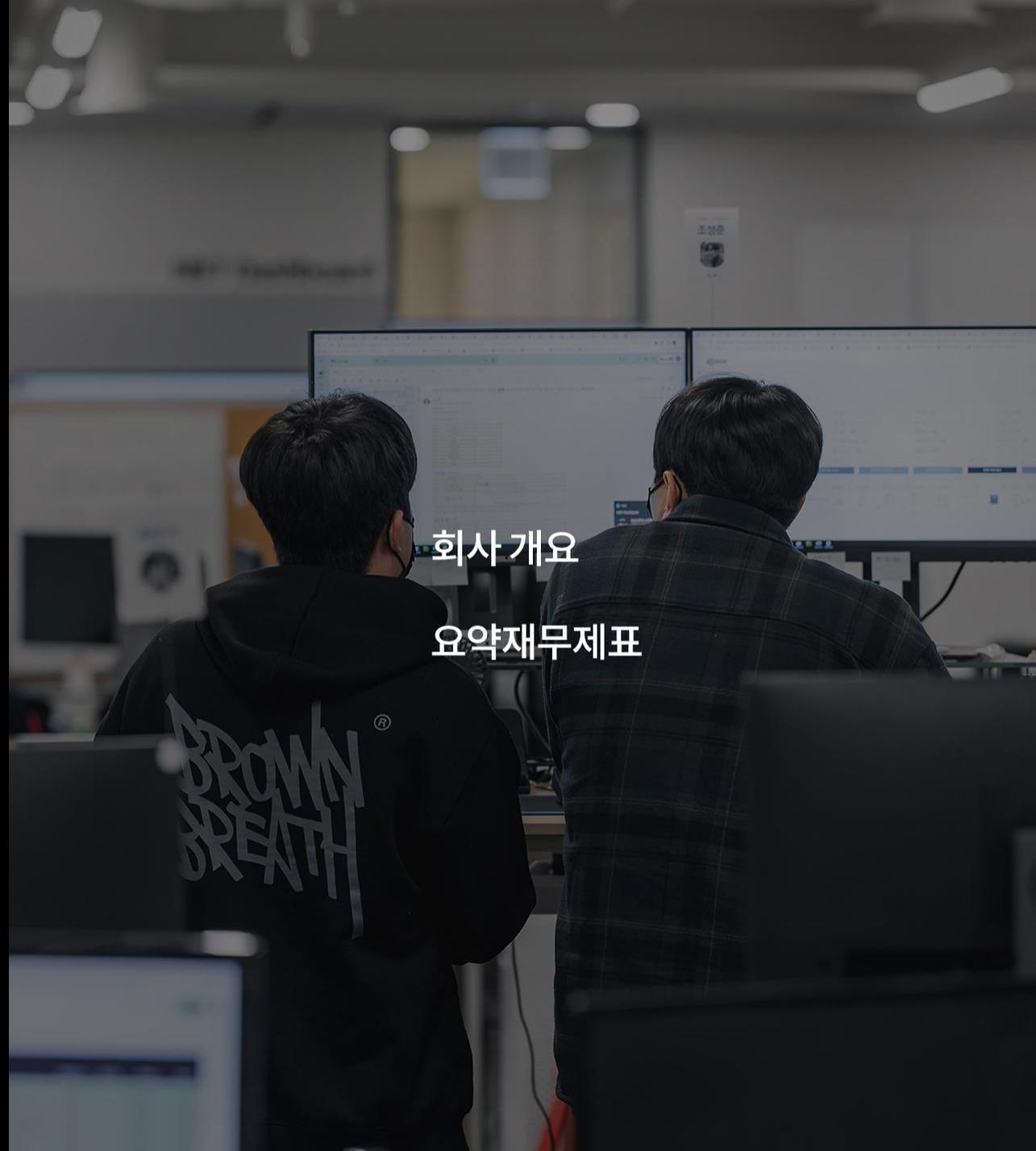
| 지역 | 플랫폼 사용자 수 | 진출 연도 | 제휴 연도 | CPE(\$) |
|----------|-----------|-------|-------|---------|
| 대한민국 | | 2004 | 18.4Q | 0.25 |
| 미국 | | 2014 | 23.3Q | 0.70 |
| 인도네시아 | | 2015 | 23.4Q | 0.15 |
| 태국 | | 2014 | 23.4Q | 0.15 |
| 대만 | | 2015 | 23.4Q | 0.25 |
| 일본 | | 2013 | - | - |
| 유럽, 남미 등 | | 2019 | - | - |
| 총계 | 8,560만 | | | |

* 출처: 네이버 IR자료, Treasure Hunt Product Introduction

* CPE는 앱 설치/활성화 오퍼월 상품의 광고 단가를 의미합니다.

2024년 2월 기준 단가이며 추후 변경될 수 있습니다.

Appendix



회사 개요

요약재무제표

회사 현황

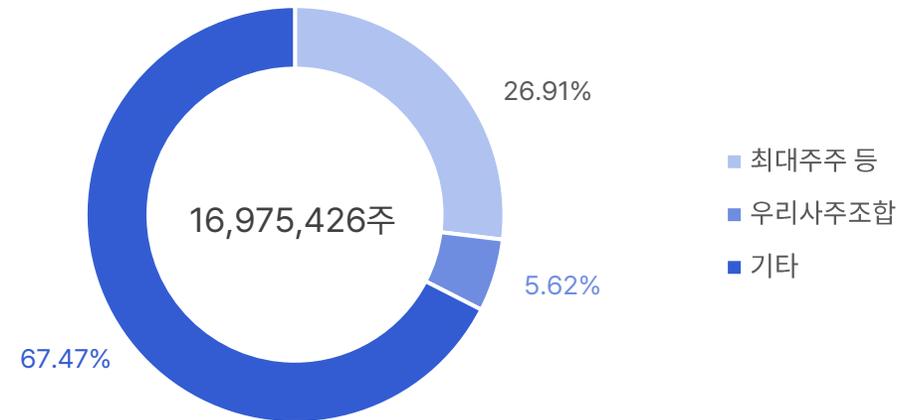
| | |
|------|---|
| 회사명 | 주식회사 엔비티 |
| 대표이사 | 박수근 |
| 설립일 | 2012년 9월 17일 |
| 상장일 | 2021년 1월 21일 |
| 자본금 | 17억 원 |
| 사업분야 | 포인트 플랫폼 개발·운영 |
| 주요제품 | 애디슨 오퍼월 |
| 사업장 | 서울시 서초구 서초대로 38길 12, 마제스타시티 타워 1, 14F |
| 홈페이지 | http://nbt.com |

지배구조

| | | | |
|---------|------|-----------------------|-------------|
| (주) 엔비티 | 100% | (주) 금요일여섯시 | 광고제작, 광고대행 |
| | | (주) 리앤드컴퍼니 | 이커머스 |
| | | (주) 씨에스팩토리 | 콜센터 |
| | | (주) 엔씨티마케팅 | 광고대행, 교육서비스 |
| | | NBT America Inc. | 모바일광고서비스 |
| | | NBT Beijing Co., Ltd. | 컨설팅 |

주주 구성

2023년 4분기 기준



연결 재무상태표

단위 : 백만 원

| 구분 | 2021 | 2022 | 2023 |
|-------------|---------------|---------------|---------------|
| 유동자산 | 38,009 | 32,205 | 26,501 |
| 비유동자산 | 42,538 | 51,137 | 48,667 |
| 자산총계 | 80,547 | 83,342 | 75,168 |
| 유동부채 | 16,690 | 18,782 | 39,580 |
| 비유동부채 | 22,707 | 27,366 | 3,660 |
| 부채총계 | 39,396 | 46,148 | 43,240 |
| 자본금 | 849 | 1,698 | 1,698 |
| 자본잉여금 | 45,420 | 34,551 | 27,551 |
| 이익잉여금 | -5,120 | 4,411 | 8,436 |
| 자본총계 | 41,151 | 37,194 | 31,928 |

연결 손익계산서

단위 : 백만 원

| 구분 | 2021 | 2022 | 2023 |
|--------------|--------------|--------------|---------------|
| 영업수익 | 82,406 | 108,211 | 106,659 |
| 영업비용 | 79,263 | 105,932 | 109,424 |
| 영업이익 | 3,144 | 2,279 | -2,766 |
| 기타수익 | 57 | 48 | 44 |
| 기타비용 | 627 | 2119 | 59 |
| 금융수익 | 2,281 | 1,598 | 1,560 |
| 금융비용 | 2,315 | 2,569 | 3,292 |
| 당기순이익 | 1,698 | -469 | -2,975 |
| 기타포괄손익 | 81 | 26 | -19 |
| 총포괄손익 | 1,779 | -433 | -2,994 |