

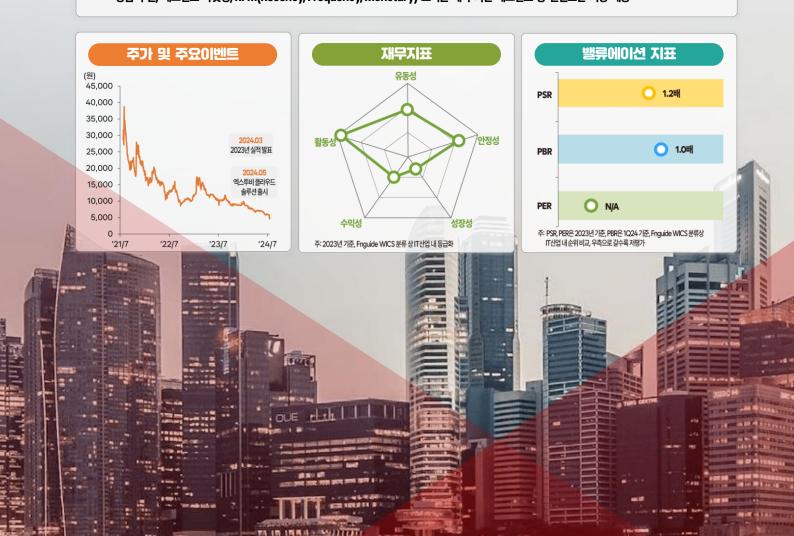
KOSDAQ | 소프트웨어와서비스

플래EIOH (367000)

이커머스, 데브옵스, 마테크 솔루션 공급사

체크포인트

- 플래티어의 이커머스 플랫폼은 구축부터 AI 마케팅까지의 All-in-One 솔루션 제공. 대기업, D2C(Direct-to-Consumer, 제조업체가 중간 유통 단계를 거치지 않고 소비자에게 직접 판매하는 방식), 중소형 브랜드/제조사 플랫폼 구축 지원. On-Premise와 SaaS 방식의 서비스 제공. MA(Maintenance) 라이선스 솔루션을 통한 운영 및 관리 지원을 통해 구축 이후에도 반복 매출 시현
- 플래티어의 데브옵스(DevOps) 플랫폼은 개별 기업의 성공적인 디지털 전환을 위한 통합 솔루션 제공. 클라우드 기반(Microsoft Azure, AWS, Google Cloud)의 환경 구축. DevOps 전 과정(Plan, Code, Build, Test, Release, Deploy, Operate, Monitor)을 아우르는 통합 서비스 제공. Atlassian 등 글로벌 선도 기업들과의 파트너십을 통한 다양한 도구 지원
- 플래티어의 AI 마케팅 솔루션 groobee는 국내 최초 온사이트 마케팅 솔루션에서 클라우드 AI 마테크 솔루션으로의 고도화. 개인화 마케팅을 위한 최적의 온라인 마케팅 솔루션 제공. 실시간 Big Data 처리 기술과 AI 기술(머신러닝/딥러닝)의 결합. 온사이트 마케팅 솔루션, AI 개인화 상품 추천, 세그먼트 타겟팅, RFM(Recency, Frequency, Monetary) 고객군 예측 기반 세그먼트 등 진일보한 기능 제공



KOSDAQ

소프트웨어와서비스

연구위원 김경민, CFA clairekmkim@kirs.or.kr 연구원 이나면 Iny1008@kirs.or.kr

2005년 2월에 설립, 2021년 8월에 코스닥 시장 상장

2005년 2월에 설립된 플래티어는 이커머스(전자상거래) 및 디지털 업무 전환(DX) 관련 플랫폼 구축과 컨설팅 서비스 제공. 2021년 8월에 코스닥 시장 상장. 기관투자자 수요예측 결과 1,631대 1의 높은 경쟁률을 기록하며 공모가 11,000원으로 희망 범위 상단 초과. 이커머스와 데브옵스 (Dev Ops) 분야에서 기술력과 전문성을 쌓았고 롯데, 신세계, 현대자동차 등 대기업 이커머스 비즈니스를 위해 플랫폼 설계부터 컨설팅까지 종합 솔루션을 공급한다는 점이 긍정적으로 부각

AI를 활용한 고객 행동 데이터 분석 및 자동 세분화 솔루션 출시

플래티어는 AI 기반 이커머스 개인화 마케팅 솔루션 '그루비' 출시. 'RFM 세그먼트'와 '구매 확률 세그먼트' 기능 제공하며 고객 행동 데이터 분석 및 자동 세분화. 40여 가지 이커머스 고객 행동 데이터 활용한 구매 확률 예측. 마케터의 신속한 개인화 마케팅 전략 수립 및 실행 지원. AI 기반 개인화 상품 추천, 캠페인 자동 최적화, 룰 기반 타겟팅, 온사이트 메시징 기능 통합 제공. 대기업 쇼핑몰부터 브랜드 자사몰까지 다양한 이커머스 기업에서 활용

솔루션 수주가 늘어난다면 2025년 실적은 2024년 대비 개선될 것으로 기대

2024년 플래티어의 실적 전망은 270억 원의 매출과 27억 원의 영업손실로 아쉬운 수준. 그러나 Al 마테크 솔루션 'groobee'의 성장세가 두드러지며, 2024년 1분기에 전년 동기 대비 37.6% 성 장한 6억 원의 매출 달성. 또한 X2BEE에 LLM(Large Language Model) 적용 등 기술 혁신을 통한 경쟁력 강화 노력 중. 이러한 솔루션 매출 기여도 증가와 기술 혁신이 지속된다면 2025년 실적 턴어라운드 가능성 존재

Forecast earnings & Valuation

	2020	2021	2022	2023	2024F
매출액(억원)	394	419	500	333	270
YoY(%)	66.1	6.4	19.2	-33.4	-19.0
영업이익(억원)	36	41	32	-45	-27
OP 마진(%)	9.2	9.9	6.4	-13.6	-10.0
지배주주순이익(억원)	27	42	40	-32	-31
EPS(원)	447	584	479	-388	-376
YoY(%)	-14.9	30.5	-17.8	적전	적지
PER(배)	0.0	37.7	21.0	N/A	N/A
PSR(배)	0.0	3.8	1.7	2.2	1.5
EV/EBITDA(배)	0.8	30.5	15.2	N/A	54.8
PBR(배)	0.0	4.2	1.8	1.7	1.0
ROE(%)	39.6	16.1	8.7	-7.2	-7.7
배당수익률(%)	N/A	0.0	0.0	0.0	0.0

자료: 한국IR협의회 기업리서치센터

Company Data

현재주가 (8 <i>/</i> 6)		4,795원
52주 최고가		11,790원
52주 최저가		4,610원
KOSDAQ (8/6)		732.87p
자본금		42억원
시가총액		402억원
액면가		500원
발행주식수		8백만주
일평균 거래량 (60일)		4만주
일평균 거래액 (60일)		3억원
외국인지분율		0.57%
주요주주	이상훈 외 3 인	35.95%
	아폴론사모투자합자회사	11.92%

Price & Relative Performance



Stock Data

주기수익률(%)	1개월	6개월	12개월
절대주가	-18.9	-44.5	-52.9
상대주가	-6.2	-38.9	-41.0

참고

1) 표지 재무지표에서 안정성 지표는 '부채비율', 성장성 지표는 '배출액 증가 율', 수익성 지표는 'ROE', 활동성지표는 '순운전자본회전율', 유동성지표는 '유 동비율임. 2) 표지 밸류에이션 지표 차트는 해당 산업군내 동사의 상대적 밸 류에이션 수준을 표시. 우측으로 갈수록 밸류에이션 매력도 높음.



1 현대자동차, 한국타이어 등에 이커머스 플랫폼 공급

2005년 창업 이래 약 19년간 국내 이커머스 산업의 선도적 위치 차지 플래티어(대표이사 이상훈)는 2005년 창업 이래 약 19년간 국내 이커머스 산업의 선도적 위치를 점하고 있으며 2020년 KB증권을 상장 주관사로 선정한 이후, 2021년에 코스닥 시장에 상장했다. 현대자동차, 한국타이어 등 대기업 제조사의 국내외 전자상거래 플랫폼과 170여 개의 온·오프라인 유통업체 전자상거래 사이트 구축을 통해 업계 경험을 축적했다. 최신 인공지능 기술과 축적된 전자상거래 노하우를 결합한 SaaS 기반 AI 개인화 마테크 솔루션 'Groobee' 를 개발, 출시했다.





자료: 플래티어, 한국IR협의회 기업리서치센터

모우소프트와의 합병을 통해 DevOps 역량을 강화 플래티어는 AI, 클라우드, 빅데이터 등 최신 IT 기술의 발전에 맞춰 전자상거래 및 마케팅 기술(마테크) 솔루션의 고도 화를 진행하고 있다. 이러한 노력의 일환으로, 2019년 DevOps 및 협업 플랫폼 분야의 모우소프트를 합병하기로 결정했다. DevOps는 전통적인 소프트웨어 개발 방식의 한계를 극복하기 위한 접근법이다. 과거에는 개발팀과 운영팀이 분리되어 각자의 영역에서 독립적으로 업무를 수행했다. 개발팀은 새로운 기능을 만들고 코드를 작성하는 데 집중했고, 운영팀은 이를 실제 서비스에 배포하고 유지보수하는 역할을 담당했다. 이러한 분리는 종종 팀 간 소통의 부재, 책임소재의 불분명, 그리고 전체 개발 주기의 지연을 초래했다. DevOps는 이러한 문제를 해결하기 위해 개발과 운영을 통합하는 문화와 프로세스를 제시한다. 이는 단순히 두 팀을 물리적으로 합치는 것이 아니라, 전체 소프트웨어 생명주기에 걸쳐 협업을 강화하고 자동화를 추구하는 것이다. 예를 들어, 지속적 통합(Continuous Integration)과 지속적 배포 (Continuous Deployment) 같은 방법론을 통해 코드 변경사항을 더 자주, 더 안정적으로 배포할 수 있게 된다. 급변하는 IT 환경에서 DevOps의 중요성은 점차 증가하고 있다. 신속한 기능 개발과 배포, 안정적인 서비스 운영, 그리고 고객 피드백에 대한 빠른 대응이 기업의 경쟁력을 좌우하기 때문이다. 플래티어는 모우소프트와의 합병을 통해 DevOps 역량을 강화하고, 자체 개발 능력을 향상시키는 계기를 마련했다.

플래티어가 합병한 모우소프트, 성균오픈소스SW센터와 산학협력 협약 체결



자료: 모우소프트, 한국IR협의회 기업리서치센터

모우소프트 Atlassian User Conference 2019



자료: 모우소프트, 한국IR협의회 기업리서치센터

▶ 전사적으로 솔루션 라이선스 매출을 늘리기 위해 노력 중

전사적으로 솔루션 매출 증가 위해 노력 중

플래티어의 매출은 솔루션 라이선스, 툴체인 라이선스, IT서비스 부문(시스템 구축 및 컨설팅, 시스템 운영/지원)으로 구성되는데 2024년 1분기(제20기) 매출 현황을 분석하면, 총 매출액은 78억 원이다. 사업 부문별로 살펴보면, IT서비 스 부문이 전체 매출의 75.3%를 차지하며 주력 사업으로 자리매김하고 있다. 구체적으로 IT서비스 부문 중 시스템 구 축 및 컨설팅이 40억 원으로 전체 매출의 51.9%를 차지하며, 시스템 운영/지원이 18억 원으로 23.4%를 차지하고 있다. 제품 부문인 솔루션 라이선스(그루비, 엑스투비)는 10억 원으로 12.8%의 비중을 보이고 있으며, 상품 부문인 툴 체인 라이선스는 9억 원으로 11.9%의 매출 비중을 나타내고 있다.

이러한 매출 구조는 IT서비스를 중심으로 한 사업 모델이 회사의 주요 수익원임을 명확히 보여주고 있다. IT 서비스의 대부분이 맞춤형 이커머스 플랫폼 구축이나 DevOps 사업에서 발생하는 것으로 추정된다. 이러한 와중에 플래티어는 전사적으로 솔루션 라이선스 매출을 늘리기 위해 노력 중이다. 플래티어가 적극적으로 영업을 전개하는 솔루션은 D2C 이커머스 솔루션 엑스투비(X2BEE)이다. 엑스투비를 비롯해 AI 개인화 마테크 솔루션 그루비(groobee)도 라이 선스 매출의 성장을 견인하는 솔루션이다. 엑스투비와 그루비의 주요 특징은 다음과 같다.

D2C 이커머스 솔루션 엑스투비(X2BEE)



자료: 플래티어, 한국IR협의회 기업리서치센터

그루비, 스마트테크 코리아 전시회 참가



자료: 플래티어, 한국IR협의회 기업리서치센터

엑스투비(X2BEE)는 중대형 브랜드 및 제조시를 위한 고급 Direct-to-Consumer(D2C) 이커머스 솔루션 엑스투비(X2BEE)는 플래티어가 개발한 중대형 브랜드 및 제조사를 위한 고급 Direct-to-Consumer(D2C) 이커머스 솔루션이다. 이 플랫폼은 고객 데이터를 심층적으로 활용한 맞춤형 커스터마이징을 통해 D2C 플랫폼 구축에 특화되어 있으며, 대기업 및 중견기업의 자사몰 구축에 최적화되어 있다. X2BEE는 고객 데이터의 포괄적인 확보, 관리 및 활용 기능을 제공하여 기업이 고객에 대한 깊이 있는 통찰력을 얻을 수 있도록 지원한다.

X2BEE 솔루션은 D2C 마케팅 툴을 활용한 데이터 기반 AI 마케팅 진행 능력을 갖추고 있어, 기업이 정교한 타겟팅과 개인화된 마케팅 전략을 구현할 수 있게 한다. 또한, NHN, KG이니시스, 토스 등 다양한 외부 시스템과의 연동을 지원하며, API(Application Programming Interface) 및 MSA(Microservice Architecture) 기반의 커머스 구축 기능을 제공한다. API를 통해 다양한 외부 시스템과의 원활한 통합이 가능하며, MSA 구조를 채택함으로써 시스템의 유연성과 확장성을 크게 항상시킨다. 이는 기업이 빠르게 변화하는 비즈니스 요구사항에 신속하게 대응할 수 있게 해주는 핵심요소이다.

X2BEE의 주목할 만한 특징 중 하나는 Headless Commerce 아키텍처의 도입이다. Headless Commerce는 프론 트엔드(고객에게 보이는 부분)와 백엔드(데이터 처리 및 비즈니스 로직)를 분리하는 접근 방식으로, 이를 통해 기업은 고객 인터페이스를 유연하게 설계하고 다양한 채널에 맞춤화된 경험을 제공할 수 있다. 이러한 분리 접근 방식의 주요 장점은 개발의 유연성과 효율성 증대에 있다. 프론트엔드 개발자들은 백엔드 시스템의 제약 없이 최신 기술과 프레임워크를 자유롭게 활용할 수 있으며, 동시에 백엔드 개발자들은 프론트엔드 변경에 영향을 받지 않고 핵심 비즈니스 로직에 집중할 수 있다. 이는 결과적으로 더 빠른 개발 주기, 향상된 성능, 그리고 다양한 디지털 접점에서의 일관된 사용자 경험 제공을 가능케 한다. 이는 옴니채널 전략을 구현하고자 하는 기업에게 특히 유용하며, 웹사이트, 모바일 앱, loT 기기 등 다양한 플랫폼에서 일관된 고객 경험을 제공할 수 있게 한다.

더불어 X2BEE는 플랫폼 커스터마이징에 있어 높은 자유도를 제공하여, 각 기업의 고유한 비즈니스 모델과 브랜드 아이덴티티를 온라인 플랫폼에 완벽히 구현할 수 있도록 지원한다. 이러한 종합적인 기능들을 통해 X2BEE는 기업들이 급변하는 이커머스 환경에서 경쟁력을 유지하고, 고객과의 직접적인 관계를 강화하며, 데이터 기반의 의사결정을 통해 비즈니스를 성장시킬 수 있도록 돕는 도구로 자리매김하고 있다.

그루비는 마케팅 활동에 첨단 기술을 접목해 효율성과 효과성을 높이는 솔루션

그루비(groobee)는 국내 최초의 온사이트 마케팅 솔루션에서 올라운드 AI 마테크 솔루션으로 진화한 선도적인 플랫폼이다. 여기서 마테크(MarTech)란 마케팅(Marketing)과 기술(Technology)의 합성어로, 마케팅 활동에 첨단 기술을 접목해 효율성과 효과성을 높이는 솔루션을 의미한다. 이 솔루션은 개인화 마케팅을 위한 최적의 온라인 마케팅 도구로, 실시간 빅데이터 처리 기술과 AI 기술(머신러닝/딥러닝)을 핵심 기반으로 한다.

그루비는 행동 및 속성 데이터 기반 타겟팅, AI 개인화 상품 추천, RFM 구매확률 예측 기반 세그먼트 타겟팅을 제공한다. RFM은 Recency(최근성), Frequency(빈도), Monetary(구매금액)의 약자로, 고객의 구매 행동을 분석하여고객가치를 평가하는 기법이다. 또한, 앱푸시, 인앱메시지, 웹푸시 등의 오프사이트 메시징 기능을 제공한다. 여기서 인앱메시지란 모바일 앱 내에서 사용자에게 직접 전달되는 메시지로, 사용자 경험을 방해하지 않으면서 효과적인 커뮤니케이션을 가능하게 하는 기술이다.

그루비는 SaaS 모델을 통해 사용 고객 수와 기간별 과금 시스템을 운영하며, 빅데이터 기술을 활용한 데이터 처리 및 분석 능력을 갖추고 있다. 또한, 최신 인공지능을 활용한 개인화 마케팅 구현과 디지털 개인화 마케팅 관리 및 문의 효 율화를 위한 원스톱 통합 솔루션을 제공한다. 그루비의 차별화된 특징으로는 방문자 데이터 기반의 실시간 고객 분류, 모든 종류의 데이터에 대한 테스트 가능성, 그리고 고객 맞춤형 추천 기능이 있으며, 이를 통해 높은 신뢰도의 마케팅 효과를 달성할 수 있다는 점이 주목할 만하다.

플래티어, 그루비 기반, 한국관광공사와 '데이터 기반 디지털 마케팅 사업' 계약

플래티어, 그루비 기반, 2024 클라우드 서비스 바우처 공급기업 선정





클라우드서비스 수요 기업 모집 정부지원금으로 그루비를 도입해 보세요! groobee

자료: 플래티어, 한국IR협의회 기업리서치센터

자료: 플래티어, 한국IR협의회 기업리서치센터

다 주주 구성

최대주주인 이상훈 대표이사는 2,823,800주(33.66%)를 보유

2024년 3월 31일 기준으로 해당 기업의 주주 구성은 다음과 같다. 최대주주인 이상훈 대표이사는 2.823.800주 (33.66%)를 보유하고 있다. 이상훈 대표이사는 국민대 정보관리학과를 1997년 졸업하고, (쥐현대정보기술, (쥐)아이커 머스코리아, ㈜홍익인터넷 등에서 다양한 경력을 쌓았다. 특히 ㈜라이온시스템에서 CTO를 역임한 후, 2005년 6월 부터 현재까지 (취플래티어의 대표이사로 재직 중이다. 특수관계인으로는 진병권 사내이사와 김명구 사내이사가 각각 176,600주(2.11%), 10,046주(0.12%)를 보유하고 있어, 최대주주 및 특수관계인의 총 지분율은 35.99%에 달한다. 5% 이상 주주는 최대주주 이상훈 대표이사 외에 아폴론사모투자합자회사가 있다. 1,000,000주(11.92%)를 보유하고 있다. 그밖에 우리사주조합의 지분율은 1.78%이다.

2024년 3월 31일 기준, 주식소유 현황

(단위: 주,%)

성명	관계	기말 주식수	지분율
이상훈	대표이사(본인)	2,823,800	33.66
진병권	사내이사	176,600	2.11
김명구	사내이사	10,091	0.12
아폴론사모투자합자회사	5% 이상 주주	1,000,000	11.92
우리사주조합	-	149,642	1.78
계		4,160,133	49.59

자료: 플래티어, 한국IR협의회 기업리서치센터

₩ **산업 현황**

1 이커머스 플랫폼은 1990년대 중반 인터넷의 상용화와 함께 소프트웨어 시장에 등장

2000년대 이후에는 Shopify(2006년)와 같은 SaaS 기반 솔루션이 출시되어 시장 확장 플래티어가 엑스투비, 그루비 등 솔루션을 통해 라이선스 매출 비중을 늘리기 위해 노력 중이지만 아직까지 매출 비중에서 유의미한 비중을 차지하는 분야는 이커머스 고객사를 위한 플랫폼 구축 서비스(IT서비스 부문)이다. 소프트웨어 솔루션 시장에서 이커머스 플랫폼은 언제부터 등장했을까? 이커머스 플랫폼은 1990년대 중반 인터넷의 상용화와 함께 소프트웨어 시장에 등장하기 시작했다. 1995년 Amazon과 eBay의 설립은 온라인 상거래의 새로운 시대를 열었으며, 이후 Yahoo! Stores(1998년)와 같은 플랫폼이 뒤를 이었다. 2000년대 이후에는 Shopify(2006년)와 같은 SaaS 기반 솔루션이 출시되어 시장을 확장시켰다.

SaaS 기반 이커머스 솔루션의 등장은 시장 환경의 변화와 기술 혁신의 결과로 볼 수 있다. 아마존이나 이베이가 주도 하던 초기 이커머스 시장에서, Shopify와 같은 SaaS 플랫폼은 중소기업과 신생 브랜드의 니즈를 충족시키는 새로운 패러다임을 제시했다. 이들 솔루션은 초기 투자 비용과 기술적 진입장벽을 크게 낮추면서도, 맞춤형 브랜딩과 유연한 기능 구현을 가능케 했다. 또한, 판매자에게 데이터 소유권과 직접적인 고객 관계 관리 기회를 제공하여 마케팅 효율성을 높였다. 확장성 있는 모듈식 구조와 결제, 배송, 재고 관리 등을 포함한 통합 서비스 제공은 비즈니스의 성장과 운영 효율화를 지원했다. 이러한 복합적 요인들이 SaaS 기반 이커머스 솔루션의 부상을 촉진했으며, 결과적으로 이커머스 생태계의 접근성을 크게 향상시켰다. 한편, 오픈소스 플랫폼인 Magento(Adobe에 인수되어 현재는 Adobe Commerce으로 브랜드가 변경)와 WooCommerce(2011년)의 등장도 Shopify와 마찬가지로 이커머스 시장의 진입 장벽을 낮추어 중소기업의 참여를 촉진했다. 2010년대에 들어서면서 모바일 커머스의 부상과 함께 Bigcommerce(2009년)나 Salesforce Commerce Cloud(2016년 Demandware 인수) 등이 시장에 진입하며 이커머스 플랫폼은 더욱 정교화되고 다양화되었다. 이러한 진화 과정을 통해 이커머스 플랫폼은 글로벌 소프트웨어 시장에서 핵심적인 위치를 차지하게 되었다.

2000년대 이후에는 Shopify(2006년)와 같은 SaaS 기반 솔루션 출시



Shopify, 코딩 지식 없어도 다양한 테마와 플러그인으로 맞춤형 쇼핑몰 구축



자료: 윈피플즈, 한국IR협의회 기업리서치센터

2 글로벌 이커머스 시장은 연평균 13.6%의 성장

중국의 전자상거래 플랫폼들이 고성장 주도

글로벌 이커머스 시장은 최근 수년간 괄목할 만한 성장세를 보이고 있다. 2023년 약 6조 달러 규모였던 시장은 2027 년까지 약 10조 달러에 이를 것으로 전망되며, 이는 연평균 13.6%의 성장률을 나타낸다. 이러한 급격한 성장은 COVID-19 팬데믹으로 인한 온라인 쇼핑 수요 증가, 모바일 기기 보급 확대, 그리고 신흥 시장에서의 인터넷 접근성 향상 등 다양한 요인에 기인한다. 사실 이 정도의 성장률은 웬만한 국가의 GDP 성장률을 크게 상회하는 수준이다. 특 히 중국의 전자상거래 플랫폼들이 이러한 성장을 주도하고 있으며, 이들 플랫폼의 매출액 연평균 성장률은 폭발적인 것으로 추정된다. 이는 중국 내수 시장의 확대와 더불어 해외 시장으로의 적극적인 진출 전략이 주효했던 것으로 분석 된다. 알리바바는 중국 내수 시장에서 타오바오(Taobao)와 티몰(Tmall) 플랫폼을 통해 강력한 입지를 구축했다. 해외 진출 전략으로는 알리익스프레스(AliExpress)를 통해 글로벌 소비자들에게 직접 중국 제품을 판매하고 있다. 또한 라 자다(Lazada)를 인수하여 동남아시아 시장에 적극 진출했다.

중국뿐만 아니라 전세계적으로 이커머스 시장의 성장을 뒷받침하는 요인들이 다각도로 작용하고 있다. AI, 빅데이터, AR/VR 등 첨단 기술의 도입을 통한 개인화된 쇼핑 경험 제공이 이루어지고 있으며, 당일 배송, 무인 배송 등 빠르고 효율적인 배송 서비스 확대로 물류 인프라가 대폭 개선되었다. 또한 모바일 페이먼트, 암호화폐 등 다양한 결제 수단의 등장으로 결제 시스템이 고도화되었고, 국가 간 거래 장벽 완화로 인한 글로벌 시장 확대로 크로스보더 이커머스가 활 성화되었다. 더불어 SNS 플랫폼과 연계한 새로운 형태의 온라인 쇼핑 경험을 제공하는 소셜 커머스의 부상도 주목할 만하다.

또한, 마케팅 전략의 진화도 시장 성장에 기여하고 있다. 데이터 기반의 타겟 마케팅, 인플루언서 마케팅, 콘텐츠 커머 스 등 다양한 전략이 소비자의 구매 결정에 영향을 미치고 있으며, 이는 전환율 향상으로 이어지고 있다. 결론적으로, 글로벌 이커머스 시장은 기술 혁신, 소비자 행동 변화, 그리고 기업들의 적극적인 전략 수립을 바탕으로 지속적인 성장 세를 유지할 것으로 예상된다. 다만, 각국의 규제 정책, 글로벌 경제 상황, 그리고 새로운 기술의 도입 속도 등이 향후 시장 성장의 변수로 작용할 수 있음을 주지해야 할 것이다.

이커머스 시장의 주요 플레이어(한국 시장 기준)



자료: 테넌트뉴스, 한국IR협의회 기업리서치센터

현재이든 미래이든 이커머스 시장에서 가장 큰 비중을 차지하는 곳은 중국



자료: https://www.hinrichfoundation.com/research/wp/digital/sizing-the-global-ecommerce-market/,한국IR현의회 기업리서치센터

한국 이커머스 시장은 글로벌 이커머스 시장의 고성장세와 다른 양상이 전개되는 중

D2C(Direct-to-Consumer) 이커머스 솔루션에 대한 수요 증가

한국 이커머스 시장은 글로벌 시장과는 다소 다른 양상을 보이고 있다. 급속한 성장세와 함께 중국 기업(예: 알리익스 프레스, 테무)의 적극적인 시장 진출로 인한 경쟁 심화, 해외직구 시장의 성장, 국내 기업의 글로벌화 시도, 크로스보더 이커머스의 확대, 그리고 라이브 커머스의 부상 등이 두드러진다. 특히 해외전자상거래에서의 적자 확대는 국내 이커머스 생태계에 새로운 도전과제를 제시하고 있다. 한국 소비자들이 해외 사이트에서 직접 구매하는 경우가 늘어남에 따라, 국내 이커머스 업체들의 매출이 감소하거나 경쟁력이 약화될 수 있다. 특히 중국 이커머스 기업들은 한국어 서비스, 한국 소비자 취향에 맞춘 제품 큐레이션, 그리고 빠른 배송 서비스 등을 제공하며 한국 소비자들의 관심을 끌고 있다. 특히 저렴한 가격과 다양한 제품군을 앞세워 국내 이커머스 업체들과 직접적인 경쟁 구도를 형성하고 있다.

이러한 복잡하고 역동적인 시장 환경에서, 개별 기업에 맞춤화된 이커머스 솔루션 외에도 다양한 형태의 솔루션에 대한 수요가 증가하고 있다. 예를 들어, 크로스보더 거래를 위한 다국어 지원 및 통관 자동화 시스템, 라이브 커머스 플랫폼과의 연동 기능, 해외 마켓플레이스 입점 및 관리 도구 등이 요구되고 있다. 플래티어와 같은 소프트웨어 회사들은 이러한 시장 변화에 민첩하게 대응해야 한다. 즉, 글로벌 표준을 따르면서도 한국 시장의 특수성을 반영한 솔루션 개발, 다양한 플랫폼과의 연동성 강화, 그리고 빠르게 변화하는 규제 환경에 대응할 수 있는 유연한 시스템 구축 등이 필요하다.

결론적으로, 이러한 시장 동향은 기업들이 자체적으로 고객과 직접 소통하고 거래할 수 있는 D2C(Direct-to-Consumer) 이커머스 솔루션에 대한 수요를 크게 증가시키고 있다. D2C 솔루션은 기업들이 중간 유통 단계를 거치지 않고 소비자와 직접 연결될 수 있게 함으로써, 브랜드 정체성 강화, 고객 데이터 직접 확보, 마진 개선 등의 이점을 제 공한다. 따라서 플래티어와 같은 기업들은 이러한 D2C 트렌드에 부합하는 맞춤형 솔루션을 개발하고 제공함으로써, 국내 이커머스 기업들의 경쟁력 강화와 글로벌 시장 진출을 효과적으로 지원할 수 있을 것이다.

최근 부정적 이슈로 부각된 티몬과 위메프의 정산 지연 사태는 D2C 이커머스 솔루션의 필요성을 더욱 부각시켰다. D2C 모델은 이러한 중개 플랫폼에 대한 의존도를 낮추고 기업의 자율성과 안정성을 높일 수 있는 대안으로 주목받고 있다. D2C 전략의 주요 장점으로는 첫째, 고객과의 직접적인 관계 구축을 통한 브랜드 충성도 향상을 들 수 있다. 둘째, 중간 유통 단계 제거로 인한 비용 절감과 수익성 개선이 가능하다. 셋째, 실시간 고객 데이터 수집과 분석을 통해 신속하고 정확한 의사결정이 가능해진다. 넷째, 제품 개발부터 마케팅, 판매, 고객 서비스에 이르기까지 전 과정을 기업이 직접 통제함으로써 일관된 브랜드 경험을 제공할 수 있다. 다섯째, 시장 변화에 대한 빠른 대응과 유연한 전략 수정이 가능하다. 이러한 D2C 모델의 장점들은 급변하는 이커머스 환경에서 기업들이 경쟁력을 유지하고 성장할 수 있는 핵심 요소로 작용하고 있다. 따라서 많은 기업들이 D2C 전략을 통해 시장에서의 위치를 강화하고 있으며, 이는 D2C 솔루션에 대한 수요 증가로 이어지고 있다.

이러한 맥락에서, 한국에서 성공한 D2C(Direct-to-Consumer) 이커머스 플랫폼의 주요 사례들을 살펴보는 것은 매우 중요하다. 첫째, 요가복 브랜드 안다르는 D2C 전략을 통해 놀라운 성과를 거두었다. 둘째, 코스메틱 브랜드 닥터자 르트는 자체 온라인몰을 통해 고객과 직접 소통하며 개인화된 맞춤형 서비스를 제공함으로써 고객 충성도를 높이고 있다. 이 브랜드는 디지털 기술을 활용한 피부 진단 서비스 등을 통해 온라인에서도 오프라인 매장과 유사한 경험을 제공

하며 D2C 전략에서 성공을 거두고 있다.

셋째, 글로벌 브랜드인 나이키 코리아도 한국 시장에서 D2C 전략을 성공적으로 적용했다. 자사몰과 앱을 통해 고객과 직접 소통하며 브랜드 경험을 강화하고, 이를 통해 매출 증대를 이뤄냈다. 넷째, CJ 제일제당의 'CJ 더 마켓'은 오픈마 켓과의 갈등을 계기로 D2C 전략을 강화하여 자사몰을 본격적으로 육성했다. 이를 통해 고객과의 직접 소통은 물론, 중요한 고객 데이터를 직접 확보할 수 있게 되어 마케팅 효율성을 크게 높였다.

마지막으로, 다수의 스몰 패션 브랜드들도 D2C 전략에서 성공을 거두고 있다. 바이앱스가 제공한 자료에 따르면, 앱 마케팅을 활용하는 브랜드들의 경우 70% 이상의 매출이 D2C 앱에서 발생하고 있다. 이는 소규모 브랜드들도 효과적 인 앱 전략을 통해 직접 판매 모델에서 높은 성과를 낼 수 있음을 보여준다.

이러한 성공 사례들은 한국 시장에서 D2C 전략이 성공적으로 적용될 수 있음을 명확히 보여준다. 이들 기업은 자사몰 을 통해 고객과 직접 소통하고, 맞춤형 서비스를 제공함으로써 높은 수익성과 고객 충성도를 달성했다. 또한, 중간 유 통 과정을 줄임으로써 비용을 절감하고 더 높은 마진을 확보할 수 있었다. 이러한 사례들은 향후 이커머스 솔루션 개발 에 중요한 시사점을 제공하며, 플래티어와 같은 기업들이 개발해야 할 솔루션의 방향성을 제시한다. 특히 개인화된 고 객 경험, 효과적인 데이터 활용, 그리고 옴니채널 전략의 중요성을 강조하고 있어, 이를 반영한 통합적이고 유연한 이 커머스 플랫폼의 개발이 필요할 것으로 보인다.

애슬레저 리딩 브랜드 안다르는 자체 운영하는 라이브 커머스 안다르 라이브 론칭



자료: 안다르, 한국IR협의회 기업리서치센터

나이키는 도매 판매 비중 줄이고 D2C 비중을 늘리기 위해 e머커스 강화



자료:LX인터내셔널, 한국IR협의회 기업리서치센터



1 이커머스 시장에서 기업들의 다양한 니즈를 충족시킬 수 있는 종합적인 솔루션 보유

맞춤형 이커머스 솔루션을 제공하며 확고한 시장 지위를 구축 플래티어의 첫 번째 투자포인트는 경쟁이 심화되는 한국 이커머스 시장에서 대기업 및 중견기업을 위한 맞춤형 이커머스 솔루션을 제공하며 확고한 시장 지위를 구축했다는 점이다. 2005년 2월에 설립된 이래, 플래티어는 롯데, 신세계, 현대백화점그룹 계열사들의 다양한 온라인 쇼핑몰 구축 및 운영을 통해 국내 최고의 이커머스 전문기업으로 성장해왔다. 현대자동차, 한국타이어 등 대기업 제조사의 국내외 전자상거래 플랫폼과 170여 개의 온·오프라인 유통업체 전자상거래 사이트 구축을 통해 업계에서 상당한 경험과 전문성을 축적했다.

플래티어는 이커머스 시장의 변화에 대응하여 솔루션 포트폴리오를 지속적으로 확장 및 고도화하고 있다. 특히 2021년 출시한 D2C(Direct-to-Consumer)이커머스 솔루션인 엑스투비(X2BEE)는 대기업 이커머스 사업자들의 종합 쇼핑몰/오픈마켓 구축 및 운영 경험, 그리고 현대자동차그룹의 여러 국내외 커머스 프로젝트 수행 경험을 기반으로 개발되었다. 엑스투비는 다양한 비즈니스 모델과 기업 규모에 최적화된 맞춤형 D2C 쇼핑몰 구축이 가능한 엔터프라이즈급 이커머스 솔루션으로, 패션(더한섬닷컴, 2021년), 유통(금천미트, 2023년)등 다양한 분야에 도입되어 고객의 요구사항에 부합하는 맞춤형 쇼핑몰을 개발하는 등 지속적으로 발전하고 있다.

2024년에는 국내 이커머스 솔루션 중 최초로 LLM(Large Language Model: 대규모언어모델)을 적용하여 쇼핑몰 운영에 필요한 마케팅 콘텐츠 생성, 이커머스 운영을 위한 데이터 요약 및 분석, 데이터 분석에 따른 예측과 제안 등이 가능하도록 개발 중에 있어, 기업 고객의 이커머스 운영 효율화를 극대화할 것으로 기대된다.

플래티어의 솔루션 포트폴리오는 다음과 같이 구성되어 있다:

- **이커머스 구축:** X2BEE D2C몰 구축
- **이커머스 운영-관리:** X2BEE MA 라이선스
- **이커머스 AI 마케팅:** groobee 구독 라이선스
- 디지털전환 플랫폼: DT 플랫폼 SW 라이선스

이러한 다양한 솔루션 라인업을 통해 플래티어는 기업들의 이커머스 전략 수립부터 구축, 운영, 마케팅에 이르는 전 과정을 지원할 수 있는 체계를 갖추고 있다. 특히 주목할 점은 플래티어가 단순히 일회성 구축 서비스에 그치지 않고, MA(Maintenance) 라이선스와 같은 지속적인 수익 모델을 구축하고 있다는 것이다. 이는 안정적인 수익 창출과 함께 고객과의 장기적인 관계 유지에도 도움이 된다.

또한 플래티어는 'Solution 매출 확대'를 핵심 전략으로 내세우고 있다. 이는 매출원가 없는 Solution 매출을 확대하여 수익성 및 안정성 제고를 추진하겠다는 의미이다. 이러한 전략은 플래티어의 수익 구조를 개선하고, 기업 가치를 높이는 데 기여할 것으로 예상된다.

결론적으로, 플래티어는 변화하는 이커머스 시장에서 기업들의 다양한 니즈를 충족시킬 수 있는 종합적인 솔루션 포트 폴리오를 보유하고 있으며, 지속적인 기술 혁신과 서비스 개선을 통해 이커머스 솔루션 시장에서의 경쟁력을 강화하고 있다. 대기업 고객사들과의 협력 경험, 최신 기술 도입, 그리고 다양한 산업 분야로의 확장은 플래티어가 향후 이커머 스 시장의 성장과 함께 지속적인 성장을 이어갈 수 있는 핵심 동력이 될 것으로 평가된다.

2 AI 마테크 솔루션 그루비를 통해 점진적으로 성과 창출하기 시작

롯데홈쇼핑의 경우, 그루비의 세그먼트 타겟팅 기능을 활용한 마케팅 캠페인으로 매출이 직전 3개월 대비 최대 90% 상승

플래티어의 2번째 투자 포인트는 AI 마테크 솔루션 그루비를 통해 점진적으로 성과를 창출하기 시작했다는 점이다. 그 루비는 실시간 빅데이터 처리 기술과 AI를 활용하여 고객 데이터를 수집·분석하고, 이커머스 서비스와 플랫폼에 최적 화된 개인화 마케팅 기능을 제공하는 SaaS 솔루션이다. 특히 최근 출시한 '취향 분석 세그먼트' 기능은 그루비 AI와 챗GPT를 결합하여 쇼핑몰 방문 고객들의 취향을 예측하고 그룹화하는 혁신적인 기술을 선보였다. 이 기능은 고객의 상품 탐색 데이터를 분석하여 취향을 파악하고, 유사 취향의 고객들을 자동으로 그룹화하여 마케팅 효율성을 크게 향 상시킨다. 실제로 롯데홈쇼핑의 경우, 그루비의 세그먼트 타겟팅 기능을 활용한 마케팅 캠페인으로 매출이 직전 3개월 대비 최대 90% 상승하는 놀라운 성과를 거두었다. 또한, 플래티어는 그루비의 지속적인 기능 개선과 업데이트를 통해 고객사들의 경쟁력 강화를 지원하고 있으며, 2024년 중소기업 클라우드 서비스 바우처 사업의 공급기업으로 선정되어 그 기술력과 시장성을 인정받았다. 이러한 성과들은 그루비가 이커머스 시장에서 차별화된 고객 경험을 제공하고 기업 의 성과 향상에 실질적으로 기여하고 있음을 입증하며, 플래티어의 미래 성장 동력으로의 잠재력을 보여주고 있다.

플래티어의 그루비 솔루션은 분기별 매출액에서 지속적인 성장세를 보이고 있다. 2022년 1분기 2.92억원에서 시작하 여 2023년에 들어서면서 더욱 두드러진 성장을 기록했다. 특히 2023년 2분기부터는 5억원대 매출을 돌파하여, 3분 기에 5.89억원으로 정점을 찍었다. 2024년 1분기에는 6억원의 매출을 달성하며 전년 동기 대비 37.6% 성장했다. 이 러한 추세는 그루비 솔루션의 시장 내 입지가 꾸준히 강화되고 있으며, 플래티어의 주요 성장 동력으로 자리잡고 있음 을 보여준다. 기존에 매출 비중이 높았던 사업인 시스템 구축 및 컨설팅 대비 매출 기여도가 제한적이지만, 높은 성장 률과 안정적인 수익 구조를 고려할 때 향후 회사의 수익성 개선에 중요한 역할을 할 것으로 기대된다.

2023년 11월 1일에 열린 그루비 밋업 2023 컨퍼런스 현장



자료: 플래티어, 한국IR협의회 기업리서치센터

의류 쇼핑몰에 상큼 바캉스 룩, 스포츠 브랜드 감성 컬렉션 등 세그먼트 자동 분류



자료: 플래티어, 한국IR협의회 기업리서치센터

실적 추이 및 전망

2023년 실적 리뷰

매출액은 333억 원으로 전년 대비 33.4% 감소했으며, 영업손실은 45억 원, 당기순손실은 32억 원을 기록하며 적자로 전화 플래티어의 2023년 실적 지표 중 매출액은 333억 원으로 전년 대비 33.4% 감소했으며, 영업손실은 45억 원, 당기 순손실은 32억 원을 기록하며 적자로 전환했다. 이러한 실적 부진의 주요 원인은 경기침체로 인한 전방 고객사들의 IT 투자 축소에 따른 수주 감소로 분석된다.

그러나 주목할 만한 점은 플래티어의 핵심 성장 동력인 AI 개인화 마테크 솔루션 그루비의 견고한 성장세다. 그루비 매출은 22억 원을 기록하며 전년 대비 57.9%의 성장률을 기록했다. 이는 플래티어가 상장 이후 지속적으로 추진해 온 R&D 투자의 결실이 가시화되기 시작했음을 시사한다. 이러한 실적 추이는 플래티어가 단기적인 시장 변동성에 직면해 있으나, 중장기적으로는 고성장 잠재력을 갖춘 사업 포트폴리오를 구축하고 있음을 보여준다. 특히 AI와 디지털 전한 분야에서의 꾸준한 성장은 향후 시장 환경이 개선될 경우 회사의 실적 반등을 이끌 핵심 요인이 될 것으로 전망된다.

2 2024년 1분기 실적 리뷰

매출 감소가 아쉽지만 영업손실 규모 감소와 AI 마테크 솔루션 부문의 성과는 긍정적 플래티어의 2024년 1분기 실적은 2023년에 이어 여전히 아쉬움을 남겼다. 전사 매출이 전년 동기 대비 18.0% 감소한 78억 원을 기록하며 부진한 모습을 보였다. 매출 감소의 영향으로 영업손실이 6억 원 발생했다. 다행스러운 점은 플래티어의 비용 절감 노력(외주용역비, 교육훈련비 등)에 힘입어 전년 동기(2023년 1분기 영업손실 9억 원) 대비 영업손실 규모가 감소되었다는 점이다.

비록 실적은 부진했지만, 플래티어가 현대자동차그룹, T우주, THE HANDSOME, 동원, LOTTE ON, LOTTE CARD 등 주요 고객사로부터의 지속적인 매출을 확보하며 이커머스 시장 내 입지를 유지하고 있다는 점은 긍정적이다. 특히 주목할 만한 점은 AI 마테크 솔루션 부문의 성과로, 케이카, FILA, 농심 mail, 신한카드, KOLON MALL, 더갤러리아, 우아 한형제들 등 다양한 산업군의 고객사로부터 매출이 발생해 전년 동기 대비 37.5% 성장한 6억 원의 매출을 달성했다는 것이다. 이는 플래티어의 AI 기반 솔루션이 시장에서 높은 평가를 받고 있음을 보여주는 지표로, 향후 성장의 핵심 동력이 될 것으로 기대된다.

플래티어 실적 전망 (단위: 억 원, %)

구분	2021년	2022년	2023년	2024년
매출액	419	500	333	270
YoY(%)	6.4	19.2	-33.4	-19.0
제품 솔루션(그루비, 엑스투비)	14	18	25	32
상품 솔루션(툴체인 라이선스)	23	25	28	31
IT 서비스(시스템 구축 및 컨설팅)	228	345	185	107
시스템 운영 및 지원	154	112	95	100
영업이익 (십억원)	41	32	-45	-27
YoY(%)	13.9	-23.1	적자전환	적자축소
OP 마진(%)	9.9	6.4	-13.6	-10.0
순이익 (십억원)	42	40	-32	-31
EPS (원)	584	479	-388	-376
YoY(%)	30.5	-17.8	적자전환	적지
ROE (%)	16.1	8.7	-7.2	-7.7
자 본총 계	435	471	424	392
BPS	5,261	5,698	5,066	4,677
YoY(%)	N/A	-44.4	적자전환	-7.7
부채비율	20.0	19.9	26.5	27.7

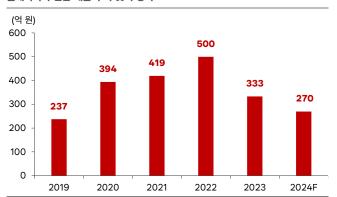
자료: 플래티어, 한국IR협의회 기업리서치센터

3 2024년 연간 실적 전망

2024년 매출은 전년 대비 감소한 270억 원, 영업손실은 전년 대비 축소된 27억 원으로 전망 플래티어의 2024년 매출은 전년 대비 감소한 270억 원, 영업손실은 전년 대비 축소된 27억 원으로 전망된다. 티몬과 위메프 사태로 이커머스 시장의 혼란이 가중되는 가운데, 알리익스프레스, 테무, 쉬인 등 중국 직구 이커머스 플랫폼의 약진으로 국내 이커머스 시장 경쟁이 더욱 치열해졌다. 이에 한국 대기업들이 이커머스 플랫폼 투자에 더욱 선별적인 태도를 보이면서 플래티어의 실적에 부정적인 영향을 미칠 것으로 예상된다. 매출이 감소하는 와중에, 플래티어의 지속적인 비용 절감 노력에 힘입어 영업손실이 전년 대비 축소되는 것은 긍정적인 신호로 볼 수 있다.

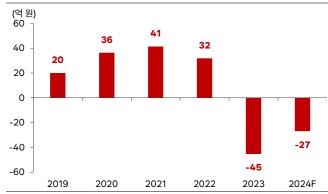
다만, 소비자들의 AI 쇼핑 어시스턴트에 대한 니즈가 커지고 있어 중장기적으로는 실적 개선의 가능성이 있다. 최근 시장 조사에 따르면 응답자의 53%가 AI 쇼핑 어시스턴트 활용 의향이 있다고 답했으며, 43%는 AI 기능 지원 여부가 이커머스 플랫폼 선택에 영향을 미친다고 응답했다. 특히 제품 문의·상담, 재고·가격·프로모션 안내, 정확도 높은 상품 검색 등의 기능에 대한 수요가 높은 것으로 나타났다. 이러한 시장 트렌드에 발맞춰 플래티어의 AI 마테크 솔루션 '그루비'의 실적 기여가 확대될 것으로 기대된다. 실제로 그루비의 분기별 매출은 꾸준한 성장세를 보이고 있으며, 2024년 1분기에는 6억 원의 매출을 달성하며 전년 동기 대비 37.6% 성장했다. 이러한 추세가 지속된다면 2025년에는 플래티어의 전반적인 실적 개선 가능성이 높아질 것으로 전망된다. 더불어, 플래티어는 이커머스 시장의 변화에 대응하여 D2C(Direct-to-Consumer) 이커머스 솔루션인 엑스투비(X2BEE)를 지속적으로 발전시키고 있다. 2024년에는 국내 이커머스 솔루션 중 최초로 LLM(Large Language Model)을 적용하여 쇼핑몰 운영에 필요한 마케팅 콘텐츠 생성, 이커머스 운영을 위한 데이터 요약 및 분석, 데이터 분석에 따른 예측과 제안 등이 가능하도록 개발 중이다. 이는 기업고객의 이커머스 운영 효율화를 극대화할 것으로 기대되며, 플래티어의 중장기적 경쟁력 강화에 기여할 것으로 보인다.

플래티어의 연간 매출 추이 및 추정치



자료: 플래티어, 한국IR협의회 기업리서치센터

플래티어의 연간 영업이익 추이 및 추정치



자료: 플래티어, 한국IR협의회 기업리서치센터



동종 업종의 P/S 밸류에이션을 비교해보면 AI로의 전환이 빠른 기업은 상대적으로 고평가 받아

더존비즈온의 사례를 참고했을 때 플래티어의 경우, 그루비 솔루션, 엑스투비 솔루션의 매출 기여가 좀 더 커지거나 애널리스트 추정치와 달리 적자가 더욱 빠르게 축소된다면 밸류에이션 레벨업 가능

플래티어와 유사한 사업 영역을 영위하는 기업들로는 오브젠(마테크), 더존비즈온(AI 기반 비즈니스 플랫폼), 현대오토 에버(현대자동차그룹의 소프트웨어 전문업체), 지어소프트(유통 및 자사 이커머스), 신세계 L&C(유통 분야의 리테일테 크 강자) 등을 꼽을 수 있다. 플래티어의 실적이 2023년에 이어 2024년에도 적자이고, 유의미한 주당순이익(EPS) 산 출 및 P/E (Price to Earnings ratio) 계산이 어려우므로 이들 기업의 P/S 밸류에이션을 비교해보자.

플래티어의 2023년 실적 기준 P/S 밸류에이션은 2.2배로 오브젠(5.0배)이나 더존비즈온(2.6배)보다는 낮고 현대오토 에버(1.9배)보다는 높은 편이다. AI 기반 마테크 솔루션과 D2C 고객용 엑스투비 솔루션에서 성과가 나고 있다는 점이 플래티어의 2023년 P/S 밸류에이션에 긍정적 영향을 끼친 것으로 판단된다. 2024년 P/S 밸류에이션을 평가해도 유 사한 결론을 내릴 수 있다. 플래티어의 2024년 P/S 밸류에이션 1.5배는 현대오토에버(1.2배)보다 여전히 높다.

동종 업종에서 P/S 밸류에이션이 높은 기업은 더존비즈온이다. 더존비즈온의 P/S 밸류에이션은 2023년 2.6배, 2024 년 4.3배로 높은 편에 속한다. 기존 솔루션과 AI의 결합 가시성 때문이다. 더존비즈온이 인공지능 기업으로의 진화를 선언한 이후 출시된 차세대 ERP 아마란스10은 AI를 접목한 기술을 선보여 화제가 되고 있다. 문서 작성부터 텍스트의 분석 및 요약, 자동 번역, 데이터 분석 및 요약, 음성 인식, 데이터 추적 및 검증, 자연어 질의 및 응답, 보고서 자동 생 성에 이르기까지 간소화하고 자동화한다. 회의 내용을 실시간으로 번역하고 요약하여 보고서 형태로 제공하거나, 전자 결재 본문과 첨부된 문서의 내용을 비교하여 오류를 검증하는 기능을 제공한다. 이와 더불어 더존비즈온이 1988년에 상장한 이후 소프트웨어 진영의 대표주로 자리매김한 것도 P/S 밸류에이션 고평가의 이유라고 판단된다.

플래티어의 경우 상장한지 5년이 되지 않았고 소프트웨어 상장 기업 중에 덜 알려져 있다는 점에서 이쉽다. 그러나 더 존비즈온처럼 AI 기반 솔루션 매출을 확대하기 위해 노력 중이다. 그루비 솔루션, 엑스투비 솔루션의 매출 기여가 좀 더 커지거나 애널리스트 추정치와 달리 적자가 더욱 빠르게 축소된다면 밸류에이션 레벨업이 가능할 것으로 전망된다.

동종 업종의 실적 컨센서스 및 밸류에이션

(단위: 억 원, 배)

기업명	매출액		영업이익		P/S	
186	2023	2024F	2023	2024F	2023	2024F
코스피	35,309,367	28,937,567	1,717,567	2,775,002	0.6	0.6
코스닥	3,317,332	1,067,692	110,789	101,600	1.9	1.6
플래티어	333	270	-45	-27	2.2	1.5
오브젠	170	n/a	-58	N/A	5.0	N/A
더존비즈온	3,536	4,072	691	835	2.6	4.3
현대오토에버	30,650	35,322	1,814	2,312	1.9	1.2
지어소프트	5,089	5,849	152	309	0.3	N/A
신세계 I&C	6,189	N/A	400	N/A	0.3	N/A

주: 플래티어는 당사 추정치 반영, 타사는 컨센서스 기준

자료: QuantiWise, 한국IR협의회 기업리서치센터



한국 이커머스 시장의 불확실성이 플래티어의 주요 리스크 요인

플래티어는 한국 이커머스 시장의 변동성에 직면해 있으나, AI 기반 마테크 및 D2C 솔루션 기업으로의 전환을 통해 장기적 경쟁력 확보를 모색 플래티어의 주요 리스크 요인은 한국 이커머스 시장의 다양한 변수에 있다. 내수 경기 동향과 별개로 한국 이커머스 시장에서 개별 기업의 투자가 확대되면 플래티어의 실적에 긍정적일 수 있다. 그러나 2023년과 2024년 1분기에 나타 났듯이, 알리익스프레스(AliExpress), 테무(Temu), 쉬인(Shein) 등 해외 이커머스 플랫폼이 한국 시장에 적극적으로 진출하거나, 티몬과 위메프 사태와 같은 국내 이커머스 기업의 유동성 위기가 발생하여 토종 이커머스 업종에서 전반적인 투자 심리가 위축될 경우 플래티어의 실적 부진이 지속될 수 있다.

이러한 시장 환경의 불확실성에도 불구하고, 플래티어가 AI 기반 마테크(MarTech) 솔루션 및 D2C(Direct-to-Consumer) 기반 이커머스 솔루션 기업으로의 전환을 추진하는 전략은 주목할 만하다. AI와 D2C는 현재 이커머스 산업에서 피할 수 없는 거대한 흐름이기 때문이다. 실제로 글로벌 IT 기업들의 행보를 보면 이러한 트렌드를 확인할 수 있다.

SAP SE는 고객 인게이지먼트 플랫폼인 Emarsys를 인수하여 이커머스 역량을 강화했다. Salesforce.com, Inc.는 이커머스 플랫폼 기업인 Demandware를 인수하여 Commerce Cloud를 출시했다. Adobe Inc.는 Magento를 인수함으로써 자사의 Experience Cloud에 이커머스 기능을 통합했다. Alphabet Inc.(Google)는 Shopify와 전략적 파트너십을 체결하여 온라인 상거래 영역에서의 경쟁력을 높이고 있다. 이러한 글로벌 기업들의 움직임은 이커머스 플랫폼의 중요성과 성장 잠재력을 반영하고 있다.

장기적으로 이커머스 시장은 웹 기반, 앱 기반, 라이브 커머스 기반 등 다양한 형태로 진화하며 지속적인 성장을 이어 갈 것으로 전망된다. 이는 전 세계적인 디지털 전환(Digital Transformation)의 흐름과 맞물려 더욱 가속화될 것이다.

결론적으로, 플래티어가 AI 기반 마테크 솔루션 및 D2C 기반 이커머스 솔루션 기업으로의 변화를 추진하는 전략은 장 기적인 관점에서 긍정적으로 평가할 수 있다. 이는 글로벌 기업들의 전략과도 부합하며, 빠르게 변화하는 이커머스 시장에 대응하기 위한 적절한 방향으로 보인다.

다만, 이러한 전환이 실제 실적 개선으로 이어지기까지는 상당한 시간과 투자가 필요할 것이며, 시장 환경의 변화와 경쟁 심화 등 여러 위험 요인들이 존재한다는 점을 고려해야 한다. 특히 글로벌 기업들과의 기술 격차, 국내 시장의 특수성, 그리고 자금력 등에서 플래티어가 직면할 수 있는 도전은 무시할 수 없다.

따라서 투자자들은 플래티어의 전략 실행 능력과 시장에서의 입지 변화를 주의 깊게 관찰할 필요가 있다. 플래티어가 이러한 전환을 성공적으로 이뤄내고 시장에서 차별화된 가치를 창출할 수 있을지, 그리고 이것이 실제 재무적 성과로 이어질 수 있을지에 대해 지속적인 모니터링이 필요할 것이다.

포괄손익계산서

(억원)	2020	2021	2022	2023	2024F
매출액	394	419	500	333	270
증가율(%)	66.1	6.4	19.2	-33.4	-19.0
매출원가	0	0	0	0	0
매출원가율(%)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
매출총이익	394	419	500	333	270
매출이익률(%)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
판매관리비	357	378	468	378	297
판관비율(%)	90.6	90.2	93.6	113.5	110.0
EBITDA	44	50	41	-33	4
EBITDA 이익률(%)	11.2	11.9	8.1	-9.9	1.6
증가율(%)	95.8	12.7	-18.6	적전	흑전
영업이익	36	41	32	-45	-27
영업이익률(%)	9.2	9.9	6.4	-13.6	-10.0
증가율(%)	81.3	13.9	-23.1	적전	적지
영업외손익	-9	2	-3	-5	-7
금융수익	1	2	5	9	9
금융비용	11	2	5	1	1
기타영업외손익	1	2	-4	-13	-14
종속/관계기업관련손익	3	3	10	0	0
세전계속사업이익	31	46	39	-50	-34
증가율(%)	49.0	50.0	-16.0	적전	적지
법인세비용	4	5	-1	-18	-2
계속사업이익	27	42	40	-32	-31
중단사업이익	0	0	0	0	0
당기순이익	27	42	40	-32	-31
당기순이익률(%)	6.8	10.0	7.9	-9.7	-11.7
증가율(%)	26.9	55.5	-5.0	적전	적지
지배주주지분 순이익	27	42	40	-32	-31

재무상태표

(억원)	2020	2021	2022	2023	2024F
유동자산	160	410	356	281	276
현금성자산	53	66	152	40	61
단기투자자산	47	241	69	151	142
매출채권	44	31	70	63	51
재고자산	0	0	0	0	0
기타유동자산	16	72	64	26	21
비유동자산	117	112	210	255	225
유형자산	10	8	8	25	2
무형자산	43	46	119	150	146
투자자산	27	24	45	37	35
기타비유동자산	37	34	38	43	42
	277	522	565	536	501
유동부채	67	76	85	100	98
단기차입금	0	0	0	10	15
매입채무	0	3	0	0	0
기타유동부채	67	73	85	90	83
비유동부채	125	11	9	13	11
사채	0	0	0	0	0
장기차입금	3	0	0	0	0
기타비유동부채	122	11	9	13	11
부채총계	192	87	94	112	109
 지배주주지분	84	435	471	424	392
자본금	20	41	41	42	42
자본잉여금	-3	281	281	289	289
자본조정 등	-10	-6	-9	-33	-33
기타포괄이익누계액	0	0	0	0	0
이익잉여금	77	119	159	126	95
	84	435	471	424	392

현금흐름표

(억원)	2020	2021	2022	2023	2024F
영업활동으로인한현금흐름	37	34	16	23	-1
당기순이익	27	42	40	-32	-31
유형자산 상각비	7	7	8	9	27
무형자산 상각비	1	1	1	3	4
외환손익	1	1	6	1	0
운전자본의감소(증가)	-11	-16	-25	56	-1
기타	12	-1	-14	-14	0
투자활동으로인한현금흐름	-43	-198	83	-126	8
투자자산의 감소(증가)	-18	-51	50	-21	3
유형자산의 감소	0	0	0	1	0
유형자산의 증가(CAPEX)	-4	-5	-2	-5	-4
기타	-21	-142	35	-101	9
재무활동으로인한현금흐름	23	177	-12	-11	14
차입금의 증가(감소)	-1	-15	0	10	10
사채의증가(감소)	0	0	0	0	4
자본의 증가	16	195	0	0	0
배당금	0	0	0	0	0
기타	8	-3	-12	-21	0
기타현금흐름	-1	1	-0	2	0
현금의증가(감소)	16	13	86	-112	22
기초현금	37	53	66	152	40
기말현금	53	66	152	40	61

주요투자지표

	2020	2021	2022	2023	2024F
P/E(배)	0.0	37.7	21.0	N/A	N/A
P/B(배)	0.0	4.2	1.8	1.7	1.0
P/S(배)	0.0	3.8	1.7	2.2	1.5
EV/EBITDA(배)	0.8	30.5	15.2	N/A	54.8
배당수익률(%)	N/A	0.0	0.0	0.0	0.0
EPS(원)	447	584	479	-388	-376
BPS(원)	1,314	5,261	5,698	5,066	4,677
SPS(원)	6,560	5,857	6,041	3,995	3,216
DPS(원)	0	0	0	0	0
수익성(%)					
ROE	39.6	16.1	8.7	-7.2	-7.7
ROA	11.1	10.4	7.3	-5.9	-6.1
ROIC	48.5	53.2	20.7	-26.7	-15.2
안정성(%)					
유동비율	238.5	538.7	420.2	281.9	282.4
부채비율	228.2	20.0	19.9	26.5	27.7
순차입금비율	40.9	-68.7	-45.4	-40.6	-43.3
이자보상배율	41.1	46.7	92.6	-74.0	-22.2
활동성(%)					
총자산회전율	1.6	1.0	0.9	0.6	0.5
매출채권회전율	10.4	11.2	9.9	5.0	4.7
재고자산회전율	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

최근 3개월간 한국거래소 시장경보제도 지정 여부

시장경보제도란?

한국거래소 시장감시위원회는 투기적이거나 불공정거래 개연성이 있는 종목 또는 주가가 비정상적으로 급등한 종목에 대해 투자자주의 환기 등을 통해 불공 정거래를 사전에 예방하기 위한 제도를 시행하고 있습니다. 시장경보제도는 투자주의종목 투자경고종목 투자위험종목의 단계를 거쳐 이루어지게 됩니다.

※관련근거: 시장감시규정 제5조의2, 제5조의3 및 시장감시규정 시행세칙 제3조~제3조의 7

종목 명	투자주의종목	투자경고종목	투자위험종목
플래티어	X	X	X

Compliance notice

본 보고서는 한국거래소, 한국예탁결제원과, 한국증권금융이 공동으로 출연한 한국R협의회 산하 독립 (리서치) 조직인 기업리서치센터가 작성한 기업분석 보고서입니다. 본 자료는 시기총액 5천억원 미만 중소형 기업에 대한 무상 보고서로, 투자자들에게 국내 중소형 상장사에 대한 양질의 투자 정보 제공 및 건전한 투자문화 정착을 위해 작성되었습니다.

- 당사 리서치센터는 본 자료를 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 본 자료를 작성한 애널리스트는 자료작성일 현재 해당 종목과 재산적 이해관계가 없습니다.
- 본 자료를 작성한 애널리스트와 그 배우자 등 관계자는 자료 작성일 현재 조사분석 대상법인의 금융투자상품 및 권리를 보유하고 있지 않습니다.
- 본 자료는 중소형 기업 소개를 위해 작성되었으며, 매수 및 매도 추천 의견은 포함하고 있지 않습니다.
- 본 자료에 게재된 내용은 애널리스트의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 신의 성실하게 작성되었음을 확인합니다.
- 본 자료는 투자자들의 투자판단에 참고가 되는 정보제공을 목적으로 배포되는 자료입니다. 본 자료에 수록된 내용은 자료제공일 현재 시점의 당사 리서치센터의 추정치로서 오차가 발생할 수 있으며 정확성이나 완벽성은 보장하지 않습니다.
- 본 조사자료는 투자 참고 자료로만 활용하시기 비라며, 어떠한 경우에도 투자자의 투자 결과에 대한 법적 책임 소재의 증빙자료로 사용될 수 없습니다.
- 본 조사자료의 지적재산권은 당사에 있으므로, 당사의 허락 없이 무단 복제 및 배포할 수 없습니다.
- 본 자료는 텔레그램에서 "한국R협의회(https://t.me/kirsofficial)" 채널을 추가하시어 보고서 발간 소식을 안내받으실 수 있습니다.
- 한국R협의회가 운영하는 유튜브 채널 'IRTV'에서 1) 애널리스트가 직접 취재한 기업탐방으로 CEO인터뷰 등이 있는 '小中한탐방과 2) 기업보고서 심층해실방송인 '小中한 리포트 가치보기'를 보실 수 있습니다.