유진투자증권

2019. 05. 07

Issue Report: 엔터테인먼트

K-POP은 왜 미국에 진출하는가?

미국 음악 시장에 대한 점검과 NCT 127 콘서트 현장 후기



미디어/엔터 한상웅
Tel. 02)368-6139
sangwoung@eugenefn.com



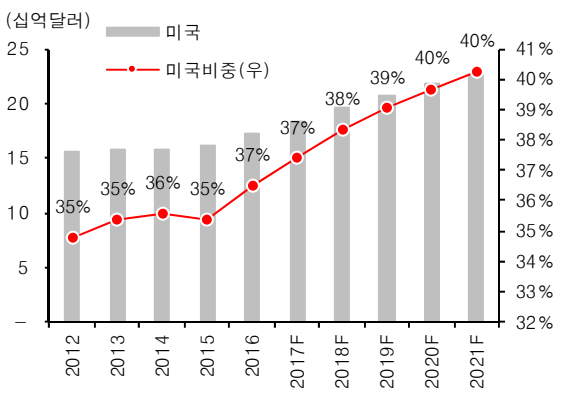
Summary

K-pop 아티스트의 북미 시장 진출이 이전보다 활발하게 이뤄지고 있다. BTS는 빌보드 수상, 그래미 어워드 시상자로 나서며, 한국을 대표하는 글로벌 아티스트로 성장했다. NCT 127은 월드투어의 첫 시작지로 전 세계 음악 산업에 있어서 규모와 성숙도 면에서 단연 1위의 시장인 미국을 선택했다. 이를 통해 K-pop에 대한 미국 시장의 변화된 인식을 엿볼 수 있다.

글로벌 시장과 북미 시장에서 K-pop은 더 이상 일회성 열풍으로 치부될 수 없다. 당사에서는 K-pop이 하나의 음악장르로서 북미 시장에 성공적으로 안착할 것으로 판단한다. 이는 1) K-pop이 앨범판매량이 선정 기준인 Billboard 200 차트 진입에서 곡의 인기 및 대중성을 중시하는 Hot 100 차트로 진입 확대, 2) 일부 아티스트의 유튜브 조회수 1위 국가가 미국으로 집계, 3) K-pop 아티스트의 미국 방송출연 분의 유튜브 조회가 타 콘텐츠 대비 월등히 높아 인터넷 매체 중심의 소비자층에 미치는 영향이 상당한 것으로 파악되기 때문이다.

이에 당사에서는 **K-pop 아티스트의 북미 시장 진출의 의미와 K-pop의 지속적인 성공가능성을 확인**해보고자 한다.

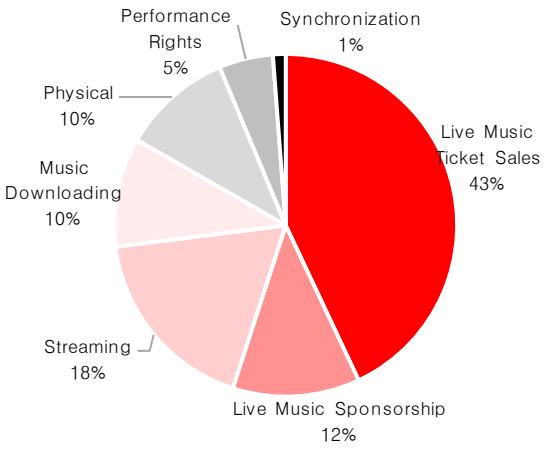
전 세계 음악 시장 내 미국 시장 비중 및 전망: 전 세계 1위의 압도적 규모를 보여주는 미국 시장



자료: PwC, 유진투자증권

- 국제음반산업협회(IFPI)에 따르면, 전 세계 음반 시장규모는 191억 달러(약 21.7조원)로 2014년까지 감소세를 보여왔으나, **음악 스트리밍 서비스 확대에 따라 재성장**세로 돌아섬
- 보다 큰 음악 산업(콘서트, 디지털 라디오 등 포함)의 규모는 2018년 기준으로 515억 달러(약 58.5조원)이며, **미국의 시장규모만 196억 달러(약 22.3조원)로 추정**
- 전 세계 음악 시장은 2021년까지 570억 달러 규모로 성장할 것으로 예상. **전 세계 음악 산업에서 미국이 차지하는 비중만 약 38%(2018년 기준)로 압도적인 1위**의 시장임

미국 음악산업 부문별 비중(2017): 라이브 공연은 대체재가 없다는 측면에서 지속적인 성장을 전망



자료: PwC, 유진투자증권

- 시장 조사기관인 PwC에 따르면 **미국 전체 음악시장에서 라이브 공연(Live Music Ticket Sales, Live Music Sponsorship) 관련 시장의 비중은 55%(2017년 기준)**에 이르는 것으로 추산
- 미국 시장의 경우 단순 라이브 공연의 티켓 판매 이외에 티켓재판매 시장도 활성화 되어 있음. 국내에서는 암표시장으로 치부되는 것과 달리 **양도시장의 개념으로 1차 티켓판매 시장 대비 30~50% 수준의 2차 티켓 판매 시장이 형성**
- 라이브 공연 시장은 물리적 음반 시장의 규모 축소와 광고 기반의 무료 음원 서비스 확대에 따라 감소하는 레코드 레이블, 아티스트, 저작권자의 이익 감소를 상쇄할 수 있는 대안으로서 **라이브 공연 시장은 지속적인 확대가 예상**

빌보드의 핵심차트 Hot 100, Billboard 200 비교: Hot 100은 음원차트로 대중성이 중요 vs. Billboard200은 앨범차트로 팬덤이 중요

	Hot 100	Billboard 200
정의	국내 멜론, 지니뮤직과 같이 곡 하나하나의 순위를 매기는 음원차트	앨범의 순위를 정하는 음반차트
선정 기준	1) 인터넷 음원 다운로드 횟수 2) 미국 내 라디오 방송 선곡 횟수 3) 온디맨드(On-demand) 음원 다운로드 횟수 4) 유튜브 조회수	1) 앨범 판매량 2) 디지털 음원 다운로드 환산 음반 판매량 3) 스트리밍 횟수 환산 음반 판매량의 합산

자료: 유진투자증권

- Hot 100은 곡 하나하나의 순위를 매기는 음원차트. 해당 차트의 순위는 1) 인터넷 음원 다운로드 횟수, 2) 미국 내 라디오 방송 선곡 횟수, 3) 온디맨드(On-demand) 음원 다운로드 횟수, 4) 유튜브 조회수가 합산되어 선정
- Billboard 200은 앨범의 순위를 정하는 음반차트. 해당 차트의 선정은 1) 앨범 판매량, 2) 디지털 음원 다운로드 환산 음반 판매량, 3) 스트리밍 횟수 환산 음반 판매량의 합산
- Billboard 200의 디지털 음원 환산은 10회의 다운로드를 TEA(Track Equivalent Album)으로 규정, 1,500회의 스트리밍을 SEA(Streaming Equivalent Album)으로 규정해 음반 1장 판매로 환산함

SM 주요 아티스트의 데뷔 후 첫 월드투어 시기 비교: NCT의 월드투어 가장 빨라

구분	데뷔	첫 월드투어(데뷔 이후 소요 개월)
NCT	2016.07	30
엑소	2012.04	34
레드벨벳	2014.08	48
샤이니	2008.05	69
소녀시대	2007.08	69
슈퍼주니어	2005.11	72

자료: 유진투자증권

- NCT 127의 월드투어는 SM 소속 아티스트 중 최단시간에 이뤄짐. 엑소가 데뷔 이후 34개월만에 월드투어를 진행한 반면, **NCT 127은 데뷔 이후 30개월만에 월드투어를 진행**하는 만큼 향후 인지도 및 성장 가능성이 높다는 판단
- 또한 NCT 127의 유튜브 구독자 수 증가 추세와 미국이 채널 조회 상위국가 1위를 기록하고 있는 점은 북미 시장에서의 성공여부를 가늠할 수 있는 중요한 요소
- GMA의 공식 채널에 업로드 된 콘텐츠 상위 30개 중 국내 아티스타가 출연한 콘텐츠의 수는 3개이며, **일별 조회수를 단순 계산하면 K-pop 아티스트가 출연한 콘텐츠의 조회수가 높음**

콘서트의 필수품 응원봉: NCT 127의 응원봉은 무대 콘솔의 제어를 통해 색상이 변경되어 아티스트와의 소속감 극대화



자료: 유진투자증권

- **NCT 127의 응원봉은 무대의 구성(곡, 조명 등)에 따라 자동으로 꺼지거나, 색이 변경**되어 무대 및 아티스트와 팬이 함께 하고 있다는 의미 부여가 가능
- 중앙 콘솔에서 제어를 통해 응원봉의 색상 변경이 이뤄지고, 아티스트가 함께 응원봉을 흔들면서 아티스트와 팬의 일체감을 형성하는데 기여함

뉴욕 거리를 활보한 NCT 127 월드투어 홍보 버스: 팬들의 관심과 흥미 극대화 및 SNS를 활용한 마케팅까지 가미



자료: 유진투자증권

- 2016년 7월 데뷔한 **NCT 127은 NCT의 두 번째 서브 그룹**으로 '127'은 서울의 경도를 의미. 한국, 일본 등 아시아 중심의 멤버로 구성되었으며, 서울의 경도인 127을 통해 K-pop을 전 세계에 알리겠다는 포부를 담음
- NCT 127은 2019년 1월 26일 서울을 시작으로, 2019년 3월 31일까지 일본 콘서트 투어를 완료했으며, **2019년 4월 24일부터 북미, 남미, 유럽을 이어가는 월드투어를 본격화**
- 당사에서는 아시아를 제외한 월드투어의 첫 시작지인 미국 뉴왁(Newark)의 프루덴셜 센터(Prudential Center)에서 진행 된 콘서트를 직접 참관

NCT 127 콘서트장 현장: 팬들에게 신규 앨범 수록곡을 선공개함으로써 팬서비스 및 퍼포먼스 극대화



자료: 유진투자증권

- 첫 월드투어를 시작하기에 앞서 NCT 127은 미국 유명 프로그램인 굿모닝 아메리카(Good Morning America), 스트라한&사라(Strahan and Sara)에 출연해 월드 투어의 시작, 차세대 K-pop 아티스트로 주목 받음
- 신곡 Jet Lag, Superhuman 이외에 콘서트 중간에 상영 된 뮤직비디오(Highway to Heaven)까지 포함하여 **총 3곡(신규앨범)이 콘서트에 참석한 팬들에게만 선공개**
- 팬들에게 콘서트장을 신규 앨범 수록 곡을 최초로 접할 수 있는 장소로 만듦으로써 퍼포먼스를 극대화

MD 상품 구매를 위한 팬들의 대기 행렬: 오프라인으로 구매할 수 있는 유일한 창구



자료: 유진투자증권

- MD 상품은 팬들에게는 필수적으로 구매해야하는 제품임. 특히 콘서트를 직접 관람하는 **팬들은 소속감, 일체감을 위해서 응원봉을 구매**함
- 해외 콘서트의 경우, MD 상품을 오프라인으로 구매할 수 있는 유일한 장소가 콘서트장이기 때문에 팬들의 구매로 이어지는 경우가 많음

Contents

I. 미국 음악 산업 6

1. 미국의 인구구조를 보면 K-pop은 대중성을 확보
2. 방송출연은 마케팅이 아닌 K-pop 소비층을 대변
3. 미국, 압도적인 전 세계 1위의 시장
4. 미국 음악 시장의 현황
5. 라이브 공연(콘서트, 페스티벌) 시장 현황
6. 북미 아티스트의 월드투어 사례: 아리아나 그란데

II. 빌보드(Billboard) 파헤치기 18

1. 빌보드란?
2. Hot 100, Billboard 200
3. 국내 아티스트의 빌보드 진입 현황
4. Social 50

III. NCT 127 첫 월드투어 시작 24

1. NCT 127 1st Tour: 'NEO CITY – The Origin'
2. 콘서트 홍보
3. 콘서트 퍼포먼스: 미국 내 인기 확인
4. MD 상품
5. NCT 앨범 판매량 추이
6. NCT 127 파헤치기

에스엠(041510.KQ) 35

I. 미국 음악 산업

1. 미국의 인구구조를 보면 K-pop은 대중성을 확보

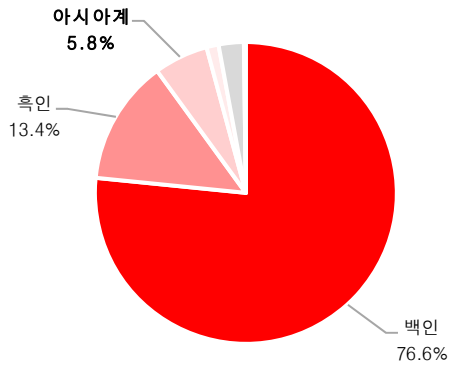
미국 인구를 인종별로 살펴보면 백인 76.6%, 흑인 13.4%인 반면 아시아계의 비중은 5.8%에 불과하다. 또한 순수 아시아인(혼혈 제외) 가운데 한국인의 비율은 9.7% 수준이다. 즉, 전체 미국인구의 구성에서 한국인의 비중은 현저히 낮고, 아시아인의 비중도 매우 낮은 편이다.

따라서 K-pop의 미국 시장 진출은 아시아인과 한국인의 영향으로 이뤄진 것으로 볼 수 없다. 다양성이 공존하는 미국 시장에서 K-pop은 특정 인종/국가에서 유행하는 문화가 아니라, 미국 전반에서 대중성을 확보하고 있는 것이다. 미국 라디오 시장에서 비(非)영어의 언어의 음악은 선곡에서 제외되어왔으나, 최근에는 K-pop을 선곡하는 사례가 대중성을 보여주는 대표적인 사례다.

미국 유튜브 내 주간 인기곡(19.04.19~19.04.25) 상위 100개에 한국 아티스트 BTS, 블랙핑크, 트와이스가 순위권에 진입해 있고, 주간 인기 뮤직비디오 순위에도 한국 아티스트가 차트에 진입해있다. 이제 미국 내 **K-pop은 특정 아티스트에 국한되는 것이 아니라, 하나의 음악 장르로 인정받음과 동시에 대중성을 확보하는 시기에 진입했다는 판단**이다.

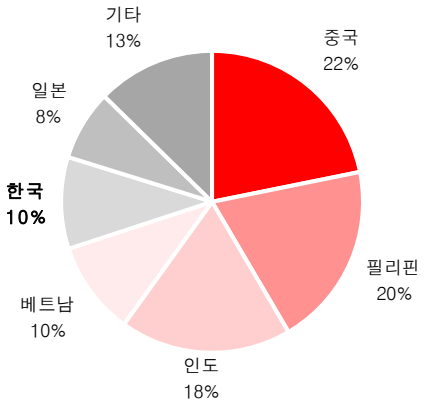
한국 아티스트에게 미국 시장은 더 이상 도전의 땅이 아니다. 미국 음악의 주류 시장으로 진입하고 있는 K-pop은 하나의 독특한 장르로 인정받고 있어, 미국 시장에 직접 진출하지 않더라도 인지도를 확보할 수 있는 시장이 됐다. 따라서 앞으로 컴백, 데뷔하는 아티스트들은 지금보다 더 많은 미국의 관심을 바탕으로 대중성을 확보해 나갈 것으로 기대된다.

도표 1 미국 내 인종별 인구 구성



자료: 미국 통계국, 유진투자증권

도표 2 미국 내 아시아 인구 중 한국인 비중 10%에 불과



자료: 미국 통계국, 유진투자증권

도표 3 미국 유튜브 주간 인기곡 Top 100 내 한국 아티스트 현황

순위	가수		노래	차트 지속기간(주)	주간 조회수(백만)
23	BTS		Boy With Luv(feat. Halsey)	2	4.98
35	BLACKPINK		Kill This Love	4	3.78
61	TWICE		FANCY	1	2.51

자료: Youtube, 유진투자증권
주: 2019.04.19~2019.04.25 주간 기준

도표 4 미국 유튜브 주간 인기 뮤직비디오 Top 100 내 한국 아티스트 현황

순위	가수		노래	차트 지속기간(주)	주간 조회수(백만)
5	BTS		Boy With Luv(feat. Halsey)	2	4.59
46	TWICE		FANCY	1	1.97
55	BLACKPINK		Kill This Love	4	1.64

자료: Youtube, 유진투자증권
주: 2019.04.19~2019.04.25 주간 기준

2. 방송출연은 마케팅이 아닌 K-pop 소비층을 대변

K-pop 아티스트의 미국 방송 출연은 광고 수익 확보를 위한 방송국의 출연자 선정임

K-pop 아티스트의 북미 진출에서 빠지지 않고 등장하는 것이 미국 프로그램 출연에 관한 내용이다. 일반적으로 신곡 홍보를 위한 출연이 잦기 때문에, 미국 방송 출연을 홍보의 수단으로 생각하기 쉽다.

그러나 방송국의 프로그램 및 출연진 결정은 해당 프로그램의 시청률과 밀접한 관련이 있고, 시청률은 방송국의 광고 수익과 직결된다. 따라서 단순하게 K-pop 아티스트가 홍보를 위해서 미국 방송에 출연을 결정지을 수 없다. 미국 방송(GMA: Good Moring America, 지미 키멜쇼, 지미 팰런쇼 등)을 비롯해 빌보드, 애플뮤직에 **국내 아티스트의 출연이 지속되는 이유는 명확하다. 바로 시청자의 반응**이다.

하나의 사례로 GMA를 보면, 생방송으로 송출된 방송 분량은 재편집 후 유튜브에 업로드되고 있다. 방송매체와 인터넷 플랫폼의 경계가 무너지고 있는 상황에서, 감소하는 TV 광고 수익을 보완하기 위해서는 유튜브 광고 수익의 실현이 중요하기 때문이다. GMA의 공식 채널에 업로드 된 콘텐츠 상위 30개 중 국내 아티스트가 출연한 콘텐츠의 수는 3개 이다(도표 5번 참조). GMA 콘텐츠를 좋아요 수를 기준으로 보면 상위 10개 중 4개가 K-pop 관련 콘텐츠다. 각각의 콘텐츠가 업로드 된 시점이 다르다는 점을 감안해서 일별 조회수를 단순 계산해보면, **K-pop 아티스트가 출연한 콘텐츠의 일별조회수가 높다는 것을 확인**할 수 있다(도표 7번 참조).

도표 5 GMA 공식 유튜브 내 조회수 상위 콘텐츠

순위	구분		업로드 일자	D+(업로드 이후)	조회수
1	방송인	Gordon Ramsay	2017-05-24	705	37,840,350
2	일반인		2017-01-11	838	21,631,728
3	일반인		2017-12-05	510	15,977,385
4	일반인		2017-07-25	643	14,408,686
5	방송인	Benedict Cumberbatch	2017-07-18	650	6,824,978
6	일반인		2016-06-29	1034	6,071,291
7	일반인	youngest flexer	2018-05-23	341	4,401,540
8	운동선수	체조선수	2019-01-17	102	4,171,851
9	방송인	Jennifer Lawrence	2016-12-07	873	3,667,437
10	방송인	Sam Elliott	2018-10-03	208	3,501,194
11	영화	겨울왕국	2018-05-30	334	3,475,035
12	방송인	Michelle Obama	2018-11-13	167	3,307,564
13	일반인		2017-08-07	630	3,188,928
14	**방송인**	**Blackpink**	**2019-02-14**	**74**	**3,213,891**
15	방송인	Mark Ruffalo	2017-07-18	650	3,128,584
16	일반인		2016-11-14	896	3,103,438
17	일반인		2017-10-30	546	3,054,440
18	일반인	유튜버스타	2017-07-07	661	3,022,522
19	방송인	영화 데드풀2	2018-05-14	350	2,921,990
20	방송인	Priyanka Chopra	2019-02-06	82	2,821,758
21	**방송인**	**Blackpink**	**2019-02-12**	**76**	**2,764,328**
22	방송인	Avengers	2019-04-08	21	2,552,909
23	**방송인**	**BTS**	**2018-09-26**	**215**	**2,481,768**
…					
38	**방송인**	**NCT 127**	**2019-04-18**	**11**	**1,928,278**

자료: Youtube, 유진투자증권
주: 2019.04.29 '조회수' 기준임

도표 6 GMA 업로드 콘텐츠의 좋아요 수 기준 순위

좋아요 순위	구분	출연진	업로드 일자	D+(업로드 이후)	좋아요수
1	방송인	Gordon Ramsay	2017-05-24	705	474,514
2	일반인		2017-01-11	838	240,762
3	일반인		2017-07-25	643	189,972
4	**방송인**	**BTS**	**2018-09-26**	**215**	**153,164**
5	**방송인**	**NCT 127**	**2019-04-18**	**11**	**148,318**
6	일반인		2016-06-29	1034	117,599
7	**방송인**	**Blackpink**	**2019-02-12**	**76**	**117,346**
8	방송인	Benedict Cumberbatch	2017-07-18	650	99,355
9	일반인		2017-12-05	510	93,760
10	**방송인**	**Blackpink**	**2019-02-14**	**74**	**87,027**

자료: Youtube, 유진투자증권
주: 2019.04.29 '좋아요수' 기준의 순위

도표 7 GMA 업로드 콘텐츠의 일별 조회수 기준 순위

조회수/일 순위	구분	출연진	업로드 일자	D+(업로드 이후)	조회수	조회수/일
1	**방송인**	**NCT 127**	**2019-04-18**	**11**	**1,928,278**	**175,298**
2	방송인	Avengers	2019-04-08	21	2,552,909	121,567
3	방송인	Lil Nas X	2019-03-29	31	2,461,280	79,396
4	방송인	Gordon Ramsay	2017-05-24	705	37,840,350	53,674
5	**방송인**	**Blackpink**	**2019-02-14**	**74**	**3,213,891**	**43,431**
6	운동선수	체조선수	2019-01-17	102	4,171,851	40,901
7	**방송인**	**Blackpink**	**2019-02-12**	**76**	**2,764,328**	**36,373**
8	방송인	Priyanka Chopra	2019-02-06	82	2,821,758	34,412
9	일반인		2017-12-05	510	15,977,385	31,328
10	일반인		2017-01-11	838	21,631,728	25,814
11	그 외		2017-07-25	643	14,408,686	22,409

자료: Youtube, 유진투자증권
주: 2019.04.29 '조회수/일' 기준의 순위

도표 8 GMA에 출연한 NCT 127



자료: Youtube, 유진투자증권

3. 미국, 압도적인 전 세계 1위의 시장

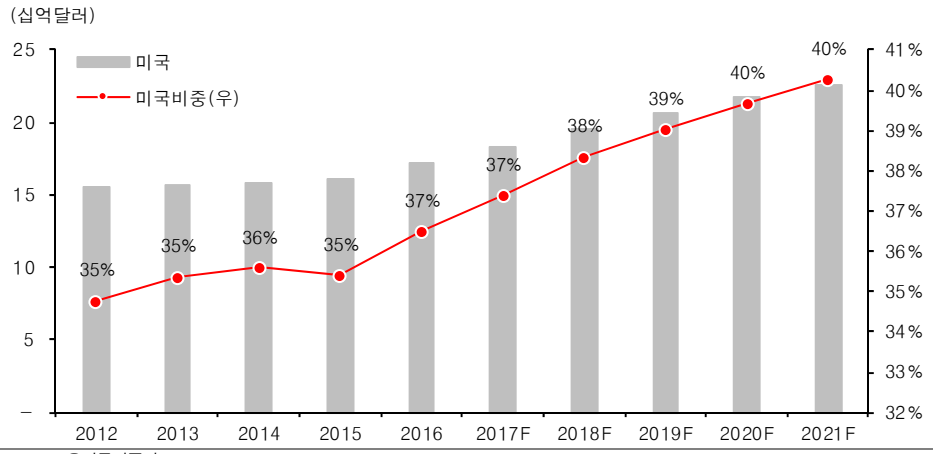
전 세계 1위의 미국 시장 일본에 집중해온 K-pop 차세대 성장동력 될 것

국제음반산업협회(IFPI)에 따르면, 전 세계 음반 시장규모는 191억 달러(약 21.7조원)로 2014년까지 감소세를 보여왔으나, 음악 스트리밍 서비스 확대에 따라 재성장세를 보이고 있다. 보다 큰 음악 산업(콘서트, 디지털 라디오 등 포함)의 규모는 2018년 기준으로 515억 달러(약 58.5조원)이며, 미국의 시장규모만 196억 달러(약 22.3조원)로 추정된다. 또한 전 세계 음악 시장은 2021년까지 570억 달러 규모로 성장할 것으로 예상된다.

전 세계 음악 산업에서 미국이 차지하는 비중만 약 38%(2018년 기준)로 압도적인 1위의 시장임은 분명하다.

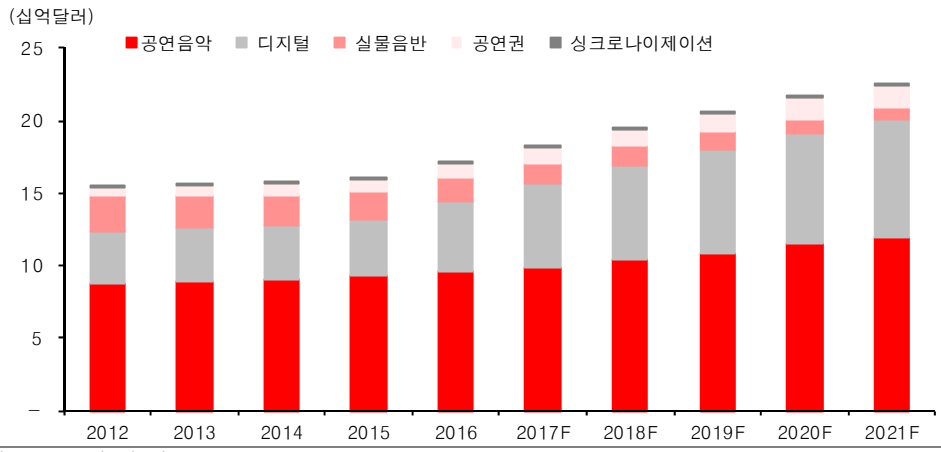
미국음반산업협회(RIAA)의 조사에 따른 미국 음악 시장의 규모를 보더라도, 스트리밍 서비스의 확대에 따라 역성장세를 기록했던 음악 시장이 성장세로 돌아섰다.

도표 9 전 세계 음악 시장 내 미국 시장 비중 추이 및 전망



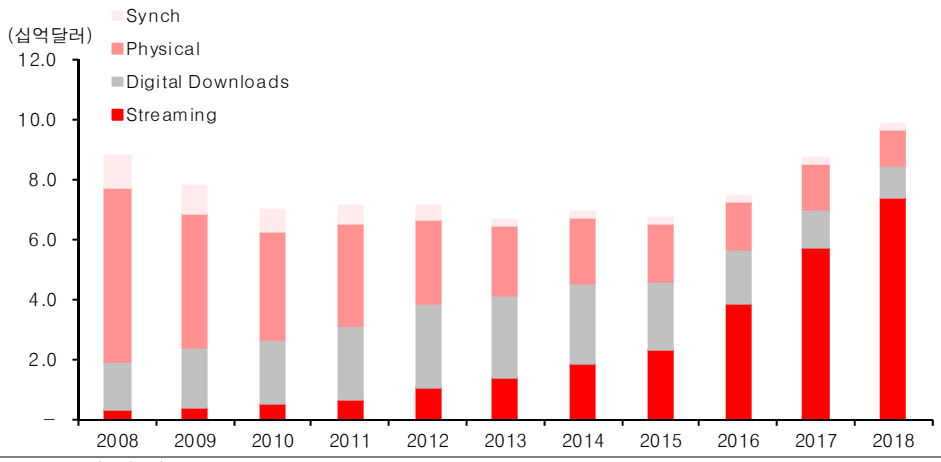
자료: PwC, 유진투자증권

도표 10 미국 음악 시장 규모 전망



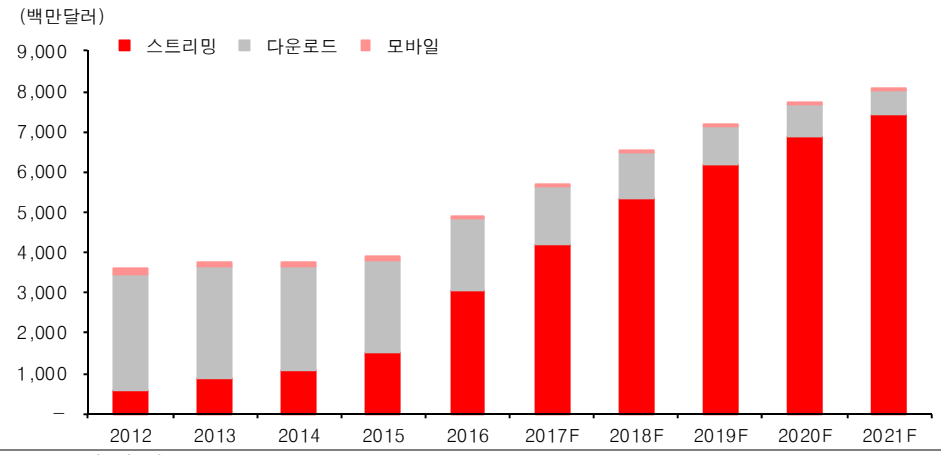
자료: PwC, 유진투자증권

도표 11 미국 음반 시장 규모 추이: 스트리밍 서비스의 고 성장세로 성장세로 돌아 섬



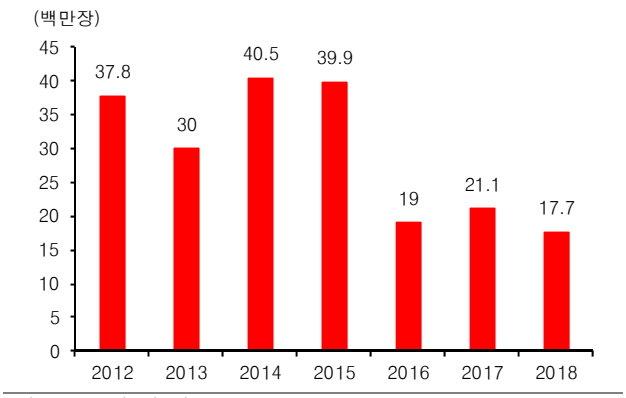
자료: RIAA, 유진투자증권

도표 12 미국 디지털 음악 시장의 성장: 스트리밍이 견인



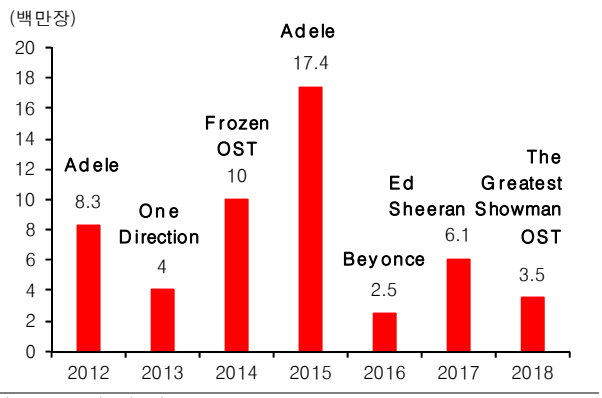
자료: PwC, 유진투자증권

도표 13 연도별 전 세계 상위 10개 앨범 판매량 합



자료: IFPI, 유진투자증권

도표 14 연도별 전 세계 1위 앨범 판매량 및 아티스트



자료: IFPI, 유진투자증권

4. 미국 음악 시장의 현황

미국의 음반시장은 국내보다 큰 시장규모에도 불구하고, 음반제작 업자의 수는 국내보다 적은 수준이다. 한국콘텐츠진흥원에서 조사한 2015년 국내의 음반제작 업체는 1,223개, 음반 복제 및 배급업체 수도 70개로 조사된 반면, 미국의 음악 시장은 Universal Music Group(UMG), Sony Music Entertainment(SME), Warner Music Group(WMG)등의 소수 대형 레코드 레이블이 시장을 과점하고 있다.

레코드 레이블이란 음반, 뮤직비디오의 마케팅과 관련된 상표로 정의할 수 있다. 또한 저작권, 음반의 제작, 유통, 홍보를 비롯해 신인 아티스트 발굴, 트레이닝을 실시하기 때문에 국내의 엔터테인먼트 회사와 유사한 면이 많다.

반면 국내 엔터테인먼트 기업과 미국의 레코드 레이블 사이에는 차이점도 존재한다. **국내의 아티스트 육성은 '오디션→연습생→트레이닝→데뷔'의 시스템화 된 엘리트 과정**인 반면, **미국의 아티스트 데뷔 과정은 언더그라운드 활동에 이어 메이저 레이블에 발탁되어 트레이닝의 과정**을 거치게 된다.

물론 미국에서도 한국과 같은 시스템화된 육성 과정을 적용했던 사례가 있다. 모타운(Motown)은 미국 디트로이트 기반의 레코드 레이블로 1960~1970년대 흑인음악 전문 레이블이다. 모타운의 프로듀싱 방식은 메인 작곡가 집단의 트렌드 분석 기반의 작곡 시스템과 트레이닝 받은 아티스트가 음반을 녹음하는 과정으로 이뤄진다. 또한 모타운의 대표 아티스트인 잭슨5 멤버의 데뷔 당시(1964년) 나이는 11~18세였다.

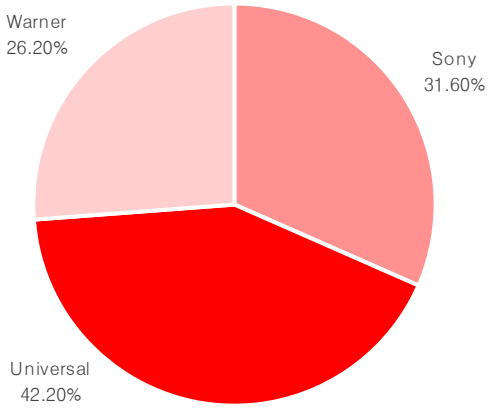
이러한 측면에서 본다면 국내 엔터 3사에서 데뷔하는 아이돌 그룹의 육성 방식 및 작곡 방식과, 데뷔 연령에서 모타운과의 유사점을 찾아 볼 수 있다.

도표 15 3대 레코드 레이블 산하의 브랜드 현황



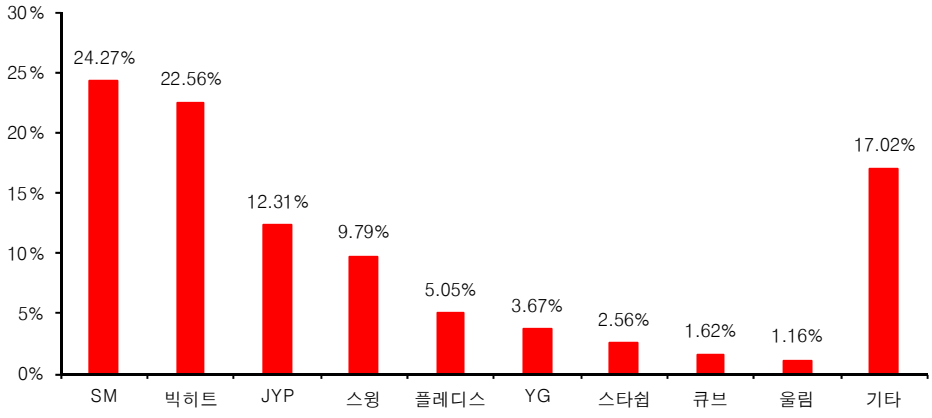
자료: 유진투자증권

도표 16 음악 레이블 3사의 시장점유율 현황 (1H18 기준)



자료: Vivendi, Sony, Warner, 유진투자증권
주: 독립 레이블의 점유율은 전체 시장의 약 30% 수준으로 추산됨, 해당 점유율은 독립레이블을 제외한 기준임

도표 17 국내 음반 시장 기획사별 점유율(상위 100위, 2018년 기준)



자료: 가온차트, 유진투자증권

5. 라이브 공연(콘서트, 페스티벌) 시장 현황

라이브 공연은 대체재가 없는 만큼 팬들을 중심으로 지속적인 소비 확대 예상

시장 조사기관인 PwC에 따르면 미국 전체 음악시장에서 라이브 공연(Live Music Ticket Sales, Live Music Sponsorship) 관련 시장의 비중은 55%(2017년 기준)에 이르는 것으로 추산된다. 그만큼 단순한 앨범판매보다 라이브 공연이 차지하는 비중이 압도적으로 크다는 의미다. 특히 2018년 기준으로 산정된 전 세계 라이브 티켓 판매 금액기준으로도 미국의 비중은 전체 상위 20개국의 43% 수준이다.

아직까지 국내 아티스트의 라이브 공연에서 가장 큰 비중을 차지하고 있는 국가는 단연 일본이다. 국내 아티스트의 해외 활동의 경우, 일본을 제외한 나머지 국가는 미니멈 개런티(MG, Minimum Guarantee)의 구조로 활동이 이뤄지기 때문이다. 그러나 K-pop의 흥행과 국내 아티스트의 글로벌 인지도 확대 및 콘서트 모객수 증가에 따라 수익배분(RS, Revenue Share)의 계약 조건으로 변경될 가능성은 유효하다.

미국 시장의 경우 단순 라이브 공연의 티켓 판매 이외에 티켓재판매 시장도 활성화 되어 있다. 국내에서는 암표시장으로 치부되는 것과 달리 양도시장의 개념으로 1차 티켓판매 시장 대비 30~50% 규모의 2차 티켓 판매 시장이 형성되어 있다.

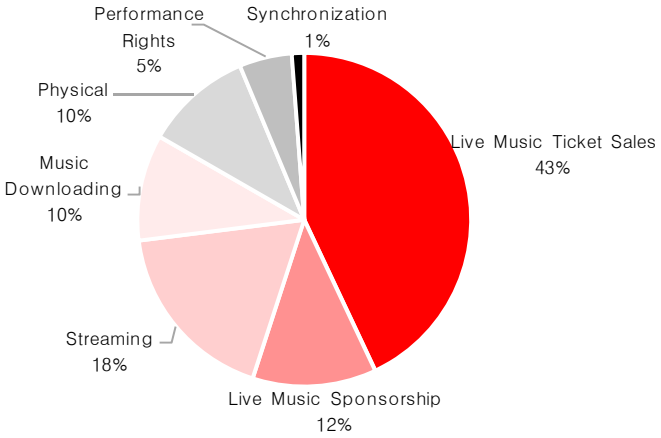
특히 **라이브 공연 시장은 물리적 음반 시장의 규모 축소와 광고 기반의 무료 음원 서비스 확대에 따라 감소하는 레코드 레이블, 아티스트, 저작권자의 이익 감소를 상쇄할 수 있는 대안으로써 라이브 공연 시장은 지속적인 확대가 예상**된다. 라이브 공연의 현장감은 다른 상품으로 대체될 수 없다는 측면에서도 팬들의 소비가 꾸준할 수 밖에 없다.

도표 18 국가별 라이브 공연 티켓 매출액 및 비중 (2017년 기준)

순위	국가	라이브 티켓 매출액(백만달러)	상위 20개 국가 내 비중
1	USA	8,246	43.0%
2	Germany	1,717	9.0%
3	Japan	1,610	8.4%
4	UK	1,465	7.6%
5	France	875	4.6%
6	Canada	589	3.1%
7	Italy	589	3.1%
8	Nethelands	523	2.7%
9	Australia	502	2.6%
10	Russia	463	2.4%
11	Sweden	394	2.1%
12	Swizerland	366	1.9%
13	Spain	336	1.8%
14	Norway	296	1.5%
15	Belgium	254	1.3%
16	Austria	253	1.3%
17	Denmark	187	1.0%
18	China	179	0.9%
19	Mexico	174	0.9%
20	Ireland	154	0.8%

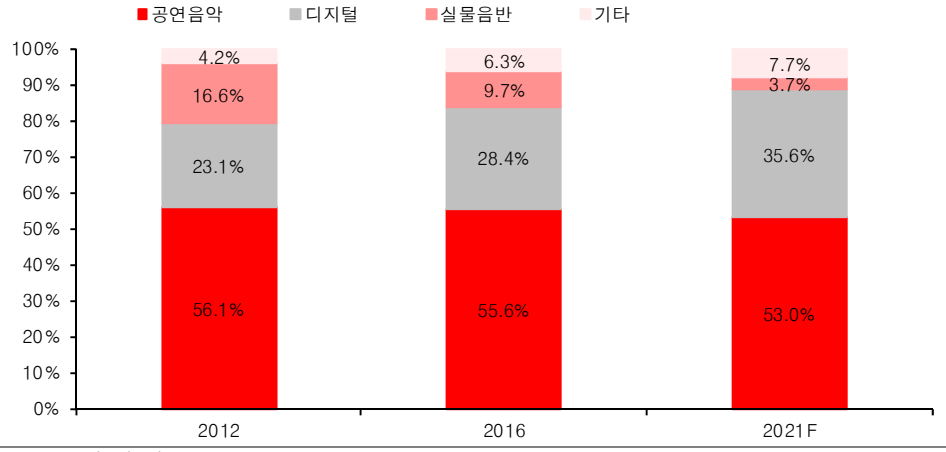
자료: PwC, 유진투자증권

도표 19 미국 음악산업 부문별 비중(2017): 라이브 공연 및 스트리밍이 전체 73% 비중



자료: PwC, 유진투자증권

도표 20 미국 음악산업 부문별 점유율 전망



자료: PwC, 유진투자증권

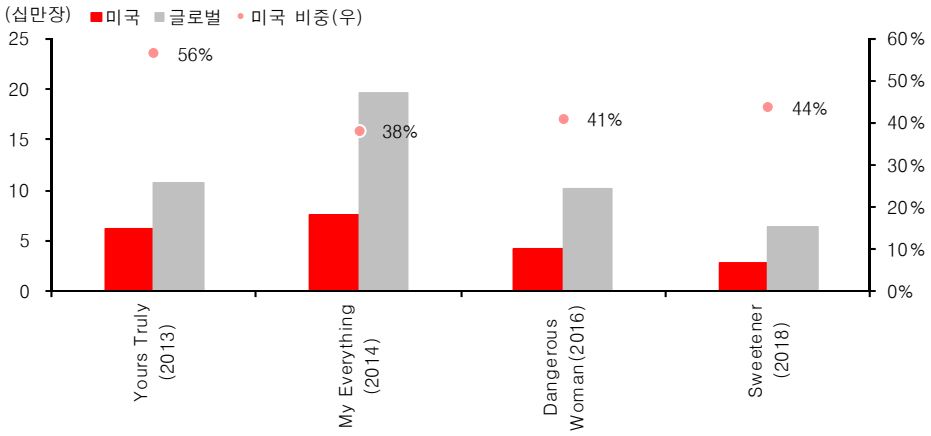
6. 북미 아티스트의 월드투어 사례: 아리아나 그란데

아직까지 K-pop 아티스트의 월드투어에 대해서 규모나 수익성을 측정하는데 다소 어려움이 있다. 단순하게 관객 수와 콘서트장 규모로 추산할 수 있는 매출(박스오피스)과 엔터테인먼트 회사가 인식하는 매출이 상이하기 때문이다. 일반적으로 국내 엔터테인먼트 회사들은 일본을 제외한 해외 콘서트에 대한 매출을 수익 배분의 형태가 아니라 미니멈 개런티(MG, Minimum Guarantee)로 보장 받는 구조이기 때문이다.

보다 쉬운 이해를 위해서 아티스트의 인지도, 앨범 판매량, 주요 음악 시상식 수상과 대표 아티스트(아리아나 그란데)의 월드투어 모객 및 박스오피스 규모를 비교해보고자 한다.

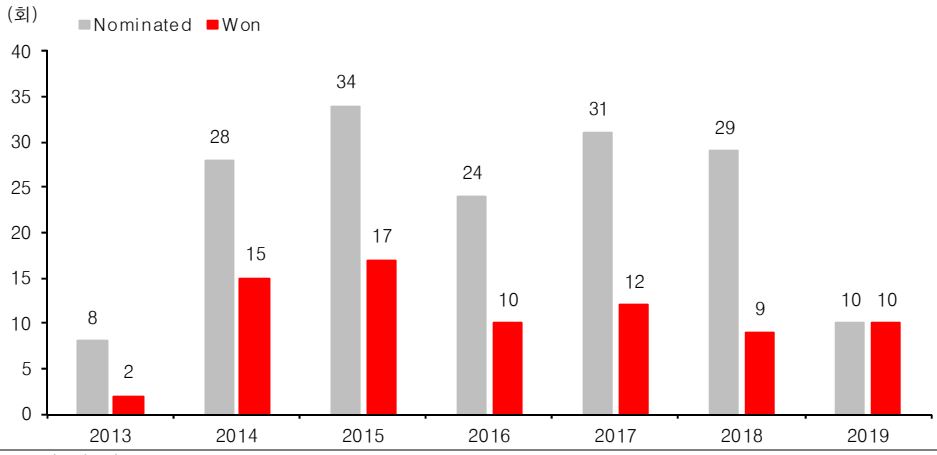
아리아나 그란데는 1993년 미국 플로리다 출신의 아티스트로, 2008년 뮤지컬 활동을 시작했으며, 2013년 3월 첫 싱글 앨범을 발표하며 음반 시장에 본격 진출했다. 이후 9월에 발매한 정규 앨범 'Yours Truly'는 발매와 동시에 Billboard 200 차트 1위에 오르며 성공적으로 데뷔했고, 연이은 싱글 'The Way', 'Baby I' 모두 빌보드 Hot 100에 진입했다. 데뷔 다음해인 2014년 MTV의 시상식에서 Best Pop Video수상을 시작으로, 2019년 4월까지 총 239개 부문에 후보자로 이름을 올렸으며, 75개 부문에서 수상자가 됐다.

도표 21 아리아나 그란데 앨범별 판매량 및 미국 비중 비교



자료: 유진투자증권
주: 싱글 앨범 제외, 스트리밍/다운로드 등의 앨범 환산을 제외한 순수 물리적 앨범 판매량 기준

도표 22 아리아나 그란데 연도별 시상식 후보 지명 및 수상 현황



자료: 유진투자증권

아리아나 그란데의 사례: 인지도 확대를 통한 P↑: 평균 티켓 가격 Q↑: 콘서트 관객 확대

아리아나 그란데의 첫 콘서트는 데뷔연도인 2013년의 프로모션 콘서트로 미국에서 좌석 규모 약 2,000석의 공연장에서 총 11회 공연에 약 2.5만명을 모객해 박스오피스 매출액은 약 80만 달러(약 9.4억원)를 기록했다. 이후의 첫 월드투어 콘서트는 2015년 2월부터 10월까지 북미, 유럽, 아시아, 남미의 4개 권역에서 81회 개최됐고, 총 관객수 약 81만명에 박스오피스 매출만 4,180만 달러(약 488억원)를 기록했다. 두 번째 월드투어 'Dangerous Woman Tour'는 북미, 유럽, 아시아, 남미, 오세아니아 5개 권역 내 72회 규모로 모객수 약 85만명, 박스오피스 매출액 7,100만 달러(약 829억원)을 기록할 만큼 성장했다.

첫 번째와 두 번째 월드투어의 북미권만 비교해보면, 첫 번째 투어에서는 북미지역에서만 64회, 두 번째 투어에서는 37회로 규모는 축소됐으나, 뉴욕 매디슨 스퀘어에서 동일하게 개최된 콘서트만 비교해보면 1회차의 ATP(평균티켓가격, Average Ticket Price)가 약 51달러에서 2회차 110달러로 약 2배 이상 증가한 것을 확인할 수 있다.

도표 23 아리아나 그란데 콘서트 별 관객수, 수익, ATP 비교

연도	횟수	관객수	좌석수	박스오피스(달러)	ATP(달러)
2013	11	25,261	25,261	800,000	32
2015	88	577,703	577,703	41,800,000	52
2017	77	853,554	953,993	71,000,000	83

자료: Wikipedia, 유진투자증권

도표 24 아리아나 그란데 콘서트 별 공연 지역

기간	콘서트	콘서트 명	지역	공연횟수(회)	관객수(명)	박스오피스(달러)	ATP(달러)
2013	프로모션 투어	The Listening Sessions	북미	11	25,261	800,000	32
2015	아레나 투어	The Honeymoon Tour	북미	64(61)			
			유럽	16(15)			
			아시아	5(3)			
			남미	3(2)			
			총합	88(81)	808,667	41,800,000	52
2017	아레나 투어	Dangerous Woman Tour	북미	37			
			유럽	15			
			아시아	12			
			라틴	7			
			오세아니아	6			
			총합	77	853,554	71,000,000	83

자료: Wikipedia, 유진투자증권
주: 2015년 콘서트는 88회 예정이었으나, 7회 공연은 사정에 의해 취소됨

II. 빌보드(Billboard) 파헤치기

1. 빌보드란?

빌보드의 대표차트:
Hot 100
Billboard 200

한국 K-pop 아티스트들의 빌보드 차트 입성에 대한 기사를 자주 접하지만, 국내에서 빌보드에 대한 이해는 다소 부족하다. 빌보드의 특정 차트에서 순위에 입성한다는 것 만으로 글로벌 아티스트로 도약한다고 인정할 수 있을까?

빌보드는 1894년 미국 뉴욕에서 창간한 음악잡지다. 빌보드 차트는 1950년대 중반부터 순위를 집계해 발표하면서 시작됐으며, 앨범 판매량, 방송 출연횟수, 최근에는 음악 스트리밍 횟수까지 포함해 순위가 결정되고 있다. 오랜 시간 결정되어온 차트 순위는 미국뿐만 아니라 전 세계 각국에서 공신력을 인정받고 있으며, 대중음악의 흐름을 알 수 있는 지표로 활용되고 있다.

빌보드 차트는 Hot 100, Billboard 200을 포함해 총 134가지의 차트의 순위를 매주 발표한다. 다양한 차트 중 **대표성이 가장 크게 부각되는 차트가 Hot 100, Billboard 200 두 가지**다.

도표 25 빌보드 차트 분류 별 세부 차트 수

차트 분류	세부 차트 수	차트 분류	세부 차트 수
Top	15	Intl	12
Greatest	24	Latin	13
Breaking and Entering	2	Pop	3
Christian	10	R&B/Hip-Hop	13
Country	7	Rock	10
Dance/Elec	6	Web	4
Holiday	5	Add	10

자료: Billboard, 유진투자증권

도표 26 빌보드 핵심 차트로 구분되는 TOP 차트의 서브 차트 현황

The Hot 100	Top Album Sales
Billboard 200	Digital Albums
Artist 100	Vinyl Albums
Radio Songs	Independent Albums
Digital Song Sales	Social 50
Streaming Songs	Catalog Albums
Songs Of The Summer	Tastemaker Albums
On-Demand Streaming Songs	

자료: 유진투자증권

도표 27 빌보드 싱글 앨범 및 음원 순위 차트 및 주요 특징

Chart title	Chart type	Number of positions	Description
Billboard Hot 100	sales + airplay + streaming	100	■ 미국 음악 시장 내 인기 차트
Bubbling Under Hot 100 Singles		25	■ 상위 100위에 한번도 들지 않았던 25곡의 순위를 Hot100 뒤로 나열 ■ 101-125위의 순위로 표기되지만, 실제 순위를 의미하지는 않음
Heatseekers Songs		25	■ Hot100의 상위 50위에 들지 못한 신인 아티스트/밴드의 노래를 순위로 나열 ■ 특정 곡이 Hot100의 50위 안에 진입하면, 그 곡과 그 이후의 아티스트/밴드는 차트에서 제외
Radio Songs	airplay (audience)	50	■ 1,233개의 모든 라디오 방송국에서 선곡되는 곡을 측정 ■ Hot 100의 구성 요소 차트 중 하나
Hot Singles Sales	physical sales	15	■ 싱글 앨범의 상업적 판매를 측정 ■ Hot 100의 구성 요소 차트 중 하나 ■ 차트 내 재진입 불가
Digital Song Sales	digital sales	50	■ 디지털 앨범 판매량 순위 ■ 다양한 버전의 노래를 하나의 곡으로 규정 ■ Hot 100의 구성 요소 차트 중 하나
Hot Digital Tracks		75	■ 다양한 버전의 디지털 음원의 순위를 선정 ■ 차트 내 재진입 불가
Streaming Songs	streaming	50	■ 스트리밍 상위 곡의 순위 선정 ■ 다양한 버전의 노래를 하나의 곡으로 규정 ■ Hot 100의 구성 요소 차트 중 하나

자료: 유진투자증권

도표 28 빌보드 앨범 차트 및 주요 특징

Chart title	Number of positions	Description
Billboard 200	200	■ 모든 장르를 포함한 표준의 앨범 판매량 ■ 신규 및 기존 히트 앨범 모두를 포함 ■ 스트리밍을 통해 재생된 데이터도 환산 적용
Top Album Sales	100	■ 순수한 앨범 판매 차트
Top Current Albums	100	■ Top Album Sales와 동일하지만, 기존의 히트 앨범은 제외
Top Pop Catalog Albums	50	■ 앨범 발매 이후 18개월이 넘고, Billboard 200 내 100위 아래의 순위를 기록한 히트 앨범
Top Internet Albums	40	■ 인터넷을 통해 판매되는 물리적(실물) 앨범 판매 순위
Heatseekers Albums	25	■ Billboard 200 내 100위권에 한번도 진출한적 없는 신인 아티스트/밴드의 앨범 판매 순위 ■ 앨범이 Billboard200 내 상위 100위에 진입하는 경우 해당 아티스트/밴드의 앨범은 차트에서 제외

자료: 유진투자증권

2. Hot 100, Billboard 200

Hot 100: 음원차트 – 대중성이 중요
Billboard 200: 앨범차트 – 팬덤의 앨범판매 중요

빌보드의 대표차트인 Hot 100과 Billboard 200에 대해서는 정확한 이해가 필요하다. 국내에서는 두 개의 차트를 혼동해서 사용하기 때문이다.

두 차트를 정확히 구분해보면,

– **Hot 100**은 국내 멜론, 지니뮤직과 같이 곡 하나하나의 순위를 매기는 **음원차트**다. 해당 차트의 순위는 1) 인터넷 음원 다운로드 횟수, 2) 미국 내 라디오 방송 선곡 횟수, 3) 온디맨드(On-demand) 음원 다운로드 횟수, 4) 유튜브 조회수가 합산되어 선정된다.

– **Billboard 200**은 앨범의 순위를 정하는 **음반차트**다. 해당 차트의 선정은 1) 앨범 판매량, 2) 디지털 음원 다운로드 환산 음반 판매량, 3) 스트리밍 횟수 환산 음반 판매량이 합산된다.

Billboard 200의 디지털 음원 환산은 10회의 다운로드를 TEA(Track Equivalent Album)으로 규정하고, 음반 1장이 판매된 것으로 규정하며, 1,500회의 스트리밍을 SEA(Streaming Equivalent Album)으로 규정해 음반 1장 판매로 환산해 집계가 이뤄진다.

도표 29 빌보드 핵심 차트 Hot 100, Billboard 200 비교

	Hot 100	Billboard 200
정의	국내 멜론, 지니뮤직과 같이 곡 하나하나의 순위를 매기는 음원차트	앨범의 순위를 정하는 음반차트
선정 기준	1) 인터넷 음원 다운로드 횟수 2) 미국 내 라디오 방송 선곡 횟수 3) 온디맨드(On-demand) 음원 다운로드 횟수 4) 유튜브 조회수	1) 앨범 판매량 2) 디지털 음원 다운로드 환산 음반 판매량 3) 스트리밍 횟수 환산 음반 판매량
참고사항	스트리밍에 대한 비중 조정이 있음 유료 스트리밍을 1포인트로 가정하면, 무료 스트리밍(광고포함)은 2/3포인트 프로그램된 추천을 통한 플레이는 1/2포인트 유튜브도 프리미엄 서비스가 있기 때문에, 우리가 흔히 보는 방식은 2/3포인트로 계산됨	10회 다운로드를 TEA(Track Equivalent Album) 1,500회의 스트리밍을 SEA(Streaming Equivalent Album) 규정해 음반 1장 판매로 환산해 집계

자료: 유진투자증권

3. 국내 아티스트의 빌보드 진입 현황

국내 아티스트는 팬덤형으로 Hot100 진입은 다소 부진

국내 아티스트들의 빌보드 Hot 100차트 입성은 2009년 원더걸스의 Nobody가 76위에 오르면서 시작됐다. 앞서 Hot 100 차트의 순위를 결정짓는 요인들을 살펴보았듯이, 미국 라디오의 선곡, 스트리밍 조회 수가 미치는 영향이 매우 크다.

K-pop 아티스트들이 팬덤을 중심으로 활동을 이어가고 있기 때문에 대중적인 인지도와 인기를 측정하는 Hot 100 차트에서는 상위권에 랭크 되는 경우가 적다.

그러나 최근 북미 음악시장에서 변화가 감지되고 있다. 라디오 방송에서 영어가 아닌 가사의 곡은 라틴 곡을 제외하고는 제한적으로 선곡되었으나, 최근에는 한글로 된 음악의 선곡이 이뤄지고 있다고 알려진다. 따라서 향후 빌보드 Hot 100 차트에 진입하는 K-pop 아티스트의 증가가 기대된다.

도표 30 K-pop 아티스트의 빌보드 Hot 100 차트 진입 현황

Chart date	Artist	Song/Album Title	Peak position	Weeks on Chart
2009-10-31	Wonder Girls	"Nobody (English release)"	76	1
2012-09-22	Psy	"Gangnam Style"	2	31
2013-04-27	Psy	"Gentleman"	5	15
2014-06-28	Psy feat.Snoop Dogg	"Hangover"	26	1
2015-12-19	Psy feat.CL	"Daddy"	97	1
2016-10-22	CL	"Lifted"	94	1
2017-10-07	BTS	"DNA"	67	4
2017-12-16	BTS feat.Desiigner	"MIC Drop" (Steve Aokire mix)	28	10
2018-06-02	BTS	"Fake Love"	10	6
2018-06-30	Blackpink	"Ddu-Du Ddu-Du"	55	1
2018-09-08	BTS feat.Nicki Minaj	"Idol"	11	3
2018-11-03	Dua Lipa& Blackpink	"Kiss and Make Up"	93	1
2018-11-10	Steve Aokifeat.BTS	"Waste It on Me"	89	1
2019-01-12	Pinkfong	"Baby Shark"	32	15
2019-04-20	Blackpink	"Kill This Love"	41	1
2019-04-27	BTS feat.Halsey	"Boy with Luv"	8	1
2019-04-27	BTS	"Make It Right"	95	1

자료: Billboard, 유진투자증권
주: 2019.04.30 기준

팬덤형 아티스트의 장점: 앨범 판매량이 많아 Billboard 200 차트 진입

반면 Billboard 200에 입성한 국내 아티스트들은 2009년 이후 매년 꾸준히 나타나고 있다. 국내 아티스트들이 팬덤을 중심으로 활동이 이뤄지기 때문에 앨범 판매량이 많다는 특징이 있다. 앞서 Billboard 200이 음반차트로서 음반 판매량이 차트의 순위에서 상위권을 결정짓는 중요 요소이기 때문에 국내 아티스트의 차트 상위권 입성이 잦은 편이다.

도표 31 K-pop 아티스트의 Billboard 200 차트 진입 현황

Chart Date	Artist	Song/Album Title	Peak Position	Weeks on Chart
2009-04-04	BoA	BoA	127	1
2012-03-17	Big Bang	Alive	150	1
2012-05-12	Girl's Generation	Twinkle	126	1
2012-09-29	G-Dragon	One of a Kind	161	1
2013-09-21	G-Dragon	Coup d'Etat Pt.1	182	1
2014-03-15	2NE1	Crush	61	1
2014-03-15	Girl's Generation	Mr.Mr.	110	1
2014-05-24	Exo-K	Overdose	129	1
2014-06-21	Taeyang	Rise	112	1
2015-04-18	Exo	Exodus	95	1
2015-12-19	BTS	The Most Beautiful Moment In Life, Part 2	171	1
2016-05-21	BTS	The Most Beautiful Moment In Life: Young Forever	107	1
2016-10-29	BTS	Wings	26	2
2016-12-31	Big Bang	Made	172	1
2017-03-04	BTS	You Never Walk Alone	61	2
2017-06-24	G-Dragon	Kwon Ji Yong	192	1
2017-08-05	Exo	The War	87	1
2017-10-07	BTS	Love Yourself: Her	7	44
2018-02-03	Jonghyun	Poet | Artist	177	1
2018-03-10	J-Hope	Hope World	38	2
2018-04-14	BTS	Face Yourself	43	1
2018-06-02	BTS	Love Yourself: Tear	1	15
2018-06-30	Blackpink	Square Up	40	1
2018-09-08	BTS	Love Yourself: Answer	1	33
2018-10-27	NCT 127	Regular-Irregular	86	1
2018-11-03	RM	mono.	26	1
2018-11-17	Exo	Don't Mess Up My Tempo	23	2
2019-01-26	Pinkfong	Pinkfong Presents: The Best of Baby Shark	100	7
2019-03-16	TXT	The Dream Chapter: Star	140	1
2019-04-20	Blackpink	Kill This Love	24	2
2019-04-27	BTS	Map of the Soul:Persona	1	1

자료: Billboard, 유진투자증권
주: 2019.04.30 기준

4. Social 50

빌보드 Social 50는 2010년 12월 11일 처음으로 선보인 차트다. 소셜 네트워크 서비스(SNS)의 이용이 확대됨에 따라 SNS에서 가장 활동적인 아티스트를 선정하는 인기 차트다. 본 차트는 빌보드에 의해 출간되고, 넥스트 빅 사운드(Next Big Sound)에 의해 웹 사이트 조회 수 및 스트리밍 관련 데이터를 합산한다.

빌보드의 전 편집장은 소셜 50 차트의 공개를 두고, "변화하는 시대에 대한 중요한 반응이자, 또 다른 진화"라는 평가를 내놓기도 했다.

초기 Social 50에는 유튜브, Vevo, 페이스북, 트위터, 마이페이스 및 iLike의 데이터를 통해 순위를 선정했지만, 2012년 11월 이후로는 사운드클라우드, 인스타그램이 포함됐으며, 2015년 6월에는 바인, 텀블러의 데이터가 추가됐다.

도표 32 K-pop 아티스트의 빌보드 Social 50 차트 진입 현황

Chart date	Artist	Peak position	Chart date	Artist	Peak position
2011-07-09	2PM	35	2018-03-31	NCT	2
2011-11-26	Wonder Girls	33	2018-03-31	Stray Kids	4
2012-03-31	Sungha Jung	33	2018-04-14	Astro	7
2012-04-21	Big Bang	11	2018-04-14	Yesung	20
2012-08-18	Psy	1	2018-04-21	Super Junior	16
2015-08-01	Girl's Generation	12	2018-04-21	Pentagon	20
2015-08-29	VIXX	14	2018-05-12	NCT 127	2
2015-10-17	JJ Project	2	2018-05-19	Momoland	47
2016-02-13	Ryeowook	38	2018-06-09	(G)I-DLE	24
2016-09-03	CL	17	2018-06-16	BtoB	21
2016-10-29	BTS	1	2018-06-23	NU'EST	20
2016-11-19	Blackpink	3	2018-06-30	Day6	23
2017-01-07	Taeyeon	16	2018-07-14	Apink	39
2017-02-18	Red Velvet	3	2018-07-21	Mamamoo	16
2017-05-27	Hyuna	39	2018-07-28	GFriend	29
2017-06-24	Seventeen	2	2018-08-11	SF9	40
2017-08-12	Exo	2	2018-08-18	Baekhyun	2
2017-09-02	Taeyang	36	2018-08-18	iKon	23
2017-09-09	G-Dragon	17	2018-08-25	Loona	30
2017-10-21	Wanna One	3	2018-08-25	NCT Dream	4
2017-11-11	Epik High	22	2018-11-17	Jackson Wang	16
2017-11-25	Monsta X	4	2018-12-08	EXID	44
2017-11-25	Twice	5	2019-01-05	TVXQ	29
2018-01-03	Jonghyun	2	2019-03-16	TXT	3
2018-01-03	Shinee	4	2019-03-16	4Minute	29
2018-01-13	Seungri	46	2019-04-20	Ateez	49
2018-01-20	JBJ	35	2019-04-27	DJ Soda	39
2018-02-03	Suzy	17	2019-04-27	The Boyz	49

자료: Billboard, 유진투자증권
주: 2019.04.30 기준

III. NCT 127 첫 월드투어 시작

1. NCT 127 1st Tour: 'NEO CITY – The Origin'

NCT 127 – NCT의 두 번째 유닛 서울을 중심으로 활동

2016년 7월 데뷔한 NCT 127은 NCT의 두 번째 서브 그룹으로 '127'은 서울의 경도를 의미한다. 한국, 일본 등 아시아 중심의 멤버로 구성되었으며, 서울의 경도인 127을 통해 K-pop을 전 세계에 알리겠다는 포부를 담고 있다.

NCT 127은 2019년 1월 26일 서울을 시작으로, 2019년 3월 31일까지 일본 콘서트 투어를 완료했으며, 2019년 4월 24일부터 북미, 남미, 유럽을 이어가는 월드투어를 본격화 한다.

한국, 일본을 포함해 현재까지 공개된 월드투어 일정은 4개 권역(아시아, 북미, 남미, 유럽)에서 총 31회의 콘서트가 예정되어 있으며, 아시아 16회, 북미 12회, 남미 1회, 유럽 2회의 일정으로 구성되었다. 향후 일정에 따라 추가적인 콘서트 개최지 확대가능성도 남아 있다.

당사에서는 아시아를 제외한 월드투어의 첫 시작지인 미국 뉴왁(Newark)의 프루덴셜 센터(Prudential Center)에서 진행 된 콘서트를 직접 참관했다. 해당 공연장은 세계 최대의 K-pop 축제인 KCON이 4년 연속(2015~2018년) 개최된 장소이기도 하다.

도표 33 NCT 127 월드 투어: NEO CITY – The Origin 콘서트 일정

Date	City	Country	Date	City	Country
Leg 1 – Asia			Leg 2 – North America		
26-Jan-19	Seoul	South Korea	24-Apr-19	Newark	United States
27-Jan-19			26-Apr-19	Atlanta	
02-Feb-19	Osaka	Japan	28-Apr-19	Miami	
03-Feb-19			01-May-19	Dallas	
11-Feb-19	Hiroshima		03-May-19	Phoenix	
12-Feb-19			05-May-19	Houston	
23-Feb-19	Kanazawa		07-May-19	Chicago	
24-Feb-19			09-May-19	San Jose	
02-Mar-19	Sapporo		10-May-19		
03-Mar-19			12-May-19	Los Angeles	
17-Mar-19	Fukuoka		17-May-19	Toronto	Canada
18-Mar-19			19-May-19	Vancouver	
21-Mar-19	Nagoya		Leg 3 – Latin America		
29-Mar-19	Saitama		21-May-19	Mexico City	Mexico
30-Mar-19			Leg 4 – Europe		
31-Mar-19			26-Jun-19	Saint Petersburg	Russia
			29-Jun-19	Moscow	

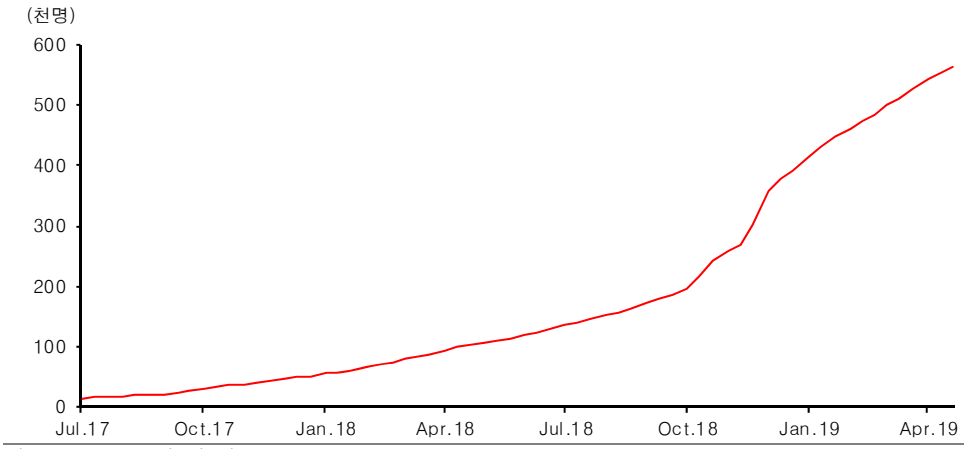
자료: 유진투자증권

NCT 127의 월드투어는 EXO 보다 빠른 데뷔 약 30개월만임

NCT 127의 월드투어는 SM 소속 아티스트 중 최단시간에 이뤄졌다. 엑소가 데뷔 이후 34개월만에 월드투어를 진행한 반면, NCT 127은 데뷔 이후 30개월만에 월드투어를 진행하는 만큼 향후 인지도 및 성장 가능성이 높다는 판단이다.

또한 NCT 127의 유튜브 구독자 수 증가 추세와 미국이 채널 조회 상위국가 1위를 기록하고 있는 점은 북미 시장에서의 성공여부를 가늠할 수 있는 중요한 요소다.

도표 34 NCT 127 유튜브 구독자 추이



자료: Socialblade, 유진투자증권

도표 35 SM 주요 아티스트의 첫 월드투어 시기 비교

구분	데뷔	첫 월드투어(데뷔 이후 소요 개월)
NCT	**2016.07**	**30**
엑소	2012.04	34
레드벨벳	2014.08	48
샤이니	2008.05	69
소녀시대	2007.08	69
슈퍼주니어	2005.11	72

자료: 유진투자증권

도표 36 NCT 127 유튜브 채널 12개월 간 조회수 상위 국가

순위	국가	조회수(백만회)	순위	국가	조회수(백만회)
1	미국	44.3	6	멕시코	12.2
2	태국	24.0	7	일본	12.1
3	인도네시아	20.8	8	필리핀	7.1
4	브라질	14.5	9	아르헨티나	6.5
5	한국	12.6	10	영국	6.4

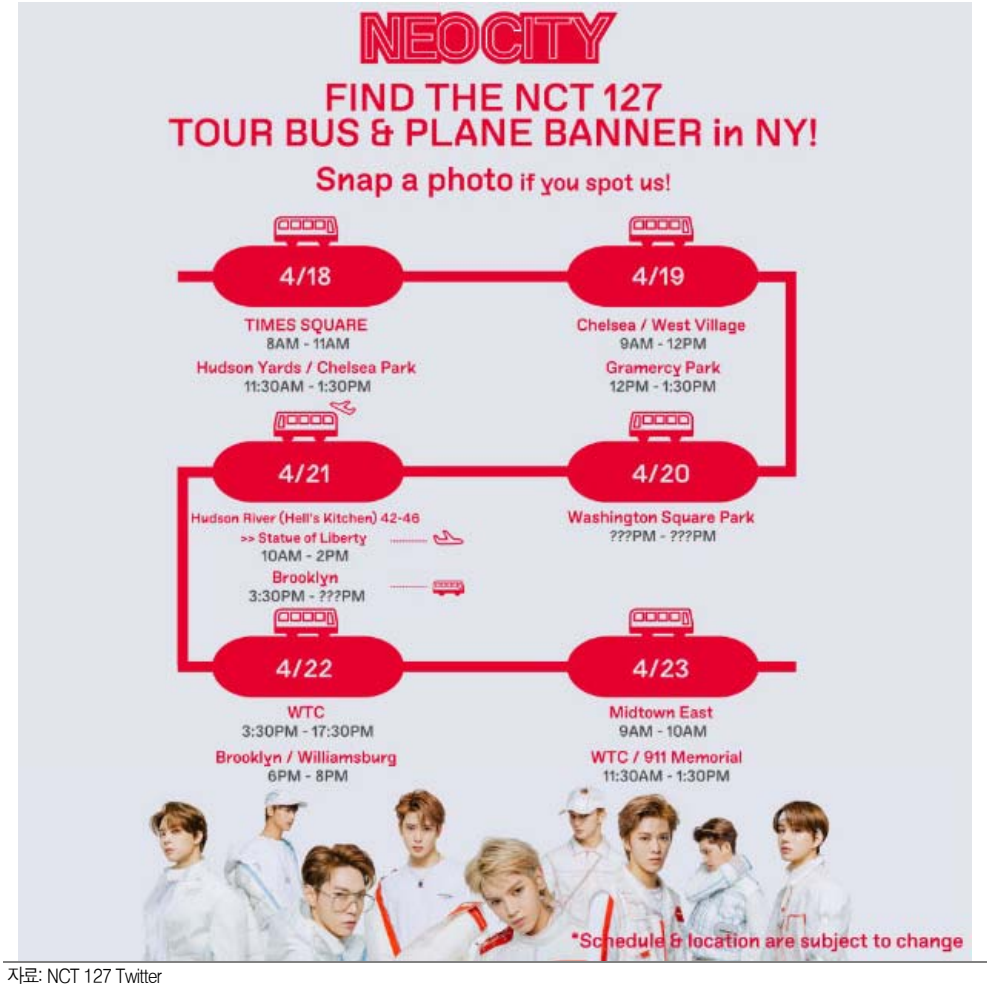
자료: Youtube, 유진투자증권
주: 2019년 4월 30일 기준

2. 콘서트 홍보

NCT 127은 첫 월드투어의 시작지인 뉴욕에서 콘서트 홍보를 위해 투어 버스, 비행기 배너를 활용했다. 투어버스는 콘서트가 개최되는 도시를 따라 미국 전역을 이동하며 NCT 127의 홍보효과를 극대화 했다. 또한 팬덤과의 소통을 위해 SNS를 통한 해시태그 이벤트도 병행함으로써, 팬과 소통하는 창구를 확대했다는 판단이다.

유명 유튜버가 뉴욕 워싱턴스퀘어에서 개최한 K-pop 랜덤 플레이 댄스에 NCT 127은 현장을 직접 방문한 것도 콘서트 홍보의 일환으로 볼 수 있으나, 온라인 상에서의 소통에서 벗어나 오프라인 상에서의 소통 확대라는 측면에서 팬들에게 긍정적인 효과로 작용할 것이다.

도표 37 NCT 127 투어 홍보 버스 및 비행기 일정



자료: NCT 127 Twitter

도표 38 뉴욕 '워싱턴스퀘어' 랜덤 플레이 댄스에 참여한 NCT 127



자료: Youtube(퇴경아 약먹자)

도표 39 뉴욕 거리를 활보한 NCT 127 월드투어 홍보 버스



자료: 유진투자증권

도표 40 미국 뉴욕 상공을 가로지른 NCT 127 콘서트 홍보 비행기



자료: Instagram(thekpop_vibe)

3. 콘서트 퍼포먼스: 미국 내 인기 확인

첫 월드투어를 시작하기에 앞서 NCT 127은 미국 유명 프로그램인 굿모닝 아메리카(Good Morning America), 스트라한&사라(Strahan and Sara)에 출연해 월드 투어의 시작, 차세대 K-pop 아티스트로 주목 받았다.

뉴왁 콘서트 현장에서도 MD 상품 구매를 위한 팬들의 긴 행렬을 통해 NCT 127의 미국 내 팬덤을 직접 확인할 수 있었다. 특히 이번 콘서트는 신규 앨범 팔매 전 이뤄진 행사로, 콘서트에 온 팬들을 위해 5월 24일 발매 예정인 신곡을 선보였다.

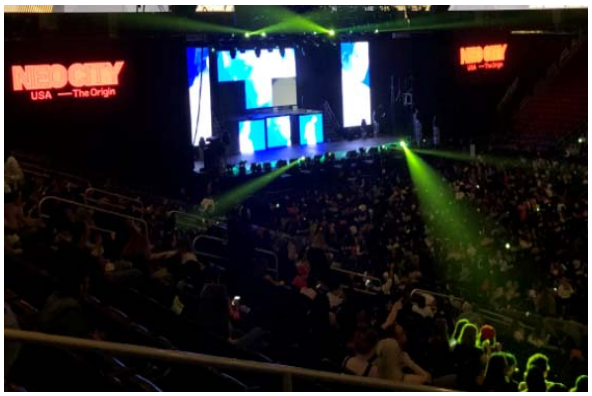
이번 콘서트에서는 5월 24일 발매예정인 신곡의 공개도 있었다. 신곡 Jet Lag, Superhuman 이외에 콘서트 중간에 상영 된 뮤직비디오(Highway to Heaven)까지 포함하여 총 3곡이 콘서트에 참석한 팬들에게만 선공개 되었다. 신곡 Superhuman은 GMA를 통해 공개가 됐지만, 팬들에게 콘서트장을 나머지 신곡을 최초로 접할 수 있는 장소로 만듦으로써 퍼포먼스를 극대화했다.

도표 41 월드투어의 시작: Prudential Center



자료: 유진투자증권

도표 42 공연장 현장 모습



자료: 유진투자증권

도표 43 MD 상품 구매를 위한 팬들의 대기 행렬



자료: 유진투자증권

도표 44 NCT 월드투어 뉴왁 1일차 세트리스트

순서	곡명	순서	곡명
1	Cherry Bomb(English Version)	14	Wake Up
2	악몽(Come Back)	15	나쁜 짓(Baby Don't Like It)
3	無限的我(무한적아; Limitless)	16	Good Thing
4	Chain	17	Mad City
5	신기루(Fly Away With Me)	18	TOUCH
6	Back 2 U (AM 01:27)	19	Replay(PM 01:27)
7	지금 우리(City 127)	20	Simon Says
8	Angel	21	소방차(Fire Truck)
9	**Jet Lag(미발매곡)**		앵콜곡
10	텐데...(Timeless)	1	**Superhuman(미발매곡)**
11	나의 모든 순간(No Longer)	2	Summer 127
12	Regular to Irregular	3	0 mile
13	Regular(English Version)		

자료: 유진투자증권
주: 분홍색 음영은 미발매곡임

4. MD 상품

MD 상품은 팬들에게는 필수적으로 구매해야하는 제품이다. 특히 콘서트를 직접 관람하는 팬들은 소속감, 일체감을 위해서 응원봉을 구매할 수 밖에 없다. 특히 해외 콘서트의 경우, MD 상품을 오프라인으로 구매할 수 있는 유일한 장소가 콘서트장이기 때문에 팬들의 구매로 이어지는 경우가 많다.

NCT 127의 응원봉은 무대의 구성(곡, 조명 등)에 따라 자동으로 꺼지거나 색이 변경되어 무대 및 아티스트와 팬이 함께 하고 있다는 의미 부여가 가능하다.

도표 45 공식 홈페이지에서 판매되는 MD 상품 (1)



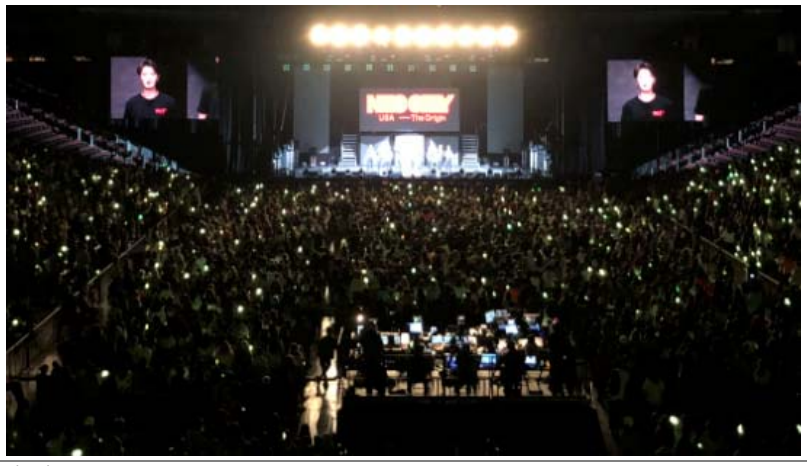
자료: SM엔터테인먼트

도표 46 공식 홈페이지에서 판매되는 MD 상품 (2)



자료: SM엔터테인먼트

도표 47 응원봉은 콘서트의 필수품



자료: 유진투자증권

도표 48 응원봉의 색상변화로 무대 연출 (1)



자료: 유진투자증권

도표 49 응원봉의 색상변화로 무대 연출 (2)



자료: 유진투자증권

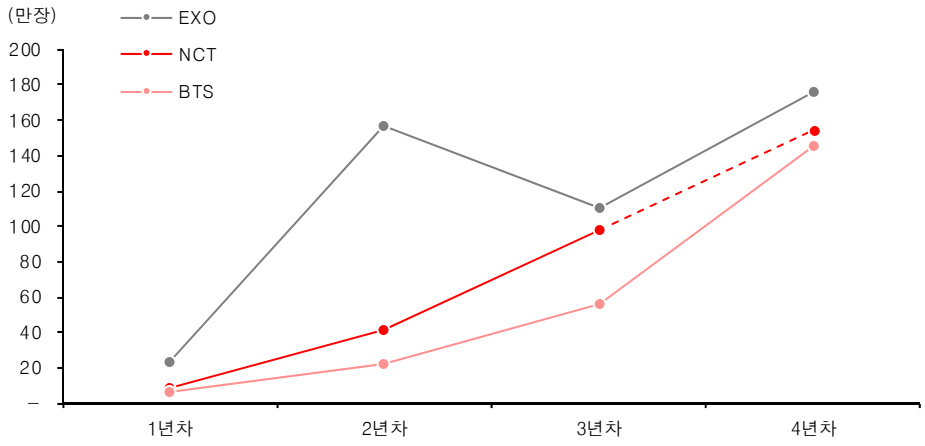
5. NCT 앨범 판매량 추이

NCT의 앨범 판매량 EXO의 연차와 견주어 결코 부족하지 않아

또한 앨범판매량을 비교해보더라도 **엑소의 데뷔 3년차인 2014년 연간 앨범판매량이 약 111만장 수준이고, NCT의 3년차인 2018년 앨범판매량이 약 100만장 수준으로 유사**하다.

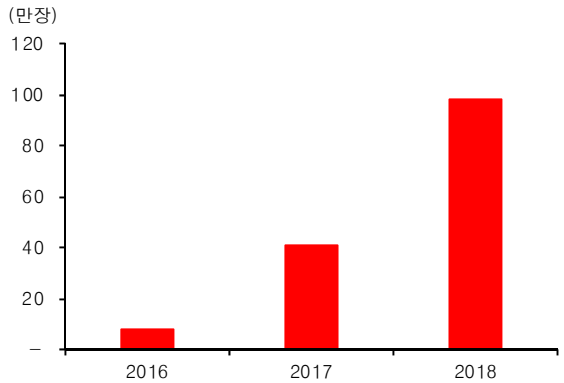
NCT 127의 4번째 미니앨범 'We Are Superhuman'은 2019년 5월 24일에 발매될 예정이다. 앨범 출시에 앞서, 국내 음반 판매처인 예스24의 음반 판매순위(19.04.22~19.04.28)에서 CD는 2위, 스마트 뮤직 앨범은 8위를 기록했다. 예약판매만으로도 상위권을 기록한 만큼, NCT의 2019년 연간 앨범 판매량도 상당부분 증가할 것으로 예상한다.

도표 50 주요 아티스트의 데뷔 연차별 앨범판매량 비교



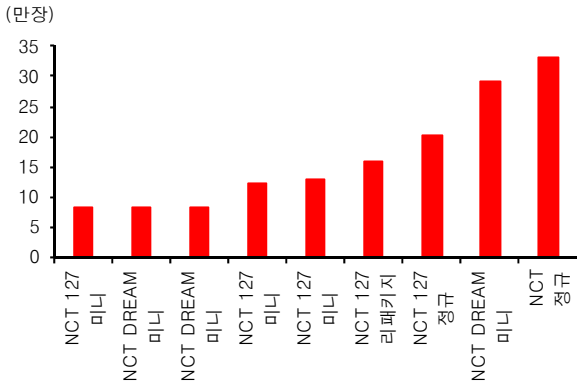
자료: 가온차트, 유진투자증권
주: 4년차 NCT는 당사 추정치

도표 51 NCT 연도별 앨범 판매량 추이



자료: 가온차트, 유진투자증권
주: NCT 모든 유닛 포함

도표 52 NCT 앨범별 판매량 추이



자료: 가온차트, 유진투자증권

6. NCT 127 파헤치기

NCT의 개방성, 확장성 향후 다양한 음악장르로 팬들과 소통 가능할 것

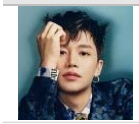
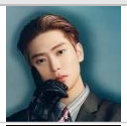
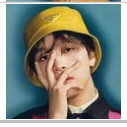
NCT는 Neo Culture Technology(신문화기술)의 약자로 EDM 레이블 ScreaM, SM Station과 함께 2016년 처음으로 시도된 시스템이다. **NCT의 주요 특징은 개방성, 확장성**에 있다. NCT U(United), NCT 127(서울 기반), NCT Dream(청소년 연합)의 유닛 활동과 WayV(중국)로 파생된 그룹까지 보면, NCT의 확장성을 보다 쉽게 이해할 수 있다. 또한 NCT의 독특한 인사법인 'To The World'라는 단어에서도 세계 각 지역으로 나아가 한류의 현지화 전략을 엿볼 수 있다.

유닛 활동에 따른 개인 팬덤이 우려사항이나 그룹 팬덤도 점차 확대중

NCT 127이 SM 소속 다른 아티스트와 갖는 차별 점으로 멤버들이 구사할 수 있는 언어가 있다. NCT 127 멤버 10명의 국적을 살펴보면, 한국 6명, 미국(한국계) 1명, 캐나다(한국계) 1명, 중국 1명, 일본 1명으로 구성되어 있다. 또한 한국 국적의 멤버 재현은 미국 유학 경험을 갖고 있어 영어 구사가 비교적 자유롭다.

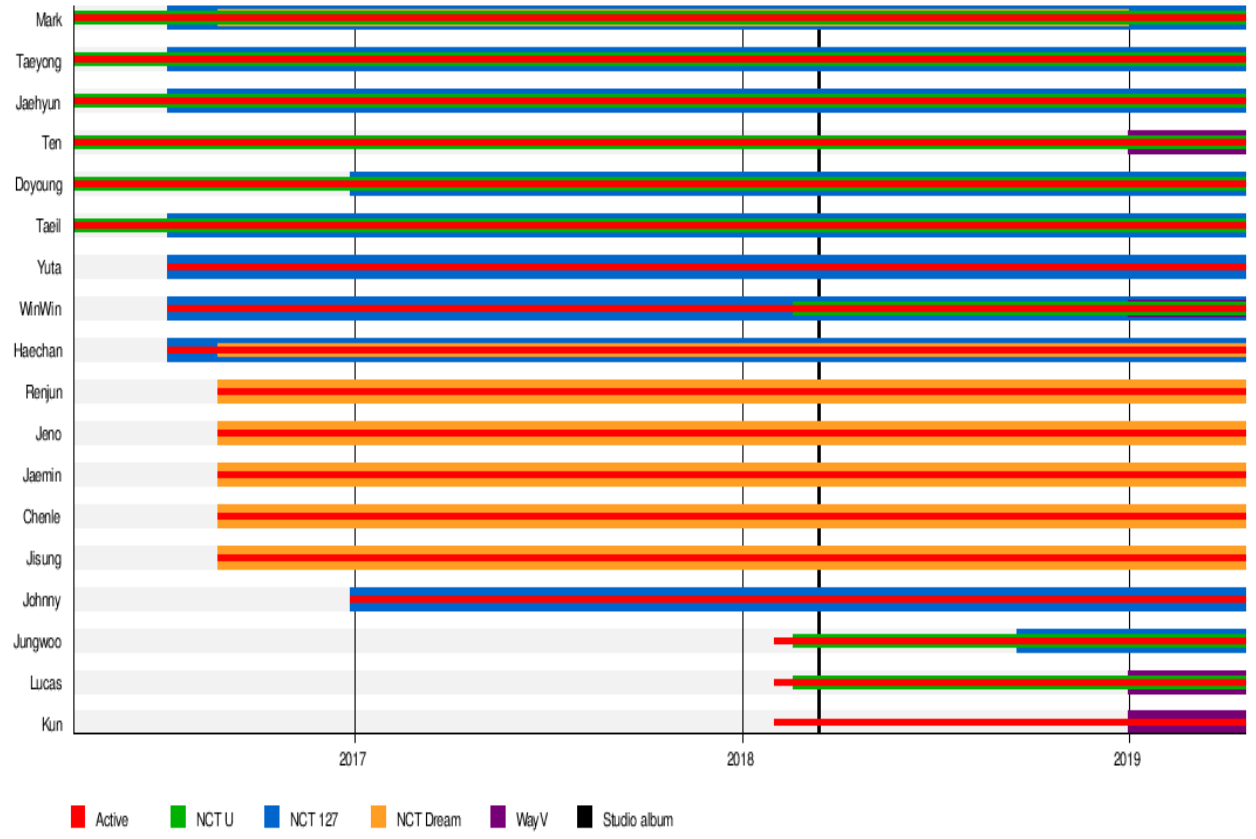
영어를 자유롭게 구사할 수 있는 멤버가 4명으로 북미 투어 및 유럽 투어에 이점으로 작용할 수 있다. 또한 지난 2~3월 진행된 일본 투어에서는 일본인 멤버 유타가 현지 팬들과 자유롭게 소통함으로써, 아티스트와 팬과의 접점을 확대했다.

도표 53 NCT 127 멤버 및 국적

사진	이름	출생년도	국적	사진	이름	출생년도	국적
	태일	1994	한국		재현	1997	한국
	쟈니	1995	미국(한국계)		윈윈	1997	중국
	태용	1995	한국		정우	1998	한국
	유타	1995	일본		마크	1999	캐나다(한국계)
	도영	1996	한국		해찬	2000	한국

자료: 유진투자증권
주: NCT 127의 월드 투어에는 중국 멤버 윈윈은 WayV 스케줄로 미참여

도표 54 NCT 멤버별 활동 현황



자료: Wikipedia, 유진투자증권

에스엠(041510.KQ)

미디어/엔터 담당 한상웅
Tel. 368-6139 / sangwoung@eugenefn.com

글로벌 아티스트로 도약하는 NCT

BUY(유지)

목표주가(12M, 유지)	54,000원
현재주가(05/03)	42,400원

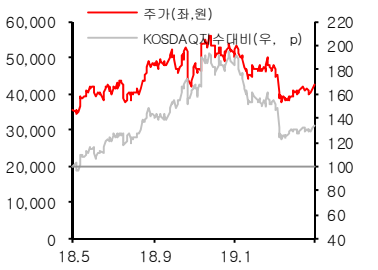
Key Data (기준일: 2019.05.03)

KOSPI(pt)	2,196
KOSDAQ(pt)	762
액면가(원)	500
시가총액(십억원)	989
52주 최고/최저(원)	56,900 / 33,400
52주 일간 Beta	0.87
발행주식수(천주)	23,325
평균거래량(3M,천주)	321
평균거래대금(3M,백만원)	13,572
배당수익률(19F, %)	0.0
외국인 지분율(%)	18.0
주요주주 지분율(%)	
이수만 외 7인	19.3
국민연금	8.1

Company Performance

주가수익률(%)	1M	3M	6M	12M
절대수익률	3.8	-9.9	-10.7	20.5
KOSPI 대비상대수익률	2.1	-16.1	-21.0	32.5

Company vs KOSDAQ composite



■ **NCT의 첫 월드투어 순항, 글로벌 아티스트로 성장성 부각**

2016년 데뷔한 NCT는 데뷔 30개월만에 월드투어를 시작했다. 에스엠의 대표 아티스트인 EXO가 데뷔 후 25개월차에 아시아투어, 34개월차에 월드투어를 한 것과 비교하면 상당히 빠른 성장이다. NCT의 확장성, 개방성이라는 측면 때문에 부족한 소속감, 개인 팬덤 기조가 팬들의 결집력 약화로 이어질 수 있다는 시장의 우려가 크지만, 유닛 조합, 음악적 색채를 다양화 할 수 있다는 장점도 존재한다.

현재 월드 투어를 진행하고 있는 NCT 127은 다양한 언어를 구사할 수 있는 멤버와 유튜브 채널 조회 상위국가 1위가 미국으로 집계되는 점에 주목해야 한다. 미국은 전 세계 1위 규모의 음악시장을 보유해, 미국에서의 흥행이 곧 전 세계 음악시장에서의 성공으로 이어지기 때문이다. 아직 규모 측면에서 NCT 127의 첫 번째 월드투어의 회당 모객 수는 약 6,000명 수준이지만, 인지도 확대와 함께 투어 규모도 확대될 것이다. 또한 오는 5월 24일 공개되는 미니앨범 수록 곡을 콘서트와 방송출연을 통해 홍보하고 있기 때문에 앨범 판매에 대한 기대감도 유효하다.

■ **실적은 하반기로 갈수록 개선될 것, 투자의견 BUY, 목표주가 54,000원 유지**

에스엠의 1분기 영업이익은 시장 컨센서스(70억원)을 하회하는 51억원을 기록할 것으로 전망한다. 1분기 소속 아티스트의 컴백 부재로 본업의 실적이 미미하기 때문이다. 2분기에는 NCT의 월드투어 및 신규 앨범 발매, 레드벨벳 일본 앨범 발매가 이뤄지고, 하반기에는 EXO의 컴백도 예정돼있다. EXO 멤버의 군입대에 따른 우려보다 유닛 활동을 통한 팬과의 접점 확대라는 시기라는 평가가 적합하다.

동사는 2008년 SM USA 법인 설립이래 세계 최대 음악시장인 미국 시장 진출을 꾸준히 이어왔고, NCT 127이 미국 시장에서 유의미한 결실을 맺는 아티스트로의 도약이 기대된다. 에스엠에 대한 투자의견 BUY, 목표주가 54,000원을 유지한다.

Financial Data

결산기(12월)	2016A	2017A	2018A	2019F	2020F
매출액(십억원)	350	365	612	714	805
영업이익(십억원)	21	11	48	55	70
세전계속사업손익(십억원)	23	24	46	54	73
당기순이익(십억원)	4	(5)	23	41	55
EPS(원)	170	199	1,365	1,594	2,173
증감률(%)	(83.8)	17.3	585.9	16.8	36.3
PER(배)	152.8	174.4	38.3	26.6	19.5
ROE(%)	1.2	1.3	8.0	8.3	10.3
PBR(배)	1.7	2.2	2.8	2.1	1.9
EV/EBITDA(배)	9.9	18.7	11.1	7.0	4.9

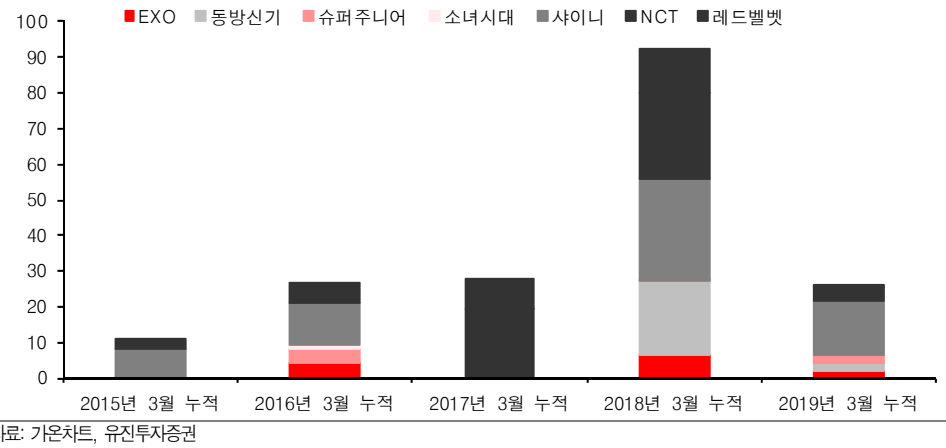
자료: 유진투자증권

도표 55 에스엠 실적 추이 및 전망

(십억원)	1Q18	2Q18	3Q18	4Q18	1Q19F	2Q19F	3Q19F	4Q19F	2018A	2019F	2020F
매출액	**110.6**	**124.4**	**168.7**	**208.5**	**127.9**	**179.0**	**207.7**	**199.2**	**612.2**	**713.8**	**804.8**
YoY	62.5%	83.8%	94.6%	45.9%	15.6%	43.9%	23.2%	-4.5%	67.6%	16.6%	12.8%
SM Entertainment	59.4	60.5	65.7	95.9	41.5	66.0	102.5	96.6	281.6	306.7	338.6
SM Japan	26.3	16.3	20.4	31.9	20.7	23.0	23.0	22.4	94.9	89.2	95.3
DREAMMAKER	6.7	12.4	17.9	21.3	18.4	18.2	18.2	8.3	58.3	63.1	88.3
SM C&C	37.5	52.5	44.5	62.5	48.5	59.5	52.8	62.3	197.0	223.1	244.1
키이스트	-	-	38.4	20.9	20.4	34.5	33.9	33.3	59.3	122.2	130.1
(내부거래)	(19.3)	(17.3)	(18.2)	(24.0)	(21.7)	(22.3)	(22.7)	(23.8)	(78.9)	(90.5)	(91.6)
매출원가	66.6	85.0	117.5	142.8	89.2	121.5	138.5	132.2	411.9	481.4	538.0
매출원가율	60.2%	68.3%	69.6%	68.5%	69.8%	67.9%	66.7%	66.4%	67.3%	67.4%	66.8%
매출총이익	44.0	39.4	51.2	65.7	38.6	57.5	69.3	67.0	200.3	232.4	266.8
판관비	33.6	29.4	39.1	50.5	33.5	45.7	50.5	47.9	152.6	177.6	196.8
판관비율	30.4%	23.6%	23.2%	24.2%	26.2%	25.5%	24.3%	24.1%	24.9%	24.9%	24.5%
영업이익	**10.4**	**10.0**	**12.1**	**15.2**	**5.1**	**11.8**	**18.8**	**19.1**	**47.7**	**54.8**	**70.0**
YoY	765.8%	626.2%	162.8%	305.1%	-51.2%	18.1%	54.8%	25.8%	336.0%	14.8%	27.9%
OPM	9.4%	8.0%	7.2%	7.3%	4.0%	6.6%	9.0%	9.6%	7.8%	7.7%	8.7%
영업외손익	4.4	1.9	(3.0)	(6.3)	0.1	0.1	0.6	(1.2)	(3.0)	(0.4)	3.2
세전이익	15.1	11.1	10.9	8.8	5.1	12.0	19.4	17.8	46.0	54.4	73.3
법인세	3.7	7.1	3.6	8.2	1.3	3.0	4.9	4.5	22.6	13.6	18.3
당기순이익	11.4	4.0	7.3	0.7	3.9	9.0	14.6	13.4	23.4	40.8	55.0
지배주주순이익	**11.2**	**5.1**	**6.4**	**0.6**	**3.4**	**7.9**	**13.3**	**12.2**	**23.2**	**36.7**	**50.0**

자료: 유진투자증권

도표 56 연간 3월 누적 SM 주요 아트스트의 앨범 판매량 추이



자료: 가온차트, 유진투자증권

도표 57 SM 주요 아티스트의 첫 월드투어 시기 비교

	데뷔	첫 월드투어(데뷔 이후 소요 개월)
NCT	2016.07	30
엑소	2012.04	34
레드벨벳	2014.08	48
샤이니	2008.05	69
소녀시대	2007.08	69
슈퍼주니어	2005.11	72

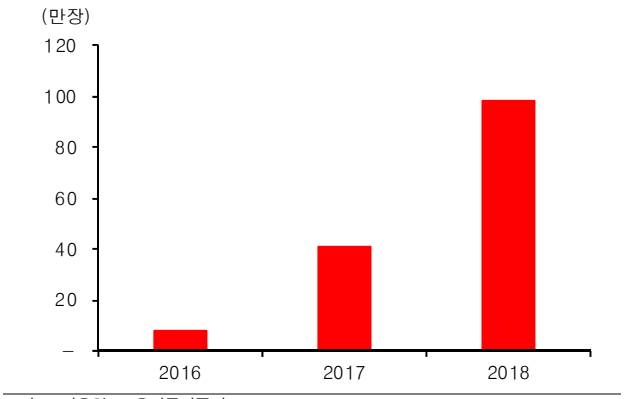
자료: 유진투자증권

도표 58 NCT 127 유튜브 채널 12개월 간 조회수 상위 국가

순위	국가	조회수(백만회)	순위	국가	조회수(백만회)
1	미국	44.3	6	멕시코	12.2
2	태국	24.0	7	일본	12.1
3	인도네시아	20.8	8	필리핀	7.1
4	브라질	14.5	9	아르헨티나	6.5
5	한국	12.6	10	영국	6.4

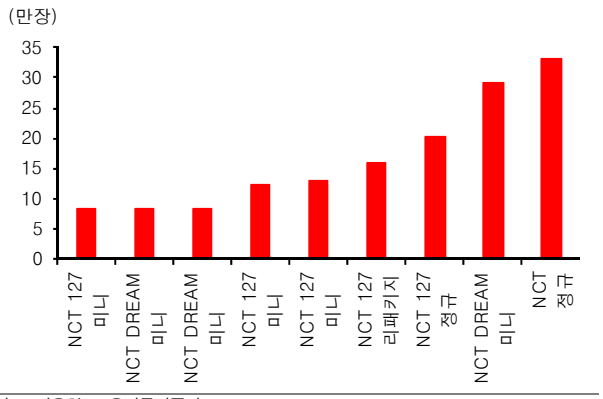
자료: Youtube, 유진투자증권
주: 2019년 4월 30일 기준

도표 59 NCT 연도별 앨범 판매량 추이



자료: 가온차트, 유진투자증권
주: NCT 모든 유닛 포함

도표 60 NCT 앨범별 판매량 추이



자료: 가온차트, 유진투자증권

에스엠(041510.KQ) 재무제표

대차대조표

(단위:십억원)	2017A	2018A	2019F	2020F	2021F
자산총계	**798**	**1,002**	**1,078**	**1,161**	**1,249**
유동자산	441	537	604	677	755
현금성자산	199	282	366	497	564
매출채권	182	189	174	112	121
재고자산	9	12	10	13	14
비유동자산	357	465	474	484	494
투자자산	179	169	193	201	209
유형자산	93	93	91	91	91
기타	85	203	189	192	194
부채총계	**362**	**426**	**465**	**498**	**528**
유동부채	330	394	432	464	493
매입채무	209	266	306	336	364
유동성이자부채	49	44	44	44	44
기타	73	84	82	83	84
비유동부채	31	32	33	34	35
비유동이자부채	11	10	10	10	10
기타	20	22	23	24	25
자본총계	**436**	**576**	**613**	**663**	**722**
지배지분	344	424	461	511	570
자본금	11	12	12	12	12
자본잉여금	170	219	219	219	219
이익잉여금	134	174	211	261	320
기타	29	19	19	19	19
비지배지분	91	152	152	152	152
자본총계	**436**	**576**	**613**	**663**	**722**
총차입금	60	55	55	55	55
순차입금	(139)	(227)	(311)	(442)	(509)

손익계산서

(단위:십억원)	2017A	2018A	2019F	2020F	2021F
매출액	**365**	**612**	**714**	**805**	**847**
증가율(%)	4.4	67.6	16.6	12.8	5.2
매출원가	249	410	481	538	557
매출총이익	**116**	**203**	**232**	**267**	**290**
판매 및 일반관리비	105	155	178	197	207
기타영업손익	0	0	0	0	0
영업이익	**11**	**48**	**55**	**70**	**83**
증가율(%)	(47.2)	336.4	14.7	27.9	18.7
EBITDA	**33**	**88**	**96**	**112**	**125**
증가율(%)	(25.4)	166.3	9.8	16.1	12.0
영업외손익	**13**	**(2)**	**(0)**	**3**	**3**
이자수익	1	3	3	4	4
이자비용	1	3	2	2	2
지분법손익	16	(6)	5	6	6
기타영업손익	(2)	5	(6)	(4)	(5)
세전순이익	**24**	**46**	**54**	**73**	**86**
증가율(%)	8.0	88.4	18.3	34.7	17.7
법인세비용	29	23	14	18	22
당기순이익	**(5)**	**23**	**41**	**55**	**65**
증가율(%)	적전	흑전	74.2	34.7	17.7
지배주주지분	4	31	37	50	59
증가율(%)	18.6	606.9	19.9	36.3	17.7
비지배지분	(9)	(7)	4	5	6
EPS(원)	**199**	**1,365**	**1,594**	**2,173**	**2,557**
증가율(%)	17.3	585.9	16.8	36.3	17.7
수정EPS(원)	199	1,365	1,594	2,173	2,557
증가율(%)	17.3	585.9	16.8	36.3	17.7

현금흐름표

(단위:십억원)	2017A	2018A	2019F	2020F	2021F
영업현금	**77**	**120**	**129**	**176**	**114**
당기순이익	(5)	23	41	55	65
자산상각비	22	40	42	42	42
기타비현금성손익	(15)	7	(10)	(10)	(11)
운전자본증감	46	52	57	90	18
매출채권감소(증가)	(83)	2	15	61	(9)
재고자산감소(증가)	(1)	(1)	2	(3)	(1)
매입채무증가(감소)	97	46	40	31	28
기타	34	6	0	0	0
투자현금	**(111)**	**(127)**	**(47)**	**(47)**	**(48)**
단기투자자산감소	(4)	3	(2)	(2)	(2)
장기투자증권감소	(0)	0	1	2	2
설비투자	(11)	(10)	(11)	(12)	(13)
유형자산처분	7	1	0	0	0
무형자산처분	(25)	(26)	(32)	(32)	(32)
재무현금	**64**	**46**	**0**	**0**	**0**
차입금증가	4	(8)	0	0	0
자본증가	0	35	0	0	0
배당금지급	0	0	0	0	0
현금 증감	**26**	**42**	**82**	**129**	**65**
기초현금	170	195	237	319	448
기말현금	195	237	319	448	513
Gross Cash flow	48	106	72	87	96
Gross Investment	61	78	(11)	(44)	29
Free Cash Flow	**(12)**	**28**	**84**	**131**	**67**

자료: 유진투자증권

주요투자지표

	2017A	2018A	2019F	2020F	2021F
주당지표(원)					
EPS	199	1,365	1,594	2,173	2,557
BPS	15,824	18,428	20,023	22,195	24,752
DPS	0	0	0	0	0
밸류에이션(배,%)					
PER	174.4	38.3	26.6	19.5	16.6
PBR	2.2	2.8	2.1	1.9	1.7
EV/ EBITDA	18.7	11.1	7.0	4.9	3.8
배당수익율	0.0	0.0	n/a	n/a	n/a
PCR	15.6	11.0	13.5	11.3	10.2
수익성(%)					
영업이익율	3.0	7.8	7.7	8.7	9.8
EBITDA이익율	9.0	14.3	13.5	13.9	14.8
순이익율	(1.3)	3.8	5.7	6.8	7.6
ROE	1.3	8.0	8.3	10.3	10.9
ROIC	(1.0)	10.5	18.5	34.1	59.4
안정성 (배,%)					
순차입금/자기자본	(31.9)	(39.5)	(50.8)	(66.7)	(70.6)
유동비율	133.4	136.3	139.7	145.9	153.3
이자보상배율	9.1	18.7	22.4	28.6	34.0
활동성 (회)					
총자산회전율	0.6	0.7	0.7	0.7	0.7
매출채권회전율	3.2	3.3	3.9	5.6	7.3
재고자산회전율	36.8	60.8	66.9	71.8	64.5
매입채무회전율	2.9	2.6	2.5	2.5	2.4

Compliance Notice

당사는 자료 작성일 기준으로 지난 3개월 간 해당종목에 대해서 유가증권 발행에 참여한 적이 없습니다
당사는 본 자료 발간일을 기준으로 해당종목의 주식을 1% 이상 보유하고 있지 않습니다
당사는 동 자료를 기관투자가 또는 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다
조사분석담당자는 2019/04/23~2019/04/25 NCT 127 콘서트(뉴욕) 참석 시 현지 제반 비용을 에스엠으로부터 지원받은 바 있습니다
동 자료에 게재된 내용들은 조사분석담당자 본인의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭없이 작성되었음을 확인합니다
동 자료는 당사의 제작물로서 모든 저작권은 당사에게 있습니다
동 자료는 당사의 동의없이 어떠한 경우에도 어떠한 형태로든 복제, 배포, 전송, 변형, 대여할 수 없습니다
동 자료에 수록된 내용은 당사 리서치센터가 신뢰할 만한 자료 및 정보로부터 얻어진 것이나, 당사는 그 정확성이나 완전성을 보장할 수 없습니다. 따라서 어떠한 경우에도 자료는 고객의 주식투자의 결과에 대한 법적 책임소재에 대한 증빙자료로 사용될 수 없습니다

투자기간 및 투자등급/투자의견 비율

종목추천 및 업종추천 투자기간 : 12개월 (추천기준일 종가대비 추천종목의 예상 목표수익률을 의미함)

		당사 투자의견 비율(%)
• STRONG BUY(매수)	추천기준일 종가대비 +50%이상	0%
• BUY(매수)	추천기준일 종가대비 +15%이상 ~ +50%미만	87%
• HOLD(중립)	추천기준일 종가대비 -10%이상 ~ +15%미만	13%
• REDUCE(매도)	추천기준일 종가대비 -10%미만	0%

(2019.3.31 기준)

과거 2년간 투자의견 및 목표주가 변동내역

추천일자	투자의견	목표가(원)	목표가격 대상시점	괴리율(%) 평균주가 대비	괴리율(%) 최고(최저) 주가대비
2018-10-15	Buy	59,000	1년	-14.2	-4.9
2018-11-15	Buy	59,000	1년	-10.7	-4.9
2018-12-13	Buy	59,000	1년	-12.4	-8.6
2019-01-09	Buy	63,000	1년	-29.5	-18.9
2019-01-16	Buy	63,000	1년	-30.3	-20.8
2019-03-11	Buy	63,000	1년	-37.6	-35.2
2019-04-09	Buy	54,000	1년	-23.8	-21.5
2019-05-07	Buy	54,000	1년		

에스엠(041510.KQ) 주가 및 목표주가 추이

