한국IR협의회
기업리서치센터 기업분석 | 2025.04.11

KOSDAQ | 소프트웨어와서비스

엠로 (058970)

인공지능 기반 공급망 관리 소프트웨어 공급사로 변신

2024년 코스닥 라이징스타

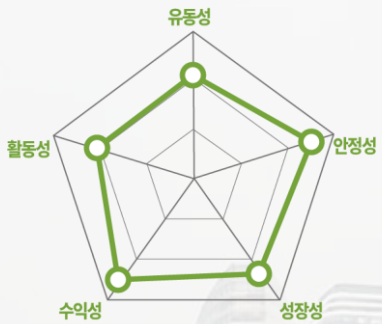
체크포인트

- 엠로는 기업용 소프트웨어 중에 공급업체 관계 관리(SRM)에 특화된 솔루션을 제공하는 기업. 원가 관리부터 조달 구매, 전자계약, 협력사 관리까지 구매 업무 전반을 포괄함. 삼성전자, 현대자동차, GS칼텍스 등 주요 대기업들을 고객사로 확보하여 570여 개 고객사와 1,600개 이상의 프로젝트 수행 경험을 보유. 주요 솔루션에 자연어 처리와 시계열 데이터 분석 기술을 바탕으로 인공지능 기술 적용을 강화하는 모습이 긍정적
- 2021년 8월 코넥스기업의 코스닥시장 신속이전상장 제도를 통해 코스닥시장에 상장되었으며, 2024년 코스닥 라이징스타 기업으로 재선정되는 성과를 이룸. 이크레더블과 한국기업데이터로부터 BBB+ 등급, 나이스디앤비로부터 BBB- 등급, 나이스평가정보로부터 BBB 등급의 신용평가를 받고 있어 재무적 안정성을 인정받음
- 삼성에스디에스가 엠로의 최대주주이며, 국민연금공단이 5% 이상 지분 보유. 2025년 매출액과 영업이익은 전년 대비 각각 15%, 21% 증가한 914억 원, 104억 원으로 전망. 북미·유럽 시장에서 'Caidentia(케이던시아)' SaaS 플랫폼을 통한 해외 사업 확장으로 클라우드 매출 비중이 증가하며 수익구조 개선을 기대

주가 및 주요이벤트

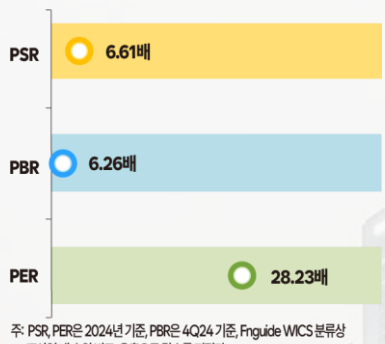


재무지표



주: 2024년 기준, Fnguide WICS 분류 상 IT산업 내 등급화

밸류에이션 지표



주: PSR, PER은 2024년 기준, PBR은 4Q24 기준, Fnguide WICS 분류상 IT산업 내 순위 비교, 우측으로 갈수록 저평가

엠로 (058970)

KOSDAQ
소프트웨어와서비스

Analyst 김경민, Charted Financial Analyst clairekmkim@kirs.or.kr
RA 권지승 rnjswltmd32@kirs.or.kr

소프트웨어 개발 전문 기업. 2024년 코스닥 라이징스타 기업으로 재선정

주식회사 엠로는 2000년 3월 15일에 설립된 소프트웨어 개발 전문 기업. 엠로는 2021년 8월 13일 코넥스기업의 코스닥시장 신속이전상장 제도를 통해 코스닥시장에 상장되었으며, 이크레더블과 한국기업데이터로부터 BBB+ 등급, 나이스디앤비로부터 BBB- 등급, 나이스평가정보로부터 BBB 등급의 신용평가를 받고 있음. 2024년에는 코스닥 라이징스타 기업으로 재선정되는 성과를 이룸

공급업체 관계 관리(SRM)에 특화된 솔루션 제공

엠로는 대기업, 중견기업을 대상으로 공급망 관리(SCM) 중에서도 특히 공급업체 관계 관리(SRM)에 특화된 솔루션인 'SMARTsuite'를 제공. SRM 솔루션은 원가 관리부터 조달 구매, 전자계약, 협력사 관리 등 기업의 구매 업무와 관련된 모든 영역을 커버하는 종합 패키지임. 고객사 확보 측면에서는 570여 개의 고객사와 1,600개 이상의 프로젝트 수행 경험 보유함. 주요 고객사로는 삼성전자, 현대자동차, HD현대중공업, 대한항공, 포스코, KSM, 한화, GS칼텍스 등 국내 주요 대기업들이 포함. 특히 AI 기반 디지털 혁신을 통해 기업의 구매 경쟁력 강화 및 효율적인 공급망 관리를 지원하고 있음

2025년 매출액과 영업이익은 전년 대비 각각 15%, 21% 증가 전망

2025년 매출액과 영업이익은 전년 대비 각각 15%, 21% 증가한 914억 원, 104억 원으로 전망됨. 이러한 성장세는 미국과 유럽 시장에서 공급망 관리 서비스형 소프트웨어(SaaS) '케이던시아'의 영업 활동 본격화에 기인. 케이던시아는 엠로와 삼성SDS, 오나인솔루션즈가 함께 개발한 통합 공급망 관리 SaaS 플랫폼. 이와 더불어 기존에 한 자릿수 수준이던 클라우드 매출이 2025년부터 10% 이상으로 확대되어 수익구조 개선에 기여할 것으로 전망

Forecast earnings & Valuation

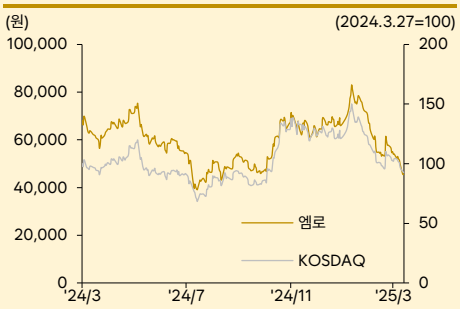
	2021	2022	2023	2024	2025F
매출액(십억원)	47	59	63	79	91
YoY(%)	4.8	24.7	7.8	25.8	15.0
영업이익(십억원)	7	6	5	9	10
OP 마진(%)	14.3	11.1	7.4	10.8	11.4
지배주주순이익(십억원)	5	6	-27	19	22
EPS(원)	502	578	-2,385	1,613	1,777
YoY(%)	45.3	15.2	적전	흑전	10.1
PER(배)	40.6	22.8	N/A	40.0	24.5
PSR(배)	4.7	2.5	12.2	9.4	5.8
EV/EBITDA(배)	21.4	16.4	100.3	66.5	30.6
PBR(배)	5.3	2.9	27.3	8.9	4.8
ROE(%)	19.5	13.9	-67.7	31.9	21.8
배당수익률(%)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

자료: 한국IR협의회 기업리서치센터

Company Data

현재주가 (4/9)		43,550원
52주 최고가		83,000원
52주 최저가		39,100원
KOSDAQ (4/9)		643.39p
자본금		6십억원
시가총액		532십억원
액면가		500원
발행주식수		12백만주
일평균 거래량 (60일)		20만주
일평균 거래액 (60일)		134억원
외국인지분율		4.66%
주요주주	삼성에스디에스 외 1 인	40.30%
	국민연금공단	7.22%

Price & Relative Performance



Stock Data

주가수익률(%)	1개월	6개월	12개월
절대주가	-20.8	-9.6	-29.9
상대주가	-10.4	9.3	-6.3

참고

1) 표지 재무지표에서 안정성 지표는 '부채비율', 성장성 지표는 '매출액 증가율', 수익성 지표는 '영업이익률', 활동성지표는 '총자산회전율', 유동성지표는 '유동비율'임. 2) 표지 밸류에이션 지표 차트는 해당 산업군내 동사의 상대적 밸류에이션 수준을 표시. 우측으로 갈수록 밸류에이션 매력도 높음.

기업 개요

1 대기업, 중견기업 등을 대상으로 공급업체 관계 관리에 특화된 솔루션 제공

소프트웨어 개발 전문 기업

주식회사 엠로는 2000년 3월 15일에 설립된 소프트웨어 개발 전문 기업이다. 본사는 서울특별시 영등포구 당산로41길 11에 위치하고 있으며, 중소기업 및 벤처기업에 해당한다. 엠로의 주요 사업은 대기업, 중견기업 등을 대상으로 공급망 관리(SCM, Supply Chain Management)라는 넓은 카테고리 안에서 특히 공급업체 관계 관리(SRM, Supplier Relationship Management)에 특화된 솔루션을 제공하는 것이다. 엠로의 주요 사업인 SCM과 SRM에 대해 좀 더 자세히 살펴보면 다음과 같다.

SCM이란 기업이 원자재나 부품을 구매하는 것부터 시작하여 생산, 유통, 판매까지 이르는 전체 공급망을 관리하는 시스템을 말한다. "구매"는 기업 활동에서 매우 중요한 프로세스로, 기업이 필요한 물품이나 서비스를 외부 공급업체로부터 조달하는 과정을 의미한다. 기업의 구매 과정은 구매 요청, 견적 요청, 공급업체 선정, 발주, 납품, 검사, 대금 지불 등 복잡한 단계를 포함한다. SRM은 SCM의 한 부분으로, 기업이 원자재나 부품 구매 시 이를 공급하는 공급업체와의 관계를 전략적으로 관리하는 시스템이다. 이는 기업의 구매 과정을 최적화하고, 공급업체와의 협력 관계를 강화하여 비용 절감, 품질 향상, 혁신 촉진 등의 효과를 얻는 것을 목표로 한다. 개별 기업의 구매 담당자들은 SRM 솔루션을 통해 공급업체 평가, 계약 관리, 성과 측정, 위험 관리 등을 효율적으로 수행할 수 있다.

엠로는 자체적으로 개발한 공급업체 관계 관리용 토탈 소프트웨어를 기업 고객들에게 제공하는 사업을 영위하고 있으며, 정관상 목적사업으로는 경영컨설팅, 기업구조조정, 소프트웨어 개발 및 판매, 시스템 통합, 소프트웨어와 하드웨어 도/소매, 네트워크 및 시스템 관리 소프트웨어 개발 및 자문·공급업, IT자원 관리 소프트웨어 및 서비스제공, 정보서비스업, 컴퓨터/주변기기/통신기기 관련 사업, 부동산 임대업 등을 영위하고 있다.

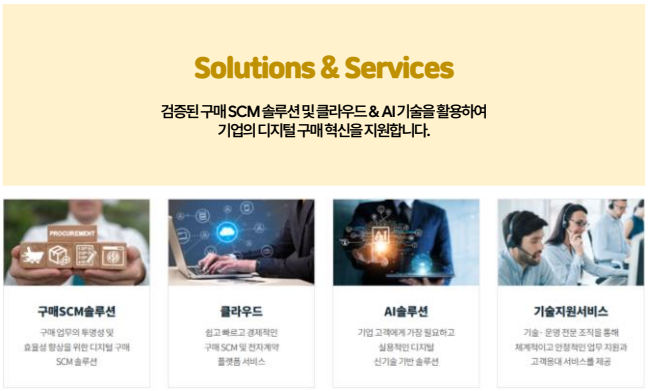
엠로는 2021년 8월 13일 코넥스기업의 코스닥시장 신속이전상장 제도를 통해 코스닥시장에 상장되었으며, 이크레더블과 한국기업데이터로부터 BBB+ 등급, 나이스디앤비로부터 BBB- 등급, 나이스평가정보로부터 BBB 등급의 신용평가를 받고 있다. 2024년에 코스닥 라이징스타 기업으로 재선정되었다.

공급망 관리 영역 토탈 소프트웨어를 기업 고객들에게 제공



자료: 엠로, 한국IR협의회 기업리서치센터

기업의 구매 과정 최적화에 기여



자료: 엠로, 한국IR협의회 기업리서치센터

2024년 연간 매출액은 전년 대비 25.8% 증가한 795억 원을 기록

기업용 SRM 소프트웨어 시장에서 국내 1위를 차지하고 있는 엠로는 570여 개의 고객사 확보와 1,600개 이상의 프로젝트 수행 경험을 보유하고 있다. 2024년 연간 매출액은 전년 대비 25.8% 증가한 795억 원을 기록하는 등 두 자릿수로 성장하는 모습을 보여주었으며 최근에는 AI 기반 디지털 혁신을 통해 기업의 구매 경쟁력 강화 및 효율적인 공급망 관리를 지원하고 있다. 엠로는 'SMARTsuite 10.0' 버전 출시, 글로벌 대표기업 삼성전자 차세대 구매시스템 구축, 국내 10대 그룹사 고객 확보 등을 통해 글로벌 대표 SRM SaaS 플랫폼 기업으로 도약하고 있다.

2 엠로의 사업은 크게 기업용 공급망 관리 소프트웨어와 AI 소프트웨어를 중심

시스템 구축/컨설팅 부문이 전체 매출의 66.9%를 차지

전술했던 바와 같이 엠로는 기업 공급망 관리(SCM)라는 넓은 카테고리 안에서 특히 공급업체 관계 관리(SRM)에 특화된 분야에서 다양한 디지털 솔루션을 제공하고 있으며, 주요 사업부문은 시스템 구축/컨설팅, 소프트웨어 라이선스, 기술지원, 클라우드 사용료로 구분된다. 2024년 매출 기준으로 시스템 구축/컨설팅 부문이 전체 매출의 66.9%를 차지하며, 기술지원 15.9%, 소프트웨어 라이선스 10.4%, 클라우드 사용료 6.8%로 구성되어 있다. 엠로의 사업은 크게 공급업체 관계 관리(SRM) 소프트웨어와 AI 소프트웨어를 중심으로 전개되며, 동 솔루션들은 고객의 상황에 맞게 On-premise(구축형)와 Cloud SaaS(클라우드형)의 두 가지 방식으로 제공이 가능하다.

과거에는 여러 엑셀 파일과 이메일, 종이 문서로 분산되어 있던 공급업체 관련 정보를 SRM 소프트웨어로 한 곳에서 통합 관리

사실 공급업체 관계 관리(SRM) 소프트웨어라고 하면 이를 미경험한 사용자들에게는 그 개념과 실체가 모호할 수 있는데, 실질적으로는 직관적인 웹 인터페이스나 체계화된 엑셀 데이터 시트와 유사한 형태로 구현된다. 이러한 플랫폼 내에서 사용자들은 주로 다음과 같은 핵심 기능을 활용한다.

우선, 공급업체 마스터 데이터(기업이 거래하는 모든 공급업체에 관한 핵심 정보를 통합적으로 관리하는 중앙화된 데이터베이스)의 통합적 조회가 가능하다. 구체적으로 업체명, 담당자 정보, 계약 조항, 실적 지표, 각종 인증 현황 등이 구조화된 방식으로 제시되어 데이터 접근성과 정보 검색 효율성을 극대화한다.

또한 벤더(공급업체) 퍼포먼스의 정량적 평가 및 지속적 모니터링 체계를 구축할 수 있다. 납기 준수율(On-time Delivery Rate), 품질 적합성(Quality Conformance), 비용 경쟁력(Cost Competitiveness) 등 다양한 KPI를 통해 공급업체의 성과를 객관적으로 수치화하고, 이를 다차원 분석 대시보드로 시각화한다. 데이터 기반 인사이트를 토대로

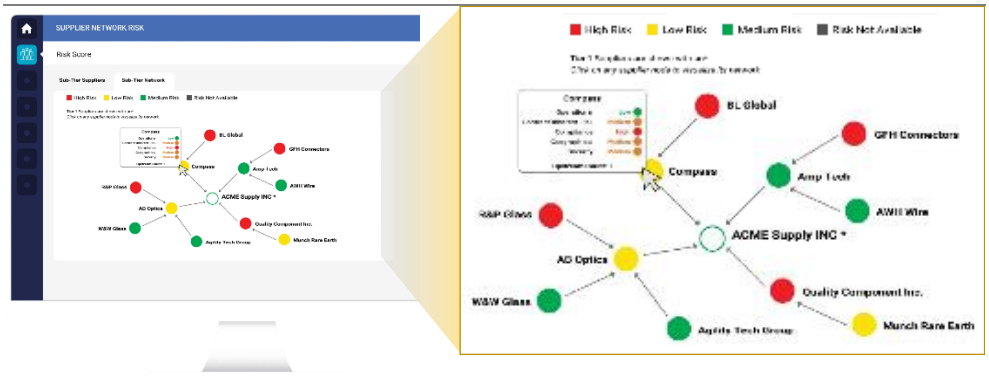
우수 공급업체에는 전략적 파트너십 강화와 물량 확대를, 성과 미달 업체에는 개선 과제 도출 및 시정 조치를 요구하는 등 차별화된 관계 관리 전략을 구사할 수 있다.

리스크 관리 측면에서도 SRM 솔루션은 고도화된 기능을 제공한다. 공급망 내 잠재적 위험 요소를 다각적으로 시뮬레이션하여 시각화하며, 특정 공급업체의 이슈 발생 시 영향을 받는 제품군이나 서비스의 스코프를 신속하게 식별할 수 있다. 또한 계약 만료일, 원자재 가격 변동성, 법규 및 규제 컴플라이언스 준수 여부 등을 자동으로 추적하고 사전 알림 메커니즘을 통해 선제적 대응 체계를 구축함으로써 공급망 연속성(Supply Chain Continuity)을 확보할 수 있게 한다.

코로나 팬데믹 시기에는 글로벌 공급망 붕괴 리스크가 크게 부각되면서 SRM 소프트웨어의 필요성이 주목받았다. 갑작스러운 공장 폐쇄와 물류 중단으로 많은 기업들이 대체 공급업체를 신속하게 찾고 리스크를 관리해야 했던 상황에서, SRM 솔루션은 위기 대응의 핵심 도구로 자리매김했다.

SRM 소프트웨어를 이용한 대기업, 중견기업의 실무자들은 과거에 여러 엑셀 파일과 이메일, 종이 문서로 분산되어 있던 공급업체 관련 정보를 SRM 소프트웨어를 통해 한 곳에서 통합 관리할 수 있게 되었다. 이는 단순히 편리함을 넘어 전략적인 의사결정의 질을 높이고, 공급망 전반의 효율성과 안정성을 향상시키는 데 크게 기여하고 있다.

Ivalua의 SRM 소프트웨어 중 "공급업체 네트워크 리스크(Supplier Network Risk)" 분석 기능



주: 1) 이 기능은 직접적인 1차 공급업체뿐만 아니라 그들의 하위 공급업체(sub-tier suppliers)까지 포함하는 전체 공급 네트워크의 리스크를 시각화
2) 각 공급업체는 리스크 수준에 따라 색상으로 구분. 빨간색(고위험), 노란색(저위험), 녹색(중간 위험), 회색(정보 없음)
3) 기업이 직접 거래하는 1차 공급업체뿐만 아니라 2차, 3차 공급업체의 리스크까지 파악하여 공급망 전체의 취약점을 사전에 식별하고 대응하는 데 기여
자료: https://www.coupa.com/wp-content/smush-webp/2024/09/Risk-aware-product-screenshot.png.webp, 한국IR협의회 기업리서치센터

SMARTsuite는 원가 관리부터 조달 구매, 전자계약, 협력사 관리 지원

엠로의 소프트웨어 중에서 기업용 공급망 관리 소프트웨어인 SMARTsuite는 원가 관리부터 조달 구매, 전자계약, 협력사 관리 등 구매 업무와 관련된 모든 영역을 커버하는 종합 패키지이다. 이 솔루션은 Procure to Pay에 해당하는 SMARTpro(구매요청, 발주/입고, 검수 평가), SMARTcms(품목 분류 및 정보 관리), Contract Management를 위한 SMARTrfx(전자 입찰), SMARTcontract(전자계약 관리), Supplier Management를 지원하는 SMARTvs(협력업체 등록), SMARTsrm(협력업체 평가), SMARTrisk(협력사 리스크 관리), SMARTc&b(협업 관리) 등 다양한 모듈로 구성되어 있다. 2024년 6월에는 SMARTsuite v10.0으로 업그레이드되어 세분화된 구매 기능과 향상된 UI/UX를 제공하고 있으며, 신제품 개발 단계부터 체계적인 원가 관리 기능과 구매에 특화된 AI 기능을 내재화하여 업무 효율성과 정확도를 높여준다.

자연어 처리(NLP) 기술과 시계열 데이터 기반의 분석 및 예측 기술을 바탕으로 다양한 솔루션을 제공

엠로의 AI 소프트웨어는 구매 및 공급망 관리 영역에 인공지능 기술을 접목한 솔루션이다. 이 소프트웨어는 크게 세 가지 핵심 영역으로 구분된다.

첫째, 분류(Classification) 영역은 방대한 양의 데이터를 AI가 자동으로 분석하고 체계적으로 구분하는 기능이다. SMART item doctor는 자연어 처리 기술로 품목 데이터를 자동으로 정비하고, SMART spend doctor는 지출 데이터를 카테고리별로 분류해 비용 분석을 용이하게 한다. SMART auto-PO는 품목별 구매 패턴을 분석해 최적의 발주 유형을 추천한다.

둘째, 최적화(Optimization) 영역은 다양한 변수와 데이터를 분석해 최적의 의사결정을 지원하는 기능이다. SMART quotation doctor는 과거 견적 데이터와 시장 가격을 비교해 협력사가 제출한 견적가의 적정성을 판단하고, SMART cost doctor는 신규 모델의 부품 원가를 추천한다. SMART dashboard는 기업 내 다양한 시스템의 데이터를 통합해 맞춤형 분석 정보를 제공한다.

셋째, 예측(Forecasting) 영역은 과거와 현재 데이터를 분석해 미래 상황을 예측하는 기능이다. SMART forecasting doctor는 시계열 데이터 분석을 통해 제품이나 서비스의 미래 수요를 예측하고, SMART price doctor는 원자재 시황, 물가 지수, 환율 등 외부 변수와 과거 구매 데이터를 결합해 자재별 가격 변동 추이를 예측한다.

이처럼 엠로의 AI 소프트웨어는 자연어 처리와 시계열 데이터 분석 기술을 바탕으로, 데이터 분류부터 의사결정 최적화, 미래 예측까지 기업의 공급망 관리 전반에 인공지능을 접목해 업무 효율성과 정확성을 높이는 솔루션을 제공한다.

Classification(분류), Optimization(최적화), Forecasting(예측) 영역에서 고객사 확보

국내 주요 대기업들을 고객사로 확보

엠로의 AI 소프트웨어 사업은 국내 주요 대기업들을 고객사로 확보하며 실질적인 구매 업무 혁신을 지원하고 있다. 전술했던 바와 같이, 동 분야의 고객사들은 Classification(분류), Optimization(최적화), Forecasting(예측) 세 가지 주요 영역에 걸쳐 다양한 서비스를 도입하고 있다.

Classification 영역은 AI 기술을 활용하여 방대한 양의 품목 데이터나 비용 데이터를 자동으로 정비하고 분류하는 영역이다. 이를 통해 데이터 정확도를 높이고 업무 효율성을 개선할 수 있다. 이 영역에서는 삼성전자, 현대자동차, HD현대중공업, 대한항공, 포스코, KSM(케이에스엠), 한화, GS칼텍스 등이 Item Master 품질 관리 서비스를 도입했으며, 풀무원, LG전자, LG화학 등이 비용 카테고리 자동 분류 서비스를 활용하고 있다.

Optimization 영역은 AI 기술을 통해 내외부 데이터를 분석하

Optimization 영역은 AI 기술을 통해 내외부 데이터를 분석하여 최적의 견적가와 부품 원가를 추천하고 전략적 의사결정을 지원하는 영역이다. 이 기술은 과거 구매 내역과 현재 시장에서 거래되는 가격 등을 자동으로 수집하고 비교·분석하여 최적의 가격을 추천함으로써 업무 시간을 단축하고 정확도를 높여준다. 현대자동차, LG화학, LG이노텍, 한화건설은 협력사 견적가 적정성 분석 서비스를 도입했고, LG전자는 신규 모델 부품 원가 데이블 분석 서비스를 사용 중이다. 또한 삼성전자, HL Mando, LX하우시스, 한화시스템, LG화학, 포스코 등은 데이터 분석 기반 대시보드 서비스를 활용하여, 기업 맞춤형 데이터 분석 솔루션을 통해 보다 신속하고 전략적인 구매 관련 의사결정을 내릴 수 있게 되었다.

Forecasting 영역은 AI 예측 모델링을 통해 미래의 제품 수요, 자재 가격 변동 추이 등을 예측

Forecasting 영역은 AI 예측 모델링을 통해 미래의 제품 수요, 자재 가격 변동 추이 등을 예측하는 영역이다. 기업이 축적해온 생산 및 판매 관련 데이터와 외부 정보를 AI 머신러닝 알고리즘으로 분석하여 생산 및 판매에 영향을 미치는 다양한 요인을 찾아내고, 이를 기반으로 예측 모델링을 실시한다. S-OIL은 품목 단가 트렌드 예측 서비스를, 삼성전자, 홈플러스, 케이카, 대상, 애경, S-OIL 등은 지능형 수요예측 서비스를 도입하여 AI 기반의 데이터 분석 및 예측 역량을 강화하고 있다. 이처럼 엠로는 다양한 산업군의 대기업들과 협력하며 AI 소프트웨어를 통한 공급망 관리 혁신을 선도하고 있다.

4. 주주 구성

삼성에스디에스(주)가 4,385,662주(36.08%)를 보유한 최대주주

엠로의 주주 구성을 살펴보면, 2024년 12월 31일 기준으로 삼성에스디에스(주)가 4,385,662주(36.08%)를 보유한 최대주주이며, 국민연금공단이 615,413주(5.06%)를 보유한 5% 이상 주주로 확인된다. 특수관계자인 송재민은 535,000주(4.40%)를 보유하고 있다. 소액주주는 전체 주주의 99.89%인 19,566명으로, 이들은 총 발행주식의 50.5%인 6,141,162주를 보유하고 있어 주주 구성이 비교적 분산되어 있음을 알 수 있다.

삼성에스디에스(주)는 삼성그룹 내에서 IT 서비스와 물류 사업을 담당

엠로의 최대주주인 삼성에스디에스(주)는 삼성전자(주)가 22.58%의 지분을 보유한 계열사로, 삼성그룹 내에서 IT 서비스와 물류 사업을 담당하는 핵심 기업이다. 삼성에스디에스는 시스템 통합(SI), IT 컨설팅, 클라우드 서비스, 비즈니스 프로세스 아웃소싱(BPO) 등의 서비스를 제공하며, 삼성그룹 계열사들의 디지털 전환을 지원하는 중추적인 역할을 수행하고 있다. 1985년 설립 이후 국내 IT 서비스 산업을 선도해온 삼성에스디에스는 제조, 금융, 유통, 서비스, 공공 등 다양한 산업 분야에서 축적한 전문성을 바탕으로 기업의 디지털 혁신을 지원하고 있다.

특히 최근에는 AI, 클라우드, 블록체인, IoT, 데이터 분석 등 첨단 기술 분야에 대한 투자를 강화하고 있으며, 삼성 SDS 클라우드 플랫폼인 'Brightics AI'와 같은 자체 솔루션을 개발하여 시장 경쟁력을 높이고 있다. 또한 글로벌 물류 네트워크를 기반으로 국제 물류, 통관, 창고 관리 등 종합 물류 서비스도 제공하고 있으며, 블록체인 기술을 접목한 'Cello Square' 플랫폼을 통해 물류 산업의 디지털화를 선도하고 있다.

2023년 5월 31일에 삼성에스디에스(주)가 송재민 외 2인으로부터 지분을 취득하면서 엠로의 최대주주가 되었다는 점은 삼성그룹이 AI와 공급망 관리 소프트웨어 분야로 사업 영역을 확장하려는 전략적 의도를 보여주는 중요한 변화이다. 이는 삼성에스디에스가 기존의 IT 서비스와 물류 역량에 엠로의 공급망 관리 및 AI 소프트웨어 기술을 결합하여 기업 고객들에게 더욱 통합된 디지털 솔루션을 제공하려는 목표를 가진 것으로 해석될 수 있다.

산업 현황

1 기업용 소프트웨어의 정의와 중요성

기업용 소프트웨어(Enterprise Software)란 조직의 업무 프로세스와 데이터 관리를 지원

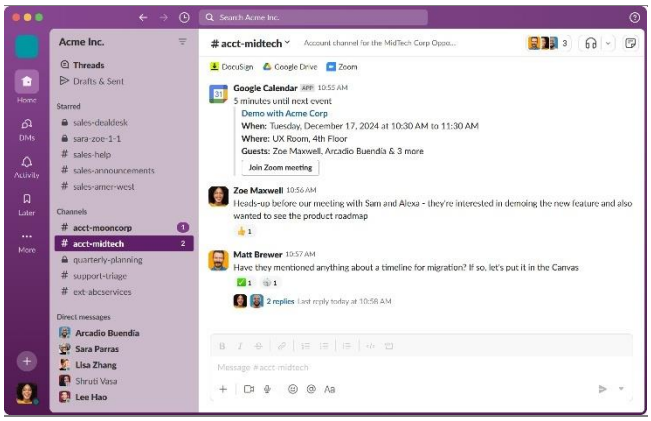
엠로를 일반적인 업계 용어로 표현하면 기업용 소프트웨어 회사이다. 기업용 소프트웨어(Enterprise Software)란 조직의 업무 프로세스와 데이터 관리를 지원하기 위해 설계된 애플리케이션 및 솔루션을 의미한다. 일반 소비자용 소프트웨어와 달리 기업용 소프트웨어는 대규모 데이터 처리, 다수 사용자 지원, 복잡한 업무 로직 처리, 높은 보안성과 안정성 등이 요구되며, 기업의 특정 비즈니스 요구사항을 충족시키기 위해 개발된다. 이러한 소프트웨어는 기업 내 다양한 부서와 기능을 연결하고, 업무 흐름을 자동화하며, 의사결정을 위한 데이터 분석 기능을 제공함으로써 기업 운영의 효율성과 생산성을 향상시키는 역할을 한다.

Slack이나 Notion과 같은 협업 도구들도 현대적 의미의 기업용 소프트웨어에 포함

기업 운영의 효율성과 생산성을 향상시키는 역할을 담당하는 소프트웨어 중에 스타트업에서 자주 사용한다고 알려진 Slack이나 Notion과 같은 협업 도구들도 기업용 소프트웨어에 포함된다. 이러한 도구들은 처음에는 스타트업이나 소규모 팀을 위한 솔루션으로 시작했지만, 현재는 다양한 규모의 조직에서 핵심 업무 플랫폼으로 자리잡았다. Slack은 부서 간 커뮤니케이션을 중앙화하고, 메시지, 파일, 도구를 하나의 플랫폼에 통합하여 업무 효율성을 높인다. Notion은 문서 작성, 지식 관리, 프로젝트 관리, 데이터베이스 기능을 결합한 올인원 작업공간을 제공하여 기업 정보의 체계적 관리를 가능하게 한다.

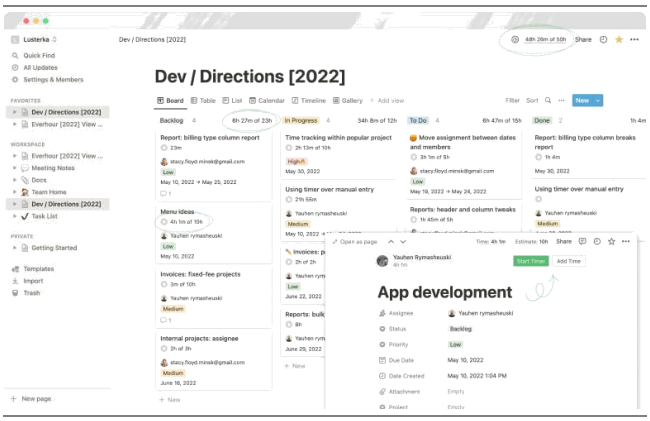
이러한 도구들은 클라우드 기반으로 제공되어 접근성이 높고, API를 통해 다른 기업용 소프트웨어와 연동이 용이하며, 기업 규모에 맞게 확장 가능한 구독 모델을 채택하고 있다. 여기서 API(Application Programming Interface)란 서로 다른 소프트웨어 시스템이 통신할 수 있게 해주는 일련의 규칙과 프로토콜을 의미한다. API는 개발자가 특정 애플리케이션의 기능이나 데이터에 접근할 수 있도록 하는 인터페이스로, 예를 들어 Slack API를 통해 기업은 CRM(Customer Relationship Management) 시스템이나 이슈 추적 도구와 같은 다른 소프트웨어에서 발생한 알림을 Slack 채널로 자동 전송하도록 설정할 수 있다. 이들은 전통적인 기업용 소프트웨어 시스템과는 달리 사용자 경험에 중점을 두고 설계되었지만, 기업의 핵심 업무 프로세스를 지원한다는 점에서 기업용 소프트웨어의 중요한 부분을 차지하고 있다.

Slack 화면 예시



자료: 업계자료, 한국IR협의회 기업리서치센터

Notion 화면 예시



자료: 업계자료, 한국IR협의회 기업리서치센터

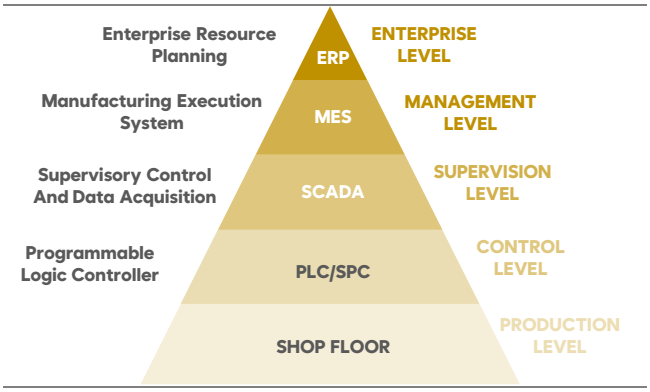
Microsoft Excel, Word와 같은 오피스 프로그램은 기업용 소프트웨어와 생산성 소프트웨어의 경계에 존재

한편, 기업에서 사무직 직원들이 흔히 사용하는 Microsoft Excel, Word와 같은 오피스 프로그램은 기업용 소프트웨어와 생산성 소프트웨어의 경계에 있다. 이러한 프로그램들은 개인 생산성 향상을 위한 도구로 시작되었지만, 기업 환경에서 널리 사용되며 특히 Microsoft 365와 같은 기업용 구독 서비스의 일부로 제공될 때는 공유, 협업, 보안 기능이 강화되어 기업용 소프트웨어의 특성을 더 많이 갖게 된다. 또한 Excel의 자동화 기능(매크로)이나 프로그래밍 언어(VBA, Visual Basic for Applications)를 통해 기업 내 특정 업무 프로세스를 자동화하거나 대규모 전사적 자원 관리(ERP, Enterprise Resource Planning) 시스템이나 비즈니스 인텔리전스(BI, Business Intelligence) 데이터 분석 시스템과 연동되어 활용되기도 한다. 따라서 업계에서는 이러한 제품을 종종 "비즈니스 생산성 소프트웨어" 또는 "오피스 소프트웨어"라는 별도 카테고리로 분류하기도 한다.

클라우드 기반 기업용 소프트웨어의 수요가 급증

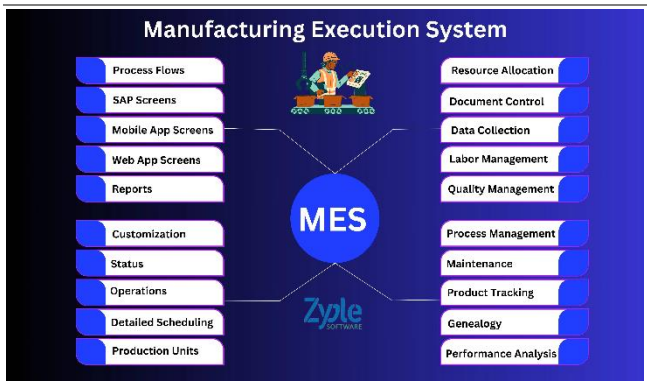
디지털 전환(Digital Transformation)이 가속화되는 비즈니스 환경에서 기업용 소프트웨어의 중요성은 더욱 커지고 있다. 글로벌 경쟁 심화, 고객 요구사항의 빠른 변화, 시장 불확실성 증가 등으로 인해 기업들은 민첩하고 데이터 기반의 의사결정이 필요하게 되었다. 기업용 소프트웨어는 이러한 환경에서 기업이 경쟁력을 유지하고 성장할 수 있도록 지원하는 핵심 도구가 되었다. 특히 코로나19 팬데믹 이후 원격 근무와 디지털 협업이 일상화되면서, 클라우드 기반 기업용 소프트웨어의 수요가 급증하였으며, 이는 비즈니스 연속성 유지와 디지털 혁신 가속화에 중요한 역할을 하고 있다. 지리적으로 분산된 팀들이 효율적으로 협업할 수 있게 해주는 클라우드 기반 협업 도구와 원격 접속 솔루션은 이제 기업 IT 인프라의 필수 요소가 되었다. 또한 사이버 보안 위협이 증가하면서 보안 기능이 강화된 기업용 소프트웨어의 중요성도 함께 높아지고 있다.

기업용 소프트웨어도 점차 세분화, 전문화



자료: 업계자료, 한국IR협의회 기업리서치센터

스마트 팩토리 구현을 위한 MES(Manufacturing Execution System)



자료: 업계자료, 한국IR협의회 기업리서치센터

기업용 소프트웨어도 점차 세분화, 전문화되는 추세

산업별로 특화된 요구사항을 충족시키기 위해 기업용 소프트웨어도 점차 세분화, 전문화되는 추세다. 제조업에서는 스마트 팩토리 구현을 위한 MES(Manufacturing Execution System), 금융업에서는 리스크 관리와 규제 준수를 위한 솔루션, 의료 분야에서는 환자 데이터 관리와 의료 서비스 개선을 위한 시스템 등 산업별 특화 소프트웨어의 발전이 두드러진다. 이와 함께 AI와 빅데이터 기술을 활용한 지능형 기업용 소프트웨어는 예측 분석, 자동화, 개인화된 사용자 경험 등을 제공함으로써 기업의 의사결정 과정과 비즈니스 프로세스를 혁신적으로 변화시키고 있다.

나아가 기업용 소프트웨어는 단순히 내부 프로세스 최적화를 넘어 고객 경험 혁신과 새로운 비즈니스 모델 창출의 기반이 되고 있다. 디지털 플랫폼을 통한 새로운 수익원 창출, 서비스형 소프트웨어(SaaS) 모델로의 전환, 데이터 기반

서비스 확장 등 기업의 디지털 트랜스포메이션을 이끄는 핵심 동력으로 자리매김하고 있다. 이처럼 기업용 소프트웨어는 조직의 효율성 향상뿐만 아니라 비즈니스 모델의 혁신과 지속 가능한 성장을 위한 필수 요소로서 그 전략적 중요성이 더욱 강조되고 있다.

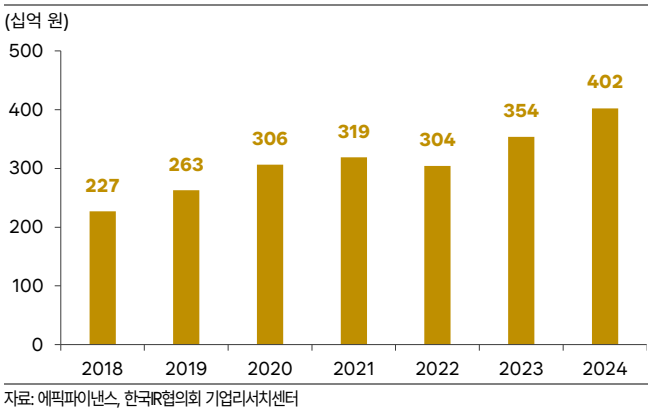
가장 대표적인 것이 ERP(Enterprise Resource Planning)

전통적인 의미에서의 기업용 소프트웨어는 다양한 카테고리로 분류될 수 있는데, 그 중 가장 대표적인 것이 ERP(Enterprise Resource Planning)이다. ERP는 기업의 모든 부서와 기능을 통합하여 자원 관리의 효율성을 극대화하는 통합 관리 시스템으로, 재무, 인사, 생산, 구매, 판매, 재고 등 기업 전반의 자원을 효율적으로 관리할 수 있게 해준다.

흥미로운 점은 ERP가 처음부터 통합 시스템으로 개발된 것이 아니라, 1960-70년대의 재고 관리 시스템과 MRP(Material Requirements Planning), 1980년대의 MRP II(Manufacturing Resource Planning)와 같은 개별 시스템들이 점차 통합되고 발전한 결과물이라는 것이다. 1990년대 초 가트너 그룹이 ERP라는 용어를 처음 사용하기 시작했고, 1992년 SAP R/3의 출시와 함께 현대적 의미의 ERP 시장이 본격화되었다. 현재는 SAP, Oracle 등이 글로벌 ERP 시장을 주도하고 있으며, 기업 규모와 산업별로 특화된 다양한 ERP 솔루션이 존재한다.

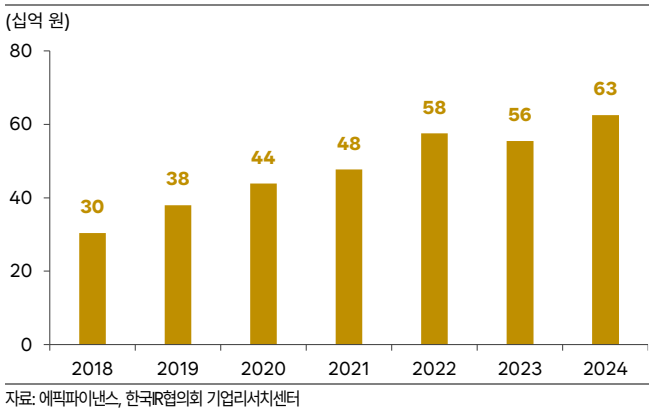
한국 ERP 시장에서는 더존비즈온과 영림원소프트랩이 상장기업으로서 주요 위치를 차지하고 있다. 더존비즈온은 국내 중소기업부터 대기업까지 폭넓게 사용되는 회계, 인사, 재무 관련 ERP 솔루션을 제공하며, 영림원소프트랩은 제조업, 건설업, 유통업 등 다양한 산업에 맞춤형 ERP 시스템을 제공하는 데 특화되어 있다. 이 외에도 이카운트(ECOUNT)와 같은 업체들이 저렴한 비용의 웹 기반 ERP 시스템으로 중소기업과 스타트업 시장을 공략하고 있다.

더존비즈온 매출 추이



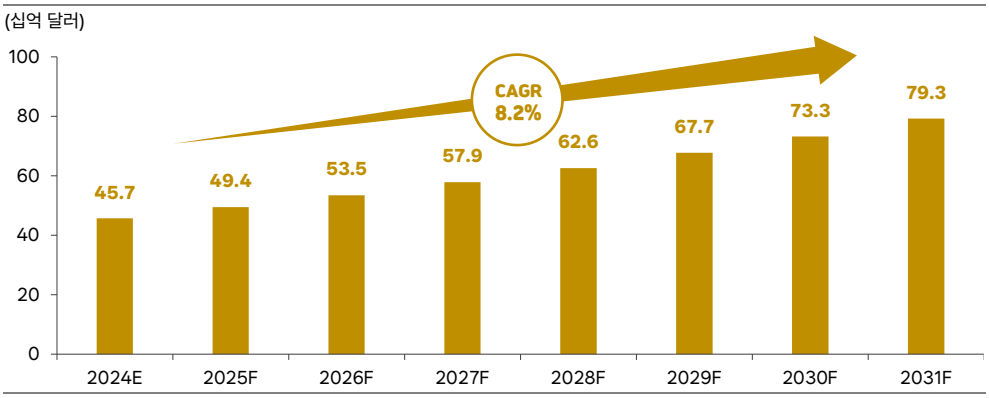
자료: 에픽파이낸스, 한국IR협의회 기업리서치센터

영림원소프트랩 매출 추이



자료: 에픽파이낸스, 한국IR협의회 기업리서치센터

글로벌 ERP(Enterprise Resource Planning) 시장 규모 및 성장률



자료: Verified market research, 한국IR협의회 기업리서치센터

ERP가 기업 내부 자원의 통합 관리에 초점을 맞췄다면, CRM은 기업 외부와의 관계를 관리하는 데 적용

기업의 성장과 함께 내부 자원 관리만으로는 비즈니스 경쟁력을 유지하기 어려워졌고, 이러한 변화에 맞춰 기업용 소프트웨어도 진화해왔다. ERP가 기업 내부 자원의 통합 관리에 초점을 맞췄다면, CRM(Customer Relationship Management)은 기업 외부와의 관계, 특히 고객과의 관계를 관리하기 위한 소프트웨어로 발전했다.

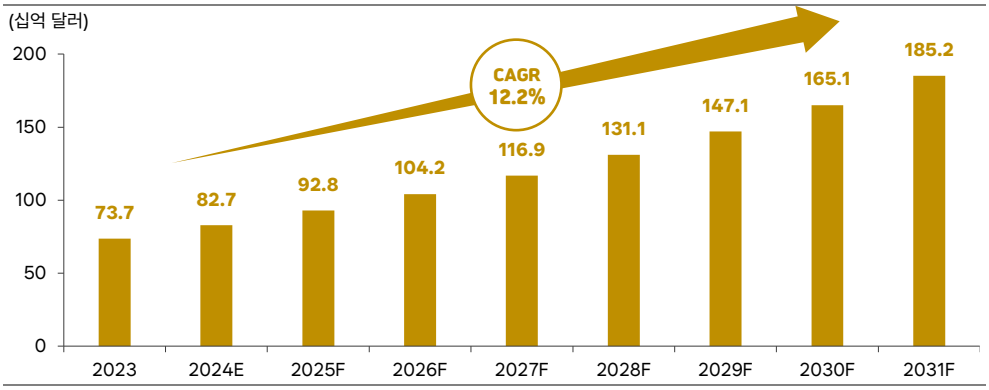
CRM은 고객 데이터를 체계적으로 수집, 분석하여 영업, 마케팅, 고객 서비스 등의 활동을 최적화하는 솔루션이다. 이는 단순한 고객 정보 관리를 넘어 잠재 고객 발굴부터 구매 전환, 구매 후 관리, 충성 고객화까지 고객 여정의 전 과정을 추적하고 관리할 수 있게 해준다. Salesforce, HubSpot, Microsoft Dynamics 365 등이 대표적인 CRM 솔루션으로, 이들은 클라우드 기반의 서비스를 통해 기업이 언제 어디서나 고객 정보에 접근하고 활용할 수 있도록 지원한다. 이러한 CRM 시스템은 고객 중심 비즈니스 전략을 실행하는 데 필수적인 도구로, 고객 경험 향상과 매출 증대에 직접적인 영향을 미친다.

최근에는 인공지능 기술의 급속한 발전으로 AI 기반 CRM 시장이 빠르게 성장하고 있다. Implisit(Salesforce가 인수), Chorus.ai(ZoomInfo가 인수), People.ai, Drift, Gong.io 등이 대표적인 AI 기반 CRM 스타트업으로, 이들은 전통적인 CRM의 한계를 뛰어넘는 혁신적인 솔루션을 제공하고 있다. 기존 CRM이 주로 데이터 입력과 관리에 의존했다면, AI 기반 CRM은 데이터 분석과 예측, 자동화에 중점을 두고 있다.

이러한 AI 기반 CRM 기업들은 자연어 처리(NLP), 머신러닝, 딥러닝 등 첨단 AI 기술을 활용해 영업 프로세스 자동화, 고객 응대 개인화, 영업 통화 분석, 고객 행동 예측 등 CRM의 핵심 기능을 획기적으로 강화하고 있다. 예를 들어, AI는 이메일, 전화, 메시징 앱 등 다양한 채널을 통한 고객과의 모든 상호작용을 분석하여 고객의 니즈와 선호도를 파악하고, 이를 바탕으로 맞춤형 커뮤니케이션 전략을 제안할 수 있다. 또한, 과거 데이터를 기반으로 고객의 이탈 가능성이나 추가 구매 가능성을 예측하고, 이에 대응하기 위한 최적의 시점과 방법을 제시한다.

특히 최근에는 생성형 AI 기술의 발전으로 CRM 시스템 내에서 자동으로 이메일이나 제안서를 작성하고, 영업 통화 내용을 요약하거나, 고객 질문에 즉각적으로 응답하는 등의 기능이 추가되고 있다. 이는 영업 및 마케팅 담당자의 업무 효율성을 크게 향상시키고, 고객 응대 품질을 높이는 데 기여하고 있다.

글로벌 CRM(Customer Relationship Management) 시장 규모 및 성장률



자료: Verified market research, 한국IR협의회 기업리서치센터

SCM은 원자재 조달부터 최종 제품의 배송까지 공급망 전체를 관리

기업이 고객 관계 관리(CRM)를 통해 수요를 파악하고 대응하는 것만큼이나 중요한 것은 이러한 수요를 효율적으로 충족시키기 위한 공급망 관리다. 여기서 SCM(Supply Chain Management) 소프트웨어의 역할이 핵심적이다. SCM은 원자재 조달부터 최종 제품의 배송까지 공급망 전체를 관리하는 소프트웨어다. 수요 예측, 생산 계획, 조달, 재고 관리, 물류, 유통 등 공급망의 모든 단계를 최적화하여 비용 절감과 효율성 향상을 도모한다. SAP Ariba, Oracle SCM Cloud, Manhattan Associates 등이 주요 SCM 솔루션 제공업체로, 글로벌 공급망의 복잡성이 증가함에 따라 SCM 소프트웨어의 중요성 역시 커지고 있다.

팀 쿡은 애플 CEO가 되기 전에 최고운영책임자(COO, Chief Operating Officer)로서 글로벌 공급망 관리 담당

실제 비즈니스 현장에서 SCM의 중요성을 보여주는 대표적인 사례로 애플의 팀 쿡(Tim Cook)을 들 수 있다. 팀 쿡은 애플 CEO가 되기 전에 최고운영책임자(COO, Chief Operating Officer)로서 글로벌 공급망 관리, 제조 및 물류 운영 최적화를 담당했다. 팀 쿡은 애플의 생산 시스템을 효율화하고 비용을 절감하면서도 제품 공급을 안정화시키는 데 핵심적인 역할을 했다. 이 과정에서 팀 쿡은 재고 최소화 전략(Just-In-Time)과 제조 공정의 외주 확대, 중국 및 아시아 지역 공급망 강화 등을 통해 애플의 수익성과 운영 효율을 크게 개선시켰다. 이러한 공급망 관리 역량이 그가 애플의 창업자이자 리더였던 스티브 잡스(Steve Jobs)의 후계자로 선택된 중요한 배경이 되었다. 이는 효과적인 SCM이 기업의 경쟁력과 수익성에 얼마나 큰 영향을 미칠 수 있는지를 보여주는 대표적인 사례이다.

월마트는 수천 개의 공급 밸류체인과 거래하는 과정에서 AI를 도입해 단가 협상 과정을 자동화

이러한 SCM의 전략적 중요성을 바탕으로, 기업들은 이제 AI를 활용해 공급망 전반의 의사결정 구조를 자동화하고 고도화하는 방향으로 나아가고 있다. 월마트는 수천 개의 공급 밸류체인과 거래하는 과정에서 AI를 도입해 단가 협상 과정을 자동화하고 있다. 예를 들어, AI가 과거의 구매 이력, 시장 가격, 수요 예측 데이터를 바탕으로 적절한 가격을 산정한 뒤, 공급업체가 제시한 단가에 대해 자동으로 수락하거나 카운터 오퍼(제안)를 할 수 있다. 이는 구매팀의 반복적인 업무를 줄이고, 감정 노동에 대한 부담을 완화시키며, 보다 빠른 의사결정을 가능하게 한다. 실제 사례로, 월마트는 "Negotiation Bot(단가 협상 로봇)"이라는 AI 에이전트를 통해 일부 카테고리의 구매 협상을 자동화하고 있다.

월마트는 AI를 단가 협상뿐만 아니라 물류 자동화에도 적극적으로 도입하고 있다. 대표적인 사례로, 월마트는 물류 자동화 솔루션 기업인 Symbotic(미국 상장기업)과의 협업을 통해 전국 주요 물류센터에 첨단 로봇 시스템을 도입하고 있다. Symbotic의 AI 기반 시스템은 상품의 입고, 저장, 피킹, 출고 과정 전반을 자동으로 제어하며, 수천 개의 상품을 실시간으로 분류하고 최적의 경로를 계산해 처리 속도와 정확성을 크게 향상시킨다. 이 시스템은 특히 혼합 적재

(mixed-SKU palletizing) 기능을 통해 다양한 상품을 매장별로 정밀하게 분류하여 매장 운영의 효율성까지 높이고 있다. 월마트는 이러한 시스템을 40개 이상 물류센터에 확대 적용 중이며, 물류 처리 속도는 물론 비용 효율성, 노동력 절감 효과까지 입증하고 있다.

SRM은 공급업체와의 관계에 집중

이처럼 AI는 공급망 전반의 효율성을 높이는 핵심 기술로 자리 잡고 있으며, 다양한 기업들이 SCM의 다양한 구성 요소를 정교하게 관리하기 위해 관련 시스템들을 함께 활용하고 있다. 복잡한 글로벌 비즈니스 환경에서는 공급망의 가시성과 통합된 관리가 기업 경쟁력의 핵심 요소로 부상하고 있으며, 인공지능과 빅데이터를 활용한 예측 분석이 이러한 공급망 관리의 고도화를 가속화하고 있다.

이러한 시스템들은 기업의 운영 효율성을 개선하고, 비용 절감과 더불어 고객 만족도 향상에도 기여하는 것으로 나타났다. 그중에서도 공급업체와의 관계를 집중적으로 다루는 시스템으로 SRM(Supplier Relationship Management)이 있다.

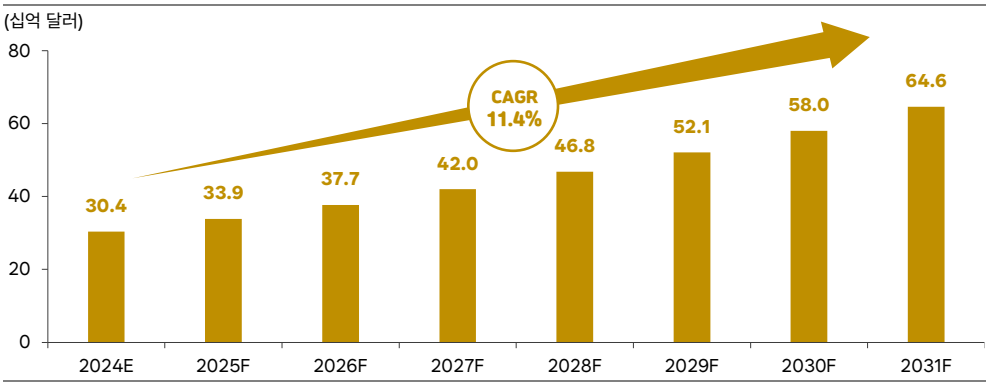
SCM이 공급망 전체를 포괄적으로 관리한다면, SRM(Supplier Relationship Management)은 그중에서도 공급업체와의 관계에 특화된 소프트웨어다. SCM이 물류, 생산, 재고, 유통 등 공급망의 모든 단계를 통합적으로 관리하는 개념이라면, SRM은 그중에서 특히 공급업체 선정, 평가, 계약 관리, 협업, 성과 측정 등 공급업체와의 관계에 집중한 시스템이다. 최근에는 이러한 SRM 시스템에도 AI 기술이 접목되어 공급업체 성과 예측, 위험 요소 사전 식별, 가격 최적화 등의 기능이 강화되고 있다.

많은 사람들이 SCM과 SRM을 혼동하는 경우가 있는데, 가장 큰 차이점은 먼저 약어에서 'S'가 의미하는 바가 다르다. SCM의 'S'는 'Supply'(공급)를 의미하는 반면, SRM의 'S'는 'Supplier'(공급업체)를 의미한다. 이러한 용어의 차이가 실제 기능의 차이를 반영하고 있다.

SCM은 기업 내부의 생산, 재고 관리부터 외부의 물류, 유통까지 공급망 전체의 흐름을 관리하는 보다 광범위한 개념인 반면, SRM은 공급업체라는 특정 대상과의 관계에 초점을 맞춘 보다 세분화된 개념이다. 기업들은 종종 이 두 시스템을 상호 보완적으로 활용하여 전체 공급망의 효율성과 탄력성을 높이고 있다. 즉, SCM이 전체 공급망의 흐름(원자재 조달부터 최종 소비자 배송까지)을 관리한다면, SRM은 공급업체와의 관계에 집중한다. SCM이 '무엇을', '언제', '어떻게' 조달하고 생산하고 배송할지에 초점을 둔다면, SRM은 '누구로부터' 조달할지, 그리고 그 '관계를 어떻게 관리할지'에 중점을 둔다.

SRM 시스템은 공급업체의 성과를 지속적으로 모니터링하고 평가하며, 이를 바탕으로 공급업체 포트폴리오를 최적화하는 데 중요한 역할을 한다. 또한 공급업체와의 협상, 계약 조건 설정, 협업 강화 등 전략적 관계 구축을 위한 다양한 기능을 제공하며, 공급망 내 잠재적 위험 요소를 사전에 식별하고 대응하는 리스크 관리 기능도 포함하고 있다. 최근에는 지속가능성이 강조됨에 따라 SRM 시스템 내에 공급업체의 환경, 사회, 지배구조(ESG) 성과를 평가하고 관리하는 기능도 통합되는 추세이다.

글로벌 SCM(Supply Chain Management) 시장 규모 및 성장률



자료: Verified market research, 한국IR협의회 기업리서치센터

SRM은 1990년대 후반에서 2000년대 초반에 공급업체 관계의 전략적 중요성이 인식되면서 독립적 영역으로 발전

SCM의 부분집합이자 후발주자로 볼 수 있는 SRM은 1990년대 후반에서 2000년대 초반에 공급업체 관계의 전략적 중요성이 인식되면서 독립적 영역으로 발전했다. 글로벌 소싱의 증가, 조달 비용의 비중 확대, 제품 수명 주기 단축, 공급망 리스크 관리의 중요성 증대 등이 SRM의 발전을 촉진했다. SRM은 공급업체 선정, 계약 관리, 성과 평가, 협업, 리스크 관리 등을 통해 안정적인 공급망을 구축하고 비용을 절감하는 데 중점을 둔다. SAP Ariba, Jaggaer, Coupa 등이 SRM 시장을 주도하고 있으며, 최근에는 AI와 데이터 분석 기술을 접목한 지능형 SRM 솔루션이 주목받고 있다. 코로나19 이후 공급망 불확실성이 증가하면서 SRM의 전략적 중요성이 더욱 부각되고 있다.

국내에서는 엠로(Emro)가 공급망 관리(SCM)라는 넓은 카테고리 안에서 특히 공급업체 관계 관리(SRM)에 특화된 솔루션을 제공하는 대표적인 기업이다. 엠로의 SMARTsuite는 다양한 SRM 모듈을 제공하며, 특히 SMARTvs(협력사 등록 관리), SMARTsrm(협력사 평가 관리), SMARTrisk(협력사 리스크 관리), SMARTc&b(협업 관리) 등이 이 범주에 속한다. 최근에는 삼성SDS와 함께 Caidentia(케이던시아)라는 글로벌 SRM SaaS 솔루션 브랜드를 출시하며 북미 시장을 중심으로 글로벌 진출을 확대하고 있다.

새로운 형태의 기업용 소프트웨어가 지속적으로 등장

이 외에도 HRM(Human Resource Management), BI(Business Intelligence, 예: 마이크로소프트), PLM(Product Lifecycle Management), MES(Manufacturing Execution System, 예: 티라유텍) 등 다양한 기업용 소프트웨어 카테고리가 존재하며, 최근에는 AI, 클라우드, IoT, 빅데이터 등 첨단 기술을 접목한 새로운 형태의 기업용 소프트웨어가 지속적으로 등장하고 있다. 이러한 기업용 소프트웨어의 발전은 기업의 디지털 혁신을 가속화하고, 더 나아가 산업 전반의 디지털 생태계를 형성하는 데 중추적인 역할을 하고 있다.

2 글로벌 SRM(Supplier Relationship Management) 시장 분석

Coupa, Ivalua, JAGGAER, SAP 등 다양한 선두 기업들이 경쟁

글로벌 SRM(Supplier Relationship Management) 시장에는 Coupa(미국), Ivalua(프랑스), JAGGAER(미국), SAP Ariba(미국, SAP의 자회사) 등 다양한 선두 기업들이 경쟁하고 있다. SAP Ariba는 가장 오랜 역사와 광범위한 고객 기반을 보유한 기업으로, ERP 시장의 강자인 SAP의 일부로서 기업용 통합 조달 솔루션을 제공하고 있다. 원래 독립 기업이었던 Ariba는 2012년 SAP(독일)에 약 45억 달러에 인수되어 'SAP Ariba'로 브랜드가 변경되었으며, 이를 통해 SAP는 클라우드 기반 비즈니스 네트워크 분야로 사업을 확장할 수 있었다. 특히 대기업과 글로벌 기업들 사이에서 높

은 점유율을 유지하고 있으며, 다양한 산업에 걸쳐 폭넓은 레퍼런스를 갖추고 있다. SAP Ariba의 강점은 SAP의 다른 솔루션들과의 원활한 통합성과 엔터프라이즈급 확장성이지만, 구현 기간이 길고 비용이 높다는 점은 단점으로 지적된다.

SAP는 Ariba 인수 이후에도 Fieldglass(외부 인력 및 서비스 조달 관리), Concur(출장 예약 및 경비 관리) 등을 추가로 인수하며 기업의 모든 종류의 지출을 포괄적으로 관리할 수 있는 지출 관리 포트폴리오를 지속적으로 확장해 왔으며, 최근에는 AI 기반 서비스인 SAP Ariba Supplier Risk와 SAP Business Network를 강화하고 있다.

Coupa, Ivalua, JAGGAER, SAP 등 다양한 선두 기업 존재



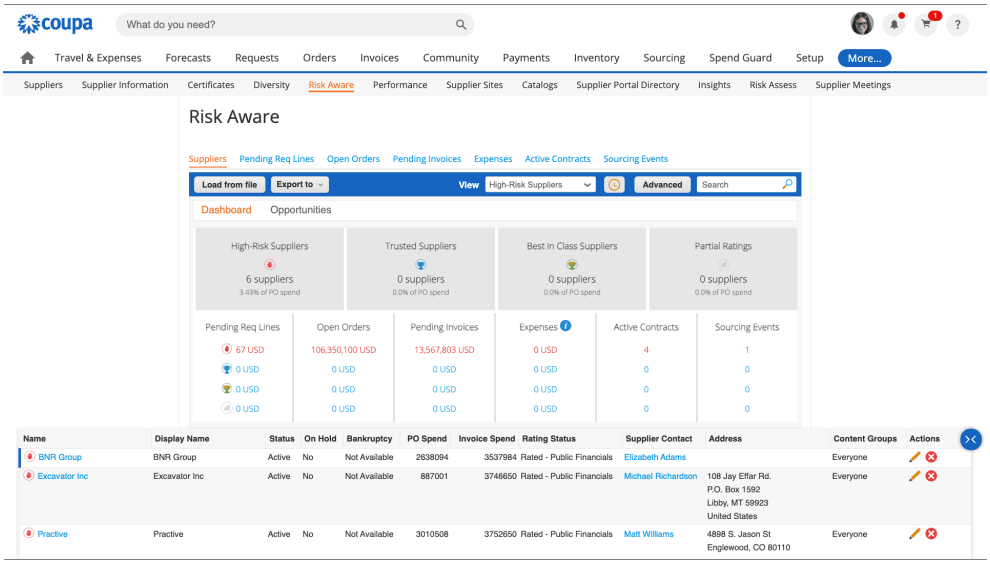
자료: https://supplychaindigital.com/procurement/top-10-sap-oracle-lead-way-on-procurement-solutions, 한국IR협의회 기업리서치센터

Coupa는 2006년 설립된 이후 클라우드 기반 지출 관리 플랫폼으로 시작하여 SRM 영역으로 빠르게 확장

Coupa는 2006년 설립된 이후 클라우드 기반 지출 관리 플랫폼으로 시작하여 SRM 영역으로 빠르게 확장했다. 직관적인 사용자 경험과 빠른 구현 속도, 그리고 강력한 분석 기능을 강점으로 빠르게 성장하고 있으며, 특히 중견기업부터 대기업까지 폭넓은 고객층을 확보하고 있다.

Coupa는 2016년 이후 적극적인 인수합병 전략을 통해 AI 기반 분석, 공급망 설계, 협력사 위험 관리 등의 영역으로 역량을 확장해 왔으며, Business Spend Management(BSM)라는 더 넓은 개념으로 시장을 정의하고 있다. Coupa의 차별점 중 하나는 'Community Intelligence'라 불리는 기능으로, 익명화된 플랫폼 사용자 데이터를 분석하여 업계 벤치마크와 지출 최적화 인사이트를 제공한다는 점이다. 2023년에는 사모펀드인 Thoma Bravo에 의해 인수되어 비상장 기업으로 전환되었으며, 이를 통해 더욱 공격적인 제품 개발과 시장 확대 전략을 추진하고 있다.

Coupa의 SRM(Supplier Relationship Management) 솔루션 중 "Risk Aware" 기능

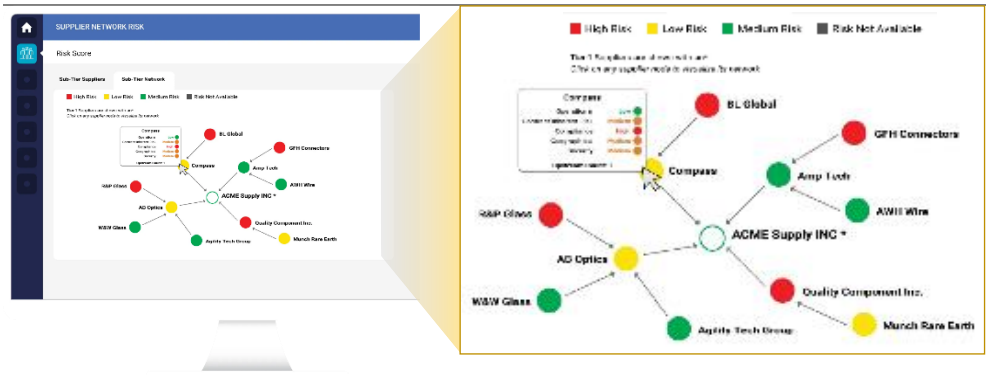


주: 1) 상기 화면은 공급업체 리스크를 모니터링하고 관리하는 대시보드를 제공, 2) 공급업체들을 리스크 수준에 따라 "High-Risk Suppliers", "Trusted Suppliers", "Best in Class Suppliers" 등으로 분류하여 시각적으로 보여주며, 현재 6개의 고위험 공급업체가 전체 구매 주문(PO) 지출의 3.43%를 차지, 3) 각 공급업체별로 파산 상태, 구매 주문 지출, 송장 지출, 등급 상태 등의 중요 정보를 한눈에 볼 수 있어 구매 담당자가 공급업체 관계를 전략적으로 관리하고 리스크를 사전에 파악할 수 있도록 지원, 자료: https://www.coupa.com/wp-content/smush-webp/2024/09/Risk-aware-product-screenshot.png.webp, 한국IR협의회 기업리서치센터

Ivalua는 2000년 프랑스에서 설립된 기업

Ivalua는 2000년 프랑스에서 설립된 기업으로, 유연한 플랫폼과 포괄적인 기능을 갖춘 조달 솔루션을 제공하며 글로벌 기업들 사이에서 인지도를 높이고 있다. 특히 유럽 시장에서 강세를 보이다가 최근에는 북미와 아시아 시장으로도 영향력을 확대하고 있다. Ivalua의 가장 큰 차별점은 고객 요구사항에 맞춰 높은 수준의 맞춤화가 가능한 유연한 플랫폼 아키텍처로, 복잡한 조달 프로세스를 가진 기업들에게 적합한 솔루션으로 평가받고 있다. 2019년에는 Tiger Global Management와 Ardian으로부터 상당한 규모의 투자를 유치하여 성장 동력을 확보했으며, 대형 고객 기반 확대에 성공하고 있다. 최근에는 지속가능한 조달(Sustainable Procurement)과 공급망 리스크 관리 기능을 크게 강화하며 시장 트렌드에 적극 대응하고 있다.

Ivalua의 SRM 소프트웨어 중 "공급업체 네트워크 리스크(Supplier Network Risk)" 분석 기능



주: 1) 이 기능은 직접적인 1차 공급업체뿐만 아니라 그들의 하위 공급업체(sub-tier suppliers)까지 포함하는 전체 공급 네트워크의 리스크를 시각화
2) 각 공급업체는 리스크 수준에 따라 색상으로 구분. 빨간색(고위험), 노란색(저위험), 녹색(중간 위험), 회색(정보 없음)
3) 기업이 직접 거래하는 1차 공급업체뿐만 아니라 2차, 3차 공급업체의 리스크까지 파악하여 공급망 전체의 취약점을 사전에 식별하고 대응하는 데 기여
자료: https://www.coupa.com/wp-content/smush-webp/2024/09/Risk-aware-product-screenshot.png.webp, 한국IR협의회 기업리서치센터

JAGGAER(전 SciQuest)는 특히 의료, 고등교육, 제조업, 공공 부문 등 특정 산업에 특화된 SRM 솔루션 공급

JAGGAER(전 SciQuest)는 특히 의료, 고등교육, 제조업, 공공 부문 등 특정 산업에 특화된 SRM 솔루션으로 알려져 있다. 1995년에 설립되어 오랜 역사를 가지고 있으며, 여러 차례의 인수합병과 브랜드 변경을 거쳐 현재의 JAGGAER로 발전했다. 특히 간접재(Indirect Materials) 조달과 복잡한 직접재(Direct Materials) 조달 분야에서 강점을 가지고 있으며, 산업별 특화된 템플릿과 기능을 제공한다. 2019년에는 Mediagrif의 BidNet과 ASC를 인수하여 공공 부문과 제조업 역량을 더욱 강화했으며, 'JAGGAER ONE' 플랫폼을 통해 소싱, 계약, 공급업체 관리, 지출 분석 등 조달 전 과정을 통합 관리할 수 있는 솔루션을 제공하고 있다. 최근에는 'Autonomous Commerce'라는 비전 아래 AI와 머신러닝을 활용한, 더욱 자동화된 조달 프로세스 구현에 집중하고 있다.

Oracle은 자사의 ERP 시스템과 통합된 Oracle Procurement Cloud를 통해 SRM 시장에 참여

이외에도 Oracle은 자사의 ERP 시스템과 통합된 Oracle Procurement Cloud를 통해 SRM 시장에 참여하고 있고, Zycus는 인도에 본사를 둔 기업으로 AI 기반 조달 인텔리전스 플랫폼을 강점으로 내세우고 있다. GEP는 조달 컨설팅 배경을 가진 기업으로 SMART by GEP라는 통합 소싱 및 조달 플랫폼을 제공하고 있다. 또한 Determine(현재 Corcentric의 일부), Synertrade, Tradeshift 등 특화된 기능이나 산업에 집중하는 다수의 중소형 기업들도 시장에서 활발하게 활동하고 있다. 최근에는 Fairmarkit, Tealbook, Scoutbee와 같은 AI 기반 스타트업들이 공급업체 발굴, 분류, 매칭과 같은 특정 영역에 특화된 솔루션으로 주목받기 시작했다.

대부분 클라우드 기반의 SaaS(Software as a Service) 모델을 채택하나 한국의 SRM 시장은 다른 양상

이들 글로벌 SRM 소프트웨어 업체들은 대부분 클라우드 기반의 SaaS(Software as a Service) 모델을 채택하고 있으며, 인공지능과 머신러닝, 데이터 분석, 블록체인 등 첨단 기술을 접목하여 솔루션을 고도화하는 추세다. 특히 코로나19 팬데믹 이후 공급망 리스크 관리와 공급업체 다변화, 지속가능성 평가, ESG(환경·사회·지배구조) 모니터링 등의 기능이 더욱 중요해지면서 이러한 영역에 강점을 가진 기업들이 시장에서 더 큰 주목을 받고 있다. 또한 데이터 기반의 인사이트 제공과 사용자 경험 개선, 모바일 접근성 강화 등이 주요 경쟁 포인트로 부각되고 있다.

그러나 한국의 SRM 시장은 글로벌 트렌드와는 다소 다른 특성을 보이고 있다. 국내 선두 기업인 엠로의 매출 구조를 보면, 클라우드 사용료(6.8%)보다 시스템 구축/컨설팅 부문(66.9%)이 압도적으로 높은 비중을 차지하고 있으며, 기술지원(15.9%)과 소프트웨어 라이선스(10.4%)가 그 뒤를 잇고 있다. 이는 한국 기업들, 특히 대기업들이 여전히 자사 환경에 맞춤화된 On-premise(구축형) 솔루션을 선호하는 경향이 강하기 때문이다.

이러한 현상의 배경에는 몇 가지 요인이 있다. 첫째, 한국 대기업들은 복잡한 조직 구조와 업무 프로세스를 갖고 있어 표준화된 클라우드 솔루션보다 맞춤형 구축을 선호한다. 둘째, 보안과 데이터 주권에 대한 우려로 민감한 공급망 정보를 클라우드에 저장하는 것에 신중한 접근을 보인다. 셋째, 기존 레거시 시스템과의 통합 필요성이 높아 구축형 솔루션이 더 적합한 경우가 많다. 이에 엠로는 고객의 상황에 맞게 On-premise와 Cloud SaaS 두 가지 방식 모두를 유연하게 제공하는 전략을 취하고 있으며, 특히 대기업을 대상으로 한 맞춤형 시스템 구축과 컨설팅 서비스에서 강점을 보이고 있다.

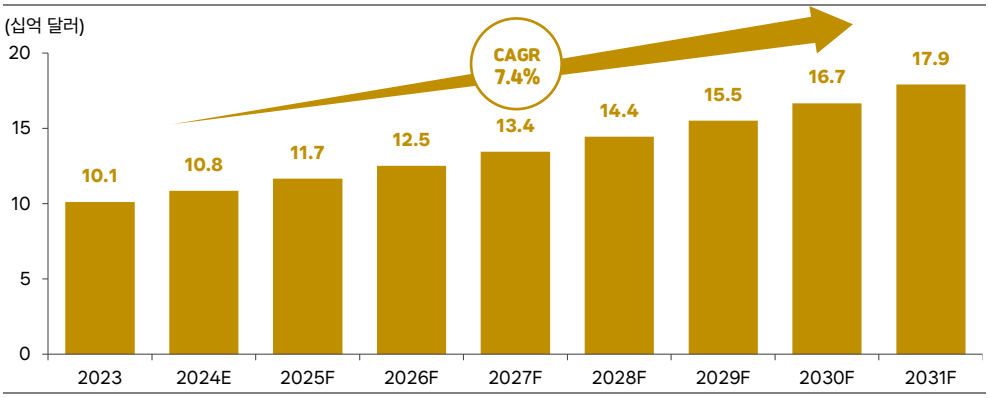
다만, 최근에는 국내에서도 중견·중소기업을 중심으로 초기 투자 비용이 적고 빠른 구현이 가능한 클라우드 SaaS 방식의 수요가 점차 증가하고 있어, 엠로 역시 emroCloud와 같은 클라우드 서비스를 강화하는 추세다. 향후 국내 시장도 글로벌 트렌드를 따라 클라우드 기반 SRM 솔루션 비중이 점진적으로 증가할 것으로 예상하나, 당분간은 On-

premise와 클라우드의 하이브리드 접근이 주류를 이룰 전망이다.

2031년까지 연평균 7.4%의 성장률로 확대

시장조사기관들에 따르면 글로벌 SRM 시장은 2024년 기준 약 108억 달러 규모로 추정되며, 2031년까지 연평균 7.4%의 성장률로 증가할 전망이다. 이러한 성장을 견인하는 주요 요인으로는 글로벌 공급망의 복잡성 증가, 비용 절감 및 효율성 향상에 대한 기업들의 지속적인 요구, 규제 준수 및 리스크 관리의 중요성 증대, 그리고 디지털 전환 가속화 등이 있다. 특히 최근의 지정학적 긴장과 자연재해, 팬데믹과 같은 글로벌 위기 상황은 기업들이 더욱 탄력적인(resilient) 공급망을 구축해야 할 필요성을 부각시켰고, 이는 고도화된 SRM 솔루션에 대한 수요를 더욱 증가시키고 있다. SRM 시장은 지역별로도 특성이 다른데, 북미와 서유럽은 가장 성숙한 시장으로 클라우드 전환과 AI 적용이 빠르게 진행되고 있으며, 아시아 및 태평양 지역은 가장 빠른 성장세를 보이는 시장으로 특히 중국, 일본, 한국, 인도에서 디지털 전환 가속화와 함께 수요가 급증하고 있다. 중동 및 아프리카, 남미 지역은 아직 초기 단계지만 정부 주도의 디지털화 정책과 함께 점차 시장이 확대되고 있다.

글로벌 SRM(Supplier Relationship Management) 시장 규모 및 성장률



자료: Verified market research, 한국IR협의회 기업리서치센터



투자포인트

1 공급업체 관계 관리(SRM) 소프트웨어 분야에서 국내 시장 점유율 1위를 차지

삼성전자, 현대자동차, HD현대중공업, 대한항공, 포스코, KSM, 한화, GS칼텍스 등 570여 개의 고객사와 1,600개 이상의 프로젝트 수행 경험 보유

엠로는 공급업체 관계 관리(SRM) 분야에서 국내 시장 점유율 1위를 차지하고 있는 소프트웨어 전문 기업이다. 2000년 3월 15일 설립 이후 20여 년간의 노하우를 바탕으로 삼성전자, 현대자동차, HD현대중공업, 대한항공, 포스코, KSM, 한화, GS칼텍스 등 570여 개의 국내 주요 대기업들을 고객사로 확보하였으며, 1,600개 이상의 프로젝트 수행 경험을 통해 견고한 시장 지배력과 산업별 전문성을 구축했다.

엠로의 핵심 솔루션인 'SMARTsuite'는 기업의 구매 업무 전반을 포괄하는 종합 패키지로, 원가 관리부터 조달 구매, 전자계약, 협력사 관리까지 구매 프로세스 전 영역을 아우르는 모듈식 구조를 갖추고 있다. Procure to Pay(기업이 물건이나 서비스를 필요로 하는 순간부터 실제로 구매하고 대금을 지불하는 과정까지의 모든 단계를 포함하는 개념)에 해당하는 SMARTpro(구매요청, 발주/입고, 검수 평가), 품목 분류 및 정보 관리를 위한 SMARTcms, 전자 입찰을 위한 SMARTrfx, 전자계약 관리를 위한 SMARTcontract, 협력업체 등록 관리를 위한 SMARTvs, 협력업체 평가를 위한 SMARTsrm, 협력사 리스크 관리를 담당하는 SMARTrisk, 협업 관리를 위한 SMARTc&b 등 다양한 모듈로 구성되어 있다.

특히 2024년 6월 출시된 'SMARTsuite v10.0'은 세분화된 구매 기능과 향상된 UI/UX를 제공하며, 구매 비즈니스 프로세스 전반에 대한 깊은 이해를 바탕으로 사용자 경험을 대폭 개선했다. 엠로는 자연어 처리(NLP) 기술과 시계열 데이터 분석 기술을 바탕으로 방대한 양의 데이터를 AI가 자동으로 분석하고 체계적으로 구분하는 분류(Classification) 영역, 다양한 변수와 데이터를 분석해 최적의 의사결정을 지원하는 최적화(Optimization) 영역, 과거와 현재 데이터를 분석해 미래 상황을 예측하는 예측(Forecasting) 영역에서 다양한 AI 솔루션을 제공하며 고객사의 업무 효율성과 정확성을 크게 향상시켰다. 이러한 기술적 우위와 산업 전문성은 경쟁사들이 쉽게 모방할 수 없는 엠로만의 차별화된 경쟁력이 되고 있다.

2 해외 사업 확장에 적극적으로 추진하며 2024년 하반기부터 성과 가시화

국내 SRM 시장에서의 성공 경험과 노하우를 글로벌 시장에 접목한 플랫폼으로 해외 시장 진출 추진

엠로는 북미·유럽 시장에서 'Caidentia(케이던시아)' SaaS 플랫폼을 통한 해외 사업 확장을 적극적으로 추진하고 있다. 케이던시아는 엠로와 삼성SDS, 오나인솔루션즈가 공동 개발한 통합 공급망 관리 SaaS 플랫폼으로, 국내 SRM 시장에서의 성공 경험과 노하우를 글로벌 시장에 접목한 플랫폼이다. 2024년 북미 전자제품 위탁생산(EMS) 업체와의 첫 해외 계약 체결을 시작으로 글로벌 시장 진출을 본격화하였으며, IT, 자동차 산업을 중심으로 적극적인 마케팅 활동을 전개하고 있다.

케이던시아 플랫폼은 AI 기술을 활용한 공급망 최적화, 실시간 위험 감지, 공급업체 성과 모니터링, 데이터 기반 의사결정 지원 등 종합적인 기능을 제공한다. 특히 클라우드 네이티브 아키텍처를 기반으로 설계되어 확장성, 유연성, 보안성이 뛰어나며, 글로벌 표준과 현지화 요구사항을 동시에 충족시킨다. SaaS(Software as a Service) 방식으로 제공되는 케이던시아는 초기 구축 비용 없이 즉시 도입이 가능하고, 월별 구독료 기반의 비즈니스 모델을 통해 고객은 필요한

만큼만 사용하고 비용을 지불할 수 있어 비용 효율성이 높다. 또한 지속적인 업데이트와 유지보수가 자동으로 이루어지며, 고객사의 IT 인프라 부담을 최소화하면서도 최신 기능과 보안을 항상 유지할 수 있다는 장점이 있다.

이러한 SaaS 모델은 2025년 상반기부터 본격적으로 매출에 기여할 것으로 예상하며, 이에 힘입어 기존에 한 자릿수 수준이던 클라우드 매출 비중이 2025년부터 10% 이상으로 확대될 전망이다. 온프레미스 방식 대비 고수익성을 바탕으로 전반적인 수익구조 개선에 크게 기여할 것으로 기대한다. 엠로는 이미 2024년 상반기 신입사원 공개채용을 통해 AI 모델 연구·개발, 클라우드 인프라 설계·구축 등 핵심 분야의 우수 인재를 적극 영입하며 글로벌 경쟁력 강화를 위한 인적 기반을 탄탄히 구축하고 있다. 첫 해외 수주를 교두보 삼아 북미와 유럽 시장에서의 추가 계약 확보에 박차를 가하고 있으며, 이는 향후 엠로의 장기적 성장 동력이 될 것으로 전망한다.

SCM/SRM 분야는 상대적으로 빠른 성장세를 보이고 있는 블루오션 시장

글로벌 경쟁 심화로 기업들의 원가 경쟁력과 효율성 제고가 필수적

기업용 소프트웨어 시장에서 SCM/SRM 분야는 상대적으로 빠른 성장세를 보이고 있는 블루오션 시장이다. 시장조사 기관의 보고서에 따르면 글로벌 SCM 시장은 2024년 약 304억 달러 규모에서 2031년까지 연평균 11.4%의 놀라운 성장률을 기록할 것으로 예상되며, SRM 시장 역시 2024년 약 108억 달러에서 2031년 179억 달러로 연평균 7.4%의 견조한 성장률로 확대될 전망이다.

SCM/SRM 분야의 성장은 여러 요인에 기인한다. 글로벌 경쟁 심화로 기업들의 원가 경쟁력과 효율성 제고가 필수적이 되었고, 글로벌 공급망의 복잡성 증가와 미중 무역분쟁 등 지정학적 리스크 증대로 공급망 가시성과 탄력성 확보가 전략적 과제로 부상했다. 특히 코로나19 팬데믹 이후 전 세계적인 공급망 붕괴 경험은 효과적인 공급망 관리와 리스크 대응의 중요성을 각인시켰으며, ESG(환경·사회·지배구조) 준수와 같은 지속가능성 요구 증대도 SRM 솔루션 수요를 견인하고 있다. 글로벌 SRM 시장에서는 선도 기업들의 PER 밸류에이션이 30~50배 수준을 유지하는 것은 SRM 시장의 성장성과 전략적 중요성을 단적으로 보여준다.

특히 Manhattan Associates(2025년 기준 PER 밸류에이션 37.9배)와 Descartes Systems Group(2025년 기준 PER 밸류에이션 52.5배)과 같은 SCM/SRM 특화 기업들의 밸류에이션은 해당 솔루션이 단순한 IT 시스템이 아닌 기업 경쟁력의 핵심 요소로 자리 잡았음을 방증한다. 이들 기업의 고평가는 고객 기반이 확대될수록 추가 비용이 상대적으로 적게 발생하는 확장성, 라이선스 및 구독 방식의 안정적 수익 모델, 기업의 핵심 운영 시스템과의 깊은 통합으로 인한 높은 전환 비용(switching cost)과 고객 이탈률 저하 등의 요인에 기인한다.

엠로는 국내 SRM 시장 1위 기업으로서 이러한 글로벌 성장 트렌드의 직접적인 수혜자가 될 것이며, 삼성전자 차세대 SRM 시스템 구축과 같은 대형 프로젝트 수주와 'SMARTsuite v10.0' 출시를 통해 안정적인 성장 기반을 구축하고 있다. 자연어 처리와 시계열 데이터 분석 등 최신 인공지능 기술을 접목한 SMART item doctor, SMART cost doctor, SMART forecasting doctor 등의 혁신적 솔루션은 품목 데이터 자동 정비, 견적가 적정성 판단, 신규 모델 부품 원가 추천, 제품 수요 예측, 자재 가격 변동 추이 예측 등 고객사의 구매 경쟁력 강화와 비용 절감에 직접적으로 기여한다. 이러한 솔루션은 삼성전자, 현대자동차, HD현대중공업, S-OIL, LG전자 등 다양한 산업의 선도 기업들에 이미 도입되어 검증받았으며, 높은 진입 장벽과 고객 충성도를 바탕으로 엠로의 지속적인 성장을 뒷받침할 것으로 전망한다.

실적 추이 및 전망

2024년 실적 리뷰

실적 지표 전반적으로 괄목할 만한 성장을 기록

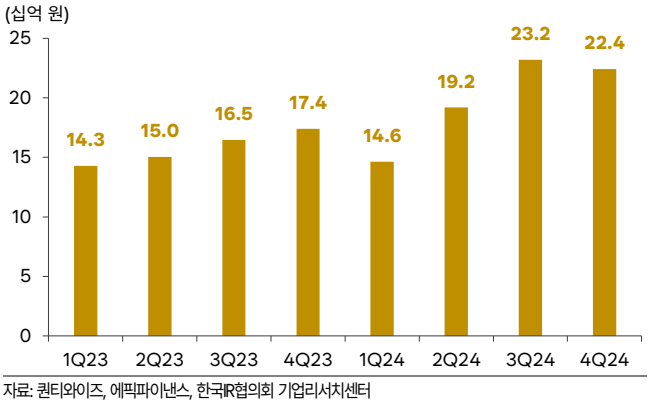
2024년 엠로의 매출액은 795억원으로 전년 대비 163억원(25.77%) 증가했다. 영업이익은 86억원으로 전년 대비 39억원(84.56%) 증가했다. 매출 구성을 살펴보면 시스템 구축 및 컨설팅 부문에서 532억원으로 가장 큰 비중을 차지했고, 기술지원 부문에서 126억원, 라이선스 부문에서 83억원, 클라우드 사용료 부문에서 54억원의 수익을 올렸다. 이러한 실적 증가의 핵심 요인으로는 ▲ 경기 불황에도 불구하고 창사 이래 2024년 3분기에 분기 기준 최대 매출을 경신하며 232억 원의 매출을 기록했고, ▲ 최신 구매 공급망관리 소프트웨어인 'SMARTsuite ver. 10.0'의 성공적인 출시와 클라우드 서비스 및 AI 솔루션 등 디지털 신기술 기반 구매시스템에 대한 공급을 대폭 확대했으며, ▲ 삼성전자 차세대 SRM(공급망 관계 관리) 시스템 구축 사업을 수주하고 추가 프로젝트 계약을 체결하는 등 주요 사업부문별로 고르게 매출이 성장했기 때문이다. 특히 영업이익이 매출액 증가율(25.77%)을 크게 상회하는 84.56%의 높은 성장률을 기록한 이유는 해외시장 진출 준비(글로벌 사업 인력 충원) 및 글로벌 통합 SCM SaaS 플랫폼 개발을 위한 투자 지속에도 불구하고, 현대 ITC(전자구매시스템), 슈피겐코리아(구매관리시스템), 한앤컴퍼니(통합구매시스템) 등의 온프레미스 대형 프로젝트와 SK가스, 에어릭스, 코리아이플랫폼 등 클라우드 고객사 확대에 따른 마진율 높은 프로젝트의 수익성 개선 효과가 컸기 때문으로 분석된다.

매출 구성(2022년~2024년) (단위: 십억 원)

	2022	2023	2024P
매출액	58.6	63.2	79.5
% YoY	24.69%	7.76%	25.77%
사업부별 매출액			
시스템구축 및 전문용역	36.3	40.9	53.2
라이선스	7.9	7.8	8.3
기술지원	9.9	9.9	12.6
클라우드 사용료	4.5	4.6	5.4

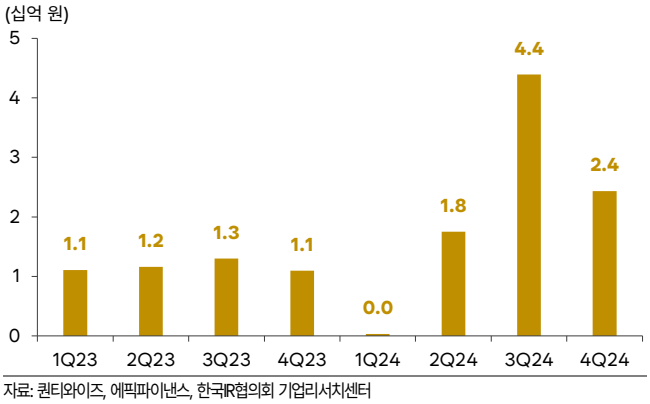
자료: 전자공시, 퀀티와이즈, 에픽파이낸스, 한국IR협의회 기업리서치센터

엠로 분기 매출(2023년~2024년)



자료: 퀀티와이즈, 에픽파이낸스, 한국IR협의회 기업리서치센터

엠로 분기 영업이익(2023년~2024년)



자료: 퀀티와이즈, 에픽파이낸스, 한국IR협의회 기업리서치센터

2025년 실적 전망

매출액과 영업이익은 전년 대비 각각 15%, 21% 증가 전망

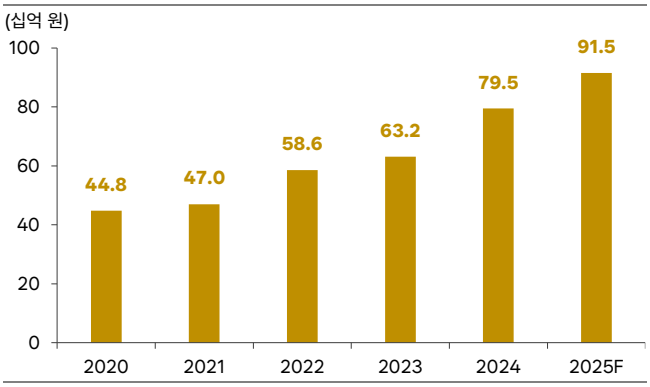
2025년 엠로의 매출액과 영업이익은 전년 대비 각각 15%, 21% 증가한 914억 원, 104억 원이 될 것으로 전망한다. 이러한 성장세는 엠로가 올해 미국과 유럽 시장에서 공급망 관리 서비스형 소프트웨어(SaaS) '케이던시아'의 영업 활동을 본격화하는 데 기인한다. 케이던시아는 엠로와 삼성SDS, 오나인솔루션즈가 함께 개발한 통합 공급망 관리 SaaS 플랫폼으로, 북미 전자제품 위탁생산(EMS) 업체와의 첫 해외 계약 체결에 성공했다. 이 솔루션은 AI 기술을 활용한 공급망 최적화, 실시간 위험 감지, 데이터 기반 의사결정 지원 등 종합적인 기능을 제공하며, 2025년 상반기부터 본격적인 매출이 발생할 것으로 예상한다. 특히 클라우드 형태의 월별 사용료 수취 방식이라는 점에서 안정적인 수익 구조를 확보할 수 있을 것으로 기대한다. 엠로는 올해 상반기 신입사원 공개채용을 통해 AI 모델 연구·개발, 클라우드 인프라 설계·구축 등 핵심 분야의 인재를 확보하며 기술 경쟁력을 강화하고 있다. 향후 IT, 자동차 산업을 중심으로 마케팅을 지속 전개하며, 첫 해외 수주를 교두보 삼아 추가 계약 확보에도 박차를 가할 전망이다. 기존에 한 자릿수 수준이던 클라우드 매출이 2025년부터 10% 이상으로 확대될 것으로 예상하며, 이는 온프레미스 방식 대비 고수익성을 바탕으로 전반적인 수익구조 개선에도 기여할 것으로 보인다. 이 외에도 주력 제품 'SMARTsuite ver. 10.0'의 지속적인 고도화와 삼성전자와 같은 대형 고객사와의 전략적 파트너십 강화를 통해 시장 점유율을 확대해 나갈 것으로 예상한다.

매출 구성 및 영업이익(2023년~2025년) (단위: 십억 원)

	2023	2024	2025F
매출액	63.2	79.5	91.5
% YoY	7.76%	25.77%	15.14%
사업부별 매출액			
시스템구축 및 전문용역	40.9	53.2	58.5
라이선스	7.8	8.3	9.5
기술지원	9.9	12.6	13.9
클라우드 사용료	4.6	5.4	9.6
영업이익	4.7	8.6	10.4
% YoY	-28.10%	84.56%	20.84%

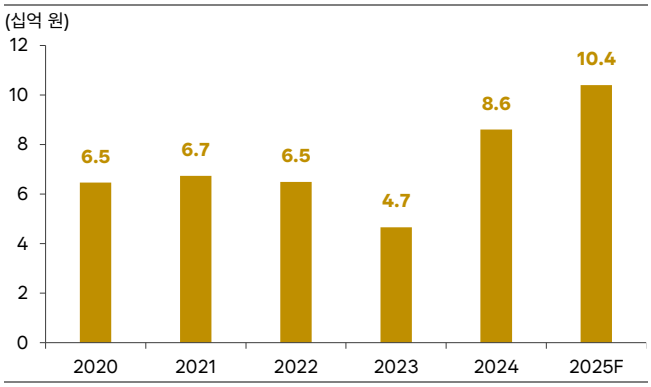
자료: 전자공시, 퀀티와이즈, 에픽파이낸스, 한국IR협의회 기업리서치센터

엠로 연간 매출(2020년~2025년)



자료: 퀀티와이즈, 에픽파이낸스, 한국IR협의회 기업리서치센터

엠로 연간 영업이익(2020년~2025년)



자료: 퀀티와이즈, 에픽파이낸스, 한국IR협의회 기업리서치센터

Valuation

1 2024년, 2025년 PER 밸류에이션은 각각 40.0배, 24.5배

고평가는 단순히 시장의 과열이 아닌, 엠로만의 차별화된 비즈니스 모델에서 기인

엠로의 2024년, 2025년 PER 밸류에이션은 각각 40.0배, 24.5배로 높다. 이러한 고평가는 단순히 시장의 과열이 아닌, 엠로만의 차별화된 비즈니스 모델에서 기인한다. 한국 소프트웨어 산업은 전통적으로 SI(System Integration) 중심의 성장 패턴을 보여왔다. SI 사업은 일반적으로 프로젝트 기반의 수익 구조를 가지며, 지속적인 성장을 위해서는 끊임없이 신규 계약을 확보해야 하는 특성이 있다. 이러한 산업 환경에서 엠로는 과감한 전략적 전환을 시도했다.

엠로는 기존 SI 사업을 기반으로 하면서도 고부가가치 기업용 소프트웨어 사업에 전략적으로 진출하여 Supplier Management System 분야에서 국내 시장 점유율 1위를 확보했다. 이는 단순 SI 서비스 제공을 넘어 자체 소프트웨어 솔루션을 개발하고 라이선스 모델로 전환함으로써 안정적이고 확장 가능한 수익 구조를 구축했음을 의미한다.

특히 주목할 점은 엠로가 대기업 및 중견기업을 타깃으로 하는 시장에서 다수의 안정적인 고객 포트폴리오를 구축했다는 것이다. 이러한 기업 고객들은 일회성 프로젝트를 넘어 지속적인 유지보수 및 업그레이드 계약을 통해 안정적인 수익원이 되며, 동시에 추가 솔루션 판매를 위한 기반이 된다. 이는 국내 소프트웨어 상장기업 중에서도 드문 사례로, 기업 가치 평가에 긍정적 영향을 미치고 있다.

동종 업종 밸류에이션

(단위: 주가는 현지통화, 시가총액과 매출과 영업이익은 십억 원, P/E는 배)

지수 및 기업명	결산월	국가	연관성	주가	시가총액	매출			영업이익			P/E		
						2023	2024	2025F	2023	2024	2025F	2023	2024	2025F
엠로	12	한국	SI/SW	43,550	532	63	79	91	5	9	10	(28.9)	40.0	24.5
더존비즈온	12	한국	SW	50,500	1,534	354	399	446	69	83	100	25.9	29.7	24.0
삼성에스디에스	12	한국	SI	109,600	8,481	13,277	13,807	14,376	808	935	952	19.0	11.3	10.7
LG CNS	12	한국	SI	47,450	4,597	5,605	6,189	6,556	464	539	566	N/A	11.1	11.0
포스코DX	12	한국	SI	23,950	3,641	1,486	N/A	N/A	111	N/A	N/A	122.8	N/A	N/A
Oracle	5	미국	SW	140	580,887	68,897	84,653	96,730	19,973	36,844	40,701	31.6	23.4	18.6
SAP	12	독일	SW	214	427,805	43,935	55,134	62,153	8,147	12,029	17,217	26.8	54.4	35.8
Manhattan Associates	12	미국	SCM/SRM	166	14,969	1,205	1,542	1,573	272	525	528	76.4	37.5	31.8
Descartes Systems Group	1	미국	SCM/SRM	103	13,046	747	970	1,069	186	277	339	65.6	59.8	49.1
C3 ai Class A	4	미국	AI SW	21	4,169	406	577	703	(416)	(137)	(139)	N/A	N/A	N/A
BigBear.ai Holdings	12	미국	AI SW	3	1,329	201	256	271	(51)	(199)	(61)	N/A	N/A	N/A

주: 엠로는 한국IR협의회 추정치, 그 외 기업들은 시장 컨센서스

자료: FnGuide, ChatGPT, Claude AI, Perplexity, 한국IR협의회 기업리서치센터

2 비즈니스 모델에 따라 시장에서 부여하는 PER 밸류에이션 차별화

그룹사 의존도가 높은 기업의 밸류에이션은 낮은 편

그렇다면 엠로보다 대규모 매출을 시현하고 있는 그룹사 계열의 SI 업종의 PER 밸류에이션을 어떤 수준일까? 표에서 확인할 수 있듯이, 삼성에스디에스의 2024년, 2025년 PER 밸류에이션은 각각 11.3배, 10.7배로 엠로(40.0배, 24.5배)에 비해 현저히 낮은 수준이다. 마찬가지로 LG CNS의 경우도 2024년, 2025년 PER이 각각 11.1배, 11.0배로 상대적으로 낮은 밸류에이션을 보이고 있다.

이러한 밸류에이션 차이는 비즈니스 모델의 근본적인 차이에서 기인한다. 삼성에스디에스와 LG CNS는 국내 IT 서비스 시장의 선두 기업들로서 안정적인 매출과 이익을 창출하고 있다. 그러나 이들 기업은 주로 모기업 그룹사를 위한 SI 사업에 집중하는 경향이 있어, 외연 확장에는 다소 제한적이다.

삼성에스디에스의 경우 삼성그룹 계열사들의 IT 시스템 구축 및 운영이 주요 매출원이다. 최근 클라우드 사업을 적극적으로 확장하고 있으며, MSP(Managed Service Provider, 클라우드 환경 관리 서비스 제공업체)뿐만 아니라 CSP(Cloud Service Provider, 클라우드 인프라 및 서비스 제공업체) 사업에서도 의미 있는 성장세를 보이고 있다. 그러나 이러한 혁신적 시도에도 불구하고, 여전히 그룹 의존도가 높아 외부 시장에서의 성장 가능성이 상대적으로 제한적으로 평가받고 있다. LG CNS 역시 LG그룹의 IT 서비스를 담당하는 기업으로, 최근 클라우드와 인공지능 분야로 사업 영역을 확장하고 있으나, 여전히 그룹사 의존도가 높은 사업 구조를 가지고 있다.

이와 달리 엠로는 특정 그룹사에 의존하지 않고 다양한 기업 고객을 대상으로 한 자체 소프트웨어 솔루션을 개발하여 판매하는 모델을 구축했다. 특히 Supplier Management System 분야에서의 시장 지배력과 자체 IP 기반의 소프트웨어 라이선스 모델은 더 높은 성장성과 수익성을 가질 수 있다는 평가를 받고 있다.

삼성에스디에스와 LG CNS의 상대적으로 낮은 밸류에이션은 이들 기업의 가치가 낮다기보다는, 사업 모델의 특성이 시장에서 다르게 평가되고 있음을 보여준다. 안정적인 대기업 SI 사업은 변동성이 낮고 예측 가능한 수익을 제공하지만, 고성장 가능성이나 글로벌 확장성 측면에서는 자체 소프트웨어 IP를 보유한 기업들에 비해 제한적으로 평가받는 경향이 있다.

기업용 소프트웨어를 주력으로 공급하는 Oracle이나 SAP의 경우에는 PER 밸류에이션이 삼성에스디에스나 LG CNS보다 월등히 높은 편

기업용 소프트웨어를 주력으로 공급하는 Oracle이나 SAP의 경우에는 PER 밸류에이션이 삼성에스디에스나 LG CNS보다 월등히 높은 편이다. Oracle의 2024년, 2025년 PER 밸류에이션은 각각 23.4배, 18.6배이며, SAP는 더 높은 54.4배, 35.8배를 기록하고 있다. 이는 삼성에스디에스(11.3배, 10.7배)와 LG CNS(11.1배, 11.0배)의 밸류에이션과 비교할 때 상당한 프리미엄이 형성되어 있음을 보여준다.

이러한 차이는 기업용 소프트웨어 비즈니스 모델의 고유한 가치가 글로벌 시장에서 어떻게 평가받고 있는지를 명확하게 보여준다. Oracle과 SAP는 자체 개발한 기업용 소프트웨어 솔루션을 글로벌 시장에 공급하는 비즈니스 모델을 갖추고 있으며, 이는 라이선스 및 구독 기반의 반복적인 수익 창출이 가능하다는 점에서 SI 중심 기업들보다 시장에서 더 높은 가치를 인정받고 있다.

엠로의 높은 밸류에이션(2024년 40.0배, 2025년 24.5배)은 이러한 글로벌 소프트웨어 기업들의 사례에서 볼 수 있듯이, 기업용 소프트웨어 비즈니스 모델이 가진 잠재적 가치를 국내 시장에서도 인정받고 있음을 시사한다. 엠로가 Supplier Management System 영역에서 구축한 시장 지배력과 반복적 수익 모델은 Oracle이나 SAP와 같은 글로벌 소프트웨어 기업들의 비즈니스 특성과 유사한 측면이 있어, 시장에서 프리미엄 밸류에이션을 부여받는 것으로 해석할 수 있다.

기업용 소프트웨어 분야에서 SCM/SRM에 특화된 기업의 밸류에이션은 매우 높은 편

한편, 기업용 소프트웨어 분야에서 SCM/SRM(Supply Chain Management/Supplier Relationship Management) 영역에 특화된 Manhattan Associates와 Descartes Systems Group의 밸류에이션은 전통적인 의미의 기업용 소프트웨어 공급사인 Oracle이나 SAP 못지 않게 높은 수준을 보이고 있다. Manhattan Associates의 2024년, 2025년 PER 밸류에이션은 각각 37.5배, 31.8배이며, Descartes Systems Group은 이보다 더 높은 59.8배, 49.1배를 기록하고 있다.

이러한 높은 밸류에이션은 SCM/SRM 솔루션의 시장 가치를 명확하게 보여준다. 공급망 관리와 공급업체 관계 관리는 기업 운영의 핵심 영역으로, 효율성 개선과 비용 절감에 직접적인 영향을 미치는 중요한 솔루션이다. 특히 글로벌 공급망의 복잡성이 증가하고 불확실성이 높아지는 환경에서 이러한 솔루션의 가치는 더욱 주목받고 있다.

Manhattan Associates와 Descartes Systems Group의 높은 밸류에이션은 엠로의 사례와도 연결된다. Manhattan Associates는 주로 공급망 관리 소프트웨어에 특화된 기업으로, 창고 관리 시스템(WMS), 운송 관리 시스템(TMS), 주문 관리 시스템 등 물류 및 공급망 전반의 소프트웨어 솔루션을 제공한다. 특히 유통, 물류, 제조 기업들을 위한 엔드투엔드 공급망 솔루션으로 유명하다.

Descartes Systems Group 역시 물류 및 공급망 관리 소프트웨어 전문 기업으로, 글로벌 물류 네트워크, 운송 관리, 통관 및 규제 준수 솔루션, 전자상거래 배송 솔루션 등을 제공한다. 엠로 역시 Supplier Management System 분야에서 국내 시장을 선도하고 있으며, 이는 글로벌 시장에서 SCM/SRM 솔루션 기업들이 받고 있는 프리미엄 밸류에이션과 맥을 같이한다.

특히 주목할 점은 이들 기업이 SI 중심의 비즈니스 모델이 아닌, 자체 개발한 솔루션을 라이선스 및 구독 형태로 제공하는 소프트웨어 중심 비즈니스 모델을 갖추고 있다는 것이다. 이러한 비즈니스 모델은 고객 기반이 확대될수록 추가 비용이 상대적으로 적게 발생하는 확장성을 갖추고 있어, 장기적인 수익성 측면에서 시장에서 높은 평가를 받고 있다. 또한 SCM/SRM 솔루션은 기업의 핵심 운영 시스템과 깊이 통합되는 특성이 있어, 한번 도입되면 교체 비용(switching cost)이 높아 고객 이탈률이 낮다는 점도 높은 밸류에이션의 요인으로 볼 수 있다.

이처럼 SCM/SRM 분야의 소프트웨어 기업들이 받고 있는 높은 밸류에이션은 전문화된 기업용 소프트웨어 영역에서의 시장 지배력과 높은 진입 장벽, 그리고 확장 가능한 비즈니스 모델이 시장에서 어떻게 평가받고 있는지를 잘 보여주고 있다.

C3.ai Class A와 BigBear.ai Holdings는 기업용 소프트웨어 분야에서 주목받는 신흥 강자

기업용 소프트웨어 분야에서 주목할 만한 또다른 변화는 AI 기반 소프트웨어 공급사들의 출현이다. AI 기반 소프트웨어 카테고리의 두 기업, C3.ai와 BigBear.ai Holdings는 기업용 소프트웨어 분야에서 주목받는 신흥 강자들이다. 이들 기업은 인공지능 기술을 기업 환경에 적용하는 혁신적인 솔루션을 제공하고 있다.

C3.ai는 2009년 설립된 기업용 AI 애플리케이션 플랫폼 회사로, 에너지, 제조, 금융, 방위 등 다양한 산업 분야에 AI 기반 솔루션을 제공하고 있다. BigBear.ai Holdings 역시 빅데이터 분석과 AI 기술을 결합한 기업용 의사결정 지원 플

랫폼을 제공하며 시장에서 주목받고 있다.

C3.ai와 BigBear.ai Holdings는 아직 손실을 기록하고 있다. 이러한 상황에서 전통적인 밸류에이션 지표인 PER(주가수익비율)을 적용하기 어렵다. 그러나, 이는 인공지능 분야의 기업들이 보여주는 전형적인 성장 패턴이다. 혁신적인 기술에 대규모 투자를 진행하는 과정에서 단기적으로는 수익성이 낮지만, 시장은 이들의 장기적 성장 가능성과 기술력에 주목하고 있다. 주식 투자자들은 이들 기업이 기존 기업용 소프트웨어 시장을 혁신적으로 변화시킬 잠재력에 베팅하고 있는 것이다.

표에 나타난 이러한 AI 소프트웨어 기업들의 현황은 기업용 소프트웨어 분야에서 인공지능 도입이 빠르게 가속화되고 있음을 실감할 수 있게 한다. 기존의 기업용 소프트웨어 솔루션에 인공지능 기술이 접목되면서 업무 프로세스 자동화, 고급 분석, 예측 모델링 등이 가능해지고 있으며, 이러한 변화는 앞으로 더욱 심화될 것으로 전망한다.

비록 현재 단계에서는 수익성보다는 기술력과 성장 가능성에 초점이 맞춰져 있지만, 인공지능 기술이 더욱 성숙해지고 기업들의 디지털 전환이 가속화됨에 따라 이들 AI 소프트웨어 기업들의 비즈니스 모델도 점차 진화할 것으로 기대한다.

엠로의 AI 역량 확대는 기업 가치 재평가의 중요한 요소

이러한 시장 흐름을 고려할 때, 엠로의 높은 밸류에이션 프리미엄은 충분히 정당하다고 볼 수 있다. 엠로는 이미 Supplier Management System 분야에서 국내 시장 지배력을 확보하고 있을 뿐만 아니라, 자체 개발한 소프트웨어 라이선스 모델을 통해 안정적인 수익 구조를 갖추어 나가고 있다. 또한, 엠로의 Supplier Management System은 기업 생태계에서 핵심적인 역할을 담당하는 솔루션으로, 한번 도입 시 전환 비용(switching cost)이 높아 고객 이탈률이 낮다는 특징이 있다. 이러한 시장 지배력은 국내 소프트웨어 산업 생태계에서 찾아보기 어려운 경쟁력으로, 해당 분야의 전문 소프트웨어 공급사가 제한적이라는 점이 시장에서 프리미엄 밸류에이션으로 반영되고 있다. 특히 향후 엠로가 기존 솔루션에 AI 기술을 접목한 신규 서비스를 확대하고, AI 기반 솔루션의 매출 비중이 커진다면 현재의 밸류에이션은 더욱 상승할 여지가 있다. C3.ai나 BigBear.ai와 같은 AI 전문 기업들이 시장에서 주목받는 것과 같은 맥락에서, 엠로의 AI 역량 확대는 기업 가치 재평가의 중요한 요소가 될 수 있다.

리스크 요인

시스템 구축 및 컨설팅 매출 비중이 67%로 여전히 높은 수준

프로젝트성 매출이 여전히 주요 수익원으로 작용

엠로의 사업 구조를 자세히 살펴보면, 2024년 기준 시스템 구축 및 컨설팅 매출 비중이 67%로 여전히 높은 수준을 유지하고 있다. 이는 소프트웨어 기업으로서의 정체성과 다소 괴리가 있는 부분이다. 소프트웨어 라이선스 및 구독 모델에 기반한 반복 매출(recurring revenue)이 아닌, 프로젝트성 매출이 여전히 주요 수익원으로 작용하고 있다는 점은 안정적인 수익 성장과 확장성 측면에서 잠재적 리스크로 작용할 수 있다. 이는 글로벌 시장에서 높은 밸류에이션을 받는 소프트웨어 기업들의 사업 구조와 비교했을 때 엠로가 극복해야 할 과제이다.

프로젝트 기반 비즈니스의 특성상 인력 확보와 유지가 중요

시스템 구축 및 컨설팅 사업은 인력 의존도가 높고 프로젝트별 수익성 변동이 크다는 구조적 특성이 있다. 이는 경기 변동이나 고객사의 IT 투자 계획 변경에 따른 영향을 직접적으로 받을 수 있음을 의미한다. 특히 국내 경기 둔화가 장기화될 경우, 기업들의 신규 시스템 구축 투자 결정이 지연되거나 축소될 가능성이 있어 엠로의 매출 성장에 부정적 영향을 미칠 수 있다. 또한 프로젝트 기반 비즈니스의 특성상 인력 확보와 유지가 중요한데, IT 인력 시장의 경쟁이 심화되면서 인건비 상승과 인재 확보의 어려움은 수익성을 압박하는 요인이 될 수 있다.

매출 구조의 전환이 지연된다면 향후 밸류에이션 조정 압력으로 이어질 수 있음

소프트웨어 솔루션 기업으로서 글로벌 경쟁력을 갖추기 위해서는 자체 개발 소프트웨어의 비중을 높이고, 라이선스 및 구독 기반의 수익 모델을 강화해야 한다. 현재 엠로가 받고 있는 높은 밸류에이션은 이러한 방향성을 전제로 하고 있으나, 실제 매출 구조의 전환이 지연된다면 향후 밸류에이션 조정 압력으로 이어질 수 있다. 특히 Oracle, SAP와 같은 글로벌 클라우드/소프트웨어 기업들과의 비교에서 클라우드/소프트웨어 매출 비중의 차이는 중요한 요소로 작용할 것이다. 예를 들어, Oracle의 2024 회계연도 총 매출은 Constant Currency(환율 변동 효과를 제외한 매출) 기준으로 약 530억 달러였으며, 이 중 클라우드 서비스 및 라이선스 지원 부문이 394억 달러를 차지하여 전체 매출의 약 74.3%를 구성했다. 한편, SAP의 2024년 총 매출은 약 341억 유로였으며, 클라우드 및 소프트웨어 부문이 298억 유로를 기록하여 전체 매출의 약 87.4%를 차지했다.

AI 기술 접목을 통한 사업 고도화를 적극적으로 추진하고 있어 긍정적

다만, 엠로는 이미 Supplier Management System 분야에서의 전문성과 경쟁력을 바탕으로 AI 기술 접목을 통한 사업 고도화를 적극적으로 추진하고 있다. 기존 고객 기반과 산업 노하우는 새로운 기술 도입 과정에서 중요한 자산이 될 수 있으며, 자체 솔루션 비중을 점진적으로 확대해 나가는 전략이 성공적으로 실행된다면 현재의 밸류에이션은 충분히 지속 가능할 것이다. 이는 Oracle이나 SAP와 같은 글로벌 기업들의 사업 구조에 점차 근접해가는 전략으로, 실현될 경우 밸류에이션 프리미엄의 타당성을 더욱 강화할 것이다. 또한 국내 시장에서의 강한 입지와 고객 신뢰도를 바탕으로 기술 역량을 고도화한다면, 장기적으로는 진정한 소프트웨어 기업으로서의 위상을 확립하고 지속적인 고성장을 실현할 수 있을 것으로 기대한다.

포괄손익계산서

(십억원)	2021	2022	2023	2024	2025F
매출액	47	59	63	79	91
증가율(%)	4.8	24.7	7.8	25.8	15.0
매출원가	27	36	39	47	54
매출원가율(%)	57.4	61.0	61.9	59.5	59.3
매출총이익	20	23	24	33	38
매출이익률(%)	41.8	38.9	38.2	40.9	41.4
판매 관리비	13	16	19	24	27
판관비율(%)	27.7	27.1	30.2	30.4	29.7
EBITDA	9	10	8	12	16
EBITDA 이익률(%)	20.0	16.3	12.8	14.5	17.7
증가율(%)	1.0	1.8	-15.5	42.2	40.6
영업이익	7	6	5	9	10
영업이익률(%)	14.3	11.1	7.4	10.8	11.4
증가율(%)	4.2	-3.7	-28.1	84.6	20.8
영업외손익	-0	1	-32	11	12
금융수익	0	0	0	13	13
금융비용	0	0	30	1	0
기타영업외손익	0	1	-1	-0	-0
종속/관계기업관련손익	0	0	0	0	0
세전계속사업이익	7	8	-27	20	23
증가율(%)	56.6	19.7	적전	흑전	15.7
법인세비용	1	1	-1	1	1
계속사업이익	5	7	-26	19	22
중단사업이익	0	0	0	0	0
당기순이익	5	7	-26	19	22
당기순이익률(%)	11.4	11.2	-41.9	23.4	23.7
증가율(%)	42.7	22.7	적전	흑전	16.6
지배주주지분 순이익	5	6	-27	19	22

재무상태표

(십억원)	2021	2022	2023	2024	2025F
유동자산	33	18	27	37	57
현금성자산	19	4	11	22	39
단기투자자산	0	0	0	0	0
매출채권	8	9	6	7	9
재고자산	0	0	0	0	0
기타유동자산	5	5	10	8	9
비유동자산	23	56	64	66	69
유형자산	8	39	13	14	19
무형자산	9	8	7	9	7
투자자산	5	4	4	2	2
기타비유동자산	1	5	40	41	41
자산총계	56	74	92	102	126
유동부채	12	11	60	9	11
단기차입금	0	3	0	0	0
매입채무	2	3	3	1	1
기타유동부채	10	5	57	8	10
비유동부채	2	11	3	4	5
사채	0	0	0	0	0
장기차입금	0	10	0	0	0
기타비유동부채	2	1	3	4	5
부채총계	14	23	63	13	15
지배주주지분	42	51	28	88	110
자본금	3	6	6	6	6
자본잉여금	22	21	21	66	66
자본조정 등	2	2	7	5	5
기타포괄이익누계액	2	2	2	0	0
이익잉여금	13	20	-7	11	33
자본총계	42	51	29	89	111

현금흐름표

(십억원)	2021	2022	2023	2024	2025F
영업활동으로인한현금흐름	5	6	7	14	27
당기순이익	5	7	-26	19	22
유형자산 상각비	1	1	1	2	4
무형자산 상각비	2	2	2	1	1
외환손익	0	0	0	0	0
운전자본의감소(증가)	-6	-4	-4	-0	-1
기타	3	0	34	-8	1
투자활동으로인한현금흐름	-3	-34	-3	-8	-10
투자자산의 감소(증가)	-0	-0	0	0	-0
유형자산의 감소	0	0	0	0	0
유형자산의 증가(CAPEX)	-1	-32	-1	-5	-9
기타	-2	-2	-2	-3	-1
재무활동으로인한현금흐름	14	13	3	5	0
차입금의 증가(감소)	-9	12	-13	0	0
사채의증가(감소)	0	0	16	0	0
자본의 증가	1	0	0	0	0
배당금	0	0	0	0	0
기타	22	1	0	5	0
기타현금흐름	0	0	0	0	-0
현금의증가(감소)	16	-16	7	11	17
기초현금	4	19	4	11	22
기말현금	19	4	11	22	39

주요투자지표

	2021	2022	2023	2024	2025F
P/E(배)	40.6	22.8	N/A	40.0	24.5
P/B(배)	5.3	2.9	27.3	8.9	4.8
P/S(배)	4.7	2.5	12.2	9.4	5.8
EV/EBITDA(배)	21.4	16.4	100.3	66.5	30.6
배당수익률(%)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
EPS(원)	502	578	-2,385	1,613	1,777
BPS(원)	3,833	4,519	2,524	7,276	9,020
SPS(원)	4,357	5,275	5,634	6,889	7,483
DPS(원)	0	0	0	0	0
수익성(%)					
ROE	19.5	13.9	-67.7	31.9	21.8
ROA	11.6	10.2	-32.0	19.2	19.0
ROIC	36.7	19.1	-1.5	31.6	31.0
안정성(%)					
유동비율	273.5	157.6	46.1	400.8	535.4
부채비율	33.6	44.6	217.5	15.1	13.7
순차입금비율	-46.5	18.1	129.3	-21.9	-33.3
이자보상배율	22.5	462.4	4.1	8.5	111.0
활동성(%)					
총자산회전율	1.0	0.9	0.8	0.8	0.8
매출채권회전율	6.9	6.9	8.3	11.4	11.4
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

종목명	투자주의종목	투자경고종목	투자위험종목
엠로	X	X	X

발간 History

발간일	제목
2025.04.11	엠로-인공지능 기반 공급망 관리 소프트웨어 공급사로 변신
2022.07.22	엠로-무역분쟁, 코로나, 인플레이션 수혜주 & 해결사

Compliance notice

본 보고서는 한국거래소, 한국예탁결제원과 한국증권금융이 공동으로 출연한 한국IR협의회 산하 독립 (리서치) 조직인 기업리서치센터가 작성한 기업분석 보고서입니다. 본 자료는 투자자들에게 국내 상장기업에 대한 양질의 투자정보 제공 및 건전한 투자문화 정착을 위해 무상으로 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 바라며, 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 "한국IR협의회(https://t.me/kirsofficial)" 채널을 추가하시어 보고서 발간 소식을 안내받으실 수 있습니다.
- 한국IR협의회가 운영하는 유튜브 채널 'IRTV'에서 1) 애널리스트가 직접 취재한 기업탐방으로 CEO인터뷰 등이 있는 '小中한탐방'과 2) 기업보고서 심층해설방송인 '小中한 리포트 가치보기'를 보실 수 있습니다.