

KOSDAQ | 건강관리장비와서비스

GC메디아이 (032620)

Medical OS를 통한 플랫폼 기업으로의 도약

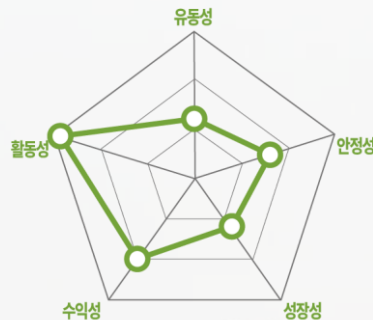
체크포인트

- 국내 최대 수준의 의료 인프라와 데이터 보유한 ERM업체로, ERM(전자의무기록) 공급 뿐만 아니라 의료데이터, 유통, 환자 플랫폼을 아우르는 의료 생태계를 유기적으로 구축한 기업
- 투자포인트는 1) '의사랑' EMR에 AI와 클라우드 적용에 따른 사업모델 고도화와 2) 비용 효율화 및 사업 포트폴리오 변화를 통한 수익성 개선 기대
- 2026년 매출액 2,076억원(+5.0%YoY), 영업이익 108억원(+43.5%YoY)으로 추정. 현재 동사의 2026년 예상 PBR은 1.1배로 밸류에이션 하단 위치. 주가 리레이팅의 핵심 변수는 사업모델 전환에 따른 지속 가능 ROE 개선 여부임

주가 및 주요이벤트

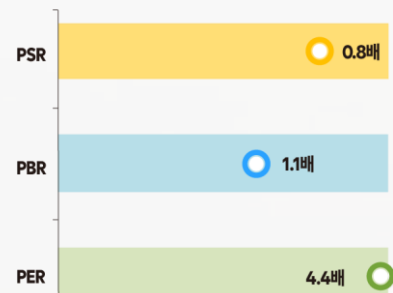


재무지표



주: 2025년 기준, Fnguide WICS 분류상 건강관리산업 내 등급화

밸류에이션 지표



주: PSR, PER은 2025년 기준, PBR은 1Q26 기준, Fnguide WICS 분류상 건강관리산업 내 순위 비교, 우측으로 갈수록 저평가

국내 최초로 EMR(전자의무기록) 시스템을 개발한 기업

GC메디아이의 경쟁력은 국내 최대 수준의 의료 인프라와 데이터. 약 2.5만개의 병원 및 약국 네트워크를 기반으로 연간 2억 건 이상의 의료 데이터를 확보 중. 동사의 사업 영역은 1) EMR(41%비중, 2025년 매출액 기준), 2) 커머스 플랫폼(26%), 3) 데이터마케팅(5%), 4) 플랫폼(3%), 5) 기타(25%)로 구성

투자포인트1. Medical OS를 통한 플랫폼 기업으로의 도약

Medical OS는 GC메디아이가 추진 중인 차세대 전략으로, 기존의 설치형 EMR인 '의사랑'을 클라우드 기반의 지능형 오픈 플랫폼 '의사랑 AI 2.0'으로 진화시킨 모델. 올해는 '의사랑 AI 1.0'을 출시하여 EMR에 AI를 적용하고, 내년에는 '의사랑 AI 2.0'을 출시해 클라우드 기반의 AI EMR 서비스를 제공할 계획. 이를 통해 동사의 사업모델을 소프트웨어 공급업체에서 플랫폼 기업으로 전환 시키며, 구독료 외에도 플랫폼 수수료, 데이터 서비스, 디지털 마케팅 등 다양한 반복 수익원을 확보할 수 있을 것으로 기대됨

투자포인트2. 효율화를 통한 수익성 개선

GC메디아이의 영업이익률은 2020년 12.2%에서 2025년 3.8%로 하락. 영업이익률 하락은 판매비율 상승이 견인. 작년에 취임한 김진태 대표이사는 외형 성장보다 수익성 개선과 비용 효율화를 최우선 과제로 제시. 단기적으로는 인력 및 조직 효율화, 대리점 수수료 체계 개편, 비수익 사업 구조조정 등을 병행하며 비용 구조 개선될 것으로 예상됨. 중장기적으로는 데이터 사업과 AI 구독 서비스 등 고마진 사업의 비중을 확대하며 이익의 질도 개선될 것으로 전망

Forecast earnings & Valuation

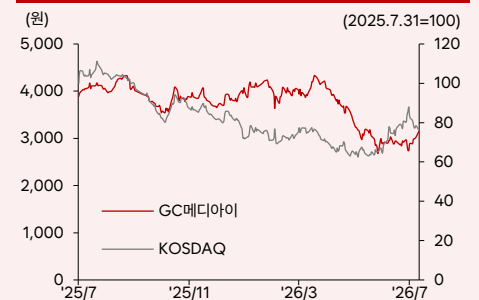
	2022	2023	2024	2025	2026F
매출액(억원)	1,333	1,540	1,906	1,977	2,076
YoY(%)	19.3	15.5	23.7	3.7	5.0
영업이익(억원)	75	35	52	75	108
OP 마진(%)	5.7	2.3	2.7	3.8	5.2
지배주주순이익(억원)	36	-17	-16	370	45
EPS(원)	69	-33	-30	708	86
YoY(%)	-731	적전	적지	흑전	-87.8
PER(배)	73.4	N/A	N/A	5.2	36.5
PSR(배)	2.0	1.6	0.9	1.0	0.8
EV/EBITDA(배)	20.4	26.1	14.9	13.2	9.7
PBR(배)	2.3	2.3	1.8	1.3	1.1
ROE(%)	31	-15	-1.6	30.7	3.2
배당수익률(%)	1.2	1.3	0.9	1.4	1.6

자료: 한국IR협회의 기업리서치센터

Company Data

현재주가 (8/11)	3,185원
52주 최고가	4,330원
52주 최저가	2,680원
KOSDAQ (8/11)	85784p
자본금	261억원
시가총액	1,662억원
액면가	500원
발행주식수	52백만주
일평균 거래량 (60일)	12만주
일평균 거래액 (60일)	4억원
외국인지분율	2.41%
주요주주	GC케어 외 5인 53.03%

Price & Relative Performance



Stock Data

주가수익률(%)	1개월	6개월	12개월
절대주가	5.3	-236	-22.0
상대주가	2.8	-0.7	-26.2

참고

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



기업 개요

**ERM 공급 뿐만 아니라
의료데이터, 유통, 환자 플랫폼을
아우르는 의료 생태계를
유기적으로 구축한 기업**

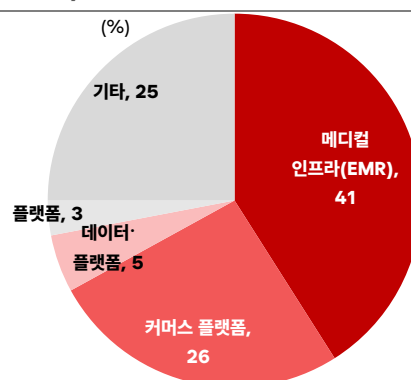
1 국내 최대 수준의 의료 인프라와 데이터 보유한 ERM업체

GC메디아이는 1994년 설립된 헬스케어 전문 기업으로, 현재 GC그룹(舊 녹십자) 내에서 '의료 IT인프라 및 데이터·AI 허브' 역할을 수행하고 있다. 국내 최초로 EMR(Electronic Medical Record) 시스템을 개발한 기업으로, 병·의원 약 1만6천 개(시장점유율 44%)와 약국 약 8천 개(시장점유율 33%)를 고객으로 확보하고 있다.

동사의 사업영역은 1) 메디컬 인프라(EMR)(41% 비중, 2025년 매출액 기준), 2) 커머스 플랫폼(의료소모품·의약품 유통)(26%), 3) 데이터·마케팅(유비스트)(5%), 4) 플랫폼(똑닥)(3%), 5) 기타(종속회사 등)(25%)등으로 구성된다. 단순 EMR 공급을 넘어 의료 데이터, 유통, 환자 플랫폼을 아우르는 의료 생태계를 유기적으로 구축하고 있다는 점이 특징이며, 최근에는 의료 현장의 AI전환(Medical AI Transformation)과 의료 생태계를 연결하는 플랫폼(Medical OS)으로의 도약을 준비하고 있다. 이를 통해 기존 EMR 사용자 중심의 사업구조를 플랫폼 기반 수익모델로 전환할 예정이다. 즉, 향후 플랫폼 입점 수수료, API 연동 수수료, 의료 데이터 활용, 타겟 광고 및 마케팅 등으로 수익원을 다변화할 계획이다.

GC메디아이의 가장 큰 경쟁력은 국내 최대 수준의 의료 인프라와 데이터다. 약 2만5천 개의 병·의원 및 약국 네트워크를 기반으로 연간 2억 건 이상의 의료 데이터를 확보하고 있으며, 이는 AI 기반 서비스 개발과 데이터 사업 확장의 핵심 자산으로 활용될 것으로 기대된다. 기술 경쟁력도 강화하고 있다. 110명 이상의 AI 전담 인력을 확보했으며, NVIDIA 기반 AI 서버를 자체 구축해 자체 거대언어모델(LLM)을 고도화하고 있다. 의료 특화 AI를 자체적으로 개발·운영할 수 있는 인프라를 갖추고 있다는 점은 향후 서비스 차별화 측면에서 경쟁우위로 작용할 수 있다.

GC메디아이의 매출액 구성(2025년 기준)



자료: GC메디아, 한국IR협회의 기업리서치센터

**연혁: 1994년 설립,
1997년 코스닥 시장 상장,
2020년 최대주주 GC케어로
변경**

GC메디아이는 메디슨의 사내벤처 1호인 (주)메디다스로 1994년 설립됐으며, 1997년 코스닥 시장에 상장했다.

동사는 1993년 국내 최초 병·의원용 EMR(Electronic Medical Record)인 '의사랑'을 출시하며 국내 의료 IT 시장을 개척한 기업이다. 이후 1998년 약국 EMR인 '엠팜(M-Pharm)'을 출시하며 병·의원과 약국을 아우르는 의료정보 플랫폼을 구축했으며, 2002년 사명을 유비케어로 변경했다.

2000년대 들어서는 EMR 중심 사업에서 의료 플랫폼 기업으로 사업영역을 확대했다. 2001년 의료소모품 유통 플랫폼 '미소몰닷컴'을 설립하며 의료 유통사업에 진출했고, 이후 병·의원 의료기기와 의약품 자동조제기 '오토팩'을 출시하는 등 의료기기 및 자동화 솔루션 사업으로 포트폴리오를 확장했다. 또한 2002년부터 제약 데이터 분석 사업에 진출하며 의료 데이터 기반 비즈니스의 기반을 마련했다.

2017년에는 관계회사 비브로스가 병·의원 예약 플랫폼 '똑닥' 서비스를 출시하면서 환자 접점 플랫폼 영역까지 사업을 확대했다. 이어 2018년에는 EMR 부가 솔루션 기업인 케이컨셉과 요양·한방병원 EMR 전문기업인 헥톤프로젝트를 인수하며 EMR 제품군을 강화하고 고객 기반을 확대했다.

2020년에는 최대주주가 유니머스홀딩스에서 GC녹십자그룹 계열사인 GC케어로 변경되면서 GC그룹의 디지털 헬스케어 전략의 핵심 계열사로 편입됐다. 이후 2021년 건강관리 솔루션 사업을 GC케어에 양도하는 대신, 만성 질환 관리 플랫폼 기업 아이큐를 인수하며 사업구조를 재편했다. 2022년에는 자동조제기 관련 기업인 이원과 크레템을 자회사로 편입해 자동조제기 밸류체인을 내재화하며 관련 사업 경쟁력을 강화했다. 작년 동사는 EMR 업계 최초로 AI 컨텍센터 시스템을 구축했다. 그리고 올해 3월 사명을 유비케어에서 GC메디아어로 변경했다.

GC메디아이의 주요 연혁

1993~2016	2017~2019	2020~
1993.12 국내 최초 병·의원 EMR '의사랑' 출시 1994.04 (주)메디다스 법인설립 1997.07 의료정보화 업계 최초 코스닥 상장 1998.04 약국 EMR '엠팜' 출시 2002.06 (주)유비케어로 법인명 변경 2009.04 약국사업 통합브랜드 유팜(U Pharm) 런칭 2009.10 의약품 자동조제시스템 <오토팩> 출시 2013.06 이상경 대표이사 취임 2016.07 제약 영업 효율화 솔루션 'UB Sales' 출시	2017.07 (주)비브로스 연계 전국 병·의원 예약/접수 모바일 앱 '똑닥' 서비스 실시 2017.12 업계 최초 전사 서비스 정보보호 관리체계(SMS) 인증 획득 2018.03 EMR 연계사업 경쟁력 강화 및 수익 모델 확대를 위해 (주)케이컨셉 인수 2018.05 의료기기 렌탈케어 프로그램 출시 및 유통사업 확장을 위해 (주)달렘 MOU 2018.06 고령사회 대비 요양·한방병원 No.1 EMR 솔루션 회사(주) 헥톤프로젝트(구 브레인헬스케어) 인수 2019.03 병의원 초음파 의료기기 유통사업 진출 2019.05 영업 효율화 솔루션 'UB Sales' 클라우드 패키지 출시 2019.08 의료영상 통합관리 솔루션 'UBPACS' 출시 2019.10 병·의원, 약국 무인접수 키오스크 제품 출시	2020.02 GC녹십자 그룹 계열사인 GC케어에 편입되었음 2020.10 병·의원 대상 의료 빅데이터 기반 경영진단서비스 '알파앤' 출시 2021.01 본점 소재지 변경(구로구 디지털로33길 → 영등포구 여의대로) 2021.05 '의사랑' 보건복지부 EMR 국가 표준 인증 획득 2021.09 만성질환 관리 플랫폼 (주)아이큐* 지분 인수 2022.05 특수 약 조제(자동조제기) 포장 밀물전문회사 (주)이원* 지분 인수 2022.09 의약품 자동분류 포장시스템 전문회사 (주)크레템* 지분 인수 2023.03 (주)크레네헬스팀 지분 인수 2023.08 의료정보 플랫폼 '닥터인포' 출시 2023.09 제약 전문 플랫폼 'TEAM UBIST' 공개 2024.01 'UBIST HCD' 출시 2024.05 아이큐 연계 만성질환 관리 플랫폼 '닥터바이스' 출시 2024.06 의사랑 실손 간편 서류발급 서비스 출시 2024.11 EMR 업계 최초 AI 컨텍센터(AICC) 구축 2026.03 사명변경(유비케어 → GC메디아어)

자료: GC메디아어, 한국IR협회의 기업리서치센터

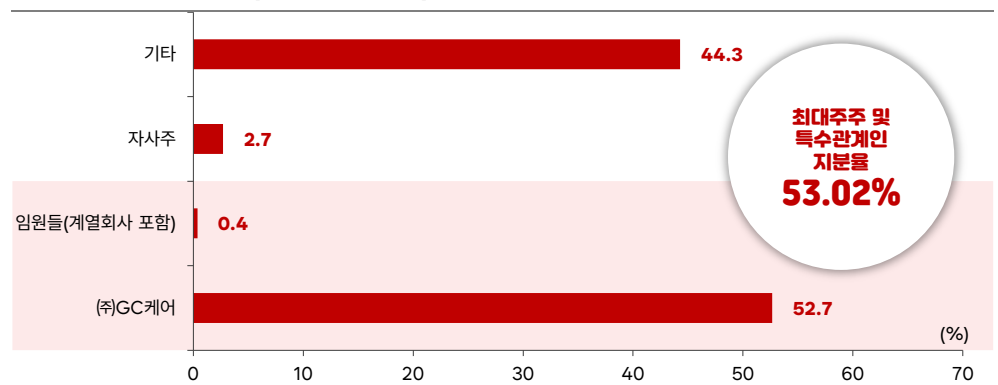
주주 구성

최대주주는 (주)GC케어로
지분율 52.65% 보유

2026년 3월말 기준으로, GC메디아의 최대주주는 (주)GC케어로, 지분율 52.65%를 보유 중이다. 이 외 특수관계인으로 회사의 임원들과 계열회사 임원들의 지분율이 각각 0.21%, 0.16%가 있으며, 최대주주와 특수관계인의 지분율 합계는 53.02%이다. 자사주로 1,413,299주가 있으며, 이는 지분율 2.71%에 해당한다.

GC케어는 GC그룹의 디지털 헬스케어 플랫폼을 담당하는 계열사로, 개인과 기업을 대상으로 건강관리 서비스를 제공하고 있다. 주요 사업으로 1) 보험연계 건강관리 서비스, 2) 검진센터 위탁경영 등 MSO(Management Service Organization: 병원경영지원 회사), 3) 검진중개/웰니스 및 4) E-Commerce를 영위하고 있다. 동사는 건강검진, 건강관리, 생활습관 개선, 만성질환 관리 등 개인 중심의 서비스를 제공함으로써 의료서비스의 소비자 접점을 담당한다. 즉, GC메디아가 의료기관의 운영 인프라를 구축하는 역할이라면, GC케어는 의료서비스 이용자와 지속적으로 접점을 유지하는 플랫폼 역할을 수행하고 있다. GC케어의 2025년 별도 기준 매출액은 440억원, 영업이익 5억원, 당기순이익 55억원이며, 최대주주는 (주)녹십자홀딩스이다.

GC메디아의 주요 주주 현황(2026년 3월말 기준)



자료: GC메디아, 한국IR협회의 기업리서치센터

종속회사 및 관계회사

GC메디아의 종속회사

- 1) 비브로스, 2) 헥톤 프로젝트
 - 3) 케이컨셉, 4) 이원, 5) 크레템
- 관계기업
- 1) 유팜물, 2) 아이큐
 - 3) 크레너헬스컴
 - 4) 펫플랫폼 제 2호 사모투자합자회사
 - 5) KA*MZ신기술

2026년 3월말 기준으로 GC메디아의 종속회사로는 1) 비브로스(지분율 47.89%), 2) 헥톤프로젝트(80.30%), 3) 케이컨셉(70%), 4) 이원(50.01%), 5) 크레템(100%)이 있다. 헥톤프로젝트의 자회사로 헥톤씨앤씨(100%)와 조아실버케어(100%)가 있으며, 조아실버케어가 지분 100%를 보유하고 있는 자회사로 또하나의가족 서울, 대전, 광주, 부산 센터가 있다.

비브로스는 비대면 진료 플랫폼인 '똑닥' 사업을 영위하고 있다. 2025년 흑자 전환에 성공하며, 작년 6월말 GC메디아의 관계회사에서 종속회사로 편입되었다. 작년 비브로스의 매출액은 100억원, 영업이익은 20억원 규모였으며, 종속회사 편입 후 GC메디아의 연결손익에는 매출액 52억원, 영업이익 5억원이 반영되었다. 3월말 기준 똑닥의 누적 회원수는 1,100만명, 유료회원수는 100만명이다. 올해 1분기 기준 MAU(Monthly Active Users)는 126만명이다. 현재 똑닥은 단순히 병원 검색 앱 기능을 넘어 예약, 접수, 대기, 결제까지 아우르는 서비스를 제공하고 있으며, 소아과를 중심으로 강력한 시장 지위를 확보하고 있다.

헥톤프로젝트는 메디컬 인프라 및 솔루션 관련 사업을 수행하고 있다. 동사는 2002년 요양 및 한방병원 EMR 솔루션 ‘닥터스’를 출시했으며, 2018년 GC메디케어의 자회사로 편입했다. 현재는 ‘닥터스’ 외에 실버케어 서비스 ‘또 하나의 가족’을 운영 중이다. 헥톤프로젝트는 2024년 복지용구 전문기업 ‘조아’를 인수했다.

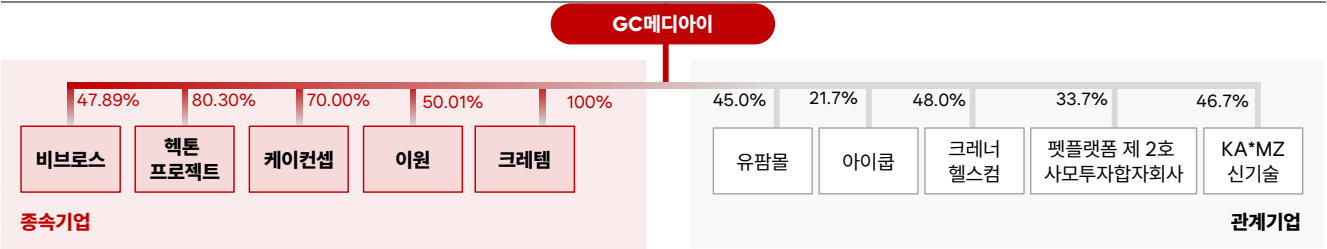
(주)케이컨셉은 EMR 연계 부가서비스와 관련된 서비스를 제공한다. 관련 제품으로 비급여 관련 CRM인 ‘플러스 CRM’와 보험심사청구 프로그램인 ‘PC사전점검’이 있다. 또한 2021년 실버케어 중개 플랫폼인 ‘케어고’를 런칭하였는데, 케어고는 개인 맞춤형 요양병원 또는 요양시설을 매칭해주며, 입소 후 환자 상태에 대한 정보를 보호자에게 전달하고 비대면 결제 서비스도 제공한다.

(주)이원과 (주)크레템은 약국 장비와 관련된 제품을 제조하는 기업이다. 이원은 특수약 조제 포장필름을 생산하며, 크레템은 약품자동화 조제화 장비를 개발하고 있다.

GC메디아이의 관계기업으로는 1) 유팜몰(45.0%), 2) 아이쿱(21.7%), 3) 크레너헬스컴(48.0%), 4) 펫플랫폼 제2호 사모투자합자회사(33.7%)와 5) KA*MZ신기술(46.7%)가 있다.

유팜몰은 약국 전용 온라인 소품몰을 운영하며, 의약품 및 의료 소모품 유통 사업부문에서 중요한 역할을 담당하고 있으며, 아이쿱은 만성질환 관련 디지털 헬스케어 플랫폼을 개발하는 기업이다. 크레너헬스컴은 과거 종속기업이었으나 지분을 일부 처분하며 관계기업으로 분류되었고, 현재는 핵심 사업 중심으로 구조 재정비가 진행 중이다.

GC메디아이의 종속회사 및 관계회사 현황(2026년 3월말 기준)



자료: GC메디아이, 한국IR협회의 기업리서치센터

GC메디아이의 종속회사 현황

(단위: 억원)

회사명	주요영업활동	지분율(%)	자산	자본	매출액	당기순손익
비브로스	데이터베이스 및 온라인정보 제공업	47.89	731	642	52	7
헥톤프로젝트	시스템 소프트웨어 개발 및 공급업	80.30	328	208	144	-50
케이컨셉	의료소프트웨어 개발 및 서비스 공급업	70.00	35	33	16	5
이원	기타종이 및 판지 제조업	50.01	161	126	127	19
크레템	약품자동분류포장시스템 제조업	100.00	132	21	132	-49
헥톤이앤씨	시스템 소프트웨어 개발 및 공급업	100.00	34	32	19	5
조아실버케어	복지용품의 대여 및 유통	100.00	175	8	363	-28

주: 지분율은 2026년 3월말 기준, 자산, 자본은 2025년말 기준, 매출액, 당기순이익은 2025년 기준, 자료: GC메디아이, 한국IR협회의 리서치센터

주요 사업

**메디컬 인프라와 커머스 플랫폼이
매출의 66.5% 비중 차지.
데이터&마케팅 사업부분의
영업이익률(30%)이 가장 높은
상황**

GC메디아이는 메디컬 인프라(Medical Infra), 데이터&마케팅(Data & Marketing), 커머스 플랫폼(Commerce Platform)과 플랫폼(Platform)의 4개 핵심 사업부를 운영하고 있다. 각 사업부는 독립적인 수익원을 보유하는 동시에 의료 데이터와 고객 네트워크를 공유하며 상호 시너지를 창출하는 구조다.

①메디컬 인프라(2025년 매출 비중 40.7%, 영업이익률 20.5%)

메디컬 인프라는 GC메디아이의 핵심 사업이자 의료 생태계의 기반이 되는 사업부문으로 병·의원, 약국, 한방병원, 요양병원 등 다양한 형태의 의료기관을 대상으로 EMR솔루션을 개발, 공급하고 있다. 국내 최초 EMR인 '의사랑'을 중심으로 병·의원 약 1만6천 개(시장점유율 44%)와 약국 약 8,300개(시장점유율 33%)를 고객으로 확보하고 있으며, 부가서비스인 약국용 2D 바코드 서비스는 약 60%의 시장점유율을 기록하고 있다.

'의사랑' (병·의원), '유팜'(약국) 등 고객군별 특화 브랜드를 보유하고 있으며, 진료·접수·청구(병·의원), 조제·경영·청구(약국) 등 의료 현장의 핵심 업무 전반을 지원하고 있다. 경쟁사들이 특정 진료과 중심의 EMR을 제공하는 것과 달리, 동사는 모든 진료과를 지원하는 통합형 EMR을 제공한다는 점이 차별화 요소다. 수익은 EMR 사용료뿐 아니라 부가서비스인 CRM(환자관리), 카드결제 단말기 등 병·의원의 운영 솔루션에서도 발생한다.

올해 8월 AI 기반 EMR인 '의사랑 AI' 출시를 통해 진료기록 자동화와 처방 지원 기능을 강화하고, 중장기적으로는 클라우드 기반 차세대 플랫폼인 'Medical OS'를 구축해 의료 서비스 전반을 연결하는 개방형 플랫폼으로 진화할 계획이다.

②데이터&마케팅(2025년 매출 비중 5.5%, 영업이익률 30.0%)

데이터 & 마케팅 사업은 EMR 네트워크에서 생성되는 의료 데이터를 기반으로 제약사 대상 데이터 분석 및 마케팅 서비스를 제공하는 사업이다. 동사는 원외·원내 의약품 처방 데이터를 기반으로 헬스케어 빅데이터 분석 솔루션 'UBIST'를 운영하고 있다. 의약품 시장 규모 추정, 처방 실적 분석, 다양한 처방 패턴 분석을 통해 약 120여 개 제약사에 시장 분석 정보를 제공하고 있으며, 국내 의약품 처방시장 분석의 대표적인 데이터 플랫폼으로 자리매김하고 있다. 또한 EMR을 활용한 타겟 마케팅도 주요 수익원이다. 동사는 EMR 기반의 제약사와 의료진(HCP) 간 의약품 정보 공유 플랫폼 '라이브인포'와 '닥터인포'를 운영하며, 의약품 정보 전달, 환자 타겟 마케팅, 설문조사, 웨비나 등 다양한 디지털 마케팅 솔루션을 제공하고 있다. 제약사는 의료진을 대상으로 제품 광고, 웨비나, 학술 콘텐츠 등을 제공할 수 있으며, 동사는 이를 통해 광고 및 마케팅 수익을 창출하고 있다.

③커머스 플랫폼(2025년 매출 비중 25.8%, 영업이익률 -5.4%)

커머스 플랫폼은 병·의원과 약국을 대상으로 의료소모품과 의약품을 유통하는 사업부문이다. 병·의원 전용 쇼핑몰 '미소몰닷컴', 약국 전용 쇼핑몰 '유팜몰'을 운영 중이며, EMR 솔루션과 연계된 자동 주문 시스템을 통해 주문 편의성과 생산 효율성을 높이고 있다. 핵심 플랫폼인 '미소몰닷컴'은 약 3만 개의 고객을 확보한 의료기관 전용 온라인 B2B 플랫폼으로, 의료업계의 'G마켓'과 같은 역할을 수행하고 있다. '미소몰닷컴'은 동사의 EMR 서비스 대상 고객보다 더 많은

고객수를 보유하고 있어 EMR 마케팅 수단으로도 활용된다.

기존에는 의료소모품 중심의 유통 사업을 영위했으나, 최근에는 제약사가 직접 입점하는 오픈마켓 형태로 사업모델을 확대하면서 의약품 유통을 본격적으로 강화하고 있다. 이에 따라 2026년 1분기 의약품 거래액은 약 120억원으로 역대 최고치를 기록하는 등 거래 규모가 빠르게 확대되고 있다.

④플랫폼(2025년 매출 비중 2.6%, 영업이익률 20.9%)

플랫폼 사업은 자회사 비브로스가 운영하는 '똑닥'을 중심으로 한 B2C 디지털 헬스케어 사업이다. 똑닥은 병원 검색, 예약·접수, 대기현황 확인, 진료비 결제 등 의료 이용 전 과정을 하나의 플랫폼에서 제공하고 있으며, 회원 수는 1,100만 명 이상, 월간 활성 이용자(MAU)는 약 126만 명에 달한다.

회사는 기존의 자체 서비스 중심 플랫폼에서 벗어나 비대면 진료, 건강관리, 디지털 치료제 등 다양한 외부 헬스케어 서비스를 연결하는 개방형 플랫폼으로 전환을 추진하고 있다. 이를 통해 플랫폼 입점 수수료와 API 연동 수수료 등 새로운 수익원을 확보한다는 전략이다.



산업 현황

1 국내 EMR 산업현황: 높은 보급률, 분절된 3층 시장

2024년 기준 국내 EMR 보급률 91%. 시장은 의료기관 규모(상급종합병원, 대형병원, 의원)에 따라 분절화.

EMR(Electronic Medical Record, 전자의무기록)은 의료기관에서 생성되는 환자의 진료기록을 전자적으로 작성·저장·관리하는 시스템이다. 초기에는 종이 차트를 전산화하는 것이 주된 목적이었으나 현재는 진료기록뿐 아니라 처방, 검사결과, 보험청구, 환자관리 등 의료기관 운영 전반을 담당하는 핵심 IT 인프라로 자리잡았다.

국내 EMR 산업은 1990년대부터 본격적으로 형성됐다. GC메디아의 전신인 메디다스가 1993년 국내 최초 의원용 EMR인 '의사랑'을 출시한 것이 최초였다. 이후 건강보험 청구 전산화와 병·의원의 IT 인프라 확대를 기반으로 EMR 도입이 빠르게 증가했으며, 2000년대에는 대형병원을 중심으로 OCS(Order Communication System), EMR, PACS 등을 통합한 HIS(Hospital Information System) 구축이 확대됐다. 2010년대 이후에는 신규 보급보다는 기존 시스템의 고도화와 부가서비스 확대가 시장 성장을 견인하기 시작했다.

현재 국내 의료기관의 EMR 보급률은 높은 수준이다. 2020년 보건의료정보화 실태조사에서 EMR 도입률은 상급종합병원 100%, 300병상 이상 종합병원 97.5%, 300병상 미만 종합병원 94.0%, 병원 90.5%로 조사됐다. 이후에도 보급은 지속돼 2024년 9월 기준 전체 의료기관 3만 8,012개 가운데 3만 4,421개가 EMR을 도입한 것으로 집계됐다. 전체 의료기관 기준 약 91%에 해당한다. 의료기관의 EMR 도입률이 높은 수준에 도달하면서 산업의 성장축이 신규 고객 확보에서 기존 고객을 대상으로 한 기능 추가 및 서비스 확대 방향으로 이동했다.

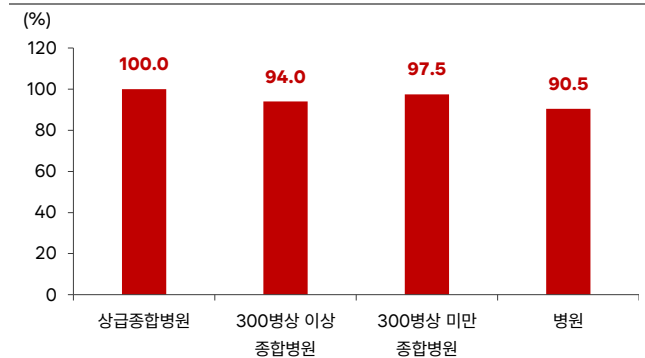
국내 EMR 시장의 정확한 규모를 파악하는 데에는 한계가 있다. 정부가 동일한 기준으로 매년 집계하는 EMR 시장 규모 통계가 부재하고, 조사기관별로 EMR, EHR 및 HIS를 포함하는 범위가 다르기 때문이다. 글로벌 시장조사기관 Grand View Research(GVR)는 한국의 EHR 시장을 2025년 4.74억달러로 추산하고 있으며, 2026년 5.08억 달러에서 2033년 8.65억 달러까지 확대되어 7년간 연평균 7.9% 성장할 것으로 전망하고 있다.

또한, 국내 EMR/HIS시장은 의료기관의 규모와 성격에 따라 경쟁구도가 뚜렷하게 구분된다.

의원급에서는 GC메디아와 비트컴퓨터 등이 주요 사업자로 자리잡고 있다. 의원급 EMR은 상대적으로 표준화된 패키지형 제품을 수많은 의료기관에 공급하는 구조로, 고객 수와 시장점유율뿐 아니라 전국적인 영업·서비스망이 중요하다. 다수 고객으로부터 월 사용료와 부가서비스 매출이 발생하기 때문에 Installed Base를 기반으로 한 반복매출 구조를 구축할 수 있다는 장점이 있다.

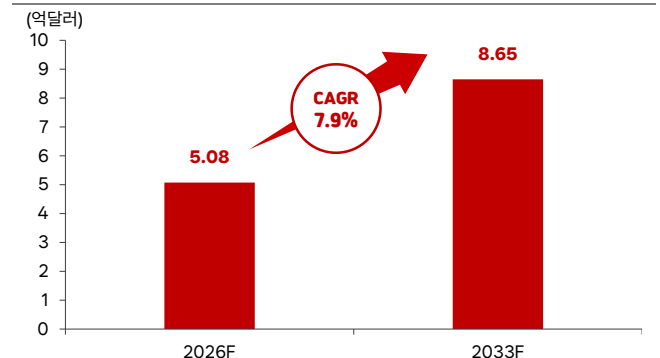
반면 상급종합병원과 대형병원 HIS에서는 이지케어텍과 대형 SI 업체, 일부 병원 자체개발 시스템 등이 경쟁한다. 대형병원은 진료과와 업무 프로세스가 복잡하고 병원별 Customizing이 필요하기 때문에 대규모 프로젝트 수행 경험과 시스템 안정성, 레퍼런스가 중요한 경쟁요소다.

국내 의료기관의 EMR 보급률(2020년 기준)



자료: 한국보건 의료정보원, 한국R협회의 기업리서치센터

국내 EMR 시장 규모 추정 및 전망



자료: Grand View Research, 한국R협회의 기업리서치센터

국내 EMR 시장 세그먼트별 경쟁 구도

세그먼트	주요 사업자	특징
상급종합대형 병원	이지케어텍(BESTCare), 평화이즈, 자체개발(아산·삼성 등)	10대 대형병원 중 절반 이상을 이지케어텍이 점유. 수백억 원 규모 SI성 구축 + 운영유지보수 매출
중소·요양 병원	비트컴퓨터(클레머, 비트닉스), 이지케어텍(엠텐넥스트)	클라우드 EMR 침투가 가장 빠른 격전지. 패키지형 월 과금 모델 확산
의원 (약 35만 개)	GC 메디아(의사랑) 1위, 비트컴퓨터, 이지스헬스케어, 포인트닉스 + 스타트업(세나클·메디블록 등)	의사랑이 약 1.5만 개 의원(45% 내외) 점유. 스타트업 진입으로 가격 경쟁 심화

자료: 언론, 제약산업정보포털, 한국R협회의 리서치센터

정책 인프라: EMR 인증제 2주기와 의료 '건강정보 고속도로'

EMR인증제는 시장 재편 과정에서 상위 사업자에게 유리하게 적용. 의료마이데이터 인프라 구축은 정부주도로 2029년까지 점진적 진행 중

2020년 6월 도입된 EMR 인증제는 국내 의료정보시스템 시장의 표준화와 진입장벽을 동시에 높이는 제도적 장치로 자리잡고 있다. EMR 인증제는 의료기관에서 사용하는 전자기록시스템의 기능, 상호운용성 및 보안 수준을 국가가 정한 기준에 따라 검증하는 제도다. 의료정보시스템의 품질과 환자 안전을 확보하는 동시에 의료데이터의 표준화와 기관 간 정보교류 기반을 구축하는 것이 주요 목적이다. 인증기준을 충족하기 위해 지속적인 시스템 개발과 보안 투자가 필요하다는 점에서, EMR 업체 입장에서는 제품 경쟁력을 평가하는 기준인 동시에 일정 수준의 진입장벽으로 작용한다. 인증 EMR을 사용하는 의료기관 수는 2020년 41개소에서 2024년 말 4,052개소로 빠르게 증가했으며, 상급종합병원 47개소는 모두 인증 EMR을 사용하고 있다.

2025년 1월부터는 상호운용성과 표준화 기준을 강화한 2주기 EMR 인증제가 시행되면서 인증제의 영향력이 한층 확대되고 있다. 이는 표준 준수와 보안 대응을 위해 지속적인 개발투자가 필요한 만큼, 중소·영세 사업자에게는 비용 부담과 진입장벽으로 작용할 가능성이 높다. 반면 개발 및 인증 대응 역량을 보유한 상위 사업자에게는 노후 시스템 교체 수요와 시장 재편 과정에서의 수혜 가능성을 높이는 요인으로 작용하고 있다.

또한, 정부는 의료기관 간 데이터 연계를 확대하기 위해 '건강정보 고속도로'를 중심으로 의료 마이데이터 인프라를 구축하고 있다. 상급종합병원 47개소의 연계가 완료된 가운데, 향후 진료정보교류 시스템과의 통합을 통해 2029년까지 디지털 의료정보 교류 체계를 고도화한다는 로드맵이 제시됐다.

국내에는 미국의 Cures Act와 같이 상호운용성을 강제하는 법적 체계가 아직 동일한 수준으로 정착된 것은 아니지만, 정책 방향은 의료정보의 표준화와 기관 간 연계 확대를 향하고 있다. 이에 따라 향후 EMR 사업자의 경쟁력 역시 단순한 진료기록 관리 기능을 넘어 외부 의료기관 및 공공 인프라와 얼마나 안정적으로 데이터를 연계할 수 있는지로 확대될 전망이다. 이는 중장기적으로 EMR 사업자에게 데이터 연계 및 부가서비스 확대의 기회를 제공하는 동시에, 상호운용성과 보안 대응 역량이 사업자 간 차별화 요소로 부상하는 계기가 될 것이다.

EMR 인증제



자료: 한국보건의료정보원, 한국IR협회의 기업리서치센터

건강정보 고속도로 가동 모형



<마이헬스웨이 제공 서비스>

- ① 공공기관 + 고속도로 연계 의료기관 보유 정보 → 본인에 제공
- ② 본인 → 직접 의료기관/제3자 제공
- ③ (본인 동의) 의료기관 보유 정보 → 의료기관 제공(전자 방식, 의료기관협의 필요)
- ④ 본인의 PGHD(Person Generated Health Data) 연계 제공
- ⑤ (법제정 후) (본인 동의) 의료기관 → 제3자 전송(민간, 안전관리체계要, 전자방식)

주: 2023년 기준, 2025년 8월 의료기관 1,264개로 확대, 자료: 보건복지부, 한국IR협회의 기업리서치센터

국내 EMR 산업계 트렌드

국내 EMR 산업계 트렌드:
클라우드 전환 본격화,
신규 사업자 진입 확대, AI의
EMR내재화와 해외시장 진출 등

2020년대 국내 EMR 산업계의 트렌드로는 1) 클라우드 전환 본격화, 2) 신규 사업자 진입 확대, 3) AI의 EMR 내재화와 4) 해외 시장 진출을 들 수 있다.

국내 EMR 업체들의 클라우드 전환이 본격화되면서 비즈니스 모델이 구축형에서 구독형으로 변화하고 있다.

2016년 의료법 개정으로 전자의무기록의 외부 보관이 허용되면서 국내 EMR의 클라우드 전환을 위한 제도적 기반이 마련됐다. 이후 이지케어텍의 '엣지앤넥스트(EDGE&NEXT)', 비트컴퓨터의 '클레머(CLEMR)' 등 클라우드 기반 EMR/HIS가 상용화되면서 기존 On-premise(구축형) 중심의 시장구조가 점차 변화하고 있다. 클라우드 전환은 단순히 시스템 구축 방식을 변경하는 데 그치지 않고, 일회성 구축·라이선스 매출 중심에서 월 사용료 기반의 구독형(SaaS) 반복매출로 수익구조를 전환한다는 점에서 중요하다. 사업자 입장에서는 매출 가시성을 높이는 동시에 중앙집중형 업데이트와 유지보수를 통해 장기적인 비용 효율화를 기대할 수 있다.

높은 시장점유율을 확보한 기존 사업자 중심의 시장구조에도 변화가 나타나고 있다. 신규 사업자 진입이 확대되면 EMR 자체보다 플랫폼 수익화 경쟁이 격화되고 있다.

세나클소프트의 '오름차트', 메디블록의 '닥터팔레트' 등 클라우드 기반 신규 EMR 사업자들이 의원급 시장에 진입하면서 제품과 가격 경쟁이 확대되고 있다. 신규 사업자들은 기존 구축·유지보수 중심의 사업모델과 달리 클라우드를 기반으로 초기 도입 부담을 낮추고, EMR과 예약·접수, 비대면진료, 보험청구 및 환자 데이터 관리 등의 서비스를 결합하는 전략을 추진하고 있다. 이에 따라 EMR 자체의 가격 경쟁보다는 EMR을 의료서비스의 진입점으로 활용해 주변 서비스에서 수익을 창출하는 플랫폼 경쟁이 확대될 가능성이 높다. 이에 따라 기존 업체에도 기본 EMR 사용료보다 부가서비스 침투율과 ARPU 확대가 점차 중요해지고 있다.

EMR 내 AI가 내재화되면서 EMR은 단순 기록 시스템이 아닌 진료지원 시스템으로 격상되고 있다.

생성형 AI와 음성인식 기술의 발전으로 AI가 국내 EMR/HIS의 새로운 공통 경쟁축으로 부상하고 있다. 초기 의료 AI가 닥터앤서(정부 주도 의료 AI사업), CDSS(임상 의사결정 지원시스템), K-MIMIC(한국형 중환자 특화 빅데이터) 등 정부 주도의 진단지원 및 의료데이터 활용 과제를 중심으로 발전했다면, 최근에는 AI를 기존 EMR의 실제 진료 Workflow에 직접 적용하는 방향으로 무게중심이 이동하고 있다.

대표적인 분야가 AI Voice Charting이다. 의료진과 환자의 대화를 STT로 인식한 뒤 진료 내용을 자동으로 구조화함으로써 의료진의 차팅 업무를 줄이는 방식이다. GC메디아는 '의사랑AI'를 통해 자동 차팅과 과거 진료기록 요약, 진단·처방 지원 등을 제공하는 서비스를 출시했으며, 비트컴퓨터 역시 AI 보이스 차팅을 상용화하고 관련 기능을 'BITMate'로 확대하고 있다. 이지케어텍도 대형병원 HIS에 생성형 AI를 내재화하는 'AI Native HIS' 전략을 추진하고 있다.

따라서 AI 적용 자체는 특정 업체만의 차별화 요소라기보다 향후 EMR/HIS 산업 전반의 제품 경쟁력을 결정하는 공통 변수로 판단한다. 향후 업체 간 경쟁력은 AI 기능의 보유 여부보다 실제 의료진 사용률과 정확도, 기존 Workflow와의 통합 수준, 그리고 AI 기능을 추가 구독료와 ARPU 상승으로 연결할 수 있는지에 따라 차별화될 전망이다.

이지케어텍을 중심으로 해외 시장 진출을 위한 추진이 지속되고 있다.

국내 의료기관의 높은 EMR 보급률을 감안하면 해외시장은 중장기적으로 새로운 성장 기회가 될 수 있다. 특히 이지케어텍은 국내 EMR/HIS 업체 가운데 해외 대형병원 구축 경험을 가장 많이 축적한 사업자로 평가된다. 2014년 사우디아라비아 국가방위부 산하 병원 프로젝트를 시작으로 중동과 미국, 일본 등에서 BESTCare 공급 레퍼런스를 확보했으며, 최근에도 사우디 민간 의료기관을 대상으로 사업 영역을 확대하고 있다. 대형병원 HIS는 병원별 Customizing과 장기간의 구축 경험이 요구돼 신규 사업자의 진입장벽이 높다는 점에서 해외 Reference Site 확보 자체가 후속 수주 경쟁력을 높이는 구조다.



투자포인트

1 Medical OS를 통한 플랫폼 기업으로의 도약

Medical OS는 GC메디아이가 추진 중인 차세대 전략으로, 기존의 설치형 EMR인 '의사랑'을 클라우드 기반의 지능형 오픈 플랫폼 '의사랑 AI 2.0'으로 진화시킨 모델. 두 단계로 이뤄질 예정이며 올해는 '의사랑 AI 1.0'출시

GC메디아이의 첫번째 투자 포인트는 Medical OS와 Open Platform을 통한 비즈니스 고도화 전략이다. 이를 통해 동사는 매출성장과 수익성 개선을 동시에 기대할 수 있다.

Medical OS는 GC메디아이가 추진 중인 차세대 전략으로, 기존의 설치형 EMR인 '의사랑'을 클라우드 기반의 지능형 오픈 플랫폼 '의사랑 AI 2.0'으로 진화시킨 모델이다. 이는 올해와 내년에 두 단계로 이뤄질 예정이다. 올해는 '의사랑 AI 1.0'을 출시하여 EMR에 AI를 적용하고, 내년에는 '의사랑 AI 2.0'을 출시해 클라우드 기반의 AI EMR 서비스를 제공할 계획이다. 과거 동사의 EMR이 동사의 인하우스 소프트웨어(In-house software)만을 연결하는 폐쇄적인 방식으로 운영되었다면, Medical OS는 의료 생태계 전체를 연결하는 운영체제(OS) 역할을 수행할 것으로 기대된다.

의사랑AI는 GC메디아이가 기존 EMR인 '의사랑'에 생성형 AI 기술을 접목해 개발한 차세대 의료 솔루션이다. 2026년 3월 공개됐으며, 최근 출시했다.

AI기반의 EMR인 의사랑AI는 의료진의 반복적인 업무를 자동화하고 진료 효율을 높이는 다양한 기능을 제공한다. 대표적으로 의료진과 환자의 대화를 음성인식(STT: Speech-to-Text) 기술로 기록한 뒤 의료 표준인 SOAP(Subjective, Objective, Assessment, Plan) 형식으로 자동 정리하는 AI 차팅 기능을 제공한다. 또한 환자의 과거 진료기록을 자동으로 요약하고, 적절한 질병코드와 처방을 추천하는 AI 진료 지원 기능도 탑재했다. 이와 함께 자연어 기반 검색 기능을 통해 환자 진료기록은 물론 병원 매출, 환자 수 등 경영 데이터를 대화형 방식으로 조회·분석할 수 있다.

기존에는 의료진이 환자와 상담하면서 직접 진료기록을 입력해야 했지만, 의사랑AI는 이를 자동으로 작성해 진료시간은 약 60%, 차팅 업무는 약 50% 단축할 수 있을 것으로 기대된다. 병원 행정업무의 효율성도 크게 개선된다. 청구서 자동 생성과 보험 청구 오류 사전 검증 기능을 통해 청구 관련 업무 시간을 최대 80%까지 절감할 수 있을 것으로 회사는 기대하고 있다. 이러한 서비스는 자체 구축한 NVIDIA H100 기반 AI 인프라와 의료 특화 LLM을 기반으로 구현된다. 동사는 지난 2년간 의사랑AI 개발에 약 100억원을 투입하며 AI 인프라와 데이터 학습 역량을 내재화했다.

의사랑AI의 도입은 단순한 제품 업그레이드를 넘어 GC메디아이의 수익모델과 경쟁력을 변화시키는 핵심 요인으로 판단된다. 이는 1) ARPU(가입자당 평균 매출) 상승, 2) 고객 락인 효과, 3) 데이터 사업 경쟁력 강화를 통해서 전개될 예정이다. 동사의 기존 EMR은 초기 설치비용과 월 사용료 중심의 사업모델이다. 반면, 의사랑 AI는 AI 기능을 기반으로 한 구독형 서비스로 운영될 예정이다. 다만, 2026년 말까지는 초기 고객 확보를 위해 무료로 제공될 예정이고, 유료화는 2027년부터 진행되어 실질적인 매출 확대와 수익성 개선은 내년부터 기대 가능할 전망이다. AI는 의료진의 진료 패턴과 환자 데이터를 지속적으로 학습하기 때문에 사용 기간이 길어질수록 개인화 수준이 높아져 고객 락인 효과는 강화될 것으로 예상되며, AI는 의료진의 진료 패턴과 환자 데이터를 지속적으로 학습하기 때문에 사용 기간이 길어질수록 개인화 수준이 높아져 기존 데이터 사업도 고도화될 전망이다.

의사랑 AI의 선순환 구조



자료: GC메디아, 한국IR협회의 기업리서치센터

**내년에 클라우드 기반 플랫폼으로
전환함으로 단순 의료정보 관리
솔루션에서 의료 생태계를
연결하는 플랫폼으로 사업모델
확장 기대**

GC메디아는 2027년 상반기 출시를 목표로 차세대 클라우드 기반 EMR인 'Medical OS(의사랑AI 2.0)'를 개발하고 있다. '의사랑AI'는 Medical OS 구축의 핵심 기반으로, 'Medical OS'의 핵심 엔진 역할을 수행한다. 동사의 '의사랑 2.0' 출시를 기존 설치형 EMR을 클라우드 기반 플랫폼으로 전환함으로써 단순 의료정보 관리 솔루션에서 의료 생태계를 연결하는 플랫폼으로 사업모델을 확장하는 것이 목적이다.

Medical OS는 오픈 API 기반 구조를 채택해 비대면 진료, 실손보험 청구, 디지털 헬스케어, 의료금융 등 다양한 외부 서비스를 EMR과 직접 연동할 수 있도록 설계되고 있다. 의료기관은 필요한 서비스를 선택적으로 도입할 수 있으며, 스마트폰 앱스토어와 유사한 형태의 의료 서비스 생태계가 구축될 것으로 기대된다. 이를 통해 동사의 사업은 소프트웨어 판매 중심 사업에서 플랫폼 비즈니스로의 전환이 예상된다. 기존에는 EMR 사용료가 주요 수익원이었지만, 향후에는 외부 서비스 사업자로부터 API 연동 수수료, 플랫폼 입점 수수료, 데이터 활용료 등도 확보하는 플랫폼 중심의 수익모델 구축이 가능해질 예정이다.

동사의 EMR은 자사 및 종속기업 서비스 중심으로 연동되어 있으며, 최근 정부 주도 서비스 및 금융서비스로 범위를 넓혔다. 현재 연동되어 있는 주요 서비스는 1) 똑닥(자회사 비브로스, 환자의 진료 예약, 접수, 대기 현황 확인, 결제 서비스), 2) 실손 24(금감원, 정부 주도의 실손보험 청구 간소화 서비스), 3) 라젠카(라젠카AI, 병원 경영 및 운영 돕는 금융서비스 솔루션) 등이 있다. 내년까지 보수적으로 10개 미만의 신규 서비스를 추가 연동하고, 2030년까지 플랫폼 매출 200억 원 달성을 목표로 하고 있다. 2025년 플랫폼 매출액은 52억원이었다.

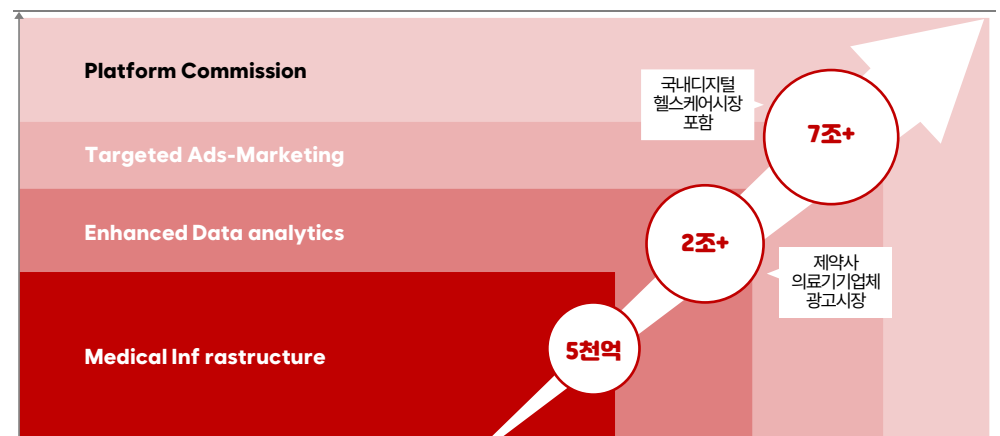
클라우드 기반 Medical OS는 데이터 사업의 경쟁력도 강화할 것으로 예상된다. AI 기반 EMR을 통해 축적되는 의료 데이터는 실시간으로 분석·활용할 수 있으며, 이를 기반으로 제약사 대상 데이터 분석 및 마케팅 서비스를 고도화할 수 있기 때문이다. 특히 환자 특성과 진료 패턴을 반영한 정교한 타겟 마케팅이 가능해지면서 제약사의 디지털 마케팅 수요를 흡수할 수 있을 것으로 기대된다. 이는 기존 오프라인 영업 중심의 마케팅 활동 일부를 디지털 채널로 대체하는 효과를 가져올 수 있으며, 데이터 분석과 광고 서비스의 부가가치도 더욱 높아질 전망이다. 현재 데이터·마케팅 사업은 30%의 높은 영업이익률(2025년 기준)을 기록하고 있어, 클라우드 환경에서 데이터 활용성이 확대될 경우 전사 수익

성 개선에 대한 기여도 역시 높아질 것으로 예상된다.

클라우드 전환은 비용 구조 개선에도 기여할 전망이다. 기존 설치형 EMR은 버전 업데이트와 유지보수를 위해 대리점 중심의 현장 지원이 필요했지만, 클라우드 환경에서는 중앙에서 소프트웨어를 일괄 배포할 수 있어 유지보수 효율이 높아지고 대리점 관련 비용도 절감될 것으로 예상되기 때문이다.

정리하면, Medical OS는 단순한 차세대 EMR이 아니라 GC메디아의 사업모델을 소프트웨어 공급업체에서 플랫폼 기업으로 전환시키는 핵심 프로젝트다. EMR을 중심으로 의료기관, 환자, 제약사, 보험사, 디지털 헬스케어 사업자를 하나의 플랫폼으로 연결함으로써 네트워크 효과를 강화하고, 구독료 외에도 플랫폼 수수료, 데이터 서비스, 디지털 마케팅 등 다양한 반복 수익원을 확보할 수 있을 것으로 기대된다.

Medical OS로 인한 시장 확장 효과



자료: GC메디아, 한국IR협회의 기업리서치센터

효율화를 통한 수익성 개선

**인력 및 조직 효율화, 대리점
수수료 체계 개편, 비수익 사업
구조조정으로 수익성 개선 기대.
중장기적으로는 데이터 사업과
AI 구독 서비스 등 고마진 사업의
비중을 확대하는 전략 추진 예정**

GC메디아의 두번째 투자 포인트는 효율화를 통한 수익성 개선이다. 첫번째 투자 포인트가 중장기 관점이라면 두번째 투자포인트는 올해부터 기대할 수 있는 효과이다.

GC메디아의 영업이익률은 2020년 12.2%에서 2023년 2.3%로 3년간 9.9%p 하락했다. 2024년과 2025년 영업이익률은 각각 2.7%, 3.8%로 2023년 대비 반등했으나, 여전히 낮은 한 자릿수를 기록하며 시장의 기대치에 못 미치고 있다. 동사의 영업이익률 하락은 판관비율 상승이 견인했다. 2020년 41.6%였던 판관비율은 2023년 50.3%를 기록했고, 이후 하락했으나, 여전히 47~48%로 높은 수준에 머물러 있다.

GC메디아는 작년 김진태 대표이사 취임 이후 외형 성장보다 수익성 개선과 비용 효율화를 최우선 과제로 제시하고 있다. 동사는 단기적으로는 인력 및 조직 효율화, 대리점 수수료 체계 개편, 비수익 사업 구조조정 등을 병행하며 비용 구조를 개선하는 한편, 중장기적으로는 데이터 사업과 AI 구독 서비스 등 고마진 사업의 비중을 확대하는 전략을 추진하고 있다.

동사는 1) 조직 슬림화를 통해 고정비 절감에 나서고 있다. 김진태 대표이사 취임 전인 2024년 말 338명이었던 임직원 수는 2026년 1분기 기준 295명으로 43명 감소했으며, 이에 따라 2025년 인건비(급여+복리후생비)는 274억원으로 전년 대비 4.3% 감소했고, 올해 1분기 인건비는 62억원으로 전년대비 6.7% 감소했다. 동사는 조직 정비와 함께 업무 효율화도 병행할 예정이다. 이의 일환으로 AI 기반 챗봇 등 자동화 기술을 고객지원 업무에 적용해 단순 문의를 줄이고, 기존 콜센터 인력을 영업 인력으로 재배치함으로써 인적 자원의 생산성을 높일 계획이다.

GC메디아는 2) 대리점 중심의 영업·유지보수 구조를 개선하며 수익성을 높이고 있다. 2025년 기준 동사의 지급수수료는 505억원으로 총 비용의 26%를 차지하고 있으며, 지급수수료의 대부분은 대리점 수수료이다. 동사는 현재 부가서비스에 대한 대리점 영업 수수료율을 기존 약 50% 수준에서 40% 수준으로 낮추는 등 수수료 체계를 개편하고 있으며, 일부 지역은 본사 직영 체제로 전환해 지급수수료 절감을 위해 노력하고 있다. 중장기적으로는 클라우드 기반 Medical OS가 비용 구조 개선의 핵심 역할을 수행할 전망이다. 기존 설치형 EMR은 업데이트와 유지보수를 위해 대리점의 현장 방문이 필수적이었지만, 클라우드 환경에서는 본사에서 소프트웨어를 일괄 배포할 수 있어 유지보수 효율성이 크게 향상된다. 이에 따라 대리점 유지보수 수수료 부담도 점진적으로 감소할 것으로 기대된다.

동사는 3) 비핵심 사업을 정리하고 수익성이 높은 사업 중심으로 자회사 포트폴리오를 재편하고 있다. 그동안 실적 부담 요인이었던 자회사 크레너헬스컴의 지분을 일부 매각하여 관계기업으로 전환하였고, 실버사업(조아)을 핵심사업 중심으로 구조 재정비를 할 예정이다. 반면 성장성이 높은 자회사의 수익성 개선은 본격화되고 있다. 비브로스(똑닥)는 흑자 전환에 성공했으며, 작년 지분 추가 인수로 종속회사화 하여 연결 실적 개선의 핵심 축으로 자리매김하고 있다. 또한 자동조제기 제조 자회사 크레템도 연내 손익분기점(BEP) 달성을 목표로 운영 효율화를 추진하고 있다.

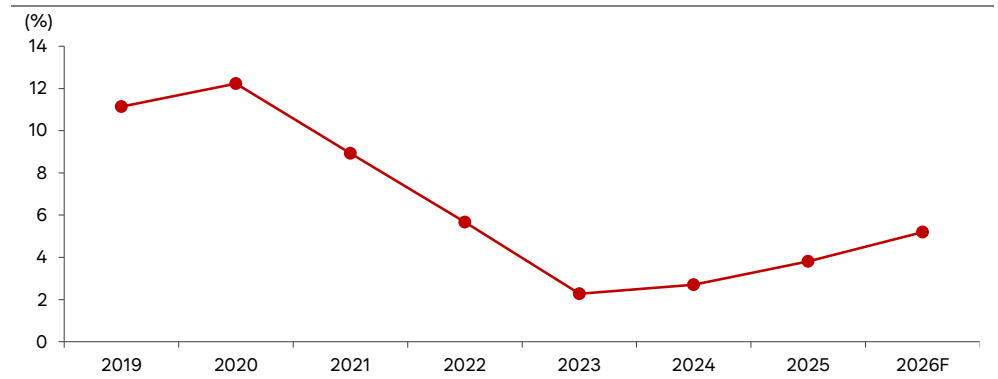
단기적인 비용 절감과 함께 중장기적으로 사업 포트폴리오의 질적 개선도 추진하고 있다.

동사는 영업이익률이 약 30% 수준인 데이터·마케팅(UBIST) 사업의 비중을 지속적으로 확대하고 있으며, AI 기반 신규

서비스인 의사랑AI는 구독형 과금 체계를 적용해 반복적인 고마진 매출을 창출할 계획이다. 중장기적으로는 EMR 사용료 중심의 사업구조에서 플랫폼 수수료, 데이터 서비스, AI 구독료 등 반복 매출 기반의 사업모델로 전환함으로써 수익성과 현금창출력을 동시에 개선한다는 전략이다.

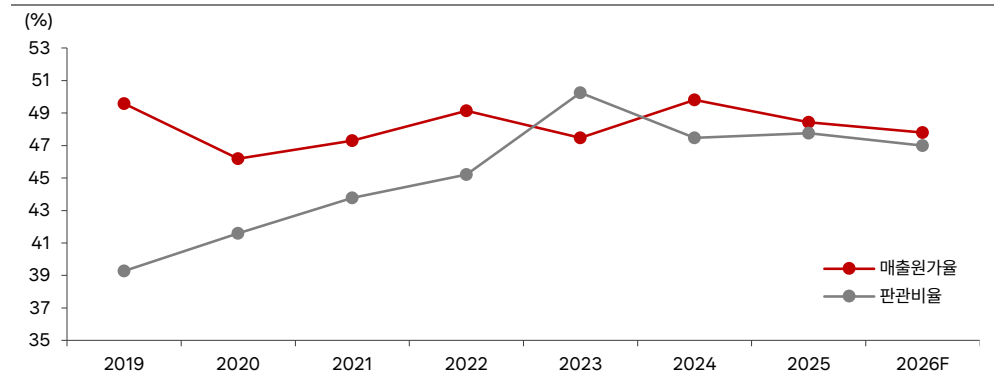
GC메디아이의 수익성 개선 전략은 단순한 비용 절감에 그치지 않는다. 고정비 절감과 사업구조 고도화를 동시에 추진하는 체질 개선 전략이라는 점이 핵심이다. 단기적으로는 비용 효율화가 영업이익을 개선을 견인할 것으로 예상되며, 중장기적으로는 Medical OS와 의사랑AI를 중심으로 구독형 매출과 플랫폼 수수료 비중이 확대되면서 이익의 질도 한층 개선될 것으로 판단된다.

GC메디아이의 영업이익률 추이



자료: GC메디아이, 한국IR협회의 기업리서치센터

GC메디아이의 매출원가율과 판관비율 추이



자료: GC메디아이, 한국IR협회의 기업리서치센터



실적 추이 및 전망

2025년 실적 Review

2025년 매출액
1,977억원(+3.7%YoY),
영업이익 75억원(+45.7%YoY)
기록

GC메디아아이의 2025년 매출액은 1,977억원으로 전년 대비 3.7% 증가했다.

사업부문별로는 메디컬 인프라가 매출액 804억원(매출 비중 40.7%)을 기록하며 전년 대비 3.3% 성장했다. 커머스와 데이터-마케팅 부문도 각각 509억원(+6.6% YoY), 109억원(+0.2% YoY)의 매출을 기록하며 성장세를 이어갔다. 플랫폼 부문은 2025년 6월 비브로스(똑닥)가 관계회사에서 종속회사로 편입되면서 연결 실적에 신규 반영돼 연간 52억원의 매출이 발생했다. 반면 기타 부문 매출은 504억원으로 전년 대비 7.0% 감소했다. 이는 디지털 마케팅 자회사 크레너헬스컴의 일부 지분을 처분하면서 관계회사로 전환돼 연결 대상에서 제외된 효과가 컸다.

당사의 영업이익은 75억원으로 전년대비 45.7% 급증했으며, 영업이익률은 3.8%로 2024년 2.7%에서 1.1%p 상승했다. 영업이익 개선의 주요인은 1) 인력 및 수수료 개편을 통한 내부 비용 구조의 효율화, 2) 종속기업 비브로스의 흑자 전환과 신규 연결 편입과 3) 자회사 및 연결 구조 재정비 영향이 컸다.

지배주주순이익은 375억원으로 전년도 28억원 적자에서 흑자 전환했다. 2025년 기존 관계기업이었던 비브로스가 추가 지분 취득을 통해 종속기업으로 편입되면서 지배력 획득에 따른 योग매수차익 약 300억원이 영업외이익으로 인식됐다.

2026년 전망

2026년 매출액
2,076억원(+5.0%YoY),
영업이익 108억원(+43.5%YoY)
예상

당사는 GC메디아아이의 2026년 매출액을 2,076억원(+5.0%YoY), 영업이익을 108억원(+43.5%YoY), 영업이익률은 5.2% (+1.4%pYoY)로 추정한다

GC메디아아이의 2026년 실적은 기존 핵심 사업의 안정적인 성장에 비브로스 연결 효과와 커머스 사업 확대가 더해지면서 외형 성장이 이어질 전망이다. 여기에 비용 효율화와 자회사 수익성 개선 효과가 지속되면서 영업이익 증가율은 매출 성장률을 상회할 것으로 예상된다.

2026년 매출 성장의 가장 가시적인 요인은 비브로스(똑닥)의 연결 효과다. 비브로스는 2025년 6월 종속기업으로 편입됨에 따라 지난해에는 약 6개월의 실적만 연결 반영됐으나, 2026년부터는 연간 실적이 온전히 반영된다. 똑닥은 유료 멤버십 도입 이후 흑자 구조를 구축했으며, 향후 외부 디지털 헬스케어 서비스를 연결하는 오픈 플랫폼 전략을 통해 입점 및 연동 수수료 등 신규 수익원도 확대할 계획이다.

커머스 플랫폼의 성장도 외형 확대에 기여할 전망이다. 미소몰닷컴은 기존 의류소모품 중심에서 의약품으로 취급 품목을 확대하고 있으며, 제약사와 도매상이 직접 입점하는 방식으로 상품 경쟁력을 강화하고 있다. 이에 따라 2026년 1분기 의약품 거래액은 120억원으로 역대 최고치를 기록했다. 기존 약 3만 개의 의뢰기관 고객 네트워크를 활용해 의약

품 거래가 확대될 경우 커머스 부문의 성장세는 지속될 것으로 예상된다.

데이터마케팅 사업은 외형 성장과 함께 이익 기여도 확대 측면에서 주목할 필요가 있다. UBIST를 중심으로 한 데이터·마케팅 사업은 약 30% 수준의 높은 마진을 확보하고 있어 매출 비중이 확대될수록 전사 수익성 개선에 긍정적이다. 중장기적으로는 AI와 EMR 데이터를 결합해 제약사의 타겟 마케팅을 정교화함으로써 기존 오프라인 MR 중심의 제약 마케팅 수요를 디지털 채널로 흡수할 예정이다.

반면 의사랑AI는 2026년 매출 성장보다는 2027년 이후 성장 기반을 구축한다는 측면에서 의미가 크다. 최근 상용화를 시작했지만 연말까지 고객 기반 확대를 위해 무료로 제공할 예정이어서 올해 실적에 대한 직접적인 매출 기여는 제한적이다. 다만 기존 의사랑 고객을 대상으로 AI 사용 경험을 축적한 뒤 2027년부터 구독형 유료 모델로 전환할 계획이어서, 향후 기존 EMR 사용료에 AI 구독료가 추가되면서 ARPU 상승을 견인할 것으로 예상된다. AI가 의료진별 진료 패턴과 사용 데이터를 축적할수록 서비스 활용도가 높아지는 만큼 기존 고객의 락인(Lock-in) 강화에도 기여할 전망이다.

기타 부문 매출액은 자회사 구조 개선으로 인해 감소 추세가 이어질 전망이다. 동사는 올해 실버사업(조아)을 핵심사업 중심으로 구조를 재정비할 예정이다.

2026년 영업이익 증가의 핵심은 비용 구조 개선 효과의 지속이다. 인력 효율화와 대리점 수수료율 조정, 일부 대리점의 본사 직영 전환 등을 통해 고정비 및 지급수수료 부담을 낮추고 있다. 여기에 비브로스의 흑자 기여가 연간으로 반영되고, 자동조제기 제조 자회사 크레템의 BEP 달성 및 비수익 사업 구조조정이 진행되면서 연결 자회사의 손익 개선도 기대된다.

2026년은 비브로스의 연간 연결과 커머스 사업 및 데이터 & 마케팅 사업 확대가 외형 성장을 견인하고, 비용 효율화와 자회사 턴어라운드가 이익 레버리지를 확대하는 시기이다. 동시에 의사랑AI의 고객 기반을 확보하고 Medical OS 출시를 준비하면서 2027년 이후 AI 구독료, 플랫폼 수수료, 데이터·마케팅 등 고마진 반복 매출 중심으로 사업모델을 전환하기 위한 기반을 구축하는 해가 될 전망이다.

참고로, 동사의 2026년 상반기 매출액은 1,014억원(+7.9%YoY), 영업이익은 62억원(+302.3%YoY), 지배주주 당기순이익은 1억원 적자(전년대비 적자전환)를 기록했다.

실적 전망

(단위: 억원, %)

	2022	2023	2024	2025	2026F
매출액	1,333	1,540	1,906	1,977	2,076
%YoY	19.3	15.5	23.7	3.7	5.0
메디컬인프라	698	744	778	804	840
데이터&마케팅	87	91	108	109	125
플랫폼				52	110
커머스	532	521	478	509	547
기타	15	186	542	504	454
영업이익	75	35	52	75	108
%영업이익률	5.7	2.3	2.7	3.8	5.2
%YoY	-24.3	-53.5	47.1	45.7	43.5
지배주주 당기순이익	36	-17	-16	370	45
%지배주주 순이익률	2.7	-1.1	-0.8	18.7	2.2
%YoY	-69.8	적전	적지	흑전	-87.8

자료: 한국IR협의회 리서치센터

분기 실적 추이

(단위: 억원, %)

	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26
매출액	453	487	506	531	498
%YoY	-0.4	4.5	8.1	2.7	10.0
메디컬인프라	192	195	195	221	195
데이터&마케팅	23	24	28	34	25
플랫폼			26	26	26
커머스	126	122	131	131	137
기타	113	146	126	119	115
영업이익	4	11	30	30	22
%영업이익률	0.9	2.3	5.9	5.6	4.5
%YoY	353.8	1,346.1	392.2	-31.9	421.6
지배주주 당기순이익	24	362	19	-35	1
%지배주주 순이익률	5.4	74.3	3.7	-6.6	0.1
%YoY	흑전	흑전	흑전	적전	-97.0

자료: 한국IR협의회 리서치센터



Valuation

**현재 GC메디아의 2026년
예상 PBR 1.1배로 밸류에이션
하단 위치. 작년부터 밸류에이션
할인 요인 점진적 개선되고 있는
가운데, 리레이팅의 핵심 변수는
사업모델 변화의 성공 여부**

현재 GC메디아의 2026년 예상 PER은 36.5배, PBR은 1.1배, PSR은 0.8배이다.

GC메디아의 밸류에이션을 평가함에 있어서 PER은 한계가 있다. 동사는 2023년과 2024년 연결 당기순손실을 기록해 과거 PER의 연속성이 떨어지는 데다, 2025년에도 비브로스 종속기업 편입 과정에서 발생한 일회성 영업외이익으로 당기순이익이 크게 증가해 정상적인 이익창출력을 반영하지 못하고 있기 때문이다. 반면 PBR은 이러한 일회성 손익의 영향을 상대적으로 적게 받으면서 동사의 수익성 정상화와 ROE 개선에 따른 기업가치 변화를 반영할 수 있다는 점에서 적합한 지표로 판단된다.

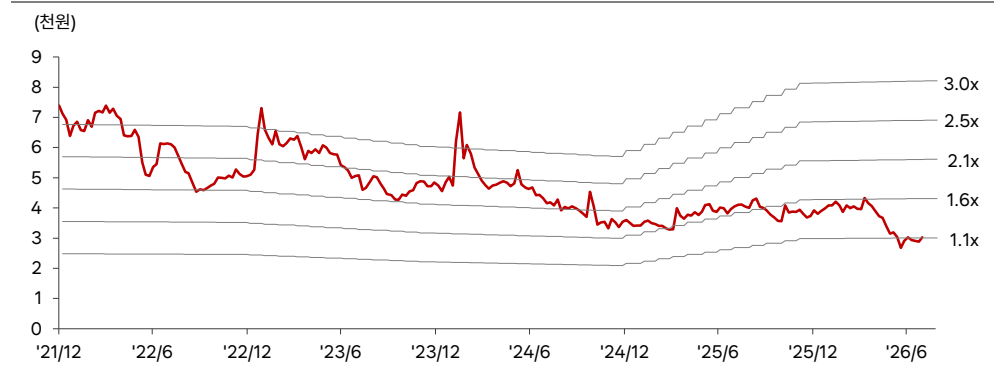
현재 GC메디아의 주가는 2026년 BPS기준으로 PBR 1.1배에서 거래되고 있다. 2022년 이후 동사 주가가 PBR Band 0.9배~3.8배(평균 PBR 1.9배) 사이에서 움직였다는 점을 감안 시, 동사의 주가는 밸류에이션 하단에 있다. 이는 동사가 안정적인 EMR 고객 기반을 확보하고 있었음에도 불구하고 본업에서의 낮은 외형 성장과 수익성, 대리점 중심의 높은 비용 구조 및 자회사 손실 등으로 자본효율성이 낮았던 점을 반영한 결과로 판단된다. 동사는 2023~2024년 연결 순손실이 지속되면서 ROE가 악화됐고, 2025년에 ROE는 개선되었으나, 주요인은 비브로스가 종속회사로 편입됨에 따른 일회성 회계상 이익 때문이었다.

그러나 작년부터 밸류에이션 할인 요인은 점진적으로 개선되고 있다. 인력 효율화와 대리점 수수료 체계 개편을 통해 고정비 부담을 낮추는 한편, 적자 자회사 정리와 비브로스의 흑자 전환을 통해 연결 수익성을 개선하고 있다. 그 결과 2025년 영업이익은 75억원으로 전년 대비 45.7% 증가했으며 영업이익률도 2.7%에서 3.8%로 상승했다. 2026년에도 이러한 비용 효율화 효과와 비브로스의 연간 연결, 자회사 턴어라운드가 지속되면서 이익 개선이 이어질 것으로 예상된다.

중장기적으로는 사업모델 변화가 리레이팅의 핵심 변수가 될 전망이다. 기존 사업모델은 EMR 사용료를 기반으로 안정적인 매출을 확보하는 대신 성장성과 수익성에 한계가 있었다. 반면 향후에는 의사량AI 유료화를 통한 ARPU 상승, Medical OS의 플랫폼 수수료, 데이터·마케팅 사업 확대 등 고마진·반복 매출의 비중이 증가할 것으로 예상된다. 특히 이러한 사업은 추가적인 유형자산 투자가 크지 않은 Asset-light 사업이라는 점에서 매출 증가가 본격화될 경우 자본 회전율과 ROE가 동시에 개선될 가능성이 높다.

따라서 향후 밸류에이션의 핵심은 단순한 BPS 증가보다는 ROE의 구조적인 상승 여부에 있다. 과거 낮은 수익성으로 PBR 1배 내외의 평가가 정당화됐다면, 비용 구조 개선과 고마진 사업 비중 확대를 통해 ROE가 상승할 경우 PBR 역시 과거 대비 상향될 여지가 있다. 2027년부터 의사량AI의 유료화와 Medical OS의 사업성이 확인된다면 기존 EMR 업체가 아닌 AI-데이터 기반 헬스케어 플랫폼 기업으로서의 밸류에이션 프리미엄을 적용받을 가능성도 존재한다.

GC메디아이의 PBR Band



자료: Fnguide, 한국IR협회의 기업리서치센터

경쟁사 대비 GC메디아이의 주가는 유의미하게 저평가되어 있지 않음

국내 상장사 중 GC메디아이와 같이 의료정보시스템 구축 및 운영 사업을 영위하는 회사로는 이지케어텍과 비트컴퓨터가 있다. 이지케어텍은 2001년 서울대학교병원 전산팀에서 분사해서 설립된 회사로 주로 종합병원을 대상으로는 구축형 의료정보시스템을 납부 후 관리서비스를 제공하며, 중소형병원 및 의원급에는 주로 클라우드 의료정보시스템을 제공한다. 비트컴퓨터는 중대형 병원에서 통합의료정보시스템 bitnixHIS로 높은 시장 점유율을 기록하고 있다.

이지케어텍과 비트컴퓨터의 시장 컨센서스가 존재하지 않아, 2026년 3월말 TTM기준으로 PBR-ROE를 비교해 보았다. 이와 같은 기준 하에 GC메디아이는 경쟁사 대비 저평가 되어 있는 듯 보인다. GC메디아이의 ROE와 PBR은 각각 28.6%, 1.3배 인 반면, 경쟁사 평균 ROE와 PBR은 12.8%, 1.6배이기 때문이다. 그러나 2025년 GC메디아이의 일회성 영업외이익이 컸다는 점을 감안하여, 2026년의 정상적인 수준 ROE 3.2%를 적용하면, 현재 GC메디아이의 주가가 경쟁사 대비 유의미하게 저평가되어 있다고 평가할 수 없다.

GC메디아이와 주요 경쟁사의 재무지표 및 밸류에이션 지표 비교

		GC 메디아이	이자케이텍	비트컴퓨터
주가(원)		3,185	7,140	4,185
시가총액(억원)		1,649	985	704
자산총계(억원)	2023	1,550	468	801
	2024	1,601	487	796
	2025	2,277	642	828
	2026E	2,352	-	-
자본총계(억원)	2023	1,051	348	659
	2024	992	366	703
	2025	1,415	448	737
	2026E	1,609	-	-
매출액(억원)	2023	1,540	679	335
	2024	1,906	726	371
	2025	1,977	789	360
	2026E	2,076	-	-
영업이익(억원)	2023	35	2	62
	2024	52	22	67
	2025	75	50	59
	2026E	108	0	0
영업이익률(%)	2023	2.3	0.4	18.6
	2024	2.7	3.0	18.0
	2025	3.8	6.4	16.3
	2026E	5.2		
지배당기순이익(억원)	2023	-17	12	55
	2024	-16	23	78
	2025	370	61	74
	2026E	45	0	
ROE(%)	2023	-1.5	3.5	8.6
	2024	-1.6	6.4	11.4
	2025	30.7	15.0	10.2
	2026E	3.2		
PER(배)	2023	-113.2	99.3	17.6
	2024	5.2	50.6	10.6
	2025	2.3	19.8	10.6
	2026E	36.5	0.0	0.0
PBR(배)	2023	2.3	3.4	1.5
	2024	1.8	3.1	1.1
	2025	1.3	2.7	1.0
	2026E	1.1	-	-
PSR(배)	2023	1.6	1.8	2.9
	2024	0.9	1.6	2.2
	2025	1.0	1.5	2.2
	2026E	0.8	-	-
배당수익률(%)	2023	1.3	-	1.1
	2024	0.9	-	1.3
	2025	1.4	-	1.4

주: 주가, 시가총액은 2026년 8월 11일 기준, GC메디아이의 2026년 실적은 당사 추정치 기준, 타사는 시장 컨센서스 부재

자료: Fnguide, 한국IR협회의 기업리서치센터

리스크 요인
**리스크 요인은 의사랑 AI와
Medical OS의 실적 검증 필요성**

GC메디아이의 리스크 요인은 동사가 추진하고 있는 의사랑AI와 Medical OS의 실적 기여가 아직 검증되지 않았다는 점이다.

AI는 GC메디아이만의 차별화 요소가 아니라 산업 공통 경쟁축으로 확산되고 있다. 비트컴퓨터가 AI Voice Charting과 BITMate를 확대하고 있고, 이지케어텍 역시 AI Native HIS 전략을 추진하고 있다. 클라우드 EMR에서도 기존 사업자뿐 아니라 세나클소프트, 메디블록 등 신규 업체와의 경쟁이 확대되고 있다. 특히 신규 사업자들이 클라우드를 기반으로 초기 도입비용을 낮추고 EMR 자체보다 주변 플랫폼에서 수익을 창출하는 전략을 확대하고 있어, GC메디아이의 기존 EMR의 가격 인상과 AI 부가서비스의 유료화에 제약으로 작용할 수 있다. 의료기관도 기존 EMR 사용료에 대한 가격 민감도가 높은 만큼 AI 기능의 생산성 개선 효과가 충분히 입증되지 않을 경우 예상보다 의사랑 AI의 유료 전환 속도가 더딜 가능성이 있다.

Medical OS 역시 오픈 API를 기반으로 외부 진단 AI, 금융, 보험 및 디지털 헬스케어 서비스를 연결하고 입점·연동 수수료 확보한다는 전략이지만, 플랫폼의 경제성은 참여 사업자와 의료진의 실제 사용량이 일정 규모 이상 확보돼야 발생한다. 따라서 Medical OS의 출시 자체보다 외부 사업자 확보, 서비스 이용률 및 거래액을 통해 실적에 대해 확인할 필요가 있다.

포괄손익계산서

(억원)	2022	2023	2024	2025	2026F
매출액	1,333	1,540	1,906	1,977	2,076
증가율(%)	19.3	15.5	23.7	3.7	5.0
매출원가	655	731	949	958	992
매출원가율(%)	49.1	47.5	49.8	48.5	47.8
매출총이익	678	809	956	1,019	1,084
매출이익률(%)	50.9	52.5	50.2	51.6	52.2
판매관리비	603	774	905	944	976
판매비율(%)	45.2	50.3	47.5	47.7	47.0
EBITDA	114	89	127	160	193
EBITDA 이익률(%)	8.5	5.8	6.7	8.1	9.3
증가율(%)	-14.0	-21.8	42.8	26.0	20.8
영업이익	75	35	52	75	108
영업이익률(%)	5.7	2.3	2.7	3.8	5.2
증가율(%)	-24.3	-53.5	47.1	45.7	43.5
영업외손익	38	18	-31	325	-33
금융수익	13	12	8	10	12
금융비용	4	7	15	17	20
기타영업외손익	30	14	-24	332	-24
종속/관계기업관련손익	-45	-34	-10	-10	-14
세전계속사업이익	69	19	11	390	61
증가율(%)	-64.1	-87.1	34.4	3,588.6	-84.3
법인세비용	20	17	26	12	15
계속사업이익	49	2	-16	378	46
중단사업이익	-8	-12	0	0	0
당기순이익	41	-10	-16	378	46
당기순이익률(%)	3.1	-0.6	-0.8	19.1	2.2
증가율(%)	-69.8	적전	적지	흑전	-87.8
지배주주지분 순이익	36	-17	-16	370	45

현금흐름표

(억원)	2022	2023	2024	2025	2026F
영업활동으로인한현금흐름	43	25	23	166	82
당기순이익	41	-10	-16	378	46
유형자산 상각비	26	40	60	63	61
무형자산 상각비	12	14	15	22	24
외환손익	0	1	0	0	0
운전자본의감소(증가)	-12	-75	-94	12	-0
기타	-24	55	58	-309	-49
투자활동으로인한현금흐름	-18	2	-17	-212	-36
투자자산의 감소(증가)	72	14	-31	-50	71
유형자산의 감소	1	1	2	22	0
유형자산의 증가(CAPEX)	-16	-13	-39	-101	-100
기타	-75	0	51	-83	-7
재무활동으로인한현금흐름	-36	-59	-57	-55	13
차입금의 증가(감소)	-8	-1	14	-52	38
사채의증가(감소)	0	0	0	0	0
자본의 증가	0	0	0	0	0
배당금	-20	-30	-30	-15	-25
기타	-8	-28	-41	12	0
기타현금흐름	-0	-0	-0	-0	-6
현금의증가(감소)	-11	-33	-50	-102	54
기초현금	298	286	253	203	102
기말현금	286	253	203	102	155

재무상태표

(억원)	2022	2023	2024	2025	2026F
유동자산	753	684	584	659	696
현금성자산	286	253	203	102	155
단기투자자산	237	159	49	226	194
매출채권	115	157	224	211	221
재고자산	85	83	94	98	103
기타유동자산	30	32	14	22	23
비유동자산	866	866	1,016	1,618	1,655
유형자산	79	75	165	214	253
무형자산	287	306	357	865	866
투자자산	401	414	437	312	295
기타비유동자산	99	71	57	227	241
자산총계	1,619	1,550	1,601	2,277	2,352
유동부채	246	243	328	359	391
단기차입금	1	0	83	27	42
매입채무	65	61	51	52	55
기타유동부채	180	182	194	280	294
비유동부채	138	172	195	329	351
사채	0	0	0	0	0
장기차입금	5	5	13	25	45
기타비유동부채	133	167	182	304	306
부채총계	384	415	523	688	742
지배주주지분	1,167	1,051	992	1,415	1,435
자본금	261	261	261	261	261
자본잉여금	508	451	451	512	512
자본조정 등	-66	-66	-66	-65	-65
기타포괄이익누계액	0	-1	-5	-3	-3
이익잉여금	465	407	351	709	729
자본총계	1,235	1,135	1,078	1,589	1,609

주요투자지표

	2022	2023	2024	2025	2026F
P/E(배)	73.4	N/A	N/A	5.2	36.5
P/B(배)	2.3	2.3	1.8	1.3	1.1
P/S(배)	2.0	1.6	0.9	1.0	0.8
EV/EBITDA(배)	20.4	26.1	14.9	13.2	9.7
배당수익률(%)	1.2	1.3	0.9	1.4	1.6
EPS(원)	69	-33	-30	708	86
BPS(원)	2,236	2,013	1,901	2,712	2,749
SPS(원)	2,555	2,951	3,651	3,787	3,977
DPS(원)	60	60	30	50	50
수익성(%)					
ROE	3.1	-1.5	-1.6	30.7	3.2
ROA	2.6	-0.6	-1.0	19.5	2.0
ROIC	21.6	1.1	-13.0	5.6	6.9
안정성(%)					
유동비율	306.6	282.1	178.1	183.3	178.0
부채비율	31.1	36.5	48.5	43.3	46.1
순차입금비율	-31.0	-20.4	0.7	2.4	3.5
이자보상배율	19.9	4.9	3.5	4.5	5.3
활동성(%)					
총자산회전율	0.9	1.0	1.2	1.0	0.9
매출채권회전율	11.7	11.3	10.0	9.1	9.6
재고자산회전율	24.3	18.3	21.5	20.6	20.7

최근 3개월간 한국거래소 시장경보제도 지정 여부

시장경보제도란?

한국거래소 시장감시위원회는 투기적이거나 불공정거래 개연성이 있는 종목 또는 주가가 비정상적으로 급등한 종목에 대해 투자자주의 환기 등을 통해 불공정거래를 사전에 예방하기 위한 제도를 시행하고 있습니다. 시장경보제도는 '투자주의종목 투자경고종목 투자위험종목'의 단계를 거쳐 이루어지게 됩니다.
※관련근거: 시장감시규정 제5조의2, 제5조의3 및 시장감시규정 시행세칙 제3조~제3조의 7

종목명	투자주의종목	투자경고종목	투자위험종목
GC메디아이	X	X	X

발간 History

발간일	제목
2026.08.13	GC메디아이 (032620)-Medical OS를 통한 플랫폼 기업으로의 도약
2023.02.09	유비케어(032620)-EMR 경쟁력 토대로 기대되는 성장 전략

Compliance notice

본 보고서는 한국거래소, 한국예탁결제원과 한국증권금융이 공동으로 출연한 한국IR협회의 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 증명자료로 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 '소중한탐방'과 2) 기업보고서 심층해설방송인 '가치한 리포트 가치보기'를 보실 수 있습니다.