

기술분석보고서 IT

엘리비전(276240)

- ▶ 요약
- ▶ 기업현황
- ▶ 시장동향
- ▶ 기술분석
- ▶ 재무분석
- ▶ 주요 변동사항 및 전망

작성기관 서울평가정보(주) 작성자 박진희 책임

[YouTube 요약 영상 보러가기](#)

- 본 보고서는 투자 의사결정을 위한 참고용으로만 제공되는 것이므로, 투자자 자신의 판단과 책임하에 종목선택이나 투자시기에 대한 최종 결정을 하시기 바랍니다. 따라서 본 보고서를 활용한 어떠한 의사결정에 대해서도 본회와 작성기관은 일체의 책임을 지지 않습니다.
- 본 보고서의 요약영상은 유튜브로도 시청 가능하며, 영상편집 일정에 따라 현재 시점에서 미공개 상태일 수 있습니다.
- 텔레그램에서 “한국IR협의회” 채널을 추가하시면 매주 보고서 발간 소식을 안내 받으실 수 있습니다.
- 본 보고서에 대한 자세한 문의는 작성기관(TEL.02-3449-1450)으로 연락하여 주시기 바랍니다.

엘리비전(276240)

고객 맞춤형 인터랙티브 키오스크 솔루션 기업

기업정보(2026.05.12 기준)

대표자	안덕근
설립일자	2004년 1월 27일
상장일자	2018년 7월 5일
기업규모	중소기업
업종분류	영상 및 음향기기 제조업
주요제품	디지털 사이니지, 키오스크 등

시세정보(2026.05.12 기준)

현재가(원)	377
액면가(원)	500
시가총액(억 원)	46
발행주식수	12,313,138주
52주 최고가(원)	654
52주 최저가(원)	313
외국인지분율	-
주요주주	이종수 외 2인, 안덕근 외 1인

■ 키오스크·디지털 사이니지 토탈 솔루션 기반 무인화 수요에 대응

엘리비전(이하, 동사)은 2004년 설립된 디지털 사이니지 및 키오스크 전문기업으로, 고객 맞춤형 하드웨어와 소프트웨어를 결합한 B2B 프로젝트형 사업모델을 영위하고 있다. 동사는 무인결제 키오스크, 정보안내 키오스크, 자동높이조절 키오스크, 스마트미러, 비디오월 등을 외식 프랜차이즈, 유통, 공공기관, 병원, 도서관 등 다양한 산업에 공급하고 있다. 자체 개발한 CMS(Content Management System) 기반 소프트웨어와 기획·설계·제조·A/S를 아우르는 토탈 솔루션 역량이 주요 경쟁력으로 판단된다.

■ 서비스 접점의 무인화·자동화를 구현하는 하드웨어·소프트웨어 통합형 솔루션 시장

목표시장은 주문·결제·발권·접수·안내·인증 등 서비스 접점의 업무를 자동화하는 대화형 무인 단말기 시장으로, 하드웨어, 결제모듈, 네트워크, 소프트웨어, 유지보수가 결합된 솔루션형 산업이며, 다양한 서비스 산업의 운영 효율화 수요를 기반으로 성장하고 있다. 특히 키오스크는 단순 주문·결제 장비에서 산업별 업무 프로세스를 연동·대체하는 자동화 플랫폼으로 진화하고 있다. 다만 범용 제품은 가격 경쟁이 심화될 수 있으며, 공공·의료 등 특수 목적 시장에서는 접근성, 보안, 인증, 시스템 연동, 유지보수 역량이 경쟁력을 좌우할 것으로 판단된다.

■ 반복 수주와 유지보수 서비스 수익화가 실적 개선의 핵심 변수로 작용할 전망

최근 유상증자를 통한 자본 확충, 최대주주 변경 등 재무·지배구조 측면의 변화가 있었다. 향후에는 무인화 확산, 접근성 강화, 공공서비스 디지털 전환 흐름을 바탕으로 배리어프리·자동높이조절 키오스크, 공공·유통 특화 단말, 디지털 사이니지 연계 솔루션에서 성장 기회가 존재한다. 다만 범용 키오스크 시장의 가격 경쟁, 고객 맞춤형 프로젝트 구조에 따른 실적 변동성, 누적 재무 부담, 소송 리스크는 부담 요인으로 남아 있다.




요약 투자지표 (K-GAAP 별도 기준)

	매출액 (억 원)	증감 (%)	영업이익 (억 원)	이익률 (%)	순이익 (억 원)	이익률 (%)	ROE (%)	ROA (%)	부채비율 (%)	EPS (원)	BPS (원)	PER (배)	PBR (배)
2023	31.4	-5.6	-8.0	-25.6	-8.4	-26.8	N/A	-126.3	-116.8	-106	-365	N/A	N/A
2024	19.2	-38.7	-7.8	-40.7	-8.4	-43.6	N/A	-179.1	-117.0	-83	-249	N/A	N/A
2025	22.5	17.2	-3.1	-13.9	-3.5	-15.3	N/A	-58.4	-138.0	-31	-158	N/A	N/A

기업경쟁력

고객 맞춤형 프로젝트 수행 역량	<ul style="list-style-type: none"> 고객사의 설치 환경, 사용 목적, 운영 방식에 맞춰 키오스크와 디지털 사이니지를 기획·설계·제조·설치하는 맞춤형 프로젝트 수행 역량 보유
하드웨어·소프트웨어 통합 제공 구조	<ul style="list-style-type: none"> 단말기 제조뿐 아니라 CMS 기반 원격관리, 결제·POS 연동, 콘텐츠 관리, 유지보수를 결합해 장비 공급 이후 운영 단계까지 대응할 수 있는 통합 솔루션 구조 확보
공공·유통·서비스업 납품 경험	<ul style="list-style-type: none"> 외식 프랜차이즈, 유통, 공공기관, 병원, 도서관 등 다양한 전방 산업에 제품을 공급한 경험을 바탕으로 산업별 요구사항에 대응할 수 있는 레퍼런스 확보

핵심 기술 및 적용제품

자동높이조절 및 배리어프리 기술	<ul style="list-style-type: none"> 사용자의 신체 조건과 접근성 요구를 반영한 자동높이조절 키오스크 및 배리어프리 키오스크에 적용되며, 공공기관·지자체·교통·문화시설 등 접근성 기준이 중요한 시장에 대응하는 기술 	
CMS 기반 원격관리 기술	<ul style="list-style-type: none"> 디지털 사이니지와 키오스크 장비의 콘텐츠, 그룹, 장비 상태를 원격으로 관리하는 기술로, 정보안내 키오스크, DID, 비디오월, 디지털 사이니지 제품군에 적용 	
스마트미러 기반 체험형 인터페이스 기술	<ul style="list-style-type: none"> 영상 기반 가상 체험, 정보 제공, 고객경험관리 기능을 결합한 기술로, 미용실 대상 스마트미러 제품인 미라보에 적용되어 체험형 서비스와 광고·콘텐츠 운영으로 확장 가능 	

시장경쟁력

인터랙티브 키오스크 시장 성장 수혜 가능성	<ul style="list-style-type: none"> 인건비 상승, 무인화 확산, 비대면 서비스 선호로 키오스크 수요가 확대되고 있어 동사의 사업구조는 시장 성장 흐름과 직접적으로 연결
접근성 강화 정책에 따른 차별화 기회	<ul style="list-style-type: none"> 장애인·고령자 이용 편의성을 고려한 키오스크 수요가 확대되면서 자동높이조절·배리어프리 제품군은 공공·준공공 시장에서 차별화 요소로 작용
산업별 특화 수요 대응력	<ul style="list-style-type: none"> 키오스크가 공공 민원, 병원 접수, 도서관 반납, 무인점포 운영 등 업무 자동화 플랫폼으로 확장되고 있어, 맞춤형 제품 개발 가능한 동사에 시장 확대 기회 존재

VRIO 분석 (VRIO Analysis)

VRIO(브리오) 분석이란 기업이 보유한 경영자원과 활용 능력을 가치(Value), 희소성(Rarity), 모방 가능성(Imitability), 조직(Organization)이라는 기준으로 분석하는 도구

			
가치(Value)	희소성(Rarity)	모방가능성(Imitability)	조직(Organization)
<ul style="list-style-type: none"> 맞춤형 키오스크·DID 설계, CMS 기반 원격관리, 자동높이조절·배리어프리 기능으로 무인화와 접근성 강화 수요에 대응 가능한 사업적 가치를 보유하고 있다. 	<ul style="list-style-type: none"> 자동높이조절·배리어프리 키오스크와 스마트미러 등 특화 제품군을 결합한 포트폴리오는 일정 수준의 차별성을 갖는다. 	<ul style="list-style-type: none"> 고객별 맞춤 설계 경험, 관련 지식재산권, 공공·유통 납품 레퍼런스, 유지보수 노하우는 단기간에 완전히 대체하기 어렵다. 	<ul style="list-style-type: none"> 연구개발, 설계, 생산, 영업, 유지보수를 연계한 전문기업 구조이나, 제한적인 규모로 인해 수주와 서비스 매출화를 위한 조직적 확장성이 과제로 판단된다.

I. 기업 현황

고객 맞춤형 키오스크·디지털 사이니지 토탈 솔루션 기반 무인화 수요에 대응

동사는 2004년 설립된 디지털 사이니지 및 키오스크 전문기업으로, 고객 맞춤형 하드웨어와 소프트웨어를 결합한 B2B 프로젝트형 사업모델을 영위하고 있다. 동사는 무인결제 키오스크, 정보안내 키오스크, 자동높이조절 키오스크, 스마트미러, 비디오월 등을 외식 프랜차이즈, 유통, 공공기관, 병원, 도서관 등 다양한 산업에 공급하고 있다. 자체 개발한 CMS 기반 소프트웨어와 기획·설계·제조·A/S를 아우르는 토탈 솔루션 역량이 주요 경쟁력으로 판단된다.

■ 기업 개요

동사는 2004년 1월 설립된 디지털 사이니지 및 키오스크 전문기업으로, 2018년 7월 코넥스 시장에 상장하였다. 동사는 초기 초고속 인터넷 관련 상품 유통, 통신 선로 공사 및 유지보수 사업에서 출발했으나, 2008년 사명을 엘리비전으로 변경한 이후 디지털 사이니지 제조·판매 중심으로 사업 범위를 전환하였다. 이후 DID(Digital Information Display), 키오스크, 스마트미러, 비디오월 등 디지털 미디어 하드웨어와 소프트웨어를 결합한 제품군으로 사업을 확장해 왔다.

동사의 핵심 사업모델은 고객사의 설치 환경과 용도에 맞춘 맞춤형 장비를 기획·설계·제조하고, CMS를 포함한 소프트웨어와 유지보수 서비스를 함께 제공하는 B2B 프로젝트형 구조다. 2025년 기준 주요 매출은 Interaction KIOSK 부문에서 발생하고 있으며, 해당 부문은 무인결제시스템, 무인티켓발권기, 스마트미러 등 양방향 소통이 가능한 제품군을 포함한다.

주요 제품은 무인결제 키오스크, 정보안내 키오스크, 자동높이조절 키오스크, 스마트미러 미라보, 셀프큐브, 비디오월 등으로 구성된다. 적용 산업은 외식 프랜차이즈, 편의점·유통, 공공기관, 병원, 도서관, 공항, 골프장, 미용실 등으로 분산되어 있다. 약 200여 종의 키오스크를 생산하고 있으며, 제품별로 미용실, 프랜차이즈 매장, 공공기관, 지자체, 관공서, 유통사 등에 납품 레퍼런스를 보유하고 있다. 한편, 생산 및 연구개발 구조는 고객 요구사항 상담, 제품 기획, 디자인 개발, 제품 설계, 기구물 제작, 조립·테스트, 출하 및 A/S로 이어지는 주문형 제조 프로세스에 기반한다.

동사의 핵심 경쟁력은 하드웨어와 소프트웨어를 자체 개발하고, 현장 설계부터 유지보수까지 통합 대응할 수 있는 토탈 솔루션 역량에 있다. 다만 대규모 양산형 제조사보다는 고객 맞춤형 프로젝트 수행 역량에 기반한 중소형 전문기업 성격이 강하다.

[표 1] 동사의 주요 연혁

일시	내용
2004.01	(주)토탈정보통신 법인 설립
2008.05	(주)토탈정보통신→(주)엘리비전 법인명 변경
2009.06	ISO9001 인증 취득
2013.07	기업부설연구소 설립
2018.04	1주당 10,000원→500원 주식액면분할
2018.07	코넥스 시장 상장

자료: 동사 사업보고서(2026.03), 서울평가정보(주) 재구성

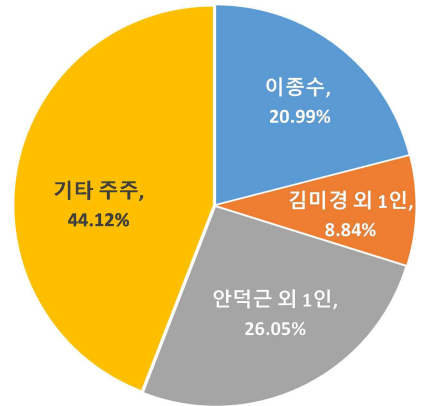
■ 주주 현황

2026년 3월 기준 동사의 최대주주는 이종수로, 전체 발행주식(12,313,138주) 중 2,585,111주의 주식을 보유하고 있으며, 이는 전체 지분의 20.99%에 해당한다. 다음으로 김미경 외 1인의 특수관계자가 1,088,448주(8.84%)의 보통주를 보유하고 있어, 최대주주 및 특수관계자가 보유한 주식의 지분을 합계는 약 29.83%로 확인된다. 동사 발행주식 중 5,431,878주(44.12%)는 소액주주 등 일반 주주가 보유하고 있다.

2025년 유상증자 및 2026년 장내 주식 매수를 통해 최대주주가 안덕근에서 이종수로 변경되었으며, 지분인수 목적은 단순 투자로 공시되었다. 이는 자본 확충과 지배구조 재편이 동시에 진행된 것으로 해석될 수 있으나, 향후 추가 자금조달이 발생할 경우 기존 주주의 희석 가능성과 지배구조 안정성은 지속적으로 점검할 필요가 있다.

[표 2] 동사의 주요 주주 현황

주주명	소유주식수(주)	지분율(%)	관계
이종수	2,585,111	20.99%	최대주주
김미경 외 1인	1,088,448	8.84%	특수관계인
안덕근 외 1인	3,207,701	26.05%	
기타 주주	5,431,878	44.12%	
합계	12,313,138	100.00%	



자료: 동사 최대주주변경 공시(2026.01), 주식등의대량보유상황보고서(2026.03), 서울평가정보(주) 재구성

■ 사업 영역

동사의 사업 영역은 Interaction KIOSK, Intelligent Digital Signage, 유지보수로 구분된다.

Interaction KIOSK 사업은 무인결제, 무인발권, 정보안내, 스마트미러 등 고객과 단말기 간 상호작용이 필요한 제품을 포함하며, 2025년 매출 비중 72.4%를 차지하는 핵심 사업이다. 외식, 유통, 공공, 병원, 도서관, 교통, 골프장 등 다양한 전방 산업의 무인화 수요와 직접 연결된다. 특히 셀프큐브는 무인결제 키오스크와 POS(Point of Sale), 메뉴보드, 알리미 시스템 등을 결합해 매장 운영 효율화를 지원하는 제품군이고, 자동높이조절 키오스크는 사회적 약자, 장애인, 어린이 접근성 개선 수요와 연결된다.

Intelligent Digital Signage 사업은 CMS를 기반으로 원격관리, 콘텐츠 관리, 장비 관리 기능을 제공하는 디지털 사이니지 제품군으로, 정보 전달, 광고, 안내, 콘텐츠 송출이 필요한 공간에 적용된다. 동사는 초기 디지털 사이니지 사업에서 CMS를 개발해 설계부터 유지보수까지 일원화한 경험을 축적했으며, 비디오월과 DID 제품은 관공서, 유통사, 상업시설 등에서 활용되는 보조적 매출 기반으로 기능한다.

엘리비전(276240)

한편, 미라보는 헤어샵을 대상으로 한 스마트미러 제품으로, 가상 시뮬레이션, 데이터 서비스, VOD(Video on Demand), 두피 진단, 결제 서비스 등을 결합하였다. 미라보는 미용 산업의 디지털 전환과 광고 운영 가능성을 기반으로 한 성장 사업으로 볼 수 있다. 전체적으로 동사의 포트폴리오는 키오스크를 중심으로 하되, 디지털 사이니지, 스마트미러, 유지보수를 결합해 고객별 맞춤형 솔루션을 확장하는 전략으로 정리된다.

[표 3] 동사의 주요 제품 매출실적

(단위 : 억 원, %)

구분	2023년	비중	2024년	비중	2025년	비중
Interaction KIOSK	24.8	79.0%	14.5	75.5%	16.3	72.4%
Intelligent Digital Signage	3.9	12.4%	2.2	11.5%	4.2	18.7%
유지보수	2.7	8.6%	2.5	13.0%	2.0	8.9%
합계	31.4	100.0%	19.2	100.0%	22.5	100.0%

The chart displays the sales performance of three product categories from 2023 to 2025. The categories are Interaction KIOSK (orange), Intelligent Digital Signage (blue), and Maintenance (grey). The total sales are represented by a yellow line connecting the tops of the bars. The total sales decrease from 31.4 in 2023 to 19.2 in 2024, and then increase to 22.5 in 2025. Interaction KIOSK consistently represents the largest portion of sales, followed by Intelligent Digital Signage and Maintenance.

자료: 동사 사업보고서(2026.03), 서울평가정보(주) 재구성

■ 판매조직 및 판매전략

동사의 판매 방식은 일반 소비재 판매보다는 기술 기반 프로젝트형 영업에 가깝다. 조직은 대표이사 아래 기술본부, 사업본부, 경영지원본부로 구분되며, 사업본부에는 국내 영업팀, 해외 영업팀, 미라보 사업팀이 배치되어 있다. 이는 고객 발굴, 제품 기획, 현장 요구사항 반영, 제작·설치, 유지보수까지 연계하는 B2B 맞춤형 영업 구조를 전제로 한다.

고객 확보 구조는 프랜차이즈, 공공기관, 지자체, 병원, 유통사, 특수 목적 시설 등 특정 산업의 운영 효율화 요구를 파악한 뒤, 해당 환경에 맞는 키오스크와 디지털 사이니지 제품을 공급하는 방식으로 형성된다. 2025년 11월 공개한 IR자료에 따르면, 동사는 파스쿠찌, 배스킨라빈스, 파리바게뜨 등 SPC 계열 프랜차이즈, 스마트스코어, 코오롱, 이랜드, 우정사업본부, 법무부 등 다양한 고객군을 레퍼런스로 확보하였다.

매출 발생 구조는 장비 판매가 중심이며, 여기에 유지보수와 소프트웨어 관리 기능이 결합된다. 특히 키오스크 제품은 고객사의 업무 프로세스, 결제 방식, 설치 공간, 사용자 특성에 맞춰 기능과 디자인을 조정해야 하므로, 가격 경쟁력만으로 승부하기보다는 커스터마이징, 제품 안정성, 유지보수 대응력, 인증 확보 여부가 경쟁 요소로 작용한다.

동사의 경쟁 전략은 범용 단말기 공급보다는 고객 맞춤형 제품 개발, 자동높이조절·배리어프리 기능, 스마트미러 등 특화 제품을 통해 적용 산업을 확대하는 방향으로 판단된다. 다만 프로젝트형 영업은 고객별 발주 시점과 예산 집행에 따라 매출 변동성이 발생할 수 있으며, 공공·프랜차이즈 수요 확대가 실제 수주로 연결되는 속도에는 불확실성이 존재한다.

II. 시장 동향

서비스 접점의 무인화·자동화를 구현하는 하드웨어·소프트웨어 통합형 솔루션 시장

인터랙티브 키오스크 시장은 주문·결제·발권·접수·안내·인증 등 서비스 접점의 업무를 자동화하는 대화형 무인 단말기 시장으로, 하드웨어, 결제모듈, 네트워크, 소프트웨어, 유지보수가 결합된 솔루션형 산업이며, 외식·유통·공공·의료·교통 등 다양한 서비스 산업의 운영 효율화 수요를 기반으로 성장하고 있다. 특히 키오스크는 단순 주문·결제 장비에서 산업별 업무 프로세스를 연동·대체하는 자동화 플랫폼으로 진화하고 있다. 다만 범용 제품은 가격 경쟁이 심화될 수 있으며, 공공·의료 등 특수 목적 시장에서는 접근성, 보안, 인증, 시스템 연동, 유지보수 역량이 경쟁력을 좌우할 것으로 판단된다.

■ 인터랙티브 키오스크 시장의 특성

동사의 목표시장은 사용자가 화면 터치, 음성, 동작, 인증 등 상호작용을 통해 주문, 결제, 발권, 접수, 안내, 예약, 인증 등의 서비스를 직접 수행할 수 있도록 설계된 대화형 무인 단말기인 인터랙티브 키오스크 시장으로 정의된다. 목표시장은 후방 산업과 전방 산업이 명확히 구분되는 융·복합형 산업이다. 후방 산업은 터치스크린, 컴퓨터 주변장치, 각종 부품 제조업, 결제모듈, 네트워크 장비, 소프트웨어 개발 등으로 구성되며, 전방 산업은 은행, 관공서, 의료, 엔터테인먼트, 소매업, 외식업, 교통시설, 무인점포 등 키오스크를 실제 업무 현장에 활용하는 서비스 산업이다. 이에 따라 시장 수요는 단말기 자체의 교체 수요뿐 아니라 전방 산업의 인력 운영 방식, 고객 응대 프로세스, 무인 서비스 도입 속도에 영향을 받는다.

시장 구조의 특징은 하드웨어 제조와 소프트웨어 서비스가 결합된 솔루션형 산업이라는 점이다. 키오스크는 터치스크린, 패널, 하우징, PC 부품 등 물리적 장치뿐 아니라 POS(Point of Sale), CMS, 결제 시스템, 클라우드 서비스, 데이터 분석, 보안 솔루션, 유지보수 기능이 함께 요구된다. 이는 동사와 같이 고객 요구에 따라 제품을 기획·설계·제조하고 유지보수까지 제공하는 사업모델과 부합한다.

제품의 적용 분야에 따라 진입장벽은 상이하다. 범용 주문·결제형 키오스크는 하드웨어 조달과 조립 중심으로도 시장 진입이 가능해 가격 경쟁이 발생하기 쉽다. 국내 키오스크 무인단말기 및 소프트웨어 제조업체가 약 100~200개로 추정되며, 진입장벽이 낮아 신규 업체의 시장 진입이 많은 편이다. 반면 공공, 의료, 금융, 교통, 도서관 등 특수 목적 시장은 인증, 보안, 접근성, 장애 대응, 시스템 연동, 유지보수 능력이 중요해 단순 제조업체와 솔루션 제공업체 간 경쟁력 차이가 발생한다.

가격 특성은 다품종 소량생산 구조와 고객 맞춤형 요구에 의해 결정된다. 키오스크는 설치 공간, 화면 크기, 터치 방식, 하우징, 결제모듈, 인증 장치, 소프트웨어 연동 범위에 따라 제품 단가가 달라지며, 고객별 사양이 세분화될수록 개발·설계 비용이 증가한다. 이에 따라 수익성은 부품 조달 안정성, 표준화 가능한 제품군 확보, 반복 납품 고객 비중, 유지보수 및 소프트웨어 서비스 매출 확대 여부에 영향을 받을 것으로 판단된다.

■ 핵심 트렌드 및 시사점

인터랙티브 키오스크 시장의 성장 요인은 인건비 상승, 비대면 서비스 선호, 무인 소매업 확산, 스마트 인프라 확대, 고객 경험 개선 수요로 요약된다. 키오스크는 매장 운영비용과 투자비용을 낮추면서 고객의 사용자 경험을 높일 수 있어 소자본 점포 운영과 서비스 자동화에 적합한 장비로 평가된다. 특히 외식·유통업체는 주문·결제 업무를 자동화해 인력 의존도를 낮추고, 고객 대기시간을 줄이며, 매장 회전율을 높이는 효과를 기대한다.

엘리비전(276240)

수요 변화의 핵심은 키오스크가 단순 주문·결제 단말에서 현장 업무 프로세스를 대체·연계하는 산업별 업무 자동화 플랫폼으로 진화하고 있다는 점이다. 과거 키오스크는 은행, 지하철, 공항 등에서 조회, 발권, 결제와 같은 제한적 기능을 수행하는 단말로 활용되었으나, 최근에는 음식점의 주문·결제·대기관리, 병원의 접수·수납·예약, 도서관의 대출·반납, 공공기관의 민원 발급·안내, 무인점포의 출입·결제·재고관리 등 업종별 핵심 업무 흐름에 직접 연결되고 있다.

기술 변화는 사용자 경험 개선과 무인 운영 고도화에 집중되고 있다. 터치스크린 기술은 적용 환경에 따라 적절한 기술 방식이 선택되고 있으며, 공공장소와 실외 환경에서는 내구성 및 오염 대응력, 대형화 가능성이 중요해지고 있다. 음성 인식 기술은 사용자의 음성 언어를 단어나 문장으로 변환해 주문, 예약, 안내 업무를 수행할 수 있도록 하며, 인공지능 기반 자연어 처리 기술 발전으로 사용자와 단말기 간 자연스러운 소통 가능성이 확대되고 있다. 한편, 지능형 인터랙션과 멀티모달 기술도 시장의 중요한 변화 요인이다. 키오스크는 음성, 영상, 텍스트, 생체정보 등 다양한 데이터를 활용해 사용자 인증, 상황 인지, 사용자 패턴 파악, 맞춤형 추천을 제공하는 방향으로 발전하고 있다. 향후 연령·성별에 따른 제품 추천, 문자 크기 조절, 비접촉 음성 명령, 생체 인증, 사용자 맞춤형 안내 기능은 제품 차별화의 핵심 요소가 될 가능성이 있다.

정책 및 산업 환경 측면에서 접근성과 개인정보 보호가 중요한 변수로 부상하고 있다. 무인정보단말기 접근성 지침(KS X 9211)은 신체적·정신적 장애를 지닌 사용자도 공공 단말기를 사용할 수 있도록 설계 및 제작상 고려사항을 규정하며, 적용 범위는 설치 환경, 하드웨어, 소프트웨어 및 콘텐츠까지 포함한다. 이에 따라 공공·준공공 시장에서는 가격뿐 아니라 접근성, 사용 편의성, 인증 대응 역량이 중요한 평가 요소가 될 것으로 판단된다. 동시에 키오스크가 주문, 결제, 인증 과정에서 개인정보를 취급하는 단말기로 발전하면서 개인정보 유출 방지를 위한 보안 대책의 중요성이 높아지고 있다.

한편, TDB 시장정보에 따르면 국내 키오스크 시장 규모는 2023년 1조 5,395억 원에서 연평균 10.6% 성장해 2028년 2조 5,444억 원에 이를 것으로 전망되고, 세계 키오스크 시장 규모는 2023년 296억 달러에서 연평균 8.8% 성장해 2028년 451억 달러에 이를 것으로 전망된다.

시장의 변화로 인한 기회 요인은 국내 키오스크 시장의 높은 성장률, 무인화 적용 산업 확대, 다품종 소량생산 및 고객 맞춤형 제품 수요 증가, 접근성·지능형 인터랙션 기능의 중요성 상승이다. 반면 리스크 요인은 낮은 진입장벽에 따른 경쟁 심화, 범용 제품의 가격 경쟁, 고객 맞춤형 생산에 따른 원가 부담, 개인정보 보호 및 보안 대응 필요성, 접근성 기준 충족을 위한 개발비 증가 가능성이다. 따라서 향후 동사의 시장 대응력은 단순 장비 공급을 넘어 산업별 요구를 반영한 맞춤형 제품 개발, 사용 편의성 개선, 소프트웨어·결제·보안 연동, 유지보수 서비스 확대를 통해 솔루션형 사업 구조를 강화할 수 있는지에 따라 좌우될 것으로 판단된다.

[그림 1] 국내 키오스크 시장

(단위 : 억 원)

[그림 2] 글로벌 키오스크 시장

(단위 : 억 달러)



자료: TDB 시장정보, 서울평가정보(주) 재구성

III. 기술분석

고객 맞춤형 키오스크·디지털 사이니지 통합 기술 기반 무인화 시장에 대응하는 솔루션 역량

동사는 키오스크와 DID 분야에서 하드웨어·소프트웨어를 통합 구현하는 역량을 보유하고 있다. 주요 경쟁력은 고객 맞춤형 제품 설계, CMS 기반 원격관리, 결제·POS 연동, 자동높이조절 및 배리어프리 기능, 체험형 인터페이스이다. 연구개발은 무인결제 키오스크, 공공·접근성 키오스크, 스마트미러 등으로 확장되어 왔으며, 시장 수요에 맞춘 제품화 중심의 응용개발 성격이 강하다. 지식재산권은 자동높이조절 키오스크와 스마트미러를 중심으로 지식재산권을 확보하여 특화 시장 대응에 활용될 수 있다.

■ 핵심 보유기술 및 특징점

동사의 핵심 기술은 인터랙티브 키오스크와 디지털 사이니지의 하드웨어·소프트웨어 통합 구현 역량이다. 단순 단말기 제조에 그치지 않고, 고객사의 사용 목적과 설치 환경에 맞춰 제품 기획, 외관 설계, 화면 구성, 소프트웨어 연동, 설치 및 유지보수를 일괄 수행하는 구조를 갖추고 있다. 특히 디지털 사이니지 전용 CMS를 기반으로 원격관리, 그룹관리, 콘텐츠 관리, 장비 관리 기능을 구현해 왔으며, 이는 장비 판매 이후 운영 안정성과 사후관리 효율을 높이는 기술 기반으로 작용한다.

인터랙티브 키오스크 부문에서는 자동높이조절 기술과 사용자 접근성 개선 기술이 차별화 요소로 판단된다. 사용자의 신체 조건에 따라 모니터 높이를 조정하는 자동높이조절 키오스크를 개발해 왔으며, 장애인 컨트롤러, 점자·음성안내, 장애 유형별 접근성 보조 기능 등을 결합해 배리어프리 키오스크 제품군을 확장하고 있다. 이는 공공기관, 교통시설 등 접근성 기준이 중요한 시장에서 경쟁력을 확보할 수 있는 기술 축으로 판단된다.

또한 무인결제·무인발권·정보안내 기능을 결합한 맞춤형 단말 구현 역량을 보유하고 있다. 무인결제 키오스크는 온라인 CMS를 통한 상품 등록, 현금·카드·포인트 등 다양한 결제방식 연동, POS 기반 매출 통계와 시간대별·연령별 상품 분석 기능을 지향하고 있다. 이는 단말기를 판매하는 구조에서 벗어나 매장 운영 효율화와 데이터 활용을 지원하는 솔루션형 제품으로 확장될 수 있는 기반이다.

한편, 스마트미러 제품군에서는 영상 기반 가상 체험, 고객경험관리, 콘텐츠·광고 연동 기술이 핵심이다. 미라보는 헤어샵 이용자 대상으로 가상 시뮬레이션, 정보 제공, 두피 진단, 결제 서비스 등을 결합한 제품으로 개발되었으며, 설치 이후 광고 운영과 콘텐츠 관리까지 연결되는 사업모델을 목표로 하고 있다. 이에 따라 동사의 기술 포트폴리오는 키오스크 중심의 무인화 기술과 미용·리테일 공간을 겨냥한 체험형 디스플레이 기술로 구성된다고 볼 수 있다.

종합하면 동사의 기술적 특징점은 자동높이조절·배리어프리 기능, CMS 기반 원격관리, POS·결제 연동, 맞춤형 외관·기구 설계, 스마트미러 기반 체험형 인터페이스로 요약된다. 다만 다품종 소량생산과 고객 맞춤형 개발 비중이 높은 사업 특성상 제품 표준화 수준과 반복 매출 구조 확보 여부가 향후 기술사업화의 중요한 과제로 판단된다.

[그림 3] 동사의 메인 제품군



자료: 동사 IR자료(2025.11), 서울평가정보(주) 재구성

■ 연구개발 역량

동사의 연구개발활동은 디지털 사이니지 기반 기술에서 출발해 무인화 단말, 배리어프리 키오스크, 스마트미러, 특수 목적 키오스크로 확장되는 흐름을 보이고 있다. 2013년 기업부설연구소 설립 이후 설계, 디자인, 품질기술, 서비스 등 제품 개발과 운영을 연계하는 조직 체계를 구축했으며, 기술본부에는 품질기술팀, 서비스팀, 구매팀이 포함되어 제품 개발 이후 품질관리와 유지보수까지 연결되는 구조를 갖추고 있다.

초기 연구개발은 디지털 사이니지 제품의 대형화, 원격관리, 콘텐츠 운영 기능에 집중되었고, 이후 연구개발의 중심은 무인화와 상호작용 기능으로 이동했다. 동사는 사용자 조사를 통해 무인결제 키오스크의 핵심 기능을 정리하고, 21.5인치 소형 패널 기반 제품, 온라인 CMS를 통한 상품 등록, 다양한 결제수단 연동, 쿠폰 적립, POS 연동 매출 분석 기능 등을 개발 방향으로 설정하였다. 이는 키오스크를 단순 주문 장비가 아니라 매장 운영 관리와 고객 데이터 활용을 지원하는 단말로 고도화하려는 방향으로 해석된다.

공공·접근성 분야의 연구개발은 최근 동사의 핵심 성장축으로 부상하고 있다. 배리어프리 부산 스마트시티 챌린지 사업, 지자체 및 공공기관용 키오스크, 도서관 반납 키오스크, 증명발급 배리어프리 키오스크 등은 동사가 기존 상업용 키오스크에서 공공서비스 자동화 장비로 적용 영역을 확대하고 있음을 보여준다. 특히 2021년 이후 배리어프리 승차공유 플랫폼, 법무부 보호관찰소용 키오스크, 스마트오피스 키오스크, 병원·빌딩 안내 키오스크, 지자체 옥외형 키오스크 등이 생산 개시되며 제품군이 세분화되고 있다.

■ 지식재산권 현황

동사의 지식재산권은 키오스크 구조·사용자 인터페이스·스마트미러·스마트테이블·디스플레이 응용기술을 중심으로 형성되어 있다. 특허권은 자동높이조절 기능이 적용된 키오스크, 카메라 기반 자동높이조절 키오스크 시스템, 디스플레이 절전 제어, UI(User Interface) 위치 자동조절, 스마트테이블, 터치식 정보 제공 진열장치, 가상현실 기반 헤어 스마트미러, 목욕용품 판매·광고 시스템 등으로 구성된다. 이는 동사의 기술 보호 범위가 단말 외관에 한정되지 않고, 사용자 접근성, 디스플레이 제어, 상호작용, 광고·판매 연계 서비스까지 확장되어 있음을 보여준다.

자동높이조절 키오스크는 일본에서 해외특허권이 등록되어 있으며, 가상현실을 이용한 헤어 스마트미러 시스템은 미국과 일본 권리로 확장되는 등 해외 특허권도 일부 확보되어 있다. 이는 동사가 핵심 제품군 중 자동높이조절 키오스크와 미라보 관련 기술을 국내 시장뿐 아니라 해외 시장에서도 보호하려는 방향을 취해왔음을 의미한다.

디자인권은 키오스크 외관 경쟁력과 제품 식별성을 보호하는 수단으로 구성되어 있다. 높이조절 키오스크, 양면형 키오스크, 자동높이 터치패널 키오스크, 포트레이트형 키오스크, 콘텐츠 반응형 키오스크, 광고용 디스플레이 스탠드, 해피스테이션, 포토프린터 키오스크, 스마트테이블 등 다양한 제품군이 디자인권으로 보호되고 있다. 키오스크 시장은 고객사가 설치 공간, 브랜드 이미지, 사용자 동선을 중시하는 특성이 있어 외관·구조 디자인권은 제품 차별화와 납품 경쟁력 측면에서 의미가 있다.

상표권은 회사명 및 제품 브랜드 보호를 위한 권리로 구성된다. ELIVISION은 회사의 서비스 브랜드로, miravo는 스마트미러 제품군의 브랜드로 활용 가능성이 높으며, 뷰티스테이션은 미용·체험형 디스플레이 사업과 연결될 수 있는 브랜드 자산으로 판단된다. 상표권은 기술 특허와 달리 제품 인지도, 고객사 제안, 장기 유지보수 계약에서 식별성을 높이는 기능을 수행한다.

■ PEST 분석

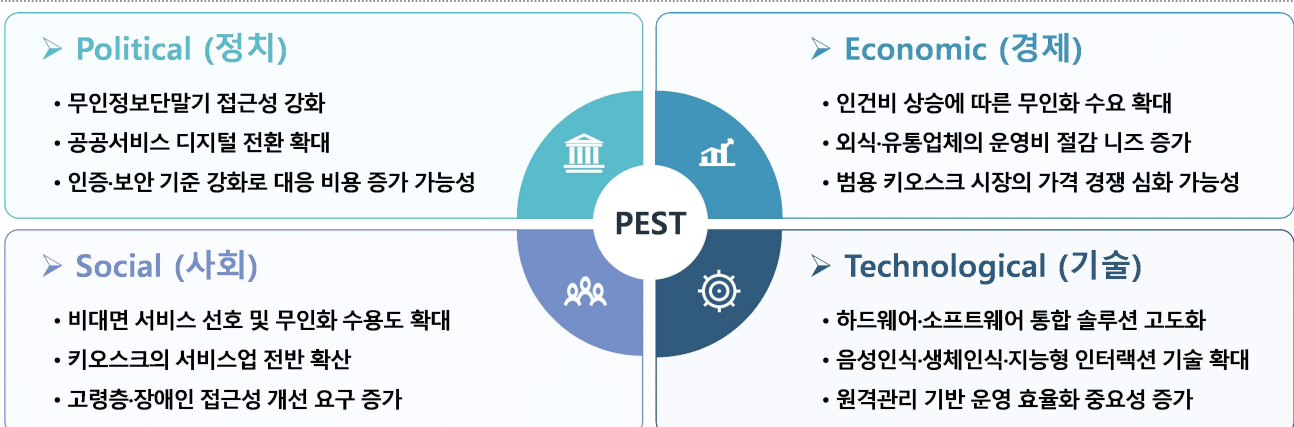
동사에 영향을 미치는 주요 정책 요인은 무인정보단말기 접근성 강화와 공공서비스 디지털 전환이다. 키오스크가 공공기관, 지자체, 병원, 도서관, 교통시설 등으로 확대되면서 장애인·고령자 등 디지털 취약계층의 이용 편의성이 중요한 정책 이슈로 부상하고 있다. 동사는 자동높이조절 키오스크, 배리어프리 키오스크, 공공기관용 정보안내 키오스크 등 접근성 관련 제품군을 보유하고 있어 정책 변화에 대응할 수 있는 기반을 갖추고 있다. 다만 접근성 기준, 보안 요건, 인증 요구가 강화될 경우 추가 개발비와 인증 대응 비용이 발생할 수 있으며, 공공 조달 시장의 특성상 예산 편성 및 발주 시점에 따른 매출 변동성은 관리가 필요하다.

경제적 측면에서는 인건비 상승, 매장 운영비 절감 수요, 소자본 점포 증가, 무인점포 확산이 동사에 우호적인 요인으로 작용한다. 외식·유통업체는 주문·결제 업무를 자동화해 인력 의존도를 낮추고 고객 대기시간을 줄이려는 수요가 있으며, 이는 동사의 사업 기회로 연결된다. 반면 범용 키오스크 시장은 진입장벽이 낮아 가격 경쟁이 심화될 수 있고, 동사의 고객 맞춤형·다품종 소량생산 구조는 원가 부담과 납기 관리 부담을 수반한다. 따라서 안정적인 수익성 확보를 위해서는 반복 납품 고객과 유지보수 기반 매출을 확대할 필요가 있다.

사회적 측면에서는 비대면 서비스 선호, 무인화 수용도 확대, 서비스 산업의 운영 효율화 요구가 키오스크 수요를 견인하고 있다. 키오스크는 음식점, 쇼핑몰, 영화관, 병원, 무인점포, 스터디카페, 도서관 등 다양한 서비스 업종으로 확산되고 있으며, 단순 주문·결제 장비에서 산업별 업무 프로세스를 대체·연계하는 자동화 플랫폼으로 진화하고 있다. 다만 고령층, 장애인, 디지털 기기에 익숙하지 않은 사용자는 키오스크 이용에 어려움을 겪을 수 있어 시장 확대의 제약 요인이 존재한다. 이는 동시에 자동높이조절, 음성 안내, 점자·촉각 인터페이스, 직관적 UI 등 접근성 개선 기술을 보유한 동사에는 차별화 기회로 작용할 수 있다.

기술적 측면에서 키오스크 시장은 터치스크린, 결제·인증 모듈, CMS, POS 연동, 원격관리, 데이터 분석, 보안 기능이 결합된 솔루션형 산업으로 고도화되고 있다. 최근에는 음성 인식, 생체 인식, 지능형 인터랙션, 멀티모달 인터페이스 등 사용자 경험을 개선하는 기술의 중요성이 높아지고 있으며, 키오스크는 단순 입력 장치에서 데이터 기반 서비스 플랫폼으로 발전하고 있다. 동사는 하드웨어·소프트웨어 통합 구현, CMS 기반 원격관리, 결제·POS 연동, 자동높이조절 및 배리어프리 기능, 스마트미러 기반 체험형 인터페이스 등을 보유하고 있어 고객 맞춤형 시장 대응에 강점이 있다. 다만 AI 기반 대화형 키오스크, 클라우드 운영관리, 보안 솔루션 등 경쟁 기술이 빠르게 확대되고 있어 지속적인 연구개발과 제품 표준화가 요구된다.

[그림 6] PEST 분석



자료: 서울평가정보(주)

IV. 재무분석

키오스크 중심 매출 회복되었으나, 수익성 적자 지속 중

동사의 3개년 매출액은 2023년 31.4억 원, 2024년 19.2억 원, 2025년 22.5억 원으로, 2025년 주요 제품 매출 회복을 바탕으로 외형이 반등하였다. 수익성 측면에서, 영업손실과 순손실은 지속되었으나, 2025년 원가율과 판관비율이 완화되며 손실 폭은 축소되었다. 자산 측면에서는 차입 및 유상증자로 현금성자산 증가가 나타났음에도 자본총계는 결손 누적으로 인한 자본잠식 상태가 지속되고 있다.

■ 주요 제품 매출 중심으로 외형 일부 회복

동사의 최근 3개년 매출액은 2023년 31.4억 원, 2024년 19.2억 원, 2025년 22.5억 원을 기록하였으며, 2025년에는 전년 대비 17.2% 증가하였다. 주력 제품인 Interaction KIOSK와 Intelligent Digital Signage을 중심으로 매출이 일부 회복된 모습을 나타냈다.

주요 제품별 매출액을 살펴보면, [Intelligent Digital Signage] 매출은 2023년 3.9억 원, 2024년 2.2억 원, 2025년 4.2억 원으로, 판매 수량이 2024년 61건에서 2025년 84건으로 회복되며 증가하였다. [Interaction KIOSK] 매출은 2023년 24.8억 원, 2024년 14.5억 원, 2025년 16.3억 원으로, 3개년 동안 최대 매출 부문으로 유지되었다. [유지보수] 매출은 2023년 2.7억 원, 2024년 2.5억 원, 2025년 2.0억 원으로 감소세가 이어졌다.

동사의 2025년 매출은 Interaction KIOSK의 판매량 회복과 Intelligent Digital Signage의 반등으로 전년 대비 증가하였다. 키오스크 중심의 주력 매출 기반이 유지된다면, 제품매출 중심의 완만한 외형 확대가 이어질 것으로 예상된다.

■ 적자 지속 중이나, 원가율 및 판관비율 개선

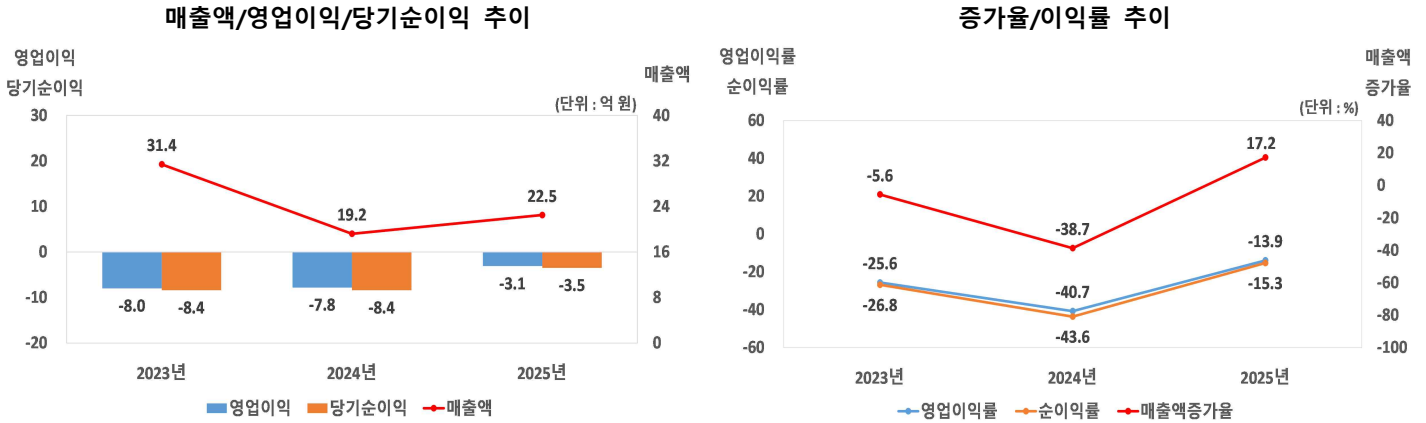
동사는 3개년 동안 영업손실을 기록하였으며, 손실 규모는 2023년 8.0억 원, 2024년 7.8억 원, 2025년 3.1억 원으로 나타났다. 다만, 매출원가율이 2023년 88.1%, 2024년 88.4%에서 2025년 76.3%로 낮아졌고, 판관비율도 2023년 37.5%, 2024년 52.3%에서 2025년 37.6%로 완화되어 영업손실 폭이 축소되었다. 판관비 항목 중에서는 지급수수료가 2024년 1.9억 원에서 2025년 1.5억 원으로 절감되며 비용 부담이 완화되었다.

3년간 당기순손실은 2023년 8.4억 원, 2024년 8.4억 원, 2025년 3.5억 원으로 나타났다. 2025년에도 순손실은 지속되었으나, 영업손실 축소와 함께 순손실 규모는 전년 대비 완화되었다. 이자비용이 3년간 2023년 0.9억 원, 2024년 1.0억 원, 2025년 1.1억 원으로 발생하며, 당기순손실의 주요 부담 요인이었으나, 영업손실 축소와 더불어 2025년 정부보조금 0.2억 원 등 발생으로 인해 2025년 순손실 폭이 줄어든 것으로 파악된다.

2025년 동사의 수익성 지표는 판관비 감소를 통한 영업손실 축소로 일부 회복세를 보였다. 그러나 여전히 적자 지속 중이며, 외부자금 차입으로 인한 영업외비용 부담이 순손실에 계속 반영되고 있어 추가적인 외형 확대가 필요한 것으로 보인다. 향후 수익성은 주요 제품매출 회복 지속 여부, 원가율 안정, 판관비 관리의 병행 여부에 좌우될 것으로 판단된다.

[그림 7] 동사 연간 요약 포괄손익계산서 분석

(단위 : 억 원, % K-GAAP 별도 기준)



자료: 동사 사업보고서(2026.03), 서울평가정보(주) 재구성

■ 유상증자 등 자본 확충 노력에도, 완전자본잠식 지속

동사의 3년간 자산총계는 2023년 4.9억 원, 2024년 4.4억 원, 2025년 7.4억 원으로 2025년에는 전년 대비 증가하였다. 현금및현금성자산은 2023년 0.1억 원, 2024년 0.0억 원에서 2025년 2.7억 원으로 증가하였으며, 2025년에는 차입 및 유상증자로 인한 현금 유입으로 유동성이 일시적으로 보완되었다. 유동비율은 2023년 11.7%, 2024년 14.3%, 2025년 31.9%로 개선되었으나, 유동성이 충분하다고 보기는 어려운 상태이다.

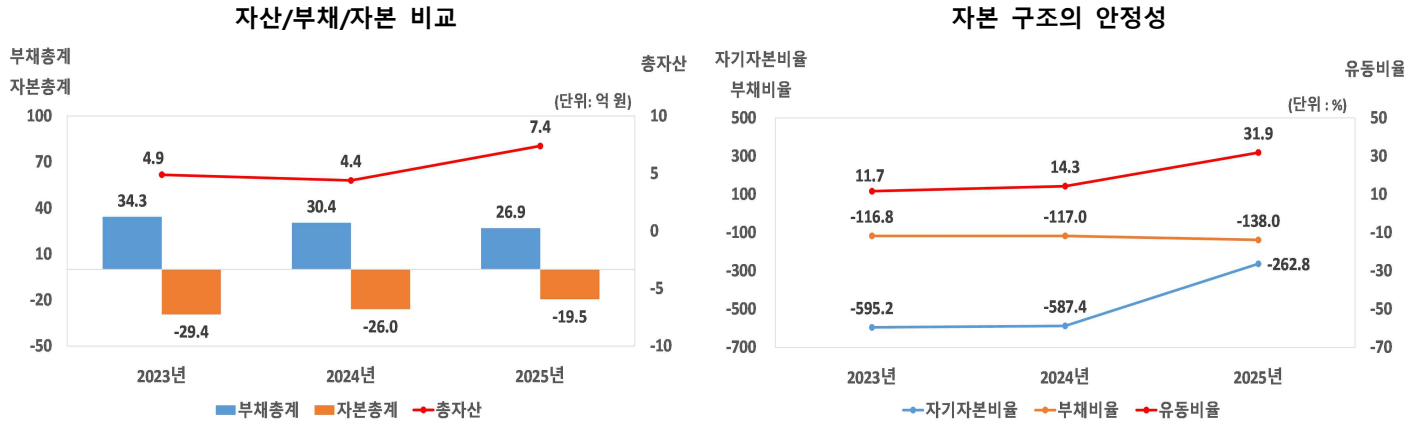
부채총계는 2023년 34.3억 원, 2024년 30.4억 원, 2025년 26.9억 원으로 감소하였다. 유동부채는 2023년 28.7억 원, 2024년 25.2억 원, 2025년 19.7억 원으로 줄어 단기 상환 부담은 일부 완화되었다. 다만 금융부채 부담은 여전히 존재하는 것으로 판단된다. 2025년 기준 단기차입금 13.0억 원과 장기차입금 1.0억 원이 존재하며, 2025년 9월에는 발행금액 2.0억 원의 전환사채가 발행되며 외부자금조달이 이루어졌다.

자본 측면에서는 결손이 누적되며 완전자본잠식 상태가 지속되고 있다. 당기순손실 지속으로 누적결손금은 2024년 84.9억 원에서 2025년 88.3억 원으로 확대되었다. 그러나, 2025년에는 유상증자 9.5억 원과 전환권대가 0.4억 원이 반영되면서 자본잠식 폭은 전년 대비 축소되었다.

동사는 2025년 기준 현금및현금성자산 증가, 유동부채 감소, 유상증자에 따른 자본 보강으로 전년 대비 일부 재무지표가 개선되었다. 그러나 부채총계가 자산총계를 상회하고 있으며, 완전자본잠식 상태가 지속되고 있다. 재무구조 개선을 위해서는 매출 확대에 따른 영업손실 축소, 영업현금흐름 개선, 추가 자본확충을 통한 완전자본잠식 해소가 필요할 것으로 판단된다.

[그림 8] 동사 연간 요약 재무상태표 분석

(단위 : 억 원, % K-GAAP 별도 기준)



자료: 동사 사업보고서(2026.03), 서울평가정보(주) 재구성

[표 4] 동사 연간 요약 재무제표

(단위 : 억 원, % K-GAAP 별도 기준)

항목	2023년	2024년	2025년
매출액	31.4	19.2	22.5
매출액증가율(%)	-5.6	-38.7	17.2
영업이익	-8.0	-7.8	-3.1
영업이익률(%)	-25.6	-40.7	-13.9
순이익	-8.4	-8.4	-3.5
순이익률(%)	-26.8	-43.6	-15.3
부채총계	34.3	30.4	26.9
자본총계	-29.4	-26.0	-19.5
총자산	4.9	4.4	7.4
유동비율(%)	11.7	14.3	31.9
부채비율(%)	-116.8	-117.0	-138.0
자기자본비율(%)	-595.2	-587.4	-262.8
영업현금흐름	-3.3	-11.7	-6.6
투자현금흐름	-1.0	-0.7	-0.7
재무현금흐름	4.1	12.3	9.9
기말현금	0.1	0.0	2.7

자료: 동사 사업보고서(2026.03), 서울평가정보(주) 재구성

■ 동사 실적 전망

Interaction KIOSK 부문이 향후 실적 회복의 핵심 축으로 판단된다. 해당 부문 매출은 2023년 24.8억 원에서 2024년 14.5억 원으로 크게 감소했으나 2025년 16.3억 원으로 증가하였고, 2026년에는 18.2억 원으로 회복이 예상된다. Interaction KIOSK는 무인결제, 무인발권, 정보안내, 자동높이조절, 배리어프리 키오스크 등 동사의 주력 제품군을 포함하고 있어 외식·유통·공공·의료·도서관 등 전방 산업의 무인화 및 접근성 강화 수요와 직접적으로 연결된다. 이에 따라 향후 실적 개선 여부는 동사가 공공·유통 특화 키오스크 수주를 확대하고, 고객 맞춤형 제품을 반복 납품 구조로 전환할 수 있는지에 좌우될 것으로 판단된다.

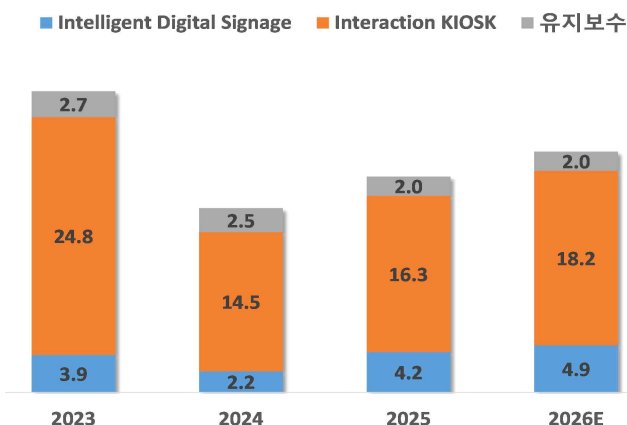
Intelligent Digital Signage 부문은 2024년 2.2억 원까지 감소한 뒤 2025년 4.2억 원으로 회복하였고, 2026년 4.9억 원으로 회복세를 이어갈 전망이다. 해당 부문은 CMS 기반 원격관리, 콘텐츠 관리, 정보안내, 광고·홍보용 디스플레이 수요와 연결되며, 키오스크와 함께 공공기관·상업시설·유통매장 내 디지털 전환 수요에 대응할 수 있는 보조 성장 사업으로 판단된다. 다만 전체 매출에서 차지하는 비중은 Interaction KIOSK보다 낮아, 단독 성장동력보다는 키오스크 사업과 결합된 패키지형 공급 또는 현장 맞춤형 디지털 미디어 구축 수요를 통해 실적 기여도를 높일 필요가 있다.

유지보수 부문은 2023년 2.7억 원에서 2024년 2.5억 원, 2025년 2.0억 원으로 감소했으며, 2026년에도 2.0억 원 수준이 예상된다. 유지보수 매출은 장비 판매 이후 안정적인 반복 매출로 연결될 수 있는 사업이지만, 최근 흐름상 매출 확대보다는 기존 설치 장비 기반의 제한적 수익원에 머물러 있는 것으로 보인다. 향후 동사가 키오스크와 디지털 사이니지 설치 대수를 늘리고, 원격관리·정기점검·소프트웨어 업데이트·장애 대응 서비스를 패키지화할 경우 유지보수 부문은 실적 안정성을 높이는 역할을 할 수 있다.

동사는 향후 키오스크 부문 중심의 회복세를 기반으로 점진적인 매출 개선이 예상된다. 2026년에는 매출이 전년 대비 증가할 것으로 보이나, 단발성 프로젝트 수주에 의존하는 구조를 완화하고, 공공·유통·의료 등 산업별 특화 제품의 반복 납품 기반을 확대해야 한다. 특히 배리어프리, 자동높이조절, 공공기관용 정보안내 키오스크 등 차별화 제품군은 시장 수요와 정책 방향에 부합하는 기회 요인으로 판단된다. 반면 고객 맞춤형 프로젝트 중심의 사업 구조, 범용 키오스크 시장의 가격 경쟁, 공공 발주 시점 변동, 유지보수 매출 정체는 향후 실적 변동성을 높일 수 있는 요인이다. 따라서 동사의 실적 개선은 매출 규모 확대뿐 아니라 제품 표준화, 수익성 관리, 유지보수·소프트웨어 기반 반복 매출 확보 여부에 따라 결정될 것으로 판단된다.

[그림 9] 동사 연간 실적 전망

(단위 : 억 원, K-GAAP 별도 기준)



품목	2023	2024	2025	2026E
Intelligent Digital Signage	3.9	2.2	4.2	4.9
Interaction KIOSK	24.8	14.5	16.3	18.2
유지보수	2.7	2.5	2.0	2.0
합계	31.4	19.2	22.5	25.1

자료: 동사 사업보고서(2026.03), 서울평가정보(주) 재구성

V. 주요 변동사항 및 향후 전망

반복 수주와 유지보수 서비스 수익화가 실적 개선의 핵심 변수로 작용할 전망

최근 유상증자를 통한 자본 확충, 최대주주 변경 등 재무·지배구조 측면의 변화가 있었다. 향후에는 무인화 확산, 접근성 강화, 공공서비스 디지털 전환 흐름을 바탕으로 배리어프리·자동높이조절 키오스크, 공공·유통 특화 단말, 디지털 사이니지 연계 솔루션에서 성장 기회가 존재한다. 다만 범용 키오스크 시장의 가격 경쟁, 고객 맞춤형 프로젝트 구조에 따른 실적 변동성, 누적 재무 부담, 소송 리스크는 부담 요인으로 남아 있다.

■ 최근 변동사항

재무구조 측면에서 유상증자를 통해 자본이 확충되어 2025년 말 자본금은 61.6억 원으로 2024년 말 52.1억 원 대비 증가했고, 발행주식총수도 1,041만 주에서 1,231만 주로 확대되었다. 이에 따라 현금및현금성자산은 2024년 말 0.4억 원 미만에서 2025년 말 2.7억 원 수준으로 증가했으며, 유동자산도 3.6억 원에서 6.3억 원으로 확대되었다. 그러나 결손금은 누적되어 있고 자본총계는 여전히 마이너스 상태이므로, 자금조달을 통한 유동성 보강에도 불구하고 재무 안정성은 지속적으로 점검할 필요가 있다.

기존에 진행 중이던 디자인권 침해금지청구 및 등록무효 관련 소송 외에, 2025년 말에는 스마트스코어와의 계약해제 및 원상회복 청구, 채권가압류 등이 추가로 확인된다. 현재 1심이 진행 중으로 소송 결과는 예측하기 어렵지만, 동사의 사업 규모를 고려할 때 권리분쟁 및 계약 관련 소송은 재무 부담과 영업 신뢰도 측면에서 관리가 필요한 요인이다.

■ 향후 전망

동사의 실적은 Interaction KIOSK 중심의 회복 여부에 좌우될 것으로 판단되고, 키오스크 산업의 성장 방향성은 긍정적이다. 더불어 접근성 관련 제도 변화와 디지털 취약계층 보호 요구는 우호적인 사업 환경을 형성할 수 있다. 키오스크가 공공기관과 민간 서비스 현장 전반으로 확산되면서 장애인, 고령자 등 다양한 이용자가 불편 없이 사용할 수 있는 설계 역량이 중요한 평가 기준으로 부상하고 있다. 동사는 자동높이조절 기능과 배리어프리 키오스크 제품군을 기반으로 이러한 수요에 대응할 수 있으며, 공공·관공서 분야 납품 경험을 보유하고 있다는 점에서 접근성 중심의 시장 변화에 따른 수혜 가능성이 있는 것으로 판단된다.

다만 동사의 성장 경로에는 몇 가지 제약 요인이 존재한다. 국내 키오스크 시장은 범용 제품을 중심으로 신규 진입이 비교적 용이해 단가 경쟁이 발생할 가능성이 높으며, 고객별 요구사항에 맞춰 제품을 설계·생산하는 동사의 사업 구조는 수주 규모와 납품 조건에 따라 원가율과 매출 인식 시점이 달라질 수 있다. 2025년에는 손실 폭이 줄어드는 개선 흐름이 나타났으나, 아직 안정적인 이익 창출 단계에 진입한 것은 아니므로 외형 성장과 함께 제품 표준화, 제조 효율화, 유지보수 및 소프트웨어 기반 반복 매출 확대가 병행될 필요가 있다.

종합하면 동사는 2024년 부진 이후 2025년에 매출 회복과 손익 개선의 방향성을 보이며 일정 수준의 회복 기반을 확보한 것으로 판단된다. 향후 성장 여지는 배리어프리·자동높이조절 키오스크, 공공·유통 맞춤형 단말, 디지털 사이니지 연계 솔루션에서 찾을 수 있다. 그러나 누적된 재무 부담, 권리·계약 관련 분쟁 가능성, 프로젝트형 수주 구조에 따른 실적 변동성은 여전히 관리해야 할 과제다. 따라서 동사의 중장기 전망은 시장 확대 흐름 자체보다 차별화 제품의 반복 납품, 원격관리·유지보수 서비스의 수익화, 재무 및 소송 리스크 완화 여부에 따라 결정될 것으로 판단된다.

엘리비전(276240)

증권사 투자 의견

작성기관	투자 의견	목표주가	작성일
N/A	-	-	-

시장 정보 (주가 및 거래량)



자료: 네이버증권(2026.05.12)

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~제3조의7

기업명	투자주의종목	투자경고종목	투자위험종목
엘리비전	O	X	X

* 2026년 2월 23일 매매관여과다종목 사유로 투자주의종목으로 지정된 바 있음.