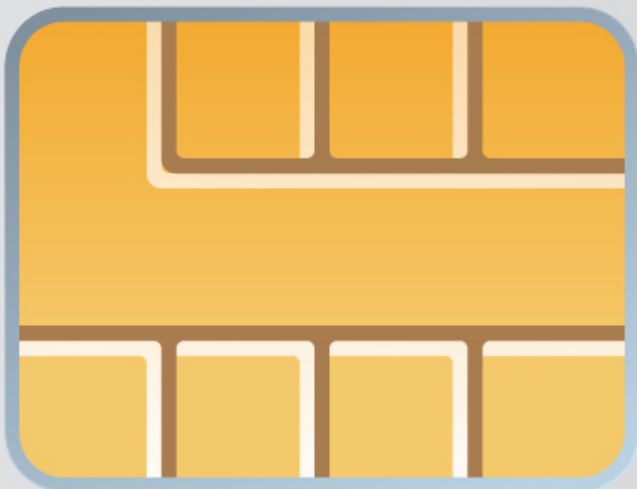


# 국민홈쇼핑 사업권 획득을 위한 투자 제안

2013년 8월



국민홈쇼핑 창립 준비법인 주식회사 케이커머스

케이커머스 주식회사는 제7의 TV홈쇼핑 사업권 승인을 받아내기 위한 프로젝트를 진행 중입니다.

이 사업권의 승인을 받아내기 위해서는 사회적 합의와 명분 여론 등이 절대적으로 중요합니다. 따라서 다수의 소비자커뮤니티와 20여 개 언론사들이 참여한 국민장터 설립 준비위원회가 승인 획득을 위해 전면에 나서게 됩니다. 케이커머스는 이 작업에 소요되는 자본을 조달하고 향후 국민홈쇼핑 컨소시엄을 주도하여 사업권을 받아내는 실무적 법인으로 기능합니다. 케이커머스는 이런 필요성에 따라 다음과 같이 투자를 제안드립니다.

## 제안 사항

- 국민홈쇼핑 사업권 획득을 위한 준비작업에 소요될 자본 20억원 중에서 10억원을 9월초에 1차로 유치합니다. 투자유치 목표액 10억원 중 전액 또는 일부의 투자를 제안드립니다.
  - 투자는 케이커머스(자본금 3억3650만원)에 증자 하는 방안 또는 별도의 방안을 협의할 수 있습니다.
- 케이커머스는 홈쇼핑 준비법인인 동시에 지자체연합채널(내고향TV)의 운영법인을 겸할 계획입니다. 내고향TV는 홈쇼핑 승인을 받아내는데 결정적으로 기여하는 것은 물론 투자자들에게 원금 손실 리스크를 줄여줄 수 있을 것으로 판단하여 동시 추진하는 것입니다. (법인명도 내고향TV로 개명 검토)

## 기대이익

- 투자자에게는 국민홈쇼핑 컨소시엄의 주식매수권을 제공합니다. 주식매수권의 규모는 별도 협의합니다.
- 홈쇼핑 승인 시의 투자수익은 매우 높은 것으로 인식되는데 첨부한 홈쇼핑 사업성 관련자료를 참고하시기 바랍니다.
  - 홈쇼핑 출자금은 승인 획득 이후 납입하는 것이므로 리스크가 전혀 없습니다.

# 내고향TV 사업계획서

2013년 8월

주식회사 케이커머스



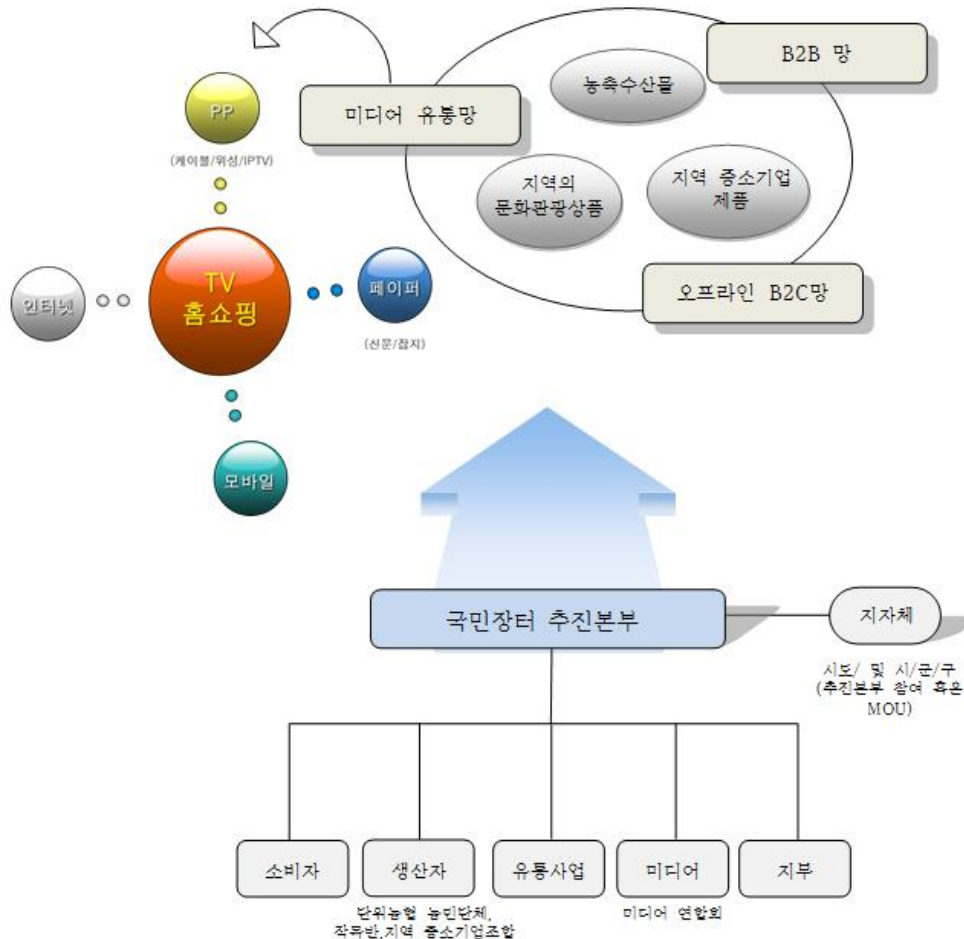
## CONTENTS

I. 추진배경 .....	5
II. 사업의 개요 .....	8
III. 방송운용계획 .....	15
IV. 유통사업 운영계획 .....	16
V. 부가사업 계획 .....	17
VI. 조직 및 인력계획 .....	18
VII. 추정 재무계획 .....	19

# I. 추진 배경

## 1. 국민장터 구조도

‘국민장터’ 중 ‘TV홈쇼핑(국민홈쇼핑)’은 유통구조 혁신에 기여할 핵심적인 장터



### ● 국민장터란?

- 소액·다수의 국민주주가 참여하는 온&오프 마켓. 유통단계 간소화로 농어민·소상공인·중소기업과 소비자의 이익 극대화 추구

- 소싱 상품을 해당 플랫폼들을 통해 동시에 판매하는 원소스 멀티마켓 (미디어 + 온라인 + 오프라인 + 해외) 방식의 유통사업

● 국민장터의 유통 플랫폼 (판매 망)은 TV홈쇼핑, 참여언론사들의 홈페이지, 인터넷/모바일 커머스 소비자 커뮤니티 (백만 소비자 네트워크), 공정소비 협동조합, 흥대앞 사업자 협동 조합, 해외 네트워크, 지자체 연합 마케팅채널(내고향TV)로 구성

● TV홈쇼핑은 국민장터 매출의 90% 이상 차지하는 핵심 장터

내고향TV는 지자체의 홍보마케팅 채널임. 지자체는 적은 비용으로 지역 홍보 및 마케팅을 수행할 수 있음.

# I. 추진 배경

## 2. 국민장터의 유통플랫폼

소비자커뮤니티 (백만소비자네트워크)	<ul style="list-style-type: none"> <li>인터넷 커뮤니티 중심으로 합계회원 1천만 목표로 네트워킹하고 소싱한 상품의 홍보/판매 창구로 활용</li> <li>현재 10개 커뮤니티 약55만명 네트워킹</li> </ul>
공정소비 협동조합	<ul style="list-style-type: none"> <li>백소넷 중 적극적인 소비자들을 소비자 구매협동조합으로 조직</li> <li>2013년 8월19일 신고필증 교부받음</li> <li>연말까지 5만 조합원 확보 목표(출자금 1만원)</li> <li>조합원은 국민홈쇼핑의 국민주주로 참여할 권리를 가짐 (1인당 1백만원 상한)</li> </ul>
홍대앞 사업자 협동조합	<ul style="list-style-type: none"> <li>홍대앞의 1천여 업소들의 협동조합 설립 추진 (9월 설립 목표)</li> <li>약 10만명의 소비자 구매력 확보 (업소 당 평균 고객 1백명)</li> <li>홍대앞 협동조합 모델로 타 지역의 협동조합 설립 지원 및 네트워킹</li> </ul>
해외 네트워크	<ul style="list-style-type: none"> <li>해외 교민 및 현지인들이 이용하는 마트(월마트 등) 대상으로 국내상품 공급</li> <li>해당 판매 중개할 국민장터 해외지부 조직 중</li> <li>미주지부 모델로 유럽 중국 일본 등 지부 설립 추진</li> </ul>
국민장터 참여언론사들의 홈페이지	<ul style="list-style-type: none"> <li>한국일보 뉴시스 서울경제 국제신문 영남일보 등 전국의 20여개 언론사가 국민장터 준비위에 참여 중</li> <li>해당 언론사 홈페이지에 배너 링크 방식으로 소싱한 상품 판매</li> </ul>
지자체 연합 마케팅채널 (내고향TV)	<ul style="list-style-type: none"> <li>지자체들이 공동으로 방송시간을 활용하는 PP 설립 추진 중(12월 런칭 목표)</li> <li>케이블 IPTV 위성방송 통해 대략 1천만 가시청가구에 송출</li> <li>소싱한 상품의 소개 및 광고시간 활용한 판매 방식</li> <li>실제 판매효과보다는 지자체 및 지역 생산자들의 네트워킹, 여타 국민장터 판매망및 지자체의 홍보에 효과</li> </ul>
인터넷/모바일 커머스	<ul style="list-style-type: none"> <li>인터넷 쇼핑몰 및 모바일 쇼핑몰</li> <li>내고향TV 런칭 시점에서 동시 오픈 목표</li> </ul>
국민홈쇼핑TV	<ul style="list-style-type: none"> <li>정부당국의 승인받아 제7의 TV홈쇼핑 추진</li> <li>2014년 초 승인 확보, 연말 런칭 목표</li> <li>총 자본금은 1천억원 예상</li> </ul>

# I. 추진 배경

## 3. 국민장터의 유통사업 운영방식

### 원소스 멀티마켓

- 국민장터는 소싱 상품을 해당 플랫폼들을 통해 동시에 판매하는 원소스 멀티마켓 방식 (미디어+온라인+오프라인+해외)
- TV홈쇼핑은 초기에는 매출 비중이 가장 높을 것이지만 점차 타 플랫폼의 매출비중이 높아지는 유통구조
- 내고향TV와 참여언론사들의 홈페이지는 상품 및 생산자에 대한 스토리텔링도 담당
- 소비자네트워크와 공정소비 협동조합은 국민장터의 충성고객집단을 형성하여 사업 안정성 담보

## 4. 국민장터의 유통사업 담당조직

- 이상의 플랫폼(판매망)을 활용하여 유통사업을 수행할 전문조직 구축(또는 제휴/합작)
- 해당 유통사업 담당조직은 내고향TV 런칭 시점인 올해말에 TV홈쇼핑을 제외한 유통사업 착수
- 해당 유통조직은 TV홈쇼핑 승인 획득하여 런칭할 경우 TV홈쇼핑 컨소시엄과 통합하거나 매각할 수 있음



# I. 추진 배경

## 5. TV홈쇼핑 승인획득 계획

### TV홈쇼핑 개요

- 소비자들이 국민주주로 참여하고 지역의 농어민 소상공인 중소기업 상품을 집중 취급하는 지역연합 국민홈쇼핑
- 정부당국의 승인이 필요한 인허가 채널(CJ 현대 GS 롯데 농수산 홈앤쇼핑에 이은 제7의 TV홈쇼핑)
- 방송시간의 절반은 우리 먹거리를 집중 취급하는 공익홈쇼핑 타임으로 운영
- 소비자네트워크 및 공정소비 협동조합이 충성고객집단으로 기능하여 홈쇼핑의 사업성 담보
- 필요 자본금 1천억 예상(홈앤쇼핑 규모)이며 1대주주 보유상한은 30%

#### 기존 추진 성과

- 국민홈쇼핑 추진실무 담당할 SPC 설립(3월15일. 케이커머스 주식회사)
- 9월 초 소비자커뮤니티들과 전국의 언론사들이 참여한 국민장터 설립 준비위원회 구성
- 경상북도 전라남도의 국민장터 설립운영에 관한 협력의향서 확보
- 소비자들의 공정소비 협동조합 설립(8월19일) 및 백만소비자네트워크 구축 중

#### 향후 추진계획

- 9월 국민장터 준비위 공식 출범
- 9월 국민홈쇼핑 준비법인 겸 지자체 연합PP <내고향TV> 설립
- 9~11월 국민홈쇼핑 승인 확보를 위한 대정부 협의
- 12월 내고향TV 및 국민장터 유통사업 런칭
- 2014년 2월 국민홈쇼핑 승인 확보 목표
- 2014년 하반기 국민홈쇼핑 런칭





## II. 사업의 개요

### 1. 사업의 정의

#### 1) 사업의 정의

통합적 국민장터 프로젝트 중  
우선 사업

지역연합 TV홈쇼핑 사업권을  
받아내기 위한  
인허가 획득 프로젝트

PP+인터넷+모바일+  
소비자커뮤니티+해외네트워크를  
결합한 유통사업

(국민장터는 이들을 활용한 공동구매 등으로 구성됨)

#### 2) 사업의 유형

##### 유통사업

PP+인터넷+모바일+소비자  
커뮤니티+해외네트워크를  
활용한 원소스 멀티마켓 서비스

+

##### 방송채널사용사업 (PP사업)

- 분야 : 지자체 연합 홍보마케팅
- 케이블/위성/IPTV를 통해 송출

## II. 사업의 개요

### 1. 사업의 정의

운영형태	각 지자체 및 지역 생산자들이 방송시간을 나눠 사용하는 사실상의 타임셰어 방식의 지역연합TV	
방송내용	지역의 생산물과 문화관광자원을 집중 소개	
비즈니스모델	유통	PP + 인터넷 + 스마트폰 + 소비자커뮤니티 + 해외 네트워크 등을 통해 농어민 소상공인 중소기업의 생산물과 지역 문화관광자원 판매
	영상아카이브	각 지자체의 영상자료 관리
	교육/컨설팅	각 지자체 및 지역주민 대상의 멀티미디어 교육 컨설팅
	광고	
발전방안	농어민 등 지역사회 전용의 TV홈쇼핑으로 발전 (또는 TV홈쇼핑의 주요 주주)	



## II. 사업의 개요

### 2. 사업의 목적 및 필요성

#### 지역의 농어민 소상공인 중소기업의 판로 확대

- 인구 밀집한 수도권 등 전국을 대상으로 지역의 생산물과 관광자원 등을 알릴 수 있는 창구
- 전국 단위 PP를 활용하여 저비용 고효율의 유통경로 확보
- 내고향TV와 연계하여 추진되는 국민장터의 인터넷 모바일 소비자커뮤니티를 통한 판매기회 확보

#### 지자체들의 전국 대상 홍보마케팅 채널

- 전국민을 대상으로 한 지역특산물, 문화관광자원, 지역축제 홍보는 지자체들의 중요 업무
- 지자체들이 방송시간을 배정받음으로써 전국 단위 홍보마케팅을 확보

#### 지역연합 TV홈쇼핑의 전초단계

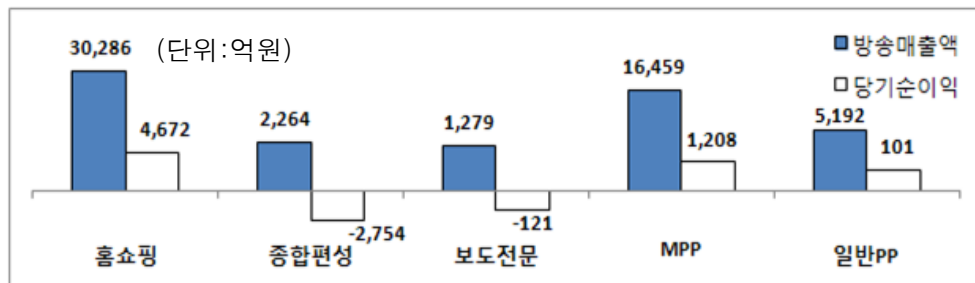
- 내고향TV 운영과정에서 TV홈쇼핑 운영을 위한 생산자 유통사 소비자 등을 점검
- 내고향TV는 TV홈쇼핑의 경영권에 참여하는 주요 주주가 되는 것을 목표로 함

## II. 사업의 개요

### 3. 시장환경

#### 1) PP사업

- 2012년도 PP의 방송매출은 전년 대비 8,857억원(19.0%) 증가한 5조 5,480억원이며 당기순이익은 3,161억원 감소한 3,106억원



(출처. 2012년 방송사업자 재산상황 개요, 방송통신위원회)

- PP 유형별 매출은 전년 대비 모두 증가하였으며 특히 종편PP의 매출 증가로 홈쇼핑 및 MPP의 점유율은 소폭 감소  
(단위: 억원)

구 분	2011		2012		증 감	
	매출액	점유율	매출액	점유율	매출액	증감률
홈쇼핑	25,748	55.20%	30,286	54.60%	4,538	17.60%
종합편성	846	1.80%	2,264	4.10%	1,418	167.60%
보도전문	1,022	2.20%	1,279	2.30%	257	25.10%
MPP	14,342	30.80%	16,459	29.70%	2,117	14.80%
일반PP	4,665	10.00%	5,192	9.40%	527	11.30%
합 계	46,623	100.00%	55,480	100.00%	8,857	19.00%

(출처. 2012년 방송산업실태조사보고서)

## II. 사업의 개요

### 3. 시장환경

#### 1) PP사업

- 복수의 PP를 보유한 MPP 사업자 이외의 독립PP는 사업성이 낮음
- 독립PP로는 연매출 20억 전후의 규모로 생존은 가능하나 발전성이 없음
- 따라서 내고향TV는 지자체의 홍보마케팅툴 및 소비자 등의 네트워킹 매개체로 활용하고, 이를 기반으로 인터넷 모바일 소비자 커뮤니티 등을 통해 유통사업을 전개하는 사업구조임

[참고] 주요MPP 방송사업 수익 및 점유율 현황

지배주주	채널수		방송사업수익(억원)		점유율	
	2010년	2011년	2010년	2011년	2010년	2011년
씨제이 <sup>1)</sup>	31	25	4,762	5,620	26.5%	26.2%
SBS	9	11	2,960	4,155	16.5%	19.4%
MBC	6	6	1,817	2,022	10.1%	9.4%
KBS	4	5	1,254	1,382	7.0%	6.5%
주요MPP 방송사업수익			10,793	13,179	60.0%	61.5%
PP 방송사업수익 <sup>2)</sup>			17,986	21,428	100.0%	100.0%

## II. 사업의 개요

### 3. 시장환경

#### 2) TV홈쇼핑 사업

- 2012년 **홈쇼핑방송매출**은 홈쇼핑시장 활성화 및 신규 홈쇼핑PP(홈앤쇼핑) 등장으로 인해 **4,462억원(17.4%) 증가한 3조 159억원**
- 2012년도 홈쇼핑PP의 매출은 씨제이오쇼핑(7,964억원), 지에스홈쇼핑(7,105억원), 현대홈쇼핑(5,633억원), 우리홈쇼핑(5,265억원) 順.

(단위:억원)

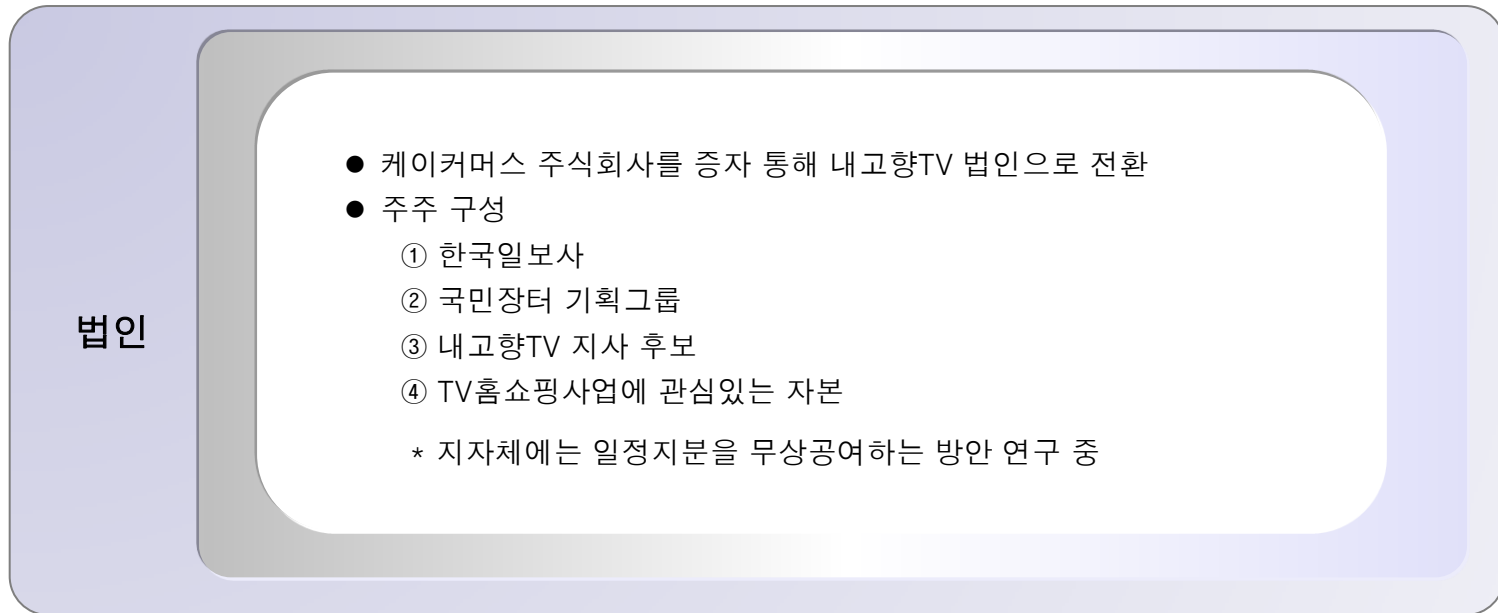
구 분	2011		2012		증 감	
	매출액	점유율	매출액	점유율	매출액	증감률
(주)씨제이오쇼핑	6,426	25.00%	7,964	26.30%	1,538	23.90%
(주)지에스홈쇼핑	6,508	25.30%	7,105	23.50%	597	9.20%
(주)현대홈쇼핑	5,426	21.10%	5,633	18.60%	207	3.80%
(주)우리홈쇼핑	5,034	19.60%	5,265	17.40%	231	4.60%
(주)엔에스홈쇼핑	2,313	9.00%	2,302	7.60%	-11	-0.50%
(주)홈앤쇼핑	41	0.20%	2,017	6.70%	1,976	4819.50%
합 계	25,748	100.00%	30,286	100.00%	4,538	17.60%

(출처. 2012년 방송사업자 재산상황 공표집, 방송통신위원회)

- 현재 CJ GS 현대 우리(롯데) NS(농수산) 홈앤쇼핑(중소기업) 등 6개 TV홈쇼핑 사업자 영업 중이며 이들 모두 상당한 실적을 올리고 있음
- TV홈쇼핑 시장 역시 연 10% 이상의 꾸준한 성장세를 보이고 있음
- 그러나 스마트폰 등 새로운 플랫폼이 급속 확산되는데 선도적으로 대응하여 업계 주도권을 확보할 필요가 있음

## II. 사업의 개요

### 4. 사업주체



#### 지원 조직

- 국민장터 설립 준비위원회 : 미디어, 소비자, 생산자, 유통사, 해외네트워크 등으로 구성. 국민홈쇼핑 캠페인의 주체
- 공정소비 협동조합 및 백만소비자네트워크 : 소비자들의 조직

### III. 방송운용계획

채널명	내 고향TV(가칭)
공급분야	지역정보교양 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 메인 : 농산어촌의 특산물, 고품질 건강 먹거리 소개</li> <li>- 서브 : 각 지역의 문화관광자원과 축제 및 지자체 활동</li> </ul>
공급유형	텔레비전(케이블, 위성방송, IPTV)
활용 미디어	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 위성방송(스카이라이프) : 약 4백만 가구 (2013 상반기 기준)</li> <li>● IPTV : KT 약420만, SK브로드밴드 약160만, LG 유플러스 125만가구 (2013 상반기 기준)</li> <li>● 디지털 케이블방송 : 약 570만 가구 (2013 상반기기준)</li> <li>● 아날로그 케이블방송 : 약 920만 (2013 상반기 기준)</li> </ul>
커버리지	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 채널 런칭시 : 스카이라이프와 IPTV, 디지털 케이블TV등 연계하여 1천만 가구로 출범</li> <li>● 채널 런칭 1년 내 : 아날로그 케이블방송 3백만 가구와 SK LG IPTV 등 합쳐 총 1500만 가시청 가구 확보</li> <li>● 2차년도 이후 : 지자체들의 적극 참여 바탕으로 전국망 공공채널 지정 추진 (아날로그 케이블 포함한 전국 대부분 가구 커버. 국회방송 국정방송과 같은 자격)</li> </ul>
타겟오디언스	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 메인 : 도시 거주 주부 등 여성층</li> <li>● 서브 : 도시 거주 20~30대 / 도시 거주 구매력있는 노령층 <ul style="list-style-type: none"> <li>- 방송콘텐츠를 스마트폰, 팟캐스트 등으로 송출하여 구매력 높은 20~30대 적극 공략</li> </ul> </li> </ul>
방송개시일	2013년 12월1일(목표)



## IV. 유통사업 운영계획

### ■ 유통사업조직 구성

- ① 국민장터 설립 준비위원회의 유통분과 참여자 중심으로 유통사업 조직 구축
- ② 내고향TV를 포함한 국민장터의 유통사업 전담
- ③ 유통조직에서 소싱한 상품은 내고향TV, 언론사 홈페이지, 모바일, 소비자커뮤니티, 해외커뮤니티를 통해 동시 판매 (one source multi market)

내고향TV를 활용한 인포머셜	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 유통전문업체를 선정하여 총판으로 위촉</li> <li>● 총판은 각 지역 또는 품목별 벤더 선정</li> <li>● 총판은 인포머셜 방송제작, 콜센터 운영, 주문 및 배송 관리 등 모든 유통업무를 총괄</li> <li>● 총판은 판매대금의 일정 비율을 내고향TV에 지급 (매체비 명목)</li> <li>● 총판의 관리권은 내고향TV가 갖도록 하여 품질 유지, 소비자 보호 등을 담보</li> </ul>
소비자커뮤니티를 활용한 판매	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 소비자커뮤니티의 국민장터 참여를 확대하여 회원합계 1천만 확보(현재 약 55만)</li> <li>● 이중 적극적 소비자 중심으로 공정소비협동조합 운영(추후 국민홈쇼핑의 대주주)</li> <li>● 국민장터 유통조직을 통해 소싱한 상품은 소비자커뮤니티 회원에게 직접 홍보하고 판매 유도</li> </ul>
참여 언론사들의 인터넷/모바일을 활용한 판매	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 국민장터 미디어분과에 참여한 20여개 신문사들의 홈페이지에 링크 방식으로 판매</li> <li>● 스마트폰을 활용한 새로운 커머스 기술 개발</li> </ul>
해외네트워드를 활용한 판매	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 미주(미국 캐나다 및 중남미 전역)을 커버하는 국민장터 미주지역본부 설립준비 중</li> <li>● 같은 모델로 유럽, 중국, 일본 지역본부 추진</li> <li>● 국민장터 유통조직에서 소싱한 상품을 해외 교민 및 현지인 대상의 유통망에 공급</li> </ul>

## V. 부가사업 계획

### 1. 지자체 영상아카이브 구축 및 관리

- 각 지자체의 영상자료를 총정리하여 체계적인 DB로 구축함으로써 영상 라이브러리 토대 마련
  - DB의 영상콘텐츠를 지상파TV, 종편TV, 인터넷블로그 등에 적극 제공하여 지자체의 홍보마케팅 효과 극대화
- \* 내고향TV의 영상콘텐츠 품질 제고 및 지자체의 관련 예산 절감을 위해 필수적인 사업

### 2. 지자체 방송영상인력 교육 및 관리

- 각 지자체 및 해당지역 내 방송영상인력에 대한 체계적 교육 진행(문광부 등 협력)
- 내고향TV, 지자체 인터넷방송(또는 IPTV) 등의 영상콘텐츠를 해당 지역에서 자체 제작 가능하도록 수준 제고
- 지상파TV 경력의 PD들의 네트워크를 구축하고 지자체네트워크와 연계시킴으로써 상호 간의 시너지 창출

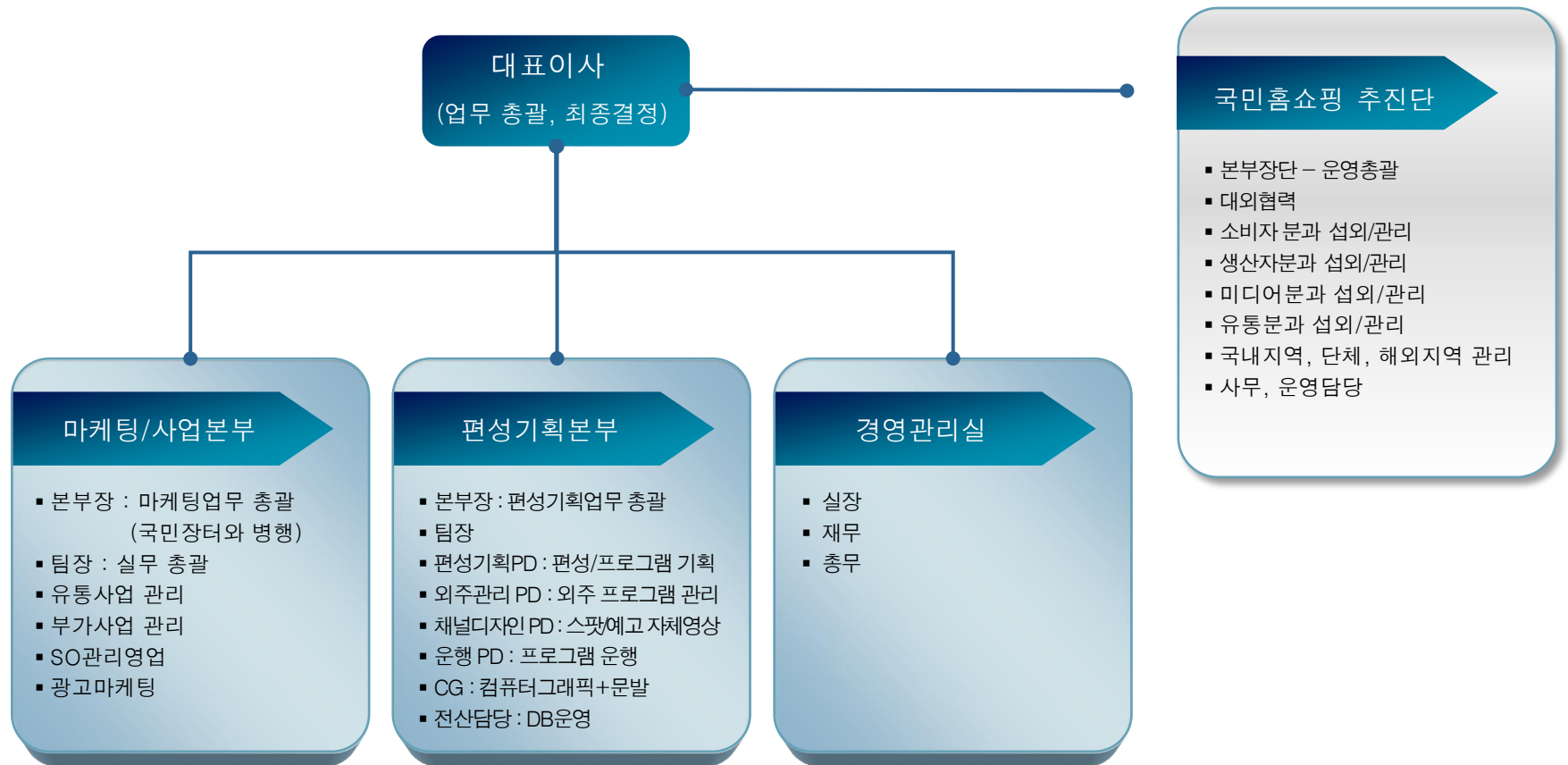
### 3. 지자체 지역마케팅 컨설팅

- 각 지자체가 수도권 및 전국을 대상으로 홍보마케팅을 효율적으로 진행할 수 있도록 컨설팅
- 지역의 중앙언론 접근도, 홍보마케팅 전문성 등을 보완함으로써 효과를 높이도록 함
- 지역의 목소리가 중앙언론과 중앙정부, 정치권에서 소외됨으로써 지역불균형이 심화되는 현상에 대응할 수 있음

## VI. 조직 및 인력계획

### \* 인력운영 기본원칙

- 출판형 방송 시스템으로 인력 구성 (제작 관련 인력은 외부의 독립PD들과 협업)
- 유통사업 인력은 국민장터 유통조직을 최대한 활용하는 아웃소싱 전략



## VII. 추정 재무계획

### ◎ 3개년 추정손익

(단위:원)

항목	2013.9~12	2014	2015	2016
매출	30,000,000	1,610,000,000	2,940,000,000	4,050,000,000
매출원가	582,125,000	1,335,000,000	1,492,500,000	1,650,000,000
매출이익	- 552,125,000	275,000,000	1,447,500,000	2,400,000,000
판매관리비	357,375,000	607,000,000	589,500,000	672,000,000
영업이익	- 909,500,000	- 332,000,000	858,000,000	1,728,000,000
법인세	-	-	-	248,900,000
당기순이익	- 909,500,000	- 332,000,000	858,000,000	1,479,100,000

# 감사합니다

[문의] 김의수 대외협력실장 010-7484-2112 eskim1353@daum.net