

주요 내용

국내 인터넷 업체간 M&A 동향과 시사점

□ M&A 동향 및 배경

- (M&A 동향) 인터넷 선발 업체중 포털 업체와 인터넷 서비스 업체를 중심으로 회원수 확보, 콘텐츠 확보를 위한 인수합병이 나타남
- (배경) 인터넷 서비스 업체의 약점으로 지적받는 수익 기반의 강화, 기업 평가 시 중시되는 미래 가치의 확립 시장 선점 등을 위해 M&A 활용

□ 전망 및 시사점

- (전망) 시장을 선점한 기업을 중심으로 관련 또는 비관련 사업의 M&A가 지속될 것임
- (시사점) 제조업체의 인터넷 비즈니스 진입 전략으로 기존 인터넷 업체의 M&A 또는 자사 사업 분야와 맞는 업체와의 전략적 제휴를 통해 신규 진입에 따른 위험성을 낮출 필요가 있음

- 인터넷 비즈니스의 성장 단계에서는 네트워크화를 통해 자체 커뮤니티를 확대 하고 수익성, 기업가치를 높여야 장기적 생존이 가능함

현안 분석

국내 인터넷 업체간 M&A 동향과 시사점

인터넷 업체간 M&A 동향

- (포털, 서비스 중심 M&A) 최근 회원수 및 콘텐츠 확보 등을 위해 포털, 인터넷 서비스 업체 등 인터넷 업체간 M&A가 활발하게 추진되고 있음
 - 라이코스코리아의 나라비전 인수, 두루넷의 나우콤 인수, 다음커뮤니케이션의 유인커뮤니케이션 인수 등 인터넷 업체간 인수 합병이 이루어짐
 - 인수 합병의 대상은 주로 선발 업체 가운데 대규모 인터넷 회원을 확보한 포털 업체나 풍부한 콘텐츠를 확보한 인터넷 서비스 기업임

< 국내 인터넷 업체의 주요 M&A 사례 >

인수업체/인수대상업체	목적	시기
아이팝콘/엔젤시디	· 연예·오락 사이버 서비스 업체인 아이팝콘이 전자상거래 업체 엔젤시디를 인수	1999. 10
라이코스코리아 / 나라비전	· 깨비메일(무료 이메일 서비스)을 소유한 나라비전을 인수하여 회원 및 서비스 확대	2000. 1
두루넷/나우콤	· 인터넷 서비스 업체인 두루넷에 나우누리의 콘텐츠, 커뮤니티 보강	2000. 1
다음커뮤니케이션 / 유인커뮤니케이션	· 다음의 포털 서비스와 유인의 메이징 서비스 결합으로 회원 확대 및 활용도 증가	2000. 2
새롬기술/네이버컴	· 새롬기술의 글로벌 비즈니스(다이얼패드 사업)와 네이버컴의 포털 비즈니스(검색서비스)의 결합으로 시너지	2000. 3

- (인터넷 업체에 대한 지분 참여) 기존 업체에 대한 인수합병 외에도 후발업체에 대한 지분 참여를 통한 전략적 제휴가 증가함
 - 한글과컴퓨터는 네띠앙, 하늘사랑 등 인터넷 업체에 지분참여를 하고 있으며, 다음커뮤니케이션도 인포뱅크, 오이뮤직 등에 지분을 참여하고 있음
 - 이러한 지분 참여는 위험을 최소화하면서 새로운 사업 분야에 진출하고, 투자에 따른 수익 확보 등을 위한 것임

인터넷 업체간 M&A의 배경

- (수익 기반 강화) 경쟁 격화, 광고 수입의 한계성, 틈새시장의 한계 등 현재의 취약한 수익 기반을 강화하기 위한 전략적 방안으로서 M&A 선택
 - 진입이 자유로운 인터넷 비즈니스의 특성으로 인해 경쟁업체가 증가하면서 수입 기반인 가입 회원수 및 콘텐츠 확보 경쟁이 일어남
 - 또한 인터넷 비즈니스의 성장에도 불구하고 수익 원천은 광고나 쇼핑몰 수입 등으로 한정되어 있어 인터넷 업체도 수익 기반을 강화할 필요성이 제기되고 있음
 - 따라서 회원수 확대를 통한 광고 수익 기반 강화, 기존 서비스 이외에 수익성이 있는 서비스 확대 등 자체의 수익 기반 강화를 위해 M&A 전략 선택
- (미래 가치 향상) 한가지 서비스 만으로는 기업의 미래가치를 높게 유지하기 어려워 경쟁 기업 또는 다른 서비스를 인수해 기업 가치 향상
 - 인터넷 비즈니스에 대한 평가는 당장의 수익보다 미래의 성장성을 중시한다는 속성으로 인해 인터넷 업체들은 미래 가치를 높이는 데 주력함
 - 따라서 같은 분야 경쟁업체 또는 타분야 사업체를 M&A하고, 이를 통해 사업 기반의 강화와 함께 기업 가치를 증대시키는 효과를 기대함
- (시장 선점 전략) 성장 속도가 빠른 인터넷 시장은 시장을 선점한 업체만이 생존 가능하며, 생존 전략으로서 M&A를 활용
 - 인터넷 비즈니스는 성장 속도가 빠르며 선두 업체만 생존한다는 특성으로 인해 시장 점유율 확대 경쟁이 전통 산업보다 치열함
 - 시장점유율을 높이는 방법으로 신규 사업에 투자하기도 하지만, M&A를 활용하면 보다 손쉽게 회원수 확보와 함께 주도권 장악이 가능함
 - 야후의 제프 말레트 사장은 "2000년 말이 되면 야후를 비롯해 마이크로소프트, AOL 등 3개 사가 세계 인터넷 시장을 지배하는 체제가 구축될 것"이라고 함

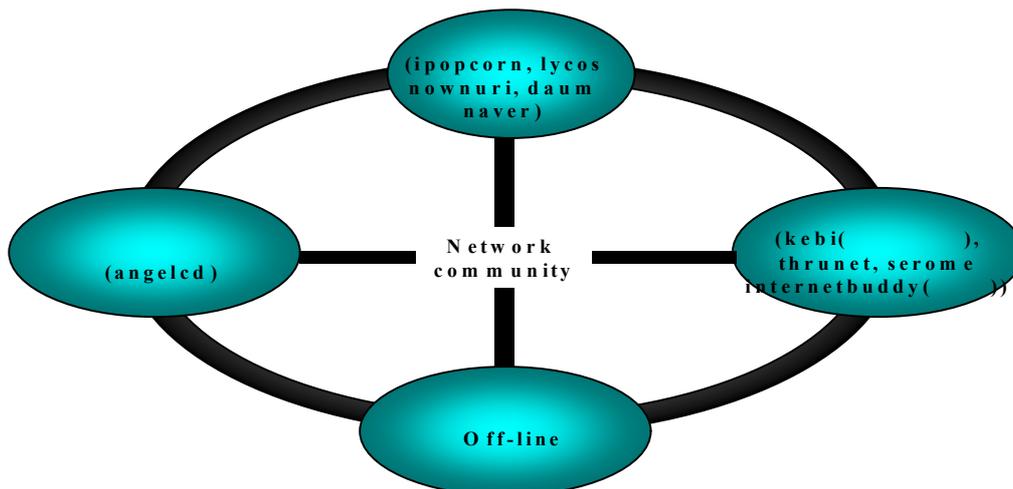
< 주요 업체의 인터넷 기업 투자 >

인터넷 기업	투자 대상 업체
한글과 컴퓨터	· 네띠앙, 하늘사랑, 한소프트네트, 한컴리눅스 등에 투자
다음커뮤니케이션	· 인포뱅크, 오이뮤직, 한국스포츠포털, 머니오케이, 저스트기획, 유아이넷, 투어익스프레스 등에 지분 참여
골드뱅크	· 골드투어, GB캐피탈, 텐커뮤니티, 골드북 등

향후 전망과 시사점

- (전망) 시장을 선점한 인터넷 기업을 중심으로 인터넷 업체간은 물론 off-line 업체를 포함한 인터넷 비즈니스의 M&A가 확대될 전망
 - 국내 인터넷 비즈니스는 98년 이후 시장이 형성되기 시작하였으며, 인터넷 기반 및 이용자 확대를 바탕으로 올해부터 성장 단계에 진입할 것으로 보임
 - 인터넷 비즈니스의 성장 단계에서는 수익과 성장 기반인 회원 규모, 서비스 내용을 확대하여, 고객이 자사 관련 사이트 내에서 장시간 머무르고 다양한 서비스를 이용할 수 있도록 네트워크 커뮤니티를 지향하게 됨
 - 이를 위해 인터넷 선도 업체들을 중심으로 경쟁 기업 및 타분야 사업에 대한 M&A가 확대될 전망이다

< 네트워크 커뮤니티를 지향하는 인터넷 비즈니스 >



- (시사점) 인터넷 비즈니스에 참여를 요구받는 off-line 업체는 인터넷 업체의 M&A, 또는 전략적 제휴를 통해 빠른 진입 효과를 볼 수 있음
 - 인터넷 비즈니스는 포털 서비스, 상거래 등 인터넷 관련 사업뿐만 아니라 생존 전략 차원에서 기존 제조업체(off-line)의 참여도 활발히 이루어지고 있음
 - 제조업체의 인터넷 비즈니스 진입 전략으로 기존 인터넷 업체의 M&A 또는 자사 사업 분야와 맞는 업체와의 전략적 제휴를 통해 신규 진입에 따른 위험성을 낮출 필요가 있음

(신광철 연구위원 kcshin@hri.co.kr ☎ 3669-4036)