

TEKTON INVEST

Global IPO Report

23 Aug 2021

"Doximity (DOCS:NYSE)"

미국 1위 의료 전문 플랫폼

Summary

뉴욕 거래소 상장
시총 17조원
공모가 대비
193% 상승

미국 1위 의료 전문 플랫폼 **Doximity(닥시미티)**가 6월 24일 뉴욕 시장에 상장되었습니다. 사업 확장을 위해 7천억원의 자금을 공모를 통해 조달하였습니다. 주당 26불에 공모가 이루어졌는데 8월 23일 현재 주가는 76.21불로 193%가 상승하였고 시가총액은 16.7조원입니다.

의료 시장
미국 1위
Healthcare
전문 플랫폼

의료 전문 플랫폼에서는 의료 정보 공유, 의료인 구인구직, 제약회사들의 영업, 원격의료 등이 이루어집니다. 세계 최대인 미국 의료 시장규모는 2020년에 약 4천조원으로, 2028년에는 약 7천조원까지 성장할 것으로 예상됩니다. 더욱이 팬데믹 이후 주목받고 있는 **원격의료시장**은 의료 관련 플랫폼기업들의 성장세를 가속시킬 것으로 전망되고 있습니다. 세계 원격의료 시장규모는 2020년 기준 73조원인데 2026년에 560조원까지 급성장할 것으로 예측되고 있습니다. 이에 따라 미국내 원격医료를 제공하는 의료 플랫폼의 성장도 예상됩니다.



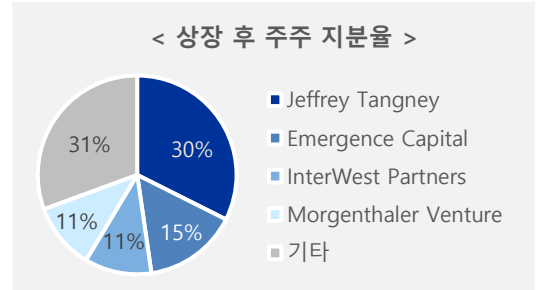
출처: Doximity 투자 설명서

History

초기 설립부터
수익성 안정에
집중하는
Biz Model

닥시미티는 2011년 설립되었습니다. Jeff Tangney(제프 탕그니)와 의사출신 Nate Gross(네이트 그로스)가 공동 창업하였는데, 의료인들 간의 SNS, 구인구직, 커리어 관리, 논문 공유 등의 서비스를 제공해 왔습니다.

일반적인 Startup과 달리 닥시미티는 초기 설립부터 수익성 확보를 최우선으로 하는 안정적인 전략을 취했습니다. 이는 설립자인 제프 탕그니가 창업에 실패한 경험이 많았던 것에 기인합니다. 플랫폼 이용자를 이분화하여 의료인들을 대상으로 광고를 하고 싶어하는 제약회사나 병원에게는 이용료를 받고, 의료인들에게는 무료 서비스를 제공했습니다. 플랫폼에 모인 의료인수가 수익에 필수적이기 때문입니다. 2020년 기준으로 미국 의사의 80%, 의대생의 90%가 닥시미티 이용자로 가입되어 있습니다.



출처: Doximity 투자설명서

Business

압도적 이용자수를
기반으로
급성장세 지속

미국 의사의 80% 이상, 의료인 180만명이라는 압도적인 이용자수를 기반으로 매출이 급성장했습니다. 2021년* 매출은 전년 대비 77%, 순이익은 68% 증가했습니다. 2022년 1분기(2021년 4-6월) 매출은 전년 동기 대비 99%, 순이익은 1,704% 늘어났습니다. B2B 서비스로 인한 매출이 지배적입니다.

USD(천 단위)	2019	2020	2021	1Q21	1Q22
매출액	85,695	116,388	206,897	36,388	72,669
영업이익	6,921	22,163	53,303	2,083	24,875
순이익	7,833	29,737	50,210	1,459	26,322

* 회계연도 3월 기준. 2021년 매출은 2020년 4월부터 2021년 3월까지의 매출을 의미함.

**의료 전문가 전용
실명 SNS
확고한
Lock in 효과**

닥시미티는 의료인이라는 전문가들이 **실명**으로 모여있는 독특한 플랫폼입니다. 이메일, 문자, 팩스 등 회원들 간의 커뮤니케이션 뿐만 아니라 비대면 환자 케어, 최신 연구 및 논문 자료, 커리어 및 교육 이수 프로그램 등을 제공합니다. 모든 서비스가 클라우드 기반이며 모바일로 이루어지기 때문에 의사들은 손쉽게 최신 고급정보를 얻을 수 있고 필요한 서비스를 이용할 수 있습니다. 의료지식들이 기하급수적으로 증가하는 현 시대에 의사들의 최신 정보에 대한 강한 니즈를 닥시미티가 충족시키고 있는 것입니다. 현재 미국내 의료 전문가 전용 SNS로는 닥시미티의 경쟁사가 없습니다.

**Target Marketing
을 통한
광고수익이
주요 매출**

닥시미티 회원들은 가입부터 주요 서비스들을 모두 무료로 이용할 수 있어서 이들에게서는 수익이 발생하지 않습니다. 마케팅, 구인구직, 원격의료의 3가지 수익모델이 있는데, 주요 수익은 **제약사들의 마케팅 비용**에서 발생합니다. 닥시미티의 주요 매출액은 마케팅 솔루션 사업부로부터 나오며 2021년 기준 매출의 80%를 차지하고 있습니다. 의사들이 가장 많이 모여 있는 플랫폼이기 때문에 다른 플랫폼보다 광고료가 높음에도 불구하고 제약회사들은 닥시미티를 통해 Target Marketing을 할 수밖에 없는 것입니다.

**디지털 마케팅이
성장 동력**

통상 제약사들은 신제품이 출시되면 제품 설명회를 열거나 직접 방문을 통해 제품을 설명하는 방식으로 영업을 진행해왔습니다. 하지만 팬데믹으로 원활한 오프라인마케팅이 어려워지자 **비대면 디지털 마케팅**을 적극 활용하였고 닥시미티와 같은 온라인 의료 전문 플랫폼들이 급성장하는 힘이 되었습니다. 현재 디지털 마케팅은 오프라인보다 효율성이 높습니다. 제약사들은 팬데믹 이후에도 디지털 마케팅의 비중을 높여갈 것으로 보입니다. 온라인 의료 전문 플랫폼을 주목해야 하는 이유입니다.

Key Insight

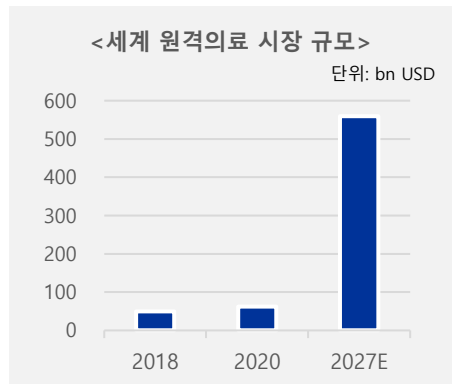
**의료 플랫폼의
확장성 기대**

닥시미티는 플랫폼에 모인 180만명의 의료인을 기반으로 다양한 비즈니스로 확장하고 있고, 성장 잠재력이 큼니다. 최근에는 원격의료 서비스를 적극 확대 중입니다. CEO 안나 브라이슨에 따르면, 앞으로 의료 보험, 의료 기기와 진단 시장 등을 연계하는 비즈니스가 추가될 것입니다.

**비대면 의료시장을
주목
- 관련기업 IPO,
기술제휴 지속**

원격의료에 대한 관심이 세계 각국 의료 플랫폼 성장을 가속시키고 있습니다. 이와 관련하여 세계 각국에서 신규 의료 전문 플랫폼들이 등장하여 급성장하고 있고, 관련 기업들의 주식시장 상장도 이어지고 있습니다. 지난 7월 15일에는 중국 원격의료 기업 **Medlive Technology(메드라이브)**가 홍콩시장에서 상장하며 투자자들의 이목을 끌었습니다.

2019년에는 일본에서 의사·약사 포털 'M3'과 메신저 '라인'이 공동출자를 통해 **라인헬스케어**를 설립했습니다. 일본에 상장되어 있는 M3는 2000년에 설립되어 닥시미티와 유사한 모델이기 때문에 성장과정을 참고해보면 닥시미티의 확장성을 가늠해볼 수 있습니다. M3도 실명제 플랫폼이며 일본 의사의 90%와 약사의 과반수가 가입되어 있습니다. 라인닥터와 연결되어, 원격 의료 서비스도 제공합니다. 시가총액이 51조원인 M3의 매출은 2021년 1.8조원으로 닥시미티의 약 7.4배이며, 순이익은 4천억원으로 닥시미티의 6.7배입니다. 닥시미티의 추가적인 성장전략이 맞아 떨어진다면 M3와 같은 성장을 기대해 볼 수도 있습니다.



출처: Fortune Business Insights 웹사이트

**성장성을 주목,
단기 급등
주가 부담**

의료 플랫폼 시장은 이제 막 변화와 성장의 초입에 들어섰습니다. 이에 따라, 닥시미티와 같은 기업의 성장성이 돋보이긴 하지만 Valuation 측면에서는 많은 기대가 선반영되어 있는 측면도 고려해야만 합니다. 성장의 변곡점을 계속 모니터링하면서 주목해야할 기업입니다.