

KOSDAQ | 미디어와엔터테인먼트

SAMG엔터 (419530)

캐치티니핑 IP를 보유한 애니메이션 전문 기업

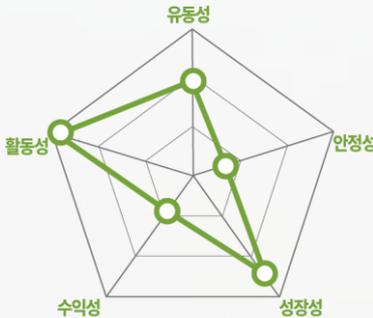
체크포인트

- SAMG엔터는 '미니특공대', '캐치티니핑' IP를 보유한 3D 키즈 애니메이션 전문 기업
- 하반기, 국내에서는 영화 '사랑의 하츠펙'을 시작으로 신규 IP인 '위사켓'과 '메탈 카드봇 시즌2', '캐치티니핑 시즌5', '미니특공대 특촬물(미확정)'의 방영이 계획되어 있음. 중국에서는 광저우 법인을 통한 매출 구조 개선과 캐치티니핑, 미니특공대 후속 시즌 방영을 통한 실적 성장이 전망됨
- 2022년 12월 상장 이후 동사의 주가는 PBR band 2.0 ~ 8.0x 수준에서 형성되어 왔음. 현재 주가가 2024년 추정 실적 기준 PBR 3.6x라는 점을 고려한다면, 현재 동사 주가 밸류에이션은 역사적 band 하단에 위치한 것으로 분석됨

주가 및 주요이벤트

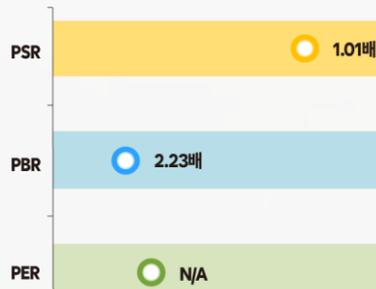


재무지표



주: 2023년 기준, Fnguide WICS 분류 상 커뮤니케이션서비스산업 내 등급화

밸류에이션 지표



주: PSR, PER은 2023년 기준, PBR은 1Q24 기준, Fnguide WICS 분류상 커뮤니케이션서비스산업 내 순위 비교, 우측으로 갈수록 저평가

3D 키즈 애니메이션 전문 제작사

SAMG엔터는 2000년 설립된 3D 키즈 애니메이션 전문 제작사로 2022년 12월 코스닥 시장에 상장함. 주요 IP로 2014년부터 방영된 남아용 타깃의 '미니특공대와 2020년 론칭하여 현재 여아 선호도 1위인 '캐치티니핑'을 보유. 동사는 캐릭터 IP와 3D 애니메이션 제작 능력을 바탕으로 상품·제품·콘텐츠제작·라이선스·용역 등의 다양한 매출을 창출하고 있음

하반기 국내에서 4개 이상의 IP 출시 예정

하반기 국내에서 영화 '사랑의 하츠피'를 시작으로 4~5개의 IP가 출시될 예정. '사랑의 하츠피'은 캐치티니핑 시리즈 최초의 극장판 애니메이션 영화로 운명의 소울메이트를 찾아 나선 로미와 하츠피의 첫 만남을 그린 프리퀴 작품. 동사는 GS리테일 등과 협업한 10여 종의 기획 MD를 함께 판매하며 시너지 효과를 창출할 계획이며, 중국에서도 개봉할 예정. 이 외에도 하반기 신규 IP인 '위시켓'과 '메탈 카드봇 시즌2', '캐치티니핑 시즌5', '미니특공대 특촬물(예정)'의 론칭 및 방영이 계획되어 있음

2024년 실적 전망

2024년 실적은 매출액 1,172억원(+23.2%, yoy), 영업손실 137억원(적자지속, yoy)으로 전망. 하반기 국내 및 해외에서 다양한 신규 IP가 출시되며 매출 성장을 견인할 것으로 예상. 이익 측면에서는 3분기까지 점진적인 체화재고 소진 영향으로 영업손실 확대될 것으로 전망. 다만, 크리스마스가 포함된 최성수기인 4분기부터 수익성 개선이 예상되고, 2025년부터는 신규 IP 성장에 따른 레버리지 효과로 턴어라운드 가능성도 존재한다고 판단

Forecast earnings & Valuation

	2020	2021	2022	2023	2024F
매출액(억원)	N/A	384	683	951	1,172
YoY(%)	N/A	N/A	78.0	39.2	23.2
영업이익(억원)	N/A	34	-4	-94	-137
OP 마진(%)	N/A	8.8	-0.5	-9.9	-11.7
지배주주순이익(억원)	N/A	-111	-230	-172	-185
EPS(원)	N/A	-2,550	-3,534	-1,997	-2,158
YoY(%)	N/A	N/A	적지	적지	적지
PER(배)	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
PSR(배)	N/A	0.0	2.4	1.8	0.8
EV/EBITDA(배)	N/A	7.0	56.8	N/A	N/A
PBR(배)	N/A	N/A	4.6	3.8	3.6
ROE(%)	N/A	48.9	-188.3	-37.1	-51.3
배당수익률(%)	N/A	N/A	0.0	0.0	0.0

자료: 한국IR협회의 기업리서치센터

Company Data

현재주가 (7/29)	11,350원
52주 최고가	27,150원
52주 최저가	8,880원
KOSDAQ (7/29)	80799p
자본금	43억원
시가총액	975억원
액면가	500원
발행주식수	9백만주
일평균 거래량 (60일)	9만주
일평균 거래액 (60일)	10억원
외국인지분율	2.76%
주요주주	김수훈 외 3인 18.9%

Price & Relative Performance



Stock Data

주가수익률(%)	1개월	6개월	12개월
절대주가	231	-34.3	-53.2
상대주가	280	-33.4	-47.1

참고

1) 표지 재무지표에서 안정성 지표는 '이자보상배율', 성장성 지표는 '매출액 증가율', 수익성 지표는 '매출총이익률', 활동성지표는 '총자산회전율', 유동성 지표는 '유동비율임. 2) 표지 밸류에이션 지표 차트는 해당 산업군내 동사의 상대적 밸류에이션 수준을 표시. 우측으로 갈수록 밸류에이션 매력도 높음.

기업 개요

연혁 및 지배구조 현황

키즈 콘텐츠에 강점을 지닌 3D 애니메이션 전문 기업

SAMG엔터는 2000년 설립된 3D 애니메이션 전문 제작사로, 키즈 콘텐츠 기획 및 제작에 강점을 보유하고 있다. 동사는 2019년 '미니특공대 슈퍼공룡파워', 2020년 '캐치! 티니핑' 등 키즈 콘텐츠 히트작을 연이어 론칭하며 2022년 코스닥 시장에 기술 특례로 상장하였다. 2023년부터는 보유 IP를 기반으로 한 오프라인 테마공간 사업을 신규 사업으로 추진하며 '티니핑랜드 구미', '티니핑월드 in 판교'를 오픈하였다. 동사는 '캐치티니핑', '미니특공대' 등 원천 IP를 활용한 OSMU 전략 기반의 비즈니스 확장과 추가 IP 확보를 통해 글로벌 패밀리 엔터테인먼트 회사로 발돋움 중이다.

2024년 7월 3일 기준, 동사의 최대주주는 김수훈 대표이사로 지분 17.0%를 보유하고 있으며, 엘지유플러스, 우미글로벌 등을 포함한 최대주주 및 특별관계자 지분은 18.9%이다. 엘지유플러스와 우미글로벌은 최대주주 김수훈 대표이사와의 의결권 공동행사 약정을 체결하며 특별관계자로 분류되었다. 한편, 동사는 2022년 10월 4일 최대주주 김수훈 대표이사로부터 무상 증여 받으며 자사주 7.5%를 취득하였다.

2024년 1분기 기준, 동사는 4개의 종속기업을 보유하고 있다. 사업 다각화를 목적으로 2022년에 설립된 이캐슬은 동사가 보유한 IP를 활용해 쇼핑몰 등의 공간 내에 가족 단위 고객이 즐길 수 있는 미디어 체험, 디지털 카페 등을 제공하는 IP 기반 공간 비즈니스 사업(티니핑랜드 구미, 티니핑 월드 in 판교)을 영위하고 있다. 광저우삼시상무유한책임공사와 니코니코엔터테인먼트는 각각 중국과 일본 사업을 담당하고 있다. 한편, 소프트웨어 개발 등 게임 사업을 영위 중인 엔터리얼은 2024년 4월 1일 이사회에서 해산을 결의, 현재 청산을 진행 중이다.

SAMG엔터 연혁



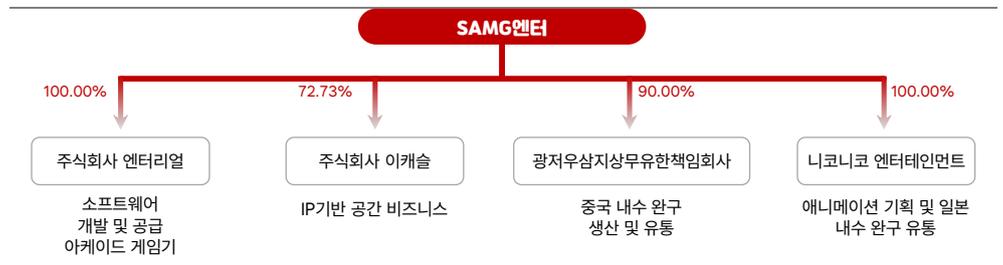
자료: SAMG엔터, 한국IR협의회 기업리서치센터

SAMG엔터 주주 현황(24.07.03 기준)



자료: SAMG엔터, 한국IR협회의 기업리서치센터

SAMG엔터 종속기업 현황(1Q24 기준)



주: 엔터테인먼트는 청산 진행 중

자료: SAMG엔터, 한국IR협회의 기업리서치센터

주력 IP 현황

캐치티니핑과 미니특공대 등 인기 IP를 보유한 SAMG엔터

동사는 캐치티니핑, 미니특공대, 메탈카드봇 등 직접 보유한 콘텐츠 IP와 3D 애니메이션 제작 능력을 바탕으로 상품제 품·콘텐츠제작·라이선스·용역 등의 매출을 창출하고 있다.

1) 캐치티니핑

2020년 3월 KBS에서 시즌 1 '캐치! 티니핑' 방영을 시작으로 이후 매년 9월 새로운 시즌을 공개하였으며, 올해 시즌 5 방영이 예정되어 있다. 캐치티니핑은 이모션 왕국의 공주 로미의 실수로 감정의 요정 티니핑들이 지구로 뿔뿔이 흩어졌고, 로미가 흩어진 티니핑을 원래 세계로 되돌려 놓기 위해 지구의 하모니 마을에서 살아가며 모험을 떠나는 내용이다. 티니핑을 캐치하는 순간 주인공 로미가 로열티니핑의 힘을 빌려 다양한 프린세스로 변신, 티니핑들과 마법 대결을 펼친 뒤 마법 도구로 티니핑을 큐브에 들여보낸다. 시즌 1 '캐치! 티니핑'에서는 하트로즈 베이커리, 시즌 2 '반짝반짝 캐치! 티니핑'에서는 티니핑 스쿨, 시즌 3 '알쏭달쏭 캐치! 티니핑'에서는 비밀의 열쇠, 시즌 4 '새콤달콤 캐치! 티니핑'에서는 디저트 등 시즌 별 신규 테마가 적용되었으며, 현재까지 약 100여종 이상의 새로운 티니핑이 추가되었다.

2) 미니특공대

2014년 9월 EBS에서 시즌 1 '최강전사 미니특공대' 방영을 시작으로, 2018년 시즌 2 '미니특공대 X', 2019년 시즌 3 '미니특공대 슈퍼공룡파워', 2021년 시즌 4 '미니특공대 애니멀트론', 2022년 시즌 5 '미니특공대 브이레인지스', 2023년 시즌 6 '최강경찰 미니특공대'가 방영되었으며 올해 하반기에는 중국에서 촬영된 특촬물 국내 방영을 검토 중이다. 미니특공대는 오래 전 힘없고 약한 동물들이 스스로를 보호하기 위해 특별한 능력을 지닌 동물들을 선발하여 조직된 특공대이다. 주인공 4인방의 본래 모습은 귀여운 동물 SD 캐릭터(Super Deformed: 캐릭터의 주요 특징을 과장하여 귀엽고 짧은 체형의 캐릭터)로 일상을 보내다가 출동 명령이 떨어지면 전대물(일본에서 시작된 특수 촬영물로 다수의 히어로가 팀으로 구성되어 다양한 액션을 보여주는 장르) 캐릭터로 변신하여 악당을 물리치는 3D 전대물 애니메이션이다.

3) 메탈카드봇

2023년 3월부터 10월까지 대교어린이TV와 KBS 1TV에서 방영된 액션, 로봇, 어드벤처 장르의 애니메이션으로 2024년 하반기 EBS에서 시즌 2가 방영될 예정이다. '메탈카드봇'은 지구에서 멀리 떨어진 혹성 마키나에서 어느날 대 폭발이 발생하고, 기계 생명체 메탈카드봇들이 뿔뿔이 우주로 흩어지며 시작된다. 이 중 지구로 도착한 블루캡(경찰차 로봇)과 메탈카드봇들은 교통수단으로 변신해 살아가고 있었다. 이후 BMX 자전거(요기 자전거)를 타기 좋아하는 주인공 '준'이 블루캡의 메탈브레스(메탈카드봇을 봉인·소환·명령할 수 있는 장비)를 습득한 후 이를 작동시키며 블루캡과 함께 수많은 사건들을 해결하는 스토리이며, 수집형 요소가 적용되어 매 시즌마다 새로운 메탈카드봇이 등장한다.

캐치티니핑 시리즈



캐치! 티니핑

하모니 마을에 나타난 새콤달콤 디지털티니핑!
로미가 새로운 로열티니핑들과 함께 디지털티니핑 캐치에 나선다!

- SERIES

새콤달콤 캐치 티니핑 ㉠ | 앞상달콤 캐치 티니핑 ㉡ | 반짝반짝 캐치 티니핑 ㉢ |
캐치 티니핑 ㉣

- MOVIE

영화 <사랑의 하추방> ㉤

자료: SAMG엔터, 한국IR협회의 기업리서치센터

미니특공대 시리즈



미니특공대

블루시티에 나타난 강력한 초능력을 가진 도둑집단, 버그단!
미니특공대는 최강경찰 미니특공대가 되어 범피자들의 체포에 나선다!

- SERIES

최강경찰 미니특공대 ㉠ | 미니특공대 브이레인저스 ㉡ | 미니특공대 예나멜트론 ㉢ |
미니특공대 슈퍼공룡파워 ㉣ | 미니특공대X ㉤ | 최강전사 미니특공대 ㉥

- MOVIE

극장판 미니특공대: 헬버가괴물의 습격 ㉦ | 극장판 미니특공대: 공룡왕 디노 ㉧ |
극장판 미니특공대X ㉨ | 최강전사 미니특공대: 영웅의 탄생 ㉩ |
최강전사 미니특공대: 새로운 악당의 습격 ㉪

자료: SAMG엔터, 한국IR협회의 기업리서치센터

메탈카드봇 시리즈



메탈카드봇

지구에 메탈카드봇이 나타났다!
BMX를 좋아하는 주인공 준은 우연히 메탈브레스를 손에 넣게 되고,
정체를 숨기고 지구에 살고 있는 메탈카드봇 블루갑과 함께 수많은 사건에 휘말리게
되며 펼쳐지는 이야기!

- SERIES

메탈카드봇 ㉠

자료: SAMG엔터, 한국IR협회의 기업리서치센터

3 매출 구성 및 비즈니스 현황

동사의 매출은
제품 81.2%,
라이선스 11.7%,
콘텐츠제작 3.5%,
용역 2.5%,
상품 및 기타 1.0%로 구성

2023년 기준, 동사의 매출은 제품 81.2%, 라이선스 11.7%, 콘텐츠제작 3.5%, 용역 2.5%, 상품 및 기타 1.0%로 구성되어 있다.

1) 제품

동사의 IP를 기반으로 캐릭터, 로봇 등 동사가 직접 설계하고 개발한 완구류 매출이다. 동사의 완구류는 품목별 다양한 OEM을 통해 생산되고 있다. 제품 사업 초기, 매대 확보와 효율적인 물류 관리, 최소 매입 금액 확정 등의 이유로 동사는 유통사와의 계약을 통해 사업을 영위했다. 미니특공대는 토이트론, 캐치티니핑은 삼진인터내셔널과의 총판 계약을 통해 완구 유통을 진행해왔으나 2023년부터 판가 상승과 마진율 개선을 위해 국내 완구 유통부문을 내재화하였다.

2) 라이선스

동사의 라이선스 매출은 영상판매와 로열티 매출, 해외광고 매출로 구성되어 있다. 영상 판매의 경우 방송국, 케이블채널, IPTV, VOD, OTT 플랫폼 등 다양한 채널에 동사의 애니메이션을 송출하며 받는 방영료이다. 로열티 매출은 동사의 캐릭터를 패션, 완구, 출판, 문구팬시, 의약품 등 다양한 상품에 활용할 경우, 동사가 수취하는 로열티 매출을 의미한다. 국내에서는 메가커피, 이디야커피 등에서 출시한 키즈 우산, 랜덤 피규어 마그넷 등의 굿즈와 드링킹 요거트와 디저트 등이 있다. 해외에서는 협력사인 경기화예(와우따디의 자회사)가 중국에서 캐치티니핑 관련 사업을 영위할 때 발생하는 로열티 매출이 있다. 해외 광고 매출은 유튜브 광고수익을 의미한다.

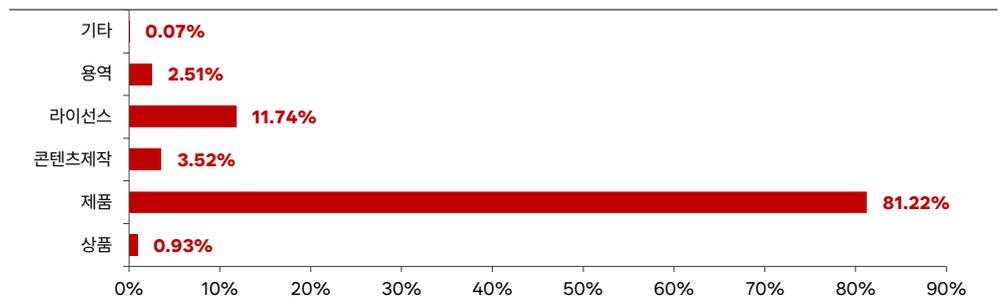
3) 콘텐츠 제작

해외 외주 제작용역 매출 및 뉴미디어용 콘텐츠 제작 매출이 포함된다. 동사는 해외 파트너사인 Zagtoon과 장기 파트너십을 유지하고 있으며 동사가 제작한 주요 작품은 슈퍼히어로물 애니메이션인 레이디버그가 있다. 뉴미디어용 콘텐츠는 동사 애니메이션의 스포츠 스피노프 콘텐츠 매출이다.

4) 용역과 상품 및 기타

동사는 캐릭터를 활용한 오프라인 공간사업 및 뮤지컬 기획과 제작 등의 용역 제공 사업을 영위하고 있으며, 상품의 경우, 동사가 캐릭터 라이선스 제품을 사입하여 키즈카페, 뮤지컬 공연장 등에서 판매하는 상품을 의미한다.

부문별 매출 비중 현황(2023년 기준)



자료: SAMG엔터, 한국IR협의회 기업리서치센터



산업 현황

1 유아동 인구 감소에도 성장하는 유아용품 시장

유아동 인구 감소에도 성장하는 유아용품 시장

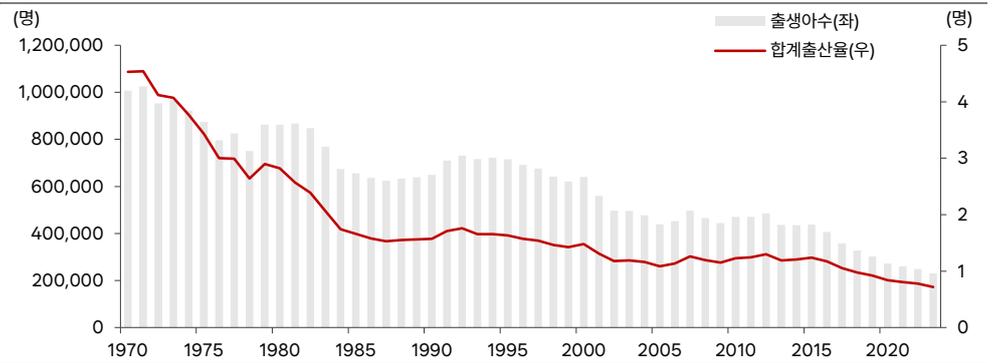
동사의 주요 소비층인 유아동 수는 지속 감소하고 있다. 10년 단위 기준, 평균 출생아 수는 1970년대 약 90만명, 1980년대 72만명, 1990년대 69만명, 2000년대 50만명, 2010년대 41만명 수준이었으며 2020년대에는 약 25만명 수준을 기록하고 있다. 합계출산율(한 여성이 평생 동안 낳을 것으로 예상되는 평균 자녀수) 기준으로는 1970년 4.53명, 1980년 2.8명, 1990년 1.57명, 2000년 1.48명, 2010년 1.22명, 2020년 0.84명, 2023년 0.72명으로 지속 감소하였다. 7월 24일 통계청에서 발표한 2024년 5월 인구동향에 따르면 5월 출생아 수는 19,547명을 기록, 전년 동월 대비 2.7% 증가하며 2015년 이후 처음으로 2개월 연속 증가세를 나타내었다. 코로나 19 종식 이후 혼인의 증가와 전년도 기저효과가 영향을 미친 것으로 분석된다. 하지만 2024년 5월까지 누적 출생아수는 1~3월의 감소세 영향으로 전년 동월 누적치 대비 2.9% 감소한 99,070명을 기록했다.

출생아 수의 감소에도 불구하고 국내 아동·유아용품 시장은 성장 중이다. 최근 출생아 수의 감소가 가팔라지며 아동·유아용품 시장의 성장률도 하락 중이지만, 여전히 플러스 성장률을 기록 중이다. 통계청의 온라인쇼핑동향조사에 의하면 국내 아동·유아용품 거래액은 2017년 3.38조원에서 2023년 5.24조원까지 연평균 7.55%씩 성장하였다. 동 기간 출생아 수가 연평균 7.1%씩 역성장을 기록했다는 점을 고려한다면 영유아 1인당 아동·유아용품 구매액은 크게 증가한 것으로 판단된다.

이러한 변화는 새로운 육아 방식과 밀접한 관련이 있다. 밀레니얼 세대 부모를 중심으로 자녀에게 아낌없이 투자하는 경향이 두드러지고 있기 때문이다. 1980년대 초반부터 1990년대 중반 사이에 태어난 밀레니얼 세대는 풍요로운 유년기와 치열한 청년기를 함께 겪으며 삶의 질을 중요한 가치로 여긴다. 따라서 자신과 배우자뿐 아니라 자녀도 질 좋은 삶을 누릴 수 있어야 한다는 가치관이 자리잡고 있으며, 이는 자녀를 향한 아낌없는 투자로 이어지고 있다.

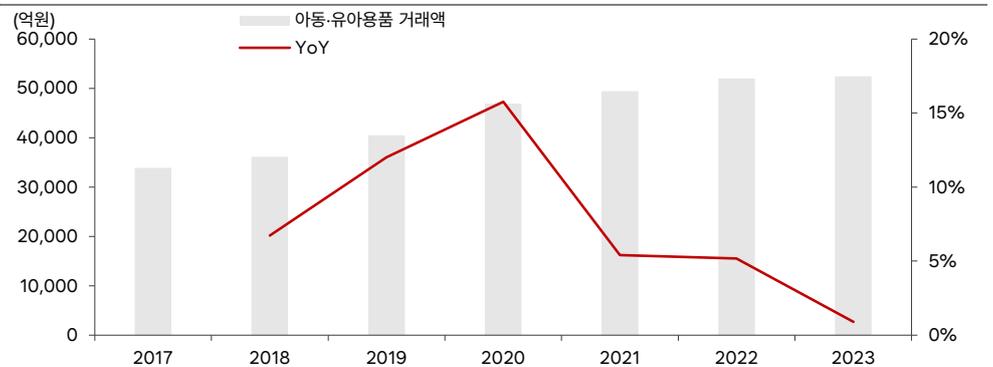
최근에는 이러한 경향을 반영하는 용어(골드 키즈, 텐 포켓, VIB)도 등장했다. '골드 키즈(Gold kids)'는 아이를 왕자나 공주처럼 귀하게 키우는 것을 뜻하고, '텐 포켓(Ten Pocket)'은 한 자녀에게 열명의 성인이 경제적 지원을 제공하는 구조로 양가 조부모와 부모, 이모, 삼촌에서 부모의 친구까지 지갑을 연다는 의미이며, 'VIB'는 Very Important Baby의 약자이다.

출생아 수와 합계출산율 추이



자료: 통계청, 한국IR협회의 기업리서치센터

온라인 아동·유아용품 거래액



주) 기저귀, 유모차, 그네, 아기침대, 보행기, 카시트, 인형, 완구 등 포함, 콘텐츠 등 무형은 제외
 자료: 통계청, 한국IR협회의 기업리서치센터

다양한 비즈니스 기회를 창출하는 콘텐츠 IP

**OSMU 전략을 통한
콘텐츠 IP의 확장과 연계**

동사의 강점은 '미니특공대', '캐치티니핑' IP를 직접 보유하고 있으며 이를 기반으로 비즈니스를 자유롭게 확장할 수 있다는 점이다. 콘텐츠 IP(Intellectual Property, 지적재산권)는 원형성, 확장성, 연계성을 특징으로 한다. 콘텐츠 IP는 '오리지널(원본)' 콘텐츠로서 저작권에 의해 보호되는 '원형성'을 가지며, 변형·수정·재가공 등을 거쳐 내용, 장르, 서비스 형태, 플랫폼 등 양적·질적 차원에서 모두 확장될 수 있는 '확장성'을 지녔고, 콘텐츠와 다른 콘텐츠, 콘텐츠와 미디어 플랫폼 등 다른 사업의 서비스 또는 상품군들과 다양한 방식으로 결합하거나 연결될 수 있는 '연계성'을 보유하고 있다.

콘텐츠 IP의 확장과 연계 방법으로는 OSMU(One Source Multi Use) 전략이 있다. OSMU는 하나의 원천 콘텐츠를 다양한 유형으로 활용하는 것을 의미한다. 콘텐츠 산업에서 OSMU 방법으로는 멀티 장르화, 멀티 플랫폼화, 라이선싱화 등이 있다. 멀티 장르화란 콘텐츠의 원천이 되는 핵심 스토리 및 캐릭터에 영화, 뮤지컬 등 다른 장르를 적용하는 것을 의미한다. 멀티 플랫폼화는 하나의 콘텐츠를 여러 플랫폼에서 활용하는 전략으로 지상파 콘텐츠의 유튜브 영상화 및 스트리밍 서비스 제공이 있으며, 라이선싱화는 캐릭터를 활용한 완구 등 머천다이즈 사업이 대표적이다.

콘텐츠산업 매출액 현황

(단위: 억원)

구분	2018	2019	2020	2021	2022	2023p	비중 (%)	YoY (%)
출판	209,538	213,412	216,488	246,978	251,917	245,275	16.20%	-2.60%
만화	11,786	13,372	15,344	21,321	26,240	27,806	1.80%	6.00%
음악	60,979	68,118	60,647	93,717	110,096	126,842	8.40%	15.20%
영화	58,898	64,324	29,871	32,461	73,692	68,908	4.60%	-6.50%
게임	142,902	155,750	188,855	209,913	222,149	214,287	14.20%	-3.50%
애니메이션	6,293	6,406	5,533	7,555	9,210	9,299	0.60%	1.00%
방송	197,622	208,430	219,647	239,707	261,047	249,509	16.50%	-4.40%
광고	172,119	181,338	174,218	189,219	196,661	190,490	12.60%	-3.10%
캐릭터	122,070	125,669	122,181	50,039	53,728	54,934	3.60%	2.20%
지식정보	162,910	176,693	193,734	199,462	214,931	228,148	15.10%	6.10%
콘텐츠솔루션	50,949	53,610	56,352	84,706	91,101	95,089	6.30%	4.40%
합계	1,196,066	1,267,123	1,282,870	1,375,080	1,510,772	1,510,585	100.00%	0.00%

자료: 한국콘텐츠진흥원, 한국저작권위원회 기업리서치센터

3 국내 주요 영유아 캐릭터 현황

3~9세 아이들이

가장 선호하는 캐치티니핑

한국콘텐츠진흥원의 2023 캐릭터 이용자 실태조사에 따르면 3~9세 아이들의 캐릭터 선호도는 '캐치! 티니핑' 16.6%, '뽀롱뽀롱 뽀로로' 16.0%, 산리오 캐릭터즈(헬로키티, 마이멜로디, 쿠로미 등) 14.1%, '포켓몬스터' 10.8%, '헬로카봇' 4.3% 순이며, 관련 국내 기업으로는 동사(미니특공대, 캐치티니핑)와 비상장사인 더핑크퐁컴퍼니(상어가족, 핑크퐁, 호기), 아이코닉스(뽀로로, 타요), 초이락홀딩스(헬로카봇)가 있다.

현재 캐치티니핑은 영유아 여아를 타깃으로 한 콘텐츠로 미취학 여아들에게 선택을 받은 후 팬덤 확장을 통해 취학 아동과 그 부모까지 팬덤이 확장되는 현상이 나타나고 있다. 이러한 팬덤 확장은 슈퍼 캐릭터 IP로 발전하는 과정에서 주로 나타나며 디즈니의 슈퍼 캐릭터 IP인 '미키마우스', '겨울왕국', '곰돌이 푸'와 같이 다양한 팬층을 형성하는 사례와 유사하다고 판단된다.

뽀롱뽀롱 뽀로로는 2003년부터 1기를 시작으로 2023년 8기까지 방영된 유아용 3D 애니메이션이다. 남극의 작은 마을에 사는 펭귄 뽀로로와 다양한 친구들이 등장하여 매일 다양한 모험을 통해 우정과 협동의 가치를 배우고 문제를 해결해 나가는 이야기이다. 1기부터 텔레토비와 방귀대장 뽕뽕이를 넘어서며 뽀통령이라고 불리울만큼 국내에서 독보적인 캐릭터가 되었다. 최근에는 뽀로로의 친구 임컷 비버 '루피'와 관련한 캐릭터 밈이 뽀로로를 보고 자란 10대 ~ 30대에서 재유행하며 '잔망 루피' 캐릭터가 인기를 얻고 있다.

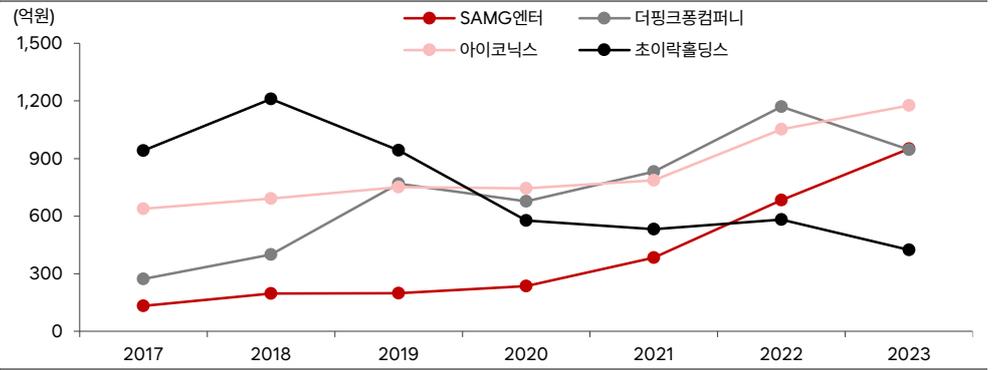
아기상어 핑크퐁은 2016년 더핑크퐁컴퍼니가 유튜브에 업로드한 베이비 샤크 댄스 영상이 인기를 얻으며 가장 글로벌한 인기를 얻은 국내 캐릭터가 되었다. 해당 동영상은 현재 약 148억 조회수를 기록하며 유튜브 조회수 글로벌 1위를 기록 중으로, 2위와는 약 63억회의 조회수 차이가 있다. 핑크퐁의 특징은 쉽게 따라할 수 있는 율동을 강점으로 인도네시아의 SNS에서 #babys sharkchallenge가 시작되었고 이후 국내를 비롯한 글로벌로 흥행이 확대되었다는 점이다.

국내 연령별 인기 캐릭터 순위

순위	3-9세	10대	20대	30대	40대	50대	60대
1위	캐치 티니핑	뽀롱뽀롱뽀로로	뽀롱뽀롱뽀로로	뽀롱뽀롱뽀로로	키카오프렌즈	키카오프렌즈	키카오프렌즈
2위	뽀롱뽀롱뽀로로	산리오캐릭터즈	짱구는 못말려	키카오프렌즈	뽀롱뽀롱뽀로로	뽀롱뽀롱뽀로로	뽀롱뽀롱뽀로로
3위	산리오캐릭터즈	포켓몬스터	키카오프렌즈	산리오캐릭터즈	산리오캐릭터즈	포켓몬스터	디즈니
4위	포켓몬스터	짱구는 못말려	산리오캐릭터즈	짱구는 못말려	포켓몬스터	산리오캐릭터즈	포켓몬스터
5위	헬로카봇	키카오프렌즈	포켓몬스터	포켓몬스터	짱구는 못말려	짱구는 못말려	산리오캐릭터즈
6위	짱구는 못말려	디즈니	디즈니	펭수	디즈니	디즈니	짱구는 못말려
7위	디즈니	도라에몽	캐치 티니핑	캐치 티니핑	미블	미블	펭수
8위	핑크퐁(상어가족)	캐치 티니핑	핑크퐁(상어가족)	디즈니	펭수	펭수	표공(곰표캐릭터)
9위	키카오프렌즈	미블	펭수	핑크퐁(상어가족)	캐치 티니핑	아기공룡 둘리	스누피
10위	꼬마버스 타요	원피스	망그러진곰	원피스	아기공룡 둘리	도라에몽	아기공룡 둘리

자료: 한국콘텐츠진흥원, 한국R협회의 기업리서치센터

국내 캐릭터 관련 기업 매출액 추이



자료: 한국콘텐츠진흥원, 한국IR협의회 기업리서치센터

 **투자포인트**

1 국내: 하반기 4개 이상의 IP 출시 예정

하반기,
빈틈없는 IP 라인업 기대

SAMG엔터는 하반기 4 ~ 5개의 IP를 출시할 예정이다. 영화 '사랑의 하츠평'을 시작으로 신규 IP인 '위시켓'과 '메탈 카드봇 시즌2', '캐치티니핑 시즌5', '미니특공대 특활물(미확정)'의 론칭 및 방영이 계획되어 있다.

여름방학 기간인 8월 7일 '사랑의 하츠평'이 개봉될 예정으로, 배급은 쇼박스가 담당한다. '사랑의 하츠평'은 캐치 티니핑 시리즈 최초의 극장판인 애니메이션 영화로 운명의 소울메이트를 찾아 나선 로미와 하츠평의 첫 만남을 그린 프리퀼(오리지널 작품에 선행하는 사건을 담은 속편) 작품이다. 에스파의 윈터가 부른 '사랑의 하츠평'의 OST '처음 본 순간' 댄스 챌린지 영상이 최근 소셜미디어 통합 조회 수 300만회를 넘어서며 인기를 증명했다. 동사는 GS리테일 등과 협업한 10여 종의 기획 MD를 함께 판매하며 시너지 효과를 창출할 계획이며, '사랑의 하츠평'을 중국에서도 개봉할 예정이다.

고양이 캐릭터를 활용한 신규 IP '위시켓'도 론칭할 계획이다. 위시켓은 스토리와 캐릭터 디자인 및 색감 등에서 기존 캐치티니핑과의 차별화를 두어 팬덤층을 유아에서 10대까지 확장할 예정이다. 이 외 기존 작품의 차기작인 메탈카드봇 S, 캐치티니핑 시즌 5의 방영이 계획 중이다. 미니특공대의 경우, 중국에서 공동 제작된 미니특공대 특활물의 국내 방영을 검토 중이다.

2024년 하반기 IP 라인업



3Q 영화 <사랑의 하츠평>



3Q 메탈카드봇 시즌2



3Q 위시켓 시즌1



4Q 캐치! 티니핑 시즌5



4Q 미니특공대 특활물(예정)

자료: SAMG엔터, 한국IR협의회 기업리서치센터

해외 진출 본격화 기대

중국과 일본 시장에서 애니메이션과 완구 사업을 확장 중

동사는 중국과 일본 시장에서 애니메이션과 완구 사업을 확장하고 있다. 중국에서는 광저우 법인을 통해 매출 구조를 개선하고 영화 및 MD 제품 판매를 계획 중이며, 일본에서는 키즈스테이션과의 배급 계약을 통해 캐치티니핑을 방영하고 니코니코 엔터테인먼트를 설립해 사업을 강화하고 있다.

동사는 2016년 미니특공대, 2021년 캐치티니핑, 2023년 메탈카드봇을 중국 현지 기업들(와우따따:HFT·점프고)과의 파트너십을 통해 중국 시장에 론칭하였다. 2023년 2월에는 중국 내수 완구 유통을 위해 광저우법인을 설립, 완구 매출 관련 기존 로열티만을 수취하던 구조에서 자회사를 통한 직접 매출 인식 방법으로 변경하였다. 현재 중국 내수 완구의 경우 광저우 법인을 통해 매출이 발생하며 이 외에 MD, 영상 등 라이선스 매출은 동사의 협력사를 통해 발생한다. 하반기 중국에서는 영화 '사랑의 하츠평'이 개봉될 예정이며, 광저우 법인을 통해 중국 현지에서 MD제품도 판매할 계획이다. 또한 국내와의 방영 시차를 고려할 때 캐치티니핑 시즌4, 미니특공대 시즌 6 방영 가능성도 존재한다고 판단되며, 이를 기반으로 한 중국에서의 안정적인 실적 성장이 기대된다. 광저우 법인은 실적은 2023년 연간 매출액 83억원, 당기순이익 5억원, 2024년 1분기 매출액 48억원, 당기순이익 2억원을 기록했으며, 2024년 연간으로는 매출액 200억원, 영업이익율 10% 수준을 기록할 것으로 기대된다.

동사는 2022년 11월 소니픽처스 네트워크인 '키즈스테이션'과 배급 계약을 체결하고, 2022년 12월부터 시즌 1 '캐치! 티니핑' 일본어 더빙판을 유아동 애니메이션 채널 '키즈스테이션'에서 방영하며 애니메이션 강국인 일본에서 작품성을 인정받았다. 2024년 동사는 일본 시장 진출을 강화하기 위해 100% 종속회사인 니코니코 엔터테인먼트를 설립하였으며 향후 캐치티니핑 후속 시즌 방영 및 추가 작품 진출과 MD 판매 등 일본 내에서의 비즈니스 확장이 기대된다.

실적 추이 및 전망

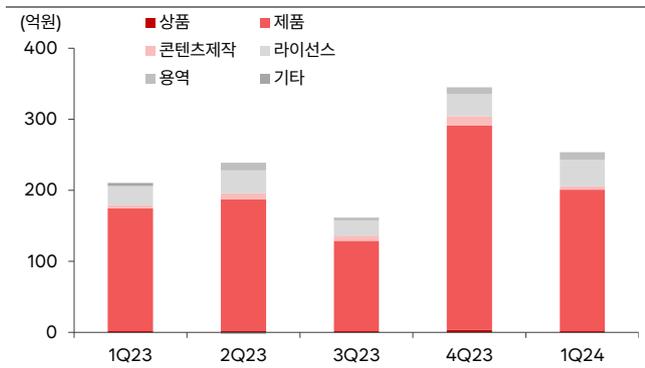
실적 Review

매출액은 증가했으나,
신사업 진출 및 비즈니스 구조조정
영향으로 영업손실 폭은 확대됨

SAMG엔터의 2022년 실적은 매출액 683억원(+78.0%, yoy), 영업손실 4억원(적자전환, yoy)을 기록했다. 중국 내 코로나 상황 악화로 OEM 공장의 일정 기간 생산 중단이 발생하였으며, 12월 초 화물연대 파업 영향 등으로 제품이 국내에서 정상적으로 유통되지 않았다. 하지만, 그럼에도 불구하고 '파산핑'으로 불리울 만큼 캐치티니핑의 인기 상승이 지속되며 국내 완구류 매출이 전년 동기 대비 116.3% 증가한 505억원을 기록, 전사 매출 성장을 견인했다. 영업이익은 오프라인 공간사업 진출로 인한 인건비 및 일회성 비용의 증가와 무형자산 평가손실 영향으로 적자전환 하였다.

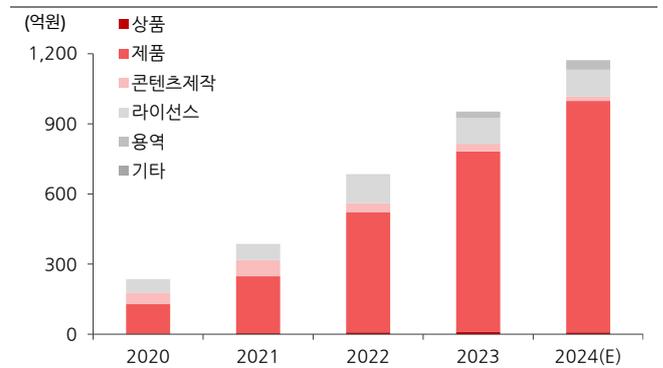
동사의 2023년 실적은 매출액 951억원(+39.2%, yoy) 영업손실 94억원(적자지속, yoy)을 기록했다. 라이선스와 콘텐츠제작 매출이 소폭 감소하였음에도 불구하고 제품 매출이 전년 대비 50.1% 증가하며 매출 성장을 견인했다. 중국에서의 완구 사업 구조 변경(로열티 수취 → 직접 유통 및 직접 매출 인식)이 매출액 증가에 영향을 미쳤다. 국내에서도 대행사를 거치지 않고 직납 구조로 변경하며 P의 상승이 있었다. 영업이익의 부문에서는 직접 유통에 따른 물류 관련 초기 비용 증가와 오프라인 신규 사업 추진에 따른 신규 인력 채용 및 프로모션의 진행으로 인한 인건비, 광고선전비 증가가 영향을 미치며 적자 폭이 확대되었다.

부문별 분기 매출액 추이



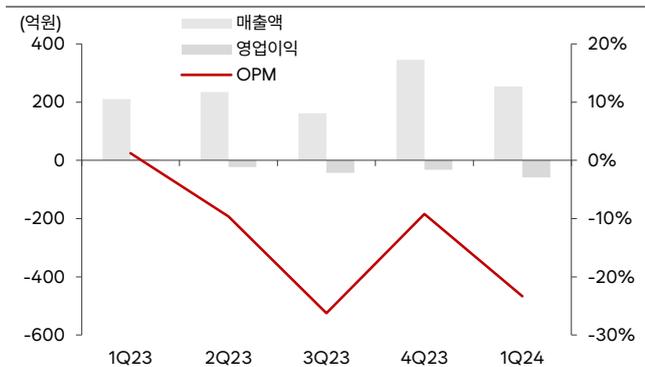
자료: SAMG엔터, 한국IR협의회 기업리서치센터

부문별 연간 매출액 추이



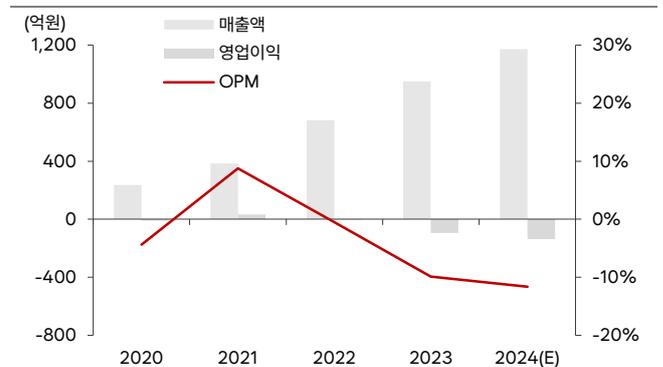
자료: SAMG엔터, 한국IR협의회 기업리서치센터

분기 실적 추이



자료: SAMG엔터, 한국IR협의회 기업리서치센터

연간 실적 추이



자료: SAMG엔터, 한국IR협의회 기업리서치센터

2024년 실적 전망

**2024년 실적,
매출액 1,172억원,
영업손실 137억원 전망**

SAMG엔터의 2024년 1분기 실적은 매출액 253억원(+20.4%, yoy), 영업손실 59억원(적자전환, yoy)을 기록했다. 중국에서의 완구 유통 구조 변화 영향으로 제품 수출 부문이 매출 성장을 견인했다. 영업손실은 부진했던 패션·게임 관련 재고 소진으로 매출원가율이 전년 동기 대비 14.2%p 상승한 85.0%를 기록한 영향으로 확대되었다. 동사의 2024년 실적은 매출액 1,172억원(+23.2%, yoy), 영업손실 137억원(적자지속, yoy)을 전망한다. 하반기 국내 및 해외에서 다양한 신규 IP가 출시되며 매출 성장을 견인할 것으로 예상된다. 이익 측면에서는 향후 수익성을 제고하기 위한 비용 관리가 이뤄질 것으로 예상, 3분기까지 점진적인 체화재고의 소진 영향으로 영업손실은 확대될 것으로 전망한다. 다만, 재고자산 관련 빅배스(Big bath) 마무리 이후 크리스마스가 포함된 최성수기인 4분기부터 수익성 개선이 예상되고, 2025년부터는 신규 IP 성장에 따른 레버리지 효과와 일회성 비용의 마무리 영향(물류 관련 초기 투자 비용, 주식보상 비용 등)으로 턴어라운드 가능성도 존재한다고 판단된다.

SAMG엔터 연간 실적 Table

(단위: 억원)

	2020	2021	2022	2023	2024(E)
매출액	236	384	683	951	1,172
상품	0	3	8	9	8
제품	130	244	515	773	990
콘텐츠제작	49	70	38	33	19
라이선스	57	66	122	112	115
용역	0	0	0	24	40
기타	0	0	1	1	0
영업이익	-10	34	-4	-94	-137
OPM	-4.4%	8.8%	-0.5%	-9.9%	-11.7%

자료: SAMG엔터, 한국IR협회의 기업리서치센터

SAMG엔터 분기 실적 Table

(단위: 억원)

	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24
매출액	210	235	161	345	253
상품	2	2	1	3	2
제품	173	185	127	288	199
콘텐츠제작	4	8	7	13	5
라이선스	27	32	21	31	38
용역	0	11	4	9	10
기타	4	-4	0	0	0
영업이익	3	-23	-42	-32	-59
OPM	1.2%	-9.6%	-26.2%	-9.2%	-23.3%

자료: SAMG엔터, 한국IR협회의 기업리서치센터

Valuation

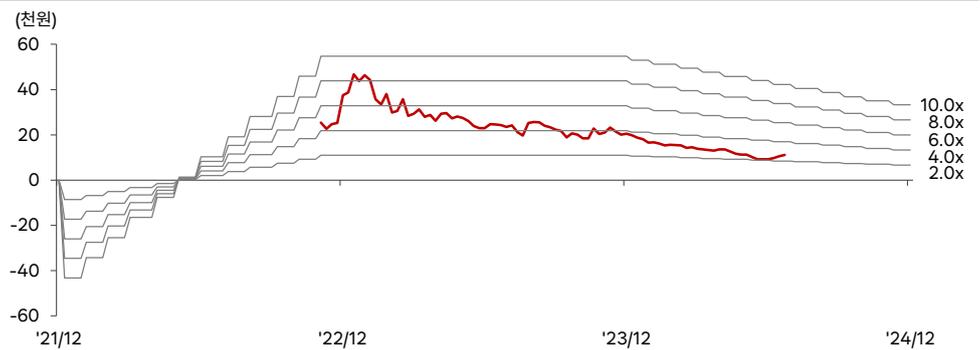
Historical Valuation 비교

역사적 PBR band 하단에 위치한
현재 주가

2022년 12월 상장 이후 동사의 주가는 PBR band 2.0 ~ 8.0x 수준에서 형성되었다. 현재 주가가 2024년 추정 실적 기준 PBR 3.6x라는 점을 고려한다면, 현재 동사 주가 밸류에이션은 역사적 band 하단에 위치한 것으로 분석된다.

동사는 2022년 12월 6일 공모가 17,000원으로 상장하였다. 이후 12월 말 중국 4대 OTT 플랫폼(유쿠, 아이치이, 텐센트, 망고)에서 동시에 공개된 캐치티니핑 시즌 2 '반짝반짝 캐치! 티니핑'이 하루만에 유쿠와 아이치이의 실시간 인기 콘텐츠 순위에서 1위를 차지하고 2024년 1월 2일 누적 조회수 1억회를 돌파(시즌 1 대비 3배 이상 빠른 속도)하는 등 중국에서의 성과가 주목받으며 최고가 50,000원을 기록하였다. 하지만 2022년 연간실적부터 부진한 성적을 기록, 2024년 6월말까지 장기간 하락세를 기록하며 최저가 8,800원을 기록하였다. 최근에는 영화 '사랑의 하츠평'과 해외 실적에 대한 기대감 등의 영향으로 주가가 다시 반등하여 11,000원 수준을 기록 중이다.

SAMG엔터 PBR Band



자료: SAMG엔터, 한국IR협의회 기업리서치센터

참고사항: 키즈 산업 관련 상장주

국내에서
영유아를 대상으로
콘텐츠 및 완구류 사업을 영위하는
상장사 현황

동사 외 국내에서 영유아를 대상으로 콘텐츠 및 완구류 사업을 영위하는 기업으로는 캐리소프트, 대원미디어, 스튜디오 오미르, 오로라, 손오공이 있다. 1) 캐리소프트, 스튜디오오미르, 손오공의 경우 2024년 실적 컨센서스가 존재하지 않고, 2023년 매출도 역성장을 기록하였기 때문에 실적 측면에서 동사와의 밸류에이션 비교가 어렵다고 판단된다. 2) 대원미디어, 오로라와 동사 간에는 비즈니스 부문에서 차이가 존재하여 직접적인 비교는 제한적이라 판단한다. 동사의 경우 성공한 애니메이션 IP를 기반으로 OSMU 사업과 해외 사업을 강화중인 반면, 대원미디어는 국내에서의 닌텐도 게임기 유통과 캐릭터 카드 판매 사업을 주요 사업으로, 오로라는 완구 생산을 주요 사업으로 영위 중이다.

캐리소프트는 '캐리와 친구들', '우주에서 온 콜라', '캐리와 슈퍼걸스' 등의 캐릭터와 브랜드 기반의 사업을 영위하고 있으며 매출은 콘텐츠 19.7%, IP 부가사업(키즈카페, 공연, 라이선스, 커머스 등) 80.3%로 구성되어 있다. 대원미디어는 만화 및 애니메이션 관련 종합 엔터테인먼트 기업으로 매출은 상품(게임기 및 기타) 56.9%, 제품(캐릭터 카드 및 상품

등) 33.1%, 방송 및 기타 9.8%로 이뤄져 있다. 스튜디오미르는 Pre-Production부터 Post Production까지 총괄 제작이 가능한 애니메이션 외주 제작사로 매출은 애니메이션 제작 100%로 구성되어 있다. 오로라는 자체 브랜드 '유후와 친구들', '신비아파트' 또는 캐릭터 완구 제작 OEM 기업으로 매출 구성은 완구 96.7%, 임대수입 2.9%, 상표권사용료 0.4%이다. 손오공은 피셔프라이스, 주라기월드, 미니언즈 등 마텔사의 완구 등의 국내를 담당하는 완구 유통 전문기업이다. 매출은 캐릭터 완구 및 게임 93.5%, PC방송판 수수료(리그오브레전드 등) 6.5%로 구성되어 있다.

국내 키즈 산업 관련주 실적 Table

(단위: 원, 억원, 배, %)

		SAMG 엔터	캐리소프트	대원미디어	스튜디오미르	오로라	손오공
코드		A419530	A317530	A048910	A408900	A039830	A066910
현재 주가 (07/29)		11,350	3,160	8,980	3,090	6,370	1,800
시가총액		975	220	1,130	1,011	686	608
매출액	2021	384	67	2,998	144	1,781	755
	2022	683	101	3,035	258	2,317	667
	2023	951	85	3,161	232	2,326	503
	2024F	1,172	N/A	2,648	N/A	2,568	N/A
영업이익	2021	34	-23	123	-19	106	12
	2022	-4	-21	143	33	184	-60
	2023	-94	-37	138	9	284	-95
	2024F	-137	N/A	82	N/A	292	N/A
영업이익률	2021	8.8	-34.1	4.1	-13.2	6.0	1.5
	2022	-0.5	-20.7	4.7	13.0	7.9	-9.0
	2023	-9.9	-43.4	4.4	3.7	12.2	-18.9
	2024F	-11.7	N/A	3.1	N/A	11.4	N/A
순이익	2021	-111	-22	57	21	95	34
	2022	-230	-12	56	15	73	-76
	2023	-172	-55	62	25	71	-119
	2024F	-185	N/A	35	N/A	109	N/A
EPS 성장률	2021	N/A	496	38.5	147.1	18.4	273.7
	2022	N/A	48.3	-1.2	-30.2	-22.7	-326.4
	2023	43.5	-375.7	10.8	30.5	-3.1	-44.0
	2024F	-8.1	N/A	-38.9	N/A	41.9	N/A
PER	2021	N/A	N/A	47.1	N/A	11.0	19.2
	2022	N/A	N/A	31.1	N/A	11.8	N/A
	2023	N/A	N/A	24.4	61.0	10.9	N/A
	2024F	N/A	N/A	32.1	N/A	6.3	N/A
PBR	2021	N/A	7.5	2.8	N/A	0.8	2.5
	2022	4.6	4.5	1.8	N/A	0.6	2.6
	2023	3.8	6.2	1.4	4.1	0.5	4.8
	2024F	3.6	N/A	1.1	N/A	N/A	N/A
ROE	2021	48.9	-17.3	6.5	22.6	8.2	14.0
	2022	-188.3	-10.0	6.0	9.6	5.9	-34.2
	2023	-37.1	-65.7	6.3	8.7	5.4	-58.5
	2024F	-51.3	N/A	3.4	N/A	N/A	N/A
PSR	2021	0.0	13.6	0.9	N/A	0.6	0.9
	2022	2.4	5.1	0.6	N/A	0.4	0.7
	2023	1.8	4.2	0.5	6.6	0.3	1.8
	2024F	0.8	N/A	0.4	N/A	0.3	N/A

주:1) SAMG엔터의 미래전망치는 당사 전망치, 경쟁사의 미래전망치는 컨센서스 기준, 2) 시가총액과 주가는 7월 29일 종가 기준

자료: Fnguide, 한국IR협의회 기업리서치센터

 **리스크 요인**

미상환 전환사채 300억원 존재

2024년 1분기 기준, 당사는 300억원의 미상환 전환사채를 보유하고 있어 향후 오버행 혹은 상환 리스크가 존재한다. 2023년 8월, 신규사업 확장 및 글로벌 사업 확대 용도의 자금 조달 목적으로 발행한 전환사채이다. 다만, 단기 내 전환권 행사에 따른 신주 발행으로 인한 최대주주 지분 희석 및 오버행 우려는 낮다고 판단된다. 1) 전환 청구는 2025년 8월부터 가능해, 현시점으로부터 1년이나 남았으며, 2) 전환가액이 이미 최저 조정가액 16,746원(발행 당시 전환가액의 70%)까지 조정되었음에도 불구하고, 전환가액이 현재 주가 대비 높게 형성되어 있기 때문이다.

미상환 전환사채 발행 현황(1Q24 기준)

종류/구분	제 2 회차 무기명식 이권부 무보증 사모 전환사채	
발행일	23.08.18	
만기일	28.08.18	
권면(전자등록)총액	30,000,000,000 원	
전환 대상 주식의 종류	보통주	
전환청구가능기간	25.08.18~28.07.18	
전환조건	전환비율(%)	100
	전환가액	16,746 원
미상환사채	권면(전자등록)총액	30,000,000,000 원
	전환가능 주식수	1,791,472 주(현재 발행주식 수의 20.9%)

주) 발행 당시의 전환가액은 23,923원

자료: SAMG엔터, 한국IR협의회 기업리서치센터

포괄손익계산서

(억원)	2020	2021	2022	2023	2024F
매출액	N/A	384	683	951	1,172
증가율(%)	N/A	N/A	78.0	39.2	23.2
매출원가	N/A	284	491	718	929
매출원가율(%)	N/A	74.0	71.9	75.5	79.3
매출총이익	N/A	100	192	233	244
매출이익률(%)	N/A	26.1	28.1	24.5	20.8
판매관리비	N/A	67	196	328	380
판매비율(%)	N/A	17.4	28.7	34.5	32.4
EBITDA	N/A	61	36	-30	-49
EBITDA 이익률(%)	N/A	15.9	5.3	-3.2	-4.2
증가율(%)	N/A	N/A	-40.5	적전	적지
영업이익	N/A	34	-4	-94	-137
영업이익률(%)	N/A	8.8	-0.5	-9.9	-11.7
증가율(%)	N/A	N/A	적전	적지	적지
영업외손익	N/A	-144	-220	-77	-48
금융수익	N/A	5	8	11	8
금융비용	N/A	144	211	39	49
기타영업외손익	N/A	-5	-17	-49	-7
중속/관계기업관련손익	N/A	0	0	0	0
세전계속사업이익	N/A	-111	-223	-171	-185
증가율(%)	N/A	N/A	적지	적지	적지
법인세비용	N/A	0	6	0	0
계속사업이익	N/A	-111	-230	-171	-185
중단사업이익	N/A	0	0	0	0
당기순이익	N/A	-111	-230	-171	-185
당기순이익률(%)	N/A	-28.9	-33.6	-18.0	-15.8
증가율(%)	N/A	N/A	적지	적지	적지
지배주주지분 순이익	N/A	-111	-230	-172	-185

현금흐름표

(억원)	2020	2021	2022	2023	2024F
영업활동으로인한현금흐름	N/A	-33	-19	-119	-53
당기순이익	N/A	-111	-230	-171	-185
유형자산 상각비	N/A	9	15	32	52
무형자산 상각비	N/A	19	25	32	35
외환손익	N/A	0	2	0	0
운전자본의감소(증가)	N/A	-91	-109	-149	45
기타	N/A	141	278	137	0
투자활동으로인한현금흐름	N/A	4	-54	-352	-2
투자자산의 감소(증가)	N/A	-3	-15	-42	-13
유형자산의 감소	N/A	0	0	0	0
유형자산의 증가(CAPEX)	N/A	-12	-38	-56	-45
기타	N/A	19	-1	-254	56
재무활동으로인한현금흐름	N/A	4	294	288	51
차입금의 증가(감소)	N/A	7	31	-41	36
사채의증가(감소)	N/A	0	-0	300	15
자본의 증가	N/A	0	285	0	0
배당금	N/A	0	0	0	0
기타	N/A	-3	-22	29	0
기타현금흐름	N/A	-0	0	-0	0
현금의증가(감소)	N/A	-25	220	-182	-3
기초현금	N/A	38	13	233	51
기말현금	N/A	13	233	51	48

재무상태표

(억원)	2020	2021	2022	2023	2024F
유동자산	N/A	237	547	606	469
현금성자산	N/A	13	233	51	48
단기투자자산	N/A	33	0	171	50
매출채권	N/A	137	151	155	140
재고자산	N/A	13	114	185	200
기타유동자산	N/A	40	49	46	32
비유동자산	N/A	148	220	395	430
유형자산	N/A	16	83	155	148
무형자산	N/A	98	111	133	161
투자자산	N/A	34	26	108	121
기타비유동자산	N/A	0	0	-1	0
자산총계	N/A	385	767	1,001	899
유동부채	N/A	184	262	212	278
단기차입금	N/A	44	80	43	73
매입채무	N/A	0	44	36	41
기타유동부채	N/A	140	138	133	164
비유동부채	N/A	427	34	318	335
사채	N/A	126	0	166	181
장기차입금	N/A	1	1	0	0
기타비유동부채	N/A	300	33	152	154
부채총계	N/A	612	296	530	613
지배주주지분	N/A	-227	471	454	269
자본금	N/A	13	43	43	43
자본잉여금	N/A	41	907	1,031	1,031
자본조정 등	N/A	-12	20	51	51
기타포괄이익누계액	N/A	0	-0	-0	-0
이익잉여금	N/A	-269	-499	-670	-856
자본총계	N/A	-227	471	471	286

주요투자지표

	2020	2021	2022	2023	2024F
P/E(배)	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
P/B(배)	N/A	N/A	4.6	3.8	3.6
P/S(배)	N/A	N/A	2.4	1.8	0.8
EV/EBITDA(배)	N/A	N/A	56.8	N/A	N/A
배당수익률(%)	N/A	N/A	0.0	0.0	0.0
EPS(원)	N/A	-2,550	-3,534	-1,997	-2,158
BPS(원)	N/A	-5,215	5,478	5,287	3,129
SPS(원)	N/A	8,824	10,516	11,072	13,646
DPS(원)	0	0	0	0	0
수익성(%)					
ROE	N/A	48.9	-188.3	-37.1	-51.3
ROA	N/A	-28.8	-39.9	-19.3	-19.5
ROIC	N/A	N/A	-1.5	-21.6	-26.3
안정성(%)					
유동비율	N/A	128.5	208.9	285.7	168.7
부채비율	N/A	-269.7	62.8	112.6	214.4
순차입금비율	N/A	-189.1	-22.6	34.0	117.2
이자보상배율	N/A	1.8	-0.5	-5.7	-5.2
활동성(%)					
총자산회전율	N/A	1.0	1.2	1.1	1.2
매출채권회전율	N/A	2.8	4.7	6.2	8.0
재고자산회전율	N/A	28.5	10.7	6.4	6.1

최근 3개월간 한국거래소 시장경보제도 지정 여부

시장경보제도란?

한국거래소 시장감시위원회는 투기적이거나 불공정거래 개연성이 있는 종목 또는 주가가 비정상적으로 급등한 종목에 대해 투자자들의 환기 등을 통해 불공 정거래를 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
SAMG엔터	X	X	X

Compliance notice

본 보고서는 한국거래소, 한국예탁결제원, 한국증권금융이 공동으로 출연한 한국IR협의회 산하 독립 (리서치) 조직인 기업리서치센터가 작성한 기업분석 보고서입니다. 본 자료는 시가총액 5천억원 미만 중소기업에 대한 무상 보고서로, 투자자들에게 국내 중소기업 상장사에 대한 양질의 투자 정보 제공 및 건전한 투자문화 정착을 위해 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 중소기업 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 '중·한탐방'과 2) 기업보고서 심층해설방송인 '중·한 리포트 가치보기'를 보실 수 있습니다.