

KOSDAQ | 미디어와엔터테인먼트

# 에프엔씨엔터 (173940)

## 다국적 아티스트 중심의 글로벌 성장 기대

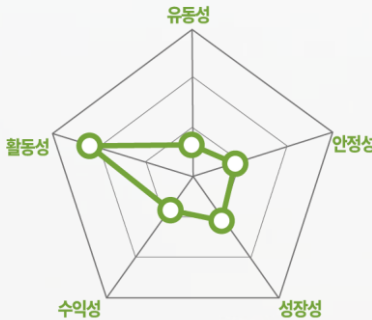
### 체크포인트

- 에프엔씨엔터는 2006년 설립된 종합 엔터테인먼트 기업. 주요 소속 가수로는 FT아일랜드, CNBLUE, 엔플라잉, SF9, 피원하모니, 앰퍼샌드원과 배우 정해인, 로운 등이 있음
- 에프엔씨엔터의 투자포인트는 1) 지속적인 신인 아티스트 발굴 및 매출 다변화, 2) 미디어콘텐츠제작 부문과 음악사업의 시너지 효과
- 2021년 이후 동사의 주가는 PBR Band 1.3x ~ 3.2x, PSR Band 0.5x ~ 2.2x 수준에서 형성되어 왔으며, 2025년 예상 실적 기준 현재 주가의 밸류에이션은 PBR 2.1x, PSR 0.7x로 Band 중하단 수준에 위치함. 하반기 피원하모니, 앰퍼샌드원, AxMxP의 성과에 따라 리레이팅될 가능성도 존재한다고 판단됨

### 주가 및 주요이벤트

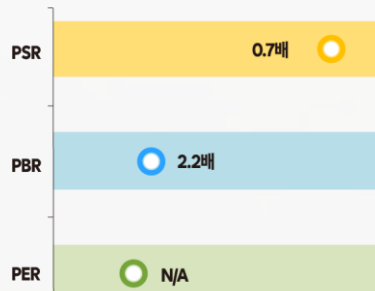


### 재무지표



주: 2024년 기준, Fnguide WICS 분류 상 커뮤니케이션서비스산업 내 등급화

### 밸류에이션 지표



주: PSR, PER은 2024년 기준, PBR은 4Q24 기준, Fnguide WICS 분류상 커뮤니케이션서비스산업 내 순위 비교, 우측으로 갈수록 저평가

# 에프엔씨엔터 (173940)

Analyst 채윤석 chaeyunseok@kirs.or.kr

RA 정수현 sh.jeong@kirs.or.kr

KOSDAQ

미디어와엔터테인먼트

## 밴드 중심에서 다양한 분야로 확장한 종합 엔터테인먼트 기업

에프엔씨엔터는 2006년 설립 이후 밴드 기반 아티스트 라인업으로 출발하여, 현재는 다국적 아이돌 그룹과 배우 매니지먼트, 미디어콘텐츠 제작을 아우르는 종합 엔터테인먼트 기업으로 성장 중. 소속 주요 가수로 FT아일랜드, CNBLUE, 엔플라잉, SF9, 피원하모니, 앰퍼샌드원 등이 있으며, 배우는 정해인과 로운 등이 있음. 2024년 기준, 에프엔씨엔터의 사업부문은 음악(음반, 음원, 공연, MD사업) 58.8%, 매니지먼트 23.7%, 미디어콘텐츠제작 0.2%, 기타 17.3%로 구성

## 하반기, AxMxP 데뷔 예정

2025년에는 다국적 4인조 보이밴드 AxMxP의 데뷔가 예정되어 있으며, 미디어콘텐츠제작 부문과의 전략적 연계를 통해 시너지 효과를 높이고 있음. AxMxP는 한국과 미국 멤버로 구성된 그룹. 최근 SBS 드라마 '사계의 봄'은 케이팝 밴드 스타의 재기를 다룬 청춘 음악 로맨스물로, AxMxP 멤버의 주연 출연과 글로벌 OTT 유통을 통해 신인 아티스트의 인지도를 효과적으로 높였음. 기존 아티스트 사례에서도 엔플라잉 승합이 드라마 출연과 OST 참여를 통해 팬덤 확장, 음반 판매 증가, 행사 수익 확대 성과를 거두며 이러한 전략의 효과를 입증한 바 있음

## 2025년 실적 전망

동사의 2025년 예상 실적은 매출액 911억원(+5.6%, yoy), 영업손실 3억원(적자 축소, yoy)으로 전망. 피원하모니는 미주, 유럽 등 해외 투어를 확대하며 공연 매출 증가를 주도할 예정이고, CNBLUE, 엔플라잉 등 주요 아티스트의 활동 재개도 실적 개선에 기여할 것으로 예상. 음반 부문에서는 2분기 엔플라잉, 피원하모니, 앰퍼샌드원이 앨범을 발매, 합산 약 55만장을 판매하였으며, 하반기에는 기존 그룹들의 추가 앨범 발매 및 AxMxP의 데뷔가 예정되어 있어, 연간 음반 판매량은 역대 최대치를 달성할 것으로 기대. 수익성 측면에서는 미주 지역 공연 확대와 음반 판매 호조 영향으로 BEP 수준까지 개선될 것으로 예상

## Forecast earnings & Valuation

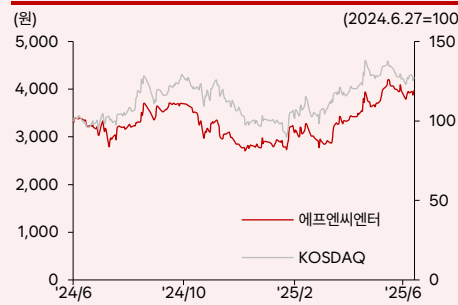
	2021	2022	2023	2024	2025F
매출액(억원)	742	658	901	862	911
YoY(%)	2.4	-11.3	36.9	-4.3	5.6
영업이익(억원)	-42	-132	-80	-42	-3
OP 마진(%)	-5.7	-20.0	-8.9	-4.8	-0.3
지배주주순이익(억원)	-93	-176	-83	-66	-23
EPS(원)	-647	-1,183	-540	-431	-152
YoY(%)	적지	적지	적지	적지	적지
PER(배)	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
PSR(배)	1.6	1.2	0.9	0.5	0.7
EV/EBITDA(배)	31.7	N/A	N/A	6,897.7	12.6
PBR(배)	2.0	1.9	2.2	1.4	2.1
ROE(%)	-15.9	-34.4	-20.6	-19.9	-7.9
배당수익률(%)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

자료: 한국IR협회의 기업리서치센터

## Company Data

현재주가 (7/16)	3,900원
52주 최고가	4,200원
52주 최저가	2,710원
KOSDAQ (7/16)	812.23p
자본금	77억원
시가총액	600억원
액면가	500원
발행주식수	15백만주
일평균 거래량 (60일)	1만주
일평균 거래액 (60일)	0억원
외국인지분율	0.59%
주요주주	한성호 외 4인 34.28%
	Suning Universal Media 20.53%

## Price & Relative Performance



## Stock Data

주가수익률(%)	1개월	6개월	12개월
절대주가	-4.1	36.8	20.6
상대주가	-8.2	22.0	24.6

## 참고

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



## 기업 개요

### 연혁 및 지배구조 현황

**밴드 그룹 중심에서  
다양한 IP 포트폴리오로 확장한  
종합 엔터테인먼트 기업**

에프엔씨엔터는 2006년 가수 겸 작곡가 출신 한성호 대표가 설립한 종합 엔터테인먼트 기업으로, 밴드 중심의 아티스트 라인업을 통해 K-POP 장르의 다양화에 기여해왔다. 2007년 FT아일랜드, 2010년 CNBLUE 등 인기 밴드를 순차적으로 성공시키며 밴드 전문 기획사로 자리매김하였고, 2012년 사명 변경과 함께 여자 솔로 가수 주니엘, 걸그룹 AOA를 데뷔시키며 장르 다변화와 팬덤 확대에 나섰다. 이러한 성장 기반을 바탕으로 동사는 2014년 국내 주요 3대 기획사(SM, YG, JYP)에 이어 네 번째로 코스닥 시장에 상장하였다.

2015년부터는 예능 분야로도 사업 영역을 확장하였고, 2016년에는 중국 Suning Universal Media와의 합자투자계약으로 상해홍승문화전파유한공사를 설립하며 중국 진출을 본격화하였다. 그러나, 예능 부문의 수익화 한계와 중국 시장의 대외 변수(한한령, 코로나19)로 인해 성과는 제한적이었다. 이후, 선택과 집중 전략을 통해 체질 개선에 나섰으며, 2020년 피원하모니, 2023년 앰퍼샌드원 등 신인 아티스트를 지속 선보이며 신규 IP를 확보하였다. 이와 동시에, 정해인, 로운 등 배우 아티스트 중심의 포트폴리오를 강화하며 내실 있는 성장 기반을 구축해 나가고 있다.

2025년 3월 말 기준, 에프엔씨엔터의 최대주주는 한성호 공동대표이사(22.3%)이며, 한승훈 비등기이사 등을 포함한 최대주주 및 특수관계인 지분율은 34.3%이다. 특수관계인은 한성호 공동대표이사의 친인척과 등기임원 등으로 구성되어 있다. 2대 주주인 Suning Universal Media의 지분율은 20.5%이다. Suning Universal Media은 2015년 사업 제휴 등을 목적으로 동사의 지분을 취득하고 기타비상무이사 선임을 통해 이사회에 참여하고 있다. 이 외에도 카카오펀터터테인먼트(4.2%), 타임폴리오자산운용(3.4%)가 주요 주주로 있으며, 특히 카카오펀터터테인먼트는 동사의 음원·음반 콘텐츠 유통을 담당하고 있다.

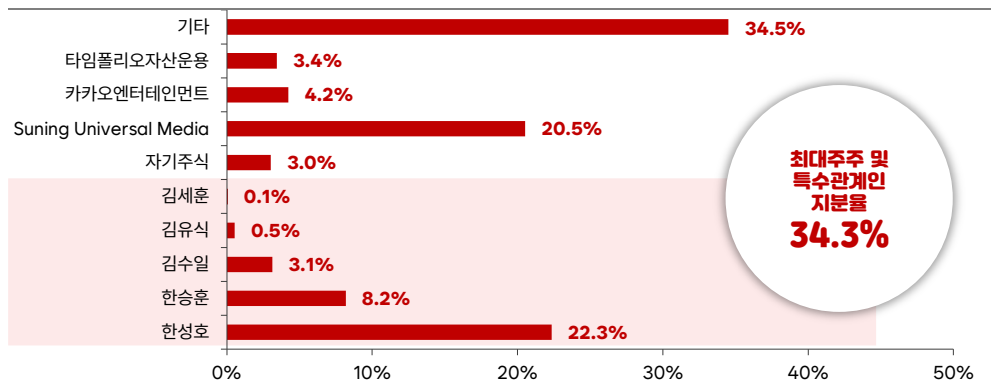
2025년 3월 말 기준, 에프엔씨엔터는 국내 2개(에프엔씨스토리(지분율 100%), 콘텐츠랩나나랜드(92.5%)), 해외 3개(일본 FNC ENTERTAINMENT JAPAN Inc(100%), MARCH Inc.(70.0%), 미국 FNC USA LLC.(100%))의 종속기업을 보유하고 있다. 주요 종속기업으로는 FNC ENTERTAINMENT JAPAN Inc와 에프엔씨스토리가 있다. FNC ENTERTAINMENT JAPAN Inc는 일본 현지에서 음반 및 공연 기획업을 영위하고 있으며, 2024년 연간 실적은 매출액 334억원(+11.7%, yoy), 당기순이익 6억원(-29.0%, yoy)을 기록하였다. 에프엔씨스토리는 콘텐츠 기획, 제작 및 투자업을 영위하고 있으며, 2023년 KBS 드라마 '혼례대첩' 제작에 이어, 2025년에는 SBS 방영작 '사계의 봄'을 공동 제작하였다.

연혁

2006~2013 장르 다변화 및 팬덤 확대	2014~2019 사업 영역 및 시장 확장	2020~ 신규 아티스트 강화 및 배우 포트폴리오 구축
2006 피유엔케이뮤직 설립 2007 FT아일랜드 데뷔 2010 CNBLUE 데뷔 2012 에프엔씨엔터로 사명 변경 주니엘 데뷔 AOA 데뷔 FNCMUSIC JAPAN Inc. 인수	2014 코스타 시장 상장 2015 NFLYING 데뷔 Suning Universal Media 당사 지분 취득 2016 SF9 데뷔 중국 상해홍승문화전파유한공사 설립 2018 (주)에프엔씨스토리 설립 2019 (주)콘텐츠랩나나랜드 설립	2020 PIHarmony 데뷔 카카오엔터테인먼트 유튜버 계약 2021 (주)에프엔씨더블유 설립 2023 H-FI Unicorn 데뷔 AMPERS&ONE 데뷔 드라마 '환레대첩' KBS 방영 2024 (주)에프엔씨더블유, (주)에프엔씨아카데미 흡수합병 2025 드라마 '사계의 봄' SBS 방영

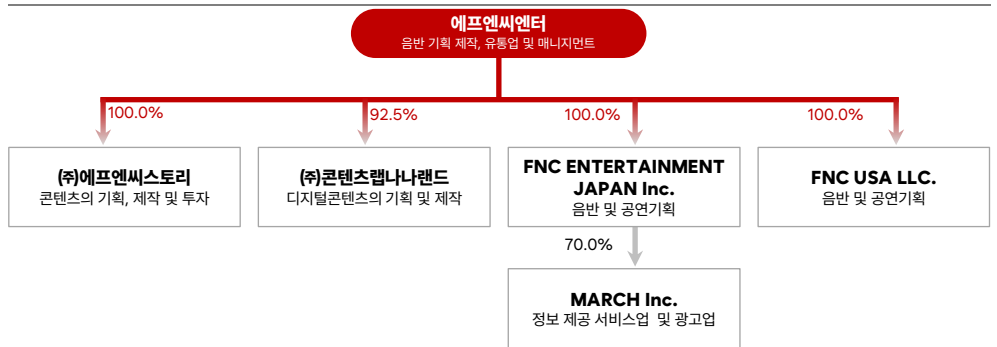
자료: 에프엔씨엔터, 한국IR협회의 기업리서치센터

주주 현황(2025년 3월 말 기준)



자료: 에프엔씨엔터, 한국IR협회의 기업리서치센터

종속기업 현황(2025년 3월 말 기준)



자료: 에프엔씨엔터, 한국IR협회의 기업리서치센터

## 주요 아티스트 현황

가수를 중심으로 배우, 예능인까지  
다양한 IP를 보유한 에프엔씨엔터

에프엔씨엔터는 2006년 설립 이후 밴드 음악을 K-POP 산업에 접목하며 독자적인 입지를 구축하였다. FT아일랜드와 CNBLUE의 성공을 기반으로 엔플라잉(N.Flying), SF9, 피원하모니(P1Harmony), 하이파이유니콘(Hi-Fi Un!corn), 앰퍼 샌드원(AMPERS&ONE)을 육성해왔다.

### 1. FT아일랜드

FT아일랜드는 2007년 6월 록 장르 기반 아이돌 밴드로 데뷔하였으며, 현재 3명의 멤버로 구성되어 있다. 데뷔곡 '사랑앓이'는 각종 차트에서 8주 연속 1위를 기록하였고, 데뷔 앨범 'Cheerful Sensibility'은 2007년 국내 연간 음반 판매 6위를 달성하였다. 2008년 6월에는 일본 데뷔 앨범 'Prologue of FT Island: Soyogi'를 발매하며 해외에도 진출하였다. 현재까지 국내에서 정규 7집, 미니 9집, 일본에서 인디 앨범 3집, 싱글 20집, 정규 10집을 발매했다.

FT아일랜드는 데뷔 초부터 라이브 실력을 바탕으로 활발한 공연 활동을 이어왔다. 2007년 국내 첫 전국 투어, 2008년 일본 투어에 이어 2011년에는 말레이시아, 싱가포르, 대만, 태국, 홍콩을 포함한 첫번째 아시아 투어를 진행하였다. 이후 현재까지 멤버들의 군 공백기(2019년 ~ 2022년)를 제외하고 매년 국내, 일본, 아시아에서 활발한 투어를 진행하고 있다. 최근에는 8월 서울 공연 이후 9월 마카오를 시작으로 타이베이, 쿠알라룸푸르, 홍콩까지 이어지는 아시아 투어를 발표하였다.

### 2. CNBLUE

CNBLUE는 2009년 일본에서 인디즈 활동을 시작한 후, 2010년 1월 한국에서 정식 데뷔한 3인조 밴드 그룹이다. 록 장르를 기반으로 하며, 한국에서 미니 10집, 정규 2집, 일본에서는 인디 미니 2집, 인디 정규 2집, 인디 싱글 3집, 메이저 싱글 14집, 정규 7집까지 발매하였다. 2010년 1월 데뷔곡 '외톨이야'는 발표 15일 만에 음악방송 1위를 달성하였고, 일본 싱글 'Where You Are'는 오리콘 주간 1위를 차지하며 밴드 음악의 대중성을 입증하였다.

CNBLUE는 일본에서 길거리 공연과 클럽 공연을 100회 이상 거친 후 한국 무대에 데뷔했으며, 현재도 콘서트 활동을 적극적으로 전개하고 있다. 2025년 4월에는 첫 북미 투어 '2025 CNBLUE LIVE - VOYAGE into X IN NORTH AMERICA'(4개 도시, 4회 공연)를 통해 기존 활동 지역을 한국·아시아·일본에서 북미로 확대했다.

### 3. 엔플라잉(N.Flying)

엔플라잉은 2015년 5월 데뷔한 5인조 하이브리드 록 밴드로, 힙합과 록 사운드를 기반으로 한 음악성을 갖추고 있다. 2019년 '옥탑방'이 음원 차트에서 역주행하며 SBS MTV 'The Show'와 SBS '인기가요'에서 음악방송 첫 1위를 달성하였다. 현재까지 한국에서 FLY HIGH PROJECT(두 달에 한 번 '스포일러 + 버스킹 + 단독 공연 + 음원 발매'가 하나의 포맷으로 진행되는 연간 프로젝트) 6회가 진행되었고, 국내에서 미니 8집, 디지털 싱글 2장, 정규 2집이 발매되었으며, 일본에서는 인디 싱글 2집, 싱글 4집, 정규 1집이 발매되었다.

2025년 5월 엔플라잉은 멤버들의 군 공백기 이후 2년만에 콘서트 2025 엔플라잉 라이브 '엔콘4: 폴 써클'을 서울 을

림픽홀과 부산 KBS부산홀에서 각 3,000석, 총 5회 규모의 단독 콘서트를 개최했으며, 내년 1월까지 아시아, 미국, 오세아니아, 유럽, 남미 등 총 28개 도시에서 2025 엔플라잉 라이브 월드 투어 '엔콘4: 폴 서클'을 진행할 계획이다.

#### 4. SF9

SF9은 2016년 10월 데뷔한 에프엔씨엔터의 첫 퍼포먼스형 보이그룹으로, 현재 8명으로 구성되어 있다. 국내에서 싱글 1집, 디지털 싱글 1집, 정규 1집, 미니 15집을 발매했으며, 일본에서 싱글 6집, 정규 3집, 미니 1집을 발매하였다. 데뷔 이후 현재까지 누적 약 165만장(월간 씨클차트 TOP 100 합계 기준)의 앨범 판매를 기록했다. 2022년 3월부터 멤버들의 군 입대 영향으로 유닛 활동에 집중하고 있으며, 2026년부터는 완전체 활동이 예정되어 있다.

SF9은 2017년 아시아미주 8개 도시에서의 첫번째 팬미팅 투어를 시작으로 2017년 일본 단독콘서트, 2018년 국내 단독콘서트를 진행했으며 2019년에는 미국과 유럽 총 10개 도시까지 라이브 투어를 확장하였다. 최근 활동으로는 6월 KBS아레나홀에서 2년 6개월만에 국내 5번째 단독 콘서트를 개최했으며, 8월 홍콩, 10월 유럽, 11월 미국 등에서 라이브 투어를 이어갈 예정이다.

#### 5. 피원하모니(P1Harmony)

피원하모니(P1Harmony)는 2020년 10월 데뷔한 4세대 6인조 다국적(캐나다, 한국, 일본) 보이그룹으로, 데뷔 전부터 SF 단편영화 '피원에이치(P1H): 새로운 세계의 시작'을 통한 세계관 구축으로 주목받았다. 영화 '피원에이치(P1H): 새로운 세계의 시작'은 분노와 폭력을 일으키는 바이러스로 폐허가 된 세상을 구하기 위해 다른 차원에 흩어진 소년들이 모여 희망의 별을 찾아가는 스토리로 구성되어 있다. 현재까지 국내에서 정규 1집, 미니 8집 앨범을, 미국에서 3장의 디지털 싱글 앨범을 발매하였다. 2020년 10월, 빅히트 레이블 소속이 아닌 아티스트로는 처음으로 팬 커뮤니티 플랫폼 위버스에 입점하였다. 2023년 미니 6집 'HARMONY:ALL IN'의 빌보드 200 차트 51위 진입을 시작으로 2024년 정규 1집 '때깔(Killin' It) (39위)', 미니 7집 'SAD SONG(16위)', 2025년 미니 8집 'DUH!(23위)'까지 연속 빌보드 200 차트인을 기록했다. 데뷔 이후 현재까지 누적 앨범 판매량은 약 166만장(월간 씨클차트 TOP 100 합계 기준)을 기록 중이다.

피원하모니(P1Harmony)의 공연 규모는 해외를 중심으로 성장하고 있다. 2022년 서울과 미국 9개 도시에서 라이브 투어를 시작으로 2023년 첫번째 월드투어(21개국, 39개 도시)와 2024년 두번째 월드투어(14개국, 24개 도시)를 진행하였다. 2025년 8월부터는 세번째 월드투어가 개최될 예정이다. 현재까지 발표된 세번째 월드투어는 8월 서울 확정체 육관을 시작으로 호주, 싱가포르, 대만, 마카오, 일본, 미국, 캐나다, 브라질, 페루, 칠레, 멕시코 등 12개국에서 개최될 계획이다. 팬덤 확대에 따라 아레나 및 돐 규모 공연장으로 확장 중이다.

#### 6. 하이파이유니콘(Hi-Fi Un!corn)

하이파이유니콘(Hi-Fi Un!corn)은 SBS 미디어넷과 일본 TBS에서 방영된 서바이벌 프로그램 'THE IDOL BAND: BOY'S BATTLE'에서 선발된 5인조(한국, 일본) 보이밴드로, 2023년 6월에 한국과 일본에서 동시에 데뷔하였다. 현재까지 싱글 5장, 정규 1집을 발표했으며, 2025년 첫 국내 단독 콘서트에 이어 대만, 일본 등에서 아시아 투어를 진행 중이다.

**7. 앰퍼샌드원(AMPERS&ONE)**

앰퍼샌드원(AMPERS&ONE)은 2023년 11월 데뷔한 다국적(한국, 미국, 캐나다, 호주) 7인조 그룹으로, Mnet 'BOYS PLANET' 출신 멤버가 3명이 포함되어 데뷔 초부터 주목받았다. 현재까지 싱글 2집, 미니 2집을 발매했으며, 누적 앨범 판매량은 약 26만장(월간 씨클차트 TOP 100 합계 기준)이다.

2024년 서울 첫 팬미팅을 시작으로 2025년 1월 싱가포르, 마카오, 대만에서 팬미팅 투어를 진행했고, 2월에는 미국 19개 도시, 캐나다 1개 도시에서 북미 라이브 투어를 개최하며 글로벌 활동을 확대하고 있다.

**8. 배우 및 예능인**

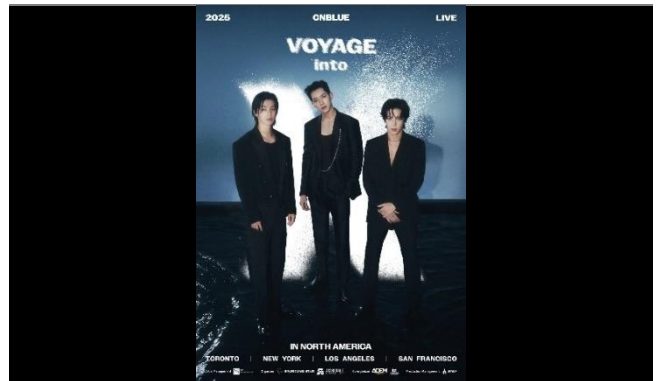
동사는 가수 이외에도 로운, 정해인, 박광재, 문세윤, 정다운 등 배우 및 예능인 아티스트 라인업을 보유하고 있으며, 이를 기반으로 광고, 출연료, 팬미팅, MD 등에서 수익을 창출하고 있다.

2025 FTISLAND LIVE 'MAD HAPPY' IN ASIA



자료: 에프엔씨엔터, 한국IR협의회 기업리서치센터

북미지역까지 진출한 CNBLUE



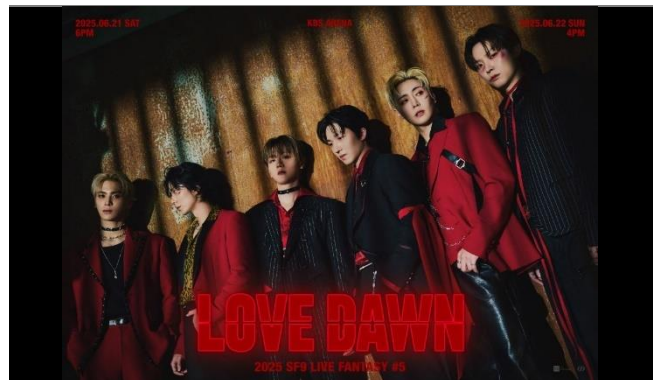
자료: 에프엔씨엔터, 한국IR협의회 기업리서치센터

2025 엔플라잉 라이브 월드 투어



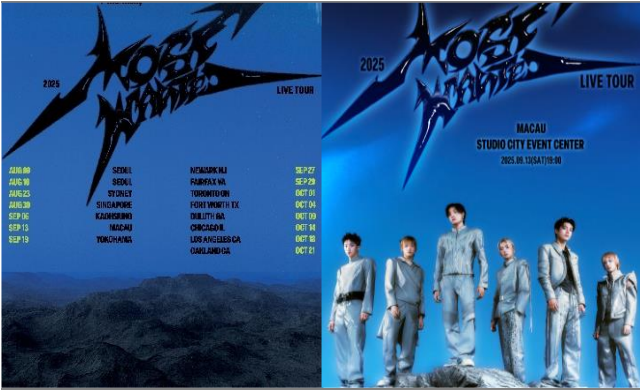
자료: 에프엔씨엔터, 한국IR협의회 기업리서치센터

SF9 국내 5번째 단독 콘서트



자료: 에프엔씨엔터, 한국IR협의회 기업리서치센터

피원하모니 2025년 라이브투어



자료: 에프엔씨엔터, 한국저작권협회 기업리서치센터

앰퍼샌드원 북미 공연



자료: 에프엔씨엔터, 한국저작권협회 기업리서치센터

로운 팬미팅 및 MD



자료: 에프엔씨엔터, 한국저작권협회 기업리서치센터

정해인 팬미팅 및 MD



자료: 에프엔씨엔터, 한국저작권협회 기업리서치센터

**3 사업 현황**

음악 58.8%,  
매니지먼트 23.7%,  
미디어콘텐츠제작 0.2%,  
기타 17.3%로 구성

2024년 기준, 에프엔씨엔터의 사업부문은 음악 58.8%, 매니지먼트 23.7%, 미디어콘텐츠제작 0.2%, 기타 17.3%로 구성되어 있으며, 지역별 매출은 국내 49.4%, 일본 39.1%, 미국 3.2%, 기타 8.3%로 이뤄져 있다.

**1. 음악**

음악 사업은 음반, 음원, 공연, MD사업과 방송·광고·영화 등 영상물에 삽입되는 음악 콘텐츠 등의 매출을 포함한다. 음반은 유통사와 도매상을 통해 판매되고, 음원은 디지털 플랫폼을 통한 스트리밍과 다운로드 형태로 제공된다. 공연 부문은 일본, 홍콩, 북미 등 해외 시장 중심으로 성장하고 있으며 지역에 따라 티켓 판매 혹은 Minimum Guarantee 방식으로 매출이 발생한다. MD는 공연 현장과 FNC Mall 등에서 판매되고 있으며, 일부 로열티 매출도 발생한다. 코로나-19 엔데믹 이후 콘서트 투어 재개와 2020년 데뷔한 피원하모니의 성장, 10년차 엔플라잉의 재계약 효과로 해당 부문의 매출액은 2020년 140억원에서 2024년 507억원까지 증가하였다.

**2. 매니지먼트**

매니지먼트 사업은 소속 아티스트의 광고, 영화, 방송 등 다양한 연예 활동을 통해 수익을 창출하는 구조다. 배우, 가수,

예능인 등 연예인을 대상으로 활동 관리 및 기획 서비스를 제공하며, 국내는 물론 글로벌 시장에서도 사업을 확대하고 있다. 에프엔씨엔터는 FT아일랜드, CNBLUE, 엔플라잉, SF9, 피원하모니 등 가수와 배우 정해인, 로운, 예능인 문세윤 등 폭 넓은 아티스트 라인업을 보유하고 있다. 일부 예능인 계약 종료 영향으로 매니지먼트 부문 매출액은 2020년 276억원에서 2024년 204억원으로 감소하였다.

### 3. 미디어콘텐츠제작

미디어콘텐츠제작 사업은 드라마, 영화, 예능 등 콘텐츠를 제작하여 방송사 및 OTT 플랫폼에 공급하며 매출이 발생된다. 당사는 2016년 에프엔씨애드컬처(현 SM Life Design)를 통해 미디어콘텐츠제작 사업에 진출했으며, 2018년 에프엔씨애드컬처를 매각한 이후 드라마 제작 전문 자회사 에프엔씨스토리를 설립하고, 예능 제작 자회사 에프엔씨프로덕션의 지분을 취득하며 미디어콘텐츠 제작 역량을 강화했다.

주요 드라마 레퍼런스로는 2021년 카카오TV를 통해 방영된 웹드라마 '징크스', 2023년 KBS에서 방영된 '혼례대첩' 등이 있으며, 이를 통해 방송 및 디지털 플랫폼에서의 콘텐츠 공급 실적을 확보했다. 예능 제작의 경우 과거 에프엔씨프로덕션을 통해 KBS2 '살림하는 남자들', '옥탑방의 문제아들', '사장님 귀는 당나귀 귀', '1박 2일', JTBC '멍쳐야 쓴다', '1호가 될 순 없어' 등을 제작했으나, 음악 및 드라마 제작에 역량을 집중하기 위해 2021년 11월 에프엔씨프로덕션 청산을 기점으로 예능 제작 사업을 종료했다.

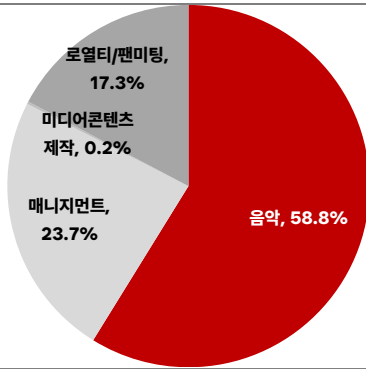
미디어콘텐츠 제작 부문의 최근 실적은 2023년 KBS 드라마 '혼례대첩' 제작 이후 2024년에는 신규 방영작 부재로 매출이 거의 발생하지 않았다. 2025년에는 5월부터 7월까지 방영된 드라마 '사계의 봄'의 관련 실적이 반영될 예정이다.

### 4.기타

기타 부문은 로열티와 팬미팅으로 구성된다. 팬미팅 사업은 티켓 판매 및 현장 부가 상품 매출을 통해 수익을 창출하며, 최근 배우 정해인과 로운의 국내외 팬미팅 증가가 매출 성장을 견인했다.

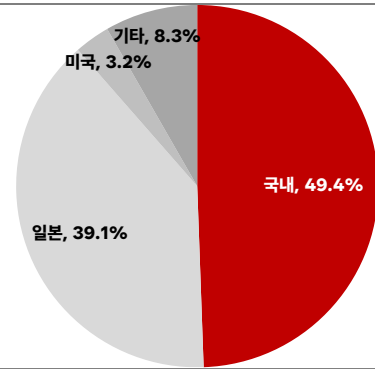
또한, 당사는 한국예탁결제원에 등록된 인쇄소로서 유가증권뿐만 아니라 영화티켓, 관람권, 승차권, 스포츠팀, 선거투표용지, 주세 납세증지 등을 제작·납품해왔으나, 2024년 3분기부터 인쇄사업을 중단하고 본업에 집중하고 있다.

사업 부문별 매출 비중(2024년 기준)



자료: 에프엔씨엔터, 한국IR협의회 기업리서치센터

지역별 매출 비중(2024년 기준)



자료: 에프엔씨엔터, 한국IR협의회 기업리서치센터



## 산업 현황

### 1 글로벌 레코딩 음악 시장: 포맷별

#### 글로벌 음악 산업, 스트리밍 중심으로 재편

IFPI(국제음반산업협회)에 따르면 2024년 글로벌 음악 산업의 총 매출은 296억 달러로 집계되었으며, 이 중 스트리밍이 204억 달러(69.0%)로 가장 큰 비중을 차지하였다. 이어서 피지컬 음반 49억 달러(16.4%), 공연권 29억 달러(9.7%), 다운로드 및 기타 디지털 수익 8억 달러(2.8%), 동기화 수익 7억 달러(2.2%) 순으로 나타났다.

1999년부터 2024년까지 장기 추이를 보면, 피지컬 음반 수익은 219억 달러에서 48억 달러로 지속 하락하였다. 반면 스트리밍은 2005년 1억 달러에서 2024년 204억 달러로 고속 성장을 이루었다. 다운로드도 2013년을 정점으로 감소세에 접어들었으며, 공연권과 동기화 부문은 비교적 안정적인 증가세를 보이고 있다. 이러한 변화는 음악 산업이 물리적 상품 중심에서 디지털 중심, 특히 구독형 서비스 기반의 플랫폼 구조로 전환되었음을 보여준다. 더불어 AI 기술, 팬덤 커뮤니티 등과 음악 산업의 융합은 음악 산업 수익 구조의 다각화와 콘텐츠 소비 방식의 진화를 더욱 가속화할 것으로 전망된다.

#### 1. 스트리밍

2024년 스트리밍 부문 매출은 전년 대비 14억 달러 증가한 204억 달러로, 전체 성장분의 대부분을 견인하였다. 특히 유료 구독형 스트리밍이 +9.5% 증가하며 성장을 주도하였고, 광고 기반 스트리밍은 +1.2%의 완만한 증가에 그쳤다.

스트리밍의 지속적인 성장 배경에는 소비자의 디지털 소비 패턴 고착화, 글로벌 플랫폼 확장, 팬덤 기반의 알고리즘 추천 기술 고도화 등이 자리하고 있다. 이와 같은 구조적 요인은 중장기적으로도 안정적인 성장세를 뒷받침할 것으로 보인다.

#### 2. 실물 음반

피지컬 음반 수익은 2024년 기준 49억 달러로 전년 대비 -3.1% 감소하였다. 이는 2023년 +14.5%라는 높은 성장의 기저 효과에 따른 일시적 조정으로 해석된다. CD 수익은 -6.1%, 뮤직 DVD 등 영상 콘텐츠는 -15.5%의 성장률을 기록한 반면, LP는 +4.6% 성장하며 18년 연속 증가세를 이어갔다. 이는 팬덤 중심의 수집 수요와 레트로 트렌드가 지속되고 있음을 반영한다.

#### 3. 공연권 수익

2024년 공연권 수익은 전년 대비 +5.9% 증가한 29억 달러를 기록하며, 4년 연속 증가세를 이어갔다. 전체 음악 산업 매출 중 9.7%를 차지하며, 오프라인 활동 재개 및 이벤트 수요 회복에 따른 수혜가 반영된 결과다. 주요 수익원은 공공장소, 라디오, 방송 등에서의 음원 사용에 대한 저작권료이다.

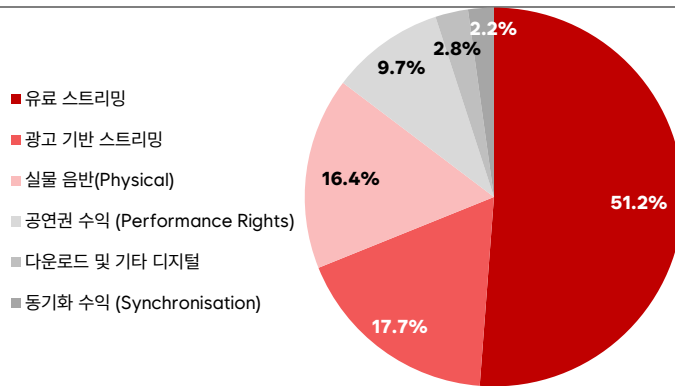
**4. 다운로드 및 기타 디지털**

다운로드 및 기타 디지털 부문은 2024년 기준 8억 달러로, 전체 매출의 2.8%에 불과하다. 이는 12년 연속 하락세를 기록한 것으로, MP3 중심의 유료 다운로드 모델이 스트리밍 중심 시장에 밀리며 지속적으로 축소되고 있는 추세다.

**5. 동기화 수익**

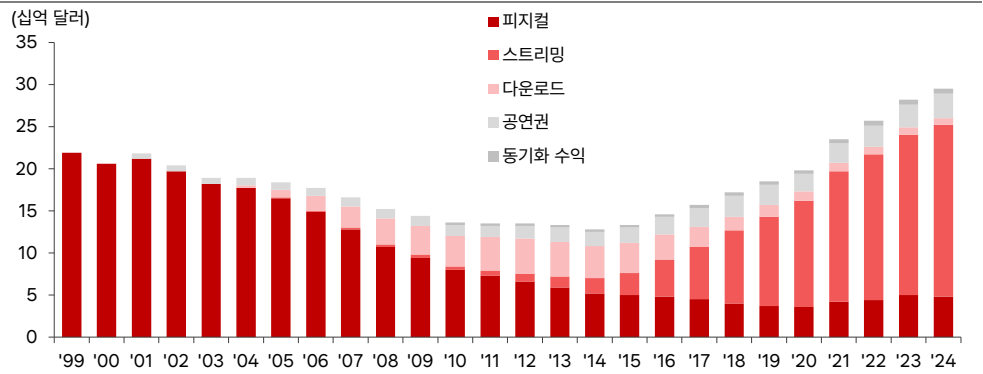
동기화 수익은 2024년 기준 6.5억 달러로, 전체 음악 산업의 2.2%를 차지하며 전년 대비 +8.3% 성장하였다. 이는 영화, 광고, TV, 게임 등에 음악이 사용되면서 발생하는 수익으로, 글로벌 콘텐츠 제작 증가 및 OTT 플랫폼 성장의 수혜를 받고 있으며 음악 산업의 수익 다변화에 기여하는 중요 채널로 자리잡고 있다.

글로벌 음악 산업 포맷별 비중(2024년 기준)



자료: IFPI, 한국IR협회의 기업리서치센터

글로벌 음악 산업 규모 추이



자료: IFPI, 한국IR협회의 기업리서치센터

## 글로벌 레코딩 음악 시장: 지역별

### 2024년 글로벌 음반 산업, 신흥국 중심 고성장

IPI(국제음반산업협회)에 따르면 2024년 글로벌 음반 산업은 10년 연속 성장을 이어가며, 모든 대륙에서 고른 성장세를 나타냈다. 국가별 상위 10개 시장 중 8개 시장이 성장세를 지속하였으며, 멕시코는 호주를 제치고 최초로 글로벌 톱10에 진입하였다. 또한 신흥 시장으로 분류되는 MENA, 사하라 이남 아프리카, 라틴 아메리카는 고성장세가 이어졌다.

#### 1. 북미

북미는 2023년 +7.4%에서 2024년 +2.1%로 성장세가 둔화되었으나, 여전히 세계 최대 음반 시장으로서의 위상을 유지하고 있다. 전체 글로벌 음반 산업 매출의 40.3%를 차지했으며, 국가별로는 미국 +2.2%, 캐나다 +1.5%의 성장률을 기록하였다.

#### 2. 유럽

유럽은 2023년 +8.0%에 이어 2024년에도 +8.3%로 높은 성장을 지속하였다. 절대 금액 기준으로 가장 높은 성장을 나타내었으며, 글로벌 음악 산업 매출 내 비중도 28.3%에서 29.5%로 확대되었다. 영국(+4.9%), 독일(+4.1%), 프랑스(+7.5%) 등 주요국 모두 견조한 성장세를 유지하였다.

#### 3. 중동 및 북아프리카(MENA)

MENA는 2023년 +14.4%, 2024년 +22.8%로 가파른 성장세를 보이며 세계에서 가장 빠르게 성장하는 지역으로 부상하였다. 이 지역은 전체 매출의 99.5%를 스트리밍이 차지할 만큼 모바일 및 디지털 친화적이며, 시장의 디지털 전환 속도가 전 세계에서 가장 빠르다. 지역 내 플랫폼 확산과 모바일 네트워크 인프라의 개선이 주요 성장 요인으로 작용하고 있다.

#### 4. 사하라 이남 아프리카 (Sub-Saharan Africa)

2023년 +24.7%로 최고 성장률을 기록했던 사하라 이남 아프리카는, 2024년에도 +22.6%로 두 자릿수 고성장을 지속하였다. 연간 매출이 사상 처음으로 1.1억 달러를 돌파하였으며, 지역 내 74.6%를 차지하는 주요국인 남아프리카 공화국은 +14.4% 성장을 달성하였다. 유료 스트리밍 확산과 함께 글로벌 음반사로부터 중장기적 관점에서 주목받는 지역이다.

#### 5. 라틴 아메리카

2024년 라틴 아메리카는 +22.5%의 성장률을 기록하며 15년 연속 플러스 성장을 이어갔다. 스트리밍 부문의 고성장이 전체 실적을 견인하였으며, 해당 부문의 매출 비중은 2023년 86.3%에서 2024년 87.8%로 확대되었다. 브라질은 +21.7%의 성장률로 2년 연속 가장 높은 성과를 기록했으며, 멕시코는 +15.6%의 견조한 성장세를 바탕으로 세계 10위권 시장에 신규 진입하였다.

#### 6. 아시아

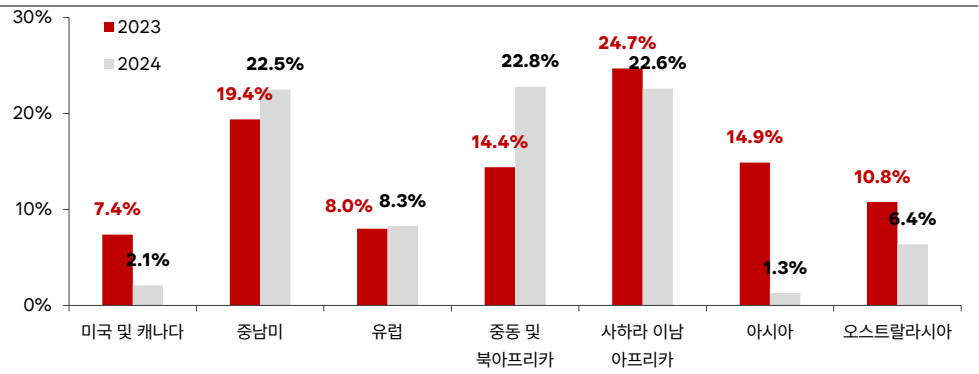
아시아는 2023년 +14.9%에서 2024년 +1.3%로 성장률이 급격히 둔화되었다. 이는 2023년 한국 중심의 피지컬 음

반 호조에 따른 기저효과와 일본 시장의 정체가 복합적으로 작용한 결과로 해석된다. 그럼에도 불구하고 아시아는 전체 글로벌 피지컬 음반 매출의 45.1%를 차지하며, 여전히 피지컬 중심 시장의 핵심 지역으로 자리하고 있다. 일본은 0.2% 역성장한 반면, 중국은 +9.6%의 성장률을 기록하며 세계 5위 시장으로서의 입지를 공고히 하였다.

**7. 오스트랄라시아(Australasia)**

오스트랄라시아는 2023년 +10.8%에서 2024년 +6.4%로 다소 완만한 성장세를 보였다. 총 매출은 6억 2,900만 달러이다. 국가별로는 호주가 +6.1%의 성장률을 기록했으나 글로벌 Top10에서는 밀려났으며, 뉴질랜드는 +7.8%로 견조한 성장세를 유지하였다. 이 지역은 시장 규모는 작지만, 지속적인 음악 소비와 디지털 환경을 기반으로 안정적인 성장세를 기록하고 있다.

글로벌 음악 산업 지역별 성장률 추이



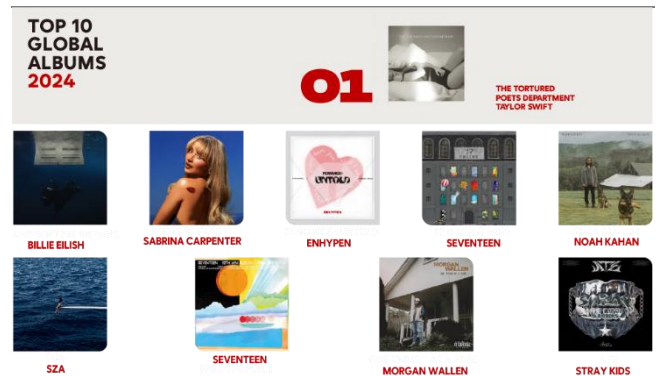
자료: IFPI, 한국저작권위원회 기업리서치센터

글로벌 음악 시장 국가별 순위

1	USA	
2	Japan	
3	UK	
4	Germany	
5	China	
6	France	
7	South Korea	
8	Canada	
9	Brazil	
10	Mexico ▲	

자료: IFPI, 한국저작권위원회 기업리서치센터

2024년 글로벌 앨범 Top10에 포함된 엔하이픈, 세븐틴, 스트레이키즈 앨범



자료: IFPI, 한국저작권위원회 기업리서치센터

**3 케이팝 앨범 판매량 및 수출 금액 추이**

**10년 간 고성장을 이뤘은**

**케이팝 앨범**

K-POP 앨범 판매량(월간 씨클라트 TOP 100 합계 기준)은 2015년 842만장에서 2023년 1억 1,596만장으로 13.8배 증가하며 고성장을 이어왔다. 2024년에는 9,352만장으로 19.4% 감소하였으나 여전히 2022년 수준을 상회하는 높은 판매량을 유지하고 있다. 최근 10년간 누적 판매량은 4억 6,821만장에 달하며, 기업별로는 하이브가 1억 4,458만장(30.9%)으로 가장 높은 비중을 차지했고, SM엔터테인먼트 9,901만장(21.1%), JYP엔터테인먼트 6,134만장(13.1%),

와이지엔터테인먼트 1,912만장(4.1%), 큐브엔터 868만장(1.9%), 에프엔씨엔터 410만장(0.9%), RBW 560만장(1.2%), 이 외 기타(스타쉽, KQ엔터 등) 1억 2,764만장(26.9%)을 기록했다. 2017년과 2020년은 앨범 판매량 증가의 주요 변곡점으로, 각각 55.7%와 66.5%의 성장률을 보였다. 이러한 앨범 판매량 증가와 함께 K-POP 수출액도 2015년 2,913만 달러에서 2024년 2억 9,182만 달러로 약 10배 증가했으며, 수출 국가 개수도 2015년 25개국에서 2024년 164개로 확대되었다.

2017년은 K-POP의 글로벌 시장 확장이 본격화된 전환점이었다. 2017년 실물 앨범 수출액은 4,418만 달러로 2016년 2,992만 달러 대비 47.7% 증가했으며, 앨범 판매량 역시 55.7% 증가한 1,701만장을 기록했다. 국가별 수출 현황을 살펴보면 일본 수출액은 1,717만 달러로 26.4% 증가했고, 중국은 1,595만 달러로 47.9% 증가했다. 특히 주목할 만한 점은 미국 시장으로의 수출이 82만 달러에서 232만 달러로 184.6% 급증했다는 점이다. 또한 베트남 시장이 1천 달러 수준에서 117만 달러로 급격히 성장하며 동남아시아 시장 확장의 가능성을 시사하였다. 이러한 변화는 BTS의 'Love Yourself: Her' 앨범이 빌보드 200 차트 Top 10에 진입하고, EXO, TWICE 등 주요 아티스트가 아시아 전역에서 인기를 얻으며, K-POP이 동아시아 중심에서 글로벌 시장으로의 진출을 본격화하였기 때문이다. 엔터테인먼트사별 앨범 판매량(월간 씨클차트 TOP 100 발표 기준)을 살펴보면, 하이브(당시 빅히트)는 BTS의 성공으로 351만장을 기록하며 전년 대비 73.1% 성장했고, SM엔터테인먼트는 EXO, NCT 등의 활약으로 404만장(+24.6%, yoy), JYP엔터테인먼트는 TWICE와 GOT7의 인기에 힘입어 211만장으로 전년 대비 95.2% 성장했다. 이 외에 워너원, 몬스타엑스, 하이라이트, 뉴이스트W 등이 활약하며 기타(YMC엔터, 스타쉽, 어라운드어스, 플레디스 등) 소속사 앨범 판매량도 642만장을 기록, 전년 대비 68.6% 증가했다.

코로나19 팬데믹이 발생한 2020년은 K-POP 앨범 판매량이 또 한 번 도약한 시기였다. 앨범 판매량은 2019년 2,478만장에서 2020년 4,126만장으로 66.5% 증가했다. 글로벌 이동 제한과 오프라인 공연 취소에도 디지털 콘텐츠 소비 증가로 실물 앨범 구매가 오히려 늘어나는 역설적 현상이 나타났다. 엔터테인먼트사별로는 하이브가 BTS의 활약으로 1,347만장의 판매고를 올렸고, SM엔터테인먼트도 NCT와 유닛들의 성장으로 903만장을 달성했다. 와이즈엔터테인먼트는 BLACKPINK가 빌보드 2위 달성, 유튜브 구독자 수 5,000만명 돌파 등 글로벌 인기에 힘입어 전년 대비 265% 증가한 275만장의 판매고를 기록하며 가장 높은 성장률을 보였다. 에프엔씨엔터의 경우 SF9의 앨범이 27만장 판매되며 전년 대비 69.1%, 큐브엔터와 RBW도 각각 (여자)아이들과 온앤오프 및 윈어스의 활약으로 178.9%, 70.4%의 성장률을 기록하였다. 이 외 아이즈원, 김호중, 더보이즈, 강다니엘 등을 포함한 기타 엔터사 앨범 판매량도 전년 대비 45.0% 성장한 1,095만장을 기록하였다. 이 시기 K-pop 앨범 수출액은 2019년 7,459만 달러에서 2020년 1억 3,620만 달러, 2021년 2억 2,085만 달러로 196% 증가하는 놀라운 성장률을 기록했으며, 2019년과 2021년 사이에 미국(884만 달러→3,790만 달러, 329% 증가), 독일(60만 달러→333만 달러, 454% 증가), 프랑스(94만 달러→455만 달러, 387% 증가) 등 서구권 시장에서의 성장이 두드러졌다. 이는 BTS의 'Dynamite'가 빌보드 핫100 1위를 차지하고, BLACKPINK가 글로벌 스타로 부상하며 K-POP이 글로벌 음악 시장에 성공적으로 안착했음을 보여준다.

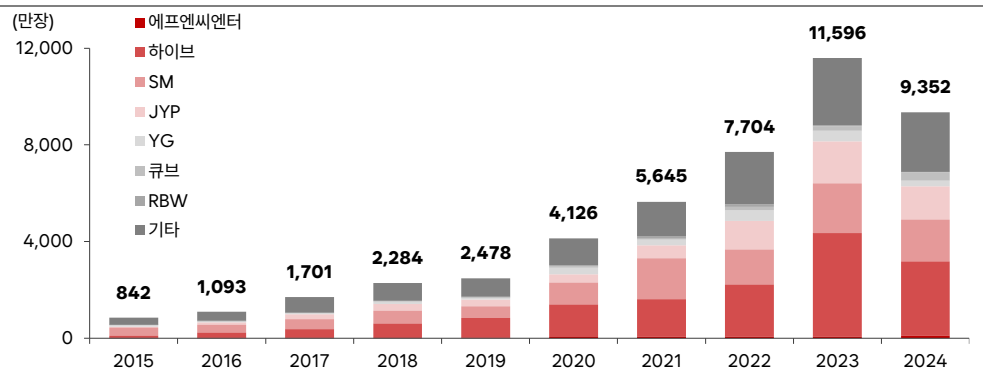
2022년부터 2023년까지는 K-POP 앨범 시장이 역대 최고 호황을 누린 시기였다. 앨범 판매량(월간 씨클차트 TOP 100 합계 기준)은 2022년 7,704만장에서 2023년 1억 1,596만장으로 50.5% 증가하며 사상 최대치를 경신했다.

2023년 기준, 하이브는 BTS 멤버들의 솔로 활동과 세븐틴, 투모로우바이투게더, NewJeans 등 다양한 그룹의 성공으로 4,285만장을 판매하며 전체 시장의 37.0%를 차지했다. 특히 세븐틴(유닛 부석순 포함)은 1,676만장을 판매하며 연간 최다 판매 그룹 타이틀을 획득했다. SM엔터테인먼트는 2,063만장(Aespa 346만장 등), JYP엔터테인먼트는 1,740만장(스트레이키즈 1,068만장 등)을 기록하며 4세대 아이돌 그룹의 활약이 두드러졌다. 기타 레이블의 판매량도 2,747만장으로 급증하며 K-POP 생태계의 다양성이 확대되었다. 대표적인 기타 소속사 그룹으로는 에이티즈(329만장, KQ엔터테인먼트), 제로베이스원(385만장, 웨이크원) 아이브(380만장, 스타쉽엔터테인먼트) 등이 있다. 이러한 앨범 판매량 증가와 함께 수출액도 2023년 2억 9,023만 달러를 기록했으며, 주요 수출국도 154개국으로 확대되었다.

2024년에는 시장이 조정기에 접어들며 K-POP 앨범 판매량이 감소세로 돌아섰다. 2023년 1억 1,596만장으로 정점을 찍었던 판매량은 2024년 9,352만장으로 19.4% 감소했다. 하이브는 3,084만장(-28.0% yoy), JYP엔터테인먼트는 1,394만장(-19.9% yoy), SM엔터테인먼트는 1,723만장(-16.5% yoy)을 기록했다. 이는 BTS의 군 입대와 스트레이키즈의 재계약 시즌 도래로 인한 활동 감소, 콘서트 투어 집중과 초동 경쟁 완화가 영향을 미쳤다. 다만, 에프엔씨엔터의 경우 피원하모니와 앰퍼샌드원의 인지도 상승 영향으로 전년 대비 54.6% 증가한 92만장을 판매하였고, 큐브엔터는 (여자)아이들의 활약으로 전년 대비 92.6% 증가한 341만장을 달성하였다. 이 외 기타 엔터테인먼트사들의 판매량은 2,446만장으로 비교적 하락폭이 적은 10.9% 감소에 그쳤는데, 이는 PLAVE(VLAST), 더보이즈(ST엔터테인먼트), 에이티즈(KQ엔터테인먼트) 등 그룹들의 활동이 활발하였기 때문이다.

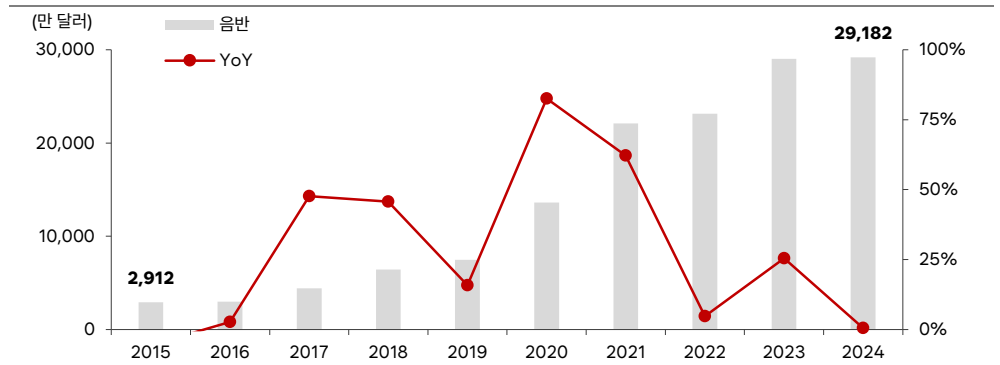
국가별 수출 현황에서도 시장 다변화가 뚜렷하게 나타난다. K-POP 음반 수출은 2015년까지 일본, 중국, 동남아 중심의 아시아 시장 비중이 절대적이었으나, 최근 10년간 유럽 및 북미 중심의 서구 시장 비중이 빠르게 확대되며 글로벌 시장 내 입지를 강화하고 있다. 2024년 기준 일본(8,979만 달러, 30.8%)과 중국(5,979만 달러, 20.5%)은 여전히 주요 수출국이지만, 미국(6,289만 달러, 21.6%)의 비중이 중국을 넘어설 정도로 확대되었고, 유럽 주요국 역시 괄목할 만한 성장세를 기록하였다. 독일은 2015년 4.9만 달러에서 2024년 1,033만 달러로, 프랑스는 7.4만 달러에서 325만 달러로 급증하였다. 2016년 약 40개국이던 수출 대상국은 2024년 164개국으로 크게 확대되어 K-POP이 명실상부한 글로벌 문화 콘텐츠로 성장했음을 보여준다.

**K-POP 실물 앨범 판매량 현황**



자료: 씨클차트, 한국IR협의회 기업리서치센터

K-POP 실물 앨범 수출 금액 추이



주: HS코드: 8523491020(2022년 이전), 8523491040(2022년 이후)

자료: 관세청, 한국IR협회의 기업리서치센터

수출액 상위 10개국의 2015년과 2024년 비교

(단위: 만 달러)

구분 순위	국가	2015년		2024년		
		수출액	비중(%)	국가	수출액	비중(%)
1	일본	1,504	51.6%	일본	8,979	30.8%
2	중국	570	19.6%	미국	6,289	21.6%
3	태국	368	12.6%	중국	5,979	20.5%
4	대만	210	7.2%	대만	2,554	8.8%
5	홍콩	118	4.0%	독일	1,033	3.5%
6	미국	67	2.3%	홍콩	544	1.9%
7	싱가포르	20	0.7%	캐나다	432	1.5%
8	베트남	17	0.6%	네덜란드	326	1.1%
9	필리핀	11	0.4%	프랑스	325	1.1%
10	프랑스	7	0.3%	영국	322	1.1%

주: HS코드: 8523491020(2022년 이전), 8523491040(2022년 이후)

자료: 관세청, 한국IR협회의 기업리서치센터



## 투자포인트

### 1 지속적인 신인 아티스트 발굴 및 매출 다변화

#### 신인 아티스트 성장을 통한 매출 지역 다양화 및 균형 잡힌 사업 포트폴리오 구축

에프엔씨엔터는 일본, 미국, 캐나다, 호주, 뉴질랜드 등 주요 국가에서 매년 글로벌 오디션을 개최하며 신인 아티스트 발굴과 육성을 지속적으로 강화하고 있다. 이러한 글로벌 오디션과 체계적 트레이닝 시스템을 통해 2020년 10월 다국적 보이그룹 피원하모니(P1Harmony)를 성공적으로 데뷔시켰으며, 2023년 6월에는 한·일 합작 밴드 하이파이유니콘(Hi-Fi Unicorn), 같은 해 11월에는 보이댄스그룹 앰퍼샌드원(AMPERS&ONE)을 연이어 데뷔시키며 신인 개발 성과를 입증했다.

2025년에는 신인 4인조(한국·미국) 보이밴드 AxMxP의 데뷔가 예정되어 있다. AxMxP는 팀의 만형 하유준이 SBS 드라마 '사계의 봄' 주연으로 출연하며 데뷔 전부터 대중에게 인지도를 높였으며, OST 참여, 페스티벌 출연, 화보 등 다양한 사전 활동을 통해 존재감을 확대하고 있다. AxMxP는 다국적 멤버 구성, 뛰어난 보컬·퍼포먼스 역량, 디지털 기반 팬 커뮤니케이션 전략을 바탕으로 글로벌 시장을 겨냥한 전략적 그룹으로 주목받고 있으며, 데뷔 이전부터 SNS와 온라인 커뮤니티에서 높은 관심을 얻고 있다.

신규 아티스트 육성은 에프엔씨엔터의 매출 구조 다변화와 수익성 개선에 기여하고 있다. 2023년까지 FNC의 매출은 FT아일랜드, CNBLUE, SF9 등 데뷔 7년차 이상의 기존 아티스트 중심이었다. 최근에는 피원하모니, 앰퍼샌드원 등 신규 아티스트의 매출 기여도가 빠르게 확대되며 세대교체가 진행되고 있다. 국가별 매출에서도 변화가 뚜렷하게 나타난다. 특히 미주 지역의 경우 피원하모니의 미국 앨범 판매 호조로 2023년 11억원에서 2024년 27억원으로 크게 증가했고, 2025년에는 피원하모니의 미주 공연 확대가 더해져 지속적인 성장이 예상된다. 미주 지역 공연은 공연 원가 부담이 적은 미니멈 개런티 방식으로 운영되어, 동사의 수익성 제고에 기여할 것으로 예상된다.

신규 아티스트 확대는 단순히 공연 매출의 지역 다변화에 그치지 않고, 음악사업 전반의 매출 구조 변화를 이끌고 있다. 과거에는 공연 중심의 매출 구조였으나, 최근에는 아티스트 포트폴리오가 밴드 중심에서 아이돌 중심으로 확장되면서 음반 매출의 기여도가 점차 확대되고 있다. 실제로 동사의 음반 판매량(월간 씨클차트 TOP 100 합계 기준)은 2020년 약 43만장에서 2024년 약 92만장으로 증가했다. 피원하모니, 앰퍼샌드원 등 최근 데뷔한 아티스트가 음반 시장에서도 성과를 보이며, 공연 외 수익원의 다각화를 가속화하고 있다. 이러한 변화는 지역 다변화와 맞물려 음반 매출 성장으로도 이어지고 있으며, 동사의 전체 사업 안정성과 확장성을 동시에 강화하는 요인으로 평가된다.

**미디어콘텐츠제작 부문과 음악사업의 시너지 효과**

**미디어콘텐츠제작-아티스트  
연계를 통한 전략적  
성장 모델 구축**

에프엔씨엔터는 미디어콘텐츠제작 부문을 전략적으로 소속 아티스트 육성과 연계하여 운영하고 있다. 최근 SBS에서 방영된 청춘 음악 로맨스 드라마 '사계의 봄'은 이러한 전략의 대표 사례다. 이 드라마는 케이팝 밴드 스타의 재기 스토리를 소재로, AxMxP의 만형 하유준이 주연으로 출연하며, 신인 아티스트가 데뷔 전부터 대중에게 인지도를 높일 수 있는 계기가 되었다. '사계의 봄'은 글로벌 OTT 라쿠텐 비키(Rakuten Viki)를 통해 미주, 유럽, 중동, 아프리카, 오세아니아, 인도 등 173개국, 넷플릭스를 통해 대만, 홍콩, 마카오, 동남아 11개국, 일본 Lemino(NTT Docomo)에서 서비스되었으며, 일본 TBS 계열 방송 송출도 예정되어 총 187개국에 방영 중이다. 이 작품은 에프엔씨스토리, 스튜디오 S(SBS 자회사), 몬스터유니온(KBS 자회사)가 공동 제작하였으며, 글로벌 시장에서의 콘텐츠 유통 확대뿐만 아니라 소속 신인 아티스트의 해외 인지도 향상에도 기여하고 있다.

이러한 전략은 기존 아티스트 사례에서도 확인할 수 있다. 엔플라잉은 멤버 승협이 2024년 4월부터 5월까지 방영된 tvN 드라마 '선재 업고 튀어'에 출연하고 OST 'Star'에 참여한 이후 팬덤 규모가 확대되었다. 이에 따라 엔플라잉의 음반판매량은 2022년(미니 8집) 약 7만장 수준에서 2025년(정규 2집) 10만장까지 확대되었으며, 행사 횟수와 개런티도 증가했다. 이 사례는 드라마 및 OST 참여가 아티스트 인지도 상승뿐만 아니라 음반 판매 확대, 행사 수익 증가에도 효과적으로 기여할 수 있음을 보여준다.

에프엔씨엔터는 앞으로도 미디어콘텐츠제작 부문을 소속 아티스트 홍보 및 육성과 적극적으로 연계할 계획이다. 이를 통해 콘텐츠 제작 및 판매 수익뿐만 아니라 소속 아티스트의 글로벌 브랜드 강화, 공연 관객 저변 확대, 해외 시장 진출 확대 등 다층적인 성과를 추구할 예정이다.

드라마 <사계의 봄>



자료: 에프엔씨엔터, 한국R협의회 기업리서치센터

드라마 <선재 업고 튀어> OST Star



자료: 언론종합, 한국R협의회 기업리서치센터

## 실적 추이 및 전망

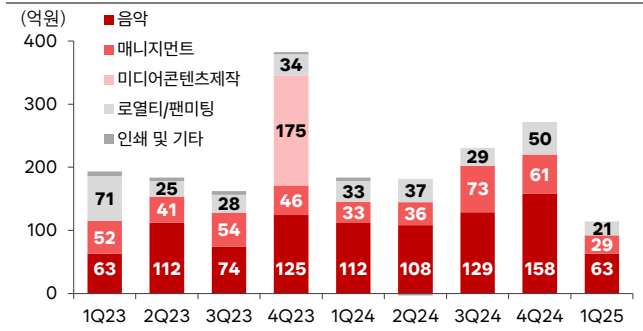
### 실적 Review

**2024년,  
드라마 제작 부재에도  
음반 판매량 증가 영향으로  
영업손실은 감소**

에프엔씨엔터는 2020년부터 2024년까지 매출 변동성과 지속적인 영업손실을 기록해왔다. 주력인 음악 사업은 성장세를 이어갔으나, 드라마 제작의 프로젝트별 매출 편차, 주요 예능인 계약 만료 및 예능 제작사업 종료, 인채사업 중단 등으로 외형 성장세는 제한적인 수준에 머물렀다.

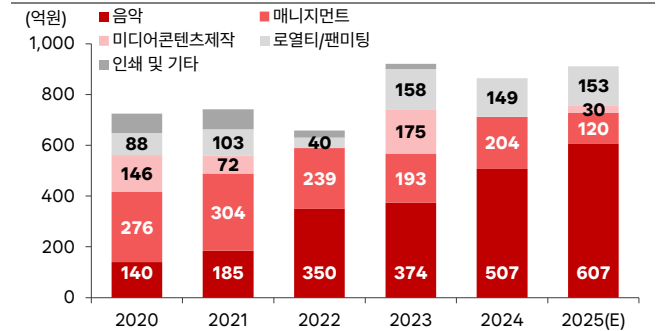
2024년 영업 실적은 매출액 862억원(-4.3% yoy), 영업손실 42억원(적자축소, yoy)을 기록했다. 사업부문별 매출액을 보면, 음악사업은 507억원(+36.0% yoy)으로 전체 매출의 58.3%를 차지하며 성장을 견인했다. 피원하모니, 앰퍼샌드윈 등 신규 아티스트의 음반 판매 증가와 글로벌 투어 확대가 매출 성장에 기여했다. 매니지먼트사업은 204억원(+5.7%, yoy)으로 배우 로윤의 인지도 상승과 팬미팅 확대 영향이 긍정적으로 작용했다. 로열티/팬미팅은 149억원(-5.7%, yoy)으로 다소 감소했으나, 전체 매출의 17.3% 수준을 유지했다. 해당 부문은 2022년 40억원에서 2023년 158억원으로 큰 폭 성장한 이후 2024년에도 안정적인 매출 수준을 유지하였다. 미디어콘텐츠제작 매출액은 2억원으로, 2023년 '흔레대첩' 제작 매출(175억원) 효과가 소멸되며 크게 감소했다. 한편, 영화티켓, 관람권, 승차권, 스포츠티켓, 선거투표용지와 주세납세증지를 납품하는 인채사업 부문은 2024년 3분기부터 중단사업으로 분류되며 2024년부터 영업 실적에서 제외되었다. 영업손실은 마진율이 높은 음반 판매량(월간 싸클차트 TOP 100 합계 기준)이 연간 59만장에서 92만장으로 늘어난 효과로 수익성이 개선되며 2023년 80억원에서 42억원으로 적자 폭이 축소되었다.

사업부문별 매출액 추이(분기)



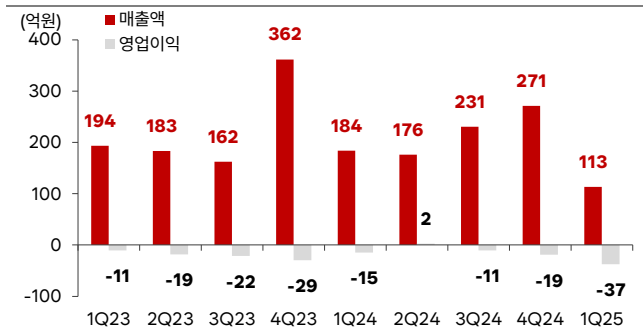
자료: 에프엔씨엔터, 한국R협회의 기업리서치센터

사업부문별 매출액 추이(연간)



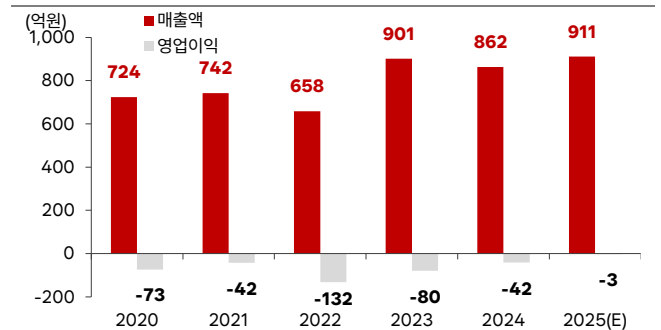
자료: 에프엔씨엔터, 한국R협회의 기업리서치센터

영업 실적 추이(분기)



자료: 에프엔씨엔터, 한국R협회의 기업리서치센터

영업 실적 추이(연간)



자료: 에프엔씨엔터, 한국R협회의 기업리서치센터

**2025년 실적 전망**

**2025년 영업 실적은**

**매출액 911억원**

**영업손실 3억원으로**

**BEP 수준의 실적 전망**

에프엔씨엔터의 2025년 1분기 영업실적은 매출액 113억원(-36.5%, yoy(인쇄사업 제외)), 영업손실 37억원(적자 확대, yoy)을 기록했으며, 연간 실적은 매출액 911억원(+5.6%, yoy), 영업손실 3억원(적자 축소, yoy)으로 전망된다.

1분기 실적 부진은 아티스트 활동이 2분기 이후에 집중되며 공연·음반 매출이 감소한 데 기인했다. 특히 2024년 1분기에는 SF9, 피원하모니, 앰퍼샌드윈 등 다수 아티스트의 앨범 발매가 있었으나, 2025년 1분기에는 SF9 단일 발매에 그치며 앨범판매량이 약 37만장에서 약 9만장으로 감소했다.

연간 실적은 피원하모니의 성장이 핵심 동력으로 작용할 전망이다. 피원하모니는 2분기부터 월드 투어 규모를 확대하여 공연 매출 성장을 견인할 예정이며, CNBLUE의 투어 재개, 엔플라잉의 국내 콘서트, 로운의 팬미팅 등도 본격화될 것으로 예상된다. 음반 부문에서는 2분기 엔플라잉, 피원하모니, 앰퍼샌드윈이 앨범을 발매, 합산 약 55만장(월간 씨클 차트 TOP 100 합계 기준)을 판매하였으며, 하반기에는 기존 그룹들의 추가 앨범 발매 및 AxMxP의 데뷔가 예정되어 있어, 연간 음반 판매량은 역대 최다치를 달성할 것으로 기대한다. 수익성 측면에서는 미주 지역 공연 확대와 음반 판매 호조 영향으로 연간 영업손실은 3억원 수준으로 대폭 축소될 것으로 예상된다.

에프엔씨엔터는 앞으로도 다국적 신인 아티스트 육성, 글로벌 공연 시장 확대, 음악사업과 미디어콘텐츠 제작의 연계 강화를 통해 실적 개선과 사업 다각화를 지속적으로 추진할 계획이다. 신규 아티스트 라인업 확충과 글로벌 시장에서의 음원·음반 판매 확대는 수익 구조의 안정성을 높이는 주요 동력으로 작용할 것으로 기대된다.

에프엔씨엔터 분기 실적 Table

(단위: 억원)

	1Q21	2Q21	3Q21	4Q21	1Q22	2Q22	3Q22	4Q22	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25
매출액	156	187	99	300	163	142	170	183	194	183	162	362	184	176	231	271	<b>113</b>
음악	19	37	58	71	85	40	99	126	63	112	74	125	112	108	129	158	<b>63</b>
매니지먼트	63	78	62	101	54	84	48	54	52	41	54	46	33	36	73	61	<b>29</b>
미디어콘텐츠제작	34	33	-67	71	0	0	0	0	0	0	0	175	0	0	0	2	<b>0</b>
로열티/팬미팅	22	21	23	38	17	13	18	-8	71	25	28	34	33	37	29	50	<b>21</b>
인쇄 및 기타	18	18	23	19	6	4	6	12	7	5	6	3	5	-5	0	0	<b>0</b>
영업이익	-40	-13	3	8	-31	-15	-4	-82	-11	-19	-22	-29	-15	2	-11	-19	<b>-37</b>
OPM	-25.4%	-7.1%	2.7%	2.8%	-18.9%	-10.9%	-2.1%	-44.9%	-5.4%	-10.1%	-13.3%	-8.1%	-7.9%	1.3%	-4.7%	-7.0%	<b>-33.0%</b>

자료: 에프엔씨엔터, 한국IR협의회 기업리서치센터

에프엔씨엔터 연간 실적 Table

(단위: 억원)

	2020	2021	2022	2023	2024	2025(E)
매출액	724	742	658	901	862	<b>911</b>
음악	140	185	350	374	507	<b>607</b>
매니지먼트	276	304	239	193	204	<b>120</b>
미디어콘텐츠제작	146	72	0	175	2	<b>30</b>
로열티/팬미팅	88	103	40	158	149	<b>153</b>
인쇄 및 기타	75	79	28	21	0	<b>0</b>
영업이익	-73	-42	-132	-80	-42	<b>-3</b>
OPM	-10.1%	-5.7%	-20.0%	-8.9%	-4.8%	<b>-0.3%</b>

자료: 에프엔씨엔터, 한국IR협의회 기업리서치센터

## Valuation

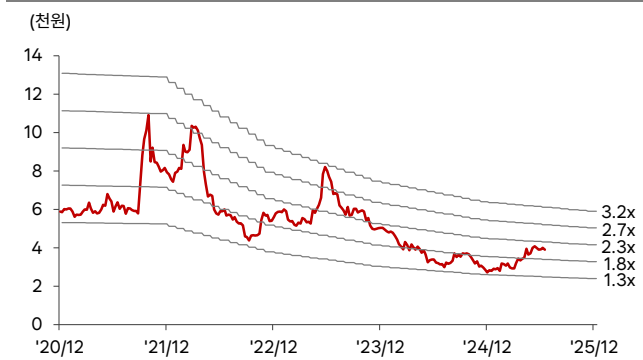
### Historical Valuation 비교

**현재 주가의 밸류에이션은  
PBR 2.1x, PSR 0.7x로  
Band 중하단 수준에 위치**

에프엔씨엔터의 주가는 2021년 이후 PBR Band 1.3x ~ 3.2x, PSR Band 0.5x ~ 2.2x 수준에서 형성되어 왔으며, 2025년 예상 실적 기준 현재 주가의 밸류에이션은 PBR 2.1x, PSR 0.7x로 Band 중하단 수준에 위치하고 있다.

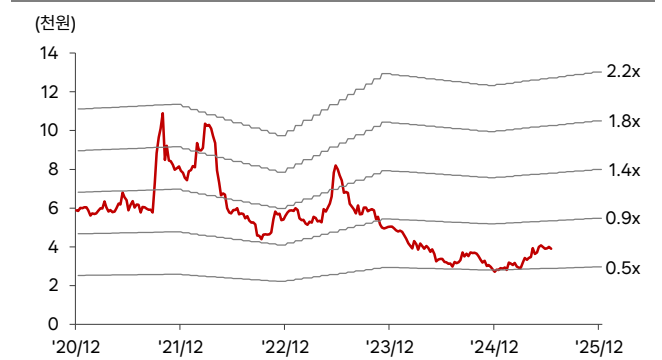
에프엔씨엔터의 주가는 2021년 하반기, K-POP의 글로벌 확산과 비대면 콘텐츠 수요 증가로 11,400원까지 상승했으나, 2022년 글로벌 금리 인상으로 인한 국내 주식 시장의 약세와 기대치를 하회하는 동사의 앨범판매량 및 실적 영향으로 5,000원 수준까지 하락하였다. 2023년에는 피원하모니가 빌보드 200 차트인에 성공하며 8,000원 이상으로 주가가 회복하기도 하였으나, 이후 2024년 연말까지 이어진 국내 음반 판매량 감소 및 엔터 섹터의 전반적인 약세로 인해 주가는 2,695원까지 하락하였다. 2025년 초에는 관세 무풍지대 및 한한령 해제 기대감이 부각되며 엔터 섹터가 주목받았고, 동사의 주가도 현재 4,000원 수준으로 다시 반등한 상황이다.

PBR Band



자료: 한국IR협회의 기업리서치센터

PSR Band



자료: 한국IR협회의 기업리서치센터

### PEER 그룹 밸류에이션 비교

**PEER 그룹 대비**

**할인된 멀티플을 적용받는 중**

국내 상장 엔터테인먼트 기업으로는 국내 4대 대형 기획사로 대표되는 하이브, 에스엠, JYP Ent, 와이지엔터테인먼트와 중소 기획사인 에프엔씨엔터, 큐브엔터, 알비더블유가 있다. 당사에서는 동사의 PEER 그룹으로 중소 기획사인 큐브엔터와 알비더블유를 선정한 후 TTM 기준 밸류에이션 비교를 진행했다. PEER 그룹의 평균 PSR은 1.1x이며, 동사의 PSR은 0.8x 수준으로 PEER 그룹 대비 할인된 수준으로 주가가 형성되어 있으나, 하반기 피원하모니, 앰퍼샌드원, AxMxP의 성과에 따라 리레이팅 가능성도 존재한다고 판단된다.

국내 엔터 상장사 실적 Table

(단위: 원, 억원, 배, %)

		에프엔씨엔터	큐브엔터	알버더블유	와이지엔터테인먼트	JYP Ent.	하이브	에스엠	평균
코드		A173940	A182360	A361570	A122870	A035900	A352820	A041510	
현재 주가 (07/16)		3,900	16,170	2,210	84,800	73,200	266,500	130,800	
시가총액		600	2,426	635	15,850	26,010	111,003	29,946	
매출액	2022	658	1,206	631	3,912	3,459	17,762	8,508	
	2023	901	1,423	914	5,692	5,665	21,781	9,611	
	2024	862	2,183	625	3,649	6,018	22,556	9,897	
	2025F	911	2,113	N/A	5,770	7,423	27,072	11,529	
	2022	-132	69	28	426	966	2,369	910	
영업이익	2023	-80	154	-22	795	1,694	2,956	1,135	
	2024	-42	166	-122	-186	1,283	1,840	873	
	2025F	-3	57	N/A	613	1,490	2,956	1,596	
	2022	-20.0	5.7	4.5	10.9	27.9	13.3	10.7	
영업이익률	2023	-8.9	10.8	-2.5	14.0	29.9	13.6	11.8	
	2024	-4.8	7.6	-19.5	-5.1	21.3	8.2	8.8	
	2025F	-0.3	2.7	N/A	10.6	20.1	10.9	13.8	
	2022	-17.6	6.1	4	33.7	6.75	5.23	8.00	
순이익	2023	-8.3	10.9	-3.6	6.13	10.55	1.873	8.73	
	2024	-6.6	1.60	-8.6	1.85	9.78	9.4	1.83	
	2025F	-2.3	4.3	N/A	5.40	1.515	2.450	2.805	
	2022	-82.9	285.9	-95.5	401.9	0.0	-64.9	-40.7	
EPS 성장률	2023	54.4	78.8	-923.6	81.2	56.3	256.0	9.0	
	2024	20.2	43.2	-144.1	-69.8	-7.4	-95.0	-78.8	
	2025F	64.7	N/A	N/A	236.6	5.70	2,437.8	1,585.9	
	2022	N/A	36.6	291.3	24.2	35.7	13.71	22.8	
PER	2023	N/A	24.1	N/A	15.5	34.1	51.8	25.1	
	2024	N/A	13.7	N/A	46.2	25.4	858.8	97.2	
	2025F	N/A	58.6	N/A	3.00	16.7	4.71	11.0	
	2022	1.9	5.8	1.6	2.0	7.5	2.6	2.6	
PBR	2023	2.2	3.3	1.6	2.0	8.5	3.3	3.0	
	2024	1.4	1.4	1.2	1.8	4.8	2.5	2.6	
	1Q25	2.2	1.5	1.0	3.3	4.9	3.4	3.3	
	2025F	2.1	N/A	N/A	3.0	3.9	3.3	3.4	
	2022	-34.4	16.5	0.6	8.6	24.7	1.9	12.2	
ROE	2023	-20.6	18.7	-4.7	14.0	30.4	6.6	12.3	
	2024	-19.9	13.6	-12.7	3.9	22.4	0.3	2.6	
	TTM	-31.4	7.9	-8.4	4.8	25.5	1.6	28.0	
	2025F	-7.9	N/A	N/A	10.6	27.9	7.3	35.6	
	2022	1.2	1.9	1.8	2.1	7.0	4.0	2.1	
PSR	2023	0.9	1.9	1.3	1.7	6.4	4.5	2.3	
	2024	0.5	1.0	1.2	2.4	4.1	3.6	1.8	
	TTM	0.8	1.2	1.1	4.2	4.3	4.6	3.0	11
	2025F	0.7	1.2	N/A	2.8	3.4	4.3	2.7	

주1) 에프엔씨엔터의 미래전망치는 당사 전망치, 경쟁사의 미래전망치는 컨센서스 기준, 주2) 시가총액과 주가는 7월 16일 종가 기준  
 자료: Quantwise, 한국IR협회의 기업리서치센터

 **리스크 요인**

**대규모 전환사채 발행으로 인한  
희석 이슈 존재**

동사 투자 시 리스크 요인은 대규모 전환사채(200억원)로 인한 기존 주주의 지분율 및 주당 가치 희석 이슈가 존재한다는 점이다.

동사는 2024년 10월 4일 드라마 제작 등 운영자금 확보를 목적으로 200억원 전환사채를 발행했다. 발행 대상은 대표이사 한성호·배우자 김수일이 100% 지분을 보유한 특수관계인 법인 '오엔이컴퍼니'이며, 표면·만기이자율은 연 2%, 전환청구기간은 2025년 10월 4일 ~ 2029년 9월 4일, 만기일은 2029년 10월 4일이다. 리픽싱 조건은 발행일로부터 6개월마다 주가에 연동해 전환가액을 재조정(최초전환가액의 80% ~ 100%, 2,849원 ~ 3,561원)할 수 있다. 실제 2025년 4월 4일 전환가격이 3,561원에서 2,921원으로 하향되면서 전환가능주식수가 5,616,399주에서 6,846,970주, 기존 발행주식 15,392,808주의 44.5%까지 증가하였다.

**제3회 전환사채 조정가액 조정(2025.04.04) 현황**

종류	사채 발행 대상 법인	권면총액(억원)	발행일	만기일	전환청구기간	전환가액(원)	전환가능 주식수(주)
제 3 회 무기명식 이권부 무보증 사모 전환사채	오엔이컴퍼니	200	24.10.04	29.10.04	25.10.04~29.09.04	2,921	6,846,970

주: 2024년 12월 말 기준, 오엔이컴퍼니 주주는 한성호 공동대표이사(50.0%)와 배우자 김수일(50.0%)로 구성

자료: 에프엔씨엔터, 한국IR협회의 기업리서치센터

**포괄손익계산서**

(억원)	2021	2022	2023	2024	2025F
매출액	742	658	901	862	911
증가율(%)	2.4	-11.3	36.9	-4.3	5.6
매출원가	666	636	843	758	763
매출원가율(%)	89.8	96.7	93.6	87.9	83.8
매출총이익	76	22	58	104	147
매출이익률(%)	10.3	3.4	6.4	12.1	16.2
판매관리비	118	154	138	146	150
판매비율(%)	15.9	23.4	15.3	16.9	16.5
EBITDA	32	-86	-40	0	40
EBITDA 이익률(%)	4.3	-13.1	-4.5	0.0	4.4
증가율(%)	흑전	적전	적지	흑전	87,901.5
영업이익	-42	-132	-80	-42	-3
영업이익률(%)	-5.7	-20.0	-8.9	-4.8	-0.3
증가율(%)	적지	적지	적지	적지	적지
영업외손익	-26	-38	8	-5	-23
금융수익	16	8	24	39	17
금융비용	21	44	10	29	42
기타영업외손익	-21	-2	-7	-15	1
종속/관계기업관련손익	0	0	0	0	0
세전계속사업이익	-68	-170	-72	-46	-26
증가율(%)	적지	적지	적지	적지	적지
법인세비용	27	6	15	22	-2
계속사업이익	-94	-176	-87	-69	-23
중단사업이익	0	0	4	2	0
당기순이익	-94	-176	-83	-67	-23
당기순이익률(%)	-12.7	-26.8	-9.2	-7.7	-2.6
증가율(%)	적지	적지	적지	적지	적지
지배주주지분 순이익	-93	-176	-83	-66	-23

**현금흐름표**

(억원)	2021	2022	2023	2024	2025F
영업활동으로인한현금흐름	-28	-161	148	-122	18
당기순이익	-94	-176	-83	-67	-23
유형자산 상각비	36	29	32	32	33
무형자산 상각비	38	17	8	10	9
외환손익	0	3	1	0	0
운전자본의감소(증가)	-68	-97	191	-143	-2
기타	60	63	-1	46	1
투자활동으로인한현금흐름	24	166	-32	-164	-41
투자자산의 감소(증가)	303	65	-31	-135	11
유형자산의 감소	1	1	1	2	0
유형자산의 증가(CAPEX)	-5	-10	-29	-7	-23
기타	-275	110	27	-24	-29
재무활동으로인한현금흐름	97	-32	-23	178	10
차입금의 증가(감소)	-1	-1	-1	-1	6
사채의증가(감소)	111	-11	-2	198	4
자본의 증가	0	0	0	0	0
배당금	0	0	0	0	0
기타	-13	-20	-20	-19	0
기타현금흐름	0	-8	-6	4	51
현금의증가(감소)	94	-34	88	-102	38
기초현금	149	243	208	296	194
기말현금	243	208	296	194	232

**재무상태표**

(억원)	2021	2022	2023	2024	2025F
유동자산	621	444	587	596	606
현금성자산	243	208	296	194	232
단기투자자산	225	52	66	203	155
매출채권	54	43	58	70	74
재고자산	11	16	12	14	14
기타유동자산	89	124	155	116	131
비유동자산	686	512	531	588	582
유형자산	162	231	229	216	205
무형자산	286	58	49	37	35
투자자산	213	205	228	207	196
기타비유동자산	25	18	25	128	146
자산총계	1,307	956	1,118	1,184	1,188
유동부채	353	395	331	587	568
단기차입금	0	0	0	0	0
매입채무	6	60	72	67	70
기타유동부채	347	335	259	520	498
비유동부채	374	117	427	289	335
사채	170	28	25	24	24
장기차입금	11	9	8	7	7
기타비유동부채	193	80	394	258	304
부채총계	727	512	758	876	903
지배주주지분	579	443	359	307	284
자본금	72	76	77	77	77
자본잉여금	446	487	495	495	495
자본조정 등	-48	-48	-48	-45	-45
기타포괄이익누계액	58	49	46	59	59
이익잉여금	51	-121	-210	-279	-302
자본총계	580	444	360	308	285

**주요투자지표**

	2021	2022	2023	2024	2025F
P/E(배)	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
P/B(배)	2.0	1.9	2.2	1.4	2.1
P/S(배)	1.6	1.2	0.9	0.5	0.7
EV/EBITDA(배)	31.7	N/A	N/A	6,897.7	12.6
배당수익률(%)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
EPS(원)	-647	-1,183	-540	-431	-152
BPS(원)	4,030	2,913	2,334	1,997	1,845
SPS(원)	5,165	4,424	5,880	5,602	5,916
DPS(원)	0	0	0	0	0
수익성(%)					
ROE	-15.9	-34.4	-20.6	-19.9	-7.9
ROA	-7.2	-15.6	-8.0	-5.8	-2.0
ROIC	-5.7	-68.6	-66.2	-45.3	-2.6
안정성(%)					
유동비율	176.0	112.4	177.5	101.6	106.6
부채비율	125.3	115.3	210.4	284.2	317.3
순차입금비율	-27.1	-29.4	-69.2	-37.9	-33.8
이자보상배율	-2.1	-9.3	-8.9	-3.2	-0.1
활동성(%)					
총자산회전율	0.6	0.6	0.9	0.7	0.8
매출채권회전율	13.5	13.6	17.8	13.5	12.7
재고자산회전율	61.9	48.2	64.4	67.7	64.9

**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~제3조의 7

종목명	투자주의종목	투자경고종목	투자위험종목
에프엔씨엔터	X	X	X

**발간 History**

발간일	제목
2025.07.18	에프엔씨엔터-다국적 아티스트 중심의 글로벌 성장 기대

**Compliance notice**

본 보고서는 한국거래소, 한국예탁결제원과 한국증권금융이 공동으로 출연한 한국IR협의회 산하 독립 (리서치) 조직인 기업리서치센터가 작성한 기업분석 보고서입니다. 본 자료는 투자자들에게 국내 상장기업에 대한 양질의 투자정보 제공 및 건전한 투자문화 정착을 위해 무상으로 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 중소형 기업 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 '소중한탐방'과 2) 기업보고서 심층해설방송인 '소중한 리포트 가치보기'를 보실 수 있습니다.