

KOSDAQ | 소프트웨어와서비스

뉴엔시 (463020)

소셜 리스닝 서비스 기업

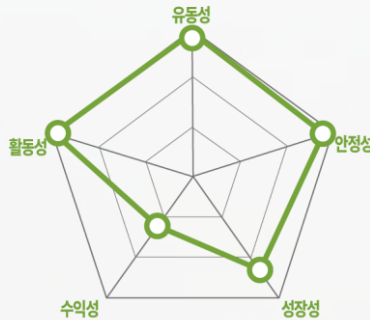
체크포인트

- 2004년에 설립된 소셜 리스닝 서비스 기업. 소셜 리스닝은 온라인상에 산재한 비정형 텍스트를 실시간으로 수집·분석해 브랜드·제품·시장에 관한 소비자 감성과 여론 동향을 파악하는 데이터 분석 서비스. 주요 고객은 삼성전자, LG전자, KT, 아모레퍼시픽 등 국내 대기업 중심. 2025년 기준 서비스별 매출은 Quetta_Enterprise 37%, Quetta_data 35%, Quetta_Service 13%, Insight Report 10%, 기타 5%
- 투자포인트: 1)소셜 리스닝 서비스: 모니터링 도구에서 통합 분석 시스템으로 2)K-뷰티의 구조적 성장을 타고 해외 진출
- AI는 대기업 중심의 소셜 리스닝 시장을 중소, 중견기업까지 확대할 것으로 전망됨. 이에 힘입어 뉴엔시의 2026년 매출액은 전년대비 12% 증가한 211억 원이 전망되며, 영업이익은 7억 원으로 흑자 전환이 기대됨

주가 및 주요이벤트

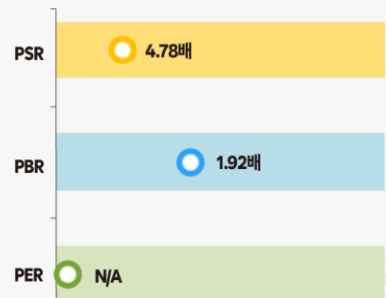


재무지표



주: 2025년 기준, Fnguide WICS 분류 상 IT산업 내 등급화

밸류에이션 지표



주: PSR, PER, PBR은 2025년 기준, Fnguide WICS 분류상 IT산업 내 순위 비교, 우측으로 갈수록 저평가



소셜 리스닝 서비스 기업

2004년에 설립된 소셜 리스닝 서비스 기업. 소셜 리스닝은 온라인상에 산재한 비정형 텍스트를 실시간으로 수집·분석해 브랜드·제품·시장에 관한 소비자 감성과 여론 동향을 파악하는 데이터 분석 서비스. 주요 고객은 삼성전자, LG전자, KT, 아모레퍼시픽 등의 국내 대기업. 2025년 기준 서비스별 매출은 Quetta_Enterprise 37%, Quetta_data 35%, Quetta_Service 13%, Insight Report 10%, 기타 5%

소셜 리스닝 서비스: 모니터링 도구에서 통합 분석 시스템으로

AI 도입을 통해 소셜 리스닝은 전사적 고객 분석 시스템으로 진화했으며, 공급 원가 절감과 고객 층 확대를 바탕으로 구조적 성장 국면으로 진입. 뉴엔시는 구독 및 반복 수익 중심의 신규 SaaS 서비스를 확대하며 매출 성장을 도모

K-뷰티의 구조적 성장 타고 해외 진출

난도가 높은 뷰티 도메인에서 뉴엔시는 아모레퍼시픽, 로레알, AHC, 3CE, 올리브영 등의 K-뷰티의 강자들과 협업. 2026년 하반기 미국 시장을 대상으로 한 퀘타_뷰즈니스는 뉴엔시의 글로벌 경쟁력을 확인할 수 있는 기회

높은 성장률이 높은 PSR로

소셜 리스닝 서비스 업체들은 과거 성장률이 높을수록 높은 PSR에서 거래됨. 소셜 리스닝 시장으로 뉴엔시의 2026년 매출액이 10% 이상 성장할 것으로 기대되어 현재 PSR을 정당화

Forecast earnings & Valuation

	2022	2023	2024	2025	2026F
매출액(억원)	153	179	197	188	211
YoY(%)	22.1	17.0	10.3	-4.6	12.1
영업이익(억원)	18	15	4	-11	7
OP 마진(%)	12.0	8.3	2.2	-5.9	3.3
지배주주순이익(억원)	15	11	-56	-11	16
EPS(원)	258	188	-922	-136	183
YoY(%)	-33.7	-27.0	적진	적지	흑진
PER(배)	0.0	0.0	N/A	N/A	63.1
PSR(배)	0.0	0.0	0.0	7.0	4.9
EV/EBITDA(배)	N/A	N/A	N/A	N/A	37.4
PBR(배)	0.0	0.0	0.0	2.8	1.9
ROE(%)	18.7	11.6	-35.8	-2.8	3.0
배당수익률(%)	N/A	N/A	N/A	0.0	0.0

자료: 한국IR협회의 기업리서치센터

Company Data

현재주가 (5/18)	11,540원
52주 최고가	45,100원
52주 최저가	11,100원
KOSDAQ (5/18)	1,111.09p
자본금	44억원
시가총액	1,025억원
액면가	500원
발행주식수	9백만주
일평균 거래량 (60일)	19만주
일평균 거래액 (60일)	28억원
외국인지분율	0.63%
주요주주	배성환 외 2인
	최길원
	38.65%
	7.19%

Price & Relative Performance



Stock Data

주가수익률(%)	1개월	6개월	12개월
절대주가	-21.8	-33.8	
상대주가	-17.6	-47.6	

참고

1) 표지 재무지표에서 안정성 지표는 '부채비율', 성장성 지표는 'EPS 증가율', 수익성 지표는 '매출총이익률', 활동성지표는 '재고자산회전율', 유동성지표는 '당좌비율'임. 2) 표지 밸류에이션 지표 차트는 해당 산업군내 동사의 상대적 밸류에이션 수준을 표시. 우측으로 갈수록 밸류에이션 매력도 높음.



기업 개요

연혁

소셜 리스닝 서비스 기업

개척기: 특허·기술 자산 선점과 초기 고객 기반 구축 (2004~2013)

뉴엔AI는 2004년 5월 RSN으로 설립됐다. 같은 해 외부 빅데이터 분석 플랫폼 Quetta(퀘타)_Enterprise를 개발했다. 2006년 삼성그룹 외부 빅데이터 분석 사업자로 선정되면서 대기업 레퍼런스의 첫 발판을 놓았고, 이후 2007년 대량 문서 기반 성향 분석 시스템, 2009년 웹문서 분류 및 전처리 기술, 2011년 SNS 이슈 확산도 분석 시스템, 2012년 대용량 텍스트 의미 기반 분석 기술 등을 순차적으로 개발하며 역량을 쌓았다. 2013년 삼성전자 소셜 빅데이터 표준 사업자로 선정되면서 소셜 리스닝 시장에 본격 진입했다.

플랫폼 다각화: 글로벌 데이터 파트너십과 산업별 고객군 확장 (2014~2022)

뉴엔AI는 2014년 Twitter, 2015년 Weibo와 파트너십을 체결해 글로벌 소셜 데이터 수집 역량을 끌어올렸다. 2016년 산업통상자원부 글로벌 패션 트렌드 분석 사업, 2017년 IBM AI(Watson) 소셜 빅데이터 공급 계약을 수주했고, 2018년에는 LG전자·월트디즈니·애경그룹을 고객으로 추가하며 제조·미디어·소비재 전반으로 고객군이 확장됐다. 2019~2021년에는 로레알·아모레퍼시픽·올리브영·CJ제일제당·롯데멤버스·삼성증권·KT·LG이노텍 등 뷰티·금융·식품·통신으로 계약이 확대됐고, 2022년에는 삼성화재 보험금 청구 이상 감지 AI 프로젝트를 비롯해 카카오·GS리테일·호텔신라·외교부·문화체육관광부 등 공공·유통까지 고객군이 다변화됐다.

AI 고도화·성장기: 서비스 라인업 재편과 글로벌 포문 (2023~현재)

2023년에는 Quetta Global MI(2월), Quetta Audience(3월), Quetta K-Market Lens(6월), Quetta K-뷰티 인사이트(10월) 등 버티컬 특화 SaaS를 집중 출시하며 서비스 라인업을 대폭 확장했다. 카카오·삼양식품·CJ그룹·삼성전자 생활가전 등 신규 계약도 이어졌다. 2024년 6월 생성형 AI 분석 플랫폼 Quetta GlobeMind AI를 출시하고, 8월 사명을 RSN에서 뉴엔AI로 변경했다. 같은 해 불가리코리아·투썸플레이스·우아한형제들·스타벅스코리아 등 뷰티·F&B 전반으로 고객군이 확장됐다. 2025년에는 코스맥스를 시작으로 달바글로벌·이마트24·올리브영 등 K-뷰티·식품 고객이 추가됐고, 수출바우처 사업 선정(2월)으로 미국 현지 진출 기반을 다지고 있다. 2025년 7월 코스닥에 상장됐다.

뉴엔AI 연혁

2004 ~ 2010 비정형 빅데이터 분석 기술 개발	2011 ~ 2017 소셜 빅데이터 글로벌 기술력 검증	2018 ~ 현재 맞춤 분석 서비스로 Vertical AI 시장 주도
<p>04.05 RSN 회사 설립</p> <p>04.06 연합뉴스 외부정보 분석 OEM사업 체결</p> <p>04.07 외부 빅데이터 분석 플랫폼 (Quetta_Enterprise) 개발</p> <p>06.04 삼성그룹 외부 빅데이터 분석 사업자 선정</p> <p>07.06 대량 문서 기반 성향 분석 시스템 특허 등록</p>	<p>11.03 빅데이터 분석 사업 협력 NHN과 MOU 체결</p> <p>11.12 SNS를 통한 이슈 확산도 분석 시스템 개발</p> <p>12.12 대용량 텍스트 의미기반 분석 특허 등록</p> <p>13.09 삼성전자 소셜 빅데이터 표준 사업자 선정</p> <p>14~15 Twitter, Weibo 한국 SBD독점 파트너십 체결</p> <p>16.02 글로벌 패션 트렌드 분석 사업 선정(산업통상자원부)</p>	<p>18.11 LG전자 소셜 빅데이터 표준 선정</p> <p>18.12 소셜 빅데이터 분석 SaaS 플랫폼(Quetta 2.0) 개발 완료</p> <p>20.01 Covid19 관련 국민 관심사항 분석 (보건복지부)</p> <p>21.04 AI 솔루션 - ESG 개발 사업자 선정 (과학기술정보통신부 & NIPA 주관)</p> <p>22.12 삼성화재 - 보험금 청구 이상 감지 AI프로젝트</p> <p>23.08 한국국제교류재단 - 해외 SNS 빅데이터 AI 분석서비스</p> <p>24.08 (주)뉴엔에이아이로 사명 변경 (구 RSN)</p> <p>24.12 대한민국 ICT 과학기술정보통신부 장관상 수상</p> <p>25.03 문화체육관광부 해외 빅데이터 AI 분석 장관상 수상</p> <p>25.07 코스닥(KOSDAQ) 상장</p>

자료: 뉴엔AI, 한국IR협회의 기업리서치센터

기업개요

매출구성(2025년)
Enterprise 37%, Data 35%
Service 13%,
인사이트 리포트 10%, 기타 5%

뉴엔AI는 온라인상의 비정형 텍스트를 수집·분석해 기업 고객에게 소비자 인사이트를 제공하는 AI 기반 빅데이터 분석 회사다. 소셜 미디어 및 웹에서 데이터를 수집, 원시 데이터 가공·공급에서 맞춤형 분석 리포트까지 서비스 범위가 걸쳐 있다. 2025년 기준 뉴엔AI의 매출은 Quetta_Enterprise(37%), Quetta_Data(35%), Quetta_Service(13%), Insight Report(10%), 기타서비스(5%)의 5개 항목으로 구분된다.

뉴엔AI 비즈니스 모델



자료: 뉴엔AI, 한국IR협회의 기업리서치센터

대기업 중심의
Quetta_Enterprise

Quetta_Enterprise

고객사별 산업·직무 환경을 반영한 맞춤형 AI 기반 빅데이터 분석 플랫폼이다. 제조, 패션, 식품, 금융 등 다양한 산업군의 평판 관리, 마케팅, 제품 개발 수요에 맞춰 분석 결과를 제공한다. 이 외에도 글로벌 5,000개 기업의 시장 동향 및 이슈와 30개 국가의 정책변화를 파악할 수 있는 Quetta_Global MI, 오피니언 리더의 발언을 기반으로 기사화 및 확산된 언론 매체, 확산량 분석 등 사회적 영향력을 분석하는 Quetta_Audience 등의 서비스도 있다. 기술 구성 측면에서는 의미 기반 분석을 담당하는 Quetta_TrendGPT, 비정형 텍스트의 감성을 판별하는 Quetta_SentimentAnalysis, 빅데이터에서 주제를 자동 추출하는 Quetta_Topic이 핵심 모듈이다. 고객사 요건에 맞춰 시스템을 맞춤 구축하는 방식인 만큼 동사 서비스 중 단가가 가장 높다. 삼성전자, LG, 로레알 등 국내외 대기업이 주 고객이다.

Quetta Global MI 서비스 화면

The screenshot displays the Quetta Global MI dashboard. At the top, there's a navigation bar with '홈', '경제/정책', '경영', and '산업'. Below it, a date filter shows '2024년 11월 10일 일요일'. The main content is divided into several sections:

- 이 시각 경제 뉴스**: A list of top economic news items with brief headlines.
- 국가별 경제 요약**: A summary of economic news by country, including '미국', '중국', and '한국'.
- 주요 경제 지표**: A section for key economic indicators like 'USD', 'EUR', and 'JPY' with their respective values and trends.
- 이 시각 정책 뉴스**: A list of policy-related news items.
- 월간 정책 현황**: A gauge chart showing the monthly policy status, with a value of 5,458 and a 44.4% indicator.

자료: 뉴엔AI, 한국R협회의 기업리서치센터

Quetta_Enterprise 주요 고객

A grid of logos for major Quetta Enterprise customers, arranged in 10 rows and 5 columns. The logos include:

- Row 1: SAMSUNG, LG, L'ORÉAL PARIS, 삼성화재, GS 리테일
- Row 2: HYUNDAI, SK, LOTTE, CJ, Coca-Cola
- Row 3: 농심, McDonald's, CJ 제일제당, HITEJINRO, Pulmuone
- Row 4: GM KOREA, LGU+, 금융감독원, KB국민은행, IBK기업은행
- Row 5: 신한카드, Hyundai Card, MIRAE ASSET, 삼성증권, Hyundai Capital
- Row 6: CJ 애경, LOTTE PURE, THE SHILLA, 성남시, SEVUL MT SOUL
- Row 7: 대우건설, 광주광역시, CJ 제일제당, 보신복지부, POSCO
- Row 8: DAELIM, 빙그레, 로노크리아자동차, SK telecom, KCC 글라스
- Row 9: GS칼텍스, DAEKYO, 경기도, 한국수력원자력주, ex 한국도로공사
- Row 10: EPIS, ERIK, DGDP 대구경북디자인진흥원

자료: 뉴엔AI, 한국R협회의 기업리서치센터

데이터를 직접 분석하는

Quetta_Data

Quetta_Data

기업 내 AI-빅데이터 전담 조직이 늘어나면서, 외부 데이터를 직접 분석하려는 수요에 맞춘 서비스다. 원하는 데이터를 수집·정제·라벨링·가공해 API로 제공하며, 공급량 기반 통계 자료와 관리 모듈도 함께 제공한다. 온라인 데이터를 수집하는 Quetta_Crawler, 감성 분석·주제 분류·개체명 분석·텍스트 요약·광고 탐지 등 딥러닝 기반 처리를 담당하는 Quetta_NLP, 비정형 텍스트에서 핵심 정보를 추출·요약하는 Quetta_Summary가 서비스를 구성하는 기술 모듈이다. 금융감독원, KB국민은행, 하나은행, 삼성화재 등 데이터를 직접 분석하려는 금융·대기업 고객이 주를 이룬다.

중소·중견기업 접근 가능

Quetta Service

Quetta_Service

Quetta_Enterprise에서 검증된 분석 결과를 표준화해 구독형으로 제공하는 서비스다. 중소·중견기업도 접근 가능한 가격으로, 빠르게 도입할 수 있다는 것이 강점이다.

대표 서비스인 Quetta(퀘타AI)는 검색어·문장 기반 소셜 데이터 분석 기능을 제공한다. 분석 대상(브랜드, 제품, 캠페인 등)을 수집 키워드로 등록하면 12개 채널에서 지속 모니터링이 이뤄지며, 해당 키워드 게시자의 시간·장소·상황·인물 분석을 통해 성별·연령·직업·지역·관심사 등 인구통계 분석도 제공한다. 주요 고객사는 CJ E&M, MBC, Showbox, 요기요 등이다.

뷰티·코스메틱에 특화된 Quetta K-Beauty Insight는 제품·브랜드 분석, 급상승 키워드, 구매 트렌드, 소비자 구매욕을 자극하는 포인트를 제공한다. 로레알, 아모레퍼시픽, AHC, 올리브영, LG생활건강이 주요 고객이다.

이 밖에도 업종별 타겟 시장의 트렌드를 분석하는 Quetta K-Market Lens와 Quetta_Enterprise의 주요 서비스인 글로벌 시장 동향 파악하는 Quetta Globemind AI, 글로벌 500대 기업의 시장 및 신기술 동향을 분석하는 Quetta Global MI 등의 서비스도 해당 사업부에 맞게 표준화되어 제공되고 있다.

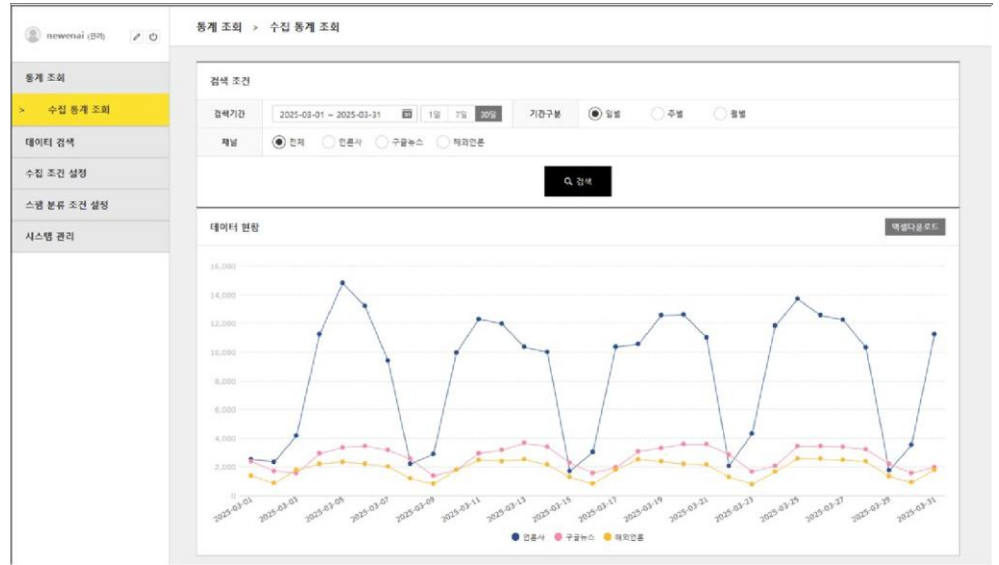
Insight Report (매출 비중 10%)

소비자 분석, 트렌드 분석, 이슈 관리, 마케팅 효과 분석, 신제품 아이디어 발굴 보고서를 제공한다. 고정 구독이 아닌 비정기적 수요에 기반하며, 단발성 의뢰가 많다.

기타서비스 (매출 비중 5%)

AI 기반 빅데이터 솔루션을 활용한 디지털 마케팅 지원 사업 등이 포함된다.

Quetta Data 서비스 화면



자료: 뉴엔AI, 한국IR협회의 기업리서치센터

Quetta Data 고객사



자료: 뉴엔AI, 한국IR협회의 기업리서치센터

Quetta 고객사



자료: 뉴엔AI, 한국IR협회의 기업리서치센터

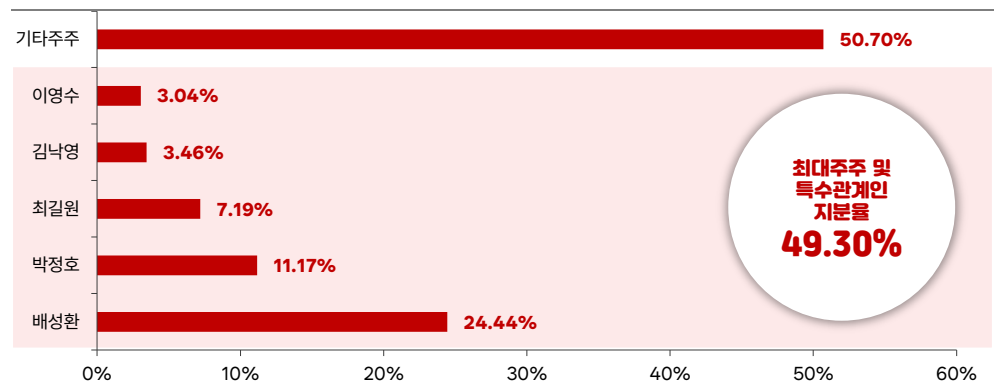
3 **주주현황**

1대주주 배성한 대표이사 24.4%

2026년 1분기 기준 최대주주 및 특수관계인의 합산 지분율은 49.3%다. 배성한 대표이사(24.4%)와 박정호 전무이사(11.2%)는 2004년 5월 설립 시부터 함께한 창업 멤버이며, 최길원 이사(7.2%)는 같은 해 11월 합류했다. 이외에 5% 이상 주주, 자사주, 우리사주는 없다.

상장 전 기준 주주가 보유한 지분 규모는 적지 않았다. 공모 직후 기준으로 이재희·박도형 직원이 각각 7.38%, 3.5%, 벤처금융이 11.08%를 보유해 합산 21.96%가 보호예수 대상이었다. 해당 지분은 이후 1개월·3개월의 보호예수 만료와 함께 시장에 출회되었다. 케이비인베스트먼트는 2025년 9월 보유 지분 5.47% 중 1.02%를 매도했고, 이재희 직원은 같은 해 11월 보유 지분을 4.93%로 줄였다고 각각 공시했다. 나머지 주주들은 지분율이 5% 미만으로 이후 매도 동향을 추적하기 어렵다. 12개월의 보호예수가 걸린 지분 1.06%는 2026년 7월 만료 예정으로, 소규모지만 해당 시점의 매도 부담이 존재한다.

주주 구성(2026년 1분기 말)



자료: 뉴엔AI, 한국IR협회의 기업리서치센터

산업 현황

■ 소셜 리스닝(Social Listening)

소셜 리스닝(Social Listening)은 SNS, 뉴스, 커뮤니티, 블로그, 리뷰 사이트 등 온라인상에 산재한 비정형(Unstructured) 텍스트를 실시간으로 수집·분석해 브랜드·제품·시장에 관한 소비자 감성과 여론 동향을 파악하는 데이터 분석 서비스다. 단순 키워드 언급량을 집계하는 소셜 미디어 모니터링(Social Media Monitoring)과 달리, NLP(자연어 처리)-감성 분석(Sentiment Analysis)-머신러닝을 결합해 데이터 이면의 맥락과 소비자 심리를 심층적으로 해석한다.

소셜 모니터링 vs 소셜 리스닝

Social monitoring			Social listening	
↓	🔍	✉	💡	🗣️
Data driving reactive responses	Gathering information	Analyzing the data	Extracting meaningful insights	Insights driving proactive decisions

자료: Sprout social, 한국IR협회의 기업리서치센터

소셜 리스닝 서비스의 단계

- 1) 데이터 수집
- 2) 데이터 전처리 및 누적
- 3) 분석
- 4) 시각화

소셜 리스닝 서비스

소셜 리스닝 서비스는 데이터 수집, 전처리 및 누적, 분석, 인사이트 네 단계로 구성된다. 앞 단계의 완성도가 뒤 단계의 결과물을 제약하는 구조로, 단계마다 후발 주자가 따라잡기 어려운 진입장벽이 형성된다.

1) 데이터 수집

데이터 수집은 온라인에 흩어진 텍스트를 자동으로 확보하는 첫 단계다. 수집 방식은 크게 두 가지다. 플랫폼과 공식 협약을 맺어 API(Application Programming Interface, 플랫폼이 외부 시스템에 데이터 접근을 허용하는 공식 창구)로 받아오는 방법과, 크롤러(Crawler, 웹페이지를 자동으로 탐색하며 콘텐츠를 수집하는 프로그램)로 직접 긁어오는 방법이다. 두 방식의 차이는 데이터 품질에서 즉각 드러난다. API는 메타데이터(작성 시각·계정 속성·반응 수 등) 제공 범위와 수집 한도가 계약 조건에 따라 달라지며, 협상력이 높은 업체일수록 더 넓은 범위의 데이터를 안정적으로 받아들 수 있다. 크롤링은 협약 없이도 공개 데이터를 수집할 수 있지만, 플랫폼의 정책 변경이나 구조 개편에 즉각 영향을 받고 메타데이터 확보에 한계가 있다. 이 단계의 진입장벽은 기술이 아니라 관계에서 비롯된다. 플랫폼과의 파트너십은 신뢰와 협상 이력이 쌓여야 체결되며, 이미 독점적 조건으로 API를 확보한 업체가 있는 채널에서는 후발 주자가 동등한 조건을 얻기 어렵다.

2) 데이터 전처리 및 누적

데이터 전처리 및 누적은 수집된 원문을 분석에 적합한 형태로 가공하고 장기간 쌓아가는 단계다. 형태소 분석, 스팸·광고성 게시물 탐지, 중복 제거, 노이즈 제거가 이루어진다. 핵심은 무엇을 어떻게 저장하느냐다. 수집된 원문을 통째로 보존하는 방식은 비용과 노이즈 측면에서 비효율적이다. 어떤 키워드·채널·속성을 선별할 것인지, 원문 그대로 보존할

것인지 구조화된 특성값으로 가공해 저장할 것인지, 얼마나 오래 보존할 것인지가 모두 노하우의 영역이다. 이 판단이 오랜 기간 쌓일수록 학습 데이터의 품질이 달라지고, 한국어 구어체·신조어·이모지처럼 표준 형태소 분석기로는 인식되지 않는 표현들을 정확히 처리하는 도메인별 사용자 사전의 완성도도 높아진다. 단기간에 복제할 수 없는 자산이 만들어지는 구간이다.

3)분석

분석은 정제된 데이터에서 의미 있는 패턴을 추출하는 단계다. NLP(자연어 처리, Natural Language Processing) 기반 감성 분류, NER(개체명 인식, Named Entity Recognition), 주제 분류, 트렌드 탐지가 핵심 기능이다. 모델 성능은 앞 단계에서 얼마나 정제된 데이터를 얼마나 오래 축적했느냐에 직접 의존한다. 같은 알고리즘이라도 학습 데이터의 품질과 양이 다르면 결과물의 정확도가 달라진다. 분석 단계의 진입장벽이 전처리·누적 단계의 진입장벽과 사실상 이어지는 이유다.

4)시각화

시각화는 분석 결과를 대시보드나 자동 리포트 형태로 최종 사용자에게 전달하는 단계다. 기술적으로는 네 단계 중 가장 단순하지만, 고객 유지와 가장 직결되는 구간이다. 사용자가 플랫폼의 화면 구성과 인터페이스에 익숙해질수록 다른 서비스로 전환하는 심리적·실무적 비용이 커진다. 사내 업무 흐름이 대시보드에 녹아들기 시작하면 교체는 더욱 어려워지며, 고객사가 자사 도메인에 맞춰 직접 구축한 분석 사전과 카테고리 체계가 플랫폼에 쌓일수록 이 효과는 강화된다. 다만 사용자가 일상 언어로 질문하면 즉각 분석 결과를 받아볼 수 있는 대화형 SI가 확산되면서, 특정 대시보드 구성에 대한 익숙도가 서비스 선택을 좌우하는 힘은 약화되고 있다.

**대기업 중심에서 중소기업으로
수요 확장**

소셜 리스닝 수요

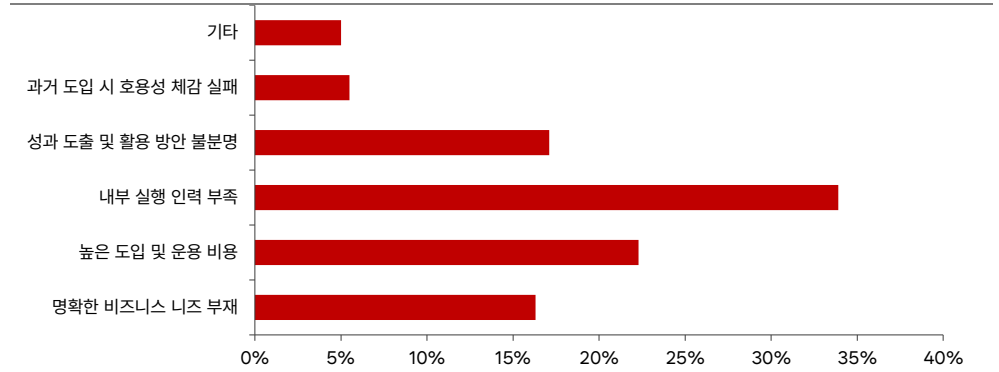
소셜 리스닝의 주요 수요처는 기업 고객이다. SaaS 형태의 소셜 리스닝 서비스는 월 수백만 원에서 수천만 원에 달하는 고단가 구조인 만큼 대기업 위주로 시장이 형성돼 있다. 실제로 소셜 리스닝 서비스를 이용하지 않는 기업의 마케터를 대상으로 한 설문에 따르면, 인력 부족(33.9%)과 비용(22.3%)이 도입을 보류하는 주요한 이유로 꼽혔다. 이는 높은 비용 부담이 시장 진입의 장벽으로 작용하고 있음을 보여준다(Meltwater, Global State of Social Media 2026). 최근 국내 소셜 리스닝 사업자들이 월 100만 원 미만의 보급형 서비스를 출시해 중소기업(SME) 침투율 확대를 꾀하고 있어, 중소기업의 서비스 채택 여부가 향후 시장 성장을 결정짓는 관건이 될 전망이다.

기업의 소셜 리스닝 수요는 소비자 인사이트가 필요한 모든 산업에 걸쳐 있다. 소비재·유통은 제품 출시 전 소비자 반응 사전 조사와 경쟁 브랜드 비교에, 금융·보험은 보험사기 의심 콘텐츠 모니터링과 고객 민원 동향 조기 감지에 쓴다. 화장품·뷰티는 성분·효능 트렌드 분석과 인플루언서 마케팅 효과 측정, 제조·전자는 글로벌 제품 평판 모니터링과 불량 이슈 조기 탐지가 주된 활용처다. 공공·정책 분야는 정책 수용도와 사회 현안 이슈 모니터링, 광고·미디어는 캠페인 효과 측정과 키워드 트렌드 기반 콘텐츠 기획에 각각 활용한다. 산업마다 활용 목적이 달라진다는 것은 서비스 커스터마이징 수요가 높다는 의미이기도 하다.

해외에서는 중소기업(SMB)으로 수요가 확산되는 추세다. Brand24의 CEO는 "소셜 리스닝 도구는 더 이상 대기업만

의 전유물이 아니며, 최근 수년간 중소기업 오너들의 관심이 빠르게 증가하고 있다"고 밝혔다. 배경에는 AI 기반 분석 도구의 비용 하락이 있다. 이에 맞춰 글로벌 사업자들은 중소기업 전용 저가 티어 요금제를 확대하고 있다.

설문 조사: 소셜 리스닝 서비스를 이용하지 않는다면 그 이유는?



자료: Meltwater, 한국IR협회의 기업리서치센터

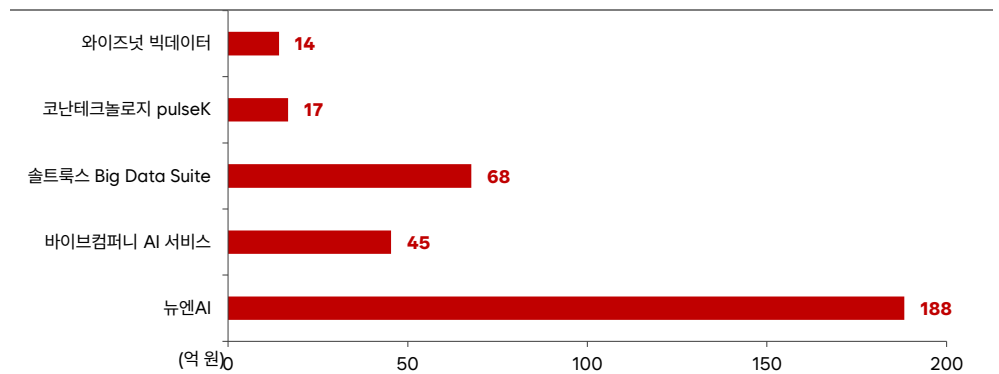
국내 1위 사업자 뉴엔AI

소셜 리스닝 공급망

국내 소셜 리스닝 서비스는 국내 기업과 글로벌 전문 기업이 주로 공급하고 있다. 지역마다 갖고 있는 언어의 특이성 때문에 경쟁보다는 공존하고 있다는 표현이 걸맞다.

국내 경쟁구도도 수요를 대응하는 전략에 따라 업체들을 구분해 볼 수 있다. 분석의 대상인 뉴엔AI의 경우 대기업 중심으로 접근해왔던 반면, 바이브컴퍼니의 '썬트렌드(Sometrend)'는 B2C와 B2B를 병행하여 시장 확대를 꾀하고 있다. 2026년 국내 최초로 소셜 데이터 분석 MCP(AI 모델이 외부 데이터·서비스에 접근하는 표준 방식) 서비스를 상용화해 기술적 차별화를 꾀했다. 이 외에도 솔트룩스, 검색 및 챗봇 엔진과의 연계성을 강점으로 내세우는 코난테크놀로지, 와이즈넷 등 다양한 사업자가 시장에 참여하고 있다.

국내 소셜 리스닝 서비스 업체 매출(2025년 기준)



자료: 각사, 한국IR협회의 기업리서치센터

주: 뉴엔AI는 전사 매출, 경쟁사는 소셜 미디어 서비스가 포함된 사업부의 매출

글로벌 기업군에는 Brandwatch(영국), Sprinklr(미국), Meltwater(노르웨이)가 선도 기업군을 형성하고 있다. Sprinklr은 FY2025 기준 매출 약 7억 9,600만 달러를 기록한 대형 플랫폼으로, 35개 이상의 디지털·소셜 채널을 단일 플랫폼에서 통합 관리하는 고객 경험 관리(CXM) 모델을 지향한다. Brandwatch는 2010년부터 누적한 1조 7,000억 건의 히

스토리컬 데이터를 보유하며, X(트위터)·Tumblr·Reddit과의 공식 파이어호스(Firehose) 파트너십을 통해 데이터 완결성을 강점으로 내세운다. Meltwater는 전 세계 27,000개 이상의 고객사를 확보한 미디어 인텔리전스 기업으로, 소셜 리스닝에 PR·언론 관계 관리·세일즈 인텔리전스를 결합한 통합 플랫폼으로 포지션을 잡고 있다. 이들은 영어 중심의 광범위한 채널 커버리지를 바탕으로 글로벌 대기업·다국적 기업을 주로 공략하며, 국내 대기업이 글로벌 시장을 타깃으로 할 때 이들 솔루션을 채택하는 사례가 많다.



투자포인트

1 모니터링 도구에서 통합 분석 시스템으로

**AI는 소셜리스팅 서비스의
진입장벽을 낮추고 기능을 재정의**

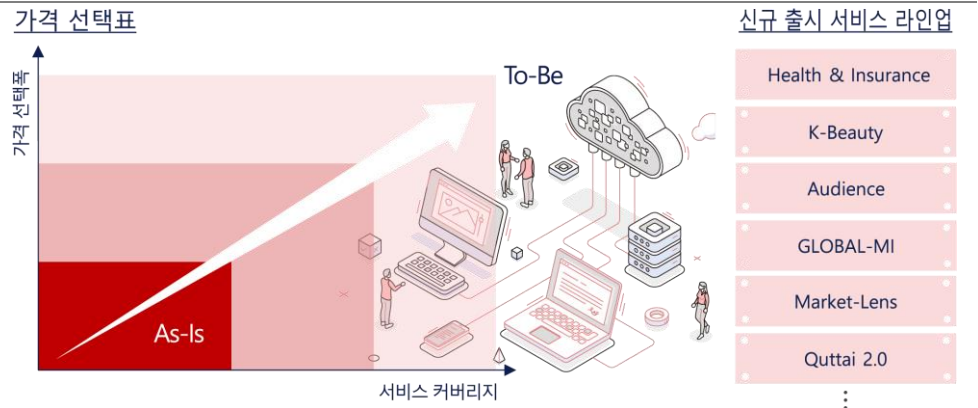
기업에게 소셜 리스팅은 단순 모니터링 도구에서 AI 기반 통합 고객 데이터 통합 분석 시스템으로 이동하고 있다. 분석 방식부터 달라졌다. 과거에는 사용자가 복잡한 검색 쿼리를 직접 작성하고 대시보드를 수동으로 필터링해야 했다. 이제는 일상 언어로 질문하면 수 분 내에 대화의 출처-근본 원인-감성 상태가 정리되는 자연어 대화형 분석이 자리를 잡았다. 인사이트에서 실행 결정까지 걸리는 시간이 며칠에서 수 분으로 압축됐다. 활용 범위도 마케팅 부서의 전용 도구에서 전사 의사결정 체계로 확장됐다. 기업들은 소셜 리스팅 데이터를 컨택센터(CCaaS, Contact Center as a Service), CRM(Customer Relationship Management), 설문조사와 결합해 고객 경험 전반을 관통하는 고객의 소리를 확보하고 있다. 분석의 무게중심도 사후 보고에서 실시간 위기 감지와 선제 대응으로 옮겨갔다. 소셜 미디어와 전통 매체를 교차 분석해 브랜드 리스크가 번지기 전에 잡아내는 것이 핵심 기능이 됐고, 인플루언서의 과거 콘텐츠를 AI로 스캔해 브랜드 안전성 리스크를 사전에 걸러내는 영역까지 확장되고 있다. 수요층의 다변화와 새로운 활용 영역의 발굴은 소셜 리스팅 시장의 전체 볼륨을 키우는 구조적 성장 동력으로 작용하고 있다.

공급자 입장에서 AI는 원가 구조를 근본적으로 바꿨다. 과거 소셜 리스팅은 데이터 수집보다 분류 및 해석에 훨씬 많은 비용이 투입됐다. LLM이 이 병목을 허물고 있다. 과거 수천 개의 사용자 생성물을 긍정·부정·중립으로 분류하기 위해 아르바이트나 주니어 분석가가 일일이 검수해야 했다. Brandwatch, Sprinklr 같은 선두 기업들은 LLM으로 감성 분석 정확도를 90% 이상으로 끌어올렸으며, 수만 건의 데이터를 단 몇 초 만에 요약하는 기능을 기본으로 제공한다. 분석가가 며칠씩 걸려 작성하던 주간·월간 동향 보고서도 AI가 대시보드 데이터를 바탕으로 자동 초안을 뽑아낸다. 인건비 절감이 직접적이다.

소셜 리스팅의 높은 진입 장벽이었던 불리언 검색(Boolean Search) 설정도 자동화됐다. 과거에는 AND-OR-NOT 연산자를 조합한 정교한 쿼리 작성이 필수였고, 오타-줄임말-광고성 글 제외 조건을 완벽히 반영하지 못하면 데이터 무결성이 훼손됐다. 이를 전담할 전문 인력 운용이 공급자의 주요 비용 항목이었다. 이제는 일상 언어 질의만으로 AI가 검색 조건을 자동 생성한다. 고비용 인력 의존도가 낮아지면서 서비스 단가를 낮추면서도 마진을 유지하는 구조가 만들어졌다. AI는 소셜 리스팅 업체의 고객 운영 구조도 바꿨다. 과거에는 고객사가 늘어날수록 관리 인력이 정비례해 늘어났다. AI가 세팅과 분석을 대신하면서 월 수십~백만 원 단위의 중소 고객사 수천 개를 적은 인원으로 동시에 운영할 수 있게 됐다. 고비용 구조의 해소와 타겟 고객층의 다변화는 소셜 리스팅 산업의 대중화를 이끌며 시장의 양적 성장을 한 차례 더 도약시키는 원동력이 되고 있다.

뉴엔AI는 이러한 시장 흐름에 발맞춰 SaaS 부문의 경쟁력을 한층 강화하고 있다. 실제로 2025년 Quetta_Service 부문이 9%, Insight Report 부문이 36% 성장하며 안정적인 구독·반복형 수익(ARR) 구조가 전사 성장을 견인하고 있음을 입증했다. 동사는 앞서 언급된 고비용 구조 해소와 타겟 다변화 트렌드에 대응해, 합리적인 가격대와 다각화된 서비스 커버리지를 갖춘 신규 SaaS 라인업을 확대하며 추가적인 매출 성장을 도모하고 있다. 특히 2026년에는 이커머스 시장에 특화된 AI 기반 구독형 신규 서비스인 'Quetta_K-Market Lens'를 출시하며 시장 확대를 본격화할 계획이다.

서비스 확대를 통한 TAM 확대



자료: 뉴엔AI, IR협의회 기업리서치센터

K-뷰티의 구조적 성장 타고 해외 진출

뷰티 기업에게

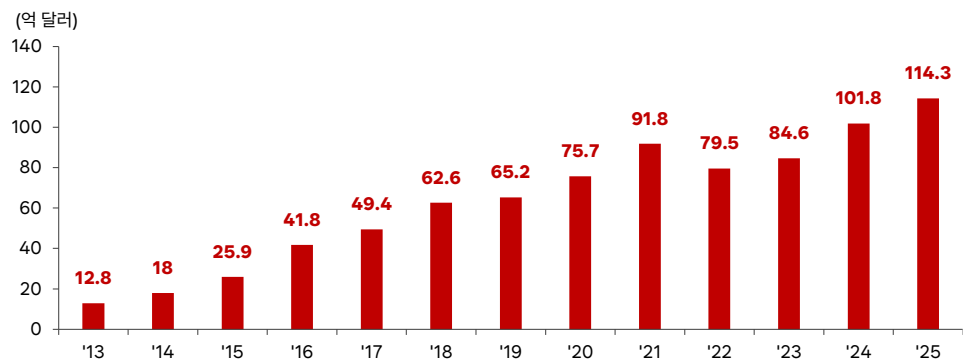
소셜 리스닝은 필수

K-뷰티는 지금 단순한 유행이 아니라 글로벌 뷰티 산업의 기준 자체를 바꾸는 구조적 흐름 위에 있다. 한국 화장품 수출액은 2013년 12.8억 달러에서 2025년 114.3억 달러로 12년 만에 약 9배 성장했다. 2024년 미국 수입 화장품 시장에서 한국이 프랑스를 처음 제치고 1위에 올랐으며, 2025년에도 1위를 유지하며 2년 연속 정상을 지켰다.

시장이 빠르게 커질수록 트렌드를 얼마나 빨리 읽느냐가 승패를 가른다. 라네즈 립 글로이 밤이 그 구조를 압축적으로 보여준다. 2020년 한국 시장에서 단종됐던 이 제품은 해외 소셜미디어를 통해 입소문이 퍼지면서 2023년 아마존 립 밤 베스트셀러에 오르고 누적 판매 1,000만 개를 기록했다. 브랜드 본사는 국내 단종 4년 만인 2024년 11월 재출시 요청 쇄도를 이유로 한국 시장에 다시 내놓았다. 제품 기획이 소비자 반응보다 앞서가지 못하면 어떤 일이 생기는지를 보여주는 사례다. 소셜 미디어에서 형성된 소비자 여론이 제품의 존폐를 실질적으로 좌우한 것이다.

이런 구조에서 뷰티 기업에게 소셜 리스닝은 선택이 아니다. 성분 트렌드 하나가 단기간에 시장을 재편하고, 인플루언서 한 명의 후기가 재고를 소진시키는 환경에서, 소셜 데이터를 실시간으로 수집·분석하는 역량이 제품 기획과 마케팅 의사결정을 뒷받침하는 핵심 인프라가 됐다.

대한민국 화장품 수출액 추이



자료: 식품의약품안전처, 한국IR협의회 기업리서치센터

뷰티는 높은 도메인 이해도 필요

뷰티 소셜 데이터가 유독 어려운 이유

뷰티 도메인의 소셜 데이터는 일반 산업 대비 분석 난도가 높다. 소비자들이 화장품 후기를 작성할 때 쓰는 언어는 사전에 없는 신조어와 구어체 표현으로 가득하다. "갓스킨", "쫀득하다", "발림성 실화냐" 같은 표현은 표준 형태소 분석기가 인식조차 하지 못한다. 더구나 성분명에도 같은 문제가 있다. 소비자들은 "나이아신아마이드"를 "나나" 또는 "나이아"로, "히아루론산"을 "히알"로 축약해 쓰며, 트렌드 성분이 등장할 때마다 표준화되지 않은 표기가 폭발적으로 늘어난다. 여기에 인플루언서별 구어체 패턴이 팔로워 행동에 직접 영향을 미치는 구조가 더해지면서, 뷰티 소셜 데이터를 정확하게 분석하려면 도메인 특화 전처리 규칙과 학습 데이터 축적이 필수다.

뉴엔AI는 이 역량을 20년간 한국어 비정형 구어체 데이터를 집중 처리하는 과정에서 축적했다. 현재 보유한 전처리 규칙은 구어체 기준 160만 건 이상이며, NLP 모델 학습에 사용된 데이터는 3억 건을 넘는다. 이 규모는 단기간에 재현하기 어렵다. 뷰티 특화 분석에서 이 역량이 직접적인 경쟁 우위로 전환되는 이유다. 이미 출시된 켄타 K뷰티인사이트(Quetta K-Beauty Insight)는 아마존·세포라·쿠팡·올리브영 등 국내외 커머스 데이터와 소셜 버즈를 통합해 히트 상품, 라이징 성분, 인플루언서 확산, 소비자 리뷰 및 평점을 분석하는 서비스로, 이 구어체 처리 역량 위에서 작동한다. 켄타 엔터프라이즈의 분석 기능을 표준화해 가격을 낮춘 제품으로, 중소·중견기업도 구독 가능하다. 로레알, 아모레퍼시픽 등 글로벌 뷰티 기업과의 기존 계약 레퍼런스는 북미 시장 진출 시 초기 신뢰 자산이 된다.

해외 진출 구조와 가시화까지의 거리

뉴엔AI는 켄타 K뷰티인사이트의 후속작으로 2026년 하반기 뷰센스(Quetta BeauSense) 출시를 준비하고 있다. K-뷰티 인플루언서와 미국 뷰티 소셜 채널을 분석 대상으로 한 SaaS 서비스로, 미국 현지 판매를 목표로 한다. 2025년 산업통상자원부 수출바우처 사업 지원으로 현지 기반을 닦고 있으며, Quetta LLMs의 다국어 양상블 튜닝 역량이 영문 서비스 품질을 뒷받침한다.

뷰센스 출시를 글로벌 소셜 채널에서 구어체 처리 역량이 얼마나 전이되는지, 영문 서비스 완성도가 한국어 수준에 도달했는지, 현지 영업력을 갖출 수 있는지를 동시에 검증하는 자리가 될 것이다.

실적 추이 및 전망

2025년 실적 점검

2025년 실적

매출액 188억 원(yoy -5%)

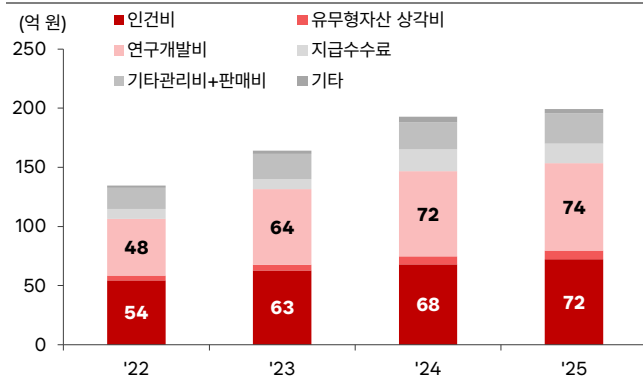
영업이익 -11억 원(적자전환)

뉴엔AI의 2025년 실적은 매출액 188억 원(yoy -5%), 영업이익 -11억 원(전년 대비 적자 전환)으로 집계됐다. 영업이익률은 -5.9%로 전년 대비 8.1%p 하락했다.

매출의 37%를 차지하는 Quetta_Enterprise 매출이 69억 원(yoy -13%)으로 줄었다. 해당 서비스는 구독 서비스에 고객사별 맞춤 설치·구축 매출이 포함되는데, 이 중 일부가 2026년으로 이연되면서 전년 대비 11억 원 감소했다. 반면 Quetta_Data(+3%), Quetta_Service(+9%), Insight Report(+36%)는 성장세를 유지했다. 구독·반복 수익 성격의 서비스가 고르게 성장하고 있다는 점에서 사업 체질 개선은 진행 중이다.

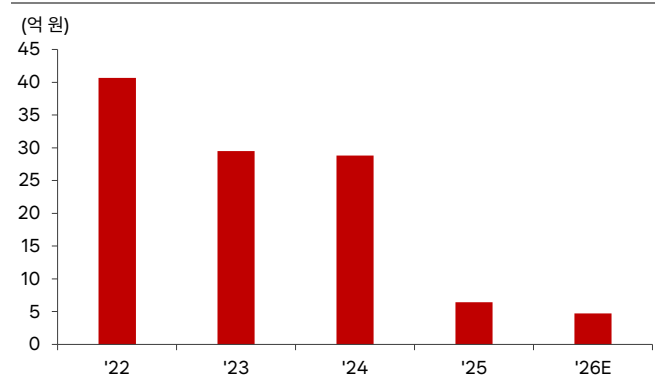
비용 증가폭은 이전에 비해 뚜렷하게 둔화됐다. 인건비와 연구개발비를 합한 인건비성 비용은 146억 원으로 전년 대비 6억 원 증가했다. 2022년 32억 원, 2023년 24억 원, 2024년 13억 원에 이어 증가폭이 한 번 더 낮아진 것으로, 인력 확충이 마무리 단계에 접어든 신호로 읽힌다. 다만 비용 수준 자체가 높은 상황에서 매출 감소가 겹치면서 영업 적자를 피하기 어려웠다.

연간 영업비용 추이



자료: 뉴엔AI, 한국IR협회의 기업리서치센터

연간 영업비용 증가 규모 추이 및 전망



자료: 뉴엔AI, 한국IR협회의 기업리서치센터

2026년 실적 전망

2026년 실적 전망

매출액 211억 원(yoy +12%)

영업이익 7억 원(흑자 전환)

2026년 매출액은 211억 원(yoy +12%), 영업이익은 7억 원으로 흑자 전환이 예상된다. 영업이익률은 3.3%로 전년 대비 9.2%p 개선될 전망이다. 비용 대부분이 고정비 성격이어서 매출 증가가 이익으로 직결되는 구조다.

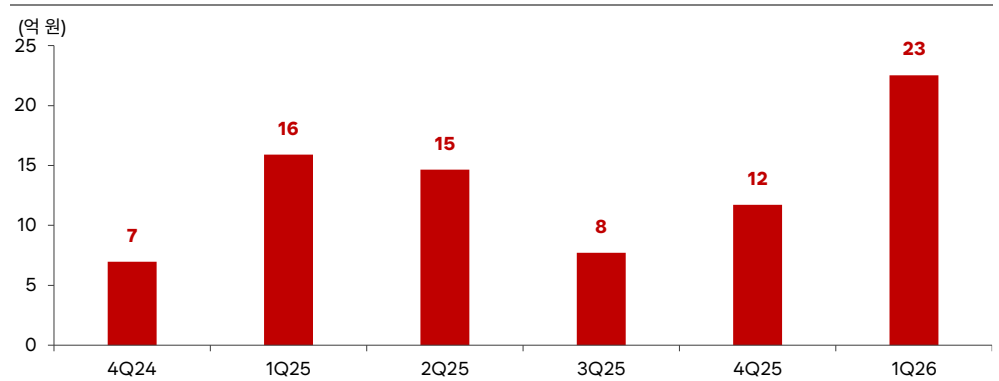
Quetta_Enterprise는 2025년에 이연된 사업이 더해지며 83억 원(yoy +20%)의 매출이 기대된다. 매출 비중은 아직 13%에 불과하나, Quetta_Service는 향후 뉴엔AI 성장을 견인할 핵심 사업부로 자리잡을 전망이다. AI 도입으로 서비스 품질이 높아지고 운영 비용이 낮아지면서 소셜 리스닝 시장의 저변이 넓어지고 있다. 동사는 이 흐름에 맞춰 2026년 하반기 K뷰티 인플루언서와 미국 뷰티 소셜 채널을 분석 대상으로 한 SaaS 서비스 뷰센스(Quetta

BeauSense)의 미국 출시를 준비 중이다. 신규 서비스 출시 주기도 빨라지며 매출 비중이 확대될 것으로 예상된다.

연간 영업비용 증가는 5억 원에 그칠 것으로 본다. 인건비·연구개발비·상각비 같은 전형적인 고정비뿐 아니라 데이터 수집 관련 지급수수료도 고정비 성격을 띤다. 접대비·광고선전비 정도가 매출과 연동되나 규모가 크지 않다.

1분기 매출은 43억 원(yoy +2%)으로 연간 성장률 전망치(+12%)를 밑돈다. 1분기는 계절적으로 매출이 가장 낮은 구간으로, 영업이익은 -7억 원을 기록했다. 다만 계약부채 잔액은 23억 원(yoy +42%)으로 크게 늘었다. 서비스 제공에 앞서 수취한 선수금이 누적된 것으로, 2분기 이후 매출 성장을 뒷받침한다. 2026년 1분기 영업비용은 전년 동기 대비 0.2억 원 증가한 50.9억 원으로, 인력 증원이 일단락됐음을 시사한다.

계약부채 추이



자료: 뉴엔AI, 한국IR협의회 기업리서치센터

뉴엔AI 실적 추이 및 전망

(단위: 억 원)

구분	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26	2022	2023	2024	2025	2026E
매출액	42	44	48	53	43	153	179	197	188	211
Quetta_엔터프라이즈	15	16	17	20	17	79	85	80	69	83
Quetta_Data	17	15	16	18	15	42	51	65	67	69
Quetta_서비스	5	6	7	7	6	16	21	22	24	28
Insight report	4	4	6	6	3	12	13	14	19	22
기타 서비스	2	2	3	2	2	5	8	16	9	9
영업이익	-8	-7	-1	6	-7	18	15	4	-11	7
영업이익률	-19.4%	-16.1%	-3.1%	10.7%	-17.2%	12.0%	8.3%	2.2%	-5.9%	3.3%
매출비중										
Quetta_엔터프라이즈	35%	37%	36%	38%	40%	52%	48%	40%	37%	39%
Quetta_Data	40%	35%	33%	34%	33%	27%	28%	33%	35%	33%
Quetta_서비스	12%	13%	14%	12%	15%	10%	12%	11%	13%	13%
Insight report	9%	10%	12%	10%	8%	8%	8%	7%	10%	10%
기타 서비스	4%	6%	5%	4%	4%	3%	4%	8%	5%	4%

자료: 뉴엔AI, 한국IR협의회 기업리서치센터

Valuation

1 상대적 PSR

성장률이 높으면 PSR도 높다

뉴엔AI의 현재 주가는 2026년 1분기 기준 Trailing PSR 4.7배 수준에서 거래되고 있다. 비교 대상은 국내 상장 소셜 리스닝·NLP(Natural Language Processing) 분석 서비스를 제공하는 바이브컴퍼니, 솔트룩스, 코난테크놀로지, 와이즈넷 4개 사업자로 선정했다. 뉴엔AI와 비교 대상 기업 모두 매출액 규모가 크지 않고 영업이익이 적자이거나 영업이익률이 낮은 특징을 공유하고 있어, PSR을 비교 기준으로 채택했다.

Peer 4개사의 Trailing PSR 평균은 4.2배로 뉴엔AI의 PSR 대비 낮은 배수에서 거래되고 있다. Peer 전체를 놓고 보면 Trailing PSR과 '21~'25 매출 CAGR 사이에 뚜렷한 상관관계가 확인된다. 성장률이 높은 코난테크놀로지(CAGR +17%, PSR 6.3배)와 솔트룩스(CAGR +12%, PSR 5.2배)는 배수 상단에, 매출이 역성장한 바이브컴퍼니(CAGR -19%, PSR 1.4배)와 정체 상태인 와이즈넷(CAGR -0.5%, PSR 3.3배)은 하단에 위치한다. 높은 성장률을 달성한 업체일수록 더 높은 배수에서 거래되는 흐름이다.

뉴엔AI의 '21~'25 매출 CAGR은 11%로, Trailing PSR 4.7배를 지지하는 수준의 성장률을 기록했다. 다만 2025년 단년도 매출이 5% 역성장에 그친 점은 현재 배수의 유지 가능성을 의심하게 하는 요인이다. 2026년 매출 성장률이 동사의 PSR 배수를 결정짓는 핵심 변수인 이유다.

당 리서치센터는 2026년 뉴엔AI가 Quetta_Service 중심으로 매출 성장 국면에 재진입할 것으로 추정한다. 성장 궤도 복귀가 실적으로 확인된다면, 투자자들은 현재 수준의 PSR을 받아들일 수 있을 것으로 예상된다.

동종업체 Trailing PSR-매출액 성장률(2026년 1분기 기준)



동종업체 Valuation

기업명	종가 (원)	시가총액 (억 원)	매출액(억 원)					매출액 CAGR	영업이익(억 원)					PSR(배)	
			'21	'22	'23	'24	'25		'21	'22	'23	'24	'25	25(가말)	Trailing PSR
뉴엔 AI	11,430	1,015	125	153	179	197	188	11%	31	18	15	4	-11	7.0	4.7
바이브컴퍼니	2,060	271	446	344	300	263	190	-19%	-91	-139	-92	-60	-38	2.3	1.4
솔트룩스	19,050	2,399	268	303	308	459	416	12%	-39	-20	-93	-66	-80	7.9	5.2
코난테크놀로지	17,900	2,241	178	154	244	263	340	17%	22	-40	-110	-141	-99	6.9	6.3
와이즈넷	9,130	1,197	354	345	352	349	347	-0.5%	51	30	35	17	1	4.2	3.3

주: 종가는 2026.05.18. 기준

자료: Quantwise, 한국IR협회의 기업리서치센터

 **리스크 요인**

AI가 바꾸는 경쟁 공식

**소셜 리스닝 서비스의
경제적 해자를 바꾸는 AI**

뉴엔AI는 대기업 중심의 민간 구독 모델을 설립 이후 20여 년간 안정적으로 운영하며 소셜 리스닝 시장의 선두업체로 자리매김했다. 그러나 AI가 서비스 전반의 작동 방식을 바꾸면서, 기존의 경쟁 공식도 흔들리고 있다.

AI 도입 이전에는 감성 분류, 불리언 쿼리 설계, 분석 보고서 작성을 전담할 전문 인력이 공급자의 핵심 자산이었다. 사람이 하던 이 작업들이 AI로 빠르게 자동화되면서 기존 업체들의 원가 구조가 바뀌었고, 후발 업체의 진입 문턱도 함께 낮아졌다. 데이터 수집 인프라와 원문 데이터 구축은 여전히 상당한 시간과 비용을 요구하지만, 그 위에서 작동하는 분석 레이어—감성 분류, 인사이트 생성, 보고서 작성—는 AI API 활용만으로도 구현 가능한 수준이 됐다. 분석 기능이 범용화되면서, 이 영역에서 기존 업체들이 누려온 차별화 포인트는 점차 희석되고 있다.

비용 경쟁 측면에서도 압력이 커지고 있다. AI가 서비스 운영 비용을 낮추면서 후발 업체들은 저가 SaaS 형태로 시장에 진입하고 있다. 뉴엔AI는 구독 고객 확대를 위해 보급형 요금제를 이미 도입했으나, 경쟁 업체들이 동일한 전략을 취할 경우 단가 하락과 마진 압박이 동시에 발생할 수 있다.

인터페이스 전환도 변수다. 대화형 AI가 확산되면서, 특정 대시보드에 익숙해지는 데서 비롯되던 Lock-in 효과가 약해지고 있다. 업체마다 UX가 달랐던 과거와 달리, 일상 언어로 질문하면 어느 플랫폼에서도 유사한 분석 결과를 받을 수 있는 환경이 만들어지고 있다. 고객사가 계약 갱신 시점에 경쟁 제품을 비교 검토하는 비용이 낮아진다는 의미다.

설립 이후 20여 년간 쌓아온 데이터 자산과 고객 관계는 뉴엔AI가 가진 분명한 강점이다. 그러나 AI 전환이 가속화되는 국면에서 이 자산이 지속적인 경쟁 우위로 이어지려면, Quetta Service 사업부가 확장성을 보여줄 때다. Quetta, Quetta K-Beauty Insight 등 신규 서비스의 성과는 단순한 사업 다각화의 문제가 아니라, 뉴엔AI가 AI 전환 이후의 경쟁 구도에서도 선두 지위를 유지할 수 있는지를 가늠하는 시험대가 될 것으로 보인다.

포괄손익계산서

(억원)	2022	2023	2024	2025	2026F
매출액	153	179	197	188	211
증가율(%)	22.1	17.0	10.3	-4.6	12.1
매출원가	0	0	0	0	0
매출원가율(%)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
매출총이익	153	179	197	188	211
매출이익률(%)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
판매관리비	135	164	193	199	204
판매비율(%)	88.2	91.6	98.0	105.9	96.7
EBITDA	22	20	11	-4	15
EBITDA 이익률(%)	14.7	11.1	5.6	-2.0	7.3
증가율(%)	-35.3	-11.5	-44.5	적전	흑전
영업이익	18	15	4	-11	7
영업이익률(%)	12.0	8.3	2.2	-5.9	3.3
증가율(%)	-41.6	-19.3	-70.9	적전	흑전
영업외손익	-2	-4	-59	3	9
금융수익	1	2	28	7	10
금융비용	3	6	88	3	0
기타영업외손익	0	-0	-0	-2	0
중속/관계기업관련손익	0	0	0	0	0
세전계속사업이익	16	11	-55	-8	16
증가율(%)	-35.5	-32.2	적전	적지	흑전
법인세비용	1	-0	1	2	0
계속사업이익	15	11	-56	-11	16
중단사업이익	0	0	0	0	0
당기순이익	15	11	-56	-11	16
당기순이익률(%)	9.9	6.2	-28.5	-5.6	7.7
증가율(%)	-33.7	-26.6	적전	적지	흑전
지배주주지분 순이익	15	11	-56	-11	16

현금흐름표

(억원)	2022	2023	2024	2025	2026F
영업활동으로인한현금흐름	44	16	1	10	25
당기순이익	15	11	-56	-11	16
유형자산 상각비	4	5	7	7	8
무형자산 상각비	0	0	0	0	0
외환손익	0	0	0	0	0
운전자본의감소(증가)	28	-3	-14	7	0
기타	-3	3	64	7	1
투자활동으로인한현금흐름	-24	-63	12	-330	-55
투자자산의 감소(증가)	14	-3	0	0	-0
유형자산의 감소	0	0	0	0	0
유형자산의 증가(CAPEX)	-19	-0	-9	-4	-8
기타	-19	-60	21	-326	-47
재무활동으로인한현금흐름	6	90	-3	280	-10
차입금의 증가(감소)	8	-8	-1	-48	-10
사채의증가(감소)	0	0	0	0	0
자본의 증가	0	0	0	329	0
배당금	0	0	0	0	0
기타	-2	98	-2	-1	0
기타현금흐름	0	-0	0	0	0
현금의증가(감소)	26	43	10	-41	-40
기초현금	23	49	92	102	61
기말현금	49	92	102	61	21

재무상태표

(억원)	2022	2023	2024	2025	2026F
유동자산	89	199	195	475	485
현금성자산	49	92	102	61	21
단기투자자산	20	80	60	386	433
매출채권	18	25	25	19	21
재고자산	0	0	0	0	0
기타유동자산	2	3	8	10	11
비유동자산	101	102	104	101	101
유형자산	86	83	86	86	85
무형자산	4	4	4	4	4
투자자산	4	7	7	7	7
기타비유동자산	7	8	7	4	5
자산총계	190	301	299	576	586
유동부채	49	174	77	40	33
단기차입금	16	39	48	8	-0
매입채무	0	0	0	0	0
기타유동부채	33	135	29	32	33
비유동부채	52	25	10	2	2
사채	0	0	0	0	0
장기차입금	45	16	8	0	0
기타비유동부채	7	9	2	2	2
부채총계	102	199	87	41	35
지배주주지분	88	102	212	535	551
자본금	3	3	33	44	44
자본잉여금	0	0	133	451	451
자본조정 등	0	2	6	10	10
기타포괄이익누계액	0	0	0	0	0
이익잉여금	85	97	40	30	46
자본총계	88	102	212	535	551

주요투자지표

	2022	2023	2024	2025	2026F
P/E(배)	0.0	0.0	N/A	N/A	63.1
P/B(배)	0.0	0.0	0.0	2.8	1.9
P/S(배)	0.0	0.0	0.0	7.0	4.9
EV/EBITDA(배)	N/A	N/A	N/A	N/A	37.4
배당수익률(%)	N/A	N/A	N/A	0.0	0.0
EPS(원)	258	188	-922	-136	183
BPS(원)	1,514	1,720	3,220	6,023	6,206
SPS(원)	2,616	3,044	3,235	2,416	2,376
DPS(원)	0	0	0	0	0
수익성(%)					
ROE	18.7	11.6	-35.8	-2.8	3.0
ROA	8.7	4.5	-18.7	-2.4	2.8
ROIC	19.1	16.6	6.2	-12.9	8.0
안정성(%)					
유동비율	179.5	114.5	253.7	1,200.0	1,456.7
부채비율	114.8	195.7	40.9	7.7	6.4
순차입금비율	-0.9	-9.8	-48.9	-81.6	-82.2
이자보상배율	8.8	4.8	1.5	-4.8	19.4
활동성(%)					
총자산회전율	0.9	0.7	0.7	0.4	0.4
매출채권회전율	5.8	8.5	7.9	8.4	10.4
재고자산회전율	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

최근 3개월간 한국거래소 시장경보제도 지정 여부

시장경보제도란?

한국거래소 시장감시위원회는 투기적이거나 불공정거래 개연성이 있는 종목 또는 주가가 비정상적으로 급등한 종목에 대해 투자자주의 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
뉴엔AI	X	X	X

발간 History

발간일	제목
2026.05.20	뉴엔AI-소셜 리스닝 서비스 기업

Compliance notice

본 보고서는 한국거래소, 한국예탁결제원과 한국증권금융이 공동으로 출원한 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.