



한국IR협회의

기업리서치센터 기업분석 | 2026.07.15



코스닥 글로벌 상장법인

코스닥 글로벌 세그먼트

KOSDAQ | 미디어와엔터테인먼트

와이지엔터테인먼트 (122870)

저연차 IP 성장과 MD 수익화 확대

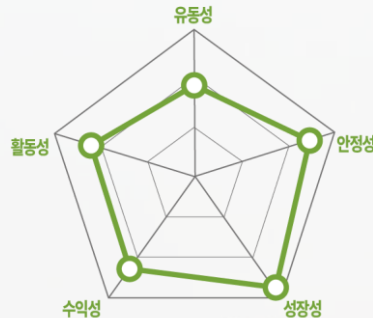
체크포인트

- 와이지엔터테인먼트는 블랙핑크·트레저·베이비몬스터 등 아티스트 IP를 기반으로 음반·음원, 공연, MD 사업을 영위하는 종합 엔터테인먼트 기업
- 동사의 투자포인트는 1) 저연차 IP 매출 기여 확대와 신인 그룹 데뷔, 2) 아티스트 활동을 반복 매출로 연결하며 성장하는 MD 사업
- 와이지엔터테인먼트의 주가는 2022년 이후 PER 12.0x~65.0x 수준에서 형성. 현재 동사의 밸류에이션은 2026년 추정 실적 기준 PER 약 13.3x로, 과거 PER Band 하단에 위치

주가 및 주요이벤트

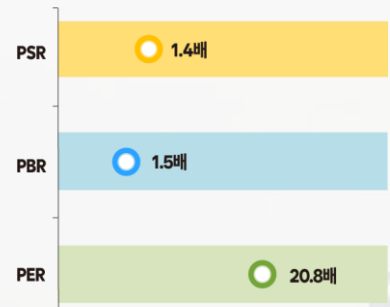


재무지표



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

밸류에이션 지표



주: PSR, PER은 2025년 기준, PBR은 1Q26 기준, Fnguide WICS 분류상 커뮤니케이션서비스산업 내 순위 비교, 우측으로 갈수록 저평가

와이지엔터테인먼트 (122870)

Analyst 채윤석 chaeyunseok@kirs.or.kr

RA 정수현 sh.jeong@kirs.or.kr

KOSDAQ

미디어와엔터테인먼트

다양한 IP를 보유한 종합 엔터테인먼트 기업

와이지엔터테인먼트는 '블랙핑크', '트레저', '베이비몬스터', '위너', '빅뱅' 등 아티스트 IP를 기반으로 음반·공연·MD 사업을 영위함. 2025년 기준, 동사의 매출은 상·제품 37.0%, 공연 23.2%, 음악서비스 16.0%, 기타 23.8%로 구성됨. 글로벌 대표 IP '블랙핑크'와 차세대 IP '베이비몬스터'·'트레저'를 중심으로 국내외 팬덤 기반을 확보하고 있음

저연차 IP로 확장되는 수익 기반

'베이비몬스터'와 '트레저'가 음반 판매와 글로벌 투어를 확대하며 차세대 매출 기반으로 성장 중. '베이비몬스터'는 데뷔 2년 만에 단독 공연 누적 관객 44만명을 확보하였고, 2026년 6월부터 두 번째 월드투어 '쑈(CHOOM)'를 5개 대륙으로 넓힐 예정. '트레저'는 'LOVE PULSE'으로 발매 첫 주 앨범 판매량 113만장을 기록하였고, 2026년 6월 'NEW WAV'도 초동 100만장 이상을 기록함. 2026년 가을 신규 보이그룹과 2027년 차기 걸그룹 데뷔로 IP가 한층 다양화될 전망

2026년 실적 전망: 매출액 6,382억원(+17.0%), 영업이익 840억원(+17.7%)

'블랙핑크'의 'DEADLINE', '베이비몬스터'의 '쑈(CHOOM)', '트레저'의 'NEW WAV', '빅뱅'의 20주년 신보와 신규 보이그룹 데뷔 앨범 발매가 연간 지속되며, 상·제품 부문 매출액은 2,647억원(+31.2%, yoy)을 기록하며 전사 외형 성장을 주도할 전망. 공연 매출도 '베이비몬스터' 월드투어 '쑈(CHOOM)', '트레저' 팬콘서트 투어 'THE STAGE 2026 NEW WAV : LIVE', '빅뱅' 20주년 월드투어 'BIGSHOW: REBORN'이 진행되며 1,388억원(+9.8%, yoy)으로 역대 최대치를 재차 경신할 것으로 예상됨

Forecast earnings & Valuation

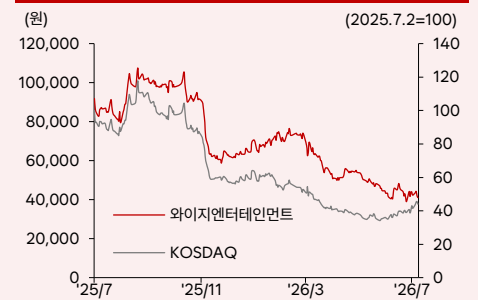
	2022	2023	2024	2025	2026F
매출액(억원)	3,912	5,692	3,649	5,454	6,382
YoY(%)	21.6	45.5	-35.9	49.4	17.0
영업이익(억원)	466	869	-206	713	840
OP 마진(%)	11.9	15.3	-5.6	13.1	13.2
지배주주순이익(억원)	337	613	185	369	586
EPS(원)	1,813	3,285	991	1,974	3,133
YoY(%)	401.9	81.2	-69.8	99.2	58.7
PER(배)	24.2	15.5	46.2	35.2	13.3
PSR(배)	2.1	1.7	2.3	2.4	1.2
EV/EBITDA(배)	12.8	8.1	85.6	11.5	5.2
PBR(배)	2.0	2.0	1.8	2.5	1.4
ROE(%)	8.6	14.0	3.9	7.4	10.8
배당수익률(%)	0.6	0.6	0.5	0.4	0.7

자료: 한국IR협회의 기업리서치센터

Company Data

현재주가 (7/13)	41,750원
52주 최고가	107,400원
52주 최저가	39,100원
KOSDAQ (7/13)	799.36p
자본금	95억원
시가총액	7,804억원
액면가	500원
발행주식수	19백만주
일평균 거래량 (60일)	12만주
일평균 거래액 (60일)	59억원
외국인지분율	11.76%
주요주주	양현석 외 5인 22.95%

Price & Relative Performance



Stock Data

주가수익률(%)	1개월	6개월	12개월
절대주가	-90	-38.3	-51.7
상대주가	17.1	-26.8	-51.7

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

▶'글로벌 세그먼트'는 코스닥 시장 내 재무실적과 시장평가, 기업지배구조가 우수한 기업으로 한국거래소에서 선정한 기업



기업 개요

연혁 및 지배 구조

세대별 대표 아티스트를 배출해 온 와이지엔터테인먼트

와이지엔터테인먼트는 각 세대를 대표하는 아티스트를 배출하며 K-POP의 대중화와 세계화에 기여해 온 국내 대표 종합 엔터테인먼트 기업이다. 1996년 서태지와 아이들 출신의 양현석 총괄 프로듀서가 설립하였으며, 지누션(1997)·원타임(1998)·세븐(2003)을 데뷔시키며 힙합 기반의 음악성을 확립하였다. 2006년 데뷔한 빅뱅(BIGBANG)은 '거짓말', '하루하루' 등의 히트곡으로 국내 주요 차트 상위권을 차지하였다. 2009년 데뷔한 2NE1은 'FIRE', 'I Don't Care' 등으로 K-POP 2세대를 대표하는 걸그룹으로 성장하였으며, 동사는 SM·JYP와 함께 3대 기획사 체제를 형성하였다.

2010년대 이후 동사는 해외 진출을 추진하였다. 2010년 싸이(PSY)를 영입하였고, 2012년 '강남스타일'은 빌보드 핫 100 차트 2위를 7주 연속 기록하였으며, 유튜브 역사상 최초로 조회수 10억회를 돌파하였다. 이를 계기로 동사는 YG ASIA(2012), YG USA(2013), YG BEIJING(2013) 등 현지 법인을 설립하며 글로벌 운영 기반을 구축하였다. 2016년 데뷔한 블랙핑크는 동사의 대표 IP로 성장하였다. 2022년에는 K-POP 걸그룹 최초로 빌보드 200 앨범 차트 1위를 기록하였으며, 2023년에는 유튜브 공식 채널 누적 조회 수가 300억 뷰를 돌파하였다. 2024년에는 다국적 신인 걸그룹 베이비몬스터가 데뷔하여 국내외에서 팬덤을 빠르게 형성하고 있으며, 차세대 글로벌 IP로의 성장이 기대된다.

2026년 3월 말 기준, 와이지엔터테인먼트의 최대주주는 창업주이자 총괄 프로듀서인 양현석(지분율 19.33%)이며, 양민석 대표이사(3.47%) 외 4인을 포함한 최대주주 및 특수관계인 지분율은 22.95%이다. 이 외 주요 주주로는 네이버(8.89%), 국민연금공단(4.91%), Tencent Mobility(4.30%)가 있으며, 국민연금공단은 2026년 5월 14일 기준 지분 일부를 처분하면서 지분율이 4.00%로 축소되었다. 한편 동사는 자기주식 0.77%를 보유하고 있다.

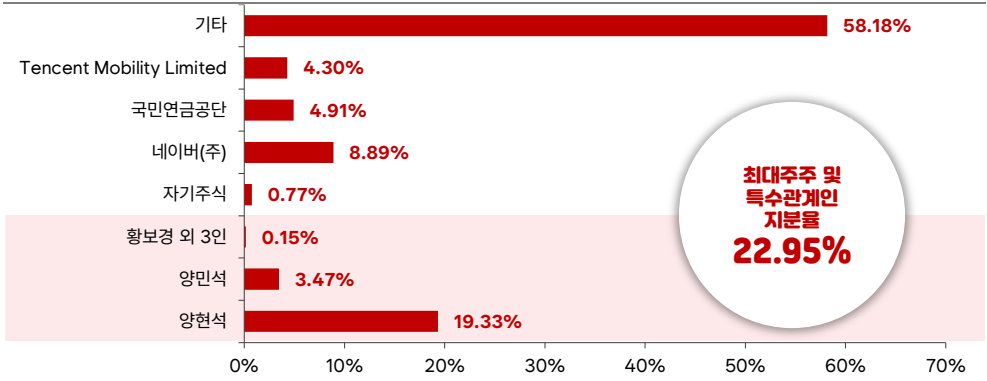
2026년 3월 말 기준, 와이지엔터테인먼트는 자회사 7개와 신기술투자조합 등 손자회사 13개를 포함한 총 20개의 종속회사를 보유하고 있다. 동사와 종속회사는 음반·음원 제작·유통, 공연·매니지먼트, 아티스트 기반 콘텐츠·MD 제작·유통 등 다양한 수익 모델을 기반으로 사업을 영위하고 있다. 이 중 2025년 연간 매출액 100억원 이상을 기록한 종속회사는 YG ENTERTAINMENT JAPAN Co., Ltd.(지분율 100%)와 YG PLUS(지분율 30.11%) 2곳이다. YG ENTERTAINMENT JAPAN Co., Ltd.는 일본 내 엔터테인먼트 사업을 전개하고 있으며, 2025년 매출액 476억원(+81.6%, yoy), 당기순이익 49억원(+153.0%, yoy)으로 확대되었다. 블랙핑크 도쿄돔·트레저 일본 투어 등 일본 내 공연 활동 재개가 외형 성장을 견인한 것으로 판단된다. YG PLUS는 코스피 상장사로, 음원 유통과 네이버 음악 플랫폼 운영 대행, MD·음반 인쇄 제작을 주요 사업으로 영위하고 있다. 2025년 연결 기준 매출액 2,360억원(+27.7%, yoy), 영업이익 323억원(OPM 13.7%), 당기순이익 236억원(+1,082.8%, yoy)을 기록하였다. 2025년 매출은 음원 유통과 음악 플랫폼 운영 대행(음악서비스) 45.2%, MD·음반 인쇄 제작(상·제품) 43.4%, 용역(음반 유통·IP 라이선싱) 11.4%로 구성되어 있으며, 블랙핑크 월드투어 연계 MD 매출이 실적 성장을 견인한 것으로 분석된다.

연혁



자료: 와이지엔터테인먼트, 한국R협의회 기업리서치센터

주주 현황(2026년 3월 말 기준)



자료: 와이지엔터테인먼트, 한국R협의회 기업리서치센터

와이지엔터테인먼트 자회사 현황(1Q26 기준) 및 실적(2025년 연간 기준)

(단위: 억원)

회사명	지분율	소재지	업종	매출액	당기순이익
YG ENTERTAINMENT JAPAN Co., Ltd.	100.0%	일본	엔터테인먼트	476	49
YG ENTERTAINMENT ASIA LIMITED	100.0%	홍콩	엔터테인먼트	-	-2
YG ENTERTAINMENT BEIJING LIMITED	100.0%	중국	엔터테인먼트	10	3
YG ENTERTAINMENT USA, INC.	100.0%	미국	엔터테인먼트	7	13
(주)와이지플러스	30.1%	한국	MD 제조 및 유통판매업	2,360	236
와이지 메타버스 신기술투자조합	100.0%	한국	금융업	4	3
와이지 유에프오 신기술투자조합	100.0%	한국	금융업	-	-

자료: 와이지엔터테인먼트, 한국R협의회 기업리서치센터

주요 아티스트 현황

주요 아티스트로 '블랙핑크',
'트레저', '베이비몬스터'를 보유

동사는 '블랙핑크', '트레저', '베이비몬스터', '위너', '빅뱅'을 중심으로 음반·공연·MD 사업을 영위하고 있다.

1. 블랙핑크(BLACKPINK)

'블랙핑크'는 2016년 8월 싱글 'SQUARE ONE'으로 데뷔한 4인조 걸그룹으로, 동사의 글로벌 대표 IP이다. 2025년 7월 디지털 싱글 'JUMP'를 발매하며 그룹 신곡 활동을 재개하였으며, 2026년 2월에는 미니 3집 'DEADLINE'을 발매하였다.

2018년 첫 번째 단독 콘서트 'BLACKPINK 2018 TOUR IN YOUR AREA SEOUL'을 시작으로, 2019년 첫 번째 월드 투어 'IN YOUR AREA', 2022~2023년 두 번째 월드투어 'BORN PINK'를 개최하였고, 2025~2026년 세 번째 월드투어 'BLACKPINK WORLD TOUR <DEADLINE>'을 16개 도시에서 33회 공연으로 진행하였다. 이번 투어에서는 K-POP 여성 아티스트 최초로 영국 웬블리 스타디움에서 공연을 개최하였으며, 세계 주요 도시의 스타디움 공연을 매진시켰다. 전 회차가 스타디움급 공연장 중심으로 구성되어 회당 평균 관객 수가 상승하였으며, 공연 단위당 수익성과 티켓 파워가 강화된 것으로 판단된다.

현재 블랙핑크의 그룹 활동은 동사와의 협력으로 지속되고 있다. 2023년 말~2024년 초 멤버들의 개인 전속계약은 종료되었으며, 제니, 리사, 지수는 각각 1인 레이블을 설립하였고, 로제는 동사의 관계 레이블인 THE BLACK LABEL과 계약을 체결하여 개인 활동을 이어가고 있다.

2. 트레저(TREASURE)

'트레저'는 2019년 동사의 서바이벌 프로그램 'YG 보석함'을 통해 결성된 10인조 다국적(한국 8명, 일본 2명) 보이그룹이다. 2025년에는 스페셜 미니앨범 'PLEASURE'와 미니 3집 'LOVE PULSE'를 발매하였으며, 2026년 6월에는 미니 4집 'NEW WAV'를 발매해 초동 판매량 100만장 이상을 기록하였다.

트레저는 데뷔 1년 8개월 차인 2022년 4월 첫 단독 콘서트 'TREASURE 1st CONCERT [TRACE]'를 서울에서 2회 진행하였다. 2022년 11월에는 'TREASURE TOUR [HELLO]'를 17개 도시 40회 공연으로 진행하며 약 42만명의 관객을 동원하였다. 2023년 12월부터는 'TREASURE TOUR [REBOOT]'를 통해 서울과 일본 등 아시아 13개 도시에서 30회 공연으로 약 45만명의 관객을 동원하였다. 2025년 상반기에는 팬 콘서트 투어 '2025 TREASURE FAN CONCERT [SPECIAL MOMENT]'를 서울을 시작으로 일본과 북미 등 9개 도시에서 17회 진행하였다. 2025년 10월부터는 'TREASURE TOUR [PULSE ON]'을 서울 KSPO DOME를 시작으로 한국, 일본, 아시아 등 14개 도시에서 27회 개최하였다. 2026년에는 'NEW WAV' 발매 이후 'TREASURE THE STAGE 2026 NEW WAV: LIVE'를 서울 3회 공연으로 시작해 일본 7개 도시 17회 팬콘서트로 확대하였다.

3. 베이비몬스터(BABYMONSTER)

'베이비몬스터'는 한국, 일본, 태국 멤버로 구성된 7인조 다국적 걸그룹으로, 2023년 5월 프리 데뷔곡 'DREAM', 2023년 11월 디지털 싱글 'BATTER UP'(당시 6인조)을 발표하였다. 2024년 4월 미니 1집 'BABYMONSTER'로 공식 데뷔

하였으며, 타이틀곡 'SHEESH'는 빌보드 글로벌 200 차트(글로벌 음원 중심 차트) 33위, 음반 판매량(씨클차트 월간 Top 100 기준) 약 78만장을 기록하였다. 2024년 11월에는 정규 1집 'DRIP'을 발매하여 초동 약 68만장으로 자체 최고 기록을 경신하였다. 2025년에는 디지털 싱글 'HOT SAUCE'와 미니 2집 'WE GO UP'을 발매하였다. 2025년 9월에는 데뷔 1년 5개월 만에 K-POP 걸그룹 최단 기간 유튜브 구독자 1,000만명을 달성하였으며, 'WE GO UP' 뮤직비디오는 공개 약 2주 만에 유튜브 조회수 1억 뷰를 돌파하였다. 2026년에는 미니 3집 '춤(CHOOM)'과 디지털 싱글 'SUGAR HONEY ICE TEA'를 발매하였다.

공연 부문에서는 2024년 5월부터 8월까지 첫 팬미팅 투어 'SEE YOU THERE'를 도쿄 아리아케 아레나를 시작으로 일본·인도네시아·싱가포르·대만·태국·한국 등 7개 도시에서 진행하였다. 2025년 첫 월드투어 'HELLO MONSTERS'를 서울 KSPO DOME를 시작으로 미국·일본 등 20개 도시 32회 공연으로 진행하였으며, 일본에서만 15만명을 동원하며 K-POP 걸그룹 최단 기간 최다 관객 기록을 수립하였다. 2025년 11월부터 2026년 1월까지 'LOVE MONSTERS BABYMONSTER ASIA FAN CONCERT 2025-26'을 일본·태국·대만 등 5개 도시에서 진행하였다. 베이비몬스터는 데뷔 2년 만에 단독투어로만 44만명(팬콘서트 투어 14만명, 월드투어 30만명)을 동원하였다. 2026년 두 번째 월드투어 'CHOOM'은 서울과 일본, 아시아·오세아니아 등 확정 기준 18개 도시 29회 규모로 확대되었으며, 향후 유럽·북미·남미 일정도 추가 발표될 예정이다.

4. 위너(WINNER)

'위너'는 2013년 동사의 서바이벌 프로그램 'WIN: Who is Next?'에서 우승한 팀으로, 2014년 정규 1집 '2014 S/S'로 국내에, '2014 S/S-Japan Collection'으로 일본에 각각 데뷔하였다. 'REALLY REALLY', 'MILLIONS' 등의 히트곡을 보유하고 있다. 2018~2019년 첫 월드투어 'EVERYWHERE TOUR'를 통해 24개 도시 30회 공연을 진행하였다. 2025년 군 복무 공백 이후 공연과 멤버 솔로 활동을 중심으로 그룹 활동을 재개하였다. 2025년 7월부터 9월까지 '2025 WINNER CONCERT [IN OUR CIRCLE]'를 서울과 일본에서 개최하였으며, 'WINNER OUR MOMENT 2025 ASIA CONCERT'를 통해 아시아 6회 공연을 추가 진행하였다. 멤버 이승훈은 2024년 7월 전곡 프로듀싱에 참여한 첫 미니 앨범 'MY TYPE'을 발매하였으며, 2024년 11월 첫 단독 팬 콘서트 'OFFLINE LIVE'를 개최하였다. 멤버 강승윤은 2025년 11월 작사·작곡에 직접 참여한 솔로 정규 2집 'PAGE 2'를 발매하였으며, 2025년 12월 24일부터 2026년 3월 15일까지 단독 투어 'PASSAGE #2'를 한국 5개 도시와 일본 2개 도시에서 진행하였다.

5. 빅뱅

'빅뱅'은 2006년 데뷔한 국내 대표 2세대 보이그룹으로, 현재 지드래곤·태양·대성 3인 체제로 활동하고 있다. 동사는 2026년 3월 빅뱅의 데뷔 20주년 기념 월드투어 'BIGSHOW: REBORN' 개최를 발표하였으며, 멤버들은 2026년 4월 미국 코첼라 페스티벌에서 그룹 무대를 재개하였다. 동 투어는 2017년 'LAST DANCE' 투어 이후 약 9년 만의 단독 콘서트로, 2026년 8월 21~23일 고양종합운동장 3회 공연을 시작으로 북미, 유럽, 오세아니아, 아시아 등 18개 도시 32회 규모로 2027년 2월까지 진행될 계획이다. 추가 개최 지역은 순차 공개될 예정이다.

주요 아티스트 현황



BLACKPINK



TREASURE



BABYMONSTER



WINNER



BIGBANG

자료: 와이지엔터테인먼트, 한국IR협회의 기업리서치센터

B 비즈니스 구조 현황

2025년 기준, 매출액 비중은

상·제품 37.0%,

공연 23.2%,

음악서비스 16.0%,

기타 사업 23.8%로 구성

2025년 기준, 동사의 매출액은 상·제품 37.0%, 공연 23.2%, 음악서비스 16.0%, 기타 사업(광고, 용역 등) 23.8%로 구성되어 있다.

1. 상·제품

동사의 상·제품 매출은 소속 아티스트가 제작한 음반(Album/DVD), 온라인에서 소비되는 음원 등의 디지털 콘텐츠와 MD(Goods)를 포함한다. 해당 부문 매출액은 2020년 1,039억원에서 2025년 2,018억원(+32.6%, yoy)으로 확대되었으며, 2025년 세부 구성은 음반 14.1%, 디지털 콘텐츠 37.6%, MD 48.3%로 MD 중심 구조가 한층 강화되었다.

음반 부문은 아티스트가 발매하는 실물(피지컬) 앨범 및 DVD 판매 수익을 의미한다. 음반 매출은 2020년 293억원에서 2023년 437억원으로 증가하였으나, 2024년에는 153억원으로 감소하였다가 2025년 285억원(+86.0%, yoy)으로 회복하였다. 트레저 'LOVE PULSE'와 베이비몬스터 컴백이 회복을 견인하였다. 씨클차트 월별 Top 100 기준, 동사 아티스트들의 음반 판매량 합계는 2020년 279만장에서 2023년 437만장으로 증가하였으나 2024년 182만장까지 감소한 뒤, 2025년 306만장(+68.6%, yoy)으로 반등하였다. 2022~2023년 판매량 증가는 블랙핑크 'BORN PINK', 트레저의 'THE SECOND STEP 시리즈', 'REBOOT', 지수의 'ME' 앨범이 견인하였으며, 2024년 트레저와 블랙핑크의 신규 앨범 부재 속에서 베이비몬스터의 'BABYMONSTER', 'DRIP'이 동사 앨범 판매량의 대부분(약 87%)을 차지하였다. 2025년 앨범 판매량의 회복은 트레저가 주도하였다. 'LOVE PULSE'(115만장)와 'PLEASURE'(80만장) 두 앨범으로 트레저가 연간 판매량의 약 64%를 차지하였고, 베이비몬스터 'WE GO UP'(69만장)이 뒤를 이었다. 2026년에는 블랙핑크 'DEADLINE'(1~5월 누적 199만장)과 베이비몬스터 '춤(CHOOM)'(74만장, Nemo 포함)으로 IP 컴백 사이클이 재개되며, 5월까지 연간 누적 289만장을 기록 중이다.

MD 매출은 아티스트 IP를 기반으로 제작되는 제품군(응원봉, 티셔츠, 포토북 등)과 공연 연계 상품 판매로 구성된다. 해당 부문의 매출액은 2020년 311억원에서 2024년 696억원, 2025년 975억원(+40.0%, yoy)으로 성장하였다. 특히 2024년에는 아티스트들의 대형 투어가 제한적이었음에도 불구하고 신인 '베이비몬스터' 관련 팝업스토어 행사 진행 및 온라인 플랫폼을 활용한 적극적인 MD 판매로 안정적인 매출을 유지하였다. 2025년에는 블랙핑크 월드투어 'DEADLINE' 연계 투어 MD와 팝업스토어 매출이 더해지며 성장이 가속화되었다.

디지털 콘텐츠 매출은 음원 및 유튜브 광고 수익 등의 매출을 의미한다. 디지털 콘텐츠 부문의 매출액은 2020년 435억원에서 2024년 673억원, 2025년 758억원(+12.7%, yoy)까지 안정적으로 성장하였다. 'BLACKPINK', 'TREASURE', '베이비몬스터' 등 주요 아티스트의 글로벌 팬덤 확장과 유튜브 채널 영향력 확대가 성장을 견인하였다.

2. 음악서비스

음악서비스 매출은 종속회사 YG플러스를 통해 발생하는 음반/음원 유통 수익과 네이버 음악플랫폼 'VIBE' 운영 대행 수수료로 구성된다. 음반/음원 유통 매출은 아티스트의 음반/음원 유통에 따른 수수료 수익이며, 음악플랫폼 운영 대행 매출 역시 플랫폼 운영 및 관리 대가로 수취하는 수수료를 순액 기준 매출액으로 인식한다. 해당 부문 매출액은 2022년 707억원에서 2025년 872억원(+11.0%, yoy)까지 성장하였다.

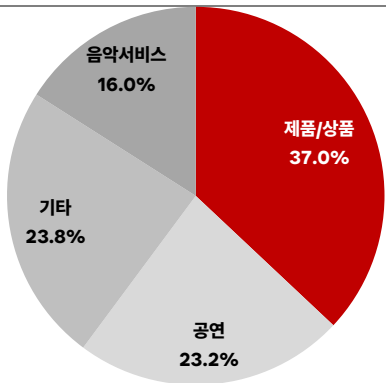
3. 공연

동사의 공연 매출은 자체 제작 시스템(In House System)을 기반으로 기획/제작하는 공연에서 발생한다. 동사는 공연에 특화된 공연사업그룹을 별도로 운영하며 공연을 직접 기획·연출하고 있다. 이를 통해 외부 기획사에 지급하는 대행료·수수료를 절감하고 의사결정을 신속하게 진행할 수 있다. 일반적으로 국내 투어는 동사가 티켓 매출 및 부수 매출 총액과 이에 대응하는 비용을 모두 인식하는 반면, 해외 투어는 현지 파트너사가 동사에 지급하는 Guarantee 금액만을 순액 기준으로 매출에 반영한다. 동사의 공연 부문 매출액은 코로나19 팬데믹 영향으로 2022년 228억원에서 2023년에는 블랙핑크 월드투어 'BORN PINK' 효과로 1,115억원으로 확대되었다. 'BORN PINK'는 전 세계 34개 도시에서 66회 공연으로 181만명의 관객을 동원하며 K-POP 걸그룹 사상 최대 규모의 월드투어로 기록되었다. 2024년에는 트레저의 'REBOOT' 월드투어와 베이비몬스터의 첫 팬미팅 투어 'SEE YOU THERE'가 진행되었으나, 블랙핑크의 대규모 월드투어 종료 영향으로 170억원 수준까지 감소하였다. 2025년에는 블랙핑크 월드투어 'DEADLINE' 매출 인식이 본격화되고 베이비몬스터의 첫 월드투어 'HELLO MONSTERS'와 트레저의 'PULSE ON' 투어가 함께 진행되며 공연 매출이 1,264억원으로 확대되었다.

4. 기타 사업

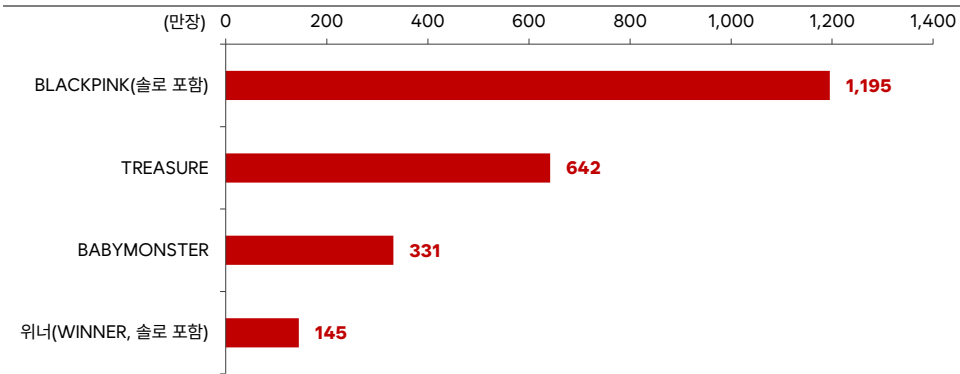
기타 사업 매출은 광고, 용역(출연료), 로열티 등으로 구성되어 있다. 광고 부문은 소속 아티스트(가수 및 배우)와 브랜드 간 광고 모델 계약 체결, 브랜드 콘텐츠 기획·제작에 따른 매출이며, 용역 매출은 동사 소속 아티스트가 방송, 영화, 드라마 등에 출연하여 받는 출연료와 아티스트 IP 활용에 따른 로열티로 구성된다. 동사의 기타 사업 매출액은 2022년 1,410억원, 2023년 1,714억원, 2024년 1,172억원(-31.3%, yoy)을 기록하였다. 2023년 매출 성장은 블랙핑크의 글로벌 인지도 상승과 활동 증가, 로열티 수익 확대에 기인한다. 2024년에는 주요 아티스트의 활동이 축소되고 저연차 아티스트 중심으로 음악 활동이 집중되며 감소하였다. 2025년에는 블랙핑크 활동 재개에 따른 로열티 수익 확대(254억원 → 450억원)에 힘입어 1,300억원(+10.9%, yoy)으로 회복하였다.

사업 부문별 비중(2025년 기준)



자료: 와이지엔터테인먼트 한국IR협의회 기업리서치센터

데뷔 이후 주요 아티스트별 음반 판매량 누적 합계



주: 월간 씨클차트 TOP100 발표 기준(2015.01 ~ 2026.05)

자료: 씨클차트, 한국IR협의회 기업리서치센터



산업 현황

1 글로벌 음원·음반 산업 현황

**글로벌 음원 음반 시장,
317억 달러로 11년 연속 성장**

2025년 글로벌 음원·음반 산업 시장 규모는 317억 달러(+6.4%, yoy)를 기록하였다. 스트리밍 유료 구독 확대, 신흥시장 성장, 실물 앨범 수요 회복이 함께 작용하며 시장 외형 확대를 견인하였다. 글로벌 음원·음반 산업은 음원 개별 구매 중심에서 스트리밍 구독 중심으로 전환된 이후 반복 매출 기반을 안정적으로 유지하고 있으며, 최근에는 팬덤 기반 실물 앨범 소비 회복과 지역별 시장 저변 확대가 성장 동력으로 작용하고 있다.

1. 지역별 현황

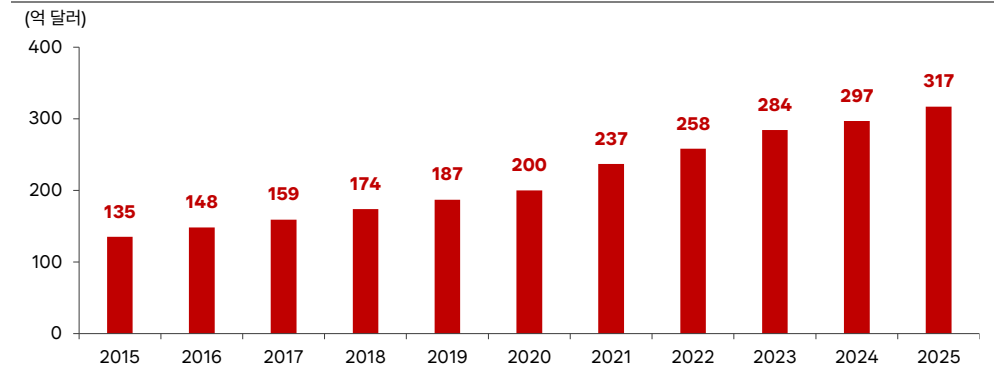
지역별 매출 비중은 북미(미국·캐나다) 38.7%, 유럽 30.4%, 아시아·라틴아메리카·중동 및 북아프리카 합산 28.5%, 오스트랄라시아 2.0%, 사하라 이남 아프리카 0.4%로 구성된다.

2025년 북미 시장 규모는 약 122.7억 달러(+3.5%, yoy)로, 전년 대비 4.1억 달러 확대되었다. 미국은 3.3%, 캐나다는 5.6% 성장하였으며, 유료 스트리밍과 구독 기반 매출이 안정적으로 유지되며 글로벌 음원·음반 시장의 최대 매출 기반을 형성하고 있다. 유럽 시장 규모는 약 96.4억 달러(+5.6%, yoy)로, 전년 대비 5.1억 달러 확대되었다. 영국 4.8%, 독일 1.7%, 프랑스 3.7%로 주요국이 모두 성장하였으며, 자국 아티스트와 자국어 음악 소비가 안정적인 수요 기반을 유지하고 있다. 스페인·포르투갈을 포함한 이베리아 지역은 유럽과 라틴아메리카를 연결하는 문화·언어 기반 시장으로, 로컬 아티스트 성장과 글로벌 확장 가능성을 동시에 보유하고 있다.

아시아는 2024년 1.3%에 그쳤던 성장률이 2025년 10.9%로 확대되었다. 2024년 한국은 2023년의 실물 앨범 판매 호조에 따른 역기저 효과로 성장률이 둔화되었고, 일본도 -0.2%로 정체되었다. 2025년에는 글로벌 실물 앨범 매출이 8.0% 증가하며 반등하였고, 세계 최대 실물 앨범 시장인 일본이 8.9% 성장으로 전환하며 아시아 회복의 핵심 요인으로 작용하였다. 중국은 20.1% 성장하며 독일을 상회해 글로벌 4위 시장으로 상승하였고, 글로벌 상위 20개 시장 중 가장 높은 성장률을 기록하였다. 중국 시장은 스트리밍 플랫폼 기반 소비 확대와 함께 힙합·EDM·R&B·팝 등 장르 다변화가 진행되고 있으며, 현지 아티스트와 프로듀서 협업을 통한 로컬 음악 공급 확대가 성장 기반을 넓히고 있다.

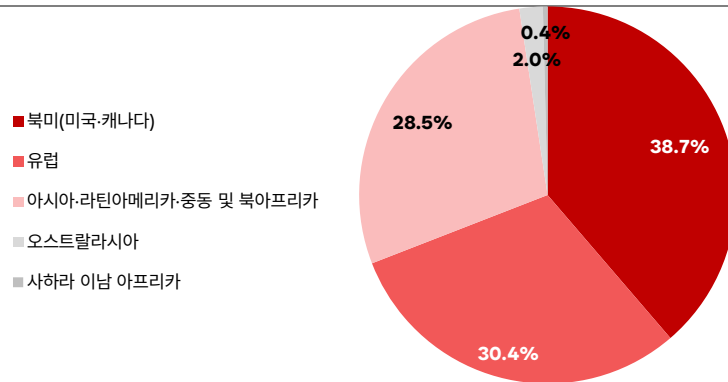
라틴아메리카는 17.1% 성장하며 16년 연속 확대되었다. 지역 매출의 88.1%가 스트리밍에서 발생하는 구조가 유지되고 있으며, 브라질 14.1%, 멕시코 13.3% 성장이 지역 성장을 견인하였다. 멕시코는 지역 음악 장르의 글로벌 확산과 미국 내 라틴계 소비 기반 확대로 글로벌 상위 10개 시장에 진입하였다. 중동 및 북아프리카는 15.2% 성장하였으며, 지역 매출의 97.5%가 스트리밍에서 발생해 플랫폼 기반 음악 소비가 시장 확대를 주도하고 있다. 사하라 이남 아프리카는 15.2% 성장하며 시장 규모가 1.2억 달러로 확대되었다. 남아프리카공화국이 지역 매출의 78.1%를 차지하고 있으며, 유료 스트리밍 확산과 나이지리아 등 아프리카 음악의 글로벌 노출 확대가 지역 성장의 기반으로 작용하고 있다. 오스트랄라시아는 6.23억 달러(+1.5%, yoy) 규모로, 호주 1.2%, 뉴질랜드 3.0% 성장하였으나 주요 고성장 지역 대비 성장률은 제한적이었다.

글로벌 음원 및 음반 산업 규모 추이



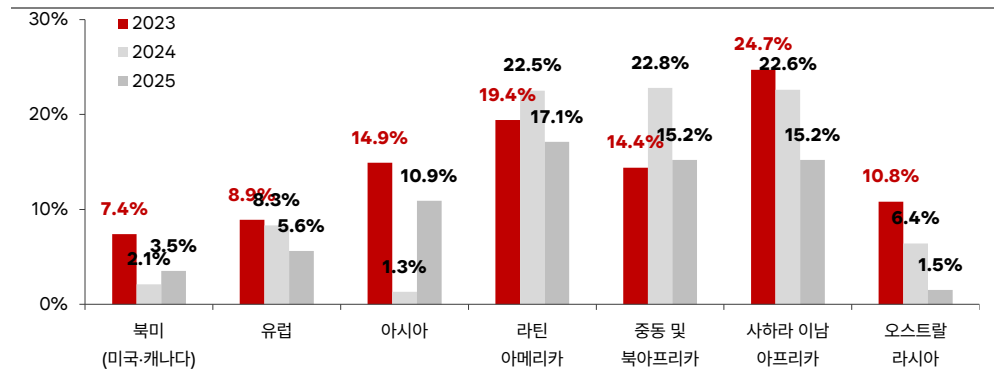
자료: IFPI, 한국IR협회의 기업리서치센터

글로벌 음원 및 음반 산업 지역별 매출 비중



자료: IFPI, 한국IR협회의 기업리서치센터

글로벌 음원 및 음반 산업 지역별 성장률 추이



자료: IFPI, 한국IR협회의 기업리서치센터

**글로벌 음원 음반 시장,
스트리밍 중심 성장 지속****2. 세그먼트별 현황**

2025년 글로벌 음원·음반 시장의 세그먼트별 비중은 스트리밍 69.6%, 실물 앨범 16.6%, 공연권 9.3%, 다운로드 및 기타 디지털 2.5%, 싱크로나이제이션 2.0%로 구성된다.

스트리밍은 음원이 다운로드 없이 인터넷을 통해 실시간으로 재생되는 형태로, 유료 구독형과 광고 기반 무료형으로 구분된다. 2025년 스트리밍 매출은 220억 달러(+7.7%, yoy)로 전체 시장의 69.6%를 차지하며 글로벌 음원·음반 시장 성장을 주도하였다. 이 중 구독형 스트리밍 매출 비중이 전체 시장의 52.4%로 과반을 차지하였고, 유료 구독 계층 수는 8억 3,700만개로 확대되었다. 구독형 스트리밍 매출은 8.8% 증가해 광고 기반 성장을 4.3%를 상회하였으며, 이는 글로벌 음악 소비가 무료 청취 기반에서 플랫폼 구독을 통한 반복 매출 확보 중심으로 이동하고 있음을 반영한다. 2015년 스트리밍 매출은 27억 달러, 비중은 20.0%에 불과하였으나 2025년 220억 달러, 69.6%까지 확대되며 글로벌 음악산업의 수익 구조를 재편하였다.

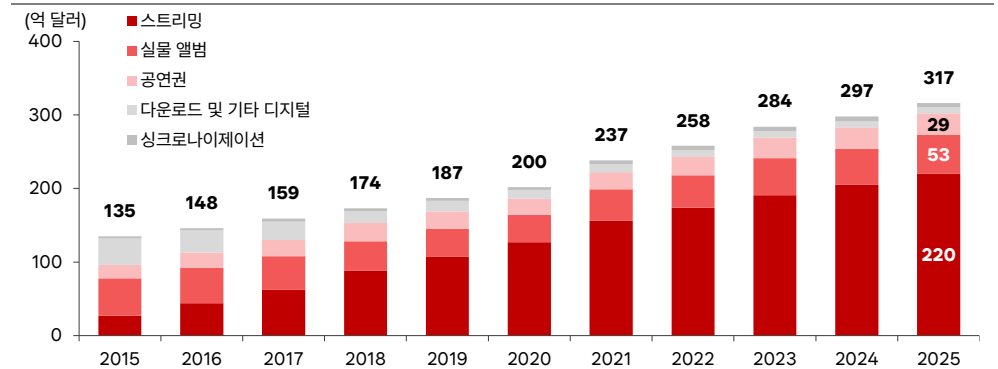
실물 앨범은 LP, CD, 뮤직비디오 등 물리적 매체에 수록된 음원·영상 상품의 판매 매출을 의미한다. 글로벌 실물 앨범 시장 규모는 2015년 51억 달러에서 2020년 37억 달러까지 감소하였으나, 2021년 이후 재차 확대되며 2025년 53억 달러(+8.0%, yoy)를 기록하였다. 2024년에는 실물 앨범 매출 감소가 전체 시장 성장을 둔화 요인으로 작용하였으나, 2025년에는 LP·CD·뮤직비디오 매출이 모두 증가하며 반등하였다. LP 매출은 13.7% 증가하며 19년 연속 성장하였고, CD와 뮤직비디오 매출도 각각 3.7%, 10.8% 증가하였다. 실물 앨범은 음악 청취 매체로서의 기능은 약화되었으나, 아티스트 IP를 소장하고 팬덤 정체성을 표현하는 상품으로 수요 기반을 유지하고 있다.

공연권은 음원과 뮤직비디오가 방송, 매장, 공공장소 등에서 사용될 때 발생하는 사용료 수익이다. 2025년 공연권 시장 규모는 29억 달러(+0.3%, yoy)로 전체 시장의 9.3%를 차지하였다. 전년 대비 성장률은 제한적이었으나, 오프라인 상업 공간과 방송·공공장소에서 음악 사용이 지속되며 일정 수준의 매출 기반을 유지하고 있다. 2015년 18억 달러에서 2025년 29억 달러로 확대된 점에서, 스트리밍 중심의 시장 재편 이후에도 음악 IP 사용처 확대에 따라 완만한 성장을 이어온 세그먼트로 판단된다.

싱크로나이제이션은 영화, TV, 광고, 게임 등 영상·디지털 콘텐츠에 음원이 삽입될 때 발생하는 라이선스 수입이다. 2025년 시장 규모는 6억 4,100만 달러(-2.0%, yoy)로 전체 시장의 2.0%를 차지하였다. 전년 대비 소폭 감소하였으나, 2015년 3억 달러에서 2025년 6억 달러 이상으로 확대되며 음악 IP 활용처 확대 추이를 반영하고 있다. 콘텐츠 제작·광고·게임·숏폼 영상 등에서 음악 사용이 지속되며, IP 활용 범위 확대를 뒷받침하는 세그먼트로 판단된다.

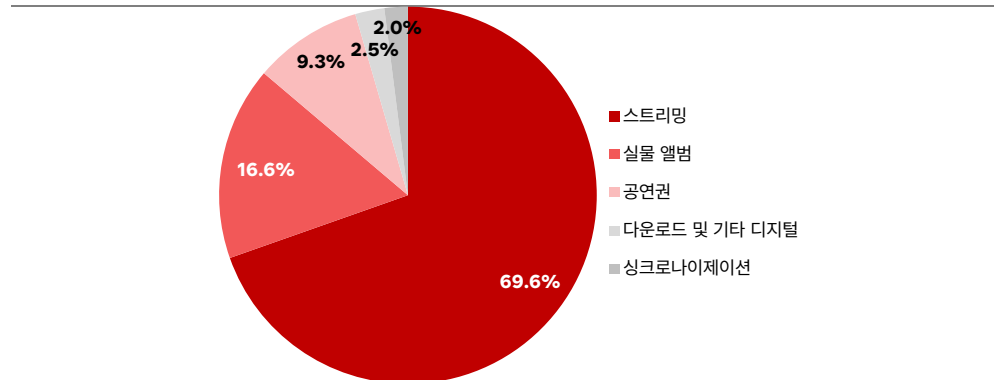
다운로드 및 기타 디지털은 음원을 개별 구매해 파일 형태로 보유하는 매출과 벨소리·디지털 부가서비스 등을 포함한다. 2025년 시장 규모는 약 8억 달러(-5.0%, yoy)로 전체 시장의 2.5%를 차지하였으며, 13년 연속 감소하였다. 2015년 비중 26.7%에서 2025년 2.5%까지 축소되었다. 글로벌 음악 소비가 음원 개별 구매·보유 구조에서 플랫폼 구독을 통한 지속 이용 구조로 전환되며, 다운로드 매출의 시장 내 역할은 빠르게 약화되고 있다.

글로벌 음원 및 음반 산업 포맷별 규모 추이



자료: IFPI, 한국저작권위원회 기업리서치센터

글로벌 음원 및 음반 산업 포맷별 비중(2025년 기준)



자료: IFPI, 한국저작권위원회 기업리서치센터

2 글로벌 콘서트·투어 산업 현황

대형 투어 중심의 회당 매출 상승

글로벌 콘서트·투어 시장은 2015년 이후 티켓 판매량 증가와 티켓 단가 상승으로 외형이 확대되었으며, 2022년 이후에는 대형 투어와 스타디움 공연 중심의 고매출 구조가 강화되고 있다. Pollstar 기준 글로벌 Top 100 투어 매출은 2015년 39.3억 달러에서 2019년 55.5억 달러, 2022년 62.8억 달러, 2024년 95.0억 달러로 확대되었으며, 2025년에는 2024년 초대형 투어 흥행의 역기저 영향으로 89.0억 달러(-6.1%, yoy)를 기록하였다. 평균 티켓 가격은 2015년 78.30달러에서 2019년 96.17달러, 2025년 132.62달러로 상승하였으며, 티켓 판매량도 2015년 5,021만장에서 2025년 6,730만장으로 확대되었다.

팬데믹 이전 2015~2019년 콘서트·투어 시장은 관객 수 증가와 티켓 가격 상승으로 외형이 확대되었다. 글로벌 Top 100 투어 매출은 2015년 39.3억 달러에서 2019년 55.5억 달러로 41.1% 증가하였으며, 같은 기간 티켓 판매량은 5,021만장에서 5,770만장으로 14.9% 증가하였다. 공연당 평균 티켓 판매량도 2015년 11,007장에서 2019년 13,397장으로 22.0% 증가하며, 전체 티켓 판매량 증가와 회당 집객력 개선이 함께 진행되었다. 공연당 평균 매출은 86.2만 달러에서 129.0만 달러로, 평균 티켓 가격도 78.30달러에서 96.17달러로 동반 상승하였다. 해당 기간에는 P!NK, Elton John, Ed Sheeran, Taylor Swift, Jay-Z/Beyonce 등 글로벌 대형 아티스트 투어가 시장 상위권을 형성하였다.

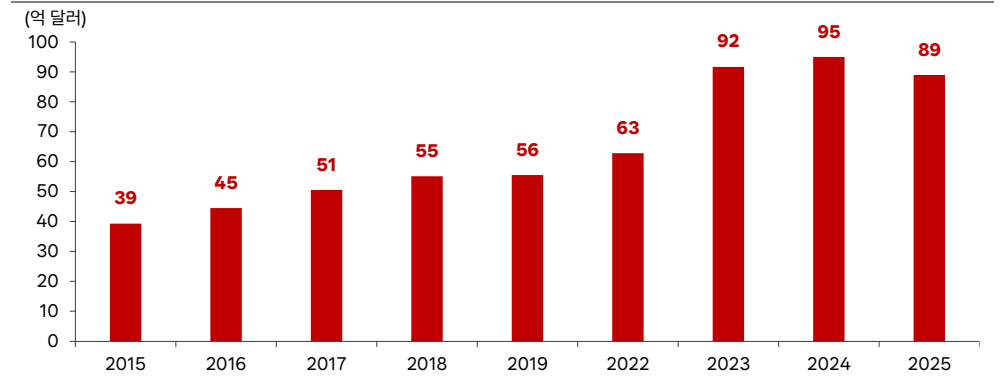
2022년 콘서트·투어 시장은 공연 재개 이후 이연 수요와 스타디움 투어 확대를 바탕으로 빠르게 정상화되었다. 글로벌 Top 100 투어 매출은 62.8억 달러, 티켓 판매량은 5,920만장으로 팬데믹 이전인 2019년(55.5억 달러, 5,770만장)을 상회하였으며, 평균 티켓 가격은 106.07달러로 최초로 100달러를 돌파하였다. 특히 2022년은 '스타디움의 해'로, 스타디움 공연 매출은 26.8억 달러로 2019년 14.8억 달러 대비 81.0% 증가하였으며, 티켓 판매량도 1,600만장에서 2,380만장으로 49.0% 증가하였다. The Weeknd, Lady Gaga, Ed Sheeran, BTS, Coldplay, Bad Bunny, BLACKPINK 등 다양한 장르·지역의 아티스트가 스타디움 공연을 확대하며 대형 공연장 중심의 시장 구조를 강화하였다.

2023년 글로벌 Top 100 투어 매출은 91.7억 달러(+46.0%, yoy)를 기록하였다. 티켓 판매량은 7,000만장으로 전년 대비 18.4% 증가하였고, 공연당 평균 티켓 판매량은 18,103장(+24.3%, yoy)을 기록하였다. 평균 티켓 가격은 130.81달러로 전년 대비 23.3% 상승하였다. 공연당 평균 매출은 237만 달러로 전년 154만 달러 대비 53.2% 증가하였으며, 초대형 아티스트 투어 집중이 회당 매출 상승으로 연결되었다. Taylor Swift의 'The Eras Tour', Beyoncé의 'Renaissance Tour', Bruce Springsteen & The E Street Band 투어 등 상위 3개 투어는 약 20억 달러의 매출을 기록하며 Top 100 투어 매출의 21.8%를 차지하였다.

2024년 글로벌 Top 100 투어 매출은 95.0억 달러(+3.6%, yoy)로 사상 최대치를 경신하였다. 평균 티켓 가격은 135.92달러까지 상승하였으며, 대형 투어의 가격대 상승이 시장 외형 확대를 견인하였다. Taylor Swift의 'The Eras Tour'와 Coldplay의 'Music of the Spheres World Tour'는 2024년에도 글로벌 투어 시장 상위권을 유지하며 매출 확대를 주도하였다. 'The Eras Tour'는 2024년 집계 기간 중 10억 달러 이상의 매출을 기록하며 글로벌 Top 100 투어 매출의 약 11%를 차지하였고, 'Music of the Spheres World Tour'는 누적 기준 1,000만장 이상의 티켓 판매로 대형 스타디움 투어의 모객력을 입증하였다.

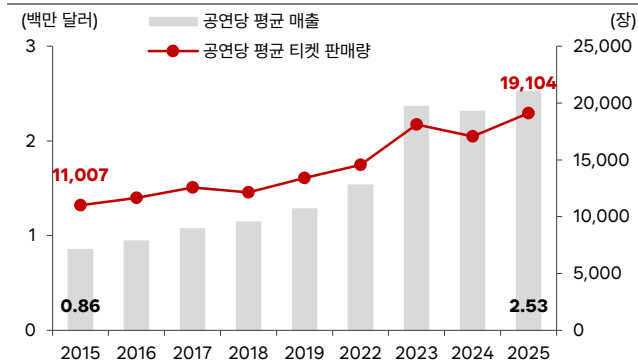
2025년 글로벌 Top 100 투어 매출은 89.0억 달러(-6.1%, yoy), 티켓 판매량은 6,730만장(-3.7%, yoy)을 기록하며 전년 대비 감소하였다. 2024년 Taylor Swift의 'The Eras Tour', Coldplay의 'Music of the Spheres World Tour' 등 초대형 투어 흥행으로 높아진 기저 영향이 반영되었다. 공연당 평균 티켓 판매량은 19,104장으로 사상 최고치를 기록하였고, 공연당 평균 매출도 2024년 232.1만 달러에서 2025년 약 253만 달러로 확대되었다. 평균 티켓 가격은 132.62달러로 전년 대비 2.4% 하락하였으나, 공연당 티켓 판매량 증가가 가격 하락을 상쇄하며 회당 매출 증가로 이어졌다. 2025년 상위권에서는 고가 티켓형 투어와 대규모 관객 동원형 스타디움 투어가 함께 확인되었다. Beyoncé의 'Cowboy Carter Tour'는 티켓 판매 159.6만장에 평균 티켓 가격 255.36달러로 2025년 최고 매출인 4.076억 달러를 기록하였다. Oasis의 'Live '25'는 222.8만장의 티켓을 판매하며 Beyoncé 대비 약 63.2만장 많은 관객을 동원하였으나, 평균 티켓 가격이 181.93달러로 낮아 매출은 4.054억 달러를 기록하였다. Coldplay는 2025년 290만장의 티켓을 판매하며 최대 모객을 기록하였으나, 평균 티켓 가격은 134달러로 Top 10 내 낮은 수준이었다.

글로벌 Top 100 투어 매출



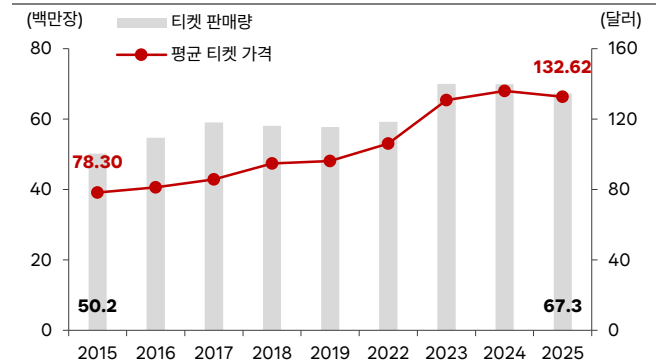
자료: Pollstar, 한국IR협회의 기업리서치센터

공연당 평균 매출과 티켓 판매량 추이



자료: Pollstar, 한국IR협회의 기업리서치센터

Top 100 투어 티켓 판매량과 평균 티켓 가격



자료: Pollstar, 한국IR협회의 기업리서치센터



투자포인트

1 자연차 IP 매출 기여 확대와 신인 그룹 데뷔

'베이비몬스터'·'트레저'의 글로벌 투어가 확대되며 자연차 IP의 성장 속도가 빨라지고 있음

와이지엔터테인먼트의 첫 번째 투자포인트는 '베이비몬스터'와 '트레저'가 음반 판매와 글로벌 투어를 동시에 확대하며 차세대 매출 기반으로 성장하고 있다는 점이다. 2026년 신규 보이그룹 데뷔와 차기 걸그룹 프로젝트가 병행되며 아티스트 포트폴리오도 복수의 차세대 IP 체제로 확대될 전망이다. 기존 IP의 활동 규모 확대와 신규 IP 공급이 이어지며 음반·공연·MD를 중심으로 중장기 실적 기반이 강화될 것으로 판단된다.

2024년 4월 공식 데뷔한 '베이비몬스터'는 음반·디지털 콘텐츠 중심의 매출 기반을 공연으로 빠르게 확대하고 있다. 첫 월드투어 'HELLO MONSTERS'는 2025년 1월 서울 KSPO DOME를 시작으로 미국·캐나다와 일본을 포함한 아시아 주요 지역 20개 도시에서 32회 진행되었으며, 총 30만명의 관객을 동원하였다. 이후 2025년 11월부터 2026년 1월까지 일본, 태국, 대만 등 5개 도시에서 팬콘서트 'LOVE MONSTERS BABYMONSTER ASIA FAN CONCERT 2025-26'을 개최해 14만명을 추가로 모객하였다. 이에 따라 데뷔 2년 만에 단독 공연 누적 관객 44만명을 확보했으며, 월드투어와 팬콘서트를 연이어 전개하며 공연 및 관련 MD 매출을 창출하는 핵심 차세대 IP로 성장하였다. 2026년 6월부터는 두 번째 월드투어 '춤(CHOOM)'을 전개하고 있다. 동 투어는 서울과 일본 6개 도시를 시작으로 아시아, 북미, 오세아니아, 유럽, 남미 등 5개 대륙으로 확대될 예정이다. 첫 월드투어에서 확보한 아시아·북미 공연 수요를 바탕으로 오세아니아·유럽·남미까지 권역을 넓히며 공연 매출의 지역 기반을 확대하는 단계다. 투어 지역과 공연 회차 증가에 따라 공연과 함께 투어 MD 등 관련 상품 매출 기여도도 추가로 높아질 전망이다.

'트레저'는 일본과 아시아에서 확보한 반복적인 공연 수요를 바탕으로 동사의 보이그룹 매출 기반을 강화하고 있다. 2025년 미니 3집 'LOVE PULSE'는 발매 첫 주 113만장을 판매하며 자체 최고 기록을 경신하였다. 같은 해 팬콘서트 'SPECIAL MOMENT'는 서울을 시작으로 9개 도시에서 17회 진행되었으며, 동 투어를 통해 데뷔 이후 첫 북미 공연을 개최하였다. 일본에서는 아레나·돔 공연을 지속적으로 전개하며 단독 공연 누적 관객 100만명을 돌파하였다. 이후 'TREASURE TOUR PULSE ON'을 한국, 일본, 아시아 14개 도시에서 27회 진행하며 공연 규모를 확대하였다. 2026년 6월에는 미니 4집 'NEW WAV'를 발매해 초동 판매량 100만장 이상을 기록했으며, 팬콘서트 투어 'THE STAGE 2026 NEW WAV : LIVE'를 서울 3회 공연과 일본 7개 도시 17회 일정으로 전개하고 있다. 반복적인 음반 발매 이후 한국·일본·아시아 투어가 이어지며 음반 판매가 공연 매출로 확대되는 활동 주기가 형성되고 있다. 이를 바탕으로 '트레저'는 동사의 보이그룹 매출을 안정적으로 뒷받침하는 핵심 IP로 작용할 전망이다.

차세대 IP의 성장과 함께 신규 IP 공급도 본격화될 전망이다. 동사는 2026년 가을 데뷔를 목표로 '트레저' 이후 6년만의 신규 보이그룹을 준비하고 있다. 동시에 4인조 신인 걸그룹 프로젝트 'NEXT MONSTER(가칭)'를 진행하며 멤버를 순차적으로 공개하고 있다. 신규 보이그룹과 차기 걸그룹이 합류하면 동사의 그룹 포트폴리오는 '베이비몬스터'와 '트레저'를 포함한 복수의 차세대 IP 체제로 확대된다. 신규 그룹의 활동이 본격화될수록 기존 아티스트의 활동 공백을 보완하고 음반·MD를 중심으로 신규 매출원을 확보할 수 있을 전망이다.

신규 IP 공급과 기존 아티스트의 활동 확대를 지원하기 위한 제작·운영 체계도 강화하였다. 동사는 매니지먼트와 A&R(아티스트 발굴 및 음반 기획·제작을 담당하는 조직)을 아티스트 단위 멀티 조직으로 재편해 아티스트별 활동 지원과 의사결정 속도를 높였다. '프로듀서 센터'를 통해 곡 제작과 관리 기능을 체계화하고, 송캠프(다수의 작곡가와 프로듀서가 공동으로 곡을 제작하는 방식)를 통해 내·외부 프로듀서 간 협업을 확대하였다. 또한 '글로벌 트레이닝 센터'를 신설해 국내외 신인 발굴과 육성 기능을 강화하였다. 이러한 내부 체계는 앨범 제작기간 단축과 신규 IP 공급을 뒷받침하고, 아티스트별 활동 시기를 분산해 연중 실적 기반을 강화하는 요인으로 작용할 전망이다.

베이비몬스터 두번째 월드투어 '춤'



자료: 와이지엔터테인먼트, 한국IR협회의 기업리서치센터

'TREASURE THE STAGE 2026 NEW WAV : LIVE' 투어



자료: 와이지엔터테인먼트, 한국IR협회의 기업리서치센터

아티스트 활동을 반복 매출로 연결하며 성장하는 MD 사업

안정적인 매출 구조를

기대할 수 있는

MD 사업

와이지엔터테인먼트의 두 번째 투자포인트는 MD가 상·제품 부문의 최대 매출원으로 확대되었으며, 응원봉·캐릭터를 중심으로 파생상품을 추가해 아티스트 IP당 매출 기여도를 높이고 있다는 점이다. 동사의 MD 매출은 2020년 311억 원에서 2024년 696억원, 2025년 975억원(+40.0%, yoy)으로 증가하였다. 2025년 기준 MD는 상·제품 매출액 2,018억원의 48.3%, 연결 매출액 5,454억원의 17.9%를 차지하며 상·제품 부문의 성장을 견인하는 핵심 매출원으로 작용하고 있다.

MD는 음반보다 판매 시점과 상품 카테고리 확대하기 용이하다. 음반 판매가 컴백 전후에 집중되는 반면, MD는 앨범 발매, 콘서트, 팬미팅, 시즌 이벤트, 팝업스토어, 캐릭터 출시 등 아티스트의 활동 전반에 걸쳐 반복적으로 공급할 수 있다. K-pop 팬덤은 멤버별 포토카드·키링·인형 등 수집형 상품과 응원봉·슬로건 등 공연형 상품을 함께 소비하며, 최근에는 의류·가방·액세서리·생활용품으로 구매 범위를 확대하고 있다. 이에 따라 음반 판매와 공연 모객 증가는 단일 상품의 판매량 증가와 함께 아티스트당 상품 수와 구매 기회 확대로 이어지고 있다.

최근 데뷔하는 아티스트의 팬덤은 디지털 팬플랫폼과 포토카드·캐릭터·커스터마이징 상품을 팬 활동 초기부터 접하고 있다. 과거 응원봉과 공연 MD에 집중됐던 상품군도 수집형 제품, 캐릭터, 의류, 액세서리, 생활용품 등으로 확대되고 있어 신규 IP의 팬덤은 아티스트 성장 초기부터 다양한 MD를 소비하기 용이하다. '베이비몬스터'와 '트레저'도 팬덤 확

대 단계에서 응원봉·수집형 상품·캐릭터 제품을 함께 전개하고 있다. 신규 IP 팬덤의 높은 MD 친숙도는 음반 판매와 공연 모객 증가를 상품 카테고리 및 구매 기회 확대로 연결하는 기반으로 작용할 전망이다.

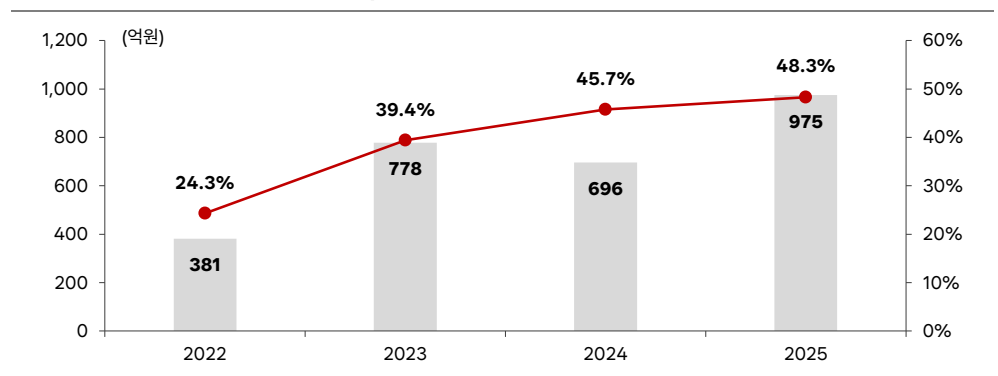
동사는 MD의 기획부터 판매까지 전 과정을 관리하며 아티스트 활동을 상품 매출로 전환하고 있다. 앨범과 공연 콘셉트에 맞춰 상품을 기획하고, 디자인·생산을 거쳐 공식 온라인몰, 글로벌 플랫폼, 팝업스토어 및 공연장에서 판매하고 있다. 종속회사 YG PLUS는 상품기획·개발·디자인과 제조·유통·판매 기능을 담당하며 MD 사업을 지원하고 있다. 온라인 상시 판매는 앨범과 투어 종료 이후에도 판매 기간을 연장하고, 공연장과 팝업스토어 판매는 관객과 방문객을 직접적인 구매 수요로 연결하고 있다.

'베이비몬스터'는 공식 응원봉을 중심으로 커스터마이징 상품을 확대하고 있다. 응원봉 커버, 키링형 응원봉 커버, 커스텀 케이프와 커스텀 파츠를 별도 상품으로 구성해 응원봉 본품 구매를 후속 상품 수요로 연결하였다. 앨범과 투어 관련 MD도 포토카드·아크릴 스탠드 등 수집형 제품에서 플러시 키링·액세서리·가방·의류 등 패션·생활형 제품으로 확대하고 있다. 핵심 상품을 중심으로 파생상품을 추가하며 하나의 아티스트 IP에서 발생하는 구매 기회를 넓히고 있다.

'트레저'는 공식 응원봉에서 파생된 캐릭터 'TEUYA'를 별도의 상품군으로 확대하였다. 'TEUYA'는 플러시 키링, 응원봉 링, 스티커팩, LED 키캡 키링, 러기지택 등으로 구성되며, 응원봉의 형태와 상징을 캐릭터와 생활용품으로 확장하였다. 'NEW WAV' 관련 MD는 포토카드·컬렉트북·키링·목걸이 등 수집형 상품으로 구성하였으며, 'TREASURE20'은 네일 스트립·볼캡·가방·티셔츠 등 패션·생활형 상품으로 전개하였다. 응원봉에서 캐릭터, 수집형 상품, 패션·생활용품으로 이어지는 상품 확장은 팬덤의 소비 범위와 아티스트 IP당 매출을 함께 높이는 기반으로 작용하고 있다.

향후 '베이비몬스터'와 '트레저'의 글로벌 투어 확대는 투어 MD와 지역별 상품 출시 기회를 늘릴 전망이다. 신규 보이 그룹과 차기 걸그룹도 데뷔 초기부터 응원봉·포토카드·캐릭터·커스터마이징 제품 등 다양한 상품군을 전개할 수 있다. 신규 IP의 팬덤이 MD 소비에 익숙하고 상품 카테고리도 과거보다 다양해지며, 신인 아티스트의 팬덤 확대는 음반·공연과 함께 MD 매출의 동반 성장으로 이어질 전망이다.

와이지엔터테인먼트 MD 부문 매출액 및 상품/제품 내 MD 비중 추이



자료: 와이지엔터테인먼트, 한국IR협회의 기업리서치센터

베이비몬스터 CHOOM TOUR MD

			
[CHOOMTOUR] BABYMONSTER... 52,000원	[CHOOMTOUR] BABYMONSTER... 48,000원	[CHOOMTOUR] BABYMONSTER... 41,000원	[CHOOMTOUR] BABYMONSTER... 21,000원
			
[CHOOMTOUR] BABYMONSTER ZI... 89,000원	[CHOOMTOUR] BABYMONSTER... 52,000원	[CHOOMTOUR] BABYMONSTER... 45,000원	[CHOOMTOUR] BABYMONSTER... 30,000원

자료: 와이지엔터테인먼트, 한국IR협의회 기업리서치센터

TREASURE 'NEW WAV' MD

			
[NEWWAV] TREASURE POSTER SET 15,000원	[NEWWAV] TREASURE IF I PIGMEN... 48,000원	[NEWWAV] TREASURE SLEEVELES... 42,000원	[NEWWAV] TREASURE HEAT... 45,000원
			
[NEWWAV] TREASURE SPINNING... 22,000원	[NEWWAV] TREASURE METAL... 25,000원	[NEWWAV] TREASURE PHOTO... 15,000원	[NEWWAV] TREASURE METAL... 22,000원

자료: 와이지엔터테인먼트, 한국IR협의회 기업리서치센터



실적 추이 및 전망

2025년 실적 Review

2025년 영업실적은

매출액 5,454억원(+49.4%),

영업이익 713억원(흑자전환)

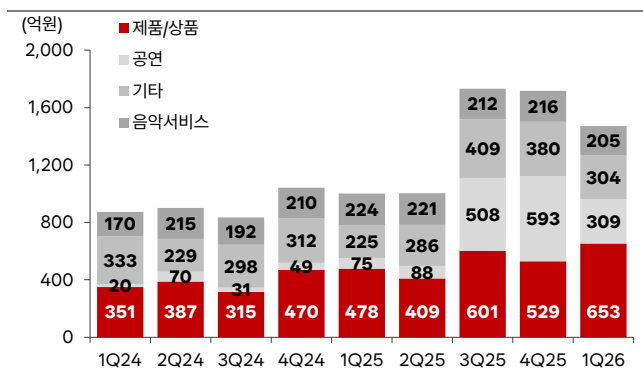
기록

2025년 연결 기준 영업실적은 매출액 5,454억원(+49.4%, yoy), 영업이익 713억원(흑자전환)을 기록하였다. 영업이익률은 2024년 -5.6%에서 2025년 13.1%로 상승하였다. '블랙핑크'의 그룹 활동이 재개되고 '베이비몬스터'와 '트레저'의 음반·공연 규모가 확대되면서 상·제품, 공연, 로열티 매출이 동반 성장하였다.

1) 상·제품 매출은 2,018억원(+32.6%, yoy)을 기록하였다. 음반/DVD 매출은 '트레저'의 'PLEASURE'·'LOVE PULSE'와 '베이비몬스터'의 'WE GO UP' 판매를 바탕으로 285억원(+86.0%, yoy)으로 확대되었다. 디지털 콘텐츠 매출은 주요 아티스트의 음원·영상 콘텐츠 소비 증가에 힘입어 758억원(+12.7%, yoy)을 기록하였다. MD 매출은 '블랙핑크' 월드투어 'DEADLINE' 관련 상품과 팝업스토어 판매 확대를 통해 975억원(+40.0%, yoy)으로 증가하였다. 2) 공연 매출은 1,264억원(+643.9%, yoy)을 기록하였다. '블랙핑크'의 'DEADLINE', '베이비몬스터'의 첫 월드투어 'HELLO MONSTERS', '트레저'의 'PULSE ON'이 순차적으로 진행되며, 'BORN PINK' 투어가 반영된 2023년의 1,115억원을 상회하였다. 3) 기타 사업 매출은 1,300억원(+10.9%, yoy)을 기록하였다. 광고 매출과 출연료 매출은 각각 282억원(-19.3%, yoy), 130억원(-21.4%, yoy)으로 감소하였으나, 로열티 매출이 주요 IP의 활동 및 라이선싱 수익 확대를 바탕으로 450억원(+77.4%, yoy)까지 증가하며 감소분을 상쇄하였다. 4) 음악서비스 매출도 YG PLUS의 음원·음반 유통과 음악 플랫폼 운영 대행 매출을 바탕으로 872억원(+11.0%, yoy)을 기록하였다.

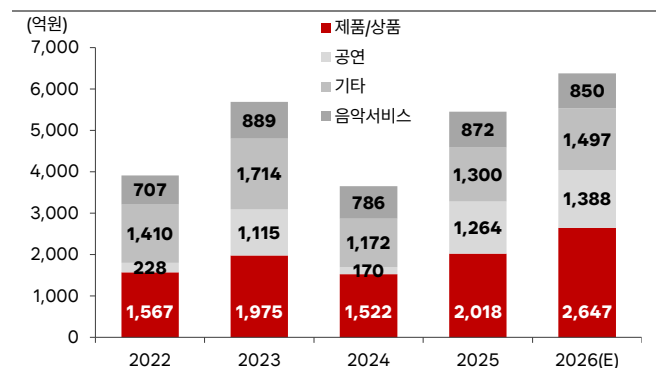
수익성은 매출 증가와 원가율 개선을 바탕으로 정상화되었다. 매출원가율은 2024년 72.8%에서 2025년 65.8%로 하락했으며, 매출총이익은 1,866억원(+87.6%, yoy)으로 증가하였다. 판관비는 1,345억원(+13.8%, yoy)으로 늘었으나 매출 증가율을 하회하면서 판관비율은 32.4%에서 24.7%로 낮아졌다.

와이지엔터테인먼트 부문별 분기 매출액 추이



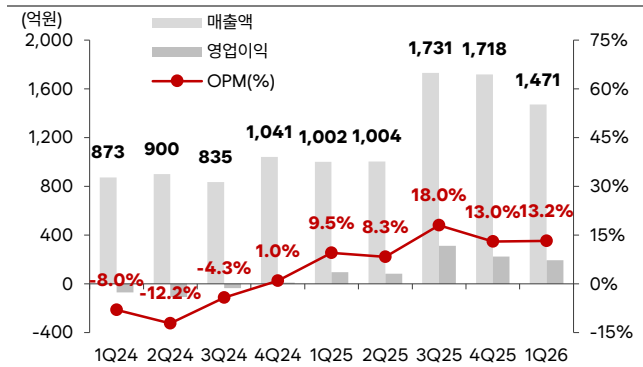
자료: 와이지엔터테인먼트, 한국IR협의회 기업리서치센터

와이지엔터테인먼트 부문별 연간 매출액 추이



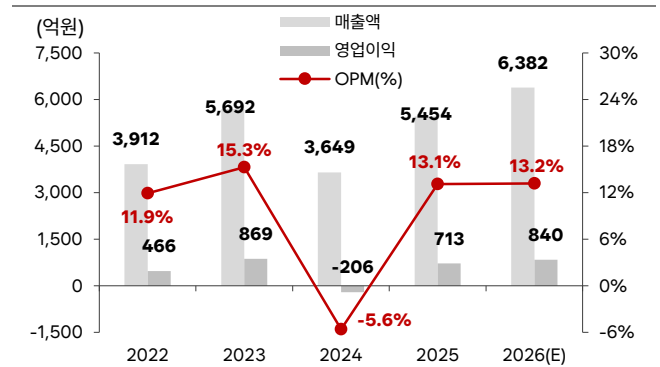
자료: 와이지엔터테인먼트, 한국IR협의회 기업리서치센터

와이지엔터테인먼트 분기 영업실적 추이



자료: 와이즈엔터테인먼트, 한국IR협회의 기업리서치센터

와이지엔터테인먼트 연간 영업실적 추이



자료: 와이즈엔터테인먼트, 한국IR협회의 기업리서치센터

2026년 실적 전망

2026년 기준 영업실적

매출액 6,382억원(+17.0%),
영업이익 840억원(+17.7%)으로
전망

2026년 1분기 영업실적은 매출액 1,471억원(+46.9%, yoy), 영업이익 194억원(+103.9%, yoy)을 기록했으며, 영업이익률은 13.2%(+3.7%p, yoy)를 기록하였다. 부문별로는 상·제품 매출액이 '블랙핑크' 미니 3집 'DEADLINE' 판매와 주요 아티스트의 디지털 콘텐츠 매출 확대를 바탕으로 653억원(+36.6%, yoy)을 기록하였다. 공연 매출은 '블랙핑크'의 도쿄돔·홍콩 카이탁 스타디움 공연과 '트레저'의 'PULSE ON'이 일부 반영되며 309억원(+313.0%, yoy)으로 확대되었다. 기타 사업 매출액은 아티스트들의 활동 확대 영향으로 로열티 116억원(+216.1%, yoy)과 광고 66억원(+276%, yoy)의 증가를 바탕으로 304억원(+35.0%, yoy)을 기록하였다. 외형 확대 대비 판관비 증가가 제한되면서 영업이익 증가율이 매출액 증가율을 상회하였다.

와이지엔터테인먼트의 2026년 기준 영업실적은 매출액 6,382억원(+17.0%, yoy), 영업이익 840억원(+17.7%, yoy)으로 전망된다. '베이비몬스터'와 '트레저'의 음반·공연 활동이 이어지고, 하반기에는 '빅뱅'의 데뷔 20주년 월드투어와 신규 보이그룹 데뷔가 실적 성장을 견인할 것으로 전망된다.

1) 상·제품 매출은 2,647억원(+31.2%, yoy)으로 전사 외형 성장을 주도할 전망이다. 음반/DVD 매출은 835억원(+193.3%, yoy)으로 확대될 것으로 추정된다. '블랙핑크'의 'DEADLINE', '베이비몬스터'의 '춤(CHOOM)', '트레저'의 'NEW WAV'를 반영하였다. 하반기에는 '빅뱅' 20주년 신보, 신규 보이그룹 데뷔 앨범, '베이비몬스터' 추가 활동이 기대된다. 디지털 콘텐츠 매출은 주요 아티스트의 신곡 및 앨범 활동 확대를 바탕으로 816억원(+76%, yoy)을 기록할 전망이다. MD 매출은 995억원(+2.1%, yoy)으로 예상된다. 2025년 '블랙핑크' 월드투어 MD에 따른 높은 기저가 존재하나, '빅뱅'·'베이비몬스터'·'트레저'의 투어 연계 상품과 신규 아티스트 상품이 이를 보완할 것으로 전망된다. 기존 응원봉과 캐릭터를 기반으로 커스터마이징·패션·생활형 상품이 추가되면서 아티스트별 상품 라인업과 판매 접점도 확대될 것으로 예상된다. 2) 공연 매출은 1,388억원(+9.8%, yoy)으로 역대 최대치를 재차 경신할 전망이다. '베이비몬스터'의 두 번째 월드투어 'CHOOM', '트레저'의 팬콘서트 투어 'THE STAGE 2026 NEW WAV: LIVE', '빅뱅'의 20주년 월드투어 'BIGSHOW: REBORN'을 고려하였다. 3) 기타 사업 매출은 1,497억원(+15.2%, yoy)으로 전망한다. 광고 매출은 주요 아티스트의 활동 확대를 바탕으로 306억원(+8.5%, yoy), 로열티 매출은 IP 라이선싱 수익과 일본 공연 확대에 618억원(+37.2%, yoy)을 기록할 것으로 추정된다. 출연료 매출은 118억원(-9.1%, yoy), 기타 매출은 456억원

(+4.2%, yoy)으로 예상된다. 4) 음악서비스 매출은 850억원(-2.6%, yoy)으로 전년과 유사한 수준을 유지할 전망이다.

와이지엔터테인먼트 분기 영업실적 Table

(단위: 억원)

	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26
매출액	873	900	835	1,041	1,002	1,004	1,731	1,718	1,471
제품/상품	351	387	315	470	478	409	601	529	653
음반/DVD	29	47	28	50	59	20	118	88	252
음원	158	177	148	191	158	198	202	200	196
MD	164	164	139	230	260	192	281	241	205
공연	20	70	31	49	75	88	508	593	309
기타	333	229	298	312	225	286	409	380	304
광고	109	92	64	84	51	53	92	86	66
출연료	27	27	44	68	26	41	45	18	9
로열티	112	-12	105	48	37	93	163	157	116
기타	85	121	85	112	111	99	110	118	113
음악서비스	170	215	192	210	224	221	212	216	205
영업이익	-70	-110	-36	10	95	84	311	223	194
OPM(%)	-8.0%	-12.2%	-4.3%	1.0%	9.5%	8.3%	18.0%	13.0%	13.2%

자료: 와이지엔터테인먼트, 한국IR협회의 기업리서치센터

와이지엔터테인먼트 연간 영업실적 Table

(단위: 억원)

	2022	2023	2024	2025	2026(E)
매출액	3,912	5,692	3,649	5,454	6,382
제품/상품	1,567	1,975	1,522	2,018	2,647
음반/DVD	415	437	153	285	835
음원	771	760	673	758	816
MD	381	778	696	975	995
공연	228	1,115	170	1,264	1,388
기타	1,410	1,714	1,172	1,300	1,497
광고	673	589	349	282	306
출연료	179	175	165	130	118
로열티	147	463	254	450	618
기타	411	487	403	437	456
음악서비스	707	889	786	872	850
영업이익	466	869	-206	713	840
OPM(%)	11.9%	15.3%	-5.6%	13.1%	13.2%

자료: 와이지엔터테인먼트, 한국IR협회의 기업리서치센터

Valuation

1 Historical Valuation 비교

2026년 추정 실적 기준

PER 13.3x로

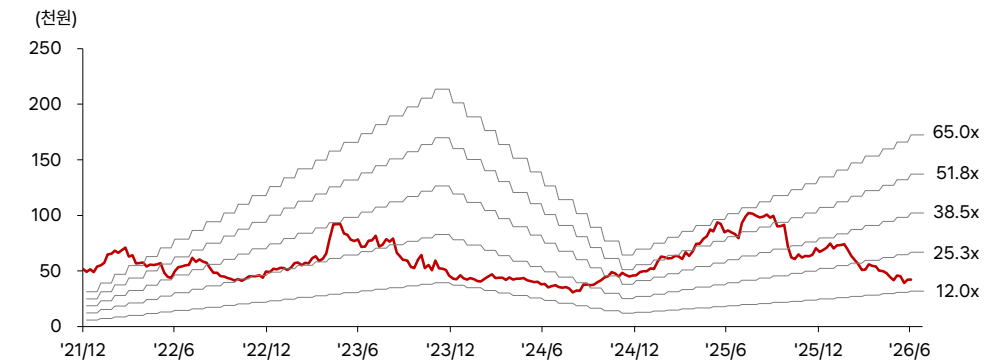
과거 PER Band 하단에 위치한

현재 주가

와이지엔터테인먼트의 주가는 2022년 이후 PER 12.0x~65.0x 수준에서 형성되었다. 현재 동사 주가의 밸류에이션은 2026년 추정 실적 기준 PER 약 13.3x로, 과거 PER Band 하단에 위치하고 있다.

2022년 말 이후 기존 주력 아티스트인 빅뱅 멤버들의 계약 종료 영향으로, 60,000원 이상에서 형성되어 온 동사 주가는 40,000원 수준까지 하락하였다. 2023년에는 블랙핑크 월드투어 'BORN PINK'의 글로벌 흥행과 신인 걸그룹 베이비몬스터 데뷔 기대가 반영되며 5월 97,000원을 기록하였다. 이후 블랙핑크의 활동 공백과 아티스트 세대교체 지연, 신인 데뷔 비용 반영에 따른 실적 부진으로 2024년 동사 주가는 32,000원 수준까지 하락하였다. 이러한 부진은 2024년 하반기 베이비몬스터의 IP 성장이 가시화되고 2025년 하반기로 예정된 블랙핑크 컴백과 대규모 월드투어 기대가 반영되며 반전되었고, 2025년 중반 동사 주가는 다시 100,000원 이상까지 상승하였다. 2025년 하반기 이후에는 실적 모멘텀 둔화, 국내 증시에서 AI·반도체 등 일부 성장 섹터로 시장의 관심과 수급이 집중되고 코스닥 시장 전반의 약세가 이어지며, 엔터테인먼트 섹터는 상대적으로 소외되었다. 이에 동사 주가도 조정을 받으며 현재 40,000원 수준까지 하락하였다. 2026년 하반기 '베이비몬스터'와 '트레저'의 활동 확대, 남자 신인 그룹의 데뷔가 추가적인 매출 성장으로 이어질 경우, 실적 성장의 지속성이 강화되면서 과거 대비 낮아진 밸류에이션도 정상화될 수 있을 것으로 기대된다.

와이지엔터테인먼트 PER Band



자료: 한국IR협회의 기업리서치센터

2 PEER 그룹 밸류에이션 비교

현재 주가는

PEER 그룹 평균 대비

합리적인 수준으로 판단

당사는 동사와 함께 국내 대표 엔터 4사로 분류되는 하이브, 에스엠, JYP Ent.를 PEER 그룹으로 선정하였다. 2026년 추정 실적 기준 PEER 그룹 평균 PER은 25.2x이다. 개별 기업으로는 하이브 50.0x, 에스엠 13.0x, JYP Ent. 12.7x이다. 특히 하이브는 BTS와 세븐틴 등 글로벌 IP와 코르티스, 아일릿 등 저연차 IP를 다수 보유하며 상대적으로 높은 밸류에이션을 유지하고 있다. 이를 고려하면 동사의 2026년 추정 실적 기준 PER 13.3x는 PEER 그룹 평균 대비 합리적인 수준으로 판단된다.

와이지엔터테인먼트 PEER그룹 실적 Table

(단위: 원, 억원, 배, %)

		와이지엔터테인먼트	하이브	에스엠	JYP Ent.	평균
코드		A122870	A352820	A041510	A035900	
현재 주가 (07/13)		41,750	213,000	74,900	49,650	
시가총액		7,804	91,808	17,148	17,642	
매출액	2023	5,692	21,781	9,611	5,665	
	2024	3,649	22,556	9,897	6,018	
	2025	5,454	26,499	11,749	8,219	
	2026F	6,382	44,053	12,878	8,980	
영업이익	2023	869	2,956	1,135	1,694	
	2024	-206	1,840	873	1,283	
	2025	713	493	1,830	1,552	
	2026F	840	2,659	2,007	1,796	
영업이익률	2023	15.3	13.6	11.8	29.9	
	2024	-5.6	8.2	8.8	21.3	
	2025	13.1	1.9	15.6	18.9	
	2026F	13.2	6.0	15.6	20.0	
순이익	2023	613	1,873	873	1,055	
	2024	185	94	183	978	
	2025	369	-2,373	3,472	1,606	
	2026F	586	1,900	1,366	1,417	
EPS 성장률	2023	81.2	256.0	90	56.3	
	2024	-69.8	-95.0	-78.8	-7.4	
	2025	99.2	적전	1,844.2	64.3	
	2026F	58.7	흑전	-57.9	-11.8	
PER	2023	15.5	51.8	25.1	34.1	
	2024	46.2	858.8	97.2	25.4	
	2025	35.2	N/A	8.9	16.1	
	2026F	13.3	50.0	13.0	12.7	25.2
PBR	2023	2.0	3.3	3.0	8.5	
	2024	1.8	2.5	2.6	4.8	
	2025	2.5	4.3	3.1	3.9	
	2026F	1.4	2.7	1.6	2.4	2.2
ROE	2023	14.0	6.6	12.3	30.4	
	2024	3.9	0.3	2.6	22.4	
	2025	7.4	-7.3	41.7	29.2	
	2026F	10.8	5.7	13.0	20.9	13.2
PSR	2023	1.7	4.5	2.3	6.4	
	2024	2.3	3.6	1.8	4.1	
	2025	2.4	5.2	2.6	3.1	
	2026F	1.2	2.2	1.4	2.0	1.8

주1) 와이즈엔터테인먼트, JYP Ent.의 미래전망치는 당사 전망치, 에스엠과 하이브의 미래전망치는 컨센서스 기준, 주2) 시가총액과 주가는 7월 13일 종가 기준

자료: FnGuide, 한국IR협회의 기업리서치센터

리스크 요인
예상치 못한**인적 이슈가 발생할 수 있는****엔터테인먼트 산업**

엔터테인먼트 산업은 인적 자산을 중심으로 운영되는 특성상, 아티스트 및 주요 임직원과 관련된 예기치 못한 이슈가 사업 운영과 기업가치에 영향을 미칠 가능성이 존재한다. 아티스트의 활동 중단이나 평판 훼손은 음반·공연·광고·MD 등 주요 사업 전반의 매출 차질로 이어질 수 있으며, 내부 경영 갈등이나 전속계약 분쟁 역시 소속 IP의 안정적인 운영을 제약하는 요인으로 작용할 수 있다.

동사는 이에 대응해 소속 아티스트를 대상으로 명예훼손·모욕·폭행 등 법적 리스크와 정보통신망법, SNS 이용 시 유의 사항 등을 포함한 윤리·준법 교육을 정기적으로 실시하고 있다. 또한 공연장 안전과 글로벌 투어 과정에서 발생할 수 있는 리스크에 대한 교육을 병행하고 있으며, 이사회 독립성 강화와 ESG위원회 중심의 내부통제 체계 운영을 통해 아티스트 및 주요 임직원 관련 리스크 관리 기반을 확대하고 있다.

포괄손익계산서

(억원)	2022	2023	2024	2025	2026F
매출액	3,912	5,692	3,649	5,454	6,382
증가율(%)	21.6	45.5	-35.9	49.4	17.0
매출원가	2,632	3,832	2,655	3,588	4,227
매출원가율(%)	67.3	67.3	72.8	65.8	66.2
매출총이익	1,279	1,860	995	1,866	2,155
매출이익률(%)	32.7	32.7	27.3	34.2	33.8
판매관리비	853	1,064	1,181	1,345	1,359
판매비율(%)	21.8	18.7	32.4	24.7	21.3
EBITDA	601	1,065	94	1,016	1,152
EBITDA 이익률(%)	15.4	18.7	2.6	18.6	18.0
증가율(%)	3.3	77.3	-91.2	978.1	13.4
영업이익	466	869	-206	713	840
영업이익률(%)	11.9	15.3	-5.6	13.1	13.2
증가율(%)	-0.8	86.4	적전	흑전	17.7
영업외손익	79	82	268	37	98
금융수익	141	191	189	183	207
금융비용	76	132	43	112	116
기타영업외손익	14	22	122	-34	7
종속/관계기업관련손익	15	-19	226	2	38
세전계속사업이익	560	932	288	752	976
증가율(%)	70.9	50.4	-68.8	161.0	29.8
법인세비용	147	155	88	215	244
계속사업이익	415	777	200	537	732
중단사업이익	55	-8	0	0	0
당기순이익	468	770	200	537	732
당기순이익률(%)	12.0	13.5	5.5	9.9	11.5
증가율(%)	104.6	64.6	-74.0	168.3	36.2
지배주주지분 순이익	337	613	185	369	586

현금흐름표

(억원)	2022	2023	2024	2025	2026F
영업활동으로인한현금흐름	551	936	0	909	1,033
당기순이익	468	770	200	537	732
유형자산 상각비	122	132	146	139	152
무형자산 상각비	12	63	154	164	160
외환손익	10	4	0	3	0
운전자본의감소(증가)	-5	-98	-198	108	18
기타	-56	65	-302	-42	-29
투자활동으로인한현금흐름	-179	-697	6	31	-286
투자자산의 감소(증가)	-23	-297	236	88	-35
유형자산의 감소	2	4	21	7	0
유형자산의 증가(CAPEX)	-88	-116	-71	-60	-200
기타	-70	-288	-180	-4	-51
재무활동으로인한현금흐름	-13	-63	-123	-119	-59
차입금의 증가(감소)	-12	-4	-2	-8	-3
사채의증가(감소)	0	0	0	0	0
자본의 증가	0	0	0	0	0
배당금	-46	-46	-60	-46	-56
기타	45	-13	-61	-65	0
기타현금흐름	1	-9	15	-6	2
현금의증가(감소)	360	167	-102	815	690
기초현금	442	802	969	867	1,682
기말현금	802	969	867	1,682	2,372

재무상태표

(억원)	2022	2023	2024	2025	2026F
유동자산	3,658	3,476	3,029	4,462	5,425
현금성자산	802	969	867	1,682	2,372
단기투자자산	1,094	1,276	1,069	1,189	1,192
매출채권	609	662	694	916	1,072
재고자산	162	172	96	210	246
기타유동자산	990	397	303	465	544
비유동자산	3,471	3,946	4,314	3,926	3,924
유형자산	1,803	1,794	1,884	1,754	1,802
무형자산	109	471	474	347	227
투자자산	1,382	1,458	1,829	1,634	1,704
기타비유동자산	177	223	127	191	191
자산총계	7,129	7,422	7,343	8,388	9,349
유동부채	1,630	1,473	1,105	1,709	1,987
단기차입금	5	0	0	0	0
매입채무	245	281	348	338	396
기타유동부채	1,380	1,192	757	1,371	1,591
비유동부채	235	97	206	170	178
사채	0	0	0	0	0
장기차입금	133	14	85	69	69
기타비유동부채	102	83	121	101	109
부채총계	1,866	1,570	1,311	1,879	2,165
자배주주지분	4,096	4,667	4,831	5,135	5,665
자본금	95	95	95	95	95
자본잉여금	2,254	2,265	2,267	2,267	2,267
자본조정 등	176	175	173	184	184
기타포괄이익누계액	-30	-30	3	5	5
이익잉여금	1,601	2,161	2,294	2,584	3,114
자본총계	5,263	5,852	6,033	6,508	7,185

주요투자지표

	2022	2023	2024	2025	2026F
P/E(배)	24.2	15.5	46.2	35.2	13.3
P/B(배)	2.0	2.0	1.8	2.5	1.4
P/S(배)	2.1	1.7	2.3	2.4	1.2
EV/EBITDA(배)	12.8	8.1	85.6	11.5	5.2
배당수익률(%)	0.6	0.6	0.5	0.4	0.7
EPS(원)	1,813	3,285	991	1,974	3,133
BPS(원)	21,959	24,972	25,849	27,475	30,311
SPS(원)	21,048	30,484	19,526	29,180	34,148
DPS(원)	250	300	250	300	300
수익성(%)					
ROE	8.6	14.0	3.9	7.4	10.8
ROA	7.0	10.6	2.7	6.8	8.3
ROIC	14.1	32.5	-6.6	20.6	31.6
안정성(%)					
유동비율	224.3	235.9	274.2	261.1	273.0
부채비율	35.5	26.8	21.7	28.9	30.1
순차입금비율	-31.7	-35.4	-28.2	-41.4	-47.2
이자보상배율	107.7	189.1	-27.2	125.4	230.2
활동성(%)					
총자산회전율	0.6	0.8	0.5	0.7	0.7
매출채권회전율	7.9	8.9	5.4	6.8	6.4
재고자산회전율	28.4	34.0	27.2	35.6	28.0

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
와이지엔터테인먼트	X	X	X

발간 History

발간일	제목
2026.07.15	와이지엔터테인먼트 -저연차 IP 성장과 MD 수익화 확대
2025.05.12	와이지엔터테인먼트 -BLACK PINK 컴백과 신규 아티스트의 성장

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 조사항목은 투자 참고 자료로만 활용하시기 바라며, 어떠한 경우에도 투자자의 투자 결과에 대한 법적 책임 소재의 증명자료로 사용될 수 없습니다.
- 본 조사항목의 지적재산권은 당사에 있으므로, 당사의 허락 없이 무단 복제 및 배포할 수 없습니다.
- 본 자료는 텔레그램에서 "한국IR협의회(https://t.me/ksirsofficial)" 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 '가치한 리포트 가치보기'를 보실 수 있습니다.