

기술분석보고서 커뮤니케이션 서비스

타조이엔터테인먼트(476710)

- 요약
- 기업현황
- 시장동향
- 기술분석
- 재무분석
- 주요 변동사항 및 전망

작성기관 서울평가정보(주) 작 성 자 강성은 선임

[YouTube 요약 영상 보러가기](#)

- 본 보고서는 투자 의사결정을 위한 참고용으로만 제공되는 것이므로, 투자자 자신의 판단과 책임하에 종목선택이나 투자시기에 대한 최종 결정을 하시기 바랍니다. 따라서 본 보고서를 활용한 어떠한 의사결정에 대해서도 본회와 작성기관은 일체의 책임을 지지 않습니다.
- 본 보고서의 요약영상은 유튜브로도 시청 가능하며, 영상편집 일정에 따라 현재 시점에서 미공개 상태일 수 있습니다.
- 텔레그램에서 “한국IR협의회” 채널을 추가하시면 매주 보고서 발간 소식을 안내 받으실 수 있습니다.
- 본 보고서에 대한 자세한 문의는 작성기관(TEL.02-3449-1450)으로 연락하여 주시기 바랍니다.

타조이엔터테인먼트(476710)

K-POP 공연기획 역량 기반의 스포츠 콘텐츠 사업을 확대하며 종합 엔터테인먼트사로 도약

기업정보(2026.08.10 기준)

대표자	이성호
설립일자	2011년 8월 5일
상장일자	2024년 10월 30일
기업규모	중소기업
업종분류	공연 기획업
주요제품	타사 소속 가수의 각종 공연 기획, 진행 기업체 주관의 공연 기획, 진행

시세정보(2026.08.10 기준)

현재가(원)	17,500
액면가(원)	100
시가총액(억 원)	175
발행주식수	1,000,000주
52주 최고가(원)	23,900
52주 최저가(원)	14,020
외국인지분율	0.00%
주요주주	이성호 외 1인

■ 공연기획 역량을 통한 해외 사업 확대/사업 포트폴리오 다각화 추진

타조이엔터테인먼트(이하, 동사)는 연예인 매니지먼트와 국내외 공연기획을 주력으로 영위하는 종합 엔터테인먼트 기업으로, 최근에는 공연기획 사업을 중심으로 사업구조를 재편하며 해외 K-POP 공연 및 팬미팅 시장에서 사업을 확대하고 있다. 아티스트 섭외 네트워크와 공연 기획·운영 역량을 바탕으로 아시아 지역을 중심으로 해외 공연 실적을 확대하고 있으며, 스포츠 드라마 제작 및 판권 유통 사업을 신규 성장축으로 육성하여 콘텐츠 기반 사업 포트폴리오를 다변화하고 있다.

■ K-POP 공연시장 성장과 콘텐츠 소비 확대에 따라 시장 성장 기대

글로벌 K-POP 시장은 공연, 팬미팅, 팬사인회 등 오프라인 콘텐츠 수요 증가와 함께 아시아를 중심으로 해외 공연 시장이 지속 확대되고 있으며, 스포츠 콘텐츠와 모바일 기반 영상 소비 증가에 따라 세로드라마 시장도 빠르게 성장하고 있다. 공연기획 산업은 아티스트 섭외 능력과 프로젝트 수행 경험이 핵심 경쟁요소로 작용하며, 콘텐츠 산업은 IP 확보와 글로벌 플랫폼 유통 역량이 중요한 경쟁요인으로 평가된다. 다만 공연사업은 프로젝트 단위 매출 구조로 경기, 소비심리, 아티스트 일정 등에 따른 실적 변동성이 존재한다.

■ 해외 사업 확대와 스포츠 콘텐츠 사업 본격화를 통한 성장동력 확보

동사는 해외 공연기획 비중을 지속 확대하며 공연기획 중심의 사업 경쟁력을 강화하고 있으며, 해외 팬미팅 및 콘서트 수행 실적을 기반으로 글로벌 네트워크를 확대하고 있다. 또한, 자체 스포츠 콘텐츠 제작과 해외 플랫폼 대상 판권 판매를 추진하며 신규 콘텐츠 사업을 본격화하고 있으며, 향후 자체 플랫폼 운영까지 사업영역을 확장할 계획이다. 향후 실적은 해외 공연 수주 확대와 콘텐츠 사업의 매출 기여도, 공연사업의 수익성 관리 및 안정적인 현금창출 능력이 주요 성장요인으로 작용할 전망이다.

요약 투자지표 (K-GAAP 별도 기준)

	매출액 (억 원)	증감 (%)	영업이익 (억 원)	이익률 (%)	순이익 (억 원)	이익률 (%)	ROE (%)	ROA (%)	부채비율 (%)	EPS (원)	BPS (원)	PER (배)	PBR (배)
2023	115.8	57.7	15.7	13.5	12.6	10.9	-	-	38.6	1,239	1,579	-	-
2024	132.2	14.2	13.0	9.8	11.0	8.3	50.1	30.1	82.2	1,097	2,798	17.9	7.0
2025	177.4	34.2	11.2	6.3	11.5	6.5	34.1	15.6	144.8	1,149	3,947	14.3	4.2

기업경쟁력

국내외 공연기획 및 운영 역량	• 아티스트 섭외부터 공연 기획, 무대 연출, 현장 운영까지 수행하는 통합 공연 프로덕션 역량 보유 및 다수의 프로젝트 수행 경쟁력 확보
아티스트 네트워크 기반 사업 수행 역량	• 장기간 매니지먼트 경험과 업계 네트워크를 기반으로 다양한 아티스트 섭외 및 공연 기획 수행 및 공연기획&매니지먼트 연계 사업모델 구축
콘텐츠 사업 포트폴리오 확대	• 공연기획 중심 사업과 숏폼 드라마 제작 및 판권 유통 사업 등 사업영역 확대 추진 및 해외 플랫폼 판권 판매를 통해 신규 수익원 확보 추진

핵심 기술 및 적용제품

국내외 공연 통합 기획 및 운영 기술	• 공연 콘셉트 기획, 아티스트 섭외, 무대·음향·조명 구성, 현장 운영을 통합 수행하는 공연 프로덕션 기술을 보유하여 K-POP 콘서트, 팬미팅, 기업행사 및 각종 공연 프로젝트에 적용
아티스트 매니지먼트 및 프로젝트 운영 기술	• 아티스트 일정 관리, 공연 기획, 계약 관리 및 현장 운영을 통합 관리하는 매니지먼트 운영 기술을 보유하여 소속 아티스트 활동 지원과 국내외 공연 프로젝트 수행에 적용
숏폼 콘텐츠 제작 및 판권 유통 기술	• 숏폼 드라마 기획, 제작, 편집 및 해외 플랫폼 대상 콘텐츠 유통을 수행하는 콘텐츠 사업 운영 기술을 보유하여 숏폼 드라마 제작과 글로벌 플랫폼 판권 판매 사업에 적용

시장경쟁력

해외 K-POP 공연시장 확대 수혜	• 글로벌 K-POP 공연 및 팬미팅 수요 증가에 따라 해외 시장 확대의 직접적인 수혜 기대 및 아시아 지역 공연 수행 경험 기반의 경쟁력 강화
공연기획과 콘텐츠 사업의 시너지	• 공연기획, 매니지먼트, 콘텐츠 제작을 연계한 사업구조를 구축하여 사업 포트폴리오 다각화 추진 및 콘텐츠 사업 확장 가능성 확보
글로벌 콘텐츠 유통 확대 가능성	• 숏폼 콘텐츠 시장 성장과 해외 OTT·모바일 플랫폼 확대에 따라 콘텐츠 판권 판매 기회 증가와 콘텐츠 IP를 활용한 신규 수익 창출 기반 확보

VRIO 분석 (VRIO Analysis)

VRIO(브리오) 분석이란 기업이 보유한 경영자원과 활용 능력을 가치(Value), 희소성(Rarity), 모방 가능성(Imitability), 조직(Organization)이라는 기준으로 분석하는 도구.

 가치(Value) • 국내외 공연기획과 아티스트 네트워크를 기반으로 K-POP 공연, 팬미팅 및 기업행사를 수행하며, 숏폼 콘텐츠 사업 확장을 통해 지속적인 사업가치를 창출하고 있다.	 희소성(Rarity) • 장기간 축적된 아티스트 섭외 네트워크와 해외 공연 수행 경험, 공연기획부터 콘텐츠 제작까지 연계 가능한 사업역량은 경쟁사와 차별화되는 희소성을 보유하고 있다.	 모방가능성(Imitability) • 공연 운영 노하우와 인적 네트워크는 장기간 축적된 경험을 필요로 하여 단기간 모방이 어렵지만, 기술특허 기반 사업이 아니므로 일부 모방 가능성은 존재한다.	 조직(Organization) • 공연기획, 매니지먼트 및 콘텐츠 제작 기능을 유기적으로 운영하는 조직체계를 구축하고 있으며, 해외 공연과 신규 콘텐츠 사업을 수행할 수 있는 사업운영 역량을 보유하고 있다.
--	--	--	---

I. 기업 현황

국내외 공연기획 역량을 기반으로 스포츠 콘텐츠 사업을 확대하는 종합 엔터테인먼트 기업

동사는 연예인 매니지먼트와 국내외 공연기획을 주력으로 영위하는 종합 엔터테인먼트 기업으로, 공연기획 사업을 중심으로 사업구조를 재편하며 해외 K-POP 공연 및 팬미팅 시장에서 사업을 확대하고 있다. 공연기획은 아티스트 섭외부터 공연 기획, 무대 연출, 현장 운영까지 전 과정을 수행하는 사업으로, 최근 해외 공연 수요 증가에 힘입어 실적 성장을 견인하고 있다. 또한, 스포츠 드라마 제작 및 판권 유통 사업을 신규 성장동력으로 육성하며 콘텐츠 사업으로 사업영역을 확대하고 있다.

■ 기업 개요

동사는 2011년 08월 설립되어 2024년 10월 코넥스시장에 상장한 종합 엔터테인먼트 기업으로, 연예인 매니지먼트와 공연기획을 기반으로 성장하였으며, 최근에는 스포츠 콘텐츠 제작 및 유통 사업으로 사업영역을 확대하고 있다. 사업부문은 엔터테인먼트 사업, 공연기획 사업, 스포츠 콘텐츠 제작 사업으로 구성되어 있으며, 공연기획 사업이 현재 전체 매출의 대부분을 차지하는 핵심 사업으로 자리하고 있다.

주요 서비스는 국내외 공연기획, 아티스트 매니지먼트 및 스포츠 콘텐츠 제작 사업이다. 공연기획 사업은 국내외 콘서트, 팬미팅, 팬사인회 및 기업행사를 대상으로 아티스트 섭외부터 공연 기획, 무대 연출, 음향·조명 구성, 현장 운영까지 공연 전 과정을 수행하는 사업이다. 최근에는 해외 K-POP 공연기획 비중이 확대되면서 공연기획 사업이 핵심 매출원으로 자리하고 있으며, 스포츠 드라마 제작과 글로벌 플랫폼 대상 판권 판매를 통해 콘텐츠 사업으로 사업영역을 확장하고 있다.

주요 고객은 국내 기업과 공연기획사, 해외 공연 에이전트 및 글로벌 플랫폼 사업자 등으로 구성된다. 특히 해외 공연은 태국, 대만, 중국, 마카오 등 아시아 지역을 중심으로 K-POP 콘서트와 팬미팅을 수행하고 있으며, 스포츠 콘텐츠는 글로벌 플랫폼을 대상으로 판권 판매를 추진하고 있다.

핵심 경쟁력은 아티스트 섭외 네트워크를 기반으로 한 공연기획 역량, 공연 전 과정을 수행하는 프로젝트 운영 능력, 해외 공연 수행 경험 및 공연기획과 콘텐츠 제작을 연계한 사업모델로 요약된다. 다만 공연기획 사업은 프로젝트 단위 수주 특성상 공연 일정, 아티스트 활동, 해외시장 환경 등에 따라 실적 변동성이 발생할 수 있으며, 향후에는 해외 네트워크 확대와 콘텐츠 IP 확보를 통해 수익구조를 다변화할 필요가 있다.

[표 1] 동사의 주요 연혁

연월	내용	연월	내용
2011.08	- (주)타조 설립	2017.09	- WANNA ONE 방콕, 홍콩, 대만 팬미팅
2012.01	- 해외 공연 일본 노라조 콘서트	2022.11	- 2022 삼성화재 힐링페스타 공연 기획담당
2013.01	- 개그맨 박성광, 송병철, 김대성 영입	2023.04	- 상호 변경(前(주)타조, 現(주)타조엔터테인먼트)
2013.04~12	- 일통 슈퍼콘서트, 신유 콘서트 서울	2023.11	- 2023 삼성화재 힐링페스타 공연 기획담당
2014.01~12	- 개그맨 김나희 외 영입, 불후의 명곡 콘서트	2024.10	- 주권상장(코넥스시장)
2015.09	- KDB대우증권 해안 럭셔리 콘서트	2024.11	- 2024 삼성화재 힐링페스타 공연 기획담당
2016.04	- 대표이사 변경(現이성호)	2025.10	- 상호 변경(現(주)타조이엔터테인먼트)
2016.05	- 미래에셋대우 가족사랑 콘서트 대행	2025.11	- 2025 삼성화재 힐링페스타 공연 기획담당

자료: 동사 사업보고서(2026.03), 서울평가정보(주) 재구성

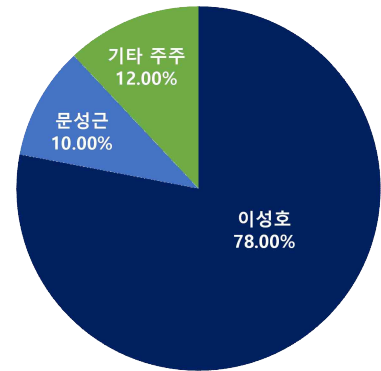
■ 주주 현황

2025년 12월 기준 최대주주인 이성호 대표이사는 전체 발행주식 1,000,000주 중 780,000주(78.0%)를 보유하고 있으며, 문성근이 100,000주(10.0%)로 5.0% 이상을 보유하고 있다. 최대주주의 지분율은 78.0%로, 최대주주 중심의 안정적인 지배구조를 유지하고 있다.

최대주주의 높은 지분율은 경영권 안정성과 중장기 사업전략 추진 측면에서 긍정적인 요소로 평가되며, 공연기획 및 콘텐츠 사업 확대를 위한 의사결정의 일관성을 확보할 수 있는 기반이 되고 있다. 다만 유통주식수가 상대적으로 제한적인 코넥스 상장기업의 특성상 주식 유동성이 낮을 수 있으며, 최대주주 중심의 지배구조에 따라 경영 투명성과 소수주주 권익 보호를 위한 지속적인 내부통제 및 공시 신뢰성 확보가 중요할 것으로 판단된다.

[표 2] 동사의 주요 주주 현황(보통주 기준)

주주명	소유주식수(주)	지분율(%)	관계
이성호	780,000	78.00%	최대주주
문성근	100,000	10.00%	5% 이상 주주
기타 주주	120,000	12.00%	
합계	1,000,000	100.00%	



자료: 동사 사업보고서(2026.03), 서울평가정보(주) 재구성

■ 사업 영역

동사의 사업영역은 공연기획 사업, 엔터테인먼트 사업, 숏폼 콘텐츠 제작 사업으로 구성된다. 2025년 기준 공연기획 사업이 전체 매출의 91.2%를 차지하며 핵심 사업으로 자리하고 있으며, 엔터테인먼트 사업과 숏폼 콘텐츠 제작 사업이 이를 보완하는 사업 포트폴리오를 형성하고 있다.

공연기획 사업은 국내외 콘서트, 팬미팅, 팬사인회 및 기업행사의 기획과 운영을 수행하는 핵심 사업이다. 공연 콘셉트 기획, 아티스트 섭외, 무대 연출, 음향·조명 구성, 현장 운영 등 공연 전 과정을 통합 수행하고 있으며, 최근 해외 K-POP 공연 수요 확대에 따라 아시아 지역을 중심으로 해외 공연기획 실적을 지속 확대하고 있다. 또한 기업행사와 대형 공연 운영 경험을 기반으로 공연기획 역량을 축적하며 동사의 핵심 수익원 역할을 수행하고 있다.

엔터테인먼트 사업은 소속 가수와 배우의 매니지먼트, 방송·공연 활동 지원 및 행사 출연 등을 수행하는 사업으로, 아티스트 발굴과 육성, 방송 및 공연 활동 지원을 통해 수익을 창출하고 있다. 최근에는 공연기획 사업과의 연계를 통해 아티스트 활동 영역을 확대하고 있으며, 신규 아티스트 육성과 다양한 콘텐츠 참여를 통해 사업 기반을 강화하고 있다.

숏폼 콘텐츠 제작 사업은 세로드라마를 중심으로 자체 콘텐츠를 제작하고 글로벌 플랫폼을 대상으로 판권을 판매하는 신규 사업이다. 자체 제작 콘텐츠를 지속 확대하는 한편 향후 자체 플랫폼 운영을 추진하고 있으며,

타조이엔터테인먼트(476710)

공연기획 및 엔터테인먼트 사업에서 축적한 콘텐츠 기획 역량과 아티스트 네트워크를 활용하여 신규 수익원으로 육성하고 있다.

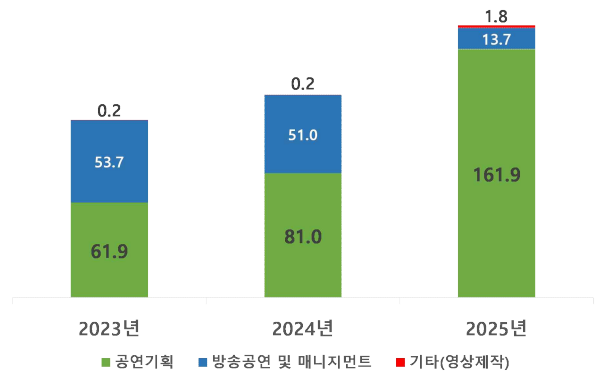
또한, 공연기획과 엔터테인먼트 사업은 상호 연계되는 사업구조를 기반으로 시너지 효과를 창출하고 있다. 공연기획 과정에서 확보한 아티스트 및 공연 운영 네트워크는 엔터테인먼트 사업의 아티스트 활동 확대와 콘텐츠 제작으로 연계되고 있으며, 자체 제작 콘텐츠는 다시 공연 홍보와 팬덤 확대에 활용되는 선순환 구조를 형성하고 있다. 이와 같은 사업 간 연계성은 신규 사업 진출 시 초기 시장 진입 부담을 완화하고 기존 사업과의 융합을 통해 사업 안정성과 경쟁력을 동시에 제고하는 기반으로 작용하고 있다.

사업 포트폴리오는 공연기획 사업을 중심으로 엔터테인먼트와 콘텐츠 사업을 확대하는 구조를 갖추고 있다. 해외 K-POP 공연시장 성장에 대응하여 공연기획 경쟁력을 지속 강화하는 동시에, 숏폼 콘텐츠 제작 및 판권 유통 사업을 통해 수익원을 다변화하고 있다. 향후에는 자체 콘텐츠 IP 확보와 글로벌 콘텐츠 유통 확대를 기반으로 공연기획 중심의 사업구조를 보완하며 종합 콘텐츠 기업으로의 성장을 추진할 것으로 전망된다.

[표 3] 동사의 매출 실적

(단위 : 억 원, %)

구분	2023년	비중	2024년	비중	2025년	비중
공연기획	61.9	53.5	81.0	61.3	161.9	91.2
방송공연 및 매니지먼트	53.7	46.4	51.0	38.6	13.7	7.8
기타 매출	0.2	0.1	0.2	0.1	1.8	1.0
매출 합계	115.8	100.0	132.2	100.0	177.4	100.0



자료: 동사 사업보고서(2026.03), 사업보고서(2025.03), 서울평가정보(주) 재구성

■ 판매방식 및 판매전략

동사의 판매방식은 공연기획 프로젝트 수주와 엔터테인먼트 콘텐츠 공급을 기반으로 하는 B2B 중심 사업모델에 기반한다. 공연기획 사업은 국내 기업과 공연기획사, 해외 공연 에이전트 등을 대상으로 콘서트, 팬미팅, 팬사인회 및 기업행사를 기획·운영하는 방식으로 매출을 창출하고 있으며, 엔터테인먼트 사업은 소속 아티스트의 방송·공연 활동과 행사 출연을 통해 수익을 확보하고 있다. 최근에는 숏폼 드라마 제작과 글로벌 플랫폼 대상 판권 판매를 추진하며 콘텐츠 사업으로 판매채널을 확대하고 있다.

공연기획 사업은 아티스트 섭외 역량과 공연 운영 경험이 수주 경쟁력의 핵심 요소로 작용한다. 동사는 해외 K-POP 공연 및 팬미팅 수행 경험을 바탕으로 아시아 지역을 중심으로 공연 실적을 확대하고 있으며, 기업행사와 대형 공연 프로젝트를 지속 수행하면서 국내외 공연기획 네트워크를 강화하고 있다. 또한 공연기획부터 현장 운영까지 일원화된 프로젝트 수행 체계를 구축하여 고객 맞춤형 서비스를 제공하고 있다.

판매전략은 기존 공연기획 사업의 경쟁력을 기반으로 해외 공연시장 확대와 콘텐츠 사업 다각화를 병행하는 방향으로 추진되고 있다. 해외 공연 레퍼런스를 지속 확보하여 신규 거래처를 확대하는 한편, 숏폼 콘텐츠 제작과 글로벌 사업을 통해 신규 수익원을 확보하고 있다. 향후에는 공연기획과 콘텐츠 사업 간 시너지를 강화하고 자체 콘텐츠 IP를 확대하여 안정적인 매출 기반을 구축하는 것이 주요 과제가 될 것으로 판단된다.

II. 시장 동향

글로벌 K-POP 공연시장 확대와 숏폼 콘텐츠 성장에 힘입어 공연·콘텐츠 산업의 성장세 지속

K-POP 산업은 글로벌 팬덤 확대와 공연 수요 증가를 기반으로 콘서트, 팬미팅, 팬사인회 등 오프라인 공연시장이 지속 성장하고 있으며, 모바일 중심의 콘텐츠 소비 확산으로 숏폼 드라마와 디지털 콘텐츠 시장도 빠르게 확대되고 있다. 공연기획 산업은 아티스트 섭외 역량과 공연 운영 경험, 글로벌 네트워크가 핵심 경쟁요소로 작용하며, 콘텐츠 산업은 IP 확보와 플랫폼 유통 경쟁력이 중요한 요소로 평가된다. 다만 공연기획 시장은 프로젝트 단위의 수주 구조를 갖고 있어 공연 일정, 아티스트 활동, 소비심리 및 해외시장 환경 변화에 따른 실적 변동성이 존재한다.

■ 공연기획 및 콘텐츠 시장의 특성

동사가 영위하는 공연기획 산업은 K-POP 공연, 콘서트, 팬미팅, 팬사인회 및 기업행사 등을 기획·운영하는 서비스 산업으로, 공연 기획부터 아티스트 섭외, 무대 연출, 음향·조명 구성, 현장 운영까지 다양한 전문 역량이 요구되는 프로젝트 기반 산업이다. 특히 공연의 성공 여부는 아티스트 섭외 능력과 공연 운영 경험, 현장 대응 역량 등에 크게 좌우되므로 장기간 축적된 네트워크와 프로젝트 수행 실적이 중요한 경쟁요인으로 작용한다.

수요 측면에서는 K-POP의 글로벌 인지도 확대와 해외 팬덤 증가에 따라 아시아를 중심으로 공연과 팬미팅 수요가 지속 증가하고 있으며, 기업의 브랜드 마케팅과 고객 초청 행사 확대도 공연기획 시장 성장의 주요 요인으로 작용하고 있다. 특히 공연기획 사업은 반복적인 장비 생산이나 제품 판매와 달리 프로젝트 단위로 계약이 이루어지는 특성이 있어 공연 일정과 아티스트 활동, 해외시장 상황 등에 따라 매출 변동성이 나타날 수 있다.

콘텐츠 시장에서는 모바일 기반 영상 소비가 확대되면서 숏폼 드라마와 디지털 콘텐츠 시장이 빠르게 성장하고 있다. 숏폼 콘텐츠는 OTT 플랫폼과 모바일 플랫폼을 중심으로 유통되며, 제작비 부담이 상대적으로 낮고 콘텐츠 소비 주기가 짧아 새로운 콘텐츠 시장으로 주목받고 있다. 이에 따라 콘텐츠 IP 확보와 글로벌 플랫폼 유통 역량이 콘텐츠 기업의 핵심 경쟁력으로 부각되고 있다.

시장 경쟁은 공연기획 전문기업, 종합 엔터테인먼트 기업, 콘텐츠 제작사 등이 함께 참여하는 구조로 형성되어 있으며, 공연기획 부문은 아티스트 네트워크와 수행 실적이, 콘텐츠 부문은 IP 경쟁력과 플랫폼 유통 역량이 시장 경쟁력을 좌우한다. 향후 공연기획 시장은 글로벌 K-POP 수요 확대에 따라 지속적인 성장이 예상되며, 숏폼 콘텐츠 시장 역시 모바일 콘텐츠 소비 증가와 플랫폼 다변화를 기반으로 성장세를 이어갈 것으로 전망된다. 다만 공연사업은 프로젝트 단위 수익구조와 외부 환경 변화에 따른 변동성이 존재하므로 안정적인 해외 네트워크 확보와 콘텐츠 사업 다각화를 통한 수익구조 개선이 중요한 과제로 판단된다.

■ 핵심 트렌드 및 시사점

목표시장의 핵심 트렌드는 글로벌 K-POP 팬덤 확대, 라이브 공연시장 회복, 디지털 콘텐츠 소비 증가, 숏폼 콘텐츠 시장 성장으로 요약된다. 최근 공연산업은 팬데믹 이후 오프라인 공연과 콘서트 수요가 빠르게 회복되고 있으며, K-POP을 중심으로 한 글로벌 팬덤 확대와 해외 공연 증가가 시장 성장을 견인하고 있다. 또한 모바일 환경에 최적화된 숏폼 콘텐츠 소비가 급증하면서 세로드라마와 디지털 콘텐츠 시장도 빠르게 성장하고 있으며, 공연과 콘텐츠를 연계한 IP 비즈니스가 엔터테인먼트 산업의 새로운 성장모델로 자리매김하고 있다.

타조이엔터테인먼트(476710)

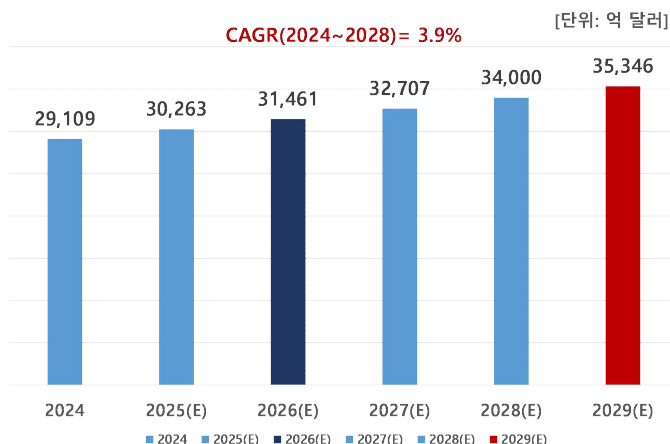
글로벌 엔터테인먼트·미디어(E&M) 시장은 2024년 약 29,109억 달러 규모에서 2029년 약 35,346억 달러 규모로 확대되며 연평균 3.9% 성장할 것으로 전망된다. 이 가운데 라이브 음악과 공연을 포함한 라이브 이벤트 시장은 글로벌 공연 투어 확대와 소비심리 회복, 아시아 지역 공연 수요 증가에 힘입어 전체 시장 평균을 상회하는 성장세가 예상된다. 특히 K-POP 아티스트의 월드투어 확대와 글로벌 팬미팅 증가, 해외 공연장의 공급 확대는 국내 공연기획 기업의 해외 사업기회 확대에도 긍정적인 영향을 미칠 것으로 전망된다.

국내 공연시장 역시 K-콘텐츠의 글로벌 경쟁력 강화와 공연 관람 문화 확산에 따라 성장세를 지속하고 있다. 한국 음악관광(Music Tourism) 시장은 2024년 약 57,607억 원 규모에서 2029년 약 145,146억 원 규모로 확대되며 연평균 20.3% 성장할 것으로 전망되고 있으며, 공연과 콘서트, 팬미팅 등 라이브 콘텐츠가 시장 성장을 주도할 것으로 예상된다. 또한 외국인 관광객의 공연 관람 수요 증가와 정부의 K-콘텐츠 산업 육성 정책도 공연시장 성장의 긍정적인 요인으로 작용하고 있다. 모바일 기반 콘텐츠 소비 확대와 함께 숏폼 드라마 시장도 빠르게 성장하면서 공연과 디지털 콘텐츠를 연계한 사업모델이 새로운 수익원으로 부각되고 있다.

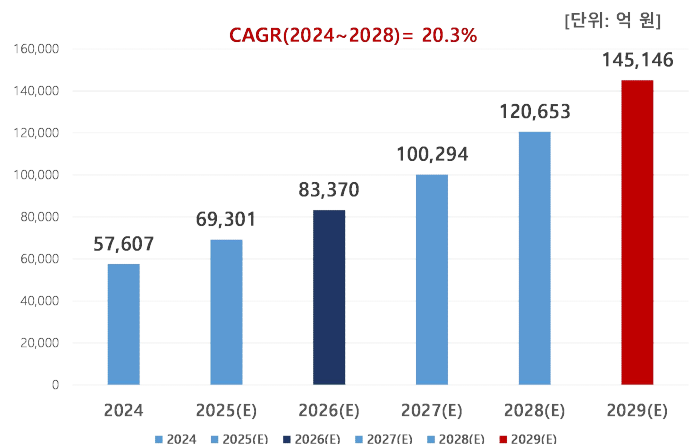
공연기획 및 콘텐츠 산업은 IP(Intellectual Property), 아티스트 확보 능력, 공연 운영 경험, 글로벌 유통 네트워크가 경쟁력을 좌우하는 시장으로 평가된다. 특히 공연기획 사업은 단순 행사 운영이 아닌 아티스트 섭외, 공연 기획, 무대 연출, 현장 운영, 글로벌 파트너 협업 등이 복합적으로 요구되는 프로젝트형 산업으로, 장기간 축적된 레퍼런스와 신뢰관계가 신규 수주 경쟁력에 중요한 영향을 미친다. 또한 콘텐츠 산업은 OTT와 숏폼 플랫폼 중심으로 유통환경이 빠르게 변화하고 있어 콘텐츠 기획력과 IP 확보 역량, 글로벌 플랫폼과의 협업 능력이 기업의 지속적인 성장과 수익성 확보의 핵심 요소로 부각되고 있다.

동사는 국내외 공연기획을 핵심 사업으로 영위하면서 해외 K-POP 공연과 팬미팅, 기업행사 등을 지속적으로 수행하고 있으며, 최근에는 숏폼 콘텐츠 제작 및 글로벌 플랫폼 대상 판권 판매 사업으로 사업영역을 확대하고 있다. 해외 공연기획 실적 확대와 글로벌 콘텐츠 시장 성장세는 동사의 중장기 성장에 긍정적인 환경을 제공할 것으로 판단된다. 다만 공연기획 사업은 프로젝트 단위의 수주 구조를 갖고 있어 공연 일정, 아티스트 활동, 경기 변동 및 해외시장 환경 변화에 따라 실적 변동성이 발생할 수 있다. 따라서 안정적인 해외 공연 네트워크 확보와 자체 콘텐츠 IP 확대, 공연기획과 콘텐츠 사업 간 시너지 창출을 통해 수익구조를 다변화하는 것이 향후 지속적인 성장과 경쟁력 확보를 위한 핵심 과제가 될 것으로 판단된다.

[그림 1] 글로벌 엔터테인먼트·미디어 시장 (단위 : 억 달러)



[그림 2] 국내 공연 및 음악관광 시장 (단위 : 억 원)



자료: PwC, 「Global Entertainment & Media Outlook 2024-2028」, Grand View Research, South Korea Music Tourism Market Report (2025), 서울평가정보(주) 재구성

III. 기술분석

국내외 공연기획/콘텐츠 제작 역량을 기반으로 글로벌 K-POP 공연시장과 숏폼 시장 확대 대응
 당사는 국내외 공연기획과 연예인 매니지먼트를 기반으로 공연기획, 콘텐츠 제작 및 유통 사업을 영위하는 종합 엔터테인먼트 기업이다. 공연기획 사업에서는 아티스트 섭외부터 공연 기획, 무대 연출, 음향·조명 구성, 현장 운영까지 공연 전 과정을 수행하는 프로젝트 운영 역량을 보유하고 있으며, 해외 K-POP 공연과 팬미팅 수행 경험을 기반으로 글로벌 공연시장으로 사업영역을 확대하고 있다. 또한 자체 숏폼 콘텐츠 제작과 글로벌 플랫폼 대상 판권 유통을 추진하며 공연기획과 콘텐츠 사업을 연계한 사업모델을 구축하고 있으며, 향후 자체 콘텐츠 IP 확보를 통해 지속적인 사업 경쟁력을 강화할 계획이다

■ 핵심 보유기술 및 특장점

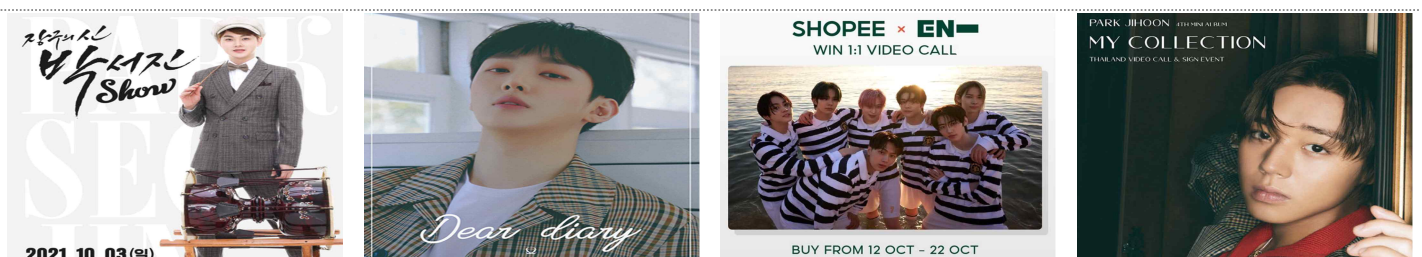
당사의 핵심 경쟁력은 국내외 공연기획 및 운영 역량, 아티스트 네트워크, 콘텐츠 기획 및 제작 역량으로 요약된다. 공연기획 사업은 공연 콘셉트 기획, 아티스트 섭외, 무대 연출, 음향·조명 구성, 공연장 운영 및 현장 관리 등 공연 전 과정을 통합 수행하는 프로젝트 기반 사업으로, 축적된 운영 경험과 수행 실적이 핵심 경쟁요소로 작용한다. 특히 해외 공연은 현지 공연장과 운영 파트너, 아티스트 일정, 공연 연출 등을 종합적으로 관리해야 하므로 프로젝트 수행 경험과 네트워크가 중요한 경쟁력으로 평가된다.

당사는 삼성화재 힐링페스타 등 기업행사와 해외 K-POP 콘서트 및 팬미팅을 지속 수행하며 공연기획 레퍼런스를 축적해 왔으며, 태국, 대만, 중국, 홍콩, 마카오, 필리핀 등 아시아 지역을 중심으로 해외 공연 수행 경험을 확보하고 있다. 또한 대표이사의 장기간 연예계 활동을 통해 구축한 아티스트 네트워크와 공연기획 노하우를 바탕으로 고객 요구에 맞는 공연을 기획·운영하고 있으며, 공연기획부터 현장 운영까지 일원화된 프로젝트 수행체계를 구축하고 있다.

최근에는 공연기획 사업에서 축적한 기획 역량을 기반으로 숏폼 드라마 제작 및 글로벌 플랫폼 대상 판권 판매 사업을 추진하고 있다. 자체 콘텐츠를 기획·제작하고 해외 플랫폼으로 유통하는 사업모델을 구축하면서 콘텐츠 사업을 신규 성장동력으로 육성하고 있으며, 향후 자체 콘텐츠 IP 확보와 플랫폼 확대를 통해 콘텐츠 경쟁력을 강화할 계획이다.

다만, 당사의 경쟁력은 특허나 독자적인 제조기술보다는 공연 운영 경험, 아티스트 네트워크, 프로젝트 수행 실적 등 무형자산에 기반하고 있어 핵심 인력과 네트워크 유지가 사업 경쟁력 확보에 중요한 요소로 작용한다. 또한, 공연기획 사업은 프로젝트 단위의 수주 구조를 갖고 있어 공연 일정과 아티스트 활동, 해외시장 환경 등에 따른 실적 변동성이 존재하는 만큼, 해외 공연 레퍼런스 확대와 콘텐츠 사업 다각화를 통한 안정적인 수익기반 확보가 향후 지속적인 성장의 핵심 과제로 판단된다.

[그림 3] 당사의 국내 및 해외 공연 포트폴리오



자료: 당사 홈페이지, 서울평가정보(주) 재구성

■ 콘텐츠 개발 및 사업 확장 역량

동사는 공연기획과 연예인 매니지먼트 사업을 기반으로 최근 숏폼 드라마 제작 및 글로벌 콘텐츠 유통 사업을 신규 성장동력으로 육성하고 있다. 기존 공연기획 사업에서 축적한 콘텐츠 기획력과 아티스트 네트워크를 활용하여 자체 숏폼 콘텐츠를 제작하고 있으며, 해외 플랫폼을 대상으로 판권을 판매하는 사업모델을 구축하고 있다. 이는 기존 공연기획 중심의 사업구조를 보완하고 콘텐츠 기반 수익모델을 확대하기 위한 전략으로 판단된다.

콘텐츠 개발은 시장 트렌드와 소비자 선호를 반영한 기획 단계부터 시나리오 구성, 캐스팅, 촬영, 편집 및 글로벌 플랫폼 유통까지 전 과정을 포함하며, 동사는 공연기획 사업을 통해 확보한 기획 및 제작 노하우를 콘텐츠 제작에도 적용하고 있다. 특히, 숏폼 콘텐츠는 제작기간이 비교적 짧고 모바일 플랫폼을 중심으로 빠른 유통이 가능하여 콘텐츠 IP의 사업화와 수익화 가능성이 높은 분야로 평가된다.

최근 엔터테인먼트 산업은 공연과 매니지먼트 중심의 사업구조에서 벗어나 콘텐츠 IP를 활용한 영상 제작과 글로벌 플랫폼 유통 중심으로 사업영역이 확대되고 있다. 이에 따라 공연기획 경험과 콘텐츠 제작 역량을 동시에 확보한 기업의 경쟁력이 중요해지고 있으며, 동사 역시 공연기획 과정에서 축적한 기획력과 아티스트 네트워크를 활용하여 공연과 콘텐츠를 연계한 사업모델을 구축하고 있다. 이를 통해 공연 중심의 일회성 수익구조를 보완하고 콘텐츠 기반의 지속적인 수익 창출 기반을 마련하고 있다.

동사는 자체 숏폼 콘텐츠 제작을 지속 확대하는 한편 향후 자체 플랫폼 운영도 추진하고 있으며, 일정 수준 이상의 자체 콘텐츠를 확보한 이후 외부 콘텐츠를 도입하여 플랫폼 경쟁력을 강화하는 전략을 추진하고 있다. 또한 해외 공연기획 과정에서 구축한 글로벌 네트워크를 활용하여 콘텐츠 유통 채널을 확대하고 있으며, 자체 콘텐츠 IP 확보와 공연·콘텐츠 사업 간 시너지를 기반으로 중장기적인 사업 포트폴리오를 다변화해 나갈 계획이다. 이러한 전략은 글로벌 콘텐츠 시장 확대와 함께 동사의 지속적인 성장 기반을 강화하는 핵심 요소로 판단된다.

■ 공연 운영체계 및 프로젝트 수행 경쟁력

동사의 핵심 경쟁력은 공연기획부터 현장 운영까지 전 과정을 수행할 수 있는 프로젝트 수행 역량에 있다. 공연기획 사업은 아티스트 섭외, 공연 콘셉트 기획, 무대 연출, 음향·조명 구성, 공연장 운영 및 현장 관리 등 다양한 요소가 유기적으로 결합되는 프로젝트형 사업으로, 장기간 축적된 운영 경험과 수행 실적이 경쟁력 확보에 중요한 요소로 작용한다.

동사는 국내 기업행사와 해외 K-POP 콘서트 및 팬미팅을 지속적으로 수행하며 공연 운영 노하우를 축적해 왔으며, 태국, 대만, 중국, 홍콩, 마카오, 필리핀 등 아시아 지역을 중심으로 해외 공연 수행 경험을 확보하고 있다. 또한 대표이사의 연예계 네트워크와 공연기획 전문인력을 기반으로 고객 요구에 맞는 공연을 기획·운영하고 있으며, 공연기획부터 현장 운영까지 일원화된 프로젝트 수행체계를 구축하여 안정적인 사업 수행 기반을 확보하고 있다.

공연기획 산업은 제조업과 달리 제품 품질인증보다는 프로젝트 수행 경험과 고객 신뢰, 반복적인 수주 실적이 경쟁력을 결정하는 특성을 가진다. 동사는 다년간 축적한 공연 레퍼런스와 해외 공연 운영 경험을 기반으로 사업 경쟁력을 강화하고 있으며, 향후에는 해외 공연시장 확대와 자체 콘텐츠 IP 확보를 통해 공연기획과 콘텐츠 사업 간 시너지를 높여 지속적인 성장 기반을 마련해 나갈 것으로 전망된다.

■ PEST 분석

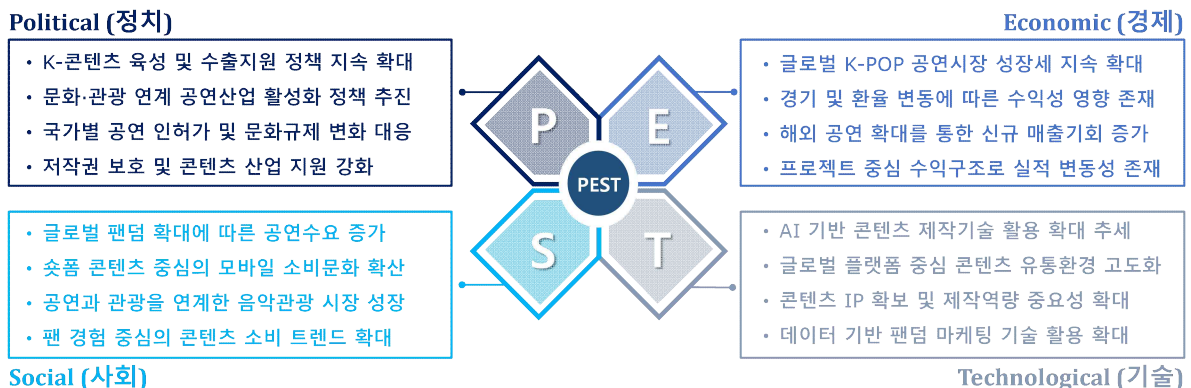
동사가 영위하는 공연기획 및 콘텐츠 산업은 정부의 문화콘텐츠 육성정책과 K-콘텐츠 수출 지원정책의 영향을 직접적으로 받는 산업이다. 정부는 K-POP과 드라마 등 한류 콘텐츠의 해외 진출 확대를 위해 콘텐츠 제작 지원, 공연 및 문화관광 활성화 정책을 지속 추진하고 있으며, 이러한 정책은 국내 공연산업과 콘텐츠 산업 성장에 긍정적인 요인으로 작용하고 있다. 또한, 해외 문화교류 확대와 외국인 관광객 증가, 공연 인프라 확충 등도 국내 공연시장 성장에 우호적인 환경을 조성하고 있다. 반면 국가별 공연 인허가 제도, 문화 규제, 국제 정세 변화 등은 해외 공연 일정과 사업 추진에 영향을 미칠 수 있어 지속적인 대응이 요구된다.

목표시장인 공연기획 산업은 소비경기와 문화 소비지출 변화에 영향을 받는 산업으로, 경기 회복과 소비심리 개선 시 공연 및 팬미팅 수요가 증가하는 반면 경기침체 시에는 기업행사와 공연 투자 축소로 이어질 가능성이 존재한다. 최근 글로벌 K-POP 시장 확대와 해외 공연 수요 증가는 공연기획 기업에게 새로운 성장기회를 제공하고 있으며, 모바일 콘텐츠 소비 확대에 따라 숏폼 콘텐츠 시장도 빠르게 성장하고 있다. 다만, 공연사업은 프로젝트 단위 수주 구조를 갖고 있어 공연 일정, 환율, 해외시장 환경 및 아티스트 활동 여부 등에 따라 실적 변동성이 발생할 수 있으며, 안정적인 해외 거래처 확보와 사업 포트폴리오 다변화가 중요한 경쟁요인으로 작용한다.

엔터테인먼트 산업은 글로벌 팬덤 확대와 디지털 콘텐츠 소비 증가에 따라 지속적인 성장이 예상된다. 특히, MZ세대를 중심으로 공연 관람과 팬덤 문화가 확산되고 있으며, 모바일 기반 숏폼 콘텐츠 이용이 증가하면서 콘텐츠 소비 방식도 빠르게 변화하고 있다. 또한 공연과 관광을 연계한 음악관광 시장이 확대되고, 팬미팅 및 체험형 콘텐츠에 대한 수요도 증가하고 있다. 이에 따라 공연기획 기업은 단순 공연 운영을 넘어 콘텐츠 제작과 IP 활용 역량을 동시에 확보할 필요성이 높아지고 있으며, 글로벌 팬덤을 대상으로 한 차별화된 콘텐츠 제공이 핵심 경쟁요소로 부각되고 있다.

기술 측면에서는 공연기획 산업에서도 디지털 기술 활용이 확대되고 있다. 온라인 예매 시스템, 공연 운영 플랫폼, 라이브 스트리밍, AI 기반 콘텐츠 제작 및 디지털 마케팅 기술이 공연 및 콘텐츠 산업 전반으로 확산되고 있으며, 숏폼 콘텐츠 제작과 글로벌 플랫폼 유통도 빠르게 증가하고 있다. 동사는 공연기획 역량과 아티스트 네트워크를 기반으로 숏폼 콘텐츠 제작과 글로벌 플랫폼 유통 사업을 확대하고 있으나, 향후에는 콘텐츠 IP 확보와 디지털 콘텐츠 제작 역량, 글로벌 플랫폼 협업체계 강화가 지속적인 경쟁력 확보를 위한 핵심 과제가 될 것으로 판단된다.

[그림 4] PEST 분석



IV. 재무분석

공연기획 중심의 외형 성장 및 운전자본 부담 확대

동사의 매출액은 2023년 115.8억 원, 2024년 132.2억 원, 2025년 177.4억 원으로 확대되었다. 2025년 공연기획매출이 161.9억 원으로 증가하면서 전체 매출의 91.2%를 차지하였고, 해외 공연기획 매출 확대가 외형 성장을 주도하였다. 수익성 측면에서는 원가 부담 등의 요인으로 영업이익 규모는 감소하였으나, 안정적인 흑자를 유지하였다. 이익잉여금도 꾸준히 축적되어 자본 기반은 강화되었다. 다만 부채비율 상승, 유동비율 하락 및 2025년 영업현금흐름 적자 전환은 운전자본 관리 필요성을 높이는 요인이다.

■ 수출 공연 기획 확대 기반 외형 성장세

동사의 매출액은 2023년 115.8억 원에서 2024년 132.2억 원, 2025년 177.4억 원으로 증가하였다. 2025년 전년 대비 외형 성장세가 이어졌다. 2025년 매출 증가는 공연기획매출 확대가 주도하였으며, 전체 매출 중 공연기획 부문의 비중이 91.2%까지 상승하였다.

사업부문별로 보면 [방송공연매출]은 2023년 53.7억 원에서 2024년 51.0억 원, 2025년 13.7억 원으로 감소하였다. 반면 [공연기획매출]은 같은 기간 61.9억 원에서 81.0억 원, 161.9억 원으로 증가하여 2025년에는 전년 대비 약 99.8% 확대되었다. 2025년 공연기획 수출액은 116.9억 원으로 전체 매출의 65.9%를 차지하였고, 국내 공연기획매출은 44.9억 원이었다. [기타매출]은 2024년 0.2억 원에서 2025년 1.8억 원으로 증가하였으며, 2025년 발생액은 스포츠 관련매출로 나타났다. 전반적으로 동사의 매출 구조는 기존 방송공연과 공연기획의 병행 구조에서 해외 공연기획 의존도가 높은 형태로 전환된 것으로 나타났다.

동사는 공연기획 사업을 중심으로 3개년 연속 외형 성장을 이어나가며 사업 기반을 확대하였다. 특히 해외 공연 기획 비중 확대와 신규 콘텐츠 사업 진출은 향후 매출원 다변화 측면에서 긍정적인 요소로 판단된다. 향후에도 기존 공연기획 경쟁력을 유지하는 가운데 방송공연과 스포츠 콘텐츠 사업이 점진적으로 성과를 확대할 경우 안정적인 매출 성장세가 이어질 것으로 기대된다.

■ 매출 확대와 함께 이어진 안정적 순이익

동사의 영업이익은 2023년 15.7억 원에서 2024년 13.0억 원, 2025년 11.2억 원으로 감소하였다. 영업이익률은 13.5%, 9.8%, 6.3%로 하락하여 매출 증가가 영업이익 증가로 연결되지는 못하였다. 외형 성장이 상대적으로 원가 부담이 높은 공연기획 부문을 중심으로 이루어지면서 매출 구조 변화가 수익성에 영향을 준 결과로 판단된다. 매출원가는 2023년 85.4억 원에서 2024년 110.4억 원, 2025년 154.8억 원으로 늘어났다. 매출원가율의 경우 2023년 73.8%, 2024년 83.5%, 2025년 87.3%로 나타났다. 반면 판매비와관리비는 2023년 14.7억 원에서 2024년 8.8억 원으로 감소한 뒤 2025년 11.4억 원으로 증가했으며, 매출액 대비 판매비 비율은 12.7%, 6.7%, 6.4%로 낮아졌다. 판매비 효율화는 유지되었으나, 원가율 상승 폭이 이를 상회하면서 전체 영업수익성이 낮아진 것으로 판단된다.

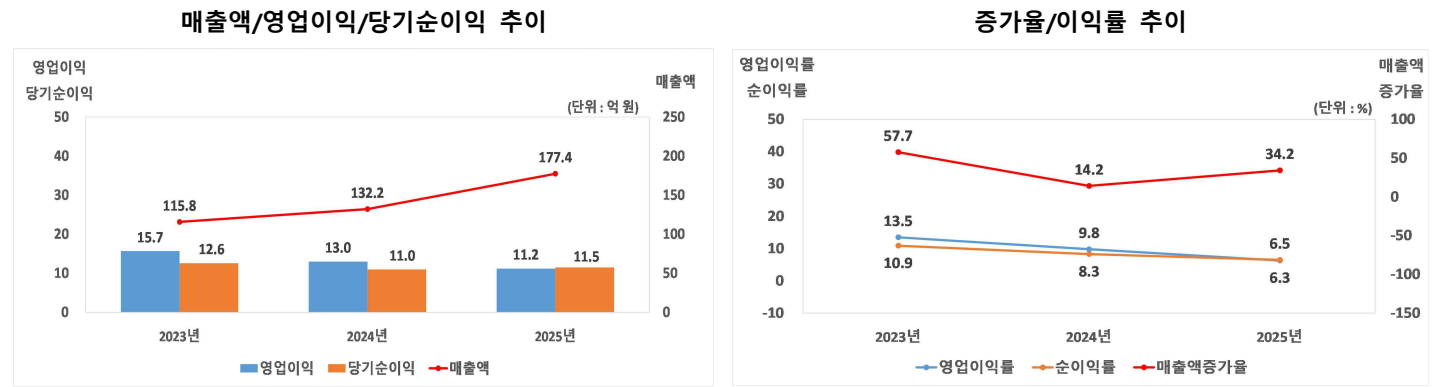
당기순이익은 2023년 12.6억 원, 2024년 11.0억 원, 2025년 11.5억 원을 기록하였다. 순이익률은 10.9%에서 8.3%, 6.5%로 하락했지만 2025년 순이익은 전년 대비 4.7% 증가하였다. 2025년 영업외수익은 1.3억 원, 영업외비용은 0.8억 원이었으며 법인세비용이 0.1억 원으로 감소하면서 영업이익 감소를 일부 보완하였다. 다만 2025년 이자비용은 0.4억 원으로 전년보다 증가하였다.

타조이엔터테인먼트(476710)

종합하면 최근 외형 성장 과정에서 원가 부담이 확대되며 수익성은 다소 둔화되는 모습을 보였으나, 3개년 연속 흑자를 유지하며 안정적인 이익 창출 기반은 이어졌다. 향후에는 공연기획 사업의 수익성 관리와 신규 콘텐츠 사업의 매출 기여가 확대될 경우 영업수익성 개선 여지가 존재하는 것으로 판단된다.

[그림 5] 동사 연간 요약 포괄손익계산서 분석

(단위 : 억 원, % K-GAAP 별도 기준)



자료: 동사 사업보고서(2026.03), 서울평가정보(주) 재구성

■ 흑자 누적에 기반한 자본완충력 강화

동사의 3개년 자산총계는 2023년 22.2억 원에서 2024년 51.0억 원, 2025년 96.6억 원으로 증가하였다. 유동자산은 같은 기간 15.8억 원, 45.3억 원, 84.5억 원으로 확대되었고, 비유동자산도 2025년 12.1억 원으로 증가하였다. 2025년에는 매출채권 장부금액이 11.2억 원, 선급금이 68.7억 원으로 운전자본 투입이 크게 확대되었으며, 공연기획 프로젝트 증가 과정에서 사전 지급성 자금이 늘어난 것으로 보인다. 유동비율의 경우 2023년 255.1%, 2024년 197.0%, 2025년 147.9%로 나타났다.

부채총계는 2023년 6.2억 원에서 2024년 23.0억 원, 2025년 57.1억 원으로 증가하였다. 부채비율은 38.6%에서 82.2%, 144.8%로 상승하였다. 2024년 부채에는 전환사채 장부금액 4.2억 원과 선수금 7.4억 원 등이 포함되었으며, 2025년 부채 증가는 차입금보다는 프로젝트 관련 선수금 증가 영향이 큰 것으로 보인다.

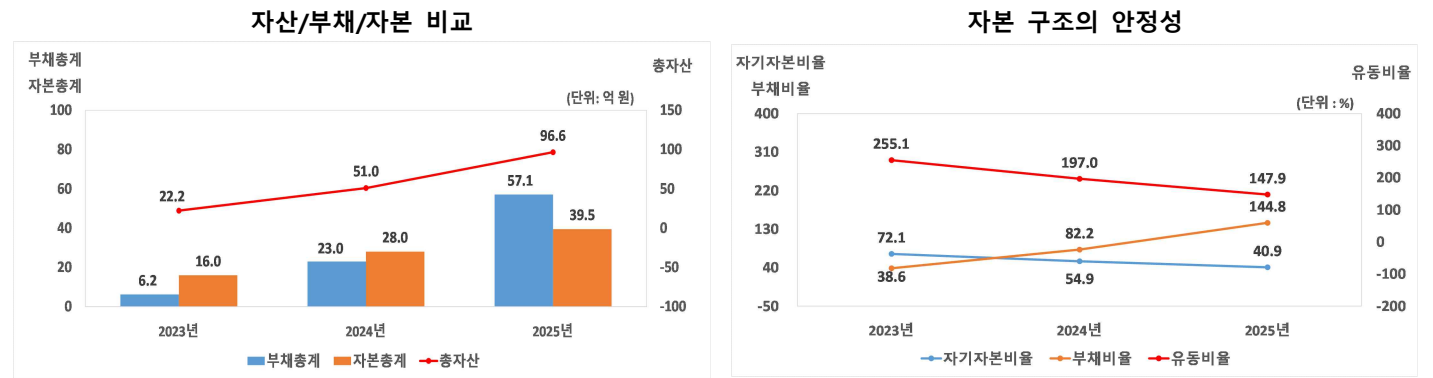
자본총계는 2023년 16.0억 원에서 2024년 28.0억 원, 2025년 39.5억 원으로 증가하였다. 자기자본비율은 2023년 72.1%, 2024년 54.9%, 2025년 40.9%로 감소하였고, 순이익이 이익잉여금으로 누적되면서 이익잉여금은 2023년 15.0억 원, 2024년 26.0억 원, 2025년 37.5억 원으로 확대되었다.

동사는 지속적인 이익 축적을 통해 자기자본을 확대하며 성장 기반을 마련하였으나, 사업 규모 확대 과정에서 부채와 운전자본 부담도 함께 증가하였다. 다만 재무구조 전반은 지속적인 흑자 기조를 바탕으로 유지되고 있으며, 향후 영업활동현금흐름 개선과 운전자본 효율성이 높아질 경우 재무안정성 역시 점진적으로 강화될 것으로 기대된다.

타조이엔터테인먼트(476710)

[그림 6] 동사 연간 요약 재무상태표 분석

(단위 : 억 원, % K-GAAP 별도 기준)



자료: 동사 사업보고서(2026.03), 서울평가정보(주) 재구성

[표 4] 동사 연간 요약 재무제표

(단위 : 억 원, % K-GAAP 별도 기준)

항목	2023년	2024년	2025년
매출액	115.8	132.2	177.4
매출액증가율(%)	57.7	14.2	34.2
영업이익	15.7	13.0	11.2
영업이익률(%)	13.5	9.8	6.3
순이익	12.6	11.0	11.5
순이익률(%)	10.9	8.3	6.5
부채총계	6.2	23.0	57.1
자본총계	16.0	28.0	39.5
총자산	22.2	51.0	96.6
유동비율(%)	255.1	197.0	147.9
부채비율(%)	38.6	82.2	144.8
자기자본비율(%)	72.1	54.9	40.9
영업현금흐름	15.5	4.8	-17.9
투자현금흐름	-6.9	1.4	-3.1
재무현금흐름	-0.5	4.9	-
기말현금	12.4	23.5	2.5

자료: 동사 사업보고서(2026.03), 서울평가정보(주) 재구성

■ 동사 실적 전망

동사는 2026년에도 공연기획 사업을 중심으로 외형 성장세를 이어갈 것으로 전망된다. 2025년 매출액은 177.4억 원으로 전년 대비 34.2% 증가하였으며, 공연기획 매출은 161.9억 원으로 전체 매출의 91.2%를 차지하였다. 특히 해외 공연기획 매출이 116.9억 원으로 확대되면서 외형 성장을 견인하였으며, 향후에도 해외 공연 프로젝트 확대와 신규 거래처 확보를 통해 공연기획 중심의 성장 기조가 지속될 것으로 예상된다. 이에 따라 2026년 예상 매출은 약 206.0억 원 수준으로 확대될 것으로 전망된다.

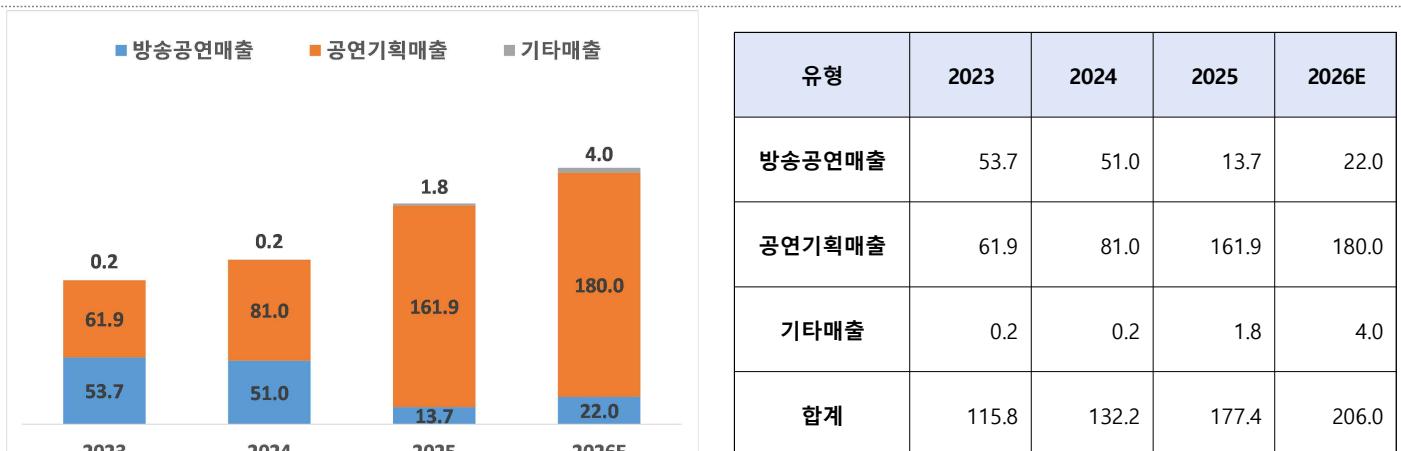
공연기획 부문은 동사의 핵심 매출원으로 자리매김하고 있으며, 해외 K-POP 공연과 팬미팅 프로젝트 확대를 기반으로 2026년에도 약 180.0억 원의 매출이 기대된다. 반면 방송공연 부문은 2025년 일시적으로 감소하였으나 기존 방송 출연 및 기업행사 수요를 바탕으로 점진적인 회복이 예상된다. 또한 2025년부터 발생한 숏폼 콘텐츠 관련매출은 아직 규모는 제한적이지만 자체 콘텐츠 제작 확대와 글로벌 플랫폼 유통이 본격화될 경우 새로운 수익원으로 자리매김할 가능성이 있다. 공연기획과 콘텐츠 사업 간 시너지가 확대될 경우 매출구조 다변화와 사업 안정성 제고에도 긍정적인 영향을 미칠 것으로 판단된다.

수익성 측면에서는 공연기획 매출 비중 확대에 따라 원가 부담이 증가하면서 영업이익률은 2023년 13.5%에서 2025년 6.3%로 하락하였다. 다만 3개년 연속 흑자를 유지하고 있으며, 당기순이익도 2025년 11.5억 원을 기록하는 등 안정적인 이익 창출 기반은 유지되고 있다. 또한 사업 확대 과정에서 운전자본 투입이 증가하며 부채비율이 상승하고 영업현금흐름은 일시적으로 적자를 기록하였으나, 이는 해외 공연 프로젝트 확대에 따른 선급금 등 운전자본 증가의 영향이 큰 것으로 분석된다. 향후 공연기획 프로젝트의 수익성 관리와 운전자본 효율성 제고가 재무안정성 개선의 핵심 과제가 될 것으로 판단된다.

종합하면 동사는 해외 공연기획 사업을 중심으로 외형 성장을 지속하는 가운데 숏폼 콘텐츠 사업을 새로운 성장동력으로 육성하고 있다. 향후 실적은 해외 공연 프로젝트의 지속적인 확대와 자체 콘텐츠 IP 사업의 성과, 프로젝트 수익성 관리 여부에 따라 좌우될 것으로 판단된다. 공연기획 중심의 안정적인 사업기반과 콘텐츠 사업 다각화가 함께 이루어질 경우 중장기적인 성장성과 수익구조 안정성을 동시에 확보할 수 있을 것으로 전망된다.

[그림 7] 동사 연간 실적 전망

(단위 : 억 원, K-GAAP 별도 기준)



자료: 동사 사업보고서(2026.03), 서울평가정보(주) 재구성

V. 주요 변동사항 및 향후 전망

공연기획 중심 사업구조 강화와 해외시장·콘텐츠 사업 다각화를 통해 성장동력 확보 추진

동사는 공연기획 사업을 중심으로 사업구조를 재편하면서 해외 K-POP 공연과 팬미팅 시장을 지속 확대하고 있으며, 최근에는 숏폼 콘텐츠 제작 및 글로벌 플랫폼 유통 사업을 신규 성장축으로 육성하고 있다. 해외 공연 수요 확대와 콘텐츠 소비 증가가 중장기적인 성장기회로 작용할 것으로 예상되며, 공연기획 사업의 안정적인 수익기반 확보와 콘텐츠 IP 확대가 향후 기업가치 제고의 핵심요인으로 판단된다. 다만 공연사업은 프로젝트 중심의 사업 특성상 공연 일정, 아티스트 활동 및 해외시장 환경 변화에 따라 실적 변동성이 존재하므로 해외 네트워크 확대와 콘텐츠 사업 다각화를 통한 안정적인 수익구조 구축이 지속적인 과제로 판단된다.

■ 최근 변동사항

동사는 최근 공연기획 사업을 중심으로 사업구조를 더욱 강화하고 있으며, 해외 K-POP 공연과 팬미팅 수행 실적을 확대하면서 공연기획 사업이 전체 매출의 대부분을 차지하는 핵심 사업으로 자리매김하였다. 특히 태국, 대만, 중국, 홍콩, 마카오, 필리핀 등 아시아 지역을 중심으로 공연 프로젝트를 수행하며 해외 공연기획 역량과 글로벌 네트워크를 지속 확대하고 있다. 이는 국내 공연시장뿐 아니라 해외 공연 수요 증가에 대응할 수 있는 사업 기반을 확보했다는 점에서 긍정적인 변화로 평가되며, 해외시장 중심의 매출 비중이 확대되면서 기존 내수 중심의 사업구조를 점진적으로 다변화하고 있는 것으로 판단된다.

또한, 공연기획 사업에서 축적한 기획력과 아티스트 네트워크를 활용하여 숏폼 드라마 제작 및 글로벌 플랫폼 대상 관련 판매 사업을 본격적으로 추진하고 있다. 자체 콘텐츠 제작을 확대하는 동시에 향후 자체 플랫폼 운영을 계획하고 있으며, 공연기획 중심의 사업구조를 콘텐츠 중심의 수익모델로 확대하기 위한 기반을 마련하고 있다. 숏폼 콘텐츠 시장의 성장과 글로벌 플랫폼 확대는 동사의 신규 사업 성장 가능성을 높이는 요인으로 판단되며, 공연기획과 콘텐츠 제작을 연계한 사업모델을 구축함으로써 콘텐츠 IP를 활용한 반복적인 수익 창출 기반을 마련하고 있다는 점은 긍정적인 요소로 분석된다.

2024년 10월 코넥스시장 상장 이후에는 대외 신뢰도와 기업 인지도를 기반으로 사업 확장을 추진하고 있으며, 공연기획과 엔터테인먼트 사업 간 연계를 강화하는 동시에 해외시장 진출과 콘텐츠 사업 확대를 지속 추진하고 있다. 해외 공연기획 경험을 기반으로 신규 거래처 확보와 해외 프로젝트 확대를 추진하고 있으며, 공연기획 사업에서 확보한 운영 노하우를 콘텐츠 제작과 글로벌 유통으로 확장하는 전략을 추진하고 있다.

다만, 공연기획 사업은 프로젝트 단위 계약 구조를 갖고 있어 공연 일정과 아티스트 활동, 해외시장 환경 변화 등에 따라 매출과 수익성이 변동될 수 있으므로 프로젝트 수익성 관리와 안정적인 해외 파트너십 확보가 지속적으로 요구된다. 또한, 콘텐츠 사업은 아직 초기 단계인 만큼 지속적인 콘텐츠 확보와 사업화 성과 창출 여부가 향후 중요한 변수가 될 것으로 판단된다.

■ 향후 전망

동사는 글로벌 K-POP 산업 성장과 해외 공연 수요 확대에 따라 공연기획 사업의 지속적인 성장이 기대된다. K-POP의 글로벌 팬덤 확대와 공연·팬미팅 수요 증가는 해외 공연기획 시장 확대의 긍정적인 요인으로 작용하고 있으며, 기업행사와 브랜드 마케팅 행사 증가도 공연기획 사업의 성장 기반을 뒷받침할 것으로 전망된다. 특히 해외 공연 운영 경험과 공연기획 노하우를 기반으로 신규 거래처 확보와 해외 프로젝트 확대가

가능할 것으로 판단되며, 해외시장 중심의 사업 확대는 중장기적인 매출 성장과 사업 안정성 제고에도 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상된다.

최근 추진 중인 숏폼 콘텐츠 제작 사업도 중장기 성장동력으로 기대된다. 모바일 기반 콘텐츠 소비 확대와 글로벌 숏폼 플랫폼 성장에 따라 자체 콘텐츠 제작과 관련 판매 기회가 증가할 것으로 예상되며, 향후 자체 콘텐츠 IP 확보와 플랫폼 운영이 본격화될 경우 공연기획 사업과 연계한 새로운 수익모델 구축도 가능할 것으로 전망된다. 공연기획을 통해 확보한 아티스트와 콘텐츠 기획 역량은 콘텐츠 사업 확대에 긍정적인 시너지를 제공할 것으로 판단되며, 자체 콘텐츠를 기반으로 한 IP 비즈니스 확대는 사업 포트폴리오 다변화에도 기여할 것으로 기대된다.

아울러 해외 공연과 콘텐츠 사업은 상호 보완적인 구조를 형성할 가능성이 높다. 공연기획 과정에서 확보한 글로벌 네트워크와 아티스트 협업 경험은 콘텐츠 제작과 해외 유통 과정에서도 활용될 수 있으며, 반대로 자체 제작 콘텐츠는 공연 및 팬미팅과 연계한 다양한 부가사업으로 확장될 수 있다. 이와 같은 선순환 구조가 정착될 경우 공연기획 중심의 일회성 수익구조를 보완하고 보다 안정적인 콘텐츠 기반 수익모델을 구축할 수 있을 것으로 판단된다.

다만, 공연기획 사업은 제조업과 달리 프로젝트 단위 계약을 기반으로 하는 사업 특성상 공연 일정 변경, 아티스트 활동 여부, 소비경기, 해외시장 환경 및 환율 변동 등에 따라 실적 변동성이 발생할 수 있다. 또한 콘텐츠 사업은 초기 투자비용과 콘텐츠 흥행 여부에 따른 불확실성이 존재하므로 지속적인 콘텐츠 확보와 안정적인 수익모델 구축이 필요하다.

이에 따라 당사는 공연기획 중심의 안정적인 수익기반을 유지하는 동시에 해외 공연 네트워크 확대, 자체 콘텐츠 IP 확보 및 글로벌 플랫폼 협업을 강화함으로써 사업 포트폴리오를 다변화하고 지속적인 성장 기반을 마련해 나갈 것으로 전망된다. 중장기적으로는 해외 공연사업과 콘텐츠 사업 간 시너지를 지속적으로 확대하여 글로벌 종합 엔터테인먼트 기업으로의 경쟁력을 강화하는 것이 핵심 과제가 될 것으로 판단된다.

타조이엔터테인먼트(476710)

증권사 투자 의견

작성기관	투자의견	목표주가	작성일
N/A	-	-	-

시장정보(주가 및 거래량)



자료: 네이버증권(2026.08.10)

최근 3개월간 한국거래소 시장경보제도 지정여부

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~제3조의7

기업명	투자주의종목	투자경고종목	투자위험종목
타조이엔터테인먼트	X	X	X