

기술분석보고서 IT

# 아티스트컴퍼니 (321820)



작성기관 한국기술신용평가(주) 작성자 백지영 전문연구원

[▶ 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.02-525-7759)로 연락하여 주시기 바랍니다.

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

# 아티스트컴퍼니(321820)

데이터 기반의 콘텐츠 기획·제작·유통·마케팅 전문기업

## 기업정보(2025.08.28. 기준)

|      |                                 |
|------|---------------------------------|
| 대표자  | 황경주                             |
| 설립일자 | 2010.07.13                      |
| 상장일자 | 2021.02.03                      |
| 기업규모 | 중기업                             |
| 업종분류 | 소프트웨어 개발 및<br>공급업               |
| 주요제품 | 연예 매니지먼트,<br>콘텐츠 제작, 마케팅<br>플랫폼 |

## 시세정보(2025.08.28. 기준)

|            |            |
|------------|------------|
| 현재가(원)     | 6,060      |
| 액면가(원)     | 500        |
| 시가총액(억 원)  | 945        |
| 발행주식수(주)   | 15,591,376 |
| 52주 최고가(원) | 23,000     |
| 52주 최저가(원) | 5,880      |
| 외국인지분율(%)  | 1.74       |
| 주요주주(%)    |            |
| 이정재        | 27.10      |
| 정우성        | 11.01      |

## ■ 고도의 데이터 분석 플랫폼 바탕으로 IP 콘텐츠 플랫폼 사업 영위

아티스트컴퍼니(이하 ‘동사’)는 데이터 기반 플랫폼을 토대로 아티스트 IP 콘텐츠의 기획·제작·유통·마케팅 사업을 영위하고 있다. 동사의 플랫폼은 소비자 행동 데이터를 분석하여 특정 고객군을 효과적으로 식별하고 개인 맞춤형 광고를 제공하는 타겟팅게이트(Targeting Gates)와, 이용자의 소비 패턴을 분석하여 광고·홍보·유통을 최적화하는 프리즘(PRYZM) 플랫폼으로 구성되어 있다. 향후 동사는 이러한 고도화된 데이터 분석 플랫폼을 기반으로 엔터테인먼트 및 마케팅 시장에서 경쟁력을 강화하며 강자로 자리매김할 것으로 기대된다.

## ■ K-콘텐츠의 확산에 따른 엔터테인먼트 & 콘텐츠 시장의 성장 전망

OTT 콘텐츠와 K-콘텐츠가 세계적으로 확산되면서 영상 콘텐츠의 수요가 급격하게 증가하였다. 문화콘텐츠의 소비문화도 영상 콘텐츠에 국한되지 않고, 아티스트 IP를 바탕으로 한 파생상품·굿즈·브랜드 협업 등 다양한 형태로 확장되고 있다. 그에 따라 국내를 포함한 글로벌 엔터테인먼트 & 콘텐츠 시장의 지속적인 성장이 전망되며, 그중 데이터 기반의 콘텐츠 유통 시장(온라인 엔터테인먼트 시장)의 성장이 예상된다.

## ■ 디지털콘텐츠 기획·제작·배급·유통 전 주기 역량 보유

동사는 아티스트 매니지먼트를 통해 확보한 IP를 기반으로 콘텐츠를 기획할 수 있는 역량을 보유하고 있으며, 영화와 드라마 제작 경험을 바탕으로 콘텐츠 제작의 전 주기 과정을 자체적으로 수행할 수 있는 시스템을 갖추고 있다. 또한, 고도화된 데이터 분석 능력과 마케팅 역량을 보유하고 있고, 소속 배우의 글로벌 인지도를 활용하여 해외 시장으로의 진출이 가능하다. 이를 통해 동사는 글로벌 종합 콘텐츠 기업으로 성장할 수 있는 기반을 확보하고 있다.

## 요약 투자지표 (K-IFRS 연결 기준)

|      | 매출액<br>(억 원) | 증감<br>(%) | 영업이익<br>(억 원) | 이익률<br>(%) | 순이익<br>(억 원) | 이익률<br>(%) | ROE<br>(%) | ROA<br>(%) | 부채비율<br>(%) | EPS<br>(원) | BPS<br>(원) | PER<br>(배) | PBR<br>(배) |
|------|--------------|-----------|---------------|------------|--------------|------------|------------|------------|-------------|------------|------------|------------|------------|
| 2022 | 301          | -15.0     | -13           | -4.4       | -190         | -62.9      | -117.5     | -34.1      | 559.6       | -2,537     | 872        | N/A        | 6.2        |
| 2023 | 213          | -29.4     | -33           | -15.4      | -52          | -24.7      | -30.1      | -9.5       | 118.8       | -716       | 2,085      | N/A        | 9.6        |
| 2024 | 213          | -0.03     | -31           | -14.8      | -78          | -36.8      | -30.3      | -13.7      | 125.8       | -578       | 1,737      | N/A        | 7.6        |

## 기업경쟁력

|                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 콘텐츠 제작의 전 과정 수행 역량 확보              | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 콘텐츠 전 과정 수행: 아티스트 IP 기반 콘텐츠의 기획, 제작, 배급, 유통 전 과정을 수행할 수 있는 역량 보유 및 데이터 기반 홍보·마케팅 인프라를 구축하고 있음.</li> <li>- 핵심 인적자원 확보: 국내 정상급 아티스트를 보유하여 콘텐츠 기획·제작 과정에서 경쟁우위를 확보하고 있음.</li> </ul>                                                                                                                          |
| 아티스트 IP 활용 통합 콘텐츠·매니지먼트·커머스 경쟁력 확보 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 폭넓은 배우 스펙트럼: 다양한 장르를 소화할 수 있는 국내 정상급 배우 보유로 콘텐츠 제작의 다양성과 질적 경쟁력을 확보하고 있음.</li> <li>- 신인 발굴·육성 파이프라인: 체계적인 신인 발굴 및 성장 지원 프로세스로 지속 가능한 인재 확보가 가능함.</li> <li>- IP 기반 커머스 모델: 아티스트 IP를 활용한 커머스 사업 운영으로 수익원 다각화가 가능함.</li> <li>- 원스탑 콘텐츠 솔루션: 콘텐츠 기획·제작·배급·매니지먼트·커머스를 통합 운영하여 효율적 사업 수행 및 경쟁력을 확보함.</li> </ul> |
| 데이터 관리·분석 및 정밀 타겟 마케팅 역량 확보        | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 데이터 관리·분석 역량: 국내 최대 규모 데이터를 기반으로 한 정교한 데이터 관리 및 분석 능력을 보유함.</li> <li>- 정밀 타겟 마케팅: 자체 플랫폼을 활용하여 타겟 마케팅을 정밀하게 수행하고 광고 및 홍보 효율성 극대화가 가능함.</li> </ul>                                                                                                                                                         |

## 핵심 기술 및 적용제품

|         |                                                                                                                                                                                                       |                                                                                       |
|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|
| 콘텐츠 제작  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 아티스트 IP를 활용한 기획 단계 참여로 드라마와 영화의 글로벌 판권 판매 역량을 확보함.</li> <li>- 제작·배급 역량을 통해 안정적 수익 구조 및 AI 기반 데이터 분석을 활용한 시청자 맞춤형 콘텐츠 제작 역량 확보함.</li> </ul>                   |  |
| 매니지먼트   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 국내 정상급 배우를 다수 보유하여 다양한 장르의 콘텐츠 제작이 가능함.</li> <li>- 체계적인 신인 발굴 및 성장 지원으로 지속적인 인재 확보</li> <li>- 아티스트 IP 기반 커머스 및 파생상품 연계로 수익원 다각화가 가능함.</li> </ul>             |  |
| 마케팅 플랫폼 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 소비자 연령, 성별, 관심사, 소비패턴 등을 분석하여 잠재 고객군을 구분하고 맞춤형 광고를 제공함.</li> <li>- 광고 성과 분석 및 최적화를 통해 광고 효율을 극대화함.</li> <li>- 브랜드·아티스트·콘텐츠를 연결하는 종합 마케팅 솔루션을 제공함.</li> </ul> |  |

## 시장경쟁력

### 아티스트 IP 활용 통합 콘텐츠·매니지먼트·커머스 경쟁력 확보

- 글로벌 콘텐츠 수요 대응력: OTT 콘텐츠 확산과 K-콘텐츠의 글로벌 인기로 세계적인 콘텐츠 수요가 급증함에 따라 콘텐츠 제작 및 매니지먼트 역량을 기반으로 성장 잠재력을 확보하고 있음.
- 아티스트 IP 기반 사업 확장: 소속 배우를 중심으로 한 IP를 활용하여 파생상품, 굿즈, 브랜드 협업 등 다양한 사업 영역을 확장하며 수익 다각화가 가능함.
- 전주기 가치사슬 운영 능력: 단순 소속 관리에서 벗어나 아티스트 IP 기반 기획·제작·배급을 포함한 전주기 가치사슬을 구축하여 콘텐츠 경쟁력을 강화하고 안정적인 수익 구조를 확보함.

## ESG(Environmental, Social and Governance) 활동 현황

E

환경경영

- ◎ 당사는 환경 법규 위반·환경 관련 사고에 대한 기록이 없어 일정 수준 이상의 환경경영 관련 위배사항에 해당되는 항목이 없는 것으로 보임.

S

사회책임경영

- ◎ IR 활동이 상장법인의 경영책무임을 인식하고 있고, 지속적인 기업설명회(IR자료) 개최를 통해 투자관계자와 신뢰관계를 구축하고 있으며, 관련 자료를 거래소 공시제출시스템에 게재하고 있음.
- ◎ 데이터의 직접적인 수집, 외부로부터의 수신, 송출 그리고 보안까지 전 분야 걸쳐서 대응체계를 구축하여 개인정보 침해 리스크를 방지하고 있음.

G

기업지배구조

- ◎ 이사회 운영규정 및 주요 내용을 일반투자자들이 이해할 수 있도록 전자공시시스템 내 정기보고서 등에 주요 의결사항 및 활동내역 등을 첨부하여 공개하고 있음.
- ◎ 투자자 보호를 위해 사업보고서 외 필요한 사항(공시내용 진행 및 변경사항, 우발부채 등에 관한 사항, 제재 등과 관련된 사항 등) 등을 대외적으로 공개하고 있으며, 최근 결산 기준 거버넌스 관련 위배사항에 해당되는 항목 없음.

## I. 기업 현황

## 디지털 마케팅과 엔터테인먼트를 결합한 복합문화 콘텐츠 전문기업

동사는 2010년 7월 디지털 마케팅 및 빅데이터 기반 광고 서비스업을 목적으로 설립되었으며, 2021년 2월 코스닥 시장에 상장하였다. 2025년 1월 (주)아티스트컴퍼니를 흡수합병하며 콘텐츠 제작, 배우 매니지먼트 사업을 본격적으로 다각화하고 있다.

## ■ 회사의 개요

동사는 2010년 7월 모바일 및 웹 기반 광고 서비스 시스템 개발과 광고 대행업을 목적으로 설립되었으며, 2021년 2월 코스닥 시장에 상장하였다. 동사는 빅데이터 기반 퍼포먼스 타겟팅 플랫폼과 DSP·DMP 사업을 운영하며 디지털 마케팅 역량을 확보하고, 모바일·PC 등 다양한 매체에서 수집되는 소비행태 데이터를 분석하여 맞춤형 타겟 마케팅 서비스를 제공하고 있다.

2025년 1월에는 배우 매니지먼트, 드라마·영화 등 콘텐츠 IP 제작 및 배급 사업을 영위하는 (주)아티스트컴퍼니를 흡수합병하며 엔터테인먼트 사업을 본격적으로 확대하였다. 이를 통해 디지털 마케팅과 엔터테인먼트 사업을 결합한 복합문화 콘텐츠 기업으로 성장하였으며, 콘텐츠 시장 성장과 OTT 플랫폼 확산에 따라 연기자 브랜드 다각화, 자체 콘텐츠 제작 연계사업, 글로벌 진출 등 전략적 사업 다각화를 적극 추진하고 있다.

표 1. 동사 주요 연혁

| 일자       | 연혁 내용                                         |
|----------|-----------------------------------------------|
| 2010.07. | (주)와이더플래닛 법인 설립                               |
| 2011.06. | 벤처기업인증                                        |
| 2012.11. | (주)와이더플래닛 기업부설연구소 설립                          |
| 2015.03. | 일본 와세다 대학과 공동 연구소 설립                          |
| 2015.08  | 중국 법인 설립                                      |
| 2016.12. | 자회사 (주)티지360테크놀로지스(DMP) 설립                    |
| 2017.04. | 일본 법인 설립(2019.08. 일본 법인 청산)                   |
| 2019.05. | (주)티지360테크놀로지스 기업부설연구소 설립                     |
| 2021.02. | 코스닥시장 상장                                      |
| 2021.12. | (주)티지360테크놀로지스, 지능정보산업협회장 표창 대상(2021년 데이터 대상) |
| 2024.03. | 상호 변경(주)와이더플래닛 → (주)아티스트유나이티드)                |
| 2024.04. | 본점 이전(서울특별시 강남구 도산대로 430, 3층)                 |
| 2024.12. | 대표이사 변경(이태성 → 황경주)                            |
| 2025.01. | (주)아티스트컴퍼니를 흡수합병                              |
| 2025.03. | 상호 변경(주)아티스트유나이티드 → (주)아티스트컴퍼니)               |

자료: 동사 반기보고서(2025.06.), 동사 홈페이지, 한국기술신용평가(주) 재구성

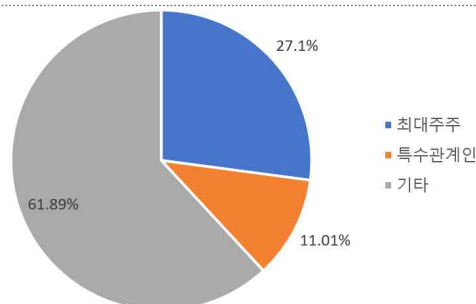
## 아티스트컴퍼니(321820)

동사의 주주 구성은 최대주주 이정재가 27.10%의 지분을 보유하고 있으며, 특수관계인 정우성이 11.01%의 지분을 보유하여 안정적인 지배구조를 유지하고 있다.

표 2. 동사 지분구조 현황

| 주주명 | 관계    | 주식수(주)     | 지분율(%)  |
|-----|-------|------------|---------|
| 이정재 | 최대주주  | 4,225,882  | 27.10%  |
| 정우성 | 특수관계인 | 1,714,108  | 11.01%  |
| 기타  | 기타    | 9,651,386  | 61.89%  |
| 합계  |       | 15,591,376 | 100.00% |

그림 1. 동사 지분구조 현황 (단위: %)



자료: 동사 반기보고서(2025.06.), 한국기술신용평가(주) 재구성

자료: 동사 반기보고서(2025.06.)

동사는 (주)티지360테크놀로지스와 (주)오딘컴퍼니 등 2개의 종속회사를 보유하고 있으며, 이를 통해 사업 다각화와 전략적 확장을 추진하고 있다. (주)티지360테크놀로지스는 빅데이터 분석 및 솔루션 제공을, (주)오딘컴퍼니는 의류 제조업을 주요 사업으로 영위하고 있다.

표 3. 동사 종속회사 현황

| 상호             | 설립일      | 소재지       | 주요사업             | 최근 사업연도말 자산총액(백만 원) | 지배관계 근거       | 주요종속 회사 여부 |
|----------------|----------|-----------|------------------|---------------------|---------------|------------|
| (주)티지360테크놀로지스 | 2016.12. | 서울특별시 강남구 | 빅데이터 분석 및 솔루션 제공 | 1,974               | 기업의결권의 과반수 소유 | 미해당        |
| (주)오딘컴퍼니       | 2024.08. | 서울특별시 강남구 | 의류제조업            | 218                 | 기업의결권의 과반수 소유 | 미해당        |

자료: 동사 반기보고서(2025.06.), 한국기술신용평가(주) 재구성

## ■ 대표이사

황경주 대표이사는 서강대학교 경영학과를 졸업하고 미국 와튼스쿨 EDP 과정을 이수한 경영 전문가로, LG전자, (주)엘지하우시스, 동국제약 등에서 글로벌 사업과 마케팅을 두루 경험하며 주요 보직을 역임하였다. 2024년 12월 (주)아티스트컴퍼니 대표이사로 취임하여, 축적된 리더십과 해외 네트워크를 바탕으로 회사의 성장을 주도하고 있다.

## ■ 주요 사업 분야

동사의 주요 사업 분야는 크게 콘텐츠 제작, 배우 매니지먼트 사업, 디지털 마케팅 및 빅데이터 기반 광고사업으로 구분된다. 콘텐츠 제작 및 배급과 광고·마케팅 사업을 하나의 통합 파이프라인으로 운영함으로써 제작·배급·마케팅 전 과정을 최적화하고 안정적인 수익 구조를 확보하고 있다.

빅데이터 기반 광고사업은 DSP·DMP 기반의 빅데이터 분석과 프로그래매틱 광고를 통해 광고 효율성을 극대화하며, 기업 고객에게 맞춤형 마케팅 솔루션을 제공함으로써 데이터 기반 성과 최적화와 기술 기반 확장성을 확보하고 있다.

특히, 2025년 1월 (주)아티스트컴퍼니를 흡수합병함으로써 콘텐츠 제작 사업과 배우 매니지먼트 사업을 본격적으로 확대하였다. 이를 통해 자체 콘텐츠 IP 확보, 글로벌 OTT 판권 판매, AI 기반 상품 검색 플랫폼, 월 구독형 SaaS 모델 등 기술과 사업 간 시너지를 실현하고 있으며, 동사는 국내 엔터테인먼트 업계에서 독보적인 경쟁력을 갖추고 향후 글로벌 시장에서도 지속적인 사업 확대와 성장이 기대된다.

## ■ 사업부문별 매출실적

동사의 사업부문별 매출 실적을 살펴보면, 2023년 기준 디지털광고플랫폼 사업부문이 182억 원으로 전체 매출을 주도하였다. 합병 후 2024년에는 매니지먼트, 콘텐츠 제작 및 배급 매출이 확대 반영되어 콘텐츠 배급 및 IP 매출 약 101억 원이 반영되었으며, 디지털광고플랫폼 부문은 89억 원으로 감소하였다.

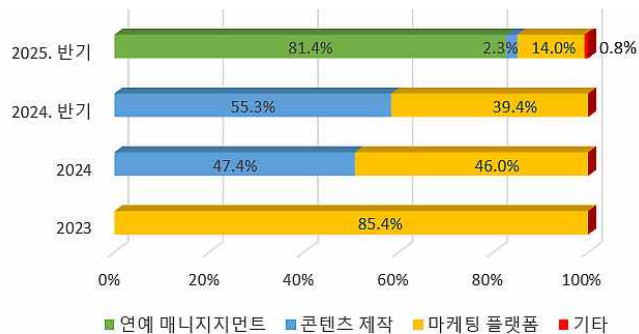
2025년 상반기는 (주)아티스트컴퍼니 흡수합병의 효과로 연예 매니지먼트 매출 210억 원이 반영되어 전년 동기 대비 약 95% 이상 매출이 급증하였다. 이는 아티스트컴퍼니의 흡수합병 결과로 연예 매니지먼트 및 콘텐츠 제작·배급 사업부문이 매출 규모의 지속적 성장뿐만 아니라 동사의 실적 성장을 견인하는 핵심 사업으로 자리매김했음을 보여준다.

표 4. 매출유형별 매출실적

(단위: 억 원, K-IFRS 별도 기준) 그림2. 사업 부문별 매출비중

(단위: %)

| 매출유형     | 사업 부문                | 2023 | 2024 | 2024<br>반기 | 2025<br>반기 |
|----------|----------------------|------|------|------------|------------|
| 연예 매니지먼트 | 연예 매니지먼트 서비스         | 0    | 0    | 0          | 210        |
| 콘텐츠 제작   | 콘텐츠 제작 및 배급수익        | 0    | 101  | 73         | 6          |
| 마케팅 플랫폼  | DSP/DMP 서비스 및 데이터 판매 | 182  | 98   | 52         | 36         |
| 기타       | 기타 매출                | 0    | 0    | 0          | 2          |
| 합계       |                      | 182  | 199  | 125        | 254        |



자료: 동사 사업보고서(2024.12.), 반기보고서(2025.06.)

자료: 동사 사업보고서(2024.12.), 반기보고서(2025.06.)

## II. 시장 동향

### IP 기반 기획·제작·배급 전주기 가치사슬로 확장되고 있는 엔터테인먼트 시장의 성장 전망

엔터테인먼트 산업은 배우 매니지먼트 영역에서 벗어나 콘텐츠 기획 및 제작에 직접 참여하는 한편, 플랫폼을 바탕으로 한 마케팅 영역까지 그 범위를 넓혀가고 있다. 또한, 글로벌 OTT 콘텐츠와 K-콘텐츠의 확산이 가속화됨에 따라 엔터테인먼트 산업의 성장세가 지속될 것으로 전망된다.

### ■ 엔터테인먼트 & 마케팅 시장의 정의 및 특징

동사의 주요 사업영역은 마케팅 플랫폼 사업, 매니지먼트 사업, 콘텐츠 제작 사업이며, 이를 기반으로 한 목표 시장은 엔터테인먼트·마케팅 시장이다. 엔터테인먼트·마케팅 시장은 OTT 플랫폼 확대로 콘텐츠 수요가 증가하고 있으며, 다수의 기업이 IP 기반 콘텐츠의 기획·제작·배급 전주기 가치사슬을 구축하기 위해 경쟁하고 있다.

최근 엔터테인먼트 시장은 배우 중심의 단순 소속 관리에서 벗어나, IP 기반 기획·제작·배급 등 전주기 가치사슬로 확장되는 추세이다. 이에 따라 엔터테인먼트 IP(영화, 드라마, 배우 활동)와 마케팅 플랫폼(데이터, 유통, 디지털 광고)이 결합되면서 콘텐츠와 마케팅의 경계가 희석되고 있다. 이는 소속 아티스트 IP를 활용해 콘텐츠를 제작하고, 디지털 플랫폼을 통해 소비자에게 배급하는 통합 가치사슬을 갖춘 엔터테인먼트·마케팅 융합 산업으로 변화하고 있음을 의미한다.

IT 기술 발전과 디지털 전환은 엔터테인먼트 산업의 해외 진출 기반을 마련하고 있다. K-콘텐츠가 글로벌 시장으로 확산됨에 따라 광고, 굿즈, 팬덤 비즈니스까지 디지털 플랫폼을 통해 제공되며, 콘텐츠 배급 과정에서 플랫폼은 IP 기반 콘텐츠를 광고·브랜딩·커머스와 연결하는 핵심 매개체로 기능한다. 이러한 변화는 엔터테인먼트 기업이 마케팅 플랫폼 사업자로 기능할 수 있는 기반을 마련했음을 시사한다.

또한, 온라인 엔터테인먼트 시장은 데이터 관리 기술과 분석 기술의 중요성이 높은 기술집약적 산업이다. 콘텐츠 소비자의 취향, 시청 패턴, 팬덤 데이터를 체계적으로 수집·관리하고, 실시간으로 소비자를 타겟팅하여 콘텐츠를 추천하는 기술이 핵심이다. 다만, 산업 특성상 아티스트 IP를 다수 보유한 기업은 기술 확보와 활용이 용이하지만, 신규 진입 기업은 IP 확보, 기술력, 유통망 확보에 어려움이 있어 진입장벽이 높다.

엔터테인먼트 & 마케팅 시장의 촉진요인은 OTT와 K-콘텐츠의 글로벌 확산에 따른 수요 증가, 정밀 타겟마케팅과 개인화 서비스의 확대, 그리고 기술혁신과 K-콘텐츠의 지원 정책이고, 저해요인은 콘텐츠 제작 비용의 증가, IP 분쟁의 가능성, 유튜브와 넷플릭스, 디즈니+ 등의 플랫폼에 대한 종속성이다. 특히, 정밀 타겟마케팅과 개인화된 서비스 등 플랫폼 기반의 분석 서비스는 수익 창출 가능성이 높지만, 아직까지는 시장 내 기술경쟁력이 우수한 기업은 소수만이 확인된다. 따라서 기술 우위를 가진 주요 플레이어가 등장한다면 시장과 기술을 주도할 수 있을 것으로 예상된다.

표 5. 엔터테인먼트&마케팅 시장 분석

| 구분   | 내용                                                                                                                                                                                                               |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 촉진요인 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 글로벌 OTT 확산과 콘텐츠 소비 증가에 따른 콘텐츠 제작·배급·유통 기회의 확대</li> <li>- 정밀 타겟마케팅과 개인화 서비스 확대</li> <li>- K-콘텐츠의 글로벌 확산</li> <li>- 문화콘텐츠의 글로벌 수출 지원, 디지털 신산업 육성 사업 등 정부의 지원정책</li> </ul> |
| 저해요인 | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 배우의 출연료, VFX와 같은 시각효과 비용 부담의 증가</li> <li>- 글로벌 시장 내에서 IP에 대한 분쟁 심화 양상</li> <li>- 유튜브, 넷플릭스, 디즈니+ 등 OTT 플랫폼의 종속성</li> </ul>                                              |
| 시사점  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- 정밀 타겟 마케팅과 개인화된 서비스 등 기술 기반의 서비스 증가에 따른 기회 요인의 증가</li> <li>- 시장을 주도하는 기술 우위를 보유한 기업의 부재는 기술 기반의 기업이 시장점유율을 확보할 수 있는 기회 제공</li> </ul>                                    |

자료: goover 심층리포트 '한한령 시대, K-콘텐츠의 위기인가 기회인가: 정책 변화와 글로벌 시장 전략(2025)'; 데일리안 '넷플릭스 '배짱'에 속수무책 韓 미디어.. "문화까지 종속된다"(2021)' 한국기술신용평가㈜ 재구성

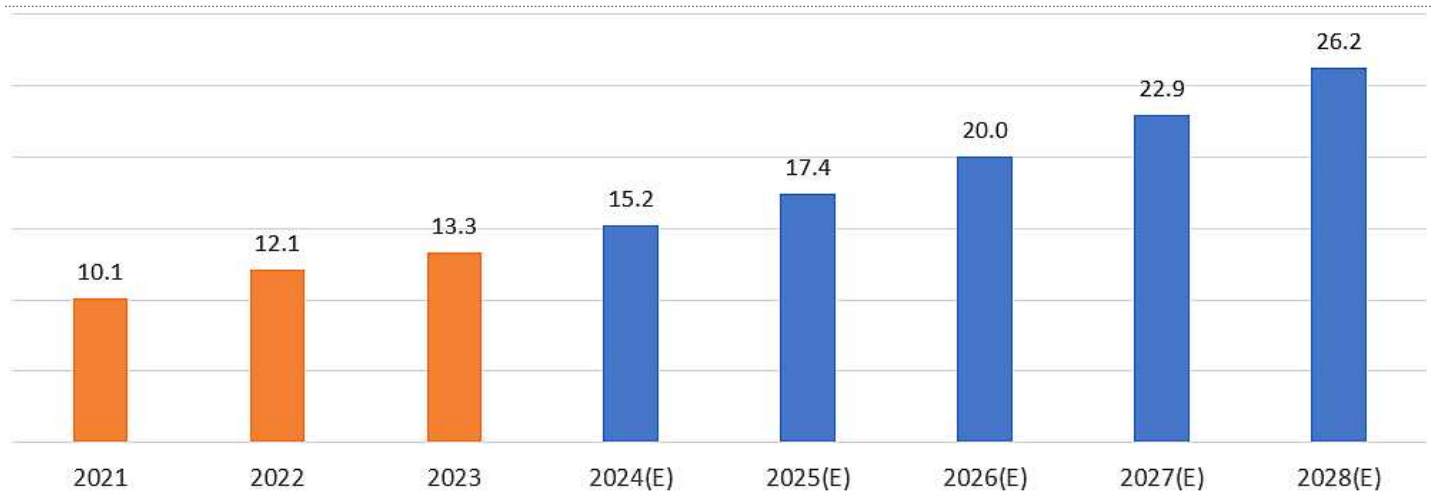
## ■ 국내 엔터테인먼트 및 마케팅 시장 규모

엔터테인먼트·마케팅 시장 규모를 추정하기 위해 영화, 비디오물 및 방송 프로그램 제작업(J5911)과 온라인 광고대행업 시장을 기반으로 목표시장을 분석하였다.

국내 비디오물 및 방송 프로그램 제작업(J5911) 산업은 2021년 10.1조 원 규모에서 연평균 14.53% 성장하여 2023년 13.3조 원 규모를 기록하였다. 동일한 성장률을 가정할 경우, 2028년에는 약 26.2조 원 규모에 이를 것으로 전망된다.

그림 3. 국내 영화, 비디오물 및 방송 프로그램 제작업(J5911) 산업 매출액

(단위: 조 원)

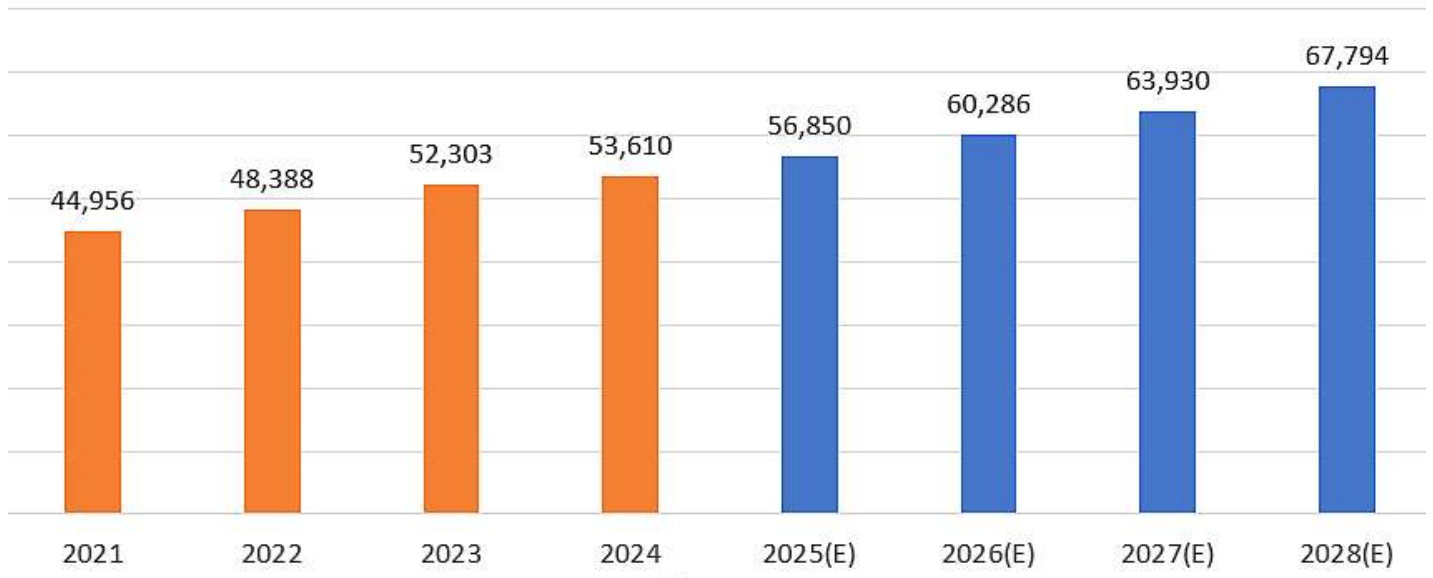


자료: 통계청 통계자료 '영화, 비디오물 및 방송 프로그램 제작업(2021-2023)', 한국기술신용평가㈜ 재구성

국내 온라인 광고대행업 시장은 2021년 4조 4,956억 원 규모에서 2024년 5조 3,610억 원 규모로 연평균 (CAGR) 6.04% 성장하였다. 2025년부터 동성장률을 가정할 시 2028년 6조 7,794억 원 규모를 형성할 것으로 전망된다.

그림 4. 국내 온라인광고대행업 시장 규모

(단위: 억 원)



자료: 문화체육관광부 '광고산업조사(2021-2024)', 한국기술신용평가(주) 재구성

## ■ 엔터테인먼트 시장의 주요기업 및 데이터 기반 엔터·마케팅 플랫폼 기업 현황

국내 주요 엔터테인먼트 사업을 영위하는 기업으로는 SM엔터테인먼트, YG엔터테인먼트, JYP엔터테인먼트, 하이브, 큐브엔터테인먼트, DSP미디어, 스타쉽엔터테인먼트, 플레디스엔터테인먼트, 올림엔터테인먼트, 젤리피쉬엔터테인먼트, WM엔터테인먼트, FNC엔터테인먼트, RBW, 안테나 등의 기업이 있다.

이중 데이터 기반 플랫폼을 보유한 기업은 하이브, SM엔터테인먼트, RBW로, 하이브는 팬덤 플랫폼 'Weverse'를 보유하고 있고, SM엔터테인먼트도 팬덤 플랫폼인 'SMTOWN'을 보유하고 있으며, RBW는 Contexts X 자회사를 통해 마케팅 플랫폼을 서비스하고 있다.

그 외 영화 비디오물 및 방송 프로그램 제작업(J5911) 산업에 속한 기업으로는 (주)티엔엔터테인먼트, (주)아이에이치큐, (주)콘텐츠리중앙, (주)샌드박스네트, (주)에이투지엔터, (주)자이언트스텝, 스튜디오드래곤(주), (주)스튜디오에스, (주)팬엔터테인먼트, 케이비에스미디어, 스튜디오에스(주), (주)초록뚧미디어, (주)에스에이엠지, (주)아이코닉스, 스튜디오엔(주), (주)스튜디오미르, (주)토이트론, (주)와이랩, (주)퍼니플렉스 등의 기업이 있다.

### III. 기술분석

#### 타겟 및 종합 마케팅이 가능한 타겟팅게이트(Targeting Gate)와 프리즘(PRYZM) 플랫폼

동사는 타겟 마케팅을 제공하는 타겟팅게이트(Targeting Gate) 플랫폼과 광고 운영·관리를 지원하는 프리즘(PRYZM) 플랫폼을 기반으로 엔터테인먼트·마케팅 사업을 수행하고 있다. 또한, 아티스트 IP 기반 콘텐츠의 기획·제작·배급 전 과정을 수행할 수 있는 시스템을 갖추고 있으며, 시장 경쟁력 강화를 위해 지속적인 기술 개발을 추진하고 있다.

#### ■ 타겟 및 종합 마케팅이 가능한 타겟팅게이트(Targeting Gate)와 프리즘(PRYZM) 플랫폼

동사가 보유한 핵심기술은 타겟 마케팅을 제공하는 타겟팅게이트(Targeting Gate)와 광고 운영 관리를 제공하는 프리즘(PRYZM) 플랫폼에 적용되고 있으며, 2021년 런칭한 타겟팅게이트 3.0은 소비자의 연령, 성별, 소비패턴, 관심사 등의 정보를 분석하여 잠재 고객군을 구분하고, 소비자에게 맞춤형 광고 서비스를 제공하는 플랫폼이다. 이를 통해 광고 효율을 극대화하는 한편, 아티스트 IP 연계 마케팅, 다채널 마케팅 채널 관리 등을 기대할 수 있다.

프리즘(PRYZM) 플랫폼은 콘텐츠와 광고·유통 데이터를 통합 분석하여 브랜드와 아티스트, 콘텐츠를 연결하는 종합 마케팅 솔루션으로, 소비자 경험 중심의 마케팅 전략 수립이 가능하고, OTT, 유튜브, SNS 등 디지털 플랫폼과 연계하여 실시간 성과 측정, 피드백 관리 등의 기능을 제공하는 것이 가능하다. 동사는 고도의 분석 서비스를 바탕으로 아우디, LF몰, 우리금융지주 등의 기업으로부터 광고를 수주하여 집행하고 있다.

타겟팅게이트의 주요 기능은 구매할 확률이 높은 사용자를 타겟팅, 광고주 사이트에서 최근 활동이 높은 사용자를 타겟팅, 광고주의 신규 사용자들을 타겟팅, 광고주 사이트에서 예전에 구매하고 최근에 방문하지 않는 사용자를 타겟팅하여 광고를 집행하는 것이다. 예를 들어, 방문요일, 방문횟수, 장바구니, 구매내역 등의 고객 구매 패턴을 최적화하고, 템플릿을 최적화하며, 키워드, 조회수, 관련상품, 유사그룹의 관심사 등의 정보를 분석하여 추천 상품을 최적화하는 기술이다.

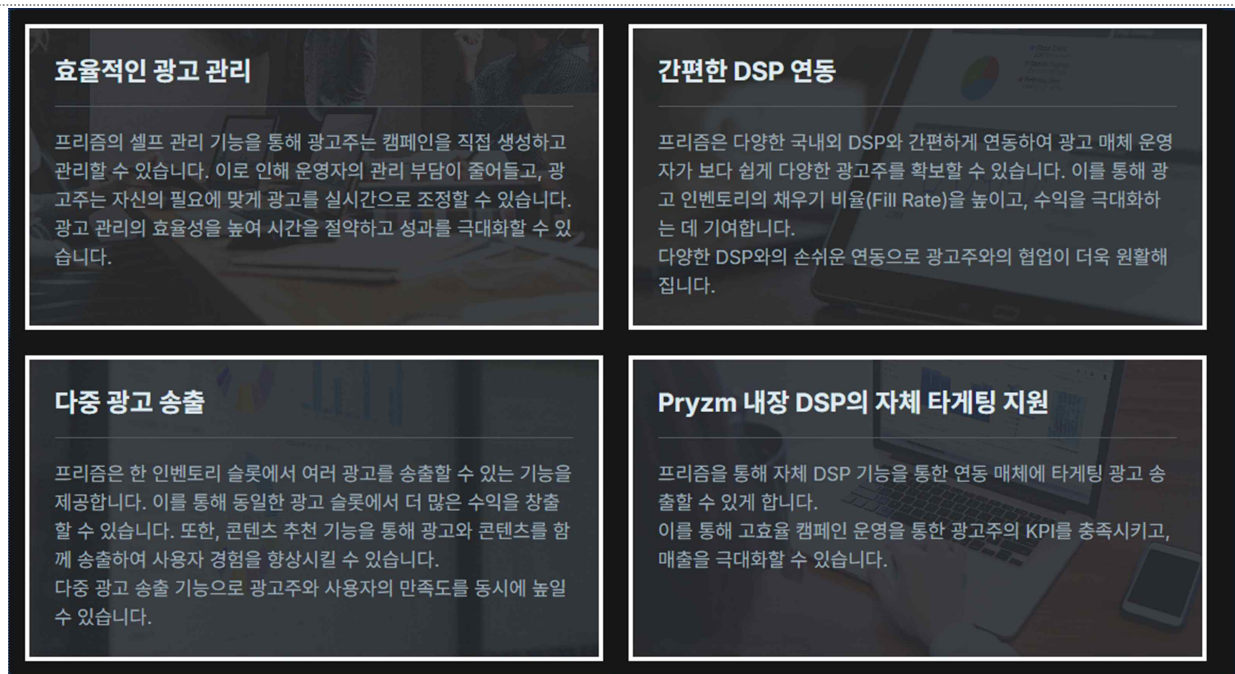
그림 5. 타겟팅게이트 개요



자료: 동사 '타겟팅게이트 상품소개서'(2025).

프리즘(PRYZM) 플랫폼은 광고 관리, DSP 연동, 다중 광고 송출, 자체 DSP 기반 타겟팅 지원 기능을 제공한다. 프리즘을 통해서 광고주는 직접 캠페인을 생성·관리하는 것이 가능하고, 운영자의 관리 부담을 줄이고, 실시간 광고 조정 기능을 제공하며, 광고 관리 효율성을 높여 시간을 절약한다. 그 외에도 국내외 다양한 DSP와 연동이 가능하고, 수익을 개선할 수 있으며, 광고주-매체 간 협업을 지원한다. 그 외에도 프리즘(PRYZM) 플랫폼은 하나의 인벤토리 슬롯에 여러 광고 송출이 가능하다.

그림 6. 프리즘(PRYZM) 플랫폼의 주요 제공 기능



자료: 동사 제공자료(2025).

동사는 광범위한 유통 네트워크와 데이터 기반 플랫폼을 활용하여 콘텐츠 배급 역량을 확보하고 있다. 검증된 아티스트 IP를 기반으로 경쟁력을 강화하고 있으며, 국내외 방송사, OTT 플랫폼, 광고주, 커머스 파트너와의 협업을 통해 안정적인 매니지먼트 사업 수행이 가능하다. 특히 데이터 기반 플랫폼은 콘텐츠 유통 과정에서 정밀한 타겟팅을 제공하여 수익성을 향상시키는 핵심 기능을 수행한다.

동사는 약 4,900만 명 규모의 소비자 데이터를 보유하고 있으며, 3PB급 대용량 처리 시스템을 갖추고 있다. 동사의 DMP(Data Management Platform)는 데이터를 수집, 분석, 분류하여 DSP 등 광고 플랫폼에서 정교한 타겟팅이 가능하도록 가공하는 데이터 허브 역할을 수행하며, 자회사 TG360 테크놀로지스(2024년 사업보고서 기준 지분율 75.83%)를 통해 운영된다.

또한, DSP(Demand Side Platform)는 광고주가 광고 인벤토리를 예산, 타겟, 목적 등 조건에 맞춰 구매할 수 있도록 지원하는 플랫폼으로, 동사가 자체 기술로 개발·서비스하고 있다. 이를 통해 동사는 광고 효율성을 극대화하며, 콘텐츠 및 마케팅 사업 전반에서 통합적 경쟁력을 확보하고 있다.

동사는 시장 및 소비자 분석 인프라를 기반으로 효과적인 마케팅 캠페인 전략을 수립할 수 있으며, 광고주의 제작 비용 효율화와 자체 제작 콘텐츠의 PPL 구좌 선점을 통한 효율적 매체 운영이 가능하다. 특히 동사의 데이터 기반 플랫폼은 분석 > 기획 > 제작 > 배포 > 측정 > 개선까지 전주기 과정을 하나의 기업에서 수행할 수 있는 End-to-End 솔루션을 제공할 수 있다.

### ■ 아티스트 IP 기반 콘텐츠의 기획·제작·배급 전 과정을 수행할 수 있는 시스템

동사는 아티스트 IP 콘텐츠 기획·제작·배급 역량과 데이터 기반 홍보·마케팅 인프라를 모두 보유하고 있어, 콘텐츠 제작 시 소속 배우를 활용함으로써 제작비 효율성을 높일 수 있다. 생산에서부터 배급, 마케팅까지의 프로세스를 내재화하여 비즈니스 모델을 최적화하였다.

이 외에도 아티스트 IP 기반 감성 브랜드를 출시하고 관련 제품을 판매할 SHOP을 2026년 1분기 론칭할 예정이다. 또한, 동사는 퍼플렉시티 AI와 제휴하여 국내 쇼핑몰 AI 상품 검색 플랫폼을 개발 중이다. 해당 플랫폼은 이미지, 색상, 감정까지 인식하는 완전한 멀티모달 검색 기능을 제공하며, 2025년 4분기 론칭 예정이다. 본 서비스는 SaaS 기반 구독형 모델로 반복 수익 구조 확보를 목표로 하며, 론칭 이후 광고·마케팅·엔터테인먼트 분야로 AI 기능을 확장할 계획이다.

또한, 동사는 자체적으로 《헌트》, 《사랑한다고 말해줘》, 《고요의 바다》, 《어쩌다 결혼》 등을 제작해왔으며, 《1승》, 《그녀가 죽었다》 등은 자체 배급을 통해 시장에 선보였다. 또한 다양한 공동제작 프로젝트를 진행하며 새로운 작품 개발과 콘텐츠 확장에 주력하고 있다. 이를 통해 동사는 자체 제작 역량과 배급 능력을 결합한 통합 콘텐츠 전략을 강화하고, 지속적으로 차별화된 IP 기반 경험을 제공하는 데 집중하고 있다.

### 그림 7. 아티스트 IP 콘텐츠 기획·제작·배급 역량



자료: 동사 제공자료(2025)

### ■ 연구개발활동

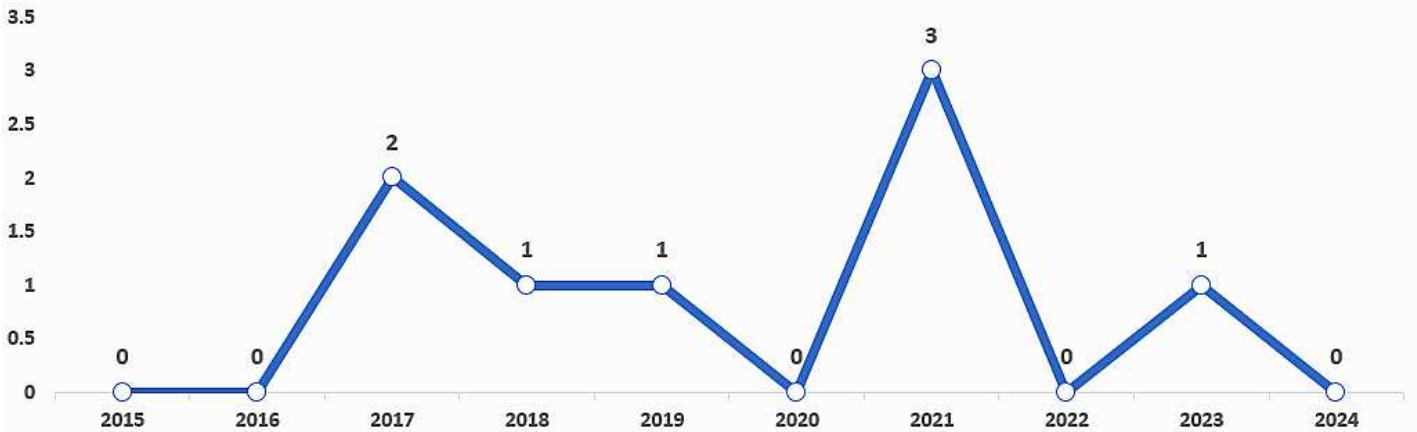
동사의 연구개발 담당조직은 플랫폼팀, 인프라팀, DI팀이다. 플랫폼팀은 플랫폼 개발 및 유지보수, 디자인, 트러블슈팅, 서비스 품질 검증 등의 개발을 담당하고, 인프라는 서버/네트워크/빅데이터 플랫폼/자동화 및 모니터링 등의 서비스 환경 구축 및 운영을 담당하고 있다. DI팀은 자연어처리 모델, 예측 모델, 상품 추천 기술을 담당하여 연구개발 활동을 지속하고 있다. 동사는 연구개발 부서를 통해 자연어 처리 및 사용자 문맥 인식 기술, 사용자 프로파일링 기술, 성과 예측 기술, 최적화 기술, 매체 효율 제어 기술, DPA(Dynamic Product Ads) 기술 등의 개발을 진행하고 있다. 이러한 연구개발 활동은 데이터 기반 플랫폼 기술력 강화에 집중되어 있으며, 향후 동사의 기술 경쟁력이 사업 수행과 성과 창출에 핵심적인 영향을 미칠 것으로 기대된다.

## 특허 활동 동향

KIPRIS(2025.08.26.)에 따르면, 당사는 총 11건의 특허를 출원, 6건이 등록되었다. 최근 10년 기준으로 8건의 특허를 출원, 4건이 등록되었다.

출원 개수

(단위: 개)



자료: KIPRIS(2025.08.26.)

최근 10년간 출원한 특허의 IPC코드를 통해 파악한 주요 기술분류는 [데이터프로세싱] 등으로 파악된다.

(단, 기술부문별 최대 5건씩만 표시하였다.)

### ■ [G06Q] 데이터프로세싱

| 특허출원번호        | 발명의 명칭                           | 출원일        |
|---------------|----------------------------------|------------|
| 1020210103555 | 행태 데이터 판매 서비스 제공 방법 및 시스템        | 2021-08-06 |
| 1020210036342 | 페어링을 이용하는 광고 제공 방법 및 시스템         | 2021-03-22 |
| 1020210031290 | 사용자 데이터 판매 및 재판매 서비스 제공 방법 및 시스템 | 2021-03-10 |
| 1020190051430 | 디스플레이 광고에서 텍스트 요약 방법 및 그 장치      | 2019-05-02 |
| 1020180103342 | 페어링을 이용하는 광고 제공 방법 및 시스템         | 2018-08-31 |

### 용어 정의

- 출원 특허: 특허를 받기 위해 심사를 요청한 상태
- 등록 특허: 심사를 통과해 법적으로 보호받는 특허
- 유효 특허: 현재 기준으로 유효하게 권리를 보호받을 수 있는 등록 특허
- IPC: 발명의 기술분야를 나타내는 국제적으로 통일된 특허분류체계

대상 기술분야의 최근 20년간의 특허 정보를 10년 단위로 비교하여 과거 대비 최근 이슈가 되고 있는 기술을 파악할 수 있는 것으로 기술분야 내 키워드 수가 많을수록 키워드의 크기가 크게 나타난다.

2015년 ~ 2024년



## IV. 재무분석

## 엔터테인먼트 사업 부문의 합병 시너지 효과로 매출액 증가 및 수익성 개선

2025년 1월 이루어진 엔터테인먼트 사업 부문 합병의 효과로, 매니지먼트 매출과 콘텐츠 제작, AI 마케팅 플랫폼 간 전략적 시너지가 본격적으로 발현되었다. 이를 통해 사업부문 간 상호 보완적 효과가 극대화되면서 2025년 상반기 매출이 눈에 띄게 증가하였고, 기존 사업과의 결합으로 안정적인 성장 기반을 마련하였다. 아울러 매출 확대에 힘입어 전반적인 수익성이 개선되었으며, 순이익은 흑자 전환을 이루어, 합병 이후 사업 구조 재편과 경쟁력 강화가 실질적인 성과로 이어졌음을 보여주었다.

## ■ 엔터테인먼트 사업 합병 시너지 등에 힘입어 매출액 급증

동사의 연간 매출액은 2022년 301억 원에서 2023년 213억 원으로 29.4% 감소하며 조정기를 겪었다. 이는 광고 집행 축소, 시장 환경 변화 등 외부 요인과 맞물린 결과이다. 2024년 매출액은 213억 원으로 전년 수준을 유지하며 안정화되었고, 2025년 상반기 매출액은 258억 원으로 전년 동기 대비 95.1% 급증하였다. 해당 수치는 전년도 연간 매출액을 상회하는 수준으로, 2025년 상반기 매출 성장은 연초 진행된 엔터테인먼트 사업 부문 합병 효과, 콘텐츠 제작·매니지먼트·AI 마케팅 플랫폼 간 시너지가 주요 원인으로 분석된다.

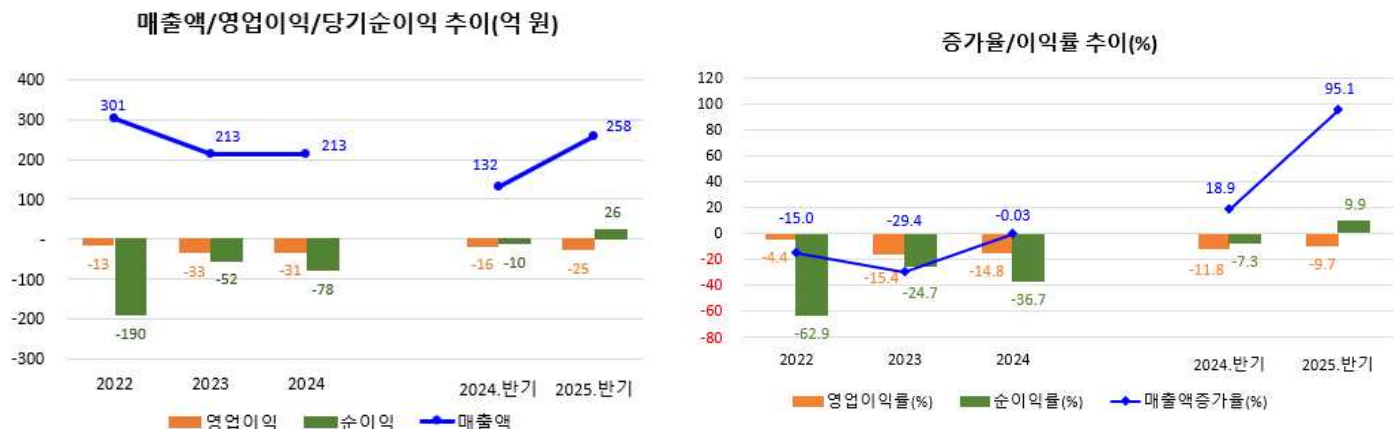
## ■ 매출 증가에도 영업적자가 지속되었으나 수익성 개선추세, 순이익 흑자전환

영업이익은 2022년 -13억 원, 2023년 -33억 원, 2024년 -31억 원으로 지속적인 영업적자를 기록했다. 2025년 상반기에도 영업손실은 25억 원을 기록하며 영업적자를 벗어나지 못하는 모습을 보였다. 그러나, 영업이익률 측면에서는 2023년 -4.4%, 2024년 -15.4%에서 2025년 상반기 -9.7%로 매출액 대비 적자 폭이 줄어들었다.

이는 합병으로 인한 연예 매니지먼트 수익 반영, 콘텐츠 IP 확보 및 글로벌 유통 확대 통한 매출액 확대와 더불어 판권비 절감 및 효율적 원가구조 조정 영향 등으로 분석된다. 순이익 또한 파생상품평가이익, 이자수익 등 금융수익 발생에 힘입어 그동안의 적자에서 벗어나 26억 원의 순이익을 기록하며 2025년 상반기 흑자로 전환되었다.

그림 9. 동사 손익계산서 분석

(단위: 억 원, %, K-IFRS 연결 기준)



자료: 동사 사업보고서(2024.12.), 분기보고서(2025.06.), 한국기술신용평가(주) 재구성

## ■ 합병 시너지 효과로 자본구조 개선

자기자본비율은 2022년 15.2%에서 2023년 45.7%, 2024년 44.3%로 개선되었고, 부채비율은 2022년 559.6%에서 2023년 118.8%, 2024년 125.8%로 낮아지며 재무안정성을 확보하였다. 2023년 적자였던 이커머스 전자상거래 부문((주)아이비엘) 매각이 재무구조 개선에 기여하였으며, 유동비율은 2023년 160.7%, 2024년 162.2%로 단기채무 대응능력 또한 안정적이다. 한편, 2025년 6월 말 기준 자기자본비율 53.3%, 부채비율 87.8%, 유동비율 123.3%로 자본구조와 유동성이 더욱 개선되었으며, 2025년 1월 합병 시너지와 업황 호조로 영업활동을 통한 자금 창출도 정(+)의 수치로 전환 등 자금흐름 역시 안정적인 상태를 보이고 있다.

그림 10. 동사 재무상태표 분석

(단위: 억 원, K-IFRS 연결 기준)



자료: 동사 사업보고서(2024.12.), 반기보고서(2025.06.), 한국기술신용평가(주) 재구성

표 6. 동사 요약 재무제표

(단위: 억 원, K-IFRS 연결 기준)

| 항목        | 2022년 | 2023년 | 2024년 | 2024년 반기 | 2025년 반기 |
|-----------|-------|-------|-------|----------|----------|
| 매출액       | 301   | 213   | 213   | 132      | 258      |
| 매출액증가율(%) | -15.0 | -29.4 | 0.0   | 18.9     | 95.1     |
| 영업이익      | -13   | -33   | -31   | -16      | -25      |
| 영업이익률(%)  | -4.4  | -15.4 | -14.8 | -11.8    | -9.7     |
| 순이익       | -190  | -52   | -78   | -10      | 26       |
| 순이익률(%)   | -62.9 | -24.7 | -36.7 | -7.3     | 9.9      |
| 부채총계      | 416   | 332   | 293   | 205      | 377      |
| 자본총계      | 74    | 280   | 233   | 247      | 430      |
| 총자산       | 490   | 612   | 526   | 452      | 807      |
| 유동비율(%)   | 428.4 | 160.7 | 162.2 | 97.2     | 123.3    |
| 부채비율(%)   | 559.6 | 118.8 | 125.8 | 83.0     | 87.8     |
| 자기자본비율(%) | 15.2  | 45.7  | 44.3  | 54.6     | 53.3     |
| 영업활동현금흐름  | -44   | -13   | -88   | -35      | 33       |
| 투자활동현금흐름  | -57   | -29   | -201  | -178     | 27       |
| 재무활동현금흐름  | 42    | 184   | -21   | -158     | 21       |
| 기말의현금     | 343   | 486   | 176   | 114      | 257      |

자료: 동사 사업보고서(2024.12.), 반기보고서(2025.06.), 한국기술신용평가(주) 재구성

## ■ 동사 실적 전망

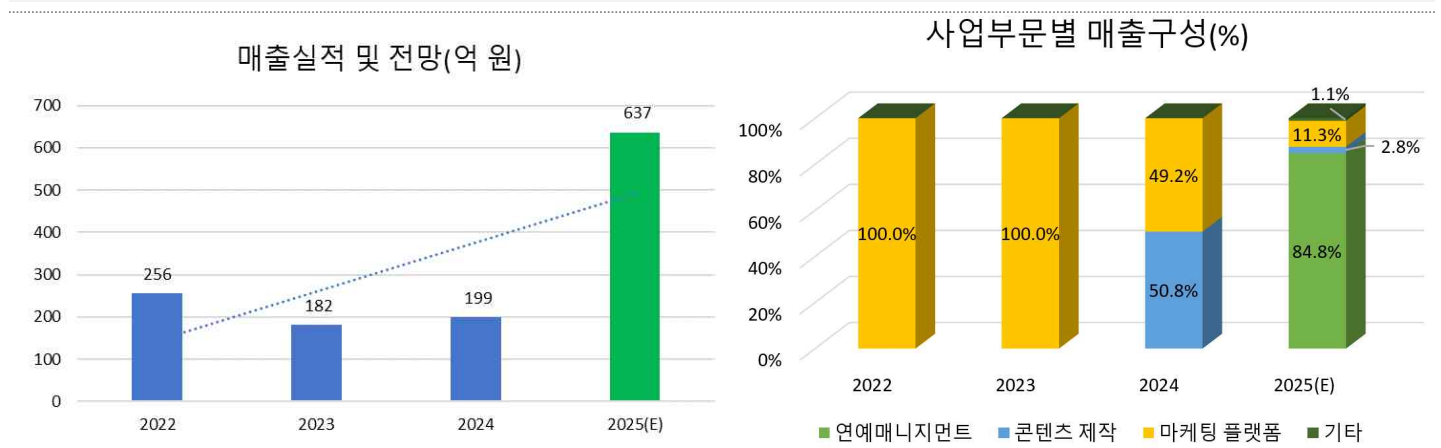
최근 정부의 K-콘텐츠 산업 육성 정책과 글로벌 OTT 수요 확대 기조가 맞물리며, 동사의 사업 환경은 긍정적으로 전개될 것으로 전망된다. 따라서, 2025년 상반기 별도 기준 매출액은 255억 원으로 전년 동기(125억 원) 대비 104% 증가하며 2024년 연간 매출액을 상회하였고, 하반기에도 이러한 매출 성장세가 지속될 것으로 예상된다.

동사는 2025년 1월 합병을 통해 연예 매니지먼트, 콘텐츠 제작, AI 플랫폼을 유기적으로 결합하며 사업 구조를 전환하였다. 소속 아티스트들의 다수 흥행작 참여로 매니지먼트 부문 매출이 확대되었고, 자체 제작·투자 드라마의 성과를 기반으로 관련 판매 및 글로벌 유통 매출이 발생하며 수익 구조 다변화가 본격화되었다.

또한, 미국 Moloco Inc.와의 협력을 통한 AI 마케팅 플랫폼 해외 진출, 글로벌 생성형 AI 기업 퍼플렉시티(Perplexity)와의 AI 상품 검색 솔루션 공동 개발 등을 통해 IT 기반 사업 영역을 확대하고 신규 수익원을 창출할 기반을 마련하였다. 특히 연내 출시 예정인 AI 상품 검색 플랫폼은 월 구독형 SaaS 모델을 통해 반복 수익 구조를 확보하며, 글로벌 관련 판매 확대와 함께 엔터테인먼트 산업 특유의 실적 변동성을 완화하고 안정적인 현금흐름 창출에 기여할 것으로 기대된다.

그림 11. 동사 매출전망 및 매출구성 전망

(단위: 억 원, %, K-IFRS 별도 기준)



자료: 동사 사업보고서(2024.12.), 반기보고서(2025.06.) 한국기술신용평가(주) 재구성

표 7. 동사 사업부문별(매출유형별) 연간 실적 및 전망

(단위: 억 원, K-IFRS 별도 기준)

| 항목      | 2022 | 2023 | 2024 | 2025E | 1Q2025 | 2Q2025 | 3Q2025(E) | 4Q2025(E) |
|---------|------|------|------|-------|--------|--------|-----------|-----------|
| 매출액     | 256  | 182  | 199  | 637   | 65     | 190    | 186       | 196       |
| 연예매니지먼트 | 0    | 0    | 0    | 540   | 46     | 164    | 160       | 170       |
| 콘텐츠 제작  | 0    | 0    | 101  | 18    | 0      | 6      | 6         | 6         |
| 마케팅 플랫폼 | 256  | 182  | 98   | 72    | 18     | 18     | 18        | 18        |
| 기타      | 0    | 0    | 0    | 7     | 1      | 2      | 2         | 2         |

자료: 동사 사업보고서(2024.12.), 반기보고서(2025.06.) 한국기술신용평가(주) 재구성

## V. 주요 변동사항 및 향후 전망

### 아티스트 IP 콘텐츠 기획·제작·배급까지의 통합 가치사슬 강화를 통한 사업다각화

동사는 아티스트 IP 콘텐츠를 바탕으로 파생상품·굿즈·브랜드 협업 등 사업을 다각화하여 수익성을 개선하는 한편, 데이터 기반 플랫폼 사업에 집중하며 기술 경쟁력을 확보하고 있어, 향후 엔터테인먼트&마케팅 시장 내에서 기술 주도적 위치를 확보할 것으로 기대된다.

### ■ 아티스트 IP 콘텐츠 기획·제작·배급까지의 통합 가치사슬 강화를 통한 사업다각화

동사는 아티스트 IP 콘텐츠를 기반으로 새로운 제작 프로젝트에 적극 참여하며, 공동제작 영화 및 드라마 등 다양한 작품을 활발히 선보이고 있다. 이를 통해 기획 단계부터 제작, 배급까지 통합 가치사슬을 강화하고, 콘텐츠 완성도와 투자 매력도를 높이고 있다.

또한, 아티스트 IP와 연계한 파생상품, 굿즈, 브랜드 협업(ARTIST SHOP, 퍼플렉시티 AI, ODD iNN) 등 다양한 사업 영역으로 활동을 확장하며, 사업 다각화와 수익성 개선을 동시에 추진할 것으로 예상된다. 이와 함께 데이터 기반 플랫폼 사업에도 집중하며, 향후 엔터테인먼트와 마케팅 시장 내에서 기술 주도적 위치를 확보할 것으로 기대된다.

### ■ 데이터 기반 종합 콘텐츠·마케팅 플랫폼 기업으로의 진화

동사는 자체 운영하는 DSP·DMP·애드서버와 대형 브랜드 협업 경험을 통해 축적된 데이터를 기반으로 고정밀 타겟팅 마케팅과 광고 효과 개선이 가능하다. 특히, 데이터 기반 플랫폼은 단순 광고 효율화에 그치지 않고 콘텐츠 기획 의사결정까지 지원하며, 축적된 마케팅 데이터를 활용한 정밀 타겟팅과 고효율 광고 집행을 실현할 수 있다. 이를 바탕으로 동사는 향후 데이터 기반 마케팅 기업으로서의 입지를 강화할 것으로 예상된다.

### ■ 관계기업과의 협업을 통한 전문성 강화와 마케팅 시너지 효과 기대

동사가 영위하는 사업은 아티스트컴퍼니(2025년 1월 아티스트컴퍼니 흡수합병 후 사명 변경)가 연예 매니지먼트 및 콘텐츠 제작·배급 사업을 전담하고, 티지360테크놀로지스가 DSP·DMP 사업을 전담하며, 자회사 오딘컴퍼니가 커머스 및 브랜드 사업을 전담하고 있다. 이를 통해 각 관계기업이 보유한 전문성을 활용한 마케팅 시너지 효과가 기대된다.

그림 12. 원천 기술 기반의 향후 사업화 전략



자료: 동사 제공 자료(2025)

## 아티스트컴퍼니(321820)

### 증권사 투자의견

| 작성기관    | 투자의견 | 목표주가 | 작성일 |
|---------|------|------|-----|
| -       | -    | -    | -   |
| 투자의견 없음 |      |      |     |

### 시장정보(주가 및 거래량)

한국거래소(KRX)



자료: 네이버증권(2025.08.28.)

### 최근 3개월간 한국거래소 시장경보제도 지정여부

시장경보제도란?

한국거래소 시장감시위원회는 투기적이거나 불공정거래 개연성이 있는 종목 또는 주가가 비정상적으로 급등한 종목에 대해 투자자 주의 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

| 기업명     | 투자주의종목 | 투자경고종목 | 투자위험종목 |
|---------|--------|--------|--------|
| 아티스트컴퍼니 | X      | X      | X      |