

주주총회소집공고

2026년 08월 18일

회 사 명 : 주식회사 아티스트컴퍼니
대 표 이 사 : 박 승 현
본 점 소 재 지 : 서울특별시 강남구 도산대로 430, 3층 (청담동)
(전 화) 02-2038-3266
(홈페이지)<http://www.artistcompany.co.kr>

작 성 책 임 자 : (직 책) 이사 (성 명) 박 선 희
(전 화) 02-2038-3266

주주총회 소집공고

(제17기 임시)

주주님의 건승과 댁내의 평안을 기원합니다.

상법 제365조 및 당사 정관 제22조에 의하여 제17기 임시주주총회를 아래와 같이 소집하오니 참석하여 주시기 바랍니다. 또한 소액주주에 대한 소집통지는 상법 제542조의 4 및 당사 정관 제24조에 의거하여 본 공고로 소집통지에 갈음하오니 양지하여 주시기 바랍니다.

- 아 래 -

1. 일 시 : 2026년 09월 02일 (수) 08시 00분

2. 장 소 : 서울특별시 강남구 도산대로 430, 지하1층 (청담동)

3. 회의목적사항

[부의 안건]

제1호 의안 : 영업양도 승인의 건 (상법 제374조에 따른 주주총회 특별결의 사항)

※ 본 의안에 반대하는 주주는 상법 제374조의2 및 자본시장과 금융투자업에 관한 법률 제165조의5에 따라 주식매수청구권을 행사할 수 있으며, 반대의사 통지 및 매수청구 절차·매수예정가격은 경영참고사항 「2. 주주총회 목적사항별 기재사항」을 참조하시기 바랍니다.

4. 경영참고사항 비치

상법 제542조의4에 의한 경영참고 사항을 당사 인터넷 홈페이지에 게재하고 본점과 명의개서대행회사(국민은행 증권대행사업부)에 비치하였으며, 금융위원회 및 한국거래소에 전자공시하여 조회가 가능하오니 참고하시기 바랍니다.

5. 실질주주의 의결권 행사에 관한 사항

금번 우리 회사의 주주총회에는 한국예탁결제원이 주주님들의 의결권을 대리행사 할 수 없습니다. 따라서 주주님께서 주주총회에 참석하시어 의결권을 직접 행사하거나 대리인에 위임하여 의결권을 행사하실 수 있습니다.

6. 주주총회 참석시 준비물

- 직접행사 : 신분증 (신분증 미지참시 주주총회장 입장 불가)
- 대리행사 : 대리인의 신분증, 위임장
 - ※ 위임장에 아래 내용 미충족시 주주총회장 입장 불가
 - 위임인의 성명, 주민등록번호 (법인의 경우 사업자등록번호)
 - 대리인의 성명, 생년월일, 의결권을 위임한다는 내용
 - 위임인의 인감날인, 인감증명서 1부

7. 기타사항

- 주차공간이 협소하며 교통상황이 혼잡한 관계로 대중교통 이용을 부탁드립니다.
- 주주총회와 관련한 자세한 내용은 금융감독원 DART(<http://dart.fss.or.kr>) 또는 당사 홈페이지(<http://www.artistcompany.co.kr>)를 통해서도 확인하실 수 있습니다.
- 주주총회 기념품은 회사경비 절감을 위하여 지급하지 않습니다.

2026년 08월 18일

주식회사 아티스트컴퍼니
대표이사 박 승 현 (직인생략)

I. 독립이사 등의 활동내역과 보수에 관한 사항

1. 독립이사 등의 활동내역

가. 이사회 출석률 및 이사회 의안에 대한 찬반여부

회차	개최일자	의안내용	독립이사 등의 성명
			조 면 식 (출석률: 100%)
			찬 반 여 부
1	2026.01.30.	자회사 단기대여금 출자전환(자본전환) 신주발행의 건	찬성
2	2026.02.20.	결산이사회, 내부회계관리제도 운영실태보고의 건	찬성
3	2026.02.20.	자기주식보고서 승인의 건	찬성
4	2026.03.12.	제16기 정기주주총회 소집의 건	찬성
5	2026.03.24.	플랫폼사업부 관련 LOI 체결 및 협상 진행 승인의 건	찬성
6	2026.04.23.	드라마제작 위탁용역계약의 승인의 건	찬성
7	2026.05.14.	제17기 1분기 재무제표 승인 및 프로젝트 투자 승인의 건	찬성
8	2026.06.01.	타법인주식및출자증권양도 승인의 건	찬성
9	2026.06.05.	임시주주총회개최(사내이사 선임) 승인의 건	찬성
10	2026.07.15.	대표이사 선임의 건	찬성
11	2026.07.22.	임시주주총회개최(영업양도 승인) 승인의 건	찬성

나. 이사회내 위원회에서의 독립이사 등의 활동내역

위원회명	구성원	활 동 내 역		
		개최일자	의안내용	가결여부
-	-	-	-	-

2. 독립이사 등의 보수현황

(단위 : 백만원)

구 분	인원수	주총승인금액	지급총액	1인당 평균 지급액	비 고
독립이사	1	3,000	21	21	-

주1) 주총승인금액은 등기이사(독립이사 보수 포함) 금액입니다.

주2) 지급총액은 2026년 7월말까지 기준입니다.

II. 최대주주등과의 거래내역에 관한 사항

1. 단일 거래규모가 일정규모이상인 거래

(단위 : 억원)

거래종류	거래상대방 (회사와의 관계)	거래기간	거래금액	비율(%)
-	-	-	-	-

2. 해당 사업연도중에 특정인과 해당 거래를 포함한 거래총액이 일정규모이상인 거래

(단위 : 억원)

거래상대방 (회사와의 관계)	거래종류	거래기간	거래금액	비율(%)
-	-	-	-	-

III. 경영참고사항

1. 사업의 개요

가. 업계의 현황

(1) 연예 매니지먼트 사업

① 산업의 현황

(가) 산업의 특성

연예 매니지먼트 산업은 아티스트의 경력 개발과 활동 전반을 관리하는 산업으로, 작품 출연 기회 확보, 계약 협상, 이미지 관리, 홍보 및 마케팅 등 다양한 서비스를 제공하는 것이 특징입니다. 매니지먼트사는 아티스트의 장기적인 성장과 브랜드 가치를 높이기 위한 전략을 수립하고 이를 실행하는 역할을 수행합니다.

또한 연예 매니지먼트 산업에서는 에이전트와 매니저가 서로 다른 역할을 수행합니다. 에이전트는 제작사, 감독, 캐스팅 디렉터 등과 협력하여 아티스트의 작품 출연 기회를 확보하고 계약 협상을 담당하는 역할을 수행하며, 매니저는 아티스트의 경력 관리, 이미지 전략, 활동 계획 수립 등 장기적인 커리어 관리 전반을 담당합니다. 두 역할은 상호 보완적으로 작용하며 아티스트의 경력 개발과 사업 성과 창출에 기여합니다.

연예 매니지먼트 산업은 아티스트 발굴 및 육성 과정에서 상당한 초기 투자 비용이 발생하는 산업입니다. 신인 아티스트 발굴과 교육, 마케팅, 활동 지원 등에 필요한 비용이 발생하며, 이러한 투자 규모는 아티스트의 성장 가능성과 시장 환경에 따라 달라질 수 있습니다. 이와 같은 특성은 산업의 진입 장벽을 형성하는 요인으로 작용합니다.

또한 매니지먼트 사업은 아티스트의 작품 활동 여부와 인지도에 따라 수익이 변동하는 구조적 특성을 가지고 있습니다. 특정 작품의 흥행 여부나 광고 계약 체결 등에 따라 수익성이 크게 달라질 수 있으며, 배우의 출연료 상승은 콘텐츠 제작비 증가로 이

어저 산업 전반의 수익 구조에도 영향을 미칠 수 있습니다.

[연예 매니지먼트 산업의 특성]

구분	주요 내용
핵심 역할 및 목적	아티스트의 경력 개발 및 활동 전반 관리, 작품 출연 기회 확보, 계약 협상, 이미지 관리, 홍보 및 마케팅 제공 아티스트의 장기적인 성장과 브랜드 가치 제고 등
역할 분담 (에이전트 / 매니저)	에이전트: 제작사 등과 협력하여 작품 출연 기회 및 계약 협상 매니저: 장기적인 커리어 관리, 이미지 전략, 활동 계획 수립 → 두 역할이 상호 보완적으로 작용하여 성과 창출
초기 투자 및 진입 장벽	신인 발굴, 교육, 마케팅, 활동 지원 등에 상당한 초기 투자 비용 → 높은 초기 투자 비용이 산업의 진입 장벽으로 작용
수익 구조 및 변동성	아티스트의 작품 활동, 인지도, 흥행 여부, 광고 계약 등에 따라 수익 변동이 큼, 배우 출연료 상승 시 콘텐츠 제작비 증가로 이어져 산업 전반의 수익 구조에 영향

(나) 산업의 성장성

국내 연예 매니지먼트 산업은 한류 콘텐츠의 글로벌 확산과 OTT 플랫폼 시장 성장에 힘입어 지속적인 성장세를 보이고 있습니다. 과거 개별 매니저 중심의 구조에서 벗어나, 배우와 가수를 포함한 다양한 아티스트 포트폴리오를 보유한 종합 엔터테인먼트 기업 중심으로 산업 구조가 변화하고 있습니다.

특히 글로벌 OTT 플랫폼과 해외 제작사의 한국 콘텐츠 수요 증가에 따라 국내 배우들의 활동 영역이 확대되고 있으며, 글로벌 프로젝트 참여 기회와 출연료 수준도 함께 상승하는 추세입니다.

다만 제작비 및 출연료 상승 등 비용 부담이 확대되고 있어, 향후 산업 경쟁력 확보를 위해서는 콘텐츠 IP 기반 사업 확대, 팬덤 플랫폼, 데이터 기반 마케팅, 커머스 및 라이선싱 등 다양한 수익 모델 개발이 중요해지고 있습니다.

(다) 경기변동의 특성

연예 매니지먼트 산업은 콘텐츠 소비가 디지털 플랫폼을 통해 지속적으로 이루어지는 특성상 전통적인 소비 산업에 비해 경기 변동의 영향을 상대적으로 덜 받는 편입니다.

니다. OTT, 유튜브 등 온라인 플랫폼을 통한 콘텐츠 소비가 경기 침체기에도 일정 수준 유지되며, 팬덤 기반 수익 모델 또한 안정적인 수익 기반으로 작용하고 있습니다.

경기 호황기에는 영화 및 드라마 제작 증가, 광고 시장 확대, 글로벌 공동 제작 증가 등에 따라 아티스트 출연 기회와 계약 규모가 확대되는 경향이 있습니다. 반면 경기 둔화기에는 제작 규모 축소, 제작비 절감 및 효율 중심 편성 등이 나타나며 산업 구조가 조정되는 특징을 보입니다.

또한 글로벌 콘텐츠 시장과 플랫폼 정책 변화, 환율 등 외부 환경에 따라 산업 수익성이 영향을 받을 수 있어, 아티스트 포트폴리오 다변화와 데이터 기반 수요 분석을 통한 전략적 대응이 중요해지고 있습니다.

(라) 계절성

연예 매니지먼트 산업의 실적은 계절적 요인보다는 콘텐츠 제작 및 광고 시장의 성수기와 밀접한 관련이 있습니다. 일반적으로 광고 계약은 봄과 가을에 집중되는 경향이 있으며, 연말에는 시상식 및 각종 행사 등이 증가하면서 아티스트 활동이 확대되는 특징이 있습니다. 또한 영화 산업의 경우 여름과 겨울 방학, 명절 연휴 등이 주요 성수기로 작용합니다.

과거에는 이러한 산업 구조로 인해 매니지먼트사의 실적이 하반기에 집중되는 경향이 있었습니다. 그러나 최근 글로벌 OTT 플랫폼의 확산으로 콘텐츠 공개 시점이 계절적 요인과 무관하게 분산되면서, 과거 대비 실적의 계절성이 점차 완화되는 추세를 보이고 있습니다.

② 국내외 시장여건

(가) 시장의 안정성

국내 연예 매니지먼트 산업은 최근 배우 출연료 상승과 콘텐츠 제작비 증가, 글로벌 OTT 플랫폼의 투자 전략 변화 등으로 콘텐츠 제작 및 편성 규모가 일부 조정되는 환경을 보이고 있습니다. 이에 따라 일부 매니지먼트사는 기존 출연료 중심의 수익 구조에서 벗어나 콘텐츠 제작 참여, IP 사업 확대 등 다양한 방식으로 사업 구조를 다변

화하는 움직임이 나타나고 있습니다.

그럼에도 불구하고 매니지먼트 사업의 핵심 자산인 아티스트는 대중적 인지도와 팬덤 기반을 바탕으로 지속적인 수요를 창출하는 특성을 가지고 있어 산업 전반의 안정성을 뒷받침하고 있습니다. 최근에는 팬덤 플랫폼을 통한 구독 서비스, 팬미팅 및 기획 상품(MD) 판매 등 글로벌 팬덤 비즈니스가 새로운 수익 모델로 확대되고 있으며, 이를 통해 매니지먼트사의 부가 수익 창출 기반이 강화되고 있습니다.

한편 북미를 중심으로 한 글로벌 연예 매니지먼트 시장은 체계적인 산업 구조와 다양한 수익 모델을 기반으로 안정적인 성장세를 유지하고 있습니다. 팬 기반 디지털 콘텐츠, 라이브 스트리밍, 라이선싱 및 MD 사업 등 다양한 수익원이 시장 안정성을 뒷받침하고 있으며, OTT 등 디지털 플랫폼의 확산은 콘텐츠 산업 전반의 성장 기회를 확대시키는 요인으로 작용하고 있습니다.

(나) 경쟁상황

연예 매니지먼트 산업은 대형 기획사가 자본력과 글로벌 네트워크, 브랜드 인지도를 기반으로 시장을 선도하는 가운데 중소형 기획사와 신규 사업자가 지속적으로 진입하는 경쟁 구조를 형성하고 있습니다.

전속 아티스트 발굴 및 육성 역량과 함께 콘텐츠 기획력, IP 사업 확장 능력, 팬덤 관리 역량 등이 주요 경쟁 요소로 작용하며, 아티스트 라인업과 브랜드 인지도, 글로벌 활동 경험 등이 경쟁력을 좌우하는 요인으로 평가되고 있습니다.

또한 소속 아티스트의 활동 공백, 이미지 리스크, 재계약 이슈 등에 따라 실적 변동성이 발생할 수 있어 매니지먼트사들은 사업 포트폴리오 다변화와 자체 콘텐츠 IP 및 플랫폼 확보를 통한 수익 구조 안정화 전략을 추진하고 있습니다.

(다) 시장 경쟁력 및 점유율 추이

당사는 국내 주요 배우들이 소속된 매니지먼트사로서 높은 브랜드 인지도와 업계 내 영향력을 보유하고 있으며, 국내 콘텐츠 산업을 대표하는 엔터테인먼트 기업 중 하나로 평가받고 있습니다.

당사는 2025년 1월 17일을 합병기일로 주식회사 아티스트컴퍼니를 흡수합병하였으며, 합병 이후 상호를 주식회사 아티스트유나이티드에서 주식회사 아티스트컴퍼니로 변경하여 기업 정체성을 확립하였습니다. 이를 통해 기존 사업과 함께 연예 매니지먼트 및 방송 프로그램 제작 등 신규 사업을 승계받아 사업 포트폴리오를 확대하였습니다.

합병 이후 사업 편입 효과로 2025년 별도 기준 매니지먼트 사업에서 약 344억 원의 매출이 발생하여 당사 전체 매출 성장에 기여하였으며, 향후 핵심 아티스트 활동 확대, 신규 아티스트 발굴 및 외부 파트너십 강화를 통해 글로벌 활동 기반 매출 확대를 추진할 계획입니다.

한편 국내 매니지먼트 산업은 공식적인 시장 점유율 통계가 공개되지 않는 경우가 많아 객관적인 시장 점유율을 산정하기에는 한계가 있습니다.

(2) 콘텐츠 제작 / 배급 사업

① 산업의 현황

(가) 산업의 특성

문화콘텐츠 산업은 방송, 영화, 디지털 플랫폼 등을 통해 다양한 형태의 콘텐츠를 기획·제작·유통하는 산업으로, 수요 변화와 기술 환경 변화에 민감하게 반응하는 특성을 가지고 있습니다. 특히 방송콘텐츠 분야는 시청자의 선호, 시청 방식의 변화(OTT·모바일 등), 기술 발전 등에 따라 기획력과 창의성이 중요하게 작용하며, 편성 구조와 외주제작 제도 등 규제 환경의 영향도 크게 받습니다.

콘텐츠 제작은 프로젝트 단위로 이루어지며, 제작비 규모와 자금조달 방식이 다양하고 흥행 성과를 사전에 예측하기 어려운 고위험·고수익 구조를 보입니다. 또한 방송 프로그램 외주제작 제도의 확대에 따라 독립 제작사의 역할이 확대되었으며, 외주제작 비중 증가는 공급 주체의 다양화와 프로그램 경쟁력 강화에 기여하고 있습니다.

영화 산업은 일반적으로 제작, 배급, 상영의 3단계로 구성되며, 국내 배급·상영 시장은 대형 사업자 중심의 높은 시장집중도를 보이는 특징이 있습니다. 영화는 경험재

적 성격을 지니고 있어 제작 단계에서 수요와 가치를 정확히 예측하기 어렵지만, OTT 등 디지털 플랫폼의 확산으로 극장 외 유통 경로가 확대되면서 배급 및 수익 구조가 빠르게 변화하고 있습니다. 이에 따라 전통적인 극장 개봉과 온라인 유통을 병행하는 다양한 비즈니스 모델이 확산되고 있습니다.

또한 최근에는 OTT 플랫폼의 성장과 디지털 기술 발전에 따라 영화 및 영상 콘텐츠의 소비 방식이 다변화되고 있으며, 이는 제작 및 배급업체들에게 새로운 기회와 과제를 동시에 제공하고 있습니다. 이에 따라 콘텐츠 제작 및 배급 사업자는 변화하는 시장 환경에 대응하기 위해 유통 전략과 수익 모델을 지속적으로 다변화하고 있습니다.

[콘텐츠 제작 / 배급 산업의 특성]

구분	주요 내용
문화콘텐츠 산업	수요 및 기술 환경(OTT, 모바일 등) 변화에 민감하게 반응
	뛰어난 기획력과 창의성이 요구됨 편성 구조, 외주제작 제도 등 규제 환경의 영향을 크게 받음
방송콘텐츠 제작	프로젝트 단위로 진행되며 자금 조달 방식과 제작비 규모가 다양
	충행 예측이 어려운 고위험/고수익(High Risk, High Return) 구조
	외주제작 확대로 독립 제작사의 역할 및 프로그램 경쟁력 강화
영화 산업	제작, 배급, 상영의 3단계로 구성
	대형 사업자 위주의 높은 시장집중도
	직접 소비해봐야 가치를 아는 경험재적 성격 -> 사전 수요 예측 어려움
최근 시장 트렌드	OTT 및 디지털 플랫폼 성장으로 극장 외 유통 경로 대폭 확대
	전통적 극장 개봉/온라인 유통을 병행하는 등 비즈니스 모델 확산
	제작/배급사의 유통 전략 및 수익 모델 지속적 다변화

(나) 산업의 성장성

※ 방송·OTT 중심 부분

콘텐츠 소비 방식은 과거 방송 편성 중심의 시청 구조에서 VOD, OTT 스트리밍, 숏폼 콘텐츠 등 다양한 디지털 플랫폼 기반 소비 형태로 빠르게 확장되고 있습니다. 이에 따라 콘텐츠 유통 채널은 방송, OTT, 모바일, SNS 등 온·오프라인을 아우르는 다층적 구조로 변화하고 있으며, 콘텐츠의 유통 및 수익화 방식 또한 광고, 구독, 라

이선스, IP 확장 등으로 다양화되고 있습니다.

이러한 산업 구조 변화는 글로벌 OTT 플랫폼과 디지털 채널의 지속적인 증가와 맞물려 콘텐츠 확보 경쟁을 심화시키고 있으며, 플랫폼 사업자들의 오리지널 콘텐츠 및 IP 확보를 위한 투자 확대로 이어지고 있습니다. 그 결과 콘텐츠 제작 및 IP 기반 산업 전반의 성장 잠재력은 지속적으로 확대되고 있습니다.

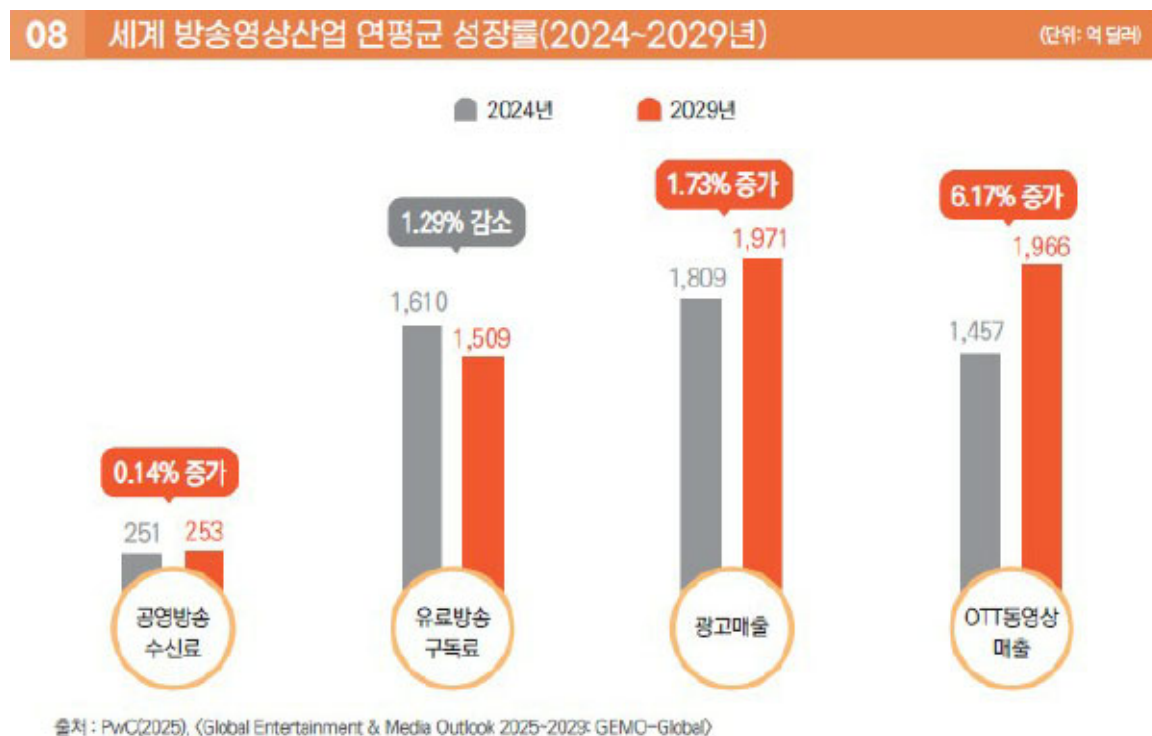
한국콘텐츠진흥원 「2025 방송영상산업백서」에 따르면 2024년 국내 방송영상산업 매출은 24조 9,943억 원으로 전년 대비 1.6% 감소하였으나, 2020~2024년 연평균 성장률은 3.3%로 완만한 성장세를 유지하고 있습니다. 방송영상산업 매출에는 지상파·유선·위성방송, 방송채널사용사업, 인터넷영상물제공업 등의 방송사업 매출과 독립제작사 매출이 포함되며, 특히 OTT 서비스는 향후 5년간 연평균 6%대 성장이 예상되는 등 전통적 방송 대비 빠른 성장으로 전체 시장 성장을 견인할 것으로 전망됩니다.

구분		사업체 수 (개)	종사자 수 (명)	매출액		업체당 평균 매출액 (억 원)	1인당 평균 매출액 (억 원)
				(억 원)	(%) ¹⁰⁰⁾		
지상파 방송	지상파방송사업자	67	12,564	35,307	14.1	527	3
	지상파이동멀티미디어방송사업자 ¹⁰¹⁾¹⁰²⁾	17	29	30	0.0	2	1
	소계	84	12,593	35,337	14.1	421	3
유선 방송	종합유선방송사업자 ¹⁰³⁾	90	4,343	16,835	6.7	187	4
	중계유선방송사업자	15	44	3	0.0	0	0
	소계	105	4,387	16,838	6.7	160	4
위성 방송	위성방송사업자 ¹⁰⁴⁾	1	381	4,742	1.9	4,742	12
방송채널사용 사업	방송채널사용사업자 ¹⁰⁵⁾	174	17,049	71,356	28.5	410	4
인터넷영상물 제공업	IPTV	3	1,200	50,783	20.3	16,928	42
	IPTV 콘텐츠사업자(CP) ¹⁰⁶⁾¹⁰⁷⁾	35	1,817	9,263	3.7	265	5
	소계	38	3,017	60,046	24.0	1,580	20
방송영상물제작업	방송영상독립제작사	761	14,496	61,623	24.7	81	4
전체		1,163	51,923	249,942	100.0	215	5

방송영상산업 사업체당, 종사자당 방송 사업 평균 매출액 현황(2024년)

(출처 : 한국콘텐츠진흥원, 2025 방송영상산업백서)

전 세계 방송영상 분야 가운데 특히 OTT 서비스의 성장세가 두드러지고 있으며, 전통적 방송에 비해 규모는 아직 작지만 성장 속도 측면에서는 전체 시장을 주도하고 있습니다. 한국콘텐츠진흥원 「2025 방송영상산업백서」에 따르면, 글로벌 OTT 서비스 매출은 2024년 1,457억 달러에서 2029년 1,966억 달러로 증가할 것으로 예상되며, 이 기간 연평균 약 6.2%의 성장률을 기록할 것으로 전망됩니다.



세계 방송영상산업 연평균 성장률 (2024-2029년)

(출처: 한국콘텐츠진흥원, 2025 방송영상산업백서)

※ 영화·OTT 중심 부분

영화 산업 역시 디지털 기술 발전과 글로벌 플랫폼 확대에 힘입어 극장과 OTT를 아우르는 융합 시장으로 재편되고 있습니다. 극장 중심의 전통적 수익 구조는 다소 변화하고 있으나, OTT와의 병행 유통, 2차 관련 판매, 해외 유통 확대 등을 통해 영화 및 영상산업 전반의 성장 기반은 유지되고 있습니다.

2025년 극장 매출액은 1조 470억 원, 전체 관객 수는 1억 609만 명으로 전년 대비 각

각 12.4%, 13.8% 하락하였는데, 이는 상반기 영화 시장이 극심한 불황에 빠졌기 때문입니다. 다행히 여름 성수기 이후 극장 매출액과 관객 수가 반등하였고 「주토피아」, 「쥬비탈」, 「아바타:불과 재」 등 하반기 개봉 영화들이 극장 흥행에 성공하면서 연간매출액 1조 원, 관객 수 1억 명을 유지하였습니다. 고무적인 점은 2026년 상반기 들어 「왕과 사는 남자」가 1,600만 관객을 돌파하며 역대 한국 개봉 영화 매출 1위를 달성하는 등 눈에 띄는 흥행세를 보이고 있다는 것입니다. 이어서 「살목지」가 공포 장르에서 8년만에 300만 관객을 돌파하는 등 2026년 영화 시장은 전년의 부진을 씻고 반등하여, 한층 확대된 시장 규모를 보여줄 것으로 전망됩니다.

[2026년 박스오피스 - 최종 기준년월 : 2026/06]

순위	영화명	개봉일	관객수(명)
1	왕과 사는 남자	2026년 02월 04일	16,906,389
2	군체	2026년 05월 21일	5,744,222
3	살목지	2026년 04월 08일	3,240,676
4	프로젝트 헤일메리	2026년 03월 18일	2,905,838
5	만약에 우리	2025년 12월 31일	2,473,693

(출처 : KOBIS 영화관입장권통합전산망)

〈표 2〉 2021년~2025년 매출액, 관객 수, 1인당 관람횟수 (요약)

(단위: 억 원, 만 명, 회)

구분		2021	2022	2023	2024	2025
극장 매출	전체영화	5,845	11,602	12,614	11,945	10,470
	한국영화	1,734	6,310	5,984	6,910	4,191
	외국영화	4,111	5,292	6,630	5,036	6,279
관객 수	전체영화	6,053	11,281	12,514	12,313	10,609
	한국영화	1,822	6,279	6,075	7,147	4,358
	외국영화	4,231	5,001	6,438	5,165	6,251
1인당 관람횟수		1.17	2.19	2.44	2.40	2.08

2021년~2025년 매출액, 관객 수, 1인당 관람횟수

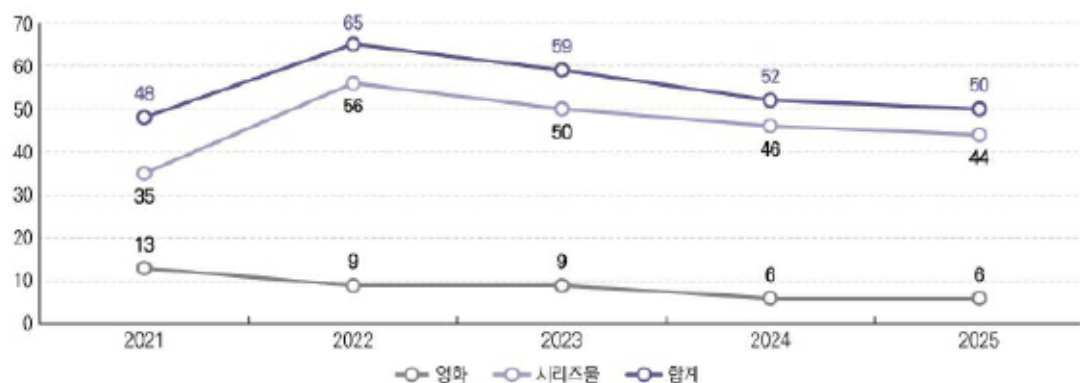
(출처 : 영화진흥위원회, 2025년 한국영화산업 결산보고서)

주요 OTT에서 공개된 오리지널 한국 영화·시리즈 제작 편수가 2022년 최고치를 기

록한 이후 감소세를 보이고 있습니다. 이는 고비용 오리지널 콘텐츠를 확대하기보다, 예능, 스포츠, 라이브 콘텐츠 등 상대적으로 비용 대비 성과가 높은 장르로 포트폴리오를 조정하며 수익성 개선을 도모하려는 전략으로 해석됩니다. 또한 국제 공동제작, 특히 한일 합작 프로젝트가 점차 증가하는 흐름을 보이고 있는데, 이러한 작품들은 기획 단계부터 서사, 제작 방식, 유통 전략을 공동으로 설계함으로써 제작비와 리스크를 분산하는 동시에 양국 내수와 글로벌 시장을 동시에 겨냥하는 전략적 시도로 평가됩니다.

〈그림 11〉 2021~2025년 주요 OTT 오리지널 한국 영화 및 시리즈물 편수 추이

(단위: 편)



2021~2025년 주요 OTT 오리지널 한국 영화 및 시리즈물 편수 추이

(출처 : 영화진흥위원회, 2025년 한국영화산업 결산보고서)

(다) 경기변동의 특성

콘텐츠 산업은 문화 소비 산업의 특성상 수요자의 기호 변화와 유행에 민감하여 경기 상황과 트렌드 변화에 따라 실적 변동성이 나타날 수 있습니다. 다만 과거에 비해 콘텐츠 유통 경로와 부가사업 아이템, 소비자층이 다양해지면서 이러한 위험을 분산할 수 있는 요인이 확대되고 있습니다.

특히 IPTV, OTT 등 디지털 플랫폼과 해외 시장 확대로 저작물 매출 기반이 다변화되면서 단일 시장 경기 변동에 따른 리스크는 상대적으로 완화되는 추세입니다.

다만 영화 배급업은 여전히 경기변동의 영향을 비교적 크게 받는 분야로, 경기 호황

기에는 소비 여력 확대에 따라 관람 수요 증가, 신작 개봉 확대, 대형 프로젝트 투자 및 마케팅 집행 증가 등으로 수익성이 개선되는 경향이 있습니다. 반면 경기 침체기에는 소비 지출 위축에 따라 흥행 리스크가 확대되고, 제작 및 배급 투자도 보수적으로 운영되는 경향이 있습니다.

(라) 계절성

콘텐츠 산업의 계절성은 과거 극장 성수기 중심 구조에 비해 다소 완화되었으며, 현재는 특정 계절보다는 콘텐츠 장르, 플랫폼 편성 시기, 글로벌 스트리밍 일정 등에 따라 소비 패턴이 좌우되는 경향이 있습니다. 다만 방학, 명절 등 특정 시기에는 가족 및 청소년층 중심의 콘텐츠 수요가 증가하는 등 계절적 요인에 따른 매출 변동이 일부 존재합니다.

② 국내외 시장여건

(가) 시장의 안정성

콘텐츠 소비 방식은 과거 TV 중심 시청 구조에서 스마트 기기와 글로벌 OTT 중심의 개인화된 소비 구조로 빠르게 재편되고 있습니다. 최근에는 숏폼 콘텐츠 및 광고 기반 무료 스트리밍 채널(FAST) 등 신규 미디어가 확대되면서 세분화된 타겟과 플랫폼 특성에 맞춘 콘텐츠 수요가 증가하고 있습니다.

글로벌 OTT 플랫폼의 확산으로 K-콘텐츠의 해외 판매 단가와 시장 내 위상은 전반적으로 상승해 왔습니다. 다만 최근에는 글로벌 플랫폼의 투자 전략 변화에 따라 대형 프로젝트 중심의 투자 집중 현상도 나타나고 있어, 국내 제작사들은 글로벌 파트너십 기반 공동제작 및 자체 IP 확보를 통한 협상력 강화를 추진하고 있습니다.

영화 배급 시장 역시 극장 중심의 전통적 유통 구조에서 벗어나 OTT 선공개, 홀드백 조정 등 플랫폼을 넘나드는 하이브리드 배급 전략이 확대되고 있습니다. 이에 따라 콘텐츠 제작 및 배급 사업은 대내외적 변동성이 존재함에도 불구하고, 기술 발전과 소비자 시청 습관 변화에 대응하며 수익 모델을 다변화하는 방향으로 발전하고 있습니다.

(나) 경쟁상황

콘텐츠 산업은 전통적으로 드라마, 영화, 예능, 다큐멘터리 등 각 장르별로 개별적이고 독립적인 경쟁 구조를 형성해 왔으나, 최근 디지털 기술 발전과 플랫폼 다변화에 따라 장르와 플랫폼 간 경계가 점차 완화되고 있습니다. 이에 따라 서로 다른 형식과 장르가 결합된 융복합 콘텐츠가 확대되고 있으며, 기존의 전통적인 산업 구분을 넘어 새로운 수익 모델이 등장하고 있습니다.

당사는 기존 프로그래매틱 마케팅 플랫폼 사업을 통해 축적한 데이터 기반 자동화 기술을 콘텐츠 배급 및 마케팅에 접목하여 경쟁력을 확보하고 있습니다. 실시간 데이터 분석과 알고리즘을 활용한 타겟 마케팅을 통해 관객 선호 기반의 홍보 전략 수립이 가능하며, 다양한 채널을 활용한 통합 마케팅 운영을 통해 비용 효율성과 마케팅 효과를 제고하고 있습니다.

또한 데이터 기반 의사결정을 통해 흥행 가능성이 높은 작품의 배급 전략을 정교하게 수립할 수 있으며, 이러한 기술적 시너지는 콘텐츠 제작 및 배급 사업의 차별화 요소로 작용하고 있습니다.

(다) 시장 경쟁력 및 점유율 추이

국내 방송영상독립제작사는 드라마, 예능, 다큐멘터리 등 분야별로 전문화되어 방송 프로그램을 제작하고 있으며, 최근에는 대형 제작사를 중심으로 매출이 집중되는 경향이 나타나고 있습니다. 이는 콘텐츠 제작 산업이 일정 수준 이상의 자본력과 제작 역량을 보유한 기업 중심으로 재편되고 있음을 보여줍니다.

2024년 12월 말 기준, 최근 3년 동안 1건 이상의 방송용 영상물을 제작해 납품한 매출실적이 있는 방송영상독립제작사는 761개입니다. 국내 방송영상독립제작사의 2024년 총매출액은 6조 1,624억 원으로 집계되었으며, 2023년 총매출 6조 4,447억 원 대비 2,823억원(4.4%) 감소한 것으로 나타났습니다. 방송영상독립제작사는 각 분야별로 드라마, 예능, 다큐멘터리 등으로 전문화되어 방송프로그램을 제작하고 있습니다.

연도	사업체 수 (개)	매출액 (백만 원)	사업체당 평균 매출액 (백만 원)	1인당 평균 매출액 (백만 원)	종사자 수 (명)	사업체당 평균 종사자 수 (명)
2015년	532	1,143,498	2,149	157	7,282	14
2016년	554	1,428,813	2,579	186	7,670	14
2017년	631	1,531,422	2,427	180	8,522	14
2018년	728	2,456,536	3,374	189	12,998	18
2019년	658	3,171,316	4,820	236	13,453	20
2020년	671	3,952,961	5,891	302	13,106	20
2021년	732	4,569,106	6,242	337	13,568	19
2022년	753	6,346,799	8,429	434	14,624	19
2023년	753	6,444,682	8,559	451	14,298	19
2024년	761	6,162,389	8,098	425	14,496	19

방송영상독립제작사 총괄 현황

(출처 : 한국콘텐츠진흥원, 2025 방송영상산업백서)

2024년 기준 매출액 100억 원 이상 제작사는 106개로 전체 제작사(761개)의 13.9%에 불과하지만, 여기에서 발생하는 매출(5조 2,452억 원)은 제작사 전체 매출(6조 1,624억 원)의 85.1%를 차지합니다. 이와 같은 대형 제작사의 매출 비중은 2015년부터 2020년까지 꾸준히 증가하였으며 2021년에는 79.5%로 잠시 주춤하는 흐름을 보였으나, 2022년에는 4.4%p 증가해 83.9%로 반등하는 모습을 보였고, 2023년 0.7%p에 이어 2024년에는 0.5%p가 더 증가하면서 상승세가 이어졌습니다.

영화 배급 사업과 관련하여 2024년 1분기부터 사업을 진행하고 있는 바, 현재 시장 점유율은 미미하여 시장 점유율을 산정하기 어렵습니다. 영화진흥위원회의 2025년 한국 영화 산업 결산 보고서에 따르면 2025년 전체영화 배급사별 매출액 및 관객 점유율 순위는 다음과 같습니다.

〈표 21〉 2025년 전체영화 배급사별 매출액 및 관객 점유율 순위 (매출액 기준)

(단위: 천, 원, 명)

순위	배급사	상영 편수	매출액	매출액 점유율	관객 수	관객 점유율	주요 배급작
1	디즈니	17	182,373,213,386	17.4%	17,928,521	16.9%	주토피아 2 / 아바타: 물과 재
2	CJ ENM	13.5	131,464,941,730	12.6%	12,913,350	12.2%	극장판 귀멸의 칼날: 무한성면 / 어쩔 수가 없다 / 히얼빈
3	워너	12	119,012,350,910	11.4%	11,673,669	11.0%	F1 더 무비 / 미키 17
4	NEW	17.5	107,048,373,370	10.2%	11,324,066	10.7%	종비말 / 하이파이브 / 검은 수녀들
5	바이포엠	15	89,207,888,770	8.5%	9,372,365	8.8%	히트맨2 / 승부 / 노이즈
6	롯데	21	69,198,193,110	6.6%	7,264,481	6.8%	미션 임파서블: 파이널 레코닝
7	UPI	23	61,303,040,030	5.9%	6,277,243	5.9%	슈라기 월드: 새로운 시작 / 드래곤 길들이기
8	플러스엠	7	54,490,013,450	5.2%	5,670,884	5.3%	야당 / 얼굴
9	소니	7.5	43,477,833,710	4.2%	4,243,100	4.0%	극장판 체인소 맨: 레제맨
10	소박스	6	17,832,459,240	1.7%	1,921,188	1.8%	퍼스트 라이프 / 퇴마록
	기타	2,636.5	171,585,160,774	16.4%	17,500,383	16.5%	
	합계	2,776	1,046,993,468,480	100.0%	106,089,248	100.0%	

배급사별 매출액 및 관객 점유율

(출처 : 2025년 한국 영화 산업 결산 보고서, 영화진흥위원회)

당사는 2024년 1분기 영화 「그녀가 죽었다」를 시작으로 배급 사업에 본격 진출했습니다. 이후 영화 「1승」, 2025년 ENA 드라마 「살롱 드 홈즈」, tvN 드라마 「알미운 사랑」 등으로 제작 및 배급 라인업을 꾸준히 확대하고 있으며, 2026년 하반기에는 「굿파트너 시즌2」 등의 작품을 제작하며 콘텐츠 포트폴리오를 더욱 다각화할 계획입니다. 이러한 탄탄한 라인업을 바탕으로 국내외 주요 플랫폼과의 긴밀한 파트너십을 구축하여, OTT와 글로벌 채널을 아우르는 멀티 플랫폼 유통망을 확고히 다져나가고 있습니다.

한편 영화 배급 사업은 2024년부터 본격적으로 추진된 사업으로 현재 시장 점유율은 미미하여 객관적인 시장 점유율 산정에는 한계가 있습니다. 다만 향후 당사는 IP 기획 단계부터 배급, 2차 저작물, 커머스 연계까지 고려한 통합 제작·배급 전략을 통해 수익성을 제고하고, 영화·드라마·웹콘텐츠 전반에 걸친 안정적인 콘텐츠 포트폴리오를 구축해 나갈 계획입니다.

(3) IP 기반 브랜드/커머스 사업

당사는 보유한 콘텐츠 IP 및 아티스트 브랜드 가치를 활용한 IP 브랜드 사업을 추진하고 있으며, 라이선싱, 굿즈(MD), 전시, 커머스 등 다양한 부가사업으로 확장을 검토하고 있습니다. 향후 뷰티, F&B 등 라이프스타일 영역까지 사업 범위를 확대할 계획이며, 관련 사업은 올해부터 단계적으로 본격 추진할 예정입니다.

나. 회사의 현황

1. 사업의 개요

당사는 한국채택국제회계기준(K-IFRS)을 적용하고 있으며, 본 사업의 내용에는 연결재무제표 작성 대상인 종속회사의 사업 내용을 포함하여 작성하였습니다.

보고서 작성기준일 현재 당사 및 종속회사의 사업부문은 아래와 같습니다.

<사업부문의 구분>

회사명	사업부문	사업내용
(주)아티스트컴퍼니	연예 매니지먼트	아티스트 매니지먼트, 아티스트 발굴 및 육성
	콘텐츠 제작 / 배급	콘텐츠 비디오물 및 방송 프로그램 제작 및 배급업
	IP 브랜드 라이선싱	셀러브리티 및 콘텐츠 IP 기반 커머스 제품 개발, 공동 브랜드 기획 및 상품개발
	애드테크(Ad-Tech) 플랫폼	DSP 온라인, 모바일 광고 마케팅 플랫폼서비스
(주)티지360 테크놀로지스	빅데이터분석	빅데이터 분석 서비스

가. 연예 매니지먼트 사업

연예 매니지먼트 사업은 배우, 가수, 모델, 방송인 등 대중문화예술인의 활동을 체계적으로 관리하고 지원하는 사업입니다. 당사는 유망한 신인 아티스트를 발굴하거나 기존 아티스트와 전속계약을 체결하여 장기적인 협력 관계를 구축하고 있습니다.

아티스트의 특성과 시장 환경을 고려하여 드라마·영화 출연, 광고 모델, 공연 및 방송 활동 등 다양한 활동을 기획하고 이를 실행하기 위한 일정 관리 및 현장 지원을 제공합니다. 또한 언론 홍보, 소셜미디어 관리, 팬 커뮤니케이션 등 다양한 홍보·마케

팅 활동을 통해 아티스트의 브랜드 가치를 제고하고 있습니다.

이와 함께 아티스트의 이미지 관리 및 위기 대응을 포함한 종합적인 매니지먼트 서비스를 제공하여 아티스트와 회사가 함께 성장할 수 있는 기반을 구축하고 있습니다.

나. 콘텐츠 제작 및 배급 사업

콘텐츠 제작 및 배급 사업은 콘텐츠 기획, 제작, 투자 및 유통을 통해 다양한 영상 콘텐츠를 제작·공급하는 사업입니다. 콘텐츠 제작은 기획 단계에서 주제 선정, 대본 개발 및 투자 유치를 진행하고, 제작 단계에서는 촬영 및 후반작업 등을 통해 콘텐츠를 완성합니다. 이후 배급 및 유통 단계에서 극장, 방송사, OTT 플랫폼 등 다양한 채널을 통해 콘텐츠를 제공하고 마케팅을 수행합니다.

당사는 2024년 1분기 영화 「그녀가 죽었다」, 영화 「1승」 배급을 시작으로 콘텐츠 제작사업을 본격적으로 전개하였으며, 2025년에는 ENA 드라마 「살롱 드 홈즈」와 tvN 드라마 「알미운 사랑」을 공동제작하는 등 콘텐츠 제작 및 공급 영역을 방송 드라마 분야까지 확대하였으며, 2026년 상반기에는 「굿파트너 시즌2」를 공동제작하고 있으며, 하반기에는 「닥터차정숙 시즌2」의 작품을 제작 준비하고 있습니다.

다. IP 기반 브랜드 커머스 사업

당사의 IP 기반 브랜드 커머스 사업은 셀러브리티 및 콘텐츠 IP를 활용한 제품 개발과 브랜드 협업을 통해 새로운 부가가치를 창출하는 사업입니다.

주요 사업 영역은 셀러브리티 및 콘텐츠 IP 기반 커머스 상품 개발과 브랜드 협업 및 외부 파트너십 구축으로 구분됩니다. 당사는 인기 아티스트 및 콘텐츠 IP의 브랜드 가치를 활용하여 다양한 상품을 기획·개발하고 있으며, 이를 통해 팬덤 기반 소비를 확대하고 소비자와의 접점을 강화하고 있습니다.

또한 다양한 기업과의 전략적 협업을 통해 공동 브랜드 상품을 기획하고 새로운 사업 기회를 발굴하고 있습니다. 이러한 IP 기반 사업을 통해 엔터테인먼트 콘텐츠와 브랜드 비즈니스를 연계한 신규 수익 모델을 구축하고자 합니다.

라. 애드테크(Ad-Tech) 플랫폼 사업

당사는 2010년 설립 이후 디지털 광고의 효율적인 운영과 관리를 지원하는 애드테크(Ad-Tech) 플랫폼 사업을 영위하고 있습니다.

애드테크 플랫폼은 데이터와 알고리즘을 활용하여 광고 거래 과정을 자동화하는 기술 기반 광고 플랫폼입니다. DSP(Demand Side Platform)는 광고주가 온라인 광고를 구매할 수 있도록 지원하는 플랫폼으로 광고주의 예산, 목표 및 성과 데이터를 기반으로 최적의 광고 지면을 실시간 입찰 방식으로 구매할 수 있도록 지원합니다.

또한 DMP(Data Management Platform)는 다양한 사용자 데이터를 수집·분석하여 광고 타겟팅을 위한 고객 세그먼트를 생성하고 DSP와 연동하여 효율적인 광고 집행을 지원합니다.

2. 주요 제품 및 서비스

가. 주요 제품 및 서비스 현황

(기준일 : 2026년 06월 30일) / 별도기준

(단위: 백만원, %)

사업부문	품목	2026년 (제17기 반기)		2025년 (제16기)		2024년 (제15기)	
		매출액	비율	매출액	비율	매출액	비율
연예 매니지먼트	매니지먼트 서비스 매출	9,337	56.29	34,367	74.61	-	-
콘텐츠 제작/배급	콘텐츠 제작 및 배급수익	2,993	18.04	2,006	4.36	10,099	50.64
애드테크 플랫폼	DSP/DMP 서비스 및 데이터 판매	4,123	24.86	9,212	20.00	9,844	49.36
기 타	기타 매출	134	0.81	476	1.03	-	-
합계		16,587	100.00	46,061	100.00	19,943	100.00

연예 매니지먼트 사업의 주요 제품 및 서비스는 아티스트 활동과 관련된 매니지먼트 서비스 및 콘텐츠로 구성됩니다. 이는 아티스트의 활동 지원, 홍보 및 마케팅, 일정 관리, 계약 관리, 재산권 관리 등을 포함하며, 이를 통해 아티스트의 가치를 제고하고

수익 창출을 도모하고 있습니다. 다만 아티스트별로 개별 계약이 체결되므로 일률적인 공급 단가를 산출하기는 어렵습니다.

콘텐츠 제작 및 배급 사업의 주요 제품은 영화관에서 상영되는 영화 콘텐츠와 방송사 및 OTT 플랫폼 등을 통해 제공되는 영상 콘텐츠입니다. 영화 콘텐츠는 극장 상영을 통한 배급 매출과 판권 판매 등을 통해 매출이 발생하며, 영상 콘텐츠는 방송사 및 플랫폼사를 통한 제작 매출, PPL, 판권 유통 등을 통해 매출이 발생합니다. 다만 각 콘텐츠별로 개별 계약이 체결되므로 일률적인 공급 단가는 산출하기 어렵습니다.

당사는 애드테크(Ad-Tech) 서비스를 제공하는 플랫폼인 타겟팅게이츠(TargetingGates™)를 운영하고 있습니다. 타겟팅게이츠는 기업이 보유한 마케팅·광고 콘텐츠, 서비스 상품 및 제품 정보를 광고 네트워크를 통해 특정 타겟 사용자에게 전달할 수 있도록 지원하는 디지털 광고 플랫폼입니다. 이를 통해 기업은 웹 및 모바일 환경에서 광고 효율과 마케팅 성과를 제고할 수 있습니다.

나. 주요 제품 및 서비스의 가격변동추이

연예 매니지먼트 사업의 주요 수익원은 소속 아티스트의 활동을 통해 발생하는 용역 및 로열티 수익입니다. 해당 수익은 아티스트의 인지도, 시장 상황, 계약 조건 등에 따라 변동되는 특성을 보입니다. 당사는 전속 아티스트의 활동 지원, 스케줄 관리, 홍보 및 계약 대행 등 매니지먼트 서비스를 제공하고 있으며, 통상적으로 아티스트 수익의 일정 비율을 수수료 형태로 수취하거나 별도의 용역 계약을 통해 수익이 발생합니다. 아티스트의 인지도, 활동 성과 및 경력 단계 등에 따라 계약 조건이 상이하므로 가격 변동 추이를 일률적으로 산정하기는 어렵습니다.

영상 콘텐츠 제작 및 배급 사업의 경우 영화, 드라마, 예능 등 콘텐츠 유형과 제작 규모, 참여 인력(작가, 배우 등), 장르 및 제작 방식 등에 따라 제작비 및 수익 구조가 상이합니다. 또한 방송사 및 OTT 플랫폼과의 계약 조건, 2차 판권 판매 방식 등에 따라 가격 변동 폭이 크게 달라지므로 표준 가격 또는 가격 변동 추이를 산정하기는 어렵습니다.

당사의 애드테크(Ad-Tech) 플랫폼 사업부문의 가격은 일반적인 제조업과 달리 광고

성과 및 시장 경쟁 상황에 따라 변동됩니다. 광고주는 마케팅 목적에 맞게 CPC(Cost Per Click, 클릭당 비용) 단가를 설정하며, 시장 경쟁 상황 및 광고 수요에 따라 단가가 변동하는 구조입니다. 최근 광고 시장의 경쟁 심화와 광고 예산 축소 등의 영향으로 CPC 단가는 전반적으로 하락하는 추세를 보이고 있습니다.

3. 원재료 및 생산설비

가. 주요 원재료에 관한 사항

당사가 영위하고 있는 연예 매니지먼트 사업, 콘텐츠 제작 및 배급 사업, 애드테크(Ad-Tech) 플랫폼 사업은 원재료 및 생산설비를 기반으로 하는 제조업과 달리 인적자원과 콘텐츠 기획·개발 역량을 중심으로 영위되는 사업으로, 별도의 주요 원재료는 해당되지 않습니다.

나. 생산 및 설비에 관한 사항

연예 매니지먼트 사업은 일반적인 제조업과 달리 원재료 및 생산설비를 기반으로 하는 사업이 아니며, 아티스트와 관련 인적자원을 중심으로 사업이 이루어지는 특성을 가지고 있습니다. 따라서 별도의 원재료 및 생산설비에 관한 사항은 해당되지 않습니다.

콘텐츠 제작 및 배급 사업의 경우 콘텐츠 제작에 투입되는 인적·물적 자원 및 지식재산권(IP) 등이 주요 투입 요소에 해당합니다. 다만 촬영 장비, 편집 장비 등 제작에 필요한 설비는 별도로 보유하지 않고 프로젝트 진행에 따라 임차하여 활용하고 있습니다. 또한 콘텐츠의 제작 규모, 장르, 참여 인력 및 계약 조건 등에 따라 제작비 및 투입 자원이 상이하여 원재료 및 생산설비를 일률적으로 산정하거나 가격을 표시하는 것은 적합하지 않아 별도로 기재하지 아니하였습니다.

애드테크(Ad-Tech) 플랫폼 사업 또한 데이터 분석 및 플랫폼 운영을 중심으로 한 서비스 사업으로, 별도의 원재료 및 생산설비를 기반으로 하는 사업이 아니므로 관련 사항은 해당되지 않습니다.

4. 매출 및 수주상황

가. 사업부별 매출실적

(단위: 백만원) / 별도기준

사업구분	매출유형	품목	2026년 (제17기 반기)	2025년 (제16기)	2024년 (제15기)
			금액	금액	금액
연예 매니지먼트	매니지먼트 서비스 매출	내수	8,615	22,458	-
		수출	722	11,910	-
		합계	9,337	34,367	-
콘텐츠 제작/배급	콘텐츠 제작 및 배급수익	내수	2,993	1,909	10,099
		수출	-	97	-
		합계	2,993	2,006	10,099
애드테크(Ad-Tech) 플랫폼	DSP/DMP 서비스 및 데이터 판매	내수	3,264	8,141	9,802
		수출	859	1,071	42
		합계	4,123	9,212	9,844
기 타	기타 매출	내수	134	476	-
		수출	-	-	-
		합계	134	476	-
합계		내수	15,006	32,984	19,901
		수출	1,581	13,078	42
		합계	16,587	46,061	19,943

나. 판매경로 및 판매방법

(1) 연예 매니지먼트 사업

① 판매조직

당사의 연예 매니지먼트 사업은 현재 엔터테인먼트 사업부문에서 담당하고 있습니다. 주요 업무는 아티스트 발굴 및 육성, 전속 계약 관리, 작품 출연 및 광고 활동 관리, 스케줄 관리, 홍보 및 마케팅 지원 등으로 구성되어 있으며, 아티스트의 활동 및 경력 관리를 종합적으로 수행하고 있습니다.

② 판매경로

연예 매니지먼트 사업은 방송사, 콘텐츠 제작사, 광고주 및 디지털 플랫폼 등 다양한 채널을 통해 수익이 창출됩니다.

우선 방송사 및 제작사와의 협력을 통해 드라마, 예능 프로그램 및 영화 출연 계약을 체결하며, OTT 플랫폼 및 디지털 콘텐츠 플랫폼을 통해 콘텐츠 출연 기회를 확대하고 있습니다. 또한 광고 모델 계약, 브랜드 협업, 기업 행사 참여 등을 통해 부가 수익을 창출하고 있습니다.

이와 함께 글로벌 콘텐츠 시장 확대에 따라 해외 제작사 및 유통사와의 협력을 통한 해외 활동 기회도 확대하고 있으며, 팬미팅, IP 기반 굿즈 및 라이선싱 사업 등 다양한 부가 사업을 병행하고 있습니다.

③ 판매전략

당사는 연예 매니지먼트 사업 경쟁력 강화를 위해 다음과 같은 전략을 추진하고 있습니다.

첫째, 콘텐츠 제작 및 매니지먼트 사업 간 연계를 통해 아티스트 활동 기회를 확대하고 콘텐츠 IP와 아티스트 IP 간 시너지를 강화하고 있습니다.

둘째, 체계적인 신인 발굴 및 교육 시스템을 통해 유망 아티스트를 선발·육성하고 있으며, 아티스트의 장기적인 성장 기반을 마련하고 있습니다.

셋째, 광고, 콘텐츠 출연, 해외 활동 및 IP 활용 사업 등을 통해 수익원을 다각화하고 글로벌 콘텐츠 시장 확대에 대응하고 있습니다.

(2) 콘텐츠 제작/배급 사업

① 판매조직

당사의 콘텐츠 제작 및 배급 사업은 현재 콘텐츠 제작사업부에서 담당하고 있습니다. 주요 업무는 국내외 방송사 및 OTT 플랫폼 대상 콘텐츠 판매, 영화 제작 투자 및 배급 계약, 극장 상영 계약 체결, 콘텐츠 마케팅 및 홍보 등으로 구성되어 있습니다.

② 판매경로

드라마 콘텐츠의 경우 국내외 플랫폼 및 콘텐츠 판매 대행사를 통한 유통을 중심으로 판매가 이루어지고 있습니다. 이를 통해 당사는 콘텐츠 제작에 집중하면서 다양한 콘

텐츠 IP를 확보하고 유통 네트워크를 활용한 판매를 진행하고 있습니다.

영화 콘텐츠의 경우 영화 제작사와의 계약을 통해 배급 권한을 확보한 후 마케팅 및 홍보 활동을 수행하고, 극장 사업자와 배급 계약을 체결하여 상영이 이루어집니다. 이후 관객 수에 따른 부금 정산을 통해 제작사, 배급사 및 극장 간 수익이 배분되는 구조를 가지고 있습니다.

③ 판매전략

당사는 콘텐츠 제작 및 배급 사업의 경쟁력 강화를 위해 국내외 방송사 및 OTT 플랫폼과의 협력을 통한 유통 채널 확보와 데이터 기반 마케팅 전략을 추진하고 있습니다.

또한 영화 배급 사업에서는 관객층 분석을 기반으로 한 마케팅 전략과 주요 극장 체인과의 협력을 통해 배급 효율을 제고하고 있으며, 해외 판권 판매 및 부가 판권 사업 등을 통해 수익 구조 다변화를 추진하고 있습니다.

(3) IP 기반 브랜드/커머스 사업

① 판매조직

당사의 IP 기반 브랜드/커머스 사업은 IP사업실에서 담당하고 있으며, 콘텐츠 IP 및 아티스트 브랜드를 활용한 상품 기획, 브랜드 협업, 판매 채널 운영 및 사업 파트너십 관리 등의 업무를 수행하고 있습니다.

② 판매경로

당사의 IP 기반 브랜드/커머스 사업은 콘텐츠 IP 및 아티스트 브랜드를 활용한 상품을 온·오프라인 유통 채널을 통해 판매하는 구조로 운영될 예정입니다. 주요 판매경로는 자사 온라인 스토어 등 자체 플랫폼을 통한 직접 판매, 주요 이커머스 플랫폼 및 온라인 유통 채널을 통한 판매, 브랜드 기업과의 협업을 통한 공동 상품 개발 및 판매, 콘텐츠 및 아티스트 IP를 활용한 굿즈 및 라이선싱 상품 판매, 그리고 팝업스토어·팬미팅·이벤트 등 오프라인 채널을 통한 판매 등이 있습니다. 현재 관련 사업 모델을 준비 중이며 향후 단계적으로 사업을 추진할 계획입니다.

③ 판매전략

당사는 콘텐츠 IP 및 아티스트 브랜드를 기반으로 한 브랜드 커머스 사업을 통해 차별화된 상품 기획과 브랜드 협업을 추진하고 있습니다. 콘텐츠 및 아티스트의 인지도와 팬덤을 활용하여 굿즈, 화장품, 라이프스타일 제품 등 다양한 상품을 기획하고, 브랜드 기업과의 협업을 통해 공동 상품 개발 및 마케팅을 진행할 예정입니다.

또한 온라인 이커머스 플랫폼과의 협력을 통해 판매 채널을 확대하고, 콘텐츠 및 아티스트 활동과 연계한 마케팅을 통해 소비자 접점을 강화할 계획입니다. 향후 콘텐츠 IP와 커머스 사업 간의 연계를 확대하여 상품 경쟁력을 높이고, 온·오프라인 유통 채널을 활용한 판매 확대를 통해 안정적인 수익 기반을 구축해 나갈 예정입니다.

다. 수익 인식

(1) 연예 매니지먼트 사업

당사는 소속 아티스트의 영화, 드라마, 광고, 행사 및 방송 출연 등 활동과 관련하여 매니지먼트 용역을 제공하고 있으며, 관련 계약에 따른 수행의무의 이행 형태에 따라 수익을 인식하고 있습니다.

용역이 특정 시점에 이행되는 경우에는 해당 시점에 수익을 인식하며, 용역이 기간에 걸쳐 이행되는 경우에는 진행률을 기준으로 기간에 걸쳐 수익을 인식합니다. 또한 광고 모델 계약, 행사 출연 및 기타 매니지먼트 관련 용역에 따른 수익은 관련 수행의무가 충족되는 시점에 인식하고 있습니다.

(2) 콘텐츠 제작/배급 사업

당사는 영화 및 드라마 등 콘텐츠의 제작, 투자 및 판권 취득을 통해 배급 및 유통 사업을 수행하고 있으며, 이에 따라 발생하는 수익은 각 계약에 따른 수행의무의 이행 형태에 따라 인식하고 있습니다.

영화 배급수익은 영화 개봉 후 극장 상영에 따른 부금 정산이 확정되는 시점에 인식하며, P&A(Promotion & Advertising) 관련 용역수익은 해당 용역이 제공되는 시점에 인식합니다. 콘텐츠 제작수익은 제작 계약 조건에 따라 진행률을 기준으로 기간에 걸쳐 인식하는 경우가 일반적이며, 판권수익은 판권 사용권이 이전되는 시점에 수익으로 인식합니다.

(3) 애드테크(Ad-Tech) 플랫폼 사업

당사는 고객과의 광고대행계약 또는 광고서비스 이용계약에 따라 광고 집행 및 플랫폼 서비스를 제공하고 있으며, 이에 따른 수행의무가 이행되는 시점에 수익을 인식하고 있습니다.

광고주는 광고 집행을 위해 광고비를 충전하거나 광고대행계약을 체결하며, 당사는 플랫폼을 통해 광고가 실제로 노출되거나 클릭이 발생하는 등 광고서비스가 제공되는 시점에 수행의무가 이행된 것으로 보아 수익을 인식합니다. 광고 수익은 CPC(Cost Per Click), CPM(Cost Per Mille) 등 계약 조건에 따라 측정됩니다.

또한 당사는 애드테크 플랫폼에 대한 라이선스 판매를 통해 수익을 창출할 수 있으며, 해당 수익은 고객에게 플랫폼 사용권이 부여되고 관련 수행의무가 충족되는 시점 또는 계약 조건에 따라 사용기간에 걸쳐 수익으로 인식합니다.

라. 수주상황

보고서제출일 현재 해당사항이 없습니다.

2. 주주총회 목적사항별 기재사항

☐ 영업의 전부 또는 중요한 일부의 양도이거나 다른회사의 영업전부 또는 중요한 일부의 양수

가. 영업양수도 상대방의 주소, 성명(상호) 및 대표자

성명(상호)	대표자	주 소	비고
주식회사 레인보우8	고광웅	서울특별시 강남구 대치동	-

나. 영업양수도의 경위 및 그 계약의 주요내용

1. 양도영업	주식회사 아티스트컴퍼니 플랫폼 사업 관련 일체
2. 양도영업 주요내용	주식회사 아티스트컴퍼니 플랫폼 사업부문에서 영위하는 사업 일체

3. 양도가액(원)		5,000,000,000		
- 재무내용(원)		양도대상 영업부문(A)	당사전체 (B)	비중(%) (A/B)
	자산액	2,127,693,235	71,642,914,566	2.97
	매출액	9,800,830,815	46,650,140,282	21.01
4. 양도목적		사업포트폴리오 재편을 통한 중장기 성장기반 강화 및 핵심사업 경쟁력 제고		
5. 양도영향		양도에 따라 자산·매출 구조에 변동이 예상되며, 재무구조 개선 및 사업 효율화가 기대됨		
6. 양도예정일자	계약체결일	2026년 07월 22일		
	양도기준일	2026년 09월 16일		
7. 거래상대방	회사명(성명)	주식회사 레인보우8		
	자본금(원)	218,485,500		
	주요사업	온라인 광고시스템 개발 및 광고플랫폼 운영		
	본점소재지(주소)	서울특별시 강남구 대치동		
	회사와의 관계	-		
8. 양도대금지급		거래 종결일(2026년 09월 16일, 수요일)에 일시 현금 수령(지급) 예정임		
9. 외부평가에 관한 사항	외부평가 여부	예		
	- 근거 및 사유	「자본시장과 금융투자업에 관한 법률」 제165조의4 제1항 제2호 및 제2항 및 동법 시행령 제176조의6 제4항에 의한 적정성 평가		
	외부평가기관의 명칭	동성회계법인		
	외부평가 기간	2026년 06월 01일 ~ 2026년 07월 22일		
	외부평가 의견	본 평가인은 귀사가 양도대상 사업부를 양도함에 따라 작성되는 주요사항보고서 의 작성 및 첨부서류로 사용하기 위한 목적으로 양도가액의 적정성에 대해 평가하 였습니다. 본 평가를 실시함에 있어 본 평가인은 수익가치 평가방법 중 DCF법을 이용하였습니다. 본 평가인은 귀사가 제시한 재무자료, 미래의 투자 및 영업계획, 각종 통계자료 및 관련업계의 시장분석자료 등을 활용하였습니다.		
		본 평가인의 분석 결과, 평가기준일 현재 양도대상 사업부의 가치는 3,616백만원 에서 4,268백만원의 범위로 산출됩니다. 이에 따라 귀사와 양수인 간에 합의된 양 도대상 사업부의 실제 양수도 예정가액인 4,000백만원은 중요성의 관점에서 부적 정하다고 판단할 만한 근거가 발견되지 아니하였습니다.		
10. 주주총회 특별결의 여부		예		
- 주주총회 예정일자		2026년 09월 02일		
	행사요건	상법 제374조의2 및 자본시장과 금융투자업에 관한 법률 제165조의5에 의거, 주 주확정기준일 현재 주주명부에 등재된 주주가 영업양도에 관한 이사회 결의에 반 대하여 주주총회 결의일 전일까지 당사에 대하여 서면으로 그 결의에 반대하는 의사를 통지한 경우에는 주주총회 결의일로부터 20일 이내 당해 법인에 주식의 종 류와 수를 기재한 서면을 제출하여 소유 주식 전부 또는 일부에 대한 매수를 청구 할 수 있습니다.		
		다만, 자본시장과 금융투자업에 관한 법률 제165조의5 제1항 및 동법 시행령 제17		

- 주식매수청구권에 관한 사항		6조의7 제2항에 따라 주식매수청구권은 본 영업양도에 대한 이사회 결의 사실이 공시되기 이전에 주식을 취득하였음을 증명할 수 있거나, 이사회 결의 사실이 공시된 날의 다음 영업일까지 해당 주식에 관한 매매계약의 체결, 해당 주식의 소비 대차계약의 해지 또는 그 밖에 해당 주식에 관한 법률행위가 있었던 경우 이를 증명할 수 있고, 주식매수청구권 행사일까지 해당 주식을 계속 보유한 경우에 한하여 부여되고, 동 기간 내에 매각 후 재취득한 주식에 대해서는 매수청구권이 상실되며, 또한 주식매수청구권을 행사한 이후에는 회사의 승낙이 없는 한 주식매수청구를 취소하거나 철회할 수 없습니다. 또한 사전에 서면으로 영업양도의 이사회 결의에 반대하는 의사를 통지한 주주가 주주총회에서 영업양도에 찬성한 경우에는 주식매수청구권을 행사할 수 없습니다. 당사는 코스닥시장 상장법인이므로 적법한 주식매수청구에 대하여 주식매수청구기간이 종료하는 날부터 1개월 이내에 해당 주식을 매수하여야 합니다.
	매수에정가격	2,634
	행사절차, 방법, 기간, 장소	(1) 반대의사의 통지방법 상법 제374조의2 및 자본시장과 금융투자업에 관한 법률 제165조의5에 의거, 주주명부 확정 기준일 현재 당사 주주명부에 등재된 주주(단, 통지일까지 주식을 계속 보유한 경우에 한함)로서 주식매수청구권을 행사하고자 하는 주주는 주주총회 전까지 회사에 대하여 서면으로 영업양도에 관한 이사회결의에 반대하는 의사를 통지하여야 합니다. 단, 주권을 증권회사(금융투자업자)에 위탁하고 있는 실질주주의 경우에는 당해 증권회사에 주주총회일 3영업일 전일까지 통지하여야 하고, 증권회사에서는 실질주주의 반대의사 표시를 취합하여 주주총회일 2영업일 전까지 예탁기관인 한국예탁결제원에 통보하여야 합니다. 한국예탁결제원은 주주총회일 전에 실질주주를 대신하여 회사에 반대 의사를 통지하여야 합니다. 단, 증권회사 등 계좌관리기관별로 반대의사 통지 마감기한이 상이할 수 있으니, 반대의사 통지를 하고자 하는 주주의 경우 자신의 계좌가 개설된 계좌관리기관의 통지 마감기한을 사전에 확인하시기 바랍니다. (2) 주식매수청구권 행사방법 상법 제374조의2 및 자본시장과 금융투자업에 관한 법률 제165조의5에 의거, 영업양도에 관한 이사회의 결의에 반대하는 주주는 주주총회 전에 회사에 대하여 서면으로 그 결의에 반대하는 의사를 통지한 경우 그 총회의 결의일로부터 20일 이내에 주식의 종류와 수를 기재한 서면으로 회사에 대하여 자기가 소유하고 있는 주식의 일부 또는 전부(주주명부 확정 기준일부터 주식매수청구권 행사일까지 계속 보유한 주식에 한함)를 매수 청구할 수 있습니다. 단, 주권을 증권회사(금융투자업자)에 위탁하고 있는 실질주주의 경우에는 해당 증권회사에 위탁 보유하고 있는 주식수에 대하여 주식매수청구권 행사신청서를 작성하여 주식매수청구기간 종료일의 2영업일 전까지 당해 증권회사에 제출함으로써 회사에 대하여 자기가 소유하고 있는 주식의 매수를 청구할 수 있고 이 경우 예탁기관인 한국예탁결제원에서 이를 대신 신청합니다. 단, 증권회사 등 계좌관리기관별로 접수 마감기한이 상이할 수 있으니, 주식매수청구권을 행사하고자 하는 주주의 경우 자신의 계좌가 개설된 계좌관리기관의 접수 마감기한을 사전에 확인하시기 바랍니다. 직접 회사에 대해 주식매수청구권을 행사하고자 하는 경우, 주주는 주식매수청구권행사 종료일 업무시간까지 서면으로 회사에 통지할 수 있습니다. (3) 매수청구 기간 - 영업양도 반대의사표시 접수기간: 2026년 08월 18일 ~ 2026년 09월 01일

		- 주식매수청구권 행사기간: 2026년 09월 02일 ~ 2026년 09월 22일 (4) 접수 장소 서울시 강남구 도산대로 430, 4층 (청담동) 공시관리팀 ※ 단, 실질주주는 당해 증권회사 등 계좌관리기관에 접수
	지급예정시기, 지급방법	(1) 주식매수대금의 지급예정시기: 주식매수청구기간 종료일로부터 1개월 이내에 지급할 예정입니다. (2) 주식매수대금의 지급방법 ① 명부주주: 주주의 신고계좌로 이체 ② 실질주주: 해당 거래 증권회사 본인계좌로 이체
	주식매수청구권 제한 관련 내용	(1) 본건 영업양도 계약 체결 승인을 위한 주주총회에서 영업양도에 대한 승인이 부결되면 주식매수청구권도 소멸되며, 영업양도계약도 효력이 발생하지 않게 됩니다. (2) 주식매수청구권이 부여된 주주가 주식매수청구권 행사이전에 해당 주식을 매각하는 경우 주식매수청구권이 상실되며 해당 주식을 재취득하더라도 주식매수청구권은 부여되지 않습니다. (3) 주식매수청구권을 행사한 이후에는 이를 취소할 수 없으며, 사전에 서면으로 영업양도의 이사회 결의에 반대하는 의사를 통지한 주주가 주주총회에서 영업양도에 찬성한 경우에는 주식매수청구권을 행사할 수 없습니다.
	계약에 미치는 효력	주식매수청구권 행사 가격 총액이 금 삼십억원(W3,000,000,000)을 초과하는 경우, 당사는 양수인에게 서면으로 통지함으로써 본 영업양도 거래를 해제할 수 있습니다. 다만, 당사는 경영환경 등 제반 사항을 고려하여 이사회 결의를 통해 본건 거래를 계속 진행하기로 결정할 수 있습니다.
11. 이사회결의일(결정일)		2026년 07월 22일
- 사외이사참석여부	참석(명)	1
	불참(명)	0
- 감사(사외이사가 아닌 감사위원) 참석여부		참석
12. 공정거래위원회 신고대상 여부		미해당
13. 풋옵션 등 계약 체결여부		아니오
- 계약내용		해당사항 없음

14. 향후 회사구조개편에 관한 계획

본 보고서 제출일 현재 추진 중이거나 영업양도 완료 후 계획 중인 회사의 구조 개편에 관하여 확정된 사항은 없습니다.

15. 기타 투자판단과 관련한 중요사항

(1) 양도가액

상기 양도가액의 적정성에 관하여는 외부평가기관의 평가를 받았습니다. 평가에 대한 구체적인 내용은 첨부된 '외부평가기관의 평가의견서'를 참조 바랍니다.

상기 양도가액은 50억원으로 설정되었으나, 영업 양수도계약에 따라 거래종결시점의 순자산의 변동 등을 반영하여 조정될 수 있습니다.

(2) 재무내용

상기 3항의 양도가액 재무내용은 연결재무제표를 기준으로 자산액은 최근 사업연도 말(2025년 12월 31일) 기준입니다.

또한, 상기 7항의 거래상대방의 자본금(원)은 2025년 12월 31일 기준금액입니다.

(3) 양도일정

- 1) 상기 6항의 계약체결일은 이사회 결의일과 같습니다.
- 2) 상기 6항의 양도기준일은 공시시점 현재의 거래 종결 예상일이며, 실제 거래종결일은 법리검토 완료 후 출자전환이 이루어지는 시점 또는 양사가 합의한 날 이루어지고, 관계법령, 관계기관과의 협의 및 승인 등에 의해 변경될 수 있습니다.
- 3) 상기 6항의 양도기준일이 확정되면 재공시 예정입니다.

(4) 주식매수청구권 행사에 따른 주식매수예정가격

① 협의를 위한 회사의 제시가격

상법 제374조의2 및 자본시장과 금융투자업에 관한 법률 제165조의5에 따라 청구되는 주식의 매수가격은 자본시장과 금융투자업에 관한 법률 시행령 제176조의7 제3항의 규정에 따라 영업양도 관련 이사회결의일 전일부터 과거 2월간(같은 기간 중 배당락 또는 권리락으로 인하여 매매기준가격의 조정이 있는 경우로서 배당락 또는 권리락이 있는 날부터 이사회 결의일 전일까지의 기간이 7일 이상인 경우에는 그 기간), 1월간(같은 기간 중 배당락 또는 권리락으로 인하여 매매기준가격의 조정이 있는 경우로서 배당락 또는 권리락이 있는 날부터 이사회 결의일 전일까지의 기간이 7일 이상인 경우에는 그 기간), 1주간의 기간 동안의 최종 시세가격을 거래량을 가중치로 한 가중산술평균가격을 다시 산술평균하여 계산된 가격으로 합니다.

(기준일 : 2026년 07월 21일)

구 분	금액(원)	산정기간
-----	-------	------

① 최근 2개월 거래량 가중산술평균종가	3,319	2026.05.22 ~ 2026.07.21.
② 최근 1개월 거래량 가중산술평균종가	2,466	2026.06.22 ~ 2026.07.21.
③ 최근 1주일 거래량 가중산술평균종가	2,118	2026.07.15 ~ 2026.07.21.
기준매수가격[(① + ② + ③)/3]	2,634	-

(단위 : 원, 주)

일자	종가	거래량	거래대금 (종가 x 거래량)
2026/07/21	2,100	22,496	47,241,600
2026/07/20	2,015	31,870	64,218,050
2026/07/16	2,155	69,606	150,000,930
2026/07/15	2,135	66,412	141,789,620
2026/07/14	2,090	91,139	190,480,510
2026/07/13	2,125	28,363	60,271,375
2026/07/10	2,315	22,972	53,180,180
2026/07/09	2,220	32,398	71,923,560
2026/07/08	2,210	77,869	172,090,490
2026/07/07	2,420	48,471	117,299,820
2026/07/06	2,420	30,715	74,330,300
2026/07/03	2,440	99,623	243,080,120
2026/07/02	2,395	92,818	222,299,110
2026/07/01	2,515	62,191	156,410,365
2026/06/30	2,450	40,365	98,894,250
2026/06/29	2,550	74,465	189,885,750
2026/06/26	2,375	62,244	147,829,500
2026/06/25	2,560	219,181	561,103,360
2026/06/24	2,750	99,422	273,410,500
2026/06/23	2,940	159,721	469,579,740
2026/06/22	3,155	40,360	127,335,800
2026/06/19	3,210	45,686	146,652,060
2026/06/18	3,395	90,701	307,929,895
2026/06/17	3,535	57,734	204,089,690

2026/06/16	3,300	29,859	98,534,700
2026/06/15	3,320	45,019	149,463,080
2026/06/12	3,320	48,699	161,680,680
2026/06/11	3,110	27,980	87,017,800
2026/06/10	3,195	105,703	337,721,085
2026/06/09	3,195	63,175	201,844,125
2026/06/08	3,095	180,964	560,083,580
2026/06/05	3,200	249,960	799,872,000
2026/06/04	3,630	451,746	1,639,837,980
2026/06/02	4,225	209,356	884,529,100
2026/06/01	4,070	205,293	835,542,510
2026/05/29	4,115	244,955	1,007,989,825
2026/05/28	3,965	162,598	644,701,070
2026/05/27	3,970	152,017	603,507,490
2026/05/26	4,230	305,076	1,290,471,480
2026/05/22	4,325	179,424	776,008,800

② 협의가 성립되지 아니할 경우 처리방법

자본시장과 금융투자업에 관한 법률 제165조의5 규정에 따라 협의가 이루어지지 아니하는 경우의 매수가격은 이사회 결의일 이전에 증권시장에서 거래된 해당 주식의 거래가격을 기준으로 하여 동법 시행령 제176조의7 에서 정하는 방법에 따라 산정된 금액으로 하며, 매수를 청구한 주주가 그 매수가격에 반대하는 경우에는 법원에 대하여 매수가격의 결정을 청구할 수 있습니다.

(5)기타

1) 상기 영업양도 일정 등 주요조건은 공시시점 현재의 예상 일정이며, 관계법령, 관계기관과의 협의 및 승인 등에 따라 변경될 수 있습니다.

다. 영업양수도 상대방과의 사이에 가지고 있거나 있었던 이해관계의 요지

- 해당사항 없음

※ 기타 참고사항

영업양도에 대한 상세내용은 금융감독원 전자공시시스템(<http://dart.fss.or.kr>)을 참고하시기 바랍니다.

IV. 사업보고서 및 감사보고서 첨부

가. 제출 개요

제출(예정)일	사업보고서 등 통지 등 방식
-	-

- 이번 주주총회는 임시주주총회로 해당사항 없습니다.

나. 사업보고서 및 감사보고서 첨부

- 이번 주주총회는 임시주주총회로 사업보고서 및 감사보고서 첨부사항은 없습니다.
- 최근 사업연도인 제16기(2025년도) 사업보고서 및 감사보고서는 금융감독원 전자공시시스템(<http://dart.fss.or.kr>)을 참고하시기 바랍니다.

※ 참고사항

☐ 해당사항이 없습니다.