

주주총회소집공고

2026년 03월 12일

회 사 명 : 주식회사 아티스트컴퍼니
대 표 이 사 : 황 경 주
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) 박선희
(전 화) 02-2038-3266

주주총회 소집공고

(제16기 정기)

주주 여러분의 건승과택내의 평안을 기원합니다.

당사는 상법 제363조와 당사 정관 제22조 등에 의거하여 제16기 정기주주총회를 다음과 같이 개최하고자 안내하오니 참석하여 주시기 바랍니다.(상법 제54조의 4 및 정관 제24조 제2항에 의거하여 발행주식총수의 1% 이하 소유주주에 대하여는 본 공고로 소집통지를 갈음하오니 양지하여 주시기 바랍니다.)

- 아 래 -

1. 일 시 : 2026년 03월 27일 (금) 오전 8시

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

3. 회의목적사항

가. 보고 사항

- 감사보고
- 영업보고
- 내부회계관리제도 운영실태보고
- 감사인 선임보고

나. 부의 안건

- 제1호 의안 : 제16기(2025.1.1 ~ 2025.12.31) 연결 및 별도 재무제표 승인의 건
- 제2호 의안 : 정관 일부 변경 승인의 건
- 제3호 의안 : 이사 보수한도 승인의 건
- 제4호 의안 : 감사 보수한도 승인의 건

4. 경영참고사항 비치

상법 제542조의4에 의한 경영참고사항은 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 당사의 주주총회에는 한국예탁결제원이 주주님의 의결권을 행사할 수 없습니다. 따라서 주주님께서서는 주주총회에 참석하여 의결권을 직접적으로 행사하시거나, 대리인에 위임하여 의결권을 간접적으로 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

- 참석주주님을 위한 주주총회기념품은 지급하지 아니하오니 양지하여 주시기 바랍니다.

I. 사외이사 등의 활동내역과 보수에 관한 사항

1. 사외이사 등의 활동내역

가. 이사회 출석률 및 이사회 의안에 대한 찬반여부

회차	개최일자	의안내용	사외이사 등의 성명
			조면식 (출석률 94%)
			찬반여부
1	2025.01.02	제1호 의안 : 주식매수청구권 행사내역 보고 및 주식매수청구대금 지급 승인의 건	찬성
		제2호 의안 : 합작법인(Joint Venture) 설립의 건	찬성
2	2025.01.20	제1호 의안 : 합병경과보고 및 공고의 건	찬성
3	2025.01.22	제1호 의안 : 부동산 임대차 계약 체결의 건	찬성
4	2025.02.07	제1호 의안 : 자회사에 대한 자금 대여의 건	찬성
		제2호 의안 : 신주인수권부사채 양수도의 건	찬성
5	2025.02.14	제1호 의안 : 합병에 따른 임대차 계약 승계의 건	찬성
6	2025.02.21	제1호 의안 : 내부회계관리제도 운영실태 보고 및 승인의 건	찬성
		제3호 의안 : 제15기(2024.01.01 ~ 2024.12.31) 연결 및 별도 재무제표 승인의 건	찬성
7	2025.02.25	제1호 의안 : 투자조합 출자를 위한 LOC 체결의 건	찬성
8	2025.03.13	제1호 의안 : 제15기 정기주주총회 소집의 건	찬성
9	2025.03.17	제1호 의안 : 부동산 임대차 계약 체결의 건	찬성
10	2025.03.19	제1호 의안 : 제4회 무기명식 무이권부 무보증 사모 교환사채 발행의 건	찬성
11	2025.05.09	제1호 의안 : 프로그램 공동제작계약 체결의 건	찬성
12	2025.07.10	제1호 의안 : 이해관계자 거래(사건 위임 계약)	-
13	2025.08.27	제1호 의안 : 투자 목적 법인 설립 건	찬성
14	2025.09.15	제1호 의안 : 부동산 임대차 계약 체결의 건	찬성
15	2025.09.25	제1호 의안 : 데이터 라이선스 재계약 승인의 건	찬성
16	2025.10.28	제1호 의안 : 제1회 사모 무보증 비분리형 신주인수권부사채 만기전 사채취득의 건	찬성

나. 이사회내 위원회에서의 사외이사 등의 활동내역

위원회명	구성원	활동내역		
		개최일자	의안내용	가결여부
-	-	-	-	-

2. 사외이사 등의 보수현황

(단위 : 백만원)

구분	인원수	주총승인금액	지급총액	1인당 평균 지급액	비고
사외이사	1	3,000	36	36	-

※ 주총승인금액은 사내이사 3인을 포함한 등기이사 총 4인의 보수한도 총액입니다.

II. 최대주주등과의 거래내역에 관한 사항

1. 단일 거래규모가 일정규모이상인 거래

(단위 : 천원)

거래종류	거래상대방 (회사와의 관계)	거래기간	거래금액	비율(%)
매입 등	버던트힐스 (최대주주의특수관계인)	2025.01.01~2025.12.31	20,913,489	39.42%
매입 등	마치 (최대주주의특수관계인)	2025.01.01~2025.12.31	3,145,679	5.93%
매입 등	청담동 3-7 (최대주주의특수관계인)	2025.01.01~2025.12.31	2,248,000	4.24%
매입 등	(주)티지360테크놀로지스 (종속회사)	2025.01.01~2025.12.31	1,965,984	3.71%

(주1) 상기 비율은 2024년도 별도 재무제표상의 자산총액 대비 거래금액 비율입니다.

2. 해당 사업연도중에 특정인과 해당 거래를 포함한 거래총액이 일정규모이상인 거래

(단위 : 천원)

거래상대방 (회사와의 관계)	거래종류	거래기간	거래금액	비율(%)
버던트힐스 (최대주주의특수관계인)	매입 등	2025.01.01~2025.12.31	20,913,489	39.42%
마치 (최대주주의특수관계인)	매입 등	2025.01.01~2025.12.31	3,145,679	5.93%

(주1) 상기 비율은 2024년도 별도 재무제표상의 자산총액 대비 거래금액 비율입니다.

III. 경영참고사항

1. 사업의 개요

가. 업계의 현황

[연예 매니지먼트 사업]

(1) 산업의 특성

연예 매니지먼트는 아티스트의 경력을 체계적으로 관리하고 발전시키는 데 중점을 둔 산업입니다. 회사는 아티스트의 경력 개발, 이미지 관리, 계약 협상, 그리고 작품 출연 기회를 확보하는 등 다양한 역할을 수행합니다. 연예 매니지먼트는 단순히 아티스트의 스케줄을 관리하는 것을 넘어, 장기적인 성공을 위한 전략적 계획을 수립하고 실행하는 데 초점을 맞춥니다. 회사는 배우의 경력 전반을 아우르는 포괄적인 지원을 제공하며, 배우가 자신의 잠재력을 최대한 발휘할 수 있도록 돕습니다. 예를 들어, 아티스트가 특정 장르에서 두각을 나타낼 수 있도록 작품 선택을 조언하거나, 이미지와 브랜드 가치를 높이기 위한 마케팅 전략을 수립합니다. 또한, 아티스트가 작품에 출연하는 동안 발생할 수 있는 문제를 해결하고, 개인적 및 직업적 요구를 충족시키기 위해 노력합니다.

연예 매니지먼트 산업에서 에이전트와 매니저는 서로 다른 역할을 수행합니다. 에이전트는 주로 소속 아티스트와 제작사 간의 계약 협상과 고용 기회를 확보하는 데 중점을 둡니다. 이들은 아티스트를 대신하여 캐스팅 디렉터, 프로듀서, 감독 등과 소통하며, 적합한 작품에 출연할 수 있도록 기회를 창출합니다. 에이전트는 아티스트의 수익을 극대화하는 데 초점을 맞추며, 경력 개발보다는 단기적인 성과에 더 중점을 둡니다. 반면, 매니저는 아티스트의 경력 전반을 관리하고 장기적인 성공을 위한 전략을 수립하는 데 중점을 둡니다. 매니저는 아티스트의 이미지 관리, 경력 지도, 그리고 개인적 대리 역할을 수행하며, 아티스트와의 관계를 보다 개인적이고 긴밀하게 유지합니다. 매니저는 아티스트의 장기적인 목표와 일치하는 프로젝트를 선택하도록 돕고, 전반적인 성장과 발전을 지원합니다. 이러한 차이점에도 불구하고, 에이전트와 매니저는 소속 아티스트의 성공을 위해 협력하며, 각자의 전문성을 활용해 경력을 지

원합니다.

연예 매니지먼트 산업은 초기 투자 비용이 높은 산업으로 알려져 있습니다. 아티스트를 발굴하고 육성하는 데 필요한 비용은 상당하며, 인지도와 성공 가능성에 따라 투자 규모가 크게 달라집니다. 예를 들어, 신인 배우를 발굴하고 훈련시키는 데는 교육비, 마케팅 비용, 그리고 기타 운영 비용 등이 소요됩니다. 또한, 아티스트의 경력을 지원하기 위해 필요한 인프라와 자원도 초기 투자 비용에 포함됩니다. 이러한 초기 투자 비용은 매니지먼트 사업의 진입 장벽을 높이는 요인으로 작용하며, 소규모 매니지먼트사가 대형 매니지먼트사와 경쟁하기 어려운 구조를 형성합니다.

또한, 매니지먼트 산업은 수익 구조가 불안정한 특성을 가지고 있습니다. 아티스트의 인지도와 작품 출연 여부에 따라 수익이 크게 좌우되며, 이는 매니지먼트사의 재정적 안정성에 영향을 미칩니다. 예를 들어, 배우가 인기 작품에 출연하면 매니지먼트사는 높은 수익을 올릴 수 있지만, 반대로 배우가 작품을 잡지 못하면 경상비를 부담하며 적자를 떠안게 됩니다. 아울러 배우의 몸값 상승은 제작비 증가로 이어져 매니지먼트사의 수익성을 악화시키는 요인으로 작용하기도 합니다.

(2) 산업의 성장성

국내 연예 매니지먼트 산업은 한류 확산과 글로벌 OTT 시장의 성장에 힘입어 꾸준한 성장세를 이어가고 있습니다. 과거 개별 매니저 중심 구조에서 대형 매니지먼트사 중심으로 산업이 재편되었으며, 특히 배우를 포함한 아티스트 포트폴리오를 확장하는 멀티 엔터테인먼트사로 발전하고 있습니다. 글로벌 OTT와 해외 제작사의 한국 배우 수요 증가로 국내 배우들의 작품·플랫폼 선택지가 확대되면서, 출연료 수준과 글로벌 활동 기회가 동반 확대되고 있는 점도 성장 요인으로 작용하고 있습니다. 한편 제작비 및 출연료 상승 등 비용 부담이 커지고 있어, 효율적 자원 운용과 AI·데이터 분석, 팬덤 플랫폼, IP 커머스 등 디지털 기술을 활용한 수익 구조 혁신이 향후 지속 성장을 위한 주요 과제로 평가됩니다.

(3) 경기변동의 특성

연예 매니지먼트 산업은 전통적인 소비재 산업과 달리, 한류·K-콘텐츠 수요와 디지털 플랫폼 확산, 팬덤 경제 발달에 힘입어 경기 변동에 대한 민감도가 상대적으로 낮은 편입니다. OTT, 유튜브 등 디지털 플랫폼을 통한 콘텐츠 소비가 경기 침체기에도

일정 수준 유지되며, 굿즈· 유료 멤버십· 자체 콘텐츠 유통 등 팬덤 기반 수익원이 주요 둔화를 완충하는 역할을 하고 있습니다.

경기 호황기에는 영화· 드라마 제작 확대, 글로벌 공동제작 증가, 광고 시장 성장 등으로 출연 기회와 단가가 늘어나 매니지먼트사의 수익성이 개선되는 경향이 있습니다. 반대로 경기 불황기에는 제작비 절감과 효율 중심 편성, 중소기업 작품 비중 확대, IP 기반 구독· 플랫폼형 모델 선호 등 구조조정을 통해 수익성을 관리하는 흐름이 나타납니다.

또한 스마트폰 보급과 시청층 확대, 글로벌 OTT 확산으로 콘텐츠 소비가 일상화되면서 과거에 비해 경기 민감도는 점차 낮아지는 추세입니다. 다만 환율, 해외 규제, 글로벌 플랫폼 정책 변화 등 외부 요인에 따라 수익성이 영향을 받을 수 있어, AI· 빅데이터를 활용한 수요 예측과 포트폴리오 다변화가 중요해지고 있습니다.

(4) 경쟁요소

연예 매니지먼트 산업은 소수 대형 기획사가 자본력· 글로벌 네트워크· 플랫폼 등에서 우위를 확보한 가운데, 중소형 기획사와 신규 사업자가 지속적으로 진입하는 과점에 가까운 경쟁 구조를 보이고 있습니다. 전속 아티스트 발굴· 육성 역량과 함께 콘텐츠 기획력, IP 사업 및 팬덤 관리 능력이 주요 경쟁요소로 작용하며, 아티스트 라인업과 브랜드 인지도, 글로벌 활동 경험이 경쟁력을 좌우합니다.

진입 자체는 비교적 용이하지만, 극소수 스타와 소수 상위 기획사에 성과가 집중되는 구조로 인해 장기적인 생존과 수익성 확보의 난이도는 높은 편입니다. 또한 소속 아티스트의 활동 공백· 이미지 리스크, 재계약 이슈 등에 따라 실적 변동성이 커질 수 있어, 매출원 다각화와 자체 IP· 플랫폼 확보를 통한 수익 구조 안정화가 중요한 경쟁 요인으로 부각되고 있습니다.

(5) 자금조달상의 특성

연예매니지먼트 사업은 아티스트 발굴· 육성 및 활동 지원에 대한 선투자 성격이 강한 산업으로, 당사는 영업활동에서 창출되는 내부자금을 주요 재원으로 활용하여 소속 아티스트의 트레이닝, 콘텐츠 제작 지원, 마케팅 비용 등을 집행하고 있습니다. 필요한 경우 전속계약금 및 활동 지원금 등 아티스트 관련 투자비를 보완하기 위하여

투자유치 등 외부 자금조달 수단을 선택적으로 활용하고 있으나, 전반적으로는 안정적인 현금흐름과 보수적인 레버리지 정책을 바탕으로 한 내부자금 위주의 자금 운용 구조를 유지하고 있습니다.

(6) 관련 법령 또는 정부의 규제 등

연예매니지먼트 사업은 「대중문화예술산업발전법」에 따라 대중문화예술기획업 등록 의무, 대중문화예술인의 권익 보호, 청소년 대중문화예술인 보호 등 다양한 규제를 적용받고 있습니다. 또한 문화체육관광부와 공정거래위원회가 마련한 연예인(연습생 포함) 전속·매니지먼트 표준계약서와 모범거래기준을 통해 전속기간, 정산 방식, 위약금, 계약해지 등과 관련한 불공정 약관이 제한되고 있으며, 표준계약서 사용 권고 등으로 계약 관행의 투명성이 강화되고 있습니다.

아울러 방송 프로그램 출연과 관련하여 「방송법」 및 방송통신위원회의 관련 규제, 광고·홍보 활동과 관련한 표시·광고 법령, 청소년 보호 관련 법령 등도 준수해야 하며, 향후 대중문화예술기획업자의 등록 요건과 감독 강화, 세무 투명성 제고 등을 내용으로 한 법·제도 개정 논의가 지속되고 있습니다.

[콘텐츠 제작 / 배급 사업]

(1) 산업의 특성

문화콘텐츠 산업은 방송·영화·디지털 플랫폼 등을 통해 다양한 형태의 콘텐츠를 기획·제작·유통하는 산업으로, 빠르게 변화하는 수요와 기술 환경에 민감하게 반응해야 한다는 특성을 가집니다. 특히 방송콘텐츠 분야는 시청자의 취향, 시청 형태(OTT·모바일 등), 기술 변화에 맞춘 기획력과 창의성이 중요하며, 편성 구조와 외주 제작 제도 등 규제 환경의 영향을 크게 받습니다.

콘텐츠 제작은 프로젝트 단위로 이루어지며, 제작비 규모와 자금조달 방식이 다양하고 흥행 성과를 사전에 예측하기 어려운 고위험·고수익 구조를 보입니다. 1990년대 이후 방송 프로그램 외주제작 제도 도입·확대에 따라 독립 제작사의 역할이 확대되었고, 외주제작 비중 증대는 공급 주체 다변화와 프로그램 경쟁력 강화에 기여하고 있습니다.

영화 산업은 일반적으로 제작 → 배급 → 상영의 3단계로 구성되며, 국내 배급·상영 시장은 대형 사업자의 수직계열화로 높은 시장집중도를 보이는 것이 특징입니다. 영화는 경험재로서 제작 단계에서 수요와 가치를 정확히 예측하기 어려운 반면, OTT 등 디지털 플랫폼 확산으로 극장 외 유통 경로가 확대되면서 배급·수익 구조가 빠르게 변화하고 있으며, 전통적인 극장 개봉과 온라인 유통을 병행하는 다양한 비즈니스 모델이 등장하고 있습니다.

(2) 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 채널이 방송, OTT, 모바일, SNS 등 온·오프라인을 아우르는 다층적 구조로 변화하고 있으며, 콘텐츠의 유통 및 수익화 방식 또한 광고, 구독, 라이선스, 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
방송영상물제 작업	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.



출처 : PwC(2025), (Global Entertainment & Media Outlook 2025-2029: GEMO-Global)

세계 방송영상산업 연평균 성장률 (2024~2029년)

(출처 : 한국콘텐츠진흥원, 2025 방송영상산업백서)

※ 영화·OTT 중심 부분

영화산업은 디지털 기술 발전과 글로벌 플랫폼 확대에 힘입어 극장과 OTT를 아우르는 융합 시장으로 재편되며 성장 잠재력을 유지하고 있습니다.

영화진흥위원회 「2024년 한국 영화산업 결산 보고서」에 따르면, 2024년 세계 영화·영상산업(극장+OTT) 규모는 1,635억 6,600만 달러로 전년 대비 8.6% 성장하였습니다.

[2020 ~ 2024년 한국 영화·영상산업 시장 규모]

(단위 : 백만 USD)

구분	부문	2020	2021	2022	2023	2024	전년 대비 증감률
한국	극장 (박스오피스+광고)	454	541	942	978	924	-5.5%
	OTT (SVOD+TVOD)	546	824	1,195	1,369	1,519	11.0%

구분	부문	2020	2021	2022	2023	2024	전년 대비 증감률
	합계	1,000	1,365	2,137	2,347	2,443	4.1%

(출처 : 2024년 한국 영화산업 결산 보고서, 영화진흥위원회)

※ 극장 부문은 박스오피스 티켓 매출과 극장 광고 수익이 포함된 금액임. 여기서 한국의 극장 박스오피스 매출액은 PwC 예측치보다 정확한 영화진흥위원회 KOBIS 영화관입장권 통합전산망 통계를 바탕으로 보정한 수치이며, 한국의 극장 광고 수익은 PwC의 Cinema Advertising 항목을 기준으로 함

※ OTT 매출은 SVOD(Subscription VOD)와 TVOD(Transactional VOD)의 합계이며, 해당 플랫폼에서 유통된 영화·시리즈·동영상 등의 제반 콘텐츠를 모두 포함하고 있음

※ 전년 대비 증감률과 세계 대비 한국 비중은 2024년 기준임

같은 해 한국 영화·영상산업 시장 규모는 24억 4,300만 달러(3조 3,322억 원)로 전년 대비 4.1% 증가하였으며, 이 중 극장(박스오피스+극장 광고) 매출은 9억 2,400만 달러로 5.5% 감소한 반면, OTT(SVOD+TVOD) 매출은 15억 1,900만 달러로 11.0% 성장하는 등, 성장축이 점차 OTT 중심으로 이동하는 양상을 보이고 있습니다. 한국의 극장 박스오피스 매출은 8억 7,500만 달러 수준으로 세계 9위, 1인당 연간 관람횟수는 2.40회로 세계 8위를 기록하는 등 여전히 높은 관람 수요를 유지하고 있어, 극장과 OTT를 아우르는 영화 배급 시장의 중장기 성장 기반으로 작용하고 있습니다.

(3) 경기변동의 특성

콘텐츠 산업은 문화 소비라는 특성상 수요자의 기호 변화가 빠르고 유행에 민감하여, 경기 상황과 트렌드 변화에 따라 실적 변동성이 나타나는 산업입니다. 그러나 과거에 비해 콘텐츠 유통 경로와 부가사업 아이템, 이를 소비하는 수요층이 다양해지면서 이러한 위험을 분산할 수 있는 요인이 확대되고 있습니다. 내수와 지상파·케이블 방송에 한정되었던 수요가 IPTV, OTT 등 디지털 매체와 해외 시장으로 확대되면서 저작물 매출 기반이 다변화되어, 단일 시장 경기 부침에 따른 리스크는 상대적으로 완화되는 추세입니다.

한편 영화배급업은 여전히 경기변동의 영향을 크게 받는 분야로, 경기 호황기에는 소비 여력 확대에 따라 관람 수요 증가, 신작 개봉 확대, 대형 프로젝트 투자 및 마케팅 집행 증가 등으로 수익성이 개선되는 경향이 있습니다. 반대로 경기 침체기에는 소비 지출이 위축되면서 흥행 리스크가 커지고, 제작·배급 투자가 보수화되며, 할인 프로모션이나 온라인 스트리밍과의 병행 유통 등을 통해 수요를 보완하려는 움직임이 나

타납니다.

콘텐츠 산업의 계절성은 과거 극장 성수기(여름·연말 등) 중심 구조에 비해 다소 완화되었으며, 현재는 특정 계절보다는 콘텐츠 장르, 플랫폼 편성 시기, 글로벌 스트리밍 일정 등에 따라 소비 패턴이 좌우되는 경향이 큼니다. 다만 방학·명절 등에는 가족·청소년층 중심의 콘텐츠 수요가 일시적으로 증가하는 등 시즌 요인에 따른 매출 변동도 일부 존재합니다.

(4) 경쟁요소

콘텐츠 제작·배급 시장은 소수의 주요 방송사·OTT 플랫폼과 다수의 제작사가 공존하는 과점에 가까운 경쟁 구조를 보이며, 가격보다는 인기 IP와 콘텐츠 품질, 편성·유통 채널 확보 여부가 경쟁력을 좌우하는 산업입니다. 우수한 기획력과 제작 역량을 기반으로 한 오리지널 IP 확보, 주요 방송사 및 글로벌 OTT 플랫폼과의 편성·공급 계약, 마케팅·프로모션 역량이 핵심 경쟁요인으로 작용하고 있습니다.

콘텐츠제작사인 설립 자체는 비교적 자유롭지만, 제작비와 마케팅 비용의 확대, 플랫폼 편성 슬롯의 한계, 소수 흥행작 중심의 수익 편중 등으로 인해 안정적인 수익성 확보를 위한 진입장벽은 높은 편입니다. 특히 OTT 분야에서는 플랫폼의 추천 알고리즘, 독점·선공개 계약 여부, 글로벌 동시 서비스 가능 여부 등이 중요 경쟁요소로 작용하고 있어, 중소 제작사는 차별화된 장르·포맷, 해외 공동제작, IP 확장 전략 등을 통해 경쟁력을 확보해 나가고 있습니다.

극장 개봉이 필요한 일부 작품의 경우 주요 멀티플렉스와의 배급 라인 확보가 추가적인 경쟁요인으로 작용합니다.

(5) 자금조달상의 특성

콘텐츠 제작·배급 사업은 프로젝트 단위로 제작비가 집행되며, 흥행 성과에 따라 수익이 좌우되는 특성상 안정적인 자금 운용이 중요합니다. 당사는 기본적으로 영업활동에서 창출되는 내부자금을 주요 재원으로 활용하는 한편, 방송사·OTT 플랫폼·배급사 등과의 공급계약에 따른 선금금, 미니멈 개런티(MG), 판권 선판매 대금 등을 제작비 조달의 중요한 수단으로 활용하고 있습니다.

또한 필요 시에는 개별 프로젝트의 규모와 리스크에 따라 투자사·펀드 등의 지분투자, 정책금융 및 콘텐츠 제작지원 사업, 금융기관 차입 등 외부 자금조달 수단을 병행하고 있으며, 상환 의무가 없는 투자·지원금 비중을 우선적으로 확대하여 재무적 부담을 관리하고 있습니다.

(6) 관련 법령 또는 정부의 규제 등

콘텐츠 제작·배급 사업은 「방송법」, 「문화산업진흥기본법」, 「영화 및 비디오물의 진흥에 관한 법률」 등 관련 산업 법령과 방송통신위원회·영상물등급위원회 등의 심의·등급분류 제도에 따른 규제를 적용받습니다. 방송 콘텐츠의 경우 방송사업자 편성규제, 외주제작 의무비율, 광고·협찬 규제, 심의 규정 등 방송 관련 법령과 고시를 준수해야 하며, 영화·비디오물은 제작·배급업 신고·등록, 등급분류, 표시·광고 규제 등 영상물 관련 법령에 따라 관리되고 있습니다.

최근에는 OTT(온라인 동영상 서비스)에 대한 법적 정의와 사업자 신고 의무가 「전기통신사업법」 등에서 마련되는 등 플랫폼 환경 변화에 대응한 규제·진흥 체계 정비가 진행 중이며, 향후 방송·OTT를 포괄하는 수평적 규제체계 논의, 콘텐츠산업 진흥법에 기반한 지원·규제 정비 등 정책 환경 변화가 계속될 전망입니다. 이와 함께 정보통신망법 및 관련 심의 제도에 따른 유해 콘텐츠 규제, 저작권법에 따른 저작물 이용·보호 규제 등도 콘텐츠 기획·제작·배급 전 과정에 영향을 미치고 있습니다.

[애드테크(Ad-Tech) 플랫폼 서비스 사업]

(1) 산업의 특성

애드테크(Ad-Tech) 산업은 디지털 광고 집행 전 과정을 기술로 자동화·고도화하는 산업으로, 온라인·모바일 환경에서 광고주와 매체를 연결하는 프로그래매틱(Programmatic) 광고 인프라를 핵심으로 합니다. 전통적으로 광고시장은 오프라인과 온라인으로 구분되며, 온라인 광고는 검색광고와 디스플레이 광고로 나뉘는데, 당사가 영위하는 애드테크 플랫폼 사업은 이 중 온라인 디스플레이 타겟팅(Targeting) 광고 영역에 해당합니다.

글로벌 디지털 광고 시장은 모바일 이용 확산과 이커머스 성장, 데이터 기반 마케팅

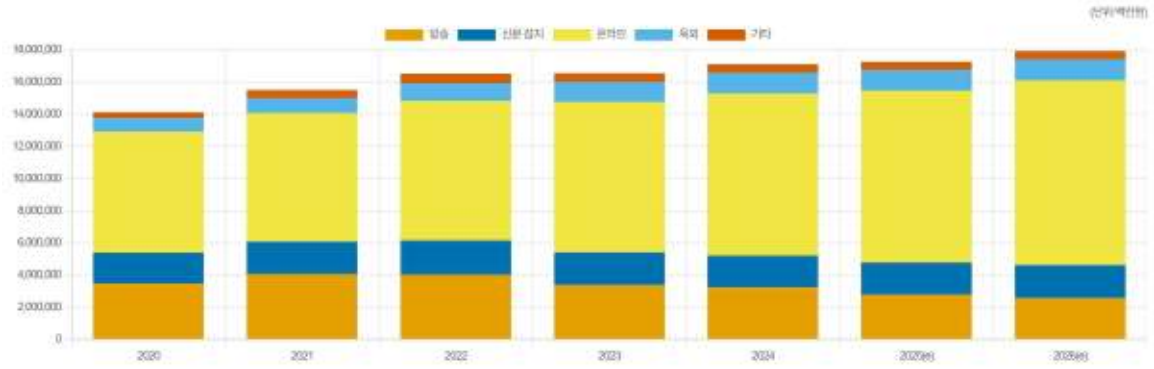
확대에 힘입어 꾸준한 성장세를 보이고 있으며, 이 중 프로그래매틱·타겟팅 광고가 디지털 광고 집행의 주류로 자리잡고 있습니다. 특히 인구통계·행동·문맥 데이터 등을 활용해 특정 속성을 가진 이용자에게만 광고를 노출하는 성과형(Targeted) 광고 수요가 확대되면서, DSP·SSP·애드 익스체인지 등 애드테크 생태계 전반이 빠르게 성장하고 있습니다.

프로그래매틱 바잉은 광고 인벤토리를 보유한 매체 측과 광고주 측 플랫폼이 실시간 입찰(RTB) 방식으로 연동되어, 목표 이용자에게 자동으로 광고가 노출되도록 하는 기술·시스템을 의미합니다. 빅데이터와 머신러닝 기반의 타겟팅·입찰 알고리즘, 크로스 디바이스 측정 기술, 실시간 성과 분석 기능 등이 결합되면서, 타겟 광고는 디지털 광고의 일부 세부 영역을 넘어 대부분의 온라인 디스플레이 광고 집행 방식으로 범주를 확장(탈범주화)하고 있으며, 광고주의 성과 중심·ROI 중시 경향과 맞물려 애드테크 산업의 성장을 견인하고 있습니다.

(2) 산업의 성장성

과학기술정보통신부와 한국방송광고진흥공사의 「2025 방송통신광고비 조사보고서」에 따르면, 2025년 국내 온라인 광고 시장은 10조 7,204억 원으로 전체 광고 시장(17조 2,716억 원)의 62.1%를 차지하며 전년 대비 6.1% 성장한 것으로 추정됩니다. 2026년 온라인 광고비는 11조 4,945억 원 수준으로 2025년 대비 약 7.2% 증가할 것으로 전망되어, 디지털 중심 광고 구조가 더욱 공고해질 것으로 예상됩니다.

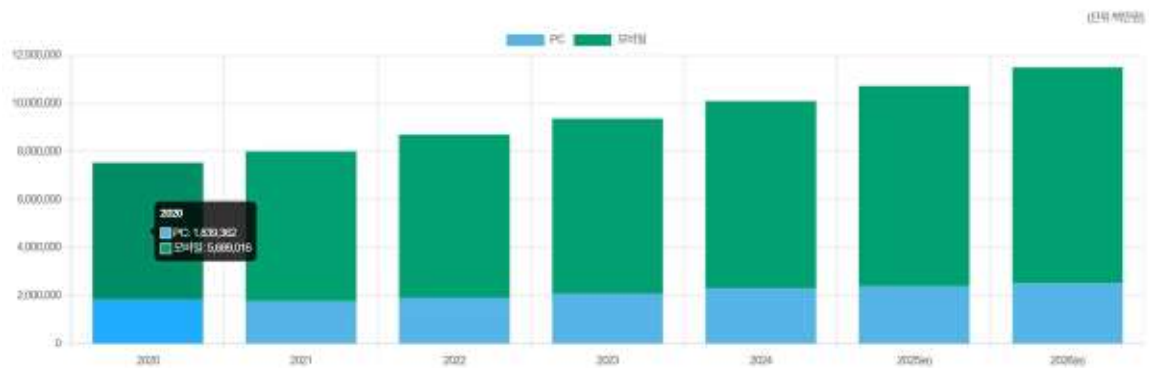
매체유형별 광고비



(단위:백만원)

매체유형	2020	2021	2022	2023	2024	2025(e)	2026(e)
방송	3,484,137	4,053,056	4,021,190	3,389,852	3,219,115	2,774,410	2,558,337
신문-잡지	1,920,054	2,020,766	2,127,737	2,026,075	1,987,538	1,988,962	2,051,051
온라인	7,528,378	8,003,643	8,706,170	9,365,256	10,101,100	10,720,411	11,494,545
옥외	835,759	930,197	1,069,335	1,220,803	1,259,032	1,285,212	1,331,584
기타	351,960	509,712	595,842	539,028	559,527	502,691	499,917
총광고비	14,120,289	15,517,375	16,520,276	16,541,014	17,126,311	17,271,685	17,935,433

매체유형별 광고비(출처 방송통신광고통계시스템)



(단위:백만원)

온라인매체	2020	2021	2022	2023	2024	2025(e)	2026(e)
PC	1,839,362	1,779,736	1,902,682	2,076,573	2,311,188	2,407,803	2,528,307
모바일	5,688,016	6,223,908	6,803,489	7,288,683	7,789,912	8,312,608	8,966,238
총계	7,528,378	8,003,643	8,706,170	9,365,256	10,101,100	10,720,411	11,494,545

온라인 광고시장 규모(출처 방송통신광고통계시스템)

국내 전체 광고시장은 2010년 이후 코로나19 팬데믹이 발생한 2020년을 제외하면 지속적인 성장세를 유지해 왔으며, 팬데믹 이후인 2021년에는 15조 5,174억 원(전년 대비 9.9% 증가), 2022년에는 16조 5,203억 원(전년 대비 6.5% 증가)을 기록하는

등 회복 흐름을 보였습니다. 2024년 총광고비는 17조 1,263억 원으로 전년 대비 3.5% 성장했으나, 2025년에는 17조 2,717억 원으로 0.8% 증가에 그쳐 성장세가 일시 둔화된 것으로 나타났습니다. 이는 국내외 거시경제 불확실성 확대와 방송광고 감소, 온라인 광고의 성숙 국면 진입 등이 복합적으로 작용한 결과로 해석됩니다.

다만 2026년 국내 광고시장 규모는 17조 9,354억 원으로 3.8% 성장할 것으로 예상되며, 반도체 경기 회복과 내수 개선에 따른 경제성장률 회복이 광고 투자심리 개선으로 연결될 것으로 전망됩니다. 구조적으로는 방송광고 비중이 점차 감소하고 디지털·온라인 광고가 시장 성장을 주도하는 흐름이 지속되고 있으며, 온라인 광고시장은 2025년 약 10조 7,000억 원에서 2026년 11조 4,945억 원으로 확대되는 등 전체 광고시장 성장률을 상회하는 성장세를 이어갈 것으로 예측됩니다.

(3) 경기변동의 특성

광고시장은 일반적으로 거시경제 및 기업의 마케팅 투자와 밀접한 상관관계를 보이며, 우리나라 역시 국내총생산(GDP)과 총광고비의 추세가 유사하게 움직이고 있습니다. 국내 GDP 대비 광고비 비중은 최근 수년간 대체로 0.7% 내외에서 유지되고 있어, 경기 국면 변화가 광고비 집행 규모에 직접적인 영향을 미치는 것으로 평가됩니다.

애드테크(Ad-Tech) 및 프로그래매틱 광고 시장은 디지털 중심 광고 생태계에 속해 있으면서도 경기 침체 시 광고주 예산 조정에 따라 DSP를 통한 집행 물량과 RTB(실시간 입찰) 참여, CPM·CPC 단가 등이 하락하는 등 경기의 영향을 받습니다. 다만 제한된 예산 내 성과 극대화 요구가 커지면서, 데이터 관리 플랫폼(DMP)을 활용한 정교한 타겟팅과 퍼포먼스 중심 캠페인의 중요성은 오히려 부각되는 특징이 있어, 전통 매체 대비 전환율 기반·성과형 광고 영역에서는 상대적으로 견조한 수요를 유지하고 있습니다.

계절적으로는 대형 커머스 행사, 쇼핑 성수기, 연말 프로모션 등 특정 시기에 광고 집행이 집중되는 경향이 있으나, 온라인·모바일 광고 비중이 확대되면서 과거와 같은 뚜렷한 계절 성수·비수기 구분은 완화되고 있습니다.

(4) 경쟁요소

애드테크(Ad-Tech) 및 프로그래매틱 광고 시장은 글로벌 대형 플랫폼과 주요 DSP · SSP 사업자가 높은 점유율을 보이는 가운데, 다수의 중소 솔루션 사업자가 경쟁하는 과점적 구조를 띠고 있습니다. 기술적 진입장벽 자체는 상대적으로 높지 않으나, 대규모 트래픽 · 광고주 풀 · 매체 인벤토리 확보와 지속적인 R&D · 인프라 투자 등이 요구되기 때문에 일정 규모 이상의 네트워크 효과를 확보하지 못한 사업자의 장기 생존 난이도는 높은 편입니다.

주요 경쟁요소로는 캠페인 성과(ROAS · 전환율 등)를 좌우하는 타겟팅 알고리즘과 최적화 엔진의 성능, 확보한 데이터 자산(DMP 및 퍼스트파티 데이터 연계력), 인벤토리 품질(브랜드 세이프티, 프로드 방지, 뷰어빌리티), 그리고 광고주 · 에이전시 · 매체사와의 파트너십 네트워크 등이 있습니다. 특히 광고주 입장에서는 동일 예산 대비 효율이 가장 중요한 선택 기준이기 때문에, 다양한 매체 · 플랫폼을 연동한 스케일과 더불어 투명한 리포팅, 실시간 성과 측정 및 최적화 지원, 개인정보 보호 규제(Cookie 제한 등)에 대응한 쿠키리스 타겟팅 기술 등이 차별화 요인으로 부각되고 있습니다.

(5) 자금조달상의 특성

애드테크(Ad-Tech) 및 프로그래매틱 광고 플랫폼 사업은 광고주로부터 수취하는 집행 대금과 매체사에 지급하는 매체비 간의 마진 및 수수료가 주요 수익원이며, 상대적으로 CAPEX 부담이 크지 않은 대신 안정적인 운전자금 관리가 중요한 구조를 가지고 있습니다. 당사는 기본적으로 영업활동에서 창출되는 내부자금을 주된 재원으로 활용하여 플랫폼 고도화, 인력 확보, 마케팅 비용 등을 집행하고 있으며, 광고정산 주기(광고주 수금 · 매체사 지급 시차)를 감안한 보수적인 유동성 관리 정책을 운영하고 있습니다.

한편 사업 규모 확대 및 신규 솔루션 개발이 필요한 경우에는 전략적 투자유치, 지분 투자 등 자금조달을 선택적으로 활용하고 있으나, 손익과 현금흐름 기반의 내부 성장 위주 자금 운용 기조를 유지하고 있습니다.

(6) 관련 법령 또는 정부의 규제 등

애드테크(Ad-Tech) 및 온라인 광고 플랫폼 사업은 「표시 · 광고의 공정화에 관한 법률」, 「정보통신망 이용촉진 및 정보보호 등에 관한 법률」, 「개인정보 보호법」

등 관련 법령의 적용을 받으며, 허위·과장·기만·비방 광고 금지, 광고성 정보 전송 시 사전 동의 및 수신거부 안내 의무, 이용자 개인정보 및 온라인 행태정보의 안전한 처리·보호 의무 등을 준수해야 합니다.

최근에는 서드파티 쿠키 지원 축소, 모바일 앱 트래킹 제한 등 글로벌 개인정보 보호 강화 기조에 따라 맞춤형 광고에 대한 규제와 가이드라인이 강화되고 있으며, 국내에서도 온라인 맞춤형 광고 표시 의무 및 행태정보 수집·이용에 관한 고지·동의 기준이 마련되는 등 데이터 기반 타겟팅 기술에 대한 규제 환경 변화가 진행되고 있습니다. 또한 한국광고자율심의기구, 한국인터넷자율정책기구 등의 자율심의 제도를 통해 온라인 광고의 내용·표현에 대한 자율규제가 병행되고 있어, 법령상 규제와 자율심의 기준을 모두 고려한 광고 심의·집행 체계 구축이 요구됩니다.

나. 회사의 현황

(1) 영업개황 및 사업부문의 구분

보고서 작성기준일 현재 당사 및 종속회사의 각 사업부문별 구분은 아래와 같습니다.

<사업부문의 구분>

[2025. 12. 31. 현재]

회사명	사업부문	사업내용
(주)아티스트컴퍼니	연예 매니지먼트 사업	아티스트 에이전트 대행, 아티스트 발굴 및 육성
	콘텐츠 제작 / 배급 사업	드라마, 영화 등 콘텐츠 비디오통과 방송 프로그램 제작 및 배급업
	IP 커머스 사업	셀러브리티 및 콘텐츠 IP 기반 커머스 제품 개발, 공동 브랜드 기획 및 외부 파트너십 발굴
	애드테크(Ad-Tech) 플랫폼사업	DSP 온라인, 모바일 광고 마케팅 플랫폼서비스
(주)티지360테크놀로지스	DMP 사업	빅데이터분석서비스
(주)오던컴퍼니	커머스 사업	IP 브랜드 개발 및 커머스 사업

당사는 사업의 성격, 수익구조 및 주요 고객군의 차이를 고려하여 연예 매니지먼트, 콘텐츠 제작/배급, IP 커머스, 애드테크(Ad-Tech) 플랫폼, DMP, 커머스의 6개 사업부문으로 구분하고 있습니다. 각 사업부문은 고유의 비즈니스 모델과 손익 구조를 가지며, 내부적으로도 별도의 의사결정·성과관리 단위로 운영되고 있습니다.

[연예 매니지먼트 사업부문]

연예 매니지먼트 사업은 배우, 가수, 모델, 방송인 등 대중문화예술인의 발굴·육성 및 전속 매니지먼트를 통해 출연·광고·행사 등 활동을 기획하고 지원하는 사업입니다. 아티스트의 활동 기획, 스케줄·현장 관리, 브랜드·이미지 관리, 홍보·마케팅을 종합적으로 수행하여 아티스트의 가치를 제고하고, 해당 활동에서 발생하는 수수료 및 매출을 주요 수익원으로 하고 있습니다.

[콘텐츠 제작 / 배급 사업부문]

콘텐츠 제작/배급 사업은 영화, 드라마, 예능 등 영상 콘텐츠를 기획·제작하고 극장, 방송사, OTT 플랫폼 등 다양한 채널을 통해 유통하는 사업입니다. 기획·투자, 제작, 편성, 배급까지 전 과정을 수행하며, 완성된 콘텐츠의 판권 판매, 배급 수수료, 제작비 정산 등에서 매출이 발생합니다. 2024년 1분기 영화 「그녀가 죽었다」, 영화 「1승」을 시작으로 본격적인 제작·배급 사업을 전개하였으며, 2025년에는 ENA 드라마 「살롱 드 홈즈」와 tvN 드라마 「얕미운 사랑」을 공동제작하는 등 방송 드라마 분야로도 제작·공급 영역을 확대하고 있습니다.

[IP 커머스 사업부문]

커머스(IP 커머스) 사업은 아티스트·콘텐츠 IP를 기반으로 자체 브랜드 및 제휴 브랜드 상품을 기획·개발하고, 온라인 채널 등을 통해 판매하는 사업입니다. 셀러브리티와 자체·외부 콘텐츠 IP를 활용해 굿즈, 패션·라이프스타일 상품 등을 기획하며, 외부 파트너와의 공동 브랜드 및 콜라보레이션을 통해 차별화된 제품과 브랜드 경험을 제공합니다. 상품 기획·소싱·브랜딩과 온라인 스토어 운영, 프로모션을 수행하며, 제품 판매 매출과 IP 라이선스·로열티 수익을 주요 수익원으로 합니다.

현재 아티스트와의 상품 개발 및 파일럿 프로젝트를 진행 중이며, 2026년부터는 본격적인 상품 출시와 유통 확대를 통해 사업을 본격화할 예정입니다.

[애드테크(Ad-Tech) 플랫폼사업부문]

애드테크 플랫폼 사업은 DSP(Demand Side Platform)를 중심으로 광고주·대행사에게 온라인·모바일 프로그래매틱 광고 집행 플랫폼을 제공하는 사업입니다. 자체 알고리즘과 데이터 기반 타겟팅을 통해 광고 인벤토리를 자동으로 매입·최적화하고, 광고주로부터 수취하는 집행 대금과 매체사에 지급하는 매체비 간 마진 및 수수료가 주요 수익원입니다.

[DMP 사업부문] / (주)티지360테크놀로지스

DMP(Data Management Platform) 사업은 다양한 온라인·오프라인 데이터를 수집·통합·분석하여 세분화된 타겟 오디언스를 생성하고, 이를 광고 플랫폼 및 제휴사에 제공하는 데이터 분석·관리 서비스입니다. DMP는 웹·앱 행동 데이터, CRM·구매 데이터 등 이질적인 데이터를 통합해 고도화된 Audience Segment를 구성하고, 광고 플랫폼(DSP 등)과 연동하여 정교한 타겟팅과 캠페인 최적화를 지원합니다. 당사는 광고·마케팅 효율 제고를 위한 데이터 세그먼트 판매, DMP 솔루션 사용료(Subscription/License Fee) 및 데이터 컨설팅 수수료 등을 통해 수익을 창출하고 있습니다.

[커머스 사업부문] / (주)오딘컴퍼니

커머스 사업부문은 아티스트·콘텐츠 IP를 기반으로 한 패션 및 라이프스타일 브랜드를 기획·개발하고, 온라인 채널 등을 통해 판매하는 사업입니다. 자체 브랜드와 제휴 브랜드 상품을 개발하는 한편, (주)아티스트컴퍼니 소속 아티스트와의 협업을 통해 컬렉션·캡슐 라인 등을 전개하여 차별화된 패션 상품과 브랜드 경험을 제공합니다. 상품 기획·소싱·브랜드링과 온라인 스토어 운영, 프로모션을 수행하며, 제품 판매 매출과 IP 라이선스·로열티 수익을 주요 수익원으로 하고 있으며, 현재 파일럿 단계의 사업을 추진 중으로 2026년부터 본격적인 상품 출시와 유통 확대를 통해 사업을 본격화할 예정입니다.

(2) 시장점유율

당사는 사업의 성격, 수익구조 및 주요 고객군의 차이를 고려하여 연예 매니지먼트, 콘텐츠 제작/배급, IP 커머스, 애드테크(Ad-Tech) 플랫폼, DMP, 커머스의 6개 사업부문으로 구분하고 있습니다. 각 사업부문은 고유의 비즈니스 모델과 손익 구조를 가지며, 내부적으로도 별도의 의사결정·성과관리 단위로 운영되고 있습니다. 한편, 동사업부문과 관련한 시장점유율은 최근 3사업연도의 국내시장점유율 변동추세와 해당 사업연도(부득이한 경우에는 직전 사업연도)의 주요 경쟁회사별 국내시장점유율을 기재하여야 하나, 영화 배급 사업의 경우 당사는 2024년 1분기부터 배급 사업을 개시한 신생 사업자로서 최근 3개년의 비교 가능한 실적이 존재하지 않고, 전체 시장 대비 매출 및 관객 비중이 미미하여 실질적인 시장점유율(%)을 산정하기 어렵습니다.

다만, 영화진흥위원회의 「2025년 한국 영화산업 결산 보고서」에 따르면 2025년

전체 영화 배급 시장은 소수의 대형 투자·배급사 및 글로벌 스튜디오 계열사가 매출액 및 관객 점유율의 대부분을 차지하는 고집중 구조를 보이고 있으며, 당사는 동 통계에서 별도 점유율이 기재되지 않을 수준의 초기 단계 사업자로 분류될 수 있습니다

〈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: 불라 채
2	CJ ENM	13.5	131,464,941,730	12.6%	12,913,350	12.2%	극장판 귀멸의 칼날: 무한성편 / 어쩔 수가 없다 / 히말리안
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	바이프엠	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: 레제만
10	쇼박스	6	17,832,459,240	1.7%	1,921,188	1.8%	퍼스트 라이드 / 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%	

전체영화 배급사별 매출액 및 관객 점유율

(출처: 2025년 한국 영화 산업 결산 보고서, 영화진흥위원회)

(3) 시장의 특성

당사가 영위하고 있는 연예 매니지먼트, 콘텐츠 제작/배급, IP 커머스, 애드테크(Ad-Tech) 플랫폼, DMP, 커머스 사업은 모두 K-콘텐츠 및 디지털 미디어를 기반으로 한 엔터테인먼트·광고·커머스 시장을 주요 목표시장으로 하고 있습니다. 주요 영업지역은 국내를 중심으로 하나, 방송·영상 콘텐츠의 글로벌 유통, 해외 OTT·플랫폼과의 협업, 온라인 커머스 채널을 통한 해외 판매 등으로 점차 활동 무대가 글로벌로 확장되는 추세입니다.

수요자의 구성은 배우·가수 등 대중문화예술인을 중심으로 한 팬·시청자, 방송사·OTT·극장 등 콘텐츠 유통플랫폼, 광고주·광고대행사, 온라인 커머스 이용 소비자 등으로 다변화되어 있으며, 이들은 콘텐츠의 화제성, 스타 연예인에 대한 선호, 가

격·편의성, 플랫폼 이용행태 등에 따라 상이한 소비 패턴을 보입니다. 특히 영화·드라마·예능 등 영상 콘텐츠와 영화관람 수요는 경기·가격보다는 흥행작의 유무, 콘텐츠의 완성도와 IP 경쟁력, OTT 보급 확대 등에 크게 영향을 받는 것으로 분석되고 있으며, 디지털 광고 및 애드테크 시장은 모바일 이용 시간 증가, 데이터 기반 타겟팅 기술의 발전, 광고주의 성과 측정 요구 강화 등에 따라 프로그래매틱·퍼포먼스 광고 비중이 지속적으로 확대되는 특성을 보이고 있습니다.

한편, 한국 영화산업과 연예 매니지먼트·콘텐츠 제작 시장은 소수 대형 투자·배급사 및 대형 엔터테인먼트사가 높은 시장지배력을 보유하는 반면, 다수의 중소형 사업자가 틈새 장르·IP 및 아티스트를 중심으로 경쟁하는 구조로, 개별 작품·아티스트의 흥행 성과에 따라 매출 변동성이 큰 것이 특징입니다. 커머스 및 IP 커머스 시장의 경우 온라인·모바일 채널을 통한 거래 비중이 높고, 팬덤 기반 굿즈·패션·라이프스타일 상품 등 감성·브랜드 가치에 대한 지불 의사가 중요한 수요 결정 요인으로 작용하고 있으며, 성공한 콘텐츠·아티스트 IP의 확장성에 따라 사업 확대 여지가 큰 시장으로 평가됩니다.

(4) 신규사업 등의 내용 및 전망

[연예 매니지먼트사업]

당사는 2025년 1월 17일을 합병기일로 주식회사 아티스트컴퍼니를 성공적으로 흡수 합병하였습니다. 합병 이후 상호를 주식회사 아티스트유나이티드에서 주식회사 아티스트컴퍼니로 변경하며 기업 정체성을 확립하였고, 이를 통해 기존에 영위하던 사업 뿐만 아니라 연예 매니지먼트, 방송 프로그램 제작 등의 신규 사업을 모두 승계받았습니다. 그 결과 합병에 따른 사업 편입 효과로 2025년 별도기준 매니지먼트 사업에서만 약 343억 원의 매출이 발생하여 당사 전체 매출 성장을 견인하였으며, 향후 핵심 아티스트의 활동 강화와 신규 아티스트 발굴, 외부 파트너십 확대를 통해 안정적인 팬덤 기반 수익과 추가적인 글로벌 활동 매출을 확대해 나갈 계획입니다.

[콘텐츠 제작 / 배급 사업]

당사는 2024년 1분기 말 영화 「그녀가 죽었다」를 기점으로 배급 사업에 본격 진출하여, 영화 마케팅부터 극장 상영, 2차 판권 유통에 이르는 상업적 유통망을 구축하였습니다. 이후 영화 「1승」, 2025년 ENA 드라마 「살롱 드 홈즈」, tvN 드라마 「

「알미운 사랑」 등 제작 라인업을 확장하고 있으며, 국내외 대형 플랫폼과의 유기적인 협업 및 유통 파트너십을 통해 OTT·글로벌 채널까지 포함하는 멀티 플랫폼 유통 구조를 강화하고 있습니다. K-콘텐츠에 대한 글로벌 수요 확대와 더불어, 향후 당사는 IP 기획 단계에서부터 배급·2차 저작물·커머스 연계까지 고려한 통합 제작·배급 전략을 통해 수익성을 개선하고, 영화·드라마·웹콘텐츠 전 영역에서 안정적인 포트폴리오를 확보할 것으로 기대하고 있습니다.

[IP 커머스 사업]

당사는 핵심 자산인 셀러브리티 및 콘텐츠 IP를 활용하여 신규 IP 커머스 사업에 진출하였으며, 콘텐츠·아티스트·브랜드 간 융합을 기반으로 굿즈, 패션·라이프스타일 상품 등 차별화된 상품 기획을 진행하고 있습니다. 팬덤을 기반으로 한 IP 비즈니스는 고객 충성도와 반복 구매를 바탕으로 수익 모델을 다양화할 수 있는 영역으로 평가되며, 당사는 아티스트·작품 IP를 활용한 라이선싱, 콜라보레이션, 글로벌 온·오프라인 커머스 채널 진출 등을 통해 새로운 비즈니스 생태계를 구축하고 수익성을 제고해 나갈 계획입니다.

[애드테크 플랫폼 사업]

당사는 기존 애드테크 플랫폼 서비스의 수익성 강화를 위해 포트폴리오 재편과 사업 고도화를 추진하고 있습니다. 퍼포먼스 중심의 광고에서 퍼포먼스와 브랜딩을 아우르는 통합 솔루션으로 서비스를 확장하여, 커머스·온라인 광고·매니지먼트 사업에 특화된 개인화 마케팅 및 데이터 기반 광고 운용 역량을 강화할 예정입니다. 특히 AI 기반 타겟팅·추천·리타겟팅 등 초개인화 마케팅 기술을 자사 플랫폼에 접목하고, 퍼플렉시티 AI 플랫폼과의 협업을 통해 애플리케이션 프로덕션 전환 관련 개발을 병행함으로써, 광고주의 캠페인 효율을 제고하고 자사 IP 커머스 및 콘텐츠 사업과의 시너지를 창출하는 것을 중장기 목표로 하고 있습니다.

(5) 조직도

이사회					
대표이사					
플랫폼 사업부문	R&D 개발센터	콘텐츠제작 사업부문	매니지먼트 사업부문	IP커머스 사업부문	경영관리본부

2. 주주총회 목적사항별 기재사항

□ 재무제표의 승인

제1호 의안 : 제16기 연결 및 별도 재무제표 승인의 건

가. 해당 사업연도의 영업상황의 개요

※ 상기 'Ⅲ. 경영참고사항' 중 '1. 사업의 개요' 를 참조하시기 바랍니다.

나. 해당 사업연도의 대차대조표(재무상태표)·손익계산서(포괄손익계산서)·이익잉여금처분계산서(안) 또는 결손금처리계산서(안)

※ 아래의 재무제표는 한국채택국제회계기준(K-IFRS)으로 작성되었으며, 외부감사인의 감사결과 및 주주총회 승인과정에서 변경될 수 있습니다.
※ 외부감사인의 감사의견을 포함한 최종 재무제표는 정기주주총회일(2026.03.27)의 1주간 전에 전자공시시스템 (<http://dart.fss.or.kr>)에 공시 예정인 연결·별도 감사보고서를 참조하시기 바랍니다.

[연결 재무제표]

연 결 재 무 상 태 표

제16(당) 기말 2025년 12월 31일 현재

제15(전) 기말 2024년 12월 31일 현재

주식회사 아티스트컴퍼니와 그 종속기업

(구, 주식회사 아티스트유나이티드와 그 종속기업)

(단위: 원)

과 목	제 16(당) 기말	제 15(전) 기말
자 산		
I. 유동자산	30,242,029,405	26,881,434,187
현금및현금성자산	23,962,496,223	17,573,610,811
매출채권	1,438,129,732	2,588,048,462

과 목	제 16(당) 기말	제 15(전) 기말
기타유동채권	762,483,691	296,269,654
파생상품자산	-	377,191,941
기타유동자산	4,018,876,139	6,018,544,289
당기법인세자산	60,043,620	27,769,030
II. 비유동자산	41,400,885,161	25,710,476,981
기타비유동채권	1,474,020,558	255,375,640
기타비유동금융자산	5,688,703,560	7,103,184,543
관계기업투자	14,104,341,638	16,038,437,931
유형자산	3,544,835,968	1,496,367,368
무형자산	13,937,942,949	800,221,021
기타비유동자산	2,651,040,488	16,890,478
자 산 총 계	71,642,914,566	52,591,911,168
부 채		
I. 유동부채	30,664,861,560	16,568,131,764
매입채무	588,649,461	1,131,490,016
기타유동지급채무	4,487,047,054	1,953,291,465
교환사채	3,223,876,864	-
전환사채	6,289,404,209	1,827,674,734
신주인수권부사채	-	5,556,129,024
파생상품부채	7,780,338,017	2,672,131,376
상환전환우선주부채	1,420,326,867	1,226,715,668
전환우선주부채	262,260,600	305,318,800
기타유동부채	6,612,958,488	1,895,380,681
II. 비유동부채	1,359,212,771	12,734,379,280
기타비유동지급채무	556,216,647	141,565,557
기타비유동금융부채	756,000,000	156,382,800
전환사채	-	5,107,549,197
파생상품부채	-	7,192,632,171

과 목	제 16(당) 기말	제 15(전) 기말
기타비유동부채	31,530,837	60,061,594
종업원급여부채	15,465,287	76,187,961
부 채 총 계	32,024,074,331	29,302,511,044
자 본		
I. 지배기업 소유주지분	39,758,993,533	23,212,452,514
자본금	7,795,688,000	6,683,405,000
자본잉여금	90,421,166,145	67,323,420,144
자본조정	(7,116,775,369)	21,664,655
기타포괄손익누계액	(2,915,932,292)	(1,044,493,153)
이익잉여금(결손금)	(48,425,152,951)	(49,771,544,132)
II. 비지배지분	(140,153,298)	76,947,610
자 본 총 계	39,618,840,235	23,289,400,124
부채와자본총계	71,642,914,566	52,591,911,168

연 결 포 괄 손 익 계 산 서

제16기 2025년 1월 1일부터 2025년 12월 31일까지

제15기 2024년 1월 1일부터 2024년 12월 31일까지

주식회사 아티스트컴퍼니와 그 종속기업

(구, 주식회사 아티스트유나이티드와 그 종속기업)

(단위: 원)

과 목	제 16(당) 기	제 15(전) 기
I. 매출	46,650,140,282	21,265,284,097
II. 매출원가	(40,304,642,231)	(18,388,834,694)
III. 매출총이익	6,345,498,051	2,876,449,403
IV. 판매비와관리비	(10,304,194,935)	(6,024,564,288)
V. 영업이익(손실)	(3,958,696,884)	(3,148,114,885)
기타손익	(4,394,997,046)	(342,338,914)
기타이익	27,858,306	44,009,252
기타손실	(4,422,855,352)	(386,348,166)
금융손익	11,428,276,186	(2,376,575,739)
금융수익	17,254,959,269	2,332,744,204

과 목	제 16(당) 기	제 15(전) 기
금융원가	(5,826,683,083)	(4,709,319,943)
관계기업투자손익	(1,953,826,999)	(1,947,245,529)
Ⅵ. 법인세비용차감전순이익(손실)	1,120,755,257	(7,814,275,067)
Ⅶ. 법인세비용(수익)	-	-
Ⅷ. 당기순이익(손실)	1,120,755,257	(7,814,275,067)
Ⅸ. 기타포괄손익	(1,822,772,499)	(14,308,380)
후속적으로 당기손익으로 재분류되지 않는 항목	(1,809,815,330)	(13,334,553)
확정급여제도의 재측정요소	20,978,765	-
지분법이익잉여금	27,687,875	(13,334,553)
기타포괄손익-공정가치금융자산평가손익	(1,858,481,970)	-
후속적으로 당기손익으로 재분류되는 항목	(12,957,169)	(973,827)
지분법자본변동	(12,957,169)	(973,827)
X. 총포괄이익(손실)	(702,017,242)	(7,828,583,447)
당기순이익(손실)의 귀속		
지배기업 소유주지분 순이익(손실)	1,297,724,541	(7,731,099,864)
비지배지분	(176,969,284)	(83,175,203)
당기총포괄이익(손실)의 귀속		
지배기업의 소유주에게 귀속되는 지분	(525,047,958)	(7,745,408,244)
비지배지분	(176,969,284)	(83,175,203)
XI. 주당이익(손실)		
기본및희석주당순손익	86	(578)

연 결 자 본 변 동 표

제16기 2025년 1월 1일부터 2025년 12월 31일까지

제15기 2024년 1월 1일부터 2024년 12월 31일까지

주식회사 아티스트컴퍼니와 그 종속기업

(구, 주식회사 아티스트유나이티드와 그 종속기업)

(단위: 원)

과 목	자 본 금	자본잉여금	자본조정	기타포괄손익 누계액	이익잉여금 (결손금)	비지배지분	총 계
2024.01.01 (전기초)	6,683,230,000	64,153,496,288	98,256,752	(1,043,519,326)	(42,027,109,715)	115,660,128	27,980,014,127
당기순이익(손실)	-	-	-	-	(7,731,099,864)	(83,175,203)	(7,814,275,067)
전환권대가	-	3,025,135,671	-	-	-	-	3,025,135,671
주식기준보상	-	-	(10,636,030)	-	-	19,375,803	8,739,773
주식매수선택권 대체	-	96,115,752	(64,273,375)	-	-	(31,842,377)	-
주식매수선택권 행사	175,000	54,967,992	(1,682,692)	-	-	(41,478,300)	11,982,000
지분법자본변동	-	-	-	(973,827)	-	-	(973,827)
지분법이익잉여금	-	-	-	-	(13,334,553)	-	(13,334,553)

과 목	자 본 금	자본잉여금	자본조정	기타포괄손익 누계액	이익잉여금 (결손금)	비지배지분	총 계
종속기업 보유지분변동	-	(6,295,559)	-	-	-	6,295,559	-
연결범위의 변동	-	-	-	-	-	92,112,000	92,112,000
2024.12.31 (전기말)	6,683,405,000	67,323,420,144	21,664,655	(1,044,493,153)	(49,771,544,132)	76,947,610	23,289,400,124
2025.01.01 (당기초)	6,683,405,000	67,323,420,144	21,664,655	(1,044,493,153)	(49,771,544,132)	76,947,610	23,289,400,124
당기순이익(손실)	-	-	-	-	1,297,724,541	(176,969,284)	1,120,755,257
합병관련 유상증자	1,112,283,000	23,357,943,000	-	-	-	-	24,470,226,000
합병관련 자기주식취득	-	-	(7,128,193,825)	-	-	-	(7,128,193,825)
기타포괄손익- 공정가치금융자산평가손익	-	-	-	(1,858,481,970)	-	-	(1,858,481,970)
확정급여제도의 재측정요소	-	-	-	-	20,978,765	-	20,978,765
전환사채 조기상환	-	(76,121,794)	-	-	-	-	(76,121,794)
신주인수권부사채 조기상환	-	(230,235,044)	-	-	-	-	(230,235,044)
주식기준보상	-	-	(7,121,200)	-	-	4,695,456	(2,425,744)
주식매수선택권 대체	-	5,746,918	(3,124,999)	-	-	(2,621,919)	-
주식매수선택권 행사	-	28,398,353	-	-	-	(23,518,353)	4,880,000
지분법자본변동	-	-	-	(12,957,169)	-	-	(12,957,169)
지분법이익잉여금	-	-	-	-	27,687,875	-	27,687,875
종속기업 보유지분변동	-	12,014,568	-	-	-	(18,686,808)	(6,672,240)
2025.12.31 (당기말)	7,795,688,000	90,421,166,145	(7,116,775,369)	(2,915,932,292)	(48,425,152,951)	(140,153,296)	39,618,840,235

연 결 현 금 흐 름 표

제16기 2025년 1월 1일부터 2025년 12월 31일까지

제15기 2024년 1월 1일부터 2024년 12월 31일까지

주식회사 아티스트컴퍼니와 그 종속기업

(구, 주식회사 아티스트유나이티드와 그 종속기업)

(단위: 원)

과 목	제 16(당 기)	제 15(전 기)
I. 영업활동으로 인한 현금흐름	6,157,884,480	(8,813,917,748)
당기순이익(손실)	1,120,755,257	(7,814,275,067)
당기순이익조정을 위한 가감	(196,813,495)	6,213,382,880
영업활동으로 인한 자산 부채의 변동	5,575,579,237	(7,530,259,312)
이자의 수취	18,267,606	180,347,761
이자의 지급	(170,768,148)	-
법인세의 환급(납부)	(189,135,977)	136,885,990
II. 투자활동으로 인한 현금흐름	701,987,011	(20,123,271,736)
무형자산의 처분	-	-
유형자산의 처분	909,091	48,760,908
보증금의 회수	65,140,800	481,800,000
당기손익-공정가치측정금융자산의 취득	(75,435,663,878)	(1,665,000,000)

과 목	제 16(당) 기	제 15(전) 기
당기손익-공정가치측정금융자산의 처분	74,748,948,726	-
보증금의 지급	(194,012,000)	(341,278,000)
유형자산의 취득	(426,216,551)	(143,908,668)
무형자산의 취득	(5,094,828,718)	(677,607,320)
장기선급금의 증가	-	(1,071,816)
장기금융상품의 감소	-	170,000,000
기타보증금의 증가	-	(160,000)
기타보증금의 감소	-	185,000
관계기업투자주식의 취득	(5,000,000)	(17,999,991,840)
사업결합으로 인한 순현금흐름 변동	7,042,709,541	-
연결범위 변동으로 인한 순현금흐름 변동	-	5,000,000
III. 재무활동으로 인한 현금흐름	(470,986,079)	(2,058,522,405)
교환사채의 발행	18,000,000,000	-
전환사채의 발행	-	13,857,065,760
단기차입금의 차입	-	35,948,000
주식선택권의 행사	4,880,000	11,982,000
종속기업 소유지분의 변동	(6,672,240)	-
전환사채의 상환	(2,500,000,000)	(13,560,000,000)
신주인수권부채의 상환	(7,600,000,000)	(2,000,000,000)
자기주식의 취득	(7,128,157,617)	-
임대보증금의 감소	(100,000,000)	-
리스부채의상환	(1,098,864,642)	(367,570,165)
단기차입금의 상환	(42,171,580)	(35,948,000)
IV. 현금의 증가(감소) (I +II+III)	6,388,885,412	(30,995,711,889)
V. 기초의 현금	17,573,610,811	48,569,322,700
VI. 기말의 현금	23,962,496,223	17,573,610,811

※ 재무제표 주석 : 주주총회 1주전까지 전자공시시스템(<https://dart.fss.or.kr>)에 공시 예정인 당사의 감사보고서를 참조하시기 바랍니다.

[별도 재무제표]

재 무 상 태 표

제16(당) 기말 2025년 12월 31일 현재

제15(전) 기말 2024년 12월 31일 현재

주식회사 아티스트컴퍼니

(구, 주식회사 아티스트유나이티드)

(단위: 원)

과목	제 16(당) 기말	제 15(전) 기말
자 산		
I. 유동자산	29,780,331,523	25,566,731,420
현금및현금성자산	23,484,295,337	16,285,003,937
매출채권	1,548,501,021	2,664,525,697
기타유동채권	677,224,401	203,038,174
기타유동자산	4,010,380,174	6,009,423,251
파생상품자산	-	377,191,941
당기법인세자산	59,930,590	27,548,420
II. 비유동자산	45,464,705,838	27,481,505,647
장기매출채권	-	-
기타비유동채권	1,393,860,558	82,997,702
기타비유동금융자산	5,688,703,560	7,103,184,543
종속기업및관계기업투자주식	18,553,991,840	18,548,991,840
유형자산	3,337,052,747	1,029,091,413
무형자산	13,840,056,645	700,349,671
기타비유동자산	2,651,040,488	16,890,478
자 산 총 계	75,245,037,361	53,048,237,067
부 채		
I. 유동부채	28,877,177,511	14,862,471,851
매입채무	691,980,711	1,131,490,016
기타유동지급채무	4,338,671,621	1,854,634,556
교환사채	3,223,876,864	-
유동성전환사채	6,289,404,209	1,827,674,734

과목	제 16(당) 기말	제 15(전) 기말
유동성신주인수권부사채	-	5,556,129,024
유동파생상품부채	7,780,338,017	2,672,131,376
기타유동부채	6,552,906,089	1,820,412,145
II. 비유동부채	587,747,484	12,457,401,529
기타비유동지급채무	556,216,647	72,317,830
전환사채	-	5,107,549,197
파생상품부채	-	7,192,632,171
기타비유동부채	31,530,837	44,142,553
종업원급여부채	-	40,759,778
부 채 총 계	29,464,924,995	27,319,873,380
자 본		
I. 자본금	7,795,688,000	6,683,405,000
II. 자본잉여금	91,040,140,818	67,985,429,657
III. 자본조정	(7,116,775,369)	21,664,655
IV. 기타포괄손익누계액	(2,902,001,296)	(1,043,519,326)
V. 이익잉여금(결손금)	(43,036,939,787)	(47,918,616,299)
자 본 총 계	45,780,112,366	25,728,363,687
부채와자본총계	75,245,037,361	53,048,237,067

포 괄 손 익 계 산 서

제16기 2025년 1월 1일부터 2025년 12월 31일까지

제15기 2024년 1월 1일부터 2024년 12월 31일까지

주식회사 아티스트컴퍼니

(구, 주식회사 아티스트유나이티드)

(단위: 원)

과목	제 16(당) 기	제 15(전) 기
I. 매출액	46,061,565,511	19,943,076,836
II. 매출원가	(39,912,757,394)	(15,640,239,674)
III. 매출총이익	6,148,808,117	4,302,837,162
IV. 판매비와관리비	(9,062,342,724)	(6,374,031,110)
V. 영업이익(손실)	(2,913,534,607)	(2,071,193,948)

과목	제 16(당) 기	제 15(전) 기
VI. 기타손익	(4,409,476,898)	(367,838,251)
기타수익	12,841,913	16,676,789
기타비용	(4,422,318,811)	(384,515,040)
VII. 금융손익	12,183,709,252	(2,654,348,395)
금융수익	17,210,634,641	2,046,293,368
금융비용	(5,026,925,389)	(4,700,641,763)
VIII. 법인세비용차감전순이익(손실)	4,860,697,747	(5,093,380,594)
법인세비용	-	-
IX. 당기순이익	4,860,697,747	(5,093,380,594)
X. 기타포괄손익	(1,837,503,205)	-
후속적으로 당기손익으로 재분류되지 않는 항목		
확정급여부채의 재측정요소	20,978,765	-
기타포괄손익-공정가치금융자산평가손익	(1,858,481,970)	-
XI. 총포괄이익(손실)	3,023,194,542	(5,093,380,594)
XII. 주당이익		
기본및희석주당순이익	322	(381)

자 본 변 동 표

제16기 2025년 1월 1일부터 2025년 12월 31일까지

제15기 2024년 1월 1일부터 2024년 12월 31일까지

주식회사 아티스트컴퍼니
(구, 주식회사 아티스트유나이티드)

(단위: 원)

과목	자본금	자본잉여금	자본조정	기타포괄손익누계액	이익잉여금	총계
2024.01.01 (제15기초)	6,683,230,000	64,890,200,919	98,256,752	(1,043,519,326)	(42,825,235,705)	27,802,932,640
당기순이익(손실)	-	-	-	-	(5,093,380,594)	(5,093,380,594)
전환권대가	-	3,025,135,671	-	-	-	3,025,135,671
주식기준보상	-	-	(10,636,030)	-	-	(10,636,030)
주식매수선택권 대체	-	64,273,375	(64,273,375)	-	-	-
주식매수선택권 행사	175,000	5,819,692	(1,682,692)	-	-	4,312,000
2024.12.31 (제15기말)	6,683,405,000	67,985,429,657	21,664,655	(1,043,519,326)	(47,918,616,299)	25,728,363,687
2025.01.01 (제16기초)	6,683,405,000	67,985,429,657	21,664,655	(1,043,519,326)	(47,918,616,299)	25,728,363,687
당기순이익(손실)	-	-	-	-	4,860,697,747	4,860,697,747
합병관련 유상증자	1,112,283,000	23,357,943,000	-	-	-	24,470,226,000
합병관련 자기주식취득	-	-	(7,128,193,825)	-	-	(7,128,193,825)
전환사채 조기상환	-	(76,121,794)	-	-	-	(76,121,794)
신주인수권부사채 조기상환	-	(230,235,044)	-	-	-	(230,235,044)
기타포괄손익 공정가치금융자산평가손익	-	-	-	(1,858,481,970)	-	(1,858,481,970)
확정급여제도의 재측정요소	-	-	-	-	20,978,765	20,978,765
주식기준보상	-	-	(7,121,200)	-	-	(7,121,200)
주식매수선택권 대체	-	3,124,999	(3,124,999)	-	-	-
2025.12.31 (제16기말)	7,795,688,000	91,040,140,818	(7,116,775,369)	(2,902,001,296)	(43,036,939,787)	45,780,112,366

현금흐름표

제16기 2025년 1월 1일부터 2025년 12월 31일까지

제15기 2024년 1월 1일부터 2024년 12월 31일까지

주식회사 아티스트컴퍼니

(구, 주식회사 아티스트유나이티드)

(단위: 원)

과 목	제 16(당) 기	제 15(전) 기
I. 영업활동으로 인한 현금흐름	6,963,148,988	(7,777,703,944)
당기순손실	4,860,697,747	(5,093,380,594)
당기순이익조정을 위한 가감	(3,232,164,211)	4,037,989,800
영업활동으로 인한 자산 부채의 변동	5,673,025,000	(7,037,956,091)
이자의 수취	17,506,273	178,900,741
이자의 지급	(166,672,264)	-
법인세의 환급(납부)	(189,243,557)	136,742,200
II. 투자활동으로 인한 현금흐름	604,425,251	(20,386,663,204)
당기손익-공정가치측정금융자산의 취득	(75,435,663,878)	(2,340,000,000)
당기손익-공정가치측정금융자산의 처분	74,748,948,726	-
단기대여금의 증가	(100,000,000)	-
장기금융상품의 감소	-	170,000,000
유형자산의 처분	909,091	17,779,091
임차보증금의 감소	65,140,800	281,800,000
임차보증금의 증가	(194,012,000)	(161,278,000)
관계기업투자주식의 취득	(5,000,000)	(17,999,991,840)
종속기업투자주식의 취득	-	(299,000,000)
유형자산의 취득	(424,216,551)	(54,900,639)
무형자산의 취득	(5,094,390,478)	-
장기선급금의 증가	-	(1,071,816)
합병으로 인한 순현금흐름 변동	7,042,709,541	-
III. 재무활동으로 인한 현금흐름	(368,282,839)	(1,900,555,617)
교환사채의 발행	18,000,000,000	-
단기차입금의 상환	(42,171,580)	-
임대보증금의 감소	(100,000,000)	-
리스부채의상환	(997,953,642)	(201,933,377)
전환사채의 발행	-	13,857,065,760
전환사채의 상환	(2,500,000,000)	(13,560,000,000)
신주인수권부채의 상환	(7,600,000,000)	(2,000,000,000)
자기주식의 취득	(7,128,157,617)	-

과 목	제 16(당) 기	제 15(전) 기
주식선택권의 행사	-	4,312,000
Ⅳ. 현금의 증가(감소)(Ⅰ+Ⅱ+Ⅲ)	7,199,291,400	(30,064,922,765)
Ⅴ. 기초의 현금	16,285,003,937	46,349,926,702
Ⅵ. 기말의 현금	23,484,295,337	16,285,003,937

결손금처리계산서(안)

제 16 기 2025년 1월 1일부터 2025년 12월 31일까지

제 15 기 2024년 1월 1일부터 2024년 12월 31일까지

주식회사 아티스트컴퍼니

(구, 주식회사 아티스트유나이티드)

(단위 : 원)

과 목	제 16 기	제 15 기
	처리에정일 : 2026년 03월 27일	처리확정일 : 2025년 03월 28일
Ⅰ. 미처리결손금	43,036,939,787	47,918,616,299
전기이월미처리결손금	47,918,616,299	42,825,235,705
확정급여제도의 재측정요소	(20,978,765)	-
당기순손실(이익)	(4,860,697,747)	5,093,380,594
Ⅱ. 임의적립금 등의 이입액	-	-
Ⅲ. 결손금처리액	-	-
Ⅳ. 차기이월미처리결손금	43,036,939,787	47,918,616,299

※ 재무제표 주석 : 주주총회 1주전까지 전자공시시스템(<https://dart.fss.or.kr>)에 공시 예정인 당사의 감사보고서를 참조하시기 바랍니다.

※ 최근 2사업연도의 배당에 관한 사항 : 해당사항 없음

□ 정관의 변경

제2호 의안 : 정관 일부 변경 승인의 건

가. 집중투표 배제를 위한 정관의 변경 또는 그 배제된 정관의 변경

변경전 내용	변경후 내용	변경의 목적
-	-	-

나. 그 외의 정관변경에 관한 건

변경전 내용	변경후 내용	변경의 목적
<p>제2조 (목적) 당회사는 다음의 사업을 영위함을 목적으로 한다. (중략) 1. 의료정보 및 의료정보시스템에 관한 소프트웨어개발, 공급 및자문 (중략) 1. 2D, 3D, 특수영상물 제작 및 판매업 1. 3D VFX 및 프리비주얼 서비스업 (중략) 1. 주차장 운영사업 1. 보관 및 창고 운영업 1. 의료기관 관련 경영 컨설팅업 (중략) 1. 호텔운영업 1. 의약외품 제조, 도소매, 판매업 1. 의료기기 및 스마트의료기기 제조, 도소매, 판매, 유통업 (신설) (중략)</p>	<p>제2조 (목적) 당회사는 다음의 사업을 영위함을 목적으로 한다. (중략) (삭제) (중략) (삭제) (삭제) (중략) (삭제) (삭제) (삭제) (중략) (삭제) (삭제) (삭제) 1. 회사가 보유하고 있는 지식, 정보 등 무형자산의 판매 및 용역사업 1. 브랜드, 상표권 등의 지적재산권의 관리 및 라이선스업 1. 커피, 음료 등의 제조 도소매, 판매, 유통업 1. 디저트, 제과, 제빵의 제조, 판매, 유통업 1. 농,축,수산물 제조, 판매, 유통업 1. 외식 경영 및 음식개발, 홍보관련 컨설팅 및 대행업 1. 일반, 휴게, 간인 음식점업 1. 커피 전문점 운영업 (중략)</p>	<p>사업 다각화를 통한 신성장 동력 확보</p>
<p>(신설)</p>	<p>제10조의 2 (자기주식의 보유 또는 처분) 회사는 전략적 제휴, 인수합병, 사업구조의 개편, 시설투자, 신기술의 도입 및 개발, 재무구조의 개선, 임직원 보상 등 회사의 경영상 목적을 달성하기 위하여 필요한 경우 상법 및 관련 법령에 따라 자기주식을 보유 또는 처분할 수 있다.</p>	<p>상법개정에 따른 자기주식 보유 또는 처분 조항 신설</p>
<p>제31조 (의결권의 대리행사) 1. 주주는 대리인으로 하여금 그 의결권을 행사하게 할 수 있다. 2. 제1항의 대리인은 주주총회 개시전에 그 대리권을 증명하는 서면(위임장)을 회사에 제출하여야 한다.</p>	<p>제31조 (의결권의 대리행사) 1. 주주는 대리인으로 하여금 그 의결권을 행사하게 할 수 있다. 2. 제1항의 대리인은 주주총회 개시전에 그 대리권을 증명하는 서면 또는 전자문서를 회사에 제출하여야한다.</p>	<p>상법개정에 따른 전자문서를 통한 대리권 증명 방법 반영</p>
<p>제34조 이사의 원수 회사의 이사는 3인 이상 5인 이하로 한다.</p>	<p>제34조 이사의 원수 1. 회사의 이사는 3인 이상 5인 이하로 하며, 독립이사는 이사총수의 3분의 1 이상으로 한다. 2. 독립이사의 사임·사망 등의 사유로 인하여 독립이사의 수가 제1항에서 정한 이사회의 구성요건에 미달하게 되면 그 사유가 발생한 후 처음으로 소집되는 주주총회에서 그 요건에 합치되도록 독립이사를 선임하여야 한다.</p>	<p>상법개정에 따른 사외이사 명칭 변경 및 비율 변경</p>
<p>제40조 (이사의 의무) 1. 이사는 법령과 정관의 규정에 따라 회사를 위하여 그 직무를 충실하게 수행하여야 한다. 2. 이사는 선량한 관리자의 주의로서 회사를 위하여 그 직무를 수행하여야 한다. 3. 이사는 재임 중뿐만 아니라 퇴임후에도 직무상 취득한 회사의 영업상 비밀을 누설하여서는 아니 된다. 4. 이사는 회사에 현저하게 손해를 미칠 염려가 있는 사실을 발견한 때에는 즉시 감사에게 이를 보고하여야 한다.</p>	<p>제40조 (이사의 의무) 1. 이사는 법령과 정관의 규정에 따라 회사와 주주를 위하여 그 직무를 충실하게 수행하여야 한다. 2. 이사는 선량한 관리자의 주의로서 회사와 주주를 위하여 그 직무를 수행하여야 한다. 3. 이사는 재임 중뿐만 아니라 퇴임후에도 직무상 취득한 회사의 영업상 비밀을 누설하여서는 아니 된다. 4. 이사는 회사에 현저하게 손해를 미칠 염려가 있는 사실을 발견한 때에는 즉시 감사에게 이를 보고하여야 한다. 5. 이사는 그 직무를 수행함에 있어 총 주주의 이익을 보호하여야 하고, 전체 주주의 이익을 공평하게 대우하여야 한다.</p>	<p>상법개정에 따른 이사총수의무 정비</p>
<p>제45조의2(이사의 책임감경) 상법 제399조에 따른 이사의 책임을 이사가 그 행위를 한 날 이전 최근 1년간의 보수액(상여금과 주식매수선택권의 행사로 인한 이익 등을 포함한다)의 6배(사외이사는3배)를 초과하는 금액에 대하여 면제한다. 다만, 이사가 고의 또는 중대한 과실로 손해를 발생시킨 경우와 상법 제397조, 제397조의2 및 제398조에 해당하는 경우에는 그러하지 아니하다.</p>	<p>제45조의2(이사의 책임감경) 상법 제399조에 따른 이사의 책임을 이사가 그 행위를 한 날 이전 최근 1년간의 보수액(상여금과 주식매수선택권의 행사로 인한 이익 등을 포함한다)의 6배(독립이사는3배)를 초과하는 금액에 대하여 면제한다. 다만, 이사가 고의 또는 중대한 과실로 손해를 발생시킨 경우와 상법 제397조, 제397조의2 및 제398조에 해당하는 경우에는 그러하지 아니하다.</p>	<p>상법개정에 따른 사외이사 명칭 변경</p>
<p>< 부칙(2019.09.09) > 1. 이 정관은 주주총회에서 승인한2019년09월09일부터 시행한다. 다만,</p>	<p>< 부칙(2019.09.09) > 1. 이 정관은 주주총회에서 승인한2019년09월09일부터 시행한다. 다만,</p>	

변경전 내용	변경후 내용	변경의 목적
<p>제8조 제2항, 제8조 제4항, 제14조 제3항, 제14조의2 및 제15조 제4항의 전자증권 관련 개정 내용은 주식, 사채 등의 전자등록에 관한 법률 시행령이 시행되는 날로부터 시행한다. 상장회사에 적용되는 조항은 회사의 주식시장 상장시점부터 효력이 발생한다.</p> <p>< 부칙(2022.03.30) > 1. 정관은 2022년 3월 30일부터 시행한다.</p> <p>< 부칙(2023.03.29) > 1. 정관은 2023년 3월 29일부터 시행한다.</p> <p>< 부칙(2024.03.29) > 1. 정관은 2024년 3월 29일부터 시행한다. (신설 2024.03.29.)</p> <p>< 부칙(2025.03.28) > 1. 정관은 2025년 3월 28일부터 시행한다. (신설 2025.03.28.)</p>	<p>제8조 제2항, 제8조 제4항, 제14조 제3항, 제14조의2 및 제15조 제4항의 전자증권 관련 개정 내용은 주식, 사채 등의 전자등록에 관한 법률 시행령이 시행되는 날로부터 시행한다. 상장회사에 적용되는 조항은 회사의 주식시장 상장시점부터 효력이 발생한다.</p> <p>< 부칙(2022.03.30) > 1. 정관은 2022년 3월 30일부터 시행한다.</p> <p>< 부칙(2023.03.29) > 1. 정관은 2023년 3월 29일부터 시행한다.</p> <p>< 부칙(2024.03.29) > 1. 정관은 2024년 3월 29일부터 시행한다. (신설 2024.03.29.)</p> <p>< 부칙(2025.03.28) > 1. 정관은 2025년 3월 28일부터 시행한다. (신설 2025.03.28.)</p> <p>< 부칙(2026.03.27) > 1. 정관은 2026년 3월 27일부터 시행한다. (신설 2026.03.27.)</p> <p>-</p> <p>< 경과조치(2026.03.27) > 1. 제34조, 제45조의2 개정규정은 2026년 7월 23일부터 시행한다. 1. 제31조의 개정규정은 2027년 1월 1일부터 시행한다.</p> <p>-</p> <p>< 독립이사에 관한 경과조치 > 1. 2026년 7월 23일 전까지 본 정관의 독립이사는 상법(법률 제20991호로 개정되기 전의 것)에 따른 사외이사로 본다.</p>	<p>상법 시행 시기 고려하여 부칙에 경과규정 마련</p>

□ 이사의 보수한도 승인

제3호 의안 : 이사 보수한도 승인의 건

가. 이사의 수 · 보수총액 내지 최고 한도액

(당 기)

이사의 수 (사외이사수)	4명(1명)
보수총액 또는 최고한도액	1,500백만원

(전 기)

이사의 수 (사외이사수)	4명(1명)
실제 지급된 보수총액	290백만원

최고한도액	3,000백만원
-------	----------

※ 기타 참고사항

- 인원수는 2025년 12월 31일 기준, 재직 중인 인원이며, 실제 지급된 보수총액은 퇴임한 이사의 보수가 포함되어 있습니다.

□ 감사의 보수한도 승인

제4호 의안 : 감사 보수한도 승인의 건

가. 감사의 수 · 보수총액 내지 최고 한도액

(당 기)

감사의 수	1명
보수총액 또는 최고한도액	100백만원

(전 기)

감사의 수	1명
실제 지급된 보수총액	36백만원
최고한도액	100백만원

□ 기타 주주총회의 목적사항

※ 해당사항 없음

IV. 사업보고서 및 감사보고서 첨부

가. 제출 개요

제출(예정)일	사업보고서 등 통지 등 방식
2026년 03월 19일	1주전 회사 홈페이지 게재

나. 사업보고서 및 감사보고서 첨부

(1) 상법시행령 제31조(주주총회의 소집공고) 제4항 제4호에 의거하여 사업보고서 및 감사보고서는 주주총회 개최 1주 전까지 회사 홈페이지에 공고할 예정입니다.

※ 홈페이지 주소 : www.artistcompany.co.kr

(2) 향후 사업보고서는 오기 등이 있는 경우 수정될 수 있으며, 수정된 사업보고서는 금융감독원 전자공시시스템(DART)에 업데이트 될 예정이므로, 이를 반드시 확인하시기 바랍니다.

(3) 주주총회 이후 변경된 사항에 관하여는 금융감독원 전자공시시스템(DART)에 제출된 사업보고서를 활용하시기 바랍니다.

※ 참고사항

□ 주주총회 집중일 개최사유

당사는 금번 정기주주총회 개최를 집중 (예상)일을 피하여 개최하고자 하였으나, 당사의 결산일정 및 외부감사에 따른 감사보고서 제출 일정 등 종합적으로 검토한 바 불가피하게 주주총회를 집중(예상)일에 개최하게 되었습니다.

향후 주주총회 개최시 주주총회분산 자율준수프로그램에 적극적으로 참여하고 집중일을 피하여 개최가 될 수 있도록 노력하겠습니다.