

기술 2024-021

2024.04.11.

이 보고서는 시가총액 5,000억 원 미만의 중소형 기업에 대한 투자정보 확충을 위해 발간한 보고서입니다.

기술분석보고서 오락·문화

알비더블유(361570)

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

작성기관 (주)NICE디앤비

작성자 최승엽 연구원

[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 유튜브(IRTV)로도 시청 가능하며, 영상편집 일정에 따라 현재 시점에서 미게재 상태일 수 있습니다.
- 텔레그램에서 “한국IR협의회” 채널을 추가하시면 매주 보고서 발간 소식을 안내 받으실 수 있습니다.
- 본 보고서에 대한 자세한 문의는 작성기관(TEL.02-2122-1300)로 연락하여 주시기 바랍니다.

알비더블유(361570)

아티스트 프로듀싱 및 콘텐츠 제작 기술을 보유한 종합 엔터테인먼트 기업

기업정보(2024.04.02. 기준)

대표자	김진우, 김도훈
설립일자	2010년 03월 05일
상장일자	2021년 11월 22일
기업규모	중소기업
업종분류	음악 및 기타 오디오물 출판업
주요제품	음원 및 영상 등의 저작권리 등

시세정보(2024.04.02. 기준)

현재가	3,780원
액면가	500원
시가총액	1,082억 원
발행주식수	28,635,291
52주 최고가	7,460원
52주 최저가	3,270원
외국인지분율	4.58%
주요주주	
김진우	17.10%
김도훈	14.81%

■ 전문화된 조직과 내재화된 콘텐츠 제작 인프라를 구축

알비더블유(이하 동사)는 2010년 3월에 설립되어, 2021년 11월 코스닥 시장에 상장하였다. 동사는 방송제작, 음반제작, 연예기획 및 매니지먼트 사업을 영위하고 있으며, 자체 프로듀싱 및 영상 제작 역량을 바탕으로 영상, 광고, 음반, 행사 등과 관련한 제작대행사업도 영위하고 있다. 동사는 마마무를 비롯하여 브로맨스, 원어스, 원위 등의 아티스트 발굴 및 제작 이력을 보유하고 있으며, 김도훈, 황성진, 이상호 등 국내 유명 작곡가들이 프로듀서로 활동하고 있다.

■ 기술과의 접목을 통한 음악 산업의 확장

음악 산업은 단순히 앨범 판매, 콘서트를 넘어 분야가 넓어지고 있다. 다양한 행사로 접근성이 높아지며 소비자들이 유입되고 있으며, 음악 스트리밍 시장 확장에 따라 K-POP의 수요도 지속적으로 증가할 것으로 전망된다. 또한, AI 등의 기술과의 결합을 통해 기술적인 한계를 극복하며 콘텐츠의 품질과 다양성을 향상시키고 제작 효율성이 강화됨에 따라 음악 출판 시장도 성장할 것으로 전망된다.

■ 외형 확대 및 IP사업 다각화

동사의 프로듀싱 역량을 기반으로 생산성을 높여 시너지 효과를 낼 수 있는 엔터테인먼트 회사 등을 인수하여 외형을 키우고 있으며, 다국적 보이그룹 NXD를 데뷔시키는 등 아티스트 라인업도 확대시키고 있다. 또한, 동사는 보유하고 있는 IP를 바탕으로 조각 투자 플랫폼 개발사 '테사'와의 업무협약을 체결하여 음악 등 콘텐츠 IP 제작 분야 토큰 증권(STO) 상품 개발도 추진하고 있다.

요약 투자지표 (K-IFRS 연결 기준)

	매출액 (억 원)	증감 (%)	영업이익 (억 원)	이익률 (%)	순이익 (억 원)	이익률 (%)	ROE (%)	ROA (%)	부채비율 (%)	EPS (원)	BPS (원)	PER (배)	PBR (배)
2021	596.2	59.9	95.8	16.1	76.4	12.8	17.3	8.0	83.5	334	2,240	27.2	4.1
2022	630.9	5.8	28.2	4.5	11.1	1.8	0.6	0.9	63.2	15	2,675	291.6	1.6
2023	914.3	44.9	-22.5	-2.5	-55.4	-6.1	-4.7	-3.4	112.0	-123	2,576	-	1.6

기업경쟁력

아티스트 프로듀싱 및 영상 콘텐츠 제작 인프라 보유

- 내재화된 아티스트 프로듀싱 및 영상 콘텐츠 제작기술 등의 자체 인프라 보유
- 자체 인프라 기반 프로듀싱 및 콘텐츠 제작 OEM 사업 영위

K-POP을 활용한 사업 영역 확장

- K-POP 교육 연수 프로그램 운영 등 다양한 파생상품 개발 및 서비스 제공

핵심 기술 및 적용제품

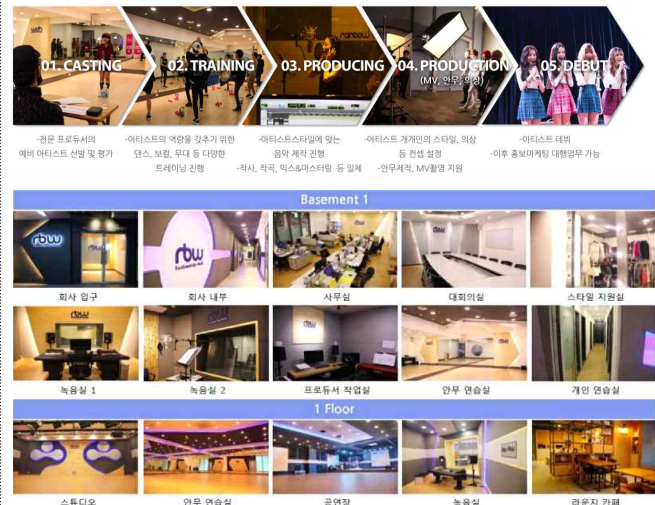
핵심 전문인력
내재화

- 프로듀서, 작가, 디렉터, 트레이너, 컨셉 및 기획 전문가들의 내재화를 통한 제작 효율성 향상

아티스트
인큐베이팅 시스템
구축

- 아티스트를 양성하고 데뷔시키기 위한 모든 업무요소(캐스팅, 트레이닝, 프로듀싱 및 앨범 프로덕션 등)를 매뉴얼화하고 성장곡선, 시장의 상황 등을 고려한 탄력적인 스케줄링 등 동사만의 제작 시스템 노하우 보유

동사의 아티스트 인큐베이팅 시스템 및 제작 인프라



시장경쟁력

세계 연간 음악 스트리밍 총합	년도	스트리밍 총합	연평균 성장률
	2022년	5조 3,000억 회	▲33.7%
	2023년	7조 1,000억 회	
세계 음악 출판 시장	년도	거래액	연평균 성장률
	2022년	66억 8,000만 달러	▲5.92%
	2029년	99억 9,000만 달러	
시장환경	<div>■ 음악 산업의 분야가 확장되고 접근성이 향상되며 더 많은 소비자들이 유입되고 있으며, 음악 스트리밍 시장 확장으로 K-POP의 수요도 지속적으로 증가 추세</div> <div>■ AI 등 기술과의 결합을 통해 기술적인 한계를 극복하며 콘텐츠의 품질과 다양성을 향상시키고 제작 효율성이 강화됨에 따라 음악 출판 시장도 성장할 것으로 전망</div>		

I. 기업 현황

아티스트 프로듀싱 및 영상, 광고, 음반, 행사 등 종합 콘텐츠 제작 및 대행 사업 영위

동사는 음원 및 영상 등의 저작권리, 매니지먼트, 공연, 상품 판매 등의 사업을 영위하는 종합 엔터테인먼트 기업으로, 마마무 등의 아티스트를 배출하였다. 또한, 동사는 광고, 영상 등 콘텐츠의 제작 대행 서비스도 제공하고 있으며, K-POP을 기반으로 파생되는 다양한 분야의 서비스를 제공하고 있다.

■ 기업 개요

동사는 2010년 3월 5일에 설립되어 음원 및 영상 등의 저작권리, 매니지먼트, 제작 대행, 공연, 상품 판매 등의 사업을 영위하는 종합 엔터테인먼트 기업이다. 서울특별시 광진구에 사업장을 가지고 있고, 2021년 11월 22일 코스닥 시장에 상장하였다. 동사는 마마무를 비롯하여 브로맨스, 원어스, 원위 등의 아티스트 발굴 및 제작 이력을 보유하고 있으며, 김도훈, 황성진, 이상호 등 국내 유명 작곡가들이 내부 프로듀서로 활동하고 있다. 동사는 꾸준한 제작 및 투자활동을 통해 IP를 지속적으로 확보하고 있으며, 아티스트 양성 노하우를 기반으로 자체 아티스트뿐만 아니라 아티스트 제작 대행 사업도 영위하고 있다. 또한, 컨설팅, 제작 시스템과 디렉션을 통해 성장을 촉진시켜 시너지효과를 낼 수 있는 회사나 레이블을 인수하여 아티스트 라인업을 확대하고 있다.

[표 1] 동사의 주요 연혁

일자	내용
2010.03.	동사 설립
2021.03.	더블유엔터테인먼트 기업 인수
2021.11.	코스닥 시장 상장
2022.03.	디에스피미디어 기업 인수
2022.04.	본점 이전(서울특별시 광진구 자양로 129, 12층)
2022.12.	얼반웍스 기업 인수

자료: 동사 사업보고서(2023.12.), NICE디앤비 재구성

한편, 사업보고서(2023.12.) 기준, 동사의 최대주주는 김진우 공동대표이사로 17.10%를 보유하고 있고, 김도훈 공동대표이사 14.81%, (주)컴투스, (주)위지웍스튜디오, 기타 개인 주주가 68.09%를 보유하고 있다.

[표 2] 최대주주 및 특수관계인 주식소유 현황

주주명	지분율(%)
김진우	17.10
김도훈	14.81
(주)컴투스	9.79
(주)위지웍스튜디오	5.22
기타 개인 주주	53.08
합계	100.00

[표 3] 주요 계열사 현황

회사명	주요사업	자산총액(억 원)
(주)콘텐츠엑스	매니지먼트 등	321.3
(주)더블유엔터테인먼트	매니지먼트 등	93.8
(주)디에스피엔터테인먼트	매니지먼트 등	300.1
(주)얼반웍스	방송 프로그램 제작업 등	59.7
RBW JAPAN Inc.	일본지역 매니지먼트 등	126.9

자료: 동사 사업보고서(2023.12.), NICE디앤비 재구성

■ 대표이사 경력

동사는 김진우, 김도훈 공동대표이사 체제로 운영되고 있다. 김진우 대표이사는 음악비즈니스를 전공하였으며 전문성을 바탕으로 동아방송대학교의 외래교수 등을 역임하였다. 마마무, 원위, 베이식 등 다수의 작곡 및 아티스트 프로듀싱 이력을 보유하고 있으며, 현재 동사의 대표이사, 디에스피미디어의 대표이사, 명지전문대학교의 엔터유평합비즈니스과 조교수로 활동하고 있다. 김도훈 대표이사는 홍익대학교에서 토목공학과를 전공하였으며, 1995년 강변가요제 입선을 시작으로 S.E.S의 Just A Feeling, 씨엔블루의 외톨이야, 직감 등의 작곡 활동 이력이 있으며, 뮤직큐브의 이사로 근무하며 다수의 작곡 활동을 하다가 2010년부터 동사의 대표이사이자 수석 프로듀서로 활동하고 있다.

■ 주요 사업

동사는 방송제작, 음반제작, 연예기획 및 매니지먼트를 목적으로 설립되었으며, 설립 초기에는 외부 클라이언트들의 수주를 받아 음악이나 콘텐츠의 제작 대행을 통해 프로듀싱 인프라를 구축하였고 2014년 걸그룹 '마마무'의 데뷔를 시작으로 전속 아티스트 및 각종 프로젝트 음원을 제작하고 있다. 동사는 매니지먼트 사업 이외에도 자체 프로듀싱 시스템인 K-POP 아티스트 인큐베이팅 시스템을 기반으로 음원/음반 및 저작권 사업, 공연/방송 등의 제작 대행 사업, 아티스트 제작 대행 사업, 아티스트 상품 판매, 교육 서비스 등 K-POP에서 파생되는 여러 분야의 서비스를 개발하여 사업 영역을 다각화하고 있다.

동사의 사업보고서(2023.12.)를 기준으로, 2023년 사업 부문별 매출 비중은 음원, 음반 등의 저작권리 매출은 30.13%, 제작 대행 매출은 15.57%, 매니지먼트 매출은 19.18%, 공연 매출 22.55%, 온라인몰, 카페 운영 등의 기타 매출은 12.57%의 비중을 차지하고 있다.

한편, 동사는 2024년 4월 1일 (주)카카오엔터테인먼트와 음반 및 콘텐츠 유통계약을 체결하였으며, 계약금액 총액은 800억 원(확정 계약금액 400억 원, 조건부 계약금액 400억 원)으로 계약기간은 2024년 3월 1일부터 2029년 3월 31일까지이다.

[표 4] 동사의 주요 사업 현황

사업부문	품목	내용
음원, 음반, 영상 저작권리	음원, 음반 등 저작권을 보유한 콘텐츠의 판매/유통과 관련된 서비스	음원 판매(유통사 정산 저작인접권료), 음반 판매(유통사 판매대행분 정산), 방송보상금(타 매체에서 당사 음원/영상 사용 시), SNS 플랫폼(유튜브, 네이버TV 등) 광고수익 및 데뷔 쇼케이스 티켓판매 등
제작 대행	광고영상, 행사연출 등	자체 인력 바탕으로의 광고/행사/게임 영상제작, 음악/방송 프로듀싱 및 편곡, 기업/학교 행사 진행 등
매니지먼트	방송/광고, 로열티 등	소속된 전속 아티스트의 방송/뮤지컬/행사 출연, 타사 주최 공연 출연, 팬미팅, 광고 출연 등
공연	공연 등	전속 아티스트 공연 및 콘서트, 팬미팅 등
기타	온라인몰, 카페 등	아이돌 굿즈 판매, 카페 운영 등

자료: 동사 사업보고서(2023.12.), NICE디앤비 재구성

■ 주요 고객사

동사의 고객군은 음원 및 음반 매출은 개인 소비자, 제작 대행은 방송국, 광고 에이전시 및 광고주로 구성되며, 매니지먼트 매출은 IP를 바탕으로 방송국, 팬클럽, 행사/광고 에이전시 및 광고주 등으로 구성된다. 또한, 동사는 온/오프라인으로 매출처를 꾸준히 발굴해 나가고 있다.

ESG(Environmental, Social and Governance) 활동 현황

 환경경영	 12 지속가능한 생산과 소비	◎ 국내·외 환경 법규를 준수	 13 기후변화와 대응	◎ 탄소 저감 활동을 진행 중
 사회책임경영	 1 빈곤층 감소와 사회안전망 강화	◎ 고용노동부, 한국산업인력공단 등과 공동운영하는 '엔터비즈니스 음 악레이블 마스터클래스'에서 비롯 된 프로젝트 수행을 통한 청년 친 화형 기업 지원사업 참여('필름사 운드'의 첫 앨범 '인생내컷' 출시)	 3 건강하고 행복한 삶 보장	◎ 이해관계자를 존중하는 인권헌장 마련
 기업지배구조	 16 평화·정의·포용	◎ 공정한 기업활동을 위한 윤리헌장 마련 및 사이버감사실 운영 ◎ 경영 투명성 제고를 위한 정관 및 이사회 등의 운영 시스템 구축		

II. 시장 동향

음악 산업의 트렌드와 음악 스트리밍 및 음악 출판업 시장 전망

음악 산업은 단순히 앨범 판매, 콘서트를 넘어 분야가 넓어지고 있으며, 다양한 행사로 접근성이 높아지며 더 많은 소비자들이 유입되고 있다. 또한, AI 등의 기술과의 결합을 통해 콘텐츠의 품질과 다양성을 향상시키고 제작 효율성이 강화됨에 따라 음악 출판 시장도 성장할 것으로 전망된다.

■ 음악 산업의 구조와 특징

음악 산업의 구조는 디지털 음악시장의 등장으로 개별 국가마다 다소 상이한 구조로 나타나지만, 생산단계, 유통단계, 소비단계로 구분된다. 생산단계는 창작, 녹음 및 녹음 매체로의 임가공 단계를 포함한다. 창작 단계는 제작사가 실력 있는 가수를 발굴하고 이에 적절한 프로듀서, 작곡가, 연주자 등과 다양한 방식의 계약을 체결하는 단계이다. 녹음 및 녹음 매체로의 임가공은 녹음을 거친 음원을 기존 유형의 음반 혹은 디지털 형태의 무형 매체로 제작하는 단계이다. 음악 사업체는 생산단계의 창작, 녹음, 임가공을 거쳐 제작된 음원의 영업 및 마케팅을 수행하며, 영업 대상은 방송, 신문 등 전통적인 매체 및 디지털 음악 서비스 업체, 포털 등이 있다. 음악 산업은 단순히 앨범 판매, 콘서트를 넘어 분야가 넓어지고 있으며, 최근에는 패션, 게임, 스포츠 등의 활동과 결합한 다양한 행사로 접근성이 높아지며 더 많은 소비자들이 유입되고 있다.

■ 팬덤 문화와 실물 앨범 판매의 증가

엔터테인먼트사 매출의 상당 부분은 코어 팬덤으로부터 발생된다. 코어 팬덤은 지속해서 앨범을 사거나 공연을 보러 가는 등 충성도 높은 팬층을 뜻하는 용어로, 음반, 공연, MD, 콘텐츠 등 기획사의 주요 수익원에 직접 기여하기 때문에 기획사가 안정적인 수익원을 확보함으로써 성장의 밑거름이 될 수 있다. 앨범과 공연 티켓 구매는 기본이며, 음악 산업 필수 품목이 된 굿즈 시장과 온라인 유료 콘텐츠 판매까지 코어 팬덤 없이는 시장 자체가 유지되기 어려운 분야가 점차 늘어나고 있다.

한국 딜로이트 그룹이 전 세계 미디어 및 엔터테인먼트 시장 규모와 구조, 경쟁 동향, 성장 요인 등을 분석한 [미디어·엔터테인먼트 시장 성장 동인과 경쟁우위 확보 요건] 보고서에 따르면, 국내 4대 엔터테인먼트사(하이브, 에스엠엔터테인먼트, 제이와이피엔터테인먼트, 와이지엔터테인먼트)의 코어 팬덤을 통해 발생한 연간 매출액은 1조 8,200억 원에서 3조 6,400억 원으로 추정된다. 팬덤 구매력이 특정 콘텐츠의 성패를 결정한 만큼 영향력이 커진 것이다. 아티스트의 실물 앨범은 상시 판매되는 소비재라기보다는 아티스트의 팬덤이 일주일간 판매량을 의미하는 초동을 띄우기 위해 발매주간 한시적으로 발생하는 성격을 가진다. '초동 백만장' 같은 상징적인 지표 획득의 목적이 있기도 하지만 이는 판매량을 집계하는 메인차트에 올라가기 위한 목적이 가장 크다.

2023년 미국 내의 연간 실물 앨범 판매 순위에 따르면 그룹 스트레이키즈가 발매한 '파이프스타' 앨범은 현재에서 52만 장을 판매해 2위에 올랐다. 3위는 그룹 투모로우바이투게더의 44만 2,000장의 판매량을 기록한 '더 네임 챕터: 템테이션'이다. 뉴진스 '갯 업'은 5위(33만 2,000장), 트와이스 '레디 투 비'는 6위(30만 3,000장)에 각각 올랐다. 세븐틴은 'FML' 음반으로 7위(28만 8,000장)를 차지했다. 방탄소년단 멤버 정국은 솔로음반 '골든'으로 24만 4,000장의 판매량을 기록하여 10위에 올랐다. 이는 K-POP 팬덤의 실물 앨범 구매는 음원을 듣기 위한 매체를 구매하기 위한 목적보다는 차트인, 포토카드 등이 목적이 되는 한국적인 현상이 미국의 문화에도 스며들고 있으며, K-POP이 세계화되고 있음을 알려준다.

■ 기술과 결합된 음악 콘텐츠 탄생

음악 콘텐츠의 생산 측면에서 기술과 음악의 결합이 포착되고 있다. 영상 구현 측면에서는 3D 모델링 기술을 활용한 버추얼 아티스트들이 등장하기 시작했다. 에스엠엔터테인먼트는 걸그룹 에스파의 세계관 속 캐릭터인 나비스를 2023년 5월 2일에 발매된 에스파의 미니 3집(MY WORLD)의 선공개 수록곡 ‘Welcome To MY World’의 피쳐링으로 참여시켰다. 넷마블과 카카오는 2023년 1월에 전원 AI 기술로 생성된 멤버들로 구성된 걸그룹 메이브를 데뷔시켜 공중파 음악방송에서 데뷔 무대를 가졌으며 음원 스트리밍 플랫폼 '스포티파이'에서 누적 스트리밍 4,100만 회를 기록하는 등의 성과를 거뒀다.

2023년 3월에는 영상그래픽 전문회사이자 엔터테인먼트사인 블래스트에서 5인조 버추얼 아이돌 플레이브를 공개했다. 플레이브는 행위자의 동작을 애니메이션 캐릭터가 그대로 재현하는 ‘모션 캡처’ 기술을 기반으로 제작되었으며, 사람의 행동이 캐릭터에 실시간으로 반영되는 ‘실시간 리타기팅’ 기술을 사용하여 사전 녹화된 영상이 아닌 실시간으로 팬들과 소통이 가능하다는 차별점을 가진다.

[표 5] 영상 구현 기술을 접복한 아티스트

가수	에스파	메이브	플레이브
이미지			

자료: 각 사 홈페이지

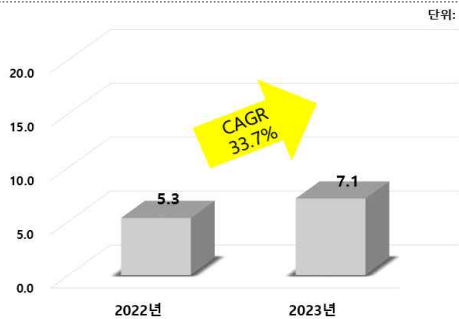
최근 하이브는 AI 오디오 기업 슈퍼톤을 인수하여 ‘프로젝트L’을 통해 다국어발음 교정 기술과 보이스 디자인 기술을 선보였다. 프로젝트L을 통해 아티스트가 6개 언어로 가창한 노래 음원에 원어민 발음 데이터를 접목해 발음을 교정하고, 아티스트 목소리에 AI 음성을 삽입하는 기술을 구현하는 보이스 디자인 기술을 통해 아티스트 음원에 최적화된 음색을 개발하여 음원 퀄리티를 극대화하는 등 새로운 시도를 선보였다. 에스엠엔터테인먼트는 유튜브와의 협업을 통해 H.O.T, S.E.S, 보아 등 1990년대 말부터 2000년대의 아티스트들의 저화질 뮤직비디오를 AI 기술을 통해 고화질로 리마스터링을 하는 프로젝트를 진행하였다. 제이와이피엔터테인먼트는 인공지능 기술을 활용한 사업 전략 수립 및 고도화를 위해 AI LAB기획하고 있으며, AI Creative Director를 통해 전통적인 프로듀싱 과정에 대한 이해를 바탕으로 인공지능 기술을 활용한 새로운 유형의 콘텐츠를 기획하고 제작하는 사업을 추진하고 있다.

이처럼 엔터테인먼트 회사들은 인공지능 기술에서 부족한 감성적인 부분을 아티스트들과의 융합을 통해 채우며, 기술적 한계 극복, 콘텐츠의 품질 향상, 다양화, 효율성 강화를 위해 다양한 인공지능 기술과의 결합을 추진하고 있다.

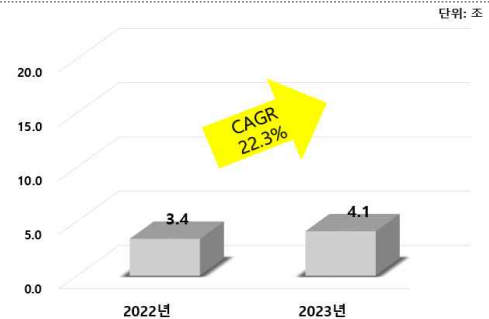
■ 음원 스트리밍 증가와 K-POP 수요 증가

미국 엔터테인먼트 시장조사업체 루미네이트(Luminate)는 2023년 연말 보고서를 통해 세계 음원 매출이 스트리밍을 중심으로 사상 최고치를 갱신했다고 밝혔다. 세계 음악 스트리밍 수는 2022년 5조 3,000억 회에서 2023년 7조 1,000억 회로 33.7% 증가한 것으로 나타났으며, 음악 스트리밍 플랫폼으로만 범위를 좁히면, 2022년 3조 4,000억 회에서 2023년 4조 1,000억 회로 22.3% 증가했다. 음악 스트리밍 시장 확장의 배경에는 인도와 미국의 스트리밍 서비스 규모 확장과 멕시코, 인도네시아, 브라질 등의 신흥 시장의 등장이 있다. 멕시코, 인도네시아, 브라질 등의 신흥 시장은 전반적으로 일본, 영국, 독일, 프랑스 등의 선진국 대비 높은 성장률을 보였으며, 특히, 인도는 스트리밍 서비스 재생 횟수가 2023년 기준 전년 대비 4,637억 회 증가하며 전 세계에서 가장 큰 증가 폭을 보였다.

[그림 1] 연간 음악 스트리밍 총합(음악 플랫폼+영상 플랫폼)



[그림 2] 음악 스트리밍 플랫폼의 음악 스트리밍 수



자료: 루미네이트(luminatedata.com), NICE디앤비 재구성

또한, 전 세계적으로 2023년 1월부터 10월까지의 상위 100개 K-POP 아티스트 음원의 스트리밍 횟수는 2023년에 904억 회이며, 2022년 같은 기간에 비해 42.2% 증가한 것으로 나타났다. 청취자 수가 가장 많은 국가는 일본(97억 회)이었고 미국(92억 회), 인도네시아(74억 회), 한국(73억 회), 인도(62억 회), 필리핀(42억 회), 멕시코(35억 회)가 그 뒤를 이었다. 음악 스트리밍 시장 확장에 따라 K-POP의 수요도 확대되며 지속적으로 꾸준한 신규 수요가 발생 될 것으로 전망된다.

[그림 3] 주요 국가별 상위 100개 K-POP 아티스트 음원의 스트리밍 횟수



자료: 루미네이트(luminatedata.com), NICE디앤비 재구성

■ 음악 출판 시장의 전망

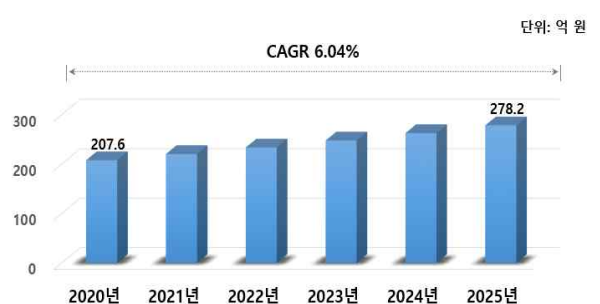
음악 출판 시장은 스포티파이 등의 음원 스트리밍 서비스의 인기와 최근 음악 기술이 발전함에 따라 함께 성장하고 있다. 시장조사기관 Maximize Market Research에 따르면 세계 음악 출판 시장은 2022년도에 66억 8천만 달러를 형성하였으며, 연평균 5.92%씩 증가하여 2029년에는 99억 9천만 달러를 형성할 것으로 전망된다. 국내의 경우, 한국콘텐츠진흥원에 따르면 음악 오디오물 출판업의 시장규모는 2020년 207.6억 원을 형성하였으며, 연평균 6.04% 증가하여 2025년에는 278.2억 원을 형성할 것으로 전망된다. AI 등의 기술과의 결합을 통해 기술적인 한계를 극복하며 콘텐츠의 품질과 다양성을 향상시키고 제작 효율성이 강화됨에 따라 음악 출판 시장도 함께 성장할 것으로 예상된다.

[그림 4] 세계 음악 출판 시장



자료: Maximize Market Research, NICE디앤비 재구성

[그림 5] 국내 음악 오디오물 출판업



자료: 한국콘텐츠진흥원, NICE디앤비 재구성

■ 미디어 및 엔터테인먼트 시장의 전망

미디어 및 엔터테인먼트 시장은 영화, TV, 음악, 소셜 미디어, 광고, 게임 등 다양한 콘텐츠들이 포함되며, 5G, 모바일 기기, 클라우드 스토리지 등의 기술의 발전에 따라 상호작용성, 디지털화 등의 급격한 변화를 겪고 있다. 5G 기술의 발전으로 비디오, 음악 등의 다운로드 속도가 4G 기술보다 10배 빨라지며, 증강현실과 가상현실의 활용을 통해 새로운 경험과 소통의 영역이 확장되고 있다. 한편, 한국딜로이트그룹에 따르면 세계 미디어 및 엔터테인먼트 시장은 2022년 2조 5,200억 달러에서 매년 9.5%씩 성장해 2032년 6조 600억 달러에 이를 것으로 전망된다.

[그림 6] 세계 미디어 및 엔터테인먼트 시장 규모



자료: 한국 딜로이트 그룹(www2.deloitte.com), NICE디앤비 재구성

■ 경쟁사 분석

하이브, 에스엠엔터테인먼트, 제이와이피엔터테인먼트 등의 국내 대형 엔터테인먼트사는 초기에는 연예 매니지먼트 사업을 주력으로 하였으나 콘텐츠 사업으로 영역을 확대하고, 다양한 사업을 추진하고 있다.

하이브는 2005년에 (주)더빅히트엔터테인먼트로 설립되었다. 국내·외의 다수의 레이블을 운영하며 지속적으로 아티스트의 활동을 지원하고 있다. 아티스트와 음악을 확장성을 가진 IP로 만들기 위해 각 아티스트의 캐릭터와 컨셉에 맞는 스토리를 부여하여 이러한 스토리텔링을 소설, 웹툰, 영화, 게임과 같은 다른 콘텐츠에 적극 활용하고 있다. 또한, 2019년 6월 팬 커뮤니티 플랫폼인 '위버스'를 런칭하여 팬덤을 결집시키고 공고화하며 활발한 아티스트와의 소통, 팬들간의 커뮤니티 활동을 통해 팬덤의 지속력을 확대하고 있다. 소속 아티스트로는 방탄소년단, 투모로우바이투게더, 엔하이픈, 르세라핌, 뉴진스, 투어스, 아일릿 등이 있다.

에스엠엔터테인먼트는 1995년에 설립되어 H.O.T, S.E.S, 신화, 보아, 플라이투더스카이 등을 발굴하였으며, 음반을 기획해서 제작하고 유통하는 음악 콘텐츠 사업과 매니지먼트 사업 등으로 종속회사인 SM C&C를 통해 영상 콘텐츠, 여행 사업 등을 영위하고 있다. 현재 소속 아티스트로는 강타, 보아, 동방신기, 슈퍼주니어, 소녀시대, 샤이니, 엑소, 레드벨벳, 엔시티, 에스파, 라이즈 등이 있다.

제이와이피엔터테인먼트는 1996년에 설립되었으며, 음반, 음원, 영상 콘텐츠 등을 기획, 제작하여 유통하는 음악 및 영상 콘텐츠 사업, 그리고 공연, 출연 등 소속 아티스트의 활동을 통해 수익을 창출하는 매니지먼트 관련 사업을 영위하고 있다. IP를 활용한 IP 라이선싱 사업을 전개하는 한편, 유관 산업 내 우수한 파트너들과 전략적 협업 관계를 통해 콘텐츠 산업 내 영향력을 지속적으로 확대해 나가고 있다. 소속 아티스트로는 2PM, 트와이스, 데이식스, 스트레이키즈, 있지 등이 있다.

큐브엔터테인먼트는 2006년에 설립되었으며, 신인 아티스트를 육성하고 소속 아티스트들의 국/내외 음반 기획, 생산, 홍보, 공연, 매니지먼트, MD 판매 등의 사업을 영위하고 있다. 이 외에도 태국 프리미엄 과채 주스 브랜드 틱코(TIPCO)를 독점 수입하여 국내에 유통하는 사업과 해외의 주요 종속회사 'VT CUBE JAPAN'을 통해 해외 현지 매니지먼트 및 화장품 유통 사업을 영위하고 있다. 소속 아티스트로는 아이들, 펜타곤, 라잇썸, 나우 어데이즈 등이 있다.

상기 엔터테인먼트 기업들 중 외형 및 수익규모 등을 고려한 경쟁기업으로 큐브엔터테인먼트, 제이와이피엔터테인먼트를 선정하였으며 동사와의 현황을 비교해 보면 다음과 같다.

[표 6] 국내 엔터테인먼트 주요 경쟁업체 현황

(단위: 억 원)

회사명	사업부문	매출액			기본정보(2023.12. 기준)
		2021	2022	2023	
알비더블유 (동사)	음악 및 기타 오디오물 출판업	596.2	630.9	914.3	· 중소기업, 코스닥 시장 상장(2021.11.22.) · K-IFRS 연결 기준
큐브엔터 테인먼트	음악 및 기타 오디오물 출판업	719.4	1,206.4	1,422.7	· 중견기업, 코스닥 시장 상장(2015.04.09.) · K-IFRS 연결 기준
제이와이피엔터 테인먼트	음악 및 기타 오디오물 출판업	1,939.0	3,458.9	5,665.0	· 중견기업, 코스닥 시장 상장(2001.08.30.) · K-IFRS 연결 기준

자료: 각 사 사업보고서(2023.12.), NICE디앤비 재구성

[그림 7] 비교 경쟁업체와의 매출액 규모 현황



자료: 각 사 사업보고서(2023.12.), NICE디앤비 재구성

III. 기술분석

내재화된 아티스트 프로듀싱 및 영상 콘텐츠 제작 기술력 보유

동사는 음악 기획 및 제작 노하우와 내재화된 제작 역량을 기반으로 다양한 아티스트들과 콘텐츠를 제작하거나 제작 대행 서비스를 제공하고 있다. 또한, 회사나 레이블을 인수하여 컨설팅, 제작 시스템 및 디렉션을 통해 매출 향상 및 안정성 확보 등의 시너지 효과를 내고 있다.

■ 주요 사업 내용

동사는 음원 및 영상 등의 저작권리, 매니지먼트, 제작 대행, 공연, 상품 판매 등의 사업 부문을 운영하며 안정적인 사업 포트폴리오를 구축하였고, 음원 IP 등을 활용한 부가사업으로 사업 시스템을 점진적으로 고도화하고 있다. 동사는 자체 음악 프로듀싱 역량을 바탕으로 전속 아티스트 및 각종 프로젝트 음원을 제작하고 있으며, 국내·외의 네트워크를 활용하여 비교적 리스크가 낮은 영상콘텐츠, 음악콘텐츠 및 각종 행사대행 등의 OEM/ODM 수주 사업을 기반으로 단순한 매니지먼트 회사가 아닌 종합 콘텐츠 기업으로 도약하고 있다.

■ 내재화된 음악 프로듀싱 역량

동사는 다수의 프로듀서, 작가, 디렉터, 트레이너, 아티스트 컨셉 및 기획 전문가들과 자체 작업실, 녹음실 등 기획, 개발, 제작까지 원스톱으로 만들 수 있는 프로듀싱 시스템을 구축하였다. 또한, 안무실, 합주실, 피트니스 센터, 숙소 등 아티스트 관리 시스템에 최적화된 인프라를 보유하고 있다. 일반적인 엔터테인먼트 업체인 경우, 자체 프로듀싱이 가능한 전속 프로듀서를 확보하고 있지 않아 외부 작곡가로부터 곡을 수급받아 앨범의 프로듀싱을 진행하나, 동사는 김도훈 대표이사를 중심으로 이상호, 황성진 등 자체 프로듀서들을 확보하고 있어 아티스트와 맞는 곡을 원활하게 수급받을 수 있다. 동사의 대표이사인 김도훈 프로듀서는 회사의 명칭이, BTS의 피땀눈물, 백지영의 잊지말아요 등 약 638곡의 작곡 이력이 있으며, 이상호 프로듀서는 마마무의 AYA, AOA의 빙글빙글, 포미닛의 Muzik, 비스트의 Shock 등 약 245곡의 작곡 이력을 보유하고 있다.

[그림 8] 동사의 프로듀싱 인프라



자료: 동사 사업보고서(2023.12.)

■ 아티스트 인큐베이팅 시스템

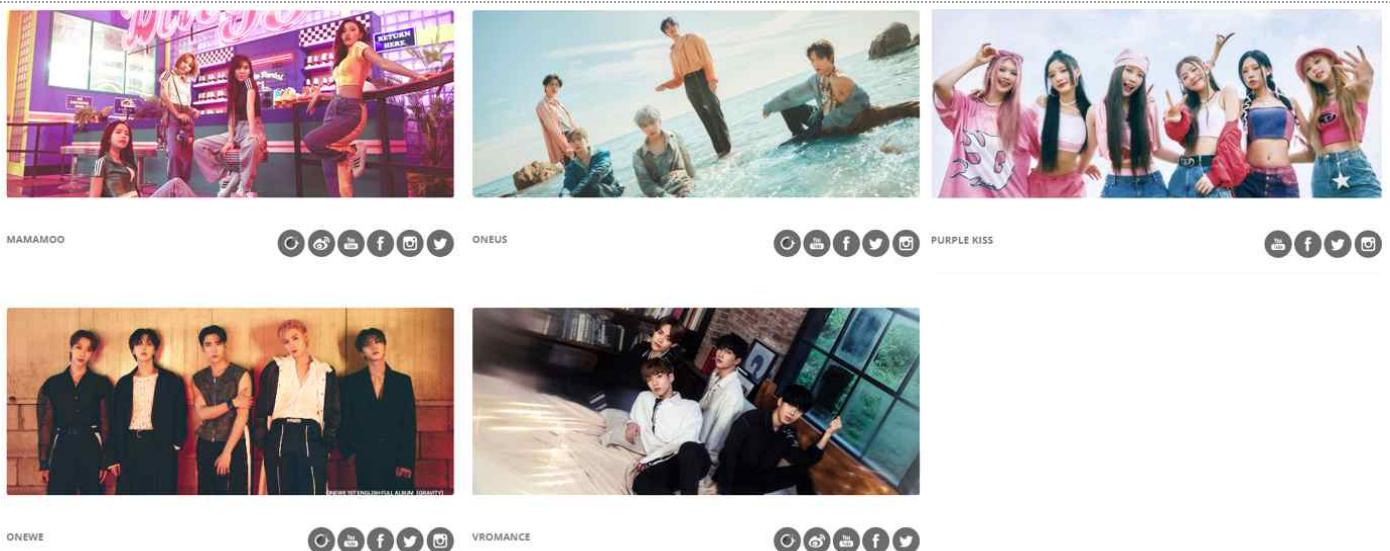
동사는 아티스트를 양성하고 데뷔시키기 위한 일련의 과정에 있는 모든 업무요소를 메뉴얼화하고 아티스트의 성장곡선, 시장 상황 등을 고려하여 탄력적으로 스케줄을 핸들링하는 제작 시스템인 ‘아티스트 인큐베이팅 시스템’을 구축하였다. 동사의 아티스트 인큐베이팅 시스템은 전문 프로듀서의 예비 아티스트 선발 및 평가를 시작으로 댄스, 보컬, 무대 등 아티스트 역량을 갖추기 위한 트레이닝을 진행하고 본격적으로 작사, 작곡, 마스터링 등 아티스트 스타일에 맞는 음악을 제작하여 스타일, 의상 등 컨셉 설정 및 안무 제작이 완료되면 뮤직비디오를 촬영하고 데뷔하는 방식으로 진행된다. 동사는 아티스트 인큐베이팅 시스템을 바탕으로 마마무, 원어스, 퍼플키스 등의 전속 아티스트 기획 및 매니지먼트 성과를 실현해 나가고 있다.

[그림 9] 동사의 아티스트 인큐베이팅 시스템



자료: 동사의 홈페이지(www.rbbridge.com), NICE디앤비 재구성

[그림 10] 동사의 주요 아티스트



자료: 동사 홈페이지(www.rbbridge.com), NICE디앤비 재구성

■ OEM 아티스트 제작

동사는 홍콩, 대만, 중국, 일본, 인도네시아 등 국내·외의 엔터테인먼트사로부터 수주 또는 협업을 통해 고객사의 환경과 니즈에 맞는 아티스트 캐스팅, 트레이닝, 음악 프로듀싱, 스타일 컨설팅, 앨범 프로덕션, 방송 활동 지원까지 전반적인 제작 업무를 대행하고 있다. 동사의 제작 대행 서비스를 통해 고객사는 인적, 물적 인프라 투자비용을 최소화시킬 수 있으며, 전 과정 프로듀싱 협업을 통해 효율성을 제고시킬 수 있다.

[그림 11] 동사의 아티스트 제작 대행 실적



LYN(China)
Training, Music Production



SEVENSENSE(China)
Training, Music Production



SHU I(Japan)
Music Production



S.J.N.G(China)
Training, Music Production



Friday(China)
Training



Tung Lee (Vietnam)
Casting, Training, Music Production

자료: 동사 홈페이지(www.rbbridge.com), NICE디앤비 재구성

■ 광고/영상콘텐츠 제작 및 대행

동사는 콘텐츠 제작 및 제작 대행, 광고 프로덕션 등 다양한 콘텐츠 외주제작 경험을 바탕으로 동사만의 종합 콘텐츠 제작 시스템을 보유하고 있다. 동사는 뉴미디어에 특화된 영상 PD와 AE, 디자이너 등의 전문인력을 바탕으로 영상 콘텐츠 제작 구조의 효율성을 향상시켰다. 동사는 광고대행사로부터의 직접적인 수주를 받으면 동사의 광고사업본부인 RBW M&C에서 자체적인 광고 캠페인을 진행하고 있으며, 기획, 제작, 매체, 행사 운영까지 캠페인의 전반적인 업무를 통합 관리함으로써, 진행 순서에 따라 체계적이고 효율적으로 광고 캠페인 업무를 수행하고 있다. 동사는 기존의 매체뿐만 아니라 웹 예능 버라이어티, 웹 라이브 음악 토크쇼, 웹 버라이어티 게임 쇼, 웹 드라마, 아티스트 영상 등 디지털 미디어에 최적화된 형태의 콘텐츠를 제공하고 있다.

[그림12] 동사의 광고 제작 실적



자료: 동사 사업보고서(2023.12.), NICE디앤비 재구성

[그림 13] 동사의 미디어 콘텐츠 제작 실적



자료: 동사 사업보고서(2023.12.), NICE디앤비 재구성

■ 엔터 파생상품 개발

동사는 인프라와 교육시스템, 엔터 취업 교육 경험 및 노하우를 바탕으로 K-POP 교육연수 프로그램을 운영하고 있다. 동사는 아티스트 제작을 꿈꾸고 엔터테인먼트 산업에 진입하고자 하는 기업, 개인 등의 잠재적 수요자(B2B)들과 아티스트 제작 시스템 체험 및 교육과정에 참여하고자 하는 학생 및 예비 아티스트 등(B2C) 폭넓은 수요 대상자들에게 직무이론 교육, 실전형 팀프로젝트 및 취업 스킬 강화 교육을 제공하고 있다.

■ IP 제작 시스템 최적화 및 IP 부가가치와 효율성 극대화

IP 매출은 제작 및 인수 시 비용이 발생하지만, 확보된 IP는 발매 이후 70년 동안 지속적인 유통 과정을 거쳐 꾸준하고 안정적인 매출 발생에 기여한다. 동사는 다수의 아티스트를 양성하며 약 8,000여 곡의 음원 IP를 보유하고 있으며, 매년 400여 곡 이상의 IP를 추가로 생산하고 있다. 동사는 마마무, 원어스 등 소속 가수 외에도 휘성, 허각, 케이윌 등의 음원 제작을 맡아 IP를 늘려가고 있다. 또한, IP 제작 시스템을 최적화하고 IP 부가가치 극대화를 위해 글로벌 마케팅 대행, 공연 및 콘서트 제작, MD 제작, 예능, 드라마 등의 콘텐츠 마케팅 프로덕션, IP 유통 등을 영위하는 얼반웍스, 콘텐츠엑스를 함께 운영하고 있다.

■ 동사의 연구개발 역량

동사는 신인개발팀을 통해 오디션을 통해 예비 아티스트를 발굴하여 보컬, 안무, 프로듀싱, 연기 등의 트레이닝을 통해 자신의 재능을 다양한 방식으로 표현할 수 있는 아티스트로 성장시킨다. 마마무 등의 성공적인 아티스트 개발 경험을 보유하고 있는 내부 전문인력을 통해 꾸준히 신규 연습생을 확보하고 교육을 수행하고 있으며, 시장이 세계화되며 영어, 일본어 등의 외국어 수업도 제공하고 있다.

[표 7] 동사의 연구개발비용

(단위: 천 원, %, K-IFRS 연결기준)

항목	2021	2022	2023
연구개발비용	257,842	212,154	324,590
연구개발비 / 매출액 비율	0.43%	0.34%	0.35%

자료: 동사 사업보고서(2023.12.), NICE디앤비 재구성

IV. 재무분석

최근 매출 성장세 지속, 수익성은 하락세

동사는 음원/음반영상 저작권리, 매니지먼트, 제작대행, 공연매출 등을 통해 매출이 발생하고 있는 가운데, 최근 기존 음원/음반영상 저작권리와 매니지먼트 사업 부문의 실적 증가와 더불어 종속회사 연결실체에 편입 등에 힘입어 매출 외형은 성장세를 보였지만, 수익성은 하락추이를 지속하고 있다.

■ 성장폭은 등락이 있지만, 매출 성장세는 지속

2020년 전년 대비 33.7% 증가한 372.8억 원의 매출액을 기록한 동사는 기존 음원/음반, 영상 저작권리 사업 부문과 매니지먼트 매출 사업 부문의 지속적인 실적 증가로 2021년 전년 대비 59.9% 증가한 596.2억 원, 2022년 전년 대비 5.8% 증가한 630.9억 원을 기록하는 등, 성장 폭은 등락이 있지만, 성장세는 지속하였다. 2022년 실적 증가폭이 둔화된 사유는 제작대행부문에서의 실적 감소가 주요한 원인으로 분석된다.

한편, 2023년에는 전 사업부문의 실적 증가와 더불어 2023년 1월에 (주)얼반웍스의 지분 50%를 매입하여 연결 실체에 편입함에 따라 연결매출규모가 확대되어 전년 대비 44.9% 증가한 914.3억 원의 매출액을 시현하며 실적증가세를 이어나갔다.

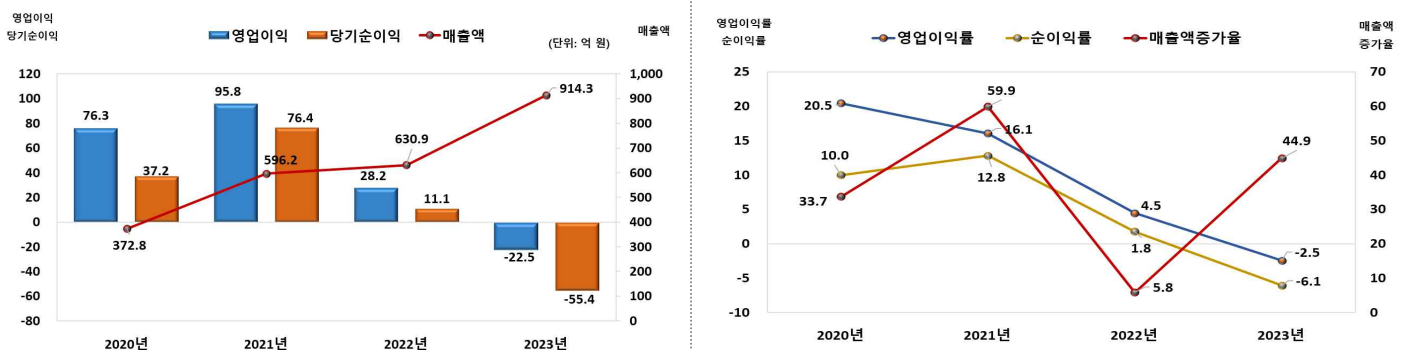
■ 수익성 저하 추이 지속, 2023년 적자 시현

2020년 20.5%의 영업이익률을 기록한 동사는 매출 증가세에도 불구하고, 중국 관련 해외 음원 수익 감소와 기존 및 신규 아티스트에 대한 투자비용 증가 등으로 인해 2021년 16.1%, 2022년 4.5%의 영업이익률을 기록하며 수익성 저하 추세를 나타내었다.

한편, 2023년에는 원가 및 비용증가와 더불어 일부 종속회사 [(주)콘텐츠엑스 (16.5억 순손실), (주)얼반웍스 (21.8억 순손실)]의 실적 부진 등으로 22.5억 원의 영업손실과 55.4억 원의 순손실을 기록하며 수익성은 적자 전환되었다.

[그림 14] 동사 손익계산서 분석

(단위: 억 원, %, K-IFRS 연결 기준)



자료: 동사 사업보고서(2023.12.), NICE디앤비 재구성

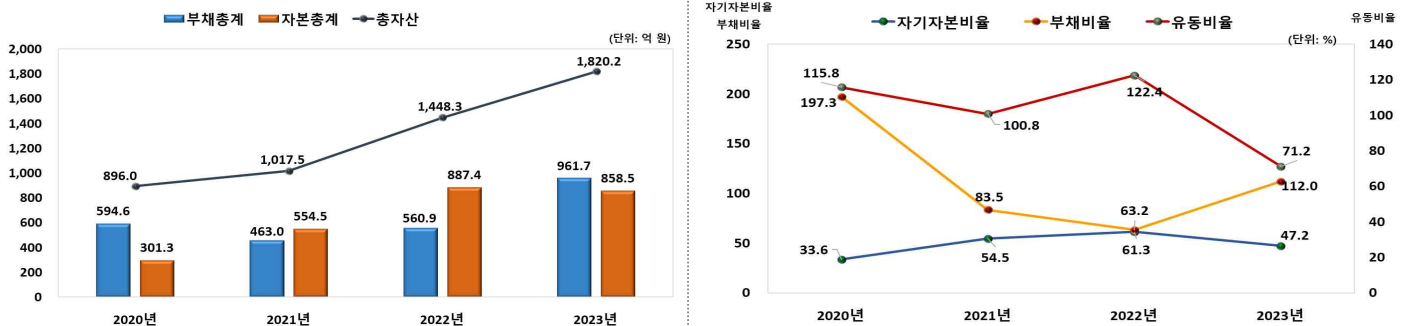
■ 안정적인 재무구조 지속했으나, 2023년 재무안정성 지표 저하

2020년 말 197.3%의 부채비율을 기록한 이후, 부채규모 감소 및 순이익의 내부유보를 통한 자기자본 확충으로 2021년 말 83.5%, 2022년 말 63.2%를 기록하는 등 개선추세를 나타내었다. 또한 유동비율은 2020년 말 115.8%를 기록한 이후, 2021년 말 100.8%, 2022년 말 122.4%를 기록해 등락은 있지만 100%를 초과하는 수준인 바, 전반적인 재무안정성 지표는 안정적인 수준을 유지하였다.

한편, 2023년에는 순손실 발생으로 인한 잉여금감소와 더불어 중속기업인 (주)콘텐츠엑스가 발행한 상환전환우선주(RCPS)로 인한 과생상품부채 증가 및 단기차입금 증가 등으로 부채 규모가 확대되어 112.0%의 부채비율과 71.2%의 유동비율을 기록한 바, 전년 대비 재무안정성 지표가 저하되었다.

[그림 15] 동사 재무상태표 분석

(단위: 억 원, %, K-IFRS 연결 기준)



자료: 동사 사업보고서(2023.12.), NICE디앤비 재구성

[표 8] 동사 요약 재무제표

(단위: 억 원, %, K-IFRS 연결 기준)

항목	2020년	2021년	2022년	2023년
매출액	372.8	596.2	630.9	914.3
매출액증가율(%)	33.7	59.9	5.8	44.9
영업이익	76.3	95.8	28.2	-22.5
영업이익률(%)	20.5	16.1	4.5	-2.5
순이익	37.2	76.4	11.1	-55.4
순이익률(%)	10.0	12.8	1.8	-6.1
부채총계	594.6	463.0	560.9	961.7
자본총계	301.3	554.5	887.4	858.5
총자산	896.0	1,017.5	1,448.3	1,820.2
유동비율(%)	115.8	100.8	122.4	71.2
부채비율(%)	197.3	83.5	63.2	112.0
자기자본비율(%)	33.6	54.5	61.3	47.2
영업현금흐름	402.4	-67.3	111.8	-18.0
투자현금흐름	-262.6	-197.3	-411.4	-325.5
재무현금흐름	117.3	39.9	361.5	334.1
기말 현금	469.7	249.4	304.2	297.1

자료: 동사 사업보고서(2023.12.), NICE디앤비 재구성

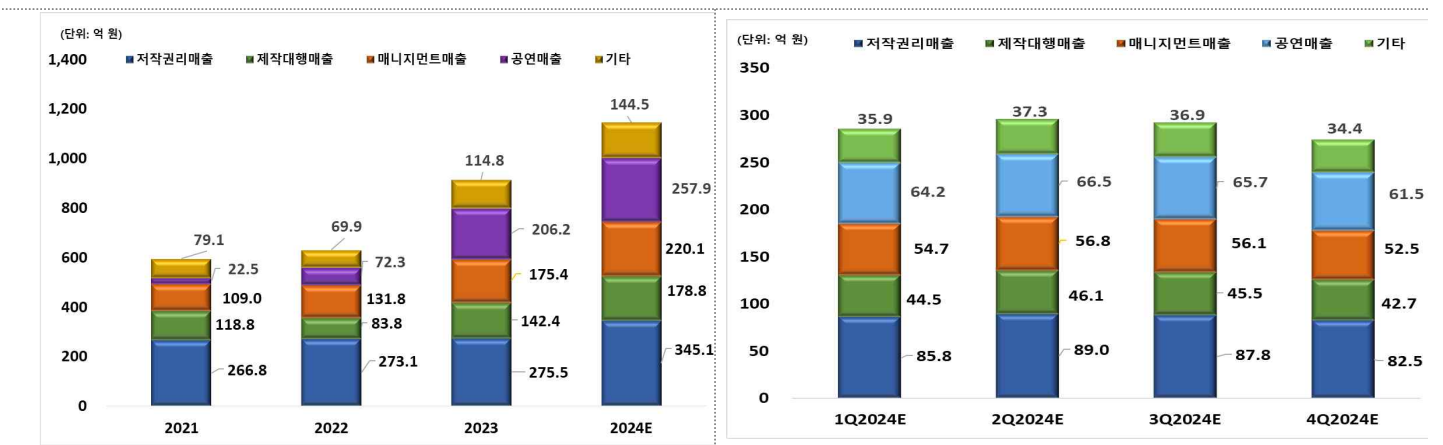
■ 동사 실적 전망

동사는 마마무+, 원어스, 원위, 퍼플키스, 오마이걸, B1A4, 카라, 미래소년, 카드, 영파씨 등의 소속 아티스트들이 국내·외에서 활발하게 활동하고 있으며, 공연 관련 매출 증가 및 기존 종속기업들의 실적 개선 및 신규 편입된 종속기업의 실적에 힘입어 매년 지속적인 성장을 보여주고 있다.

한편, 동사는 우수한 콘텐츠 개발력을 기반으로 다수의 IP를 확보하고 있으며, 레이블 확장과 아티스트 라인업 확보로 아시아 엔터테인먼트 업계에서 높은 인지도를 확보하고 있는 바, 2024년에도 매출 성장을 이어갈 것으로 전망된다.

[그림 16] 동사의 사업부문별 실적 및 전망

(단위: 억 원, %, K-IFRS 연결 기준)



자료: 동사 사업보고서(2023.12.), NICE디앤비 재구성

[표 9] 동사의 사업부문별 연간 실적 및 분기별 전망

(단위: 억 원, %, K-IFRS 연결 기준)

항목	2021	2022	2023	2024E	1Q2024E	2Q2024E	3Q2024E	4Q2024E
매출액	596.2	630.9	914.3	1,146.4	285.1	295.7	292.0	273.6
저작권리매출	266.8	273.1	275.5	345.1	85.8	89.0	87.8	82.5
제작대행매출	118.8	83.8	142.4	178.8	44.5	46.1	45.5	42.7
매니지먼트매출	109.0	131.8	175.4	220.1	54.7	56.8	56.1	52.5
공연매출	22.5	72.3	206.2	257.9	64.2	66.5	65.7	61.5
기타	79.1	69.9	114.8	144.5	35.9	37.3	36.9	34.4

자료: 동사 사업보고서(2023.12.), NICE디앤비 재구성

V. 주요 변동사항 및 향후 전망

■ 신인 그룹 런칭 및 IP 사업 다각화

동사는 2023년 10월에 데뷔한 5인조 걸그룹 영파씨를 시작으로, 2024년 다국적 신인 보이그룹 NXD의 데뷔를 추진하고 있다. 또한, 콘텐츠 IP 제작 분야 토큰증권(STO) 상품을 개발하여 IP 분야 사업 영역을 확장하기 위해 '테사'와 업무 협약을 맺고 투자계약증권, 수익증권 상품을 공동으로 개발하고 있다.

■ 신인 그룹 데뷔

동사는 2023년 10월, 디에스피미디어와 비즈엔터테인먼트를 통해 5인조 걸그룹 영파씨(Young Posse)를 데뷔시켰다. 영파씨는 드릴, 저지 클럽 사운드로 구성된 강렬한 힙합 음악이라는 자신들만의 음악적 색으로 아이덴티티를 구축하고 있으며, 그룹명인 영파씨는 '할 수 있다', '가능하다'라는 뜻의 라틴어 POSSE에서 착안해 지어졌다. '목적을 가지고 모인 젊은 집단'을 의미하며, 나보다는 우리, 혼자보다는 모두가 함께 힘을 합쳐야만 원하는 바를 이룰 수 있다는 포부와 의지를 내포하고 있다. 영파씨는 데뷔 전, 2023년 7월에 개최된 RBW 첫 패밀리 콘서트에서 스페셜 무대를 통해 선공개되었으며, 액션 스포츠 브랜드 무라사키스포츠(MURASAKI SPORTS)의 모델로 발탁되었다. 2024년 3월에 발매된 [XXL EP]에서는 올드스쿨 힙합 음악인 타이틀곡 XXL을 통해 해외 힙합 커뮤니티와 해외 리스너들에게 호평을 받고 있으며, 뮤직비디오 공개 약 일주일 만에 1,000만 뷰의 유튜브 조회수를 기록하였다.

[그림 17] 영파씨의 엠블럼 및 'XXL' 뮤직비디오




자료: 영파씨 유튜브(youtube.com/@youngposseup), NICE디앤비 재구성

또한, 동사는 2024년에는 다국적 보이그룹 'NXD'를 데뷔시킬 예정이다. 동사에서 원어스 이후 5년 만에 런칭하는 보이그룹으로, 데뷔 전 서바이벌 프로그램 참가를 통해 대중에 얼굴을 알렸다. Mnet '보이즈 플래닛' 출신 히로토를 포함해 MBC '소년판타지-방과후 설렘 시즌2' 출신 황재민과 박형근, 강대현, 그리고 이용준이 멤버로 합류했다. 지난 8월 일본 도쿄에서 진행된 RBW 패밀리 콘서트에 참여하였으며, 프리 데뷔 프로젝트의 일환으로 일본 도쿄에 위치한 3곳의 고등학교를 찾아 스쿨어택 공연을 진행하여 데뷔 전임에도 일본 트위터 실시간 트렌드에 진입하기도 했다. 그룹 이름인 NXD는 'Next Identity'의 줄임말로, 다채로운 음악과 퍼포먼스를 통해 리스너들과 소통하고, 공감하며 자신들만의 아이덴티티를 만들어 나가겠다는 당찬 포부가 담겨있다.

[그림 18] NXD 엠블럼과 멤버 소개



자료: RBW 홈페이지(www.rbbridge.com), NICE디앤비 재구성

■ IP 사업 다각화

동사는 조각 투자 플랫폼 개발사 ‘테사’와의 업무협약을 체결하여 IP 사업을 확장하고 있다. 음악 등 콘텐츠 IP 제작 분야 토큰 증권(STO) 상품을 개발하여 동사가 보유한 약 8,000여 곡의 음원 IP를 토큰 증권화할 예정이다. 토큰 증권은 기업이나 개인이 소유한 자산의 지분을 나눠 블록체인 기술을 활용해 토큰(특정 플랫폼에서 사용되는 가상자산) 형태로 발행한 증권으로, 보유한 음원 IP에 대한 권리를 판매하고, 매수자는 그에 대한 자산적 권리를 보장받는 방식으로 확장될 수 있다. 형태가 없는 음악 저작권을 조각내어 투자자의 진입 장벽을 낮춰 유동적인 투자의 기회를 제공하여 시장에 더 많은 자금이 유통되는 선순환의 효과가 기대된다. 동사는 테사와 투자계약증권 또는 수익증권 상품을 공동으로 개발하고 있으며, 증권화 상품의 공모 청약 및 관리에 대한 협업을 추진하고 있다.

■ 불성실공시법인 지정

한편, 동사는 주가 하락으로 인한 투자 파트너사들의 투자 포기로 2023년 7월 21일 이사회 결의를 통해 결정되었던 글로벌 아이돌 제작과 제작 대행에 관한 공동사업 추진을 위한 150억 규모의 전환사채권 발행 결정을 철회하여 2024년 2월 20일에 공시 번복에 의한 불성실공시법인에 지정된 이력이 있다.

증권사 투자의견

작성기관	투자의견	목표주가	작성일
-	-	-	-

시장정보(주가 및 거래량)



자료: 네이버증권(2024.04.02.)

최근 3개월간 한국거래소 시장경보제도 지정여부

시장경보제도란?

한국거래소 시장감시위원회는 투기적이거나 불공정거래 개연성이 있는 종목 또는 주가가 비정상적으로 급등한 종목에 대해 투자자주의 환기 등을 통해 불공 정거래를 사전에 예방하기 위한 제도를 시행하고 있습니다.

시장경보제도는 「투자주의종목 투자경고종목 투자위험종목」의 단계를 거쳐 이루어지게 됩니다.

※관련근거: 시장감시규정 제5조의2, 제5조의3 및 시장감시규정 시행세칙 제3조~제3조의7

기업명	투자주의종목	투자경고종목	투자위험종목
알비더블유	X	X	X