

JYP Entertainment

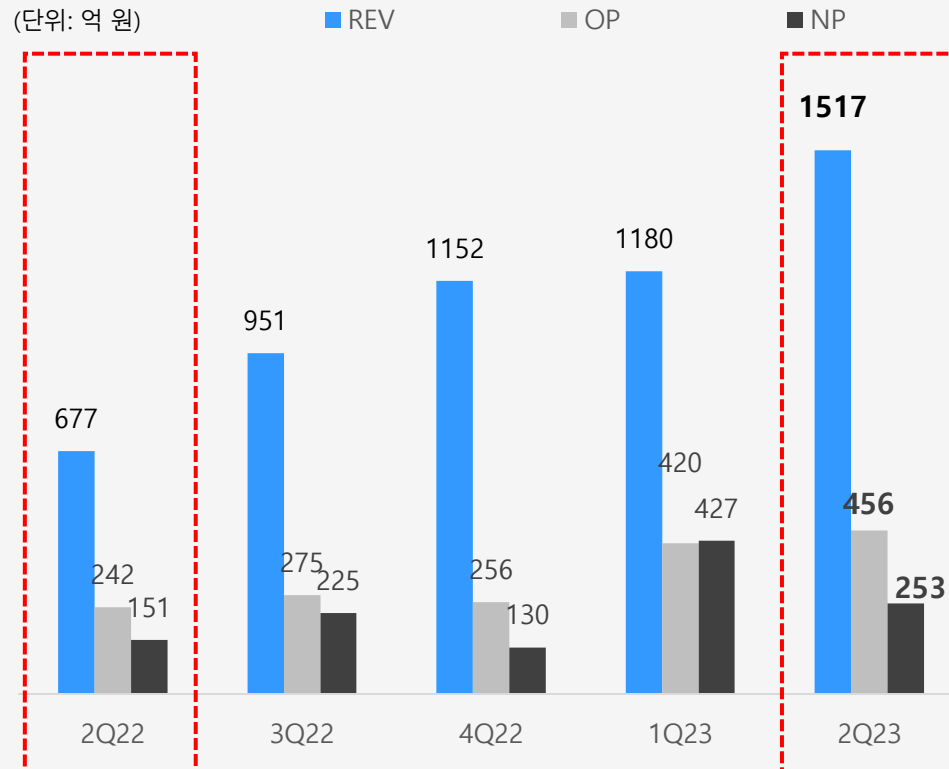
2023 Investor Relations



#2Q23 FINANCE RESULT

“컨텐츠 제작 볼륨 증가 및 프로젝트 향 비용의 일시적 증가에도
글로벌 시장 내 K-POP 대중화에 따른 컨텐츠 및 공연 수요 확대에 따른 역대 최대 실적 경신”

OVERVIEW



▶ 2023년 2분기

- 매출: 1,517억 (yoy+123.9%)
- 영업이익: 456억 (yoy+88.2%)
- 당기순이익: 253억 (yoy+67.1%)

▶ 앨범 판매 호조 / 글로벌 콘서트 및 MD&IP 관련 매출 지속 확대

- 1) SKZ / TWICE / NMIXX 등 음반 판매 급증 및 국내외 음원 매출 상승세 지속
 - 음반 매출 yoy+298% (리퍼블릭 음반 매출 약 145억원 반영)
 - 음원 매출 yoy+15% (상반기 누적, yoy+18%)
- 2) 콘서트 최대 매출 기록 / MD 및 기타 (IP라이센싱 등)매출 증가
 - 콘서트 매출 yoy+44% (역대 최대 매출 달성 144억)
 - MD 매출 yoy+151% (JYP360, 140억)
 - 기타 매출 yoy+45% / 디어유 등 IP라이센싱 관련 매출 yoy+63%
- 3) 모든 지역 매출 성장 (국내 yoy+163% / 북미, 기타 해외 yoy+141%)

▶ 컨텐츠 제작비 상승에 따른 분기 마진을 정체

- 1) GPM 47.7% (누적 49.1%, yoy-1.6%pt) / OPM 30.1% (누적 32.5% yoy+0.5%pt)
- 2) 음반/MV 등 컨텐츠 제작비 (yoy+227%) / 원가성 지급수수료 (yoy+152%)

Q2 Result – P/L Summary

2023 JYP Investor Relations

단위: 백 만원

구분	2023 Q2 (a)	2022 Q2 (b)	증감 (yoy)	차이 (a-b)	비 고
매출	151,731	67,759	123.9%	83,972	<p>주요 아티스트 중심 콘텐츠 매출 증가세 지속 및 분기 최대 콘서트 매출 달성</p> <ul style="list-style-type: none"> - [앨범] SKZ / TWICE / NMIXX 앨범 판매 증가 영향, 741억 반영 (리퍼블릭 147억 기여) - [공연] TWICE 월드투어 및 SKZ / NiziU 1분기 이연 매출 (전체 약 55억)반영으로 분기 최대 공연 매출 달성 yoy+44% - [MD] 일본 / 360 등 217억 반영 (JYP360, 분기 매출 약 140억 달성 – 음반/일본 물 매출 포함) - [기타] 190억 달성 yoy+45% (디어유 등 IP라이센싱 관련 매출 141억, yoy+63%) - [해외:북미] 북미 향 콘텐츠 매출 증가로 분기 최대 437억 매출 달성 (yoy+141%) - [일본] TWICE / SKZ 등 MD 매출 90억 및 기타 매니지먼트 매출 기여 확대 (yoy+46%)
매출원가	79,413	30,289	162.2%	49,123	<p>GPM 47.7% 달성 (yoy-7.6%pt)</p> <p>1) 콘텐츠 제작비 및 원가성 지급수수료 증가로 일시적 분기 GPM 하락</p> <ul style="list-style-type: none"> - 콘텐츠 제작비 약 260억 증가 (yoy+227%) - 원가성 지급수수료 yoy+152%
매출총이익	72,318	37,469	93.0%	34,848	
L판매비와관리비	26,629	13,199	101.7%	13,429	<p>상여금 및 일시적 지급수수료 증가 (yoy+102%)</p> <ul style="list-style-type: none"> - 상여금 yoy+128% / 지급수수료 36억 증가 (A2K 프로젝트 및 360 PG 비용 등 영향)
영업이익	45,689	24,270	88.2%	21,418	<p>OPM 30.1% (yoy-5.7%pt) 상반기 OPM 32.5% (yoy+0.5%pt)</p> <ul style="list-style-type: none"> - A2K 등 프로젝트성 지급수수료 일시적 증가 요인
L기타비용	1,234	792	55.8%	442	기부금 12억 반영
L금융손익	1,465	13,663	-	-12,198	네이버제트 / 포바이포, 2분기 공정가치평가손익 반영 (작년 대비 -115억원)
당기순이익	25,389	15,191	67.1%	10,197	법인세 139억원 반영



#INVESTMENT H/L

“K-POP 저변 확대에 따른 주요 아티스트 성장 가속화 및 가시적인 콘텐츠/콘서트 수요 지속 확대, 글로벌 라인업 추가 확대 가시화/자회사 Seeding을 통한 사업 역량 고도화”



Summary of Investment Highlight

• K-POP 글로벌화에 따른 주요 아티스트 콘텐츠 수요 증가 / 글로벌 공연 확대

- [JYP < Republic Records] 전략적 파트너십 강화. 빌보드 등 주요 아티스트 미주 지역 성과 확대 및 A2K 프로젝트 데뷔 가시화
- [스트레이키즈] 22년-23년 연속 “빌보드200” 1위 달성 및 단일 앨범 500만장 이상 판매 기록. 하반기 일본 돔투어 포함 추가 활동 예정
- [트와이스] 최신 앨범 판매량 180만장 상회 및 현재 22개 도시 38회 스타디움 월드투어 전석 매진 기록. 추가 유닛/솔로 활동 병행
- [ITZY] 최신 미니 앨범 약 130만장 판매 기록 및 하반기 주요 지역 별 추가 앨범 발매 예정
- [NMIXX] 23년 최신 [싱글] 앨범 약 100만장 판매 기록 및 하반기 추가 앨범 발매 예정
- [NiziU] 22년 하반기 총 19회 TOUR 매진 (DOMO 4회 포함) < 이연 매출 2분기 반영. 23년 하반기 단독 투어 및 추가 앨범 발매 계획

• 신인 라인업 확대 & LOCALIZATION 가속화

- 23년 하반기 [Project. C] [A2K Project], 24년 상반기 [NiziU BOY] [LOUD] 라인업 순차적 데뷔 예정

• 전략적 시너지 관점의 자회사 역량 확대

- [JYP PARTNERS] 공식 출범 및 24년 상반기 이후 VC투자 본격화 및 본사 PI투자자 SI투자자 관점의 시너지 강화 전망
- JYP360, 자사물 #JYP샵 운영으로 글로벌 향 MD 매출 볼륨 증가 / 추가적인 IP 관련 사업 강화

• 글로벌 향 콘텐츠 매출 및 해외 매출 비중 확대

- 유튜브 구독 yoy+230만명 순증 (구독자 2,760만명)¹⁾. 북미/일본 지역 포함 글로벌 투어 및 해외 지역 콘텐츠 매출 비중 지속 확대 중

Q3 Update

• 아티스트 앨범 및 공연 (3분기 예상)

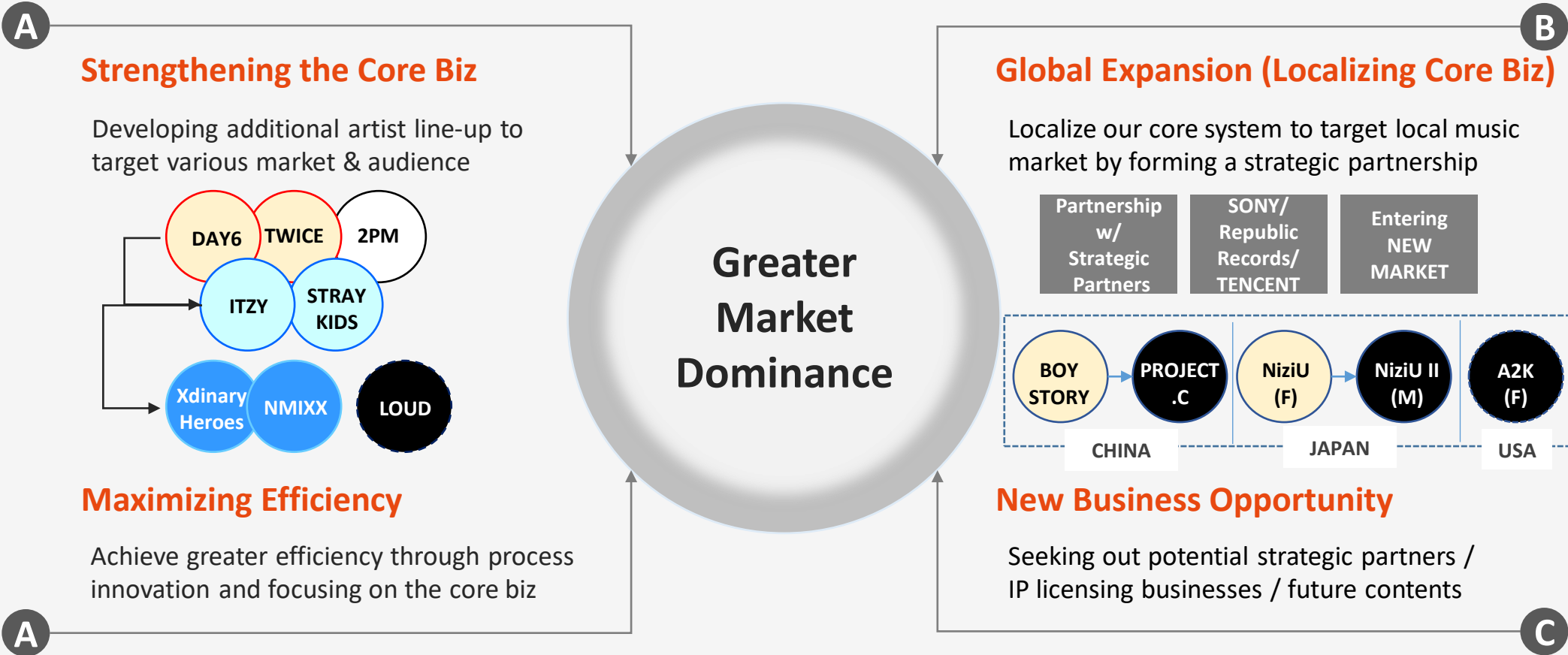
- 글로벌: [트와이스 월드투어 Cut-off] [지효 솔로 앨범] [SKZ 국내 콘서트 2회] [IZTY 미니 앨범] [NMIXX 싱글 앨범] [2PM 국내 콘서트]
- 일본: [트와이스 월드투어 일본] [트와이스 / 미사모 앨범] [SKZ 일본 돔투어 / EP앨범] [준호 아레나 6회] [NiziU 아레나 15회]

1) 2023년 8월 기준



#APPENDIX

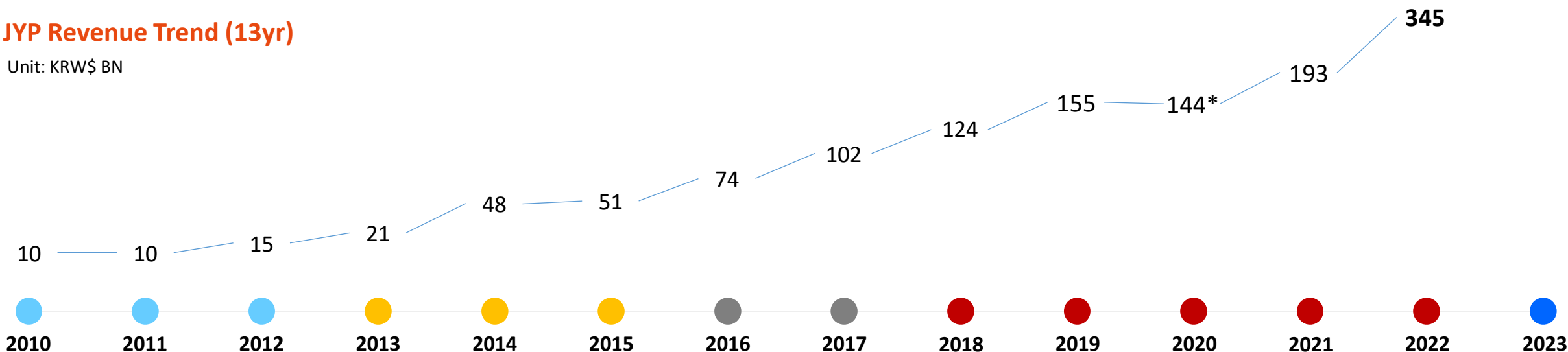
“Focusing on three strategic direction: **A** Strengthening the Core Biz, **B** Global Expansion by Localization and **C** New Business Expansion”



“JYP continues its fast & sustainable growth by optimizing the production system/process & organic multi-label structure”

JYP Revenue Trend (13yr)

Unit: KRW\$ BN



K-Pop Expansion into Asia

- 2PM Debut (2008)
- Established China Office (2008)
- Established Japan Office (2010)
- Established Thailand Office (2011)

Merger & Artist Expansion

- Merged J.TUNE through RTO (2013)
- [Voting Committee \(2014\)](#)
- GOT7 Debut (2014)
- TWICE Debut (2015)
- DAY6 Debut (2015)

Setting Up Multi-label System

- [Changed Group Structure into 4 Labels \(2016\)](#)
- TWICE Debut in Japan (2017)
- Established HK Office (2017)

Global Expansion – Digital era.

- Stray Kids Debut (2018)
- New JYP Center Open - JYP 2.0 (2018)
- [Boy Story Debut - Localization \(2018\)](#)
- ITZY Debut (2019)
- [JPN Nizi Project - Localization \(2020\)](#)
- [Established JYP360 \(2021\)](#)
- Xdinary Heroes Debut (2021)
- [NMIXX Debut \(2022\)](#)

Glocalization

- Project C - China (2023)
- A2K Project - US (2023)
- NiziU2 - Japan (2024E)
- LOUD Project (2024E)
- Setting up CVC (2024E)

* COVID19 outbreak : achieved highest earnings

Main Artists



2PM

Debut in 2008

Attracted More than [2.2 Million Audience](#) through 'World Tour'.

Solid Fan-base in Japan



TWICE

Debut in 2015

Top Female Group Artists.

[YouTube Views over 18billion](#) with 16.1million subscribers &

[Albums Sold over 15million](#) since 2016.

With release of "Set Me Free", [ranked No.2 on <Billboard 200>](#) in 2023 and sold out their 5th World Tour in 22 global cities



DAY6

Debut in 2015

Hosted World Tour in 26 global cities in 2020.

'Sing a Song Writer and Composer'

After the army service preparing for a brand new comeback

Main Artists



STRAY KIDS

Debut in 2018 (Mar)

Ranked No.1 on <Billboard 200> 3rd time in a row in 2022&2023 and currently hosting 8time major Dome Tour in Japan

Latest release “5-Star” sold 5.0mil. copies worldwide

YouTube subscribers over 13.7million since debut in 2018



ITZY

Debut in 2019 (Feb)

Reached 34million YouTube views within 48 hours of their first M/V release on YouTube, “DallaDalla” & the latest album release “KILL MY DOUBT” sold over 1.3mil. copies breaking the highest sales in their career

YouTube subscribers over 8.4MN and reached over 5bn

YouTube views since debut in 2019



Xdinary Heroes

Debut in 2021 (Dec)

JYP Entertainment’s 2nd Boy Band debut following DAY6 success – all members specialized in musical instrument

Hot Prospects



NMIXX

Debut in 2022 (Feb)

Reached more than 30million YouTube views within 48 hours of their first M/V release and sold over 500K physical album copies upon their first debut (marked as the highest debut album sales record among K-Pop female groups in history)

Latest single album sold over 1mil. physical copies breaking their highest record after just 18months since their debut

Local Artists



BOY STORY (JV)

Debut in 2018 (Sep)

Ranked No.1 in 'QQ Music Video Chart' and 'Weibo Asia Music Chart' upon the debut.

JYP's First Local Artist under JV with TENCENT



NiziU

Debut in 2020 (Dec)

Ranked No.1 in ORICON Chart in Japan with pre-release digital songs and topped all 64 local chart incl. Line Music.

NiziU jointly produced between JYP Ent. & SONY Music Japan and made first debut in Dec 2020 (The first physical album sold 500K)

Sold out their first major tour in Japan including 15time ARENA & 4time DOME TOUR in 2H 2022

Artist Line-up Expansion (by year)

Artists	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024E
2PM	CR			CR						
DAY6	Debut							CR		
TWICE	Debut							CR		
Stray Kids				Debut						
ITZY					Debut					
NiziU (Japan)						Debut				
Xdinary Heroes							Debut			
NMIXX								Debut		
Project C (China)									Debut (H2)	
A2K (USA)									Debut (H2)	
Nizi Project 2 (Japan)										Debut (H1)
LOUD Project										Debut (H1)

CR: Contract Renewed
Orange font: Global localization project

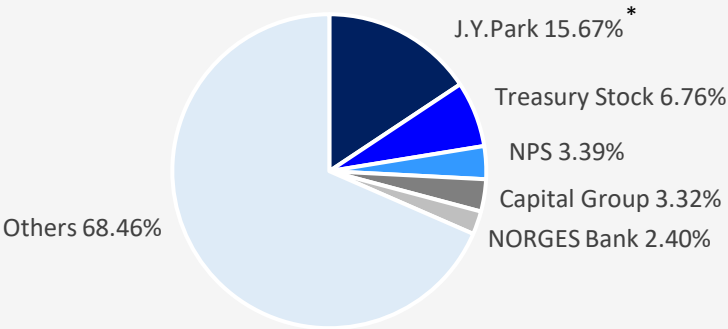
COMPANY OVERVIEW

- COMPANY: JYP ENTERTAINMENT Co. Ltd
 - Establishment: 25 APR. 1996
 - Equity: KRW 17.9 bn.
 - Market Cap.: KRW4.5tn (As of 8th Aug. 2023)
- CEO: WOOK JEONG
 - IPO: 30 AUG. 2001
 - No. of Employees: 337 (As of 8th Aug. 2023)
 - Business Field: Music Production & Recording,
Artist Management (Agency),
Contents Production

SHAREHOLDERS

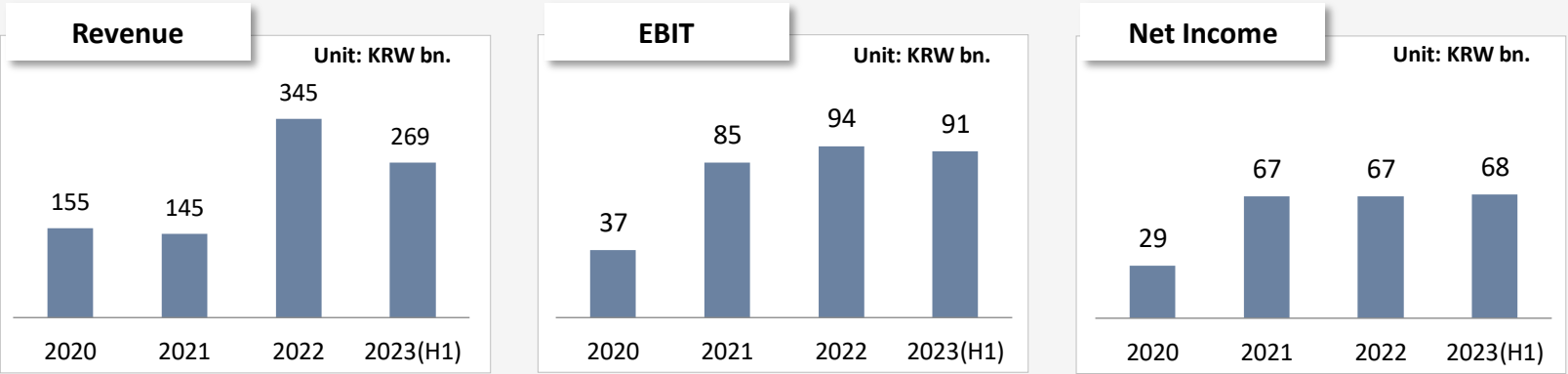
(As of 23rd Mar. 2023)

- Jin Young Park (Founder): 15.67%
 - Treasury Stock: 6.76%
 - National Pension Service: 3.39%
 - Capital Group: 3.32%
 - NORGES Bank: 2.40%
- [Total Stock Issued: 35,497,492]



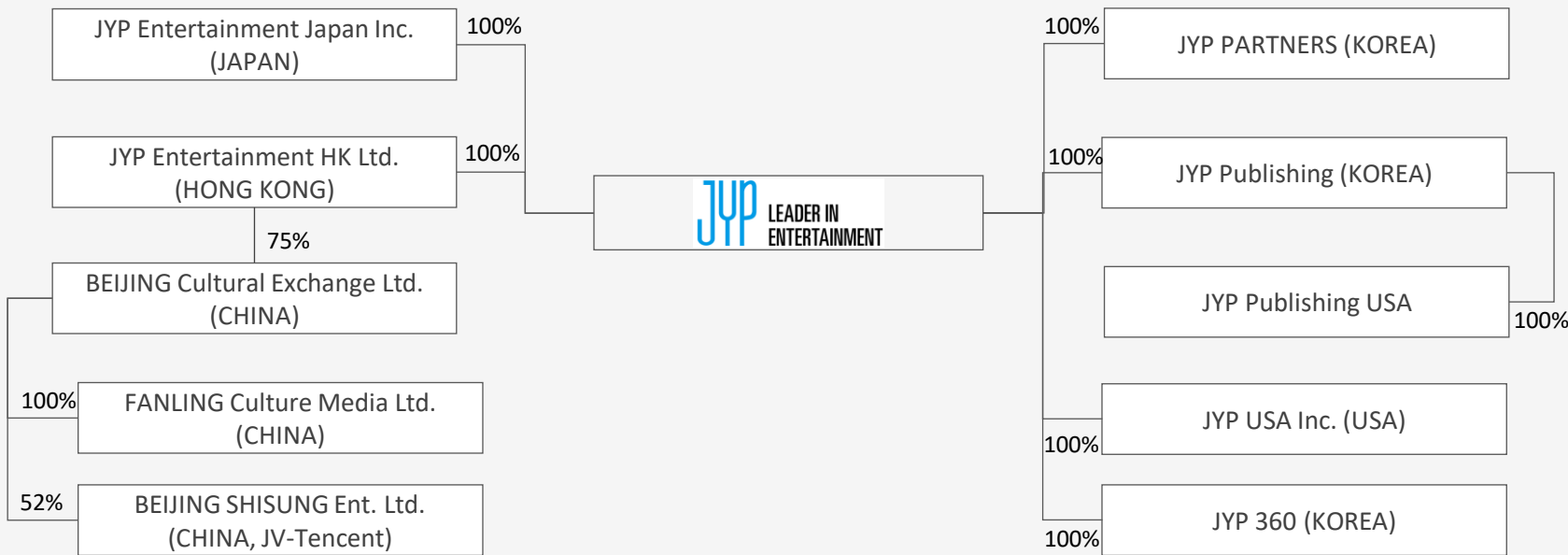
*Incl. key management

KEY FINANCIALS

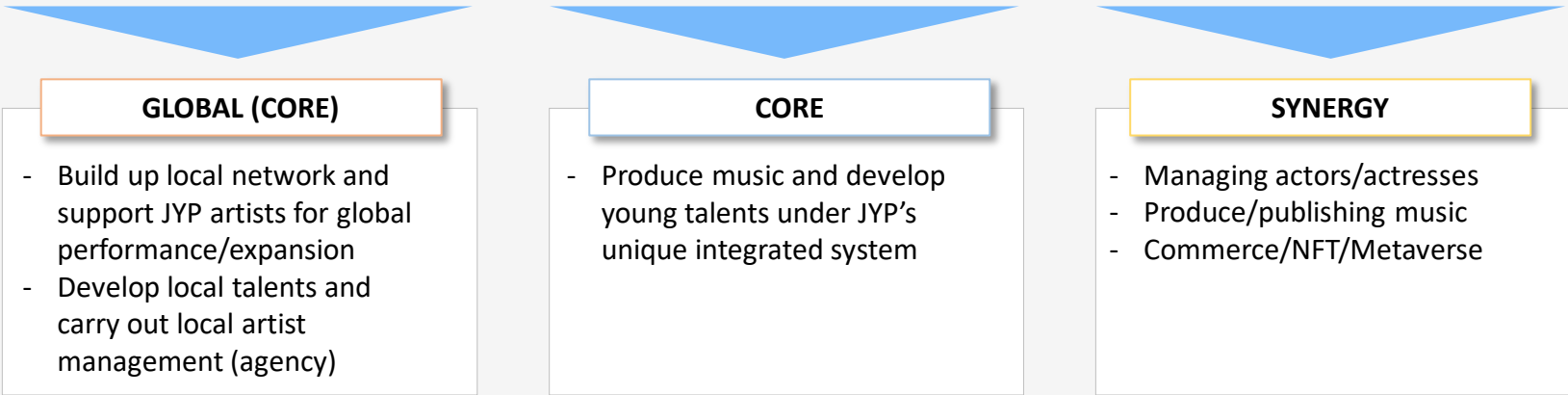


* COVID19 breakout (2020, Feb)

Subsidiary & Affiliated Companies



Roles/Business Field



Statement of Financial Position - Consolidated (B/S)

(Unit: KRW bn.)

	2023 (Q2)	2022	2021
Current Assets	301.3	237.1	159.1
Non-current Assets	183.6	174.0	158.2
Total Assets	485.0	411.1	317.4
Current Liabilities	119.6	101.3	58.3
Non-current Liabilities	6.5	5.2	8.4
Total Liabilities	126.1	106.6	66.7
Capital	17.9	17.9	17.9
Capital Surplus	77.1	76.9	76.9
Treasury Stock	-9.7	-9.5	-11.0
Retained Earnings	272.3	217.5	162.2
Equity attributable to the owners of the Parent Company	353.8	300.5	246.6
Total Equity	358.8	304.5	250.6

Statement of Comprehensive Income - Consolidated (P/L)

(Unit: KRW bn.)

	2023 (H1)	2022	2021
Revenue	269.7	345.8	193.8
Cost of Sales	137.2	189.3	89.7
Gross Profit	132.5	156.5	104.1
Selling and Administrative Expenses	44.8	59.9	46.2
Operating Income (Loss)	87.7	96.6	57.9
Other Non-operating Income	0.0	0.3	0.6
Other Non-operating Expenses	1.7	2.1	3.1
Financial Income	3.2	5.8	18.4
Financial Expenses	3.9	7.3	2.6
Share of Profit(Loss) of Associates and JVs	6.5	0.6	14.6
Profit Before Income Tax	91.9	94.1	85.9
Income Tax Expense	23.8	26.6	18.4
Net Profit (Loss)	68.1	67.5	67.5