

---

# FY 2024 EARNINGS PRESENTATION

2024년 연간 실적 (2025.3.20)

---

# DAY1 COMPANY

---

The Future of Education : Contents, AI, and Global

---

## Disclaimer

---

주식회사 데이원컴퍼니(이하 “데이원컴퍼니”)의 재무 정보는 한국채택국제회계기준(K-IFRS)에 따라 작성되었으며, 데이원컴퍼니 및 종속회사를 포함한 연결 기준 재무제표입니다.

본 자료는 주주 및 투자자 편의를 위하여 외부감사인의 검토가 완료되지 않은 상태에서 작성되었으며, 이에 본 자료에 포함된 경영 실적 및 재무 정보는 외부감사인의 검토 결과에 따라 변경될 수 있습니다.

본 자료의 경영 실적, 재무제표 및 예측을 포함한 정보는 현재 시점을 기준으로 작성되었고, 이에 정보의 정확성과 완벽성에 대해 보장하지 않으며, 회사는 향후 변경되는 새로운 정보나 업데이트 책임을 지지 않습니다.

따라서, 본 자료는 투자자들의 투자 결과에 대하여 어떠한 법적인 목적으로 사용되어서는 아니되며, 데이원컴퍼니는 본 자료에서 제공되는 정보에 의거하여 발생하는 투자 결과에 대해 어떠한 책임 또는 손해를 지지 않음을 알려드립니다.



## OPPORTUNITY

향후 10년,  
우리 앞에 놓인 예정된 미래

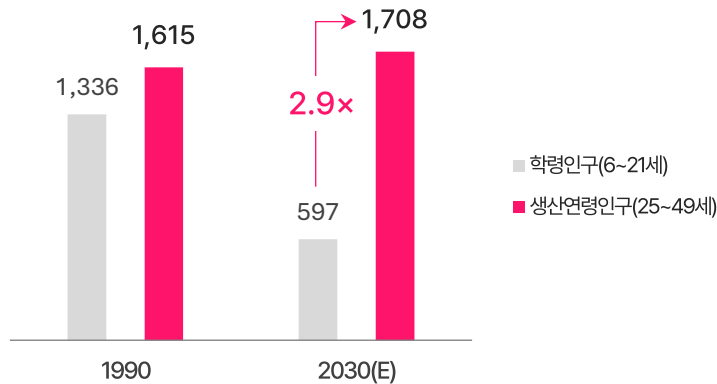
01

## 1. 인구통계학적 변화와 특징 : 큰 규모, 누적되는 속성

25-49 성인들은 한국만 약 1,700만명에 달하며, 계속 누적되는 특징을 가집니다

### 20세 미만 인구보다 3배가 많은 25-49세 인구

학령인구 vs 생산연령인구 차이<sup>1)</sup> (단위: 만명)



- **입시 시장** 타겟인 학령인구는 **절반 이하로 감소** 전망
  - 특히 사교육 시장의 핵심 고객인 수능 지원자 수 또한 1999년 87만명 → 2023년 50만명(43%▼)<sup>2)</sup>으로 대폭 감소
- 반면 성인 시장 타겟 고객인 생산연령인구는 **'30년에도 1,708만명으로 전망되며, 이는 학령인구의 약 3배 수준**
  - 학령인구의 가파른 감소 추세 고려 시, 해당 격차 심화 예상

### 합격하면 빠져나가는 것이 아닌, 누적적인 시장 특성

| 연령 | 시장    | 역할      | 학습 니즈                                |
|----|-------|---------|--------------------------------------|
| 10 | 입시 시장 | 중/고등 학생 | 수능 준비 기간 동안만 학습 니즈 존재하며, 대입 이후 니즈 소멸 |
| 20 | 성인 시장 | 주니어     | 기초 직무 교육 / 업무툴 학습 필요                 |
| 30 |       | 시니어     | 심화 직무 교육 필요                          |
| 40 |       | 팀장      | 팀장 교육 / 팀 운영 학습 필요                   |
| 50 |       | 임원      | 리더십 / 전사 조직 관리 교육 필요                 |

- **입시 시장**은 특정 시기에 대입이라는 학습 니즈만을 대응하는 만큼, **인구구조의 '단면'**이 시장 규모를 결정
- 반면 **성인 시장**은 생애 주기 별 학습 니즈가 연속적으로 존재하는 만큼, **인구의 '누적'** 규모가 시장 크기를 결정
  - 또한 현재 핵심 실무진인 30대 이하는 78%<sup>3)</sup>가 사교육을 경험한만큼, 교육 지출에 익숙해 지불 의사 확보도 용이

1) 통계청, 장래인구추계 (2023)

2) 한국교육과정평가원, 대학수학능력시험 연도별 응시현황 (2023)

3) 통계청, 교육부, 초중고사교육비조사 (2023)

## 2. 대학과 기업 간 미스매치, 대학/대학원의 대체재 필요성

대학에서 배운 내용을 기업에서 활용하지 못하는 상황이 지속되고 있습니다

### 기업 니즈와 동떨어진 대학 교육 과정

#### 기업 인사담당자 / 현직자 설문 결과<sup>1)</sup>

**Q.** 대학 교육은 실무 트렌드를 제대로 반영하지 못하고 있다

85% 그렇다 15% 아니다

**Q.** 신입사원의 실무 능력 부족으로 어려움을 겪은 적이 있다

75% 있다 25% 없다

**Q.** 신입사원 대상으로 실무 중심 재교육을 진행한 경험이 있다

83% 있다 17% 없다

- 시장에 신속히 대응하는 산업계와 체계적 지식 전달을 위한 보수적 교육계의 근본적 괴리 존재
  - 예) 최근 현업에서 중요한 'Data-driven Marketing' 관련 내용은 대부분의 대학에서 가르치지 않음
- 유튜브 등 새로운 직업군 출현에 따른 괴리 심화

### 실무역량 확보엔 부담스러운 대학원 과정

#### 대학원 석사 과정 이수를 위한 시간 및 비용<sup>2)</sup>



소요 기간

2년



이수 학점

20~30학점



학기당 등록금

3백~5백만원

순수 수업 수강에만  
300~450시간, 800~1,600만원 소요

- 실무 역량 확보 목적에서는 학습 내용이 과다하며 시간 및 비용 효율성이 낮은 선택
  - 대학별 학위 수여 기준에 따라 통상 전일제 4학기로 구성
- 실제로 만 25세 이상의 정규교육과정 참여율은 지속적으로 감소 중 ('07년 5.7% → '20년 0.6%<sup>3)</sup>)

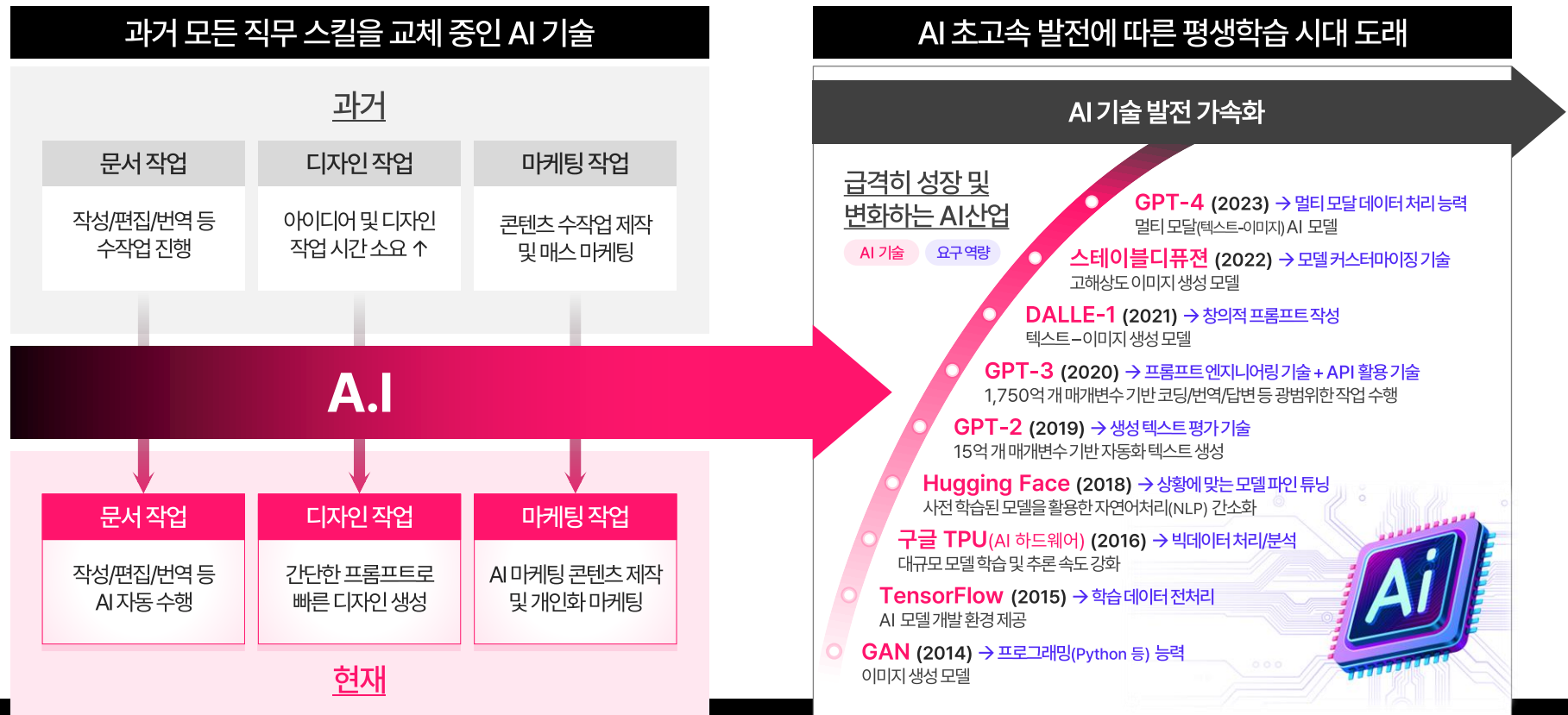
1) 인크루트, 기업 현직자 대상 설문조사 (2021)

2) 교육부, 대학교 및 대학원 등록금현황 (2022) 및 주요 대학 홈페이지

3) 교육부, 한국 성인의 평생학습실태 (2022)

### 3. AI 등 기술발전에 따른 시대적 변화 : 사라진 평생직장

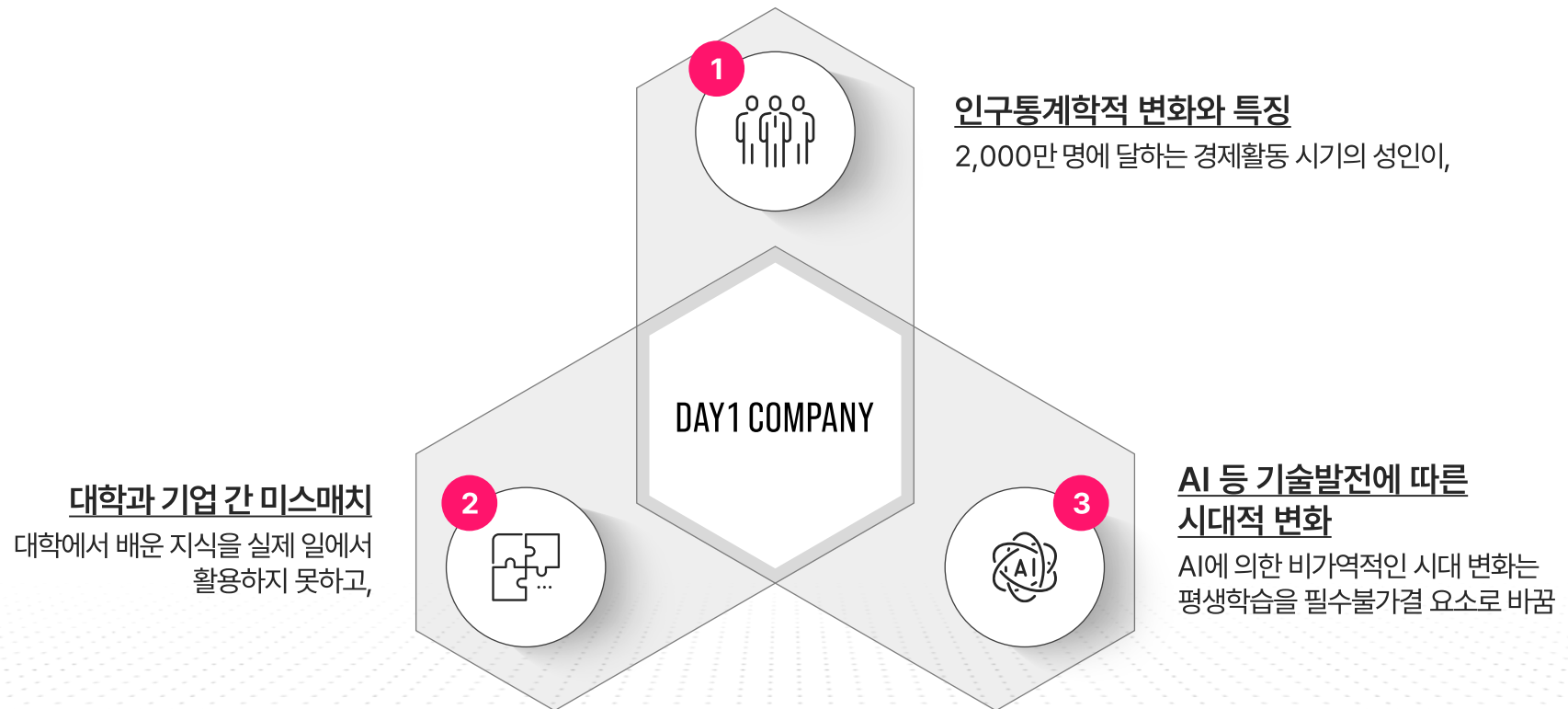
빠르게 변화하는 세상이 모든 사람의 평생 학습 필요성을 증대시키고 있습니다



AI 영향 받는 직무 범위의 확대 및 AI 성능의 초고속 발전 → 평생에 걸친 Re-skill/Up-skill 필수

## 4. 데이원컴퍼니의 사업 기회 : 세 가지의 교집합

크고 성장하는 시장에서 대학과 기업의 미스매치 해소를 위한 교육 콘텐츠를 제공합니다



성인 시장 규모는 '21년 6.7조원 → '26년 12.1조원<sup>1)</sup>으로 연평균 12.5% 성장 전망,

**세 가지의 교집합에 따른 비가역적 성장 속에 데이원컴퍼니의 기회 존재**

1) 교육부 - 평생학습 개인실태조사(2022), 이러닝 산업 실태조사(2022), 고용노동부 - 사업체노동력조사(2022), 기업체노동비용조사(2022)에 기반하여 추정

## 5. 미국, 유럽, 일본 등에서 공통으로 나타나는 글로벌 현상

수조원 회사가치를 갖는 성공적 회사들이 다수 등장했고, 이들은 전통 K-12 업체들과 다르게 시장에서 평가받고 있습니다

글로벌 온라인 교육 시장 규모는 '21년 174조원 → '27년 311조원'으로 연평균 10.5% 성장 전망

### 글로벌 Peer 현황

| Peer                                                                                                                     | 주 활동 국가                 | 비즈니스 개요          | 비고 <sup>2</sup>                                                                                                   |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <b>lynda.com</b><br>A LINKEDIN COMPANY | 글로벌<br>(미국, 캐나다 등)      | 멤버십 기반<br>온라인 교육 | <ul style="list-style-type: none"> <li>'15년 매출 \$100M</li> <li>LinkedIn \$1.5B 인 ('15.04)</li> </ul>              |
|  <b>GENERAL ASSEMBLY</b>                | 글로벌<br>(미국, 영국, 호주 등)   | 기술/디지털<br>역량 교육  | <ul style="list-style-type: none"> <li>'17년 매출 \$100M</li> <li>Adecco \$413M 인 ('18.04)</li> </ul>                |
|  <b>TRILOGY</b><br>EDUCATION SERVICES   | 미국                      | 부트캠프<br>운영       | <ul style="list-style-type: none"> <li>'19년 매출 \$130M</li> <li>2U Inc. \$750M 인수 ('19.04)</li> </ul>              |
|  <b>PLURALSIGHT</b>                     | 글로벌<br>(미국, 캐나다, 인도 등)  | B2B 디지털<br>스킬 교육 | <ul style="list-style-type: none"> <li>IPO 시가총액 \$2B ('18.05)</li> <li>Vista Equity \$3.5B 인수 ('19.04)</li> </ul> |
|  <b>codecademy</b>                    | 글로벌<br>(미국, EU, APAC 등) | 코딩 특화<br>온라인 교육  | <ul style="list-style-type: none"> <li>'20년 매출 +\$50M</li> <li>Skillsoft \$525M 인수 ('21.12)</li> </ul>            |
|  <b>udemy</b>                         | 글로벌<br>(190개국)          | 글로벌<br>온라인 교육    | <ul style="list-style-type: none"> <li>'24년 매출 \$787M</li> <li>시가총액 \$1.2B</li> </ul>                             |
|  <b>coursera</b>                      | 글로벌<br>(190개국)          | 글로벌<br>온라인 교육    | <ul style="list-style-type: none"> <li>'24년 매출 \$695M</li> <li>시가총액 \$1.3B</li> </ul>                             |
|  <b>insource</b>                      | 일본                      | 디지털 스킬<br>중심 교육  | <ul style="list-style-type: none"> <li>'24년 매출 ¥13.1B</li> <li>시가총액 ¥96.3B</li> </ul>                             |

US IPO & Acquired

US IPO

US IPO

JP IPO

### 미국/일본 K-12(초중고) vs. 성인 Player Multiple 차이

미국  **udemy**  
미국  **coursera**  
일본  **insource**

미국  **Stride**  
미국  **Chegg**  
일본  **早稲田アカデミー**  
일본  **Toshin.com**

미국/일본  
K-12(초중고) 주요 4개사  
평균 PSR<sup>3</sup>

1.0×

미국/일본  
성인 시장 주요 3개사  
평균 PSR<sup>3</sup>

3.7×

1) 출처: Statista

2) 시가총액은 2024.12.31 기준

3) 출처: Investing.com (2024.12.31 기준)



DAY1 COMPANY



## COMPANY

데이원 비즈니스의 본질:  
'교육'이 아닌 교육 '컨텐츠'

02

THE FUTURE OF EDUCATION : CONTENTS, AI, and GLOBAL

## 1. 데이원컴퍼니의 사업 정의

데이원컴퍼니는 한국 최초이자 유일한, 성인 대상 교육 콘텐츠 시장의 Full-stack Company입니다

### 1 성인 대상으로 \_



- 직장인 (회사에 취직, 월급 기반)
- 자영업자 (직접 사업, 내가 내 가게를 차리는)

### 2 학습이 필요한 모든 콘텐츠를 \_



- AI & 디지털 스킬 (데이터사이언스, 프로그래밍 등)
- 실무 스킬 (마케팅, 파이낸스 등)
- 외국어 스킬
- 직업 스킬 (미용, 요리, 일러스트 등)

### 3 가능한 모든 방식으로 제공 \_



- 개인 대상 온/오프 B2C
- 기업 대상 B2B
- 정부 유관기관과의 협력 (B2G2C)



## 2. 업의 본질 : '교육' 회사가 아닌 교육 '컨텐츠' 회사

성인 시장은 초중고 입시교육과는 다르게 '컨텐츠' 비즈니스의 속성을 가집니다

| 구분                    | 전통적인 입시교육 시장                                                                                                                                  | 데이원컴퍼니                                                                                                                                                              | 컨텐츠 시장                                                                                                                                                                        |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 시험과<br>커리큘럼           | <ul style="list-style-type: none"> <li>교육부에서 정한 커리큘럼과 그에 기반한 시험이 있음</li> <li>모두가 똑같은 것을 배우고, 가르치는 콘텐츠 또한 업체별 차이 없음</li> </ul>                 | <p>≠ (다름)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>시험이 없고, 정해진 커리큘럼도 없음</li> <li>고객들이 무엇을 원하는지에 대한 니즈 분석을 토대로 <b>흥행 콘텐츠를 기획함</b></li> </ul>                       | <p>≈ (유사)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>고객이 원하는 정답이란 없음</li> <li>고객들이 무엇을 원하는지에 대해 끝없이 탐구하고, 조사하고, 시도하며 <b>흥행 콘텐츠를 발굴해내는 것이 업의 본질</b></li> </ul>                 |
| 스타강사,<br>역할           | <ul style="list-style-type: none"> <li>전국민이 동일한 국사, 수학을 배우므로, 일타강사라는 것이 존재. 그들의 존재와 재계약 유무가 회사의 운명을 결정</li> <li>강사가 A to Z를 사실상 전담</li> </ul> | <p>≠ (다름)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>도메인이 항상 변화하기 때문에, 전문 강사보다 <b>현업 실무자가 가치있음</b></li> <li>강사는 캐스팅된 배우와 유사, <b>콘텐츠 기획은 회사 기획 조직이 주도</b></li> </ul> | <p>≈ (유사)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>스타 한두명으로 <b>흥행 콘텐츠 장담 X</b> (오히려 실패 사례 다수)</li> <li>IP, 배우, 감독, 작가 등 <b>콘텐츠 기획의 모든 구성요소들의 결합과 조합이 핵심</b></li> </ul>      |
| 원소스<br>멀티유즈<br>(OSMU) | <ul style="list-style-type: none"> <li>없음. (B2C Only, 1회성 판매)</li> </ul>                                                                      | <p>≠ (다름)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>B2C로 제작한 콘텐츠를, <b>B2B로 재판매, B2G2C로 재판매, 번역과 자막 붙여서 Global로도 재판매함</b></li> </ul>                                | <p>≈ (유사)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li><b>컨텐츠 업의 핵심이자 본질</b> (소설 / 만화의 영화화, 영화의 게임화 등)</li> <li><b>한번 제작해서 여러 원도우를 통해 재판매</b> (극장, OTT, IPTV, 케이블 등)</li> </ul> |

### 3. 다양한 브랜드 포트폴리오

분야 및 타겟 고객 니즈에 맞춰 다양한 브랜드를 운영하며 확장성과 경쟁우위를 확보합니다

| 브랜드                                                                                                             | 타겟                            | 포맷                 | 분야                                                                                                                                                                   | 비고                                                                                                                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|--------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  <b>Fast campus</b>            | <b>B2C:</b><br>직장인 대상         | 온라인 콘텐츠            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• AI</li> <li>• 데이터사이언스</li> <li>• 프로그래밍</li> <li>• 파이낸스 등</li> </ul>                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 디지털/실무 스킬 분야의 원천 영상 콘텐츠 기획/제작</li> <li>• 원소스 멀티유즈 위한 콘텐츠 B2C 비즈니스 전체 담당</li> </ul> |
|  <b>Coloso.</b>                | <b>B2C:</b><br>자영업자/프리랜서 대상   | 온라인 콘텐츠            | <b>자영업자/창업자 타겟</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 베이킹/쿠킹/헤어 등</li> </ul> <b>프리랜서 타겟</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 드로잉, 디자인, 3D 등</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 회사에 취직하는 직장인 보다는, 자영업/창업을 하는 주요 분야의 노하우를 온라인 콘텐츠화</li> </ul>                       |
|  <b>가벼운 학습지</b>                | <b>B2C:</b><br>성인 대상          | 학습지 및<br>온라인 콘텐츠   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 영어, 중국어, 일본어 등 11개 언어</li> <li>• 입문 버전, 회화 중심, 시험 대비 등</li> </ul>                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 성인들에게는 이제 시험 점수가 외국어 실력을 보장해주지 않기 때문에, 습관 형성에 주효한 학습지 방식을 채택</li> </ul>            |
| <b>제로베이스 스쿨</b>                                                                                                 | <b>B2C:</b><br>취준생/직장인 대상     | 부트캠프<br>서비스 모델     | <b>디지털 스킬</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 개발, AI 등</li> </ul> <b>실무 스킬</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 마케팅, 디자인 등</li> </ul>               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 디지털 분야에서 제2의 온라인 대학 역할</li> <li>• 단순 인강 제공을 넘어선 서비스 모델로의 OSMU 확장</li> </ul>        |
|  <b>Fast campus business</b> | <b>B2B:</b><br>국내 기업 고객       | 구독제 서비스 및<br>출강 교육 | <ul style="list-style-type: none"> <li>• B2C 브랜드에서 제공하고 있는 전 분야</li> </ul>                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 개인이 직접 지출하는 것이 아닌, 기업이 직접 지출하는 시장을 타겟하여 OSMU 분야 확장</li> </ul>                      |
|  <b>내일배움 아카데미</b>            | <b>B2G2C:</b><br>국비지원 개인 고객 등 | 온라인 콘텐츠 및<br>부트캠프  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 디지털 스킬</li> <li>• 마케팅</li> <li>• 크리에이티브</li> </ul>                                                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 국비지원 사업 참여를 통해 Willingness-to-pay 낮은 고객군까지 적극 공략</li> </ul>                        |
|  <b>Coloso Global</b>        | <b>B2C:</b><br>해외 고객 대상       | 온라인 콘텐츠            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 콜로소 브랜드에서 제공하고 있는 전 분야</li> </ul>                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• 데이원의 해외 진출 선봉장 역할을 하고 있으며, 패스트캠퍼스, 가벼운 학습지도 뒤를 이어 준비중</li> </ul>                   |





## 2024 PERFORMANCE

2024 연간 실적 및 해설

03

## 2024 연간 실적 요약

DAY1 COMPANY

11년 연속 성장을 이어가며 역대 최고 매출을 기록했고, 상장을 통해 재무구조를 획기적으로 개선했습니다

(단위: 백만원)

| 구분    | 2023     | 2024    | 설명                                                                                                          |
|-------|----------|---------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 매출    | 116,590  | 127,680 | <ul style="list-style-type: none"> <li>11년 연속 성장</li> <li>YoY 10% 성장</li> </ul>                             |
| 영업손익  | 1,122    | (287)   | <ul style="list-style-type: none"> <li>상장비용(법률/회계 등)으로 인한 일시적 적자 기록</li> </ul>                              |
| 당기순손익 | (7,893)  | (1,573) | <ul style="list-style-type: none"> <li>보통주 전환 등을 통해 전년 대비 63억 이상 개선</li> </ul>                              |
| 자산총계  | 71,601   | 61,004  | <ul style="list-style-type: none"> <li>사용권자산(리스회계) 감가상각 효과</li> </ul>                                       |
| 부채총계  | 135,460  | 37,338  | <ul style="list-style-type: none"> <li>RCPS의 보통주 전환에 따른 부채감소(파생상품부채 등)</li> </ul>                           |
| 자본총계  | (63,859) | 23,666  | <ul style="list-style-type: none"> <li>자본 총계 800억 이상 개선하며 재무건전성 확보</li> <li>향후 배당 및 자사주 소각 재원 확보</li> </ul> |

\* K-IFRS 연결 감사보고서 기준

## 사업부문별 매출 구성

DAY1 COMPANY

B2C, B2G, Global 모두 견조한 성장을 보였으며, B2B는 상장 이후 턴어라운드를 기대하고 있습니다

(단위: 백만원)

| 구분      | 2023    | 2024    | 설명                                                                                                                     |
|---------|---------|---------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 전체 매출   | 116,590 | 127,680 |                                                                                                                        |
| B2C     | 67,729  | 77,775  | <ul style="list-style-type: none"> <li>YoY 15%, 100억 이상 성장</li> <li>AI 분야 고성장 및 취미/부업 영역의 추가 발굴</li> </ul>             |
| % of 매출 | 58.1%   | 60.9%   | <ul style="list-style-type: none"> <li>B2C 영역에서도 추가 성장의 여력이 남아있음을 확인</li> </ul>                                        |
| B2B     | 19,797  | 15,405  | <ul style="list-style-type: none"> <li>상장전 회계 이슈(자본잠식)로 인해 대형딜 참여 어려워 역성장</li> <li>재무구조 개선 완료되어 올해 턴어라운드 기대</li> </ul> |
| % of 매출 | 17.0%   | 12.1%   |                                                                                                                        |
| B2G     | 15,541  | 19,372  | <ul style="list-style-type: none"> <li>YoY 24% 성장</li> <li>기존의 KDC, KDT 사업의 확장 외에 일경험 등 추가 사업 수주를 통한 성장 지속</li> </ul>  |
| % of 매출 | 13.3%   | 15.2%   |                                                                                                                        |
| Global  | 13,522  | 15,128  | <ul style="list-style-type: none"> <li>YoY 12% 성장</li> <li>컨텐츠의 양적 증대를 통해 일본과 미국 시장에서 모두 성장</li> </ul>                 |
| % of 매출 | 11.6%   | 11.9%   |                                                                                                                        |

※ K-IFRS 연결 감사보고서 기준

## 비용구조 및 수익성

마케팅비 효율화 및 AI를 활용한 자막/번역을 통해 공헌이익률이 3.7%p 개선되었습니다

(단위: 백만원)

| 구분        | 2023    | 2024    | 설명                                      |
|-----------|---------|---------|-----------------------------------------|
| 전체 매출     | 116,590 | 127,680 |                                         |
| 강사료       | 23,935  | 28,973  | • B2B 매출 비중의 일시적 하락에 따른 강사료율 증가         |
| % of 매출   | 20.5%   | 22.7%   | • OSMU 가속화에 따른 절감 기대                    |
| 마케팅비      | 37,090  | 34,334  | • 4.9%p 개선                              |
| % of 매출   | 31.8%   | 26.9%   | • 마케팅 효율화 활동을 통해 절대 금액 및 비중 모두 큰 폭으로 개선 |
| 제작비       | 8,603   | 8,039   | • 1.1%p 개선                              |
| % of 매출   | 7.4%    | 6.3%    | • 자막, 번역 등에 AI를 적극적으로 활용하기 시작한 효과       |
| PG 등 금융비용 | 3,451   | 3,988   | • B2C 및 Global 매출 비중 확대에 따른 증가          |
| % of 매출   | 3.0%    | 3.1%    |                                         |
| 공헌이익      | 43,511  | 52,346  | • 3.7%p 개선                              |
| 공헌이익률(%)  | 37.3%   | 41.0%   | • 주요 변동비 항목들이 개선 추세를 보이면서 공헌이익률 향상      |

※ K-IFRS 연결 감사보고서 기준

※ 공헌이익 = 매출에서 주요 변동비를 차감한 금액 (매출 - 강사료 - 마케팅비 - 제작비 - PG 등 금융비용)



[참고] 요약 재무제표 (연결 기준)

DAY1 COMPANY

재무상태표

(단위: 백만원)

| 구분          | 2021            | 2022            | 2023            | 2024          |
|-------------|-----------------|-----------------|-----------------|---------------|
| 유동자산        | 20,734          | 38,313          | 49,490          | 42,438        |
| 비유동자산       | 29,492          | 24,007          | 22,111          | 18,566        |
| <b>자산총계</b> | <b>50,226</b>   | <b>62,319</b>   | <b>71,601</b>   | <b>61,004</b> |
| 유동부채        | 57,724          | 100,560         | 119,968         | 25,985        |
| 비유동부채       | 21,694          | 17,392          | 15,492          | 11,354        |
| <b>부채총계</b> | <b>79,419</b>   | <b>117,952</b>  | <b>135,460</b>  | <b>37,338</b> |
| 자본금         | 4,012           | 4,130           | 4,246           | 6,102         |
| 주식발행초과금     | 1,380           | 2,899           | 3,995           | 91,859        |
| 기타자본항목      | 3,067           | 2,878           | 2,013           | 1,629         |
| 결손금         | (37,652)        | (65,540)        | (74,112)        | (75,924)      |
| <b>자본총계</b> | <b>(29,193)</b> | <b>(55,632)</b> | <b>(63,859)</b> | <b>23,666</b> |

\* K-IFRS 연결 감사보고서 기준

손익계산서

(단위: 백만원)

| 구분             | 2021            | 2022            | 2023           | 2024           |
|----------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------|
| <b>영업수익</b>    | <b>84,974</b>   | <b>104,095</b>  | <b>116,590</b> | <b>127,680</b> |
| 영업비용           | 96,097          | 114,428         | 115,467        | 127,967        |
| <b>영업이익</b>    | <b>(11,123)</b> | <b>(10,333)</b> | <b>1,122</b>   | <b>(287)</b>   |
| 금융손익           | (10,680)        | (18,252)        | (9,196)        | (1,300)        |
| 기타 손익          | (680)           | (81)            | 181            | 14             |
| 법인세차감전순이익 (손실) | (22,483)        | (28,667)        | (7,893)        | (1,573)        |
| 법인세비용          | (17)            | -               | 15             | 38             |
| <b>당기순이익</b>   | <b>(22,466)</b> | <b>(28,667)</b> | <b>(7,907)</b> | <b>(1,611)</b> |

## 2025 STRATEGY

2025년 주요 사업의 방향

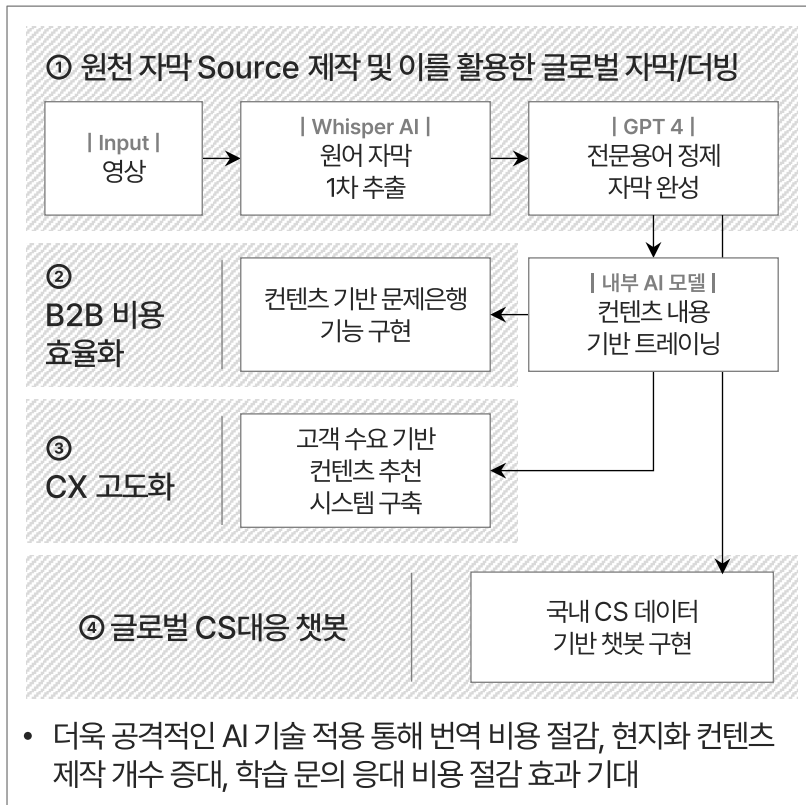
04

THE FUTURE OF EDUCATION : CONTENTS, AI, and GLOBAL

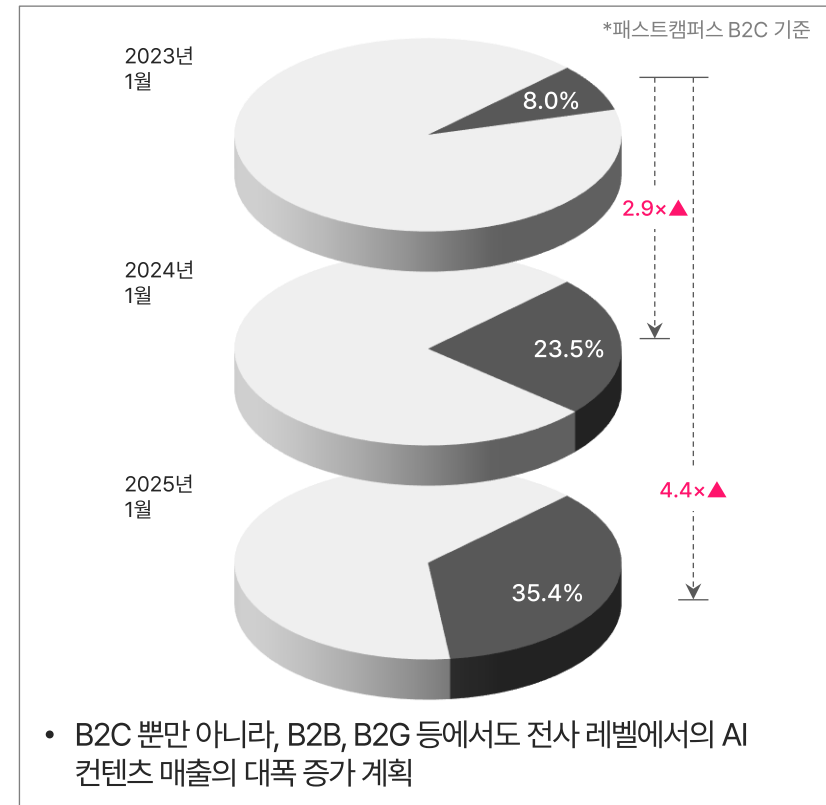
## 1. 공격적인 AI 활용과 AI 매출 비중 확대

AI 기술을 활용해 실제 비용을 줄이고, AI 콘텐츠 매출 비중을 늘려 '실체가 있는 AI 비즈니스'를 전개하겠습니다

### AI 기술 개발 및 적용 통한 비용 효율 극대화



### AI 콘텐츠 매출 비중 증가



## 2. 글로벌 시장에서의 도전 지속

교육 시장에서의 역사적 순간이 펼쳐지고 있기에, 글로벌 시장에서의 매출 성장세를 가속화시킬 예정입니다

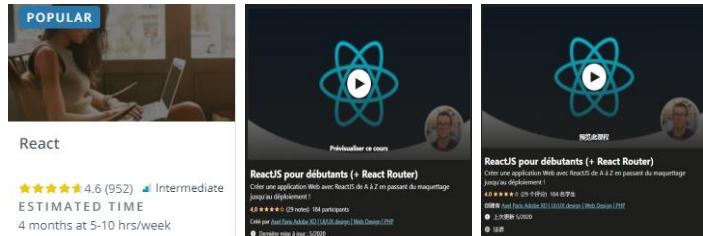
### 교육 시장 역사상 처음으로 전세계 시장의 동기화

“초중고(미국 K-12)는 Globalize 어려운 내수 시장”

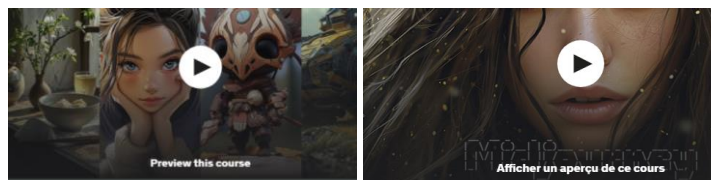
초중고 교육 시장은 기본적으로 내수 비즈니스의 속성  
→ 국가별 교육부 지정한 커리큘럼을 따라야해서, 내용이 매우 상이



반면, 성인교육 시장은 Global 동기화 진행중



동일한 프로그래밍 기술을 미국, 유럽, 중국, 한국에서 모두가 학습중



Create Beautiful Imagery with Midjourney A.I.  
The "Everyone's" guide on making A.I. Images with Midjourney and it

MIDJOURNEY : Créez vos images par IA | Le guide ultime

동일한 Generative AI 기술을 미국, 유럽, 한국에서 모두가 학습중

### 진출 국가 확대 및 기진출 국가의 전략 고도화

#### 일본/미국

- 기 진출한 일본, 미국 시장의 현지 핵심 인재 적극적 수혈을 통해, 오리지널 콘텐츠의 양과 질 대폭 강화
- 특히, 강사 개인 뿐만 아니라 유명 교육기관과의 협업을 통해 현지 시장에서의 인지도와 매출 두 마리 토끼를 모두 확보

#### 대만 등

- 일본, 미국 외에 2-3개 국가에 대한 추가 진출 고려
- 현재는 아시아 시장이라 낯설지 않고, GDP 규모를 고려할 때 지불 의향이 한국과 유사한 수준으로 판단한 대만 추가 진출 예정
- 그 외에 유럽권 국가 1-2개 정도를 추가 진출 목표

#### 멀티 브랜드

- 현재 데이원컴퍼니의 글로벌은 콜로소 브랜드를 통해서만 전개되고 있으나,
- 디자인/크리에이티브 중심의 콜로소 브랜드 외에 AI/테크 중심의 파스트캠퍼스 브랜드 등을 추가로 해외 런칭할 예정

#### N-to-N 전략

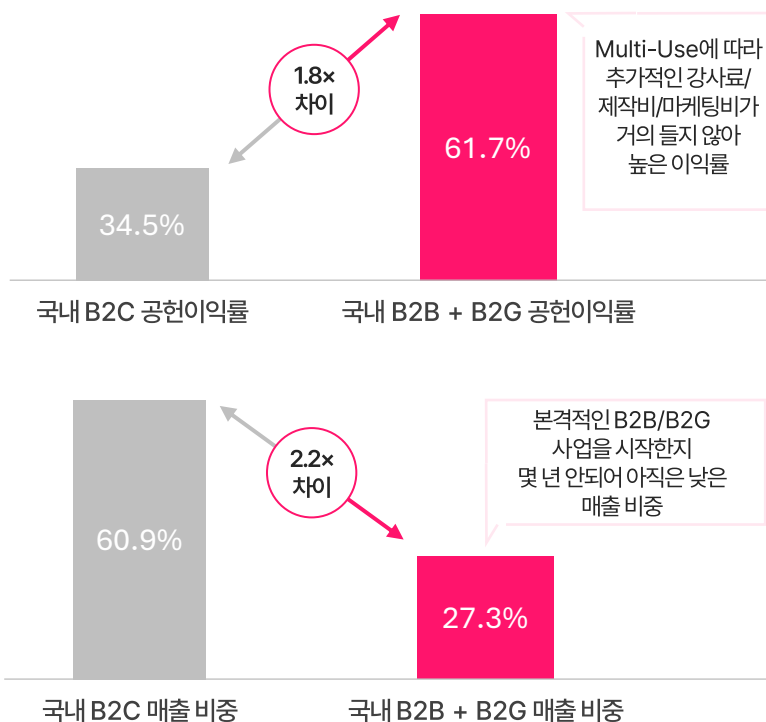
- 지금까지는 한국의 콘텐츠를 번역/자막 통해 일본이나 미국에 추가 런칭하는 것에 그쳤지만,
- 올해부터는 일본 오리지널 콘텐츠를 한국/미국/대만 등에, 미국 오리지널 콘텐츠를 한국/일본/대만 등에 런칭하는 N-to-N 전략을 구사할 계획

### 3. 제대로 된 규모의 영업이익을 발생시키는 원년

이익구조의 핵심인 B2B, B2G의 이익 Driver로서의 역할에 초점을 맞춰 수익성을 대폭 강화하겠습니다

#### B2B / B2G 성장에 따른 전사 이익구조 향상 가능성

(공헌이익: 매출 - 강사료 - 제작비/물류비/상품원가 - 마케팅비 - PG수수료, '24년 기준)



#### B2B 및 B2G 사업 강화 계획

##### 이익 중심의 KPI

- B2B와 B2G의 경우, 모두 매출 보다는 이익에 초점을 맞춘 전사 레벨의 KPI 부여
- 다양한 사업의 종류별, 계약별 마진 구조를 재점검하여, 이익 중심의 사업 방식을 체화시킬 수 있게 변화

##### 조직구조 개편

- 기존 CIC 체계에서 부문 대표 체계로 변경
- 이에 따라 데이원컴퍼니가 보유한 모든 브랜드들의 B2B, B2G로의 OSMU가 허들 없이 제공될 수 있게 전사 역량 집중

##### 개발/테크 역량 강화

- B2C를 통해 검증된 데이원컴퍼니의 콘텐츠 경쟁력은 이미 업계 최고 수준
- 따라서, B2B / B2G 시장에서의 점유율 확대를 위해서 남은 과제는 LMS 등의 플랫폼 역량. 이를 위해 유능한 AI 인재 등을 채용하여 플랫폼 경쟁력 강화 계획

2025년을 제대로 된 연간 영업이익 발생의 원년으로 삼고, 그 중심에 **OSMU의 핵심인 B2B/B2G 강화에 주력**

## 4. 적극적인 M&A 기회 검토

자사 보유현금과 최근의 시장 상황을 고려할 때 M&A를 통한 성장의 적기로 판단하고 있어, 적극적으로 탐색하겠습니다

### M&A를 통한 성장 기회와 필요성

#### M&A 기회 적극적 탐색 적기

의장/대표 직속  
CorpDev 팀 설치  
및 본격적 탐색 시작

#### Inside : 현금성 자산 ↑

- IPO를 통한 공모자금 유입으로, 기보유 현금과 합쳐 현금성 자산 400억+ 보유
- 연 매출 1,000억 돌파 이후 내부 채용을 통한 zero to one 외에 시간을 줄여줄 수 있는 M&A 통한 성장기회 탐색 필요성 증대
- 기존 사업의 특성상 CapEx가 필요치 않아, M&A 가용자금 비중 ↑

#### Outside : 매물 가격 ↓

- 벤처투자 시장 경색으로 펀더멘털이 탄탄한 유망 중소기업 및 스타트업들의 유동성 위기 발발 사례 다수
- Buyer 입장에서 상당히 매력적인 Valuation으로 인수할 수 있는 기회 多

### 관심 분야와 기준, 그리고 목표

#### 관심 분야

- 데이원컴퍼니의 장기 비전과 성장 로드맵에 부합하는 아래의 4대 영역에 초점을 맞추지만, 이에 국한되지는 않을 예정  
(1) AI 콘텐츠/서비스, (2) 글로벌 콘텐츠/서비스, (3) 시니어/고령화, (4) HR 유관 영역

#### 기준

- Pre-revenue 단계가 아닌, 유의미한 매출과 최소 BEP 내외를 기록하고 있는 사업
- 데이원컴퍼니의 노하우와 역량 투입을 통해 턴어라운드 성장을 만들 수 있는 사업과 이를 고려한 합리적인 Valuation

#### 목표

- M&A의 경우 워낙 변수가 많기 때문에 정량적인 목표를 제시하기 어려우나,
- 학습 기간을 최소화하고 유의미한 결과 도출을 가장 빠른 시일 내에 만들어낼 수 있게 적극적이고 전향적인 자세로 임할 예정

연내 유의미한 결과물을 만들어낼 수 있게 최선을 다할 것이며,  
폭넓게 다양한 분야를 관찰, 학습, 검토할 예정



DAY1 COMPANY

END  
OF  
DOCUMENT

THE FUTURE OF EDUCATION : CONTENTS, AI, and GLOBAL