

KOSDAQ | 미디어와엔터테인먼트

와이즈버즈 (273060)

애드테크 역량을 갖춘 디지털 광고 기업

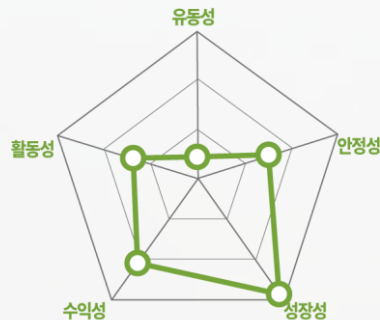
체크포인트

- 와이즈버즈는 2013년 설립된 애드테크(Ad Tech) 기반의 종합 디지털 마케팅 전문 기업. 2024년 검색광고 분야에서 전문성을 인정받은 애드 이퍼션시를 종속기업으로 편입하며 그 동안 디스플레이 광고 영역에서 역량을 쌓아온 동사와의 시너지 효과를 창출하고 있음
- 동사 투자포인트는 1) 매체사 광고 서버 및 운영 플랫폼 Nest Ads Manager의 고객사 확장, 2) Nest Ads Manager 적용 광고 확대와 해외 진출 기대
- 2021년 이후 동사의 주가는 PBR Band 0.7x ~ 2.9x에서 형성되어 왔으며, 2025년 예상 실적 기준 현재 주가의 밸류에이션은 PBR 1.1x로 과거 멀티플 Band의 중하단에 위치하고 있음

주가 및 주요이벤트

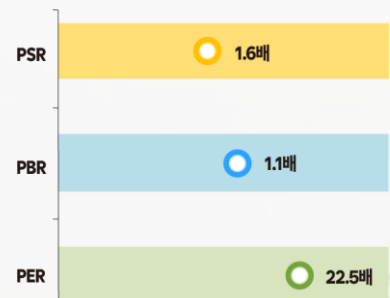


재무지표



주: 2024년 기준, Fnguide WICS 분류 상 커뮤니케이션서비스산업 내 등급화

밸류에이션 지표



주: PSR, PER은 2024년 기준, PBR은 4Q24 기준, Fnguide WICS 분류상 커뮤니케이션서비스산업 내 순위 비교, 우측으로 갈수록 저평가

와이즈버즈 (273060)

Analyst 채윤석 chaeyunseok@kirs.or.kr

RA 정수현 sh.jeong@kirs.or.kr

KOSDAQ

미디어와엔터테인먼트

애드테크 기반의 종합 디지털 마케팅 기업

와이즈버즈는 2013년 설립된 애드테크(Ad Tech) 기반의 종합 디지털 마케팅 전문 기업. 온라인 광고 대행·광고 기획·광고 최적화 솔루션을 중심으로 사업을 전개하고 있으며 2020년 8월 엔이 이치스팩12호와의 합병을 통해 코스닥 시장에 상장함. 2024년에는 검색광고 분야에서 전문성을 인정받은 애드이퍼션시를 종속기업으로 편입하며 그 동안 디스플레이 광고 영역에서 역량을 쌓아 온 동사와의 시너지 효과를 창출하고 있음

성장 동력: Nest Ads Manager

Nest Ads Manager는 광고사업 경험이 없는 서비스사도 즉시 광고사업을 개시할 수 있도록 설계된 SDK 기반 광고 서버 플랫폼으로, 광고서버 구축 및 SSP 이용 과정에서 발생하는 개발 및 운영 부담을 경감해 매체의 광고 수익화를 지원하는 솔루션. Nest Ads Manager는 API 연동만으로 광고상품 구성, 지면 설정, 광고 송출, 정산, 리포트 기능을 즉시 사용할 수 있도록 하여 매체사의 광고시장 진입 장벽을 낮춤. 동사는 레진코믹스·하나투어·데일리샷·사람인·블라인드·롯데온 등의 고객사를 확보하고 있음. 이 외에도 리워드 광고, 리테일 미디어, 디지털 옥외광고(DOOH) 등 신규 광고상품 기능을 개발하며 중장기적인 신성장 동력도 확보 중

2025년 실적 전망: 매출액 433억원(+40.7%), 영업이익 64억원(+179.4%)

동사의 매출액 확대는 네이버 플러스 스토어, 아모레퍼시픽, LG유플러스, 코오롱스포츠 등 신규 대형 광고주 확보와 자회사 애드이퍼션시와의 협업 시너지가 견인하고 있으며, 광고 취급고는 연결 기준 5,876억원으로 전년 대비 28.6% 증가가 예상됨. 영업이익률은 광고주 포트폴리오의 질적 개선, 통합 운영 체계를 통한 매체 집행 효율성 향상, 그리고 취급고 증가에 따른 영업레버리지 효과 영향으로 전년 동기 대비 7.4%p 개선된 14.9%로 예상됨

Forecast earnings & Valuation

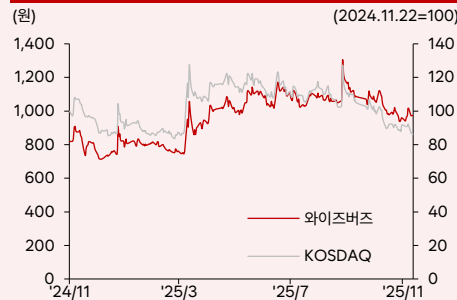
	2021	2022	2023	2024	2025F
매출액(억원)	123	158	139	308	433
YoY(%)	-01	N/A	-12.1	122.2	40.7
영업이익(억원)	18	26	2	23	64
OP 마진(%)	14.7	16.3	1.6	7.5	14.9
지배주주순이익(억원)	27	22	9	22	-21
EPS(원)	57	45	17	43	-42
YoY(%)	흑전	N/A	-61.1	148.5	적전
PER(배)	30.8	28.1	90.9	16.8	N/A
PSR(배)	6.8	4.0	5.7	1.2	1.1
EV/EBITDA(배)	22.4	10.8	45.0	17.2	10.8
PBR(배)	2.1	1.4	1.7	0.8	1.1
ROE(%)	7.1	4.9	1.9	4.7	-4.6
배당수익률(%)	1.1	1.6	0.0	0.0	0.0

자료: 한국IR협회의 기업리서치센터

Company Data

현재주가 (12/5)	967원
52주 최고가	1,299원
52주 최저가	713원
KOSDAQ (12/5)	924.74p
자본금	50억원
시가총액	488억원
액면가	100원
발행주식수	50백만주
일평균 거래량 (60일)	169만주
일평균 거래액 (60일)	21억원
외국인지분율	12.09%
주요주주	한국정보인증 외 5인 57.59%

Price & Relative Performance



Stock Data

주가수익률(%)	1개월	6개월	12개월
절대주가	-15	-137	14.7
상대주가	-4.0	-29.4	-16.8

참고

1) 표지 재무지표에서 안정성 지표는 '이자보상배율', 성장성 지표는 '매출액 증가율', 수익성 지표는 '영업이익률', 활동성지표는 '순운전자본회전율', 유동성지표는 '당좌비율'임. 2) 표지 밸류에이션 지표 차트는 해당 산업군내 동사의 상대적 밸류에이션 수준을 표시. 우측으로 갈수록 밸류에이션 매력도 높음.



기업 개요

기업개요 및 연혁

애드 테크 기반의

종합 디지털 마케팅 전문 기업

와이즈버즈는 2013년 설립된 애드테크(Ad Tech) 기반의 종합 디지털 마케팅 전문 기업으로, 온라인 광고 대행·광고 기획·광고 최적화 솔루션을 중심으로 사업을 전개하고 있다. 설립 직후 RTB(Real-Time Bidding) 기반 미디어 광고 최적화 솔루션 플랫폼 'ADWIT(애드윗)'을 개발하며 기술 경쟁력을 확보하였고, 이를 바탕으로 메타·구글 등 글로벌 미디어 플랫폼과의 파트너십을 구축하며 성장 기반을 공고히 하였다. 이러한 역량을 인정받아 2017년 다우키움 그룹에 편입되었으며, 2020년 8월 엔에이치스팩12호와의 합병을 통해 코스닥 시장에 상장하였다. 이후 동사는 급변하는 디지털 광고 생태계에 대응하기 위해 2022년 애드와이 합병, 2024년 애드이피션시 인수 등 M&A를 통해 검색광고·퍼포먼스 마케팅 역량을 강화하고 있다.

2025년 9월 말 기준, 와이즈버즈 최대주주는 한국정보인증(지분율 30.4%)이며, 김종원 공동 대표이사(지분율 8.3%) 등을 포함한 최대주주 및 특수관계인 지분율은 57.6%이다. 이 외에 5% 이상 주요 주주로는 코스톤성장전략M&A 사 모투자 합자회사(지분율 6.0%)가 있다.

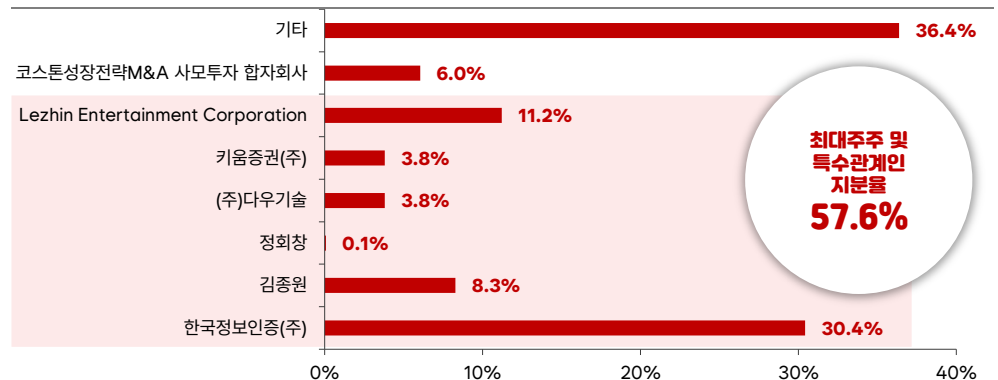
2025년 9월말 기준, 와이즈버즈는 종속기업 2곳(국내 1개, 일본 1개)을 보유하고 있다. Wisebirds Japan Inc.(88.3%)는 일본 온라인 광고 대행 법인으로, 2025년 9월 누계 매출액 3억원(+52.5%, yoy), 당기순손실 1억원(적자 지속, yoy)을 기록하였다. 애드이피션시(100%)는 국내 소재의 온라인 광고 대행 법인으로 데이터 기반의 검색 광고 등 전반적인 디지털 마케팅 서비스를 제공하고 있으며, 2025년 9월 누계 매출액 191억원(+49.8%, yoy), 당기순이익 53억원(45.6%, yoy)을 기록하였다.

연혁

2013~2019 기술 경쟁력 확보 및 파트너십 구축	2020~ 검색광고·퍼포먼스마케팅 역량 강화
2013 와이즈버즈 설립 RTB Media 광고 최적화 Platform 'ADWIT' 개발 Facebook Preferred Marketing Developer, Ads 배지 획득 2014 Kakao Story 공식 Reseller 선정 Twitter 공식 Reseller 선정 Facebook Marketing Partner with AD Technology 선정 2015 Band Ad Server 개발 공급, Head Sales Agency 선정 FB & IG Marketing Partner with Ad Technology 선정 Vingle Ad Server 개발 공급 Head Sales Agency 선정 2016 Tencent 공식 Reseller 선정 Unity 공식 Reseller 선정 GDN & YouTube 광고 상품 판매 시작 2017 2017 Google Premier Partner 배지 획득 Linked in 공식 Reseller 선정 DBM&DCM 플랫폼 대행 Agency 선정 Kakao 광고 플랫폼 공식 대행사 다우키움 그룹 편입 2018 SMR 공식 Reseller 선정 TikTok 광고 대행 Agency 선정 2019 네이버 성과형 광고 플랫폼 GFA 공식 Agency 선정	2020 Kakao 모먼트 공식 대행 Agency 선정 Motov모빌리티 광고 운영사 선정 코스닥 시장 상장 2021 아프리카tv Ad Server 개발 공급 및 Head Sales Agency 선정 TikTok Creative Agency 선정 2022 [주]애드와이 합병 LGU+ 외부광고 연동 시스템 구축 One Store Ad Platform 개발 공급 및 Head Sales Agency 선정 국내 최초 Snapchat Marketing Partner 선정 2023 원스토어 광고 플랫폼 공식 세일즈 선정 와이즈버즈 일본지사 설립 애드이피션시 인수 2024 2024 Google Premier Partner 배지 선정 당근마켓 전문가도드 공식대행사 선정 Toss 세일즈 대행사 선정 2025 TikTok Marketing Partners 선정 2025 Google Premier Partner 배지 획득 트위터 (X) 마케팅 파트너사 선정 크리테오 공식 대행 계약 체결 Naver NOSP 파트너사 계약 체결 Naver 검색광고 파트너사 계약 체결

자료: 와이즈버즈, 한국IR협의회 기업리서치센터

주주 현황(2025년 9월 기준)



자료: 와이즈버즈, 한국IR협회의 기업리서치센터

종속기업 현황 및 실적(2025년 9월 말 기준)

(단위: 억원)

종속기업명	지분율	소재지	업종	매출액	당기순이익
Wisebirds Japan Inc.	88.33%	일본	온라인 광고 대행 외	3	-1
(주)애드이피션시	100%	대한민국	온라인 광고 대행 외	191	53

자료: 와이즈버즈, 한국IR협회의 기업리서치센터

사업현황

대부분 매출은 광고대행에서
발생하고 있음

2025년 3분기 누적 기준, 동사의 매출액은 광고대행 96.2%, 기타 3.7%로 구성되어 있으며 대부분의 매출은 디지털 광고 운영에서 발생한다. 취급고는 2021년 1,179억원에서 2024년 4,569억원으로 확대되며 3년간 약 287% 증가하였는데, 이는 애드이피션시 인수 효과와 광고주 확대가 동시에 반영된 결과로 판단된다.

동사는 디지털 마케팅 수행 과정 전반을 미디어 플래닝 → 애드테크 기술지원 → 캠페인 최적화 → 결과보고 및 분석의 흐름으로 통합해 운영하고 있으며, 모든 의사결정은 내부 데이터와 자체 솔루션을 기반으로 이루어지고 있다.

먼저 미디어 플래닝 단계에서는 자체 개발한 데이터 통합 대시보드를 기반으로 업종·경쟁 환경·기집행 성과 등을 분석하여 캠페인 방향을 설계한다. Birds Studio(벤치마크 대시보드)를 활용해 업종별·매체별 성과 지표를 비교하고, Oasis(예산 분배 최적화 솔루션)를 통해 고객사의 목표(KPI)를 달성하기 위해 어떤 매체에 어느 수준의 예산을 배분하는 것이 효과적인지 자동으로 산출한다. 또한 Mobile Index를 활용하여 경쟁사의 앱 이용자 특성과 행동 패턴을 분석해 시장 트렌드를 플래닝 과정에 반영하고 있다.

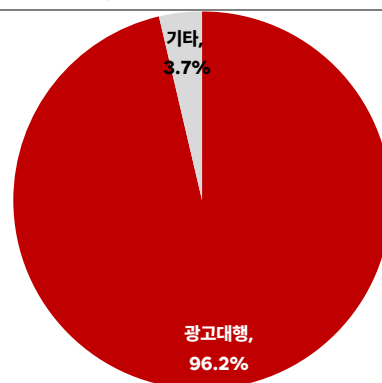
애드테크 기술지원 단계에서는 캠페인 성과를 정확하게 측정하기 위한 기술적 기반을 구축한다. 주요 매체 픽셀·스크립트를 설치해 웹사이트나 앱에서 발생하는 사용자 행동 데이터가 정확히 수집되도록 하고, 전환·행동 데이터가 누락되거나 잘못 기록되는 부분이 없는지 점검한다. 또한 Branded Templates와 Data Source 연동 기능을 통해 상품 이미지·문구·가격 등이 자동으로 반영되는 광고 콘텐츠 제작 환경을 구축함으로써 대규모 상품군을 보유한 광고주의 운영 효율을 높이고 있다.

캠페인 최적화 단계에서는 성과 개선을 위해 실시간 분석과 자동화된 모니터링이 이루어진다. 동사의 Marketing Mix Modeling 솔루션은 광고 성과에 영향을 미치는 요인들을 분석해 어떤 매체 조합이 가장 큰 성과를 내는지 예측해 주며, Purple Orange 스마트 모니터링 시스템은 자사 및 경쟁사의 키워드·검색광고·배너 노출 등을 자동으로 모니터링해 비효율 요소를 빠르게 찾아내고 조정할 수 있도록 한다.

이 과정에서는 디자인랩의 크리에이티브 제작 및 개선 기능도 포함된다. 동사는 축적된 광고 데이터를 기반으로 CTR(Click Through Rate)·전환율 등에 영향을 미치는 요소를 분석해 소재를 반복적으로 개선하며, 틱톡·인스타그램 릴스·유튜브 숏츠 등 플랫폼별 사용자 행동에 최적화된 이미지·영상 크리에이티브를 제작하고 있다. 특히 국내 유일의 Meta Business Accelerator(MBA) 파트너로서 TV형 영상을 모바일 세로형 콘텐츠로 재제작하는 전문 역량을 보유하고 있으며, 기아·네이버·쿠팡·아우디 등 주요 브랜드의 모바일 최적화 영상 제작을 수행해 광고 효율을 높이고 있다.

캠페인 종료 후에는 결과보고 및 분석 단계를 통해 집행 성과를 종합적으로 검토한다. 다양한 MMP(Mobile Measurement Partner) 도구와 매체 데이터를 함께 분석해 캠페인 성과를 다각도로 해석하고, 고객사 맞춤형 대시보드를 통해 주요 지표를 시각화하여 제공한다. 분석 결과는 실행 가능한 인사이트로 정리되어 다음 캠페인의 전략 수립에 반영되며, 성과 개선의 선순환 구조를 형성하는 기반이 된다.

와이즈버즈 사업 부문별 비중(2025년 3분기 기준)



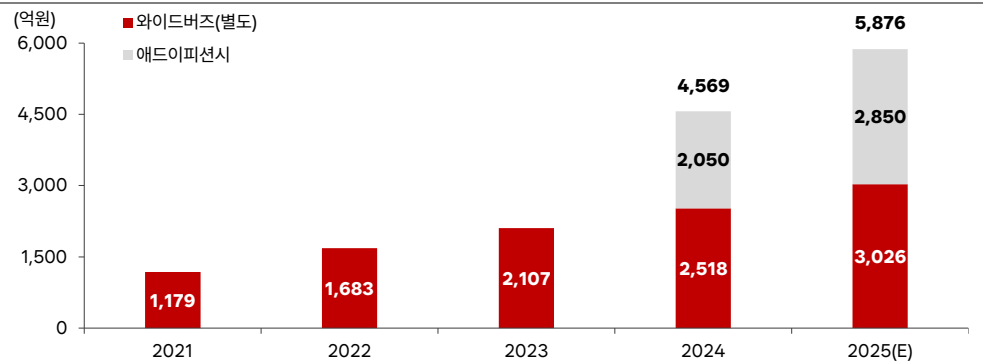
자료: 와이즈버즈, 한국IR협회의 기업리서치센터

다양한 산업군에서 다양한 고객사 보유

e-Commerce	Gaming	Beauty	Luxury	Automotive	Tech & Telco	Finance
KOLON MALL  HOME & SHOPPING Gmarket SSF SHOP AMORE MALL zigzag 11D  W.CONCEPT. wadiz 배민마트 배민커넥트	netmarble NCSoft COM2US WEMADE KRAFTON Smilegate GAMEVIL NEXON PEARL ABYSS kakaogames	AMOREPACIFIC espoir Kiehl's NATURE REPUBLIC L'ORÉAL DIOR	LOUIS VUITTON HERMÈS Cartier BVLGARI PRADA	 Mercedes-Benz  HYUNDAI KIA  MINI  HONDA	 LG SAMSUNG  SK telecom  LG U+ dyson	 하나은행 UPbit  증권플러스 키움증권 키움투자자산운용
Fashion	Entertainment	F&B	CPG	Professional Business		
PUMA RALPH LAUREN VANS "OFF THE WALL" crocs Reebok	Radish tinder tapas 포니몬 WEBTOON SNOW	 McDonald's  BURGER KING NESPRESSO  Nestle 오네맥주 하이트진로	SENSODYNE GSK  테라비루 Centrum Johnson-Johnson	saramin LEVVEJS gettyimages Fast campus Coloso Jumpit		

자료: 와이즈버즈, 한국IR협의회 기업리서치센터

취급고 추이



자료: 와이즈버즈, 한국IR협의회 기업리서치센터

매체 이용행태 분석 및 시장현황 등을 고려한 미디어 플래닝

벤치마크 대시보드 Birds Studio	예산 분배 최적화 솔루션 Oasis	트렌드 분석 솔루션 MOBILE INDEX
수집된 기집행 캠페인 데이터를 업종별/미디어별로 분류, 벤치마크 기반 액서너블 인사이트 제공 	AI를 기반 광고 성과 및 다양한 변수 사이의 유의미한 상관관계 분석 및 최적의 미디어 포트폴리오 도출 	경쟁사 앱 이용자 및 이용 행태 분석을 통한 미디어 플래닝 및 운영 전략 수립

자료: 와이즈버즈, 한국IR협의회 기업리서치센터

웹과 앱에서 수집된 시그널을 캠페인 운영에 효과적으로 활용하기 위해 애드테크 솔루션 지원

‘기술적 업무 지원’ 제공

웹사이트 및 앱에서 수집된 시그널을 캠페인 운영에 효과적으로 활용 및 분석

올바른 시그널 유입을 위한 기술적 업무 지원

각종 매체 스크립트 및 픽셀 설치 관리

데이터 분석에 필요한 기술적 업무 지원

‘기술적 업무 지원’ 제공

효율적인 광고 집행을 위해 ‘데이터 소스’ 연동을 통한 자동 소재 제작 서비스 제공

[제품별 소재 제작을 위한 레이아웃 프로세싱]

[완성된 제품별 소재]

자료: 와이즈버즈, 한국IR협회의 기업리서치센터

미디어별 광고 노출 지면의 특성과 캠페인 성과 데이터를 기반으로 크리에이티브를 기획 및 제작

다양한 포맷을 적용한 광고 운영

Format

Single Image Single Video

Multi Image Multi Video

Size

1:1 4:5 16:9 9:16

Length

15 - 30 30 - 60 60 - 120

Copy

영상 초반 영상 중반 영상 후반

성과 분석을 통한 크리에이티브 고도화

데이터 기반 크리에이티브 전략

[Case 1. 시즌 이슈 반영 소재 통한 효율 개선]

변경 전 CTR 0.42% → 변경 후 CTR 1.28%

[Case 2. 매체별 소재 최적화를 통한 효율 개선]

평균 CPM 단가 13,819원 → 평균 CPM 단가 8,567원

자료: 와이즈버즈, 한국IR협회의 기업리서치센터

캠페인의 성과를 다각도로 분석하고 인사이트를 발굴

MMP 활용 사례

[매체 데이터 및 MMP 데이터를 통합 분석하여 인사이트 도출 및 반영]

[웹 및 모바일의 성과 분석을 통한 맞춤 운영 전략]

맞춤형 대시보드

자료: 와이즈버즈, 한국IR협회의 기업리서치센터



산업 현황

1 국내 광고 시장 현황과 전망

**2025년 국내 총광고비는
전년 대비 2.7% 증가한
17.46조원 규모로 전망**

국내 총광고비는 2023년 16조 5,410억원(+0.1% yoy), 2024년 17조 76억원(+2.8% yoy)을 기록하였으며, 2025년에는 17조 4,569억원(+2.7% yoy) 규모가 전망된다. 코로나19 팬데믹 이후 2022년까지는 경기 회복과 함께 국내 광고 시장이 안정적인 성장세를 유지했으나, 2023년에는 러시아-우크라이나 전쟁, 미국의 고금리와 건축 기조, 글로벌 경기 침체 우려 등 대외 불확실성으로 광고비 증가세가 둔화되었다. 다만 2024년에는 국회의원 선거, 파리 올림픽, AFC 아시안컵 등 대형 이벤트가 겹치며 광고 수요가 증가하였고, AI 기술 도입에 따른 광고 효율성 제고, 숏폼 콘텐츠를 활용한 광고 전략 활성화 등 디지털 환경의 변화가 시장 회복을 견인하였다. 이러한 기술적·구조적 변화는 2025년에도 국내 광고 시장의 주요 성장 동력으로 작용할 것으로 예상된다.

매체별로는 온라인 중심의 시장 재편이 지속되고 있다. 2024년 기준 매체 비중은 온라인 59.6%, 방송 17.8%, 신문·잡지 12.0%, 옥외 7.4%, 기타 3.2%로 나타났으며, 온라인 광고비는 2023년 9.36조원(+7.6% yoy)에서 2024년 10.13조원(+8.2% yoy), 2025년 10.65조원(+5.1% yoy)으로 확대될 전망이다. 반면 방송 광고는 OTT 확산에 따른 시청 행태 변화와 실시간 시청률 하락으로 구조적 감소세가 이어지고 있으며, 신문·잡지는 광고 효율 측정의 한계와 인쇄물 중심의 수익구조 약화로 팬데믹 이전 수준을 회복하지 못하고 있다.

온라인 광고 내부에서는 카테고리별 성장 양상이 명확히 분화되고 있다. 검색광고는 온라인 광고에서 가장 큰 규모를 차지하는 카테고리로서, 2023년 4.91조원을 기록하며 디스플레이 광고(4.46조원)를 상회하였다. 2024년과 2025년에는 각각 5.32조원, 5.58조원까지 성장할 것으로 전망된다. 검색광고는 소비자의 구매 의도와 직접적으로 연계된다는 특성상 ROAS·전환율 측정이 용이하고 경기 민감도가 낮아 광고주의 선호도가 꾸준히 확대되고 있다.

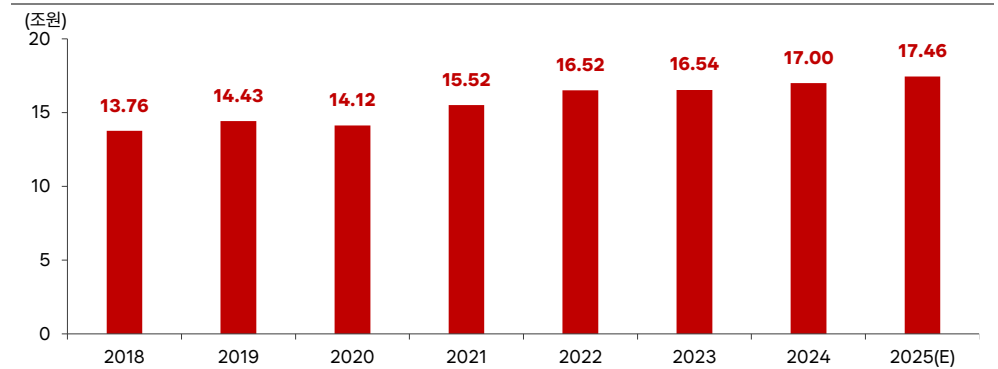
디스플레이 광고는 2017년 ~ 2025년 기간 동안 연평균 9.7% 성장한 가운데, 같은 기간 국내 숏폼 동영상 광고 시장은 64.5%의 매우 높은 연평균 성장률을 기록하며 빠르게 비중을 확대하였다. 2025년 ~ 2029년에도 숏폼 광고는 연평균 11.7% 성장할 것으로 전망되며, 디스플레이 광고 내 숏폼 비중은 중장기적으로 약 50% 수준까지 상승할 것으로 예상된다. 이는 디스플레이 광고가 이미지·배너 중심에서 숏폼·모바일 영상 중심 구조로 전환되고 있음을 의미한다.

특히 숏폼 광고는 틱톡, 릴스, 유튜브 쇼츠 등 플랫폼의 알고리즘 기반 자동 추천·자동 타겟팅 구조를 기반으로 집행되는 경우가 대부분이다. 플랫폼 AI가 이용자 반응 데이터를 바탕으로 노출 대상을 자동으로 최적화하는 방식이 일반화되면서 광고주 간 타겟팅 전략의 차별성은 점차 감소하고 있다. 이에 따라 광고 성과를 좌우하는 핵심 요소는 크리에이티브 완성도, 초기 1~2초 후킹 요소, 다양한 버전의 대량 소재 제작 역량, 성과 기반 운영·데이터 최적화 체계로 이동하고 있다.

온라인 외 디지털 매체 중에서는 디지털 옥외광고(DOOH)가 두드러진 성장세를 보이고 있다. DOOH 시장은 2017년 ~ 2024년 기간 동안 연평균 1.1% 성장하였으며, 2025년 약 5,464억원으로 전망된다. 기술적으로는 3D 애니메이션(입

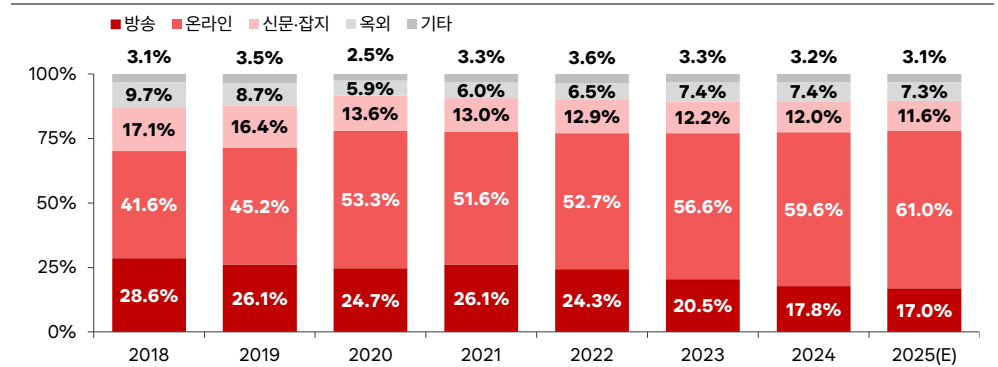
체 시각 효과), 증강현실(AR) 등 고부가가치 디지털 디스플레이 기술이 확산되며 소비자 주목도를 높이는 새로운 브랜드 경험 매체로 부상하고 있다. 제도적 환경 역시 긍정적으로 작용하고 있는데, 행정안전부는 2023년 부산 해운대·서울 명동 관광특구·광화문광장 등 3개 지역을 제2기 옥외광고물 자유표시구역으로 지정하여 대형 디지털 옥외광고 설치 규제를 대폭 완화하였다. 이에 따라 명동 관광특구는 2033년까지, 광화문광장은 2029년까지, 해운대해수욕장은 2026년까지 대형 디지털 옥외광고 설치가 가능해졌다. 제3기 자유표시구역도 2026년 중 추가 지정이 예상되며, 이는 중장기적으로 국내 DOOH 인벤토리 확대에 이어질 전망이다.

국내 총광고비 현황 및 전망



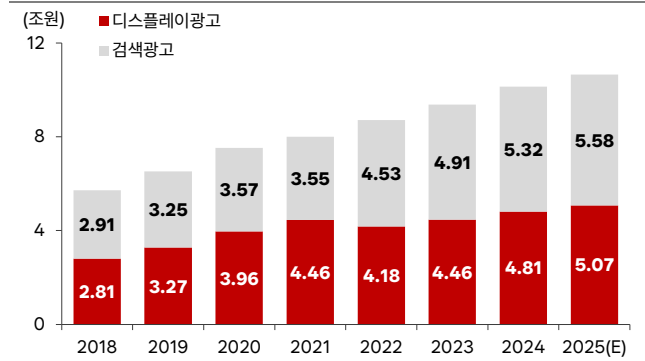
자료: KOBACO, 한국IR협회의 기업리서치센터

국내 광고 시장 내 매체별 점유율 변화 추이



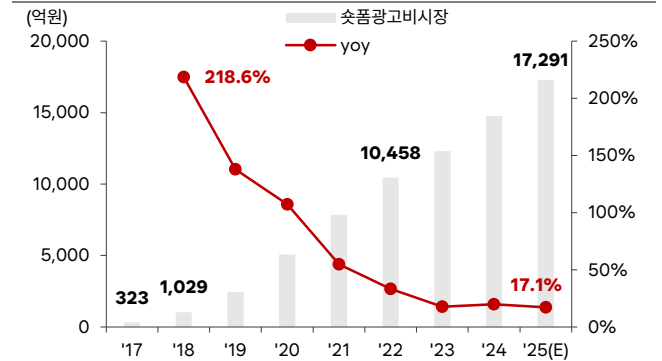
자료: KOBACO, 한국IR협회의 기업리서치센터

광고 유형별 온라인 광고 시장 현황 및 전망



자료: KOBACO, 한국IR협회의 기업리서치센터

국내 숏폼 광고시장 현황



자료: Statista, 한국IR협회의 기업리서치센터



투자포인트

1 매체 광고사업 지원 플랫폼 Nest Ads Manager

비광고사업자의 광고 매체화를 지원하는 Nest Ads Manager

Nest Ads Manager는 광고사업 경험이 전혀 없는 서비스사도 즉시 광고사업자로 전환할 수 있도록 설계된 SDK(Software Development Kit, 개발 없이 서비스를 추가할 수 있는 개발용 패키지) 기반 광고 서버 플랫폼으로, 광고서버 구축 및 SSP(Supply-Side Platform, 매체가 광고를 판매하기 위한 플랫폼) 이용 시 발생하는 비용과 운영 부담을 완화해 매체 광고 수익화를 지원하는 솔루션이다.

프로그래매틱바이딩(데이터와 알고리즘을 활용하여 광고 구매 및 게재 과정을 자동화하는 방식) 광고 시장이 확대되면서 매체의 광고서버 보유 여부는 수익성에 결정적인 영향을 미치지만, 중소 매체는 개발 인력·기술력·투자비용 부담으로 자체 서버 구축이 사실상 불가능하다. 이들은 대부분 SSP나 광고네트워크를 통해 매체 지면을 판매해 높은 수수료를 부담하고, 광고소재 품질을 통제하지 못해 서비스 내 부적절한 광고가 노출될 위험도 존재한다. 대형 매체사 역시 광고 상품 기획·타겟팅 로직·서버 운영 등에서 높은 전문성이 요구되어 광고서버 구축에 상당한 진입장벽이 있다.

Nest Ads Manager는 이러한 구조적 문제를 해소하기 위해 API 기반으로 쉽게 연동할 수 있는 광고서버를 제공하며, 별도의 개발 없이 광고상품 개발·지면 구성·광고 송출·정산·리포트 기능을 즉시 사용할 수 있다. 특히 광고사업 경험이 없는 서비스도 Nest Ads Manager 도입만으로 광고상품 구성부터 매체 판매, 운영까지 즉시 광고사업을 시작할 수 있으며, 필요 시 동사가 광고상품 기획·매체소개서 작성·영업·캠페인 운영·소재 제작까지 Turn-key 형태로 전담하여 초기 진입장벽을 대폭 낮춘다.

외부 광고 중심의 매체는 Nest Ads를 통해 서비스 특성에 맞는 자체 광고상품을 손쉽게 개발할 수 있고, 이미 광고사업을 운영 중인 매체는 기존 서버에서 구현하기 어려운 타겟팅 기능이나 확장형 동영상 등 고단가 광고상품을 추가해 매출을 확대할 수 있다.

동사는 레진코믹스·하나투어·데일리샷·사람인 매체의 전체 광고상품을 제공하며 Nest Ads Manager팀이 광고 사업을 총괄 운영하고 있다. 블라인드는 동영상 피드 광고상품을 시작으로 지면 확장을 진행 중이다. 롯데온은 Nest Ads Manager를 기반으로 전체 광고상품을 운영하되 광고사업 조직은 자체적으로 운영하는 형태로 협업하고 있으며, 라운드는 Nest Ads 기반 광고상품 운영과 신규 상품 도입을 준비해 향후 확장 가능성을 보여준다.

Nest Ads Manager는 신규 매체 확보뿐 아니라 광고상품 고도화, 신규 지면 개발, 추가 광고상품 도입을 통해 고객사별 매출액을 지속적으로 확대할 수 있는 구조적 성장성을 갖추고 있으며, 광고서버 구축 등 비용 문제를 해결하는 솔루션이라는 점에서 트래픽을 보유한 서비스 기업들을 대상으로 동사의 플랫폼 사업은 중장기적으로 안정적인 성장이 가능할 것으로 판단된다.

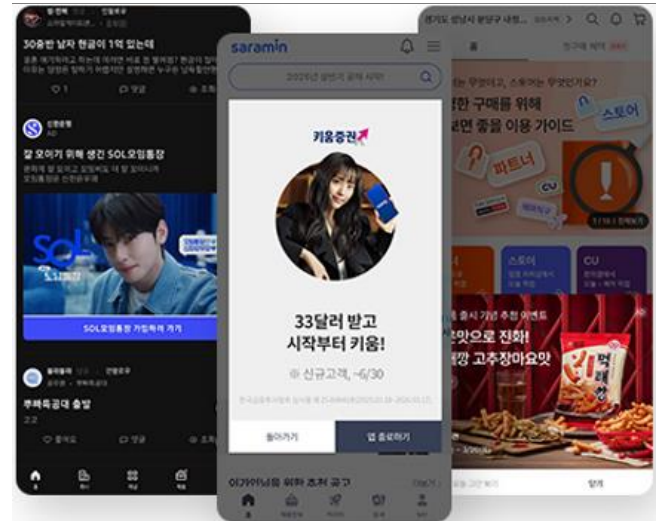
Nest Ads Manager



Nest Ads Manager는 와이즈버즈에서 개발한 SDK기반의 광고 서버 및 운영 플랫폼 서비스입니다. 와이즈버즈의 애드테크 기술력과 노하우를 집대성한 Nest Ads Manager를 통해 쉽고 빠르게 광고 사업을 시작하세요!

자료: 와이즈버즈, 한국IR협의회 기업리서치센터

NEST ADS MANAGER 고객사 광고 지면 예시



자료: 와이즈버즈, 한국IR협의회 기업리서치센터

Nest Ads Manager의 기능 확장 및 해외 진출 계획

다양한 추가 성장 동력을

확보한 Nest Ads Manager

Nest Ads Manager는 기존 디스플레이-피드 광고 외에도 리워드 광고, 리테일 미디어, 디지털 옥외광고(DOOH, Digital out of home) 등으로 확대하며 중장기적인 관점에서의 추가 성장 동력을 확보하고 있다.

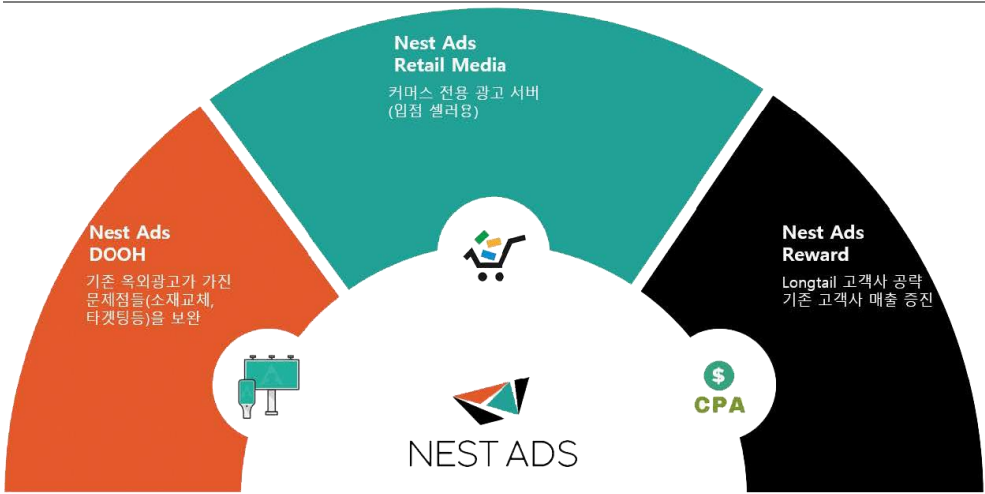
리워드 광고 기능은 와이즈버즈의 파트너사 원셀프월드가 운영하는 리워드 광고 시스템 '애드체인(AdChain)'을 기반으로 한다. 애드체인은 이미 Nest Ads Manager SDK와의 기술 연동이 완료되어 있어 고객사는 SDK 적용만으로 즉시 리워드 기능을 사용할 수 있다. 동사의 기존 고객사인 레진코믹스와 데일리샷은 각 기업의 서비스 운영 구조에 최적화된 형태로 리워드 광고를 도입할 계획이다.

리테일 미디어 광고부문에서는 커머스 플랫폼 내에서 사용자의 구매 패턴에 맞춰 상품 광고를 노출하는 기능을 개발하고 있다. 동사는 헥토이노베이션의 앱테크 서비스 '라운드(RROUND)'와 단계적 확장 구조로 협업하고 있으며, 2025년에는 아웃랜딩(외부 연결형) 디스플레이 광고 서버 기술이전을 완료해 기본 광고 인프라를 구축할 계획이다. 이어 2026년에는 라운드 앱 내 입점 셀러가 마켓 내에서 자체 상품을 광고할 수 있는 리테일 미디어(Retail Media) 광고 운영 플랫폼을 구축하며 사업영역을 확장할 계획이다.

또한 기존 옥외광고가 대부분 단순 송출 방식으로 운영되고 있는 점을 고려해, 광고 소재 교체와 타겟팅 등을 보완한 DOOH 광고 기능도 검토하고 있다. 이를 통해 모바일-웹 매체뿐 아니라 오프라인 디지털 매체에서도 Nest Ads Manager 기반 광고 운영을 가능하게 하는 확장 방향을 모색하고 있다.

글로벌 진출 역시 SDK 기반의 장점을 통해 가속화가 가능한 구조이다. 동사는 과거 긴밀한 파트너십을 유지해온 대만 Softworld를 기반으로 중화권 및 동남아 시장 진출을 준비하고 있으며, SDK 기반 플랫폼 특성상 언어 전환만으로 글로벌 적용이 용이해 해외 확장성도 높다고 판단된다.

확장성이 넓은 Nest Ads



자료: 와이즈버즈, 한국IR협회의 기업리서치센터



실적 추이 및 전망

1 실적 Review

2024년

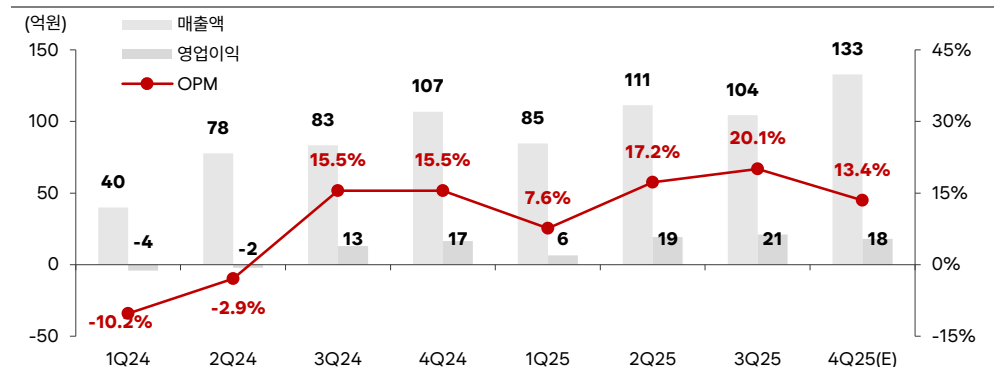
애드이퍼션시 인수 효과로

큰 폭으로 개선된 실적

와이즈버즈의 2023년 영업실적은 매출액 139억원(-12.1%, yoy), 영업이익 2억원(-91.5%, yoy)을 기록했다. 광고대행 취급고는 2,101억원으로 전년 대비 25.7% 증가했으나 취급고 대비 매출액이 6.3%에서 4.1% 수준까지 하락하며 매출액이 감소하였다. 경기 둔화로 기존 주요 광고주 예산이 축소된 상황에서 상대적으로 수수료율이 낮은 광고 취급고가 증가한 영향으로 분석된다. 영업이익률은 매출액 감소로 영업 레버리지 효과가 약화되며 전년 대비 14.7%p 하락한 1.6%를 기록하였다.

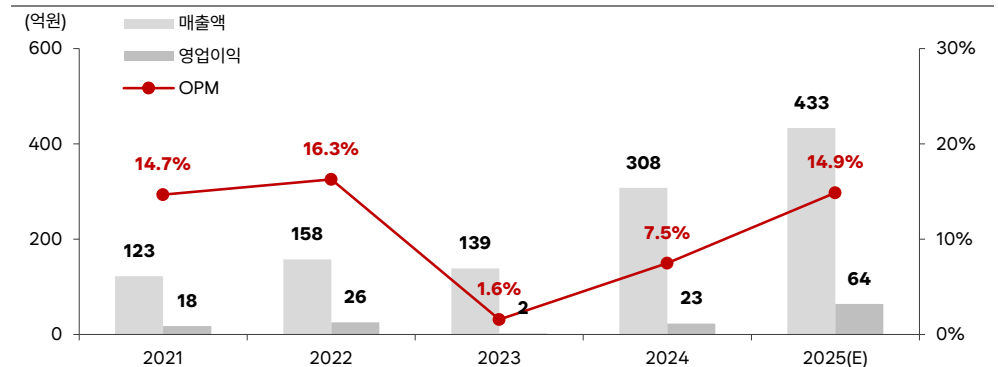
2024년 영업실적은 매출액은 308억원(+122.2%, yoy), 영업이익은 23억원(+953.7%, yoy)을 기록했다. 2월 애드이퍼션시를 종속기업으로 편입하며 연결 실적이 본격적으로 개선되었다. 광고 취급고는 와이즈버즈 2,518억원(+19.5%, yoy), 애드이퍼션시 2,050억원으로 연결 기준 합산 4,569억원(+116.8%, yoy)을 기록하였다. 애드이퍼션시는 검색광고에 강점을 보유하고 있으며, 동사는 디스플레이 광고 역량을 축적해 왔다. 최근 디스플레이 및 검색광고 통합 수주가 확대되고 있어, 양사의 포트폴리오 차별성이 공동 수주 증가 및 운영 효율성 개선으로 이어지며, 영업이익률은 전년 대비 5.9%p 개선된 7.5%를 기록하였다.

와이즈버즈 분기 실적 추이



자료: 와이즈버즈, 한국IR협회의 기업리서치센터

와이즈버즈 연간 실적 추이



자료: 와이즈버즈, 한국IR협회의 기업리서치센터

2025년 실적 전망

2025년 실적 전망
매출액 433억원
영업이익 64억원

2025년 3분기 누적 기준, 영업실적은 매출액 300억원(+49.4% yoy), 영업이익 47억원(+612.4% yoy)을 기록했으며, 2025년 연간 실적은 매출액 433억원(+40.7% yoy), 영업이익 64억원(+179.4% yoy)으로 전망된다.

외형 확대는 네이버 플러스 스토어, 아모레퍼시픽, LG유플러스, 코오롱스포츠 등 신규 대형 광고주 확보와 자회사 애드 이피션시와의 협업 시너지가 견인하고 있다. 이에 따라 광고 취급고는 연결 기준 5,876억원으로 전년 대비 28.6% 증가가 예상된다. 영업이익률(OPM)은 2024년 7.5%에서 2025년 14.9%로 개선될 전망이며, 이는 광고주 포트폴리오의 질적 개선, 통합 운영 체계를 통한 매체 집행 효율성 향상, 그리고 취급고 증가에 따른 영업 레버리지 효과가 맞물린 결과로 판단된다.

와이즈버즈 분기 실적 Table (단위: 억원)

구분	1Q23	2Q23	3Q23	4Q23	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25(E)
매출액	21	25	28	65	40	78	83	107	85	111	104	133
광고대행	19	23	27	62	38	76	80	103	81	107	101	130
기타	1	2	1	3	2	2	3	4	4	4	3	3
영업이익	-16	-6	-4	27	-4	-2	13	17	6	19	21	18
OPM	-75.3%	-24.0%	-13.5%	42.3%	-10.2%	-2.9%	15.5%	15.5%	7.6%	17.2%	20.1%	13.4%

자료: 와이즈버즈, 한국IR협회의 기업리서치센터

와이즈버즈 연간 실적 Table (단위: 억원)

구분	2021	2022	2023	2024	2025(E)
매출액	123	158	139	308	433
광고대행	118	147	132	297	419
기타	5	10	7	8	10
영업이익	18	26	2	23	64
OPM	14.7%	16.3%	1.6%	7.5%	14.9%

자료: 와이즈버즈, 한국IR협회의 기업리서치센터

Valuation

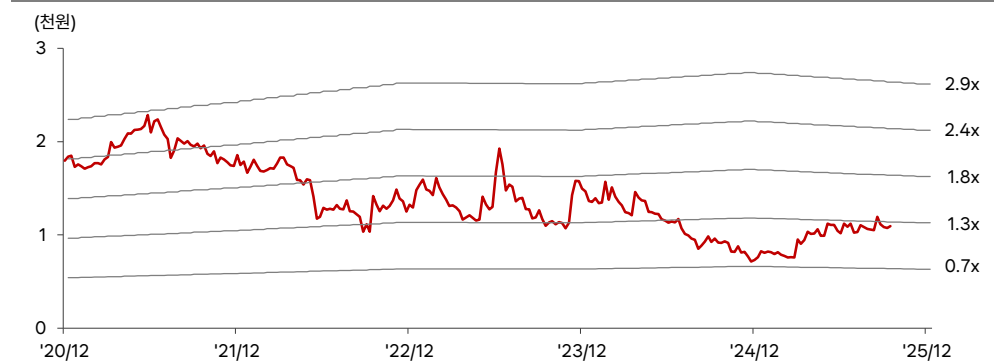
Historical Valuation 비교

과거 PBR Band 중하단에
위치한 현재 주가 수준

2021년 이후 동사의 주가는 PBR Band 0.7x ~ 2.9x에서 형성되어 왔으며, 2025년 예상 실적 기준 현재 주가의 밸류에이션은 PBR 1.1x로 과거 멀티플 Band의 중하단에 위치하고 있다.

2021년 초 동사의 주가는 1,600원 수준에서 거래되었으며, 코로나19 이후 경기 회복 기대감이 광고시장 전반에 반영되면서 2021년 상반기 중 2,500원 수준까지 상승하였다. 디지털 광고 성장과 광고비 집행 회복 기대가 실적 개선 전망으로 이어지며 투자심리에 긍정적으로 작용했던 시기였다. 그러나 2022년 이후 글로벌 물가 상승, 고금리 기조, 국내 경기 불확실성 확대 등 거시적 부담 요인으로 광고 업황이 둔화되기 시작하면서 주가는 점차 하락세로 전환되었다. 특히 이 기간 동안 동사는 취급 증가에도 불구하고 경기 둔화로 인한 기존 광고주 예산 축소와 수수료율이 낮은 광고 집행 비중 확대가 맞물리면서 수익성 개선이 제한되었다. 이로 인해 실적 모멘텀이 약화되며 주가는 밸류에이션 밴드 하단에서 장기간 머물게 되었다. 2023년에는 스냅챗 공식 파트너사 선정, 메타의 신규 SNS '스레드(Threads)' 출시 등 신규 매체 관련 이벤트가 등장할 때마다 주가가 단기적으로 반등하는 흐름이 있었으나, 실질적인 실적 기여가 확인되지 않으면서 상승분을 대부분 반납하였다. 이러한 기간 동안 동사 주가는 1,200원 수준에서 박스권을 형성하였으며, 2024년 말에는 국내 정치적 불확실성과 증시 약세가 더해져 최저가 701원까지 하락하기도 했다. 최근 주가 회복은 주식시장 전반의 상승 기조와 애드인피션시 인수 이후 본격화된 실적 개선세가 반영된 결과로, 현재 주가는 1,000원 수준에서 형성되고 있다. 향후 동사의 주가는 통합 운영 체계를 기반으로 한 실적 개선, 신규 광고주 확대, Nest Ads Manager의 성과 등이 모멘텀으로 작용할 것으로 판단한다.

와이즈버즈 PBR Band



PEER 그룹 Valuation 비교

국내 대표 광고기업들과
유사한 수준의 멀티플을
적용받고 있음

당사에서는 국내 대표 종합광고회사인 제일기획, 이노션, HS애드와 미디어렐사 KT나스미디어, 인크로스를 PEER 그룹으로 선정했으며, 이 중 2025년 실적 컨센서스가 형성되어 있는 제일기획, 이노션, HS애드와 와이즈버즈의 PBR 밸류에이션을 비교하였다. 2025년 실적 기준 PEER 그룹 평균 밸류에이션은 PBR 1.0x이다. 2025년 추정 실적 기준, 동사 주가의 밸류에이션은 PBR 1.1x로 PEER 그룹과 유사한 수준으로 평가받고 있다.

PEER 그룹 실적 Table

(단위: 원, 억원, 배, %)

		와이즈버즈	제일기획	이노션	HS애드	KT 나스미디어	인크로스	평균
코드		A273060	A030000	A214320	A035000	A089600	A216050	
현재 주가 (12/05)		967	22,800	18,690	9,220	13,310	6,810	
시가총액		488	26,229	7,476	1,528	1,540	875	
매출액	2022	158	42,534	17,504	5,304	1,524	533	
	2023	139	41,383	20,929	5,483	1,468	468	
	2024	308	43,443	21,206	5,547	1,426	488	
	2025F	433	45,362	20,968	5,012	N/A	N/A	
영업이익	2022	26	3,114	1,369	248	331	196	
	2023	2	3,075	1,500	264	205	126	
	2024	23	3,207	1,557	296	199	100	
	2025F	64	3,398	1,631	208	N/A	N/A	
영업이익률	2022	16.3	7.3	7.8	4.7	21.7	36.8	
	2023	1.6	7.4	7.2	4.8	14.0	27.0	
	2024	7.5	7.4	7.3	5.3	14.0	20.5	
	2025F	14.9	7.5	7.8	4.2	N/A	N/A	
순이익	2022	22	1,937	706	181	268	154	
	2023	9	1,873	1,018	162	167	126	
	2024	22	2,075	1,003	227	-65	97	
	2025F	-21	2,113	858	174	N/A	N/A	
EPS 성장률	2022	N/A	17.1	7.2	4.8	2.4	-27.0	
	2023	-61.1	-3.3	44.1	-10.6	-37.6	-18.0	
	2024	148.5	10.8	-1.5	40.1	적전	-23.0	
	2025F	적전	2.1	4.0	-23.4	N/A	N/A	
PER	2022	28.1	13.7	11.7	5.4	9.8	12.7	
	2023	90.9	11.7	8.4	6.4	15.4	10.9	
	2024	16.8	9.4	7.7	4.6	N/A	9.7	
	2025F	N/A	12.3	8.6	8.3	N/A	N/A	
PBR	2022	1.4	1.9	1.0	0.6	1.3	1.7	
	2023	1.7	1.5	0.9	0.6	1.2	1.1	
	2024	0.8	1.2	0.8	0.5	0.8	0.7	
	2025F	1.1	1.5	0.7	0.7	N/A	N/A	1.0
ROE	2022	4.9	16.6	8.5	10.8	13.7	15.5	
	2023	1.9	15.0	11.6	9.1	8.0	11.5	
	2024	4.7	15.1	10.5	11.8	-3.1	8.3	
	2025F	-4.6	14.2	8.5	8.5	N/A	N/A	
PSR	2022	4.0	0.6	0.5	0.2	1.7	3.7	
	2023	5.7	0.5	0.4	0.2	1.8	2.9	
	2024	1.2	0.5	0.4	0.2	1.1	1.9	
	2025F	1.1	0.6	0.4	0.3	N/A	N/A	

주1) 와이즈버즈, HS애드의 미래전망치는 당사 전망치, 경쟁사의 미래전망치는 컨센서스 기준, 주2) 시가총액과 주가는 12월 5일 종가 기준

자료: Quantwise, 한국IR협의회 기업리서치센터

**리스크 요인****오버행 이슈 존재**

동사는 애드이피션시 인수 관련 360억원 규모의 전환사채(2,3회차)를 발행했으며, 이와 관련된 잠재적 오버행 부담이 존재한다. 제2·3회차 전환사채의 전환가능 주식수는 합산 2,809만주로, 이는 현재 발행주식총수(약 5,046만주)의 약 55.7%에 해당하는 규모다. 전환권 행사 시 상당한 수준의 희석이 발생할 수 있어 주가 변동성 요인으로 작용할 수 있다.

제2회차 CB(200억원)는 2025년 2월 28일부터 전환이 가능하며, 전환가액은 1,111원, 전환가능주식수는 약 1,800만주로 발행주식총수의 약 35.7%에 해당한다. 해당 물량은 기관투자자 대상 발행으로, 시장 상황과 주가 흐름에 따라 전환 및 매도 가능성이 존재한다. 제3회차 CB(160억원)는 2025년 8월 29일부터 전환이 가능하며, 전환가액은 1,586원, 전환가능주식수는 약 1,009만주로 발행주식총수의 약 20.0% 수준이다. 이 물량은 애드이피션시 지분 매도자인 박소현과 한유진에게 각각 80억원씩 배정된 전환사채이다.

포괄손익계산서

(억원)	2021	2022	2023	2024	2025F
매출액	123	158	139	308	433
증가율(%)	-0.1	N/A	-12.1	122.2	40.7
매출원가	0	0	0	0	0
매출원가율(%)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
매출총이익	123	158	139	308	433
매출이익률(%)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
판매관리비	105	132	136	285	369
판매비율(%)	85.4	83.5	97.8	92.5	85.2
EBITDA	27	35	14	46	89
EBITDA 이익률(%)	22.0	22.5	10.2	14.9	20.6
증가율(%)	26.5	N/A	-60.2	225.5	94.6
영업이익	18	26	2	23	64
영업이익률(%)	14.7	16.3	1.6	7.5	14.9
증가율(%)	40.5	N/A	-91.5	953.7	179.4
영업외손익	13	0	8	6	-85
금융수익	15	11	13	108	5
금융비용	3	11	5	94	82
기타영업외손익	0	-1	-0	-8	-8
종속/관계기업관련손익	0	0	0	0	0
세전계속사업이익	31	26	10	29	-21
증가율(%)	흑전	N/A	-60.0	180.8	적전
법인세비용	4	3	2	8	0
계속사업이익	27	22	8	21	-21
중단사업이익	0	0	0	0	0
당기순이익	27	22	8	21	-21
당기순이익률(%)	22.1	14.2	6.1	6.9	-4.8
증가율(%)	흑전	N/A	-62.3	152.6	적전
자배주주지분 순이익	27	22	9	22	-21

현금흐름표

(억원)	2021	2022	2023	2024	2025F
영업활동으로인한현금흐름	-5	42	-13	61	-13
당기순이익	27	22	8	21	-21
유형자산 상각비	9	10	12	12	14
무형자산 상각비	0	0	0	11	11
외환손익	-3	4	0	0	0
운전자본의감소(증가)	-55	-2	-33	40	-17
기타	17	8	0	-23	0
투자활동으로인한현금흐름	-74	48	60	-633	-34
투자자산의 감소(증가)	-219	151	57	-10	-14
유형자산의 감소	0	0	0	0	0
유형자산의 증가(CAPEX)	-8	-28	-65	-9	-10
기타	153	-75	68	-614	-10
재무활동으로인한현금흐름	-27	-17	-21	604	17
차입금의 증가(감소)	-20	0	0	251	-7
사채의증가(감소)	0	0	0	360	24
자본의 증가	0	0	0	0	0
배당금	0	-10	-10	0	0
기타	-7	-7	-11	-7	0
기타현금흐름	-0	-4	-0	2	-0
현금의증가(감소)	-106	69	26	34	-31
기초현금	142	35	104	131	164
기말현금	35	104	131	164	134

재무상태표

(억원)	2021	2022	2023	2024	2025F
유동자산	506	623	778	1,018	1,077
현금성자산	35	104	131	164	134
단기투자자산	220	151	33	32	32
매출채권	181	284	517	636	650
재고자산	0	0	0	0	0
기타유동자산	70	83	98	186	261
비유동자산	82	130	194	801	811
유형자산	40	67	126	137	133
무형자산	0	38	38	458	447
투자자산	20	10	3	35	50
기타비유동자산	22	15	27	171	181
자산총계	588	753	972	1,819	1,888
유동부채	156	277	493	1,217	1,285
단기차입금	0	0	0	0	49
매입채무	125	232	446	554	587
기타유동부채	31	45	47	663	649
비유동부채	27	19	23	125	147
사채	0	0	0	0	0
장기차입금	0	0	0	71	96
기타비유동부채	27	19	23	54	51
부채총계	182	296	516	1,342	1,432
자배주주지분	405	458	456	477	456
자본금	49	50	50	50	50
자본잉여금	200	231	231	232	232
자본조정 등	0	3	5	5	5
기타포괄이익누계액	0	0	-0	0	0
이익잉여금	156	173	170	189	168
자본총계	405	458	456	477	456

주요투자지표

	2021	2022	2023	2024	2025F
P/E(배)	30.8	28.1	90.9	16.8	N/A
P/B(배)	2.1	1.4	1.7	0.8	1.1
P/S(배)	6.8	4.0	5.7	1.2	1.1
EV/EBITDA(배)	22.4	10.8	45.0	17.2	10.8
배당수익률(%)	1.1	1.6	0.0	0.0	0.0
EPS(원)	57	45	17	43	-42
BPS(원)	835	907	904	945	903
SPS(원)	256	314	275	610	858
DPS(원)	20	20	0	0	0
수익성(%)					
ROE	7.1	4.9	1.9	4.7	-4.6
ROA	4.3	3.0	1.0	1.5	-1.1
ROIC	15.7	N/A	0.8	5.4	6.9
안정성(%)					
유동비율	325.2	224.9	158.0	83.6	83.8
부채비율	45.0	64.6	113.0	281.4	313.9
순차입금비율	-59.8	-54.4	-35.3	89.5	104.0
이자보상배율	21.6	69.2	4.7	0.5	1.3
활동성(%)					
총자산회전율	0.2	0.2	0.2	0.2	0.2
매출채권회전율	0.6	0.6	0.3	0.5	0.7
재고자산회전율	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

최근 3개월간 한국거래소 시장경보제도 지정 여부

시장경보제도란?

한국거래소 시장감시위원회는 투기적이거나 불공정거래 개연성이 있는 종목 또는 주가가 비정상적으로 급등한 종목에 대해 투자자주의 환기 등을 통해 불공정거래를 사전에 예방하기 위한 제도를 시행하고 있습니다. 시장경보제도는 '투자주의종목 투자경고종목 투자위험종목'의 단계를 거쳐 이루어지게 됩니다.
※관련근거: 시장감시규정 제5조의2, 제5조의3 및 시장감시규정 시행세칙 제3조~제3조의 7

종목명	투자주의종목	투자경고종목	투자위험종목
와이즈버즈	X	X	X

발간 History

발간일	제목
2025.12.09	와이즈버즈-에드테크 역량을 갖춘 디지털 광고 기업

Compliance notice

본 보고서는 한국거래소, 한국예탁결제원과 한국증권금융이 공동으로 출연한 한국IR협의회 산하 독립 (리서치) 조직인 기업리서치센터가 작성한 기업분석 보고서입니다. 본 자료는 투자자들에게 국내 상장기업에 대한 양질의 투자정보 제공 및 건전한 투자문화 정착을 위해 무상으로 작성되었습니다.

- 당사 리서치센터는 본 자료를 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 본 자료를 작성한 애널리스트는 자료작성일 현재 해당 종목과 재산적 이해관계가 없습니다.
- 본 자료를 작성한 애널리스트와 그 배우자 등 관계자는 자료 작성일 현재 조사분석 대상법인의 금융투자상품 및 권리를 보유하고 있지 않습니다.
- 본 자료는 중소형 기업 소개를 위해 작성되었으며, 매수 및 매도 추천 의견은 포함하고 있지 않습니다.
- 본 자료에 게재된 내용은 애널리스트의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 신의 성실하게 작성되었음을 확인합니다.
- 본 자료는 투자자들의 투자판단에 참고가 되는 정보제공을 목적으로 배포되는 자료입니다. 본 자료에 수록된 내용은 자료제공일 현재 시점의 당사 리서치센터의 추정치로서 오차가 발생할 수 있으며 정확성이나 완벽성은 보장하지 않습니다.
- 본 조사자료는 투자 참고 자료로만 활용하시기 바라며, 어떠한 경우에도 투자자의 투자 결과에 대한 법적 책임 소재의 증명자료로 사용될 수 없습니다.
- 본 조사자료의 지적재산권은 당사에 있으므로, 당사의 허락 없이 무단 복제 및 배포할 수 없습니다.
- 본 자료는 텔레그램에서 "한국IR협의회(<https://t.me/kirsofficial>)" 채널을 추가하시어 보고서 발간 소식을 안내받으실 수 있습니다.
- 한국IR협의회가 운영하는 유튜브 채널 'IRTV'에서 1) 애널리스트가 직접 취재한 기업탐방으로 CEO인터뷰 등이 있는 '小中한탐방'과 2) 기업보고서 심층해설방송인 '小中한 리포트 가치보기'를 보실 수 있습니다.