

KOSDAQ | 교육서비스

데이원컴퍼니 (373160)

비용 구조 개선으로 영업이익 흑자전환 전망

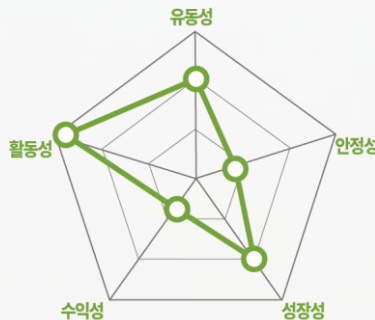
체크포인트

- 데이원컴퍼니는 성인 대상 온라인 교육 콘텐츠 Full stack 기업으로, B2C(패스트캠퍼스·콜로소 등)를 기반으로 B2B-B2G·글로벌로 사업을 확장하며 성장을 이어오고 있음
- 투자포인트는 1) 마케팅비 절감과 제한적 고정비 증가로 흑자 전환 구조 달성, 2) 인하우스 프로듀싱과 M&A를 통한 종합 콘텐츠 기업 도약
- 데이원컴퍼니의 주가는 2025년 1월 24일 상장 이후, PBR band 1.8x ~ 3.8x 수준에서 형성. 2025년 추정 실적 기준, 현재 동사 주가의 밸류에이션 수준은 PBR 1.8x로 과거 밸류에이션 Band 하단에 위치함. 다만, 동사 과거 주가의 시계열이 1년 이하로 짧다는 점은 투자 판단 시 유념해야 할 사항으로 판단

주가 및 주요이벤트

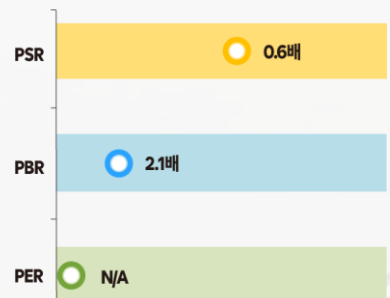


재무지표



주: 2024년 기준, Fnguide WICS 분류상 경기관련소비재산업 내 등급화

밸류에이션 지표



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

데이원컴퍼니 (373160)

Analyst 채윤석 chaeyunseok@kirs.or.kr

RA 정수현 sh.jeong@kirs.or.kr

KOSDAQ

교육서비스

성인 대상 온라인 교육 콘텐츠 전문 기업

데이원컴퍼니는 교육 콘텐츠의 기획·제작·유통까지 인하우스로 수행하는 성인 대상 온라인 교육 콘텐츠 전문 기업. 2024년 기준, 채널별 매출 비중은 B2C 60.9%, B2B 12.1%, B2G 15.2%, 글로벌 11.8%로 구성. B2C는 개인 유료 단건 판매 중심이며, B2B는 맞춤형 기업교육과 구독형 서비스를 제공 중. B2G는 정부 재원을 활용해 개인에게 교육을 제공하고 비용을 정산받는 구조이며, 글로벌은 일본·미국 중심 현지화 판매를 통해 매출이 발생하고 있음. 브랜드별 매출액 비중은 패스트캠퍼스 45.2%(실무·AI), 콜로소 29.3%(창의·제작자), 가버문학습지 11.9%(경량 학습), 제로베이스 스쿨 6.2%(부트캠프), 유하다요 3.8%(일본어), 뉴스프레스 1.3%(시사·어학), 기타 2.3%(PODO 등)로 구성

2025년 실적 턴어라운드 전망

2025년 연간 실적은 매출액 1,284억원(+0.6%, yoy), 영업이익 53억원(흑자전환, yoy)으로 전망됨. B2C는 663억원으로 전년 대비 14.8% 감소하나 B2B(+10.3%), B2G(+7.7%), 글로벌(+34.1%)이 전사 성장을 견인하고, 엔오에이 인수도 외형 확대에 기여할 것으로 예상됨

동사는 비용 구조 개선을 통해 손익분기점을 넘어 구조적 흑자 국면에 진입하고 있음. 공헌이익(매출액-변동비)은 2022년 338억원에서 2024년 532억원까지 증가했으나, 사업 확장에 따른 인력 채용 등으로 고정비 부담이 증가하며 적자가 지속되었음. 2025년부터는 브랜드 인지도 상승에 따른 마케팅 집행 효율화, 글로벌 부문의 AI 기반 번역·제작에 따른 제작비 절감, 제한적인 인력 증가로 비용 구조 개선이 본격화될 전망. 이에 따라 2025년 공헌이익은 655억원으로 확대되는 반면 고정비는 602억원 수준으로 예상되며, 영업이익률은 4.1%(+4.3%p, yoy)로 전망됨

Forecast earnings & Valuation

	2021	2022	2023	2024	2025F
매출액(억원)	850	1,041	1,166	1,277	1,284
YoY(%)	103.1	22.5	12.0	9.5	0.6
영업이익(억원)	-111	-103	11	-3	53
OP 마진(%)	-13.1	-9.9	1.0	-0.2	4.1
지배주주순이익(억원)	-225	-287	-79	-16	56
EPS(원)	-2,231	-2,504	-659	-132	409
YoY(%)	적지	적지	적지	적지	흑전
PER(배)	N/A	N/A	N/A	N/A	14.9
PSR(배)	N/A	N/A	N/A	N/A	0.6
EV/EBITDA(배)	N/A	N/A	10.3	N/A	4.2
PBR(배)	N/A	N/A	N/A	N/A	1.8
ROE(%)	121.0	67.6	13.2	8.0	15.7
배당수익률(%)	N/A	N/A	N/A	N/A	0.0

자료: 한국IR협회의 기업리서치센터

Company Data

현재주가 (9/30)	6,100원
52주 최고가	9,420원
52주 최저가	5,610원
KOSDAQ (9/30)	841.99p
자본금	61억원
시가총액	840억원
액면가	500원
발행주식수	14백만주
일평균 거래량 (60일)	4만주
일평균 거래액 (60일)	3억원
외국인지분율	155%
주요주주	패스트파이브 외 5인 266%

Price & Relative Performance



Stock Data

주가수익률(%)	1개월	6개월	12개월
절대주가	-32	00	
상대주가	-84	-176	

참고

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

기업 개요

연혁 및 지배 구조

성인 교육 콘텐츠 Full Stack 전문 기업

데이원컴퍼니는 2013년 사업을 개시한 성인 교육 콘텐츠 Full Stack 전문 기업으로, 직장인과 자영업자를 대상으로 AI, 실무 스킬, 외국어 등 다양한 교육 콘텐츠를 기획·제작·판매하고 있다. 초기에는 B2C 중심으로 사업을 전개하였으며, 이후 확보한 양질의 콘텐츠를 B2B, B2G 채널로 확장하여 OSMU(One Source Multi Use) 전략을 기반으로 안정적인 성장 기반을 구축하였다. 그 결과, 설립 이후 11년간 단 한 차례의 매출 역성장 없이 성장을 이어갔으며, 수익성 역시 손익분기점(BEP)에 근접하는 등 확고한 시장 입지를 확보하였다. 기존 전통적인 사교육과는 차별화된 비즈니스 구조를 바탕으로 성장성을 인정받은 데이원컴퍼니는 2025년 1월 이익미실현 기업 특례(테슬라 요건)를 통해 코스닥 시장에 상장하였다. 상장을 통해 확보한 자금은 콘텐츠 IP 확대와 해외 유통망 구축에 활용될 예정이며, 이를 기반으로 글로벌 사업 확장을 본격화할 계획이다.

2025년 6월 말 기준, 최대주주는 패스트파이브(17.1%)이며, 이강민 대표이사 외 4인을 포함한 최대주주 및 특수관계인 지분율은 26.6%다. 주요 주주로는 원더홀딩스(10.7%), 한화생명보험(9.7%), Insight Venture Partners(9.2%)가 있으며, 2025년 9월 5일자로 머스트자산운용(5.29%)이 지분율 5% 이상 주주로 신규 보고되었다.

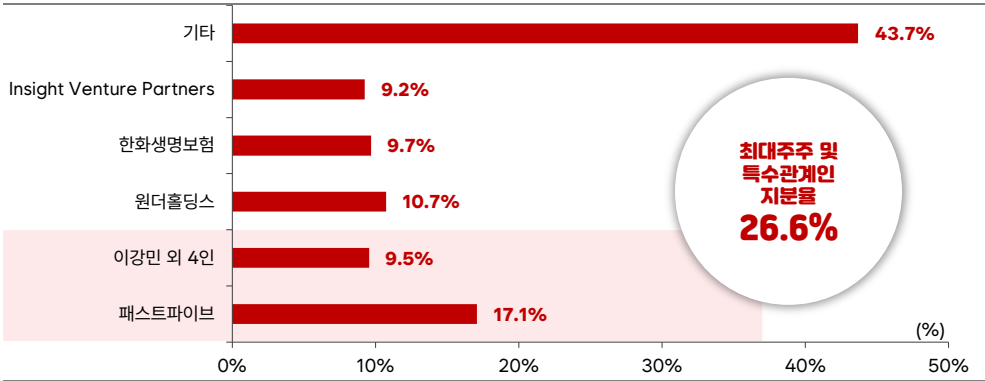
2025년 6월 말 기준, 데이원컴퍼니는 해외 법인 4개와 국내 법인 1개를 포함한 총 5개의 종속기업을 모두 지분율 100%로 보유하고 있다. Day1Company Japan(일본)과 Day1Company US INC(미국)는 교육 콘텐츠 개발·제작·판매 및 서비스를 담당하며, FC SG PTE. LTD.(싱가포르)는 교육업, Lemonade Taiwan Ltd.(대만)는 도서/기타 출판 및 소매업을 영위하고 있다. 엔오에이는 2025년 6월 데이원컴퍼니가 기존 교육 중심에서 음악 등 일반 콘텐츠로의 확장을 목적으로 인수한 기업이다. 엔오에이는 국내 최초로 필름 콘서트를 기획·운영하고 있으며, 유튜브 구독자 80만명 채널 '또모(TOWMOO)'를 보유하고 있다.

연혁

2013~2017 First-Mover 우위 극대화	2018~2020 업계 1위의 시장 지위 수성	2021~ B2B, B2G, 글로벌 채널 확장
2013 국내 대표 컴퍼니빌더 패스트트랙아시아 사내벤처로 사업 개시 2016 누적 수강생 5천명 돌파 전일제 취업 교육 과정 SCHOOL 런칭 프로젝트형 기업교육 시작 2017 FACEBOOK 공식 교육업체 지정 패스트트랙아시아로부터 인적분할을 통해 독립법인 설립 패스트캠퍼스 제2학원 개관(SCHOOL 성수점)	2018 Series A 55억원 투자 유치 누적 수강생 5만명 돌파 온라인 실무교육콘텐츠 '올인원패키지' 런칭 가벼운 학습지 런칭 2019 누적 수강생 10만명 돌파 Coloso 런칭 Series B 100억원 투자 유치 상가폴 법인(FC SG PTE.LTD.) 설립 2020 온라인 구독형 기업교육 서비스 런칭 고용노동부 직업능력개발 신규 훈련기관 선정	2021 사명 변경(패스트캠퍼스 → 데이원컴퍼니) Series C 111억원 투자 유치 Coloso 일본, 미국 런칭 2022 Series D 250억원 투자 유치 취업 연계 부트캠프 제로베이스 런칭 2023 레모네이드 여학 콘텐츠 퍼블리싱 사업 진출 2024 레모네이드 원어인 1:1 레슨 'PODO' 오픈 TIME지 선정, 대한민국 유일 '2024 세계 최고의 에듀테크 기업 250' 패스트캠퍼스 누적 강의 판매량 100만개 돌파 대만 법인(Lemonade Taiwan LTD.) 설립 2025 코스닥 상장 미국 법인(DAY1COMPANY US INC) 설립 엔오에이 인수

자료: 데이원컴퍼니, 한국IR협의회 기업리서치센터

주주 현황(2025년 6월 말 기준)



자료: 데이원컴퍼니, 한국IR협회의 기업리서치센터

종속기업 현황(2025년 6월 말 기준)



자료: 데이원컴퍼니, 한국IR협회의 기업리서치센터

종속기업 재무 현황(2025년 반기 기준)

(단위: 억원)

종속기업	1H25			
	자산총액	부채총액	매출액	반기순이익
Day1Company Japan	3	0	5	0
FC SG PTE. LTD.	0	-	-	-
Lemonade Taiwan Ltd.	0	-	-	0
주식회사 엔오에이(주 1)	4	31	7	-9
Day1Company US INC(주 2)	-	-	-	-

주: 1) 당반기 중 신규 취득, 2) 당반기 중 신규 설립

자료: 데이원컴퍼니, 한국IR협회의 기업리서치센터

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

1	성인 대상으로 _	- 직장인 (회사에 취직, 월급 기반) - 자영업자 (직접 사업, 내가 내 가게를 차리는)	   내일배움 아카데미   가벼운 학습지 제로베이스 스쿨
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 B2G	

자료: 데이원컴퍼니, 한국R협회의 기업리서치센터

사업현황

2024년 기준 매출은
B2C 60.9%, B2B 12.1%,
B2G 15.2%, 글로벌 11.8%로
구성

데이원컴퍼니의 2024년 기준 매출은 B2C 60.9%, B2B 12.1%, B2G 15.2%, 글로벌 11.8%로 구성되어 있다. 당사는 약 100명의 인하우스 기획 인력을 중심으로 교육 콘텐츠를 직접 기획하고 강사와의 협업을 통해 교육 콘텐츠를 제작 및 제공하며, 매출액의 약 20% ~ 25% 수준을 강사료로 지급한다. 핵심 역량은 마케팅, 교육 콘텐츠 기획, 강사 네트워크, 누적 고객 자산에 있으며, 이들 역량을 기반으로 B2C에서 B2B·B2G·글로벌로 사업을 확장해 왔다.

1) B2C

B2C는 회사 매출의 60.9%를 차지하는 핵심 부문으로, 개인 고객에게 유료 교육 콘텐츠를 단건 형태로 판매하는 구조다. 2025년 6월 말 기준 개인 고객 가입자는 145만명을 상회한다. 계절성이 뚜렷하여 1분기와 4분기가 성수기, 2분기와 3분기는 비수기이며, 새해 목표 설정 등이 영향을 미치는 것으로 분석된다. 고객은 브랜드별 웹사이트에서 강의를 구매하고 수강한다. 주요 브랜드는 실무·디지털 역량 중심의 ‘패스트캠퍼스’, 자영업자·창업 준비생·프리랜서를 겨냥한 실무형 교육 ‘콜로소’, 경량 학습 포맷의 ‘가벼운학습지’, 취업 연계형 부트캠프 ‘제로베이스 스쿨’, 여학·취미·부업 영역의 ‘마이라이트’, AI 기반 1:1 외국어 회화 서비스 ‘PODO’ 등이 있다.

2) B2B

B2B는 기업을 대상으로 맞춤형 교육 프로그램과 구독형 서비스를 제공하는 부문이다. 맞춤형 교육은 기업별 요구를 반영하여 온·오프라인으로 프로그램이 진행되며, 외부 현업 강사진을 투입해 실효성을 강화하고 있다. 구독형 서비스는 패스트캠퍼스를 시작으로 콜로소, 마이라이트, 제로베이스 등 전 브랜드로 확대되었다. 당사는 B2C에서 제작된 콘텐츠를 OSMU(One Source Multi Use) 방식으로 활용하여 비용 효율성과 품질을 동시에 확보하였다. 기획 부문은 고객 요청 대응에 그치지 않고 기술 변화에 따라 요구될 스킬셋을 정의하여 선제적 학습 로드맵을 제시하며, 수강관리 부문은 ‘Skillflo’ 플랫폼을 통해 학습자에게 직무·직급·관심 기반 큐레이션을 제공하고, 관리자에게는 대시보드 기반 학습

데이터 분석과 효율적 수강 관리를 지원한다.

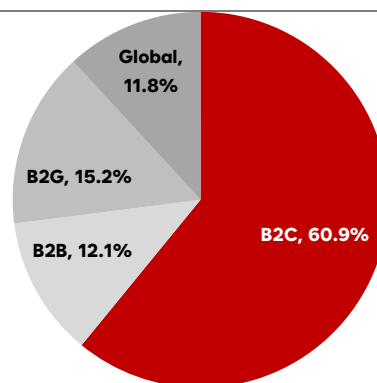
3) B2G

B2G는 정부 재원을 활용해 개인에게 교육을 제공하고, 실수강 인원과 이수 결과에 근거하여 비용을 정산받는 구조다. 수강생은 패스트캠퍼스 등 웹페이지에서 등록하며, 동사는 출결 시스템을 통해 수강생의 교육 이수 여부를 확인한 뒤 정부 기관에 비용을 신청하고 정부 기관은 이를 심사한 후 교육 비용을 동사에 지급한다. 동사는 국민내일배움카드 소지자를 대상으로 운영되는 'K-디지털 트레이닝(KDT)'과 'K-디지털 기초역량훈련(KDC)'에 참여하고 있으며, B2C에서 제작된 콘텐츠를 OSMU 방식으로 활용한다.

4) 글로벌

동사는 콜로소 콘텐츠를 기반으로 OSMU 확장을 추진하기 위해 2021년부터 일본과 미국 등의 해외에 본격 진출하였다. 일본에서는 2021년 9월 Day1Company Japan 법인을 설립하고 같은 해 11월 콜로소 일본 서비스를 오픈했으며, 2023년 12월에는 일본 시장 확대를 위해 현지 사무실을 추가 개설하였다. 일본은 코로나-19 이후 디지털화가 본격화 되면서 온라인 교육 시장이 태동 단계에 있고, 성인 교육 산업이 여전히 오프라인 학원 중심으로 형성된 상황에서 동사는 초기 진입을 통해 시장을 빠르게 선점하였다. 미국에서는 2021년 12월 콜로소 미국 서비스를 오픈하였고, 2025년 6월 DAY1COMPANY US INC 법인을 설립하였다. 동사는 현재 국내에서 검증된 콜로소 콘텐츠를 현지화하여 제공하고 있으며, 향후 패스트캠퍼스·마이라이트 등 전 브랜드 콘텐츠까지 서비스 범위를 확대할 계획이다. 또한 국가별 성인 교육 시장의 특성과 고객 수강 패턴을 반영해 오리지널 콘텐츠 제작으로 사업 영역을 넓히고, 해외에서 검증된 오리지널 콘텐츠를 국내에서 재판매하는 구조를 통해 국내 시장 내 경쟁력 또한 강화할 예정이다. 2025년 하반기에는 추가로 영국·프랑스 등 6개국 진출을 추진 중이다.

매출 비중(2024년 기준)



자료: 데이원컴퍼니, 한국IR협회의 기업리서치센터

브랜드별 매출 비중은

패스트캠퍼스 45.2%,

콜로소 29.3%,

가벼운학습지 11.9%,

제로베이스 스쿨 6.2%,

유하다요 3.8%,

뉴스프레스 1.3%,

기타 2.3%로 구성

2024년 기준 브랜드별 매출 비중은 패스트캠퍼스 45.2%, 콜로소 29.3%, 가벼운학습지 11.9%, 제로베이스 스쿨 6.2%, 유하다요 3.8%, 뉴스프레스 1.3%, 기타 2.3%로 구성된다. 모든 브랜드는 자체적으로 구축한 웹사이트에서 100% 판매되고 있으며, 패스트캠퍼스·콜로소·마이라이트·제로베이스 등은 각각 독립된 사이트를 운영하여 브랜딩과 판매 전략을 차별화하고 있다.

1) 패스트캠퍼스

패스트캠퍼스는 성인을 대상으로 실무 중심의 교육 콘텐츠를 제공하는 온라인 교육 플랫폼이다. 수강생들이 배운 내용을 실무 현장에서 즉시 활용할 수 있도록 실용성과 현장성을 강조한 커리큘럼을 운영하며, 인하우스 제작 시스템을 통해 고품질 콘텐츠를 지속적으로 개발하고 있다. AI 교육 콘텐츠를 국내 최초·최대 규모로 선보이며 시장을 선도하고 있으며, '내일배움 아카데미' 웹페이지를 통해 B2G 사업도 병행한다.

2) 콜로소

콜로소는 자영업자·창업 준비생·프리랜서를 대상으로 한 실무형 교육 브랜드로, 디자인·영상·요리·미용 등 창의·예술 분야의 강좌를 제공한다. 각 분야 현업 전문가의 실무 경험과 노하우를 전달하며, 프리미엄 강의를 통해 차별성을 확보했다. 2021년부터 일본·미국에 진출해 글로벌 사이트를 운영하고 있다.

3) 가벼운학습지

가벼운학습지는 하루 20분 학습을 기반으로 한 경량 학습 브랜드다. 초기에는 언어 학습 위주였으나, 최근에는 뜨개질·추리 학습지 등 취미·부업 분야로 확장하였다. 학습지와 키트 결합형 상품을 통해 실생활과 연계된 몰입형 학습 경험을 제공한다.

4) 제로베이스 스쿨

제로베이스 스쿨은 취업 및 커리어 전환을 목적으로 한 온라인 부트캠프 프로그램이다. 정해진 기간 동안 실시간 멘토링과 집중 교육을 제공하며, HR·금융·반도체 등 특화 과정으로 세분화하고 있다. '취업 보장반' 시리즈를 통해 취업 성과와 직결되는 교육 모델을 구축했다.

5) 유하다요

유하다요는 일본어 학습에 특화된 브랜드로, 초급부터 고급까지 수준별 학습 과정을 제공한다. 문법·회화·일상 표현뿐 아니라 일본 문화 이해를 위한 콘텐츠도 포함해 실생활에 활용 가능한 학습 경험을 지원한다.

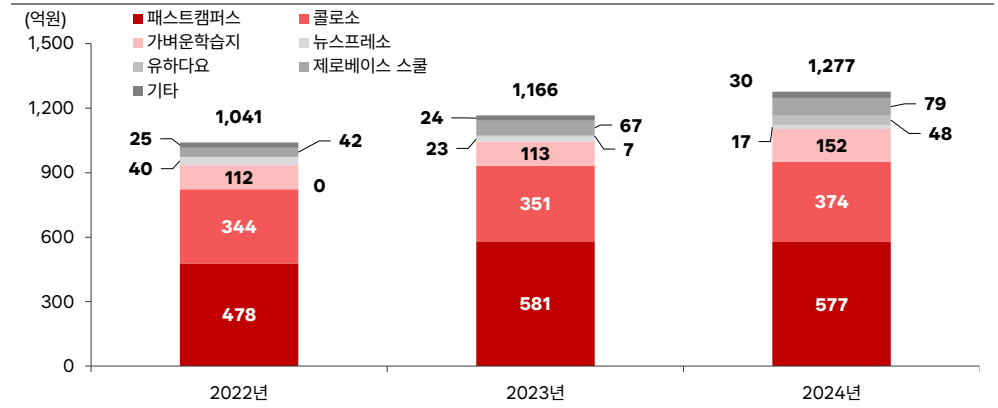
6) 뉴스프레스

뉴스프레스는 시사 뉴스 기반 어학 학습 브랜드다. 핵심 요약 뉴스, 영상 콘텐츠, 퀴즈 등 인터랙티브 요소를 통해 어학 능력과 최신 트렌드 파악을 동시에 지원하며, 특히 중고급 학습자를 대상으로 영상 콘텐츠를 통한 차별화된 학습 경험을 제공한다.

7) 기타 브랜드

기타 브랜드에는 2024년 3월 론칭한 1:1 원어민 외국어 회화 서비스 PODO가 포함된다. PODO는 영어와 일본어 과정을 제공하며, 무제한 레슨 방식을 특징으로 한다. AI 기반 학습 진단을 통해 최적의 튜터를 매칭하고 실시간 첨삭을 지원함으로써 맞춤형 학습 경험을 제공한다.

브랜드별 매출액 추이



자료: 데이원컴퍼니, 한국IR협회의 기업리서치센터



산업 현황

1 글로벌 성인학습 참여율 격차와 변화 추이

국가별 성인학습의 특징과 현황

성인학습 시장은 국가별 참여율에서 뚜렷한 격차를 보인다. OECD에 따르면 2023년 기준 25세 ~ 65세 성인의 직무 관련 학습 참여율은 평균 40.35%이며, 노르웨이(57.83%), 핀란드(57.72%), 미국(54.69%)이 상위권을 형성한다. 반면 일본(30.31%)과 한국(12.74%)은 최하위권에 속하며, 국가별로 교육 제도·고용 구조·기업 문화 차이가 참여율 격차로 이어지고 있다.

참여 형태를 보면, 성인학습은 크게 정규 학습(학교·대학 등 정규 교육기관에 재입학해 학위 취득을 목표로 하는 학습)과 비정규 학습(단기 과정, 직무훈련, 기업 내외부 연수, 온라인 강좌 등 제도권 밖의 직무 관련 학습)으로 나눌 수 있다. 미국·핀란드 등은 비정규 학습 참여율이 각각 51.17%, 50.18%로 절반 이상을 차지하며, 정규 학습도 각각 13.2%, 15.76%로 비교적 높은 수준을 유지한다. 이에 비해 일본은 비정규 29.7%, 정규 1.08%로 극히 낮은 수준이며, 한국은 비정규 9.15%, 정규 4.15%에 불과하다. 이는 전체 참여율 격차뿐 아니라 학습 형태의 구조적 차이를 보여준다. OECD 평균 역시 비정규가 36.62%, 정규가 7.89%로, 다수 국가에서 직무 관련 학습이 정규 교육기관보다는 비정규 학습을 중심으로 이루어지고 있다.

지난 10년간 직무 관련 학습 참여율의 변화 추이를 살펴보면, OECD 평균은 3.8%p 감소하였다. 한국은 -26.35%p로 가장 큰 폭의 하락을 기록했으며, 일본도 5.34%p 감소하였다. 반면 미국은 +0.15%p로 안정세를 유지했으며, 아일랜드(+5.48%p), 에스토니아(+4.66%p), 이탈리아(+2.02%p) 등 일부 국가는 상승세를 보였다. 정규 학습의 경우 다수 국가에서 소폭 감소하는 수준에 그쳤지만, 비정규 학습은 한국(-28.1%p)·일본(-4.8%p) 등에서 크게 줄어 전체 참여율 하락을 견인했다. 즉, 참여율 변화의 핵심 요인은 정규 교육이 아니라 비정규 학습의 기회 축소 여부라는 점이다.

고용주 지원 여부는 국가별 비정규 학습 참여율 격차를 설명하는 중요한 요인이다. OECD 평균적으로 비정규 훈련에 참여한 성인의 65.4%가 고용주로부터 비용을 지원받았으며, 네덜란드(79.37%), 영국(77.86%), 노르웨이(77.01%), 스웨덴(76.57%) 등은 70% 이상을 기록했다. 미국도 64.97%로 평균 수준을 보이나, 일본은 54.05%, 한국은 34.9%로 현저히 낮다. 고용주 지원율과 비정규 참여율 사이에는 양(+)의 상관관계가 나타나는데, 지원율이 높은 국가는 참여율이 높게 유지되는 반면, 지원율이 낮은 한국은 참여율 역시 저조하다. 이는 학습 참여를 뒷받침하는 제도적 기반이 기업 지원 여부에 크게 좌우됨을 나타낸다.

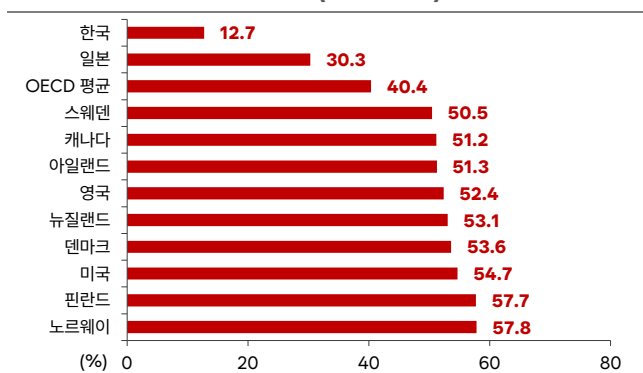
성인학습의 동기를 살펴보면, OECD 평균적으로 '업무 성과 향상'이 50.3%로 가장 큰 비중을 차지한다. 노르웨이(54.1%), 스웨덴(60.8%), 스페인(64.1%)은 특히 직무 성과 중심의 학습 동기가 강하다. 한국은 48.9%로 평균보다 소폭 낮지만, 절반에 가까운 성인이 여전히 직무 성과 개선을 목적으로 학습하려는 수요를 보유하고 있다. 미국은 48.4%로 평균과 유사하나, '기타' 항목이 24.6%에 달해 제도적·개인적 요인 등 다양한 사유가 학습으로 이어지고 있다. 일본은 '업무 성과 향상'이 49.6%로 평균 수준이지만, '자격 취득' 목적이 12.2%로 OECD 평균(8.2%)을 웃돌아 자격 기반·제도 연계형 학습에 대한 수요가 상대적으로 강조된다. 이는 국가별로 학습 동기의 무게 중심이 다르게 형성

되어 있으며, 결과적으로 학습 콘텐츠에 대한 요구가 차별화됨을 의미한다.

학습 방식 또한 구조적 변화를 보이고 있다. 미국은 온라인 50.3%·혼합형 15.8%로 비대면 학습 비중이 66.1%에 달하며, 캐나다(62.6%), 영국(61.2%)도 절반 이상이 원격·혼합형으로 진행된다. 반면 프랑스는 대면 학습이 71.2%로 압도적이며, 일본은 비대면 비중이 48.9%, 한국은 51.8%로 OECD 평균(47.2%)을 소폭 상회하는 수준에 머물렀다. 이는 전체 참여율은 정체·감소했다라도, 학습 전달 방식이 온라인·혼합형 중심으로 전환되는 구조적 변화를 보여준다.

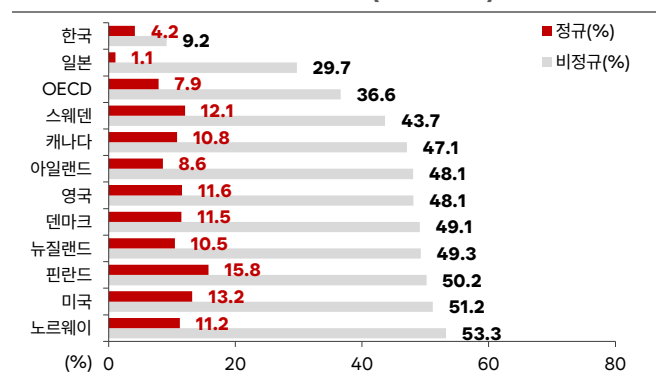
종합하면, 성인학습 시장은 참여율 수준, 학습 방식, 고용주 지원 여부, 그리고 학습 동기에 따라 국가별로 뚜렷한 차이를 보인다. 이러한 구조적 차별화는 동시에 향후 성장 기회를 의미한다. 한국은 참여율이 낮지만 직무 성과 향상 수요가 견조해 온라인·혼합형 확산과 기업·정부 훈련 확대에 따라 성장 여지가 크고, 미국은 학습 동기가 다변화되고 온라인 기반 학습이 정착되어 다양한 카테고리 확장과 B2B 채널 확대에 우호적이며, 일본은 자격 취득 중심의 학습 구조가 강화되어 포트폴리오·평가 연계형 실습 강의의 적합성이 높다고 판단된다.

국가별 직무 관련 성인학습 참여율 현황(2023년 기준)



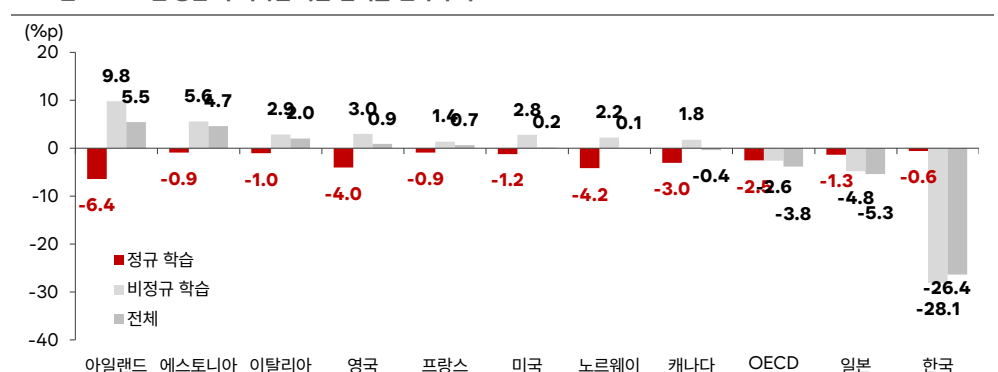
자료: OECD, 한국IR협의회 기업리서치센터

국가별 성인학습 정규 및 비정규 참여율 현황 (2023년 기준)



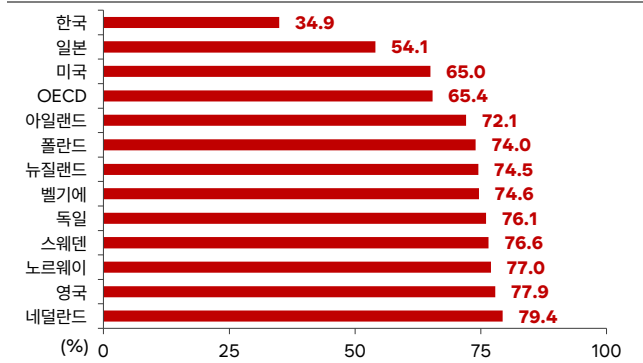
주) 비정규 학습은 단기 과정, 기업 훈련, 온라인 강좌 등 제도권 밖 학습을 의미, 정규는 학교·대학 등 정규 교육기관 재입학(학위 취득) 형태의 학습을 의미하며 중복을 포함하여 산출
자료: OECD, 한국IR협의회 기업리서치센터

2012년 ~ 2023년 동안 각 국가별 학습 참여율 변화 추이



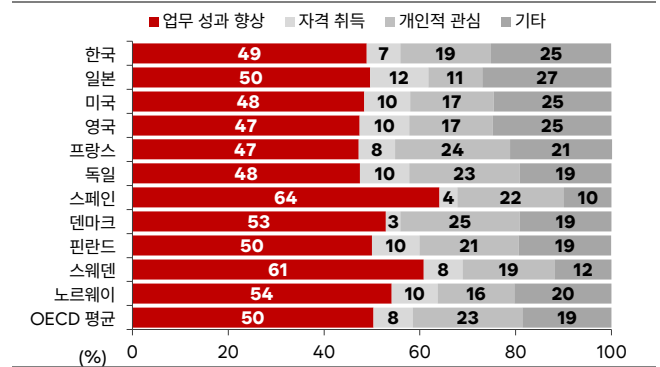
자료: OECD, 한국IR협의회 기업리서치센터

국가별 비정규 훈련 고용주 비용지원 비중(2023년 기준)



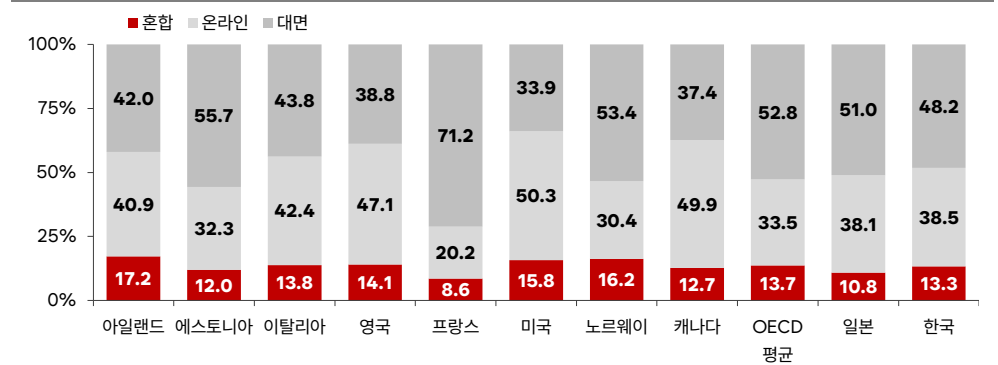
자료: OECD, 한국IR협회의 기업리서치센터

국가별 성인학습 참여 동기(2023년 기준)



자료: OECD, 한국IR협회의 기업리서치센터

국가별 비정규 학습의 제공 방식(2023년 기준)



자료: OECD, 한국IR협회의 기업리서치센터



투자포인트

마케팅비 절감과 제한적 고정비 증가로 흑자 전환 구조 달성

2025년부터

나타나는 레버리지 효과

동사는 2025년을 기점으로 비용 구조 개선을 통해 손익분기점을 넘어 구조적 흑자 전환에 진입할 전망이다. 핵심 요인은 마케팅비 효율화와 제한적인 고정비 증가다.

과거 동사는 강사료·마케팅비·제작비·PG 수수료 등 변동비를 제외한 공헌이익이 2022년 338억원, 2023년 445억원, 2024년 532억원으로 꾸준히 증가했음에도 불구하고, 고정비가 400억원 ~ 500억원대 수준으로 유지되면서 안정적인 흑자 전환에는 실패하였다. 실제 영업이익은 2022년 -103억원에서 2023년 11억원으로 일시적 흑자전환을 기록했으나, 2024년에는 사업 확장 과정에서 인력 충원으로 고정비가 535억원까지 증가하며 -3억원의 적자를 기록하였다.

2025년부터 비용 구조 개선 효과가 본격적으로 나타나고 있다. 특히 마케팅비는 2024년 분기당 평균 약 90억원 수준에서 2025년 분기 평균 60억원 이하로 축소되었다. 이는 단순한 마케팅 집행 축소가 아니라, 패스트캠퍼스·콜로소 등 주요 브랜드의 시장 내 인지도 확보로 신규 고객 유치 비용이 구조적으로 감소한 결과다. 즉, 브랜드 파워 강화로 인한 자연 유입 증가와 마케팅 효율화가 동시에 나타나고 있는 것이다.

글로벌 부문 또한 비용 효율화가 진행 중이다. 초기에는 번역·제작비와 공격적인 마케팅 집행으로 공헌이익률이 낮았으나, AI 기반 번역 기술을 도입해 제작비를 절감하는 성과를 달성하였다. 이와 같은 기술적 진전은 향후에도 추가적인 비용 절감 효과로 이어질 수 있으며, 글로벌 마케팅비 역시 시장 안착 이후에는 점진적으로 축소가 가능할 것으로 예상된다. 이에 따라 글로벌 확장은 매출 성장뿐 아니라 중장기적인 수익성 개선에도 기여할 것으로 기대된다.

이러한 비용 구조 개선은 공헌이익 확대와 제한적인 고정비 증가로 이어지고 있다. 2025년 공헌이익은 655억원으로 확대되는 반면, 고정비는 602억원 수준에 머물러 영업레버리지 효과가 본격화될 전망이다. 이에 따라 동사의 2025년 영업이익은 53억원, 영업이익률(OPM)은 4.1%로 안정적인 흑자 기조가 가능할 것으로 예상된다.

결론적으로 동사는 2025년을 기점으로 브랜드 자산화에 따른 마케팅비 효율화, 글로벌 콘텐츠 제작 비용 절감, 그리고 제한적인 고정비 증가를 기반으로 안정적인 이익 레버리지를 확보할 것으로 예상된다. 이는 단순한 일회성 흑자가 아니라, 사업 구조가 수익성 기반으로 전환되는 중요한 변곡점이라 판단된다.

데이원컴퍼니 비용 구조

(단위: 억원)

구분	2022	2023	2024	2025(E)
매출액(A)	1,041	1,166	1,277	1,284
변동비(B)	강사로	226	240	290
	마케팅비	347	360	334
	제작비 등	96	86	81
	PG 등 금융비용	35	35	40
공헌이익(C=A-B)	338	445	532	655
고정비 등(D)	441	433	535	602
비용 합계(E=B+D)	1,144	1,155	1,280	1,231
영업이익(A-E)	-103	11	-3	53
OPM	-9.9%	1.0%	-0.2%	4.1%

자료: 데이원컴퍼니, 한국IR협회의 기업리서치센터

인하우스 프로듀싱과 M&A를 통한 종합 콘텐츠 기업 도약

**콘텐츠를 기획·제작·유통하는
데이원컴퍼니**

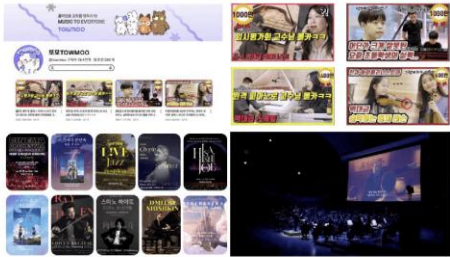
동사는 교육 산업 내에서 단순한 강의 서비스 제공자가 아닌, 콘텐츠를 기획·제작·유통하는 ‘콘텐츠 기업’으로 정체성을 확립하고 있다. 전통적인 입시교육이 시험·커리큘럼·스타 강사 의존 구조를 기반으로 한다면, 데이원컴퍼니는 고객 수요를 분석해 흥행 가능한 주제를 발굴하고, 이를 인하우스 프로듀싱 모델을 통해 제작한 뒤, B2C·B2B·B2G·글로벌로 원소스 멀티유즈(OSMU)하는 구조에 있다. 이러한 사업 모델은 데이터 기반 기획력과 콘텐츠 자산화 능력을 핵심 경쟁력으로 한다.

실제로 동사는 약 100명의 사내 기획 조직을 통해 콘텐츠 제작을 주도하며, 강사는 협업 파트너로 참여하는 구조를 지향한다. 기획팀은 판매 데이터·검색 쿼리·강사 네트워크 등 정량·정성 자료를 활용하여 시장 수요를 분석하고, 이를 기반으로 주제를 선정한 후 강사와 함께 콘텐츠를 구체화한다. 이 과정에서 동사는 제작된 모든 콘텐츠의 지식재산권(IP)을 보유하게 되며, 이는 단순한 B2C 단건 판매에 그치지 않고 B2B·B2G·글로벌로의 확장이 가능한 기반이 된다.

이러한 콘텐츠 기업화 전략은 M&A를 통해 더욱 뚜렷하게 나타나고 있다. 동사는 2025년 6월 클래식 음악 기반 콘텐츠 스타트업 ‘엔오에이’의 지분 100%를 인수하였다. 엔오에이는 구독자 80만명 규모의 국내 최대 클래식 유튜브 채널 ‘또모(TOWMOO)’를 운영하며, 필름 콘서트·OST 콘서트 등 클래식과 대중문화를 결합한 공연을 기획해온 기업이다. 인수 이후 동사는 교육 중심의 콘텐츠 제작 역량과 엔오에이의 음악·공연 기획 능력을 결합하여 티켓 판매, 아티스트 매니지먼트, 음원·음반 유통, 악기 커머스, 실용음악 기반 교육 콘텐츠로까지 확장할 계획이다.

동사는 이번 인수를 통해 교육 콘텐츠 기업에서 종합 콘텐츠 기업으로 외연을 확대하고 있다. 특히 엔터테인먼트 콘텐츠는 언어의 제약이 적어 글로벌 시장 확장성이 높으며, IP 기반 공연은 반복 활용과 확장이 가능해 지속성과 성장성을 동시에 확보할 수 있다. 이는 동사가 단순한 교육 시장의 성장 한계를 넘어, 콘텐츠 산업 전반으로 확장 가능한 새로운 성장 스토리를 만들어가는 과정으로 평가된다.

NOA 소개와 인수 배경

NOA (엔오에이) 소개	M&A Rationale
 또도: 7년 연속 국내 1위 클래식 유튜브 채널 (구독자 80만명) - 누적 조회수 2.8억회 돌파, 100만회 이상 조회된 콘텐츠 70여편+ 제작 - 혁신적인 콘텐츠 기획력, IP 기반 크로스미디어 전략, MZ세대에 최적화된 커뮤니케이션 역량이 핵심 IP 기반의 필름 콘서트: 누적 300회 이상, 인터파크 티켓 1위 다수 기록 - 너의이름은, 신카이마코토, JO애니메이션 등의 IP를 기반으로 한 필름콘서트 진행 - 젊은 관객층을 대상으로 한 참신한 기획 역량과 브랜드 마케팅을 기반으로 유튜브 채널을 넘어선 매출 구조 다변화에 성공	점교역량 있는 리더십팀 • 세종대 음악과 출신의 두 공동창업자 / 각자대표의 경우, 한국에서 처음으로 클래식을 엔터테인먼트 관점으로 풀어낸 1위 유튜브 채널과 연 수십억대 매출을 기록하는 필름콘서트 사업화를 만들어낸 주역 일반 콘텐츠 분야로의 확장 타진 • 데이원이 그간 진행했던 '교육' 콘텐츠 분야에서 '일반' 콘텐츠 분야로의 확장을 검토하던 중, 1) 경쟁 강도, 2) 글로벌 확장 용이성, 3) 교육, 커머스 시장과의 연계성 - 측면에서 적합한 사업으로 판단 교육 분야로의 연계 시너지 • 음악 시장의 경우 B2C 관점에서 즐기는 콘텐츠로서의 의미뿐만 아니라, 실용음악을 중심으로 한 '교육' 시장이 이미 존재하고, 그 규모 또한 무시할 수 없을 정도로 크기에, NOA의 사업을 데이원의 역량에 결합시킬 수 있는 여지가 클 것으로 기대 이미 큰 규모의 회사나 자산을 인수했다는 관점보다는, 팀을 기반으로 새로운 사업을 확장해나가는 방식으로 추진

자료: 데이원컴퍼니, 한국IR협회의 기업리서치센터

실적 추이 및 전망

실적 Review

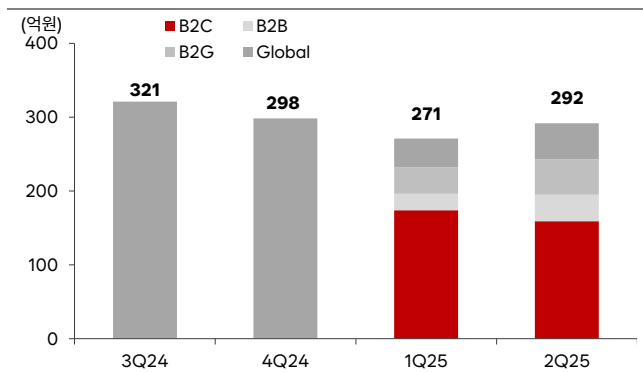
매출성장에도 불구하고 2024년까지는 적자 지속

동사의 매출은 2021년 850억원(+103.1%, yoy), 2022년 1,041억원(+22.5%, yoy), 2023년 1,166억원(+12.0%, yoy), 2024년 1,277억원(+9.5%, yoy)으로 성장세가 이어졌다. 이 과정에서 매출 구조는 B2C 중심에서 B2B·B2G·글로벌 등으로 다변화되었으며, 2022년 전체 매출의 20.2%에 불과하던 B2B·B2G 매출은 2024년 27.2%로 확대되었고, 글로벌 비중 역시 같은 기간 10.0%에서 11.8%로 소폭 상승하였다.

부문별로 보면, B2C는 여전히 핵심 매출원으로 2024년 매출액 778억원, 매출 비중 60.9%를 기록하고 있다. B2B는 2022년 132억원에서 2024년 154억원으로 증가했으며, 기업 구독 서비스와 맞춤형 교육 프로그램 확대로 매출 기여도가 높아졌다. B2G는 2022년 78억원에서 2024년 194억원으로 꾸준히 성장하였으며, K-디지털 트레이닝(KDT)과 기초역량훈련(KDC) 참여 확대가 주요 요인이다. 글로벌은 일본에서의 실적 성장을 중심으로 2022년 104억원 수준에서 2024년 151억원으로 성장하였다.

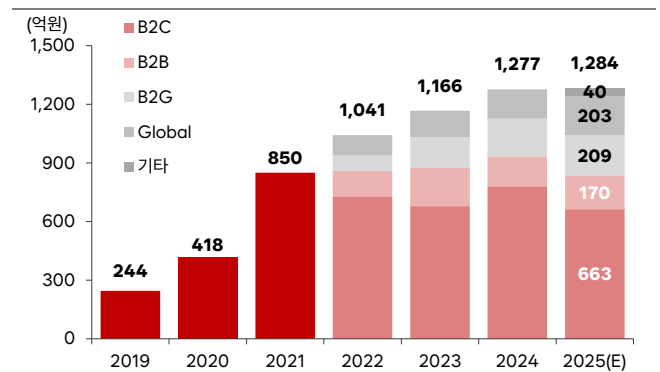
수익성 측면에서는 2021년 영업손실 111억원(OPM -13.1%)에서 2022년 영업손실 103억원(OPM -9.9%)으로 적자가 축소되었고, 2023년에는 영업이익 11억원(OPM 1.0%)을 기록하며 흑자 전환에 성공하였다. 이는 매출 증가에 따른 레버리지 효과와 함께 전년도 주식보상비용 등 인건비성 비용 절감이 영향을 미쳤다. 다만 2024년에는 사업 확장에 따른 인력 총원으로 인한 인건비 상승과 대규모 브랜딩 캠페인 비용이 반영된 영향으로 적자전환하며, 영업손실 3억원(OPM -0.2%)을 기록하였다.

채널별 분기 매출액 추이



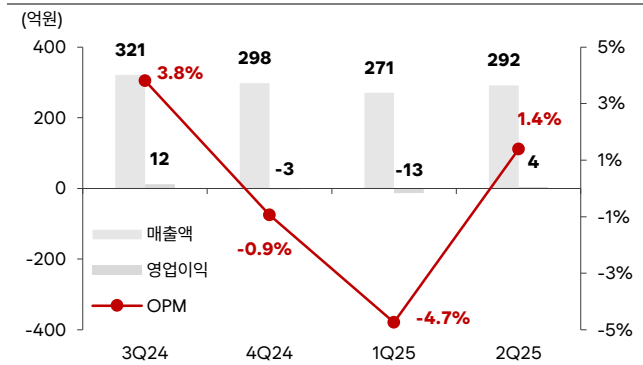
주) 채널별 분기 매출액은 2025년부터 공시
자료: 데이원컴퍼니, 한국IR협회의 기업리서치센터

채널별 연간 매출액 추이



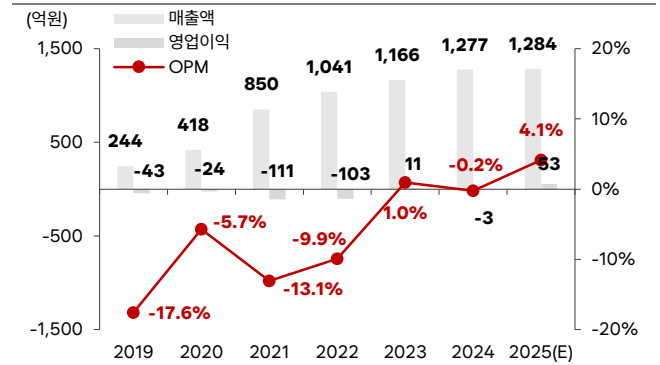
주) 채널별 연간 매출액은 2022년부터 공시
자료: 데이원컴퍼니, 한국IR협회의 기업리서치센터

분기별 영업실적 추이



자료: 데이원컴퍼니, 한국IR협회의 기업리서치센터

연간 영업실적 추이



자료: 데이원컴퍼니, 한국IR협회의 기업리서치센터

2025년 실적 전망

2025년,

영업이익 흑자전환 전망

데이원컴퍼니의 2025년 상반기 누적 실적은 매출액 563억원(-9.4%, yoy), 영업손실 9억원(적자축소, yoy)을 기록하였다. B2C 부문이 전년 동기 대비 감소하며 외형 성장세가 둔화되었으나, B2B·B2G 부문이 일정 수준의 성장을 시현하며 하반기 회복의 기반을 마련하였다. 다만 영업이익은 광고선전비 집행이 소폭 감소하였음에도 불구하고, 전년 동기 대비 사업 확장으로 인한 인건비 지출 확대에 적자가 지속되었다.

2025년 연간 실적은 매출액 1,284억원(+0.6%, yoy), 영업이익 53억원(흑자전환, yoy)이 전망된다. B2C 부문은 663억원으로 전년 대비 14.8% 감소하겠으나, 이 외 B2B +10.3%, B2G +7.7%, 글로벌 +34.1%의 성장율을 기록하며 전사 매출 성장을 견인할 것으로 전망하며 엔오에이 인수도 외형 확대에 기여할 것으로 예상된다. 영업이익률은 하반기 매출 확대에 의한 레버리지 효과와 마케팅비 및 제작비 효율화 영향으로 4.1%(+4.3%p, yoy)를 기록할 것으로 예상된다.

분기 실적 Table

(단위: 억원)

	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25
매출액	321	298	271	292
B2C			174	159
B2B		미공시	22	36
B2G			36	48
Global			39	49
영업이익	12	-3	-13	4
OPM	3.8%	-0.9%	-4.7%	1.4%

자료: 데이원컴퍼니, 한국IR협회의 기업리서치센터

연도별 실적 Table

(단위: 억원)

	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025(E)
매출액	244	418	850	1,041	1,166	1,277	1,284
B2C			174	727	677	778	663
B2B			22	132	198	154	170
B2G		미공시	36	78	155	194	209
Global			39	104	135	151	203
기타				엔오에이 인수 전			40
영업이익	-43	-24	-111	-103	11	-3	53
OPM	-17.6%	-5.7%	-13.1%	-9.9%	1.0%	-0.2%	4.1%

자료: 데이원컴퍼니, 한국IR협회의 기업리서치센터

Valuation

1 Historical Valuation 비교

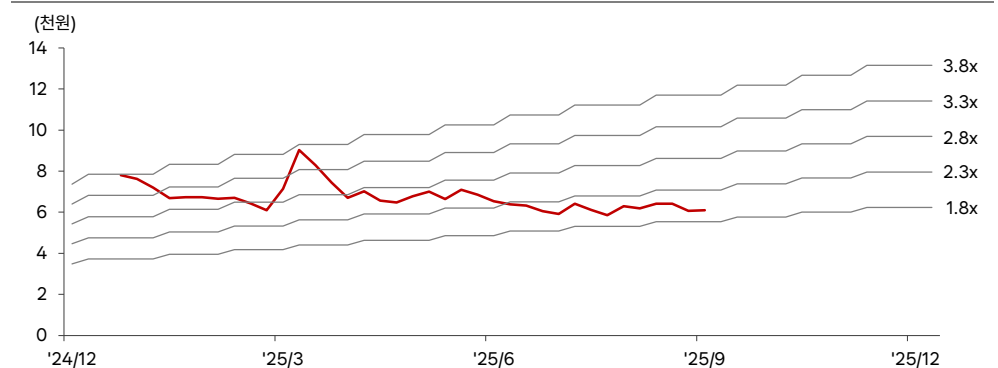
과거 밸류에이션 Band 하단에 위치한 현재 주가 수준

데이원컴퍼니의 주가는 2025년 1월 24일 상장 이후, PBR band 1.8x ~ 3.8x 수준에서 형성되었다. 2025년 추정 실적 기준, 현재 동사 주가의 밸류에이션 수준은 PBR 1.8x로 과거 밸류에이션 Band 하단에 위치하고 있다. 다만, 동사 과거 주가의 시계열이 1년 이하로 짧은 점은 투자 판단 시 유념해야 할 사항이다.

상장일 공모가는 13,000원이었으며, 당시 공모 주식 지분율 10.0% 외 상장 전 기존 투자자 지분율 22.4%가 상장일 오버행 부담으로 작용하였다. 그 결과 상장일 시초가는 공모가 대비 17.2% 하락한 10,760원에서 형성되었고, 증가는 7,800원으로 마감하며 공모가 대비 40.0% 하락하였다. 이후 3월 말에는 미국 관세 정책 불확실성과 공모도 재개 영향으로 코스닥 시장 전반이 약세를 보이며 주가는 6,000원을 하회하였다. 4월에는 대선주자들의 AI 인력 양성 관련 수혜주로 주목받으며 주가가 10,000원 수준까지 반등하기도 하였으나 이후 기대치를 하회한 상반기 실적 영향으로 주가는 다시 6,000원대 수준으로 하락하였다. 이후 2025년 8월 국가대표 AI 5개팀(네이버클라우드, 업스테이지, SK텔레콤, NC AI, LG AI 연구원)에 동사가 참여한 업스테이지 컨소시엄이 선정되며 7,000원 수준까지 반등하기도 하였으나, 이후 기대감이 소멸되며 현재 주가는 6,000원 수준에서 형성되어 있다.

향후 주가 모멘텀은 두 가지 측면에서 기대된다. 첫째, 동사는 2025년을 기점으로 비용 구조 개선에 따른 안정적 흑자 기조에 진입하였다. 마케팅비 효율화와 제한적인 고정비 증가로 영업레버리지에 본격화되고 있어, 수익성 개선이 확인될 경우 밸류에이션 멀티플 상향 여지가 존재한다. 둘째, 단순 교육회사를 넘어 콘텐츠 기업으로의 외연 확장이 진행되고 있다. 인하우스 프로듀싱 기반 OSMU 구조에 더해, 2025년 6월 인수한 엔오에이를 통해 교육을 넘어 엔터테인먼트 콘텐츠 영역으로 진출하였다. 이는 IP 자산 축적과 글로벌 확장 가능성을 동반하는 새로운 성장 동력으로 평가된다. 결과적으로 안정적 실적 턴어라운드와 신성장 동력 결합은 동사 주가의 재평가를 이끌 핵심 요인으로 작용할 것으로 전망된다.

데이원컴퍼니 PBR Band



자료: 한국IR협회의 기업리서치센터

PEER 그룹 밸류에이션 비교

**동사의 사업 구조와 해외 확장
모멘텀을 감안하면, 참고기업 평균
대비 프리미엄 적용은 합리적**

국내 상장사 중 B2C, B2B, B2G 성인교육 온라인 플랫폼 사업을 모두 영위하는 기업은 데이원컴퍼니가 유일하여 직접적으로 비교 가능한 PEER 그룹은 존재하지 않는다. 다만, 참고기업으로 B2B 직무교육 기업인 멀티캠퍼스와 에듀테크 소프트웨어(학습관리) 및 교육 서비스 사업을 영위하는 유비온, 여학 교육에 강점이 있으며 온라인 교육과 어학시험 접수대행 등의 사업을 영위하는 YBM넷을 참고기업으로 선정했다.

2025년 2분기 TTM 실적 기준 참고기업의 평균 밸류에이션은 PBR 1.5x, PSR 0.7x 수준이다. 동사의 TTM 실적 기준 밸류에이션은 PBR 2.0x, PSR 0.7x로 상대적으로 프리미엄을 적용받고 있다. 이는 동사가 참고기업 대비 글로벌 부문에서 가시적인 성장성을 확보하였고, 중장기적으로 콘텐츠 기업으로의 확장성을 보유하고 있기 때문으로 판단된다.

참고기업 실적 Table

(단위: 원, 억원, 배, %)

		데이원컴퍼니	멀타캠퍼스	유비온	YBM 넷	평균
코드		A373160	A067280	A084440	A057030	
현재 추가 (09/30)		6,100	32,700	1,039	3,200	
시가총액		840	1,938	205	522	
매출액	2022	1,041	3,575	315	626	
	2023	1,166	3,586	318	605	
	2024	1,277	3,527	333	583	
	2025F	1,284	N/A	N/A	N/A	
영업이익	2022	-103	410	23	48	
	2023	11	403	4	51	
	2024	-3	389	-20	28	
	2025F	53	N/A	N/A	N/A	
영업이익률	2022	-9.9	11.5	7.5	7.6	
	2023	1.0	11.2	1.2	8.5	
	2024	-0.2	11.0	-6.1	4.8	
	2025F	4.1	N/A	N/A	N/A	
순이익	2022	-287	303	22	76	
	2023	-79	315	-5	51	
	2024	-16	311	-28	32	
	2025F	56	N/A	N/A	N/A	
EPS 성장률	2022	-12.3	48.5	36.3	199.5	
	2023	73.7	4.1	N/A	-33.6	
	2024	79.9	-1.4	-406.0	-37.4	
	2025F	409.8	N/A	N/A	N/A	
PER	2022	N/A	6.9	17.6	7.2	
	2023	N/A	6.4	N/A	15.5	
	2024	N/A	5.7	N/A	22.7	
	TTM	688.2	6.8	73.2	17.7	
	2025F	15.1	N/A	N/A	N/A	
PBR	2022	N/A	1.2	8.6	1.1	
	2023	N/A	1.0	3.6	1.5	
	2024	0.0	0.8	3.5	1.4	
	2Q25	2.1	0.9	2.7	1.0	1.5
	2025F	1.8	N/A	N/A	N/A	
ROE	2022	67.6	19.8	65.1	16.6	
	2023	13.2	17.4	N/A	10.0	
	2024	8.0	15.2	-36.4	6.1	
	TTM	0.3	13.4	3.7	5.7	7.6
	2025F	15.7	N/A	N/A	N/A	
PSR	2022	0.0	0.6	1.2	0.9	
	2023	0.0	0.6	1.0	1.3	
	2024	0.0	0.5	0.7	1.2	
	TTM	0.7	0.6	0.5	0.9	0.7
	2025F	0.7	N/A	N/A	N/A	

주1) 데이원컴퍼니의 미래전망치는 당사 전망치, 경쟁사의 미래전망치는 컨센서스 기준, 주2) 시가총액과 주가는 9월 30일 종가 기준, 주3) 유비온의 결산월은 9월
자료: Quantwise, 한국IR협회의 기업리서치센터

리스크 요인

단기적으로는

마케팅비 축소가 B2C 매출

둔화로 이어질 가능성도 존재

동사의 주요 리스크는 마케팅비 축소가 B2C 매출 둔화로 직결될 수 있다는 점이다. 2025년 마케팅비는 249억원으로 전년 대비 약 25% 감소할 전망이다, 이에 따라 B2C 매출은 663억원(-14.8% yoy)으로 줄어들 것으로 예상된다. 다만 ROAS(Return on ad spend)는 2022년 209%에서 2025년 266%로 상승할 전망이다. 이는 브랜드 인지도 강화에 따라 동일 비용 대비 매출 창출 효율성이 개선되고 있음을 의미하며, 단기적으로는 매출 둔화가 불가피하나 장기적으로는 매출 안정성과 이익률 개선으로 이어질 것으로 예상된다.

포괄손익계산서

(억원)	2021	2022	2023	2024	2025F
매출액	850	1,041	1,166	1,277	1,284
증가율(%)	103.1	22.5	12.0	9.5	0.6
매출원가	0	0	0	0	0
매출원가율(%)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
매출총이익	850	1,041	1,166	1,277	1,284
매출이익률(%)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
판매관리비	961	1,144	1,155	1,280	1,231
판매비율(%)	113.1	109.9	99.1	100.2	95.9
EBITDA	-68	-42	71	60	118
EBITDA 이익률(%)	-8.0	-4.1	6.1	4.7	9.2
증가율(%)	적지	적지	흑전	-15.4	95.8
영업이익	-111	-103	11	-3	53
영업이익률(%)	-13.1	-9.9	1.0	-0.2	4.1
증가율(%)	적지	적지	흑전	적전	흑전
영업외손익	-114	-183	-90	-13	3
금융수익	1	5	12	15	21
금융비용	108	188	104	28	19
기타영업외손익	-7	-1	2	0	1
총속/관계기업관련손익	0	0	0	0	0
세전계속사업이익	-225	-287	-79	-16	56
증가율(%)	적지	적지	적지	적지	흑전
법인세비용	-0	0	0	0	0
계속사업이익	-225	-287	-79	-16	56
중단사업이익	0	0	0	0	0
당기순이익	-225	-287	-79	-16	56
당기순이익률(%)	-26.4	-27.5	-6.8	-1.3	4.4
증가율(%)	적지	적지	적지	적지	흑전
지배주주지분 순이익	-225	-287	-79	-16	56

현금흐름표

(억원)	2021	2022	2023	2024	2025F
영업활동으로인한현금흐름	-81	-49	135	30	125
당기순이익	-225	-287	-79	-16	56
유형자산 상각비	43	61	59	60	40
무형자산 상각비	0	0	1	3	25
외환손익	0	0	0	0	3
운전자본의감소(증가)	-38	-25	50	-55	2
기타	139	202	104	38	-1
투자활동으로인한현금흐름	-7	-111	-98	25	-114
투자자산의 감소(증가)	0	0	0	0	-7
유형자산의 감소	0	0	0	0	0
유형자산의 증가(CAPEX)	-35	-4	-3	-4	-4
기타	28	-107	-95	29	-103
재무활동으로인한현금흐름	91	204	-48	-52	-591
차입금의 증가(감소)	0	0	0	0	-15
사채의증가(감소)	0	0	0	0	0
자본의 증가	0	0	0	0	-576
배당금	0	0	0	0	0
기타	91	204	-48	-52	0
기타현금흐름	-0	0	-0	2	760
현금의증가(감소)	2	44	-12	4	180
기초현금	44	47	91	79	83
기말현금	47	91	79	83	262

재무상태표

(억원)	2021	2022	2023	2024	2025F
유동자산	207	383	495	424	606
현금성자산	47	91	79	83	262
단기투자자산	38	145	231	183	185
매출채권	33	71	90	80	80
재고자산	12	10	13	12	12
기타유동자산	77	68	82	67	67
비유동자산	295	240	221	186	232
유형자산	259	201	174	122	85
무형자산	1	2	6	23	98
투자자산	36	37	41	41	48
기타비유동자산	-1	0	0	0	1
자산총계	502	623	716	610	837
유동부채	577	1,006	1,200	260	271
단기차입금	0	0	0	0	8
매입채무	10	4	9	6	3
기타유동부채	567	1,002	1,191	254	260
비유동부채	217	174	155	114	90
사채	0	0	0	0	0
장기차입금	0	0	0	0	2
기타비유동부채	217	174	155	114	88
부채총계	794	1,180	1,355	373	361
지배주주지분	-292	-556	-639	237	476
자본금	40	41	42	61	69
자본잉여금	14	29	40	919	335
자본조정 등	31	29	20	16	16
기타포괄이익누계액	-0	0	0	0	0
이익잉여금	-377	-655	-741	-759	56
자본총계	-292	-556	-639	237	476

주요투자지표

	2021	2022	2023	2024	2025F
P/E(배)	N/A	N/A	N/A	N/A	14.9
P/B(배)	N/A	N/A	N/A	N/A	1.8
P/S(배)	N/A	N/A	N/A	N/A	0.6
EV/EBITDA(배)	N/A	N/A	10.3	N/A	4.2
배당수익률(%)	N/A	N/A	N/A	N/A	0.0
EPS(원)	-2,231	-2,504	-659	-132	409
BPS(원)	-2,768	-4,682	-5,271	1,939	3,460
SPS(원)	8,438	9,093	9,710	10,480	9,403
DPS(원)	0	0	0	0	0
수익성(%)					
ROE	121.0	67.6	13.2	8.0	15.7
ROA	-61.1	-50.9	-11.8	-2.4	7.7
ROIC	-105.8	-51.5	8.0	-2.8	42.2
안정성(%)					
유동비율	35.9	38.1	41.3	163.3	223.7
부채비율	-272.0	-212.0	-212.1	157.8	75.9
순차입금비율	-175.4	-132.5	-115.1	-61.0	-71.4
이자보상배율	-6.4	-2.5	0.2	-0.2	11.6
활동성(%)					
총자산회전율	2.3	1.8	1.7	1.9	1.8
매출채권회전율	34.1	20.0	14.5	15.1	16.1
재고자산회전율	98.3	95.9	103.6	104.4	110.1

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
데이원컴퍼니	X	X	X

발간 History

발간일	제목
2025.10.02	데이원컴퍼니-비용 구조 개선으로 흑자전환 전망

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 '소중한탐방'과 2) 기업보고서 심층해설방송인 '가치한 리포트 가치보기'를 보실 수 있습니다.