



# 미디어업종 Weekly

미디어/통신 Analyst 김회재 hoijae.kim@daishin.com

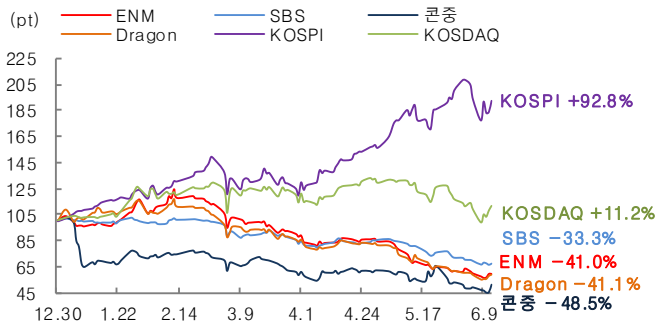
## 1. 주가 현황

구분	기업	25/12/30	06/05	06/12	연간상승	수익률	주간상승	수익률	주간 그래프
콘텐츠	콘텐츠리중앙 (036420)	9,700	4,795	4,995	▼ 4,705	▼ 48.5%	▲ 200	▲ 4.2%	
	스튜디오드래곤 (253450)	42,750	25,100	25,200	▼ 17,550	▼ 41.1%	▲ 100	▲ 0.4%	
	SBS (034120)	18,700	12,840	12,470	▼ 6,230	▼ 33.3%	▼ 370	▼ 2.9%	
	CJ ENM (035760)	64,600	38,300	38,100	▼ 26,500	▼ 41.0%	▼ 200	▼ 0.5%	
광고	제일기획 (030000)	21,000	18,290	20,450	▼ 550	▼ 2.6%	▲ 2,160	▲ 11.8%	
	이노션 (214320)	18,460	19,980	21,050	▲ 2,590	▲ 14.0%	▲ 1,070	▲ 5.4%	
유료방송	스카이라이프 (053210)	5,030	4,450	4,465	▼ 565	▼ 11.2%	▲ 15	▲ 0.3%	
	LG 헬로비전 (037560)	2,345	2,525	2,190	▼ 155	▼ 6.6%	▼ 335	▼ 13.3%	
영화	CJ CGV (079160)	5,950	4,490	4,505	▼ 1,445	▼ 24.3%	▲ 15	▲ 0.3%	
	콘텐츠리중앙 (036420)	9,700	4,795	4,995	▼ 4,705	▼ 48.5%	▲ 200	▲ 4.2%	
지수	KOSPI	4,214.2	8,160.6	8,123.6	▲ 3,909.5	▲ 92.8%	▼ 37.0	▼ 0.5%	
	KOSDAQ	925.5	1,002.4	1,029.1	▲ 103.6	▲ 11.2%	▲ 26.6	▲ 2.7%	

- 주가 코멘트: **월드컵 효과, 광고 상승**
- 주 후반 제일기획과 이노션 급등. 이번 월드컵은 기존 월드컵 대비 경기 수가 많아서 광고 슬롯은 약 2배 정도까지 상승 가능. 한국 팀의 성과도 중요하지만, 북미의 경우 대기업들의 중요한 시장이기 때문에 한국 팀의 성과와 무관하게 마케팅을 많이 할 것으로 전망
- 금요일 한국 팀이 첫 경기에서 승리하면서 콘텐츠리중앙이 +12.5% 급등하는 등 월드컵이 미디어 산업에 긍정적인 영향을 미치는 중
- 월드컵을 계기로 TV 광고가 저점에서 반등하면, 이미 높은 시총과 글로벌 인지도 등으로 좋은 성과를 보이고 있는 콘텐츠 기업들의 실적 개선이 더 빠르게 진행되고 주가도 반등할 것으로 전망

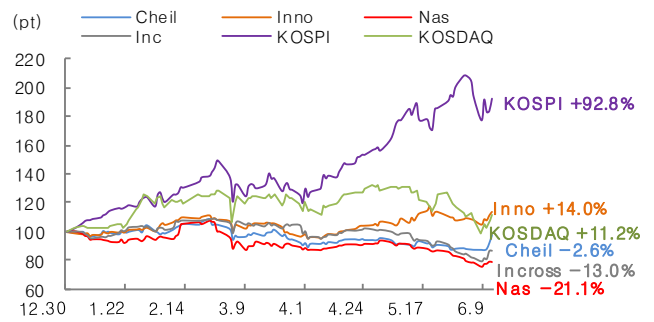
## 2. 주가 차트

콘텐츠, 25년 작품 수 회복 확인, 26년 추가 확대 전망



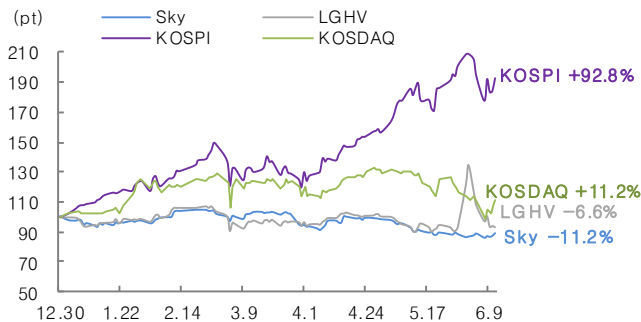
자료: FnGuide, 대신증권 Research Center

광고, 25년 대비 개선될 경기 전망



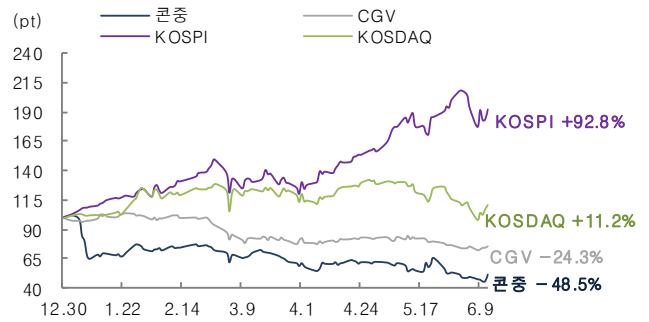
자료: FnGuide, 대신증권 Research Center

유료방송, 본업은 부진하지만, 신사업에서는 조금씩 나타나는 성과



자료: FnGuide, 대신증권 Research Center

영화, 1~2월은 잠시 쉬어가는 시즌



자료: FnGuide, 대신증권 Research Center

3. 주간 코멘트

IPTV 보안투자, 구독경제 분석, AI 미디어 협의회, NFLX 클럽 영상, 유럽 K엑스포 개최

**스카이라이프, LG헬로비전**

**IPTV 보안투자**

1. IPTV 3사가 개인정보와 결제정보 보호 강화를 위해 정보보호 투자 확대. 방송 플랫폼의 데이터 보안 중요성 증가와 개인정보 유출 위험 대응 목적
2. 24년 SK브로드밴드는 정보보호 분야에 281억원 투자로 업계 최대 규모 기록. 전체 IT 투자 대비 비중은 4.9% 수준으로 전년 대비 상승 추세
3. KT스카이라이프는 투자액 규모보다 투자 비용 측면에서 가장 높은 수준 기록. IT 투자 대비 정보보호 비중 8.8%. 전담인력 비율 역시 업계 최고 수준
4. LG헬로비전은 정보보호 투자액 30억원 규모 유지, 투자 비율은 3.2% 수준. 절대 투자액은 증가했지만 IT 투자 대비 비중은 3사 가운데 최저 수준
5. 3사 모두 전년 대비 정보보호 투자 비용 확대 공통 흐름. 정보보호 전담인력 규모와 운영 역량 강화 노력도 함께 진행
6. 다만 투자 규모 확대만으로는 보안 리스크 해소 보장 어려운 환경. 최근 OTT 개인정보 유출 사례처럼 접근권한 관리와 이상징후 탐지, 암호화와 협력사 관리 등 운영 체계 전반 고도화 중요성 부각

**공쟁적**

- 통신사에 이어서 쿠팡과 티빙 등 다양한 서비스에서 해킹 사고가 지속적으로 발생 중. 사고 수습 및 고객 보상 등에 대한 비용과 시간 및 소비자 신뢰 저하 등을 감안하면, 선제적으로 보안 관련 투자를 확대하는 것이 바람직하다고 판단

**산업**

**구독경제 분석**

1. 오픈서베이 '구독 경제 트렌드 리포트 2026' 기준 유료 구독 이용자 다수는 비용 부담 상황에서도 해지보다 서비스 구성과 지출 규모 조정 중심 대응 패턴 확인. 별도 예산 없이 필요한 서비스만 선택하는 비중 56%, 예산 범위 내 관리 응답 28%
2. 구독비 절감 방식으로 계정 공유 37%가 가장 높은 비중 기록, 일시정지 27%와 시즈슨 구독 후 해지 25%도 주요 선택지로 분포. 광고형 요금제 전환 23%, 연간 결제 전환 19%, 구독 관리 앱 활용 13% 등 비용 최적화 수단 확대 흐름
3. 20대와 30대 이용자는 계정 공유와 일시정지, 특정 콘텐츠 중심 구독 전략 활용 비중이 상대적으로 높은 특성 확인. 광고형 요금제 전환과 해외 계정 활용 경험 역시 젊은 층 중심 분포, 50대는 별도 절감 시도 부재 응답 비중 우세
4. 구독료 부담 인식 이용자 역시 즉시 해지보다 일시정지와 광고형 전환, 단기 이용 후 해지 등 단계적 비용 절감 행동 우선 선택 경향. 비싸지만 유지 의향 보유 집단에서는 계정 공유와 연간 결제 전환 비율 상대적 우위
5. OTT 이용 지속 배경은 대체 서비스 부족과 콘텐츠 경쟁력 중심 구성, 소핑 멤버십은 할인과 포인트 등 실질 혜택 중심 유지. 음악 스트리밍은 이용 기록 축적과 전환 부담 영향 확대, 카테고리별 유지 요인 차별화 양상
6. 브랜드별 유지 의향은 넷플릭스와 유튜브 프리미엄이 우세, 쿠팡플레이와 디즈니플러스는 해지 의향이 우위. 구독 시장은 신규 가입 확대보다 제한된 월 예산 내 최대 효용임을 확인. 기존 OTT사업자의 대체 불가능성이 부각

**중립적**

- 글로벌 OTT로 대변되는 구독 서비스는 가파르게 성장. 반면, 규제는 아직 미흡한 단계
- OTT에게도 레거시 미팅에 준하는 규제가 적용되어야 할 것

**산업**

**AI 미디어 협의회**

1. 과기정통부와 방송미디어통신위원회가 정책협의회를 출범시키고 AI-미디어·디지털 플랫폼 분야 공동 대응 체계 구축 착수. 산업 혁신과 이용자 보호를 동시에 추진하는 범정부 협력 구조
2. 양 기관은 AI 분야에서 국가대표 AI 모델 경쟁력 강화를 위한 데이터 공유 협력 확대 방안 논의. 방미통위 모니터링 데이터와 방송영상 AI 학습용 데이터 활용을 통해 독자 AI 파운데이션 모델 학습 자원 강화 계획
3. 방송 분야에서는 방송 AX 확산과 AI 활용 기반 제작 환경 조성에 공동 지원 방향 설정. AI 허브와 연계한 데이터 활용 확대를 통해 방송·미디어 산업의 AI 전환 가속화 목표
4. 미디어 산업 측면에서는 K-FAST 생태계 조성과 국내 OTT 경쟁력 강화를 위한 협력 체계 구축 합의. 글로벌 K-FAST 얼라이언스 참여 확대와 신규 사업 공동 발굴, 관련 행사 연계 강화 추진
5. 중장기적으로 미디어발전위원회 설치와 미디어 전략 수립 과정에서도 협력 확대 방침 확인. 미디어 정책 권한 분산 구조 속에서 부처 간 조정 기능 강화와 정책 일관성 확보 목적
6. 플랫폼과 AI 서비스 확산에 따른 이용자 보호 및 사이버 침해 대응 역시 주요 협력 의제 포함. 차관급 정책협의회 정례 운영과 실무협의회 수시 개최를 통해 현안 대응과 정책 공조 지속 추진 계획

**공쟁적**

- 미디어 산업에서의 AI는 VFX와 CG 등에 우선적으로 적용되면서 비용 절감 효과 발생
- 조금 더 발전하면 제작에도 활용하면서 비용의 추가 절감 및 새로운 형태의 콘텐츠 등장도 가능할 것으로 전망

**NFLX**

**NFLX 클럽 영상**

1. 넷플릭스가 7월부터 한국과 일본 시장에 세로형 숏폼 피드 '클럽 영상'을 도입하며 모바일 이용 경험 개편 추진 국면. 콘텐츠 탐색 효율과 체류시간 확대를 동시에 노리는 아시아태평양 시장 공략 전략
2. 클럽 영상은 시리즈와 영화, 라이브 콘텐츠, WWE, 팟캐스트 등 다양한 콘텐츠를 모바일 최적화 숏폼 형태로 제공. 이용자는 추천 피드를 통해 콘텐츠를 발견하고 찜하기와 공유, 본편 시청으로 자연스럽게 연결 가능 환경
3. 추천 시스템은 단순 AI 알고리즘을 넘어 인간 큐레이션 요소를 결합하는 방향. 한국 명절과 일본 골든위크, 인도 디왈리 등 지역 문화 이벤트를 반영한 맞춤형 콘텐츠 노출 전략
4. 넷플릭스는 콘텐츠 탐색 자체를 하나의 엔터테인먼트 경험으로 전환하는 데 초점 배치. 원작 도서 기반 영상 추천과 특정 장면·비하인드 중심 클럽 컬렉션 등 세분화된 발견 가능 확대
5. 게임 사업 역시 핵심 성장 축으로 제시되며 키즈 전용 플랫폼 '넷플릭스 놀이터' 강화 계획 공개. K콘텐츠 IP인 <케이팝 데몬 헌터스>를 활용한 리듬게임과 음악 제작형 미니게임 등 신규 콘텐츠 추가 예정
6. 전략 전환은 영상 시청 중심 서비스에서 콘텐츠 발견과 참여, 게임 플레이까지 아우르는 통합 엔터테인먼트 플랫폼 지향점. 숏폼 소비 확대와 인터랙티브 콘텐츠 수요 증가에 대응한 이용자 경험 확장 국면

**중립적**

- 숏폼에 대한 수요가 증가 이전에는 저작권 이슈와 기존 콘텐츠에 대한 이용 저하 등의 문제점 발생
- 숏폼이 기존 콘텐츠를 감상하는 선제 수요로 자리잡는 방향으로 발전하는 것이 가장 바람직

**산업**

**유럽 K엑스포 개최**

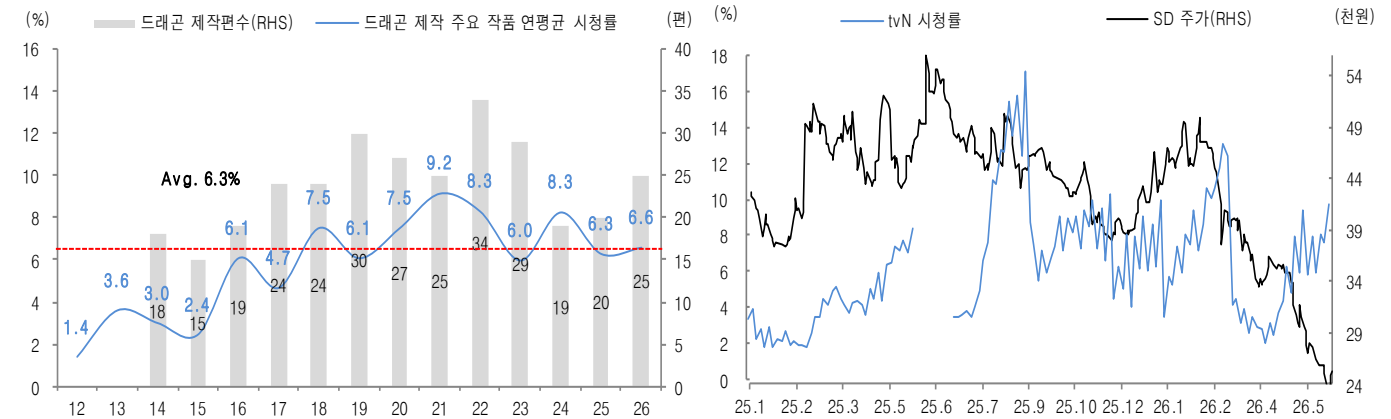
1. 문화체육관광부와 한국콘텐츠진흥원이 16일부터 19일까지 프랑스 파리에서 K-엑스포 프랑스 개최 예정. K-콘텐츠 유럽 진출 확대와 한·불 문화산업 협력 강화를 목표로 한 대형 해외 진출 행사
2. 행사는 전시와 공연, 체험 프로그램, 수출상담회로 구성. 미국 로스앤젤레스 행사 성과를 유럽 시장으로 확장하는 후속 프로젝트 성격
3. 올해 한·불 수교 140주년 계기와 맞물려 문화교류 의미 확대 국면. K-팝과 AI, XR, 뷰티, 푸드 등 다양한 산업을 아우르는 융합형 콘텐츠 플랫폼 역할
4. 전시 부문에는 국내 기업 60여 곳 참여 예정이며 K-IP와 K-테크, K-콘텐츠, K-뷰티, K-푸드 중심 체험 공간 구성. 넷플릭스 협업 사례와 AI 기반 콘텐츠, 최신 디지털 기술 활용 작품 공개 계획
5. 18일부터 19일까지 CJ ENM 등 국내 콘텐츠·AI·뷰티 기업 46개사와 유럽 미디어·유통 기업 100여 곳 간 수출상담회 진행 계획. 콘텐츠 제작과 유통, 사업 제휴 확대를 통한 유럽 시장 진출 기반 강화 목표

**공쟁적**

- 콘텐츠 판매는 단순히 콘텐츠 매출에만 국한되지 않고, 음악, 관광, 푸드, 뷰티 등 다양한 산업의 수출로도 이어지는 연결 고리

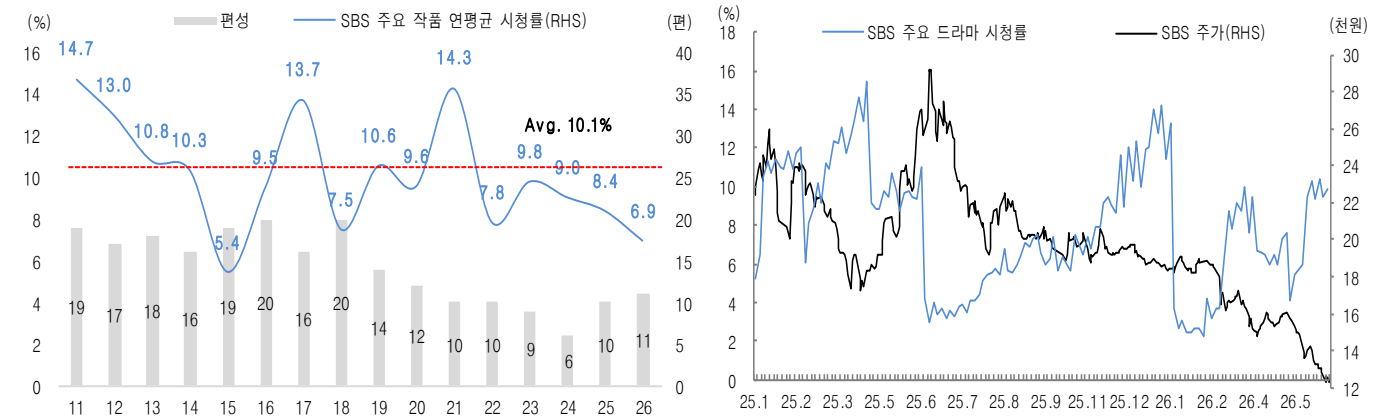
4. 주요 지표

스튜디오드래곤 제작 주요 작품 tvN 시청률, 주가 동향



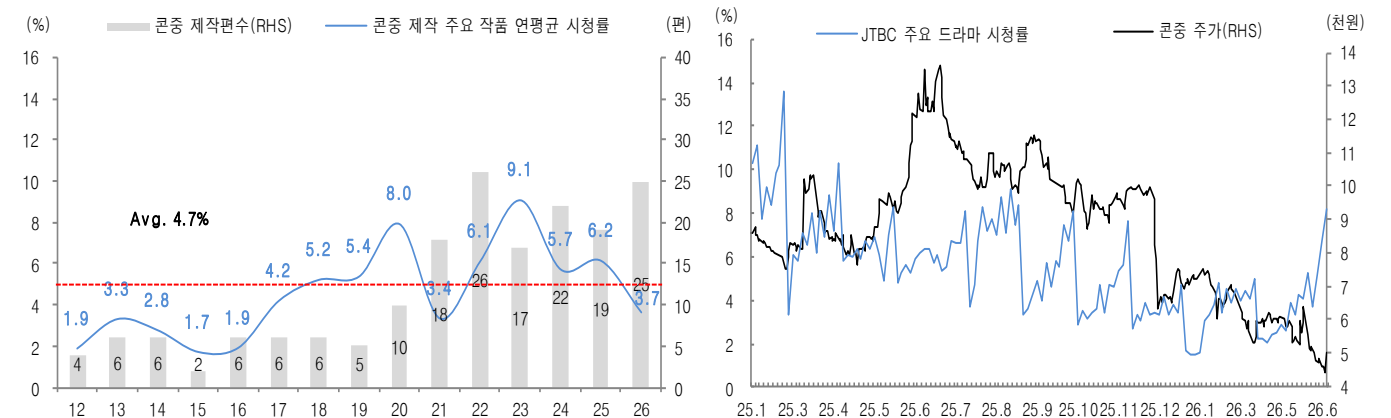
자료: AGB Nielsen, 추정은 대신증권 Research Center

SBS 주요 작품 시청률, 주가 동향



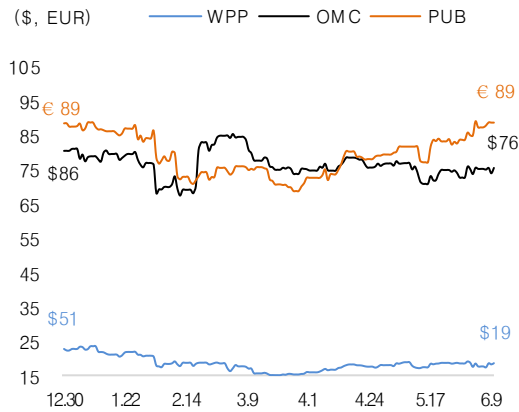
자료: AGB Nielsen, 추정은 대신증권 Research Center

콘텐츠리중앙 제작 주요 작품 JTBC 시청률, 주가 동향



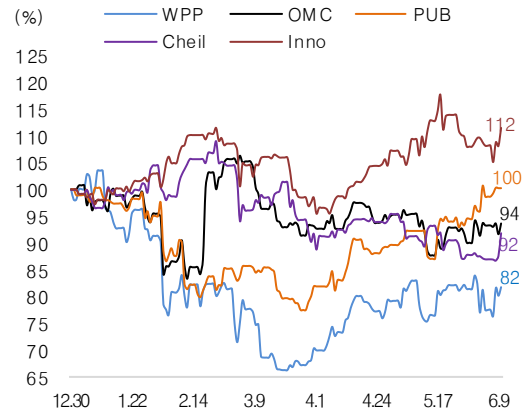
자료: AGB Nielsen, 추정은 대신증권 Research Center

Global Ad Agency 주가



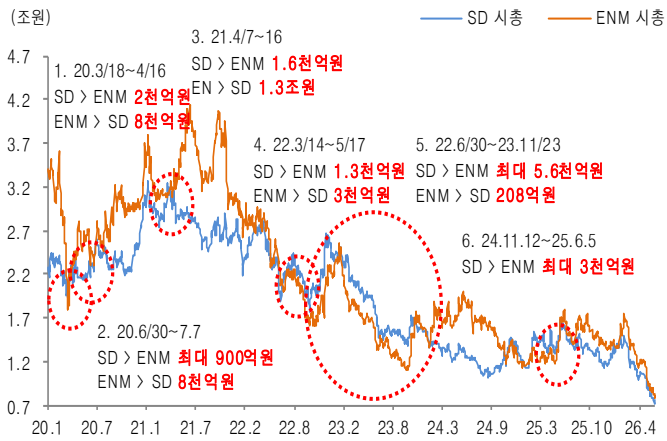
자료: yahoo finance, 대신증권 Research Center

Global Ad Agency 주가수익률

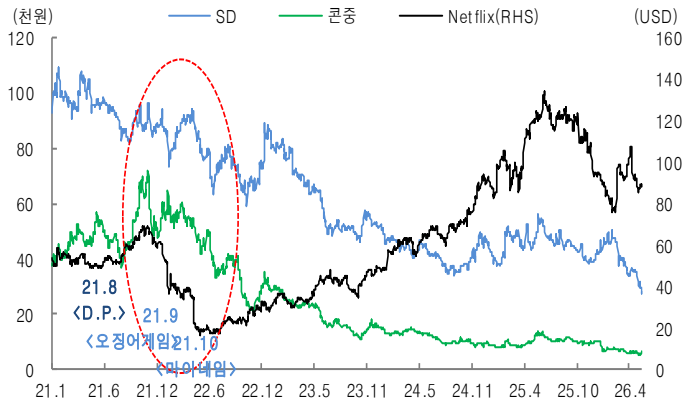


자료: yahoo finance, 대신증권 Research Center

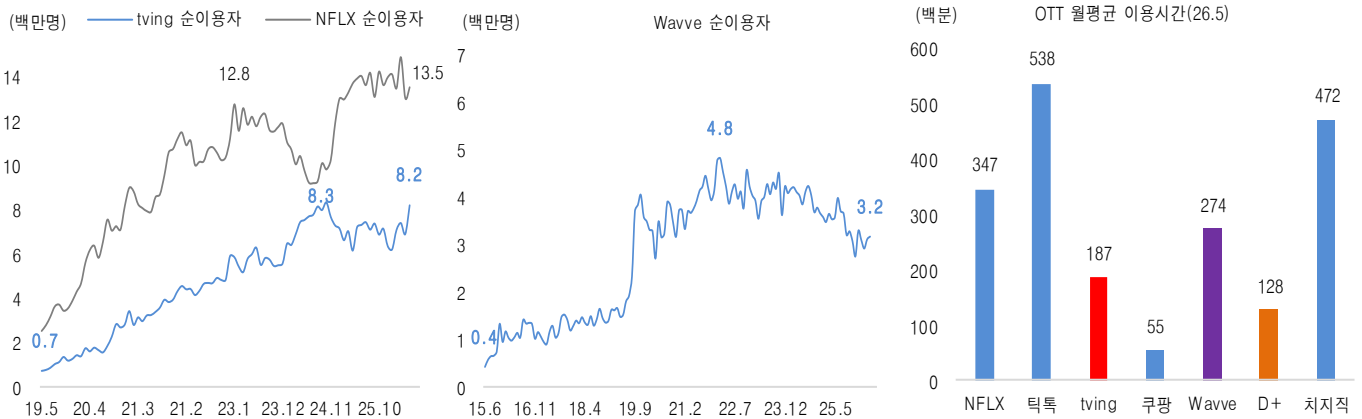
넷플릭스 주가 vs. 드래곤/쿠팡 주가



자료: FnGuide, 대신증권 Research Center

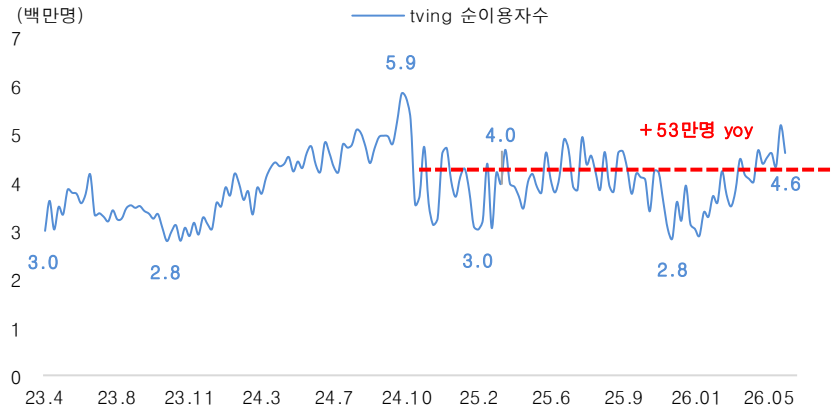


티빙, 넷플릭스, 웨이브 가입자 현황 및 월평균 이용시간(26.05월)



자료: 코리아앤플릭, 대신증권 Research Center

6/7주 기준 티빙 순이용자 463만명, -58만명 wow, +53만명 yoy. 24.10월 586만명 고점 대비 -123만명, 25.12월 285만명 저점 대비 +178만명



자료: 코리아앰클릭, 대신증권 Research Center

### 5. 주간 시청률

구분	작품명	방송사	드라마 시청률 현황: 1회 vs. 주간(6/5~6/11) 시청률	주간	누적
주말	사랑을 처방해 드립니다	KBS2		▲ 1.8	▲ 0.7
	오십프로	MBC		▲ 1.6	▲ 0.8
	파친코	tvN		▲ 1.6	▲ 5.3
	신입사원 강희장	JTBC		▲ 5.2	▲ 1.5
	멋진 신세계	SBS		▲ 0.1	▲ 6.3
월화	취사병 전설이 되다	tvN	▼ 0.3	▲ 1.2	
	닥터 셉보이	ENA	▲ 5.0	▲ 1.0	
수목	심우면 연리리	KBS2	▼ 0.2	▼ 0.3	

자료: AGB Nielsen, 대신증권 Research Center

### 6. 방영예정 드라마

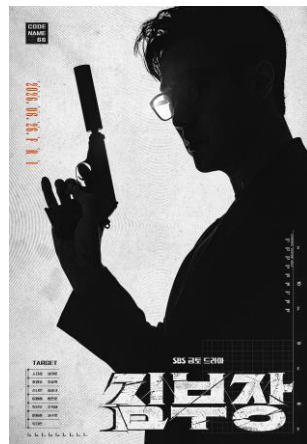
NFLX <참교육> 6/5. 드래곤 제작



tvN <내일도 출근!> 6/22



SBS <김부장> 6/26



NFLX <맨 끝줄 소년> 6/26. 드래곤



자료: 네이버, 대신증권 Research Center

7. 개봉예정 영화

<디스클로저 데이> 6/10



자료: 네이버, 대신증권 Research Center

<현상수배> 6/10



<납치 48시간> 6/17

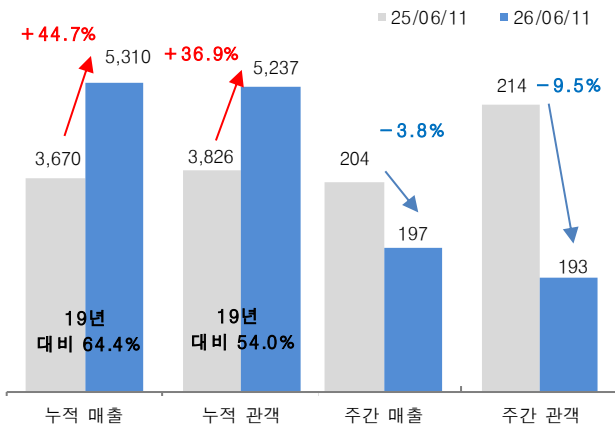


<토이 스토리5> 6/17



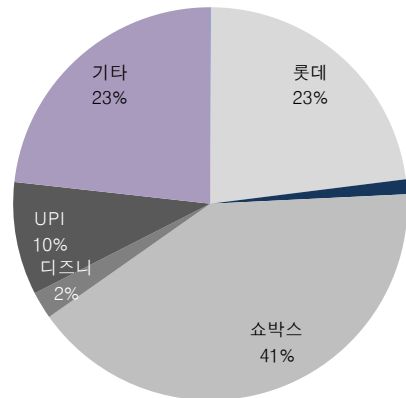
8. 주간 박스오피스 현황

<군체> 500만. Lead Time 11개월. 신작의 중요성



자료: KOFIC, 대신증권 Research Center

국내 영화시장 배급사별 주간 M/S

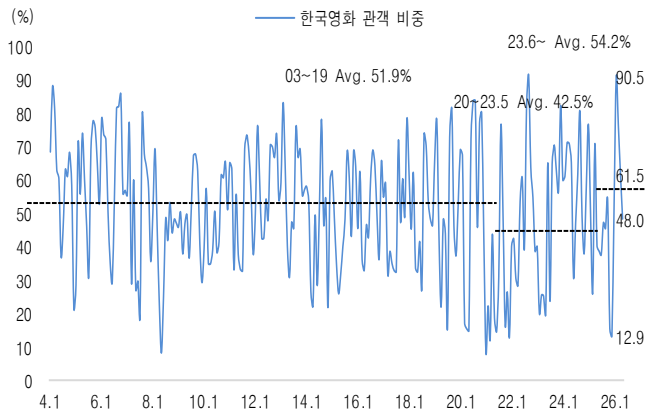


자료: KOFIC, 대신증권 Research Center

영화명	배급사	주간(6/5~6/11) 흥행 영화 관객수	주간매출	누적 매출
<b>군체</b>	<b>(주)쇼박스</b>		<b>80</b>	<b>519</b>
와일드 씽	롯데컬처웍스	8	43	64
백룸	바이포엠 스튜디오	4	28	92
마이클	유니버설픽처스	7	9	172
디스클로저 데이	유니버설픽처스	1	9	9

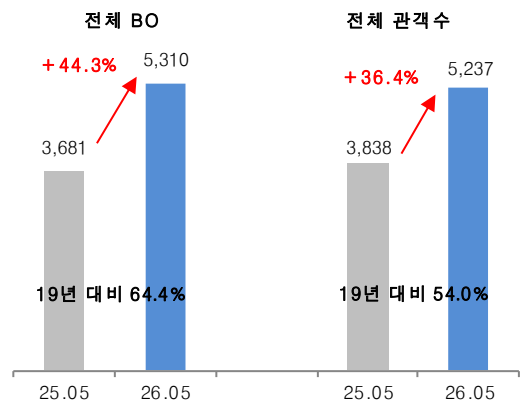
자료: KOFIC, 대신증권 Research Center

한국영화 관객 비중. 26.5월. 48.0%



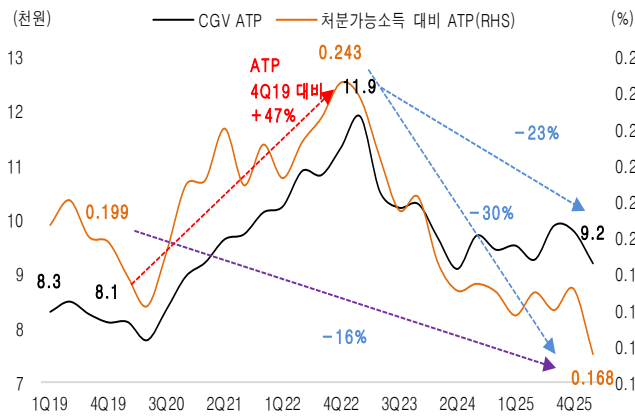
자료: KOFIC, 대신증권 Research Center

한국 영화 BO(6/11 누적 기준) 82.3% yoy, 19년 전체 BO의 64.4%



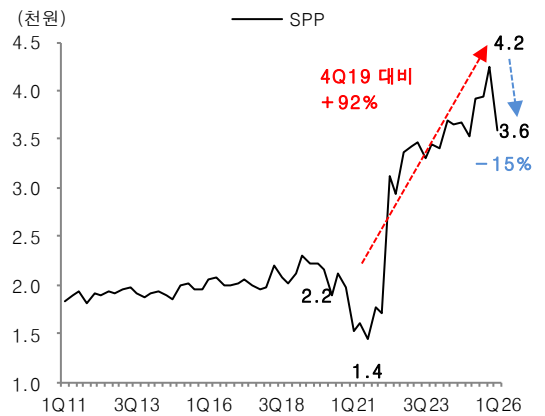
자료: KOFIC, 대신증권 Research Center

ATP 현황. 4Q19 대비 +47% 상승 후 -23% 하락. 소득 대비 ATP는 하락



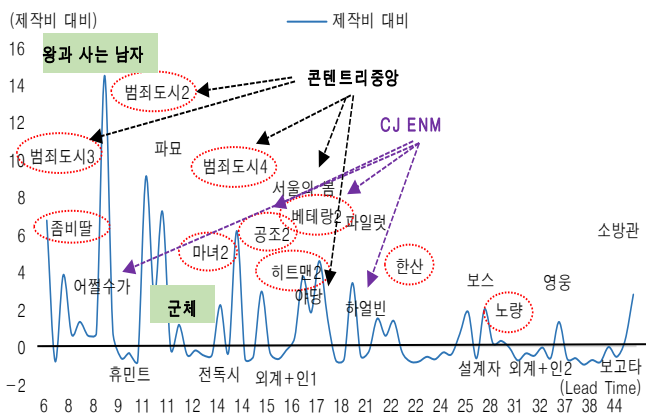
자료: CJ CGV, 통계청, 대신증권 Research Center

SPP. 4Q19 대비 +92% 상승 후 -15% 하락



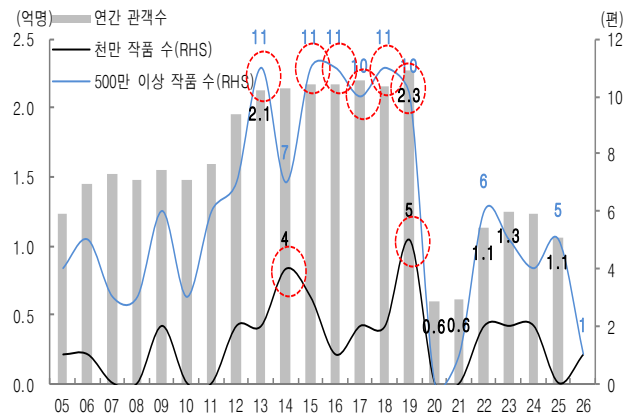
자료: CJ CGV, 대신증권 Research Center

Lead Time이 짧을수록 흥행에 성공. <왕사남> 8개월, <군체> 11개월



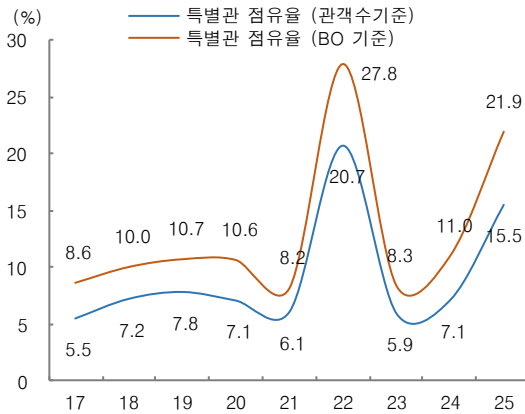
자료: KOFIC, 언론보도인용, 대신증권 Research Center

500만 이상의 흥박 영화가 중요. 25년 5편



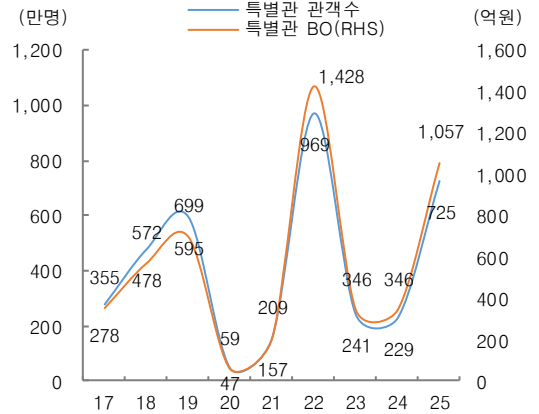
자료: KOFIC, 추정은 대신증권 Research Center

특별관 이용 증가. 22, 25년 <아바타> 효과



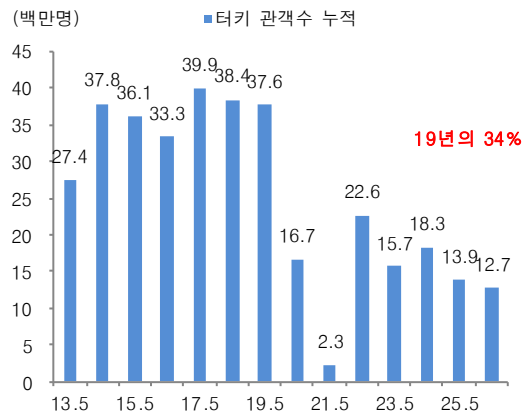
자료: KOFIC, 언론보도인용, 대신증권 Research Center

특별관 이용 증가. 22, 25년 <아바타> 효과



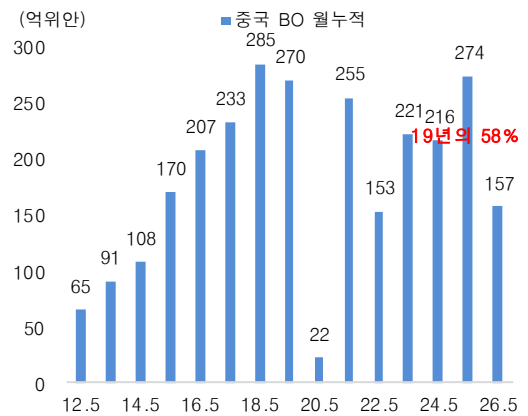
자료: KOFIC, 추정은 대신증권 Research Center

터키 영화시장. 26.5월 관객수, 19년의 34%



자료: KOFIC, 대신증권 Research Center

중국 영화시장. 26.5월 BO, 19년의 58%



자료: endata, 대신증권 Research Center

[Compliance Notice]

금융투자업규정 4-20조 1항5호사목에 따라 작성일 현재 사전고지와 관련한 사항이 없으며, 당사의 금융투자분석사는 자료작성일 현재 본 자료에 관련하여 재산적 이해관계가 없습니다. 당사는 동 자료에 언급된 종목과 계열회사의 관계가 없으며 당사의 금융투자분석사는 본 자료의 작성과 관련하여 외부 부당한 압력이나 간섭을 받지 않고 본인의 의견을 정확하게 반영하였습니다.

(담당자: 김희재)

본 자료는 투자자들의 투자판단에 참고가 되는 정보제공을 목적으로 배포되는 자료입니다. 본 자료에 수록된 내용은 당사 Research Center의 추정치로서 오차가 발생할 수 있으며 정확성이나 완벽성은 보장하지 않습니다. 본 자료를 이용하시는 분은 동 자료와 관련한 투자의 최종 결정은 자신의 판단으로 하시기를 바랍니다.