

CJ ENM
EARNINGS CONFERENCE

3Q26 실적발표회

2026 . 11 . 5 .

CJ ENM

유의사항

CJ ENM의 주 재무제표는 한국채택국제회계기준(K-IFRS)에 따른 연결기준 재무제표입니다. 본 자료에서 설명하는 사업 부문별 실적 및 전년 동기 비교는 연결 재무제표 기준임을 참고해 주시기 바랍니다.

본 자료는 주주 및 투자가들의 이해를 위해 작성하고 제공되는 자료입니다. 그러나, 자료에 포함된 경영실적 및 재무 정보 등은 외부감사인의 감사가 완료되지 않은 상태에서 작성된 것입니다.

자료의 재무 정보는 현재 시점을 기준으로 작성했으며, 향후 외부감사인의 감사 결과에 따라 변경될 수 있음을 양지하시기 바랍니다. 따라서, 당사는 본 자료에 기술된 재무 정보의 완벽성을 보장하지 않으며, 이에 대한 법적 책임을 지지 않습니다.

CONTENTS

1. 주요 성과 및 사업 전략

2. CJ ENM

1. 3Q26 경영실적
2. 미디어플랫폼
3. Scripted : 영화드라마
4. 음악
5. 커머스

3. 스튜디오드래곤

4. APPENDIX

1. 요약 재무제표
2. 4Q26 주요 라인업

1-1. 주요 성과 및 사업 전략

“콘텐츠 · 플랫폼 경쟁력 강화 및 글로벌 사업 확장 기반 성장 동력 확보”

01 MEDIA PLATFORM
미디어플랫폼

통합 광고 경쟁력 강화, 해외 브랜드관 확대

- 티빙 광고 매출 성장 지속(3Q YoY +42.1%)
- TV광고 매출 YoY 감소세 완화, 협찬 매출 강화
- 8월 MBC Shahid 티빙 브랜드관 론칭(MENA 지역)

02 FILM & DRAMA
Scripted : 영화드라마

프리미엄 콘텐츠 제작 역량 입증

- 7월 Amazon PV 인도 콘텐츠 파트너십 체결
- TV〈East of Eden〉, 영화〈Animals〉 Netflix 각 부문 1위
- 〈로또 1등도 출근합니다〉 Disney+ JP 드라마 부문 1위



〈오싹한 연애〉



〈포핸즈〉



〈East of Eden〉



〈Animals〉

03 MUSIC
음악

Mega HIP · 글로벌 라이브 확대로 성장 기반 강화

- 〈ALD1〉 2연속 밀리언셀러(초동 114만장) 달성
- 〈INI〉 첫 도쿄돔 단독 공연(8.3만명), 〈JO1〉 북미투어 성료
- 〈KCON LA〉 역대 최대 관객(14.2만명, YoY +13.6%) 기록

04 COMMERCE
커머스

MLC 성장 지속, 크리에이터 커머스 생태계 구축

- MLC 취급고 성장 지속(YoY +104.1%)
- 앱 다운로드(YoY +10.6%), 앱 MAU(YoY +11.0%) 개선
- 온트너(ONTNER) 플랫폼 론칭(9/8)


〈ALD1〉



〈KCON LA〉



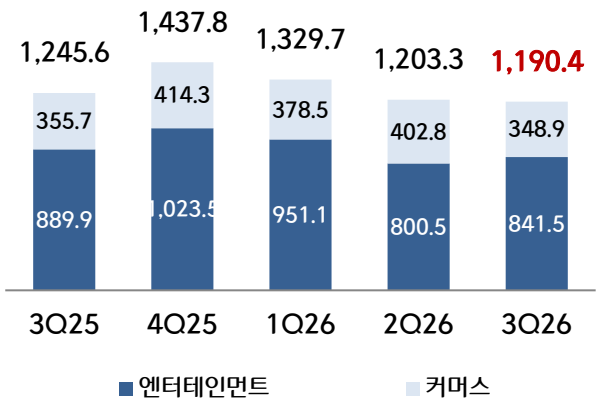
〈ONTNER〉


〈INI 도쿄돔 투어〉

"콘텐츠 경쟁력 기반 수익성 개선, 커머스 MLC 고객 지표 경쟁력 확대"

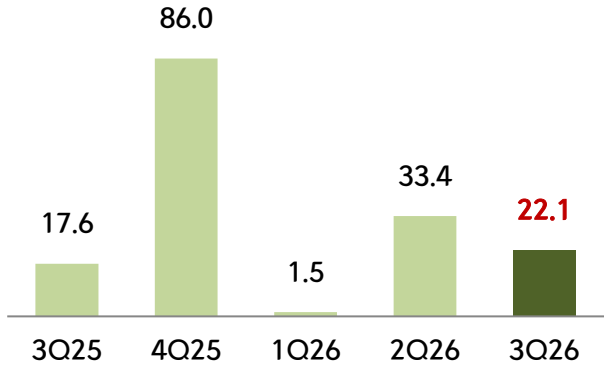
매출액

(단위: 십억원)



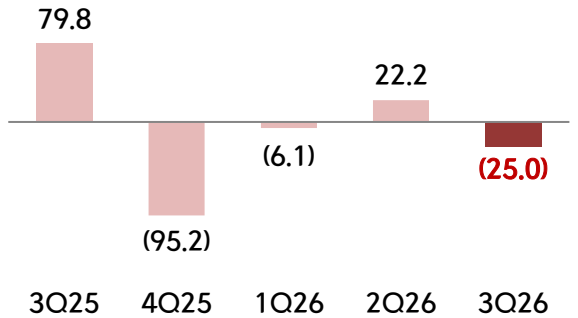
영업이익

(단위: 십억원)



당기순이익

(단위: 십억원)



[3Q26] 매출 1조 1,904억원 (YoY -4.4%), 영업이익 221억원 (YoY +25.5%) * 연결조정 12억원

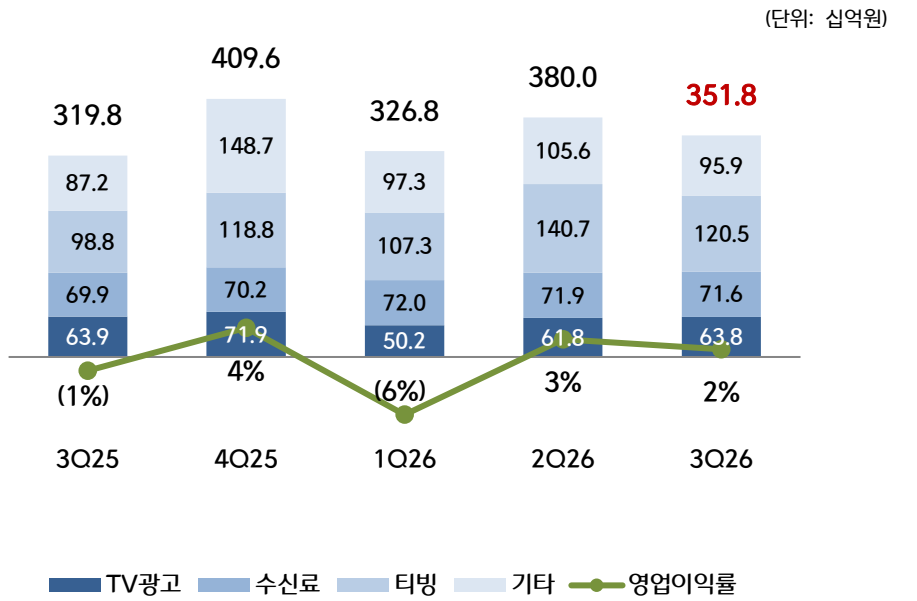
- **엔터** : 매출 8,415억원 (YoY -5.4%), 영업이익 142억원 (YoY +159.0%), 티빙 구독 · 광고매출 확대 및 플랫폼 · 채널 콘텐츠 공급 확대로 수익성 개선
- **커머스** : 매출 3,489억원 (YoY -1.9%), 영업이익 67억원 (YoY -46.8%), 비수기 및 투자 확대 따른 단기 수익성 약화 불구 MLC 성장 및 고객 지표 강화

[4Q26] 프리미엄 IP 경쟁력 기반 통합광고 및 해외 유통 확대, HIP 팬덤 확대 지속, 자체브랜드 기반 FW 시즌 커머스 성과 확대 목표

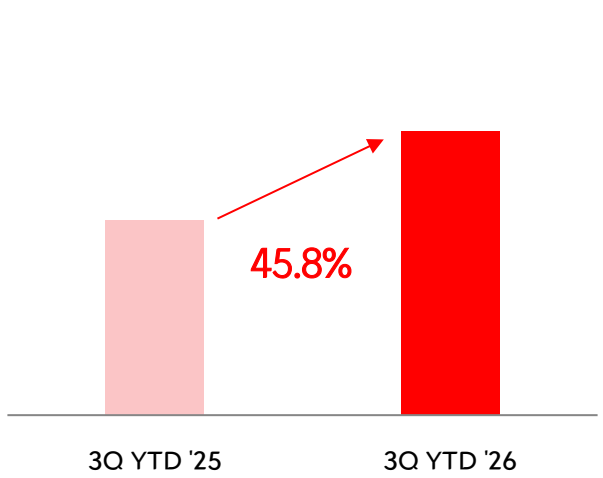
- **미디어플랫폼** : 광고상품 다각화 통한 티빙 및 채널 광고매출 극대화
- **음악** : HIP 성과 확대, 〈MAMA FAN FESTA〉 통한 팬덤 연계 가속화
- **Scripted** : 해외 로컬 판매 확대 및 영화 OTT 패키지 Deal 판매 강화
- **커머스** : 자체 패션 브랜드 중심 성수기 효과 극대화, 온트너 조기 안착

"방송광고 비수기 불구, 티빙 가입자 확대 및 광고 경쟁력 강화로 흑자전환 달성"

매출액 및 영업이익률



티빙 광고매출 YTD 성장률



[3Q26] 매출 3,518억원 (YoY +10.0%), OP 59억원 (YoY 흑자전환)

- 티빙 : KBO 경기 편성 감소 및 오리지널 라인업 공백 불구, 광고 매출 지속 확대 및 가입자 증가 따른 매출 성장 지속 (YoY +22.0%)
- 채널 : 방송광고 시장 계절적 비수기 불구, 주요 콘텐츠 시청 성과 호조 및 광고상품 다각화, 협찬 강화 효과로 광고매출 전년 수준 방어

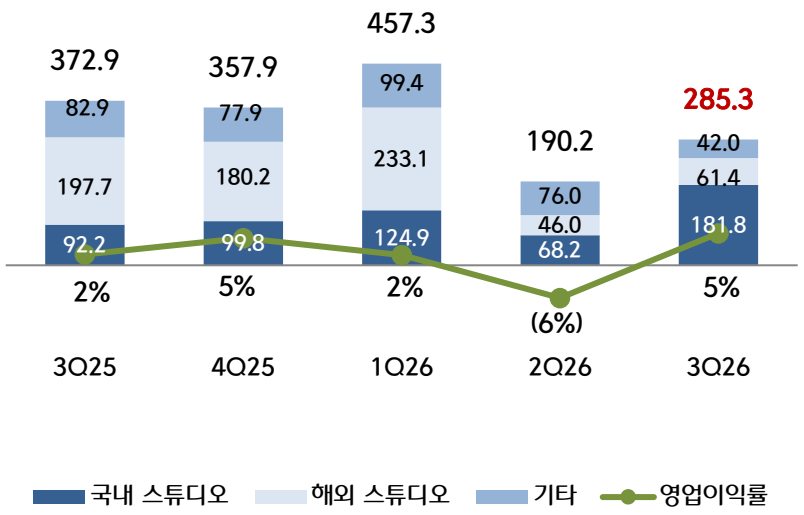
[4Q26] 티빙 광고사업 확대 및 채널 광고 세일즈 전략 고도화

- 티빙 : 오리지널 라인업 확대 및 KBO 포스트시즌 특화 광고 상품 · 협찬/가상광고 강화 통해 성수기 광고매출 성과 극대화 목표
- 채널 : 그룹 통합상품 플랫폼 〈캘박CJ〉 론칭, 핵심 IP 기반 상품 다각화 및 세일즈 전략 혁신, 'CJ DMP' 기반 데이터 타겟팅 고도화 추진

"프리미엄 콘텐츠 제작 역량 기반 글로벌 판매 확대로 성장 모멘텀 확보"

매출액 및 영업이익률

(단위: 십억원)



4Q26 주요 콘텐츠

〈100일의 거짓말〉



스튜디오드래곤
방영 : 10/10 ~ 11/29 (16회)
tvN
#김유정 #박진영
#시대극 #첩보물 #로맨스

〈나의 유죄인간〉



CJ ENM STUDIOS
방영 : 10/19 ~ 11/17 (12회)
tvN
#임시완 #설인아
#위장 잠입 로맨스

〈기프트〉



스튜디오드래곤
방영 : 12/5 ~ 1/10 (12회)
tvN
#김우빈 #서은수
#스포츠 #청춘 #초능력

〈대리수능〉



스튜디오드래곤
공개 : 11/23
#학원 #범죄 #스릴러
#티빙_오리지널

[3Q26] 매출 2,853억원 (YoY -23.5%), OP 155억원 (YoY +126.8%)

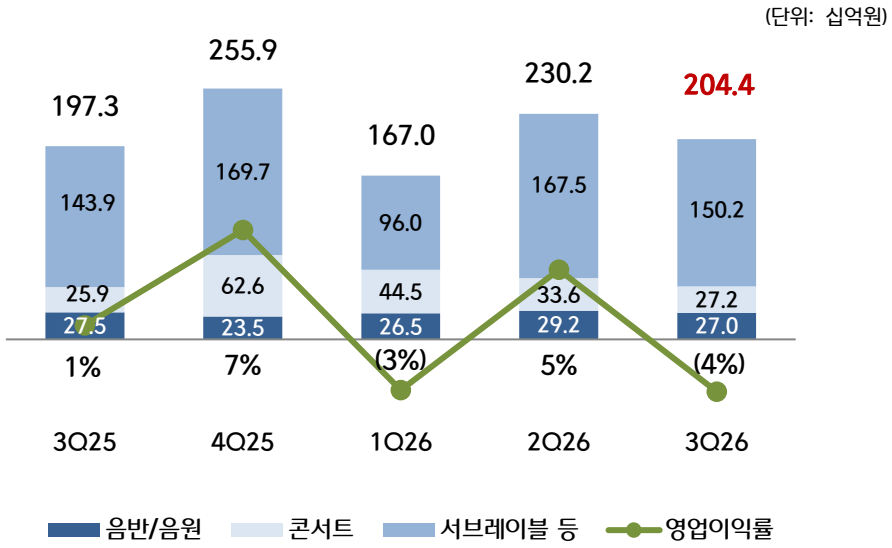
- 〈천천히 강렬하게〉 Netflix 오리지널 납품 및 〈포핸즈〉, 〈내일도 출근〉 등 글로벌 OTT 선판매 확대
- Amazon PV 인도와 콘텐츠 파트너십 체결 및 중동 MBC Shahid 티빙 브랜드관 론칭으로 신규 글로벌 시장 매출 반영

[4Q26] 프리미엄 IP 중심 파트너십 강화 및 글로벌 유통 확대

- 지역별 콘텐츠 유통 특화 전략 강화로 로컬 플랫폼 판매 매출 증대 및 유럽 등 신시장 볼륨딜 확대 추진
- FIFTH SEASON 영화, 다큐 공급 확대로 TV시리즈 공백 방어 및 운영 효율화를 통한 비용 절감

"LAPONE 중심 아티스트 성과 호조 반면, 전년 MCS 기저 및 투자 확대 부담"

매출액 및 영업이익률



4Q26 주요 글로벌 음악 콘텐츠

〈KO1KEYZ〉



일정 : 10/7
〈KO1KEYZ〉
#데뷔_싱글
#오리콘_주간_1위

〈2026 MAMA AWARDS & FAN FESTA〉



일정 : 11/9 ~ 11/21
장소 : 일본 오사카
#첫_팬참여형_페스티벌
#엠넷플러스_연계

〈JO1〉



일정 : 11/18
〈AAO〉
#11th_Single
#트리플_플래티넘_달성_목표

〈izna〉



일정 : 9/19 ~ 12/5
〈WHO DAT GIRL?〉 Asia Tour
#첫_단독_콘서트_투어
#아시아_6개_도시

[3Q26] 매출 2,044억원 (YoY +3.6%), OL 73억원 (YoY 적자전환)

- 〈INI〉·〈JO1〉 등 글로벌 투어 확대, 〈ALD1〉 더블 밀리언셀러 (114만장), 〈INI〉 (88만장) 등 HIP 성과 기반 외형 성장
- 전년 〈보이즈 2 플래닛〉 high-base 및 엠넷플러스 오리지널IP·신규 아티스트 비용 등 미래 성장 투자 확대에 따른 단기 수익성 둔화

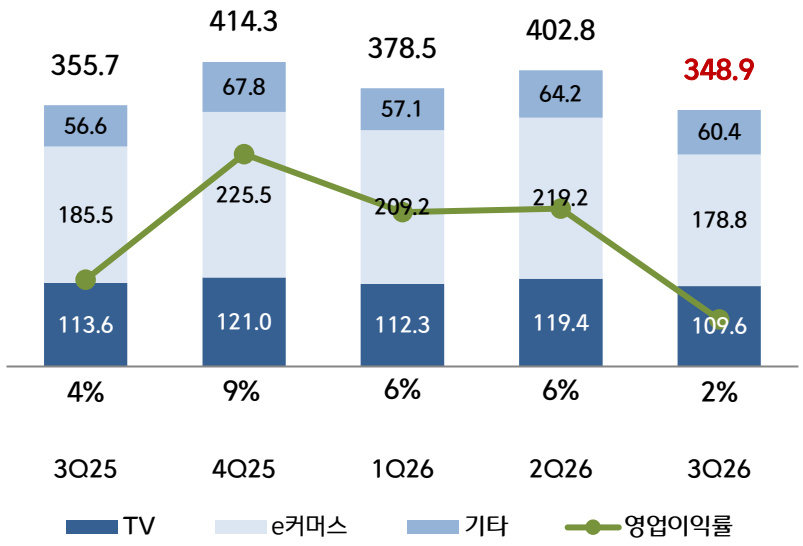
[4Q26] HIP 풀 확대 및 〈MAMA〉 팬덤 연계 강화로 수익성 회복

- 〈KO1KEYZ〉 데뷔, 〈MODYSSEY〉·〈JO1〉 등 음반 발매, 〈INI〉 오사카돔, 〈izna〉 아시아 투어 등 신규·기존 HIP 활동 확대
- 〈MAMA〉 및 팬 참여형 〈MAMA FAN FESTA〉 개최 통한 온·오프라인 팬 경험 고도화, 엠넷플러스 투표·스트리밍 연계 트래픽 및 수익성 확대

"비수기 및 전략적 투자 따른 수익성 부담 불구, 고객 기반 확장 통한 장기 경쟁력 강화 지속"

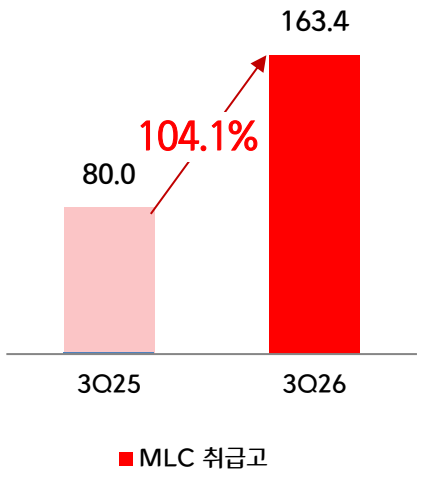
매출액 및 영업이익률

(단위: 십억원)



MLC 취급고 고성장 지속

(단위: 십억원)



〈4Q26 주요 행사 · 콘텐츠〉



〈CCFK 2026〉
#크리에이터커머스페스티벌
#콘텐츠수익화 #브랜드협업



〈ON키즈패스 · 뷰티패스〉
#카테고리특화멤버십 #반복구매
#고객혜택확대 #정기구독형



〈최화정쇼〉
#센스있는언니 #찐템큐레이터
#믿고사는최화정픽 #취향저격

[3Q26] 매출 3,489억원 (YoY -1.9%), OP 67억원 (YoY -46.8%)

- 취급고 성장 (YoY +5.8%) 불구, MLC 向 위탁 상품 비중 확대 따른 매출액 감소 및 전략적 투자 · 프로모션 비용 확대 따른 수익성 하락
- 온트너(ONTNER) 플랫폼 론칭 통해 크리에이터 · 브랜드 간 협업 체계 구축, 크리에이터 커머스 사업 규모화 기반 마련

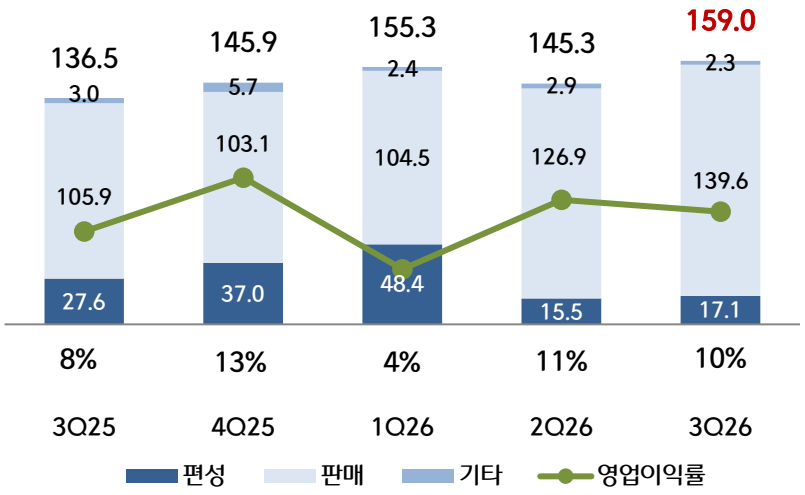
[4Q26] 성수기 적극 대응 통한 수익성 회복 및 온트너 고도화 추진

- 〈CCFK2026〉 통해 신규 크리에이터 확보 및 온트너 플랫폼 규모화, SNS 기반 외부 트래픽 유입과 구매 전환 확대 통해 외형 성장 가속화
- 〈컴온스타일〉, 〈온스타일 패션위크〉 등 대형 프로모션 및 PB/LB 중심 패션 F/W 신상품 론칭 통한 성수기 효과 극대화

"구조적 수익성 개선과 콘텐츠 경쟁력 강화로 성장 모멘텀 지속"

매출액 및 영업이익률

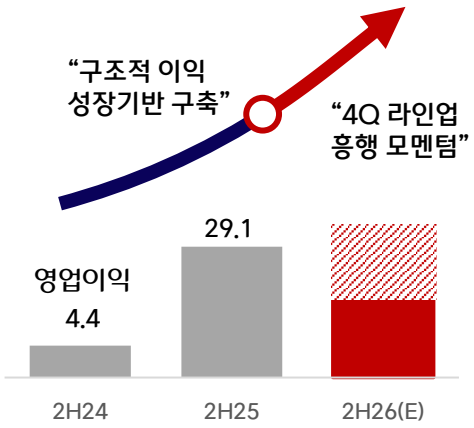
(단위: 십억원, %)



2026년 하반기 목표

〈이익 성장 모멘텀 강화〉

(단위: 십억원)



〈4Q26 주요 콘텐츠〉



tvN

〈100일의 거짓말〉



tvN

〈기프트〉



〈천천히 강렬하게〉



〈대리수능〉

[3Q26] 매출 1,590억원 (YoY +16.5%), OP 151억원 (YoY +44.4%)

- 콘텐츠 경쟁력 강화 통한 외형 성장 시현
  → 대작 중심 포트폴리오 개선 및 작품당 매출 규모 확대로 매출 증가
- 구조적 수익성 개선으로 OPM 9.5% 달성
  → 제작비 효율화 및 판매 효율 강화 등 이익 개선 지속

[4Q26] 콘텐츠 경쟁력 등 실적 개선 지속

- 콘텐츠 Quality 개선 및 비용 효율화로 구조적 성장기반 마련
  → 대작 라인업 · 선판매 확대 등 수익성 회복 흐름 지속
- 4Q26 경쟁력 높은 라인업 이어지며 성장 모멘텀 지속
  → 〈100일의 거짓말〉, 〈기프트〉, 〈천천히 강렬하게〉 등 Hit Ratio 상승 기대

APPENDIX-1-1. 요약 재무상태표

(백만원)	2Q26	3Q26	QoQ (%)
자산 총계	**8,873,074**	**8,467,038**	**(4.6)**
유동 자산	2,665,135	2,644,458	(0.8)
현금 및 현금성 자산	714,255	839,993	17.6
기타 유동 자산	1,950,880	1,804,466	(7.5)
비유동 자산	6,207,939	5,822,579	(6.2)
유형 자산	837,081	804,658	(3.9)
무형 자산	2,302,531	2,170,329	(5.7)
부채 총계	**5,359,460**	**5,223,903**	**(2.5)**
유동 부채	3,574,376	3,448,672	(3.5)
비유동 부채	1,785,084	1,775,231	(0.6)
자본 총계	**3,513,614**	**3,243,134**	**(7.7)**
납입 자본	211,725	211,725	-
이익잉여금	440,939	421,596	(4.4)
기타자본항목	2,219,576	2,031,870	(8.5)

(%)	2Q26	3Q26	QoQ
유동비율: 유동자산/유동부채	74.6	76.7	2.1%P
순차입금비율: 순차입금(순현금)/자본총계	50.3	55.2	4.9%P
현금비율: 총현금/유동부채	22.2	26.8	4.5%P

APPENDIX-1-2. 요약 손익계산서

(백만원)	3Q25	2Q26	3Q26	YOY (%)	QOQ (%)
매출액	**1,245,607**	**1,203,275**	**1,190,383**	**(4.4)**	**(1.1)**
미디어플랫폼	319,790	380,024	351,795	10.0	(7.4)
영화드라마	372,886	190,188	285,277	(23.5)	50.0
음악	197,256	230,240	204,430	3.6	(11.2)
커머스	355,675	402,823	348,880	(1.9)	(13.4)
비용총계	**1,228,036**	**1,169,828**	**1,168,330**	**(4.9)**	**(0.1)**
매출원가	849,580	758,733	775,815	(8.7)	2.3
판매비와관리비	378,456	411,095	392,515	3.7	(4.5)
영업이익	**17,571**	**33,447**	**22,053**	**25.5**	**(34.1)**
영업외손익	67,502	(13,517)	(50,288)	적자 전환	적자 지속
금융손익	(34,427)	(39,592)	(44,217)	적자 지속	적자 지속
관계기업투자손익	8,421	39,558	9,708	15.3	(75.5)
기타영업외손익	93,508	(13,483)	(15,779)	적자 전환	적자 지속
법인세차감전순이익	85,073	19,930	(28,235)	적자 전환	적자 전환
법인세비용	5,295	(2,318)	(3,214)	RETURN	RETURN
계속사업손익	79,778	22,248	(25,021)	적자 전환	적자 전환
중단사업손익	0	0	0	-	-
당기순이익	**79,778**	**22,248**	**(25,021)**	**적자 전환**	**적자 전환**

APPENDIX 2. 4Q26 주요 라인업

타이틀	출연진 · 공연장 · 채널/플랫폼	일정	구분
〈100일의 거짓말〉	김유정 · 박진영	10/10 – 11/29	드라마
〈나의 유죄인간〉	임시완 · 설인아	10/19 – 11/24	
〈내가 떨릴 수 있게〉	남지현 · 김재영	10/15 – 11/5	
〈뜨거운 안녕〉	강훈 · 이이담	11/11 – 12/17	
〈기프트〉	김우빈 · 서은수	12/5 – 1/10	
〈맛따라 길따라 대명이따라〉	김대명 · 박지환 · 공명	10/23 ~	예능/스포츠
〈무쇠소녀단3〉	금새록 · 설인아 · 한지현 · 연우	11/26 – 2/11	
〈보검 매직컬2〉	박보검 · 이상이 · 고경표	11/29 – 1/31	
〈언더커버셰프: 멀리서 찾아온 벗〉	샘 킴 · 정지선 · 권성준	10/29 – 11/19	
〈2026-2027 KBL〉	TVING	10/3 개막	
〈2026 KBO 포스트 시즌〉	TVING	10/26 – 11/10	
〈실낙원〉	김현주 · 배현성	10/21 개봉	영화/공연
〈광화문 연가〉	디큐브 링크아트센터	9/6 – 11/15	
〈2026 MAMA FAN FESTA〉	일본 오사카 · 엠넷플러스	11/9 – 11/21	음악
〈2026 MAMA AWARDS〉	오사카 교세라 돔	11/20 – 11/21	
데뷔 싱글 〈KO1KEYZ〉	KO1KEYZ	10/7	
미니 1집 〈2. Multitude: How We Bloom〉	MODYSSEY	10/12	
싱글 11집 〈AAO〉	JO1	11/18	
싱글 5집 〈Rock & Roll Pretty〉	ME:I	12/2	

감사합니다.