

The Future of Education : Contents, AI, and Global

한국을 넘어 글로벌 시장을 공략하는 교육의 미래를 데이원컴퍼니가 만들어나갑니다

DAY 1 COMPANY

Disclaimer

본 자료는 제안된 IPO공모와 관련하여 기관투자자들을 대상으로 실시되는 Presentation에서의 정보 제공을 목적으로 **데이원컴퍼니**(이하 "회사")에 의해 작성되었습니다.

본 자료에 포함된 "예측정보"는 개별 확인 절차를 거치지 않은 정보들입니다. 이는 과거가 아닌 미래의 사건과 관계된 사항으로 회사의 향후 예상되는 경영현황 및 재무실적을 의미하고, 표현상으로는 '예상', '전망', '계획', '기대', '(E)' 등과 같은 단어를 포함합니다.

위 "예측정보"는 향후 경영환경의 변화 등에 따라 영향을 받으며, 본질적으로 불확실성을 내포하고 있는 바, 이러한 불확실성으로 인하여 실제 미래 실적은 "예측정보"에 기재되거나 암시된 내용과 중대한 차이가 발생할 수 있습니다.

또한, 향후 전망은 Presentation 실시일 현재를 기준으로 작성된 것이며, 현재 시장상황과 회사의 경영방향 등을 고려한 것으로, 향후 시장환경의 변화와 전략수정 등에 따라 별도의 고지 없이 변경될 수 있음을 양지하시기 바랍니다.

본 자료의 활용과 관련하여 발생하는 손실에 대하여 회사 및 회사의 임직원들은 과실 및 기타의 경우를 포함하여 그 어떠한 책임도 부담하지 않음을 알려드립니다.

본 문서는 주식의 모집 또는 매출, 매매 및 청약을 위한 권유를 구성하지 아니하며 문서의 그 어느 부분도 관련 계약 및 약정 또는 투자 결정을 위한 기초 또는 근거가 될 수 없음을 알려드립니다. 주식 매입과 관련된 모든 투자 결정은 오직 금융감독원에 제출한 증권신고서 또는 투자설명서를 통해 제공되는 정보만을 바탕으로 내려져야 할 것입니다.

본 자료는 비영리 목적으로 내용 변경 없이 사용이 가능하고(단, 출처표시 필수), 회사의 사전 승인 없이 내용이 변경된 자료의 무단배포 및 복제는 법적인 제재를 받을 수 있음을 유념해 주시기 바랍니다.



The Future of Education : Contents, AI, and Global

D1

TABLE OF CONTENTS

-
- Chapter 01 **OPPORTUNITY**
향후 10년, 우리 앞에 놓인 예정된 미래
-
- Chapter 02 **COMPANY**
데이원 비즈니스의 본질: '교육'이 아닌 교육 '컨텐츠'
-
- Chapter 03 **PERFORMANCE**
시장의 개척자이자 1위 사업자
-
- Chapter 04 **FUTURE**
본질에 집중하며, 매출과 이익 두마리 토끼를 동시에
-
- Chapter 05 **INVESTMENT HIGHLIGHT**
데이원컴퍼니 = AI & Global
-

DAY1 COMPANY

DAY1 COMPANY



OPPORTUNITY

향후 10년,
우리 앞에 놓인 예정된 미래

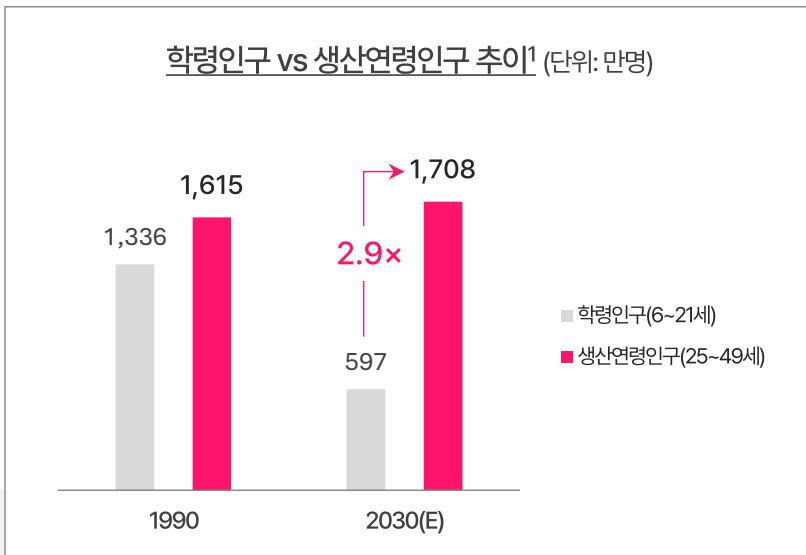
01

THE FUTURE OF EDUCATION : CONTENTS, AI, and GLOBAL

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



- **입시 시장 타겟인 학령인구는 절반 이하로 감소 전망**
 - 특히 사교육 시장의 핵심 고객인 수능 지원자 수 또한 1999년 87만명 → 2023년 50만명(43%▼)²⁾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 시장은 특정 시기에 대입이라는 학습 니즈만을 대응하는 만큼, 인구구조의 '단면'이 시장 규모를 결정**
- 반면 **성인 시장은 생애 주기 별 학습 니즈가 연속적으로 존재하는 만큼, 인구의 '누적' 규모가 시장 크기를 결정**
 - 또한 현재 핵심 실무자인 30대 이하는 78%³⁾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 결과¹⁾

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 비용²⁾



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%³⁾)

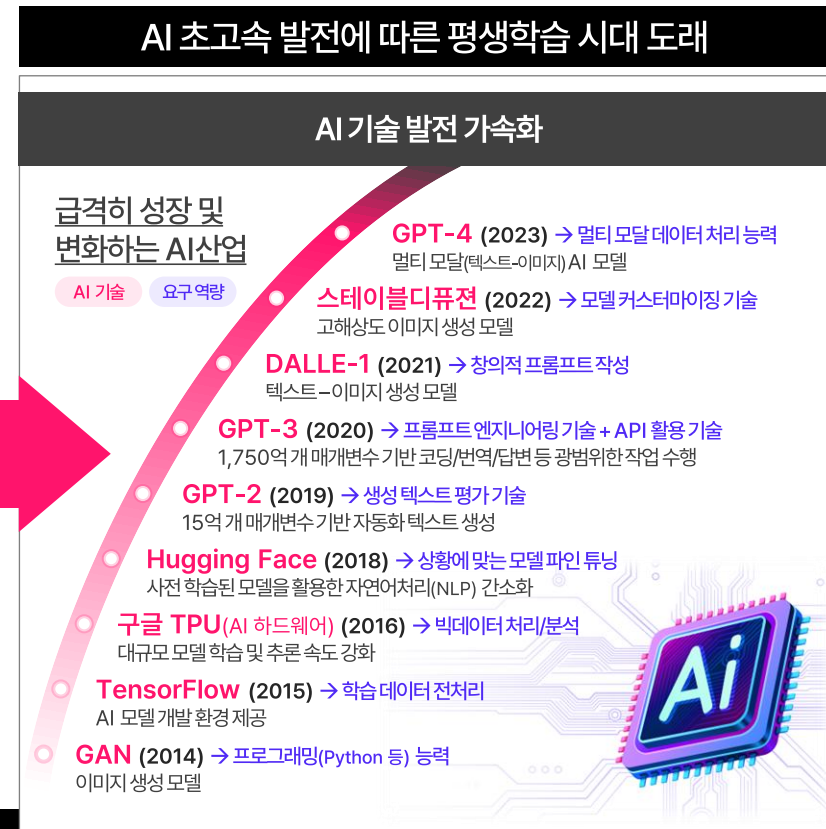
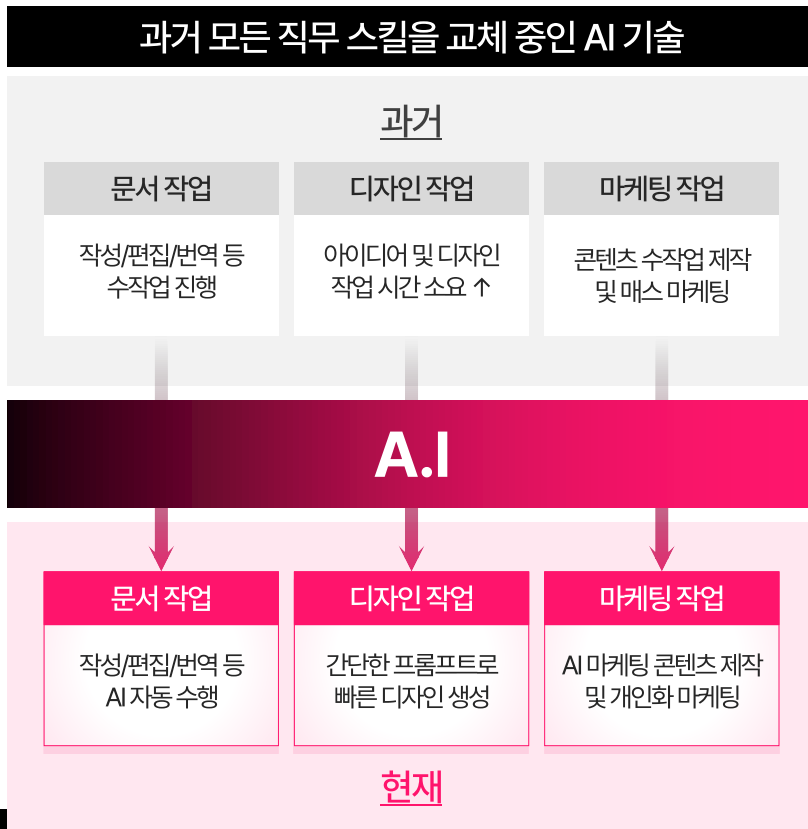
1) 인크루트, 기업 현직자대상 설문조사(2021)

2) 교육부, 대학교 및 대학원 등록금현황(2022) 및 주요대학 홈페이지

3) 교육부, 한국 성인의 평생학습실태(2022)

3. AI 등 기술발전에 따른 시대적 변화 : 사라진 평생직장

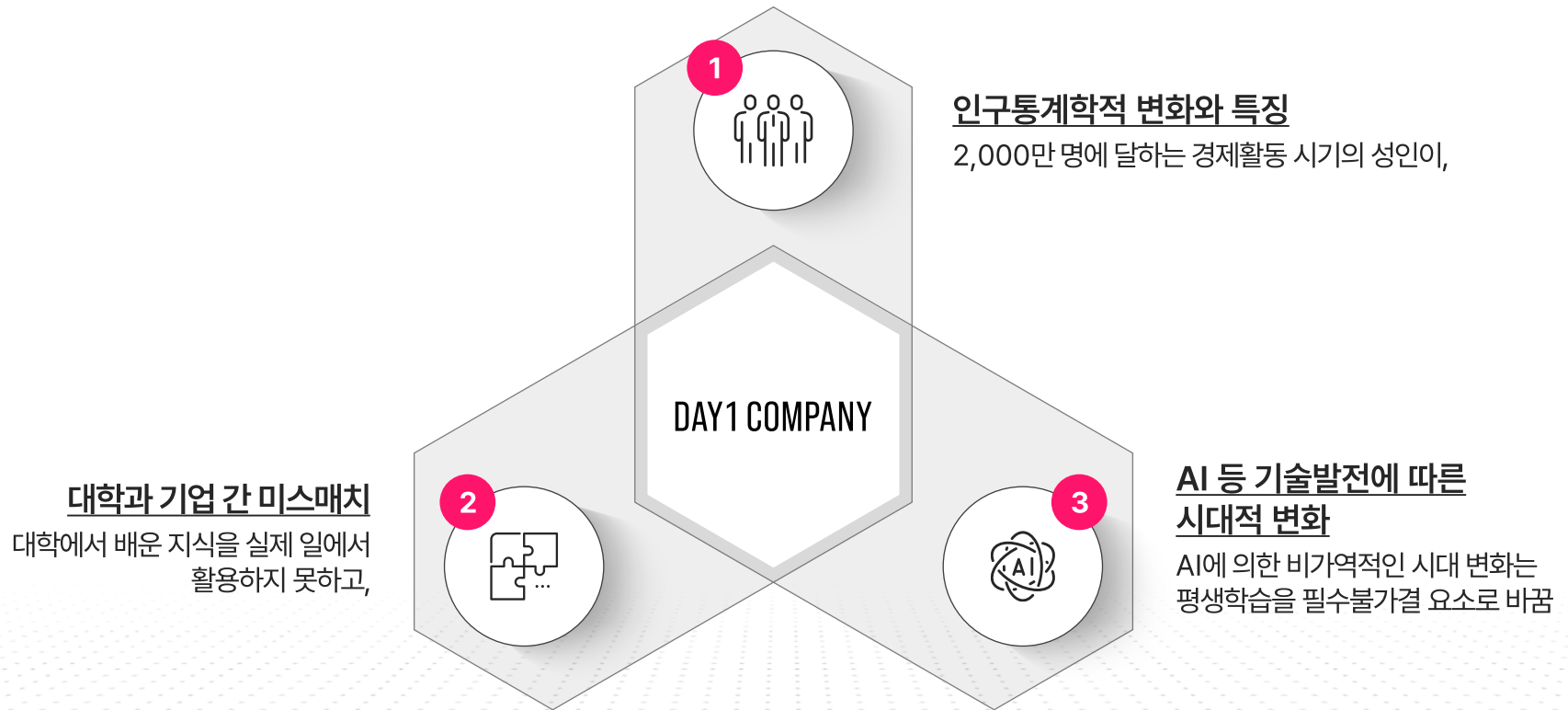
빠르게 변화하는 세상이 모든 사람의 평생 학습 필요성을 증대시키고 있습니다



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 12.1조원¹⁾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 ²
lynda.com [®] <small>A LINKEDIN COMPANY</small>	글로벌 (미국, 캐나다 등)	멤버십 기반 온라인 교육	<ul style="list-style-type: none"> '15년 매출 \$100M LinkedIn \$1.5B 인 ('15.04)
GENERAL ASSEMBLY	글로벌 (미국, 영국, 호주 등)	기술/디지털 역량 교육	<ul style="list-style-type: none"> '17년 매출 \$100M Adecco \$413M 인 ('18.04)
TRILOGY <small>EDUCATION SERVICES</small>	미국	부트캠프 운영	<ul style="list-style-type: none"> '19년 매출 \$130M 2U Inc. \$750M 인수 ('19.04)
PLURALSIGHT	글로벌 (미국, 캐나다, 인도 등)	B2B 디지털 스킬 교육	<ul style="list-style-type: none"> IPO 시가총액 \$2B ('18.05) Vista Equity \$3.5B 인수 ('19.04)
codecademy	글로벌 (미국, EU, APAC 등)	코딩 특화 온라인 교육	<ul style="list-style-type: none"> '20년 매출 +\$50M Skillsoft \$525M 인수 ('21.12)
udemy	글로벌 (190개국)	글로벌 온라인 교육	<ul style="list-style-type: none"> '23년 매출 \$729M 시가총액 \$2.3B
coursera	글로벌 (190개국)	글로벌 온라인 교육	<ul style="list-style-type: none"> '23년 매출 \$636M 시가총액 \$1.2B
insource	일본	디지털 스킬 중심 교육	<ul style="list-style-type: none"> '23년 매출 ¥ 10.8B 시가총액 ¥ 87.5B

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



1) 출처: Statista
2) 시가총액은 2024년 10월 17일 증가 기준
3) 출처: Bloomberg



COMPANY

데이원 비즈니스의 본질:
'교육'이 아닌 교육 '컨텐츠'

02

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. 다양한 브랜드 포트폴리오

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

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

3. 업의 본질 : '교육' 회사가 아닌 교육 '컨텐츠' 회사

성인 시장은 초중고 입시교육과는 다르게 '컨텐츠' 비즈니스의 속성을 가집니다

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

[참고] 백종원 예능 콘텐츠로 장사하는 법을 배우는 사람들

다양한 직업과 관심사를 가진 사람들이, 따분한 교과서가 아닌 살아있는 콘텐츠를 통해 각자에게 필요한 것을 배웁니다

백종원에게 장사를, 스테판커리에게 3점슛을 배우듯

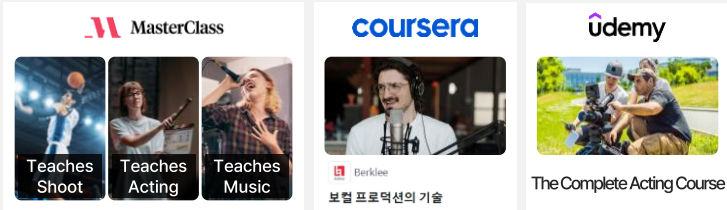
M 머니맨

| 시사 | 백종원의 골목식당, 자영업자를 위한 교과서

헤럴드경제

'장사천재 백사장' 역시 장사 천재는 다르구나... 창업 꿀팁 대방출

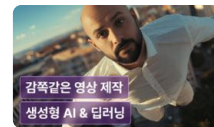
백종원의 생동감 있는 콘텐츠를 통해 장사하는 법을 학습
식당 현장에서 실제 문제를 해결해 나가는 콘텐츠 대흥행



대학에서 제공 불가능한, 현업 전문가의 생동감 있는 콘텐츠로 학습
농구는 스테판 커리, 연기는 나탈리 포트만에게 배우는 식

데이원도 '컨텐츠'로 고객의 학습 니즈를 충족시킵니다

데이원 실제 판매중인 콘텐츠 예시



Flux, ComfyUI, Gen3로 만드는 일관성 100% 감쪽같은 AI 영상



프로에게 배우는 Stable Diffusion 2D/2.5D/실사 이미지 제작



LLM 모델파인 튜닝을 위한 GPU 최적화

생성형 AI를 포함한 트렌디한 최신 테크 주제도 교육용 콘텐츠화



제레미 블레스터의 정통 프랜차이즈 브레드 백서



이목구비에 맞게 연출하는 PONY의 메이크업 노하우



K-POP 효자 저작권 작사가 데뷔 학습지

디저트, 메이크업, 작사 등 다양한 취미, 부업 니즈도 콘텐츠화

성인 시장에는 3개가 없습니다. ❶ 시험이 없고, ❷ 정답이 없고, ❸ 정해진 커리큘럼이 없습니다

대신, 다양한 직업과 관심분야를 가진 고객들의 니즈를 찾고, 이를 충족시키는 흥행 콘텐츠를 기획하는 것이 업의 핵심입니다

4. '컨텐츠' 회사 데이원컴퍼니의 3가지 핵심 역량

데이터와 자체 컨텐츠 프로듀싱 역량에 기반한 기획/마케팅/OSMU가 업의 본질입니다



DAY1 COMPANY



잘 만들고

고객이 원하는걸 잘 찾아내 자체 제작하는
인하우스 프로듀싱 체계



잘 팔고

데이터 분석에 기반한 마케팅 역량



오래 판다




OSMU(One-Source-Multi-Use) 극대화

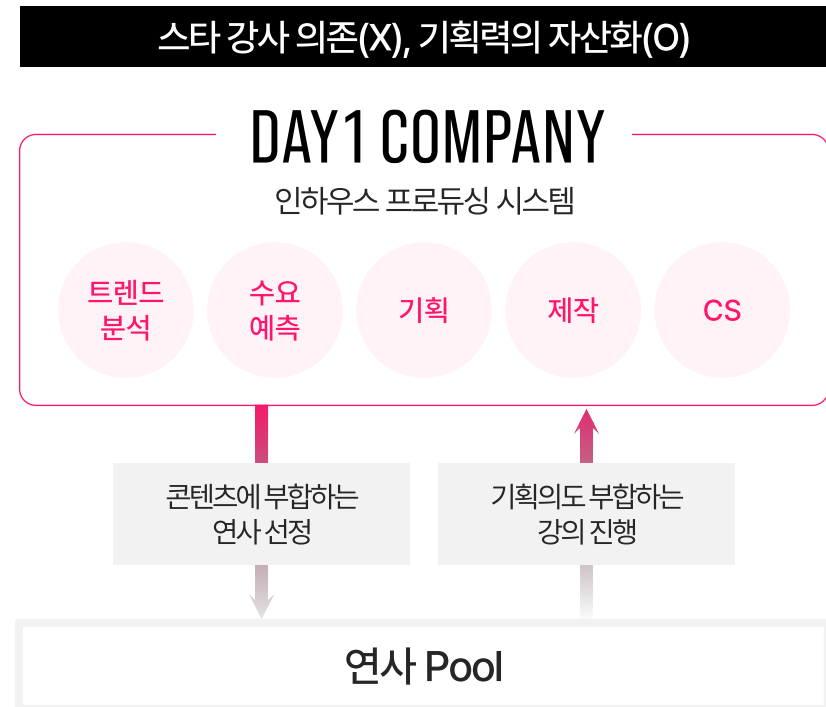
4-1. "잘 만든다" 인하우스 프로듀싱 시스템을 통한 콘텐츠 자체 제작

스타 강사에 의존적이지 않고, 회사 차원에서의 기획력을 누적된 자산으로 축적시킵니다

고객들이 원하는 흥행 콘텐츠 기획

정해진 커리큘럼이 아닌, 고객이 원하는 연사와 콘텐츠 기획

 <p>쓰므로써 작가가 되는 글쓰기 by. 김영하</p>	 <p>김난도 교수의 트렌드 코리아 2025</p>	 <p>Dart 공적커뮤니케이션을 IPO를 위한 IFS 현금흐름과 건비전 실무 전략</p>
김영하 글쓰기	김난도 트렌드	권오상 회계
 <p>광고인 박웅현과 크리에이티브. 만들고 고민하던 사람들이 만든 이야기.</p>		
박웅현 광고	여경래 중식	최현식 요리
	 <p>INSIGHT</p>	
고레에다 히로카즈 영화	김정기 라이브 드로잉	카림 라시드 디자인



- 엔터 산업의 프로듀싱 체계를 교육 콘텐츠 시장에 최초 접목
 - 제작 프로세스 90개로 세분화, 단계 별 과업 상세 정의 및 관리
- 카테고리 별로 흥행을 만드는 기획 방법론 내부 구축하고, 연사를 흥행력 높은 상품으로 프로듀싱하는 역량 보유
 - 기획/촬영/마케팅/CS 자체 수행을 통한 연사 의존도 최소화

4-2. "잘 판다" 데이터 분석에 기반한 마케팅 역량

교육 콘텐츠 분야에서 가장 데이터 기반 의사결정에 미쳐있는 회사라고 확신합니다

Funnel Analysis

모든 콘텐츠에 대해 광고 >>> 상세페이지 >>> 등록페이지 >>> 신청 >>> 결제 전 funnel 일단위 분석

course_id...	CAC(%)	매출	광고비	상페UV	리드	결제	상페UV당 ...	리드당 비용	결제당 비용	상페to 리드	CVR
203720	24.74%	4,772,946,310	1,181,027,947	117,503	41,687	26,985	10,051	28,331	43,766.09	35.48%	22.97%
208963	22.39%	4,731,027,035	1,059,512,484	165,896	39,948	24,616	6,387	26,522	43,041.62	24.08%	14.84%
207513	21.67%	4,742,549,305	1,027,638,277	168,471	45,175	26,387	6,100	22,748	38,944.87	26.81%	15.66%

course	파트	시장	매출	광고비	상페uv	리드	결제	CAC(%)
초격차 패키지 : 한 번에 끝내는 프론트엔드 개발	1팀	프론트엔...	379,463,300	105,817,544	7,619	3,432	1,962	27.89%
초격차 패키지: Kubernetes와 Docker로 한 번에 끝내는 컨테이...	1팀	클라우드	336,934,110	108,807,916	5,743	695	1,293	32.29%
블렌더로 만드는 동화같은 3D 캐릭터	3팀	모션/VFX	329,318,700	116,807,458	5,203	2,933	1,794	35.47%

- 퍼포먼스/컨텐츠 마케터, 프로덕트 매니저가 한 팀이 되어 판매중인 모든 상품에 대해 분석 & 토론
- 모든 실행 과정은 데이터 분석에 근거해서 이뤄지며, 상품별 기록이 아카이빙 되어 누적 데이터로 쌓임

Dynamic Budgeting: 광고 성과 트래킹 후 일별 예산 재분배

광고 소재	광고 세트	UTM content	광고 비용	노출	링크 클릭 수	CTR	CPC	CPM
1_1_1		1_1_1_1_1_201104_1_1_1*238854_1_3_1_...	₩ 75,159,951	22,478,029	79,664	0.35%	₩ 943	₩ 3,344
1_1_1		1_1_1*100010	₩ 178,252	778,100	4,972	0.64%	₩ 36	₩ 229
1_1_4		1_1_4*236725	₩ 1,164,336	3,134,908	4,245	0.14%	₩ 274	₩ 371
1_5_3		1_5_3*100009	₩ 1,211,465	144,745	2,163	1.49%	₩ 560	₩ 8,370
1_4_4		1_4_4*238856	₩ 130,461	178,135	1,982	1.11%	₩ 66	₩ 732
1_1_1		1_1_1*235887	₩ 591,477	1,091,655	1,580	0.14%	₩ 374	₩ 542
2_5_3		2_5_3*236353	₩ 823,874	52,832	1,455	2.75%	₩ 566	₩ 15,594

- 채널별 광고 크리에이티브에 대한 임의 판단 없음
- Engagement와 Conversion 데이터를 모두 정량화, 실시간 업데이트 하여 Dynamic Budgeting 진행

UX Optimization: 체류시간 분석 통한 상세페이지 일별 개선

- 고객의 방문 페이지 별 체류 시간 데이터를 바탕으로 고객의 방문빈도가 낮은 페이지를 파악하고 개선 → 구매전환율 제고
- 자체 기술인 '패스트컴포저' 기술 통해 코딩 없이 SEO / 디자인 최적화

4-3. "오래 판다" OSMU(One-Source-Multi-Use) 극대화

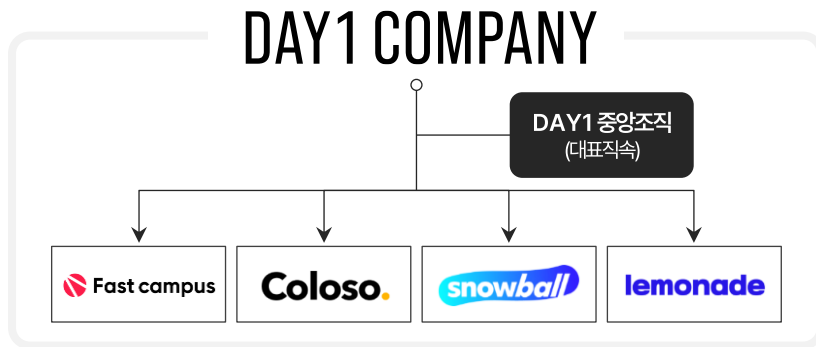
한번 만든 콘텐츠를 포맷과 고객 variation을 통해 오래 팔면서 수명주기를 극대화합니다



5. 사업의 본질에 부합하는 조직구조 및 리더십팀

컨텐츠 업의 본원 경쟁력을 극대화할 수 있는 Company-in-Company 제도를 도입했습니다

CIC 제도를 도입한 조직구조 설계



인재: 압도적인 수준의 인재밀도 유지

- 유능한 인재가 사업 기회를 자발적으로 제안/시도할 수 있는 환경을 제공하며 끝없는 성장 기회 제공

의사결정: 극단적으로 빠른 의사결정 구조

- 사업의 개수와 규모가 증가하더라도, 빠르고 유연한 의사결정을 지속할 수 있는 기반 마련

새로운 시도와 리스크 관리의 밸런스: 과감한 사업 시도 가능한 기반 마련

- 사업별 리스크를 CIC별 분리하여 통제 가능한 환경 구축

회사 내에서의 Entrepreneurship을 발휘할 수 있고,
스타트업 DNA를 보존할 수 있는 체계로 운영

오랫동안 호흡을 맞춰온 리더십팀



박지웅 의장

- 現 패스트트랙아시아 대표
- 前 스톤브릿지캐피탈 투자팀장
- 포스텍 산업경영공학과



신해동 CIC 대표

- 現 패스트캠퍼스 대표
- 前 D3Jubilee 애널리스트
- 2015년 합류 (10년째 근속)



이강민 대표이사

- 前 패스트트랙아시아 사업개발
- 前 잡캐스트 공동창업&대표
- 포스텍 기계공학과



김동혁 CIC 대표

- 現 콜로소 대표
- 제논인베스트(주)
- 2015년 합류 (10년째 근속)



이경민 CFO

- 前 티켓몬스터
- 前 CJ미디어
- Aston Univ. Finance MBA



김지훈 CIC 대표

- 現 스노우볼 대표
- 홍익대 산업공학학석사
- 2016년 합류 (9년째 근속)



심승건 CTO

- 前 KnowRe
- 前 RocketOz
- 前 동양시스템즈



서유라 CIC 대표

- 現 레모네이드 대표
- 前 Social Spark
- 2016년 합류 (9년째 근속)

사업 초기부터 9-10년간 함께 해 온 리더십팀이
업의 본질에 입각하여 핵심역량을 극대화

DAY1 COMPANY



PERFORMANCE

시장의 개척자이자
1위 사업자

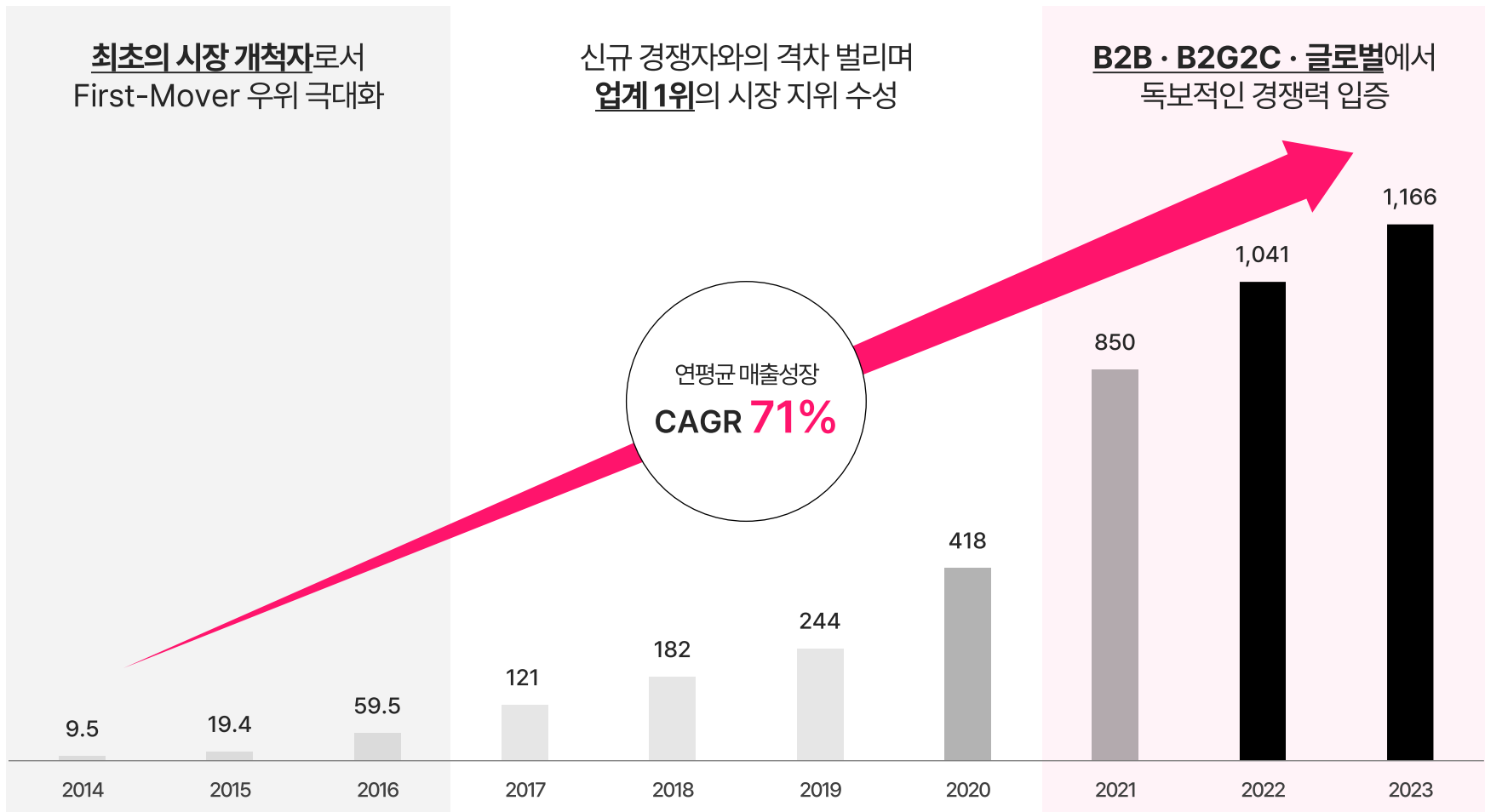
03

THE FUTURE OF EDUCATION : CONTENTS, AI, and GLOBAL

1. 연간 매출 성장세 : 10년 연속 매출 성장

연평균 70%씩 10년간 단 한차례도 역성장 없이, '23년 연매출 1,166억을 돌파했습니다

(단위: 억원)

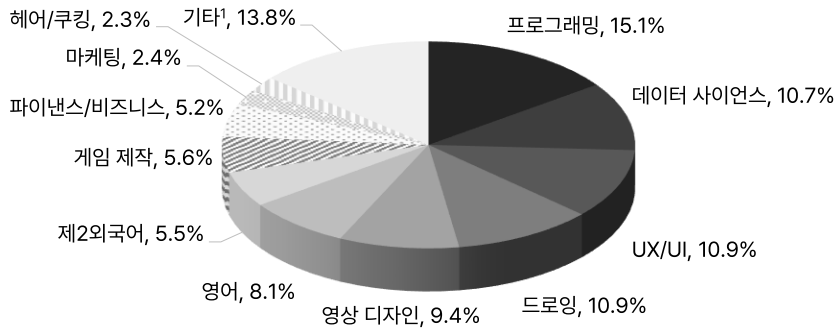


주: 법인 설립은 2017년이나 사업 개시는 2014년부터로 해당 기간부터 매출 기재, 2017년 실적은 분할 전후 합계, 2018년 실적은 연결 기준, 2019년 이후는 K-IFRS basis

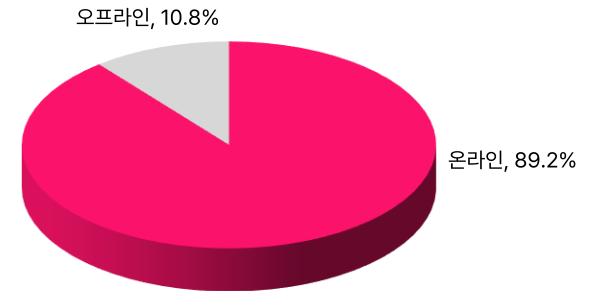
2. 매출 Break-down : Well-balanced

다양한 브랜드를 여러 사업 형태로 밸런스 있게 전개하여, 사업구조가 안정적입니다

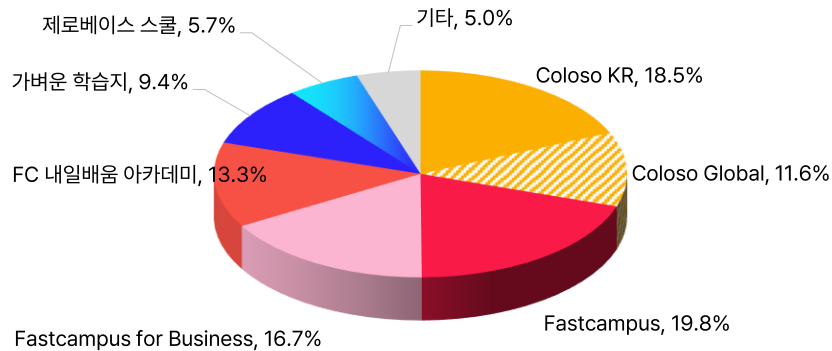
카테고리 AI / Tech / 크리에이티브 / 외국어 중심



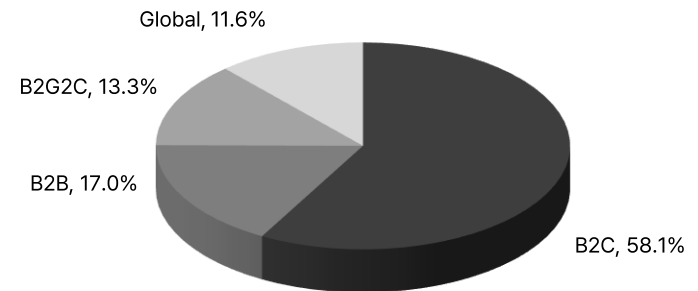
포맷 철저히 온라인 중심



브랜드 다양한 브랜드에서 고르게 매출 확보



사업 형태 B2B / B2G2C / Global로 매출원 다변화²⁾

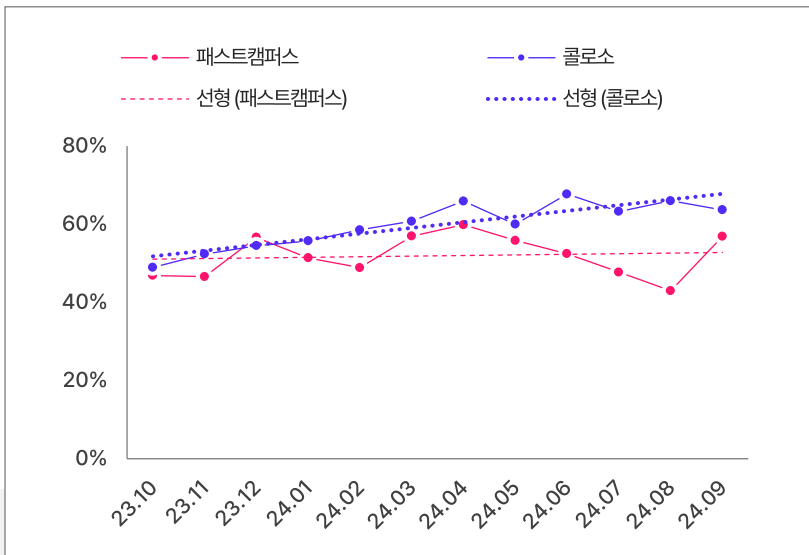


1) '기타'의 경우 카테고리별로 구분이 어려운 B2B 온라인 구독 사업 및 출강 사업 매출을 포함함
 2) 2023년 기준

3. 개인과 기업 고객을 모두를 만족시키는 콘텐츠 경쟁력

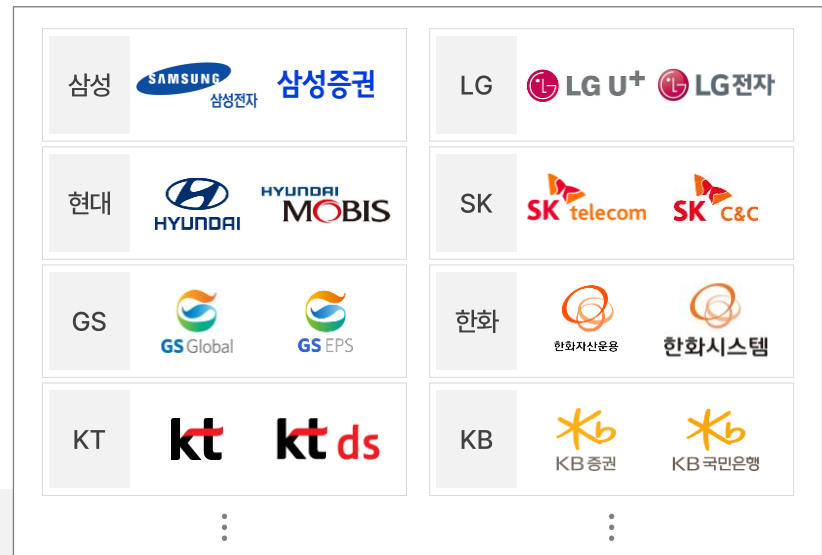
압도적인 퀄리티의 당사 콘텐츠에 대한 수요는 개인/기업 양쪽 모두에서 증가하고 있습니다.

신규 고객의 60%가 재구매하는 B2C 콘텐츠



- 대표 B2C 사업인 패스트캠퍼스와 콜로소의 재구매율은 꾸준히 상승하여 '24년 9월 기준 56.8%, 63.7% 수준
 - 여기서 재구매율이란, 특정 달의 전체 구매 고객 중 지난 12개월 간 구매 이력이 있는 고객의 비중(%)
- 성인 교육 콘텐츠는 고관여 상품으로, 높은 퀄리티의 당사 콘텐츠 체험한 고객은 Lock-in → 높은 재구매율로 이어짐

높은 만족도로 빠르게 증가하는 B2B 고객사



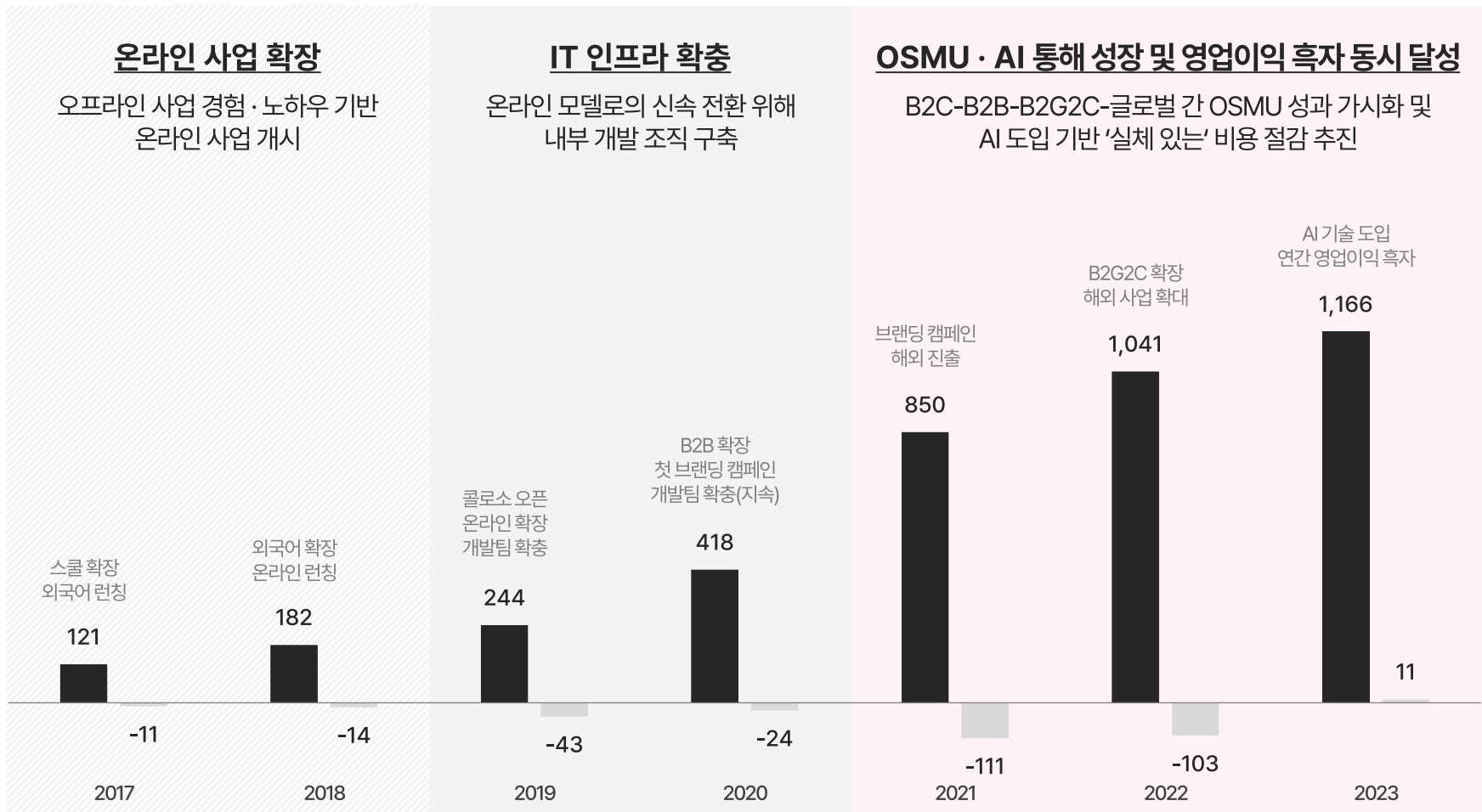
- 당사의 B2B 고객 포트폴리오는 국내 Top 10 대기업 중 대부분을 커버하고 있으며 계열사 역시 확대 중임
 - 특정 계열사에서 교육 만족도 높아, 인접 계열사에서 인바운드 교육 문의가 들어오는 경우 다수 발생
- 특히 당사의 DX 교육은 보험(교보, 삼성), 증권(KB, NH), 은행(우리, 하나, IBK)과 같은 금융 산업에서 적극 도입 중

4. 성장성과 수익성, 두 마리 토끼를 함께

매출 성장뿐만 아니라, 10여 년간의 투자를 통해 '23년 기준 영업이익 흑자로 전환했습니다

■ 영업수익 ■ 영업이익

(단위: 억원)



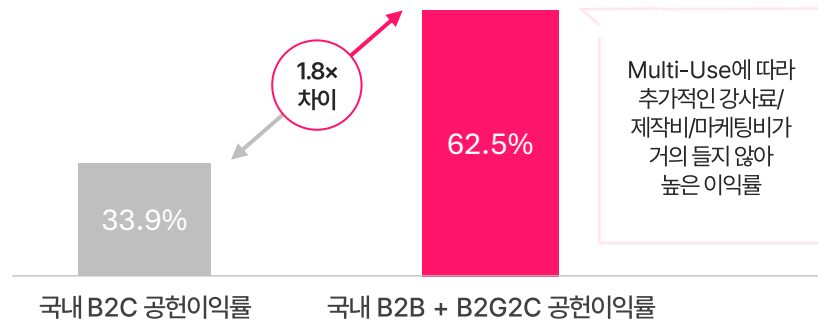
주 : 2019년 이후는 K-IFRS basis

5. OSMU를 통한 구조적 이익률 향상 효과

멀티유즈를 통해 이익률이 높은 사업부문의 매출 성장으로 이익률은 지금까지도, 앞으로도 계속 상승합니다

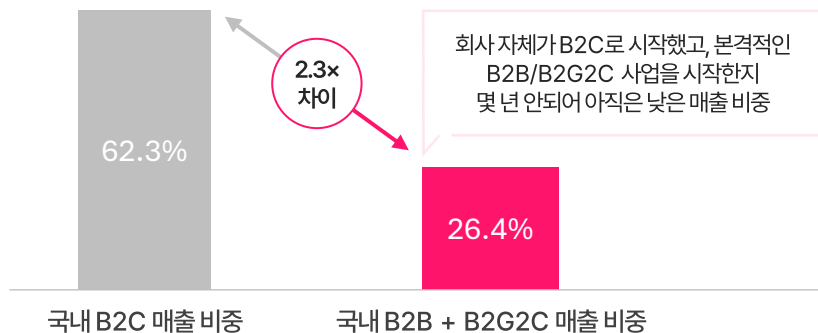
공헌이익률 국내 B2C vs. 국내 B2B + B2G2C

(공헌이익: 매출-강사료-제작비/물류비/상품원가-마케팅비-PG수수료, 24년 1-9월 기준)

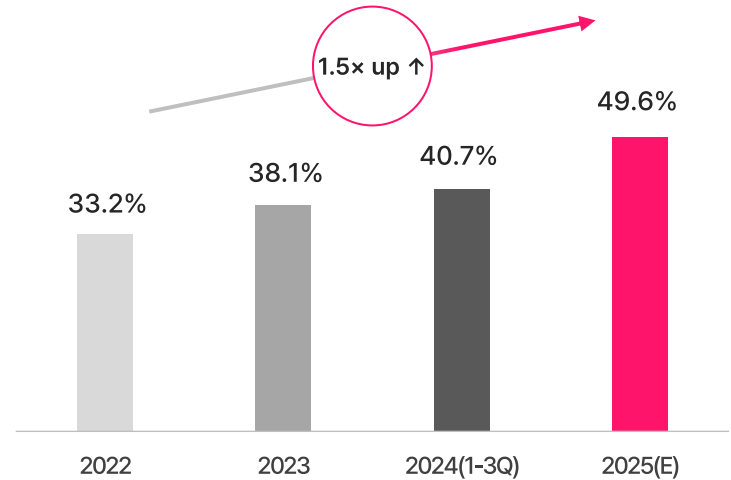


매출 비중 국내 B2C vs. 국내 B2B + B2G2C

(24년 1-9월 기준)



전사 공헌이익률 개선 추이 및 예상 (22-25(E))



Multi-Use로 공헌이익률이 높은 B2B+B2G2C 매출이 성장하면서, 전사 이익률이 지금까지도 성장해왔고, 2025년부터 더 드라마틱하게 성장 가능

특히, 24년의 경우 1) 대규모 브랜드 마케팅 진행, 2) IFRS 전환에 따른 RCPS 임팩트로 인한 일부 대기업, 공공 입찰 패찰이 있었으나, 이는 24년에만 있었던 one-off item으로 25년에는 이의 기저효과로 더 큰 이익률 향상 예상

DAY1 COMPANY



FUTURE

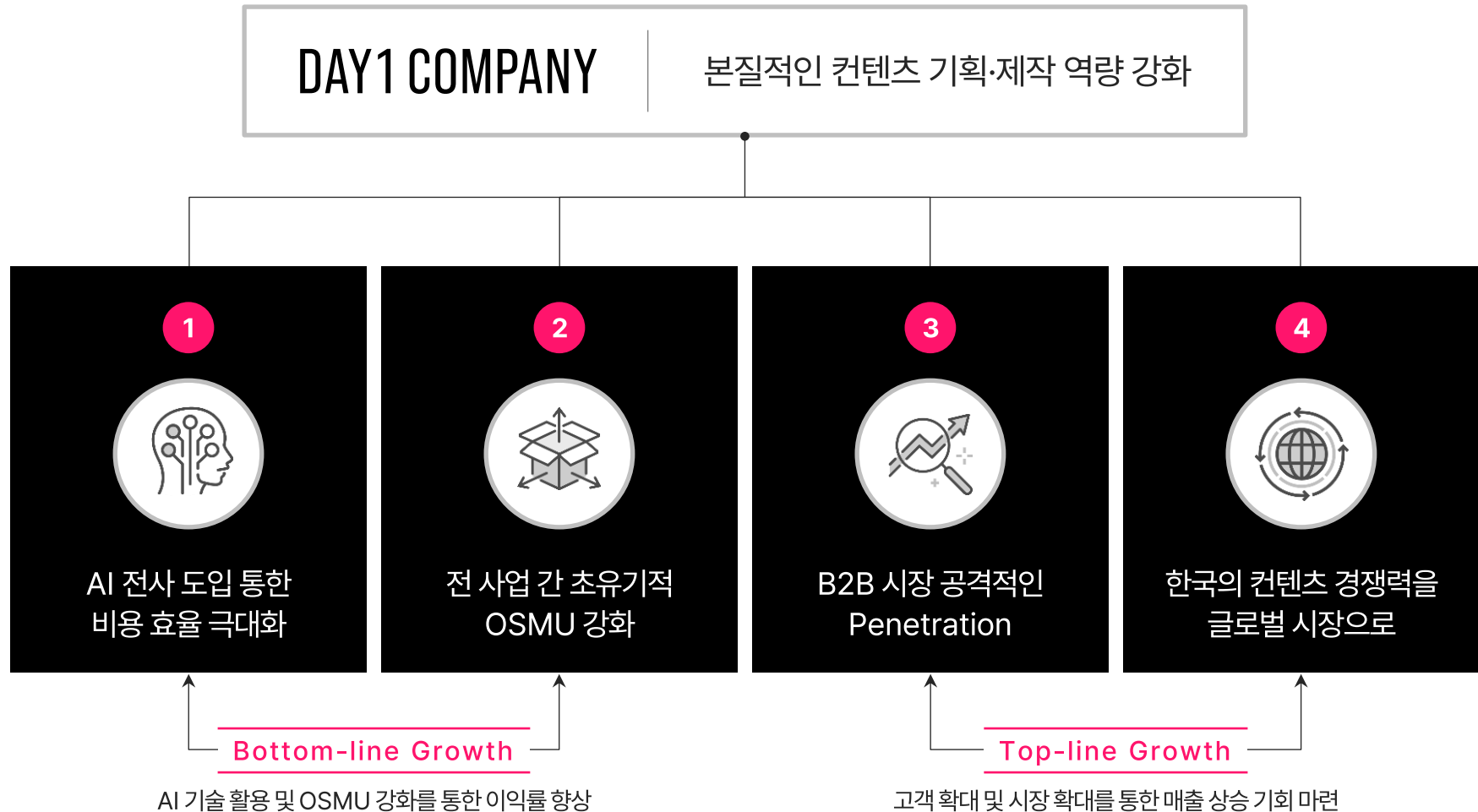
본질에 집중하며,
매출과 이익
두마리 토끼를 동시에

04

THE FUTURE OF EDUCATION : CONTENTS, AI, and GLOBAL

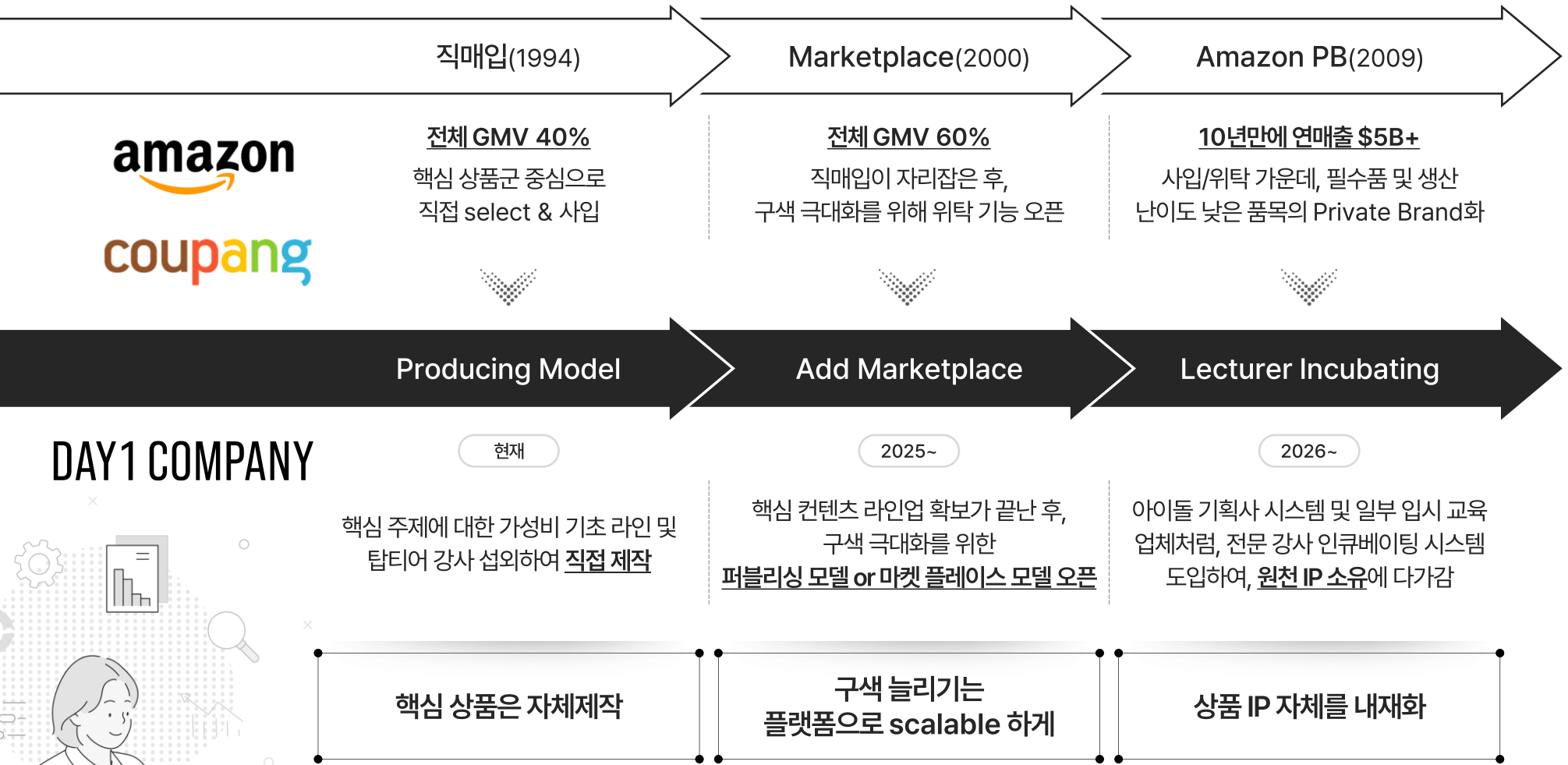
데이원컴퍼니 성장전략 Summary

본질적 경쟁력은 강화하면서, AI/OSMU로 이익률을 잡고, B2B/해외로 시장을 넓힙니다.



Initiative #1) 본질적인 콘텐츠 기획/제작 역량 강화

아마존/쿠팡이 걸어왔던 길을 교육 콘텐츠 사업에 접목합니다



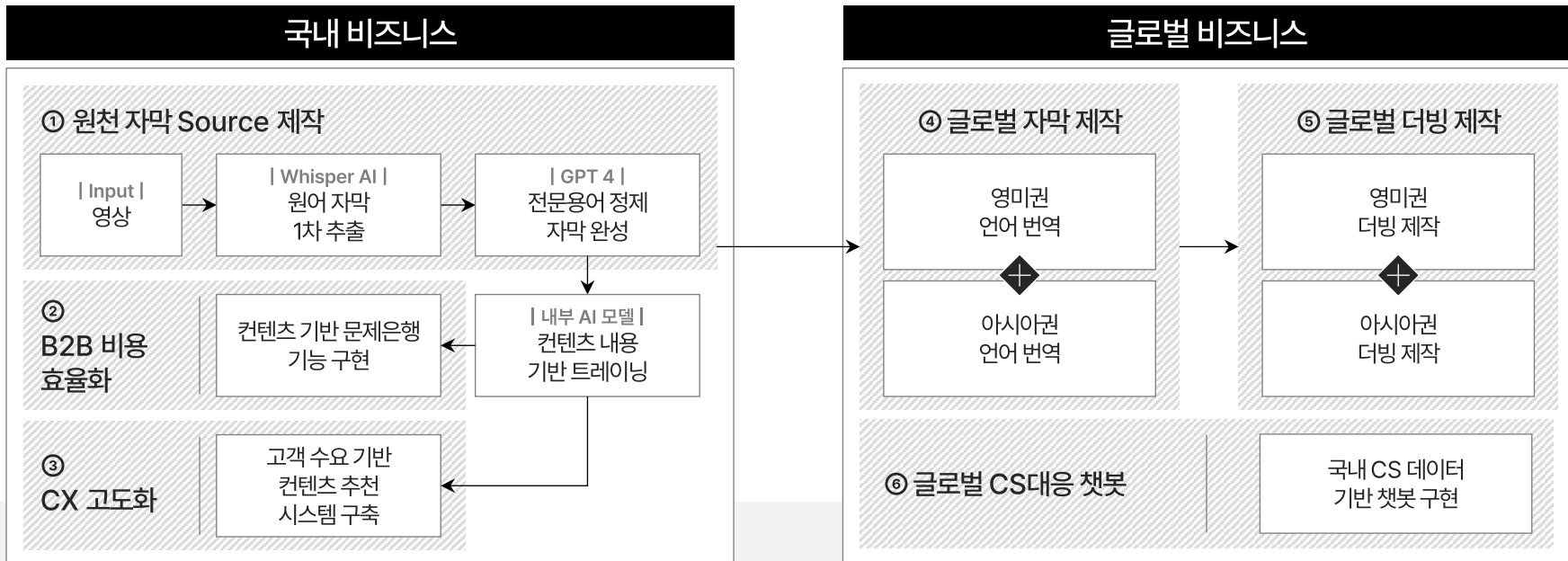
DAY1 COMPANY



Initiative #2) AI 전면 도입 통한 비용 효율 극대화

AI 기술 개발/도입 위해 적극적으로 투자해왔고, 이를 통한 비용 절감 효과가 '25년부터 본격 반영될 것입니다

AI를 통한 번역/자막, CS, B2B 등에서의 비용 절감 효과를 통해 전사 영업이익률 1.5%p-2.5%p 즉각적 개선 효과 예상



- ① 자체 서버에 내재화한 AI 모델을 활용하여, AI 모델 학습 및 글로벌 자막/더빙의 원천 데이터가 되는 자막 파일 생성
 - 원천 자막 확보에 관한 비용 완전 제거 완료
- ② B2B 사업에 필수적인 테스트 문항 개발을 AI로 대체하여 인력 투입 비용 제거 및 문제 제작 속도 극대화
- ③ 개인화된 강의 추천을 통한 고객 경험 개선 및 매출 증대

- ④ 전문용어 Glossary 축적 및 언어별 특성 고려한 맞춤형 자막 생성 프로세스 구축 통해 제작/검수 비용 최소화
 - 인력 투입 비용 대비 100분의1 수준으로 비용 절감 완료
- ⑤ 외부 파트너사와의 협업 통해 AI 기반 더빙 제작 프로세스 PoC 중이며 추후 내부적으로 자체 구현 예정
- ⑥ AI 챗봇 통해 글로벌 사업 전개시에도 CS 인력 최소화

Initiative #3) 전 사업 간 초유기적 OSMU 강화

고객 유형의 확장과 글로벌 고객 확보가 진행될수록 전사 수익성이 극대화되는 구조입니다

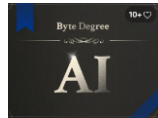
전사 콘텐츠 라이브러리 중 Multi-Use 비중을 **현재 40-50%에서 향후 80-90%로 2x 늘릴 예정**

B2C ↔ B2C

기존 콘텐츠의 분할 및 신규 feature 추가해 신상품 개발



실리콘밸리 리더가 알려주는 ChatGPT 가이드



생성형 AI 능력 인증 Byte Degree 취득 과정

ChatGPT 콘텐츠 구매 고객 분석을 통해, AI 활용 능력에 대한 인증을 취득하고자 하는 니즈 확인

기존 콘텐츠에 과제 및 프로젝트와 같은 평가 요소를 추가하여, 더 높은 가격의 바이트디그리 과정 출시

B2C ↔ B2B

B2C 콘텐츠 100% 활용하여 다양한 구독 상품 운영



Fast campus business

- 실무 콘텐츠
- 크리에이티브 콘텐츠
- 어학 콘텐츠

브랜드별 B2C 콘텐츠를 하나의 솔루션에 탑재, 다양한 직군에게 맞춤형 교육 제공하고자 하는 기업 니즈 대응

추가적인 제작 비용을 투입하지 않고 이미 보유한 B2C 콘텐츠를 그대로 활용하는 만큼 전사 수익성 극대화

B2C ↔ B2G2C

기존 콘텐츠의 기초 파트를 활용하여 국비지원 프로그램으로 운영



실패 없이 완주하는 파이썬 데이터 분석



(국비지원) 한번에 따라하는 데이터 분석 완주반

고용노동부에서 운영하는 K-디지털기초역량훈련, K-디지털 트레이닝 사업 참여해 국비지원 코스 운영

기 제작한 고품질 콘텐츠 그대로 활용하면서, 구매력 낮아 B2C 채널로는 공략 어려웠던 B2G2C 고객 추가 확보

Global

국내 S급 콘텐츠에 현지 자막 및 더빙 추가하여 빠르게 수출



국내에서 상품성이 검증된 콘텐츠를 현지화하여 판매, AI 기술 통해 프로세스 속도 및 비용 효율 비약적 개선

뿐만 아니라 해외 현지에서 제작한 오리지널 콘텐츠를 서로 다른 진출국에 재수출하는 방식으로 양방향 OSMU

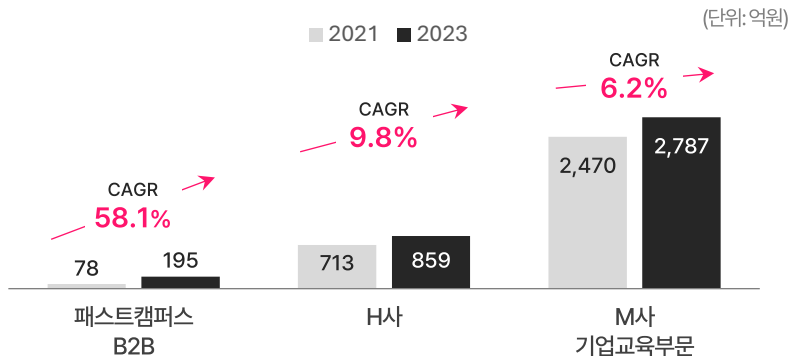
Initiative #4) B2B 시장 공격적인 Penetration

기존 사업인 B2B 시장의 점유율을 증대시키며, 전후방 산업으로 확장합니다

한국의 B2B 시장에서만 최소 연 1,000억 ~ 1,500억의 매출 성장 Potential 존재

LMS¹-컨텐츠 고도화로 B2B 시장 침투 본격화

“성장세 낮지만 규모는 여전히 큰 경쟁사 매출 구조 고려 시, B2B 시장 침투에 따른 성장여력 존재”



LMS¹

‘23년 자체 LMS 1차 개발 완료 이후 개발 인력 본격 투입 통해 수강 경험 개선 추진

- 학습분석 시스템, 큐레이션, 테스트 기반 역량 진단 기능 등 추가 통해 지속 고도화

컨텐츠

데이원 자체 컨텐츠와 함께, 외부 컨텐츠 제휴사와 계약 체결 통해 절대적인 컨텐츠 우위 확보

- 경쟁사는 외부 컨텐츠 제휴사를 통해서만 컨텐츠 공급 중이며, 당사도 동일한 제휴사와 계약 체결

HRD 산업 Value-chain의 전후방 통합 전략

“B2B 사업의 전방 영역인 HR 컨설팅과 후방 영역인 채용까지 사업 영역 확대”

Value-chain

DAY1COMPANY 액션 아이템

HR컨설팅

- 기술 발전에 따른 새로운 직무가 계속 등장함에 따라, 조직 및 평가 체계를 재구성하는 니즈 발생
- '24년 스킬 컨설팅 서비스 개시, CJ올리브영, 한솔홀딩스 등 중견/대기업으로부터 계약 수주 중

육성

- 기업 HRD 니즈는 단순 교육 제공을 넘어, 사전/사후 진단을 통한 교육 ROI 평가까지 확대
- 스킬 DB 기반 역량 진단 후 맞춤형 교육 제공, 사후 평가까지 진행하는 ‘스킬매치’ 출시 예정

채용

- 취업준비생을 기업이 요구하는 수준까지 교육한 뒤 채용까지 연계하는 방식으로 확장
- 제로베이스-고용부 파트너십 통한 ‘일경험 지원사업’ 추진하고 있으며, 14기 진행 중

1) LMS: Learning Management System의 약자로, 기업 HRD에서 임직원의 교육 진행 현황을 관리할 수 있는 시스템

2) Business Process Outsourcing의 약자로, HRD 컨설팅 / 과정 설계 및 개발 / 운영 및 관리까지 LMS를 기반으로 한 온오프라인 기업교육을 아웃소싱하는 것

Initiative #5) 한국의 콘텐츠 경쟁력을 글로벌 시장으로

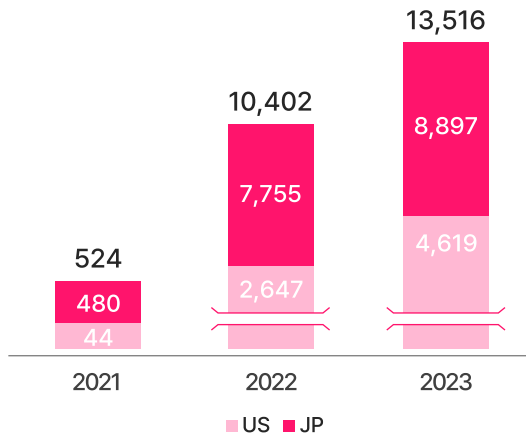
일본과 북미 시장에서 확인한 성공 공식을 전세계로 복제해 나가겠습니다

성공적인 IPO를 통한 글로벌 시장 공격적 투자를 통해 **25년 글로벌 매출 300억+, 26년 글로벌 매출 500억+ 목표**

매출로 증명하는 글로벌 성과

Coloso 글로벌 매출

(단위: 백만원)



일본 및 미국 시장 진입 단 3년 만에
매출 규모 100억원 달성

글로벌 시장에서도 데이원컴퍼니 콘텐츠가
충분히 경쟁력 있음을 확인

일본/미국 시장에서 확인한 글로벌 성공 공식을
타 국가에 끊임없이 복제

타겟 국가별 액션 아이템 진행 현황

Japan	<p>파트너십 논의 업체</p>	<ul style="list-style-type: none"> 일본 내 인지도 높은 오프라인 업체 통해 S급 연사 확보 <ul style="list-style-type: none"> - 디자인 교육 전문 기관 '동양미술학교'와 파트너십 체결 FC Japan 오픈하여 경쟁사의 White Space 분야 공략 <ul style="list-style-type: none"> - Udemy에서 대응 부족한 개발 심화 콘텐츠 현지화(DevOps 등)
US	<p>패스트캠퍼스 US</p>	<ul style="list-style-type: none"> 콜로소 사례 벤치마킹하여 패스트캠퍼스 US 오픈 <ul style="list-style-type: none"> - 글로벌에서 수요 급증하는 AI 콘텐츠부터 현지화 진행 콜로소는 주력 분야의 오리지널 콘텐츠 발행량 증대 중 <ul style="list-style-type: none"> - 북미 시장의 수요가 큰 Concept Art, CG/VFX에 집중
Indonesia	<p>취업연계 논의 업체</p>	<ul style="list-style-type: none"> FC Indonesia 오픈하여 오리지널 콘텐츠 판매 <ul style="list-style-type: none"> - 분야 별로 이미 완성한 커리큘럼 활용해 리드타임 최소화 인도네시아 현지 부트캠프 기업과의 협업 및 인수 추진 <ul style="list-style-type: none"> - 부트캠프 교육 후 현지 Top-Tier IT 기업과의 취업 연계
Taiwan	<p>1:1 회화 앱 PODO</p>	<ul style="list-style-type: none"> 가벼운학습지를 모티브로 한 어학 브랜드로 대만 진출 <ul style="list-style-type: none"> - '25년 1분기 타겟, '가벼운학습지'의 모든 노하우 glocalize 레모네이드 CIC의 1대1 원어민 레슨 앱 'PODO' 런칭 <ul style="list-style-type: none"> - 콘텐츠뿐만 아니라 IT 프로덕트까지 One-Source-Multi-Use



INVESTMENT HIGHLIGHT

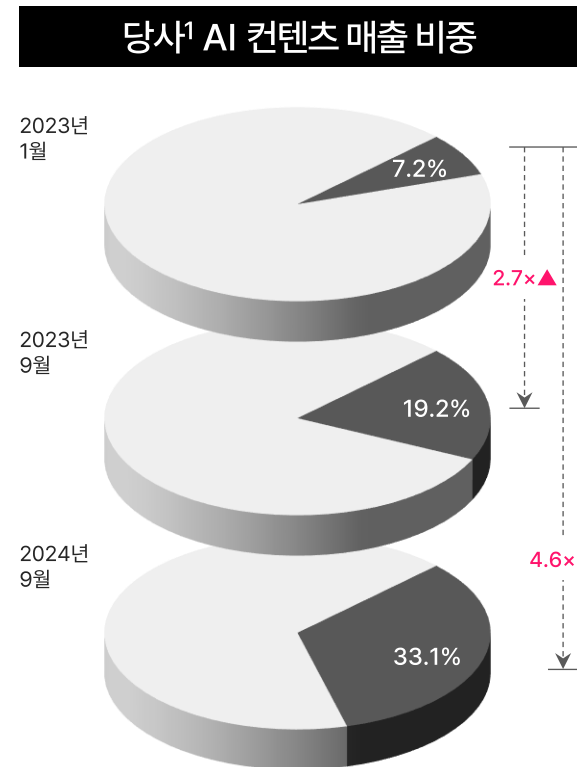
데이원컴퍼니 = AI & Global

05

1. 데이원컴퍼니의 사업은 AI 시대의 청바지 비즈니스

AI의 미래는 계속 변화하지만, 변화하는 AI 기술을 학습해야 하는 니즈는 변하지 않습니다

성장 산업의 진정한 수혜자는 청바지 비즈니스 Player			
"골드 러시 때 광부들은 손해를 보았지만, 곡괭이, 삽, 청바지를 판 사람들은 좋은 수익을 올렸다." <i>By. Peter Lynch</i>			
성장 산업	메인 비즈니스	Value-chain	청바지 비즈니스
뷰티·화장품	"트렌드가 빠르게 바뀌고 진입장벽 낮아 경쟁자 지속 유입" ABLEC&C AMOREPACIFIC TONYMOLY LG생활건강	← 기획 ↓ 제조 ↓ 세일즈 →	"완제품 시장의 승자가 누구든 OEM/ODM 업체는 안정적 수익 확보" COSMAX HK Kolmar
게임 비즈니스	"흥행 장르와 고객 수요가 항상 변화해 시장 지위 유지가 매우 어려움" SQUARE ENIX. Tencent zynga	← 엔진 개발 ↓ 게임 개발 ↓ 마케팅 →	"2D/3D 분야메이저 게임 엔진 공급사 시장지위 10년 이상 유지 중" Unity UNREAL ENGINE
AI 서비스	"Winner-Take-All 방식의 경쟁이 치열해 끝없는 투자 필요" ChatGPT stability.ai runway Gemini	← 개발 ↓ 마케팅 ↓ 교육 →	"시장에서 선택 받는 기술이 바뀌어도 관련 AI 교육 콘텐츠 제공해 수익 창출" DAY1 COMPANY


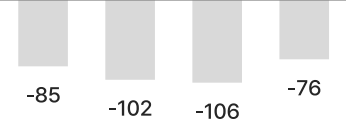

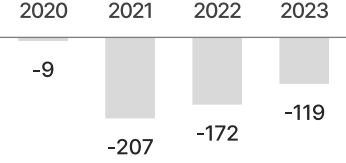

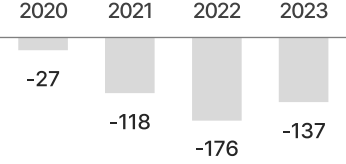


성장 산업의 Value-Chain에서 Low Risk – High Return을 가져가는 사업 영역(=청바지 비즈니스)이 존재하며, 데이원컴퍼니는 AI 시대의 청바지 비즈니스를 현 시점에서 이미 실현 중인 회사

1) 패스트캠퍼스 B2C 기준

2. 실체가 있는 AI 비즈니스를 전개하는 데이원컴퍼니

데이원컴퍼니는 AI를 통해 실질적인 양적·질적성장을 실현하고 있습니다

AI라는 '키워드' 뿐인 AI 테마주들			
AI 테마주	추가 하락폭 ¹⁾	추가 하락 요인	영업손실 추이 (단위: 백만 달러)
			2020 2021 2022 2023
 AI 기반 BI 솔루션	-92%	OpenAI 등 빅테크 업체의 고성능 AI Agent 출시로 극심한 출혈경쟁 중	
 AI 기반 패션구독 서비스	-97%	AI로 맞춤형 패션 추천을 표방했으나, 지속적인 활성 사용자 및 매출 감소	
 AI 기반 환자관리 SaaS	-76%	AI에 대한 투자 규모는 대폭 증가하는 반면, 매출 성장세는 지속 감소	

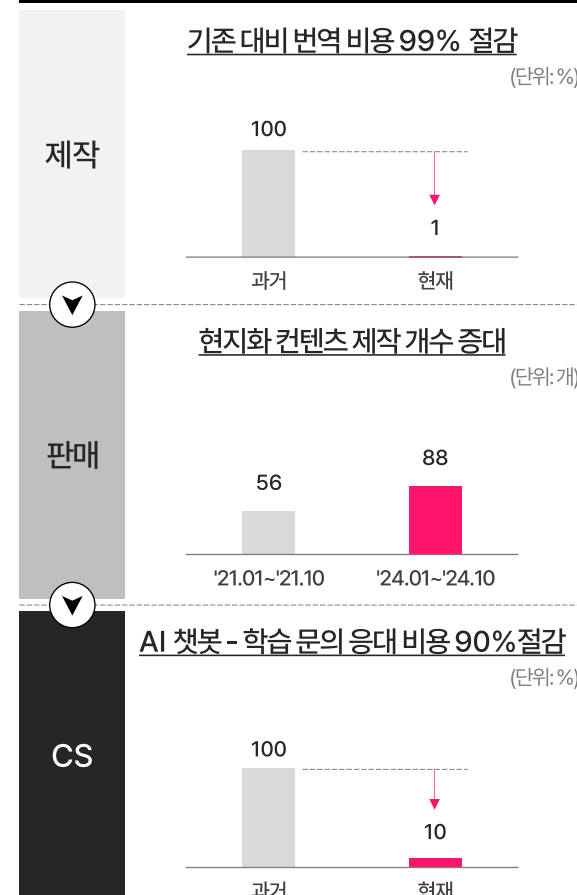


... 많은 기업들이 AI 투자에 따른 매출 성장과 비용 절감을 주장하지만, **투자 금액의 83%**는 회수하지 못하고 있어...



글로벌 탐티어 VC 세콰이아캐피탈파트너

AI 통한 '실질'을 가진 데이원컴퍼니



1) 2024년 10월 21일 종가 기준 전 고점 대비 하락폭

3. 교육 분야에서 처음으로 제대로 된 글로벌 시장 기회가 열리는 순간

교육은 내수 비즈니스라는 인식이 성인을 대상으로 한 디지털 스킬 교육에서는 변화하게 됩니다

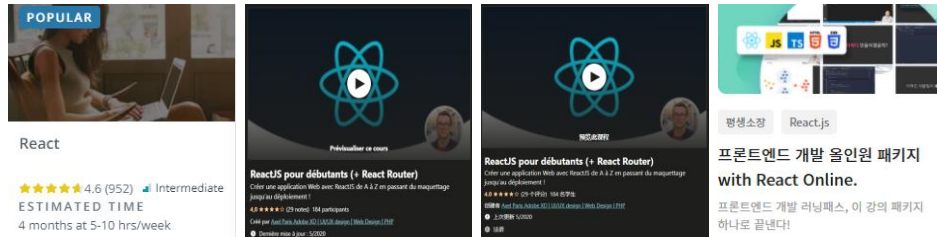
성인 분야는 교육 시장 최초로 Globally Synchronized 되는 영역

“초중고(미국 K-12)는 Globalize 어려운 내수 시장”

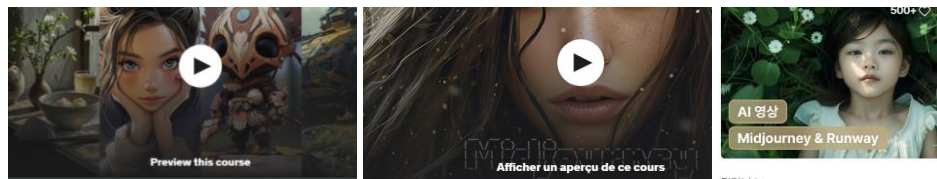
초중고 교육 시장은 기본적으로 내수 비즈니스의 속성
→ 국가별로 교육부에서 지정한 커리큘럼을 따라야 하며, 그 내용이 매우 상이



반면, 성인교육 시장은 Global 동기화 진행중



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



동일한 Generative AI 기술을 미국, 유럽, 한국에서 모두가 학습중

실제로 Global Play를 하는 이 시장의 회사들



초중고(미국 K-12) 회사들과는 다르게,
이 시장의 대다수 회사들은 Global Play가 디폴트

4. K-컨텐츠 세계화, 다음은 K-Edu Contents입니다

Education Contents 분야에서의 하이브 모먼트가 온다면, 데이원컴퍼니가 그 주인공이 될 것입니다

K-시리즈 흥행 비결은 확실한 경쟁우위

K-Pop	<ul style="list-style-type: none"> 압도적인 무대 실력을 갖춘 아이들을 육성할 수 있는 시스템 구축 팬과의 소통을 차별화 요인으로 보고 일상 생활까지 콘텐츠화하여 팬덤 문화 강화 <p>→ 국내 K-Pop 아티스트 '빌보드' 차트 석권</p>
K-Beauty	<ul style="list-style-type: none"> 글로벌 시장에서 먹히는 K-Beauty만의 브랜드 이미지 구축 (ex. 한방, 기능성 등) 생산 Value-Chain을 수직계열화, 시장 수요에 대응 가능한 상품을 가장 빠르게 공급 <p>→ K-Beauty 기업들의 글로벌 매출 증가</p>
K-Food	<ul style="list-style-type: none"> 한국 문화에 대한 관심이 증가하면서 한국 음식에 대한 심리적 진입장벽 약화 글로벌 시장에서 수요가 발생한 한국 음식의 특색(ex. 매운 맛)을 기반으로 현지화 상품 개발 <p>→ K-Food 기업의 세계화 성공</p>
K-Edu Contents	<ul style="list-style-type: none"> K-Pop, K-Beauty, K-Food의 글로벌 흥행으로 '한국'에서 제공하는 서비스에 대한 기대감 고조 K-Edu도 글로벌 경쟁업체와 비교했을 때 확실한 경쟁우위 있다면 얼마든지 글로벌 시장 공략 가능 <p>→ K-Edu Contents 기업에게 열린 글로벌 기회</p>

데이원컴퍼니의 글로벌 경쟁 우위

	Udemy	<	DAY1 COMPANY
컨텐츠 완성도	누구나 콘텐츠를 올릴 수 있는 만큼, 커리큘럼 부실한 콘텐츠 다수 존재	<	인하우스 제작 시스템을 통해 '모든' 콘텐츠를 초고품질로 제작
연사 전문성	스킬에 대한 전문성 미검증, 교육 역량도 부족한 연사 다수(딜리버리스킬 등)	<	철저한 역량 검증 이후 섭외 진행, 강의력 부족한 경우 1:1 가이드 제공
마케팅 역량	마케팅을 강사에게 위임, 오로지 연사 인지도에 의존하여 마케팅 수행	<	데이터 분석에 기반하여 잠재 고객을 정확하게 타겟한 마케팅 수행
컨텐츠 관리	컨텐츠 업데이트도 강사가 부담하는 만큼, 콘텐츠 노후화 방지 어려움	<	기술이나 실무들에 변경사항 발생 시 빠르게 업데이트하여 제공

글로벌 기업과 다각도로 비교 시에도 데이원컴퍼니만의 **분명한 경쟁우위** 존재

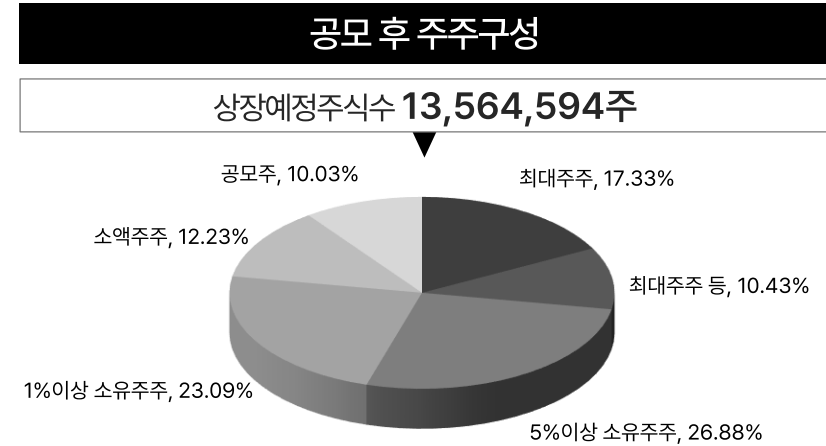
DAY1 COMPANY

APPENDIX

THE FUTURE OF EDUCATION : CONTENTS, AI, and GLOBAL

공모 개요	
공모주식수	1,361,000주(신주 100%)
공모예정가	22,000원 ~ 26,700원
액면가	500원
총 공모예정금액	299억 원 ~ 363억 원
상장예정주식수	13,564,594주
예상 시가총액	2,984억 원 ~ 3,622억 원

공모 일정	
증권신고서 제출일	2024년 12월 17일(화)
수요 예측일	2025년 01월 06일(월) ~ 10일(금)
청약 예정일	2025년 01월 15일(수) ~ 16일(목)
상장 예정일	2025년 01월 중



주주명	의무 보호예수		기간
	주식수(주)	비중(%)	
최대주주 등	3,148,624	23.21	상장 후 30개월
	396,439	2.92	상장 후 18개월
	221,216	1.63	상장 후 6개월
5% 이상 소유주주	986,000	7.27	상장 후 6개월
	722,600	5.33	상장 후 3개월
	722,600	5.33	상장 후 1개월
1% 이상 소유주주	560,571	4.13	상장 후 6개월
	763,549	5.63	상장 후 3개월
	763,552	5.63	상장 후 1개월
소액 주주	443,308	3.27	상장 후 3개월
	444,019	3.27	상장 후 1개월
총 계	9,172,478	67.62	

회사명	(주)데이원컴퍼니
대표이사	이강민
설립일	2017년 4월 17일
주요 사업	교육 콘텐츠 제작 및 판매
자본금	61억원 (12,203,594주)
임직원수	387명 (2024년 9월말 정규직 기준)
본점 주소	서울시 강남구 테헤란로231, WEST동 6,7층
홈페이지	www.day1company.co.kr

재무상태표

(단위: 백만원)

구분	2021	2022	2023	3Q24
유동자산	20,734	38,313	49,490	41,527
비유동자산	29,492	24,007	22,111	19,434
자산총계	50,226	62,319	71,601	60,961
유동부채	57,724	100,560	119,968	24,903
비유동부채	21,694	17,392	15,492	12,162
부채총계	79,419	117,952	135,460	37,065
자본금	4,012	4,130	4,246	6,102
주식발행초과금	1,380	2,899	3,995	91,836
기타자본항목	3,067	2,878	2,013	1,650
결손금	(37,652)	(65,540)	(74,112)	(75,693)
자본총계	(29,193)	(55,632)	(63,859)	23,896

주: 감사받은 K-IFRS 연결 기준

손익계산서

(단위: 백만원)

구분	2021	2022	2023	3Q24 (누적)
영업수익	84,974	104,095	116,590	97,850
영업비용	96,097	114,428	115,467	97,856
영업이익	(11,123)	(10,333)	1,122	(7)
금융손익	(10,680)	(18,252)	(9,196)	(1,575)
기타 손익	(680)	(81)	181	1
법인세차감전순이익(손실)	(22,483)	(28,667)	(7,893)	(1,581)
법인세비용	(17)	-	15	-
당기순이익	(22,466)	(28,667)	(7,907)	(1,581)

재무상태표

(단위: 백만원)

구분	2021	2022	2023	3Q24
유동자산	20,734	38,336	49,422	41,354
비유동자산	29,502	24,017	22,303	19,611
자산총계	50,236	62,354	71,724	60,965
유동부채	57,722	100,559	120,087	24,977
비유동부채	21,694	17,392	15,492	12,162
부채총계	79,416	117,951	135,579	37,139
자본금	4,012	4,130	4,246	6,102
주식발행초과금	1,380	2,899	3,995	91,836
기타자본항목	3,067	2,877	2,006	1,639
결손금	(37,638)	(65,504)	(74,102)	(75,751)
자본총계	(29,180)	(55,597)	(63,855)	23,826

주: 감사받은 K-IFRS 별도 기준

손익계산서

(단위: 백만원)

구분	2021	2022	2023	3Q24 (누적)
영업수익	84,974	104,095	116,590	97,850
영업비용	96,084	114,408	115,495	97,914
영업이익	(11,110)	(10,314)	1,095	(65)
금융손익	(10,680)	(18,250)	(9,193)	(1,574)
기타 손익	(680)	(81)	181	(11)
법인세차감전순이익(손실)	(22,470)	(28,644)	(7,917)	(1,649)
법인세비용	(17)	-	15	-
당기순이익	(22,453)	(28,644)	(7,932)	(1,649)