

KOSDAQ | 소프트웨어와서비스

플랜티넷 (075130)

유해콘텐츠 차단 본업 성장 지속, 다음은 모아진

체크포인트

- 플랜티넷은 통신 네트워크 단에서 유해 콘텐츠를 차단하는 필터링 기술을 상용화한 보안 전문 기업. 국내 3대 통신사 및 공공기관을 중심으로 안정적 수익 구조 보유. 최근 딥페이크·보이스피싱 등 신종 사이버 위협 대응 위한 AI 탐지 기술 고도화 진행 중. 국내외 유해콘텐츠 차단 수요 증가에 따른 성장세 지속될 전망
- 자회사 플랜티엠은 국내 유일 잡지 콘텐츠 구독 플랫폼 '모아진' 운영. B2G·B2B 시장 점유율 약 90% 차지. 2H24부터 KT 요금제 및 삼성전자 스마트 기기와 연계하여 B2C 시장 진출. 2H25 KT·SKT 알뜰폰 신규 요금제 및 삼성전자 폴더블 신제품 출시 효과와 더불어 북미향 글로벌 서비스 런칭 본격화로 시장 확장 모멘텀 기대
- 2025년 연결 기준 매출 483억 원(+31.7% YoY), 영업이익 38억 원(OPM 7.8%) 전망. 전사 외형 성장은 유해콘텐츠 차단 사업의 국내외 매출 증가가 견인. 플랜티엠의 경우 모아진의 본격적인 성장세에도 불구하고, 음악 매칭 서비스 사업 부진으로 매출은 소폭 감소할 전망. 다만, 2026년부터 '모아진' 광고·커머스 연계 서비스가 본격화되며 수익화 구조가 자리 잡을 것. 기존 보안 솔루션 중심 기업에서 디지털 콘텐츠 플랫폼 기업으로의 리레이팅 가능성에 주목

주가 및 주요이벤트

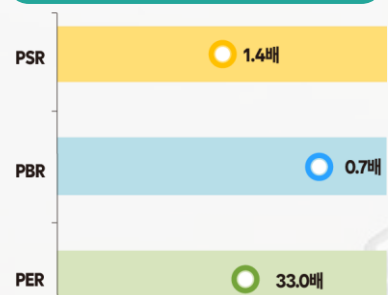


재무지표



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

밸류에이션 지표



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

통신망 기반 유해콘텐츠 차단 솔루션 기업

플랜티넷은 통신 네트워크 기반 유해 콘텐츠 차단 기술을 국내 최초로 상용화한 보안 전문기업. 국내 3대 통신사 및 공공기관 중심으로 부가서비스 형태의 보안 솔루션을 제공하며, 안정적인 수익구조를 유지. 주력 솔루션은 망단 차단 방식의 필터링 기술로 구현되며, 디바이스 단 필터링 기술 대비 높은 관리 효율성과 안정성을 보유. 해당 기술은 대만의 중화전신에 독점 공급 중이며, 규제 환경이 유사한 해외 시장을 중심으로 사업 확장 가능성이 존재. 최근에는 신종 사이버 위협(딥페이크,보이스피싱 등)에 대응하는 AI 기반 탐지 기술 고도화를 진행 중

모아진, 공공 독점에서 B2C글로벌 플랫폼으로 도약

자회사 플랜티엠은 국내 유일의 잡지 콘텐츠 구독 플랫폼 '모아진'을 운영 중. 공공도서관 중심의 B2G-B2B 시장에서 약 90%의 점유율 차지. 2H24 KT 요금제 부가서비스 및 삼성전자 스마트폰, 태블릿 연계로 B2C 시장에 본격 진입. 25년 7월 기준 구독자수 3.8만 명 수준으로 추정. 2H25에는 KT-SKT 알뜰폰 신규 요금제 및 삼성전자 폴더블 신제품 출시 효과와 더불어 북미향 글로벌 서비스 런칭 예정되어 있어 시장 확장 모멘텀 기대. 한편, 플랜티엠은 AI 기반 요약추천·이미지 추출 기능 내재화해 콘텐츠 소비 기반 광고 및 커머스 전환 구조 마련 중. 공공 중심의 안정적 수익 기반 위에 B2C 확장성과 글로벌 진출, AI 기반 커머스 수익화 구조가 더해지며 성장성과 수익성의 동반 확보 기대

2025년 실적 전망

2025년 연결 기준 매출은 483억 원(YoY +31.7%), 영업이익은 37.5억 원(OPM 7.8%)으로 추정. 사업부문별 매출 비중은 유해 콘텐츠 차단 기반 보안 사업이 63.1%, 콘텐츠 유통 및 용역 부문이 23.2%, 벤처캐피탈 부문이 13.7%로 예상. 국내외 확장을 기반으로 고성장 중인 유해 콘텐츠 차단 사업과, 콘텐츠 플랫폼 사업의 미래 성장성이 조화를 이루는 포트폴리오를 보유. 특히, 콘텐츠 유통 플랫폼 '모아진'은 2026년부터 광고·커머스 연계 서비스 확대로 콘텐츠 플랫폼 중심의 수익 모델 확보가 본격화됨에 따른 손익 구조의 전환이 기대됨. 이에 따라 기존 보안 솔루션 중심 기업에서 디지털 콘텐츠 플랫폼 기업으로의 리레이팅 가능성이 기대됨

Forecast earnings & Valuation

	2021	2022	2023	2024	2025F
매출액(억원)	286	314	331	367	483
YoY(%)	18.9	9.9	5.4	10.9	31.7
영업이익(억원)	6	15	13	21	38
OP 마진(%)	2.0	4.7	3.8	5.8	7.8
지배주주순이익(억원)	60	-16	15	15	27
EPS(원)	360	-94	93	92	165
YoY(%)	495.0	적전	흑전	-0.7	78.7
PER(배)	13.4	N/A	25.8	26.3	18.2
PSR(배)	2.8	1.3	1.2	1.1	1.0
EV/EBITDA(배)	28.0	6.2	7.0	5.1	5.7
PBR(배)	1.1	0.6	0.6	0.6	0.7
ROE(%)	8.9	-2.3	2.3	2.2	3.9
배당수익률(%)	2.2	4.2	4.2	4.1	3.3

자료: 한국IR협회의 기업리서치센터

Company Data

현재주가 (7/21)	3,045원
52주 최고가	3,825원
52주 최저가	1,870원
KOSDAQ (7/21)	821.69p
자본금	83억원
시가총액	506억원
액면가	500원
발행주식수	17백만주
일평균 거래량 (60일)	75만주
일평균 거래액 (60일)	24억원
외국인지분율	86.2%
주요주주	김태주 외 10 인 23.39%

Price & Relative Performance



Stock Data

주가수익률(%)	1개월	6개월	12개월
절대주가	0.3	285	375
상대주가	-34	135	386

참고

1) 표지 재무지표에서 안정성 지표는 '부채비율', 성장성 지표는 '영업이익 증가율', 수익성 지표는 '영업이익률', 활동성지표는 '순운전자본회전율', 유동성 지표는 '유동비율'임. 2) 표지 밸류에이션 지표 차트는 해당 산업군내 동사의 상대적 밸류에이션 수준을 표시. 우측으로 갈수록 밸류에이션 매력도 높음.



기업 개요

네트워크 기반 유해차단 원천기술을 보유한 보안 전문기업

망단 차단(Network-level Blocking) 방식을 국내 최초로 구현

플랜티넷은 2000년에 설립된 네트워크 보안 전문기업으로, 국내 최초 통신망 기반의 유해사이트 차단 기술을 상용화한 기업이다. 기존의 보안 솔루션이 개별 사용자의 컴퓨터나 스마트폰에 프로그램을 설치해 유해 콘텐츠를 차단하는 방식이었다면, 플랜티넷은 인터넷 서비스 제공사업자(ISP: Internet Service Provider)의 네트워크 관문에서 특정 사이트로의 접근 자체를 원천 차단하는 망단 차단(Network-level Blocking) 방식을 국내 최초로 구현했다.

2002년 통신사 3사의 유해사이트 차단 부가서비스 구축 사업에 참여

설립 초기 PC 보안 및 인터넷 필터링 소프트웨어 중심의 사업 구조를 갖고 있었지만, 2002년부터 KT, SK브로드밴드, LG유플러스 등 주요 통신사의 유해사이트 차단 부가서비스 구축에 참여하면서 사업 전환이 본격화되었다. 부가서비스란 통신요금제에 포함되거나 추가 요금으로 제공되는 서비스로, 가정 내 자녀 보호나 스마트기기 내 유해 콘텐츠 차단을 위해 통신사 자체 브랜드로 출시된 기능성 보안 서비스를 의미한다. 예를 들어 KT의 가족 안심 서비스와 SKT의 T 청소년안심서비스 등이 있다.

국내 모든 주요 통신망 사업자의 유해차단 서비스에 플랜티넷의 기술이 채택

이후 각 지역의 케이블 SO(System Operator, 종합유선방송 사업자)까지 서비스를 확대하며, 국내 모든 주요 통신망 사업자의 유해차단 서비스에 플랜티넷의 기술이 채택되기에 이르렀다. 이를 통해 플랜티넷은 유해차단 사업을 설치형 소프트웨어가 아닌 월 구독형 구조로 전환해 통신사와의 직접 연동을 통한 장기계약 구조, 국가별 법령·정책과 연계된 서비스 성격, 대규모 유해 콘텐츠 판별 DB 구축 필요성 등 진입장벽이 높은 요건들을 충족시키며 안정적인 수익 기반을 확보했다. 이러한 구조는 후발 사업자와의 기술·운영 격차를 구조적으로 고착시키는 역할을 하며, 플랜티넷을 시장 내 독보적인 사업자로 자리매김할 수 있었다.

플랜티넷 연혁

2000~2004 국내 시장선점 및 해외 판로확보	2005~2014 코스닥 상장 및 모바일 플랫폼 비즈니스 본격화	2015~ 신사업 본격화 및 그룹사 시너지 강화
2000 (주)플랜티넷 설립 2001 인터넷유해사이트 차단서비스 해나로탈레콤(주) 해나포스 가디언 출시 2002 인터넷유해사이트 차단서비스 (주)KT 매가팩스 크리미아 출시 2004 대만현지법인 Plantynet Taiwan Co., Ltd 설립 ISO 품질경영시스템 우수인증기업상 수상	2005 코스닥시장 상장 2007 디지털매거진 유통사(주)모아진 설립 2008 벤처캐피탈 알바트로스인베스트먼트(주) 설립 2011 디지털콘텐츠 유통사(주)에이엔지모조인수 2012 모바일 유해필터링 서비스 LGU+자녀폰자킴이 출시 2013 모바일 유해필터링 서비스 LGU+자녀폰자킴이 출시 2014 미래창조과학부장관 표창 기술경영 우수기업 표창	2020 NSHC와 n번방 재발방지를 위한 사업협력 육군 후후엔컴페니와 장병 휴대전화 유해사이트 차단 앱 도입을 위한 사업협력 2021 베트남 최대통신기업 VNPT와 유해차단 전국망서비스 론칭 유해스트리밍동영상 AI 필터링 기술특허 취득 SSL 스마트 가시성(암복호화) 솔루션 '오피스가드SV' 출시 2022 KT 스카이라이프와 악성코드 차단 안심인터넷 서비스 출시 불법촬영물 유통확산방지를 위한 영상검출 기술 개발 및 SNS에서의 온라인 그룹밍 위험성 자기탐지 기술 개발 국제 과제 연구개발 기관 선정 2024 디지털매거진 서비스 모아진 B2C 출시

자료: 플랜티넷, 한국IR협의회 기업리서치센터

주요 사업 부문

2024년 부문별 매출 비중
보안 솔루션 사업 54%,
콘텐츠 유통 31%,
벤처캐피탈 15%

플랜티넷의 사업 구조는 크게 세 가지 축으로 구성된다. 첫째, 통신사, 공공기관, 교육기관, 일반 기업 등을 대상으로 유해 콘텐츠를 탐지 및 차단하는 보안 솔루션 사업부문, 둘째, 자회사 플랜티엠이 운영하는 디지털 잡지 콘텐츠 플랫폼 ‘모아진(Moazine)’ 중심의 콘텐츠 유통 사업부문, 셋째, 고유 계정으로 스타트업 및 벤처기업에 투자하는 벤처캐피탈 사업부문이다.

지난 10년간(2014~2024) 플랜티넷은 보안 솔루션 사업을 기반으로 연평균 약 5% 수준의 안정적인 매출 성장세를 이어왔으며, 최근에는 콘텐츠 유통 플랫폼의 외형 확대가 본격화되며 성장 모멘텀이 강화되고 있다. 2024년 연결 기준 매출 비중은 보안 솔루션 사업이 전체의 약 54%, 콘텐츠 유통 사업이 약 31%를 차지했으며, 벤처캐피탈 부문은 약 15%를 차지하고 있다.

플랜티넷의 보안 솔루션은
98%의 유해 콘텐츠 분류
정확도를 확보

유해차단 보안 솔루션 사업은 플랜티넷의 가장 안정적인 현금 창출원으로, 통신사 부가서비스를 통한 가정 내 청소년 보호(B2C), 초·중·고 및 교육청 대상의 교육 콘텐츠 통제(B2G), 정부·지자체 중심의 공공기관 보안 시스템(B2G), 일반 기업 대상의 웹 필터링 및 보안 시스템(B2B) 등 다양한 수요처를 기반으로 한다.

기술적으로는 AI 기반 이미지·텍스트 분석 기능을 탑재해 음란물, 도박, 보이스피싱, 스미싱, 딥페이크 등 고도화된 유해 콘텐츠를 실시간으로 탐지 및 차단할 수 있으며, 하루 수천만 건 이상의 웹 데이터를 처리할 수 있는 수준의 대용량 DB 처리 능력과 약 98%의 유해 콘텐츠 분류 정확도를 확보하고 있다. 해당 기술은 국내를 넘어 대만 최대 통신사인 중화전신(HT)에 독점 공급되고 있으며, 향후 일본·베트남 등 유사 규제 환경을 갖춘 동아시아권 국가로의 수출 확대도 추진 중이다.

자회사 플랜티엠은 국내 유일
디지털 잡지 구독 플랫폼을 운영

콘텐츠 유통 사업은 자회사 플랜티엠을 통해 운영되고 있으며, 국내 유일의 디지털 잡지 콘텐츠 구독 플랫폼 ‘모아진(Moazine)’을 중심으로 B2G·B2B 시장에서 약 90%의 점유율을 확보하고 있다. B2G·B2B 부문은 도서관 등 공공기관 이용자를 포함하여 앱 설치 기준 약 40만 명 규모의 가입자를 확보하고 있으며, B2C 가서비스는 2024년 7월 런칭 이후 2025년 7월 누적 가입자 수 38,352명을 기록하며 가파른 성장세를 보이고 있다. 모아진의 전체 가입자 수는 약 44만 명 수준으로 추산된다.

모아진은 이용자 니즈에 따라 선택할 수 있는 유료 구독제를 운영 중이며, 특정 카테고리만 열람 가능한 ‘선택형 요금제(월 6,000원)’, 국내 전체 잡지 콘텐츠 열람이 가능한 ‘국내 전체 요금제(월 11,000원)’, 국내외 전 콘텐츠 접근이 가능한 ‘전체 요금제(월 18,000원)’ 등으로 구성되어 있다.

플랜티엠은 B2C 시장 확장을 위해 단말기·통신사와의 전략적 제휴를 본격화하고 있다. 삼성전자의 갤럭시 탭 S9 및 S10 시리즈(탭 S10+, S10 Ultra, S10 FE, S10 FE+)에는 모아진 앱이 프리로드 형태로 탑재되어 접근성을 높였으며, 2025년 하반기 출시 예정인 갤럭시 폴드7에는 ‘NEW 갤럭시 AI 구독클럽’ 가입자를 대상으로 문자 인증 방식의 혜택 제공이 예정되어 있다. 통신사 요금제 측면에서는 KT의 일반 요금제에 부가서비스 형태로 포함되어 있으며, 2025년 8월부터 KT 계열 MVNO(알뜰폰 사업자, m모바일, 스카이라이프, 미니게이트)를 통해서 요금제 기반 서비스가 시작된

다. 또한, SKT 계열 MVNO와의 요금제 제휴도 현재 협의 단계에 있으며, 향후 추가적인 커버리지 확대가 기대된다.

모아진은 AI 콘텐츠 처리 기술을 내재화해 커머스 연동 등 새로운 수익모델로 확장할 것

모아진은 단순한 뷰어형 콘텐츠 열람 서비스를 넘어서, PDF 기반 잡지 콘텐츠에서 텍스트·이미지를 자동 추출하고, 요약 및 개인화 추천 기능을 제공하는 AI 콘텐츠 처리 기술을 내재화하고 있다. 이러한 기술력은 향후 광고 삽입 최적화, 클릭 기반 커머스 연동 등 새로운 수익모델로의 확장 가능성을 열어준다. 현재 플랜티넷은 2026년 상반기 북미 시장 진출을 목표로, 한국어-영어 병기 콘텐츠 기반의 글로벌 플랫폼 서비스를 준비 중이다.

한편, 콘텐츠 유통 부문은 모아진 외에도 음악 기반 콘텐츠 매칭 기술을 활용한 **음악 매칭 서비스**를 포함하고 있다. 해당 서비스는 방송·공연·플랫폼 등 B2B 고객을 대상으로 음원 저작권 탐지 및 메타데이터 기반 분석 솔루션을 제공하고 있으나, 2025년에는 산업 수요 둔화와 일부 고객사의 서비스 종료 영향으로 매출이 감소하며, 콘텐츠 유통 부문 전체 외형 성장에 제약 요인으로 작용하고 있다.

자회사 알바트로스인베스트먼트는 약 3,000억 원의 운용자산을 보유

벤처캐피탈 사업은 자회사 알바트로스인베스트먼트를 통해 이뤄지고 있다. 벤처캐피탈 운용사로 약 3,000억 원의 운용자산을 보유하고 있다. 알바트로스인베스트먼트는 고유 자금을 활용해 비상장 스타트업 및 기술 기반 벤처기업에 대한 투자를 집행하고, 향후 IPO 등 회수 이벤트를 통해 성과를 실현하는 구조다. 대표적인 투자 사례로는 엔젤로보틱스(웨어러블 로봇), 파마리서치프로덕트(피부재생 및 미용 의료기기), 파워큐브세미(전력반도체), 허니냅스(수면 관리 헬스케어) 등이 있다.

플랜티넷 유해 콘텐츠 차단 어플리케이션, 엔블락(nBlock)



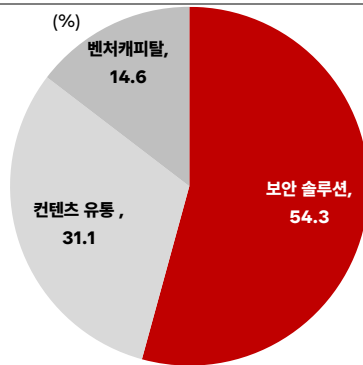
자료: 플랜티넷, 한국IR협의회 기업리서치센터

플랜티넷 디지털 매거진 모아진(Moazine)



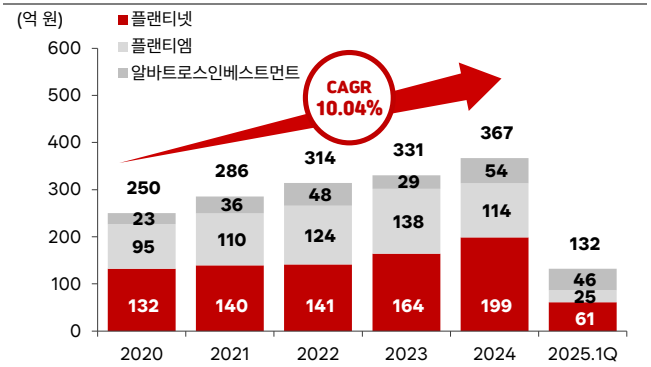
자료: 플랜티넷, 한국IR협의회 기업리서치센터

2024년 기준 사업부문별 매출 비중



자료: 플랜티넷, 한국IR협회의 기업리서치센터

플랜티넷 경영 성과 추이



자료: 플랜티넷, 한국IR협회의 기업리서치센터

3 주요 주주 구성 및 계열사 현황

2025년 3월말 기준 플랜티넷의 최대주주는 김태주 대표이사로 지분율 20.96%를 보유하고 있으며, 최대주주 및 특수관계인을 포함한 지분율은 약 23.39%이다. 이 외에 자사주 6.33%, 현창릉(공동 창업자) 7.22%, 기타 소액주주 63.06%를 보유하고 있다.

플랜티넷은 총 6개의 종속회사를 보유하고 있으며, 유해 콘텐츠 차단, 콘텐츠 유통, 벤처투자사업 등 각기 다른 사업 부문에서 시너지를 창출하고 있다. 유해 콘텐츠 차단 사업 부문에는 Plantynet Taiwan Co., Ltd. (대만법인, 지분율 87.0%), Plantynet Vietnam JSC (베트남법인, 지분율 72.9%), 플랜티유(국내 법인, 48.5%), 디지털 콘텐츠 유통 부문에서는 플랜티엠(디지털 매거진 모아진 운영, 지분율 57.1%), 에이앤지모즈(플랜티엠의 100% 자회사, 지분율 100%), 벤처 투자 부문에서는 알바트로스인베스트먼트(VC, 지분율 62.7%)가 사업을 영위 중이다.



산업 현황

1 유해차단 기술, 디지털 규제 인프라로의 진화

국내 유해콘텐츠 차단 산업은 B2G·B2B 모델 중심으로 성장

국내 유해콘텐츠 차단 산업은 네트워크 보안, 콘텐츠 필터링, 디지털 규제 기술이 융합된 특수 시장으로, 일반적인 B2C 보안 솔루션과는 확연히 다른 구조적 특이성을 갖는다. 특히 국내 유해콘텐츠 차단 산업은 공공기관의 규제 목적과 통신사의 부가서비스 모델이 결합된 형태로 발전해왔으며, 청소년 보호와 사이버 범죄 예방이라는 명확한 사회적 니즈를 바탕으로 B2G·B2B 모델 중심으로 성장해왔다. 국내 통신 3사(LG U+, KT, SKT)는 자녀 보호용 유해 차단 서비스를 스마트폰 요금제 부가서비스 형태로 제공해왔으며, 교육청과 지자체 또한 학교 및 공공기관 내 웹 필터링 시스템을 도입하는 등 이 산업은 민간 기술과 공공 행정이 결합된 특수한 보안 인프라 시장으로 정착하고 있다.

특히, 스마트폰 사용에 따른 청소년의 디지털 위험 노출이 가시화되면서, 유해 콘텐츠 차단 시스템에 대한 공공·민간의 수요가 점차 증가하는 추세다. 과학기술정보통신부가 발표한 '2024 스마트폰 과의존 실태조사'에 따르면, 전체 청소년 중 스마트폰 과의존 위험군 비율은 42.6%로 2023년(40.1%) 대비 2.5%p 상승했으며, 세부적으로 고위험군 5.2%, 잠재적 위험군 37.4%로 청소년의 상당수가 스마트폰에 대한 자기통제 능력이 낮은 상태임을 보여준다. 이는 코로나 19 이후 온라인 콘텐츠 사용이 일상화되면서, 음란물·도박 앱 이용, 랜덤채팅을 통한 성범죄 노출 등의 위험 환경에 청소년들이 더욱 쉽게 노출되고 있다는 점과 맞물린다.

뿐만 아니라, 유아동(만 3세~9세)의 스마트폰 과의존 위험군 비율도 25.9%로, 전년 대비 0.9%p 상승한 것으로 나타났다. 이 중 고위험군은 3.6%, 잠재적 위험군은 22.3%로, 저연령층에서도 디지털 과의존 문제가 점차 확산되고 있음을 보여준다. 특히 초등학생과 중학생의 위험군 비율은 각각 39.6%, 42.2%에 달하며, 학령기 아동·청소년의 디지털 리스크 노출 수준이 빠르게 상승하고 있다. 스마트폰 사용 시기가 갈수록 앞당겨지는 가운데, 부모의 통제력 부재와 관련 앱의 활용 부족이 복합적으로 작용해 장기적으로 유해 콘텐츠 노출 가능성을 높이고 있음을 시사한다.

이러한 배경 속에서 유해 콘텐츠 차단 기술은 더 이상 선택이 아닌, 디지털 발달 환경에서의 필수 인프라로 자리매김해야 한다는 공감대가 확산되고 있다. 실제로, 스마트폰을 통한 음란물 및 도박 앱 접근, 랜덤채팅 기반 성범죄 노출 사례가 증가하면서, 학부모와 교육기관을 중심으로 한 콘텐츠 필터링 기술 도입 요구도 빠르게 증가하고 있다. 정부, 통신사, 보안기업 간의 통합적 대응체계 구축 필요성 역시 점차 명확해지고 있는 상황이다.

이에 따라 보안 업계는 유해콘텐츠의 단순 차단 기능을 넘어, 예방·탐지·대응이 통합된 전방위 보안 솔루션으로의 전환을 가속화하고 있다. 기존의 단순한 키워드 기반 음란물 필터링에서 벗어나, AI 기반의 고도화된 사이버 위협 대응 기술로 진화하고 있다. 예를 들어, 딥러닝(Deep Learning) 기반의 이미지·영상 분석을 통해 기존에 알려지지 않은 콘텐츠와 동일한 해시값(hash value, 콘텐츠의 내용을 요약한 고유한 식별 코드)을 갖지 않는 새로운 형태의 유해 콘텐츠까지 탐지할 수 있는 능력이 요구되고 있다. 특히 최근에는 딥페이크 음란물(실존 인물의 얼굴을 합성한 가짜 음란 영상), 보이스피싱(음성 기반 금융사기), 스미싱(SMS를 활용한 피싱 공격), 무작위 채팅앱을 활용한 성범죄 등 새로운 유형의 사이버 위협에 대응하기 위한 기술 개발이 활발하다. 일부 선도 기업은 AI 기반 콘텐츠 분석 엔진을 자체 구축하고 있으며,

SSL 복호화(암호화된 웹 통신 내용을 해독하여 분석), DNS 필터링(도메인 주소 기반 접근 차단), SDN(Software Defined Network) 기반 트래픽 제어(네트워크 흐름을 소프트웨어로 제어) 기술까지 통합한 고도화 솔루션을 제공하고 있다. 이는 단순한 유해정보 차단을 넘어서, 이상 행위 탐지 및 위협 예측으로 확장되고 있는 흐름이다.

이러한 사회적 수요의 증가와 기술 진화는 정부의 정책적 움직임과 맞물리며, 유해 콘텐츠 차단 산업을 공공 중심 보안 기술에서 디지털 규제 인프라로 재인식되고 있다. 2021년 이후 'n번방 방지법', '딥페이크 방지법' 등 관련 입법이 강화되면서 유해콘텐츠 차단 기술은 민간 보안 시장을 넘어 '디지털 규제 인프라'로서의 역할을 부여받기 시작했다.

디지털플랫폼정부 구축 계획(2023~2026)에서는 디지털 역기능 대응을 핵심 과제로 제시하며, 인공지능(AI) 기반 사이버보안 체계 고도화와 불법·유해 콘텐츠 대응 기술 개발을 강조하고 있다. 이에 따라 과학기술정보통신부는 2024년 사이버보안 R&D 예산을 전년 대비 약 22% 확대된 1,141억 원으로 편성하였으며, 이 중 AI 기반 보안 기술 개발 과제가 다수 포함되어 있다. 이처럼 정부 주도 디지털 규제 기술 산업화는 향후 유해콘텐츠 차단 솔루션의 활용 범위를 공공·교육기관 중심에서 기업·플랫폼 전체로 확장시킬 것으로 전망된다.

국내 유해콘텐츠 차단 산업은 과거 불법·유해 정보 필터링에서 출발했으나, 현재는 인공지능(AI) 기반 보안 기술과 디지털 규제 체계가 결합된 고도화 단계로 진입하고 있다. 공공성과 기술 전문성이 동시에 요구되는 이 시장은, 사이버 위협의 복잡화, 디지털 정책 강화, AI 기술의 급속한 진화를 축으로 삼아, 보안과 규제의 경계를 넘나드는 융합형 산업으로 재편될 가능성이 크다.

연도별 대상별 스마트폰 과의존 위험군 현황



구조적 위기의 국내 잡지 산업과 디지털 플랫폼으로의 전환 기회

국내 잡지 산업은

구조적인 위축 흐름 지속

국내 잡지 산업은 장기적인 침체 흐름을 보이고 있다. 문화체육관광부와 한국잡지협회가 공동 발간한 ‘2024 잡지산업 실태조사’에 따르면, 2023년 기준 국내 잡지산업 총 매출액은 약 5,315억 원으로, 2019년의 7,775억 원 대비 약 31.7% 감소했다. 같은 기간 발행 사업체 수는 201개에서 154개, 종사자 수는 2,106명에서 1,386명으로 축소되었고, 정기 간행물 발행 종수는 857종에서 547종으로 급감했다. 이는 오프라인 잡지 구독과 광고에 의존해온 기존 비즈니스 모델이 더 이상 유지되기 어렵다는 현실을 보여주는 수치다.

디지털 전환 시도는 확대되나

실질적 성과는 제한됨

산업 전반에서 이러한 변화에 대응하기 위한 디지털 전환 시도는 확대되고 있으나, 현 단계에서는 실질적인 성과로 이어지는 경우는 제한적이다. 실태조사에 따르면 온라인 콘텐츠 유통을 시도한 잡지사의 83.8%는 “매출 변화 없음”, 6.9%는 “매출 감소”를 경험했다고 응답했다. 유료 구독 서비스를 운영 중인 비율은 12.2%에 불과했으며, 이 중 자사 결제 시스템을 보유한 비중은 0.8%에 그쳐, 상당수가 외부 플랫폼이나 결제망에 의존하고 있는 실정이다. 이는 콘텐츠의 단순 디지털화만으로는 수익 창출로 이어지기 어려우며, 유통 구조와 사용자 경험 설계까지 포함한 전방위적 플랫폼 전환이 필요함을 시사한다.

독서 콘텐츠 기반의 구독 플랫폼

성공 사례: 밀리의서재

반면, 책 기반 콘텐츠 분야와 같이 타 장르 콘텐츠 산업에서는 플랫폼 중심의 구독 모델이 실질적 성과를 거두는 사례도 등장하고 있다. 대표적으로 ‘밀리의서재’는 유료 구독 기반의 성공적인 전환 사례로, 큐레이션·오디오북·에디터 추천 등 사용자 몰입도를 높이는 기능을 통해 실구독자 수를 2021년 39만 명에서 2024년 83만 명까지 약 2.1배 확대했다. 같은 기간 매출은 289억 원에서 726억 원으로 연평균 약 +37.6% 성장했으며, 2022년부터는 영업이익도 흑자 전환되며 수익 구조의 안정화가 본격화되었다.

이처럼 밀리의서재의 성과는 전통 콘텐츠 산업이 종이책을 디지털로 옮기는 수준을 넘어서, 구독 기반의 플랫폼 모델로 전환해야 한다는 방향성을 잘 보여준다. 단순한 책 제공에 그치지 않고, 오디오북, 큐레이션, 개인화 추천 같은 다양한 기능을 결합해 사용자 경험을 높였고, 이를 통해 안정적인 수익 구조까지 만들어냈다는 점에서, 디지털 전환의 현실적 모델로 자리 잡고 있다.

잡지 콘텐츠 플랫폼화를 위해서

B2G에서 B2C로 유통 채널이

확장되어야 함

이러한 플랫폼화 흐름은 잡지 콘텐츠 산업에서도 충분히 실현 가능한 방향으로 제시되고 있다. 잡지는 정기 발행되는 특성과 시의성, 시각 중심의 편집 구조 덕분에 큐레이션, 광고, 쇼핑 등 다양한 기능과 연계하기에 적합한 콘텐츠 유형이기 때문이다. 특히, 콘텐츠 소비의 몰입도를 높일 수 있는 정형화된 발행 주기와 테마별 편집력은 구독형 플랫폼 서비스에 효과적으로 적용될 수 있다.

그러나 현재 국내 잡지 산업은 이러한 플랫폼화의 잠재력을 실제 수익 모델로 전환하지 못하고 있는 상황이다. 유통 구조는 여전히 공공기관 중심의 B2G 채널에 과도하게 의존하고 있으며, 이는 시장 확대와 수익 구조 다변화 측면에서 구조적 한계로 작용하고 있다. ‘2024 잡지산업 실태조사’에 따르면 잡지 유통 채널 중 대학도서관(17.9%)과 공공도서관(14.2%)이 높은 비중을 차지하며, 이 두 채널만으로 전체 유통의 30% 이상을 점유하고 있다. 반면, 온라인 유통은 24.9%로 가장 높은 비중을 기록했으나, 이는 단순 다운로드나 비정기적 열람 형태를 포함하는 것으로, 유료 구독 기반의 B2C 수익 모델과는 다소 거리가 있다.

AI 기반의 콘텐츠 요약, 개인화 추천, 타겟 광고 등은 디지털 플랫폼 수익 모델의 핵심

이러한 구조적 제약을 극복하고 디지털 플랫폼 중심의 수익 모델 정착을 위해서는, 콘텐츠 추천·요약·광고 최적화 등 다양한 영역에서 AI 기술이 전략적으로 활용되어야 한다. 전 세계 주요 콘텐츠 기업들은 이미 AI 기반 콘텐츠 요약, 개인화 추천, 타겟 광고 등 수익과 직결되는 기능을 플랫폼 내에 내재화하고 있으며, 이는 디지털 플랫폼 수익 모델의 핵심 기제로 작동하고 있다. 반면, 국내 잡지사 중 생성형 AI를 실질적으로 활용하고 있는 비율은 8.9%에 불과하며, 대부분이 기획 보조나 표지 이미지 제작 등 단순 작업에 그치고 있다. 잡지 콘텐츠 플랫폼 고도화를 위해서는 기술이 단순한 보조가 아니라, 수익을 유도하는 전략적 도구로 작동해야 한다.

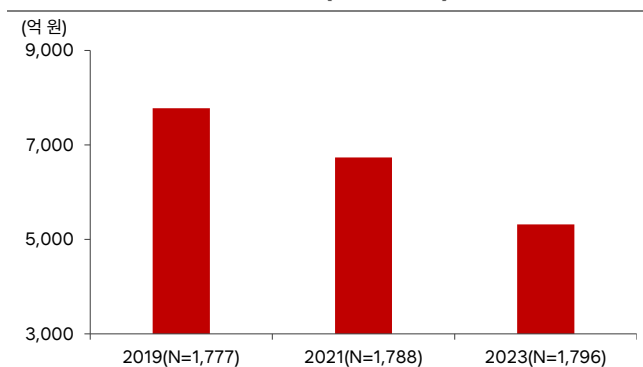
콘텐츠 자체의 가치뿐 아니라, 소비 설계와 유통 구조의 경쟁력이 산업 내 성패를 결정할 것

글로벌 시장은 이미 디지털 플랫폼과 AI 기술 중심의 수익 구조로 전환되었으며, 국내 산업은 후발 주자로서 플랫폼 기업 중심의 재편이 불가피한 상황에 직면해 있다. 뉴욕타임즈는 2025년 1분기 기준 전체 구독 수익의 72%, 광고 수익의 65.6%를 디지털 부문에서 창출하고 있으며, 이코노미스트는 유료 구독자의 약 68%가 디지털 전용 구독자다. 이들은 AI 기반의 개인화 추천 시스템을 통해 구독자의 콘텐츠 탐색 효율과 소비 밀도를 높이고 있으며, 이를 통해 단순한 콘텐츠 공급을 넘어 플랫폼 구조 전반의 경쟁력을 강화하고 있다. 그러나 이 같은 전략은 대규모 자본과 기술 인프라를 기반으로 가능했던 모델이다.

기술과 유통을 통합한 전문 플랫폼 기업이 산업 구조 재편의 핵심 대안으로 부상할 것

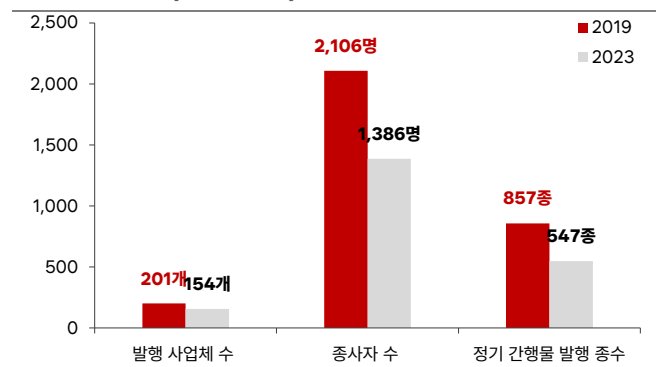
국내 잡지사들은 수익 기반이 무너진 상황에서 독자적인 플랫폼 전환이 사실상 불가능하며, 전문 플랫폼 기업이 생태계 전환의 대안이 되어야 한다. 이미 대다수 잡지사는 디지털화에 필요한 개발 인력, AI 기술, UX 설계 역량을 자체 보유하고 있지 않으며, 개별 전환은 비효율적일 뿐 아니라 비용 리스크가 크다. 이 같은 구조적 제약 속에서, 콘텐츠 유통과 기술 기반 수익화를 통합 제공하는 플랫폼 기업이 중심축 역할을 수행해야 한다는 요구가 점차 명확해지고 있다. 이는 잡지 산업이 자체 기술 투자 없이도 플랫폼 기반 수익 구조를 확보할 수 있는 현실적 대안이자, 콘텐츠 제작과 유통 간 기능 분리를 통해 산업 전반의 효율성과 지속가능성을 제고할 수 있는 구조적 해법으로 평가된다.

국내 잡지 발행 사업체의 총 매출액 추이(2019~2023)



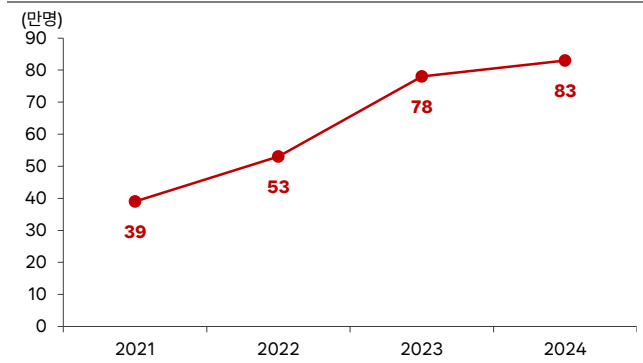
자료: 2024 잡지산업 실태조사, 한국IR협의회 기업리서치센터

국내 잡지 산업 현황(2019~2023)



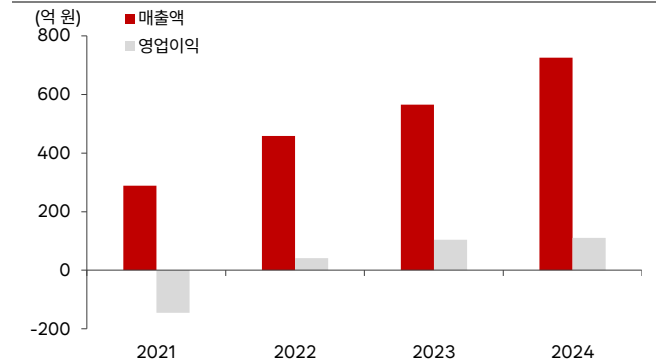
자료: 2024 잡지산업 실태조사, 한국IR협의회 기업리서치센터

KT밀리의서재 실구독자 수 추이



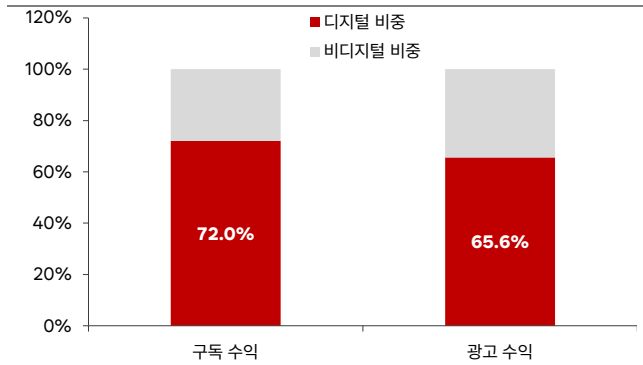
자료: 밀리의서재, 한국IR협회의 기업리서치센터

KT밀리의서재 실적 추이



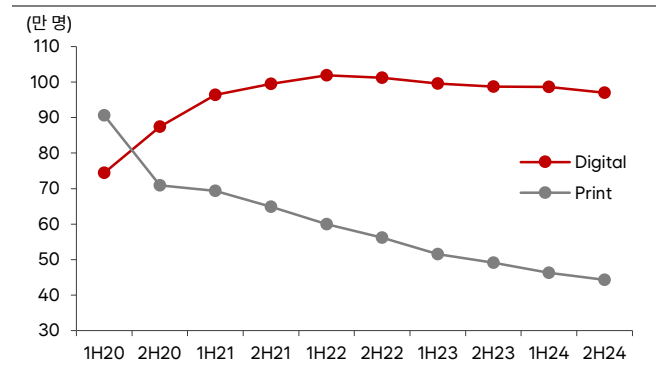
자료: 밀리의서재, 한국IR협회의 기업리서치센터

뉴욕타임즈 수익 구조



자료: TheNewYorkTimes, 한국IR협회의 기업리서치센터

The Economist의 디지털 구독자 수와 인쇄 구독자 수 변화 추이



자료: The Economist, 한국IR협회의 기업리서치센터



투자포인트

1 국내 유일의 망단 기반 유해차단 솔루션 사업자

국내 유일의 망단 기반 유해차단 솔루션 사업자

플랜티넷은 국내 유일의 ISP 망단 기반 유해콘텐츠 차단 솔루션 사업자로, 통신 3사와 주요 케이블 인터넷 사업자에 서비스를 제공하며 독점적인 지위를 구축하고 있다. 이 솔루션은 디바이스가 아닌 네트워크 인프라에서 콘텐츠를 차단하는 구조로, 별도 설치 없이 신청만으로 차단이 가능해 소비자 접근성과 운영 안정성 모두에서 경쟁우위를 갖는다.

AI 기반 콘텐츠 검열 정확도 98% 수준, 국내 최대 유해사이트 DB 보유

기술적으로는 텍스트 기반 탐지에서 벗어나 이미지·영상·메타데이터 기반의 유해성 판단 알고리즘을 고도화해왔으며, 하루 수천만 개 이상 생성되는 신규 URL에 대해 차단 정밀도 98% 이상의 탐지 정확도를 확보하고 있다. 자동 필터링이 어려운 콘텐츠에 대해서는 전담 인력의 수작업 검수와 AI 재학습 구조를 병행하고 있어, 후발 주자가 단기간 내 모방하기 어려운 고정밀 학습 DB 경쟁력을 보유하고 있다.

보이스피싱·딥페이크 등 새로운 리스크 차단 기술 수요 확대

기존 음란물 필터링 중심에서 벗어나, 보이스피싱·스미싱 탐지, 딥페이크 감지 등 새로운 사이버 범죄 탐지 기술이 상용화되고 있으며, 플랜티넷은 이에 필요한 메타데이터 기반 차단 기술을 개발·탑재하고 있다. 특히 2023~2024년 통신 3사를 중심으로 발생한 보이스피싱 사고 이후, AI 기반의 실시간 탐지·차단 수요가 급증하고 있으며, 플랜티넷은 이에 대응하는 딥페이크·스미싱 탐지 기능을 상용화하며 제품 포트폴리오를 확장하고 있다. 유해콘텐츠 차단 부문은 최근 3년간 지속적인 외형 성장 흐름을 나타냈다. 연결 기준 부문 매출은 2021년 143.7억 원 → 2022년 157.6억 원 → 2023년 186.4억 원 → 2024년 228.9억 원으로 연평균 약 17% 성장하였으며, 2025년 1분기에는 전년대비 50.1% 증가한 61.1억 원을 기록했다.

해외 통신사 대상 독점 공급 확대 여력

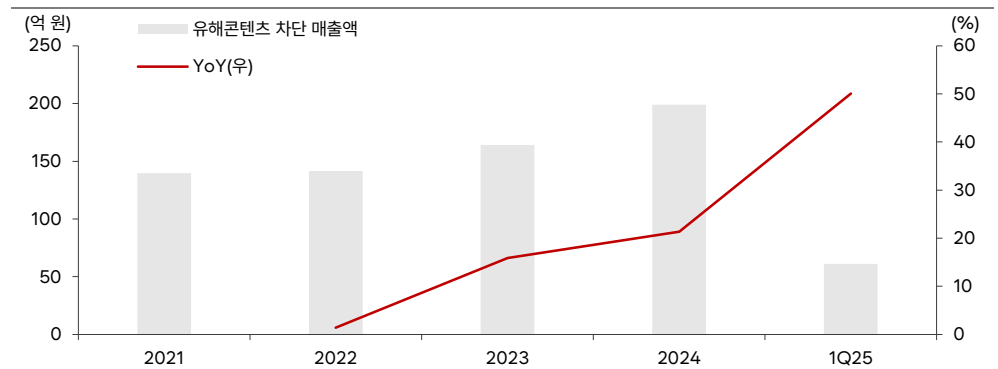
플랜티넷은 대만 최대 통신사인 중화전신(HT)에 유해차단 서비스를 독점 공급하고 있으며, 동일한 망단 차단 수요가 있는 유교권 국가(일본·홍콩·베트남 등) 대상 해외 확장 가능성도 보유하고 있다. 특히 해외 통신사 입장에서는 자체 기술 투자보다 검증된 한국 벤더 솔루션을 채택하는 것이 비용·정치적 위험 측면에서 유리하기 때문에, 국내 1위 사업자로써의 수출 기반도 유효하다.

B2G·B2B·B2C를 모두 아우르는 정책·시장 기반 수요 확보

플랜티넷은 가정(청소년 보호), 학교(디지털 교과서), 공공기관(정보보안), 통신사(부가서비스), 해외(중화전신) 등 다양한 수요처를 보유하고 있으며, 특정 sector에 국한되지 않고 산업 전반에 걸쳐 매출 구조가 분산되어 있다는 점에서 안정성과 성장성을 동시에 확보한 구조다. 또한 각 수요처에서의 정책적 보호의무가 계속 존재하기 때문에, 기술 진화와 함께 시장은 유지 또는 확대될 가능성이 높다.

결론적으로, 플랜티넷은 기술적으로는 망단 차단 방식과 AI 기반 유해콘텐츠 판별 DB를 보유한 유일한 사업자이며, 사업 구조적으로는 통신사 중심의 부가서비스, 정책 연계 B2G 수요, 신규 사이버 리스크 탐지 수요를 기반으로 한 다층적인 수익 구조를 갖춘 기업이다. 유해사이트가 고도화될수록 차단 기술에 대한 단가와 수요는 동시에 상승하게 되는 구조이며, 단순 방어형 서비스에서 인공지능 기반 탐지 인프라 기업으로의 성장성이 열려 있다.

유해콘텐츠 차단 사업부 매출액 및 YoY 추이



자료: 한국IR협의회 기업리서치센터

디지털 잡지 플랫폼(모아진)의 구조적 진화: 구독 → AI → 커머스

플랜티넷은 디지털 매거진 유통 플랫폼 '모아진(Moazine)' 운영

플랜티넷의 자회사 플랜티넷이 운영하는 '모아진(Moazine)'은 전통적 B2G 중심 유통에서 벗어나, B2C 중심의 구독형 콘텐츠 플랫폼으로 구조 전환을 본격화하고 있다. 특히 2024년 하반기부터 B2C 유료 구독 시장에 본격 진입한 이후 1년 만에 3.8만 명 이상의 누적 가입자 확보에 성공하며 초기 확장 가능성을 입증했다. 모아진의 B2B 구독자와 B2C 구독자를 포함한 전체 누적 사용자 수는 약 44만 명으로 확대되고 있다.

밀리의서재는 디지털 콘텐츠 기반 구독형 플랫폼 사업의 수익성을 입증한 대표적 사례

이러한 흐름은 국내 콘텐츠 산업에서 이미 검증된 '밀리의서재'의 구독형 플랫폼 모델과 유사한 궤를 따른다. 밀리의서재는 도서 기반 콘텐츠에 큐레이션, 오디오북, 에디터 추천 등 다양한 사용자 경험 요소를 접목해, 출시 6년 만에 실구독자 수 83만 명(2024년 기준)을 확보하며 빠르게 성장했다. 밀리의서재는 2022년부터 본격적인 흑자 전환에 성공한 이후, 2024년에는 매출 726억 원(YoY +28.3%), 영업이익 110억 원(YoY +5.7%, OPM 15.2%)을 기록하며 두 자릿수 이익률을 안정적으로 유지하고 있다. 이는 플랫폼 기반 콘텐츠 사업의 수익성을 입증한 대표적 사례다. 이러한 실적 성장의 배경에는 B2C 유료 구독 모델을 중심으로, 통신사와의 제휴, B2B 패키지 공급, KT 그룹 콘텐츠 허브와의 연계 등 다층적인 수익 구조 구축이 중요한 역할을 했다. 이와 같은 전략은 디지털 콘텐츠 플랫폼의 확장성과 지속 가능성을 보여주는 시장 내 주요 벤치마크로 평가받고 있다.

모아진은 시각 중심의 콘텐츠를 중심으로 광고 및 커머스 연계가 가능한 플랫폼을 지향

플랜티넷의 '모아진'은 밀리의서재와 유사한 구독 플랫폼 구조를 잡지 콘텐츠에 특화된 형태로 구현하고 있으며, 시의성·반복성·이미지 중심 편집이라는 잡지 고유의 특성을 기반으로 광고·커머스 연계 확장성에 있어 한층 유리한 구조를 갖는다. 밀리의서재가 텍스트 중심 콘텐츠에 몰입도 강화를 목표로했다면, 모아진은 시각 중심 콘텐츠 구성 덕분에 광고 삽입 및 상품 연결 등 상업적 활용에 보다 직관적이고 유연하게 대응할 수 있다. 이는 단순한 콘텐츠 플랫폼을 넘어, 디지털 잡지 콘텐츠의 상업화·수익화 측면에서 차별화된 사업 모델을 갖춘 선도 주자로 평가될 수 있다.

모아진은 '전자잡지 활성화 3단계 로드맵' 추진 중

모아진의 플랫폼 전략은 2024년 수립한 '전자잡지 활성화 3단계 로드맵'을 중심으로 진행되고 있다. 1단계에서는 유료 구독 확대를 위해 B2C 모델로 전환하고 삼성전자·KT 등과의 제휴를 통해 초기 유입을 확보하고 있으며, 2단계에서는 AI 기반의 자동 번역 및 음성 변환(TTS) 기능을 도입해, 다양한 언어권 사용자도 디지털 잡지를 손쉽게 이용할 수 있도록 하며, 본격적인 글로벌 시장 진출 기반을 마련하고 있다. 최종 3단계에서는 콘텐츠와 쇼핑을 결합한 '커머스형

플랫폼'으로의 전환을 추진 중이다. 이용자는 잡지 콘텐츠 내 소개된 상품을 클릭해 쇼핑 플랫폼으로 바로 이동할 수 있으며, 구매가 발생할 경우 플랫폼은 수수료를 통해 부가 수익을 창출하게 된다. 패션, 뷰티, 리빙 등 다양한 잡지 콘텐츠와 연계된 제품군을 통해 이용자 편의성과 체류시간, 전환율을 동시에 끌어올리는 구조다. 플랜티넷은 이러한 로드맵 전략을 통해 단순한 콘텐츠 열람을 넘어, 디지털 잡지를 기반으로 한 실질적인 커머스 허브로의 진화를 꾀하고 있으며, 이는 플랫폼의 수익성과 확장성을 함께 강화하는 전략적 전환점이 될 전망이다.

기술적 기반은 모회사 플랜티넷의 AI 기반 콘텐츠 분석 기술 내재화 역량에서 비롯

이러한 전략의 실행력을 뒷받침하는 기술적 기반은 모회사 플랜티넷의 AI 기반 콘텐츠 분석 기술 내재화 역량에서 비롯된다. PDF 잡지에서 텍스트와 이미지를 자동 추출해 요약 및 개인화 추천까지 연결하는 고도화된 큐레이션 시스템은, 플랜티넷이 축적해온 이미지·텍스트 AI 기술을 응용한 결과다. 이를 통해 모아진은 AI 기반 콘텐츠 가공 기술을 내재화하여 단순한 PDF 뷰어 서비스가 아닌 텍스트와 이미지를 자동으로 추출하고, 이를 기반으로 요약 및 개인화 추천 알고리즘을 적용하는 큐레이션 기능을 구현하고 있다. 이러한 기능은 향후 콘텐츠 내 광고 삽입 최적화, 구매 전환 연계, 맞춤형 사용자 인터페이스 구성 등으로 확대될 수 있으며, 단순 열람형 서비스를 넘어선 몰입형 콘텐츠 소비 경험을 가능케 한다. 결과적으로 이는 플랫폼 내 광고 클릭률 및 전환율을 높이는 주요 요인으로 작용하며, 구독자 기반 수익 외에도 실질적인 광고·커머스 수익으로 연결될 수 있는 구조를 만든다.

유료 구독자 증가 및 광고 수익모델 작동이 본격화되면 마진 구조가 크게 개선될 것

모아진의 수익모델은 B2C 구독료 외에도 광고 수주, 잡지 커머스 연동, 복지물·지자체 대상 B2B 콘텐츠 공급 등 다층적으로 설계되어 있으며, 향후 유료 구독자 수가 10만 명 이상으로 확대될 경우 광고주와의 직접거래를 통한 실질 매출 확대도 기대할 수 있다. 아울러 일본 콘텐츠 확보, 북미 진출 준비, 글로벌 전자잡지 플랫폼(ZINIO)과의 파트너십 강화 등을 통해 콘텐츠의 글로벌화 기반도 동시에 추진되고 있다.

모아진은 현재 BEP 이전 단계로, 플랫폼 초기 고정비 부담이 높은 구조다. 그러나 가입자 수가 확대되고 광고 및 커머스 수익 모델이 작동하는 시점부터는 마진 구조가 빠르게 개선될 가능성이 높다. 특히 유사 플랫폼 모델인 '밀리의서재'가 10% 중후반대의 영업이익률을 기록하고 있다는 점은, 플랫폼 구독 모델의 수익성을 보여주는 실증적 사례이며, 플랜티넷 역시 BEP 도달 이후 유사한 수익성 레벨 확보가 가능할 것으로 전망된다.

플랜티넷은 모아진의 유료 구독자 기반 확대를 위한 실행 전략을 다각도로 전개하고 있다. 삼성전자와는 갤럭시 탭 S9·S10 시리즈에 앱을 프리로드하는 방식으로 접근성을 높였으며, 2025년 하반기 출시 예정인 갤럭시 폴드7의 경우에는 'NEW 갤럭시 AI 구독클럽' 가입자를 대상으로 모아진 무료 혜택을 제공하는 형태로 전환된다. 가입자 인증 방식의 자동 연동을 통해, 실제 휴대폰 구매·서비스 가입과 동시에 콘텐츠 소비가 시작되는 사용자 유입 구조를 실현하고자 한다.

통신사 채널 측면에서는 KT의 일반 요금제에 이어, 2025년 8월부터 KT 계열 MVNO(알뜰폰 사업자: m모바일, 스카이라이프, 미니게이트)를 통해 요금제 기반 서비스가 시작된다. 또한 SKT 계열 MVNO와의 요금제 제휴도 논의가 진행 중이며, 이를 통해 다양한 요금제에 콘텐츠 플랫폼을 결합한 형태로 구독 접근성을 확장해 나갈 계획이다. 이 같은 실행 전략은 유료 가입자의 저변을 넓히는 동시에, 통신 요금제 기반 콘텐츠 유통이라는 새로운 확산 채널로 기능할 수 있다는 점에서 주목할 만하다.

플랜티넷은 안정적인 B2G 기반 위에서 B2C 유료 구독 확장, AI 기반 콘텐츠 가공 역량 확보, 글로벌 플랫폼 진출, 콘텐츠-커머스 융합이라는 단계별 전략을 통해 디지털 잡지 콘텐츠 산업의 패러다임 전환을 주도하고 있으며, 중장기적으로는 단순 콘텐츠 유통 기업을 넘어서 종합 디지털 미디어 플랫폼 기업으로의 재평가가 기대된다.

플랜티넷, '갤럭시 탭 S10 시리즈에 자사 앱 '모아진' 선포



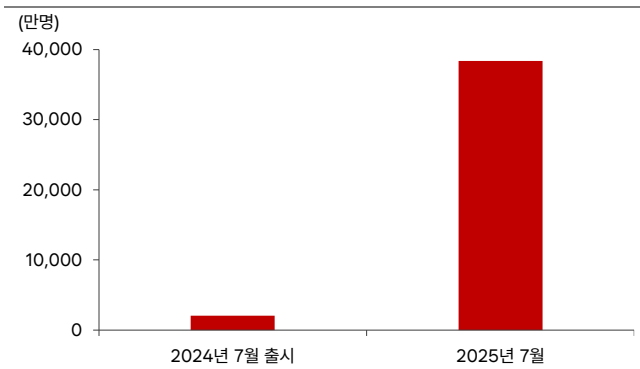
자료: 플랜티넷, 한국IR협의회 기업리서치센터

모아진 AI 기능: 기존 표지 모델 사진(좌)을 영상화(우)



자료: 플랜티넷, 한국IR협의회 기업리서치센터

플랜티넷 모아진 누적 구독자 수



자료: 플랜티넷, 한국IR협의회 기업리서치센터

플랜티넷 모아진 사업 로드맵



자료: 플랜티넷, 한국IR협의회 기업리서치센터

한국잡지협회와 플랜티넷의 전자잡지 활성화 3단계 로드맵

전략목표	전자잡지 국내 활성화	AI 활용 해외시장 개척	쇼핑 플랫폼
추진 전략	- 전자잡지 사업 활성화	- AI 기술 활용 - 전자잡지 K-콘텐츠 해외 시장 개척	- 전자잡지 쇼핑 플랫폼 구축 - 쇼핑 연계를 통한 부가 수익 창출
로드맵	1단계 ①전자잡지 B2C 사업 활성화 ②삼성전자 협업 - 갤럭시탭 Preload 서비스 탑재 - 갤럭시 S 5 및 폴딩, 폴딩 휴대폰 서비스 탑재 ③KT 협업 - KT 초이스 요금제 및 부가서비스 출시 ④카 인포테인먼트 오디오매거진 서비스 제공	2단계 ①AI 기술 활용 (삼성 Galaxy AI) - 국내 잡지 해외 언어 번역 기능 탑재 → 영어 및 13개국 언어 자동번역 - TTS 기능 지원 → 번역된 언어 TTS 지원 ②K-content 해외 시장 진출 - 삼성 및 KT 협업을 통한 해외 판로 개척 - 해외잡지 플랫폼 내 한국 잡지 콘텐츠 서비스 제공	3단계 ①디지털 매거진 · 광고 쇼핑 통합 구축 - 잡지콘텐츠 내 제품 선택시 쇼핑 플랫폼 연동 → '오늘의 잡지서비스와 유사 방식 - 쇼핑 플랫폼 연결 및 구매 수수료를 통한 수익 창출

자료: 한국잡지협회, 한국IR협의회 기업리서치센터

19년 연속 결산 배당, 배당주로서의 안정적 투자 매력**코스닥 상장사 중 보기 드문****고배당 정책을 유지**

플랜티넷은 배당 성향과 일관성 측면에서 코스닥 상장사 중 보기 드문 고배당 정책을 유지하고 있는 기업이다. 2006년부터 2024년까지 19년 연속 결산 배당을 실시하고 있으며, 최근 3개년 평균 배당수익률은 4.1%에 달한다. 특히 2024년에는 연결 순이익 153억 원 대비 155억 원의 현금 배당을 집행하며 배당성향 100% 이상을 기록했다. 이는 단기 이익 규모보다는 주주 친화적 정책 기조에 따라 배당을 유지해온 결과로, 장기 보유 관점의 투자자들에게 안정적 인 수익 흐름을 제공한다.

주주환원 기조는 안정적인**잉여현금 창출 구조에서 비롯됨**

이와 같은 주주환원 기조는 고정형 수익모델에 기반한 안정적인 잉여현금 창출 구조에서 비롯된다. 통신사 부가서비스 및 공공기관 계약 중심의 유해차단 솔루션 사업은 초기 자본투입이 크지 않고 원가 구조가 단순한 플랫폼형 모델로, 변동성 낮은 현금흐름을 지속적으로 창출하고 있다. 또한 콘텐츠 유통과 벤처투자 부문 역시 매출 규모 확대와 관리보수 기반 수익 구조 정착에 따라 중장기적인 현금흐름 기여도가 높아질 전망이다.

지속적 배당을 기업가치 제고를**위한 핵심 재무정책으로 설정**

플랜티넷은 지속적 배당을 기업가치 제고를 위한 핵심 재무정책으로 설정하고 있으며, 향후에도 수익 안정성과 배당 지속 가능성을 병행하는 현금흐름 중심의 주주환원 전략을 유지할 가능성이 높다. 당사는 배당의 절대 수준뿐 아니라 배당 지속성 측면에서도 시장 신뢰도가 높은 기업으로, 소형 성장주 대비 투자 안정성을 부각시킬 수 있는 요인 중 하나로 평가된다.

더불어, 최근 정부가 코리아 디스카운트 해소를 위한 핵심 정책으로 제시한 '기업 밸류업 프로그램'의 기조와도 부합하는 구조를 보유하고 있다. 낮은 밸류에이션에도 불구하고 안정적인 현금흐름과 고배당 정책을 유지해온 점, 그리고 정책 기반 수요(B2G)와 구조적 고정 매출 비중이 높은 사업 특성은, 중소형 가치주 내에서도 차별화된 리레이팅 가능성을 높이는 요인으로 작용할 수 있다. 이러한 측면에서 플랜티넷은 실적 안정성과 더불어 정책 수혜형 밸류 리레이팅 후보군으로서의 평가도 가능하다.

플랜티넷 최근 배당 이력(4개년)

(단위: 백만원)	2024년 제 25 기	2023년 제 24 기	2022년 제 23 기	2021년 제 22 기
(연결)당기순이익	1,532	1,543	-1,558	5,985
(별도)당기순이익	1,162	667	213	526
(연결)주당순이익(원)	99	101	-102	392
현금배당금총액	1,557	1,532	1,532	1,532
(연결)현금배당성향(%)	101.6	99.3	-98.3	25.6
현금배당수익률(%)	4.1	4.2	4.2	2.3
주당 현금배당금(원)	100	100	100	200

(단위: 회, 율(%))

연속 배당횟수	평균 배당수익률	
결산배당	최근 3년간	최근 5년간
20	4.1	3.6

자료: 플랜티넷, 한국IR협회의 기업리서치센터

플랜티넷 배당 현황

주주의 안정적인 투자 기회 제공으로 주주 안정성 확보와 더불어 장기투자자 유치를 위한 결산배당 지속			
2024년 결산 배당 시행			
배당 구분	주당 배당금	시가 배당율	배당금 총액
결산배당	100원	4.1%	15.6억원

* 시가배당율: 당사 주주명부 폐쇄일 2매매거래일 전부터 과거 1주일간 코스닥 시장에서 형성된 최종가격의 산술평균 가격에 대한 주당 배당금의 비율로 산정

자료: 플랜티넷, 한국IR협회의 기업리서치센터



실적 추이 및 전망

2025년 1분기 실적 리뷰

2025년 1분기 매출액 132억 원(YoY +76%), 영업이익 34억 원(YoY +712%)

2025년 1분기 실적은 외형과 수익성 측면 모두에서 전년 및 전분기 대비 뚜렷한 개선 흐름을 나타냈다. 연결 기준 매출은 132.4억 원으로 전분기 대비 +28.7%, 전년동기 대비로는 +75.9% 증가했으며, 이는 분기 기준 역대 최대 매출 기록이다. 영업이익은 33.6억 원, 영업이익률은 25.4%에 달하며 전년동기 대비 흑자전환, 전분기 대비 약 7배 개선된 실적을 기록했다. 지배주주순이익은 18.6억 원, 순이익률은 14.1%를 기록하며 전분기 대비 흑자 전환에 성공했으나, 전년동기 대비 -37.3%를 기록했다. 이는 2024년 1분기에 반영된 약 55억 원 규모의 일회성 지분법 평가이익에 따른 높은 기저 효과 때문으로, 정상 이익 기준으로는 안정적인 흐름으로 판단된다.

유해콘텐츠 차단 솔루션 46.1%, 콘텐츠 유통 및 용역 19.2%, 벤처캐피탈 34.7%

2025년 1분기 전체 매출 중 사업부문별 비중은 유해콘텐츠 차단 솔루션 46.1%(61억 원), 콘텐츠 유통 및 용역(플랜티엠 중심) 19.2%(25억 원), 벤처캐피탈 34.7%(46억 원)으로 구성되었다. 이 중 외형 성장의 핵심 동력은 벤처캐피탈 부문이다. 알바트로스인베스트먼트가 운용 중인 투자조합에서 발생한 일회성 운용수익이 영업수익으로 반영되며 외형 성장을 견인한 반면, 일부 투자자산에 대한 평가손실이 반영되며 지분법 손익은 -5억 원을 기록해 순이익에는 제한적으로 기여한 것으로 판단된다.

유해콘텐츠 차단 수출 매출 1Q25 20억 원(YoY +43%) 기록

한편 유해콘텐츠 차단 사업부는 2025년 1분기에 61억 원의 매출을 기록하며 전년 동기 대비 +50.1% 성장하였다. 국내 통신 3사 및 교육청 대상 B2G 사업의 안정적인 매출과 함께, AI 기반 딥페이크·보이스피싱 대응 필터링 기술 고도화와 대만·베트남 통신사 대상 해외 수출 증가가 실적 성장을 견인했다. 유해콘텐츠 차단 사업부문의 수출 매출은 2024년부터 분기별로 꾸준히 증가하는 추세를 보이고 있으며, 2025년 1분기에는 전년 동기 대비 +42.9% 증가한 20억 원을 기록했다. 이러한 외형 성장과 함께 2025년 1분기 유해콘텐츠 차단 사업부의 영업이익률은 12.9%를 기록하며, 전년 동기 -4.8% 대비 17.7%p 개선된 수익성을 달성하였다. 외형과 수익성을 동시에 개선한 유해콘텐츠 차단 사업부는, 실적을 안정적으로 지지하는 핵심 캐시카우로 기능하고 있다.

콘텐츠 유통 및 용역 부문 고정비 부담 지속되며 수익성 부진

한편 콘텐츠 유통 및 용역 사업부(플랜티엠 중심)는 2025년 1분기에 25억 원의 매출을 기록하며 전년 동기 대비 +181.8% 성장하였다. 모아진 구독 서비스는 2024년까지 무상 프로모션 중심으로 사용자 풀을 확보해왔으며, 2025년부터는 알뜰폰 요금제 연동 및 태블릿 사전탑재를 통한 유료 전환이 점진적으로 이뤄지고 있다. 유료화 흐름이 본격화됨에 따라 앱 내 체류시간, 콘텐츠 소비량, 구독자당 평균 수익(ARPU) 등의 개선 가능성도 중장기적으로 가시화되고 있다. 다만, 1분기 영업이익률은 -10.2%로, 마케팅 비용 및 콘텐츠 확보에 따른 고정비 부담으로 인해 수익성은 아직 제한적이다. 하반기부터는 커머스형 광고 연계, 쇼핑 기능, 맞춤형 콘텐츠 큐레이션 등 수익모델 다변화 전략이 단계적으로 반영될 예정이며, 향후 유료 구독자 수 증가와 ARPU 상승이 병행될 경우 영업레버리지를 통한 수익성 구조 전환이 가능할 것으로 기대된다.

2025년 연간 실적 전망

**2025년 연간 매출액 484억 원,
영업이익 38억 원 전망**

플랜티넷은 2025년을 기점으로 주요 사업 부문별 구조적 정상화와 외형 성장을 통해 실질적인 수익성 전환을 달성할 것으로 예상된다. 연결 기준 매출은 전년 대비 +31.7% 증가한 483억 원으로 유해콘텐츠 차단 사업의 안정성과 콘텐츠 유통의 유료 구독 기반 성장이 기여할 것으로 전망된다. 사업부문별 매출 비중을 살펴보면, 유해콘텐츠 차단 사업부문 63.1%, 콘텐츠 유통 및 용역 부문 23.2%, 벤처캐피탈 부문 13.7%으로 구성된다.

판매비와관리비는 콘텐츠 플랫폼 고정비와 AI 기술 관련 R&D 투입 등으로 전년 대비 29% 증가한 445억 원으로 추정되지만, 매출 성장에 따른 레버리지 효과로 판관비율은 2024년 94.0%에서 2025년 92.2%로 하락할 것으로 보인다. 이에 따라 2025년 영업이익은 전년동기 대비 +75.4% 증가한 37.5억 원, 영업이익률은 7.8%(YoY +2.0%p) 수준으로 개선될 것으로 전망된다.

1) 2025년 유해콘텐츠 차단 부문 매출은 305억 원으로 추정되며, 이는 전년 대비 약 53.3% 증가한 수준이다. 이 같은 큰 폭의 외형 성장세는 SKT 해킹 이슈 이후 보안 리스크에 대한 사회적 경각심 확대에 따라 국내 통신사 기반 유해콘텐츠 차단 수요가 증가한 점, 대만을 중심으로 한 유해 콘텐츠 차단 서비스의 해외 수출 확대가 지속되고 있는 점이 주요하게 작용했다.

또한, 머신러닝 기반 콘텐츠 분류 정확도 향상, 누적된 유해 콘텐츠 DB 자산의 범용성 확대 등 기술적 고도화도 수요 확산을 뒷받침하고 있다. 이러한 기술 경쟁력은 유사 솔루션 대비 명확한 진입장벽으로 작용하며, 수주형 모델의 반복 과금 구조와 결합돼 고정비 부담이 낮은 안정적인 수익 구조를 형성한다. 2025년 해당 부문의 영업이익률은 약 10% 초반대로 추정되며, 전사 차원의 현금흐름 창출과 수익성 방어에 핵심 축으로 기능할 전망이다.

**콘텐츠 유통 및 용역(플랜티엠):
구독 기반 외형 확장, 손익은
2026년 전환 전망**

모아진을 중심으로 한 콘텐츠 유통 사업은 2025년 112억 원의 매출을 기록할 것으로 추정되며, 이는 전년 대비 -1.9% 감소한 수준이다. 연초 대비 하반기에는 KT 일반 요금제에 더해 KT 계열 알뜰폰(m모바일, 스카이라이프, 미니게이트) 신규 요금제 출시, 삼성전자 플립·폴드7 시리즈 대상 ‘갤럭시 AI 구독클럽’ 프로모션, SKT 계열 MVNO와의 요금제 제휴(협약 중) 등 유통 채널이 다각화되고 있어, B2C 유료 구독자 기반의 점진적 확대는 이어질 것으로 보인다.

다만, 이러한 유통 확대 흐름에도 불구하고, 콘텐츠 유통 부문 전체 매출은 전년 대비 역성장하는 모습을 보이고 있다. 이는 기존 B2G 기반의 안정적인 매출 유지와 모아진의 B2C 확장세에도 불구하고, 자회사 플랜티엠이 병행 추진 중인 AI 음악 매칭 서비스의 성과 부진이 외형 성장에 제약 요인으로 작용한 데 기인한다. 해당 서비스는 2024년부터 음악 취향 기반 큐레이션 기술을 활용해 개발되어 왔으나, 상용화 지연과 수익모델 정비가 예상보다 장기화되며 2025년 실적에는 유의미한 기여를 하지 못할 것으로 보인다. 결과적으로, 콘텐츠 유통 부문의 외형 성장은 당분간 모아진 단일 플랫폼에 집중될 가능성이 높다.

**콘텐츠 유통 및 용역(플랜티엠):
구독 기반 외형 확장, 손익은
2026년 전환 전망**

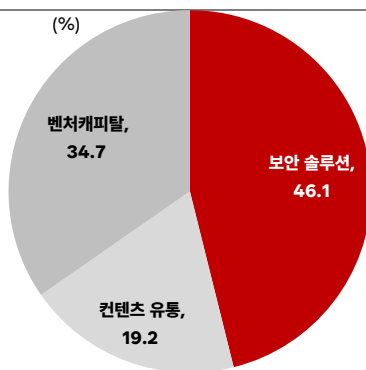
한편, 수익모델 다변화를 위한 신사업도 본격화되고 있다. 2025년 3분기 중 일부 매체를 대상으로 광고 주주 테스트가 진행될 예정이며, 연말까지는 초기 광고 매출이 반영될 가능성이 있다. 이는 구독자당 평균수익(ARPU) 개선 및 사용자 체류시간 증가로 이어져, 플랫폼 수익성 전환을 위한 기반을 강화하는 요인으로 작용할 수 있다.

다만, 유통 플랫폼 고도화에 따른 마케팅비 및 콘텐츠 확보 비용이 선반영되면서, 2025년 연간 기준 콘텐츠 유통 부문은 영업적자가 지속될 것으로 보인다. 수익성 확보보다는 시장 확장과 플랫폼 경쟁력 강화를 우선시하는 전략적 투자 구간에 해당하며, 향후 쇼핑 연동형 광고 모델, AI 큐레이션 추천, 커뮤니티 기능 등의 수익모델 고도화 전략이 본격화 되면 2026년부터는 손익 구조의 실질적인 개선이 가능할 것으로 판단된다.

벤처캐피탈 부문: 보수적 수익 반영 하의 안정적 이익 기여

3) 벤처캐피탈 부문은 2025년 매출 66억 원, 영업이익은 20억 원 중반 수준으로 추정된다. 운용자산 규모가 꾸준히 확대되고 있음에도 불구하고, 공정가치 평가 방식과 보수적인 수익 인식 기준에 따라 매각되지 않은 투자자산의 잠재 이익 상당 부분은 재무제표에 반영되지 않고 있다. 이로 인해 실제 수익 기여에 비해 회계상 이익은 보수적으로 나타나고 있으나, 구조적으로 판관비 부담이 거의 없고 운용 효율이 높은 사업 구조 특성상 이익 기여도는 여전히 유의미하다는 평가다.

2025년 1분기 사업부문별 매출 비중



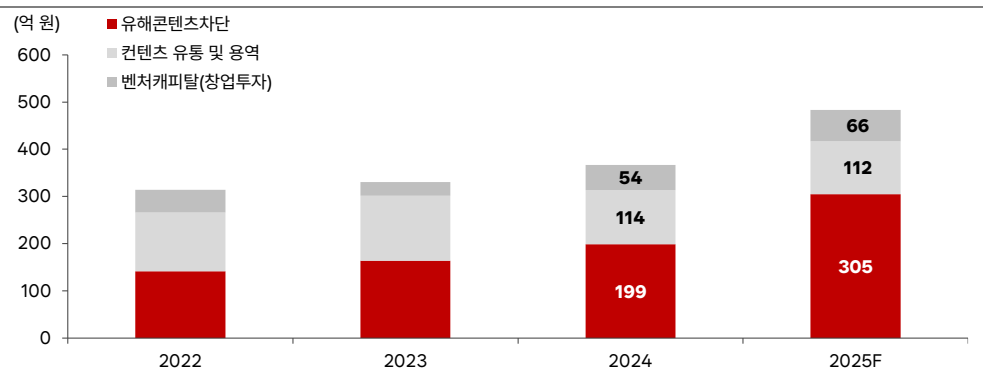
자료: 플랜티넷, 한국IR협회의 기업리서치센터

2025년 1분기 사업부문별 실적 구분

사업부문	매출액(억 원)	영업이익(억 원)	영업이익률
유해콘텐츠차단	68.5	8.9	12.9%
콘텐츠 유통 및 용역	25.6	-2.6	-10.2%
벤처캐피탈	45.9	27.3	59.4%
조정	-7.6	0.1	-1.0%
합계	132.4	33.6	25.4%

자료: 플랜티넷, 한국IR협회의 기업리서치센터

플랜티넷 연간 사업부문별 매출액 추이 및 전망



자료: 플랜티넷, 한국IR협회의 기업리서치센터

플랜티넷 실적 테이블

(단위: 억 원, %)

구분	2022	2023	2024	2025F
매출액	314	331	367	483
유해콘텐츠차단	142	164	199	305
콘텐츠 유통 및 용역	124	138	114	112
벤처캐피탈(창업투자)	48	29	54	66
영업이익	15	13	21	38
영업이익률	4.7	3.8	5.8	7.8
지배주주순이익	-16	15	15	27
지배주주순이익률	-5.0	4.7	4.2	5.7
YoY 증감률				
매출액	99	5.4	10.9	31.7
유해콘텐츠차단	1.4	15.9	21.4	53.3
콘텐츠 유통 및 용역	12.8	10.7	-17.1	-1.9
벤처캐피탈(창업투자)	34.3	-39.5	84.4	23.2
영업이익	154.0	-13.8	68.3	75.4
지배주주순이익	적자전환	흑자전환	-0.7	78.7

자료: 플랜티넷, 한국IR협의회 기업리서치센터



Valuation

2025F PER 18.2배, PBR 0.7배

플랜티넷은 유해콘텐츠 차단 솔루션을 중심으로 한 안정적인 캐시카우 기반 사업과, 자회사 플랜티엠의 구독형 콘텐츠 플랫폼('모아진') 성장, 그리고 알바트로스인베스트먼트를 통한 벤처캐피탈 투자수익까지 포괄하는 복합 사업 구조를 보유하고 있다. 그러나 플랜티넷의 다양한 수익원과 안정적인 사업 구조에도 불구하고, 현재 주가는 전통적인 밸류에이션 지표 기준으로 기업의 실질 가치 대비 저평가된 수준에 머물러 있는 것으로 판단된다.

플랜티넷의 2025년 연결 기준 추정 PER은 18.2배로, 퀀타이즈 기준 미디어·소프트웨어 섹터 평균 PER인 23.2배 대비 낮은 수준이며, 2025년 추정 EV/EBITDA는 5.7배로, 동종 업종 평균(2025F EV/EBITDA 10.1배)을 하회한다. 유해콘텐츠 차단 솔루션의 안정적인 캐시플로우, 성장 단계에 진입한 콘텐츠 플랫폼, 그리고 고효율 벤처캐피탈 자산 등 다변화된 수익 포트폴리오를 고려할 때, 현 수준의 밸류에이션은 구조적 저평가로 해석된다. 한편, 2025년 추정 P/B 0.7배는 ROE가 4%인 것을 감안하면 적정 밸류에이션 수준이나, 회사가 보유한 판교 사옥의 자산가치가 약 1,400억 원에 달하는 것을 고려하면 자산가치 대비해서도 저평가 상태인 것으로 판단된다.

이러한 저평가 요인의 기저에는 자회사 플랜티엠(모아진)의 실적 가시성 부족이 일정 부분 작용하고 있다. 플랜티엠은 삼성전자·KT 등과의 제휴를 기반으로 B2C 디지털 잡지 구독 플랫폼 '모아진'을 확장하고 있으며, 기존 B2G·B2B 유통 기반에 더해 유료 구독 확대와 광고·커머스 연계 모델 도입을 추진 중이다. 그러나 2025년에는 음악 매칭 서비스 사업의 실적 부진과 콘텐츠 확보 비용 선반영 등의 영향으로 콘텐츠 유통 부문 전체 매출이 다소 정체될 것으로 보인다. 이에 따라 손익 개선의 시점이 2026년 이후로 지연되며, 현재 시장은 플랜티엠을 비용 중심의 사업부로 평가하고 있는 상황이다.

그럼에도 불구하고, 모아진의 B2C 구독 기반 확대는 지속되고 있으며, 삼성전자 갤럭시 태블릿·폴더블 시리즈와의 연계, 통신사 요금제 번들 채널 확대, AI 콘텐츠 분석 고도화, 2026년 북미 시장 진출 등의 전략이 단계적으로 진행되고 있다. 이는 단순 유통을 넘어 콘텐츠 플랫폼으로서의 사업 전환 가능성을 뒷받침하는 요인이며, 중장기적으로는 밸류에이션 리레이팅의 근거가 될 수 있다.

특히, 플랜티엠은 구독형 콘텐츠 플랫폼으로서 2023년 코스닥에 상장한 밀리의서재와 유사한 사업모델을 보유하고 있어, 손익분기점(BEP) 도달 이후에는 플랫폼 기업 밸류에이션 프레임 적용 가능성도 점차 부각될 수 있다. 밀리의서재는 상장 당시 PER 30.5배 수준의 밸류에이션이 적용되며, 구독 수익 기반 플랫폼에 대한 시장의 높은 기대치를 반영한 바 있다. 플랜티엠 또한 플랫폼 기반의 수익 모델이 본격화되는 시점부터는 유사 벤치마크를 통한 재평가 여지가 존재하며, 이는 모회사 플랜티넷의 중장기 기업가치 상승 요인으로 작용할 수 있다.



리스크 요인

1 국내 유해콘텐츠 차단 사업의 성장 정체 및 정책 의존도

플랜티넷의 유해콘텐츠 차단 사업은 높은 수익성을 기반으로 안정적 현금흐름을 창출하고 있으나, 국내 시장 내에서는 통신 3사 및 교육청 중심의 B2B 수요가 포화 상태에 가까워지고 있으며, 중장기적으로는 매출 정체 가능성이 존재한다. 또한 해당 사업은 청소년보호법 및 공공기관 정보보호 의무 등 정책 기반 수요에 의존하는 구조이기 때문에, 법령 변경, 정부 예산 축소, 정책 기조 변화 등 외부 환경에 따른 리스크에 노출되어 있다. 플랜티넷은 수출 확대와 AI 기반 고부가 서비스 고도화를 통해 성장 동력을 마련하고 있으나, 국내 고정 매출 비중이 높은 현 구조상, 중장기적으로 수익구조 다변화 속도가 지연될 경우 제한 요인으로 작용할 수 있다.

2 모아진 구독 플랫폼의 유료 전환 속도 및 수익화 불확실성

플랜티엠(모아진)은 콘텐츠 유통 사업의 신성장축으로 자리매김하고 있으나, 본격적인 유료 전환 및 광고·커머스형 수익모델이 아직 초기 단계에 머물러 있다는 점은 리스크 요인이다. 2024년까지 무상 프로모션 기반 사용자 확보가 중심이었으며, 2025년부터 알뜰폰 요금제 및 태블릿 연동 유료화가 시작되었지만, ARPU 개선, 이탈률 관리, 광고 매출 활성화 등 핵심 수익화 지표는 아직 실적에 본격 반영되지 않은 상황이다. 특히 구독자 기반 플랫폼 비즈니스는 유료화와 동시에 이탈률이 증가할 수 있으며, 콘텐츠 확충 및 마케팅 비용이 일정 수준 고정비로 작용한다는 점에서 단기간 내 수익성을 확보하지 못할 경우 전체 실적 레버리지를 낮추는 요인으로 작용할 수 있다.

3 벤처캐피탈 사업의 실적 변동성 및 비반복성 수익 구조

플랜티넷은 자회사 알바트로스인베스트먼트를 통해 벤처캐피탈 사업을 영위하고 있으며, 운용조합에서 발생하는 성공 보수나 회수 성과에 따라 매출 및 순이익이 분기 단위로 크게 변동되는 구조를 갖는다. 2025년 1분기 실적 역시 벤처캐피탈 부문의 일회성 운용수익이 영업이익 확대에 결정적 기여를 하였지만, 지분법 손익은 평가손실 반영으로 -5억 원 수준을 기록하며 순이익 기여는 제한적이었다. 이처럼 VC 부문은 비현금성 손익 요인이 복합적으로 작용하며, 회수 성과 시점이나 포트폴리오 평가 방식에 따라 손익 변동성이 클 수밖에 없다. 따라서 해당 부문의 실적 기여는 지속 가능한 성장 기반보다는 일시적 보완 요소로 판단해야 하며, 실적 추정의 불확실성을 높이는 요인으로 작용할 수 있다.

포괄손익계산서

(억원)	2021	2022	2023	2024	2025F
매출액	286	314	331	367	483
증가율(%)	18.9	9.9	5.4	10.9	31.7
매출원가	0	0	0	0	0
매출원가율(%)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
매출총이익	286	314	331	367	483
매출이익률(%)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
판매관리비	280	299	318	345	445
판매비율(%)	97.9	95.2	96.1	94.0	92.1
EBITDA	25	35	33	43	60
EBITDA 이익률(%)	8.6	11.2	10.0	11.8	12.4
증가율(%)	-21.4	43.1	-6.3	31.2	37.9
영업이익	6	15	13	21	38
영업이익률(%)	2.0	4.7	3.8	5.8	7.8
증가율(%)	-60.0	154.0	-13.8	68.3	75.4
영업외손익	3	-19	8	2	4
금융수익	2	6	12	11	13
금융비용	-0	-0	3	3	4
기타영업외손익	1	-25	-1	-6	-6
종속/관계기업관련손익	108	-13	24	28	34
세전계속사업이익	116	-17	44	51	75
증가율(%)	516.7	적전	흑전	45.5	46.5
법인세비용	28	-5	11	19	18
계속사업이익	89	-12	33	32	57
중단사업이익	0	-5	-9	0	0
당기순이익	89	-17	24	32	57
당기순이익률(%)	31.0	-5.4	7.2	8.6	11.7
증가율(%)	537.9	적전	흑전	32.7	78.7
지배주주지분 순이익	60	-16	15	15	27

현금흐름표

(억원)	2021	2022	2023	2024	2025F
영업활동으로인한현금흐름	11	34	47	46	67
당기순이익	89	-17	24	32	57
유형자산 상각비	17	18	18	20	20
무형자산 상각비	2	2	2	2	2
외환손익	0	0	0	0	0
운전자본의감소(증가)	-20	19	10	2	22
기타	-77	12	-7	-10	-34
투자활동으로인한현금흐름	44	62	-75	-16	-60
투자자산의 감소(증가)	68	75	-13	7	-27
유형자산의 감소	0	0	0	0	0
유형자산의 증가(CAPEX)	-11	-11	-11	-14	-16
기타	-13	-2	-51	-9	-17
재무활동으로인한현금흐름	-22	-23	-24	-19	-18
차입금의 증가(감소)	-2	5	4	-1	-2
사채의증가(감소)	0	0	-4	0	0
자본의 증가	0	0	0	-0	0
배당금	-17	-24	-20	-27	-16
기타	-3	-4	-4	9	0
기타현금흐름	1	-0	0	1	1
현금의증가(감소)	36	73	-52	13	-10
기초현금	135	170	244	192	204
기말현금	170	244	192	204	194

재무상태표

(억원)	2021	2022	2023	2024	2025F
유동자산	355	421	395	417	435
현금성자산	170	244	192	204	194
단기투자자산	85	77	127	127	143
매출채권	83	66	59	67	76
재고자산	3	19	10	9	10
기타유동자산	14	15	6	9	12
비유동자산	587	493	524	547	603
유형자산	115	134	137	135	130
무형자산	69	65	65	64	62
투자자산	224	134	172	200	262
기타비유동자산	179	160	150	148	149
자산총계	942	914	919	964	1,038
유동부채	93	109	106	108	138
단기차입금	14	19	23	23	18
매입채무	27	33	21	20	26
기타유동부채	52	57	62	65	94
비유동부채	32	32	30	40	43
사채	0	0	0	0	0
장기차입금	0	0	0	0	0
기타비유동부채	32	32	30	40	43
부채총계	125	140	136	147	181
지배주주지분	701	672	675	705	717
자본금	45	83	83	83	83
자본잉여금	242	204	204	218	218
자본조정 등	-87	-84	-79	-65	-65
기타포괄이익누계액	2	6	6	8	8
이익잉여금	500	464	461	461	473
자본총계	817	774	783	816	858

주요투자지표

	2021	2022	2023	2024	2025F
P/E(배)	13.4	N/A	25.8	26.3	18.2
P/B(배)	1.1	0.6	0.6	0.6	0.7
P/S(배)	2.8	1.3	1.2	1.1	1.0
EV/EBITDA(배)	28.0	6.2	7.0	5.1	5.7
배당수익률(%)	2.2	4.2	4.2	4.1	3.3
EPS(원)	360	-94	93	92	165
BPS(원)	4,219	4,045	4,061	4,243	4,314
SPS(원)	1,718	1,888	1,989	2,206	2,906
DPS(원)	108	100	100	100	100
수익성(%)					
ROE	8.9	-2.3	2.3	2.2	3.9
ROA	10.0	-1.8	2.6	3.4	5.7
ROIC	13.5	-1.4	5.6	8.8	15.2
안정성(%)					
유동비율	383.0	387.8	371.5	386.5	315.8
부채비율	15.3	18.2	17.3	18.1	21.1
순차입금비율	-27.8	-35.8	-35.2	-35.8	-35.0
이자보상배율	15.2	19.3	8.6	10.8	20.7
활동성(%)					
총자산회전율	0.3	0.3	0.4	0.4	0.5
매출채권회전율	4.0	4.2	5.3	5.8	6.7
재고자산회전율	161.5	28.8	22.5	37.9	50.5

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
플랜티넷	X	X	X

발간 History

발간일	제목
2025.07.25	플랜티넷 (075130)- 유해콘텐츠 차단 사업 고성장, 모아진은 다음 챔터

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.