



ARMED IDOLS: KILL STAGE

STUDIO EON | 사업계획서

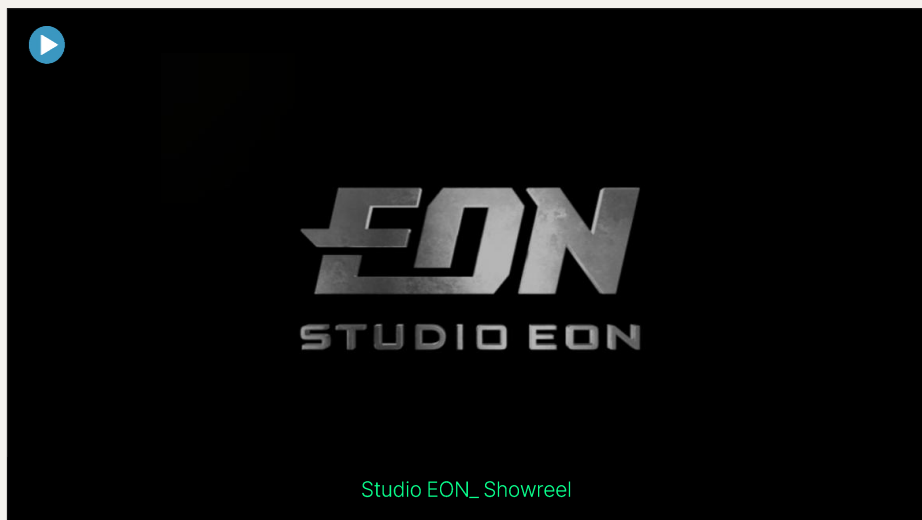
Part 1

STUDIO EON

회사소개



2013년 설립된 한국의 대표적인 기술 기반 3D 애니메이션 스튜디오.
 자체 개발한 AI x 언리얼 엔진 하이브리드 프로덕션을 통한 제작 기술 혁신으로
 저비용, 고효율, 고퀄리티 애니메이션 제작
 특히 크리처·메카 액션 장르에서 독보적 포트폴리오를 구축했으며,
 실시간 엔진 기반 하이퍼리얼 에셋 기술을 버추얼 프로덕션·IC VFX·프리비즈 등
 다양한 분야에서 사업 전개

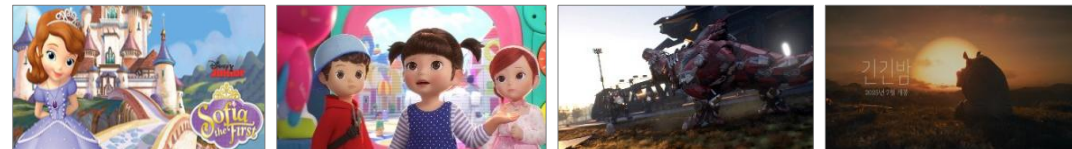


01

3D 애니메이션 업계의 파이오니아

2013년부터 업계 대표 3D 애니메이션 스튜디오로 자리매김

최근 시장 수요가 급증하고 있는 3D 애니메이션 업계에
 '소피아'(디즈니), '콩순이', '아머드 사우루스', '긴긴밤'(제작 중) 등 다양한 3D 애니메이션 제작

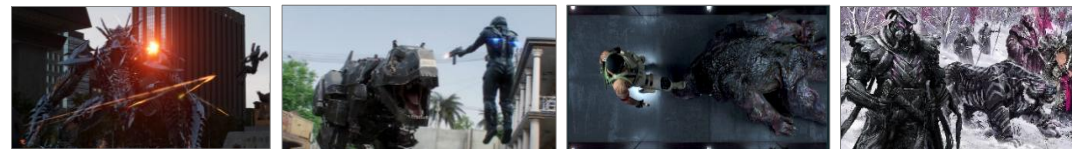


02

고퀄리티 애니메이션으로 고연령 타겟 콘텐츠 제작

크리처, 메카 등 3D Full CG Action 분야에서 독보적 영역 구축

저연령 타겟 위주 국내 애니메이션 시장에서 탈피,
 디테일한 그래픽 퀄리티와 모션 표현 등 고퀄리티 애니메이션으로 고연령 타겟 콘텐츠 전문 스튜디오로 애니메이션
 시장 파이 확장



03

버추얼 프로덕션, IC VFX 등 콘텐츠 영역 확장

하이퍼-리얼리스틱 리얼타임 기술을 활용한 제작 영역 확장

리얼타임 엔진 기술을 바탕으로 제작한 고퀄리티 에셋을 활용, 미래 콘텐츠 시장의 핵심 기술인
 버추얼 프로덕션, IC VFX, 프리비즈 등 영화, 드라마, 커머셜 필름 분야로 비즈니스 카테고리 확장



차세대 3D 애니메이션 스튜디오

HYPER-REALISTIC
REAL TIME ANIMATION STUDIO

WINNER OF
2021 EPIC MEGA GRANTS AWARDS



3D

ANIMATION
PRODUCTION

STRENGTH 1

아머드 사우르스, 콩순이 등
글로벌 타겟 자체 IP 보유

VP

VIRTUAL
PRODUCTION

STRENGTH 2

프리비즈, IC VFX 등
버추얼 에셋 제작 및 촬영기술

VFX

VISUEL
EFFECT

STRENGTH 3

영화, 드라마 속
고난이도 VFX 전문 진행

IMMERSIVE

VR, AR, INTERACTIVE
NEW MEDIA

STRENGTH 4

라이브 이벤트, 테마파크, 전시 내
실감형, 몰입형 콘텐츠 제작

단위: 백만

회사명	스튜디오 이온 주식회사 Studio EON
대표자	강대일
사업자등록번호	113-86-73915
설립일 / 자본금	2013년 7월 / 2.46억
임직원	85명
본사 주소	서울시 마포구 월드컵북로 56길 12, 9층
특허 및 상표권	출원 0건 / 등록 3건, 상표권 등록 5건

연도	2024	2025	2026
매출	3,055	4,774	7,660
영업이익	(2,025)	850	2,363

연도	2021	2023
투자액	6,000	4,270
투자단계	Series A	Bridge
투자기관	NH투자증권, 퀴드 자산운영 등 다수	

동 산업 내 최고 제작 기술 보유

AI & 언리얼엔진 하이브리드 제작 파이프라인 구축

언리얼엔진 제작 파이프라인에 AI 솔루션 접목, 제작 효율성 극대화
 GEN-AI 콘텐츠 제작 시 언리얼엔진을 활용한 프리비즈로 고품질 AI 영상 제작 기술 보유



KOCCA, K-콘텐츠 AI 혁신선도 프로젝트 선정
 한국콘텐츠진흥원 역대 최대 규모(100억) 프로젝트 선정
 * NC AI 주관, 이매지너스 등 6개사 컨소시엄



NIPA, 과학기술정보통신부 장관 표창 수상
 정보통신산업진흥원, 글로벌 강소기업 지원사업 참가 통해
 AI-언리얼 기반 3D 콘텐츠로 글로벌 경쟁력 입증



EON'S PRODUCTION PROCESS_ with UNREAL ENGINE + AI CUSTOMIZING SOLUTION

[PIPELINE]

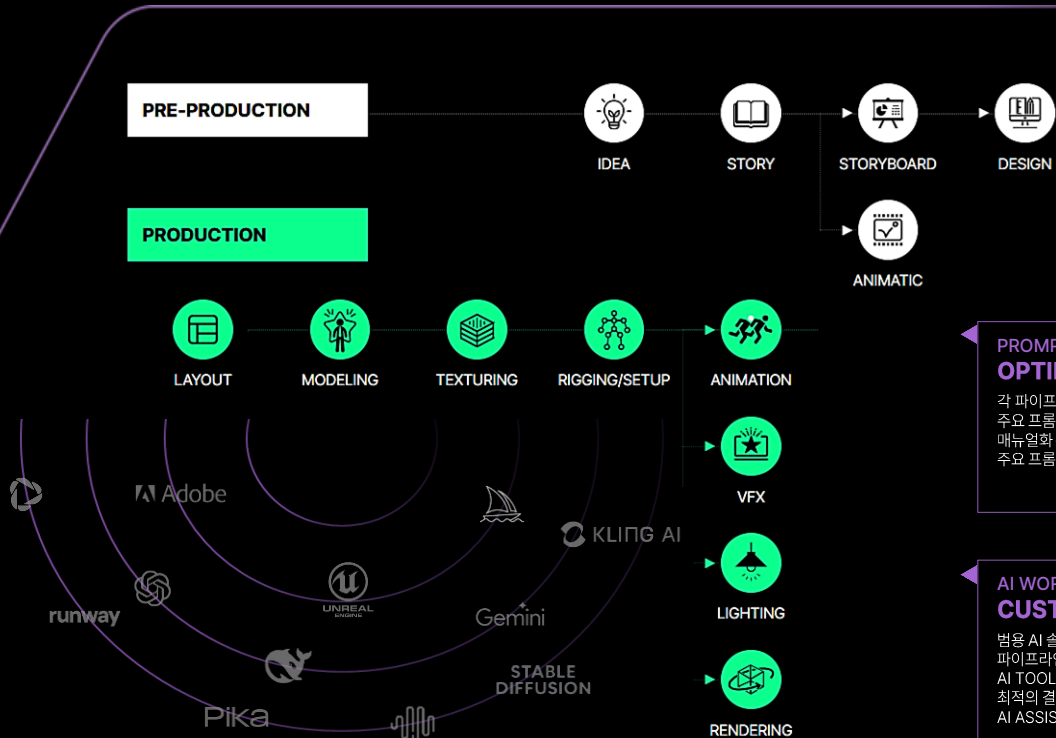
압축형

[PROCESS]

가속 작업 * 제작 효율성 극대화

[PRODUCTIVITY]

고퀄 = 초고효율 x 저비용



PRE-PRODUCTION ACCELERATING
 디자인 아웃풋 고도화 & 비주얼 커뮤니케이션 위한 AI ASSISTANT



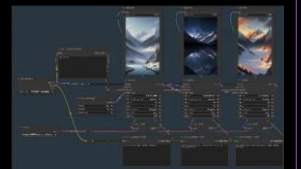
PROMPT OPTIMIZING

각 파이프라인별 주요 프롬프트 데이터화, 매뉴얼화 통해 주요 프롬프트 자연어 변환



AI WORKFLOW CUSTOMIZING

범용 AI 솔루션 기반 파이프라인에 최적화된 AI TOOL 조합, 최적의 결과물을 창출하는 AI ASSISTANT

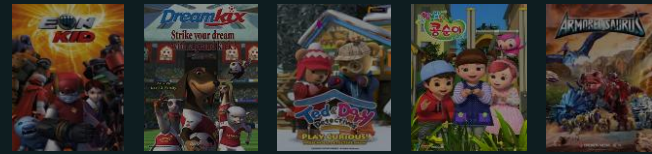


크리에이티브, 제작·기술·사업을 아우르는 실행 조직 완성

콘텐츠 제작과 글로벌 사업 확장을 동시에 수행 가능한 팀

**강대일** CEO · 총감독

2013-현재 스튜디오 이온 | CEO, 총감독
 2010-2013 선우엔터테인먼트 | 애니메이션사업본부장 (이사)
 2005-2013 홍익대학교 영상대학원 | 겸임교수
 1998-2010 디자인스튜디오 | 총감독 (상무)
 1998 ArtCenter College of Design Film Production
 (Bachelor's and master's degree)

Portfolio / Awards

2003 [Iron Kid] KOCCA, 스타 프로젝트 선정
 2005 [Iron Kid] 대한민국 문화콘텐츠 수출 대상 (애니메이션 부문)
 2006 [Iron Kid] 대한민국 애니메이션 어워즈 우수상
 2008 [Dream Kix] SICAF 'Excellent Technology Award' 수상
 KOCCA, 글로벌 애니메이션 프로젝트 선정
 License! Global + MIPCOM Jr., 제5회 라이선싱 챌린지 파이널 6 선정
 2011 [Detective Ted&Dory] KOCCA, 우수파일럿 프로그램 / 글로벌 애니메이션 프로젝트 선정
 2012 [Detective Ted&Dory] KBS 애니메이션 공모전 1위
 2014 [Kongsuni] KBS 애니메이션 공모전 1위
 2015 [Kongsuni] YouTube 올해의 동영상 선정 (단일 콘텐츠 최다 뷰 기록)
 2021 [Amored Saurus] 에픽게임즈, 에픽 메가그랜드 수상
 2022 [Amored Saurus] 대한민국 콘텐츠 대상 (애니메이션 부문) | 대전아트테크어워즈 (심사위원 특별상)

**정대식** coo

CJ ENM PD, 팀장
 디자인스튜디오 PD, 이사
 삼성SDS 유니텔 사업부

Iron Kid, Dream Kix,
 Rainbow Rubi,
 Armored Saurus

**김현준** CTO

매크로그래프 이사
 씨드아이웍스 CEO
 디자인스튜디오 CTO
 엔젠 테크놀로지 CTO
 LG전자 선임연구원

KAIST 공학박사

**추연정** CMO

엔피 상무 (*KOSDAQ)
 제일기획 차장

'12 Cannes Lions
 '12 New York Film Festival
 '12 Spike Asia | MAD Stars
 '23 Reddot Awards

**이용진** CSO

엔피 이사 (*KOSDAQ)
 더이상 CEO
 연하나로기획 부문장

18대, 20대 대통령 취임식
 '15, '17 한신대 미디어영상
 광고홍보학부 외래교수

**안현수** Financial GM

TMC 재무팀장 (*KOSPI)
 온타이드 재경팀 과장 (*KOSPI)
 TPC 자금팀 대리 (*KOSDAQ)

IPO (*KOSPI Listing)
 CB-BW-RCPS Finance
 재무관리사

**정우용** CPO
CG Supervisor

애니롱스튜디오 CEO
 프림포 제작실장
 엔젠테크놀로지 제작팀장

Armored Saurus,
 코코순이, 공간소년, 버들은

**장철** Animation
Supervisor

소니픽쳐스 Animator
 시네사이트 Animator

Armored Saurus,
 The Addams Family,
 Hotel Transylvania 3

**이연민** Contents
Business GM

대원미디어 글로벌사업팀장
 디즈니즈 이사
 반다이코리아 매니저

Armored Saurus, 원피스,
 드래곤볼, 블리자드, 철권

DAVID LEE Advisor (Investor, Entrepreneur, Early ex-Google)

SLVC | Venture Capitalist (Emerging tech & media-focused VC)
 B&C Content | Investor, EP (Asia-Hollywood talent & production)
 451 Media Group | Advisor (Partnered with Michael Bay_ Transformers, The Rock)
 Kstartup | Co-Founder (Asia's first Google-backed accelerator)
 SKT Ventures | Co-Founding Partner (\$100M venture fund)
 XG Ventures | Co-Founder (Silicon Valley-based VC fund)
 Google | International Director (Among first 200 employees)

Global Remake Version of **ARMORED SAURUS** with



세계 최대 완구사 MGA 엔터테인먼트와 '아머드사우루스' 복미판 리메이크 제작,
2026년 2월, 디즈니+ / BBC 통해 전세계 방영 중

글로벌 IP 확장 기반,
수익화가 시작되는 첫 번째 사례

콘텐츠 → 플랫폼 → 상품으로 이어지는
사업수익 구조 진입

콘텐츠 흥행 + 상품 매출이 결합되는
수익 구조 진입 단계

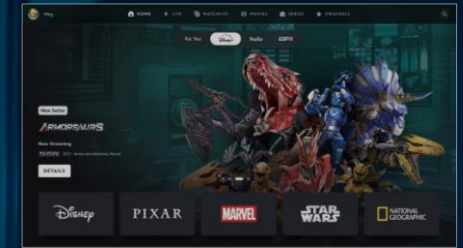
- Disney+ 글로벌 방영 개시 (2026.02)
- MGA 기반 완구 유통 (Walmart 등) 진행 중
- 시즌2 제작 계약 완료 (제작매출 반영 중)
- 2026년 2분기부터 사업수익(로열티) 발생 예정

MGA ENTERTAINMENT



1979년 설립된 MGA Entertainment는
L.O.L. Surprise!, Bratz, Rainbow High 등
고연령 타겟의 여아 중심 글로벌 브랜드로
연매출 10조원 상회,
레고, 마텔, 해즈브로와 함께
세계 최대 완구사로 평가되고 있음.

U.S. LAUNCH PERFORMANCE



미국 Disney+ 론칭 이후, 미국 OTT 시장 내 상위권에 진입하며 초기 흥행 모멘텀 확보.

- Disney+ TV Shows 부문 상위권
- Kids TV Shows 부문 1위 기록
- 미국 OTT 통합 랭킹 기준 상위 30위권 최고 성과

→ “런칭 직후 강한 피크형 진입” 패턴으로 시장 인지도 확보에 성공한 상태.
미국은 글로벌 OTT 경쟁이 가장 치열한 시장이며
키즈 장르가 전체 OTT 상위권에 진입하는 사례는 제한적으로
디즈니 플랫폼 내 성과는 글로벌 프랜차이즈 IP 확장 가능성의 선행지표가 됨.

런칭 직후 HIGH PEAK 진입
글로벌 프랜차이즈 IP 확장 가능성 확인

Develop New IP & Co-Production **DOGSTAR**

할리우드 대표 감독-프로듀서-비주얼 프로덕션 전문가와 함께 IP 공동 개발,
2026년 하반기 YT Shorts 공개 예정

제작매출 기반 진입 → 글로벌 IP 확장으로 이어지는 성장 모델
초기 리스크를 낮추고 본편 투자로 확장되는 구조

개발단계 매출 → 본편 투자 → IP 수익 확장 구조

- 할리우드 제작진 공동개발 (픽사/아카데미 라인업)
- Shorts 콘텐츠 제작 진행 중 (약 20분 분량)
- 2026년 하반기 런칭 예정 (YouTube 기반)
- 이후 글로벌 네트워크 통한 본편 투자 유치
- 2027년부터 본편 기반 사업수익 반영 예상

HOLLYWOOD'S LEADING PRODUCTION TEAM

'인크레더블' '브레이브' 등 할리우드의 대표적인 애니메이션 감독,
'라이프 오브 파이' 아카데미 수상 경력의 프로듀서,
'월드워 Z' '스타트렉' 프리비즈, 비추얼 프로덕션 전문가가 한 자리에





기긴밤

화제의 베스트셀러 <기긴밤> 원작

The Long Long Nights

2025년 7월 개봉

누적 70만부 베스트셀러 원작IP로 꾸욱꾸욱 스튜디오와 극장판 공동 제작,
2026년 하반기 개봉 예정

극장 중심 → OTT·라이선싱으로 확장되는 다층 수익 구조

흥행 시 수익 레버리지가 큰 구조의 대표 IP
단일 이벤트 수익이 아닌, 2~4년 분산 수익 구조

흥행 시 장기 수익 레버리지 확대 가능한 구조

- 70만부 베스트셀러 원작 기반 IP
- 2026년 12월 극장 개봉 예정
- 극장 → OTT → 해외판권 → 라이선싱 확장 구조
- BEP 약 100만 관객 / 목표 200만 이상
- 2027년부터 사업수익 순차 반영 예상

FOCUS London
UK · © October 2023
English Subtitle

기긴밤

- . 제21회 문학동네 어린이 문학상 대상 수상('21)
- . 독일 뮌헨 화이트 레이븐스 선정도서('21)
- . 교보문고, YES24 올해의 책 ('21) 외 다수
- . 전국 초교 구매도서 1위('23)

* 23년 런던 사치갤러리 대형 미디어월 소개

기획, 제작 중인 IP 라인업

글로벌 시장 타겟 신규 IP 라인업. 2026년 프리프로덕션 진행 중.

향후 본편 제작, 사업화로 확장 예정.



WCC - 티키타카

> 동물축구, 스포츠 & 코미디 드라마
> 글로벌 스포츠 IP

* 중동 투자 협의
(망가 프로덕션, 하레스 미디어)

철과 바람의 기억

철과 바람의 기억

> 동양 판타지 무협
> 자체 웹소설 제작 중

* 중국 게임사 협의
(루이필름)



ARMED IDOLS: KILLSTAGE

> K-콘텐츠 기반 패션-액션 애니 IP
> OTT 시리즈

* 북미·일본 투자 협의
(플레이메이츠)
(쇼프로, 도쿄TV)



Like Like! Myra

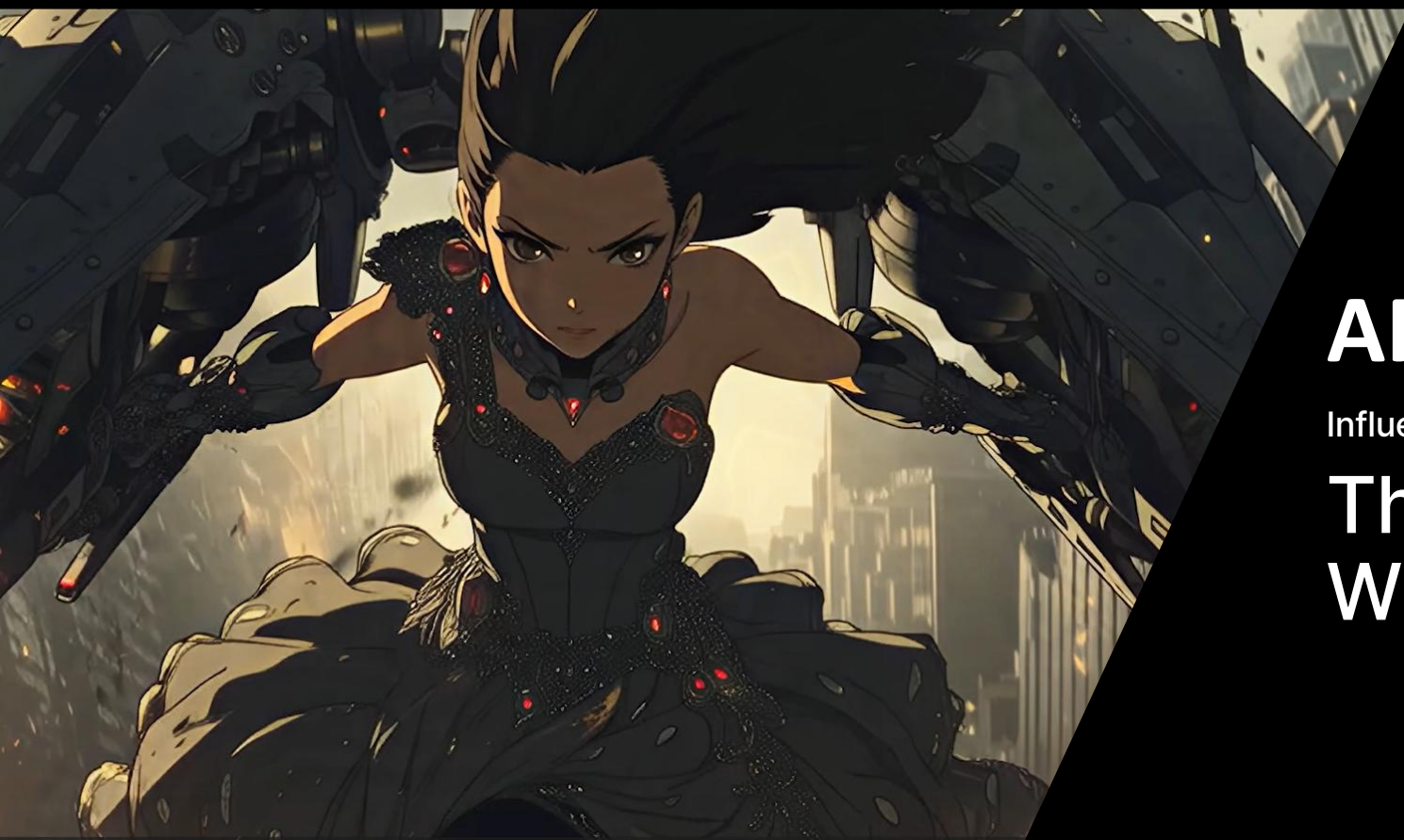
> 동물과의 로드인터뷰
> 에듀테인먼트 프리스쿨 애니 IP

* 중국 투자 협의
(아이치이)

Part 2

WORK OVERVIEW

작품개요



ARMS

Influencer and Celeb, New Visual With

The Harmony Of The Weapon and Fashion



구분

오리지널 IP (원작 없음)

「ARMED IDOLS: KILL STAGE」는 기존 만화·소설·게임 등 원작을 각색한 작품이 아닌, 스튜디오이온이 자체 기획·개발한 완전 오리지널 IP입니다. 세계관·캐릭터·스토리 전 과정을 사내 제작진과 협업 작가진이 처음부터 구축하고 있어, 라이선스 리스크 없이 쇼프로와 함께 세계관 확장 방향을 자유롭게 설계할 수 있습니다.

프로젝트 개요

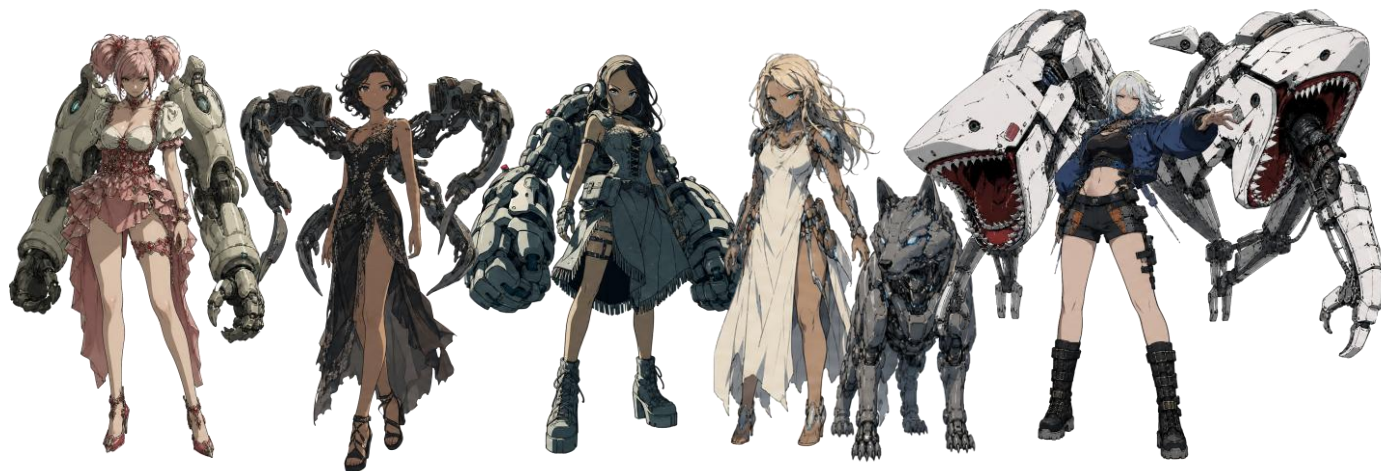
장르	SF 액션 · 정치 스릴러
톤앤매너	다크 · 액션 누아르 · 스타일리시
타겟 등급	PG-13
포맷	숏폼 2~3분 × 52화 + OTT 20분 × 13화
핵심 콘셉트	액션과 K-POP, 패션이 어우러진 SF 메카 애니메이션. 정치적 비판의식과 쇼비즈니스의 이면을 독창적인 스토리텔링과 비주얼로 선보이는 블록버스터 IP.

로그라인

“전장이 무대, 랭크가 증명이다”

Wear the Crown, Kill the Monster, Chase the Ratings.

아이돌을 꿈꾸는 16살의 수아는, 인생을 바꾸기 위해 국가급 괴수 토벌 오디션 프로그램 <THE ARMS AUDITION>에 참가한다. 아무도 기대하지 않는 그녀의 낯은 기계팔은 전투를 거듭할수록 조금씩 형태를 바꾸어 가고, 마침내 그녀는 “괴수는 원래 인간이었으며, 노래는 ARMS 소녀들을 괴수화로부터 지켜주는 기술이었다”는 세계의 비밀을 마주하게 된다.



시놉시스

나노봇 대재앙으로부터 100년이 지난 세계. 인류는 기술 문명의 일부를 되찾았지만, 영화·게임·음악사 등 한때의 대중문화 대부분은 이미 사라지고 단편만 남아 있다. 그런데 유독 K-POP형 아이돌 문화만은 기이할 만큼 완성도 높게 복원돼 있다. 그룹, 센터, 연습생, 팬클럽, 라이브 스트리밍, 실시간 투표, 랭크, 스폰서 계약 — 사람들은 이를 “인류가 마지막으로 되찾은 빛”이라 믿는다.

주인공 수아는 물류센터에서 하역 일을 하던 ARMS 소녀다. 15세 적합 시험에서 그녀에게 주어진 것은 화려한 무기가 아니라, 아무 능력도 등록되지 않은 낡고 불품없는 ‘空白(Blank)의 무기(Arms)’였다. 아무도 기대하지 않던 그녀는 <THE ARMS AUDITION> 첫 미션에서 진흙투성이로 기적적인 돌파를 해내고, 서툴지만 묘하게 마음을 울리는 셀러브레이션 댄스로 SNS를 뒤흔든다. 실전 임무가 시작되며 그녀는 하위 랭크 괴수가 인간의 선율과 흡사한 소리를 낸다는 것을 눈치채고, 인기가 오를수록 다크나이트(정부 직속 최강 무장조직), 프리 암즈(반정부 해방조직), 데스 바달(암살조직) 세 세력이 각자의 목적을 위해 그녀에게 접근한다.

아이돌이었던 괴수와 조우하며 ‘괴수는 원래 인간’이라는 진실에 다가서고, 이어 ‘노래는 ARMS 융합자가 괴수화하지 않도록 지켜주는 자동일성 프로토콜’이라는 세계의 핵심 비밀 — 노래를 부르지 않으면 ARMS 소녀 자신이 괴수가 된다는 사실 — 이 드러난다.



Theme

수아는 그저 아이돌이 되고 싶었던 소녀다. 하지만 이 세계의 아이들은 기업에 소비되고 국가에 통제되며 과수와 싸우도록 내몰리는 '병기'였다. 그럼에도 그녀는 아이돌이라는 꿈을 놓지 않는다 — 진짜 아이돌이란 누군가에게 소비되는 존재가 아니라, 누군가가 인간으로 남기 위해 필요한 빛일 수 있다는 것을, 수아는 자신의 두 발로 증명해 나간다.

SUA 수아



낙오자 ARMS 소녀, 특수학교 학생
물류센터 하역 작업자

15세 적합 시험에서 수치는 나쁘지 않았기에 본인도 가족도 화려한 ARMS를 기대했지만, 실제로 주어진 건 볼도 물도 나오지 않고 분류조차 안 되는 낡은 하역용 기계팔이었다. 그럼에도 수아는 훈련을 멈추지 않았고, 졸업할 때까지 아무 일도 일어나지 않아 결국 그녀가 선 곳은 무대가 아니라 물류센터의 작업장이었다.

<THE ARMS AUDITION> 참가 후 첫 방송에서 그녀는 진흙투성이로 미션을 돌파하고, 볼품없지만 묘하게 능숙한 셀러브레이션 댄스로 화제가 된다. 이후 그녀는 과수와 동료의 리듬에 자신의 팔이 반응한다는 것을 알아차리며 서서히 진실에 다가간다.

KARLIN 카를린



대형 에이전시 소속 천재 ARMS

대형 에이전시 소속의 천재 ARMS. 화려한 전투 능력과 높은 상품 가치를 동시에 지녔지만, 그 화려함 자체가 기업이 처음부터 '스타'로 설계해 키워낸 결과물이라는 점에서 비극을 안고 있다.

수아와는 정반대의 출발선에 선 라이벌로, 타고난 재능과 기업의 자본이 만든 완벽함이 과연 진짜인가를 이야기에 계속 되묻는 존재다.

KILLA 킬라



중소 에이전시 소속 노력형 ARMS

하층 출신의 노력형 ARMS. "이기지 않으면 아무도 봐주지 않는다"는 생각에 사로잡혀 있는, 수아의 거울 같은 존재다.

배경과 조건은 수아와 비슷하지만 '꿈'보다 '생존과 인정'을 우선하는 선택을 해왔다는 점에서 갈라진다.

수아를 가장 가까이서 위협하는 동시에, 가장 깊이 이해할 수 있는 라이벌이기도 하다.

LYRA 라일라



수아의 친구이자 조력자

호전적인 성격으로 처음엔 수아를 무시하지만 점차 수아의 매력에 빠져들어 점차 수아의 친구가 된다. 아카데미 시절(프리퀼)부터 수아와 함께 해온 친구

수아의 마지막 선택을 존중하고 마지막을 함께하는 조력자로 남는다

나노팔을 비스트 모드로 유지할 수 있는 몇안되는 특수형 암즈다.

RIVERA 리베라



전설의 완성형 아이돌
최종 결전 상대. 봉인된 진실

한때 세상을 구했다고 알려진 전설의 톱 아이돌. 공식적으로는 은퇴한 것으로 알려져 있지만, 실제로는 과수화되어 어딘가에 봉인되어 있다.

극후반 수아와 최종 결전을 벌이는 상대이자, '과수는 원래 인간이었다'는 세계관의 핵심 진실을 제현하는 존재.

수아는 이 존재를 쓰러뜨리는 대신 노래로 기억을 불러일으켜 원래의 모습을 되찾게 하는 길을 선택한다.

주요 세력

수아의 인기와 능력이 올라갈수록, 그녀는 '보호받는' 존재가 아니라 '서로 차지하려는' 존재가 된다. 아래 세력들은 저마다 다른 명분을 내세우지만, 결국은 모두 수아를 자신들의 목적을 위해 이용하려 한다.

	Dark Knights	Free Arms	Death Vadar (가칭)	거대 에이전시	항실
세력					
표면적 명분	정부 직속 최강 무장조직	반정부 조직	세계 최대 암살조직	ARMS 아이돌 육성·계약·상품화	정치적인 활동은 하지 않는 상징적인 존재
본심	질서. 인류 존속을 위해서라면 개인을 관리한다	해방. ARMS 소녀를 국가와 기업으로부터 자유롭게 한다	말소. 위험 요소를 제거해 안정을 지킨다	이익. 스타와 시장을 계속 만들어낸다	혼란이 가중되자 마침내 통치를 위한 행동에 나선다
수아에 대한 태도	국가 자산으로서 보호하고 감시한다	혁명의 상징으로 이용하려 한다	제거 대상으로 마크한다	배제파와 확보파로 내부가 갈린다	관망

강대일

Director

2013-현재 스튜디오 이온 | CEO, 총감독
 2010-2013 선우엔터테인먼트 | 애니메이션사업본부장 (이사)
 2005-2013 홍익대학교 영상대학원 | 겸임교수
 1998-2010 디자인스툼 | 총감독 (상무)
 1998 ArtCenter College of Design Film Production (Bachelor's and master's degree)

Portfolio / Awards

2003 [Iron Kid] KOCCA, 스타 프로젝트 선정
 2005 [Iron Kid] 대한민국 문화콘텐츠 수출 대상 (애니메이션 부문)
 2006 [Iron Kid] 대한민국 애니메이션 어워즈 우수상
 2008 [Dream Kix] SICAF 'Excellent Technology Award' 수상
 KOCCA, 글로벌 애니메이션 프로젝트 선정
 License! Global + MIPCOM Jr., 제5회 라이선싱 챌린지 파이널 6 선정
 2011 [Detective Ted&Dory] KOCCA, 우수파일럿 프로그램 / 글로벌 애니메이션 프로젝트 선정
 2012 [Detective Ted&Dory] KBS 애니메이션 공모전 1위
 2014 [Kongsuni] KBS 애니메이션 공모전 1위
 2015 [Kongsuni] YouTube 올해의 동영상 선정
 2021 [Amored Saurus] 에픽게임즈, 에픽 메가그랜트 수상
 2022[Amored Saurus] 대한민국 콘텐츠 대상 (애니메이션 부문)
 대전아트테크어워즈 (심사위원 특별상)



모모세 유이치로

Scenario

1984년생. 야마나시현 출신.
 소설가 / 각본가 / 만화 원작자. 잉크스토 엔터 소속.

문화복장학원 졸업 후 어패럴 업계에서 판매직을 거쳐 애니메이션 제작의 세계로 전향. 시리즈 구성·각본을 맡은 『하 지메테노 가루』로 주목을 받았고, 이후 각본가로서 다수의 애니메이션 작품에 참여. 2017년 『올 잡 더 월드』(후지미 판타지아 문고)로 소설가 데뷔.

동년부터 시작된 음악×캐릭터×드라마 프로젝트 『히프노시스마이크 -Division Rap Battle-』에서 캐릭터 원안·세계관 설계·각본을 맡아 동 작품 스토리 부문의 핵심을 담당.
 섬세하고 치밀한 인물 묘사와 스피드감 넘치는 구성력으로 정평이 나 있다.
 최근에는 『거미입니다만, 문제라도?』 『흑성의 사미다레』 『육도의 악녀들』 『마왕 2099』 등, 원작 있는 애니메이션의 시리즈 구성도 다수 담당한다.



정대식

Producer

스튜디오 이온 COO
CJ ENM | PD, 팀장 (버추얼스튜디오, 애니메이션사업부)
디자인스툼 | PD, 이사 (애니메이션사업부)
삼성 SDS 유니텔 사업부

Portfolio

Iron Kid
Dream Kix
Rainbow Rubi

**정의진**

Art Director

스튜디오 이온 디자인 슈퍼바이저
CJ ENM | 애니메이션 사업부
NEXON | 컨셉 디자이너
디자인 스톼 | 아트 디렉터

Portfolio

Iron Kid
Robot Train
Rainbow Rubi

**김현준**

Technical Advisor

스튜디오 이온 CTO
매크로그래프 | Director
써드아이웍스 | CEO
디자인스툼 | CTO
엔젠 테크놀로지 | CTO
LG 전자 | 선임연구원

KAIST | 전기전자공학박사

Alexis Choo

Business Develop

스튜디오 이온 CMO
NP / 상무
제일기획 / 차장

2012 Cannes Lions Creative Festival
2012 NewYork Film Festival
2012 Spike Asia
2012 MAD Stars
2023 Reddot Awards

Daniel Lee

Business Develop

스튜디오 이온 GM
대원미디어 / Global BIZ Team Leader
디즈아크 / Director
반다이 코리아 / Manager
반다이 남코 게임즈 코리아 / Team Leader

Portfolio

Armored Saurus, 원피스, 드래곤볼,
블리자드, MS 게임 소프트웨어, 철권,
디지털, SD건담 캡슐파이터 2

**Marie Matsunaga**

Producer (Japan)

스튜디오 이온 Producer (Japan)
타츠노코 프로덕션 / Deputy Head
니폰 텔레비전 네트워크 / Anime Business Producer
교토 애니메이션 / Production Assistant

Portfolio

天は赤い河のほとり、ただいま、おじゃまされます！
MUTEKING THE Dancing HERO、
響け！ユーフォニアム、ハイ☆スピード！ など



Part 3

BUSINESS PLAN

사업계획

MARKET BACKGROUND ①

글로벌 시장에서 파급력을 더해가는 대표 J-ANIMATION & K-POP

각자 세계 시장에서 증명된 성공 공식인 애니메이션 포맷과 K-POP 아이돌 비즈니스

일본 애니메이션 시장 (글로벌, 2025)

US\$ 37.7B

→ 2033년 US\$ 77.2B (CAGR +9.2%)

출처: Grand View Research, Anime Market Size Report

K-POP 시장 (글로벌, 2023)

US\$ 9.3B

→ 2027년 US\$ 13B 전망

출처: gitnux, Kpop Industry Statistics 2026 Edition

2022

JAPAN ANIMATION

원피스 필름 레드

319억엔 (~\$2.3억)

역대 애니메이션 영화 흥행 4위

글로벌 극장 애니메이션의 흥행력을 입증한 대표작

출처: Anime!Anime! Global (2023.01)

2023

더 퍼스트 슬램덩크

US\$2.80억

일본 애니 역대 21번째 \$1억 돌파작

스포츠 IP 애니메이션의 글로벌 흥행 가능성을 증명

출처: 나무위키 흥행 데이터 ('23.12 기준)

2024

일본 애니 시장 사상 최대

해외비중 56.5%

시장 3.84조엔, 해외매출 사상 첫 국내 추월

해외 성장을 전년비 +26% — 성장축이 해외로 완전 전환

출처: 재팬코리아데일리

2025

귀멸의 칼날: 무한성편

1,179억엔 (~\$7.4억)

일본 영화 역대 흥행 1위

관객 9,852만 명 — <센과 치히로> 경신, 글로벌 흥행 정점

출처: Box Office Mojo

2026

크런치롤 (Crunchyroll)

2,100만 명

글로벌 유료구독 · 2026 하반기 한국 진출

보유작 1,500편+ · 45,000화+ — 스트리밍 인프라의 전세계 확장

출처: 데일리안 (2026)

K-POP

블랙핑크 'Pink Venom'

24시간 8,620만 뷰

2022년 발매곡 중 최고 기록

K-POP 뮤직비디오의 초기 확산력이 정점을 찍은 사례

출처: Variety (2022.08)

정국 'Seven'

Hot100 진입 동시 1위

한국 솔로 아티스트 최초 기록

K-POP 솔로 아티스트가 미국 메인스트림 시장을 정면 돌파

출처: SBS뉴스-GQ Korea (2023.07)

스트레이 키즈

6회 연속 1위

빌보드200, 68년 역사상 최초 기록

연속성 있는 앨범 파워로 K-POP 그룹 최초 기록을 경신

출처: 한국경제 (2024.12)

케이팝 데몬 헌터스

음악수출 +84%

2025 한류 총수출 US\$189.75억(+15.9%)

애니메이션×K-POP 결합 콘텐츠가 한류 수출 성장을 견인

출처: 문체부-한국국제문화교류진흥원

'Golden' (케이팝 데몬 헌터스)

그래미 수상

오스카 후보 · Hot100 33주 연속

제68회 그래미 'Best Song for Visual Media' 수상 — 최초의 완전 결합 사례

출처: Billboard-뉴스 (2026.02)

MARKET BACKGROUND ②

검증된 애니메이션 캐릭터와 K-POP 아이돌 포맷

K/DA, K-POP DEMON HUNTERS에서 시작해 플레이브, 이세계 아이돌 등의 버추얼 아이돌 시장까지 확장

3.02억\$



2025 K-POP 음반 수출액 — 사상 최초 3억 달러 돌파(전년대비 +3.4%), 역대 최고 기록

2025 K-POP 음반 수출 톱3 시장 (백만 달러)

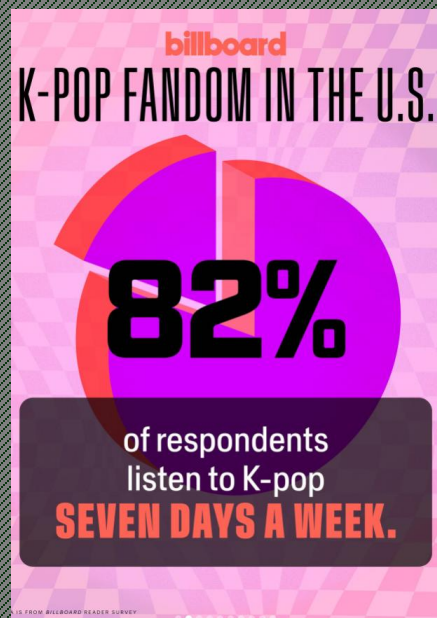


[Source: Malay Mail, 2026.01 — 2025 K-POP 음반 수출 통계]

+84%



2025 K-pop 수출 성장률 — K-Culture 역대 최고 실적을 견인한 핵심 동력

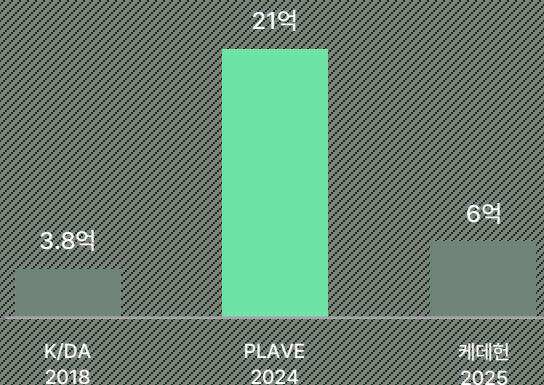


3.8억 뷰



K/DA · 리그 오브 레전드(2018) — MV 조회수 3.8억 회, 빌보드 월드디지털송세일즈 1위. 애니메이션 캐릭터 × K-POP 포맷의 상업적 성립을 최초로 증명.

사례별 도달 규모 (억 단위)



완주 6억 회



케이팝 데몬 헌터스(2025) — Netflix 누적 완주 시청 6억 회, 52주 연속 글로벌 Top 10, OST 4곡 빌보드 Hot 100 동시 진입, 오스카 · 그라미 동시 수상.



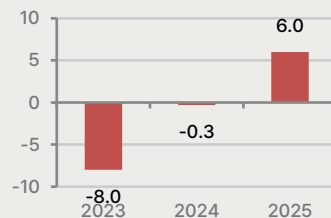
MARKET BACKGROUND ②

토이 시장에서 급성장중인 성인용 콜렉터블 시장과 캐릭터 시장

미국과 일본에서 매해 두자릿수 이상 성장률 기록

- 저출산 이후 성인 수집가가 완구 시장의 핵심 구매층으로 이동
- 일본·한국·미국 중심으로 성인 컬렉터 시장 성장
- 미국은 콜렉터블 시장이 전체 완구 시장의 성장을 견인
- 일본은 한정판·프리미엄 조형·라이선스 IP·블라인드박스/가차 수요 확대
- 한국 포토카드, 앨범, 응원봉, 콘서트 MD 중심의 팬덤 소비 시장 확대
- 한국 중고거래에서 키덜트 거래액 +524%, 거래건수 +319% 증가

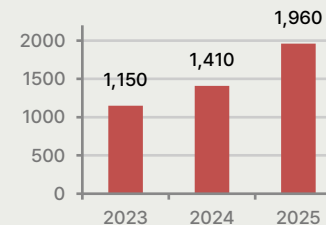
미국: 완구시장 회복 + 컬렉터블 급성장

**+33%**

2025 1~9월 컬렉터블 매출 성장

미국은 콜렉터블 시장이
전체 완구 시장의 성장을 견인

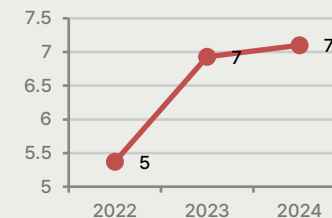
일본: 캡슐토이·호비가 성인 소비 견인

**+39.0%**

2025 캡슐토이 전년비 성장

캡슐토이는 저가 랜덤 구매에서
고퀄리티 피규어·굿즈로 확장.
캐릭터 IP의 반복 소비 채널이 되고 있음

한국: 캐릭터 상품 시장 성장

**+14.9%**

2022~2024 캐릭터산업 CAGR

포토카드·앨범·응원봉·콘서트 MD
중심의 팬덤 소비 증가



SELLING POINT ①

일본 애니메이션과 K-POP의 결합

액션&아이돌 퍼포먼스와 유니크한 세계관, K-POP이 결합된 무한한 비즈니스 확장성

① JAPANESE ANIMATION & K-POP

일본 애니메이션과 K-POP의 만남

일본 애니메이션의 비주얼 문법과 K-POP의 화력을 결합한 강력한 콘텐츠 무기인 동시에, 아이돌 산업의 화려함 뒤에 숨은 어두운 이면까지 다루는 이중적 세계관.

② UNIQUE STORY

액션 & 아이돌 퍼포먼스

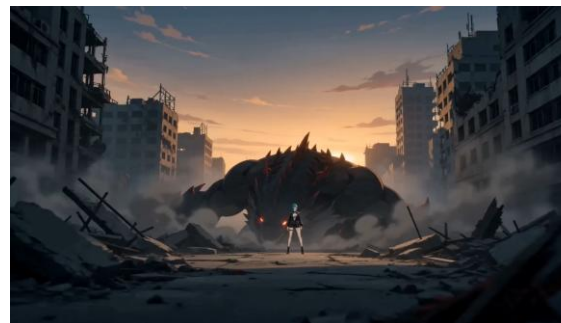
괴수를 사냥하는 하드코어 SF 액션과,
무대 위 아이돌의 노래·퍼포먼스가 하나의 전투 시퀀스 안에서
펼쳐지는 새로운 볼거리.
싸움이 곧 무대이고, 무대가 곧 전투 — 액션물도 아이돌물도 아닌,
둘이 뒤섞여야만 성립하는 장르.

③ BUSINESS FLYWHEEL

비즈니스 확장성이 뛰어난 IP

라이선싱·게임 개발·음악 퍼블리싱 등 다방향으로
확장 가능한 코어 IP

- '전장이 곧 런웨이이자 라이브 쇼 무대 - 하이패션(럭셔리 PPL·K-POP 미학)과 밀리터리 전투 장비를 결합한 '컴뱃 쿠티르' 스타일, 모든 전투 장면을 패션쇼나 콘서트 중계처럼 연출.
- 탈부착형 기계 의수(MPA)가 만드는 ' 모듈 암 ' 액션 기믹은 완구·피규어 사업화에 최적화.
- '왕좌의 게임'식 정치 서사를 다양한 여성 캐릭터군(현장 전사~최상위 권력자)이 이끄는 'Female-Led Epic' 구조



[아이돌 퍼포먼스 테스트 예시]

SELLING POINT ②

칸코레형 수집형 팬덤과 K-POP 팬덤 동시 겨냥한 MD 설계

두개의 진입 경로 설계를 통해 두 팬덤의 점점 마련

오타쿠 · 수집형 팬덤 (칸코레 모델)

- 세계관·설정 로어의 깊이 — 파고들수록 드러나는 떡밥과 서사
- 캐릭터 수집·육성 욕구 — 신규 ARMS 유닛을 ‘모으는’ 재미
- 시즌마다 신규 유닛·신규 세력 추가로 유니버스 지속 확장
- 게임(가차) · 굿즈 · 피규어 등 캐릭터 단위 소비로 연결

K-POP · 퍼포먼스 팬덤 (아이돌 모델)

- 실제 K-POP 프로듀서 참여로 완성도 높은 음악 · 퍼포먼스
- 캐릭터별 개별 데뷔 — ‘진짜 아티스트’처럼 활동(PLAVE式)
- 라이브방송, 라이브 팬미팅 등을 통한 적극적인 팬덤 구축
- 안무 챌린지 · 커버댄스 등 SNS 바이럴 마케팅음원 스밍 · 차트 진입 등 즉각적 글로벌 소비 동선 확보

① 유닛 단위 데뷔

캐릭터를 개별 아티스트로 발매·활동시켜 K-POP 팬덤 진입 장벽을 낮춤

② 세계관 확장 로드맵

시즌별 신규 ARMS·신규 세력을 추가해 오타쿠 팬덤의 수집 욕구 지속 자극

③ 크로스 컨버전 장치

스토리로 유입된 팬을 음악 소비로, 음악으로 유입된 팬을 세계관 소비로 서로 넘나들게 유도



SELLING POINT ③

최정상급 K-POP 프로듀서의 사운드트랙 제작 참여 범주, 김도훈, EKKO MUSIC과 같은 유명 히트메이커와의 콜라보레이션 작업

BUMZU (Kye Beom-Ju)

Main Producer at PLEDIS Entertainment

SEVENTEEN, TWS, QWER의 프로듀서로서 수많은 히트곡을 제작. 2024년에는 KOMCA 저작권대상에서 모든 대상을 석권하며 새로운 기록을 세움. 이를 통해 2023년 K-pop 작곡가 중 가장 높은 저작권 수입을 기록한 작곡가로 인정받음.



KIM DO HOON

Composer, CEO of RBW

한국을 대표하는 유명 작곡가 중 한 명이자 걸그룹 마마무의 메인 프로듀서. 아이유, 휘성, 거미, 애일리, BTS 등 다수의 K-pop 아티스트를 위해 히트곡 작곡. 현 RBW 대표



EKKO MUSIC

Music rights & Publishing Company

2017년에 설립된 작곡가 그룹이자 음악 퍼블리싱 회사. SM엔터테인먼트와 긴밀한 협력 관계로 SM 소속 아티스트들의 다수의 히트곡 작곡. 본사는 서울에 있으며, 스톡홀름, 로스앤젤레스, 일본에도 사무소 운영



SELLING POINT ③

버추얼아이돌 활동을 통한 팬덤 확장 가능 컨셉

플레이브, 이세계아이돌처럼 음원, 라이브, SNS 활동 전개로 팬덤 상시 락인 효과

- PLAVE · Hololive식 캐릭터 팬덤 운영 가능
- 캐릭터별 데뷔곡, 뮤직비디오, 숏폼 챌린지 전개
- YouTube, TikTok, 라이브 스트리밍으로 상시 팬 접점 확보
- 음악 · 굿즈 · 팬미팅 · 디지털 아이템으로 수익 다각화

VTUBER MARKET GROWTH



DIGITAL FANMEETING

캐릭터별 팬과의 영상통화를 통한 상시 팬미팅



LIVE STREAMING

상시 라이브 스트리밍으로 팬과의 적극적인 소통



TIKTOK CHALLENGE

K-pop 틱톡 댄스 챌린지로 화제성 및 바이럴



OFFLINE CONCERT

오프라인 콘서트를 통한 팬직접 대면



SELLING POINT ③

캐릭터 수집형 게임 시장에 적합한 세계관 설정 및 캐릭터 유니버스

랭크 시스템, 유닛 추가, 무기 교체 시스템 등으로 지속 업데이트

- ARMS 유닛, 랭크, 무기 교체 시스템을 활용한 게임 확장
- 캐릭터 수집형 RPG, 액션 게임으로 확장 가능
- E~S 랭크 시스템을 가차, 성장 구조로 활용
- 신규 ARMS 유닛 추가만으로 지속 업데이트 가능
- 게임 내 스킨, 무기, 이벤트로 장기 매출화



VTUBER MARKET GROWTH

- 미국, 일본, 한국 3개국 모두 캐릭터 수집형(가차: 애니메이션풍) 장르가 전체 게임 시장 평균 시장량을 크게 상회
- 미국 가차게임 시장 규모 \$45억('24)에서 \$96억('33)로 성장 예측, 일본 모바일 RPG 게임 \$43.5억 중 가차 비중 65%

Goddess of Victory: Nikke

출시 약 2년 누적 매출
약 8.9억 달러



Blue Archive

2023년 기준 누적 매출
4억 달러 이상



Kantai Collection

파트너사 매출 약 70억 엔 (개발비 대비 140배)



차별성과 독창성 ①

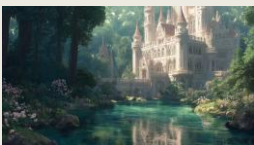
AI & 언리얼 하이브리드 제작 방식으로 효율 극대화

새로운 AI x UE 하이브리드 제작 기술을 실제 프로덕션에 적용, 제작비와 기간을 혁신적으로 단축

*** 기존 애니메이션 대비 제작비 50% 절감, 평균 애니메이션 제작 기간 4~6년을 1.5년으로 단축**

ARMED IDOLS 제작 방식 예시

캐릭터 시트, 배경, 동작 및 카메라 앵글 적용한 그레이 렌더 영상 혹은 모션캡처 영상을 AI로 렌더링



ORIGINAL SOURCES



AFTER · AI RENDERING

50%+**제작비 절감**

레거시(전통 셀 애니메이션) 제작 방식 대비

1.5년**총 제작 기간**

프리 · 메인 · 포스트 프로덕션 전체 포함

① 캐릭터 일관성 유지

여러 화 · 시즌에 걸쳐 동일한 얼굴 · 의상 · 메카닉 디테일을 정확히 재현
작화 붕괴 없이 시리즈 전체의 퀄리티를 통일

② 고난도 메카닉 x 캐릭터 표현

정교한 기계 팔, 파티클 이펙트 등 전통 셀 애니메이션으로는 고비용 · 고난도였던 디테일을
AI 렌더링으로 안정적으로 구현

③ 시즌 2 · IP 확장으로 재사용

파일럿(유튜브) 및 OTT 본편에서부터 검증된 에셋과 파이프라인을 시즌2, MV, 게임 등 후속
IP 확장에 그대로 재사용해 추가 제작비 최소화

일본과 미국 주요 기업들의 긍정적 피드백

일본 출판사, 방송사, 미국 OTT 및 완구사 등 주요 관계자들의 높은 호감도

“ IP로서 가능성이 매우 높음

– Shueisha

“ 스토리와 비주얼 면에서 일본 시장 내
가능성이 높음

– Shopro

“ 일본 애니메이션과 한국 K-pop 스타일을 섞은
애니메이션 스타일을 찾고 있다

– Disney+

“ 남녀 모두에게 어필가능한 서사

– Forrio

“ 2030년까지 스케줄이 찼지만 협업을 위한
별도 라인 확보 의사 있다

– Maho Film

“ 완구 제작 협업에 관심이 있다”

– Playmates

글로벌 파트너와의 공동제작으로 자금 조달 및 사업 매출 다각화
일본, 미국 내 주요 라이선싱, 완구 기업과의 공동제작으로 안정적인 제작비 조달 및 사업 계획 구축

JAPAN

foriio

foriio

일본 최대 크리에이터 온라인
포트폴리오 플랫폼

Armed Irons의 일본 작가(모모세 유
이치로) 섭외 및 매니징

[확정 - 계약 완료]

ShoPro
Anime

ShoPro

일본 애니메이션 제작사, 라이선싱
코난, 포켓몬 등 보유

Armed Irons의 공동제작 및
일본 내 사업 진행

[협의 중]

TV TOKYO 7

TV TOKYO

일본 주요 방송국

Armed Irons의 일본 내 방송 및
글로벌 사업 진행

[협의 중]

KOREA

EBS

EBS

한국 교육방송

Armed Idols의 한국 내 TV 방영권 및
일부 투자 논의

[협의 중]

USA

COVER

COVER CORP

홀로라이브로 유명한 엔터테인먼트 기업

Armed Irons 버튜버 활동 연계 논의

[협의 중]

INSPION AGENCY

INSPION AGENCY

일본 성우 매니지먼트 회사

Armed Idols 일본 성우 녹음 담당

[협의중 - 계약서 논의 중]

Crunchyroll

Crunchyroll

일본 애니메이션과 동아시아 콘텐츠
위주의 글로벌 스트리밍 플랫폼

Armed Irons의 투자 및 글로벌 방송

[협의 중, *일본, 미국 동시 협의]

Playmates

Playmates Toys

TMNT로 유명한 미국 완구 기업

Armed Irons의 미국 내 스페셜 콜렉
터블 라이선싱 협의

[MOU 체결]

Part 4

MARKETING

마케팅 계획

유튜브 숏츠와 OTT 시리즈 제작 병행

유튜브 숏츠 시리즈 선공개를 통한 팬덤 확보, 이후 OTT 시리즈를 통해 완성도 높은 서사를 선보이는 투트랙 전략

A

YouTube Shorts 버전

캐릭터 중심 · 팬덤 빌딩

분량/화수	2-3분 × 52화 (시즌1)
공개 일자	2026년 11월 ~ 2027년 6월 (7개월간)
공개 방식	주5회 업로드 주 2회 메인 스토리, 주 3회 부가 콘텐츠(MV, 전투씬, 캐릭터 퍼포먼스 등)
스토리 포지션	OTT 본편의 프리퀄 — 암즈 아카데미 배경 각 캐릭터별 개별 서사 중심
레퍼런스 톤	『우마무스메』식 캐릭터 어필 포맷 — 캐릭터 매력으로 팬덤을 먼저 구축
목표	저비용·고빈도 노출로 초기 팬덤 확보, IP 인지도 확산, 실시간 반응 기반 캐릭터 육성

스튜디오 이온 단독 기획, 제작

B

OTT 시리즈 버전

서사 중심 · 글로벌 인지도

분량/화수	20분 × 13화 (시즌1)
공개 일자	2028년 말~2029년 초 프리미어
공개 방식	글로벌 OTT 플랫폼 정규 시즌 공개
스토리 포지션	세계관 본편 — 액션 & 쇼비즈니스 & 정치 스릴러로서의 완결된 서사 구조
레퍼런스 톤	『사이카노』·『공각기동대』식 스토리 드리븐 하이브리드
목표	고품질 서사·비주얼로 글로벌 인지도와 작품성 확보, 라이선싱·2차 사업 기반 마련

일본 작가, 일본 프로덕션과 공동 제작

유튜브 숏츠

OTT 시리즈의 프리퀄

프로 암즈로 데뷔하기 전, 암즈 아카데미를 배경으로 펼쳐지는 학원물

WHAT IT'S ABOUT

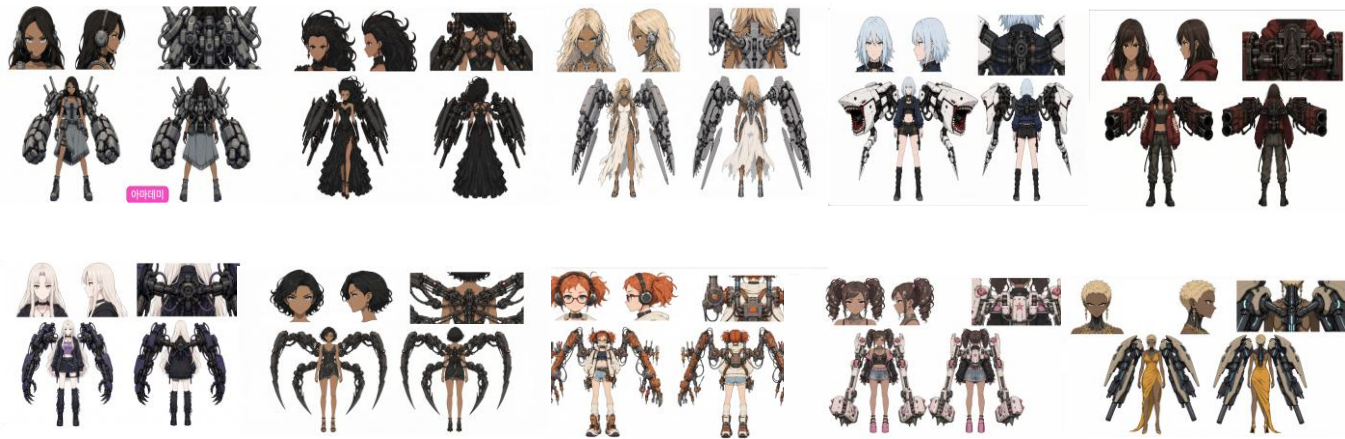
주요 내용

- 배경: ARMS 아카데미 — 학교·군사시설·방송국·기획사가 결합된 복합 공간
- 시놉시스: 물류센터 노동자 출신, 구독자 17명 브이로거 수아. 비전투용 낡은 하역팔로 특례입학한 후 전체 80명 중 79위에서 시작해 성장해 나가는 언더독 스토리.
- 톤앤매너: 성장물 베이스 위에 미디어, 팬덤, 권력 풍자가 교차 & 코미디

WHY WATCH

관람 포인트

- 아카데미 교과 과정으로 전투 훈련 외에 노래, 춤, 포즈 등 K-POP 아이돌 연습생 문화를 콘텐츠에 반영
- 메인 스토리 외에 K-POP MV, 별도 전투씬(Full 영상), 수아의 브이로그, 캐릭터들의 개별 퍼포먼스 등의 부가 콘텐츠로 매일 업로드
- 지속적으로 업데이트되는 신규 캐릭터들



LIVE



IDOL MATCH

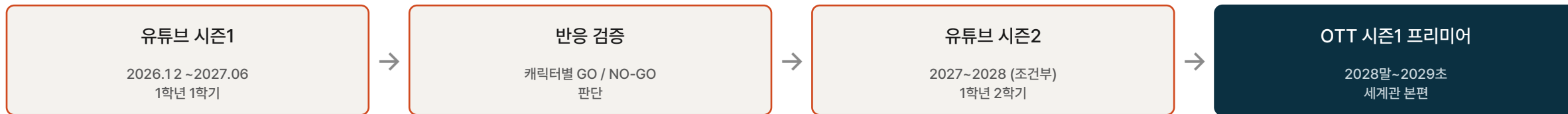


STAGE FLASH



유튜브 × OTT 연계 전략 — 무엇을 잇고, 무엇을 바꾸는가

유튜브에서 검증한 캐릭터와 세계관은 OTT로 계승하되, 서사 구조와 제작 방식은 새롭게 재구성



계승 (Carry Over) — 유튜브 → OTT로 이어가는 것

- 캐릭터 디자인 · 3D 에셋**
그대로 재사용 — 제작비 절감, 시각적 일관성 유지
- 세계관 설정**
암즈 세계관 — 팬덤이 이미 학습한 설정을 그대로 활용
- 인기 캐릭터 비중**
유튜브 반응 데이터를 기반으로 OTT 서사 내 캐릭터 비중을 조정
- 확보된 팬덤 · 초기 인지도**
OTT 론칭 시점에 이미 형성된 글로벌 오디언스

전환 (Reinvented) — OTT에서 새롭게 바뀌는 것

- 서사 구조**
캐릭터별 옴니버스(유튜브) → 하나의 완결된 정치·액션 스릴러(OTT)
- 제작 사이클, 디테일**
빠른 회전 제작 사이클(유튜브) → 장기 프로덕션형 고디테일 마감(OTT)
- 포맷 · 톤**
가벼운 캐릭터 어필(우마무스메식) → 스토리 드리븐(형거게임·공각기동대식)
- 제작 크레딧**
스튜디오 이온 단독 기획 → 일본 작가 · 프로덕션 공동 제작

유튜브는 팬덤을 만드는 엔진, OTT는 완성된 작품으로 증명 — 두 트랙이 서로의 리스크를 상쇄

PHASE 1. 2026.

PHASE 1. 2027-2028

PHASE 2. 2029

LONG TERM. 2030

Launching

YOUTUBE SHORTS
ANIMATION SERIES(Prequel.
Short Series Season 1).

OTT Series Production

SPC 설립
PRODUCTION 진행
(For OTT Series).

Global Premiere

OTT SERIES
ANIMATION
(OTT Series Season 1).

Global Expansion

2nd ROUND RELEASE
LICENSING BIZ

PREPARING S2

초기 노출 및 팬덤 구축

캐릭터별 팬덤 확장 및 소통 강화

글로벌 마케팅 캠페인 진행

버추얼 아이돌 활동으로 점점 확장

- ① 유튜브 숏츠 시리즈 런칭
- ② 일본, 한국 서브컬처 타겟 대상
- ③ 인스타그램, X 등 자체 SNS 운영
- ④ 팬사이트 구축
- ⑤ 디스코드 등 팬커뮤니티 운영
- ⑥ 마이크로 인플루언서 바이럴 진행
- ⑦ 2026년 12월 타겟 경품 프로모션 진행

- ① 본편 제작 기간 동안 유튜브 및 SNS 채널을 통한 지속 소통으로 팬덤 구축
- ② 캐릭터별 IP 확장 및 자체 상품화

- ① OTT 시리즈 본편 런칭
- ② 일본, 미국, 한국 중심의 글로벌 캠페인 진행
- ③ 글로벌 팬덤 확장

- ① 유튜브 시리즈 시즌 2 릴리즈
- ② 본편 시즌 2 제작 진행
- ③ 캐릭터 IP를 V-tuber 활동으로 확장, 라이브, 공연, 팬미팅 등으로 팬과의 접점 확대

Part 5

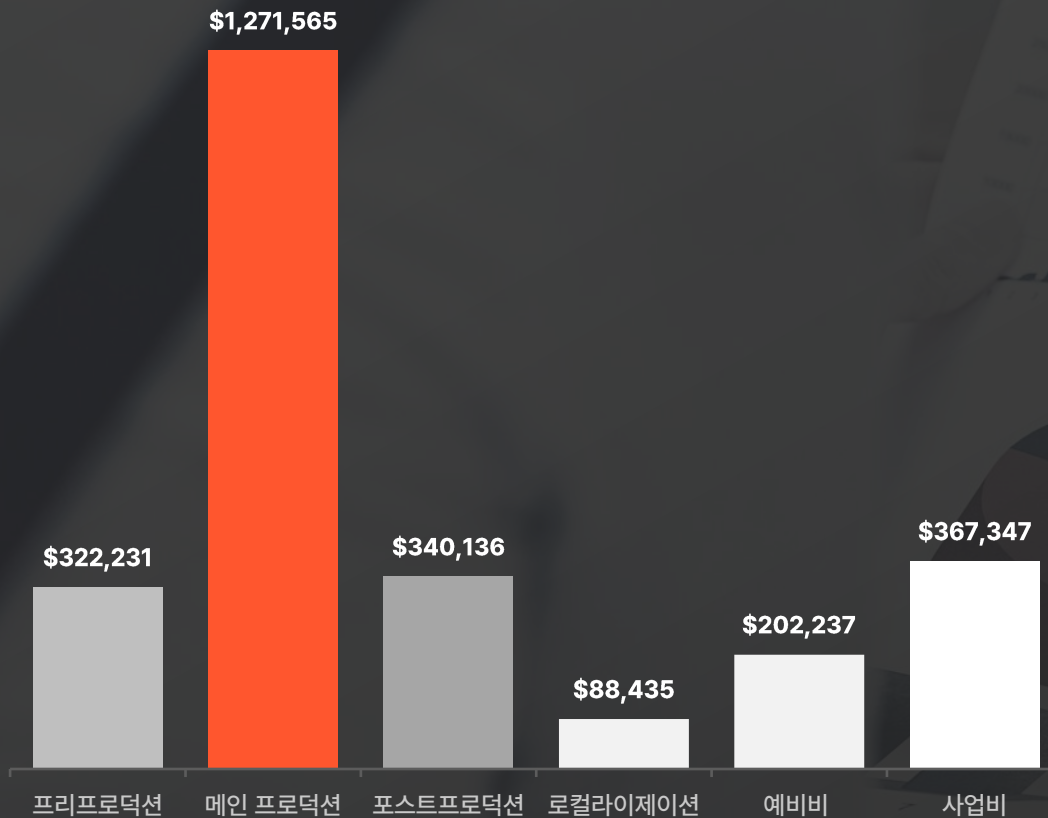
FINANCIAL PLAN

자금 계획

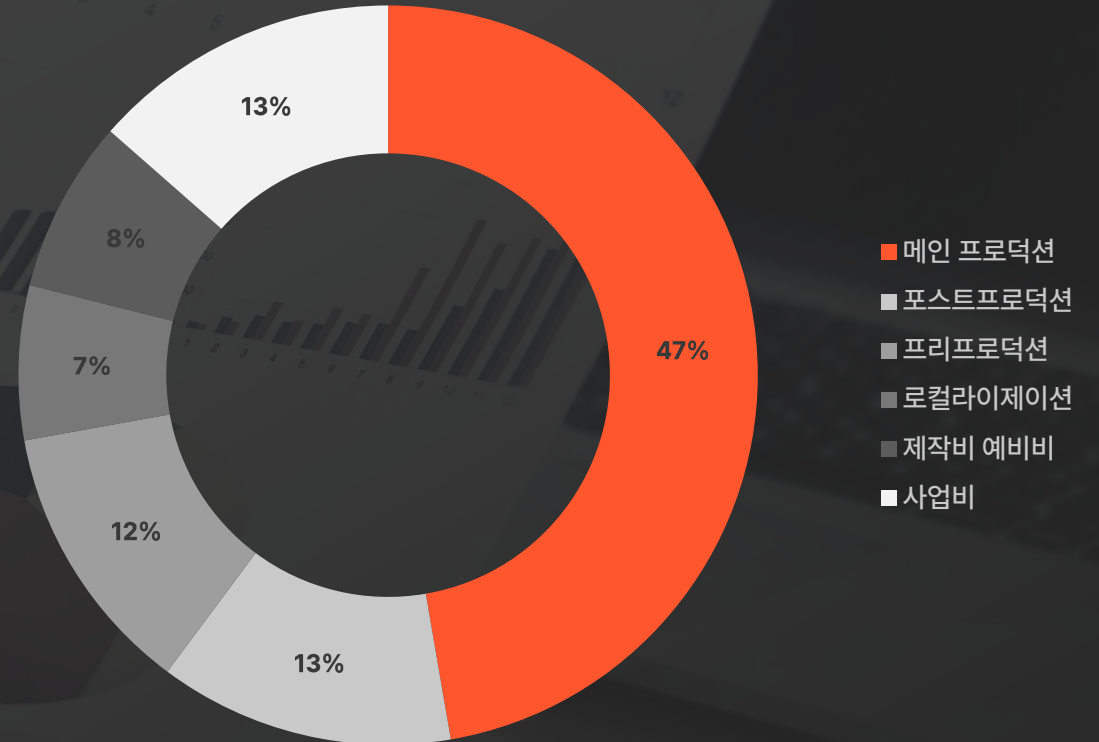
PRODUCTION BUDGET USD 2,600,000

USD1 = KRW1470

공정별 예산



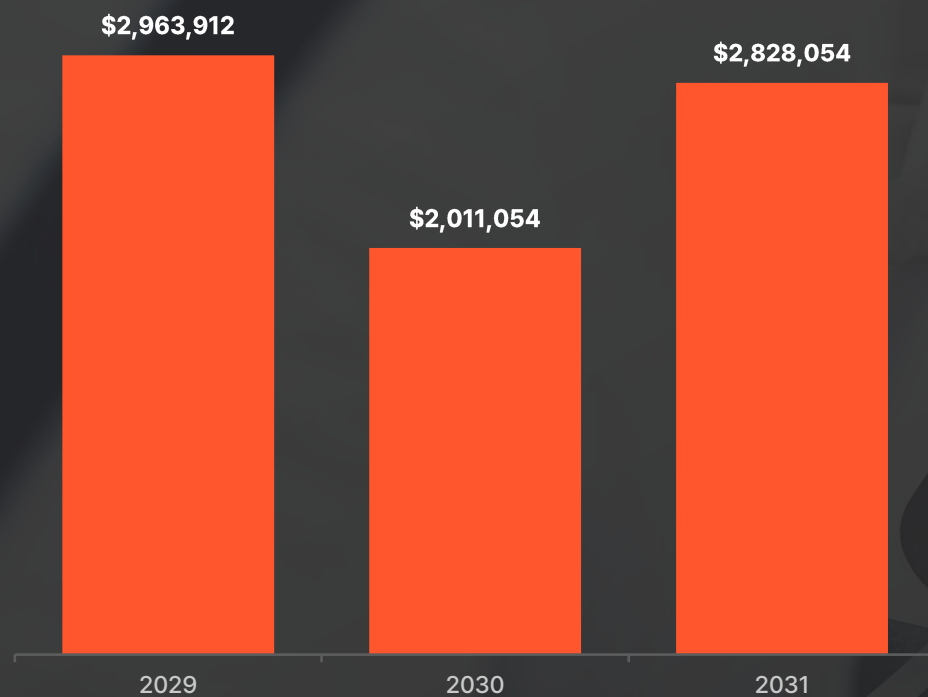
항목별 구성비



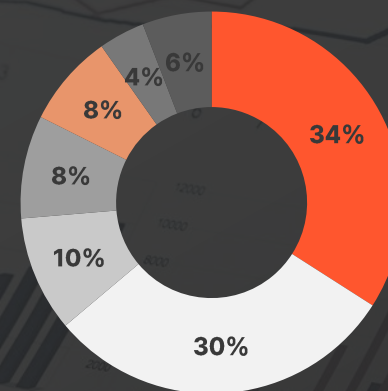
PROFIT FORECAST USD 7,800,000

USD1 = KRW1470

연도별 매출 (2029-2031)

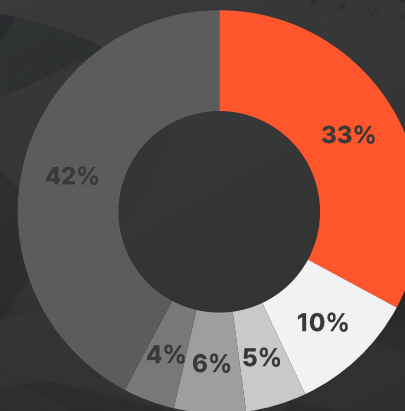


매출 섹션별

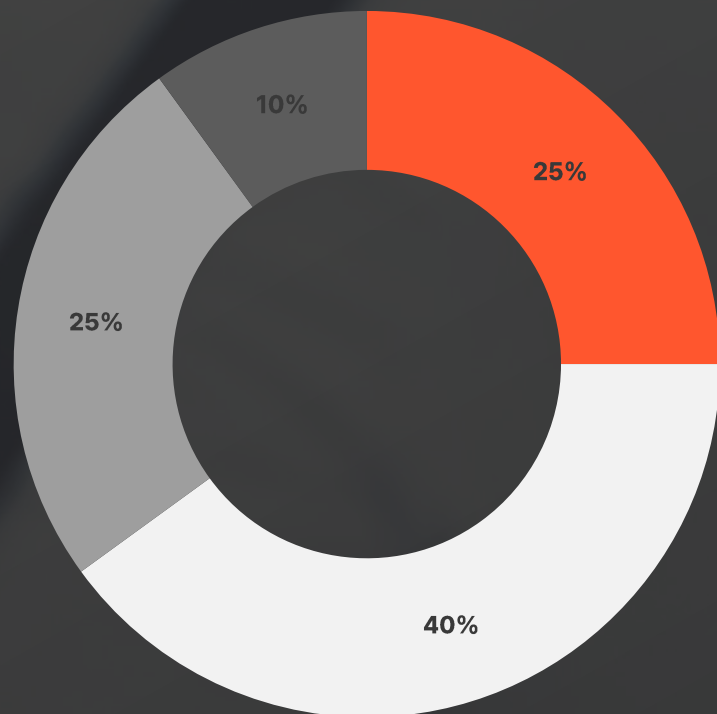


- 영상판매 (배급/방영권)
- 상품화 (완구·라이선싱·MD)
- 음악 사업
- 게임
- 버추얼 아이돌 사업
- 퍼블리싱
- 기타 매출

지역별



- America
- Japan
- Korea
- China
- Europe
- General



■ 스튜디오 이온 ■ 쇼프로 (SHOPRO) ■ 플레이메이트 ■ TV 채널 (파트너)

※ 상기 조건은 추후 변동 가능성 있음

● 스튜디오 이온

오리지널 IP 기획 · 프로듀싱 리드

25%

출자금 \$650K

확정

● 쇼프로 (SHOPRO)

글로벌 유통 리드 · 최대 출자사

40%

출자금 \$1.04M

협의중

● 플레이메이트

상품화/MD 밸류체인 보유

25%

출자금 \$650K

협의중

● TV 채널 (파트너)

방영 슬롯 확보 · 로컬 홍보

10%

출자금 \$260K

미정

회수구조 및 시나리오

총매출 100%

2가지 시나리오 적용 (Basic / Upside)

↓ 원작료 선취 5% (원작자 3% + 작가 성공보수 2%, 스튜디오 이온 귀속)

위원회 배분대상 매출 95%

원작료 선취 후 잔액

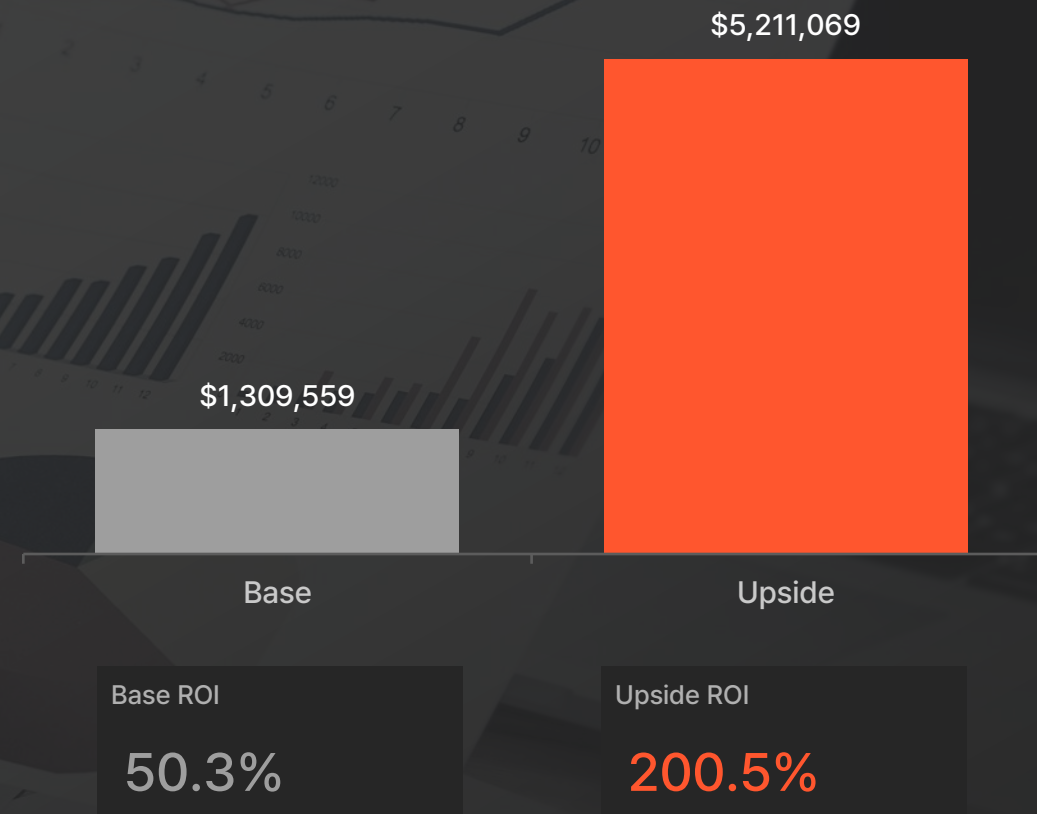
↓ 지분율대로 배분 (25% · 40% · 25% · 10%)

4개사 지분 워터폴 배분

스튜디오 이온 25% · 쇼프로 40% · 플레이메이트 25% · TV채널 10%

2027-2028 출자기(Capital Call) 2029-2031 회수기(Recoupment)

시나리오별 위원회 합계 순손익



* 상기 조건은 추후 변동 가능성 있음



WHERE UNREAL
BECOMES REAL

Copyright © 2026 by Studio EON ALL RIGHTS RESERVED.

No part of this publication may be reproduced, stored in a retrieval system, or transmitted in any form or by any means-
electronic, mechanical, photocopying, recording, or otherwise – without the permission of Studio EON.