
Content
Franchise
**for the
New Generation**

와이낫미디어 회사소개서

와이낫미디어는 MZ세대가 열광하는 국내 TOP 콘텐츠 스튜디오 입니다

Digital Native 환경의 MZ세대
충성고객을 확보한 파워 미디어

2019 웹드라마 누적 조회수 1위
2020 뉴미디어 콘텐츠상 대상
문화체육관광부 장관상 수상

넷플릭스 top2, 일본 OTT top1,
Viu 인도네시아 2위 등

웹드라마 최초
1억뷰 돌파

저지저지 3.5
저지저지 사랑
시점 다시 만난

프리미엄 스포츠 최초
TV-OTT 동시 편성
MBC, Naver V LIVE, YouTube

연애미수

연애를 수 없이 반복하지만 미수로 그치는 우리

일진에게
찍혔을 때 2

너한테
특별히 학교가
자욱이 되게
해줄 테니

청담국제고등학교
BITCH RE

사업모델

IP 저작권을 바탕으로
제작파이프라인과 마케팅 유통 채널을 확보, 다각화된 사업 진행



주요 사업 성과

와이낫미디어오리지널 IP수 147개(총 1,971편 제작 (2023년3월))

- 매년 오리지널 IP 제작 생산을 확대하고 있으며, 평균 제작비 투자 대비 100% 리튬 구조 달성
- 3분 숏폼 시리즈에서 20분 미드폼 (총 분량: 480분 / 60분 기준 8부) 시리즈까지 제작 가능한 루틴 구축

국내
웹드라마
최초

최고
조회수



해외
정규
유통

TV 편성



TV, 해외
동시편성

해외판
현지제작

최고
조회수
갱신



2016	2017	2018	2019
전지적 짝사랑 시점 - 국내 웹드라마 최초 1억 뷰 달성 - "전지적 xxx 시점" 유행 선도 - 웹툰, 에세이집 등 OSMU 확대	사랑보다 먼 의정부보다 가까운 오피스워치 - 2018 뉴미디어 콘텐츠상 작품상 오피스워치 - 4분기 연속 네이버TV 우수 웹드라마 선정 - 인도네시아 리메이크 판권 판매	다르게 적히는 연애, 우웅우웅 - KT 올레TV 모바일 공동제작 #중맛탕 - tvN 크리스마스 특집 단막극 편성	일진에게 찍혔을 때 - 시즌 1: 1.1억, 시즌 2: 5천만 조회수 달성 - 2020 뉴미디어 콘텐츠상 대상 수상 연애미수 - MBC 5부작 정규 드라마 편성

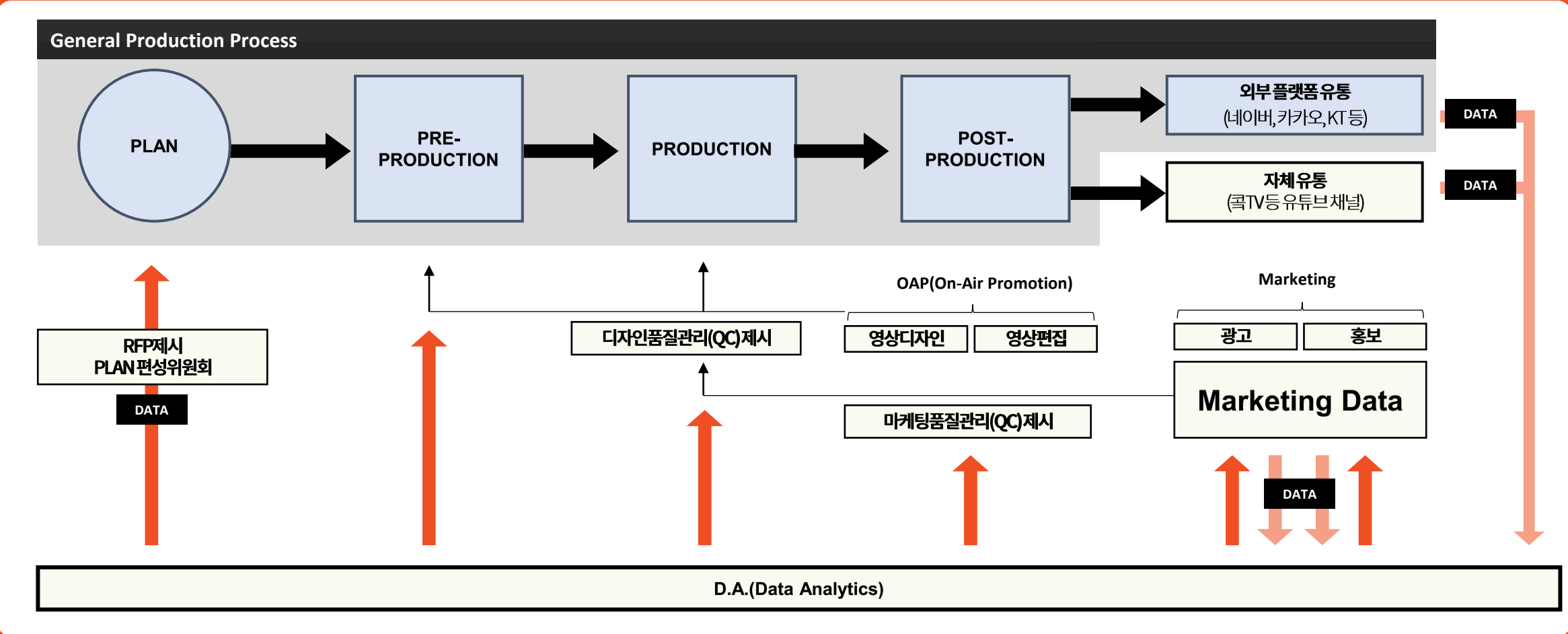
- 전지적 짝사랑 시점(시즌 1 / 2 / 3 / 3.5 / Spin-Off / 웹툰, 일진에게 찍혔을 때 시즌 1 / 2 / Spin-Off / 웹툰 등 One-Source Multi-Use 가능한 흥행 IP 제작 역량 보유
- 콘텐츠 시리즈 간 편성 공백이 없는 지속적 제작을 통해 Target Audience에 대한 노출 지속(광고효과 증대) 및 콘텐츠 Volume 확보(콘텐츠 유통 용이성 제고)

사업모델

와이낫미디어의 제작 파이프라인

데이터 피드백 및 디자인/마케팅 QC를 기획에서 편성까지 지속 관리

- 크리에이터의 재능을 1차 활용하되 팀워크 및 프로듀싱으로 완성도를 추구
- 경력 상관없이 아이디어 및 롤 배정에 따라 연출 및 기획 참여 가능하며 전반적으로 회사 시스템이 QC를 책임

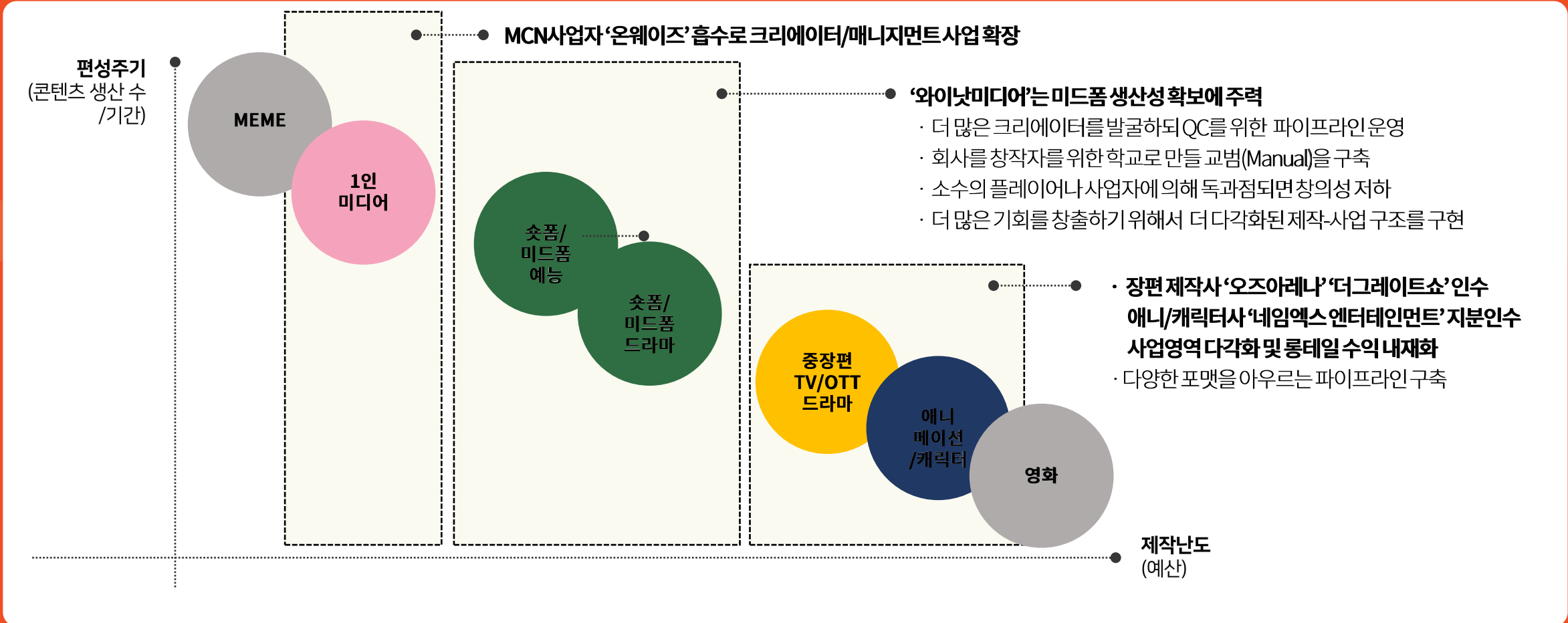


사업모델

와이낫미디어의 사업 파이프라인

제작난도 및 편성주기 면에서 특정한 퀄리티 및 생산을 유지하는 파이프라인 구축

- 유튜브로엔드 콘텐츠 대비 높은 난도 및 느린 주기 업로드 / TV하이엔드 대비 낮은 난도 및 빠른 주기 편성
- 중간지대에서 독자적인 프로듀싱 역량을 축적하면서 팬덤 확산시켜옴 => 향후 제작난도(예산) 지속업그레이드



2024 와이낫미디어 주요 콘텐츠 (예정 포함)

콘텐츠 사업 현황



<오! 영심이> 드라마

자회사 더그레이트쇼 주식회사

-출연: 송하윤, 동해(슈퍼주니어)
-플랫폼: 지니TV, 티빙



<청담국제고> 드라마

-출연: 에리(레드벨벳), 이은샘, 이종혁 등
-플랫폼: 넷플릭스, 웨이브



<운수 오진날> 드라마

자회사 더그레이트쇼 주식회사

-출연: 이성민, 유연석, 이정은 등
-플랫폼: 티빙, 파라마운트+



<로맨스는 데뷔전에> 예능

-플랫폼: Abema TV

와이낫미디어의 프랜차이즈 사업모델

미드폼 드라마 주요 성과



아름다웠던우리에게

- 시즌 1 치아문단순적소미호 카카오TV/넷플릭스 동시편성
- 한국, 말레이시아, 태국, 필리핀 등 TOP10 진입
- 카카오TV 론칭 라인업 드라마 중 최고 조회수 기록



전자적 짝사랑시점 미니시리즈

- MBC-와이낫미디어-네이버 공동제작 '연애미수' 독립스튜디오 최초 지상파-OTT-유튜브 편성 드라마
- 일본 후지TV 및 FOD 수출 방영
- 현재 키이스트와 미드폼 공동제작



세빛남고 학생회

- 왓챠 익스클루시브, 텐센트 We TV, Abema TV 1위
- 북미 Teen Vogue 기사 보도

와이낫미디어의 프랜차이즈 사업모델

예능 콘텐츠 주요 성과



비밀:리에 bimilcier

- 아티스트의 신곡을 <비밀:리에> 콘텐츠로 미리 듣고, 시청자가 작사에 참여하여 음원으로 완성되는 시청자 참여형 콘텐츠
- Day6, 케이시, PH-1, 권은비, 미란이, 페노메코 참여
- 드림어스 공동제작. 각 음원 실시간 차트 1위 기록



리얼하이로맨스

- 2018,2019 로맨스 웹예능 부문 1위
- 네이버 V 선공개, 10대 실검 1위, 네이버 TV 1위
- 1020세대 버전 '하트 시그널' 수식어
- 2022 일본 아베마 TV와 협력 하여 시즌 3 제작 진행 중



펀치타임

- 걸그룹 로켓펀치 데뷔 리얼리티 기획 제작
- 채널 뷰 700만 뷰 이상 (20년 기준)
- 일본 베트남 사우디아라비아 칠레 등 총 5개국 아이튠즈 1위 기록하며 글로벌 시청자 확장

와이낫미디어의 프랜차이즈 사업모델

롱폼 드라마 / 애니메이션 주요 성과



가면의여왕

- 자회사 더그레이트쇼 제작
- 채널 A 방영, 넷플릭스 스트리밍



구필수는 없다

- 자회사 오즈아레나 제작
- ENA 방영, 넷플릭스, 시즌, 올레TV 스트리밍



Dr. B x PANG

- 관계회사 네임엑스엔터테인먼트 제작
- 5개월간 617만 조회수 기록

와이낫미디어의 프랜차이즈 사업모델

숏폼 드라마 주요 성과

인기 IP의 경우 웹툰/에세이/제품/업스트림 등 프랜차이즈 사업 확장

- 국내뿐만 아니라 글로벌 팬층이 넓어지면서 다양한 사업에 적용 가능
- 제작 주기가 빠르고 난도가 비교적 단순해서 제작 후 IP 프랜차이즈 사업이 용이함



전지적 짝사랑 시점

- 시즌 1 (2016)
- 시즌 2 (2016)
- 시즌 3 (2017)
- 특별판 (2017)
- ASMR (2018)
- 시즌 3.5 (2019)

콘텐츠 흥행 실적

- 국내 숏폼 드라마 최초 누적 조회수 1억 뷰 달성
- 시즌 1 후 전(준) 후속시즌의 동일 수준 흥행 기록

콘텐츠 프랜차이즈화 실적

- 전지적 짝사랑 시점 에세이집 출간
 - 2018년 교보문고 20대 베스트셀러 기록
- 전지적 짝사랑 시점 웹툰 제작
 - 2019년 카카오페이지 요일별 랭킹 1위 기록
- Spin-Off 시리즈 TV 미니시리즈 편성(예정)



일진에게 찍혔을 때

- 시즌 1 (2019)
- 시즌 2 (2020)
- 스펀오프물
- 오늘부터 계약연애 (2021)

콘텐츠 흥행 실적

- 시즌 1 글로벌 누적 조회수 1억 뷰 달성
- 2019년 연간 국내 숏폼 드라마 최고 조회수 기록

콘텐츠 프랜차이즈화 실적

- 일진에게 찍혔을 때 한정판 굿즈 판매
 - 스마트스토어 오픈 즉시 Sold-Out 기록
- 일진에게 찍혔을 때 시즌 2 대본집 출간
- Spin-Off 시즌 글로벌 공동제작



리얼:타임:러브

- Part 1 (2019)
- Part 2 (2020)
- VLOG (2020)
- 비하인드 (2020)
- 리얼타임로그 (2020)
- Part 3 (2020)
- Part 4 (2021)

콘텐츠 흥행 실적

- 국내 숏폼 시트콤 중 최단 기간 1천만 뷰 달성
- 독립 채널 개설 이후 6개월 내 25만 구독자 달성

콘텐츠 프랜차이즈화 실적

- Part 1 흥행 후 유튜브 독립 채널 개설
 - 2020년 7월 25만 구독자 달성
- 광고 및 커머스 연계 상품 사전 Sold-Out 기록
- 스타일쉐어 라이브 커머스 확대

와이낫미디어의 유통마케팅 채널

국내외 선도기업 중심 유통, 높은 신뢰도의 타겟 광고

국내외 선도기업 중심 공동기획/제작투자파트너십, 높은 신뢰도의 광고 운영

· 미디어, 통신, IT기업들과의 파트너십을 통해 공동기획제작 등
· KB국민카드, 안다르, 휠라 등 MZ타겟 PPL 광고 및 브랜드 기획작품 제작

주요 사업 파트너



주요 광고 파트너

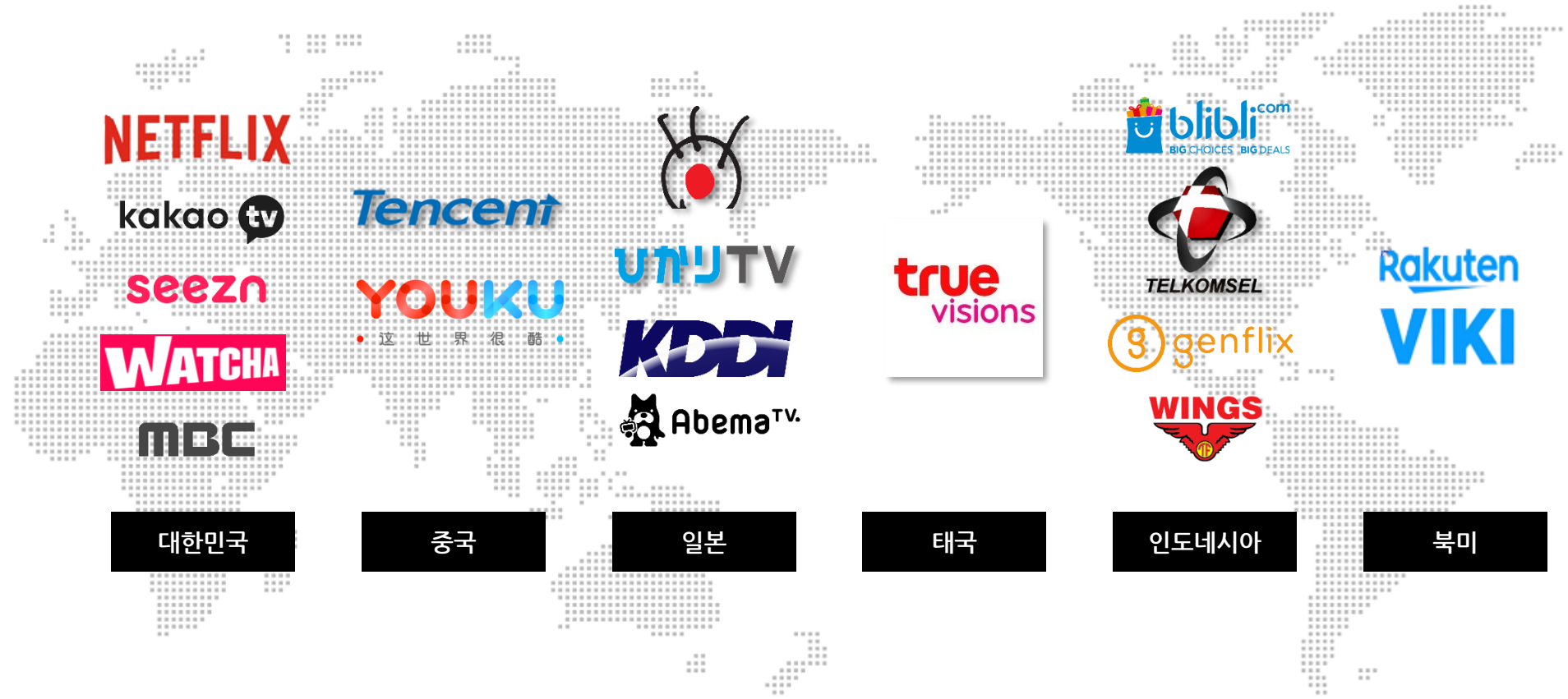
앱·서비스	패션	뷰티	푸드	라이프	금융·기관
SOCAR	FILA	CELL RETURN	마이구미 Jam	emart	Hyundai Card
StyleShare	MLB	NIVEA	정관장	위메프	KB 국민카드
FLO	NEIKIDNIS	MISSHA	FromBIO	Double A	SAMSUNG pay
시원스쿨	TNGT	Hanskin	CASS	해피머니	유안타증권
관다과의	DESCENTE	klairs	MAXIM T.O.P	인생네컷	교육부
오늘학교	crocs	LUNA	HOJAL	kt GiGA Genie	I·SEOUL·U
NC	DYNAFIT	peripera	피부점	LG TONE Free	문화체육관광부
swytf/sh	JOSEPH X STACEY				한국가스공사
메들	O'NEILL				

와이낫미디어의 유통마케팅 채널

주요 글로벌 제작·유통 파트너

일본, APAC(태국 트루비전/텐센트, 아이치이계), 북미 등 글로벌 동시/순차 유통망 확보

- 자체 보유하는 유튜브 채널 글로벌 유저(총 구독자의 30%)의 인기로 인해 글로벌 유통이 용이
- 글로벌 현지 유저 니즈에 맞는 기획 콘텐츠 지속 제작 진행 중



와이낫미디어의 프랜차이즈 사업모델

매니지먼트 사업 현황

매니지먼트 계약을 통한 크리에이터, 인플루언서, 배우 등 다방면의 활동 지원

내부오리지널작품에 선제적캐스팅하여소속아티스트의영향력증대



조기성

드라마 | MBC 연애미수, OCN 라이프온 마스 등
CF | 맥도날드, 밀레, 삼성 QLED 등



김수예

영화 | 부감 등
CF | 산타토익, 아만다, 삼성 듀얼모니터 등



백하이

드라마 | tvN 어사와 조이, SBS 너의 밤이 되어줄게
영화 | 빅토리



백하이

드라마 | 하우스 오브 콜
뮤직비디오 | 혼한 거짓말(정승환)



서유리

드라마 | SBS 질투의 화신, Mnet 칠전팔기 구해라
예능 | 마이 리틀 텔레비전, SNL

최상위의 생산성과 글로벌 팬덤을 가진 종합 콘텐츠 스튜디오

APAC 을 거쳐 WORLD로
글로벌 유저와 직접 거래



유튜브+ 직접 유통망 확보
글로벌 플랫폼과 IP 공동제작

#글로벌 #스토리
#팬덤기반 #MZ세대향
#미드폼 #롱폼 #애니 #캐릭터



새로운 세대를 위한 콘텐츠 프랜차이즈

WHYNOT