

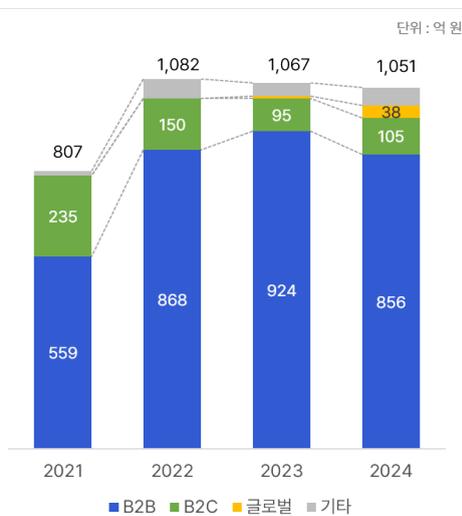
“**불황을 기회로 : 앱테크, 오픈월, 글로벌 삼각축 강화**”

엔비티는 국내 1위 포인트 플랫폼 사업자로서, B2C 리워드 앱과 B2B 오픈월 솔루션을 기반으로 선도 사업자의 지위를 유지하고 있습니다. 2025년에는 불황기에 성장하는 앱테크 시장을 중심으로, 사용자 기반과 수익성을 강화할 전략을 마련했습니다. 또한 주력 사업인 오픈월을 중심으로 광고 네트워크와 커머스를 결합해 시장 지배력을 확장하고, 글로벌 진출과 K-스타트업과의 협업을 통해 외연과 버티컬을 동시에 확장해 나갈 계획입니다.

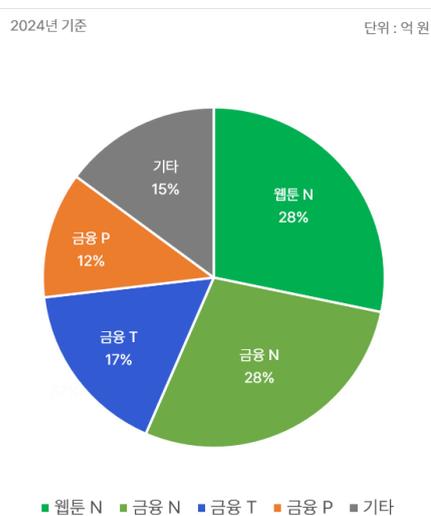
Overview

- **[B2C] 불황기 특수 품은 앱테크 시장, 만보기 및 모바일 쿠폰으로 주도권 확보:** 고물가·고금리로 앱테크 시장이 2배 증가한 가운데, 1위 만보기 앱과의 전략적 제휴, AI 기술 도입, 모바일 쿠폰 거래 기능 도입으로 연 매출 150억(YoY +43%)을 목표합니다.
- **[B2B] 오픈월 1위 사업자 기반, 네트워크 효과와 D2C 커머스로 시장 지배력 강화:** 오픈월 솔루션 및 퍼포먼스 광고 수요에 대응해 셀프서빙 시스템을 도입하고, 온라인 D2C 커머스와 결합하여 연 매출 1,000억 원(YoY +17%), 커머스 거래액 35억을 달성합니다.
- **[글로벌] 7개국 추가 진출, 일본 상륙, K-스타트업 동반 진출로 초고속 성장 견인:** 기존 파트너십 기반으로 연내 일본, EU, 남미 등 7개국에 추가 진출하고, K-콘텐츠 스타트업과 동반 진출을 통해 분기 성장률 40%, 연 매출 60억 원(YoY +58%)을 달성합니다.

총 매출액(연결)



B2B 매출 구성



[B2C] 불황기 특수 품은 앱테크 시장, 만보기 및 모바일 쿠폰으로 주도권 확보

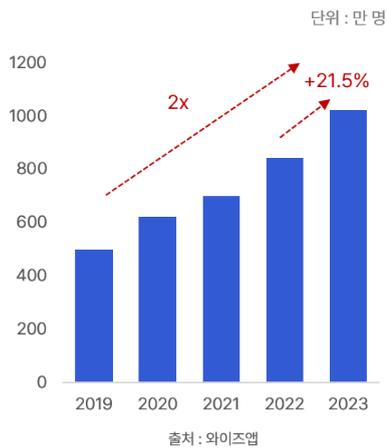
1) 국내 1위 만보기 앱과 손 잡고 ‘돈 되는 건기’ 시장 장악

- a) **시장 상황:** 고물가·고금리 시대에 성인 남녀의 75%가 앱테크 앱을 사용할 만큼 수요가 증가하고 있으며, 국내 상위 5개 리워드 앱 사용자 수는 2019년 500만 명에서 2023년 1,022만 명으로 **2배 이상** 성장했으며, 1위 만보기 앱 ‘캐시워크’는 MAU 560만, 월 평균 사용시간 12시간 57분, 월 평균 실행 수 1,479회로 높은 충성도를 보이고 있습니다.
- b) **현황:** 캐시슬라이드는 2024년 6월 MAU 27만 명에서 2025년 4월 50만 명으로 약 85% 성장했고, 인앱 진입률도 37%에서 61%로 25%p 상승했으며, iOS 출시 및 SMB 광고 상품 고도화 등 지속적인 제품 개선이 이루어지고 있습니다.
- c) **성장 전략:** 캐시슬라이드는 MAU 560만 명을 보유한 1위 만보기 앱과의 전략적 제휴를 통해 유저풀과 광고 수주력을 강화하고, AI 기반 프로그래매틱 광고 시스템 도입을 통해 광고 단가를 20~30% 개선하여 **MAU 100만 명, 연간 매출 150억 원(YoY +43%)** 달성을 목표로 하고 있습니다.

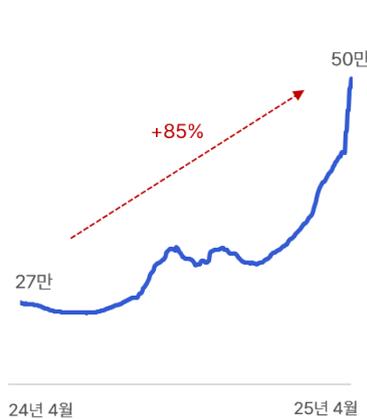
2) 앱테크에 특화된 ‘모바일 쿠폰 거래’ 기능 도입

- a) **시장 상황:** 모바일 쿠폰 시장은 2023년 기준 시장 규모가 **10조 원**에 달하며, 전년 대비 62.7%, **연평균 28.5%** 이상의 고성장을 이어가고 있으며, 상위 3개 플랫폼의 누적 사용자는 810만 명, 누적 거래량은 2천만 건 이상에 이릅니다. 중고나라의 모바일 쿠폰 등록 규모 또한 2022년 4월 73억 원에서 7월 110억 원으로 빠르게 확대었으며, ‘기프티스타’는 카카오뱅크와 제휴해 2023년 12월 ‘쿠폰 사고팔기’ 서비스를 런칭하고 5개월 만에 사용자 100만 명을 확보했습니다.
- b) **현황:** 2022년 MZ세대를 타깃으로 한 앱테크 서비스 ‘칩스’는 마케팅 비용 없이 10만 명 이상의 신규 가입자를 유치하고, 구글플레이 선정 ‘올해를 빛낸 숨은 보석 앱’에 오르며 초기 흥행성과 유저 자발성 기반의 확산력을 입증했습니다.
- c) **성장 전략:** 칩스는 상반기 내 모바일 쿠폰 거래 기능을 새롭게 도입하고, MAU 1,000만 규모의 애디슨 광고 네트워크와 연계해 자체 **MAU 20만 명 확보**를 목표로 하며, 어뷰징 방지 기술을 통해 허위매물 리스크를 최소화하고, 국내 1위 핀테크 매체사와의 전략적 제휴를 기반으로 **하반기 거래액 100억 원** 달성을 목표로 하고 있습니다.

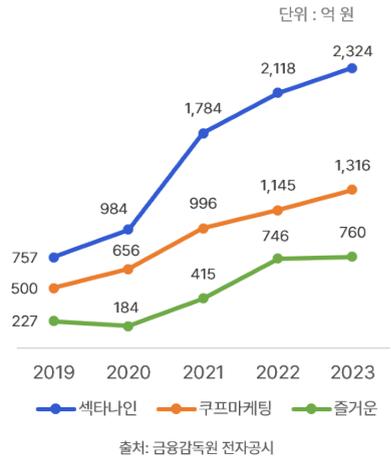
주요 리워드/앱테크 앱 사용자 추이



B2C 서비스 MAU 추이



주요 쿠폰발행사 매출 추이



[B2B] 오퍼월 1위 사업자, 네트워크 효과와 D2C 커머스로 시장 지배력 강화

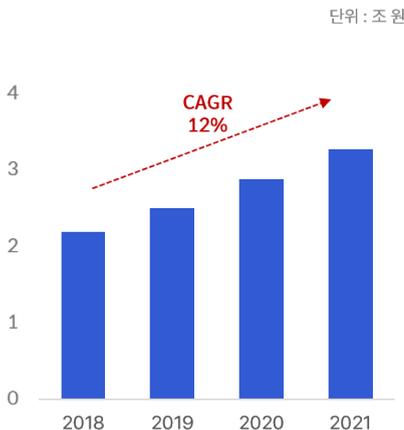
1) 오퍼월 수요 확대와 1,000만 MAU '네트워크 효과'로 점유율 확대

- a) **시장 상황:** 오퍼월 광고 시장은 앱 수익화와 서비스 활성화를 지원하는 보상형 광고 모델로, 경기 불확실성 속에서 안정적인 수익원을 찾는 플랫폼들의 수요가 늘고 있습니다. 퍼포먼스 광고 시장은 2022년 기준 **약 5조 원 규모**로, 연평균 12% 이상 성장 중이며, 기업의 63.2%가 예산을 늘릴 계획이라 응답했습니다. 낮은 비용 대비 높은 성과와 리텐션으로 인해 관련 투자가 확대되는 추세입니다.
- b) **현황:** 경기 불확실성 속에서 신규 수익원을 찾는 수요가 증가하며, 국내 오퍼월 기반 사업은 2024년 기준 5년간 연평균 30% 성장해 850억 원 규모에 도달했으며, 배달의민족·제페토 등 버티컬 1위 플랫폼과 제휴를 확대했습니다. 2025년 1분기 기준 쇼핑·금융·커리어 등 주요 플랫폼 30곳과의 협업 논의가 진행 중이며 잠재적으로 200만 MAU 이상 확보할 것으로 예상됩니다. 광고주는 전년 대비 43% 증가한 2,480개, 리워드 획득 건수는 5.2억 건으로 37% 증가, 타겟 맞춤 캠페인은 14배, 게임 광고 매출은 130% 증가하며 오퍼월 광고에 대한 전반적인 수요가 급증하고 있습니다.
- c) **성장 전략:** 연내 1,000만 MAU 이상의 네트워크를 기반으로 신규 매체사 확보 및 셀프서비스 시스템 도입을 통해 매체 연동을 자동화하고, 현재 70개 매체사를 200개까지 확장하며 **오퍼월 MAU 1,200만, 연 매출 1,000억 원(YoY +17%)** 달성을 목표로 하고 있습니다. 게임 업종의 직접 공략과 멀티리워드 캠페인을 통해 시장점유율 50% 이상 확보, AI 기반의 맞춤 노출 알고리즘과 DSP 연동, 묶음 미션형·타임리밍형 등 다양한 UX의 광고 포맷 제공을 통해 광고 효율과 수익성을 끌어올릴 계획입니다.

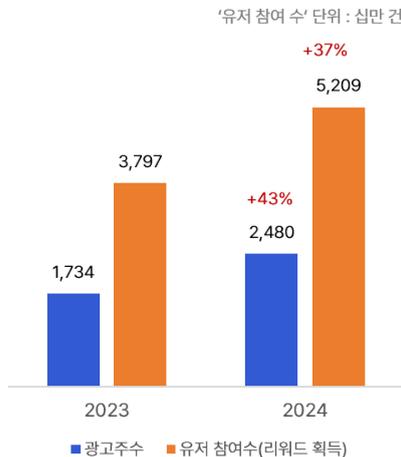
2) '온라인 D2C 커머스'를 결합하여 수익 구조 다각화

- a) **시장 상황:** 미국 D2C 시장은 2021년 1,283억 달러에서 2024년 2,129억 달러로 **약 2배** 성장했으며, 국내 온라인쇼핑 거래액도 2024년 기준 242조 원(YoY +5.8%)에 달하고, 특히 식품 분야는 47조 원(YoY +15.6%)으로 빠르게 확대 중입니다. 에이피알·더파운더즈·젝시믹스 등 식음료·뷰티·패션 중심의 D2C 브랜드가 급성장하고 있는 가운데, 2025년 2월 기준 유통 비중은 온라인 55.6%로 오프라인을 넘어서는 전환점에 도달했습니다.
- b) **성장 전략:** 오프라인 기반 브랜드와의 제휴를 통해 온라인 D2C 총판 모델을 전개하고, MAU 1,000만 규모의 광고 네트워크를 활용한 커머스 유입을 촉진합니다. 2025년 2분기 '남산 돈까스 23번지' 라이선스 제품을 시작으로 연내 3개 이상 브랜드를 론칭하고, 2025년 **커머스 거래액 35억 원** 달성을 목표로 합니다. 장기적으로는 K-푸드 브랜드 기반으로 미국, 동남아시아 등 글로벌 진출을 고려하고 있습니다.

국내 퍼포먼스 광고 시장 규모



애디스 광고주 및 유저 참여 수



온라인 D2C 커머스 모델



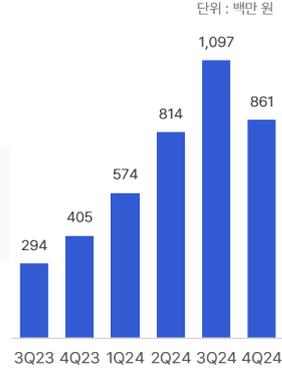
[글로벌] 7개국 추가 진출, 하반기 일본 상륙, K-스타트업 동반 진출로 초고속 성장 견인

- 1) **시장 상황:** 일본 인앱 광고 시장은 약 65억 달러로 한국의 5배에 달하며, 연평균 14%의 높은 성장률을 기록하고 있습니다. 네이버웹툰의 일본 내 2024년 매출은 6.48억 달러로 전년 대비 +16.3% 성장하며 한국 시장을 상회하는 규모를 형성했습니다.
- 2) **현황:** 2023년 하반기, 네이버웹툰과 함께 미국, 대만, 태국, 인도네시아 등 4개국에 진출하며 글로벌 확장을 시작했습니다. 2024년 매출은 34억 원을 기록했고, 분기 평균 성장률은 약 30%를 유지하며 안정적인 성장세를 보이고 있습니다. K-POP, 웹툰, 에듀테크 등 콘텐츠를 중심으로 연내 확보 가능한 글로벌 MAU 증분도 상당한 수준으로 예상됩니다.
- 3) **성장 전략:** 기존 파트너사를 활용해 2025년 상반기에는 프랑스, 캐나다, 멕시코, 인도 등 6개국에, 하반기에는 일본 시장에 진출할 계획입니다. 또한, K-POP, K-콘텐츠, AI 등 K-스타트업과의 동반 진출을 통해 글로벌 시장에서의 버티컬 확장을 추진할 예정입니다. 기존 인프라를 활용한 수평 확장을 통해 **분기별 40% 성장률을 유지하고, 연간 매출 60억 원(YoY +60%) 달성**을 목표로 합니다.

글로벌 진출 현황



글로벌 매출 추이



네이버웹툰 사용자 지표

