

연예인의 열애설 및 결별설의 공시효과 - 엔터테인먼트 기업을 중심으로

김광용(경상대학교)* 김진수(경상대학교)**

< 요약 >

IT의 급속한 발전으로 한국의 엔터테인먼트 산업은 갈수록 성장하고 있으며 문화산업으로서 대중의 관심이 점점 높아지고 있다. 엔터테인먼트 기업의 핵심 업무가 소속 연예인들의 사생활 관리이다. 이는 연예인의 수입이 기업의 수입과 직접적인 관계가 있기 때문이다.

본 논문은 대중의 인기와 평판을 기반으로 연예활동을 하는 연예인의 사생활과 관련된 열애 및 결별 기사가 엔터테인먼트 기업의 주가에 어떤 영향을 미치는지를 분석하고자 한다. 분석결과, 열애설 관련된 기사가 공시되면 기업의 주가에 부정적인 영향을 주는 것으로 나타난 반면 결별설에 관련된 기사가 공시되면 기업의 주가에 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다. 한편, 열애설의 경우 공식적으로 인정한 경우에 사건일 D-1일에 5% 유의수준에서 유의하나 공식적으로 부인한 경우에는 유의수준 10%에서 유의하지 않는 것으로 나타났다.

이와 같이 연예인은 언제든지 다양한 가십거리에 휘말릴 수 있으므로 엔터테인먼트 기업은 연예인 개인의 사생활과 관련된 이슈가 사회적으로 커지고 복잡해지는 것을 사전에 방지할 필요가 있겠다.

주제어 : 연예인, 열애설, 엔터테인먼트 회사, 사건연구, 주가

I. 서론

엔터테인먼트 산업은 미래지향적 문화사업으로서 급격한 성장을 이루며 자리를 잡아가고 있다. 2000년대 이후 소규모 기획사들 간의 인수합병으로 음반·영화·연예 기획사들이 점점 대형화되고 있는 추세이다. 또한 한 명의 인기 있는 연예인¹⁾에 집중해서 이익을 추구하던 구조에서 다양한 연예인들과 사업영역으로 진출함으로써 사업의 다각화를 보다 쉽게 추진할 수 있게 되었다. 이를 통해 단일 업종에만 주력하던 기획사들이 보다 다양한 사업을 동시에 추진하는 종합 엔터테인먼트 회사로 발돋움하고 있는 실정이다. 이러한 엔터테인먼트 산업의 성장에 따라 종사자

1) 연예인이란 배우, 탤런트, 연기자, 코미디언, 가수뿐만 아니라 스포츠 스타 등과 같이 문화, 예술, 스포츠 등의 분야의 실연가들로 다양한 장르의 문화활동에 종사하는 사람으로 연예기획사를 통해 매니저를 두거나 일을 얻는다.

의 수도 급격히 증가하고 연예인에 대한 발굴과 육성 등을 업무로 하는 종합매니지먼트사도 늘어나고 있는 실정이다(장재옥 2005). 종합매니지먼트사는 기존의 소속 연예인이나 새로운 연예인들을 발굴하고 육성하기 위해 많은 자원과 시간을 투자한다. 종합매니지먼트사는 주로 소속 연예인의 TV, 드라마, 영화, 광고, 콘서트 등의 활동을 통해서 큰 수익을 얻는다. 즉, 엔터테인먼트 회사는 소속사 연예인을 수익을 창출할 수 있는 하나의 ‘콘텐츠’로 보고 있으며 연예인을 어떻게 육성하고 관리하며 활동하게 하는가에 따라서 경제적 부가가치를 극대화할 수 있다.

엔터테인먼트 회사는 스타의 발굴·기획과 같은 연예인 양성, 연예인 홍보 및 연예인 관리 등의 업무를 수행한다. 그 중에서 가장 중요한 업무는 대중의 인기와 평판을 기반으로 연예활동을 하는 연예인의 이미지 관리이다(이선호 2009). 연예인은 직업의 특성상 본인의 이미지를 상품화하는데 연예인의 이미지에 따라 방송출연료와 CF계약 등의 시장가격이 형성된다(이희진 2014). 이것은 곧 연예인의 수입이 회사의 수입과 바로 직결되기 때문에 소속 연예인의 이미지에 부정적인 영향을 미칠 수 있는 사생활과 관련된 뉴스 또는 이슈가 회사에도 부정적인 영향을 미칠 수 있음을 의미한다. 예를 들어, 2012년 9월 14일에 ‘빅뱅’의 멤버인 승리의 사생활 스캔들 기사로 인해 싸이의 ‘강남스타일’로 승승장구하던 YG엔터테인먼트의 주가가 전일 대비 1.6% 하락했다. 또한, 2014년 7월 1일에 걸그룹 ‘2NE1’ 멤버인 박봄의 마약밀수 입건유예에 관한 기사로 소속사인 YG엔터테인먼트는 전일 대비 2.36% 하락한 하락하였다.²⁾ 해당 기간 동안 ‘2NE1’의 대외 활동은 전무하였음에도 주가에 부정적인 영향을 미쳤다는 사실을 통해 연예인은 대외활동을 하는 기간 뿐만 아니라 대외활동을 하지 않고 있는 기간에도 언제나 대중의 시선과 관심으로부터 벗어날 수 없다는 것을 의미한다(김민규 2012).

이와 같이 연예인이란 직업의 인기와 연예인의 인지도가 상승함에 따라 연예인에 대한 팬들의 규모 및 지지도가 크고 높을수록 해당 연예인을 둘러싼 다양한 가십거리에 휘말릴 가능성이 크다. 연예인의 사생활 관련 개인적인 정보를 접할 기회가 많은 엔터테인먼트 회사의 입장에서는 대중문화인으로 불리는 연예인을 문화상품적 가치를 발현하고 유지하기 위해서 평소 사생활 관리를 잘 하는 것이 핵심이다. 따라서 본 연구는 사생활 관리가 중요시되는 연예인들의 열애 및 결별에 관한 기사가 해당 기업의 주가에 어떠한 영향을 미치는지를 알아보고자 한다.

본 논문의 구성은 다음과 같다. II장에서는 엔터테인먼트에 관하여 선행연구를 살펴보고, III장에서는 자료수집 및 연구모형을 통해 연구방법을 설명한다. IV장에

2) 싸이 덕 보던 YG, 승리 ‘사생활 스캔들’에 주가 급락(2012.09.14, 티브이데일리)
[특징주]와이지엔터, 박봄 마약밀수 입건유예 소식에↓(2014.07.01, 아시아경제)

서는 실증분석 결과를 정리하고 V 장에서는 연구 결과를 요약하고 연구의 한계점 및 앞으로의 연구방향을 제시한다.

II. 선행연구

2005년부터 2013년까지 엔터테인먼트 산업과 기업을 대상으로 한 연구는 산업의 전반적인 특성 및 현황 그리고 전속계약에 관한 연구가 대부분이다.

첫째, 엔터테인먼트 산업의 전반적인 특성과 현황을 살펴본 논문은 다음과 같다. 조인희(2007)는 한국 엔터테인먼트 산업의 시장현황에 관해 살펴보았다. 이에 장기적인 관점에서의 비즈니스 모델을 구축할 필요가 있을 뿐만 아니라 콘텐츠에 대한 저작권을 강화함으로써 산업을 성장을 가속화하여야 한다고 했다. 이선희(2009)는 국내 대중가수를 중심으로 한국의 엔터테인먼트 산업의 전반적인 특성과 현황을 조사했다. 그리고 엔터테인먼트 산업의 개념, 형성과정 및 중요성을 살펴보고 해당산업이 나아가야 할 방향을 제시했다(유진룡·최화열 2010). 백승혁(2012)은 일본의 연예매니지먼트 산업과 비교하여 한국의 연예매니지먼트 산업의 현황과 문제점을 살펴보았다. 한국의 경우 연예매니지먼트사가 대부분 소규모로 운영되기 때문에 연예인 발굴·육성에서부터 행정적 처리업무, 미디어 홍보까지 효율적으로 고부가가치를 창출할 수 있는 전문적인 조직화 및 안정적인 수입을 창출하기 위해서는 사업다각화 전략을 통한 비즈니스 모델 개발이 필요하다고 주장했다.

둘째, 연예인과 소속사의 전속계약에 관한 연구를 살펴보면 다음과 같다. 최승수·안건형(2009)는 한국의 연예매니지먼트 산업에 대한 구조적인 특징을 살펴보고, 전속계약에 대한 문제에서 법원 판결보다는 중재가 분쟁해결 모델이라는 것을 규명했다. 이우석(2010)은 엔터테인먼트 산업에서 연예인 전속계약의 불공정성 등의 문제로 인한 공정거래위원회의 개성방안인 연기자과 가수 중심의 표준계약서에 대해 검토했다. 연예인 전속계약에 따른 문제점들이 표준계약서에 의해 일시에 해소되는 것은 아니지만 향후 전속계약에 있어 해당 연예인들이 계약당사자로 동등한 위치를 가져야 한다고 주장했다. 오석웅(2010)은 연예인전속매니지먼트계약 관련 분쟁의 처리방법으로서의 중재제도의 효율성을 설명하고 있는데 중재제도를 활성화하기 위한 중재기구를 설치하는 제반환경의 필요성을 역설하고 있다. 이충훈(2011)은 연예인 전속계약의 문제점을 고찰하여 전속계약관련 분쟁의 효율적인 해결방안을 제시하고 있다. 이연주(2013) 연예인전속계약과 같은 분쟁 해결방법으로서 조정과 중재제도를 비교 및 검토한 결과 조정이 대체적으로 소송이나 중재에 비해 장점을 가지는 것을 밝히고 있다.

상기에 서술된 연구를 제외한 나머지 연구는 다음과 같다. 연예 매지니먼트 산업에서 연예인 출신, 매니저 출신 및 전문경영인 출신으로 구분된 CEO 특성과 경영전략의 상관관계를 바탕으로 기업성과에 미치는 영향을 분석한 연구와 연예매니지먼트 산업은 스타콘텐츠를 활용한 애플리케이션 산업의 새로운 마케팅 방법이 요구된다는 등의 연구가 있다(서경·유왕진 2008; 오상백·김상현 2011).

최근에는 다음과 같은 연구가 이루어지고 있다. 이희진(2014)은 연극·영화 및 방송·연예 관련 분야를 전공하고 있는 여대생을 대상으로 오디션장에서 겪을 수 있는 성희롱 문제에 대한 인식정도를 연구했다. 그리고 김대원·김성철(2014)은 증권사 기업금융팀의 실무자 12명의 인터뷰를 통해 엔터테인먼트 기업의 부채금융 가능성을 탐색적으로 분석했다. 또, 황성욱(2016)은 정황적 수용이론을 바탕으로 젊은 20대의 연예인 평판 인식에 미치는 영향요인을 직접 조사하여 규명한 것에 차별성이 있다.

이와 같이 관련 국내 연구동향을 살펴보면 아직까지 연예인의 열애 또는 결별이 해당 기업의 주가에 미치는 영향을 분석한 연구는 아직 없는 실정이다.

III. 연구방법

3.1 자료수집

본 연구는 한국의 엔터테인먼트 회사들을 대상으로 주식시장에 상장된 회사의 소속된 연예인들의 열애 및 결별에 관한 기사를 조사했다. 2013년부터 2016년 4월 현재까지 발생한 해당 사건을 조사한 결과 열애설은 47개와 결별설은 11개로 총 58개의 사건을 수집했다. 동일 기간 내 수집된 샘플 수는 열애설에 관한 기사가 결별설에 관한 기사보다 약 4배 정도 많은 것으로 집계되었다.

해당사건을 조사한 방법은 다음과 같다. 첫째, 한국의 대표적인 포털 사이트인 ‘네이버’를 활용하여 연도별로 관련사건을 전체적으로 검색했다. 특히, 뉴스항목에서 상세검색을 통해 해당 연예인과 날짜를 지정하여 검색한 후 오래된 순으로 기사를 정렬하여 조사했다. 둘째, ‘네이버’의 금융 섹터 안에서 국내증시에 접속한 후 ‘엔터테인먼트’ 테마를 통해 한국거래소에 상장된 엔터테인먼트 회사를 검색했다. 이를 바탕으로 KISVALUE를 통해 엔터테인먼트 기업의 일별 주가를 수집했다. 그리고 한국의 엔터테인먼트 회사들은 대부분 KOSDAQ에 상장되어 있기 때문에 시장지수의 대용치인 KOSDAQ 지수는 한국거래소 홈페이지를 통해 수집하였다. 셋째, 주식시장 마감시간인 오후 3시를 기준으로 사건일을 지정했으며 사건기간을 포함한 약 180일 동안의

주가를 사용하였다. 만약 주식시장이 개장하지 않는 날(토요일 및 공휴일 포함)에 사건이 발생한 경우는 가장 가까운 주식시장 개장일을 사건일로 지정했다. 이와 같은 방법으로 수집된 사건은 총 47개로 다음 <표 1>과 같다.

<표 1> 열애설 및 결별설의 사건 수

연도	열애설 사건 수	결별설 사건 수
2013	14	1
2014	13	2
2015	13	8
2016	7	-
합계	47	11

3.2 연구모형

본 연구는 시장에서 지속적으로 발생하는 개별기업의 실적발표 같은 특정사건이 아닌 주식시장 참여자들이 예측하지 못한 사건의 발생이 주가에 미치는 영향을 분석하기 위해 사건연구를 선택했다. 사건연구는 어떤 사건의 공표시점을 중심으로 주가가 어떻게 반응하는가를 관찰하는 검증방법으로 사건 공표의 영향을 받아 실제 실현된 수익률과 그 영향이 없었을 경우 예상되는 정상수익률의 차이에 의한 비정상수익률(Abnormal Return, AR)로 측정한다(MacKinlay 1997).

시장모형(Market Model)을 바탕으로 각각의 정상수익률과 비정상수익률을 추정하기 위해 우선적으로 표본 개별기업의 일별 주가가격 데이터를 활용하여 다음과 같이 주식수익률을 계산한다.

$$R_{i,t} = \frac{P_t - P_{t-1}}{P_{t-1}} \quad (1)$$

$R_{i,t}$: 개별주식 i의 t일의 주가수익률

P_t : 개별주식 i의 t일의 종가

P_{t-1} : 개별주식 i의 t-1일의 종가

시장모형을 적용한 각 회사의 비정상수익률을 도출하여 이를 표본의 수로 평균해서 추정한 평균비정상수익률(Average Abnormal return, AAR)을 추정한다. 그리고 D-5일부터 D+5일까지 평균비정상수익률을 누적한 누적평균비정상수익률(Cumulative Abnormal Return, CAR)을 추정한다(Brown and Warner 1980; 정형찬 1997).

분석기간은 사건 공표 전 -170일부터 공표 후 +5일까지(공시일 포함) 총 176일로 한다. 사건기간(Event Window)은 공표일을 포함한 공표일 전후 5일(-5일에서 +5일까지) 총 11일로 설정하고, 추정기간(Estimation Window)은 -170일에서 -6일까지 총 165일로 한다.

다음 식 (2)을 이용하여 -170일에서 -6일까지 개별 기업의 일별수익률($R_{i,t}$)과 회귀분석을 통해 이에 대응되는 시장수익률(R_{mt})의 개별 표본기업의 비정상수익률($AR_{i,t}$)을 계산한다.

$$AR_{i,t} = R_{i,t} - \hat{\alpha}_i - \hat{\beta}_i R_{mt} \quad (2)$$

$\hat{\alpha}_i, \hat{\beta}_i$: 표본기업(i)의 절편과 기울기

$R_{i,t}$: t일의 표본기업(i)의 주식수익률

R_{mt} : t일의 시장포트폴리오 수익률

위의 식 (2)을 통해 추정된 $\hat{\alpha}_i, \hat{\beta}_i$ 은 추정기간 동안 개별주식의 일별수익률과 KOSDAQ지수의 일별수익률을 토대로 OLS(Ordinary Least Squares) 회귀분석을 통해 도출한다. 도출된 개별 표본기업의 비정상수익률을 t일의 표본기업수로 나누어 t일에서의 AAR을 산출하며, 아래 식 (3)과 같이 계산된다.

$$AAR_{i,t} = \frac{1}{N_i} \sum_{i=1}^N AR_{i,t} \quad (3)$$

t = -170, -169, ..., 0, ..., 4, 5

N_i = 표본기업의 수

CAR는 사건기간 동안의 AAR을 누적한 것으로 다음의 식 (4)로 계산된다.

$$CAR_{t_1,t_2} = \sum_{t_1}^{t_2} AAR_{t_1,t_2} \quad (4)$$

t = -5, -4, ..., 0, ..., 4, 5

이와 같이 도출된 사건기간 동안의 AAR과 CAR의 통계적 유의성을 알아보기 위하여 t검정을 실시한다. 이를 위해 횡단면 독립성을 가정한 Brown and Warner(1985)의 방법을 사용하여 검정통계량을 구한다. 사건기간 동안의 AAR과 CAR의 검정통계량은 각각 다음의 식 (5)과 식 (6)으로 계산한다.

$$t_{AR_t} = \sqrt{N_t} \cdot \sum_{i=1}^{N_t} \frac{AR}{\hat{S}(AR_{i,t})} \quad (5)$$

$$\begin{aligned}
\hat{S}(AR_{i,t}) &= \sqrt{\frac{\sum_{t=-170}^{-6} (AR_{i,t} - AR_i^*)^2}{164}} \\
AR_i^* &= \frac{1}{165} \sum_{t=-170}^{-6} AR_{i,t} \\
t_{CAR}(t_1, t_2) &= \frac{\sum_{t=t_1}^{t_2} AR_t}{\sqrt{\sum_{t=t_1}^{t_2} \hat{S}^2(AR_t)}} \quad (6) \\
\hat{S}^2(AR_t) &= \frac{1}{164} \sum_{t=-170}^{-6} (AR_t - AR^*)^2 \\
AR^* &= \frac{1}{165} \sum_{t=-170}^{-6} AR_t
\end{aligned}$$

Ⅵ. 실증분석

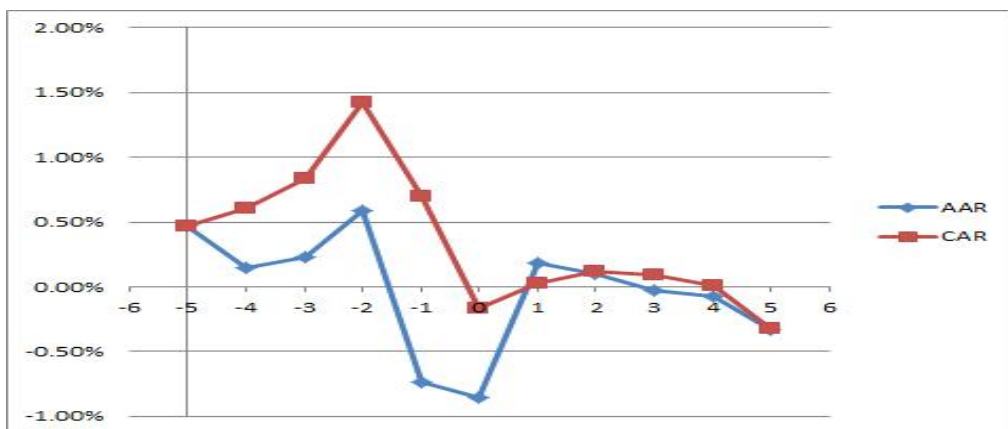
4.1. 전체 열애설 표본

다음 <표 3>과 <그림 1>은 엔터테인먼트 회사에 소속된 연예인들의 열애설 기사가 공시된 전후 5일간의 AAR과 t-value 및 CAR를 보여준다. <표 2>를 보면, 해당 기사가 공시된 후에 AAR은 D-1일과 D-0에 각각 -0.734%와 -0.857%가 하락한 것을 알 수 있다. 또한 t-value를 보면 유의수준 5%에서 각각 유의함을 알 수 있다. 이는 연예인들의 열애설이 일시적으로 기업의 주가에 부정적인 영향을 미친다고 할 수 있다.

<표 2> 전체 열애설 사건의 AAR 및 CAR

DAY	AAR	t-value	CAR
-5	0.463%	1.264	0.463%
-4	0.147%	0.400	0.610%
-3	0.227%	0.619	0.837%
-2	0.591%	1.611	1.428%
-1	-0.734%	-2.002	0.694%
0	-0.857%	-2.338	-0.163%
1	0.187%	0.509	0.024%
2	0.099%	0.271	0.123%
3	-0.032%	-0.087	0.091%
4	-0.078%	-0.214	0.013%
5	-0.332%	-0.906	-0.319%

<그림 1> 전체 열애설 사건의 AAR 및 CAR



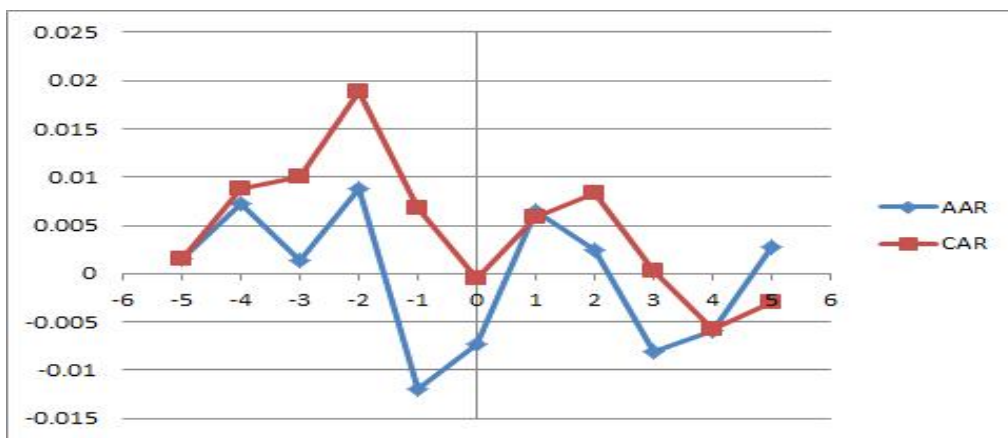
4.1.1 열애설을 인정한 경우

아래 <표 3>과 <그림 2>는 엔터테인먼트 회사에 소속된 연예인들의 열애설 중 해당 기사를 인정한 경우에 사건일 전후 5일간의 AAR과 t-value 및 CAR를 보여준다. 해당 기사가 공시된 날보다 오히려 사건 공시 하루 전인 D-1일에 AAR이 -1.194%로 급격하게 떨어진 것을 볼 수 있다. t-value는 -2.5148로 통계적으로 5% 유의수준에서 유의함을 알 수 있다. 즉, 엔터테인먼트 회사가 열애설을 인정한 경우에 회사의 주가가 단기적으로 부정적인 영향을 미친다는 것을 확인했다.

<표 3> 열애설을 인정한 경우의 AAR 및 CAR

DAY	AAR	t-value	CAR
-5	0.155%	0.3261	0.155%
-4	0.717%	1.5099	0.872%
-3	0.136%	0.2856	1.008%
-2	0.872%	1.8367	1.880%
-1	-1.194%	-2.5148	0.686%
0	-0.737%	-1.5525	-0.052%
1	0.640%	1.3478	0.588%
2	0.249%	0.5252	0.838%
3	-0.814%	-1.7131	0.024%
4	-0.598%	-1.2591	-0.574%
5	0.282%	0.5931	-0.292%

<그림 2> 열애설을 인정한 경우의 AAR 및 CAR



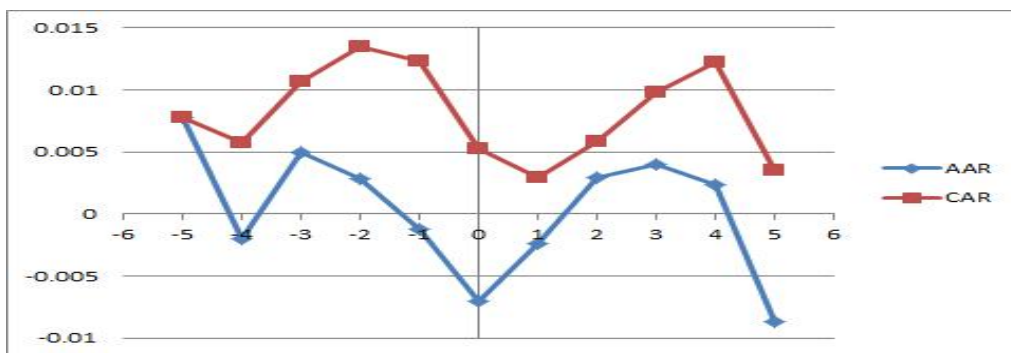
4.1.2 열애설을 부인한 경우

아래 <표 4>과 <그림 3>는 엔터테인먼트 회사에 소속된 연예인들의 열애설 중 해당 기사를 부인한 경우에 사건일 전후 5일간의 AAR과 t-value 및 CAR를 보여준다. 이 경우에는 사건일에 AAR이 -0.703% 및 t-value가 -1.113로 하락함을 알 수 있으나 통계적으로 유의수준 10%에서 유의하지 않는 것을 알 수 있다. 즉, 엔터테인먼트 회사가 열애설을 부인한 경우에 회사의 주가가 단기적으로 부정적인 영향을 미친다고 할 수 없다.

<표 4> 열애설을 부인한 경우의 AAR 및 CAR

DAY	AAR	t-value	CAR
-5	0.774%	1.2264	0.774%
-4	-0.201%	-0.3189	0.573%
-3	0.498%	0.7894	1.071%
-2	0.280%	0.4430	1.350%
-1	-0.120%	-0.1895	1.231%
0	-0.703%	-1.1134	0.528%
1	-0.234%	-0.3709	0.294%
2	0.293%	0.4650	0.587%
3	0.397%	0.6296	0.985%
4	0.236%	0.3732	1.220%
5	-0.870%	-1.3780	0.351%

<그림 3> 열애설을 부인한 경우의 AAR 및 CAR



4.2 전체 결별설 표본

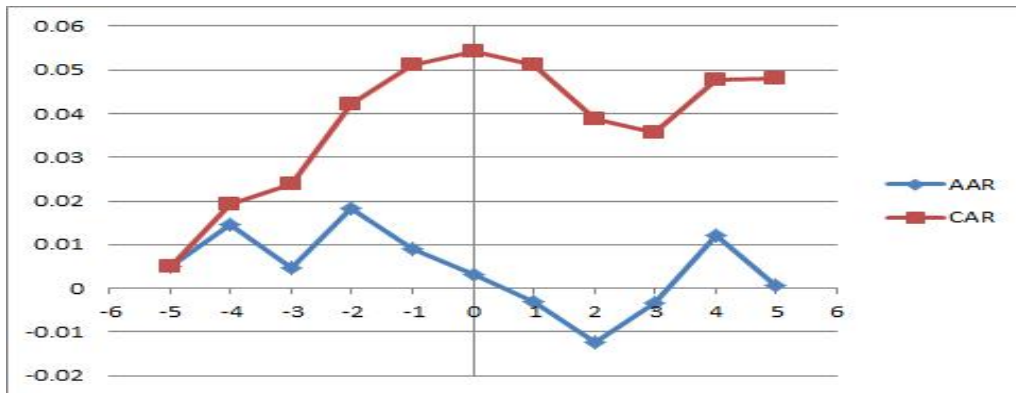
다음 <표 5>와 <그림 4>는 엔터테인먼트 회사에 소속된 연예인들의 결별설 기사가 공시된 전후 5일간의 AAR과 t-value 및 CAR를 나타낸다. <표 5>를 보면, 해당 기사가 공시된 후에 AAR은 D-2일에 1.822%로 나타났으며 t값이 1.8687로 나타나 통계적으로 10% 수준에서 유의한 것으로 보인다. 즉, 엔터테인먼트 회사의 소속 연예인이 결별할 경우 회사의 주가가 단기적으로 긍정적인 영향을 미친다고 할 수 없다.

즉, 결별설의 경우 통계적으로 유의하지 않으나 D-2일에서 사건일 사이의 사건을 전체적으로 고려할 때 엔터테인먼트 기업의 주가에 정(+)의 방향으로 영향을 주는 것으로 판단할 수 있다. 향후 연구에서는 보다 많은 샘플을 확보하여 이에 대한 추가 분석을 실시할 필요가 있다.

<표 5> 결별설의 AAR 및 CAR

DAY	AAR	t-value	CAR
-5	0.490%	0.5032	0.490%
-4	1.447%	1.4847	1.938%
-3	0.458%	0.4695	2.395%
-2	1.822%	1.8687	4.217%
-1	0.895%	0.9185	5.112%
0	0.298%	0.3058	5.410%
1	-0.292%	-0.2997	5.118%
2	-1.233%	-1.2646	3.885%
3	-0.322%	-0.3305	3.563%
4	1.196%	1.2266	4.759%
5	0.058%	0.0596	4.817%

<그림 4> 결별설의 AAR 및 CAR



4.2.1 소녀시대 윤아 vs. 슈퍼주니어 신동 간의 결별설 강도 비교

결별설 샘플의 경우 동일 소속사인 그룹 ‘소녀시대’의 멤버 윤아와 ‘슈퍼주니어’ 멤버 신동의 경우 사건일이 2일 간격으로 매우 가깝고 해당 샘플의 AR이 큰 것으로 나타나 추가적인 분석을 실시하였다. 두 사건이 소속사에 미치는 강도를 고려할 때 중요한 사건이 빠질 경우 AAR값에 미치는 크기가 클 것으로 판단된다.

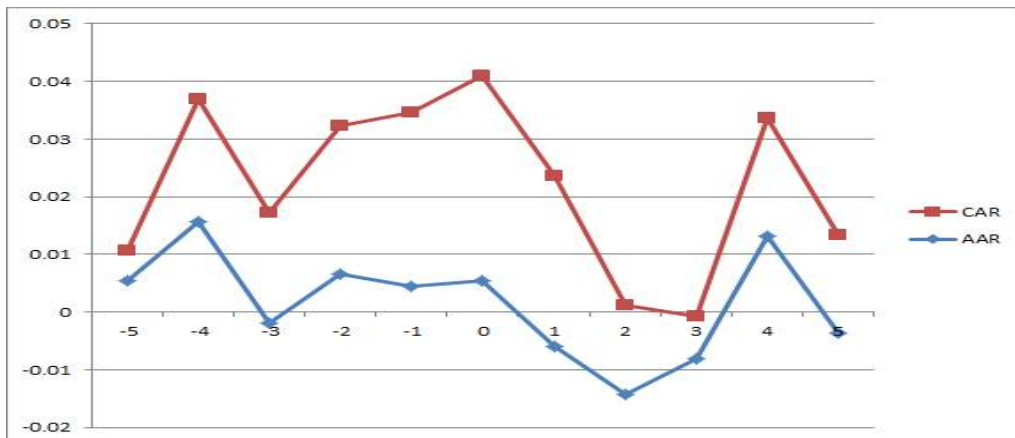
다음 <표 6>과 <그림 5>는 결별설 11개의 샘플에서 윤아의 사건을 제거한 경우 (Case 1)의 사건일 전후 5일간의 AAR과 t-value 및 CAR를 보여주며, <표 7>과 <그림 6>는 신동의 사건을 제외한 후(Case 2) 사건일 전후 5일간의 AAR과 t-value 및 CAR를 보여준다. 신동이나 윤아의 사건을 제외한 사건의 AAR을 고려해 볼 때, -2일에서 2일 전후 통계적으로 유의수준 10%에서 유의하지 않는 것을 알 수 있다.

그러나 윤아의 사건을 제거한 경우 D-2일에 AAR 0.656%, t-value 0.6319이며, 신동의 사건을 제거한 경우 AAR 1.460%, t-value 1.4104 로 나타났다. 비록 통계적으로 유의하지 않으나 윤아의 사건이 신동의 사건보다 소속사에 미치는 영향이 더 크다고 볼 수 있다.

<표 6> 윤아의 사건을 제거한 후 결별설의 AAR 및 CAR - Case 1

DAY	AAR	t-value	CAR
-5	0.536%	0.5163	0.536%
-4	1.576%	1.5193	2.112%
-3	-0.197%	-0.1895	1.915%
-2	0.656%	0.6319	2.571%
-1	0.442%	0.4264	3.013%
0	0.540%	0.5202	3.553%
1	-0.595%	-0.5732	2.958%
2	-1.417%	-1.3661	1.541%
3	-0.803%	-0.7741	0.738%
4	1.315%	1.2674	2.053%
5	-0.359%	-0.3458	1.694%

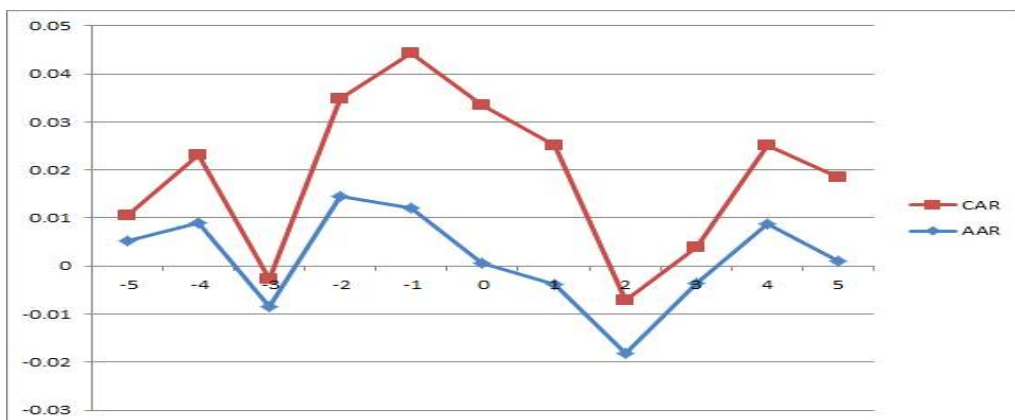
<그림 5> 윤아의 사건을 제거한 후 결별설의 AAR 및 CAR - Case 1



<표 7> 신동의 사건을 제거한 후 결별설의 AAR 및 CAR - Case 2

DAY	AAR	t-value	CAR
-5	0.527%	0.5087	0.527%
-4	0.893%	0.8623	1.419%
-3	-0.846%	-0.8169	0.574%
-2	1.460%	1.4104	2.034%
-1	1.201%	1.1606	3.235%
0	0.055%	0.0526	3.290%
1	-0.386%	-0.3725	2.904%
2	-1.809%	-1.7477	1.095%
3	-0.356%	-0.3439	0.739%
4	0.887%	0.8573	1.626%
5	0.108%	0.1040	1.734%

<그림 6> 신동의 사건을 제거한 후 결별설의 AAR 및 CAR - Case 2



V. 결론

엔터테인먼트 산업은 소속사 연예인을 기반으로 콘텐츠를 생산하여 일반 대중이나 팬들에게 제공하는 산업으로 드라마, 음원 등의 단일 제품으로 다양한 수익 창출이 가능하고 성장 가능성이 매우 높은 고부가가치 산업이다. 해당 산업의 성장에 따라 연예인을 발굴하여 육성하는 종합매니지먼트사도 늘어나고 있는 추세이다. 현재의 엔터테인먼트 회사는 사업 다각화를 통한 다양한 콘텐츠를 활용하여 거대한 수익을 창출하고 있다. 그러한 수익 중 일부는 연예인의 방송 출연료 등의 연예인의 시장가격과 관련 있다. 연예인의 이미지가 곧 하나의 상품이자 콘텐츠로, 대

중에게 형성된 이미지에 따라 연예인의 수입이 결정된다. 즉, 대중들에 인식된 연예인의 이미지가 곧 엔터테인먼트 회사의 수익이라 할 수 있다. 따라서 엔터테인먼트 회사는 연예인의 개인 사생활과 관련된 뉴스에 아주 민감할 뿐만 아니라 그런 이슈가 사회적으로 커지고 복잡해지는 것을 꺼려할 수밖에 없는 실정이다.

이에 본 연구는 사건연구를 바탕으로 우리나라 엔터테인먼트 회사에 소속된 연예인의 열애 및 결별에 관련 기사가 기업의 주가에 미치는 영향을 분석했다. 분석 결과 엔터테인먼트 회사의 소속 연예인에 연관된 열애설은 주가에 부정적인 영향을 미치고 있다. 특히, 소속사에서 인정할 수밖에 없는 경우의 열애설은 사건일 전 D-2일에 부정적인 영향을 미치는 것을 확인했다. 반면, 결별설은 해당 기업의 주가에 오히려 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다.

상기와 같은 결과에도 불구하고 본 연구는 다음과 같은 한계점을 갖는다. 엔터테인먼트 산업의 성장이 2012년 이후 지속적으로 이루어지고 있으나 이러한 업종의 특성을 반영한 연구가 지속되지 못하고 있는 실정이다. 본 연구 역시 이러한 부분에 초점을 맞추어 연구를 진행하였으나 엔터테인먼트 기업의 소속 연예인의 사생활인 열애설과 결별설 등의 정보에 관한 샘플이 매우 부족한 실정이다. 향후 연구에서는 보다 넓은 기간 동안 표본을 확보하여 열애설 및 결별설 등의 분석을 보다 심층적으로 진행할 필요가 있다.

참고문헌

- 김대원, 김성철, 2014, 한국 엔터테인먼트 기업의 부채금융 가능성 탐색 - SM엔터와 YG엔터 사례를 중심으로, 한국콘텐츠학회논문지 (제14권 제10호): 227-236.
- 김민규, 2012, 연예산업의 구조와 관계적 속성에 관한 연구, 인문콘텐츠 (제26호): 73-99.
- 백승혁, 2012, 한·일 연예매니지먼트 산업의 비교 연구, 한국엔터테인먼트산업학회논문지 (제6권 제4호): 224-238.
- 서경, 유왕진, 2008, 연예 매니지먼트 산업 CEO의 특성과 경영전략이 기업성장에 미치는 영향 분석, 한국창업학회지 (제3권 제2호): 193-210.
- 오상백, 김상현, 2011, 연예매니지먼트 산업의 스타콘텐츠 분석, 한국콘텐츠학회 종합학술대회 논문집 (제9권 제1호): 407-408.

- 오석웅, 2010, 중재제도를 통한 엔터테인먼트분쟁의 해결 - 연예인전속매니지먼트 계약관련 분쟁을 중심으로, 스포츠와 법 (제13권 제4호): 121-139.
- 유진룡, 최화열, 2010, 엔터테인먼트 산업의 개념과 형성, 서비스마케팅저널 (제3권 제1호): 17-34.
- 이선호, 2009, 한국 연예 매니지먼트 산업의 특성과 현황에 관한 연구 : 국내 대중가수와 소속사와의 관계를 중심으로, 음악융합연구 (제2권): 93-109.
- 이연주, 2013, 엔터테인먼트분야 분쟁해결방법으로서의 조정제도 - 연예인전속계약을 중심으로, 중앙법학 (제15권 제2호): 141-168.
- 이우석, 2010, 엔터테인먼트 전속계약에 따른 연예인의 법적 보호, 법학연구 (제30권): 305-336.
- 이충훈, 2011, 연예인전속계약의 법적 검토, 문화미디어·엔터테인먼트 법 (제5권 제1호): 75-103.
- 이희진, 2014, 여자 연예인 지망생들의 자율성 및 연예계 관행에 대한 인식이 오디션장에서 발생하는 성희롱에 대한 용인 및 저항에 미치는 영향, 사회과학연구 (제25권 제4호): 51-78.
- 장재욱, 2005, 전속계약에 관한 소고 - 연예인 전속매니지먼트계약을 중심으로, 중앙법학회 (제7권 제4호): 197-228.
- 정형찬, 1997, 한국주식시장에 적합한 사건연구 방법론의 고안, 재무관리연구 (제14권 제2호), 273-312.
- 조인희, 2007, 한국 엔터테인먼트 산업의 시장현황에 관한 연구, 예술교육연구 (제5권 제2호): 93-105.
- 최승수, 안건형, 2009, 연예인 전속매니지먼트계약의 법적 쟁점과 중재적합성에 관한 연구, 중재연구 (제19권 제2호): 49-72.
- 황성욱, 2016, 연예인의 평판관리, 어떻게 해야 하는가? 정황적 수용이론을 중심으로, 홍보학 연구 (제20권 제1호): 105-137.
- Brown, S. and Warner, S., 1980, Measuring Security Price Performance, *Journal of Financial Economics* 8 (3): 205-258.
- Brown, S. and Warner, S., 1985, Using Daily Stock Returns: The Case of Event Studies, *Journal of Financial Economics* 14 (1): 3-31.
- MacKinlay, C., 1997, Event Studies in Economics and Finance, *Journal of*

Economic Literature 35 (1): 13-39.