COMPANY PROFILE 2026

OUR DIFFERENCE
NEW REFERENCE

브랜드만의 독보적인 색채를 입히는 킬러 콘텐츠 스튜디오

kroma

(주)크로마엔터테인먼트 | Kroma Entertainment Co., Ltd.

T. 02-6272-1216

A. 서울특별시 강남구 선릉로112길 34 (삼성동, HS빌딩)

E. admin@kroma.co.kr

H. www.kroma.co.kr

ⓒ 2026 KROMA ENTERTAINMENT Co., Ltd. All rights reserved.

INDEX.

크로마 기업소개서

01 WHO WE ARE
미션 · 비전 · 핵심가치 · 일반현황

02 WHAT WE DO
4대 사업 영역 : 광고 캠페인 · 브랜드 채널 운영 · 브랜디드 영상 콘텐츠 · SNS 바이럴 캠페인

03 WHY KROMA
회사 연혁 · 숫자로 보는 크로마 · 사옥 · 조직

04 FOUNDATION
클라이언트 · 성장성 · 수상 · 대외 신인도

05 PEOPLE & CULTURE
조직문화 · 사내복지 · 구성원 · 비하인드

01

SECTION 01

WHO WE ARE

COMPANY MVC & OVERVIEW
- MISSION
- VISION
- CORE VALUE
- OVERVIEW & ORGANIZATION

미션 · 비전 · 핵심가치 · 일반현황

MISSION

Our Difference
New Reference

KROMA = Chroma, 색의 순도와 선명함

KR) Original Media Agency

더 이상 광고를 찾아보지 않는 시대.

크로마는 대중이 먼저 찾아보는 콘텐츠

새로운 레퍼런스를 창조합니다.

브랜드의 메시지를 광고가 아닌 **'보고 싶은 콘텐츠'**로 바꾸는 일.

브랜드마다 단 하나뿐인 색을 찾아, **가장 선명하게 입히는 일.**

그것이 크로마가 매일 하는 일입니다.

KROMA OVERVIEW.

업종	광고대행업 및 광고 영화 · 비디오물 제작업
대표자	김요한
임직원	60명+
소재지	서울특별시 강남구 선릉로112길 34 (삼성동, HS빌딩)
사업내용	광고 캠페인 · 브랜드 채널 운영 · 브랜디드 콘텐츠 · 바이럴 마케팅

VISION

REFERENCE MAKER, KROMA

모든 크리에이터가 레퍼런스로 삼는 크로마

"콘텐츠를 만드는 모든 사람들이
크로마의 방식에 영감을 받는
작품을 만들 것입니다.

**크로마의 스타일이 곧
새로운 레퍼런스가 될 테니까요."**



CORE VALUE



크로마가 일하는 5가지 방식

크로마의 링은 하나의 색이 아닌 모든 색을 담고 있습니다.
브랜드마다 최적의 색깔을 찾아 가장 선명하게 입히겠다는 약속입니다.
우리는 참신함과 설득력을 무기로, 협력을 통해 위대한 작품을 만들어갑니다.

CORE VALUE 5

01	**Keep Pioneering** 개척자의 길	참신함과 설득력을 무기로 우리만의 레퍼런스를 창조합니다.
02	**Reach Audience Eye** 대중의 눈	대중과 고객을 모두 사로잡는 킬러 콘텐츠를 탐구합니다.
03	**Only Quality** 완성도에 대한 집념	제한된 리소스와 시간 속에서도 퀄리티는 타협하지 않습니다.
04	**Move Fast Together** 민첩한 협업	협력사 · 동료와 유기적으로 움직여 팀의 성공을 함께 만듭니다.
05	**Always Positive** 항상 긍정적으로 해결하기	'될 거라는 믿음'으로 불가능을 가능으로 바꾸며 성장합니다.

MISSION & VISION & CORE VALUE

크로마는 NEW REFERENCE를 창조해가고 있습니다

MISSION

OUR DIFFERENCE, NEW REFERENCE

우리가 만드는 차이, 업계의 새로운 기준이 되다

광고를 건너뛰고 피하는 시대, 기존 방식은 더 이상 통하지 않습니다.
크로마는 대중의 시선을 사로잡는 전략에서 출발해 모두가 참고하는 새로운 레퍼런스를 만듭니다.

VISION

REFERENCE MAKER, KROMA

모든 크리에이터가 레퍼런스로 삼는 크로마

"콘텐츠를 만드는 모든 사람들이 크로마의 방식에 영감을 받는 작품을 만들 것입니다.
크로마의 스타일이 곧 새로운 레퍼런스가 될 테니까요."

CORE VALUE

01

Keep Pioneering
개척자의 길

낯선 시도를 두려워하지 않고, 참신함과 설득력을 무기로 우리만의 레퍼런스를 창조합니다.

02

Reach Audience Eye
대중의 눈

콘텐츠가 어떻게 보이고 확산될지 고민하며, 대중과 고객을 모두 사로잡는 킬러 콘텐츠를 탐구합니다.

03

Only Quality
완성도에 대한 집념

제한된 리소스와 시간 속에서도 퀄리티는 타협하지 않습니다. 정교한 장인 정신으로 신뢰를 쌓습니다.

04

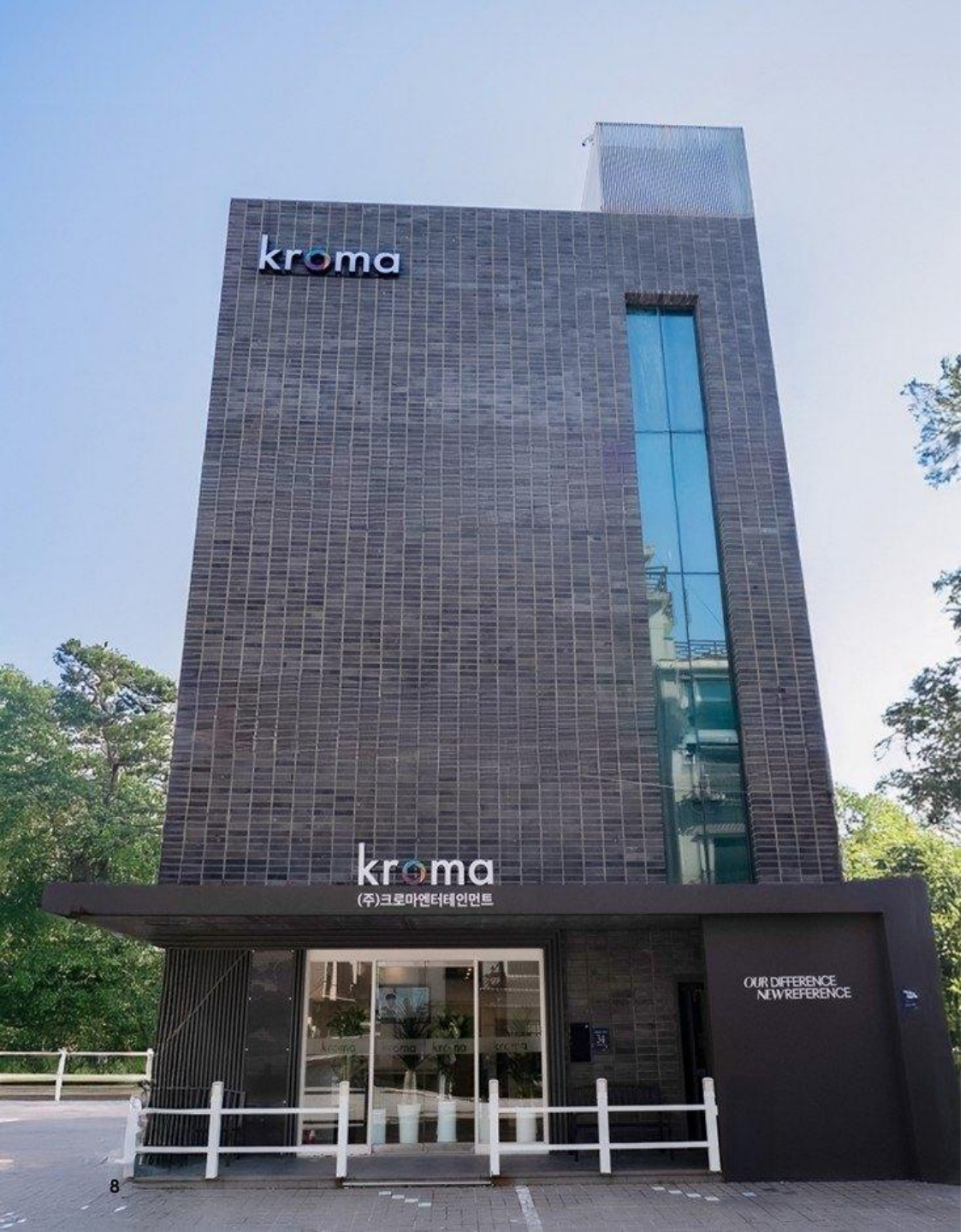
Move Fast Together
민첩한 협업

강점을 투명하게 공유하고, 협력사 · 동료와 유기적으로 움직여 팀의 성공을 함께 만듭니다.

05

Always Positive
항상 긍정적으로 해결하기

'될 거라는 믿음'으로 해결책을 찾고, 불가능을 가능으로, 위기를 기회로 바꾸며 성장합니다.



COMPANY OVERVIEW

2026 국내 광고회사 크리에이티브 순위 TOP 10

디지털 종합광고 에이전시 크로마

업종	광고대행업 및 광고 영화 · 비디오물 제작업
상호	㈜크로마엔터테인먼트 (Kroma Entertainment Co., Ltd.)
대표자	김요한
임직원	60명+
소재지	**[본사] :** 서울특별시 강남구 선릉로112길 34 (삼성동, HS빌딩)
	[지사] : 세종특별자치시 갈매로 363 (어진동, 세종파이낸스센터1차)
수상실적	2026 대한민국광고대상 대상 <2관왕> 수상 (대상 2)
	2025 대한민국광고대상 <금상> 수상
	2025 대한민국디지털광고대상 <9관왕> 수상 (대상 2, 은상 4, 동상 3)
	2025 앤어워드광고제 <4관왕> 수상 (은상 4)
사업내용	광고 캠페인 · 브랜드 채널 운영 · 브랜디드 콘텐츠 · 바이럴 마케팅
기업인증	하이서울기업 · 서울형 강소기업 · 참 괜찮은 강소기업 (2026)

ORGANIZATION

3본부 8팀, 60명+의 크리에이티브 조직

기획부터 제작 · 후반까지 긴밀하게 연결되어 킬러 콘텐츠 캠페인을 완성합니다

경영기획실 3명
회사 운영 전반 · 신규 미디어 사업 전략

CEO

R&D CENTER 6명
Media · VFX · AI 테크니션 · 프로그램 개발

기획 본부

25명+ · 3개팀

기획 1팀	브랜드 채널 운영 · 콘텐츠 기획
기획 2팀	브랜드 채널 운영 · 콘텐츠 기획
기획 3팀	캠페인 전략 · IMC · 제안

제작 본부

20명+ · 3개팀

크리 1팀	광고CF · 브랜드필름 · 웹드라마
크리 2팀	[파트1] 브랜드 지식교양 · 팟캐스트
	[파트2] 브랜드 다큐멘터리
크리 3팀	[파트1] 브랜드 웹예능 · 버라이어티
	[파트2] 브랜드 토크쇼 · 스낵비디오

기술 본부

10명+ · 2개팀

디자인팀	2D · 3D 디자인 · OAP 패키지
종합편집팀	CG · VFX · 종합편집 · QC



SECTION 02

WHAT WE DO

4 BUSINESS AREAS

- AD CAMPAIGN
- BRAND CHANNELS
- BRANDED CONTENT
- VIRAL MARKETING

4대 사업 영역 : 광고 캠페인 · 브랜드 채널 운영 · 브랜디드 영상 콘텐츠 · SNS 바이럴 캠페인

BUSINESS AREAS

브랜드의 시작부터 확산까지, 크로마가 함께합니다

캠페인부터 채널 운영, 콘텐츠 제작과 바이럴까지. 브랜드의 성장을 이끄는 4대 핵심 사업영역.

01

AD CAMPAIGN

광고 캠페인

찾아보게 만드는 광고 캠페인

영상 · 디지털 · 바이럴 · OOH로 메시지를 확장해
소비자가 스스로 반응하는 캠페인을 만듭니다.

TV · 디지털 · OOH · 브랜드필름 · 모션그래픽



02

BRAND CHANNELS

브랜드 채널 운영

SNS로 표현한 브랜드 이야기

유튜브 · 인스타그램 · 페이스북 · 틱톡 등
SNS 채널에서 브랜드의 영향력을 극대화합니다.

유튜브 · 인스타그램 · 페이스북 · 틱톡



03

BRANDED CONTENT

브랜디드 영상 콘텐츠

장르를 넘나드는 브랜디드 콘텐츠

웹드라마 · 웹예능 · 지식교양 · 브랜드 다큐로
브랜드 스토리에 공감을 불어넣습니다.

웹드라마 · 웹예능 · 지식교양 · 브랜드다큐



04

VIRAL MARKETING

바이럴 마케팅

오가닉을 이끄는 압도적 바이럴

쇼츠 · 인스타그램 · 틱톡 · 커뮤니티 · 맘카페를
활용한 OSMU 전략으로 확산시킵니다.

쇼츠 · 릴스 · 틱톡 · 커뮤니티 · 맘카페



KILLER CONTENT 01

대중을 사로잡는 킬러 콘텐츠, 오가닉 반응과 수상으로 증명합니다

최근 3개년 폭발적인 킬러 콘텐츠 캠페인 포트폴리오 01



중소벤처기업부 DIGITAL CAMPAIGN

차노을 – 행복한 세상

중소벤처기업부 · 2024 소상공인 판매 촉진 캠페인

01. 오가닉 2,000만 조회 수
유튜브 · 인스타그램 합산 오가닉 조회 수

02. 한국 YouTube 인기곡 17위
2024년 5월 기준 · 한국 인기곡 TOP 100 기록

03. 대한민국디지털광고대상 동상 수상
대한민국 디지털광고대상 · 소셜아이어워드(2025)



신한은행 IMC CAMPAIGN

너를 위해 부른다

신한은행 · 대한민국 야구 국가대표 응원가 IMC 프로젝트

01. 오가닉 3,000만 조회 수
본편 6편 및 뮤직비디오 · 유튜브 · 인스타그램 합산

02. '너를 위해 부른다' 음원 발매
멜론 · 벅스 · 지니 · 바이브 · 플로 · 애플뮤직 · 유튜브뮤직 · 스포티파이

03. 대한민국광고대상 대상 수상
대한민국 디지털광고대상 동상· 유튜브웍스어워즈 파이널리스트(2026)



KB 국민은행 DRAMA CAMPAIGN

Star to START : K기업 Begins

KB국민은행 × 김남길 기업 금융 드라마 캠페인

01. 오가닉 500만 조회 수
유튜브 · 인스타그램 합산 오가닉 조회 수

02. 긍정 행동 지표 4만 회 달성
좋아요 · 댓글 · 공유 등

03. 대한민국디지털광고대상 금상 수상
대한민국 디지털광고대상 디지털 시리즈 부문(2026)

KILLER CONTENT 02

대중을 사로잡는 킬러 콘텐츠, 오가닉 반응과 수상으로 증명합니다

최근 3개년 폭발적인 킬러 콘텐츠 캠페인 포트폴리오 02



OLIVE YOUNG

IMC CAMPAIGN

2025 올리브영 페스타

CJ올리브영 · 노들섬 페스타 IMC

01. 누적 5,000만 도달
유튜브 · 인스타그램 합산 오가닉 조회 수

02. 티켓 1분 완판 기록
올리브영페스타 티켓 오픈 1분 완판 신화

03. 앤어워드광고제 은상 수상
대한민국 디지털광고대상 · 앤어워드(2025)



SK telecom

BRANDED CAMPAIGN

뷁투더 2004

SK텔레콤 · 에이닷 브랜디드 확산 IMC 캠페인

01. 오가닉 1,000만 조회 수
유튜브 · 인스타그램 합산 오가닉 조회 수

02. 에이닷 가입자 600만 명 돌파
SK텔레콤 AI 서비스 에이닷 가입자 폭증

03. 대한민국디지털광고대상 금상 수상
대한민국 디지털광고대상 · 앤어워드(2024)



경찰청

PUBLIC CAMPAIGN

주인공이 되지 마세요

경찰청 · 보이스피싱 예방 광고 캠페인

01. 누적 6,000만 도달
유튜브 · 인스타그램 합산 오가닉 조회 수

02. 전국 4대 매체 동시 상영
전국 지역 동시 송출

03. 대한민국광고대상 금상 수상
대한민국광고대상 · 대한민국디지털광고대상(2025)

BRAND CHANNELS

유튜브 · 인스타그램 채널 운영으로 만드는 연간 브랜드 커뮤니케이션

대기업 · 금융 · 공공 브랜드의 공식 채널을 기획부터 제작 · 운영까지 연간 단위로 맡고 있습니다



SAMSUNG 에스원 삼성 에스원 ▶ 바로가기



SK telecom SK텔레콤 ▶ 바로가기



CJ ENM CJ ENM ▶ 바로가기



kakao 카카오 ▶ 바로가기



OLIVE YOUNG 올리브영 ▶ 바로가기



Pulmuone 풀무원 ▶ 바로가기



농협 NH농협 ▶ 바로가기



사랑의열매 사랑의열매 ▶ 바로가기



KB국민은행 KB국민은행 ▶ 바로가기



Sh 수협은행 Sh수협은행 ▶ 바로가기



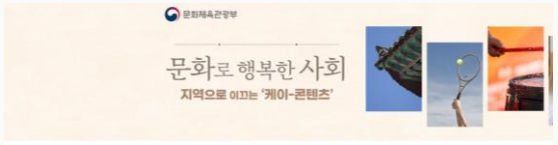
NH농협손해보험 NH농협손해보험 ▶ 바로가기



현대해상 현대해상 ▶ 바로가기



대한민국정부 대한민국정부 ▶ 바로가기



문화체육관광부 문화체육관광부 ▶ 바로가기



중소벤처기업부 중소벤처기업부 ▶ 바로가기



서울특별시교육청 서울특별시교육청 ▶ 바로가기

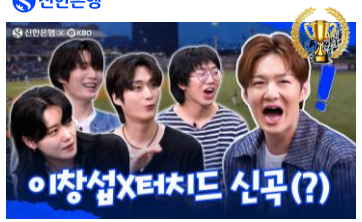
BRANDED CONTENT

셀럽과 함께하는 엔터테인먼트,

다양한 연예인 · 인플루언서와 협업한 브랜드만의 예능,

ENTERTAINMENT

연예인 · 인플루언서 협업 웹예능



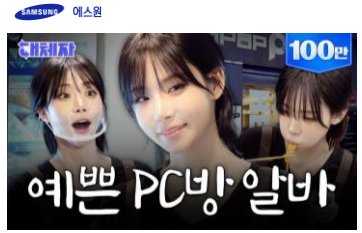
<KBO 리그> 이창섭 × 터치드

대한민국 야구 대표 응원가 제작기



<디코드 에이전트> 미미미누

넥슨 코딩 천재와 미미미누의 프로젝트 예능



<대체자> 트리플에스

일일 대체자가 되는 체험형 웹예능



<친구숙소탐방기> 황희찬

황희찬의 영국 하우스 탐방 웹예능



<신입사원 조나단> 조나단

현대자동차에 입사한 조나단 체험형 예능



<머슴아 말왕> 말왕

머슴으로 불려간 말왕의 일일 체험 예능



<아조씨의 사케 한 잔> 추성훈

추성훈이 공개하는 아키사케 한 잔



<안성재의 Pick> 안성재

셰프 안성재가 직접 리뷰하는 클래스



<왕구의 편집샵> 레이나

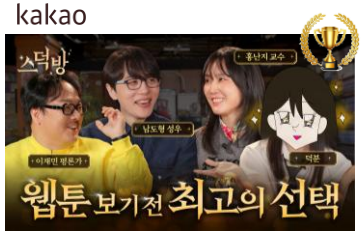
레이나와 함께하는 패셔니퍼피 편집샵

쉽고 올바르게 전달하는 지식 · 교양 콘텐츠

지식과 정보를 올바르게 전달하는 지식 · 교양 콘텐츠

KNOWLEDGE

지식 · 교양형 콘텐츠



<스덕방>

카카오엔터 웹툰 · 웹소설 덕후 팟캐스트



<현대육아백과>

조선미 교수의 올바른 육아 가이드



<육스토랑>

육류에 대한 비하인드 코멘터리



<톺아보기>

씨네21 김소미 기자의 고전 영화 톺아보기



<사랑방 고양이>

반려동물이 들려주는 신개념 토크



<샤북샤북>

서울대학교 지식 교양 콘텐츠



<아이건택>

한양대 남성택 교수의 건축 비하인드



<고대백과>

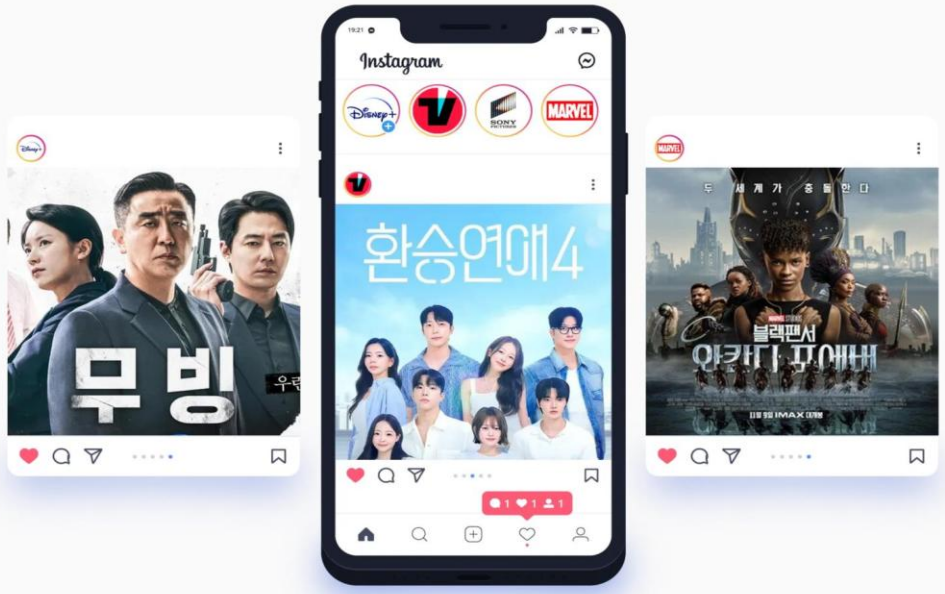
고려대 고품격 지식교양 콘텐츠



<하이-큐>

한양대 고품격 지식교양 콘텐츠

SNS VIRAL



사람들의 일상에 스며드는 폭발적인 SNS 바이럴

유튜브 · 인스타그램 · 틱톡 · 커뮤니티를 아우르는 OSMU 확산

TVING

TVING ORIGINAL

[티빙] 환승연애

티빙 오리지널 환승연애 시리즈 SNS 온라인 홍보 캠페인

1억+

오가닉 조회 수 기록

- 환승연애4, 역대 최고 기록 달성
- 총 시청시간 3,000만 시간 돌파
- 유튜브 · 인스타그램 · 틱톡 합산 (2024)

Disney+

DISNEY+ ORIGINAL

[디즈니+] 무빙 & 조명가게

디즈니+ 오리지널 무빙 & 조명가게 SNS 온라인 홍보 캠페인

5,000만+

오가닉 조회 수

- <무빙> 타이틀로 인한 신규 가입자 700만
- 유튜브 · 인스타그램 합산

MAJOR CAMPAIGN 01

오가닉 2,000만 뷰를 달성한 〈차노을 동행축제 캠페인〉

중소벤처기업부 · 2024 · 광고CF · 뮤직비디오 · 인플루언서



중소벤처기업부 2024

〈차노을 동행축제 캠페인〉

BACKGROUND

국내 최대 내수 촉진 할인 행사인 '동행축제'를 대중에게 알리고,
전통시장과 소상공인에게 실질적인 매출로 이어지게 하는 것이 과제였습니다.

IDEA

초등학교 2학년 래퍼 차노을의 시선으로 '함께 사는 행복'을 랩 뮤직비디오로 풀었습니다.
광고가 아닌 아이의 진심으로 전통시장의 정을 전했습니다.

kroma.co.kr 에서 자세히 보기

MAJOR CAMPAIGN 02

대한민국 야구 국가대표 응원가 제작 캠페인 〈너를 위해 부른다〉

신한은행 · 2025 · 응원가 · 뮤직비디오 · 웹예능 · KBO



Shinhan Bank 2025

〈너를 위해 부른다〉 feat. 이창섭 · 터치드

BACKGROUND

신한은행의 KBO 공식 스폰서십을 단순한 로고 노출이 아닌,
야구 팬들이 공감하고 함께 즐기는 경험으로 바꾸는 것이 목표였습니다.

IDEA

국내 최초의 야구 국가대표 응원가를 이창섭 × 터치드와 함께 만들고,
제작 과정을 6편의 웹예능으로 공개해 팬들이 응원가의 탄생을 함께 지켜보게 했습니다.

kroma.co.kr 에서 자세히 보기

MAJOR CAMPAIGN 03

1914년 말모이를 AI로 되살려, 2026 우리말을 다시 기록하다

SK텔레콤 · 2026 · AI · 한글날 · 국립국어원 · 국립한글박물관



SK telecom

2026

〈2026 말모이 캠페인〉

BACKGROUND

1926년 첫 한글날 '가갸날' 100주년. 한글의 '탄생'(1446)에 머무르지 않고,
우리말이 '이어져 온' 역사(1914 → 2026)를 조명하고자 했습니다.

IDEA

SK텔레콤의 AI 'A.X K2'로 사라져가는 순우리말을 수집 · 학습해
서체 · 단어 · 책으로 남기는 기록 프로젝트를 기획했습니다.

kroma.co.kr 에서 자세히 보기

MAJOR CAMPAIGN 04

김남길이 기업금융 RM이 되어 기업을 직접 찾아가다

KB국민은행 · 2026 · 브랜디드 드라마 · 김남길 · 기업금융



KB 2026

⟨Star to START : K기업 Begins⟩

BACKGROUND

창구를 넘어 공장 · 사무실 · 사업 현장으로 직접 찾아가는 KB국민은행
기업금융 RM의 역할을 대중에게 알리는 것이 과제였습니다.

IDEA

배우 김남길이 RM이 되어 BRIDGE · BUDDY · BOOSTER · BEYOND 4편의
에피소드로 기업 현장을 찾는 드라마. "배우를 보러 왔다가, RM이라는 직무를 발견하다."

kroma.co.kr 에서 자세히 보기

MAJOR CAMPAIGN 05

한강 노들섬이 올리브영 보물섬으로 떠오르다

CJ올리브영 · 2025 · IMC · 뷰티 페스티벌 · 노들섬



OLIVE YOUNG 2025

〈올리브영 페스타 IMC 캠페인〉

BACKGROUND

치열해진 뷰티 페스타 경쟁 속에서, 올리브영만의 차별화된 경험과 화제성을 만들어야 했습니다.

IDEA

뷰티 엔터테인먼트와 페스티벌을 결합해 한강 노들섬을 '보물섬'으로 만든 신개념 뷰티 페스티벌. 온 · 오프라인을 잇는 IMC로 확산했습니다.

kroma.co.kr 에서 자세히 보기

MAJOR CAMPAIGN 06

2004년 감성에 2024년 AI를 더한 타임슬립 브랜드 캠페인

SK텔레콤 · 2024 · 웹드라마 · 에이닷 · AI



SK telecom

2024

〈웰투더 2004〉

BACKGROUND

통신사 이미지를 넘어 'AI 컴퍼니'로 인식을 전환하고, AI 서비스 에이닷을 친숙하게 알려야 했습니다.

IDEA

가장 익숙한 2004년으로 돌아가면 가장 낯선 AI도 쉽고 재미있어진다. 2004년 감성의 타임슬립 웹드라마로 에이닷을 자연스럽게 경험하게 했습니다.

kroma.co.kr 에서 자세히 보기

MAJOR CAMPAIGN 07

500원 지폐 속 조선업의 헤리티지를 깨우다

HD현대 · 2026 · AI 헤리티지 필름 · 한국조폐공사 협업



HD현대 2026

〈조선의 화폐〉

BACKGROUND

사라져가는 500원 지폐 속 거북선. 지폐는 사라져도, 그 안에 담긴 한국 조선업의 헤리티지는 다시 쓰여야 했습니다.

IDEA

화폐를 다시 쓰게 만들 수 없다면, 화폐 속 이야기를 다시 살아나게 한다. 한국조폐공사 × HD현대 민관 협업으로 AI 헤리티지 필름을 만들었습니다.

kroma.co.kr 에서 자세히 보기

MAJOR CAMPAIGN 08

코딩으로 세상을 구하다

넥슨코리아 · 2025 · 웹예능 · 미미미누 · 조코딩 · NYPC



NEXON 2025

〈넥슨 – 디코드 에이전트〉

BACKGROUND

넥슨 청소년 프로그래밍 챌린지(NYPC) 수상자들의 코딩 실력이 실제 사회를 바꾸는 힘이 될 수 있음을 보여주고자 했습니다.

IDEA

NYPC 수상자 4인이 미미미누 · 조코딩과 함께, 독거 어르신의 외로움을 덜어줄 AI 음성 대화 서비스 '쓤쓤이'를 직접 개발하는 프로젝트 예능.

kroma.co.kr 에서 자세히 보기

MAJOR CAMPAIGN 09

국가수사본부장 취임식 날 걸려온 의문의 전화

경찰청 · 2025 · 시네마틱 공공캠페인 · TV광고 · 보이스피싱



경찰청 2025

〈주인공이 되지 마세요〉

BACKGROUND

2025년 보이스피싱 피해액이 역대 처음으로 1조 원을 넘을 것으로 예상되는 상황. 누구나 피해자가 될 수 있다는 경각심이 필요했습니다.

IDEA

범죄자의 심리와 피해자의 1인칭 몰입을 결합한 실험적 시네마틱 캠페인. 국가수사본부장이 직접 출연해 메시지의 무게를 더했습니다.

kroma.co.kr 에서 자세히 보기

MAJOR CAMPAIGN 10

1930년대 항일 공중전을 AI로 재현하다

대한민국 공군 · 2025 · AI 브랜드필름 · KF-21



대한민국공군 REPUBLIC OF KOREA AIR FORCE

2025

〈보라매 – 시대를 잇다〉

BACKGROUND

공군의 뿌리와 미래 전력을 하나의 이야기로 잇고, 국민이 공군의 역사를 새롭게 체감하게 하는 것이 과제였습니다.

IDEA

대한민국 최초의 전투기 조종사 최용덕 장군의 1930년대 항일 공중전을 생성형 AI로 재현해, KF-21까지 이어지는 하늘의 역사를 연결했습니다.

kroma.co.kr 에서 자세히 보기

MAJOR CAMPAIGN 11

기아의 AS는 ASAP하게

기아 · 2025 · 광고CF · 오너십 서비스



2025

〈기아 오너십 서비스 홍보 캠페인〉

BACKGROUND

10년 넘게 점검을 받지 않은 차량 66만 대. 이유는 '귀찮아서'(40%), '방법을 몰라서'(31%), '시간이 없어서'(19%)였습니다.

IDEA

문제는 정비가 아니라 정비를 챙기는 과정의 번거로움. My Auto Q · EV 케어 프로그램 · 고객센터 · 보증연장 4개 서비스를 일상 속 4편의 스토리 영상으로 풀었습니다.

kroma.co.kr 에서 자세히 보기

MAJOR CAMPAIGN 12

실종경보를 무시하는 순간 아이들이 사라진다

현대해상 · 2025 · 공익 캠페인 · 경찰청 협업



현대해상 2025

〈실종경보문자 확인 캠페인〉

BACKGROUND

실종경보문자 도입 이후 실종자 평균 발견 시간은 약 7배 단축됐지만, 많은 사람들이 이 문자를 광고처럼 넘기고 있었습니다.

IDEA

실종경보문자는 광고가 아니라 누군가를 찾는 구조 신호입니다. "간절한 기다림에 응답해주세요" — 브랜드와 공공 메시지를 결합했습니다.

kroma.co.kr 에서 자세히 보기

MAJOR CAMPAIGN 13

에너지 부족 위기를 장편 재난 영화로 표현하다

WAVVE · 2025 · 장편영화 · 스릴러/SF · 공공 브랜디드 시네마



wavve 2025

〈인간발전〉

BACKGROUND

에너지 부족이라는 거대한 위기를, 대중이 피부로 체감할 수 있는 이야기로 전달해야 했습니다.

IDEA

대한민국 공공기관 최초의 65분 장편 브랜디드 영화. 웨이브 · 왓챠 동시 공개와 CGV 무료 상영회로 극장과 OTT를 함께 공략했습니다.

kroma.co.kr 에서 자세히 보기

MAJOR CAMPAIGN 14

아침 등굣길을 뮤지컬 필름으로 새롭게 표현하다

서울특별시교육청 · 2025 · 뮤지컬 필름 · 브랜드 캠페인



서울특별시교육청
SEOUL METROPOLITAN OFFICE OF EDUCATION

2025

〈등굣길 바이브〉

BACKGROUND

학생 · 교직원 · 학부모, 교육 3주체 모두가 지쳐 있는 교육 현장.
회복과 협력의 메시지가 필요했습니다.

IDEA

매일 지나는 등굣길을 회복과 협력의 무대로.
"함께하는 서울교육, 하나되는 교육공동체"를 뮤지컬 필름으로 표현했습니다.

kroma.co.kr 에서 자세히 보기

MAJOR CAMPAIGN 15

6,000개의 도민 댓글로 가사를 만들다

경기도 · 2026 · AI 뮤직비디오 · 경서 · 도민 참여



2026

〈나의 경기도에게〉

BACKGROUND

민선 9기 경기도의 새 브랜드 캠페인. 도정의 메시지를 도민의 목소리에서 시작하고자 했습니다.

IDEA

사전 프로모션으로 모은 도민 댓글 약 6,000건을 가사로 만들고, 가수 경서가 부른 AI 뮤직비디오로 완성했습니다.

kroma.co.kr 에서 자세히 보기

MAJOR CAMPAIGN 16

효자가 암표를 사며 벌어지는 역설적 공공 캠페인

문화체육관광부 · 2025 · 공익광고 · 암표 근절



문화체육관광부 2025

〈효자는 암표를 삽니다〉

BACKGROUND

2차 티켓 거래 시장이 2021년 7천억 원에서 2024년 2조 8천억 원으로 400% 커지며, 암표 문제가 일상이 되었습니다.

IDEA

'효자'와 '암표', 상반된 두 단어의 조합으로 웃음 속에 경각심을 심는 공감형 캠페인. "불법은 멀리, 공정은 가까이."

kroma.co.kr 에서 자세히 보기

MAJOR CAMPAIGN 17

아이들의 꿈과 일상을 뮤직비디오로 담다

제로투세븐 · 2023 · 브랜드 론칭 · 뮤직비디오



제로투세븐 2023

〈미미레브 브랜드 론칭 캠페인〉

BACKGROUND

키즈 원마일웨어 브랜드 '미미레브' 론칭. 8~10세(서브 7~12세) 아이들이 직접 좋아할 브랜드 경험이 필요했습니다.

IDEA

아침부터 밤까지, 아이들의 하루와 꿈을 담은 뮤직비디오. 티저 2편과 본편으로 인스타그램 · 유튜브에서 확산했습니다.

kroma.co.kr 에서 자세히 보기

MAJOR CAMPAIGN 18

전교1등 전일이와 함께하는 '여행가는 달'

문화체육관광부 · 2024 · 여행 뮤직비디오 · 여행가는 달 · 포항



문화체육관광부 2024

〈전일이의 여행〉

BACKGROUND

'여행가는 달'을 맞아,
국내 여행에 대한 관심과 지역 방문을 실제 행동으로 이끌어야 했습니다.

IDEA

전교1등 '전일이' 캐릭터에 포항의 감성과 추억의 음악을 더한 여행 뮤직비디오 캠페인.

kroma.co.kr 에서 자세히 보기

MAJOR CAMPAIGN 19

전통적 대학 홍보 문법에서 벗어난 새로운 세계관

고려대학교 · 2026 · 브랜드 필름 · 미디어대학



고려대학교 KOREA UNIVERSITY 2026

⟨BUILD YOUR UNIVERSE⟩

BACKGROUND

고려대학교 미디어학부가 2025년 미디어대학으로 승격하며, 새로운 위상에 걸맞은 브랜드 메시지가 필요했습니다.

IDEA

한 명의 학생이 수많은 미래의 자신을 만나며, 스스로의 미래를 상상하게 만드는 세계관 기반 브랜드 필름

kroma.co.kr 에서 자세히 보기

MAJOR CAMPAIGN 20

촬영장의 NG 상황으로 생활 방역 메시지를 유쾌하게

대한민국정부 · 2025 · 공익 캠페인 · 생활 방역



대한민국정부 2025

〈기침 예절 캠페인〉

BACKGROUND

모두가 알고 있지만 잘 지켜지지 않는 기침 예절. 설명보다 먼저 '지켜지지 않는 현실'을 보여줄 방법이 필요했습니다.

IDEA

촬영장의 NG 상황을 활용해 기침 예절을 유쾌하게 각인시킨 캠페인. "기침은 연기가 아닙니다."

kroma.co.kr 에서 자세히 보기

03

SECTION 03

WHY KROMA

KROMA HISTORY
KROMA IN NUMBERS
OUR SPACE
ONE-STOP PROCESS
AI R&D CENTER

회사 연혁 · 숫자로 보는 크로마 · 사옥 · 조직

HISTORY

매년 한 단계씩, 새로운 레퍼런스를 쌓아왔습니다

정부 부처 채널에서 대기업 IMC와 광고제 수상까지, 크로마가 걸어온 길

2019–23

2019 개인사업자 창업

2021 ㈜크로마엔터테인먼트 법인 전환

2022 중앙일보 한국브랜드소비자평가 대상

2023 제일기획 · 이노션 · HS애드 · 대홍기획 파트너

2023 삼성동 사옥 이전

2024

2024.01 기업부설연구소 설립

2024.07 벤처기업인증

2024.11 2024 소셜아이어워드 대상

2024.11 2024 대한민국디지털광고대상 금상 · 동상

2024.12 2024 앤어워드광고제 그랑프리 · 금상

2025

2025.01 청년일자리도약장려금 우수기업 선정

2025.11 2025 대한민국광고대상 금상 수상

2025.12 2025 대한민국디지털광고대상 9관왕
2025 서울영상광고제 파이널리스트
2025 앤어워드광고제 4관왕

2026

2026.09 참 괜찮은 강소기업 선정

2026.10 하이서울기업 · 서울형 강소기업 선정

2026.11 2026 대한민국광고대상 대상 2관왕

2026.12 2026 대한민국디지털광고대상
2026 서울영상광고제 파이널리스트
2026 유튜브 웍스 어워즈 파이널리스트

매출액 성장 추이

30.4 억 원

52.2 억 원

72.0 억 원 (E)

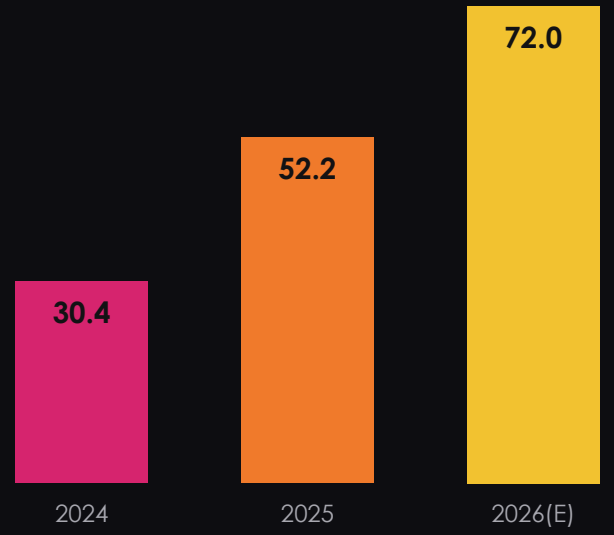
KROMA IN NUMBERS

숫자로 보는 크로마

REVENUE 2024~26

155 억 원

CAGR **+78%** · 고정부채 0원 무차입 경영



CREDIBILITY

TOP 0.1%

하이서울기업 · 서울형 강소기업
· 참 괜찮은 강소기업

FINANCE

0원

고정부채 0원, 무차입 경영

RANKING

10th

2026 대한민국 광고회사
크리에이티브 순위

AWARDS

20 awards

2026 대한민국광고대상 대상 2관왕
대한민국디지털광고대상
유튜브웍스어워즈 파이널리스트

2025 대한민국광고대상 금상
대한민국디지털광고대상 9관왕
서울영상광고제 파이널리스트
앤어워드광고제 4관왕

PEOPLE

60+명

3본부 8팀 인하우스 전문 인력

GROWTH

150+%

연평균 성장률



KROMA BUILDING

서울 강남구 삼성동 단독 사옥

지하 1층 – 지상 6층

OUR SPACE

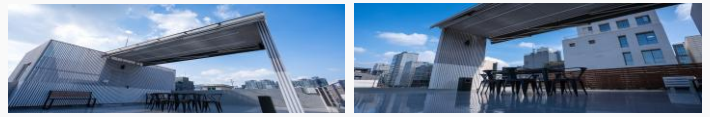
기획부터 제작, 후반작업까지, 한 공간 안에서

6F

ROOFTOP

루프탑 라운지

도심을 내려다보는 개방형 옥상. 휴식과 사내 행사, 작은 모임이 열립니다.



5F

CORPORATE

경영기획실 · R&D센터

회사의 방향을 정하는 논의가 이루어지는 층. 회의실 · 비품실



4F

WORK SPACE

제작 3팀 · 디자인팀

예능 제작과 디자인 업무 공간. 촬영 소품을 보관하는 소품실



3F

WORK SPACE

기획본부 기획 1 · 2 · 3팀

기획본부 업무 공간. 회의실과 휴게실



2F

WORK SPACE

제작 1 · 2팀

광고CF · 다큐 제작 업무 공간. 촬영 · 조명 장비를 관리하는 장비실



1F

LOBBY

메인홀 · 대회의실 · 소회의실

방문객을 맞이하는 공간. 라운지와 규모별 회의실 1-A · 1-B · 1-C



B1

CAFE LOUNGE & STUDIO

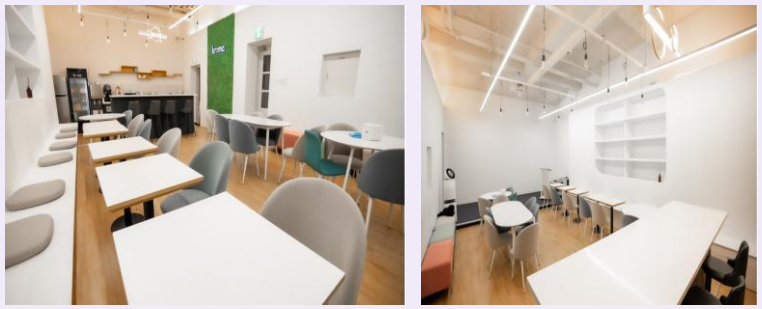
라운지가 곧 스튜디오

식사 · 휴식 · 워크숍 · 세미나를 아우르는 지하 다목적 공간.

스테이지를 갖춘 라운지는 촬영이 있는 날

인터뷰 · 토크 · 숏폼을 찍는 영상 스튜디오가 됩니다.

섭외부터 촬영까지, 사옥 안에서



ONE-STOP PROCESS

기획부터 운영까지, 인하우스에서 ONE-STOP으로 책임집니다

기획 본부 · 제작 본부 · 기술 본부, 그리고 AI R&D CENTER의 원스톱 프로세스

01	02	03	04	05	06
전략 · 기획	콘텐츠 제작	디자인 · VFX	종합편집 · QC	채널 운영 · 확산	성과 분석 · 개선
기획 본부	제작 본부	기술 본부	기술 본부	기획 본부	기획 본부
채널 전략 · 캠페인 IMC 설계	광고CF · 다큐 · 예능	2D · 3D · OAP · CG	컬러 · 사운드 · 최종 검수	발행 · 커뮤니티 · 바이럴	데이터 리포트 · 인사이트

AI R&D CENTER

생성형 AI 제작 파이프라인 연구로 **전 과정의 속도와 퀄리티**를 함께 끌어올립니다

AI R&D CENTER

60명+의 인하우스 팀에 AI R&D를 더했습니다

기획 · 제작 · 디자인 · 후반 · AI를 외부 의존 없이 한 조직 안에서

IN-HOUSE TEAM

60명+

기획 본부 · 3개팀	25명+
제작 본부 · 3개팀	20명+
기술 본부 · 2개팀	10명+
CEO 직속 (경영기획 · R&D)	9명+

AI R&D CENTER

생성형 AI 기반 제작 파이프라인 연구 · Media · VFX · AI 테크니션 · 프로그램 기획 및 개발

01. AI 헤리티지 캠페인



대한민국공군 REPUBLIC OF KOREA AIR FORCE

보라매-시대를 잇다

1930년대 최초의 항일 공중전 AI복원 캠페인

- 주요 광고제 3관왕 수상
  (대한민국디지털광고대상 · 서울영상광고제 · 앤어워드)



SK telecom

2026 말모이

인공지능이 모은 아름다운 우리말 100

- TVCF TOP 20위 선정



HD현대

조선의 화폐

HD현대 x 한국조폐공사 AI 헤리티지 캠페인

- TVCF TOP 50위 선정



SAMOO ARCHITECTS & ENGINEERS

Unsung Hero

삼우종합건축사무소 60주년 기념
AI 헤리티지 필름

02. 고퀄리티 AI 릴스 시리즈



OSSTEM PHARMA

오스템파마

생성형 AI를 활용한 고퀄리티 릴스 시리즈

- 평균 조회 수 10만회 이상



Sh 수협은행

Sh수협은행

생성형 AI를 활용한 고퀄리티 릴스 시리즈

- 평균 조회 수 20만회 이상

04

SECTION 04

FOUNDATION

OUR CLIENTS
GROWTH & FINANCE
AWARDS
CREDIBILITY

클라이언트 · 성장성 · 수상 · 대외 신인도

OUR CLIENTS

150개 이상의 브랜드 파트너가 크로마와 함께했습니다

꿈꾸는 콘텐츠의 시작부터 현실이 되는 순간까지 크로마가 함께합니다 · 대표 클라이언트

주요 대기업
MAJOR CORPORATIONS

SAMSUNG · SK telecom · LG전자 · HYUNDAI · KIA · HD현대 · 농협

엔터 · 미디어
ENTERTAINMENT & MEDIA

kakao · CJ ENM · HYBE · NEXON · TVING · Disney+

금융
FINANCE

KB국민은행 · 신한은행 · Sh 수협은행 · 현대해상 · 신한투자증권 · NH농협손해보험

F&B · 소비재
F&B & CONSUMER GOODS

OLIVE YOUNG · Pulmuone · bb·q · KT&G · JUNG KWAN JANG · 배달의민족 · OSSTEM PHARMA

교육 · 의료
EDUCATION & HEALTHCARE

서울특별시교육청 · 경기도교육청 · 서울대학교 · 고려대학교 · 연세대학교 · 세브란스병원 · SMC 강북삼성병원

정부 · 공공
GOVERNMENT & PUBLIC

대한민국정부 · 문화체육관광부 · 중소벤처기업부 · 경찰청 · 국가유산청 · 사랑의열매 · 대한민국공군

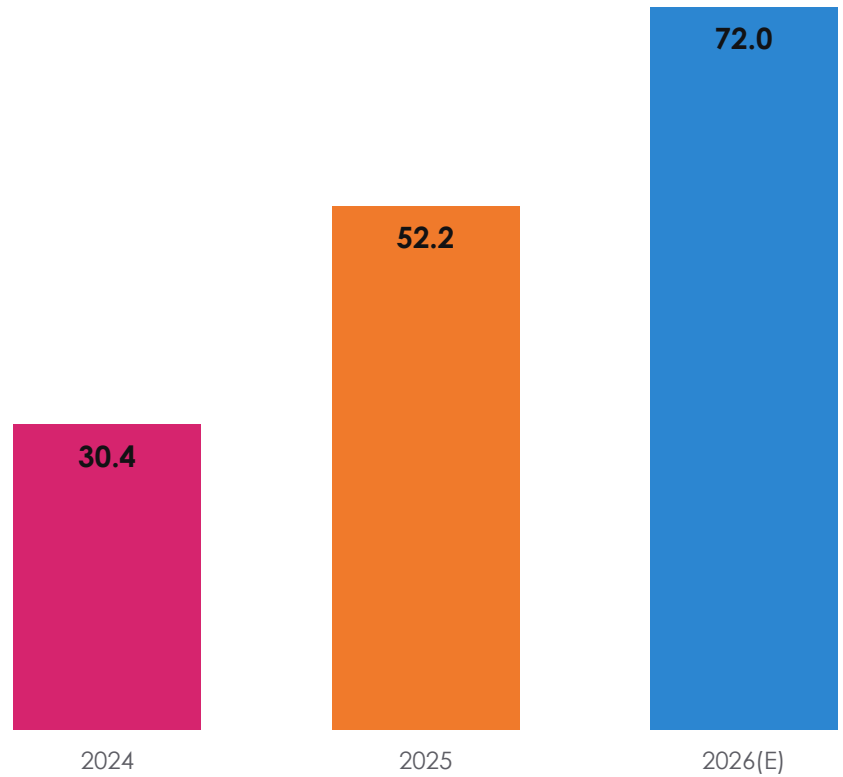
AGENCY PARTNER KOBACO 파트너 (2022) · 제일기획 · 이노션 · HS애드 · 대홍기획 파트너 (2023)

GROWTH & FINANCE

성공적인 캠페인으로, 로켓 성장하고 있습니다

매출 · 순이익 · 자본 모두 성장, 고정부채 0원의 무차입 경영

REVENUE · 억 원



+78%
3개년 매출 성장률 (2024→2026)

0원
고정부채 · 무차입 경영

BBB-
기업신용평가 (투자적격, 2026)

구분	2024	2025	2026(E)
매출액	30.4	52.2	**72.0**
당기순이익	4.8	7.1	**8.5**
자산총계	13.1	20.1	**28.5**
자기자본	10.3	17.2	**25.1**
고정부채	0	0	**0**

단위: 억 원 · 결산 기준

AWARDS

업계가 먼저 인정한 크리에이티브 파워

광고 · 디지털 · 영상 광고제에서 크리에이티브와 성과를 함께 인정받았습니다



20 AWARDS

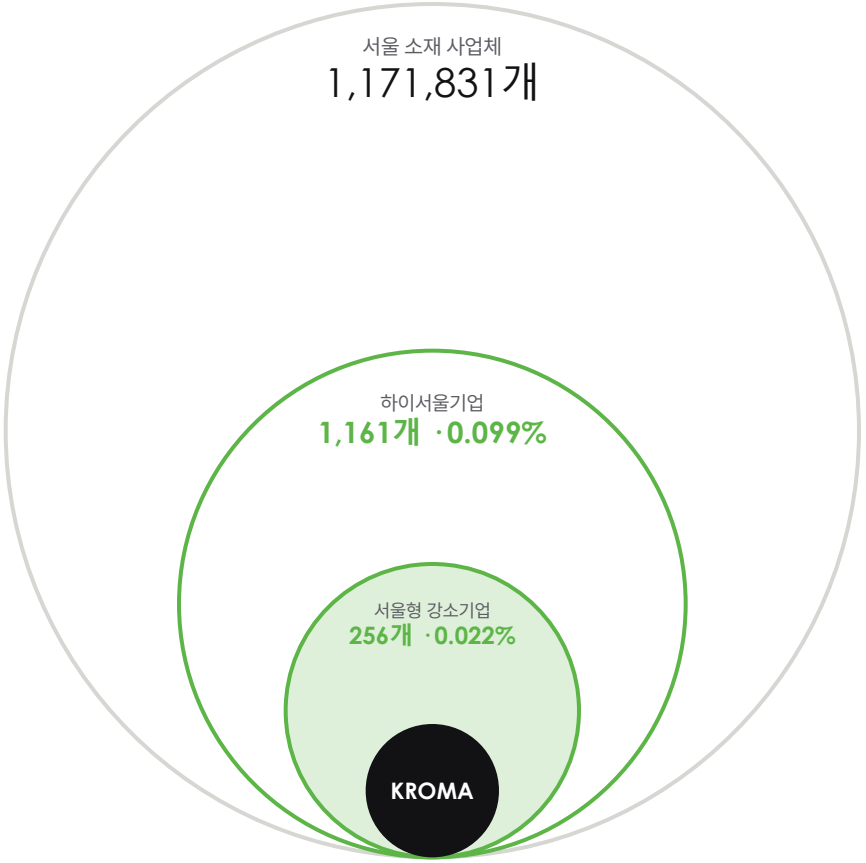
2025 – 2026 국내 주요 광고제 수상

10th
2026 크리에이티브 순위

2 wins
2026 대한민국광고대상 대상 2관왕

2026	**2026 대한민국광고대상**		대상 2관왕
2026	**2026 대한민국디지털광고대상** 유튜브웍스 어워즈 파이널리스트		수상
2025.12	**2025 앤어워드 광고제**		은상 4관왕
2025.12	**2025 대한민국디지털광고대상** 대상 2 · 은상 4 · 동상 3		9관왕
2025.11	**2025 대한민국광고대상** 서울영상광고제 4개 부문 파이널리스트		금상
2024.12	**2024 앤어워드광고제** 그랑프리 1 · 금상 1		그랑프리 · 금상
2024.11	**2024 대한민국디지털광고대상** 금상 1 · 동상 1		금상 · 동상
2022.12	**중앙일보 한국브랜드소비자평가**		대상

TOP 0.1%



CREDIBILITY

서울시가 인정한 상위 0.1%, 검증된 파트너

서울 사업체 117만 개 중 하이서울기업 1,161개, 서울형 강소기업 256개, 참 괜찮은 강소기업

크로마는 세 인증에 더해 투자적격 신용등급, 무차입 경영까지 갖췄습니다.

하이서울기업

서울시장 인증 우수 중소기업 (2026)

서울형 강소기업

고용 · 일생활균형 우수기업 (2026)

참 괜찮은 강소기업

중소기업중앙회 선정 강소기업(2026)

0원

고정부채 · 무차입 경영 (2024–26)

BBB-

기업신용평가 (2026, 투자적격 등급)

S4

안전보건평가 (양호)

05

SECTION 05

PEOPLE & CULTURE

KROMA CULTURE
HOW WE WORK
WELFARE
KROMA PEOPLE
BEHIND THE SCENES

조직문화 · 사내복지 · 구성원 · 비하인드

KROMA CULTURE

참신함과 설득력을 무기로, 협력을 통해 위대한 작품을 만들어갑니다

지금 크로마는, 누구보다 빠르게 성장하고 있습니다.



새로운 혁신에 도전합니다

참신한 기획과 논리적인 설득력으로 새로운 콘텐츠에 가감없이 도전합니다.



소통과 협력으로 팀워크를 이뤄냅니다

콘텐츠는 혼자서 만들 수 없습니다. 개인의 독주는 거부합니다. 협력사, 팀원들과 함께 작품을 만들어갑니다.



퀄리티는 타협하지 않습니다

기획 · 연출 · 촬영 · 디자인 모든 부분에서 높은 퀄리티를 자부합니다. 어떠한 경우에도 퀄리티는 양보하지 않습니다.



최고의 동료와 함께합니다

세심하고 엄격한 채용 및 전환 심사로 우수 인재를 채용합니다. 훌륭한 동료와 믿음을 가지고 일할 때 혁신을 할 수 있다고 믿습니다.

MISSION

**OUR DIFFERENCE,
NEW REFERENCE**

VISION

**모든 크리에이터가
레퍼런스로 삼는 크로마**

"콘텐츠를 만드는 모든 사람들이 크로마의 방식에 영감을 받는 작품을 만들 것입니다. 크로마의 스타일이 곧 새로운 레퍼런스가 될 테니까요."

HOW WE WORK

크로마팀은 이렇게 일하고 있습니다

크로마 구성원이 매일 지키는 7가지 일하는 방식

01

새로운 레퍼런스를 창조한다

매 순간 우리는 최고의 작품, 즉 새로운 레퍼런스를 만들어 간다.

02

내가 커야 회사도 큰다

모두의 성장을 위한 노력은 나로부터 시작된다.

03

피드백은 선물이다

감정을 표출하지 말고, 의견을 제시하도록 하자.

04

잘 쉬는 것도 능력이다

몸과 마음이 충분히 쉬어야 내일을 바라볼 수 있다.

05

시대는 우리 편이다

대세는 우리 2030 뉴미디어 제작자들이다.

06

결론부터 말하자

상대를 긴장시키지 말고 두괄식으로 논리 있게 말하자.

07

다시 만나고 싶은 사람이 되자

함께하고 싶다면, 먼저 함께하고 싶은 사람이 되자.



WELFARE

성장을 위한 자율적인 업무 환경을 제공합니다

크로마팀의 사내문화를 소개합니다 · 일에 몰입할 수 있도록, 생활과 건강까지 회사가 챙깁니다

자유로운 회사생활

· 자유로운 업무 복장
· 자율적인 연차 사용
· 상호 존대 조직문화

업무 장비 전액 지원

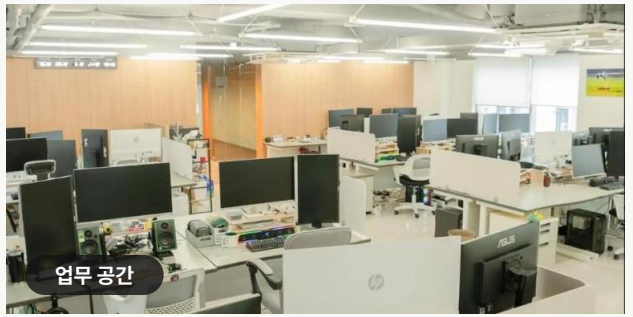
· 웰컴키트 제공
· 200만 원 상당 업무 장비 지원
· 법인차량(카니발 · 아반떼) 지원

자기개발 지원

· 공용 도서 구입비 지원
· 사내 정기 워크숍 (월 2회)
· 외부 전문가 프로그램 지원

사내 보상 제도

· 연말 정기 인센티브
· 인재 추천 사례금
· 영업 매출 상여금


업무 공간

식대 · 교통비 지원

· 점심 식대 제공 (필요시 저녁)
· 팀 회식 지원
· 야근 택시비 지원

커피 · 간식 무한 제공

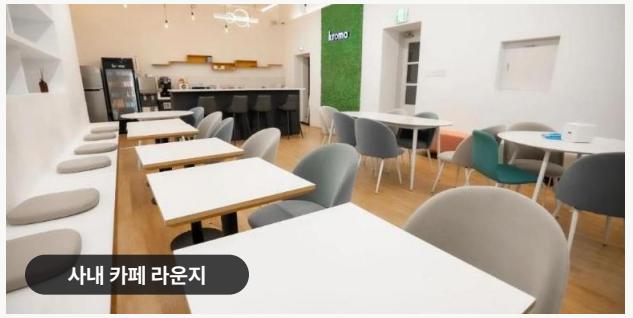
· 사내 무료 스낵바 운영
· 매월 간식 · 음료 · 원두 제공

생일 · 명절 · 경조사

· 생일 유급 반차 + 케이크 + 선물
· 경조사비 · 경조휴가 · 화환

패밀리 데이

· 매주 금요일 1시간 조기 퇴근
· 매월 마지막 금요일 3시간 조기 퇴근


사내 카페 라운지

프리미엄 건강검진

· 100만 원 상당 건강검진 지원

프리미엄 영양제

· 개인 맞춤형 AI 영양관리
· 일일 영양제 8종 전액 지원

장기근속 리프레시

· 3년 근속 시 3주 유급휴가
· 휴가 지원비 300만 원

여름 휴가비

· 매년 여름 휴가비 40만 원


리프레시 휴가

PEOPLE OF KROMA

크로마를 움직이는 사람들

크로마인들의 진짜 이야기로 우리의 일과 문화를 더 깊이 만나보세요



최O현 부팀장

크리에이티브 2팀 · 지식 · 교양 콘텐츠

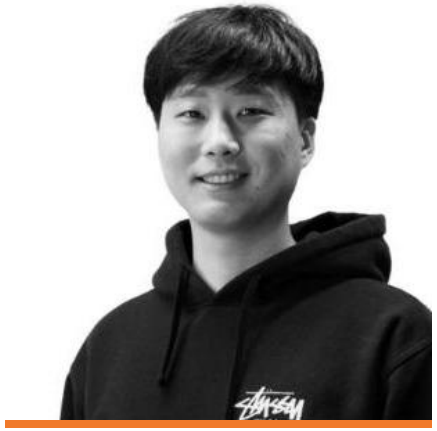
쉽게 만드는 것이 가장 어렵습니다. 어려운 주제를 누구나 이해하도록 바꾸는 데서 크로마의 실력이 드러납니다.



송O경 팀장

기획 1팀 · 브랜드 전략 파트

데이터와 인사이트를 브랜드의 언어로 번역하는 순간, 전략은 힘을 가집니다.



최O윤 팀장

크리에이티브 3팀 · 웹예능 · 토크쇼

재미는 우연이 아니라 설계입니다. 3초 안에 사람을 붙잡는 장면을 위해 매일 고민합니다.



조O재 에디터

종합편집팀 · CG · VFX / 편집

편집은 촬영본을 작품으로 바꾸는 마지막 판단입니다. 디테일에 집요할수록 결과는 선명해집니다.



김O현 파트장

경영기획실 · 경영 전략

좋은 콘텐츠 뒤에는 좋은 시스템이 있습니다. 팀이 창작에만 집중할 수 있도록 기반을 만듭니다.

Q. 인터뷰 중에서

**"크로마는 브랜드의 메시지를 그대로 광고로 옮기는 회사가 아닙니다.
광고처럼 보이는 콘텐츠가 아니라, 콘텐츠처럼 선택받는 광고 경험을 만드는 것이 크로마의 방식입니다."**

BEHIND THE SCENES

현장에서 함께
만들어가는 크로마

기획자 · PD · 촬영 · 편집 · 디자이너가 한 현장에서
호흡을 맞춥니다. 크로마팀의 이모저모를 소개합니다.

60+ 명 인하우스 임직원

3년 이상 평균 근속 연수

150+ % 연평균 성장률

JOIN US
크로마와 함께 새로운 레퍼런스를 만들어갈 팀원을 찾습니다












감사합니다.

Our Difference, New Reference

(주)크로마엔터테인먼트 · T. 02-6272-1216 · admin@kroma.co.kr · www.kroma.co.kr