

4Q25

CEO Message

Script

11st February, 2026

SM ENTERTAINMENT CO., Ltd.

안녕하십니까, 대표이사 장철혁입니다.

CEO 메시지에 앞서, 이번 분기에도 의미 있는 성과를 만들어낸 당사 주요 아티스트들의 활동을 간략히 말씀드리겠습니다.

- 먼저 **NCT DREAM**은 미니 6집 'Beat It Up'으로 10연속 밀리언셀러를 달성하고, 월드투어 'THE DREAM SHOW'는 100회 공연이라는 이정표를 세우며 아시아 주요 돐 공연을 포함한 투어 확장을 통해 글로벌 집객력을 꾸준히 확대하고 있습니다.
- **에스파**는 글로벌 투어 스케일을 한단계 확장하며, 일본 아레나 투어를 성공적으로 마친 데 이어 올해 도쿄돔과 교세라돔 공연을 확정하는 등 현지에서의 견고한 팬덤과 티켓 파워를 재확인했습니다. 또한, 북미 아마존 뮤직 라이브 무대에서도 존재감을 지속적으로 확대했습니다.
- **라이즈**는 미국 대표 음악 페스티벌 중 하나인 '오스틴 시티 리미츠 뮤직 페스티벌' 무대를 성공적으로 소화한 데 이어, 첫 월드투어 'RIIZING LOUD'의 북미 투어를 진행했습니다. 또한, 공식 유튜브 채널 누적 조회수 10억 뷰를 돌파하는 등 의미 있는 디지털 성과를 기록하며 글로벌 팬 접점을 계속해서 넓혀가고 있습니다.
- **NCT WISH**는 첫 단독 콘서트 투어 'INTO THE WISH: Our WISH'를 통해 신인 아티스트로서는 이례적인 규모의 관객 동원과 글로벌 반응을 이끌어냈습니다. 국내 공연에서 총 2만 4천 관객을 동원하며 투어의 포문을 열었고, 해당 공연은 전세계 130개 상영관 라이브 뷰잉으로 생중계되며 글로벌 팬들의 높은 관심을 확인했습니다. 또한, 일본 대표 음악 프로그램 출연을 통해 현지 팬 접점을 빠르게 확대하고 있습니다.
- 이 외에도 **동방신기**, **슈퍼주니어**, **EXO** 등 레거시 IP 역시 앨범, 투어, 팬미팅을 통해 변함없는 브랜드 파워를 입증하며 당사 IP 포트폴리오의 안정성과 지속 가능성을 뒷받침했습니다.

당사는 앞으로도 주요 IP의 글로벌 확장과 함께, 신인과 레거시 아티스트가 균형 있게 성과를 만들어가며, IP 포트폴리오가 지속적으로 단단해지는 모습을 보여드리도록 하겠습니다.

이어서 CEO메시지를 말씀드리겠습니다.

안녕하십니까, 대표이사 탁영준입니다.

먼저, 당사가 최근 발표한 **SM NEXT 3.0**의 주요 내용 중 '제작 조직의 역량 강화'와 '신규 IP 현황'에 대해 말씀드리겠습니다.

SM NEXT 3.0은 단기적인 외형 확장이나 속도 경쟁이 아닌, 지속 가능한 성장 구조를 구축하는데 초점을 둔 전략입니다. K-Pop 산업은 여전히 성장 국면에 있지만, 동시에 제작 비용 상승, 글로벌 시장 내 경쟁 심화, 아티스트와 팬을 둘러싼 환경 변화 등 구조적인 과제도 함께 안고 있습니다. 당사는 이러한 환경 속에서 외형 성장과 수익성, 그리고 IP의 장기적인 경쟁력 간 균형을 무엇보다 중요하게 생각하고 있습니다. **SM NEXT 3.0**의 "멀티 크리에이티브 시스템"은 이러한 문제의식에서 출발했습니다.

당사는 크리에이티브 조직을 보다 독립적으로 운영함으로써 의사결정의 속도와 자율성을 높이고, 제작 효율과 콘텐츠의 품질을 동시에 고도화하고자 합니다. 이는 장기적으로 재현 가능한 제작 구조를 구축함으로써, IP 기획과 제작 전반에서 보다 안정적이고 예측 가능한 성과를 만들어가는 기반이 될 것으로 보고 있습니다.

이러한 제작 시스템 변화는 신규 IP 전략과도 밀접하게 연결되어 있는데요, SMTR25 프로젝트가 대표적인 사례라고 할 수 있습니다. SMTR25 프로젝트는 당사가 SM 3.0 이후 축적해 온 IP 육성 노하우를 바탕으로, 데뷔 이전 단계부터 콘텐츠와 팬 접점을 통해 IP의 초기 완성도를 높여 왔습니다. 에그이즈커밍과 협업한 성장 예능 콘텐츠 '응답하라 하이스쿨'을 비롯해, 자체 콘텐츠 공개, 사전 팬 커뮤니케이션 등을 통해 기존과는 다른 방식의 인큐베이팅을 시도하고 있습니다. 이를 통해 당사는 단순히 신규 IP의 '빠른 데뷔' 자체를 목표로 하기보다는, 시장과 팬에게 충분히 준비된 IP를 소개하는 과정을 만들어가고자 합니다.

이와 같은 제작 조직의 변화와 신규 IP 전략은 성장의 퀄리티를 높이기 위해 SM의 IP 경쟁력을 구조적으로 강화하기 위한 선택입니다.

이어서, '글로벌 확장'과 'AI 기술 전략'에 대해 장철혁 대표가 말씀을 이어가겠습니다.

앞서 탁영준 대표가 말씀드린 제작 조직과 IP 전략을 바탕으로, 이제 ‘글로벌 확장 전략’과 ‘AI 기반 기술 고도화 방향’에 대해 말씀드리겠습니다.

SM NEXT 3.0에서 목표하는 글로벌 확장은 과거의 속도 중심 확장이 아닌, 지속 가능성과 효율성을 중시하는 방향으로 설계되었습니다. 앞서 탁대표님께서 언급한 바와 같이, K-Pop 시장은 여전히 성장하고 있지만, 글로벌 경쟁은 더욱 치열해지고 있습니다. 당사는 이러한 환경 속에서 모든 지역을 일괄적인 전략으로 확장하기보다는, 전략적 파트너십을 적극 활용하고 IP별 특성과 시장 여건에 맞춰 타겟 지역을 세분화해 확장하는 방식을 취하고 있습니다. 즉, 파트너사의 네트워크와 현지 이해도를 레버리지함으로써 변화하는 시장에 보다 유연하게 대응하고, 리스크와 리소스를 효율적으로 분산시키고자 합니다. 이는 글로벌 확장의 방향성을 조정한 것이며, 확장 과정에서 성과 가시성과 실행 효율을 극대화하기 위한 선택입니다.

한편, AI 기반 기술 전략 역시 **SM NEXT 3.0**의 중요한 축 중 하나입니다. AI는 당사의 크리에이티비티를 대체하는 수단이 아닌, 제작 효율을 높이고 의사결정을 고도화하기 위한 도구입니다. 콘텐츠 제작 과정 전반에서 AI를 활용해 비용과 시간을 절감하고, 데이터 분석을 통해 팬과 시장에 대한 이해도를 높여 보다 정교한 의사결정을 가능하게 하고자 합니다. 또한, AI 활용은 본업 경쟁력 강화를 기준으로 사업 전반에 걸쳐 단계적으로 확대해 나갈 계획입니다.

SM NEXT 3.0은 단기간에 모든 성과를 보여드리는 획기적인 새로운 전략은 아닙니다. SM 3.0의 근간을 유지하면서, 지속적인 성과 창출을 위해 보완된 전략입니다. 당사는 IP의 라이프사이클과 브랜드 가치를 장기적으로 확장하고, 외형성장과 수익성의 균형을 유지하는 방향으로 전략을 계속해서 실행해 나갈 예정입니다. 앞으로도 이러한 실행 과정을 투명하게 시장과 공유하고, 지속 가능한 성장을 실현하며 주주가치를 제고해 나가겠습니다. 경청해 주셔서 감사합니다.