

2025 SM ENTERTAINMENT Sustainability Report

2025 에스엠엔터테인먼트 지속가능경영보고서

About this Report

SM엔터테인먼트는 ESG 경영을 추진하며 회사의 다양한 이해관계자와 투명하게 소통하고 성과를 공개하기 위해 보고서를 발간합니다.

보고 기간

본 보고서는 2025년도 회계연도(2025년 1월 1일 ~ 12월 31일)를 보고 기간으로 하여 지속가능경영 활동과 성과를 담았습니다. 비재무적 성과의 경우 2026년 상반기 내용이 일부 포함되었고, 변화의 추이 파악이 필요한 일부 데이터의 경우 최근 3개년(2023년~2025년) 데이터를 보고했습니다. 다만, 2026년 3월과 4월 거버넌스의 변화가 있었기 때문에 관련 내용은 2026년 4월 30일 기준으로 보고하였습니다. 본 보고서의 보고 주기는 1년입니다.

보고서 검증

보고서 작성 프로세스와 게재된 정보에 대한 신뢰 확보를 위해 독립된 검증 기관인 DNV가 제3자 검증을 수행했습니다. 검증 기준은 AA1000AS v3를 적용하였습니다. 검증 결과는 본 보고서 123-124 페이지에서 확인하실 수 있습니다.

보고 범위 및 작성 기준

본 보고서의 보고 범위는 SM엔터테인먼트 국내사업장 및 주요 종속 회사 중 규모와 사업 연관성을 고려하여 사업적으로 밀접하다고 판단되는 일부 계열사(에스엠컬처앤콘텐츠, 에스엠라이프디자인 그룹, 에스엠브랜드마케팅, DREAMMAKER Entertainment, 디어유)입니다. 본 보고서는 지속가능경영 국제 보고 가이드라인인 GRI(Global Reporting Initiative) Standards 2021 방식에 따라 작성하였습니다. 또한 산업특성에 적합한 주요 이슈별 활동 내용을 공개하기 위해 SASB(Sustainability Accounting Standards Board)의 Internet, Media & Service 기준을 고려하고, 지속가능 경영이니셔티브인 UN SDGs(Sustainable Development Goals)의 지표를 반영했습니다. 재무성과의 경우 K-IFRS(한국채택국제회계기준)에 따라 작성하였습니다.

보고서 문의처

본 보고서에 대한 문의사항은 아래로 연락주시기 바랍니다.

SM엔터테인먼트 CSR Unit
주 소: 서울특별시 성동구 왕십리로 83-21
이 메 일: sm_smile@smtown.com
전화번호: 02-6240-9800
홈페이지: <https://www.smentertainment.com>

Contents

CEO Message 03

Overview

기업 개요	05
주요 연혁 및 글로벌 사업장 현황	06
사업 소개	07
아티스트 소개	08
2025 수상 내역	10
이해관계자 커뮤니케이션	12
지속가능경영 전략체계	13
지속가능경영 추진체계	14
2025 ESG Highlights	15
Business Highlights	16
UN SDGs(지속가능발전목표) 실천	22

Material Issues

중대성 평가	24
책임감 있는 콘텐츠 제작	27
인권경영 체계 구축	29
윤리경영 체계 구축	35
정보보안 및 개인정보 보호	37
기후변화 대응 체계 구축	40
환경을 고려한 제품 및 콘텐츠 확대	44

General Issues

ENVIRONMENTAL

환경경영체계	49
폐기물 발생 관리 및 환경보호 활동	51
자연 및 생태계 보호	53

SOCIAL

안전강화	56
콘텐츠 및 서비스 품질 강화	59
인재경영	60
사회공헌 및 지역사회 참여	68
공급망 관리 및 동반성장	76

GOVERNANCE

공정거래 및 지식재산 보호	79
리스크 관리	81
주주가치 제고	83
이사회	84

Appendix

GRI Index	90
ESG Data	94
TCFD & SASB Index	121
보고서 제3자 검증 의견서	123
온실가스 검증 의견서	125

CEO Message



존경하는 이해관계자 여러분, 안녕하십니까?
SM엔터테인먼트 공동대표이사 장철혁, 탁영준입니다.

SM엔터테인먼트의 다섯 번째 지속가능경영보고서를 통해 지난 한 해의 발자취와 새로운 미래를 향한 여정을 공유하게 되어 기쁘게 생각합니다.

2025년 SM은 창립 30주년이라는 뜻깊은 이정표를 세웠습니다. 1세대 H.O.T. 부터 최근 데뷔한 5세대 하트투하트까지, 지난 30년 동안 우리는 세대를 아우르는 최고의 음악과 콘텐츠로 전 세계 팬들에게 즐거움과 감동을 선사해 왔습니다. 특히 'SM 3.0' 전략 아래 멀티 프로덕션 체계를 공고히 하며 라이즈, NCT WISH, 하트투하트가 성공적으로 안착했고, 동방신기, 슈퍼주니어, NCT, aespa 등 전 세대 아티스트들의 활발한 글로벌 활동에 힘입어 연결매출 1조 원 돌파라는 기념비적인 성과를 거두었습니다.

사업적 성장과 더불어, SM은 지속가능경영 영역에서도 유의미한 진전과 실적을 이어갔습니다. 환경 영역에서는 생물다양성 보전을 위한 '광야숲 3기'를 확장 조성하고, 법인 차량 하이브리드 전환 및 온실가스 산정 범위 확대를 통해 탄소 저감 의지를 실천했습니다. 공연장과 음반 제작 공정에서 발생하는 탄소 배출량을 측정하고, 한국콘텐츠진흥원 '친환경 콘텐츠산업을 위한 공연 및 행사분야 탄소배출계산기 개발 연구'에 공동 참여해 엔터테인먼트 산업의 친환경 표준을 제시하는데 기여했습니다. 하반기에는 기후변화 시나리오 분석과 탄소중립 로드맵 구축을 시작했습니다. '2050 넷제로(Net-Zero)' 달성을 목표로 구체적인 계획을 수립하여 이행해 나가겠습니다.

사회 영역에서는 인권영향평가 결과를 바탕으로 도출된 개선안을 순차적으로 이행하고 구성원 교육을 하였으며, 'KWANGYA 119' 고도화를 통해 아티스트 권익 보호 활동을 강화했습니다. 또한 장애 당사자 모니터링을 통한 공연장 접근성 강화 등 모두가 향유할 수 있는 문화를 만들고자 노력했습니다. 올해는 '책임감 있는 콘텐츠 제작'을 중요이슈로 선정하고 전 세계에 유통되는 SM의 콘텐츠가 긍정적인 영향과 건강한 영향을 줄 수 있도록 기획단계부터 세심한 노력을 기울이겠습니다.

거버넌스 영역에서는 자사주 소각을 통해 주주가치 제고 약속을 이행하였으며, 이사회 평가 제도를 도입하여 경영의 투명성과 실효성을 높였습니다. 올해에는 '거버넌스위원회'를 'ESG위원회'로 개편하여 보다 체계적이고 전문적인 지속가능경영 시스템을 확립하겠습니다.

2026년, SM엔터테인먼트는 그간의 성과를 바탕으로 한 단계 진화한 'SM NEXT 3.0' 전략을 가동합니다. 이를 통해 최고의 아티스트 IP를 창출하고 기술과 플랫폼을 결합하여 팬들에게 더욱 깊이 있는 경험을 제공하는 동시에, 내실 있는 성장을 증명하겠습니다. 아티스트와 구성원, 파트너사 등 모든 이해관계자의 권익이 존중받는 기업 문화를 정착시키고, 사회와 환경에 대한 책임 또한 멈추지 않겠습니다. 음악과 문화를 통해 더 나은 세상을 만들어가는 SM의 여정에 변함없는 애정과 지원을 부탁드립니다.

감사합니다.

SM엔터테인먼트 공동대표이사 장철혁

탁영준

Overview

- 05 기업 개요
- 06 주요 연혁 및 글로벌 사업장 현황
- 07 사업 소개
- 08 아티스트 소개
- 10 2025 수상 내역
- 12 이해관계자 커뮤니케이션
- 13 지속가능경영 전략체계
- 14 지속가능경영 추진체계
- 15 2025 ESG Highlights
- 16 Business Highlights
- 22 UN SDGs(지속가능발전목표) 실천

기업 개요

SM엔터테인먼트는 1995년 설립 이후 한국 엔터테인먼트 산업의 선구자이자 글로벌 한류 및 K-POP 열풍을 선도하는 종합 엔터테인먼트 기업으로 최고의 문화 콘텐츠와 엔터테이너를 창조하고 있습니다. 음반제작, 매니지먼트, 공연 등 다양한 분야에서 독보적인 시스템과 노하우를 구축해왔으며 IP 다변화, 디지털 사업 혁신을 통해 지속성장의 발판을 마련하고 있습니다. 또한 지속가능경영을 추구하며 사회적 책임 강화에도 힘쓰고 있습니다. 소속 아티스트로는 강타, 동방신기, 슈퍼주니어, 소녀시대, 샤이니, EXO, 레드벨벳, NCT, NCT 127, NCT DREAM, WayV, aespa, 라이즈, NCT WISH, 하츠투하츠 등이 있습니다.

기업 개요

2025. 12. 31. 기준

기업명	주식회사 에스엠엔터테인먼트 (영문명: SM Entertainment Co., Ltd.)
본사소재지	서울특별시 성동구 왕십리로 83-21
대표이사(CEO)	장철혁, 탁영준
설립일	1995년 2월 14일
주요사업	아티스트 매니지먼트, 음반 및 음원 기획, 제작, 배급, 유통 등
주식수	22,894,690주(의결권 있는 보통주)
신용등급	A+(나이스평가정보 주식회사)
ESG 평가등급	B+(KCGS), A(서스틴베스트)
임직원	765명
자산(연결)	2조 77억 원
부채(연결)	6,489억 원
자본(연결)	1조 3,587억 원
자본금	119억 원

주주 구성

2025. 12. 31. 기준

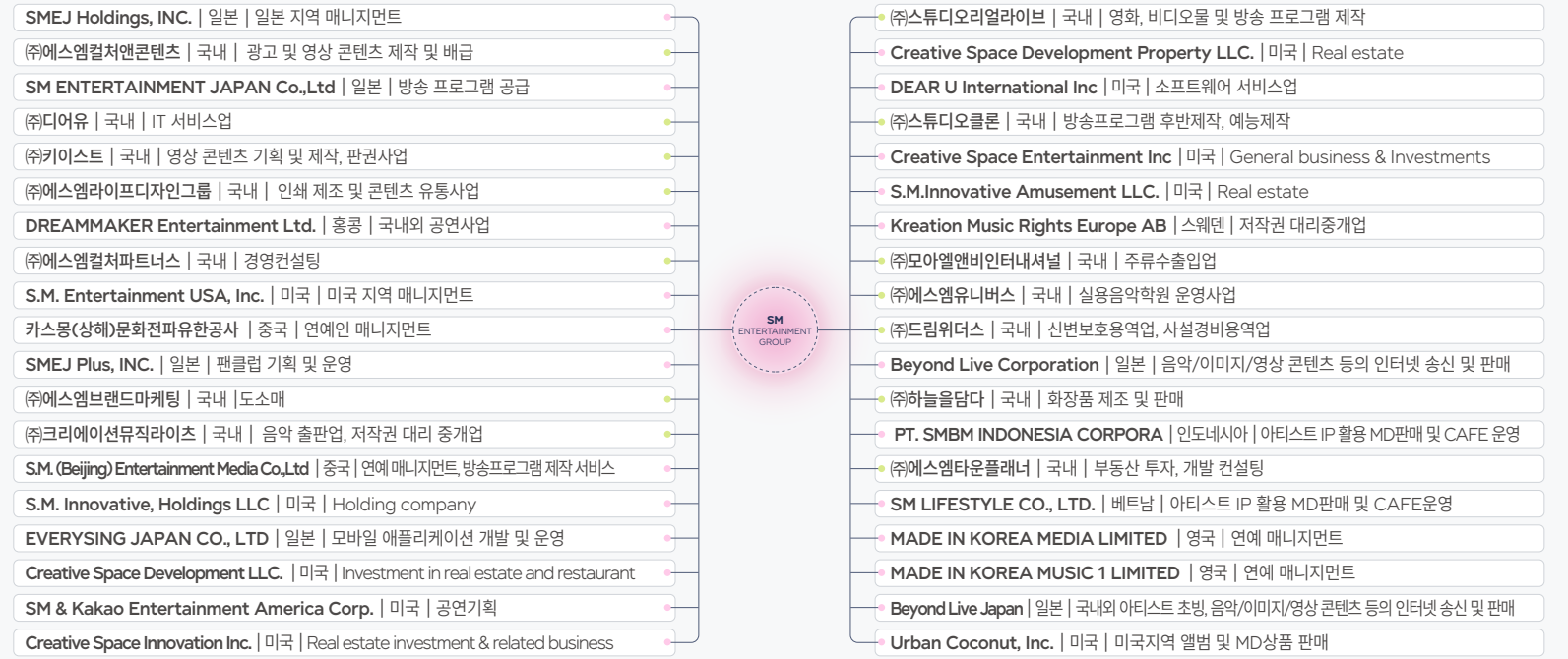
주주명	주식수(주)	지분율(%)
카카오	4,946,821	21.61
카카오엔터테인먼트	4,554,220	19.89
Tencent Music Entertainment Hong Kong Limited(텐센트)	2,212,237	9.66
기타	11,181,412	48.84
총계	22,894,690	100

요약 재무성과(연결 기준)

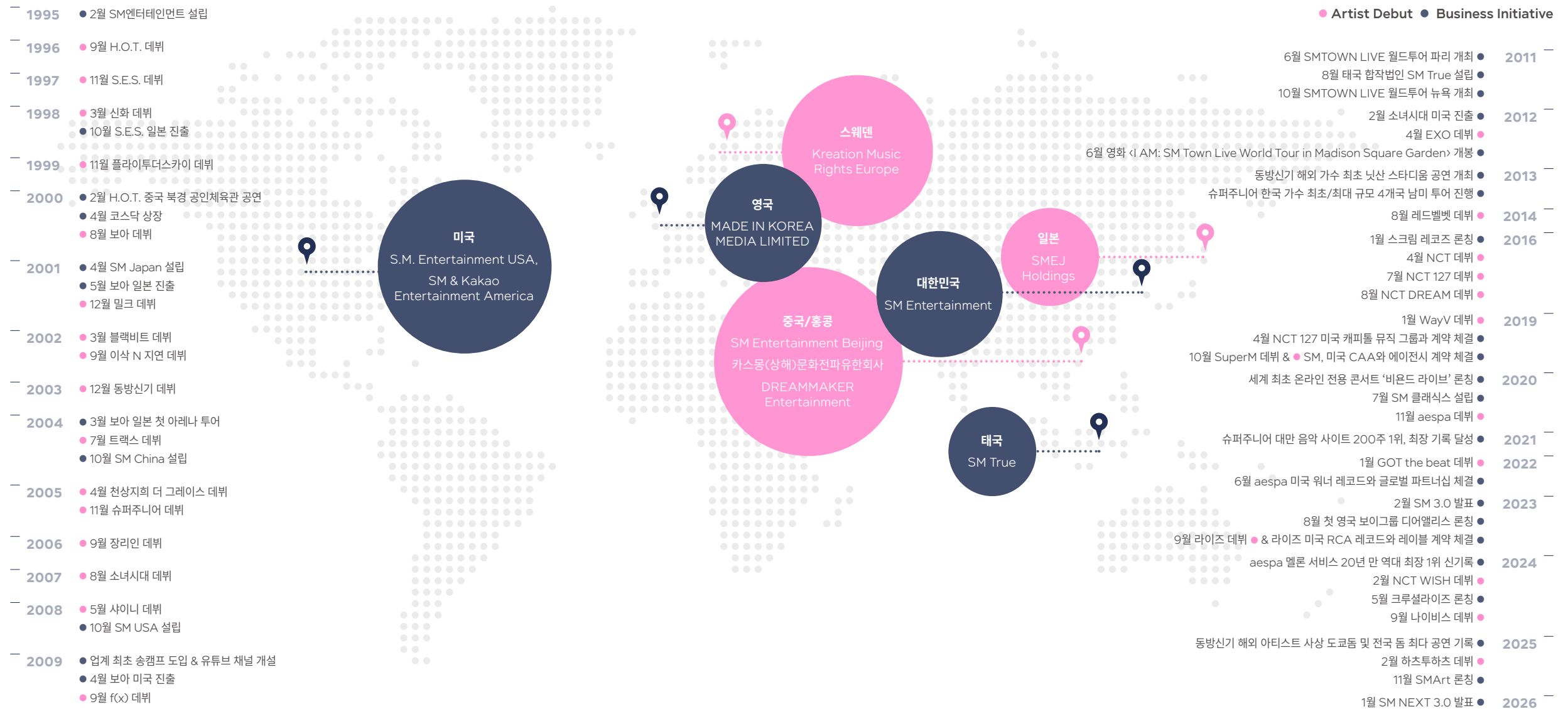
2025. 12. 31. 기준, 단위: 백만 원

구분	2023년	2024년	2025년
매출액	961,069	989,725	1,174,934
영업이익	113,463	87,297	183,034
당기순이익(손실)	82,683	819	359,364

연결대상 종속회사 현황



주요 연혁 및 글로벌 사업장 현황



사업 소개

SM엔터테인먼트는 음악 콘텐츠 기획·제작·유통을 기반으로 글로벌 아티스트 매니지먼트, 공연·MD·IP 라이선싱, 영상 및 광고 콘텐츠 사업 등 K-POP을 중심으로 한 종합 엔터테인먼트 사업을 전개하고 있습니다. SM 3.0 전략 체제 하에서 '멀티프로덕션'을 기반으로 아티스트 IP를 중심으로 한 사업을 확장하고 있습니다.

음반/음원 제작

소속 아티스트들과 A&R, 퍼블리싱 자회사인 KMR과의 유기적인 협업체제 강화를 통해 양질의 음악 콘텐츠를 창조하고 있습니다. 특히 SM 3.0 전략 시행 이후 발매 음원 수가 약 70% 증가했고, 2025년 기준 7,000여곡 이상의 핵심 K-POP 카탈로그를 보유하고 있습니다.

매니지먼트

업계 최초로 캐스팅, 트레이닝, 프로듀싱, 마케팅/매니지먼트 4단계로 이루어지는 체계적인 아티스트 발굴 및 육성 시스템을 도입하여 운영하고 있으며, 2026년 3월 말 기준 총 97명*의 아티스트와 함께하고 있습니다.

*연기자, 예능인 포함

콘서트/팬미팅

매년 다수의 콘서트와 팬미팅 등 이벤트를 개최하고 있으며, 다양한 기획과 연출을 통해서 공연 퀄리티를 개선하고 팬분들에게 감동을 선사하고 있습니다. 또한 접근성 개선을 위한 모니터링 및 매뉴얼 제작을 통해 모두가 즐기는 공연을 만들기 위해 노력하고 있습니다.

MD 제작

아티스트 IP 기반 MD 사업(기획·디자인·생산·유통·세일즈 마케팅) 및 팝업스토어, 전시 등의 공간사업으로 고객 경험을 강화합니다. 이외에도, 화보(포토북)사업, BI/CI 개발·관리, 캐릭터 스타일 가이드 개발·관리하며 회사의 통합 브랜드 가치를 높이고 있습니다.

콘텐츠 제작

리얼리티 예능 등 다양한 콘텐츠와 함께 각 아티스트별 자체 콘텐츠를 제작하여 팬분들에게 다양한 경험과 즐거움을 드리고 있습니다.

IP 파생 사업

KWANGYA Store, 팬 소통 플랫폼 Bubble 등 아티스트 IP (Intellectual Property)를 이용한 다양한 사업을 운영하고 있습니다.

아티스트 소개

SM ARTIST



강타 | 1996. 9. 7



동방신기 | 2003. 12. 26



슈퍼주니어 | 2005. 11. 6



소녀시대 | 2007. 8. 5



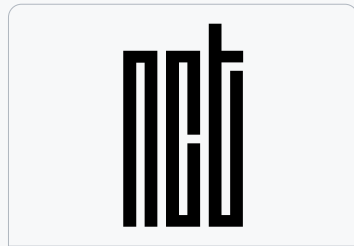
샤이니 | 2008. 5. 25



EXO | 2012. 4. 8



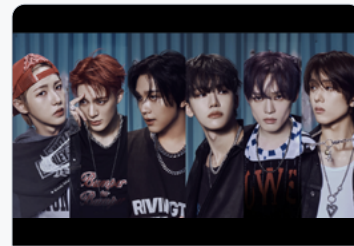
레드벨벳 | 2014. 8. 1



NCT | 2016. 4. 9



NCT 127 | 2016. 7. 7



NCT DREAM | 2016. 8. 25



WayV | 2019. 1. 17



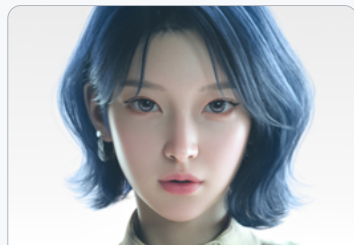
aespa | 2020. 11. 17



라이즈 | 2023. 9. 4



NCT WISH | 2024. 2. 21



나이비스 | 2024. 9. 10



하츠투하츠 | 2025. 2. 24



XngHan&Xoul | 2025. 7. 31



유호정 | 1991. 1. 5

아티스트 소개



라미 | 2011. 2. 12



이철우 | 2016. 4. 13



조준영 | 2020. 11. 17

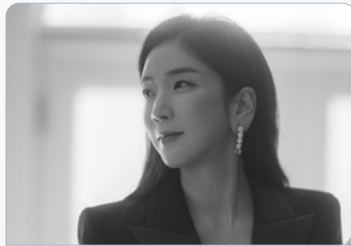


이동우 | 1993.

SM LABEL ARTIST



SM CLASSICS 조수미



SM CLASSICS 한지희



SM CLASSICS 요한킴



SM CLASSICS SM Jazz Trio



KRUCIALIZE 민지운



SMArt 윤이



ScreaM Records IMLAY



ScreaM Records MAR VISTA



ScreaM Records 2Spade



ScreaM Records Arkins

2025 수상 내역

ARTIST

2025 멜론 뮤직 어워드

올해의 신인	하츠투하츠
스테이지 오브 더 이어	aespa
베스트 퍼포먼스 남자	라이즈
글로벌 아티스트	aespa
Berriz 글로벌 팬스 초이스	하츠투하츠
카카오뱅크 모두의 스타	NCT WISH
TOP 10	aespa, 라이즈, NCT WISH
밀리언스 TOP 10	라이즈

2025 MAMA AWARDS

BEST NEW ARTIST	하츠투하츠
BEST FEMALE GROUP	aespa
BEST DANCE PERFORMANCE FEMALE GROUP	aespa
BEST CHOREOGRAPHY	aespa
FANS' CHOICE MALE TOP 10	NCT DREAM, 라이즈
FANS' CHOICE FEMALE TOP 10	아이린, aespa, 하츠투하츠
INSPIRING ACHIEVEMENT	슈퍼주니어
OLIVE YOUNG K-BEAUTY ARTIST	하츠투하츠

2025 코리아 그랜드 뮤직 어워즈

베스트 아티스트 10	라이즈
베스트 뮤직 10	수호, aespa
베스트 솔로 아티스트(남)	수호
베스트 스트리밍 송	aespa
IS 라이징스타	하츠투하츠
2025 빅크 글로벌 스타상	수호
트렌드 오브 더 이어(루키)	카르멘

2025 아시아 아티스트 어워즈

대상-올해의 퍼포먼스	라이즈
대상-올해의 여우주연상	임윤아
베스트 아티스트	라이즈
이모티브	라이즈
베스트 아티스트상	임윤아
아시아 스타상	임윤아

아시아 스타 엔터테이너 어워즈 2025

아티스트 오브 디 이어	aespa
송 오브 디 이어	aespa
더 플래티넘	aespa, NCT WISH
더 베스트 퍼포먼스	NCT WISH
더 베스트 뉴 아티스트	하츠투하츠

2025 K-WORLD DREAM AWARDS

저널리스트픽 아티스트상	NCT WISH
본상	NCT WISH
베스트 퍼포먼스상	NCT WISH
베스트 앨범상	NCT DREAM, aespa
슈퍼루키상	하츠투하츠

34TH 서울 가요대상

월드 베스트 아티스트	aespa
본상	NCT DREAM, 도영, aespa, NCT WISH
베스트 솔로상	도영
베스트 그룹상	NCT WISH
신인상	하츠투하츠

2025 더팩트 뮤직 어워즈

뮤즈 오브 더 이어	aespa
올해의 아티스트	aespa, NCT WISH
넥스트 리더	하츠투하츠
심사위원 특별상	aespa

제22회 한국대중음악상

올해의 노래	aespa Supernova
최우수 케이팝-음반	aespa Armageddon The 1st Album
최우수 케이팝-노래	aespa Supernova

제40회 골든디스크어워즈

디지털 음원 본상	aespa
음반 본상	라이즈, NCT WISH
골든디스크 업비트 인기상	하츠투하츠

제16회 대한민국 대중문화예술상

대통령표창	동방신기
문화체육관광부 장관표창	라이즈

제10회 국가브랜드대상

대중문화 글로벌 영향력 부문	임윤아
-----------------	-----

제29회 춘사국제영화제

여우주연상	임윤아
-------	-----

제30회 소비자의 날 KCA 문화연예 시상식

2025 대중이 뽑은 올해의 배우상	임윤아
---------------------	-----

제46회 청룡영화상

청정원 인기스타상	임윤아
-----------	-----

2025 수상 내역

COMPANY

2025 빌보드 글로벌 파워 플레이어스

장철혁 CEO, 탁영준 CEO / COO

2025 빌보드 인디 파워 플레이어스

장철혁 CEO, 탁영준 CEO / COO

2025 빌보드 워민 인 뮤직

김지원 CRO, 최정민 CGO

제62회 무역의 날 기념식

1억불 수출의 탑 & 서비스탑 동시 수상
(K-POP 엔터테인먼트 기업 최초)

WEB AWARD KOREA 2025

모바일웹 최고대상
문화 / 행사분야 대상



SM엔터테인먼트는 2026 대한상공회의소·포브스 사회공헌대상 ESG경영 부문 대상을 수상했습니다. '지속가능한 문화산업의 글로벌 선구자'라는 미션 아래 엔터테인먼트 업계의 ESG 경영 표준을 제시하는 선도 기업이라는 평을 받았습니다.

SM엔터테인먼트는 국내 엔터테인먼트 기획사 최초 UNGC 가입, ISO 14001 인증에 이어 광야숲 조성, 사회공헌 브랜드 'SMile' 운영 등으로 우수한 성과를 인정받았습니다. 또한 거버넌스 독립성 강화 및 아티스트 권익 보호 센터 'KWANGYA 119' 사이트 운영 등 엔터테인먼트 산업에 특화된 경영 체계를 공고히하고 있습니다.

협회 가입



ISO 14001 인증

SM엔터테인먼트는 BSI(British Standards Institution, 영국왕립표준협회)로부터 환경경영국제표준인 ISO 14001인증을 받았습니다.

인증기간: 2022. 12. 20. - 2028. 12. 19.

이해관계자 커뮤니케이션

구분	주주·투자자 및 애널리스트	언론사	고객	정부·지자체	기관 및 지역사회, NGO	임직원
소통채널	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지 (smentertainment.com) 주주총회 재무 정보 공시 기업설명회/실적발표회 IR 미팅 (탐방, 비대면, 이메일, 전화 등) 국내외 NDR 및 콘퍼런스 참석 	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지 (smentertainment.com) 보도자료 SM 및 아티스트 SNS 	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지 (smentertainment.com) 기업 SNS SMTOWN App KWANGYA 119 언론보도 	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지 (smentertainment.com) 기업 SNS 사업보고서 등 	<ul style="list-style-type: none"> 홈페이지 (smentertainment.com) 기업 및 사회공헌 SNS 사업보고서 등 	<ul style="list-style-type: none"> 노사협의회 인트라넷 게시판 내부고충처리시스템(이메일)
대응활동	<ul style="list-style-type: none"> 주주총회 진행 공시 의무 이행 등을 통한 재무성과 공개 분기별 실적발표회 진행 홈페이지를 통한 회사 정보 공개 IR 미팅을 통한 국내외 기관 투자자, 애널리스트, 개인 투자자 소통 활성화 국내외 NDR 및 콘퍼런스 참석 	<ul style="list-style-type: none"> 보도자료 배포 문의 및 자료 요청 응대 	<ul style="list-style-type: none"> 신규 콘텐츠 업로드 주요 서비스 공지 팬 만족도 제고 'KWANGYA 119' 사이트 운영을 통한 제보 및 의견 수렴 	<ul style="list-style-type: none"> 지역 내 기업 얼라이언스 참여 생물다양성 숲 조성 임직원 봉사활동 연계 간담회 운영 	<ul style="list-style-type: none"> 사회공헌 프로그램 운영 캠페인 협약 및 기부 간담회 운영 	<ul style="list-style-type: none"> 밍글링데이 개최 사내 주요 정책 및 안내사항 공지 사내 교육 진행 고충처리제도 운영

지속가능경영 전략체계

비전
Vision



지속가능한 문화산업의 글로벌 선구자
Global Pioneer for Sustainable Cultural Industry

미션
Mission



최고의 문화콘텐츠로 인류를 풍요롭게
Best Cultural Content to Enrich Humanity



CORE VALUE

핵심 목표
Core Goals



Sustainable Planet
환경경영체계 고도화

기후공시 대응

넷제로 2050

책임 있는 자원 및 폐기물 관리

Sustainable Society
사회책임경영 강화

일하기 좋은 일터

이해관계자 동반성장

소셜 임팩트 강화

Sustainable Company
지속가능경영 내재화

지속가능한 주주가치 제고

이사회 역할 및 운영 강화

리스크 관리체계 고도화

전략과제
Strategic Task



지속가능경영 추진체계

지속가능경영 거버넌스

SM엔터테인먼트는 투명하고 선진적인 지배구조를 기반으로 지속가능경영 거버넌스를 확립했습니다. 2023년부터 이사회 산하 소위원회인 거버넌스위원회를 신설하여 지속가능경영과 관련된 주요 안건을 정기적으로 검토하고 중장기 지속가능경영 정책 및 목표 수립, 윤리경영 실천, 주주가치 제고 및 주주 환원에 대한 정책 등을 검토하고 승인하고 있으며, 2026년 4월 ESG위원회로 명칭을 변경하여 그 역할을 더 구체화하였습니다. 특히 이사회 의장인 문정빈 사외이사는 고려대학교 경영대학 교수이자 국제경영과 ESG/지속가능경영 연구에 매진해 온 전문가로서, 관련 전문성과 경험을 바탕으로 SM엔터테인먼트의 지속가능경영을 이끌어가고 있습니다.

지속가능경영 거버넌스 구조



거버넌스위원회 운영 현황

2025. 12. 31. 기준

날짜	구분	내용	비고
2025. 2. 7.	의결	자사주 소각 결정의 건 이익 배당 승인의 건	가결 가결
2025. 4. 22.	보고	지속가능경영보고서 발간 계획 및 중대성 평가 결과 보고의 건 2024 지속가능경영 주요 성과 : 생물다양성 보전을 위한 숲 조성(광야숲) 활동 성과에 대한 보고 등	
2025. 6. 25.	보고	SM엔터테인먼트 지속가능경영보고서 보고의 건	
2025. 11. 24.	보고	SM엔터테인먼트 지속가능경영 중장기 계획 보고의 건 : 탄소중립 로드맵 구축 계획 보고 등 2025 SM엔터테인먼트 지속가능경영보고서 발간 계획	

ESG 실무조직

SM엔터테인먼트는 지속가능경영 목표와 전략 과제를 이행하기 위해 2022년부터 ESG 실무협의체를 운영하고 있습니다. 실무 부서 책임자와 담당자로 이루어진 ESG 실무협의체는 각 사업과 연계한 지속가능경영활동을 추진하기 위한 정기 회의에서 실효성 있는 구체적인 지속가능경영 실행과제를 발굴하고 진행 사항을 공유하고 있으며, 논의된 내용은 이사회 산하 ESG위원회 검토와 논의를 거쳐 이사회의 최종 승인을 받아 진행하고 있습니다.

ESG 실무협의체 운영 내용

2025. 12. 31. 기준

회차	날짜	내용
1	2025. 2. 20.	2024 ESG 주요 성과 및 평가 결과 공유 지속가능경영보고서 작성 교육
2	2025. 4. 3.	이중중대성 평가 결과 공유 및 정량데이터 템플릿 작성 교육
3	2025. 4. 5.	지속가능경영보고서 원고 초안 검토 및 보완사항 논의(이메일)
4	2025. 8. 6.	지속가능경영보고서 주요 내용 Review 하반기 주요 ESG 추진 계획 논의
5	2025. 10. 21.	환경경영시스템 ISO 14001 실무부서 교육

2025 ESG Highlights

광야숲 3기 조성

생물다양성 보존을 위한 광야숲 3기를 추가 조성하였습니다. 이를 통해 총 1,290m² 공간에 희귀·자생식물을 포함한 120여종 5,100본 이상의 식물을 식재하고, 임직원 가드닝 봉사단의 정기 봉사활동을 진행하는 환경 보호 모델을 구축했습니다.



창립 30주년 기념 프로젝트 진행

2025년 창립 30주년을 맞이하여 다양한 공익캠페인을 진행했습니다. SM 30주년 SMTOWN LIVE 공연에서 관객이동으로 발생한 온실가스 배출량 측정 및 유니세프 공익 캠페인 소개 부스를 운영했습니다. 30주년 기념 홈페이지 내 회사 & 아티스트 기부 및 봉사활동 역사를 소개했습니다.

- 사랑의열매 기부금 전달을 통해 결식우려아동 도시락 지원, 소아암 환자 치료비 지원, 지역아동센터 아동 학습 지원 등을 진행했습니다.



공연장 접근성 강화 프로젝트

장애 당사자 및 관련 단체와 공연장 접근성 개선을 위한 협업 프로젝트를 진행했습니다. 국내외 사례 수집, 장애당사자 공연장 모니터링, 유관부서 인터뷰 등을 통해 '장애 접근성 개선을 위한 가이드북'을 제작하고 유관부서에 배포 및 시행 교육을 진행했습니다.



한국콘텐츠진흥원 공동 연구 참여

한국콘텐츠진흥원 '친환경 콘텐츠산업을 위한 공연 및 행사분야 탄소 배출 계산기 개발 연구'에 공동으로 참여하여 공연장 및 팝업스토어의 탄소배출 요인을 확인하고 계산기 개발에 기여했습니다.



유니세프 한국위원회 협약 10주년

2015년 유니세프 한국위원회와 사회공헌 협약을 맺고 10년간 베트남과 필리핀 11개 지역, 84,000여 명 아동에게 음악교육을 지원했습니다. 또한 2025년, 협약 10주년을 기념하여 SM의 11명의 아티스트가 '유니세프 팀' 캠페인에 참여해 의미를 더했습니다.



이사회 평가 도입

이사회회의 효율적인 운영과 발전을 위해 평가 제도를 도입하고, 2025년 이사회 활동(이사회 운영, 성과, 구성 등)에 대한 이사회 평가를 시행하였습니다. 5점 만점에 평균 4.76점으로 전반적으로 '우수' 평가를 획득하였으며, 평가결과는 이후 개선활동에 반영할 예정입니다.



Business Highlights

SM NEXT 3.0

SM엔터테인먼트는 1995년 K-POP 시장의 문을 연 이후 다양한 최초, 최고의 기록들과 함께 2025년 30주년을 맞이했습니다. 2023년 SM엔터테인먼트는 팬, 주주, 아티스트, 임직원을 포함한 모든 이해관계자 여러분과 함께 글로벌 엔터테인먼트 기업으로 도약하기 위한 미래전략인 SM 3.0을 수립했습니다. 그리고 3년이 지난 2026년 SM 3.0의 성과를 정리하고, 이를 더욱 발전시켜 나가기 위한 SM NEXT 3.0을 소개합니다.

설립 이후 ~ 2000년대

1.0

SM 1.0

K-POP의 시초

2010년 ~ 2020년대 초

2.0

SM 2.0

K-POP 문화
글로벌 확대

2023년 ~ 2025년

3.0

SM 3.0

팬, 주주 중심의
글로벌 엔터테인먼트
회사로의 도약

... And
Next

K-POP의 경계없는 확장

Business Highlights

SM 3.0 주요 성과

	SM 3.0	성과	SM NEXT 3.0 방향
IP 전략	멀티 제작센터 및 레이블 체계 구축	<ul style="list-style-type: none"> 2023년 라이즈, 2024년 NCT WISH 및 나이비스, 2025년 하츠투하츠 등 신규 아티스트의 데뷔 주기를 단축하고 성공적으로 안착시킴 2025년 동방신기 일본 데뷔 20주년 일본 투어, 슈퍼주니어 20주년 월드투어, EXO 컴백, NCT, aespa 월드투어 등 전 세대 아티스트의 활발한 활동에 힘입어 발매 프로젝트 수가 지속 증가하였으며, 매출과 이익 또한 동반성장 	포트폴리오 및 멀티 프로덕션 고도화
사업 전략	고수익 2차 IP 사업 강화 (MD, IP라이선싱, 콘텐츠 등)	<ul style="list-style-type: none"> 사업 포트폴리오 다변화로 2차 사업 비중 확대 캐릭터 기반 MD, 팝업, 콘텐츠 등 새로운 소비경험 제공 및 스타급 캐릭터(위쥬, 리라즈 등)로 성장한 사례 등장 	경험 중심의 BM 강화 및 글로벌 사업 확장
글로벌 전략	주요 거점별 맞춤형 확장 전략 적용 (미국, 일본 등)	<ul style="list-style-type: none"> 2024년 aespa 주요 앨범의 글로벌 히트('슈퍼노바', '위플래시' 등) 및 NCT WISH 첫 일본 정규 앨범 오리콘 데일리 앨범 차트 1위 달성 2025년 aespa 빌보드 위민 인 뮤직(Women in Music) '올해의 그룹상' 수상 2026년 라이즈 K-POP 보이그룹 최단기간 도쿄돔 입성 	글로벌 역량 강화 및 현지화 기반 진출
경영 및 투자 전략	미래 성장 동력 중심의 투자 및 시스템 고도화 (퍼블리싱, 레이블, 팬 플랫폼 등)	<ul style="list-style-type: none"> KMR 설립 및 확대(한국, 유럽, 미국)를 통한 글로벌 레퍼토리 기반 확보 <ul style="list-style-type: none"> - 2025년 기준 약 370여 명의 작곡가 풀 확보 및 7,000여 곡 이상의 핵심 K-POP 카탈로그 보유 2025년 디어유 연결자회사 편입으로 팬 플랫폼 역량 내재화 	핵심 역량 중심의 투자 및 효율화

Business Highlights

SM NEXT 3.0 (IP 전략)

01 멀티 크리에이티브 시스템

업계 최대 규모 아티스트 포트폴리오의 완성도와 독립적 개성을 확보하기 위해 크리에이티브 조직의 독립성 및 애자일(Agile) 운영 체계를 강화

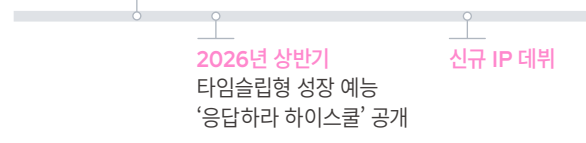


02 신인 데뷔

신인 남자 그룹 데뷔 예정



2025년
SMTR25 30th SMTOWN LIVE
글로벌 투어 참여

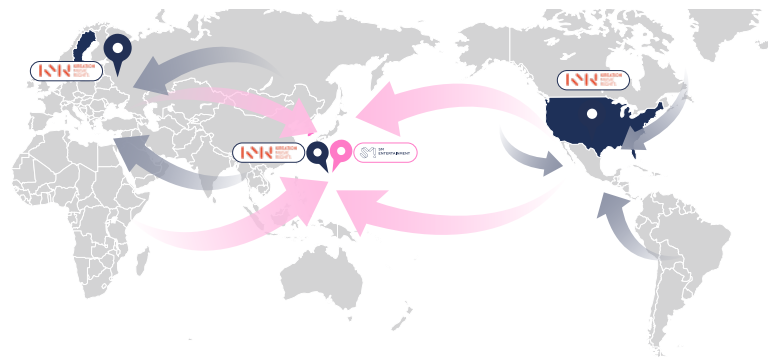


글로벌 특화 그룹 데뷔 예정

- Boy Group (태국) **true** 미정
- Boy Group (중국) **TME** 미정

03 A&R 인프라 고도화 및 글로벌화

SM A&R과 KMR 간 유기적 협업 체계 강화를 통해 양질의 음악 제작과 퍼블리싱 수익 확대를 동시에 추구



04 아티스트 케어 체계 고도화 및 팬서비스 강화

For Artists



- 아티스트 케어 프로세스 지속 강화
- 아티스트 권익 보호 정책, 경과 정기 업데이트
- 'KWANGYA 119' 서비스 고도화 통한 선제적 리스크 관리

For Fans



- 제보 기반 이슈 모니터링 효율성 제고
- SM이 제공하는 다양한 서비스 지속 개선
- 팬클럽 멤버십 키트 도입 및 배네티트 확대
- 글로벌, 국가별 팬클럽 서비스 개편

Business Highlights

SM NEXT 3.0 (사업 전략)

01 팬덤 지향적 공연 경험 제공

공연 관련 팬 경험 개선

공연

차별화된 공연 경험을 위한 다양한 기획, 연출 도입

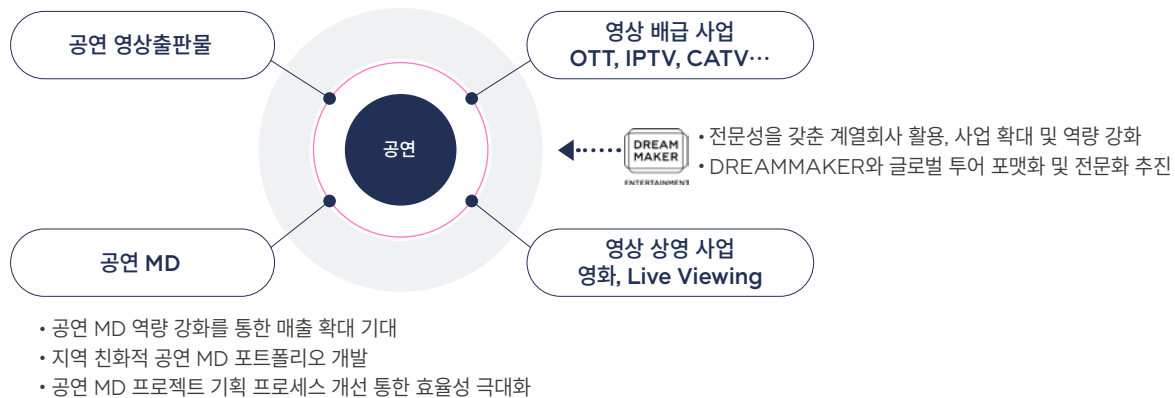
← 공연의 본질 외 공연 현장 팬 경험 개선

공연 외

- 공연 현장 이벤트 다변화
- 공연 MD 구매 프로세스 개선

현장 대기, 애플리케이션 활용 공연장 줄서기, 온라인 선주문 픽업 서비스 등 팬들의 구매 만족도 개선을 위한 방안 도입

공연 부가사업 확대 및 역량 강화



02 2차 IP

아티스트와 원천 크리에이티브를 연계한 다양한 사업을 통해 새로운 팬 경험을 제공하고 지역 확장을 기반으로 글로벌 팬덤 접근성 향상

최초 캐릭터 MD 단독 팝업 진행



WE LITTLE RIIZE 캐릭터 팝업 (2025년 상반기)

aespa 미니 6집 'Rich Man' 팝업



LA, 뉴욕, 도쿄, 베이징 등 15개 도시 동시 진행 (2025년 하반기)

Business Highlights

SM NEXT 3.0 (경영 전략)

01 글로벌 진출 전략

- 각 아티스트의 음악과 팬덤 특성에 따라 글로벌 진출 지역을 세분화하고, 해당 지역에 특화된 활동을 확대함으로써 팬덤과의 소통 강화
- 글로벌 경쟁력 강화를 위한 전략적 파트너십 활용



02 플랫폼 전략

- 팬 커뮤니케이션 플랫폼 'Bubble'과의 콘텐츠 협업 강화
- 유튜브, 틱톡, X 등 글로벌 플랫폼과의 협업 및 신규 플랫폼 기반 기술 도입에 적극 참여하여 다채로운 K-콘텐츠 경험 제공



Business Highlights

SM NEXT 3.0 (AI활용 및 투자 전략)

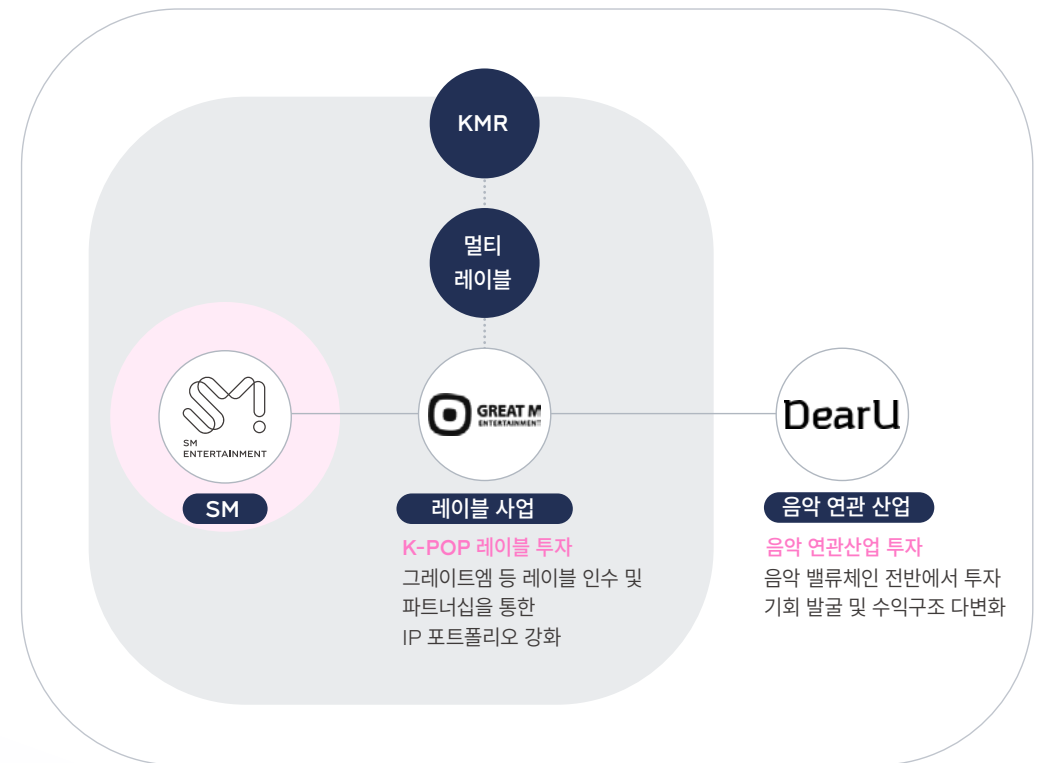
01 AI활용 전략

AI 혁신을 기반으로 기술 트렌드를 선도하며 사업 전반의 역량 고도화



02 투자 전략

음악 산업 내 투자 기회를 지속적으로 탐색하는 한편, SM의 기존 사업과 직간접적으로 연계된 분야에 대한 투자 기회도 폭넓게 고려



UN SDGs(지속가능발전목표) 실천

SDGs 영역	세부목표	2025년 주요 성과	향후 계획	보고 위치
 	<p>7.2) 2030년까지 전세계 에너지 믹스에서 신재생 에너지 비중을 대폭 늘린다.</p> <p>7.3) 2030년까지 전세계 에너지 효율의 개선율을 두 배로 늘린다.</p> <p>13.3) 기후변화 완화, 적응, 영향 감소, 조기 경보 등에 관한 교육, 인식제고, 인적·제도적 역량을 강화한다.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 환경경영체계 구축: ISO 14001 인증 갱신 • 업무용 차량의 친환경 차량 전환율 35% 달성 	<ul style="list-style-type: none"> • 업무용 차량 친환경 차량 전환율 증가 • 기후변화 대응 시나리오 분석 및 탄소중립 로드맵 수립 	P. 43, 50
	<p>12.2) 2030년까지 천연자원의 지속가능한 관리와 효율적 사용을 달성한다.</p> <p>12.5) 2030년까지 예방, 감축, 재활용 및 재사용을 통해 폐기물 발생을 대폭 줄인다.</p> <p>12.6) 기업, 특히 대기업 및 다국적 기업이 지속가능한 활동을 도입하고, 보고 체계에 지속가능성 정보를 통합하도록 장려한다.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 친환경 소재 앨범 및 MD 제작 • 뮤직비디오 소품 등 팝업 제작 시 재활용 • 아티스트 의상 업사이클 전시 • 2024 지속가능경영보고서 발간 	<ul style="list-style-type: none"> • 친환경 소재 앨범 및 굿즈 제작 비중 확대 • 공연/행사 개최 시 재활용 가능한 소재 사용 • 일회용품을 대체할 수 있는 다회용 컵 도입 	P. 44, 51
 	<p>14.1) 2025년까지 모든 형태의 해양오염, 특히 해양폐기물, 영양분 오염 등 육상생활로 인한 오염을 예방하고 현저히 감소시킨다.</p> <p>15.4) 2030년까지 지속가능한 발전에 필수적인 이익을 주는 산림 생태계의 수용력 강화를 위해, 생물다양성을 포함한 산림생태계의 보존을 보장한다.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 생물다양성 보전을 위한 광야숲 3기 조성 • 임직원 환경 봉사활동 진행 	<ul style="list-style-type: none"> • 친환경 캠페인 확대 시행 및 환경 프로젝트 기부 확대 • 환경 보호 메시지 콘텐츠 제작 	P. 53-54
	<p>8.5) 2030년까지 청년 및 장애인을 포함한 모든 남성과 여성을 위한 생산적 완전 고용과 양질의 일자리 창출 및 동일가치노동에 대한 동일임금을 달성한다.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 고용과 임금, 업무에 이르기까지 사내 전반적으로 다양성 존중 • 성별, 국적, 장애 유무로 인한 차별 없는 조직문화 조성 • 장애인 고용 	<ul style="list-style-type: none"> • 관리직, 임원직 여성 비율 증가 • 임직원 역량 강화를 위한 교육 세분화 • 복리후생 강화 	P. 62-63
	<p>16.5) 모든 형태의 부정부패와 뇌물수수를 대폭 감소시킨다.</p> <p>16.10) 국내법 및 국제법 합의에 따라, 정보에 대한 대중의 접근을 보장하고 기본적인 자유를 보호한다.</p> <p>16.b) 지속가능발전을 위한 비차별적 법규와 정책을 증진하고 강화한다.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 개인정보 보안 및 정보보호체계 운영 • 인권교육 시행 및 인권침해 신고 접수 채널 고도화 	<ul style="list-style-type: none"> • 윤리·인권 교육 강화 • 개인정보 보안 및 정보보호정책 강화 	P. 31, P. 37-38
 	<p>4.1) 2030년까지 모든 여아와 남아가 유의미하고 효과적인 학습 성과를 달성하도록 형평성 있는 양질의 초등 및 중등 교육을 무상으로 이수하도록 보장한다.</p> <p>4.2) 2030년까지 모든 여아와 남아가 초등교육을 사전 준비할 수 있도록 양질의 영·유아의 발달, 보육, 취학 전 교육에 대한 접근성을 보장한다.</p> <p>17.16) 모든 국가, 특히 개발도상국의 지속가능발전목표 달성을 지원하기 위해 지속가능발전을 위한 글로벌 파트너십을 강화하며, 지식, 전문성, 기술, 재원을 동원하고 공유하는 다양한 이해관계자 간 파트너십으로 글로벌 파트너십을 보완한다.</p> <p>17.17) 파트너십의 경험과 자원조달 전략을 바탕으로 효과적인 공공, 공공-민간, 시민사회 파트너십을 장려하고 증진한다.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • 양질의 교육 제공 <ul style="list-style-type: none"> - SMile Music Festival - SMile for U 캠페인 - SMile WoW 아티스쿨 운영 • 파트너십 <ul style="list-style-type: none"> - 아시아 지역 아동 교육을 위해 유니세프 한국위원회와 사회공헌협약 - 사회공헌 네트워크 '행복얼라이언스' 활동 - SMile Music Festival 진행을 위해 '사단법인 유스보이스'와 업무협력 - 아동청소년 오케스트라 지원을 위해 '사회복지법인 함께걷는아이들'과 협업 - 인공와우 환아 음악교육 지원을 위해 '삼성서울병원'과 협업 - 고려대학교의료원 업무협약 체결 - 유엔글로벌콤팩트(UNGC) 회원사 	<ul style="list-style-type: none"> • 양질의 교육 제공 <ul style="list-style-type: none"> - SMile Music Festival 교육 대상 및 분야 확대 - SMile for U 캠페인 대상 지역 확대 - 신규 프로그램 개발 • 파트너십 <ul style="list-style-type: none"> - 기존 파트너십 유지 및 강화 - 신규 파트너십 개발 	P. 68-75

MATERIAL ISSUES

- 24 중대성 평가
- 27 책임감 있는 콘텐츠 제작
- 29 인권경영 체계 구축
- 35 윤리경영 체계 구축
- 37 정보보안 및 개인정보 보호
- 40 기후변화 대응 체계 구축
- 44 환경을 고려한 제품 및 콘텐츠 확대

중대성 평가

SM엔터테인먼트는 기업의 지속가능성과 비즈니스에 영향을 미치는 이슈를 파악하기 위해 이중중대성평가를 실시하였습니다. 이중중대성평가는 기업의 경영 활동으로 발생한 이슈가 환경·사회에 미치는 영향(Impact Materiality)과 기업에 미치는 재무적 영향(Financial Materiality)을 함께 고려하는 평가 방식입니다. 당사는 도출된 중요이슈를 바탕으로 SM엔터테인먼트가 환경, 사회 및 이해관계자에게 미치는 영향과 외부 환경이 당사의 재무적 위험 및 기회에 미치는 영향을 식별하였으며, 내·외부 이해관계자를 대상으로 IRO¹⁾ 분석을 실시하여 최종적으로 6개의 중요이슈에 대한 우선순위를 도출하였습니다. 이중중대성평가를 통해 도출한 결과는 경영진 및 이사회 내 ESG위원회에 보고되었으며 이를 리스크 관리 프로세스에 적극 반영하고, 지속가능경영보고서를 통해 이해관계자에게 그 성과를 투명하게 공개하고 있습니다.

이중중대성평가 프로세스



1) IRO: 이슈로 인한 영향(Impact), 위기(Risk), 기회(Opportunity)

중대성 평가

평가 결과

SM엔터테인먼트는 이중중대성평가를 통해 비즈니스와 환경·사회 전반에 걸친 리스크와 기회를 분석하였으며, 그 결과 총 6개의 중요이슈를 선정하였습니다.

이슈별 환경·사회적 영향 및 재무적 영향 수준을 종합적으로 분석한 최종 우선순위는 ▲책임감 있는 콘텐츠 제작 ▲인권경영 체계 구축 ▲윤리경영 체계 구축 ▲정보보안 및 개인정보 보호 ▲기후변화 대응 체계 구축 ▲환경을 고려한 제품 및 콘텐츠 확대 순으로 도출되었습니다. 2025년 중대성 평가는 이슈 풀의 고도화 및 세분화를 통해 보다 정교한 방식으로 수행되었습니다. 그 결과, 책임감 있는 콘텐츠 제작, 윤리경영 체계 구축, 기후변화 대응 체계 구축이 전년 대비 신규 중요이슈로 도출되었습니다. 한편, 2024년 중요이슈로 선정되었던 지식재산 보호, 제품·콘텐츠 품질 강화, 폐기물 배출 관리는 금년도 중요이슈에서 제외되었으나, 해당 이슈에 대한 관리 현황 및 성과는 본 보고서를 통해 지속 공개하고 있습니다. 향후에도 정기적인 이중중대성평가를 통해 핵심 이슈를 면밀히 식별하고 관리 역량을 지속적으로 강화해 나갈 계획입니다.

●●● HIGH ●● MID ● LOW

중요이슈	사회·환경적 영향 (Impact)						재무적 영향 (Risk / Opportunity)			
	Impact	영향크기	특성	잠재	발생시기	영향받는 밸류체인	Risk / Opportunity	영향크기	특성	발생시기
책임감 있는 콘텐츠 제작	건전한 콘텐츠 제작을 통한 사회적 책임 실현	●●●	긍정	잠재	중기	고객, 지역사회	콘텐츠 신뢰도 제고에 따른 매출 안정화	●●●	기회	중기
인권경영 체계 구축	인권 이슈의 미흡한 처리로 인한 사회적 불신 및 갈등 확대	●●●	부정	실재		아티스트, 연습생, 임직원, 협력사, 지역사회	인권 이슈 발생 시 팬(고객) 이탈에 따른 매출 감소	●●●	리스크	단기
윤리경영 체계 구축	비윤리적 행위로 인한 사회적 신뢰 훼손	●●	부정	잠재	장기	임직원, 협력사, 지역사회	윤리 이슈 발생 시 브랜드 가치 훼손에 따른 주가 및 매출 감소	●●	리스크	단기
정보보안 및 개인정보 보호	보안체계 관리 미흡으로 인한 개인정보 침해 확산	●●	부정	실재		고객, 임직원, 아티스트	보안 관리 미흡 시 정보 유출 및 대응 비용 발생	●●	리스크	단기
기후변화 대응 체계 구축	탄소중립 계획 수립 및 활동에 따른 대외 평가 제고 및 기후 변화 완화	●	긍정	실재		임직원, 지역사회	저감 설비 및 관리 체계 구축에 따른 비용 부담 증가	●	리스크	단기
환경을 고려한 제품 및 콘텐츠 확대	친환경 소비에 따른 지속가능한 소비 문화 확산	●	긍정	실재		고객, 지역사회	그린워싱 논란 발생 시 소비자 이탈로 인한 매출 감소	●	리스크	단기

중대성 평가

대응현황 및 주요 성과

SM엔터테인먼트는 평가 결과를 바탕으로 중요이슈의 리스크와 기회를 체계적으로 관리하며, 핵심 중요이슈별 대응 전략, 성과와 추진 현황을 지속가능경영 보고서를 통해 투명하게 공개하고 있습니다. 앞으로도 정기적인 이중중대성평가를 통해 SM엔터테인먼트의 지속가능성에 영향을 미치는 요인을 식별하고, 이에 대한 체계적인 대응과 관리를 지속해 나갈 예정입니다.

순위	이슈명	배경 및 정의	대응 전략	2025 주요 성과	GRI Index	보고 위치
1	책임감 있는 콘텐츠 제작	콘텐츠를 기획·제작·유통하는 과정에서 사회적 영향력을 고려하여, 윤리적이고 책임감 있는 콘텐츠 제작 추진	콘텐츠 제작 전 과정 리스크 관리 체계 강화 공익 콘텐츠 제작 확대 콘텐츠 접근성 강화	영상물 등급 분류 위반 0건 한국관광공사 협업 콘텐츠 제작 및 국내 소도시 긍정 이미지 확산 VCR 다국어 서비스 제공	Non-GRI	P. 27-28
2	인권경영 체계 구축	SM엔터테인먼트 임직원뿐만 아니라 아티스트, 연습생, 협력사 등 이해관계자 전반의 인권 보호 체계 구축	인권영향평가 결과 개선 과제 이행 인권 교육 강화 아티스트 인권 보호 조치 강화	임직원 고충처리 채널 분리 운영 전 임직원 대상 성희롱 예방 및 성인지 감수성 강화 대면 교육 시행 Artist Welfare Unit 신설	406-1	P. 29-34
3	윤리경영 체계 구축	임직원 대상으로 윤리적 의사결정과 준법의식을 강화하고, 기업 운영 전반의 투명성과 공정성을 제고하기 위한 윤리경영 체계 구축	일상 감사 및 특별감사 시행 윤리·준법 교육 시행	전 직원 윤리·준법 교육 이수	205-1, 205-2	P. 35-36
4	정보보안 및 개인정보 보호	SM엔터테인먼트 임직원, 아티스트, 연습생 및 고객정보 보호를 위한 보안 체계 구축	보안모니터링 체계 강화 임직원 보안인식 개선	전문 인력 총원 및 시스템 접속 보안 강화 전사 정보보안 캠페인 시행 모의 피싱 대응 훈련 시행	418-1	P. 37-39
5	기후변화 대응 체계 구축	사업 운영 과정에서 발생하는 온실가스 배출 및 에너지 사용 등 환경 영향을 관리 하기 위한 기후변화 대응 역량 강화	2050 탄소중립 목표 수립 기후변화 리스크 및 기회 식별 기후변화 시나리오 분석 및 탄소중립 로드맵 구축	Scope3 배출량 산정 업무용 차량 하이브리드 전환(35%)	302-1, 302-3 305-1, 305-2 305-3, 305-4	P. 40-43
6	환경을 고려한 제품 및 콘텐츠 확대	MD, 콘텐츠 및 공연 제작 과정에서의 환경친화적 요소 고려	배출량 산정 대상 공연 확대 환경친화적 원·부자재 사용 확대 대외 협력 강화	한국콘텐츠진흥원 '친환경 콘텐츠산업을 위한 공연 및 행사분야 탄소배출 계산기 개발 연구' 공동 연구진 참여 일회용 봉투 감축을 위한 리유저블백 기획 및 판매 사내 신년 키트 제작 시 친환경 및 재활용 소재 사용	Non-GRI	P. 44-46

MATERIAL ISSUES 1.

책임감 있는 콘텐츠 제작

거버넌스

SM엔터테인먼트는 각 제작 부서에서 양질의 콘텐츠를 기획, 제작하며 아티스트의 커리어와 비즈니스 관련 업무를 담당하고 있습니다. 아티스트 및 제작 센터는 아티스트의 성장 과정을 총괄하며 아티스트의 커리어와 비즈니스와 관련된 업무를 수행하고 아티스트의 음반과 관련된 시각적 콘텐츠를 기획하고 제작합니다. 마케팅 센터와 사업 센터는 공연, 영상, MD/브랜딩, 라이선싱 등을 총괄 기획, 운영하며 최고 수준의 공연 및 영상 콘텐츠를 제작, 연출하여 팬들에게 새로운 경험을 제공하고자 노력하고 있습니다. 또한 IP의 매력을 극대화한 자체 제작 영상 프로젝트를 기획, 제작하여 창의적이고 의미있는 콘텐츠를 만들어내고 있습니다.

책임감 있는 콘텐츠 제작을 위한 의사결정 체계



전략

SM엔터테인먼트는 콘텐츠를 제작하는데 있어 폭력, 차별, 선정성 요소에 대한 관리를 강화하여 이용자와 사회에 미치는 부정적 영향을 최소화하고 있습니다. 또한 콘텐츠 산업 내 지속가능성 제고를 위한 대한민국 10대 주요 콘텐츠 기업과의 협력체계를 구축하는 등 궁극적으로 대중문화의 사회적 책임을 실현하고자 노력하고 있습니다.

‘K-콘텐츠 ESG 리더스’ 참여

SM엔터테인먼트는 2025년 한국콘텐츠진흥원이 발족한 ‘K-콘텐츠 ESG 리더스’에 참여하여 콘텐츠 산업 전반의 지속가능성 제고를 위한 방안을 논의하였습니다. 본 협의체는 SM엔터테인먼트를 포함한 10개사가 함께 참여하고 있으며, 향후 환경적 책임, 사회적 가치, 투명 경영 영역에서 공동 의제를 발굴하고 실천 방안을 모색하는데 적극 협력해 나갈 예정입니다.

공연 콘텐츠 사전 점검

VCR 송출 시 다국어 자막이 제공되며 공연장 주요 내용 안내문에 다국어를 사용하고 있습니다. 현지 공연 전에는 국가별 사회, 문화적 주의사항을 숙지하고 현지에 맞게 공연 중 송출되는 영상을 편집하고 있습니다.

한국관광공사 협업

한국의 소도시를 소개하고 전통 문화와 관광 자원을 알리기 위한 목적으로 한국관광공사와 협업하여 한국의 아름다움을 외국인 관광객에게 전달하고 있습니다. 자사 아티스트를 통해 국내 소도시의 문화·관광 자원을 재조명하고 지역사회에 대한 긍정적 인식 확산에 기여하고 있습니다.

영상 콘텐츠 리뷰 프로세스 확립

AI 프로그램을 활용하여 영상 콘텐츠에 대한 시청자의 긍정적, 부정적 반응을 확인하고 이를 개선사항에 적용하여 더 나은 콘텐츠를 만들어가고 있습니다.

영상 콘텐츠 가이드 준수

영상 콘텐츠 제작 시 자막을 검수하고 시청에 유의해야 할 사항이 있는 경우 초반에 자막으로 고지합니다. 국가, 사회적으로 중요한 이슈가 있는 시기에는 예능 콘텐츠 업로드를 지양하고 있습니다.

아동·청소년 보호

SM엔터테인먼트에서 제작하여 국내에서 상영되는 영화와 비디오물은 영상물등급위원회로부터 등급분류를 받고 있습니다. 아동·청소년에게 부정적 영향을 줄 수 있는 요소로부터 아동·청소년을 보호하며 나이에 맞는 영상물을 즐겁고 유익하게 관람할 수 있도록 콘텐츠를 제작하고 있습니다

곡·안무 리스크 점검

곡과 안무를 기획하고 결과물을 만드는 전 과정에서 부적절한 표현 및 표절 등을 확인하는 절차를 거치고 있습니다.



MATERIAL ISSUES 1.

책임감 있는 콘텐츠 제작

리스크 관리

SM엔터테인먼트는 콘텐츠가 이용자와 사회에 미치는 부정적 영향을 최소화하기 위해, 각 제작 부서가 사전에 리스크를 식별, 통제, 완화하고 상시 모니터링을 수행하고 있으며, 주요 이슈는 경영진에 정기 및 비정기적으로 보고하고 있습니다. 공연과 영상을 비롯한 콘텐츠 전반의 기획부터 공개에 이르는 전 과정에서 유해 요소를 사전에 식별 및 관리하고 있으며, OTT 등을 통해 송출되는 영상 콘텐츠의 경우 자체 콘텐츠 제작 가이드를 기반으로 리스크를 검토하고 있습니다. 또한 각 제작 부서를 포함한 유관 부서는 콘텐츠의 폭력성, 선정성, 표절 등 다양한 리스크를 점검함으로써 그 영향을 최소화하기 위해 노력하고 있습니다.

지표 및 목표

SM엔터테인먼트는 책임감 있는 콘텐츠 제작을 통해 영상물의 공공성과 윤리성을 확보하고, 유해 매체로부터 청소년을 보호하기 위해 '영상물 등급 분류 위반 제재 건수' 지표를 관리하고 있습니다. 아울러 전사 차원의 콘텐츠 리스크 관리 체계를 고도화하여 양질의 콘텐츠를 제작하기 위한 목표를 수립·이행해 나가고 있습니다.

영상물 등급 분류 위반 현황

단위: 건

구분	2023년	2024년	2025년
영상물 등급 분류 위반 건수	0	0	0

목표

2026-2027년

• 전사 콘텐츠 제작 전반 공동 체크리스트 도입 예정

2028-2029년

• 콘텐츠 리스크 검토 전담 부서 신설

2030년 이후

• 주요 계열사 대상 콘텐츠 리스크 점검 과정 적용

MATERIAL ISSUES 2.

인권경영 체계 구축

거버넌스

SM엔터테인먼트는 이사회 산하 ESG위원회에서 인권경영 안건을 다루고 있으며, 대표이사(CEO)는 인권경영 책임자의 역할을 수행하고 있습니다. 인권경영협의체는 인권경영 실무를 진행하는 부서들의 협의체로, 조직문화 Unit은 인권 존중 문화를 구축하고 인권 교육을 실시하며 인사 Unit은 관련 제도를 만들고 리스크에 대응합니다. 사업법무 Unit은 비윤리행위에 대응하고 인권 보호를 위한 업무를 수행합니다. CSR Unit은 인권보호 문화 확산을 위해 노력하고 있습니다.

인권경영 의사결정 및 실행체계



전략

인권경영 선언

SM엔터테인먼트는 모든 이해관계자의 인권 존중 및 보호를 위해 노력하고 있습니다. 2022년 인권, 노동, 환경 개선, 반부패 활동에 관한 유엔글로벌콤팩트(UNGC: United Nations Global Compact)에 가입하였으며, 국제노동기구(International Labor Organization) 선언 등 인권에 관한 국제적 원칙을 준수하고 있습니다. 인권영향평가를 실시하고 리스크를 예방 및 완화하기 위해 최선을 다하며, 인권 피해가 발생하는 경우 고충처리 프로세스에 따라 인권과 관련된 고충 처리 및 구제를 실행하고 있습니다.

다양성 및 포용성

SM엔터테인먼트는 인종, 국적 또는 출신 지역, 민족, 종교, 성별, 연령, 성적체성, 정치적 견해 등을 이유로 어떠한 차별도 하지 않으며, 다양성, 평등, 포용성의 가치(DEI - Diversity, Equity, Inclusion)가 확산될 수 있도록 노력합니다.

강제노동 및 미성년자 고용 금지

SM엔터테인먼트는 구성원들의 자유의사에 반하는 비자발적 노동을 강요하지 아니며, 원칙적으로 미성년자의 고용을 금지합니다. 합법적으로 미성년자를 고용하는 경우, 이들에게 법이 정한 기준 이상의 배려를 시행합니다.

나아가 SM엔터테인먼트는 소속 아티스트, 연습생의 연예 활동을 지원하고 교육 등을 진행함에 있어 소속 아티스트, 연습생의 의사를 최대한 존중하고 인권을 보호합니다.

안전, 건강을 위한 조치

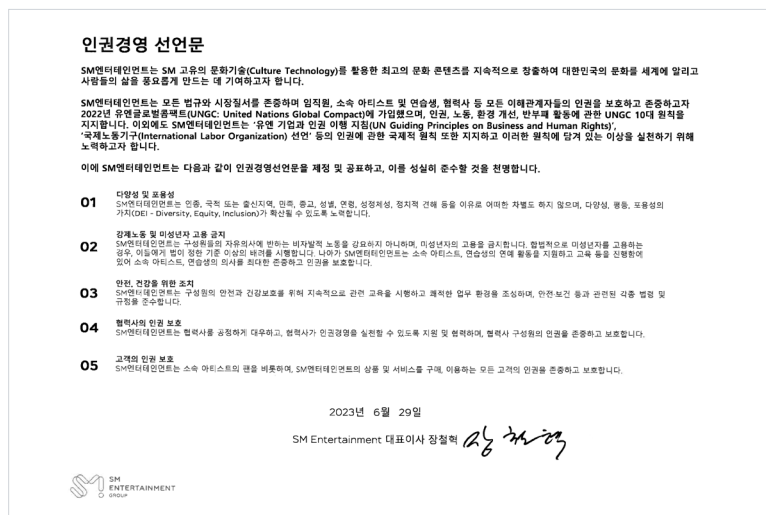
SM엔터테인먼트는 구성원의 안전과 건강 보호를 위해 지속적으로 관련 교육을 시행하고 쾌적한 업무 환경을 조성하며, 안전·보건 등과 관련된 각종 법령 및 규정을 준수합니다.

협력사의 인권 보호

SM엔터테인먼트는 협력사를 공정하게 대우하고, 협력사가 인권경영을 실천할 수 있도록 지원 및 협력하며, 협력사 구성원의 인권을 존중하고 보호합니다.

고객의 인권 보호

SM엔터테인먼트는 소속 아티스트의 팬을 비롯하여, SM엔터테인먼트의 상품 및 서비스를 구매, 이용하는 모든 고객의 인권을 존중하고 보호합니다.



인권경영 선언문



MATERIAL ISSUES 2.

인권경영 체계 구축

전략

임직원 인권 교육

SM엔터테인먼트는 전체 임직원을 대상으로 인권 교육을 실시하며 모든 인원이 수료할 수 있도록 독려하고 있습니다. 2025년 상반기에는 전체 임직원을 대상으로 성희롱 예방 및 성인지 감수성 강화를 위한 대면 교육을 진행하였습니다. 교육은 노무사 전문 강사의 실제 사례 분석을 통해 법적 준수 사항을 명확히 학습하는 한편 조직문화 전문가와 함께 성인지 감수성이 높은 조직을 만들기 위한 실질적인 소통 전략을 모색하는 시간으로 구성되었습니다. 이를 통해 임직원들은 실제 현장에서 발생할 수 있는 사례들을 심도 있게 학습하며 건강한 조직문화 형성을 위한 구체적인 방법론을 익혔습니다.

임직원 인권 교육 현황¹⁾

단위: 명(%)

교육명	2023년	2024년	2025년
인권경영 교육	672(100)	799(100)	850(100)
직장 내 괴롭힘 방지 교육	709(100)	799(100)	850(100)
직장 내 성희롱 예방 교육	709(100)	799(100)	850(100)
장애인 인식 개선 교육	709(100)	799(100)	850(100)

1) 교육 당시 재직 임직원 수 기준

고충처리

SM엔터테인먼트는 인권과 관련된 고충처리 및 구제를 위해 관련 정책을 수립하고 프로세스를 구축하였습니다. 금품 수수, 인사 청탁, 부정행위, 직원 불만, 직장 내 성희롱, 갑질 행위 등에 대해 문제 제기를 할 수 있으며 접수된 사안은 인사 Unit, 사업법무 Unit에서 절차에 따라 조사하고 관련 조치를 취하고 있습니다. 또한 모든 임직원이 안전하고 존중 받는 환경에서 근무할 수 있도록 2025년에 직장 내 괴롭힘 및 성희롱 대응 체계를 전면 개편하였습니다. 제보 편의성을 극대화하기 위해 임직원이 일상 업무 중에도 즉각적으로 도움을 요청할 수 있도록 사내 그룹웨어 내 관련 메뉴를 상시 배치하였습니다.

직장 내 괴롭힘 및 성희롱 전용 신고 채널 신설

기존 통합 채널에서 한 단계 나아가 사안의 특수성을 고려한 전용 신고 페이지를 구축하였습니다. 이를 통해 제보의 전문성을 확보하고 제보자의 심리적 안전감을 높여 인권 침해 사안에 더욱 기민하게 대응하고 있습니다.

제보자 중심의 신고 방식 선택권 보장

제보자가 처한 상황과 의사를 최우선으로 존중하여 실명 또는 익명 접수 방식을 자유롭게 선택할 수 있도록 하였습니다. 모든 제보는 관련 법령 및 사내 보안 정책에 따라 철저히 비밀이 엄수되며, 신고로 인한 불이익이 발생하지 않도록 신고자 보호 원칙을 엄격히 준수합니다.

투명한 운영 정책 및 사용자 친화적 가이드 제공

제보의 편의성을 극대화하기 위해 신고 페이지 내에 단계별 작성 가이드를 친절하게 안내하고 있습니다. 또한, 운영 정책과 제보 처리 절차를 대외적으로 투명하게 공개함으로써 조사 과정에 대한 신뢰도를 높이고 공정한 처리가 이루어지도록 보장합니다.

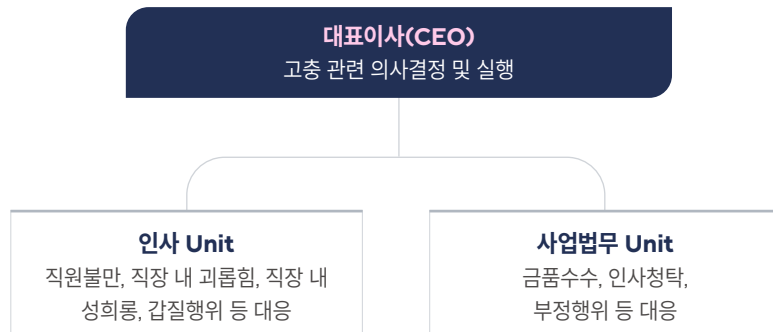
사내 시스템(그룹웨어) 연동을 통한 접근성 극대화

임직원들이 일상 업무 중에도 즉각적으로 도움을 요청할 수 있도록 사내 그룹웨어 내 관련 메뉴를 상시 배치하였습니다. 인권 침해 발생 가능성에 대한 사전 대응을 강화하기 위해 신고 접근성을 제고하고, 초기 단계에서부터 리스크를 식별·관리하고 있습니다.

MATERIAL ISSUES 2. 인권경영 체계 구축

전략

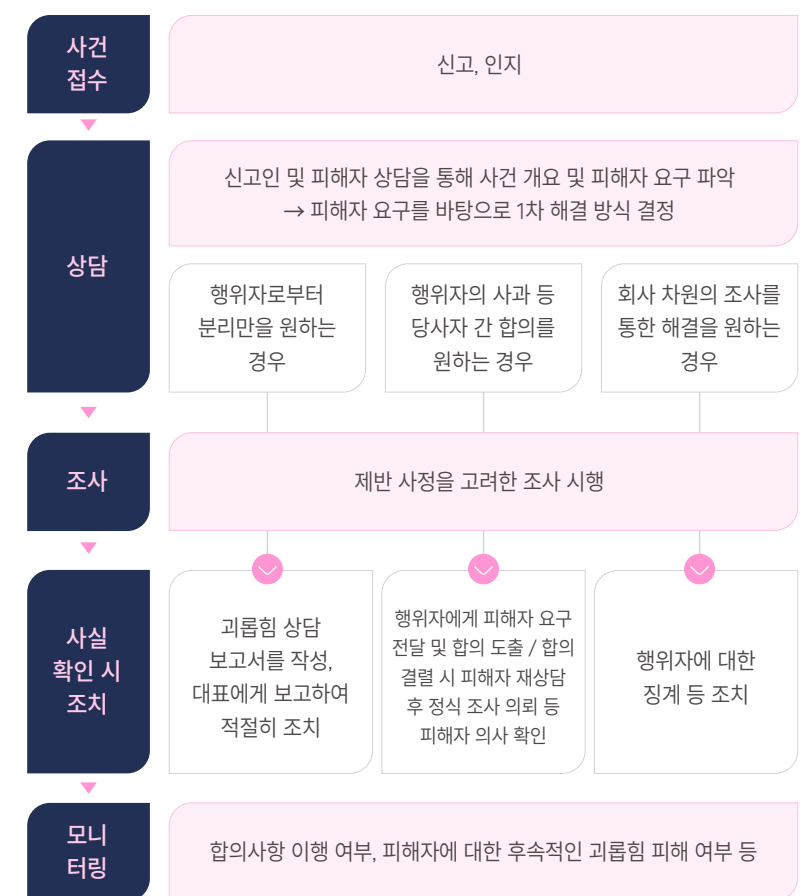
고충처리 의사결정 체계



고충처리 채널

	신고유형	접수방식
비윤리행위 신고	금품수수, 인사청탁, 부정행위, 직원불만, 직장 내 성희롱, 갑질행위, 기타	위 신고처를 통한 온라인 제보
직장 내 괴롭힘 / 성희롱 신고	직장 내 괴롭힘, 직장 내 성희롱	위 신고처를 통한 온라인 제보 또는 인사 Unit장에게 유선 혹은 메일 제보

고충처리 프로세스



MATERIAL ISSUES 2.

인권경영 체계 구축

전략

아티스트 인권 보호 조치

SM엔터테인먼트는 임직원, 아티스트, 협력사, 팬을 포함하여 당사의 기업활동에 직간접적으로 영향을 받는 모든 이해관계자에 대한 인권 보호와 존중을 최우선 과제로 삼고 있습니다. 특히 엔터테인먼트 산업에서 아티스트의 권익 침해 이슈가 다양한 형태로 나타나고 그 심각성이 확대되고 있는 만큼, 당사는 이에 대한 대응과 예방 활동을 중점적으로 추진하고 있습니다. 광야119 Unit 및 사업법무 Unit은 회사의 공식 제보 채널인 'KWANGYA 119' 사이트 등을 통해 접수된 사안을 신속하고 전문적으로 처리하며, 아티스트를 대상으로 한 명예훼손, 사생활 침해, 온라인상의 괴롭힘 및 악성 댓글, 허위사실 유포 등 다양한 형태의 인권침해 문제에 적극 대응하고 있습니다. 또한 피해 아티스트에 대한 법적 조치 및 심리적 지원 등 실효성 있는 보호 조치를 제공하고 있으며, 아티스트 권익 보호를 위한 지속적인 모니터링과 사전 예방 활동을 병행하여 인권침해 사안이 발생하지 않도록 최선의 노력을 다하고 있습니다.

인권경영 의사결정 및 실행체계



아티스트 인권 보호 목표

- 2025년 성과**
 - 'KWANGYA 119'에 접수된 제보에 대해 전문 자문기관 및 파트너사와 협력하여 대응(100% 응답)
- 중장기 목표**
 - 글로벌 SNS 등에서 이루어지는 비방, 루머 등에 법적 조치 시행
 - 딥페이크 등 AI 기술을 매개로 한 아티스트 권익 침해 양상에 대한 지속적 모니터링 및 강력한 법적 대응 시행

Artist Welfare 지원

SM엔터테인먼트는 아티스트가 지속가능하고 건강하게 활동할 수 있도록 전반적인 지원을 제공하는 조직으로 Artist Welfare Unit을 신설하였습니다. Artist Welfare Unit은 아티스트 대상 개인 맞춤형 심리 지원 및 정서적 지원 등을 통해 아티스트의 활동 과정에서의 스트레스 요인과 잠재 리스크를 사전에 예방·관리하고 있습니다. 또한 레슨을 연계하여 아티스트 개별 역량을 강화하며 아티스트가 안정적이고 행복하게 활동할 수 있는 기반을 구축해 나가고 있습니다.

MATERIAL ISSUES 2.

인권경영 체계 구축

전략

인권 존중 원칙을 적용한 연습생 육성

SM엔터테인먼트는 1995년 설립 이래 업계 최초로 캐스팅, 트레이닝, 프로듀싱, 매니지먼트를 아우르는 체계적인 아티스트 육성 시스템을 도입하였으며, 연습생을 선발하고 육성하는 모든 과정에서 인권 존중의 원칙을 실현하고 있습니다. 지난 30년간 구축해 온 SM엔터테인먼트만의 노하우가 담긴 고유한 방식으로 캐스팅, 평가, 트레이닝, 데뷔 과정을 진행하고 있습니다. 선발된 연습생은 아동·청소년으로서 인권을 보호하고 존중하는 시스템 하에서 미래의 아티스트로 성장하고 있습니다.

연습생 학습권 보장

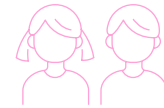
SM엔터테인먼트는 연습생이 자아정체성과 자신감을 갖고 자기 주도적으로 성장하여 아티스트로서의 활동뿐만 아니라 성숙한 시민으로 살아갈 수 있도록 교육을 제공하고 있습니다. 이를 위해 트레이닝, 중등교육, 인문·공익 교육 등의 프로그램을 적기에 제공하여 연습생의 학습권을 보장하고 있습니다. 특히 미성년자 연습생의 경우 중, 고등학교에 해당하는 전·후기 중등교육을 마칠 수 있도록 제도적으로 지원하고 있으며 개인별 맞춤 학습 또한 제공하고 있습니다.

연습생 학습 분야



트레이닝

- 보컬, 댄스, 랩
- 연기
- 언어
- 운동
- 악기



중등교육

- 중등교육 학습 및 등하교 지원
- 검정고시 지원
- 역사교육
- 국가별 문화 교육
- 성교육



인문·공익 교육

- 독서토론
- 세계시민교육 (기후위기, 다양성, 분쟁, 공감, 나눔, 인권 등)
- 봉사활동 및 재능나눔활동
- 자사 공연 참관 및 해외 워크숍 지원



생활·정서 지원

- 심리 상담 및 정기 면담 진행
- 정기 건강검진 진행
- 숙소, 식사, 이동 지원
- 숙소 안전관리 시스템 구축
- 담당 직원 관리 시스템 구축
- 외국인 연습생 항공권 무상 제공

연습생 인권 보호

SM엔터테인먼트는 2022년 국가인권위원회 인권경영 시범 사업 참여 결과 도출된 인권경영 체크리스트의 '아동, 청소년 인권'에 해당하는 노동권, 생존권, 보호권, 참여권, 학습권을 준수하고 실천하고 있습니다. 2024년에 외부 기관을 통해 인권 영향평가를 시행하여 인권 보호 상황을 점검하고 개선 과제를 도출하였으며 매해 진행 내용을 확인하고 개선해 나가고 있습니다.

구분	진행 및 내용
노동권	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 연습생과 '표준계약서'에 의거하여 계약한다. ✓ 연습생에게 상해보험에 관한 정보를 충분히 안내한다. ✓ 연습생과 계약 종료 후 연습생의 동종업계 재취업을 방해하지 않는다.
생존권	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 연습생의 건강과 안전, 복지를 관리하는 책임자를 고용한다. ✓ 연습생 합숙 시설을 전문적으로 관리하는 인원을 고용한다. ✓ 연습생에게 정기적으로 건강검진을 제공한다. ✓ 연습생에게 질병 발생 시 회사 차원에서 충분한 지원을 한다.
보호권	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 연습생의 개인정보가 유출되지 않도록 보호 조치를 시행한다.
발달권	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 연습생이 정서불안을 호소할 경우 심리 상담을 충분히 제공하도록 지침을 마련한다. ✓ 회사는 미성년 연습생의 인성교육 및 정신건강 지원에 관한 심리 상담 등을 지원한다.
참여권	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 회사는 연습생의 인권과 안전을 보장하기 위한 정보를 제공한다. ✓ 회사는 인권침해 문제해결 과정에서 연습생의 의견을 반영하고 참여권을 보장한다. ✓ 회사가 부속합의서를 수정하여 사용할 경우 연습생의 동의를 구한다. ✓ 회사는 연습생에게 계약 내용에 관한 설명을 충분히 실시한다.
학습권	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 회사는 미성년 연습생의 학습권을 충분히 보장하도록 대책을 마련한다.



MATERIAL ISSUES 2.

인권경영 체계 구축

리스크 관리

인권영향평가 실시

SM엔터테인먼트는 경영활동을 통해 발생할 수 있는 부정적 영향을 식별하고 이를 방지·완화하기 위한 개선 과제를 도출하여 이행함으로써 사업 전반의 인권 리스크를 전략적으로 관리하고자 외부 전문가와 함께 인권영향평가를 실시하였습니다. 2022년 국가인권위원회와 SM엔터테인먼트가 함께 개발한 인권영향평가 체크리스트를 기반으로 인권경영 유관 부서의 자가 점검 등 이행률을 점검하였으며, 2024년 전체 임직원 및 협력사 등 주요 이해관계자를 대상으로 인권 실태조사를 실시했습니다. 이를 통해 직급별 심층 인터뷰를 통해 현황을 진단하고 개선 사항을 파악하여 인권경영 로드맵을 도출하였습니다. 특히 인권영향평가는 임직원 뿐 아니라 연습생, 공급망까지 인권 위험에 취약한 이해관계자 범위를 확대해 진행했습니다. 2025년 CHO, 인사 Unit 등 인권경영 전담 부서와 인권영향평가 결과보고서를 검토하고 개선사항을 논의하였습니다. SM엔터테인먼트는 인권영향평가 내용 및 인권경영 로드맵을 바탕으로 회사의 윤리적이고 인권 친화적인 경영환경 및 조직 문화를 구축하기 위해 노력하고 있습니다.

인권영향평가에 따른 개선과제 도출 및 실행

SM엔터테인먼트는 잠재적 인권 이슈를 식별하기 위해 인권영향평가 체크리스트 결과와 주요 이해관계자 대상 인권 실태조사 결과 분석 등을 통해 인권경영 개선 과제를 도출했습니다. 그 결과 향후 인권 정책 수립과 인권영향평가의 정기화, 내부 교육 세분화, 인권정책 다국어 제공, 인권 전담 부서에 대한 전문 교육 실시 등의 과제를 파악할 수 있었습니다. 2025년에는 인권경영 교육을 세분화하고 인권신고 접수 채널을 분리하여 운영하였으며 실명 또는 익명으로 접수 방식을 자유롭게 선택할 수 있게 하였습니다. SM엔터테인먼트는 도출된 과제를 단계적으로 실행하여 인권 존중 문화를 내재화하고 있습니다.

지표 및 목표

지표

단위: 건

구분	2023년	2024년	2025년
차별신고 건 수 ¹⁾	0	0	0

1) 자사 고충처리 시스템 및 신고페이지를 통해 접수된 건수입니다.

목표

구분	2026-2027년	2028-2029년	2030년 이후
인권경영체계 고도화	•인권경영협의체 설치 및 운영 정례화	•인권정책 다국어 제공 •구제 절차 매뉴얼 수립 •협력사 대상 인권 경영 체계 구축	•인권 구제 시스템 고도화
리스크 관리 체계 고도화	•인권영향평가 격년 1회 실시	•인권영향평가 결과에 따른 개선 활동 진행	•인권영향평가 격년 1회 실시
인권경영 내재화	•회사의 인권경영 이행 시스템 및 구제 절차에 대한 내부 교육 연 1회 이상 실시	•인권 유관부서에 대한 특화 교육 연 1회 이상 실시	•직장 내 괴롭힘 및 성희롱 등 예방을 위한 내규 수립 •환경권 보장 노력 강화

MATERIAL ISSUES 3.

윤리경영 체계 구축

거버넌스

SM엔터테인먼트는 윤리경영 실행 기반으로 상법에 따라 준법지원인을 선임하여 기업 활동 전반의 법적 위험을 관리하고 있습니다. 이사회를 통해 선임된 준법지원인은 회사 경영활동 전반에 대한 준법 통제, 임직원 대상 각종 교육 등의 활동을 진행하며 상법 및 준법통제기준에 따른 준법통제업무 수행 결과를 이사회에 보고합니다.

준법경영 의사결정 조직

준법지원인	통합적인 준법통제활동을 수행하며 임직원 대상으로 준법 교육 제공, 상법 및 준법통제기준에 따른 준법통제업무 수행 결과를 이사회에 보고
Compliance 실	기업법무 Unit, 사업법무 Unit과 소통하여 준법통제 업무를 수행 및 지원하며 준법통제업무 수행 결과를 준법지원인에게 상시 보고
내부통제 Unit	「주식회사 등의 외부감사에 관한 법률」과 동법 시행령, 내부회계관리제도 운영위원회에서 발표한 「내부회계관리제도 설계 및 운영개념체계」, 「외부감사 및 회계 등에 관한 규정 시행세칙」 제3조의2에 따른 「내부회계관리제도 평가 및 보고 기준」에 따라 내부회계관리제도 위험평가, 설계 및 운영평가 등 관리 업무를 수행하며 평가 단계별로 그 결과를 내부회계관리자 및 감사에게 보고하고 외부감사인에게 제출

전략

준법통제기준

SM엔터테인먼트는 공정하고 투명한 업무 수행을 도모하고 회사의 발전과 고객의 신뢰를 확보하기 위하여 준법통제기준을 제정, 시행하고 있습니다. 해당 기준을 통해 준법지원인의 선임과 조직구성, 역할에 대해 규정하고 유형별 법적 위험에 대한 처리방안을 제시하고 있습니다.



준법통제기준

윤리규범

SM엔터테인먼트는 모든 경영활동에서 지켜야 할 행동양식과 가치판단의 기준으로 「윤리규범」을 제정하여 실천하고 있습니다.

주주 및 투자자에 대한 자세	모든 주주에 대해 평등한 대우 및 투명한 정보 제공
고객에 대한 자세	고객 존중 및 고객 보호
사업 파트너 등에 대한 자세	공정 경쟁 및 공정 거래
사회에 대한 책임	법규의 준수, 사회발전에 기여 및 환경 보호
임직원에 대한 책임	공정한 대우 및 안전하고 쾌적한 근무환경 조성
임직원의 기본 윤리	업무수행, 회사 재산의 보호, 이해상충행위 금지 등



MATERIAL ISSUES 3.

윤리경영 체계 구축

전략

내부회계관리제도

SM엔터테인먼트는 「주식회사 등의 외부감사에 관한 법률」과 동법 시행령, 내부회계관리제도 운영위원회에서 발표한 「내부회계관리제도 설계 및 운영 개념체계」, 「외부감사 및 회계 등에 관한 규정 시행세칙」 제3조의2에 따른 별표6 ‘내부회계관리제도 평가 및 보고 기준’에 따라 내부회계관리제도를 설계, 운영 및 평가하고 있습니다.

대표이사 및 내부회계관리자는 매년 내부회계관리제도 운영실태를 평가하고 그 결과를 주주, 이사회 및 감사에게 보고하며, 감사는 보고받은 내부회계관리제도 운영실태를 점검하고 평가하여 그 결과를 주주, 이사회에 보고하고 있습니다. 외부감사인은 매년 회사의 내부회계관리제도를 감사하여 감사보고서에 감사 의견을 표명하고 있습니다.

내부회계관리제도 교육 현황

단위: 회, 명

구분	2023년	2024년	2025년
횟수	1	1	1
인원	373	367	351

리스크 관리

내부감사제도

SM엔터테인먼트는 감사규정을 통해 내부감사에 관한 기준과 절차 등을 규정하여 공정하고 체계적인 내부감사제도를 확립하고 관련 업무의 수행에 적정을 기하고 있습니다. 규정에 따라 일상 감사(상시)와 특별감사(비상시)를 시행하고 있습니다.

내부감사 범위	<ul style="list-style-type: none"> • 회계 및 일반 업무 집행과 관련된 제반 사항 • 각종 사규의 준수 여부 • 감사 결과에 따른 시정·개선 필요 사항 등의 이행 여부 • 기타 업무상 비위행위 등 내부감사가 필요하다고 판단되는 사항
감사결과 처리	<ul style="list-style-type: none"> • 감사부서는 법령 또는 사규에 위반되는 행위, 기타 부당하다고 인정되는 행위나 사실이 확인될 경우 피감사부서 및 피감사인에게 그 시정·개선을 요구할 수 있음. 특히 회사에 금전적 손실을 끼친 사안의 경우에는 이에 대한 즉각적인 회복 조치를 요구할 수 있음 • 감사부서는 제도의 흠결이나 운영상의 문제점이 확인될 경우 대표이사 및 준법지원인에게 관련 개선 방안 등을 건의할 수 있음 • 감사부서는 내부감사와 관련하여 특별한 기여를 한 임직원에 대해서는 대표이사에게 포상을 건의할 수 있으며, 회사에 손실을 끼치거나 기타 업무상 비위행위를 한 임직원에 대해서는 대표이사에게 징계를 건의할 수 있음
사후 관리	<ul style="list-style-type: none"> • 감사부서는 감사보고서를 승인 받는 즉시 피감사부서 및 피감사인에게 감사 결과(시정·개선 필요 사항 및 이행기한 포함)를 통보함 • 피감사부서 및 피감사인은 통보된 이행기한 내에 해당 조치들을 완료하고 그 결과를 감사부서에 제출하여야 함. 감사부서는 해당 조치 및 결과를 직접 확인할 수 있음

지표 및 목표

SM엔터테인먼트는 윤리경영 관련 법규를 준수하고, 모든 임직원이 지켜야 할 행동양식과 가치 판단의 기준으로서 윤리규범을 제정, 실천하고 있습니다. 이와 더불어 윤리/준법 관련 이해도 제고를 위해 연 1회 임직원 교육을 실시하고 있습니다.

윤리/준법 교육 이수 현황

단위: 회, 명(%)

구분	2023년	2024년	2025년
횟수	1	1	1
인원(%) ¹⁾	663(100)	799(100)	850(100)

1) 교육 당시 재직 임직원 수 기준이며 연말 기준 재직자 수와 차이가 있을 수 있습니다.

목표

계열사 대상으로 윤리규범을 지속 전파하고 윤리실천서약서를 도입하여 윤리 및 준법경영을 확대 실천할 예정입니다.

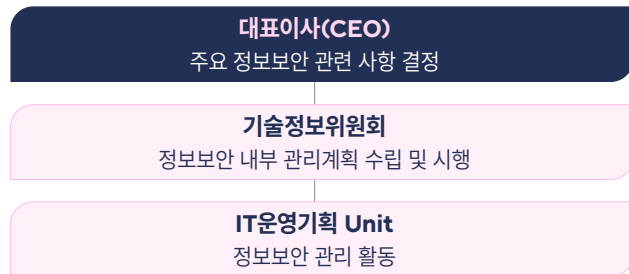
MATERIAL ISSUES 4.

정보보안 및 개인정보 보호

거버넌스

SM엔터테인먼트는 내부 및 외부 위협에 대응하기 위해 전담 부서인 IT운영기획 Unit에서 정보통신망법, 개인정보보호법 등 개정에 따른 영향도를 검토하고 자사의 정보보안 역량을 강화하고 있습니다. 고객 및 임직원의 개인정보를 위해 개인 정보 내부관리계획을 수립하고 해당 계획에 따른 점검을 통해 자사의 위험을 식별하며 개선활동을 추진하고 있습니다.

정보보호 의사결정 및 실행체계



구분	역할 및 책임
개인정보보호 책임자	개인정보 보호 업무 총괄, 내부 관리계획 수립 및 시행, 개인정보 보호 조직 운영 및 관리
개인정보보호 관리자	개인정보 보호 관련 실무 총괄, 개인정보 보호 담당자 및 업무 수행 감독
개인정보보호 담당자	개인정보 보호 실무 수행, 내부 점검 및 정책 준수 모니터링
개인정보취급자	개인정보 처리 및 보안 유지, 개인정보 보호 활동 (교육, 캠페인) 참여, 개인정보 침해 예방

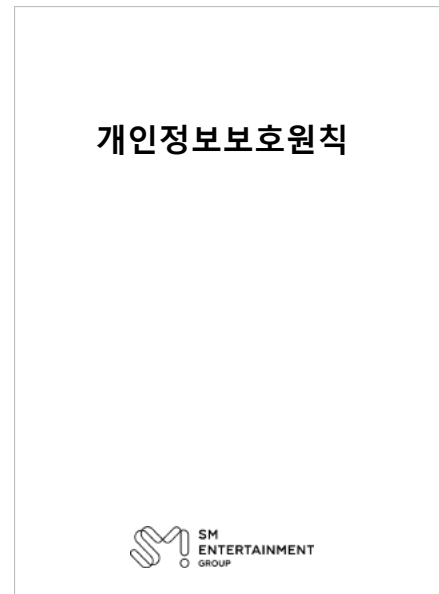
전략

정보보호 정책

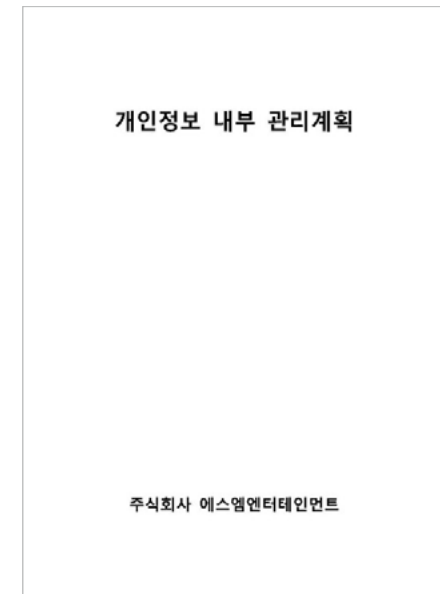
SM엔터테인먼트는 고객, 임직원, 협력사 등 모든 정보 주체의 개인정보를 소중히 여기며, 개인정보의 보호를 중요한 사회적 책임으로 인식하고 있습니다. 개인정보 보호법 등 관련 법령을 준수하며 「개인정보보호원칙」에 따라 개인정보를 안전하게 보호하고 있습니다.

개인정보 관리

SM엔터테인먼트는 개인정보 보호와 정보보안 강화를 위해 지속적으로 노력하고 있으며 관련 법령을 준수하고 강력한 보안 체계를 마련하여 운영하고 있습니다. 이를 통해 고객 및 임직원의 개인정보를 안전하게 보호하며 개인정보 처리의 투명성과 신뢰성을 확보하고자 합니다. 신규 프로모션 및 이벤트 진행 시 개인정보 수집 및 이용 동의를 받는 등 보안검토를 통해 안전성을 확보하였습니다. 정기 취약점 진단을 통해 개인정보 유·노출 여부를 점검하고 개인정보 보호법규 준수사항을 점검하며 개선하고 있습니다. 개인정보를 취급하는 수탁사 대상으로 관리현황을 점검하고, 더욱 안전하게 관리될 수 있도록 수탁사 개인정보 관리체계를 개선하고 있습니다.



개인정보보호원칙 표지



개인정보 내부 관리계획 표지

MATERIAL ISSUES 4.

정보보안 및 개인정보 보호

전략

정보보호 교육

SM엔터테인먼트는 정보보호에 대한 임직원의 인식 제고를 위하여 연 1회 정보 보호 교육을 실시하고 있습니다. 급격하게 변화하는 디지털 환경을 고려하여 정기 교육 외 시급한 내용은 인트라넷 및 전자 메일 고지를 통하여 교육 내용을 안내하고 있습니다. 아울러 생성형 AI 사용 시 유의 사항을 안내함으로써 안전한 사내 보안 환경을 구축해 나가고 있습니다.

주요 정보보호 활동

인프라 보안 강화	<ul style="list-style-type: none"> • 보안 프로그램 정책 강화 및 서버 보안 점검(연 1회) • 무선 네트워크 보안 기능 강화
임직원 보안 인식 개선	<ul style="list-style-type: none"> • 개인정보 보호 및 정보보안 교육(연 1회) • 정보보호 사고 사례 전파 및 주의 사항 가이드(상시) • 보안인식 개선 모의 훈련 및 캠페인 시행(연 1회)
보안 모니터링 체계 강화	<ul style="list-style-type: none"> • 내부 시스템 접속 시 VPN 및 2차 인증 적용을 통한 안전한 접속환경 구축 • 보안 시스템 이상 징후 알림 분석 강화
취약점 점검 및 개선	<ul style="list-style-type: none"> • 외부 공개 서비스 대상 취약점 점검 및 개선(연 1회)
백업·복구 훈련 체계 점검	<ul style="list-style-type: none"> • 중요 DB 대상 백업 및 복구 훈련을 통한 백업 체계 및 보안성 강화(연 1회)

정보보호 투자

SM엔터테인먼트는 이용자의 안전한 인터넷 이용 및 정보보호 투자 활성화를 위하여 정보보호 투자, 인력, 인증, 활동 등 기업의 정보보호 활동 현황을 공개하며 공시하고 있습니다. 이를 통해 이용자의 알 권리를 보장하고자 합니다. 2025년 정보 보호 역량 강화를 위하여 정보보호 및 개인정보보호 전문인력을 충원하였고, 정보 보호 관리체계 점검 및 수립을 통해 정보보호 투자 계획을 수립하고 실행하였습니다. 정보보안 수준향상을 위해 전문 정보보안시스템 구축 등 투자율을 늘리고 있으며, 개인정보 유·노출 예방을 위한 정보보안 활동을 강화하고 있습니다.

피싱메일 모의훈련

SM엔터테인먼트 구성원들의 정보보안 인식의 현수준을 파악하고 인식제고를 위한 피싱메일 모의훈련을 실시하였습니다. 산업의 특수성과 임직원들의 업무 유형을 고려하여 최근 빈번하게 발생하는 형태의 피싱메일을 기획하였으며, 이를 통해 피싱메일에 대한 임직원 보안인식 제고 뿐만 아니라 피싱 메일 유입에 따른 보안 대응 체계도 점검할 수 있었습니다. 상황 발생 시 신속한 대응을 위한 R&R을 재정립 하고 실제 보안사고를 대비하기 위해 다양하게 모의훈련 시나리오를 고도화하여 보안인식 수준이 더욱 향상될 수 있도록 계획하고 있습니다.

정보보안 캠페인

SM엔터테인먼트는 임직원분들의 정보보안이슈를 자연스럽게 인식하고 수행할 수 있도록 정보보호 캠페인을 진행하고 있습니다. 2025년에는 여섯 가지 주요 보안 수칙을 만들고 자체 포스터를 제작하여 임직원의 접근성이 높은 사내 공간에 게시 하였으며 전체 공지를 통해 시스템 접속 시 쉽게 볼 수 있도록 하였습니다. 임직원 참여를 유도하기 위해 참여형 퀴즈 이벤트를 준비하였으며 이를 통해 보안에 대한 관심을 높이고 지속적인 관리를 유도하였습니다.



2025 정보보안 캠페인 포스터

MATERIAL ISSUES 4.

정보보안 및 개인정보 보호

전략

개인정보 유출 시 대응 및 안내 절차

SM엔터테인먼트는 개인정보 유출 상황에 대비하여 개인정보 유출 대응 매뉴얼 및 프로세스를 수립·운영하고 있습니다. 당사는 개인정보 유출 사고 발생 시 관련 법령에 따라 해당 사실을 이용자에게 안내하고 당국에 신고하는 대응 절차를 체계적으로 갖추고 있습니다. 본 절차에는 이용자 대상 관련 사실 안내, 피해 최소화 방법 및 구제 절차, 대책·조치 현황 등에 대한 안내가 포함되어 있어 만일의 사태 발생 시 효과적인 대응이 가능하도록 마련되어 있습니다.



리스크 관리

보안 점검 활동

SM엔터테인먼트는 정보보호 및 사이버 보안 강화를 위해 지속적으로 보안 점검 및 보호 조치를 수행하고 있습니다. 임직원의 정보보호 인식 제고와 최신 보안 기술 도입을 통해 안정적인 정보보호 환경을 구축하고 있으며, 주요 정보 자산 보호를 위한 정기적인 정보보안 점검 활동을 시행하고 있습니다.

정보보안 감사 및 점검 내역

내부 시스템 취약점 점검	내부 시스템의 보안 취약점 분석 및 개선을 통해 사이버 보안 위협을 사전에 예방
서버보안 점검	서버의 보안 설정을 검토하고 최신 보안 패치를 적용하여 시스템 안정성 및 보안성 강화
보안관리 체계 점검	정보보호 인증기준에 따라 보안정책 및 프로세스를 점검하고 개인정보 내부관리계획 이행점검을 통해 보안성 강화
물리보안 점검	CCTV 등 영상정보처리기기 운영 현황 및 물리보안 현황을 점검하고 영상정보처리기기 운영 관리 규정 준수 여부를 점검하여 시스템 안전성 및 보안성 강화

지표 및 목표

SM엔터테인먼트는 연 1회 정보보호 관련 수칙, 사례, 리스크 대응 및 예방법에 대한 교육을 진행하고 있습니다. 더불어 상시 확인할 수 있는 기초 보안 교육 자료를 제작하여 사내 인트라넷을 통해 안내하고 있습니다.

정보보호 교육 이수 현황

구분	2023년	2024년	2025년
교육 인원 ¹⁾	709(100)	799(100)	850(100)

단위: 명(%)

1) 교육 당시 재직 임직원 수 기준이며 연말 기준 재직자 수와 차이가 있을 수 있습니다.

목표

2026년	<ul style="list-style-type: none"> 정보보안 전담 파트 구성 통합 보안 모니터링 체계 구축 소스코드 보안 강화 ISO 27001 인증 취득 검토
2027년	<ul style="list-style-type: none"> 정보보안 관리체계 고도화 개인정보처리시스템 보안수준 강화 클라우드 인프라 보안 및 취약점 관리체계 강화
2028년 이후	<ul style="list-style-type: none"> 협력사 보안 수준 점검 프로세스 고도화 전사 개인정보 생명주기 분석 및 개선 개인정보보호 관리체계 강화

MATERIAL ISSUES 5.

기후변화 대응 체계 구축

거버넌스

기후 관련 감독 기구 및 책임

SM엔터테인먼트는 기후변화 대응을 지속가능경영 전반에 영향을 미치는 중요 이슈로 인식하고, 이사회를 중심으로 한 기후변화 대응 체계를 구축하여 운영하고 있습니다. 이사회 산하 ESG위원회는 기후관련 전략과 실행 현황을 검토하고 관리·감독하는 역할을 수행합니다. 또한, 기후변화와 연계된 위험 및 기회요인을 종합적으로 분석하고, 지속가능경영 관점에서 주요 대응 방향을 수립하고 있습니다. CEO는 주요 기후 이슈와 대응 현황을 공유받아 기업의 중장기 경영 전략과 의사결정 과정에 반영하고 있으며 ESG 실무협의체는 기후변화 대응에 대한 현황점검과 신규과제 발굴, 총무 Unit과 CSR Unit은 실행조직으로 기후변화 대응과제를 구체화하고 이행합니다.



경영진 역할

SM엔터테인먼트는 2050 탄소중립 실현을 지속가능경영 전략과제로 설정하고, 기후변화로 인해 발생할 수 있는 위험과 기회를 분석·관리하며 기업의 경영 방향과 주요 의사결정 과정에 반영해나가고 있습니다. 특히 ESG위원회를 중심으로 온실가스 배출량, 에너지 사용량 등을 주요 관리지표로 운영하며, 감축 현황과 추진 성과를 정기적으로 검토하고 있습니다. 또한 기후 시나리오 분석을 통해 기후변화가 기업 활동에 미치는 환경적·사회적 영향 뿐만 아니라 재무적 영향까지 종합적으로 분석하여 우선 대응 과제를 도출하고 있습니다. 아울러 ESG위원회와 실무 부서 간의 유기적인 연계 체계를 기반으로 국내외 기후 정책 및 규제 변화, 시장 동향, 이해관계자 요구사항 등을 지속적으로 모니터링하고 있으며, 이를 통해 확보된 분석 결과와 주요 인사이트를 중장기 전략 수립과 실행 과제 추진에 효과적으로 활용하고 있습니다. 이와 함께 경영진은 변화하는 대외 환경과 다양한 이해관계자의 기대에 효과적으로 대응하기 위해 기후 관련 감독 및 관리 체계를 지속적으로 개선·고도화하며 기업의 지속 가능경영 역량 강화에 힘쓰고 있습니다.

전략

기후변화 리스크 및 기회 식별

SM엔터테인먼트는 기후변화 리스크 및 기회를 식별하고 이에 대한 재무적인 영향을 파악하기 위해 기후 시나리오 분석을 수행하였습니다. 주요 위험으로는 전력 및 에너지 요금 상승으로 인한 에너지 구매비용 상승, 지속적인 기온 상승으로 인한 냉난방 비용 증가가 있으며 기회 요인으로는 환경친화적 운송수단 이용으로 인한 온실가스 배출량 감소 및 연료 구매 비용 절감이 식별되었습니다.

구분	내용	재무 영향	발생시기			사업영향	대응방안
			단기	중기	장기		
전환 리스크	정책/규제	환경 관련 규제 강화	M			플라스틱·패키징 규제 및 친환경 원자재 의무화로 음반·MD 제작원가 상승	인증 지류 및 재생 플라스틱 활용 확대 및 국내외 온실가스 규제 동향, 산업이슈 모니터링
	기술	저탄소 기술 전환	M			고효율 설비 교체 및, 재생에너지 구매 등 에너지 전환 비용 증가	에너지 사용 절감 및 재생에너지 전환 계획 수립
	시장	에너지 비용 상승	H			전기료 및 에너지 요금 상승으로 사육 운영비와 오프라인 공연 원가 증가	에너지 효율화와 재생에너지 투자를 검토하고 및 오프라인 공연 시 해당 공연장의 친환경 전력 인프라 유무를 검토
물리적 리스크	평판	이해관계자 우려 증가	L			이해관계자 우려 및 요구 대응 미흡으로 인한 브랜드 평판 저하	주요 투자자 및 이해관계자와 커뮤니케이션 강화 및 지속가능경영보고서 등을 통한 기후변화 대응 관련 내용 공시
	급성	홍수·폭우	L			홍수, 폭우로 인한 피해복구 비용 증가	야외 공연장 기후 리스크 실시간 모니터링 체계 가동
	만성	지속적인 기온 상승	H			지속적인 기온 상승으로 인한 사육 냉난방 전력비 급등 및 야외 공연 취소, 지면에 따른 손실 발생	냉난방 효율화 및 기후/에너지 모니터링 체계 구축
기회	자원 효율성	환경친화적 운송수단 이용	M			사업장 내 차량을 환경친화적 차량으로 교체하여 저감 가능한 연료 구매비용 증가	화석연료 차량을 친환경차량으로 단계적으로 전환하는 로드맵 수립
	에너지 자원	저탄소 에너지 사용	M			전력 사용 효율화에 따른 사육 관리비 절감 및 재생에너지(태양광) 사용에 따른 에너지 구매비용 저감	신재생에너지, 고효율 기자재 전환 및 냉난방 효율화 진행
	회복 탄력성	자연재해 대응을 위한 설비 도입	L			자연재해 피해 복구 비용 감소	자연재해 대응 리스크 관리 체계 강화 (매뉴얼 구축, 시나리오 분석 및 모니터링 실시)

MATERIAL ISSUES 5.

기후변화 대응 체계 구축

전략

기후변화 시나리오 선정

SM엔터테인먼트는 IEA¹⁾의 CPS, STEPS, NZE 시나리오를 사용하여 기후변화로 인한 사업영향을 분석하기 위해 전환리스크를 분석하였으며 IPCC²⁾의 SSP 시나리오를 통해 물리적리스크를 분석하였습니다.

구분	시나리오	내용
전환 리스크	CPS (현재 정책 시나리오)	기존 법·제도에 따라 현재 시행 중인 정책과 규제를 고려한 시나리오
	STEPS (공표 정책 시나리오)	공식적으로 발표되었으나 아직 채택되지 않은 정책과 전략 문서를 반영한 시나리오
	NZE (탄소중립 시나리오)	에너지 부문의 2050년 Net Zero 달성을 가정한 시나리오
물리적 리스크	SSP 1-2.6	21세기 후반 Net Zero 배출 달성을 가정하며, 2100년 지구 평균 기온 1.8°C 상승 전망
	SSP 5-8.5	별도의 기후 정책이 부재한 상황을 가정하며, 2100년 지구 평균 기온 4.4°C 상승 전망

1) IEA(2025), World Energy Outlook 2025

2) IPCC Sixth Assessment Report (AR6): Climate Change 2021 - The Physical Science Basis

전환리스크

환경관련 규제 강화

글로벌 기후위기 대응 흐름에 따라 국내외 플라스틱 및 패키징 포장재 규제가 강화되고 있습니다. SM엔터테인먼트는 이러한 규제 흐름이 밸류체인 전반에 미칠 재무적 영향을 종합적으로 분석하고 있으며, 특히 실물 CD, 응원봉, 굿즈 등 음반 및 MD 제작 과정에서의 원자재 구매 단가 상승(매출원가 증가) 리스크에 대응하고자 노력하고 있습니다.

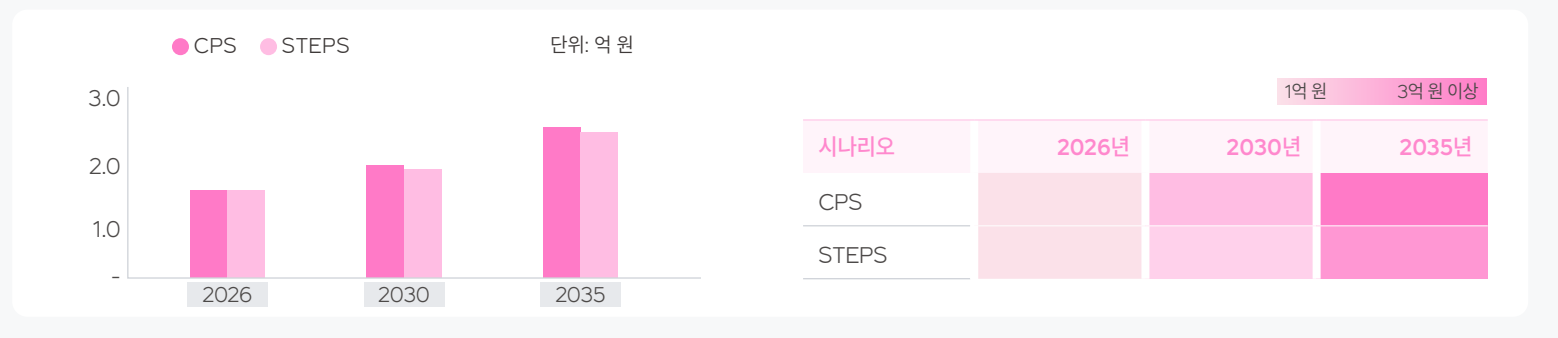
SM엔터테인먼트는 친환경 원재료의 활용 및 플랫폼 앨범 제작 확대를 적극적으로 검토하고 있으며, 이를 통해 제품 제조 공정의 탄소 배출량을 효과적으로 저감할 수 있는 방안을 모색 중입니다. SM엔터테인먼트는 규제 준수를 넘어 디지털·플랫폼 앨범 다각화 등 비즈니스 모델 전환을 추진하여 글로벌 투자자 및 팬덤의 신뢰를 공고히 하겠습니다.

에너지 비용 상승

지속적인 전기료 및 글로벌 에너지 요금의 인상은 대규모 전력 소모가 불가피한 오프라인 공연 프로덕션에 원가 상승 요인으로 작용하고 있습니다. 특히 조명, 음향, 시각 효과 등 콘서트 개최 비용의 증가는 당사의 재무적 리스크 요인 중 하나입니다.

또한, 에너지 단가 인상에 따른 사옥, 스튜디오, 연습실 등 상시 시설의 운영비 증가는 판관비 부담으로 연결됩니다. 기후변화에 따른 재무적 영향을 정량적으로 예측하고자 2022년부터 2025년까지 전력 사용량과 국제에너지기구(IEA)의 현재 정책(CPS) 및 공표정책(STEPS) 시나리오의 건물 전력 소비 전망을 바탕으로 향후 전력 사용량을 전망하고, 한국전력의 일반용 전력 단가 연평균 증가율을 적용하여 전력 구매 비용을 산정했습니다.

분석 결과, 기후 규제가 다소 완만한 CPS 시나리오에서 STEPS 시나리오 대비 전력 소비량이 더 높게 예상되며, 이에 따라 전력 구매 비용 또한 증가할 것으로 전망됩니다. SM엔터테인먼트는 운영 비용 증가 리스크를 완화하고 사업장 내 온실가스 배출량을 저감하기 위해 단계적인 대응 방안을 강구하고 있습니다.



MATERIAL ISSUES 5.

기후변화 대응 체계 구축

전략

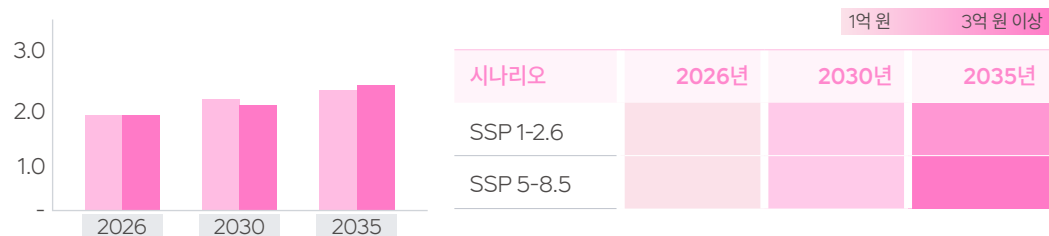
물리적리스크

지속적인 기온 상승 및 홍수, 폭우

지구 온난화로 인한 지속적인 기온 상승과 홍수, 폭우 등 기후변화는 엔터테인먼트 산업의 주요 오프라인 비즈니스인 야외 공연 프로덕션에 재무적 리스크 요인이 되고 있습니다. 고온현상 지속 및 이상기후 발생 시 안전 확보를 위해 공연이 취소되거나 지연될 가능성이 있으며, 이는 티켓 환불, 무대 장비 대여비 손실, 현장 위약금 발생 등으로 이어져 SM엔터테인먼트의 단기적·장기적 매출과 수익성에 영향을 줄 수 있습니다.

또한, 사옥 및 스튜디오 등 핵심 인프라 운영을 위한 냉방 전력 수요 증가와 에너지 단가 인상은 관리비 및 판관비 상승 요인입니다. SM엔터테인먼트는 이에 따른 재무적 영향을 정량적으로 파악하고자 시나리오 분석을 실시했습니다. 2022년부터 2024년까지의 냉난방 사용량과 기후변화에 관한 정부간 협의체(IPCC)의 공통사회경제경로(SSP 1-2.6 및 SSP 5-8.5) 시나리오의 이상기온 일수를 바탕으로 냉난방 사용량을 전망하고, 업무용 가스 단가 및 일반용 전력 단가의 연평균 증가율을 적용하여 냉난방 비용 증가액을 산정했습니다. 분석 결과, 저탄소 시나리오(SSP 1-2.6) 대비 고탄소 시나리오(SSP 5-8.5)에서 폭염 등 이상기온에 따른 재무영향이 높게 나타났습니다. SM엔터테인먼트는 향후 발생 가능한 사옥 운영비 리스크에 대응하기 위해 냉난방 운영방식 최적화 등 전력 사용 효율화 방안을 모색하고 있습니다.

● SSP 1-2.6 ● SSP 5-8.5 단위: 억 원



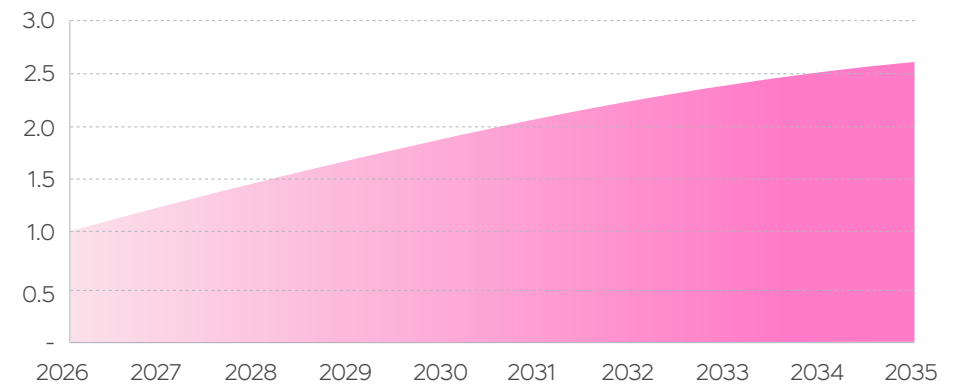
기회

환경친화적 운송수단 이용

SM엔터테인먼트는 업무용 운송 수단의 친환경 전환이 가져올 재무적 영향을 정량적으로 추정하고자 시나리오 분석을 실시했습니다. 2021년부터 2023년까지의 경유 차량의 연료 사용 내역과 하이브리드 전환 계획을 바탕으로 향후 경유 사용량을 전망하고, 경유 단가를 적용하여 연료 구매 비용 절감액을 산정했습니다.

SM엔터테인먼트는 2024년부터 경유 차량을 친환경 차량으로 단계적으로 전환하고 있으며, 2035년에는 약 2.6억 원의 경유 구매 비용 절감 효과가 예상됩니다. SM엔터테인먼트는 이번 분석을 통해 친환경 모빌리티 도입의 경제적 타당성을 확인했으며, 앞으로도 데이터 기반의 로드맵 이행을 통해 유가 변동 리스크를 관리하고 사업장 내 탄소 배출량을 감축해 나갈 것입니다.

단위: 억 원



MATERIAL ISSUES 5.

기후변화 대응 체계 구축

리스크 관리

기후변화 위험 식별 및 평가 프로세스

SM엔터테인먼트는 기후변화와 관련한 위험을 식별하고 평가하는 프로세스를 구축하여 기후변화로 인한 영향을 기업의 중요한 이슈로 관리하고 있습니다.

기후 위험 식별 단계에서는 법·규제 변화, 글로벌 기후 동향 등을 지속적으로 모니터링하여 기후변화 관련 리스크와 기회 요인을 식별하고 핵심이슈를 도출하고 있습니다. 기후 위험 평가 단계에서는 기후변화 시나리오를 통해 재무적 영향을 분석하며, 분석된 결과를 바탕으로 기후변화 관련 위험에 대한 대응방안을 수립·추진하고 있습니다. 또한 기후변화 대응 과제의 이행 현황과 성과를 점검하고 있으며, ESG위원회를 중심으로 주요 리스크와 대응 현황을 모니터링 하고 있습니다. 2025년 11월 이사회에 탄소중립 로드맵 구축 계획을 보고하였습니다.

기후 위험 식별	기후변화 관련 위험 및 기회 요인 식별
기후 위험 평가	기후변화 시나리오 분석을 통한 기후변화 위험 발생 가능성, 영향도 평가
대응방안 수립	기후변화 관련 위험에 대한 대응방안 및 과제 수립
모니터링 및 관리·감독	기후변화 관련 주요 위험을 ESG위원회, 이사회에 보고 및 모니터링 실시

기후변화 위험 식별, 평가 프로세스 통합관리

SM엔터테인먼트는 기후변화 위험을 전사 리스크 관리 프로세스에 통합 관리할 계획입니다. 이에 따라 기후 위험·기회의 식별부터 평가, 대응방안 수립, 모니터링에 이르는 전 과정의 체계를 구축하고자 합니다. 기후변화 위험이 경영 전반에 미칠 영향을 고려하여, 이를 전사 통합관리 체계에 반영하고 전략적 대응 기반을 마련해 나가겠습니다.

지표 및 목표

온실가스 배출량(2023년-2025년)

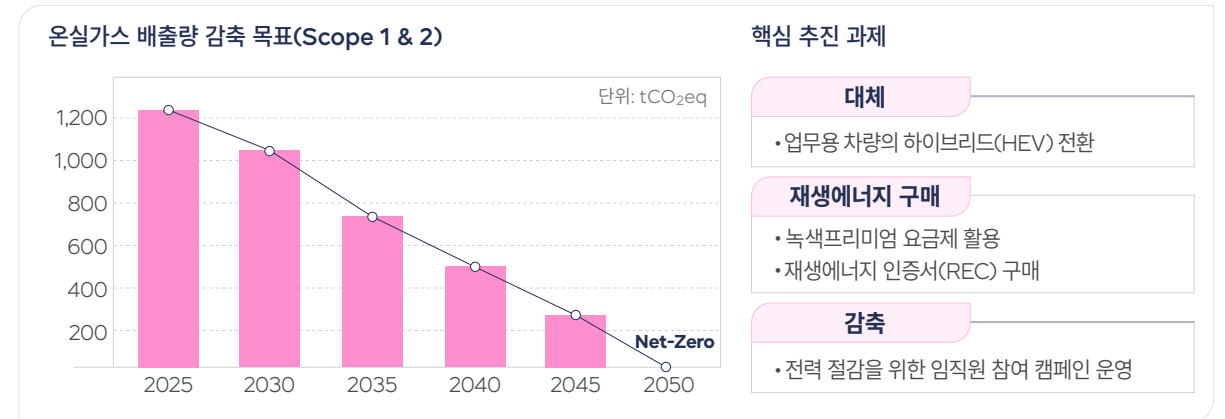
단위: tCO₂eq

구분	2023년	2024년	2025년
Scope 1	834.1	1,019.4	728.6
Scope 2	489.1	511.8	602.8
Scope 3 ¹⁾	-	1,870.8	5,774.4

1) Scope 3 배출량 산정 범위: 2024년 Category 1·4에서 2025년 Category 1·2·3·4·5·6·7·13으로 확대 적용함

2050 Net Zero 로드맵

SM엔터테인먼트는 기후변화 대응에 동참하고자 매년 온실가스 배출량 및 에너지 사용량을 체계적으로 산정·관리하고 있습니다. 특히 IPCC(기후변화에 관한 정부 간 협의체)의 「지구온난화 1.5°C 특별보고서」를 기반으로 ‘2050 탄소 중립(Net Zero)’ 달성을 장기 목표로 수립하였습니다. 이에 따라 데이터 관리 체계를 정비한 2025년을 기준연도로 설정하여, 향후 매년 온실가스 배출량 및 에너지 사용량의 목표 달성 현황을 면밀히 검토하고 성과를 투명하게 공개할 예정입니다. 아울러 2050 Net Zero 로드맵을 실효성 있게 이행하기 위한 단기 전략과제를 구축하였으며, 주요 과제로는 업무용 차량의 친환경 하이브리드 차량 전환, 재생에너지 도입 및 구매, 사옥 내 전력 효율화 및 감축 활동 등을 적극 추진해 나갈 방침입니다.



MATERIAL ISSUES 6.

환경을 고려한 제품 및 콘텐츠 확대

거버넌스

SM엔터테인먼트는 환경을 고려한 제품 및 콘텐츠 확대를 위해 관련된 위험 및 기회를 모니터링하고 관리하기 위해 거버넌스 체계를 정립하였습니다. 이사회 내 ESG위원회는 환경경영 주요 사항을 의사 결정하고 관리, 감독합니다. 대표이사(CEO) 및 경영진은 환경경영 관련 주요 사항을 보고받고 검토, 결정합니다. ESG 실무협의체는 환경경영 관련 실무 부서와의 긴밀한 소통을 통해 환경을 고려한 제품 및 콘텐츠가 확대될 수 있도록 정기적으로 현황을 점검하며 새로운 프로젝트를 만들어가고 있습니다.

의사결정 및 실행체계



전략

지속가능한 소재 사용

SM엔터테인먼트는 2022년 5월 NCT DREAM 정규 2집 리패키지 Beatbox (비트박스)를 시작으로 환경과 윤리, 지속가능성을 고려한 소재를 사용하여 음반과 MD를 제작하고 있습니다. 2025년에는 지속가능한 방식으로 관리, 공급되는 목재를 활용하여 생산된 종이 8종의 음반에 활용되었습니다. 더불어 MD에 휘발성 유기 화합물 배출이 없는 UV 코팅 소재 및 콩기름 잉크의 사용을 확대하고 있습니다.

플랫폼 앨범 발매

SM엔터테인먼트는 2022년부터 플랫폼 앨범 발매를 시작하였습니다. 플랫폼 앨범을 구매한 소비자는 전용 앱과 NFC(근거리무선통신) 기능을 활용하여 음악 및 다양한 디지털 서비스를 이용할 수 있습니다. 플랫폼 앨범은 크기가 작고 무게가 가벼워 운송 및 보관 비용을 절감할 수 있으며, 이를 통해 온실가스 배출량 또한 감축하는 효과가 있습니다. 이 외에도 QR 타입의 앨범을 통해 음악과 디지털 서비스를 제공하고 있습니다.

플랫폼 앨범 발매 현황

구분	2023년	2024년	2025년
플랫폼 앨범(종)	35	33	47

물품 재사용을 통한 폐기물 배출 절감 노력

SM엔터테인먼트는 폐기물 배출 절감과 IP 사업의 공간적 연속성을 확보하기 위해, 뮤직비디오 및 재킷 촬영 현장에서 사용된 오브제와 소품을 팝업스토어 공간 연출에 활용함으로써 팬들에게 몰입감과 발견의 경험을 제공하고 있습니다. 또한 기존 팝업스토어에서 사용된 집기는 새로운 콘셉트에 맞춰 마감과 디테일을 변경하여 재사용하고 있으며, 이를 통해 폐기물 최소화와 지속가능한 공간 운영을 실현해 나가고 있습니다.



팝업스토어 물품 재사용 Map

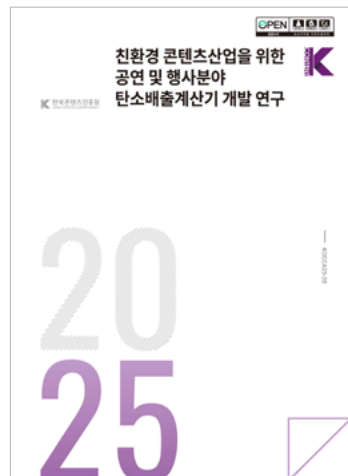
MATERIAL ISSUES 6.

환경을 고려한 제품 및 콘텐츠 확대

전략

공연 및 행사 분야 탄소배출계산기 개발 연구 참여

SM엔터테인먼트는 국내 콘텐츠산업의 글로벌 경쟁력 제고 및 기후위기 대응 기반 조성에 기여하고자 2025년 한국콘텐츠진흥원의 ‘친환경 콘텐츠산업을 위한 공연 및 행사분야 탄소배출계산기 개발 연구’에 공동연구진으로 참여하였습니다. 이를 위해 기존 자사 공연장에서 탄소배출량을 측정한 사례를 공유하고, 국내 공연 및 행사 현장을 모니터링하며 각 분야 전문가의 의견을 청취하였습니다. 탄소배출계산기는 현장 전력 사용, 무대 및 세트 조성, 폐기물, 식음료(케이터링, 푸드트럭 등), 이동 수단(스태프, 아티스트), 운송(상품, 구조물), 숙소 이용(스텝, 아티스트), 사용 장비 등 총 8개 항목으로 구성되어 있으며 공연 및 행사 전 과정에서 직접배출(Scope 1), 간접 배출(Scope 2), 기타 간접 배출(Scope 3)을 포괄하도록 설계되어 공연 및 행사 분야 탄소배출 모니터링 및 감축 전략 수립의 표준 기반으로 활용 가능하도록 제시하였습니다. 본 탄소배출계산기는 한국콘텐츠진흥원 홈페이지에 공개되어 있으며 누구나 열람 및 활용이 가능합니다.



탄소배출계산기 연구 표지

친환경 콘텐츠 제작

SM엔터테인먼트는 방송영상 콘텐츠 및 뮤직비디오 촬영 현장에서 환경 영향을 최소화하기 위해 노력하고 있습니다. 특히 야외 촬영 현장은 쓰레기 분리수거와 현장 원상 복구를 원칙으로 운영하고 있으며 촬영 소품은 재활용할 수 있도록 부서별로 창고를 분배하고 폐기 기준을 정하여 관리하고 있습니다.

다회용 가방(리유저블백) 판매

SM엔터테인먼트는 공연 현장이나 팝업스토어에서 판매되는 상품 포장에 사용되는 일회용 비닐봉투, 종이백 등을 줄이기 위해 다회 사용이 가능한 리유저블 쇼퍼백을 기획·판매하였습니다. 본 다회용 가방은 아티스트 IP를 담아 그 자체로 소장 가치를 지니며, 반복 사용이 가능하도록 견고하게 제작되어 구매와 소장의 가치를 동시에 부여하였습니다. 아울러 소비자에게 보다 다양한 선택권을 제공하기 위해 생분해 가능 포장재 도입 또한 적극 검토하고 있습니다.

친환경 KIT 제작

SM엔터테인먼트는 2026년 새해를 맞아 임직원 및 주요 파트너사를 대상으로 친환경 KIT를 제작, 배부하였습니다. 모든 제품과 포장재는 친환경 및 재활용 소재를 사용하여 제작되었습니다. 재활용 플라스틱 소재로 만들어진 무선 충전기와 키링, 재활용 원단 소재로 만들어진 원단을 활용한 바람막이, 산림관리 인증 용지를 사용한 다이어리는 사전에 임직원의 선호도를 반영하여 기획되었으며, 현재 업무와 일상에서 적극 활용되고 있습니다.



친환경 KIT 구성품

MATERIAL ISSUES 6.

환경을 고려한 제품 및 콘텐츠 확대

리스크 관리

SM엔터테인먼트는 ESG 실무협의체 및 유관 부서와 협업하여 환경을 고려한 제품 및 콘텐츠 확대를 위해 사전적 조치와 사후 관리 및 개선 방안을 설계하고 있습니다. 제품 및 콘텐츠 기획 단계에서 환경 영향을 최소화하기 위한 자체 가이드를 검수하며 지속가능한 소비문화를 확산하기 위한 방안을 논의하고 있습니다. 친환경 가치를 지향한 제품 및 콘텐츠 출시 이후에는 소비자 반응을 모니터링하여 부족한 점을 점검하고 보완하는 과정을 거칩니다.

사전적 조치

- 연 2회 이상 ESG 실무협의체를 통해 환경을 고려한 제품 및 콘텐츠 방향성 논의
- 공연 및 콘텐츠 분야 외부 친환경 활동 벤치마킹 및 우수 사례 공유
- 촬영 현장 환경 영향 최소화를 위한 임직원 사전 교육 진행

사후 관리 및 개선

- 효과성에 대한 내부 평가 및 의견 공유
- 소비자 반응 모니터링 및 개선점 논의
- 외부 사례 공유 및 내부 현황 파악

지표 및 목표

SM엔터테인먼트는 기업 활동에 있어 환경을 보호하고자 노력하며 지속가능한 발전을 추구하는 것을 환경경영방침에 담고 이를 준수하고자 노력하고 있습니다.

주요 제품에 적용한 지속가능한 소재 사용 현황

구분	2023년	2024년	2025년
지속가능한 종이를 활용한 음반(종)	21	18	8
다회용 가방 사용 행사(건)	N/A	3	3

목표

2026년

- 다회용 가방 사용 건수 증대
- 공연 탄소배출계산 연 2회 진행

2027년

- 비닐 포장재 대체제 사용 도입
- 공연 탄소배출계산 연 4회 이상 진행

2028년

- 비닐 포장재 대체제 사용 확산
- 관객 탄소배출 계산 정례화



다회용 가방

GENERAL ISSUES

ENVIRONMENTAL

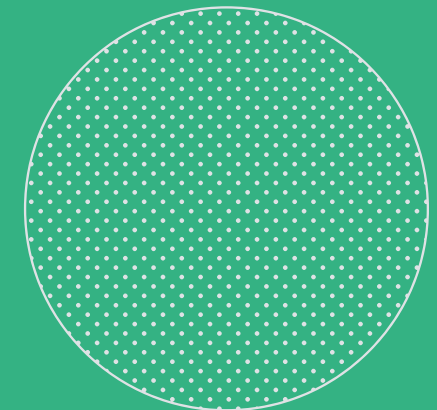
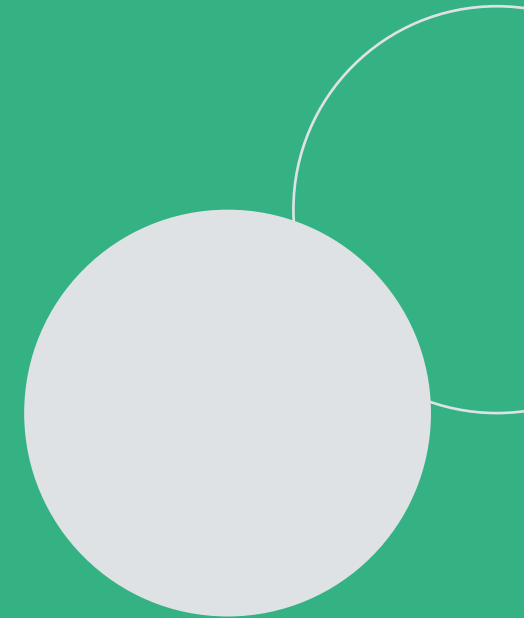
- 49 환경경영체계
- 51 폐기물 발생 관리 및 환경보호 활동
- 53 자연 및 생태계 보호

SOCIAL

- 56 안전강화
- 59 콘텐츠 및 서비스 품질 강화
- 60 인재경영
- 68 사회공헌 및 지역사회 참여
- 76 공급망 관리 및 동반성장

GOVERNANCE

- 79 공정거래 및 지식재산 보호
- 81 리스크 관리
- 83 주주가치 제고
- 84 이사회



ENVIRONMENTAL

- 49 환경경영체계
- 51 폐기물 발생 관리 및 환경보호 활동
- 53 자연 및 생태계 보호

Link to UN SDGs



환경경영체계

환경경영 의사결정 및 추진 체계

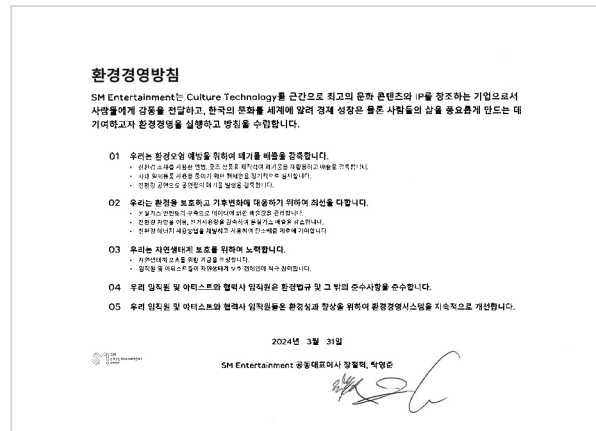
SM엔터테인먼트는 환경경영 기업문화를 내재화하기 위해 의사결정 및 실행 체계를 구축 및 운영하고 있습니다. 최고 의사결정기구인 이사회 산하의 ESG위원회는 환경경영 주요 사항을 관리 및 감독하고 의결합니다. 대표이사(CEO)는 환경경영 관리 책임자로서 주요 사항을 보고받고 검토·결정합니다. 총무 Unit은 환경경영 주관 부서로 지원그룹인 ESG 실무협의체와 주요 현업부서들과 소통하며 환경경영 기업문화 정착 및 실행 업무를 진행하고 있습니다

환경경영 의사결정 및 추진 체계



환경경영방침

SM엔터테인먼트는 기업 활동에 있어 환경을 보호하고자 노력하며 지속가능한 발전을 추구합니다. 이에 「환경경영방침」을 수립하고 준수하고 있습니다.



환경경영방침

환경경영 목표 및 세부 내용

SM엔터테인먼트는 환경경영시스템을 통해 매해 환경경영 운영 현황을 점검하고 개선점을 도출하며 유관 부서와 계획을 수립하고 실행하고 있습니다. 엔터테인먼트 사업의 특성상 법인차량 비율이 많은 점을 고려하여 친환경 자동차의 비율을 점차 늘려갈 계획입니다. 본사뿐 아니라 주요 협력업체의 친환경 경영 체계 구축을 위해 중장기 목표를 수립하고 단계적으로 수행할 것입니다.

구분	2025년 달성	중장기 목표
환경경영시스템 운영	· ISO 14001 시스템 운영 및 인증 갱신	· 주요 협력업체 환경경영시스템 구축 지원
온실가스 배출 저감	· 친환경 자동차 비율 35% · 사내 에너지 사용량 감축 캠페인 진행	· 친환경 자동차 비율 지속적 증대 (누적 52%) · 재생 에너지 순차적 도입
자원절약 및 폐기물 감소	· 사내 카페 개인컵 할인 제도 운영 · 친환경 원재료 사용 임직원 신년 KIT 제작	· 매립/소각 폐기물 감축 및 친환경/재생 원재료 사용 비율 증가 · 친환경/재생 원재료 사용 비율 증가
자연/생태계 보호	· 임직원 환경보호 활동 진행 · 광야숲 조성 및 관리	· 임직원·아티스트 환경보호 활동 참여 증가 · 광야숲 조성 및 관리

환경경영체계

환경경영시스템 구축

SM엔터테인먼트는 환경경영시스템 ISO 14001 인증 취득을 통해 환경경영의 기본 실행 체계를 구축하였으며 전사 부서별 중·단기 목표와 추진 계획을 수립하고 관련 교육을 실행하고 있습니다. SM엔터테인먼트는 환경경영시스템 기반 하에 자원 절약 및 폐기물 감소, 자연 및 생태계 보호 등을 위해 노력하고 있습니다.

2023년	• ISO 14001 사후 인증 심사
2024년	• ISO 14001 시스템 실행 및 사후 인증 심사 • 환경경영시스템 교육
2025년	• ISO 14001 갱신 심사 및 재인증 취득

환경 지표 관리

SM엔터테인먼트는 온실가스, 폐기물, 에너지 사용량 등 주요 환경 데이터를 관리하고 있으며, 기후 시나리오 분석을 통해 기후변화에 따른 재무 영향 또한 분석·보고하고 있습니다. 아울러 2025년 CDP(Carbon Disclosure Project) 기후변화(Climate Change) 부문에 참여하여 Scope 1, 2 온실가스 인벤토리를 구축 및 배출량을 공개하였습니다.

환경교육 실시

SM엔터테인먼트는 전사 환경보호 문화 구축을 위해 임직원 대상 환경보호 활동 및 교육을 진행하고 있습니다. 연 1회 이상 전사 환경경영 유관 부서 및 협력사가 모여 환경경영 현황을 점검하고 계획을 논의합니다. 타사의 환경 보전 철학과 활동을 듣고 나누는 자리를 통해 자사의 활동을 되돌아보고 고민하는 특강도 함께 진행하고 있습니다. 2026년 상반기에는 파타고니아코리아 환경팀과 함께 환경 교육 및 의견을 나누는 시간을 마련하였습니다. 환경교육 이후에는 만족도 조사를 진행하여 교육 전반 만족도 및 유익성, 실무 적용 가능성 및 실천도 등을 파악하고 피드백을 경청하여 이후 교육에 반영하고 있습니다.



환경교육 현장

2025년 환경교육 현황

시기	교육 내용	이수 인원
2월	• 전사 탄소배출 저감 방안 교육	35
4월	• 전사 및 협력사 환경경영 교육	32
8월	• 상반기 리뷰 및 하반기 계획 공유, 타사 사례 학습	29
10월	• 환경경영시스템 점검 및 관련 내용 교육	8

2026년 환경교육 현황

시기	교육 내용	이수 인원
2월	• 전사 환경경영 교육	21
3월	• 전사 및 협력사 환경경영 교육	32
4월	• 파타고니아 환경팀 초빙 환경교육 ¹⁾	47

1) 교육 만족도 조사 결과 4.9점(5점 만점 기준) 기록



SM엔터테인먼트는 기후위기에 직면한 지구를 위한 글로벌 캠페인 어스아워(EARTH HOUR)에 동참하며 임직원 또한 환경 캠페인에 자발적으로 참여할 수 있도록 돕고 있습니다.

폐기물 발생 관리 및 환경보호 활동

환경보호 활동

사내 캠페인

SM엔터테인먼트는 일회용 컵 사용량을 줄이기 위해 임직원이 텀블러와 개인 컵을 간편하게 세척할 수 있는 세척기를 설치하여 운영하고 있습니다. 외부인 초청 행사를 진행할 때에는 다회용 컵을 비치하여 폐기물 저감을 실천하였습니다. 더불어 창립 30주년 기념 영상 촬영에 사용한 소파를 7층 라운지 공간에서 재사용함으로써 자원순환 문화를 확산하고 있습니다.



아티스트 의상 업사이클링을 통한 자원 순환 실천

SM엔터테인먼트는 아티스트 의상의 구매부터 보관, 재사용, 업사이클링에 이르는 전 과정을 체계적으로 관리함으로써 의상 폐기물 발생을 최소화하고 있습니다. 아티스트 활동 종료 후 보관 중인 의상은 재사용 가능 여부를 검토하여 후속 콘텐츠, 전시, 팝업 스토어 등 다양한 용도로 재활용하고 있으며, 업사이클링이 가능한 의상은 별도 분류·관리하여 자원 순환 활용도를 제고하고 있습니다. 2023년 이후 매년 의상 업사이클링 활동을 시행하고 있으며, 2025년에는 자원 순환 실천의 일환으로 ‘아름다운가게’와의 협업을 통해 동방신기 무대 의상을 전시하는 등 보관 의상의 재사용 사례를 확대하였습니다. 또한 2025 APEC 정상회의 기념 전시 「Time to Stage: 우리 삶의 무대에 오르는 순간」에서는 아티스트 의상을 포함한 무대 의상과 재해석 작품을 선보임으로써, 기존 의상의 폐기 대신 재활용·전시 자원으로 활용하는 순환 체계를 실천하였습니다. 2025년에는 총 1,027벌의 의상을 재사용하였으며, 전시 및 콘텐츠 활용 등 총 3건의 활용 실적을 기록하였습니다. 향후에도 당사는 의상 관리 프로세스 내 재사용 및 업사이클링 가능 품목을 지속적으로 발굴하고, 활용 실적을 점검함으로써 의상 폐기물 저감과 자원 순환 활동을 확대해 나갈 계획입니다.



아름다운가게 전시 포스터



APEC 전시 포스터

의상 업사이클링 프로젝트 내역

	프로젝트명	참여 아티스트	의상 수량	협업처
2023	무대 의상 업사이클링 티셔츠 제작	슈퍼주니어, EXO, 레드벨벳, NCT	614	업사이클링 패션 브랜드 레코드
	샤이니(SHINee) X 윤경덕(TBOS)	샤이니	5	아트트랙제주
2024	2024 캣워크 글로벌 페스타	소녀시대, 동방신기, 레드벨벳, NCT 127, NCT DREAM, aespa	758	캣워크
2025	그물코 프로젝트 2025	동방신기	6	아름다운가게
	Time to Stage: 우리 삶의 무대에 오르는 순간	소녀시대, 동방신기, NCT, 레드벨벳, aespa	758	경주플레이스씨
	2025 강남페스티벌 X 캣워크 글로벌 트렌드 페스타 서울	소녀시대, EXO, NCT, aespa	263	캣워크

폐기물 발생 관리 및 환경보호 활동

환경보호 활동

아티스트 플리마켓

SM엔터테인먼트 소속 아티스트는 봉사활동, 기부, 플리마켓 개최 등으로 환경 보호 및 공익 활동에 적극 참여하고 있습니다. 2024년 4월에는 NCT 태용이 임직원을 대상으로 플리마켓을 진행하였으며, 판매 수익금에 개인 기부금을 더하여 2025년 3월 보호 아동을 위해 전액 기부하였습니다.

2025년 9월에는 aespa 닝닝의 생일을 맞아 ‘플닝마켓’이 개최되었으며, 닝닝은 수익금 전액을 장애인과 사회적 약자를 위한 복지 사업을 수행하는 밀알복지재단에 기부하였습니다. 이처럼 사내 플리마켓은 아티스트와 임직원이 함께 환경 보호를 실천하는 동시에, 소외된 이웃에게 따뜻한 온정을 전하는 뜻깊은 공익 활동으로 자리매김하고 있습니다.

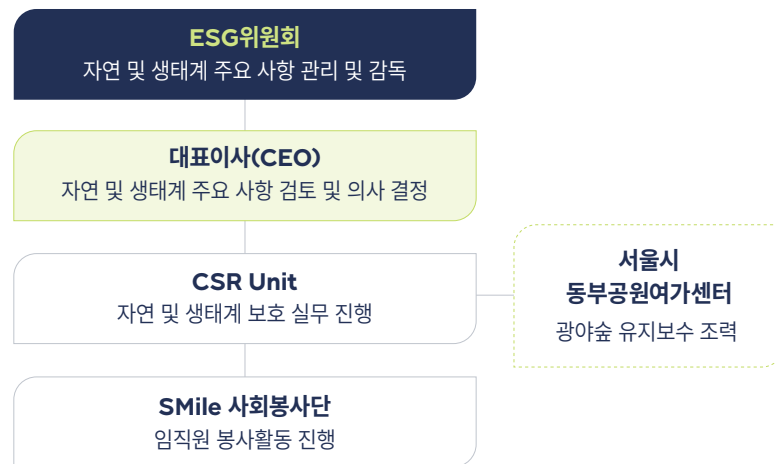


자연 및 생태계 보호

자연 및 생태계 보호 체계

SM엔터테인먼트는 이사회 산하 ESG위원회에서 자연 및 생태계 보호를 위한 주요 사항을 검토하고 의사 결정하고 있습니다. 대표이사(CEO)는 환경경영 관리 책임자로서 자연 및 생태계 관련 주요 사항을 보고받고 검토, 결정합니다. CSR Unit은 실무를 진행하며 서울시와의 협약을 통해 광야숲의 조성 및 유지보수를 진행하고 있습니다. 임직원으로 구성된 사회봉사단의 적극적인 참여를 통해 광야숲을 가꾸고 동식물을 보호하는 활동을 수행합니다.

자연 및 생태계 보호 의사결정 및 실행체계



광야숲 조성 및 관리

광야숲 조성 과정

SM엔터테인먼트는 2023년 4월, 도시 생물다양성 보전을 목표로 서울숲에 생태정원 ‘광야숲’을 조성하였습니다. IUCN(국제자연보전연맹) 적색목록, 서울시 보호종 등에 해당하는 식물을 포함하여 자생식물을 위주로 심었으며 SM엔터테인먼트 사회봉사단 SMile 가드닝 봉사단의 정기적인 봉사활동과 참여를 통해 생물 서식처를 살피는 여러 활동을 이어가고 있습니다. 이러한 기여를 인정받아 2023년 서울특별시 푸른도시상에서 최우수상을 수상하였습니다. 2024년 5월 2기 광야숲을 조성하여 산초나무, 족도리풀 등 다양한 자생식물을 식재하고 답압으로 훼손된 토양환경을 개선하였습니다. 2025년에는 ‘미래의 숲’을 콘셉트로 광야숲 3기를 조성하였으며 150주의 관목과 800여본의 초화류를 추가 식재하였습니다. 광야숲은 사람과 소(小)생태계¹⁾가 조화를 이루는 공간이자 시민에게 편안한 쉼터로 기능하고 있습니다.

1) 생물다양성을 높이고 야생 동·식물의 서식지간의 이동가능성 등 생태계의 연속성을 향상시키거나 특정 생물종의 서식 조건을 개선하기 위해 조성하는 생물 서식 공간

광야숲 활동 성과와 계획

구분	2024년 활동	2025년 활동	2026년 계획
광야숲 조성 및 관리	<ul style="list-style-type: none"> 광야숲 2호 완공 및 임직원 정기 봉사활동 시행 지역사회 및 전문가 관심 확대 	<ul style="list-style-type: none"> 광야숲 3호 완공 및 임직원 정기 봉사활동 진행 정원 조성에 따른 토양 환경 개선 효과 연구 결과 광야숲 조성 전후의 토양 조사 결과 토양의 구조적 안정성과 생물학적 기능이 유지되면서 토양 건강성이 회복되는 양상을 보이고 있음을 확인함 	<ul style="list-style-type: none"> 조명(생태 해설 도슨트 겸용) 추가 설치 노후된 시설물(표찰 등) 교체 또는 보수 및 초화류 보식 임직원 봉사활동 지속 정원 조성에 따른 토양환경 개선 효과 연구 지속
생물다양성 보전 및 지속가능성에 기여	<ul style="list-style-type: none"> 산초나무, 족도리풀 등 다양한 자생 식물 식재 답압으로 인해 훼손된 토양환경 개선 멸종위기 야생생물Ⅱ급인 맹꽁이 서식처로서 중요성 부각 	<ul style="list-style-type: none"> 토양경화 해소를 위한 유기물 보충 및 어린 나무·지렁이 심기 2023년도, 2024년도 조성구역의 생태적 관리 지속 	<ul style="list-style-type: none"> 광야숲 내 생물 조사 실시(균류 및 나비목 등 생물 표식 추가) 인공 새집 위치 보완 토양 환경 개선을 위한 유기물 보충 어린 나무 옮겨 심기(광야숲 3기) 조성 구역의 생태적 관리 지속
자연 생태계 보호 문화 확산	<ul style="list-style-type: none"> 서울시 정원도시국 ‘동행 매력가든 비전 공유회’, 한국조경가협회 세미나, 2024 서울국제정원박람회 토크쇼 등 다양한 행사 및 세미나를 통한 소개 국립수목원 연구진 사례 답사 서울숲 프로그램(정원 투어, 도슨트)을 통한 광야숲 소개 	<ul style="list-style-type: none"> 생물다양성 보전 캠페인 시행 SNS(인스타그램)에서 광야숲 정원사 일지를 통해 광야숲의 개화, 박새 및 직박구리의 육추 등 소식 공유 	<ul style="list-style-type: none"> 서울숲 일대에서 개최된 2026 서울국제정원박람회와 연계하여 도시 생태와 자연 보호 관련 이야기를 전할 수 있는 오디오 해설 조명 설치 오디오 해설은 아티스트 강타가 직접 낭독한 음원으로, 조명에 설치된 QR코드를 통해 청취 가능 박람회 기간 동안 아티스트 강타가 광야숲의 생명성에서 영감을 받아 직접 작곡한 광야숲 사운드트랙 송출

자연 및 생태계 보호

광야숲의 1년



5월이 되면 매화할매이의 꽃이 엄나무숲을 가득 채웁니다.



3기 미래의 숲, 새롭게 단장한 평상이 사랑받는 모습입니다.



늦봄, 새롭게 조성한 미래의 숲에 바위취 군락이 안정적으로 자리를 잡았습니다.

봄
겨울

광야숲의
일년

여름
가을



답압이 줄어든 광야숲에서는 상수리나무, 층층나무, 복자기나무, 대왕참나무의 치수(종자에서 발아해 한두 해쯤 된 어린나무)가 종종 발견됩니다. 이 어린나무들은 숲의 빈틈을 찾아 이식됩니다. 3기 미래의 숲으로 옮겨진 치수는 땅속 깊이 뿌리를 내리며 토양을 일꿉니다. 일부는 도태되어 토양으로 돌아가지만, 일부는 나무로 자랍니다.



어린 직박구리에게 열심히 먹이를 주는 어미 직박구리가 보입니다. 목련과 층층나무를 오가며 먹이를 어떻게 사냥하는지 몸소 보여줍니다.



어미 박새가 자작나무 웅이 안으로 쉴 새 없이 먹이를 물었다 줍니다. 먹이는 꽃매미의 약충입니다. 어미 박새는 여름 동안 해충으로 알려진 꽃매미의 개체수를 조절하는 광야숲의 정원사가 됩니다.



3기 미래의 숲에 스노우드롭(설강화) 구근을 추가로 심어 줍니다. 다가올 봄에 다시 만나기를 약속합니다.



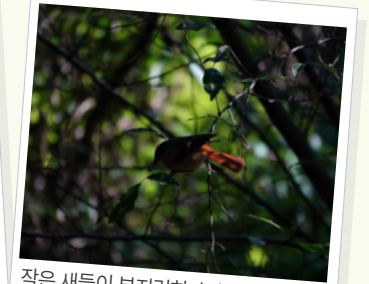
깡깡이풀은 씨앗을 뿌린 후 꽃을 보기까지 보통 3년이 걸립니다. 열레지는 6년에서 9년까지도 걸리지요. 올해 3월, 1기에 처음 식재한 깡깡이풀과 열레지가 처음으로 개화하였습니다. 3년 만의 일입니다.



왜승마와 섬썩부쟁이가 하얗게 피어 숲을 밝힙니다.



산국과 한라돌쩌귀도 각각의 빛깔로 가을 숲을 아름답게 밝힙니다.



작은 새들이 부지런히 숲속을 오가며 씨앗이나 작은 열매 같은 먹이를 찾습니다.

SOCIAL

- 56 안전강화
- 59 콘텐츠 및 서비스 품질 강화
- 60 인재경영
- 68 사회공헌 및 지역사회 참여
- 76 공급망 관리 및 동반성장

Link to UN SDGs



안전강화

안전보건경영 체계

SM엔터테인먼트는 대표이사(CEO)가 안전보건관리책임자로서 주요 사항을 보고 받고 결정하는 최고 책임자 역할을 수행하며 주요 사항은 이사회의 검토와 심의를 거쳐 결정됩니다. 총무 Unit은 안전관리자로서 법적 안전관리 체계를 구축하고 관련 실무 전반을 담당합니다. 조직문화 Unit은 임직원의 건강 관리를 위한 제도 운영 및 관련 교육을 진행합니다. SM엔터테인먼트는 노사가 상호 협의하여 안전보건 개선 점을 도출하고 이를 지속적으로 현장에 적용할 수 있도록 산업안전보건위원회를 운영하고 있으며, 협력사 임직원의 제안을 청취하고 도급 사업의 안전보건 사안을 논의하여 실질적인 개선책을 마련하기 위해 안전보건협의체를 운영하고 있습니다. 또한 현장 중심의 관리·감독 강화를 위해 관리감독자의 범위를 확대하여 각 제작 센터의 생산 담당 부서장 뿐 아니라 회사의 모든 생산 부서 및 안전관리가 필요한 모든 부서의 장이 소관 부서의 안전보건 관리·감독 역할을 수행하며 현장 안전을 책임지고 있습니다.

안전보건경영 의사결정 및 실행체계



안전보건경영방침

- 01 우리는 조직의 목적과 규모에 적절한 산업안전보건 경영체계를 구축하고 임직원의 의견을 경청하는 시스템을 시행하여 안전 제일 문화를 정착시켜 나갑니다.
- 02 우리는 업무 환경의 위험요인을 예측하여 사전 제거하고 선제적 관리가 가능하도록 사건·사고 예방 활동에 적극적으로 참여합니다.
- 03 우리는 협력 관계에 있는 임직원의 생명과 안전 보호를 위하여 상생협력 체계를 강화하고 쾌적한 노동환경을 제공하는 등 책임과 역할을 다합니다.
- 04 우리 임직원 및 협력사 임직원은 안전보건 법규 및 그 밖의 준수 사항을 준수합니다.
- 05 우리 임직원 및 협력사 임직원은 모두의 안전과 보건 증진을 위하여 정기적으로 현황을 검토하고 지속적으로 시스템을 개선합니다.

안전보건경영방침

SM ENTERTAINMENT는 Culture Technology를 근간으로 최고의 문화 콘텐츠와 IP를 창조하는 기업으로서 그 과정에서 임직원 및 협력사 임직원들의 생명과 안전을 보호하는 것을 최우선 가치로 삼고, 철저한 책임 의식과 사명감을 바탕으로 지속 가능한 안전한 기업을 구축하고자 다음과 같이 안전보건경영방침을 선언합니다.

- 01 우리는 조직의 목적과 규모에 적절한 산업안전보건 경영체계를 구축하고 임직원의 의견을 경청하는 시스템을 시행하여 안전 제일 문화를 정착시켜 나갑니다.
- 02 우리는 업무 환경의 위험요인을 예측하여 사전 제거하고, 선제적 관리가 가능하도록 사건·사고 예방 활동에 적극적으로 참여합니다.
- 03 우리는 협력 관계에 있는 임직원의 생명과 안전 보호를 위하여 상생협력체를 강화하고, 쾌적한 노동환경을 제공하는 등 책임과 역할을 다합니다.
- 04 우리 임직원 및 협력사 임직원들 안전보건 법규 및 그 밖의 준수사항을 준수합니다.
- 05 우리 임직원 및 협력사 임직원들 모두의 안전과 보건 증진을 위하여 정기적으로 현황을 검토하고 지속적으로 시스템을 개선합니다.

2025년 8월 30일

SM ENTERTAINMENT 대표이사장 김태형

안전보건경영방침



안전강화

안전보건경영 목표 및 세부 내용

목표	2025년 성과	중단기 목표
안전보건경영 시스템	<ul style="list-style-type: none"> 안전보건경영조직 개편 (외부) 엔터테인먼트 콘텐츠업 및 공연안전지원센터 간 정기 협의체 시행 (내부) 공연 관리 업무를 시행하는 협력사 간 정기 협의체 시행 	<ul style="list-style-type: none"> 부서별 위험성평가 내재화
비상대응 훈련	<ul style="list-style-type: none"> 외부 방문자 비상정보 안내 개선 전년도 개선점 반영하여 훈련 시행 	<ul style="list-style-type: none"> 회사의 다양한 사업 형태를 반영한 비상대응 체계 마련
안전관리의 시행	<ul style="list-style-type: none"> 분진, 폭염 작업 등 위험작업 별 대응 체계 구축 팝업스토어 시공 안전관리 매뉴얼 배포 위험성평가 시행 확대 상주 도급업체 중대재해처벌법에 따른 반기평가 시행 	<ul style="list-style-type: none"> 부서별 안전작업 개선 사항 발굴
보건	<ul style="list-style-type: none"> 임직원 종합 건강 검진 지원 유소견자 보건 상담 운영 독감 예방접종 지원 심리 상담 제도 지원 대상 확대 	<ul style="list-style-type: none"> 사내 건강 관리 프로그램 개선

2025년 안전보건 관리 내역

시기	내용
월별	<ul style="list-style-type: none"> 안전보건협의체 시행
분기별	<ul style="list-style-type: none"> 산업안전보건위원회 시행 엔터테인먼트/콘텐츠업 공연 안전 협의체 시행 공연 관리자(협력사) 안전 협의체 합동점검 시행
반기별	<ul style="list-style-type: none"> 사업장 안전보건 활동 반기 평가 및 관리감독자 등 안전보건 인력 평가
연간	<ul style="list-style-type: none"> 비상대응훈련 그룹사 관리 현황 점검
상시	<ul style="list-style-type: none"> 순회 점검, 사업장 점검
4월(신규 활동)	<ul style="list-style-type: none"> 팝업스토어 시공 안전 관리 매뉴얼 배포 방문자 비상 정보 안내 개선 분진 작업 대응 체계 구축 위험성 평가 작성 및 활용 설명회 시행
8월(신규 활동)	<ul style="list-style-type: none"> 건설 공사 산업안전보건관리비 반영 공지 시행 폭염 작업 대응 체계 구축 공연 유관 부서 보호구 지급

안전교육 현황

단위: 명(%)

구분 ¹⁾	2023년	2024년	2025년
채용시 산업안전보건교육 이수 인원	282(100)	176(100)	190(100)
산업안전보건 직무교육 이수 인원	2(100)	N/A ²⁾	2(100)
산업안전보건 관리·감독자 교육 이수 인원	2(100)	6(100)	2(100)
정기 산업안전보건교육	1분기	601(100)	709(100)
	2분기	638(100)	
	3분기	970(100)	745(100)
	4분기	672(100)	

1) 안전교육 대상자는 SM엔터테인먼트 직원입니다.
2) 격년 시행으로 해당 없습니다.



안전강화

안전보건 활동

사업장 위험성 평가

SM엔터테인먼트는 사업장의 유해·위험 요인에 대한 실태를 파악하고 개선하기 위해 위험성 평가 지침을 규정하고 있습니다. 2025년에는 프로젝트별 위험 작업의 종류가 크게 달라지는 현장 특성을 반영해 '작업별 표준 위험성평가표'를 작성했으며, 대상 부서에 위험성 평가 작성 및 활용 설명회를 시행하였습니다. 작업별 표준 위험성 평가표를 활용하여 프로젝트별 맞춤 위험성평가를 시행할 수 있도록 지원하며, 실무자가 위험성평가를 쉽게 시행할 수 있도록 3단계 평가법을 채택하여 위험성 평가 시행 접근성을 높였습니다. 유관 법령에 따라 위험성 감소 대책을 수립하였으며 개선 후 위험성을 재평가하여 모두가 안전하게 시설을 이용할 수 있는 환경을 조성하고, 근로자의 근무 환경을 지속 개선하고 있습니다.

사업장 안전보건 활동

SM엔터테인먼트는 본사 사옥 내 구급함과 자동심장충격기(자동제세동기, AED)를 비치하고 매월 점검을 시행하고 있습니다. 또한 휴게실, MUNG ROOM(안마의자) 배치 및 장시간 사무 업무를 수행하는 직원의 근골격계질환 예방을 위하여 신규 입사자에 듀얼 모니터, 버티컬 마우스 등 키트를 지급하는 등 구성원의 안전보건 보호 활동을 시행하고 있습니다. 안전관리자는 정기적으로 도급 작업장을 포함한 회사의 사업장 순회 점검을 시행하며 연 1회 D-TOWER 입주사가 참여하는 비상 대응훈련을 실시하고 있습니다. 회사의 업무 형태를 반영하여 상주 부서 등이 안내하고 각 부서의 장이 대피 현황을 점검하는 형태의 훈련을 도입하였습니다. 사내 메신저를 활용한 훈련 안내 및 참여자 취합, 엘리베이터 통제 등 실제 비상 상황을 가정한 훈련이 될 수 있도록 지속적으로 개선해 나가고 있습니다.

공연장 안전관리

SM엔터테인먼트는 모든 공연에 앞서 현장 운영안을 작성하여 공연과 관련된 스태프에게 사전 공유, 주요 내용을 안내하고 있습니다. 현장 운영안에는 공연 개요 및 공연장 안전관리에 해당하는 공간 구성, 비상 연락망, 동선, 비상 대처 계획 등이 포함됩니다. 공연장 설치부터 철수까지 안전 관리 계획과 수칙을 지킬 것을 명시하며 구급차와 의무실, 비상상황실의 위치와 비상 상황 발생 시 대응 프로세스를 기재하였습니다. 비상 대처 계획에는 소방차, 구급차, 경찰차의 접근 동선이 설명되어 있으며 응급환자 발생 및 화재 발생 시 안내 방송, 안내요원의 행동 요령, 관객 퇴장 방안, 층별 비상 대피 동선, 응급구조함과 자동 심장 충격기, 소화전과 소화기의 위치 등의 내용을 상세히 담았습니다. 노약자, 유형별 장애인 등 거동이 불편한 관람자의 입장과 퇴장, 피난 계획을 포함하여 예기치 못한 안전사고에 대비하는 방안을 마련하였으며, 공연 종료 후 퇴장 시 발생할 수 있는 인파 밀집 사고에 대한 대책과 계획도 함께 수립하였습니다. 아울러 폭염 시 공연을 기다리는 관객이 더위를 피할 수 있도록 쿨존(COOL ZONE)을 운영하고 있으며, 얼음물 배부 및 내부 포토존 마련 등을 통해 대기 환경의 편의성과 현장 경험을 함께 제고하고 있습니다.

팝업스토어 안전관리

SM엔터테인먼트는 아티스트 및 음악 IP를 활용한 복합 문화 공간으로서 팝업 스토어를 운영하고 있습니다. 팝업 스토어는 아티스트 앨범을 테마로 음악을 들을 수 있는 체험형 공간이자 아티스트 및 음악 IP를 활용한 라이프스타일 상품을 구매할 수 있는 장소로 많은 이들이 방문하고 있어 특별히 안전관리가 요구되는 공간입니다. SM엔터테인먼트는 자체 「팝업스토어 공사 안전관리 가이드」에 따라 오프라인 매장 구축 및 철거 공사 상의 리스크 감소를 위한 실천사항을 따르고 있습니다. 산업 안전보건법 및 중대재해 처벌 등에 관한 법률을 준수하고 리스크 감소를 위하여 계약, 현장 운영 등 업무 전반에서 준수해야 할 사항을 명확히 규정하였으며 계약 준비부터 철거 이후까지 전 과정에서 고려해야 할 절차를 준수하고 있습니다.

뮤직비디오 촬영 현장 안전관리

SM엔터테인먼트는 아티스트별 콘셉트와 독자적인 세계관을 시각화하기 위해 뮤직 비디오를 제작합니다. 제작 과정에서 체계적인 안전관리를 통해 예기치 못한 인명 사고를 예방하고, 모든 스태프와 아티스트가 창작 활동에만 전념할 수 있는 안정적인 제작 환경을 구축하는 것이 중요합니다. 당사는 뮤직비디오 촬영 뿐 아니라 설치 및 철거 작업 시에도 산업안전보건법 및 관련 규정을 준수하기 위해 노력하고 있습니다. 또한 작업 과정에서 발생할 수 있는 위험 요인을 사전에 파악하고, 고위험 작업에 대한 안전 관리 체계를 구축하기 위한 정기적인 현장 점검을 통해 개선 대상을 확인하며 안전 관리 시행 범위를 지속적으로 확대해 나가고 있습니다.

콘텐츠 및 서비스 품질 강화

Labels in Company

SM엔터테인먼트는 음악 취향이 다양한 팬들의 수요에 발맞춰 장르별 독립된 레이블을 론칭하였습니다. 각 독립 레이블은 장르적 기반하에 음악의 스펙트럼을 넓혀가고 있습니다.



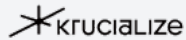
SM Classics

SM Classics는 SM엔터테인먼트의 클래식 & 재즈 음악 전문 레이블로 K-POP을 오케스트라 및 다양한 편성의 클래식 음악으로 선보이며 SM 오리지널 IP 확장의 대표적인 사례로 손꼽히고 있습니다. 특히 2026년 5월에는 소프라노 조수미와 전속 레코딩 계약을 체결하여 새로운 음악의 지평을 열어 나가고 있습니다.



Scream Records

SM엔터테인먼트 산하 댄스 뮤직 레이블 Scream Records는 음원 제작 및 유통, K-POP Remix 프로젝트 'Scream', 소속 DJ/프로듀서 매니지먼트, 오프라인 이벤트 기획 및 운영 등의 사업을 기반으로 K-POP과 댄스 뮤직의 신선한 융합을 선도하고 있습니다.



KRUCIALIZE

KRUCIALIZE는 ARTIST와 KREW가 주체성을 가지고, 음악과 음악으로부터 파생되는 다양한 콘텐츠를 제작하는 SM엔터테인먼트 산하 뮤직 레이블입니다. K-POP의 본질에 새로운 숨을 불어넣어 장르적 스펙트럼을 넓히고, 차별화된 독자적인 콘텐츠를 추구합니다. 더 다양한 Listener들이 KRUCIALIZE의 KREW가 될 수 있길 기다리고 있습니다.



SMArt

SMArt는 다양한 음악 장르를 아우르며 끊임없이 확장해 나가는 SM엔터테인먼트 산하 레이블입니다. K-POP을 하나의 문화 콘텐츠로 재해석한 차별화된 아트웍과 최적의 프로듀싱 솔루션을 통해 세상에 없던 신선하고 감각적인 사운드를 선보입니다.

SMTOWN LIVE 2025-26

SM엔터테인먼트는 창립 30주년을 기념하여 'SMTOWN LIVE 2025-26' 글로벌 투어를 개최하였습니다. 2025년 1월 서울을 시작으로 멕시코시티, LA, 런던, 도쿄, 후쿠오카를 거쳐 방콕까지 전 세계 팬들과 호흡하며 지난 30년간 구축해온 음악적 헤리티지를 총망라한 무대를 관객분들께 선사했습니다. 'SMTOWN LIVE'는 전 세계 주요 도시에서 성황리에 개최되어 왔으며 '한국 단일 브랜드 공연 최초 프랑스 파리 공연', '아시아 가수 최초 뉴욕 매디슨 스퀘어 가든 공연', '해외 가수 최초 중국 베이징올림픽주경기장 공연', '두바이 최초 대규모 K팝 공연' 등의 기록을 보유하고 있습니다.

클래식 · 재즈 레이블 SM Classics는 전 세계 최초 K-POP 오케스트라 콘서트 'SM CLASSICS LIVE'를 공개하였습니다. 2025년 2월 서울시립교향악단과 함께하는 서울 공연을 시작으로, 9월에는 도쿄에서, 2026년 2월에는 클래식 음악의 본고장인 오스트리아 빈 콘체르트하우스에서 세계적 명문 교향악단인 빈 심포니와 함께 공연을 개최하였습니다. 2026년 7월에는 싱가포르 및 방콕 공연을 예정하고 있으며, SM Classics만의 오리지널 IP를 전 세계에 확산해 나가고 있습니다.



SMTOWN LIVE 현장

장애 접근성 개선 노력

SM엔터테인먼트는 공연장을 찾는 장애인 관객을 대상으로 별도의 내부 기준에 따라 공연장 이용 보조 및 안내를 제공하고 있습니다. 장애 접근성 관점에서 기존 기준의 개선 필요성을 반영하여, 2024년 하반기부터 장애 당사자 및 관련 단체와 함께 전반적인 점검을 실시하고 관련 기준의 체계화를 추진하였습니다.

당사는 공연 접근성을 모두를 위한 환경이자 평등한 기회이며, 함께 즐기는 문화로 인식하고 있습니다. 이에 장애인 관객의 공연 접근성이 배려가 아닌 당연한 권리이자 문화 향유의 기회로 보장될 수 있도록, 2025년 공연장 접근성 개선을 위한 「장애 접근성 개선을 위한 가이드북」을 제작하였습니다.

본 가이드북에는 장애인의 예매 경험, 사전 안내, 수어·문자 통역, 이동 지원 등 예매부터 공연장 퇴장까지 각 단계에서 준수하고 실천해야 할 사항을 담았습니다. 또한 예매처, 기획사, 운영사 등 주요 파트너사의 실무 부서에 이를 공유하여 내부 매뉴얼로 활용할 수 있도록 지원하였으며, 주요 파트너사 실무자를 대상으로 장애 접근성 교육도 함께 시행하였습니다.



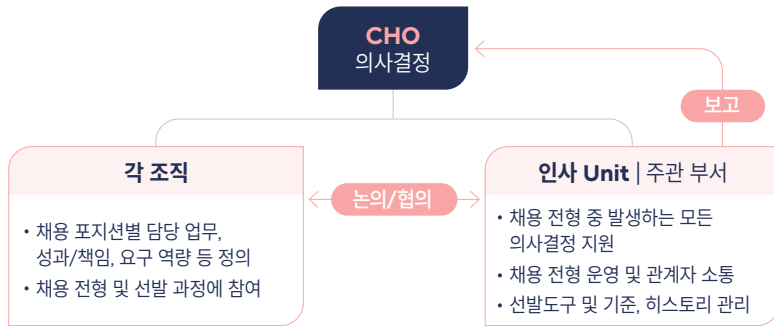
2025년 장애 접근성 교육 현장

인재경영

인재 채용 체계

SM엔터테인먼트는 투명하고 공정한 채용 프로세스를 통해 국내외 다양한 배경의 인재를 채용하기 위해 노력하고 있습니다. 주관 부서인 인사 Unit이 채용 전형을 관리하고 있으며 각 조직과의 논의와 협의를 거쳐 의사결정권자인 CHO 승인하에 채용 여부가 결정됩니다.

인재 채용 의사결정 체계



채용 비전



인재 채용 프로세스

서류전형

입사 지원서와 포트폴리오를 통해 지원자의 경험과 스킬, 직무 적합성 등을 검토합니다.

1차 인터뷰 및 인성검사

실무진 인터뷰를 통해 지원자의 직무 수행 능력, 팀워크 능력, 소통 능력 등 포지션을 수행하기 위해 갖추어야 하는 자질과 자격을 검토하고 인성검사를 통해 지원자의 성격 기반 역량과 조직 적합성을 객관적·체계적으로 진단합니다.

2차 인터뷰

리더 인터뷰를 통해 지원자의 직무 역량을 포함하여 직업 가치관, 비전, 사업에 대한 이해도 등 장기적인 관점에서 조직 적합성을 종합 검토합니다.

입사 협의 및 채용 확정

지정 검진센터에서 채용 검진을 진행하며, 처우와 입사일을 협의합니다.

인재 채용 시스템 개선

SM엔터테인먼트는 2024년 상반기부터 지원자의 접근성과 편의성을 고려한 대대적인 채용 시스템 개편을 단행한 이후, 시스템을 지속적으로 보완해 나가고 있습니다. 공식 채용 사이트 리뉴얼, 우수 인재 확보를 위한 채용 채널 확대, 채용 가이드북 제작 등을 통해 지원자의 경험을 개선하였습니다. 2025년에도 구성원과 신규 지원자를 포괄적으로 고려한 제도를 구축하고 지속적으로 보완했습니다.

사내공모제도 '리플라이(Re-Ply) 프로그램' 도입

구성원의 경력 개발 기회를 확대하고 직무 전환 접근성을 개선하여 내부 인재 순환 및 지속가능한 커리어 생태계를 구축하였습니다.

인성 검사 도입

채용 의사결정의 객관성과 일관성을 확보하고 채용 과정에서의 주관적 판단 요소 및 조직 리스크를 사전에 예방하고자 인성검사를 도입하였습니다.

학부생 대상 채용 설명회 개최

대학교 취업준비생 대상 채용 설명회를 통해 청년층에게 양질의 고용 정보를 제공하고 진로 탐색 기회를 지원하여 사회적 고용 가치 창출에 기여하고 있습니다.

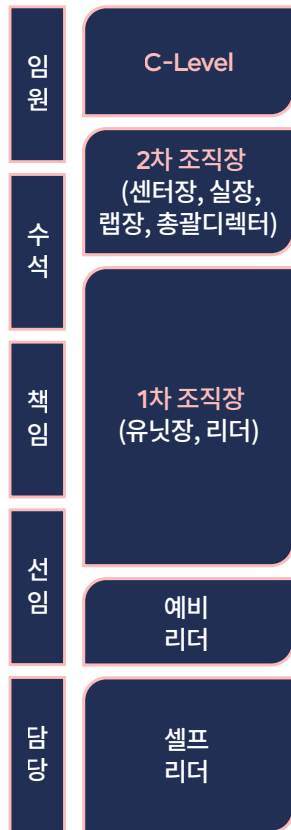
평가자 가이드라인 강화

평가자 및 면접관 가이드라인 및 평가 기준을 객관화하여 공정하고 윤리적인 채용 평가가 이뤄질 수 있도록 하였습니다. 이를 통해 채용 과정의 공정성과 신뢰성을 제고해가고 있습니다.

인재경영

인재 육성 체계도

■ '24-'25년도 진행 과정 ■ 향후 도입 예정



인재경영

구성원 교육 프로그램

SM엔터테인먼트는 기업의 지속가능한 성장이 곧 구성원의 성장으로부터 출발한다고 인식하고 있습니다. 이에 따라 급변하는 엔터테인먼트 산업 환경 속에서 임직원들이 최고의 역량을 발휘할 수 있도록 온보딩 교육, 리더십 교육, 직무 특화 교육 등 체계적이고 세분화된 교육 프로그램을 지원하고 있으며, 상호 존중하는 건강한 조직문화를 만들기 위한 전사적 노력을 기울이고 있습니다.

구성원 역량 개발을 위한 교육 프로그램



교육과정별 수강인원

단위: 명

교육과정	구분	연도별 수강인원		
		2023년	2024년	2025년
리더십 교육	2차 조직장 대상	-	-	18
	1차 조직장 대상 ¹⁾	-	68	10
온보딩 교육	공동입문교육	-	15	200
	신입입문교육	-	17	143
직무 교육	A&R 직무 교육 ²⁾	-	-	36
	기획력/보고서 작성 스킬업 교육 ²⁾	-	-	51
	비즈니스 OA 교육 ²⁾	-	-	35
	AI Boost Camp ²⁾	-	-	15
	지식재산권 보호 교육 ²⁾	-	-	47
	보이스 트레이닝 교육 ²⁾	-	-	12
	내부회계관리제도 KSOX기본교육(비금융)	373	367	351
법정 교육	성희롱 예방 및 성인지 감수성 향상 교육(오프라인)	-	-	621
	법정 필수 교육	709	799	850
	준법 교육	663	799	850
	인권 교육	672	799	850
산업안전보건 교육	정기 산업안전보건 교육(상반기)	601	709	728
		638		
	정기 산업안전보건 교육(하반기)	670	727	745
		672		
	채용시 산업안전보건 교육	282	176	190
산업안전보건 직무 교육	1	0	2	

1) 신입 조직장 대상으로 실시하였습니다.

2) 2025년 신설된 교육으로 2025년 이전에는 데이터가 없습니다.



인재경영

구성원 교육 프로그램

신규 입사자 온보딩(Onboarding)¹⁾

SM엔터테인먼트는 신규 입사자가 기업의 핵심 가치와 비전을 내재화하고 조직 문화에 안정적으로 융화될 수 있도록 체계적인 온보딩 프로그램을 운영하고 있습니다. 교육 과정은 기업 전반에 대한 이해를 돕는 ‘공통 입문 교육’과 비즈니스 마인드셋 및 커뮤니케이션 역량을 배양하는 ‘신입 입문 교육’으로 이원화하여 전문성을 강화했습니다. 교육 종료 후에는 동기 간 유대감을 형성하고 조직 적응을 돕는 ‘소프트 랜딩 미션’을 실시하며, 별도의 온보딩 가이드 페이지를 운영하여 업무 이해도와 편의성을 높이고 있습니다. 앞으로도 구성원들이 소속감을 느끼고 조기에 업무 안정성을 확보할 수 있도록 지원 체계를 더욱 확대할 예정입니다.

1) 만족도 조사 결과 공통 입문 교육 5.0점, 신입 사원 교육 4.9점(5점 만점 기준) 기록

차세대 리더 육성을 위한 리더십 교육 고도화

SM엔터테인먼트는 조직의 중장기 전략 실행력을 강화하고 급변하는 시장 환경속에서 변화 관리 역량을 제고하기 위해 리더십 교육 체계를 확대 및 고도화하고 있습니다. 기존 1차 조직장 대상의 ‘리더의 역할’ 중심 교육에서 나아가 2차 조직장을 대상으로 한 심화 교육 과정을 신설하여 리더십 파이프라인을 강화했습니다. 본 교육은 비전 및 아젠다 세팅, 변화 관리, 조직 문화 구축을 핵심 주제로 진행되었으며 이를 통해 각 조직의 리더들이 회사의 방향성을 명확히 인지하고 부서 간 시너지를 창출할 수 있는 토대를 마련했습니다. 2026년에도 SM엔터테인먼트만의 리더십 DNA가 조직 전반에 정착될 수 있도록 지속적인 교육 프로그램을 운영하여 미래 성장 동력을 확보할 계획입니다.

미래 경쟁력 확보를 위한 직무 및 전문 역량 강화 교육

SM엔터테인먼트는 임직원의 실무 역량을 극대화하고 엔터테인먼트 산업 트렌드 변화에 선제적으로 대응하기 위해 다각적인 맞춤형 교육 프로그램을 시행하고 있습니다.

AI 기반 업무 혁신 및 기술 대응

SM엔터테인먼트는 전사적 AI 활용 역량 강화를 핵심 과제로 설정하고 엔터테인먼트 산업 및 직무에 필요한 AI 기술을 실질적으로 접목하기 위해 AI 교육과 확산 체계를 단계적으로 갖춰 나가고 있습니다. 이를 위해 ‘SM AI Spark-Up Challenge’를 도입하여 단순한 AI 기술 습득을 넘어 구성원이 자신의 AI 활용 노하우를 자발적으로 공유하고 서로의 사례를 통해 함께 성장하는 AI 활용 문화를 조성해 나갈 예정입니다. 우수 활용 사례는 전사 공용 자산으로 발전시켜 사내 플랫폼에 축적함으로써 개인에 머물던 노하우가 조직 전체의 역량으로 확산되는 선순환 체계를 구축해 나가고자 합니다. 아울러 직군별 심화 과정인 ‘AI Boost Camp’를 통해 AI 활용 중심의 맞춤형 실습(Hands-on) 세션도 확대 운영해 나갈 계획입니다.

기본 실무 및 기획 역량 강화

업무 효율성 제고를 위한 비즈니스 OA 교육(Excel, PPT 등)을 기본 과정으로 제공하는 한편 실무 직결형 ‘기획력/보고서 작성 스킬업 교육’과정을 집중 운영하여 구성원의 문제 해결 및 기획 역량을 한층 강화했습니다.

직무 특화 교육

직군별 전문성 강화를 위해 맞춤형 직무 교육을 단계적으로 확대하고 있습니다. A&R 직군은 사내 전문강사가 진행하는 Protools 음악편집 교육과 ‘Music Master Class’를 통해 직무 전문성을 강화하였습니다. 해당 교육 콘텐츠는 추후 온라인 과정으로 자체 제작하여 상시 학습 체계를 구축할 예정입니다. Creative 직군은 Adobe Day 등의 툴 활용 교육을 통해 제작 업무 효율화를 진행하였으며 향후에도 직무별 맞춤 교육을 지속적으로 강화해 나갈 예정입니다.

지식재산권(IP) 및 법적 리스크 관리

AI 활용 확대와 함께 더욱 중요해진 IP 보호를 주제로 워크숍을 진행하여 저작권 보호 인식과 법적 리스크 대응 능력을 강화했습니다. 글로벌 콘텐츠 기업으로서 법적 리스크에 선제적으로 대응하기 위해 향후 관련 교육을 정례화하고 직무별 맞춤형 콘텐츠로 확대해 나갈 계획입니다.

공정한 인사평가

성과(업적)평가

SM엔터테인먼트는 구성원의 성장과 생애 경쟁력 확보 관점에서 다양한 평가와 보상 제도를 운영하고 있습니다. 급변하는 문화산업 트렌드 속에서 구성원이 능동적으로 업무의 방향성을 수립하고 성과를 창출하는 자기주도적 성과관리체계를 지향하고 있습니다. 본인이 이룬 성과를 직접 리뷰하고 조직의 방향성과 동일하게 업무를 수행할 수 있도록 연간 1회의 성과(업적) 평가를 진행합니다. 또한 평가에서 발생할 수 있는 주관적 판단과 오류를 최소화하고 충분한 피드백이 이루어질 수 있도록 지속적으로 제도를 점검, 개선하고 있습니다.

역량진단

구성원 개개인의 역량이 곧 기업의 경쟁력이라는 가치 아래, 장기적인 관점에서 생애 경쟁력 확보를 위하여 역량진단을 실시합니다. 직무별로 요구되는 역량을 정의하고 본인 및 직책자의 진단을 통해 도출된 개선점을 바탕으로 필요한 교육을 제공하는 등 구성원의 성장이 조직의 성장으로 이어질 수 있도록 선순환 구조를 구축하고자 노력하고 있습니다.

다면리뷰 & 협업리뷰

건전한 조직문화 조성 과 리더십 역량강화를 위해 직책자를 대상으로 360도 다면 리뷰를 시행하고 있습니다. 동료 및 부하 등 다각적 피드백을 통해 리더십의 객관성을 제고하고 개선 방향을 제시하여 전사적으로 건강한 리더십이 유지되도록 노력합니다. 또한 2025년부터는 일반 구성원 간의 ‘협업리뷰’ 제도를 신설하여 업무과정에서 상호 조언과 성취 공유를 활성화하고, 모든 구성원이 One Team으로서 성과를 만들어가는 공감의 문화를 정착시켜 나가고 있습니다.

인재경영

보상제도

SM엔터테인먼트는 총 보상(Total Reward) 관점에서 구성원의 업적과 역량에 상응하는 공정하고 경쟁력 있는 보상 제도를 운영합니다. 평가 등급은 5단계로 세분화되어 있으며 성과(업적)평가 결과에 기반한 연봉 책정 및 전사 경영 성과에 근거한 경영 실적 인센티브 제도를 시행하고 있습니다. 아울러 구성원이 업무에 몰입할 수 있도록 다각적인 복리후생 지원을 아끼지 않으며 최상의 퍼포먼스를 발휘할 수 있는 환경을 조성하고 있습니다.

- 
기본 연봉
 직무, 역량, 성과에 따른 전 구성원 연봉제
- 
성과 인센티브
 전사 경영실적에 따른 성과 인센티브 지급
- 
제수당
 역할 수행에 따른 보상
- 
복리후생
 복리후생 및 업무 지원을 위한 각종 프로그램
- 
교육 제공
 역량·경력 개발을 위한 사내외 교육 제공 및 정성 지원

일과 가정의 양립

육아 지원 제도

SM엔터테인먼트는 임직원의 일·가정 양립을 지원하기 위한 육아지원 제도를 운영합니다. 만 8세 이하 또는 초등학교 2학년 이하의 자녀를 둔 임직원은 최대 1년의 유급 육아휴직을 활용할 수 있습니다. 임직원 본인이 출산한 경우 90일의 유급휴가를 부여하고, 배우자가 출산한 경우에도 최대 20일의 휴가를 보장하며, 임신기와 육아기에는 근로 시간 단축제도를 통해 유연한 근무가 가능합니다.

자녀 학자금 지원제도

SM엔터테인먼트는 임직원의 자녀 교육비 부담을 경감하고, 안정적인 근무 환경을 조성하기 위해 학자금 지원제도를 운영하고 있습니다. 초등학교, 중학교, 고등학교에 재학 중인 자녀를 둔 임직원을 대상으로 매월 일정 금액의 학자금을 지원하며, 이를 통해 임직원들이 가정과 업무를 균형 있게 유지할 수 있도록 돕고 있습니다.

위탁 보육 지원제도

위탁 보육 지원제도는 회사가 어린이집과 위탁계약을 체결하여 SM엔터테인먼트 임직원 자녀의 보육을 지원하는 제도입니다. 만 0~5세 자녀를 둔 임직원을 대상으로 하며, 매년 정부 공시에 따라 법정 보육료 지원 단가의 50%를 지원합니다.

복리후생 제도

<div data-bbox="1795 440 2164 802"> <p>Life Care</p> <ul style="list-style-type: none"> • 문화 공연 관람, 음악 구독, 도서 구매 지원 • 원픽 기념일 지원 • 중식비 및 복지 포인트 제공 • 생일·명절 선물 • 동호회 활동 지원 • 야근 식대·이동 지원 • 대리운전 지원 </div>	<div data-bbox="2202 440 2566 802"> <p>Health Care</p> <ul style="list-style-type: none"> • 단체상해보험 • 예방 접종 지원 • 의료진 건강상담 • 심리 상담 프로그램 • 종합건강검진 • 다양한 휴게공간 </div>
<div data-bbox="1795 841 2164 1077"> <p>Family Care</p> <ul style="list-style-type: none"> • 경조사 지원 • 생활 안정 대여금 지원 • 자녀 학자금 지원 • 자녀 위탁 보육 지원 </div>	<div data-bbox="2202 841 2566 1077"> <p>SM Exclusive</p> <ul style="list-style-type: none"> • 장기 근속 포상 • 밍글링데이 • 포토부스 </div>



인재경영

복리후생 제도

SM엔터테인먼트는 임직원의 창의성과 몰입을 높이고 일과 생활의 균형을 지원하기 위해 다각적인 복리후생 제도를 운영하고 있습니다. 2025년은 특히 구성원의 정신적·신체적 건강을 최우선으로 고려하여 심리 및 보장 제도를 강화하였으며 일상의 활력을 불어넣는 휴식 인프라를 확충하여 임직원 모두가 진정한 웰빙을 누리며 즐겁게 몰입할 수 있는 근무 환경을 조성해 나가고 있습니다.

심리상담 지원 제도 ‘마음토닥’ 상담 지원 횟수 확대

당사는 임직원의 심리적 안정과 정서적 회복이 조직의 지속가능한 성장의 토대라는 믿음 아래, 전체 임직원을 대상으로 심리 상담을 지원하는 ‘마음토닥’ 서비스를 운영하고 있습니다. 2025년 4월부터 기존 연 8회였던 상담 횟수를 연 12회로 확대하여 지원체계를 강화하였습니다. 또한 상담 12회 이후에도 추가적인 지원이 필요한 임직원에게는 상담사 소견에 따른 연장 상담을 제공하여 실질적인 회복과 성장이 가능한 마음 건강 관리를 지원하고 있습니다.

임직원 단체상해보험 고도화 및 보장 사각지대 해소

SM엔터테인먼트는 임직원과 그 가족이 예기치 못한 질병이나 사고로부터 경제적 안정을 유지하고, 업무에 몰입할 수 있는 안전한 기반을 조성하고자 단체상해보험 제도를 지속적으로 운영해 왔습니다. 특히 2025년 하반기부터는 보장 체계를 전면 개편하여 구성원 개인의 상황에 최적화된 ‘개인 맞춤형 보장’과 ‘출장 및 개인 여행 구분없이 365일 보장하는 해외 여행자 보험 특약’을 제공하고 있습니다. 이를 통해 복지 사각지대를 해소하고 임직원의 실질적인 복지 체감도를 한층 높였습니다.

휴양시설 확충을 통한 리프레시 환경 조성

임직원들의 충분한 휴식과 재충전을 위해 휴양시설을 지속적으로 확장하고 있습니다. 특히 탄소 배출을 줄이기 위해 태양열 에너지를 활용하는 Net zero 지향 건축물로 지어진 ‘스마트코티지’는 자연 친화적인 곳에 위치한 회사 연수원 내 신규 건축물로 직원들이 근교에서 자연과 함께 휴식을 즐길 수 있는 리프레시 공간으로 활용하고 있습니다. 그 외에도 동해 속초 해수욕장 앞에 위치한 휴양 시설을 회사 임직원만 사용할 수 있는 전용 객실로 제공하여 임직원들이 회사와 멀리 떨어진 곳에서 자연과 함께 휴식을 취할 수 있는 공간을 제공하고 있습니다.

임직원의 편의와 휴식을 제공하는 SM Cafe · SMarket

임직원들이 바쁜 업무 중 잠시 쉬며 재충전할 수 있도록 사내 카페 ‘SM Cafe’와 간식 시설 ‘SMarket’을 운영하고 있습니다. 2026년에는 임직원들의 다양한 선호를 반영하기 위하여 ‘SMarket’ 전용 공간을 확장 리뉴얼하고 제공 품목을 다양화 하였습니다. 새롭게 단장한 ‘SMarket’은 간식을 즐기며, 임직원들이 자유롭게 소통하며 쉴 수 있는 커뮤니티 공간으로 활용되고 있습니다.

전용 공간 조성 및 품목 다양화를 통한 편의성 증대

신규 조성된 ‘SMarket’ 내 취급 품목을 스낵, 음료, 신선식품 등 50여 종으로 대폭 확대했습니다. 이를 통해 임직원들의 선택의 폭을 넓히고 이용 편의성을 한층 높였습니다.

개인 선호에 따른 복지 이용

임직원에게 매월 7만 복지 포인트를 지급하여, 개인의 취향에 맞게 ‘SM Cafe’와 ‘SMarket’에서 자유롭게 활용할 수 있도록 지원합니다.

365일 24시간 스마트 환경 구축

무인 운영 시스템 및 스마트 결제 솔루션을 도입하여, 유연근무제 등 다양한 근무 형태를 가진 임직원 누구나 시간에 구애 받지 않고 쾌적하게 이용할 수 있는 환경을 조성했습니다.

인재경영

노사협의회

SM엔터테인먼트는 근로자참여 및 협력증진에 관한 법률 제4조에 따라 노사협의회를 운영하고 있습니다. 노사협의회는 회사 대표와 직원 대표가 공동으로 회사의 생산성 향상과 직원의 고충 해결, 근무조건 개선 등을 위해 협의하고 노력해 나가는 협의 기구입니다. 이를 통해 회사와 직원 간의 원활한 소통을 도모하며, 근로환경 및 복리후생 개선을 위한 다양한 의견을 수렴하고 반영하고 있습니다.

운영방식	분기별 정기 회의를 통해 주요 사안을 논의	
주요 논의 사항	근무환경 개선, 복리후생 확대, 조직문화 활성화 방안 등	
개최횟수	2023년	총 4회(분기별 1회)
	2024년	총 4회(분기별 1회)
	2025년	총 4회(분기별 1회)

함께 만든 30년, 함께 나아갈 미래

임직원의 강한 소속감과 건강한 조직문화는 글로벌 엔터테인먼트 시장을 선도하는 SM엔터테인먼트의 핵심 경쟁력입니다. 당사는 임직원 개개인이 브랜드 헤리티지를 직접 체감하고 자발적인 패밀리십(Family-ship)을 형성할 수 있도록 다각적인 지지와 노력을 아끼지 않고 있습니다. 창립 30주년 기념 캠페인을 통한 감사의 마음 전달과 헌신에 대한 예우, 그리고 아티스트와 임직원이 직접 교감하는 ‘밍글링데이’와 같은 소통 프로그램을 통해 임직원의 애사심(Loyalty)을 고취하고, 자율적이고 창의적인 에너지가 선순환되는 조직 문화를 구축하고 있습니다.

SMTOWN LIVE 2025 전사 임직원 초청

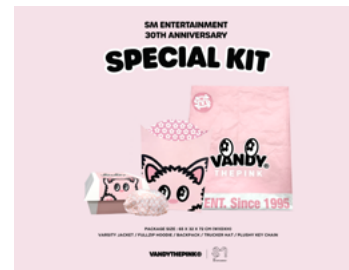
30주년을 맞이하여 열린 ‘SMTOWN LIVE 2025’에 전사 임직원을 초청하여 지난 30년의 역사를 함께 기념하고 즐기는 특별한 시간을 가졌습니다. 우리가 만든 콘텐츠와 아티스트가 전 세계에 전하는 감동을 현장에서 직접 경험함으로써, 엔터테인먼트 산업의 선구자로서 임직원 개개인의 자부심을 고취하고 결속력을 다지는 계기가 되었습니다.

창립기념일 휴무 지정

뜻깊은 날을 기념하기 위하여 창립기념일을 휴무로 지정하였으며, 구성원 모두가 재충전의 시간을 가질 수 있도록 하였습니다.

30주년 기념 스페셜 KIT 제공

지난 30년의 여정에 대한 감사의 의미를 담은 스페셜 KIT를 전 임직원에게 증정 하였습니다.



30주년 기념 스페셜 KIT

밍글링데이

2023년 첫선을 보인 ‘밍글링데이’는 임직원 간의 소통과 협업을 촉진하는 SM엔터테인먼트의 대표 조직문화 프로그램입니다. CEO 오픈토크를 통해 경영진과 직원이 비전을 직접 공유함은 물론, 2025년에는 아티스트와 임직원이 현장에서 직접 교감하는 기회를 확대하여 소통하는 즐거움과 소속감을 강화했습니다.

1분기 | 하츠투하츠 프리 데뷔 밋업

하츠투하츠가 데뷔 전 임직원들에게 인사를 전했습니다. 임직원들은 응원 메시지 이벤트를 통해 아티스트의 첫걸음을 한마음으로 지지하며 결속력을 다졌습니다.

2분기 | SMTOWN FAMILY 브랜드 팝업

SM엔터테인먼트의 새로운 공식 캐릭터인 ‘SMTOWN FAMILY’의 브랜딩 스토리 공유와 체험 이벤트를 진행했습니다. 자사 콘텐츠의 가치를 임직원이 먼저 경험하며 브랜드에 대한 이해와 애정도를 높였습니다.

3분기 | NCT WISH 밋업 & ScreaM Records EDM 파티

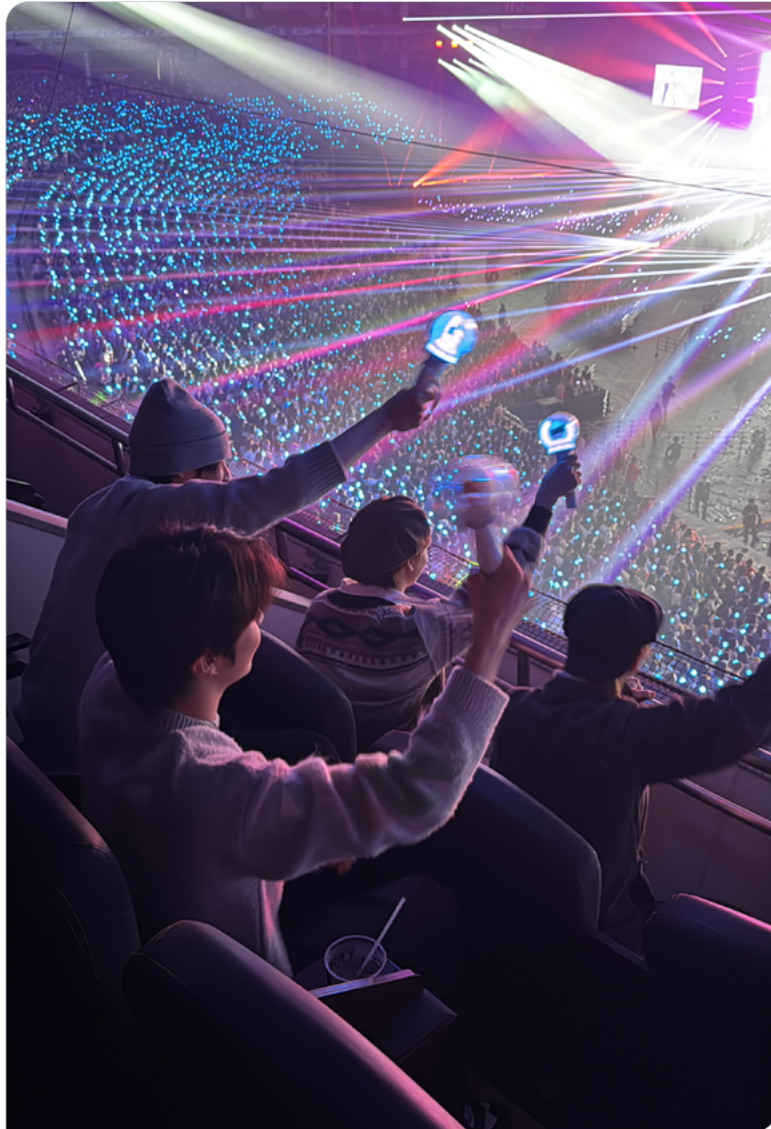
NCT WISH 미니 앨범 ‘Surf’ 뮤직비디오를 가장 먼저 임직원들에게 공개하며 임직원들과 함께 교감할 수 있는 다양한 이벤트를 진행하였습니다. 이어 진행된 자사 레이블의 EDM 파티는 자유로운 분위기 속에서 에너지를 충전하고 한데 어우러져 소통하는 장이 되었습니다.

4분기 | 라이즈 스페셜 밋업

신곡 ‘FAME’ 발매를 기념해 라이즈와 임직원이 직접 소통하는 시간을 가졌습니다. 아티스트와 임직원간의 서로의 노고를 격려하며 ‘One Team’으로서의 유대감을 확고히 하는 계기가 되었습니다.



인재경영



연습생 활동 지원

연습생 선발

SM엔터테인먼트의 캐스팅 시스템은 캐스팅 담당 부서가 온·오프라인에서 직접 인재를 찾거나 오디션을 통하는 방식으로 구분됩니다. 미성년자를 캐스팅하는 경우 보호자의 동의를 받아 진행하고 있습니다. SM WEEKLY AUDITION은 COVID-19 팬데믹 시기를 제외하고 30여 년간 매주 진행되고 있으며 외국인을 포함하여 매주 200명에서 300여 명이 오디션에 참여하고 있습니다. 특히 SM WEEKLY AUDITION에는 성별, 국적 제한 없이 누구나 지원이 가능합니다. SM 엔터테인먼트가 업계 최초로 시작한 글로벌 오디션 또한 매해 진행되고 있으며 미국, 캐나다, 일본 등 약 20개 도시에서 펼쳐집니다. 캐스팅과 오디션 등의 1차 평가를 통과한 인원은 오디션 캠프를 거쳐 최종 평가를 받게 되며, 실무자와 임원진 등의 평가를 통해 최종 선정된 인원이 표준계약서에 의거하여 연습생 계약을 체결하게 됩니다.

트레이닝

SM엔터테인먼트의 연습생은 평균 3-4년의 트레이닝 과정을 거치고 있습니다. 춤과 노래, 연기, 외국어 등의 기본 교육이 개인의 실력과 수준에 맞게 제공되고 있으며, 연습생은 연습 일지를 기록하며 자신의 성장 과정을 점검합니다. 이 외에도 중등교육, 인문·공익 교육 등의 프로그램을 적기에 제공하며 자사 아티스트의 공연장을 방문하는 현장 학습도 진행되고 있습니다. 연습생 평가 시스템을 거쳐 선발된 일부 인원은 무대에 서거나 해외 워크숍에 참여합니다. 모든 연습생에게는 트레이닝 담당자가 배치되어 연습생의 건강과 영양, 환경, 심리 등의 발달 상태를 확인하고 개인에게 맞는 관리를 제공하고 있습니다.

프로듀싱

SM엔터테인먼트는 연습생 트레이닝 비용 100%를 회사에서 투자하여 연습생이 트레이닝과 음악에만 매진할 수 있도록 돕고 있습니다. 트레이닝을 거쳐 자질이 검증된 연습생은 데뷔 준비에 들어서게 되며, 같은 팀의 후보로 선정된 동료 연습생과의 MT, 워크숍을 통해 팀워크를 강화합니다. SM엔터테인먼트는 성공적인 데뷔 무대를 위해 연습 과정 동안 든든한 지원을 아끼지 않습니다.

사회공헌 및 지역사회 참여

사회공헌활동 체계

SM엔터테인먼트는 ‘마음껏 꿈꾸며 웃을 수 있는 기적 같은 미래’ 비전하에 미래세대 육성, 지역사회 공헌, 지구환경 보호라는 핵심 가치를 기반으로 다양한 사회공헌활동을 진행하고 있습니다. SM엔터테인먼트의 사회공헌활동은 주관 부서 CSR Unit이 담당하고 있으며, 사회공헌 관련 주요 사항은 대표이사(CEO)가 검토 및 의사결정하고 있습니다.



지역사회 참여 지표 및 목표

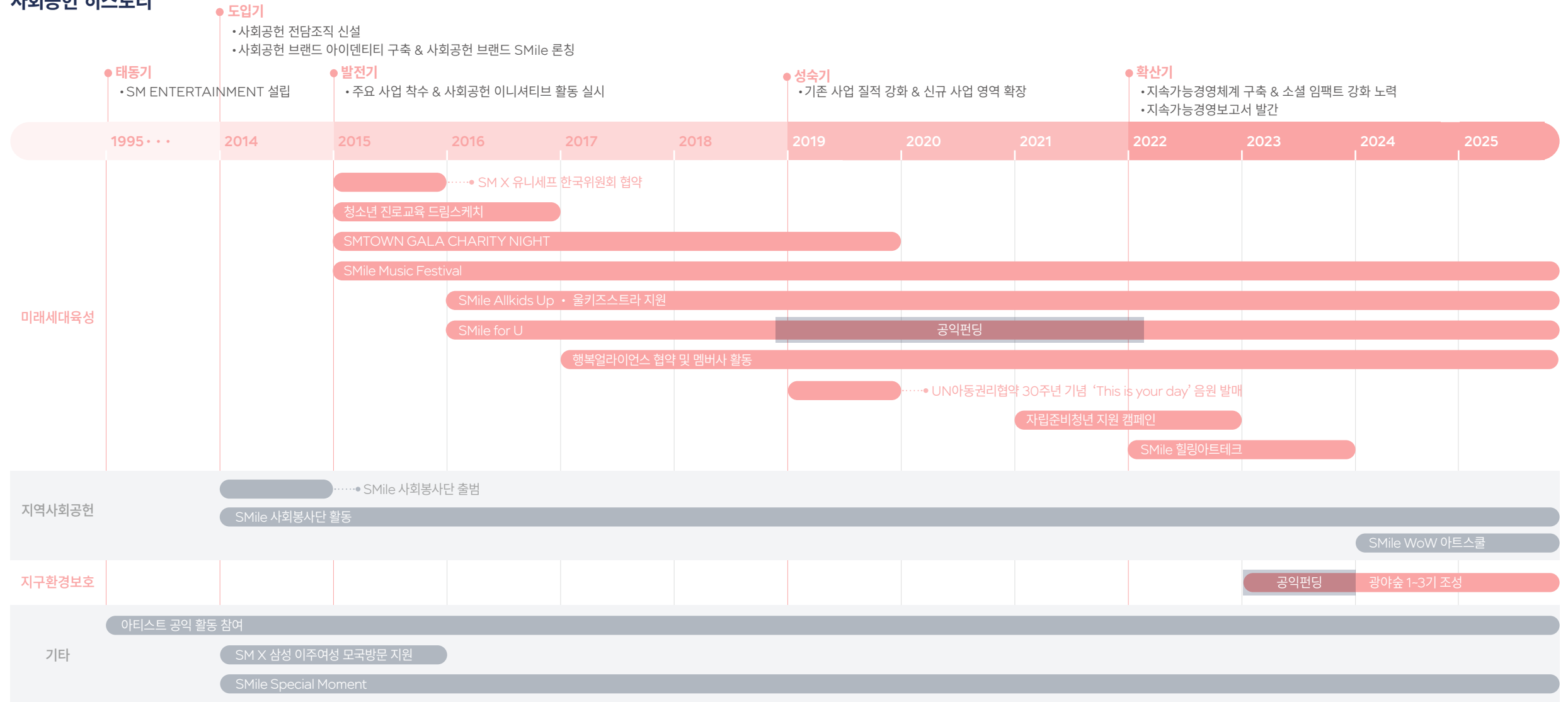
SM엔터테인먼트는 국내 소외계층 뿐 아니라 아시아 아동·청소년의 성장 지원을 위한 지역사회 참여 활동을 추진하고 있습니다. 특히 베트남, 필리핀, 인도네시아 지역사회 아동·청소년이 겪고 있는 문제점을 파악하고, 유니세프 지역 사무소와 함께 솔루션을 개발하여 아동·청소년 뿐 아니라 가정, 학부모, 교사의 삶이 개선될 수 있도록 3개년 이상의 사업을 계획·시행하고 있습니다. 2025년 12월 기준 인도네시아 유니세프와의 신규 사업 검토를 마치고 협약을 체결하였습니다. 국내 소외계층을 위한 프로그램 참가자 수는 2025년 1월부터 12월까지 14,000여 명을 기록하였습니다. SM엔터테인먼트는 지역사회 참여 및 개발을 위한 신규 프로그램을 지속적으로 기획하고 있으며, 적극적인 홍보를 통해 참가자를 모집하고 있습니다.

	대표 사회공헌 활동	2025년 성과	2026년 목표	2027년 목표	2028년 목표
미래세대 육성	SMile Music Festival	참가자 80% 이상 협동/사회성, 자기표현력, 긍정적 자기 태도 성장 ¹⁾	참가자 80% 이상 역량 성장, 후속 프로그램 확대 (1개 이상)	후속 프로그램 개선·고도화로 만족도 4점 이상 달성(5점 만점)	후속 프로그램 확대 (2개 이상)
	SMile for U	베트남 2개 도시, 5개 성, 필리핀 2개 도시, 7개 지방자치단체와 협력, 베트남, 필리핀 50,465명 어린이 교육 지원	인도네시아 교사 120명 교육	인도네시아 40개 학교, 8,000명 학생 학습 환경 개선	인도네시아 20개 학교, 4,000명 학생 학습 환경 개선
지역사회 공헌	SMile 사회봉사단	SMile 사회봉사단이 지원한 대상 1,043명	SMile 사회봉사단이 지원한 대상 1,100명, 연 임직원 참여 600명 이상 유지	SMile 사회봉사단이 지원한 대상 1,150명 연 임직원 참여 600명 이상 유지	SMile 사회봉사단이 지원한 대상 1,200명 연 임직원 참여 600명 이상 유지

1) 사후 만족도 조사 결과(협동/사회성 87.9%, 자기표현력 84.8%, 긍정적 자기 태도 84.8%)

사회공헌 및 지역사회 참여

사회공헌 히스토리



사회공헌 및 지역사회 참여

SMile Music Festival

음악을 통해 꿈을 키우는 아동·청소년을 위한 SMile Music Festival은 SM엔터테인먼트의 대표 사회공헌 프로그램입니다. 보컬, 댄스, 밴드 등 부문별 참가팀에게 온·오프라인 트레이닝, 콘텐츠 촬영(대학생 영상 서포터즈 진행), SM엔터테인먼트 소속 아티스트의 멘토링, 최종 공연 전반을 지원합니다. 수료자에게는 진로·직무 경험 및 역량 강화, 네트워킹 교류, 문화·예술 경험 향유를 지원하는 후속지원 프로그램을 제공하며 지원을 확대했습니다. SMile Music Festival은 참가자의 협동·사회성, 자기 주도성 등 전인적인 성장을 도모함과 동시에 실질적인 진로 탐색 및 진출을 지원합니다. 프로그램 참여 후 청소년 참가자의 예술 분야 진출, 대학생 영상 서포터즈의 미디어·엔터테인먼트 산업군 진출 등의 성과로 이어지며 참가자의 진로 결정에 긍정적으로 작용하고 있습니다.

SMile Music Festival의 임팩트

구분	청소년 참가자	대학생 영상 서포터즈
지원 내용	<ul style="list-style-type: none"> 전문 트레이너 온·오프라인 트레이닝 온라인 트레이닝 KIT(노트북, 액션캠 등) 연습공간 대관비 팀별 최종 공연(스타일링, 메이크업, 무대 전반) SMile Music Festival 수료증 후속 프로그램 	<ul style="list-style-type: none"> 영상 및 콘텐츠 전문가 멘토링·워크숍 콘텐츠 제작비 SMile Music Festival 수료증 후속 프로그램
누적 성과	<p>(2015-2025년 기준)</p> <ul style="list-style-type: none"> 역대 참가 청소년의 수 803명(108팀)¹⁾ 댄스·보컬·악기 등 전문 트레이닝 시간 2,083시간(1,080회) 참가팀이 무대에서 선보인 곡 수 145곡 온·오프라인 최종 공연 관객 수 18,046명 SMile Music Festival 수료 후 후속 프로그램에 참여한 참가자·서포터즈의 수 392명 	
2025년 성과	<ul style="list-style-type: none"> 참여자 수 33명 프로그램 만족도(5점 만점) 4.9점 협동·사회성 향상 87.9% 자기표현력 향상 84.8% 긍정적 자기 태도 향상 84.8% 	<ul style="list-style-type: none"> 참여자 수 12명 프로그램 만족도(5점 만점) 4.8점 기획력 향상 75% 커뮤니케이션 역량 향상 75%

1) 댄스 45팀, 밴드 24팀, 보컬 23팀, 합창 16팀

SMile Music Festival 후속 프로그램



SM엔터테인먼트 인턴십 과정
엔터테인먼트 및 사회공헌 실무 역량 강화 지원



무대 경험 제공
지역사회 기관과 연계한 무대 실전 기회 지원



예술 진로 토크 콘서트
작사·작곡·보컬 등 분야별 전문가 특강



홈커밍데이
역대 참가자 네트워킹 행사

사회공헌 및 지역사회 참여

SMile for U

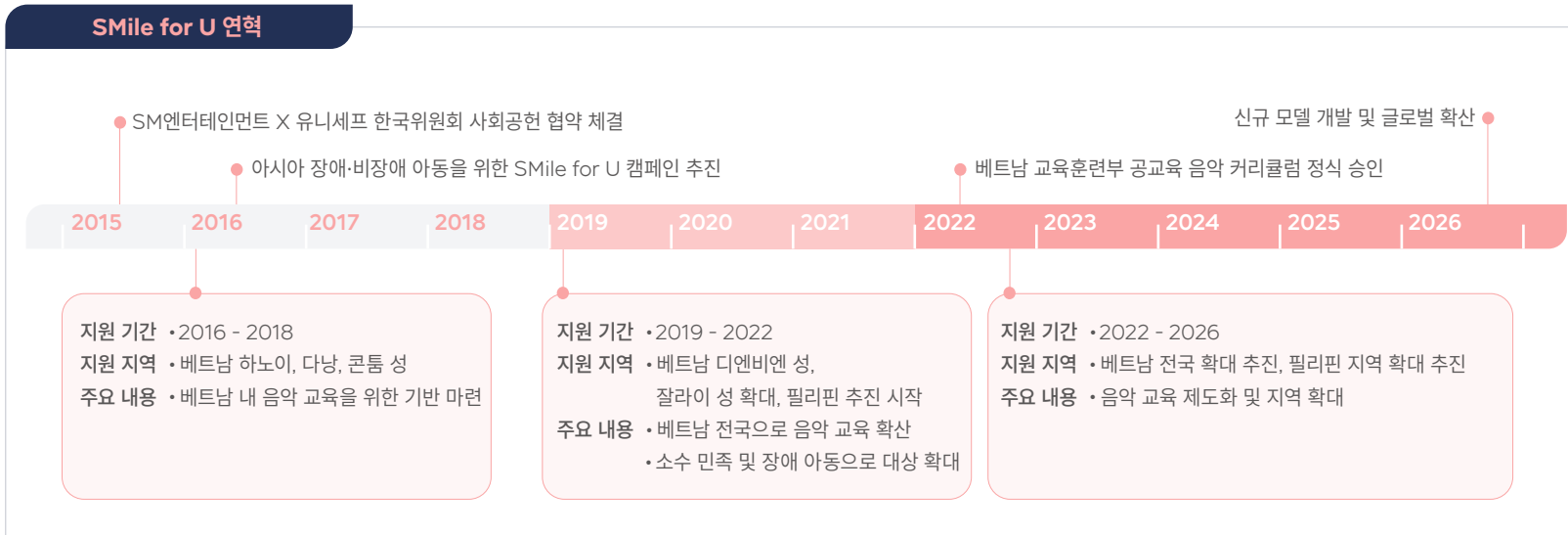
SM엔터테인먼트는 유니세프 한국위원회와 2016년부터 아시아 어린이 통합 음악 교육을 위해 SMile for U 캠페인을 진행하고 있습니다. 캠페인을 통해 베트남 하노이, 다낭, 콘툼, 디엔비엔, 잘라이성의 어린이들에게 음악 교육을 제공하였으며, 베트남 소수민족 어린이들의 교육 환경 및 베트남 정부의 교육 방향 개선에 긍정적인 영향을 미쳤습니다. 음악 교육의 효과적인 확산을 위하여 음악 교육 매뉴얼을 제작해 교육부(MOET) 승인을 완료하였고, 교사 트레이닝 및 교사용 교육 자료와 가이드 라인을 개발하였습니다. 2022년부터 필리핀으로 캠페인 범위를 확대하여 어린이들의 음악 교육을 지원하고 있습니다. 2025년 12월 기준 베트남 2개 도시, 5개 성과 필리핀 2개 도시, 11개 지역에서 97개 기관과 협력하여 84,000여 명이 넘는 어린이가 SMile for U 캠페인에 참여하였습니다.

SMile for U가 만들어낸 임팩트

 교육의 제도화	 소외계층 문화 접근성 향상	 아동 역량 강화 & 사회·정서적 성장
 음악을 통한 사회 통합	 신규 모델 개발 및 글로벌 확산	 교육 및 교사 인프라 향상

SMile for U 10주년 기념식

2025년 10월, 베트남 다낭에서 SMile for U 10주년 기념식이 진행되었습니다. 10년간 베트남에서 SMile for U 캠페인을 통해 음악적으로 성장한 학생, 선생님, 지자체 공무원, 교육 공무원 등이 모여 10주년을 축하하였습니다. 특히 SMile for U 캠페인을 통해 음악을 접한 뒤 음악 교사가 된 키에우 선생님이 방문하여 SMile for U 캠페인의 의미와 영향력에 대한 말씀을 전했습니다. SM엔터테인먼트는 앞으로도 아시아 어린이의 통합 음악 교육을 위해 노력하겠습니다.



사회공헌 및 지역사회 참여

‘유니세프 팀’ 캠페인

2025년 SM엔터테인먼트와 유니세프 한국위원회의 사회공헌 협약 10주년을 맞아 ‘유니세프 팀’ 캠페인이 진행되었습니다. ‘유니세프 팀’ 캠페인에 NCT 127 도영, 샤이니 민호, 라이즈 쇼타로, EXO 수호, NCT WISH 시은, 슈퍼주니어 시원, 레드벨벳 아이린, 소녀시대 유리, NCT DREAM 재민, 하츠투하츠 지우와 카르멘 총 11명의 아티스트가 참여하여 의미를 더했습니다. 아티스트 11인 모두 재능기부로 캠페인에 동참하였으며 전쟁, 재해, 빈곤 등 다양한 어려움을 겪고 있는 전 세계 어린이를 위해 모두 한 팀이 되어 달라는 메시지를 전하고 있습니다.



© 유니세프 한국위원회

사회공헌 및 지역사회 참여

SMile 사회봉사단

SM엔터테인먼트는 2014년 SMile 사회봉사단 창단 이래 SM엔터테인먼트 전 그룹 임직원을 비롯하여 아티스트, 연기자, 연습생 등이 자발적으로 참여하는 상시 봉사 체계를 구축함으로써 기업 내 지속가능한 나눔 문화를 정착시켜 왔습니다. SMile 사회봉사단은 매년 지역사회 내 다양한 소외계층을 위한 봉사 활동을 다각도로 추진하고 있습니다. 정기 봉사로는 제빵, 유기동물, 사진, 가드닝 봉사에 이어 시각장애인을 위한 도서 낭독 및 입력 봉사를 신규 도입하였으며, 비정기 봉사로는 인공와우 환아를 위한 머리망 제작과 임직원 직무 멘토링 등을 시행하고 있습니다. 특히 직무 멘토링은 기존 대학생·청년에서 '쉬었음 청년(NEET)'까지 그 대상을 확대 지원하였습니다. 당사는 병원, 비영리 스타트업 등 전문 기관과 유기적으로 협업함으로써 봉사 활동의 전문성을 한층 제고하고 있습니다.

SMile 사회봉사단 활동 테마



SMile 사회봉사단 활동 프로세스

활동 기획

- 임직원 관심사 및 사회 이슈를 분석 후 연간 활동 기획
- 협업 기관 논의 및 세부 계획 구상

참가자 모집

- 정기 봉사활동 안내 및 참가자 모집
- 비정기 봉사활동 안내 및 참가자 모집

봉사활동 진행

- 평일 오후 및 주말 활용하여 봉사활동 진행
- 봉사활동 후기 공유 및 개선점 논의

결과 공유

- 봉사자, 기관(수혜자 포함) 의견 청취 후 정리
- 사내 인트라넷 및 사회공헌 SNS 채널에 봉사활동 결과 공유

활동 평가

- SMile 사회봉사단 연 활동 성과 및 의의 발표
- 우수 봉사자 시상 및 활동 후기 공유

사회공헌 및 지역사회 참여

SMile 사회봉사단

SMile 사회봉사단 2025년 활동 성과



SMile 사회봉사단에
참여한 참가자
(아티스트 포함)
603명



SMile 사회봉사단 활동을
진행한 시간
1,724시간



SMile 사회봉사단이
지원한 대상
1,043명



SMile 사회봉사단이
지원한 물품
1,182개



SMile 사회봉사단
활동을 진행한 횟수
48회

구분	봉사 프로그램	활동내용	진행횟수
정기봉사	가드닝 봉사단	광야숲·서울숲 속 동식물을 관찰·기록하고 정원을 관리하는 생태 모니터링 활동	8회
	제빵 봉사단	취약계층을 위한 빵 만들기 활동	8회
	유기동물 봉사단	유기 동물 보호 시설 청소 및 입양 지원 활동, 반려견 보호자 교육 활동 등	10회
	책 낭독, 입력 봉사단	시각장애인 및 독서장애이용 점자 도서 제작을 위한 책 낭독, 입력 활동	8회
	사진 봉사단	소외계층 및 복지시설 이용자의 증명·장수·프로필 사진 촬영	4회
비정기 봉사	청년 직무 멘토링	대학생·청년 및 쉬었음 청년에게 임직원 직무별 소그룹 멘토링으로 직무 경험과 노하우를 나누는 활동	
	SMile for U 베트남 필드트립	유니세프 한국위원회 사회공헌 협약 10주년 기념 특별 활동	각 1회
	인공와우 머리망 핸즈온	인공와우 수술 아동의 외부장치를 안전하게 보호하는 머리망 제작	
	페이퍼 캔버스	빈곤 노인을 위한 폐지 캔버스 제작 활동, 제작된 캔버스는 지역 아동을 위해 기부	
	성동구 벽화봉사	성동구 어린이공원 인근 노후 구역에 벽화 조성	



사회공헌 및 지역사회 참여

회사와 아티스트의 공익 활동 참여

SM엔터테인먼트는 창립 이래 소속 아티스트가 공익 활동을 주도적으로 기획, 참여할 수 있도록 지원하고 있으며 지금까지 약 2,000여 건 이상의 아티스트 봉사활동, 기부 등의 공익 활동 참여를 이끌어냈습니다. 특히 2025년 3월 영남지역 산불 피해 당시에는 아티스트가 18억 원이 넘는 금액을 기부하였으며, SM엔터테인먼트도 산불 피해 지역 복구를 위해 3억 원을 기부함으로써 함께 동참하였습니다. 이와 별도로 2025년 2월에는 창립 30주년을 기념하여 취약계층 아동을 위해 3억 원을 기부했습니다. 또한 2025년 11월 홍콩 화재 발생 시에는 SM엔터테인먼트 중국 현지 법인 카스몽과 슈퍼주니어, aespa, 라이즈가 화재 진화 및 구호 활동, 물자 지원 등을 위한 기부에 동참하였습니다. 2025년 11월 태국 남부 지역 홍수 피해로 어려움을 겪는 이들에게 보탬이 되고자 SM엔터테인먼트 태국 합작법인 SM True와 슈퍼주니어가 기부에 나서 피해 지역의 복구와 안전을 기원하는 마음을 전했습니다.

단위: 백만 원

구분	2023년	2024년	2025년
SM엔터테인먼트 기부 및 사회공헌 비용	1,314.6	1,108.4	1,506.8
SM엔터테인먼트 소속 아티스트 기부금	1,011.0	602.3	3,203.9

해외 기부금은 집행 당시 환율을 적용했습니다.

연습생의 공익 활동 참여

SM엔터테인먼트는 연습생이 나눔에 대해 학습하고 자발적으로 어려운 이웃을 돕는 활동에 동참할 수 있도록 지원하고 있습니다. 연습생은 데뷔 전부터 장애인 시설, 노인 복지관, 다문화 학교 등에서 봉사활동을 진행하였으며 이후에도 지속적으로 나눔을 이어오고 있습니다. SM엔터테인먼트는 2020년부터 국제구호개발 NGO 월드비전과 함께 아티스트와 연습생을 위한 세계시민교육을 트레이닝 과정에 반영하여 매년 수업을 진행하고 있으며, 이를 통해 연습생이 책임 의식 있는 아티스트로 성장할 수 있도록 지원하고 있습니다. 2025년에는 SMile 사회봉사단 가드닝 봉사단 활동을 연습생과 함께하며 환경보호의 의미를 되새겼습니다.

연습생 재능나눔 활동

SM엔터테인먼트 소속 연습생이 임직원 가족을 대상으로 하는 댄스와 보컬, 랩, 외국어 수업을 진행하는 트레이닝 체험 프로그램입니다. 수업을 준비하는 연습생은 스스로의 실력을 검증하는 동시에 타인을 가르치는 과정에서 나눔의 기쁨과 자신감을 갖게 됩니다. 2024년 시작한 이래 누적 300여 명의 아동이 참가하였으며 임직원 학부모에게 긍정적인 반응을 얻고 있습니다.





공급망 관리 및 동반성장

동반성장 기반 확립

SM엔터테인먼트는 협력사와의 신뢰를 바탕으로 지속가능한 동반성장의 가치를 실현하고 있습니다. 글로벌 엔터테인먼트 기업으로서 단순한 거래 관계를 넘어 협력사와의 상생과 공동 성장을 위한 파트너십 구축에 힘쓰고 있습니다. 특히 상호 존중과 신뢰를 핵심 가치로 삼아 협력사 발굴부터 계약 체결에 이르기까지 공정성과 투명성을 원칙으로 준수하고 있습니다. 앞으로도 체계적인 지원 제도를 통해 산업 생태계 전반의 공급망 안정성을 확보하고, 협력사와 함께 성장하는 상생의 선순환 구조를 운영해 나가겠습니다.

공정거래 체계 고도화 및 표준계약서 도입

SM엔터테인먼트는 사내 공정거래 관리 체계의 실행력을 높이기 위해 공정거래 위원회의 승인을 거친 표준하도급계약서를 도입하였습니다. 이는 단순히 법률을 적용하는 것을 넘어 엔터테인먼트 산업의 특수성을 면밀히 반영하기 위한 과정으로, 현재 실무 리스크와 산업적 특수성을 고려하여 내부 검토 및 공정거래위원회와의 협의를 마쳤으며, 공정성이 담보된 표준 계약 체계를 실무 전반에 정착시킬 계획입니다.

지속가능한 공급망 관리 체계 구축

SM엔터테인먼트는 엔터테인먼트 산업의 건전한 생태계 조성을 위해 공급망 관리 체계를 고도화하고 있습니다. 협력사의 ESG 경영 역량 강화를 돕는 교육 프로그램을 제공하여 공급망 내의 잠재적 리스크를 선제적으로 관리하며, 윤리경영 가치를 파트너사와 공유합니다. SM엔터테인먼트는 투명하고 윤리적인 공급망 조성을 바탕으로 산업 전반의 지속가능한 동반성장 기반을 마련해 나가겠습니다.

상생 협력 및 전략적 파트너십 강화

SM엔터테인먼트는 협력사와 단기적 이해관계를 넘어 상호 경쟁력을 강화하는 시너지를 창출하기 위해 긴밀히 교류하고 있습니다. 특히 업무 수행 현장에서 발생하는 협력사의 고충을 실시간으로 수렴하고, 이를 제도적 개선으로 연결하는 신속한 피드백 시스템을 운영 중입니다. 이를 통해 협력사가 안정적인 경영 환경에서 본연의 전문성을 발휘할 수 있도록 뒷받침하며, 상호 신뢰에 기반한 지속가능한 협력 관계를 이어가고 있습니다.

협력업체 고충처리 채널

고충접수	https://www.smentertainment.com/contact/report/
접수방식	위 신고처에서 게시글 작성시 관련 정보는 비식별 처리된 후 사내 고충상담 담당자 메일로 수신됨
담당부서 사업법무 Unit	금품수수, 인사청탁, 부정행위 등 기타 (compliance@smtown.com)

공급망 관리 및 동반성장

공급망 관리체계 구축 계획

SM엔터테인먼트는 기업과 관련된 전체 가치 사슬에서의 환경 및 인권 중요성을 깊이 인식하고 있습니다. 이에 중소 콘텐츠 기업, 스타트업 등과의 동반 성장 활동을 적극 추진하고 있습니다. 공급망 행동 규범 초안을 바탕으로 협력사의 ESG 자가 진단 체크리스트를 개발하였으며, 업종 특성을 고려하여 맞춤형으로 구성하였습니다. 본 체크리스트는 부서별 업무 특성에 맞게 보완해 나가고 있으며, 이를 통해 공급망의 ESG 수준을 체계적으로 점검해 나갈 계획입니다.

공급망 관리체계 구축 프로세스



동반성장을 위한 노력

협력사 ESG 교육 지원

SM엔터테인먼트는 분기별로 ESG 실무협의체 및 협력사 ESG 담당자를 대상으로 ESG 교육과 워크숍을 시행하고 있으며, 워크숍을 통해 ESG 정책 현황과 업계 동향 등을 파악하고 관련 프로젝트를 논의하고 있습니다.

콘텐츠 산업에서의 ESG 흐름과 현황 교육

SM엔터테인먼트는 2025년 한국문화예술위원회 임직원을 대상으로 문화 예술 분야 ESG 사례 공유를 통한 실천 방향을 모색하는 온라인 강의를 시행하였습니다. 또한 사회적 기업 및 문화 예술 비영리단체장을 대상으로 ESG 교육을 진행하며, 콘텐츠 산업에서의 ESG 실천 경험과 노력 등을 공유하였습니다.

민관 협력형 사회공헌 행사 참여

에스엠타운플래너는 2025년 연말 성수동 공공 공간에서 팝업스토어를 기획·운영함으로써, 유휴 공개공지를 지역 주민과 상생할 수 있는 플랫폼으로 전환하였습니다. 팝업스토어 운영을 통한 수익금은 지역사회에 환원하여 아동·청소년을 위한 생필품 키트 제작에 활용하였습니다.

하도급법 준수 활동 및 상생 협력

실무 맞춤형 하도급법 준수 역량 강화 교육 프로그램 운영 및 모니터링
 임직원의 하도급법에 대한 이해도 제고와 능동적인 법규 준수 의식 함양을 목적으로, 각 부서의 직무 특성을 고려한 현장 밀착형 맞춤 교육을 시행하고 있습니다.

협력사와의 소통 채널 운영

하도급 거래 과정에서 발생할 수 있는 협력사의 애로 사항과 불공정 행위를 파악하기 위해, 협력사가 자유롭게 의견을 개진할 수 있는 제보 채널을 운영하고 있습니다.

상생 협력을 위한 협력사 지원

SM엔터테인먼트는 협력사를 대상으로 실질적인 복지 지원 방안(건강검진비, 업무용 인프라 지원 등)을 다각도로 검토해 왔습니다. 그 일환으로 2025년에는 협력사 대상 연말 선물 지급을 완료하였으며, 향후 명절 선물, 건강검진 비용, 장비·라이선스 구매 비용 지원 등을 순차적으로 확대해 나갈 예정입니다. 급변하는 경영 환경 속에서 협력사의 실질적 니즈를 반영한 유연한 상생 모델을 지속적으로 모색함으로써, 동반 성장을 위한 건강한 협력 생태계를 조성해 나가겠습니다.

GOVERNANCE

- 79 공정거래 및 지식재산 보호
- 81 리스크 관리
- 83 주주가치 제고
- 84 이사회

Link to UN SDGs



공정거래 및 지식재산 보호

공정거래 및 지식재산 보호 의사결정 체계

SM엔터테인먼트는 공정한 시장 질서를 존중하며 저작권법 및 상표법 등 관련 법령에 따른 의무와 책임을 성실히 이행하고 있습니다. 「윤리규범」에 회사와 임직원이 지켜야 할 행동양식과 가치판단의 기준을 담았으며 공정거래 및 지식재산 보호 의사결정 체계에 따라 전사 내 공정한 거래 문화를 확립하고 있습니다.

공정거래 및 지식재산 보호 의사결정 체계



공정거래 및 지식재산 보호 활동

공정거래 문화 확립

SM엔터테인먼트는 저작권법, 상표법, 공정거래법, 개인정보보호법 등 사업과 관련된 주요 법령을 철저히 준수하기 위하여 사내 유관부서와 함께 수시 점검하고 있으며, 법무법인 및 특허법인 등 전문 자문기관을 통해 정기적이고 체계적인 안내 및 교육을 실시하고 있습니다. 아울러 관련 법령을 바탕으로 투명하고 공정한 거래 절차와 시스템을 구축하여 준법 경영을 실현하고 있습니다.

지식재산권 관리 강화 및 글로벌 확장

국내외에서 상표, 디자인 및 특허 등의 지식재산권 등록 범위를 지속적으로 확대하고 있으며, 음악, 영상, 이미지 등 창작 콘텐츠에 대한 저작권 보호 활동을 체계적으로 운영하고 있습니다.

불법 상품 및 권리 침해 행위 대응

SM엔터테인먼트 및 소속 아티스트의 상표와 디자인 등을 무단으로 사용하는 불법 상품의 제조, 유통 및 판매 행위를 상시 모니터링하고 침해 행위가 확인될 경우 적극적인 법적 조치를 취하고 있습니다. 또한 다양한 협력사와의 연계를 통해 지식재산권 침해 및 기타 권리 침해 행위에 대응할 수 있는 종합적 관리 체계를 구축해 나가고 있습니다.

아티스트 지식재산권 보호

SM엔터테인먼트는 소속 아티스트의 고유한 브랜드 가치와 창작물을 보호하기 위해 상표권, 초상권, 저작권 등 지식재산권(IP) 전반에 걸친 통합 관리 체계를 운영하고 있습니다. 특히 아티스트의 글로벌 인기에 편승하여 온·오프라인에서 무분별하게 유통되는 불법 위조 상품(MD)을 상시 모니터링하며, 이를 즉각적으로 차단할 수 있는 프로세스를 구축·운영하고 있습니다.

또한 한국지식재산보호원 및 무역관련지식재산권보호협회(TIPA)와의 협업을 통해 「K-브랜드 업체가 알아야 할 지식재산권 보호제도 가이드북('25. 03)」 발간을 지원하였으며, 해당 과정에서 전문적인 실무 자문과 풍부한 데이터를 제공하였습니다. 나아가 국내외를 아우르는 법적 대응을 전개하고 있습니다. 핵심 진출 국가인 미국 현지에서는 아티스트의 IP를 무단으로 침해하는 사업자를 대상으로 대규모 침해 금지 및 손해배상 소송을 직접 제기하는 등, 전 세계 시장에서 아티스트의 권익을 보호하고 비즈니스 안정성을 확보하기 위한 법적 조치를 적극적으로 시행하고 있습니다.

지식재산권 보유 현황¹⁾

단위: 개

구분	국내	해외
상표	2,482	2,090
특허/실용신안	12	11
디자인	109	-
저작권	65	1

1) 2025년 12월 말 기준입니다.

공정거래 및 지식재산 보호

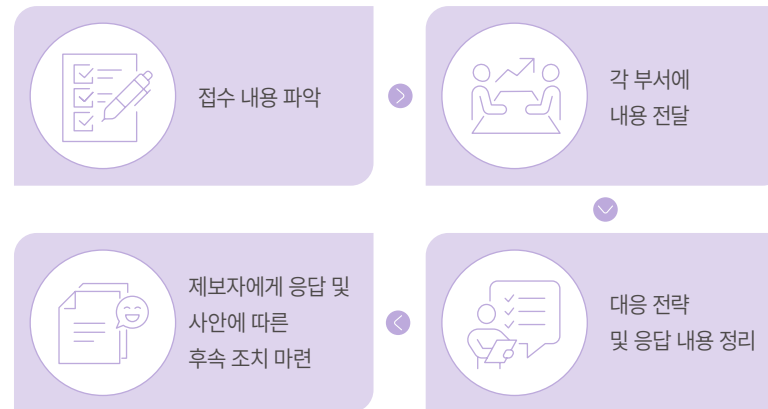
KWANGYA 119

SM엔터테인먼트는 2023년 6월 국내 엔터테인먼트 기업 최초로 다이렉트 소통 창구인 'KWANGYA 119' 서비스를 개시하였으며, 팬들의 의견을 적극적으로 경청하고 함께 고민함으로써 보다 발전된 K-POP 문화 조성에 앞장서고 있습니다. 본 서비스는 2024년 사이트 고도화 및 리뉴얼, 2025년 시스템 안정화와 대응 프로세스 개선을 통해 운영 기반을 지속적으로 정비해 왔습니다.

'KWANGYA 119' 서비스는 아티스트 명예훼손, 허위 사실 및 가짜뉴스, 저작권 침해, 오류 및 정정, 아이디어 제안 등 다양한 카테고리에 걸쳐 매일 접수되는 사안을 신속하게 파악하고 대응하는 창구로 운영되고 있습니다. 주관 부서인 광야119 Unit은 접수된 사안을 우선순위에 따라 면밀히 검토·정리한 후, 관련 프로덕션 및 유관 부서가 함께 대응할 수 있도록 사내 채널을 통해 공유하고 있으며, 회사 및 아티스트에 대한 리스크 매니지먼트 차원에서 상시 모니터링을 시행하고 있습니다.

아울러 당사 아티스트의 IP 가치를 제고하기 위해 유관 부서와 긴밀히 협력하여 AI 기술 기반 딥페이크 콘텐츠 및 초상권·저작권 침해 사례에 적극 대응하고 있으며, 아티스트 권익 보호 관련 안내 및 대응 체계도 함께 강화해 나가고 있습니다.

KWANGYA 119 운영 프로세스



KWANGYA 119 유관 부서 및 역할

구분	담당 부서 및 역할
아티스트 명예훼손, 허위 사실 및 가짜뉴스	사업법무 Unit - 법적 조치 검토 및 진행
저작권 침해	광야119 Unit, 글로벌 디지털 유통 Unit, 글로벌 음반 유통 Unit, 뮤직 비즈니스 Growth Unit, VX Unit, IP 라이선스 Unit - 저작권 및 아티스트 IP 침해 선별/대응
오류/정정	광야119 Unit - 내용 검토 및 국내외 유관 부서 확인/대응
티켓 부정 거래	- 한국콘텐츠진흥원 및 각 예매 사이트의 신고 채널·부정 이용 방지 시스템을 통한 제도 안내

공정거래 및 지식재산 보호 성과 및 목표

구분	2025년 성과	중단기 목표
공정거래	<ul style="list-style-type: none"> 거래 공정성 제고를 위한 창작자 및 협력사 대상 표준계약서 도입 전면 검토 부서별 실무 특성을 반영한 맞춤형 준법 교육 실시 	<ul style="list-style-type: none"> 계약 관련 내부 시스템 보완 및 글로벌 표준에 부합하는 계약 체결 프로세스 도입 협력사 대상 공정거래 교육 지원 시스템 구축
지식재산 보호	<ul style="list-style-type: none"> 글로벌 상표권 포트폴리오 구축 및 브랜드 자산 보호 디지털/온라인 불법 콘텐츠 (음원, 영상) 전방위적 모니터링 및 차단 	<ul style="list-style-type: none"> 글로벌 협력 네트워크 기반의 권리침해 예방 및 대응 프로세스 고도화 임직원, 협력사 대상 지식재산권 보호 관련 교육 진행



리스크 관리

리스크 관리 체계

SM엔터테인먼트는 기업 활동 전반에 걸쳐 리스크를 사전에 예방하고, 효과적인 대응을 위해 통합 리스크 관리 체계를 구축하였습니다. 재무 및 비재무 영역에서 총 10개의 리스크 관리 항목을 설정하고, 각 부서의 실무 책임자로 구성된 통합 리스크 관리 협의체를 통해 정기·비정기적으로 리스크 관리 현황을 점검하고 비즈니스 영향을 검토하며 대응 정책 및 계획을 수립합니다. 리스크 관리 협의체를 통해 정리된 주요 사항은 임원회의에 보고되며 회사의 지속가능경영에 밀접한 영향을 미치는 리스크 안건은 ESG위원회의 검토를 거쳐 이사회 심의를 진행합니다.

리스크 관리 조직체계



리스크 관리 프로세스

SM엔터테인먼트는 리스크 식별, 평가, 관리로 이어지는 체계적인 리스크 관리 프로세스를 운영하고 있습니다. 경영 활동에 영향을 미칠 수 있는 위험 및 기회요인을 식별하고, 잠재적 위험의 특성을 고려하여 유관 부서를 지정하였습니다. 매년 중대성 평가를 통해 위험 및 기회의 우선순위를 선정함으로써 경영의 효율성을 제고하고 있으며, 반기 1회 정기 회의와 비정기 회의를 통해 리스크 상황에 대비하고 현황을 상시 모니터링하며 대응책을 마련하고 있습니다.

리스크 관리

리스크 정의 및 관리 활동

구분	리스크	정의	잠재적 위험(비즈니스 영향)	유관부서	2025년 리스크 관리 활동
재무	금리, 유동성, 환율, 신용 및 관련 법령	• 금리, 환율 등 시장상황의 변동과 규제 변화(세무, 외환 등의 법령)에 대한 리스크	• 자본시장 내 금전적 손실 및 경쟁력 저하 가능성 • 사업 연속성 확보 관련 리스크 발생 가능성	그룹회계 Unit, 기업회계 Unit, 자금 Unit	• 외화 노출 관리, 재무활동 점검, 외국환거래법 준수 및 세무 리스크 모니터링 수행 • 주요 리스크를 경영진에 정기 보고하고 대응 전략을 수립함으로써 사업 연속성 확보를 위한 관리 체계를 운영
비재무	정보보안	• 정상적인 서비스 활동을 방해하는 어뷰징 활동 또는 시스템에 의한 악의적 해킹으로 인해 정보보안 이슈가 발생할 리스크	• 사이버 공격 및 내부 시스템 오작동 등으로 인한 정보유출사고 발생 시 기업 브랜드 이미지 실추 가능성 • 내부자 정보유출사고로 인한 회사자원의 부당한 유출 가능성	기술정보위원회	• 개인정보보호 및 정보보안 교육 • 보안인식 개선 모의훈련 및 캠페인 진행 • 중요자료 접근에 대한 이상징후 모니터링 • 외부 공개서비스에 대한 취약점 점검 및 개선
	평판, 홍보	• 업무 전반 관련 이슈에 대해 사전 예방이 어렵거나 사후 대응이 적시에 이루어지지 않을 리스크 • 회사의 경영부진, 중대한 소송 등으로 인한 부정적 여론 및 대외 이미지 악화	• 외부 평가와 이미지 훼손으로 인한 기업가치 부정적 영향 발생 가능성	IP 홍보 Center	• 언론 및 소셜미디어 상시 모니터링 진행 • 사내 유관 부서 상시 소통 및 점검 진행
	파트너사, 공급망	• 협력사 선정 과정 또는 파트너사가 공급하는 제품 및 서비스에서 이슈가 발생하여 회사에 부정적인 영향을 미칠 리스크	• 회사의 재무적 손실 또는 회사 및 아티스트의 이미지 훼손 가능성	실무 부서	• 계약 및 프로젝트에 대한 사전 법률 검토 등 확인 • 품질 및 납품 등 전반에 대한 정기적인 모니터링
	법률	• 직간접적 재무적 책임, 민형사상 불이익, 규제 당국의 제재 또는 기타 조직이나 임직원에 대하여 부정적 영향을 끼칠 수 있는 리스크	• 법령 위반으로 인한 금전적 손실(소송비용, 벌금 등) 및 기업 신뢰도 저하 가능성	Compliance 실	• 계약 및 프로젝트에 대한 사전 법률 검토 및 자문 수행 • 임직원 대상 실무 맞춤형 준법 교육 진행 • 민·형사상 분쟁 소송 방어 및 규제당국 조사 대응
	안전/재난	• 안전 법규 미준수, 재난 및 안전사고 등 예상치 못한 사고 발생 리스크	• 안전법규 미준수로 인한 대응 비용 증가 및 기업 이미지 훼손 가능성 • 재난 및 안전사고로 인한 임직원, 협력사 직원의 인명 피해 및 생산 능력 저하 가능성	총무 Unit	• 위험성평가 확대 시행 및 해당 부서 대상 위험성평가 활용 설명회 시행 • 분진작업, 폭염작업 및 산업안전보건관리비 등 법적 대응 체계 정비 • 디타워 비상대응훈련 전년도 대비 개선 및 실시
	인권	• 헌법 및 법률에서 보장하거나 국제적으로 인정되고 있는 인간으로서의 존엄과 가치 및 자유와 권리에 대한 침해로 발생하는 리스크	• 구성원 사기 저하 및 근무환경 악화에 따른 조직 안정성 훼손 • 대외적 기업 이미지 실추로 인한 고객 신뢰도 손상	인사 Unit, 사업법무 Unit, CSR Unit	• 소속 아티스트 인격권 침해(악성 댓글, 허위사실 유포, 무단 딥페이크 등) 행위에 대한 모니터링 및 강력한 법적 대응(고소·고발) 진행 • 사내 비윤리 행위 및 인권 침해 구제를 위한 신고 채널 운영 및 조사
	윤리	• 임직원의 도덕성 및 윤리의식, 준법 의식 미흡 등에서 발생하는 위험	• 컴플라이언스 미준수로 인한 기업 평판 하락 및 재무적 손실, 기업 신뢰도 저하 발생 가능성	내부통제 Unit	• 윤리 및 준법 교육 진행 • 내부회계관리제도 교육 진행 • 21개 계열사 대상 윤리규범, 내부고발제도 운영
	환경, 기후변화	• 환경오염 및 훼손을 일으키거나 일으킬 수 있는 위험, 기후변화에 의한 위기로 인하여 초래되는 각종 위험	• 기후변화 심화로 인한 사업장 파손, 운영비용 상승 등 단기, 중장기 물리적 피해 발생 가능성	총무 Unit	• 사내 폐기물 저감 캠페인 진행 • ISO 14001 기반 환경경영시스템 운영 및 갱신 심사 대응
	아티스트, IP, 콘텐츠	• 사회적 물의 야기, 민원 발생 등으로 인한 부정적 여론 및 대외 이미지 악화 • 노래 가사, MV, 의상, 자막 등 회사가 제작하는 콘텐츠에 사회적으로 민감한 단어/이미지 사용 등으로 인한 부정적 여론 및 대외 이미지 악화	• 아티스트 경쟁력 감소로 인한 매출 감소 가능성 • 외부 평판 및 이미지 훼손으로 인한 아티스트 및 기업가치 부정적 영향 발생 가능성	아티스트 센터, Creative 센터, IP Expansion 센터, 영상 매니지먼트 센터, 글로벌 마케팅 센터, IP 전략운영 센터	• 디자인 지식재산권 교육 진행 • 콘텐츠 분야 AI 활용 교육 진행 • 팬 의견 청취 등 상시 모니터링 진행

주주가치 제고

주주가치 제고 활동

투명한 정보 공개

SM엔터테인먼트는 주주 및 이해관계자를 대상으로 IR 정보를 투명하게 즉각적으로 공개하기 위해 2024년 상반기 기업 홈페이지를 개편하였습니다. 'IR 일정' 페이지를 통해 월간 주요 IR 일정을 확인할 수 있으며 '경영실적' 페이지에서 분기별 실적발표회 자료를 열람할 수 있습니다. 특히 실적발표회 자료는 PPT와 스크립트를 국·영문으로 제공하여 더욱 많은 주주와 이해관계자의 접근성과 이해도를 높이기 위해 노력하였습니다. 기업 홈페이지에서는 이사회 구성 및 상세 정보, 이사회 활동 내용도 확인할 수 있습니다. SM엔터테인먼트는 투명한 정보 공개 및 관리를 위해 해당 내용을 지속적으로 업데이트 하고 있습니다.

주주가치 제고 및 의결권 행사 안내

SM엔터테인먼트는 주주의 이해 증진 및 소통과 참여 개선을 위해 노력하고 있습니다. 정기주주총회 개최 시 회의 2주 전 홈페이지 등을 통해 주주총회 소집을 공고하고 있으며 이를 통해 주주총회 목적 및 의안 등을 안내하여 투명하고 신중한 의사결정이 진행되도록 지원하고 있습니다.

현금 배당

SM엔터테인먼트는 2021년 주당 200원의 첫 배당을 진행한 이후 2022년과 2023년에는 주당 1,200원의 배당을 진행하였습니다. 또한 2024년에는 주당 400원의 배당을 진행하였습니다. 2025년 현금배당액은 주당 1,620원으로 전년대비 4배 이상 증가하여 별도기준의 배당성향은 약 30%입니다.



자사주 소각

SM엔터테인먼트는 2024년 2월 창사 이래 처음으로 241,379주(약 190억 원 상당)의 자사주 소각에 이어 2024년 8월에도 235,895주 소각을 시행하여 주주가치 제고를 위해 지속적으로 노력하고 있습니다. 2025년 2월 10일 자 이사회에서 주주가치 제고를 위한 회사의 주주환원정책 일환으로 기 보유하고 있는 자사주 458,937주(약 403억 원 상당)를 소각하기로 결의하였고, 2025년 기준으로 자사주 전량 소각되어 현재 당사가 보유하고 있는 자사주는 없습니다.



이사회

이사회 독립성과 투명성

SM엔터테인먼트는 모든 이해관계자의 이익을 최우선으로 고려하는 독립적인 이사회를 운영하기 위해, 최고경영자와 이사회 의장을 분리하고 사외이사 비중을 확대함으로써 이사회의 독립성을 강화하였습니다. 정관에서는 사외이사를 이사 총수의 4분의 1 이상으로 규정하고 있습니다.

2026년 제31기 정기 주주총회에서는 2명의 사외이사가 신규 선임되었고, 1명의 사외이사가 재선임되었으며, 1명의 기타비상무이사가 신규 선임되었습니다. 2026년 3월 말 기준 이사회는 사내이사 2명, 사외이사 4명, 기타비상무이사 1명 등 총 7명으로 구성되어 있으며, 사외이사 비중은 전년 대비 54.5%에서 57.1%로 확대되었습니다. 이사회 산하 위원회 중 사외이사후보추천위원회와 ESG위원회는 전원 사외이사로만 구성하였으며, 각 위원회는 사내이사를 제외한 이사만으로 구성하되 사외이사를 3분의 2 이상으로 하도록 규정함으로써 이사회 내 위원회의 독립성 또한 확보하였습니다. 아울러 이사회 및 위원회 활동 내용은 사업보고서, 기업지배구조현장 등 공개 문서를 통해 공시함으로써 투명한 지배구조를 확립하고 있습니다.

이사회 다양성

2026년 3월 말 기준 SM엔터테인먼트의 이사회는 사내이사 2인(장철혁, 탁영준), 사외이사 4인(문정빈, 이성용, 임정하, 이종섭), 기타비상무이사 1인(TC Pan) 등 총 7인의 이사로 구성되어 있습니다. 당사는 이사회 구성에 있어 특정 성(性)으로만 구성하지 않는다는 규정을 준수하고 있으며, 현재 1명의 여성 이사가 활동하고 있습니다.

이사회 전문성

SM엔터테인먼트는 기업지배구조현장에 따라 공정하고 신뢰할 수 있는 추천 절차를 통해 국내 최고 수준의 독립성, 전문성, 다양성을 갖춘 이사회를 구성하였습니다. 사내이사는 엔터테인먼트 업계 전문성과 경영 관리 역량에 최적화된 인물로 구성하였으며, 사외이사는 각 분야 최고의 전문성을 갖춘 후보군으로 구성하기 위해 후보의 독립성과 적격성을 철저히 검증하였습니다. 특히 사외이사 선임 과정에서는 SM엔터테인먼트의 비즈니스 모델과 향후 계획을 고려하여 다양한 분야의 전문가 30명 이상의 후보자 풀을 구성한 후, 후보군의 독립성 및 적격성 검증과 Board Skills Matrix(이사진 보유 역량 매트릭스) 분석을 통해 최적의 후보를 선정하였습니다. 또한 상법상 사외이사 요건, 회사와의 이해 상충 여부, 결격 사유 확인, 평판 조회 등의 심사 과정을 거쳐 각 후보의 이사직 수락 여부를 확인하였으며, 2026년 3월 말 기준 4명의 사외이사 선임을 완료하였습니다. 사외이사는 경영, K-POP, 거버넌스, 법률, 기술·플랫폼, 글로벌, 재무·M&A, 회계·세무 등 각 분야의 전문성을 갖춘 후보로 추천되었으며, 독립성과 적격성에 대한 심사를 거쳐 각 분야 최고의 전문성을 지닌 사외이사진을 구성하였습니다. 2026년 3월 기준 문정빈 사외이사는 2025년에 이어 이사회 의장으로 재선임되었습니다. 문정빈 사외이사는 고려대학교 경영대학 교수이자 국제경영 및 ESG·지속가능경영 연구에 매진해 온 거버넌스 전문가로서, 풍부한 전문성과 경험을 바탕으로 지속가능한 주주가치 제고에 기여할 것으로 기대되어 이사회 의장으로 선임되어 활동하고 있습니다.

이사회

이사회 구성 현황 및 역량 구성표

2026. 4. 30. 기준

구분	이름(나이, 성별)	역할	임기만료일	이사회 참석률 ¹⁾	이력사항	역량							
						경영	K-POP/ 엔터테인먼트	거버넌스	법률	기술/플랫폼	글로벌 Biz	재무/M&A	회계/세무
사내이사	장철혁(51세, 남)	대표이사(CEO)	2028. 3.	100%	(주)에스엠엔터테인먼트 CFO	●						●	●
	탁영준(48세, 남)	대표이사(CEO)	2027. 3.	100%	(주)에스엠엔터테인먼트 COO	●	●				●		
사외이사	문정빈(53세, 남)	이사회 의장 ESG위원회 위원장 내부거래위원회위원 사외이사후보추천위원회 위원 보상위원회 위원	2029. 3.	100%	고려대학교 경영대학 교수	●		●			●		
	이성용(64세, 남)	보상위원회 위원장 사외이사후보추천위원회 위원 ESG위원회 위원	2028. 3.	100%	FTI 컨설팅 아시아 대표	●					●	●	
	임정하(56세, 여)	내부거래위원회 위원장 사외이사후보추천위원회 위원 ESG위원회 위원	2029. 3.	N/A ²⁾	서울시립대학교 법학전문대학원 교수			●	●				
	이종섭(48세, 남)	사외이사후보추천위원회 위원장 내부거래위원회 위원 보상위원회 위원	2029. 3.	N/A ²⁾	서울대학교 경영대학 교수	●		●		●	●	●	
	기타비상무이사	TC Pan(51세, 남)	-	2028. 3.	N/A ²⁾	Group Vice President of TME	●	●			●	●	

1) 이사회 참석률은 2025년 1월 - 2025년 12월 기준입니다.

2) 임정하, 이종섭, TC Pan 이사는 2026년 3월 선임되어 2025년 이사회 참석률은 해당 사항이 없습니다.

이사회

이사회 운영

SM엔터테인먼트는 이사회 산하에 사외이사후보추천위원회, 내부거래위원회, 보상위원회, ESG위원회 등 총 4개 위원회를 구성하여 이사회 기능과 독립성을 강화하였습니다. 각 위원회는 해당 분야의 전문성을 갖춘 이사로 구성되었으며, 이사회로부터 위임받은 사안에 대해 검토 및 심의하고 결의하여 경영의 책임성과 효율성을 높이고 있습니다. 보상위원회는 등기이사의 보수 한도, 임원에 대한 보상 기준 및 지급 방법 등 보상에 관한 사항을 검토·심의하는 기구로서, 사내이사를 제외한 3인 이상의 이사로 구성하되 위원 총수의 3분의 2 이상은 사외이사로 구성하고 있습니다. 2025년 2월에는 2024년 경영 실적에 대한 임원 인센티브 지급 안건이 의결되었으며, 전 위원이 100% 참석하여 만장일치로 승인하였습니다. 임원 보수 규정에 따라 보상위원회에서 직무, 직책, 근속 기간, 리더십, 전문성, 회사 기여도 등을 종합적으로 고려하여 임원 보수 한도를 검토·결의한 후 이사회에 보고되며, 최종적으로 주주총회의 결의를 통해 확정됩니다. 사외이사후보추천위원회는 사외이사 후보 추천에 관한 사항을 검토·심의하는 기구로서, 3인 이상의 사외이사로 구성되어 있습니다. 사외이사 후보 추천 프로세스는 후보 추천, 후보 리뷰 및 후보자 결정, 이사회 의결의 단계를 거쳐 진행됩니다.

이사회 운영 현황

이사회(총7인)				
사내이사: 장철혁(공동대표이사), 탁영준(공동대표이사) 사외이사: 문정빈(의장), 이성용, 임정하, 이종섭 기타비상무이사: TC Pan				
구분	사외이사후보추천위원회	내부거래위원회	보상위원회	ESG위원회
위원	사외이사 이종섭(위원장) 사외이사 문정빈 사외이사 이성용 사외이사 임정하	사외이사 임정하(위원장) 사외이사 문정빈 사외이사 이종섭	사외이사 이성용(위원장) 사외이사 문정빈 사외이사 이종섭	사외이사 문정빈(위원장) 사외이사 이성용 사외이사 임정하
역할	사외이사 후보 추천에 관한 사항 검토 및 심의	자기거래, 대규모내부거래 등에 관한 사항 검토 및 심의	등기이사의 보수 한도, 임원에 대한 보상기준 및 지급방법 등 보상에 관한 사항 검토 및 심의	ESG 경영 관련 사항, 주주가치 제고 및 주주 환원에 관한 정책 등 ESG 경영 관련 사항 검토 및 심의
사외이사 비율	100%	100%	100%	100%
2025년 위원회 개최	1회	9회	1회	4회



이사회

이사회 지속가능경영 안건 및 교육

SM엔터테인먼트의 이사회는 지속가능경영의 최종의사결정기구로서 지속가능성과 관련된 주요 이슈에 대해 보고 받으며 협의 및 의결하고 있습니다. 2025년 이사회에서 다뤄진 지속가능경영 관련 내용은 다음과 같습니다.

안건

회차	내용
2	[의안] <ul style="list-style-type: none"> 이익 배당 승인의 건 자사주 소각 결정의 건
5	[의안] <ul style="list-style-type: none"> 2025년 안전보건 시행계획의 건
6	[보고안건] <ul style="list-style-type: none"> 지속가능경영보고서 발간 계획 및 중대성 평가 결과 보고의 건 2024 지속가능경영 주요 성과
9	[보고안건] <ul style="list-style-type: none"> SM엔터테인먼트 지속가능경영보고서 보고의 건
16	[보고안건] <ul style="list-style-type: none"> SM엔터테인먼트 지속가능경영 중장기 계획 보고의 건 2025 SM엔터테인먼트 지속가능경영보고서 발간 계획 및 주요 프로젝트

교육

5월 **참석률 100%** 내부회계관리제도 교육

8월 **참석률 100%** ESG 글로벌 동향과 SM엔터테인먼트 중장기 방향 제언

이사회 평가

SM엔터테인먼트는 이사회의 역할과 책임을 명확히 하고 운영의 효율성을 제고하기 위해 2025년부터 이사회 활동에 대한 평가를 시행하고 있습니다. 평가의 객관성과 공정성을 확보하기 위해 연 1회 익명 설문 평가 방식으로 진행되며, 평가 항목은 이사회 역할 및 참여, 이사회 구성 및 지원, 이사회 독립성, 리더십 및 운영 등 총 4개 카테고리 11개 문항으로 구성되어 있습니다. 평가 대상은 사내이사, 사외이사, 기타 비상무이사 등 이사회 전원이며, 평가 결과는 향후 이사회 운영 개선을 위한 자료로 활용되고 있습니다. 2025년 이사회 운영, 활동 등 평가에서 모두 전반적으로 우수한 수준의 평가를 획득하였습니다.

2025년 이사회 평가 결과

단위: 점

항목	점수
이사회 역할 및 참여	4.79
이사회 구성, 교육 등 운영 지원	4.40
이사회 독립성	4.81
리더십 및 운영	4.89
전체 평균(5점 만점)	4.76

사외이사후보추천위원회 활동

SM엔터테인먼트의 사외이사는 사외이사후보추천위원회의 추천을 받은 후보자를 대상으로 이사회의 심의를 거쳐 주주총회의 의결을 통해 선임하고 있습니다. 2025년 사외이사후보추천위원회는 2월 10일 개최되었습니다.

사외이사 선임 프로세스

- 01 사외이사후보추천위원회의 추천
- 02 자격 요건 충족 여부 평가
- 03 사외이사후보추천위원회의 검토
- 04 이사회에 추천 결의
- 05 이사회에서 사외이사 후보 확정
- 06 주주총회 결의를 통해 사외이사 선임



이사회

이사회 보수 현황

보상위원회가 정한 이사보수 지급기준에 따라 인사위원회에서 개인의 역할과 수행 직무의 가치, 리더십, 전문성, 회사기여도 등을 종합적으로 고려하여 지급수준을 책정하고, 결정된 연간 급여 총액을 12분할하여 지급합니다. 급여에는 자녀 학자금, 명절 상품권, 식대 지원 등 급여성 복리후생 기준이 포함됩니다. 상여의 경우 2024년 회사 경영실적(매출 및 이익 등)과 개인의 역할 기여도를 기준으로 지급 규모를 결정하며, 2025년 3월 상여보상 지급을 결정하였습니다.

2025년 이사 보수 현황

단위: 백만 원

구분	인원	주주총회 승인금액	보수 총액	1인당 평균 보수액
등기이사	5	6,000	2,210	442
사외이사	6	-	344	57
감사	1	200	174	174

2025년 CEO-직원 평균 보수 비율

단위: 백만 원

CEO 보수	직원 평균 보수	CEO-직원 평균 보수 비율
978	69 ¹⁾	14.1배

1) 공시 자료 기준 직원 1인 평균 급여액 적용(2025년 사업보고서 375p)

APPENDIX

- 90 GRI Index
- 94 ESG Data
- 121 TCFD & SASB Index
- 123 보고서 제3자 검증 의견서
- 125 온실가스 검증 의견서



GRI Index

Statement of Use	SM엔터테인먼트는 2025년 1월 1일부터 2025년 12월 31일까지의 기간동안 지속가능경영 내용을 보고함에 있어 GRI Standard 2021을 준수하여 해당 정보를 보고함
GRI 1 used	GRI 1 : Foundation 2021
Applicable GRI Sector Standards	사용 불가능 (2026년 5월 기준 SM엔터테인먼트가 해당되는 산업군의 기준서가 발표되지 않음)

GRI No.	보고 주제	보고 기업						보고 위치	비고
		SME	LDG	C&C	BM	DM	DearU		
2-1	조직 세부사항	○						5p	
2-2	지속가능경영보고서에 포함된 조직	○	○	○	○	○	○	2p	
2-3	보고 기간, 빈도 및 책임자	○						2p	
2-4	정보 재진술	○	○	○	○	○	○	작년 보고서와 다른 경우 주석 처리하였음	
2-5	외부 검증	○	○	○	○	○	○	123-125p	

GRI No.	보고 주제	보고 기업						보고 위치	비고
		SME	LDG	C&C	BM	DM	DearU		
2-6	활동, 가치사슬 및 기타 비즈니스 관계	○						5-9p	
2-7	직원	○	○	○	○	○	○	95p, 102p, 106p, 110p, 114p, 118p	
2-8	직원이 아닌 노동자	○	○	○	○	○	○	95p, 102p, 106p, 110p, 114p, 118p	
2-9	의사결정 구조 및 구성	○	○	○	○	○	○	84-88p, 97p, 103p, 107p, 111p, 115p, 119p	
2-10	최고의사결정기구 임명 및 선정	○						84-88p	
2-11	최고의사결정기구 의장	○						85-86p	
2-12	최고의사결정기구의 지속가능경영 영향 관리 감독 역할 및 책임	○						14p, 84-88p	
2-13	영향 관리 책임 위임	○						14p, 27p, 29p, 31-32p, 35p, 37p, 40p, 49p, 53p, 56p, 60p, 81p	
2-14	최고의사결정기구의 지속가능성 보고 역할	○						14p, 86-87p	
2-15	이해상충	○						84p	
2-16	중요사안 소통	○						14p, 87p	
2-17	최고의사결정기구의 공동지식	○						85p, 87p	
2-18	최고의사결정기구의 성과에 대한 평가	○						87p	
2-19	보수 정책	○						86p, 88p	
2-20	보수 결정 절차	○						86p, 88p	
2-21	연간 총 보상 비율	○						88p	
2-22	지속가능 발전 전략에 대한 성명	○						22p	
2-23	정책 서약	○						13p, 29p, 35p, 37p, 49p, 56p	
2-24	정책 서약 내재화	○						13p, 29-30p, 35-39p, 49-50p, 56-57p	



GRI Index

GRI No.	보고 주제	보고 기업						보고 위치	비고
		SME	LDG	C&C	BM	DM	DearU		
2-25	부정적 영향 완화 절차	○						30-34p	
2-26	조언 구하기 및 우려사안 제기 메커니즘	○						30-31p, 35-36p, 81-82p	
2-27	법률 및 규제 준수	○	○	○	○	○	○	94p, 98p, 101p, 105p, 107p, 109p, 111p, 113p, 115p, 117p, 119p	- 2024 에스엠브랜드마케팅 전자상거래소비자보호법 위반으로 과태료 납부 - 2025 SM엔터테인먼트 독점규제 및 공정거래법에 관한 법률 위반, 외국환거래법 위반으로 과태료 납부
2-28	가입 협회	○						11p	
2-29	이해관계자 참여 방식	○						12p, 32p	
2-30	단체 교섭 계약	○	○	○	○	○	○	96p, 102p, 106p, 110p, 114p, 118p	
3-1	중대성 주제 결정 절차	○						24-25p	
3-2	중대성 주제 목록	○						25-26p	
3-3	중대성 주제 관리	○						26-46p	
101-1	생물다양성 손실을 중지하고 되돌리는 정책	○						53-54p	
101-2	생물다양성 영향 관리	○						53-54p	
101-4	생물다양성 영향 식별	○						53-54p	
101-5	생물다양성 영향을 받는 위치	○						53-54p	
101-6	생물다양성 손실의 직접적 원인	○						53-54p	
101-7	생물다양성 상태의 변화	○						53-54p	
101-8	생태계 서비스	○						53-54p	
201-1	생성 및 분배된 직접 경제 가치	○	○	○	○	○	○	94p	연결기준 보고
203-1	공익을 위한 인프라 투자 및 서비스 지원활동	○						68-75p	
205-1	부패 관련 리스크 평가를 받은 사업장	○		○			○	94p, 105p, 117p	
205-2	반부패 정책 및 절차에 대한 소통 및 훈련	○		○	○		○	36p, 105p, 109p, 117p	
206-1	반경쟁 행동, 반독점 및 독점 관행에 대한 법률적 조치	○	○	○	○	○	○	94p, 101p, 105p, 109p, 113p, 117p	
207-1	조세 접근법	○						81-82p	
207-4	국가별 보고	○	○	○	○	○	○	94p	연결기준 보고
301-1	사용된 원재료의 중량 혹은 부피		○					104p	
302-1	조직 내 에너지 소비	○	○	○	○	○	○	43p, 99p, 104p, 108p, 112p, 116p, 120p	



GRI Index

GRI No.	보고 주제	보고 기업						보고 위치	비고
		SME	LDG	C&C	BM	DM	DearU		
302-3	에너지 집약도	○	○	○	○	○	○	99p, 104p, 108p, 112p, 116p, 120p	
303-3	취수	○	○	○	○	○	○	99p, 104p, 108p, 112p, 116p, 120p	
303-5	물 소비	○	○	○	○	○	○	99p, 104p, 108p, 112p, 116p, 120p	
305-1	직접 온실가스 배출량 (Scope 1)	○	○	○	○	○	○	43p, 99p, 104p, 108p, 112p, 116p, 120p	
305-2	간접 온실가스 배출량 (Scope 2)	○	○	○	○	○	○	43p, 99p, 104p, 108p, 112p, 116p, 120p	
305-3	기타 간접 온실가스 배출량 (Scope 3)	○						43p, 99p	배출량은 검증을 받지 않은 값임
305-4	온실가스 배출 집약도	○	○	○	○	○	○	100p, 104p, 108p, 112p, 116p, 120p	
305-7	질소산화물(NOX), 황산화물(SOX) 및 기타 중요한 대기 배출량		○					104p	
306-3	생성된 폐기물	○		○	○	○		100p, 108p, 112p, 116p	
306-4	처리에서 전용된 폐기물	○	○	○	○	○		100p, 104p, 108p, 112p, 116p	
306-5	폐기 처리되는 폐기물	○		○	○	○		100p, 108p, 112p, 116p	
401-1	신규채용 및 이직	○						95p	SM엔터테인먼트 본사만 보고
401-3	육아휴직	○	○	○	○	○	○	96p, 102p, 106p, 110p, 114p, 118p	
403-1	산업 보건 및 안전 관리 시스템	○						56-58p	
403-2	위험물 식별, 리스크 진단 및 사고 조사	○						58p	
403-3	산업 보건 서비스	○						56-58p, 64-65p	
403-4	산업 보건 및 안전에 대한 노동자 참여, 협상 및 대화	○						66p	
403-5	산업 보건 및 안전 관련 노동자 교육	○						57p, 62p	
403-6	노동자 보건 증진	○						64-65p	
403-7	기업의 사업과 직접적으로 연계된 산업 보건 및 안전 영향의 예방과 완화	○						56-58p	
403-8	직장 건강 및 안전 관리 시스템의 적용 대상 근로자	○						56-57p	
403-9	업무 관련 부상	○	○	○	○	○	○	96p, 102p, 106p, 110p, 114p, 118p	
404-1	직원별 연간 교육 평균 시간	○						96p	
404-2	직원 역량강화 및 전환 지원 프로그램	○						61-63p	
404-3	정기적으로 성과 및 경력 개발 검토를 받는 직원 비율	○	○	○	○	○	○	96p, 102p, 106p, 110p, 115p, 118p	
405-1	지배구조 기구와 직원의 다양성	○	○	○	○	○	○	97p, 103p, 107p, 111p, 115p, 119p	



GRI Index

GRI No.	보고 주제	보고 기업						보고 위치	비고
		SME	LDG	C&C	BM	DM	DearU		
405-2	남성 대비 여성의 기본급 및 보수 비율	○	○	○	○	○	○	98p, 103p, 107p, 111p, 115p, 119p	
406-1	차별 사례 및 이에 대한 시정조치	○						30-31p, 98p	회사별 사내 신고 채널 운영 및 조치
416-2	제품 및 서비스의 건강 및 안전 영향 위반 건수	○			○	○	○	98p, 111p, 115p, 119p	
417-1	상품 및 서비스 정보와 표기에 대한 필수 요건	○		○	○	○	○	98p, 107p, 111p, 115p, 119p	
417-2	상품 및 서비스 정보와 표기 위반 건수	○		○	○	○	○	28p, 98p, 107p, 111p, 115p, 119p	
417-3	마케팅 소통 관련 위반 건수	○		○	○	○	○	98p, 107p, 111p, 115p, 119p	
418-1	고객개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만 건수	○	○	○	○	○	○	98p, 103p, 107p, 111p, 115p, 119p	



ESG Data

ECONOMIC

SM ENTERTAINMENT

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2023	2024	2025	비고	
경제 성과								
201-1	생성 및 분배된 직접 경제 가치	생성된 직접 경제 가치 (연결 기준)	매출액	억 원	9,611	9,897	11,749	
			영업이익	억 원	1,135	873	1,830	
			당기순이익(손실)	억 원	827	8	3,594	
		분배된 경제 가치 (연결 기준)	판매비와 관리비	억 원	2,276	2,199	2,495	
			이자비용	억 원	48	41	40	
			인건비	억 원	1,392	1,446	1,662	
			법인세	억 원	362	253	83	
		보유한 경제 가치 (연결 기준)	기부금	억 원	15	12	16	
			자산총계	억 원	15,410	14,191	20,077	
부채총계	억 원		6,316	5,900	6,490			
		자본총계	억 원	9,094	8,291	13,587		
반부패								
205-1	부패 관련 리스크 평가를 받은 사업장 총 개수 및 비율	-	개	1	1	1		
			%	100	100	100		
반경쟁 행동								
206-1	조직이 관여한 것으로 식별되는 반경쟁 행동, 반독점 및 독점 위반 행동에 대해 완료되었거나 판결을 기다리는 법률 조치 개수	-	건	0	0	2	2025 독점규제 및 공정거래법에 관한 법률, 외국환거래법 위반으로 과태료 납부	
세금								
207-4	국가별 보고 (세금)	법인세 비용	대한민국	백만 원	32,211	25,151	3,300	
			일본	백만 원	900	135	3,917	
			미국	백만 원	514	16	13	
			기타	백만 원	2,604	-42	1,111	
		세전이익	백만 원	118,913	26,079	367,705		
		유효세율	%	30.5	96.9	2.3		
		당기순이익	백만 원	82,683	819	359,364		



ESG Data

SOCIAL

SM ENTERTAINMENT

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2023	2024	2025	비고		
고용									
2-7	직원	직원 총 인원수	명	695	723	765			
		상용(정규직) 근로자 수	명	672	702	709			
		임시(기간이 한정된 계약) 근로자 수	명	23	21	56			
2-8	직원이 아닌 노동자	조직의 직원이 아니며 조직에 의해 작업이 통제되는 노동자 총 인원수	명	12	17	20			
		401-1	신규 채용자 수	연령별	만 30세 미만	명	168	120	168
				만 30세 이상 만 50세 미만	명	103	81	62	
				만 50세 이상	명	2	6	4	
		성별		남성	명	67	55	57	
				여성	명	206	152	177	
		지역별		대한민국	명	268	205	228	
				전체 외국인	명	5	2	6	
				중국	명	1	1	2	
				대만	명	0	0	0	
				미국	명	1	1	0	
				기타	명	3	0	4	
	이직자 수	총 이직자 수	명	160	174	187			
		연령별	만 30세 미만	명	81	88	96	총 이직자 수 기준으로 2023, 2024 수치 재산정	
			만 30세 이상 만 50세 미만	명	63	85	84		
			만 50세 이상	명	16	1	7		
		성별	남성	명	62	46	50		
			여성	명	98	128	137		
		유형별	비자발적 이직자 수	명	65	53	67		
			자발적 이직자 수	명	95	121	120		
			자발적 이직률	%	16.4	17.4	16.6	당해연도 직원 총 인원수를 기준으로 2023, 2024 수치 재산정	
			평균 근속 연수	년	3.9	4.1	4.1		



ESG Data

SOCIAL

SM ENTERTAINMENT

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2023	2024	2025	비고		
401-3	육아휴직	육아휴직 대상 직원 수	남성	명	22	29	28	- 임신중이거나 8세미만의 자녀를 둔 근로자 - 육아휴직 세부 지표 산정 기준은 6개사 모두 동일함	
			여성	명	24	26	32		
		육아휴직 사용 직원 수	남성	명	1	2	3		
			여성	명	6	8	12		
		육아휴직 이후 복귀 직원 수	남성	명	1	1	2		
			여성	명	2	5	5		
		육아휴직 복귀 12개월 이후 고용유지 직원 수	남성	명	0	0	1		사업보고서 기준으로 집계하여 2023 수치 변동이 발생함
			여성	명	3	2	1		
육아휴직 사용 직원의 복귀 및 잔류 비율	남성	%	0	0	100				
	여성	%	60	100	20				
2-30	단체 교섭 계약	노사위원회 결정사항 적용 비율	%	100	100	100	노사위원회에서 결정된 사항은 정규직, 비정규직 임직원 모두에게 적용됨		
산업보건 및 안전									
403-9	업무 관련 부상 (직원)	사망 건수	건	0	0	0	산재요양승인 확인서 접수건을 기준으로 함		
		중상 건수	건	0	0	0			
		기록할만한 업무 관련 부상 건수	건	0	1	0			
	업무 관련 부상 (비직원 노동자)	사망 건수	건	0	0	0			
		중상 건수	건	0	0	0			
		기록할만한 업무 관련 부상 건수	건	0	0	0			
훈련 및 교육									
404-1	직원별 연간 교육 평균 시간	성별	남성	시간	17.8	22.2	23.9		
			여성	시간	17.2	20.7	26.4		
		직원 유형별	임원	시간	8.6	12.8	14.8		
			직원	시간	17.5	21.1	26.0		
404-3	정기적으로 성과 및 경력개발 검토를 받는 직원 비율	성별	남성	%	100	100	100		
			여성	%	100	100	100		
		직원 유형별	임원	%	100	100	100		
			직원	%	100	100	100		
			임원	%	100	100	100		
			직원	%	100	100	100		



ESG Data

SOCIAL

SM ENTERTAINMENT

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2023	2024	2025	비고	
다양성 및 기회균등								
405-1	지배구조 기구와 직원의 다양성	의사결정기구	남성	%	60.0	70.0	72.7	
			여성	%	40.0	30.0	27.3	
			만 30세 미만	%	0	0	0	
			만 30세 이상 만 50세 미만	%	80.0	70.0	54.5	
			만 50세 이상	%	20.0	30.0	45.5	
		직원	남성	%	29.6	29.5	28.2	
			여성	%	70.4	70.5	71.8	
			만 30세 미만	%	40.4	36.0	36.7	
			만 30세 이상 만 50세 미만	%	58.6	62.1	61.6	
			만 50세 이상	%	1.0	1.9	1.7	
		지역별	대한민국	명	675	703	743	
			중국	명	10	9	8	
			대만	명	3	3	3	
			미국	명	4	5	4	
			기타	명	3	3	7	
			외국인 직원 비율	%	2.9	2.8	2.9	
		장애인 고용	장애인 직원 수	명	10	11	12	
			장애인 직원 비율	%	1.4	1.5	1.6	
		국가보훈자 고용	국가보훈자 직원 수	명	3	3	2	
			국가보훈자 직원 비율	%	0.4	0.4	0.3	
		임원직	남성	명	8	8	7	당해연도 직원 총 인원수를 기준으로 2023, 2024 수치 재산정
여성	명		1	3	2			
남성 비율	%		88.9	72.7	77.8			
여성 비율	%		11.1	27.3	22.2			
관리직	남성	명	45	47	45			
	여성	명	51	49	56			
	남성 비율	%	46.9	49.0	44.6			
	여성 비율	%	53.1	51.0	55.4			
직원	남성	명	152	158	164			
	여성	명	438	458	491			
	남성 비율	%	25.8	25.6	25.0			
	여성 비율	%	74.2	74.4	75.0			



ESG Data

SOCIAL

SM ENTERTAINMENT

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2023	2024	2025	비고	
405-1	지배구조 기구와 직원의 다양성	매출 발생 부서	남성	명	143	158	163	매니지먼트, 프로듀싱, 마케팅, 디자인 등 주요 비즈니스 관련 부서
			여성	명	353	367	422	
			남성 비율	%	28.8	30.1	27.9	
			여성 비율	%	71.2	69.9	72.1	
405-2	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율	%	67.9	70.3	70.0		
차별 금지								
406-1	차별 건수	총 접수 건수	건	0	0	0	자사 고충처리 시스템 및 신고페이지를 통해 접수된 건수	
		사실 확인된 건수	건	0	0	0		
		징계 조치 건수	건	0	0	0		
고객 보건 및 안전								
416-2	제품 및 서비스 건강 및 안전영향 위반사항	비준수건	벌금 혹은 불이익을 결과로 하는 건	건	0	0	0	
			경고를 결과로 하는 건	건	0	0	0	
			내부 원칙 비준수건	건	0	0	0	
마케팅 및 라벨링								
417-1	상품 및 서비스 정보 표기 요건	기업이 상품 및 서비스 정보 표기 절차를 적용하고 이 절차 준수 여부에 대한 평가를 받는 주요 제품/서비스 범주의 비율	%	100	100	100	MD 상품 판매 시 법적 기준 준수함	
417-2	상품 및 서비스 정보와 표기 위반사항	비준수건	비준수건 총합	건	0	0	0	
			벌금 혹은 불이익을 결과로 하는 건	건	0	0	0	
			경고를 결과로 하는 건	건	0	0	0	
			내부 원칙 비준수건	건	0	0	0	
417-3	마케팅 소통 관련 위반사항	비준수건	비준수건 총합	건	0	0	0	
			벌금 혹은 불이익을 결과로 하는 건	건	0	0	0	
			경고를 결과로 하는 건	건	0	0	0	
			내부 원칙 비준수건	건	0	0	0	
418-1	고객개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만 건수		건	-	0	0		



ESG Data

ENVIRONMENTAL

SM ENTERTAINMENT

GRI No.	지표	세부 지표		단위	2023	2024	2025	비고
에너지 소비량								
302-1	내부 에너지 소비량	에너지 소비량	전기	TJ	10.2	10.7	12.6	본사 사육
			난방 연료(LNG)	TJ	4.3	9.8	4.8	2025 일부 산정방식이 변경되었음
			휘발유	TJ	3.1	3.4	4.0	
			경유	TJ	5.8	4.2	3.1	
302-3	에너지 집약도	-		TJ/억 원	0.0040	0.0042	0.0030	에너지 사용량/연간 매출액 (별도 기준)
물								
303-3	취수	취수량	총합	Ton	36,066.8	33,830.2	31,990.6	
			공공 용수	Ton	36,066.8	33,830.2	31,990.6	본사 사육
303-5	물 소비	소비량 총합		Ton	36,066.8	33,830.2	31,990.6	
온실가스 배출량 * Scope 3 검증 제외								
305-1	직접 온실가스 배출량 (Scope 1)	-		tCO ₂ -eq	834.1	1,019.4	728.6	본사 사육
305-2	간접 온실가스 배출량 (Scope 2)	-		tCO ₂ -eq	489.1	511.8	602.8	
305-3	기타 간접 온실가스 배출량 (Scope 3)	1. 구매한 제품 및 서비스		tCO ₂ -eq	-	1,860.8	4,196.3	- 산정방법론: 지출 기반법 - 배출계수: US EEIO v1.3 SEF without Margins
		2. 자본재		tCO ₂ -eq	-	-	79.0	- 산정방법론: 평균 산정법 - 배출계수: US EPA Supply Chain Greenhouse Gas Emission Factors v1.3.0
		3. 연료 및 에너지 관련 활동		tCO ₂ -eq	-	-	117.1	- 산정방법론: 평균 산정법 - 배출계수: 국가 LCI DB 환경성적표지 평가계수(2021. 08)
		4. 업스트림 운송 및 유통		tCO ₂ -eq	-	10.0	81.4	- 산정방법론: 거리 기반 산정법 - 배출계수: 환경성적표지 평가계수 육상수송 탄소발자국 계수
		5. 사업장 폐기물		tCO ₂ -eq	-	-	7.0	- 산정방법론: 폐기물 유형별 산정법 - 배출계수: 환경성적표지 평가계수 폐기물처리 탄소발자국 계수
		6. 임직원 출장		tCO ₂ -eq	-	-	719.5	- 산정방법론: 거리 기반 산정법 - 배출계수: 환경부 저탄소 녹색행사 가이드라인('08)
		7. 임직원 통근		tCO ₂ -eq	-	-	284.2	- 산정방법론: 거리 기반 산정법 - 배출계수: 국가 LCI DB 환경성적표지 평가계수 교통수단별 배출계수 (2021. 08)
		13. 다운스트림 임대 자산		tCO ₂ -eq	-	-	290.1	- 산정방법론: 면적 안분법 - 배출계수: 국가 LCI DB (전기 0.4567 kgCO ₂ /kWh, 도시가스 2.187 kgCO ₂ /Nm ³)



ESG Data

ENVIRONMENTAL

SM ENTERTAINMENT

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2023	2024	2025	비고	
305-4	온실가스 배출 집약도	-	tCO ₂ -eq/억 원	0.21	0.23	0.16	- 온실가스 배출량/연간 매출액 (별도 기준) - Scope 1, 2 기준 산정	
폐기물								
306-3	총 폐기물 발생량	-	Ton	80.3	82.3	96.9	본사 사옥	
306-4	폐기물 재활용량	-	Ton	35.9	33.4	37.0		
306-5	폐기물 처리량	폐기물 총량	Ton	44.4	48.8	59.9		
		비위험 폐기물	매립	Ton	0	0	0	
			소각	Ton	0	0	0	
			기타	Ton	44.4	48.8	59.9	



ESG Data

ECONOMIC

SM Life Design Group

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2023	2024	2025	비고
반경쟁 행동							
206-1	조직이 관여한 것으로 식별되는 반경쟁 행동, 반독점 및 독점 위반 행동에 대해 완료되었거나 판결을 기다리는 법률 조치 개수	-	건	0	0	0	



ESG Data

SOCIAL

SM Life Design Group

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2023	2024	2025	비고
고용							
2-7	직원	직원 총 인원수	명	27	33	34	
		상용(정규직) 근로자 수	명	27	33	34	
		임시(기간이 한정된 계약) 근로자 수	명	0	0	0	
2-8	직원이 아닌 노동자	조직의 직원이 아니며 조직에 의해 작업이 통제되는 노동자 총 인원수	명	0	0	0	
		401-3	육아휴직	육아휴직 대상 직원 수	남성	명	-
	여성	명		-	0	1	
	육아휴직 사용 직원 수	남성		명	0	1	0
	여성	명		0	0	0	
	육아휴직 이후 복귀 직원 수	남성		명	0	1	0
	여성	명		0	0	0	
	육아휴직 복귀 12개월 이후 고용유지 직원 수	남성		명	0	0	0
	여성	명		0	0	0	
	육아휴직 사용 직원의 복귀 및 잔류 비율	남성	%	0	0	0	
	여성	%	0	0	0		
2-30	단체 교섭 계약	노사위원회 결정사항 적용 비율	%	해당없음	해당없음	해당없음	노사위원회/노동조합 모두 없음
산업보건 및 안전							
403-9	업무 관련 부상 (직원)	사망 건수	건	0	0	0	
		중상 건수	건	0	0	0	
		기록할만한 업무 관련 부상 건수	건	0	0	1	
	업무 관련 부상 (비직원 노동자)	사망 건수	건	0	0	0	
		중상 건수	건	0	0	0	
		기록할만한 업무 관련 부상 건수	건	0	0	1	
훈련 및 교육							
404-3	정기적으로 성과 및 경력개발 검토를 받는 직원 비율	성별	남성	%	100	100	100
			여성	%	100	100	100
		직원 유형별	임원	%	100	100	100
			직원	%	100	100	100



ESG Data

SOCIAL

SM Life Design Group

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2023	2024	2025	비고	
다양성 및 기회균등								
405-1	지배구조 기구와 직원의 다양성	직원	남성	%	74.1	75.8	76.5	
			여성	%	25.9	24.2	23.5	
			만 30세 미만	%	11.1	12.1	17.6	
			만 30세 이상 만 50세 미만	%	66.7	66.7	67.6	
			만 50세 이상	%	22.2	21.2	14.7	
405-2	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율	%	81.9	82.7	79.7		
마케팅 및 라벨링								
418-1	고객개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만 건수		건	0	0	0		



ESG Data

ENVIRONMENTAL

SM Life Design Group

GRI No.	지표	세부 지표		단위	2023	2024	2025	비고
원재료								
301-1	원재료 사용량	용지		R	15,832	11,492.4	7,747.8	
		잉크		KG	1,318	1,252.0	1,121.0	
302-1	내부 에너지 소비량	에너지 소비량	전기	TJ	12.7	13.6	17.0	
			난방 연료(LNG)	TJ	0.6	0.6	0.7	
			휘발유	TJ	-	0.34	0.50	정정으로 2024 수치 재산정
				TJ	-	0.26	0.12	
302-3	에너지 집약도	-		TJ/억 원	0.004	0.033	0.035	- 에너지 사용량/연간 매출액 (별도 기준) - 휘발유, 경유 소비량 정정으로 2024 수치 재산정
물								
303-3	취수	취수량	총합	Ton	2,008.0	2,335.0	2,845.0	
303-5	물 소비		소비량 총합	Ton	2,008.0	2,335.0	2,845.0	
온실가스 배출량								
305-1	직접 온실가스 배출량 (Scope 1)	-		tCO ₂ -eq	30.4	70.2	75.8	휘발유, 경유 소비량 정정으로 2024 수치 재산정
305-2	간접 온실가스 배출량 (Scope 2)	-		tCO ₂ -eq	606.8	653.2	820.5	
305-4	온실가스 배출 집약도	-		tCO ₂ -eq/억 원	1.4	1.63	1.70	- 온실가스 배출량/연간 매출액 (별도 기준) - 휘발유, 경유 소비량 정정으로 2024 수치 재산정
305-7	질소산화물(NOx), 황산화물(SOx) 및 기타 중요한 대기 배출량	질소산화물(Nox)		PPM	62.8	58.6	63.9	
		황산화물(Sox)		PPM	불검출	불검출	불검출	
		먼지		mg/Sm ³	0.7	2.7	1.0	
폐기물								
306-4	폐기물 재활용량	-		Ton	10.5	14.2	17.0	전량 재활용으로 외부 위탁



ESG Data

ECONOMIC

SM Culture & Contents

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2023	2024	2025	비고	
반부패								
205-1	부패 관련 리스크 평가를 받은 사업장 총 개수 및 비율		개	-	1	1		
			%	-	100	100		
205-2	반부패 정책 및 절차에 대한 소통 및 훈련	조직의 반부패 정책 및 절차를 전달받은 대상의 인원수 및 비율	의사결정기구	명	-	3	9	
			직원	명	-	335	340	
			%	-	100	100	교육 당시 재직 임직원 수 기준으로 100%임	
		반부패에 대한 교육을 받은 대상의 총 인원수 및 비율	의사결정기구	명	-	3	9	
			직원	명	-	335	340	
			%	-	100	100	교육 당시 재직 임직원 수 기준으로 100%임 (사내이사 제외/ 상근 감사 포함)	
반경쟁 행동								
206-1	조직이 관여한 것으로 식별되는 반경쟁 행동, 반독점 및 독점 위반 행동에 대해 완료되었거나 판결을 기다리는 법률 조치 개수	-	건	-	0	0		



ESG Data

SOCIAL

SM Culture & Contents

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2023	2024	2025	비고
고용							
2-7	직원	직원 총 인원수	명	-	339	345	
		상용(정규직) 근로자 수	명	-	331	332	
		임시(기간이 한정된 계약) 근로자 수	명	-	8	13	
2-8	직원이 아닌 노동자	조직의 직원이 아니며 조직에 의해 작업이 통제되는 노동자 총 인원수	명	-	11	15	
401-3	육아휴직	육아휴직 대상 직원 수	남성 여성	명 명	- -	19 31	16 31
		육아휴직 사용 직원 수	남성 여성	명 명	- -	2 8	3 5
		육아휴직 이후 복귀 직원 수	남성 여성	명 명	- -	0 5	4 7
		육아휴직 복귀 12개월 이후 고용유지 직원 수	남성 여성	명 명	- -	2 2	1 4
		육아휴직 사용 직원의 복귀 및 잔류 비율	남성 여성	% %	- -	- -	0 80
2-30	단체 교섭 계약	노사위원회 결정사항 적용 비율	%	-	100	100	노동조합은 없으며 노사협의회 운영
산업보건 및 안전							
403-9	업무 관련 부상 (직원)	사망 건수	건	-	0	0	
		중상 건수	건	-	0	0	
		기록할만한 업무 관련 부상 건수	건	-	0	0	
	업무 관련 부상 (비직원 노동자)	사망 건수	건	-	0	0	
		중상 건수	건	-	0	0	
		기록할만한 업무 관련 부상 건수	건	-	0	0	
훈련 및 교육							
404-3	정기적으로 성과 및 경력개발 검토를 받는 직원 비율	성별	남성 여성	% %	- -	100 100	100 100
		직원 유형별	임원 직원	% %	- -	100 100	100 100



ESG Data

SOCIAL

SM Culture & Contents

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2023	2024	2025	비고	
다양성 및 기회균등								
405-1	지배구조 기구와 직원의 다양성	직원	남성	%	-	41.6	38.6	
			여성	%	-	58.4	61.4	
			만 30세 미만	%	-	19.2	18.8	
			만 30세 이상 만 50세 미만	%	-	74.9	74.8	
			만 50세 이상	%	-	5.9	6.4	
405-2	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율	%	-	81.9	82.8		
마케팅 및 라벨링								
417-1	상품 및 서비스 정보 표기 요건	기업이 상품 및 서비스 정보 표기 절차를 적용하고 이 절차 준수 여부에 대한 평가를 받는 주요 제품/서비스 범주의 비율	%	-	100	100	서비스 이용약관 공지함	
417-2	상품 및 서비스 정보와 표기 위반사항	비준수건	비준수건 총합	건	-	0	0	
			벌금 혹은 불이익을 결과로 하는 건	건	-	0	0	
			경고를 결과로 하는 건	건	-	0	0	
			내부 원칙 비준수건	건	-	0	0	
417-3	마케팅 소통 관련 위반사항	비준수건	비준수건 총합	건	-	0	0	
			벌금 혹은 불이익을 결과로 하는 건	건	-	0	0	
			경고를 결과로 하는 건	건	-	0	0	
			내부 원칙 비준수건	건	-	0	0	
418-1	고객개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만 건수		건	-	0	0		



ESG Data

ENVIRONMENTAL

SM Culture & Contents

GRI No.	지표	세부 지표		단위	2023	2024	2025	비고
에너지 소비량								
302-1	내부 에너지 소비량	에너지 소비량	전기	TJ	-	2.7	2.8	2025 일부 산정방식이 변경되었음
			난방 연료(LNG)	TJ	-	2.5	1.2	
			휘발유	TJ	-	1.3	2.0	
			경유	TJ	-	1.4	1.2	
302-3	에너지 집약도	-		TJ/억 원	-	0.0074	0.0076	에너지 사용량/연간 매출액 (별도 기준)
물								
303-3	취수	취수량	총합	Ton	-	8,619.7	8,151.0	
303-5	물 소비	소비량 총합		Ton	-	8,619.7	8,151.0	
온실가스 배출량								
305-1	직접 온실가스 배출량 (Scope 1)	-		tCO ₂ -eq	-	313.1	281.0	
305-2	간접 온실가스 배출량 (Scope 2)	-		tCO ₂ -eq	-	130.4	134.1	
305-4	온실가스 배출 집약도	-		tCO ₂ -eq/억 원	-	0.42	0.44	온실가스 배출량/연간 매출액 (별도 기준)
폐기물								
306-3	총 폐기물 발생량	-		Ton	-	11.6	13.3	
306-4	폐기물 재활용량	-		Ton	-	8.5	9.4	
306-5	폐기물 처리량	폐기물 총량		Ton	-	3.0	3.9	
		비위험 폐기물	매립	Ton	-	0	0	
		비위험 폐기물	소각	Ton	-	0	0	
		비위험 폐기물	기타	Ton	-	3.0	3.9	



ESG Data

ECONOMIC

SM BRAND MARKETING

GRI No.	지표	세부 지표		단위	2023	2024	2025	비고
반부패								
205-2	반부패 정책 및 절차에 대한 소통 및 훈련	조직의 반부패 정책 및 절차를 전달받은 대상의 인원수 및 비율	의사결정기구	명	정보없음	3	3	윤리규범 실천 서약서 서명 87명 (임원 3명, 직원 84명)
				%	정보없음	60	50	
			직원	명	정보없음	89	84	
				%	정보없음	100	100	
반경쟁 행동								
206-1	조직이 관여한 것으로 식별되는 반경쟁 행동, 반독점 및 독점 위반 행동에 대해 완료되었거나 판결을 기다리는 법률 조치 개수	-		건	0	0	0	



ESG Data

SOCIAL

SM BRAND MARKETING

GRI No	지표	세부 지표	단위	2023	2024	2025	비고
고용							
2-7	직원	직원 총 인원수	명	112	119	103	임원 포함 집계
		상용(정규직) 근로자 수	명	95	98	85	정정으로 2024 수치 재산정
		임시(기간이 한정된 계약) 근로자 수	명	17	21	18	
2-8	직원이 아닌 노동자	조직의 직원이 아니며 조직에 의해 작업이 통제되는 노동자 총 인원수	명	-	1	1	타사 겸직자
401-3	육아휴직	육아휴직 대상 직원 수	남성 여성	- -	2 2	2 2	
		육아휴직 사용 직원 수	남성 여성	0 1	0 1	0 0	
		육아휴직 이후 복귀 직원 수	남성 여성	0 0	0 0	0 1	
		육아휴직 복귀 12개월 이후 고용유지 직원 수	남성 여성	0 0	0 0	0 0	
		육아휴직 사용 직원의 복귀 및 잔류 비율	남성 여성	0 0	0 0	0 0	
2-30	단체 교섭 계약	노사위원회 결정사항 적용 비율	%	100	100	100	노동조합은 없으며 노사협의회 운영
산업보건 및 안전							
403-9	업무 관련 부상 (직원)	사망 건수	건	0	0	0	
		중상 건수	건	0	0	0	
		기록할만한 업무 관련 부상 건수	건	1	0	0	
	업무 관련 부상 (비직원 노동자)	사망 건수	건	0	0	0	
		중상 건수	건	0	0	0	
		기록할만한 업무 관련 부상 건수	건	0	0	0	
훈련 및 교육							
404-3	정기적으로 성과 및 경력개발 검토를 받는 직원 비율	성별	남성 여성	100 100	100 100	100 100	
		직원 유형별	임원 직원	100 100	100 100	100 100	



ESG Data

SOCIAL

SM BRAND MARKETING

GRI No	지표	세부 지표	단위	2023	2024	2025	비고	
다양성 및 기회균등								
405-1	지배구조 기구와 직원의 다양성	직원	남성	%	29.5	25.2	28.2	
			여성	%	70.5	74.8	71.8	
			만 30세 미만	%	42.0	40.3	35.9	
			만 30세 이상 만 50세 미만	%	55.3	54.6	58.3	
			만 50세 이상	%	2.7	5.0	5.8	
405-2	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율	%	93.2	86.0	79.0	2024부터 임원 제외 후 직급 구분 없이 임직원 전체 평균 기준으로 집계	
고객 보건 및 안전								
416-2	제품 및 서비스 건강 및 안전영향 위반사항	비준수건	벌금 혹은 불이익을 결과로 하는 건	건	0	0	0	
			경고를 결과로 하는 건	건	0	0	0	
				건	0	0	0	
마케팅 및 라벨링								
417-1	상품 및 서비스 정보 표기 요건	기업이 상품 및 서비스 정보 표기 절차를 적용하고 이 절차 준수 여부에 대한 평가를 받는 주요 제품/서비스 범주의 비율	%	100	100	100	MD 상품 판매 시 법적 기준 준수함	
417-2	상품 및 서비스 정보와 표기 위반사항	비준수건	비준수건 총합	건	0	1	0	
			벌금 혹은 불이익을 결과로 하는 건	건	0	1	0	
			경고를 결과로 하는 건	건	0	0	0	
			내부 원칙 비준수건	건	0	0	0	
417-3	마케팅 소통 관련 위반사항	비준수건	비준수건 총합	건	0	0	0	
			벌금 혹은 불이익을 결과로 하는 건	건	0	0	0	
			경고를 결과로 하는 건	건	0	0	0	
				건	0	0	0	
418-1	고객개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만 건수		건	-	0	0		



ESG Data

ENVIRONMENTAL

SM BRAND MARKETING

GRI No.	지표	세부 지표		단위	2023	2024	2025	비고
에너지 소비량								
302-1	내부 에너지 소비량	에너지 소비량	전기	TJ	0.8	1.9	1.5	2025 일부 산정방식이 변경되었음
			난방 연료(LNG)	TJ	17.0	-	0.1	
			휘발유	TJ	-	-	0.1	
			경유	TJ	-	-	0	
302-3	에너지 집약도	-		TJ/억 원	0.022	0.0033	0.0031	
물								
303-3	취수	취수량	총합	Ton	185.7	-	716.5	사옥 이전 후 별도 계량이 불가하여 2024 미산정
303-5	물 소비	소비량 총합		Ton	185.7	-	716.5	
온실가스 배출량								
305-1	직접 온실가스 배출량 (Scope 1)	-		tCO ₂ -eq	861.6	-	13.3	
305-2	간접 온실가스 배출량 (Scope 2)	-		tCO ₂ -eq	38.8	93.2	85.1	
305-4	온실가스 배출 집약도	-		tCO ₂ -eq/억 원	1.10	0.16	0.15	온실가스 배출량/연간 매출액 (별도 기준)
폐기물								
306-3	총 폐기물 발생량	-		Ton	-	-	2.8	
306-4	폐기물 재활용량	-		Ton	-	-	0.2	
306-5	폐기물 처리량	폐기물 총량		Ton	-	-	2.6	
		비위험 폐기물	매립	Ton	-	-	0	
		비위험 폐기물	소각	Ton	-	-	1.3	
		비위험 폐기물	기타	Ton	-	-	1.3	



ESG Data

ECONOMIC

DREAM MAKER Entertainment

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2023	2024	2025	비고
반경쟁 행동							
206-1	조직이 관여한 것으로 식별되는 반경쟁 행동, 반독점 및 독점 위반 행동에 대해 완료되었거나 판결을 기다리는 법률 조치 개수	-	건	0	0	0	



ESG Data

SOCIAL

DREAM MAKER Entertainment

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2023	2024	2025	비고
고용							
2-7	직원	직원 총 인원수	명	69	71	65	임원 포함 집계
		상용(정규직) 근로자 수	명	57	63	58	
		임시(기간이 한정된 계약) 근로자 수	명	12	8	7	
2-8	직원이 아닌 노동자	조직의 직원이 아니며 조직에 의해 작업이 통제되는 노동자 총 인원수	명	2,792	1,299	3,739	공연별 전체 스태프 인원 집계로 중복 산정될 수 있음
401-3	육아휴직	육아휴직 대상 직원 수	남성	명	2	3	2
			여성	명	4	5	3
		육아휴직 사용 직원 수	남성	명	0	0	0
			여성	명	3	1	1
		육아휴직 이후 복귀 직원 수	남성	명	0	0	0
			여성	명	2	0	1
		육아휴직 복귀 12개월 이후 고용유지 직원 수	남성	명	0	0	0
			여성	명	1	2	0
육아휴직 사용 직원의 복귀 및 잔류 비율	남성	%	0	0	0		
	여성	%	100	100	0		
2-30	단체 교섭 계약	노사위원회 결정사항 적용 비율	%	100	100	100	- 노동조합은 없으며 노사협의회 운영 - 해당연도 전직원 및 공연 스태프 적용
산업보건 및 안전							
403-9	업무 관련 부상 (직원)	사망 건수	건	0	0	0	
		중상 건수	건	0	0	0	
		기록할만한 업무 관련 부상 건수	건	0	0	0	
	업무 관련 부상 (비직원 노동자)	사망 건수	건	0	0	0	
		중상 건수	건	0	0	0	
		기록할만한 업무 관련 부상 건수	건	0	0	0	



ESG Data

SOCIAL

DREAM MAKER Entertainment

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2023	2024	2025	비고
훈련 및 교육							
404-3	정기적으로 성과 및 경력개발 검토를 받는 직원 비율	성별	남성	%	100	100	100
			여성	%	100	100	100
		직원 유형별	임원	%	100	100	100
			직원	%	100	100	100
다양성 및 기회균등							
405-1	지배구조 기구와 직원의 다양성	직원	남성	%	34.8	31.0	35.4
			여성	%	65.2	69.0	64.6
			만 30세 미만	%	36.2	33.8	33.8
			만 30세 이상 만 50세 미만	%	59.4	63.4	61.5
			만 50세 이상	%	4.3	2.8	4.6
405-2	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율	%	71.3	93.0	84.6	
고객 보건 및 안전							
416-2	제품 및 서비스 건강 및 안전영향 위반사항	비준수건	벌금 혹은 불이익을 결과로 하는 건	건	0	0	0
			경고를 결과로 하는 건	건	0	0	0
			내부 원칙 비준수건	건	0	0	0
마케팅 및 라벨링							
417-1	상품 및 서비스 정보 표기 요건	기업이 상품 및 서비스 정보 표기 절차를 적용하고 이 절차 준수 여부에 대한 평가를 받는 주요 제품/서비스 범주의 비율	%	100	100	100	콘서트 예매 상세 페이지 내 공연 관련 정보 공지함
417-2	상품 및 서비스 정보와 표기 위반사항	비준수건	비준수건 총합	건	0	0	0
			벌금 혹은 불이익을 결과로 하는 건	건	0	0	0
			경고를 결과로 하는 건	건	0	0	0
			내부 원칙 비준수건	건	0	0	0
417-3	마케팅 소통 관련 위반사항	비준수건	비준수건 총합	건	0	0	0
			벌금 혹은 불이익을 결과로 하는 건	건	0	0	0
			경고를 결과로 하는 건	건	0	0	0
			내부 원칙 비준수건	건	0	0	0
418-1	고객개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만 건수		건	-	0	0	



ESG Data

ENVIRONMENTAL

DREAM MAKER Entertainment

GRI No.	지표	세부 지표		단위	2023	2024	2025	비고
에너지 소비량								
302-1	내부 에너지 소비량	에너지 소비량	전기	TJ	-	0.47	0.48	2025 일부 산정방식이 변경되었음
			난방 연료(LNG)	TJ	-	0.43	0.21	
			휘발유	TJ	-	0.28	0.22	
			경유	TJ	-	0.14	0.07	
302-3	에너지 집약도	-		TJ/억 원	-	0.0064	0.0012	에너지 사용량/연간 매출액 (별도 기준)
물								
303-3	취수	취수량	총합	Ton	-	1,486.1	1,405.3	
303-5	물 소비	소비량 총합		Ton	-	1,486.1	1,405.3	
온실가스 배출량								
305-1	직접 온실가스 배출량 (Scope 1)	-		tCO ₂ -eq	-	50.6	30.3	
305-2	간접 온실가스 배출량 (Scope 2)	-		tCO ₂ -eq	-	22.8	23.4	
305-4	온실가스 배출 집약도	-		tCO ₂ -eq/억 원	-	0.36	0.06	온실가스 배출량/연간 매출액 (별도 기준)
폐기물								
306-3	총 폐기물 발생량	-		Ton	-	3.5	4.3	
306-4	폐기물 재활용량	-		Ton	-	1.5	1.6	
306-5	폐기물 처리량	폐기물 총량		Ton	-	2.0	2.6	
		비위험 폐기물	기타	Ton	-	2.0	2.6	



ESG Data

ECONOMIC

DearU

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2023	2024	2025	비고
반부패							
205-1	부패 관련 리스크 평가를 받은 사업장 총 개수 및 비율	-	개	-	-	1	신규 보고 기업으로 2025 데이터부터 취합
			%	-	-	100	
205-2	반부패 정책 및 절차에 대한 소통 및 훈련	조직의 반부패 정책 및 절차를 전달받은 대상의 인원수 및 비율	의사결정기구	명	-	-	8
				%	-	-	53.3
		직원	명	-	-	25	
			%	-	-	25.0	
		반부패에 대한 교육을 받은 대상의 총 인원수 및 비율	의사결정기구	명	-	-	8
				%	-	-	53.3
직원	명	-	-	25			
				-	-	25.0	
반경쟁 행동							
206-1	조직이 관여한 것으로 식별되는 반경쟁 행동, 반독점 및 독점 위반 행동에 대해 완료되었거나 판결을 기다리는 법률 조치 개수	-	건	0	0	0	



ESG Data

SOCIAL

DearU

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2023	2024	2025	비고	
고용								
2-7	직원	직원 총 인원수	명	-	-	100		
		상용(정규직) 근로자 수	명	-	-	100		
		임시(기간이 한정된 계약) 근로자 수	명	-	-	0		
2-8	직원이 아닌 노동자	조직의 직원이 아니며 조직에 의해 작업이 통제되는 노동자 총 인원수	명	-	-	0		
401-3	육아휴직	육아휴직 대상 직원 수	남성	-	-	8		
			여성	-	-	8		
	육아휴직 사용 직원 수	남성	-	-	1			
		여성	-	-	1			
	육아휴직 이후 복귀 직원 수	남성	-	-	1			
		여성	-	-	2			
	육아휴직 복귀 12개월 이후 고용유지 직원 수	남성	-	-	0			
		여성	-	-	0			
2-30	단체 교섭 계약	노사위원회 결정사항 적용 비율	%	-	-	100	노동조합은 없으며 노사협의회의 운영	
산업보건 및 안전								
403-9	업무 관련 부상 (직원)	사망 건수	건	-	-	0		
		중상 건수	건	-	-	0		
		기록할만한 업무 관련 부상 건수	건	-	-	0		
	업무 관련 부상 (비직원 노동자)	사망 건수	건	-	-	0		
		중상 건수	건	-	-	0		
		기록할만한 업무 관련 부상 건수	건	-	-	0		
훈련 및 교육								
404-3	정기적으로 성과 및 경력개발 검토를 받는 직원 비율	성별	남성	%	-	-	100	근속기간 6개월 미만 직원, 퇴직 예정자, 별정직 인사평가 비대상
			여성	%	-	-	100	
		직원 유형별	임원	%	-	-	100	
			직원	%	-	-	100	



ESG Data

SOCIAL

DearU

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2023	2024	2025	비고	
다양성 및 기회균등								
405-1	지배구조 기구와 직원의 다양성	직원	남성	%	-	-	46.0	
			여성	%	-	-	54.0	
			만 30세 미만	%	-	-	15.0	
			만 30세 이상 만 50세 미만	%	-	-	82.0	
			만 50세 이상	%	-	-	3.0	
405-2	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율	%	-	-	69.1		
고객 보건 및 안전								
416-2	제품 및 서비스 건강 및 안전영향 위반사항	비준수건	벌금 혹은 불이익을 결과로 하는 건	건	-	-	0	
			경고를 결과로 하는 건	건	-	-	0	
			내부 원칙 비준수건	건	-	-	0	
마케팅 및 라벨링								
417-1	상품 및 서비스 정보 표기 요건	기업이 상품 및 서비스 정보 표기 절차를 적용하고 이 절차 준수 여부에 대한 평가를 받는 주요 제품/서비스 범주의 비율	%	-	-	0	서비스 이용약관 공지함	
417-2	상품 및 서비스 정보와 표기 위반사항	비준수건	비준수건 총합	건	-	-	0	
			벌금 혹은 불이익을 결과로 하는 건	건	-	-	0	
			경고를 결과로 하는 건	건	-	-	0	
			내부 원칙 비준수건	건	-	-	0	
417-3	마케팅 소통 관련 위반사항	비준수건	비준수건 총합	건	-	-	0	
			벌금 혹은 불이익을 결과로 하는 건	건	-	-	0	
			경고를 결과로 하는 건	건	-	-	0	
			내부 원칙 비준수건	건	-	-	0	
418-1	고객개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만 건수		건	-	-	0		



ESG Data

ENVIRONMENTAL

DearU

GRI No.	지표	세부 지표		단위	2023	2024	2025	비고
에너지 소비량								
302-1	내부 에너지 소비량	에너지 소비량	전기	TJ	-	-	1.4	
			난방 연료(LNG)	TJ	-	-	0.27	
			휘발유	TJ	-	-	0.28	
			경유	TJ	-	-	0	
302-3	에너지 집약도	-		TJ/억 원	-	-	0.0023	
물								
303-3	취수	취수량	총합	Ton	-	-	1,270.0	
303-5	물 소비	소비량 총합		Ton	-	-	1,270.0	
온실가스 배출량								
305-1	직접 온실가스 배출량 (Scope 1)	-		tCO ₂ -eq	-	-	32.4	
305-2	간접 온실가스 배출량 (Scope 2)	-		tCO ₂ -eq	-	-	65.4	
305-4	온실가스 배출 집약도	-		tCO ₂ -eq/억 원	-	-	0.002	온실가스 배출량/연간 매출액 (별도 기준)



TCFD Index

TCFD 권고안	보고 위치
지배구조 : 기후변화와 관련된 위험과 기회에 대한 거버넌스 공개	
a) 기후변화 관련 위험과 기회에 대한 이사회와 감독 권한을 설명	40p
b) 기후변화와 관련된 위험과 기회를 평가하고 관리하는 경영진의 역할을 설명	40p
전략 : 기후변화 관련 위험 및 기회가 조직의 사업, 전략 및 재무 계획에 미치는 실질적 및 잠재적 영향을 공개	
a) 조직이 단기, 중기 및 장기에 걸쳐 파악한 기후변화 관련 위험과 기회를 설명	40-43p
b) 기후변화 관련 위험과 기회가 조직의 사업, 전략, 재무 계획에 미치는 영향을 설명	41-42p
c) 2°C 이하의 시나리오를 포함하여 다양한 기후변화와 관련된 시나리오를 고려한 조직 전략의 회복탄력성을 설명	41-42p
위험 관리 : 기후변화 관련 위험을 확인하고, 평가하며 관리하는 방법을 공개	
a) 기후변화 관련 위험을 확인하고 평가하는 조직의 프로세스에 대해 설명	43p
b) 기후변화 관련 위험을 관리하는 조직의 프로세스에 대해 설명	43p
c) 기후변화 관련 위험을 확인하고, 평가하고, 관리하는 프로세스가 조직의 전반적인 리스크 관리에 어떻게 통합되는지 설명	43p
지표와 감축 목표 : 기후변화 위험과 기회를 평가, 관리하는데 사용되는 지표와 감축 목표를 공개	
a) 조직의 전략 및 위험 관리 프로세스에 따라 기후변화와 관련된 위험과 기회를 평가하기 위해 사용한 지표를 공개	43p
b) Scope 1, 2, 3(가능할 경우) 배출량과 관련 위험을 공개	43p
c) 기후변화 관련 위험과 기회 관리를 위해 조직에서 사용하는 목표와 목표 대비 성과 설명	43p



SASB Index

주제	코드	지표	보고 위치
인터넷 미디어 및 서비스			
하드웨어 기반시설의 환경 발자국	TC-IM-130a.1	(1) 총 에너지 소비량, (2) 그리드 전력 비율, (3) 재생 에너지 비율	43p, 99p
	TC-IM-130a.2	(1) 총 용수 취수량, (2) 총 용수 사용량, 물 스트레스가 높은 수원 지역의 비율	99p
	TC-IM-130a.3	데이터센터에 적용된 환경적 고려사항의 접근법에 대한 설명	해당 없음
데이터 프라이버시, 광고 표준 및 표현의 자유	TC-IM-220a.1	맞춤형 광고 및 이용자 개인정보보호와 관련된 정책 및 관행에 대한 설명	37-39p
	TC-IM-220a.2	이차적 목적으로 정보가 활용된 사용자의 수	0명
	TC-IM-220a.3	이용자 개인정보 관련 법적 소송으로 인한 금전적 손실액	0원
	TC-IM-220a.4	개인정보에 대한 (1) 법적 열람 요청 건 수, (2) 정보가 요청된 사용자 수, (3) 공개로 이어진 비율	-
	TC-IM-220a.5	핵심 제품 및 서비스가 정부의 모니터링, 차단, 콘텐츠 필터링 또는 검열 대상이 되는 국가 리스트	-
	TC-IM-220a.6	정부의 콘텐츠 제거 요청 건 수, 요청에 대한 준수 비율	-
데이터 보안	TC-IM-230a.1	(1) 데이터 침해 건수, (2) 개인 데이터 침해 비율, (3) 영향을 받은 사용자 수	0건
	TC-IM-230a.2	제3자 사이버보안 표준 사용을 포함하여 정보보안 위험을 식별하고 해결하는 접근 방식에 대한 설명	39p
직원 채용, 포용성 및 성과	TC-IM-330a.1	취업 비자가 필요한 직원의 비율	97p
	TC-IM-330a.2	임직원 몰입도 비율	
	TC-IM-330a.3	(a) 임원, (b) 임원이 아닌 관리직, (c) 기술직, (d) 기타 모든 구성원의 (1) 성별, (2) 다양성 유형별 비율	84p, 97p
지식재산권 보호 및 경쟁적 행위	TC-IM-520a.1	반경쟁적 행위 규제와 관련된 법적 절차의 결과 발생한 금전적 손실 총액	94p
미디어 및 엔터테인먼트			
미디어 다양성	SV-ME-260a.1	(1) 경영진, (2) 전문직, 및 (3) 기타 모든 종업원의 성별 및 인종/민족 구성비	84p, 97p
	SV-ME-260a.2	뉴스 미디어 콘텐츠의 다양성 보장을 위한 정책 및 절차 설명	해당 없음
저널리스트의 무결성 및 스폰서십 식별	SV-ME-270a.1	서면 또는 구두 명예훼손과 관련된 법적 절차의 결과 발생한 금전적 손실 총액	해당 없음
	SV-ME-270a.2	간접 광고로 인한 수익	
	SV-ME-270a.3	뉴스 프로그램 편성 시 저널리스트의 무결성을 보장하기 위한 다음과 관련된 접근법 설명: (1) 진실성, 정확성, 객관성, 공정성 및 책임감, (2) 콘텐츠의 독립성 및/또는 잠재적 편향에 대한 투명성, (3) 프라이버시 보호 및 피해의 제한	
지적재산 보호 및 미디어 저작권 침해	SV-ME-520a.1	지적재산(Intellectual Property, IP) 보호를 보장하기 위한 접근법에 대한 설명	79-80p

「2025 주식회사 에스엠엔터테인먼트 지속가능경영보고서」 제3자 검증의견서

(주)디엔비비즈니스어슈어런스코리아(이하 ‘DNV’ 또는 ‘당사’)는 주식회사 에스엠엔터테인먼트 (이하 ‘SM엔터테인먼트’, 또는 ‘회사’)으로부터 2025 에스엠엔터테인먼트 지속가능경영보고서(이하 ‘보고서’)에 대한 독립적인 검증 업무를 의뢰 받았습니다. 본 검증의견서의 사용대상은 회사의 경영진과 이해관계자입니다.

검증 기준

검증 활동은 당사의 전문적인 경험과 국제감사인증기준위원회(IAASB)¹⁾가 제정한 국제인증업무기준(SAE 3000)²⁾ 등 국제 규격을 반영한 DNV의 지속가능성 보고서 검증 프로토콜인 VeriSustainTM 6.0과 AccountAbility 사의 지속가능성 검증 기준(AA1000AS v3)에 따라 Type 1 제한적 수준의 보증 형태로 진행되었습니다. DNV는 보고서가 AccountAbility 원칙 기준(AA1000APS (2018))의 4가지 원칙과 VeriSustain의 신뢰성, 완전성 및 독립성 원칙을 준수하는지 검토하였습니다. 당사의 프로토콜은 당사가 윤리적 요구사항을 준수하고, 제한적 또는 합리적 보증을 얻기 위해 검증을 계획하고 수행할 것을 요구합니다. 제한적 검증 업무 절차의 성격과 시기는 합리적 검증 업무 절차와 차이가 있으며, 절차의 범위도 상대적으로 제한적입니다. 이에 따라 제한적 검증을 통한 보증 수준은 합리적 검증을 통한 보증 수준보다 상당히 낮습니다. 이에 DNV는 검증 의견을 제공함에 있어 근거가 된다고 판단되는 정보를 수집하기 위해 작업을 계획하고 수행함으로써 당사의 의견에 오류가 있을 위험을 줄였으나 완전히 배제되지는 않았습니다. DNV는 이번 보고 기간 동안 보고서 외부 또는 회사 웹사이트에 게시될 수 있는 기타 정보에 대해 어떠한 검토나 작업도 수행하지 않았으며 어떠한 결론도 제시하지 않습니다.

1) International Auditing and Assurance Standard Board
2) International Standard on Assurance Engagements (ISAE) 3000 - ‘Assurance Engagements other than Audits and Reviews of Historical Financial Information’ (revised)

검증 범위

당사는 보고서에 대한 독립적인 제한적 검증 업무 수행을 의뢰 받았습니다.
• 당사는 회사의 중대성 평가를 통해 식별된 중요 주제(Material Topics)와 관련된 GRI 주제 기준(Topic Standards)을 검토하였습니다.

의견, 관찰 및 권고사항

검증 수행 결과, DNV는 AA1000APS(2018)의 4가지 원칙과 VeriSustain의 신뢰성, 완전성 및 독립성 원칙 측면에서 회사의 보고서에 수록된 정보 및 데이터가 부적절하게 기술되었다고 판단할 사항은 발견하지 못하였습니다. 성과 데이터의 신뢰성 측면에서, 보고된 데이터가 회사의 운영 중 관리된 실무 데이터와 적절히 대조되지 않았거나 적용된 가정이 부적절하다고 판단할 사항은 발견하지 못하였습니다. DNV는 회사의 보고서가 중대성 관점에서 GRI Standards의 ‘in accordance’ 기준에 부합한다고 판단합니다.

검증 의견에 영향을 미치지 않는 범위 내에서, ‘검증 범위’에 포함된 정보에 대한 DNV의 관찰 의견을 AA1000APS(2018) 원칙과 VeriSustain 원칙에 기반하여 다음과 같이 제공합니다.

포괄성: 이해관계자 참여 및 의견제시

SM엔터테인먼트는 주주·투자자 및 애널리스트, 언론사, 고객, 정부·지자체, 기관/지역사회, NGO 및 임직원을 주요 이해관계자로 정의하고 이해관계자 유형별 주요 소통채널 및 대응활동 등을 보고하고 있습니다. 내외부 환경분석을 통해 확인된 주요 이슈들은 이해관계자의 참여를 통한 회사의 ESG 관련 중요이슈 결정에 반영되고 있으며, 선정된 중요이슈에 의한 이해관계자별 영향범위, 대응 전략 및 성과를 보고서에 공개하고 있습니다.

중대성: 중대한 지속가능성 주제에 대한 식별 및 보고

SM엔터테인먼트는 ESG 공시 규제 및 글로벌 이니셔티브를 기준으로 총 29개의 중대성 평가 대상 이슈를 식별하였습니다. 이후, 내부 전략 검토 및 외부 중요도 평가를 포함한 체계적인 중요도 테스트를 수행하고, 이중 중대성 관점에서 환경·사회적 영향 및 재무적 영향을 종합적으로 고려하여 우선순위를 도출하였습니다. 이 과정에서 회사는 영향, 리스크 및 기회(IRO) 분석을 반영하여 최종적으로 6개의 중요이슈를 중요 주제(Material Topic)로 선정하였습니다. 또한, 고관여 이해관계자 및 보고범위에 포함되는 계열사 대상 설문 조사를 함께 실시하여 회사의 보다 지속가능성 주제와의 관련성 있는 이슈를 도출하기 위한 프로세스를 고도화하였습니다. 또한, 회사는 중요주제의 지속가능발전 맥락에서 UN SDGs와의 연결성을 보고하고 있습니다.

대응성: 중대한 지속가능성 주제 및 관련 영향에 대한 투명한 대응

SM엔터테인먼트는 이사회 산하 ESG위원회에서 중장기 지속가능경영 전반에 걸친 추진방향 설정 및 의사결정을 담당하고 있으며, ESG 실무협의체는 ESG 경영계획 수립 및 시행을 주도하고 ESG위원회의 효과적인 의사결정을 지원하고 있습니다. 회사는 ‘최고의 문화콘텐츠로 인류를 풍요롭게’라는 ESG 미션 하에 ‘환경경영체계 고도화’, ‘사회책임경영 강화’ 및 ‘지속가능경영 내재화’를 달성하기 위한 ESG 추진방향 및 전략을 수립하고 있으며, 중요주제와 연관된 GRI 주제기준을 성과 지표로 사용하여 각 부문별 주요 지속가능성 영향 및 관련 성과를 보고서에 공개하고 있습니다.

영향: 조직 활동이 조직 및 이해관계자에 미치는 영향에 대한 모니터링, 측정 및 설명

SM엔터테인먼트는 중대성 평가를 통해 식별된 중요 주제에 대한 관리 방향을 거버넌스, 전략, 리스크 관리, 지표 및 목표로 구분하여 보고하고 있습니다. 또한, 회사는 중요 주제별 목표를 설정하고, 관련 세부 설명을 함께 제공함으로써 성과 측정 체계와의 연계성을 반영하고 있는 것으로 확인됩니다.

신뢰성: 보고서에 제시된 정보의 정확성, 비교 가능성 및 기본 데이터 관리 시스템의 품질

샘플링 기법을 통해 데이터 수집 및 가공 프로세스, 근거 문서 및 기록을 확인하였으며, 검증 결과로 판단하였을 때 보고서에 기재된 지속가능성 성과 정보에서 의도적인 오류나 잘못된 기술은 발견되지 않았습니다. 회사는 신뢰할 수 있는 방식과 데이터로 지속가능성 성과의 출처와 의미를 설명할 수 있으며 인증 과정 중 발견된 오류들이나 명확하지 않은 표현들은 최종 보고서 발간 전에 수정되었습니다.

「2025 주식회사 에스엠엔터테인먼트 지속가능경영보고서」 제3자 검증의견서

완전성: 조직과 그 이해관계자에게 중요한 정보로 확인된 모든 정보 중 보고되는 정보

SM엔터테인먼트는 식별된 운영 경계에 대해 적절한 GRI 주제 기준을 사용하여 중요한 문제와 관련된 2025년 보고 기간 동안의 성과를 기반으로 한 회사의 주요 비재무적 공시사항을 보고하고 있습니다.

중립성: 보고서가 조직의 성과에 대해 중립적인 어조로 균형 잡힌 설명을 제공하는 정도

SM엔터테인먼트는 보고 기간 동안 회사의 성과, 과제, 이해관계자 우려 사항을 중립적이고 일관되며 균형 잡힌 방식으로 공개하고 있습니다.

적격성, 독립성 및 품질 관리

DNV는 ISO/IEC 17029:2019¹⁾ 적합성 평가에 따라 품질 관리를 위한 자체 관리 표준 및 규정 준수 정책을 적용함으로써 윤리적 요구사항, 전문적 기준, 해당 법률 및 규제 요구사항 준수에 관한 문서화된 정책 및 절차를 포함하여 포괄적인 품질 관리 시스템을 유지합니다.

DNV가 수립하고 있는 정책 및 절차는 DNV 및 그 임직원, 그리고 해당되는 경우 다른 모든 인원(DNV의 타법인 임직원 포함)에게 독립성 요건을 적용하고, 관련 윤리적 요구사항에 따라 독립성을 유지하도록 설계되어 있습니다. 본 검증 활동은 지속가능성 전문가들로 구성된 독립적인 검증팀에 의해 실시되었습니다. DNV는 2025년 SM엔터테인먼트의 온실가스 배출량 검증을 실시하였으며 이는 보고서 검증에 대한 독립성이나 공정성에 영향을 미치지 않는다고 판단합니다.

한계점

검증은 DNV에 제공된 SM엔터테인먼트의 데이터 및 정보가 완전하고, 충분하며, 사실이며, 중요한 왜곡 표시가 없다는 가정을 기반으로 실시되었습니다. 한편, 표본추출(샘플링)과 내부 통제 절차 및 시스템에 대한 기타 내재적 제한들로 인해 중대할 수 있는 오류 또는 불규칙성이 감지되지 않았을 수 있는 리스크가 불가피하게 존재합니다.

보고서에 언급된 회사의 공급업체, 협력사 및 제3자의 지속가능경영, 성과 및 보고 관행 등은 본 검증의 범위에 포함되지 않았습니다.

DNV는 검증 활동 중 외부 이해관계자 면담을 실시하지 않았습니다.

DNV는 보고된 재무 데이터, 거버넌스 및 관련 정보가 별도의 독립적인 법정 감사 프로세스의 적용을 받는 법정 공시 및 감사된 재무제표를 기반으로 한다는 점을 이해합니다. 재무 공개 및 데이터는 검증 범위에서 제외되었으며, 검증은 정의된 보고기간 내의 범위에 있는 데이터 및 정보로 제한되며 해당 기간 이외의 데이터는 검증 범위에 포함되지 않습니다.

DNV는 본 의견서에 기반하여 의사결정을 한 개인 또는 단체에 대한 어떠한 배상 책임 또는 공동 책임이 없음을 밝힙니다.

SM엔터테인먼트 관리자 및 검증기관의 책임

SM엔터테인먼트는 보고서 내용에 모든 책임을 가지고 있으며, 여기에는 데이터 수집, 분석, 집계, 준비, 정보의 공정한 표시, 데이터에 중요한 왜곡이 없음을 보장하는 내부 통제의 설계, 구현 및 유지가 포함됩니다.

DNV의 책임은 '검증 범위'에 기술된 관련 정보가 보고 요구사항에 따라 작성되었는지에 대한 제한적 확신을 제공하기 위해 업무를 계획 및 수행하고 이를 취합한 증거에 기반하여 독립적 검증의견서 형태로 회사에 보고하는 것입니다.

당사의 성명은 독립적 의견으로 간주되어야 하며, 회사의 경영진과 이해관계자에게 필요한 정보를 제공하기 위해 작성되었습니다.

DNV는 본 의견서를 제외하고 보고서에 포함된 어떠한 진술이나 데이터의 작성에도 관여하지 않았습니다.

의견 판단 기준

본 검증 활동은 위험 기반 접근방식(Risk-based approach)에 따라 회사의 사업 및 주요 이해관계자들에게 관련성이 높은 중요 이슈들에 초점을 두고 진행되었으며, 제한적 검증 절차의 일환으로 다음 절차를 수행하였습니다.

- 보고 기간 동안 SM엔터테인먼트와 관련된 지속가능성 이슈를 식별하기 위한 피어 리뷰 및 미디어 검토 등
- 중대성 평가 절차와 결과, 주제 기준과 관련된 관리 프로세스를 중심으로 요구사항에 따른 공시 내용 검토
- 보고서에 수록된 정보 및 KPI를 통합, 관리 및 보고를 위한 주요 시스템, 프로세스 및 통제에 대한 이해와 평가
- 보고 원칙 및 요구사항 준수를 뒷받침하는 문서에 대한 검토
- 정보 모니터링, 데이터 집계 및 보고 전반에 책임이 있는 ESG 팀 및 관련 부서 담당자들과의 인터뷰 수행
- SM엔터테인먼트 (서울) 방문을 통해 사업장별 지속가능성 데이터 샘플링 및 전략 이행 관련 관리체계 검토

(주)디엔비비즈니스어슈어런스코리아
대한민국 서울
2026년 6월 22일

Park, Sang Yeon
Digitally signed by Park, Sang Yeon
Date: 2026.06.22 15:14:16 +09'00'

박 상 연 검증팀장

Kim, So Hyun
Digitally signed by Kim, So Hyun
Date: 2026.06.22 15:51:56 +09'00'

김 소 현 검증팀원

Chang, Sang Rye
Digitally signed by Chang, Sang Rye
Date: 2026.06.22 15:55:14 +09'00'

장 상 례 기술검토자



1) Conformity assessment — General principles and requirements for validation and verification bodies

온실가스 검증 의견서

주식회사 에스엠엔터테인먼트

서문

(주)디엔비비즈니스어슈어런스코리아(이하, DNV)는 주식회사 에스엠엔터테인먼트(이하, 회사)의 주요 종속회사¹⁾를 포함한 온실가스 성명서에 대해 제3자 검증을 수행하였습니다. 회사는 ‘ISO 14064-1:2018’, ‘WRI/WBCSD GHG Protocol: A Corporate Accounting and Reporting Standard’, ‘IPCC Guidelines: 2006’에 근거한 온실가스 성명서를 준비할 책임이 있으며, 온실가스 성명서 내용에 모든 책임을 가지고 있습니다. DNV는 본 검증 의견서와 관련하여 계약 조건에 따라 검증 계약 당사자를 제외한 제3자에 대하여 어떠한 책임도 지지 않습니다.

검증 목적 및 범위

본 검증의 목적은 회사의 온실가스 성명서에 대해 독립된 검증의견을 제시하는데 있으며, 검증 범위는 아래와 같습니다.

- 조직경계 : 주식회사 에스엠엔터테인먼트 및 주요 종속회사²⁾
- 운영경계 : Scope 1(직접배출), Scope 2(간접배출)
- 보고대상 기간 : 2025.01.01 ~ 2025.12.31

1) (주)에스엠라이프디자인그룹, (주)에스엠컬처앤콘텐츠, (주)에스엠브랜드마케팅, DREAMMAKER Entertainment Ltd., (주)디어유
2) 회사의 본사만 조직경계에 포함함.(해외법인의 경우, 한국지사를 포함함.)

검증 방식

본 검증은 ‘ISO 14064-3:2019’의 검증 원칙과 기준에 따라 제한적 보증수준 하에서 수행되었습니다. DNV는 회사가 보고한 온실가스 성명서의 완성에 대한 검증 의견을 제시하는데 필요한 정보와 데이터를 얻기 위하여 검증 계획을 수립하였으며, 검증 결론은 중요성 평가 기준 5%를 적용하여 의견을 도출하였습니다. 검증 프로세스의 부분으로 다음 사항을 확인하였습니다.

- 온실가스 데이터 관리 및 수집, 배출량 산정 및 보고 프로세스의 적정성
- 온실가스 인벤토리는 측정값을 기초로 작성되었으며, 보고된 데이터의 수치를 계산, 추정, 확정하는 과정에서 발생할 수 있는 고유의 한계를 내포하고 있음


결론

회사의 온실가스 성명서와 관련한 정보를 검증기준에 따라 검증한 결과, 부적절하게 산정되거나 중대한 오류를 포함하고 있다고 판단할 만한 사항은 발견하지 못하였습니다.

- 온실가스 배출량에 대한 ‘적정’ 의견을 제시합니다.

구분	온실가스 배출량(tCO ₂ -eq)		
	직접 (Scope 1)	간접(Scope 2)	총 배출량
주식회사 에스엠엔터테인먼트 및 주요 종속회사 5개사	1,161.364	1,731.268	2,893

※ 상기의 온실가스 배출량을 정수로 보고하기 위한 유효숫자 처리로 인해 실제값과 ± 1 tCO₂eq 미만의 차이가 발생함.


2026년 6월 01일
대표이사 이장섭
(주)디엔비비즈니스어슈어런스코리아

첨부: ‘PRJN-1236811-AST-KOR’ 검증 의견서에 대한 부속서

법인명/사업장명	온실가스 배출량(tCO ₂ -eq)		
	직접 (Scope 1)	간접(Scope 2)	총배출량(Scope 1, 2)
주식회사 에스엠엔터테인먼트	728.559	602.841	1,331
(주)에스엠라이프디자인그룹	75.778	820.472	896
(주)에스엠컬처앤콘텐츠	281.015	134.097	415
(주)에스엠브랜드마케팅	13.317	85.103	98
DREAMMAKER Entertainment Ltd.	30.338	23.398	54
(주)디어유	32.356	65.357	98
합 계	1,161.364	1,731.268	2,893

※ 상기의 온실가스 배출량을 정수로 보고하기 위한 유효숫자 처리로 인해 실제값과 ± 1 tCO₂eq 미만의 차이가 발생함.



2025 SM ENTERTAINMENT Sustainability Report

2025 에스엠엔터테인먼트 지속가능경영보고서