

About this Report

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

보고 기간

본 보고서는 2024년도 회계연도(2024년 1월 1일-12월 31일)를 보고 기간으로 하여 지속가능경영 활동과 성과를 담았습니다. 비재무적 성과의 경우 2025년 상반기 내용이 일부 포함되었고, 변화의 추이 파악이 필요한 일부 데이터의 경우 최근 3개년(2022년-2024년) 데이터를 보고했습니다. 다만, 2025년 상반기에 거버넌스의 변화가 일부 있었기 때문에 관련 내용은 2025년 4월 30일 기준으로 보고하였습니다. 본 보고서의 보고 주기는 1년입니다.

보고서 검증

보고서 작성 프로세스와 게재된 정보에 대한 신뢰 확보를 위해 독립된 검증기관인 한국품질재단이 제3자 검증을 수행했습니다. 검증 기준은 AA1000AS v3를 적용하였습니다. 검증 결과는 본 보고서 126-127 페이지에서 확인하실 수 있습니다.

보고 범위 및 작성 기준

본 보고서의 보고범위는 SM엔터테인먼트 국내사업장 및 일부 계열사((주)에스엠컬처 앤콘텐츠, (주)에스엠라이프디자인그룹, (주)에스엠브랜드마케팅, DREAMMAKER Entertainment Ltd., (주)크리에이션뮤직라이츠)입니다. 본 보고서는 지속가능경영 국제 보고 가이드라인인 GRI(Global Reporting Initiative) Standards 2021 방식에 따라 작성하였으며 지속가능경영 이니셔티브인 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
- 주소 : 서울특별시 성동구 왕십리로 83-21
- 이메일 : sm_smile@smtown.com
- 전화번호 : 02-6240-9800
- 홈페이지 : <https://www.smentertainment.com>
- 발행일 : 2025년 6월 27일



Contents

OVERVIEW

CEO Message	04
기업 개요	06
주요 연혁 및 글로벌 사업장 현황	07
계열사 소개	08
Business Highlights	09
사업 소개	11
아티스트 소개	12
2024 수상 내역	20
2024 ESG Highlights	21
지속가능경영 전략체계	22
지속가능경영 추진체계	23
이해관계자 커뮤니케이션	24
UN SDGs(지속가능발전목표) 실천	25

ESG MANAGEMENT

중대성 평가	27
ENVIRONMENTAL	
환경경영체계	32
온실가스 감축 및 에너지 사용 감축	34
환경을 고려한 제품 및 서비스 확대	36
폐기물 발생 관리 및 환경보호 활동	38
자연 및 생태계 보호	40
SOCIAL	
안전강화	43
콘텐츠 및 서비스 품질 강화	48
인권보호	50
인재경영	57
정보보안 강화	65
공급망 관리 및 동반성장	67
지역사회 참여	68
GOVERNANCE	
윤리 및 준법경영	76
공정거래 및 지식재산 보호	78
리스크 관리	80
주주가치 제고	83
이사회	84

ESG DATA & GRI INDEX

ESG Data	89
GRI Index	121

APPENDIX

글로벌 이니셔티브 참여 및 인증	125
보고서 제3자 검증 의견서	126
온실가스 검증 의견서	128

CEO Message



존경하는 이해관계자 여러분, 안녕하세요.
SM엔터테인먼트 공동대표이사 장철혁, 탁영준입니다.

2024년 SM엔터테인먼트는 총 음반 판매량이 1,500만 장을 돌파하며 K-POP 산업의 선구자로서 당사 아티스트의 콘텐츠 파워와 그 위상을 이어 나갔습니다. NCT DREAM의 5집 미니 앨범 'DREAM(SCAPE)'은 250만 장, 4집 정규 'DREAMSCAPE'은 150만 장을 넘어서는 판매고를 기록하였으며, aespa의 1집 정규 앨범 'Armageddon'과 5집 미니앨범 'Whiplash'는 각각 130만 장과 110만 장의 판매를 달성하였습니다. 특히, aespa는 음원 부문에서도 빌보드 글로벌 200 차트에 9주간 차트인을 달성하였고, 빌보드 '2024년 베스트 K팝 송 25'에 선정되는 등 글로벌 아티스트로 한 단계 더 도약하는 한 해가 되었습니다. 2023년 9월 데뷔한 라이즈는 6월 첫 미니앨범 'RIIZING'으로 밀리언셀러를 이어 나갔으며, 스포티파이 국내 최다 스트리밍 앨범 부문 6위를 차지하는 등 주요 외신들의 호평을 받으며 K-POP의 빛나는 스타로 자리매김하였습니다. 2월 데뷔한 NCT WISH는 데뷔 싱글 'WISH' 37만 장, 2번째 싱글 'Songbird' 63만 장, 미니앨범 'Steady' 80만 장의 선주문량으로 발매하는 곡마다 매서운 성장을 거듭하며, 올해 데뷔 아티스트 중 초동 판매량 최고 기록이라는 눈부신 성과를 이어갔습니다. 또한 연간 약 310회 이상의 콘서트를 진행하였고 특히 NCT 127의 일본 도쿄돔 콘서트 및 aespa, 슈퍼주니어 글로벌 투어가 외형 성장을 견인하면서 MD와 라이선싱 역시 추가 매출 창출에 기여하였습니다.

2024년 SM엔터테인먼트는 글로벌 시장 확장, IP 다변화, 디지털 사업 혁신을 통해 지속 성장의 발판을 마련하였을 뿐만 아니라 ESG 경영 또한 강화하였습니다. 환경 부문에서 2023년에 이어 생물다양성 보전을 위한 광야숲 2기를 확장 조성하고, 공연에서 사용한 현수막을 활용해 텀블러백을 제작하는 등 친환경 MD를 개발하였으며 공연에서 배출되는 온실가스 배출량을 산정하였습니다. 사회 부문에서는 2023년 인권경영선언문 제정에 이어 2024년에 인권영향평가를 시행하

였으며 기술정보위원회를 신설하여 정보보안 및 보호 노력을 강화하고 있습니다. SM Classics, ScreaM Records, KRUCIALIZE 등의 레이블 운영을 통해 음악적 다양성을 확대하고 있으며 SMile 사회공헌 10주년 백서를 발간하는 등 지역사회 참여와 공헌을 위한 노력을 다하고 있습니다. 거버넌스 부분에서는 선진적인 거버넌스 구조를 확립하여 준법, 윤리경영을 강화하였으며 현금배당뿐 아니라 2024년 동안 2회에 걸쳐 총 477,274주의 자사주를 소각하는 등 주주가치 제고를 최우선 가치로 두겠다는 약속을 충실히 이행하고자 노력했습니다. 이러한 노력을 인정받아 2024년 12월 제31회 기업혁신대상에서 '대한상공회의소 회장상'을 수상하였습니다.

2025년 SM엔터테인먼트는 창립 30주년을 맞아 새로운 슬로건 'THE CULTURE, THE FUTURE'를 선포했습니다. 지금까지 쌓아올린 문화 헤리티지를 기반으로 글로벌 음악시장에서 독보적인 가치를 창출하고 K-POP의 문화를 선도하며 지난 30년을 넘어 앞으로도 음악과 문화를 통해 많은 이들의 일상과 추억속에 함께 하는 지속가능한 기업이 되고자 합니다. 이를 위해 무엇보다 최상의 콘텐츠 퀄리티를 유지하고, 사회에도 긍정적인 영향력을 갖춘 좋은 문화를 개발해 나가겠습니다. 이 과정에서 임직원, 아티스트가 행복하게 일하면서 성장할 수 있도록, 그리고 팬을 비롯한 내외부 이해관계자와 끊임없이 소통하고 신뢰를 강화할 수 있도록 노력하겠습니다. 이해관계자 여러분의 변함없는 애정과 격려 부탁드립니다.

감사합니다.

대표이사 **장철혁, 탁영준**

OVERVIEW

SM엔터테인먼트 소개

기업 개요 06

주요 연혁 및 글로벌 사업장 현황 07

계열사 소개 08

Business Highlights 09

사업 소개 11

아티스트 소개 12

2024 수상 내역 20

2024 ESG Highlights 21

지속가능경영 전략체계 22

지속가능경영 추진체계 23

이해관계자 커뮤니케이션 24

UN SDGs 실천 25

기업 개요

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

그룹사 구조



기업 개요

2024. 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	23,589,522주(의결권 있는 보통주)
임직원	723명
자산(연결)	1조 4,191억 원
부채(연결)	5,900억 원
자본(연결)	8,290억 원

신용등급

A+

나이스평가정보
주식회사

ESG등급

B+

KCGS

자본금

119억 원

요약 재무성과(연결 기준)

2024. 12. 31. 기준, 단위 : 백만 원

구분	2022년	2023년	2024년
매출액	850,769	961,069	989,725
영업이익	91,007	113,463	87,297
당기순이익	82,028	82,683	819

주주 구성

2025. 3. 31. 기준

주주명	주식수	지분율
카카오	4,946,821	21.6
카카오엔터테인먼트	4,554,220	19.9
하이브	2,212,237	9.7
기타	11,181,412	48.8
총계	22,894,690	100



주요 계열사

회사명	업종	소재지	상장여부	비고
S.M. ENTERTAINMENT JAPAN, Inc.	Holding Company	21F, ROPPONGI GRAND TOWER 3-2-1, ROPPONGI, MINATO-KU, TOKYO, JAPAN	비상장	주요 종속회사
(주)에스엠컬처앤콘텐츠	광고 및 영상 콘텐츠 제작, 배급 연예 매니지먼트	서울특별시 성동구 왕십리로 83-21	상장	주요 종속회사
(주)에스엠스튜디오스	지주사업	서울특별시 성동구 왕십리로 83-21	비상장	주요 종속회사
Stream Media Corporation	방송프로그램 공급	21F, ROPPONGI GRAND TOWER 3-2-1, ROPPONGI, MINATO-KU, TOKYO, JAPAN	상장(일본)	주요 종속회사

주요 연혁 및 글로벌 사업장 현황

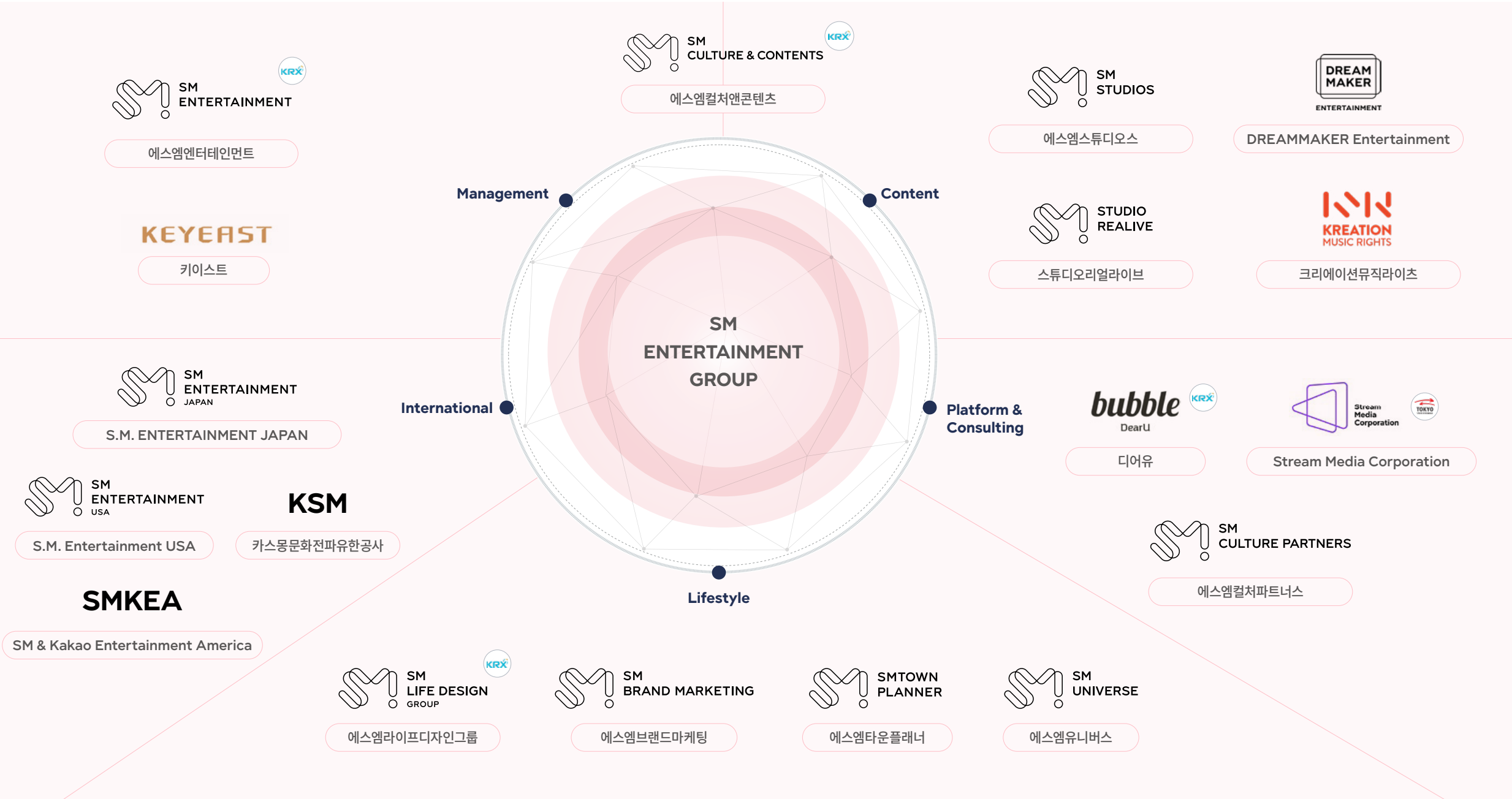
● Business Initiative ● Artist Debut

- 1995 ● 2월 SM엔터테인먼트 설립
- 1996 ● 9월 H.O.T. 데뷔
- 1997 ● 11월 S.E.S. 데뷔
- 1998 ● 3월 신화 데뷔
● 10월 S.E.S. 일본 진출
- 1999 ● 11월 플라이트더스카이 데뷔
- 2000 ● 2월 H.O.T. 중국 북경 공인체육관 공연
● 4월 코스닥 상장
● 8월 보아 데뷔
- 2001 ● 4월 SM Japan 설립
● 5월 보아 일본 진출
● 12월 밀크 데뷔
- 2002 ● 3월 블랙비트 데뷔
● 9월 이삭 N 지연 데뷔
- 2003 ● 12월 동방신기 데뷔
- 2004 ● 3월 보아 일본 첫 아레나 투어
● 7월 트랙스 데뷔
● 10월 SM China 설립
- 2005 ● 4월 천상지희 더 그레이스 데뷔
● 11월 슈퍼주니어 데뷔
- 2006 ● 9월 장린인 데뷔
- 2007 ● 8월 소녀시대 데뷔
- 2008 ● 5월 샤이니 데뷔
● 10월 SM USA 설립
- 2009 ● 업계 최초 송캠프 도입 & 유튜브 채널 개설
● 4월 보아 미국 진출
● 9월 f(x) 데뷔
- 2011 ● 6월 SMTOWN LIVE 월드투어 파리 개최
● 8월 태국 합작법인 SM True 설립
● 10월 SMTOWN LIVE 월드투어 뉴욕 개최



- 2012 ● 2월 소녀시대 미국 진출
● 4월 EXO 데뷔
● 6월 영화 <I AM: SM Town Live World Tour in Madison Square Garden> 개봉
- 2013 ● 동방신기 해외 가수 최초 닷산 스타디움 공연 개최
● 슈퍼주니어 한국 가수 최초/최대 규모 4개국 남미 투어 진행
- 2014 ● 8월 레드벨벳 데뷔
- 2016 ● 1월 스크림 레코즈 론칭
● 4월 NCT 데뷔
● 7월 NCT 127 데뷔
● 8월 NCT DREAM 데뷔
- 2019 ● 1월 WayV 데뷔
● 4월 NCT 127 미국 캐피톨 뮤직 그룹과 계약 체결
● 10월 SuperM 데뷔
● 10월 SM, 미국 CAA와 에이전시 계약 체결
- 2020 ● 세계 최초 온라인 전용 콘서트 '비온드 라이브' 론칭
● 7월 SM Classics 설립
● 11월 aespa 데뷔
- 2021 ● 슈퍼주니어 대만 음악 사이트 200주 1위, 최장 기록 달성
- 2022 ● 1월 GOT the beat 데뷔
● 6월 aespa 미국 워너 레코드와 글로벌 파트너십 체결
- 2023 ● 2월 SM 3.0 발표
● 8월 첫 영국 보이그룹 디어엘리스 론칭
● 9월 라이즈 데뷔
● 9월 라이즈 미국 RCA 레코드와 레이블 계약 체결
- 2024 ● aespa 멜론 서비스 20년 만 역대 최장 1위 신기록
● 2월 NCT WISH 데뷔
● 5월 KRUCIALIZE 론칭
● 9월 나이비스 데뷔
- 2025 ● 동방신기 해외 아티스트 사상 도쿄돔 및 전국 돔 최대 공연 기록
● 2월 하츠투하츠 데뷔

계열사 소개



Business Highlights

SM엔터테인먼트는 1995년 2월 14일 설립해 2025년 창립 30주년을 맞이했습니다.

이에 새로운 슬로건 ‘THE CULTURE, THE FUTURE’와 함께 SM이 지금까지 쌓아 올린 문화 헤리티지를 기반으로 글로벌 음악시장에서 독보적인 가치를 창출하고 K-POP의 미래를 선도해 나가겠습니다.

Milestone

K-POP 한류의 태동

2000년 2월 중국 베이징 H.O.T. 단독콘서트 개최
2002년 보아 한국가수 최초 오리콘 주간 앨범 차트 1위 달성
2008년 한국가수 최초 미국 메인스트림 시장 진출

UNIVERSE 세계관의 시작

EXO 세계관 설정 이후 NCT, aespa로 점차 강화
2021년부터 SM아티스트의 세계관을 모두
통합하는 SM CULTURE UNIVERSE 추진

OVERSEAS COLLABORATION 창작자와의 적극적 교류

1998년 S.E.S. 정규2집 타이틀곡
‘Dreams Come True’를 시작으로
해외 작곡가와 직접 교류 및 협업을 이어옴

SONG CAMP A&R 음악작업의 혁신

국적과 경력을 초월한 다양한 장르의 작곡가와 프로듀서 등
창작자들이 한 곳에 모여 하나의 음악과 앨범을 완성하는
분업과 협업을 동시에 진행하는 송캠프 2009년 최초 시도

YOUTUBE 선지적 플랫폼 활용

2009년 국내 엔터테인먼트 기업
최초로 유튜브 채널 운영 시작

ONLINE CONCERT

2020년 4월 세계 최초 온라인 전용 콘서트
‘비욘드 라이브 Beyond LIVE’ 개최
COVID-19 팬데믹 시대에도 양질의 콘서트
콘텐츠 제공 및 이후로도 새로운 공연형태로
공연의 질과 고객 편의성 제고

FAN PLATFORM 팬 플랫폼의 시초와 현재

2007년 5월 ‘다날’과 함께 스타 다이렉트
팬레터 사업 ‘UFO’ 론칭 이후 2020년 ‘디어유’를
통해 팬 플랫폼 ‘디어유 버블’ 론칭 및 운영
차별화된 팬 플랫폼 서비스 제공

Business Highlights

SM 30th Project

창립 30주년 기념 필름 공개

2024. 10. 23. ('THE CULTURE')
2025. 1. 10. ('THE FUTURE')

창립 30주년 슬로건
'THE CULTURE, THE FUTURE' 공개

2025. 1. 10.

SM 창립 30주년 기념 SBS 2부작
특집 프로그램 방송

2025. 1. 28.
2025. 2. 1.

SM Classics, 전 세계 최초
K-POP 오케스트라 콘서트

2025. 2. 14. 예술의전당
2025. 2. 15. 롯데콘서트홀

SMTOWN LIVE 2025 월드투어
멕시코, 미국, 영국, 일본

2025. 5.-8.

SM X 출장십오야

2024. 11. 29.

창립 30주년 기념
SMTOWN LIVE 2025 서울콘서트

2025. 1. 11.-12.

창립 30주년 기념앨범 발매
창립 30주년 기념 매거진 발간 SM X 매거진B
HELLO! WE ARE SMTOWN FAMILY 이모티콘 배포

2025. 2. 14.

사업 소개

SM엔터테인먼트는 한국 엔터테인먼트 산업의 선구자이자 글로벌 한류 및 K-POP 열풍을 선도하는 종합 엔터테인먼트 기업으로 최고의 문화 콘텐츠와 엔터테이너를 창조하고 있습니다.

주요 사업으로는 음반을 기획해서 제작하고 유통하는 음악 콘텐츠 사업과 매니지먼트 사업을 영위하고 있으며, 종속회사의 경우 광고, 아티스트 매니지먼트, 영상 콘텐츠, 여행 사업 등을 영위하고 있습니다.

음반·음원 제작

소속 아티스트들과 3,000여 명이 넘는 전 세계 최정상급 프로듀서, 작사, 작곡진이 협업을 통해 최고의 음악 콘텐츠를 창조하고 있습니다. 2024년 총 음반 판매량이 1천5백만 장을 돌파하였으며, 특히 aespa와 라이즈는 음원 부문에서도 의미 있는 성과를 거두었습니다.



매니지먼트



캐스팅-트레이닝-프로듀싱-마케팅/매니지먼트 4단계로 이루어지는 체계적인 아티스트 발굴 및 육성 시스템을 가지고 있으며, 1996년 데뷔한 H.O.T. 부터 2025년 2월 데뷔한 하츠투하츠까지 총 34팀, 174명*에 이릅니다.

*연기자, 예능인 포함



콘서트/팬미팅

매년 다수의 콘서트와 팬미팅 등 이벤트를 개최하고 있으며, 2003년부터 2024년 11월까지 누적 공연 횟수는 2,646회에 달합니다. 2024년에는 약 310회 이상의 콘서트와 팬미팅 등을 진행했고 특히 NCT 127 도쿄돔 콘서트, aespa와 슈퍼주니어의 글로벌 투어가 외형 성장을 견인했습니다.

콘텐츠 제작



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

광고 사업



SM엔터테인먼트의 자회사 에스엠컬처앤콘텐츠의 크리에이티브한 광고 제작 역량과 SM엔터테인먼트 그룹의 콘텐츠 파워를 결합하여 파급력 있는 광고 캠페인을 제작하며, 전문성 있고 다양한 포트폴리오로 주요 고객을 지속적으로 확보하고 있습니다.

IP 파생 사업



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

아티스트 소개

SM ARTIST



강타

debut | 1996. 9. 7.

H.O.T. 멤버로 데뷔해 한류의 시작을 알린 레전드 보컬은 물론 작사, 작곡 실력을 겸비한 싱어송라이터 현재 SM의 음악퍼블리싱회사 크리에이션뮤직라이츠 내 스매시히트(SMASHHIT) 총괄 프로듀서로 다양한 활동 진행 중

대표곡

빛, 복극성, 그 해 여름

주요성과

- 2000년 H.O.T. 한국 아이돌그룹 최초 중국 베이징 공인 체육관 단독콘서트
- 2004년 중국 금호장 '최고 해외 인기 가수상' 수상
- 2007년 제14회 대한민국 연예예술상 '연예예술발전공로상' 수상



보아

debut | 2000. 8. 25.

만 13세의 나이로 데뷔해 일본, 미국 등 글로벌 진출의 물꼬를 트고 K-POP의 세계화를 이끈 아시아의 별 현재 프로듀서로도 활동 중

대표곡

No.1, 아틀란티스 소녀, Girls On Top, Only One

주요성과

- 2002년 3월 앨범 <Listen to My Heart> 일본 오리콘 차트 한국 가수 최초 데일리 및 위클리 1위, 100만 장 이상 판매고 기록
- 2002-2007년 일본 NHK <홍백가합전> 6년 연속 출연
- 2009년 미국 진출 및 미국 1집 앨범 <BoA> 한국 가수 최초 빌보드 200 진입



동방신기

debut | 2003. 12. 26.

'동방의 신이 일어나다!'라는 뜻으로, 아시아를 넘어 세계에 이름을 떨치며 K-POP의 새로운 역사를 기록

대표곡

Rising Sun (순수), 주문-MIROTIC, 왜 (Keep Your Head Down)

주요성과

- 2013년 한국 아티스트 최초 일본 5대 돔 투어 및 해외 아티스트 최초 닛산 스타디움 공연
- 2018년 일본 공연사상 최초 닛산 스타디움 3일 공연 및 해외 가수 단일 투어 사상 최다 관객(총 100만 명)
- 2025년 해외 아티스트 사상 도쿄돔 및 전국 돔 최다 공연 기록(도쿄돔 공연 총 33회, 전국 돔 공연 총 92회 기록 달성)

아티스트 소개

SM ARTIST



슈퍼주니어

debut | 2005. 11. 6.

그룹은 물론 다양한 형태의 유닛, 솔로 등 활발한 활동을 통해 글로벌 팬들의 사랑을 받고 있음
전 세계 주요 지역에서 개최한 월드 투어 콘서트 브랜드 '슈퍼쇼(SUPER SHOW)'를 통해 각종 최초 기록 달성

대표곡

쏘리, 쏘리 (SORRY, SORRY), Mr. Simple, Devil

주요성과

- 2013년 한국 가수 최초/최대 규모 4개국 남미투어
- 2014년 '슈퍼쇼' 100회 기록 달성
- 2021년 대만 최대 온라인 음악 사이트 'KKBOX' 한국 앨범 차트 200주 1위, 한국 아티스트 최장 기록 경신



소녀시대

debut | 2007. 8. 5.

전 세대를 아우르는 장르와 콘셉트로 음악, 퍼포먼스, 패션을 히트시키며 시대의 아이콘으로 활약

대표곡

다시 만난 세계 (Into The New World), Gee, 소원을 말해봐 (Genie)

주요성과

- 2011년 일본 정규 1집 <GIRLS' GENERATION> 당시 해외 아티스트 첫 앨범 사상 최고 판매량 신기록 및 케이팝 걸그룹 최초 위클리 1위
- 2015년 'Lion Heart'로 100번째 음악 방송 1위
- 2023년 롤링 스톤 선정 '한국 대중음악 역사상 가장 위대한 노래 100곡' 1위 'Gee' 선정

아티스트 소개

SM ARTIST



샤이니

debut | 2008. 5. 25.

음악, 퍼포먼스, 패션 등 다방면에서 동시대 트렌드를 만들어가는 대체 불가 컨템퍼러리 밴드
뛰어난 실력과 독보적 음악 세계로 전 세계 팬들을 매료

대표곡

Ring Ding Dong, Sherlock · 셜록 (Clue + Note), View

주요성과

- 2013년 12월 빌보드 월드 앨범 아티스트 연간 차트 Top 10 10위(한국 그룹 최초)
- 빌보드 '2010년대 가장 훌륭한 K-POP 앨범 25'에 정규 6집 합본 <'The Story of Light' Epilogue> 랭크



EXO

debut | 2012. 4. 8.

멤버들이 각기 다른 초능력을 지닌 독보적 세계관을 전개해 '아이돌 세계관의 시초'라고 불릴 정도로 임팩트를 남기며 가요계 12년 만에 다시 밀리언셀러를 기록
국내를 넘어 해외에서도 K-POP 대표 아티스트로 인정받으며 글로벌한 위상 소유

대표곡

으르렁(Growl), Monster, Love Shot

주요성과

- 2013년 정규 1집 음반 판매량 100만 장 돌파, 2001년 이후 가요계 12년 만의 기록
- 2018년 국내 누적 음반 판매량 1,000만 장 돌파, 2000년 이후 데뷔 가수 중 최초
- 2023년 정규 7집 통산 일곱 번째 밀리언셀러 등극



레드벨벳

debut | 2014. 8. 1.

세련된 음악과 퍼포먼스로 전 세계를 매료시키겠다는 포부로 탄생
메가 히트곡을 연이어 발표하며 음악성과 대중성을 모두 잡은 대세 걸그룹

대표곡

Ice Cream Cake, 빨간 맛 (Red Flavor), Feel My Rhythm

주요성과

- '빌보드 비평가들이 선정한 2018년 베스트 송 100'에 정규 2집 리패키지 앨범 타이틀곡 'Bad Boy' K-POP 걸그룹 유일 선정
- 미니앨범 <The ReVe Festival 2022-Birthday>로 첫 밀리언셀러 등극

아티스트 소개

SM ARTIST



NCT

debut | 2016. 4. 9.

NCT는 'Neo Culture Technology'의 약자로, SM의 문화기술을 통해 탄생한 신개념 그룹

NCT라는 브랜드 아래 NCT 127, NCT DREAM, WayV, NCT WISH, NCT U 등 각 팀이 세계적으로 활약

대표곡

BOSS, Make A Wish (Birthday Song), RESONANCE, Baggy Jeans

주요성과

- 단체콘서트 'NCT NATION - To The World' 한일 5회 스타디움 투어 개최
- 정규 2집 <Resonance>, 정규 3집 <Universe>, 정규 4집 <Golden Age> 3개 앨범 연속 100만 장 이상 판매고 기록
- 미국 빌보드 이머징 아티스트 차트 케이팝 가수 최초 1위



NCT 127

debut | 2016. 7. 7.

NCT의 서울팀으로 팀명의 숫자는 서울의 경도를 의미, K-POP의 본거지인 서울을 기반으로 전 세계 무대에서 활동하는 팀

NCT 127만의 독보적 음악 색깔과 압도적 퍼포먼스 실력으로 '글로벌 대표 그룹'으로 자리매김

대표곡

영웅 (英雄; Kick It), Fact Check (불가사의; 不可思議), 빠그덕 (Walk)

주요성과

- 발매앨범 10장 연속 미국 빌보드 메인차트 '빌보드 200' 진입
- 2021년 정규 3집 <Sticker> 트리플 밀리언셀러 등극 및 미국 '빌보드 200' 해당 연도 K-POP 앨범 최고 순위 및 최장 차트인 기록
- 정규 2집 <NCT #127 Neo Zone>부터 정규 6집 <WALK>까지 8개 앨범 연속 100만 장 이상 판매고 기록



NCT DREAM

debut | 2016. 8. 25.

'청소년 연합 팀'으로 시작해 명실상부 K-POP 대표 그룹으로 성장
청량한 음악 색깔과 에너지틱한 퍼포먼스, 일곱 멤버들만의 긍정적 에너지로 전 세계 팬들에게 꿈과 희망, 힐링을 불어넣으며 사랑받고 있는 그룹

대표곡

Hello Future, Smoothie, When I'm With You

주요성과

- 2023년 정규 3집 <ISTJ> 역대 SM 아티스트 단일 앨범 최다 판매량 428만 장
- 2023년 국내 K-POP 아이돌 콘서트 동원력 1위(KOPIS 기준)

아티스트 소개

SM ARTIST



WayV

debut | 2019. 1. 17.

중국에서 화려하게 데뷔한 다국적 보이그룹
트렌디한 음악 색깔과 압도적 퍼포먼스, 멤버들의 뚜렷한 개성으로 글로벌 주목

대표곡

Love Talk, 秘境 (Kick Back), FREQUENCY

주요성과

- 2019년 첫 번째 미니 앨범 <Take Off> 아이튠즈 Top 앨범 차트 전 세계 30개 지역 1위(중국 보이그룹 사상 최다 기록)
- 2019년 영어 싱글 <Love Talk> 중국 그룹 사상 최초 스포티파이 1억 스트리밍 돌파



aespa

debut | 2020. 11. 17.

리얼 월드와 디지털 세계를 넘어 다중 우주로 새롭게 확장된 세계관을 기반으로 하며,
'최 맛'으로 정의되는 음악 색깔과 퍼포먼스로 독보적 활동 진행

대표곡

Next Level, Spicy, Supernova

주요성과

- 2024년 발매 정규 1집 타이틀곡 'Supernova' 멜론 서비스 20년 만에 역대 최장 1위 신기록
- 5개 앨범 연속 100만 장 이상의 판매고 기록, 5연속 밀리언셀러 등극
- 2024년 각종 음악 시상식 대상 석권



라이즈

debut | 2023. 9. 4.

'함께 성장(Rise)하고 꿈을 실현(Realize)해 나가는 팀'으로 독자적 음악 장르
'이모셔널 팝 Emotional Pop'을 선사
음반·음원·공연·화제성 등 모든 지표에서 팀명처럼 끊임없는 성장사 기록

대표곡

Get a Guitar, Love 119, Boom Boom Bass

주요성과

- 2023년 첫 싱글 앨범 <Get a Guitar>와 2024년 첫 미니 앨범 <RIIZING>으로 2연속 밀리언셀러
- 2024년 첫 팬콘 투어 <RIIZING DAY> 전 세계 10개 지역 개최, 피날레 공연 통한 KSPO DOME 3일 전석 매진
- 2024년 스포티파이 팔로워 100만 돌파 및 데뷔곡 1억 스트리밍 돌파

아티스트 소개

SM ARTIST



NCT WISH

debut | 2024. 2. 21.

‘WISH for Our WISH’ 라는 캐치프레이즈 아래 음악과 사랑으로 모든 이의 소원과 꿈을 응원하며 함께 이루어가겠다는 포부를 지닌 팀
2024년 데뷔 아티스트 최고 음반 판매량을 기록하며 ‘최고의 신인’ 으로 거듭난 후, 올해 4월 두 번째 미니앨범 ‘poppop’으로 자체 최고 기록을 경신 중인 원톱 대세

대표곡

WISH, Songbird, Steady, poppop

주요성과

- 2024년 각종 음악 시상식 신인상 석권, 200만 장에 육박하는 판매고로 2024년 데뷔 아티스트 중 최고 음반 판매량 기록
- 2025년 4월 두 번째 미니앨범 ‘poppop’으로 첫 밀리언셀러 등극, 중국 QQ뮤직 채팅 이벤트 댓글 50만 개 돌파하며 K팝 최고 기록 달성



나이비스

debut | 2024. 9. 10.

데뷔와 함께 리얼 월드로 넘어와 아티스트로서 다채로운 활동을 펼치고 있는 SM 첫 버추얼 아티스트
다양한 플랫폼과 미디어에 맞게 유연하게 변화하는 플렉시블 캐릭터로 활동하는 것과 더불어 AI 보이스 기술을 통해 탄생한 목소리, 생성형 AI로 제작한 콘텐츠가 특징

대표곡

Done

주요성과

- 2024년 12월 라이프스타일 브랜드 할리스 홀리데이 시즌 뮤즈 발탁



하츠투하츠

debut | 2025. 2. 24.

다양한 감정과 진심 어린 메시지를 담은 자신들만의 신비롭고 아름다운 음악 세계를 통해 글로벌 팬들과 마음을 잇고 더 큰 ‘우리’로 함께 나아가겠다는 의미를 담은 신인 걸그룹

대표곡

The Chase, Butterflies

주요성과

- 2025년 2월 역대 걸그룹 데뷔 음반 초동 1위 달성
- 중국 최대 음악 플랫폼 QQ뮤직 K-POP 주간 차트 1위

아티스트 소개

SM LABEL ARTIST



요한킴

debut | 2024. 6. 7.

재즈를 비롯한 펑크 및 팝, 발라드 등 다양한 장르의 음악을 아우르며 자신만의 독창적인 음악을 선보이고 있는 SM Classics 소속 아티스트

대표곡

우리들의 맹세 (The Promise of H.O.T.) (Jazz Ver.) - SM STATION, hummingbird, Whiplash (YOHAN KIM Experience)

소속레이블

SM Classics



SM Jazz Trio

debut | 2024. 8. 30.

K-POP 엔터테인먼트사가 프로듀싱한 최초의 재즈 트리오 그룹으로 피아니스트 요한킴, 베이스리스트 황호규, 드러머 김종국까지 재즈 신에서 가장 주목받고 있는 3인으로 이루어진 올스타 팀

대표곡

Supernova (Jazz Ver.), 11:11 (Jazz Ver.), Prometheus

소속레이블

SM Classics



민지운

debut | 2024. 10. 4.

매력적인 보이스와 독보적인 송라이팅 감각을 갖춘 신예 R&B 싱어송라이터

대표곡

Sentimental Love, If You Were The Rain(feat. Crush)

소속레이블

KRUCIALIZE

아티스트 소개

SM LABEL ARTIST



IMLAY

debut | 2015. 2. 24.

동양적 멜로디, 퓨처 베이스, 팝 사운드를 융합한 독창적인 스타일로 주목받는 DJ 겸 프로듀서

Heineken 5TARDIUM, World DJ Festival, Ultra Japan 등 대형 페스티벌 무대에서 활약했으며, NCT, EXO, 샤이니 등 최고의 K-Pop 아티스트들과의 협업으로 K-댄스 뮤직 씬 에서 확고한 입지 확보

대표곡

Asteroid (Feat. 양양 of WayV), Too Good (Feat. 천러 of NCT), STARDUST (Feat.샤오윈 of WayV)

소속레이블

ScreaM Records



Mar Vista

debut | 2019. 10. 11.

하우스를 기반으로 에너지 넘치는 트랙을 선보이는 DJ 겸 프로듀서 Nervous Records, Eton Messy, Smashing Trax 등 유수의 하우스 레이블에서 발표한 트랙들로 주목받았으며, Mark Knight, Todd Terry, David Guetta, KETTAMA, DJ Heartstring, Sam Alfred 등에게 지지를 받고 있음

대표곡

Start Me Up, P U M P

소속레이블

ScreaM Records



2Spade

debut | 2022. 11. 4.

트랩과 베이스, 힙합을 바탕으로 강렬한 사운드와 댄서블한 멜로디를 조합해 독창적인 스타일을 선보이는 DJ 겸 프로듀서

Barong Family, Sable Valley, Dim Mak 등 유수의 레이블에서 릴리즈하면서 Yellow Claw, Flosstradamus와 같은 유명 아티스트에게 지지를 받고 있음

대표곡

사생결단 (Ready to Die), Not Today

소속레이블

ScreaM Records

2024 수상 내역

아티스트

2024 멜론 뮤직 어워드

올해의 아티스트	aespa
올해의 앨범	aespa
올해의 베스트송	aespa
베스트 그룹 여자	aespa
베스트 그룹 남자	라이즈
베스트 퍼포먼스 여자	aespa
글로벌 라이징 아티스트	라이즈
카카오뱅크 모두의 스타상	라이즈
TOP 10	aespa, 라이즈
밀리언스 TOP 10	태연, aespa, 라이즈

2024 MAMA AWARDS

SONG OF THE YEAR	aespa
BEST FEMALE GROUP	aespa
BEST DANCE	aespa
PERFORMANCE FEMALE GROUP	
BEST MUSIC VIDEO	aespa
BEST CHOREOGRAPHY	aespa
FANS' CHOICE MALE TOP10	NCT DREAM
FANS' CHOICE FEMALE TOP10	aespa
FAVORITE GLOBAL PERFORMER MALE	라이즈

2024 아시아 아티스트 어워즈

올해의 스테이지	NCT 127
베스트 아티스트	수호, NCT 127, WayV, aespa
베스트 초이스	텐, 도영
포텐셜	NCT WISH

2024 더팩트 뮤직 어워즈

대상	aespa
리스너스 초이스	aespa
올해의 아티스트	aespa
넥스트 리더	NCT WISH

2024 K-WORLD DREAM AWARDS

베스트 아티스트상	NCT 127, aespa
본상	NCT 127, aespa
베스트 퍼포먼스상	NCT 127
베스트 뮤직비디오상	aespa
슈퍼루키상	NCT WISH
유티픽 그룹 인기상	EXO

제39회 골든디스크어워즈

디지털 음원 대상	aespa
디지털 음원 부문 본상	태연, aespa
음반 본상	NCT DREAM, aespa
신인상	NCT WISH

QQ뮤직 DIANFENG AWARDS

올해의 정상급 트렌디 그룹상	WayV
-----------------	------

아시아 스타 엔터테이너 어워즈 2024

더 베스트 뉴 아티스트	NCT WISH
--------------	----------

회사

2024 빌보드 인터내셔널 파워 플레이어스

장철혁 CEO
탁영준 CEO/COO
이성수 CAO

2024 빌보드 인디 파워 플레이어스

장철혁 CEO
탁영준 CEO/COO

제31회 기업혁신대상

대한상공회의소 회장상 수상

구글코리아 '20주년 동행 파트너십'

감사패 수상

CSR 필름 페스티벌 어워드

산업통상자원부 장관상 수상

2024 코리아 그랜드 뮤직 어워즈

K팝 레전더리 아티스트	동방신기
2024 그랜드송	aespa
그랜드 아너스 초이스	aespa
베스트 송 10	NCT DREAM, aespa, 라이즈
베스트 그룹	라이즈
최다 스트리밍 음원상	aespa
IS 라이징 스타	NCT WISH
팬투표 신인상	라이즈
프로듀서상	탁영준

2024 ESG Highlights

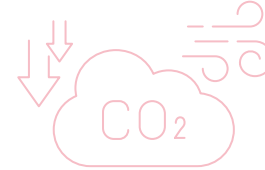
광야숲 2기 조성

2023년에 이어 2024년에도 서울숲에 생물다양성 보전을 위한 2기 광야숲을 조성했습니다. 어린이정원 남측 공간에 약 485m² 규모로 조성된 2기 광야숲에는 희귀식물, 서울시 보호야생식물, 기후변화 생물지표종 등 58종의 관목과 화초가 식재되었고, 그루터기를 연상하는 휴게 의자를 비치하여 시민들이 편히 방문하여 쉬어 갈 수 있는 공간을 마련하였습니다.



SMile Music Festival 최종 공연 온실가스 배출량 산정

2024년 11월 16일 개최된 SMile Music Festival 최종 공연의 온실가스 배출량을 산정했습니다. 본 프로젝트는 아시아산림협력기구(AFoCO) 협력으로 진행되었으며, 관객 및 아티스트의 이동과 숙박, 음식 준비 및 섭취, 폐기물 배출, 에너지 사용 등으로 인한 온실가스 배출량을 산정하였습니다.



SMile 사회공헌 10주년 백서 발간

2014년 SM엔터테인먼트 사회공헌브랜드 SMile 출범 후 사회공헌 10주년을 맞아 사회공헌백서를 발간했습니다. SMile 사회봉사단, SMile Music Festival, SMile for U 캠페인 등 주요 사회공헌 프로그램을 10년간 지속적으로 진행해 왔으며, 200개 이상의 파트너 기관과 함께 90,000명 이상에게 도움을 줄 수 있었습니다.



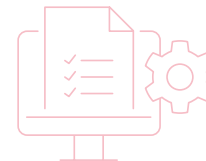
인권영향평가 시행

2022년 국가인권위원회 민간기업 인권경영 시범 사업에 참여하여 인권영향평가 시행 후 2024년 외부 전문가에게 의뢰하여 인권영향평가를 시행했습니다. 이번 인권영향평가는 임직원뿐 아니라 연습생, 공급망까지 인권 위험에 취약한 이해관계자 범위를 확대해 진행했습니다.



기술정보위원회 신설

2024년 대표이사(CEO) 직할 '기술정보위원회'를 신설했습니다. 기술정보위원회는 전사 차원의 IT 개발, 보안, 시스템, 인프라 등과 관련된 제반 리소스 및 프로세스를 점검, 조율, 심의하고 이를 통해 효율적인 운영을 도모합니다. 또한 기술정보위원회 리더는 CISO(정보보호 최고책임자)로서의 역할도 함께 수행하여 정보 보호 및 정보보안을 강화하였습니다.



자사주 소각

2024년 SM엔터테인먼트는 2월과 8월 두 차례에 걸쳐 자사주 총 477,274주를 소각하였으며, 소각한 주식의 가치는 357억 원에 달합니다. 또한 2025년 2월에도 458,937주 (403억 원 상당)를 소각하여 적극적인 주주환원정책을 실천하고 있습니다.



지속가능경영 전략체계

SM엔터테인먼트는 2024년 지속가능경영 출범 3년 차를 맞아 기존에 수립한 지속가능경영 전략체계를 재정립하였습니다. 글로벌 지속가능경영 가이드라인과의 연결성을 제고하고 목표를 달성하기 위한 전략과제를 더 명확하게 명시하고자 하였습니다.

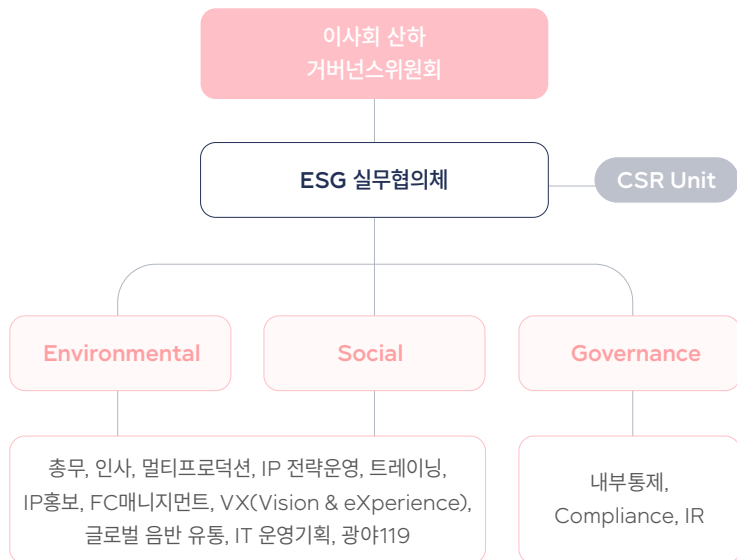


지속가능경영 추진체계

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 있습니다. 특히 이사회 의장인 문정빈 사외이사는 고려대학교 경영대학 교수이자 국제경영과 ESG·지속가능경영 연구에 매진해온 거버넌스 전문가로서, 관련 전문성과 경험을 바탕으로 SM엔터테인먼트의 지속가능경영을 이끌어가고 있습니다.

지속가능경영 거버넌스 구조



SM엔터테인먼트는 지속가능경영 목표와 전략 과제를 이행하기 위해 2022년부터 <ESG 실무협의체>를 운영하고 있습니다. 실무 부서 책임자와 담당자로 이루어진 <ESG 실무협의체>는 각 사업과 연계한 지속가능경영 활동을 추진하기 위한 정기 회의에서 실효성 있는 구체적인 지속가능경영 실행 과제를 발굴하고 진행 상황을 공유하고 있으며, 논의된 내용은 이사회 산하 거버넌스위원회 검토와 논의를 거쳐 이사회 의 최종 승인을 받아 진행하고 있습니다.

2024년 거버넌스위원회는 총 4회 개최되었으며, <이익배당 승인 및 자사주 소각 결정>, <SM 지속가능경영 전략체계 및 중대성 평가 결과 보고>, <지속가능경영보고서 발간 보고>, <자사주 소각 결정> 등 회사의 지속가능경영과 주주가치 제고를 위한 활동을 진행했습니다. SM엔터테인먼트의 지속가능경영보고서를 포함한 주요 내용은 홈페이지에서 확인 가능하며, 지속가능경영 고도화 노력에 따른 대외 평가 결과 또한 공개하고 있습니다.



2024년도

ESG등급 B+	환경 A	사회 B+	지배구조 B+
--------------------	----------------	-----------------	-------------------

ESG 실무협의체 운영 내용

(2024. 12. 31. 기준)

회차	날짜	내용
1	2024. 1. 25.	SM ESG 경영전략 체계 고도화 방안 공유 및 개선점, 수행 전략 논의
2	2024. 3. 7.	이중중대성 평가 결과 공유 및 부서별 추진 방안 논의
3	2024. 3. 28.	지속가능경영보고서 작성 교육
4	2024. 4. 5.	지속가능경영보고서 원고 초안 검토 및 보완 사항 논의(온라인)
5	2024. 7. 26.	SM 지속가능경영보고서 Review 향후 개선 과제 논의
6	2024. 11. 14.-15.	인권영향평가 실무부서 교육
7	2024. 11. 29.	환경경영시스템 ISO 14001 실무부서 교육
8	2024. 12. 11.	공급망 관리 체계 구축 계획 안내



ESG 실무협의체 운영현장

이해관계자 커뮤니케이션

주주 및 투자자 · 애널리스트

언론사

고객

정부 · 지자체

기관 및 지역사회 · NGO

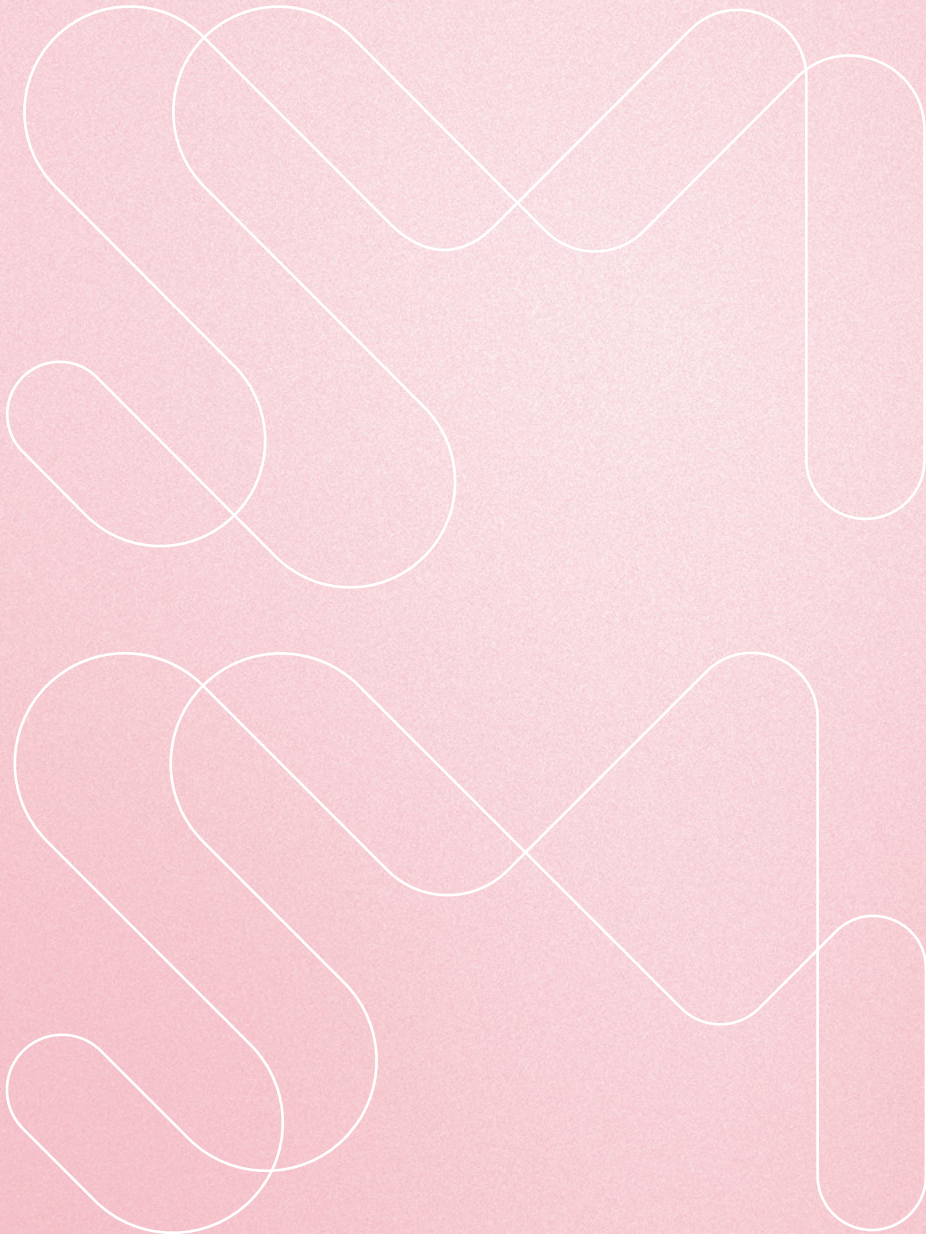
임직원

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 기업 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)
------	--	---	--	---	--	---

대외활동	<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 기관투자자, 애널리스트, 개인 투자자와의 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 지역 내 공익 활동 장소 지원 (언더스탠드예비뉴 연계) 간담회 	<ul style="list-style-type: none"> 사회공헌 프로그램 운영 캠페인 협약 및 기부 간담회 	<ul style="list-style-type: none"> 밍글링데이 개최 사내 주요 정책 및 안내 사항 공지 사내 교육 진행 고충처리제도 운용
------	--	--	--	---	--	--

UN SDGs(지속가능발전목표) 실천

SDGs 영역	세부목표	2024년 주요 성과	향후 계획	보고 위치
	<p>7.2) 2030년까지 전 세계 에너지 믹스에서 신재생 에너지 비중을 대폭 늘린다.</p> <p>7.3) 2030년까지 전 세계 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 • 에너지 소비 절감 • 업무용 차량 친환경 차량 전환(12.7%) 	<ul style="list-style-type: none"> • 업무용 차량 친환경 차량 전환율 증가 • 기후변화 대응 시나리오 구축 • RE100 달성 	p. 32-35
	<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 확대 • 공연 현수막 업사이클 MD 제작(텀블러백, 키링) • 앨범 내 광고삽지 발행 중단 • 아티스트 의상 업사이클 전시, 플리마켓 진행 • 2023 지속가능경영보고서 발간 	<ul style="list-style-type: none"> • 친환경 소재 앨범 및 MD 제작 비중 확대 • 공연/행사 개최 시 재활용 가능한 소재 사용 • 일회용품 대체할 수 있는 다회용 포장부자재 사용 	p. 36-39
	<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 2기 조성 • 임직원 환경 봉사활동 진행 	<ul style="list-style-type: none"> • 친환경 캠페인 확대 시행 및 환경 프로젝트 시행 확대 • 환경 보호 메시지 콘텐츠 제작 	p. 40-41, 73
	<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. 60-64
	<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 정보보호 체계 운영 • 기술정보위원회 신설 • 인권 교육 시행 	<ul style="list-style-type: none"> • 윤리인권 교육 강화 • 개인정보 보안 및 정보보호정책 강화 	p. 52, 65-66
	<p>4.1) 2030년까지 모든 여아와 남아가 의미미하고 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 지속가능 발전을 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 아트스쿨 운영 • 파트너십 <ul style="list-style-type: none"> - 아시아 지역 아동 교육을 위해 <유니세프 한국위원회>와 사회공헌협약 - 사회공헌 네트워크 <행복얼라이언스> 활동 - SMile Music Festival 진행을 위해 <사단법인 유스보이스>와 업무 협력 - 아동·청소년 오케스트라 지원을 위해 <사회복지법인 함께걷는아이들>과 협업 - 인공와우 환아 음악교육 지원을 위해 <삼성서울병원>과 협업 - 유엔글로벌콤팩트(UNGC) 가입 	<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, 강화 - 신규 파트너십 개발 	p. 68-74



ESG MANAGEMENT

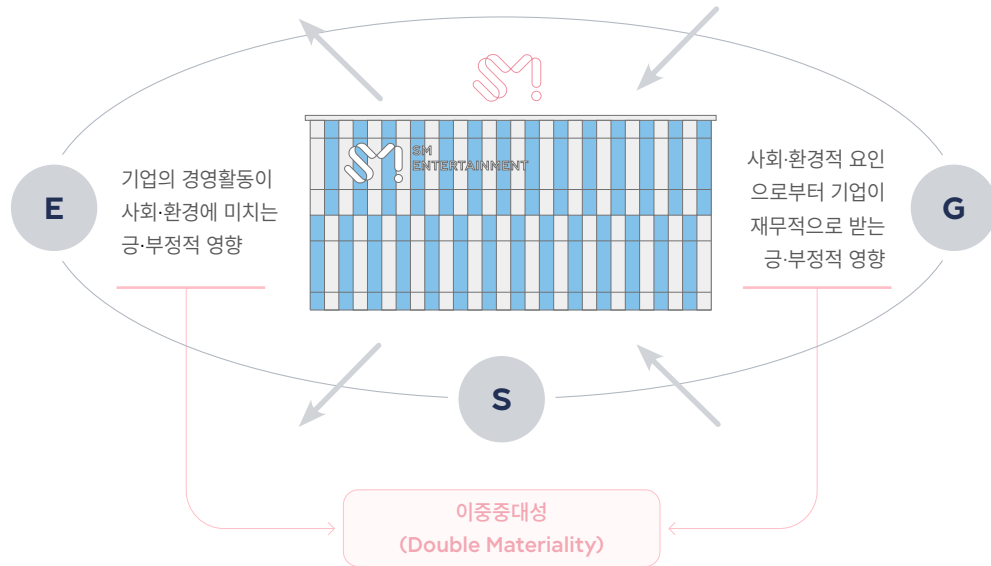
중대성 평가	27
환경 Environmental	31
사회 Social	42
거버넌스 Governance	75

중대성 평가

이중 중대성 평가 개요

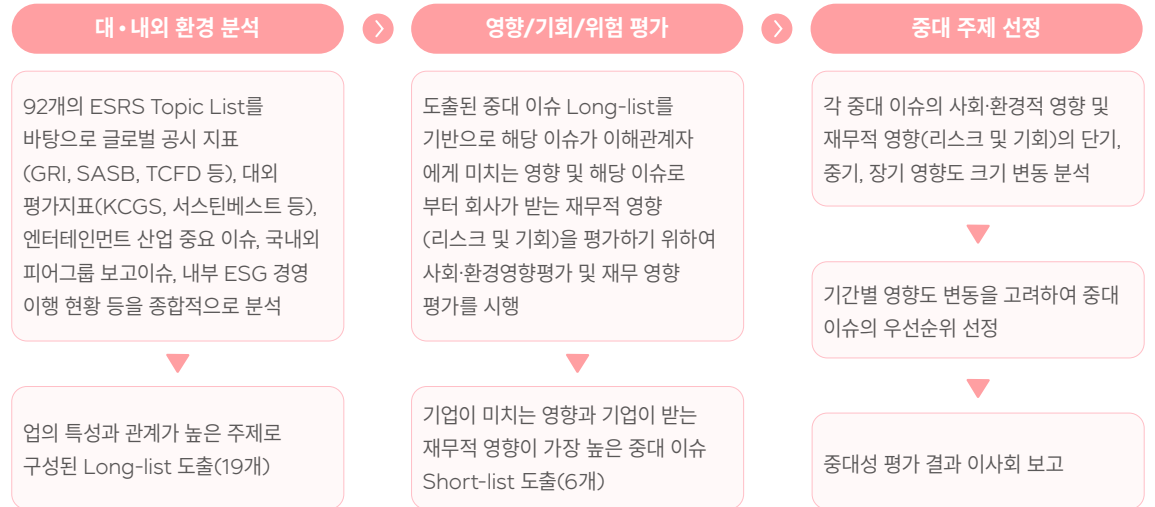
SM엔터테인먼트는 기업의 비즈니스 활동에 영향을 미치는 주요한 지속가능경영 이슈를 선별하고 해당 이슈의 우선순위를 선정하고자 중대성 평가를 실시하였습니다. 2024년 SM엔터테인먼트의 중대성 평가는 유럽 재무 보고 자문그룹(EFRAG: European Financial Reporting Adviroty Group)이 제시한 중대성 평가 이행 가이드스(Materiality Assessment Implementation Guidance)에 따라 이중 중대성 평가(Double Materiality Assessment)로 진행되었습니다.

※ 이중 중대성 평가란 SM엔터테인먼트가 지속가능경영을 이행하는 데 중대하게 고려해야 할 주제를 선정하기 위하여 기업의 비즈니스 활동이 사회 및 환경에 미치는 영향과, 해당 주제와 관련된 외부 요인이 기업에 재무적으로 미치는 영향을 동등한 가치에서 양방향으로 평가하는 평가 방법론입니다.



평가 프로세스

SM엔터테인먼트 중대성 평가는 ①대내외 환경분석을 통한 중대 이슈 Long-list 도출 ②사회환경 영향 평가 및 재무 영향 평가 시행 ③각 중대 이슈의 영향, 위험, 기회에 대한 단·중·장기 영향도 분석 3단계로 진행되었습니다.



중대영향 이슈 Long-list 도출

환경	사회	거버넌스
환경경영체계 구축	인적자원 관리 산업 안전보건 강화	이해관계자 소통 및 권리 보호
기후변화 대응	인권 보호	투명한 정보공개
온실가스 배출 관리	협력사 ESG 관리 및 상생	이사회 건전성 강화
폐기물 발생 관리	정보보안 강화	지식재산 보호
환경을 고려한 제품 및 서비스 확대	제품 및 서비스 품질·안전 강화	리스크 관리
자연 생태계 보호	지역사회에 대한 기여 및 영향력 확대	윤리경영 및 컴플라이언스

중대성 평가

영향/리스크/기회 평가

도출된 중대 영향 이슈 Long-list를 기반으로 각 이슈로부터 이해관계자가 받는 사회·환경적 영향 및 SM엔터테인먼트가 재무적으로 받을 수 있는 영향에 대하여 평가를 실시하였습니다.

사회·환경적 영향은 사회적 관심도 (미디어 리서치, 이니셔티브 요구사항, 피어 그룹 벤치마킹) 및 비즈니스 영향도(법제도 분석 및 이해관계자 설문)를 통해 평가하였으며, 리스크 대응 차원에서 중대 이슈를 선별하기 위하여 미디어 리서치와 이해관계자 설문 단계에서 긍정적 영향보다는 부정적 영향에 보다 높은 가중치를 주어 각각 평가하였습니다. 외부 요인으로부터 SM엔터테인먼트가 받을 수 있는 재무적 영향은 단기·중기·장기 기간별 리스크와 기회 요인으로 각각 나누어 평가하였습니다.

사회환경영향평가

- 평가 기간 : 2025. 2. 4.-2. 14. (10일간)
- 평가 방법 : 온라인 설문조사
- 참여자 : SM엔터테인먼트 임직원, 협력사, 투자자 등 이해관계자 176명
- 평가 요소 : SM엔터테인먼트의 비즈니스 활동이 사회환경적으로 미칠 수 있는 긍정적/부정적 영향 (Outward Impact)



재무영향평가

- 평가일시 : 2025. 2. 20.
- 평가 방법 : 온라인 설문조사 및 전문가 FGI
- 참여자 : SM엔터테인먼트 그룹회계, 기업회계, 자금, IP전략 운영 부서 등 담당자 7명
- 평가 요소 : 중대 이슈의 리스크 및 기회 요인이 SM엔터테인먼트에 재무적으로 미칠 수 있는 단기·중기·장기 영향의 크기/발생 가능성

평가 결과 사회적 관심도와 비즈니스 영향도가 모두 높은 총 6개의 중대 이슈 Short-list가 다음과 같이 도출되었습니다.

환경	사회	거버넌스
환경을 고려한 제품 및 서비스 확대	제품 및 서비스 품질 · 안전 강화	지식재산 보호
폐기물 발생 관리	인권 보호	
	정보보안 강화	

선정된 중대 이슈가 SM엔터테인먼트에 재무적으로 영향을 미칠 수 있는 리스크와 기회 요인을 각각 식별하였습니다. 이 과정에서는 미디어 분석 결과와 SM엔터테인먼트의 과거 3개년 재무제표를 기반으로 담당자의 피드백을 반영하여 최종 검토하였으며, 식별된 리스크 및 기회 요인은 다음과 같습니다.

이슈	Risk	요인
	Opportunity	
제품 및 서비스 품질 · 안전 강화	R	<ul style="list-style-type: none"> • 제품 및 서비스의 품질, 콘텐츠 경쟁력 저하로 인한 시장점유율 하락 • 공연 및 촬영 등 현장에서 안전사고로 인한 중대재해처벌법 등 법적 제재 발생, 이로 인한 기업이미지 실추 및 법적 대응 비용 발생
	O	<ul style="list-style-type: none"> • 제품 및 서비스의 품질 경쟁력, 콘텐츠 경쟁력 제고 및 이로 인한 시장점유율 확대 • 중대재해처벌법 등에 대한 불필요한 법적 비용 발생 방지
인권 보호	R	<ul style="list-style-type: none"> • 임직원 및 아티스트 인권 침해 이슈 발생 시 각종 준법 문제 등으로 인한 기업 이미지 훼손 • 임직원 인권 보호 실패 시 인재 유실로 인한 기업경쟁력 약화
	O	<ul style="list-style-type: none"> • 아티스트 인권 보장 등으로 긍정적 기업 이미지 확보 및 팬 신뢰도 향상
환경을 고려한 제품 및 서비스 확대	R	<ul style="list-style-type: none"> • 앨범 및 MD, 공연 등의 부정적 환경영향 증가 시 기업 및 아티스트 활동에 대한 부정적 이미지 확산
	O	<ul style="list-style-type: none"> • 친환경 앨범 및 MD, 공연 기획과 제작 등에 따른 기업 이미지 제고 및 팬 호감도 상승 • 앨범 및 MD, 공연 기획과 제작 등에서 친환경 방식을 통해 부정적 환경 영향 최소화
지식재산 보호	R	<ul style="list-style-type: none"> • 아티스트 창작물 유출로 인한 콘텐츠 경쟁력 상실 • 콘텐츠 무단 도용, 표절 등 이슈로 인한 법적 분쟁 발생 시 대응 비용 발생
	O	<ul style="list-style-type: none"> • 창작자에 대한 저작권 보호 및 아티스트 창작물에 대한 철저한 보호로 콘텐츠 경쟁력 확보 • 법적 분쟁으로 인한 추가적인 비용 발생 방지
폐기물 발생 관리	R	<ul style="list-style-type: none"> • 폐기물 배출량 관리 실패에 따른 처리 비용 발생
	O	<ul style="list-style-type: none"> • 폐기물 배출량 감소로 인한 처리비용 저감, 폐기물 발생 감축 노력 통한 기업 및 아티스트 이미지 제고
정보보안 강화	R	<ul style="list-style-type: none"> • 고객, 아티스트, 임직원 등 개인정보 보호 및 정보보안 관련 이슈 발생 시 권리 침해 및 사회적 비용 발생 • 정보 유출 사고 발생 시 피해 보상, 대응 비용 등의 증가 및 기업 이미지 하락
	O	<ul style="list-style-type: none"> • 아티스트, 임직원 및 고객 개인정보의 철저한 보호를 통해 불필요한 법적 분쟁 대응 비용 발생 방지 • 정보보안 체계 강화를 통한 기업 콘텐츠 경쟁력 상승

중대성 평가

중대 주제 선정

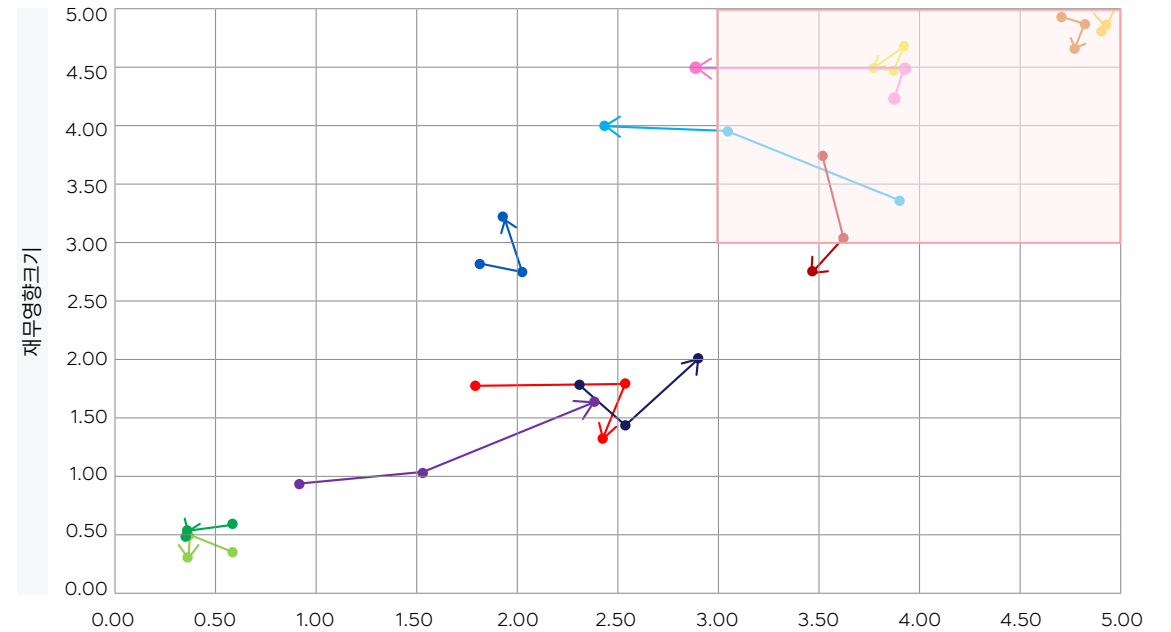
SM엔터테인먼트는 식별된 리스크와 기회요인의 단기·중기·장기 기간별 발생 가능성과 발생 시 재무 영향의 크기를 평가하였습니다. 해당 평가에는 관련 내용을 이해하고 평가할 역량이 있는 SM엔터테인먼트의 그룹회계, 기업회계, 자금, IP전략 운영 부서 등이 참여하여 평가 결과의 신뢰성을 높이고자 하였습니다.

각 리스크 및 기회요인의 단·중·장기 시간 흐름별 재무 영향도에 따른 우선순위 및 재무 영향의 변동을 시각화하면 다음과 같습니다. 2024년 중대 이슈와 대비하여 정보보안 강화가 새로운 중대 주제로 도출되었습니다.

순위	이슈	R/O	
1	제품 및 서비스 품질·안전 강화(상승)	R	●
		O	●
2	인권 보호(유지)	R	●
		O	●
3	환경을 고려한 제품 및 서비스 확대(상승)	R	●
		O	●
4	지식재산 보호(유지)	R	●
		O	●
5	폐기물 발생 관리(상승)	R	●
		O	●
6	정보보안 강화(신규)	R	●
		O	●

중대 리스크 및 기회 요인

도출된 중대 주제는 경영진 검토를 거쳐 이사회 산하 거버넌스위원회 및 이사회에 보고되었습니다.



중대성 평가

대응 현황 및 주요 성과

이중중대성 평가 결과, SM엔터테인먼트의 비즈니스 활동에 있어 제품 및 서비스 품질·안전 강화 이슈는 단기·중기·장기 모든 기간 동안 리스크 및 기회 요인의 재무 영향도가 높은 것으로 평가되었으며, 인권 보호의 기회 요인과 리스크 요인 역시 모든 기간 재무 영향도가 높은 것으로 평가되었습니다. 환경을 고려한 제품 및 서비스 확대와 지식재산 보호의 리스크는 단기 및 중기적으로 재무 영향이 크나 시간의 흐름에 따라 장기적으로는 영향도가 낮아질 것으로 예상됩니다. 따라서 SM엔터테인먼트는 단기적으로 제품 및 서비스 품질·안전 강화 기회 및 리스크 요인, 인권 보호의 기회 및 리스크 요인에 우선적으로 대응하고자 하며, 중장기적으로는 환경을 고려한 제품 및 서비스 확대와 지식재산 보호의 리스크 요인에 대응하기 위한 전략을 수립할 계획입니다. 비교적 우선순위가 낮은 폐기물 발생 관리와 정보보안 강화에 대해서는 장기적 관점으로 대응 계획을 수립하고자 합니다.

순위	이슈명	배경 및 정의	대응 전략	2024 주요 성과	GRI INDEX	보고 위치
1	제품 및 서비스 품질·안전 강화	MD, 콘텐츠 및 공연의 품질과 안전성 강화 필요	<ul style="list-style-type: none"> 독립 레이블 및 멀티프로덕션 시스템 강화를 통한 콘텐츠 다양성 및 품질 제고 MD, 콘텐츠 및 공연 등의 제작 유관부서 및 공급망에 대한 안전관리 강화 	<ul style="list-style-type: none"> SM엔터테인먼트 30주년 기념 콘텐츠 릴리즈 2024년 1,500만 장 이상 음반 발매, 총 310회 이상 콘서트 개최 2024년 공연장, 팝업 스토어 안전사고 발생 횟수 0건 	403	p.43-49
2	인권 보호	SM엔터테인먼트 임직원뿐만 아니라 아티스트, 연습생, 협력사 등 이해관계자 전반의 인권 보호 체계 구축	<ul style="list-style-type: none"> 인권영향평가의 정기적 실시 통한 인권 리스크 식별 및 개선 과제 이행 	<ul style="list-style-type: none"> 2024년 UNGC (기업과 인권 액셀러레이터 프로그램) 수료 ‘KWANGYA 119’ 사이트 리뉴얼 및 아티스트 인권 이슈 대응 범위 확대 임직원 심리 상담 프로그램 전사 확대 지원 2024년 인권영향평가(임직원, 연습생, 공급망 대상) 실시 	406-1	p.50-56
3	환경을 고려한 제품 및 서비스 확대	MD, 콘텐츠 및 공연 제작 과정에서의 환경친화적 요소 고려	<ul style="list-style-type: none"> 환경친화적 원부자재 사용 확대 및 협력사 교육, 지원 	<ul style="list-style-type: none"> 2024년 콘텐츠진흥원 ‘콘텐츠산업의 ESG 경영 확산을 위한 친환경 콘텐츠 제작 가이드라인 개발 연구’ 참여 산림관리 인증 용지 사용하여 음반 및 종이류 MD 제작 콩기름, 휘발성 유기 화합물 배출 없는 UV 코팅 종이 사용 	306	p.36-37
4	지식재산 보호	MD, 음원, 콘텐츠 등 IP 유출 및 표절, 불법 사용 등 방지	<ul style="list-style-type: none"> 국내외 상표/디자인 등록 범위 확대 및 불법 상품 단속 체계 구축 	<ul style="list-style-type: none"> ‘KWANGYA 119’ 사이트 리뉴얼 및 저작권 침해 제보 접수, 유관부서 연계 	Non-GRI	p.78-79
5	폐기물 발생 관리	앨범, MD, 공연 등에서 발생하는 폐기물 배출 최소화	<ul style="list-style-type: none"> 폐기물 배출량 관리 의상 업사이클, 판매 등 다양한 활용 방안 노력 	<ul style="list-style-type: none"> 2024년 4월 이후 음반에 들어가는 광고 삽지 발행 중단 공연에 사용된 폐현수막 업사이클링 MD 제작 연구 및 시범 사용 아티스트 의상 업사이클링하여 새로운 제품으로 제작 2024년 12월 ‘SMTOWN 플라마켓’ 진행 	306	p.38-39
6	정보보안 강화	SM엔터테인먼트 임직원, 아티스트, 연습생 및 고객 정보 보호를 위한 보안 체계 구축	<ul style="list-style-type: none"> 전사 차원의 정보보안 정책 수립 및 이행, 임직원 인식 제고 노력 강화 	<ul style="list-style-type: none"> 2024년 기술정보위원회 신설 개인정보 내부 관리계획 수립 및 시행 생성형 AI 사용 원칙 수립 	418-1	p.65-66

ENVIRONMENTAL



환경경영체계	32
온실가스 감축 및 에너지 사용 감축	34
환경을 고려한 제품 및 서비스 확대	36
폐기물 발생 관리 및 환경보호 활동	38
자연 및 생태계 보호	40

Link to UN SDGs



환경경영체계

SM엔터테인먼트는 기후변화에 대응하고 환경을 보호하여 기업의 지속가능성을 실현하기 위해 노력하고 있습니다. 2022년 환경경영시스템 ISO 14001 인증을 취득한 이래 매년 사후 심사를 진행하고 있습니다. 환경경영체계를 구축하고 유지하며 비즈니스 가치사슬 전반에서 부정적인 환경 영향을 최소화할 수 있는 방법을 찾고 실천하고자 노력합니다.

환경경영방침

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

환경경영방침

SM Entertainment는 Culture Technology를 근간으로 최고의 문화 콘텐츠와 IP를 창조하는 기업으로서 사람들에게 감동을 전달하고, 한국의 문화를 세계에 알려 경제 성장은 물론 사람들의 삶을 풍요롭게 만드는 데 기여하고자 환경경영을 실행하고 방침을 수립합니다.

- 우리는 환경오염 예방을 위하여 제기를 비롯한 검출합니다.
 - 장난감 소서를 비롯한 일반 구조 상품을 제작하여 폐기물을 재활용하고 배출을 최소화합니다.
 - 서신 발송물을 사용된 종이와 잉크를 분리하여 재활용을 실시하여 폐기물을 최소화합니다.
 - 친환경 공연으로 공연장의 폐기로 발생을 최소화합니다.
- 우리는 환경을 보호하고 기후변화에 대응하기 위하여 최선을 다합니다.
 - 온실가스 감축을 위한 연구로 에너지 효율을 개선합니다.
 - 친환경 자재를 사용하여 환경 영향을 최소화합니다.
 - 친환경 에너지 사용방법을 개발하고 사용하여 탄소배출 저감을 기여합니다.
- 우리는 자연생태계 보호를 위하여 노력합니다.
 - 자연생태계 보호를 위한 기금을 조성합니다.
 - 임직원 및 내외주요고객이 자연생태계 보호 캠페인에 적극 참여합니다.
- 우리 임직원 및 아티스트와 협력사 임직원은 환경법규 및 그 밖의 준수사항을 준수합니다.
- 우리 임직원 및 아티스트와 협력사 임직원은 환경성과 향상을 위하여 환경경영시스템을 지속적으로 개선합니다.

2024년 3월 31일



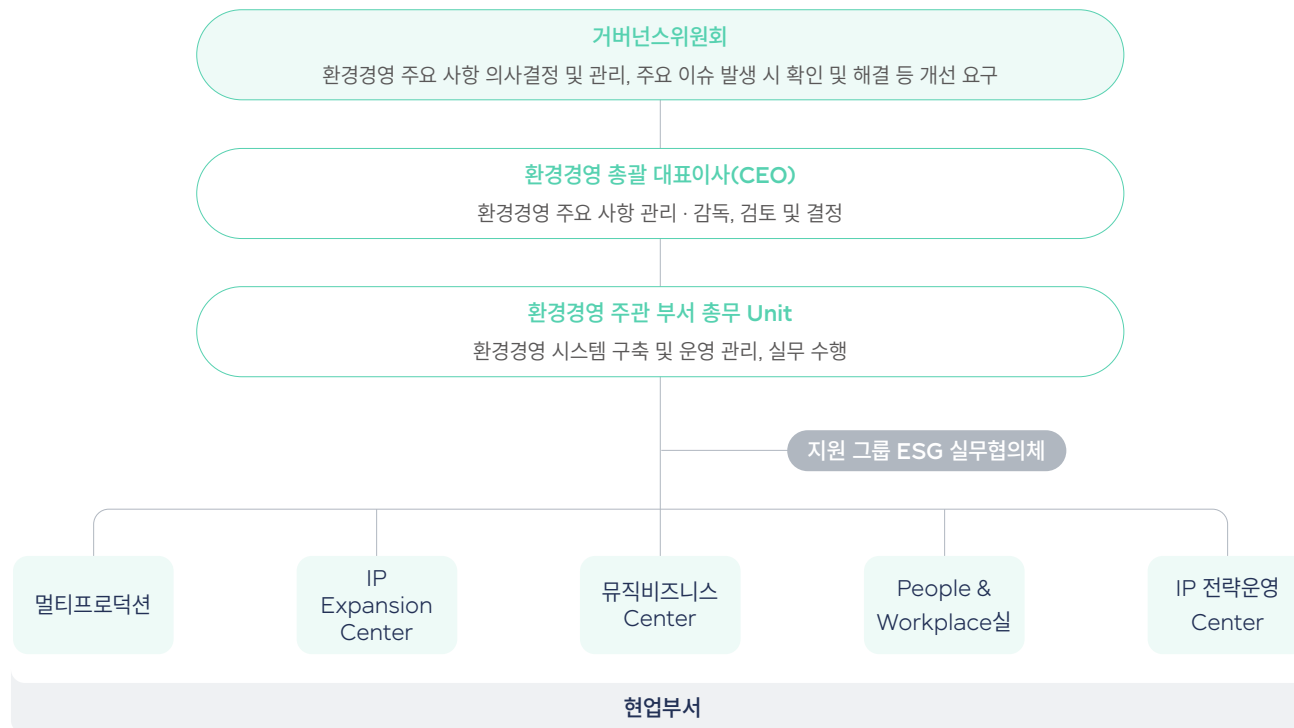
SM Entertainment 공동대표이사 장철혁, 박영준

환경경영방침

환경경영 추진 체계

SM엔터테인먼트는 환경경영 기업문화를 내재화하기 위해 의사결정 및 실행 체계를 구축 및 운영하고 있습니다. 최고 의사결정기구 이사회 산하의 거버넌스위원회는 환경경영 주요 사항을 의사결정하고 관리·감독합니다. 대표이사(CEO)는 환경경영 관리 책임자로서 주요 사항을 보고받고 검토, 결정하는 관리 감독의 역할을 수행합니다. 총무 Unit은 환경경영 주관 부서로 지원그룹인 ESG 실무협의체와 주요 현업부서들과 소통하며 환경경영 기업문화 정착 및 실행 업무를 진행하고 있습니다.

환경경영 의사결정 및 실행체계



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 실행하였습니다. SM엔터테인먼트는 환경경영시스템 기반하에 자원 절약 및 폐기물 감소, 자연/생태계 보호 등을 위해 노력하고 있습니다.

시기	내용
2022년	• ISO 14001 인증 심사 및 인증 취득
2023년	• ISO 사후 인증 심사
2024년	• ISO 시스템 실행 및 사후 인증 심사 • 환경경영시스템 교육

환경경영 목표 및 세부 내용

SM엔터테인먼트는 환경경영시스템을 통해 매해 환경경영 운영 현황을 점검하고 개선점을 도출하며 유관 부서와 계획을 수립하고 실행하고 있습니다. 엔터테인먼트 사업의 특성상 법안차량 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	2024년 달성	중단기 목표
환경경영시스템 운영	• ISO 시스템 운영 및 사후 관리	• 주요 협력업체 환경경영시스템 구축 지원
온실가스 배출 저감	• 친환경 자동차 비율 12.7% • 사내 에너지 사용량 감축 캠페인 진행	• 친환경 자동차 비율 증대
자원절약 및 폐기물 감소	• 텀블러 사용 캠페인 진행 • 친환경 원재료 사용 MD 제작	• 매립/소각 폐기물 감축 및 친환경/재생 원재료 사용 비율 증가
자연/생태계 보호	• 임직원 환경보호 활동 진행 • 광야숲 조성 및 관리	• 임직원·아티스트 환경보호 활동 참여 증가 • 광야숲 확대

환경교육 실시

시기	교육 내용	인원
1월	• 탄소 배출 저감 방안	17
3월	• 부서별 환경경영 현황 점검 및 계획 공유 1차	27
	• 부서별 환경경영 현황 점검 및 계획 공유 2차	19
7월	• 업계 환경경영 사례 확인 및 관련 방안 도출	23
	• 부서별 하반기 계획 논의	
11월	• 임직원 환경보호 활동 진행	7
	• 광야숲 조성 및 관리	



환경교육 현장

온실가스 감축 및 에너지 사용 감축

SM엔터테인먼트는 기후변화 위기에 대응하기 위해 기업 활동에서 발생하는 온실가스 배출량과 에너지 소비 현황을 파악하고 관리하고 있습니다. 특히 주요 제품인 음반의 제작 및 운송 과정에서 발생하는 온실가스 배출량을 파악하고 지속적 관리를 통해 온실가스 감축에 기여하고자 노력하고 있습니다.

에너지 소비 현황

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년	
302-1	내부 에너지 소비량	에너지 소비량	전기	TJ	24.8	10.2	10.7
			난방 연료(LNG)	TJ	5.3	4.3	9.8
			휘발유	TJ	2.8	3.1	3.4
			경유	TJ	4.3	5.8	4.2
302-3	에너지 집약도	-	TJ/억 원	0.0070	0.0040	0.0042	

온실가스 배출량

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년
305-1	직접 온실가스 배출량 (Scope 1)	-	tCO ₂ -eq	757.1	834.1	1,019.4
305-2	간접 온실가스 배출량 (Scope 2)	-	tCO ₂ -eq	1,185.5	489.1	511.8
305-3	기타 간접 온실가스 배출량 (Scope 3)*	Category 1 제품 및 서비스 구매	tCO ₂ -eq	-	-	1,860.8
		Category 4 Upstream 운송	tCO ₂ -eq	-	-	10.0
305-4	온실가스 배출 집약도	-	tCO ₂ -eq/억 원	0.38	0.21	0.23

*Scope 3 배출량은 검증을 받지 않은 값임



2024 어스아워 참여

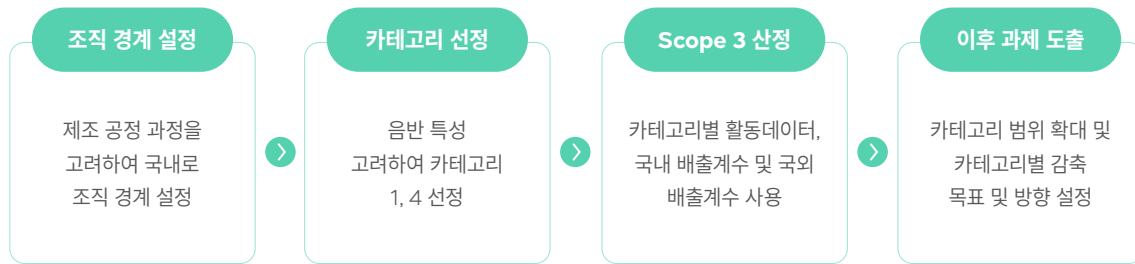
SM엔터테인먼트는 2023년부터 기후 위기에 직면한 지구를 위한 글로벌 캠페인 어스아워에 동참하여 임직원의 자발적 참여를 안내하고 있습니다.

온실가스 감축 및 에너지 사용 감축

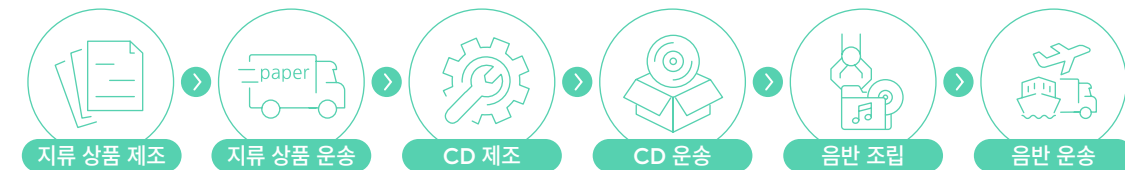
음반 제작에 따른 온실가스 배출량 산정

SM엔터테인먼트는 음반 제작 및 운송 과정에서 발생하는 온실가스 배출량을 산정하고, 앞으로 지속적 관리를 통해 온실가스 감축에 기여하고자 Scope 3 배출량을 산정하였습니다. 산정 대상은 2024년 한해 SM엔터테인먼트에서 판매한 음반 중 가장 많은 판매량을 차지한 1종을 선택하였으며 음반 생산과 운송 과정에서 발생하는 온실가스 배출량을 산정하기 위해 업스트림 배출원을 대상으로 카테고리 1(구매한 제품 및 서비스), 카테고리 4(업스트림 운송 및 유통)로 나누어 GHG(Greenhouse Gas) 프로토콜을 기반으로 파악하였습니다. 그 결과 카테고리 1(구매한 제품 및 서비스)의 배출량이 99.4%로 높은 비중을 차지하고 있음을 확인할 수 있었습니다. SM엔터테인먼트는 당사가 직·간접 배출하는 Scope 1, 2 뿐만 아니라 제품 및 서비스의 제작과 판매 등에서 발생하는 온실가스 배출량을 파악하고 관리할 수 있도록 점진적으로 Scope 3 카테고리 범위를 늘려갈 계획입니다.

Scope 3 산정 프로세스



음반 제작 프로세스



음반 제작에 따른 온실가스 배출량 산정 결과

산정 대상 및 범위

- 2024년 SM엔터테인먼트에서 생산한 앨범 1종의 제작 및 운송 과정에서 발생하는 탄소 배출량
- SM엔터테인먼트의 업스트림 배출원을 대상으로 카테고리 1, 4 배출량을 GHG 프로토콜을 기반으로 산정

투입변수 및 가정

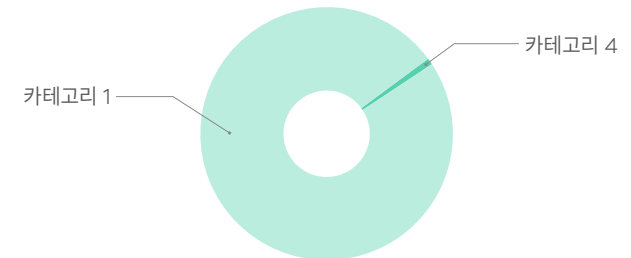
카테고리 1(구매한 제품 및 서비스): 앨범 제작

- 활동자료 : CD, 지류 사용량, 공정별 에너지 사용량 등
- 배출계수 : Ecoinvent

카테고리 4(업스트림 운송 및 유통): 앨범 운송

- 활동자료 : 운송위치, 운송방법 등
- 배출계수 : Ecoinvent

배출량 산정 결과



환경을 고려한 제품 및 서비스 확대

SM엔터테인먼트는 친환경 소재 연구 및 개발을 통해 제품 및 서비스에서 발생하는 폐기물량을 줄이고자 노력하고 있습니다. 지속가능한 소재를 사용하여 지류 제품을 생산하고 있으며 콘텐츠 촬영 및 공연 제작 시에도 환경 영향을 고려하여 저감 활동을 펼치고 있습니다.

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. 지속가능한 방식으로 관리공급되는 목재를 활용하여 생산된 종이도 2022년 4종, 2023년 21종, 2024년 18종의 음반에 활용되었습니다. 더불어 MD에 휘발성 유기 화합물 배출이 없는 UV 코팅 소재 및 콩기름 잉크의 사용을 늘리고 있습니다.



지속가능한 소재 사용 음반 및 MD



친환경 소재 연구 및 개발

에스엠브랜드마케팅

SM엔터테인먼트의 주요 자회사 에스엠브랜드마케팅은 아티스트 IP(지식재산권)를 활용한 MD 상품의 기획/제작 및 유통 사업을 영위하고 있습니다. 에스엠브랜드마케팅은 ESG 경영 실천을 위하여 사무공간과 매장에서 환경친화적인 실천과 노력을 이어가고 있습니다. 실내 환경 개선, 에너지 절약, 재활용 촉진, 친환경 소재 사용, 종이 절약 등을 통해 온실가스 배출을 관리하며 기후변화에 대응하고 있습니다.



지속가능한 소재 택배상자 사용

에스엠라이프디자인그룹

SM엔터테인먼트의 주요 자회사 에스엠라이프디자인그룹은 인쇄와 물류, 스튜디오 공간 사업을 영위하는 종합 콘텐츠 기업입니다. 에스엠라이프디자인그룹은 K-POP 시장의 성장과 함께 앨범, MD 등의 수요가 증가하는 것에 더불어 ESG 경영을 실천하고자 노력하고 있습니다. 재활용이 쉬운 종이 및 바이오 소재 활용법을 개발하고, 환경오염을 최소화하는 생산 공정을 추진하여 해외 시장에서도 경쟁력을 갖추고자 친환경 소재 도입을 적극적으로 추진하고 있습니다.

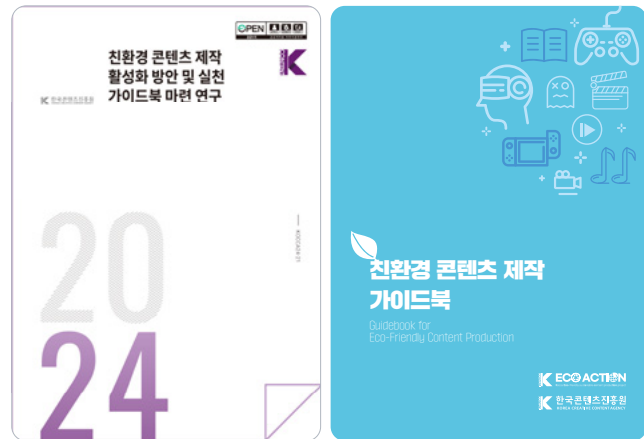


환경을 고려한 제품 및 서비스 확대

환경을 고려한 콘텐츠 제작 노력

콘텐츠 탄소배출 계산기 연구 참여

SM엔터테인먼트는 2023년, 2024년 한국콘텐츠진흥원에서 수행한 업계 친환경 제작 지원 연구에 자문으로 참여하여 자사 방송영상 콘텐츠 제작 환경과 과정, 환경 영향 저감 활동 및 목표에 대해 공유하고 지향점을 논의하여 콘텐츠 제작 현장에 특화된 가이드북을 마련하는 데 적극 협조하였습니다. 이를 계기로 2025년부터 한국콘텐츠진흥원의 「친환경 콘텐츠산업을 위한 공연 및 행사 분야 탄소배출 계산기 개발」 연구에 공동연구로 참여하여 엔터테인먼트 산업의 특수성을 고려하여 업계 기후 위기 대응 및 친환경 제작 역량 기반을 조성하는 데 기여하고자 합니다.



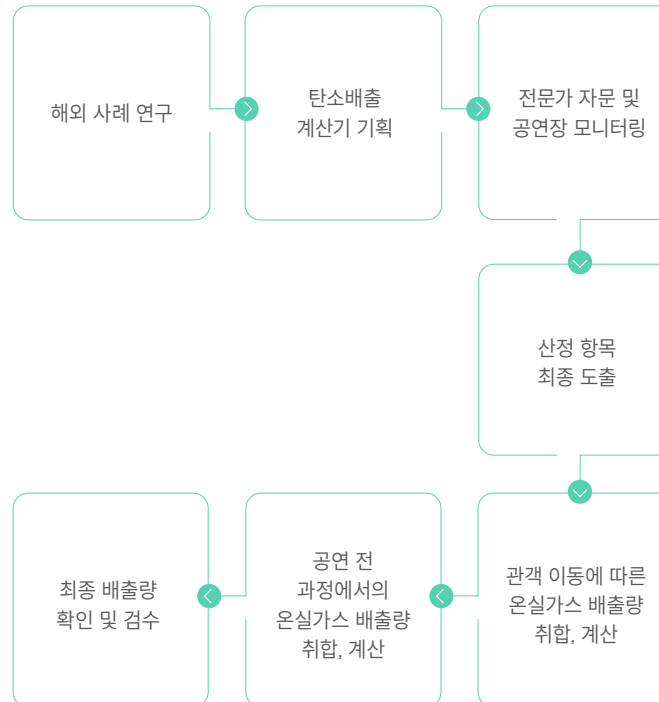
친환경 콘텐츠 제작 환경 구축

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

공연장 온실가스 배출량 산정

SM엔터테인먼트는 2024년 SMile Music Festival을 시작으로 공연에서 발생하는 온실가스 배출량을 산정하고 있습니다. 공연 전 과정에서의 조사 항목을 구체화하였으며 전문가와 현장 모니터링을 통해 항목의 적정성을 확인하였습니다. 정확한 파악을 위해 공연 규모를 대, 중, 소로 구분하였으며 실제 배출되는 온실가스 배출량 파악을 토대로 감축 목표 및 실천 전략을 수립하여 단계적으로 탄소중립을 실천하고자 합니다.

공연장 온실가스 배출 산정 프로세스



탄소 발자국 측정 안내 현장



공연별 조사 항목

공연	조사 항목
2024 SMile Music Festival*	• 아티스트, 스태프, 관객 이동 및 숙박 • 폐기물, 스태프 식음료, 전기 사용량 등
SMTOWN LIVE 2025 [THE CULTURE, THE FUTURE] in SEOUL	• 관객 이동 및 숙박
2025 aespa LIVE TOUR-SYNK : PARALLEL LINE-ENCORE	• 고정 연소, 이동 연소 • 아티스트, 스태프 이동 • 스태프 식음료, 소비재 • 장비 사용량, 홍보 및 마케팅 • 폐기물 처리

*AFoCO(아시아 산림 협력기구)와 함께 진행하였습니다.

폐기물 발생 관리 및 환경보호 활동

SM엔터테인먼트는 본사에서 발생하는 폐기물 배출량과 재활용량을 파악하고 있으며, 이를 저감하기 위한 사내 캠페인을 진행하고 있습니다. 임직원의 텀블러 사용과 쓰레기 분리배출을 장려하고 있으며, 임직원을 위한 플라마켓을 개최하여 큰 호응을 얻었습니다. 보안 폐기물을 배출할 때도 부서별로 구역을 구분하여 폐기 기준에 따라 배출하고 있습니다. 더불어 음반에서의 지류 사용량 감소와 폐기물 발생량 감소를 목표로 2024년부터 음반에 포함된 광고 삽지 발행을 중단하였습니다.

폐기물 배출량 및 재활용량

구분	단위	2022년	2023년	2024년
폐기물 처리량	톤	67.5	44.4	48.8
폐기물 재활용량	톤	31.1	35.9	33.4
총 폐기물 발생량	톤	98.6	80.3	82.3

사내 캠페인

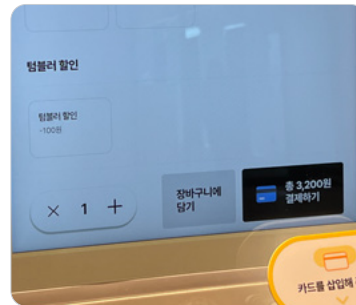
SM엔터테인먼트는 일회용 컵 사용량을 줄이기 위해 임직원이 텀블러 및 개인 컵을 간편하게 세척할 수 있는 세척기를 설치하였으며 텀블러 배부 이벤트, 텀블러 활용 후기 공유 이벤트 등을 통해 텀블러 사용 생활화를 장려하고 있습니다.



텀블러 세척기



텀블러 배부 이벤트



텀블러 할인 제도



텀블러 사용 안내

SMTOWN FLEA MARKET

SM엔터테인먼트 임직원을 대상으로 2024년 12월 SMTOWN FLEA MARKET을 개최하여 장애인의 일자리 창출과 자립을 돕는 밀알복지재단에 수익금 전액과 의상을 기부하였습니다. 서울숲 언더스탠드 애비뉴에서 진행된 이번 행사는 단순한 기증과 구매를 넘어 나눔의 가치를 실현하고 발달장애인 일자리 창출을 돕기 위해 기획되었습니다. 기증된 10,204점의 물품이 재사용되어 의류 제작에 필요한 2,755만 리터(11개 올림픽 규격 수영장 규모)의 물과 탄소 배출량 71.43톤(15대의 자동차가 1년 동안 배출하는 탄소량으로 나무 3,247그루 식재 효과가 있음)을 줄이는 효과를 거뒀습니다.



FLEA MARKET 현장

안내 포스터

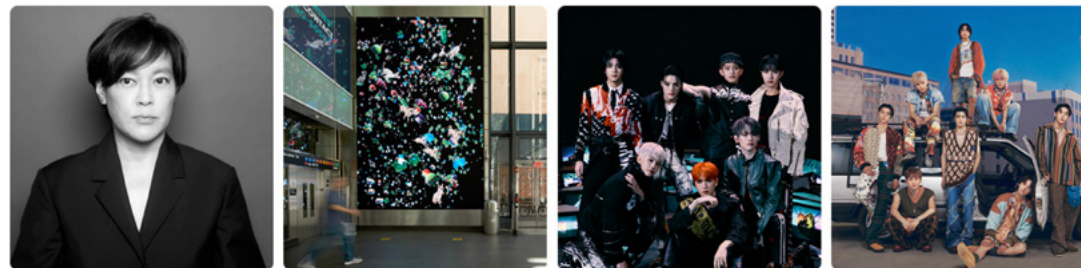
폐기물 발생 관리 및 환경보호 활동

아티스트 의상 업사이클링

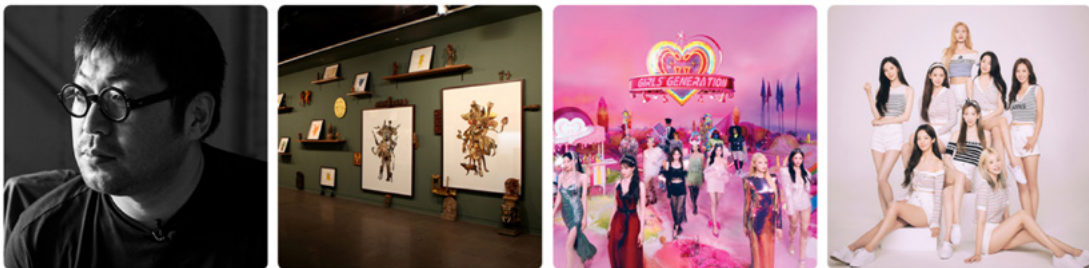
SM엔터테인먼트는 아티스트 의상의 구매부터 보관까지 전 과정을 철저히 관리하고 있으며 더불어 의상의 업사이클링도 고민하고 있습니다. 2024 캣워크 글로벌 트렌드 페스타에서 동방신기, 소녀시대, 레드벨벳, NCT 127 X NCT DREAM, aespa의 무대 의상을 업사이클링하여 재해석한 전시가 진행되었습니다. <TIME TO STAGE>라는 테마로 아티스트가 무대에서 가장 빛나는 순간에 입었던 의상을 작품으로 재구성한 전시로 김기라, 사샤 폴레, 이재이, 한요한, 홍승혜 작가가 참여하여 의미를 더했습니다. 무대 의상 업사이클링을 통해 지속가능성에 대한 메시지를 전달하고자 하였습니다.

Copyright©2024 C.atWork. All rights reserved.

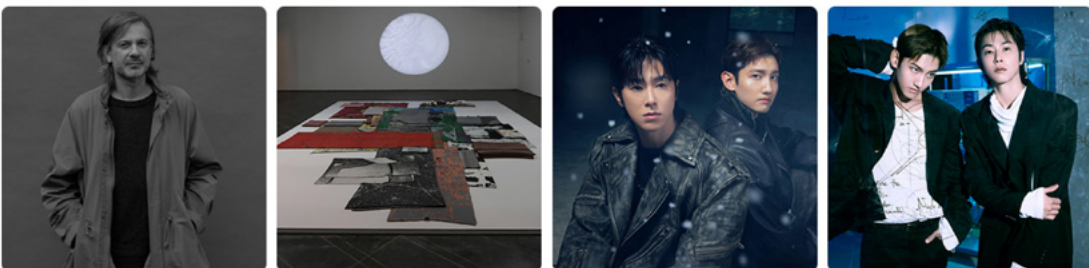
3. 이재이(NCT 127 X NCT DREAM) / 이견 [] 일지도 몰라



1. 김기라(소녀시대) / 소원을 말해봐



2. 사샤폴레(동방신기) / SKIN



4. 한요한(레드벨벳) / Laundry Sequencer 4



5. 홍승혜(aespa) / 리틀에스파



자연 및 생태계 보호

SM엔터테인먼트는 환경경영방침 및 윤리 규범에 자연생태계와 환경 보호를 위해 노력할 것을 명시하고 있습니다. 또한 사회공헌활동 체계에서 지구환경 보호를 주요 핵심 가치로 선정하여 관련 활동을 실천하고 있습니다.

자연 및 생태계 보호 조직

SM엔터테인먼트는 최고 의사결정기구인 이사회 산하 거버넌스위원회에서 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 조성과 유지보수를 진행하고 있습니다. 임직원으로 구성된 사회봉사단의 적극적인 참여를 통해 광야숲을 가꾸고 동식물을 보호하는 활동을 진행하고 있습니다.

자연 및 생태계 보호 의사결정 및 실행체계



광야숲

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 2023 서울특별시 푸른도시상에서 최우수상을 수상하였으며 관련 전문가와 일반 시민의 꾸준한 관심을 받고 있습니다. 2024년 5월 이를 확장하여 2기 광야숲을 조성하여 산초나무, 족도리풀 등 다양한 자생식물을 식재하고 답압으로 훼손된 토양 환경을 개선하였습니다. 새롭게 조성된 2기 광야숲에는 숲지기의 실험실 공간을 마련해 임직원과 가족들이 직접 키운 초화류를 식재하였습니다. SM엔터테인먼트는 앞으로도 광야숲을 포함하여 생물 다양성 보전을 위한 다양한 활동을 진행하겠습니다.



광야숲의 일년



봄, 상춘객 명소
현호색, 복수초, 앵초 등 다양한 봄꽃이 피는 서울숲의 명소로 어른 아이 할 것 없이 많은 사람들의 사랑을 받았습니다.



여름, 맹꽁이의 집
연접한 빗물 정원에서 멸종위기 생물 2급인 맹꽁이의 산란이 확인되면서 맹꽁이 서식처로서 광야숲의 중요성이 부각되었습니다.



가을, 봄을 위한 가지치기
동자꽃, 투구꽃, 참배암차즈기 등이 피었으며 SMile 가드닝 봉사단과 함께 1구역에 우거진 나뭇가지를 잘라 환경을 개선하였습니다.



겨울, 새를 위한 먹이대 설치
작은 곤충과 식물들은 낙엽 아래에서 겨울잠에 들었습니다. 서울숲에서 겨울을 나는 철새와 텃새들을 위해 먹이대를 설치하였습니다.

자연 및 생태계 보호

광야숲 활동 공유

SM엔터테인먼트의 광야숲은 전문가와 일반 대중으로부터 꾸준한 관심을 받고 있습니다. 2024년 여름 서울시 정원도시국에서 주최한 ‘동행매력가든 비전 공유회’에서 광야숲 설계와 시공을 진행한 스튜디오 초신성의 발표를 통해 생물다양성과 정원을 주제로 서울시 관계자 등에게 소개되었으며 이후 한국조경가협회에서 주최한 세미나와 2024 서울국제정원박람회 토크쇼를 통해서 더 많은 대중에게 알려졌습니다. 그 외에도 국립수목원 연구진의 사례 답사지로 활용되거나 서울숲 내 다양한 프로그램의 대상지로 쓰이며 광야숲에서의 활동을 전문가 및 시민과 함께 나누고 있습니다.

구분	2023년 달성	2024년 달성	2025년 계획
광야숲 조성 및 관리	<ul style="list-style-type: none"> • 광야숲 1기 완공 및 임직원 정기 봉사활동 진행 • 서울특별시 푸른도시상 최우수상 수상 	<ul style="list-style-type: none"> • 광야숲 2기 완공 및 임직원 정기 봉사활동 진행 • 지역사회 및 전문가 관심 확대 	<ul style="list-style-type: none"> • 광야숲 3기 조성 및 임직원 정기 봉사활동 진행 • 정원 조성에 따른 토양 환경 개선 효과 연구
생물 다양성 보전 및 지속가능성에 기여	<ul style="list-style-type: none"> • 갯쟁이풀, 자란 등 산림청 지정 위기종, 취약종을 포함한 다양한 자생 식물 식재 • 답압으로 인해 훼손된 토양 환경 개선 	<ul style="list-style-type: none"> • 산초나무, 족도리풀 등 다양한 자생 식물 식재 • 답압으로 인해 훼손된 토양 환경 개선 • 멸종위기 생물 2급인 맹꽂이 서식처로서 중요성 부각 	<ul style="list-style-type: none"> • 토양 경화 해소를 위한 유기물 보충·어린나무 및 지렁이 심기 • 2023-2024년도 조성구역의 생태적 관리 지속
자연 생태계 보호 문화 확산	<ul style="list-style-type: none"> • 임직원 대상 생물다양성 보전 교육 진행 • 서울숲의 다양한 동식물 관찰 	<ul style="list-style-type: none"> • 서울시 정원도시국 ‘동행 매력가든 비전 공유회’, 한국조경가협회 세미나, 2024 서울국제정원박람회 토크쇼 등 다양한 행사 및 세미나를 통해 소개 • 국립수목원 연구진 사례 답사 • 서울숲 프로그램(정원 투어, 도슨트)을 통해 소개 	<ul style="list-style-type: none"> • 생물다양성 보전 캠페인 진행



2024 서울특별시 정원도시국 ‘동행매력가든 비전 공유회’



2024 국립수목원 연구진 답사

SOCIAL



안전강화	43
콘텐츠 및 서비스 품질 강화	48
인권보호	50
인재경영	57
정보보안 강화	65
공급망 관리 및 동반성장	67
지역사회 참여	68

Link to UN SDGs



안전강화

SM엔터테인먼트는 임직원 및 협력사 임직원의 안전과 보건을 최우선 가치로 여기고 있습니다. 관련 법령에 따라 회사의 사업장 내 근무하는 협력사 근로자를 포함한 모든 근로자 및 사업장을 이용하는 시민의 안전과 보건을 확보하고자 하며, 이를 위하여 「안전보건경영방침」을 수립하고 안전보건관리규정을 내규화 하는 등의 노력을 기울이고 있습니다. SM엔터테인먼트는 앞으로도 사전 안전 계획을 수립하고 그에 따라 현장을 점검하며 지속적으로 안전보건경영을 실천하겠습니다.

안전보건경영방침

- 01 우리는 조직의 목적과 규모에 적절한 산업안전보건 경영체계를 구축하고 임직원의 의견을 경청하는 시스템을 시행하여 안전제일 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 준수사항을 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 임직원의 생명과 안전을 보호하는 것을 최우선 가치로 삼고, 철저한 책임 의식과 책임감을 바탕으로 지속 가능한 안전보건 기반을 구축하고자 다음과 같이 안전보건경영방침을 선언합니다.

- 01 우리는 조직의 목적과 규모에 적절한 산업안전보건 경영체계를 구축하고 임직원의 의견을 경청하는 시스템을 시행하여 안전제일 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 준수사항을 준수합니다.
- 05 우리 모두를 위하여 임직원과 임직원의 안전과 보건 증진을 위하여 정기적으로 현황을 검토하고 지속적으로 시스템을 개선합니다.

2023년 4월 30일

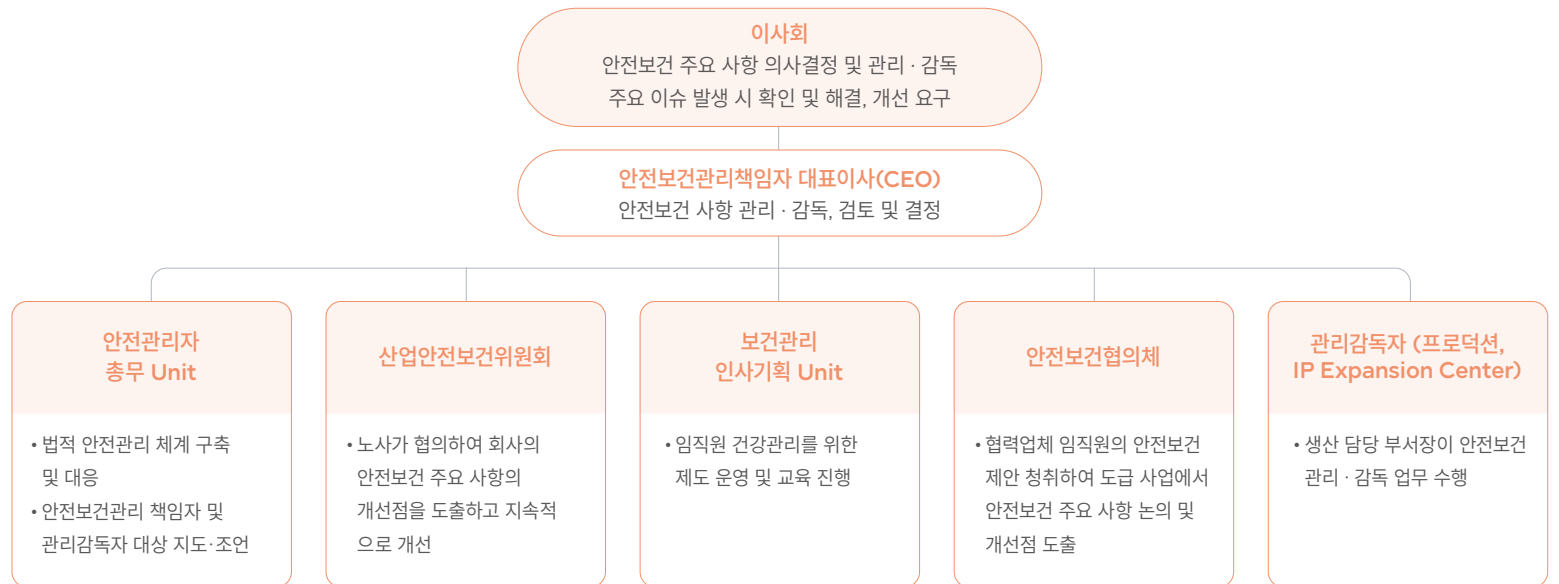
SM ENTERTAINMENT 대표이사 장영희

안전보건경영방침

안전보건경영 추진 체계

SM엔터테인먼트는 대표이사(CEO)가 안전보건관리책임자로서 안전보건 관련 주요 사항을 보고받고 검토, 결정하는 최고 책임자의 역할을 수행합니다. 주요 내용은 이 사회의 검토와 심의를 거치며 안전보건관리책임자, 근로자대표를 비롯하여 같은 수의 사측과 노측 위원으로 구성된 산업안전보건위원회, 협력사와 안전 사항을 논의하는 안전보건협의체를 운영하고 있습니다. SM엔터테인먼트는 2024년 사업장의 생산과 관련된 업무와 그 소속 직원을 직접 관리, 감독하는 직위에 있는 사람이 관리감독자의 역할을 수행하도록 안전보건경영 조직을 개편하였습니다. 특히 공연장, 팝업스토어 등 시공이 많은 사업 특성을 반영하여 안전관리 지침을 마련하고 이를 바탕으로 관리 조직을 구축하였으며, 재해 방지를 위해 작업 체크리스트 작성 및 현장 교육을 시행하며 안전한 일터 조성을 위해 노력하고 있습니다. 또한 전사 임직원을 대상으로 산업안전보건교육을 실시하고 있으며 직무교육 및 화학물질 교육 등 시행이 필요한 항목을 모두 충족하고 있습니다.

안전보건경영 의사결정 및 실행체계



안전강화

안전보건경영 목표 및 세부 내용

목 표	2024년 성과	중장기 목표
안전보건경영 시스템	<ul style="list-style-type: none"> 안전보건경영조직 개편 정기 위원회, 협의체 개최 근로자 의견 청취 개별 케이스에 대한 법적 책임 명확화 계열사 안전보건관리체계 모니터링 	부서별 위험성평가 내재화
비상대응훈련	<ul style="list-style-type: none"> 정기 비상대응훈련 체계 구축 비상 시 통제 체계 개편 	비상대응 시나리오 구체화
안전관리의 시행	<ul style="list-style-type: none"> 숙소, 법인차량 관리 체계 모니터링 연수원 관리 체계 구축 위험성평가 시행 상주 도급업체 위험성평가 시행 	부서별 안전작업 개선 사항 발굴
보건	<ul style="list-style-type: none"> 임직원 종합건강검진 지원 유소견자 보건 상담 진행 독감 예방접종 지원 심리 상담제도 지원 대상 확대 	사내 건강관리 프로그램 개선

2024년 안전보건 관리 내역

시기	내용
월	· 안전보건협의체 시행
분기	· 산업안전보건위원회 시행 · 합동점검 시행
반기	· 사업장 안전보건 활동 반기 평가 및 · 관리감독자 등 안전보건 인력 평가
연간	· 비상대응훈련 · 그룹사 관리 현황 점검
상시	· 순회 점검, 사업장 점검 · 사업장 안전 물품/비상 대비 물품 비치 · 법령 요지 및 안전표지 부착 등
4월	· (신규) 주요 사업 케이스별 법적 안전관리 책임 분석
8월	· (신규) 연수원 근로환경 점검 및 개선

안전 교육 현황

단위 : 명(%)

교육명	이수자 수 및 이수율		
	2022년	2023년	2024년
채용시 산업안전보건교육	197(100)	282(100)	176(100)
산업안전보건 직무교육	1(100)	2(100)*	—**
산업안전보건 관리·감독자 교육	—***	2(100)	6(100)
정기산업 안전보건 교육	1분기 508(100)	601(100)	709(100)
	2분기 526(100)	638(100)	
	3분기 545(100)	970(100)	727(100)
	4분기 591(100)	672(100)	

*정정으로 수치 변화가 발생했습니다.

**격년 시행하여 해당사항이 없습니다.

***2023년 도입하였습니다.

안전강화

사업장 위험성 평가

SM엔터테인먼트는 사업장의 유해·위험 요인에 대한 실태를 파악하고 이를 평가하여 관리·개선하기 위해 위험성 평가 지침을 규정하였으며 2024년 상주 협력사 3개사, 연수원, 공연장, 팝업스토어 현장 각각의 위험 가능성과 중대성을 조합하여 위험성 평가를 실시하였습니다. 위험성 수준에 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 모두 참여하는 비상대응훈련을 실시하고 있습니다. 소방청의 자위소방대 표준 운영 매뉴얼에 따라 4개 팀을 구성하여 정해진 대피장소로 대피 훈련을 실시하였습니다. 2024년에는 공용 메신저로 상황 공유, 대피 장소에 대피 표지를 비치하는 등 개선을 통해 2023년 대비 훈련 참여율이 15% 증가였습니다.

위험성평가 지침

2023. 3. 23.

주식회사 에스엠엔터테인먼트



위험성평가 지침

소방훈련 실시 현장

MUNG ROOM

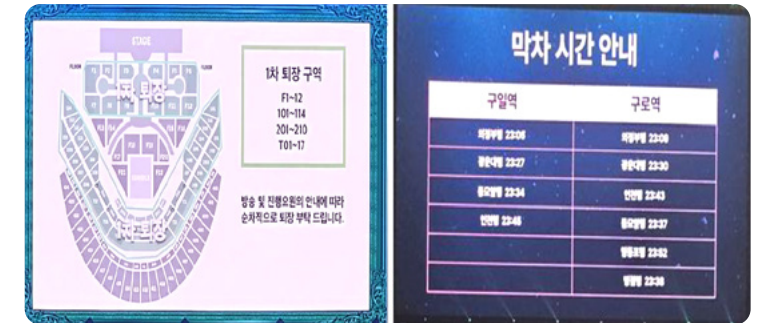
안전강화

SM엔터테인먼트는 산업안전보건법 및 중대재해 처벌 등에 관한 법률에 따라 공연장에서 이뤄지는 작업이 안전하게 진행될 수 있도록 관련 사항을 규정하고 이에 따라 현장을 관리하고 있습니다. 공연장 내 작업 관리자를 구역별로 배치하여 필요에 따라 유도원 역할 또는 작업자 안전모 착용 안내 등의 역할을 수행하여 공연장 내 안전 관리 활동이 이뤄질 수 있게 조치하고 있습니다. 공연장 구조물 안전 확보를 위하여 구조물 설치 기준을 점검하고, 설치 순서와 안전한 작업 발판 기준을 적용합니다. 이를 통해 현장 근로자의 실질적 안전을 확보할 수 있도록 노력하고 있습니다.

공연장 안전관리

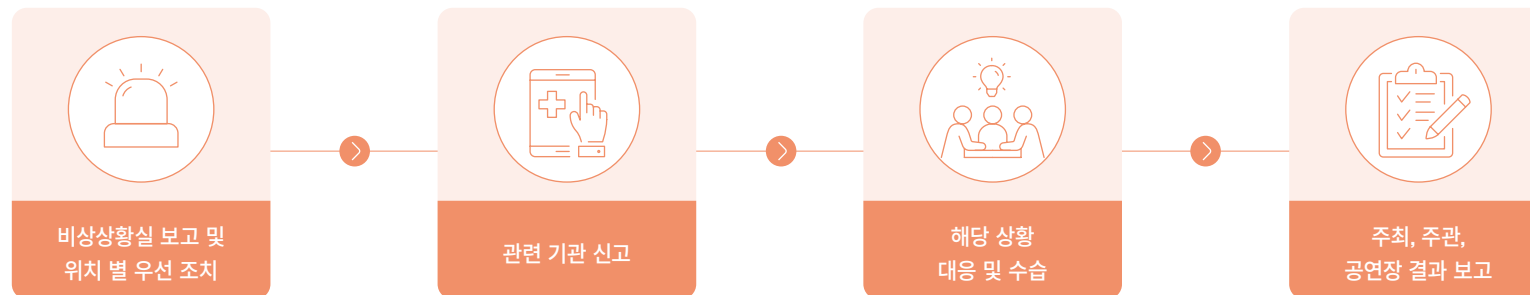
SM엔터테인먼트는 모든 공연에 앞서 현장 운영안을 작성하여 공연과 관련된 스태프에게 사전 공유, 주요 내용을 안내하고 있습니다. 현장 운영안에는 공연 개요 및 공연장 안전관리에 해당하는 공간 구성, 비상 연락망, 동선, 비상 대처 계획 등이 포함됩니다. 공연장 설치부터 철수까지 안전 관리 계획과 수칙을 지킬 것을 명시하며 구급차와 의무실, 비상상황실의 위치와 비상 상황 발생 시 대응 프로세스를 기재하였습니다. 비상 대처 계획에는 소방차, 구급차, 경찰차의 접근 동선이 설명되어 있으며 응급환자 발생 및 화재 발생 시 안내 방송, 안내요원의 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 혹시 모를 안전사고에 대처하는 방안을 마련하였습니다. 공연이 종료된 후 퇴장 시 인파 밀집 사고에 대한 대책과 계획을 수립하여 공연이 끝난 이후의 안전 또한 관리하기 위해 노력하고 있습니다.

퇴장 시 인파 밀집 사고 대책 안내 사례



공연장 퇴장 안내 스크린 송출

비상 상황 발생 시 대응 프로세스



공연장 퇴장 안내 현장

안전강화

팝업 스토어 안전관리

SM엔터테인먼트는 아티스트 및 음악 IP를 활용한 복합 문화 공간으로서 팝업 스토어를 열고 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 곳이기도 합니다. SM엔터테인먼트는 팝업 스토어 등 오프라인 매장 구축 및 철거 공사를 시행하는 데 산업안전보건법 및 중대재해 처벌 등에 따른 법률을 준수하고 리스크 감소를 위하여 계약, 현장 운영 등 업무 전반에서 준수해야 할 사항을 명확히 규정하고 안전관리를 시행하고 있습니다.

팝업 스토어 안전관리 프로세스



계약 시 고려 사항

- 건설공사 발주 요건 및 재하청 여부 확인



시공 전

- 안전관리 체크리스트 작성을 통한 안전관리 범위, 필요 서류 확인



설치 과정

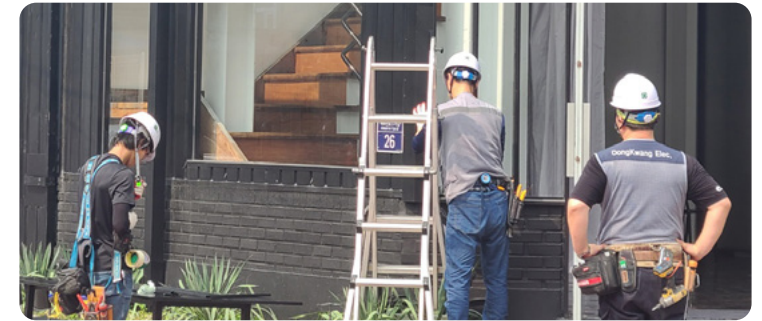
- 서류 및 현장 확인
- 작업자 안전교육



철거 과정

- 서류 및 현장 확인
- 철거 이후 현장 안전관리 보고서 확인

팝업 스토어 공사 현장 확인 사항



작업 중 상시 안전모 착용 지도



작업 전 안전 교육 시행

콘텐츠 및 서비스 품질 강화

SM엔터테인먼트는 설립 이래 한국 엔터테인먼트 산업과 K-POP 산업의 성장을 이끌어왔습니다. 독자적인 IP 개발 프로세스 및 멀티 프로덕션 시스템을 통해 아티스트의 특성을 고려한 다각화된 활동을 펼치고 있으며 음반, 공연, 글로벌 활동에서 성과를 내고 있습니다. SM엔터테인먼트는 앞으로도 음악에 대한 진정성을 토대로 콘텐츠 수준 향상을 위해 노력하겠습니다.

Lables 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. 2025년 2월, SM 창립 30주년 기념하여 전 세계 최초 K-POP 오케스트라 콘서트 'SM CLASSICS LIVE 2025'를 서울시립교향악단과 함께 개최했습니다.



Scream Records

SM엔터테인먼트 산하 Dance Music 레이블 Scream Records는 전자음악을 기반으로 아티스트 발굴, 기획, 제작부터 음반, 공연 제작까지 수행하는 멀티 장르 음악 콘텐츠 레이블입니다.



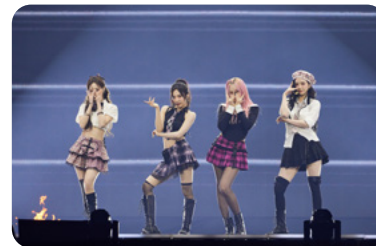
KRUCIALIZE

KRUCIALIZE는 트렌디하고 감성적인 컨템포러리 알앤비 장르를 선보이는 레이블로 알앤비 음악에 현대적 요소를 가미해 음악적 장르를 넓히고 있습니다. 2024년 첫 아티스트 민지운을 공개하며 본격적인 행보를 시작했습니다.

SM엔터테인먼트 30주년 기념 공연

SM엔터테인먼트는 창립 30주년을 기념한 'SMTOWN LIVE 2025' 서울 콘서트를 개최하였습니다. 'SMTOWN LIVE 2025 [THE CULTURE, THE FUTURE] in SEOUL'은 고척 스카이돔에서 2025년 1월 11-12일 양일 진행되었으며 강타, 보아, 동방신기, 슈퍼주니어, 소녀시대 효연, 샤이니 키·민호, EXO 수호·찬열, 레드벨벳, NCT 127, NCT DREAM, WayV, aespa, 라이즈, NCT WISH, 나이비스, 조미, 레이든 등 SM엔터테인먼트 소속 아티스트들을 비롯해, SM엔터테인먼트 산하 레이블 소속 아티스트와 연습생, 그리고 SMTOWN Family, SM엔터테인먼트가 제작에 참여한 영국 보이그룹 디어앨리스와 트로트 아이돌 마이트로 등 총 98인의 아티스트가 출연하였습니다. 지난 30년의 히스토리를 담은 선후배 아티스트의 합동 무대 등을 통해 세대를 초월한 명곡을 관객분들께 선사하였습니다. 그뿐만 아니라 앞으로 SM엔터테인먼트가 나아갈 비전을 함께 전달하여 앞으로도 음악을 통해 많은 이들의 일상에 함께할 SM엔터테인먼트의 포부와 다짐을 보여드리는 자리가 되었습니다.

또한 클래식 & 재즈 레이블 SM Classics의 첫 오케스트라 공연 'SM CLASSICS LIVE 2025 with 서울시립교향악단'을 통해 SM엔터테인먼트의 대표곡을 오케스트라 버전으로 편곡하여 시대와 장르를 초월한 음악적 조화를 관객분들께 선사하였습니다.



콘텐츠 및 서비스 품질 강화

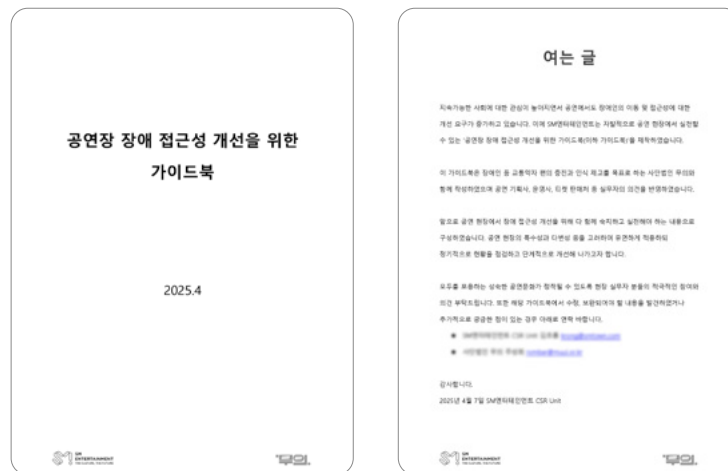
장애 접근성 개선

SM엔터테인먼트는 공연장을 찾는 장애인 관객을 대상으로 별도의 내부 기준에 따라 공연장 이용을 보조 및 안내하고 있습니다. 장애 접근성 관점에서 기존 기준을 개선하고자 2024년 하반기부터 장애 당사자 및 관련 단체와 전반적인 점검을 거쳐 체계화를 시작하였습니다. 장애인의 예매 경험, 사전 안내, 수어·문자 통역, 이동 지원 등 공연장에서 「장애 접근성 개선을 위한 가이드북」을 제작하였으며 가이드북은 예매처, 기획사, 운영사 등 주요 파트너사의 실무부서에 공유하여 내부 매뉴얼로 사용할 수 있도록 지원하였습니다. SM엔터테인먼트는 앞으로도 지속적인 점검과 개선을 거쳐 해당 내용을 보완해 나가겠습니다.

장애 접근성 개선 가이드북 제작 프로세스

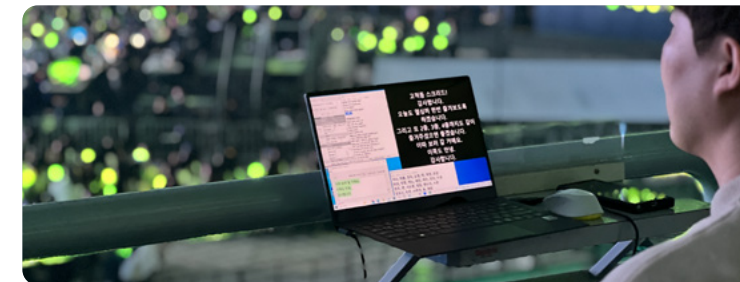


SM엔터테인먼트는 공연 접근성을 모두를 위한 환경, 평등한 기회, 함께 즐기는 문화로 규정하고 있습니다. 장애인 관객의 공연 접근성이 배려가 아닌 당연한 권리이자 문화 향유 기회로서 보장될 수 있도록 공연장 접근성 개선을 위한 가이드북을 구성하고 주요 파트너사 실무자를 대상으로 장애 접근성 교육을 실시하였습니다. 예매부터 공연장 퇴장까지 각 단계에서 준수하고 실천해야 하는 내용을 담았으며 앞으로 공연 현장에서 각 실무자가 숙지하여 적용해 나갈 예정입니다.

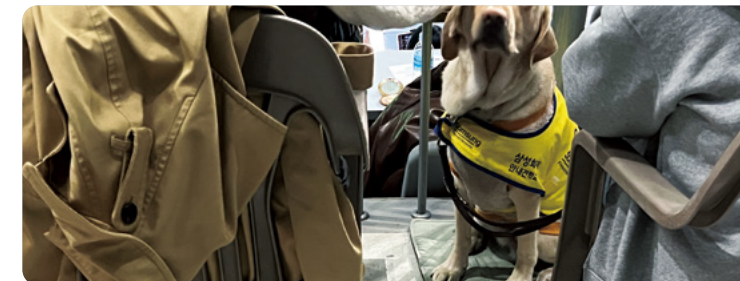


공연장 장애 접근성 개선을 위한 가이드북

장애 접근성 개선을 위한 주요 모니터링 활동



청각장애인을 위한 문자 통역 서비스를 제공하였으며 현장 인터넷, 전력 환경 등에 따른 주의 사항을 확인하여 가이드북에 반영하였습니다.



시각장애인 안내견의 공연 관람 환경을 확인하고 안내견의 컨디션 등에 따른 주의 사항을 확인하여 가이드북에 해당 내용을 기재하였습니다.



청각장애인을 위한 수어 통역 서비스를 제공하였으며 수어 통역사와 청각장애인의 위치, 보조 기구 등 세부 사항을 확인하여 체크리스트를 구성하였습니다.

인권보호

SM엔터테인먼트는 인권 존중 문화 아래 사업 전반에서 모든 이해관계자의 인권을 보호하고자 노력합니다. 국내법을 포함하여 인권과 노동에 관한 국제 가이드라인을 준수하고 그 안에 담긴 이상을 실천하기 위해 인권경영선언에 그 내용을 담았으며 인권경영 추진체계를 통해 실행하고 있습니다.

인권경영선언

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 원칙에 담겨 있는 이상을 실천하고 있습니다. 인권영향평가를 실시하고 리스크를 예방, 완화하기 위해 최선을 다하며, 인권 피해가 발생하는 경우 고충처리 프로세스에 따라 인권과 관련된 고충처리 및 구제를 실행하고 있습니다.

인권경영 선언문


SM엔터테인먼트는 SM 고유의 문화기술(Culture Technology)을 통한 최고의 문화 콘텐츠를 지속적으로 창출하여 대한민국과 문화 세계에 밝고 건강한 삶의 풍요롭게 만드는 데 기여하고자 합니다.

SM엔터테인먼트는 모든 법규와 시장질서를 존중하며 일직심, 소속 이직심 및 연공심, 협력사 등 모든 이해관계자들의 안전을 보호하고 존중하고자 2022년 유엔글로벌콤팩트(UNGC: United Nations Global Compact)에 가입했으며, 인권, 노동, 환경 개선, 반부패 활동에 관한 UNGC 10대 원칙을 지지합니다. 이외에도 SM엔터테인먼트는 유엔 기업과 인권 이행 지침(UN Guiding Principles on Business and Human Rights), ‘국제노동기구(International Labor Organization) 선언’ 등의 인권에 관한 국제적 원칙 또한 적극적으로 이행할 의사와 함께 있는 이상을 실천하기 위해 노력하고자 합니다.

이에 SM엔터테인먼트는 다음과 같이 인권경영선언문을 제정 및 공표하고, 이를 성실히 준수할 것을 천명합니다.

- 다양성 및 포용성**
SM엔터테인먼트는 인종, 국적 또는 출신지역, 민족, 종교, 성별, 연령, 성적지향, 정치적 견해 등을 이유로 어떠한 차별도 하지 않으며, 다양성, 평등, 포용성의 가치(Diversity, Equity, Inclusion)가 확산될 수 있도록 노력합니다.
- 강제노동 및 미성년자 고용 금지**
SM엔터테인먼트는 구성원과 자유의사에 반하는 비자발적 노동을 강요하지 아니하며, 원칙적으로 미성년자의 고용을 금지합니다. 합법적으로 미성년자를 고용하는 경우, 이들에게 법이 정한 기준 이상의 배려를 시행합니다. 나아가 SM엔터테인먼트는 소속 아티스트, 연습생의 연에 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 제품·서비스를 구매·이용하는 모든 고객의 인권을 존중하고 보호합니다.

2023년 6월 29일
SM Entertainment 대표이사 장정혁 *장정혁*



다양성 및 포용성

SM엔터테인먼트는 인종, 국적 또는 출신 지역, 민족, 종교, 성별, 연령, 성적지향, 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 아니하며, 원칙적으로 미성년자의 고용을 금지합니다. 합법적으로 미성년자를 고용하는 경우, 이들에게 법이 정한 기준 이상의 배려를 시행합니다. 나아가 SM엔터테인먼트는 소속 아티스트, 연습생의 연에 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.

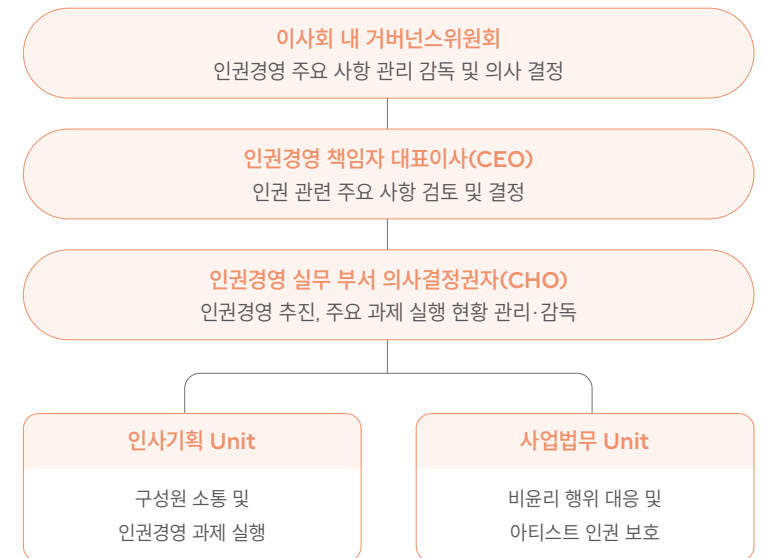
고객의 인권 보호

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

인권경영 추진체계

SM엔터테인먼트는 이사회 내 거버넌스위원회에서 인권경영과 관련된 건을 다루고 있습니다. 대표이사(CEO)는 인권경영 책임자의 역할을 수행하며, 인사 기획 Unit이 인권경영 실무부서로서 인권 존중 문화를 구축하고 인권 교육을 실시하며 관련 제도를 만들고 리스크에 대응하고 있습니다. 또한 매 분기 노사협의회를 운영하여 구성원과 소통하고 있습니다. 사업법무 Unit은 비윤리 행위에 대응하고 아티스트 인권 보호를 위한 업무를 수행합니다.

인권경영 의사결정 및 실행체계

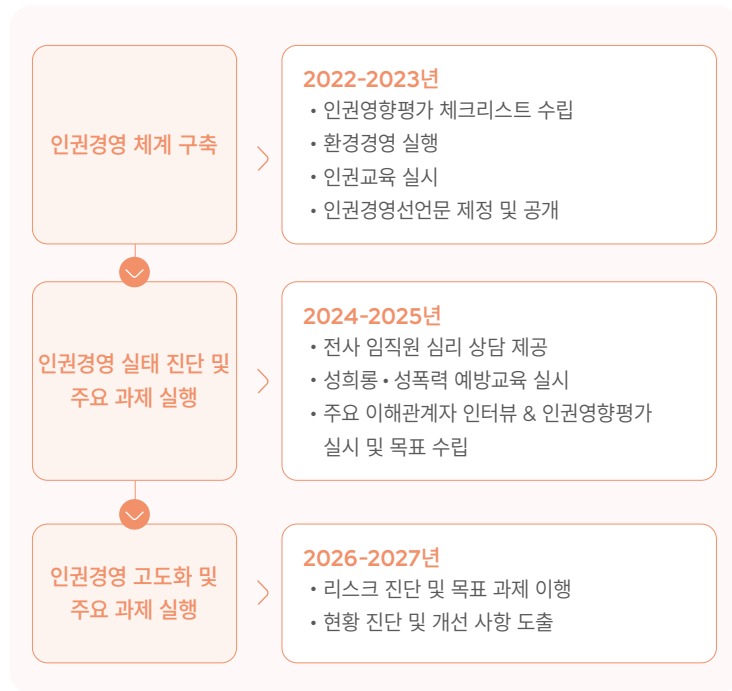


인권보호

인권경영 성과 및 중장기 목표

SM엔터테인먼트는 2022년 국가인권위원회 인권경영실사 시범 사업에 참여하였으며 2023년 인권경영 원칙을 제정, 「인권경영선언문」을 공개하였습니다. 2023년부터 전사 임직원 인권교육을 실시하고 인권 주제를 세분화하여 다양한 이슈에 대해 학습하고 인지할 수 있도록 지원하고 있습니다. 일부 직군에만 한정되던 심리 상담을 2024년부터 전사 임직원을 대상으로 제공하고 있으며 2025년에는 성희롱·성폭력 예방 교육 및 내부 이해관계자 인권 감수성 향상을 위한 프로그램을 도입하였습니다.

인권경영 성과 및 중장기 목표



인권영향평가

실시 배경 및 과정

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 이행을 점검하였으며, 2024년 12월 기준 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. SM엔터테인먼트는 인권영향평가 내용 및 인권경영 로드맵을 바탕으로 회사의 윤리적이고 인권 친화적인 경영환경 및 조직문화를 구축하기 위해 노력하고 있습니다.

인권영향평가 프로세스



인권영향평가 결과

SM엔터테인먼트는 잠재적 인권 이슈를 식별하기 위해 인권영향평가 체크리스트 결과와 주요 이해관계자 대상 인권 실태조사 결과 분석 등을 통해 2024 인권경영 개선과제를 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. SM엔터테인먼트는 도출된 과제를 단계적으로 실행하여 인권 존중 문화를 내재화하고 발전시켜 나가겠습니다.

SM엔터테인먼트 인권경영 로드맵

기간	내용
단기 (2025-2026년)	<ul style="list-style-type: none"> 인권정책 제정 등 문서화 인권경영 교육 세분화 인권경영 전담 부서 설치 인권신고 접수 채널 분리 운영
중기 (2027-2029년)	<ul style="list-style-type: none"> 인권선언문 및 정책 다국어 제공 구제 절차 매뉴얼 수립 임직원 근로환경 개선 협력사 대상 인권경영 체계 구축
장기 (2030년 이후)	<ul style="list-style-type: none"> 인권 구제시스템 고도화 환경권 보장 노력 강화

인권보호

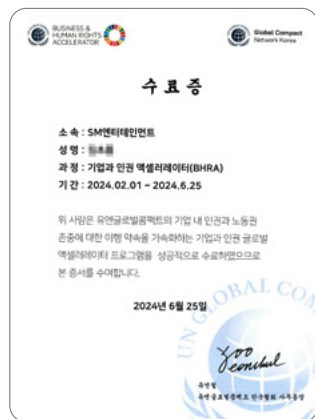
임직원 인권 교육 현황

SM엔터테인먼트는 전체 임직원을 대상으로 인권 교육을 실시하며 모든 인원이 수료할 수 있도록 적극적으로 독려하고 있습니다. 더불어 2025년 상반기에는 조직 내 성희롱을 예방하고 모든 구성원이 서로 안전하고 존중받는 근무 환경을 조성하기 위해 전체 임직원을 대상으로 '직장 내 성희롱 예방 및 성인지 감수성 향상' 오프라인 교육을 시행할 예정입니다.

단위 : 명(%)

교육명	이수자 및 이수율		
	2022년	2023년	2024년
인권경영 교육	591(100)	672(100)	799(100)
직장내 괴롭힘방지 교육	591(100)	709(100)	799(100)
직장내 성희롱예방	591(100)	709(100)	799(100)
장애인 인식 개선 교육	591(100)	709(100)	799(100)
개인정보 취급자 교육	591(100)	709(100)	799(100)

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



2024 유엔글로벌콤팩트 <기업과 인권 글로벌 액셀러레이터 프로그램> 수료

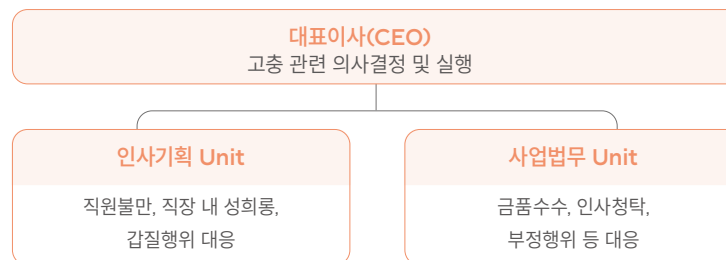
고충제보 채널

SM엔터테인먼트는 인권과 관련된 고충처리 및 구제를 위해 관련 정책을 수립하고 프로세스를 구축하여 실행하고 있습니다. 금품수수, 인사 청탁, 부정행위, 직원불만, 직장 내 성희롱, 갑질 행위 등에 대해 익명으로 문제 제기를 할 수 있으며, 접수된 사안은 인사기획 Unit, 사업법무 Unit에서 절차에 따라 조사하고 관련 조치를 하고 있습니다.

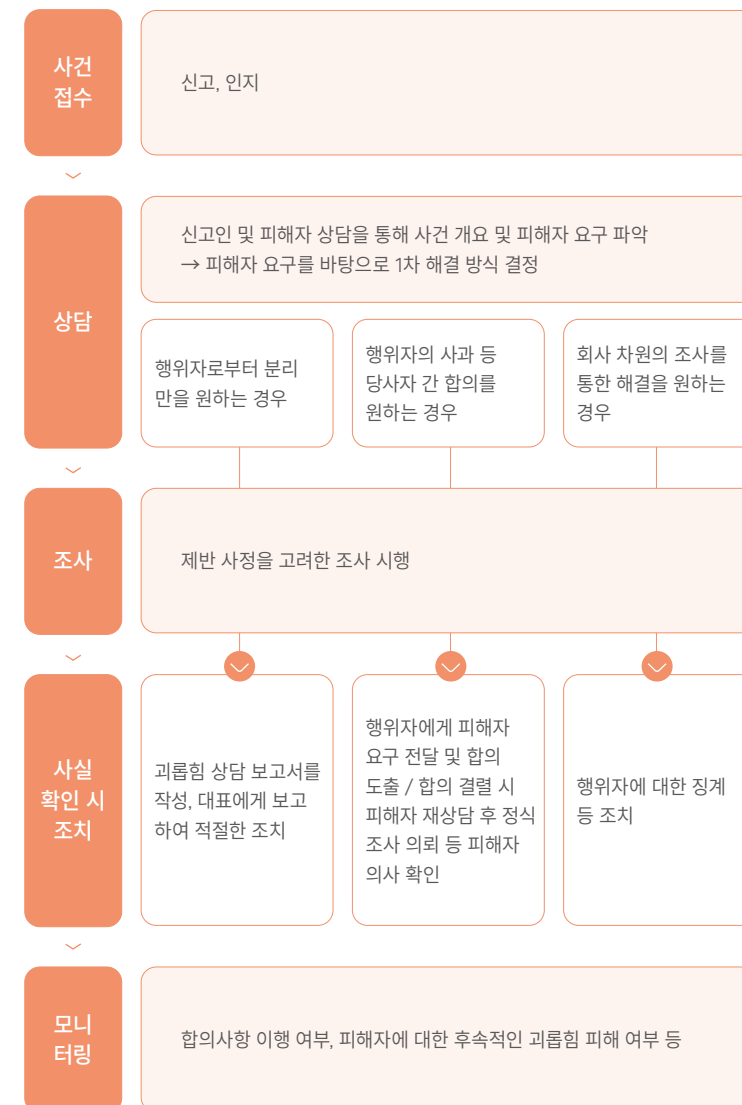
고충제보 채널

고충 상담 접수	https://www.smentertainment.com/contact/report/
접수방식	위 신고처에서 게시글 작성시 관련 정보는 비식별 처리된 후 사내 고충상담 담당자 메일로 수신됨
담당 부서	인사기획 Unit 직원불만, 직장내 성희롱, 갑질행위 (singo@smtown.com)
	사업법무 Unit 금품수수, 인사청탁, 부정행위 등 기타 (compliance@smtown.com)

고충처리 의사결정 체계



고충처리 프로세스

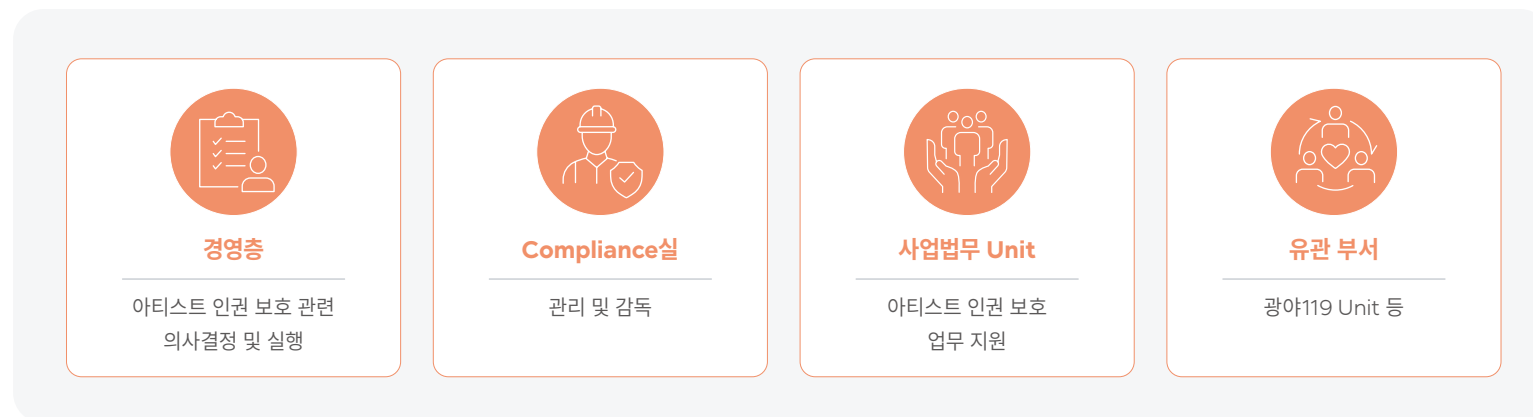


인권보호

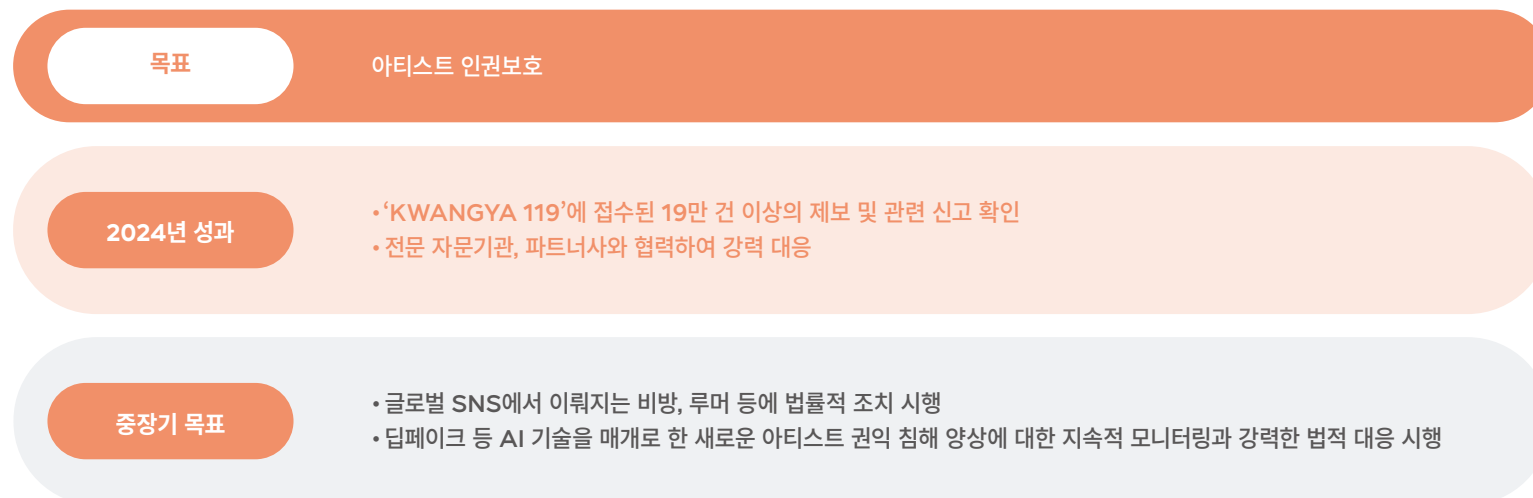
아티스트 인권 보호 조치

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 이슈는 그 형태가 다양화되고 심화함에 따라 회사는 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.

아티스트 인권 보호 의사결정 체계



아티스트 인권보호 주요 성과 및 계획



인권보호

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 시스템하에서 미래의 아티스트로 성장하고 있습니다.

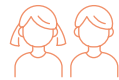
연습생 학습권 보장

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.



트레이닝

- 보컬, 댄스, 랩
- 연기
- 언어



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 소감

인권보호

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 2-300여 명이 오디션에 참여하고 있습니다. 특히 SM WEEKLY AUDITION에는 성별, 국적 제한 없이 누구나 지원이 가능합니다. SM엔터테인먼트가 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.

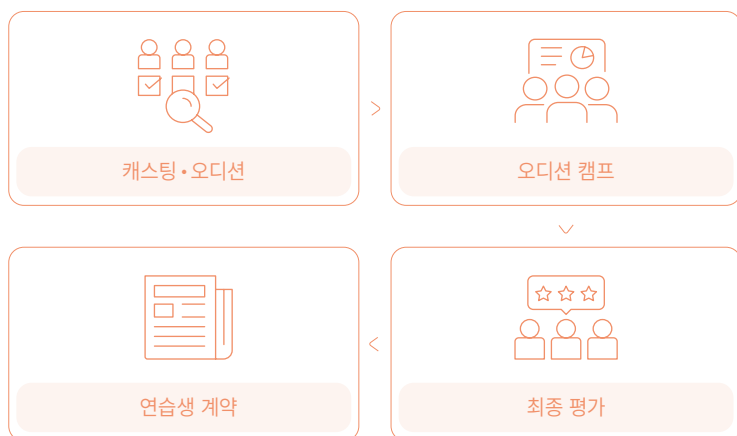
이 외에도 중등교육, 인문·공익 교육 등의 프로그램을 적기에 제공하며 자사 아티스트의 공연장을 방문하는 현장 학습도 진행되고 있습니다. 연습생 평가 시스템을 거쳐 선발된 일부 인원은 무대에 서거나 해외 워크숍에 참여합니다.

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 준비를 시작하게 됩니다. 같은 팀의 후보로 선정된 동료 연습생과의 MT, 워크숍을 통해 팀워크를 다지기도 합니다. 성공적인 데뷔 무대를 위해 연습 과정 동안 든든한 지원을 아끼지 않습니다.



연습생 선발 과정



연습생 워크숍 현장



SMTR25 공연

인권보호

연습생 인권보호

SM엔터테인먼트는 2022년 국가인권위원회 인권경영 시범 사업 참여 결과 도출된 인권경영 체크리스트의 '아동, 청소년 인권'에 해당하는 노동권, 생존권, 보호권, 참여권, 학습권을 준수하고 실천하며 매해 그 내용을 검토하여 개선하고 있습니다.

2024년에는 외부 기관을 통해 인권영향평가를 시행하여 인권보호 상황을 점검하고 개선 과제를 도출하였습니다.

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.

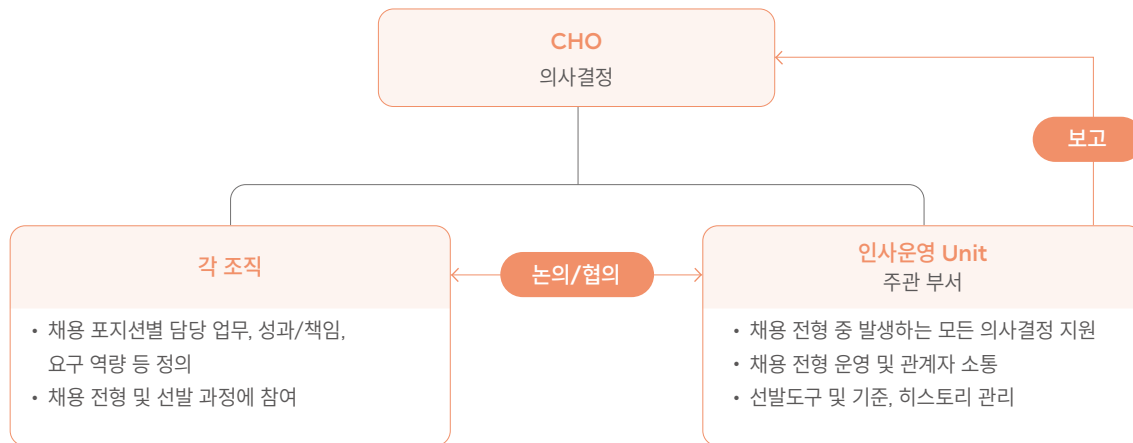
인재경영

SM엔터테인먼트는 다양한 문화적 배경의 지원자를 존중하며, 투명하고 공정한 채용 문화를 만들어 나가고 있습니다. 2024년 3월 대대적으로 채용 시스템을 개선하여 객관적인 평가와 기록을 관리 할 수 있게 하였습니다. 현직자 인터뷰 콘텐츠 제작, 채용 사이트 리뉴얼, 지원자 안내 메시지 개선 등 지원자 중심의 채용 환경을 조성하고자 노력하고 있습니다. 그 외에도 채용 채널을 다각화하여 지원자와 소통을 활성화하는 데에 힘쓰고 있습니다. SM엔터테인먼트는 앞으로도 열린 채용 문화를 기반으로 다양한 인재들이 역량을 발휘할 수 있도록 최선을 다하겠습니다.

인재채용

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

채용 의사결정 체계



채용 비전

Culture

PASSION

업무에 몰입도를 높여 가능성 그 이상에 도달합니다.

CHALLENGE

적극적이고 진취적인 자세로 성장을 통해 성취의 여정을 함께합니다.

COMMUNICATION

열린 마음으로 상대를 이해하고 전 세계가 공감하는 문화를 실현시킵니다.

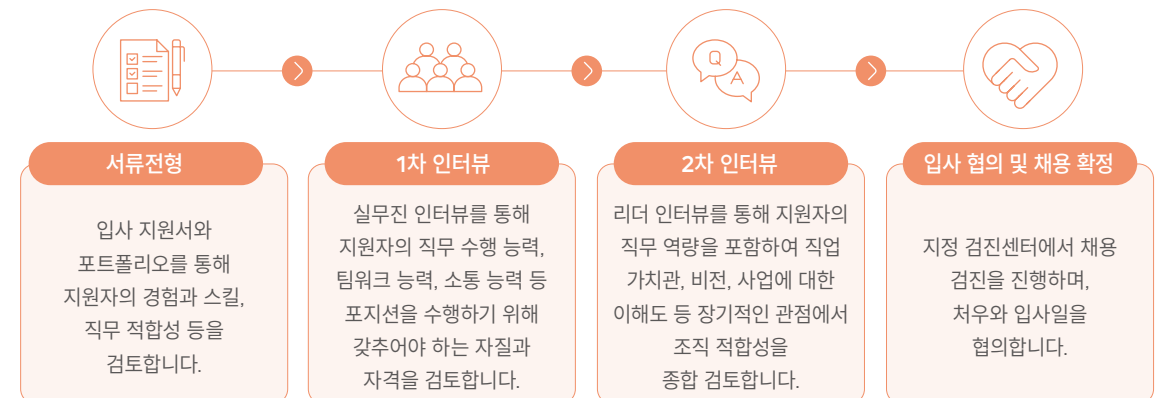
People

도달할 수 있는 목표 보다 더 높은 성취를 위해 언제나 열린 마음으로 다양한 문화를 포용하며 기존과 다른 새로운 방식으로 용기 있게 도전하는 사람

Action

- 01 주인의식을 가지고 업무를 수행하며 이를 통해 나의 성장도 추구합니다.
- 02 진취적이고 적극적인 자세로 가능한 높은 목표를 구체적으로 세웁니다.
- 03 다양한 의견과 문화를 열린 마음으로 받아들이고 전 세계와 소통합니다.

채용 프로세스



인재경영

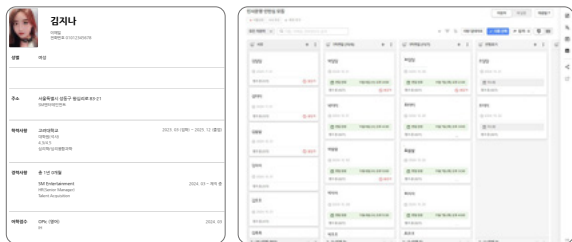
지원자 중심의 채용 시스템 개선

01

투명하고 체계적인 채용을 위한 채용 시스템 도입



SM엔터테인먼트는 2024년 상반기, 지원자의 접근성과 편의성을 고려하여 채용 시스템을 개선하였습니다. 지원자의 개인 정보 관리를 강화하였으며 지원자가 입사지원서 작성부터 각 채용 전형 단계에서 더 나은 채용 경험을 할 수 있도록 시스템을 설계했습니다. 관리부서 또한 채용 기록 및 평가 기준 관리를 강화하여 보다 투명하고 객관적인 채용을 진행할 수 있게 하였습니다.

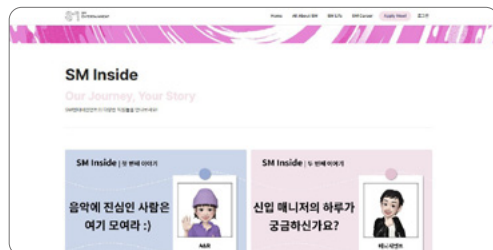
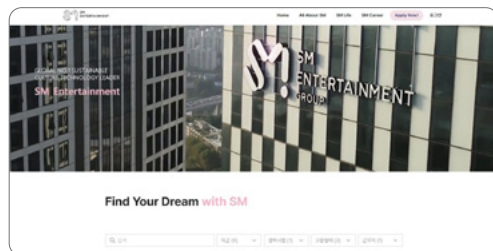


02

공식 채용 홈페이지 리뉴얼



공식 채용 홈페이지 또한 리뉴얼하여 양질의 채용 정보를 제공하고 지원자 편의성과 가시성을 개선하였습니다. 현직자 인터뷰 콘텐츠를 제작하여 지원자가 직무 정보 및 채용에 대한 구체적인 정보를 파악할 수 있도록 하였습니다.

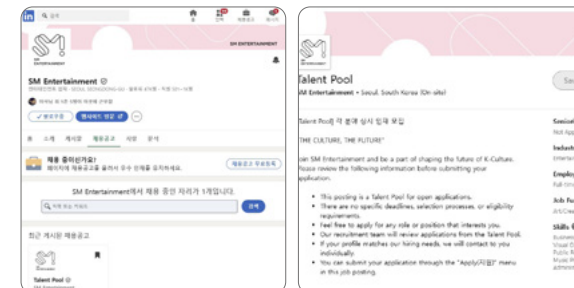


03

인재 확보를 위한 채용 채널 확대



SM엔터테인먼트는 다양한 국가와 분야의 인재를 채용하기 위해 채용 채널을 확대하고 있습니다. 다이렉트 소싱 방식을 도입하여 인재에게 먼저 다가가는 적극적 채용을 운영하고 있으며, 앞으로도 채용 플랫폼 활용을 강화할 예정입니다.



인재경영

지원자 중심의 채용 시스템 개선

04

지원자와 소통 강화



2024년 11월 연세대학교 외국인 유학생을 대상으로 취업 준비 특강을 진행하였으며, 캠퍼스 채용 설명회에 참여하여 예비 지원자를 대상으로 취업 정보를 제공하고 직무 컨설팅을 진행했습니다.

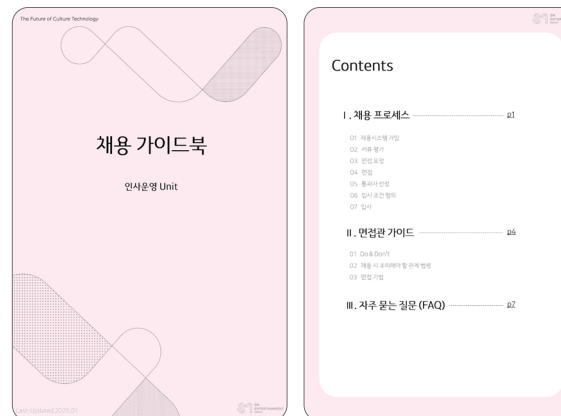


05

채용 가이드북 제작



공정하고 객관적인 채용을 위해 면접관을 대상으로 채용 가이드북을 제작하고 배포하였습니다. 본문에는 채용 절차 공정화에 대한 법률, 개인정보보호법 준수를 위한 지침 등을 수록하여 투명하고 공정하며 올바른 채용이 진행될 수 있도록 하였습니다.



콘텐츠로 알아보는 SM엔터테인먼트



EBS 펭수 회사간다 (SM엔터테인먼트 편)



유튜브 썸플리 - 엔터셀 (SM엔터테인먼트 편)

인재경영

채용 및 근속

2024년 12월 기준 SM엔터테인먼트의 임직원은 723명이며 작년 대비 4% 증가하였습니다. 2024년 12월 기준 여성 임직원은 510명으로 전체 임직원의 70.5%입니다. SM엔터테인먼트는 2021년부터 장애인 운동선수를 직원으로 채용하여 장애인의 의무 고용률을 충족하고 있습니다. 또한 글로벌 무대에서 활약하는 엔터테인먼트 업계 특성을 고려하여 여러 국가의 인재를 채용하기 위해 노력하고 있습니다.

전체 임직원 현황

단위 : 명(%)

구분		2022년	2023년	2024년
전체 임직원 수*		581(100)	695(100)	723(100)
연령별	만 30세 미만	246(42.3)	281(40.4)	260(36.0)
	만 30세 이상 50세 미만	320(55.1)	407(58.6)	449(62.1)
	만 50세 이상	15(2.6)	7(1.0)	14(1.9)
고용형태별	정규직	561(96.6)	672(96.7)	702(97.1)
	비정규직**	20(3.4)	23(3.3)	21(2.9)

*전체 임직원 수는 등기이사를 제외한 숫자입니다.

**비정규직 인원은 계약직, 인턴, 파트타이머를 포함합니다.

여성 임직원 현황

단위 : 명(%)

구분		2022년	2023년	2024년
전체 여성		383(66)	489(70.4)	510(70.5)
성비균형	관리직 여성*	41(45)	46(52.6)	55(46.6)
	임원직 여성	5(25)	7(30.4)	6(26.1)
	매출 발생 부서 여성**	278(67)	353(71.2)	367(69.9)
	신규 채용 여성	120(74)	206(75.5)	152(73.4)

*관리직 여성은 여성 직책자 전원입니다.

**매출 발생 부서는 매니지먼트, 프로듀싱, 마케팅, 디자인 등 주요 비즈니스 관련 부서를 뜻합니다.

채용·이직·근속 현황

단위 : 명(%)

구분		단위	2022년	2023년	2024년
채용	신규 입사자*	명	163	273	207
	이직	명	105	97	121
근속	자발적 이직률**	%	20.1	16.7	17
	임직원	년	4.2	3.9	4.1
	남성	년	5.3	5.5***	5.5
	여성	년	3.6	3.3	3.5

*신규 입사자는 계약직(인턴 등), 장애인 운동선수를 포함합니다.

**자발적 이직률 산정방식 : 당해연도 자발적 이직자 수 / 직전연도 총 직원 수

***사업보고서 기준 기입하여 2023년 수치 변화가 발생했습니다.

임직원 다양성 현황

단위 : 명(%)

구분		2022년	2023년	2024년
전체 임직원 수		581	695	723
성별	남성	198(34.1)	206(29.6)	213(29.5)
	여성	383(65.9)	489(70.4)	510(70.5)
장애인	장애인*	9(1.5)	10(1.4)	11(1.5)
국가보훈자	국가보훈자	3(0.5)	3(0.4)	3(0.4)
국가/지역별	전체외국인	23(4)	20(2.9)	20(2.8)
	중국	11(1.9)	10(1.4)	9(1.2)
	대만	4(0.7)	3(0.4)	3(0.4)
	미국	5(0.9)	4(0.6)	5(0.7)
	캐나다	2(0.3)	1(0.1)	1(0.1)
	튀니지	1(0.2)	0(0)	0(0)
	말레이시아			1(0.1)
태국			1(0.1)	1(0.1)

*중증 장애인 운동선수(태권도, 탁구, 수영 등) 11명 고용

인재경영

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 지원제도란 회사가 어린이집과 위탁계약을 체결하여 SM엔터테인먼트 임직원 자녀의 보육을 지원하는 제도입니다. 0-5세 자녀를 둔 임직원에게 지원해 드리고 있으며 매년 정부 공시에 따라 법정 보육료 지원 단가의 50%를 지원합니다.

공정한 인사평가

성과(업적) 평가

SM엔터테인먼트는 구성원의 성장과 생애 경쟁력 확보 관점에서 다양한 평가와 보상 제도를 운영하고 있습니다. 시시각각 변화하는 트렌드와 마켓을 읽고 가치를 창출해 내는 역동적인 문화산업의 특성을 고려하여 구성원이 능동적으로 업무의 방향성을 수립하고 성과를 창출하는 것을 지향하고 있습니다. 본인이 이룬 성과에 대해 스스로 리뷰하고 조직의 방향성과 동일하게 업무를 수행할 수 있도록 연간 1회의 성과(업적) 평가를 진행합니다. 또한 평가에서 발생할 수 있는 왜곡 및 오류를 최소화하고 충분한 피드백이 이뤄질 수 있도록 지속적으로 제도를 점검, 개선하고 있습니다.

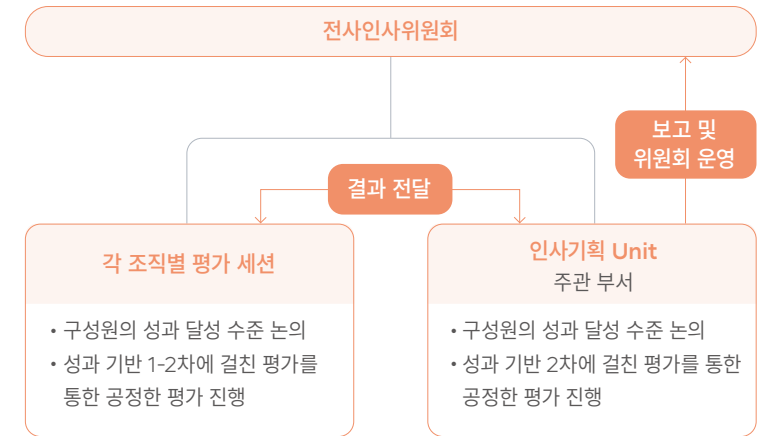
역량 진단

SM엔터테인먼트는 구성원 한 명 한 명의 역량이 모여 회사 전체의 경쟁력이 되는 점을 인지하고 있으며 장기적 관점에서 구성원의 성장과 생애 경쟁력 확보를 위해 역량 진단을 진행하고 있습니다. 개인 직무별로 요구되는 역량을 사전 설정하고 본인 및 직책자의 역량 진단을 통해 개선이 필요한 점을 도출하여 조직의 전략 방향 및 성과 향상에 기여하는 맞춤형 교육을 제공하는 등 구성원의 성장을 위해 노력하고 있습니다.

직책자 다면리뷰

SM엔터테인먼트는 직책자 리더십을 보다 건전한 방향으로 향상시키기 위하여 다면리뷰를 실시하고 있습니다. 이를 통해 공정성과 객관성을 제고하고, 리더십 역량 평가를 위한 피드백 자료로 활용하고 있습니다.

평가 의사결정 체계



인사평가 현황

구분		2022년	2023년	2024년
		인원	인원	인원
평가 대상자*	전체	449	583	634
평가를 받은 임직원 수	전체	449	583	634
평가를 받은 임직원 비율(%)	전체	100	100	100
직원 범주	임원	8	9	9
	직원	441	574	625
성별	남성	159	173	192
	여성	290	410	442

*입사 후 3개월이 지나지 않은 입사자 또는 수습이 만료되지 않은 직원, 6개월 이상 장기 휴직자, 퇴직 예정자는 인사평가 대상자에 포함되지 않습니다.

인재경영

보상제도

SM엔터테인먼트는 총 보상(Total Reward) 관점에서 역량과 업적에 따라 공정하고 경쟁력 있는 보상 제도를 운영하고 있습니다. 성과 평가에 따라 연봉을 책정하며 전사 경영 성과를 구성원과 공유하는 차원에서 경영 실적에 따른 성과 인센티브를 지급합니다. 이 밖에도 구성원이 업무에 몰입할 수 있도록 다양한 복리후생제도를 운영하고 있으며 구성원이 최선의 역량을 발휘할 수 있도록 다방면으로 지원하고 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

일하기 좋은 일터

SM엔터테인먼트는 임직원의 전문성과 역량을 향상하고 일과 삶의 균형을 유지하며, 이를 기반으로 함께 성장하는 건강한 조직문화를 만들고자 합니다. 이를 위해 다양한 직급 직무에 계신 여러 구성원을 찾아 인터뷰를 진행하였으며 구성원 의견을 기반으로 다양한 교육 프로그램을 기획 및 운영하고 있습니다. 이를 통해 직원들이 필요로 하는 교육의 기회를 제공하여 지속적인 성장을 지원하고 있습니다.

구성원 역량 개발을 위한 교육 프로그램



신규 입사자
온보딩 교육



1차 조직장 대상
리더십 교육



자기 주도적 성장을 위한
온라인 교육



직무 역량 향상을
위한 사외 교육 지원



사내 직무 특강 실시

직원별 평균 연간 교육 시간 및 비용

구분		2022년	2023년	2024년
연간 교육시간*	단위 : 시간	18.4	17.4	24.6
연간 교육비	단위 : 만원	17.4	6.7	13.5
성별	남성(%)	19.8	17.8	22.2
	여성(%)	18.0	17.2	20.7
직원 유형별	임원(%)	17.0	8.6	12.8
	직원(%)	18.5	17.5	21.1

*사내 교육 프로그램 시간을 기반으로 산출 되었으며, 개별 및 외부 교육은 제외하였습니다.

교육과정별 수강인원*

단위 : 명

교육과정	연도별 수강인원			
	2022년	2023년	2024년	
직무 교육	48	49	127	
1차 조직장 대상 리더십 교육	-	-	68	
신규 입사자 온보딩 교육	-	-	18	
준법, 윤리 교육	591	663	799	
인권경영 교육	591	672	799	
채용시 산업안전보건교육	197	282	176	
산업안전보건 직무교육	1	1	1	
정기산업안전보건교육**	1분기	508	601	709
	2분기	526	638	
	3분기	545	670	727
	4분기	591	672	
필수 법정교육	591	722	799	
내부회계관리제도	194	373	367	

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

**2024년부터 개정된 산업안전보건법 시행규칙에 따라 반기별 시행하고 있습니다.

인재경영

구성원의 성장을 위한 교육 프로그램

신규 입사자 온보딩 프로세스 정립

신규 입사자의 원활한 적응을 돕기 위해 체계적인 온보딩 프로세스를 구축하였습니다. 온보딩 과정은 입사 후 3개월간 진행되며 전체적인 만족도가 4.9/5.0으로 높은 수준을 달성하였습니다.

웰컴 키트 제공

신규 입사자에게 꼭 필요한 물품과 함께 자사 아티스트의 환영 인사말 제공

공통 입문 교육

회사생활의 이해, 사옥 투어, 조직의 이해, 생활 안내 및 동기애 형성을 위한 네트워킹 진행

신입 입문 교육

담당급을 대상으로 비즈니스 매너, 비즈니스 커뮤니케이션, 업무 관리 등을 포함한 실무 중심 교육 진행

소프트 랜딩 미션

신규 입사자가 조직에 자연스럽게 적응할 수 있도록 적응 미션을 운영하며 소프트랜딩 종료 시점에 MD 증명 및 축하 파티 진행

신규 입사자 가이드

신규 입사자들이 필요한 정보를 쉽게 확인할 수 있도록 가이드 페이지 제공

자기 주도적 성장을 위한 온라인 교육

한국산업인력공단과의 협업을 통해 HRDFLEX 프로그램을 도입하였습니다. 자기 개발 및 직무 역량 향상을 지원하는 교육 플랫폼으로 12,000여 개의 전문 온라인 콘텐츠를 이용할 수 있습니다. 워크 스마트, OA 스킬, 산업 트렌드, 인문 교양뿐만 아니라 경영 관리, 전략 기획 등 직무 역량과 리더십 및 MBA 과정까지 폭넓은 교육을 제공합니다.

직무역량 향상을 위한 사외 교육 지원

구성원의 직무 역량 향상 및 직무 전문가로의 성장을 위한 사외 교육 프로그램을 부서장의 재량에 따라 필요시 적극 지원하고 있습니다.



신규 입사자 온보딩 교육 현장



1차 조직장 리더십 교육 현장

1차 조직장 대상 리더십 교육

1차 조직장을 대상으로 조직장의 역할과 책임에 대한 리더십 교육을 진행하였습니다.



교육 대상자

1차 조직장 **68명**
(전체 1차 조직장의 98%)



교육 주제

조직장의 역할, 성과를 이끄는 조직장의 소통



만족도

4.7 / 5.0

사내 직무 특강 실시

최신 비즈니스 트렌드에 맞춰 사외 인사를 모시고 특강을 진행하고 있습니다. 2024년도의 경우 최근 화두가 되는 AI 관련 분야 석학을 모시고 조직장을 대상으로 하는 특강을 실시하였습니다.



인재경영

복리후생 제도 및 노사 소통

SM엔터테인먼트는 임직원의 창의성과 몰입을 높이고 일과 생활의 균형을 지원하기 위해 다양한 복리후생 제도를 운영하고 있습니다. 구성원의 의견을 반영한 복리후생 제도를 통해 활기차고 즐거움을 느낄 수 있는 근무 환경을 조성하고 있습니다.

심리 상담 지원 (마음토닥 서비스)

24년 하반기부터 일부 직무 임직원을 대상으로 지원하던 심리 상담을 직무 구분 없이 모든 임직원에게 지원하는 것으로 확대 개편하였습니다. 일과 삶에서 겪는 심리적 어려움을 전문가의 도움을 받아 건강하게 대처하도록 지원함으로써 정서적 안정을 찾고, 더 나은 조직 생활과 개인 성장을 할 수 있도록 도움을 제공합니다.

원픽 기념일 지원 제도

임직원들이 각자의 소중한 분께 회사가 준비한 꽃바구니 또는 과일 패키지를 선물할 수 있는 '원픽기념일' 제도를 2024년 1월부터 시행하였습니다. 어버이날에는 부모님께 카네이션 꽃바구니를, 특별한 기념일에는 소중한 인연에게 과일 패키지를 선물하는 등 많은 임직원이 제도를 적극적으로 활용하고 있습니다.

중식비, 사내카페 포인트 상향 지원

'CEO와 함께하는 오픈토크' 등 다양한 경로를 통해 임직원들의 복리후생에 대한 의견을 수렴하였으며, 이를 반영하여 2024년부터 중식비 및 사내 카페 포인트를 상향 지원하였습니다.

복리후생 제도

Life Care

- 문화 공연 관람, 음악 구독, 도서 구매 지원
- 원픽 기념일 지원
- 중식비 · 사내 카페 · 간식 지원
- 생일 · 명절 선물
- 동호회 활동 지원
- 야근 식대 · 이동 지원

Health Care

- 단체상해보험
- 예방 접종 지원
- 의료진 건강상담
- 심리 상담 프로그램
- 종합건강검진
- 다양한 휴게공간

Family Care

- 경조사 지원
- 생활 안정 대여금 지원
- 자녀 학자금 지원
- 자녀 위탁 보육 지원

SM Exclusive

- 장기 근속 포상
- 밉글링데이
- 포토부스

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	
정기 회의 연도별 진행 이력	2022년	총 4회(분기별 1회)
	2023년	총 4회(분기별 1회)
	2024년	총 4회(분기별 1회)

밉글링데이

밉글링데이는 회사의 비전과 가치를 공유하고 임직원 간의 소통과 협업을 촉진하기 위해 2023년 기획되었으며, SM엔터테인먼트의 대표 조직문화 프로그램으로 자리매김하였습니다. CEO와 함께하는 오픈토크를 통해 경영진과 직원 간의 직접적인 소통을 강화하고, 임직원들이 회사의 방향성과 목표를 이해할 수 있도록 합니다. 또한 다양한 참여 이벤트를 통해 직원들의 참여를 유도하고, 활발한 소통을 통하여 조직문화의 긍정적인 변화를 도모합니다.

CEO와 함께하는 오픈 토크

분기별 실적 발표일에 진행하여 회사의 성과와 계획을 공유하고, 주요 회사 소식을 임직원에게 가장 먼저 전합니다. 이를 통해 경영진과 직원 간의 신뢰를 구축하고, 투명한 소통을 촉진합니다.

임직원 참여 이벤트

임직원들이 함께 공감을 나눌 수 있도록 시기별 의미를 담은 이벤트를 기획, 운영하고 있습니다. 업무에서 벗어나 스트레스를 풀고 화합을 도모할 기회를 제공하고 부서 간 경계를 허물고 활발히 소통이 이루어지는 시간을 마련합니다. 행사 후 임직원들의 의견을 수렴하여 개선 사항을 도출하고, 지속적인 발전을 하기 위해 노력하고 있습니다. SM엔터테인먼트는 임직원들이 함께 성장하고, 회사의 비전과 가치를 공유하는 긍정적인 조직 문화를 지속적으로 발전시켜 나갈 것입니다.

정보보안 강화

SM엔터테인먼트는 정보보호 관련 법 및 규정을 준수하고 회사와 임직원, 아티스트, 고객의 정보를 보호하기 위해 노력하고 있습니다. 2024년 전담 부서인 기술정보위원회를 신설하였으며 최고 수준의 보안 체계를 운영하며 이해관계자의 개인정보를 안전하게 보호하기 위해 최선을 다할 것입니다.

개인정보보호원칙

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.

개인정보보호원칙



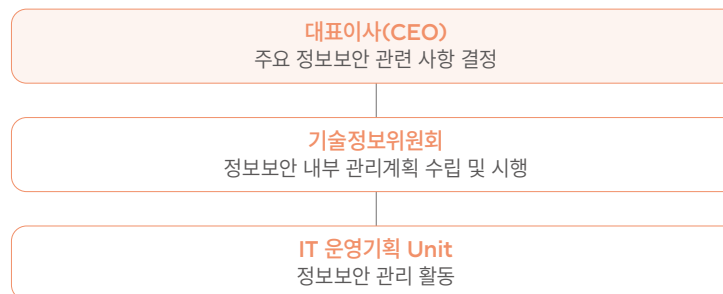
개인정보보호원칙

정보보호 의사결정 체계

SM엔터테인먼트는 개인정보 보호 업무를 체계적으로 운영하기 위하여 2024년 기술정보위원회를 신설하여 해당 업무를 전담하고 있습니다. 개인정보 내부 관리계획에 개인정보보호 조직의 구성 및 운영을 명시하고 있으며 고객 및 임직원의 개인정보를 포함하여 개인정보보호 업무를 총괄하고 있습니다.

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

정보보호 의사결정 및 실행체계



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.

개인정보 보호 운영 원칙



개인정보는 적법한 절차에 따라 보호 및 관리되며, 안전한 보안 조치를 적용합니다.



모든 개인정보 취급자는 개인정보 침해 행위를 신고하고, 조사 지원 및 대응에 적극 참여해야 합니다.



개인정보 보호 활동(정기 교육, 캠페인 등)을 시행하여 임직원의 개인정보 보호 의식을 강화합니다.



개인정보 처리 실태를 정기적으로 점검하고, 보호 수준을 지속적으로 개선합니다.



정보보안 강화

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.

정보보호 교육 현황

단위 : 명(%)

교육 내용	이수자 및 이수율*		
	2022년	2023년	2024년
정보보호 관련 수칙, 사례, 리스크 대응 및 예방법	591(100)	709(100)	799(100)

*교육 당시 재직 임직원 수 기준이며 연말 재직자 수와 차이가 있을 수 있습니다.

정보보호 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 감사 및 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
서버 보안 점검	서버의 보안 설정을 검토하고, 최신 보안 패치를 적용하여 시스템 안정성 및 보안성을 강화

주요 정보보호 활동

보안 인프라 및 시스템 강화	보안 프로그램 개선, 서버 보안 점검, 무선 네트워크 보안 정책 강화
임직원 보안 교육 및 인식 개선	개인정보 보호 및 정보보안 교육(연 1회), 생성형 AI 서비스 사용 주의 공지 및 가이드
보안 모니터링 및 대응 체계 고도화	설 명절 PC OFF 캠페인, 보안 솔루션 알림 분석 및 대응

정보보호 투자

SM엔터테인먼트는 이용자의 안전한 인터넷 이용 및 정보보호 투자 활성화를 위하여 정보보호 투자, 인력, 인증, 활동 등 기업의 정보보호 현황을 공개하며 공시하고 있습니다. 이를 통해 이용자의 알 권리를 보장하고자 합니다. 2024년 정보보호 역량 강화를 위해 정보보호 관련 투자를 실행하였으며 단계적으로 정보보호 투자율을 늘려갈 계획입니다.

정보보호 단기 계획

보안 점검 및 감사 확대	<ul style="list-style-type: none"> 내부 시스템 및 서버 보안 점검 주기적 실시 및 강화 정보 자산 보호 조치 지속적 개선
보안 프로그램 고도화	<ul style="list-style-type: none"> 최신 보안 솔루션 도입 및 운영 정책 검토 사용자 PC 보안 강화
임직원 정보보호 교육 확대	<ul style="list-style-type: none"> 개인정보 보호 및 사이버 보안 인식 제고 목적 연간 교육 프로그램 체계적 운영 교육 이수 현장 모니터링 및 환경 개선 관리 조직 보고 체계 강화
AI 보안 정책 수립	<ul style="list-style-type: none"> 생성형 AI 사용 가이드라인 구체화, 다양화 통해 내부 정보 유출 예방

공급망 관리 및 동반성장

SM엔터테인먼트는 「윤리규범」에 공정경쟁과 공정거래를 명시하고 있습니다. 공정하고 자유로운 시장경제 질서를 존중하여 다른 사업자들과 정당하게 경쟁하고, 사업 파트너와 공정한 거래를 통해 상호 신뢰와 협력 관계를 구축함으로써 공동의 발전을 추구하며, 부당한 행위를 강요하거나 영향력을 행사하지 않습니다. SM엔터테인먼트는 앞으로도 관련 법령을 준수하며 협력사와의 거래 전반에 있어 투명성과 공정성을 확보하여 동반성장을 위해 노력하겠습니다.

동반성장기반 확립

SM엔터테인먼트는 협력사들과의 긴밀한 소통과 협력을 통해 지속가능경영을 실천하고 있습니다. 특히 한 차원 높은 글로벌 기업으로 성장하기 위해 중소기업 및 글로벌 기업 등 다양한 분야의 협력사들과 시너지를 창출하고자 노력하고 있습니다. 이를 위해 협력사 선정, 교섭, 계약 체결 및 업무 수행 등 전 과정에 걸쳐 투명성과 공정성을 확보하고 있으며 상호 신뢰를 기반으로 긴밀한 파트너십을 유지하고 있습니다. 각 협력 과정에서 구체적이고 명확한 절차 및 제도를 마련하여 협력사와의 상생과 공동 발전을 적극적으로 지원하고 있습니다. SM엔터테인먼트는 관련 법령을 준수하고, 윤리적, 합리적인 의사 결정을 통해 협력사와의 지속적인 동반 성장을 추구하겠습니다.

공정성에 기반한 계약 체결

SM엔터테인먼트는 관련 법령의 제·개정과 사회적 요구 변화에 맞추어 협력사와의 공정한 계약 체결을 위해 지속적으로 계약서를 검토 및 의견 개진을 진행하고 있습니다. 아울러 정부의 관련 지침과 권고 사항을 철저히 준수하며 상호 존중과 공정성을 확보한 계약 관계를 형성하고 있습니다.

상생을 위한 장기 파트너십 구축

SM엔터테인먼트는 협력사를 단순한 거래 대상이 아닌 장기적인 동반 성장의 파트너로 인식하며, 일회성 계약관계를 지양하고 지속적이고 안정적인 계약 관계를 추구하고 있습니다. 체계적인 공급망 관리 시스템을 운영하여 우수 협력사를 선정하고 장기적이고 안정적인 거래 관계를 유지하여 상호 간의 지속 가능한 성장을 도모하고 있습니다. 이를 통해 협력사와의 신뢰를 기반으로 장기적이고 전략적인 시너지를 창출하고 있습니다.

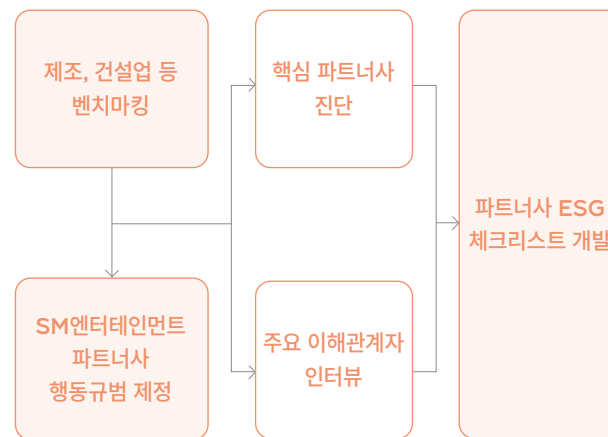
지속가능한 공급망 관리

SM엔터테인먼트는 지속가능경영 원칙을 기반으로 공급망 전반의 지속가능성을 높이기 위한 노력을 기울이고 있습니다. 협력사의 지속가능경영 현황 모니터링을 통하여 환경 보호, 사회적 책임 및 지배구조 측면에서의 개선 활동을 장려하고 있습니다. 또한 협력사의 지속가능경영 역량 강화를 위한 교육 프로그램 제공 및 지속가능성 목표 달성을 위한 협업 프로젝트도 적극 추진하여 공급망 전반의 지속가능성을 강화하고 있습니다.

공급망 관리체계 구축 계획

SM엔터테인먼트는 공급망 지속가능성과 관련하여 기업을 포함한 전체 가치 사슬의 환경 및 인권의 중요성을 깊이 인식하고 있습니다. 이에 중소 콘텐츠 기업, 스타트업 등과 동반성장 활동을 진행하였으며, 전반적인 공급망 관리 체계 구축을 위해 관리 기반을 마련하고 있습니다. 공급망 행동규범 초안을 바탕으로 협력사의 ESG 자가 진단 체크리스트를 개발하였으며 업종 특성을 고려하여 맞춤형으로 구성하였습니다. 체크리스트는 부서별로 업무의 특성에 맞게 사용하며 공급망 ESG 수준을 점검하여 개선해 나갈 계획입니다. SM엔터테인먼트는 앞으로 공급망 관리 체계를 정립하여 파트너사와 동반성장 하며 상생협력 할 수 있도록 노력하겠습니다.

공급망 관리체계 구축 프로세스



동반성장을 위한 노력

협력사 ESG 교육 지원

SM엔터테인먼트는 분기별로 ESG 실무협의회 및 협력사 ESG 담당자를 대상으로 ESG 교육과 워크숍을 진행하고 있으며 ESG 정책 현황과 업계 동향 등을 파악하고 관련된 프로젝트를 논의하였습니다.

콘텐츠 산업에서의 ESG 흐름과 현황 교육

SM엔터테인먼트는 콘텐츠진흥원과 함께 콘텐츠 산업 및 엔터테인먼트 업계 특성을 고려한 ESG 경영 흐름과 현황에 대해 무료 온라인 강의를 진행하였습니다.

사회적기업·소셜벤처 대상 공간 공유

SM엔터테인먼트는 장기 임대하고 있는 언더스탠드에비뉴 공간을 사회적기업, 소셜벤처에 무료로 개방하여 사회적 가치를 실현할 수 있도록 도왔습니다.

협력업체 고충처리 채널

고충 접수	https://www.smentertainment.com/contact/report/
접수 방식	위 신고처에서 게시글 작성 시 관련 정보는 비식별 처리된 후 사내 접수 담당자 메일로 수신됨
담당부서 사업법무 Unit	금품수수, 인사 청탁, 부정행위, 기타 (compliance@smtown.com)

지역사회 참여

SM엔터테인먼트는 1995년 설립 이래 지속적으로 아티스트와 임직원이 나눔 활동을 진행하고 있었으며, 2014년 사회공헌 브랜드 SMile을 런칭하며 사회공헌 전담 조직을 신설하여 체계적으로 사회공헌활동을 진행하고 있습니다. 음악으로 꿈을 키워나가는 아동·청소년을 위한 SMile Music Festival, 유니세프 한국위원회와 함께 시작한 SMile for U 캠페인, 아티스트와 임직원이 자발적으로 참여하는 SMile 사회봉사단 등 지역 사회 및 전문가와 적극적으로 협업하며 지역사회 공헌을 위해 노력하고 있습니다.

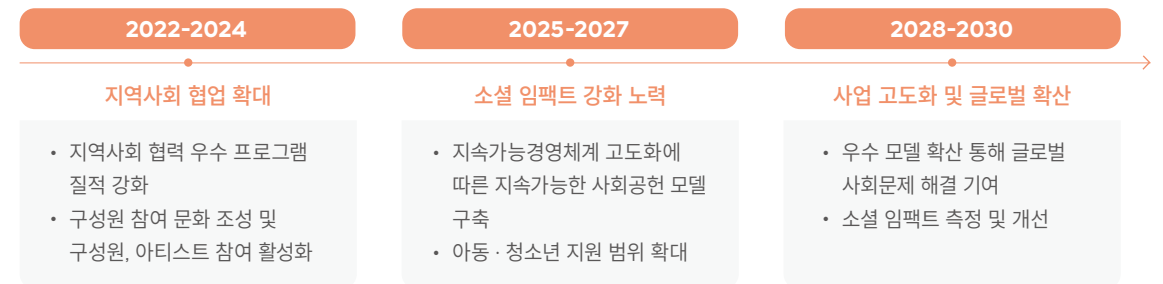
사회공헌활동 체계

SM엔터테인먼트는 ‘마음껏 꿈꾸며 웃을 수 있는 기적 같은 미래’ 비전하에 미래세대 육성, 지역사회 공헌, 지구환경 보호라는 핵심 가치를 기반으로 다양한 사회공헌활동을 진행하고 있습니다. 특히 2024년은 SM엔터테인먼트 사회공헌 브랜드 SMile 출범 10주년이 되는 해로, 여러 파트너 기관과 함께 문화를 통해 모두가 함께 웃을 수 있는 미래를 만들어 왔습니다. SM엔터테인먼트의 사회공헌활동은 주관 부서 CSR Unit이 담당하고 있으며, 사회공헌 관련 주요 사항은 대표이사(CEO)가 검토 및 의사결정하고 있습니다.



사회공헌 고도화 로드맵

SM엔터테인먼트는 지역사회에 대한 책임을 다하기 위해 노력하며 이에 대한 다짐의 일환으로 지역사회 참여 중장기 목표를 공개합니다.



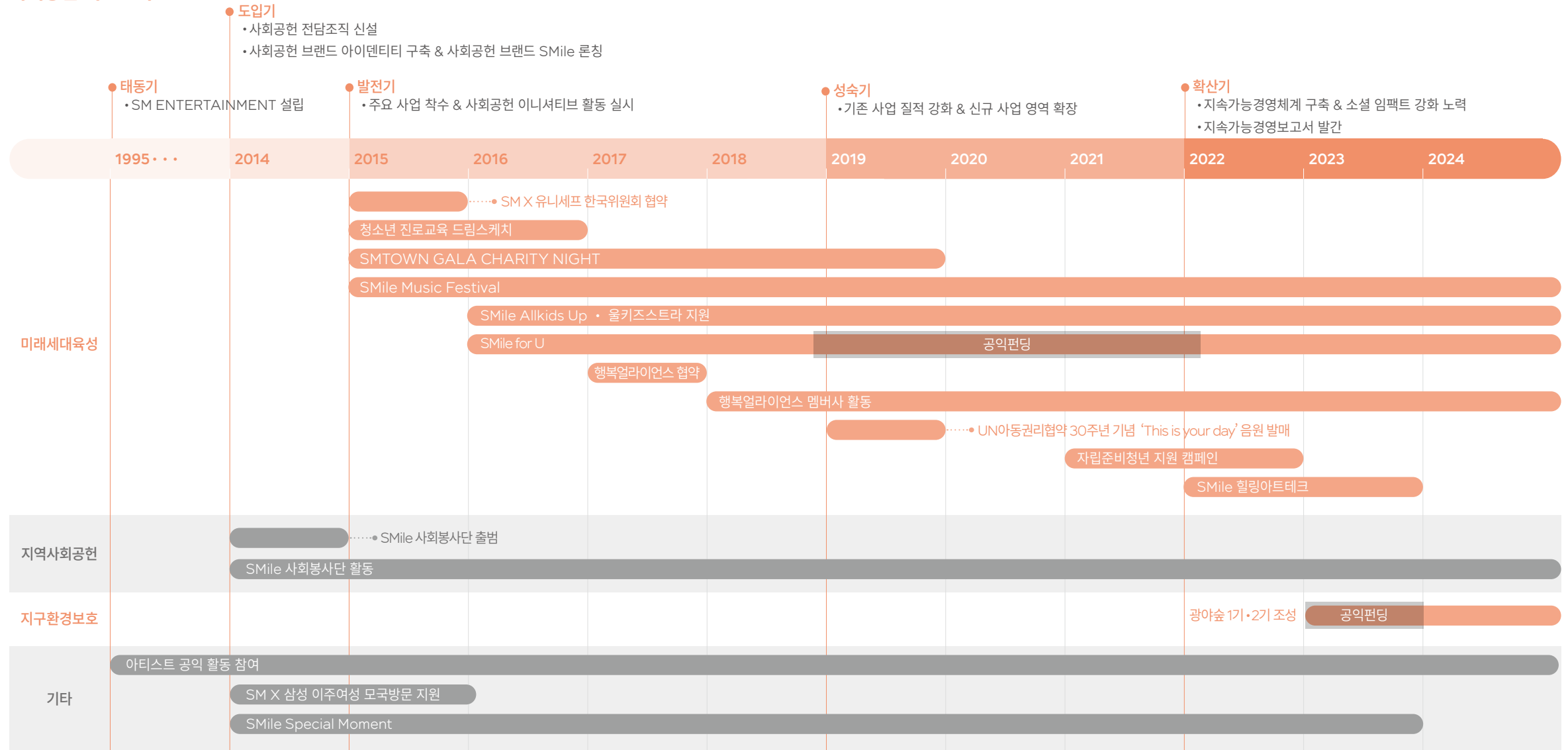
SDGs 실천

SM엔터테인먼트는 SDGs 4에 명시된 양질의 교육을 보장하기 위해 국내 및 아시아를 중심으로 미래를 이끌어 갈 아동·청소년이 음악 교육을 통해 꿈과 희망을 가질 수 있도록 다양한 사회공헌 활동을 펼치고 있습니다. 또한 ESG 경영을 통해 깨끗한 청정에너지, 양질의 일자리와 경제성장, 책임감 있는 소비와 생산, 기후변화 대응, 해양 생태계, 평화·정의와 제도, SDGs를 위한 파트너십 등을 실현하기 위해 노력하고 있습니다.



지역사회 참여

사회공헌 히스토리



미래세대육성

지역사회공헌

지구환경보호

기타

지역사회 참여

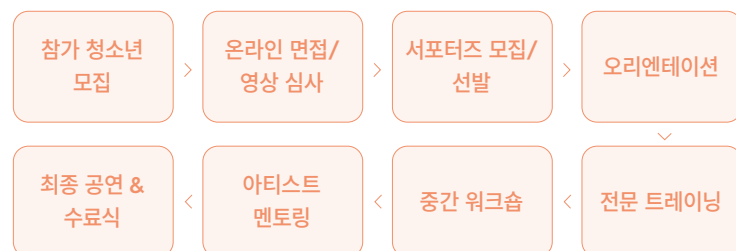
SMile Music Festival

음악을 통해 꿈을 키워나가는 아동·청소년을 위한 SMile Music Festival은 SM엔터테인먼트의 대표 사회공헌 프로그램입니다. 보컬, 댄스, 밴드 등 부문별 팀을 선발해 SM엔터테인먼트 소속 아티스트의 멘토링과 전문 트레이닝을 지원하고 연말 합동 공연을 개최하고 있습니다. COVID-19 이후 온라인 트레이닝이 가능하도록 키트를 지원하고, 대면/비대면 수업 병행을 통해 인프라가 상대적으로 부족한 지역의 청소년들에게 참여의 기회를 확대하였습니다. 프로그램 참여를 통해 참가자는 음악적인 성장뿐 아니라 도전의 즐거움, 성취감 그리고 자신감을 얻게 되었습니다.

주요 지원 사항

전문 트레이너의 트레이닝 지원	온라인/오프라인 병행
온라인 트레이닝 KIT 제공	노트북, 액션캠 등 온라인 환경지원
연습공간 제공	공간대관비 지원
팀별 최종 공연	스타일링, 메이크업, 무대 전반 지원
SMile Music Festival 수료증 발급	모든 활동 참여자에 한함

주요 진행 과정



SMile Music Festival이 만들어낸 임팩트

SMile Music Festival 활동에 대해 이렇게 응답했습니다.



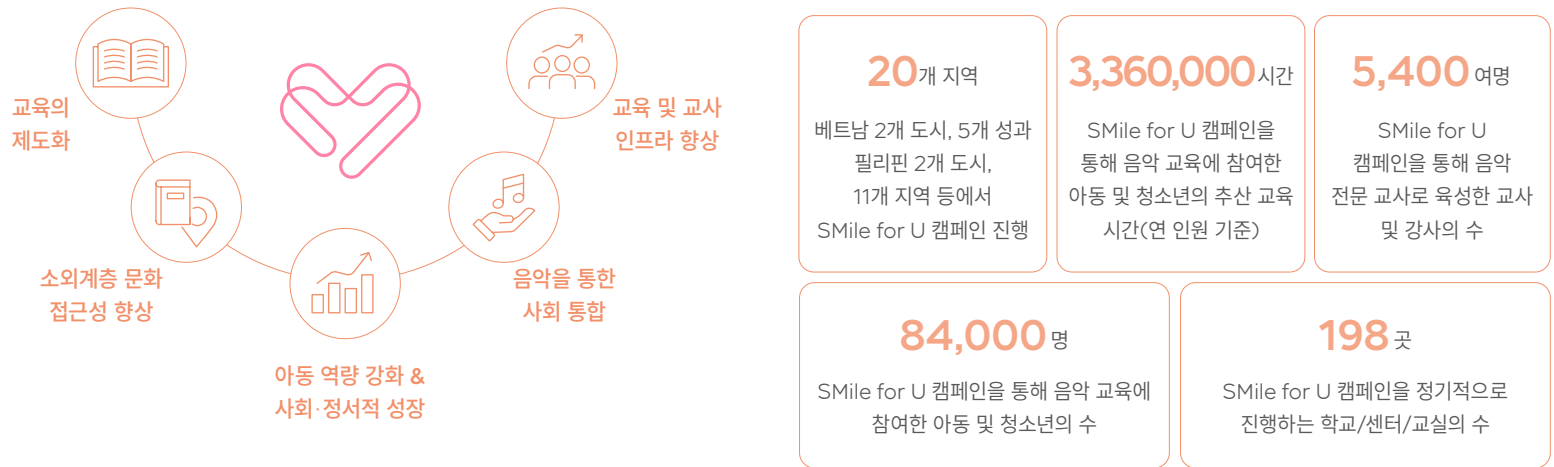
지역사회 참여

SMile for U

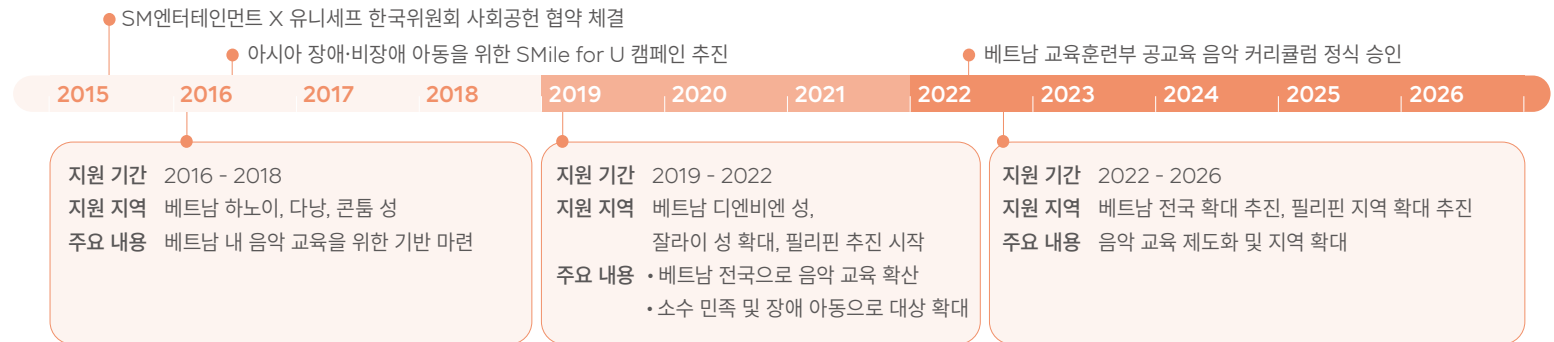
SM엔터테인먼트는 유니세프한국위원회와 2016년부터 아시아 어린이 통합 음악 교육을 위해 SMile for U 캠페인을 진행하고 있습니다. 캠페인을 통해 베트남 하노이, 다낭, 콘툼, 디엔비엔, 잘라이성의 어린이들에게 음악 교육을 제공하였으며, 베트남 소수민족 어린이들의 교육 환경 및 베트남 정부의 교육 방향 개선에 긍정적인 영향을 미쳤습니다. 음악 교육의 효과적인 확산을 위하여 음악 교육 매뉴얼을 제작해 교육부(MOET) 승인을 완료하였고, 교사 트레이닝 및 교사용 교육 자료와 가이드라인을 개발하였습니다. 2022년부터 필리핀으로 캠페인 범위를 확대하여 어린이들의 음악 교육을 받을 수 있도록 노력하고 있습니다.



SMile for U가 만들어낸 임팩트



SMile for U 히스토리



SMile for U 캠페인 추진 방향



지역사회 참여

SMile 사회봉사단

2014년 SM엔터테인먼트 임직원을 중심으로 구성된 SMile 사회봉사단이 발족한 이래 많은 임직원과 아티스트가 자발적으로 봉사활동에 참여하고 있습니다. SMile 사회봉사단은 초기 아동복지시설과 장애인복지시설 방문을 시작으로, 현재는 다양한 분야로 활동 영역을 넓혀 지역 사회에 기여하고 있습니다. SMile 사회봉사단은 배우며 나누는 봉사를 지향하며, 제빵, 유기동물, 사진, 가드닝 봉사활동을 월 1회 정기적으로 진행하고 있습니다. 특히 비영리 스타트업 등 사회적 가치를 지향하는 곳과 파트너십을 맺어 공익성과 전문성을 더하고 있습니다. 그 외 멘토링, 핸즈온, 플로깅, 벽화, 동화책 낭독 등 임직원이 쉽고 재미있게 접할 수 있는 프로그램을 준비하여 참여하는 모두가 재능과 경험을 살려 나눔을 실천할 수 있도록 돕고 있습니다.

SMile 사회봉사단이 만들어낸 임팩트

(2014-2024년 기준)



활동에 참여한
임직원 및 소속 아티스트

3,438 명



SMile 사회봉사단 활동을
진행한 시간

9,608 시간



SMile 사회봉사단이
지원한 대상

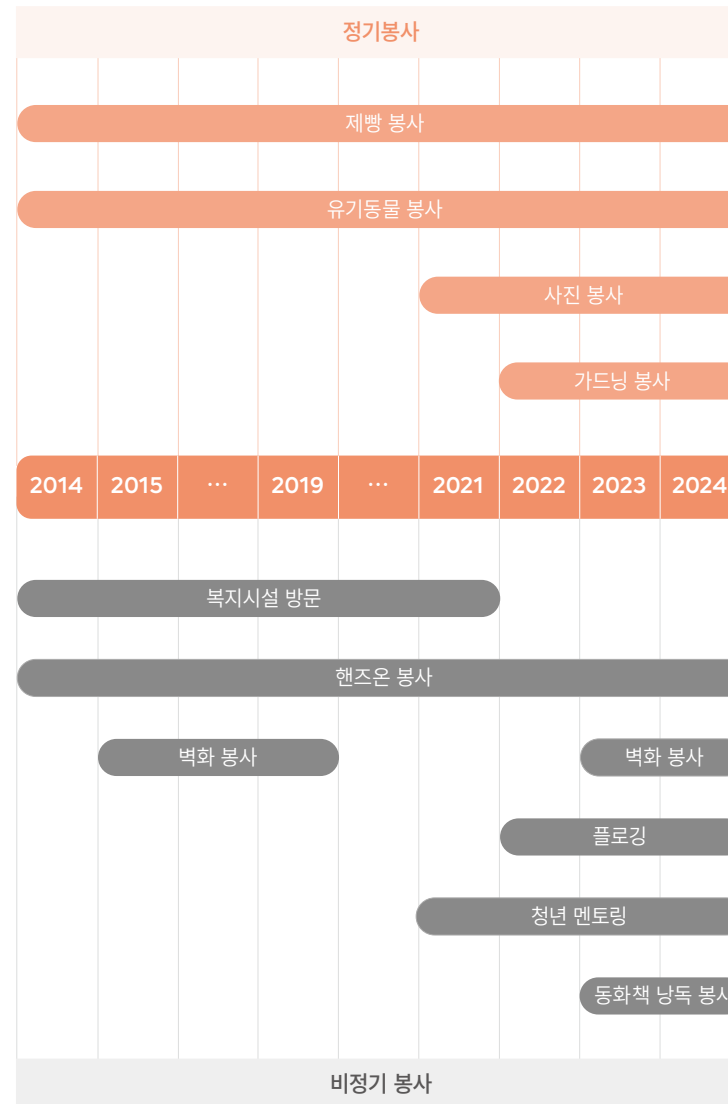
16,057 명



SMile 사회봉사단 활동을
진행한 횟수

285 회

SMile 사회봉사단 활동 테마



SMile 사회봉사단 연간 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
- 사내외 채널에 봉사활동 결과 공유

활동 평가



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

지역사회 참여

2024년 SMile 사회봉사단 활동 내용

구분	봉사 프로그램	활동내용	진행횟수
정기봉사	사진 봉사단	소외계층 및 복지시설 이용자의 증명·장수·프로필 사진 촬영	6회
	가드닝 봉사단	광야숲·서울숲 속 동식물을 관찰·기록하고 정원을 관리하는 생태 모니터링 활동	7회
	제빵 봉사단	동대문구 취약계층을 위한 빵 만들기 활동	8회
	유기동물 봉사단	유기 동물 보호 시설 청소 및 입양 지원 활동, 반려견 보호자 교육 활동 등	9회
비정기봉사	청년 진로 멘토링	분야별 임직원-청년 소그룹 멘토링으로 직무 지식과 경험을 나누는 활동	각 1회
	청년마음편지	청년들의 고민이 담긴 편지를 읽고 공감하며, 답장하는 활동	
	동화책 낭독 봉사	시각장애 아동을 위한 오디오북 녹음 및 독서 보조기기 기부	
	페이퍼 캔버스	빈곤 노인을 위한 페지 캔버스 제작 활동, 제작된 캔버스는 지역 아동을 위해 기부	
	성동구 벽화봉사	성동구 어린이공원 인근 노후 구역에 벽화 조성	
	SM X 현대글로비스 서울숲 플로깅 연합봉사	성수 사옥 인근 서울숲 일대에서 지역사회 환경정화 플로깅 진행	
식물 기부 핸즈온	직접 씨앗을 받아, 식물을 키우고 키운 식물을 지역사회(서울숲, 광야숲)에 기부하는 활동		



지역사회 참여

연습생 봉사활동

SM엔터테인먼트는 연습생이 나눔에 대해 학습하고 자발적으로 어려운 이웃을 돕는 활동에 동참할 수 있도록 지원하고 있습니다. NCT는 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.

연습생 재능나눔활동

SM엔터테인먼트 소속 연습생이 임직원 아동 자녀, 조카를 대상으로 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 100여 명의 아동이 참가하였으며 임직원 학부모에게 긍정적인 반응을 얻고 있습니다.



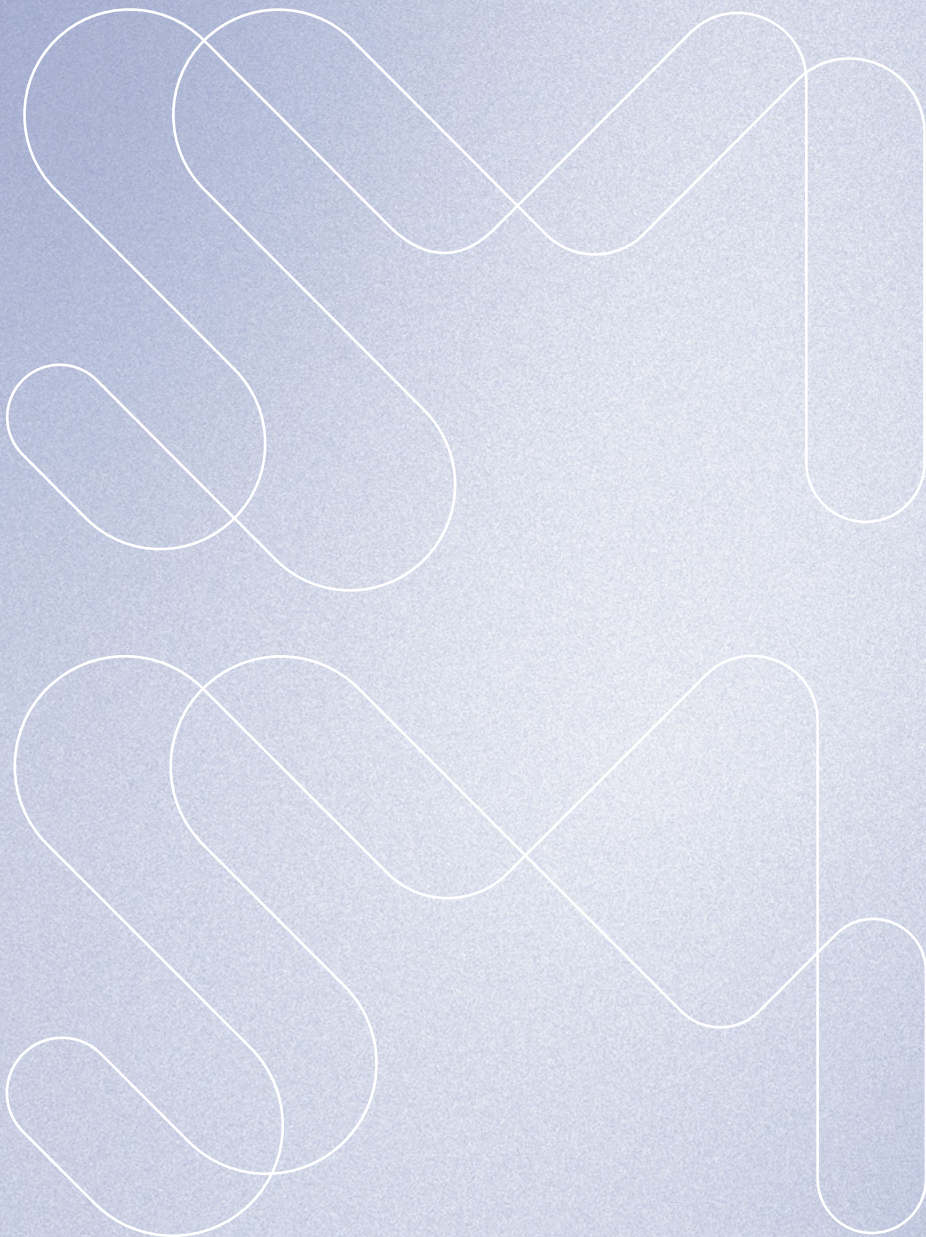
트레이닝 체험 프로그램 운영



트레이닝 체험 프로그램 포스터



GOVERNANCE



윤리 및 준법경영	76
공정거래 및 지식재산 보호	78
리스크 관리	80
주주가치 제고	83
이사회	84

Link to UN SDGs



윤리 및 준법경영

기업은 경영 활동을 하는 데 있어 법을 지키고 사회윤리를 존중하는 의사결정을 하며 그 체계를 구축하여야 합니다. SM엔터테인먼트는 2009년 9월 「내부정보관리규정」, 2019년 11월 「준법통제기준」에 이어 2020년 5월 「윤리규범」을 이사회 의결로 제정하였습니다. 제정된 규정들은 SM엔터테인먼트 모든 임직원의 의사결정 및 행동 기준이 되고 있습니다. 2023년 기준 SM엔터테인먼트에 재직 중인 임직원 100%가 윤리 및 준법 교육을 이수하였으며, 주요 계열사를 대상으로 윤리규범을 전파하고 윤리실천서약서를 도입하여 윤리 및 준법경영을 확대 실천하고 있습니다.

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.

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

준법경영 의사결정 체계

SM엔터테인먼트는 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 준법통제 기준에 따른 준법통제업무 수행 결과를 이사회에 보고합니다.

준법지원인 (CLO)	통합적인 준법통제활동을 수행하며 임직원 대상으로 준법 교육 제공, 상법 및 준법통제기준에 따른 준법통제업무 수행 결과를 이사회에 보고
Compliance실	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 모범규준」에 따른 내부회계관리제도 위험평가, 설계 및 운영평가 등 관리 업무를 수행하며 내부회계관리제도 위험평가, 설계 및 운영평가 결과를 내부회계관리자 및 감사에게 보고하고 외부감사인에게 제출

윤리 및 준법경영

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
감사결과와 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 사안인 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 승인받는 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

내부회계관리제도

SM엔터테인먼트는 「주식회사 등의 외부감사에 관한 법률」과 동법 시행령, 내부회계관리제도운영위원회에서 발표한 「내부회계관리제도 모범규준」에 따라 내부회계관리제도를 설계 및 운영하고 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. 외부감사인인 매년 회사의 내부회계관리제도를 감사하여 감사보고서에 감사 의견을 표명하고 있습니다.

내부회계관리제도 교육 현황

내부회계관리제도 교육 이수 현황	2022년	2023년	2024년
횟수(회)	1	1	1
인원(명)	194	373	367

윤리·준법 교육

윤리·준법 교육 현황

윤리·준법교육 이수 현황	2022년	2023년	2024년
횟수(회)	1	1	1
인원(명)*	591	663	799

*교육 당시 재직 임직원 수 기준으로 100%입니다.

공정거래 및 지식재산 보호

SM엔터테인먼트는 시장 질서를 존중하며, 관련 법령에 따른 의무와 책임을 성실히 이행하고 있습니다. SM엔터테인먼트는 「윤리규범」에 회사와 모든 임직원이 지켜야 할 행동양식과 가치판단의 기준을 담았으며, 공정경쟁, 공정거래를 실천하고자 노력하고 있습니다.

규정 및 정책

SM엔터테인먼트는 기업 운영 및 거래에 있어 부패와 부당거래를 예방하고 이와 관련된 행위 발생 시 이를 조치하고 재발 방지를 위한 규정 및 정책을 마련, 적용하고 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 강화하고 있습니다.

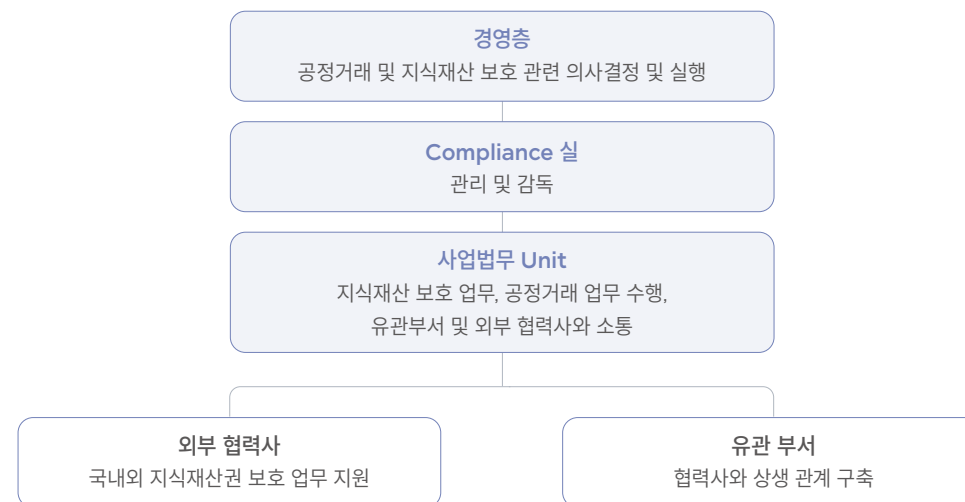
불법 상품 및 권리 침해 행위 대응

SM엔터테인먼트 및 소속 아티스트의 상표와 디자인 등을 무단으로 사용하는 불법 상품의 제조, 유통 및 판매 행위를 상시 모니터링하고 이에 대해 적극적으로 법적 조치를 취하고 있습니다. 또한 다양한 협력사와 긴밀히 협력하여 지식재산권 침해 및 기타 권리 침해 행위에 대응하는 종합적인 관리 체계를 구축해 나가고 있습니다.

준법 경영 강화를 위한 체계적인 교육 및 공정거래 시스템 구축

저작권법, 상표법, 공정거래법, 개인정보보호법 등 당사 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.

공정거래 및 지식재산보호 의사결정 체계



공정거래 및 지식재산 보호 목표 및 세부내용

구분	2024년 성과	중단기 목표
공정거래	<ul style="list-style-type: none"> 공정한 계약 체결을 위한 협력사와의 협의 단계 구축 관련 부서에 대한 준법 교육의 정례화 	<ul style="list-style-type: none"> 계약 관련 내부 시스템 보완 및 글로벌 표준에 부합하는 체결 프로세스 도입 협력사 대상 공정거래 교육 지원 시스템 구축
지식재산 보호	<ul style="list-style-type: none"> 국내외 상표/디자인 등록 범위 확대 불법 상품 제조·유통·판매에 대한 상시 모니터링 체계 강화 및 신속 대응 프로토콜 내부 확립 	<ul style="list-style-type: none"> 글로벌 협력 네트워크 기반의 권리침해 예방 및 대응 프로세스 고도화 임직원, 협력사 대상 지식재산권 보호 관련 교육 진행

공정거래 및 지식재산 보호

아티스트 지식재산권 보호

SM엔터테인먼트는 회사의 유/무형 자산, 지식재산권 등을 보호하기 위해 노력하고 있으며 관련 법령에 따라 상표, 특허/실용신안, 디자인, 저작권 등의 지식재산권을 보유하고 있습니다. 위조 상품 생산과 유통 및 지식재산권 침해 등을 사전에 식별하고 방지, 대응을 위한 관리체계를 수립하여 운영하고 있습니다. 국내와 해외에서 자사 IP를 활용한 위조 상품이 유통되지 않도록 모니터링하고 단속하여 자사 아티스트의 퍼블리시티권을 보호하고자 관련 활동을 추진하고 있습니다. 2024년에는 TIPA(무역관련지식재산권보호협회)와 협력하여 「K-브랜드 지식재산권 침해 식별 가이드북」 발간에 참여하였으며 자사 주요 상품의 위조품 식별 요소, 공식 유통채널, 위조품 사례 등에 대해 공개하여 해외에서의 국내 브랜드 지식재산권 침해 예방을 위해 노력하였습니다.

아티스트 지식재산권 보호 관련 내용

- 국내 위조 상품 유통 차단을 위한 특허청 및 한국지식재산보호원 협조
- 해외 위조 상품 유통 차단을 위한 한국지식재산보호원과 무역관련지식재산권 보호협회 및 관세청 협조
- 국내 브랜드 지식재산권 침해 예방을 위한 관세청 협조 등

지식재산권 보유 현황

2025년 3월 말 내부 자료 기준

구분	국내	해외
상표	2,715	1,420
특허/실용신안	12	11
디자인	81	-
저작권	62	1

KWANGYA 119

SM엔터테인먼트는 팬들의 요청, 불편 사항 등의 의견을 적극적으로 청취하고 함께 고민하며 더 나은 K-POP 문화를 만들어 가기 위해 국내 엔터테인먼트 기업 최초로 2023년 6월부터 다이렉트 소통 창구인 'KWANGYA 119' 서비스를 운영하고 있습니다. 아티스트 명예훼손, 허위 사실/가짜뉴스, 저작권 침해, 오류/정정, 아이디 어 광장 등의 각 게시판을 통해 매일 사례를 수집하고 있으며, 접수된 내용을 빠르게 파악하고 해결하기 위해 노력하고 있습니다. 주관 부서인 광야119 Unit에서는 접수된 내용을 우선순위에 따라 파악 후 정리하여 각 프로덕션과 유관 부서가 관련 사항에 함께 대응할 수 있도록 사내 채널로 공유하고 있으며, 회사 및 아티스트에 대한 리스크 매니지먼트 차원으로 지속적인 모니터링을 진행하고 있습니다. 지난 1년 동안 'KWANGYA 119'에 남겨 주신 문의 사항을 기반으로 궁금한 내용을 빠르게 찾아 보실 수 있는 'FAQ'와 아티스트 앨범 발매 응원 글을 작성할 수 있는 'REVIEW' 카테고리를 신설해 더욱 많은 팬들의 의견을 들을 수 있도록 리뉴얼을 완료하였습니다. 일일 이슈 공유와 더불어 상위 트래픽 및 이슈 랭킹, 게시판 별 처리 진행 상황, 주요 수치 집계와 인사이트를 정리한 '월간 리포트'와 '분기 보고서', 누적 접수 추이 및 주요 수치와 인사이트를 정리한 '종합 통계 리포트' 등을 작성하여 관련 부서에 공유, 논의하고 있습니다. 이에 따라 2024년 12월 31일 기준 전년 대비 9.37% 증가한 198,726건이 접수되었으며, 이 중 99.93%에 해당하는 198,590건에 대하여 회신하였습니다.

대응 프로세스 및 부서별 역할



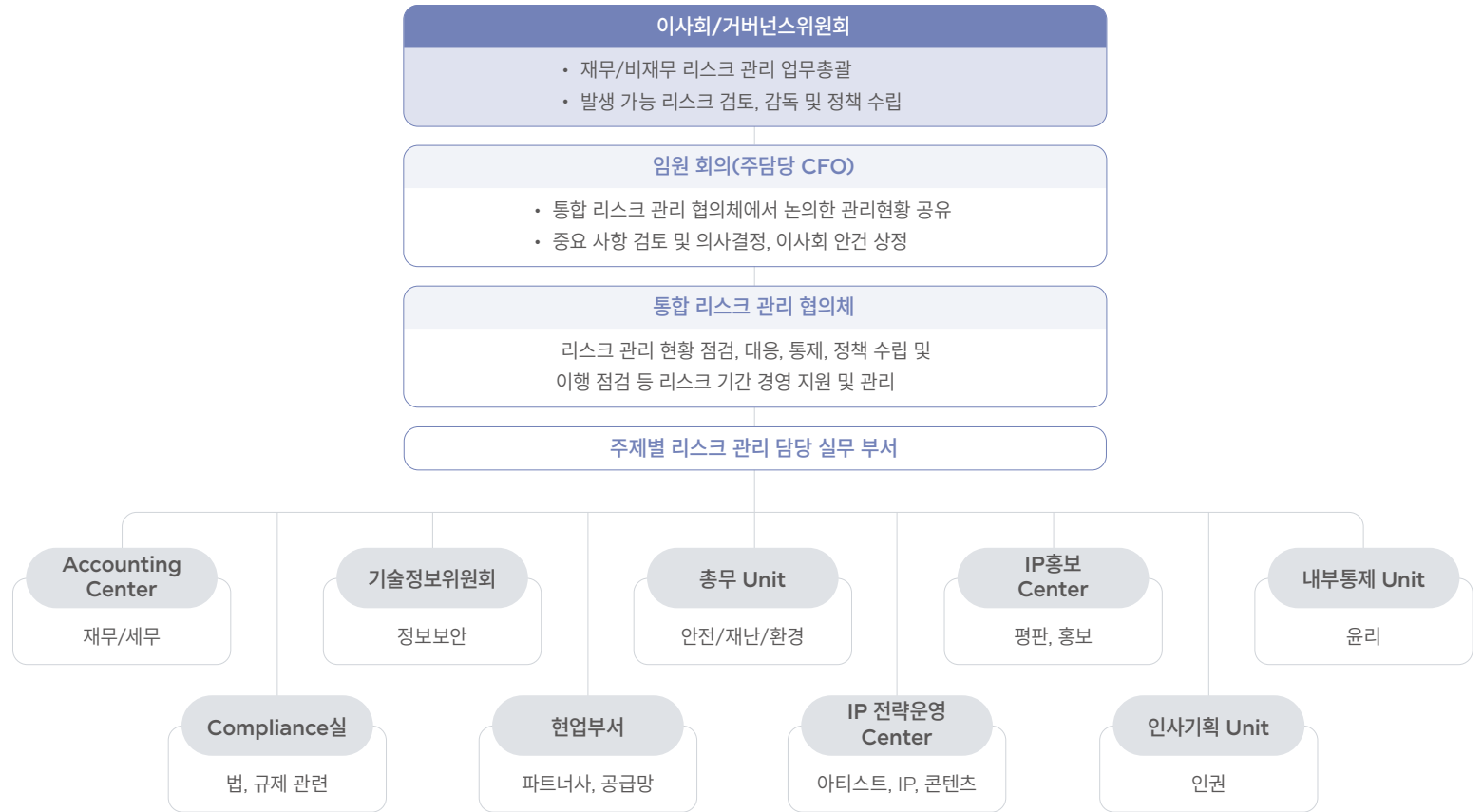
구분	국내
아티스트 명예훼손, 허위사실/가짜뉴스	사업법무 Unit 법적 조치 검토/진행
저작권 침해	VX Unit, IP 라이선스 Unit, 글로벌 디지털 유통 Unit 저작권 및 아티스트 IP 침해 선별
오류/정정, 아이디어 광장	광야119 Unit 내용 검토 및 유관 부서 확인 후 응답
티켓 부정 거래	한국콘텐츠진흥원과 각 예매 사이트의 신고 채널·부정 이용 방지 시스템을 통한 제보 안내

리스크 관리

SM엔터테인먼트는 기업 활동 전반에 걸쳐 리스크를 사전에 예방하고, 효과적인 대응을 하기 위해 통합 리스크 관리 체계를 구축하였습니다. 재무/비재무 2개 영역에서 총 10개의 리스크 관리 항목을 설정하고, 각 부서의 실무 책임자로 구성된 통합 리스크 관리협의체를 통해 정기/비정기적으로 리스크 관리 현황을 점검하고 비즈니스 영향을 검토하며 대응 정책 및 계획을 수립합니다. 리스크 관리 협의체를 통해 정리된 주요 사항은 임원 회의에 보고되며 회사의 지속가능경영에 밀접한 영향을 미치는 리스크 안건은 거버넌스위원회 검토를 거쳐 이사회 검토와 심의를 진행합니다.



리스크 관리 체계 조직도





리스크 관리

주요 리스크 정의

구분	리스크	정의	잠재적 위험(비즈니스 영향)	유관부서
재무	환율, 이자, 신용, 세무 등	<ul style="list-style-type: none"> 환율, 금리, 신용도, 세금 등의 급격한 변동이 발생할 리스크 	<ul style="list-style-type: none"> 자본시장 내 금전적 손실 및 경쟁력 저하 가능성 사업 연속성 확보 관련 리스크 발생 가능성 	Accounting Center
비재무	정보보안	<ul style="list-style-type: none"> 정상적인 서비스 활동을 방해하는 어뷰징 활동 또는 시스템에 의한 악의적 해킹으로 인해 정보보안 이슈가 발생할 리스크 	<ul style="list-style-type: none"> 사이버 공격 및 내부 시스템 오작동 등으로 인한 정보유출사고 발생 시 기업 브랜드 이미지 실추 가능성 내부자 정보유출사고로 인한 회사자원의 부당한 유출 가능성 	기술정보위원회
	평판, 홍보	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 외부 평가와 이미지 훼손으로 인한 기업가치 부정적 영향 발생 가능성 	IP 홍보 Center
	파트너사, 공급망	<ul style="list-style-type: none"> 파트너사 선정 과정 또는 파트너사가 공급하는 제품 및 서비스에서 이슈가 발생하여 회사에 부정적인 영향을 미칠 리스크 	<ul style="list-style-type: none"> 회사의 재무적 손실 또는 회사 및 아티스트의 이미지 훼손 가능성 	현업부서
	법률	<ul style="list-style-type: none"> 직간접적 재무적 책임, 민형사상 불이익, 규제 당국의 제재 또는 기타 조직이나 임직원에게 대하여 부정적 영향을 끼칠 수 있는 위험 존재 	<ul style="list-style-type: none"> 법, 규제 위반으로 인한 금전적 손실(소송비용, 벌금 등) 및 기업 신뢰도 저하 가능성 	Compliance 실
	안전/재난	<ul style="list-style-type: none"> 안전 법규 미준수, 재난 및 안전사고 등 예상치 못한 사고 발생 위험 존재 	<ul style="list-style-type: none"> 안전법규 미준수로 인한 대응비용 증가 및 기업 이미지 훼손 가능성 재난 및 안전사고로 인한 임직원, 협력사 직원의 인명 피해 및 생산 능력 저하 가능성 	총무 Unit
	인권	<ul style="list-style-type: none"> 헌법 및 법률에서 보장하거나 국제적으로 인정되고 있는 인간으로서의 존엄과 가치 및 자유와 권리에 대한 침해로 발생하는 리스크 	<ul style="list-style-type: none"> 구성원 사기 저하 및 근무환경 악화에 따른 조직 안정성 훼손 대외적 기업 이미지 실추로 인한 고객 신뢰도 손상 	인사기획 Unit
	윤리	<ul style="list-style-type: none"> 임직원의 도덕성 및 윤리의식 함양, 준법 역량 강화를 위한 관련 컴플라이언스 업무 수행 및 지원, 임직원 대상 관련 교육 지원, 준법지원인, 상근감사 업무 지원 포함 	<ul style="list-style-type: none"> 컴플라이언스 미준수로 인한 기업 평판 하락 및 재무적 손실, 기업 신뢰도 저하 발생 가능성 	내부통제 Unit
	환경, 기후 변화	<ul style="list-style-type: none"> 환경오염 및 훼손을 일으키거나 일으킬 수 있는 위험, 기후변화에 의한 위기로 인하여 초래되는 각종 위험 	<ul style="list-style-type: none"> 기후변화 심화로 인한 사업장 파손, 운영비용 상승 등 단기, 중장기 물리적 피해 발생 가능성 	총무 Unit
	아티스트, IP, 콘텐츠	<ul style="list-style-type: none"> 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 	<ul style="list-style-type: none"> 아티스트 경쟁력 감소로 인한 매출 감소 가능성 외부 평판 및 이미지 훼손으로 인한 아티스트 및 기업가치 부정적 영향 발생 가능성 	IP 전략운영 Center 등

리스크 관리

아티스트 국내외 활동 리스크 점검

SM엔터테인먼트는 소속 아티스트의 안전하고 체계적인 국내외 활동 지원을 위해 전담 부서를 통해 단계별로 리스크를 점검하고 있습니다. 제안 검토부터 계약 과정, 활동 전, 활동 중, 활동 후 모든 단계에 따라 세부 체크리스트를 확인하며 아티스트가 안전하게 이동하고 음악과 무대에 집중할 수 있는 환경을 만들어 가고 있습니다.

곡 및 안무 창작 표절 리스크 점검

SM엔터테인먼트는 곡과 안무를 창작하는 데 있어 부적절한 표현 및 표절 등의 리스크를 점검하는 절차를 거치고 있습니다. 곡과 안무 컨셉 선정, 계약, 수급 및 창작, 최종 결과물 도출 등 모든 과정에 있어 발생할 수 있는 리스크를 선별하여 전담 부서 및 유관 부서의 담당자들의 교차 확인을 통해 리스크를 최소화하기 위해 노력하고 있습니다.

1. 사전 검토

- 법적 리스크 확인
- 활동 관련 정치/문화/사회적 주의 사항 사전 체크
- 공연 티켓 판매/배부 정책 확인



2. 활동 전

- 아티스트 IP 사용 적합성 확인
- 홍보 관련 사전 검토 및 리스크 관리
- 해외 현지 반응 사전 체크
- 정치/문화/사회 등 이슈에 대한 가이드라인 공유 및 확인
- 스케줄, 운영 매뉴얼, 무대 도면, 대기실 배치도 등 기재한 전용 투어북 제작 및 공유



1. 기획 단계

- 곡과 안무에 대한 기획과 방향성 논의
- 표절 등 저작권 관련된 내용 확인
- 부적절한 표현 확인



2. 계약 단계

- 창작에 대한 정당한 보상과 지급 수준 논의 및 계약 체결



3. 활동 중

- 아티스트 안전을 위한 경호 서비스 제공
- 미성년자 아티스트 출연에 대한 리스크 확인 (행사 종료 시간 확인, 보호자 동의 등)
- 아티스트 출연 관련 제반 사항 확인



4. 활동 이후

- (해외 공연) 국제조세법 등 법적 내용 재확인 및 검토
- 사후 피드백 및 개선 사항 도출



3. 창작 단계

- 컨셉과 방향에 맞는 곡과 안무가 만들어질 수 있는 최적의 환경 제공
- 무대 & 영상 구현 과정 연구 및 재확인



4. 결과물 확인

- 최종 결과물 모니터링





주주가치 제고

SM엔터테인먼트는 지속가능경영이 이해관계자 자본주의에 기반한다는 것을 이해하고, 기업 경영 활동 전반의 의사결정 및 실행에 이해관계자들이 참여할 수 있도록 기반을 만들고 있습니다. 가장 먼저 핵심이 되는 직접 이해관계자와 간접 이해관계자를 식별하였으며, 이해관계자별로 소통과 참여 채널을 다각화하고 있습니다. 또한 ESG의 주요 내용인 환경, 사회, 거버넌스와 관련된 내용을 글로벌 지속가능성 공시 기준에 맞추어 공시하고 있습니다.

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 이사회의 구성 및 상세 정보, 이사회의 활동 내용도 확인할 수 있습니다. SM엔터테인먼트는 투명한 정보 공개 및 관리를 위해 해당 내용을 지속적으로 업데이트하고 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 돕고 있습니다.

현금 배당

SM엔터테인먼트는 2021년 주당 200원의 첫 배당을 진행한 이후 2022년과 2023년에는 주당 1,200원의 배당을 진행하였습니다. 또한 2024년에는 주당 400원의 배당을 진행하였습니다.

자사주 소각

SM엔터테인먼트는 2024년 2월 창사 이래 처음으로 241,379주(약 190억 원 상당)의 자사주 소각에 이어 2024년 8월 에도 235,895주 소각을 시행하여 주주가치 제고를 위한 노력을 지속적으로 기울이고 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 2월 18일 자로 소각되었습니다.

이사회

SM엔터테인먼트의 이사회는 기업의 최고 의사결정기구로서 2023년 지속가능한 기업 경영을 위해 독립성, 전문성, 다양성을 갖춘 이사회로 확대 구성된 이래 책임 있는 의사결정을 행사해 오고 있습니다.

이사회 독립성과 투명성

SM엔터테인먼트는 모든 이해관계자의 이익을 최우선으로 고려하는 독립적인 이사회를 운영하기 위해 최고 경영자와 이사회 의장을 분리하고 사외이사 비중을 확대하여 이사회의 독립성을 강화하였습니다. 정관에서 사외이사는 이사 총수의 4분의 1 이상으로 규정하고 있으며 2025년 3월 말 기준 사외이사 비중은 54.5%입니다. 이사회 산하 위원회 중 사외이사후보추천위원회와 거버넌스위원회는 전원 사외이사만으로 구성하였으며, 각 위원회를 사내이사가 아닌 이사로서만 구성하여 사외이사 비율을 3분의 2 이상으로 하도록 규정하여 이사회 내 위원회의 독립성도 확보하였습니다. 또한 이사회 및 위원회의 활동 내용은 사업보고서, 기업지배구조현장 등 공개된 문서를 통해 공시함으로써 투명한 지배구조를 확립하고 있습니다.

이사회 다양성

2025년 3월 말 기준 SM엔터테인먼트의 이사회는 사내이사 3인(장철혁, 탁영준, 최정민)과 사외이사 6인(김규식, 김태희, 문정빈, 조성문, 이성용, 이승민), 기타비상무이사 2인(장윤중, 이창환), 총 11인의 이사로 구성되어 있습니다. SM엔터테인먼트는 이사회의 이사를 특정 성(性)으로 구성하지 아니한다는 규정을 준수하고 있으며 현재 3명의 여성 이사가 활동 중입니다.



SM엔터테인먼트 이사회



이사회

이사회 전문성

SM엔터테인먼트는 기업지배구조현장에 따라 공정하고 신뢰할 수 있는 추천 절차를 통해 국내 최고 수준의 독립성, 전문성, 다양성을 갖춘 이사회를 구성했습니다. 사내이사는 엔터테인먼트 업계 전문성과 경영 관리에 최적화된 인물로 구성하였으며, 사외이사는 각 분야 최고의 전문성을 갖춘 후보진으로 구성하기 위해 후보의 독립성과 적격성을 검증했습니다. 특히 사외이사는 SM엔터테인먼트의 비즈니스 모델과 향후 계획을 고려하여 다양한 분야의 전문가 30명 이상의 후보자군 풀을 구성한 뒤 후보군의 독립성과 적격성 검증, Board skill matrix(이사진 보유 역량 매트릭스)를 분석하여 최적의 후보를 선정했습니다. 사외이사의 상법상 요건, 회사와의 이해상충 여부, 결격 사유 확인, 평판 조회 실시 등의 심사 과정을 거쳐 각 후보의 이사직 수락 여부를 확인하였으며 2025년 3월 말 기준 6명의 사외이사 선임을 완료하였습니다. 사외이사는 경영, K-POP, 거버넌스, 법률, 기술/플랫폼, 글로벌, 재무/M&A, 회계/세무 등 각 분야의 전문성을 갖춘 후보들로 추천되었으며 독립성과 적격성을 심사하여 각 분야에서 최고의 전문성을 지닌 사외이사진을 구성했습니다. 2025년 3월 기준 이사회 의장은 문정빈 사외이사입니다. 문정빈 사외이사는 고려대학교 경영대학 교수이자 국제경영과 ESG/지속가능경영 연구에 매진해 온 거버넌스 전문가로서, 관련 전문성과 경험을 바탕으로 지속가능한 주주가치 제고에 기여 가능할 것으로 기대하여 이사회 의장으로 선임되었습니다.

2025. 4. 30. 기준

구분	이름	역할	임기만료일	이사회 참석률*	이력사항	역량							
						경영	K-POP	거버넌스	법률	기술/플랫폼	글로벌	재무/M&A	회계/세무
사내 이사	장철혁(남)	대표이사(CEO)	2026. 3.	100%	(주)에스엠엔터테인먼트 CFO	●						●	●
	탁영준(남)	대표이사(CEO)	2027. 3.	100%	(주)에스엠엔터테인먼트 COO	●	●				●		
	최정민(여)	이사(CGO)	2026. 3.	100%	(주)에스엠엔터테인먼트 글로벌비즈니스 센터장		●				●		
사외 이사	김규식(남)	거버넌스위원회 위원장 사외이사후보추천위원회 위원 내부거래위원회 위원	2026. 3.	100%	한국거버넌스 포럼 회장			●	●				
	김태희(여)	사외이사후보추천위원회 위원 보상위원회 위원	2026. 3.	94.1%	법무법인 평산 변호사				●				●
	문정빈(남)	이사회 의장 사외이사후보추천위원회 위원 거버넌스위원회 위원	2026. 3.	100%	고려대학교 경영대학 교수			●			●		
	이성용(남)	사외이사후보추천위원회 위원 보상위원회 위원 거버넌스위원회 위원	2028. 3.	N/A**	ADL 코리아 대표이사	●					●	●	
	이승민(여)	사외이사후보추천위원회 위원장 내부거래위원회 위원장	2026. 3.	100%	법무법인 피터앤김 파트너 변호사				●		●		
	조성문(남)	사외이사후보추천위원회 위원 보상위원회 위원장	2026. 3.	94.1%	Chartmetirc 대표	●	●			●	●		
기타 비상무 이사	이창환(남)	내부거래위원회 위원 보상위원회 위원	2026. 3.	100%	얼라인파트너스 대표	●		●				●	
	장윤중(남)	-	2026. 3.	88.2%	카카오엔터테인먼트 공동대표이사	●	●				●		

*이사회 참석률은 2024년 1월-2024년 12월 기준입니다.

**이성용 이사는 2025년 3월 선임되어 2024년 이사회 참석률은 해당사항이 없습니다.

이사회

이사회 운영

SM엔터테인먼트는 이사회 산하에 사외이사후보추천위원회, 내부거래위원회, 보상위원회, 거버넌스위원회 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. SM엔터테인먼트의 보상위원회는 등기이사의 보수 한도, 임원에 대한 보상기준 및 지급방법 등 보상에 관한 사항을 검토하고 심의합니다. SM엔터테인먼트의 보상위원회는 3인 이상의 사내이사 아닌 이사로 구성되며 총수의 3분의 2 이상은 사외이사로 구성하고 있습니다. 2024년에는 경영 실적에 의한 임원 인센티브 지급의 건을 의결하였으며 모든 위원이 100% 참석하여 승인하였습니다. 임원보수규정에 따라 보상위원회에서 직무, 직책, 근속기간, 리더십, 전문성, 회사 기여도 등을 종합적으로 고려하여 임원 보수 한도를 검토 및 결의하면 이사회에 보고되고, 주주총회의 결의로 최종 결정됩니다. SM엔터테인먼트의 사외이사후보추천위원회는 사외이사 후보 추천에 관한 사항을 검토 및 심의하며 위원회는 3인 이상의 사외이사로 구성하고 있습니다. 사외이사 후보 추천은 사외이사 후보 추천, 사외이사 후보 리뷰 및 후보자 결정, 이사회 의결을 거쳐 진행됩니다.



이사 명단은 2025. 4. 30. 기준입니다.

이사회

이사회 지속가능경영 활동

SM엔터테인먼트의 이사회는 지속가능경영의 최종의사결정기구로서 지속가능성과 관련된 주요 이슈에 대해 보고 받으며 협의 및 의결하고 있습니다. 2024년 이사회에서 다뤄진 지속가능경영 관련 내용은 다음과 같습니다.

회차	의안 내용
2	[의안] 이익 배당 승인의 건 [의안] 자사주 소각 결정의 건 [보고] 주주환원정책 보고
6	[보고] SM 지속가능경영 전략체계 [보고] 지속가능경영보고서 발간 계획 및 중대성 이슈 보고의 건
10	[의안] 2024년 안전보건 시행 계획의 건 [보고] SM엔터테인먼트 지속가능경영보고서 보고의 건
12	[의안] 자사주 소각 결정의 건

이사회 교육

SM엔터테인먼트는 사외이사의 지속가능경영에 대한 전문성을 높이기 위해 연 1회 지속가능경영교육을 진행하고 있습니다.

- 날짜 2024. 7. 25.
- 주제 글로벌 ESG 동향 및 제언
 - KSSB 공시요구 대응
 - 공급망 ESG 관리
 - 인권영향평가 실시
 - CDP 대응
 - 기업가치 제고 계획 및 공시 대응



이사회 교육

이사 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 2023년 회사 경영실적(매출 및 이익 등)과 개인의 역할 기여도를 기준으로 지급 규모를 결정하며, 2024년 3월 주식상여보상 지급을 결정합니다.

2024년 이사 보수 현황

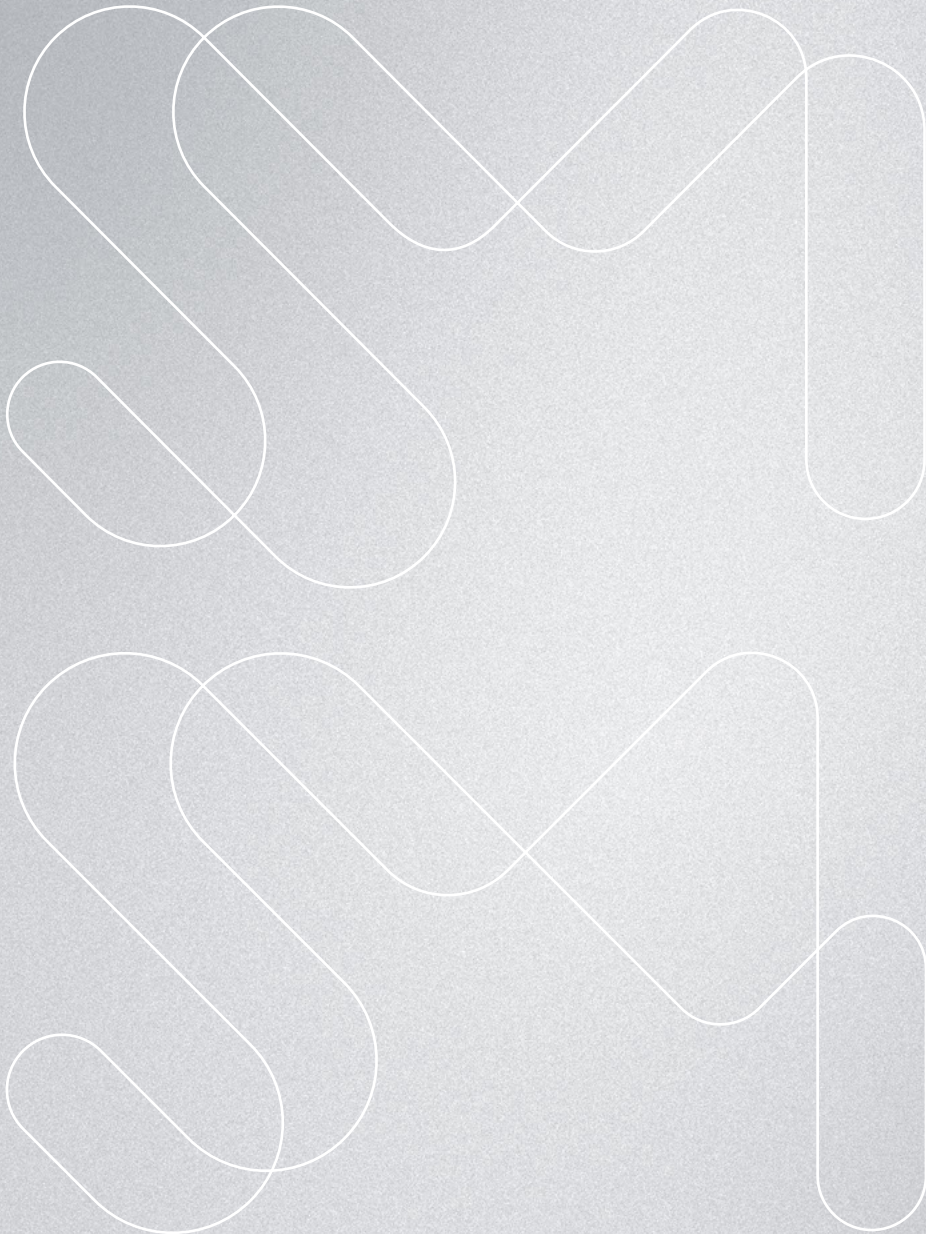
단위 : 백만 원

구분	인원	주주총회 승인금액	보수 총액	1인당 평균 보수액
사내이사	5	6,000	2,070	414
사외이사	5		243	48
감사	1	200	186	186

2024년 CEO-직원 평균 보수 비율

단위 : 백만 원

CEO 보수	직원 평균 보수	CEO-직원 평균 보수 비율
811	74	10.96배



ESG DATA & GRI INDEX

ESG Data	89
GRI Index	121

ESG Data

ECONOMIC

SM ENTERTAINMENT

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년	비고	
경제 성과								
201-1	생성 및 분배된 직접 경제 가치	생성된 직접 경제 가치 (연결 기준)	매출액	억 원	8,508	9,611	9,897	
			영업이익	억 원	910	1,135	873	
			당기순이익(손실)	억 원	820	827	8	
		분배된 경제 가치 (연결 기준)	판매비와 관리비	억 원	2,040	2,276	2,199	
			이자비용	억 원	35	48	41	
			인건비	억 원	1,360	1,392	1,446	- 사업보고서 인건비 기준
			법인세	억 원	349	362	253	
		보유한 경제 가치 (연결 기준)	자산총계	억 원	14,630	15,410	14,191	
부채총계	억 원		5,769	6,316	5,900			
자본총계	억 원		8,861	9,094	8,291			
201-4	정부의 재정적 지원	투자 보조금, 연구개발 보조금 및 기타 관련 보조금 유형	억 원	0	0	3.0	- 2024 스튜디오리얼라이브 정부지원금	
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	0		
세금								
207-4	국가별 보고 (세금)	법인세 비용	대한민국	백만 원	28,345	32,211	25,151	
			일본	백만 원	5,950	900	135	
			미국	백만 원	14	514	16	
			기타	백만 원	575	2,604	-42	
		세전이익	백만 원	116,912	118,913	26,079		
		유효세율	%	29.8	30.5	96.9		
		당기순이익	백만 원	82,029	82,683	819		

ESG Date

SOCIAL

SM ENTERTAINMENT

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년	비고		
고용									
2-7	직원	직원 총 인원수	명	581	695	723	- 사업보고서 직원 합계로 임원 제외		
		상용(정규직) 근로자 수	명	561	672	702			
		임시(기간이 한정된 계약) 근로자 수	명	20	23	21			
2-8	직원이 아닌 노동자	조직의 직원이 아니며 조직에 의해 작업이 통제되는 노동자 총 인원수	명	0	12	17	- 사업보고서상 소속 외 근로자 인원으로 집계하여 2022, 2023 수치 변화 발생함		
401-1	신규 채용자 수	연령별	만 30세 미만	명	129	168	120		
			만 30세 이상 만 50세 미만	명	33	103	81		
			만 50세 이상	명	1	2	6		
		성별	남성	명	43	67	55		
			여성	명	120	206	152		
		지역별	국내	명	154	268	205		
			전체 외국인	명	9	5	2		
			중국	명	4	1	1		
			대만	명	1	0	0		
			미국	명	3	1	1		
			캐나다	명	0	0	0		
			튀니지	명	1	0	0		
			말레이시아	명	0	1	0		
			태국	명	0	1	0		
			일본	명	0	1	0		
		이직자 수	연령별	만 30세 미만	명	57	47	50	
				만 30세 이상 만 50세 미만	명	47	44	70	
				만 50세 이상	명	1	6	1	
			성별	남성	명	41	34	31	
				여성	명	64	63	90	
자발적 이직률	자발적 이직률		%	20.1	16.7	17.4			

ESG Date

SOCIAL

SM ENTERTAINMENT

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년	비고	
401-3	육아휴직	육아휴직 대상 직원 수	남성	명	0	22	29	- 임신중이거나 8세미만의 자녀를 둔 근로자
			여성	명	3	24	26	- 육아휴직 세부 지표 산정 기준은 6개사 모두 동일함
		육아휴직 사용 직원 수	남성	명	1	1	2	- 사업보고서 기준으로 집계하여 2022, 2023 수치 변화 발생함
			여성	명	3	6	8	
		육아휴직 이후 복귀 직원 수	남성	명	1	1	1	
			여성	명	5	2	5	
		육아휴직 복귀 12개월 이후 고용유지 직원 수	남성	명	0	0	0	- 사업보고서 기준으로 집계하여 2022, 2023 수치 변화 발생함
			여성	명	4	3	2	
		육아휴직 사용 직원의 복귀 및 잔류 비율	남성	%	0	0	0	
			여성	%	80	60	100	
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		
		중상 건수	건	0	0	0		
		기록할만한 업무 관련 부상 건수	건	0	0	1		- 산재요양승인 확인서 접수건을 기준으로 함
	업무 관련 부상 (비직원 노동자)	사망 건수	건	0	0	0		
		중상 건수	건	1	0	0		
		기록할만한 업무 관련 부상 건수	건	0	0	0		



ESG Date

SOCIAL

SM ENTERTAINMENT

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년	비고	
다양성 및 기회균등								
405-1	지배구조 기구와 직원의 다양성	의사결정기구	남성	%	100	60	70	
			여성	%	0	40	30	
			만 30세 미만	%	0	0	0	
			만 30세 이상 만 50세 미만	%	50	80	70	
			만 50세 이상	%	50	20	30	
		직원	남성	%	34.1	29.6	29.5	
			여성	%	65.9	70.4	70.5	
			만 30세 미만	%	42.3	40.4	36.0	- 데이터 정정으로 2023 수치 변화 발생함
			만 30세 이상 만 50세 미만	%	55.1	58.6	62.1	
			만 50세 이상	%	2.6	1.0	1.9	
405-2	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율	%	68.1	67.9	70.3	- 사업보고서상 기준으로 집계하여 2022, 2023 수치 변화 발생함	
차별 금지								
406-1	차별 건수	-	건	0	0	0	- 차별사례 없음	
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	

ESG Date

SOCIAL

SM ENTERTAINMENT

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년	비고
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 등 상품에 안전/성분 표기에 대한 법적 기준을 100% 준수하고 있음
417-2	상품 및 서비스 정보와 표기 위반사항	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 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	



ESG Date

ENVIRONMENTAL

SM ENTERTAINMENT

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년	비고	
에너지 소비량								
302-1	내부 에너지 소비량	에너지 소비량	전기	TJ	24.8	10.2	10.7	- 2024년 일부 산정방식이 변경되었음 - 전기사용량 등 고지서 기반으로 계산했으며, 건물내 기본 관리비에 포함된 전기 사용량에 대하여 자사 순수 사용량에 대한 산정이 불가능하여, 임차면적 기준으로 안분함
			난방 연료(LNG)	TJ	5.3	4.3	9.8	- 2024년 일부 산정방식이 변경되었음 - 건물내 공조기 가동을 위한 LNG 사용건으로, 자사 순수 사용량에 대한 산정이 불가능하여, 임차면적 기준으로 안분함
			휘발유	TJ	2.8	3.1	3.4	
			경유	TJ	4.3	5.8	4.2	
302-3	에너지 집약도	-	TJ/억 원	0.0070	0.0040	0.0042	- 에너지 사용량/연간 매출액 (별도 기준)	
물								
303-3	취수	취수량	총합	Ton	43,905.2	36,066.8	33,830.2	- 2024년 일부 산정방식이 변경되었음 - 건물내 기본 관리비에 포함된 취수량에 대하여 자사 취수량만 별도 산정이 불가능하여, 건물 전체 취수량을 자사 임차면적 기준으로 안분함
			공공 용수	Ton	31,887.7	36,066.8	33,830.2	
			생산된 물	Ton	12,017.5	0	0	
303-5	물 소비	소비량 총합	Ton	43,905.2	36,066.8	33,830.2		
온실가스 배출량 * Scope 3 검증 제외								
305-1	직접 온실가스 배출량 (Scope 1)	-	tCO ₂ -eq	757.1	834.1	1,019.4	- 2024년 난방연료 사용량 등 일부 산정방식이 변경되었음	
305-2	간접 온실가스 배출량 (Scope 2)	-	tCO ₂ -eq	1,185.5	489.1	511.8	- 2024년 전기 사용량 등 일부 산정방식이 변경되었음	
305-3	기타 간접 온실가스 배출량 (Scope 3)	Category 1 제품 및 서비스 구매	tCO ₂ -eq	-	-	1,860.8	- 자사 아티스트 앨범 1종 기준으로 산정됨	
		Category 4 Upstream 운송	tCO ₂ -eq	-	-	10.0	- Scope 3 배출량은 검증을 받지 않은 값임	
305-4	온실가스 배출 집약도	-	tCO ₂ -eq/억 원	0.38	0.21	0.23	- 온실가스 배출량/연간 매출액 (별도 기준) - Scope 1, 2 기준 산정	



ESG Data

ENVIRONMENTAL

SM ENTERTAINMENT

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년	비고
폐기물							
306-3	총 폐기물 발생량	-	Ton	98.6	80.3	82.3	
306-4	폐기물 재활용량	-	Ton	31.1	35.9	33.4	- 2024년 일부 산정방식이 변경되었음 - 건물내 기본 관리비에 포함된 폐기물 재활용량 중 자사 처리량이 별도 산정이 불가능하여, 건물 전체 재활용량을 자사 임차면적 기준으로 안분함
306-5	폐기물 처리량	폐기물 총량	Ton	67.5	44.4	48.8	- 2024년 일부 산정방식이 변경되었음 - 건물내 기본 관리비에 포함된 폐기물 처리량 중 자사 처리량이 별도 산정이 불가능하여, 건물 전체 처리량을 자사 임차면적 기준으로 안분함 - 일반쓰레기는 종량제봉투로 반출하여 75L = 19kg으로 환산
		비위험 폐기물					
		매립	Ton	67.5	0.0	0.0	
		기타	Ton	0.0	44.4	48.8	

ESG Date

ECONOMIC

SM Life Design Group

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년	비고	
경제 성과								
201-1	생성 및 분배된 직접 경제 가치	생성된 직접 경제 가치 (연결 기준)	매출액	억 원	407	473	448	
			영업이익	억 원	35	27	35	
			당기순이익(손실)	억 원	25	47	49	
	분배된 경제 가치 (연결 기준)	분배된 경제 가치 (연결 기준)	판매비와 관리비	억 원	34	36	36	
			이자비용	억 원	2	1	0	- 반올림으로 2022, 2023 수치 변화가 발생함
			인건비	억 원	20	20	22	- 사업보고서 종업원급여 기준으로 재집계하여 2022, 2023 수치 변화 발생함
			법인세	억 원	1	0.3	-8	
	보유한 경제 가치 (연결 기준)	보유한 경제 가치 (연결 기준)	기부금	억 원	0.1	0.1	0	- 사업보고서 기준으로 집계하여 2023 수치 변화 발생함
			자산총계	억 원	677	635	695	
부채총계			억 원	154	65	77		
		자본총계	억 원	523	570	618		
201-4	정부의 재정적 지원	투자 보조금, 연구개발 보조금 및 기타 관련 보조금 유형	억 원	-	-	0		
세금								
207-4	국가별 보고 (세금)	법인세 비용	대한민국	백만 원	112	32	-813	- 반올림으로 2023 수치 변화 발생함
			세전이익	백만 원	4,376	5,119	4,058	
			유효세율	%	2.6	0.6	-20.0	
			당기순이익	백만 원	2,488	4,738	4,870	

ESG Date

SOCIAL

SM Life Design Group

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년	비고
고용							
2-7	직원	직원 총 인원수	명	24	27	33	- 사업보고서 직원 합계로 임원 제외
		상용(정규직) 근로자 수	명	24	27	33	
		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	- 사업보고서 기준으로 집계하여 2022, 2023 수치 변화 발생함
401-1	신규 채용자 수	연령별	만 30세 미만	명	1	2	3
			만 30세 이상 만 50세 미만	명	2	2	5
			만 50세 이상	명	0	1	0
		성별	남성	명	2	4	7
			여성	명	1	1	1
		지역별	국내	명	3	5	8
	전체 외국인		명	0	0	0	
	이직자 수	연령별	만 30세 미만	명	1	0	3
			만 30세 이상 만 50세 미만	명	7	0	3
			만 50세 이상	명	1	1	0
		성별	남성	명	4	1	3
			여성	명	5	0	3
자발적 이직률		자발적 이직률	%	29.0	4.2	22.2	
401-3	육아휴직	육아휴직 대상 직원 수	남성	명	-	-	8
			여성	명	-	-	0
	육아휴직 사용 직원 수	남성	명	0	0	1	
		여성	명	0	0	0	
	육아휴직 이후 복귀 직원 수	남성	명	0	0	1	
		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	

ESG Date

SOCIAL

SM Life Design Group

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년	비고	
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		
훈련 및 교육								
404-1	직원별 연간 교육 평균 시간	성별	남성	시간	16	16	10	
			여성	시간	16	16	10	
		직원 유형별	임원	시간	0	0	10	
			직원	시간	16	16	10	
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	%	71	74	76	- 데이터 정정으로 2022 수치 변화가 발생함
			여성	%	29	26	24	
			만 30세 미만	%	7	11	12	
			만 30세 이상 만 50세 미만	%	65.5	66.7	66.7	
			만 50세 이상	%	27.6	22.2	21.2	
405-2	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율	%	74.6	81.9	82.7		
차별 금지								
406-1	차별 건수	-	건	0	0	0		
마케팅 및 라벨링								
418-1	고객개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만 건수	-	건	0	0	0		

ESG Date

ENVIRONMENTAL

SM Life Design Group

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년	비고
원재료							
301-1	원재료 사용량	용지	R	12,865	15,832	11,492.4	- SME 앨범 인쇄는 LDG에서 진행함
		잉크	KG	2,065	1,318	1,252.0	- 용지 1R = 500장으로 환산
에너지 소비량							
302-1	내부 에너지 소비량	에너지 소비량	전기	TJ	12.9	12.7	13.6
			난방 연료(LNG)	TJ	0.7	0.6	0.6
			휘발유	TJ	-	-	1.3
			경유	TJ	-	-	1.4
302-3	에너지 집약도	-	TJ/억 원	0.0070	0.0040	0.038	- 에너지 사용량/연간 매출액 (별도 기준)
물							
303-3	취수	취수량	총합	Ton	2,174.0	2,008.0	2,335.0
303-5	물 소비	소비량 총합		Ton	2,174.0	2,008.0	2,335.0
온실가스 배출량							
305-1	직접 온실가스 배출량 (Scope 1)	-	tCO ₂ -eq	35.5	30.4	215.5	
305-2	간접 온실가스 배출량 (Scope 2)	-	tCO ₂ -eq	619.7	606.8	653.2	
305-4	온실가스 배출 집약도	-	tCO ₂ -eq/억 원	1.6	1.4	2.0	- 온실가스 배출량/연간 매출액 (별도 기준)
305-7	질소산화물(NOx), 황산화물(SOx) 및 기타 중요한 대기 배출량	질소산화물(Nox)	PPM	67.3	62.8	58.6	
		황산화물(Sox)	PPM	0.0	불검출	불검출	
		먼지	mg/S ³	0.0	0.70	2.7	
폐기물							
306-4	폐기물 재활용량	-	Ton	11.4	10.5	14.2	

ESG Date

ECONOMIC

SM Culture & Contents

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년	비고		
경제 성과									
201-1	생성 및 분배된 직접 경제 가치	생성된 직접 경제 가치 (연결 기준)	매출액	억 원	-	-	1,099	- 신규 보고 기업으로 2024 데이터부터 취합	
			영업이익	억 원	-	-	16		
			당기순이익(손실)	억 원	-	-	-142		
	분배된 경제 가치 (연결 기준)		판매비와 관리비	억 원	-	-	429		
			이자비용	억 원	-	-	11		
			인건비	억 원	-	-	315		- 사업보고서 종업원급여 기준
			법인세	억 원	-	-	7		
	보유한 경제 가치 (연결 기준)		기부금	억 원	-	-	0		
자산총계			억 원	-	-	2,333			
부채총계			억 원	-	-	1,500			
		자본총계	억 원	-	-	833			
201-4	정부의 재정적 지원	투자 보조금, 연구개발 보조금 및 기타 관련 보조금 유형	억 원	-	-	0			
반부패									
205-1	부패 관련 리스크 평가를 받은 사업장 총 개수 및 비율	-	개	-	-	1			
			%	-	-	100			
205-2	반부패 정책 및 절차에 대한 소통 및 훈련	조직의 반부패 정책 및 절차를 전달받은 대상의 인원수 및 비율	의사결정기구	명	-	-	3		
				%	-	-	33.3		
			직원	명	-	-	335		
				%	-	-	100	- 교육 당시 재직 임직원 수 기준으로 100%임 (사내이사 제외/ 상근 감사 포함)	
		비즈니스 파트너		-	-	-	-	- 정보 없음/불충분	
			반부패에 대한 교육을 받은 대상의 총 인원수 및 비율	의사결정기구	명	-	-	3	
				%	-	-	33.3		
			직원	명	-	-	335		
			%	-	-	100	- 교육 당시 재직 임직원 수 기준으로 100%임 (사내이사 제외/ 상근 감사 포함)		

ESG Date

ECONOMIC

[SM Culture & Contents](#)

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년 비교	
반경쟁 행동							
206-1	조직이 관여한 것으로 식별되는 반경쟁 행동, 반독점 및 독점 위반 행동에 대해 완료되었거나 판결을 기다리는 법률 조치 개수	-	건	-	-	0	
세금							
207-4	국가별 보고 (세금)	법인세 비용	대한민국	백만 원	-	-	725
		세전이익		백만 원	-	-	-13,468
		유효세율		%	-	-	-5
		당기순이익		백만 원	-	-	-14,193

ESG Date

SOCIAL

[SM Culture & Contents](#)

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년	비고		
고용									
2-7	직원	직원 총 인원수	명	-	-	339	- 사업보고서 직원 합계로 임원 제외		
		상용(정규직) 근로자 수	명	-	-	331			
		임시(기간이 한정된 계약) 근로자 수	명	-	-	8			
2-8	직원이 아닌 노동자	조직의 직원이 아니며 조직에 의해 작업이 통제되는 노동자 총 인원수	명	-	-	11			
401-1	신규 채용자 수	연령별	만 30세 미만	명	-	-	24		
			만 30세 이상 만 50세 미만	명	-	-	29		
			만 50세 이상	명	-	-	2		
		성별	남성	명	-	-	22		
			여성	명	-	-	33		
		지역별	국내	명	-	-	55		
			전체 외국인	명	-	-	0		
		이직자 수	연령별	만 30세 미만	명	-	-	29	
				만 30세 이상 만 50세 미만	명	-	-	39	
				만 50세 이상	명	-	-	6	
			성별	남성	명	-	-	32	
				여성	명	-	-	42	
401-3	육아휴직		육아휴직 대상 직원 수	남성	명	-	-	19	
		여성		명	-	-	31		
	육아휴직 사용 직원 수	남성	명	-	-	2			
		여성	명	-	-	8			
	육아휴직 이후 복귀 직원 수	남성	명	-	-	0			
		여성	명	-	-	5			
	육아휴직 복귀 12개월 이후 고용유지 직원 수	남성	명	-	-	2			
		여성	명	-	-	2			
	2-30	단체 교섭 계약	노사위원회 결정사항 적용 비율		-	-	100	- 노동조합은 없으며 노사협의회 운영	

ESG Data

SOCIAL

[SM Culture & Contents](#)

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년 비교	
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							
404-1	직원별 연간 교육 평균 시간	성별	남성	시간	-	-	21.3
			여성	시간	-	-	25.4
		직원 유형별	임원	시간	-	-	25.5
			직원	시간	-	-	23.7
404-3	정기적으로 성과 및 경력개발 검토를 받는 직원 비율	성별	남성	%	-	-	100
			여성	%	-	-	100
		직원 유형별	임원	%	-	-	100
			직원	%	-	-	100
다양성 및 기회균등							
405-1	지배구조 기구와 직원의 다양성	직원	남성	%	-	-	41.6
			여성	%	-	-	58.4
			만 30세 미만	%	-	-	19.2
			만 30세 이상 만 50세 미만	%	-	-	74.9
			만 50세 이상	%	-	-	5.9
405-2	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율	%	-	-	81.9	
차별 금지							
406-1	차별 건수	-	건	-	-	0	

ESG Date

SOCIAL

[SM Culture & Contents](#)

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년	비고
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	- 서비스 이용약관 공지하고 있음
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
			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	-

ESG Date

ENVIRONMENTAL

SM Culture & Contents

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년	비고
에너지 소비량							
302-1	내부 에너지 소비량	에너지 소비량	전기	TJ	-	-	2.7 - 전기사용량 등 고지서 기반으로 계산했으며, 건물내 기본 관리비에 포함된 전기 사용량에 대하여 자사 순수 사용량에 대한 산정이 불가능하여, 임차면적 기준으로 안분함
			난방 연료(LNG)	TJ	-	-	2.5 - 건물내 공조기 가동을 위한 LNG 사용건으로, 자사 순수 사용량에 대한 산정이 불가능하여, 임차면적 기준으로 안분함
			휘발유	TJ	-	-	1.3
			경유	TJ	-	-	1.4
302-3	에너지 집약도	-	TJ/억 원	-	-	0.0074	- 에너지 사용량/연간 매출액 (별도 기준)
물							
303-3	취수	취수량	총합	Ton	-	-	8,619.7 - 건물내 기본 관리비에 포함된 취수량에 대하여 자사 취수량만 별도 산정이 불가능하여, 건물 전체 취수량을 자사 임차면적 기준으로 안분함
303-5	물 소비	소비량 총합		Ton	-	-	
온실가스 배출량							
305-1	직접 온실가스 배출량 (Scope 1)	-		tCO ₂ -eq	-	-	313.1
305-2	간접 온실가스 배출량 (Scope 2)	-		tCO ₂ eq	-	-	130.4
305-4	온실가스 배출 집약도	-		tCO ₂ -eq/억 원	-	-	0.42 - 온실가스 배출량/연간 매출액 (별도 기준)
폐기물							
306-3	총 폐기물 발생량	-		Ton	-	-	11.6
306-4	폐기물 재활용량	-		Ton	-	-	8.5 - 건물내 기본 관리비에 포함된 폐기물 재활용량 중 자사 처리량이 별도 산정이 불가능하여, 건물 전체 재활용량을 자사 임차면적 기준으로 안분함
306-5	폐기물 처리량	폐기물 총량		Ton	-	-	3.0 - 건물내 기본 관리비에 포함된 폐기물 처리량 중 자사 처리량이 별도 산정이 불가능하여, 건물 전체 처리량을 자사 임차면적 기준으로 안분함
		비위험 폐기물	매립	Ton	-	-	0.0
			소각	Ton	-	-	0.0
			기타	Ton	-	-	3.0 - 일반쓰레기는 종량제봉투로 반출하여 75L = 19kg 으로 환산

ESG Date

ECONOMIC

SM BRAND MARKETING

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년	비고	
경제 성과								
201-1	생성 및 분배된 직접 경제 가치	생성된 직접 경제 가치 (연결 기준)	매출액	억 원	882	868	606	
			영업이익	억 원	42	-1	-31	- 반올림으로 2022, 2023 수치 변화가 발생함
			당기순이익(손실)	억 원	23	-101	-33	
	분배된 경제 가치 (연결 기준)		판매비와 관리비	억 원	283	301	195	
			이자비용	억 원	1	2	2	
			인건비	억 원	69	89	61	- 정정으로 2023 수치 변화가 발생함
			법인세	억 원	8	-40	1	- 반올림으로 2022, 2023 수치 변화가 발생함
			기부금	억 원	2	4	4	
	보유한 경제 가치 (연결 기준)		자산총계	억 원	636	284	223	
부채총계			억 원	416	169	142		
자본총계			억 원	220	115	80		
201-4	정부의 재정적 지원	투자 보조금, 연구개발 보조금 및 기타 관련 보조금 유형	억 원	정보없음	정보없음	0		
반부패								
205-2	반부패 정책 및 절차에 대한 소통 및 훈련	조직의 반부패 정책 및 절차를 전달받은 대상의 인원수 및 비율	의사결정기구	명	정보없음	정보없음	3	- 윤리규범 실천 서약서 서명 92명 (임원 3명, 직원 89명)
				%	정보없음	정보없음	60	
		비율	직원	명	정보없음	정보없음	89	
				%	정보없음	정보없음	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		
세금								
207-4	국가별 보고 (세금)	법인세 비용	대한민국	백만 원	789	-4,017	80	
			인도네시아	백만 원	해당없음	해당없음	15	
			미국	백만 원	해당없음	해당없음	0	
			베트남	백만 원	해당없음	해당없음	0	
			싱가포르	백만 원	해당없음	해당없음	0	
		세전이익	백만 원	3,089	-14,098	-3,178		
		유효세율	%	25.5	28.5	-3.0		
	당기순이익	백만 원	2,300	-10,081	-3,273	- 정정으로 2023 수치 변화가 발생함		

ESG Date

SOCIAL

SM BRAND MARKETING

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년	비고		
고용									
2-7	직원	직원 총 인원수	명	132	112	119	- 임원 포함 집계		
		상용(정규직) 근로자 수	명	92	95	84			
		임시(기간이 한정된 계약) 근로자 수	명	40	17	35			
2-8	직원이 아닌 노동자	조직의 직원이 아니며 조직에 의해 작업이 통제되는 노동자 총 인원수	명	-	-	1	- 파견직		
401-1	신규 채용자 수	연령별	만 30세 미만	명	23	12	10		
			만 30세 이상 만 50세 미만	명	23	21	13		
			만 50세 이상	명	0	1	0		
		성별	남성	명	11	11	4		
			여성	명	35	23	19		
		지역별	국내	명	-	-	23		
			전체 외국인	명	-	-	0		
		이직자 수	연령별	만 30세 미만	명	2	4	6	
				만 30세 이상 만 50세 미만	명	4	31	17	
				만 50세 이상	명	0	0	0	
			성별	남성	명	2	9	3	
				여성	명	4	26	20	
자발적 이직률	자발적 이직률		%	8.6	26.5	20.5			
401-3	육아휴직	육아휴직 대상 직원 수	남성	명	-	-	2		
			여성	명	-	-	2		
	육아휴직 사용 직원 수	남성	명	0	0	0			
		여성	명	0	1	1			
	육아휴직 이후 복귀 직원 수	남성	명	0	0	0			
		여성	명	1	0	0			
	육아휴직 복귀 12개월 이후 고용유지 직원 수	남성	명	0	0	0			
		여성	명	1	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	%	100	100	100			

ESG Date

SOCIAL

SM BRAND MARKETING

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년	비고	
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	1	0	0		
훈련 및 교육								
404-1	직원별 연간 교육 평균 시간	성별	남성	시간	26	26	20.5	
			여성		26	26	20.9	
		직원 유형별	임원		26	26	15.8	
			직원		26	26	20.8	
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	%	26.5	29.5	25	
			여성	%	73.5	70.5	75	
			만 30세 미만	%	47.7	42.0	40	
			만 30세 이상 만 50세 미만	%	51.5	55.3	55	
			만 50세 이상	%	0.8	2.7	5	
405-2	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율	%	90.3	93.2	86.0	- 2024년부터 임원 제외 후 직급 구분 없이 임직원 전체 평균 기준으로 집계	
차별 금지								
406-1	차별 건수	-	건	0	0	0		

ESG Data

SOCIAL

SM BRAND MARKETING

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년	비고	
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		
417-2	상품 및 서비스 정보와 표기 위반사항	비준수건	비준수건 총합	건	0	0	1	- MD 상품 판매 시 법적 기준을 준수하고 있음
			벌금 혹은 불이익을 결과로 하는 건	건	0	0	1	- 전자상거래소비자보호법 위반으로 과태료 납부
			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		

ESG Date

ENVIRONMENTAL

SM BRAND MARKETING

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년	비고
에너지 소비량							
302-1	내부 에너지 소비량	에너지 소비량	전기	TJ	0.3	0.8	1.9 - 사육 이전 후 별도 계량이 불가하여 2024 미산정
			난방 연료(LNG)	TJ	29.0	17.0	-
			휘발유	TJ	-	-	-
			경유	TJ	-	-	-
302-3	에너지 집약도	-	TJ/억 원	0.035	0.022	0.0033	
물							
303-3	취수	취수량	총합	Ton	258.3	185.7	- - 사육 이전 후 별도 계량이 불가하여 2024 미산정
303-5	물 소비	소비량 총합		Ton	258.3	185.7	-
온실가스 배출량							
305-1	직접 온실가스 배출량 (Scope 1)	-	tCO ₂ -eq	1,469.7	861.6	-	- 이동연소는 산정대상에서 제외됨
305-2	간접 온실가스 배출량 (Scope 2)	-	tCO ₂ -eq	14.4	38.8	93.2	
305-4	온실가스 배출 집약도	-	tCO ₂ -eq/억 원	1.80	1.10	0.16	- 온실가스 배출량/연간 매출액 (별도 기준)

ESG Data

ECONOMIC

DREAM MAKER Entertainment

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년	비고	
경제 성과								
201-1	생성 및 분배된 직접 경제 가치	생성된 직접 경제 가치 (연결 기준)	매출액	억 원	593	943	359	
			영업이익	억 원	11	98	-14	
			당기순이익(손실)	억 원	3	77	-25	
	분배된 경제 가치 (연결 기준)		판매비와 관리비	억 원	61	61	58	- 반올림으로 2022 수치 변화가 발생함
			이자비용	억 원	1.19	1.08	0.93	- 반올림으로 2023 수치 변화가 발생함
			인건비	억 원	41	32	33	- 종업원급여 기준으로 재집계하여 2022, 2023 수치 변화가 발생함
			법인세	억 원	6	26	-0.4	
	보유한 경제 가치 (연결 기준)		기부금	억 원	0	0	0	
			자산총계	억 원	592	694	581	
부채총계			억 원	278	291	199		
		자본총계	억 원	314	403	383		
201-4	정부의 재정적 지원	투자 보조금, 연구개발 보조금 및 기타 관련 보조금 유형	억 원	0.60	0.04	0.17	- 재집계로 2022, 2023 수치 변화가 발생함	
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		
세금								
207-4	국가별 보고 (세금)	법인세 비용	대한민국	백만 원	560	2,581	-273	- 재집계로 2023 수치 변화가 발생함
			홍콩	백만 원	15	9	0	
			미국	백만 원	-	14	227	
			태국	백만 원	-	-	5	
		세전이익	백만 원	841	10,330	-2,505		
		유효세율	%	68.3	25.2	1.7		
		당기순이익	백만 원	266	7,726	-2,463		

ESG Date

SOCIAL

DREAM MAKER Entertainment

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년	비고
고용							
2-7	직원	직원 총 인원수	명	79	69	71	- 임원 포함 집계
		상용(정규직) 근로자 수	명	54	57	63	
		임시(기간이 한정된 계약) 근로자 수	명	25	12	8	
2-8	직원이 아닌 노동자	조직의 직원이 아니며 조직에 의해 작업이 통제되는 노동자 총 인원수	명	1,032	2,792	1,299	- 공연별 전체 스태프 인원 집계로 중복 산정될 수 있으며 2022, 2023 수치 변화가 있음
401-1	신규 채용자 수	연령별	만 30세 미만	명	22	12	7
			만 30세 이상 만 50세 미만	명	15	10	14
			만 50세 이상	명	4	0	0
		성별	남성	명	19	8	6
			여성	명	22	14	15
		지역별	국내	명	41	22	21
	전체 외국인		명	0	0	0	
	이직자 수	연령별	만 30세 미만	명	9	13	4
			만 30세 이상 만 50세 미만	명	12	19	12
			만 50세 이상	명	2	1	1
		성별	남성	명	13	8	7
			여성	명	10	25	10
자발적 이직률		자발적 이직률	%	39.0	41.8	24.6	
401-3	육아휴직	육아휴직 대상 직원 수	남성	명	2	2	3
			여성	명	4	4	5
	육아휴직 사용 직원 수	남성	명	0	0	0	
		여성	명	4	3	1	
	육아휴직 이후 복귀 직원 수	남성	명	0	0	0	
		여성	명	1	2	0	
	육아휴직 복귀 12개월 이후 고용유지 직원 수	남성	명	0	0	0	
		여성	명	0	1	2	
육아휴직 사용 직원의 복귀 및 잔류 비율	남성	%	0	0	0		
	여성	%	0	100	100		
2-30	단체 교섭 계약	노사위원회 결정사항 적용 비율	%	100	100	100	- 해당연도 전직원 및 공연 스태프

ESG Data

SOCIAL

DREAM MAKER Entertainment

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년 비교	
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	
훈련 및 교육							
404-1	직원별 연간 교육 평균 시간	성별	남성	시간	12.6	12.6	16.8
			여성	시간	12.6	12.6	16.8
		직원 유형별	임원	시간	12.6	12.6	16.8
			직원	시간	12.6	12.6	16.8
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	%	32.9	34.8	31.0
			여성	%	67.1	65.2	69.0
			만 30세 미만	%	39	36	34
			만 30세 이상 만 50세 미만	%	56	59	63
			만 50세 이상	%	5	4	3
405-2	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율	%	69.4	71.3	93.0	
차별 금지							
406-1	차별 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

ESG Data

SOCIAL

DREAM MAKER Entertainment

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년	비고
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 정보를 공지하고 있음
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
			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	

ESG Date

ENVIRONMENTAL

DREAM MAKER Entertainment

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년 비교		
에너지 소비량								
302-1	내부 에너지 소비량	에너지 소비량	전기	TJ	-	-	0.47	- 전기사용량 등 고지서 기반으로 계산했으며, 건물내 기본 관리비에 포함된 전기 사용량에 대하여 자사 순수 사용량에 대한 산정이 불가능하여, 임차면적 기준으로 안분함
			난방 연료(LNG)	TJ	-	-	0.43	- 건물내 공조기 가동을 위한 LNG 사용건으로, 자사 순수 사용량에 대한 산정이 불가능하여, 임차면적 기준으로 안분함
			휘발유	TJ	-	-	0.28	
			경유	TJ	-	-	0.14	
302-3	에너지 집약도	-		TJ/억 원	-	-	0.0064	- 에너지 사용량/연간 매출액 (별도 기준)
물								
303-3	취수	취수량	총합	Ton	-	-	1,486.1	- 건물내 기본 관리비에 포함된 취수량에 대하여 자사 취수량만 별도 산정이 불가능하여, 건물 전체 취수량을 자사 임차면적 기준으로 안분함
303-5	물 소비	소비량 총합		Ton	-	-	1,486.1	
온실가스 배출량								
305-1	직접 온실가스 배출량 (Scope 1)	-		tCO ₂ -eq	-	-	50.6	
305-2	간접 온실가스 배출량 (Scope 2)	-		tCO ₂ -eq	-	-	22.8	
305-4	온실가스 배출 집약도	-		tCO ₂ -eq/억 원	-	-	0.36	- 온실가스 배출량/연간 매출액 (별도 기준)
폐기물								
306-3	총 폐기물 발생량	-		Ton	-	-	3.5	
306-4	폐기물 재활용량	-		Ton	-	-	1.5	- 건물내 기본 관리비에 포함된 폐기물 재활용량 중 자사 처리량이 별도 산정이 불가능하여, 건물 전체 재활용량을 자사 임차면적 기준으로 안분함
306-5	폐기물 처리량	폐기물 총량		Ton	-	-	2.0	- 건물내 기본 관리비에 포함된 폐기물 처리량 중 자사 처리량이 별도 산정이 불가능하여, 건물 전체 처리량을 자사 임차면적 기준으로 안분함
		비위험 폐기물	기타	Ton	-	-	2.0	- 일반쓰레기는 종량제봉투로 반출하여 75L = 19kg으로 환산

ESG Date

ECONOMIC

Kreation Music Rights

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년	비고	
경제 성과								
201-1	생성 및 분배된 직접 경제 가치	생성된 직접 경제 가치 (연결 기준)	매출액	억 원	-	-	30	- 신규 보고 기업으로 2024 데이터부터 취합
			영업이익	억 원	-	-	-94	
			당기순이익(손실)	억 원	-	-	-109	
		분배된 경제 가치 (연결 기준)	판매비와 관리비	억 원	-	-	88	
			이자비용	억 원	-	-	0	
			인건비	억 원	-	-	21	
			법인세	억 원	-	-	-1	
		보유한 경제 가치 (연결 기준)	기부금	억 원	-	-	0	
			자산총계	억 원	-	-	204	
부채총계	억 원		-	-	71			
		자본총계	억 원	-	-	133		
201-4	정부의 재정적 지원	투자 보조금, 연구개발 보조금 및 기타 관련 보조금 유형	억 원	-	-	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		
세금								
207-4	국가별 보고 (세금)	법인세 비용	대한민국	백만 원	-	-	-59	
			스웨덴	백만 원	-	-	정보 사용 불가능	
		세전이익	백만 원	-	-	-10,949		
		유효세율	%	-	-	0.5		
		당기순이익	백만 원	-	-	-10,890		

ESG Date

SOCIAL

Kreation Music Rights

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년	비고
고용							
2-7	직원	직원 총 인원수	명	-	-	35	- 임원 포함 집계
		상용(정규직) 근로자 수	명	-	-	22	
		임시(기간이 한정된 계약) 근로자 수	명	-	-	13	
2-8	직원이 아닌 노동자	조직의 직원이 아니며 조직에 의해 작업이 통제되는 노동자 총 인원수	명	-	-	0	
401-1	신규 채용자 수	연령별	만 30세 미만	명	-	-	7
			만 30세 이상 만 50세 미만	명	-	-	13
			만 50세 이상	명	-	-	0
		성별	남성	명	-	-	10
			여성	명	-	-	10
		지역별	국내	명	-	-	14
			전체 외국인	명	-	-	6
			포르투갈	명	-	-	1
			스웨덴	명	-	-	5
	이직자 수	연령별	만 30세 미만	명	-	-	6
			만 30세 이상 만 50세 미만	명	-	-	3
			만 50세 이상	명	-	-	0
		성별	남성	명	-	-	3
여성			명	-	-	6	
401-3		육아휴직	육아휴직 대상 직원 수	남성	명	-	-
	여성			명	-	-	0
	육아휴직 사용 직원 수	남성	명	-	-	0	
		여성	명	-	-	0	
	육아휴직 이후 복귀 직원 수	남성	명	-	-	0	
		여성	명	-	-	0	
	육아휴직 복귀 12개월 이후 고용유지 직원 수	남성	명	-	-	0	
		여성	명	-	-	0	
	2-30	단체 교섭 계약	노사위원회 결정사항 적용 비율	%	-	-	해당없음 - 상시근로자 30명 미만으로 신고대상이 아님

ESG Date

SOCIAL

Kreation Music Rights

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년	비고	
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								
404-1	직원별 연간 교육 평균 시간	성별	남성	시간	-	-	5.3	- 법정 의무교육 수강시간의 평균
			여성	시간	-	-	5.3	
		직원 유형별	임원	시간	-	-	5.3	
			직원	시간	-	-	5.3	
404-3	정기적으로 성과 및 경력개발 검토를 받는 직원 비율	성별	남성	%	-	-	-	- 2024 설립, 2025부터 인사/성과평가체계 확정됨
			여성	%	-	-	-	
		직원 유형별	임원	%	-	-	-	
			직원	%	-	-	-	
다양성 및 기회균등								
405-1	지배구조 기구와 직원의 다양성	직원	남성	%	-	-	54.3	
			여성	%	-	-	45.7	
			만 30세 미만	%	-	-	26	
			만 30세 이상 만 50세 미만	%	-	-	74	
			만 50세 이상	%	-	-	0	
405-2	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율	남성 대비 여성의 기본급 및 보상 비율	%	-	-	94.2		
차별 금지								
406-1	차별 건수	-	건	-	-	0		
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	

ESG Date

SOCIAL

Kreation Music Rights

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년	비고
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	
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	-	-	해당없음	- 퍼블리싱 사업의 특성상 고객의 개인정보를 수집/보관하지 않음



ESG Data

ENVIRONMENTAL

Kreation Music Rights

GRI No.	지표	세부 지표	단위	2022년	2023년	2024년	비고
에너지 소비량							
302-1	내부 에너지 소비량	에너지 소비량	전기	TJ	-	-	1.2
302-3	에너지 집약도	-	-	TJ/억 원	-	-	0.046
온실가스 배출량							
305-2	간접 온실가스 배출량 (Scope 2)	-	-	tCO ₂ -eq	-	-	59.6
305-4	온실가스 배출 집약도	-	-	tCO ₂ -eq/억 원	-	-	0.046 - 온실가스 배출량/연간 매출액 (별도 기준)



GRI Index

Statement of Use	SM엔터테인먼트는 2024년 1월 1일부터 2024년 12월 31일까지의 기간동안 지속가능경영 내용을 보고함에 있어 GRI Standard 2021을 준수하여 적용하여 해당 정보를 보고함
GRI 1 used	GRI 1 : Foundation 2021
Applicable GRI Sector Standards	사용 불가능 (2025년 6월 기준 SM엔터테인먼트가 해당되는 산업군의 기준서가 발표되지 않음)

GRI No.	보고 주제	보고 기업						보고 위치	비고
		SME	LDG	C&C	BM	DM	KMR		
2-1	조직 세부사항	○						6p	
2-2	지속가능경영보고서에 포함된 조직	○						2p	
2-3	보고 기간, 빈도 및 책임자	○						2p	
2-4	정보 재진술	○						작년 보고서와 데이터가 다른 경우 주석 처리하였음	
2-5	외부 검증	○						126-127p	

GRI No.	보고 주제	보고 기업						보고 위치	비고
		SME	LDG	C&C	BM	DM	KMR		
2-6	활동, 가치사슬 및 기타 비즈니스 관계	○						7-19p	
2-7	직원	○	○	○	○	○	○	60p, 90p, 97p, 102p, 107p, 112p, 117p	
2-8	직원이 아닌 노동자	○	○	○	○	○	○	90p, 97p, 102p, 107p, 112p, 117p	
2-9	의사결정 구조 및 구성	○	○	○	○	○	○	84-87p, 92p, 98p, 103p, 108p, 114p, 118p	
2-10	최고의사결정기구 임명 및 선정	○						84-87p	
2-11	최고의사결정기구 의장	○						85-86p	
2-12	최고의사결정기구의 지속가능경영 영향 관리 감독 역할 및 책임	○						23p, 84-87p	
2-13	영향 관리 책임 위임	○						23p, 32p, 40p, 43p, 50p, 52-53p, 57p, 76p, 78-81p	
2-14	최고의사결정기구의 지속가능성 보고 역할	○						23p, 86-87p	
2-15	이해상충	○						84p	
2-16	중요사안 소통	○						23p, 87p	
2-17	최고의사결정기구의 공동지식	○						85p, 87p	
2-18	최고의사결정기구의 성과에 대한 평가	○						87p	
2-19	보수 정책	○						86-87p	
2-20	보수 결정 절차	○						86-87p	
2-21	연간 총 보상 비율	○						87p	
2-22	지속가능 발전 전략에 대한 성명	○						4p	
2-23	정책 서약	○						22p, 32p, 43p, 50p, 57p, 65p, 76p, 78p	
2-24	정책 서약 내재화	○						23p, 32-33p, 43-44p, 50-52p, 77p	
2-25	부정적 영향 완화 절차	○						52-53p	

GRI Index

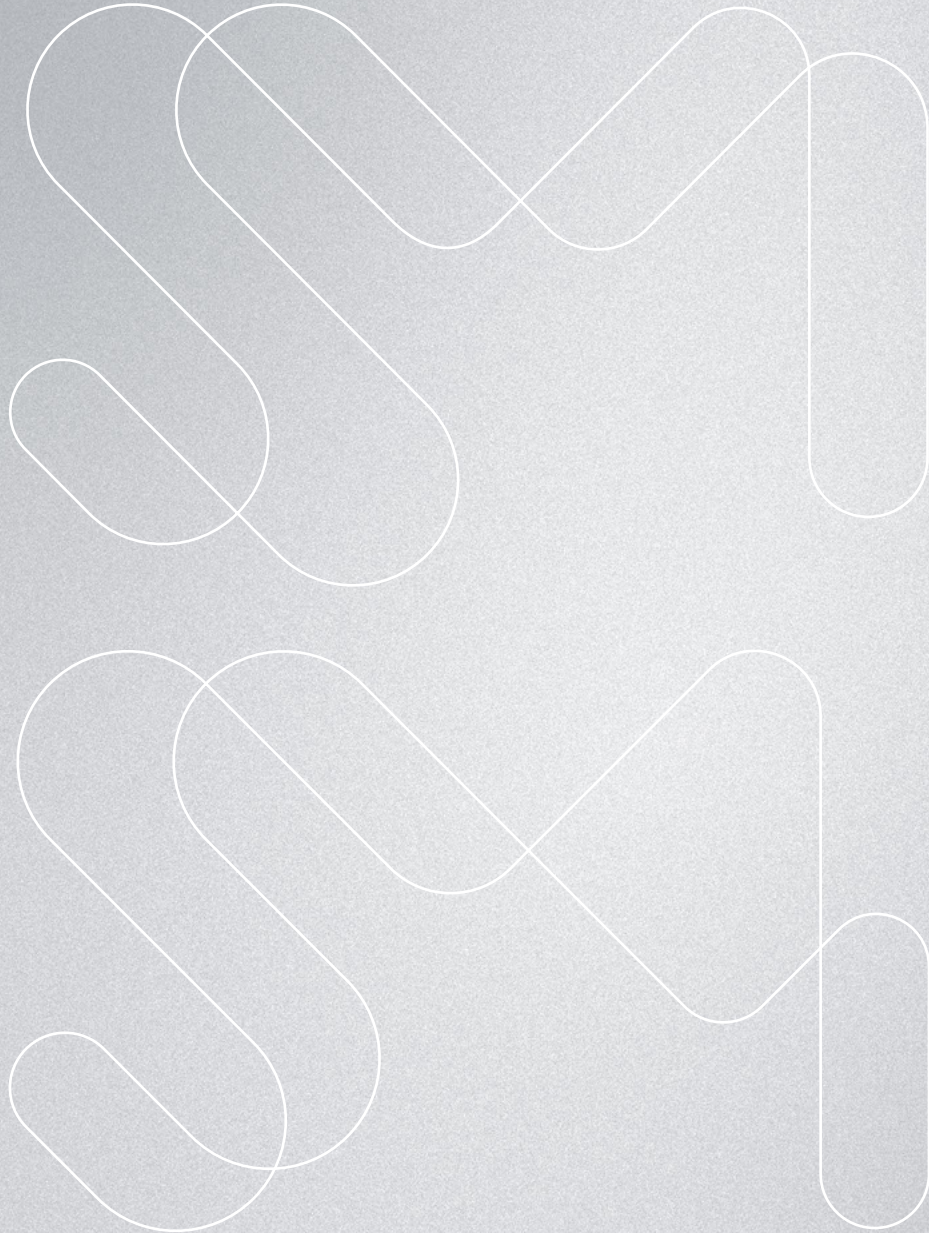
GRI No.	보고 주제	보고 기업						보고 위치	비고
		SME	LDG	C&C	BM	DM	KMR		
2-26	조언 구하기 및 우려사안 제기 메커니즘	○						77p, 80-81p	
2-27	법률 및 규제 준수	○		○	○	○	○	89p, 92-93p, 98p, 101p, 104p, 106p, 109p, 111p, 114p, 116p, 119p	SM BRAND MARKETING 전자상거래소비자보호법 위반으로 과태료 납부 통지 받은 사실이 있음
2-28	가입 협회	○						125p	
2-29	이해관계자 참여 방식	○						24p, 79p	
2-30	단체 교섭 계약	○		○	○	○	○	64p, 91p, 102p, 107p, 113p, 117p	
3-1	중대성 주제 결정 절차	○						27-29p	
3-2	중대성 주제 목록	○						29-30p	
3-3	중대성 주제 관리	○						30p	
201-1	생성 및 분배된 직접 경제 가치	○	○	○	○	○	○	89p, 96p, 100p, 106p, 111p, 116p	
201-4	정부의 재정적 지원	○	○	○	○	○	○	89p, 96p, 100p, 106p, 111p, 116p	
203-1	공익을 위한 인프라 투자 및 서비스 지원활동	○						68-74p	
205-1	부패 관련 리스크 평가를 받은 사업장	○		○				89p, 100p	
205-2	반부패 정책 및 절차에 대한 소통 및 훈련	○		○	○			77p, 100p, 106p	
206-1	반경쟁 행동, 반독점 및 독점 관행에 대한 법률적 조치	○		○	○	○	○	89p, 101p, 106p, 111p, 116p	
207-1	조세 접근법	○						80-81p	
207-4	국가별 보고	○	○	○	○	○	○	89p, 96p, 101p, 106p, 111p, 116p	
301-1	사용된 원재료의 중량 혹은 부피		○					99p	
302-1	조직 내 에너지 소비	○	○	○	○	○	○	34p, 94p, 99p, 105p, 111p, 116p, 122p	
302-3	에너지 집약도	○	○	○	○	○	○	34p, 94p, 99p, 105p, 111p, 116p, 122p	
303-3	취수	○	○	○	○	○		94p, 99p, 105p, 111p, 116p	
303-5	물 소비	○	○	○	○	○		94p, 99p, 105p, 111p, 116p	
304-1	보호지역 및 생물다양성 가치가 높은 지역 내 또는 그 인근에서 소유/임대/운영되는 사업장	○						40-41p	
304-2	조직의 활동, 제품, 서비스가 생물다양성에 미치는 중대한 영향	○						40-41p 서울숲 내 생물다양성 보호를 위한 광야숲 조성	
304-3	보호 또는 복원된 서식지	○						40-41p	
304-4	IUCN 적색목록 및 조직 사업의 영향을 받는 지역 내에 서식하는 국가보호종 목록	○						40-41p	
305-1	직접 온실가스 배출량 (Scope 1)	○	○	○	○	○	○	34p, 94p, 99p, 105p, 110p, 115p	SME를 제외한 계열사의 배출량은 검증을 받지 않은 값임
305-2	간접 온실가스 배출량 (Scope 2)	○	○	○	○	○	○	34p, 94p, 99p, 105p, 110p, 115p	SME를 제외한 계열사의 배출량은 검증을 받지 않은 값임

GRI Index

GRI No.	보고 주제	보고 기업						보고 위치	비고
		SME	LDG	C&C	BM	DM	KMR		
305-3	기타 간접 온실가스 배출량 (Scope 3)	○						34p, 94p	배출량은 검증을 받지 않은 값임
305-4	온실가스 배출 집약도	○	○	○	○	○	○	34p, 94p, 99p, 105p, 110p, 115p	
305-7	질소산화물(NOX), 황산화물(SOX) 및 기타 중요한 대기 배출량		○					99p	
306-3	생성된 폐기물	○		○		○		36-39p, 95p, 105p, 115p	
306-4	처리에서 전용된 폐기물	○	○	○		○		36-39p, 95p, 99p, 105p, 115p	
306-5	폐기처리되는 폐기물	○		○		○		36-39p, 95p, 105p, 115p	
401-1	신규채용 및 이직	○	○	○	○	○	○	60p, 90p, 97p, 102p, 107p, 112p, 117p	
401-3	육아휴직	○	○	○	○	○	○	91p, 97p, 102p, 107p, 113p, 117p	
403-1	산업 보건 및 안전 관리 시스템	○						43-47p	
403-2	위험물 식별, 리스크 진단 및 사고 조사	○						45p	
403-3	산업 보건 서비스	○						44-45p, 64p	
403-4	산업 보건 및 안전에 대한 노동자 참여, 협상 및 대화	○						44p	
403-5	산업 보건 및 안전 관련 노동자 교육	○						44p	
403-6	노동자 보건 증진	○						64p	
403-7	기업의 사업과 직접적으로 연계된 산업 보건 및 안전 영향의 예방과 완화	○						43-47p	
403-8	직장 건강 및 안전 관리 시스템의 적용 대상 근로자	○						43-44p	
403-9	업무 관련 부상	○	○	○	○	○	○	91p, 98p, 103p, 108p, 113p, 118p	
404-1	직원 별 연간 교육 평균 시간	○	○	○	○	○	○	62p, 98p, 103p, 108p, 113p, 118p	
404-2	직원 역량강화 및 전환 지원 프로그램	○						62p	
404-3	정기적으로 성과 및 경력 개발 검토를 받는 직원 비율(%)	○	○	○	○	○	○	61p, 98p, 103p, 108p, 113p, 118p	
405-1	지배구조 기구와 직원의 다양성	○	○	○	○	○	○	92p, 98p, 103p, 108p, 114p, 118p	
405-2	남성 대비 여성의 기본급 및 보수 비율	○	○	○	○	○	○	92p, 98p, 103p, 108p, 114p, 118p	
406-1	차별 사례 및 이에 대한 시정조치	○	○	○	○	○	○	52-53p, 56p, 92p, 98p, 103p, 108p, 114p, 118p	
416-2	제품 및 서비스의 건강 및 안전 영향 위반 건수	○			○	○	○	92p, 109p, 114p, 118p	
417-1	상품 및 서비스 정보와 표기에 대한 필수 요건	○		○	○	○	○	93p, 104p, 109p, 114p, 119p	
417-2	상품 및 서비스 정보와 표기 위반 건수	○		○	○	○	○	93p, 104p, 109p, 114p, 119p	
417-3	마케팅 소통 관련 위반 건수	○		○	○	○	○	93p, 104p, 109p, 114p, 119p	
418-1	고객개인정보보호 위반 및 고객정보 분실 사실이 입증된 불만 건수	○	○	○	○	○	○	65-66p, 93p, 98p, 104p, 109p, 114p, 119p	

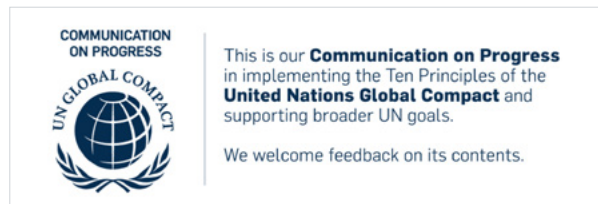


APPENDIX



글로벌 이니셔티브 참여 및 인증	125
보고서 제3자 검증 의견서	126
온실가스 검증 의견서	128

글로벌 이니셔티브 참여 및 인증



유엔글로벌콤팩트(UN Global Compact)는 인권, 노동, 환경, 반부패 분야의 10대 원칙을 기업의 운영과 활동에 내재화하고 실질적 실천 방안을 제시하는 글로벌 이니셔티브입니다. SM엔터테인먼트는 기업의 경영활동 전반에서 유엔글로벌콤팩트 이행 및 원칙 내재화를 위한 활동을 체계적으로 실천하고, COP를 통해 활동내용을 성실히 공개하고 있습니다.

구분	원칙	보고
인권	1. 기업은 국제적으로 선언된 인권 보호를 지지하고 존중해야 한다. 2. 기업은 인권 침해에 연루되지 않도록 적극 노력한다.	p. 50-56
노동규칙	3. 기업은 결사의 자유와 단체교섭권의 실질적인 인정을 지지하고, 4. 모든 형태의 강제노동을 배제하며, 5. 아동노동을 효율적으로 철폐하고, 6. 고용 및 업무에서 차별을 철폐한다.	p. 50-56
환경	7. 기업은 환경문제에 대한 예방적 접근을 지지하고, 8. 환경적 책임을 증진하는 조치를 수행하며, 9. 환경친화적 기술의 개발과 확산을 촉진한다.	p. 31-41
반부패	10. 기업은 부당 취득 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패에 반대한다.	p. 76-77

협회 가입



ISO 14001 인증

SM엔터테인먼트는 BSI(British Standards Institution, 영국왕립표준협회)로부터 환경경영국제표준인 ISO 14001인증을 받았습니다.
인증기간 : 2022. 12. 20. - 2025. 12. 19.

「2024 주식회사 에스엠엔터테인먼트 지속가능경영보고서」 제3자 검증의견서

주식회사 에스엠엔터테인먼트 이해관계자 귀중

(재)한국품질재단 (이하 '품질재단'이라 함)은 주식회사 에스엠엔터테인먼트¹⁾ (이하 '회사'라 함)의 2024년 지속가능경영보고서 (이하 '보고서'라 함)²⁾에 대한 독립된 검증을 수행하였습니다. 품질재단은 하기 명시한 검증 기준 및 범위에 따라 독립적으로 보고서에 대한 제3자 검증 의견을 제시할 책임이 있으며, 본 보고서의 작성에 대한 책임은 회사 경영자에게 있습니다.

1) 조직주소(본사기준) : 서울특별시 성동구 왕십리로 83-21

2) 데이터 수집기간 : 2024년 회계연도(2024년 1월 1일 - 12월 31일) 기준으로 하며, 일부 2025년 상반기까지의 데이터를 포함. 정량성과의 연도별 추이 파악을 위해 최근 3개년(2022년 - 2024년) 데이터 수록

검증 목적

본 검증은 회사의 보고서에 기재된 데이터 및 정보에 대한 신뢰성 확보를 목적으로 합니다.

검증 범위

1. 검증 경계 : 주식회사 에스엠엔터테인먼트 및 5개 자회사

※ 5개 자회사 : (주)에스엠컬처앤콘텐츠, (주)에스엠라이프디자인그룹, (주)에스엠브랜드마케팅, DREAMMAKER Entertainment Ltd., (주)크리에이션뮤직라이프

2. 검증 항목 (GRI Standards 2021 기준)

구분	GRI Standards
공통표준 (Universal Standards)	<ul style="list-style-type: none"> 2-1 to 2-5 (The organization and its reporting practices) 2-6 to 2-8 (Activities and workers) 2-9 to 2-21 (Governance) 2-22to2-28(Strategy,policies,andpractices) 2-29 to 2-30 (Stakeholder engagement) 3-1 to 3-3 (Material Topics Disclosures)
특정주제표준 (Topic Standards)	<ul style="list-style-type: none"> GRI 306 (Waste) GRI 403 (Occupational Health and Safety) GRI 406 (Non-Discrimination) GRI 418 (Customer Privacy)

* 특정주제 표준 : 중대주제 관련 조항 기준

3. 검증 제외항목 : 다음 사항은 검증범위에 포함되지 않았습니다.

- 1) 자회사, 관련 회사, 협력사 및 제 3 자의 성과 및 보고 관행
- 2) 보고서에 제시된 GRI Standards 2021을 제외한 기타 지속가능성 이니셔티브 관련 항목
- 3) 정기공시 보고서, 재무제표 등 기타 관련 정보
- 4) 에스엠엔터테인먼트 국내사업장(본사) Scope 1,2 배출량 제외한 온실가스 배출량 데이터

검증 기준

본 검증은 [AA1000AS (v3)], [AA1000AP (2018)] 및 [Type 1-Moderate]를 기준으로 하였습니다.

검증 방법

심사팀은 상기 기준을 적용하여 보고서 내용의 신뢰성을 확인하기 위해 관련 절차, 시스템 및 통제의 방식과 가용한 성과 데이터에 대하여 검토하였습니다. 검증 과정에서 확인한 문서는 아래와 같습니다.

- **비재무정보** : 회사가 제공한 데이터와 통합 정기공시 보고서, 언론 및 인터넷을 통해 조사된 자료 등
 - **재무정보** : 회사의 재무제표 및 금융감독원의 전자공시시스템 (dart.fss.or.kr)에 공시된 자료와 홈페이지에 게시된 자료 등
- ※ 단, 상기 자료 (비재무정보 및 재무정보 관련 자료)의 내용은 검증 범위에 포함되지 않음.

본 검증은 현장방문을 포함한 서면검증 및 담당자 인터뷰를 통해 진행되었습니다. 보고서 내 중대성 평가 절차, 이해관계자를 고려한 이슈 선정, 데이터 수집 · 관리 및 보고서 작성 절차의 유효성과 서술 내용의 타당성은 담당자 인터뷰를 통해서 평가되었습니다. 이후 상기 단계에서 발견한 일부 오류, 부적절한 정보, 불명확한 표현들은 보고서 발간 전에 적절히 보완되었음을 확인하였습니다.

검증 한계

본 검증은 기준 및 방법 등을 적용하는 과정에서 발생할 수 있는 고유의 한계를 내포하고 있습니다.

적격성 및 독립성

본 검증의 심사팀은 품질재단 내부 규정에 의거하여 적격하게 구성되었습니다. 품질재단은 제3자 검증서비스를 제공하는 업무 외에 회사의 사업 전반에 걸쳐 검증의 독립성 및 공정성을 저해할 수 있는 어떠한 이해관계도 없습니다.

「2024 주식회사 에스엠엔터테인먼트 지속가능경영보고서」 제3자 검증의견서

검증 의견

품질재단은 회사의 보고서에 대해 아래와 같은 의견을 제시합니다.

1) 보고서는 다음의 AA1000AP (2018) 4대 원칙을 준수하여 작성되었음을 확인하였습니다.

포괄성 (Inclusivity)

회사는 이해관계자 그룹을 적절히 정의하여 각 그룹의 특성을 고려한 의사소통 채널을 통해 이해관계자들과 소통하고 니즈를 파악하고 있습니다. 심사팀은 이 과정에서 누락된 주요 이해관계자를 발견할 수 없었으며, 수렴된 이해관계자의 의견을 경영전략에 반영할 수 있도록 노력하고 있음을 확인할 수 있었습니다.

중요성 (Materiality)

회사는 적절한 절차를 통하여 중대이슈를 선정하였으며 관련한 영향을 고루 검토하여 중대이슈 선정에 대한 당위성을 제고하였습니다.

심사팀은 도출된 중대이슈가 본 보고서에서 보다 비중있게 다루어졌으며, 중대성 평가 과정에서 파악된 중대이슈가 누락없이 보고서에 보고되었음을 확인하였습니다.

대응성 (Responsiveness)

회사는 이해관계자의 요구사항과 주요 관심사항에 적시 대응하기 위해 노력하고 있습니다. 심사팀은 중대이슈에 대한 조직의 대응 활동 및 성과가 부적절하게 보고되었다는 증거를 발견하지 못하였습니다.

영향성 (Impact)

회사는 경영활동 전반에서 이해관계자 관련 중대이슈의 영향을 식별 및 모니터링하고 있으며, 그 내용을 가능한 범위 내에서 보고하고 있습니다. 심사팀은 중대이슈와 관련된 영향성이 부적절하게 측정·보고되었다는 증거를 발견하지 못하였습니다.

2) 보고서는 보고서 작성기준 (GRI Standards(2021) - Accordance, UNSDGs)에 따라 적절하게 작성되었습니다.

3) 검증에 사용된 데이터와 정보는 제공된 자료에 한하여 적절하고, 검증의견에 영향을 줄 수 있는 중대한 오류 및 누락은 발견되지 않았습니다.

4) 따라서 회사의 2024년 지속가능경영보고서에 대해 “적정” 의견을 제시합니다.

2025년 6월 26일
(재)한국품질재단 대표 송지영

Ji Young Song



온실가스 검증 의견서

주식회사 에스엠엔터테인먼트

검증대상

(재)한국품질재단(이하 ‘품질재단’이라 함)은 제3자 검증기관으로서 주식회사 에스엠엔터테인먼트¹⁾(이하 ‘회사’라 함)의 2024년 Scope 1, 2 온실가스 배출량(이하 ‘온실가스 배출량’이라 함)에 대한 독립된 검증을 수행하였습니다. 품질재단은 하기 명시한 검증 범위 및 기준에 따라 온실가스 배출량에 대한 검증 의견을 제시할 책임이 있으며, 온실가스 배출량의 주장에 대한 책임은 회사에 있습니다.

1) 조직주소(본사기준): 서울특별시 성동구 왕십리로 83-21

검증 목적

자발적 온실가스 배출량 인벤토리에 대한 독립된 검증 의견을 제시하는 것을 목적으로 합니다.

검증 범위

2024년 기준 회사의 운영통제 하에 있는 국내사업장(본사)의 주요 배출시설을 대상으로 하였습니다.

검증기준

회사의 요청에 따라 다음의 기준 및 지침에 근거하여 검증이 수행되었습니다.

- ISO 14064-1:2018, ISO14064-3:2019
- 2006 IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories
- 온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침(환경부고시 제2025-64호)

검증방식

본 검증은 ‘ISO14064-3:2019’의 검증 원칙과 기준에 따라 제한적 보증수준 하에서 수행되었으며, 기준 및 방법 등을 적용하는 과정에서 발행할 수 있는 고유한 한계를 포함하고 있습니다.

검증 결론

상기 명시한 기준 및 지침에 따라 검증을 수행한 결과, KFQ의 의견은 다음과 같습니다.

- 1) 온실가스 배출량은 관련 기준에 따라 적절하게 산정되었습니다.
- 2) 온실가스 배출량 산정에 사용된 데이터와 정보는 적절하고 합리적이며, 검증의견에 영향을 줄 수 있는 중대한 오류 및 누락은 발견되지 않았습니다. 온실가스 배출량에 대한 중요성 평가 결과 합의된 5%기준 미만을 만족하고 있습니다.
- 3) 따라서 다음의 2024년 온실가스 배출량에 대해 “적정” 의견을 제시합니다.

단위 : tCO₂eq

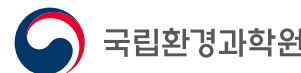
구분	Scope 1	Scope 2	총계
국내 사업장 (본사)	1,019.384	511.806	1,531

* 각 사업장의 배출량은 소수점 이하 절사되어, 배출량 총계와 실제값이 ±1 tCO₂eq 미만의 차이가 발생할 수 있음.

2025년 6월 20일

Ji Young Song

CEO Ji-Young Song
Korean Foundation for Quality



www.kfq.or.kr

서울특별시 송파구 삼전로 78(삼전동, Q타워)(05606)

