



한국IR협회의

기업리서치센터 기업분석 | 2026.07.27



코스닥 글로벌 상장법인

코스닥 글로벌 세그먼트

KOSDAQ | 미디어와엔터테인먼트

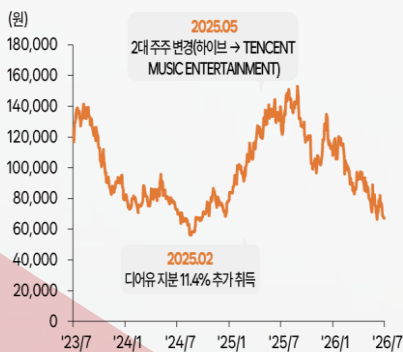
에스엠 (041510)

저연차 IP의 도약, 공연·MD로 이어지는 성장

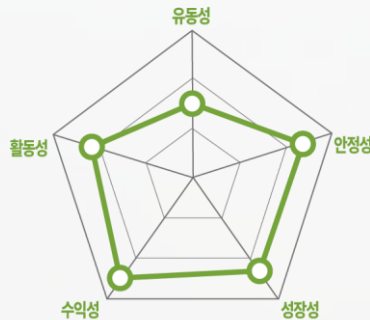
체크포인트

- 에스엠은 NCT(127, DREAM, WayV, WISH), aespa, RIIZE, 하츠투하츠 등 다양한 아티스트 IP를 기반으로 음반/음원, 출연(방송/광고/행사), 콘서트, MD/라이선싱 등의 사업을 영위 중인 국내 대표 엔터 기업
- 동사의 투자포인트는 1) 멀티 프로덕션 기반 신규 IP 확대와 포트폴리오 확장, 2) 공연·MD-라이선싱으로 확장되는 IP 수익화
- 동사 주가의 2026년 추정 실적 기준 PER은 12.4x로, 하이브 42.9x, JYP Ent. 11.0x, 와이즈엔터테인먼트 12.1x와 비교 시 JYP Ent. 및 와이즈엔터테인먼트와 유사한 수준. 하이브는 다수의 글로벌 아티스트 IP와 저연차 IP를 기반으로 상대적으로 높은 밸류에이션을 적용받고 있어 단순 평균 비교에는 한계가 존재. 이를 감안하면 현재 동사 주가의 밸류에이션은 국내 주요 엔터테인먼트 기업과 비교해 합리적인 수준에 위치한 것으로 판단됨

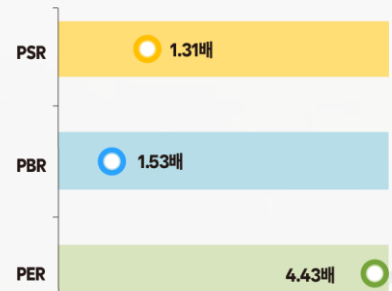
주가 및 주요이벤트



재무지표



밸류에이션 지표



아이돌 시장을 개척한 국내 대표 엔터기업

에스엠은 NCT, aespa, RIIZE, 하츠투하츠 등 다양한 아티스트 IP를 기반으로 음반·음원, 콘서트, MD·라이선싱, 출연 사업을 영위하는 종합 엔터테인먼트 기업. 1995년 설립 이후 H.O.T., 보아, 동방신기, 소녀시대, EXO, NCT, aespa 등 각 세대를 대표하는 아티스트를 지속적으로 배출하며 K-POP의 대중화와 글로벌 시장 확대를 주도해 왔음. 2025년 연결 매출은 에스엠 별도법인 69.2%, 종속회사 매출 및 연결조정 30.8%로 구성됨. 연결 종속회사를 통해 일본 지역 매니지먼트와 공연, 아시아 공연 프로모션, MD 기획·유통, 광고·콘텐츠 제작 및 팬 플랫폼 사업을 영위하고 있음. 별도법인 매출은 음반·음원 40.4%, MD·라이선싱 28.5%, 콘서트 19.6%, 출연 11.1%, 기타 0.4%로 구성됨

신규 IP 확대와 공연·MD·라이선싱 중심의 수익화 강화

멀티 프로덕션 체제를 바탕으로 기존 주력 IP와 저연차 IP가 함께 성장하는 포트폴리오가 구축되고 있음. RIIZE는 음반과 글로벌 공연 규모를 확대하고 있으며, 하츠투하츠도 미니 2집 'Lemon Tang'의 초동 판매량이 59.2만장으로 증가하며 신규 IP로 안착함. 여기에 신규 보이그룹 데뷔가 예정되어 있어 추가 성장 기반도 확보될 전망. 별도 매출에서 콘서트와 MD·라이선싱의 합산 비중은 2022년 26.1%에서 2025년 48.1%로 상승함. 공연 확대가 투어 MD와 팝업스토어 매출로 이어지는 가운데, 응원봉·캐릭터 상품과 'PUBG×aespa' 등 외부 IP 협업을 통해 라이선싱 영역도 확대되고 있음

26년 실적 전망: 매출액 1조 1,887억원(+1.2%), 영업이익 1,841억원(+0.6%)

별도법인은 전년도 일회성 음원 매출에 따른 역기저 효과와 음반·음원 매출 감소 영향이 예상되나, 주요 아티스트의 글로벌 투어 확대와 이에 연계된 MD·라이선싱 매출 성장이 이를 보완할 전망. 연결 기준으로는 디어유 실적의 연간 반영과 일본 지역 음반·공연·프로모션 확대, 공연 관련 종속법인의 손익 개선을 바탕으로 사상 최대 수준의 영업이익을 유지할 것으로 예상됨. 영업이익률은 15.5%로 전년대 유사한 수준을 기록할 전망

Forecast earnings & Valuation

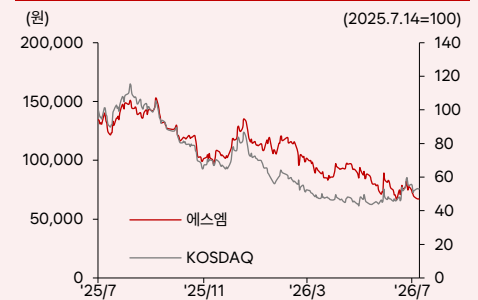
	2022	2023	2024	2025	2026F
매출액(억원)	8,508	9,611	9,897	11,749	11,887
YoY(%)	21.3	13.0	3.0	18.7	1.2
영업이익(억원)	910	1,135	873	1,830	1,841
OP 마진(%)	10.7	11.8	8.8	15.6	15.5
지배주주순이익(억원)	800	873	183	3,472	1,240
EPS(원)	3,363	3,664	778	15,126	5,414
YoY(%)	-40.7	8.9	-78.8	1,843.8	-64.2
PER(배)	22.8	25.1	97.2	8.9	12.4
PSR(배)	2.1	2.3	1.8	2.6	1.3
EV/EBITDA(배)	10.5	11.8	10.4	11.7	4.9
PBR(배)	2.6	3.0	2.7	3.1	1.4
ROE(%)	12.2	12.3	2.6	41.6	11.8
배당수익률(%)	1.6	1.3	0.5	1.2	2.4

자료: 한국IR협회의 기업리서치센터

Company Data

현재주가 (7/22)	67,000원
52주 최고가	153,000원
52주 최저가	66,500원
KOSDAQ (7/22)	751.09p
자본금	119억원
시가총액	15,339억원
액면가	500원
발행주식수	23백만주
일평균 거래량 (60일)	12만주
일평균 거래액 (60일)	98억원
외국인지분율	32.27%
주요주주	카카오 외 18인
	41.81%

Price & Relative Performance



Stock Data

주가수익률(%)	1개월	6개월	12개월
절대주가	-99	-38.0	-51.5
상대주가	16.1	-19.9	-47.5

▶참고 1) 표지 재무지표에서 안정성 지표는 '이자보상배율', 성장성 지표는 '매출액 증가율', 수익성 지표는 '영업이익률', 활동성지표는 '총자산회전율', 유동성지표는 '당좌비율'임. 2) 표지 밸류에이션 지표 차트는 해당 산업군내 동사의 상대적 밸류에이션 수준을 표시. 우측으로 갈수록 밸류에이션 매력도 높음.

▶'글로벌 세그먼트'는 코스닥 시장 내 재무실적과 시장평가, 기업재배구조가 우수한 기업으로 한국거래소에서 선정된 기업



기업 개요

연혁 및 지배구조 현황

**아이돌 문화를 개척하고
K-POP 세계화를 선도해 온
에스엠**

에스엠은 체계적인 아티스트 육성 시스템과 장르 개척 역량을 기반으로 세대별 대표 아티스트를 배출하며 K-POP의 세계화를 선도해 온 종합 엔터테인먼트 기업이다. 1995년 설립 직후 선보인 H.O.T.(1996년)는 대표곡 'Candy'로 아이돌 산업의 기틀을 마련하였고, 2000년 일본에 진출한 보아는 잇따른 히트곡으로 K-POP의 해외 진출 가능성을 입증하였다. 2000년대에는 동방신기(2003년), 슈퍼주니어(2005년), 소녀시대(2007년), 샤이니(2008년)를 연이어 데뷔시키며 2세대 아이돌 시장을 주도하였다. 이들은 두터운 팬덤을 확보하며 장기 흥행 IP로 성장하였고, 동사는 JYP엔터테인먼트·YG엔터테인먼트와 함께 '3대 기획사' 체제를 확립하였다.

2010년대부터는 아티스트 활동 전반에 세계관과 스토리텔링을 접목해 팬덤 경험을 확장하는 전략을 본격화하였다. EXO(2012년)와 레드벨벳(2014년)이 글로벌 팬층을 넓혔으며, NCT(2016년)는 무한확장 콘셉트와 유닛 활동으로 동사의 주력 IP로 성장하였다. 2020년 데뷔한 에스파는 실험적 사운드와 메타버스 세계관으로 차별화된 색채를 더하였다. 이후 라이즈(2023년), 하츠투하츠(2025년) 등 차세대 IP를 선보였으며, 2026년 이후 신규 보이그룹 데뷔도 예정되어 있다.

2026년 3월 말 기준, 에스엠의 최대주주는 카카오(21.61%)이며, 카카오엔터테인먼트(19.89%) 등을 포함한 최대주주 및 특수관계인 지분은 41.81%이다. 2023년 경영권 인수 과정에서 하이브와 분쟁이 있었으나 합의를 통해 카카오가 경영권을 확보하였고, 인수 경쟁 과정에서 대량 지분을 확보했던 하이브는 2025년 5월 보유 지분 전량(9.4%, 약 2,434억원)을 중국 Tencent Music Entertainment(TME)에 매각하였다. 이에 따라 TME(지분율 9.66%)가 2대주주가 되었으며, 이를 계기로 동사는 중국 IP 공동 제작·공연 협력 등 TME와의 전략적 파트너십을 본격화할 것으로 전망된다. 이 외 T. Rowe Price(5.78%) 등이 주요 주주로 있다.

2026년 3월 말 기준, 에스엠은 다수의 종속법인을 보유하고 있으며, 실적 기여도가 높은 7개의 주요 종속법인을 중심으로 살펴보면 다음과 같다. SM ENTERTAINMENT JAPAN Co., Ltd.(지분율 66.07%)는 SM 아티스트의 일본 공연 등을 지원하는 현지 매니지먼트 법인으로, 2025년 별도 기준, 매출액 969억원(+9.8%, yoy), 당기순이익 48억원(흑전, yoy)을 달성하였다. DREAMMAKER Entertainment Ltd.(지분율 76.98%)는 아시아권 공연 프로모터로, 2025년 별도 기준, 매출액 629억원(+75.2%, yoy), 당기순손실 20억원(적지, yoy)을 기록하였다. 공연 횟수 및 규모 확대가 외형 성장을 견인하였다. 에스엠브랜드마케팅(지분율 84.35%)은 MD 기획 및 유통을 담당하며 2025년 별도 기준, 매출액 641억원(+8.3%, yoy), 당기순손실 5억원(적전, yoy)을 기록하였다. 앨범 인쇄 등 제작 사업을 영위하는 SM Life Design(지분율 29.67%)은 2025년 연결 기준, 매출액 533억원(+19.1%, yoy), 당기순이익 55억원(+12.9%, yoy)을 달성하였다. 글로벌 팬 플랫폼 기업 디어유(지분율 44.21%)는 2Q25부터 연결 편입되었으며, 2025년 연결 기준 매출액 838억원(+12%, yoy), 당기순이익 186억원(-23.6%, yoy)을 기록하였다. SM C&C(지분율 30.32%)는 광고 협찬이 부진하면서 2025년 매출액 1,005억원(-8.6%, yoy), 당기순손실 19억원(적지, yoy)을 기록하였다. 키이스트(지분율 33.54%) 역시 드라마 방영 편수 감소 영향으로 2025년 매출액 157억원(-79.3%, yoy), 당기순손실 26억원(적지,

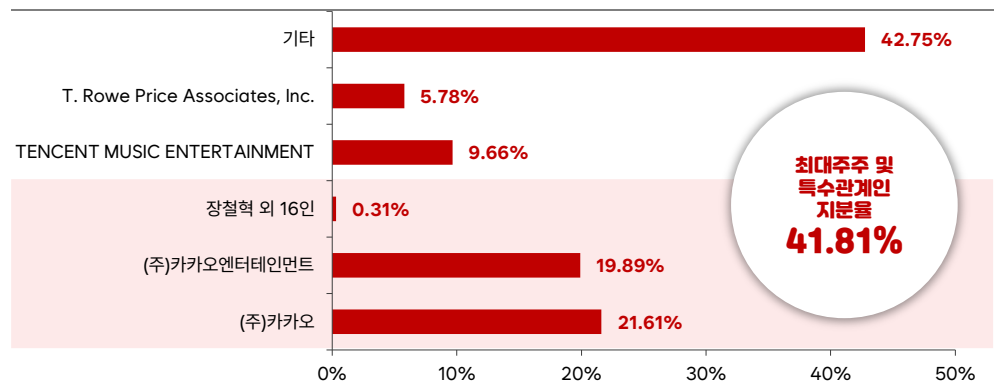
yoy)을 기록하였다.

연혁

1995~2009 3대 기획사 체제 구축	2010~2019 3세대 대표 아티스트 데뷔	2020~ 차별화된 색채 및 신규 아티스트 강화
1995 (주)에스엠엔터테인먼트 설립 1996 HOT 데뷔 2000 보아 데뷔 코스닥 시장 상장 2001 SM Entertainment JAPAN 설립 2003 동방신기 데뷔 2005 SM Entertainment CHINA 지사 오픈 슈퍼주니어 데뷔 2007 소녀시대 데뷔 2008 아이니 데뷔 SM Brand Marketing 설립 SM Entertainment USA Inc. 설립	2012 EXO 데뷔 SM Entertainment Beijing 설립 2014 레드벨벳 데뷔 2015 SMTOWN@coexartium 오픈 2016 NCT 데뷔 2017 SM C&C 인수 2018 키이스트 지분취득 SM Life Design Group 지분취득	2020 에스파 데뷔 JYP엔터테인먼트와 비온드라이브코퍼레이션 설립 2021 종간지주사 에스엠스튜디오스 설립 2022 '스튜디오 광야(STUDIO KWANGYA)' 설립 2023 라이즈 데뷔 음악퍼블리싱 자회사 'KREATION Music Rights' 출범 최대주주 변경(이수만 > 하이브 > 카카오) 2025 디어유 연결 자회사 편입 하츠투하츠 데뷔 글로벌 세그먼트 편입

자료: 에스엠, 한국IR협회의 기업리서치센터

주주 현황(2026년 3월 말 기준)



자료: 에스엠, 한국IR협회의 기업리서치센터

주요 종속기업 현황(2026년 3월 말 기준) 및 실적(2025년 연간 기준)

종속기업명	실효지분율	소재지	업종	매출액	당기순이익
SM ENTERTAINMENT JAPAN Co., Ltd.	66.07%	일본	일본 지역 매니지먼트	969	48
DREAMMAKER Entertainment Ltd.	76.98%	홍콩	국내외 공연사업	629	-20
에스엠브랜즈마케팅	84.35%	국내	도소매	641	-5
SM Life Design	29.67%	국내	인쇄 제조 및 콘텐츠 유통사업	533	55
디어유	44.21%	국내	IT 서비스업	838	186
SM C&C	30.32%	국내	광고 및 영상 콘텐츠 제작 및 배급	1,005	-19
키이스트	33.54%	국내	영상 콘텐츠 기획 및 제작, 판권사업	157	-26

주: SM Life Design, 디어유, SM C&C는 연결 기준, 이 외 종속기업은 별도 기준

자료: 에스엠, 한국IR협회의 기업리서치센터

2025년 기준,
에스엠엔터테인먼트(별도)의
매출은 음반/음원 40.4%,
출연(방송/광고/행사) 11.1%,
콘서트 19.6%,
MD/라이선싱 28.5%,
기타 0.4%로 구성

사업 부문별 비중과 주요 아티스트 현황

2025년 기준, 동사의 매출액은 SM엔터테인먼트(별도) 69.2%, 종속회사 및 연결조정 30.8%로 구성되어 있다. 주요 종속회사의 실적 또한 동사 아티스트 활동에 영향을 받는다는 점을 고려하여, 별도 기준 음반·콘서트 활동과 주요 아티스트를 중심으로 사업 현황을 분석하였다.

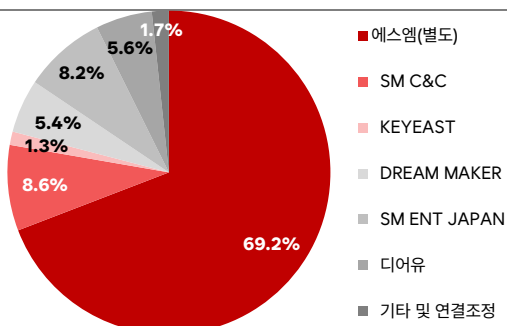
2025년 매출액 기준, 에스엠엔터테인먼트(별도)는 다양한 아티스트 IP를 기반으로 음반/음원(매출비중 40.4%), 콘서트(19.6%), MD/라이선싱(28.5%), 출연(방송/광고/행사, 11.1%), 기타(0.4%) 사업을 영위 중이다.

2025년 음반 판매량은 약 1,592만장(월간 씨클라트 TOP 100 합산 기준, +2.6%, yoy)으로, RIIZE 'ODYSSEY'(약 193만장)·NCT WISH 'COLOR'(약 148만장)와 'poppop'(약 135만장)·aespa 'Rich Man'(약 118만장)과 'Dirty Work'(약 108만장) 등 주요 신보가 밀리언셀러를 기록하였고, NCT DREAM은 미니 6집 'Beat It Up'(약 102만장)과 'Go Back To The Future'(약 100만장) 두 앨범으로 밀리언셀러 기록을 이어갔다. 솔로에서도 마크 'The Firstfruit'(약 58만장)·해찬 'TASTE'(약 43만장)가 판매에 기여하였고, 2025년 2월 데뷔한 하츠투하츠도 데뷔 앨범 'The Chase'(약 42만장)로 역대 K-POP 걸그룹 초동 신기록을 세우며 신인 IP의 성공적인 시장 진입을 입증하였다.

2025년에는 NCT 127, aespa, 동방신기, NCT WISH, 태연, RIIZE, NCT DREAM, SUPER JUNIOR 등 주요 아티스트의 글로벌 투어가 이어졌으며, 4분기에만 총 122회의 공연이 진행되었다. 저연차 아티스트와 기존 주력 IP의 활동이 크게 확대되며 콘서트 매출 성장을 견인하였다.

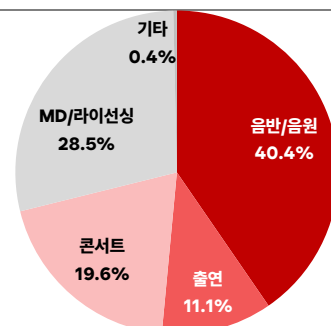
콘서트 연계 상품과 외부 IP 협업도 확대되었다. NCT WISH 전시 팝업, RIIZE 캐릭터 팝업, aespa 공연 MD와 응원봉, NCT WISH 및 SUPER JUNIOR 팝업스토어 등 아티스트 활동에 연계된 상품 판매가 확대되었다. 4분기에는 aespa와 SUPER JUNIOR의 응원봉, NCT WISH의 공연·기획 MD 판매가 호조를 보였으며, aespa와 'PUBG'·'캐치! 티니핑'의 협업 라이선싱 매출이 더해지며 분기 역대 최대인 781억원(+52.5%, yoy)을 기록하였다. 출연 부문 매출은 902억원(+6.9%, yoy)을 기록하였다.

에스엠 별도 및 종속회사·연결조정 매출액 비중(2025년 기준)



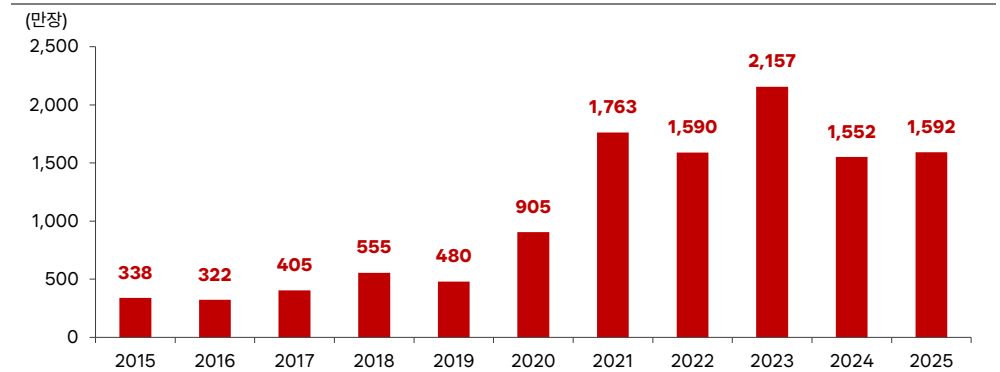
자료: 에스엠, 한국IR협회의 기업리서치센터

에스엠(별도) 부문별 매출 비중(2025년 기준)



자료: 에스엠, 한국IR협회의 기업리서치센터

에스엠엔터 앨범 판매량 추이



자료: 씨클차트, 한국IR협회의 기업리서치센터

슈퍼주니어

‘슈퍼주니어’는 2005년 11월 데뷔한 보이그룹으로, 현재 9인조로 활동 중이다. 2025년 데뷔 20주년을 맞아 7월 정규 12집 ‘Super Junior25’를 발표했다. 2026년에는 솔로·유닛 활동이 이어지고 있다. 려욱은 6월 23일 싱글 ‘Runaway’를 발매했으며, 이특과 김희철로 구성된 ‘SUPER JUNIOR-83z’는 7월 13일 첫 미니앨범 ‘너를 위한 약속 (Promise)’을 공개했다.

공연 부문에서는 2025년 8월 서울 KSPO DOME 2회를 시작으로 ‘SUPER SHOW 10’을 진행했다. 해당 투어는 홍콩, 자카르타, 마닐라, 멕시코시티, 몬테레이, 리마, 산티아고, 타이베이, 방콕, 나고야, 싱가포르, 마카오, 쿠알라룸푸르, 가오슝, 사이타마 등으로 이어졌으며, 2026년 4월 서울 KSPO DOME 양코르 공연 ‘SJ-CORE in SEOUL’ 3회로 마무리되었다. 2026년 하반기에는 유닛 ‘SUPER JUNIOR-83z’가 팬콘 투어 ‘1983’을 전개한다. 해당 투어는 7월 24~26일 서울 3회를 시작으로 도쿄 2회, 방콕, 홍콩, 쿠알라룸푸르, 마카오, 가오슝, 싱가포르, 타이베이까지 9개 도시 12회로 구성되어 있다.

동방신기(TVXQ!)

‘동방신기’는 2003년 12월 데뷔한 2세대 보이그룹이며 2010년부터 2인조로 활동 중이다. ‘Mirotic’ 등 다수의 히트곡을 보유하고 있으며, 2013년 국내 아이돌 최초로 누적 앨범 판매량 1,000만장(한일 합산)을 달성하였다. 한국과 일본에서 다수의 정규·싱글 앨범을 발매하였다. 2026년 하반기에는 유노윤호의 솔로 활동이 중심으로 전개된다. 유노윤호는 7월 20일 싱글 ‘Time’s Tickin’을 발표하였다.

공연 부문에서는 2026년 4월 일본 닛산 스타디움에서 20주년 기념 콘서트를 2회 개최했다. 유노윤호는 7월 17~19일 서울 3회를 시작으로 마카오, 싱가포르, 방콕, 타이베이, 자카르타, 홍콩에서 아시아 투어 ‘U-KNOW PROJECT 26: SCENE#1’을 진행할 계획이다.

슈퍼주니어-83z



자료: 에스엠, 한국IR협회의 기업리서치센터

유노윤호 싱글 'Time's Ticking'(타임스 티킨)



자료: 에스엠, 한국IR협회의 기업리서치센터

SHINee

'SHINee'는 2008년 5월 데뷔한 보이그룹으로 2025년 그룹 신보와 멤버 솔로 활동을 병행했다. 2025년 5월 싱글 'Poet | Artist'를 발매했으며, 2026년 미니 6집 'Atmos'를 6월 발표했다.

공연으로는 2025년 5월 23~25일 서울 KSPO DOME에서 'SHINee WORLD VII [E.S.S.A.Y]' 3회를 개최했다. 2025년 하반기에는 키가 서울 3회를 시작으로 대만, 싱가포르, 마카오, 일본, 북미까지 'KEYLAND : Uncanny Valley'를 전 개했고, 민호도 12월 고려대학교 화정체육관에서 'Our Movie' 2회를 개최하며 멤버별 공연 매출을 확대했다. 2026년에는 5월 29~31일 서울 KSPO DOME 3회와 6월 일본 베루나돔 2회를 포함해 'The Trilogy I - 2026 SHINee WORLD VIII : [THE INVERT]'를 총 5회 개최했다.

**NCT와 NCT 127,
NCT DREAM, WayV,
NCT WISH**

'NCT'는 '네오 컬처 테크놀로지(Neo Culture Technology)'의 약자로, '무한개방, 무한확장'을 핵심 콘셉트로 하는 SM의 대형 보이그룹 프로젝트다. 다국적 멤버로 서브그룹(NCT 127, NCT DREAM, WayV, NCT WISH)과 유닛을 중심으로 활동하며, 2024년 NCT WISH 데뷔를 끝으로 무한확장 체제는 공식 종료되었다. 2026년에는 데뷔 10주년을 맞아 'NCT 2026' 프로젝트를 통해 전 유닛이 순차적으로 컴백할 계획이다.

'NCT 127'은 2016년 7월 데뷔한 7인조 다국적 보이그룹으로, 국내를 중심으로 활동한다. 2026년 3분기 정규앨범 발매 이후 9월부터 다섯 번째 투어 'NEO CITY : THE REDLINE'을 진행할 계획이다. 현재 공개된 일정은 9월 18~20일 서울 3회를 시작으로 자카르타 1회, 홍콩 2회, 싱가포르 1회, 방콕 2회, 2027년 1월 타이베이 1회 등 6개 도시 10회다.

'NCT DREAM'은 2016년 8월 데뷔한 6인조 보이그룹이다. 2025년 11월 미니 6집 'Beat It Up'으로 10연속 밀리언셀러를 달성하였으며, 하반기 신규 앨범 활동이 기대된다. 공연 부문에서는 2025년 7월 ~ 2026년 1월 기간 동안 'THE DREAM SHOW 4 : DREAM THE FUTURE'를 고척스카이돔에서 시작해 방콕, 홍콩, 자카르타, 싱가포르, 사이타마, 타이베이, 쿠알라룸푸르, 오사카, 나고야 등으로 확대했다. 2026년 3월에는 서울 KSPO DOME에서 피날레 공연을 2주간 6회 개최했다. 2026년에는 그룹 10주년 행사와 유닛 활동이 병행되고 있다. 제노-재민 유닛 'NCT JNJM'은 미니앨

범 'BOTH SIDES'로 52만장을 판매하고 아시아 팬미팅 투어를 진행 중이다.

'NCT WISH'는 2024년 2월 데뷔한 6인조 다국적 보이그룹으로, 일본과 한국 활동을 병행하고 있다. 2026년 4월 한국 정규 1집 'Ode to Love', 7월 일본 싱글 3집 'YO-I-DON! / BOY MEETS GIRL'을 발표하였다. 공연 부문에서는 2025년 10월 인천 인스파이어 아레나를 시작으로 첫 단독 투어 'INTO THE WISH : Our WISH'를 전개했다. 일본과 아시아 주요 도시를 거쳐 2026년 4월 서울 KSPO DOME 양코르 공연까지 총 33회가 진행되었다.

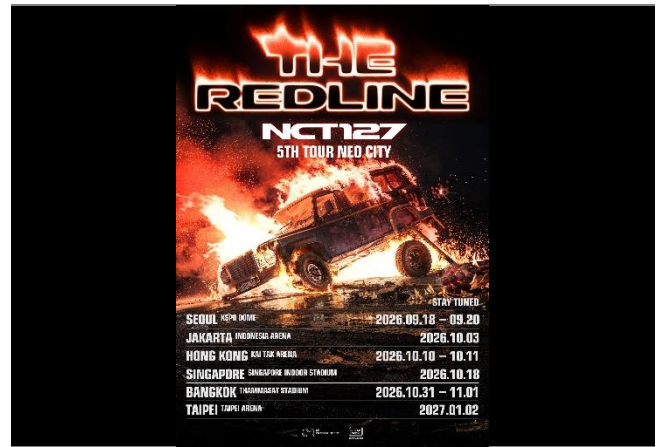
'WayV'는 2019년 1월 데뷔한 다국적 5인조 보이그룹으로, 중국을 중심으로 활동하는 유닛이다. 2025년 7월 미니 7집 'BIG BANDS'를 발표했으며, 2026년 8월 10일 미니 8집 'Vision Wings'를 발표할 예정이다. 2025년 두 번째 단독 콘서트 'No Way OUT'을 선전, 난징, 나고야, 오사카, 요코하마, 후쿠오카, 하얼빈, 항저우, 상하이, 청두, 타이베이, 홍콩, 방콕, 베이징 등 중국 본토와 일본을 포함한 아시아 전역에서 개최하였다.

샤이니 여섯 번째 미니앨범 'Atmos'



자료: 에스엠, 한국R협의회 기업리서치센터

'데뷔 10주년' NCT 127, 5번째 투어 'NEO CITY - THE REDLINE'



자료: 에스엠, 한국R협의회 기업리서치센터

'2026 NCT DREAM TOUR FINALE'



자료: 에스엠, 한국R협의회 기업리서치센터

NCT WISH, 日 싱글 더블 타이틀곡 'BOY MEETS GIRL'



자료: 에스엠, 한국R협의회 기업리서치센터

에스파(aespa)

'aespa'는 2020년 11월 데뷔한 4세대 4인조 다국적 걸그룹이다. 2026년 5월 발매한 정규 2집 'LEMONADE'는 누적 약 104만장으로 통산 8번째 밀리언셀러를 달성하였다. 7월에는 일본 첫 미니앨범 'KISS N TELL'(키스 앤 텔)을 발매하였다. 에스파는 첫 월드투어 'SYNK: HYPER LINE'(2023년) 이후 'SYNK: PARALLEL LINE'(2024년), 'SYNK: æXIS LINE'(2025년)으로 투어 규모를 단계적으로 확대해 왔다. 2026년 8월부터 2027년 2월까지 네 번째 월드투어 'SYNK: COMPLæXITY'를 북미·중남미·유럽 등 25개 지역에서 진행할 예정이다.

라이즈(RIIZE)

'RIIZE'는 2023년 9월 데뷔한 6인조 다국적 보이그룹이다. 2025년 5월 정규 1집 'ODYSSEY'로 193만장을 판매했고, 11월에는 싱글 2집 'Fame'으로 71만장을 기록했다. 2026년 6월 15일 미니 2집 'II'를 발매했으며, 나흘 만에 누적 판매량 100만장을 넘어 통산 네 번째 밀리언셀러를 기록했다. 하반기에는 일본 싱글앨범을 발표할 예정이다. 공연 부문에서는 2025년 7월 서울 KSPO DOME 3회를 시작으로 첫 콘서트 투어 'RIIZING LOUD'를 전개했다. 한국, 일본, 아시아, 북미, 멕시코 등으로 투어를 확대했고, 2026년 2월 도쿄돔 3회와 3월 서울 KSPO DOME 피날레 3회를 진행했다. 하반기, 일본 팬미팅 진행 등 활발한 일본 활동이 예정되어 있다.

에스파, 일본 첫 미니앨범 'KISS N TELL'



자료: 에스엠, 한국IR협의회 기업리서치센터

라이즈 두 번째 미니앨범 'II' (투)의 타이틀곡 'Do your dance'



자료: 에스엠, 한국IR협의회 기업리서치센터

엑소(EXO)

EXO는 2012년 4월 데뷔한 보이그룹이다. 2025년 9월 모든 멤버의 군 복무가 종료된 이후, 2026년 1월 수호, 찬열, 디오, 카이, 세훈, 레이 등 6인이 참여한 정규 8집 'REVERXE'를 발표했다. 해당 앨범은 약 101만장이 판매되면서 밀리언셀러를 기록했다.

4월 10~12일 서울 KSPO DOME 3회를 시작으로 'EXO PLANET #6 - ExhOrizon'을 진행하고 있으며, 호치민, 나고야, 타이베이, 방콕, 마카오, 오사카, 자카르타, 홍콩, 쿠알라룸푸르, 마닐라, 도쿄를 거쳐 7월 가오슝과 싱가포르까지 이어진다. 전체 투어는 14개 도시 27회로 구성되어 있다.

레드벨벳

'레드벨벳'은 2014년 8월 데뷔한 5인조 3세대 걸그룹이다. 2025년 솔로·유닛 앨범을 연이어 발표했다. 2025년 3월 슬기 미니 2집 'Accidentally On Purpose', 5월 아이린&슬기 미니 2집 'TILT', 8월 조이 미니 1집 'From JOY, with Love'가 발매되었다. 아이린&슬기는 6월 서울을 시작으로 'BALANCE' 콘서트 투어를 진행하며 유닛 앨범을 아시아

공연으로 연결했다. 2026년 1분기에는 아이린 정규 1집 'Biggest Fan'이 22만장 판매되었고, 이후 서울, 타이베이, 마카오, 싱가포르, 방콕을 순회하는 아시아 투어 'I-WILL'을 진행했다. 그룹 활동은 2026년 3분기 재개될 예정이다. 레드벨벳은 7월 31일부터 8월 2일까지 고려대학교 화정체육관에서 팬콘 'A Day in Red & Velvet'을 3회 개최하며, 이어 8월 3일 여름 미니앨범 'Velvet Summer'를 발매할 예정이다.

하츠투하츠(Hearts2Hearts)

'하츠투하츠'는 2025년 2월 데뷔한 8인조 다국적 걸그룹이다. 데뷔 싱글 'The Chase'는 약 42만장이 판매됐으며, 이후 디지털 싱글 'STYLE'과 미니 1집 'FOCUS'를 순차적으로 발매했다. 'FOCUS'는 2025년 4분기 약 45만장이 판매됐다. 2026년 2월에는 디지털 싱글 'RUDE!'를 공개했으며, 6월에는 미니 2집 'Lemon Tang'을 발표했다. 8월에는 첫 일본 싱글 'ICONIC HEART'를 발매하며 일본에 데뷔할 예정이다. 공연 부문에서는 2026년 서울 2회와 자카르타 1회로 구성된 팬미팅 'HEARTS 2 HOUSE'를 진행했다. 이어 3월 브루클린과 로스앤젤레스에서 북미 프리미어 쇼케이스를 2회 개최했다.

엑소는 여섯 번째 단독 콘서트 투어 'EXO PLANET #6 - EXhOrizon'



자료: 에스엠, 한국IR협의회 기업리서치센터

레드벨벳 미니앨범 'Velvet Summer'



자료: 에스엠, 한국IR협의회 기업리서치센터

하츠투하츠, 두 번째 미니앨범 'Lemon Tang'



자료: 에스엠, 한국IR협의회 기업리서치센터



산업 현황

1 글로벌 음원·음반 산업 현황

**글로벌 음원·음반 시장,
317억달러로 11년 연속 성장**

2025년 글로벌 음원·음반 산업 시장 규모는 317억 달러(+6.4%, yoy)를 기록하였다. 스트리밍 유료 구독 확대, 신형시장 성장, 실물 앨범 수요 회복이 함께 작용하며 시장 외형 확대를 견인하였다. 글로벌 음원·음반 산업은 음원 개별 구매 중심에서 스트리밍 구독 중심으로 전환된 이후 반복 매출 기반을 안정적으로 유지하고 있으며, 최근에는 팬덤 기반 실물 앨범 소비 회복과 지역별 시장 저변 확대가 성장 동력으로 작용하고 있다.

1. 지역별 현황

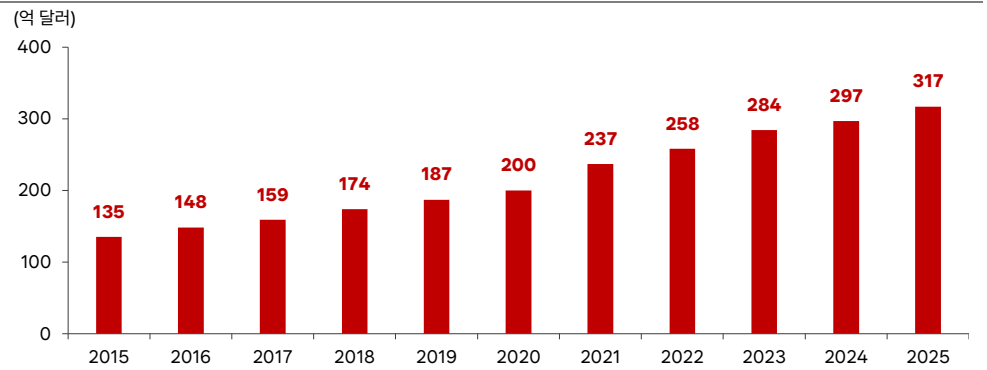
지역별 매출 비중은 북미(미국·캐나다) 38.7%, 유럽 30.4%, 아시아·라틴아메리카·중동 및 북아프리카 합산 28.5%, 오스트랄라시아 2.0%, 사하라 이남 아프리카 0.4%로 구성된다.

2025년 북미 시장 규모는 약 122.7억 달러(+3.5%, yoy)로, 전년 대비 4.1억 달러 확대되었다. 미국은 3.3%, 캐나다는 5.6% 성장하였으며, 유료 스트리밍과 구독 기반 매출이 안정적으로 유지되며 글로벌 음원·음반 시장의 최대 매출 기반을 형성하고 있다. 유럽 시장 규모는 약 96.4억 달러(+5.6%, yoy)로, 전년 대비 5.1억 달러 확대되었다. 영국 4.8%, 독일 1.7%, 프랑스 3.7%로 주요국이 모두 성장하였으며, 자국 아티스트와 자국어 음악 소비가 안정적인 수요 기반을 유지하고 있다. 스페인·포르투갈을 포함한 이베리아 지역은 유럽과 라틴아메리카를 연결하는 문화·언어 기반 시장으로, 로컬 아티스트 성장과 글로벌 확장 가능성을 동시에 보유하고 있다.

아시아는 2025년 10.9% 성장하며 2024년 성장을 1.3%에서 회복하였다. 2024년에는 2023년 한국 대형 실물 앨범 발매에 따른 높은 기저와 실물 앨범 매출 감소가 맞물리며 지역 성장률이 둔화되었고, 일본도 -0.2%로 정체되었다. 2025년에는 글로벌 실물 앨범 매출이 8.0% 증가하며 반등하였고, 세계 최대 실물 앨범 시장인 일본이 8.9% 성장으로 전환하면서 아시아 회복의 핵심 요인으로 작용하였다. 중국은 20.1% 성장하며 독일을 상회해 글로벌 4위 시장으로 상승하였고, 글로벌 상위 20개 시장 중 가장 높은 성장률을 기록하였다. 중국 시장은 스트리밍 플랫폼 기반 소비 확대와 함께 힙합·EDM·R&B·팝 등 장르 다변화가 진행되고 있으며, 현지 아티스트와 프로듀서 협업을 통한 로컬 음악 공급 확대가 성장 기반을 넓히고 있다.

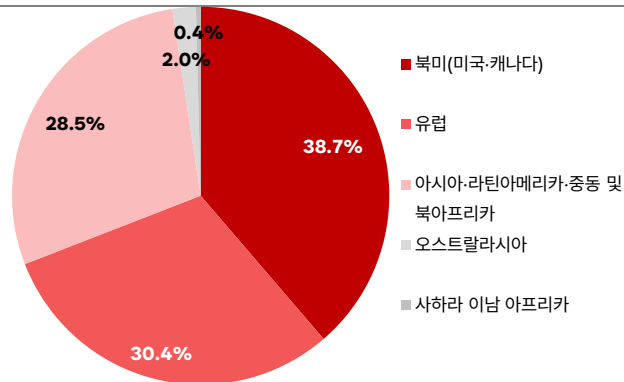
라틴아메리카는 17.1% 성장하며 16년 연속 성장하였다. 지역 매출의 88.1%가 스트리밍에서 발생하는 구조가 유지되고 있으며, 브라질 14.1%, 멕시코 13.3% 성장이 지역 성장을 견인하였다. 멕시코는 지역 음악 장르의 글로벌 확산과 미국 내 라틴계 소비 기반이 맞물리며 글로벌 상위 10개 시장에 진입하였다. 중동 및 북아프리카는 15.2% 성장하였으며, 지역 매출의 97.5%가 스트리밍에서 발생해 플랫폼 기반 음악 소비가 시장 확대를 주도하고 있다. 사하라 이남 아프리카는 15.2% 성장하며 시장 규모가 1.2억 달러로 확대되었다. 남아프리카공화국이 지역 매출의 78.1%를 차지하고 있으며, 유료 스트리밍 확산과 나이지리아 등 아프리카 음악의 글로벌 노출 확대가 지역 성장의 기반으로 작용하고 있다. 오스트랄라시아는 6.23억 달러(+1.5%, yoy) 규모로, 호주 1.2%, 뉴질랜드 3.0% 성장하였으나 주요 고성장 지역 대비 성장률은 제한적이었다.

글로벌 음원 및 음반 산업 규모 추이



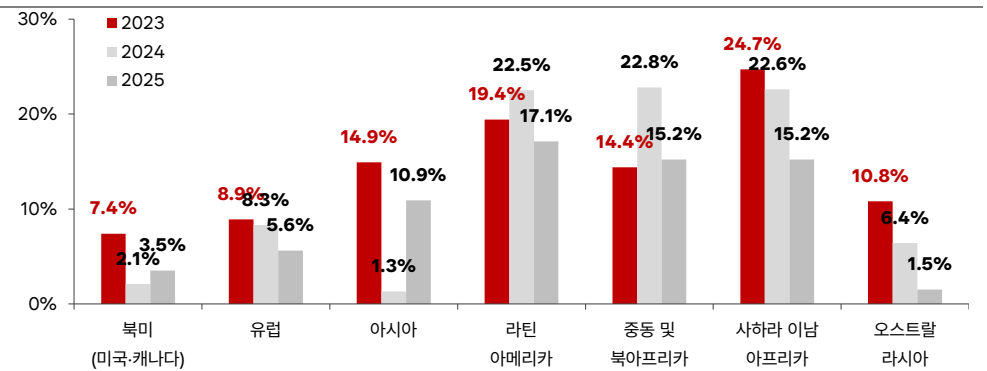
자료: IFPI, 한국IR협회의 기업리서치센터

글로벌 음원 및 음반 산업 지역별 매출 비중(2025년 기준)



자료: IFPI, 한국IR협회의 기업리서치센터

글로벌 음원 및 음반 산업 지역별 성장률 추이



자료: IFPI, 한국IR협회의 기업리서치센터

글로벌 음원 음반 시장,
스트리밍 중심 성장 지속

2. 세그먼트별 현황

2025년 글로벌 음원·음반 시장의 세그먼트별 비중은 스트리밍 69.6%, 실물 앨범 16.6%, 공연권 9.3%, 다운로드 및 기타 디지털 2.5%, 싱크로나이제이션 2.0%로 구성된다.

스트리밍은 음원이 다운로드 없이 인터넷을 통해 실시간으로 재생되는 형태로, 유료 구독형과 광고 기반 무료형으로 구분된다. 2025년 스트리밍 매출은 220억 달러(+7.7%, yoy)로 전체 시장의 69.6%를 차지하며 글로벌 음원·음반 시장 성장을 주도하였다. 이 중 구독형 스트리밍 매출 비중이 전체 시장의 52.4%로 과반을 초과하였고, 유료 구독 계정 수는 8억 3,700만개로 확대되었다. 구독형 스트리밍 매출은 8.8% 증가해 광고 기반 성장을 4.3%를 상회하였으며, 이는 글로벌 음악 소비가 무료 청취 기반에서 플랫폼 구독을 통한 반복 매출 확보 중심으로 이동하고 있음을 반영한다. 2015년 스트리밍 매출은 27억 달러, 비중은 20.0%에 불과하였으나 2025년 220억 달러, 69.6%까지 확대되며 글로벌 음악산업의 수익 구조를 재편하였다.

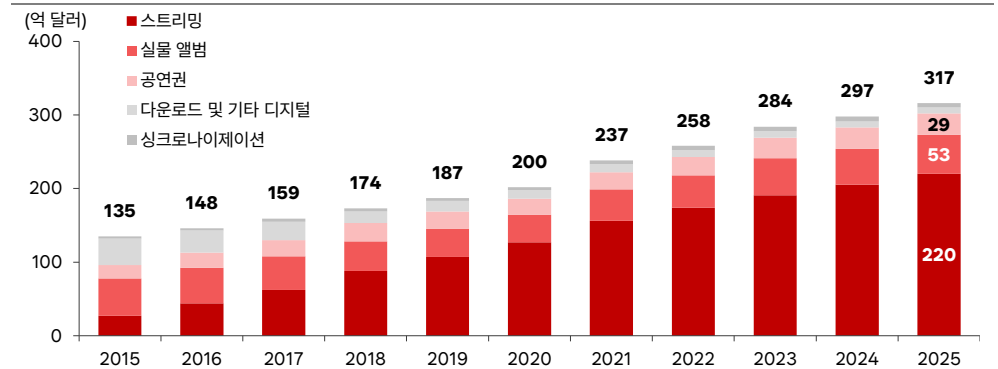
실물 앨범은 LP, CD, 뮤직비디오 등 물리적 매체에 수록된 음원·영상 상품의 판매 매출을 의미한다. 글로벌 실물 앨범 시장 규모는 2015년 51억 달러에서 2020년 37억 달러까지 감소하였으나, 2021년 이후 재차 확대되며 2025년 53억 달러(+8.0%, yoy)를 기록하였다. 2024년에는 실물 앨범 매출 감소가 전체 시장 성장을 둔화 요인으로 작용하였으나, 2025년에는 LP·CD·뮤직비디오 매출이 모두 증가하며 반등하였다. LP 매출은 13.7% 증가하며 19년 연속 성장하였고, CD와 뮤직비디오 매출도 각각 3.7%, 10.8% 증가하였다. 실물 앨범은 음악 청취 매체로서의 기능은 약화되었으나, 아티스트 IP를 소장하고 팬덤 정체성을 표현하는 상품으로 수요 기반을 유지하고 있다.

공연권은 음원과 뮤직비디오가 방송, 매장, 공공장소 등에서 사용될 때 발생하는 사용료 수익이다. 2025년 공연권 시장 규모는 29억 달러(+0.3%, yoy)로 전체 시장의 9.3%를 차지하였다. 2024년 대비 성장률은 제한적이었으나, 오프라인 상업 공간과 방송·공공장소에서 음악 사용이 지속되는 만큼 일정 수준의 매출 기반을 유지하고 있다. 2015년 18억 달러에서 2025년 29억 달러로 확대된 점에서, 스트리밍 중심의 시장 재편 이후에도 음악 IP 사용처 확대에 따라 완만한 성장을 이어온 세그먼트로 판단된다.

싱크로나이제이션은 영화, TV, 광고, 게임 등 영상·디지털 콘텐츠에 음원이 삽입될 때 발생하는 라이선스 수입이다. 2025년 시장 규모는 6억 4,100만 달러(-2.0%, yoy)로 전체 시장의 2.0%를 차지하였다. 2025년에는 전년 대비 소폭 감소하였으나, 2015년 3억 달러에서 2025년 6억 달러 이상으로 확대되며 음악 IP 활용처가 넓어지는 추세를 반영하고 있다. 콘텐츠 제작·광고·게임·숏폼 영상 등에서 음악 사용이 지속되는 만큼, IP 활용 범위 확대 측면에서 의미 있는 세그먼트로 판단된다.

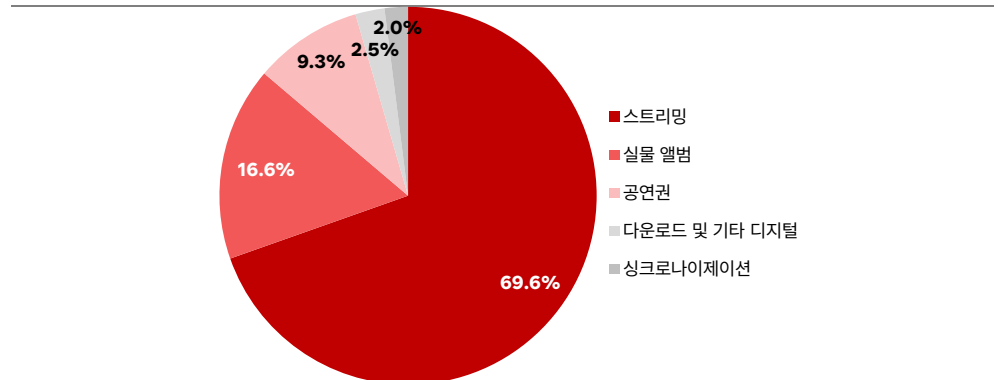
다운로드 및 기타 디지털은 음원을 개별 구매해 파일 형태로 보유하는 매출과 벨소리·디지털 부가서비스 등을 포함한다. 2025년 시장 규모는 약 8억 달러(-5.0%, yoy)로 전체 시장의 2.5%를 차지하였으며, 13년 연속 감소하였다. 2015년 비중 26.7%에서 2025년 2.5%까지 축소되었다. 글로벌 음악 소비가 음원 개별 구매·보유 구조에서 플랫폼 구독을 통한 지속 이용 구조로 전환되며, 다운로드 매출의 시장 내 역할은 빠르게 약화되고 있다.

글로벌 음원 및 음반 산업 포맷별 규모 추이



자료: IFPI, 한국IR협회의 기업리서치센터

글로벌 음원 및 음반 산업 포맷별 비중(2025년 기준)



자료: IFPI, 한국IR협회의 기업리서치센터

2 글로벌 콘서트·투어 산업 현황

대형 투어 중심의 회당 매출 상승

글로벌 콘서트·투어 시장은 2015년 이후 티켓 판매량 증가와 티켓 단가 상승으로 외형이 확대되었으며, 2022년 이후에는 대형 투어와 스타디움 공연 중심의 고매출 구조가 강화되고 있다. Pollstar 기준 글로벌 Top 100 투어 매출은 2015년 39.3억 달러에서 2019년 55.5억 달러, 2022년 62.8억 달러, 2024년 95.0억 달러로 확대되었으며, 2025년에는 2024년 초대형 투어 흥행의 기저 영향으로 89.0억 달러(-6.1%, yoy)를 기록하였다. 평균 티켓 가격도 2015년 78.30달러에서 2019년 96.17달러, 2025년 132.62달러로, 티켓 판매량도 2015년 5,021만장에서 2025년 6,730만장으로 확대되었다.

팬데믹 이전 2015년~2019년 콘서트·투어 시장은 관객 수 증가와 티켓 가격 상승으로 외형이 확대되었다. 글로벌 Top 100 투어 매출은 2015년 39.3억 달러에서 2019년 55.5억 달러로 41.1% 증가하였으며, 같은 기간 티켓 판매량은 5,021만장에서 5,770만장으로 14.9% 증가하였다. 공연당 평균 티켓 판매량도 2015년 11,007장에서 2019년 13,397장으로 22.0% 증가하며, 전체 티켓 판매량 증가와 회당 집객력 개선이 동시에 나타났다. 공연당 평균 매출은 86.2만 달러에서 129.0만 달러로, 평균 티켓 가격도 78.30달러에서 96.17달러로 동반 상승하였다. 해당 기간에는 P!NK, Elton John, Ed Sheeran, Taylor Swift, Jay-Z/Beyonce 등 글로벌 대형 아티스트 투어가 시장 상위권을 형성하였다.

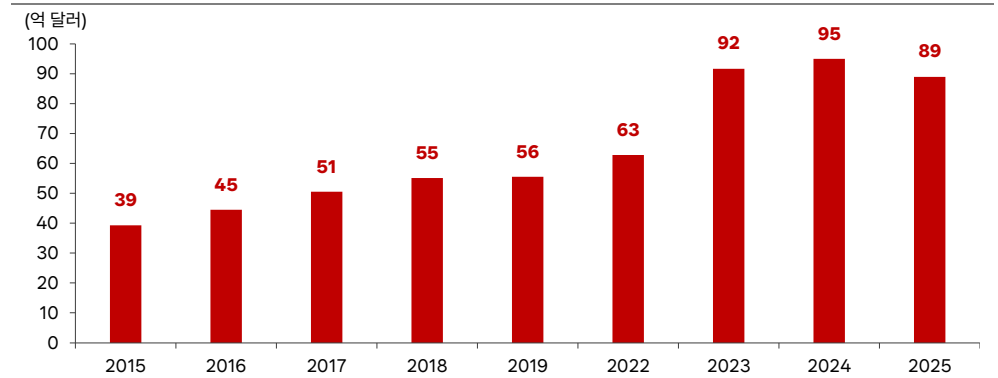
2022년 콘서트·투어 시장은 공연 재개 이후 이연 수요와 스타디움 투어 확대를 바탕으로 빠르게 정상화되었다. 글로벌 Top 100 투어 매출은 62.8억 달러, 티켓 판매량은 5,920만장으로 팬데믹 이전인 2019년(55.5억 달러, 5,770만장)을 상회하였으며, 평균 티켓 가격은 106.07달러로 최초로 100달러를 상회하였다. 특히 2022년은 '스타디움의 해'로, 스타디움 공연 매출은 26.8억 달러로 2019년 14.8억 달러 대비 +81.0%, 티켓 판매량도 1,600만장에서 2,380만장으로 +49.0% 증가하였다. The Weeknd, Lady Gaga, Ed Sheeran, BTS, Coldplay, Bad Bunny, BLACKPINK 등 장르·지역을 아우르는 아티스트가 스타디움 공연을 확대하며 대형 공연장 중심의 시장 구조를 강화하였다.

2023년 글로벌 Top 100 투어 매출은 91.7억 달러(+46.0%, yoy)를 기록하였다. 티켓 판매량은 7,000만장으로 전년 대비 18.4% 증가했고, 공연당 평균 티켓 판매량은 18,103장(+24.3%, yoy)을 기록했다. 평균 티켓 가격은 130.81달러로 전년 대비 +23.3% 상승하였다. 공연당 평균 매출은 237만 달러로 전년 154만 달러 대비 53.2% 증가했고, 초대형 아티스트 투어 집중이 회당 매출 상승으로 연결되었다. Taylor Swift의 'The Eras Tour', Beyoncé의 'Renaissance Tour', Bruce Springsteen & The E Street Band 투어 등 상위 3개 투어는 약 20억 달러의 매출을 기록하며 Top 100 투어 매출의 21.8%를 차지하였다.

2024년 글로벌 Top 100 투어 매출은 95.0억 달러(+3.6%, yoy)로 사상 최대치를 경신하였다. 평균 티켓 가격은 135.92달러까지 상승했으며, 대형 투어의 가격대 상승이 시장 외형 확대를 이끌었다. 전년도에 이은 Taylor Swift의 'The Eras Tour'와 Coldplay의 'Music of the Spheres World Tour'가 글로벌 투어 시장 상위권을 형성하며 2024년 매출 확대를 주도하였다. Taylor Swift의 'The Eras Tour'는 2024년 집계 기간 중 10억 달러 이상 매출을 기록하며 글로벌 Top 100 투어 매출의 약 11%를 차지했고, Coldplay의 'Music of the Spheres World Tour'는 누적 기준 1,000만장 이상의 티켓 판매를 기록하며 대형 스타디움 투어의 모객력을 입증하였다.

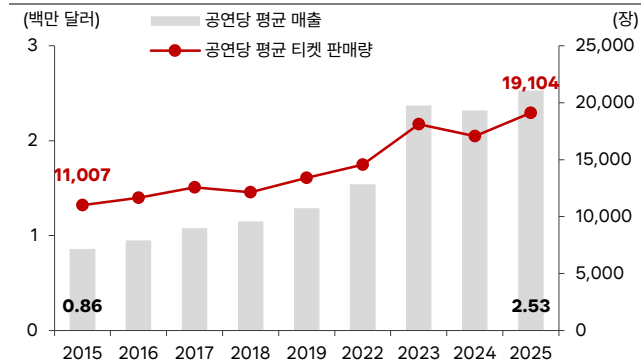
2025년 글로벌 Top 100 투어 매출은 89.0억 달러(-6.1%, yoy), 티켓 판매량은 6,730만장(-3.7%, yoy)을 기록하며 전년 대비 감소하였다. 2024년 Taylor Swift의 'The Eras Tour', Coldplay의 'Music of the Spheres World Tour' 등 초대형 투어 흥행으로 높아진 기저 영향이 반영되었다. 다만 공연당 평균 티켓 판매량은 19,104장으로 사상 최고치를 기록하였고, 공연당 평균 매출도 2024년 232.1만 달러에서 2025년 약 253만 달러로 확대되었다. 평균 티켓 가격은 132.62달러로 전년 대비 2.4% 하락했으나, 공연당 티켓 판매량 증가가 가격 하락을 상쇄하며 회당 매출 증가로 이어졌다. 2025년 상위권 투어에서는 고가 티켓형 투어와 대규모 관객 동원형 스타디움 투어가 동시에 나타났다. Beyoncé의 'Cowboy Carter Tour'는 159.6만장의 티켓 판매에도 평균 티켓 가격이 255.36달러에 달하며 4.076억 달러의 매출을 기록했고, 2025년 최고 매출 투어에 올랐다. 반면 Oasis의 'Live '25'는 222.8만장의 티켓을 판매하며 Beyoncé를 약 63.2만장 상회하는 관객을 동원했으나, 평균 티켓 가격은 181.93달러로 낮아 매출은 4.054억 달러를 기록하였다. Coldplay는 2025년 290만장의 티켓을 판매하며 가장 큰 모객 수를 기록했지만, 평균 티켓 가격은 134달러로 Top 10 내 낮은 수준이었다.

Top 100 투어 매출



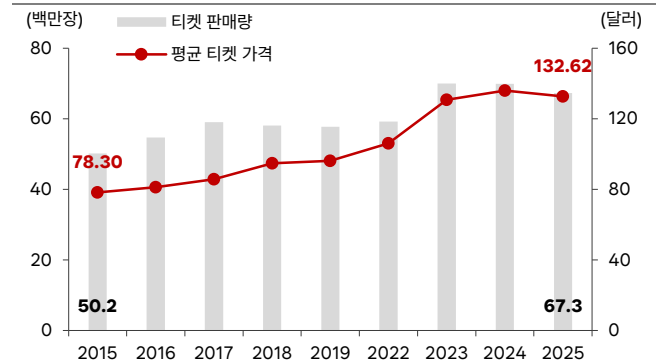
자료: Polstar, 한국IR협회의 기업리서치센터

공연당 평균 매출과 티켓 판매량 추이



자료: Polstar, 한국IR협회의 기업리서치센터

Top 100 투어 티켓 판매량과 평균 티켓 가격



자료: Polstar, 한국IR협회의 기업리서치센터



투자포인트

멀티 프로덕션 기반 신규 IP 확대와 포트폴리오 확장

초기 음반 성과를 바탕으로 활동
지역과 팬덤 규모를 확대하는
'RIIZE', 'NCT WISH',
'하츠투하츠'

에스엠의 첫 번째 투자포인트는 기존 주력 IP가 매출 기반을 유지하는 가운데 신규 IP를 연이어 성공적으로 데뷔시키며 세대별 아티스트가 실적을 분담하는 포트폴리오를 구축하였다는 점이다. 기존 'NCT 127'·'NCT DREAM'과 'aespa'가 안정적인 실적 기반을 형성하고 있으며, 'RIIZE'·'NCT WISH'·'하츠투하츠'는 실적 기여도를 확대하고 있다. 2025년 에스엠의 총 음반 판매량은 1,592만장을 기록하였으며, 이 중 저연차 IP 3팀의 합산 판매량은 646만 장으로 동사 전체 앨범 판매량의 40.6%를 차지하였다. 그룹별로는 'NCT WISH'(2024년 데뷔)가 296만장, 'RIIZE'(2023년 데뷔)가 263만장을 차지하였다. '하츠투하츠'(2025년 데뷔)는 싱글 'The Chase' 42만 장과 첫 미니앨범 'FOCUS' 45만장을 기록하였다.

저연차 IP는 초기 음반 성과를 바탕으로 활동 지역과 팬덤 규모를 확대하고 있다. 'RIIZE'는 첫 콘서트 투어 이후 2026년 도쿄돔에 입성하며 대형 공연장으로 활동 범위를 확대하였고, 'NCT WISH'는 일본 첫 정규앨범으로 오리콘 데일리 앨범 차트 1위를 기록하며 한·일 양국에서 팬덤을 강화하였다. '하츠투하츠'는 두 번째 미니앨범 'Lemon Tang'이 초동 판매량 59.2만 장을 기록하며 전작 'FOCUS'의 42.5만 장을 상회하였고, 2026년 8월 12일 일본 데뷔 싱글 'ICONIC HEART'를 발표할 예정이다.

이러한 신규 IP의 연속적인 성공은 2023년 도입한 SM 3.0의 멀티 프로덕션 체제를 기반으로 한다. 에스엠은 단일 총괄 프로듀서 중심의 제작 구조를 아티스트별 전담 조직으로 전환하며 복수 아티스트의 음반 제작과 활동 일정을 병행할 수 있는 기반을 구축하였다. SM 3.0 시행 이후 발매 음원 수는 약 70% 증가하였으며, 2023년 'RIIZE', 2024년 'NCT WISH'와 'naëvis', 2025년 '하츠투하츠'로 신규 IP의 데뷔 주기도 단축되었다. 향후에는 프로젝트별 크리에이티브 리더에게 독자적인 권한과 책임을 부여하고 아티스트별 방향에 맞춰 A&R(Artists and Repertoire)·비주얼·콘텐츠 제작 인력을 유연하게 구성하는 '멀티 크리에이티브' 시스템으로 제작 체계를 고도화할 계획이다. 음악 퍼블리싱 자회사 '크리에이션뮤직라이츠(KMR)'도 한국·유럽·미국에서 약 370명의 작곡가와 7,000곡 이상의 K-POP 카탈로그를 확보하며 신규 IP에 대한 음악 공급 기반을 확대하고 있다.

차기 보이그룹 'SMTR25'는 데뷔 이전부터 단계적으로 팬덤을 확보하고 있다. 에스엠은 2025년 1월 창립 30주년 'SMTOWN LIVE'에서 남자 연습생 25인으로 구성된 'SMTR25'를 처음 공개한 이후 공식 SNS 콘텐츠와 'SMTOWN LIVE' 글로벌 투어 참여를 통해 연습생의 사전 노출을 확대하였다. 2026년에는 이 가운데 15명이 Mnet-Mnet Plus의 성장 예능 '응답하라 하이스쿨'에 출연하였다. 해당 프로그램은 참가자를 1990년대·2000년대·2010년대 반으로 구분해 각 시대의 음악과 대중문화를 학습하는 방식으로 구성됐으며, 합숙과 축제 무대 준비 과정을 공개하였다. 2026년 2월부터 총 9회가 방영됐으며, 소녀시대의 '다시 만난 세계' 단체 무대와 OST 'We Go' 등을 통해 멤버별 캐릭터와 퍼포먼스를 축적하였다.

SM NEXT 3.0 (IP 전략)

01 멀티 크리에이티브 시스템

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



02 신인 데뷔

신인 남자 그룹 데뷔 예정

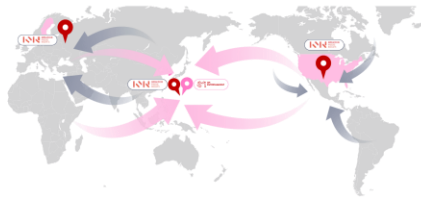


글로벌 특화 그룹 데뷔 예정



03 A&R 인프라 고도화 및 글로벌화

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



04 아티스트 케어 체계 고도화 및 팬서비스 강화

For Artists

- 아티스트 케어 프로세스 지속 강화
- 아티스트 권익 보호 정책, 결과 정기 업데이트
- [KWANGYA 119] 서비스 고도화 통한 선택적 리스크 관리

For Fans

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

자료: 에스엠, 한국IR협회의 기업리서치센터

공연·MD 라이선싱으로 확장되는 IP 수익화

콘서트·MD 비중,
2022년 26%에서
2025년 48%로 확대

에스엠의 두 번째 투자포인트는 아티스트 IP를 공연·MD 라이선싱으로 확장하며 음반 중심의 매출 구조를 다변화하고 있다는 점이다. 별도 매출에서 콘서트와 MD 라이선싱이 차지하는 합산 비중은 2022년 26.1%에서 2025년 48.1%로 상승하였으며, 합산 매출액은 같은 기간 1,340억원에서 3,913억원으로 192.0% 증가하였다. 콘서트 매출은 2022년 248억원에서 2025년 1,596억원으로 증가하며 별도 매출 비중이 4.8%에서 19.6%로 상승하였고, MD 라이선싱 매출은 1,092억원에서 2,317억원으로 확대되며 비중이 21.3%에서 28.5%로 상승하였다.

‘RIIZE’와 ‘NCT WISH’는 캐릭터와 그룹 콘셉트를 상품으로 확장하며 저연차 IP의 MD 기획력을 강화하고 있다. ‘RIIZE’는 멤버별 특징을 반영한 캐릭터 ‘리틀 라이즈’를 인형·키링·문구류로 전개하고 관련 콘텐츠에도 활용하며 그룹 IP와 상품 간 연계성을 강화하였다. ‘NCT WISH’는 2026년 ‘WISH BAKERY’ 팝업을 통해 기존 캐릭터와 그룹의 밝은 이미지를 베이커리 콘셉트로 재구성하였으며, 인형·피규어 중심이던 상품군을 키링·가방·의류·생활용품으로 확대하였다. 두 그룹 모두 음반 이미지와 로고를 활용하는 방식에서 벗어나 독립적인 캐릭터와 공간 콘셉트를 구축하고 있으며, 이는 저연차 IP의 팬덤을 반복적인 상품 소비로 연결하는 기반으로 작용하고 있다. 2026년 1분기에는 ‘WISH BAKERY’ 등 팝업 MD 판매가 확대되며 매출 성장으로 이어졌다.

실물 상품과 오프라인 팝업 중심이던 MD 사업은 디지털 콘텐츠와 글로벌 플랫폼으로 확장되고 있다. ‘aespa’는 글로벌 팝업과 외부 콘텐츠 협업을 병행하며 MD와 라이선싱의 확장 범위를 넓히고 있다. 미니 6집 ‘Rich Man’ 팝업은 서울과 LA·뉴욕·도쿄·베이징 등 글로벌 주요 도시에서 전개되었으며, 앨범 콘셉트를 공간 디자인과 오브제로 구현해 팬덤의 경험을 상품 구매로 연결하였다. ‘PUBG’와의 협업에서는 아티스트 IP를 게임 내 아이템과 디지털 콘텐츠로 확장하였다.

이 외에도 'SUPER JUNIOR'는 데뷔 20주년에 맞춰 공식 응원봉을 리뉴얼하며 장기 팬덤의 교체 수요와 기념 소비를 확보하였고, 'EXO'는 'REVERX THE WORLD' 팝업을 통해 앨범 활동 재개를 기획 MD 판매로 연결하였다. '하츠투 하츠'는 데뷔 초기 공식 응원봉을 출시하며 음반 구매 중심의 팬덤을 공연과 MD 소비로 확장하는 기반을 마련하였다.

2차 IP 확대 전략

최초 캐릭터 MD 단독 팝업 진행



WE LITTLE RIIZE 캐릭터 팝업 (2025 년 상반기)

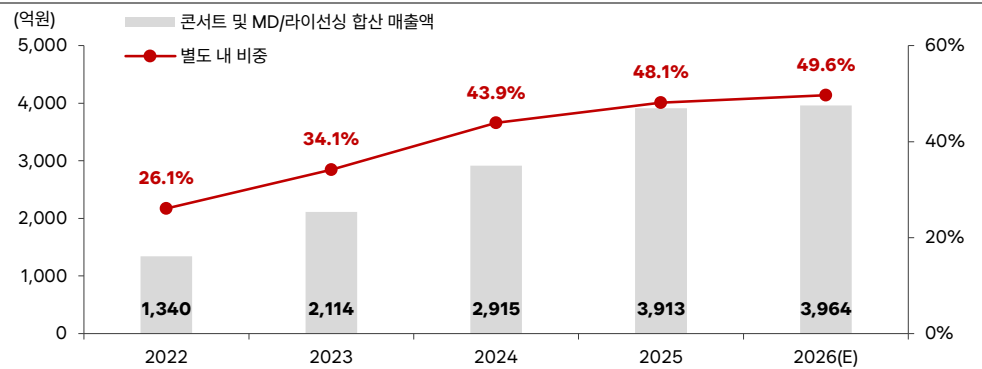
aespa 미니 6집 'Rich Man' 팝업



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

자료: 에스엠, 한국IR협의회 기업리서치센터

콘서트 및 MD/라이선싱 매출 비중



자료: 에스엠, 한국IR협의회 기업리서치센터



실적 추이 및 전망

2025년 실적 Review

2025년 사상 최대 실적 달성

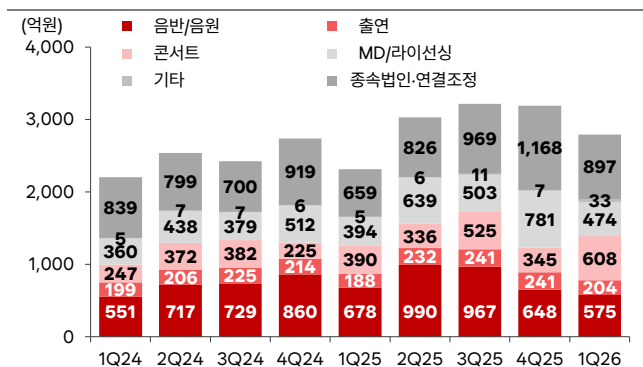
2025년 연결 기준 매출액은 1조 1,749억원(+18.7%, yoy), 영업이익은 1,830억원(+109.7%, yoy)을 기록하였다. 에스엠 별도 매출액은 8,125억원(+22.6%, yoy)을 기록했다.

음반/음원 매출은 3,283억원(+14.9%, yoy)을 기록하였다. 2025년 1분기에는 일회성 음원 매출이 반영됐으며, 2분기와 3분기에는 신보 판매량 증가가 매출 확대를 견인하였다. 연간 음반 판매량은 월간 씨클라트 TOP 100 합산 기준 1,592만장(+2.6%, yoy)을 기록하였다. 콘서트 매출은 1,596억원(+30.2%, yoy)을 기록하였다. 'SUPER JUNIOR'의 데뷔 20주년 투어 'SUPER SHOW 10', 'aespa'의 'SYNK : aeXIS LINE', 'NCT DREAM'의 'THE DREAM SHOW 4', 'RIIZE'의 첫 단독 투어 'RIIZING LOUD', 'NCT WISH'의 첫 단독 투어 'INTO THE WISH: OUR WISH' 등이 진행되며 공연 횟수와 규모가 확대되었다.

MD/라이선싱 매출은 2,317억원(+37.2%, yoy)을 기록하였다. 2분기에는 'NCT WISH' 전시 팝업과 'RIIZE'의 'WE LITTLE RIIZE' 캐릭터 팝업 관련 기획 MD가 반영됐으며, 3분기에는 'aespa'의 'SYNK:aeXIS LINE' 공연 MD-응원봉, 'Rich Man' 글로벌 팝업, 'NCT WISH'의 'Find Your Colors' 팝업, 'SUPER JUNIOR'의 데뷔 20주년 팝업이 매출 증가에 기여하였다. 4분기에는 'NCT WISH'의 첫 투어 연계 공연 MD와 시즌그리팅, 'aespa'·'SUPER JUNIOR' 응원봉 판매가 이어졌으며, 'aespa'와 'PUBG'·'캐치! 티니핑' 협업에 따른 라이선싱 매출도 반영되었다.

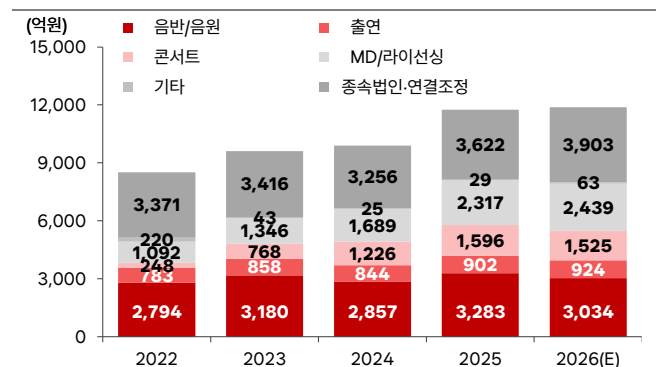
영업이익률은 15.6%로 전년 대비 6.8%p 상승하였다. 에스엠 별도 매출 증가에 따른 영업 레버리지와 주요 종속법인의 손익 개선, 디어유 연결 편입이 수익성 개선으로 이어졌다. 분기 실적 합산 기준 'SM ENTERTAINMENT JAPAN'은 일본 공연 확대를 바탕으로 영업이익 54억원을 기록하였으며, 드림메이커는 공연 매출 증가와 원가 부담 완화로 영업이익 34억원을 기록하였다. 'SMBM'도 2~3분기 앨범·MD 판매 증가와 4분기 비용 효율화를 바탕으로 영업이익 10억원을 기록하였다.

에스엠 분기 매출액 추이



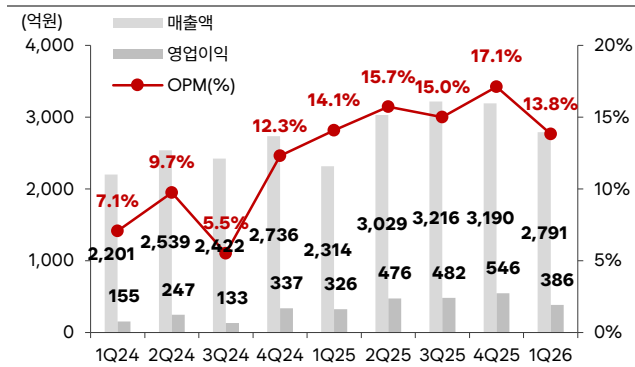
자료: 에스엠, 한국IR협의회 기업리서치센터

에스엠 연간 매출액 추이



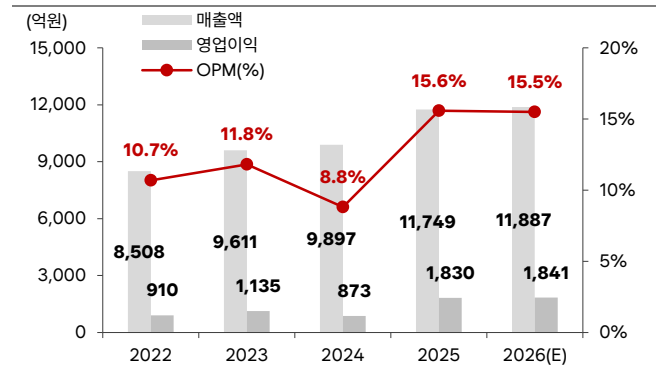
자료: 에스엠, 한국IR협의회 기업리서치센터

에스엠 분기 영업실적 추이



자료: 에스엠, 한국IR협회의 기업리서치센터

에스엠 연간 영업실적 추이



자료: 에스엠, 한국IR협회의 기업리서치센터

2026년 실적 전망

2026년 영업실적은

매출액 1조 1,887억원(+1.2%),

영업이익 1,841억원(+0.6%)

으로 전망

2026년 1분기 연결 실적은 매출액 2,791억원(+20.6%, yoy), 영업이익 386억원(+18.5%, yoy)을 기록하였다. 에스엠 별도 매출액은 1,893억원(+14.4%, yoy), 영업이익은 388억원(-5.9%, yoy)을 기록하였다. 신보 발매와 판매량은 전년 동기 대비 증가하였으나, 2025년 1분기에 반영된 일회성 음원 매출의 높은 기저가 부분 매출 감소로 이어졌다. 신보 판매량은 총 179만장을 기록하였으며, 주요 앨범은 'EXO' 정규 8집 'REVERXE' 101만장, 'NCT JNJNM' 미니 1집 'BOTH SIDES' 52만장, 'IRENE' 정규 1집 'Biggest Fan' 22만장이다. 콘서트 매출은 'SUPER JUNIOR' 12회, 'NCT DREAM' 11회, 'RIIZE' 11회, 'NCT WISH' 12회 등 주요 아티스트의 투어 확대를 바탕으로 608억원(+56.0%, yoy)을 기록하였다. MD/라이선싱 매출은 'EXO'의 'REVERXE THE WORLD'와 'NCT WISH'의 'WISH BAKERY' 팝업 MD, 'aespa'와 '하츠투하츠'의 음원봉 판매에 힘입어 474억원(+20.3%, yoy)을 기록하였다.

2026년 연결 실적은 매출액 1조 1,887억원(+1.2%, yoy), 영업이익 1,841억원(+0.6%, yoy)으로 전망된다. 별도 매출액은 7,984억원(-1.8%, yoy)으로 전망되며, 이 가운데 음반/음원 매출은 3,034억원(-76%, yoy)으로 감소할 것으로 예상된다. 2분기에는 NCT WISH·aespa·RIIZE·하츠투하츠 등 주요 아티스트의 신보 발매가 집중되었다. 하반기에는 NCT 127의 컴백이 예정되어 있으며, NCT DREAM의 신보도 기대되나 RIIZE와 NCT WISH의 일본 음반 발매와 현지 활동에 집중하면서 에스엠 별도 기준 국내 음반 매출 기여는 전년 대비 축소될 전망이다. 콘서트 매출은 1,525억원(-4.5%, yoy)으로 전망된다. 2분기에는 동방신기의 일본 닛산 스타디움 공연, 'SUPER JUNIOR'의 서울 양꼬리 공연, 'aespa'의 일본 공연과 'EXO'의 아시아 투어가 진행되며 전년 동기 대비 성장이 예상된다. 하반기에도 'aespa'의 서구권 투어가 이어지나, 전년 대규모 공연의 높은 기저와 지역별 투어 믹스 변화를 감안할 때 연간 별도 콘서트 매출은 전년 대비 소폭 감소할 전망이다. MD/라이선싱 매출은 'NCT WISH', 'RIIZE', 'aespa'의 팝업 판매와 'aespa'·'PUBG MOBILE' 협업 매출을 바탕으로 2,439억원(+5.3%, yoy)을 기록할 것으로 예상된다.

영업이익률은 15.5%(-0.1%p, yoy)로 예상된다. 연결 영업이익은 별도 실적 감소에도 디어유의 연간 연결 반영과 주요 종속법인의 손익 개선을 바탕으로 전년 수준을 유지할 전망이다. 별도 기준으로는 고마진 음반/음원 매출이 감소하는 반면 콘서트 매출 비중이 확대되며 매출 구성 변화가 수익성에 부담으로 작용할 것으로 예상된다. 다만 디어유의 높은 이익 기여와 일본 음반·공연·프로모션 확대에 따른 'SM ENTERTAINMENT JAPAN'의 성장이 이를 보완할 전망이다.

에스엠 분기 실적 Table

(단위: 억원)

	1Q24	2Q24	3Q24	4Q24	1Q25	2Q25	3Q25	4Q25	1Q26
매출액	2,201	2,539	2,422	2,736	2,314	3,029	3,216	3,190	2,791
별도 소계	1,362	1,740	1,722	1,817	1,655	2,203	2,247	2,022	1,894
음반/음원	551	717	729	860	678	990	967	648	575
출연	199	206	225	214	188	232	241	241	204
콘서트	247	372	382	225	390	336	525	345	608
MD/라이선싱	360	438	379	512	394	639	503	781	474
기타	5	7	7	6	5	6	11	7	33
종속법인·연결조정	839	799	700	919	659	826	969	1,168	897
SMC&C	239	279	248	334	177	211	254	363	215
KEYEAST	254	161	133	210	45	30	36	46	85
DREAM MAKER	129	75	105	50	230	149	85	165	73
SMENT JAPAN	274	187	220	202	208	260	244	257	305
디어유						202	223	238	234
기타 및 연결조정	-57	97	-6	123	-1	-26	127	99	-15
영업이익	155	247	133	337	326	476	482	546	386
OPM(%)	7.1%	9.7%	5.5%	12.3%	14.1%	15.7%	15.0%	17.1%	13.8%

자료: 에스엠, 한국IR협의회 기업리서치센터

에스엠 연간 실적 Table

(단위: 억원)

	2022	2023	2024	2025	2026(E)
매출액	8,508	9,611	9,897	11,749	11,887
별도 소계	5,137	6,195	6,641	8,127	7,984
음반/음원	2,794	3,180	2,857	3,283	3,034
출연	783	858	844	902	924
콘서트	248	768	1,226	1,596	1,525
MD/라이선싱	1,092	1,346	1,689	2,317	2,439
기타	220	43	25	29	63
종속법인·연결조정	3,371	3,416	3,256	3,622	3,903
SMC&C	1,580	1,273	1,100	1,005	1,100
KEYEAST	620	521	758	157	157
DREAM MAKER	593	942	359	629	760
SMENT JAPAN	677	829	883	969	1,260
디어유				663	982
기타 및 연결조정	-99	-149	156	199	-356
영업이익	910	1,135	873	1,830	1,841
OPM(%)	10.7%	11.8%	8.8%	15.6%	15.5%

자료: 에스엠, 한국IR협의회 기업리서치센터

Valuation

Historical Valuation 비교

2026년 추정 실적 기준

PBR 1.4x로

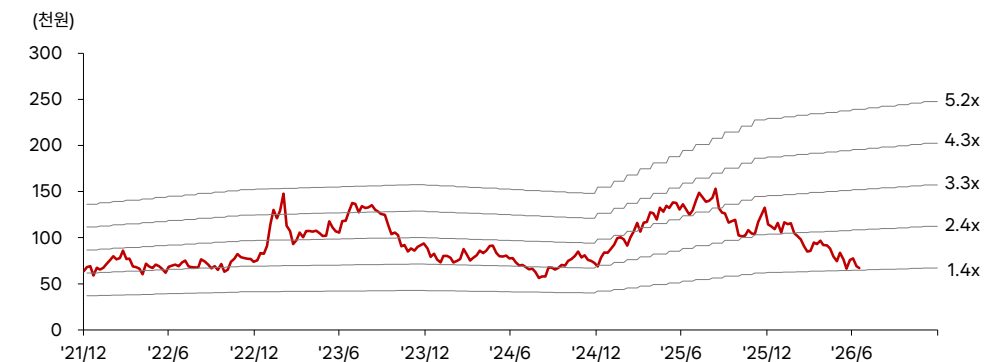
과거 PBR Band 하단에 위치한

현재 주가

에스엠의 주가는 2022년 이후 PBR Band 1.4x~5.2x 수준에서 형성되어 왔으며, 2026년 추정 실적 기준 현재 동사 주가의 밸류에이션은 PBR 1.4x로 과거 PBR Band 하단에 위치하고 있다.

구간별로는 2022년에 앨범 판매량 증가와 실적 개선에 따라 주가가 5만원 수준에서 8만원대로 상승하였다. 2023년 2월부터는 카카오와 하이브 간 경영권 분쟁 과정에서 주가 변동성이 확대되며 15만원 수준까지 상승하기도 하였다. 그러나 경영권 분쟁 종료 이후 국내 앨범 판매 감소와 엔터 기업들의 실적 부진, 증시 전반의 약세가 이어지며 2024년 3분기 말에는 6만원 수준까지 하락하였다. 이후 2025년 초부터 관세 영향이 제한적인 엔터 업종이 다시 투자자의 관심을 받기 시작하였으며, MD 판매 증가에 따른 실적 개선과 K-POP 문화의 지속성, 한한령 해제 기대감 등이 주가 회복 요인으로 작용하면서 2025년 중 주가는 15만원 수준까지 상승하였다. 다만 이후 업종 전반의 투자심리가 둔화되고 실적 성장 기대가 조정되면서 주가는 다시 하락하였으며, 현재 7만원대에서 형성되어 있다. 향후 '에스파' 등 기존 IP의 서구권 활동 확대와 '하츠투하츠'·'라이즈'의 활동 확대, 남자 신인 그룹의 데뷔가 추가적인 매출 성장으로 이어질 경우, 실적 성장의 지속성이 강화되며 과거 대비 낮아진 멀티플이 정상화될 수 있을 것으로 기대된다.

에스엠 PBR Band



자료: 한국IR협회의 기업리서치센터

PEER 그룹 밸류에이션 비교

현재 주가는

PEER 그룹 평균 대비

합리적인 수준으로 판단

당사는 동사와 함께 국내 대표 엔터 4사로 분류되는 하이브, JYP Ent., 와이즈엔터테인먼트를 PEER 그룹으로 선정하였다. 2026년 추정 실적 기준 PEER 그룹 평균 PER은 22.0x이다. 개별 기업으로는 하이브 42.9x, JYP Ent. 11.0x, 와이즈엔터테인먼트 12.1x이다. 특히 하이브는 BTS와 세븐틴 등 글로벌 IP와 코르티스, 아일릿 등 저연차 IP를 다수 보유하며 상대적으로 높은 밸류에이션을 유지하고 있다. 이를 고려하면 동사의 2026년 추정 실적 기준 PER 12.4x는 PEER 그룹 평균 대비 합리적인 수준으로 판단된다.

PEER 그룹 실적 Table

(단위: 원, 억원, 배, %)

		에스엠	하이브	JYP Ent.	와이지엔터테인먼트	평균
코드		A041510	A352820	A035900	A122870	
현재 주가 (07/23)		71,500	211,000	45,650	40,550	
시가총액		16,370	90,946	16,221	7,579	
매출액	2023	9,611	21,781	5,665	5,692	
	2024	9,897	22,556	6,018	3,649	
	2025	11,749	26,499	8,219	5,454	
	2026F	11,887	44,620	8,980	6,383	
영업이익	2023	1,135	2,956	1,694	795	
	2024	873	1,840	1,283	-186	
	2025	1,830	493	1,552	522	
	2026F	1,841	2,750	1,796	840	
영업이익률	2023	11.8	13.6	29.9	14.0	
	2024	8.8	8.2	21.3	-5.1	
	2025	15.6	1.9	18.9	9.6	
	2026F	15.5	6.2	20.0	13.2	
순이익	2023	873	1,873	1,055	613	
	2024	183	94	978	185	
	2025	3,472	-2,373	1,606	369	
	2026F	1,240	2,003	1,417	586	
EPS 성장률	2023	8.9	256.0	56.3	81.2	
	2024	-78.8	-95.0	-7.4	-69.8	
	2025	1,843.8	적전	64.3	99.2	
	2026F	-64.2	흑전	-11.8	58.7	
PER	2023	25.1	51.8	34.1	15.5	
	2024	97.2	858.8	25.4	46.2	
	2025	8.9	N/A	16.1	35.2	
	2026F	12.4	42.9	11.0	12.1	22.0
PBR	2023	3.0	3.3	8.5	2.0	
	2024	2.7	2.5	4.8	1.8	
	2025	3.1	4.3	3.9	2.5	
	2026F	1.4	2.4	2.1	1.2	
ROE	2023	12.3	6.6	30.4	14.0	
	2024	2.6	0.3	22.4	3.9	
	2025	41.6	-7.3	29.2	7.4	
	2026F	11.8	6.0	20.9	10.8	
PSR	2023	2.3	4.5	6.4	1.7	
	2024	1.8	3.6	4.1	2.4	
	2025	2.6	5.2	3.1	2.4	
	2026F	1.3	1.9	1.7	1.1	

주1) 에스엠, JYP Ent., 와이즈엔터테인먼트의 미래전망치는 당사 전망치, 하이브의 미래전망치는 컨센서스 기준, 주2) 시가총액과 주가는 7월 23일 종가 기준
 자료: FnGuide, 한국IR협회의 기업리서치센터



리스크 요인

예상치 못한

인적 이슈가 발생할 수 있는

엔터테인먼트 산업

엔터테인먼트 산업은 인적 자산을 중심으로 운영되는 특성상, 아티스트·주요 임직원과 관련된 예기치 못한 이슈가 사업 운영과 기업가치에 영향을 미칠 가능성이 존재한다. 아티스트의 활동 중단이나 평판 훼손은 음반·공연·광고·MD 등 주요 사업 전반의 매출 차질로 이어질 수 있으며, 내부 경영 갈등이나 전속계약 분쟁 역시 소속 IP의 안정적인 운영을 제약하는 요인으로 작용할 수 있다. 실제 에스엠은 2023년 최대주주 변경 과정에서 경영진과 주요 주주 간 이해관계가 충돌하며 경영권 분쟁을 겪었고, 이후 EXO-CBX와의 계약 분쟁, 'RIIZE' 및 'NCT' 일부 멤버의 활동 중단과 팀 탈퇴 사례가 발생하였다.

포괄손익계산서

(억원)	2022	2023	2024	2025	2026F
매출액	8,508	9,611	9,897	11,749	11,887
증가율(%)	21.3	13.0	3.0	18.7	1.2
매출원가	5,557	6,200	6,825	7,424	7,554
매출원가율(%)	65.3	64.5	69.0	63.2	63.5
매출총이익	2,950	3,410	3,072	4,325	4,333
매출이익률(%)	34.7	35.5	31.0	36.8	36.5
판매관리비	2,040	2,276	2,199	2,495	2,492
판매비율(%)	24.0	23.7	22.2	21.2	21.0
EBITDA	1,518	1,715	1,492	2,503	2,546
EBITDA 이익률(%)	17.8	17.8	15.1	21.3	21.4
증가율(%)	15.5	12.9	-13.0	67.7	1.7
영업이익	910	1,135	873	1,830	1,841
영업이익률(%)	10.7	11.8	8.8	15.6	15.5
증가율(%)	34.8	24.7	-23.1	109.7	0.6
영업외손익	145	-419	-588	-293	-133
금융수익	127	222	228	216	248
금융비용	60	91	86	142	107
기타영업외손익	78	-551	-731	-367	-274
총속/관계기업관련손익	114	474	-24	2,140	237
세전계속사업이익	1,169	1,189	261	3,677	1,944
증가율(%)	-32.5	1.7	-78.1	1,310.0	-47.1
법인세비용	349	362	253	83	486
계속사업이익	820	827	8	3,594	1,458
중단사업이익	0	0	0	0	0
당기순이익	820	827	8	3,594	1,458
당기순이익률(%)	9.6	8.6	0.1	30.6	12.3
증가율(%)	-38.4	0.8	-99.0	43,786.4	-59.4
지배주주지분 순이익	800	873	183	3,472	1,240

현금흐름표

(억원)	2022	2023	2024	2025	2026F
영업활동으로인한현금흐름	1,149	1,130	1,357	1,949	2,158
당기순이익	820	827	8	3,594	1,458
유형자산 상각비	261	298	331	337	370
무형자산 상각비	348	282	289	335	335
외환손익	35	31	19	46	0
운전자본의감소(증가)	-204	-343	8	-385	-5
기타	-111	35	702	-1,978	0
투자활동으로인한현금흐름	-1,218	-831	557	-1,500	-441
투자자산의 감소(증가)	-557	-75	110	25	-11
유형자산의 감소	1	6	19	24	0
유형자산의 증가(CAPEX)	-241	-191	-242	-89	-78
기타	-421	-571	670	-1,460	-352
재무활동으로인한현금흐름	-6	-427	-1,444	-335	-368
차입금의 증가(감소)	19	380	-372	-2	3
사채의증가(감소)	100	0	45	0	0
자본의 증가	0	0	0	0	0
배당금	-47	-284	-281	-129	-371
기타	-78	-523	-836	-204	0
기타현금흐름	-63	-16	83	-51	18
현금의증가(감소)	-138	-144	552	63	1,367
기초현금	3,313	3,175	3,031	3,584	3,646
기말현금	3,175	3,031	3,584	3,646	5,014

재무상태표

(억원)	2022	2023	2024	2025	2026F
유동자산	8,414	8,583	8,140	9,805	11,259
현금성자산	3,175	3,031	3,584	3,646	5,014
단기투자자산	2,165	2,000	1,236	2,520	2,549
매출채권	1,575	1,534	1,577	1,803	1,839
재고자산	204	256	281	239	242
기타유동자산	1,294	1,762	1,463	1,596	1,615
비유동자산	6,216	6,827	6,051	10,272	9,972
유형자산	825	707	761	741	449
무형자산	1,451	2,039	1,402	6,014	5,679
투자자산	2,549	2,526	2,418	1,447	1,456
기타비유동자산	1,391	1,555	1,470	2,070	2,388
자산총계	14,630	15,410	14,191	20,077	21,232
유동부채	4,674	5,193	4,846	4,972	5,029
단기차입금	49	422	54	52	52
매입채무	2,138	2,114	2,102	2,110	2,135
기타유동부채	2,487	2,657	2,690	2,810	2,842
비유동부채	1,094	1,123	1,055	1,517	1,528
사채	0	0	0	0	0
장기차입금	0	0	0	0	0
기타비유동부채	1,094	1,123	1,055	1,517	1,528
부채총계	5,769	6,316	5,900	6,490	6,557
자배주주지분	6,967	7,225	6,648	10,026	10,895
자본금	119	119	119	119	119
자본잉여금	3,667	3,618	3,533	3,533	3,533
자본조정 등	229	-42	-122	271	271
기타포괄이익누계액	-111	-124	-81	-82	-82
이익잉여금	3,064	3,654	3,199	6,185	7,053
자본총계	8,861	9,094	8,291	13,587	14,675

주요투자지표

	2022	2023	2024	2025	2026F
P/E(배)	22.8	25.1	97.2	8.9	12.4
P/B(배)	2.6	3.0	2.7	3.1	1.4
P/S(배)	2.1	2.3	1.8	2.6	1.3
EV/EBITDA(배)	10.5	11.8	10.4	11.7	4.9
배당수익률(%)	1.6	1.3	0.5	1.2	2.4
EPS(원)	3,363	3,664	778	15,126	5,414
BPS(원)	29,268	30,318	28,467	43,793	47,587
SPS(원)	35,768	40,336	42,062	51,184	51,921
DPS(원)	1,200	1,200	400	1,620	1,620
수익성(%)					
ROE	12.2	12.3	2.6	41.6	11.8
ROA	5.9	5.5	0.1	21.0	7.1
ROIC	75.7	57.8	-3.1	51.3	25.2
안정성(%)					
유동비율	180.0	165.3	168.0	197.2	223.9
부채비율	65.1	69.4	71.2	47.8	44.7
순차입금비율	-47.5	-39.3	-44.8	-37.7	-44.4
이자보상배율	20.9	19.9	16.0	33.5	34.6
활동성(%)					
총자산회전율	0.6	0.6	0.7	0.7	0.6
매출채권회전율	6.7	6.2	6.4	7.0	6.5
재고자산회전율	48.8	41.8	36.9	45.2	49.4

최근 3개월간 한국거래소 시장경보제도 지정 여부

시장경보제도란?

한국거래소 시장감시위원회는 투기적이거나 불공정거래 개연성이 있는 종목 또는 주가가 비정상적으로 급등한 종목에 대해 투자자주의 환기 등을 통해 불공정거래를 사전에 예방하기 위한 제도를 시행하고 있습니다. 시장경보제도는 '투자주의종목 투자경고종목 투자위험종목'의 단계를 거쳐 이루어지게 됩니다.
※관련근거: 시장감시규정 제5조의2, 제5조의3 및 시장감시규정 시행세칙 제3조~제3조의 7

종목명	투자주의종목	투자경고종목	투자위험종목
에스엠	X	X	X

발간 History

발간일	제목
2026.07.27	에스엠 - 저연차 IP의 도약, 공연MD로 이어지는 성장
2025.08.29	에스엠 -한번 더 Next Level을 향해

Compliance notice

본 보고서는 한국거래소, 한국예탁결제원과 한국증권금융이 공동으로 출연한 한국IR협의회 산하 독립 (리서치) 조직인 기업리서치센터가 작성한 기업분석 보고서입니다. 본 자료는 투자자들에게 국내 상장기업에 대한 양질의 투자정보 제공 및 건전한 투자문화 정착을 위해 무상으로 작성되었습니다.

- 당사 리서치센터는 본 자료를 제3자에게 사전 제공한 사실이 없습니다.
- 본 자료를 작성한 애널리스트는 자료작성일 현재 해당 종목과 재산적 이해관계가 없습니다.
- 본 자료를 작성한 애널리스트와 그 배우자 등 관계자는 자료 작성일 현재 조사분석 대상법인의 금융투자상품 및 권리를 보유하고 있지 않습니다.
- 본 자료는 중소형 기업 소개를 위해 작성되었으며, 매수 및 매도 추천 의견은 포함하고 있지 않습니다.
- 본 자료에 게재된 내용은 애널리스트의 의견을 정확하게 반영하고 있으며, 외부의 부당한 압력이나 간섭 없이 신의 성실하게 작성되었음을 확인합니다.
- 본 자료는 투자자들의 투자판단에 참고가 되는 정보제공을 목적으로 배포되는 자료입니다. 본 자료에 수록된 내용은 자료제공일 현재 시점의 당사 리서치센터의 추정치로서 오차가 발생할 수 있으며 정확성이나 완벽성은 보장하지 않습니다.
- 본 조사항목은 투자 참고 자료로만 활용하시기 바라며, 어떠한 경우에도 투자자의 투자 결과에 대한 법적 책임 소재의 증명자료로 사용될 수 없습니다.
- 본 조사항목의 지적재산권은 당사에 있으므로, 당사의 허락 없이 무단 복제 및 배포할 수 없습니다.
- 본 자료는 텔레그램에서 "한국IR협의회(https://t.me/kirsofficial)" 채널을 추가하시어 보고서 발간 소식을 안내받으실 수 있습니다.
- 한국IR협의회가 운영하는 유튜브 채널 'IRTV'에서 1) 애널리스트가 직접 취재한 기업탐방으로 CEO인터뷰 등이 있는 '소중한탐방'과 2) 기업보고서 심층해설방송인 '가치한 리포트 가치보기'를 보실 수 있습니다.