CJ ENM

PLANET PEOPLE BUSINESS

2022 ESG REPORT

: 함께 내딛는 ESG 발걸음

About This Report

CJ ENM은 2021년 '콘텐츠와 커머스, 선한 영향력의 시작'에 이어 2022년 '함께 내딛는 ESG 발걸음'을 부제로 지속가능한 발전을 위한 노력과 성과를 담은 두번째 CJ ENM ESG Report를 발간했습니다. 본 보고서는 ESG 철학을 기반한 전략 추진 방향과 3대 영역(Planet, People, Business) 중심의 ESG 주요 활동을 담았습니다. 앞으로도 CJ ENM은 보고서를 통해 이해관계자와 보다 투명하고, 활발하게 소통하며 지속가능경영 과정을 공유하는데 최선을 다하고자 합니다.

보고서 작성 기준

본 보고서는 지속가능경영 국제 보고 가이드라인인 GRI(Global Reporting Initiative) Standards의 포괄적 부합 기준(Comprehensive Option) 및 신규 개정된 GRI Standards 2021에 기반하여 작성됐으며, TCFD(Task Force on Climate-related Financial Disclosures) 공시 권고안과 유엔글로벌콤팩트(UN Global Compact) 10대 원칙을 반영하고 있습니다. 재무 정보 데이터는 K-IFRS(한국채택국제회계기준) 연결재무제표기준을 따르며, 산업 특성에 따른 주요 이슈를 충실히 반영하고자 SASB(The Sustainability Accounting Standards Board)를 준수했습니다.

보고서 신뢰성

본 보고서에 수록된 정성 및 정량 지표의 신뢰성 검증을 위해 한국경영인증원(KMR)으로부터 AA1000AP(2018)에서 제시하는 포괄성(Inclusivity), 중요성(Materiality), 대응성(Responsiveness) 및 영향성(Impact) 원칙의 준수 여부와 보고서에 기재된 GRI 지표에 대한 정보의 신뢰성 및 품질을 평가받았습니다. 검증 결과는 본 보고서 156-157페이지에서 확인하실 수 있습니다.

보고 기간 및 범위

본 보고서는 2022년 1분기(1월)부터 2022년 3분기(9월)까지 본사 및 국내 사업장에서의 ESG 경영 활동과 성과를 담았습니다. 주요 정량 성과는 연도별 추이 분석이 가능하도록 최근 3개년 데이터(2020년 1월~2022년 9월)를 공개했습니다. 금년도 보고서부터 부문별, 사업장별 데이터를 공시하여, 공시 정보 범위 확대 및 투명한 정보 공개에 따른 이해관계자 소통을 강화하고자 하였습니다.

보고서 문의처

본 보고서에 대한 문의사항은 아래로 연락주시기 바랍니다.

발 행 처	(주) CJ ENM	주 소	(03926) 서울 마포구 상암산로 66 CJ ENM센터 17층 ESG팀
이 메 일	esg.cjenm@cj.net		
전화번호	02-371-8200	홈페이지	www.cjenm.com

본 보고서는 FSC® 국제산림인증 용지로 제작되었으며, 디자인 인쇄 과정에서 발생하는 환경오염과 자원낭비를 최대한 줄이기 위해 디자인 시 별색 지양, 인쇄 공정 시 코팅 공정을 지양하고 콩기름 잉크를 사용했습니다.

Contents

CJ ENM OVERVIEW 4

CEO 메시지 4
CJ ENM PROFILE 6

ESG FOUNDATIONS 18

ESG 경영 철학 20
ESG 경영 전략 22
ECP 이니셔티브 출범 24
함께하는 미래, YESGO 28
이해관계자 참여와 소통 30

2022 ESG HIGHLIGHTS 32

ESG DISCLOSURE 64

지속가능한 성장 66
환경 74
사회 80
지배구조 107

APPENDIX 119

ESG 추진 실적 120
ESG FACT BOOK 127

Reader's Guide

정보 접근성을 높이고 보다 편리한 이용을 지원하기 위해 웹버전에 아래와 같은 인터랙티브 기능을 추가했습니다.

목차로 이동 이전 페이지로 이동 검색 기능
뒤로 이동 앞으로 이동

CEO 메시지

안녕하세요 모든 이해관계자 여러분,
CJ ENM 대표이사 윤상현입니다.
더욱 가치 있는 세상을 향한 CJ ENM의 여정을 담은 ESG 리포트로 여러분들께 인사 드립니다.

2022년은 코로나19의 장기화와 경기 둔화 우려로 그 어느 때보다 불확실한 변화와 치열한 경쟁이 계속된 한 해였습니다. CJ ENM은 어려운 시장 환경 속에서도 현재에 안주하지 않고 독보적인 경쟁력을 바탕으로 지속가능한 미래성장을 향해 분투하였습니다.

커머스부문은 TV와 모바일을 아우르는 One Platform 전략으로 사업을 확장하고, 엔터테인먼트부문은 글로벌로 영향력을 확대하며 K-콘텐츠의 위상을 강화했습니다.

사업 성장과 더불어 2022년은 기업의 생존과 직결되는 ESG 경영의 기틀을 다지며, 건강한 산업 생태계가 조성될 수 있도록 ESG 경영 문화 정착에도 앞장섰습니다.

CJ ENM은 친환경, 인권 그리고 윤리경영을 실천합니다.

기후변화와 인권보호, 공급망 관리 등 여러 사회 문제를 전 세계가 함께 직면하고 있는 지금, CJ ENM은 인류와 자연, 그리고 우리 산업의 지속가능한 발전을 위해 우리가 실현할 수 있는 가장 근본적이고 현실적인 발걸음을 내딛었습니다.

환경경영 국제 표준인 'ISO14001' 인증을 획득하고, 업계 최초 미디어월 도입 등 방송 제작 인프라 개선과 친환경 포장재 활용, 협력사 지원까지 전 비즈니스 과정에서의 탄소 감축 기반을 마련했습니다.

또한, 인권·윤리경영을 통해 임직원, 고객, 파트너, 크리에이터 등 다양한 이해관계자의 인권이 존중받고, 공정과 정직을 바탕으로 우리의 콘텐츠와 브랜드가 만들어질 수 있는 환경을 구축했습니다.

CJ ENM은 올바른 ESG 문화로 모두를 위한 건강한 생태계를 만들어갑니다.

커머스부문은 파트너와 동반 성장할 수 있는 ESG 방침 'YESGO'를 공표하고, 엔터테인먼트부문은 자연 환경과 산업 생태계의 발전을 위한 'ECP 이니셔티브'를 출범했습니다.

CJ ENM은 업계를 리딩하는 선도 기업이자 글로벌 사회의 기업 시민으로서 지속가능한 산업을 위한 생태계 조성에 책임감을 가지고, ESG 선순환 활동을 적극적으로 추진하는 모든 과정을 이해관계자분들께 투명하게 공개하겠습니다.

앞으로 지속가능한 미래를 향한 CJ ENM의 진정성 있는 도전과 혁신에 많은 관심 부탁드립니다.

감사합니다.

CJ ENM 대표이사 **윤 상 현**

CJ ENM PROFILE

경영철학

CJ ENM은 전 세계인의 일상에 생동감을 주는 글로벌 라이프 스타일 크리에이터로서 우리만의 진정한 독창성을 찾아 세계와 공감하고 시대와 교감하며, 사명감을 잃지 않고 나아갑니다. 매력적인 '콘텐츠와 브랜드' 경험을 창출하여, 전 세계인의 삶을 흥미롭고 아름답게, 그리고 지구를 지속가능하게 만드는 기업으로 도약하겠습니다.

기업개요

회사명
(주) 씨제이이엔엠·CJ ENM Co.,Ltd

주소
본사 서울특별시 서초구 과천대로 870-13
상암 사옥 서울특별시 마포구 상암산로 66

설립연도
1994년 12월 16일

임직원수(2022년 3분기 말)
3,480 명

총자산(2022년 3분기 말)
9조 9,033 억 원

매출액(2022년 3분기 누적)
3조 3,283 억 원

영업이익(2022년 3분기 누적)
1,308 억 원

사업부문

CJ ENM은 콘텐츠를 통해 문화 트렌드를 선도하는 '엔터테인먼트부문'과 고객에게 라이프 스타일을 제안하는 '커머스부문'으로 구성되어 전 세계인의 생활과 일상에서 즐거움을 전합니다.

엔터테인먼트부문
Entertainment

1995년부터 콘텐츠의 진정한 독창성을 기반으로 끝없는 성장을 지속하고 있습니다. 한국 콘텐츠 산업은 물론 크리에이터들과 함께 성장하며, 국내 최대 규모의 종합 엔터테인먼트 그룹이라는 이정표에 도달했습니다. 앞으로 CJ ENM은 세계인을 위한 즐거움이라는 더 큰 목표를 위해 세계 무대로 향합니다.

커머스부문
Commerce

CJ ENM은 쇼핑 트렌드와 고객의 니즈에 발맞춰 성장해 왔습니다. '모든 라이프 스타일(STYLE)을 깨운다(ON)'는 뜻을 지닌 CJ ONSTYLE을 통해 최적의 라이프 스타일을 기획하여 합리적인 취향 소비 기회를 부여하고, 일상의 설레는 변화를 가져다줍니다.

CJ ENM 부문 소개

01

엔터테인먼트: CONTENT

CJ ENM은 모두가 공감하는 드라마와 예능, 영화, 공연, 뮤지컬, 애니메이션까지 우리만의 Originality를 만들고 있습니다. CJ ENM만의 참신한 콘텐츠로 전세계 시청자들에게 깊은 공감과 사랑, 웃음, 위로, 행복, 카타르시스를 선사합니다.

드라마·예능

CJ ENM은 대한민국 최대 콘텐츠 사업자입니다. 참신한 소재의 오리지널 콘텐츠로 대한민국을 넘어 전 세계 시청자들로부터 깊은 공감과 사랑을 받고 있습니다.

영화

CJ ENM은 아카데미 4관왕 수상을 비롯한 세계 유수 영화제에서 인정받은 글로벌 영화 제작·배급 스튜디오로서 글로벌 시장에서의 한국 영화의 위상을 높이고 있습니다.

드라마 대표 콘텐츠

스물다섯 스물하나

우리들의 블루스

작은 아씨들

예능 대표 콘텐츠

뽕뽕 지구오락실

어쩌다 사장2

텐트 밖은 유럽

영화 대표 콘텐츠

브로커

헤어질 결심

공조2: 인터내셔날

음악 대표 콘텐츠

퀸덤2

쇼미더머니11

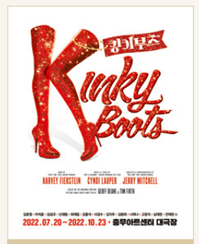
INI

글로벌 페스티벌

KCON

MAMA AWARDS

뮤지컬·애니메이션·디지털 대표 콘텐츠



킹키부츠

신비아파트 고스트볼Z

BE ORIGINAL

음악

음악은 언어, 세대, 인종을 넘어 세상을 하나로 연결합니다. CJ ENM은 편견을 깨는 새로움, 그리고 경쟁과 연대를 통한 성장으로 K-POP 트렌드를 이끌며 전 세계인이 즐길 수 있는 콘텐츠를 선보입니다.

뮤지컬·애니메이션·디지털

브로드웨이 리그(Broadway League) 정회원으로 글로벌 뮤지컬 프로듀싱 컴퍼니로서 지위를 다지고 있습니다. 디지털 콘텐츠 외에도 어린이를 위한 콘텐츠를 기획하고, MD, 전시, 영화, 게임 등 사업을 영위하며 글로벌로 확대하고 있습니다.

CJ ENM 부문 소개 02

엔터테인먼트: PLATFORM

CJ ENM은 경계 없는 즐거움을 제공하는 콘텐츠 파워하우스입니다. 시청자들이 원하는 장소에서 원하는 방법으로 최고의 콘텐츠를 즐길 수 있도록 TV 채널은 물론 디지털 채널, 국내 대표 콘텐츠 스트리밍(OTT)서비스를 제공합니다.

TV·디지털 채널

CJ ENM은 드라마·예능·스포츠·영화·애니메이션 등 국내 1위 방송 채널을 운영합니다. 인문학, 시사 교양, 리얼리티 등 트렌디한 주제들을 아우르며 다양한 장르의 콘텐츠를 제공하는 디지털 채널도 운영합니다.

TVING

국내 대표 OTT 티빙은 시청자들이 언제 어디서나 풍부한 콘텐츠를 즐길 수 있도록 서비스를 제공합니다. 티빙 오리지널 콘텐츠는 물론 최신 인기 콘텐츠, 영화, 해외 시리즈, 스포츠까지 다양한 콘텐츠를 선보입니다.

드라마·예능

tvN, tvN DRAMA, tvN SHOW, tvN STORY

영화

OCN, 더 채널 TV, OCN Movies, OCN Movies 2

음악·스포츠

Mnet, tvN SPORTS

키즈

Toon!verse

디지털 대표 스튜디오

tvN+, SAPIENS STUDIO, WAFFLE

티빙 대표 오리지널 컨텐츠

서울체크인

유미의 세포들2

환승연애2

멀티 스튜디오 제작 시스템

스튜디오드래곤	CJ ENM STUDIOS	피프스 시즌
2022년 대표 IP 〈갯마을 차차차〉, 〈스물다섯 스물하나〉, 〈우리들의 블루스〉, 〈환혼〉, 〈슈룹〉 등	제작 스튜디오 본팩토리, 제이케이필름, 블라드스튜디오, 엠메이커스, 모호필름, 용필름, 만화가족, 에그이즈커밍	2022년 대표 IP 〈세브란스: 단절〉, 〈어둠의 나날〉, 〈도쿄바이스〉, 〈로스트 도터〉, 〈앰뷸런스〉 등

CJ ENM 부문 소개 03

엔터테인먼트: STUDIO

CJ ENM은 국내외 콘텐츠 다양성 및 제작 확대를 위해 핵심 제작사 역량을 강화하고 있습니다. 공동 기획, 공동 제작, IP 프랜차이즈, 글로벌 협업 등 멀티 스튜디오 체계를 강화해 IP를 확보하고, 스튜디오들과 함께 콘텐츠 산업의 저변을 확대하고 있습니다.

멀티 스튜디오

'스튜디오드래곤'은 글로벌 경쟁력을 바탕으로 K-드라마를 리딩하는 국내 대표 드라마 스튜디오로 세계 곳곳에 즐거움을 전파합니다. 프리미엄 스토리텔러 그룹으로서 스토리 기획·개발부터 콘텐츠 제작·유통을 통해 글로벌 프리미엄 IP를 확대하고 있습니다.

'CJ ENM STUDIOS'는 OTT 타깃의 멀티장르의 콘텐츠를 기획·개발·제작하는 스튜디오입니다. 장르별로 특화된 제작 스튜디오 간 협업을 통한 시너지와 유기적인 IP 활용을 바탕으로 뛰어난 제작역량은 물론 다채롭고 전문화된 콘텐츠 포트폴리오를 선보입니다.

'피프스 시즌(FIFTH SEASON)'은 미국 LA 소재의 글로벌 스튜디오입니다. 유럽, 남미 등 전세계 글로벌 거점을 보유하고 있으며, 세계적인 흥행과 작품성을 인정받은 다수 콘텐츠의 기획부터 제작, 유통까지 자체 프로덕션 시스템을 확보하고 있습니다.

CJ ENM 부문 소개 04

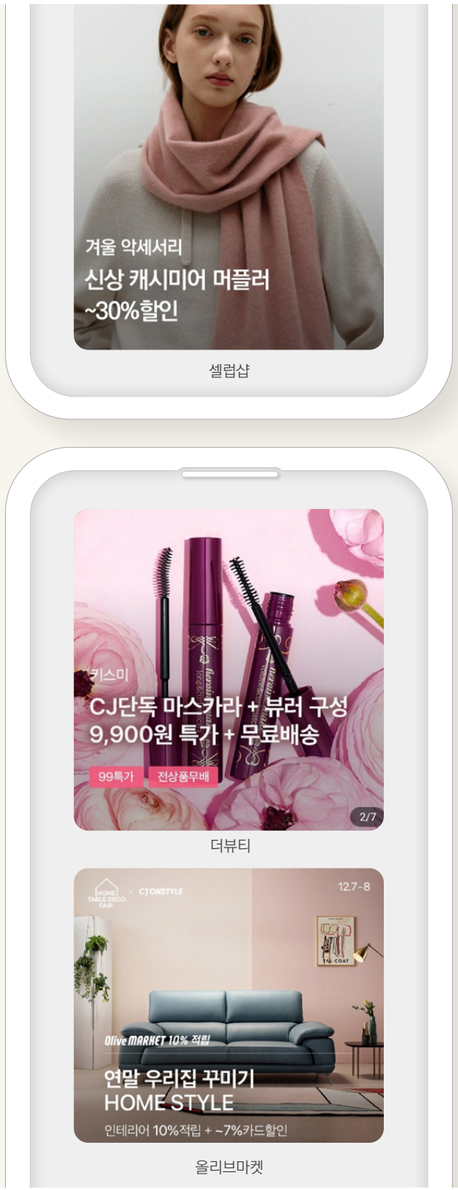
커머스: CJ온스타일

CJ온스타일은 하나의 채널에 국한되지 않고, TV와 디지털을 넘나드는 다양한 쇼핑 경험을 제공합니다. 이를 통해 고객에게 언제 어디서나 즐길 수 있는 커머스 콘텐츠를 제공합니다. 또한, 모바일에 최적화된 라이브커머스를 기반으로 고객의 취향을 만족시키는 라이프 스타일을 기획합니다.

TV 커머스

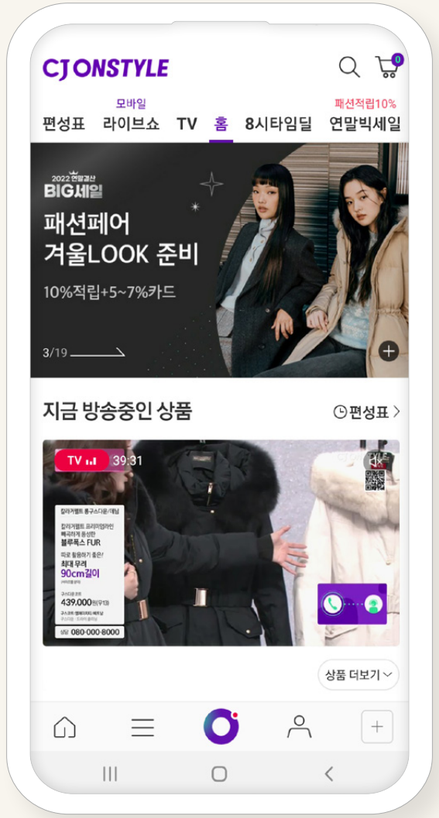
국내 1위 TV 홈쇼핑 기업으로 라이브 영상 쇼핑 문화를 선도합니다. CJ온스타일의 생방송 채널은 상품 판매를 뛰어넘어 고객과 상호 소통하는 커머스 콘텐츠를 제작합니다. 2015년부터는 'CJ ONSTYLE+'를 통해 T커머스(TV를 통한 상거래)에 진출, 활발한 사업 활동을 수행합니다.

TV홈쇼핑



모바일 커머스

CJ온스타일은 고객이 찾는 취향 상품을 큐레이션 해주는 모바일 쇼핑 플랫폼입니다. 카테고리 전문몰인 셀럽샵(패션), 올리브마켓(리빙), 더뷰티(뷰티)에서 선보이는 상품과 2017년부터 선보인 모바일 라이브커머스방송으로 더욱 생생한 쇼핑 경험을 제공합니다.



모바일 페이지

CJ ENM 부문 소개 05

커머스: ONLYONE BRAND

업계에서 가장 많은 단독 브랜드를 운영하고 있는 CJ ENM은 상품의 기획 및 개발부터 판매까지 전 과정을 직접 관리하는 PB(Private Brand) 뿐만 아니라 국내외 유명 디자이너와 단독 라이선스 계약도 체결하여 독보적인 상품 경쟁력을 갖추고 있습니다. 또한 이렇게 탄생한 패션 브랜드, 프리미엄 식품, 키친 웨어 등 ONLYONE 브랜드들은 고객의 생활 전반에 다양한 경험을 선사합니다.

패션&어패럴

더엣지(THE AtG)

'더엣지'는 대표 패션 브랜드로 트렌디하면서도 편안한 스타일을 추구합니다. 캐주얼웨어에서 워크웨어까지 다양한 스타일을 제안하며 우수한 품질과 실용성, 가성비까지 더해 고객들에게 많은 사랑을 받고 있습니다.

셀렙샵 에디션(Celeb edition)

매 시즌 가장 필요한 에센셜 아이템을 선보이는 '셀렙샵 에디션'은 기본에 충실한 의류부터 프리미엄 라인업까지 갖추었습니다. 특히 글로벌 명품 소재사, 디자이너 브랜드와의 협업으로 큰 호응을 얻고 있습니다.

바스키아 브루클린(BASQUIAT BROOKLYN)

'바스키아 브루클린'은 팝 아티스트 '장 미쉘 바스키아'의 오리지널리티를 담은 하이엔드 골프웨어 브랜드입니다. 장 미쉘 바스키아만의 과감한 색채감과 유니크한 아트워크를 재해석하여 필드에서 돋보이는 스타일을 제안합니다.

지스튜디오(g studio)

'지스튜디오'는 여배우가 사랑하는 국내 최정상 디자이너인 지춘희와 협업한 프리미엄 패션 브랜드입니다. 고급스러운 소재와 디자인을 통해 가장 여성스러운 실루엣으로 일상을 빛나게 합니다.

콜마르(COLMAR)

'콜마르'는 100년의 역사를 가진 이탈리아의 하이엔드 브랜드로, 오리지널스부터 골프라인까지 스포츠뿐 아니라 라이프 스타일 전반으로 영역을 확대하고 있습니다.

에디바우어(Eddie Bauer)

'에디바우어'는 1920년 시애틀에서 시작되어 100년의 헤리티지를 자랑하는 미국 아웃도어 브랜드로 브랜드 DNA를 현대적으로 재해석하여 감각적인 라이프 스타일 아웃도어 에디션을 제안합니다.

리빙&뷰티

오덴세(odense)

'오덴세'는 한국의 세라믹 크래프트 전문성을 바탕으로 한 키친&다이닝 전문 브랜드입니다. 세계 3대 디자인 상을 수상한 브랜드로 다이닝 공간을 위해 테이블웨어 외에도 쿡웨어, 조명 등 다양한 제품을 통해 특별한 경험을 제공합니다.

테일러센츠(taylor scents)

'테일러센츠'는 프리미엄 향 전문 브랜드로 디퓨저와 룸스프레이, 핸드크림 등으로 향테리어 시장을 선도합니다. 오브제 라인과 더불어 다양한 콜라보레이션 라인의 디퓨저로 공간에 감성을 채우는 새로운 기준을 제안합니다.

앳센셜(@sential)

'앳센셜'은 더 나은 삶을 위한 디테일한 공간구성과 소재 본연의 가치에 집중합니다. 하나의 제품으로 집안 분위기를 변화시킬 수 있다는 믿음 아래 합리적인 제품을 만들고 있습니다.

오하루 자연가득

'오하루 자연가득'은 자연에 가까운 맛과 영양을 엄선하는 자연주의 건강 식품 브랜드로 온 가족이 편하게 즐길 수 있는 간식, 식사 대용식 등이 대표 상품입니다.

웨이크미(wake me)

'웨이크미'는 '나만의 아름다움을 깨운다'는 브랜드 명처럼 개인이 지닌 고유의 아름다움을 실현할 수 있도록 돕는 맞춤형 뷰티 브랜드입니다. 향후 스킨케어 등 서비스 카테고리를 확장할 계획입니다.

CJ ENM 발자취

1994

1995
- 드림웍스SKG 투자 유치
- 대한민국 최초 TV 홈쇼핑 개국

2000

2006
- 정보보호관리 체계 국제인증 'ISO27001' 획득

2007
- 국내 농가 판로 지원 상생 프로그램 '1촌 1명품' 방송 실시
- 업계 최초 CCM(소비자중심경영) 인증 취득

2009
- 'CJ오쇼핑'으로 사명 및 채널명 변경

2010

2011
- 'CJ E&M' 출범

2012
- 업계 최초 '수화(手話) 상담 서비스' 제공

2013
- 콘텐츠 기획 역량 제고 및 글로벌 진출 기반 마련
  - 글로벌 공동 프로듀싱 첫 뮤지컬 〈킹키부츠〉 미국 토니어워즈 6관왕
  - 영화 〈설국열차〉 전세계 167개국 수출

2014
- 국내 및 해외 시장에서 콘텐츠 성과 확대
  - 영화 〈명량〉, 〈국제시장〉 역대 대한민국 박스오피스 기록
  - 예능 〈꽃보다 할배〉 한국 방송 사상 최초 미국 지상파 NBC 포맷 수출
  - 뮤지컬 〈킹키부츠〉 미국 그래미어워즈 베스트 뮤지컬 앨범상 수상
  - 한국 기업 최초 '브로드웨이 리그' 정회원 멤버 승인

2015
- 디지털 Short-form 및 디지털 광고 확대
- 콘텐츠 기획·제작 역량 기반 글로벌 흥행 지속
  - 뮤지컬 〈킹키부츠〉 영국 웨스트엔드 프로덕션 개막
  - 영화 〈수상한 그녀〉 중국판: 장르 최대 박스오피스 기록, 베트남판: 역대 박스오피스 1위 경신
- T커머스 채널 'CJ오쇼핑플러스' 론칭

2016
- 드라마 사업 분할 및 '스튜디오드래곤' 설립
- 신인 창작자 발굴·양성 CSV 사업 〈오펜〉 센터 개관
- 소비자중심경영(CCM) 인증 10년 연속 획득

2018
- 'CJ ENM' 합병 및 사명 변경

2019
- 환경부와 유통 포장재 감량을 위한 업무협약 체결
- 국가고객만족도(NCSI) TV 홈쇼핑 단독 1위·인터넷쇼핑몰 단독 1위
- 소비자중심경영(CCM) 최우수 기업 대통령 표창 수상

2020

2020
- 아시아를 넘어 세계를 리드하는 K-콘텐츠
  - 영화 〈기생충〉 아카데미 시상식 석권
  - 뮤지컬 〈물랑루즈〉 미국 3대 시어터 어워즈 석권
  - 예능 〈너의 목소리가 보여〉 미국판 FOX 방송
- OTT 플랫폼 'TVING' 독립법인 출범
- 중소벤처기업부, 대·중소기업·농어업협력재단과 '중소기업·소상공인의 판로개척 지원' 업무협약 체결
- 환경부 '2020 친환경기술진흥 및 소비촉진' 우수기관 선정
- 소비자중심경영(CCM) 명예의 전당 공정거래위원장 표창

2021
- ESG위원회 신설
- 취향공감 라이브쇼핑, 'CJ온스타일' 론칭
- 대한민국 일자리 유공 표창 수상
- 'TVING' 오리지널 콘텐츠 제작 및 가입자 확대
- 공동 프로듀싱 뮤지컬 〈물랑루즈〉 미국 토니어워즈 최우수 작품상 등 10관왕
- 콘텐츠 기업 최초 컴플라이언스 경영시스템 인증 'ISO37301' 획득
- 소방안전관리 국무총리 표창 수상

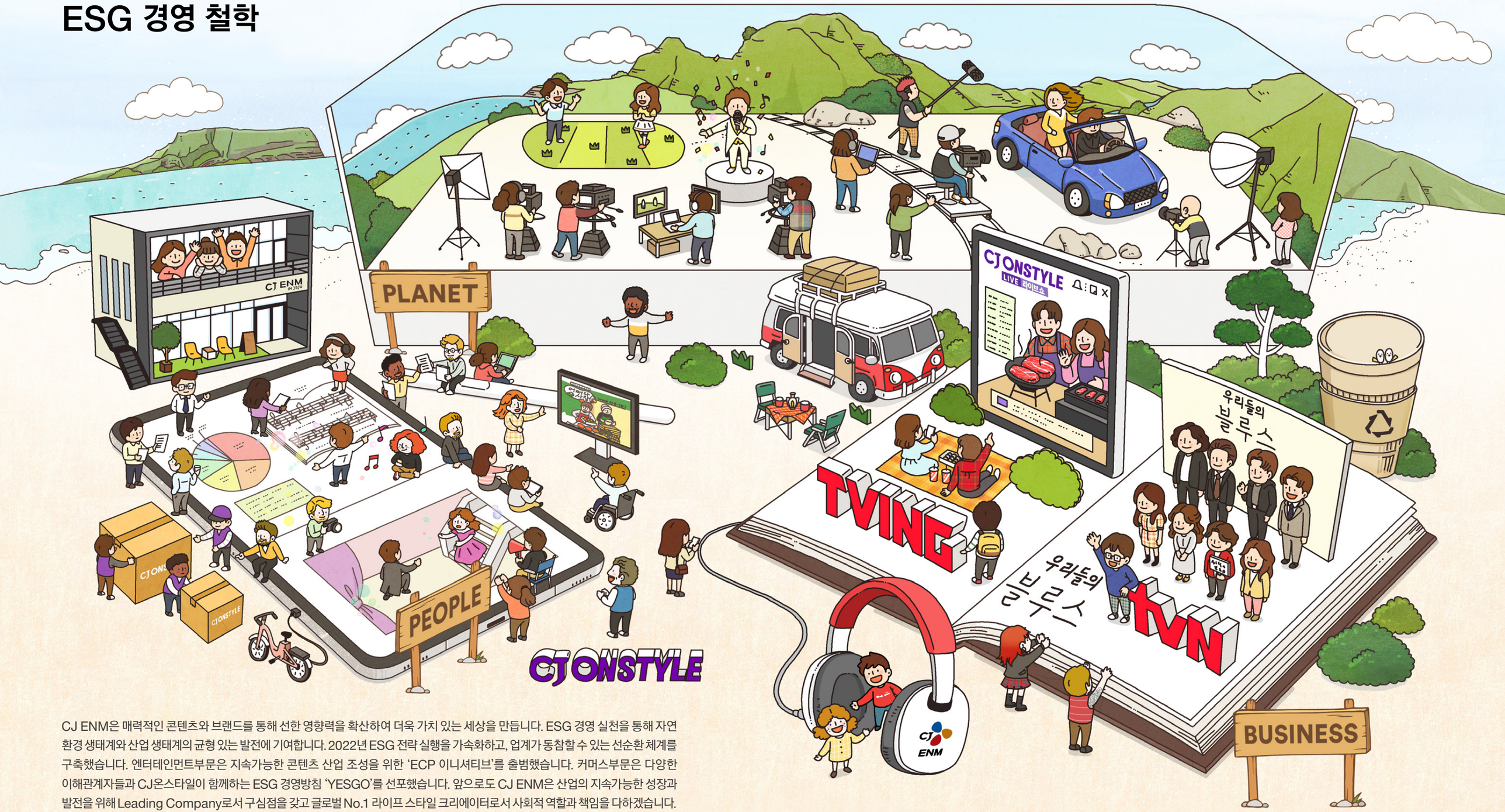
2022

- 미국 제작 스튜디오 '피프스 시즌(구 엔데버 콘텐트)' 인수
- 영화 〈브로커〉, 〈헤어질 결심〉 제75회 칸 국제영화제 수상
- 'CJ ENM STUDIOS' 신설
- 공동 프로듀싱 뮤지컬 〈물랑루즈〉 영국 로렌스 올리비에 어워즈 수상
- CJ온스타일 ESG 경영방침 'YESGO' 발표
- 뮤지컬 〈MJ the Musical〉 제75회 미국 토니어워즈 4관왕
- 업계 최초 동반성장위원회와 ESG 지원사업 협약 체결
- 드라마 〈세브란스: 단절〉 제74회 프라임타임 에미상 수상
- 'TVING' 배리어프리 자막 서비스 도입
- 업계 최초 환경경영시스템 인증 'ISO14001' 획득
- 콘텐츠 산업 ESG 개방형 협의체 'ECP(에코 콘텐츠 프로덕션) 이니셔티브' 출범

ESG FOUNDATIONS

ESG 경영 철학 20
ESG 경영 전략 22
ECP 이니셔티브 출범 24
함께하는 미래, YESGO 28
이해관계자 참여와 소통 30

ESG 경영 철학



CJ ENM은 매력적인 콘텐츠와 브랜드를 통해 선한 영향력을 확산하여 더욱 가치 있는 세상을 만듭니다. ESG 경영 실천을 통해 자연 환경 생태계와 산업 생태계의 균형 있는 발전에 기여합니다. 2022년 ESG 전략 실행을 가속화하고, 업계가 동참할 수 있는 선순환 체계를 구축했습니다. 엔터테인먼트부문은 지속가능한 콘텐츠 산업 조성을 위한 'ECP 이니셔티브'를 출범했습니다. 커머스부문은 다양한 이해관계자들과 CJ온스타일이 함께하는 ESG 경영방침 'YESGO'를 선포했습니다. 앞으로도 CJ ENM은 산업의 지속가능한 성장과 발전을 위해 Leading Company로서 구심점을 갖고 글로벌 No.1 라이프 스타일 크리에이터로서 사회적 역할과 책임을 다하겠습니다.

ESG 경영 전략

추진 체계

CJ ENM은 ESG 경영을 바탕으로 자연 환경과 산업 생태계에 긍정적인 변화를 선도합니다.

매력적인 '콘텐츠와 브랜드' 경험을 통해 더욱 가치 있는 세상을 만들기 위해 중장기 로드맵에 따른 체계화된 ESG 경영을 추진하고, 책임감 있는 기업 시민으로서 글로벌 표준 및 가이드라인을 준용하여 우리 사회, 글로벌 커뮤니티와 지속가능한 성장과 발전을 함께합니다.

ESG Mission

매력적인 '콘텐츠와 브랜드' 경험을 창출하여, 더욱 가치있는 세상을 만듭니다.

ECP (Eco-Balanced Content Production): 콘텐츠 기획 ▶ 콘텐츠 제작 ▶ 콘텐츠 유통

+

ECV (Eco-Balanced Commerce Value-chain): 상품 기획 ▶ 소싱·생산 ▶ 판매·배송

ESG Pillars

PLANET
땅, 물, 공기, 그리고 자연

- 우리는 자연 환경 보전을 위해 최선을 다합니다.
- 우리는 탄소 발자국 최소화에 노력합니다.
- 우리는 폐기물 저감을 위해 노력합니다.

PEOPLE
즐겁게 일하는 문화

- 우리는 생태계 모든 구성원의 존엄성을 존중합니다.
- 우리는 삶의 모습·생각의 다양성을 이해하고 존중합니다.
- 우리는 더불어 성장하는 건강한 생태계를 조성합니다.

BUSINESS
나와 세상을 연결하는 우리의 스토리

- 우리는 콘텐츠와 브랜드를 통해 즐거움과 선한 영향력을 전합니다.
- 우리는 나와 세상을 연결하는 이야기로 함께하는 가치를 만듭니다.

Goal

	PLANET	PEOPLE	BUSINESS
2030	친환경 경영 위한 인프라 및 개발 투자 확대	통합 ESG 체계 구축 통한 선순환 산업 생태계 확립	Good Impact(선한 영향력) 콘텐츠·커머스 카테고리 확대
2050	탄소중립 달성	파트너·지역 사회와 함께 지속가능한 산업 생태계 구축	Good Impact(선한 영향력) 콘텐츠·커머스로 글로벌 확대

Foundations

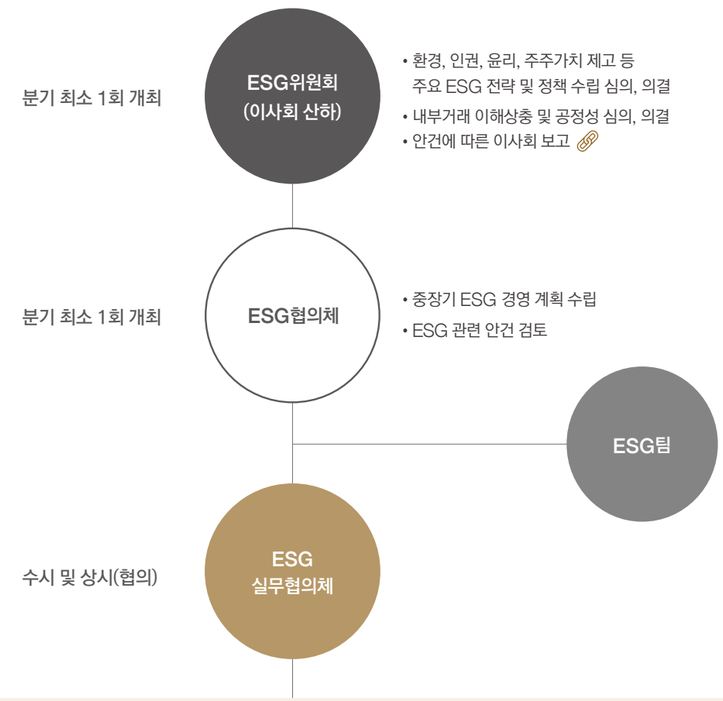
ESG위원회·ESG협의체 운영 고도화	컴플라이언스 경영 고도화	이해관계자 ESG 커뮤니케이션 강화

관리 체계

CJ ENM은 전략적이고 체계적인 ESG 경영을 추진하고, 지속적·통합적·선제적으로 ESG 리스크를 관리하기 위한 ESG 경영 전담 체계를 구축했습니다. 최고 의사결정 기구인 이사회 산하 ESG위원회는 기업가치와 지속가능성에 영향을 주는 비재무 요소(환경, 인권, 윤리, 정보보안 등)를 포함한 ESG 주요 안건을 정기적으로 검토하고, 중장기 ESG 경영 방향 설정과 의사 결정의 중추적 역할을 수행합니다. ESG협의체는 중장기 ESG 경영 계획을 수립 및 시행하고, 주요 내용을 ESG위원회에 상정합니다.

ESG팀과 전담 사업 팀으로 구성하고 있는 ESG실무협의체는 각 분야별로 운영되어 ESG 전략을 이행하며, 사업과 연계한 ESG 활동을 추진합니다. 2022년에는 총 5회의 위원회를 통해 2022년 ESG 계획 수립(안), 인권경영 실행체계 구축(안), ESG Report 발간(안), ECP 가이드라인(안) 및 YESGO 브랜드 공표, 협력사 ESG지원제도, 대규모내부거래 등 총 8건의 안건을 상정하였습니다. CJ ENM은 이슈에 대한 적시 대응을 통해 ESG 경영이 원활하게 진행되도록 하며, 전사 통합 리스크 체계를 공고히 해 나가겠습니다.

ESG 전담·실행 조직 운영 체계



ECP 이니셔티브 출범

ECP 표준은 콘텐츠 산업의 지속가능한 성장과 발전을 위한 우리의 약속입니다.

CJ ENM은 매력적인 콘텐츠를 만들기 위한 여정을 이어오고 있습니다. 나이와 세대, 언어의 장벽까지 뛰어 넘은 진정한 독창성을 찾기위한 긴 여정 속에서 CJ ENM은 우리의 스토리가 오랜 시간 사랑받을 수 있는 '지속가능한 콘텐츠'와 산업이 무엇인지 고민합니다.

지속가능한 콘텐츠 산업은 자연과 사람이 공존하는 환경을 위해 자연에 미치는 부정적 영향은 최소화하고, 제작 과정을 함께한 창작자, 스태프를 비롯한 구성원 모두가 존중 받아야 합니다. ECP 이니셔티브는 콘텐츠 산업의 지속가능성을 위해 제작을 함께하는 구성원들을 위한 원칙과 기준, 그리고 공동의 약속을 만들어가는 개방형 협의체입니다. CJ ENM은 콘텐츠 제작 과정의 시작에서부터 끝까지 ESG가 실천될 수 있도록 한국 콘텐츠 진흥원과 함께 ECP 이니셔티브를 발족했습니다.

ECP(에코 콘텐츠 프로덕션) 표준은 자연 환경 생태계 부문과 산업 생태계 부문으로 구분하고, 글로벌 이니셔티브, UN SDGs, UNGC 10대 원칙 등 글로벌 ESG 주요 아젠다와 제작현장의 의견을 반영하여 총 12개 표준을 마련했습니다.

> "ECP(Eco-balanced Content Production) 출범을 통해 업계 전반이 동참할 수 있는 선순환 체계를 수립하고, 콘텐츠의 지속가능한 성장을 견인하겠습니다."

ECP 표준은 대내외 이해관계자들과 콘텐츠 산업의 지속가능성을 실천하기 위한 가이드라인이자 미래를 위한 지속 성장과 나아갈 방향을 제시하는 나침반이 될 것으로 기대합니다.

ECP 12개 표준 및 가이드라인 수립

자연 환경 생태계		
• 삼림 보호	• 수자원 보호	• 동물 복지
• 에너지 효율	• 탄소 발자국	• 자원순환

산업 생태계		
• 안전 관리	• 근로환경	• 다양성
• 창작자 권리	• 콘텐츠 저작권	• 공정거래

ECP 이니셔티브 출범

콘텐츠는 한 사람의 노력만으로는 만들 수 없습니다. 단 한 편의 콘텐츠라도 다양한 이야기, 여러 생각과 고민을 가진 사람들이 힘을 모아야만 탄생할 수 있습니다. 이에 CJ ENM은 우리만의 ESG 활동이 아닌 콘텐츠 업계 전반이 동참할 수 있는 선순환 체계를 수립하고 보다 올바른 방향으로 함께 나아갈 수 있는 환경을 조성하고자 합니다. 의견을 나누고 의미 있는 발걸음을 함께 하며, 콘텐츠 산업의 지속가능한 변화를 만들어 나가려 합니다. 이러한 취지와 목표에 공감하는 K-콘텐츠 대표 제작사들과 함께 콘텐츠 업계 최초의 이니셔티브를 출범했습니다. ECP 이니셔티브는 개방형 협의체로 한국콘텐츠진흥원을 포함해 현재 23개 기업과 단체들이 함께 하고 있습니다.

향후 계획

CJ ENM은 빠르게 진화하는 콘텐츠 산업의 특성과 글로벌 ESG 변화에 발맞춰 ECP 표준을 점진적으로 고도화하고, 진정성을 담아 지속적으로 이행해 나갈 것 입니다. 또한, ECP 표준이 콘텐츠 제작 현장에서 준용될 수 있도록 세부 가이드를 마련하고, 콘텐츠 제작 과정에서의 탄소 배출량을 측정하는 탄소 발자국 계산 기준을 도입할 계획입니다. CJ ENM은 ECP 표준에 기준한 콘텐츠 제작 및 연구를 지속해 콘텐츠를 통해 ESG 가치 확산에 앞장서고 지속가능한 콘텐츠 산업을 선도하겠습니다. 작은 변화의 물결로 콘텐츠 산업 전반의 ESG에 대한 공감대 확산과 올바른 ESG 문화 정착을 위해 적극 노력하겠습니다.

ECP
ECO-BALANCED
CONTENT
PRODUCTION

ECP 이니셔티브 동참사(2022년 12월 기준)
CJ ENM, 한국콘텐츠진흥원, 한국드라마제작사협회, 한국방송영상제작사협회, 그룹에이트, 김종학프로덕션, 레드픽쳐스, 미디어화, 삼화네트웍스, 스토리TV, 스튜디오드래곤, 스파티필름, 씨알미디어, 아이테르, 아폴로픽쳐스, 얼반웍스, 에이스토리, 인터즈, 지앤지프로덕션, 팬엔터테인먼트, 피디하우스, CJ ENM STUDIOS, IMTV

ECP 12개 표준 및 가이드라인

ECP
ECO-BALANCED CONTENT PRODUCTION

삼림 보호, Forest Protection

- 토양과 숲 생태계를 보전하고, 서식지를 훼손하지 않습니다.
- 자연 보전지역에서 관련 단체와 전문가의 조언을 구합니다.
- 발생된 삼림훼손은 올바른 방법으로 복원합니다.

안전 관리, Workplace Safety

- 모두의 안전과 건강을 최우선으로 고려합니다.
- 콘텐츠 제작/서비스 과정에서 안전관리 규정을 철저히 준수합니다.
- 모든 구성원은 안전사고 대응 프로세스를 숙지합니다.

수자원 보호, Water Security

- 하천과 해양 생태계를 보전합니다.
- 동일한 제작 결과물 기준에서 용수를 절약합니다.
- 발생된 폐수는 올바른 방법으로 처리합니다.

근로 환경, Workplace Wellbeing

- 콘텐츠 제작/서비스 환경 개선과 인권 보호의 책임을 다합니다.
- 모두 함께 건강하고 쾌적한 근로 환경을 조성합니다.
- 콘텐츠 제작/서비스 과정에서 고충상담 및 구제절차에 대해 안내합니다.

동물 복지, Animal Welfare

- 동물 다양성 보전을 위해 노력합니다.
- 콘텐츠 제작 과정에서 동물은 생명체로서 존중합니다.
- 동물 출연 시 동물 안전과 복지를 위해 노력합니다.

다양성, Diversity

- 서로 다름을 포용하고 다양성을 존중합니다.
- 차별과 폭력을 근절하고, 서로 동등하게 대우합니다.
- 자막, 음성 해설 및 수어 해설 등 콘텐츠 배리어프리에 노력합니다.

에너지 효율, Energy Efficiency

- 에너지 효율이 높은 설비와 장치를 사용합니다.
- 친환경 및 신재생 에너지 사용 비중을 높입니다.
- 동일한 제작 결과물 기준에서 에너지 사용량을 저감합니다.

창작자 권리, Creator Rights

- 모든 콘텐츠의 창작자 권리를 존중하고 보호합니다.
- 콘텐츠 기획 및 창작을 장려하는 노력을 지속합니다.
- 콘텐츠 제작/서비스의 건강한 생태계 조성을 위해 노력합니다.

탄소 발자국, Carbon Footprint

- 콘텐츠 제작/서비스 과정의 탄소 배출량을 측정합니다.
- 콘텐츠 제작/서비스 과정에서 탄소배출을 저감합니다.
- 단계적으로 친환경 이동 수단 사용 비중을 높입니다.

콘텐츠 저작권, IP & Copyright

- 모든 콘텐츠 저작권을 존중하고 보호합니다.
- 콘텐츠의 저작권 및 활용 기준을 명확히 합니다.
- 콘텐츠 제작/서비스 과정에서 얻게 되는 정보의 보안을 유지합니다.

자원순환, Recycle & Upcycle

- 재사용·새사용·재활용 가능한 소품과 세트 비중을 높입니다.
- 폐기물 저감을 위해 노력합니다.
- 쓰레기는 올바른 방법으로 분리배출합니다.

공정거래, Fair Trading

- 투명하고 공정한 거래를 통해 콘텐츠를 제작합니다.
- 상생 협력으로 건강한 산업 생태계를 만듭니다.
- 모든 구성원에게 불공정 거래 신고채널에 대해 안내합니다.

함께하는 미래, YESGO

YESGO는 함께 하는 미래를 위해 CJ ENM이 제안하는 라이프 스타일입니다.

ESG 경영방침 'YESGO' 공표

CJ ENM 커머스부문은 2022년 '파트너(협력사)·고객·환경·임직원·지역사회'를 포괄하는 사회('Y'OU)와 CJ온스타일 ('O'NSTYLE)이 함께하는 ESG 경영방침 'YESGO'를 선포하였습니다. YESGO를 기반으로 선보일 미래 라이프 스타일은 사회와 환경을 생각하고 고객의 가치를 공감하는 가치소비의 확대로부터 시작됩니다. 가치소비는 건강하고 지속가능한 유통 생태계 토대 위에서 가능하기에 CJ ENM은 협력사 대상 ESG 경영지원 제도를 신설하고 동반성장 프로그램을 고도화함으로써 파트너와 함께 미래를 준비하고 있습니다. 이와 더불어 플라스틱 저감 및 자원순환을 위해 친환경 포장재 개발에 힘쓰고 있으며 적용률을 높이기 위한 투자를 확대하고 있습니다.

다음 세대와 지역사회의 꿈지기·동반자가 되기 위한 지역사회 공헌까지 환경(E)·사회(S)·거버넌스(G) 영역 전반에서의 새로운 문화를 만들고자 합니다.

"파트너사 동반 성장을 적극적으로 지원해 궁극적으로 고객의 만족도까지 높일 수 있는 선순환의 ESG 소비 생태계 구축을 위해 노력할 것입니다."

파트너와 함께하는 YESGO

CJ ENM은 플라스틱 저감과 자원순환을 위해 개발한 친환경 포장재를 중소협력사에게 무상으로 제공하는 '협력사 친환경 패키징 지원사업'도 신설했습니다. 친환경 포장재 도입에 대해서는 공감하지만 비용부담으로 도입이 어려웠던 중소협력사들에게 2022년 종이테이프 지원을 시작으로 다양한 친환경 포장재 도입 기회를 제공할 것입니다. ESG가 강조되면서 ISO14001 등 ESG 관련 인증에 대한 시장 요구가 커지고 있고 트렌드 또한 빠르게 변화하고 있습니다. CJ ENM은 기존 품질 컨설팅 및 시험비용 할인제도에 ESG 인증 관련 비용지원을 추가하고 상품 카테고리별 ESG 트렌드를 정기적으로 협력사에 제공하기 위한 ESG Trend Report를 제작하는 등 ESG가 가져온 시장변화에 우리 협력사가 발빠르게 대응할 수 있도록 함께 노력하고 있습니다.

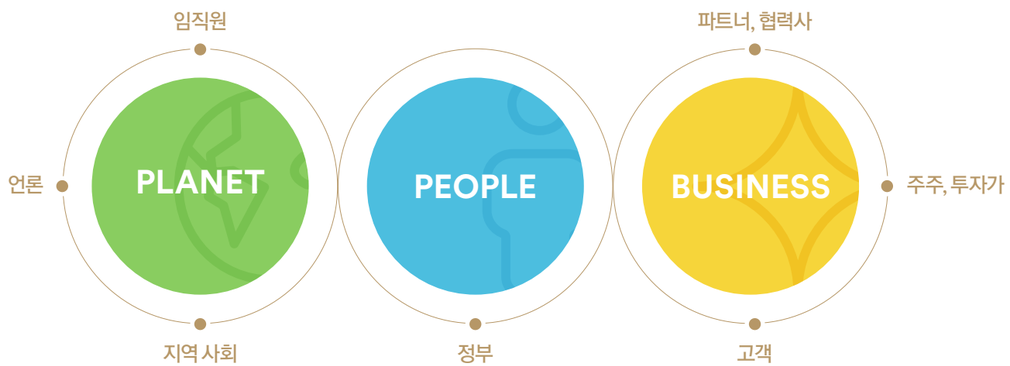
지속가능한 유통 생태계 조성을 위해서는 파트너(협력사)와의 동반성장이 우선이 되어야 합니다. CJ ENM 커머스부문은 코로나19로 중단했던 'CJ 온스타일 PARTNERS CLUB 2022'를 개최하며 코로나19 장기화와 경기 침체로 함께 어려운 시기를 보내고 있는 파트너들에게 위기극복을 위한 100억 원 규모의 파트너 지원사업을 약속했습니다. 먼저 자체적으로 ESG 경영을 도입하기 어려운 중소협력사를 위한 ESG 통합지원사업을 신설했습니다. 홈쇼핑 업계 최초 동반성장위원회, 한국표준협회와 함께 중소협력사 맞춤형 ESG 관리지표를 개발하여 ESG 전문교육부터 진단, 컨설팅까지 6개월간 ESG 경영 시스템 도입을 위한 통합 프로그램을 제공했습니다. ESG 통합지원사업에 참여한 협력사들은 '협력사 윤리경영 실천서약'에 동참하며 ESG 경영 실천의지를 표명했습니다.

신설된 ESG지원제도와 함께 협력사의 생산성 향상을 위한 R&D 지원과 저금리 대출을 위한 600억 원 기금의 상생펀드, 다양한 국내외 판로지원 사업 등 동반성장 프로그램도 계속 확대할 계획입니다.

이해관계자 참여와 소통

커뮤니케이션 채널

CJ ENM은 대내외 이해관계자와의 소통이 ESG 경영을 추진하는 것에 중요하다고 인식하고 있습니다. CJ ENM은 경영 활동에 상호 영향을 주는 주요 이해관계자 그룹을 정의하고, 각 이해관계자 의견을 적극 반영하고자 다양한 커뮤니케이션 채널을 운영합니다.



이해관계자 그룹	주요 커뮤니케이션 채널	소통 주기	기대(관심)이슈
고객	기업 홈페이지 및 SNS	상시	• 고객 서비스 향상 및 만족도 제고 • 고객 개인정보 보호 • 고객과의 소통 및 의견수렴 • 콘텐츠·상품 품질 향상 • 시청자 권익보호와 침해 구제
	고객만족도 조사	상시	
	고객센터	상시	
	시청자위원회 정기회의	월 1회(커머스부문)·격월 1회(엔터테인먼트부문)	
	시청자위원회 시청자 의견 반영 보고서	월 1회(커머스부문)·격월 1회(엔터테인먼트부문)	
	시청자 평가 프로그램	주 1회	
주주 및 투자가	기업 홈페이지	상시	• 사업의 성장 및 이익 확대 • 미래 성장동력 확보 • 재무 등 투명한 성과 공개 • 배당성향 • 건전한 지배구조, ESG 이슈
	정기 주주총회	연 1회	
	NDR(Non-Deal Roadshow)	상시	
	증권사 Conference	상시	
	실적 발표 컨퍼런스 콜	분기	
	주요 정기 보고서 및 공시	상시 정기보고서-분기, 주요 공시-상시	
	유선채널	회사 대표번호 IR팀 연결 및 투자가 전용 유선채널	
	기업 탐방	상시	

이해관계자 그룹	주요 커뮤니케이션 채널	소통 주기	기대(관심)이슈
유관기관 파트너 (협력사)	Contact Us	상시	• 동반 성장 • 협력사 입점 • 파트너사와 협력 및 소통 • 교육, 인프라 등 육성·지원사업 • 인권보호, 윤리경영 및 공정거래
	사이버 감사실	상시	
	온라인 제보	상시	
	파트너 시스템	상시	
	중소기업 상생을 위한 소중한 이야기	상시	
	지역별 판로 지원 상담회	지역별 반기	
	동반 성장 간담회	반기	
지역 사회	기업 홈페이지 및 SNS	상시	• 사회공헌 • 지역 사회 경제 활성화 • 기업 사회적 책임 • 환경보호 • 공유가치 창출
	봉사활동	상시	
	CJ도너스캠프	상시	
	CJ나눔재단	상시	
	CJ문화재단	상시	
	사회복지 공동모금회	상시	
정부 및 언론	기업 홈페이지	상시	• 주요 정책 참여 • 법규 및 규제 준수 • 경제성과 및 가치창출 • 신규 콘텐츠 및 상품 • 반부패 및 규제 준수
	보도자료	상시	
	간담회	상시	
	협의회	상시	
	사업 및 감사 보고서	상시	
	ESG Report	연 2회	
임직원	임직원 설문조사	상시	• 수평적인 사내문화 • 인권 존중 및 안전한 근로환경 • 일과 삶의 균형 • 임직원 성장 및 자기계발 • 균등한 기회 및 공정한 성과평가
	사내포털	상시	
	사내방송	상시	
	노사협의회	분기별 1회, 수시 미팅	
	사이버 감사실	상시	
	온라인 제보	상시	

2022 ESG HIGHLIGHTS

EXECUTIVE SUMMARY 34
PLANET 땅, 물, 공기, 그리고 자연 36
PEOPLE 즐겁게 일하는 문화 44
BUSINESS 나와 세상을 연결하는 우리의 스토리 54

EXECUTIVE SUMMARY

PLANET

땅, 물, 공기, 그리고 자연

땅, 물, 공기, 그리고 건강한 자연은 미래 세대를 위한 우리의 책임입니다. CJ ENM은 자연과 사람이 공존하는 환경을 위해 사업 전반에서 부정적 환경 영향을 최소화 하고, 콘텐츠와 커머스를 통해 우리 모두가 함께 하는 ESG를 실천합니다. 한마음 한 뜻으로 2050 탄소중립 목표를 향해 발걸음을 내딛고 있습니다.

Commitments

1. 우리는 자연 환경 보전을 위해 최선을 다합니다.
2. 우리는 탄소 발자국 최소화에 노력합니다.
3. 우리는 폐기물 저감을 위해 노력합니다.

Key Achievements

90%	61%	77.7톤	지구 청소자들
XR스튜디오 에너지 소비 감축량	XR스튜디오 폐기물 감축량	3무(無) 3R 정책에 따른 누적 플라스틱 저감량	환경 읽어드립니다 두 번째 이야기

PEOPLE

즐겁게 일하는 문화

즐겁게 일하는 문화 속에서 끊임없이 도전하고 Creativity를 발휘합니다. CJ ENM은 열정 가득한 인재들이 모여 유연함 속에서도 모든 구성원의 존엄성과 삶의 다양성을 존중합니다. 우리의 임직원과 고객, 파트너를 포함한 모든 이해관계자와 함께 더불어 성장하는 건강한 생태계를 만듭니다.

Commitments

4. 우리는 생태계 모든 구성원의 존엄성을 존중합니다.
5. 우리는 삶의 모습·생각의 다양성을 이해하고 존중합니다.
6. 우리는 더불어 성장하는 건강한 생태계를 조성합니다.

Key Achievements

4개	92%	273명	333개
CJ Work ON 거점 오피스	자기주도적 조직 문화 만족도	오펜 누적 신인 창작자, 음악 작곡가	1촌 1명품, 1사 1명품 누적 기업 지원 제품

BUSINESS

나와 세상을 연결하는 우리의 스토리

콘텐츠와 커머스를 통해 선한 영향력(Good Impact)을 전합니다. ESG 철학에 기반한 CJ ENM의 비즈니스는 즐거움을 넘어 우리 사회에 선한 영향력을 전파하고, 세상을 더욱 가치 있게 만듭니다.

Commitments

7. 우리는 콘텐츠와 커머스를 통해 즐거움과 선한 영향력을 전합니다.
8. 우리는 나와 세상을 연결하는 이야기로 함께하는 가치를 만듭니다.

Key Achievements

G.I.C. 지표	100%	1,200편	1,177건
콘텐츠의 선한 영향력, 시청자 영향도 측정	오덴세 리유저블컵 재활용률	티빙 배리어프리 적용 에피소드	임직원 봉사 횟수

PLANET

PLANET

환경을 생각하는 스튜디오

CJ ENM 스튜디오 센터-VP Stage

CJ ENM 스튜디오 센터는 국내 최초의 원스탑(One-Stop) 시스템을 갖춘 대한민국 최대, 최다의 대단위 스튜디오 단지입니다. 파주에 위치한 CJ ENM 스튜디오 센터에서는 실내 및 야외 세트장 외에도 멀티로드를 활용한 길거리 차량 씬까지 다양한 촬영이 가능합니다. 국내 콘텐츠 복합 제작시설 최초로 설계 단계에서부터 효율적인 에너지 사용을 고려하였으며, 시설별 LED 조명, 조명 자동제어시스템을 적용하여 에너지 절감 효과를 극대화하고 있습니다. 2022년 4월 준공을 완료한 후 시설 내 전기차 충전소 3대(일반 2대, 급속 1대)를 운영하여 환경영향 저감에 앞장서고 있습니다. 더불어, CJ ENM 스튜디오 센터를 둘러싼 자연 녹지를 보존하고, 동물 쉼터 설치를 통해 야생 동물과 생물 다양성 보전에 힘쓰고 있습니다. 또한 지역 주민들에게 자연 산책로를 개방하여 기업 시민으로서 지역사회와 함께하고 있습니다.

CJ ENM 스튜디오 센터에 위치한 'VP Stage(Virtual Production Stage)'는 2022년 3월에 시공이 완료되었습니다. VP Stage는 세계 최초 Micro LED를 탑재하여 벽면 360도와 천장을 아우르는 LED 미디어 월(Wall)을 구성하였고, 실시간 렌더링 솔루션, 카메라 트래킹 시스템 등 첨단 기술을 통해 시공간의 제약을 초월하면서도 생생한 콘텐츠 제작이 가능합니다. CJ ENM은 LED 미디어 월을 활용하여 반복적인 물리적 세트의 설치와 철거를 줄여 폐기물 발생량을 최소화하고, 물·불·연기 등 특수효과를 감소하거나 아예 사용하지 않도록 노력합니다. 또한 로케이션 촬영을 버추얼 프로덕션으로 대체하여 콘텐츠 제작 과정 중 온실가스를 가장 많이 배출되는 물리적 이동을 최소화하여 이산화탄소 배출 저감에 기여합니다.

CJ온스타일 테크앤아트센터-XR 스튜디오

2022년 커머스부문의 테크앤아트센터에 디지털 신기술을 적용한 LED 미디어 월 전용 스튜디오 두 곳을 구축했습니다. LED 미디어 월 전용 스튜디오를 통해 TV 홈쇼핑 방송에 가상현실(VR)을 넘어 확장 현실(XR) 기술을 도입했습니다. 부드러운 곡면으로 역동적 장면 연출이 가능한 초대형 커브드 LED 미디어 월과 언리얼 엔진(Unreal Engine)기반 XR 실감형 콘텐츠를 구현하여 무대 연출에 필요한 세트 설치와 해체 없이 고객에게 생동감 있는 비대면 쇼핑 경험을 제공합니다. XR 스튜디오는 방송 퀄리티를 높일 뿐 아니라 방송 제작 환경에서의 폐기물을 효과적으로 절감하며, 목재를 비롯한 소모성 방송 세트 제작량을 줄이고 LED 조명으로 전환하여 에너지 소비를 저감합니다. 앞으로 CJ ENM은 환경에 미치는 부정적인 영향을 최소화하는 방송 환경을 구축하여 친환경 경영을 실천할 것입니다.

XR 스튜디오 친환경 효과(2021 3Q 대비)

61%	61%	90%
세트제작비 감소율	폐기물량 감소율	에너지소비 감소율

환경을 보호하는 포장재

3무(無) 3R(Reduce, Redesign, Reuse) 정책

CJ ENM은 환경부와 '유통 포장재 감량을 위한 자발적 협약'을 바탕으로 TV 홈쇼핑 업계 최초로 비닐(플라스틱), 부직포, 스티로폼을 사용하지 않는 '3무(無) 포장재' 도입과 '3R(Reduce, Redesign, Reuse) 정책'을 수립하여 친환경 포장재 사용을 확대하고 있습니다. CJ ENM의 친환경 정책 방향성과 포장재 공급 가능성을 고려하여 에코 패키징 기술을 개발 및 사용하고 있으며, 과대포장방지, 포장재 재사용을 통해 자원순환에 기여합니다.

3무(無) 3R 친환경 정책 성과(2021 3Q 대비)

77.7 톤 플라스틱 저감

1 억 협력사 지원액

3 회 환경부 친환경 부문 수상

환경부 다회용 친환경 포장재 시범 사업 성과(2021 3Q 대비)

2,670 BOX 다회용 포장용기 사용

91.4 % 출고 대비 회수율

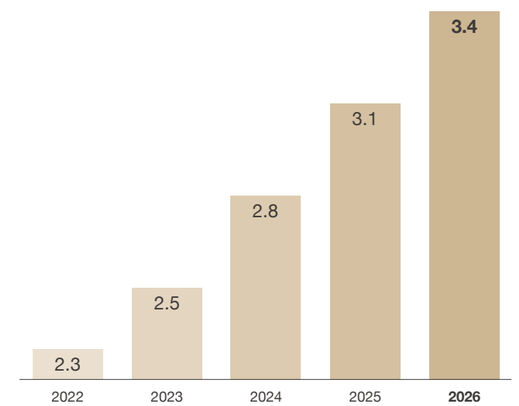
ALL ECO PACKAGING

CJ ENM은 환경 보호에 가치를 두는 사회적 이슈에 공감합니다. 이에 올바른 분리배출을 유도하고, 환경에 유해한 포장재를 줄이는 친환경 활동을 앞장서서 전개하고 있습니다. 재활용이 어려운 비닐테이프 대신 접착제가 필요 없는 '에코 테이프리스 박스', '종이 행거 박스'를 도입하여 실용신안을 등록한 데 이어, 2022년에는 '비닐 테이프 OUT'을 선언하여 포장에 사용되는 비닐 테이프를 종이 테이프로 전면 교체하는 등 친환경 패키징을 선도하고 있습니다. 또한 에코 패키징 투게더(Eco Packaging Together) 캠페인을 통해 고객과 협력사에 올바른 포장 가이드 및 분리배출 방법을 알리고 있습니다. 현재 약 9,000여 개의 협력사에 과대 포장에 따른 자원 낭비 방지를 독려하고 있으며, 2022년에는 30개 협력사에 총 1억 원 상당의 종이 테이프를 지원하였습니다. 이 외에도 환경부와 체결한 '운송 포장재 올바른 분리배출 활성화' 협약 이행을 위해 주문/배송 알림 및 배송 물품에 분리 배출 안내 문구를 명시하고 있으며, 2022년 환경부 주관 '다회용 친환경 포장재 시범 사업'[1)]에 참여하여 다회용 포장재 확산을 위한 시스템 구축과 인식 개선에 앞장서고 있습니다.

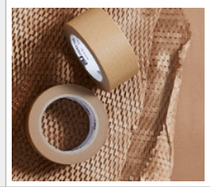
1) 다회용 포장재를 사용하여 포장·배송하고 포장재를 회수하여 재사용하는 것으로, '주문발생–다회용 포장재로 포장– 출고–고객안내–포장재 회수–세척–재사용'의 과정을 거침

친환경 포장재 사용 목표

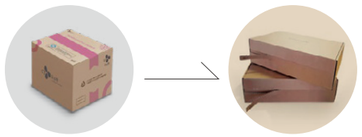
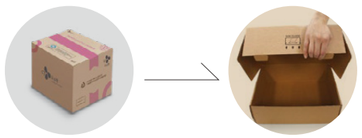
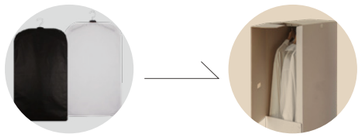
(단위: 백만 box)



친환경 포장재 및 패키지 활동 실천 5단계

단계	1단계	2단계	3단계	4단계	5단계
	친환경 종이 포장재 도입 (2017.10~) 	친환경 보냉 패키지 도입 (2019.1~)	에코 테이프리스(Eco Tapeless) 박스 도입(2019.4~)	재사용 순환 택배박스 도입·적용성 평가(2019.11~)	ESG 친환경 활동 다양화 (2020.4~)
개발 및 도입	• 접착식 테이프리스(Tapeless) 박스 • 상품별 맞춤형 택배박스 설계 • 종이 테이프 • 종이 행거 박스 • 종이 완충재 • 일반택배박스 Easy Open 기능	• 친환경 종이 보냉 박스 • 물 사용 친환경 아이스팩	• 100% 종이 소재 박스	• PE 재질 순환택배박스	• 착한 손잡이 배송 박스 • Easy Open 기능 • Eco Packaging Together 캠페인 • 그린배송, 지구를 지켜라 캠페인 참여 및 우수사례 발표
성과	• OPP 테이프 사용량 감량 • 과대포장에 따른 자원낭비 요소 제거 • 분리배출 편의성 강화 • 부직포 사용량 감량 • 비닐·플라스틱 사용량 감량 • 분리배출 및 개봉 편의성 제공	• 스티로폼·아이스팩 사용량 감량 • 분리배출 편의성 강화	• 테이프 및 접착제 미사용 • 상품 개봉 및 분리배출 편의성 강화	• 재사용·재활용 가능 • 일회성 포장재 사용량 감량 • 친환경 기술 진행 및 소비 촉진 수상 (환경부)	• 택배 노동자 배송 편의성 강화 – 고객 상품 개봉 편의성 제공 – 테이프 분리배출 용이 – 친환경 패키징 가이드 수립 (친환경 포장 및 포장공간 비율 등) • 착한포장 공모전 장려상 수상(환경부) • 파트너사 참여 유도 및 친환경 포장 확대 • 협력사 종이테이프 지원

포장재 사용 절감 효과[1)]

개선 전·후	사용 실적	도입 효과
 일반 택배박스 → 접착식 Tapeless Box[2)]	45만 7천 BOX	미사용 OPP 테이프 길이 약 457km 플라스틱 사용 저감 22,855m²
 일반 택배박스 → Eco Tapeless Box[3)]	82만 4천 BOX	미사용 OPP 테이프 길이 약 824km 플라스틱 사용 저감 41,193m²
OPP 테이프 → 종이 테이프	676만 3천 개	미사용 OPP 테이프 길이 8,116km 플라스틱 사용 저감 405,780m²
 의류 포장재(부직포) → 종이 행거박스	23만 2천 BOX[4)]	부직포 사용 감량 3.5톤
에어캡 스티로폼 완충재 → 종이 완충재	287만 개	에어캡 미사용 길이 1,507km 저감 면적 753,501m² 30,140롤

1) 누적기간: 2017.10~2022.7
2) 100% 종이 소재를 접착제 없이 조립형으로 구현
3) OPP 테이프 사용 대신 접착 성분 도포된 박스
4) CJ온스타일 자체개발 행거전용박스 한정

일상 속 환경 문화 전파

'환경 읽어드립니다'의 두 번째 이야기, 〈지구청소자들〉

ESG를 인문학과 결합 시킨 신개념 엔터테인먼트 콘텐츠 시리즈 '환경 읽어드립니다'가 두 번째 이야기로 2022년 12월 〈지구청소자들〉을 선보였습니다. 2021년 첫 개최한 인포테인먼트 환경 컨퍼런스 '환경 읽어드립니다'에서는 다양한 세대의 시청자들이 일상 속 환경 문제를 쉽게 이해하고 공감할 수 있도록 약 7시간 동안 50여 명의 국내외 여러 명사와 셀러브리티들이 학문적 관점에서 환경에 대한 심도 깊은 논의를 나눴습니다.

2022년 tvN STORY에서 방영한 〈지구청소자들〉에서는 '환경은 일상이다'라는 슬로건과 함께 지속가능한 환경을 지키기 위해 세계곳곳의 작은 실천들이 만들어 낸 특별한 환경 스토리를 조명하였습니다. 국내 예능 최초로 플로깅[1)] 창시자를 만나 지구와 환경에 대한 이야기를 나누고, 스웨덴, 캐나다, 베트남, 영국, 남극까지 전세계 다양한 국가들의 일상 속 친환경 문화와, 환경을 고려하는 새로운 소비문화를 소개하는 등 일상 속 환경 문화 전파에 앞장 섰습니다. 또한 한국에서도 행동으로 실천하는 환경 문화가 자리잡을 수 있도록 여러 연예인이 시청자들과 함께 환경 보호 활동에 참여하는 모습도 담았습니다. 방송인 강남, 코미디언 김원훈, 아이돌 로켓펀치는 학생과 성인 약 150인과 함께 플로깅을 진행하고, 벨기에 출신 방송인 줄리안 퀸타르트는 '비건 버거 부스'를 열어 직접 만든 비건 버거를 제공하는 등 환경 보호 활동을 직접 실천하는 모습을 통해 환경의 의미를 되새기기도 했습니다. 뿐만 아니라 〈지구청소자들〉은 '환경 읽어드립니다'의 두 번째 이야기인 만큼, 디지털 인사이트 플랫폼 '사피엔스 스튜디오'의 유튜브 채널에서 각 분야 전문가들과 함께 하는 다양한 환경 강연도 공개하며 특별한 인사이트를 전하고 콘텐츠를 통해 ESG 가치를 확산하는 CJ ENM만의 ESG 활동을 선보였습니다.

1) 플로깅 : 조깅을 하며 쓰레기를 수거하는 활동

PEOPLE

PEOPLE

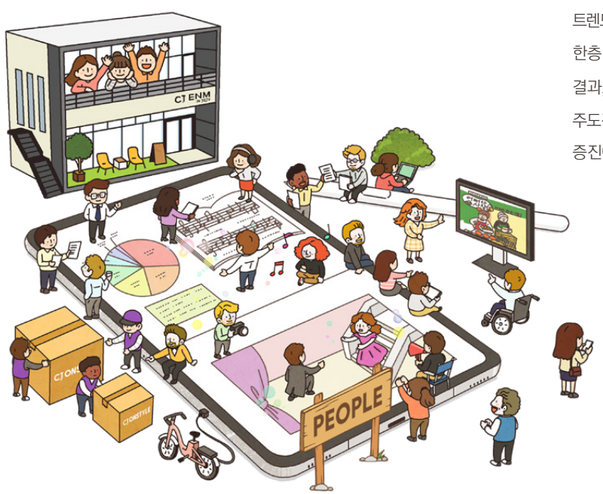
임직원

CJ ENM은 인재들이 오고 싶어 하고, 함께 일하고 싶어하는, 같이 성장하는 회사를 만들겠다는 목표를 가지고 있습니다.

CJ ENM은 '다양한 기회, 공정한 경쟁, 파격 보상과 성장'을 통해 젊은 인재들이 빠르게 성장할 수 있는 자율적이고 수평적인 조직으로 탈바꿈 하고자 인사제도를 개편하였습니다. 자기주도적으로 일할 수 있도록 제주도 등에 거점 오피스를 구축하여 일하는 방식의 변화를 주었고, 직급 폐지를 통해 보다 수평적인 문화를 만들었습니다. 또한 임직원들에게 다양한 기회를 제공하고 도전을 장려하기 위해 Creative Hub, Series A 등 임직원들의 참신한 아이디어를 사업화하는 프로세스를 신설, 운영하고 있습니다.

자기주도적 일하는 문화

CJ ENM은 모든 임직원이 자기주도적으로 일하는 문화를 내재화할 수 있도록 일하는 방식을 개편하였습니다. 사무실이 아니어도 언제 어디서나 자유롭게 일하며 창의적인 아이디어를 낼 수 있다는 확신 아래 임직원이 업무 장소를 자유롭게 선택하는 원격 근무 제도 'CJ Work ON'을 운영하고 있습니다. '트윈시티 남산', '일산 빛마루', '동대문 제일제당센터', '용산 CGV'까지 4개의 거점 오피스를 운영하여 CJ ENM의 임직원들이 공간의 한계를 벗어나 자기주도적으로 일하는 공간과 시간을 선택할 수 있도록 지원하고 있습니다.



특히, 엔터테인먼트부문은 임직원들에게 2주간 제주도에서 업무를 수행하면서 리프레시를 경험할 수 있도록 지원하는 ENM 제주점 오피스를 운영하고 있습니다. 참여 임직원에게는 제주도에 위치한 사무 공간과 생활에 필요한 일정비용을 제공합니다. 2021년 10월 시범운영을 시작해 2022년 정식 제도로 안착 되었습니다. 12개월간 100여 명의 임직원이 제주도에서 근무를 진행하였고 참여 임직원들은 업무 효율 증가와 새로운 네트워크 형성 등 높은 만족도를 보였습니다. 더 많은 임직원들에게 기회를 제공할 수 있도록 다양한 운영방식을 고려하여 임직원들의 직원경험(Employee Experience)을 높이기 위해 노력할 것입니다. 또한 CJ ENM은 2주에 한번씩 임직원들이 4시간씩 사무실을 벗어나 자기 계발을 할 수 있는 제도를 확대하여

> "제주도 오피스에서 업무를 진행하며 왕래가 없었던 부서의 직원들과 네트워크를 형성할 수 있었습니다. 그리고 일과 후 제주도의 일상을 경험하며 업무 효율을 극대화 할 수 있었습니다."
>
> 2022년 8월 제주점 참여 직원

B.I+(Break for an Invention Plus)로 개편하였습니다. 격주 시행에서 매주로 빈도를 조정, 금요일 오후로 고정하여 임직원의 적극적인 참여 활성화를 유도하였습니다. 연간 208시간 늘어난 자기 계발 시간을 통해 임직원들은 트렌드를 캐치하거나 창의적으로 생각할 수 있는 시간과 여유가 생겨 생활의 질이 한층 높아졌다는 평과 열렬한 호응을 보내고 있습니다. 실제 임직원 설문조사 결과, 전체 임직원의 92%가 새로운 제도로 업무 몰입도가 향상되고 자기주도적으로 근무하는 환경에 만족한다고 응답하였으며 95%는 창의, 혁신 증진에 도움이 된다고 응답했습니다.

수평적인 문화

CJ는 '님' 문화를 도입하여 서로 존중하는 수평적 소통문화를 안착하였습니다. 나아가 엔터테인먼트부문은 직급 제도를 폐지하고 임직원들에게 다양한 기회와 공정한 경쟁 환경을 제공하고 있습니다. 경영리더 이하의 임직원들은 팀장과 팀원으로 구분되어 보다 수평적인 문화에서 서로 자유롭게 의견을 전달하고 소통합니다. 또한, 역량을 갖춘 인재라면 스타 크리에이터 혹은 임원으로 빠르게 성장할 수 있습니다. 2022년 CJ ENM은 임직원들이 서로 화합할 수 있는 다양한 이벤트를 진행했습니다. 커머스부문은 통합법인 출범 4주년을 맞아 코로나19로 인해 줄어든 소통을 활성화하고 전사 단합력 강화 통한 조직 활력 제고를 위해 임직원 참여형 행사 'ON-Lympic'을 진행하였습니다. 엔터테인먼트부문은 임직원이 직접 참여하는 블라인드 가요제 'I Can See the Voice of ENM Superstar'를 개최했습니다. 총 33명의 참가자가 응모하였으며, 전 임직원과 〈너의 목소리가 보여〉 PD, 음악 업계 관계자들의 투표를 통해 선정된 최종 5명에게는 전문가 수준의 음원 녹음 기회를 제공했습니다.

도전하는 문화

CJ ENM은 트렌드를 선도하는 임직원들의 아이디어를 존중하고 다양한 기회를 제공하며 도전을 장려하는 문화를 내재화하고 있습니다. 커머스부문은 임직원 아이디어 제안 제도인 'Creative Hub'을 통해, 창의성을 발휘하고 동료들과 상호 의견을 교환하며 집단지성이 발현될 수 있도록 합니다. 또한 사내 성공 사례를 전파하는 소식지인 'Paradigm Shift Insight'를 제공하여 임직원의 인사이트 확장을 지원하고 있습니다. 연말에는 한 해의 도전과 성과를 치하하는 'Challenge Awards' 시상을 진행하여 창의적이고 도전하는 문화 정착을 위해 노력합니다. 엔터테인먼트부문은 임직원들의 아이디어를 기반으로 사업화를 지원하는 'Series A'를 운영하고 있습니다. 사업 아이디어 공모전을 통해 선발된 임직원에게는 외부 독립 사무실과 사업 자금 2억 원 등 자금, 법무, 정보보안 등의 업무적 지원을 제공하여 사업을 구체화할 수 있도록 지원합니다. 2022년에는 스토리 공동 창작 플랫폼, 공연 전용 섭외 플랫폼, 집단 창작 시스템, 오디오 콘텐츠 제작 스튜디오, 콘텐츠 마켓 플레이스 등 5개의 사업 아이디어가 선발되었습니다.

파트너

신입 창작자 지원 사업 〈오펜〉

오펜(O'PEN)은 창작자('Pen')를 꿈꾸는 이들에게 열려 있는 ('O'pen) 창작공간과 기회('O'pportunity)를 제공한다는 의미로, CJ ENM이 자회사 스튜디오드래곤, 웨이크원 등과 함께 신인 창작자 발굴, 콘텐츠 기획·개발, 제작·편성, 비즈매칭까지 전 과정을 통합적으로 지원하는 신인 창작자 발굴·육성 프로젝트입니다.

CJ ENM은 2017년 단막, 영화 부문을 시작으로, 2018년 뮤직(작곡), 2020년 숏폼, 2022년 시리즈 부문을 신설해 창작자 지원 분야를 확대했으며, 지금까지 총 200명의 스토리 작가와 73명의 음악 작곡가를 배출했습니다. 2022년 모집한 오펜 스토리텔러 6기는 시리즈를 포함한 드라마 27명, 영화 12명 등 총 39명의 신인 작가가, 오펜 뮤직 4기는 15명의 신인 작곡가가 최종 선발되었습니다.

"K-콘텐츠 산업이 지속 성장하기 위해서는 콘텐츠의 시작인 좋은 작가를 발굴하고 그들이 성장해나갈 수 있도록 해야 합니다."

남궁종 오펜 사업국장

오펜 스토리 – 드라마, 영화 부문

오펜 스토리는 신인 작가를 꿈꾸는 이들에게 열린 기회를 제공합니다. 선발된 작가들에게는 창작지원금, 업계 최고 연출자·작가의 전문가 멘토링, 특강·세미나·창작 워크숍, 소재 발굴과 스토리 완성도를 높이기 위한 현장 견학·취재, 심층 인터뷰 등의 교육 프로그램이 제공됩니다. 또한 오펜 작가들은 상상력이 스토리로 만들어지는 창작 산실이자 다양한 업계 전문가들이 교류하는 공간인 '오펜 스토리 센터'를 자유롭게 이용할 수 있습니다. 오펜 스토리 센터에는 개인·공동 집필실, 회의실 및 라운지 등 신인 창작자에게 꼭 필요한 공간이 조성되어 작가들의 안정적인 창작활동을 지원하고 있습니다. 선발된 오펜 작가들은 약 10개월간의 교육과정을 통해 드라마 부문은 시리즈물을 기획·개발하고, 영화 부문은 당선작 시나리오 보완과 함께 새로운 작품을 기획·개발합니다. 당선작 중 영상화에 적합한 작품은 스튜디오드래곤에서 제작하고, tvN 드라마 프로젝트 〈O'PENing〉으로 방영됩니다. 교육 과정 후에는 국내외 투자, 배급, 제작사 등 업계 관계자들을 초청하여 비즈매칭을 주선하고 있습니다.

에이전시를 통한 후속 지원

CJ ENM은 오펜 교육과정을 수료한 신인 작가들을 중심으로 유망 신인 작가들이 전업작가로 성장할 수 있도록 비즈매칭을 활용한 창작 기회 제공, 기획·개발 및 사업화를 체계적으로 지원합니다.

2022 오펜 모집 포스터

2022 오펜 스토리 주요 성과

1. tvN 〈O'PENing 2022〉
2. tvN 〈조선 정신과 의사 유세풍〉
3. tvN 〈슈룹〉

오펜 2기	김보겸	KBS 〈크레이지 러브〉
	임창세	Disney + 〈형사록〉
	최성준	Netflix 〈종이의집〉
오펜 3기	박바라	tvN 〈슈룹〉
	박파란	TV조선 〈마녀는 살아있다〉
오펜 4기	이 봄	tvN 〈조선 정신과 의사 유세풍〉

오펜 뮤직 – 음악 부문

오펜 뮤직은 신인 작곡가를 꿈꾸는 이들에게 열린 기회를 제공합니다. 오펜 뮤직에 선발된 작곡가들에게는 창작지원금, 창작공간, 업계 최고의 작곡가와의 멘토링, 작곡, 작사, 믹싱, 레코딩 노하우, 제작 관련된 특강 및 실습 등 체계적 교육 프로그램이 제공되며, 송캠프 등을 통해 다양한 음악 전문가들과 활발히 교류할 수 있도록 지원합니다. 신인 작곡가들의 불안정한 창작 환경, 높은 진입 장벽을 극복해 나갈 수 있도록 드라마 OST, 아티스트 음반, 방송 음원 등에 참여할 수 있는 기회를 제공하는 한편 다양한 음악적 도전을 지원하고 있습니다.

"K-POP의 발전은 바로 이들(신인 작곡가)로부터 시작되고 이들이 있어야 10년, 20년 좋은 음악을 지속적으로 대중에게 소개할 수 있습니다."

최백호 오펜 뮤직 대멘토

2022 오펜 뮤직 주요 성과

1. Kep1er – Le VOYA9E
2. 송수우 – Love Me or Hate Me
3. 최백호 – 〈찰나(刹那)〉 앨범

오펜 뮤직 1기	이 건	Kep1er–'Downtown'
	최은혜	최백호–〈찰나(刹那)〉 앨범
	박재홍	
	노지영	
	박지훈	
오펜 뮤직 2기	장재혁	
	문정욱	
	박주현	
	박주현	송수우–'Love Me or Hate Me'
오펜 뮤직 3기	윤민수	Kep1er–'Le VOYA9E'

오펜 뮤직 대멘토 최백호와 〈낭만 is Back〉

오펜 뮤직은 신인 작곡가 발굴 및 양성 뿐 아니라 아티스트의 폭 넓은 음악 활동 지원을 통해 장르의 다양성을 확보하고 음악 산업의 저변 확대에 기여하고 있습니다. 오펜의 작곡가들에게 업계 전문가의 경험과 노하우를 전수받고 대중과의 접점을 늘릴 수 있도록 업계의 전설로 불리는 원로 가수들과의 협업 기회를 제공합니다. 특히 오펜 뮤직의 대멘토로 활동 중인 가수 최백호와의 공연을 담은 디지털 콘텐츠 〈낭만 is Back〉를 공개하며 세대 간의 장벽을 허문 음악적 교류를 선보이고 있습니다.

SPECIAL

특별한 상상이 시작되는 곳, 오펜 스토리 센터

오펜 스토리 센터는 오펜 작가들을 위한 열린 창작공간입니다. 오펜 작가들의 집필역량 제고를 위해 전문가 멘토링, 특강·세미나·창작 워크숍 등 체계적 교육 프로그램이 운영되며, 오펜 작가들이 시간 제약없이 안정적으로 창작활동에 집중할 수 있도록 개인 집필실과 편의시설이 제공됩니다.

케이팝의 미래를 이끌다, 오펜 뮤직 센터(웨이크원)

오펜 뮤직 센터는 오펜 뮤직 신인 작곡가들을 위한 특강·세미나, 창작(작곡), 녹음 등 체계적 교육 프로그램이 운영되는 창작공간으로, 뮤지션들이 교류할 수 있는 라운지, 가이드 보컬 및 세션 레코딩이 가능한 녹음실, 공동 작업실 등을 보유하고 있습니다.

SPECIAL MINI-INTERVIEW

오펜 뮤직 대멘토 가수 최백호

1977년 데뷔한 국내 대표 가수이자 싱어송라이터로, 데뷔곡 '내 마음 갈 곳을 잃어'로 이름을 알린 후 '영일만 친구'(1979), '낭만에 대하여'(1994) 등 다수의 명곡을 남겼다. 데뷔 45년차를 맞은 최백호는 오펜 뮤직의 대멘토로 활동하며 건강한 음악 산업 조성에 힘쓰고 있다.

오펜 뮤직과의 인연을 소개 부탁드립니다.
2018년 오펜 뮤직 1기 대멘토를 맡게 되며 신인 작곡가들과 교류할 수 있었습니다. CJ ENM에서 발굴한 신인 작곡가들의 역량이 매우 훌륭하여 지속적으로 이들과 네트워킹을 할 수 있다면 분명 빠른 시간 안에 '음악'으로 자립할 수 있는 분들이란 생각이 들었습니다. 최근 시니어들을 위한 프로그램들이 많이 사라졌습니다. 이에 누구나 편하게 접할 수 있는 유튜브에 시니어 뮤지션들의 음악을 새롭게 소개하고 접할 수 있는 프로그램이 제작되면 좋겠단 생각을 하였습니다. 시니어 뮤지션들의 기성곡을 새롭게 해석하고 노래하는데 있어 오펜 뮤직 신인 작곡가들이 함께해주면 너무 좋을 거 같단 생각에서 '최백호의 낭만 is back' 은 출발하였습니다.

오펜 뮤직과 가장 기억에 남는 작업이 무엇인가요?
2018년 처음 만났을 때, "정말 좋은 작곡 역량이 있는 친구구나."라는 생각을 한 신인 작곡가들과 최근 제 앨범인 〈찰나(刹那)〉를 함께 발매하였습니다. 40년 넘게 노래해 왔지만 새로운 장르의 곡들을 담아 정말 어렵게 앨범을 발매하였습니다. 제게는 이 도전이 낯설고 힘들었지만 새롭고 참 좋았습니다. 이 앨범 작업이 무척 기억에 남습니다.

한국 음악 산업에서 오펜 뮤직이 어떤 의미인가요?
한국 대중 음악은 여전히 신인들이 도전하기에 장벽이 높고 어렵습니다. 게다가 실연자들은 더욱 문턱이 높습니다. 하지만 K-POP의 발전은 바로 이들로부터 시작되고 이들이 있어야 10년, 20년 좋은 음악을 지속적으로 대중에게 소개할 수 있습니다. 열매를 원하는 이들은 많지만 씨를 뿌리려는 이는 너무도 부족합니다. 그런 의미에서 약 5년 간 이어져온 오펜 뮤직은 한국 대중 음악 발전에 있어 참 의미있는 프로젝트라 생각합니다. 부디 이 프로젝트는 10년 이상 이어져 많은 신인 작곡가들에게 좋은 기회의 장이 되길 희망합니다.

앞으로 오펜 뮤직과 함께 이루고 싶은 꿈이 있으신가요?
우선 준비한 앨범이 잘 되어 함께 한 신인 작곡가들에게도 작게나마 보탬이 될 수 있길 희망합니다. 현재 대중 음악계에서 50대 이상의 뮤지션들이 자리 할 수 있는 곳이 참 부족합니다. 함께 나이 들어가며 노래하는 사람으로 이분들과 신인들이 더 많이 교류할 수 있는 기회를 만들어보면 어떨까 생각 중입니다. 물론 오펜에서 많이 도와주시면 좋겠습니다.

마지막으로 신인 작곡가들에게 한 마디 응원의 말씀을 주신다면?
나이 들면 낭만은 추억이에요, 젊은 자체가 낭만이라는 것을 사실 모르죠. 지금 힘들고 어려울지 몰라도 여러분의 젊음은 그 자체로 이미 낭만입니다. 지금 젊음을 즐기시기 바랍니다.

오펜 뮤직 1기 최은혜(HEN)

오펜 뮤직 1기 작곡가이자 싱어송라이터로 업계에 진출한 이후 영화 〈82년생 김지영〉 OST '흔들흔들', tvN 〈남자친구〉 OST '그대가 이렇게 내 맘에', tvN 〈갯마을 차차차〉 OST '행복했으면 좋겠어' 등 여러 히트곡을 작사/작곡하며 폭 넓은 음악 활동을 보여주고 있다.

오펜 뮤직에 지원하게 된 계기가 있으신가요?
음악 작업을 하다보면 새로운 동기 부여도 느끼고 싶고, 음악 동료들도 만나고 싶었습니다. 더 많은 곳에 제 음악을 소개할 수 있을 거 같았고요. 그런 고민이 있을 때 오펜 뮤직이란 프로그램을 접하고 지원하게 되었습니다.

> "오펜 뮤직은 좋은 친구이자
> 늘 저희 편을 들어줄 수 있는
> 든든한 곳이라 생각합니다."

신인 작곡가에게 오펜 뮤직은 어떤 의미인가요?
많은 신인 작곡가들이 한정된 사람들 가운데서 주로 작업을 하는 편입니다. 아무래도 새로운 작곡가들을 만나고 회사분들을 만나며 기존과 다른 아이디어를 내게 되고 제 음악을 조금 더 객관적으로 바라볼 수 있는 기회가 생겼습니다. 오펜 뮤직은 좋은 친구이자 늘 저희 편을 들어줄 수 있는 든든한 곳이라 생각합니다.

오펜 뮤직의 어떤 활동들이 가장 도움이 되었는지요?
제 곡을 좀 더 많은 분들께 소개해드릴 수 있는 것이 큰 도움이라 생각합니다. 이 기회를 통해 좀 더 많은 작품에 제 음악을 전할 수 있는 계기가 되었고 협업할 수 있는 동료도 만날 수 있는 부분이 가장 크게 도움이 되었습니다.

오펜 뮤직 4기 정나영

> "오펜 뮤직은 외로운 신인들에게 큰 나무 같은 곳 입니다.
> 오펜 뮤직 안에서는 뜨거운 햇빛도 피할 수 있고,
> 비바람도 피할 수 있으며 때로 그늘 안 휴식을 주고
> 또 좋은 친구들을 만날 수 있는 울타리가 되어 줍니다."

오펜 뮤직에 지원하게 된 계기가 무엇인가요?
주위 동료 작가들이 오펜 뮤직 프로그램이 좋다는 이야기를 많이 해주었습니다. 음악적으로 좋은 동료를 만날 수 있고, 다양한 교육 프로그램으로 기량을 향상시킬 수 있으며 업계 전문가들과의 교류를 통해 제 곡을 피칭할 수 있는 기회가 있기에 오펜 뮤직에 지원하였습니다.

신인 창작자들에게 오펜 뮤직은 어떤 의미인가요?
오펜 뮤직은 외로운 신인들에게 큰 나무 같은 곳 입니다. 오펜 뮤직 안에서는 뜨거운 햇빛도 피할 수 있고, 비바람도 피할 수 있으며 때때로 그늘 안 휴식을 주고 또 좋은 친구들을 만날 수 있는 울타리가 되어 줍니다. 오펜 뮤직에 들어오기에는 많은 경쟁 과정이 있었지만 들어온 후에는 경쟁보다 동료 의식으로 뭉쳐 한 발짝 씩 전진할 수 있는 그런 곳이라 생각합니다.

앞으로 오펜 뮤직을 통해 어떤 음악을 들려주고 싶은가요?
아직 음악적으로 많이 부족하지만, 좋은 분들을 만났고 계속 작업하고 있으니 사람들에게 위로와 감동을 줄 수 있는 음악을 꼭 만들어 보고 싶습니다. 물론 대중들에게 사랑 받을 수 있는 음악을 만들어 경제적으로도 좀 더 따뜻해질 수 있으면 좋겠습니다.

파트너

CJ ENM은 산업의 근간이 되는 중소기업이 성장할 수 있도록 지속적으로 판로 개척을 지원합니다.

커머스부문은 전체 편성시간의 절반 이상을 중소기업 상품에 할애하며, 중소기업 육성 및 재고 부담 경감을 위해 상품 직매입을 꾸준히 늘려오고 있습니다. 또한 초기 단계 기업을 위한 특화 상생 사업을 운영하여 사업화 및 판로 지원 등 산업 생태계 안착을 돕고 있습니다. ESG는 모든 이해관계자와 함께할 때 실현 가능하기에 커머스부문은 파트너의 Biz & ESG 경쟁력 강화를 위해 2022년 6월 동반성장 세부 방침을 발표하고, 파트너와 함께 ESG 경영을 적극 실천해 나가겠다는 'YESGO(예스고)' 선포식을 진행하였습니다. YESGO는 사회('Y'OU)와 CJ온스타일('O'NSTYLE)이 함께 ESG 경영을 실천해 나가겠다는 의미로, CJ ENM은 YESGO 경영방침에 따라 상생 포트폴리오를 확대하여 지속가능한 산업 생태계 조성에 기여합니다.

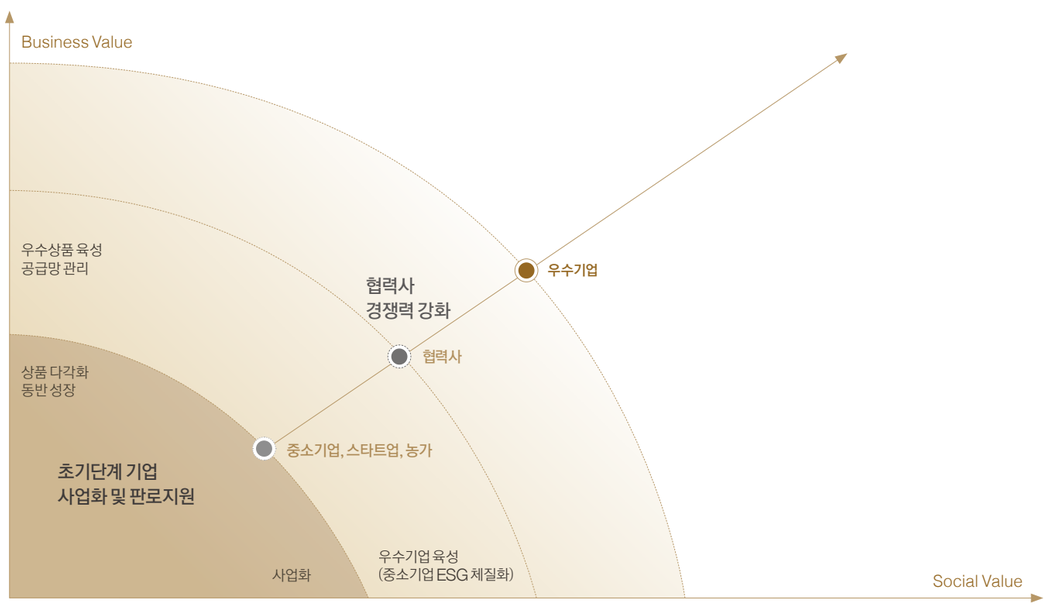
농촌 기업 발굴 및 지원 〈1촌 1명품〉

'1촌 1명품'은 2007년 시작 후 16년 간 누적 제품 120여 개, 매출 514억 원 이상을 달성한 업계 최초 농촌 기업 무료 방송입니다. '1촌 1명품' 사업을 통해 한국벤처농업대학과 손잡고 전국 각지 우수 농수 축산물을 발굴하여 제품개발 및 입점, 품질검사 및 방송 콘텐츠 기획·제작, 영업전략 수립까지 컨설팅 및 전문 노하우를 제공합니다. 대상 기업의 제품은 하루 30분씩 주 5회 무료방송 및 CJ온스타일 온라인 몰 입점 기회를 통해 안정적인 판로를 제공받고 있습니다.

중소기업 및 소상공인 지원 〈1사 1명품〉

2012년부터 약 203여 개의 중소 기업·소상공인이 참여한 '1사 1명품'은 업계 최초로 우수 중소기업의 상품을 중소기업유통센터와 함께 발굴해 수수료를 받지 않고 CJ온스타일 방송과 온라인몰에 입점하는 전 과정을 지원하는 중소기업 상생 프로그램입니다. 이들에게는 주 9회 무료방송을 제공합니다. 2022년 9월까지 누적제품 213여 개, 190억 원 이상의 매출을 달성했으며 일반 홈쇼핑 방송까지 진출한 기업을 배출하며 CJ ENM의 대표 상생 사업으로 성장했습니다.

CJ ENM 공생의 생태계 조성 사업 체계도



SPECIAL

YESGO for Partner를 통한 파트너 Biz & ESG 경쟁력 강화

CJ ENM은 2019년부터 다양한 파트너 지원 사업을 '함께 날아오른다-비상(飛相)'으로 집대성해, 제품, 인프라별 총 10개 세부 파트너 지원 제도를 운영해왔습니다. 2022년 'YESGO'선포식을 기점으로 '협력사 ESG지원사업'을 신설하여 ESG 교육·컨설팅 지원을 통한 ESG 역량 강화는 물론, 친환경 포장재 지원과 ESG 평가와 인센티브를 제공하며 지속가능한 미디어 커머스의 성장과 발전을 위해 힘쓰고 있습니다.

'YESGO for Partner' 지원 프로그램

ESG 경쟁력 강화
- ESG 교육·컨설팅
- ESG 평가인증 지원
- 친환경 포장재 지원
- ESG Insight 제공

생산성 향상
- R&D지원
- 품질시험 비용 할인
- 물류·재고 컨설팅
- 협력사 인센티브

동반성장

금융지원
- 상생펀드 지원
- 100% 현금결제
- 대금지급일 단축

경영 및 복지지원
- CJ 문화콘텐츠
- 당사 교육시설 지원
- 법률 컨설팅
- 전산 프로세스 지원

한류 연계 중소기업 판로개척 지원

CJ ENM은 2014년부터 대·중소기업·농어업협력재단과 함께 동반진출 지원사업의 일환으로 세계 최대 K-컬처 페스티벌 케이콘(KCON)과 연계하여 중소기업 수출 상담과 판촉행사를 추진하고 있습니다. 코로나19로 중단되었던 중소기업 판로지원 사업은 팬데믹 이후 3년만에 오프라인으로 개최된 〈KCON 2022 LA〉와 〈KCON 2022 JAPAN〉과 함께 지원 활동을 재개했습니다. 국내 유망 중소기업들은 전세계적으로 인기가 높아진 K-POP의 공연 역량이 결집된 케이콘을 찾는 수많은 해외 소비자들을 대상으로 소통하며 자사 제품들의 글로벌 반응을 직접 확인할 수 있을 뿐 아니라, 현지 바이어들과 만날 수 있는 기회까지 창출돼 글로벌 시장 진출의 발판을 마련하고 있습니다. 2022년 K-뷰티, 생활용품, 식품, 패션 등 소비재 중심의 84개의 중소기업이 현지 벤더·바이어와의 1:1 수출 상담과 케이콘 관람객 대상으로 한 브랜드 홍보 및 판매 행사에 참여해 총 2.7억 원의 판매액과 534.6억 원의 계약 추진액을 달성했습니다.

BUSINESS

BUSINESS

Management Approach

콘텐츠 및 커머스의 선한 영향력 확대

CJ ENM만의 선한 영향력 콘텐츠와 브랜드로 더욱 가치 있는 세상을 만듭니다.

Our Approach

콘텐츠·커머스의 경험은 시청자들에게 즐거움을 선사하며, 나이와 세대, 언어 장벽을 넘어 사회 구성원들과 영향을 주고 받습니다. CJ ENM은 진정한 독창성을 바탕으로 시청자와 소비자가 즐기고, 공감하는 콘텐츠를 지속 발굴해 나갑니다. 더 나아가 콘텐츠로 사회적 가치를 창출하고, 선한 가치를 지닌 소비 문화를 확산하도록 다각도로 노력합니다.

2022 Achievement

- 콘텐츠의 선한 영향력 지표 (G.I.C. Index) 개발
- 가치소비 제품, 중소기업 제품 지원 및 론칭
- 디지털 취약계층 위한 배리어프리 개발
- 문화 소외계층을 위한 문화 향유 기회 제공

Value Creation

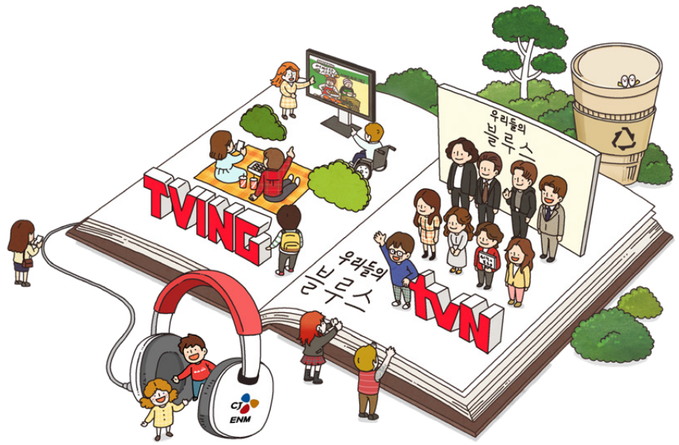
- 콘텐츠의 선한 영향력으로 다양성, 포용성 확대
- 선한 영향력 콘텐츠와 커머스를 통한 사회적 가치 창출
- 가치소비 확산을 통한 지속가능한 밸류체인 확보

나와 세상을 연결하는 스토리

콘텐츠의 힘은 강력합니다. 콘텐츠의 이야기는 나이와 세대, 언어, 문화의 장벽을 넘어 시청자와 세상을 연결하고 하나로 만듭니다.

평범한 사람들의 진솔한 이야기부터 사회적인 관심이 필요한 이슈와 비주류 문화를 조명하기까지, 스토리는 다양한 방법으로 우리 사회면면을 포착합니다. CJ ENM은 우리만의 독창적인 스토리로 세계와 공감하고 시대와 교감합니다.

끊임없이 변화하는 환경 속에서도 글로벌 토탈 엔터테인먼트 기업으로서의 사명감을 가지고 '콘텐츠의 선한 영향력'을 전합니다. ▲ 분야와 경계를 넘어 새로운 시너지를 만드는 '공감력' ▲ 편견 없는 시각으로 차이를 만들어 내는 '독창성' ▲ 우리가 하는 일의 의미와 영향력을 알고 책임감 있게 행동하는 '사명감'이 바로 스토리로 세상을 연결하게 하는 CJ ENM만의 힘입니다.



콘텐츠의 선한 영향력(Good Impact of Content)

콘텐츠는 사람들에게 감동과 공감과 재미를 느끼게 하고, 이를 경험하는 과정에서 인식을 넘어 행동에도 긍정적인 변화를 만듭니다. 소외된 이들의 상처를 어루만지기도 하고, 사람들에게 선입견과 차별에 대해 생각해 볼 기회를 던지며 지구 반대편에 있는 이들에게도 선한 가치를 전파합니다.

1차 영향

- 사회적 가치 기준에 콘텐츠 기획 의도 부합
- 시청자 몰입도(공감·감동·긍정 등)

2차 영향

- 콘텐츠를 통한 시청자들의 인식, 행동 변화
- 사회적 영향력(인식 개선, 제도 정비 등)

콘텐츠의 선한 영향력 지표(G.I.C. Index) 연구

기업의 사회적 책임과 가치 창출에 대한 요구가 높아짐에 따라 콘텐츠가 사회에 기여하는 영향력 또한 확산되고 있습니다. 이러한 콘텐츠의 가치를 측정하기 위해 CJ ENM은 콘텐츠가 시청자에게 미치는 영향 정도를 측정하는 '콘텐츠의 선한 영향력 지표(Good Impact of Content Index)'를 연구합니다. CJ ENM은 콘텐츠의 화제성 및 흥행성을 시청률, CPI(Content Power Index) powered by RACOI 등 시청 지표에서 나아가, 콘텐츠의 영향력 가치를 분석할 수 있는 지표가 필요하다고 생각했습니다. 이에 G.I.C. Index는 제작 규모나 기획 의도를 넘어 콘텐츠가 시청자에게 미친 영향 정도를 측정하는 기준을 세우고, 2022년 일부 콘텐츠를 대상으로 파일럿 테스트를 진행했습니다. 특히, 정성적인 반응 분석에 그치지 않고 정량적으로 영향 정도를 수치화 할 수 있도록 노력하고 있습니다. 또한, 콘텐츠의 4대 요소인 주제와 소재, 에피소드, 등장 캐릭터를 기준으로 영향 척도와의 연계성도 분석합니다. 앞으로 CJ ENM의 G.I.C. Index는 또 하나의 콘텐츠 가치 지표로의 활용은 물론 콘텐츠 기획 시 활용 가능한 인사이트를 제시해 스토리와 나(시청자), 나아가 창작자와 세상을 연결하는 징검다리 역할을 할 것으로 기대합니다.

고객이 공감하는 가치

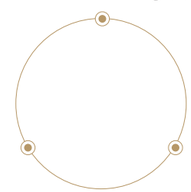
현대 소비자들은 기업 윤리나 사회적 책임을 우선적으로 고려하며, 기업이 친환경, 동물복지, 공정무역을 실천하는지 꼼꼼히 살피고 가격이나 품질보다 개인의 신념과 가치에 따라 소비를 결정하는 행태가 뚜렷합니다. 이처럼 고객의 라이프 스타일에 중요하게 자리 잡은 '가치'와 전 세계에서 확산되고 있는 'ESG 문화'를 고려하면 '가치소비'는 미래 라이프 스타일이며 선택이 아닌 필수 시장입니다. CJ ENM은 가치 소비 시장 확대를 위해 지속 노력하고 있습니다. 커머스부문은 가치소비와 사회 변화 트렌드를 임직원들이 더 빠르게 접할 수 있도록 사내 '트렌드 레터(Trend Letter)'를 통해 업계의 다양한 가치소비와 라이프 소식을 전파합니다. CJ ENM은 가치소비 확산을 위해 유관부서 간 협력 체계를 구축하고, 지속적으로 사회 및 고객을 연구함으로써 사회의 다양한 가치를 입체적으로 균형 있게 소개하며, 미래 라이프 스타일과 미래 가치, 사회 문제를 선제적으로 분석하는 노력을 강화해 CJ ENM만의 가치소비 시장을 확대할 것입니다.

가치소비 문화 선도

CJ ENM은 가치소비 문화를 선도하고 시장을 확대하기 위해 '가치소비 확산 로드맵'을 구축하고, 가치소비 유형을 윤리적 소비, 사회가치 참여, 고객의 개인가치 실현의 3가지 유형으로 분류했습니다. 유형에 따른 소비 환경 및 선순환 체계 구축에 심혈을 기울이고 있습니다.

가치소비 유형에 따른 가치소비 확산 노력

윤리적 소비 가치소비의 근간으로 고객들에게 건강하고 안전하며 지속가능한 소비 생활을 제공하기 위해 노력합니다.



사회가치 참여 소비 자체가 하나의 '사회가치 참여'로 인식되는 소비문화 속에서 '사회 문제 해결 및 사회가치 창출'에 기여하는 상품 소비를 확대할 것입니다.

고객의 개인가치 실현 고객 공감을 기반으로 고객들의 라이프 스타일에 맞게 가치의 유형과 참여 방식을 다각화한 가치소비 시장을 구축할 것입니다.

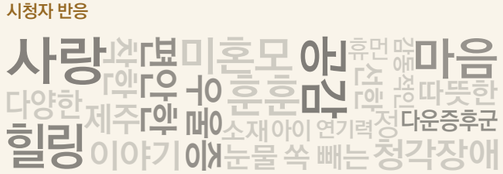
SPECIAL

평범한 사람들의 이야기 〈우리들의 블루스〉

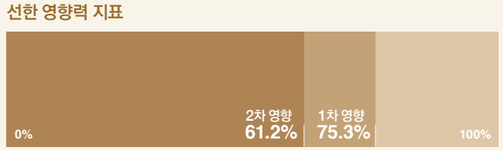
"인생의 끝자락 혹은 절정,
시작에 서 있는 모든 삶에 대한 응원이다."

〈우리들의 블루스〉는 '모두의 삶은 가치가 있고 행복해야 한다'는 기획 의도에 따라, 따뜻한 제주도를 배경으로 그 곳에서 나고 자란 14명의 주인공들의 각양각색 인생 이야기를 그린 옴니버스 드라마입니다. 장애인 쌍둥이 언니를 둔 해녀, 뉴로다이버전트[1], 미성년자의 혼전 임신, 가장의 무게를 짊어진 기러기 아빠 등 우리가 외면해온 차별과 편견을 들춰내고 사회 구성원의 다양성을 따스한 시선으로 담으면서 시청자들에게 위로를 전했습니다. 특히, 발달 장애인과 농인의 주인공 역할을 실제 장애인 배우들이 맡아 본래 자신을 연기하며 장애인에 대한 대중의 인식을 바꾸고 업계에 비장애인 배우가 장애인 연기를 하는 것을 일컫는 '크리핑 업'에 대한 의미 있는 화두를 던졌습니다.

시청자 반응



선한 영향력 지표



1) 뉴로다이버전트(Neurodivergent): 신경 발달 장애

지역사회에서 함께 한 〈어쩌다 사장2〉

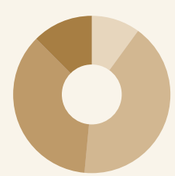
"우리가 사실은 되게 힘들때나 뭔가 결핍이 클때,
누군가가 힘이 되어 주거든요. 근데 괜찮아지면,
괜찮아지는 만큼, 가벼워지는게 있는데, 감사하다,
감사하다라는 말을 정말 많이 하셔서, 마음이 참 좋으세요."

〈어쩌다 사장2〉는 초보 사장 둘이서 시골 마을 전라남도 나주 공산면의 레스토랑이자 정육점, 만물상, 그리고 사랑방인 슈퍼마켓을 운영하며 발생하는 좌충우돌 리얼 버라이어티입니다. 코로나19를 겪으며 대면이 줄어든 시대에 다른 공간에서 살아가는 사람들의 삶을 들여다보며, 주변을 돌아볼 줄 아는 따뜻한 마을 주민들의 진솔한 이야기를 세심하게 담아 시청자들에게 많은 공감과 감동을 전했습니다. tvN 〈어쩌다 사장2〉는 '2022년 케이블 TV방송대상' 방송채널사용사업자(PP) 작품상을 수상했습니다.

시청자 반응

키워드 분석

주제	10%
소재	41%
에피소드	37%
캐릭터	12%



문화적 다양성 콘텐츠 〈슈룹〉

"언젠간 말이다. 남과 다른걸 품고 사는 사람도
숨지 않아도 될 때가 올거야.
네가 어떤 모습이든 넌 내 자식이야."

〈슈룹〉은 왕자들을 위해 왕실 교육 전쟁에 뛰어든 중전의 궁중 분투기를 그린 드라마입니다. 사극임에도 불구하고 사회적 관습과 젠더에 대한 표현, 여성의 주체성, 가족애의 가치를 묘사하며 화제를 이끌었습니다. 2회에서는 크로스드레싱(Cross-dressing, 일반적으로 반대 성별이 입는 것으로 인식되는 옷을 입는 행위) 소재를 담아내며 성적 다양성과 관련된 에피소드를 그려냈습니다. 특히, 캐릭터를 단순히 성 소수자로 설정하는 것을 넘어 성 소수자 아들을 포용하는 어머니의 모습을 그리며 많은 시청자들에게 감동을 주었습니다.

성 다양성에 다한 이야기 〈XX+XY〉

"난 아직도 내가 어떤 선택을 해야 할지 잘 모른다.
언젠가는 선택하겠지만 그렇다고 해도
절대 변하지 않는 것 하나, 나는 정재이다."

〈XX+XY〉는 2개의 성(性)을 가진 XXXY로 태어난 한 고등학생이 자신의 미래를 스스로 결정하면서 자아 정체성을 찾아가는 이야기를 담은 4부작 단막극입니다. 사회적 소수자로서 '나'에 대한 정체성에 대한 고민들과 갈등을 거치고 성장해나가는 이야기는 성적 지향성과 정체성 등 다양성의 가치를 전달하며 시청자들의 열렬한 호응을 이끌어냈습니다.

앵글 밖의 주인공 조명한 〈슈퍼액션〉

〈슈퍼액션〉은 대한민국 최강의 스턴트 크루를 찾기 위한 최초의 스턴트 맨 서바이벌 프로그램입니다. 세계적으로 사랑받는 K-콘텐츠에서 스턴트 배우들은 배우와 함께 한 몸으로 출연하지만, 항상 카메라 앵글 밖에 가려져 있었습니다. 〈슈퍼액션〉은 이들을 주인공으로 내세워 한국을 넘어 글로벌 액션 시장을 사로잡은 매력과 역량을 알리겠다는 기획 의도로, 최고의 스턴트 크루들과 함께 스턴트 배우들의 화려한 실제 액션 연기를 선보였습니다. 작품의 완성도를 끌어올리는 스턴트 배우들의 열정과 진정성은 화려한 액션씬 이면에서 보이지 않았던 이들의 노력을 조명하여 생소했던 직업에 대한 인식을 바꾸는 계기가 되었습니다.

SPECIAL

100% 재활용이 가능한 친환경 제품

오덴세(odense) ‘REUSABLE CUP’

친환경 바이오매스 원료를 사용한 제품

CJ ENM은 친환경 소비문화 선도를 위해 원료부터 바이오매스 함량 50~85%인 Sugar cane BIO PE를 사용한 오덴세 리유저블컵(RE-USABLE CUP)을 출시하였습니다. 오덴세 리유저블컵은 사탕수수를 짜내어 나온 설탕을 분리한 뒤 남은 폐당밀에 미생물을 넣어 발효시키는 것으로 시작합니다. 전체 공정에서 발생하는 이산화탄소 발생량을 50% 이상 감소시킬 수 있어 지구온난화를 지연시키고 탄소 배출 저감에 기여합니다. 설탕물 결정화 작업, 당밀을 수차례 짜고 발효한 뒤 중성화하는 여러 번의 작업을 통해, 일반 플라스틱과 동일한 내열성과 내구성을 가지며 반영구적으로 재사용이 가능한 제품입니다. 패키지 역시 사탕수수로 제작한 ‘얼스팩’을 사용해 어떤 나무도 벨 필요 없도록, 시작부터 끝까지 지구를 위하고 있습니다.

Recycle + **Reduce** + **Reuse**

100% 재활용 가능

전체 공정에서 CO_2 발생량 약 50% 이상 감소

일반 플라스틱과 동일한 내열성과 내구성 반영구적 재사용 가능

“‘바이오 플라스틱’이 옥수수 등의 원료를 갈아 넣는 첨가의 개념이었다면, 오덴세 리유저블컵은 사탕수수 자체를 플라스틱 소재로 만드는 것으로 제조 과정에서부터 환경성을 인증 받았습니다.”

안전 최우선, 그리고 범용적 디자인

CJ ENM이 출시한 컵 리드는 오덴세 리유저블컵을 포함한 모든 사이즈의 컵과 호환하여 사용할 수 있습니다. 환경부 기준 환경표지 인증을 보유했을 뿐 아니라 환경 호르몬 배출량 ZERO를 뜻하는 BPA FREE 인증도 받았습니다. 컵 리드는 7.5도의 기울기와 테두리에 배수로를 만들어, 음료가 넘쳤을 경우 자연스럽게 입구로 흐르도록 디자인하여 위생적으로 사용 가능하도록 설계되었습니다. 오덴세 리유저블컵 슬리브는 뜨겁거나 차가운 음료를 마실 때 보다 안전하고 쉽게 잡을 수 있도록 도와주어 리유저블컵의 휴대성을 높여줍니다. 슬리브 안쪽에 고무 밴딩 처리되어 컵 리드와 마찬가지로 모든 사이즈의 컵과 텀블러에 사용 가능합니다.

새로운 소비문화를 위한 발걸음

오덴세 리유저블컵은 온·오프라인을 통해 꾸준히 판매되는 상품으로, 특히 온라인 채널에서 친환경 제품에 관심이 높은 젊은 20-30대 층 사이에서 꾸준한 인기를 끌고 있습니다. CJ ENM은 친환경 제품에 대한 높아진 관심에 맞춰 가치소비 확산을 향한 발걸음을 내딛고 있습니다.

친환경 소비문화 확산

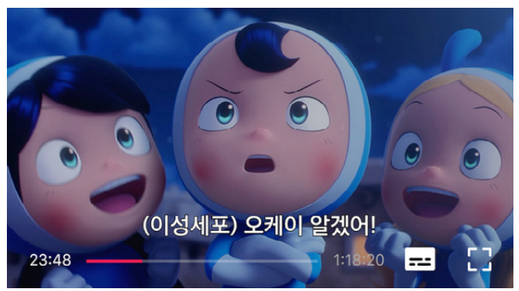
에임스 전기 스쿠터 ‘LEO’

CJ ENM은 전기차에 대한 관심이 높아지는 트렌드를 반영하여 에임스 전기 스쿠터 ‘LEO’를 론칭하고 친환경 소비문화를 선도하고 있습니다. 전기 스쿠터는 기존의 승용차보다 많은 매연을 배출하는 2륜 오토바이의 친환경 대안입니다. LEO는 충전 스테이션에서 충전기를 교환해서 사용하는 방식으로, GPS가 포함된 어플을 통해 스테이션 위치 확인, 배터리 잔량 확인 등 중앙통제가 가능합니다. 과부하, 과충전 등 화재 위험이 존재하는 전기 제품 특성을 고려하여 위험 요소가 발생하기 전에 사전 어플 경고 및 자동 차단되어 사고 위험을 방지합니다. 아울러 전기 스쿠터 LEO는 2022년 스타트업 육성 프로그램 ‘챌린지 스타트업’에 참여한 제품으로 CJ ENM은 LEO의 방송 기회를 제공하고 판로를 지원했습니다. CJ온스타일은 다양한 친환경 상품을 소개해 소비자의 친환경 소비 확대를 촉진하고 있습니다.

모두 함께 즐기는 콘텐츠의 가치

배리어프리 서비스

CJ ENM은 장애인과 디지털 취약계층의 편의성을 강화하고, 콘텐츠를 자막으로 즐기고 싶은 이용자의 니즈를 충족하고자 배리어프리 자막 서비스를 제공합니다. 티빙은 한국어 자막 지원 서비스 확대와 더불어 2022년에는 〈유미의 세포들〉 시리즈를 비롯한 인기 티빙 오리지널과 최신 영화, 예능, 해외 시리즈를 시작으로 1,200편 이상의 콘텐츠에 배리어프리 서비스를 선보였습니다. 배리어프리 서비스는 일반 자막과는 달리 인물의 대사 외에도 청각 장애인을 위한 화자 정보, 음악, 소리 정보 등 화면 해설을 추가로 제공하며, 시청자 편익을 위해 자막 크기와 서체 변경도 가능합니다. 향후 CJ ENM은 다양한 언어 선택도 가능하도록 점진적으로 개선하여 시청자의 만족도 제고를 위해 지속 노력할 것입니다. 커머스부문의 CJ온스타일에서는 청각장애인을 위한 '수어 상담 서비스'와 시각장애인을 위한 '모바일 동일혜택 서비스'를 제공합니다. '수어상담서비스'는 전문 상담원이 PC를 이용한 영상 통화를 통해 청각 장애인 고객의 상품정보 문의, 주문, 배송, 교환, 반품, AS 요청에 대한 원활한 서비스를 제공합니다. 또한, 모바일 사용이 어려운 시각장애인 고객의 이용 편의성 증진을 위해 상담원을 통한 주문 시 할인 쿠폰, 적립금, 카드사 할인 등 모바일앱 주문과 동일한 혜택을 제공하여 시각 장애인의 쇼핑 편의 증진을 위해 노력합니다.



SPECIAL

책 읽어주는 나의 서재

tvN STORY 프리미엄 북 강독쇼 〈책 읽어주는 나의 서재〉는 혼자 읽기 어려운 다양한 인문학 책을 쉽게 풀어내어 인생에 대한 해답을 '책'에서 찾을 수 있도록 인사이트를 제공하는 교양 예능 프로그램입니다. 2022년 국내 석학과 함께하는 인문학도서 읽기 〈책 읽어주는 나의 서재〉 프로그램을 통해 소개된 다양한 내용들이 책으로도 발간되었습니다. 인문학 콘텐츠를 누구나 장벽 없이 즐길 수 있도록 제작진을 포함한 임직원들이 해당 도서를 시각 장애인들을 위한 e-book으로 제작하는 〈함께 독서해〉 봉사활동을 진행했습니다. 또한, CJ ENM은 도서의 수익금 일부를 시각장애인도서관 'IT로 열린도서관'에 기부했습니다.

콘텐츠 소비 격차 해소

CJ토월극장 객석나눔

CJ ENM에서는 문화공연을 쉽게 접하기 어려운 아동청소년들을 위해 CJ토월극장에서 진행되는 모든 공연을 무료로 관람할 수 있는 객석나눔[1] 프로그램을 운영합니다. CJ도너스캠프와 함께 모든 아이들이 문화를 통해 자유롭게 꿈꿀 수 있도록 다양한 문화를 체험하고 향유할 수 있는 기회를 제공하고 있으며, 10년간 총 1,207개 기관 12,156명의 아이들이 객석나눔을 통해 콘텐츠를 즐기는 의미 있는 시간을 가졌습니다.

1) CJ토월극장 내 객석나눔(CJ도너스캠프 운영)을 위한 무료 티켓 제공

"아이들은 아는 만큼 보게 되고,
본 만큼 성장하게 되는데, 이렇게 문화 관람의 기회를
주는 것은 건강한 사회인으로 자랄 수 있도록
영양분을 공급하는 것과 같다고 생각합니다.
문화체험을 영화 중심으로 보고 자란 아이들은
뮤지컬을 보면서 문화적 감수성을 키우며
자기들의 삶을 풍요롭게 가꾸고 꿈을 키워가는데
자양분으로 삼아 오늘도 한 뼘 자란 듯 합니다."

CJ도너스캠프 참여 후기

교화 목적의 콘텐츠 지원

CJ ENM은 2015년부터 가정법원 및 지방법원 소년부의 보호처분에 의해 송치된 소년을 수용하여 교정교육을 하는 소년원에 CJ ENM의 콘텐츠를 무상으로 사용할 수 있도록 지원하고 있습니다. CJ ENM이 지원한 콘텐츠는 소년원 내에서의 안정된 환경 조성 및 인권 보호를 통한 행동 변화와 관계 개선 도모, 인성 교육 등을 위한 목적으로 사용되고 있습니다.

ESG DISCLOSURE

지속가능한 성장 66
환경 74
사회 80
지배구조 107

SUSTAINABLE GROWTH
지속가능한 성장

Management Approach

미래 성장동력 확보

급변하는 트렌드와 시장의 환경 속에서 지속가능한 기업으로 성장하겠습니다.

Our Approach

CJ ENM 커머스부문은 차별화된 상품 포트폴리오와 '취향공감 라이브 쇼핑'으로 진화하기 위한 원플랫폼 커머스 전략을 추진합니다. 엔터테인먼트부문은 사업 경쟁력을 집중 강화하고 있습니다. 프리미엄 콘텐츠를 통해 글로벌 메이저 스튜디오로 도약하겠습니다.

2022 Achievement

- 멀티 스튜디오 시스템으로 콘텐츠 제작 경쟁력 강화
- 프리미엄 콘텐츠 제작과 유통을 통한 글로벌 시장 확대
- 핵심 브랜드 강화를 통한 상품 포트폴리오 확장
- TV/모바일을 잇는 원플랫폼 커머스 전략 추진

Value Creation

- 초격차역량 확보로 글로벌 영향력 확대
- 콘텐츠와 커머스의 경쟁력으로 문화 산업 주도
- 미래 성장을 위한 신사업 투자에 대한 기회 지속 창출

글로벌 메이저 콘텐츠 기업으로 도약

전략

World-class IP 확보 위한 멀티 스튜디오 구축

CJ ENM은 글로벌 경쟁력을 갖추고 세계 시장의 주도권을 선점하기 위해 미래 성장동력 확보와 지속가능한 가치 투자에 박차를 가하고 있습니다. 콘텐츠 시장을 둘러싼 국경 없는 경쟁 속에서 K-콘텐츠의 국제적 위상과 콘텐츠의 수요에 발맞춰 2022년 CJ ENM은 콘텐츠 스튜디오 CJ ENM STUDIOS를 신설하고 CJ ENM STUDIOS - 피프스 시즌 - 스튜디오드래곤을 필두로 한 본격적인 멀티 스튜디오 시스템을 구축했습니다. CJ ENM STUDIOS는 국내외 OTT 플랫폼 타깃의 멀티 장르 콘텐츠를 제작하는 스튜디오로, 장르별 특화된 다수의 스튜디오들을 기반으로 콘텐츠의 양과 질을 동시에 제고합니다. 글로벌 대형 스튜디오 피프스 시즌(FIFTH SEASON)은 2022년 사명을 변경하며 새 출발을 알렸습니다. 피프스 시즌은 수확을 축하하는 늦여름을 연중 가장 풍요로운 다섯 번째 계절로 칭했던 것에서 유래한 이름으로, 보다 풍성하고 신선한 콘텐츠를 선보이겠다는 의미를 담고 있습니다.

2022년 에미상 2관왕을 차지한 드라마 〈세브란스: 단절〉을 제작한 피프스 시즌은 베니스 영화제 황금사자상과 아카데미 시상식 3개 부문에 노미네이트된 〈로스트 도터〉, 전미 비평가 위원회 수상작 〈저스트 머시〉 등의 영화를 선보였습니다. 유럽, 남미 등 글로벌 거점을 보유하고 콘텐츠 기획부터 제작, 유통 등 자체 프로덕션 시스템까지 갖춰 연간 30편 이상의 영화와 드라마를 공급하고 있으며, 2023년 10억 달러 이상 규모의 프로젝트를 계획 중 입니다.

또한, 프리미엄 스토리텔러 그룹 스튜디오드래곤은 2022년 7월 전세계가 공감하고 하나되어 즐길 수 있는 우리만의 이야기를 발굴하고 창조한다는 의미를 담아 브랜드 슬로건 'Universal Emotions, Original Stories'를 공표했습니다. 스튜디오드래곤은 한국 콘텐츠 최초로 아마존의 OTT '아마존프라임비디오'와 콘텐츠 독점 공급 계약을 체결하고, '디즈니+' 등 다양한 국내외 플랫폼사들과 협력을 확대하며 K-콘텐츠의 영토 확장에 앞장서고 있습니다.

"CJ ENM은 CJ그룹 성장엔진인 C.P.W.S(Culture, Platform, Wellness, Sustainability)를 중심으로 미래혁신 성장동력을 발굴하고, 사업 역량 강화를 가속화합니다."

플랫폼을 통한 콘텐츠 경쟁력 확보

티빙은 다수의 IP(지적 재산권, Intellectual Property)를 보유한 유수 기업과의 협업을 통해 플랫폼 경쟁력을 강화하고 있습니다. 2022년 2월에는 2,500억 원 규모의 외부 투자를 유치한 데 이어, KT의 OTT seezn(시즌)의 흡수합병과 LG유플러스와의 파트너십을 통해 보다 풍성한 콘텐츠 라이브러리를 구축했습니다. 또한, 아시아 최초로 글로벌 미디어그룹 파라마운트와 제휴하여 6월 티빙에 '파라마운트+ 브랜드관'을 론칭, 파라마운트의 OTT '파라마운트+'가 보유한 약 400여 편의 시리즈와 콘텐츠 라이브러리를 독점 제공하고 있습니다. 또한 티빙은 오리지널 콘텐츠 제작 역량을 강화하는데 주력하고 있습니다. 티빙 첫 오리지널 〈여고추리반〉을 시작으로 〈술꾼도시여자들〉, 〈유미의 세포들〉에 이어 2022년에는 〈욘더〉와 〈몸값〉 등 오리지널 시리즈들이 작품성을 인정 받으며 경쟁력을 높이고 있습니다. 뿐만 아니라 축구, UFC, 복싱, 테니스 등 다양한 스포츠 경기와 콘서트 생중계를 통해 콘텐츠 다양성, 서비스 기술력을 강화하고 있습니다. CJ ENM은 No.1 K-콘텐츠 채널 tvN의 브랜드 파워를 기반으로 tvN과 tvN DRAMA, tvN SHOW, tvN STORY, tvN SPORTS까지 드라마, 예능, 라이프스토리, 스포츠를 아우르는 채널군과 콘텐츠 라인업 확장에 집중하고 있습니다. 2021년 중년 세대도 공감하고 즐길 수 있는 라이프 스토리 채널 tvN STORY를 선보인데 이어 2022년에는 국내외 스포츠 중계권을 확보하고 중계 시스템을 구축하는 등 콘텐츠 투자 확대에 집중했습니다. 스포츠전문 채널 tvN SPORTS를 통해 축구, 테니스 대회 뿐 아니라 복싱, 수영, 프로 스포츠 등 다양한 스포츠 종목 중계를 제공하여 세대와 국적을 초월하는 각본 없는 즐거움을 전달합니다.

미래향 콘텐츠 기술 투자

CJ ENM은 콘텐츠 산업의 변화를 주도하며, 디지털 콘텐츠 시장 변화에 발 빠르게 대응하고 있습니다. 미국 메타버스 엔터테인먼트 기업 〈하이퍼리얼〉, 실사 기반의 가상현실(VR) 기술을 보유한 〈어메이즈 VR〉 등 독보적인 디지털 신기술을 선도하는 다양한 기업과의 협력을 통해 CJ ENM의 IP 확장성을 개발하고, 부가가치를 높여 미래 신성장 동력을 강화할 것으로 기대하고 있습니다.

글로벌 영향력 강화

K-콘텐츠 시장으로 국내를 넘어 글로벌로

CJ ENM은 1995년 할리우드 드림웍스와 합작투자로 콘텐츠 사업에 진출한 이래 25년 이상 300편 이상의 한국 영화를 제작 및 투자, 배급하며 국내 영화 산업 발전을 선도해왔습니다. 미국을 비롯해 글로벌 시장과 적극적으로 교류하고 현지 영화 제작 합작과 한국영화의 리메이크 및 현지화 등에 힘쓰며 '글로벌 토털 엔터테인먼트 기업'이라는 목표를 향해 도약하고 있습니다. 이러한 노력을 바탕으로 CJ ENM이 제작, 투자, 배급에 참여한 총 12편의 웰메이드 작품들이 세계 유수 영화제로 손꼽히는 칸 국제영화제에 초청되었으며, 이는 한국 배급사 최다 초청 기록입니다.

2020년 영화 〈기생충〉이 한국 영화 최초로 칸 국제영화제 황금종려상을 수상하며 한국 영화계의 새 역사를 세웠으며, 2022년 박찬욱 감독 연출, 박해일·탕웨이 주연의 〈헤어질 결심〉과 고레에다 히로카즈 감독 연출, 송강호·강동원·아이유(이지은) 출연의 〈브로커〉 두 작품이 제75회 칸 국제영화제 경쟁 부문에 진출해 각각 감독상과 최우수남자배우상을 수상하는 성과를 거두었습니다. CJ ENM의 글로벌 영향력 강화는 콘텐츠의 다양성을 포용하기 위한 노력의 결실입니다. 수사극과 멜로극이 결합된 독창적 드라마에 감각적인 미장센이 더해진 영화 〈헤어질 결심〉은 박찬욱 감독이 연출을 맡고 중국 배우 탕웨이가 주연으로 화제를 모았습니다. 키울 수 없는 아기를 두고 가는 베이비 박스와 그곳에서 만난 이들의 예기치 못한 여정을 그린 영화 〈브로커〉는 일본 거장 고레에다 감독이 메가폰을 잡고 한국 배우들과 국내에서 촬영하였습니다. 이처럼 다국적 제작진이 뭉쳐 언어와 문화적 장벽을 뛰어 넘고 초국적 영화의 시대를 열었다는 점에서 K-콘텐츠의 확장이란 의미가 있습니다.

CJ ENM은 글로벌 메이저 스튜디오 및 제작사와 공동 기획, 개발, 제작 중인 총 15편이 넘는 작품을 통해 다양한 글로벌 프로젝트를 지속적으로 선보일 계획입니다. 또한, CJ ENM은 글로벌 OTT에 자사 작품들을 공급하며 시장 확대에 집중하고 있습니다. 2021년 12월 파라마운트 글로벌의 OTT '플루토 티비'에 브랜드관 'K-Content by CJ ENM'을 론칭한데 이어 2022년 글로벌 미디어·엔터테인먼트 기업 'NBC유니버설'의 OTT '피콕'에도 브랜드관 'CJ ENM Picks'를 론칭했습니다. 앞으로 CJ ENM은 세계 각지에 웰메이드 K-콘텐츠 서비스 기회를 더욱 확대할 것 입니다.

"CJ ENM은 2020년〈기생충〉부터 2021년〈물랑루즈〉, 2022년〈브로커〉와 〈헤어질 결심〉에 이어 〈세브란스:단절〉까지 국제 시상식을 석권하며 글로벌 영향력을 넓히고 있습니다."

2022 제 75회 칸 국제영화제 수상작

〈브로커〉 – 남우주연상 수상

〈헤어질 결심〉 – 감독상 수상

KCON, World's NO.1 K-Culture Festival

2012년 첫 개최 후 케이콘(KCON)이 올해로 10주년을 맞았습니다. 케이콘은 집객 효과가 큰 K-POP 콘서트에 패션, 뷰티, 푸드 등 한국의 라이프 스타일을 체험할 수 있는 컨벤션을 융합한 K-컬처 페스티벌입니다.
케이콘은 미국을 시작으로 북미, 중동, 유럽, 오세아니아 등 전세계 10개 도시에서 개최하였으며, 약 4,700명 이상의 아티스트와 누적 관객 115만명을 모으며 한국 문화를 해외에 알리는데 힘썼습니다. 코로나 19 확산 이전 마지막 대면 페스티벌로 개최했던 2019년의 관객 수는 29만 1천 여 명으로, 첫 해 누적 관객 수인 약 1만 명과 대비하여 무려 29배나 성장했습니다. 관객을 직접 만나기 어려운 코로나19 시기에는 디지털과 오프라인 관객 모두가 즐길 수 있는 하이브리드 축제로 진화하여 2020년 부터 2년간 총 5차례의 '케이콘택트(KCON:TACT)'를 개최하고 2,245만 명의 랜선 관객을 끌어모으며 K-컬처를 확산하는데 앞장서 왔습니다. 〈KCON 2022〉는 포스트 코로나 시대를 맞아 2년여 만의 오프라인 개최로 전 세계 K-POP 팬들의 폭발적인 반응을 얻었습니다. 〈KCON 2022〉는 달라진 문화 소비 패턴을 반영하여 대대적인 변화를 꾀하였습니다. 각 개최지 특성을 고려한 프로그램으로 Z세대 취향을 저격하고 그간의 온·오프라인 페스티벌 개최경험으로 쌓아올린 기술력과 노하우를 바탕으로 시공간 제약을 뛰어넘어 관객이 하나돼 즐길 수 있는 특별한 무대들로 포스트 코로나 시대 새로운 페스티벌 모델을 제시하였습니다.

"제작진들을 가슴 뛰게 하는 근원은
얼굴도, 나이도, 배경도 모든 것이 다른 다양한
사람들이 음악 그리고
K-컬처 안에서 하나가 된다는 것,
함께 행복해질 수 있다는 사실입니다."

오광석 PD

2022년 5월 한국 서울, 일본 도쿄, 미국 시카고 총 3개국에서 3주에 걸쳐 개최한 〈KCON 2022 Premiere〉는 총 5만여 명의 관객을 현장에 운집하며 세계 최대 K-컬처 페스티벌의 화려한 귀환을 알렸습니다. 8월 미국 LA에서 진행된 〈KCON 2022 LA〉와 9월 사우디 아라비아에서 개최된 〈KCON 2022 SAUDI ARABIA〉, 이어 10월 〈KCON 2022 JAPAN〉까지 성황리에 마치며 올해 총 3,015만 명에 달하는 K-컬처 팬들이 한류 문화를 즐겼습니다.

세계 10 개 도시
케이콘 개최

4,700 명 이상
케이콘 라인업 아티스트

전세계 115 만 명
이상 관객

고객을 위한 취향 공감 라이브쇼핑

전략

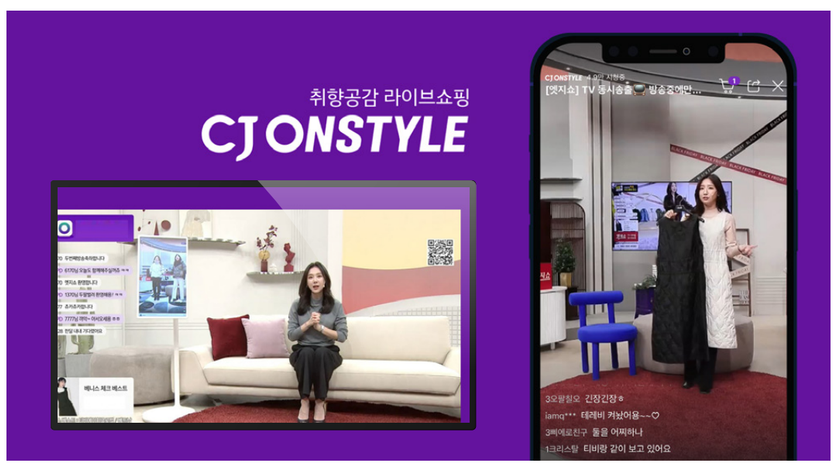
원플랫폼 커머스 전략

CJ온스타일 - TV

1995년 국내 최초로 TV 홈쇼핑 방송을 시작으로 대한민국 TV 홈쇼핑 1위 사업자로 성장한 CJ온스타일은 비대면 영상 쇼핑 문화를 선도합니다. CJ온스타일 TV 라이브 채널은 대표 라이브쇼핑 플랫폼으로 효율적인 채널 운영과 방송 포맷 다양화를 통해 상품의 채널 진입장벽을 낮춤으로써 경쟁력 있는 상품들을 고객들에게 선보입니다. 또한 VOD 서비스를 통해 녹화 콘텐츠를 선보이는 T커머스 채널 'CJ ONSTYLE+'는 홈쇼핑 생방송 채널 진출이 힘든 중소기업 성장의 디딤돌 역할을 하고 있습니다. 앞으로도 CJ온스타일은 앞으로도 다변화한 포맷을 활용하여 보다 다양한 상품을 e커머스에 전달하는 창구 역할을 수행합니다.

CJ온스타일 - 모바일

CJ온스타일은 고객이 찾는 취향 상품을 큐레이션 해주는 모바일 쇼핑 플랫폼입니다. 2017년 업계 최초로 선보인 모바일 라이브커머스 방송으로 고객에게 더욱 생생한 쇼핑 경험을 제공합니다. CJ온스타일 모바일 플랫폼은 TV라이브채널에서 상품을 보고 구매만 모바일에서 하는 수준이 아닌 멀티 라이브커머스의 중심 플랫폼으로서 모바일에서 모든 쇼핑의 경험을 더 재미있고 편리하게 즐기는 선순환 체계를 완성하는 것이 목표입니다. 대형 브랜드의 모바일 전용 상품을 집중 확대해 패션 사업의 모바일화를 가속화 하고 있으며, 35-54세 여성 고객 선호도가 높은 뷰티 사업도 SNS 인기 브랜드와 협업을 강화하고 있습니다. 또한, 신뢰도 높은 쇼호스트와 인플루언서 등 전문 셀러가 진행하는 독보적인 라이브커머스 채널 'CJ온스타일 라이브쇼'를 운영하고, 인기 커머스 프로그램을 자사 IP로 육성할 계획입니다. 2022년 CJ온스타일은 구글과 파트너십을 맺고 유튜브를 통해 CJ온스타일의 라이브커머스 생방송을 실시간으로 송출하고 있습니다. 소비 트렌드를 이끄는 MZ세대(밀레니얼세대+Z세대)는 물론 전 세대를 아우르는 유튜브를 통해 시청 연령층을 확장할 것으로 기대합니다. CJ온스타일은 차별화된 창의적 콘텐츠 커머스와 최적화된 상품, 브랜드 기획력을 바탕으로 TV와 모바일, 그리고 유튜브 채널을 잇는 원플랫폼 전략의 실행을 통해 브랜드가 성장할 수 있는 플랫폼으로 거듭날 것입니다.



사업 포트폴리오 확장

CJ ENM은 패션, 리빙 등 커머스 산업의 핵심 카테고리를 중점으로 한 밸류체인 역량을 강화하고 있습니다. 2021년 6월부터 패션 및 건강기능식 카테고리와 관련 우수 벤처 캐피탈에 누적 170억 원의 직간접 투자를 시작으로, 2022년 2월 프리미엄 리빙 전문 플랫폼 '콜렉션비(COLLECTION.B)' 와 3월 생활용품 브랜드 '생활공작소'에 주요 투자자로 참여하여 패션, 건강기능식에 이어 리빙, 뷰티, 테크까지 사업 포트폴리오를 강화하고 있습니다. 6월에는 온라인 명품 시장에서 선두를 차지하고 있는 '머스트잇'과도 전략적 투자를 진행, 신규 고객을 통해 고객 저변을 확대하고, 핵심 카테고리인 패션에서의 시장 지배력을 더욱 강화하겠다는 목표입니다. 이 외에도 10월에는 TV와 모바일을 잇는 원플랫폼 채널로서의 매력을 더욱 키우기 위해 유망한 중소 브랜드 발탁·육성에 특화된 애그리게이터 '부스터즈'의 시리즈A 주요 투자자로 참여했습니다. '부스터즈' 투자를 통해 보유 브랜드의 고수익성 상품 및 신상품을 TV홈쇼핑과 모바일 라이브를 통해 선보이고, CJ온스타일의 협력사 마케팅을 지원하는 한편, 공동 투자 협력체계를 마련해 신규 브랜드를 발굴·육성해 나갈 계획입니다. 앞으로도 CJ ENM은 원플랫폼 채널의 가치를 제고하고, 미래 성장 동력 확보를 위한 투자를 더욱 확대해 나가겠습니다.

브랜드 포트폴리오 확보

2022년 CJ ENM 커머스부문은 업계 최초로 패션 '1조 클럽'에 입성했습니다. 여성 패션 온라인 소비 주도의 기존 홈쇼핑에서 볼 수 없었던 패션 업계 거장과의 협업을 통해 가성비, 실용성, 소재와 디자인에 강점을 가진 자체 브랜드를 육성한 성과입니다. 유럽 지역의 칼 라거펠트(칼 라거펠트 파리스), 북미 베라왕(VW베라왕), 아시아 지춘희(지스튜디오) 등 글로벌 최정상 디자이너 브랜드의 라이선스를 획득해 프리미엄 패션을 대중화하며 브랜드 경쟁력을 강화하고 있습니다. 또한, 하이엔드 감성의 프리미엄 골프웨어 '바스키아 브루클린'과 MZ세대를 겨냥한 스트릿 캐주얼 '장 미쉘 바스키아' 브랜드를 론칭하여 바스키아 IP로 골프 캐주얼 '바스키아 골프' 프리미엄 골프웨어 '바스키아 브루클린', 스트릿 브랜드 '장 미쉘 바스키아'까지 총 등 3개 브랜드 라인업을 선보였습니다. 또한, 고급 남성복 브랜드 '브룩스 브라더스' 라이선스 사업을 시작으로 2022년부터는 판매 접점을 오프라인 매장으로 확장했습니다. CJ ENM은 브랜드 다각화를 통해 타깃층이 확대된 만큼 홈쇼핑을 벗어나 백화점과 패션 버티컬 플랫폼[1] 등 온·오프라인 채널에서 브랜드를 선보이고 있습니다.

1) 버티컬 플랫폼: 특정 관심사를 가진 고객층을 공략하는 서비스 플랫폼

"CJ ENM은 2022년 업계 최초 패션 '1조 클럽'에 입성했습니다."

ONLYONE 브랜드 – 패션

기본에 충실한 남다른 디테일, 쉽고 다양하게 그리고 '트렌디'하게 만나는 오늘의 스타일링

'더엣지'는 2011년 9월에 론칭한 CJ ENM의 대표 패션 브랜드입니다. **트렌디한 아이템으로 스타일리시한 오늘의 스타일링을 제안하는 더엣지, 평범한 오늘을 더욱 스타일리시하게 만듭니다.** 더엣지는 10만 원 이하 가성비 팬츠류에서부터 90만 원 후반대 고급 코트까지 다양한 종류의 여성 의류를 선보이며 홈쇼핑 패션 사업의 성장을 이끌었습니다. 2020년에는 ONLYONE 패션 브랜드 중 최초로 연간 주문 금액 2,000억 원을 돌파하며 큰 호응을 얻고 있습니다.

매 시즌 가장 에센셜한 아이템과 스타일을 선보이는 브랜드

'셀렙샵 에디션'은 '프랙티컬 시크'라는 컨셉을 지향하는 CJ ENM의 대표적인 패션 토털 브랜드입니다. 매 시즌 가장 트렌디하고 에센셜한 아이템을 통해 모두가 다양하게 스타일을 만들 수 있도록 제안하는 여성 컨템포러리 브랜드입니다. 프리미엄 존과 실용성 존 등의 각 영역을 차별화하며, 고객의 취향 쇼핑이 가능하도록 상품 라인업을 확대하고 있습니다. 더 나아가 글로벌 명품 소재사·디자이너 브랜드와의 협업을 통해, 모바일 향 패션을 선보여 나갈 계획입니다.

100년 기술과 노하우가 집약된 럭셔리 스포츠 라이프 스타일 웨어 브랜드

'콜마르'는 이탈리아 100년 전통의 하이엔드 패딩 전문 브랜드로 우수한 품질과 혁신적인 디자인으로 스포츠 라이프 스타일 의류 분야에서 세계 정상을 차지하고 있습니다. 스키의 역사와 함께 스포츠 헤리티지를 구축한 콜마르는 'SPORTS IN STYLE'의 슬로건을 내세우며 스타일과 소재에 대한 끊임없는 연구로 강력한 브랜드 가치를 만들고 있습니다.

ONLYONE 브랜드 – 리빙 & 뷰티

Easy Solutions for Lifestyle in Dinette

'오덴세'는 한국의 세라믹 크래프트 전문성을 바탕으로 한 다이닝 키친 전문 브랜드입니다. **오덴세는 고객이 사랑하는 사람들을 위해 그리고 고객을 위해 음식을 담아내는 그 순간에 주목합니다.** 북유럽 덴마크의 도시이자 세계적인 동화 작가 안데르센의 고향, 그곳의 자연에서 영감을 받은 독특한 색감과 소재, 핸드크래프트에서 느껴지는 정성과 깊이감, 세련되고 모던한 디자인 철학은 고객의 일상을 더욱 특별하게 만듭니다. 오덴세는 국내 테이블웨어 최초로 2014년 세계 3대 디자인 상인 '레드닷 디자인 어워드(Red Dot Design Award)'를 수상하는 영광을 안았습니다. 2020년에는 디자인 역량 강화를 위한 'ods(오덴세 디자인 스튜디오)'를 오픈하고, 테이블웨어와 쿡웨어 외에 가구와 조명 등까지 제품 라인업을 확대하고 있습니다. 오덴세는 앞으로도 고객들에게 일상의 행복을 위한 플레이팅 재미를 선사합니다.

"CJ ENM은 업계에서 가장 많은 단독 브랜드를 운영합니다."

향테리어의 새로운 기준, 프리미엄 향 전문 브랜드 테일러센츠

라이프 스타일 프래그런스 브랜드 '테일러센츠'는 차별화된 향을 섬세한 디자인에 담아 특별한 감각으로 즐길 수 있도록 하나의 라이프 스타일을 제안합니다. 고품질의 프랑스 향료, 핸드메이드 용기, 부자재 등을 사용하여 어디서나 특별한 오브제로써의 가치를 부여합니다. 대표 제품인 '오브제 디퓨저', 프리미엄 호텔에 비치된 국내 최초 2L '대용량 디퓨저', 에코서트 인증을 받은 '자연주의 디퓨저' 등 고객에게 큰 호응을 얻으며 새로운 프래그런스 시장을 선도하고 있습니다.

소비자의 일상과 공간에 꼭 필요한 라이프 스타일을 제안하는 리빙 브랜드

'앳센셜'은 일상 속 제품의 쓰임새를 생각하는 곳입니다. 2019년 CJ온스타일 리빙 PB로 출시된 후, 더 나은 라이프 스타일을 위해 일상의 가장 본질적인 것에 집중하였습니다. 하나의 제품을 시작으로 방에서부터 집안 전체의 공간을 사는 사람의 분위기에 맞게 변화시킬 수 있다는 믿음 아래 합리적인 제품을 만들고 있습니다. 첫 출시 이후 침구를 시작으로 매트리스, 토퍼, 모듈가구, 소파, 커튼 등 홈스타일 전반에 걸친 리빙 제품을 출시하였습니다.

"차별화 상품 ONLYONE 브랜드를 통해 독보적인 상품 경쟁력 강화를 추진하고 있습니다."

초개인화 트렌드에 발맞춘 맞춤형 화장품 브랜드, 웨이크미

'웨이크미'는 '나만의 아름다움을 깨운다'는 브랜드명처럼 개인이 지닌 고유의 아름다움을 실현할 수 있도록 돕는 맞춤형 뷰티 브랜드입니다. 초개인화 트렌드에 발맞춘 첫 번째 제품으로 '마이샴푸'를 출시하였습니다. 1:1 온라인 문진, 레시피 도출, 즉시 조제의 디지털 테일러드 뷰티 시스템을 거쳐 14,494개의 타입 중 개개인의 헤어 특성과 취향에 딱 맞는 맞춤형 샴푸를 제안합니다. '마이샴푸'를 시작으로 향후 스킨케어 등 서비스 카테고리를 확장할 계획입니다.

자연가득 자연에 가까운 맛과 영양을 엄선하여 간편하게 나와 가족을 챙겨주는 자연주의 식품 브랜드

'오하루 자연가득'은 자연 그대로의 맛과 영양을 담아 건강 증진, 영양 보급에 도움을 주는 식품 브랜드입니다. 자연주의 원칙을 지키는 원료와 까다로운 제조 방식을 통해 고객이 하루 한번의 섭취로 건강한 습관을 만들어 나갈 수 있도록 고객에게 진심을 담아 건강 식품의 상식과 기준을 제시합니다. '에브리데이 견과', '서리태 맷돌 두유'가 대표 상품이며, 이 외에 가족 모두 편하게 즐길 수 있는 국민 간식 '프리미엄 메이플 견과', 건강하고 간편한 한 끼 대용식 '오트밀쉐이크' 등 다양한 상품 라인업이 있습니다.

ENVIRONMENTAL
환경

Management Approach

탄소 발자국 감소

'2050 탄소중립'을 목표로 환경경영시스템을 구축하여 환경영향을 체계적으로 관리합니다.

Our Approach

유엔기후변화협약 당사국 총회(COP27)의 온실가스 감축 등 기후변화 대응을 위한 국가간 협력체계는 지속적으로 강화되고 있습니다. CJ ENM은 콘텐츠 제작과 상품 서비스 과정에서 기후변화 대응의 핵심인 탄소 배출 감소에 적극 동참하며 이해관계자와의 협력을 바탕으로 기후변화 관련 규제에 대응합니다.

2022 Achievement

- 온실가스 Scope 1, 2, 3 배출량 모니터링
- 기후변화 관련 재무정보 공개, 리스크와 기회 요인 분석
- 친환경 스튜디오 등 환경영향 저감 활동
- 환경 중심의 기업문화 조성을 위한 환경 교육

Value Creation

- 기후변화 대응 및 적응력 강화로 고객 니즈 충족
- 환경영향 저감 통한 기업시민으로의 책임과 역할 수행
- 선제적인 환경경영으로 친환경 기업 이미지 제고

Management Approach

자원순환

CJ ENM은 환경 자원의 영향력을 인지하고 자원순환 모델을 만들어 나갑니다.

Our Approach

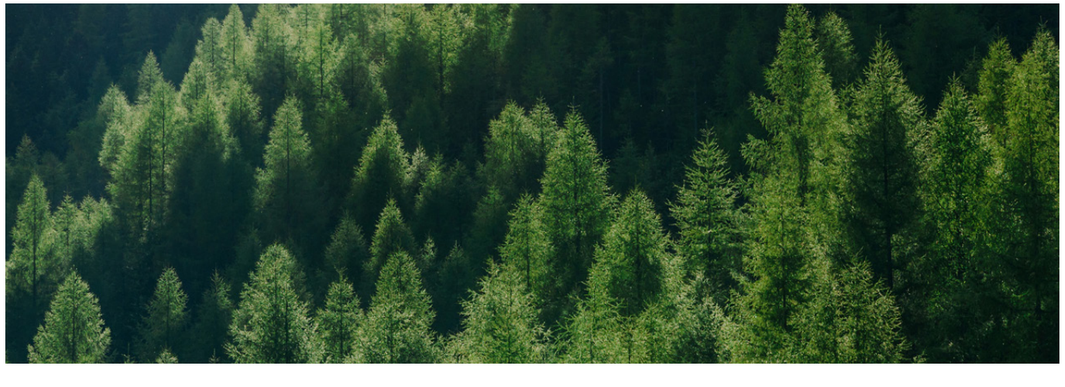
유엔(UN)과 국제사회는 건강 및 삶의 터전 유지를 위한 자원순환을 강조하며, 글로벌 환경정책 기조를 펼치고 있습니다. CJ ENM은 비즈니스 활동에서 배출되는 각종 오염물질과 폐기물을 선제적으로 관리해 자연 환경에 미치는 부정적 영향을 최소화하며, 수자원 리스크를 고려하여 용수를 재활용하겠습니다.

2022 Achievement

- 환경경영 시스템(ISO14001) 운영 및 인증 취득
- 설비 활용, 점검, 신축을 통한 부정적 환경영향 저감
- 친환경 패키징, 생활 및 산업 폐기물 분리 배출
- 환경 문화 확산을 위한 환경 교육(임직원, 협력사)

Value Creation

- 폐기물 배출 감소로 인해 지역사회 오염 최소화
- 원부자재 재사용 등 자원순환을 통한 경영 효율화
- 협력사, 소비자 등의 자원순환에 대한 인식 제고



환경/기후변화

전략

환경경영 방침

CJ ENM은 고객의 즐거움을 만드는 모든 분야에서 환경을 경영의 최우선 가치로 하는 환경문화를 선도합니다.

CJ ENM 환경경영 방침 (2022.8.1 제정)

1. 우리는 에너지 효율 혁신을 통한 탄소중립을 실천합니다.
2. 우리는 자연 환경 보전을 위해 최선을 다합니다.
3. 우리는 탄소 발자국 최소화에 노력합니다.
4. 우리는 폐기물 저감을 위해 노력합니다.
5. 우리 임직원과 협력사 임직원은 환경법규 및 그 밖의 환경 준수 사항을 준수합니다.
6. 우리 임직원들은 환경성과 향상을 위하여 환경경영시스템을 지속적으로 개선합니다.

환경경영 중장기 로드맵

환경 기반의 지속가능경영 지향점을 정립하고, 이를 달성하기 위해 '2050 탄소중립'을 목표합니다. CJ ENM은 2021년 온실가스 인벤토리 구축을 시작으로 본격적인 환경경영 체계를 구축하고 있습니다. 2022년에는 환경경영 기틀을 더욱 강화하기 위해 지속가능한 환경경영 시스템인 ISO14001 인증을 취득했습니다. CJ ENM은 경영활동과 관련한 환경영향을 체계적으로 식별 및 관리하고, 환경법규 준수, 리스크 최소화, 조직문화 형성 등 환경 성과를 지속적으로 개선해 국제 표준에 부합하는 친환경 경영을 추진합니다. 환경영향 측정 고도화, 온실가스 배출량 저감 목표 수립 등 적극적인 친환경 경영을 실현하겠습니다.

2050
탄소중립

ISO14001
인증

CJ그룹 환경경영 로드맵

~2023년
환경경영 체계 구축
- 중장기 환경영향 감축 목표 수립
- ISO14001 인증 획득
- 온실가스 등 환경지표 가이드 제정

2025년
환경경영 실행 본격화
- 친환경경영 본격화
- 산업 특화한 연구 개발 지속
- KPI 연계 성과평가 체계 도입

2026년~
환경경영 고도화
- 친환경 대표사업 발굴
- 친환경 인프라 확대
- 환경경영 관리범위 확대

거버넌스

ESG위원회 운영

ESG위원회에서는 기후변화, 물, 산림자원 등 환경경영에 대한 주요 안건을 검토하며, 분기 1회 이상 심의·의결을 통해 역할과 책임을 강화합니다. 리스크 관리 책임자인 대표이사를 직속으로 환경·안전 담당 조직을 신설하고 책임자를 선임하여 사업영역 내 환경과 안전경영에 총력을 기울이고 있습니다. ESG팀을 비롯해 인프라팀, 총무팀, 안전경영팀 등 각 시설 담당 조직이 실무를 추진하며, 주요 유관부서로 구성된 환경/기후변화 실무협의체를 정기적으로 운영합니다.

환경/기후변화 추진 조직

환경/기후변화 관리감독

중장기 환경/기후변화
로드맵 수립 및 모니터링

환경/기후변화 과제 수립 및 성과 관리
- 주관: 안전경영담당
- 참여부서: 상암 사옥/일산제작센터/
  CJ ENM 스튜디오센터/방배 사옥 각 시설 담당,
  ESG팀, T&A 사업전략팀, 인사담당 안전경영팀

지표 및 목표

온실가스 배출량

CJ ENM은 2021년 온실가스 인벤토리를 구축했으며 2022년 1월~9월 총 온실가스 배출량은 10,937tCO_2eq입니다. 사업장에서 발생하는 직접 온실가스(Scope 1), 간접 온실가스(Scope 2) 및 일부 기타 온실가스(Scope 3) 배출량을 포함하였고, 화석연료 연소와 같은 직접배출부터 외부 전력 사용에 따른 간접배출, 경영 활동에 따른 기타 간접배출까지 모두 포함하여 매년 연간 온실가스 배출량에 대한 제3자 검증[1]을 진행합니다.

1) 제3자 검증은 매년 5월 진행예정임

에너지 사용량

CJ ENM은 에너지 부문의 탄소중립 이행 중장기 목표 추진을 위해 2023년 ISO50001 인증 취득을 준비합니다. 또한 지속가능한 에너지 저감을 위해 재생에너지를 보급하는 전력공급체계의 장기적 방향을 모색하는 한편, 에너지 효율 향상을 위한 인프라 확장 및 솔루션 개발을 추진하고 있습니다. 또한 사업장별 환경, 에너지 사용량 데이터를 통합 관리하여 전사적인 환경-에너지 통합 시스템을 구축할 계획입니다. 2022년 3Q 기준 에너지 소비량은 232TJ이며, 전력 사용량은 198TJ입니다.

12%
온실가스 배출 집약도 감축실적
(전년 동기간(3Q) 대비)

14%
에너지 집약도 감축실적
(전년 동기간(3Q) 대비)

온실가스 배출량

구분	총 온실가스 배출량 (Scope 1&2)	원단위 온실가스 배출량 (Scope1&2)	직접온실가스 배출량 (Scope 1)	간접 온실가스 배출량 (Scope 2)	기타 온실가스 배출량 (Scope 3)[1]	전년대비 원단위 감축 실적
단위	tCO_2eq	tCO_2eq/억 원	tCO_2eq	tCO_2eq	tCO_2eq	%
2020	10,820	0.319	865	9,955	40[2]	-3.6
2021	12,745	0.359	898	11,847	54	-12.5
2022 3Q	10,937	0.329	696	10,241	39	8.4[3]

1) 임직원 출퇴근 지원 셔틀의 온실가스 배출량
2) 데이터 오기입에 따라 실제 수치로 정정함
3) 전년비 매출 증가로 인한 원단위 실적 감소

에너지 사용량

구분	총 에너지 사용량 (Scope 1&2)	원단위 에너지 사용량	조직내 소비					조직외 소비	재생에너지 사용량 (비율)
			직접 에너지			간접 에너지		직접 에너지	
			휘발유	경유	도시가스 (LNG)	전력	기타 (지역냉난방 등)	경유	
단위	TJ(MWh)	TJ/억 원	kL	kL	천Nm³	TJ(MWh)	TJ(Gcal)	kL	TJ(%)
2020	237(31,400[1])	0.01	150	8	232	199(20,697)	23(5,563)	20	0(0.0)
2021	270(35,098[1])	0.01	151	8	252	229(23,877)	24(5,827)	20	0(0.0)
2022 3Q	232(29,976)	0.01	96	10	209	198(20,644)	21(5030)	15	0(0.0)

1) 조직외 소비 분리 공시로 인한 전년 공개 자료 대비 수치 감소

대응 활동

기후변화 대응 투자

2022년 친환경 인프라 확대를 위한 투자 예산을 집행했습니다. 임직원 및 협력사 구성원이 안전한 일터에서 안심하고 일할 수 있는 환경을 조성하고 LED 조명 설치, 전기 차량 구매 등 친환경적 인프라 구축 통해 사업 영역 내 환경영향을 저감했습니다. CJ ENM은 앞으로 전기차 충전기 설치 확대, 친환경 셔틀버스 도입, 친환경 에너지 도입, 탄소 발자국 계산기 도입 등 비즈니스 과정에서 발생하는 부정적 환경 영향을 줄이기 위해 적극적인 투자를 진행하겠습니다.

환경영향 저감

수자원 관리

용수 사용시 환경영향 위험요소를 예방하기 위하여 노력하고 있습니다. 수자원 사용의 효율성을 극대화하기 위해 용수 사용을 최소화하며, 사용된 용수를 최대한 정화하여 재사용하고 있습니다. 사업장에서 발생된 방류수 중 세면대·탕비실·샤워실 등에서 사용된 물은 건물 중수도 시설을 통해 화장실 소변기 및 양변기에 재사용합니다. 또한, 1년 주기로 MCF·AC 필터를 교체하여 중수도 설비를 효율적으로 활용하고 있습니다.

수질오염물질 배출농도

구분	단위	2020	2021	2022 3Q
BOD 배출농도 (생물학적 산소요구량)[1]	mg/L	1.3	1.8	0.7

1) BOD 배출농도(생물학적 산소요구량): 기준 5 이하

수자원 관리 현황

구분	단위	2020	2021	2022 3Q
총 용수 취수량	m³	82,504	87,657	55,092
원단위 용수 취수량	m³/억 원	2.433	2.468	1.655
용수 재활용량	m³	6,189	7,173	8,418
용수 재활용률	%	7.5	8.2	15.3
물 스트레스가 높은 수원지역의 총용수 취수량(비율)	m³(%)	2022년부터 관리		55,092 (100)

대기 오염물질 관리

CJ ENM은 사업장에서 배출되는 대기 오염물질을 배출농도를 측정, 배출 저감을 위해 지속 노력하고 있습니다. CJ ENM 스튜디오 센터는 대기오염물질 배출에 의한 지역사회 피해를 최소화하기 위해 보일러 설비를 정기 점검하고 2021년에는 연소 조절 장치인 저녹스 버너를 설치하여 보일러에서 나오는 대기오염물질(먼지, SOx, NOx) 배출을 저감하는 등 대기 환경오염 방지에 만전을 기하고 있습니다.

대기오염물질 배출농도

구분	단위	2020	2021	2022 3Q
NOx 배출농도	ppm	48.0	84.0	80.2
미세먼지(PM10) 배출농도	㎍/m³	29.9	29.3	3.9

현장 폐기물 관리

사업 진행 과정에서 발생하는 폐기물을 최소화하고 재활용률을 높이기 위해 전 사업장 및 콘텐츠 제작 현장에서 다각도로 노력합니다. 사업 활동을 통해 발생하는 종이팩, 투명 페트병, 종이 등 모든 생활 폐기물을 철저히 분리배출 하여 재활용률을 향상하고 있습니다.

15.3%
용수 재활용률

92.2%
폐기물 재활용률

폐기물 발생 및 처리량

구분		단위	2020	2021	2022 3Q
총 폐기물 발생량		ton	116	202	174
유형별 폐기물량	지정폐기물	ton	0	0	0
	일반폐기물	ton	116	202	174
원단위 폐기물 발생량		ton/억 원	0.003	0.006	0.005
폐기물 처리량	소각	ton	30	13	10
	매립	ton	6	5	4
	재활용	ton	81	185	161
폐기물 재활용률		%	69.4	91.5	92.2

임직원 공감대 증진

임직원 및 협력사 교육

전 임직원 및 협력사 대상의 정기적인 환경 교육을 통해 CJ ENM의 환경경영 체계, 정책, 중장기 환경경영 계획 및 이슈를 공유합니다. 2022년 9월 탄소 중립, 자원순환 등 환경의 중요성과 기후변화에 대한 경각심을 제고하기 위한 교육을 진행했습니다. 꾸준한 환경 교육으로 임직원 및 협력사의 참여와 친환경의 인식 확산에 앞장섭니다.

사업장 담당자 교육

전 사업장에 대한 환경 영향/에너지 사용량 모니터링 시스템을 구축하기 위해 사업장 환경 담당자 대상으로 교육을 진행하였습니다. 환경 역량 배양을 위한 담당자별 특화 교육으로 관리 체계를 고도화하고 있습니다.

자발적 환경경영 참여 독려

CJ ENM은 임직원의 자발적인 환경경영 참여를 독려하기 위해 다양한 캠페인을 추진하고, 실천 시 봉사활동 시간을 부여하고 있습니다. 또한 '텀블러 사용하기', '플로깅', '메일함 비우기' 등 일상에서 쉽게 참여할 수 있는 활동들을 '365일 일상봉사'로 지정하여 임직원들의 자발적인 감축 활동 참여를 독려하고 있습니다.

85%
임직원 환경교육 수료율

2022년 환경영향 저감 활동

활동	내용	효과
스튜디오 운영 효율화	• VR 기술과 XR 기술을 적용한 가상 스튜디오 운영 • 스튜디오 내 노후 조명 LED로 교체 • CJ ENM 스튜디오 센터 진공온수보일러 설치	• 에너지 효율화 제고 • 에너지 사용 절감 • 콘텐츠 촬영 세트 제작 • 폐기물 저감
친환경 포장재 및 패키징	• '비닐 테이프 OUT' 선언으로 비닐 테이프를 종이 테이프로 전면 교체 • 협력사 종이테이프 지원 • 과대포장 방지 위한 포장 및 분리배출 가이드 제공	• 플라스틱 사용량 저감 • 협력사의 친환경 패키징 확대 • 친환경 브랜드 이미지 제고
협력사 동참	• 협력사 행동규범 중 〈환경보호〉 반영 • 계약 체결 시 협력사 행동규범 서약 의무화 • 협력사 선정 가이드 제정 • 선정 시 친환경 제품 및 서비스 여부 평가	• 협력사의 환경경영 지지 및 지원 • 협력사 친환경성 보장
임직원 자발적 참여형 봉사활동	• 메일함 비우기, 텀블러 사용하기 등 일상 생활 속 참여 가능한 친환경 캠페인 운영 • 플로깅 봉사활동 운영	• 환경경영 관심 증가 • 기타 간접 탄소 배출량 감소
친환경 인프라 구축	• 상암 사옥, CJ ENM 스튜디오 센터 내 전기차 충전소 운영(일반 전기차 충전소 4곳, 태그식 전기차 충전기 39개) • 자전거 주차장 2곳 운영(약 38.5㎡ 규모)	• 전기차 이용 확대를 통한 온실가스 배출 저감 • 승용차 이용 최소화를 통한 대기오염물질 배출 저감
임직원 통근버스 지원	• 총 6개 노선(상암 사옥 5개, 방배 사옥 1개) 통근버스 운행 • 사옥 인근 지하철역 순환 셔틀버스 운영	• 임직원 승용차 이용 최소화를 통한 대기오염물질 배출 저감

위험 관리

위험 및 기회 요인 규명

CJ ENM은 지구의 평균 온도 상승을 2°C 이하로 유지하기 위한 파리 기후 협정을 지지하고, 친환경 경영의 실천 등 기후변화에 자발적으로 대응하며 기업시민으로서의 역할과 책임을 다합니다. 기후변화가 기업의 경영 활동에 직간접적인 영향을 미침으로써 투자가 등 이해관계자는 기업의 기후변화 대응에 대한 정보를 요구하고 있습니다. CJ ENM은 2021년 '2050 탄소중립'을 선언에 이어 2022년 기후변화와 관련한 지배구조, 전략, 리스크 관리, 지표와 감축 목표 등 4가지 영역에 대한 논의를 지속하며 TCFD(기후변화 재무정보 공개 태스크포스, Taskforce on Climate-related Financial Disclosures) 공시를 위한 준비를 통해 기후변화 대응에 적극 참여하고 있습니다.

TCFD 사내 Workshop

CJ ENM은 2022년 10월 엔터테인먼트부문과 커머스부문의 환경/기후변화 실무 협의체, 관련 담당자, 외부 컨설팅 업체와 함께 TCFD 대응을 위한 교육 및 워크샵을 실시했습니다. CJ ENM의 기후변화 위험을 도출 및 분류하고, 기후변화 영향분석을 위해 필요한 시나리오와 TCFD 공시를 위해 고려해야할 요소를 검토하였습니다. 향후 TCFD 기후 시나리오에 따른 재무 영향 분석이 가능하도록 내부 이해도를 높였으며, 시나리오 분석 진행을 위한 초석을 다졌습니다.

TCFD
Workshop 실시

2022년 위험 및 기회요인 도출 결과

■ 매출 ■ 비용

	Physical Risks	Transition Risks
위험요인	■ 홍수, 폭우, 폭염 등 극한 날씨로 인한 세트촬영 중단 위험 가능성 증가, 소요기간 증가에 따른 제작 비용 상승, 서비스 & 상품 배송 방해 등 판매에 부정적 영향 증가 ■ 호우 등의 원인으로 발생한 사업장 지하 침수로 인한 라이브 방송 송출 중단 등 기업 존속 관련 부정적 영향 증가 ■ 극심한 기후 현상 및 온도 조건 상향으로 건물 유지 관리 비용 및 유지 보수 비용 증가 ■ 장기간 기상 이상 현상으로 인한 수자원 가용성 영향도 증대	■ 브랜드·서비스의 부정적인 환경 영향 발견 또는 비즈니스 모델 변경 요구 미대응 시 수요 감소 및 고객층 감소 ■ 친환경 브랜드 포트폴리오 강화 및 친환경 콘텐츠 제작의 필요성 증가 ■ 세트 및 기타 소품 등 콘텐츠 제작 필수 용품들의 구매 비용 및 폐기물 처리 비용 변화에 따른 생산 비용 증가 ■ 촬영현장 사후관리가 부적절할 시 시민단체, 인근주민 등의 소송 가능성 증가 및 부정적 브랜드 평가 증가 ■ 환경 정보 공개, 기후변화 대응 활동 불이행에 따른 기업 평판 하락
기회요인	■ 정부/공공기관이 지원하는 에너지 효율성 프로젝트에 대한 금전적 인센티브 획득 ■ 녹색 채권시장 확대로 자본 비용 절감(친환경 콘텐츠 제작현장 구축 등의 목적 등) ■ 고객의 환경 친화적인 소비 선호도/관심도 증가에 따른 관련 제품/상품 개발 확대 ■ 투자가 요청에 따른 친환경 이니셔티브 참여 및 기후변화(ESG) 정보 공시 강화로 기업 이미지 제고	

SOCIAL
사회

Management Approach

인권 존중 및 보호

CJ ENM은 인권에 대한 국제 기준을 존중하고 지지합니다.

Our Approach

CJ ENM은 인권경영을 실천하며 임직원, 협력사, 고객 등 모든 이해관계자의 인권을 존중 및 보호하고 기업의 책임을 다합니다. 인권영향평가, 고충처리 신고 채널을 통해 주기적인 모니터링을 실시하고 잠재적인 인권 리스크를 파악해 공급망에서 발생하는 영향까지 도출합니다. 또한, 인권 교육을 통한 리스크를 개선해 안정적인 근로 환경을 제공합니다.

2022 Achievement

- 인권경영 체계 및 2050 로드맵 수립
- 인권경영 선언 제정
- 인권 침해 예방 위한 고충처리 및 구제 조치
- 인권 존중 문화 확산을 위한 인권 교육

Value Creation

- 편견, 차별 철폐로 인권침해 요소 사전 근절
- 최고 인재, 핵심 인력 확보 통한 미래 성장 동력 강화
- 인권경영 기반의 선진적 조직문화 구축

Management Approach

안전 및 보건

CJ ENM은 안전·보건을 경영의 최우선 가치로 하는 안전보건 문화를 선도합니다.

Our Approach

건강하고 안전한 근로 환경 조성은 국제 노동 기구(ILO), 세계보건기구(WHO)의 중요 아젠다로, 2030 지속가능발전목표(SDGs)입니다. CJ ENM은 사업 특성에 맞춰 임직원, 파트너, 협력사 등 모든 이해관계자의 안전과 건강 보호를 위해 작업 현장과 사업장에서 안전 점검과 사고 예방 활동에 최선을 다하며, 상시 교육을 통해 사고 및 산업 재해를 방지합니다.

2022 Achievement

- 안전관리 시스템 운영
- 안전 위험성평가, 현장 안전점검 실시
- 안전점검 매뉴얼 개정
- 안전보건 문화 확산을 위한 안전 교육

Value Creation

- 철저한 안전관리로 대규모 현장 사고 발생 방지
- 지역사회 등 사회적 안전망 강화
- 안전 및 보건 증진을 통한 건강한 근로 환경 조성

Management Approach

조직문화 혁신

CJ ENM은 최고의 인재들이 오고 싶은, 일하고 싶은, 같이 성장하는 조직문화를 추구합니다.

Our Approach

급변하는 산업 트렌드와 경쟁에 민첩하게 대응하기 위한 조직문화 혁신은 필수입니다. CJ ENM은 '다양한 기회', '공정한 경쟁', '파격 보상과 성장'을 통해 인재들이 빠르게 성장하고 즐겁게 일하는 환경을 조성합니다. 다양한 인사제도, 조직문화 혁신으로 구성원이 자기주도적으로 일하는 문화, 수평적인 문화, 도전을 장려하는 문화를 구축합니다.

2022 Achievement

- 자율적, 수평적인 조직문화 구축
- 일하는 방식 (업무시간·공간 등) 혁신
- 일과 삶의 균형을 위한 복지 제도 시행
- 성과평가 및 보상제도 통한 공정성 확보

Value Creation

- 업무 몰입도 및 임직원 만족도 증대로 양질의 일자리 창출
- 핵심 인력 양성 및 인재 확보를 통한 사업 경쟁력 강화
- 직급, 세대 간 수평적 소통으로 건전한 사회 발전에 기여

인권 존중 및 보호

전략

인권경영 방침

CJ ENM은 인권 관련 국제 표준 및 가이드라인을 존중합니다. UN 세계인권선언, UN 기업과 인권 이행원칙을 지지하며, 사업장이 위치한 각 국가 또는 지역의 인권과 노동 관계 법규를 준수합니다. CJ ENM은 경영 활동 전반에서 임직원, 협력사 근로자, 고객, 지역주민을 포함한 모든 이해관계자의 인권 침해가 발생하지 않도록 인권경영 선언을 수립하고, 인권경영 실천 의지를 공표하였습니다. CJ ENM은 유엔글로벌콤팩트(UN Global Compact, UNGC) 회원사로 인권, 노동, 환경, 반부패 분야의 10대 원칙에 대한 준수 의지를 대외적으로 선언하고, 의식 함양 활동을 이어가고 있습니다. 또한, 취업규칙에 직장 내 괴롭힘 및 성희롱, 불평등 대우와 차별 등 인권 침해 금지조항을 명시하여 사안 발생 시 고충처리 기구를 통한 엄중한 처리가 이루어지도록 합니다.

인권경영
선언 수립

인권경영 중장기 로드맵

CJ ENM은 경영 철학에 상생과 존중의 가치를 바탕으로, 모든 이해관계자의 인권 보호와 증진을 위해 인권경영 로드맵을 수립하였습니다.

CJ ENM 인권경영 선언 구성

임직원 인권
- 강제노동, 아동노동 금지
- 근로시간, 휴일 등 근로조건 준수
- 차별 금지, 평등한 기회 및 공정한 성과 평가
- 안전한 근무환경 보장

협력사 인권
- 협력사가 CJ ENM과 동일한 수준의 인권보호를 이행하도록 협조하여 책임있는 공급망 구축

고객 인권
- 인간 존엄성과 다양성 존중의 가치를 반영한 콘텐츠/상품/서비스 제공
- 시청자의 권익 보호 및 침해 구제
- 업무상 수집한 고객정보 보호

지역사회 인권
- 사업장 소재 지역의 다양한 문화 존중
- 환경오염 및 소음 공해 등 지역사회 문제 해결을 위한 적극적인 소통

2022년~2025년 인권경영 로드맵

2022년
인권경영 체계 구축
- 인권경영 거버넌스 구축
- 인권경영 선언 및 로드맵 구축
- 인권영향 평가 및 리스크 도출

2023년~2024년
인권경영 실행 본격화
- 인권 교육 강화
- 인권영향평가 정례화
- 인권 리스크 관리 활동

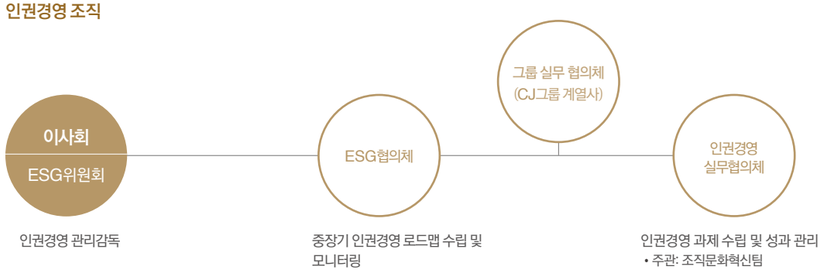
2025년~
인권경영 고도화
- 인권영향평가 확대 시행
- 인권경영 성과 관리체계 운영
- 글로벌 사업 인권경영 관리체계 구축

거버넌스

ESG위원회 운영

CJ ENM의 인권경영은 ESG 경영의 방향성과 발맞추어 ESG 거버넌스와 함께 운영합니다. 이사회 산하의 ESG 위원회에서 인권경영 전략 및 주요 사항을 검토하고, 대표이사 주관의 ESG 협의체에서 수립된 중장기 인권경영 전략을 ESG 실무협의체와 인권경영 전담 부서에서 추진합니다. 또한 분기별 1회 운영되는 CJ그룹 인권경영 실무협의체를 통해 그룹 및 타 계열사와 소통하고 협력합니다.

인권경영 조직



대응활동

인권 고충처리

CJ ENM은 인권 관련 고충을 상담하고 신고할 수 있는 공개 채널을 운영합니다. 인권 고충 사안 발생 시 대응 프로세스에 따라 경영진단팀을 포함한 담당 부서 및 인사위원회에서 해결 방안을 모색하고 준엄하게 처리합니다. 인사위원회 진행 시 필요에 따라 외부 전문가와 함께 사건을 더욱 공정하게 처리합니다. 발생한 사례들은 익명성을 보장하여 사내 공지를 하는 등 예방 활동을 수행하고 있습니다. 피해 사실 조사 시, 제보자 보호를 위해 비밀 유지에 만전을 기합니다. 조사 담당자 인원을 최소화 하며, 2차 피해 발생을 막기 위해 분리 조치를 적극 시행하는 등 제보자가 신고로 인한 불이익이나 차별을 받지 않도록 관리합니다. 2022년 인권 관련 제보 및 처리건수는 총 3건으로 모두 신속하고 공정하게 처리 되었습니다.

100%
인권 제보 처리율

인권 고충처리 채널

구분	내용
고충처리함	사업장 층별 실물 고충처리함
직장 내 성희롱 괴롭힘 처리 담당자	인사 담당자
노사협의회 Hot-Line	인트라넷 내 온라인 익명 고충 상담 채널 임직원 고충처리 및 개선 논의 조직문화 활성화 활동 기획 임직원 의견 수렴 통한 제도 기획
CJ그룹 통합제보시스템	그룹 온라인 제보 채널(익명성 보장)

인권 고충처리 프로세스

지표 및 목표

연간 인권교육 이수율 **100%** 달성 목표

인권 교육

CJ ENM은 인권의 중요성에 대해 항상 경각심을 가질 수 있도록 인권 교육을 진행합니다. 매년 계약직을 포함한 모든 임직원을 대상으로 법정의무교육인 장애인 인식 개선 교육, 직장 내 괴롭힘 방지 교육, 성희롱 예방 교육을 연 1회씩 정기적으로 실시합니다. 엔터테인먼트부문은 방송제작 직군을 대상으로 젠더 감수성 인식 제고 및 차별·비하 방지 관련 워크샵을 진행하였습니다. 커머스부문은 장애인차별금지법에 의거하여 시각 장애인을 위한 화면해설 제공 의무와 관련된 교육을 진행하였습니다.

CJ ENM은 인권 교육 실행 후 교육의 효과성을 평가하고자 2022년 4월 인권 교육 만족도를 조사했습니다. 만족도 5점 만점 중 평균 4점 이상으로 높은 점수를 획득했습니다.

100%
연간 인권 교육 이수율 목표

임직원 인권 교육 현황

구분	교육 시기	대상 인원	수료 인원	수료율
장애인 인식 개선 교육	2022.4~현재	3,274명	2,949명	90%
직장 내 괴롭힘 예방 교육	2022.9~10	1,176명[1]	1,176명[1]	100%

1) 커머스부문 기준

위험 관리

인권영향평가 실시 및 지표 관리

엔터테인먼트부문은 기업의 운영체계, 제작 현장과 협력사를 대상으로 인권 침해를 사전에 예방하고 리스크를 개선하기 위해 2022년 인권영향평가 프로세스를 구축했습니다. 인권영향 실태조사를 실시하여 인권 잠재 리스크를 식별하였고, 도출된 잠재 인권 리스크를 관리하기 위한 인권영향 지표를 개발하였습니다. CJ ENM은 개발된 지표를 활용한 인권영향평가를 통해 구제 절차를 수립하고 피해자 구제 및 피해 회복 등 부정적인 인권 영향을 개선할 것입니다.

인권영향평가
프로세스 구축

인권영향평가 추진 로드맵

인권경영 실태조사 실시

- 외부 전문기관과 함께 전 임직원을 대상으로 인권경영 실태를 조사하여 인식 및 체계 수준 진단
- 대내외 이해관계자 인터뷰를 통한 CJ ENM의 가치사슬과 인권경영 환경 분석

인권영향평가 지표 개발 및 평가 실시

- 경영 및 사업에서 발생가능한 잠재적인 인권 리스크를 파악하여 리스크 관리 목적의 평가지표 개발
- 기업 운영 관련 '경영관리', 콘텐츠 제작 관련 '사업관리', 협력사 인권 현황 관련 '협력사관리' 3개의 파트로 구성되는 200여 개 지표 개발

인권 리스크 관리

- 인권영향평가 실시 및 발견된 리스크 개선 활동
- 직장 내 성희롱 및 괴롭힘 구제 절차와 연계한 절차 마련
- 이해관계자 소통 및 인권 인식 교육

인적 자원 확보

전략 및 대응 활동

다양성&포용성 조직문화

CJ ENM은 D&I(Diversity & Inclusion) 가치를 반영하여 공정한 경쟁 속에서 능력과 의지가 있다면 누구나 리더로 성장할 수 있으며, 자기주도적으로 업무에 몰입할 수 있는 조직문화를 갖추고 있습니다. 채용 과정에서부터 나이와 성별, 출신, 경력에 따른 차별을 두지 않으며, 누구에게나 열려있는 기회를 제공합니다. 임직원의 자율과 책임을 존중하고, 일과 삶, 일과 가정의 양립을 포용하는 조직문화를 통해 업무 효율성을 향상시키고 인재가 자유롭게 경쟁하며 성장할 수 있는 문화를 구축합니다.

전체 임직원 현황

구분		단위	2020	2021	2022 3Q
전체 임직원 수		명	3,403	3,366	3,480
연령별	만 30세 미만	명	934	880	854
		%	27.4	26.1	24.5
	만 30세 이상 50세 미만	명	2,392	2,388	2,509
		%	70.3	70.9	72.1
	만 50세 이상	명	77	98	117
		%	2.3	2.9	3.4
고용 형태별	정규직	명	3.387	3.344	3,455
		%	99.5	99.3	99.3
	비정규직	명	16	22	25
		%	0.5	0.7	0.7

인력 다양성 고용 현황

구분	단위	2020	2021	2022 3Q
장애인	명	49	33	21
	%	1.44[1]	1.65[1]	0.60
국가보훈자	명	28	26	25
	%	0.82	0.77[1]	0.72
외국인	명	28	30	29
	%	0.82	0.89	0.83

1) 2020, 2021년 수치 표기 오류에 따른 정정임

여성 임직원 현황

구분	단위	2020	2021	2022 3Q
전체	명	1,839[2]	1,943	2,070
	%[1]	54.0[2]	57.7	59.5
관리직	명	662	749	789
	%[1]	42.9	45.7	47.7
임원직	명	7	7	7
	%[1]	13.7	15.6	13.2
매출 발생 부서	명	579	634	663
	%[1]	54.3	59.1	62.1
신규채용	명	115	352	292
	%[1]	29.9	71.0	72.0

1) 각 비율은 해당 구분별 총원 대비로 산정한 값임
2) 데이터 오기입에 따라 수치 정정함

47.7%
관리직 여성 비율

13.2%
임원직 여성 비율

일과 삶의 균형

역동적이고 유연한 업무 환경 조성과 업무 몰입도 제고를 위해 CJ ENM은 코로나19 이전부터 유연 근무 제도를 운영했습니다. 2022년 유연근무제 참여 비율 100%로 실효성을 입증하고 있습니다. 2022년부터는 임직원의 일과 삶의 균형을 더욱 적극적으로 실현할 수 있도록 선택근무제를 추가 도입, 시행하고 있습니다.

유연근무제도

항목	세부 내용
시차 출퇴근제	임직원 생활 패턴에 따라 출근 시간을 자유롭게 조정할 수 있는 제도
탄력근로제	임직원의 업무 상황에 따라 본인의 근무 시간을 단위 기간 내에서 유연하게 운영할 수 있는 제도
재량근로제	제작 직군에 적용되는 근로기준법상 유연 근무 제도
PC-OFF 시스템	임직원이 설정한 근로 시간이 종료되면 PC 사용이 불가능한 근무 시간 관리 시스템
선택근무제	주 평균 40시간 내에서 임직원이 근무시간을 자율적으로 결정하고 사후에 근무시간을 정산하는 제도

아울러, 임직원이 온전히 휴식에 집중해 업무 몰입도를 높일 수 있는 환경을 지원하기 위해 부문별 특화된 리프레시 제도를 운영 중입니다. 커머스부문은 전사 연간 휴가 달력 '쉴랜다'를 운영해 임직원의 계획적인 리프레시 휴가를 권장하고 있습니다. 또한, 임직원의 일과 삶의 균형을 위해 임직원 본인 뿐 아니라 가족까지 배려한 복지제도를 시행합니다.

주요 복지제도

항목	세부 내용
생활·편리	CJ 주요 계열사 제품 할인, 재해보상보험 등 사회보험 지원, 상조 지원 등
여가·문화생활	숙박 및 해외여행, 티빙 이용권, CGV 영화관람권 등 지원
건강검진	매해 연령별 건강검진 적용, 본인 의료비 지원 외 장애 자녀 양육비 지원 등
그 외	주택대출 유·무이자 지원, 자녀 학자금 지원, 임직원 창의 개발 기회 제공 등

임직원 케어

임직원 소통 프로그램

CJ ENM은 분기별 1회 주기적으로 노사협의회를 운영하여 구성원의 목소리를 경영진에게 직접 전달할 수 있는 창구를 제공합니다. 임직원과의 소통을 활성화하고 다양한 의견을 적극 반영하기 위해 상시적으로 핫라인(Hotline)을 운영하여 온·오프라인으로 구성원들의 목소리에 귀 기울이고 건강하고 발전적인 조직문화를 조성합니다. 엔터테인먼트부문은 토크쇼 형태의 사내 방송 프로그램 '엔톡'을 통해 구성원들과 조직 리더들간의 대화의 장을 제공하고 있습니다.

임직원 상담 프로그램

CJ ENM은 임직원의 고충처리와 업무 몰입도 제고, 삶의 질 향상을 지원하기 위해 심리상담 프로그램(EAP)을 운영하고 있습니다. EAP 서비스는 임직원의 가정, 개인, 직장생활 등의 종합 컨설팅을 지원하며 임직원의 가족까지 상담 대상으로 포함하며 상담 내용을 철저하게 비밀 보장합니다. 2022년 9월 기준 총 500건 이상의 임직원 심리상담이 진행되었고, 개인·가정 주제가 74%, 직장 주제의 상담이 26%로 이루어졌습니다. 엔터테인먼트부문은 2022년부터 사내 노무상담 서비스를 운영하여 고충 상담 창구를 확대하였습니다.

평가 및 보상

공정한 인사 평가 제도

CJ ENM 공정하고 객관적인 평가 프로그램을 통해 급변하는 경영 환경에서 사업 전략 및 유동적인 목표에 민첩하게 대응하고, 철저한 목표 관리와 상호 피드백을 통해 더 높은 성과를 창출할 수 있습니다. 연중 상시적으로 운영하며, 인재들이 최고의 성과를 창출하고 목표를 달성할 수 있도록 지원합니다. 360도 다면 피드백은 본인, 리더, 동료, 유관부서로부터 강점과 보완점을 객관적인 관점에서 진단 받는 제도로, 2022년에는 임직원들에게 다면 피드백 리포트를 제공해 개인 역량 개발에 도움이 될 수 있도록 정보 제공의 폭을 확장·고도화 했습니다. 2023년에는 임직원의 커리어 개발과 일하는 방식 개선에 도움이 되는지 효과성 평가를 실시하여 개선점을 발굴할 예정입니다.

성과 기반의 합리적 보상제도

CJ ENM은 역할 중심의 인사제도 개편을 통해 성과와 역량에 기반한 합리적 보상 제도를 운영합니다. 상시 성과 관리 기반의 개인 연말평가가 진행되며, 연말 평가 등급과 조직성과 개인의 역할 기여도에 따라 기본 연봉 및 인센티브를 책정합니다. 조직 성과는 당해년도 경영목표 달성률을 반영하며, 직군과 무관하게 탁월한 성과를 달성한 경우 파격적 포상으로 적시에 성과를 인정·보상합니다.

500건 이상
임직원 심리상담 진행

임직원 리텐션 프로그램

CJ ENM은 5년, 10년, 15년차 구성원에게 2주간의 자기 계발 연수와 근속 포상금을 지원하는 Creative Week 제도를 운영하고 있습니다. 2022년에는 기존 제도에서 3년, 7년 근속 구간을 추가로 신설하고, 근속 포상금 지원을 확대하여 임직원들의 리프레시를 강화하고 업무 몰입도를 향상하였습니다. 엔터테인먼트부문은 회사와 임직원이 함께 성장하고 성과를 공유하기 위해 임직원 대상 주식보상제도(RSU, 양도제한조건부주식)를 신설하였습니다.

Creative Week

최고 인재 확보

발전적인 목표를 달성하기 위해 CJ ENM은 모든 임직원에게 지속적인 성장의 기회를 제공하며, 적극적으로 역량을 강화할 수 있도록 다양한 교육 프로그램을 개발하여 운영합니다. 임직원에게는 자발적인 학습 기회를 부여하고 경력 개발 프로그램을 통해 그룹 경영철학을 함양하고, 직무와 직급별 전문성 및 리더십 역량 등을 개발하여 미래 리더로 성장할 수 있도록 지원합니다. 특히, 학습자 경험 기반의 학습 플랫폼을 활용해 자기주도적 학습 문화를 조성하며, 다양한 주제의 인사이트 특강, 국내외 컨퍼런스, 사외 교육을 지원하여 임직원 역량 향상을 돕고 있습니다. CJ ENM은 미래 성장 동력으로서 최고 인재를 육성하기 위해 신입과 경력직 수시 및 공개 채용을 통해 우수 인재를 확보합니다. 신입사원은 채용 과정에서 불합리한 차별을 받지 않도록 지원 단계에서부터 블라인드 채용을 실시합니다. 또한, 장애인/국가취업 지원대상자(보훈)에게는 채용 가점제도를 운영하고 있으며, 장애인에게 적합한 직무를 발굴하여 제공하도록 엔터테인먼트부문은 프로그램 모니터링, 커머스부문은 CJ온스타일 앱 상품 기술서 모니터링을 운영하고 있습니다. 2022년에는 시장 트렌드를 선도하는 미래사업 성장 전략과 연계한 포지션 및 직무를 도출하였습니다. 이에 엔터테인먼트부문은 사내 벤처 TF팀, 메타버스 추진팀을 신설하고 관련 전문 인력을 채용하였습니다. 커머스부문은 e커머스 서비스 개발을 위한 IT 전문 인력과 신규 플랫폼 개발을 위한 마케팅 및 상품기획 분야의 전문인력을 채용하였습니다.

17.7시간
직원 1인당 교육 시간

187천원
직원 1인당 교육 비용

채용 및 근속

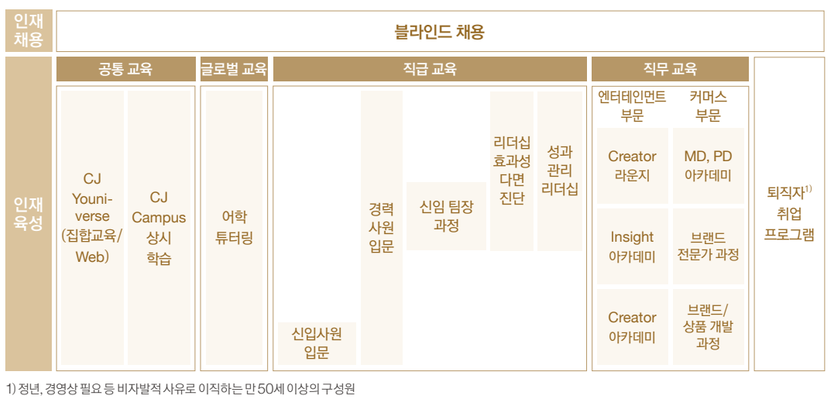
구분		단위	2020	2021	2022 3Q
채용	전체 신규 입사자	명	385	496	414
이직	이직자	명	389	453	285
	자발적 이직자	명	316	343	260
	이직률	%	10.6[1]	13.3[1]	8.5
	자발적 이직률	%	8.6	10.1	7.7
근속	임직원 평균 근속	년	6.4	5.6	5.6
	남성 평균 근속	년	7.2	6.3	6.4
	여성 평균 근속	년	5.7	5.0	5.0

1) 이직률 도출 산식 변경(이직자/직전 연도 총 임직원)으로 수치 값 정정됨

인당 교육 시간 및 교육 비용

구분		단위	2020	2021	2022 3Q
직원 1인당 교육 시간		시간	37.2	24.6	17.7
직군별	일반직군	시간	2022년부터 관리		18.9
	지원직군	시간			6.6
직원 1인당 교육 비용		천원	1,055	810	187
직군별	일반직군	천원	2022년부터 관리		204
	지원직군	천원			29

인재 채용 및 육성 체계도



1) 정년, 경영상 필요 등 비자발적 사유로 이직하는 만 50세 이상의 구성원

인재 육성

신규 입사자 프로그램

온보딩 프로그램은 신규 입사자를 위한 프로그램으로 회사와 사업에 대한 이해와 빠른 적응을 돕기 위해 최대 3년에 걸쳐 진행됩니다. 신규 입사자에게는 최고의 성과를 낼 수 있도록 전문 직무 교육과 현업 주도 멘토링이 제공되며, 워크샵을 통해 우수 인재들의 성장 마인드셋을 강화하고, 새로운 미래를 준비할 수 있도록 지원합니다.

온보딩 교육 프로그램

대상	주요 내용
공통	• 회사/사업 이해, 신입사원 마인드셋 및 기초스킬 학습 • 임직원과의 멘토링 통한 조직 적응 및 비전 수립 • 부서 내 OJT를 통한 일하는 방식 및 업무 스킬 학습 • 입사 1주년 축하 및 돌아보기, 향후 성장 비전 수립 • 회사와 본인의 강점 및 비전 이해, 새 도약 준비
직군	• Creator 마인드셋 및 콘텐츠 제작 기초 스킬 학습 • 신입 MD, PD 필요 역량 이해 및 기초지식 학습

리더십 프로그램

CJ ENM은 리더십 파이프라인에 따른 체계적인 육성체계를 구축하여 각 직무와 직급별로 요구되는 리더십 역량 개발을 지원합니다. ENM 리더십 모델에 기반한 리더십 효과성 다면 진단(Leadership Effectiveness Assessment)을 매년 정기적으로 실시해, 구성원과 상사의 피드백을 통해 리더십 역량을 강화합니다.또한, 성과관리 코치 인증제를 도입하여 단계별 교육 이수 후 사내 인증 코치로 임명하고, 원활하게 성과 관리자의 역할을 수행할 수 있도록 합니다. 구성원의 원활한 소통과 조직 간 협업을 지원하기 위한 다양한 진단 Tool을 통해 조직 개발 프로그램을 수시로 운영합니다.

직무별 역량강화 프로그램

CJ ENM은 업계 전문가를 육성하기 위해 업 특성과 관련한 전문 특화 교육을 진행합니다. 엔터테인먼트부문은 신입 제작 직군을 대상으로 방송 이론 및 실습, 견학 등 차별화된 교육을 제공합니다. 또한 인사이트 제공 및 네트워킹 강화를 위해 2022년에는 글로벌영상마켓 BCWW와 연계하여 Creator Lounge를 개설 및 운영하였습니다. 커머스부문은 브랜드 전문가, 상품/브랜드 개발 과정 외에도 데이터 리터러시, 데이터 사이언스, 데이터 트렌드 등 DT 전문가 육성을 위한 다양한 교육 과정과 임직원이 스스로 개별 학습 니즈에 따라 이용 가능한 'IT/DT 자기주도 학습 플랫폼'을 운영하고 있습니다.

직무별 역량강화 프로그램
Creator Lounge
MD, PD 아카데미

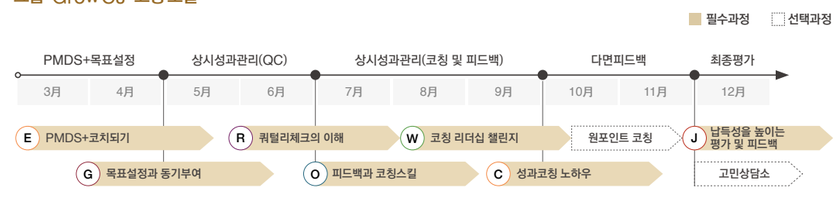
교육 프로그램 효과성 측정

CJ ENM은 직무교육과 직급교육에 대해 교육 이수율 및 프로그램 효과성 측정을 위한 만족도 조사를 실시하고, 해당 교육 성과를 지표화하여 관리합니다.

2022년 효과성 측정 결과

구분	대상	프로그램	교육대상	수료율	만족도 (5점 만점)
직무 교육	엔터테인먼트 부문	Creators 아카데미	정규직	100%	4.87
	커머스부문	브랜드 전문가 교육 과정	정규직	100%	4.64
직급 교육	팀장/경영리더	신임 팀장 교육 과정	정규직	99.2%	4.60
	신입사원	신입사원 입문 교육 과정	정규직	100%	4.86

그룹 'Grow CJ' 코칭 모델[1]



1) 교육 프로그램 설계 및 코치인증제도 도입 통한 리더 역량 강화

안전 및 보건

전략

안전보건 경영 방침

CJ ENM은 '고객의 즐거움을 만드는 모든 분야에서 안전·보건·환경을 경영의 최우선 가치로 하는 안전 문화를 선도한다'는 이념 아래 임직원, 협력사, 사업 파트너와 함께 준수하는 안전보건 경영 방침을 수립했습니다.

안전보건 경영 체계

CJ ENM은 사업장 안전문화 정착을 위해 '인식–개선–예방–대응–확인'으로 이루어진 5단계 안전보건관리 시스템을 운영합니다. 2022년 기준 93억 원의 안전예산을 편성하여 안전지원, 설비 개선 및 전문기관 컨설팅을 통한 시스템 개선 등에 집행했습니다. 특히 상암, 일산, 파주에 위치한 스튜디오에서는 임직원 및 이해관계자의 안전한 작업환경을 위한 시설 공사를 진행하였습니다. CJ ENM은 2023년 국제표준인 안전보건경영시스템(ISO45001) 인증 취득을 목표로 기존 안전보건 경영 체계를 고도화하고 있으며, 콘텐츠 제작 직군의 직업성 질병 예방을 위해 건강 솔루션 프로그램을 준비하고 있습니다.

CJ ENM 안전보건 경영 방침

CJ ENM은 고객의 즐거움을 만드는 모든 분야에서 안전·보건·환경을 경영의 최우선 가치로 하는 안전문화를 선도한다.

1. 안전을 최우선 가치로 한다.
- 안전경영시스템을 구축, 운영하고 모든 임직원은 SHE(안전, 보건, 환경) 경영이행에 최선을 다한다.
- 인프라의 안전 점검 체계를 수립·실행하여 예방 중심의 안전관리를 실천한다.

2. 법이 정한 규정과 절차를 준수한다.
- 법규와 절차를 준수하고 고객·임직원·협력사의 건강과 안전을 최우선으로 한다.
- 임직원 대상의 안전교육 및 훈련을 정기적으로 실시한다.

3. 현장의 RISK를 지속적으로 발굴하여 개선한다.
- 콘텐츠 제작현장의 위험요소를 사전에 확인하고 개선한다.
- 사업장 내 불안전요소를 지속 발굴·개선하여 위험요소를 근원적으로 제거한다.

4. 모든 관계자(협력사, 사업파트너 등)에 SHE(안전, 보건, 환경) 문화를 전파한다.
- 적극적인 소통을 통한 동참을 유도하여 SHE(안전, 보건, 환경) 파트너십을 강화한다.

5. 임직원 및 협력사 구성원의 건강 유지를 위해 최선을 다한다.
- 건강검진 및 추적관리를 통하여 건강 유해요소를 사전에 제거한다.
- 임직원에게 안전하고 건강한 근무 환경을 제공한다.

93억 원
안전보건 예산

거버넌스

산업안전보건위원회 운영

CJ ENM은 임직원과 협력사 근로자, 고객을 포함한 모든 이해관계자의 안전보건을 경영의 최우선 가치로 두고 있습니다. CJ ENM은 근로손실재해건수 ZERO를 목표로 매년 안전 및 보건에 관한 계획을 수립하고 이사회 승인을 받고 있습니다. 대표이사 직속 부서인 안전경영담당은 안전보건 경영 방침을 수립하고 정기·수시 점검, 안전보건 교육 등 다양한 활동을 수행합니다. 또한, 대표이사와 임직원들로 구성된 산업안전보건위원회를 분기마다 실시하여 안전보건과 관련된 주요 사항에 대해 논의하며, 리스크 예방 위한 안전보건 경영을 체계적으로 관리합니다.

ZERO
근로손실 재해건수 목표

안전보건 경영 추진 조직

지표 및 목표

매년 근로손실 재해건수(LTI) **0**건 목표
(대상범위: 임직원)

산업재해 비율 – 임직원

구분	단위	2020	2021	2022 3Q
총 근로시간	시간	8,060,672	7,620,464	7,543,760
	명	3,403	3,101	3,481
근로손실재해 건수(LTI)	건	1[4]	0	0
근로손실재해율 (LTIFR)[1]	–	0.12[4]	0	0
산업재해율	%	0.03[4]	0	0
직업성질환 발생건수	건	0	0	0
직업성질환 발생률(OIFR)[2]	–	0	0	0
강도율[3]	–	0.9[4]	0	0
결근율	%	0.7[4]	0	0

1) 임직원 근로손실재해 발생건수 x 1,000,000/총 근로시간
2) 직업성질환 발생건수 x 1,000,000/총 근로시간
3) (근로손실일수/직원, 계약업체, 하청업체 직원의 총 작업시간) x 1,000
4) 2020년 산재 1건(2022년 7월 인정됨) 반영하여 데이터 재산출한 값임

대응 활동

임직원 공감대 증진

임직원 전사 안전 교육

CJ ENM은 산업안전보건법에 따라 전 임직원 대상 산업안전보건교육과 사내 안전교육을 정기적으로 실시합니다. 특히, 물류센터에서는 화재와 같은 위험상황 발생 시 신속히 대피할 수 있는 행동요령, 금지 행위 인지 등의 비상대응 교육을 진행합니다. 제작 스튜디오는 물질안전보건자료(MSDS) 법적 규제에 따라 화학물질에 대한 위험성과 취급상 주의사항, 응급조치 요령 및 사고 대처방법 등에 대한 교육을 진행합니다. 이외에도 사내 응급 환자 발생 시 신속히 조치할 수 있는 대응 체계를 명확히 확립해 임직원 모두에게 안전한 근로환경을 만들고 있습니다.

LTI **0**

LTIFR **0**

산업안전보건 교육 시간[1]

구분	단위	2020	2021	2022 3Q
직원 1인당 산업안전보건 교육	시간	24	24	18

1) 1년 법적 의무시간 기준

콘텐츠 제작 안전관리 프로세스

CJ ENM은 제작현장 안전관리 체계를 수립하고 철저한 안전관리를 실시해 안전사고를 예방합니다. 더불어 콘텐츠 제작, 스튜디오(커머스/드라마), 공연, 물류센터의 작업 환경별 세부 안전 매뉴얼을 마련하여 안전보건 현황을 상세히 파악하고 위험요인을 체계적으로 관리합니다.

안전관리 담당자 전문교육

CJ ENM은 2022년 상반기 법적 의무 이행과 관리자들의 안전보건관리 전문성 및 역량 강화를 위해 안전보건총괄책임자(6명), 관리감독자(58명), 안전/보건관리자(7명)가 외부 전문기관을 통해 관련된 직무교육을 이수하였습니다.

심폐 소생술 교육

CJ ENM은 2022년 6월부터 임직원, 협력사를 대상으로 비상상황 시 동료와 주변 사람들에게 도움을 줄 수 있는 심폐 소생술 교육을 매월 정기적으로 진행하고 있습니다.

안전보건공단과 MOU 체결

CJ ENM은 2016년 안전보건공단과의 업무협약(MOU)을 체결한 이후 매년 상암사옥 미디어 보드를 통해 안전에 대한 영상을 송출하고, 콘텐츠 제작 분야의 안전 활동을 홍보하고 있습니다. 2022년 7월부터 9월까지 안전보건공단, 서울산업진흥원과 함께 산업안전보건을 주제로 심각한 사회문제로 대두된 산업재해에 대한 사회적 관심을 유도하고, 안전문화 확산을 위해 〈세상을 바꾸는 웹툰 공모전〉을 개최했습니다. 공모전에는 총 35여개의 작품이 제출되었으며, 우수작품으로 ▲세이프 포인트 ▲산재의 신 ▲인생 상영회 ▲K의 오른손 ▲아빠, 다녀오셨어요? ▲여름의 잔흔 등 총 6개 작품이 최종 선정되었습니다.

안전보건활동 수상

CJ ENM은 2022년 7월 산업안전보건강조주간 '안전보건활동 우수사례 발표대회'에 참가하여 방송업계 최초로 '대상'인 노동부 장관상을 수상하였습니다. 이번 수상을 통해 CJ ENM의 우수한 안전보건 관련 안전경영시스템을 확인하고, 세계적으로 인정받는 K-콘텐츠의 제작 현장 안전보건의 중요성을 알리는 계기가 되었습니다.

100%
안전교육 이수율

협력사
안전보건 시스템 구축 지원

협력사 안전보건 관리

CJ ENM은 방송 및 콘텐츠 제작 업계 전반의 안전보건 수준을 향상하고 산업 재해 발생을 예방할 수 있도록 협력사의 안전보건 시스템 구축을 지원합니다. 안전보건 계획서 작성과 위험성 평가 실시 방법에 대한 교육을 지원하고 보호구를 지급하며, 정기적인 안전보건협의체회의와 제작 현장 안전회의를 통해서 임직원 뿐만 아니라 협력사 근로자의 안전보건 관련 의견을 청취, 수렴합니다.

안전보건 복지 제도

사내 부속의원 및 Health Studio

CJ ENM은 임직원과 협력사 근로자 모두 사용할 수 있는 의무실과 사내 부속의원을 운영하고 있습니다. 의무실에는 간호사가 상주하여 응급처치와 일반적 처치를 제공하고, 1차, 2차 연계 병원 안내 및 예약 등 의료 서비스와 함께 검진결과 및 건강 상담 업무 등을 수행합니다. 사내 부속의원에는 전문의가 상주하여 임직원들의 급성 및 만성 질환에 대한 진료와 전문의약품 처방과 주사 처치가 수행되며 외부 상급 의료기관과의 진료협력체계를 통해 진료의 연속성을 유지하고 있습니다. 또한 필요 시 맞춤식 영양수액과 예방접종, 의료 상담 등 근로자의 건강증진을 위한 다각적인 의료 서비스를 제공합니다.

의료보험 및 의료비 지원

CJ ENM은 임직원뿐 아니라 협력사 근로자까지 포함한 제작 인력 대상 상해보험 무상가입을 지원해 제작 현장에서 발생할 수 있는 각종 사고에 대비합니다. 기업단체 상해보험과는 별도로 지원하여 보험금 신청 절차를 간소화하고, 사고위험에 대한 사후관리를 적극 지원합니다. 보상은 일반 상해담보 및 실비 비례보상을 통해 넓은 범위에서 이뤄지도록 합니다. 또한 산업재해보상보험법에 따라 업무상 사고, 업무상 질병, 출퇴근 재해 등 업무상 재해에 대해 신속하고 충분한 보상이 이뤄지도록 합니다. 이 외에도 재직 중 건강유지에 대한 불안감과 발병 시 의료비에 대한 부담감을 낮추어 임직원이 근무에 전념할 수 있도록 의료비 일부를 지원합니다.

임직원 의료비 지원 내용

구분	내용
장애인 자녀 양육비	장애인 자녀의 교육 및 치료 비용 일부 지원
심장병 진료비	임직원 본인 및 자녀의 선천성 심장병 수술비 지원
난임부부 시술비	난임 부부 비용 지원 (공단부담금 초과금액)

쾌적한 근로 환경 조성

CJ ENM은 쾌적하고 건강한 근로 환경을 조성하기 위한 여러 프로그램을 제공합니다. 사내 피트니스 시설에서는 언제든지 전문 PT직원의 지도 아래 자유롭게 운동할 수 있는 환경을 마련했습니다. 휴식이 필요한 경우 숙면을 취할 수 있는 수면실과 마사지 프로그램을 제공하는 헬스키퍼와 같은 서비스를 부담 없이 이용 할 수 있도록 지원 합니다.

위험관리

안전위험성 평가 실시

CJ ENM은 안전보건 체계 구축을 통해 안전 실태를 점검하고 효과적으로 리스크를 예방하고 있습니다. 커머스부문은 산업안전보건법 제36조 위험성평가에 따라 2022년 총 63건의 위험작업을 선정했고, 9건의 고위험 요인을 개선 완료하였습니다. 엔터테인먼트부문은 안전보건 전문기관(대한산업안전협회)와 당사의 안전보건 확보 의무사항 점검을 실시하여 총 13건의 개선 사항을 반영하였습니다. 2022년에는 CJ ENM이 보유한 스튜디오와 드라마 및 방송, 콘서트 등 모든 분야의 제작 현장에서 총 377건의 사전 안전 점검을 실시하여 안전보건 리스크를 예방했습니다.

377건
안전 보건 리스크 예방

안전보건관리 시스템

정보보안 및 개인정보보호

전략

개인정보보호 정책

개인정보 수집은 최소한의 필요한 정보만 수집하며, 동의 범위 외의 제공을 받거나 활용이 발생되지 않도록 철저히 관리합니다. 수집 및 이용 목적을 달성하였거나 개인정보의 보유, 이용 기간 종료 시 지체 없이 개인정보를 파기하여 안전한 개인정보 처리를 위해 힘쓰고 있습니다. 서비스 홈페이지에는 개인정보 처리방침 보호조치를 공개하여 고객들의 인지를 유도하고, 언제든 데이터 처리에 대한 정지·변경·삭제를 요청할 수 있는 창구를 운영해 정보주체의 정보 결정권을 제공하고 있습니다. 또한, 제3자로부터 개인정보를 수집·처리할 경우, 정보주체에게 정보를 제공한 자, 처리 목적, 처리 정지 요구 권리가 있다는 사실을 정보를 제공받은 날로부터 3개월 이내에 통지하도록 규정하고 있으며, 법률에 근거한 제3자 제공이 아닌 경우 정보주체에게 정보를 제공받을 업체, 항목, 사유를 상세히 안내하고 동의를 얻은 범위에 한하여 제공합니다.

정보보호 정책

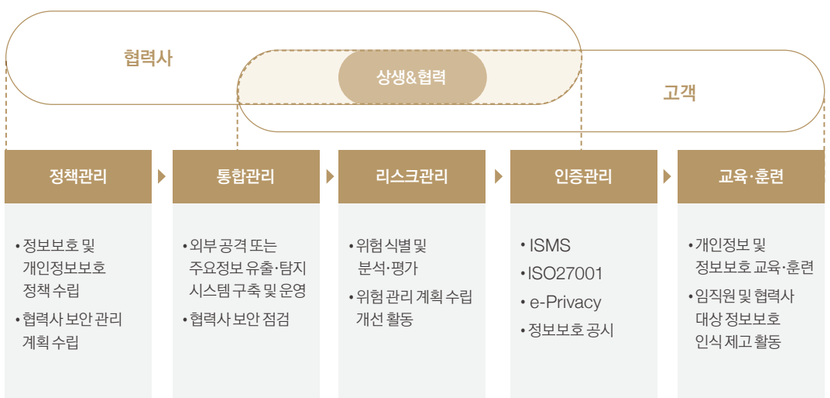
CJ ENM은 중요 정보를 안전하게 보호하고, 외부 공격에 대한 효과적인 대응을 위한 견고한 정보보호 정책을 수립해 운영하고 있습니다. 임직원의 안전한 업무 수행을 위한 임직원 정보 보안 정책과 시스템 안전을 위한 시스템 보호정책을 운영하고 있습니다. 빠르게 변화하는 환경에 적절하게 대응하기 위해 매년 최소 1회 이상 정보보호 정책에 대한 검토를 실시하고 개정하고 있으며, 보안 가이드라인을 정기적으로 업데이트하고 있습니다.

매년 **1**회 이상
정보보호 정책 검토 실시

협력사 보안 관리 정책

CJ ENM 협력사는 업무 착수 전 정보보호 서약서를 작성해야 하며, 사옥 내부에서 업무 수행 시 정보보호 프로그램을 설치해야 합니다. 또한 당사에서 제공하는 시스템 이용 시 사용 가이드를 제공하여 준수하도록 지원하고 있습니다.

정보보호 보안 체계



거버넌스

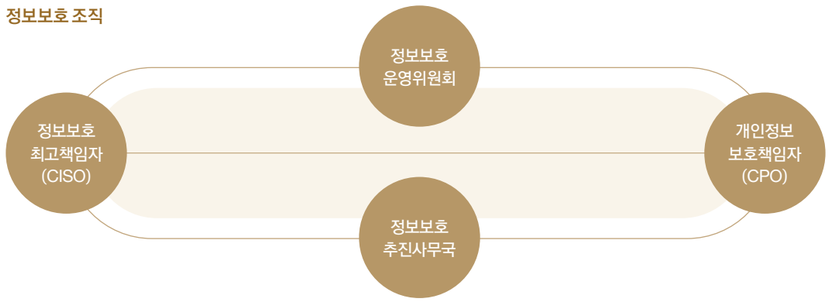
정보보호 운영위원회 운영

CJ ENM은 정보보호 및 개인정보 보호의 책임을 다하고자 대표이사 직속으로 정보보호 최고책임자(CISO), 개인정보 보호책임자(CPO)를 지정해 전사적으로 정보 보호 활동에 대한 종합적인 관리와 감독을 실시합니다. 또한, 주요 이슈와 현안을 심의·의결하는 정보 보호운영위원회와 실무부서 협의체인 정보 보호추진사무국을 운영하고 있습니다. 정보보호 최고책임자(CISO)와 전담조직은 정보 보호 정책을 수립하고 관리체계를 운영합니다. 조직간 긴밀한 협력을 통해 보안 리스크를 식별하고, 분석에 따른 개선 활동을 수행하여 정보 보호 관리를 체계적으로 실시하고, 이슈 발생 시 조직적이고 신속한 대응을 하고 있습니다.

정보보호추진
사무국 운영

0건
2022년 정보 유출건수

정보보호 조직



지표 및 목표

정보보호 경영 목표

CJ ENM은 회사의 경쟁력을 확보하고 정보보호 위험을 관리하고자 정보자산을 보호하는 정보보호 정책을 통해 목표를 선언하고 있습니다.

첫째, ONLYONE 제품, 서비스의 보호와 고객 신뢰를 위해 지속적으로 노력할 것
둘째, 스스로 원칙을 준수하고 기본을 충실히 이행할 것
셋째, 사업 영역별 위험 요인을 지속적으로 식별, 제거, 최소화하는 위험 관리 노력을 철저히 할 것
넷째, 정보통신 서비스 비즈니스 연속성을 확보할 것
다섯째, 글로벌 정보보호 기준에 부합할 수 있는 정보보호 체계를 수립하고 수준을 달성할 것

2022년 전사 정보보안 지표 목표는 정보 유출건수 0건이며, CJ ENM은 창사 이래로 0건의 정보 유출 건수를 기록하고 있습니다. 이와 더불어, 실무 추진 조직 단위로는 정보보안 경쟁력 강화 및 법적 준거성 확보를 위해 세부 목표를 수립해 관리하고 있습니다.

추진 계획

CJ ENM은 외부 공격 및 정보 유출 탐지 시스템에 대한 지속적인 개선을 통해 보다 안전하고 효율적인 시스템을 구축하고자 합니다. 엔터테인먼트부문은 개인정보 보호 관리체계 국제 표준 인증(ISO27701)을 획득하고, 스튜디오 및 콘텐츠 제작 환경에서 중요 자산 보호를 위한 OT(Operation Technology) 보안 체계를 강화하여 산업 보안 활동을 이어 나갈 계획입니다. 커머스부문은 인프라 교체와 외부 공격 패턴 학습을 통한 선제 대응 고도화 외에도 임직원 엔드포인트(Endpoint) 보안 강화를 준비중이며, 당사 시스템 개발 단계의 보안 안전성을 강화할 목적으로 시큐어코딩1) 진단 시스템 도입을 계획하고 있습니다.

1) 시큐어코딩: 인터넷 홈페이지 등 서비스 개발 시, 보안 취약점을 악용한 내외부 공격으로부터 시스템을 안전하게 방어할 수 있도록 프로그램을 구현하는 활동

대응 활동

정보보호 및 개인정보보호 인증

CJ ENM은 사전 리스크 진단을 통한 예방 조치와 보안 수준 점검, 다양한 정보보호 활동을 통해 정보보호 및 개인정보보호 인증 자격을 유지하고 있습니다.

국제 정보보호 관리 체계 인증(ISO27001)

엔터테인먼트부문의 'MWAVE'와 커머스부문의 'CJ온스타일', 'SHOP+'은 국제 표준의 정보보호 경영 시스템 ISO27001 인증을 취득하여 정보보호에 대한 수준을 강화하고 있습니다.

정보보호 관리 체계 인증(ISMS)

2013년 커머스부문의 CJ온스타일 서비스에 대한 인증 취득을 시작으로 매년 회사 홈페이지, 엔터테인먼트부문의 콘텐츠 소개 홈페이지에 대한 인증 갱신 및 자격을 유지하며 ISMS에 부합하는 관리 체계를 구축했습니다.

개인정보보호 우수 웹사이트 인증(e-Privacy)

커머스부문은 정보보호 투자 및 인력 운영에 대한 투명성 제고를 위해 민간 기관 주관의 'e-Privacy' 인증을 2007년 최초 취득하여 지속 유지하고 있습니다.

인증 및 적용 비율

구분	단위	2020	2021	2022 3Q
정보보안 인증 및 적용 비율	%	100	100	100
국제표준 인증 및 적용 비율	%	12.5	25.6	33.3

정보보호 교육

CJ ENM은 정보보호 문화 조성을 위해 임직원 및 협력사를 대상으로 교육, 진단 및 감사, 점검 실시 등 안전한 보안 환경 조성을 위해 노력하고 있습니다. 전 사업장에 걸쳐 정규직과 계약직을 포함한 모든 임직원이 정보보안의 중요성을 인식할 수 있도록 매년 1회 이상 정보보호 교육을 실시합니다. 2022년 기준 1회 1시간의 정보보호 교육이 실시되었으며 총 3,133명의 인원이 수료하였습니다.

위험 관리

정보보안 진단

CJ ENM은 CJ그룹 주관의 정보보안 점검과 내부 및 독립된 외부 감사를 매년 2회 각각 실시합니다. 중장기 정보보호 로드맵을 바탕으로 매년 정보보호 관련 업무 세부 계획을 수립·검토·보완하고, 이를 이행하기 위한 인력 운영과 투자 현황은 정보보호 공시를 통해 공개합니다. 또한, 협력사의 개인정보 관리 실태 확인을 위해 보안 점검을 매년 실시하며, 접근통제, 권한 관리, 암호화 등 보호조치 강화에 대한 가이드를 제공하여 고객과 회사 중요 정보를 안전하게 보호합니다. 커머스부문은 고객 정보 수탁 파트너의 정보 보호 활동 일환으로 커머스부문에서 제공하는 시스템을 통해 업무를 진행하며, 사옥 내 상주 근무 시에 CJ ENM 보안 프로그램을 활용하고 관련 가이드를 준수하도록 지원하고 있습니다.

100%
국내 정보보안 관련 인증 적용 웹사이트 인증 비율

81.6%
정보보호 교육 이수율

매년 2회
정보보안 점검 및 내·외부 감사 실시

리스크 예방

CJ ENM은 사전 점검과 진단 및 훈련을 통해 리스크를 예방하고 사고에 선제적으로 대응하기 위해 개선점을 모색합니다. 365일 24시간 보안관제를 운영하며, 최신 공격 기술 대응을 위한 보안 장비 교체와 보안관제시스템 고도화를 상시 수행합니다. 또한 보안전문업체와 함께 기술적 취약점을 진단하고, 사고 대응 프로세스 점검 및 비상연락망 정비를 수행합니다. 또한 한국침해사고대응팀협의회에 가입하여 침해사고 동향을 파악하고 사고 위협 대응을 위한 사전 노력을 지속합니다. 사고 발생 시에는 사규에 따라 대응 전담팀을 구성, 신속히 매뉴얼에 따라 사고 분석, 통지 및 신고하며, 사고 이후 기록 및 재발 방지 대책을 수립합니다.

모의 해킹 및 모의 훈련

CJ ENM은 운영중인 웹/앱 서비스의 서버 및 네트워크 대상으로 연간 최소 2회 모의 해킹 점검을 실시합니다. 시스템 구성에 대한 문제점과 취약점을 사전에 파악하고 잠재된 보안 리스크를 식별하며, 문제 해결 등 개선조치를 실시하여 실제 공격에 사전 대비가 가능하도록 안전한 서비스 운영을 도모하고 있습니다. 커머스부문은 반기 1회 지능형지속공격(APT)와 DDos 가상 공격을 불시에 진행하여 공격 탐지 및 신고와 초동 대응을 파악하는 방식의 실전형 모의훈련을 실시합니다. 이를 통해 상황 인지 대응 능력과 보고 체계 프로세스를 검토하며 대처가 미흡한 사항에 대해 개선책을 마련합니다.

고객만족 경영

전략

실천 방향성

CJ ENM은 행동강령인 'CJ인의 약속'을 기반으로, 소비자와 시청자 만족을 위한 책임 있는 기업활동을 통해 고객 만족 경영을 실천합니다. 고객에게 제공하는 상품과 서비스, 콘텐츠에 대한 정확한 정보를 전달하고 허위 또는 과장 광고, 잘못된 정보 제공을 방지해 정직한 판매와 올바른 정보 제공을 위해 최선의 노력을 다합니다. 소비자의 시청자의 권리 보호를 위해 콘텐츠·상품 내 명확한 라벨링 표시를 준수하며, 아동 및 청소년 보호를 위해 콘텐츠에 대한 규제 시행과 함께 각국의 법규 준수 여부를 상시 모니터링합니다. 또한, 수어 상담 고객센터, 고객 상담 봇 등 여러 공개 채널을 통해 고객 불만(VOC)을 수렴하며, 고객 피해가 발생했을 경우 피해보상처리기구를 통해 우선 처리 후 진행 상황과 결과를 제공합니다. 홈페이지의 고객 작성 글에 대한 모니터링을 시행하여 부적절하거나 폭력적인 단어의 입력을 사전에 방지합니다. CJ ENM은 이용자 행동강령을 공개하고 있으며, 상품 리뷰, Q&A 등 작성하는 고객의 책임 있는 행동을 유도합니다.

141건
시청자위원회 의견제시 및 시정요구사항

이용자 행동강령

거버넌스

고객경험관리 협의체 운영

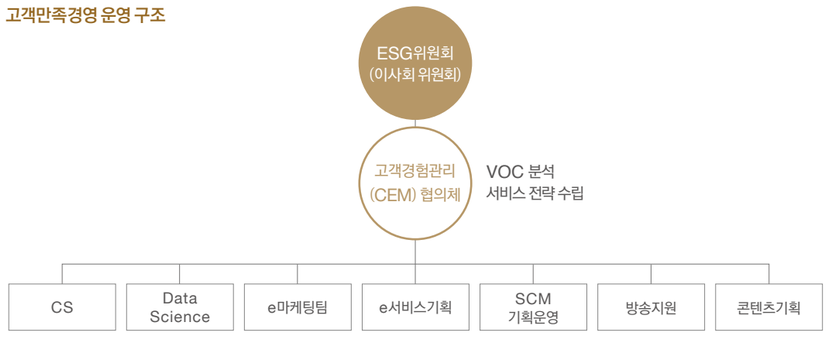
CJ ENM은 고객만족경영을 위해 전사 고객경험관리(CEM)[1] 협의체를 비롯한 소비자중심경영(CCM) 체계를 수립하고, 소비자 권익침해 방지를 위한 시청자위원회를 운영합니다. 커머스부문의 CEM 협의체는 고객 서비스 관련 실무 부서를 중심으로 구성되어 고객들이 경험하는 쇼핑 단계별 데이터를 수집하고 분석하여, 서비스 개선점 및 차별화된 서비스 구현을 위해 노력합니다.

시청자 권익 보호와 방송 질적 향상을 위해 부문별 시청자위원회를 설치해 정기적으로 운영하고 있습니다. 특히 엔터테인먼트부문은 시청자위원회 의무 설치 사업 부문에 속하지 않음에도 불구하고, 보다 공정하게 시청자의 의견을 청취하기 위해 자체적으로 시청자위원회를 설치했습니다. 각계의 시청자를 대표하는 위원들로 구성된 시청자위원회는 투명한 소통을 바탕으로 프로그램 편성을 비롯한 프로그램 개선 관련 건의 사항 등 시청자의 의견을 제시하고, CJ ENM은 피드백을 콘텐츠에 직접 반영하고자 노력합니다. 방송에 대한 이슈가 점차 다양해짐에 따라 시청자위원회 운영에도 새로운 시각을 더하고 있습니다. 특히, 청소년 보호 및 광고 규정 등 매회 강화되는 심의 이슈를 공유하고, 모니터링을 강화하고 있습니다. 시청자 권익보호 위한 활동, 구성 및 실적은 각 부문 홈페이지에 공시합니다.

1) 고객경험관리(CEM, Customer Experience Management) : 재화 혹은 서비스와 관련한 고객 경험을 체계적으로 관리하는 과정

엔터테인먼트부문 시청자위원회

고객만족경영 운영 구조



시청자 위원 선정 규정

대상 조건	각계 시청자를 대표할 수 있는 사람으로서 방송통신위원회 규칙이 정한 단체의 추천을 받아 위촉
업무	• 자체 심의 규정 및 방송 프로그램 내용에 대한 시정 요구 • 시청자 권익 보호 및 침해 구제에 관련된 업무를 추진

시청자위원회 운영 프로세스

모니터링
- 드라마, 예능, 교양 분과로 구분하여 진행
- 매달 마지막 주, 다음 달 신규 프로그램 관련 자료 및 시청률 자료 검토

안건 상정
- 시청자 위원으로부터 받은 '시청 의견 기술서' 내용 상정
- 채널 담당자로부터 '시청 의견 기술서'에 대한 피드백 내용 수령

회의 진행 (커머스부문 매월, 엔터부문 격월)
- 프로그램 CP, PD, 심의 담당자 등 참석
- '시청 의견 기술서' 내용에 대한 의견 개진 및 추가 질의응답

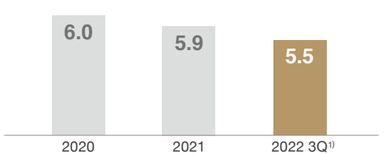
종료 및 내용 공개
- 회의 종료 후 CJ ENM 홈페이지에 회의 내용 공개

지표 및 목표

CJ ENM은 연간 고객 불편 및 불만율(VOC) 목표 수치를 관리합니다. 전사 차원의 고객 불만 개선 활동을 꾸준히 운영한 결과 연간 VOC가 지속적으로 감소하고 있습니다.

고객 불편 및 불만율(VOC)

(단위: %)



1) 연간 목표 수치

대응 활동

소비자중심경영(CCM) 인증

CJ ENM은 2007년 홈쇼핑 업계 최초로 소비자중심경영(CCM) 인증을 획득했습니다. 이후 지속적인 개선 및 고객 만족 경영 추진으로 15년째 인증을 유지하고 있습니다. 또한 소비자중심경영 문화가 확산될 수 있도록 한국소비자원 및 기업소비자전문가 협회와 협약을 체결하여 CCM 인증 제도를 홍보하고, 지원 활동을 진행합니다. 2022년 7월부터는 한국소비자원에서 주관하는 '소비자 불만 해결 협의체' 참여를 통해 소비자 불만 해결을 위해 적극 노력합니다. 또한, CJ ENM은 상품 패키징에 CCM 로고 인쇄 등 다양한 홍보 활동을 함께 진행하고, 인증을 유지하는 협력사에게는 정산 선지급률을 70%까지 지원하는 등 재정적 인센티브를 제공합니다.

100%
2022년 VOC처리율

15년째
소비자중심경영 (CCM) 인증

상품정보 알림 서비스 신설

CJ ENM은 보다 효과적인 VOC 대응을 위해 중복 문의율이 높은 상품 대상으로 상품정보 알림 서비스를 신설했습니다. 해당 상품을 구매한 고객에게는 상품 인수 시점에 맞춰 상품에 대한 정보를 먼저 안내해 드림으로써 고객 만족도를 향상시켰습니다.

기간	주문건수	상품정보알림 서비스	
		건수	VOC율
시행 전 (2021.1~9)	936,810	5,482	0.6%
시행 후 (2022.1~9)	872,096	3,248	0.4%
개선효과	-7.0%	-41.0%	-36.0%

TV 이용권 취소/반품 프로세스 개선

CJ ENM은 고객 센터 및 상품 제공사의 확인을 반드시 거쳐야하는 번거로운 라이브 방송 이용권(숙박권)의 취소/반품 프로세스를 개선했습니다. 복잡한 과정들을 전산화로 전환해 별도 확인 과정 없이 고객이 스스로 취소하고 반품 처리할 수 있도록 개선하여 업무 효율성 제고는 물론 고객의 불편까지 해소했습니다.

위험관리

고객경험 조사 및 경험단 만족도 조사

CJ ENM은 매월 고객 경험 조사와 경험 단계별 만족도 조사를 정기적으로 실시하고, CEM 협의체에 조사 결과를 공유합니다. CEM 협의체 구성원들은 경험 단계별 만족도를 모니터링하고 수집된 고객 의견을 분석하여 서비스 개선 인사이트를 도출합니다. 특히, 2022년에는 쇼핑의 모든 단계에서 고객 경험에 대한 데이터를 수집하고 VOC를 분석할 수 있도록 경험 단계별 만족도 조사 Tool을 자체적으로 개발했습니다.

시청자 정보 프로그램 운영

CJ ENM은 시청자평가 프로그램인 '열린TV CJ온스타일'을 통해 시청자 및 전문가의 다양한 목소리를 수렴하고, 프로그램에 반영하기 위해 노력합니다. 향후 보다 다양한 채널을 통해 시청자 의견을 청취하고 시청자들이 직접 참여하는 쌍방향 프로그램으로 더욱 발전해 나갈 것입니다.

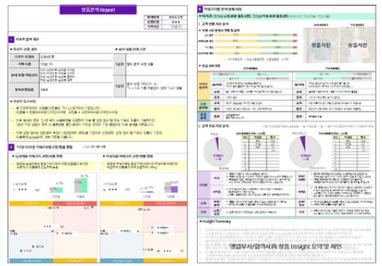
시청자 의견 반영한 콘텐츠 개선

CJ ENM 시청자위원회는 소비자 보호 모니터링을 강화하고 시청자의 의견 및 사회적 영향을 고려하여 콘텐츠 내용을 개선하기 위한 활동을 진행하고 있습니다. 2022년 방영된 프로그램의 한 장면에서 어린 친구들에게 제공된 음식에 대해 시청자위원회가 문제를 제기하였으며, 향후 동일한 문제가 발생하지 않도록 해당 프로그램 제작진과 콘텐츠 내용 개선에 대해 소통하고 아동들에게 더 건강한 음식을 제공할 수 있는 환경을 만들기 위해 노력하기로 했습니다.

고객 피드백 분석

커머스부문은 고객의 쇼핑 만족도를 개선하기 위해 CJ 온스타일에서 판매하는 브랜드 및 상품에 대한 VOC(반품 사유, 리뷰)를 분석하여 '상품분석 VOC 리포트'를 제공합니다. 상품분석 VOC 리포트는 협력사와 영업부서에 공유하여 상품 기획, 소싱, 판매 등에 활용하며, 고객 불편 사항을 개선하고 있습니다. 2022년 9월까지 총 19개의 리포트를 발행하였습니다.

상품분석 VOC 리포트



만족도 조사 Tool 자체 개발
고객 경험 단계별

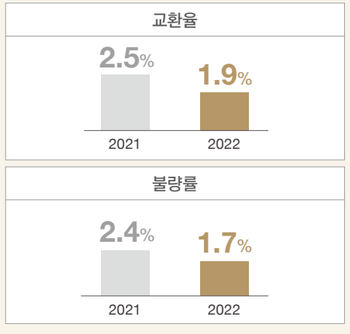
10%
오덴세 제품 품질 개선율

소비자 안전을 위한 상품 개선

'오덴세'는 커머스부문을 대표하는 ONLYONE 상품으로, 다양한 주방용품 및 도자기를 판매하는 브랜드입니다. 상품 특성 상 파손 관련 VOC가 발생하여, 2022년에는 오덴세의 테이블웨어 품질개선을 통해 식기류의 강도 규격을 수립했습니다. 이를 통해 꺾임 강도 및 열팽창계수를 새롭게 관리하고, 강도 저하를 예방 할 수 있었습니다. 또한 협력사로부터 수령하는 품질 협약서에 오덴세 식기류 강도 기준을 추가하여 내부 관리를 강화했습니다.

오덴세 품질 개선 실적

식기류 꺾임 강도 기준 수립 및 적용을 통해 교환율과 품질 불량률 전년 대비 10% 이상 개선합니다.



동반성장

전략

동반성장 철학

CJ ENM은 파트너와의 상생, 공정거래 확립 및 동반성장 문화 확산을 위해 '진정성, 지속성, 실질적 도움'이라는 세 가지 실행원칙을 바탕으로 건전한 산업 생태계를 조성하기 위해 노력합니다.

파트너와의 공정한 역할 분담을 통해 상생할 수 있는 산업 생태계 조성

진정성	지속성	실질적 도움
진정성 있는 협력커뮤니케이션 구축	지속적이고 공정한 Biz 확대 지원	실질적인 동반성장 제도 운영

2022년 커머스부문은 'YESGO' 공표를 통해 동반성장 파트너(협약사)를 위한 세부 방침을 수립했습니다. 'YESGO' for Partner라는 명칭 아래 ESG 지원 제도, 금융지원 제도, 생산성 향상 지원 및 복리후생 지원 등 파트너의 경쟁력을 강화 위한 ESG 경영 지원을 약속했습니다.

공급망 관리 정책

CJ ENM은 지속 성장 가능한 산업 생태계 조성을 위해 파트너들이 안전, 보건, 환경, 윤리 등의 분야에서 법규 및 사회적 책임을 준수할 수 있도록 지원합니다. 2022년 9월 기준 총 117,322개의 개인 및 기업과 협력 관계를 맺고 있으며, 협력사와 관련된 법·윤리적 리스크를 사전 예방하고 사업 동반자로서 상생을 도모하기 위해 공급망 전반에 대한 책임감 있는 공급망 관리를 이행합니다.

협력사 현황

구분		단위	2020	2021	2022 3Q
협력사 관리	전체 협력사 수	개사	104,329	111,945	117,322
	신규등록 협력사 수	개사	8,062	7,638	5,398

파트너가 준수해야하는 필수항목으로 협력사 행동규범/협력사 윤리경영 실천서와 준수 서약서를 징구하여, 사회적 가치의 동반실천과 공급망 내에서 발생 가능한 리스크를 사전 예방합니다. 또한, 지속가능한 공급망 관리를 위해 자가점검이 가능한 ESG 공정거래 체크리스트를 별도로 제공하여 파트너의 ESG 경영 자율 준수 활동을 지원합니다.

협력사 행동규범/협력사 윤리경영 실천서 및 준수 서약서

조항	세부 내용
윤리경영	반부패, 재무투명성, 공정거래, 정보공개, 지식재산권 및 비밀정보보호, 개인정보보호, 글로벌 규제 및 제재 법령 준수
인권 및 노동	자발적 근로 및 강제 노동 금지, 차별 금지 아동·미성년 근로자 보호, 인도적 대우 임금 및 복리후생, 근로시간 준수
보건 및 안전	안전한 근로환경 조성, 비상사태 대비, 산업 재해 및 질병 예방, 육체적 과중 업무 지양, 안전 보건 교육 및 소통 채널
환경보호	환경 법규 준수, 환경 인허가 및 보고, 환경 오염 방지, 에너지 소비와 온실가스 배출, 천연자원 보호와 생물다양성 보존

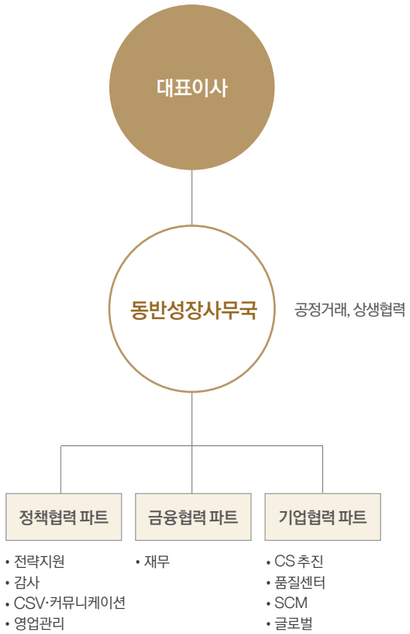
100%
협력사 행동규범 서약 목표

거버넌스

동반성장사무국 운영

동반성장사무국은 대중소기업 간 공정거래 상생 프로그램을 기획 및 운영하여 공정하고 투명한 거래질서를 확립하고 협력사 상생 파트너십을 구축합니다. 정책·금융·기업 파트 별 협력 업무를 통해 동반성장 문화 확산 및 상생협력 선순환 구조 구축에 기여합니다.

동반성장 운영 조직



대응 활동

동반성장 제도

협력사 ESG 지원 사업 협약 체결

CJ ENM은 홈쇼핑 업계 최초로 2022년 7월 동반성장위원회와 '2022 협력사 ESG 지원 사업 협약'을 체결했습니다. 상생협력기금 총 1억 원을 출연하여 중소 파트너의 ESG 대응 역량 제고, 비즈니스 모델, 운영 프로세스 전반에 ESG 경영이 내재화될 수 있도록 동반성장위원회, 외부 컨설팅사와 실용적 지원을 제공하고 있습니다.

동반성장위원회

상생의 생태계 조성 – 오펜

오펜은 신인 창작자 발굴부터 콘텐츠 기획·개발, 제작·편성, 비즈니스 매칭까지 전 과정을 통합적으로 지원하는 신인 창작자 발굴·육성 사업입니다. 콘텐츠 기업이 업계 상생을 도모한다는 취지의 모범적인 문화사회공헌 사업으로, 신인 창작자에게는 데뷔할 수 있는 기회를 제공하며, 업계에는 새롭고 참신한 크리에이터를 공급하여 선순환 구조를 확립하고 있습니다. 다양한 창작자들을 발굴하고 육성하기 위해 2017년 드라마(단막), 영화 부문을 시작으로, 2018년 뮤직(작곡가), 2020년 숏폼, 2022년 시리즈 부문을 신설해 지원 대상을 확대하였습니다. 2022년 9월 기준, 총 200명의 스토리 작가와 73명의 음악 작곡가를 배출하며 건전한 문화 생태계를 조성하는데 기여하고 있습니다.

협력사 ESG 지원 사업
업계 최초 협약 체결

대응 활동

스타트업 지원 – 챌린지! 스타트업

2019년부터 운영해 온 '챌린지! 스타트업'은 제조업 기반 스타트업 지원 상생 프로그램입니다. 서울산업진흥원 '서울창업허브'와 함께 우수한 아이디어와 기술을 보유한 스타트업을 발굴, 신제품 개발부터 판로 개척까지 사업화 전 과정을 지원하여 스타트업 상품의 시장 성공률 극대화에 기여합니다. 2022년에는 PD기능 디자인 멀티탭 벨레 PLUG5, 시간 표시 없는 캐릭터 타이머 마이니 프렌드, 아동 교구 스마트 LED 루빅스 큐브 등 총 10개 제품을 선정하여 상품개발 및 판매를 준비하고 있습니다.

혜택

- CJ온스타일 방송 진출 기회 제공 및 입점 협약 (TV홈쇼핑 및 라이브커머스 방송)
- 최종 선발기업 10개사 대상 총 2억 원 지원
- '1사 1명품' 내 신제품 론칭 선착순 5개사 대상 2천만원 추가 지원(2022년 기준)

파트너 지원 – R&D

커머스부문은 2019년부터 대중소기업농어업협력재단, 한국생산성본부와 함께 '혁신 파트너십 사업'의 일환으로, 중소기업 파트너 중 우수한 10곳을 선발해 연구개발(R&D) 비용을 지원해주는 제도를 운영하고 있습니다. 매년 총 3억 원의 기부금을 출연하며, 파트너의 신제품 개발이나 기존 상품의 품질 개발을 지원합니다. 평가 기준에 개발 제품의 ESG 요소를 함께 검토하여 파트너의 ESG 경영을 지원합니다. 2022년 기준 누적 총 40개 상품에 R&D 컨설팅을 제공해 파트너의 성장 잠재력을 강화하는데 기여합니다.

파트너 지원 – 판로

CJ ENM은 2007년 농촌 기업을 지원하는 사업 '1촌 1명품'을 시작으로, 초기 단계에 있지만 잠재력을 갖고 있는 농가 및 중소기업 등을 발굴해 커머스 생태계에 안착할 수 있도록 지원합니다. '1사 1명품'은 2012년부터 전국 각 지역의 우수 중소기업을 발굴해 수수료를 받지 않고 홈쇼핑 방송에 진출 계기를 만들어주는 등용문 역할을 하고 있습니다. 또한 혁신기술 스타트업 육성프로그램 '챌린지! 스타트업'과 연계해 최종 선발되는 기업에게는 '1사 1명품' 방송기회를 제공합니다. 330여 개의 우수 상품이 수수료 무료방송으로 소개되었으며, 총 누적 방송 2,365시간, 취급고 704억 원 이상 등의 성과를 달성했을 뿐만 아니라, 일부 기업은 타 홈쇼핑 채널까지 진출하기도 했습니다. CJ ENM은 이러한 사업을 통해 밸류체인 별로 연간 100여 명의 임직원 재능 봉사자들과 함께 상품 경쟁력 강화 및 판로 개척을 지원합니다. 우수 중소기업의 성공사례를 사회에 소개하고자 2017~2018년에는 동반 성장 스토리를 담은 영상 제작을 지원했고, 2020년부터는 CJ ENM과 성장해 온 소상공인과 중소기업의 상생스토리 발굴·홍보캠페인 '소중한 이야기'를 통해 상품 지면광고, 기사 및 SNS 홍보를 지원하고 습니다. CJ ENM은 앞으로도 지속적으로 지원 대상을 확대해 협력사의 든든한 성장 파트너가 될 것입니다.

1촌 1명품 프로그램 성과

구분	단위	2020	2021	2022 3Q
제품 수	개	31	42	27
매출액	천원	3,737,446	2,295,015	1,545,268

1사 1명품 프로그램 성과

구분	단위	2020	2021	2022 3Q
제품 수	개	61	78	57
매출액	천원	2.726.546	2.871.243	1,576,400

26개사
챌린지! 스타트업 지원 기업

13개사
챌린지! 스타트업 론칭 제품

파트너 지원 – 기술

파트너의 기술 생산성 향상 지원을 위해 커머스부문은 MOU 인증 기관을 통한 중소 납품업체 품질인증 지원 프로그램을 시행합니다. 2017년 화장품 및 식품 관련 인증기관과의 MOU 체결을 시작으로, 커머스부문은 점검 및 평가 비용을 부담해 인증기관의 중소 제조업체 현장 점검 및 제조·관리 기술 교육을 지원합니다.

파트너 기술지원 성과

구분	단위	2020	2021	2022 3Q
NSF 지원비용	천원	123,000	104,000	70,000
한국식품과학 연구원 지원비용	천원	21,000	15,000	6,000

파트너 지원 – 금융

CJ ENM은 파트너의 안정적인 경영을 위해 파트너 상생펀드인 IBK기업은행 동반 성장 협력대출을 운영합니다. 2012년부터 시작한 파트너 상생펀드는 2022년 기준 600억 원의 규모를 유지하고 있으며, 대출 한도는 20억 원입니다. 2022년 기준 연 평균 40여 개사의 파트너가 펀드를 이용하고 있습니다. 특히 코로나19로 어려움을 겪고 있는 파트너를 대상으로 긴급 사용승인을 제공하여 총 8개사에 약 52억 원의 운용자금을 지원하였습니다. 이 외에도 CJ ENM은 IBK기업은행과 파트너 대상 인하된 금리 혜택을 제공하는 네트워크론 프로그램을 운영합니다. 또한, 동반성장 협약을 맺은 파트너를 대상으로 15일 간격으로 대금을 지급합니다.

협력사 상생펀드

구분	단위	2020	2021	2022 3Q
펀드 규모	천원	60,000,000	60,000,000	60,000,000
이용 기업	개사	58	51	40
실사용 금액	천원	26,600,000	22,800,000	25,870,000

파트너 지원 – 교육

CJ ENM은 산업 특성에 맞춘 다양한 파트너 교육을 제공합니다. 엔터테인먼트부문은 파트너의 ESG 경영 지원과 인적자원 육성을 위해 각 사업부별 협력사 대상 연 2회 진행합니다. '협력사 거래관리 규정'에 근거해 신규 협력사와 교육 대상 협력사를 바탕으로 안전, 윤리, ESG 통합 교육을 진행합니다. 교육은 교육 주제에 따라 담당 부서에서 교육을 진행합니다. 커머스부문은 CJ온스타일 입점 시 진행 프로세스에 대해 파트너들에게 교육을 하고 있으며, 나아가 윤리경영 실천 교육, 안전 교육, 실무 활용도가 높은 교육 프로그램 등 경영 인사이트 함양을 위한 교육을 지원합니다.

파트너 교육 실시 현황

구분	단위	2021	2022 3Q
협력사 수[1]	개사	112	116
진행 시간[1]	시간	168	251

1) 2020년은 코로나19로 인해 교육을 실시하지 않음

또한, 제품 품질 관련하여 공인 인증시험기관과 연계한 시험 비용 및 기술 지원 마련 등 추가적인 지원도 제공합니다. 2022년부터는 협약 기업 대상 ESG 통합지원사업을 통해 관련 교육 및 컨설팅을 지원하고, 중소 파트너에서 ISO14001, 온실가스인벤토리, CCM 등과 같은 ESG 관련 인증제도 취득 희망 시, 비용 지원 및 실무 워크숍을 개최하여 인사이트를 제공합니다.

파트너 교육

구분	내용
안전 교육	• 안전사고현황, 안전규정, 이슈사항 등 전반적 안전관리 교육 • 스튜디오 위험 작업 안전매뉴얼, 물류센터 위험 작업 안전매뉴얼 등 시스템별 안전 교육 • 도급사 대상 의무 안전 교육
윤리 교육	• 상생, 부정청탁금지, 성희롱 예방 등 윤리 의식 교육 • 윤리경영 실천서, 공정거래, 청탁금지 등 윤리경영 실천 교육
ESG 교육	• 환경, 사회적 책임 등 ESG 중요성, 트렌드 등 공감 제고 위한 ESG 교육

251시간
파트너 교육 누적

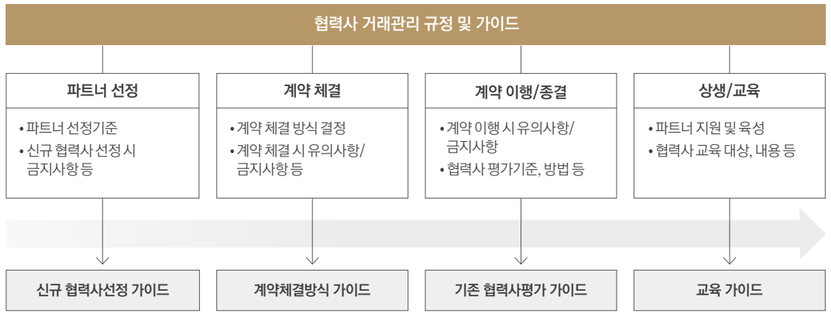
600억 원
파트너 금융 지원

지속가능한 공급망 관리

CJ ENM은 '협력사 거래관리 규정'을 제정하여 협력사와의 거래 관련 기능과 역할을 명시하고, 윤리적 거래를 위한 의무사항을 수립하였습니다. 협력사 거래 관리 규정을 바탕으로 본부 및 사업부 특성에 따라 협력사 선정, 계약체결, 계약 이행/종결, 상생/교육 4개 영역에서 가이드라인을 제정하여 운영합니다. 특히, 엔터테인먼트부문은 협력사 선정 시 친환경 제품 및 서비스와 환경 보호 활동 여부 등을 고려하여 협력사의 친환경성을 검토합니다.

또한 안전의식, 인권 및 윤리의식, 환경의식 등 ESG 경영의 실천도를 점검하고, 협력사 선정 프로세스에 따른 내부 승인을 거친 후 협력사 선정 및 등록이 완료됩니다. 등록된 협력사에는 연 1회 정기적인 평가와 모니터링을 지원하고, 평가 결과에 따라 포상급 지급 등의 인센티브를 부여합니다. 일정 등급 이하의 협력사는 행동규범 준수를 독려하는 등 별도 지원을 추가로 제공합니다. 이와 더불어, 협력사 임직원의 인권 존중 강화를 위해 2023년부터 인권영향 평가를 실시할 예정입니다.

협력사 거래관리 규정 및 가이드



위험관리

통합 제보시스템 운영

CJ ENM은 협력사를 대상으로 고충 사항을 접수하고 처리할 수 있는 채널로 통합제보시스템을 운영합니다. 고충 사항은 익명 또는 실명으로 누구나 제보할 수 있으며, 처리 프로세스에 따라 제보자 보호 정책, 제보자 불이익 조치 금지 및 포상 정책을 적용합니다. 접수된 내용은 담당 부서의 관리 하에 독립적으로 처리하고 있으며, 협력사의 신속한 고충처리를 위한 노력을 기울이고 있습니다. CJ ENM은 그룹 제보 정책에 근거하여, 철저한 보안을 유지합니다.

제보자의 신분이 노출 될 수 있는 탐문 행위를 엄격하게 금지합니다. 또한 제보자 불이익 금지원칙을 기본으로 제보자는 어떠한 차별, 불이익 등을 받지 않으며 모든 데이터는 암호화하여 관리됩니다. 특히 제보자 보호를 위하여 조사 담당자 인원을 최소화하는 등 비밀 유지에 만전을 기하고 있으며, 추가적인 2차 피해 발생을 막기 위한 분리조치 역시 적극적으로 시행합니다. 2022년 1~9월 기준 협력사 제보 접수건수는 5건으로, 모두 처리 완료 되었습니다.

100%
협력사 제보 처리율

지역 사회공헌

전략

사회공헌 철학

CJ ENM은 '기업은 젊은이의 꿈지기가 되어야 한다'라는 사회공헌 철학에 기반하여 업 특성을 반영한 교육지원과 육성사업을 추진합니다.

사회 기여 영역

2022년 주요 성과

연간 일정

1~5월	• 온택트 떡국나눔 및 명절인사 메시지 • 시각장애인 e-book 제작 • 온화(On:話) • 거북이 마라톤(비대면)
6~8월	• 핸즈온 키트 3종 • 시각장애인 e-book 제작 • 추억의 그림봉사 • 한끼나눔 배식 봉사 • 마음나누GO(추석선물, 편지)
9~11월	• 어르신의 행복한 한가위를 위한 선물 만들기 • 장애인지감수성 향상 위한 무비토크 • 햇반 용기 업사이클링 핸즈온 봉사
12월	• 특별한 선물봉사 • 문화꿈지기 응원댓글 • 명절선물 안부 메시지 • 씨앗부터 키워서 동물이 행복한 숲 만들기 • 이웃사랑 김장김치 지원
365일 일상봉사	• 텀블러 사용, 햇반용기 재활용, 이메일 삭제, 헌혈의 집, 헌혈봉사, 잔반 제로, 라벨프리 재활용, 동네·여행지 플로깅

거버넌스

사회공헌위원회 운영

CJ ENM은 체계적이고 진정성 있는 사회공헌 사업 실행을 위해 그룹 사회공헌협의회와 연계한 사회공헌 조직을 운영합니다. 사회공헌 조직은 기부 규모 및 기부처 별 심의 단계를 분리하여 투명한 기부가 이루어질 수 있도록 철저히 모니터링합니다.

연간 50억 원
지역 사회공헌 금액 목표

사회공헌 조직 운영 구조

지표 및 목표

CJ ENM은 전 임직원의 연 1회 봉사활동 참여를 목표로 사회공헌 활동을 활발히 전개하고 있습니다. 앞으로도 CJ ENM은 지역 사회의 기업시민으로서 지속가능한 발전을 위해 우리 사회와 적극적으로 소통하겠습니다.

연간 1회
전 임직원의 봉사활동

1.1시간
직원 1인당 봉사시간

직원 1인당 봉사시간

구분	단위	2020[1]	2021	2022 3Q
직원 1인당 봉사시간	시간	2.4	4.0[2]	1.1
전체 봉사횟수	건	2,441	2,919	1,177
전체 봉사시간	시간	8,137.0	13,475.0	3,875.0

1) 2020년 코로나19로 인한 봉사시간의 일시적 감소임
2) 데이터 오기입에 따라 실제 수치로 정정함

대응 활동

문화 나눔을 위한 글로벌 & 지역사회 캠페인 진행

양질의 교육과 문화 나눔

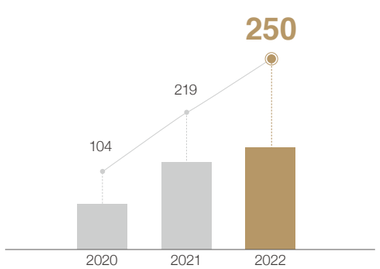
활동목록	• CJ도너스캠프 '청소년 문화동아리' • 드림온에어 • '소녀 교육' 캠페인 • CJ토월극장 객석나눔 • 온화(ON:話) • 슈룹 모금 캠페인 • 수화(手話) 상담 서비스

청소년 꿈나무들을 위한 '청소년 문화동아리'

CJ ENM의 대표 사회공헌 사업인 '청소년 문화동아리'는 청소년들에게 단계별 맞춤형 문화 창작과 체험의 기회를 제공합니다. 청소년 문화동아리에 참가한 청소년들은 문화 창작 교육과 경험을 통해 미래 사회에 필요한 창의를 발현시키고 9개월간의 동아리 활동으로 협동심과 인성을 함양합니다. CJ ENM은 젊은이의 문화 꿈지기로서 문화를 사랑하는 청소년들의 성장과 도전을 응원합니다.

참여동아리 현황

(단위: 개)



2022년 멘토 구성

전공 대학생 봉사단 111명, 부문별 업계 최고 전문가 마스터 멘토 6명, 현업 전문가 멘토 6명, 임직원 멘토 42명

유네스코와 함께하는 '소녀 교육' 캠페인

'소녀 교육(Girl's Education)'은 개발도상국 소녀들을 대상으로 전 세계 소녀들이 교육을 통해 보다 더 나은 삶을 개척하고 긍정적인 사회 구성원이 될 수 있도록 돕는 글로벌 캠페인입니다. CJ ENM은 MAMA, KCON 등 문화 플랫폼을 통해 전 세계의 한류 팬들에게 소녀 교육에 대한 인식을 제고하고, 공감대를 확산시키는 데에 기여하고 있습니다.

tvN '슈룹' 모금 캠페인

조선 왕실 교육 스토리 tvN 드라마 '슈룹'과 CJ도너스캠프, CJ ONE이 함께 2022년 10월 자립 지원 모금 캠페인을 진행했습니다. 모금된 기부금은 비를 막아주는 우산의 옛 말인 '슈룹'의 의미를 담아 만 18세가 되어 곧 아동보호시설을 나와 세상 밖 자립을 준비해야 하는 청년들을 위한 자립 지원금으로 사용됩니다.

방송 꿈나무들을 위한 '드림온에어'

CJ ENM은 직무와 업의 가치, 성장을 위한 올바른 자세, 변화하는 세상에 대해 소개하며 청소년들의 진로 고민 상담자로서의 역할을 다합니다. 특히 방송 산업에 꿈을 갖고 있는 청소년들에게 온라인 특강을 제공하는 '드림온에어'사업을 후원하고 있습니다. 아시아교류협회가 주관하는 드림온에어 사업은 전국 청소년 40명에게 4개월간 총 6회에 걸쳐 방송 분야의 전문가 특강을 제공합니다. 2022년에는 다변화된 방송 트렌드를 반영하기 위해 CJ ENM 소속 방송 심의 교육 강사, TV·모바일 라이브 커머스 전문 쇼호스트, 영상 편집자, 무대감독과 PD, 작가들이 참여했습니다.

세상에서 가장 따뜻한, '온화(ON:話)'

'온화(ON:話)'는 CJ ENM이 지역사회, 대학생 봉사자와 협력하여 노인 인식개선 캠페인을 기획·운영하고, 지역 소상공인의 매장 및 제품을 SNS에 소개하며 따뜻한 이야기 꽃을 피우는 콘텐츠 제작 봉사 활동입니다. 임직원들이 콘텐츠의 완성도를 높이기 위해 영상 제작 전문성을 활용하여 대학생 봉사자들의 멘토로서 활동하고 있습니다. 2022년 7월부터 11월까지 대학생 봉사자와 함께 완성한 영상과 웹툰, 스토리북은 연말 소규모 전시회에서 공개되었고, 전시회를 통해 지역사회 주민들과 소통하였습니다.

지역 사회 복지 증진

활동목록	• 사회복지공동모금회 후원 및 물품기부 • 시각장애인용 e-book 제작 • 어르신을 위한 선물 만들기 • 핸즈온 키트 만들기 • 산학협력 캠페인 • 김장봉사 등

40명 대상
전국 청소년
방송 분야 전문가
특강 제공

지역 사회 나눔 활동

CJ ENM은 지역사회 복지관과의 연계하여 물품 기증, 재난 피해 지원 등 지역 사회에 대한 책임을 다합니다. 2022년에도 지역사회 복지관과 함께 명절 음식 나눔, 김장, 물품 바자회, 임직원 편지 보내기 등 다양한 나눔 활동을 통해 우리 사회에 희망을 전했습니다. 또한, 경북·강원 지역 산불 및 집중 호우와 코로나19 장기화로 인한 피해 수복을 위해 현물을 지원하고 성금을 기탁하였습니다.

대응 활동

방송 콘텐츠의 공익·상생

활동목록	• 모금방송 운영 • 문자 투표 수익금 기부 • 장애인지감수성 향상 위한 무비토크 등

모금 방송 운영

CJ ENM은 전파 영향력이 큰 방송사업자로서 방송과 프로그램을 이용하여 활발한 공익 활동을 펼치고 있습니다. CJ온스타일에서 방영중인 '사랑을 주문하세요'는 전화로 월 정기후원을 신청할 수 있는 모금 방송으로 2004년부터 19년째 방영되고 있습니다. 2022년에는 200회를 맞이하였으며 총 60억 원 규모의 누적 모금액은 미혼모, 저소득 가정 아동청소년 등 취약계층 지원에 사용되고 있습니다.

커머스부문 모금방송 현황

구분	단위	2020	2021	2022 3Q
금액	천 원	224,508	145,198	123,969
기부 수	건	99,746	45,411	54,285

문자 투표 수익금 기부

CJ ENM은 공생하는 문화 생태계를 조성하고 한국 음악 시장 발전에 이바지 하고자 마포문화재단과 업무 협약을 체결했습니다. 업무 협약 추진의 일환으로, 2022년 음악 전문 채널 Mnet을 통해 방영된 '엠카운트다운', '스트릿 댄스 걸스 파이터' 등 인기 프로그램의 문자 투표 수익금을 대중문화 지원 사업 및 인디·원로 뮤지션의 창작 활동을 후원하는 데에 활용하였습니다.

장애인지 감수성 향상 위한 '무비토크'

2022년은 '우리들의 블루스' 등 콘텐츠를 통해 장애인에 대한 관심이 재조명된 한 해였습니다. CJ ENM은 장애에 대한 인식 제고를 위해 임직원과 일반 관객 대상으로 무비토크를 열었습니다. 발달장애인에 대한 성장 이야기를 담은 콘텐츠를 감상하고, 장애인을 가족으로 둔 언어치료사, 한국 최초 정신지체장애인농구단을 운영했던 사회적 기업인, 오펜 스토리텔러, PD 등 임직원이 함께 장애에 대한 현실적인 이야기를 자유롭게 나누는 시간을 가졌습니다. 특히, 프로그램 전후 참가자를 대상으로 '장애인을 대하는 태도', '배리어프리 콘텐츠에 대한 인식' 등의 설문조사를 진행하여 장애에 대해 올바르게 이해하고 잘못된 편견을 해소하는 등 장애인지 감수성을 향상하였음을 확인하였습니다. 앞으로도 CJ ENM은 우리 사회의 다양한 모습을 조명하고 책임감 있는 콘텐츠 제작 확대에 더욱 노력할 것입니다.

60억 원
모금방송 누적 모금액

생물다양성 보전 및 환경 보호

활동목록	• 씨앗부터 키워서 동물이 행복한 숲 만들기 • 유기견 봉사 • 플로깅 • 벽화 그리기 등

동물이 행복한 숲 만들기

CJ ENM은 지역사회 생물 다양성 보전을 목적으로 2022년 12월, 쓰러진 나무를 활용해 화분을 만들고 흙과 씨앗을 담아 임직원들에게 배부하여 약 100일 간 집과 사무실 등에서 길러 다시 공원으로 보내주는 봉사활동을 진행했습니다. 환경을 보호하기 위해 봉사의 시작부터 끝까지 모든 과정의 물품들을 재사용했습니다. 정성껏 길러진 나무는 2023년 봄, 임직원 참여의 나무심기 봉사로 '동물이 행복한 숲' 조성을 위해 함께할 예정입니다.

GOVERNANCE
지배구조

Management Approach

윤리경영 강화

임직원, 협력사 모두 진정성 있는 윤리경영을 실천하고, 공정하고 정직한 기업 문화를 만들어 나갑니다.

2022 Achievement

- 컴플라이언스 경영시스템(ISO37301) 운영
- 부정 행위 제보 시스템 운영 및 뉴스레터 등 윤리 문화 내재화 활동
- 윤리 문화 확산을 위한 임직원 및 협력사 대상 윤리교육
- 협력사 거래 시 사규 및 가이드라인 바탕의 공정 거래

Our Approach

CJ ENM은 공정과 정직을 바탕으로 이해관계자의 진정한 신뢰를 받는 글로벌 No.1 라이프 스타일 크리에이터로 성장해 나가기 위해 노력합니다. 컴플라이언스 체계를 구축해 윤리·준법 문화 확산과 더불어 윤리경영을 내실화하고 있습니다. 모든 이해관계자 대상으로 부정 행위 제보 시스템을 운영하는 등 업무 수행의 원칙과 기준이 되는 정책을 마련하고 윤리경영을 실천합니다.

Value Creation

- 공정한 거래 관행 정착으로 산업 생태계 전반에 윤리적 가치 내재화
- 정보 공개 투명성 통한 기업 신뢰도 제고

정책

행동강령 – CJ인의 약속

'CJ인의 약속'은 CJ경영철학을 구체적으로 실천하기 위해 고객, 주주, 투자가, 동료, 협력사, 지역사회, 글로벌 공동체 등 모든 이해관계자에게 전하는 우리의 약속입니다. 'CJ인의 약속'에 따른 '행동강령 하위 규범'은 임직원들에게 구체적인 업무 방향에 대한 지침과 가이드라인을 제시합니다.

또한 CJ ENM은 업의 특성에 맞춘 세부적인 행동강령 정책 또는 실질적 행동 지침을 수립하여 임직원의 자발적 참여를 유도하며 윤리경영을 강화합니다. 2022년 커머스 부문은 '방송조건협약서 체결 개정 준법가이드', '판촉비 심사지침에 따른 프로모션 준법가이드' 등을, 엔터테인먼트 부문은 '초상권 침해 예방 가이드', '청소년 대중문화예술인의 인권 보장 가이드' 등 공정성과 투명성 강화를 도모하고 지속가능 경영을 실천하기 위한 가이드를 추가 수립하였습니다. 특히, 일원화된 사규 관리 시스템 운영을 바탕으로 사규를 체계적으로 관리하고 접근성을 제고하여 윤리문화 정착을 위해 노력합니다.

행동강령 하위 규범

구분	내용
공정거래 모범 가이드라인	공정거래법제영역에 대한 법령 해석과 사례를 담은 가이드라인
글로벌 개인정보보호 정책	고객 정보를 안전하게 처리하기 위한 세계 각국의 모든 임직원들에게 적용되는 기준 정책
글로벌 경제제재 컴플라이언스 정책	각 국가 또는 국제기구가 수행하는 경제적 제재 준수 정책
글로벌 공정경쟁 정책	사업을 수행하고 있는 모든 국가의 반독점 및 경쟁 정책
글로벌 부패방지 정책	모든 국가와 지역에서의 부정부패 예방 및 관련 법규 정책
청탁금지법 컴플라이언스 가이드	부정청탁 및 금품수수 금지 등 청탁금지법규 준수 가이드
협력사 행동규범 및 협력사 거래관리 규정	협력사와 관련된 법적·윤리적 리스크 사전 예방 및 사업 동반자로서의 상생을 위한 규정 및 가이드라인
협력사 거래 가이드라인	
방송조건협약서 체결 개정 준법가이드	방송조건협약서 체결 시 주의 사항 및 내부 운영 기준 개정에 따른 준법 가이드
판촉비 심사지침에 따른 프로모션 준법가이드	협력사와 프로모션 진행 시 프로세스 준법 가이드
초상권 침해 예방 가이드	프로그램 제작 시 초상권 등 인격권 침해 예방 준법 가이드
청소년 대중문화 예술인의 인권 보장 가이드	아동·청소년 대중문화예술인의 인권 증진을 위한 제도 가이드

"모든 임직원은 장소, 역할, 지위에 관계 없이 준수해야 하는 행동강령인 'CJ인의 약속'과 '행동강령 하위규범'에 따라 존경받는 기업이자 사랑 받는 기업이 되기 위해 노력합니다."

지표 및 목표

경영진 목표

CJ ENM은 대표이사를 포함한 모든 임원을 대상으로 컴플라이언스 활동 목표를 부여하고 핵심성과지표(KPI)를 설정하여 경영진의 책임을 명확히 하고, 실효성과 실행력을 확보하고 있습니다. 계량 가능한 세부 목표를 기반으로 매년 역량평가를 실시하고 특히, 대표이사는 아래 항목에 대해 세심한 평가를 진행합니다.

윤리경영을 위한 경영진 활동 목표

- 대표이사 준법 경영 의지 천명
- 교육 등 윤리 문화 확산 활동
- 리스크 정기 모니터링
- 리스크 평가 등

또한 직원 1인당 윤리경영 교육 연간 1회 이상 실시, 윤리 교육 수료 비율 100% 달성을 목표로 CJ ENM만의 지속적이고 진정성 있는 윤리 문화를 만들고 있습니다.

대응 활동

컴플라이언스 경영시스템

2021년 엔터테인먼트부문은 방송프로그램, 디지털 콘텐츠, 영화, 뮤지컬, 콘서트, 방송채널 운영 등을 포함한 콘텐츠 사업 전 부문에 대한 컴플라이언스 경영시스템(ISO37301) 인증을 취득하였습니다. CJ ENM 엔터테인먼트부문은 매년 임직원으로 구성된 내부심사원의 심사와 외부 기관인 로이드 인증원으로부터 사후 심사를 통해 사전 식별한 전사 의무 및 리스크와 목표, 개선 방안을 검토, 이행하며 준법경영시스템을 고도화하고 있습니다. 2022년 CJ ENM은 7월 내부심사, 9월 사후심사를 통해 부적합 사항이 없음을 확인하고 ISO37301 갱신 인증을 획득했습니다. 개선 권고 사항으로 도출된 6건은 조치 완료하였으며, 앞으로도 변화하는 시대적 환경에 한 발 앞선 높은 수준의 윤리경영을 지속 실천해 나가겠습니다.

100%
윤리교육 이수율 목표

ISO37301
인증 갱신

LRQA CERTIFIED ISO 37301

KAB

컴플라이언스 경영시스템 프로세스

거버넌스

준법경영위원회 운영

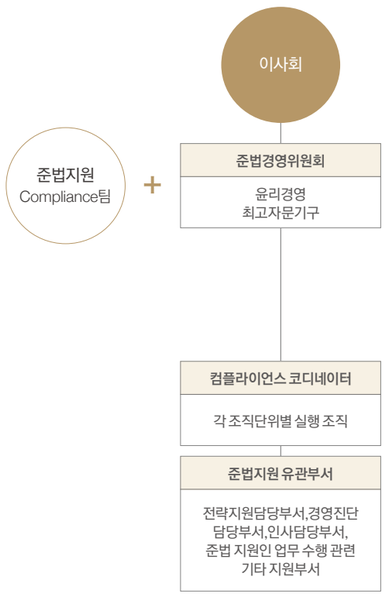
CJ ENM은 모든 경영 활동에 윤리경영 DNA가 내재화될 수 있도록 전사 차원의 컴플라이언스 조직체계를 구축했습니다. 대표이사를 포함하여 최고 경영진으로 구성된 준법경영위원회가 윤리·준법 관련 주요 정책과 회사의 법적 리스크 예방 활동 등의 의안을 심의 및 의결합니다. 각 사업부문·사업부 내 부서장급으로 구성된 총 112명의 컴플라이언스 코디네이터는 준법과 관련된 업무 프로세스 개선 및 윤리 문화 정착 등에 대한 점검을 담당합니다. 또한, 대표이사 직속 편제로 경영진단 담당 조직을 두어 CJ ENM 경영활동 전반의 공정성, 합리성, 효율성을 증진하고 비윤리적이고 비합리적인 요소를 제거하기 위해 노력하고 있습니다. 경영진단 담당 부서는 윤리 관련 이슈 발생 시 진단을 진행하며, 진단 결과는 대표이사 및 주요 경영진으로 구성된 인사위원회에 보고되어 부정 사고자 징계에 활용하고 있습니다.

컴플라이언스 코디네이터

구분	단위	2020	2021	2022 3Q
코디네이터 인원	명	81	119	112

112명
컴플라이언스 코디네이터

윤리/컴플라이언스 조직체계



- 연 1회 이상의 컴플라이언스 경영시스템 경영 검토
- 전사 윤리 리스크 대응 방향, 정책 심의 및 의결
- 윤리경영에 대한 심의 및 의결

- 대표이사 및 주요 임원으로 구성
- 윤리경영/컴플라이언스 관련 주요 안건 심의 (추진계획, 방침, 전년도 준법통제기준 점검결과 보고 및 평가 등)
- 공정거래, 반부패 등 윤리 이슈 감독
- 국내외 규제 환경에 대한 CJ ENM의 영향과 대응, 프로세스 개선 및 리스크 방지 방안 등 논의
- 리스크 발생 예방에 공로가 큰 컴플라이언스 코디네이터 활동 우수자 포상(연 1회)

윤리 교육

CJ ENM은 경영진의 윤리경영 의지를 임직원에게 지속적으로 전파하고, 직무·직군별 차별화된 윤리·준법 교육을 실시합니다. 윤리 교육은 정규직뿐 아니라 기간제 및 단시간 근로자 등을 포함한 계약직, 임직원 및 협력사를 대상으로 세분화하여 운영합니다. 2022년에는 전 임직원 대상 윤리행동강령 교육을 진행하고, 임직원들의 이해도를 제고하기 위해 협력사 거래 과정에서의 준수사항에 대한 교육을 웹툰 형식으로 제작·배포하였습니다. 신입사원 및 경력직을 비롯한 신규 입사자들에게는 컴플라이언스의 이해, 표시광고법 관련 준법가이드를 교육했습니다.

이 외에도 방송제작 및 영업 관련 직무자에게는 지식재산권 교육, 청탁금지법 교육, 대규모유통업법 교육 등 직무 별 업무 수행에 필요한 윤리·준법 교육을 진행하고, 새롭게 선정된 컴플라이언스 코디네이터와 법무 담당자들에게는 컴플라이언스 경영시스템 인증, 내부심사원 교육을 실시하였습니다. 특히, 2022년부터는 파트너인 협력사들을 대상으로 윤리 교육을 연 1회에서 2회로 확대했습니다. CJ ENM은 윤리 정책을 전파하기 위하여 엔터테인먼트 부문 월 1회, 커머스부문 분기 1회 컴플라이언스 뉴스레터를 활용해 정책 및 규제 동향, 입법 동향 등 소식을 지속적으로 알리고 있습니다.

1.0시간
직원 1인당 윤리 교육 시간

84.1%
윤리 교육받은 직원 비율

2022년 윤리 교육 현황

시기	프로그램	교육대상	대상인원	수료인원	수료율
4월	MD, PD 직무 대상 지식재산권 교육	정규직	350명	340명	97.1%
6월	컴플라이언스 코디네이터 및 법무/Compliance팀 구성원 대상 내부심사원 양성과정 교육	정규직	39명	39명	100%
	청탁금지법 교육	정규직/계약직/협력사	1,077명	1,077명	100%
7월	신입사원 대상 'Compliance의 이해' 교육	정규직	37명	37명	100%
8월	엔터테인먼트부문 임직원 윤리행동강령 웹툰 교육	정규직/계약직	2,223명	1,853명	83%
9월	협력사 거래 관련 교육	정규직/계약직	2,211명	1,833명	83%
	MD 직무 대상 대규모유통업법 교육	정규직	287명	283명	98.6%

윤리경영 슬로건 'Compliance Completes Work'

컴플라이언스 문화 확산이란 임직원 스스로가 솔선수범하여 시작될 때 진정한 의미가 있습니다. 2022년 CJ ENM은 준법경영 의식을 제고하기 위해 CJ ENM이 추구하는 컴플라이언스 경영의 목적과 의미를 담은 슬로건을 제안하는 사내 공모전을 개최했습니다. 그 결과, 컴플라이언스가 업무를 완성해주는 처음과 끝이라는 마음가짐이 필요하다는 뜻을 담은 'Compliance Completes Work'가 최종 선정되었습니다.

COMPLIANCE
COMPLETES WORK.

2022 BIS SUMMIT 참여

CJ ENM은 공정하고 청렴한 사회를 만들고, ESG 기반한 반부패 환경 조성을 위해 2022년 UN 글로벌 콤팩트와 한국사회책임투자포럼이 주최하는 '2022 BIS(Business Integrity Society) SUMMIT'에 동참하였습니다. BIS는 글로벌 반부패 공동 프로젝트로 2019년부터 기업 투명성 제고를 위한 방향성 논의 및 반부패 제도 개선 등 다양한 방법과 활동으로 사회의 반부패 노력을 선도하고 있습니다.

위험 관리

통합제보시스템 운영

윤리경영의 올바른 실천에는 작은 의문이나 우려 상황에도 적극적으로 문제를 제기하고 신속하게 해결하는 책임도 포함됩니다. CJ ENM은 임직원과 모든 이해관계자가 접근 할 수 있는 통합제보시스템(익명/실명/외부 플랫폼, 그룹 통합제보시스템)을 운영하고 있습니다. 반부패, 불공정 행위 등 윤리경영 위반 행위를 발견할 시 제보 시스템을 통해 익명 또는 실명으로 신고할 수 있습니다. 신고 접수 시 내부 규정을 엄격히 준수해 신고 내용을 조사하며, 처리 과정에서는 보안을 철저히 유지합니다. CJ ENM은 철저한 보안 준수 및 제보자의 신분을 알기 위한 탐문 행위를 배제하고 있으며, 제보 관련 어떠한 차별이나 불이익을 주지 않도록 제보자 불이익 조치를 엄격히 금지하고 모든 데이터는 암호화하여 관리합니다. 또한 제보자 보호를 위해 조사 담당자 인원을 최소화하는 등 비밀 유지에 만전을 기하고 있으며 추가적인 2차 피해 발생을 막기 위한 분리조치 역시 적극적으로 시행하고 있습니다.

제보유형

- 부정/비리
- 협력사 고충 및 불공정 거래행위
- 조직문화 저해

신고자는 처리 경과와 결과를 제공받을 수 있으며, 조사 결과 윤리경영에 위반되는 행위라고 판단될 경우 해당 임직원은 엄중한 징계 조치를 받습니다. 위반 사항의 경중에 따라 경고, 감봉, 면직, 직무정지, 권고사직 등의 조치가 이루어집니다. 2022년 1월부터 9월 기준 비윤리 제보 접수 건수는 총 35건으로, 35건 전체에 대한 제보는 처리가 완료되었습니다.

100%
윤리 관련 이슈 제보처리율

CJ그룹 통합제보시스템 프로세스

- 제보 접수
  - 제보 증거 및 사실 관계 익명/실명 접수
- 담당자 접수 및 조사 진행
  - 담당자 접수 및 제보내용 보완 요청
  - 발생 사실 여부 확인 및 근거 확보
- 조사결과 확인
  - 통합제보시스템/케이휘슬 홈페이지에서 결과 조회

통합 리스크 관리

전략

통합적 리스크 관리

CJ ENM은 기업 활동 전반에 걸친 리스크를 재무·사업, 2개 영역으로 분류하고, 세부 리스크를 9개 항목으로 나누어 체계적으로 관리합니다. 리스크 항목별로 비즈니스 영향을 검토하며, 관련 규정 및 법규에 대응하기 위한 정책과 계획을 수립하고 추진합니다. 통합 리스크 관리를 강화하고자 조직별 발생 가능한 리스크를 식별, 유형화 하고 있습니다. 유형 별 리스크 통제 방안을 세우고 R&R을 명확히 하며, 전사 리스크를 체계적으로 통합 관리합니다.

거버넌스

통합적 리스크 관리운영

리스크를 사전에 예측하고 효과적 대응을 위해 통합 리스크 관리 운영 체계를 구축하고 운영합니다. 리스크 관리 책임자는 대표이사입니다. 법무/컴플라이언스팀, 경영진단팀, 재무팀, 정보보안팀, 안전경영팀 등 전담 조직은 각 리스크 관련 조사 및 분석 업무 등을 수행합니다. 이와 더불어, 회사의 지속가능한 생존과 성장을 추구하는 제반 경영 활동과 관련한 전사 리스크 안건은 이사회 또는 이사회 산하의 ESG위원회에 심의 및 의결 사항으로 부의합니다.

"통합리스크관리는 지속가능한 기업의 성장과 발전을 위한 필수 시스템입니다."

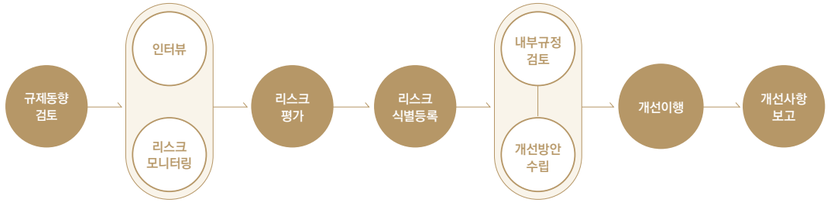
CJ ENM 통합 리스크 분류 및 관리 현황

구분	항목	정의 및 비즈니스 영향
재무	금융 리스크	· 채권, 자금, 외환 등 금융 관련 시장 위기에 따른 환차손, 자본잠식 등 금전적 손실
	투자 리스크	· 예상 대비 투자 성과 미달 시 발생가능한 손실
사업	법률 리스크	· 법·규제 위반으로 인한 금전적 손실(소송비용, 벌금 등) 및 기업 신뢰도 저하
	윤리 리스크	· 불공정거래, 부정경쟁 등 반부패 요소, 청탁금지, 윤리강령 준수 요소, 내부 제보 및 신고자 보호 관련 등 컴플라이언스 요소 포함
	안전/재난 리스크	· 안전 법규 미준수로 인한 대응 비용 증가 및 기업이미지 하락
	인권 리스크	· 재난 및 안전사고로 인한 임직원·협력사 직원의 인명피해 및 생산 능력 저하
	정보보안 리스크	· 고객 개인정보 유출로 인한 법적 분쟁 및 소송 비용 증가, 고객 신뢰도 저하
	기후변화/환경 리스크	· 기후변화 심화로 인한 사업장 파손, 운영비용 상승 등 단기, 장기적인 물리적 피해
	공급망 리스크	· 공급망 불안정 등으로 인한 제품/서비스 유통 차질 · 공급망 지속가능성 관련 위험

대응 활동

리스크 식별 및 중요도 평가

CJ ENM은 통합 리스크 관리 운영 체계 고도화를 위해 매년 전사 차원에서 발생할 수 있는 리스크를 식별하고 평가를 진행합니다. 이를 바탕으로 개선·점검하며, 검토 결과를 연 1회 이사회에 보고합니다. 리스크에 대한 평가는 리스크의 발생 가능성과 영향력을 기준으로 평가 항목을 5점 척도로 운영합니다. 평가 결과는 평가 항목을 종합적으로 고려하여, High, Medium, Low, 수용으로 구분하고 리스크 정도에 따라 개별 통제방안을 관리하고 있습니다.



기업 지배구조

이사회

역할 및 책임

'기업지배구조헌장'에 따라 이사회 중심 책임경영을 통해 투명하고 선진적인 지배구조를 달성하고 주주의 의견을 경영에 충실히 반영하고자 최고 의결기구인 이사회를 운영하고 있습니다. 이사회는 전문 지식과 풍부하고 다양한 경험을 바탕으로 회사의 중요사항을 객관적이고 전문적인 관점에서 내실 있는 심의를 진행하고, 경영진 업무 집행에 대한 모니터링을 수행합니다. 전문성 있는 이사회를 통해 윤리경영과 컴플라이언스를 충실히 실천하며, 지속가능한 가치를 창출하는 기업으로 거듭나고자 합니다.

구성

CJ ENM 이사회는 2022년 9월 기준 3명의 사내이사, 4명의 사외이사, 총 7명으로 구성되어 있습니다. 이사회 의장은 정관에 의거하여 이사회를 통해 결정되며, 이사회 산하의 위원회는 감사위원회, 보상위원회, 사외이사후보 추천위원회, ESG위원회가 있습니다. 전 이사회 구성원은 손해배상 책임보험에 가입되어 있으며, 관련 이사회 구성 및 규정, 정관은 당사 홈페이지에 투명하게 공개하고 있습니다.

7명
이사회구성

이사회 구성 현황(2022년 9월 기준)

직위	성명	성별	임기	학력사항	이력사항	역할
사내이사	강호성	남	2021.3~2024.3	• 서울대학교 법학 학사	• CJ ENM 엔터테인먼트 부문 경영지원총괄 • CJ(주) 경영지원총괄, 법무실장 • 법무법인 광장 파트너변호사 • 이화여대 로스쿨 겸임교수	• 대표이사 • 이사회 의장 • 보상위원회 위원장
	윤상현	남	2022.3~2025.3	• 고려대학교 경영학 학사	• CJ대한통운 경영지원실장 • CJ(주) 경영전략1실장 • CJ제일제당 M&A 담당	• 대표이사
	이승화	남	2021.3~2024.3	• 미국 미시간대 MBA • KAIST 공학 석사 • 연세대학교 기계공학과 학사	• CJ(주) 전략기획팀장 • CJ제일제당 전략기획담당 • CJ프레시웨이·CGV 전략기획담당 • BAIN&COMPANY Manager	• 보상위원회 위원
사외이사	노준형	남	2018.3~2024.3 (2021.3 재선임)	• 아메리칸대 대학원 국제학부 수료 • 서울대학교 법학대학원 석사 • 서울대학교 법학과 학사	• 김앤장 법률사무소 고문 • 서울과학기술대학교 총장 • 정보통신부 장관·차관	• 감사위원회 위원 • 보상위원회 위원 • 사외이사후보추천위원회 위원장
	최중경	남	2020.3~2023.3	• 하와이대학교 경제학 박사 • 서울대학교 경영학과 학사·석사	• 한국공인회계사회 회장 • 고려대학교 행정전문대학원 석좌교수 • 지식경제부 장관	• 감사위원회 위원장 • 보상위원회 위원 • 사외이사후보추천위원회 위원 • ESG위원회 위원
	한상대	남	2020.3~2023.3	• 미국 서던감리교대 법학과 석사 • 고려대학교 법학과 학사·석사	• 한상대법률사무소 대표변호사 • 서울중앙지검 검사장 • 대검찰청 검찰총장	• 감사위원회 위원 • 보상위원회 위원 • 사외이사후보추천위원회 위원 • ESG위원회 위원
	민영	여	2021.3~2024.3	• 미국 텍사스대(Austin) 대학원 저널리즘 박사 • 서울대학교 언론정보학 석사 • 서울대학교 지구과학교육 학사	• 고려대학교 미디어대학원장·미디어학부장 • 한국연구재단 사회과학단 책임전문위원 • 언론중재위원회 중재위원 • 한국기자협회 자문위원	• 감사위원회 위원 • 보상위원회 위원 • 사외이사후보추천위원회 위원 • ESG위원회 위원장

전문성·독립성·다양성 확보

CJ ENM의 이사회는 법률, 회계 및 재무, 경영, 콘텐츠와 유통 산업 등 각계 전문가로 구성되어 있습니다. 또한, 이사회 내 여성 이사 비율은 14.3%입니다. CJ ENM은 사외이사의 전문성 강화를 위해 감사위원회 위원 대상 교육을 주기적으로 실시하며, ESG 등 다양한 교육을 진행합니다.

이사회 다양성 및 전문성 현황

구분	단위	2020	2021	2022 3Q
여성 이사 비율	%	14.3	14.3	14.3
산업 경험 보유 이사(비율)	명(%)	6(85.7)	5(71.4)	5(71.4)
재무 전문가(비율)	명(%)	1(14.2)	1(14.2)	2(28.6)

이사회 내 독립성

구분	단위	2020	2021	2022 3Q
이사회 사외이사 비율	%	57.1	57.1	57.1
겸직 제한 직무 수	개	2	2	2

이사회 보수

이사의 보수는 급여와 상여로 구분됩니다. 상여는 이사회 승인을 받은 임원 규칙에 따라 계량지표(매출, 영업이익 등)와 비계량지표(회사 기여도, 역할과 책임 등) 뿐만 아니라 컴플라이언스 활동 목표와 같은 비재무적 성과가 포함된 KPI를 종합적으로 고려합니다. 사내이사를 포함한 등기이사의 보수 한도는 주주총회에서 결의하며, 그 한도 내에서 이사회 산하의 보상위원회의 승인을 거쳐 최종적으로 결정합니다. 또한, 임원 규칙에 의거 3년 주기로 운영되는 장기 인센티브를 운영하고, 중장기적 성과를 기반으로 보수를 지급합니다. 장기 인센티브는 협의에 따라 일부 주식 보상이 가능 합니다.

14.3%
여성 이사비율

이사 보수 지급 현황[1)]

구분		단위	2022.1~ 3Q 누적
등기이사[2)]	보수 총액	천 원	1,380,000
	1인당 평균보수액	천 원	345,000
사외이사[3)]	보수 총액	천 원	-
	1인당 평균보수액	천 원	-
감사위원회 위원	보수 총액	천 원	227,000
	1인당 평균보수액	천 원	57,000

1) 사내이사: 4명(퇴임 사내이사 포함), 감사위원회 위원: 5명
2) 사외이사 및 감사위원회 위원 제외
3) 감사위원회 위원 제외

이사회 SKILL MATRIX

구분	강호성	윤상현	이승화	노준형	최중경	한상대	민영
경영전반	●	●	●			●	
비즈니스 경영	●	●					
회계·재무				●	●		
법무 및 컴플라이언스	●			●		●	
리스크 관리	●	●		●	●	●	●
IT 보안				●			
산업 경험	●	●	●				●

이사회 운영 현황

구분		단위	2020	2021	2022 3Q
개최 건수		건	13	12	11
보고 및 의결안건수		건	33	39	31
안건별 의견	찬성	건(%)	22(100)	30(100)	22(100)
	반대		0	0	0
	수정		0	0	0
	기권		0	0	0
이사회 참석률		%	94.3[1)]	94.0	92.2

1) 데이터 오기입으로 실제 이사회 참석률로 변경함

92.2%
이사회 참석률

이사회 개최 현황

회차	개최 일자	의안내용	가결 여부	이사총수(출석이사수)
1회차	2022.2.10.	제28기 재무제표 및 영업보고서 승인의 건	가결	7(6)
		주식보상프로그램 도입 승인의 건	가결	
		내부회계관리제도 운영실태 보고	보고	
2회차	2022.2.17.	TVING 재무적 투자자 유치에 관한 중요계약체결의 건	가결	7(6)
3회차	2022.3.14.	제28기 정기주주총회 소집의 건	가결	7(6)
		씨제이라이브시티 대여금 연장의 건	가결	
		'22년 안전보건계획 승인의 건	가결	
		과거 3개년 주주총회 결과 보고	보고	
		내부회계관리제도 운영실태 평가 보고	보고	
		준법통제기준 점검 결과 보고	보고	
4회차	2022.3.21.	(주)KT와의 양해각서 체결의 건	가결	7(6)
5회차	2022.3.24.	물적분할 계획 철회 및 신규 스튜디오 설립의 건	가결	7(6)
6회차	2022.3.29.	대표이사 선임의 건	가결	7(7)
		이사회 내 위원회 위원 선임의 건	가결	
		2분기 대규모내부거래 사전 승인의 건	가결	
		보험대리점 운영을 위한 준수사항 의결의 건	가결	
7회차	2022.5.10.	ESG위원회 규정 개정의 건	가결	7(6)
		기부금 출연의 건	가결	
		보험대리점 지점 폐쇄의 건	가결	
		'22년 1분기 경영실적 보고	보고	
		스튜디오드래곤 일본법인 설립 보고	보고	
8회차	2022.6.22.	3분기 대규모내부거래 사전 승인의 건	가결	7(7)
		Endeavor Content, LLC 차입에 대한 지급보증 승인의 건	가결	
9회차	2022.7.14.	(주)케이티스튜디오지니 지분 취득의 건	가결	7(7)
		임원규칙 변경의 건	가결	
		자회사 합병 관련 사항 보고	보고	
10회차	2022.8.4.	이해관계자와의 거래 승인의 건	가결	7(7)
		'22년 2분기 경영실적 보고	보고	
11회차	2022.9.14.	4분기 대규모내부거래 사전 승인의 건	가결	7(7)
		이해관계자와의 거래 승인의 건	가결	
		'22년 컴플라이언스 경영시스템 경영 검토 보고	보고	

이사회 내 위원회

감사위원회

감사위원회는 위원장을 포함한 모든 위원 전원이 사외이사로 구성된 독립 기구입니다. 감사위원회는 재무 및 회계 전문가로 구성되어 법령 및 정관에 따라 회계 장부와 관계 서류를 열람하고 재무제표, 연결재무상태표 및 동 부속 명세서를 검토하며, 필요하다고 인정되는 경우 대조, 실사, 입회, 조회 등 적절한 감사 절차를 수행합니다. 또한 신뢰할 수 있는 회계 정보의 작성 및 공시를 위해 내부회계관리제도의 운영 실태를 보고받고 이를 검토합니다. 감사위원회의 지원 조직인 감사위원회 사무국은 총 6명으로 구성되어 있습니다. 감사위원회 사무국은 회사의 재무보고, 운영 및 법규 준수를 위한 내부통제 건전성을 객관적으로 확인하고, 그 결과를 감사위원회에 보고합니다.

감사위원회 조직도

감사위원회 현황

구분	단위	2020	2021	2022 3Q
사외이사 비율	%	100	100	100
재무 전문가(비율)	명(%)	2(50.0)	2(50.0)	2(50.0)
산업 전문가(비율)	명(%)	2(50.0)	2(50.0)	2(50.0)
개최 건수	건	6	3	4
보고 및 의결 안건수	건	12	6	5

보상위원회

보상위원회는 임원에 대한 보상 제도 운영의 적정성·공평성 등 보상 정책을 결정하고 심의하는 위원회로, 모든 이사가 참여하고 있습니다. 임원에 대한 보상 제도를 수립하거나 변경 사항을 결정하고, 이사보수 총액의 한도를 검토합니다.

보상위원회 현황

구분	단위	2020	2021	2022 3Q
사외이사 비율	%	57.1	57.1	57.1
개최 건수	건	1	2	1
보고 및 의결 안건수	건	1	3	1

사외이사후보추천위원회

사외이사후보추천위원회는 위원회의 과반수를 사외이사로 구성하도록 하는 상법 및 상법 시행령 등 관련 법령에 의거하여 위원장 이하 모든 구성원이 사외이사인 독립 기구입니다. 위원회는 균형 있는 의사 결정 및 경영 감독이 가능하도록 후보자들의 경력 및 전문 분야를 고려합니다. 이후 상법 및 상법 시행령 등 관련 법령에 제시된 결격 사유에 해당하지 않는지 심사해 최종적으로 주주총회에 추천합니다.

사외이사후보추천위원회 현황

구분	단위	2020	2021	2022 3Q
사외이사 비율	%	100	100	100
개최 건수	건	2	2	0
보고 및 의결 안건수	건	2	2	0

ESG위원회

ESG위원회는 기업의 중장기 지속가능경영 방안 등을 심의·의결합니다. 내부거래 사항의 이해상충 및 공정성, 기후변화 대응, 인권경영을 비롯해 ESG 추진을 통한 기업가치 및 주주가치 제고를 위한 주요 정책 등 비재무적 리스크를 검토하고 ESG 경영의 전반적인 전략 방향을 설정하는 중추적인 역할을 합니다. 위원회는 사내이사 2명과 사외이사 3명으로 구성되며, 2022년 9월까지 개최된 5건의 회의에서는 총 8건의 보고 및 의결 안건이 논의되었습니다.

5건
감사위원회 보고·의결안건

1건
보상위원회 보고·의결안건

8건
ESG 보고·의결안건

주주권익 보호

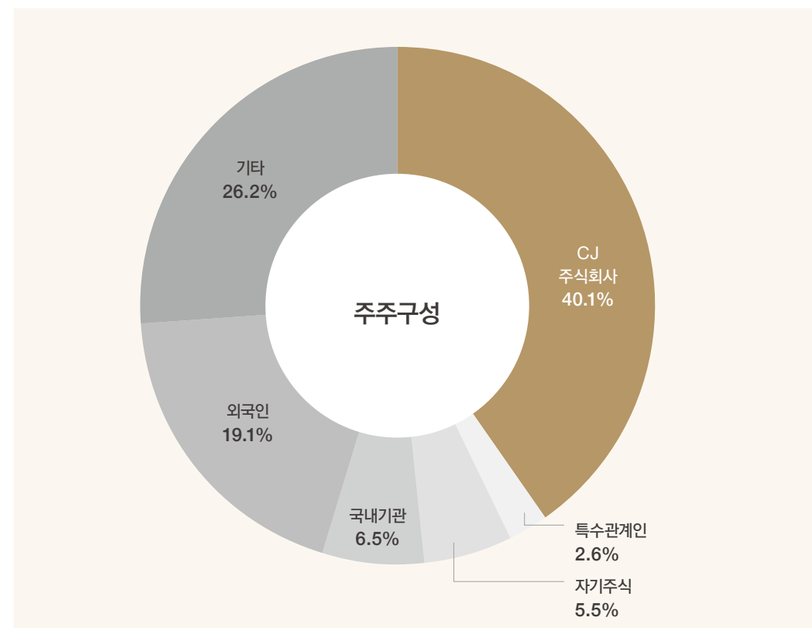
주주권익 보호 및 배당정책

CJ ENM은 주주권 보호 및 정보 비대칭 해소를 위해 최선을 다합니다. ESG위원회를 통해 주주권에 대한 부정적 영향 여부를 심의하고 있으며, 적극적인 주주 의결권 행사를 독려합니다. 주주총회 최소 14일 이전에 일시, 장소, 의안 등을 공시 및 공고 합니다. 상법 제369조에 따른 1주 1의결권, 제368조의4에 따른 전자투표제를 도입하고 있습니다. 또한 전자공시, 홈페이지 공고를 비롯해 영문 공시, 월간 IR Pack, IR 정책 공표 등 적극적이고 공정한 IR을 통해 정보 비대칭을 해소하고 있습니다.

또한, 친화적인 주주환원 정책에 최선을 다하고 있습니다. 주주 배당에 대한 예측 가능성을 높이기 위해 매년 당해 연도의 현금배당 계획을 공시하고 있습니다. 배당총액, 배당성향은 잉여현금흐름과 이익률의 안정성을 반영하여 결정하고 있으며, 사업 성장을 위한 투자활동에 우선 집중하고, 잔여 재원을 주주에게 환원하는 잔여 배당 정책을 유지하고 있습니다. 2022년은 배당성향 20% 이상을 목표하고 있습니다. CJ ENM은 항상 주주 여러분의 의견을 경청하며, 주주가치 제고의 노력을 지속하겠습니다.

20% 이상
2022년 배당성향

주주구성(2022 3Q 기준)



주요주주	보통주식수	지분율(%)
CJ 주식회사	8,787,427	40.1
특수관계인	577,247	2.6
자기주식	1,199,535	5.5
국내기관[1]	1,414,547	6.5
외국인[1]	4,187,784	19.1
기타	5,762,614	26.2

1) 국내 기관 및 외국인 보유 지분은 2022년 3분기 기준 추정치

주요 배당 지표

구분[1]	단위	2019	2020	2021
주당액면가액	원	5,000	5.000	5,000
당기순이익	원	104,247,156,874	56,926,322,621	193,450,175,738
주당순이익	원	4,754	2,596	8,822
현금배당금총액	원	27,487,500,600	33,167,390,400	43,532,199,900
현금배당성향	%	26.4	58.3	22.5
현금배당수익률	%	0.9	1.2	1.5
주당 현금배당금	원	1,400	1,600	2,100

1)연결재무제표 기준

21,929,154

총 발행주식(보통주)

발행 주식 현황(2021.12.31 기준)

구분	단위	보통주	비고
발행 가능 주식 총수	주	50,000,000	-
발행주식의 총수	주	21,929,154	-
자기주식수	주	1,199,535	주식매수청구권, 자사주 교부 등
유통주식수	주	20,729,619	-

APPENDIX

ESG 추진 실적

중대성 평가 120
주요 수상 및 인증 현황 122
글로벌 이니셔티브와 협회 가입 123
UN SDGs 연계활동 124
세무 정책 126

ESG FACT BOOK

재무제표 127
환경 : ENVIRONMENTAL DATA 130
사회 : SOCIAL DATA 134
지배구조 : GOVERNANCE DATA 148
GRI INDEX 150
TCFD INDEX 154
SASB INDEX 155
제3자 검증의견서 156

중대성 평가

중대성 평가 프로세스

CJ ENM은 ESG 리포트 발간에 앞서 중대성 평가를 실시, 지속가능한 ESG 경영을 위해 중점적으로 관리해야 할 핵심 보고 주제(Material Topic)를 도출했습니다. 경영 환경 및 업계 주요 이슈를 파악하고 지속가능경영 관련 국제 가이드라인(GRI Standards), 글로벌 ESG 공시/평가 이니셔티브 기준을 검토해 ESG 이슈 풀을 구성하였고, 이를 바탕으로 이해관계자 및 전문가 그룹의 설문조사, 미디어 분석, 경영전략 연계성 분석 등을 통해 이슈의 영향을 파악했습니다.

STEP 1.
Impact 요소 발굴

ESG 이슈 풀은 핵심 보고 주제를 선정하기 위해 구성된 전체 이슈 목록을 의미합니다. 글로벌 ESG 표준과 공시/평가 이니셔티브(GRI, DJSI, SASB, MSCI 등)에서 요구하는 중점 사항, 경영 환경, 산업 특성, 사업성과를 분석하여 400여 개의 이슈 풀을 도출한 후, 중복 요소 병합, CJ ENM의 사업 지향점과 콘텐츠, 커머스 특성 반영 작업을 통해 최종 19개의 이슈 풀을 구성하였습니다.

STEP 2.
Impact 중대성 평가 실시

Impact 측정 방법론을 통해 이슈별 CJ ENM의 사업 활동이 경제·환경·사회에 미치는 영향을 분석하였습니다.

Impact 중대성 평가 방법론

이해관계자별 의견수렴	여러 ESG 이슈에 대한 이해관계자 각 그룹의 의견 경향성 반영 • 고객, 임직원, 투자가, 협력사, 유관기관, 언론, 지역사회 대상 설문 진행(480명)
Global Initiatives/ 동종업계 분석	ESG 공시, 평가와 관련하여 자본 시장에서 도출된 합의점 반영 • 글로벌 이니셔티브 GRI Standards, TCFD, SASB, ISO26000, UNGC, UN SDGs, KCGS, MSCI, ISS, Sustinvest의 공시 권고사항 및 평가항목 분석 • 동종업계 10개사(엔터테인먼트부문 5개사, 커머스부문 5개사) 및 계열사(3사)의 ESG 주요 토픽 분석
미디어 분석	각종 매체를 통해 전파된 ESG 이슈별 관심도 반영 • 보고기간(2022.1.1~2022.9.30) 내 총 1,620건의 기사 중 경제, 사회, 환경 이슈 분석
ESG전문가 의견수렴	업계 및 학계에서 주목하는 ESG 관련 논의 반영 • 외부 ESG 전문가 및 내부 ESG 담당자 대상 설문 진행(10명) – 영향의 범위, 규모, 교정가능성, 발생가능성 검토
CJ ENM ESG 경영 현황 분석	ESG 경영 실행 과정 상 기업의 고민과 주요 현안 반영 • 주요 경영진 회의 및 ESG위원회 안건, ESG 추진과제 등 검토

STEP 3.
Impact 요소 도출 및 검증

중대성 평가 결과를 기반으로 총 19개의 이슈 중 경제·환경·사회에 미치는 영향이 큰 8개 이슈를 핵심 보고 주제로 선정하고, 최고의사결정기구인 ESG위원회의 최종 검토를 거쳐 ESG 리포트 내에 모든 이슈를 수록하였습니다. 또한, 제3자 검증을 통해 중대성 평가 프로세스 및 결과와 보고 내용 등에 대한 검증을 받았습니다.

중대성 평가 결과

중대성 평가 결과, 인권 존중 및 보호, 자원순환, 윤리경영 강화, 미래 성장동력 확보, 안전 및 보건, 콘텐츠 및 커머스의 선한 영향력 확대, 조직문화 혁신, 탄소 발자국 감소가 2022년 CJ ENM의 ESG경영 핵심 보고 주제로 선정됐습니다. 산업 내 경쟁력과 고객을 위한 사업활동을 비롯하여 인권 존중, 윤리경영 등 ESG 관련 이슈가 핵심 보고 주제로 선정되며 내·외부 이해관계자를 대상으로 한 CJ ENM의 사회적 책임을 재확인할 수 있었습니다. 선정된 8개의 핵심 보고 주제와 관련된 활동과 성과는 2022년 ESG 리포트 전반에 충실히 담겨 있습니다.

영역	2022년 핵심 보고 주제 (Materiality Topic)	GRI Standard 2021	관련 활동	Impact	이해관계자별 영향 및 중요도					보고 페이지
					고객	임직원	투자가	협력사	기타[1]	
환경	탄소 발자국 감소	302-1~5 305-1~7	온실가스 배출 및 에너지 절감 목표 수립, 기후변화 대응 활동 등	+ –	Medium	Low	Medium	Low	Medium	74-79
	자원순환	303-1~5 306-1~5	환경친화적 제작 현장, 친환경 원부자재 사용, 올바른 폐기물 관리 등	+ –	High	Medium	Low	Medium	Medium	74-79
사회	인권 존중 및 보호	2-23	인권경영 체계 정립, 인권 영향 평가, 인권 침해 방지 조치 및 인권 존중문화 확산 등	–	High	High	Medium	Medium	Medium	80-83
	안전 및 보건	403-1~10	안전사고 예방, 제작현장 안전 관리 체계 정립, 신체적·정신적 건강 증진 등	–	Medium	Medium	High	Medium	High	80, 88-91
	조직문화 혁신	401-1~3, 402-1 404-1~3, 405-1~2 406-1, 407-1	자율적/수평적인 조직문화, 일하는 방식의 혁신, 복리후생 등	–	Medium	Low	Medium	Low	Medium	46-47, 80, 84-87
	콘텐츠 및 커머스의 선한 영향력 확대	203-1~2	선한 영향력 및 가치소비를 촉진하는 제품과 서비스 제공, 중소기업과의 상생 등	+	Medium	Medium	Low	Low	Medium	48-63
지배구조	윤리경영 강화	205-1~3 206-1	반부패·공정거래 관리 체계 정립, 윤리 문화 확산, 통합 제보 시스템 구축 등	+ –	High	High	Medium	High	Medium	107-111, 149
경제	미래 성장동력 확보	201-1~4 202-1~2	콘텐츠·상품 경쟁력 강화, 글로벌 시장 개척, 역량 개발과 혁신을 위한 신사업 발굴 등	+ –	Low	High	High	Medium	Medium	66-73

1) 기타: 유관기관, 언론, 지역사회 등

High Impact Medium Impact Low Impact

주요 수상 및 인증 현황

주요 수상

수상명	수상 기관	일시
'2022 대한민국 콘텐츠 대상' - 방송영상산업발전유공 부문 수상 (대통령 표창, 국무총리상)	문화관광체육부	2022.12
'케이블TV 방송대상' 방송채널사용사업자(PP) 작품상 2개 부문 수상 • (예능·오락부문 수상작) 〈어쩌다 사장〉 • (특별상) 〈사피엔스 스튜디오〉	한국케이블TV방송협회	2022.11
2022년 국가고객만족도(NCSI)조사 TV홈쇼핑 부문 1위 / 한국소비자보호지수(KCPI) 1위 (CJ온스타일)	한국생산성본부	2022.11
수해복구 '구민영웅' 표창패 수상	서초구청	2022.9
〈세브란스: 단절〉-'제74회 에미상 시상식' 최우수 메인 타이틀 디자인상, 시리즈 부문 최우수 음악 작곡상 수상	미국 TV예술·과학아카데미	2022.9
'2022 K-ESG 경영대상' 수상	동아일보	2022.7
'방송통신위원회 방송대상' 한류확산 및 제작역량우수상 수상 • (우수상:한류확산) tvN 〈갯마을 차차차〉 • (특별상:제작역량우수상) Onstyle 채널	방송통신위원회	2022.6
'2022 국내 100대 ESG 경영 우수기업' 선정	한국경영인증원	2022.6
〈MJ〉-'제75회 토니어워즈' 남우주연상, 안무상, 조명 디자인상, 음향 디자인상 수상	아메리칸 시어터 윙	2022.6
'제 76회 칸 국제영화제' 2개 부문 수상 • (감독상) 〈헤어질 결심〉 • (남우주연상) 〈브로커〉	Festival de Cannes	2022.5
'IF 디자인 어워드 2022' UI부문 본상 수상 (CJ온스타일)	독일 국제포럼디자인	2022.4
'2021 한국 IR 대상' 최우수상	한국IR협의회, 한국거래소	2021.10
'한국케이블TV방송협회 케이블TV 방송대상' 4개 부문 수상 • (드라마 부문 대상) 〈경이로운 소문〉 • (문화예술교양 부문 대상) 〈월간 커넥트〉 • (어린이 부문 대상) 〈신비아파트 고스트볼 더블X〉 • (VOD 부문 대상) 〈사랑의 불시착〉	한국케이블TV방송협회	2021.10
'방송통신위원회 방송대상' 대상 및 우수상(사회,문화 발전) 수상 • (대상) 〈사랑의 불시착〉 • (우수상) 〈유 퀴즈 온 더 블럭〉	방송통신위원회	2021.9
tvN D 〈밀어서 무장해제〉-'디지털 광고 - 캠페인' Winner 수상	한국디지털기업협회	2021.1
소비자중심경영 공정거래위원장 표창(명예의 전당)	공정거래위원회	2020.12
'2020 대한민국 콘텐츠 대상'-방송영상산업발전유공 부문 수상(대통령표창)	문화체육관광부	2020.12
과천시 노인복지증진 우수기업 표창장	과천시	2020.12
서초구 우수 기부기업 감사패	서초구청	2020.12
'자상한 기업' 선정(자발적 상생협력 기업)	중소벤처기업부	2020.12
2020 친환경기술진흥 및 소비촉진 유공 정부 포상(환경부 장관상)	환경부	2020.11
〈유 퀴즈 온 더 블럭〉-'이달의 좋은 프로그램' 수상	방송통신심의위원회	2020.11
〈호텔 델루나〉-'방송통신위원회 방송대상' 우수상(한류 확산) 수상	방송통신위원회	2020.9
대한민국 소비문화대상-소비자권익보호 부문	(사)한국소비문화학회	2020.9
사이버 위기대응 모의훈련 우수기업 선정(상위 5개 우수기업 선정) - 커머스부문	과학기술정보통신부·한국인터넷진흥원	2020.6
〈기생충〉-'제 92회 아카데미상' 작품상, 감독상, 각본상, 국제장편영화상 수상	영화예술과학 아카데미	2020.2
〈기생충〉-'제 73회 영국 아카데미 영화상' 각본상, 외국어영화상 수상	영국 영화 텔레비전 예술 아카데미	2020.2
〈신비아파트 AR TCG〉-대한민국 토이어워드 대상 수상(산업통상자원부장관상)	한국완구협회	2020.2

글로벌 이니셔티브와 협회 가입

유엔글로벌콤팩트(UNGC)

United Nations Global Compact

유엔글로벌콤팩트(UN Global Compact)는 인권, 노동, 환경, 반부패 분야의 10대 원칙을 기업의 운영과 활동에 내재화하고 실질적 실천 방안을 제시하는 세계 최대 자발적 기업시민 이니셔티브입니다. CJ ENM은 국내 대표 종합 엔터테인먼트 기업으로 비즈니스 모델 전반에서 유엔글로벌콤팩트 이행 및 의식 함양을 위해 노력했습니다. CJ ENM은 더 많은 활동을 통해 번영하고 번성하는 사회를 만드는 데 기여하겠습니다.

유엔글로벌콤팩트 10대 원칙

구분		10대 원칙
인권 Human Rights	원칙1	국제적으로 선언된 인권보호를 지지하고 존중한다.
	원칙2	인권 침해에 연루되지 않도록 적극 노력한다.
노동규칙 Labor Standards	원칙3	결사의 자유 및 단체교섭권의 실질적인 인정을 지지한다.
	원칙4	모든 형태의 강제노동을 배제한다.
	원칙5	아동노동을 효율적으로 철폐한다.
	원칙6	고용 및 업무에서 차별을 철폐한다.
환경 Environment	원칙7	환경문제에 대한 예방적 접근을 지지한다.
	원칙8	환경적 책임을 증진하는 조치를 수행한다.
	원칙9	환경 친화적 기술의 개발과 확산을 촉진한다.
반부패 Anti-Corruption	원칙10	부당취득 및 뇌물 등을 포함하는 모든 형태의 부패에 반대한다.

협회 가입

한국엠씨엔협회 | 한국케이블TV방송협회 | 한국방송채널진흥협회 | 한국온라인쇼핑협회 | 디지털혁신정책포럼 | 한국TV홈쇼핑협회

인증 현황

정보보호관리체계 (ISMS-P)	개인정보보호 (ePRIVACY)	제정보보호경영시스템 (ISO27001)	컴플라이언스 경영시스템 (ISO37301)	비즈니스연속성경영시스템 (ISO22301)
커머스부문 2020.5.2~2023.5.26 엔터테인먼트부문 2022.5.4~2024.5.3		커머스부문 2020.10.22~2024.10.21 엔터테인먼트부문 2022.3.23~2024.3.2		

UN SDGs 연계 활동

CJ ENM 이해관계자별 주요 SDGs Mapping

이해관계자 구분	SDGs																
	1 NO POVERTY	2 ZERO HUNGER	3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING	4 QUALITY EDUCATION	5 GENDER EQUALITY	6 CLEAN WATER AND SANITATION	7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY	8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE	10 REDUCED INEQUALITIES	11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES	12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION	13 CLIMATE ACTION	14 LIFE BELOW WATER	15 LIFE ON LAND	16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS	17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS
주주/투자가			●					●	●							●	●
고객	●	●	●		●		●		●		●	●	●	●	●	●	
협력사	●	●	●	●	●			●	●			●				●	
임직원			●	●	●			●	●		●	●				●	
지역사회/NGO	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●
정부/언론/국제기구	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●	●

2022년 주요 활동

항목	대응 활동
1 NO POVERTY	**1 NO POVERTY** • 지역 복지관과 연계한 물품 후원과 성금 기탁, 국가적 재난재해 구호 활동 • 어르신을 위한 키트 증정, 응원 메시지 전달 등 나눔 활동
2 ZERO HUNGER	**2 ZERO HUNGER** • 명절 음식 및 김장 나눔 등 취약 계층의 건강에 기여하기 위한 임직원 나눔 활동과 봉사활동
3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING	**3 GOOD HEALTH AND WELL-BEING** • 소방대피훈련, 정기안전보건교육 등 산업안전보건법에 따른 임직원을 대상으로 한 안전보건교육의 정기적 실시 • 임직원과 임직원 가족 대상의 외부 전문 업체를 통한 심리상담 프로그램(EAP) 제공 • 임직원 보건관리를 위한 전문의가 상주 진료하는 사내 부속의원 및 의료 서비스를 제공하는 의무실(Health Studio) 운영
4 QUALITY EDUCATION	**4 QUALITY EDUCATION** • 신인 창작자를 발굴하고 콘텐츠 기획·개발, 제작·편성, 비즈매칭까지 전 과정을 통합적으로 지원하는 〈오펜〉 • 파트너의 Biz & ESG 경쟁력 강화를 위해 ESG 교육 및 역량 강화를 지원하는 'YESGO for Partner'공표 • 청소년 문화 및 진로 지원 프로그램 〈청소년 문화동아리〉, 〈드림온에어〉, 〈소녀 교육〉 • 청소년 정보화 교육 지원 프로그램 초중고 전자신문 보내기 캠페인 진행
5 GENDER EQUALITY	**5 GENDER EQUALITY** • 성별에 따른 차별을 두지 않는 채용 및 보수 정책 • 다양성 확보를 위한 이사회 내 여성 이사 일정 비율 유지 • 출산과 양육 지원, 유연근무제도 등 가족친화 제도를 모범적으로 운영하는 기업에 부여되는 가족친화기업 인증 획득 및 유지
6 CLEAN WATER AND SANITATION	**6 CLEAN WATER AND SANITATION** • 깨끗하고 안전한 용수를 위한 용수 사용 최소화 및 재사용 확대
7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY	**7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY** • 통근 버스 지원 및 전기차 충전기 설치 등 에너지 효율 강화를 위한 친환경 인프라 구축 • 설계 단계부터 LED, 조명 자동제어시스템 등 에너지 절감 요소를 반영한 'CJ ENM 스튜디오 센터', 'VP Stage', 'XR 스튜디오'
8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH	**8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH** • 미래 성장동력으로서 육성할 수 있는 양질의 인재 신규 채용 및 업계 최고 우수 인재의 영입과 육성 • 협력사에 R&D, 인센티브, 상생펀드 등 다양한 제도를 지원하는 협력사 지원 사업 'YESGO for Partner' • 객관적인 평가와 인정을 통한 최고의 성과 창출 및 개개인의 성장 목표 달성을 위한 상시 성과관리와 보상 제도 구축 • 우수한 중소기업과 소상공인을 발굴하여 판로 개척을 지원하는 상생 사업 〈1사 1명품〉
9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE	**9 INDUSTRY INNOVATION AND INFRASTRUCTURE** • 친환경 경영을 위한 인프라 및 개발 투자 확대와 지속가능한 경영을 위한 ESG경영 전략 체계 구축 • 멀티 스튜디오 시스템을 통한 IP 경쟁력 확보 및 K-콘텐츠의 글로벌 시장 영향력 확대 • 커머스 핵심 카테고리 강화를 통한 포트폴리오 확장 및 원플랫폼 쇼핑 전략 추진
10 REDUCED INEQUALITIES	**10 REDUCED INEQUALITIES** • TV 홈쇼핑과 온라인 쇼핑몰 업계 최초로 시각 장애인을 위한 '수어상담서비스' 제공 • 소외계층의 문화 향유 기회를 제공하고, 시·청각 장애인의 영화관람 환경 개선을 위한 배리어프리 콘텐츠 제작 및 상영 • 소외계층 아동청소년들의 문화공연 체험을 위한 객석 나눔 프로그램 〈CJ토월극장 객석나눔〉
11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES	**11 SUSTAINABLE CITIES AND COMMUNITIES** • 우수 농수축산물을 발굴하여 농촌기업의 판로 개척을 지원하는 상생 사업 〈1촌 1명품〉 • 케이콘(KCON)과 연계한 중소기업 수출 상담 및 판로개척 지원
12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION	**12 RESPONSIBLE CONSUMPTION AND PRODUCTION** • 지속가능한 경영 강화를 위한 주기적인 ESG Report 발간 • '접착식 테이프리스 박스'와 '에코 테이프리스 박스' 등 친환경 포장재 도입 및 바이오매스 원료를 사용한 '오덴세 리유저블컵', 에임스 전기스쿠터 〈LEO〉 출시 • 콘텐츠의 선한 영향력 지표(G.I.C. Index) 연구 및 선한 영향력을 가진 콘텐츠의 생산 • 시청자가 자유롭게 CJ ENM 방송 프로그램을 모니터링하고 능동적으로 참여할 수 있는 환경 조성을 위한 자체적인 옴부즈맨 프로그램 운영 • 모금 방송과 문자 투표 수익금을 활용한 공익 활동 진행 및 장애인지 감수성 향상을 위한 〈무비토크〉 진행
13 CLIMATE ACTION	**13 CLIMATE ACTION** • 업계 최초로 비닐(플라스틱), 부직포, 스티로폼을 사용하지 않는 3무(無) 포장재 도입의 단계적 추진 및 3R(Reduce, Redesign, Reuse) 정책 수립 • 자원순환사회 구현을 위한 환경부와 '운송 포장재 감량을 위한 자발적 협약' 체결 및 분리 배출 안내 문구 부착 • 환경부 주관 '다회용 친환경 포장재 시범 사업' 참여를 통한 다회용 포장재 확산 시스템 구축 및 인식 개선 노력 • 자원 낭비 방지를 위해 협력사에 최적의 포장 규격과 패키징 가이드를 공유하는 캠페인 〈에코 패키징 투게더〉 • 일상 속의 환경 문화 전파를 위해 개최한 최초의 인포테인먼트 환경 컨퍼런스 〈환경 읽어드립니다〉 시리즈 제공
15 LIFE ON LAND	**15 LIFE ON LAND** • 'CJ ENM 스튜디오 센터' 인근 자연 녹지 보존 활동 및 동물 쉼터 설치를 통한 야생동물종 보호 • 서울숲 생태계 지키기, 유기견 봉사, 플로깅, 벽화 그리기 등 임직원과 함께 하는 다양한 환경 보호 활동 진행
16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS	**16 PEACE, JUSTICE AND STRONG INSTITUTIONS** • 체계적인 준법 경영 시스템 구축을 통한 컴플라이언스 경영시스템(ISO37301) 운영 • 전문적인 이사회 구성과 독립적인 운영
17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS	**17 PARTNERSHIPS FOR THE GOALS** • 지속가능발전목표 달성을 위해 유엔글로벌콤팩트(UNGC)를 비롯한 글로벌 이니셔티브 및 국내외 협회 가입

세무 정책

세무 관리

세무 정책

CJ ENM은 CJ그룹 행동원칙 중 하나인 '정직'에 기반하여 세법 및 관련 법규를 준수하며, 성실히 세금을 신고 및 납부하여 세무 당국과 투명한 관계를 유지합니다.

OECD의 BEPS(Base Erosion and Profit Shifting, 소득이전을 통한 세원잠식) 이행 계획에 따라 본사와 자회사 사이의 특수관계자간 국제 거래는 정상가격으로 체결하며, 각 국가의 세법 및 국가간 조세조약을 준수합니다.

또한 이를 기반으로 해외계열사와의 거래금액이 법에서 정한 일정 기준을 초과하는 경우 국제거래정보통합보고서를 세무당국에 제출하고 있습니다.

조세 회피 목적의 조세 피난처 사용 및 실효 세율이 낮은 국가로의 거래 이전을 금지하며, 내부 회계 통제 시스템으로 모든 거래 행위를 모니터링하여 조세의 투명성을 확보하고 있습니다.

세무 관리 운영체계

CJ ENM은 회계기준(K-IFRS), 세법, 공정거래법 등 법규와 제도를 검토·준수하며, 세무 리스크를 사전에 파악하기 위해 세무 담당 조직인 재무팀을 별도로 운영하고 있습니다.

또한, 외부 세무 전문가로부터 상시 자문을 받으며 중요한 인수 합병, 구조 변경과 같이 중요성이 높은 세무 이슈에 대해서는 과세 당국에 사전 질의를 통해 유권 해석을 받아 업무를 진행합니다.

이외에도 내부회계관리제도 내에 조세와 관련된 통제 항목을 포함하고 있으며, 통제 절차 및 보고체계를 주기적으로 점검하고 있습니다.

재무제표

연결재무상태표

구분	단위	2020	2021	2022 3Q
자산				
유동자산	천 원	1,750,295,062	2,658,344,877	2,619,319,896
현금및현금성자산	천 원	269,742,356	1,287,375,694	735,304,363
단기금융상품	천 원	441,193,821	198,093,330	300,206,069
매출채권	천 원	727,278,216	800,184,075	1,011,035,848
선급금	천 원	74,473,607	119,945,103	251,871,182
재고자산	천 원	58,602,426	85,414,660	100,055,201
유동매도가능금융자산	천 원	38,024,181	5,723,325	4,008,212
당기법인세자산	천 원	12,992,519	1,629,783	2,501,577
기타유동금융자산	천 원	79,611,290	112,359,955	142,805,736
기타유동자산	천 원	48,376,645	47,618,953	71,531,706
매각예정자산	천 원	2,078,911	2,086,529	20,071
매각예정자산	천 원	2,078,911	2,086,529	20,071
비유동자산	천 원	4,527,543,484	5,280,193,412	7,283,982,509
장기매출채권	천 원	26,568,086	13,702,029	72,857,003
장기선급금	천 원	270,283,595	290,158,400	672,999,367
매도가능금융자산	천 원	540,018,427	618,712,079	519,822,689
관계기업 및 공동기업 투자	천 원	1,564,533,908	1,830,895,650	1,916,853,088
유형자산	천 원	984,359,464	1,120,946,142	1,242,310,616
무형자산	천 원	1,072,075,322	1,321,883,483	2,592,595,559
기타비유동금융자산	천 원	31,529,010	40,850,704	159,021,952
기타비유동자산	천 원	7,951,061	14,410,450	25,260,519
이연법인세자산	천 원	30,224,611	28,634,476	82,261,716
자산총계	천 원	6,279,917,457	7,940,624,819	9,903,322,475

구분	단위	2020	2021	2022 3Q
부채				
유동부채	천 원	1,551,789,952	2,322,867,570	3,441,727,676
매입채무	천 원	228,485,063	250,735,576	285,132,565
미지급금	천 원	252,092,174	306,799,613	325,367,644
유동계약부채	천 원	51,638,204	124,634,987	361,173,291
단기차입금	천 원	424,963,138	954,100,201	1,594,138,228
유동성장기차입금	천 원	41,720,070	519,960	108,950,030
유동성사채	천 원	69,976,275	149,963,827	189,846,350
당기법인세부채	천 원	6,519,495	46,726,503	28,230,336
충당부채	천 원	201,890	120,396	0
기타유동금융부채	천 원	312,115,381	325,856,109	366,463,855
기타유동부채	천 원	164,078,263	163,410,398	182,425,377
매각예정부채	천 원	–	–	–
매각예정부채	천 원	–	–	–
비유동부채	천 원	942,948,861	1,414,451,453	2,098,467,139
장기차입금	천 원	122,039,930	262,943,230	500,699,264
사채	천 원	431,871,039	699,216,135	729,443,719
순확정급여부채	천 원	19,411,564	15,241,808	40,032,667
이연법인세부채	천 원	254,832,566	293,909,205	258,380,980
비유동계약부채	천 원	6,583,836	4,331,616	5,583,678
기타비유동금융부채	천 원	100,807,894	99,338,771	488,571,133
기타비유동부채	천 원	4,971,906	35,594,785	71,980,821
비유동충당부채	천 원	2,430,128	3,875,903	3,774,877
부채총계	천 원	2,494,738,814	3,737,319,023	5,540,194,814
자본				
지배기업의 소유주에게 귀속되는 자본	천 원	3,437,314,990	3,777,350,417	3,670,079,802
자본금	천 원	110,577,370	110,577,370	110,577,370
주식발행초과금	천 원	101,147,442	101,147,442	101,147,442
이익잉여금	천 원	1,161,951,416	1,333,797,443	1,217,356,462
기타자본구성요소	천 원	2,063,638,763	2,231,828,163	2,240,998,528
비지배지분	천 원	347,863,653	425,955,378	693,047,859
자본총계	천 원	3,785,178,643	4,203,305,796	4,363,127,660
부채 및 자본총계	천 원	6,279,917,457	7,940,624,819	9,903,322,474

연결포괄손익계산서

구분	단위	2020	2021	2022 3Q
매출	천 원	3,391,184,003	3,552,396,542	3,328,284,326
매출원가	천 원	1,907,373,034	1,917,690,334	2,043,681,924
매출총이익	천 원	1,483,810,969	1,634,706,209	1,284,602,402
판매비와관리비	천 원	1,210,626,243	1,332,151,286	1,154,546,455
대손상각비의 환입(대손상각비)	천 원	1,116,861	5,678,817	(706,523)
영업이익	천 원	272,067,865	296,876,105	130,762,470
금융이익	천 원	34,878,163	50,961,193	88,342,703
금융원가	천 원	65,978,161	49,576,919	108,499,755
지분법이익(손실)	천 원	80,637,427	68,092,920	(90,789,949)
기타영업외이익	천 원	7,417,873	18,749,349	15,139,064
기타영업외비용	천 원	180,982,130	89,584,877	97,422,321
기타의대손상각비환입(기타의대손상각비)	천 원	(5,360,368)	346,238	(3,514,970)
법인세비용차감전순이익	천 원	142,680,668	295,864,008	(65,982,758)
법인세비용	천 원	77,051,162	68,301,560	13,027,810
계속영업이익(손실)	천 원	65,629,507	227,562,449	(79,010,567)
중단영업이익(손실)	천 원	–	–	–
당기순이익(손실)	천 원	65,629,507	227,562,449	(79,010,567)
기타포괄손익	천 원	134,598,689	150,057,581	119,928,117
후속적으로 당기손익으로 재분류되지 않는 항목	천 원	151,675,126	126,017,419	(232,043,776)
순확정급여부채 재측정요소	천 원	4,672,438	(2,047,937)	(146,883)
기타포괄손익-공정가치 측정 지분상품 평가손익	천 원	10,975,749	101,758,860	(182,566,927)
지분법자본변동	천 원	136,026,939	26,306,497	(49,329,966)
후속적으로 당기손익으로 재분류될 수 있는 항목	천 원	(17,076,437)	24,040,161	351,971,893
해외사업환산손익	천 원	(1,116,398)	(9,567,491)	229,598,658
지분법자본변동	천 원	(15,960,040)	33,607,652	122,373,234
당기 총포괄손익	천 원	200,228,195	377,620,029	40,917,550
당기순이익(손실)의 귀속				
지배기업의 소유주	천 원	56,926,323	193,450,176	(72,030,913)
비지배지분	천 원	8,703,184	34,112,273	(6,979,654)
주당이익				
기본주당이익	원	2,870	9,332	(3,475)
희석주당이익	원	2,870	9,332	(3,475)

환경 : ENVIRONMENTAL DATA

기후변화 대응

온실가스 배출량

구분		단위	2020	2021	2022 3Q
총 온실가스 배출량 (Scope1&2)	소계	tCO_2eq	10,820	12,745	10,937
	방배 사옥	tCO_2eq	3,487	3,537	2,829
	상암 사옥	tCO_2eq	6,575	6,903	5,353
	일산 스튜디오	tCO_2eq	575	610	558
	가양 스튜디오	tCO_2eq	183	186	–
	CJ ENM 스튜디오 센터	tCO_2eq	–	1,509	2,153
	여주 스튜디오	tCO_2eq	–	–	43
직접 온실가스 배출량 (Scope 1)	소계	tCO_2eq	865	898	696
	방배 사옥	tCO_2eq	551	543	449
	상암 사옥	tCO_2eq	314	271	157
	일산 스튜디오	tCO_2eq	0	0	0
	가양 스튜디오	tCO_2eq	0	0	–
	CJ ENM 스튜디오 센터	tCO_2eq	–	84	90
	여주 스튜디오	tCO_2eq	–	–	0
간접 온실가스 배출량 (Scope 2)	소계	tCO_2eq	9,955	11,847	10,241
	방배 사옥	tCO_2eq	2,936	2,994	2,380
	상암 사옥	tCO_2eq	6,261	6,632	5,196
	일산 스튜디오	tCO_2eq	575	610	558
	가양 스튜디오	tCO_2eq	183	186	–
	CJ ENM 스튜디오 센터	tCO_2eq	–	1,425	2,064
	여주 스튜디오	tCO_2eq	–	–	43
기타 온실가스 배출량 (Scope 3)[1]	소계	tCO_2eq	40[2]	54	39
	방배 사옥	tCO_2eq	21	21	15
	상암 사옥	tCO_2eq	19	33	24
	일산 스튜디오	tCO_2eq	0	0	0
	가양 스튜디오	tCO_2eq	0	0	–
	CJ ENM 스튜디오 센터	tCO_2eq	–	0	0
	여주 스튜디오	tCO_2eq	–	–	0
원단위 온실가스 배출량(Scope1&2)[2]		tCO_2eq/억 원	0.319	0.359	0.329
전년대비 원단위 감축 실적		%	-3.6	-12.5	8.4[3]

1) 임직원 출퇴근 지원 셔틀의 온실가스 배출량
2) 데이터 오기입에 따라 실제 수치로 정정함
3) 전년비 매출 증가로 인한 원단위 실적 감소

에너지 사용량

구분				단위	2020	2021	2022 3Q
총 에너지 사용량[1),2)]			소계	TJ MWh[2)]	237 31,400	270 35,098	232 29,976
			방배 사옥	TJ MWh	71 9,143	73 9,295	58 7,465
			상암 사옥	TJ MWh	150 20,524	149 20,380	117 16,096
			일산 스튜디오	TJ MWh	12 1,341	13 1,459	12 1,338
			가양 스튜디오	TJ MWh	4 392	4 407	– –
			CJ ENM 스튜디오 센터	TJ MWh	31 44	31 3,557	44 4,982
			여주 스튜디오	TJ MWh	– –	– –	1 95
조직내소비	직접에너지	휘발유	소계	kL	150	151	96
			방배 사옥	kL	51	49	46
			상암 사옥	kL	99	102	50
		경유	소계	kL	8	8	10
			방배 사옥	kL	5	5	9
			상암 사옥	kL	3	3	1
		도시가스(LNG)	소계	천N㎥	232	252	209
			방배 사옥	천N㎥	193	184	148
			상암 사옥	천N㎥	39	31	20
			CJ ENM 스튜디오 센터	천N㎥	2021년부터 산정	38	41
	간접에너지[1)]	전력	소계	TJ MWh	199 20,697	229 23,877	198 20,644
			방배 사옥	TJ MWh	60 6,298	62 6,516	50 5,179
			상암 사옥	TJ MWh	122 12,812	121 12,580	93 9,709
			일산 스튜디오	TJ MWh	11 1,195	12 1,275	11 1,167
			가양 스튜디오	TJ MWh	4 392	4 408	– –
			CJ ENM 스튜디오 센터	TJ MWh	– –	30 3,102	43 4,494
			여주 스튜디오	TJ MWh	– –	– –	1 95
		기타 (지역냉난방, 냉수, 온수)	소계	TJ(Gcal)	23(5,563)	24(5,827)	21(5,030)
			상암 사옥	TJ(Gcal)	22(5,415)	23(5,667)	20(4,883)
			일산 스튜디오	TJ(Gcal)	1(126)	1(160)	1(147)
조직외소비	직접에너지	경유	소계	kL	20	20	15
			방배 사옥	kL	8	8	6
			상암 사옥	kL	12	12	9
재생에너지 사용량(비율)				TJ(%)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)
원단위 에너지 사용량				TJ/억 원	0.01	0.01	0.01

1) 글로벌 공시 요구 단위를 고려하여 TJ, MWh를 함께 명기 또는 TJ 단위 단일 명기 처리함
2) 조직외 소비 분리 공시로 인한 전년 공개 자료 대비 수치 감소

환경영향 저감

대기 및 수질오염물질 배출

구분			단위	2020	2021	2022 3Q
대기오염물질	NOx 배출농도	소계	ppm	48.0	84.0	80.2
		방배 사옥	ppm	48.0	44.0	44.0
		CJ ENM 스튜디오 센터	ppm	0.0	40.0	36.2
	미세먼지(PM10) 배출농도	소계	㎍/㎥	29.9	29.3	3.9
		CJ ENM 스튜디오 센터	㎍/㎥	29.9	29.3	3.9
수질오염물질	BOD 배출농도 (생물학적 산소요구량)[1]	소계	mg/L	1.3	1.8	0.7
		상암 사옥	mg/L	1.3	1.8	0.7

1) BOD 배출농도(생물학적 산소요구량): 기준 5 이하

수자원 관리

구분		단위	2020	2021	2022 3Q
총 용수 취수량[1]	소계	㎥	82,504	87,657	55,092
	방배 사옥	㎥	2022년부터 관리		23,045
	상암 사옥	㎥			23,263
	일산 스튜디오	㎥			2,440
	CJ ENM 스튜디오 센터	㎥			6,344
총 용수 배출량	소계	㎥	82,504	87,657	55,092
	방배 사옥	㎥	2022년부터 관리		23,045
	상암 사옥	㎥			23,263
	일산 스튜디오	㎥			2,440
	CJ ENM 스튜디오 센터	㎥			6,344
용수 재활용량	소계	㎥	6,189	7,173	8,418
	상암 사옥	㎥	6,189	7,173	8,418
용수 재활용률	소계	%	7.5	8.2	15.3
	상암 사옥	%	7.5	8.2	15.3
물 스트레스가 높은 수원지역의 총 용수 취수량(비율)	소계	㎥ (%)	2022년부터 관리		55,092(100)
	방배 사옥	㎥ (%)			23,045(100)
	상암 사옥	㎥ (%)			23,263(100)
	일산 스튜디오	㎥ (%)			2,440(100)
	CJ ENM 스튜디오 센터	㎥ (%)			6,344(100)
원단위 용수 취수량		㎥/억 원	2.433	2.468	1.655

1) 방류량은 취수량과 동일함(사업 특성 상 제품/서비스 제조 시 소비가 없으며, 증발 또는 폐수 배출이 발생하지 않음)

폐기물 발생 및 처리량

구분			단위	2020	2021	2022 3Q
총 폐기물 발생량		소계	ton	116	202	174
		방배 사옥	ton	–	98	98
		상암 사옥	ton	116	104	76
유형별 폐기물량	지정폐기물	소계	ton	0	0	0
		방배 사옥	ton	–	0	0
		상암 사옥	ton	0	0	0
	일반폐기물	소계	ton	116	202	174
		방배 사옥	ton	–	98	98
		상암 사옥	ton	116	104	76
폐기물 처리량	소각	소계	ton	30	13	10
		방배 사옥	ton	–	0	0
		상암 사옥	ton	30	13	10
	매립	소계	ton	6	5	4
		방배 사옥	ton	–	0	0
		상암 사옥	ton	6	5	4
	재활용	소계	ton	81	185	161
		방배 사옥	ton	–	98	98
		상암 사옥	ton	81	87	63
폐기물 재활용률		소계	%	69.4	91.5	92.2
		방배 사옥	%	–	100	100
		상암 사옥	%	69.4	83.5	83.0
원단위 폐기물 발생량			ton/억 원	0.003	0.006	0.005

환경 법규 준수

환경 법규 위반 현황

구분		단위	2020	2021	2022 3Q
환경 법규 위반	위반건수	건	0	0	0
	과태료	천 원	0	0	0
	벌금	천 원	0	0	0

사회 : SOCIAL DATA

인력 현황

전체 임직원 현황

구분			단위	2020	2021	2022 3Q
전체 임직원 수		소계	명	3,403	3,366	3,480
		엔터테인먼트부문	명	2,292	2,279	2,329
		커머스부문	명	1,111	1,087	1,151
연령별	만 30세 미만(비율)	소계	명(%)	934(27.4)	880(26.1)	854(24.5)
		엔터테인먼트부문	명(%)	655(28.6)	634(27.8)	595(25.5)
		커머스부문	명(%)	279(25.1)	246(22.6)	259(22.5)
	만 30세 이상 50세 미만(비율)	소계	명(%)	2,392(70.3)	2,388(70.9)	2,509(72.1)
		엔터테인먼트부문	명(%)	1,586(69.2)	1,582(69.4)	1,667(71.6)
		커머스부문	명(%)	806(72.5)	806(74.1)	842(73.2)
	만 50세 이상(비율)	소계	명(%)	77(2.3)	98(2.9)	117(3.4)
		엔터테인먼트부문	명(%)	51(2.2)	63(2.8)	67(2.9)
		커머스부문	명(%)	26(2.3)	35(3.2)	50(4.3)
고용 형태별	정규직(비율)	소계	명(%)	3,387(99.5)	3,344(99.3)	3,455(99.3)
		엔터테인먼트부문	명(%)	2,287(99.8)	2,266(99.4)	2,315(99.4)
		커머스부문	명(%)	1,100(99.0)	1,078(99.2)	1,140(99.0)
	비정규직(비율)	소계	명(%)	16(0.5)	22(0.7)	25(0.7)
		엔터테인먼트부문	명(%)	5(0.2)	13(0.6)	14(0.6)
		커머스부문	명(%)	11(1.0)	9(0.8)	11(1.0)

구성원 다양성

인력 다양성 고용 현황

구분				단위	2020	2021	2022 3Q
장애인	장애인 직원 수(비율)[1), 2)]			명(%)	49(1.4)	33(1.7)	21(0.6)
국가 보훈자	국가 보훈자 직원 수(비율)[1)]		소계	명(%)	28(0.8)	26(0.8[3)])	25(0.7)
			엔터테인먼트부문	명(%)	12(0.5)	11(0.5)	10(0.4)
			커머스부문	명(%)	16(1.4)	15(1.4)	15(1.3)
외국인	총 외국인(비율)[1)]		소계	명(%)	28(0.8)	30(0.9)	29(0.8)
			엔터테인먼트부문	명(%)	25(1.1)	26(1.1)	26(1.1)
			커머스부문	명(%)	3(0.3)	4(0.4)	3(0.3)
국가별	미국	전체 미국인 직원 수(비율)	소계	명(%)	15(0.4)	18(0.5)	16(0.5)
			엔터테인먼트부문	명(%)	13(0.6)	15(0.7)	14(0.6)
			커머스부문	명(%)	2(0.2)	3(0.3)	2(0.2)
	캐나다	전체 캐나다인 직원 수(비율)	소계	명(%)	4(0.1)	2(0.1)	3(0.1)
			엔터테인먼트부문	명(%)	4(0.2)	2(0.1)	3(0.1)
			커머스부문	명(%)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)
	일본	전체 일본인 직원 수(비율)	소계	명(%)	1(0.0)	1(0.0)	1(0.0)
			엔터테인먼트부문	명(%)	1(0.0)	1(0.0)	1(0.0)
			커머스부문	명(%)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)
	중국	전체 중국인 직원 수(비율)	소계	명(%)	7(0.2)	8(0.2)	8(0.2)
			엔터테인먼트부문	명(%)	6(0.3)	7(0.3)	7(0.3)
			커머스부문	명(%)	1(0.1)	1(0.1)	1(0.1)
	뉴질랜드	전체 뉴질랜드인 직원 수(비율)	소계	명(%)	1(0.0)	1(0.0)	1(0.0)
			엔터테인먼트부문	명(%)	1(0.0)	1(0.0)	1(0.0)
			커머스부문	명(%)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)

1) 해당 지표의 총 직원 수는 임직원 수임
2) 장애인 직원 비율은 고용부담금 신고서 기준값임
3) 데이터 오기입에 따라 수치 정정함

여성 임직원 현황

구분			단위	2020	2021	2022 3Q
성비 균형	전체(비율)[1), 5)]	소계	명(%)	1,839(54.0)[2)]	1,943(57.7)	2,070(59.5)
		엔터테인먼트부문	명(%)	1,266(55.2)	1,316(57.7)	1,394(59.9)
		커머스부문	명(%)	573(51.6)	627(57.7)	676(58.7)
	관리직(비율)[5)]	소계	명(%)	662(42.9)	749(45.7)	789(47.7)
		엔터테인먼트부문	명(%)	438(43.9)	489(46.6)	500(49.4)
		커머스부문	명(%)	224(41.4)	260(44.1)	289(45.1)
	임원직(비율)[5)]	소계	명(%)	7(13.7)	7(15.6)	7(13.2)
		엔터테인먼트부문	명(%)	4(10.8)	4(12.1)	4(10.3)
		커머스부문	명(%)	3(21.4)	3(25.0)	3(21.4)
	매출 발생 부서(비율)[3), 5)]	소계	명(%)	579(54.3)	634(59.1)	663(62.1)
		엔터테인먼트부문	명(%)	340(46.4)	337(50.4)	395(55.5)
		커머스부문	명(%)	239(71.3)	297(73.5)	268(75.5)
	신규채용(비율)[4), 5)]	소계	명(%)	115(29.9)	352(71.0)	292(70.5)
		엔터테인먼트부문	명(%)	63(24.2)	228(69.9)	176(71.8)
		커머스부문	명(%)	52(41.6)	124(72.9)	116(68.6)

1) 해당 지표의 총 직원 수: 기간의 정함이 없는 여성 근로자 및 기간제 여성 근로자
2) 데이터 오기입에 따라 수치 정정함
3) 매출 발생 부서: 콘텐츠 제작, 세일즈, 광고 판매 등 매출과 직결된 부서
4) 신규채용 여성 직원 수: 정규직 및 비정규직 신규 여성 채용자(채용인원 퇴사 시에도 포함)
5) 각 비율은 해당 구분별 총원 대비로 산정한 값임

채용 및 근속

채용 및 근속 현황

구분			단위	2020	2021	2022 3Q
채용	전체 신규 입사자	소계	명	385	496	414
		엔터테인먼트부문	명	260	326	245
		커머스부문	명	125	170	169
	신입	소계	명	189	237	143
		엔터테인먼트부문	명	137	176	69
		커머스부문	명	52	61	74
	경력	소계	명	196	259	271
		엔터테인먼트부문	명	123	150	176
		커머스부문	명	73	109	95
이직	이직자(비율)	소계	명(%)	389(10.6[1)])	453(13.3[1)])	285(8.5)
		엔터테인먼트부문	명(%)	264(10.5)	324(14.1)	181(7.9)
		커머스부문	명(%)	125(10.8)	129(11.6)	104(9.6)
	자발적 이직자(비율)	소계	명(%)	316(8.6)	343(10.1)	260(7.7)
		엔터테인먼트부문	명(%)	207(8.2)	258(11.3)	170(7.5)
		커머스부문	명(%)	109(9.4)	85(7.7)	90(8.3)
	비자발적 이직자(비율)	소계	명(%)	73(2.0)	110(3.2)	25(0.7)
		엔터테인먼트부문	명(%)	57(2.3)	66(2.9)	11(0.5)
		커머스부문	명(%)	16(1.4)	44(4.0)	14(1.3)
근속	임직원 평균 근속	전사	년	6.4	5.6	5.6
	남성 평균 근속	전사	년	7.2	6.3	6.4
	여성 평균 근속	전사	년	5.7	5.0	5.0

1) 이직률 도출 산식 변경(이직자 / 직전 연도 총 임직원)으로 수치 정정됨

보수

임직원 보수 현황

구분			단위	2020	2021	2022 3Q
임직원 평균 급여	임직원	전사	천 원	69,737	79,260	53,059
		엔터테인먼트부문	천 원	62,472	79,260	53,490
		커머스부문	천 원	63,760	69,266	48,886
	남성	전사	천 원	84,856	101,930	65,433
		엔터테인먼트부문	천 원	74,236	101,930	67,188
		커머스부문	천 원	74,596	78,796	59,135
	여성	전사	천 원	57,996	62,658	44,630
		엔터테인먼트부문	천 원	52,867	62,658	44,307
		커머스부문	천 원	54,862	61,315	41,913
남녀 동등 급여	일반직군[1] 동등 급여	전사	%	78.0	74.0	81.3
		엔터테인먼트부문	%	75.6	69.4	74.5
		커머스부문	%	83.3	87.3	88.1
	지원직군[2] 동등 급여	전사	%	99.0	91.0	94.6
		엔터테인먼트부문	%	98.5	90.0	83.7
		커머스부문	%	114.2	96.3	105.5

1) 일반직군: 지원직군 및 임원 제외
2) 지원직군: 콘텐츠운영지원 직군, 방송제작지원 직군, 방송전문 직군, 영업·스태프지원 직군

인재 육성 및 교육

인당 교육 시간 및 비용

구분				단위	2020[1]	2021[1]	2022 3Q
직원 1인당 교육 시간	전체 임직원		전사	시간	37.2	24.6	17.7
			엔터테인먼트부문	시간	39.3	18.4	13.2
			커머스부문	시간	32.8	37.5	26.8
	직군별	일반직군	전사	시간	2022년부터 관리		18.9
			엔터테인먼트부문	시간			14.2
			커머스부문	시간			27.8
		지원직군	전사	시간	2022년부터 관리		6.6
			엔터테인먼트부문	시간			5.6
			커머스부문	시간			10.5
직원 1인당 교육 비용[2]	전체 임직원		전사	천 원	1,055	810	187
			엔터테인먼트부문	천 원	2021년부터 관리	415	144
			커머스부문	천 원		2,118	275
	직군별	일반직군	전사	천 원	2022년부터 관리		204
			엔터테인먼트부문	천 원			158
			커머스부문	천 원			290
		지원직군	전사	천 원	2022년부터 관리		29
			엔터테인먼트부문	천 원			28
			커머스부문	천 원			32

1) 2020년 및 2021년에는 코로나19로 인한 집합 교육 진행이 어려워, 시간과 비용이 일부 감소함
2) 해당 지표의 총 직원 수: 미등기 임원 포함, 등기 임원 제외

일과 삶의 균형

복리후생 비용

구분		단위	2020	2021	2022 3Q
복리후생비	소계	천 원	47,918,156	48,027,051	52,667,644
	엔터	천 원	33,037,535	33,963,283	39,406,163
	커머스	천 원	14,880,621	14,063,768	13,261,481
매출액 대비 복리후생비 비율		%	1.4	1.4	1.6

근무 형태의 유연성

구분		단위	2020	2021	2022 3Q
유연근무제 참여 비율	전사	%	100	100	100
	엔터테인먼트부문	%	100	100	100
	커머스부문	%	100	100	100

육아휴직 사용 현황

구분			단위	2020	2021	2022 3Q
육아휴직자 수	남성	소계	명	12	10	10
		엔터테인먼트부문	명	6	5	4
		커머스부문	명	6	5	6
	여성	소계	명	58	60	53
		엔터테인먼트부문	명	36	41	33
		커머스부문	명	22	19	20
육아휴직 후 업무 복귀	남성	소계	명	7	10	7
		엔터테인먼트부문	명	3	7	3
		커머스부문	명	4	3	4
	여성	소계	명	57	48	45
		엔터테인먼트부문	명	30	30	31
		커머스부문	명	27	18	14
육아휴직 복귀 후 1년이상 근무	남성	소계	명(%)	5(83.3)	5(71.4)	5(50.0)
		엔터테인먼트부문	명(%)	3(100.0)	2(66.7)	3(42.9)
		커머스부문	명(%)	2(66.7)	3(75.0)	2(66.7)
	여성	소계	명(%)	49(86.0)	50(87.7)	28(58.3)
		엔터테인먼트부문	명(%)	29(93.5)	28(93.3)	17(56.7)
		커머스부문	명(%)	20(76.9)	22(81.5)	11(61.1)

성과 평가

성과 평가 적용 비율

구분		단위	2020	2021	2022 3Q
역량 개발형(성과 창출형) 평가 제도 적용 대상 비율	전사	%	90.1	91.0	91.1
	엔터테인먼트부문	%	85.3	86.7	86.7
	커머스부문	%	100	100	100

인권

인권 관련 신고 및 처리 건수

구분		단위	2020	2021	2022 3Q
인권 관련 신고 건수	소계	건	5	4	3
	엔터테인먼트부문	건	4	3	2
	커머스부문	건	1	1	1
인권 관련 처리 건수	소계	건	5	4	3
	엔터테인먼트부문	건	4	3	2
	커머스부문	건	1	1	1

인권 관련 법규 위반 내용

구분			단위	2020	2021	2022 3Q
인권 관련 법규 위반	위반건수	소계	건	0	0	0
		엔터테인먼트부문	건	0	0	0
		커머스부문	건	0	0	0
	과태료	소계	천 원	0	0	0
		엔터테인먼트부문	천 원	0	0	0
		커머스부문	천 원	0	0	0
	벌금	소계	천 원	0	0	0
		엔터테인먼트부문	천 원	0	0	0
		커머스부문	천 원	0	0	0

임직원 인권 교육 현황

구분		단위	2020	2021	2022 3Q
직원 1인당 인권 교육 시간	전사	시간	3	3	1
	엔터테인먼트부문	시간	3	3	1
	커머스부문	시간	3	3	2
인권 교육 시간	소계	시간	10,105	9,160	4,222
	엔터테인먼트부문	시간	6,710	5,763	1,974
	커머스부문	시간	3,395	3,397	2,248

안전 및 보건

산업재해 비율 - 임직원

구분		단위	2020	2021	2022 3Q
총 근로시간	소계	시간	8,060,672	7,620,464	7,543,760
		명	3,403	3,101	3,481
	엔터테인먼트부문	시간	5,047,640	4,740,320	4,848,080
		명	2,292	2,279	2,329
	커머스부문	시간	3,013,032	2,880,144	2,695,680
		명	1,111	1,062	1,152
근로손실재해건수(LTI)	전사	건	1[4]	0	0
	엔터테인먼트부문	건	1[4]	0	0
	커머스부문	건	0	0	0
근로손실재해율(LTIFR)[1]	전사	-	0.12[4]	0.00	0.00
	엔터테인먼트부문	-	0.20[4]	0.00	0.00
	커머스부문	-	0.00	0.00	0.00
산업재해율	전사	%	0.03[4]	0.00	0.00
	엔터테인먼트부문	%	0.04[4]	0.00	0.00
	커머스부문	%	0.00	0.00	0.00
직업성질환 발생건수	전사	건	0	0	0
	엔터테인먼트부문	건	0	0	0
	커머스부문	건	0	0	0
직업성질환 발생률(OIFR)[2]	전사	-	0	0	0
	엔터테인먼트부문	-	0	0	0
	커머스부문	-	0	0	0
강도율[3]	전사	-	0.9[4]	0.0	0.0
	엔터테인먼트부문	-	1.5[4]	0.0	0.0
	커머스부문	-	0.0	0.0	0.0
결근율	전사	%	0.7[4]	0.0	0.0
	엔터테인먼트부문	%	1.2[4]	0.0	0.0
	커머스부문	%	0.0	0.0	0.0

1) 근로손실재해율(LTIFR): 임직원 근로손실재해 발생건수 X 1,000,000/총 근로시간
2) 직업성질환 발생률(OIFR): 직업성질환 발생 건수 X 1,000,000/총 근로시간
3) 강도율: (근로손실일수/직원, 계약업체, 하청업체 직원의 총 작업시간) X 1,000
4) 2020년 산재 1건(2022년 7월 인정됨) 반영하여 데이터 재산출한 값임

안전 법규 위반 건수

구분			단위	2020	2021	2022 3Q
중대재해 사고 건수		소계	건	0	0	0
		엔터테인먼트부문	건	0	0	0
		커머스부문	건	0	0	0
안전관련 법규 위반	위반 건수	소계	건	0	0	0
		엔터테인먼트부문	건	0	0	0
		커머스부문	건	0	0	0
	과태료	소계	천 원	0	0	0
		엔터테인먼트부문	천 원	0	0	0
		커머스부문	천 원	0	0	0
	벌금	소계	천 원	0	0	0
		엔터테인먼트부문	천 원	0	0	0
		커머스부문	천 원	0	0	0

산업안전보건 교육 시간

구분		단위	2020	2021	2022 3Q
직원 1인당 산업안전보건 교육 시간	전사	시간	24	24	18
	엔터테인먼트부문	시간	24	24	18
	커머스부문	시간	24	24	18

동반 성장

협력사 현황

구분		단위	2020	2021	2022 3Q
전체 협력사수	소계	개사	104,329	111,945	117,322
	엔터테인먼트부문	개사	69,743	75,544	79,706
	커머스부문	개사	34,586	36,401	37,616
신규등록 협력사수	소계	개사	8,062	7,638	5,398
	엔터테인먼트부문	개사	6,150	5,823	4,183
	커머스부문	개사	1,912	1,815	1,215

협력사 상생펀드

구분	단위	2020	2021	2022 3Q
펀드 규모	천 원	60,000,000	60,000,000	60,000,000
이용 기업	개사	58	51	40
실사용 금액	천 원	26,600,000	22,800,000	25,870,000

1촌 1명품 프로그램 성과

구분	단위	2020	2021	2022 3Q
제품 수	개	31	42	27
매출액	천 원	3,737,446	2,295,015	1,545,268

1사 1명품 프로그램 성과

구분	단위	2020	2021	2022 3Q
제품 수	개	61	78	57
매출액	천 원	2,726,546	2,871,243	1,576,400

고객중심 경영

고객 불편 및 불만율(VOC)

구분			단위	2020	2021	2022 3Q
고객 불편 및 불만율		소계	%	6.0	5.9	5.5[1]
		엔터테인먼트부문	%	–	–	–
		커머스부문	%	6.0	5.9	5.5[1]
VOC 건수	전체 VOC 건수	소계	건	16,230	12,961	2,032,044[2]
		엔터테인먼트부문	건	16,230	12,961	8,750[2]
		커머스부문	건	0	0	2,023,294[2]
	해결된 VOC 건수	소계	건	16,230	12,961	2,032,044[2]
		엔터테인먼트부문	건	16,230	12,961	8,750[2]
		커머스부문	건	0	0	2,023,294[2]
배송 경험 개선 성과	24시간내 배송률	소계	%	46.4	47.0	48.3
		커머스부문	%	46.4	47.0	48.3
	배송일정문의 VOC 율	소계	%	1.2	1.1	1.1
		커머스부문	%	1.2	1.1	1.1

1) 전체 판매건수 기준
2) 단순 피드백 값 포함

정보보안 및 개인정보보호

정보 유출

구분		단위	2020	2021	2022 3Q
총 정보 유출 건수	소계	건	0	0	0
	엔터테인먼트부문	건	0	0	0
	커머스부문	건	0	0	0
고객정보 관련 정보 유출 건수	소계	건	0	0	0
	엔터테인먼트부문	건	0	0	0
	커머스부문	건	0	0	0
개인식별정보(PII) 관련 침해 비율[1]	소계	%	0.0	0.0	0.0
	엔터테인먼트부문	%	0.0	0.0	0.0
	커머스부문	%	0.0	0.0	0.0
정보 침해로 인해 영향을 받은 사용자 수	소계	명	0	0	0
	엔터테인먼트부문	명	0	0	0
	커머스부문	명	0	0	0
정보 유출 관련 법규 위반 벌금	소계	천 원	0	0	0
	엔터테인먼트부문	천 원	0	0	0
	커머스부문	천 원	0	0	0

1) 개인식별정보(PII) 관련 침해 비율: 개인식별가능정보(PII) 침해 건수 / 총 데이터 침해 건수 X 100

국내외 인증 및 적용 비율

구분		단위	2020	2021	2022 3Q
국내 정보보안 관련 인증 및 적용 비율(ISMS 등)	전사	%	100	100	100
	엔터테인먼트부문	%	100	100	100
	커머스부문	%	100	100	100
국제 정보보안 관련 인증 및 적용 비율(ISO 등)	전사	%	12.5	25.0	33.3
	엔터테인먼트부문	%	16.6	28.6	40.0
	커머스부문	%	0.0	0.0	0.0

지역 사회공헌

커머스부문 모금방송 현황

구분	단위	2020	2021	2022 3Q
금액	천 원	224,508	145,198	123,969
기부 수	건	99,746	45,411	54,285

옴부즈맨 및 시청자 정보 방송 송출 현황

구분			단위	2020	2021	2022 3Q
옴부즈맨	계획	TV	시간	18.0	45.0	18.0
		TCOM	시간	18.0	51.0	20.0
	실적	TV	시간	19.0	45.0	14.0
		TCOM	시간	22.0	51.0	11.0
시청자 정보	계획	TV	시간	18.0	45.0	18.0
		TCOM	시간	18.0	51.0	20.0
	실적	TV	시간	19.0	45.0	14.0
		TCOM	시간	22.0	51.0	11.0

직원 1인당 봉사시간

구분		단위	2020[1]	2021	2022 3Q
직원 1인당 봉사시간	전사	시간	2.4	4.0[2]	1.1
	엔터테인먼트부문	시간	1.9	1.8	0.6
	커머스부문	시간	3.5	8.6	2.1
전체 봉사횟수	소계	건	2,441	2,919	1,177
	엔터테인먼트부문	건	1,126	1,069	441
	커머스부문	건	1,315	1,850	736
전체 봉사시간	소계	시간	8,137.0	13,475.0	3,875.0
	엔터테인먼트부문	시간	4,289.0	4,096.0	1,501.0
	커머스부문	시간	3,848.0	9,379.0	2,374.0

1) 2020년 코로나19로 인한 대면 활동 중단 등으로 봉사시간이 감소하였음
2) 데이터 오기입에 따라 실제 수치로 정정함

지역 사회공헌 금액

구분	단위	2020	2021	2022 3Q
총 기부금(지역 사회공헌 금액)	천 원	6,310,000	5,171,000	5,513,000
매출액 대비 기부금	%	1.9	1.5	1.7

지배구조 : GOVERNANCE DATA

이사회

이사회 다양성 및 전문성 현황

구분	단위	2020	2021	2022 3Q
여성 이사 비율	%	14.3	14.3	14.3
산업 경험 보유 이사(비율)	명(%)	6(85.7)	5(71.4)	5(71.4)
재무 전문가(비율)	명(%)	1(14.2)	1(14.2)	2(28.6)

이사회 내 독립성

구분	단위	2020	2021	2022 3Q
이사회 사외이사 비율	%	57.1	57.1	57.1
겸직 제한 직무 수	개	2	2	2

이사회 운영 현황

구분		단위	2020	2021	2022 3Q
개최 건수		건	13	12	11
보고 및 의결 안건수		건	33	39	31
안건별 의견	찬성	건(%)	22(100)	30(100)	22(100)
	반대	건(%)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)
	수정	건(%)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)
	기권	건(%)	0(0.0)	0(0.0)	0(0.0)
ESG 관련 안건		건	–[1]	4	3
이사회 참석률		%	94.3[2]	94.0	92.2

1) 보고서 표기 통일로 N/A를 '–'로 표기 변경함
2) 데이터 오기입으로 실제 이사회 참석률로 변경함

이사회 산하 위원회 운영 현황

구분		단위	2020	2021	2022 3Q
감사위원회	사외이사 비율	%	100	100	100
	재무 전문가(비율)	명(%)	2(50.0)	2(50.0)	2(50.0)
	산업 전문가(비율)	명(%)	2(50.0)	2(50.0)	2(50.0)
	개최 건수	건	6	3	4
	보고 및 의결안건수	건	12	6	5
보상위원회	사외이사 비율	%	57.1	57.1	57.1
	개최 건수	건	1	2	1
	보고 및 의결안건수	건	1	3	1
사외이사후보추천위원회	사외이사 비율	%	100	100	100
	개최 건수	건	2	2	0
	보고 및 의결안건수	건	2	2	0

이사 보수 지급 현황[1]

구분		단위	2020	2021	2022 3Q 누적
등기이사[2]	보수 총액	천 원	2,259,000	2,986,000	1,380,000
	1인당 평균보수액	천 원	753,000	747,000	345,000
사외이사[3]	보수 총액	천 원	-	-	-
	1인당 평균보수액	천 원	-	-	-
감사위원회 위원	보수 총액	천 원	272,000	302,000	227,000
	1인당 평균보수액	천 원	54,000	60,000	57,000

1) 등기이사: 4명, 감사위원회 위원: 5명(퇴임이사 포함)
2) 사외이사 및 감사위원회 위원 제외
3) 감사위원회 위원 제외

윤리경영

법규 위반 현황

구분		단위	2020	2021	2022 3Q
반부패관련 비금전적 제재건수	소계	건	0	0	0
	엔터테인먼트부문	건	0	0	0
	커머스부문	건	0	0	0
반독점 및 반경쟁행위 벌금 및 합의금	소계	천 원	0	0	0
	엔터테인먼트부문	천 원	0	0	0
	커머스부문	천 원	0	0	0

컴플라이언스 코디네이터

구분		단위	2020	2021	2022 3Q
컴플라이언스 코디네이터 인원	소계	명	81	119	112
	엔터테인먼트부문	명	2021년부터 부문별 관리	43	39
	커머스부문	명		76	73

윤리경영 교육

구분		단위	2020	2021	2022 3Q
직원 1인당 윤리경영 교육 시간	소계	시간	1.3	1.3	1.0
	엔터테인먼트부문	시간	1.0	1.0	1.0
	커머스부문	시간	2.0	2.0	0.9
윤리 교육을 받은 직원 비율	소계	%	95.0	93.0	84.1
	엔터테인먼트부문	%	93.5	91.2	79.4
	커머스부문	%	98.7	98.0	98.6

GRI INDEX

GRI Standard 2021	비고	
GRI 1: Foundation 2021	설명	CJ ENM은 신규 개정된 GRI Standards 2021을 기준으로 2022년 1월 1일부터 2022년 3분기(9월 30일)까지의 데이터를 보고합니다.
	사용된 GRI 1	GRI 1: Foundation 2021
	적용 가능한 GRI sector standards	현재 사용 불가능(2022년 12월 현재 보고일 기준, CJ ENM이 해당되는 미디어와 커뮤니케이션(Media and communication) 산업군의 기준서가 발표되지 않음)

GRI Standard 2021		지표 내용	보고 페이지
General disclosures			
GRI 2: General Disclosures 2021	2-1	조직 세부 정보	7
	2-2	조직 내 지속가능경영보고에 포함된 법인	7
	2-3	보고 기간, 주기 및 문의처	About This Report
	2-4	정보의 재기술	135, 137
	2-5	외부 검증	156-157
	2-6	활동, 가치사슬 및 기타 사업 관계	7-15, 98-102
	2-7	임직원	7, 84, 134-135
	2-8	임직원이 아닌 근로자	84, 134-135
	2-9	거버넌스 구조 및 구성	113, 116
	2-10	최고의사결정기구의 추천 및 선정	116
	2-11	최고의사결정기구의 의장	113
	2-12	영향(Impact) 관리를 위한 최고의사결정기구의 역할	23, 112-115
	2-13	영향(Impact) 관리에 대한 책임 위임	23, 113-115
	2-14	지속가능성 보고에 대한 최고의사결정기구의 역할	23, 120-121
	2-15	이해관계 상충	114
	2-16	중요 사안에 대한 커뮤니케이션	23, 115, 121
	2-17	최고의사결정기구의 종합적인 지식	114
	2-18	최고의사결정기구의 성과에 대한 평가	114
	2-19	보상 정책	114
	2-20	보수 결정 절차	114
	2-21	연간 총 보상 비율	114, 149
	2-22	지속가능한 성장 전략에 대한 성명서	4-5
	2-23	정책 약속	80-81, 107
	2-24	내재된 정책 약속	81, 107
	2-25	부정적 영향 개선 프로세스	112
	2-26	제기된 우려사항 및 조언에 대한 메커니즘	82
	2-27	법·규제에 대한 컴플라이언스	133, 141, 143, 146, 149
	2-28	가입 협회	123
	2-29	조직과 관련된 이해관계자 참여에 대한 접근	30-31
	2-30	단체 협약	123

GRI Standard 2021		지표 내용	보고 페이지
Material Topics			
GRI 3: Material Topics 2021	3-1	중요 이슈 결정의 절차	120
	3-2	중요 이슈 목록	121
탄소 발자국 감소			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	중요 이슈 관리	74
GRI 302:에너지(2016)	302-1	조직 내 에너지 소비	76, 131
	302-2	조직 외부에서의 에너지 소비	76, 131
	302-3	에너지 집약도	76, 131
	302-4	에너지 소비 감축	76, 131
	302-5	제품 및 서비스의 에너지 요구량 감축	76, 131
GRI 305:배출(2016)	305-1	직접 온실가스 배출(scope 1)	76, 130
	305-2	간접 온실가스 배출량(scope 2)	76, 130
	305-3	기타 간접 온실가스 배출량 (Scope3)	76, 130
	305-4	온실가스 배출 집약도	76, 130
	305-5	온실가스 배출량 감축	76, 130
	305-6	오존층 파괴 물질 (ODS) 배출량	76, 130
	305-7	질소산화물, 황산화물 그리고 다른 주요 대기 배출물	77, 132
자원순환			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	중요 이슈 관리	74
GRI 303: 용수(2018)	303-1	공유 자원으로서의 물과의 상호작용	77
	303-2	물 방류 관련 영향 관리	77
	303-3	취수	77, 132
	303-4	방류	77, 132
	303-5	용수 소비	77, 132
GRI 306: 폐수 및 폐기물(2020)	306-1	수질 및 목적지에 따른 폐수 배출	77
	306-2	유형과 처리방법에 따른 폐기물	77, 133
	306-3	중대한 유출	77, 133
	306-4	유해 폐기물의 운반	77
	306-5	방류 또는 유출의 영향을 받는 수역	77, 132
인권 존중 및 보호			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	중요 이슈 관리	80

GRI Standard 2021	지표 내용		보고 페이지
안전 및 보건			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	중요 이슈 관리	80
GRI 403: 산업안전보건(2018)	403-1	안전보건 관리 체계	88-89
	403-2	위험요인 파악, 리스크 평가, 사고 조사	91
	403-3	직장 의료 서비스	90-91
	403-4	산업안전보건 관련 근로자의 참여, 자문, 소통	88-91
	403-5	근로자 산업안전보건 교육	89-90
	403-6	근로자 건강 증진	89-91
	403-7	비즈니스 관계와 직접적으로 연계된 직장 건강 및 안전 영향의 예방과 완화	89-91
	403-8	직장 건강 및 안전 관리 시스템의 적용 대상 근로자	89-91
	403-9	업무 관련 부상	89, 142
	403-10	업무 관련 질병	89, 142
조직문화 혁신			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	중요 이슈 관리	80
GRI 401: 고용(2016)	401-1	신규 채용 및 이직자	86, 137
	401-2	상근직 근로자에게만 제공되는 혜택	85, 139
	401-3	육아휴직	140
GRI 402: 노사관계(2016)	402-1	운영상의 변화와 관련한 최소 공지기간	82
GRI 404: 훈련 및 교육(2016)	404-1	1인당 교육시간	86, 139
	404-2	직원 역량 향상 및 지속적인 고용가능성 지원 프로그램	86-87
	404-3	정기 성과평가 및 경력개발 점검을 받은 임직원 비율	140
GRI 405: 다양성과 기회 균등 (2016)	405-1	이사회 및 구성원의 다양성	84, 135, 148
	405-2	남녀 기본급 및 보수의 비율	138
GRI 406: 차별금지(2016)	406-1	차별 사건과 시정조치	82, 141
GRI 407: 결사 및 단체교섭의 자유 (2016)	407-1	결사의 자유 및 단체교섭권 침해 가능성이 높은 사업장 또는 공급업체	98-102
콘텐츠 및 브랜드의 선한 영향력 확대			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	중요 이슈 관리	56
GRI 203: 간접경제 효과(2016)	203-1	인프라 투자 및 서비스 제공	56-63
	203-2	중요한 간접적 경제 파급효과 및 영향	56-63
윤리경영 강화			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	중요 이슈 관리	107
GRI 205: 반부패(2016)	205-1	사업장 부패 리스크 평가	108-111
	205-2	반부패 정책과 관련된 커뮤니케이션 및 훈련 절차	107-111
	205-3	확인된 부패사건과 이에 대한 조치	149
GRI 206: 경쟁저해 행위(2016)	206-1	반경쟁 행위, 반독점 및 독점 행위에 대한 법적 조치	149

GRI Standard 2021	지표 내용		보고 페이지
미래 성장동력 확보			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	중요 이슈 관리	66
GRI 201: 경제성과(2016)	201-1	직접적인 경제적 가치의 창출과 배분	66-73
	201-2	기후변화에 따른 재무적 영향 및 기타 리스크와 기회	79
	201-3	조직의 확정급여형 연금제도 채무 충당	2022년도 사업보고서 발간 시점에 업데이트 예정임
	201-4	정부 지원 보조금 수혜 실적	보고년도에 해당사항 없음
GRI 202: 시장 지위(2016)	202-1	사업장의 현지 법정최저임금 대비 성별 신입사원 임금 비율	당사는 사업장 소재 국가 혹은 지역의 최저 임금 법률을 준수하며 사업 활동을 영위함
	202-2	사업장이 소재한 지역사회에서 고용된 고위 임원의 비율	99.7%

GRI Standard 2016	지표 내용		보고 페이지
GRI 300 환경 주제			
GRI 304: 생물다양성(2016)	304-1	보호구역 및 생물다양성 가치가 높은 구역 또는 주변지역에 소유, 임대, 관리하고 있는 사업장	사업 특성상 생물다양성 관련 중대한 부정적 영향을 미치지 않으며, 본 보고 주제에 해당사항 및 관련 활동을 진행하고 있지 않음
	304-2	조직의 활동, 제품, 서비스가 생물다양성에 미치는 중대한 영향	
	304-3	보호 또는 복원된 서식지	
	304-4	IUCN 적색목록 및 조직 사업의 영향을 받는 지역 내에 서식하는 국가보호종 목록	
GRI 308: 공급망 환경 평가	308-1	환경 기준 심사를 거친 신규 공급업체	98, 102
	308-2	공급망 내 부정적 환경영향 및 이에 대한 조치	98, 102
GRI 400 사회 주제			
GRI 408: 아동노동	408-1	아동노동 발생위험이 높은 사업장 또는 공급업체	98-102
GRI 409: 강제노동	409-1	강제노동 발생위험이 높은 사업장 또는 공급업체	98-102
GRI 410: 보안관행	410-1	인권 정책 및 절차에 관한 교육을 받은 보안 담당자	2023년 임직원 및 협력사를 대상으로 인권 관련 교육 실시 예정임
GRI 411: 원주민 권리	411-1	원주민 권리 침해 관련 사건	관련하여 접수된 침해 사건 없음
GRI 413: 지역사회	413-1	지역사회에 대한 참여, 영향평가 및 개발 프로그램을 실시한 사업장	103-106
	413-2	지역사회에 상당한 잠재력을 가졌거나 실질적으로 부정적 영향을 미치는 사업장	103-106
GRI 414: 공급망 사회 평가	414-1	사회적 기준에 따른 심사를 거친 신규 공급업체	98, 102
	414-2	공급망 내 부정적 사회영향 및 이에 대한 조치	98, 102
GRI 415: 공공정책	415-1	정치 기부금	'정치자금법'을 준수하며 정치자금 및 로비성 자금을 일체 제공하지 않음
GRI 416: 고객 안전보건	416-1	제품/서비스의 건강 및 안전 영향 평가	95-97
	416-2	제품 및 서비스의 안전보건 관련 법규 위반 사례	95-97
GRI 418: 고객 개인정보	418-1	고객 개인정보보호 위반 및 고객 데이터 분실과 관련하여 제기된 불만	146

TCFD INDEX

주제	TCFD 권고안	보고 페이지
기후변화 지배구조	a) 기후변화와 관련된 위험과 기회를 관리·감독하는 이사회 활동 설명	75, 112, 116
	b) 기후변화와 관련된 위험과 기회를 평가·관리하는 경영진의 역할 설명	75, 112, 116
기후변화 전략	a) 단기, 중기 및 장기 측면에서 기후변화와 관련된 위험과 기회 설명	79, 기후변화 관련 위험과 기회를 정의함
	b) 기후변화와 관련된 위험과 기회가 조직의 사업, 전략과 재무계획에 미치는 영향 설명	-
	c) 2℃ 이하 시나리오 등 다양한 기후변화 관련 시나리오를 고려하여, 경영 전략의 유연성 설명	-
기후변화 리스크 관리	a) 기후변화 관련 위험을 식별하고 평가하기 위한 절차 설명	112
	b) 기후변화 관련 위험을 관리하기 위한 절차 설명	112
	c) 기후변화 관련 위험을 식별, 평가 및 관리하는 절차가 조직의 전반적인 위험관리 체계에 통합되는 방법 설명	112
기후변화 지표 및 감축목표	a) 조직이 경영 전략 및 위험관리 절차에 따라 기후변화 관련 위험과 기회를 평가하기 위해 사용한 지표 공개	위험과 기회를 평가하기 위해 온실가스 배출량을 모니터링하고 관리하고 있음
	b) Scope 1, 2 및 Scope 3(해당되는 경우) 온실가스 배출량과 관련 위험 공개	74, 130-132
	c) 기후변화 관련 위험과 기회 관리를 위해 조직에서 사용하는 목표와 목표 대비 성과 설명	74-79

SASB INDEX

CJ ENM은 SASB(Sustainability Accounting Standards Board, 지속가능성 회계기준위원회)의 지속가능성 회계기준에 따른 산업 분류 중 Internet Media&Services, E-Commerce, Media Entertainment 총 3가지의 산업군에 속해 있습니다. 각 산업군의 회계기준이 요구하는 공시 항목을 TC-IM, CG-EC, SV-ME로 표시하였으며, 각 보고 위치에서 공시 항목별 정보를 보고하고 있습니다.

회계 지표

주제	기준 코드	지표	단위	보고 내용
데이터 프라이버시, 광고 기준 및 표현의 자유	TC-IM-220a.1 CG-EC-220a.2	행동 광고 및 이용자 프라이버시와 관련된 보유 정책 및 관행	-	-
	TC-IM-220a.3	이용자 정보보호 관련 법규 위반으로 인한 금전적 손실의 총액	천 원	0
데이터 보안	TC-IM-230a.1 CG-EC-230a.2	(1) 데이터 침해 건수	건	0
		(2) 개인식별정보 수반 비율(PII)	%	0.0
		(3) 데이터 침해 피해를 겪은 고객 수	명	0
	TC-IM-230a.2	제3자에 대한 데이터 보안 기준 적용을 포함하여 데이터 관련 리스크를 식별·대응하기 위한 접근 방식	-	-
	CG-EC-230a.1	데이터 보안 리스크를 식별하고 대응하는 접근 방식	-	-
지적재산권 보호 및 경쟁 행위	TC-IM-520a.1	공정 경쟁을 저해하는 행위에 따른 법규 위반으로 인한 금전적 손실 총액	천 원	0
지적재산권 보호 및 미디어 프라이버시	SV-ME-520a.1	지적 재산권 보호를 위한 접근 방식	-	-
하드웨어 인프라에너지 및 용수 관리	TC-IM-130a.1 CG-EC-130a.1	(1) 전체 에너지 사용량	TJ	232
		(3) 재생 에너지 비율	%	0.0
	TC-IM-130a.2 CG-EC-130a.2	(1) 전체 용수 취수량	m^3	55,092
		(2) 전체 용수 사용량, 물 스트레스가 높은 수원 지역의 비율	m^3(%)	55,092(100)
	TC-IM-130a.3 CG-EC-130a.3	데이터 센터에 적용된 환경적 고려사항	-	-
임직원 고용, 포용성 및 성과	TC-IM-330a.1	외국인 임직원 비율	%	0.8
	TC-IM-330a.2 CG-EC-330a.1	임직원 몰입도 비율	%	83.9
	CG-EC-330a.2	(1) 자발적 이직률	%	7.7
		(2) 비자발적 이직률	%	0.7
	CG-EC-330a.4	H1B 비자를 취득한 기술직 임직원 비율	%	H1B 비자는 미국 기업에만 해당하는 것으로 CJ ENM과 관련이 없음
임직원 고용,포용성 및 성과미디어 다양성	TC-IM-330a.3 CG-EC-330a.3 SV-ME-260a.1	(1) 경영진의 성별 및 인종민족적 다양성 비율	%	해당 수치는 (3)기타 직원의 성별 및 인종·민족적 다양성 수치에 포함됨
		(2) 전문직, 기술직의 성별 및 인종·민족적 다양성 비율	%	해당 수치는 (3)기타 직원의 성별 및 인종·민족적 다양성 수치에 포함됨
		(3) 기타 직원의 성별 및 인종·민족적 다양성 비율	%	전체 여성 임직원 59.5, 외국인 임직원 0.8 (기술직(Technical Staff) 포함)
미디어 다양성	SV-ME-260a.2	뉴스에서 다양성을 보장하기 위한 정책과 절차	-	해당 지표는 보도 뉴스 프로그램을 운영하는 기업에만 해당하는 것으로 CJ ENM과 관련이 없음
언론 다양성 및 후원	SV-ME-270a.1	명예훼손 소송 계류에 따른 금전적 손실 총액	천 원	0
	SV-ME-270a.3	하기와 관련된 뉴스 프로그래밍의 언론 완전성(journal integrity)을 보장하기 위한 접근 방식 (1) 진실성·정확성·객관성·공정성·신뢰성 (2) 발생 가능한 잠재적인 편향으로부터 자유로울 것 (3) 프라이버시 보호 및 침해 최소화	-	해당 지표는 보도 뉴스 프로그램을 운영하는 기업에만 해당하는 것으로 CJ ENM과 관련이 없음

제3자 검증의견서

CJ ENM 2022 ESG 리포트 독자 귀중

서문

한국경영인증원(KMR)은 CJ ENM 2022 ESG 리포트(이하 "보고서")의 제3자 검증을 요청 받았습니다. 보고서 작성과 정보에 대한 책임은 CJ ENM 경영자에게 있으며, 본 한국경영인증원의 책임은 계약 및 합의된 업무를 준수하고 검증의견서를 발급하는 데 있습니다.

검증 범위 및 기준

CJ ENM은 보고서에서 지속가능성과 관련한 조직의 성과와 활동에 대해 기술하고 있습니다. 검증팀은 국제적 검증 기준인 AA1000AS v3 및 KMR 검증 기준인 SRV1000을 적용하였으며, Type 2 방법 및 Moderate 수준의 보증 형태로 검증을 수행하였습니다. 즉, 검증팀은 AA1000AP(2018)에서 제시하는 포괄성(Inclusivity), 중요성(Materiality), 대응성(Responsiveness) 및 영향성(Impact) 원칙의 준수여부와 보고서에 기재된 하기 GRI 지표에 대한 데이터와 정보의 신뢰성 및 품질을 평가하였습니다. 이때 중요성 기준은 검증팀의 전문가적 판단(Professional Judgment)이 적용되었습니다.

GRI Standards 2021의 보고 요구사항 만족 여부에 대한 확인이 검증 범위에 포함되었으며, 중대성 평가 절차를 통해 도출된 중요주제의 세부지표는 다음과 같음을 확인하였습니다.

- GRI Standards 보고 원칙
- 공통 표준(Universal Standards)
- 특정주제 표준(Topic Specific Standards)
  - GRI 201: 경제성과(Economic Performance)
  - GRI 305: 배출(Emissions)
  - GRI 306: 폐수 및 폐기물(Effluents and Waste)
  - GRI 401: 고용(Employment)
  - GRI 403: 산업안전보건(Occupational Health and Safety)
  - GRI 404: 교육훈련(Training and Education)
  - GRI 406: 차별금지(Non-discrimination)
  - GRI 412: 인권평가(Human Rights Assessment): GRI Standards 2016

보고서의 보고경계 중 조직 외부 즉, CJ ENM의 협력사, 계약자 등에 대한 데이터와 정보는 검증범위에서 제외되었습니다.

검증방법

한국경영인증원 검증팀은 합의된 검증 범위에 대해 상기 기술된 검증기준에 따라 검증하기 위해 아래와 같이 검증을 진행했습니다.

- 보고서에 담긴 내용에 대한 전반적인 검토
- 중대성 평가 방법 및 결과 검토
- 지속가능경영 전략 및 성과정보 시스템, 프로세스 평가
- 보고서 작성에 대해 책임 있는 담당자와의 인터뷰
- 보고서 성과정보에 대한 신뢰성 평가, 데이터샘플링
- 금융감독원 전자공시시스템 등 독립적인 외부 출처 및 공공 데이터베이스를 기반으로 한 정보의 신뢰성 평가

제한사항 및 극복방안

검증은 CJ ENM에서 제공한 데이터 및 정보가 완전하고 충분하다는 가정을 기반으로 실시되었습니다. 데이터 검증은 CJ ENM에서 수집한 데이터에 대한 질의 및 분석, 제한된 형태의 표본추출방식을 통해 한정된 범위에서 실시되었습니다. 이를 극복하기 위해 전자공시시스템, 국가온실가스 종합관리시스템 등 독립적인 외부 출처 및 공공 데이터베이스를 참고하여 정보의 품질 및 신뢰성을 확인하였습니다.

검증결과 및 의견

검증팀은 문서검토 및 인터뷰 등의 결과를 토대로 CJ ENM과 보고서 수정에 대해 여러 차례 논의하였으며, 수정 및 개선권고 사항 반영을 확인하기 위해 보고서의 최종판을 검토하였습니다. 검증결과, CJ ENM의 보고서는 GRI Standards 2021에 따라 작성되었으며, AA1000AP(2018)에서 제시하고 있는 원칙 준수와 관련하여 부적절한 부분을 발견할 수 없었습니다. 원칙에 대한 본 검증팀의 의견은 다음과 같습니다

포괄성 원칙	CJ ENM은 이해관계자에 대한 조직의 책임에 대해 공약하고 이를 실천하기 위해 다양한 형태와 수준의 이해관계자 커뮤니케이션 채널을 개발하여 운영하고 있습니다. 검증팀은 이 과정에서 누락된 주요 이해관계자 그룹을 발견할 수 없었으며, 그들의 견해 및 기대 사항이 적절히 조직의 전략에 반영되도록 노력하고 있음을 확인하였습니다.
중요성 원칙	CJ ENM은 조직의 지속가능성 성과에 미치는 주요 이슈들의 중요성을 고유의 평가 프로세스를 통해 결정하고 있으며, 검증팀은 이 프로세스에서 누락된 중요한 이슈를 발견하지 못하였습니다.
대응성 원칙	CJ ENM은 도출된 주요 이슈의 우선순위를 정하여 활동성과와 대응사례 그리고 향후 계획을 포괄적이고 가능한 균형 잡힌 방식으로 보고하고 있으며, 검증팀은 CJ ENM의 대응 활동들이 보고서에 부적절하게 기재되었다는 증거를 발견하지 못하였습니다.
영향성 원칙	CJ ENM은 중대성 평가를 통해 파악된 주요 주제들의 직간접적인 영향을 파악하여 모니터링하고 있으며 가능한 범위 내에서 해당 영향을 정량화된 형태로 보고하고 있음을 확인하였습니다.

특정 지속가능성 성과정보의 신뢰성 및 품질

검증팀은 AA1000AP(2018) 원칙 준수 여부에 더해 지속가능성 성과와 관련된 경제, 환경, 사회 성과 정보에 대한 신뢰성 검증을 실시하였습니다. 해당 정보 및 데이터의 검증을 위해 담당자와 인터뷰를 실시하였으며, 데이터 샘플링 및 근거 문서 그리고 외부 출처 및 공공 데이터베이스를 통해 신뢰할 수 있는 데이터임을 확인하였습니다. 검증팀은 지속가능성 성과 정보에서 의도적 오류나 잘못된 기술을 발견하지 못하였습니다.

적격성 및 독립성

한국경영인증원은 ISO/IEC 17021·2015(경영시스템의 심사 및 인증을 제공하는 기관에 대한 요구사항)에 따라 문서화된 방침과 절차를 포함한 포괄적인 품질관리시스템을 유지하고 있습니다. 검증팀은 지속가능성 전문가들로 구성되어 있으며, 제3자 검증서비스를 제공하는 업무 이외에 CJ ENM의 사업활동에 영리를 목적으로 하는 어떠한 이해관계도 맺지 않은 독립성을 유지하고 있습니다.

2022. 12. 대한민국, 서울

KMR 한국경영인증원 Korea Management Registrar | SRV1000 Sustainability Committee Assurance | AA1000 Licensed Report 000-129/V3-V2P3V

대표이사 황은주

CJ ENM