

FOR SUSTAINABLE ENTERTAINMENT

하이브 2024 지속가능경영보고서

HYBE

ABOUT THIS REPORT

보고서 개요	하이브는 2022년부터 지속가능경영보고서를 매년 발간하며 하이브에서 추진한 지속가능경영 관련 활동 및 성과를 성실하게 공개하고 있습니다.
보고 기간	본 보고서는 2024년 1월 1일부터 2024년 12월 31일까지의 하이브의 지속가능경영 관련 활동 및 성과를 담고 있습니다. 일부 정성 성과의 경우 2025년 상반기 정보가 포함되어 있으며, 보고서 내 별도 표시했습니다. 정량 성과의 경우 연도별 추세를 관찰할 수 있도록 최근 3개년(2022년~2024년) 데이터로 구성하고 있으며, 신규 지표 등 일부 성과의 경우에는 3개년 미만의 데이터를 포함하고 있습니다.
보고 기준	본 보고서는 국제 지속가능성 보고 기준인 GRI(Global Reporting Initiative) Standards 2021, 미국 지속가능성 회계 기준(SASB)의 Internet Media & Services 및 Media & Entertainment 산업 표준에 따라 작성했으며, 재무 성과는 별도 언급이 없을 경우 한국채택국제회계기준(K-IFRS)상 연결 재무제표 기준으로 작성했습니다.
보고 범위	비재무 데이터의 경우, 하이브의 국내 및 해외 사업장을 중심으로 지속가능경영 관련 정보를 포함했습니다. 구성원은 하이브 전 계열사 중 한국 법인을 기준으로 산정했습니다.
보고서 제3자 검증	본 보고서에 담긴 정보는 객관성, 공정성, 신뢰성 확보를 위해 하이브와 이해관계가 없는 독립된 전문 검증 기관인 한국표준협회로부터 검증받았습니다. 적용된 검증 기준은 AA1000AS v3 Type 2 Moderate입니다.
보고서 관련 문의처	하이브의 지속가능경영보고서는 홈페이지(https://www.hybecorp.com)를 통해서 열람 및 다운로드 받을 수 있으며, 보다 상세한 내용이 필요하시거나 궁금한 점이 있으시면 아래 연락처로 문의 주시기 바랍니다. • 주소 서울시 용산구 한강대로 42 하이브 지속가능경영팀 • 이메일 sustainability@hybecorp.com

HYBE

지속가능경영위원회 메시지

존경하는 이해관계자 여러분께,

하이브는 2025년 창립 20주년을 맞아 ‘지속가능한 엔터테인먼트를 위하여’라는 비전을 되새기며, 팬, 구성원, 파트너사, 투자자, 지역사회를 아우르는 모든 이해관계자와 더불어 지속가능한 미래를 지향하고 있습니다. 지난 20년간 하이브는 팬과 대중에게 즐거움을 선사하는 엔터테인먼트 콘텐츠 기업으로 성장해왔습니다. 앞으로의 대도약을 위한 기초체력을 다지는 지금, 급변하는 글로벌 환경 속에서도 유연하고 다양한 시도를 이어갈 수 있도록 환경, 사회, 지배구조 전 영역에서의 실천을 강화하고 있습니다. 이번 지속가능경영보고서에서 각 영역에서의 핵심 활동과 노력들을 공유드리고자 합니다.

지난 한 해, 하이브는 팬 경험을 모든 비즈니스의 중심으로 삼고 팬과의 연결을 통해 사회적 가치를 창출하는 데 주력했습니다. 팬의 안전과 편의를 최우선으로 고려한 공연 및 팝업스토어 운영, 위버스 고객 소통 채널 확대 등 팬 경험 개선을 위한 실천을 이어갔습니다. 또한 온·오프라인 서비스 전반에 걸쳐 다국어 지원을 강화하여 글로벌 팬과의 접점을 넓히고 위버스앨범 표준화 프로젝트를 통해 팬 경험과 친환경적 가치 제고를 동시에 추구했습니다.

이와 함께 고객의 프라이버시와 정보 자산을 보호하기 위해 보안 규정을 강화하고 사전 예방과 사후 대응 체계를 정비했습니다. ISO 27001 및 ISMS 인증을 바탕으로 정보보호 체계를 고도화하며 신뢰를 쌓아가고자 노력하고 있습니다.

하이브는 구성원과의 소통과 복지 증진에도 깊은 관심을 기울이고 있습니다. 사내 의원을 통해 건강 관리 및 정서적 지원을 제공하며, CEO와 구성원이 자유롭게 교류하는 ‘안녕하쎄오(CEO)’와 회사의 방향성과 정책, 현황을 공유하고 의견을 수렴하는 ‘타운홀’을 통해 상호 존중하는 조직문화를 만들어가고 있습니다.

특히 지난해 하반기에 윤리·준법경영 강화를 위해 전담조직인 컴플라이언스실을 신설하였으며, 올해에는 윤리현장을 수립하고 윤리강령을 재정립함으로써 투명성과 신뢰성을 더욱 높였습니다.

하이브는 지속가능경영 거버넌스를 확립하고 조직 전반에 걸쳐 지속가능경영을 내재화하며 고도화하는 데 전력을 다해왔습니다. 이사회 산하 지속가능경영위원회는 지속가능경영 관련 전략과 주요 정책을 관리·감독하고 성과를 면밀히 검토하는 역할을 수행하고 있으며, 올해는 지배구조 분야에서 탁월한 전문성을 지닌 사외이사를 새롭게 선임하여 위원회의 전문성을 한층 강화했습니다. 실무조직인 지속가능경영팀과 유관 부서 실무자로 구성된 지속가능경영실무협의체를 통해 중장기 전략을 수립하고 실행하여 지속가능성장의 기반을 견고히 다지고 있습니다.

하이브는 앞으로도 지속가능경영 활동 성과를 성실하게 공개하고 꾸준한 개선을 위해 정진하겠습니다.

감사합니다.

하이브 지속가능경영위원회

위원장 **이미경**

위원 **이상승, 이재상**

WHO WE ARE

COMPANY OVERVIEW

하이브는 음악에 기반한 엔터테인먼트 라이프스타일 플랫폼 기업을 지향하며, 음악(Music), 플랫폼(Platform), 테크기반 미래성장(Tech-Driven Future Growth Initiatives) 3대 영역을 중심으로 사업을 운영하고 있습니다. 하이브·하이브 재팬·하이브 아메리카·하이브 라틴 아메리카 본사를 기반으로 글로벌 경쟁력을 강화하고 있습니다.

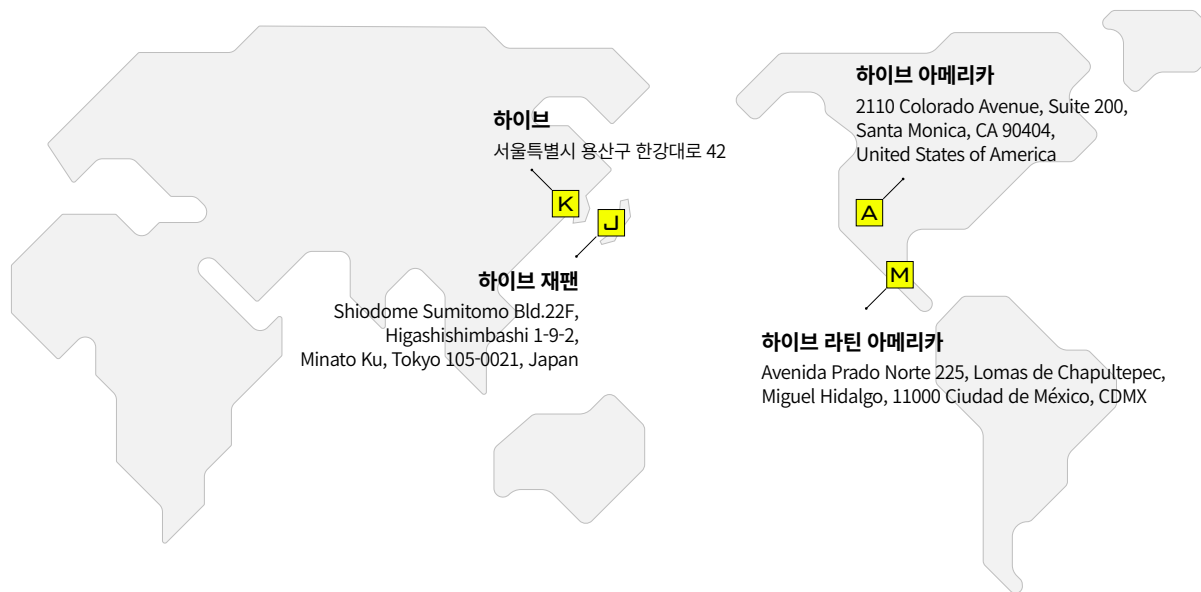
회사 정보

(2024년 12월 31일 기준)

회사명 주식회사 하이브	본사 위치 [K] 한국 [J] 일본 [A] 미국 [M] 멕시코
설립 연월 2005년 2월	사업영역 아티스트 매니지먼트 대행업, 공연기획업, 도소매, 라이선스업 등
대표이사 이재상	구성원 수 2,128 명

글로벌 네트워크

(2024년 12월 31일 기준)



사업 구조

(2024년 12월 31일 기준)

	아티스트 양성 및 음악을 기반으로 한 다양한 산업 전개	위버스를 주축으로 한 하이브 콘텐츠의 연결과 확장	미래형 엔터테인먼트 연구개발
MUSIC	- 하이브 뮤직그룹 APAC - 하이브 재팬 - 하이브 아메리카 - 하이브 라틴 아메리카	- 하이브 미디어 스튜디오 - 하이브 브랜드 시너지 - 하이브 쓰리식스티 - 하이브 아이피엑스	- 하이브IM - 하이브 OSB - 수퍼톤
	PLATFORM		TECHNOLOGY

HISTORY

하이브는 음악·플랫폼·테크기반 미래성장 사업 구조를 기반으로 지속적인 성장과 변화를 추구함으로써 엔터테인먼트 라이프스타일 플랫폼 기업으로서의 입지를 확장하고 있습니다.

Chapter 1

초기 빅히트 엔터테인먼트

2005~2018
2005
2005. 02. 빅히트 엔터테인먼트 설립
2017
2017. 09. 빅히트 엔터테인먼트 재팬(現 하이브 재팬) 설립

Chapter 2

레이블-솔루션-플랫폼 사업 구조 구축

2018~2021
2018
2018. 07. beNX(現 위버스컴퍼니) 설립
2018. 09. 빌리프랩 설립
2019
2019. 07. 쏘스뮤직 인수
2019. 10. 빅히트쓰리식스티(現 하이브쓰리식스티) 및 빅히트아이피(現 하이브 아이피엑스) 설립
2020
2020. 05. 플레디스 엔터테인먼트 인수
2020. 10. 유가증권시장 상장
2020. 11. KOZ 엔터테인먼트 인수

Chapter 3

글로벌 엔터테인먼트 라이프스타일 플랫폼 기업으로의 도약

2021~현재
2021
2021. 02. 유니버설뮤직그룹(UMG) 산하 게펜 레코드(Geffen Records)와 합작 레이블 설립(하이브 유니버설)
2021. 03. 하이브로 사명 변경
2021. 03. 하이브 OSB 설립
2021. 04. 미국 종합 미디어사 이타카 홀딩스 인수
2021. 07. 하이브IM 설립
2021. 11. 어도어 설립
2022
2022. 01. 두나무와 NFT 사업 합작 법인 설립(레벨스)
2022. 06. 위버스 재팬 설립
2022. 07. 위버스 아메리카 설립
2022. 07. 하이브 지속가능경영위원회 설립
2022. 12. 하이브 미디어 스튜디오 설립
2023
2023. 01. AI 오디오 기업 수퍼톤 인수
2023. 02. 미국 힙합 레이블 QC 미디어 홀딩스 인수
2023. 08. 빌리프랩 지분 전량 인수 및 자회사 편입
2023. 11. 엑자일 뮤직 인수
2023. 12. 하이브 라틴 아메리카 설립
2024
2024. 08. 하이브 2.0 발표 (음악, 플랫폼, 테크기반 미래성장 사업 구조 개편)

FINANCIAL OVERVIEW

하이브는 음반 및 음원, 공연, 공식상품 및 라이선싱, 콘텐츠 등의 사업에서 차별화된 고객 경험을 제공하며 글로벌 엔터테인먼트 산업을 이끌고 있습니다.

FY24 재무성과

연결 매출액

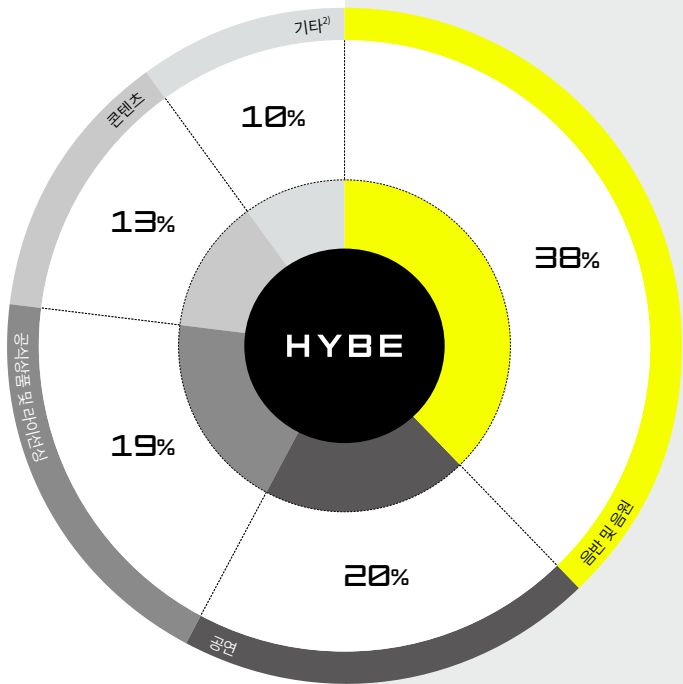
2조 2,556억 원

연결 영업이익

1,840억 원

연결 총자산

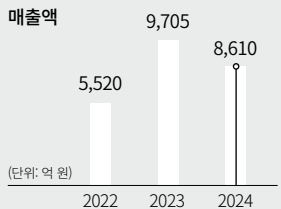
5조 4,792억 원



HYBE Business ¹⁾

음반 및 음원

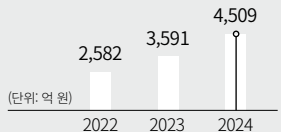
38%



멀티레이블 체제를 바탕으로 아티스트와 내·외부 프로듀서진이 개성 있는 음악을 실물 음반과 음원 스트리밍을 통해 선보입니다.

공연

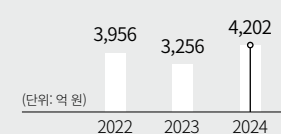
20%



글로벌 팬들과의 연결을 위해 월드투어를 기획 및 운영하며, 온라인 스트리밍 콘서트를 통해 고객 경험을 다양화하고 있습니다.

공식상품 및 라이선싱

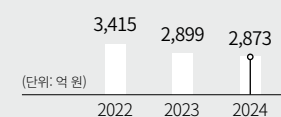
19%



아티스트 IP를 기반으로 공식상품(MD, Merchandise), 라이선싱 상품 등 다양한 상품을 출시하고, 오프라인 팝업스토어 등을 진행하고 있습니다.

콘텐츠

13%



콘텐츠 기획 전문 인력 및 자체 프로덕션 스튜디오를 기반으로 다큐멘터리, 예능, 영화, 게임, 웹툰 등의 콘텐츠를 제작하고 있습니다.

1) 2024년 연결재무제표 기준으로 집계했으며, 매출 실적에 대한 구체적 내용은 사업보고서 'II. 사업의 내용'의 '4.매출 및 수주상황' 참고

2) 광고, 출연료, 팬클럽 등 기타 수익 포함

MUSIC

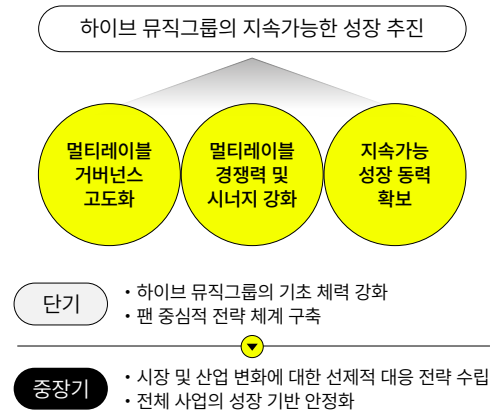
음악 영역은 아티스트를 양성하고 음악 콘텐츠를 제작하며, 음악에 기반한 다양한 산업을 전개합니다.
하이브는 멀티레이블 체제의 운영과 함께 미국, 일본, 라틴을 중심으로 현지 문화와 특성을 반영한 사업을 전개해,
현지 시장에서의 주도적 사업자 위상을 확보하는 ‘멀티 홈, 멀티 장르(Multi-home, Multi-genre)’ 전략을 추진하고 있습니다.

멀티레이블 총괄조직 신설 | HYBE MUSIC GROUP APAC

하이브는 멀티레이블 시스템 고도화를 위한 총괄 조직 ‘HMA(HYBE MUSIC GROUP APAC)’를 신설했습니다. 멀티레이블 시스템은 창작자들이 단기적인 성과에 매몰되지 않고 창작 활동에 집중할 수 있도록 안정적인 기반을 마련하는 체계로, 하이브의 지속가능한 성장을 뒷받침하고 있습니다. ‘레이블-솔루션-플랫폼’으로 이루어진 기존 사업영역을 ‘음악-플랫폼-테크놀로지’로 재편하는 하이브 2.0 전략의 일환으로, HMA는 멀티레이블 시스템 하에 음악 사업의 지속적인 성장을 견인하는 한편, 그룹사 차원의 전략 수립 및 투자를 통해 각 레이블의 성장을 뒷받침하고 있습니다.

Korea			
빅히트 뮤직 	빅히트 뮤직(BIGHIT MUSIC)은 음악에 대한 믿음, 팬들의 공감과 지지를 기반으로 언제나 새로운 길을 개척하는 레이블입니다. 빅히트 뮤직은 기존에 없던 고유한 방식으로 시대를 담은 상징적인 음악을 만들어 전세계 팬들과 소통하고자 노력합니다. 이현, 방탄소년단, 투모로우바이투게더가 소속되어 있습니다.	소스뮤직 	소스뮤직(SOURCE MUSIC)은 ‘이유와 근거가 있는 음악은 듣는 사람들에게 감동을 준다’라는 가치를 추구하는 걸그룹 전문 레이블입니다. 양질의 콘텐츠를 제작해 팬들의 행복한 삶을 응원하며, 글로벌 음악 산업을 이끄는 것을 목표로 합니다. 르세라핌이 소속되어 있습니다.
플레디스 엔터테인먼트 	플레디스 엔터테인먼트(PLEDIS Entertainment)는 인재들을 모아 최고의 스타로 양성하겠다는 목표를 가진 레이블입니다. 다년간 축적된 노하우를 바탕으로 다양한 프로젝트를 시도해 대중문화의 영역을 확대하고, 팬들에게 즐거움과 감동을 전달하는 것을 목표로 합니다. 뽐주, 황민현, 세븐틴, 투어스가 소속되어 있습니다.	빌리프랩 	빌리프랩(BELIFT LAB)은 글로벌 시장을 타깃으로 하는 아이돌 그룹을 양성함으로써 K-POP의 주류 장르화를 이끌고 있으며, 레이블 비즈니스를 재정의하고 혁신하기 위해 설립되었습니다. 엔하이픈, 아일릿이 소속되어 있습니다.
KOZ 엔터테인먼트 	KOZ 엔터테인먼트(KOZ ENTERTAINMENT)는 오리지널리티를 기반으로 시대의 흐름을 이끄는 독창성을 만들어 내는 것이 목표입니다. 다양한 취향을 모두 충족할 수 있는 음악을 만들고, 새로운 해석을 시도해 패러다임을 바꿉니다. 지코, 보이넥스트도어가 소속되어 있습니다.	어도어 	어도어(ADOR)는 새로운 도전을 하는 것에 두려움이 없는 레이블입니다. 아티스트 브랜딩을 통해 기존에 있던 스타일보다 메인 스트림에서 보이지 않았던 차별화된 스타일을 다양하게 대중에게 선보입니다. 획일화되지 않은, 호기심을 자극할 만한 좋은 콘텐츠를 지속적으로 만들고 제공하고자 노력합니다. 뉴진스가 소속되어 있습니다.

| 멀티레이블 총괄조직 추진 방향성



Japan
YX Labels 
YX LABELS는 음악 산업에 혁신을 일으켜 음악을 사랑하는 팬들의 삶을 윤곽하게 하고자 하는 콘텐츠 기업입니다. 일본 현지에서 신인 발굴 및 개발, 매니지먼트, 음반 제작 등을 진행합니다. 엔믹, 아오엔이 소속되어 있습니다.

MUSIC

America			
빅 머신 레이블 그룹 	하이브 아메리카의 자회사인 빅 머신 레이블 그룹(Big Machine Label Group, BMLG)은 회장이자 CEO인 Scott Borchetta의 지도 하에 운영되며, Big Machine Records, The Valory Music Co., Nashville Harbor Records & Entertainment, Big Machine Rock 및 퍼블리싱 회사 Big Machine Music을 아우르고 있습니다. BMLG의 소속 아티스트로는 Tim McGraw, Sheryl Crow, Thomas Rhett, Mötley Crüe, Rascal Flatts, Lady A와 같은 최정상 스타들, Riley Green, Carly Pearce, Brantley Gilbert, Justin Moore, Brett Young, Midland, Jackson Dean, Sugarland, Brian Kelley, Daughtry, Aaron Lewis, Badflower 등의 차트 정상의 아티스트들, 그리고 Chase McDaniel, Conner Smith, Greytan James, LECADÉ, Mackenzie Carpenter, Preston Cooper, Mae Estes, Noah Hicks, Ryan Hurd, Shaylen, The Cadillac Three, The Struts, Dylan Matthew, Lillian Hepler과 같은 떠오르는 신인들이 있습니다. 또한 Dolly Parton, Creativets, Darryl Worley, Tom Petty, Toby Keith, Glen Campbell과 협력해 작업하고 있습니다. BMLG의 아티스트들은 GRAMMY, CMA, ACM, AMA, CMT, Teen Choice, MTV, Billboard, People’s Choice, BRIT Awards에서 여러 차례 수상했습니다. 나아가 아티스트의 공연 로열티 권리를 위해 지상파 라디오와 제휴한 최초의 미국 레이블로, 아티스트, 작곡가, 출판사 및 음반사의 권리를 보호하는 데 앞장서고 있습니다. 2024년 BMLG는 34개의 신규 RIAA 인증과 11개 곡의 1위(소속 작곡가가 제작한 곡 포함 시 15개)를 기록하고, 총 30개의 곡, 앨범, 뮤직비디오가 국제 차트 상위권을 달성하는 성과를 거두었습니다.	QC 뮤직 	2013년에 업계 베테랑인 Pierre “P” Thomas와 Kevin “Coach K” Lee에 의해 설립된 QC 뮤직(Quality Control Music, QC)은 현대 힙합과 어반 뮤직에서 가장 영향력 있고 성공적인 독립 레코드 레이블 중 하나로 자리잡았습니다. 조지아주 애틀랜타에 본사를 둔 QC 뮤직은 현대 트랩 음악 사운드의 기반을 형성하고 업계에서 가장 성공한 아티스트들의 경력을 시작하는 데 중요한 역할을 했습니다. QC 뮤직은 아티스트를 자연스럽게 양성하는 것을 비전으로 두어, 세계적인 성공을 지원하기 위해 필요한 톨, 가이드, 인프라를 제공합니다. 레이블의 뛰어난 인재 발굴 능력, 전략적 사업 감각, 퀄리티를 위한 노력은 음악 산업에서 막강한 위치를 차지하는 데 기여했습니다. QC 브랜드는 음악을 넘어 매니지먼트, 출판, 영화 및 TV, 스포츠, 패션에 포함한 다양한 엔터테인먼트 분야로 확장되었으며, 우수한 어반 뮤직을 기반으로 한 다각화된 미디어 대기업을 구축했습니다. QC 뮤직은 여러 장르에 걸친 전략적인 계약을 진행해 다양한 분야의 인재를 발굴했습니다. 장르에 신선한 에너지를 불어넣는 컨트리 자매 그룹 The Boykinz, 뛰어난 보컬 재능을 가진 매력적인 R&B-Soul 가수 El Jones, 다양한 현대 스타일을 연결해 독특한 사운드를 구축하는 혁신적인 팝 아티스트 Syamali 등과 계약을 체결해, 2024년 QC 뮤직은 설립 이래 브랜드를 정의해온 진정성과 문화적 관련성을 유지하면서도, 힙합 기반을 넘어 확장하는 성과를 선보였습니다. 현재 QC 뮤직의 소속 아티스트로는 Quavo, Lil Yachty, Lil Baby, Marlo, JT, City Girls, The Boykinz, Concrete Boys, 24 Heavy, Bankroll Freddie, Duke Deuce, Jayy Fox, Jordan Hollywood, Kollison, Layton Greene, Quay Global, Wavy Navy Pooh, Lakeyah, Metro Marrs 등이 있습니다.

MUSIC

America

HYBE × Geffen Records

HYBE × GEFEN

하이브 아메리카와 게펜 레코드(Geffen Records) 조인트 벤처는 미국 음반회사와 한국의 대표적인 엔터테인먼트회사 간의 역사적인 파트너십으로 설립되었습니다. 두 회사는 K-POP 트레이닝 및 개발 시스템을 모델로 음악 제작의 전문 지식을 결합해 미국 현지에서 국가, 문화, 예술적 경계를 초월한 글로벌 걸그룹을 선보일 것입니다. KATSEYA가 소속되어 있습니다.

SB(Scooter Braun) Projects



SB Projects는 음악, 영화, TV, 테크, 자선 활동을 아우르는 다각화된 엔터테인먼트 및 미디어 기업입니다. 설립자 Scott Scooter Braun의 비전 하에, 창의력, 글로벌 관객을 사로잡는 능력, 그리고 미래 방향성에 대한 이해를 결합해 대중 문화를 선도하는 혁신적인 아이디어를 제공합니다. 2007년 설립 이후 SB Projects는 최고의 인재들을 양성했으며, 영화 및 TV 부문에서는 ‘Justin Bieber: Seasons’, ‘Demi Lovato: Dancing With The Devil’과 같은 YouTube 방영 프로젝트를 제작해 호평을 받았습니다. Braun의 리더십 하에 SB Projects는 Marvel의 David Maisel, GoodStory Entertainment와 같은 업계 최정상들과 전략적 파트너십을 구축했습니다. 또한 Pencils of Promise 및 Make-A-Wish 등과의 협력, 코로나19 팬데믹 기간 진행한 ‘One Love Manchester’ 자선 콘서트 및 ‘Stuck with U’ 자선 싱글과 같은 이니셔티브를 통해 자선 활동을 이어왔습니다. Braun의 영향력은 Uber, Spotify, Pinterest 등 다양한 기업에 대한 투자를 통해 엔터테인먼트 업계를 넘어 확장되고 있으며, 항상 사회적 영향을 염두에 두고 있습니다. SB Projects는 ‘Family is everything · Do well by doing good · Empower others, make leaders · Play for legacy(가족이 전보다 더 선행을 통해 성공하라 · 타인에게 권한을 주고 리더를 양성하라 · 유산을 위해 노력하라)’는 핵심 가치를 바탕으로, 지속적인 도전을 위한 영감을 제공하겠다는 사명을 추구하고 있습니다.

Latin America

HYBE LATIN AMERICA



HYBE Latin America는 라틴 아메리카의 창의적인 인재와 음악을 글로벌 시장에 소개하고 지역 음악 산업을 혁신하는 것을 목표로 설립되었습니다. Latin 음악의 중심도시 중 하나인 멕시코시티와 US Hispanic의 거점 마이애미 두 개의 지역을 중심으로 라틴 아메리카에서의 입지를 확대하고, 현지의 문화적 다양성을 강화하고 세계와 연결하는 데 중점을 두고 있습니다.

DOCEMIL MUSIC



Docemil Music은 라틴 아메리카의 문화적 교류와 예술적 표현의 촉진을 목표로 기존 아티스트들과 차세대 라틴 아티스트의 재능을 지원합니다. 전설적인 멕시코 록 밴드 Café Tacvba의 멤버로 잘 알려진 아티스트 Meme del Real을 비롯한 여러 아티스트가 소속되어 있으며, Regional Mexican, Salsa, Bachata, Merengue, Indie, POP 등의 장르를 선보이고 있습니다.

Zarpazo LLC

【(ZRPZ)】

Zarpazo는 마이애미에 기반을 둔 독립적인 라틴 음악 레이블로, 라틴 아메리카의 전통과 현대적 음악을 결합하여, 실험적이고 창의적인 음악을 세계에 전달하는 레이블입니다. 이 레이블은 다양한 장르와 아티스트들이 각자의 음악적 개성을 자유롭게 표현하도록 지원하며, 음악의 경계를 확장하는 데 집중하고 있습니다. 대표적으로 도시적 감성과 리듬이 강조된 어반 계열 음악인 Urbano와 카리브해 및 라틴 아메리카 기원의 Reggaetón을 비롯해, Afrobeat, Vallenato, Caribbean music 등 다양한 장르를 선보이고 있습니다.

MUSIC

하이브			
하이브 미디어 스튜디오 	하이브 미디어 스튜디오(HYBE MEDIA STUDIO)는 팬과 아티스트에 기반한 팬 콘텐츠, 예능 콘텐츠, 다큐멘터리 등 다양한 오리지널 콘텐츠들을 기획 제작합니다. 하이브 뮤직그룹 아티스트들의 다채로운 매력을 담아 팬들에게 즐거움을 선사하며 소통할 수 있는 콘텐츠를 제공하며 아티스트 콘텐츠의 가치를 높이고 있습니다. 관련 콘텐츠들을 팬덤 플랫폼 뿐만 아니라 국내외 OTT, TV, 극장 등에 배급하고 상품화하여 보다 폭넓은 글로벌 시청자에게 확장하며 수익을 창출하고 있습니다.	하이브 쓰리식스티 	하이브 쓰리식스티(HYBE 360)는 글로벌 콘서트, 팬미팅 등 완성도 높은 온·오프라인 공연과 테마파크 등 고객 경험 확장을 위한 서비스를 기획·제작·운영합니다. 아티스트 음반 음원의 국내외 유통·프로모션 및 광고 사업을 진행합니다.
하이브 브랜드 시너지 	하이브 브랜드 시너지(HYBE BRAND SYNERGY)는 종합적인 기획 및 실행 역량을 기반으로 아티스트 IP와 국내외 다양한 브랜드/기업과의 차별화된 파트너십을 추진하여 시너지를 창출합니다. 브랜드 앰버서더 및 광고, 아티스트/캐릭터 IP와 브랜드 간 콜라보레이션, 하이브 비즈니스 솔루션의 아웃바운드 사업, 아티스트 공연과 연계한 통합 엔터테인먼트 사업인 The City 프로젝트, IP 기반 사업의 글로벌 전개, 라이프스타일 브랜드 확장 등 팬들과 시장에 폭넓은 경험과 가치를 제공하는 사업을 추진합니다.	하이브 아이피엑스 	하이브 아이피엑스(HYBE IPX)는 아티스트 IP 및 이를 기반으로 한 신규 기획, 캐릭터 개발 등을 통해 팬들에게 색다른 재미와 감동을 제공할 수 있는 다채로운 공식 상품을 만들고, 위버스, 팝업스토어, 공연 현장 등을 비롯한 전 세계 온·오프라인 채널에 유통합니다. 상품 중심의 IP 콜라보레이션 및 글로벌 라이선스 사업, 팬 경험을 제공하는 공간 사업 등을 펼치며 글로벌 팬들이 사랑하는 아티스트와 일상의 접점에서 다양한 방식으로 소중한 경험을 쌓아갈 수 있도록 합니다.

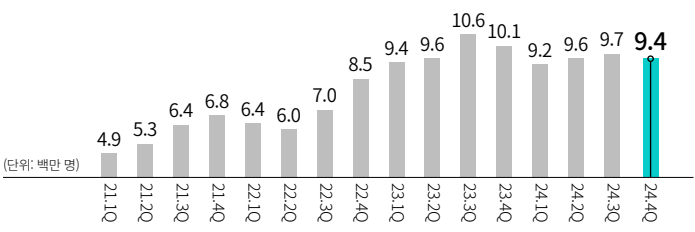
PLATFORM

위버스컴퍼니(WEVERSE COMPANY)는 고객 경험의 확장을 통한 팬덤 문화의 혁신을 비전으로 삼고 있는 글로벌 팬덤 플랫폼 기업입니다. 종합적인 팬덤 경험을 제공하는 위버스(Weverse)는 아티스트와 팬 사이를 연결하며 팬 활동에 최적화된 콘텐츠와 서비스를 제공합니다.

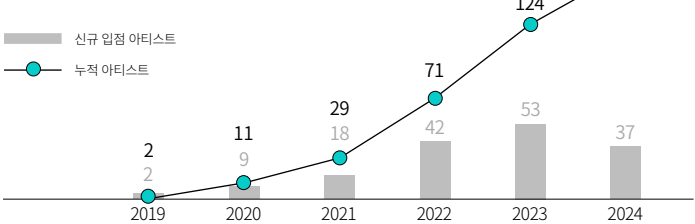
Weverse, Global Superfan Platform

위버스는 아티스트와 팬들에게 필요한 모든 서비스들을 한 곳에 모은 ‘올인원 플랫폼’입니다. 아티스트와의 실시간 소통, 콘서트 스트리밍, 콘텐츠 시청, 쇼핑 등 하나의 플랫폼 안에서 커뮤니티, 콘텐츠, 커머스까지 다양한 팬 활동을 경험할 수 있습니다. 또한 앱 내 공식 결제수단 ‘젤리’, 아티스트와의 프라이빗 채팅 서비스 ‘위버스 DM’ 등의 지속적인 서비스 고도화를 통해 글로벌 팬덤 문화를 새롭고 편리하게 변화시키는 ‘글로벌 슈퍼팬 플랫폼’으로 진화해 나가고 있습니다.

| 월간 활성 이용자 수(MAU, Monthly Active Users)



| 연도별 신규·누적 입점 아티스트 수¹⁾



1) 선셋-클로징 커뮤니티를 제외한 현재 활성화된 커뮤니티 기준
2) 2024년 1월 1일~12월 31일 기준으로 집계. 누적 재생 유저 수 및 재생 수는 라이브 방송 다시보기를 포함한 수치이며, 유저 수는 라이브별 시청자 중복 합산

| 위버스 기능 소개

위버스샵

위버스샵은 글로벌 팬을 위한 공식 커머스 플랫폼으로, 위버스에 입점한 아티스트의 공식 앨범과 상품, 온라인 콘서트 티켓, 위버스샵에서만 구매 가능한 공식상품 등을 판매하고 있습니다. 위버스 계정과의 연동을 통해 하나로 통합된 위버스 생태계 안에서 다양한 소비 경험을 제공하며, 글로벌 배송 서비스를 갖춰 전 세계 팬들이 어디에서든 손쉽게 이용할 수 있습니다.

위버스 라이브

위버스 라이브는 아티스트와 팬 간의 실시간 소통을 지원하는 온라인 방송 플랫폼입니다. 아티스트는 생일, 앨범 발매, 콘서트 후기 등의 순간을 팬들과 공유하며, 팬들은 라이브 방송 중 채팅 참여와 좋아요 표시 등을 통해 더욱 생생하게 소통하고 있습니다. 2024년에는 전년 대비 약 17% 증가한 5,749회의 라이브 방송이 진행되었으며, 전 세계 2억 2천만 명의 팬들로부터 누적 7억 3천만 회 재생되었습니다²⁾.

위버스앨범

위버스앨범은 QR코드 하나로 디지털 공간에서 음악과 포토 콘텐츠를 감상할 수 있는 앨범입니다. 실물 앨범을 디지털로 확장한 방식으로, 구매한 디지털 앨범의 QR코드를 스캔해 앱에 등록한 후 편리하게 음악을 감상할 수 있습니다. 고화질 디지털 포토북, 디지털 포토카드, 위버스앨범에서만 경험할 수 있는 생동감 있는 모션커버 등 다양한 디지털 콘텐츠를 함께 제공하고 있습니다.

위버스 리스닝 파티

위버스 리스닝 파티는 위버스에서 음원플랫폼을 연동해 함께 음악을 듣고 실시간으로 소통하는 서비스입니다. 아티스트가 주최하는 공식 리스닝 파티와 팬들이 함께 모여 자신의 취향이 담긴 플레이리스트를 공유하는 팬들만의 파티를 통해 실시간으로 음악을 스트리밍하며 음악 경험을 공유하는 새로운 방식을 경험할 수 있습니다.

위버스 매거진

위버스 매거진은 웹과 앱을 통해 제공되는 디지털 뉴스 서비스입니다. 위버스 편집팀이 직접 콘텐츠를 집필, 큐레이팅 및 운영하며, 한국어, 영어, 일본어 및 중국어(일부)로 서비스되어 글로벌 팬들의 접근성을 높였습니다. 위버스 입점 아티스트의 인터뷰 및 음악 리뷰, 아티스트가 팬을 위해 선별한 음악 플레이리스트 등 다양한 콘텐츠를 수록하고 있습니다. 웹 접근성 향상을 위해 일부 기사에 텍스트 음성변환 서비스(TTS, Text to Speech)를 도입해 몰입감 높은 기사 듣기 경험을 제공합니다.



TECHNOLOGY

하이브의 테크기반 미래 성장사업은 콘텐츠와 기술의 융합을 적극적으로 시도함과 동시에 고객 경험의 변화 방향성을 예측하고 주도해 나갑니다.

하이브IM



하이브IM은 하이브의 테크 기반 신사업을 담당하는 자회사로, 게임 개발과 퍼블리싱을 통해 글로벌 엔터테인먼트 시장을 확장하고 있습니다. 하이브의 음악과 아티스트, 엔터테인먼트 요소를 게임과 결합해 차별화된 콘텐츠를 제공하며, 자체 개발과 퍼블리싱을 동시에 구축·확장해 종합 게임사로서의 경쟁력을 강화하고 있습니다. 또한 K-POP과 게임의 융합을 비롯한 다양한 시도를 통해 글로벌 이용자들에게 새로운 경험을 선사하고 있습니다.

하이브 OSB



하이브 OSB(HYBE OSB, HYBE ORIGINAL STORY BUSINESS)는 직접 기획, 개발한 고유의 스토리 IP인 오리지널 스토리를 바탕으로 웹툰, 웹소설뿐만 아니라 다양한 장르와 포맷의 콘텐츠들로 사업을 확장해 나가고 있습니다. ‘하이브 오리지널 스토리’는 하이브가 시도하는 고유의 스토리 IP를 지칭하는 개념입니다. 아티스트의 브랜드, 음악적 메시지와 연계성을 가지지만 음악적 문법에 국한하지 않고 장르와 포맷을 넘나들며 스토리 기반 IP로서의 매력과 가능성을 확장해 나가는 중입니다. 또한 각 오리지널 스토리의 캐릭터에 아티스트를 캐스팅하는 콜라보레이션 방식을 통해 독자로 하여금 더 몰입도 높게 스토리를 즐길 수 있도록 하고 있습니다.

수퍼톤



수퍼톤은 창작자들이 혁신적인 방식으로 몰입감 있는 콘텐츠를 제작할 수 있도록 AI 음성 기술을 연구하고 있습니다. AI 기반 음성 솔루션은 노래와 연기가 가능한 극사실적인 목소리를 생성해 창작 과정의 패러다임을 바꾸며 팬들에게 새로운 경험을 선사합니다. 음악뿐 아니라 영화, 애니메이션, 메타버스 등 다양한 콘텐츠로 AI 기술의 적용 영역을 확장하고 있으며, 나이와 성별, 언어, 국경 등의 경계를 허물고 창작자와 아티스트가 팬들과 가까워질 수 있는 방안을 모색합니다.

ARTISTS

하이브 뮤직그룹 아티스트들은 국내·외에서 활발히 활동하며 K-POP을 전세계에 알리고 있습니다.

빅히트 뮤직

KOREA

방탄소년단

Debut | 2013.06.13.

2013년 데뷔해 국내·외 신인상을 휩쓴 방탄소년단은 한국을 대표하는 최정상 보이그룹입니다. 전 세계적으로 방탄소년단 열풍을 일으키며 ‘21세기 팝 아이콘’으로 불리고 있습니다. 미국 빌보드, 영국 오피셜 차트, 일본 오리콘을 비롯해 아이튠즈, 스포티파이, 애플뮤직 등 세계 유수의 차트 정상에 올랐고, 음반 판매량과 뮤직비디오 조회수, SNS 지수 등에서도 독보적인 기록을 쓰고 있습니다. 또한 ‘제63회 그래미 어워드’에서 한국 가수 최초로 단독 무대를 펼쳐 ‘빌보드 뮤직 어워드’와 ‘아메리칸 뮤직 어워드’, ‘그래미 어워드’까지 미국 3대 음악 시상식 무대에서 공연하는 기록을 세웠습니다. 방탄소년단은 스타 디움 투어를 개최하며 전 세계 콘서트 시장에서도 글로벌 아티스트로서의 입지를 다졌습니다. 또한 유니세프와 함께하는 LOVE MYSELF 캠페인, UN 연설, 미국 백악관 초청 등을 통해 음악의 영역을 뛰어넘어 선한 영향력을 펼치고 있습니다.



투모로우바이투게더

Debut | 2019.03.04.

2019년 데뷔와 동시에 전 세계 음악시장에서 돌풍을 일으킨 투모로우바이투게더는 트렌디한 음악과 퍼포먼스를 바탕으로 Z세대를 대표하는 아티스트로 자리매김했습니다. 투모로우바이투게더는 앨범 발매마다 신기록을 달성하며 주요 글로벌 차트에서 괄목할 성과를 거두고 있습니다. 특히, 미니 5집 ‘이름의 장: TEMPTATION’이 ‘빌보드 200’에 1위로 진입한 뒤 3주 연속 TOP 10에 머물러 방탄소년단 이후 K-POP 남성 아티스트로서는 최초 기록을 경신했습니다. 투모로우바이투게더는 미국 시카고의 대형 음악축제 ‘Lollapalooza’에 2년 연속(2022~2023) 참여했고, 2023년에는 K-POP 그룹으로는 최초로 헤드라이너로 초청받았습니다. 또한 같은 해 역대 K-POP 아티스트 중 데뷔 후 최단기간에 ‘MTV Video Music Awards’ 무대에 섰습니다.



이현

Debut | 2007.08.27.

2007년 MBC [쇼바이벌!] 우승과 함께 혼성그룹 8eight로 활동하며 2AM 출신 이창민과 결성한 프로젝트 그룹인 남성 듀오 옴므와 다양한 솔로활동으로 국내 최고의 감성 보컬리스트로 성장했습니다. 이후 자작곡 ‘입술자국’, ‘다음이 있을까’ 등을 발표하며 싱어송라이터로 자리잡았습니다. 하이브IM과 빅히트 뮤직이 합작한 음악 및 기술 융합 프로젝트를 통해 2023년 5월 ‘미드닛’으로 활동했습니다.

ARTISTS

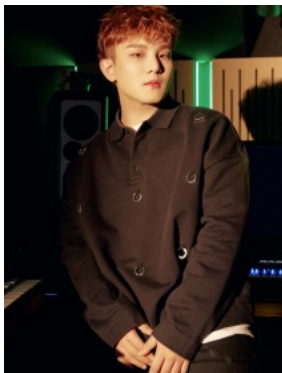
플레디스 엔터테인먼트

KOREA

범주

Debut | 2011.06.14.

범주는 2012년 오디션 프로그램 Mnet ‘슈퍼스타K 4’에서 TOP 12 안에 들어 실력파 싱어송라이터로서 대중들에게 인정받았습니다. 가창력과 호소력 짙은 음색으로 보컬리스트는 물론, 뉴이스트, 세븐틴 등의 프로듀서로도 활발히 활동하고 있습니다. 2017년에 발매한 ‘Forever Young’, ‘한 때’ 등 직접 작사, 작곡은 물론 편곡까지 맡아 자신만의 특색이 담긴 음악을 선보이고 있으며, 힙합, 락, EDM 등 장르 불문 최고의 결과물을 내놓고 있습니다. 또한 범주는 플레디스 엔터테인먼트 소속 가수(세븐틴, 투어스 등)의 앨범 제작에 적극 참여하면서 K-POP의 전세계적인 인기에도 큰 역할을 하고 있으며, ‘제11회 KOMCA 저작권대상’에서 대중 작사, 작곡 분야 대상을 2년 연속 수상하고 2024년 AAA 시상식에서 베스트 프로듀서상을 수상했습니다.



황민현

Debut | 2012.03.15.

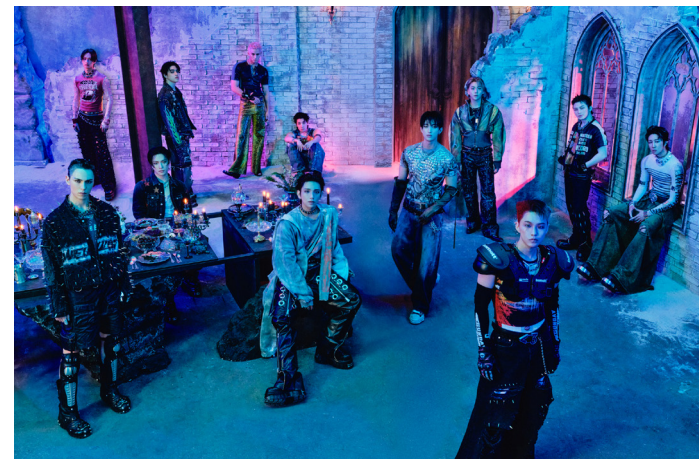


감미로운 보이스와 트렌디한 비주얼을 보유하고 있는 황민현은 가수 활동과 연기 활동까지 장르를 넘나들며 한계 없는 눈부신 활약을 선보이고 있습니다. 2012년 3월 가요계 데뷔 이후 그룹 ‘뉴이스트(NU’EST)’와 ‘워너원’ 활동에 이어 뮤지컬 ‘마리 앙투아네트’를 시작으로, 정극 드라마 ‘라이브온’ 첫 출연을 통해 수준급의 연기력을 인정받으며 많은 이들을 완벽하게 매료시켰습니다. 황민현은 ‘환혼’, ‘소용없어 거짓말’, ‘스터디그룹’을 통해 차세대 대세 배우로 입지를 탄탄히 다져가고 있습니다. 2024년 3월 디지털싱글 ‘Lullaby’를 발표하고 팬미팅 ‘도원결의’를 진행했으며, 현재는 국방의 의무를 성실히 이행하고 있습니다.

세븐틴

Debut | 2015.05.26.

세븐틴은 13명의 멤버, 3개의 유닛(힙합팀, 보컬팀, 퍼포먼스팀)이 모여 하나의 팀을 이룬다는 의미가 담긴, 플레디스 엔터테인먼트 소속의 글로벌 최정상 보이그룹입니다. 2015년 데뷔와 동시에 슈퍼루키로 부상한 세븐틴은 ‘자체 제작 아티스트’라는 타이틀에 맞게 세계적인 수준의 칼군무와 독특한 팀워크로 역사를 만들어 내며 최상의 퍼포먼스로 글로벌 팬덤을 형성하고 있습니다. 특히 세븐틴은 2024년 약 1천만 장의 앨범 판매량을 기록해 2023년에 이어 2년 연속 ‘천만 아티스트’에 등극했습니다. 2024년 발매된 베스트앨범은 역대 K-POP 베스트 앨범 중 판매량 1위를, 미니 12집은 2024년 발매 앨범 판매량 1위를 기록했습니다. 또한 한국과 일본 내 최대 규모 스타디움에서의 공연을 전석 매진시킨 것을 포함해, 2024년 한 해 동안 총 36회의 공연에서 온·오프라인 합산 155만명 이상의 관객을 동원했고 ‘글래스턴베리 페스티벌’ 메인스테이지와 ‘롤라팔루자 베를린’의 헤드라이너로 입성한 최초의 K-POP 아티스트로서 공연 최강자의 면모를 입증했습니다. 나아가 세븐틴은 2024년 6월 K-POP 아티스트 최초로 UNESCO 청년 친선대사로 임명되어 전세계 청년들에게 선한 영향력을 펼치고 있습니다.



ARTISTS

플레디스 엔터테인먼트

KOREA

투어스

Debut | 2024.01.22.



투어스(TWS)는 세븐틴의 뒤를 이어 PLEDIS에서 새롭게 선보이는 차세대 보이그룹입니다. 신유, 도훈, 영재, 한진, 지훈, 경민 6인으로 구성되었으며, 2024년 1월 22일 미니 1집 'Sparkling Blue'를 발매하며 정식 데뷔했습니다. 팀 명은 'TWENTY FOUR SEVEN WITH US'의 줄임말로, 하루를 뜻하는 숫자 24와 일주일을 뜻하는 숫자 7을 '모든 순간'으로 은유해 '언제나 TWS와 함께'라는 의미를 갖습니다. 투어스는 팀 명처럼 모든 순간 함께하고 싶어지는 밝은 에너지를 선사하며, 밝고 청량한 팀 정체성에서 확장한 독자 장르 '보이후드 팝(Boyhood Pop)'을 내세워 소년 시절의 순수하고 아름다운 감성을 자극하고 있습니다. 투어스는 타이틀곡 '첫 만남은 계획대로 되지 않아'로 데뷔 한달 만에 음악방송 4관왕을 달성하는 등 2024년 총 8회의 음악방송 1위를 차지했으며, 2024년 MAMA 남자 신인상과 베스트 퍼포먼스 남자그룹상 2관왕 및 MMA 올해의 신인상을 수상하며 신드롬급 대세 신인으로 자리매김했습니다.

KOZ 엔터테인먼트

KOREA

지코

Debut | 2011.04.15.

지코는 2011년 4월 그룹 블락비의 멤버로 가요계에 첫발을 내디뎠으며, 2014년 싱글 'Tough Cookie'로 본격적인 솔로 활동을 시작했습니다. K-POP 2.5세대 아이돌 그룹 블락비의 리더이기도 하며, 대중성과 예술성을 두루 겸비하며 남성 솔로 아티스트로 성공했습니다. 특히 지코는 지난 2020년 '아무노래'로 연간 음원 차트 1위, 2024년 제니와 함께한 'SPOT!'으로 차트 1위 및 틱톡 트렌드를 주도하는 저력을 과시했습니다. 2019년 본인의 아이덴티티를 내세운 KOZ 엔터테인먼트를 직접 설립해 총괄 프로듀서로도 활동하고 있습니다.



보이넥스트도어

Debut | 2023.05.30.

보이넥스트도어는 '옆집소년들'이라는 의미처럼 꾸밈없고 편안하게 다가가겠다는 뜻이 담겨있습니다. 또래 친구들이 공감할 수 있는 일상의 이야기를 솔직한 음악으로 표현해 듣는 이들과 공감대를 형성하고자 합니다. 보이넥스트도어는 데뷔 1년도 지나지 않아 유수의 시상식에서 총 8개 트로피를 수상했고, 미국 빌보드 메인 앨범차트인 '빌보드200'에 진입하는 등 성과에 힘입어 올해 미국 그래미닷컴이 발표한 '2024년 주목해야 할 K-POP 신인'에 선정되며 기대감을 높이고 있습니다.

ARTISTS

쏘스뮤직

KOREA



르세라핌

Debut | 2022.05.02.

르세라핌은 김채원, 사쿠라, 허윤진, 카즈하, 홍은채 5인의 다국적 멤버로 구성된 걸그룹입니다. 이들은 하이브와 쏘스뮤직이 협력해 런칭한 첫 걸그룹으로, 음악을 통해 최정상을 향해 달려가는 담대함을 표현하고 있습니다. 팀명 ‘르세라핌’은 ‘IM FEARLESS’를 애너그램한 것으로, 세상의 시선에 흔들리지 않고 두려움 없이 앞으로 나아가겠다는 강한 의미를 내포합니다. 2024년 3월 발표한 싱글 ‘EASY’는 감각적인 미니멀 R&B 사운드와 퍼포먼스 서사를 통해 르세라핌의 새로운 정체성을 드러내며 미국 빌보드 HOT100 차트 첫 진입(99위)이라는 성과를 거뒀고, 같은 해 10월 발표한 ‘CRAZY’는 HOT100 76위(1주차), 88위(2주차)로 2주 연속 메인 싱글차트에 진입하며 글로벌 시장에서의 존재감을 입증했습니다. 2024년 4월에는 데뷔 약 2년 만에 K-POP 걸그룹 최단기 코첼라(Coachella) 입성에 성공, 라이브와 퍼포먼스를 조화롭게 선보이며 현지 언론과 팬들의 주목을 받았습니다. 2025년 3월 발표한 ‘HOT’은 퍼포먼스와 콘셉트 양면에서 완성도를 높이며, 글로벌 시장에서 좋은 인상을 남기고 활동을 마무리했습니다.

빌리프랩

KOREA



엔하이픈

Debut | 2020.11.30.

엔하이픈(ENHYPEN)은 정원, 희승, 제이, 제이크, 성훈, 선우, 니키 7인의 멤버로 구성된 빌리프랩 소속의 보이그룹입니다. 팀명 ‘엔하이픈’은 불임 기호 ‘하이픈(-)’이 뜻하는 것처럼, 서로 다른 7명의 소년들이 연결돼 서로를 발견하고 함께 성장한다는 의미로, 음악을 통해 사람과 사람, 세계와 세계를 잇겠다는 포부를 담고 있습니다. 매 앨범 성장을 거듭한 엔하이픈은 정규 2집 ‘ROMANCE : UNTOLD’로 첫 트리플 밀리언셀러를 달성했습니다. 또한 해외 아티스트 중 최단기간(4년 7개월)에 일본 스타디움 공연장에 입성하고, K-POP 보이그룹 중 최단기간에 도쿄돔 입성(2년 9개월) 및 일본 3개 도시 돔 투어(4년) 개최를 추진하는 등 전 세계의 팬들과 소통하며 기록 행진을 이어가고 있습니다.

아일릿

Debut | 2024.03.25.



아일릿(ILLIT)은 빌리프랩 소속의 5인조 걸그룹으로 윤아, 민주, 모카, 원희, 이로하로 구성되었습니다. 팀명은 자주적이고 진취적인 의지(I will)와 특별한 무언가를 의미하는 대명사(It)를 결합한 것으로, 단어 사이에 들어갈 동사에 따라 ‘무엇이든 될 수 있고, 무엇이 될지 기대되는 잠재력이 큰 그룹’이라는 의미를 담았습니다. 아일릿은 2024년 3월 데뷔와 동시에 전 세계에 ‘Magnetic’ 열풍을 일으키며 ‘슈퍼신인’ 수식어를 얻었습니다. ‘Magnetic’은 미국 빌보드 메인 송차트인 ‘핫 100’(4월 20일 자)과 영국 ‘오피셜 싱글 톱 100’(4월 5일 자)에 진입해 K-POP 데뷔곡 최초 최단기 입성이라는 신기록을 세웠습니다. 또한 K-POP 그룹 데뷔곡 중 최단 기간에 스포티파이 5억 스트리밍을 돌파했으며, 미국 빌보드 연간 ‘글로벌 200’과 ‘글로벌(미국 제외)’ 차트, 애플뮤직 글로벌 연간 차트에서 K-POP 그룹 중 최고 순위를 달성했습니다. 나아가 아일릿은 앨범 부문에서도 존재감을 빛내고 있습니다. 미니 1집 ‘SUPER REAL ME’와 미니 2집 ‘I’LL LIKE YOU’ 모두 ‘하프 밀리언셀러’를 달성했으며, 두 장의 앨범 누적 판매량은 126만 장 이상을 기록했습니다. 이러한 성과를 바탕으로 아일릿은 ‘2024 MAMA AWARDS’, ‘MMA2024’, ‘39회 골든디스크 어워즈’, ‘32주년 한터뮤직어워즈 2024’, ‘제1회 디 어워즈(D Awards)’, ‘제66회 일본 레코드 대상’, ‘2025 아이하트라디오 뮤직 어워드’ 등 국내외 시상식을 아우르며 신인상 7관왕을 달성했습니다.

ARTISTS

어도어

KOREA

뉴진스

Debut | 2022.07.22.



뉴진스(NewJeans)는 어도어 소속의 5인조 걸그룹으로 민지, 하니, 다니엘, 해린, 헤인으로 구성되어 있습니다. ‘매일 찾게 되고 언제 입어도 질리지 않는’ 진(Jean)처럼 시대의 아이콘이 되겠다는 포부와 ‘New Genes’가 되겠다는 각오를 팀 명에 담아 2022년 7월 22일 데뷔했습니다. 데뷔 이후 뉴진스는 ‘Attention’, ‘Hype Boy’, ‘Ditto’, ‘OMG’, ‘Super Shy’, ‘ETA’ 등 발표하는 곡마다 국내외 차트를 강타하며 신드롬급 인기를 끌고 있습니다. 한국 최대 음원 사이트 멜론에서 14주 연속 1위를 지켰고, 미국 빌보드 메인 송차트 ‘핫 100’에 5곡을 진입시켰으며, 세계 최대 음원 스트리밍 플랫폼 스포티파이에서 전국 합산 누적 스트리밍 횟수 62억 회를 달성했습니다. 나아가 지금까지 발매한 5개 음반 모두 ‘밀리언셀러’를 달성하고 840만 장 이상의 합산 누적 판매량을 기록해 음반 부문에서도 독보적인 존재감을 보이고 있습니다. 특히 2023년 7월 발매한 뉴진스의 두 번째 EP ‘Get Up’은 K-POP 그룹 중 데뷔 후 최단기간(1년) 내 빌보드 메인 앨범차트 ‘빌보드 200’ 1위에 올랐습니다. 또한 뉴진스는 2023년 미국 ‘롤라팔루자 시카고’와 일본 ‘서머소닉’, 2024년 ‘카운트다운 재팬 24/25’ 등 해외 대표 음악 축제에서 활약하며 글로벌 아티스트로서 자리매김 하고 있습니다. 2024년 6월 일본 데뷔 싱글 ‘Supernatural’ 발매와 함께 해외 아티스트 중 최단 기간(1년 11개월) 내 도쿄돔에 입성하고, 2024년 6월 26~27일 양일간 열린 도쿄돔 팬미팅 ‘Bunnies Camp 2024 Tokyo Dome’ 티켓 전석을 매진시켜 총 9만 1,200여 명의 관객을 동원하는 등 막강한 관객 동원력을 보이고 있습니다. 이러한 성과를 바탕으로 뉴진스는 데뷔와 동시에 국내 주요 음악 시상식 대상을 휩쓸고, 미국의 ‘2023 빌보드 뮤직 어워드’(TOP GLOBAL K-POP ARTIST 수상), ‘2024 빌보드 위인 인 뮤직 어워드’(GROUP OF THE YEAR 수상), 2년 연속(2023년, 2024년) ‘일본 레코드 대상’ 등 해외 유수의 음악 시상식에서 잇따라 수상하며 글로벌 영향력을 입증하고 있습니다.

YX Labels

JAPAN

엔팀(&TEAM)

Debut | 2022.12.07.

엔팀은 YX LABELS 소속의 글로벌 보이그룹으로, 의주(EJ), 후마(FUMA), 케이(K), 니콜라스(NICHOLAS), 유마(YUMA), 조(JO), 하루아(HARUA), 타키(TAKI), 마키(MAKI) 총 9명으로 구성되어 있습니다. 그룹명 ‘&TEAM’은 ‘각기 다른 개성을 가진 9명이 한 팀이 되어 다양한 세계를 연결한다’는 의미를 담고 있으며, 강한 팀워크와 긍정적인 에너지를 바탕으로 글로벌 무대에서 활약하고 있습니다. 2022년 데뷔 미니앨범 ‘First Howling : ME’를 시작으로, 2023년 6월 두 번째 미니앨범 ‘First Howling : WE’, 같은 해 11월 첫 번째 정규앨범 ‘First Howling : NOW’를 발매하며 음악적 역량을 선보였습니다. 2024년 1월부터는 첫 단독 투어 ‘2024 &TEAM CONCERT TOUR ‘FIRST PAW PRINT’를 개최해 한국과 일본의 8개 도시에서 총 23회의 공연을 성공적으로 마치며 약 7만 명의 관객을 동원했습니다. 2024년 5월 8일에는 첫 번째 싱글 ‘Samidare’를 발매하며 새로운 음악적 시도를 선보였으며, 같은 해 12월 18일에는 두 번째 정규앨범 ‘Yukiakari’를 발매했습니다. 이 앨범은 ‘Four Seasons’ 시리즈의 최종 장으로, 타이틀곡 ‘Yukiakari’를 비롯한 다양한 곡들이 수록되어 있습니다. &TEAM은 앞으로도 다양한 음악과 퍼포먼스로 글로벌 팬들과의 소통을 이어가며, 새로운 도전을 통해 성장해 나갈 예정입니다.



아오엔(aoen)

Debut | 2025.06.11.



아오엔은 YX LABELS가 론칭하는 신규 글로벌 보이그룹으로, ‘5세대 아이돌의 선두주자’를 목표로 기획되었습니다. 아오엔이라는 그룹명은 ‘빛(Aeon)처럼 오래도록 기억되고, 새로운 감각(Neo)을 열어가는 아티스트’라는 의미를 내포하고 있으며, 강한 팀워크와 창의적인 퍼포먼스를 통해 일본을 넘어 아시아 전역에서 영향력을 확장할 준비를 하고 있습니다. 아오엔은 2025년 정식 데뷔를 목표로 YX LABELS 독자 시스템을 통해 육성된 멤버들로 구성되어 있으며, 멤버별 확고한 캐릭터성과 콘텐츠 기반 커뮤니케이션 역량을 바탕으로 팬들과의 긴밀한 소통을 강화하고 있습니다. 아오엔은 ‘Z세대가 공감하는 진정성’, ‘팬 기반의 공동 서사 구축’, ‘멀티버스형 세계관 확장’을 키워드로 차별화된 아티스트 포지셔닝을 지향하며, 글로벌 5세대 대표 아이돌로의 도약을 준비 중입니다.

ARTISTS

Big Machine Label Group

AMERICA



Riley Green

Debut | 2019.09.20.

Riley Green은 2024년 'Worst Way'로 플래티넘 인증을 받고, 아티스트의 곡 중 가장 빠른 차트 상승을 달성했습니다. 유튜브의 모든 장르에서 1위를 기록하고 주간 1,000만 회 이상의 스트리밍 기록을 세웠습니다. Green은 경력 동안 누적 50억 회 이상의 스트리밍을 돌파하고 5개의 ACM 후보 지명을 받았으며, Ella Langley와의 콜라보레이션 'you look like you love me'로 CMA 올해의 뮤지컬 이벤트상을 수상했습니다. 또한 헤드라이닝 투어 'Damn Country Music Tour'를 매진시키고 'The Tonight Show Starring Jimmy Fallon', 'Jimmy Kimmel Live!', 'The Voice', CMA Awards, ACM Awards 등 다양한 프로그램에서 공연을 펼쳤습니다.

Thomas Rhett

Debut | 2013.10.29.

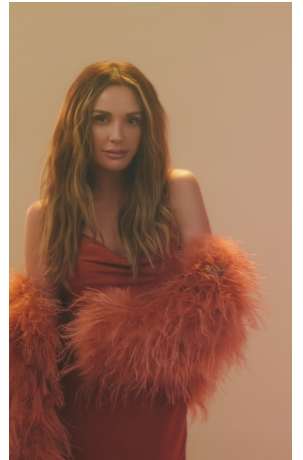
Thomas Rhett는 2024년에 7번째 스튜디오 앨범 'ABOUT A WOMAN'을 발매했습니다. Teddy Swims와 함께한 타이틀 트랙 'Somethin' 'Bout A Woman'과 빠르게 인기를 얻고 있는 싱글 'After All The Bars Are Closed' 덕분에 Spotify 월간 청취자 수에서 경력 최고 기록을 달성하고, 23번째 1위 곡을 기록했습니다. 'Somethin' 'Bout A Woman'은 2024년 11월에 출시된 이후 총 1억 7천 350만 회의 스트리밍을 기록했으며, 2025년 기준 주간 스트리밍 수는 1천만 회 이상입니다. Rhett은 이러한 성과를 기반으로 이번 여름 보스턴, 매사추세츠의 Fenway Park를 포함해 전국의 아레나, 야외 극장 및 스타디움에서 BETTER IN BOOTS TOUR을 진행할 예정입니다.



Carly Pearce

Debut | 2017.10.13.

Carly Pearce는 2024년 Hummingbird World Tour를 성공적으로 마쳤습니다.



Jackson Dean

Debut | 2022.03.11.

2024년 Jackson Dean은 유럽 전역에서 'On The Back of My Dreams Tour'를 진행하며 세계 무대로 뻗어나갔습니다.

ARTISTS

HYBE × Geffen Records

AMERICA

KATSEYE

Debut | 2024.06.28.

KATSEYE는 K-POP T&D 시스템의 높은 기준과 스펙을 기반으로, 문화적·창의적 경계를 뛰어넘고자 하는 명확한 목표를 향해 단순히 틀을 깨는 데 그치지 않고 자신만의 길을 개척해 나가는 유일한 글로벌 걸그룹으로 자리 잡고 있습니다. 17세에서 22세 사이의 애틀랜타 출신의 쿠바-베네수엘라계 미국인 다니엘라, 뉴욕 출신의 인도인 라라, 스위스 취리히 출신의 가나-이탈리아인 마농, 호놀룰루 출신의 중국계 미국인 메건, 한국 서울 출신의 윤채로 구성되어 있으며 그룹명은 멤버들이 대표하는 각기 다른 문화적 배경, 개성과 포부의 다양성에서 영감을 얻어 보는 각도에 따라 다양한 색과 모습을 띠는 신비한 고양이 눈 보석에서 유래되었습니다. 이에 따라 KATSEYE는 항상 새로운 도전을 추구하는 것이 특징입니다. 부드러움과 강함, 정교함과 대담함 사이에서 다채롭고 강력한 특유의 팝 사운드를 계속해서 만들어 가는 중입니다.

KATSEYE의 여정은 수년간 준비되어 왔으며 2024년 신선한 데뷔를 통해 세계적인 팬층을 확보하고 음악 산업에서 입지를 확고히 했습니다. 이들의 돌파구가 된 첫 싱글 ‘Debut’와 부드러운 DnB 스타일의 더블 타이틀 트랙 ‘Touch’는 2024년 여름에 발매되어 즉각적인 영향을 미쳤습니다. 8월에는 EP, ‘SIS(Soft is Strong)’가 빌보드 200차트에서 119위, Top Album Sales 차트에서 6위, Artist 100차트에서 44위, Heatseekers Albums 차트와 Emerging Artists 차트에서 1위를 기록했으며 ‘Touch’는 빌보드의 Bubbling Under 차트에서 22위에 오르고 그 외 여러 글로벌 차트에 진입했습니다. 이후 틱톡 댄스 챌린지로 바이럴이 되어 첫 달 만에 1천만 스트리밍을 넘어서면서 2024년 10월 기준으로 누적 스트리밍 1억 회를 달성해 그룹의 경력에 중요한 이정표로 남았습니다.

또한 KATSEYE는 2024년 지속적인 차트 성공을 기반으로 SNS와 위버스 라이브를 통해 글로벌 팬들과의 소통을 적극적으로 확대해 나갔습니다. 로스앤젤레스에서 데뷔 EP 발매를 기념하는 팬 이벤트 및 Q&A와 ‘Touch’ 퍼포먼스 디렉터들의 댄스 클래스와 같은 오프라인 행사를 진행하는 등 팬들에게 잊지 못할 경험을 제공해 아티스트와 팬들 사이의 교류를 강화했습니다.

KATSEYE의 데뷔까지의 다년간의 여정은 ‘Becoming’으로 수상 경력이 있는 영화감독 Nadia Hallgren이 연출하고 하이브, Interscope Films, Boardwalk Pictures가 제작한 2024년 넷플릭스 다큐 시리즈 ‘Pop Star Academy: KATSEYE’를 통해 접할 수 있습니다.



ARTISTS

QC Music

AMERICA



Quavo

Debut | 2018.10.12.(Solo Debut)

Quavo는 Lana Del Rey, Lenny Kravitz, Teddy Swims, Luke Bryan과 획기적인 장르 간 콜라보레이션을 통해 다재 다능함을 보여주었습니다.



Lil Baby

Debut | 2017.04.14.

Lil Baby는 2025년 1월에 발매될 앨범을 준비하기 위해 두 개의 싱글을 발표하며, 스트리밍 플랫폼에서 강력한 존재감을 유지하고 기대감을 높였습니다.

Lil Yachty

Debut | 2016.03.09.

2024년 Lil Yachty는 Nike와의 첫 번째 쇼 콜라보레이션을 통해 창의적인 영향력을 확장했습니다. 한정판 컬렉션은 발매 몇 분 만에 매진되었으며, Yachty의 독특한 미적 감각과 음악을 넘어선 문화적 영향을 강조했습니다.



JT

Debut | 2024.07.19.

JT는 데뷔 프로젝트 'City Cinderella'로 강력한 솔로 선언을 하며, 예술적 범위와 개인적인 서사를 선보였습니다. 14개 도시를 순회하는 투어를 진행해 매진시킴으로써 독보적인 티켓 파워를 입증했습니다.



ARTISTS

DOCEMIL MUSIC

LATIN AMERICA

Andrea Ele

Debut | 2024.03.30.

Andrea Ele는 멕시코 출신의 아티스트로, 어린 시절부터 음악에 대한 열정을 키우며 꾸준한 훈련을 통해 보컬 실력을 다져왔습니다. 다양한 음악적 영향을 바탕으로 자신만의 독창적인 예술적 정체성을 확립하고, 작곡과 퍼포먼스 활동을 이어가고 있습니다. 2014년에는 ‘라 보즈 멕시코(La Voz México)’에 참가해 Laura Pausini 팀과 Julián Álvarez 팀에서 활약하며 전국적인 인지도를 얻었습니다. Andrea의 음악은 팝과 R&B 장르를 기반으로 사랑, 이별, 자기 발견 등 보편적인 주제를 진정성 있는 가사로 풀어내며 청중의 깊은 공감을 이끌어내고 있습니다. 감성적인 보컬과 섬세한 작곡 능력은 업계 내에서 Andrea의 차별화된 경쟁력으로 평가받고 있습니다. 2024년 Pal Norte 페스티벌 무대를 통해 큰 대중적 관심을 얻었으며, 2025년 초 공개를 목표로 새로운 작업물과 예술적 성장 과정을 반영한 비주얼 아이덴티티를 준비하고 있습니다.



Meme del Real

Debut | 2025.01.27.

Meme del Real은 전설적인 록 밴드 Café Tacvba의 멤버로 잘 알려진 멕시코 출신의 아티스트입니다. 1980년대 후반부터 라틴 얼터너티브 음악 분야의 핵심 인물로 활동하며, 보컬리스트, 키보드리스트, 기타리스트로서 업계에 지속적으로 기여해왔습니다. Café Tacvba와 함께한 활동을 통해 국제적인 인지도와 다수의 라틴 그래미상을 수상했으며, 전 세계적으로 탄탄한 팬층을 확보했습니다. 또한 Meme는 프로듀서로서 Julieta Venegas, Natalia Lafourcade, Ely Guerra 등 다양한 아티스트와 협업하며 음악적 역량을 확장해왔습니다. 록, 전자음악, 전통 멕시코 음악을 결합한 독창적인 스타일은 Meme를 라틴 음악 씬에서 가장 혁신적인 뮤지션 중 한 명으로 자리매김하게 했습니다. 2025년에는 다양한 장르를 아우르는 대규모 솔로 프로젝트를 통해 그의 다재다능함과 창의성을 더욱 폭넓게 선보일 예정입니다.

ARTISTS

Zarpazo LLC

LATIN AMERICA



MAGNA

Debut | 2020.03.27.

MAGNA는 콜롬비아 메데진(Medellín) 출신 아티스트이자 작곡가로, R&B, 아프로비트, 레게톤, 전자음악 등 다양한 장르를 넘나들며 독창적이고 개성 있는 사운드를 구축해왔습니다. 그의 음악적 접근은 라틴 음악 씬에 신선한 변화를 일으키며, 2024년 가장 주목받는 아티스트 중 한 명으로 자리매김했습니다.

2025년, MAGNA는 HYBE LATIN AMERICA를 대표하는 아티스트로서 다양한 아티스트 및 글로벌 브랜드와 협업하고 에스테레오 피크닉(Estéreo Picnic), 테카테 팔 노르테(Tecate Pal Norte), SXSW 등 세계적인 페스티벌 무대에서 관객과 만나고 있습니다. 2024년 발매한 앨범 ‘Todo Puede Suceder’는 ‘꿈’을 주제로 한 서사를 담아내며 210만 회 이상의 스트리밍을 기록했고, 이후 MAGNA는 ‘I LIVE TO REMEMBER’라는 새로운 콘셉트 아래 또 다른 여정을 시작했습니다.

신곡 ‘Cruz’는 한층 깊어진 사운드와 예술적 콘셉트, 성숙하고 발전된 이미지를 통해 새로운 챕터의 시작을 알리며, MAGNA를 동시대 가장 혁신적인 아티스트 중 하나로 다시 한번 각인시키고 있습니다.

Gregorio

Debut | 2025.04.24.

Gregorio Umaña는 뛰어난 보컬, 연기, 작곡 실력을 모두 갖춘 콜롬비아 출신의 다재다능한 아티스트로, 음악 산업에 강렬한 인상을 남길 준비를 마쳤습니다. Sam Smith, Ben Platt, Benson Boone과 같은 아티스트들에게 영감을 받은 Gregorio는 진정성, 감수성, 사랑을 주제로 한 진심 어린 가사와 탁월한 보컬 퍼포먼스를 통해 관객과 깊이 소통합니다. 8세의 어린 나이에 콜롬비아 최고의 음악 아카데미 중 하나인 MIS에서 예술적 여정을 시작했으며, 브로드웨이 프로덕션을 포함한 네 편의 뮤지컬에 출연하며 상징적인 무대에서 인상적인 데뷔를 알렸습니다.

이후 실력을 더욱 갈고 닦기 위해 캘리포니아로 건너가 줄리어드(Juilliard)에서 수학하고, 메트로폴리탄 오페라(Met Opera)와 협업하는 기회를 얻었습니다. 학업의 결실로 세계 최고 수준의 음악가를 배출하는 Mannes 음악 학교에서 음악예술학사 학위를 취득했습니다. 최근 Gregorio는 콜롬비아의 슈퍼스타 Carlos Vives가 출연한 디즈니+ 시리즈 ‘The Low Tone Club’에서 다양한 재능을 발휘하며 시리즈의 성공에 중요한 역할을 했습니다.

또한 Julio Reyes를 비롯한 최정상급 아티스트 및 경영진과 협업하며, HYBE LATIN AMERICA와 전속 계약을 체결해 강렬한 보컬 퍼포먼스로 전 세계 관객을 사로잡을 준비를 마쳤습니다. Gregorio는 앞으로도 자신의 영감을 현실로 구현하며, 음악 씬을 새롭게 정의하는 특별한 아티스트로서 꾸준한 성장과 영향력을 이어갈 것입니다.



AWARDS

하이브 뮤직그룹 아티스트들은 국내를 넘어 일본, 미국 등 글로벌 음악 시장에서 두드러진 성과를 기록하고 있습니다.



AWARDS



AWARDS

2024 Awards Highlights



방탄소년단
iHeartRadio Music Awards 2024
BEST FAN ARMY 7년 연속 수상



방탄소년단 정국
2024 Billboard Music Awards
TOP K-POP ALBUM 포함 2관왕



방탄소년단 지민
2024 MTV Europe Music Awards
BEST K-POP 수상



방탄소년단 RM
시슬로페 페스티벌
4관왕 수상



세븐틴
2024 MAMA AWARDS
대상(올해의 아티스트) 포함 5관왕



투모로우바이투게더
한터뮤직어워즈 2024
대상(베스트 퍼포먼스) 포함 5관왕



엔하이픈
제1회 스포츠동아 D-Awards
대상(올해의 앨범) 포함 5관왕

AWARDS

2024 Awards Highlights



르세라핌
2024 MTV Video Music Awards
PUSH PERFORMANCE OF THE YEAR 수상



보이넥스트도어
2024 MAMA AWARDS
FAVORITE DANCE PERFORMANCE GROUP 수상



뉴진스
2024 Billboard Women in Music Awards
GROUP OF THE YEAR AWARD(올해의 그룹상) 수상



투어스
제39회 골든디스크어워즈
음반본상 및 신인상 수상



아일릿
2024 MAMA AWARDS
여자신인상 수상



&TEAM
제39회 일본 골드 디스크 대상
BEST 5 ALBUM 수상

OUR APPROACH

- 30
지속가능경영 프레임워크
- 31
2024 Highlights
- 32
지속가능경영 추진 체계
- 33
이해관계자 소통
- 34
이중 중대성 평가

지속가능경영 프레임워크

하이브는 지속가능한 엔터테인먼트 산업 구축을 위한 비전 스테이트먼트를 수립하고, 세부 목표와 지향점을 설정해 이해관계자들과 지속가능경영의 방향성을 공유하고 있습니다. 또한 영역별 전략과제를 단계적으로 이행하며 지속가능경영 체계를 점진적으로 고도화해 나가고 있습니다.

지속가능경영 비전

FOR SUSTAINABLE ENTERTAINMENT

지속가능한 엔터테인먼트를 위하여

엔터테인먼트 산업의 지속가능성을 위해 노력합니다. 고객의 즐거운 엔터테인먼트 라이프와 글로벌 산업의 변화에 기여할 방식을 고민하고, 실천합니다.

지속가능경영 목표

THINK FORWARD FOR
FAN'S LIFESTYLE

팬들의 라이프스타일을 풍성하게 할
생각의 진보

팬들이 선택할 수 있는 경험의 폭을 확장해 나갑니다. 공연, 앨범 등 팬과의 접점에서 일회성으로 그치지 않고 일상의 일부가 될 수 있는 지속가능경영을 실천합니다.

CREATE POSSIBILITIES
WITH THE COMMUNITY

공동체와 함께 만들어가는
엔터테인먼트 산업의 미래

아티스트, 구성원, 파트너사 등 내·외부 이해관계자와의 동반성장을 추구합니다. 공동체와 함께 사회에 보다 풍성한 즐거움을 전달하기 위해 노력합니다.

LEAD INDUSTRIES BY
THE STANDARD

엔터테인먼트 산업의 기준이 되는
거버넌스

환경경영을 실천하고, 건전하고 투명한 지배구조를 확립합니다. 이를 통해 이해관계자의 신뢰를 획득하고, 엔터테인먼트 산업의 견고한 기준을 수립합니다.

주요 전략과제

- 친환경 제품 및 서비스 확대
- 고객(팬) 경험 개선을 위한 제품 및 서비스의 편의성·접근성·안전성 강화

- 구성원 채용 및 역량개발 활동 추진
- 인권경영 체계 구축
- 사업장 안전보건 고도화
- 정보보안·개인정보보호 리스크 관리
- 파트너 상생 협력 추진

- 환경경영 체계 구축
- 기후변화 대응 전략 수립
- 이사회 운영 선진화
- 주주권리 보호 및 공시 투명성 강화
- 윤리경영 활동 추진 및 컴플라이언스 준수

지향점

FAN-CENTRIC
팬 지향적

RATIONALITY
합리성

TRACKABILITY
측정가능성

CONTINUITY
지속성

AUTHENTICITY
진정성

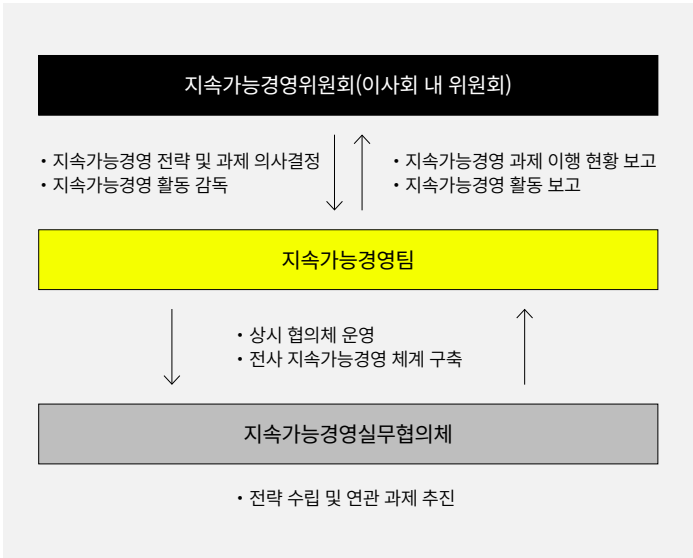
지속가능경영 추진 체계

하이브는 지속가능경영 관련 최고 의사결정 기구로 이사회 산하 지속가능경영위원회를 운영해 환경경영 전반을 관리합니다.

지속가능경영 거버넌스

하이브는 2022년부터 지속가능경영 관련 최고 의사결정 기구인 지속가능경영위원회를 이사회 내 위원회로 설치해 운영하고 있습니다.

| 지속가능경영 조직 체계



지속가능경영위원회

하이브는 2022년부터 지속가능경영 관련 최고 의사결정 기구인 지속가능경영위원회를 이사회 내 위원회로 설치해 운영하고 있습니다. 위원회는 지속가능경영 관련 전략과 주요 경영 정책을 관리 및 감독하고 성과를 검토합니다.

| 이사회 및 위원회 보고·결의 안건

이사회 보고 및 결의 안건	
2023.04.	하이브 지속가능경영보고서 발간의 건(보고)
2023.06.	위원회 및 팀 명칭 변경의 건(보고), 위원회 운영 규정 변경의 건(보고)
2023.07.	지속가능경영 내재화 추진 보고의 건(보고)
2024.06.	지속가능경영 주요 이슈 영향 평가(이중 중대성 평가) 결과 보고의 건(보고), 지속가능경영보고서 발간의 건(보고), 하이브 지속가능경영 전략 과제 보고의 건(보고)
2025.05.	중대 ESG 이슈 평가 결과(기회·리스크) 보고의 건(보고), 지속가능경영보고서 발간의 건(보고)
2025.06	지속가능경영보고서 발간 승인의 건(보고)

| 지속가능경영위원회 보고 및 결의 안건

2023.06.	지속가능경영보고서 발간의 건(보고), 위원회 및 팀 명칭 변경의 건(결의), 위원회 운영 규정 변경의 건(결의), 지속가능경영실무협의체 발족의 건(보고), 지속가능경영 전략과제 보고의 건(보고)
2023.07.	지속가능경영보고서 발간 승인의 건(결의)
2024.06.	지속가능경영보고서 발간 승인의 건(결의), 지속가능경영실무협의체 운영 보고의 건(보고), 지속가능경영 주요 이슈 영향 평가(이중 중대성 평가) 결과 보고의 건(보고), 지속가능경영 이니셔티브(전략과제) 추진 보고의 건(보고)
2025.04.	지속가능성장(친환경) 추진 현황(보고)
2025.05.	중대 ESG 이슈 평가 결과(기회·리스크) 보고의 건(보고), 지속가능경영 보고서 발간의 건(보고)
2025.06	지속가능경영보고서 발간 승인의 건(결의)

지속가능경영팀

지속가능경영팀은 전사 지속가능경영 과제 이행을 추진하고 현황을 위원회에 보고합니다. 전사적인 중장기 지속가능경영 전략을 수립해 실행을 지원하고, 지속가능경영보고서를 발간해 관련 정보를 정기적으로 공시하며, 지속가능경영 고도화를 위한 과제를 발굴해 추진하고 있습니다. 또한 법적 대응을 위한 관리부서 지정·대응 지원, 지속가능경영 전략 연계 사회공헌 활동의 설계·추진, 환경경영 전략 추진 및 시범사업 발굴 등의 업무를 담당합니다. 하이브는 지속가능경영팀 구성원의 성과지표에 ESG 평가등급 관리, 지속가능경영 내재화 추진, 대외 지속가능경영 커뮤니케이션 수행 등의 지속가능경영 관련 지표를 반영하고 있습니다.

| 지속가능경영팀 대상 지속가능경영 성과지표

- ESG 평가 등급 관리 : 지속가능경영 공시 수행, ESG 평가기관 대응
- 지속가능경영 내재화 추진 : 지속가능경영실무협의체 운영, 전략 과제 프로젝트 추진 및 관리
- 지속가능경영 커뮤니케이션 : 지속가능경영보고서 발간, IR 공시 지원, 투자자 커뮤니케이션 수행

지속가능경영실무협의체

하이브는 2023년부터 전사 유관부서 담당자로 구성된 지속가능경영실무협의체를 설립해 운영하고 있습니다. 지속가능경영 내재화 및 고도화를 위한 전략을 수립하고 관련 과제를 추진합니다.

| 지속가능경영실무협의체 구성

• 공통 분과	전사 지속가능경영 현황 모니터링, 해외법인 거점 소통, ESG 관련 회계 데이터 관리, 대외 커뮤니케이션 전략 수립 등
• 환경 분과	친환경 소재, 기후변화 대응, 폐기물 및 친환경 설비, 공급망 관리, 제품 책임 등
• 사회 분과	인사 제도 및 복리후생, 고용 및 임직원 다양성, 임직원 교육, 아티스트 육성, 인권 및 노사 상생, 사업장 안전관리, 경영진 성과 관리, 사내외 이사 관리 등
• 거버넌스 분과	정보보안, 이사회 및 정보공시, 거버넌스 체제, 공정거래, 리스크 관리 등

지속가능경영 기반 의사결정 체계 구축

하이브는 지속가능경영을 기반으로 한 의사결정 체계를 구축하기 위해 Chairman 및 CEO의 성과지표에 관련 지표를 반영하고 있습니다. 2024년 보 상위원회의 의결을 통해 사내이사 중 Chairman의 성과지표에 지속가능경영 평가 요소를 포함하고, CEO의 성과지표에 중장기 전략과제를 포함함으로써 지속가능경영을 내재화하고 있습니다.

이중 중대성 평가

하이브는 이중 중대성 평가를 통해 환경·사회적 영향 및 재무적 영향이 높은 중대 이슈를 도출했으며, 핵심 지속가능경영 이슈로서 해당 이슈를 중점적으로 관리 및 공시하고자 합니다.

중대성 평가 개요

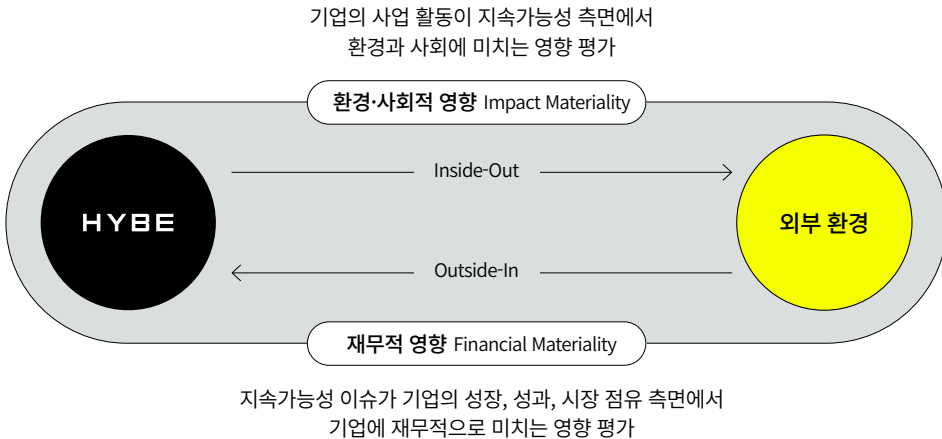
하이브는 GRI(Global Reporting Initiative, 글로벌 보고 이니셔티브)와 유럽연합의 CSRD(Corporate Sustainability Reporting Directive, 기업지속가능성보고지침) 기준에 따라 중대성 평가를 실시하며 사업과 관련된 지속가능경영 이슈를 식별하여 기업의 지속가능경영 전략 및 목표에 반영하고 있습니다. ‘이중 중대성 평가(Double Materiality Assessment)’ 방법론은 기업의 사업 활동이 환경·사회에 미치는 영향(Impact Materiality)과 외부 위험 및 기회가 기업 재무에 미치는 영향(Financial Materiality)을 식별해 지속가능경영 수행 관점에서 사업과 이해관계자에게 가장 중요한 이슈를 선정하는 과정입니다. 평가 결과를 토대로 도출된 중대 이슈를 하이브의 주요 경영 활동에 우선적으로 반영하고, 지속적인 모니터링과 영향 분석을 통해 수립한 대응 전략을 실행하며, 이해관계자들과 투명하게 소통할 계획입니다.

평가 프로세스

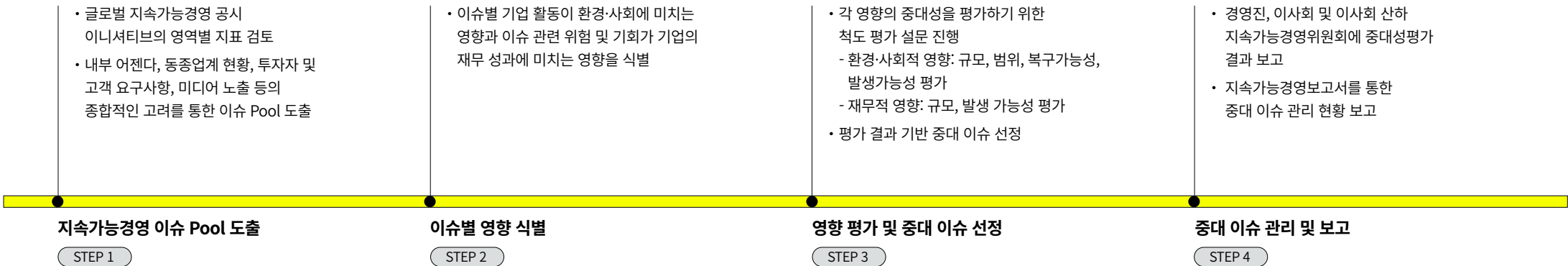
하이브는 지속가능경영 이슈 Pool 도출, 이슈별 영향 식별, 영향 평가 및 중대 이슈 선정, 중대 이슈 관리 및 보고의 총 4단계 프로세스를 통해 이중 중대성 평가를 진행했습니다.

회사의 사업 활동을 내부, 동종업계, 투자자, 고객, 미디어 관점으로 분석해 하이브와 관련도가 높은 지속가능경영 이슈 Pool을 구성했습니다. 각 이슈별 기업 활동이 환경·사회에 미치는 영향과 지속가능경영 이슈 관련 위험 및 기회가 기업의

| 이중 중대성 평가(Double Materiality Assessment)



재무 성과에 미치는 영향을 식별한 후, 중요도에 따른 지속가능경영 이슈의 우선순위를 결정하기 위해 영향평가를 실시했습니다. 환경·사회적 영향 평가는 기업 활동이 환경·사회에 끼치는 실질적, 잠재적 영향을 분석하는 과정으로 진행되었으며, 재무적 영향 평가는 기업의 가치 창출, 현금 흐름 등에 대한 영향 수준을 분석하는 과정으로 진행되었습니다. 각 영향의 중대성에 대한 이해관계자 설문조사를 통해 최종 중대 이슈를 도출했습니다.



이중 중대성 평가

중대 이슈 관리 현황

구분	추진체계 및 지배구조	전략 및 정책	위험관리	지표
고객(팬) 경험 개선	하이브는 공연 관람 및 서비스 이용에 있어 팬의 편의성, 접근성, 안전성을 높이기 위해 공연장 안전관리 조직 체계를 구축하고 있으며, 위버스 플랫폼 이용자의 권익 보호를 위해 통합 고객센터를 구축하고 있습니다.	• 위버스 플랫폼 기반 팬 경험 개선, 관람 편의성 개선, 고객 권익 보호, 글로벌 이용자 경험 개선, 팬 안전 보호, 공연장 접근성 제고를 6대 팬 경험 개선 중점 추진 영역으로 선정	• 공연장 현장점검 시 위험성 점검 실시 및 식별된 위험요인에 대한 완화 조치 이행 • 제품 품질 및 안전 관련 리스크 상시 점검 및 식별된 위험요인에 대한 완화 조치 이행	• 45건의 콘서트에서 공식상품 공연 현장 수령 서비스 제공 • 위버스 라이브 다국어(13개) 서비스 제공
정보보안 및 개인정보보호	하이브는 대표이사 직속 CISO(정보 보호최고책임자) 및 CPO(개인정보 보호책임자), DPO(데이터보호 책임자)를 선임해 정보보호 이슈를 관리하며, 보안심사위원회를 통해 종합적인 정보보호 관리 계획을 수립합니다. 실무 부서인 보안정책팀, 서비스보안팀, 인프라보안팀, 플랫폼보안팀, 보안개발팀을 통해 관련 실무를 추진하고 있습니다.	• 국내·외 유관 법률 및 정보보호인증(ISO 27001, ISMS) 기준에 부합하도록 ‘하이브 보안규정’ 개정 • 정보보안에 대한 구성원의 인식을 제고하기 위해 ‘정보보호를 위한 구성원 보안 수칙’ 수립	• 내부 자료 유출 방지를 위한 보안 강화 활동 수행 • 서비스 정보보호 관리체계에 대한 국내·외 인증 취득 및 유지	• 전사 정보보안 교육 이수율 100% (대상 인원 2,023명 전원 이수) • 전사 개인정보보호 교육 이수율 100% (대상 인원 2,023명 전원 이수)
건강하고 유연한 근무환경 조성	하이브는 노사협의회를 통해 구성원과 경영진 간 원활한 소통을 지원해 상호 이익을 확대하고 조직문화를 개선하고 있습니다.	• 최적의 근무환경을 조성하고자 만족도 조사를 실시해 복리후생 제도의 운영 현황 점검 및 수렴된 의견 반영	• 정신건강의학과 전문의 채용 후 구성원 및 아티스트 대상 사내 의원 운영 • 마음심리 근로자지원프로그램 통합 운영해 정신 건강 및 정서적 케어 지원	• 전 구성원 대상 24시간 피트니스 센터 운영, PT 프로그램 2,946회 활용 • 건강검진 수검률 88%
윤리경영 및 컴플라이언스	하이브는 감사위원회를 설치하여 운영하고 있는 한편, 윤리·준법경영 강화를 위해 CLO 산하에 컴플라이언스실을 신설했습니다. 윤리경영팀은 회사의 경영활동이 관련 법규 및 내부 규정을 준수하는지 점검하고 재무·회계 적정성을 검토하며, 비윤리 행위 제보 채널인 레드히슬을 운영하고 있습니다. 컴플라이언스팀은 내부 규정·지침 관리 등 거버넌스 강화와 법률 위반 리스크를 사전에 예방하는 활동을 수행하고 있습니다.	• 지속가능경영의 근본이 되는 ‘윤리헌장’ 제정 및 ‘윤리강령’ 재정립 • 건전하고 공정한 거래 질서 확립 및 윤리적이고 투명한 기업문화 정착을 위해 하이브와 파트너사 간 윤리실천협약 체결	• 비윤리 행위 및 불법·부정행위에 대한 이해관계자 제보 채널 운영(레드히슬)	• 전사 윤리교육 이수율 100% (대상 인원 2,128명 전원 이수) • 신규 입사자 대상 불공정거래 및 부정경쟁 예방 교육 실시(대상 인원 516명 수료 완료) • 환경 및 반경쟁, 독점 관련 규제 위반 건수 0건

OUR PERFORMANCE

38
THINK FORWARD FOR
FAN'S LIFESTYLE

51
CREATE POSSIBILITIES
WITH THE COMMUNITY

79
LEAD INDUSTRIES BY
THE STANDARD

LEAD INDUSTRIES
BY THE STANDARD

CREATE POSSIBILITIES WITH
THE COMMUNITY

OUR PERFORMANCE

THINK FORWARD FOR FAN'S LIFESTYLE

39
팬 경험 개선

47
친환경 제품 및 서비스

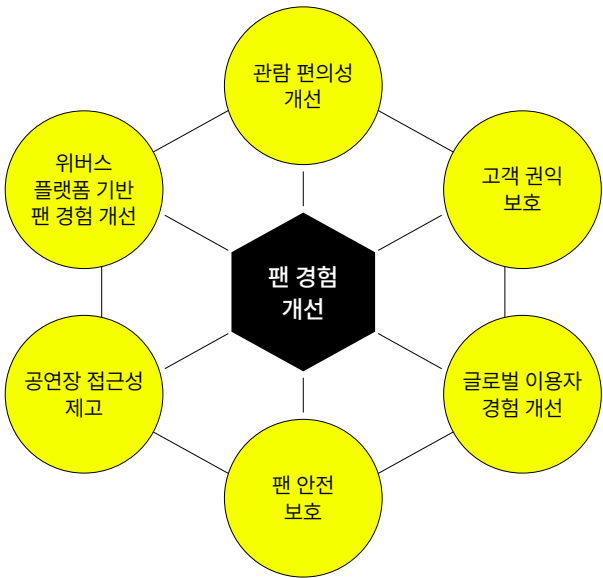
팬 경험 개선

하이브는 공연 관람 및 서비스 이용에 있어 팬의 편의성, 접근성, 안전성을 높이기 위한 다양한 활동을 수행하고 있습니다.

팬 경험 개선 방향성

하이브는 팬 경험 개선을 모든 비즈니스의 중심에 두고, 팬과의 연결을 통해 사회적 가치를 창출하고자 합니다. 팬의 목소리를 가장 중요한 가치로 여기며, 팬 경험을 혁신하는 것이 핵심 과제를 인식하고 있습니다. 이를 위해 위버스 플랫폼 기반 팬 경험 개선, 관람 편의성 개선, 고객 권익 보호, 글로벌 이용자 경험 개선, 팬 안전 보호, 공연장 접근성 제고의 6개 영역을 중심으로 다양한 활동을 추진하고 있습니다.

팬 경험 개선 중점 추진 영역



위버스 플랫폼 기반 팬 경험 개선

위버스 플랫폼 기반 온라인 공연 개최

위버스는 2020년부터 오프라인 공연 참석이 어려운 전 세계 팬들에게 현장의 생생한 감동을 전하기 위해, 플랫폼 기반 온라인 공연 스트리밍 서비스를 제공하고 있습니다. 팬들은 공간의 제약 없이 편안하게 공연을 관람할 수 있으며, 실시간 채팅 기능을 통해 아티스트와 소통할 수 있습니다. 또한 관람 뷰 다양화(싱글 뷰, 멀티 뷰, 개인캠) 기술, 4K 초고화질 서비스, 글로벌 인터넷 인프라 환경을 고려한 화질 다양화 기술 등을 개발해 팬들의 몰입감을 높이고 있습니다. 2024년에는 유료 온라인 콘서트뿐만 아니라 쇼케이스, 컴백쇼, 페스티벌까지 무료 스트리밍 서비스의 범위를 확장했습니다. 북미, 일본, 중국 등 글로벌 아티스트를 위한 로컬 기반 스트리밍 솔루션을 고도화해 안정적인 라이브 스트리밍 서비스를 제공하고 있습니다.

| 스트리밍 관련 편의 서비스

실시간 채팅 및 응원	• 채팅 서비스 및 응원하기 기반 아티스트와의 실시간 소통
번역 서비스	• 공연 현장 상황의 실시간 번역 및 전달

위버스 플랫폼 기반 오프라인 공연 편의기능 제공

위버스는 오프라인 공연 및 행사에 참여하는 팬들이 보다 편리하고 즐거운 경험을 누릴 수 있도록, 온라인 플랫폼과 연계한 다양한 서비스를 제공하고 있습니다.

위버스 줄서기 위버스 줄서기는 온라인으로 부스별 대기열을 사전 선택할 수 있도록 한 서비스로, 부스 앞 대기 시간을 단축하고 특정 시간대의 관객 밀집을 분산시켜 안전을 확보했습니다. 페스티벌 현장에서 위버스 줄서기 웹페이지에 접속 후 방문을 원하는 부스에 대기 그룹을 선택하면 줄서기 신청이 완료되며, 입장 차례 안내, 부스 앞 대기 안내, 입장 시작 안내 등 3단계의 알림을 통해 대기 현황을 확인하고 부스에 입장할 수 있습니다. 양일간 개최된 페스티벌에서 총 21,800건의 줄서기 신청이 접수되었으며, 양일 관객 중 1일 차 79.3%, 2일 차 74.4%의 관객이 위버스 줄서기를 이용했습니다.

공식상품 공연 현장 수령 서비스 위버스는 공연장 반경 2.5km 내에서 공식상품을 주문한 팬들을 대상으로, 공연 현장에서 QR코드를 활용한 간편 수령 서비스를 제공하고 있습니다. 전자영수증 발급을 통해 종이 사용을 줄여 자원 절감에 기여하고 있으며, QR코드 제시부터 상품 수령 완료까지 평균 1분 내외의 시간이 소요되어 관객의 대기 시간을 최소화하고 현장의 편의성을 제고하고 있습니다. 2023년부터 하이브 소속 아티스트를 넘어 위버스 플랫폼을 이용하는 다양한 아티스트의 콘서트로 적용 범위가 확대되었으며, 2024년 한 해 동안 총 45건의 콘서트에서 현장 수령 서비스를 제공했습니다.

오프라인 이벤트 응모 및 참여 위버스 앱을 통해 아티스트 팬사인회, 방송 녹화, 신규 앨범 쇼케이스 등 오프라인 이벤트에 편리하게 응모하고 신청할 수 있으며, 당첨 여부도 쉽게 확인할 수 있습니다. 이를 통해 오프라인 현장의 활동성과 편의성을 제고하고 있으며, 2024년 12월 31일 기준으로, 전년 대비 약 9% 증가한 121만 명의 팬들에게 온라인 플랫폼을 활용한 높은 편의성과 풍성한 경험을 제공했습니다.

위버스 플랫폼 서비스 개선

위버스는 팬의 이용 편의성을 높이기 위해 지속적으로 서비스를 개선하고 있습니다.

| 위버스 서비스 개선 현황

UI-UX 개선	• 다크 모드 지원, 공지 탭 생성 등을 통한 이용 편의성 제고
콘텐츠 시청 경험 개선	• 디지털 멤버십 구독자 대상 콘텐츠 경험 제공 - 라이브 자동 생성 자막, VOD 오프라인 저장, 영상 광고 제거, AI 업스케일링 ¹⁾ , 보이스 강조 등의 기능 활용을 통한 풍성한 콘텐츠 경험 제공
위버스 라이브 기능 개선	• 합동 라이브 기능 오픈 - 멤버들이 다른 공간에서 라이브를 함께 진행하는 모습을 송출하며 더욱 즐거운 팬 경험 제공
위버스샵 앱 통합	• 커뮤니티, 이벤트, 미디어 뿐 아니라 음반, 공식상품 쇼핑 기능까지 위버스 앱으로 통합하여 이용 편의성 제고

1) 인공지능 기술을 사용해 낮은 해상도의 이미지나 영상을 높은 해상도로 개선하는 기술

팬 경험 개선

관람 편의성 개선

얼굴패스 도입

하이브는 공연 현장의 본인확인 절차 간소화와 프리미엄 티켓 거래 방지를 위해 얼굴인증 압표방지 솔루션 ‘얼굴패스 (Face pass)’를 도입했습니다. 2025년 투어스 팬미팅에 처음 도입했으며, 이후 국내에서 개최하는 하이브의 모든 공연에 점진적으로 도입할 예정입니다.

얼굴패스는 기존의 복잡한 본인확인 절차를 대체해 관객들이 별도의 신분증이나 예매내역 확인 없이 얼굴 인식만으로 입장할 수 있게 함으로써, 관객의 대기 시간을 단축했습니다. 또한 하나의 주민등록번호나 여권으로 여러 장의 티켓을 규정된 매수를 초과해 구매할 수 없도록 설계하여, 압표 매매를 원천적으로 차단합니다. 2025년 진행된 j-hope 콘서트에서는 전체 관객 약 38,000명 중 35%가 얼굴패스를 등록하고 이용했습니다.

충전식 선불카드 서비스 도입

하이브는 공연장에서의 결제 편의성을 높이기 위해 충전식 선불카드 서비스를 도입했습니다. 키오스크에서 선호하는 아티스트 이미지가 담긴 카드를 선택해 발급받을 수 있으며, 금액을 충전해 교통카드나 체크카드처럼 사용할 수 있습니다. 이를 통해 국내 카드 사용에 제약이 있는 외국인 관광객과 신용카드를 소지하지 않은 청소년들이 현금 없이도 공식상품과 음식을 구매할 수 있도록 지원했습니다. 2024년 세븐틴의 ‘FOLLOW TO INCHEON’ 공연을 시작으로 다양한 공연에 적용되고 있습니다.

| 하이브 뮤직그룹 APAC 아티스트 공연에 적용된 충전식 선불카드 서비스



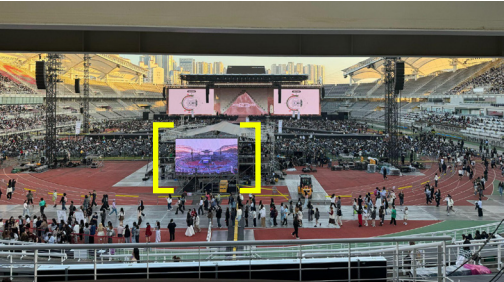
관객 편의 시설 운영

하이브는 2024년에도 관객 편의를 위한 시설 개선을 이어갔습니다. 대규모 공연장의 경우 입장 게이트를 쉽게 찾을 수 있도록 안내 시스템을 개선했습니다. 바닥 띠를 설치하고 티켓에 컬러를 삽입하여 입장 시 편의성을 보완했습니다.

쾌적한 관람 환경 조성을 위한 노력도 있었습니다. 세븐틴 공연 시 보조경기장 내에 간이 화장실을 추가로 설치하여 외부 부스 이용 시 편의성을 높였습니다. 또한 한파와 우천 등 예측 불가능한 날씨에도 관객들이 편안하게 대기하고 휴식을 취할 수 있는 관객 휴게공간을 마련했습니다. 특히 스탠딩 관객을 위한 별도의 텐트, 난방기기, 소파 등을 설치하여 쾌적한 환경에서 공연을 기다릴 수 있도록 지원했습니다.

몰입감 있는 공연 관람 경험을 제공하기 위한 노력도 있었습니다. 세로형 무대 구조로 인해 본무대와 거리감이 있을 수 있는 N구역 관객들을 위해 콘솔 뒤쪽에 서비스 스크린을 추가해 공연 관람 경험을 개선했습니다. 이외에도 관람객들이 더욱 편리하게 공연을 즐길 수 있도록 물품 보관소를 운영하고 있습니다.

| 서비스 스크린 추가 설치



| 입장 게이트 바닥띠 설치



| 물품보관소 운영



| 관객 휴게공간 마련



팬 경험 개선

고객 권익 보호

고객 소통 채널 확대

위버스는 고객 소통 강화를 위해 글로벌 고객 상담 서비스를 대폭 개선했습니다. 2024년에는 기존의 한국어, 영어, 일본어 상담에 더해 중국어와 스페인어 상담 서비스를 추가하여 다국어 상담 지원 체계를 확대했습니다. 또한 고객 편의 증진을 위해 고객센터 페이지를 전면 개편하고 통합 고객센터를 구축하여 채널을 간소화했습니다. 이와 더불어, 고객센터 운영 시간을 확대하고, 문의 유형별 전문화 센터 구축을 비롯한 시스템 개선을 통해 고객 문의에 대한 답변 소요 시간을 단축했습니다.

위버스는 고객 문의 데이터를 분석하고 문제의 근본적인 원인을 개선하여, 지속적으로 고객과의 소통을 강화하여 불편을 최소화하고 더 나은 고객 경험을 제공하기 위해 노력하고 있습니다.

고객 권리침해 구제 절차 운영

위버스컴퍼니는 고객 보호를 위해 체계적인 피해 구제 시스템을 구축하고 있습니다. 서비스 이용 중 발생할 수 있는 피해에 대한 구제 절차와 보상 정책을 운영하고 있습니다. 불편사항에 대해 원만한 상담이 이루어질 수 있도록 대응 전담 조직을 운영하고 있으며, 한국소비자원, 지방자치단체 등 대외기관으로부터 접수되는 VOC(Voice of Customer)의 경우 신속한 처리 및 개선 활동 진행을 통해 재발을 방지하고 있습니다.

이러한 노력의 결과로, 4년 연속 고객 불만이나 피해 구제 요청 등의 대외 민원 접수 건수가 감소했습니다. 아울러, 소비자 권익 증진에 기여한 공로를 인정받아 위버스컴퍼니는 2024년 한국소비자원 소비자불만해결 사업자협의회 전자상거래 분야 우수사업자로 선정되었습니다.

| 권리침해 구제 절차

신고 접수	▼ - 고객상담 채널 운영 - 개인정보 열람 청구 채널 운영
내용 확인	▼ 개인정보보호법 기준 및 내부 운영 정책에 따라 사실 확인
고충 처리	▼ - 신고 요건 및 내용 파악 - 고충 처리 기간 안내
결과 처리	▼ 최종 처리 및 개선사항 안내

위버스컴퍼니 전자상거래 환경 개선

위버스컴퍼니는 고객 권익 보호를 위해 전자상거래 관련 내부 프로세스를 정비하고, 운영 전반의 관리 감독을 강화했습니다.

| 위버스컴퍼니 전자상거래 환경 개선 조치

교환·환불 처리 절차 간소화 및 명확화	교환·환불 접수 및 처리 절차를 고객 관점에서 보다 편리하게 개선했습니다.
고객 안내 문구 개정 및 표준화	상품 상세 페이지, FAQ 등 고객 안내 문구를 전자상거래법 및 관련 규정에 맞춰 명확하게 개정하고 표준화했습니다.
고객 문의 대응 매뉴얼 업데이트	고객센터 상담사가 일관성 있는 정보를 제공하고 응대할 수 있도록 변경된 정책과 절차를 반영해 상세 매뉴얼을 개정하고 정기 교육을 진행합니다.
법률 검토 필수화	고객에게 공지하는 약관, 정책, 주요 안내 사항은 법률 검토 과정을 거쳐 법규 위반 소지를 사전에 차단합니다.

팬 경험 개선

글로벌 이용자 경험 개선

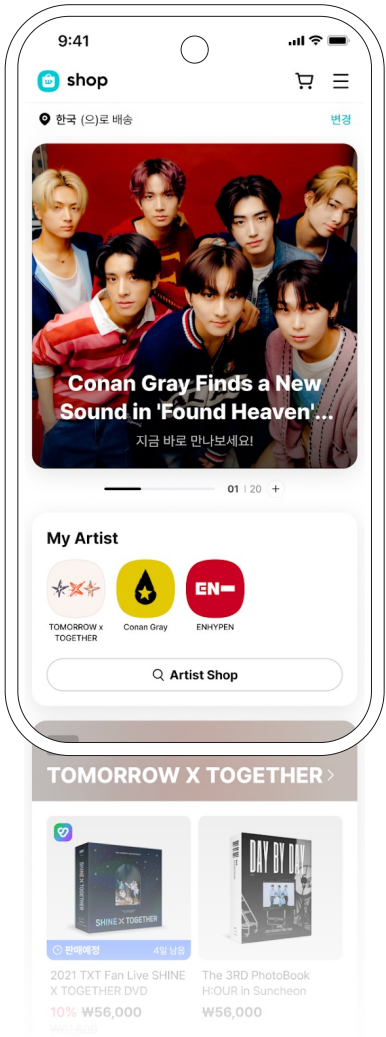
위버스 다국어 서비스 제공

위버스는 글로벌 팬과 아티스트 간 자유로운 소통을 위해 영어, 중국어, 일본어 등 15개 언어의 번역 기능을 제공합니다. 원하는 번역 언어를 선택하고 버튼을 클릭하면 아티스트와 팬이 남긴 포스트, 댓글 등이 선택한 언어로 즉시 번역됩니다. 2025년 1월부터는 디지털 멤버십 이용자를 대상으로 위버스 라이브 시 영어, 일본어, 중국어 등 13개 언어의 자동 생성 자막 기능을 제공해 아티스트와 글로벌 팬 간의 실시간 소통을 지원했습니다. 아울러 설정, 회원정보 등 주요 버튼과 기능에 적용되는 앱 서비스 언어로 2024년 추가한 스페인어를 포함해 영어, 일본어, 한국어, 중국어(번체, 간체) 등 총 5개 언어를 지원하고 있습니다.

위버스샵 통합 운영

글로벌, 일본, 미국 3개의 샵으로 운영하던 위버스샵을 2024년 12월 하나의 통합된 샵으로 개편했습니다. 이에 따라 고객이 국가별 샵을 선택하지 않아도 접속한 국가에 따라 언어와 통화가 자동으로 설정됩니다. 해당 국가에서 구매 가능한 상품을 우선 노출하여 글로벌 고객의 쇼핑 편의성을 개선했습니다. 또한 상품별로 멤버십 및 미디어 혜택 적용 권역, 배송 출발 국가, 팬 이벤트 등의 정보를 명확히 표시해, 고객이 상품별 혜택과 배송 정보를 사전에 쉽게 확인할 수 있도록 했습니다.

| 개편 위버스샵



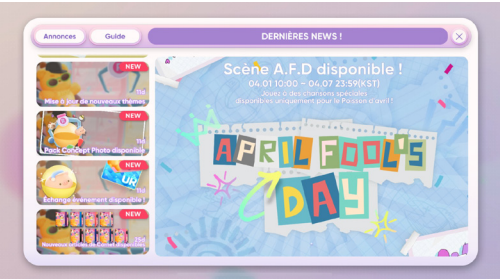
공연 다국어 서비스 운영

하이프는 글로벌 팬들의 원활한 공연 관람을 위해 온·오프라인 공연 시 언어 지원 서비스를 제공하고 있습니다. 현장 공연에서는 예매 정보, 제작물, 영상 등에 한국어, 영어, 일본어, 중국어를 병기하고, 해당 언어 응답이 가능한 스태프를 배치했습니다. 또한 온라인 스트리밍 공연의 글로벌 접근성을 높이기 위해 다국어 자막 서비스를 확대하고 있습니다. 2023년부터 영어, 일본어, 중국어(간체) 3개 언어의 실시간 자막 서비스와 8개 언어(중국어(번체), 태국어, 인도네시아어, 베트남어, 스페인어, 프랑스어, 포르투갈어, 필리핀어)에 대한 기계 번역 자막을 제공하고 있습니다.

| 퍼즐 세븐틴 다국어 서비스



| 리듬하이브 다국어 서비스



하이프IM 다국어 서비스 제공

하이프IM의 주요 게임인 ‘리듬하이브’, ‘인더섬 with BTS’, ‘퍼즐 세븐틴’, ‘별이되어라2: 베다의 기사들’은 글로벌 이용자들을 위한 다국어 서비스를 제공하고 있습니다. ‘별이되어라2: 베다의 기사들’은 총 13개 언어를 지원하며, 한국어, 영어, 일본어 버전에서는 전 음성을 해당 언어로 구현한 풀 보이스(Full Voice) 시스템을 적용해 몰입도 높은 플레이 경험을 제공합니다. 이용자가 주 사용 언어를 설정하면 게임 내 텍스트 및 음성이 해당 언어로 자동으로 연동되어 언어 장벽 없이 콘텐츠를 즐길 수 있습니다. 이외 게임 또한 게임 내 언어 설정은 물론, 앱 스토어 설명, 공식 홈페이지 및 고객 서비스(CS) 전반에 걸쳐 다국어 서비스를 운영하고 있으며, 특히 ‘리듬하이브’와 ‘퍼즐 세븐틴’은 각각 최대 9개 언어를 지원해 글로벌 이용자의 접근성과 만족도를 높이고 있습니다.

하이프IM 글로벌 디바이스 테스트

하이프IM은 모든 게임 출시 전 글로벌 디바이스별 호환성 및 성능 테스트를 진행합니다. 이를 통해 다양한 디바이스 환경에서 원활한 게임 플레이가 이루어질 수 있도록 지원합니다.

팬 경험 개선

팬 안전 보호

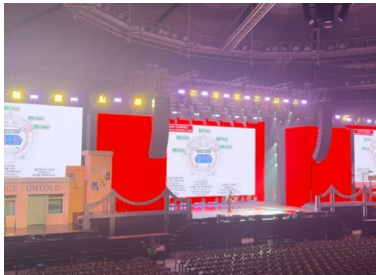
공연장 안전 관리 체계 강화

하이브는 공연법, 중대재해처벌법, 산업안전보건법 등 안전 관련 법규를 준수 하며, 팬들의 안전을 최우선으로 고려해 공연장을 안전하게 운영하고자 노력하 고 있습니다. 사전에 유해·위험요인을 발굴·개선해 공연장 안전을 강화하고 유 관부서 및 파트너사와 협력해 신속하게 대응·조치함으로써 공연을 안전하고 원 활하게 진행할 수 있도록 최선을 다합니다.

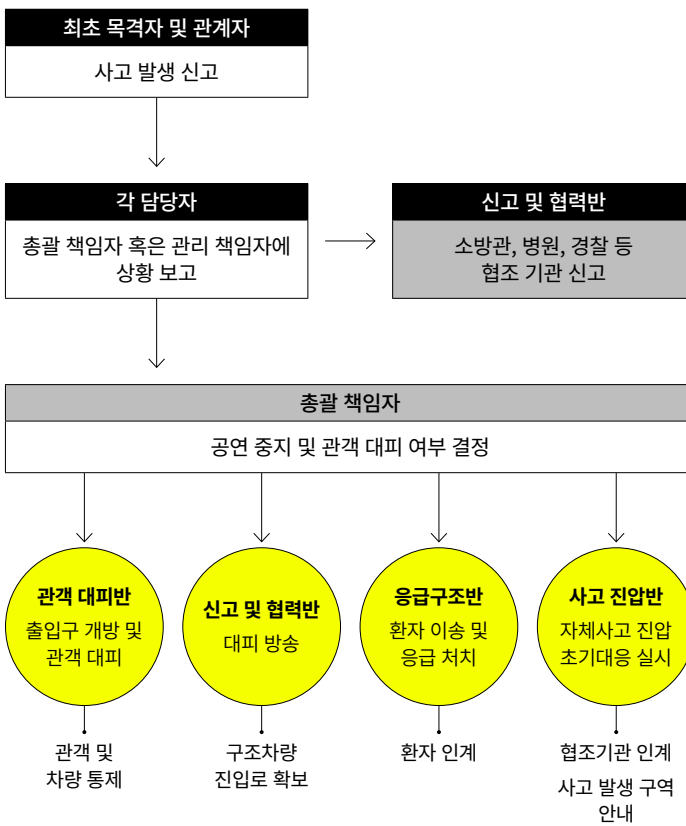
비상시 대응 프로세스 수립

하이브는 공연마다 재해대처계획서를 수립해 운영·관리하며, 비상 상황 발생 시 유관부서, 파트너사, 외부 기관과 연계된 대응 프로세스에 따라 신속하고 적 절한 조치가 이루어지도록 준비하고 있습니다.

| 공연장 안전점검 및 비상대피 훈련



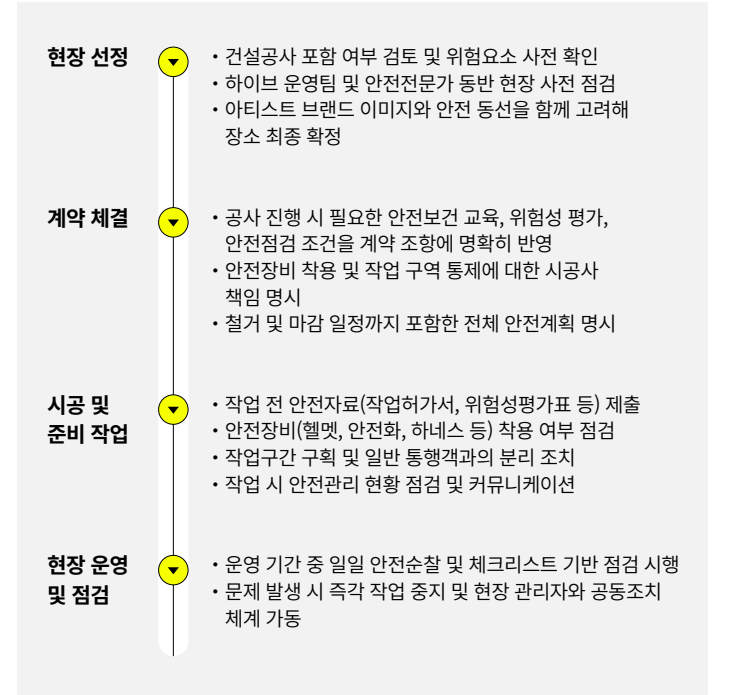
| 공연장 안전사고 대응 프로세스



팝업스토어 안전 관리

하이브는 팝업스토어 안전관리 프로세스를 마련해 기획, 시공, 운영 단계에서 의 위험요소를 체계적으로 관리하고 있습니다. 위험요소 사전 점검을 기반으로 팝업스토어 장소를 선정한 후 안전관리와 관련된 조건을 명시한 계약을 체결하 고, 시공 작업 및 현장 운영 과정에서 안전 점검을 상시 수행하고 있습니다.

| 팝업스토어 안전관리 프로세스



팬 경험 개선

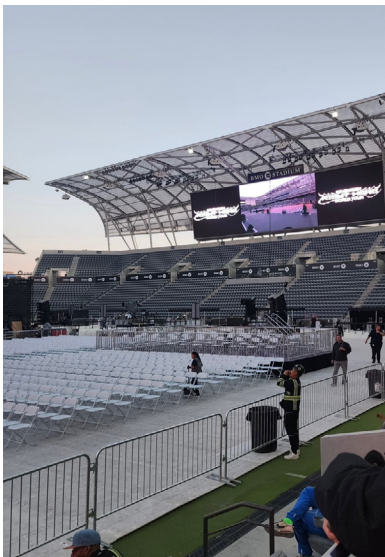
공연장 접근성 제고

공연장 내 휠체어석 및 수어 서비스 운영

하이드는 장애인 배우와 관계없이 모든 팬이 편안하게 공연을 관람할 수 있도록 노력하고 있습니다. 공연장에는 휠체어 전용 좌석을 마련하고, 시야와 안전을 고려해 적절한 위치에 배정합니다. 휠체어 이용 관객의 편의를 위해 동반 1인의 티켓 구매도 지원합니다.

수어 통역이 필요한 관객은 고객센터를 통해 통역 서비스를 요청할 수 있으며, 요청 시 수어 통역사의 지원 하에 공연을 관람할 수 있도록 좌석을 조정합니다. 또한 팬클럽 회원 대상 선예매 시 장애를 가진 관객의 티켓 구매가 어려울 수 있다는 점을 고려해, 고객센터 전화 예매를 통해 사전 좌석 확보가 가능하도록 절차를 개선했습니다.

| 공연장 내 휠체어 전용 좌석 마련



| 공연장 내 수어 통역 서비스 제공



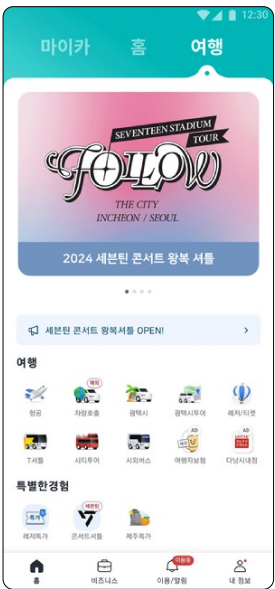
글로벌 및 국내 관람객의 공연 관람 편의성 제고

하이브는 장거리를 이동하는 국내외 팬들을 위해 2024년 엔하이픈 공연부터 공식 예매처인 인터파크와 협업해 공연 티켓과 숙박을 결합한 ‘Play&Stay’ 패키지를 제공하고 있습니다. 2024년 말부터는 패키지 구매 고객을 위한 호텔-공연장 셔틀버스도 자체 운영하고 있습니다. 공연 규모에 따라 이용자 수를 고려하여 패키지 판매 수량을 달리하고 있으며, 국내외 팬들 모두가 이용할 수 있도록 다국어 구매 페이지를 운영하고 있습니다.

공연장 셔틀 서비스 제공

하이드는 서울 외 지역에서 공연 진행 시 카카오와 협업해 수도권 및 지방을 대상으로 카카오톡 셔틀을 운행하여 공연 관람객의 이동 편의를 지원합니다. 특히, 공연 종료 시간과 지하철 막차 시간을 고려한 수도권 귀가 노선을 중점적으로 제공합니다. 막차 시간 걱정 없이 빠른 귀가가 가능하고 공연 지연에 따라 변경된 출발 시간 정보를 실시간 문자로 안내받을 수 있어 안심하고 공연을 즐길 수 있었다는 긍정적인 관객 반응을 얻었습니다.

카카오T 협업 세븐틴 콘서트
셔틀 서비스 운영



팬 경험 개선

CASE

팝업스토어 팬 경험 제고

하이브는 팬, 지역사회, 환경을 고려하며 다양한 팝업스토어를 운영합니다. 팬 편의성을 개선해 다채로운 오프라인 경험을 제공하고, 지역사회와 협업해 상생을 도모하며 운영 과정에서의 폐기물 발생을 감축하기 위해 노력합니다.



팬 편의성 개선

하이브는 팝업스토어를 방문하는 팬들의 편의성을 개선하기 위해 사전 예약 시스템 도입 등 다양한 활동을 수행하고 있습니다.

| 팬 편의성 제고 활동

다양한 테마 구성	• 다양한 테마의 팝업스토어 운영을 통한 오프라인 경험 다각화, 브랜드 접점 확대
사전 예약 시스템 도입	• 희망하는 시간대의 입장 지원 • 혹서기 야외에서의 장시간 대기 부담 해소 등 날씨·혼잡으로 인한 위험 요소 방지
대기 공간 및 동선 관리	• 혹한기 난로 설치 등 외부 환경 요소를 반영한 대기 공간 개선 • 팬들의 체감 불편 최소화를 위한 현장 운영 매뉴얼 강화
운영 프로세스 지속 개선	• 방문객 피드백을 반영한 운영 방식 고도화 • 편의성 향상을 위한 운영 전반 지속 점검 및 조정

| 팝업스토어 사전 예약 시스템



국내외 팬 접점 확대

하이브는 국내외 동일한 시기에 해외 팝업스토어를 운영해 글로벌 현지 팬들에게 동일한 브랜드 경험을 제공합니다. 2024년 5월 방탄소년단의 ‘BTS POP-UP: MONOCHROME’ 팝업을 서울 및 6개 도시(도쿄, LA, 자카르타, 방콕, 마닐라, 홍콩)에서 동 시기에 진행했으며, 8월에는 투모로우바이투게더의 캐릭터 런칭을 기념해 서울 및 전 세계 8개 도시(도쿄, 자카르타, LA, 시카고, 방콕, 홍콩, 상하이, 심천)에서 ‘PPULBATU WARI WARI’ 팝업을 동 시기에 운영했습니다. 이를 통해 국내외 팬들이 방탄소년단의 콘텐츠를 테마로 한 몰입형 체험과 투모로우바이투게더의 귀엽고 유쾌한 브랜드 이미지를 함께 경험하고, 경험을 공유해 연대감을 형성하는 기반을 마련했습니다. 하이브는 글로벌 동시성 기반 경험을 제공해 글로벌 팬 경험을 확장함으로써 콘텐츠의 확산을 돕고, 아티스트와 팬의 유대를 강화합니다.

지역사회 상생 협력

2024년 진행된 ‘LE SSERAFIM 2024 S/S POP UP’은 단순한 전시에서 나아가 팬들이 직접 맛보고, 느끼고, 공유할 수 있는 참여형 콘텐츠로 구성되었습니다. 이를 위해 하이브는 금호·성수 지역 카페와 협업해 르세라핌의 브랜드 아이덴티티를 반영한 F&B¹⁾ 메뉴를 개발했습니다. 협업 티저와 아티스트가 참여한 소개 콘텐츠를 기획해 소셜 미디어에 활용했습니다. 이를 통해 팬과 아티스트의 감정적 연결을 강화하고, 온라인 팬덤으로 영향을 확산했습니다.

| F&B 협업 메뉴



1) 식품과 음료(Food and Beverage)

자원순환 고려 지속가능한 팝업스토어 모델 도입

하이브는 팝업스토어 운영 시 발생하는 폐기물을 고려하여 2024년부터 국내 팝업스토어 종료 후 폐기되던 집기와 자재를 재사용하는 글로벌 프로젝트를 추진하고 있습니다. 2024년 5월 진행된 방탄소년단의 ‘BTS POP-UP: MONOCHROME’ 팝업과 8월의 투모로우바이투게더 ‘PPULBATU WARI WARI’ 팝업에서는 국내 운영 종료 후 홍콩 팝업에서도 구조물을 동일하게 재사용해 아티스트 브랜드의 연속성과 환경적 책임을 동시에 고려했습니다. 특히 ‘BTS POP-UP: MONOCHROME’ 팝업에서는 일회성 인테리어 대신 모듈형 구조물을 도입해 지속가능한 팝업스토어 모델을 시도했습니다.

| 방탄소년단 팝업스토어 ‘BTS POP-UP: MONOCHROME’



| 투모로우바이투게더 팝업스토어 ‘PPULBATU WARI WARI’



팬 경험 개선

CASE

더 시티(THE CITY) 프로젝트

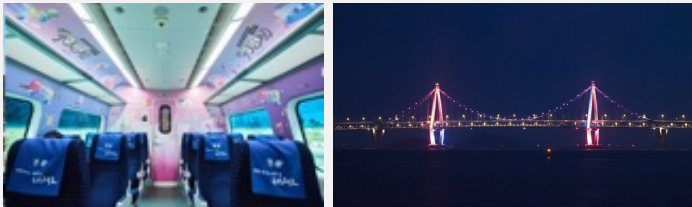
더 시티 프로젝트 개요

더 시티 프로젝트는 하이브만의 고유한 팬 경험 확장 이벤트로, 아티스트의 공연이 열리는 도시 전체를 하나의 테마 공간으로 조성해 팬들에게 공연 전후의 다층적 경험을 제공하는 프로젝트입니다. 공연을 중심으로 팝업스토어, 전시, 테마 카페, 체험형 콘텐츠, 숙박 등 다양한 요소를 도시 전역에 배치함으로써 복합문화 경험을 제공합니다. 이는 팬들에게는 깊이 있는 몰입 경험을, 지역 사회에는 관광 수요 창출과 경제 활성화를 지원함으로써 지속가능한 K-컬처 기반 도시축제 모델로 자리잡고 있습니다. 더 시티 프로젝트는 2022년 방탄소년단의 미국 라스베이거스 콘서트를 기점으로 시작되었으며, 이후 세븐틴, 엔하이픈 등 다수 아티스트의 글로벌 투어로 확장되었습니다. 도시별 특성을 고려한 맞춤형 프로그램으로 글로벌 팬 경험의 새로운 표준을 제시하고 있으며, 하이브의 차별화된 콘텐츠 IP 사업 역량과 지속가능경영 철학이 결합된 대표적인 사례입니다.

세븐틴 더 시티 인천·서울

2024년 3월과 4월, 세븐틴의 월드 투어 ‘FOLLOW’의 일환으로 서울과 인천에서 ‘세븐틴 더 시티’ 프로젝트가 진행되었습니다. 이 프로젝트는 인천시와 인천공항공사의 협력을 통해 크루즈 파티, 사진 전시회 등 다양한 프로그램을 기획해 팬들에게 참신한 경험을 선사했습니다. 인천 공연과 연계된 프로그램들은 외국인 팬들의 방문 경로를 자연스럽게 서울에서 인천으로 확장시키며, 팬들에게 풍부한 문화적 경험을 제공했습니다. 특히 멤버들의 이미지로 장식된 세븐틴 테마 직통열차 운행을 통해 인천과 서울을 오가는 팬들의 접근성을 높였습니다. 또한, 이 과정에서 SNS 상 인천에 대한 글로벌 언급량¹⁾이 전년 동기 대비 150% 증가하고, 인천 지역의 외국인 관광객 유입이 늘어나는 부수적인 효과로 이어졌습니다.

| 세븐틴 더 시티 인천·서울



2024년 10월, 세븐틴 미니 12집 발매를 기념해 새로운 팬 경험을 제공하는 ‘세븐틴 스트리트’를 기획했습니다. 팬들은 체험 공간 및 전시 프로그램 등을 방문하며 오프라인 공간 곳곳에 구현된 앨범의 주제와 메시지를 체험했으며, 협업한 인근 식당, 카페, 플라워 샵, 향수 공방 등 지역 매장을 둘러보며 현장을 풍성하게 즐겼습니다. 연계된 오프라인 이벤트에 단일 행사만으로 누적 25만여 명이 방문하는 등 새로운 참여형 이벤트 모델로 주목받았으며, 협업한 소상공인 매장의 매출이 50~300% 상승하는 등 인근 상권에도 긍정적인 효과가 발생했습니다.

| 세븐틴 스트리트 인 압구정



| 세븐틴 스트리트 인 압구정 주요 성과

오프라인 이벤트 방문객	일일 최대 외국인 방문객 비율
약 25만 명	42%

엔하이픈 더 시티 자카르타

엔하이픈은 2024년 8월 자카르타에서 ‘FATE PLUS WORLD TOUR’와 연계한 첫 번째 더 시티 프로젝트를 진행했습니다. 총 13개 현지 기관 및 기업과 협력해 테마파크, 쇼핑몰, 전철 등 자카르타 내 주요 생활 인프라를 활용한 대규모 이벤트와 테마 숙박 패키지, 브랜드 협업 상품 등을 선보이며, 팬들이 도시 전역에서 일상과 연계된 색다른 K-POP 체험을 즐길 수 있도록 했습니다. 대표 프로그램으로 진행된 따만 미니 인도네시아 인다 테마파크 내 분수 쇼와 대규모 노래방 파티는 팬들에게 몰입도 높은 콘텐츠 경험을 제공해 행사 기간 중 평균 주말 대비 약 20% 이상의 방문객 증가를 이끌어냈습니다. 또한, 현지 음료 브랜드 Kopi Soe와의 협업을 통해 74개 매장에서 약 3만 잔의 테마 음료가 판매되고, 엔하이픈 공식 팝업스토어에 1만 명 이상의 팬이 방문하는 등 단순한 공연 관람을 넘어, 팬들이 도시 전체에서 엔하이픈의 세계관을 다각도로 체험할 수 있도록 했습니다.

| 엔하이픈 더 시티 자카르타



1) X(구 트위터), 인스타그램 언급량

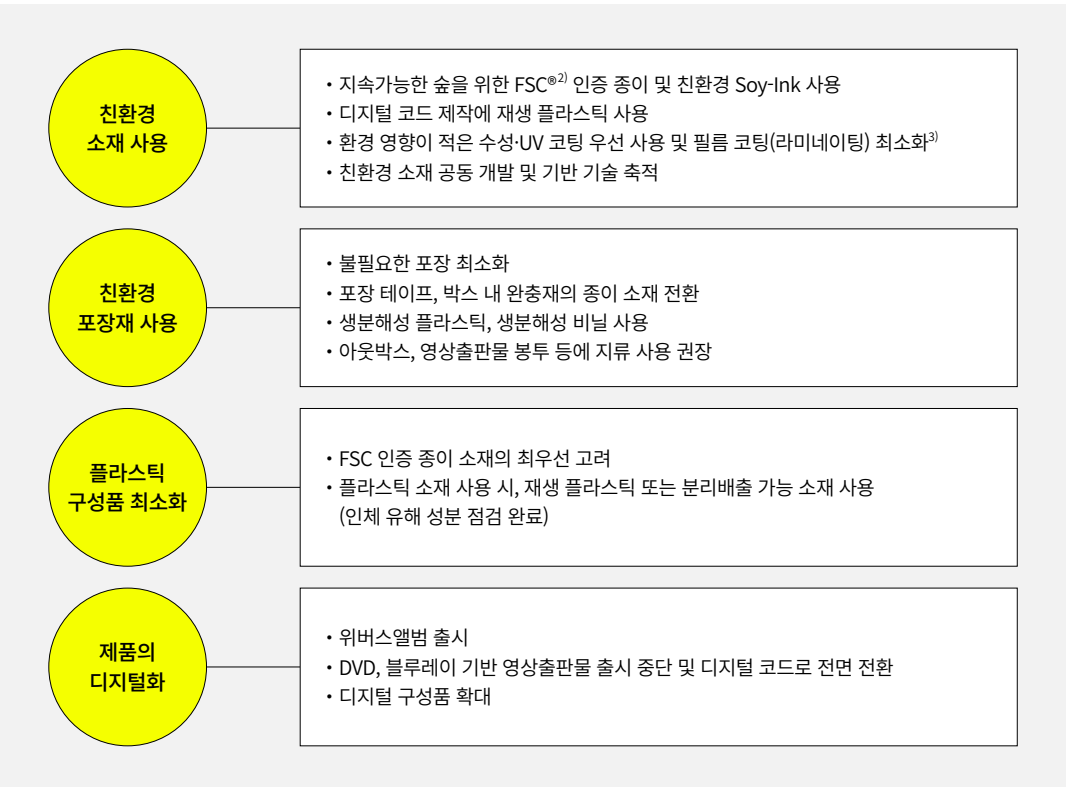
친환경 제품 및 서비스

하이브는 앨범, 영상출판물 및 공식상품의 소재, 포장재, 구성품 전반의 환경 영향을 고려하며, 공연 기획 및 제작, 이동, 종료 후 폐기물 처리에 이르는 전 과정에서 환경 영향을 저감하기 위한 활동을 추진하고 있습니다.

친환경 앨범·영상출판물·공식상품 제작 방향성

하이브는 친환경 소재 사용, 친환경 포장재 사용, 플라스틱 구성품 최소화, 제품의 디지털화로 구성된 4개 중점 추진 영역을 중심으로 앨범, 영상출판물¹⁾, 공식상품 등 제품의 환경 영향 저감을 위한 다양한 활동을 진행하고 있습니다.

| 친환경 앨범·영상출판물·공식상품 중점 추진 영역

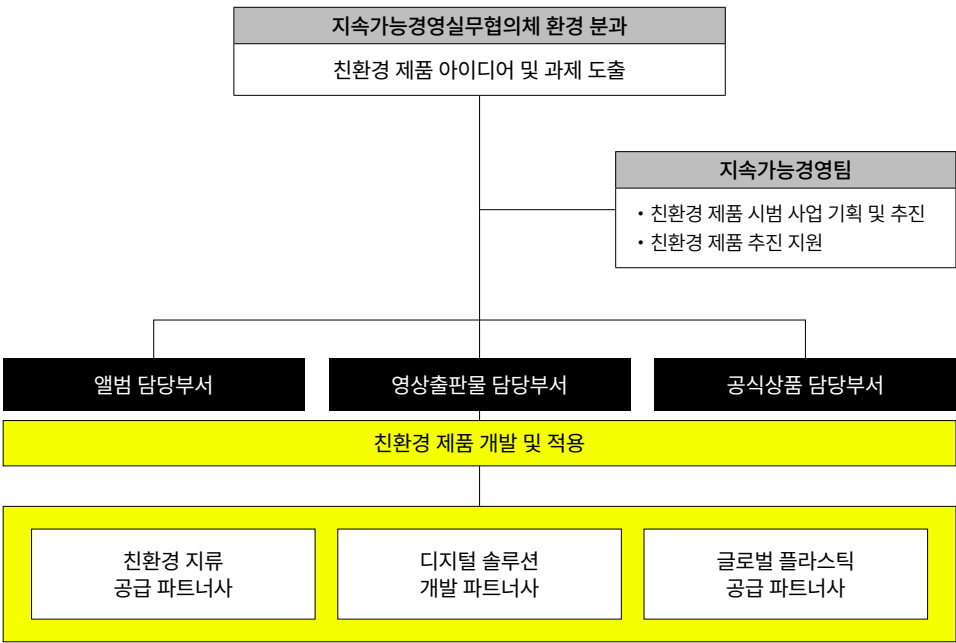


1) 오디오·비주얼 콘텐츠를 포함한 실물 상품으로, 공연 영상, 화보, 시즌그리팅 패키지 등
2) FSC(Forest Stewardship Council®) 인증: 산림자원을 보호하고 지속가능한 산림경영을 확산하기 위해 설립된 국제 NGO인 산림관리협의회(FSC)의 산림경영 인증
3) 아웃박스 등 내구성이 필수적인 구성품 제외

친환경 제품 추진 조직

하이브는 환경 친화적인 제품 개발을 위해 지속가능경영실무협의체 내 환경 분과를 중심으로 전사적인 협력 체계를 구축했습니다. 협업을 통해 하이브는 친환경 앨범·영상출판물·공식상품 개발을 효율적으로 추진하고, 지속가능한 경영을 실천하고 있습니다.

| 친환경 제품 추진 조직 체계



친환경 제품 및 서비스

친환경 소재 사용 가이드라인 도입

하이브는 2022년부터 FSC 인증 종이, Soy-Ink 사용을 권고하는 친환경 소재 사용 가이드라인을 도입해 운영하고 있습니다. FSC 인증은 지속가능한 산림경영을 위한 10가지 원칙에 따라 생산된 목재, 종이에 부여됩니다. Soy-Ink는 식물유 함량이 높아 휘발성 유기화합물에 의한 환경오염을 감소시키며, 쉽게 분해되어 종이로부터의 잉크 분리를 통해 재활용이 가능합니다.

| 친환경 소재 가이드라인



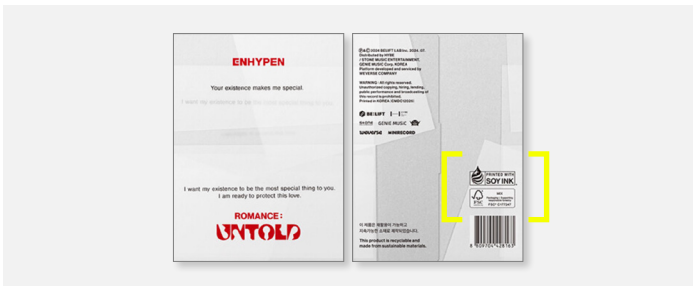
FSC 인증 종이

- 아웃박스, 화보집, 가사집, CD 케이스, 포토카드 등 앨범 내 지류 구성품에 대해 FSC 인증 종이 사용
- 인증 마크는 구성품(아웃박스, 북릿커버 등) 외관에 표시

Soy-Ink

- 제품 인쇄 시 Soy-Ink 인증을 받은 잉크 사용
- 구성품 외관에 관련 마크 표시

| 친환경 소재 가이드라인 적용 앨범



친환경 포장재 사용

하이브는 친환경 포장재 사용 확대를 위해 노력하고 있습니다. 내구성이 요구되는 앨범 아웃박스의 경우, 지류 사용을 권장하고 있으며 플라스틱 소재를 사용할 경우 재활용 플라스틱을 적용합니다. 위버스샵 제품 포장에 종이 테이프와 별집 모양 종이 완충재인 지아미를 도입했습니다. 향후 점진적으로 친환경 포장재 적용 비율을 확대해 나갈 계획입니다.

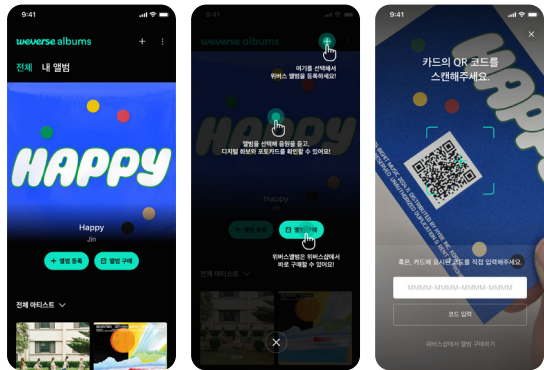
친환경 소재·포장재 공동 개발 및 기반 기술 축적

하이브는 글로벌 소재 업체와 협력하여 친환경 제품 개발의 토대를 마련하기 위해 친환경 소재를 공동 개발하고 있습니다. 재활용 플라스틱을 활용한 투명 발광체 상품, 생분해성 플라스틱 소재 등 다양한 친환경 소재 기술 확보에 주력하고 있으며, 향후 공식상품 등에 적용할 계획입니다. 이외에도 코팅 없는 종이 포장재 확대를 위한 신뢰성 테스트를 진행하고 있으며, 목재를 분쇄해 분말로 가공한 목본 소재 등 플라스틱 대체재로 활용 가능한 신기술 보유 업체를 발굴하는 등 협업 채널을 구축하고 친환경 소재 관련 기반 기술을 축적하고 있습니다.

위버스앨범 발매

하이브는 기존 CD 앨범 대비 종이와 플라스틱 사용을 줄일 수 있는 디지털 코드 기반의 위버스앨범을 발매하고 있습니다. QR코드를 통해 음악 및 포토 콘텐츠를 제공하고, 팬들이 소장할 수 있는 포토카드 등의 특전을 별도로 제공하고 있습니다. 위버스앨범은 종이, 플라스틱 사용량을 줄이고 친환경 소재를 활용함으로써 전통적인 피지컬 앨범(CD) 대비 환경 영향을 저감하는 효과가 있습니다. 또한 앱 내 적용된 ‘앨범 모션커버’ 기능은 팬들에게 생동감 있는 콘텐츠 경험을 제공하고 있습니다. 2025년 5월에는 일본의 전 SMAP 멤버이자 아티스트 겸 배우로 활동중인 카토리 싱고의 앨범에 FSC 인증 종이와 식물성 잉크를 사용한 위버스앨범이 적용되는 등 하이브 뮤직그룹 APAC 외 아티스트도 친환경성을 고려해 위버스앨범을 발매하고 있습니다. 앞으로도 다양한 플랫폼 앨범을 발매하고 서비스 기능을 확장해 나갈 계획입니다.

| 위버스앨범 사용 가이드



- ① 위버스앨범 애플리케이션을 설치한다.
- ② 위버스 계정이나 SNS 계정으로 로그인한다.
- ③ 우측 상단의 [+] 버튼, 혹은 [앨범 등록] 을 터치해 QR코드를 스캔하거나 카메라 하단에 직접 디지털코드 번호를 입력한다.
- ④ 앨범을 다운로드 받는다.

친환경 제품 및 서비스

CASE

위버스앨범 표준화 프로젝트 진행

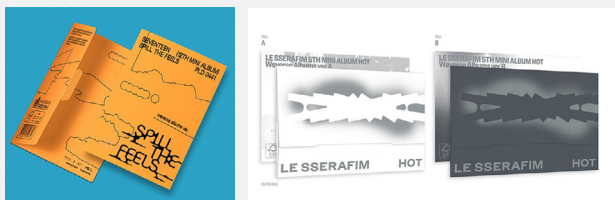
하이브는 위버스앨범의 친환경적 가치를 제고하기 위해 사내 TF를 조직해 위버스앨범 표준화 가이드를 수립했습니다. 앨범 폐기물의 재활용률을 높이기 위해 모든 지류에 재활용이 불가능한 비닐 코팅 가공을 배제하고, 포장비닐에 생분해성 OPP소재를 사용했습니다. 앨범 케이스와 포토카드에는 FSC 인증을 받은 지류 소재를 사용했으며, QR 카드는 기존 플라스틱 소재에서 지류 소재로 변경했습니다. 또한 포토카드, QR 카드 등의 필수 구성품 외에는 구성품을 최소화해 불필요한 폐기물 배출을 저감했습니다. 표준화 가이드를 도입한 위버스앨범 2.0은 2024년 3월 아일릿(ILLIT)의 데뷔 앨범인 미니 1집 'SUPER REAL ME'에 최초 적용된 이후 2024년, 2025년 발매된 하이브 뮤직그룹 APAC 아티스트 앨범에 전반적으로 적용되었습니다.

| 위버스앨범 표준화 방향성



플랫폼 앨범의 친환경성 제고

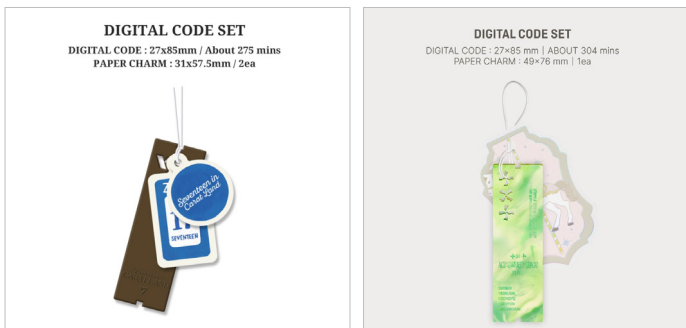
| 위버스앨범 2.0 적용 앨범



영상출판물의 디지털 코드 전환

하이브는 2023년부터 디스크 상품을 '디지털 코드' 기반 상품으로 전면 전환해 영상출판물의 환경 영향을 저감하고 있습니다. 디지털 코드는 QR코드 또는 인증번호 등록을 통해 위버스 플랫폼에서 영상을 시청할 수 있도록 하는 서비스로, DVD, 블루레이 등 실물 디스크를 대체합니다. 디지털 코드는 재생 플라스틱 소재로 제작되며, 키링으로 활용 가능한 실용적인 디자인을 채택했습니다. 또한 생분해성 포장재를 사용하고 있으며, 비닐 사용 자체를 줄이기 위해 지류 봉투의 사용 빈도를 높이고 있습니다. 2025년 시즈그리팅 상품의 경우, 플래너 등을 디지털 파일 형태로 제공함으로써 모바일 중심 사용자의 편의성을 높이는 동시에 종이 사용량을 절감했습니다.

| 재생 플라스틱 기반 디지털 코드



| 디지털 구성품

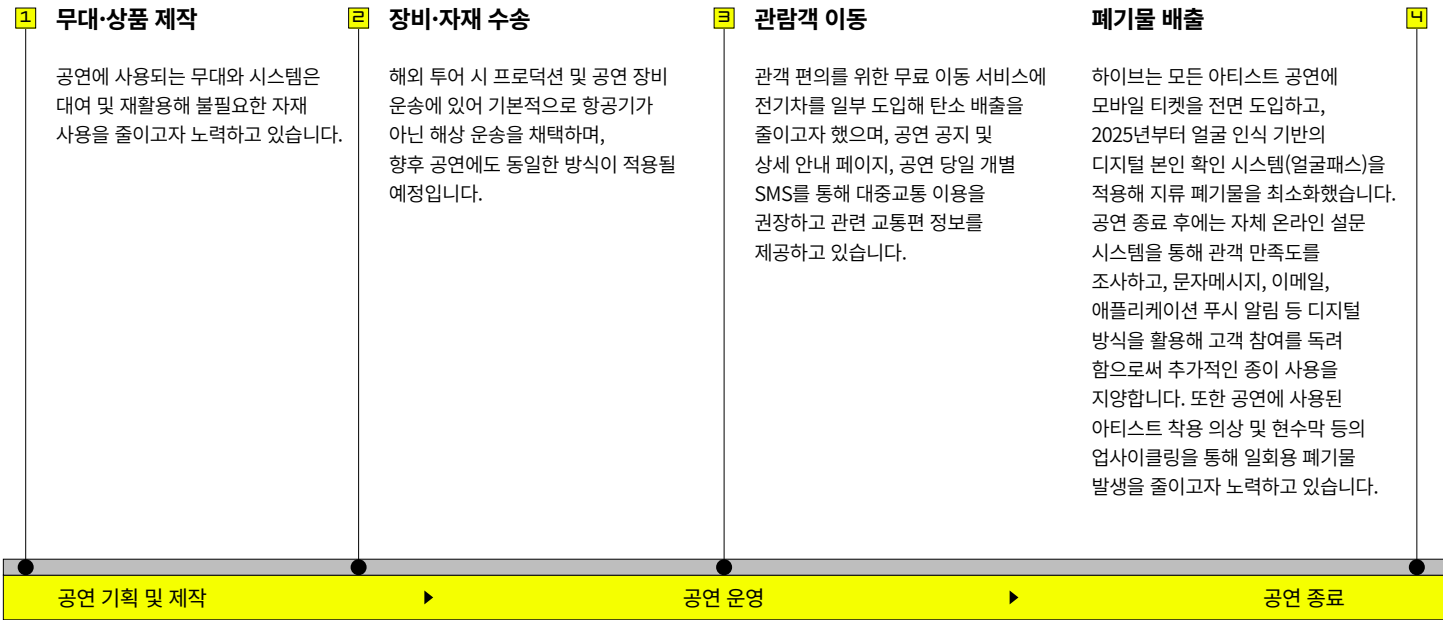


친환경 제품 및 서비스

친환경 공연 추진 방향성

하이브는 콘서트, 팬미팅, 월드투어 등 공연의 기획부터 운영, 종료 후 폐기물 처리에 이르기까지 전 단계에 걸쳐 지속가능한 공연 문화를 실현하기 위해 노력하고 있습니다. 특히 무대·상품 제작, 장비·자재 수송, 관람객 이동, 폐기물 배출을 중점 추진 영역으로 설정하고, 공연이 환경에 미치는 영향을 고려해 친환경성을 높이기 위한 활동을 추진하고 있습니다.

| 친환경 공연 추진 활동



CASE

공연 현수막 업사이클링¹⁾ 상품 출시

2024년 1월 하이브는 업사이클링 브랜드 ‘누깅(Nukak)’과 협업해 아티스트 5팀의 콘서트 및 팬미팅에 사용된 폐현수막에 숨결을 불어넣는 프로젝트를 선보였습니다. 공연 후 남겨진 현수막을 폐기하거나 소각하는 대신, 메신저백, 크로스백, 파우치, 카드지갑 등의 제품으로 제작해 팬들이 아티스트와의 추억을 오래 간직할 수 있도록 했습니다. 제작 과정에서 하이브는 현수막의 오염과 파손 정도를 살피고 활용 가능한 부분을 선별해 가공했습니다. 또한 팬들의 편의성과 제품의 내구성, 안전성을 고려해 제품의 가치를 높였습니다. 507kg²⁾의 현수막 재활용을 통해 약 149kg³⁾의 탄소 배출량 감소 효과를 기대할 수 있으며, 이는 소나무 약 40그루가 1년 간 흡수하는 CO₂ 양⁴⁾에 해당합니다.

| 공연 현수막 업사이클링 상품





탄소 배출
149kgCO₂e
저감

(소나무 약 40그루가
1년 간 흡수하는 CO₂)

1) 업그레이드와 리사이클링의 합성어로, 쓸모없는 물건을 재활용해 더욱 가치 있는 제품으로 만드는 것
2) 오염, 파손 등의 영역 제거 후 실제 재활용에 사용한 현수막을 기준으로 집계
3) 현수막을 재활용하지 않고 소각 처리할 때 발생하는 CO₂ 배출량을 기준으로 산출했으며, 배출계수는 건조물질함량, 탄소함유율, 화석탄소함유율, 산화계수 및 변환계수를 기반으로 산정됨
4) 국립산림과학원 - 주요 산림수종의 표준 탄소흡수량, 20년 수령 중부지방 소나무 기준

OUR PERFORMANCE

CREATE
POSSIBILITIES WITH
THE COMMUNITY

THINK FORWARD FOR
FAN'S LIFESTYLE

52
인재 영입 및
역량 개발

57
건강하고 유연한
근무환경 조성

61
인권경영

63
사업장
안전보건

65
제품 안전 및
품질 관리

67
정보보안 및 고객
개인정보보호

71
크리에이티브
권익 보호 및
성장 지원

75
파트너사
동반성장

77
지역사회
공헌

인재 영입 및 역량 개발

하이브는 회사가 필요로 하는 역량을 HYBE DNA로 정의해 적합한 인재를 채용하고 있으며, 구성원의 전문성 강화를 위한 다양한 역량 개발 프로그램을 운영하고 있습니다. 또한 정기적으로 성과 평가를 진행해 구성원의 지속적인 성장을 지원합니다.

하이브의 인재상, HYBE DNA

HYBE DNA는 구성원들이 일하는 방법과 가치판단의 기준으로, 열정, 자율, 신뢰를 기반으로 이루어져 있습니다.

| HYBE DNA

Passion 열정	Autonomy 자율	Trust 신뢰
우리가 원하는 인재의 모습	우리가 일하는 방식	우리가 서로를 바라보는 태도
- 높은 기준으로 최고의 콘텐츠, 제품, 서비스를 만들기 위한 노력 - 모든 일에서 지속적으로 개선점을 찾는 자세	- 의견과 아이디어를 제약 없이 자유롭게 소통 - 업무 수행에 필요한 충분한 권한과 책임	미션과 비전을 이해하고 공유하며 목표 달성을 위한 협력

채용 직무 다각화 및 전문화

하이브는 음악 및 아티스트 IP를 기반으로 플랫폼, 테크놀로지 사업 등 다양한 서비스로 사업 영역을 확장하고 있습니다. 자체 콘텐츠 제작이 다양화됨에 따라 게임, 크리에이티브 전략 분야 등 2024년 말 기준 600여 명의 신규 인재를 채용했습니다.

| 다각화된 직무 예시

- **게임:** 게임 그래픽 아트, 게임 데이터 분석 및 마케팅, 게임 개발자, 캐릭터 모델러
- **크리에이티브:** 팬 콘텐츠 제작, 스토리사업, 웹툰 콘텐츠 제작, 음성 콘텐츠 제작, 크리에이티브 전략
- **마케팅 세일즈:** IP라이선싱, 퍼포먼스마케팅
- **컴플라이언스:** 윤리경영

인재 파이프라인 개발 전략

하이브는 다양한 인재 파이프라인을 통해 우수한 인재를 확보하고 있습니다. 매년 사업부별 인재 수요를 예측하고, 다양한 채널을 활용해 역량 있는 신입 및 경력직 구성원을 모집하고 있습니다.

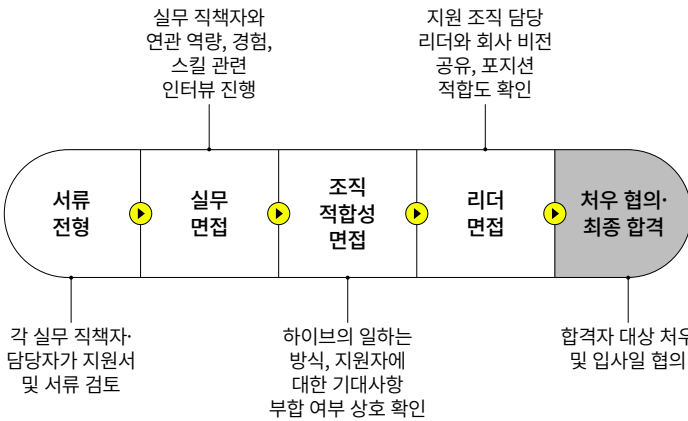
| 주요 인재 파이프라인

인재 채용 수요 예측	• 매년 사업목표 및 전략 기반 Business Unit 별 인재 수요 예측
인턴십 프로그램	• 우수 인재 양성을 위한 대학생 체험형 인턴십 프로그램 운영 • 2024년 인턴 21명 채용 진행
외부기관·산학 연계 과정	• 대학 산학 협력 프로그램 운영 및 인턴 채용 연계
경력직 채용	• 우수한 인재 영입을 위한 아웃바운드(out-bound) 채용 방식 확대
내부 채용	• 구성원의 경력 개발 및 직무 만족도 향상을 위해 연 2회 사내 공모를 통한 내부 채용 진행
사내 추천	• 사내 추천 프로그램을 통해 우수 인재 발굴 및 회사 문화와 가치를 공유하는 핵심 인재들이 함께 성장할 수 있는 기반 마련

인재 채용 프로세스

하이브는 2024년 사용자 친화적인 채용 시스템을 도입해 지원자에게 편리하고 효율적인 경험을 제공하고, 채용 절차의 공정성을 강화했습니다. 지속가능한 성장을 위해 하이브는 포용적이고 공정한 채용 문화를 정착시켜 나가고 있으며, 구성원 모두가 신뢰할 수 있는 인사 원칙을 바탕으로 우수 인재를 확보하고 있습니다.

| 채용 프로세스



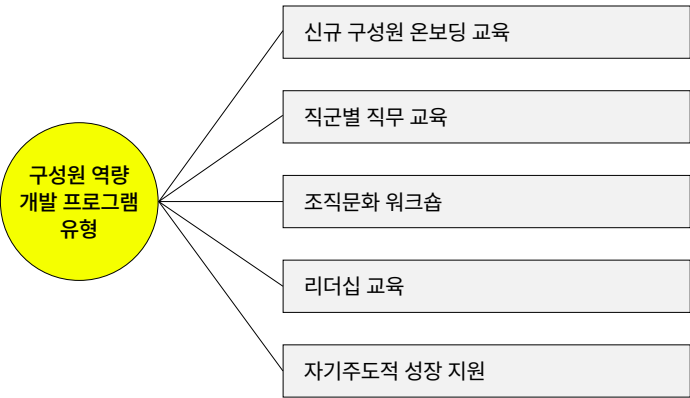
인재 영입 및 역량 개발

구성원 역량 개발 방향성

하이브는 자율 및 책임을 바탕으로 구성원들이 주도적으로 일할 수 있도록 역량 개발을 지원하고, 멀티태라블 체제 하 조직의 지속적인 성장을 위한 교육 경험을 제공합니다.

HYBE DNA 기반의 일하는 방식을 내재화하는 프로그램을 설계해 개인과 조직이 긍정적인 시너지를 발휘하며 동반 성장할 수 있도록 하고 있습니다. 특히 조직 맞춤형 교육 프로그램을 통해 구성원 간의 원활한 소통과 협업을 지원하며, 러닝 플랫폼을 활용해 자기주도적인 역량 강화를 장려합니다. 또한 직무 역량 강화를 위한 외부 교육 프로그램, 직책별 리더십 및 성과관리 교육 프로그램 등을 제공해 구성원이 자율적으로 자신의 역할을 확장할 수 있는 성장 환경을 조성하고 있습니다.

구성원 역량 개발 프로그램 유형

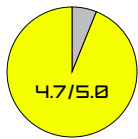


신규 구성원 온보딩 교육

하이브는 6개월 간의 온보딩 과정인 원투게더 프로그램을 통해 신규 구성원이 HYBE DNA를 내재화할 수 있도록 지원합니다. 입사 후 진행되는 2일간의 신규 구성원 오리엔테이션에서는 하이브의 조직과 제도를 전반적으로 이해하고, 게이미피케이션(Gamification)¹⁾ 기반의 팀빌딩 프로그램 및 팀 미션을 통해 신규 구성원 그룹 간 유대감을 형성합니다. 이후 온라인으로 제공되는 온보딩 챌린지와 필수 교육 과정을 통해 조직생활에 필요한 정보와 자원을 파악하고, 하이브인으로서의 기본 소양과 일하는 방식을 습득합니다. 온보딩 기간 중에는 2회의 동료 피드백을 통해 HYBE DNA 중심의 일하는 방식을 익히고 마지막 단계에서는 ‘원투게더 미팅’을 진행합니다. 이 미팅에서는 소속 리더와 함께 HYBE DNA를 기준으로 대화를 나누는 바레이저(Bar-Raiser)²⁾가 참여하며, 구성원은 그동안의 성취와 경험을 돌아보고 효과적인 역할 수행을 위한 피드백을 얻습니다.

1) 게임의 요소를 접목해 활동의 몰입감을 향상시키는 기술
2) HYBE DNA를 기반으로 조직문화와 일하는 방식의 기준을 높여가는 파트너

온보딩 교육 만족도 조사 결과



- Q. 신규 구성원 OT 프로그램은 회사 이해에 필요한 정보를 학습하는 데 얼마나 도움이 된다고 생각하시나요?
- Q. 가장 유익했던 부분은 어떤 내용인가요?(주요 피드백)
- CEO 세션을 통해 회사의 비전과 방향성을 명확히 이해할 수 있었다.
 - 듣는 교육이 아닌 퀴즈, 팀 챌린지, 방탈출 등 체험형 콘텐츠로 구성되어 있어 몰입도가 높았다.
 - 구체적인 예시와 사례를 통해 하이브 문화와 DNA를 직관적으로 이해할 수 있었다.
 - 사내 시스템 소개, 앱 설치 가이드 등 실무와 직결되는 정보가 튜토리얼 영상으로 제공되어 업무 적응에 도움이 되었다.
 - 다양한 부서에서 온 입사 동기들과의 네트워킹 시간을 통해 조직 내에서 자연스럽게 협력할 수 있는 기반이 마련되었다.

직군별 직무 교육

하이브는 구성원들이 직무 역량을 개발할 수 있도록 교육 기회를 적극 지원합니다. IT·개발, 콘텐츠 기획, 비즈니스 스킬 등 직무와 관련된 국내·외 전문 학회 참여 및 자격증 취득을 지원하고 있습니다. 또한 음악 산업에 대한 이해 등 엔터테인먼트 업에 필요한 역량을 강화하기 위한 다양한 교육을 제공하고 있습니다.

직무 관련 외부 교육 지원

수퍼톤과 위버스컴퍼니는 직무 역량을 향상하고 글로벌 경험을 확대하기 위해 국내외 학회 및 포럼, 교육세션 참석을 지원하고 있습니다. 세계 최대 규모의 음성·음향·신호처리 학술대회인 ICASSP를 비롯한 국내외 학회 및 포럼에 참여해 자체 연구성과를 공유하고 업계 트렌드를 파악할 수 있는 기회를 제공했습니다. 또한 구성원들의 최신 기술 활용 역량 강화를 위해 Databricks 활용 교육, AWS re:Invent 2024 참여 등의 외부 교육을 지원했습니다.

수퍼톤 직무 관련 학회·포럼 참석 지원

- ICASSP 2024
- Interspeech 2024
- NeurIPS 2024 workshop 외 5건

위버스컴퍼니 직무 관련 컨퍼런스 참석 지원

- SXSW 2024
- Data+AI Summit 2024
- AWS re:invent 2024 외 5건

직무 관련 자격증 취득 지원

하이브는 구성원의 전문성을 강화하기 위해 직무 관련 자격증 취득을 지원하고 있습니다. 계약직을 포함한 모든 구성원을 대상으로 음악 저작권, 소프트웨어 자산, 화장품 및 식품 판매 관리 등 다양한 전문 자격증에 대한 지원을 진행해 전문 인력을 양성하고 있습니다.

하이브IM은 QA(Quality Assurance) 직군의 전문성 강화를 위해 직무 특화 자격 취득을 적극적으로 지원하고 있습니다. ISTQB¹⁾, 한국정보통신기술협회(TTA) 등 국내외 공신력 있는 기관이 주관하는 AI, 모바일 앱, 모델 베이스 테스트 등 주요 분야의 14개 자격증을 중심으로, 업무 연관성이 높은 자격에 대해 전반적인 교육 및 응시 비용을 지원하고 있습니다. 2024년에는 QA 직군의 21%에 해당하는 인원이 ISTQB® 자격을 취득하며, 게임 테스트 특화 역량을 공식적으로 인증 받았습니다.

1) International Software Testing Qualifications Board®

2024년 11월 전사 구성원을 대상으로 AI 산출물 활용 및 저작권법 교육을 실시했습니다. 생성형 AI 활용에 대한 사업부서의 관심이 높아지는 상황에서, 생성형 AI 산출물 활용에 대한 저작권법 입법 동향과 주요 이슈에 대한 교육을 진행했습니다. 구성원의 이해도를 높이기 위해, 엔터테인먼트 비즈니스 수행 시 유의해야 할 사항을 Q&A 형식으로 공유했습니다. 교육 이후에는 구성원의 자료와 녹화본을 내부에 배포함으로써, 구성원들이 주변 동료 판단 시 참고할 수 있도록 했습니다. 또한 신규 입사자를 대상으로 계약 업무와 관련된 실무 교육을 실시해 업무 수행에 필요한 기본적 입법 사항을 안내하고 있습니다.

인재 영입 및 역량 개발

부서별 조직문화 워크숍

하이브는 조직별 이슈와 필요를 기반으로 맞춤형 조직문화 개선 프로그램을 설계해 제공하고 있습니다. 리더십 소그룹 워크숍은 팀 내 역할 분담과 동기부여 방법을 주제로 운영되어, 구성원의 몰입을 증진시킬 수 있는 환경 조성 and 협업을 위한 기본 규칙 설정을 위한 논의를 진행합니다. 팀 구성원 모두가 참여하는 팀빌딩 워크숍에서는 개인 성향을 진단해 각 팀원이 선호하는 업무 환경과 방식을 파악하고, 팀원의 강점을 극대화하며 효과적으로 협업할 수 있는 방안을 탐색합니다.

| 조직문화 워크숍 만족도 평가

부서별 조직문화 워크숍이 업무와 조직생활에 도움이 되었다.

4.3점(5점 만점)

리더십 교육

제작 직군 리더십 교육

하이브는 제작 직군 팀장급 구성원을 대상으로 효과적인 리더십 전략 수립을 위한 일대일 코칭을 실시했습니다. 엔터테인먼트 산업의 특수성과 현장 요구를 반영하기 위해 사전에 이해관계자 인터뷰와 자가진단(self-assessment)을 실시하고, 리더십 실행력을 강화하기 위해 강점 진단을 기반으로 한 팀 세션을 마련했습니다. 총 6회에 걸쳐 진행된 코칭을 통해, 참여한 팀장들은 리더로서의 역할과 마음가짐을 새롭게 정립하고 책임감을 강화했다는 긍정적인 변화를 보고했습니다. 팀원들은 직책자와의 차이를 이해하고 리더의 효과적인 역할 수행을 지원할 수 있는 방안에 대해 고민했다는 피드백을 전했습니다. 하이브는 앞으로도 리더와 팀원들이 서로를 깊이 이해하고, 신뢰를 기반으로 각자의 역할을 온전히 발휘할 수 있는 팀 문화를 조성하기 위해 지속적인 교육 기회를 제공할 계획입니다.

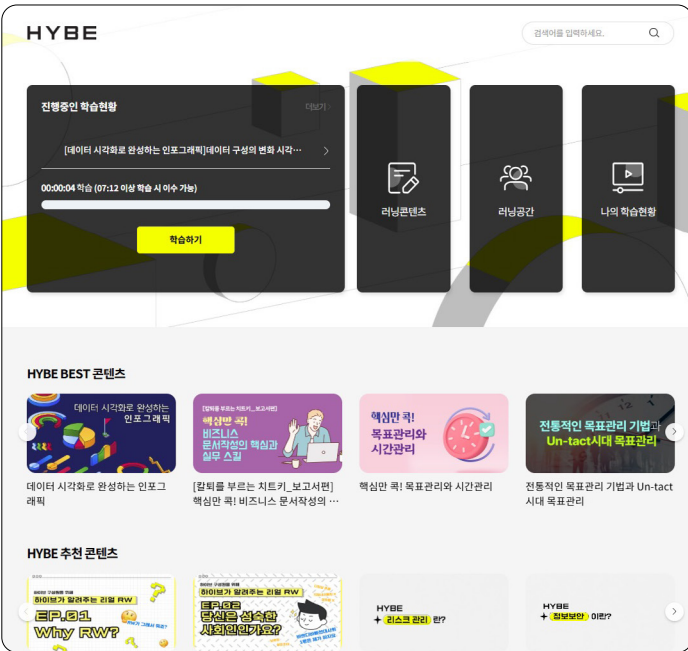
신규 직책자 리더십 교육

하이브는 신규 직책자의 리더십 역량을 강화하기 위해 ‘월간 리더십 기본 과정’을 운영하고 있습니다. 교육 과정은 처음으로 조직 운영 책임을 맡은 팀장 및 실장급의 구성원을 대상으로 효과적인 리더십 발휘를 위한 기본 프레임을 제공하는 것을 목표로 합니다. 교육을 통해 직책자는 매니지먼트와 리더십의 차이, 팀원들과의 임파워먼트 수준 논의, 신뢰에 기반한 협업 방안 등 직책자의 필수 역량을 체계적으로 학습합니다. 2024년 말 기준 누적 80여 명의 직책자가 해당 과정을 수료했으며, 이 중 90% 이상이 직책 수행에 큰 도움이 되었다고 응답했습니다.

자기주도적 성장 지원

하이브는 1만 개 이상의 마이크로러닝 콘텐츠를 포함한 러닝 플랫폼 ‘하이브캠퍼스’를 도입해, 구성원이 각자의 관심 분야에 따라 자유롭게 학습할 수 있는 환경을 마련했습니다. 문서 작성, 조직 관리, 커뮤니케이션, 경영 전략, 디자인 등 다양한 주제의 콘텐츠에 PC 및 모바일로 편리하게 접근하고, 자율적으로 학습 커뮤니티를 구성해 그룹 학습을 진행할 수 있습니다. 또한 직무 관련 세미나 및 컨퍼런스 등 외부 프로그램 참여를 적극적으로 지원해, 구성원이 다양한 학습 기회를 통해 역량을 강화하고 성장할 수 있도록 돕고 있습니다.

| 하이브캠퍼스 홈페이지



인재 영입 및 역량 개발

직무발명보상제도

하이브는 직무발명보상제도를 운영해 구성원에게 직무 관련 연구개발 동기를 부여하고 있습니다. 업무와 관련된 구성원의 발명 및 창작을 체계적으로 평가해, 개인 발명과 직무발명을 선별하고 그에 맞는 보상을 제공합니다. 이를 위해 직무발명심의위원회는 직무발명 사항에 대해 검토하고, 관련 분쟁을 조정 및 심의하는 역할을 수행하고 있습니다.

구성원 정기 성과관리 제도 및 보상 체계

하이브는 2023년 파일럿 시행 이후 2024년부터 전사 성과관리 제도를 본격 도입해 체계적인 목표 관리와 합리적인 보상을 통한 구성원의 성장을 촉진하고 있습니다. 성과관리 제도는 1년 주기로 운영되며, 목표 수립, 다면 피드백을 포함한 중간 리뷰, 최종 피드백의 절차로 진행됩니다. 다면 피드백의 평가 항목은 열정, 자율, 신뢰에 기반한 하이브 인재상 ‘HYBE DNA’를 기준으로 하며, 사업 부서별로 상세 운영 방식에는 자유도를 부여하고 있습니다.

아울러 ‘Pay for Performance’ 보상철학을 기반으로 성과평가와 보상을 연계하고 있습니다. 하이브는 유사업계 내 경쟁력 있는 수준의 연봉을 유지하며 회사 성과 및 성과관리 제도에 연계된 단기 성과 인센티브, 우수 인재 확보 및 유지를 위한 주식보상 기반의 장기 인센티브 제도(스톡옵션, RSU¹⁾ 등)를 운영하고 있습니다.

| 정기 성과평가를 받는 구성원 현황

구성원 수	구성원 비율
1,895명	89.1%

1) 양도제한조건부주식(Restricted Stock Unit)

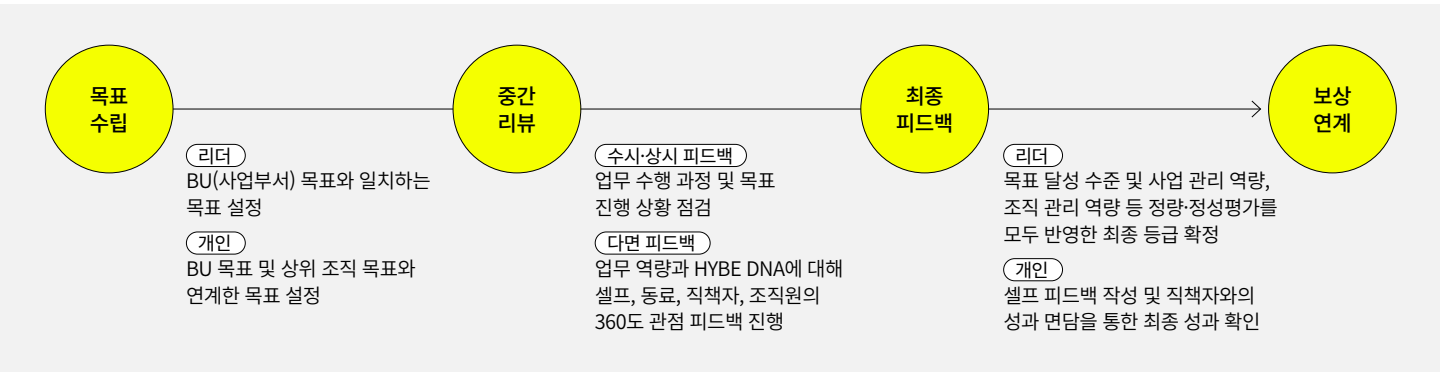
개인 성과평가

구성원의 개인 목표는 전사 목표를 바탕으로 각 사업부서에서 수립한 목표와 연계해 설정됩니다. 설정된 목표의 진행 상황은 직책자와의 상시 피드백을 통해 수시로 점검하며, 연중 진행되는 다면 피드백을 통해 하이브에서 일하는 방식에 대한 다양한 관점의 의견을 반영해 공정성을 확보합니다. 연말에는 셀프 피드백과 성과 면담을 통해 한 해의 최종 성과를 확인합니다.

리더 성과평가

각 사업부서 리더의 목표는 해당 부서의 목표와 일치시켜 리더가 조직의 목표 달성에 온전히 집중할 수 있도록 지원하고 있습니다. 리더는 연초 CEO와 협의해 도전적이면서도 실현 가능한 목표를 설정하고, 연말 정량평가를 통해 달성 수준을 평가하고 있습니다. 또한 목표 달성 과정의 난이도 및 내외부 변수를 고려해 사업 관리 및 조직 관리 역량에 대한 정성평가를 진행함으로써, 종합적인 평가를 기반으로 리더의 성과 등급을 확정합니다.

| 정기 성과평가 프로세스



교육 기관 파트너십을 통한 성과관리 교육

하이브는 외부 교육기관과의 파트너십을 통해 성과관리 제도와 연계한 단계별 교육 프로그램을 운영하고 있습니다. 목표 수립 단계에서는 팀 단위로 방향성과 역할을 동기화하는 시간을 마련했고, 별도의 온라인 라이브 세션을 열어 구성원의 실질적인 궁금증을 해소했습니다. 총 24개팀 148명이 참여했고 참여자의 86%가 “도움이 되었다”고 응답하며 현업 적용성을 긍정적으로 평가했습니다. 피드백 면담 단계에서는 실습 중심의 워크숍을 7회 진행했고, 워크숍에 참여하지 못한 직책자를 대상으로 온라인 라이브 세션과 함께 현장에서 활용 가능한 툴킷(Toolkit)을 제공했습니다.

성과 평가 단계에서는 구성원 489명을 대상으로 셀프 피드백 작성법을, 직책자 111명에게는 성과 등급 기준 및 면담 가이드를 안내해 공정하고 투명한 평가가 될 수 있도록 지원했습니다. 성과 관리 전 단계에 걸쳐 구성원이 성과관리의 흐름과 목적을 명확히 이해하고, 자신의 기여를 주도적으로 성찰할 수 있도록 돕는 데 초점을 두고 있습니다. 2025년에는 구성원이 필요로 하는 역량을 더욱 세분화해 업무 현장에 밀착된 실용적인 교육 경험을 제공할 예정입니다.

건강하고 유연한 근무환경 조성

하이브는 유연하고 자율적인 근무환경을 조성하기 위해 활발한 소통과 협업이 이루어지는 조직문화를 장려하고 다양한 복리후생 제도를 운영하고 있습니다.

타운홀 미팅 개최

하이브는 2019년 1월부터 월간 타운홀 미팅을 개최해 진솔한 소통의 장을 마련하고 있습니다. 타운홀 미팅을 통해 CEO는 구성원에게 회사의 방향성, 정책 및 현황을 직접 공유하고 다양한 의견을 수렴합니다. 미팅에서 논의된 내용은 구성원이 상시 시청할 수 있도록 녹화 및 공유되며, 하이브는 공유된 의견을 검토한 후 개선 방안을 마련하고 있습니다. 조직 운영에 대한 구성원의 의견을 적극적으로 청취 및 반영함으로써 근무환경을 지속적으로 개선해나가고 있습니다.

| 구성원 의견 청취 및 개선 현황

구성원 의견			
독감 예방접종 도입 문의	직책자 평가제도 도입 제안	사무실 이용 구성원 증가에 따라 엘리베이터 작동 효율 개선, 식당 이용 및 카페 수용 인원에 대한 대책 마련 요청	거점 오피스 원격 근무제 ¹⁾ 도입 혹은 자율좌석근무제 확대 요청
▼	▼	▼	▼
• 2024년 10월 하이브 사내 의원을 통해 신청 구성원 대상 예방접종 실시	• 2024년 3월 하이브 성과관리제도 공식 시행 • 제도 내 중간리뷰 과정에서 직책자를 비롯한 모든 구성원 간 상호 피드백을 제공하는 ‘다면 피드백’을 실시해 공정성 확보	• 2024년 9월 카페 내 좌석 64석 및 테이블 6개 추가 • 사내 식당 시간대별 주문 방식 도입으로 판매량 관리 • 2024년 9월~2025년 2월 엘리베이터 시스템 업그레이드를 진행해 오류 개선 및 대기 시간 25% 감소	• 하이브 용산 사옥, 강남 사옥 거점 오피스에서 원격 근무 허용 및 사옥별 좌석 증설을 통한 자율 좌석 확대
개선 현황			

1) 본 소속의 근무지가 아닌 거점 오피스에서 근무하는 것

| 타운홀 미팅 현장



노사협의회 개최

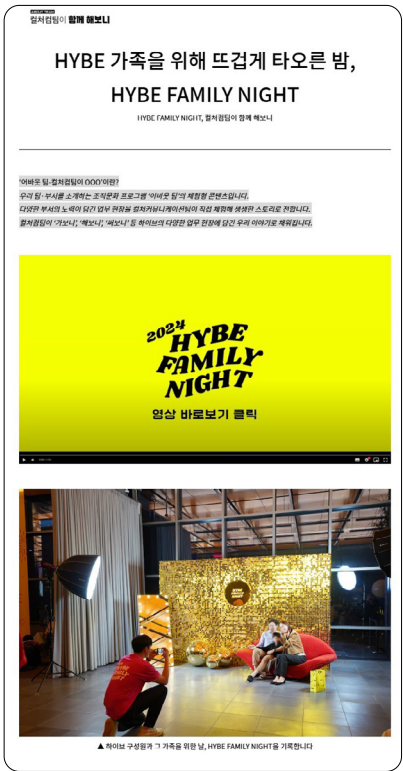
하이브는 사용자위원 4명과 근로자 투표를 통해 선출된 근로자위원 4명, 총 8명의 위원으로 구성되어 있는 노사협의회를 운영하고 있습니다. 매 분기 진행되는 노사협의회 정기 회의를 통해 구성원과 경영진 간 원활히 소통하며 구성원 고충, 조직문화, 근무 환경 및 제도 등 다양한 주제를 논의하고 있습니다. 또한 주요 인사제도에 변동이 있을 경우, 노사협의회를 통해 사전 설명회를 개최함으로써 변동의 목적과 절차에 대한 구성원의 이해를 돕고 있습니다. 노사 간 상호 존중 기반의 논의를 통해 협력을 추진함으로써 상호 이익을 확대하고 조직문화를 개선하고 있습니다.

건강하고 유연한 근무환경 조성

어바웃 팀 콘텐츠 제작

‘어바웃 팀(ABOUT TEAM)’은 하이브 내 다양한 팀과 부서를 소개하는 콘텐츠로, 하이브의 사업 및 사내 조직에 대한 이해도를 높이기 위한 조직문화 프로그램입니다. 하이브 인트라넷(HYBENET)뿐만 아니라 대외 채용 사이트(잡플래닛, 링크드인)에 게시해 부서 간의 원활한 협업과 소통을 지원하고 인재 채용에 기여하고 있습니다. 2024년에는 의전팀, 데이터랩, Health Care Center 등의 조직 소개를 비롯해 위버스콘 페스티벌, HYBE FAMILY NIGHT과 같은 직무 현장 및 복지 프로그램을 주제로 총 11회의 어바웃 팀 콘텐츠를 제작했습니다.

어바웃 팀
‘HYBE FAMILY NIGHT’
소개 콘텐츠



건강한 조직문화 조성

뱃지 제도 운영

하이브는 HYBE DNA를 기반으로 서로를 인정하고 칭찬하는 문화를 정착시키기 위해 뱃지(Badge)제도를 운영하고 있습니다. 2024년에는 새로운 인사시스템 도입으로 시스템 접근성이 개선되어, 구성원들이 보다 쉽고 편리하게 뱃지를 주고 받을 수 있게 되었습니다. 한 해 동안 934개의 칭찬 뱃지를 주고 받았으며, 이 중 ‘조건 없는 협력’이 301개로 가장 높은 비율을 차지했습니다. 또한 반기별로 운영하던 포상제도를 분기 단위로 확대해 구성원 간 인정과 칭찬의 문화가 더욱 활성화될 수 있도록 장려하고 있습니다.

HYBE DNA 뱃지 유형

- 끊임없는 개선
- 과감한 의견 제시
- 양보하지 않는 높은 기준
- 강한 책임감·오너십
- 최고의 논의 파트너
- 조건 없는 협력
- 핵심가치·DNA수호자

팀워크 강화 지원

하이브는 부서별 팀워크 강화를 위해 다양한 비용 지원 제도를 운영합니다. 전 부서에 반기별 워크숍 비용을 지급해, 조직 목표 설정 및 달성을 위한 방향성 논의, 업무 역량 증진을 위한 전문성 개발 등 업무 몰입도 향상을 위한 다양한 활동을 진행할 수 있도록 지원합니다. 또한 매월 구성원 면담 및 조직 운영에 활용 가능한 조직운영비와 회식비를 지원해 팀 유대감 강화를 위한 활동을 장려하고 있습니다. 신규 구성원 입사 시에는 환영 이벤트 비용을 지원해 원활한 조직 적응을 돕고 있습니다.

님 문화 실천

하이브는 구성원 간 존중과 원활한 소통을 도모하기 위해 수평적 호칭제도인 ‘님 문화’를 도입했습니다. 제도를 통해 구성원들은 상호 존대 및 ‘님’ 호칭을 사용하며, 상대를 배려하면서도 자유롭게 의견을 표현할 수 있는 근무환경을 조성하고 있습니다.

구성원 소통 프로그램 운영

101 미팅 프로그램

하이브는 구성원 간 자유로운 소통을 장려하기 위해 1:1로 대화를 나눌 수 있는 101 미팅 프로그램을 운영하고 있습니다. 구성원들은 프로그램을 통해 타 조직의 구성, 업무 특성, 주요 이슈, 사업 전반 등 다양한 주제에 대해 대화를 나누며, 상호 이해를 기반으로 부서 간 협업을 원활히 진행할 수 있습니다.

하이브 사다리

하이브는 2018년부터 하이브 사다리 프로그램을 통해 다양한 구성원 간의 교류를 지원하고 있습니다. 직책, 직무, 소속의 구분 없이 랜덤으로 매월 2인 구성의 35개 팀을 매칭함으로써, 새로운 동료와 친밀한 관계를 형성하고 협업을 촉진합니다.

치어스 데이

하이브는 전사 단위, 법인 단위로 ‘치어스 데이’를 운영해 구성원과 유의미한 성과를 공유하고 축하하는 자리를 마련하고 있습니다. 음원, 음반, 플랫폼 등 다양한 영역의 성과를 기념함으로써 구성원을 격려하고 있습니다.

안녕하쎬오(CEO)

하이브는 CEO와 구성원이 만나 회사의 방향성을 비롯한 공통 주제에 대해 생각을 나누고, 이를 통해 새로운 아이디어와 관점을 공유하는 티타임 미팅 ‘안녕하쎬오(CEO)’를 운영하고 있습니다. 구성원들은 프로그램을 통해 CEO뿐만 아니라 평소 만나기 어려웠던 다른 조직 및 직무의 구성원들과도 교류할 수 있습니다.

건강하고 유연한 근무환경 조성

구성원 복리후생 증진

하이브는 열정적인 인재들이 성취감, 즐거움, 행복을 느끼며 업무에 몰입할 수 있는 최적의 근무환경을 조성하고자 하며, 정규직과 계약직을 포함한 모든 구성원을 대상으로 다양한 지원 제도를 운영하고 있습니다. 또한 만족도 조사를 실시해 복리후생 제도의 운영 현황을 점검하고 수렴된 구성원 의견을 반영하는 등 구성원의 복지 증진을 위해 지속적으로 노력하고 있습니다.

| 복리후생 제도 현황

자기 관리	자율출퇴근제	• 월 근무시간 한도 내 자유로운 근무시간 조정 가능
	무제한연차휴가제	• 제한 없는 연차휴가 사용 가능
	연차사용보너스	• 모든 구성원이 15일 이상 연차를 사용한 팀 대상 보너스(팀원 전원 50만 원) 지급
	잔여연차수당	• 매년 1월 전기 잔여연차수당 지급
	STO(Saturday Time Off)	• 휴무일(토요일) 근무 시 익월 휴가 지급
	리프레시 휴가제도	• 근속기간 3년, 6년, 9년 구성원 대상 리프레시 휴가 및 휴가비 지원
	휴직제도	• 질병, 사고, 가족돌봄, 육아 등으로 인한 휴직 지원
	단체상해보험*	• 실손보험 혹은 치과보험 지원
	선택적 복리후생제도*	• 구성원 개인의 라이프스타일 및 선호도에 따라 자율적으로 활용 가능한 복지포인트 지급
	피트니스 센터	• 용산 사옥 내 피트니스 센터 및 PT 서비스 운영
	Health Care Center	• 의사 1인 및 간호사 2인이 상주하는 사내 의원 운영 (내과·외과·정신건강의학과 진료, 주사처치, 상비약 지급, 회복실 운영)
	건강검진*	• 전국의 제휴 병원 기반 연 1회 건강검진 제공
	심리상담서비스 (마음 HYBE-FIVE)	• 연간 8회 심리상담 지원(대면·화상·전화 상담 서비스 이용 가능) • 용산 사옥 내 ‘찾아오는 심리상담’ 운영

*1년 단위로 제공되는 제도임에 따라 1년 미만 계약직에 적용되지 않는 복리후생 제도

업무 수행 지원	업무용 택시	• 업무상 목적의 외근 시 교통비 지원
	야근 식대비	• 22시 이후 퇴근 및 휴무일 근무 시 식대 지원
	유류지원비	• 개인차량의 업무상 목적 이동 시 유류비 지원
	출장수당	• 국내·국외 출장 시 수당 지급
	숙소수당	• 아티스트 숙소에 상주하는 외근 담당자 대상 수당 지급
	심야·휴일수당	• 심야·휴일 근무 시 통상 시급의 50% 가산율을 적용한 수당 지급
	주차지원	• 구성원의 출퇴근 편의를 위한 사옥별 주차 구역 이용 지원
	모바일식권	• 용산 외 사이트 구성원 대상 식대 비용 지원
	업무 기기 지원	• 업무 상 목적의 장비, 기기 등 지원
	운송서비스	• 업무 생산성 향상을 위한 퀵, 택배, 해외물류 등 서비스 지원
즐겁고 행복한 일터	야근·휴일 교통비	• 야근 및 휴일 출근 시 교통비 지원
	팀 워크숍 지원	• 반기 1회 워크숍 비용 지원
	회식비	• 팀원 2/3 이상 참여 시 월 1회 회식비 지원
	상조서비스	• 부모, 형제, 자녀 대상 상조 지원 및 조부모 대상 상조물품 지원
	경조사화환	• 가족 결혼, 칠순·팔순, 사망 등 경조사 시 화환 지원
	출산휴가	• 본인 혹은 배우자 출산 시 휴가(본인 출산의 경우 180일, 배우자 출산의 경우 20일 유급휴가), 축하금, 출산선물 지원
	육아휴직	• 만 8세 혹은 초등 2학년 이하 자녀를 둔 구성원 1년 유급휴직 지원
	유사산휴가	• 본인 혹은 배우자 자연유산 시 휴가 및 위로금 지원
	임사자 환영 이벤트	• 신규 임사자 대상 환영 이벤트 비용 지원
	대출이자 지원	• 최대 3천만원 대출금의 이자 지원
	영유아 보육료 지원	• 만 5세 이하 자녀의 어린이집 교육비 지원 (정부보육료의 50% 및 추가 복지포인트 지급)
	휴양시설	• 할인된 요금의 제휴 휴양시설(리조트, 호텔 등) 이용 지원

건강하고 유연한 근무환경 조성

사내 복지 시설 운영

사내 식당·카페 및 캔틴

하이브는 용산 사옥 내 사내 식당 및 카페를 운영하며 운영 과정에서 구성원의 의견을 적극 반영하고 있습니다. 사내 식당에 주 1회 건강식을 도입하고 포장 가능한 샐러드(하이라이트팩)를 판매하며, 24시간 이용 가능한 자판기(스토어 머신)를 운영합니다. 또한 사옥의 최고층에 스페셜티 커피 브랜드 프린츠와 콜라보한 사내 카페 ‘하이브 프린츠’를 운영해, 저렴한 가격에 스페셜티 커피와 음료를 판매하는 동시에 구성원에게 휴게 공간을 제공하고 있습니다. 나아가 캔틴에 상시 배치하고 있는 음료 종류를 구성원 의견을 반영해 분기마다 교체하는 등 구성원의 만족도 향상을 위한 노력을 지속하고 있습니다.

피트니스 센터

하이브는 구성원이 일정에 맞춰 자유롭게 운동할 수 있도록 24시간 피트니스 센터를 운영하고 있습니다. 운동기구 활용을 돕기 위해 각 기구에 자체 제작한 사용 가이드 영상의 QR코드를 부착하고, 전문적인 코칭을 받을 수 있는 PT 서비스를 제공하고 있습니다. 특히 PT 프로그램은 저렴한 가격으로 서비스를 제공해 구성원의 운동 접근성을 높이고 있으며, 2024년에는 182명의 구성원이 총 2,946회 PT 프로그램을 활용했습니다.

| 사내 의원



사내 의원(Health Care Center)

하이브는 2024년 1월부터 구성원 및 아티스트를 대상으로 사내 의원을 운영하고 있습니다. 전문의와 간호사가 상주하고 있으며, 상비약 제공, 외상 드레싱, 건강 상담에서 나아가 1차 의원급의 진료를 진행하고 사내 응급 조치와 건강 관리 제도 운영을 담당하고 있습니다. 이외에도 마음심리 근로자지원프로그램(EAP, Employee Assistance Program)을 통합 운영해 정신건강 및 정서적 케어를 지원하고 있습니다.

| 사내 의원 운영 현황

건강검진	- 하이브 국내 법인 소속 구성원 대상 건강검진 제공 (2024년 기준 건강검진 수검률 88%) - 이전 건강검진 결과에 따른 건강검진 항목 추천 및 상담 진행 - 건강검진 결과상 경추 이상 소견 또는 병원 진료 소견서에 따른 업무용 의자 헤드레스트 지급, 건강 관리 방안 안내 - 건강검진 결과 기반 상담 진행 및 주사 또는 약 처방, 필요시 전문과 진료 안내
예방접종	구성원 및 아티스트 대상 독감, 자궁경부암, 대상포진 예방접종 진행(2024년 기준 구성원 500명, 아티스트 48명 독감 예방접종 완료)
해외 출장 지원	2023년부터 매년 자체 제작한 의약품 키트 지급 - 해발고도가 높은 지역으로 해외 출장이 예정된 인원 대상 고산병 등 질병 예방을 위한 혈압 및 사전 건강 체크 - 이후 진료 연계를 통한 처방전 발급 또는 간호사 상담 진행
정서적 케어	자연재해 관련 구성원 및 아티스트 대상 진료 및 심리상담 연계를 통한 후유증 예방 관리

일과 삶의 균형

사내 카페 커피 클래스

하이브는 정규직, 계약직, 파견직을 포함한 모든 구성원을 대상으로 프린츠 무료 커피 클래스를 운영하고 있습니다.

연말 이벤트

하이브는 임직원들의 소속감 고취를 위해 2024년 연말연시를 맞아 용산 사옥 포럼 공간을 대형 크리스마스 트리로 꾸미고 특별한 이벤트를 진행했습니다. 감사 카드 이벤트를 통해 임직원들은 개인의 새해소망과 동료를 향한 응원 메시지를 나누며 따뜻한 연말 분위기를 함께 만들어갔습니다.

HYBE FAMILY NIGHT - 불꽃축제 가족 초청 행사

하이브는 구성원의 가족 및 지인을 초청해 회사의 공간을 체험하고 즐기는 HYBE FAMILY NIGHT 행사를 운영하고 있습니다. 2024년에는 하이브 용산 사옥에서 여의도 불꽃축제를 관람할 수 있도록 프로그램을 기획해 350여 명의 구성원 및 초청 가족이 참여했습니다.

| 사내 카페 커피 클래스



| 연말 이벤트



| HYBE FAMILY NIGHT



인권경영

하이브는 노동법, 근로기준법 등 국내·외 법규를 준수하며 인권경영 정책을 제정해 구성원의 인권을 존중하기 위해 노력하고 있습니다. 또한 인권 침해 행위에 대한 제보 채널을 운영해 접수된 사안을 신속히 처리하고 재발 방지를 위한 조치를 취합니다.

인권경영 추진 방향성

하이브는 인권경영 체계를 기반으로 구성원을 비롯한 모든 이해관계자의 인권을 존중합니다. UN 세계인권선언, UN 기업과 인권 이행 지침 등 글로벌 인권 원칙을 지지하고 국내·외 관련 법령을 준수하고 있습니다. 나아가 인권경영 추진 방향성과 주요 원칙을 명시한 인권경영 정책을 2024년 공표함으로써 인권 보호에 대한 의지를 선언했습니다.

| 인권경영 정책

목적

하이브는 글로벌 엔터테인먼트 플랫폼 기업으로서 다양한 이해관계자들에게 더 즐거운 엔터테인먼트 라이프를 선사하고, 더 나아가 엔터테인먼트 산업의 지속가능한 변화를 이끌어 나갈 수 있도록 기여하고자 합니다. 하이브는 UN(United Nations) 세계인권선언(Universal Declaration of Human Rights), UN 기업과 인권 이행 지침(UN Guiding Principles on Business and Human Rights), 국제노동기구 선언(ILO's Declaration on the Fundamental Principles and Rights at Work), 유엔글로벌콤팩트(UN Global Compact) 10대 원칙 등 인권·노동 관련 국제 표준 및 가이드라인을 지지하며, 사업을 영위하는 국가와 지역의 인권 관련 법령을 엄격히 준수하고 있습니다. 하이브는 이와 같은 인권경영 추진 방향성 및 원칙, 추진 체계를 담은 인권경영 정책을 제정 및 공표하여 인권경영 추진 의지를 선언하고 인권 리스크 관리 활동을 지속적으로 이행해 나가고자 합니다.

적용범위

본 인권경영 정책은 하이브 본사 및 국내·외 계열회사의 모든 구성원에게 적용됩니다. 또한 고객(팬), 파트너사 등 하이브의 사업과 관련 있는 이해관계자에 대해서도 정책이 지켜질 수 있도록 노력합니다.

기본원칙

① 차별 금지

· 하이브는 성별, 장애, 나이, 언어, 출신국가, 출신민족, 인종, 국적, 혼인여부, 임신 또는 출산 등을 이유로 채용, 승진, 임금 및 보상 지급 등에서의 부당한 차별을 일체 금지하며 다양성을 증진하기 위해 노력합니다.

② 강제노동 및 미성년자 고용 금지

· 하이브는 구성원의 자유의사에 반하는 강제노동을 강요하지 않으며, 비자발적 근로를 금지합니다.

· 사업을 영위하는 국가의 최저 고용 연령 기준을 준수하며, 법규상 고용이 합법적인 경우에 한하여 미성년자를 고용하는 경우 해당 근로로 인해 교육의 기회가 제한되지 않도록 보장합니다.

③ 결사의 자유 보장 및 노사협력

· 하이브는 건전한 조직문화 형성을 위해 회사와 구성원 간의 의사소통 기회를 제공하며, 결사의 자유를 보장합니다.
· 구성원과 경영진 간의 소통을 위해 정기적으로 노사협의체를 운영하며, 협력적 노사관계 형성을 위해 노력합니다.

④ 안전보건 관리 강화

· 하이브는 모든 구성원이 안전하고 쾌적한 환경에서 근무할 수 있도록 지원합니다.
· 하이브는 안전보건 경영방침을 공표하고 성실히 이행하며, 안전보건 관련 법규 및 규정을 준수하고자 노력합니다.

⑤ 아티스트의 인권 보호

· 하이브는 아티스트와 연습생의 건강하고 안전한 연예활동을 지원합니다.
· 계약 및 활동 과정에 있어 개인의 의사를 존중하고 인권을 보호합니다.

⑥ 고객(팬)의 인권 보호

· 하이브는 고객(팬)이 회사의 제품 및 서비스를 안전하고 편리하게 사용할 수 있도록 노력하며, 모든 고객(팬)의 인권을 존중하고 보호합니다.

⑦ 파트너사의 인권 보호

· 하이브는 파트너사와의 거래 시 투명하고 공정한 거래 원칙을 준수하며 동반성장을 추진합니다.
· 하이브는 파트너사 구성원의 인권을 존중하며, 협력과정에서 인권 침해 등의 부당한 대우를 하지 않습니다.

인권 리스크 관리 체계

하이브는 사업을 운영하는 과정에서 발생할 수 있는 인권 리스크를 사전에 파악하고 예방·완화하기 위해 노력합니다.

- 인권경영 거버넌스

하이브는 전사 관점의 효과적인 인권경영 관리를 위해 이사회, 지속가능경영위원회, 인사위원회, 인권경영 담당팀으로 구성된 인권경영 거버넌스를 구축하였습니다.

· 이사회는 최고 의사결정기구로서 하이브의 인권경영을 총괄합니다.
· 이사회 산하 지속가능경영위원회는 인권경영 전략 및 방향성 설정, 관련 성과에 대한 관리·감독을 수행하며, 이사회의 승인이 필요한 사항은 이사회에 보고합니다.
· 인사위원회는 구성원 존중행동규범에 따른 인사위원으로 구성되며, 인권 관련 이슈 발생 시 시정 조치 및 징계 조치 등과 관련된 주요한 의사결정을 수행합니다.
· 인권경영 담당팀은 인권규범 및 관련 내규 관리, 인사위원회 개최 및 참여, 노사협의체 관리 등 인권 관련 실무를 수행합니다.

- 인권 규범 및 방침

· 구성원의 인권 의식 제고를 위해 구성원 존중행동규범을 제정하여 다양성 존중, 직장 내 괴롭힘 금지, 성희롱 금지, 파트너 존중 등의 인권 관련 방침을 명시하고 있습니다.
· 구성원 존중행동규범의 내재화를 위해 매년 전 구성원 대상 인권 관련 교육을 진행합니다.

- 인권 리스크 식별 및 관리

하이브는 인권 리스크의 적시 식별을 위해 인권 관련 고충 및 침해 발생 시 구성원들이 제보할 수 있는 내부 신고채널과 고충상담 채널, 이해관계자 대상 외부 제보 채널을 운영하고 있습니다. 이를 통해 직장 내 성희롱·괴롭힘, 차별 혹은 불이익, 기타 인권 침해 행위 등의 주요 리스크 이슈를 파악하며, 이슈

발생 식별 시 인권경영 담당팀이 관련 현황을 확인합니다. 사안에 따라 법무 부서 등 유관부서와 협의를 진행하거나 인사위원회를 개최해 심층 조사하며, 조사의 객관성 확보가 필요한 경우 외부 전문가를 통해 조사를 진행합니다. 이후 리스크의 개선 조치 및 징계 조치 등의 완화 방안을 수립·이행하고, 조치 사항의 적절성 점검 및 재발 방지를 위한 모니터링을 실시합니다.

| 인권 리스크 식별 및 완화, 모니터링 프로세스



2024년 6월
(주)하이브 대표이사

인권경영

인권 관련 고충 처리 프로세스

하이브는 구성된 존중행동규범 위반 제보 채널을 운영하고 있습니다. 존중행동 규범 위반 제보 접수 시 인권경영 담당팀이 피해사실을 확인한 후, 사안에 따라 법무부서 등 유관부서와 협의하거나 인사위원회를 개최해 사건을 조사하고 적절한 조치를 취합니다. 객관적인 조사가 필요한 사항에 대해서는 외부 노무·법무법인을 통해 조사를 진행합니다. 인권 침해 사실이 확인될 경우, 인사위원회를 통해 가해자를 징계하고 그 결과를 사내에 공지해 재발을 방지하고 있습니다. 하이브는 모든 과정에서 제보자의 신분 및 제출된 정보를 철저히 보호하고, 제보자가 차별 및 불이익을 받지 않도록 하고 있습니다.

아울러 제보 채널과는 별개로 고충상담 채널을 신설하여, 구성원이 인권 관련 고충을 전문가와 부담 없이 상담하고 전문가의 조력을 받아 해결방안을 탐색할 수 있도록 할 계획입니다.

인권 관련 제보 가능 유형

- 직장 내 괴롭힘
- 직장 내 성희롱 등 풍기문란 행위
- 차별 혹은 불이익
- 기타 인권 침해 행위

인권 의식 제고 활동

하이브는 구성원이 지켜야 할 가치와 행동 지침을 명확히 하기 위해 구성원 존중행동규범을 제정했습니다. 이를 통해 하이브인으로서는 추구해야 할 가치, 지양해야 할 행동, 성숙한 사회인으로서의 기본 매너 및 직업 윤리, 건전한 파트너사로서 필요한 원칙 및 행동 등을 명시하고 있습니다. 나아가 다양성 존중, 직장 내 괴롭힘 금지, 성희롱 금지, 파트너사 존중 등의 인권 관련 원칙을 포함합니다. 매년 정규직, 계약직을 포함한 모든 구성원을 대상으로 직장 내 괴롭힘 방지 교육, 성희롱 예방 교육, 장애인 인식 개선 교육 등 법정 의무 교육을 실시하고 있습니다.

인권 관련 법정 의무교육 실시 내용

직장 내 괴롭힘 방지 교육	• 관련 법규, 사례, 발생 시 처리 절차 등
직장 내 성희롱 예방 교육	• 관련 법령, 발생 시 처리 절차, 고충 상담 절차 등
장애인 인식 개선 교육	• 장애 이해, 차별 금지 등

구성원 존중행동규범 교육

하이프는 건강한 조직문화를 정착시키기 위해 매월 신규 입사자를 대상으로 구성원 존중행동규범 교육을 진행하고 있습니다. 하이프의 핵심 가치를 기반으로 한 행동규범과 협업 방식을 안내하며, 구성원들이 서로를 존중하며 일하는 문화를 만들어갈 수 있도록 지원하고 있습니다. 핵심 가치와 규범 간의 연관성, 실무 현장에서의 구체적인 적용 방안 등을 다루어, 구성원들이 성숙한 사회인으로서 기본 원칙을 준수하고 건강한 조직문화를 형성하는 데 기여하고 있습니다.

고객응대근로자 인권 보호

위버스컴퍼니는 고객센터 내 고객응대근로자 보호를 위한 조치를 시행하고 있습니다. 산업안전보건법에 따라 고객 상담 전 음성 안내를 통해 고객응대근로자 보호 조치를 고지하며, 상황별 표준 응대방식을 포함한 업무 매뉴얼 및 프로세스, 상담원 보호 지침을 마련하고 있습니다. 또한 쾌적한 근로환경 조성을 위해 단독 고객센터를 구축하고 휴게 및 교육 공간을 개선했습니다. 파트너사는 자체적으로 정기·비정기 면담을 통해 고객응대근로자의 정신적·신체적 건강 상태를 고충을 점검합니다. 또한 센터 내 고충처리함에 접수된 의견들을 위버스컴퍼니와 파트너사가 월 1회 함께 모니터링하며, 센터 환경 개선을 위한 과제를 도출하고 있습니다.

사업장 안전보건

하이브는 안전보건 관리체계를 기반으로 사업장 내 위험 요소를 선제적으로 관리하고 있습니다. 구성원이 안심하고 일할 수 있는 안전한 일터를 조성하기 위해 노력합니다.

안전보건 거버넌스

하이브는 안전경영을 강화하고 안전문화를 정착시키기 위해 산업안전보건위원회 및 도급 안전보건협의체를 운영하고 있으며, 안전담당조직을 통해 관련 실무를 수행하고 있습니다. 안전담당조직은 안전과 관련된 업무를 수행하며, 산업안전보건법 제14조에 의거한 법정 의무사항에 대해 연 1회 이사회에 보고하고 있습니다.

| 안전보건 조직체계



산업안전보건위원회 운영

하이브는 산업안전보건법 제24조에 따라 안전 및 보건에 관한 사항을 심의하고 의결하기 위해 산업안전보건위원회를 운영하고 있습니다. 위원회는 안전보건관리책임자를 포함한 사측 위원 4인과 근로자대표를 포함한 근로자 위원 4인 총 8명으로 구성되어 있으며, 안전보건 관련사항을 공유하고, 관련 논의가 효율적으로 이루어질 수 있도록 하고 있습니다.

| 산업안전보건위원회 주요 안건

- 산업재해예방계획 수립
- 사업장 안전점검
- 화재대피훈련 및 자동심장충격기(AED) 교육 실시

도급 안전보건협의체 운영

하이브는 산업안전보건법 제64조에 따라 안전보건협의체를 구성해 월 1회 운영하고 있습니다. 안전보건협의체는 하이브 사옥 운영 관련 부서 담당자와 파트너사 담당자 등 총 10명으로 구성되어 있으며, 구성원들의 안전사고 예방을 위한 사안을 논의하고 있습니다.

| 도급 안전보건협의체 주요 안건

- 떨어짐 예방을 위한 방호·방지장치 안내
- 폭염 안내 및 단계별 대응요령 안내
- 겨울철 난방기구 사용방법 안내

안전보건 경영방침

하이브는 안전보건 경영방침을 수립해 안전보건 경영의 기반을 구축했습니다. 이를 바탕으로 모든 구성원의 안전이 최우선으로 보장되는 근무환경을 만들기 위해 노력합니다.

| 안전 및 보건에 관한 경영방침

하이브의 모든 임직원은 안전 및 보건을 최우선으로 하는 경영원칙에 따라 다음과 같은 안전 및 보건에 관한 경영방침을 적극 실천한다.

- 회사는 경영활동에 있어 모든 의사결정시 안전·보건을 최우선 기본요소로 삼는다.
- 회사는 산업안전보건법과 안전보건관리규정을 준수하고 안전을 위한 사업장 위험요소의 개선활동에 앞장선다.
- 회사는 안전·보건의 목표를 무재해로 하며 이를 달성하기 위하여 근로자에 대한 체계적인 교육을 지속적으로 실시한다.
- 회사는 사고 발생 시 보고 체계의 신속 대응과 철저한 원인조사를 통한 재발 방지 및 재해사고 예방관리에 최선을 다한다.
- 회사는 근로자의 안전과 보건을 중심으로 안전보건경영체계를 구축하고 지속적인 개선을 통해 안전하고 쾌적한 근무환경을 제공한다.

2022년 4월 26일
(주)하이브 대표이사

사업장 안전점검을 통한 사전 위험 관리

하이브는 구성원의 안전을 최우선으로 고려하여, 사업장 안전점검을 매년 실시하고 있습니다. 2024년에는 사업장에서 발생할 수 있는 유해·위험 요인을 파악해 작성한 체크리스트를 기반으로 안전점검을 실시한 결과, 총 15건의 위험요소를 발견했으며 이에 대한 개선 조치를 완료했습니다. 하이브는 지속적인 안전점검과 개선 활동을 통해 안전한 근무환경을 조성하고 있습니다.

| 사업장 위험성 점검 프로세스



| 사업장 안전점검 및 개선 현황¹⁾

(2024년 12월 31일 기준)

위험요소 식별 건수	개선조치 이행률
15건	100%

1) 용산 사옥 기준

사업장 안전보건

구성원 안전보건 교육 실시

하이브는 구성원의 응급 상황 대처 능력 향상을 위해 심폐소생술(CPR) 및 자동 심장충격기(AED, Automated External Defibrillator) 사용법 교육을 실시했습니다. 관할 소방서의 방문 교육을 통해 관리감독자 등이 실제 상황에 적용 가능한 실습 교육을 이수했습니다. 향후 교육 대상자를 점차 확대하며, 응급 대처 교육을 강화해 나갈 계획입니다.

| 구성원 심폐소생술 및 자동심장충격기 사용법 교육



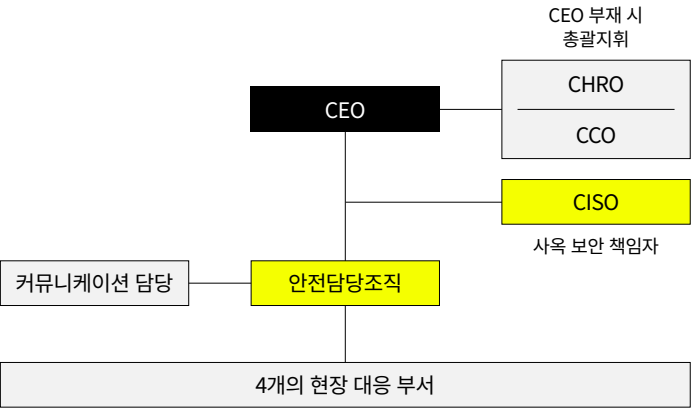
사내 응급환자 경보 시스템

하이브는 구성원 안전과 신속한 대처를 위해 사내 응급환자 경보 시스템을 구축했습니다. 화장실, 샤워실, 수면실, 마사지 체어실에 비상벨을 설치해 응급상황 발생 시 즉각적인 도움 요청이 가능하도록 했습니다. 비상벨 작동 시 사내 간 호사와 보안인력이 신속히 현장에 출동해 응급조치를 실시하고, 구급차 도착 전까지 환자를 보호합니다. 2024년 12월 31일 기준 용산 사옥에 21대의 자동 심장충격기(AED)가 설치되어 있으며, 교체 필요 주기에 맞춰 적시 교체하고 있습니다.

재해·재난 대응 조직 체계 및 매뉴얼

하이브는 비상상황에 신속하고 적절하게 대응하기 위해 재해 및 재난 대응 매뉴얼을 수립해 운영하고 있습니다. 매뉴얼은 화재, 지진, 가스 누출, 승강기 이상 등 재난 유형별 상황은 물론, 주간·야간·휴일 등 발생 시점에 따른 대응 절차를 제시합니다. 또한 비상 상황 시 구성원들이 CEO와 안전담당조직의 지휘에 따라 안전하게 대피할 수 있도록 유관부서별 역할을 규정하고 있습니다.

| 재해·재난 대응 조직체계



| 재해·재난 발생 시 대응 활동

역할	담당부서	대응 활동
총괄	CEO	• 대응 총괄 지휘(부재 시 1순위: CHRO, 2순위: CCO)
사옥 보안	CISO	• 외부인 출입(경찰서, 소방서 등)으로 인한 사옥 보안 관리
지휘 부서	CHRO 산하 안전담당조직	• 대응을 위한 유관부서 지휘
상황 전파 및 커뮤니케이션 대응	CCO 산하 담당부서	• 구성원 대피, 안전을 위한 사내상황 및 지침 전파
		• 커뮤니케이션 채널 보조
		• 아티스트 대피를 위한 레이블 상황 전파 및 관리
대피유도반	CHRO 산하 담당부서	• 지상층 전체(2층~PH층) 구성원 대피 안내
		• 사내식당: 비상상황 발생 시 가스밸브 전체 잠금 조치 및 대피
시설물 업무지원	CHRO 산하 담당부서	• 1층에서 외곽 집결지까지 구성원 대피 안내
		• 외부 보안업체: 비상상황 발생 시 지하층 전체(B2층~B7층) 구성원 대피 안내
시설물 업무지원	CHRO 산하 담당부서	• 건물관리실과의 협업을 통한 구성원 안전 확보 및 시설물(기계, 전기, 공조) 복구 지원
		• 건물관리실: 재해 및 재난 발생 시 대피방송 출력 및 화재 진압, 대피 지원

제품 안전 및 품질 관리

하이브는 앨범, 영상출판물, 공식상품 등 각종 제품 생산 시 안전 및 품질을 최우선 가치로 고려하고 있습니다. 중대재해처벌법, 폐기물부담금제도, 생산자책임재활용제도 등 제품 제조 과정에서 요구되는 관련 법률과 규제를 체계적으로 준수하고 있습니다.

제품 안전 및 품질 방침

하이브는 ‘4대 제품 안전 및 품질 방침’을 통해 제품 안전과 품질 강화를 추구하고 고객 가치를 최우선으로 합니다. 해당 방침은 파트너사 등록 과정에서 사전 배포 및 안내되며, 하이브와 모든 파트너사가 준수해야 하는 핵심 판단 기준 및 행동 규범으로서 기능합니다.

| 하이브 제품 안전 및 품질 방침

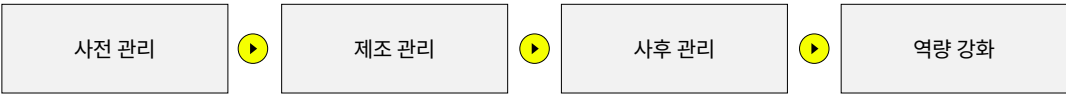
하이브는 글로벌 엔터테인먼트 플랫폼 기업으로서 4대 안전·품질 방침을 바탕으로, 핵심 경쟁력을 끊임없이 증진시켜 고객에게 최고의 안전과 품질을 제공하기 위해 노력합니다.

1. 안전·품질 최고주의
- 하이브가 제공하는 제품 및 서비스의 안전과 품질을 최우선시합니다.
2. 고객 안전·품질 중심
- 고객의 현재 및 미래 요구를 이해하고 고객 요구 안전·품질을 충족시키며, 고객의 기대를 부응하는 제품과 서비스를 제공합니다.
3. 내부 안전·품질 강화
- 효율적 안전·품질 경영 시스템을 바탕으로 개발, 제조, 영업 및 서비스 활동의 성과를 지속적으로 개선합니다.
4. 동반 성장 추진
- 고객, 협력사 및 이해관계자들의 균형된 만족과 성장을 추구하기 위해 협력 관계를 증진합니다.

제품 품질관리 프로세스

하이브는 입고부터 출하까지 전 과정에 걸쳐 종합적인 품질관리체계를 구축해 안전하고 품질이 우수한 제품을 생산하고 있습니다.

| 제품 품질관리 프로세스



| 제품 품질관리 활동

품질 사전 관리	• 공정한 파트너사 선정을 위한 공개 입찰 또는 경쟁력 평가 방식 채택, 입찰공고 시 품질 기준 고지 및 교육을 통한 품질 저하 예방 • 품질관리 기준서 마련(제품군별 사양 기준, 품질 기준, 라벨링 기준, 유해물질 관리 기준 등 명시) 및 관리수준 미달 업체 대상 사전 점검 및 관리 수행 • 글로벌 비즈니스 확대에 따른 권역별 안전·품질 기준 구축 및 운영 준비 중
품질 제조 관리	• 품질기준 준수 여부 및 품질 편차 점검 • 품질관리기관인 SGS(General Society of Surveillance), 한국건설생활환경시험연구원(KCL, Korea Conformity Laboratories)에 전 제품의 품질관리 위탁 • 고위험제품의 경우 직접 품질 관리 시행
품질 사후 관리	• 프로세스, 물량, 납기, 납품, 품질, 불량 관리, 가격제시 및 사고제어 등 종합 평가 실시 • 정확한 평가를 위한 통계 데이터 고도화 • 산업안전보건법 및 중대재해처벌법 등 관련 법령 요구사항 준수
품질 역량 강화	• 파트너사 대상 안전 및 품질관리시스템(운영표준, 기준서, 운영절차) 사전 배포 및 교육 실시 • 품목별 안전검사 적절성 및 국가별 요구사항 연례 업데이트

제품 안전 및 품질 관리

제품 안전 관리 체계 강화

하이브는 제품 및 서비스 전반에 걸쳐 안전 관리 체계를 강화하고 있습니다. 구성원과 팬을 포함한 모든 이해관계자의 안전 확보를 위해 제품 생산 및 서비스 제공 과정에서 발생 가능한 모든 위험 요소를 사전에 예측해 대비하고 있으며, 피드백 접수, 외부 전문기관의 제 3자 평가를 통해 매년 안전 관리 시스템을 점검·개선하고 있습니다. 발화, 삼킴, 끼임, 베임, 변질, 호흡기 질환, 피부 상해 등 모든 판매 제품에서 발생 가능한 재해에 대해 검증을 실시하며, 사내 전문 조직을 통해 보완 필요 영역을 개선하고 있습니다.

| 제품 관련 안전 관리 체계

- 제품 안전 및 품질 방침 수립
 - 유해 요인 점검 위험성 평가 체계 구축 및 실행
 - 사내 전문 조직 및 담당자 지정
- 안전보건 관리 예산 편성 및 집행 관리
 - 사고 발생 대비 위기관리매뉴얼 작성
 - 파트너사 평가 시 품질 및 안전보건 지표 반영

제품 안전 및 품질 관련 리스크 관리

하이브는 응원봉, 무드등 등 전자제품 비중이 증가함에 따라, 열상, 골절, 화상 등의 위험 요소를 집중적으로 검토해 안전 인증을 강화했습니다. 해당 제품군은 14세 이상 사용을 권장하며, 아동 사용 시 발생할 수 있는 위험을 고지해 안전사고를 예방하고 어린이제품 공통안전기준에 따라 아동용 제품에 준하는 수준으로 유해화학물질에 대한 확인 시험을 진행해 제품 안정성을 확보하고 있습니다.

섬유제품의 경우, 국내 가정용 섬유제품 기준 및 EU REACH 제한물질 기준을 고려해 법적 관리 필요 요건 대비 강화된 기준을 적용해 관리하고 있으며, 물, 세탁, 마찰 등 일상적인 사용 환경에서 발생할 수 있는 변형 가능성을 시험하는 등 품질을 검증하고 있습니다.

제품 인증 관리 및 제조물책임보험 가입

하이브는 파트너사 평가 시 ISO 9001, ISO 14001 인증 획득 여부를 검토하며, 제품에 대해 국내외 인증기관의 인증 여부(SGS, KCL)와 EU RoHS¹⁾, CPSIA²⁾ 등 주요 규제 준수 여부를 관리합니다. 또한 제조물로 인해 발생할 수 있는 미연의 사고를 예방하고 관련 리스크에 대비하기 위해, 2022년부터 앨범, 공식상품 등 전사 제조물을 포괄하는 제조물책임보험에 가입하고 매년 갱신해 유지하고 있습니다.

1) EU 유해물질 제한지침(RoHS, Restriction of Hazardous Substances Directive)
2) 미국소비재안전증진법(CPSIA, Consumer Products Safety Improvement Act)

제품 관련 법·제도 통합 대응

하이브는 우수한 품질과 경쟁력을 갖춘 제품을 제공하기 위해 자체적인 공급망 관리 시스템 HSCMs(HYBE Supply Chain Management system)을 구축했습니다. 공급업체 선정부터 생산 관리, 실적 관리, 사후 관리로 이어지는 전 프로세스를 관리하고 있습니다. 또한 제품 안전 및 품질 관리 시스템을 통해 프로세스별 법적 요구사항을 준수하며, 관련 법규 및 제도 변화에 선제적으로 대응하고 있습니다.

| 제품 관련 법규 대응 시스템

	공급업체 검증·선정·교육	구매·생산·품질· 안전 관리	실적 관리	사후 관리
제품 안전 및 품질 관리	• 품질종합평가 실시 • 현장실사평가 실시 • 품질관리 기준서 마련	• 프로젝트 보안서약서 수령 • 안전 인증 QC 실시	• CPSIA 인증 관리 • 위탁 QC 관리	• 내부 데이터 보존 관리
중대재해처벌법 대응	• 제품 안전 및 품질 관리와 연계 • 안전조건 미달업체 스크리닝 • 법규 대응 항목 기준서 반영	• 제품 안전 및 품질 관리와 연계	—	• 제조물책임 대책과 연계 • 내부 데이터 보존 관리
폐기물부담금 제도 대응	—	• 실행부서의 폐기물 실종량 입력	• 품목별 중량 및 판매량 매칭 • 환경공단 등록	• 내부 데이터 보존 관리
생산자책임 재활용제도 대응	—	• 실행부서의 재질분석 및 자가평가 실시	• 품목별 중량 및 판매량 매칭 • 환경공단 등록	• 내부 데이터 보존 관리

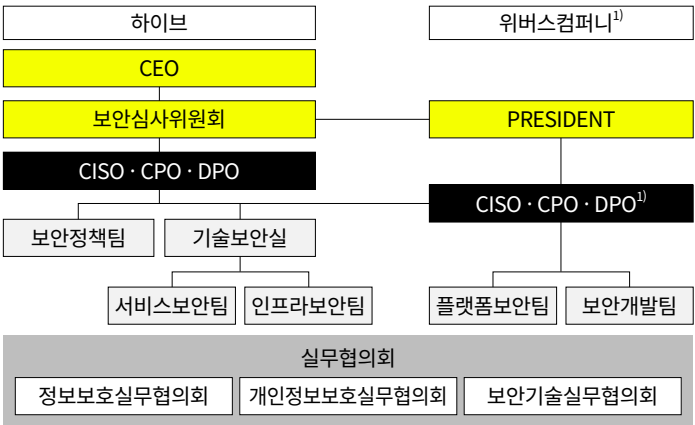
정보보안 및 고객 개인정보보호

하이브는 국내·외 관련 법규를 기반으로 체계적인 정보보호 관리체계를 구축하며 정보보호를 강화하고 있습니다. 경영 활동을 수행함에 있어 고객의 프라이버시 및 정보자산을 철저히 보호합니다.

정보보호 거버넌스

하이브는 대표이사 직속의 정보보호최고책임자(CISO, Chief Information Security Officer), 개인정보보호책임자(CPO, Chief Privacy Officer), 데이터보호책임자(DPO, Data Protection Officer) 산하에 정보보호 관리 조직을 두며, 정보보호 업무의 독립성을 보장합니다. 정보보호 및 정보기술 분야에서 경력과 전문성을 갖춘 임원을 CISO, CPO 및 DPO(이하 ‘CISO’)로 선임했으며, CISO는 종합적인 정보보호 관리계획을 수립해 하이브 산하 모든 법인을 대상으로 정책 및 방향성을 제시하고 있습니다. 보안심사위원회는 주요 사안에 대한 최종 심의·의결 기구로, 정보보호최고책임자를 위원장으로 두고 있습니다. 정보보안 실무 조직은 하이브 CISO 조직 산하의 보안정책팀 및 기술보안실(서비스보안팀, 인프라보안팀)과, 위버스컴퍼니 CISO 산하 플랫폼보안팀 및 보안개발팀으로 구성되어 있습니다. 실무 조직은 보안 정책 수립, 보안 시스템 구축·운영, 보안 점검·모니터링, 침해사고 대응·기술적 보호조치 등의 업무를 수행합니다. 또한 정보보호실무협의회(월 1회), 개인정보보호실무협의회(월 3회), 보안기술실무협의회(월 2회)를 정기적으로 진행해 관련 이슈를 논의하고 있습니다.

정보보호 조직 체계



1) 하이브 산하 법인인 위버스컴퍼니의 정보보호 체계 및 정책은 하이브와 일관된 방향으로 운영되고 있으며, 위버스컴퍼니의 CISO-CPO-DPO는 하이브 CISO-CPO-DPO의 하위 조직으로 운영

정보보호 정책

하이브는 2024년 상반기에 국내·외 유관 법률 및 정보보호 인증(ISO 27001, ISMS) 기준에 부합하도록 ‘하이브 보안규정’을 개정하고, 하이브와 모든 자회사에 동일하게 적용하고 있습니다. 대표이사가 서명한 정보보호 선언문을 추가해 전사 정보보호 방향성을 제시하고, 정보보호 관리체계의 모니터링 및 개선, 보안감사 수행 및 사후관리, 비상상황 발생 시 사업연속성 관리 등에 대한 규정을 강화했습니다. 또한 정보보안에 대한 구성원의 인식을 제고하기 위해 ‘정보보호를 위한 구성원 보안 수칙’을 별도로 마련하고, 정보보안 담당자, 개인정보 처리업무 담당자, 인프라 운영자 및 DB 관리자 등 유관부서 담당자와 서비스 기획자 및 개발자를 대상으로 보안업무 지침을 제시하고 있습니다. 2025년 상반기에는 내부 자료 유출을 더욱 엄격히 관리하기 위해 보안 강화 활동을 수행했습니다.

정보보호 선언문

음악에 기반한 세계 최고의 엔터테인먼트 라이프스타일 플랫폼 기업을 지향하는 주식회사 하이브, 하이브 계열사 및 관계사는 고객과의 소통을 통한 지속적 발전을 위해서는 고객의 개인정보와 정보시스템에 대한 핵심정보 자산보호 등이 우리 사업을 지속적으로 영위하는데 중요한 요소임을 인식하여 이러한 핵심 정보자산을 안전하게 보호하고 유지하기 위해 정보보호 및 개인정보보호 관리체계를 구축하여 운영하고자 합니다.

모든 구성원은 정보보호 및 개인정보보호 관리체계의 구축 및 운영을 통하여 다음과 같은 목표가 달성되도록 노력하여야 합니다.

- 1) 회사의 중요자산인 개인정보와 정보시스템 인프라 등의 핵심정보자산은 안전하게 보호
- 2) 모든 정보 및 정보자산은 업무의 수행을 위해 필요한 범위 내에서만 이용
- 3) 모든 정보 및 정보자산은 업무와 무관하게 사용되거나 공개금지
- 4) 모든 정보 및 정보자산의 승인 받지 않은 접근 및 변경으로부터 보호
- 5) 정보보호 및 개인정보보호 관련 법·규정 준수

모든 구성원은 본 보안 규정 및 이에 기반한 지침, 절차를 준수하는데 있어 신의성실의 원칙으로 임하여 회사의 정보보호 및 개인정보보호 관리체계가 지속적으로 유지되고 발전될 수 있도록 노력해주시기 바랍니다.

(주)하이브 대표이사

정보보호를 위한 구성원 보안 수칙

업무 정보 및 작업물 관리 유의	1. 공개 장소 및 지인 간 대화 주의 2. 방문자 및 파트너사 사진 촬영 주의 3. SNS 사용 주의
내부 정보 외부 반출 유의	1. 이메일 발송 유의(첨부파일, 사진, 텍스트 등) 2. 외부 파일 전송 유의: 개인 메신저·개인 저장소 반출 금지 (카카오톡, N드라이브 등) 3. 퇴사 과정에 정보 반출 금지
사무실 내 주요 자료 방치 유의	1. 출력물 파쇄 2. 출력물 정리 정돈: 데스크 상단 노트북, 중요 페이퍼, 저장 장치 등이 방치되지 않도록 주의 3. 부서·개인 캐비닛 및 개인 서랍장 잠금 체크
사옥 출입증 관리 유의	1. 사옥 내 출입증 상시 패용 2. 타인에게 출입증 대여 금지 3. 출입증 파손·분실에 유의
계정 보안 강화 유의	1. 안전한 비밀번호 설정 2. 사내 인증 2단계 인증 설정 3. 사내 인증 OTP 설정 4. 사내 협업 소프트웨어 OTP 설정

내부 자료 유출 방지를 위한 보안 강화

사내 문서 관리 정책 변경

- 문서 접근 권한의 기본 정책을 ‘제한됨’으로 변경해 내·외부로의 불필요한 접근 차단
- 회사 전체에 자료를 공유해야 하는 경우 전사 공유용 폴더를 활용하도록 안내

권한 수명 관리 정책 고도화

- 인사이동 및 소속 변경 구성원에 대한 권한 회수 및 재부여 정책 수립·적용

보안서약서 개정

- 구성원 인식 제고를 위한 보안서약서 개정(구성원 주의 필요사항 구체화)
- 개정된 보안서약서에 대한 구성원 재동의의 진행

정보보안 및 고객 개인정보보호

정보보호 인증

하이브는 하이브 및 위버스컴퍼니, 하이브IM, 수퍼톤 서비스의 정보보호 관리 체계에 대한 국내·외 인증을 취득 및 유지하고 있습니다. 2024년에는 하이브의 ISO 27001 인증¹⁾, 위버스컴퍼니의 ISMS 인증²⁾을 유지하고, 위버스컴퍼니와 수퍼톤의 ISO 27001 인증, 하이브IM의 ISMS 인증을 신규 취득했습니다. 특히 하이브의 ISO 27001 인증은 레이블의 통합 오디션 페이지를 인증 범위 내 포함 하고 있습니다.

| 정보보호 인증 내역

 ISO/IEC 27001:2022 인증	· 법인명: 주식회사 하이브 · 인증범위: 하이브 대외 홈페이지 운영에 대한 정보보안 시스템 · 유효기간: 2023.11.27~2026.11.26
 ISO/IEC 27001:2022 인증	· 법인명: 주식회사 위버스컴퍼니 · 인증범위: 온라인 커뮤니티 및 이커머스 서비스 운영 (위버스, 위버스샵) · 유효기간: 2024.12.19~2027.12.18
 ISO/IEC 27001:2022 인증	· 법인명: 주식회사 수퍼톤 · 인증범위: 수퍼톤 대외 서비스 운영에 대한 정보보안 시스템 · 유효기간: 2024.08.13~2027.08.12
 ISMS 인증	· 법인명: 주식회사 위버스컴퍼니 · 인증범위: 인터넷 커머스, 커뮤니티(위버스, 위버스샵) 및 대외 서비스 운영(심사 받지 않은 물리적 인프라 제외) · 유효기간: 2023.11.01~2026.10.31
 ISMS 인증	· 법인명: 주식회사 하이브아이엠 · 인증범위: 온라인 및 모바일 게임서비스 운영(심사 받지 않은 물리적 인프라 제외) · 유효기간: 2024.08.21~2027.08.20

정보보안 관리 시스템

정보보안 위협 사전 예방

하이브는 연 1회 정기 및 수시 보안점검을 실시하고, 시스템 구축 시 추가적인 점검을 진행하여 정보보안 위협을 선제적으로 관리하고 대응 역량을 강화하고 있습니다. 또한 대외 기관과 연계해 정기적인 모의 훈련을 실시하고 있으며, 2024년에는 플랫폼 서비스를 운영하는 위버스컴퍼니가 한국인터넷진흥원의 민간분야 사이버 위기대응 모의 훈련에 참여했습니다. 이와 함께, 보안관계 전문업체를 통해 24시간 실시간으로 정보보안 관련 사항을 모니터링하고 대응이 필요한 경우 즉시 처리하고 있습니다.

정보보안 사고 사후 대응

하이브는 ‘비상상황대응지침’을 마련해 정보보안 사고 발생 시 대응 조직과 절차를 규정하고 있습니다. 사고 대응 조직은 보안부서, 개발팀, 법무부서, 커뮤니케이션팀, RM실 등의 유관부서로 구성됩니다. 보안부서와 개발팀은 침해사고 분석 및 복구를 담당하고 법무부서, 커뮤니케이션팀, RM실은 각각 법무·언론·이용자 대응을 담당합니다. 사고는 유형 및 서비스에 미치는 영향도에 따라 구분·등급화한 후, 사전에 수립된 절차에 따라 대응 활동을 수행하고 있습니다.

1) ISO(International Organization of Standardization) 27001 인증: 기업의 중요 정보 자산을 보호하고 관리하는데 효과적이고 정보보호 경영시스템 요구사항의 정의와 보호관리 시스템을 선택할 수 있도록 만들어진 유일한 국제 표준 시스템
2) ISMS(Information Security Management System) 인증: 정보보호 관리체계 인증, 정보보호를 위한 일련의 조치와 활동이 인증기준에 적합함을 한국인터넷진흥원 또는 인증기관이 증명하는 제도

| 보안사고 발생 대응 단계

보안사고 인지	▼	· 상시 점검을 통한 비정상적 활동·징후 감지 · 고객 및 외부기관 신고 접수 · 사고로 판단될 경우 CISO·CPO 보고
처리 및 조사	▼	· 침해사고대응팀 구성 · 실제 사고 여부 확인 및 확산 방지 · 사고 경로 확인을 위한 정보 수집 · 대응전략 수립
복구 및 사후 처리	▼	· 침해사고 분석을 통한 재발 방지 · 취약 요소 제거 작업 수행 · 시스템 개선 책임자 지명 · 대응 전 과정에 대한 보고서 작성

정보보안 및 고객 개인정보보호

정보보안 관리체계 위험성 평가 실시

하이브는 매년 정보보호 관리체계에 대한 위험성 평가를 실시해 개인정보보호 및 정보보안 관련 위험을 정기적으로 파악하고 관리 활동의 적절성을 점검하고 있습니다. 정보보호 관리체계의 통제항목 및 개인정보보호 관련 법규를 기준으로 현재 체계의 위험성을 검토하고, 식별된 위험에 대한 위험도 산정 후 관리 대상으로 선정된 위험에 대해 완화 조치를 마련합니다. 조치를 이행한 후 각 위험별 개선 현황을 확인함으로써 완화 조치의 효과성을 평가하고 있습니다.

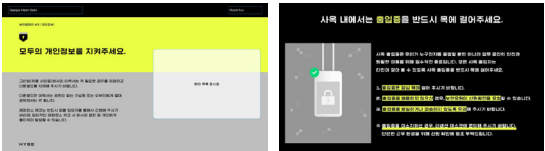
| 위험성 평가 프로세스

위험성 검토	- 정보보호 관리 체계 통제 항목 평가 - 개인정보보호 관련 법규 준수 여부 평가
위험도 산정 및 관리대상 식별	- 식별된 위험의 위험도 산정 - 수용 가능한 수준의 위험(DoA, Degree of Assurance) 결정 및 위험관리 대상 선정
완화 조치 수립	위험관리 대상별 개선 계획 마련
개선 현황 점검	완화 조치 이행 여부 확인

구성원 정보보안 및 개인정보보호 인식 제고 활동

하이브는 구성원의 정보보호 인식 제고를 위해 다양한 활동을 지속하고 있습니다. 계약직 및 파견직을 포함한 모든 구성원을 대상으로 매년 정보보안 및 개인정보보호 교육을 실시하고 있으며, 분기마다 보안 캠페인 활동 및 사내 디스플레이를 통한 보안 홍보 활동을 진행해 구성원 보안 인식을 강화하고 있습니다.

| 보안 캠페인 및 사내 보안 홍보 활동



| 2024년 정보보안 및 개인정보보호 교육 현황

구분	교육명	이수 인원(이수율)
전사 정보보안 교육	• 성과를 위협하는 정보보안 위험 • 구름 보안? 클라우드 보안 • ChatGPT를 통해 본 인공지능과 보안	2,023명 (100%)
전사 개인정보보호 교육	• 2023년 개인정보보호법 주요내용 • 개인정보의 안전한 활용 • 회사에서 개인정보 유출사고가 난다면 • 내 개인정보 어떻게 지킬까	2,023명 (100%)

수탁사¹⁾ 대상 정보보호 관리 현황 점검

2024년 하이브 및 위버스컴퍼니, 하이브IM의 개인정보 수탁사를 대상으로 서면 및 방문 점검을 실시해 정보보호 관리 현황을 평가했습니다. 2023년 위버스컴퍼니 13개사, 하이브IM 2개사 대비 범위를 확대한 하이브 7개사, 위버스컴퍼니 16개사, 하이브IM 7개사를 대상으로 점검을 완료했습니다. 점검 결과 취약점이 발견될 경우 개선 계획을 수립하고 이행 현황을 점검했습니다. 2025년에는 평가 수탁사의 범위를 더욱 확대해 파트너사 데이터 보호 프로그램에 대한 관리감독을 강화해 나갈 예정입니다.

1) 개인정보 처리 업무를 위탁받아 처리하는 회사

개인정보 처리방침 및 처리 절차

하이브는 개인정보 처리 현황을 정보주체에게 투명하게 공개하기 위해 각 서비스의 개인정보 처리방침을 통해 개인정보 수집 및 이용 항목과 목적을 명시합니다. 글로벌 이용자의 개인정보를 처리하는 서비스의 경우, 각 이용자의 소재지 및 국적에 따라 추가 적용 및 대체되는 조항을 공시합니다. 2024년 기준 위버스컴퍼니, 하이브IM, 수퍼톤의 이용자에게 유럽경제지역, 영국, 미국 캘리포니아 주 및 일본의 법률에 따라 일부 조항이 추가 및 대체되고 있음을 고지하고 있습니다. 또한 위버스컴퍼니와 하이브IM은 개인정보 처리방침 내 라벨링 이미지를 도입해 개인정보 처리 현황에 대한 이해를 돕고 있습니다. 나아가 위버스컴퍼니는 2023년 9월 개인정보보호법의 개정에 따라 필수 동의 예외 기준과 법적 근거를 명확히 정의해, 불필요한 동의 절차를 개선하고 이용자의 불편을 최소화했습니다.

- 위버스컴퍼니 서비스 개인정보 처리방침
- 하이브 채용 개인정보 처리방침
- 하이브IM 개인정보 처리방침
- 수퍼톤 개인정보 처리방침

| 하이브IM 서비스 개인정보 처리방침 라벨링 이미지



정보보안 및 고객 개인정보보호

정보보안 및 개인정보보호 강화 기술 적용

하이브는 CISO와 정보보안 및 개인정보보호 담당자의 주도 하에 다양한 기술적·관리적 조치를 적용합니다.

| 정보보안 및 개인정보보호 강화를 위한 기술적·관리적 조치

보안관리체계 정비	• 보안 규정 1종과 보안지침 5종을 전면 재개정 • 접근제어 및 권한 부여 정책 재정비 • 데이터 이용 및 제공 정책 수립 및 적절성 검토 절차 강화
보안 시스템 구축	• 24시간 침해대응 보안관제 고도화 구축 • 소스코드 보안점검 도구 도입 • 파일이동시스템 기능 확대(서비스망 간 데이터 이동) • 사내 로그 모니터링 시스템의 성능과 수집 체계 정비 • 쿠키 배너 및 쿠키 수집 현황 탐지 도구 개발 • 보안셀프서비스포털 구축 및 오픈 • DB접근제어시스템의 적용 범위 확대 및 관리 개선 • 인증 기반 접근통제 체계 구축 • 소스코드 등을 통한 정보 유출 모니터링 체계 구축
서비스 보안 강화	• 인프라 및 인프라 관리 환경에 대한 접근제어 강화 • 도메인 관리 환경 개선(미사용, 불필요한 도메인 제거) • 소스코드 내 주요 정보 식별 후 조치 • 소셜 네트워크 관리 계정 보안 강화 • 클라우드 환경 내 네트워크 트래픽 통제 체계 구축 • 서비스 보안성 검토 절차 고도화
단말 보안 강화	• 이원화된 모바일 기기 관리 솔루션을 통합해 보안체계 표준화를 통한 업무 단말기 보안 강화(하드웨어 인증 기반 마련) • 사내 구성원의 2차 인증 적용 • 백신 및 DLP 관리 강화

서비스 설계 및 개발 단계 개인정보보호 고려

하이브는 개인정보 침해 발생 시 원칙에 입각하여 신속하고 면밀하게 대응할 뿐만 아니라, 서비스 설계 및 개발 과정에서부터 선제적으로 개인정보를 보호하기 위한 조치를 취하고 있습니다. 신규 서비스 기획 혹은 기존 서비스 변경 시 보안성 검토 절차에 따라 개인정보보호 리스크를 관리하며, ‘서비스 기획자, 개발자, 운영자를 위한 보안 지침’을 통해 개발 단계별 준수해야 할 보안요건을 규정하고 있습니다. 기획 단계에서 서비스 내 취급하는 고객의 중요 정보 보호를 위한 보안 요건을 정의하고, 설계 단계에서 해당 요건에 대한 보호 방안이 수립되도록 설계하며, 개발 및 디자인 단계에서도 이를 반영하여 구현하고 있습니다.

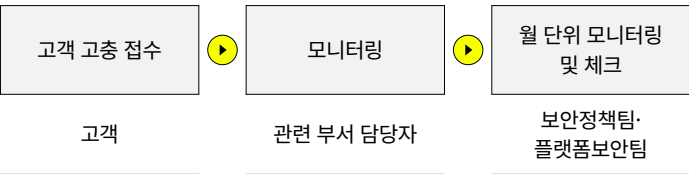
하이브 개인정보 처리 가이드라인 운영

하이브는 개인정보 처리 절차 및 가이드라인을 운영해 플랫폼, 게임, 엔터테인먼트 분야에서 취급하는 고객 개인정보를 안전하게 관리하고 있습니다. 개인정보 등급표 및 개인정보 표시 기준 가이드라인을 통해 보다 엄격한 수준의 관리가 필요한 개인정보 유형을 정의하고 암호화·비식별화 과정을 거쳐 처리하고 있습니다. 휴면 정책 폐지에 따라 탈퇴 계정 이용자의 개인정보는 개인정보 파기 가이드에 의거해 분리보관 혹은 파기 처리합니다.

개인정보 자기통제권 보장 원칙 및 고충 처리 절차

하이브는 정보주체의 개인정보 자기통제권을 보장해, 개인이 정보의 수집 및 이용에 동의하고 조화·수정·철회를 결정하며, 열람·정정·삭제를 요구할 수 있는 권리를 제공합니다. 또한 고객 상담 창구를 통해 개인정보보호와 관련된 고충을 접수 및 처리하고, 각 서비스의 개인정보처리방침에 CPO 및 개인정보보호 담당자를 명시해 관리하고 있습니다. 고객 고충 접수 시 서비스별 현업 담당자가 모니터링 및 검토를 진행하며, 보안정책팀 및 플랫폼보안팀이 월 단위 접수 현황을 점검하고 이력을 관리합니다.

| 개인정보보호 관련 고충 처리 프로세스



광고 관련 정보보안 및 개인정보보호 체계 강화

하이브는 광고성 발송 보안 가이드 제정, 광고성 정보 동의 시스템 기획 보안 검토, 행태 정보를 활용한 맞춤형 광고 보안 검토, 맞춤형 광고 안내 게시, 쿠키 정책·배너 등 광고 정보 전반과 관련해 개인정보보호 체계를 구축했습니다. 또한 광고 관련 정보보안을 강화해 이용자의 개인정보를 안전하게 관리하고, 이용자에게 정보 제공 허용 여부에 대한 선택권을 보장하고 있습니다.

- 하이브 쿠키 사용 방침
- 위버스컴퍼니 쿠키 사용 방침
- 하이브IM 쿠키 사용 방침
- 수퍼톤 쿠키 사용 방침

아동의 개인정보보호 방향성

하이브 및 위버스컴퍼니는 원칙적으로 아동을 타겟팅한 서비스를 제공하지 않으며, 각국의 아동 연령 기준에 따라 아동의 개인정보를 수집한 사실을 인지한 경우 정보를 삭제하고 서비스 제공을 중단합니다. 오디션과 같은 특수한 사유로 아동의 개인정보를 수집하는 경우, 각국의 개인정보보호법을 준수하고 법정 대리인의 동의를 의무적으로 획득하고 있습니다.

크리에이티브 권익 보호 및 성장 지원

하이브는 아티스트, 연습생, 프로듀서·작곡가를 중심으로 음악 콘텐츠를 만들어가고 있으며, 크리에이티브를 마음껏 발휘할 수 있는 생태계 조성을 위해 다양한 제도를 운영하고 있습니다. 아티스트의 권익과 지식재산권을 보호하며, 연습생의 성장을 돕고 작가진의 창작 활동을 지원합니다.

아티스트 권익 보호

하이브는 아티스트의 권익을 보호하기 위해 악성 게시물 유포, 사생활 침해, 아티스트 사칭, 개인정보 유출 등 각종 불법 행위에 적극적으로 대응하고 있습니다. 내부 모니터링과 제보 접수를 통해 확인된 사례에 대해서는 기술적·관리적 조치와 함께 강력한 법적 대응을 실시하고 있으며, 유사 사례의 재발을 방지하고자 불법 행위 사례, 법적 대응 현황, 처벌 결과 등을 외부에 투명하게 공개하고 있습니다. 아울러 하이브 뮤직그룹 아티스트 인권과 관련한 고충 사항을 레이블 전담 매니저먼트팀을 통해 직접 제보할 수 있도록 내부 제도를 운영하고 있습니다.

딥페이크 성적 허위 영상물 대응

하이브는 딥페이크 성적 허위 영상물 등에 대한 문제가 불거진 2024년부터 태스크포스(TF)를 구성해 대응을 시작했으며, 2025년 1분기부터는 상시 모니터링 및 단속 체계를 운영 중에 있습니다. 해외의 경우, 단속 업체의 모니터링 자료뿐만 아니라 HYBE Protect 신고 채널을 통해 인입된 제보를 활용해 대응을 이어가고 있습니다. 국내의 경우, 빠르게 증가하는 딥페이크 범죄에 대응하기 위해 국내 로펌 등과 협력해 딥페이크 채종을 진행하고 있습니다. 특히 경찰청의 딥페이크 집중 단속 기간에 맞춰 다수의 국내 수사기관에 관련 자료를 제공해 신속한 검거가 이루어지고 있습니다. 또한 딥페이크 수사에서 두드러진 성과를 보이고 있는 경기북부경찰청과 업무협약(MOU)을 체결했으며, 이를 바탕으로 향후 보다 적극적인 수사가 이루어질 수 있도록 긴밀히 협력해 나갈 예정입니다.

해외 플랫폼 채널에 대한 법적 대응

하이브는 지속적으로 아티스트에 대한 명예훼손 및 업무방해를 가하는 소셜 미디어 채널에 대한 법적 절차에 착수했습니다. 플랫폼의 운영주체가 외국사업자인 경우 국내에서 채널 운영자의 신원을 확인하여 법적 대응을 하는 데에 한계가 있었으나, 외국 사법기관의 증거수집 절차를 적극 활용함으로써 실질적인 법적 대응이 가능해졌습니다. 앞으로도 아티스트의 권익 보호를 위한 조치를 강화해 나갈 예정입니다.

아티스트 개인정보 유출 방지

하이브는 지속적으로 발생하는 아티스트의 항공권 정보를 불법적으로 취득·판매·구매하는 행위에 강력 대응하고 있습니다. 아티스트 보호와 불법 행위 근절을 위해 전담 태스크포스를 구성하고, 관련 SNS 계정을 추적해 증거를 확보한 뒤 수사기관에 고소장을 제출했습니다. 수사기관은 국내외 수사를 통해 피의자들을 검거하고, 이들이 거액의 범죄 수익을 챙긴 혐의에 대해 추가 조사를 진행 중입니다. 하이브는 향후 사법 절차에도 적극 협조할 예정이며, 아티스트 개인정보의 불법 거래에 대해서는 무관용 원칙에 따라 엄중 대응할 방침입니다. 아울러 항공권 정보가 SNS에 게시되는 사례를 모니터링해 개인정보 보호 강화를 위한 조치를 지속해 나갈 예정입니다.

HYBE Protect 신고 채널 운영

하이브는 아티스트의 명예를 훼손하는 악성 게시물, 저작권 침해 사례, 허위 정보 유포 및 각종 불법 행위에 보다 신속하고 체계적으로 대응하기 위해, 기존에 레이블별 메일로 운영되던 제보 채널을 통합 신고 사이트로 개편했습니다. 특히 악의적인 허위 사실 유포와 저작권 침해 행위에 대해 강경 대응할 방침입니다. 확인된 위법 행위에 대해서는 민·형사상 법적 조치를 포함한 강력한 대응을 통해 아티스트 권익 보호에 최선을 다할 예정입니다.



위버스 플랫폼 내 권익 침해 방지

하이브는 위버스 플랫폼을 이용하는 아티스트의 권익 보호에 힘쓰고 있습니다. 위버스 플랫폼 이용 가이드라인을 공지해 아티스트의 초상권, 명예, 사생활 등 인격적 권리와 저작권과 상표권 등 지식재산권을 침해하는 게시물 작성을 제한합니다. 또한 비방, 욕설, 허위 사실 유포 등의 명예훼손 행위를 엄격히 금지하고, 위반 시 게시물 노출 제한, 작성 제한, 프로필 이용 제한 등의 조치를 취하며, 고의적이고 반복적인 행위에 대해서는 영구적인 조치를 취하고 있습니다. 이외에도 다양한 기술적·관리적 조치를 통해 위버스 플랫폼 이용 시의 권익을 보호합니다.

| 위버스 플랫폼 아티스트 권익 보호 조치

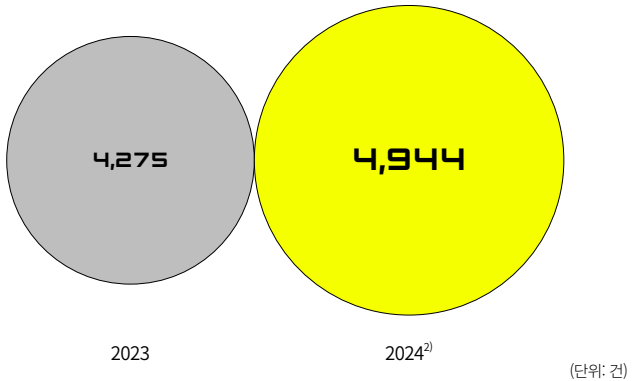
기술적 조치	- AI 기반 영상·이미지 필터링 기술과 클린봇 시스템 도입을 통한 악성 게시물 자동 검수 - 우회 IP 차단 및 어뷰징(Abusing) 이메일 가입 차단을 통한 가계정 생성 방지 - 신고 가중치 및 블랙리스트 정책 고도화를 통한 악성 게시물 유포 계정 자동 징계 처리 - 실시간 악성 게시물 처리를 위한 아티스트 및 특수 권한자 대상 징계 권한 부여
관리적 조치	- 악성 게시물 유포자에 대한 서비스 이용 제한 조치 - 악성 게시물 유포자 법적 대응을 위한 게시물 수집 및 신고 조치 - 커뮤니티 내 금치어 설정 및 특정 단어를 사용한 네티즌 전수조사 후 탈퇴 처리 - 실시간 대응을 위한 모니터링 강화 및 직접 대응

크리에이티브 권익 보호 및 성장 지원

지식재산권 관리 시스템

하이브는 아티스트 지식재산권(IP)을 바탕으로 공식상품과 콘텐츠 등 다양한 비즈니스를 전개하고 있으며, 이에 따라 상표권, 디자인권, 특허권 등 지식재산권의 등록 및 관리, 보호에 힘쓰고 있습니다. 전 레이블의 지식재산권을 통합적으로 관리하기 위해 사내 IP 관리 시스템을 구축했으며, 등록 가능성을 다각도로 검토한 후 출원 및 심사 대응을 거쳐 지식재산권을 등록하고 있습니다.

| 지식재산권 등록 현황(국내·외 합산)¹⁾



1) 각 연도 12월 31일 기준
2) 2024년 12월 31일 기준 858건 출원해 심사 진행 중

지식재산권 침해 대응

하이브는 법무부서 산하 IP전략팀을 중심으로 전 레이블의 지식재산권(IP) 침해에 대해 다각적으로 대응하고 있으며, 매월 대응 성과를 경영진 및 유관부서와 공유하고 있습니다. IP 침해 사실이 확인될 경우, IP전략팀, RM실, 해당 IP 보유 부서가 공동으로 대응 방안과 커뮤니케이션 전략을 수립하고, 침해 수준에 따라 적절한 조치를 취합니다.

| 지식재산권 침해 대응 방식 및 성과

구분	대응 방식	2024년 성과
온라인 쇼핑몰 불법상품 모니터링	• 국내·외 쇼핑몰의 불법상품 판매 단속	국내 13,691건, 해외 278,568건
오프라인 불법상품 단속	• 특허청 소속 특별사법경찰과 연계한 명동 불법상품 판매 매장 단속	불법 공식상품 1,300개 압수 및 폐기
해외 불법상품 세관 단속	• 해외 불법상품의 국내 유입 방지를 위한 세관 단속	91건 3,462개
제보 채널 운영	• 사내 및 외부 제보 채널을 통한 침해 식별 - 사내 커뮤니케이션 채널 내 '무단 IP 콘텐츠 사용 신고' 섹션을 마련해 구성원 제보 수렴	226건
SNS 영상 콘텐츠 무단 배포 단속	• 아티스트의 유료 영상 콘텐츠를 무단으로 배포하는 SNS 링크 제재	10,770건
내부 공문 발송	• 침해자에게 직접 침해 행위 중지 요청 공문 발송	71건
불법 앱 단속	• 아티스트의 상표권, 저작권을 침해하는 불법 앱 제재	94건
법적 조치 이행	• 악성 침해자에 대해 외부 로펌과 연계한 형사고소 및 민사소송 등 법적 조치 이행	가처분 신청 1건, 민사소송 1건, 형사고소 3건

CASE

지식재산권 침해 대응 강화

오프라인 불법상품 집중 단속

2024년 5월, 특허청 상표특별사법경찰과 협력해 명동 지역에서 불법상품을 판매하던 매장을 적발하고 약 1,300개의 불법상품을 압수했습니다. 해당 물품은 하이브 뮤직그룹 아티스트들의 지식재산권(IP)을 침해한 위조상품으로, 불법 위조상품 단속을 통해 하이브의 지식재산권을 보호하고 팬들이 정품을 신뢰하고 소비할 수 있는 시장 환경을 조성하는 데 기여했습니다.

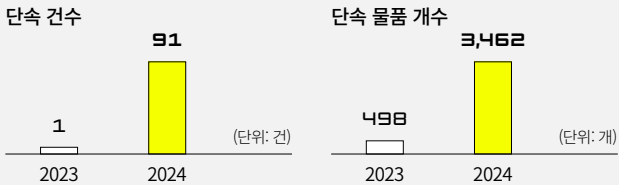
해외 불법상품 세관 단속

해외에서 수입되는 불법상품의 국내 유통이 증가함에 따라, 이를 관리하기 위해 국내 엔터테인먼트 기업 최초로 세관 교육을 진행했습니다. 세관 직원을 대상으로 하이브 소속 아티스트에 대한 교육과 정품, 가품 구분법 안내 교육을 5회 실시한 결과, 2024년 단속된 물품 개수가 전년 대비 595% 증가했습니다. 아울러 세관 주관 외부 행사 및 간담회에서 불법상품을 소개하는 등 아티스트 IP를 무단 활용하는 불법상품에 적극 대응하고 있습니다.

| 세관 교육 실시



| 세관 단속 현황



크리에이티브 권익 보호 및 성장 지원

아티스트 양성 방향성

하이브는 다양한 개성과 재능을 지닌 아티스트를 양성하기 위해 멀티레이블 체제를 운영하고 있습니다. 각 레이블의 고유한 시스템을 존중하면서도, 전사적으로 체계적인 운영과 개선 방안을 제공합니다. 레이블별 아티스트 전담부서는 오디션, 트레이닝, 제작, 데뷔의 과정을 통해 아티스트를 배출하며, 정기 및 수시 오디션 프로그램을 독자적으로 운영하고 있습니다. 나이, 성별, 국적에 관계없이 재능 있는 지원자라면 누구나 각 레이블의 웹사이트를 통해 오디션에 지원할 수 있습니다.

연습생 교육 전담부서 운영 및 트레이너 채용

하이브는 연습생의 역량 개발을 전문적으로 지원하기 위해 전담팀을 운영하고 있습니다. 신인개발, 청소년 상담, 교육 기획 등 다양한 분야의 전문가들로 구성되어 있으며, 연습생의 성장을 촉진하기 위한 프로그램을 개발합니다. 또한 연습생 실력 향상을 위한 전문 트레이너를 채용해 개개인의 성장을 지원하고 있습니다.

연습생 교육 프로그램

하이브는 전사 공통 교육과 레이블별 특화 교육으로 구성된 연습생 교육 프로그램을 운영하고 있습니다. 전사 공통 교육은 사회 변화를 반영한 기본 소양 교육 및 워크숍으로 구성되어 모든 레이블 연습생을 대상으로 진행되며, 각 레이블은 레이블의 고유 특성을 기반으로 한 특화 교육 커리큘럼을 별도로 제공하고 있습니다. 이러한 교육 프로그램을 통해 2024년에 투어스, 아일릿이 성공적으로 데뷔했으며, 앞으로도 양질의 교육을 제공해 연습생의 성장을 지원할 것입니다.

| 연습생 교육 프로그램

레슨 및 연습	- 연습생의 음악성과 보컬, 랩, 댄스 실력 향상을 위한 단계별 프로그램 및 평가 과정 운영 - 프로그램 수행 정도, 트레이너의 피드백, 평가 점수 등 연습생 역량 관련 데이터의 체계적 관리 - 연습실 내 마이크, 노트북, 미디 등 음악 작업에 필요한 장비 제공
공통 교육	- 연차에 따른 단계적 공통 교육 제공 - 자기 인식, 문화 다양성, 직업윤리, 디지털 리터러시, 창의력, 표현력, 사회성 등의 내용으로 구성
성인인지 감수성 교육	예비 아티스트로서 성인인지 감수성 향상을 위한 교육 프로그램 이수
언어 교육	개인 맞춤형 한국어, 일본어, 영어 교육 제공
기후환경 교육	- 기후변화와 환경 문제에 대한 인식 제고 교육 실시 - 2024년, 2025년 ‘물 발자국, 기후위기, 식량위기 및 국제 환경기구’를 주제로 한 오프라인 강의 제공, 총 56명의 연습생 이수

연습생 건강 지원 제도

하이브는 다양한 건강 지원 제도를 통해 연습생의 신체적, 정신적 건강을 관리하고 안전한 성장을 지원합니다. 심리상담센터를 운영해 연습생의 스트레스 위험도를 정기적으로 점검하고 희망자에게 개별 상담 서비스를 제공합니다. 또한 사내 의원을 통해 정신건강의학과 상담과 내과 검진을 지원하고 있습니다. 나아가 연습실 내 50개의 연습 공간과 카페테리아, 탈의실, 샤워실을 마련함으로써 쾌적한 트레이닝 환경을 조성하고 있습니다.

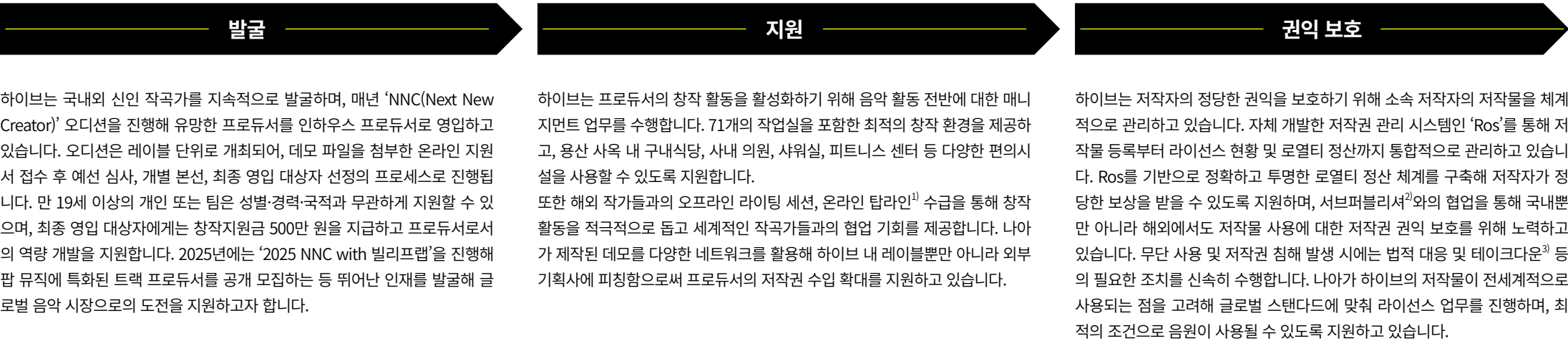
연습생 지원 창구 운영

하이브는 연습생들이 안정적으로 성장할 수 있도록 연습생 ‘help-desk’를 운영하고 있습니다. 시설 장치, 미화 상태, 분실물 처리 등 연습생 생활에 필요한 다양한 시설과 환경을 실시간으로 점검 및 지원하고 있습니다.

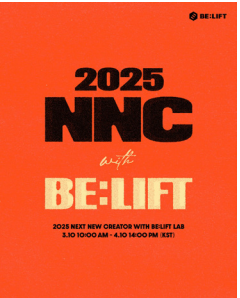
크리에이티브 권익 보호 및 성장 지원

프로듀서·작곡가 지원 제도

하이브는 ‘We believe in music’이라는 미션을 기반으로 소속 프로듀서·작곡가의 창작 활동을 적극적으로 지원하고 있습니다. 본인만의 스타일과 개성을 추구하는 인재를 발굴해 다양한 역량 강화 활동을 제공하고, 저작자의 권익을 체계적으로 관리해 글로벌 시장에서의 활약을 지원합니다.



| 2025 NNC with 빌리프랩



1) 음원의 주요 멜로디 및 가사
 2) 특정 지역에서의 저작물 사용을 관리하는 중개 회사로, 저작자의 대리인으로서 지정된 영역 내에서 권익 보호
 3) 제3자의 요청에 따라 웹사이트 또는 온라인 플랫폼에서 콘텐츠를 삭제하는 행위

파트너사 동반성장

하이브는 파트너사 평가 시 지속가능경영 관련 지표를 포함해 밸류체인인의 지속가능경영 수준을 제고하고 있으며, 파트너사와의 장기적인 동반성장을 추진합니다.

파트너사 선정 및 관리 원칙

하이브는 공정거래위원회의 ‘협력업체 선정 및 운용 가이드라인’에 따라 파트너사 선정 및 운용 규정을 수립하고 선정 과정의 투명성과 공정성을 확보하기 위해 구매, 생산, 사업 부서 간 역할 분담 및 상호 협업 체계를 구축하고 있습니다. 파트너사 선정 과정 내 지속가능성 공시 및 평가기준, EU 공급망 실사법 요구사항 반영 및 사후 평가 프로세스 도입 등 파트너사 관리 체계 고도화를 진행 중에 있습니다.

| 파트너사 선정 시 부서별 역할

구매 부서	• 5개 분야 27개 항목의 품질종합평가 실시(품질체계, 제조관리, QC능력, QA능력, 리스크 관리 능력, 지속가능경영 관련 항목) • 상품별 파트너사 Pool 구축 및 선정 과정 모니터링 • 사후 평가 및 차기 Pooling 시 결과 반영
생산 부서	• 제품 제형 및 생산라인 부하율 등을 고려해 복수 이상의 파트너사 선별 추천
사업 부서	• 사업 특성에 최적화된 파트너사 최종 선정

파트너사 평가 및 관리

하이브는 파트너사의 품질관리 수준을 파악하고 개선을 유도하기 위해 품질, 기술, 가격 등 다양한 항목을 평가하는 정기 평가를 실시합니다. 파트너사가 자기평가와 피드백 과정을 통해 하이브가 지향하는 제품 안전 및 품질 관리 항목을 사전에 인지하고, 이를 공급 제품에 반영하도록 유도하고 있습니다.

| 파트너사 평가 프로세스



| 파트너사 평가기준

평가 영역	평가 항목	
품질체계 (가중치 27%)	• 품질방침 & 윤리선언 • 품질기준서 • 포장기준서	• ISO 9001 • ISO 14001 • 지속가능경영 전략 추진
제조관리 (가중치 19%)	• 한도견본 • PCP(공정관리도) • 작업지도서	• 표준작업영상 • 4M관리¹⁾ • 특채이력관리
QC관리 (가중치 20%)	• CTQ관리²⁾ • 품질지표 • IQC검사³⁾	• 공정검사 • 최종검사
QA관리 (가중치 18%)	• 유효성검사 • 신뢰성검사 • MSDS⁴⁾	• 유해물질검사 • 진동낙하검사
RM관리 (비중 16%)	• PL보험 • 파일유출방지 • 사고 발생	• 사고 대응력 • 협조 및 완성도

1) 품질 및 생산성 향상을 위한 사람(Man), 방법(Method), 자재(Material), 설비(Machine) 관리
2) 품질에 중요한 중점관리항목(Critical to Quality) 관리
3) 원료, 부속자재에 대한 수입검사(Incoming Quality Control)
4) 물질안전보건자료(Material Safety Data Sheet), 화학물질의 안전한 사용 및 재해 예방을 목적으로 명칭, 성분, 유해성, 특성 등을 설명한 명세서
5) 파트너사로 인한 사고 발생 누적 건수에 따라 총점에서 차감해 반영됨

파트너사 지속가능경영 수준 평가

2021년부터 평가기준 내 환경경영, 안전보건, 개인정보보호, 윤리경영 등 지속가능경영 관련 10개 항목을 도입했으며, 이는 총 38%의 가중치를 차지합니다. 특히 거래 금액 기준 상위 10개 파트너사의 경우, 지속가능경영 평가점수를 별도로 관리하고 관련 교육 및 지원을 통해 지속가능경영 관련 평균 점수를 향상시키는 것을 정량 KPI로 설정했습니다. 또한 파트너사의 문의에 적극 답변하고, 필요시 평가항목별 만점 기준을 안내함으로써 밸류체인 전반의 지속가능경영 수준 향상을 지원합니다. 영상출판물 신규 파트너사 선정 시에는 지류 사용이 많은 품목의 환경 영향을 최소화하고자 FSC 인증 획득 여부와 Soy-Ink 사용을 주요 기준으로 삼고 있습니다. 또한 기업 신용평가 보고서를 활용한 지속가능성 평가를 연 1회 실시하고 있습니다.

| 파트너사 평가기준 상 지속가능경영 관련 지표 및 가중치

지표	가중치
지속가능경영 관련 평가 지표	38%
품질방침 & 윤리선언	3%
ISO 9001	3%
ISO 14001	3%
지속가능경영 전략 추진	8%
MSDS	5%
유해물질검사	3%
진동 낙하검사	3%
PL보험	5%
사고 발생	— ⁵⁾
사고 대응력	5%

파트너사 사후 평가 프로세스 도입

하이브는 파트너사 관리 체계의 정량화 및 시스템화를 추진하며 향후 파트너사 사후 평가 체계를 구축할 예정입니다. 과업 종료 후 품질 관리, 사고 통제 등 수행 성과에 대한 평가를 실시하고, 그 결과를 차기 파트너사 선정 시 주요 기준으로 활용할 계획입니다.

파트너사 동반성장

파트너사 동반성장 지원 제도 추진

하이브는 파트너사의 지속가능경영 수준 제고를 위해 파트너사 ESG 지원 프로그램을 추진할 예정입니다. 맞춤형 ESG 지표 개발을 비롯해 ESG 교육, 역량진단, 컨설팅 등 다양한 방식으로 파트너사의 지속가능경영 역량 강화를 지원할 계획입니다.

파트너사 리스크 관리 강화

하이브는 파트너사 선정 과정에서 사회적, 문화적, 윤리적 부정 이슈 및 오너 리스크 등 다양한 위험 요소를 점검하고 있습니다. 이는 하이브의 경영 철학 및 고객(팬), 주주 등 주요 이해관계자의 가치와 충돌할 가능성을 사전에 식별하기 위함입니다. 점검 결과를 바탕으로 파트너사와의 계약 여부를 결정하며, 계약 체결 시에는 개선 필요 사항과 유의사항을 함께 안내해 지속가능한 협력 관계를 구축하고 있습니다.

파트너사 고충처리 채널 운영

하이브는 파트너사가 불공정거래 행위 등으로 인한 고충을 익명 또는 실명으로 제보할 수 있도록 ‘레드휘슬’ 제보 채널을 운영하고 있습니다. 2024년에는 총 4건의 고충이 접수되었으며, 4건 모두 처리 완료했습니다. 향후 구매 담당 부서가 주축이 되어 파트너사를 대상으로 만족도 조사를 실시할 계획입니다.

지역사회 공헌

하이브는 아티스트와 협업하는 국내 및 글로벌 캠페인을 비롯한 문화예술 관련 사회공헌 활동을 진행함으로써 긍정적인 영향력을 확산하고 지역사회와 상생하고자 합니다.

아티스트 협업 기반 사회 공헌

방탄소년단의 LOVE MYSELF

빅히트 뮤직과 방탄소년단은 2017년부터 유니세프한국위원회와 ‘LOVE MYSELF’ 캠페인을 진행하며 전 세계의 아동청소년에게 스스로를 사랑하라는 희망과 용기의 메시지를 전하고 있습니다. 아동청소년 폭력 근절 캠페인 ‘#ENDviolence’를 지지하고 앨범 및 상품 수익금을 기부하고 있으며, UN 총회 연설 등 다양한 채널을 통해 선한 영향력을 전하고 있습니다. LOVE MYSELF 캠페인은 유니세프 ‘인스파이어 어워즈’에서 ‘통합 캠페인과 이벤트 부문 최우수 캠페인 상’을 수상했으며, 2021년 하이브, 유니세프한국위원회, 유니세프 본부 간의 글로벌 3자 협약으로 확대되었습니다.

또한 2024년 글로벌 재협약 체결 후 캠페인의 두 번째 파트로 전 세계 아동청소년의 마음 건강을 위한 유니세프의 ‘#OnMyMind 이니셔티브’를 지원하고 있습니다. 그 일환으로 2024년 4월 마음 상태를 엽서에 적어 표현하는 ‘오늘의 마음 릴레이’ 이벤트를 진행해 마음 건강은 자신의 마음을 용기 있게 표현하고 서로의 마음을 인정하는 것에서 시작됨을 전달했습니다.

빅히트 뮤직과 방탄소년단은 유니세프 아동보호사업의 가장 큰 민간 파트너로, 캠페인 후원금은 글로벌 아동보호 기금(Global Thematic Child Protection Fund)을 통해 전 세계 아동 보호를 위해 사용되고 있습니다.

- 2017.11
LOVE MYSELF 캠페인 공식 출범
- 2018.09
UN 총회 Generation Unlimited 행사 초청 및 연설
- 2020.09
제74회 UN 총회 특별연사 초청연설
- 2021.10
유니세프 ‘2021년 세계아동현황 보고서’ 성공사례로 수록
- 2024.01
LOVE MYSELF 캠페인 글로벌 재협약 체결
- 2024.04
‘오늘의 마음 릴레이’ 이벤트 진행



| LOVE MYSELF 캠페인 주요 성과

유니세프의 아동보호사업의
최대 민간 파트너로

전 세계 아동보호에 기여

아동청소년 폭력 근절을 위한
#ENDviolence
아동청소년 마음 건강을 위한
#OnMyMind
메시지 확산

LOVE MYSELF 캠페인
누적 기부금

91.8억 원

(2017년 11월~2025년 6월)

CREATE POSSIBILITIES WITH
THE COMMUNITY

THINK FORWARD FOR
FAN'S LIFESTYLE

OUR PERFORMANCE

LEAD
INDUSTRIES BY
THE STANDARD

80
기후변화 대응

83
이사회 및 위원회

85
주주친화 경영

86
윤리경영 및 컴플라이언스

89
통합 리스크 관리

구성원 자전거 이용 편의 제고	• 자전거 전용 주차장 마련
구성원 친환경 차량 이용 유도	• 용산 사옥 내 9대 규모 전기차 충전 시설 운영 • 정기 주차 추첨 시 친환경 차량 이용 구성원에게 주차구역 우선 배정
친환경 법인 차량 확대 추진	• 2024년 기준 전체 법인 차량 107대 중 친환경 차량 7대 (6.5%) 보유 • 친환경 차량으로 전환 시 내연기관 차량 대비 지원 금액을 확대하는 내부 정책 운영

기후변화 대응

온실가스 인벤토리 구축

하이브는 기후위기 대응의 중요성을 인식해 매년 온실가스 배출량을 측정해 관리하고 있습니다. Scope 1 및 Scope 2 온실가스 배출량은 재무통제를 기준으로 조직 경계를 설정했으며, 산정 방법과 데이터의 신뢰성을 확보하기 위해 제3자 검증을 완료했습니다. 더불어 기업 활동 전반의 환경 영향을 보다 포괄적으로 관리하고자 Scope 3 배출량을 산정하고 있습니다. 하이브는 앞으로도 배출 활동과 실적을 모니터링하고 관리 전략을 고도화하는 등 기후변화 대응과 온실가스 감축을 위한 노력을 지속해 나갈 예정입니다.

산정 범위

Scope 1 및 Scope 2 배출량은 하이브의 재무적 통제 하에 있는 법인을 기준으로 산정되었으며, 연결 재무제표에 포함된 자회사, 손자회사 및 그 하위 회사들이 모두 포함(대한민국, 일본, 미국, 중국, 멕시코)됩니다. Scope 3 배출량은 하이브 별도 기준으로 Category 1, 2, 3, 4, 5를 산정했습니다.

2024년 온실가스 배출량¹⁾

| Scope 1, 2(직·간접 배출량)

구분		배출량
국내	직접배출(Scope 1)	고정연소 1,405
		이동연소 691
	간접배출(Scope 2)	4,522
	합계	6,618
해외	직접배출(Scope 1)	고정연소 218
		이동연소 20
	간접배출(Scope 2)	959
	합계	1,196
총합		7,814

하이브IM 게임 서비스 에너지 효율 제고

하이브IM은 게임 서비스 전반에 걸쳐 에너지 효율을 제고하고, 환경 영향을 최소화하기 위한 기술적 노력을 지속하고 있습니다. 각 게임 특성에 따라 맞춤형 에너지 절감 기능을 도입함으로써, 지속가능한 게임 운영 환경을 구축해 나가고 있습니다.

‘리듬하이브’는 일정 시간 무조작 시 자동으로 대기 모드로 전환되는 기능을 통해 불필요한 전력 소모를 줄이고 있으며, ‘인더섬 with BTS’와 ‘퍼즐 세븐틴’은 사용자 설정을 통해 그래픽 품질을 조정할 수 있도록 설계되어, 저사양 옵션을 활용한 에너지 사용 저감이 가능합니다.

향후 출시 예정인 ‘아키텍트: 랜드 오브 엑자일’에 저전력 모드를 기본 탑재했으며, 해당 기능을 통해 게임 플레이 중 전력 사용량을 실질적으로 줄일 수 있도록 설계하고 있습니다. 또한 비접속 모드를 통해 기기 종료 상태에서도 서버 기반의 플레이가 유지되도록 지원함으로써 에너지 효율성과 이용자 편의성을 동시에 확보하고 있습니다. 하이브IM은 향후 출시되는 게임에도 에너지 절감 기능을 단계적으로 확대 적용할 계획입니다.

| Scope 3(기타 간접 배출량)

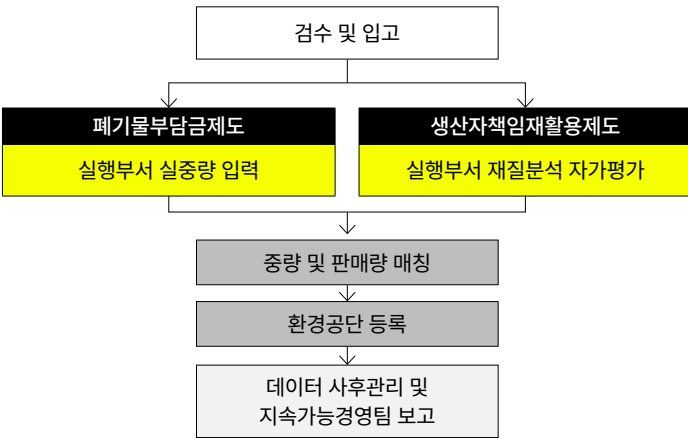
구분	배출량
Category 1(구매 제품 및 서비스)	9,023
Category 2(자본재)	662
Category 3(연료 및 에너지 관련 활동)	742
Category 4(업스트림 운송 및 유통)	857
Category 5(사업장 내 발생 폐기물)	39
합계	11,323

1) 모든 값은 소수점 첫째 자리에서 반올림하여 정수로 표기함

환경 법규 대응 시스템 구축 및 운영

하이브는 제품의 기획, 생산, 판매의 전 과정에서 국내외 환경 관련 법령을 준수하기 위해 대응 체계를 구축하고 있습니다. 특히 앨범 CD 및 공식상품에 사용되는 플라스틱의 경우 폐기물부담금제도²⁾의 적용을 받으며, 플라스틱 CD 케이스, 수축비닐 등의 앨범 포장재와 공식상품 포장재의 경우 생산자책임재활용제도(EPR, Extended Producer Responsibility)³⁾에 대응할 의무가 있습니다. 이에 따라 하이브와 국내 전 레이블⁴⁾의 앨범 및 공식상품 내 플라스틱 사용량, 포장재의 재활용 용이성 등급 및 사용량 등을 중점적으로 모니터링하고 있으며, 폐기물부담금과 EPR 부담금을 성실히 납부하고 있습니다. 또한 사후적인 데이터 취합에서 나아가, 모든 제품군에 대한 법적 요구사항에 선제적, 실시간으로 대응할 수 있도록 관련 시스템을 고도화하고 있습니다.

| 폐기물부담금제도 및 생산자책임재활용제도 대응 절차



2) 재활용이 어렵고 폐기물 관리상 문제가 발생할 수 있는 제품·재료·용기 제조업자 또는 수입업자에게 폐기물 처리에 드는 비용을 부담하도록 하는 제도
3) 제품 생산자에게 제품·포장재의 폐기물 재활용 의무를 부여하고, 미이행 시 재활용 비용 이상의 부과금을 생산자에게 부과하는 제도
4) 빅히트 뮤직, 플레디스 엔터테인먼트, KOZ 엔터테인먼트, 쏘스뮤직, 빌리프랩, 어도어

기후변화 대응

CASE

올림픽 팀코리아 응원봉 제작

하이브는 2024년 파리올림픽을 맞아 대한민국 선수단을 응원하기 위해 대한체육회와 협업한 팀코리아 공식 응원봉 ‘오피셜 디지털 플래그’를 제작했습니다. 오피셜 디지털 플래그는 일회성 응원 도구의 환경적 영향을 고려해, 기존 일회용 플라스틱 국기를 디지털화함으로써 응원 도구의 재사용 필요성을 제시했습니다. 교체형 건전지를 사용하는 고내구성 설계와 재사용이 가능한 구조를 통해 플라스틱 폐기물 발생을 최소화했습니다. 응원봉은 올림픽 개막 시 대한민국 선수단의 입장 뿐만 아니라 선수들을 응원하는 데 사용되어, 대중문화와 스포츠를 연결하는 새로운 응원 문화를 제시했습니다. 이는 엔터테인먼트와 스포츠가 ‘팬’과 ‘응원’이라는 핵심 속성을 공유함을 기반으로 한 결과물로, 하이브는 앞으로도 글로벌 팬덤 플랫폼과 콘텐츠 제작 역량을 기반으로 다양한 문화적 경험을 제공하고, 그 환경적 영향을 고려할 것입니다.

| 팀코리아 응원봉 '오피셜 디지털 플래그'



CASE

생물다양성 보존 활동(에코빌리지 프로젝트)

하이드는 환경재단과 협력해 방글라데시의 연안 지역에 망그로브 숲을 조성하는 에코빌리지 프로젝트를 진행하고 있습니다. 망그로브 식재는 이산화탄소를 흡수하고 생물다양성을 증가시키며, 파도에 대한 장벽으로 기능해 조류 상승으로 인한 피해를 방지합니다. 더불어, 숲에서 파생된 생태계 자원은 기후위기에 취약한 지역 주민들의 경제적 자립에 기여합니다. 2024년에는 토양 및 물의 상태, 망그로브 식생 계획 등에 따라 적합한 망그로브 종을 선정해 134,604그루를 식재했습니다. 또한 식재지 보호를 위해 울타리를 설치하고, 태풍 Remal의 영향으로 파손된 울타리와 표지판을 복구했습니다. 2023년부터 2025년까지 연 100,000그루, 총 300,000그루 이상의 나무를 식재했으며, 매년 약 21,300톤¹⁾의 탄소를 흡수할 것으로 기대됩니다. 또한 방글라데시 Sher-e Bangla 농업대학교 Kazi Ahsan Habib 교수와 협력해 진행한 생물종다양성 연구 결과, 에코빌리지 지역의 숲이 성숙해지고 식물의 크기가 커지며 다양한 생물 종에게 서식지를 제공하고 있음을 확인했습니다.

| 2023년 대비 2024년 식재목 성장 비교



- 1) 맹그로브가 20년 생장한 시점의 생장량 기준 추정치, 지상부 바이오매스의 연간 생장량, 뿌리함량비, 팔엽수종의 탄소전환계수를 기반으로 산정됨
- 2) 2025년 2월 누적 기준 식재한 목목 및 씨앗의 총계
- 3) 맹그로브 식재지인 Khulna의 Dacope 인근 마을 거주 주민 수

지역 주민 역량강화 및 지역사회 여건 개선

2024년 ‘세계 숲의 날’과 ‘국제 맹그로브 생태계 보존의 날’을 맞아 지역 주민을 대상으로 기념행사를 개최했으며, 지역 커뮤니티와 학교를 대상으로 맹그로브 서식지 보존의 중요성에 대한 교육을 실시했습니다. 이러한 활동을 계기로 자연 보호에 자발적으로 참여하는 주민들이 증가했고, 불법 벌목과 지속 불가능한 어획이 감소하는 등 식재 지역 보호 노력이 강화되었습니다.

꾸준한 나무 식재 및 식재지 보호 노력의 결과, 맹그로브 묘목장 운영, 양봉, 맹그로브 피를 및 차 생산, 니파 당밀 채취 등 다양한 수입원이 창출되었으며, 생물 종다양성 증대로 어류, 갑각류, 조개류 등 어업 자원도 증가하여 지역사회 경제에 긍정적인 영향을 미쳤습니다. 또한 맹그로브는 사이클론, 토양 침식, 홍수 등 환경 위험에 대한 완충지대 역할을 하며 지역 주민의 생계 공간을 보호하는 데 기여했습니다.

| 진행 프로세스

- 
- **사이트 선정**
 - 현 식생 관찰 및 이전식생 조사
 - 토지 적합성 요건 검토
 - **토지 준비**
 - 현지 지역사회와 협약 체결
 - 잡초, 침입종, 잔해, 폐기물 제거
 - **울타리 작업**
 - 가축 파괴 방지용 울타리 설치
 - **식재**
 - 3년간 약 30만 그루 식재
 - **모니터링**
 - 지속적인 손실을 모니터링 및 해결

| 지역사회 교육



| 에코빌리지 프로젝트 주요 성과

식재 나무 수²⁾

339,660 그루

수혜 인원³⁾

500가구 2,010명

이사회 및 위원회

하이브는 다양한 분야의 전문가들로 이사회를 구성해 운영하고 있습니다. 투명한 지배구조를 구축하고 이사회 내 전문 위원회를 운영함으로써 안정적이고 전문적인 경영 활동을 추진하고 있습니다.

이사회 구성 및 운영

하이브는 정관 33조에 따라 전체 이사회 구성원의 과반수 이상을 사외이사로 선임하고 있습니다. 2024년 12월 말 기준 사 외이사는 이사회 구성원 9명 중 5명으로, 과반수 이상을 차지하고 있습니다. 상법 시행령 제34조에 따라 사외이사는 하이 브를 포함한 겸직을 2개 이하로 제한하고 있으며, 하이브는 ‘이사의 타 회사 임원 겸임’에 관한 사항을 이사회 결의사항으 로 정해 타 기업 겸임 전 이사회의 사전 승인을 거치도록 합니다. 2024년에는 총 21회의 이사회가 소집되었으며, 관련 자 료는 이사회 개최 이전에 제공하고 필요한 경우 관련 구성원이 참석해 안전에 대한 이해를 돕고 있습니다. 총 89건의 안전 이 결의되었으며, 이사 참석률은 91%를 기록했습니다.

이사회 다양성 및 전문성

하이브는 다양성 및 전문성을 고려해 이사회를 운영하고 있습니다. 2025년 3월 여성 사외이사 1인을 신규 선임함으로써 여성 사외이사 수가 2인으로 늘어나, 이사회의 다양성이 한층 강화되었습니다. 또한 법률 및 리스크 관리, 커뮤니케이션· 이해관계자 대응, 환경·지속가능경영 등의 역량을 갖추고 있는 사외이사를 선임함으로써 이사회 내 전문성을 다각화했습 니다.

이사회 역량구성표(Board Skills Matrix) (2025년 3월 기준)									
구분	방시혁	이재상	Scott Samuel Braun	김병규	이상승	백승주	박영호	이미경	조원경
법률 및 리스크 관리				○					○
기업경영·투자	○	○	○	○			○		
회계·재무						○			
산업·경제	○	○	○		○				
기술							○		
커뮤니케이션·이해관계자 대응	○	○	○			○		○	
환경·지속가능경영					○			○	

이사회 구성 현황 (2025년 3월 기준)					
구분	성명	성별	직책	주요경력	재임기간
사내이사	방시혁	남	이사회 의장	현) 하이브 이사회 의장 전) JYP Ent. 공동 창업	20년 1개월
	이재상	남	CEO	현) 하이브 CEO 전) 하이브 CSO 전) 구글 GCAS 글로벌 BM 전) 현대자동차 마케팅광고 그룹장 전) 모니터그룹 전략컨설턴트	6년 5개월
	Scott Samuel Braun	남	HYBE AMERICA CEO	현) HYBE America CEO 전) Scooter Braun Projects 설립	3년 10개월
기타 비상무이사	김병규	남	-	현) 넷마블 대표이사 전) 삼성물산 전) 법무법인 서정	4년 11개월
사외이사	이상승	남	내부거래위원회 위원장	현) 서울대학교 경제학부 교수 현) 아시아 태평양 경쟁커뮤니티(APCC) 공동회장 전) 서울대학교 경제학부 학부장 전) 현대자동차 사외이사 전) 한국산업조직학회 회장 전) 국민경제자문위원회 자문위원	-
	백승주	남	감사위원회 위원장	현) 국립 순천대학교 석좌교수 현) 사단법인 푸른아시아 기획이사 전) ADBI(아시아개발은행연구원) 부원장 전) 기획재정부 기획조정실장 전) 기획재정부 재정혁신국장 전) 자치분권위원회 재정분권국장 전) OECD(경제협력개발기구) 선임 정책분석관	-
	박영호	남	보상위원회 위원장	현) 라구나인베스트먼트 대표이사 전) 조이시티 CIO 전) 조이시티 대표이사 전) 엔드림 대표이사 전) 네시삼십삼분 대표이사 전) 네시삼십삼분 CIO 전) 한국투자파트너스 심사역	4년 1개월
	이미경	여	지속가능경영위원회 위원장	현) 환경재단 대표 현) ESG 리더십과정 주임교수 현) 수소경제위원회 위원 현) 탄소중립위원회 위원 전) 기후변화 리더십과정 주임교수 전) 4차산업혁명 리더십과정 주임교수	3년 1개월
	조원경	여	사외이사후보추천위원회 위원장	현) 성균관대 법학전문대학원 전임교수 부교수 전) K&C 법률사무소 변호사 전) 고려대 법학전문대학원 겸임교수 전) 수원지방법원 성남지원 부장판사 전) 대법원 재판연구관 전) 부산지방법원 서부지원 부장판사 전) 서울동부지방법원 판사	-

이사회 및 위원회

이사회 내 전문 위원회 운영

하이브는 정관 및 이사회 운영 규정에 따라 이사회 내 전문 위원회를 구성해 운영하고 있습니다. 관련 전문성 및 경력을 갖춘 이사로 감사위원회, 사외이사후보추천위원회, 내부거래위원회, 지속가능경영위원회, 보상위원회를 구성하고 있으며, 이사회 전일 각 위원회를 개최해 관련 안건을 사전 논의합니다.

이사회 내 전문 위원회 구성 (2025년 3월 기준)		
구분	역할	구성 현황
감사위원회	이사 및 경영진의 업무 감독 및 재무현황과 내부통제를 포함한 회사 업무 전반 감사	사외이사 3인: 백승주(위원장), 조원경, 박영호
사외이사후보추천위원회	사외이사 후보의 역량 등을 검증한 후 주주총회에 추천	사외이사 3인: 조원경(위원장), 이상승, 백승주
내부거래위원회	특수관계인 간의 내부거래 투명성 검토 및 승인	사외이사 3인: 이상승(위원장), 조원경, 박영호
지속가능경영위원회	회사의 환경, 사회, 지배구조에 관한 정책과 주요 사항 심의 및 지속가능경영의 전략적 추진	사외이사 2인: 이미경(위원장), 이상승 사내이사 1인: 이재상
보상위원회	등기이사 보수의 한도, 등기이사에 대한 보상체계 검토 및 심의	사외이사 3인: 박영호(위원장), 백승주, 이미경

사외이사 대상 교육 실시

하이브는 정기적인 교육 제공을 통해 사외이사의 역량 강화를 지원합니다. 2024년 6월에는 사외이사를 대상으로 상장회사협의회 주관 교육을 진행했습니다. 상장회사 사외이사의 직무 관련 주요 역할과 법적 책임 등 실무사항을 점검하고, 사외이사 직무교육 과정을 제공했습니다.

이사회 보상

하이브는 보상위원회를 통해 개별 사내이사(의장 및 대표이사)의 보상제도를 설계하고 매년 기본연봉 및 성과급에 대한 승인을 받고 있습니다. 보상위원회는 사외이사 3인으로 구성되어, ‘Pay for Performance’라는 하이브의 보상철학을 기반으로 주주의 이익을 연계하는 방향의 공정한 평가를 진행하고 있습니다.

전문경영인 체제

하이브는 투명한 지배구조를 구축하기 위해 이사회 중심의 전문경영인 체제를 운영하고 있습니다. 기업의 투명성과 효율성을 높이기 위해 대표이사와 이사회 의장을 분리했으며, 기업경영 역량을 갖춘 전문가를 대표이사로 선임했습니다. 2024년 9월 선임된 이재상 대표이사는 창업자인 방시혁 의장과 친인척 관계가 아니며, 독립적인 의사결정을 진행할 수 있는 환경에서 경영 활동을 이끌고 있습니다.

최고경영자 승계 규정 제정

하이브는 변화하는 경영 환경에 효과적으로 대응할 수 있는 전문 역량을 가진 핵심 인재를 육성하기 위해 2024년 최고경영자 승계 규정을 마련해 경영의 안정성과 지속성을 확보하고자 했습니다. 최고경영자 승계 규정은 이사회의 주도 하에 진행되는 경영 승계 절차 및 최고경영자 자격 요건을 명시하고 있습니다. 해당 규정을 기반으로 최고경영자 후보군 육성을 위한 체계적인 교육 프로그램이 운영되며, 매년 성과 및 역량 피드백을 진행해 후보군을 관리하고 있습니다.

주주친화 경영

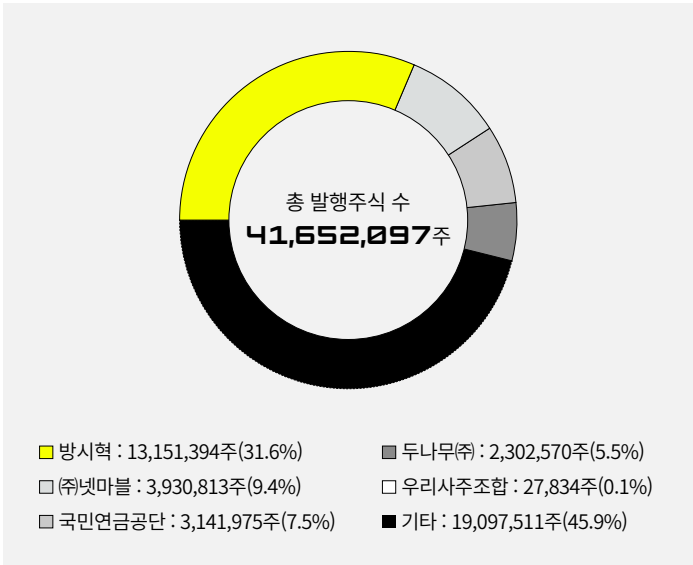
하이브는 정기주주총회를 개최하고 재무·비재무 정보를 공시해 기업의 주요 정보를 제공합니다.
또한 주주환원 정책을 수립해 중장기 배당을 실행하며 주주가치를 제고하고 있습니다.

주식 및 자본구조

하이브는 정관 제27조에 따라 1주당 1의결권을 보장하고 있습니다. 2024년 12월 31일 기준 발행주식의 총수는 41,652,097주입니다.

| 주주 현황

(2024년 12월 31일 기준)



| 소액주주 현황

(2024년 12월 31일 기준)

구분	소액주주	전체 주주	소액주주 비율
주주 수	182,446명	182,478명	99.99%
소유주식 수	18,025,597주	41,652,097주	43.28%

주주환원 정책 수립

하이브는 2023년 2월 매년 연결 지배주주순이익의 30% 범위 내에서 주주환원을 수행하겠다는 중장기 주주환원 정책을 수립했습니다. 해당 정책은 2023 회계연도부터 2025 회계연도까지 적용되며, 이후에도 유지될 예정입니다. 이에 따라 2024년에는 결산 기준 지배주주순이익의 27%인 주당 60원을 배당으로 지급하고, 지배주주순이익의 62%인 주당 140원을 특별배당으로 더해 주당 200원, 총 83억원 규모의 현금배당금을 지급했습니다(주주환원 정책 목표 대비 이행률 297%). 이외에도 배당 예측 가능성을 제고하기 위해 이사회 결의로 배당기준일 이전에 배당액 공시를 진행하는 등, 주주가치 제고를 위해 노력을 기울이고 있습니다.

주주 권익 보호 제도

하이브는 매분기 경영설명회를 개최해 주요 경영 정보를 투명하게 제공하고 있습니다. 경영설명회를 통해 연도 및 분기별 잠정실적, 회사의 비전, 신사업계획, 중장기 성장전략 등의 정보를 공유하며, 온라인 스트리밍 및 국·영문 통역 서비스와 녹음 파일을 제공해 주주의 다양성 및 투자자의 편의를 고려하고 있습니다. 또한 2021년 정기주주총회부터 전자투표제도와 전자위임장을 도입해 주주 편의를 증진했습니다. 우편, 전자우편, 인터넷 홈페이지 등 다양한 방법으로 의결권을 행사할 수 있도록 함으로써 주주총회 참석이 불가한 경우에도 의결권을 보장하고 있습니다.

| 전자투표 의결권 행사 현황

개최일자	회사	행사 의결권	행사 비율
2021.05.14	임시주주총회	2,996,349주	8.4%
2021.12.16	임시주주총회	3,814,248주	9.8%
2022.03.30	제17기 정기주주총회	4,541,771주	11.0%
2023.03.30	제18기 정기주주총회	1,477,048주	3.6%
2024.03.29	제19기 정기주주총회	9,695,521주	23.3%
2024.09.12	2024년 제1차 임시주주총회	7,225,067주	17.4%
2025.03.31	제20기 정기주주총회	8,151,430주	19.6%

우리사주조합 설립

하이브는 2020년 8월에 우리사주조합을 설립해 조합에 가입한 구성원을 대상으로 1,132,518주를 우리사주조합 주식으로 분배했습니다. 분배 당시 전체 조합원의 99%에 해당하는 814명의 구성원에게 주식이 배분되었습니다. 2021년 9월에 우리사주 의무예탁기간이 종료됨에 따라 인출이 진행되었으며, 2024년 말 기준 27,834주가 남아 최초 분배주식의 98%가 인출되었습니다.

충실한 기업 공시

하이브는 다양한 채널을 통해 기업 정보를 충실하게 공시하고 있습니다.

법률에 따른 재무정보 공시	- 자본시장 및 유통증권시장 규정을 준수한 충실한 재무 및 비재무 정보 공시 - 지배구조 관련 업무 처리 방식 및 절차 공개 - 홈페이지 및 DART, KIND 등 공시 시스템 상 정관·이사회 활동 현황 게재
지속가능경영 보고서 공시	2024년 세 번째 지속가능경영보고서 발간 - 하이브의 지속가능경영 방향성 및 성과, 향후 추진 계획 공개 - 이중 중대성 평가 기반 하이브에 가장 중대한 영향을 미치는 지속가능경영 이슈 식별
적법한 세무 관리	- 국내·외 조세 법규 준수, 성실한 납세 의무 수행 및 관련 정보 공시 - 거래 시 세무 리스크 사전 예방 노력 및 세무 리스크 발생 시 외부 전문가의 자문을 통한 대응

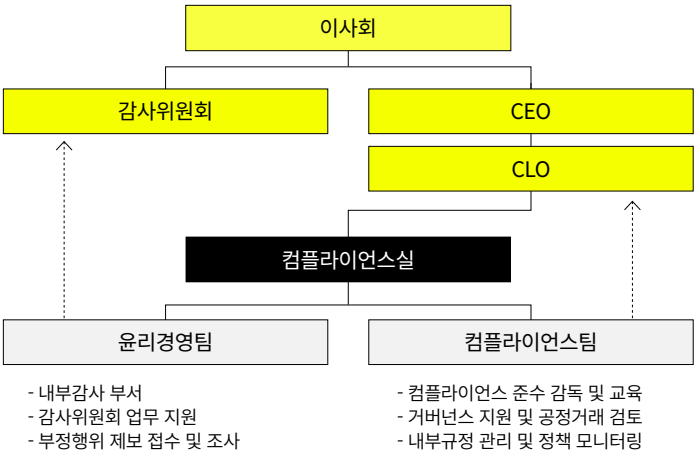
윤리경영 및 컴플라이언스

하이브는 CLO 산하에 컴플라이언스실을 신설해 윤리·준법경영 거버넌스를 강화했으며, 지속가능경영의 근본이 되는 윤리헌장을 제정하고 윤리강령을 재정립해 적용하고 있습니다. 하이브가 사업을 영위하고 있는 국가별 법규를 철저히 준수하고, 불공정거래 및 부정경쟁을 방지하고자 노력합니다.

윤리·준법경영 거버넌스

하이브는 감사위원회를 설치하여 운영하고 있는 한편, 윤리·준법경영을 강화하기 위해 CLO 산하에 컴플라이언스실을 신설하고, 하위에 윤리경영팀과 컴플라이언스팀을 운영하고 있습니다. 윤리경영팀은 감사위원회 지원 업무와 내부감사 업무를 담당하며, 회사의 경영활동이 관련 법규 및 내부 규정을 준수하는지 점검하고, 재무·회계 보고의 정확성을 확보해 자산보호와 업무 효율성 제고에 기여합니다. 또한 부정행위 제보 접수·조사 등의 업무를 통해 기업의 투명성과 신뢰도를 높이고 있습니다. 컴플라이언스팀은 법규와 윤리 기준 준수를 관리·감독하고, 법적 리스크를 체계적으로 관리함으로써 회사의 지속가능한 성장을 지원합니다. 관련 법규의 해석 및 적용, 구성원 대상 교육, 사내 규정 관리 등을 통해 법률 위반 리스크를 사전에 탐지하고 예방하는 역할을 수행합니다.

| 윤리·준법경영 조직 체계



윤리헌장 제정 및 윤리강령 재정립

하이브는 윤리경영에 대한 철학과 의지를 담은 윤리헌장을 제정하고, 윤리헌장을 실천하는 데 필요한 판단 기준과 행동 원칙을 반영하여 윤리강령을 재정립했습니다. 윤리헌장과 윤리강령은 이해관계자 존중, 제반 법규 및 규정 준수, 정직한 업무 수행, 사회적 책임 이행 등 모든 구성원이 준수해야 할 보편 타당한 윤리적 원칙을 담고 있습니다. 이는 하이브를 포함한 자회사 및 계열회사의 모든 구성원에게 적용되며, 협력·거래관계에 있는 이해관계자에게도 이를 존중할 것을 권장하고 있습니다.

| 하이브 윤리헌장

회사의 약속

이해관계자를 존중하고 동반성장을 추구하며, 팬에게 다양한 경험을 제공합니다.

- 구성원과 아티스트의 창의성·전문성을 높일 수 있도록 지원합니다.
- 파트너사를 동반자로 여기고, 상생협력을 추구합니다.
- 최고의 콘텐츠를 통해 팬에게 감동을 전합니다.

구성원의 다짐

원칙을 지키며, 정직하게 행동합니다.

- 제반 법령과 규정을 준수합니다.
- 합리적이고 공정하게 행동하며, 올바르게 업무를 처리합니다.
- 다양성을 포용하며, 상대방을 존중하고 배려합니다.

공동의 노력

주주와 투자자의 권익을 보호하고, 사회의 지속가능한 미래를 지향합니다.

- 주주친화 경영을 통해 기업가치를 제고하고, 경영성과를 투명하게 공시합니다.
- 공정한 경쟁을 통해 건전한 산업 생태계 발전을 도모합니다.
- 환경을 보호하고, 사회적 책임을 다하기 위해 노력합니다.



하이브 윤리강령

구성원 윤리서약 실시

하이브는 부패 및 뇌물수수 방지 등 윤리적 행동 원칙을 규정한 구성원 윤리서약을 제정했으며, 건전한 기업문화를 조성하기 위해 전 구성원을 대상으로 해당 내용을 숙지하고 준수할 것을 약속하는 실천서약서를 징구하고 있습니다. 아울러 구성원의 가치 판단 기준으로 작용하는 ‘구성원 존중행동규범’에도 선물과 접대 제한, 사적 이익 추구 금지 등 부패 방지 원칙이 포함되어 있습니다.

| 하이브 윤리서약

1. 본인은 맡은 바 업무에 있어 정직하고 공정한 자세로 임할 것이며, 회사의 경영이념과 이익에 반하는 행위를 하지 않겠습니다.
2. 본인은 업무 수행 시 회사의 윤리 강령을 포함한 회사 사규 및 관련 법령을 준수함은 물론 어떠한 불공정 거래, 부정·비리행위, 문서·계수의 조작 및 허위 보고를 하지 않겠습니다.
3. 본인은 회사의 유·무형의 자산을 사적으로 사용하지 않으며, 회사의 규정, 규칙, 관련 법령에 어긋나는 비용 집행을 하지 않겠습니다.
4. 본인은 직무와 관련하여 회사의 사전 승인없이 이해관계자로부터 또는 이해관계자에게 금품, 물품, 선물, 향응·접대 등을 제공, 요구, 취득하지 않겠습니다.
5. 업무를 수행함에 있어 이해관계자로부터 비윤리적인 행위를 제안 받거나, 구성원의 비윤리 행위를 인지한 경우에는 즉시 회사의 윤리경영 담당조직에 신고하겠습니다.
6. 본인이 업무를 투명하고 공정하게 처리하였다는 것과 업무처리 과정에서 회사의 윤리 강령 등을 위반하지 않았다는 점을 밝히기 위해 회사에서 요청할 경우 요청하는 자료 (불공정 거래 및 부정·비리 행위를 조사하는데 필요한 자료) 제출에 적극적으로 협조하겠습니다.
7. 본 서약을 위반할 경우에는 회사가 정한 징계규정에 따른 어떠한 처벌도 이의 없이 따르며, 민·형사상 법적 책임도 감수하겠습니다.

| 구성원 존중행동규범 내 윤리 관련 원칙

- 직업윤리 준수
- 기밀 정보 유지
- 건전한 업무 관계 조성
- 파트너 존중
- 공정한 계약
- 선물과 접대 제한
- 사적 이익 추구 금지
- 회사 자산 사용 시 유의

윤리경영 및 컴플라이언스

파트너사 윤리실천협약 체결

하이브는 계약 체결 시 모든 파트너사로부터 윤리실천협약서를 수령하고 있습니다. 하이브와 파트너사 간의 상호 윤리적 책임과 의무를 규정한 윤리실천협약서를 징구해, 건전하고 공정한 거래 질서 확립 및 윤리적이고 투명한 기업문화 정착을 위해 노력하고 있습니다.

| 윤리실천협약에 기재된 하이브와 파트너사의 의무

하이브의 의무

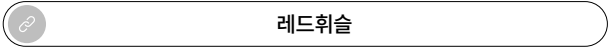
- 구성원으로 하여금 본건 거래 관련 협의를 진행함에 있어 ‘파트너사’를 비롯한 이해관계자와 관련하여 공정하고 객관적인 업무로 신뢰관계를 유지하고, 본 윤리실천협약, 관련 법령 및 하이브의 근무규정 등을 준수하도록 노력합니다.
- 구성원으로 하여금 직무와 관련된 중요정보 및 자료를 개인 또는 제3자의 이익 등을 위해 사적으로 이용하지 않으며, 직위를 남용하여 파트너사에게 부당한 거래조건을 강요하는 등의 부적절한 행위를 하지 않습니다.
- 어떠한 명목으로도 파트너사에게 청탁, 부당한 요구 등 일체의 불법 및 비윤리적인 행위를 금하며, 유사 요구에 응하지 않습니다.

파트너사의 의무

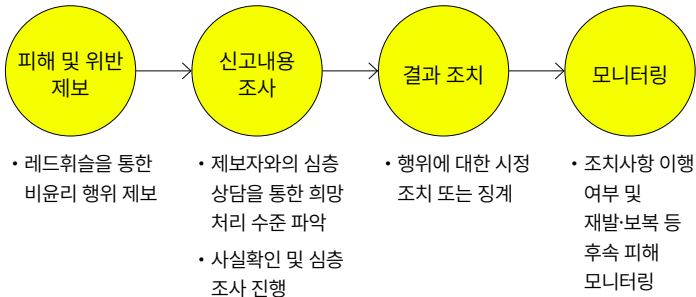
- 파트너사의 구성원은 하이브와 본건 거래 관련 협의를 진행함에 있어 투명하고 공정한 방식으로 관련 법령과 본 윤리실천협약을 준수합니다.
- 파트너사는 입찰가격의 유지 또는 낙찰을 위한 담합을 하거나 다른 업체와 협정, 결의, 합의하여 자유경쟁을 부당하게 저해하는 일체의 불공정한 행위를 하지 않습니다.
- 파트너사의 구성원은 하이브 구성원에게 위에서 정한 청탁, 부당한 요구 등 일체의 불법 및 비윤리적인 행위를 하지 않습니다.
- 파트너사가 본 윤리실천협약을 위반했거나 위반의 소지가 있다는 합리적인 의심이 드는 경우 하이브는 파트너사 측에 관련 자료들을 요청할 수 있고 파트너사는 해당 자료를 요청일로부터 5영업일 이내에 하이브에 제공하고 조사에 협조하는 것으로 합니다.
- 하이브의 구성원이 위의 내용을 위반하는 경우, 파트너사는 웹사이트, 이메일 또는 우편을 통하여 하이브에 제보하기로 하고, 하이브는 이러한 제보를 접수한 자와 관련된 내용을 기밀로써 유지하기로 합니다.

비윤리 행위 제보 및 제보자 보호 원칙

하이브는 내·외부 이해관계자를 위한 비윤리 행위 제보 채널을 운영하고 있습니다. 모든 이해관계자는 레드휘슬을 통해 윤리강령 위반, 불법·부정행위 등을 익명 또는 기명으로 신고할 수 있습니다. 제보 처리 절차와 담당 부서를 명시한 제보채널 운영 지침을 마련하고 있으며, 이에 따라 감사위원회가 제보채널의 총괄 책임 및 감독 역할을 수행하고, 제보 담당자는 운영 현황을 정기적으로 감사위원회에 보고합니다. 또한 해당 지침에 따라 제보자의 신분과 정보를 보호하며, 제보로 인한 불이익을 엄격히 금지하고 있습니다.



| 비윤리 행위 제보 프로세스



구성원 윤리 교육

하이브는 정규직, 계약직을 포함한 모든 구성원을 대상으로 윤리 교육을 실시하고 있습니다. 매년 직장 내 괴롭힘 방지, 성적 괴롭힘 예방 등의 법정 의무 교육을 실시하고, 신규 입사자 대상 구성원 준중행동규범 교육을 제공해 윤리의식을 강화하고 있습니다. 윤리 교육은 사내 영상 송출과 스마트 러닝 플랫폼을 활용한 규범 및 사례 제시 등 다양한 수단으로 제공됩니다. 2024년에는 대상자 2,128명 전원이 수료를 완료해, 수료율 100%를 달성했습니다.

윤리 의식 제고 활동

구성원 윤리경영 메시지 전파

하이브 CEO는 2024년 12월 온라인 타운홀 미팅을 통해 전 구성원에게 윤리경영과 관련한 향후 계획과 당부사항을 직접 전달했습니다. 윤리경영을 위해 추구하는 철학과 정신을 담은 윤리헌장 제정과 윤리헌장 실천을 위한 윤리강령 재정립 작업의 진행상황을 공유하며, 구성원의 적극적인 관심과 자발적인 동참을 요청했습니다.

파트너사 윤리 실천 안내

하이브는 연 1회 파트너사를 대상으로 윤리실천서약서에 기반해 하이브 윤리경영에 대한 안내 메일을 발송하고 있습니다. 해당 메일에서는 회사 또는 구성원의 비윤리적 행위 유형을 안내하고, 이로 인한 고충을 제보할 수 있는 채널을 함께 안내해 파트너사의 윤리경영 동참을 유도하고, 하이브 구성원의 부정행위 예방에 기여하고 있습니다.

광고 콘텐츠 표시 가이드라인 강화

하이브는 공정거래위원회의 「표시·광고의 공정화에 관한 법률」을 준수하기 위해, 2025년 1월 전 구성원을 대상으로 「광고 및 협찬 포함 콘텐츠 표시 가이드라인 v3.0」을 배포했습니다. 본 가이드라인은 공정거래위원회의 2024년 12월 개정 사항을 반영하고, 한국인터넷광고재단이 제시하는 기준에 따라 브랜드 협업 사례에 적용 가능한 고도화된 표시 기준을 포함하고 있습니다. 가이드라인 강화를 통해 하이브는 대외 콘텐츠 및 온라인 활동 시 준수해야 할 사항을 더욱 명확히 안내함으로써, 투명하고 신뢰할 수 있는 전사적 커뮤니케이션 기조를 유지하고 있습니다. 이를 통해 아티스트가 팬들과의 건강한 소통을 지속하는 동시에 법적 리스크를 예방하고, 기업 및 브랜드와 신뢰를 기반으로 한 협업을 안정적으로 이어갈 수 있도록 지원하고 있습니다.

윤리경영 및 컴플라이언스

준법 검토 프로세스

하이브는 법무부서 산하의 국내 및 해외법무 전담팀을 통해 외부 계약, 소송, 공문 등 각종 법률 사안을 검토하고 있습니다. 법적 이슈가 발생할 경우, 유관부서는 해당 안건을 법무부서와 공유하며, 법무부서는 이를 검토한 후 필요한 조치를 수행합니다. 특히 일정 금액 이상이거나 주요 사업과 관련된 계약의 경우, 해당 안건에 대해 IR팀 및 컴플라이언스팀의 검토를 거친 후 이사회의 결의를 통해 최종 승인됩니다. 사업 확장에 따라 매년 계약 및 법률 자문 검토 건수가 증가하고 있으며, 해외법무 전담팀을 중심으로 영문 계약서 및 해외 법령에 대한 검토도 함께 진행하고 있습니다. 또한 필요시 해외 외부 법률 전문가의 자문을 통해 면밀한 준법 검토를 실시하고 있습니다.

준법지원인 선임

하이브는 2024년 6월 이사회 결의를 통해 준법지원인을 신규 선임했습니다. 준법지원인과 그 지원조직인 컴플라이언스팀은 준법통제기준을 구축하고, 이를 준수하기 위한 관련 업무 전반을 총괄하고 있습니다. 상시 입법 동향을 모니터링하며, 2024년에는 윤리규범 체계 정비, 이사회 준법운영 지원 및 사규 제·개정 사항 등을 검토했습니다. 또한 준수 여부 점검 결과에 대한 이사회 보고, 준법 교육 및 훈련 프로그램 시행 등의 업무를 수행할 예정입니다.

공정거래 리스크 관리

하이브 법무부서는 계약 체결 과정에서 발생할 수 있는 불공정거래 및 부정경쟁 관련 리스크를 사전에 검토하고 식별합니다. 리스크가 식별된 경우 담당부서와 협의를 통해 구체적인 사항을 확인한 후, 이에 대한 완화 조치를 수립·이행하며 필요에 따라 유관부서의 추가 검토를 진행합니다.

| 주요 공정거래 리스크 및 완화 조치

리스크 유형	완화 조치
부당한 하도급대금 결정 (하도급법 제4조)	- 경쟁입찰에 의한 앨범 제작 업체 선정 시 최저가로 입찰한 금액보다 낮은 금액으로 하도급대금 결정 금지 - 이행을 위해 전담팀이 입찰절차 관여, 필요시 법무부서 검토 진행
서면 지연 교부 (하도급법 제3조)	- 용역 위탁 시 용역 개시 전까지 계약서 교부 - 사업부서 대상 사전계약의 필요성 수시 안내 - 사전계약 체결을 위한 세부 가이드 제공
하도급대금 지급지체 (하도급법 제13조)	세금계산서 수취 시 내부 결재를 통해 하도급대금 지급이 지체되지 않도록 안내
부당한 경영간섭 금지 (하도급법 제18조)	용역대금 협의 시, 수급사업자에게 경영상 정보를 요구하지 않도록 담당자 대상 설명 진행

불공정거래 및 부정경쟁 예방 교육 실시

하이브는 2024년부터 신규 입사자를 대상으로 불공정거래 및 부정경쟁을 방지하기 위한 교육을 실시하고 있습니다. 하이브의 핵심 가치를 기반으로 수립된 구성원 존중행동규범에 따라 건전한 사업 파트너로서 파트너사와 협업 시 준수해야 할 원칙을 안내했으며, 2024년에는 516명이 교육에 참여했습니다.

하도급업체 공정거래 상생협력 지원 방안 수립

하이브는 2024년 하도급업체와의 상생을 위해 안전장비, 소모품 구입 지원 등 2억 원 규모의 상생협력 지원 방안을 마련했습니다. 또한 표준 계약서 및 가계약서 작성·배포, 전자서명을 통한 계약 체결과 전자적 계약관리시스템 구축, 하도급거래 가이드 홈페이지 운영 및 구성원 대상의 하도급법 교육 등 하도급법 관련 제도를 강화할 예정입니다. 아울러, 하이브는 공정거래위원회가 실시하는 연례 하도급거래 서면 실태 조사에 성실히 응하고 있으며, 매 반기 하도급 대금 결제 조건에 대한 공시를 진행하고 있습니다. 이를 통해 공정거래 리스크를 점검하고, 필요한 완화 조치를 병행하고 있습니다.

| 하도급업체 상생협력 지원 방안

① — 공연 분야 수급사업자 안전장비 등 구입 지원

- 지원 대상: 공연 분야 수급사업자
- 지원 기간: 최대 3년, 기금 고갈 시점까지
- 기금 한도: 1억 원
- 지원 내용: 안전모, 안전장갑, 방음 보호구 등

② — 영상제작 분야 수급사업자 소모품 구입 지원

- 지원 대상: 영상제작 분야 수급사업자
- 지원 기간: 최대 3년, 기금 고갈 시점까지
- 기금 한도: 1억 원
- 지원 내용: 메모리카드, 배터리 등

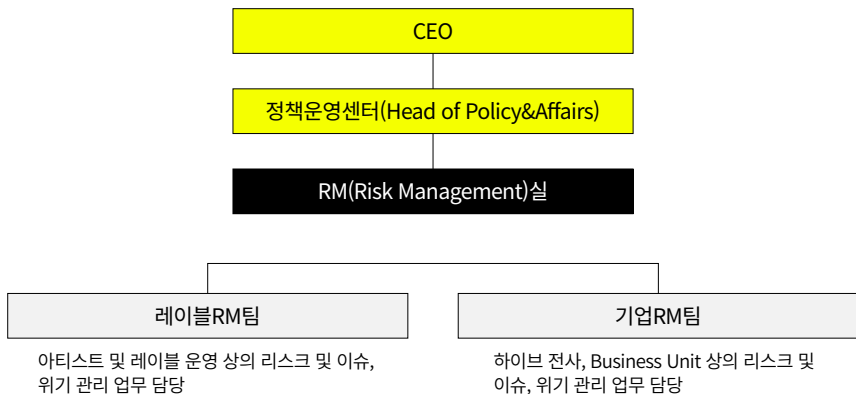
통합 리스크 관리

하이브는 리스크 관리 조직을 중심으로 사업 운영 전반에서 발생할 수 있는 재무적 및 비재무적 리스크를 식별하고 있으며, 이에 대한 검토, 분석, 대응, 재발 방지에 이르는 체계적인 관리 프로세스를 구축하고 있습니다.

리스크 관리 추진 조직

하이브는 기업 전반의 리스크 관리를 위한 실무 조직으로 RM실을 운영하고 있습니다. RM실은 리스크 관리 프로세스에 따라 리스크를 지속적으로 모니터링하며 사전·사후 대응을 수행하고 있습니다. 하이브 및 아티스트와 관련된 리스크를 사전에 식별하고 관리하며, 위기 발생 시 대응 조치를 이행하고 재발 방지를 위한 활동을 수행합니다. RM실 산하에는 분야별 전문성을 가진 레이블RM팀과 기업RM팀을 두어, 회사와 아티스트의 평판을 보호하고 비즈니스 가치를 높이며 기업의 안정적인 경영을 지원합니다.

리스크 관리 조직 체계



리스크 관리 프로세스

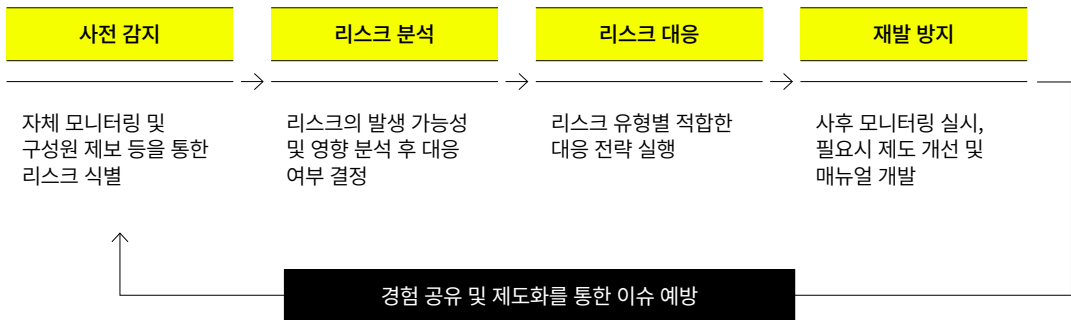
리스크 사전 검토 및 대응

하이프는 조직 내·외부 환경에 대한 상시 모니터링을 통해 잠재적 리스크를 선제적으로 식별하고, 이에 대한 체계적인 대응을 수행하고 있습니다. 내부적으로는 사업 확장, 콘텐츠 제작, 행사 개최 등 주요 프로젝트에 대한 논의나 주요 회의체 참여 시, RM실 담당자가 직접 참여하거나 관련 검수 자료를 전달받아 사전에 리스크 요인을 점검합니다. 또한 하이브와 아티스트를 둘러싼 다양한 환경을 분석해 회사에 미칠 수 있는 직·간접적인 영향을 평가합니다. 리스크의 발생 가능성과 영향을 종합적으로 분석한 결과 대응이 필요하다고 판단될 경우 관련 부서에 즉시 공유하고, 전사 차원의 대응 체계를 마련합니다.

리스크 재발 방지 및 예방

리스크에 대한 대응 조치가 이루어진 이후에는, 유사 사례의 재발을 방지하기 위한 사후 관리 활동을 수행합니다. 대응 결과에 대한 사후 모니터링을 지속적으로 실시하며, 필요시 관련 제도 개선 및 대응 매뉴얼 개발을 통해 전사적인 리스크 관리 문화를 정착시켜 나가고 있습니다.

| 리스크 발생 단계별 대응

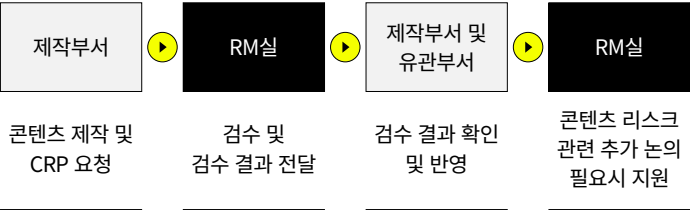


통합 리스크 관리

콘텐츠 리스크 사전 검토

하이브는 아티스트의 콘텐츠에 포함된 요소 중 글로벌 이용자에게 부정적인 감정을 유발하거나 사회·문화·윤리적 논란을 야기할 수 있는 리스크를 사전에 식별하기 위해 CRP(Contents Review Process)를 운영하고 있습니다. CRP를 통해 식별된 리스크는 해당 콘텐츠의 제작부서에 전달되어 정식 배포 이전에 사전 대응이 이루어질 수 있도록 관리하고 있습니다. 이를 통해 하이브는 콘텐츠가 자사 및 소속 아티스트의 평판과 비즈니스에 미칠 수 있는 부정적 영향을 최소화하는 동시에, 아티스트 및 제작 부서의 창의성과 자율성을 존중하고, 콘텐츠가 의도한 본질 그대로 이용자에게 전달될 수 있도록 지원합니다.

| 콘텐츠 리스크 검토 프로세스



다양성·포용성을 고려한 게임 콘텐츠 검수

하이브IM은 게임 콘텐츠 기획 및 출시 과정에서 다양성과 포용성의 가치를 핵심 기준으로 삼고, 이를 구현하기 위한 엄격한 QA(품질 보증) 프로세스를 운영하고 있습니다. 인종, 성별, 종교, 성적 지향, 사회적 지위, 언어, 장애, 정치적 견해 등 다양한 사회적 배경을 고려한 사전 검수 체계를 운영하며, 차별적이거나 혐오적인 요소가 포함되지 않도록 철저히 점검하고 있습니다. 또한 민감한 사회 이슈에 대한 중립성을 유지함으로써, 글로벌 이용자 관점에서 균형 잡힌 콘텐츠를 제공하는 것을 원칙으로 삼고 있습니다. 하이브IM은 이러한 노력을 통해 포용적 콘텐츠 제작 문화를 내재화하고, 글로벌 시장에서 지속가능한 게임 생태계 조성을 위한 책임 있는 기업 운영을 실천해 나가고자 합니다.

| 주요 운영 항목

구성원 교육 및 인식 제고	QA 전 구성원을 대상으로 다양성과 포용성에 대한 필수 교육을 이수하도록 하며, 실무 사례 기반 학습과 정기적 사회 이슈 모니터링을 통해 검수 기준을 지속적으로 업데이트하고 있습니다.
체계적 프로세스를 통한 콘텐츠 검수	콘텐츠 출시 전, 최신 체크리스트를 기반으로 인권 감수성 항목을 검토하며, 항목별로 ‘위험’, ‘주의’, ‘권장’ 등급으로 분류해 구체적인 대응 전략을 마련합니다.
피드백 기반의 지속적 개선	사용자 및 이해관계자의 피드백을 적극 반영하고, 사회적 변화에 따라 기준을 유연하게 조정하며 검수 체계의 실효성을 높이고 있습니다.

수퍼톤 AI 리스크 관리

수퍼톤은 음성 AI(Artificial Intelligence, 인공지능) 기술을 기반으로 사업을 운영하고 있으며, AI 기술과 관련된 잠재적 리스크를 예방하고 책임감 있는 AI 개발을 위해 노력하고 있습니다. 수퍼톤은 AI 윤리지침을 제정해 AI 활용 시 구성원이 준수해야 할 원칙을 명확히 하고, 이를 홈페이지에 공개하고 있습니다. 또한 2023년부터 모든 구성원과 신규 입사자를 대상으로 보안 서약을 체결하고 있으며, 특히 AI 학습에 사용되는 민감 데이터의 수집·처리·조화·활용 업무 관련 담당자는 정보 유출 금지에 대한 보안 서약서를 체결하도록 하고 있습니다.

| 수퍼톤 AI 윤리지침

Responsible AI	
수퍼톤은 생성형 AI 서비스를 개발하고 제공하는 회사로서, 사회에 긍정적인 기여를 하는 데 헌신하고 있습니다. 우리는 기술의 올바른 발전이 궁극적으로 창작 생태계를 풍요롭게 할 수 있다고 믿습니다. 이에 따라 우리는 다음의 원칙에 따라 최선을 다할 것을 약속합니다.	
01	권리에 대한 존중 우리는 권리 보유자의 허락 없이 생성된 음성을 서비스에 사용하지 않으며, 그러한 음성을 사용해 만든 콘텐츠로 수익을 창출하지 않습니다. 음성 합성 기술을 사용할 때, 우리는 개인과 캐릭터의 권리를 보호하며, 명시적인 동의 없이 어떠한 음성을 사용하지 않습니다.
02	협력을 통한 성장 우리는 상무와 가수를 포함한 예술가들과의 협력 기회를 모색하여 동반 성장을 도모하고자 합니다. 이러한 노력을 통해 아티스트들의 창작 활동을 지원하고, 나아가 창작 생태계를 풍요롭게 할 것입니다.
03	데이터 보호 우리는 고객이 제공한 데이터에 대한 접근을 최소화하고, 이를 신중하게 관리합니다. 데이터는 사전에 합의된 목적에만 사용되며, 이를 보장하기 위한 정책과 절차를 수립하고 준수합니다.

APPENDIX

93	101	103	104	105	106
지속가능경영 성과	GRI Contents Index	SASB Index	온실가스 검증의견서	제3자 검증의견서	협회 가입 현황 및 수상 내역

지속가능경영 성과

연결 재무정보

| 요약 연결재무상태표

구분	단위	2022	2023	2024
유동자산	백만 원	2,115,847	1,888,752	1,787,699
비유동자산	백만 원	2,754,587	3,456,929	3,691,488
자산총계	백만 원	4,870,434	5,345,681	5,479,187
유동부채	백만 원	849,485	1,772,169	830,932
비유동부채	백만 원	1,092,270	463,598	1,134,476
부채총계	백만 원	1,941,754	2,235,767	1,965,408
자본금	백만 원	20,677	20,826	20,826
자본잉여금	백만 원	2,469,875	1,522,336	1,522,336
기타자본구성요소	백만 원	46,804	-44,140	270,891
이익잉여금	백만 원	233,124	1,420,377	1,400,600
비지배지분	백만 원	158,201	190,517	299,126
자본총계	백만 원	2,928,680	3,109,915	3,513,779
자본과부채총계	백만 원	4,870,434	5,345,681	5,479,187

| 요약 연결손익계산서

구분	단위	2022	2023	2024
매출액	백만 원	1,776,154	2,178,088	2,255,649
매출원가	백만 원	933,515	1,169,079	1,295,840
매출총이익	백만 원	842,639	1,009,009	959,808
판매비와 관리비	백만 원	605,731	713,366	775,763
영업이익	백만 원	236,908	295,643	184,045
기타수익	백만 원	42,812	153,127	6,857
기타비용	백만 원	154,251	166,687	131,110
금융수익	백만 원	121,955	206,934	119,275
금융비용	백만 원	151,046	249,564	141,272
관계기업에 대한 지분법손익	백만 원	108	10,680	-18,371
법인세비용 차감전 순이익	백만 원	96,485	250,133	19,425
법인세비용	백만 원	48,453	66,684	22,857
당기순이익	백만 원	48,032	183,450	-3,432

지속가능경영 성과

환경 성과

| 온실가스 배출 현황

구분		단위	2022	2023	2024
Scope 1+2 ¹⁾		tCO ₂ eq	7,119	6,849	7,814
Scope 1	국내	tCO ₂ eq	2,145	2,164	2,096
	해외	tCO ₂ eq	125	158	237
Scope 2 ²⁾	국내	tCO ₂ eq	4,420	3,940	4,522
	해외	tCO ₂ eq	428	585	959
Scope 3 ^{3) 4)}	소계	tCO ₂ eq	n/a	14,989	11,323
	(1) 구매 제품 및 서비스	tCO ₂ eq	n/a	8,598	9,023
	(2) 자본재	tCO ₂ eq	n/a	2,320	662
	(3) 연료 및 에너지 관련 활동	tCO ₂ eq	n/a	3,689	742
	(4) 업스트림 운송 및 유통	tCO ₂ eq	n/a	357	857
	(5) 사업장 내 발생 폐기물	tCO ₂ eq	n/a	24	39
온실가스 배출 집약도(Scope 1+2) ⁵⁾		tCO ₂ eq/억 원	0.401	0.314	0.346
매출액(연결 기준)		억 원	17,761	21,780	22,556

| 에너지 사용 현황

구분		단위	2022	2023	2024	
총 사용량 ¹⁾		TJ	133	118	146	
유형별	연료	LNG	TJ	25	22	32
		경유	TJ	13	3	5
		휘발유	TJ	0	5	5
		기타	TJ	n/a	2	1
	전력	전기 ²⁾	TJ	95	87	103
	스팀	TJ	0	0	0	
에너지 사용 집약도 ⁴⁾		TJ/억 원	0.007	0.005	0.006	
매출액(연결 기준)		억 원	17,761	21,780	22,556	

| 용수 사용 현황

구분	단위	2022	2023	2024
용수 취수량	톤	31,501	49,052	75,498

| 폐기물 발생 및 처리 현황

구분		단위	2022	2023	2024	
폐기물 발생량		톤	299	299	297	
	소계	톤	n/a	299	297	
폐기물 처리량	처리 유형별	소각	톤	n/a	15	11
		매립	톤	n/a	30	22
		재활용	톤	n/a	254	264

| 친환경 사업 운영 현황

구분			단위	2022	2023	2024
앨범·공식상품	소계		톤	921.2	1,639.4	897.6
내 플라스틱 사용량	유형별	제품	톤	729.1	1,396.7	678.1
		포장	톤	192.1	242.7	219.5

1) 2022~2023년 배출량은 사업장 단위 조사 후 업체 단위로 합산했으며, 업체 단위 구분의 어려움을 반영해 2024년부터는 소수점 첫째 자리에서 반올림하는 방식으로 변경함
2) 전기 사용분 산정 시 국내 법인의 경우 발열량 9.6TJ/GWh를 적용, 해외 법인의 경우 3.6TJ/GWh를 적용함
3) Scope 3 배출량은 2023년부터 집계함
4) Scope 3 Category 1, 2 배출량의 산정 오류로 인한 전기 보고 정보를 수정함
5) 온실가스 배출 및 에너지 사용 집약도는 매출액(연결 기준)으로 계산함

2024년 환경정보 사업장 공개범위

- Scope 1, 2 온실가스 배출량: 용산 사옥 및 전 계열사 건물(대한민국, 일본, 미국, 중국, 멕시코 법인 포함)
2022년 LNG 및 전기 사용량: 용산 사옥
- Scope 3: 용산 사옥
- 용수 사용 현황, 폐기물 발생 및 처리 현황: 용산 사옥

- 1) 연도별 12월 31일 기준 연결범위 기준 국내 사업장 인원으로 집계
- 2) 근로자 본인이 사직을 자원해 이직하는 경우로 계약종료를 포함
- 3) 근로자의 의사에 반한 이직으로서 권고사직, 징계해직, 사망 등을 포함
- 4) 당해연도 연평균 인원을 모수로 사용해 산정

1. 정규직, 계약직을 포함한 모든 구성원을 대상으로 실시
2. 정기 성과평가를 받는 구성원 비율 = (정기 성과평가의 대상이 되는 인원 수) / (총 구성원 수) × 100
3. 1년 미만 단기계약직 및 파견직을 제외한 신규 입사자를 대상으로 진행
4. 당해 연도 12월 31일 기준 재직 중인 모든 구성원을 기준으로 집계
5. 2022년에는 당해 연도 내 교육을 수료한 모든 인원(회사사, 휴직자 등 포함)의 수로 집계, 2023년 이후부터는 당해 연도 12월 31일 기준 재직 중인 구성원 중 교육 수료 인원의 수로 집계
6. 데이터 취합 방식 변경으로 2022년의 경우 당해 연도 12월 31일 기준 재직 중인 구성원 중 수료 인원 특징이 불가능해 수료율 미산정
7. 복귀 사유율은 (육아휴직 복귀 후 12개월 동안 근무를 유지한 인원) / (이전 보고기간 동안 육아휴직 복귀한 인원) × 100

- 정규직, 계약직을 포함한 모든 구성원 대상
- 2) 근로자 10,000명당 발생하는 사망자 수의 비율
- 3) 근로자 100명당 발생하는 재해자 수의 비율
- 4) 근로손실재해율(LTIFR, Lost Time Injury Frequency Rate)=(총 재해 건수)/(연 근로 시간 수)×1,000,000
- 5) 출퇴근 재해
- 6) 2022년에는 분사 및 국내 계열사의 개인정보취급자 대상 교육 기준으로 집계, 2023년 및 2024년에는 하이브 분사 및 국내 11개 계열사 전 구성원(정규직, 계약직 및 파견직 포함) 대상 교육을 기준으로 집계, 교육 범위 변경으로 2022년 대비 2023년, 2024년 대상 및 이수 인원 증가
- 7) 구성원 정보보안 교육 현황은 2023년부터 집계, 2022년에는 타운홀 내 'HYBE 생활 속 보안 이야기' 세션을 통해 모든 구성원 대상 교육을 실시해 인원 집계 생략, 2023년 및 2024년에는 전 구성원(정규직, 계약직 및 파견직 포함) 대상 정보보안 교육 진행
- 8) 하이브 전 계열사(15개 법인) 기준으로 산정
- 9) 홈페이지 오류로 인한 건(이용자 안내 및 개선 조치 완료)
- 10) 규제기관 공문 건수 기준으로 집계

2) 보상위원회는 2022년 12월, 지속가능경영위원회는 2022년 7월에 설립되었으며, 2023년부터 개최

지속가능경영 성과

지배구조 성과

| 경영진 보상 및 주식 보유 현황

구분		단위	2022	2023	2024
경영진 보수 비율	최고연봉자 보수	백만 원	950	1,600	2,330
	구성원 총 보수의 평균값(등기임원 제외)	백만 원	68	78	89
	구성원 총 보수의 평균값 대비 최고연봉자 보수 비율	비율	14.0	20.5	26.2
	구성원 총 보수의 평균값 증가율 대비 최고연봉자 보수 증가율의 비율	비율	1.5	1.5	1.3

| 윤리경영 현황

구분		단위	2022	2023	2024
윤리교육	신규 입사자 윤리교육	교육 대상 인원 ¹⁾	명	506	601
		교육 참여 인원	명	506	601
		교육 과정 수	개	3	3
	전 직원 윤리교육	교육 대상 인원 ²⁾	명	1,393	1,851
		교육 참여 인원 ³⁾	명	1,314	1,849
		총 수료 비율 ⁴⁾	%	n/a	99.9

| 컴플라이언스 현황

구분		단위	2022	2023	2024
환경 관련 규제 위반	위반 건수	건	0	0	0
반경쟁 및 독점 관련 규제 위반	위반 건수	건	0	0	0
	법적 절차로 인한 금전적 손실액	백만 원	0	0	0
마케팅 및 커뮤니케이션 관련 규제 위반	위반 건수	규정 위반으로 벌금이나 패널티가 부과된 건수	건	0	0
		규정 위반으로 경고를 받은 건수	건	0	0
		자발적 규범 위반 건수	건	0	0

| 이해관계자별 경제적 가치배분

구분		단위	2022	2023	2024
합계		백만 원	1,155,059	1,403,657	1,571,701
유형별	배당금 총액(주주 및 투자자)	백만 원	0	0	29,156
	이자비용(주주 및 투자자)	백만 원	34,614	47,018	49,313
	종업원 급여(구성원)	백만 원	227,757	301,756	326,598
	용역비(파트너사)	백만 원	835,051	983,733	1,138,615
	법인세(정부) ⁶⁾	백만 원	48,452	66,684	22,857
	기부금(지역사회)	백만 원	9,185	4,466	5,162

1) 1년 미만 단기계약직 및 파견직을 제외한 신규 입사자를 대상으로 진행
2) 당해 연도 12월 31일 기준 재직 중인 모든 구성원을 기준으로 집계
3) 2022년에는 당해 연도 내 교육을 수료한 모든 인원(퇴사자, 휴직자 등 포함)의 수로 집계, 2023년 이후부터는 당해 연도 12월 31일 기준 재직 중인 구성원 중 교육 수료 인원의 수로 집계
4) 데이터 취합 방식 변경으로 2022년의 경우 당해 연도 12월 31일 기준 재직 중인 구성원 중 수료 인원 특징이 불가능해 수료를 미산정
5) 위버스샵 내 청약철회 관련 이슈 및 거래조건 정보제공 부족으로 공정거래위원회로부터 시정 조치, 경고, 과태료 처분
6) 사업보고서상의 법인세 비용에 해당

GRI CONTENTS INDEX

하이브는 GRI Standards 기준을 적용하여 2024년 1월 1일부터 2024년 12월 31일까지의 지속가능경영 정보를 보고했습니다.

- GRI 1 Used : GRI : Foundation 2021
- Applicable GRI Sector Standard(s) : N/A

주제	지표	보고 위치	비고	
일반 공시				
GRI 2: General Disclosures	2-1	조직 상세	6	-
	2-2	지속가능성 보고에 포함된 기업	3	-
	2-3	보고 기간, 발간 주기, 보고서 문의처	3	-
	2-4	정보의 재기술	94, 96	-
	2-5	외부 검증	104-105	-
	2-6	조직의 활동, 밸류체인, 기타 비즈니스 관계	6-24	2024 사업보고서 39-42 페이지 참고
	2-7	임직원	95	2024 사업보고서 319 페이지 참고
	2-8	임직원이 아닌 근로자	-	소속외 근로자 인원 27명(남 6명, 여 21명)
	2-9	최고 거버넌스 기구의 구조 및 구성	32, 83-84	2024 사업보고서 298-305 페이지 참고
	2-10	최고 거버넌스 기구의 임명 및 선정	-	2024 기업지배구조보고서 세부 원칙 4-3 ¹⁾ 참고
	2-11	최고 거버넌스 기구의 위원장	83	-
	2-12	영향 관리를 감독하는 최고 거버넌스 기구의 역할	32	-
	2-13	영향 관리 책임의 위임	32	-
	2-14	지속가능성 보고에 대한 최고 거버넌스 기구의 역할	32, 34-36	-
	2-15	이해 상충	-	이사 겸직(Cross-board membership), 협력사 및 기타 이해관계자와의 상호 주식(Cross-shareholding) 보유, 지배주주의 존재, 특수관계자와의 거래 및 채권채무 잔액에 대해 사업보고서 ²⁾ , 기업지배구조 보고서 ³⁾ 를 통해 공시하고 있음

주제	지표		보고 위치	비고
GRI 2: General Disclosures	2-16	주요 관심사에 대한 커뮤니케이션	32	2024 사업보고서 299-301, 303-304 페이지 참고
	2-17	최고 거버넌스 기구의 집단 지식	84	2024 사업보고서 306 페이지 참고
	2-18	최고 거버넌스 기구의 성과 평가	-	이사회 성과 평가 미 실시
	2-19	보수 정책	32, 84	2024 사업보고서 320-326 페이지 및 2024 기업지배구조보고서 세부 원칙 6-2 참고
	2-20	보수 결정 절차	-	2024 사업보고서 320-326 페이지, 2024 기업지배구조보고서 세부 원칙 6-2 및 정기주주총회 결과 ⁴⁾ 참고
	2-21	연간 총 보상 비율	100	-
	2-22	지속가능개발 전략에 관한 성명서	4	-
	2-23	인권 정책을 포함한 조직의 행동 강령	61, 86	-
	2-24	행동 강령의 포함(embedding)	61-62, 86-88	-
	2-25	부정적 영향 해결을 위한 절차	41, 88	-
	2-26	우려 사항 자문 및 문제 제기 메커니즘	62, 87	-
	2-27	법률 및 규정 준수	100	-
	2-28	협회 가입 현황	106	-
	2-29	이해관계자 참여 방법	33	-
	2-30	단체 교섭 협약	57	단체 교섭 적용대상은 없으며 취업규칙에 따라 근로 및 고용 조건 결정

1) <https://dart.fss.or.kr/dsaf001/main.do?rcpNo=20250529800470>
2) 2024년 사업보고서 'VII. 주주에 관한 사항', 'IX. 계열회사 등에 관한 사항' 참고
3) 2024년 기업지배구조보고서 세부원칙 5-2, 세부원칙 2-2 참고
4) <https://dart.fss.or.kr/dsaf001/main.do?rcpNo=20250331803521>

GRI CONTENTS INDEX

주제	지표	보고 위치	비고
Material Topics			
GRI 3: Material Topics 2021	3-1	중요 토픽 결정 프로세스	34-36 -
	3-2	중요 토픽 목록	35 -
고객(팬) 경험 개선			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	중요 토픽에 대한 경영 접근 방식	36, 39-46 -
GRI 416: Customer Health and Safety 2016	416-1	제품 및 서비스의 안전보건 영향 평가	43, 66 -
	416-2	제품 및 서비스의 안전보건 관련 법규 위반 사례	- 보고기간 내 발생한 법규 위반 사례 없음
정보보안 및 개인정보보호			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	중요 토픽에 대한 경영 접근 방식	36, 67-70 -
GRI 418: Customer Privacy 2016	418-1	고객 개인정보보호 위반 및 고객 데이터 분실과 관련하여 제기된 불만	98 -

주제	지표	보고 위치	비고
건강하고 유연한 근무환경 조성			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	중요 토픽에 대한 경영 접근 방식	36, 57-60 -
GRI 401: Employment 2016	401-2	정규직 직원에게 제공되는 혜택(임시직 또는 시간제 직원에게는 제공되지 않는 혜택)	59-60 -
	401-3	육아 휴직	59, 97 육아 휴직 적용 대상 인원 227명(남 156명, 여 71명) ¹⁾
GRI 403: Occupational Health and Safety 2018	403-6	근로자 건강 증진	59-60 -
윤리경영 및 컴플라이언스			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	중요 토픽에 대한 경영 접근 방식	36, 86-88 -
GRI 205: Anti-corruption 2016	205-2	반부패 정책과 절차에 관한 커뮤니케이션 및 교육	86-87, 100 -
GRI 206: Anti-competitive Behavior 2016	206-1	반경쟁 행위, 반독점 및 독점 행위에 대한 법적 조치	100 2024 사업보고서 338 페이지 참고

1) 2024년 12월 31일 기준 근속 6개월 이상, 만 8세 이하 또는 초등학교 2학년 이하 자녀를 둔 구성원 수

SASB INDEX

Topic	코드	회계지표	보고 위치	상세 내용
인터넷 미디어 및 서비스				
하드웨어 기반시설의 환경 발자국	TC-IM-130a.1	(1) 총 에너지 소비량, (2) 그리드 전력 비율, (3) 재생 에너지 비율	94	
	TC-IM-130a.2	(1) 총 용수 취수량, (2) 총 용수 사용량, 물 스트레스가 높은 수원 지역의 비율	94	하이브 용산 사옥은 물 스트레스 지역에 위치하고 있지 않습니다.
	TC-IM-130a.3	데이터센터에 적용된 환경적 고려사항의 접근법에 대한 설명	-	하이브는 데이터센터를 보유하고 있지 않습니다.
데이터 프라이버시, 광고 표준 및 표현의 자유	TC-IM-220a.1	맞춤형 광고 및 이용자 개인정보보호와 관련된 정책 및 관행에 대한 설명	67, 70	
	TC-IM-220a.2	이차적 목적으로 정보가 활용된 이용자의 수	-	
	TC-IM-220a.3	이용자 개인정보 관련 법적 소송으로 인한 금전적 손실액	-	
	TC-IM-220a.4	개인정보에 대한 (1) 법적 열람 요청 건 수, (2) 정보가 요청된 사용자 수, (3) 공개로 이어진 비율	-	
	TC-IM-220a.5	핵심 제품 및 서비스가 정부의 모니터링, 차단, 콘텐츠 필터링 또는 검열 대상이 되는 국가 리스트	-	
	TC-IM-220a.6	정부의 콘텐츠 제거 요청 건 수, 요청에 대한 준수 비율	-	
데이터 보안	TC-IM-230a.1	(1) 데이터 침해 건수, (2) 개인 데이터 침해 비율, (3) 영향을 받은 사용자 수	98	
	TC-IM-230a.2	제3자 사이버보안 표준 사용을 포함하여 정보보안 위험을 식별하고 해결하는 접근 방식에 대한 설명	68-69	
종업원 모집, 포용성 및 성과	TC-IM-330a.1	취업 비자가 필요한 직원의 비율	96	
	TC-IM-330a.2	임직원 몰입도 비율	-	
	TC-IM-330a.3	(a) 임원, (b) 임원이 아닌 관리직, (c) 기술직, (d) 기타 모든 구성원의 (1) 성별, (2) 다양성 유형별 비율	96	기술직 ¹⁾ 의 여성 비율은 35.1%, 임원·관리직·기술직·전문직을 제외한 기타 사무직 구성원의 여성 비율은 69.2%입니다.
지적재산권 보호 및 경쟁적 행위	TC-IM-520a.1	반경쟁행위 규제 관련 법적 절차로 인한 금전적 손실 총액	100	
미디어 및 엔터테인먼트				
미디어 다양성	SV-ME-260a.1	(a) 임원, (b) 임원이 아닌 관리직, (c) 전문직, (d) 기타 모든 구성원의 (1) 성별, (2) 다양성 유형별 비율	96	전문직 ²⁾ 의 여성 비율은 77.2%, 임원·관리직·기술직·전문직을 제외한 기타 사무직 구성원의 여성 비율은 69.2%입니다.
	SV-ME-260a.2	뉴스 미디어 콘텐츠의 다양성 보장을 위한 정책 및 절차에 대한 설명	-	하이브는 언론 사업을 영위하고 있지 않습니다.
저널리스트의 무결성 및 스폰서십 식별	SV-ME-270a.1	서면 또는 구두 명예훼손 관련 법적 절차로 인한 금전적 손실 총액	-	하이브는 언론 사업을 영위하고 있지 않습니다.
	SV-ME-270a.2	간접 광고로 인한 매출액	-	하이브는 언론 사업을 영위하고 있지 않습니다.
	SV-ME-270a.3	뉴스 프로그램 편성 시 저널리스트 무결성 보장 접근법에 대한 설명: (1) 진실성, 정확성, 객관성, 공정성 및 책임감, (2) 콘텐츠의 독립성 또는 잠재적 편향에 대한 투명성, (3) 개인 정보 보호 및 피해의 제한	-	하이브는 언론 사업을 영위하고 있지 않습니다.
지식재산권 보호 및 미디어 저작권 침해	SV-ME-520a.1	지식재산권 보호를 보장하기 위한 접근법에 대한 설명	72, 74	

1) IT, 기술, 게임사업(일부 기술 관련 인원), 크리에이티브-제작(일부 기술 관련 인원) 직군 기준으로 집계
2) 크리에이티브-제작, T&D(캐스팅) 직군 기준으로 집계

온실가스 검증의견서

(주)하이브

검증 목표

한국표준협회가 진행하는 온실가스 배출량 검증(이하 ‘검증’이라 한다) 목표는 다음과 같습니다.

- 검증 범위 내 온실가스 배출량 검증에 대한 산정과 기준 및 절차와 적합성 확인
- 조직의 온실가스 배출량 또는 흡수량 관련 선언의 타당성 확인
- 조직의 온실가스 배출량 또는 흡수량 관리의 효과적 이행 여부 확인
- 조직의 온실가스 배출량 또는 흡수량 산정을 위한 실행, 관리 및 개선 프로세스 적합성 확인

검증 범위

한국표준협회는 (주)하이브의 온실가스 선언에 대한 직접배출(Scope 1), 간접배출(Scope 2)에 대한 제한적 보증수준의 검증을 수행하였습니다.

- 보고대상 : 재무통제 기준에 따른 국내·외 사업장(총 24개 건물)
 - 국내 : HYBE YONGSAN, HYBE IM GANGNAM, WEVERSE PANGYO, SUPERTONE, 우리빌딩, 신사동T&D센터, SL빌딩, 재원빌딩, 363 강남타워, 유니온빌딩, 시온캐슬
 - 해외 : Tokyo Office, Tokyo Office 2, Tokyo Depot, Tokyo Studio, Beijing Office, Santa Monica Colorado, Santa Monica Barnard, Santa Monica Main, Nashville Office, Atlanta Studio, Atlanta Office, PÚBLICO Lomas de Chapultepec, PÚBLICO Lomas de Roma
- 보고경계 : 직접배출(Scope 1), 간접배출(Scope 2)
 - Scope1 : 고정연소(LNG), 이동연소(휘발유, 경유)
 - Scope2 : 외부 구매 전력 및 열(스팀)
- 보고년도 : 2024년 1월 1일 ~ 2024년 12월 31일

검증 기준

한국표준협회는 ISO 14064-3:2019에 규정된 절차에 따라 검증을 수행하였습니다.

- 산정기준
 - KS I ISO 14064-1:2018
 - 온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침(환경부 고시 제2025-64호)
 - 2006 IPCC(Intergovernmental Panel on Climate Change) 가이드라인
 - WRI(World Resources Institute) Greenhouse Gas Protocol

보증 수준 및 책임

한국표준협회는 귀 사의 온실가스 배출량에 대하여 온실가스 관리 강화를 위한 “제한적 보증 수준”의 검증을 제공합니다.

- 현장검증 : (주)하이브 본사 방문
- 검증방법
 - 온실가스 배출량 담당자 및 현장 담당자 인터뷰
 - 보고기간 중 온실가스 배출량 산정에 사용된 관리시스템과 데이터 검토
 - 내부문서 및 기초자료의 추적 검토

(주)하이브는 온실가스 배출량 관련 정보 및 증빙자료에 대해 공정하게 자료를 제공해야 하며, 한국표준협회는 온실가스 배출량에 대한 보증 업무에 한정합니다.

검증 한계

(주)하이브의 인벤토리 보고서와 근거자료를 근거로 샘플링을 통해 검증을 수행하였습니다. 이에 따라 온실가스 배출량은 검증 범위의 데이터 한계, 불확실성 등 요인에 따라 영향을 받을 수 있으며 이에 따른 고유 한계가 존재할 수 있습니다.

검증 결론

한국표준협회는 (주)하이브의 온실가스 배출량 산정결과가 검증기준에 따라 보증수준과 중요성 기준(5% 미만)을 충족하며, 온실가스 데이터 및 정보가 공정하게 제시되지 않았다는 증거를 발견할 수 없었습니다.

(주)하이브는 검증팀이 발견한 주요 사항에 대해서 적절하게 시정조치를 수행하였으며, 중요한 오류나 누락 등 검증 결과가 검증 기준 및 지침을 충족하여 ‘적정’ 의견을 제시합니다.

| 국내 온실가스 배출량(Scope 1, Scope 2)

구분	온실가스 배출량(tCO ₂ eq)			에너지 사용량 (TJ)
	Scope 1	Scope 2	합계	
국내사업장	2,096	4,522	6,618	132

※ 참고 1 : 온실가스 배출량 합계는 소수점 첫째자리에서 반올림하여 정수로 표기함.

※ 참고 2 : (주)하이브의 조직경계 설정은 재무통제(연결기준)이므로 종속법인을 포함한 배출량임.

| 해외 온실가스 배출량(Scope 1, Scope 2)

구분	온실가스 배출량(tCO ₂ eq)			에너지 사용량 (TJ)
	Scope 1	Scope 2	합계	
해외사업장	237	959	1,196	14

※ 참고 1 : 온실가스 배출량 합계는 소수점 첫째자리에서 반올림하여 정수로 표기함.

※ 참고 2 : (주)하이브의 조직경계 설정은 재무통제(연결기준)이므로 종속법인을 포함한 배출량임.

2025년 06월 10일

KSA



국립환경과학원

한국표준협회



제3자 검증의견서

하이브 경영진 및 이해관계자 귀중

서문

한국표준협회(이하 “검증인”)는 하이브(이하 “회사”)로부터 ‘하이브 2024 지속가능경영보고서’(이하 “보고서”)에 대한 독립적인 검증을 요청받았습니다. 검증인은 회사가 작성한 보고서에 포함된 데이터의 타당성을 검토하여 독립적인 검증 의견을 제시하였으며, 본 보고서에 포함된 모든 주장과 성과에 대한 책임은 회사에 있습니다.

독립성

검증인은 독립된 검증기관으로서 보고서에 대한 제3자 검증을 제공하는 업무 이외에 회사의 사업 활동 전반에 걸쳐 어떠한 이해관계도 맺고 있지 않으며 독립성을 저해할 수 있거나 영리를 목적으로 하는 연관관계를 갖고 있지 않습니다.

검증표준: AA1000AS v3

검증수준 및 유형: Moderate(일반 수준), Type2

Note: Moderate Level의 검증은 제한적으로 수집된 자료에 기반하기 때문에 High Level의 검증보다 신뢰 수준이 낮습니다.

거즈버의 묘묘묘

본 검증은 보고 기간 동안 회사의 지속가능경영 정책, 목표, 사업, 기준, 성과 등 시스템과 활동을 중점으로 수행되었습니다. 또한 환경, 사회 데이터와 광의의 경제적 성과에 대한 재무 데이터를 검증하였으며, 이해관계자 참여에 관한 검증은 중요성 평가 프로세스에 대한 검토로 제한되었습니다.

- AA1000AP(AccountAbility Principles) 2018의 4대 원칙 준수 여부
- GRI Standards 2021에 부합하여 작성되었는지 여부

[주제표준]
205-2, 206-1, 401-2, 401-3, 403-6, 416-1, 416-2, 418-1

검증방법

검증인은 다음과 같은 방법을 사용하여 검증범위와 관련한 정보, 자료 및 증거를 수집하였습니다.

- 지속가능경영 전문가에 의한 이해관계자 참여 및 중요성 평가 프로세스 확인
- 환경 전문가에 의한 환경정보공시 데이터 확인
- 기타 관련 성과 내부문서 및 기초자료 확인

검증한계

김정은 회사가 제공한 데이터 및 정보가 완전하고 충분하다는 가정을 기반으로 데이터에 대한 질의 및 분석, 제한된 형태의 표본추출방식을 통해 한정된 범위에서 실시되었습니다.

검증결과 및 의견

검증인은 본 검증범위에 한정하여 보고서 초안에 수록된 내용을 검토하고 의견을 제시하였으며, 이에 따라 보고서의 수정이 이루어졌습니다. 그 결과 중대한 오류나 부적절하게 기술된 점을 발견했다고 의심되는 사항은 확인할 수 없었습니다. 검증인은 ‘하이브 2024 지속가능경영보고서’에 대하여 다음과 같은 의견을 제시합니다.

AA1000AP(AccountAbility Principles) 2018의 4대 원칙

포괄성

- 회사는 지속가능성에 대해 전략적으로 대응하는 과정에서 이해관계자를 포함시켰는가?
회사가 지속가능경영을 추진함에 있어 이해관계자 참여를 중요하게 인식하고 참여 프로세스를 수립하기 위해 노력하고 있음을 확인하였습니다. 회사가 팬, 구성원, 파트너사, 투자자, 지역사회 등을 이해관계자 그룹으로 선정하고 그룹별 커뮤니케이션 채널을 보유하고 있으며, 이를 통해 다양한 의견을 수렴하고 있음을 확인하였습니다.

중요성

- 회사는 이해관계자의 현명한 판단을 위한 중요 정보를 보고서에 포함시켰는가?
회사가 이해관계자에게 중요한 정보를 누락하거나 제외하지 않았다고 판단합니다. 또한 회사가 내·외부 환경분석에서 도출된 주요 이슈로 중요성 평가를 실시하고 그 결과에 따라 보고하였음을 확인하였습니다.

대응성

- 회사는 이해관계자의 요구와 관심에 적절히 대응하였는가?
회사가 이해관계자들로부터 수렴된 의견을 보고서에 반영하여 이해관계자의 요구 및 관심사 대응을 위해 노력하고 있음을 확인하였습니다. 또한 중요한 이해관계자 이슈에 대한 회사의 대응활동이 부적절하게 보고되었다는 증거를 발견하지 못했습니다.

임팩트

- 회사는 이해관계자에게 미치는 영향을 적절히 모니터링하였는가?
회사가 비즈니스 활동으로 인해 이해관계자들에게 미치는 영향을 모니터링 및 파악하고 있음을 확인하였습니다. 또한 이를 보고서에 적절하게 반영하고 있음을 확인하였습니다.

특정 지속가능성 정보의 신뢰성 및 품질

- 회사는 특정 지속가능성 정보를 신뢰할 만한 프로세스로 수집 및 공시하였는가?
 검증인은 Type2 검증 대상 주제의 지속가능성 성과 정보에 대해 신뢰성 검증을 수행하였습니다. 해당 정보의 검증을 위해 담당자와 인터뷰를 실시하였으며, 보고서에 기재된 성과 정보가 신뢰성 있는 프로세스와 근거로 수집 및 공시되었다고 판단합니다. 또한 특정 지속가능성 정보가 부정확하게 보고되었다는 증거를 발견하지 못했습니다.



2025년 6월

한국표준협회 회장 **본** **동** **민**

협회 가입 현황

협회명
한국음악콘텐츠협회
코리아스타트업포럼

수상 내역

수상 연도	주관	수상명
2024	패스트컴퍼니	세계 50대 혁신 기업 선정
	고용노동부	2024 대한민국 일자리 으뜸기업 선정(하이브·위버스컴퍼니 동시 선정)
	Billboard	Year-End Top 10 Promoters
2023	KOMCA	제9회 저작권대상 한류특별공로패
	Billboard	Year-End Top 10 Promoters
2022	KOMCA	제8회 저작권대상 Best Partner
	매일경제	제5회 회계대상 최우수상
	iF	iF 디자인 어워드 본상
	패스트컴퍼니	세계 50대 혁신 기업 선정
	Time	세계에서 가장 영향력 있는 100대 기업 선정
2021	레드닷	레드닷 디자인 어워드 ‘브랜드 & 커뮤니케이션’ 부문 본상
	Time	세계에서 가장 영향력 있는 100대 기업 선정
2020	패스트컴퍼니	세계 50대 혁신 기업

HYBE