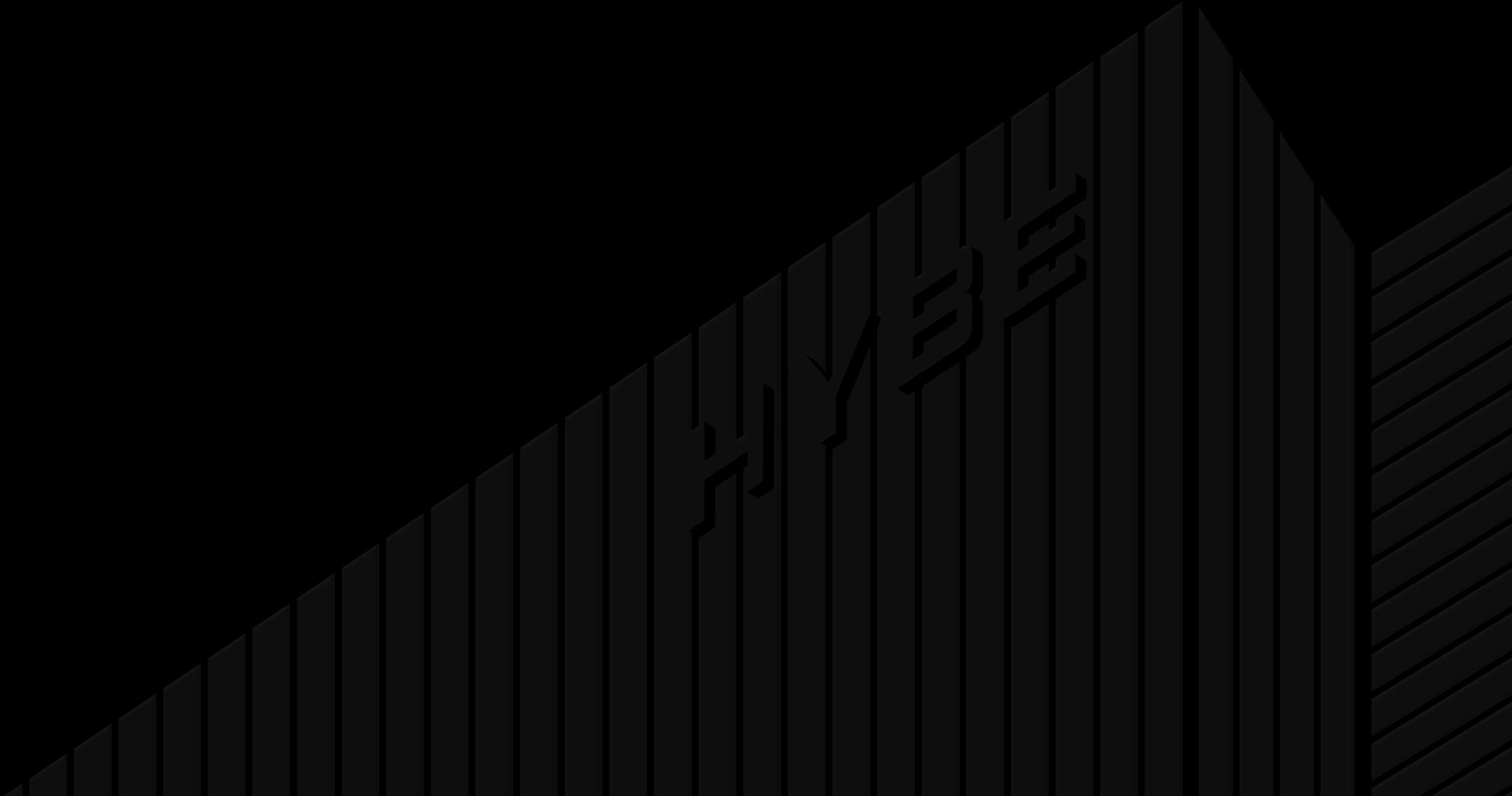


# FOR SUSTAINABLE ENTERTAINMENT

HYBE

하이브 2023 지속가능경영보고서



# Table of Contents

## □ OVERVIEW

- 03 About this Report
- 04 지속가능경영위원회 메시지

## I WHO WE ARE

- 06 Company Overview
- 07 History
- 08 Financial Overview
- 09 Labels
- 11 Solutions
- 12 Platforms
- 13 Artists
- 18 Awards

## II OUR APPROACH

- 22 지속가능경영 프레임워크
- 23 2023 Highlights
- 24 지속가능경영 추진 체계
- 25 이해관계자 소통
- 26 이중 중대성 평가

## III OUR PERFORMANCE

- 1 THINK FORWARD FOR FAN'S LIFESTYLE
  - 31 팬 경험 개선
  - 37 친환경 제품 및 서비스
- 2 CREATE POSSIBILITIES WITH THE COMMUNITY
  - 42 인재 영입 및 역량 개발
  - 47 구성원 소통 강화 및 복지 증진
  - 53 인권경영
  - 56 사업장 안전보건
  - 58 제품 안전 및 품질 관리
  - 61 정보보안 및 고객 개인정보보호
  - 65 파트너사 동반성장 및 공정거래
  - 68 지역사회 공헌
- 3 LEAD INDUSTRIES BY THE STANDARD
  - 71 기후변화 대응
  - 73 이사회 및 위원회
  - 75 주주친화 경영
  - 76 윤리경영 및 컴플라이언스
  - 78 통합 리스크 관리

## IV APPENDIX

- 82 지속가능경영 성과
  - 82 연결 재무정보
  - 83 환경 성과
  - 84 사회 성과
  - 88 지배구조 성과
- 90 GRI Contents Index
- 92 SASB Index
- 93 온실가스 검증의견서
- 94 제3자 검증의견서
- 96 협회 가입 현황 및 수상 내역

### Interactive PDF Guide

본 보고서는 관련 페이지 바로가기와 웹페이지 링크 기능이 제공되는 Interactive PDF로 제작되었습니다. 지면 상단의 아이콘과 내비게이션, 목차에 페이지 바로가기 기능이 적용되어 있고, 본문내 링크 버튼을 클릭하면 웹페이지로 연결됩니다.

# About this Report



## 보고서 개요

하이브는 2022년부터 지속가능경영보고서를 매년 발간하며 하이브에서 추진한 지속가능경영 관련 활동 및 성과를 투명하게 공개하고 있습니다.

## 보고 기간

본 보고서는 2023년 1월 1일부터 2023년 12월 31일까지의 하이브의 지속가능경영 관련 활동 및 성과를 담고 있습니다. 일부 정성 성과의 경우 2024년 상반기 정보가 포함되어 있으며, 보고서 내 별도 표시했습니다. 정량 성과의 경우 연도별 추세를 관찰할 수 있도록 최근 3개년(2021년~2023년) 수치를 포함했습니다.

## 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 전문검증 기관인 한국경영인증원(KMR)으로부터 검증 받았습니다. 적용된 검증 기준은 AA1000AS v3 Type 2 Moderate 및 SRV1000입니다.

## 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 | [hybe\\_esg\\_team@hybecorp.com](mailto:hybe_esg_team@hybecorp.com)

# 지속가능경영위원회 메시지

## 존경하는 이해관계자 여러분,

하이브는 지난 한 해 동안 “지속가능한 엔터테인먼트를 위하여”라는 비전 하에 지속가능한 기업의 성장을 비롯해, 고객의 엔터테인먼트 라이프와 글로벌 산업의 긍정적 변화에 기여하고자 노력해 왔습니다.

이번 지속가능경영보고서를 통해 하이브는 환경, 사회, 거버넌스 각각의 영역에서 하이브만의 지속가능경영 실천 방향성을 더욱 공고히 하고, 각 영역에서 지속가능한 가치를 창출하기 위한 노력을 공유하고자 합니다.

하이브는 중요 이해관계자인 고객(팬)들이 선택할 수 있는 경험의 폭을 확장해 나가고자 다양한 시도를 하고 있습니다. 국내·외 공연장을 방문하는 관람객들의 편의성을 제고하고, 팬 경험을 개선할 수 있도록 공연장에서 상품 구매를 위한 대기 시간을 단축하고, 아티스트 공식상품을 자유롭게 꾸밀 수 있는 서비스 등을 마련했습니다. 이 밖에도 재활용률이 높은 친환경 소재를 앨범 및 공식 상품 등에 점진적으로 확대 도입하고 있으며, 공연장 폐기물을 활용한 업사이클링 프로젝트를 수행하는 등 환경에 미치는 영향을 최소화하기 위해 다방면에서 노력하고 있습니다.

하이브는 구성원, 파트너사, 지역사회 등 주요 이해관계자와의 동반성장을 위해 신규 제도와 프로그램을 도입하고 있습니다. 특히, 지난해 구성원들을 대상으로 성과관리 제도를 도입하고, 직책자 대상 리더십 교육을 진행하며 구성원들의 역량 개발을 위해 힘썼습니다. 아울러 사내에 의원을 개소하고 심리 상담 서비스를 확대 운영하는 등 구성원들의 건강 증진을 위한 복리후생 제도를 정비했습니다.

하이브는 기업의 지속가능한 성장을 위해 건전하고 투명한 지배구조를 확립하고, 환경영향을 실천하는 데에도 최선을 다하고 있습니다. 이를 위해 최고경영자 승계 규정을 신규 제정한 데 이어, 종장기 주주환원 정책을 발표해 주주친화 경영을 가속화했습니다. 이와 함께 조림 사업인 에코빌리지 프로젝트를 본격 가동하며 기후변화 대응을 위해 노력하고 있습니다.

2023년은 하이브의 지속가능경영이 전사적으로 내재화될 수 있도록 지속가능경영 체제를 구축하는 한 해였습니다. 조직별 비즈니스 전략에 맞춘 전사적 지속가능경영 고도화를 위해 지속가능경영실무협의체를 발족했습니다. 하이브 내 지속가능경영 전담팀은 실무협의체와 함께 중장기적인 관점에서 하이브의 지속가능경영 활동을 고도화하기 위한 전략과제를 도출하고, 이행 로드맵을 수립했습니다. 지속가능경영위원회는 지속가능경영 최고 의사결정 기구로서 관련 전략 및 주요 경영 정책 사항을 모니터링하고 성과를 검토하며, 앞으로 이행 과정에서 하이브가 이해관계자를 위한 가치를 창출할 수 있도록 지원하고자 합니다.

하이브는 앞으로도 성실하고 꾸준하게 하이브다운 지속가능경영을 실천하기 위해 노력하겠습니다. 변함없는 관심과 성원 부탁드립니다.

감사합니다.

하이브 지속가능경영위원회  
위원장 **이미경**  
위원 **함윤식, 박지원**

## I

# WHO WE ARE

---

06 Company Overview

07 History

08 Financial Overview

09 Labels

11 Solutions

12 Platforms

13 Artists

14 Awards

# Company Overview

글로벌 엔터테인먼트 플랫폼 기업 하이브는 3대 사업 영역인 레이블·솔루션·플랫폼을 통해 음악 산업을 혁신하고 있으며, 주요 거점에 하이브·하이브 재팬·하이브 아메리카·하이브 라틴 아메리카 본사를 구축하고 있습니다.

## 회사 정보

회사명	주식회사 하이브	본사 위치	K 한국   J 일본   A 미국   M 남미
설립 연월	2005년 2월	사업영역	아티스트 매니지먼트 대행업, 공연기획업, 도소매, 라이선스업 등
대표이사	박지원	구성원 수	1,861 명

## 글로벌 네트워크



## 사업 구조

(2023년 12월 31일 기준)		
Labels	아티스트 양성 및 음악 콘텐츠 제작	
Korea	<ul style="list-style-type: none"> <li>빅히트 뮤직</li> <li>KOZ 엔터테인먼트</li> <li>빌리프랩</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>플레디스 엔터테인먼트</li> <li>쏘스뮤직</li> <li>어도어</li> </ul>
Japan	<ul style="list-style-type: none"> <li>하이브 레이블즈 재팬</li> <li>네이코</li> </ul>	
America	<ul style="list-style-type: none"> <li>빅 머신 레이블 그룹</li> <li>HYBE x Geffen Records</li> <li>QC 뮤직</li> </ul>	
Latin America	하이브 라틴 아메리카	

Solution		
아티스트 IP 기반의 공연 · 영상 콘텐츠 · 게임 등의 사업 전개		
Korea	<ul style="list-style-type: none"> <li>하이브 쓰리식스티</li> <li>하이브 미디어 스튜디오</li> <li>하이브 IPX</li> <li>하이브IM</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>하이브 OSB</li> <li>수퍼톤</li> <li>바이너리코리아</li> </ul>
Japan	<ul style="list-style-type: none"> <li>하이브 재팬</li> </ul>	
America	<ul style="list-style-type: none"> <li>하이브 아메리카</li> </ul>	

Platform		
위버스를 주축으로 아티스트 콘텐츠 및 서비스 전반을 연결해 팬 경험 확장		
Korea	<ul style="list-style-type: none"> <li>위버스컴퍼니</li> </ul>	
Japan	<ul style="list-style-type: none"> <li>위버스 재팬</li> </ul>	
America	<ul style="list-style-type: none"> <li>위버스 아메리카</li> </ul>	

# History

하이브는 레이블·솔루션·플랫폼 사업 구조를 중심으로 지속적인 변화와 발전을 통해 글로벌 엔터테인먼트 플랫폼 기업으로의 입지를 넓혀가고 있습니다.

## Chapter 1

### 초기 빅히트 엔터테인먼트

#### 2005~2018

##### 2005

2005. 2. 빅히트 엔터테인먼트 설립

##### 2017

2017. 9. 빅히트 엔터테인먼트 재팬(現 하이브 재팬) 설립

## Chapter 2

### 레이블·솔루션·플랫폼 사업 구조 구축

#### 2018~2021

##### 2018

- 2018. 7. beNX(現 위버스컴퍼니) 설립
- 2018. 9. 빌리프랩 설립

##### 2019

- 2019. 7. 쏘스뮤직 인수
- 2019. 10. 빅히트쓰리식스티(現 하이브쓰리식스티) 및 빅히트아이피(現 하이브 아이피엑스) 설립

##### 2020

- 2020. 5. 플레디스 엔터테인먼트 인수
- 2020. 10. 유가증권시장 상장
- 2020. 11. KOZ 엔터테인먼트 인수

## Chapter 3

### 글로벌 엔터테인먼트 플랫폼 기업으로의 도약

#### 2021~현재

##### 2021

- 2021. 2. 유니버설뮤직그룹(UMG) 산하 게펜 레코드(Geffen Records)와 합작 레이블 설립(하이브 유니버설)
- 2021. 3. 하이브로 사명 변경
- 2021. 3. 하이브 OSB 설립
- 2021. 4. 미국 종합 미디어사 이타카 홀딩스 인수
- 2021. 7. 하이브IM 설립
- 2021. 11. 어도어 설립

##### 2022

- 2022. 1. 두나무와 NFT 사업 합작 법인 설립(레벨스)
- 2022. 6. 위버스 재팬 설립
- 2022. 7. 위버스 아메리카 설립
- 2022. 7. 바이너리코리아 설립
- 2022. 7. 하이브 지속가능경영위원회 설립
- 2022. 12. 네이코 설립
- 2022. 12. 하이브 미디어 스튜디오 설립

##### 2023

- 2023. 1. AI 오디오 기업 수퍼톤 인수
- 2023. 2. 미국 힙합 레이블 QC 미디어 홀딩스 인수
- 2023. 8. 빌리프랩 지분 전량 인수 및 자회사 편입
- 2023. 11. 엑자일 뮤직 인수 및 하이브 라틴 아메리카 설립

# Financial Overview

하이브는 음반 및 음원, 공연, 공식상품 및 라이선싱, 콘텐츠 등의 사업을 운영하며 글로벌 엔터테인먼트 산업을 선도하고 있습니다.

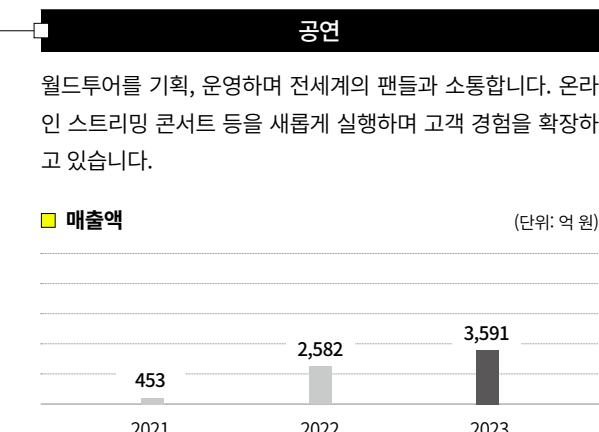
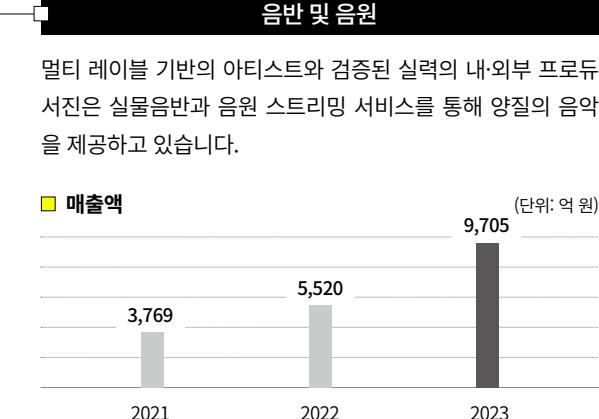
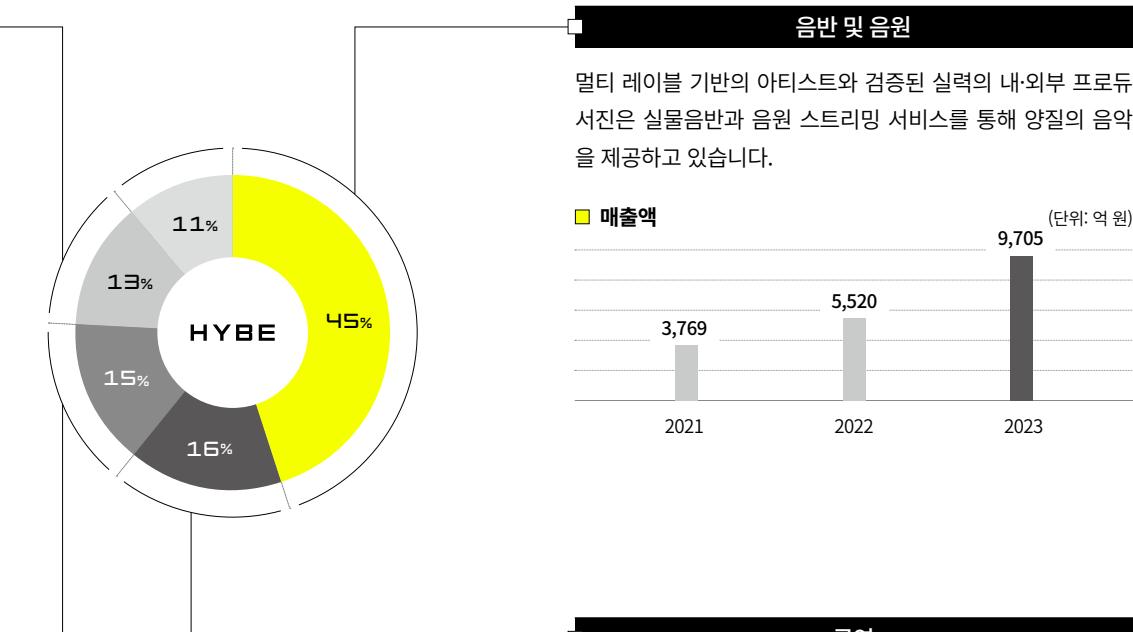
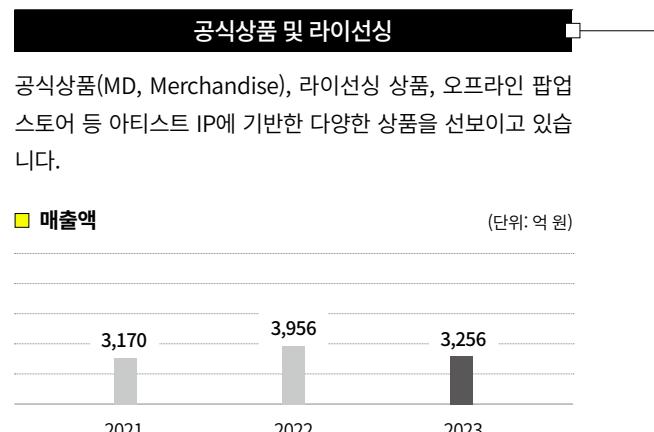
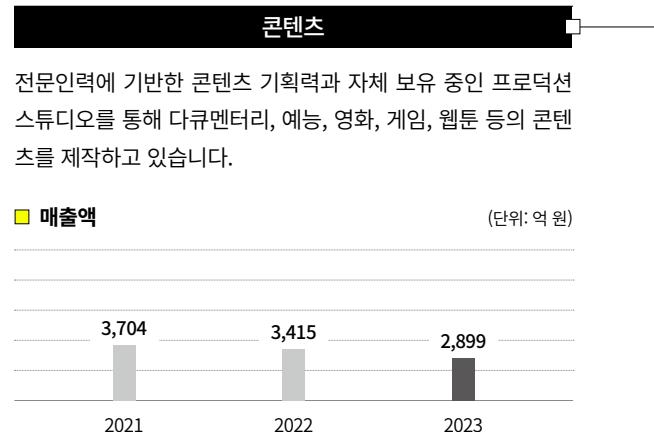
## FY23 재무성과

**연결 매출액**  
**2조 1,781억 원**

**연결 영업이익**  
**2,956억 원**

**연결 총자산**  
**5조 3,457억 원**

## HYBE Business<sup>1)</sup>



1) 2023년 연결재무제표 기준으로 집계했으며, 매출 실적에 대한 구체적 내용은 사업보고서 'II. 사업의 내용'의 '4. 매출 및 수주상황' 참고

2) 광고, 출연료, 매니지먼트 및 팬클럽 등 기타 수익 포함

# Labels

하이브는 멀티 레이블 체제를 운영하고 있으며, 각 레이블이 독립적이고 독창적인 환경에서 다양한 콘텐츠를 제작할 수 있도록 지원하고 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 담는 상징적인 음악을 만들어 전세계 팬들과 소통하고자 노력합니다. 이현, 방탄소년단, 투모로우바이투게더가 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.

### 빌리프랩



빌리프랩(BELIFT LAB)은 글로벌 시장을 타깃으로 하는 아이돌 그룹 양성을 통해 케이팝의 주류 장르화를 이끌며 레이블 비즈니스를 재정의하고 혁신하기 위해 만들어졌습니다. 엔하이픈, 아일릿이 소속되어 있습니다.

### PLEDIS 엔터테인먼트



플레디스 엔터테인먼트(PLEDIS Entertainment)는 인재들을 모아 최고의 스타로 양성하겠다는 목표를 가진 레이블입니다. 다년간 축적된 노하우와 네트워크를 바탕으로 대중문화의 영역을 확대하고자 다양한 프로젝트를 시도합니다. 나나, 범주, 백호(강동호), 황민현, 세븐틴, 프로미스나인, TWS(투어스) 등이 소속되어 있습니다.

### 쏘스뮤직



쏘스뮤직(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.

### 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.

## JAPAN

### 하이브 레이블즈 재팬



하이브 레이블즈 재팬(HYBE LABELS JAPAN)은 음악 산업에 혁신을 일으켜 음악을 사랑하는 팬들의 삶을 윤택하게 하고자 하는 콘텐츠 기업입니다. 일본 현지에서 신인 발굴 및 개발, 매니지먼트, 음반 제작 등을 진행합니다. 앤팀이 소속되어 있습니다.

### 네이코



네이코(NAEKO)는 큰 바다를 의미하는 “OCEAN”的 철자를 거꾸로 배열해 파도가 연상되는 이름으로 구성했습니다. 물줄기가 뒤집히는 모습에서 지속적인 변화를 추구하는 사업 방향성을 염볼 수 있으며, 궁극적으로 큰 바다와 같은 글로벌 시장을 개척하고자 하는 목표를 담았습니다. 소속사로서 아티스트 활동 전반을 기획하고 동시에 레이블로서 완성도 높은 콘텐츠를 제작하는 기능을 두루 갖추었습니다. 폭넓은 글로벌 인프라로 소속 아티스트의 글로벌 진출을 지원합니다. 하라테 유리나가 소속되어 있습니다.

# Labels

## AMERICA

### 빅 머신 레이블 그룹



Big Machine Label Group은 아티스트, 작곡가, 출판사 및 음반 회사의 권리 보장을 위해 노력하는 미국 레이블입니다. 아티스트의 공연 로열티 권리들 위해 지상파 라디오와 최초로 제휴를 맺었으며, 자체 디지털 라디오 방송국 Big Machine Radio를 운영하고 있습니다. Big Machine Label Group은 Big Machine Records, The Valory Music Co., Nashville Harbor Records & Entertainment, Big Machine Rock, The Hard Working Record Co. 및 출판사 Big Machine Music으로 구성됩니다. Tim McGraw, Sheryl Crow, Mötley Crüe, Thomas Rhett, Brantley Gilbert, Justin Moore, Chris Janson, Brian Kelley, Eli Young Band, Brett Young, Midland, Carly Pearce, Riley Green, Jackson Dean, Daughtry, Aaron Lewis, Badflower, Chase McDaniel, Conner Smith, Greylan James, LECADE, Mackenzie Carpenter, Mae Estes, The Cadillac Three, The Struts, Noah Hicks, Dylan Matthew, Lillian Hepler가 소속되어 있습니다. Creativets, the Tom Petty Estate, Toby Keith, Darryl Worley, Glen Campbell과도 파트너십을 맺고 있습니다. 소속 아티스트들은 Grammy Awards, CMA, ACM, AMA, CMT, Teen Choice, MTV, Billboard, People's Choice, Brit Awards에서 여러 차례 수상했습니다.

### HYBE × Geffen Records



하이브 아메리카와 게펜 레코드(Geffen Records) 조인트 벤처는 미국 음반회사와 한국의 대표적인 엔터테인먼트회사 간의 역사적인 파트너십으로 설립되었습니다. Geffen Records와 하이브는 전례 없는 협업으로 아티스트 발굴 및 개발, 음악 제작의 전문 지식을 결합해 세계적으로 유명한 케이팝 신인 개발 시스템을 기반으로 세계 최초의 글로벌 걸그룹을 만들고자 합니다. 이를 통해 국가, 문화, 예술적 경계를 초월하는 세계적인 걸그룹 데뷔를 목표로 합니다.

### QC 뮤직



QC Music은 2013년 3월 Kelvin "Coach K"와 Pierre "P"가 설립한 미국 힙합 레이블입니다. 앨범 발매와 매니지먼트를 통해 성장해왔으며, 아티스트를 발굴 및 육성하고 있습니다. 관심사 기반 분석 도구(Interest-based Analytics Tools)를 사용해 아티스트에게 최적화된 환경을 제공합니다. Quavo, Yung Miami, Lil Baby, Lil Yachty, City Girls, JT, Baby Money, Wee2Hard, BEO Lil Kenny, The Boykinz, Genesis The Gwad, The Concrete Family, Gloss Up, SCY Jimm이 소속되어 있습니다.

### SB(Scooter Braun) Projects



Ariana Grande, Ava Max, City Girls, Jenna Raine, Justin Bieber, Kalii, Kelly Rowland, Lil Baby, Lil Dicky, Lil Yachty, Ozuna, The Kid LAROI, The Scarlet Opera, Tori Kelly, Quavo, Watt가 소속되어 있습니다.

# Solutions

하이브는 아티스트 IP를 활용한 공연, 영상 콘텐츠, 게임 등의 다양한 사업을 전개하고 있습니다.

## 하이브 쓰리식스티



하이브 쓰리식스티는 글로벌 콘서트, 팬미팅 등 완성도 높은 온·오프라인 공연과 고객 경험 확장을 위한 콘텐츠·서비스를 기획, 제작, 운영합니다. 또한 아티스트 음반원의 국내·외 유통, 프로모션을 담당하고 있습니다.

## 하이브 아이피엑스



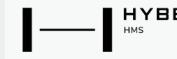
하이브 아이피엑스(IPX)는 아티스트 IP를 활용해 팬들에게 색다른 재미와 감동을 제공할 수 있는 다양한 공식상품을 생산하고, 위버스, 팝업스토어 등의 온·오프라인 채널을 통해 유통합니다. 광고와 라이선스를 포함한 브랜드 협업, 공연과 연계한 다양한 팬 경험 제공(더 시티 프로젝트 등)과 공간 사업 확장을 통해 글로벌 팬들이 사랑하는 아티스트와 다양한 방식으로 일상을 공유하며 소중한 경험을 쌓아갈 수 있도록 노력합니다.

## 하이브 OSB



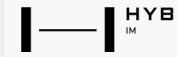
하이브 OSB는 하이브가 제작한 오리지널 스토리 IP를 의미합니다. 오리지널 스토리 IP를 통해 아티스트의 음악적 메시지와의 연계성 강화 및 해당 이야기를 다양한 장르와 포맷으로 확장할 수 있는 매력과 가능성을 보유합니다. 하이브 OSB를 바탕으로 그 첫 시작으로 네이버 웹툰 플랫폼을 통해 웹툰과 웹소설을 선보였습니다.

## 하이브 미디어 스튜디오



하이브 미디어 스튜디오는 다큐멘터리, 예능, 영화 등 하이브 레이블 소속 아티스트들의 다채로운 매력을 담아 팬들에게 즐거움을 선사할 수 있는 콘텐츠를 제공합니다. 글로벌 팬들의 접근성을 향상시키기 위해 팬 플랫폼을 넘어 국내·외 OTT, TV, 극장 등에 콘텐츠를 배급하고 있습니다.

## 하이브IM



하이브IM은 엔터테인먼트 라이프를 다채롭게 즐길 수 있는 게임 개발 및 전 세계 게임 이용자들과 교류할 수 있는 퍼블리싱 사업을 전개하고 있습니다. 하이브의 본질인 음악과 아티스트, 엔터테인먼트 요소를 하이브IM이 보유한 첨단 인터랙티브 미디어 테크놀로지에 접목해 시너지를 창출하고, 다양한 콘텐츠와 서비스를 제작해 엔터테인먼트의 경계를 확장하고 있습니다.

## 바이너리코리아



바이너리코리아는 콘텐츠와 기술의 융합으로 세상에 없던 즐거움을 창출하고자 하는 하이브의 선행 연구개발법인입니다. 바이너리코리아는 Web3 블록체인 등 신기술에 기반을 두고 하이브의 다양한 콘텐츠 자산과 사용자 경험을 디지털화해 시너지를 강화하는 사업을 전개해 나갈 예정입니다.

## 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.

# Platforms

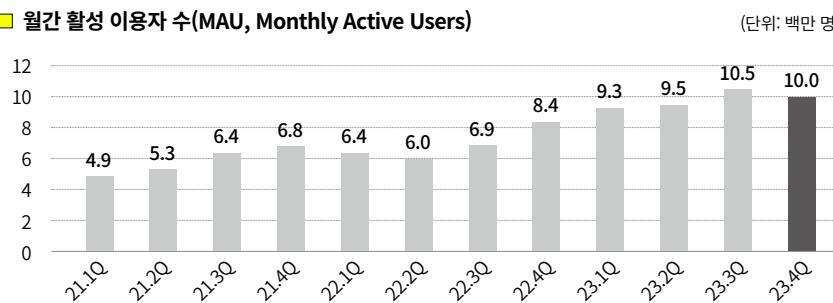
위버스컴퍼니(WEVERSE COMPANY)는 IT 기술을 활용해 팬덤 문화를 혁신하며 고객 경험을 확장하고 있습니다.

모든 팬이 즐겁고 행복할 수 있는 공간, 팬과 아티스트가 더 가깝게 연결되는 세상을 만듭니다.

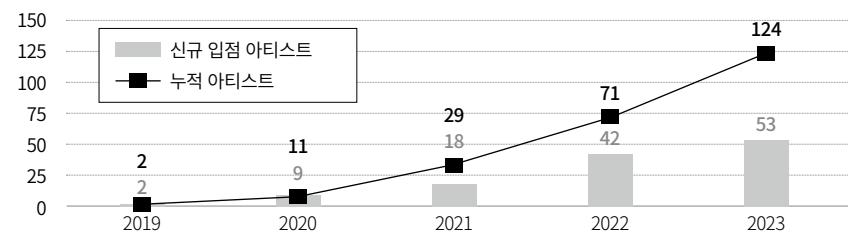
## Weverse, Global Superfan Platform

위버스는 아티스트와 팬덤에게 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 수<sup>1)</sup>



1) 선셋-클로징 커뮤니티를 제외한 현재 활성화된 커뮤니티 기준

2) 2023년 1월 1일~12월 31일 기준으로 집계되었으며, 누적 재생 유저 수 및 재생 수는 라이브 방송 다시보기를 포함한 수치

## ■ 위버스 기능 소개

### 위버스샵

글로벌 팬을 위한 공식 커머스 플랫폼 위버스샵은 위버스에 입점한 아티스트의 공식 앨범과 상품, 온라인 콘서트 티켓, 위버스샵에서만 구매 가능한 공식상품 등을 판매하고 있습니다. 위버스 계정과의 연동으로 하나의 통합된 위버스 생태계 안에서 다양한 소비 활동을 통합 지원하며, 글로벌 배송 서비스를 제공해 전 세계 어디에서든 편리하게 이용할 수 있습니다. 2023년 10월에는 공식상품을 커스터마이징한 나만의 상품을 제작할 수 있는 ‘Weverse by Fans(위버스 바이 팬즈)’ 서비스를 새롭게 선보였습니다.

### 위버스앨범

위버스앨범은 QR코드 하나로 디지털 공간에서 음악과 포토 콘텐츠를 감상할 수 있는 앨범입니다. 실물 앨범을 디지털로 확장해 즐기는 방식으로, 구매한 디지털 앨범을 QR코드 스캔으로 앱에 간편하게 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 라이브

위버스 라이브는 실시간 온라인 방송 플랫폼으로 팬과 아티스트의 폭넓은 소통을 지원합니다. 아티스트는 생일, 앨범 발매, 콘서트 이후 등의 순간을 팬들과 나누며, 팬들은 라이브 방송 중 채팅에 참여하고 좋아요를 남기며 더욱 생생하게 소통하고 있습니다. 2023년에는 전년 대비 4배 이상 증가한 4,933회의 라이브 방송이 진행되었으며, 전 세계 4억 7천만 명의 팬들로부터 누적 15억 6천만 회 재생되었습니다<sup>2)</sup>.

### 위버스 매거진

위버스 매거진은 디지털 웹·앱 기반 뉴스 서비스로서, 위버스 편집팀이 팬들을 위해 직접 집필, 큐레이팅 및 운영하고 있습니다. 글로벌 팬들을 고려해 한국어, 영어, 일본어 및 중국어(일부)를 지원하고 있으며, 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.

# Artists

하이브 소속 아티스트는 K-POP을 전세계에 전파하기 위해 국내·외에서 활발히 활동합니다.

## 빅히트 뮤직 Korea



### 방탄소년단

Debut | 2013. 6. 13.

2013년 데뷔해 국내·외 신인상을 훙쓴 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 조회 수, 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 스타디움 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. 3. 4.

2019년 데뷔와 동시에 전 세계 음악시장에서 돌풍을 일으킨 투모로우바이투게더는 트렌디한 음악과 퍼포먼스를 바탕으로 Z 세대를 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. 8. 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 ‘미드낫’으로 활동했습니다.

# Artists

## 플레디스 엔터테인먼트 Korea

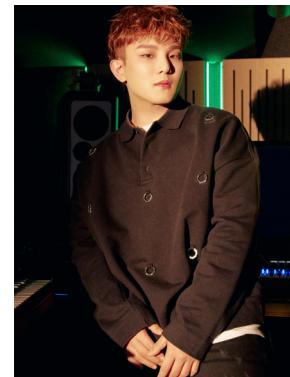


나나는 애프터스쿨과 오렌지캬라멜 멤버로 활동하며 다양한 매력으로 대중의 시선을 사로잡았습니다. 성공적인 가수 활동 이후 한국 온스타일의 '스타일로그'와 일본 텔레비 도쿄 'Tokyo Brandnew Girls', 중국 상해동방 TV '여신의 패션' 등 한, 중, 일을 넘나들며 나나만이 보여줄 수 있는 매력을 보여주었습니다. 특히 드라마 '굿 와이프'를 통해 연기력을 인정받으며 입지를 다졌고, 영화 '꾼'을 통해 성공적으로 스크린에 데뷔했습니다. 이후 장르를 불문한 연기력으로 순수, 섹시, 귀여운 이미지를 모두 보여주며 믿고 보는 배우로 자리매김했습니다. 2023년 공개된 넷플릭스 시리즈 '마스크걸'에서는 장르퀸으로 완벽 변신해 인상적인 연기력을 보여주며 큰 호평을 얻었습니다.

### 나나

Debut | 2009. 11. 25.

범주는 2012년 오디션 프로그램 Mnet '슈퍼스타K 4'에서 TOP 12 안에 들며 실력파 싱어송라이터로서 대중들에게 인정받았습니다. 가창력과 호소력 짙은 음색으로 보컬리스트는 물론, 인기 아이돌 그룹 뉴이스트, 세븐틴 등의 프로듀서로서도 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, TWS 등)의 앨범 제작에 적극 참여하면서 K-Pop의 전세계적인 인기에 큰 역할을 하고 있으며, 최근 '제10회 KOMCA 저작권대상'에서 대중 작사, 작곡 분야 대상을 수상했습니다.



### 범주

Debut | 2011. 6. 14.



### 백호(강동호)

Debut | 2012. 3. 15.

백호는 프로듀싱, 연기, 보컬까지 백호만의 컬러로 대중들을 사로잡고 있습니다. 탁월한 프로듀싱 능력으로 수많은 명곡을 제작한 백호는 미니 1집 'Absolute Zero'를 발매하며 솔로 가수로서의 입지를 확장했으며, 뮤지컬 '태양의 노래', '알타보이즈', '이퀄', '마리앙투아네트' 등 뮤지컬에 연이어 출연하며 차세대 뮤지컬 스타로 떠오르고 있습니다. 탄탄한 보컬 실력과 한층 깊어진 연기력을 보여주고 있는 백호는 또한 다수의 OST에도 참여하면서 아티스트로서 다양한 분야에서 두각을 나타내고 있습니다.

### 황민현

Debut | 2012. 3. 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 앙뚜아네트'를 시작으로, 정극 드라마 '라이브온' 첫 출연을 통해 수준급의 연기력을 인정받으며 많은 이들을 완벽하게 매료시켰습니다. 황민현은 '환흔', '소용없어 거짓말'을 통해 수준급 연기력을 인정받았으며, 차기작 '스터디 그룹'을 확정 지으며 '차세대 20대 대표 연기자'로 입지를 탄탄히 다져가고 있습니다. 2023년 2월 1월 첫 솔로 앨범(EP) 'Truth or Lie'를 발표했으며, 2024년 3월 디지털싱글 'Lullaby'를 발표하며 노래를 비롯해 다방면으로 활발한 행보를 보이고 있습니다.



### 세븐틴

Debut | 2015. 5. 26.



세븐틴은 13명의 멤버, 3개의 유닛(힙합팀, 보컬팀, 퍼포먼스팀)이 모여 하나의 팀을 이룬다는 의미가 담긴, '13+3+1 = 17'을 뜻하는 플레디스 엔터테인먼트 소속의 초대형 그룹입니다. 2015년 데뷔와 동시에 슈퍼루키로 부상한 세븐틴은 '자체 제작 아티스트'라는 태이틀에 맞게 세계적인 수준의 칼군무와 돋도한 팀워크로 역사를 만들어 내며 최상의 퍼포먼스로 글로벌 팬덤을 형성하고 있습니다. 특히, 세븐틴은 지난해에만 국내 앨범 누적 판매량 1,600만장을 넘기는 대기록을 쓰며 '천만 아티스트'에 등극했습니다. 지난 해 발매된 세븐틴의 미니 10집 'FML'은 누적 판매량 628만장을 K-Pop 단일 앨범으로는 역대 가장 많이 팔린 앨범이 되었으며, 미니 11집 'SEVENTEENTH HEAVEN'은 발매 후 일주일간 음반 판매량(초동) 500만장을 넘긴 최초의 K-Pop 앨범이 되었습니다.

# Artists

## 플레디스 엔터테인먼트 Korea

### 프로미스나인

Debut | 2018. 1. 24.

2017년 11월 프리 데뷔 싱글의 타이틀곡 ‘유리구두’로 전 세계 음악 팬들에게 눈도장을 찍은 프로미스나인은 2018년 1월 첫 번째 미니앨범 ‘To. Heart’로 가요계에 정식 데뷔해 K팝 기대주로 떠올랐습니다. 독보적인 비주얼과 청량함을 멤버 전원이 꾸준히 음악 작업에 참여하며 진정성 담긴 음악으로 대중들에게 긍정적 에너지를 전달했습니다. 각기 다른 개성으로 둥친 프로미스나인은 앨범 활동 뿐만 아니라 OST, 예능, 드라마 등 다양한 분야에서 매력을 발산하며 나날이 확장되는 무한한 스펙트럼을 증명하고 있습니다. 2023년 6월 정규 1집 ‘Unlock My World’를 발표하며 더욱 폭넓어진 음악성으로 한계없는 ‘계단식 성장’을 보여주고 있습니다. 특히 프로미스나인은 싱글 2집 타이틀곡 ‘WE GO’와 미니 4집 타이틀곡 ‘DM’으로 ‘빌보드가 선정한 올해의 K-POP’에 이름을 올렸고, 싱글 2집 ‘9 WAY TICKET’, 미니 4집 ‘Midnight Guest’, 미니 5집 ‘from our Memento Box’ 3개 작품 연속으로 오리콘 데일리 앨범 차트 1위를 기록했습니다.



### 투어스

Debut | 2024. 1. 22.

TWS(투어스)는 SEVENTEEN의 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. TWS는 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. TWS는 타이틀곡 ‘첫 만남은 계획대로 되지 않아’로 데뷔 한달 만에 음악방송 4관왕을 달성했으며, 멜론 일간 TOP100 2위, 오리콘 데일리 앨범 차트에서 1위를 차지하며 ‘2024년 최고 기대주’에서 ‘대세 신인’으로 자리매김했습니다.



## KOZ 엔터테인먼트 Korea

### 지코

Debut | 2011. 4. 15.

지코는 2011년 4월 그룹 블락비의 멤버로 가요계에 첫발을 내디뎠습니다. 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 1위를 차지하는 저력을 과시했습니다. 2019년 본인의 아이덴티티를 내세운 KOZ 엔터테인먼트를 직접 설립해 총괄 프로듀서로서도 활동하고 있습니다.



### 보이넥스트도어

Debut | 2023. 5. 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 앨범 차트인 ‘빌보드 200’에 진입하는 등 성과에 힘입어 올해 미국 그래미닷컴이 발표한 ‘2024년 주목해야 할 K-팝 신인’에 선정되며 기대감을 높이고 있습니다.

# Artists

## 쏘스뮤직 Korea

### 르세라핌

Debut | 2022. 5. 2.

르세라핌은 김채원, 사쿠라, 허윤진, 카즈하, 흥은채 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. 르세라핌은 정규 1집 ‘UNFORGIVEN’으로 K-POP 걸그룹 역사상 데뷔 이후 최단기간 초동 밀리언셀러에 등극했고 빌보드 메인 앨범 차트 ‘빌보드 200’에서 4세대 K-POP 걸그룹 중 최고의 성적을 거뒀습니다.

또한 디지털 싱글 ‘Perfect Night’으로 한국 멜론, 미국 스포티파이 등 국내·외 글로벌 주요 차트에서 유의미한 성적을 거두고, 빌보드 HOT100 버블링 차트 19위를 기록하며 커리어 하이를 달성했습니다. 또한 글로벌 인기 게임인 오버워치2와 클라보한 뮤직비디오와 BlizzCon2023 엔딩 퍼포먼스로 화제성을 입증하고, 활발한 북미 활동 및 프로모션을 통해 북미 시장 내 입지를 다졌습니다.



## 빌리프랩 Korea

### 엔하이픈

Debut | 2020. 11. 30.



엔하이픈은 빌리프랩 소속으로 정원, 희승, 제이, 제이크, 성훈, 선우, 니키 7인의 다국적 멤버로 구성된 보이그룹입니다. 팀명 ‘엔하이픈(-)’이 뜻하는 것처럼, 서로 다른 환경에서 다른 삶을 살아온 7명의 소년들이 ‘연결’되어 서로를 ‘발견’하고 함께 ‘성장’한다는 의미와 함께 음악을 통해 사람과 사람, 세계와 세계를 잇겠다는 포부도 담고 있습니다. 엔하이픈은 미니 2집 ‘BORDER : CARNIVAL’을 시작으로 국내에서 발매한 5개 앨범 연속 ‘빌보드 200’에 진입시켰으며, 2023년 11월에 발표한 미니 5집 ‘ORANGE BLOOD’가 판매량 200만 장(써클차트 2024년 2월 앨범 차트 기준)을 넘기며 ‘더블 밀리언셀러’ 아티스트 반열에 올랐습니다. 또한, 2023년 9월 두 번째 월드투어 ‘ENHYPEN WORLD TOUR FATE’를 통해 역대 K-팝 보이그룹 중 데뷔 후 최단기간에 일본 돈 투어를 개최했습니다.



### 아일릿

Debut | 2024. 3. 25.

아일릿은 빌리프랩 소속으로 윤아, 민주, 모카, 원희, 이로하 5인의 다국적 멤버로 구성된 걸그룹입니다. 아일릿은 하이브가 만든 세 번째 걸그룹이자 빌리프랩에서 처음 선보이는 걸그룹으로, 2023년 JTBC에서 방송된 빌리프랩의 걸그룹 서바이벌 프로그램 ‘알유넥스트(R U NEXT?)’를 통해 결성되었습니다. 팀명 ‘아일릿’은 자주적이고 진취적인 의지(i WILL)와 특별한 무언가를 의미하는 대명사(IT)의 결합으로 만들어졌으며, ‘무엇이든 될 수 있는 잠재력을 지닌 그룹’이라는 의미를 담고 있습니다. 2024년 3월 25일 첫번째 미니앨범 ‘SUPER REAL ME’로 데뷔했고, 데뷔 후 빌보드 핫 100에 가장 짧은 기간에 차트인한 K-POP 그룹이 되었습니다.

# Artists

## 어도어 | Korea

### 뉴진스

Debut | 2022. 7. 22.

뉴진스는 민지, 하니, 다니엘, 해린, 혜인으로 구성된 5인조 그룹입니다. 뉴진스는 매일 찾게 되고 언제 입어도 질리지 않는 진(Jean)처럼 시대의 아이콘이 되겠다는 포부와 ‘New Genes’가 되겠다는 각오를 팀명에 담겨있습니다. 2022년 7월 22일 데뷔와 동시에 신드롬을 일으킨 뉴진스는 데뷔앨범 ‘New Jeans’를 시작으로 3개 음반을 연속 밀리언셀러로 만들며 누적 음반 판매량 500만 장을 달성했으며, 세계 최대 음원 스트리밍 플랫폼 Spotify에서의 누적 스트리밍 횟수 34억 회를 달성했습니다. 특히 2023년 1월 발매된 싱글앨범 ‘OMG’의 수록곡 ‘Ditto’와 타이틀곡 ‘OMG’는 2023년 1분기(1~3월) 내내 국내 주요 음원 차트 1, 2위를 장악했고, ‘Ditto’의 경우 멜론 일간 차트에서 역대 최장기간 1위 신기록(99일)을 작성했습니다. K-POP 그룹 중 데뷔 후 최단기간(1년)에 미국 빌보드 메인 앨범차트 ‘빌보드 200’에서 1위를 차지하는 기록을 세웠으며, ‘핫 100’에는 지금까지 5개의 곡을 진입시켰습니다. 뉴진스는 2023년 K-POP 걸그룹으로서는 처음으로 미국의 대형 음악 페스티벌 ‘롤라팔루자 시카고’와 ‘BBMAs’에서 공연했으며, 일본 음악 페스티벌 ‘섬머소닉’ 공연 진행, ‘일본 레코드 대상’ 수상 및 ‘홍백가합전’ 무대 진행, K-POP 그룹 완전체로는 처음으로 ‘리그 오브 레전드(Lol) 월드 챔피언십’ 결승전 오프닝 무대를 장식하는 등 글로벌 아티스트로 자리매김 하고 있습니다.



## 하이브 레이블즈 재팬 | Japan



### 앤팀

Debut | 2022. 12. 7.

앤팀은 HYBE LABELS JAPAN 소속 글로벌 그룹으로 의주, 후마, 케이, 니클라스, 유마, 조, 하루아, 타키, 마키 9인으로 구성되어 있습니다. 그룹의 이름 &TEAM에는 “각기 다른 개성을 가진 9명이 한 팀이 돼 다양한 세계를 연결한다”라는 의미가 담겨 있으며, 긍정적인 에너지와 9명의 강한 결속력을 바탕으로 세계를 향한 그룹으로 도약하고 있습니다. 데뷔앨범(미니 1집) ‘First Howling : ME’에 이어 두 번째 미니앨범 ‘First Howling : WE’(2023년 6월 발매), 첫 번째 정규앨범 ‘First Howling : NOW’를 연달아 발매하고, 한국과 일본 등에서 유수의 음악 차트를 휩쓸며 차세대를 대표하는 ‘핫 루키’로 급부상했으며, 2024년 1월부터 첫 단독 투어 ‘2024 &TEAM 콘서트 투어 ‘퍼스트 포 프린트’(2024 &TEAM CONCERT TOUR ‘FIRST PAW PRINT’)를 개최, 한국과 일본의 8개 도시에서 총 23회 공연을 통해 약 7만 명의 관객과 만났습니다. 2024년 5월 8일에는 자신들의 새로운 이야기의 시작을 알리는 1<sup>st</sup> SINGLE ‘Samidare’를 발매했습니다.

### 히라테 유리나

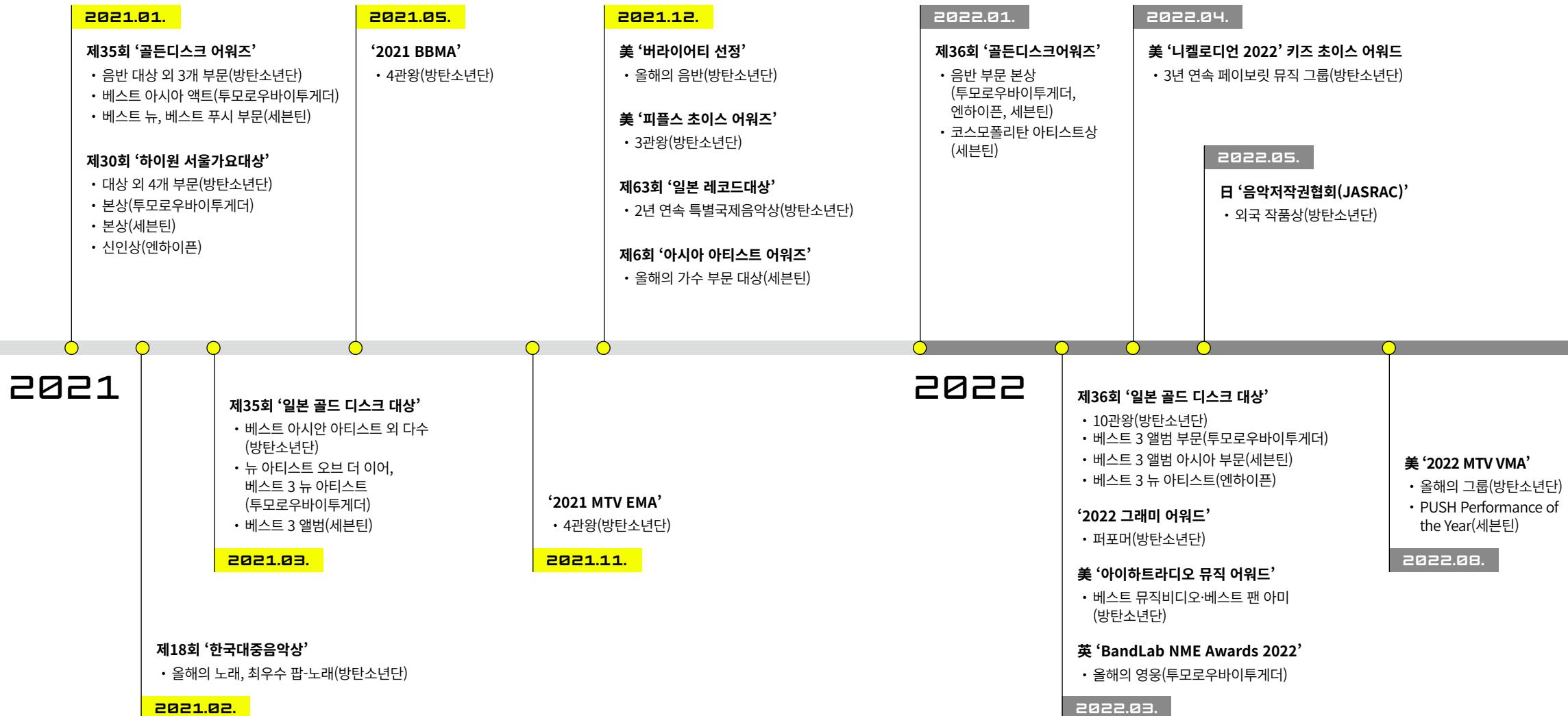
Debut | 2016. 4. 6.

히라테 유리나는 일본의 아이돌 그룹인 ‘케야키자카46’의 센터로 데뷔해 활약했으며, 2020년 탈퇴 후 드라마와 영화를 통해 독보적인 존재감을 드러냈습니다. 영화 ‘히비키(響 -HIBIKI-)’에서 첫 주연을 맡아 2019년 ‘제42회 일본 아카데미상’에서 신인여우상, ‘제28회 일본영화비평가대상’에서 신인여우상을 받는 등 뚜렷한 존재감을 드러낼 만큼 연기 분야에서도 맹활약하고 있습니다. 최근에는 드라마 ‘이태원 클라쓰’의 일본 리메이크작 ‘롯폰기 클라쓰’에서 아사미야 아오이 역을 맡아 열연한 바 있습니다. 2022년 12월 하이브 재팬이 설립한 네이코의 1호 아티스트가 되었습니다.



# Awards

하이브 레이블 소속 아티스트들은 국내는 물론, 일본, 미국 등 글로벌 음악 시장에서도 가치를 인정받아 수상을 이어오고 있습니다.



# Awards



## Awards

2023



**르세라핌**  
일본 오리콘 삼반기  
'신인 랭킹' 1위



**투모로우바이투게더**  
미국 '2023 MTV VMA'  
PUSH Performance  
of the Year 수상

Awards



**뉴진스**  
'2023 빌보드 뮤직 어워드'  
톱 글로벌 K-팝 아티스트 수상

Highlight



**세븐틴**  
'2023 MAMA AWARDS'  
올해의 앨범(대상, 삼성 갤럭시  
앨범 오브 더 이어) 수상

## II

# OUR APPROACH

- 
- 22 지속가능경영 프레임워크
  - 23 2023 Highlights
  - 24 지속가능경영 추진 체계
  - 25 이해관계자 소통
  - 26 이중 중대성 평가

# 지속가능경영 프레임워크

이해관계자들에게 하이브 지속가능경영의 방향성을 공유하기 위해 지속가능경영 비전 스테이트먼트와 세부 목표를 설정했습니다.

2023년에는 영역별 전략과제를 수립했으며, 이를 통해 하이브 지속가능경영의 단계적 고도화를 추진하고 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

- 환경영경영 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

# 2023 Highlights

## 팬 경험 개선

FAN-CON 관람객 편의를 위한 위버스 온라인 공연 스트리밍

**70회 이상** 진행  
(2023년 12월 기준)

## 팬 경험 개선

공연장 안전관리 매뉴얼 수립 및 위험성 사전 점검을 통한 최근 4개년

**공연 관련 안전사고  
0건 유지**

## 친환경 제품 및 서비스

플랫폼 앨범 폐기물의  
높은 재활용률 달성을 위한

**위버스앨범 표준화  
프로젝트 진행**

## 친환경 제품 및 서비스

공연 현수막 업사이클링 상품 출시를 통한

**149kgCO<sub>2</sub>eq 온실가스  
배출 저감**

## 인재 영입 및 역량 개발

구성원 역량강화를 위한 교육 지원

**26,064시간**  
(1인당 14시간)

## 인권경영

이해관계자 인권 존중 방향성을 담은

**인권경영 정책 제정**

## 정보보안 및 고객 개인정보보호

정보보호 체계 신뢰성 제고를 위한

**하이브 ISO 27001  
인증 신규 취득, 위버스컴퍼니  
ISMS 인증 갱신**

## 파트너사 동반성장 및 공정거래

산업 생태계 전반의 지속가능경영 수준  
제고를 위한 파트너사 평가기준 내

**지속가능성 항목 38%  
반영**

## 지속가능경영 전반

지속가능경영 내재화를 위한

**지속가능경영실무협의체  
발족**

## 이사회 및 위원회

거버넌스 안정성 및 연속성 확보를 위한

**최고경영자 승계  
규정 제정**

## 주주친화 경영

주주환원을 위한

**292억 원 규모의  
현금배당 지급  
(2024년 3월 기준)**

## 기후변화 대응

Value-Chain 전반의 온실가스 배출량 관리  
고도화를 위한

**SCOPE 3 배출량 최초 산정  
(카테고리 1, 2, 3, 4, 5)**

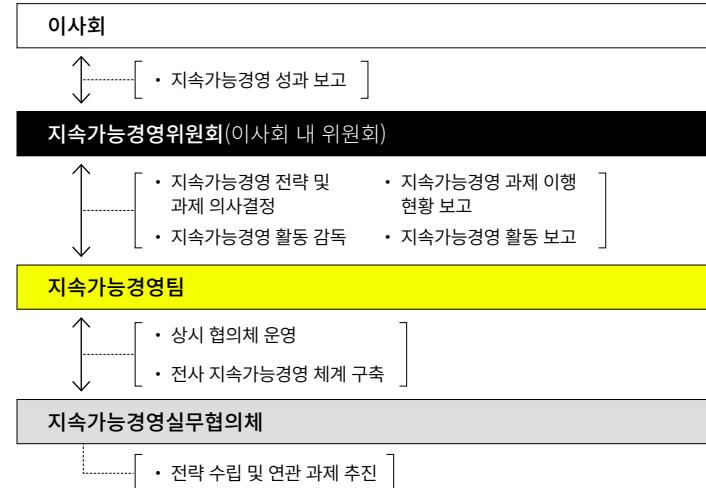
# 지속가능경영 추진 체계

하이브는 전사 지속가능경영 추진을 위해 최고 의사결정기구인 지속가능경영위원회 및 실무조직인 지속가능경영팀·지속가능경영실무협의체를 조직해 운영하고 있습니다.

## 지속가능경영 거버넌스

하이브는 이사회 산하 전문위원회인 지속가능경영위원회 및 실무조직 지속가능경영팀·지속가능경영실무협의체를 통해 지속가능경영을 추진합니다.

### ■ 지속가능경영 조직 체계



## 지속가능경영위원회

하이브는 2022년부터 이사회 내 위원회인 지속가능경영위원회를 설치해 운영하고 있으며, 위원회는 지속가능경영 관련 최고 의사결정 기구로서 관련 전략 및 주요 경영 정책 사항을 관리·감독하고 성과 검토를 수행합니다.

### ■ 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 전략과제 보고의 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), 지속가능경영실무협의회 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)

#### 지속가능경영팀

하이브는 기업전략실 산하 상설조직으로 지속가능경영팀을 두어 전사 지속가능경영 관련 과제 이행 현황을 관리하고 추진 활동을 위원회에 보고하고 있습니다. 지속가능경영팀은 전사 중장기 지속가능경영 전략 수립·실행 지원, 지속가능경영보고서 등의 정기적 작성·공시, 지속가능경영 고도화 과제 발굴·추진·실행 관리, 법규 대응을 위한 관리부서 지정·대응 지원, 지속가능경영 전략 연계 사회공헌 활동의 설계·추진 등의 업무를 수행합니다. 또한 하이브는 지속가능경영팀 구성원의 성과지표에 지속가능경영 요소를 반영하고 있습니다. 주요 성과지표로는 ESG 평가등급 관리, 지속가능경영 내재화 추진, 대외 지속가능경영 커뮤니케이션 수행 등이 포함되어 있습니다.

### ■ 지속가능경영팀 대상 지속가능경영 성과지표

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

## 지속가능경영실무협의체

하이브는 2023년 11월 레이블·솔루션·플랫폼별 담당자로 구성된 지속가능경영 실무협의체를 발족해 운영하고 있으며, 회사의 지속가능경영 내재화 및 고도화를 위한 전략을 수립하고, 관련 과제를 추진하는 역할을 수행하고 있습니다.

### ■ 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

2024년 보상위원회 의결을 통해 사내이사 중 Chairman 성과 지표에 지속가능경영 평가 요소를 포함했으며, CEO 성과 지표에는 중장기 전략과제를 포함함으로써 경영활동 전반에 지속가능경영 방향성을 내재화할 수 있도록 의사결정 체계를 구축했습니다.

## 이해관계자 소통

하이브는 팬, 구성원, 파트너사, 투자자, 지역사회를 주요 이해관계자로 정의하고 있습니다.

다양한 채널을 통해 이해관계자별 주요 관심사항에 대해 소통하며, 경영 활동에 이해관계자의 의견을 적극 반영하고 있습니다.

팬	구성원	파트너사	투자자	지역사회
이해관계자별 주요 관심사항	<ul style="list-style-type: none"> <li>콘텐츠 품질</li> <li>팬과의 소통 및 의견 수렴</li> <li>개인정보보호</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>근무환경 개선</li> <li>복리후생</li> <li>성장지원</li> <li>성과보상</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>지속가능한 상생</li> <li>산업에 대한 책임</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>재무성과</li> <li>배당성향</li> <li>투명한 지배구조</li> <li>리스크 관리</li> <li>탄소배출 감축</li> </ul>
소통 채널	<ul style="list-style-type: none"> <li>위버스</li> <li>홈페이지</li> <li>언론보도</li> <li>SNS</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>타운홀 미팅</li> <li>사내 이메일 및 메신저</li> <li>윤리강령 위반 제보 프로세스</li> <li>노사협의체</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>윤리 실천 협약</li> <li>공정한 계약</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>주주총회</li> <li>IR</li> <li>사업보고서</li> <li>감사보고서</li> <li>기업지배구조보고서</li> <li>지속가능경영보고서</li> </ul>
주요 활동	<ul style="list-style-type: none"> <li>위버스 고객센터 고도화</li> <li>위버스 고객 권리침해 구제 절차 운영</li> <li>개인정보보호 불만 접수 채널 운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>타운홀 미팅 개최</li> <li>구성원 존중행동규범 위반 제보 채널 운영</li> <li>노사협의회 진행</li> <li>구성원 간 소통 프로그램 운영(101 미팅 프로그램, 하이브 사다리 등)</li> <li>직무·리더십 교육 및 만족도 평가 실시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>파트너사 고충처리 채널 운영</li> <li>파트너사 거래 만족도 측정</li> <li>위버스컴퍼니 고객응대근로자 고충사항 정기 모니터링</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>정기 주주총회 진행</li> <li>정기 IR 행사 개최</li> <li>재무 및 비재무 정보 공시</li> </ul>

# 이중 중대성 평가

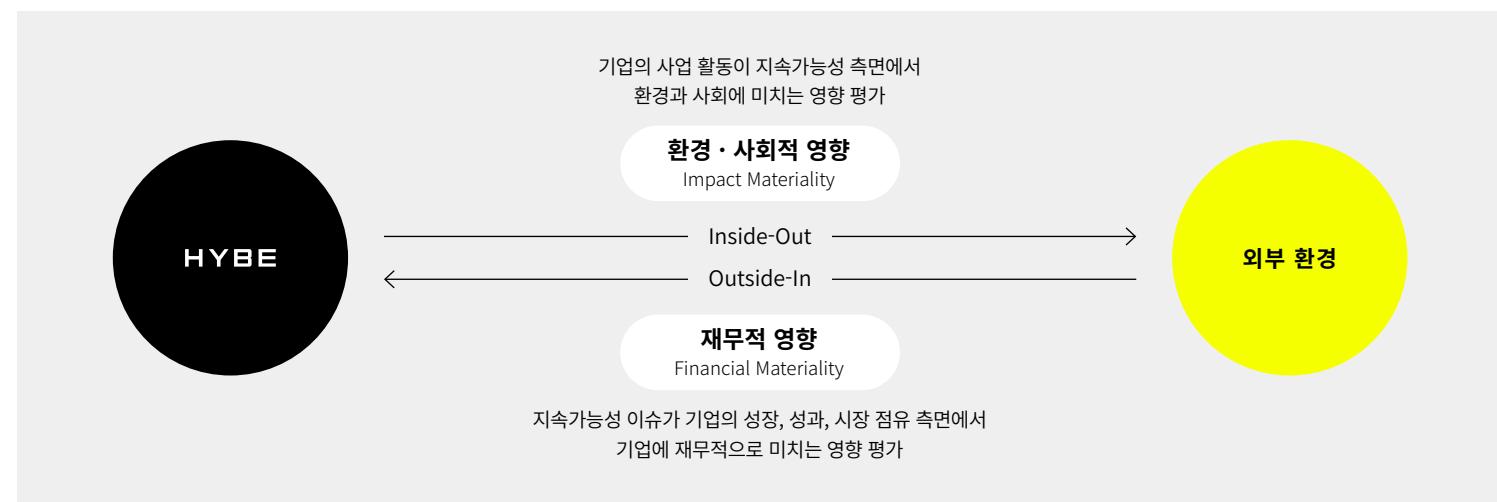
하이브는 이중 중대성 평가를 통해 환경·사회적 영향 및 재무적 영향이 높은 중대 이슈를 도출했으며, 핵심 지속가능경영 이슈로서 해당 이슈를 중점적으로 관리 및 공시하고자 합니다.

## 중대성 평가 개요 및 프로세스

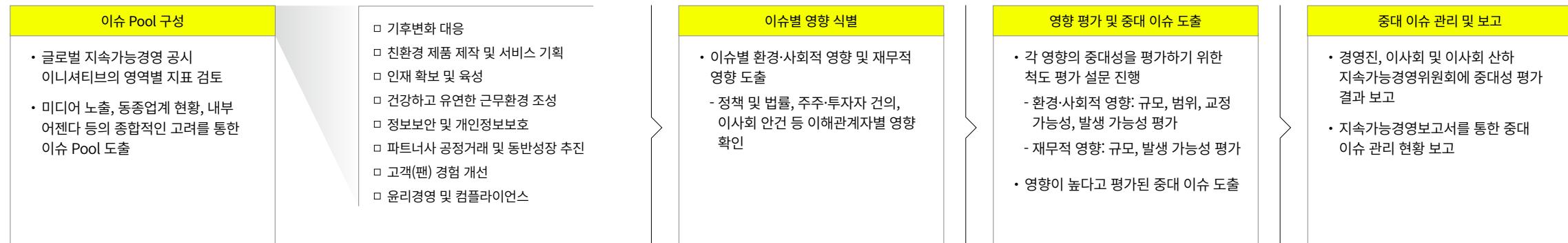
하이브는 기업의 지속가능경영에 영향을 미칠 수 있는 핵심 이슈를 식별하고 관리하기 위해 중대성 평가를 수행하고 있습니다. 체계적인 중대 이슈 도출을 위해 GRI(Global Reporting Initiative, 글로벌 보고 이니셔티브)와 유럽연합의 CSRD(Corporate Sustainability Reporting Directive, 기업지속가능성보고지침)을 준용하며, ‘이중 중대성 평가(Double Materiality)’ 방법론을 적용해 사업 활동이 환경·사회에 미치는 영향과 지속가능성 이슈가 기업 재무 성과에 미치는 영향을 종합적으로 분석했습니다.

글로벌 이니셔티브 및 내·외부 이해관계자의 관심도 분석을 통해 이슈 Pool을 구성했으며, 이슈별 환경·사회적 영향 및 재무적 영향을 식별하고, 각 영향의 중대성에 대한 이해관계자 설문을 통해 최종 중대 이슈를 도출했습니다. 평가 결과를 기반으로 하이브가 우선적으로 집중해야 할 이슈를 파악해 주요 경영 활동에 적용하고, 관련 성과를 이해관계자와 커뮤니케이션하고자 합니다.

## ■ 이중 중대성(Double Materiality)



## ■ 평가 프로세스



# 이중 중대성 평가

## 중대성 평가 결과

하이브는 이중 중대성 평가를 통해 환경·사회적 영향 및 재무적 영향을 종합적으로 고려한 결과 4개의 중대 이슈를 도출했습니다. 하이브가 영위하고 있는 엔터테인먼트 산업과 관련성이 높은 '친환경 제품 제작 및 서비스 기획', '고객(팬) 경험 개선', '정보보안 및 개인정보보호'가 전년도와 동일하게 중대 이슈로 편입되었으며, 이해관계자로부터 환경·사회적 영향 및 재무적 영향이 모두 높게 평가된 '윤리경영 및 컴플라이언스'가 전년도 대비 신규 추가되었습니다. 하이브는 중대 이슈 관리 현황에 대한 이해관계자의 이해도를 제고하기 위해 지속가능 경영 보고서를 통해 중대 이슈 대응 방향성 및 성과를 보고했습니다.

### ■ 중대 이슈별 평가 결과

중대 이슈	영향 유형	영향 정의	영향 특성	영향 수준 <sup>1)</sup>	보고 위치
친환경 제품 제작 및 서비스 기획	환경·사회	앨범, 공식상품, 포장재 내 플라스틱 사용량 절감을 통한 일회용 폐기물 발생량 감축 및 부정적 환경영향 최소화	긍정·실재	● ● ●	37-40
	재무	가치 소비 트렌드 확산에 따른 비(非)친환경 앨범·공식상품 및 공연 수요 감소로 인한 매출 감소	시장	● ● ○	
정보보안 및 개인정보보호	환경·사회	고객 개인정보보호 및 정보보안 관련 이슈 발생 시, 고객 권리 침해 및 사회적 비용 발생	부정·실재	● ● ●	61-64
	재무	개인정보보호 체계 미비에 따른 정보 유출 사고 발생 시, 피해보상 비용 및 소송 비용·벌금 등 각종 금전적 손실 발생	규제·법률	● ● ●	
고객(팬) 경험 개선	환경·사회	음반·공연 등 콘텐츠 접근성 개선, 팬 커뮤니티 플랫폼 개발을 통해 고객(팬)에게 가치 있는 경험 제공	긍정·실재	● ● ●	31-36
	재무	적극적인 고객(팬) 경험 개선 활동을 통한 기존·신규 고객과의 신뢰 구축 시, 시장 점유율 확대 및 매출 증가	시장	● ● ○	
윤리경영 및 컴플라이언스	환경·사회	윤리강령 수립, 정기적 윤리교육 실시 등 윤리적 조직 문화 형성을 통한 사회 의식 향상 기여	긍정·잠재	● ● ○	76-77
	환경·사회	비윤리·부패 행위 발생 시, 사회의 건전한 거래 질서 훼손 및 사회적 비용 발생	부정·실재	● ● ●	
	재무	임직원 부패·횡령 사건 발생 시, 재무적 손실 및 소송 비용, 벌금 등 각종 금전적 손실 발생	규제·법률	● ● ●	

1) ● ● ●: High / ● ● ○: Medium / ● ○ ○: Low

# 이중 중대성 평가

## 중대 이슈 관리 현황

구분	추진체계 및 지배구조	전략 및 정책	위험관리	지표
친환경 제품 제작 및 서비스 기획	하이브는 앨범·영상출판물·공식상품 관련 사업부서, 공연 관련 사업부서 및 구매 담당 부서의 협업을 통해 친환경 소재 사용, 플라스틱 구성품 최소화, 공연의 친환경성 제고 활동을 추진하고 있습니다. 또한 사내 별도 TF를 조직해 위버스앨범 표준화 프로젝트를 진행했습니다.	<ul style="list-style-type: none"> <li>친환경 제품 제작·친환경 공연 기획 종점 추진 영역 설정</li> <li>‘친환경 소재 사용 가이드라인’ 운영</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>위버스앨범 표준화 프로젝트를 통해 플랫폼 앨범 제작 시 폐기물 및 탄소 발생 가능 영역을 사전에 검토하고, 높은 재활용률 달성을 위한 표준 제작 가이드 수립</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>공연 현수막 업사이클링 상품 출시를 통한 현수막 재활용량 507kg, 탄소 배출 저감량 149kgCO<sub>2</sub>eq</li> </ul>
정보보안 및 개인정보보호	하이브는 대표이사 직속 CISO(정보보호책임자) 및 CPO(개인정보보호책임자)를 선임해 정보보호 이슈를 관리하며, 보안심사위원회를 통해 종합적인 정보보호 관리 계획을 수립합니다. 실무 부서인 정보보안팀, 서비스보안팀, 플랫폼보안팀, 보안개발팀을 통해 관련 실무를 추진하고 있습니다.	<ul style="list-style-type: none"> <li>전사 정보보호 정책 ‘하이브 보안규정’ 수립 및 ‘정보보호 선언문’ 대외 공시</li> <li>하이브 및 위버스컴퍼니 정보보안 인증 취득</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>매년 정보보안 관리체계 위험성 평가 실시 및 식별된 위험요인에 대한 완화 조치 이행</li> <li>정기 및 수시 정보보안 점검 실시</li> <li>정보보안 관련 비상상황 대응지침 보유</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>전사 정보보안 교육 이수율 100% (대상 인원 1,749명 전원 이수)</li> <li>전사 개인정보보호 교육 이수율 100% (대상 인원 1,714명 전원 이수)</li> <li>개인정보 침해 건수 0건</li> </ul>
고객(팬) 경험 개선	하이브는 제품 및 서비스를 이용하는 고객(팬)의 편의성 및 안전성을 확보하기 위해 공연장 안전관리 조직 체계를 구축하고 있으며, 위버스 플랫폼 이용자의 권익 보호를 위해 통합 고객센터를 구축하고 있습니다.	<ul style="list-style-type: none"> <li>위버스 플랫폼 내 고객(팬)의 공연 관람 및 서비스 이용 편의성 개선 기능 제공</li> <li>체계적 공연장 안전 리스크 관리를 위한 ‘공연장 안전관리 매뉴얼’ 수립</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>공연장 현장점검 시 위험성 점검 실시 및 식별된 위험요인에 대한 완화 조치 이행</li> <li>제품 품질 및 안전 관련 리스크 상시 점검 및 식별된 위험요인에 대한 완화 조치 이행</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>공연장 안전사고 발생 횟수 0건</li> <li>위버스 온라인 공연 스트리밍 70회 이상</li> </ul>
윤리경영 및 컴플라이언스	하이브는 전담팀들을 통해 비윤리 행위 제보 채널인 레드휘슬, 구성원 존중행동규범 위반 제보 채널을 운영하고 있습니다. 비윤리 행위 제보 채널을 통해 접수된 내용은 성격에 따라 인사위원회와 감사위원회에서 검토하며, 이사회는 최고 의사결정기구로서 해당 위원회를 관리감독하고 있습니다. 또한 법무부서를 통해 외부 계약, 소송, 공문 등의 법률 사항을 점검하고 있습니다.	<ul style="list-style-type: none"> <li>전사 윤리경영 정책 ‘하이브 윤리강령’ 제정 및 공시</li> <li>내부 구성원 윤리적 가치판단기준 ‘구성원 존중행동규범’ 수립</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>비윤리 행위 및 불법·부정행위에 대한 이해관계자 제보 채널 운영(레드휘슬, 구성원 존중행동규범 위반 제보 채널)</li> <li>전사 구성원 대상 윤리 서약서 징구</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>전사 윤리교육 이수율 99.9% (대상 인원 1,851명 중 1,849명 이수)</li> <li>환경 및 반경쟁, 독점 관련 규제 위반 건수 0건</li> </ul>

## III

# OUR PERFORMANCE

- 1 THINK FORWARD FOR FAN'S LIFESTYLE
- 2 CREATE POSSIBILITIES WITH THE COMMUNITY
- 3 LEAD INDUSTRIES BY THE STANDARD

**III**

# OUR PERFORMANCE

- 1 THINK FORWARD FOR FAN'S LIFESTYLE**
- 2 CREATE POSSIBILITIES WITH THE COMMUNITY**
- 3 LEAD INDUSTRIES BY THE STANDARD**

---

31 팬 경험 개선

37 친환경 제품 및 서비스

## 팬 경험 개선

하이브는 팬의 공연 관람 및 서비스 이용 경험을 개선하기 위해 위버스 플랫폼 기반 편의 서비스 제공, 공연장 안전성 및 접근성 제고 등 다양한 활동을 진행하고 있습니다.

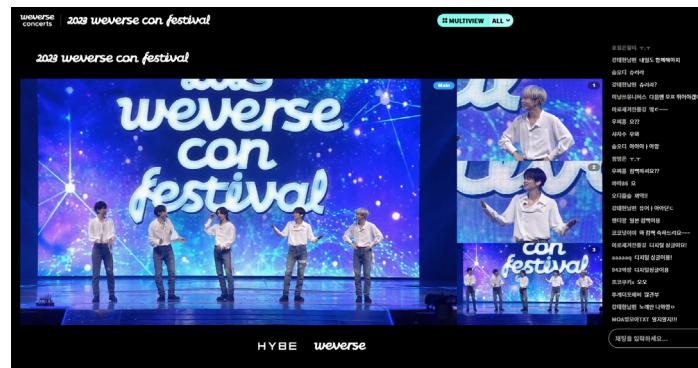
### 위버스 플랫폼 기반 온라인 공연 개최

위버스는 오프라인 공연 참석이 어려운 세계 각지의 팬들이 현장의 생생한 감동을 함께 느낄 수 있도록 2020년부터 플랫폼 기반 온라인 공연 스트리밍 서비스를 제공하고 있습니다. 팬들은 공간의 제약 없이 편안하게 공연을 관람할 수 있으며, 채팅을 통해 아티스트와 실시간으로 소통할 수 있습니다. 기술적으로는 관람 뷰 다양화(멀티뷰) 기술, 4K 초고화질 서비스부터 글로벌 인터넷 인프라 환경을 고려한 화질 다양화 기술 등을 개발해 팬 경험을 개선하고자 노력하고 있습니다. 위버스는 안정된 라이브 스트리밍 기술을 기반으로 쇼케이스, 컴백쇼, 페스티벌, 라이브커머스 등까지 무료 스트리밍 서비스의 적용 범위를 확장했으며, 2023년에는 전년 대비 약 3배 증가한 70여 회의 온라인 공연을 진행했습니다.

#### ■ 스트리밍 관련 편의 서비스

실시간 채팅 및 응원	<ul style="list-style-type: none"> <li>채팅 서비스 및 응원하기 기반 아티스트와의 실시간 소통</li> </ul>
번역 서비스	<ul style="list-style-type: none"> <li>공연 현장 상황의 실시간 번역 및 전달</li> </ul>
위버스 배지 지급	<ul style="list-style-type: none"> <li>온라인 콘서트 전용 기본 배지(엠블럼) 지급</li> <li>아티스트 초상 또는 영상을 삽입한 특전 배지 지급</li> </ul>

#### ■ 2023 위버스콘 페스티벌 온라인 공연



### 위버스 플랫폼 기반 오프라인 공연 편의기능 제공

위버스는 팬들이 오프라인 공연 및 행사에서도 편리하고 즐거운 경험을 할 수 있도록 온라인 플랫폼과 연계한 서비스를 제공하고 있습니다.

#### 공식상품 공연 현장 수령 서비스

공연장 인근 2.5km 내에서 공식상품 주문 시, 공연 현장에서 QR코드로 간편하게 상품을 수령할 수 있는 서비스를 제공합니다. 자원 절약을 위해 종이영수증 대신 전자영수증을 발행하며, QR코드 제시부터 제품 수령 확인 서명까지 평균 약 1분이 소요되는 등 대기시간을 단축해 편리하게 공연 현장을 즐길 수 있도록 합니다. 2023년에는 하이브 소속 외 위버스 플랫폼을 이용하는 아티스트의 콘서트에도 해당 서비스를 제공하는 등 적용 범위를 확대했으며, 총 21건의 현장 수령 서비스가 이용되었습니다.

#### 위버스 출서기

2023 위버스콘 페스티벌에서 도입된 ‘위버스 출서기’ 서비스는 온라인으로 부스별 대기열을 사전 선택할 수 있도록 함으로써 부스 앞 대기 시간을 단축했으며, 특정 시간대의 관객 밀집을 분산시켜 안전을 확보했습니다. 페스티벌 현장 반경 3km 내에서 위버스 출서기 웹페이지에 접속 후 방문을 원하는 부스에 대기 그룹을 선택하면 출서기 신청이 완료되며, 입장 차례 안내, 부스 앞 대기 안내, 입장 시작 안내 등 3단계의 알림을 통해 대기 현황을 확인하고 부스에 입장할 수 있습니다. 양일간 진행된 페스티벌에서 총 19,572건의 출서기 신청이 접수되었으며, 일자별 관객 중 각각 48%(1일차), 34%(2일차)가 위버스 출서기를 이용했습니다. 특히 해외 사용자들이 상대적으로 더 높은 이용률을 보여 글로벌 관객 편의 향상에 기여하는 성과가 있었습니다.

# 팬 경험 개선

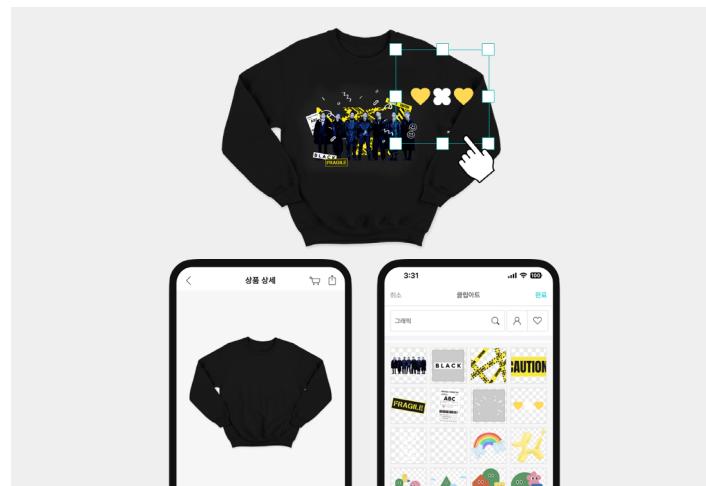
## 오프라인 이벤트 응모 및 참여

아티스트 팬사인회, 방송 녹화, 신규 앨범 쇼케이스 등 오프라인 이벤트 참여 시 위버스 앱을 통해 편리하게 응모 및 신청, 당첨 여부 확인이 가능하도록 하고 있습니다. 이를 통해 오프라인 현장의 활동성 및 편의성을 제고하고 있으며, 2023년 12월 31일 기준 총 111만 명의 팬들에게 온라인 플랫폼을 활용한 높은 편의성과 풍성한 경험을 제공했습니다.

## 공식상품 커스터마이징 서비스(Weverse by Fans)

커머스 플랫폼 '위버스샵'은 팬들이 자유롭게 공식상품을 꾸밀 수 있는 'Weverse by Fans' 서비스를 제공하고 있습니다. 별도의 프로그램 설치 없이 원하는 품목을 선택한 후 편집툴을 통해 아티스트의 사진, 로고, 텍스트, 이미지 클립 등의 디자인 요소를 배치해 자신만의 상품을 제작할 수 있습니다.

### ■ Weverse by Fans



## 위버스 고객 권익 보호 활동

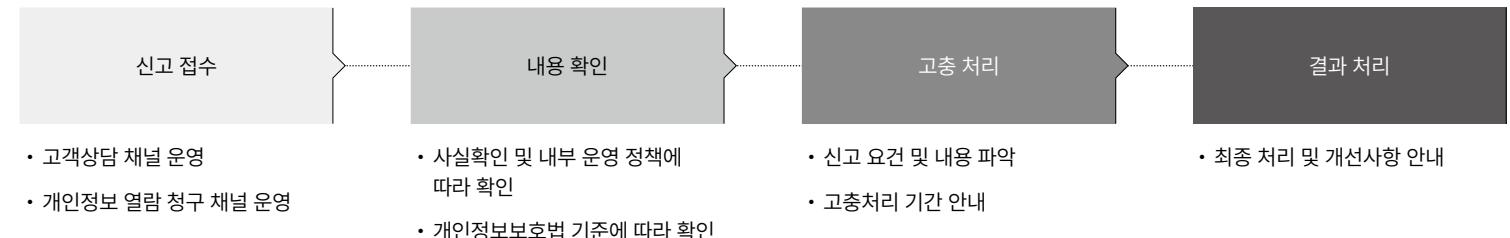
### 고객 소통 채널 확대

위버스는 글로벌 고객 대응을 위한 다국어 상담 지원 서비스를 운영하고 있으며, 2024년 1월에는 기존 한국어, 영어, 일본어 상담 외에 중국어 상담 서비스를 추가했습니다. 2024년에는 고객센터 페이지를 전면 개편하고 통합 고객센터를 구축하는 등 채널을 간소화해 고객 편의를 증진했습니다. 또한, 문의 유형별 전문화 센터 구축 및 시스템 교체를 통해 고객이 문의 등록 후 답변을 받기까지 소요되는 시간을 단축했습니다.

### 고객 권리침해 구제 절차 운영

위버스컴퍼니는 서비스 이용 중 발생할 수 있는 피해로부터 고객을 보호하기 위해 피해구제 절차와 보상 정책을 운영하고 있습니다. 불만 접수 건에 대해 원만한 상담이 이루어질 수 있도록 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.

### ■ 권리침해 구제 절차



# 팬 경험 개선

## 글로벌 이용자 경험 개선

### 위버스 자동 번역 서비스

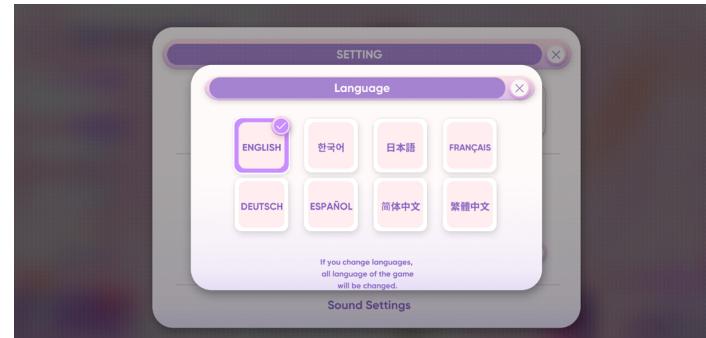
위버스는 영어, 중국어, 일본어 등 15개 언어의 번역 기능을 제공하며 아티스트와 글로벌 팬의 자유로운 의사소통을 지원하고 있습니다. 원하는 번역 언어를 선택하고 버튼을 클릭하면 아티스트와 팬이 남긴 포스트, 댓글 등이 선택한 언어로 즉시 번역됩니다. 서비스 언어로 중국어 간체 및 번체를 추가 적용해 중화권 팬의 이용 경험을 개선했으며, 2024년 하반기에는 스페인어를 추가 적용할 예정입니다. 또한 위버스 라이브 내 AI 자막 기능을 제공해 아티스트와 글로벌 팬 간의 실시간 소통을 지원할 예정입니다.



### 하이브IM 다국어 서비스 제공

하이브IM이 제공하는 게임 ‘리듬하이브’, ‘인더섬 with BTS’, ‘별이되어라2: 베다의 기사들’은 글로벌 이용자들을 위한 다국어 서비스를 운영하고 있습니다. 특히 2024년 상반기 출시된 ‘별이되어라2: 베다의 기사들’은 13개 언어로 이용 가능하며, 한국어, 영어, 일본어에 대해서는 게임 내 모든 음성이 해당 언어로 제공되는 풀 보이스(Full Voice)를 지원합니다. 이용자의 주 사용 언어를 설정하면 모든 게임 텍스트 및 음성이 해당 언어로 제공되어 게임에 보다 몰입할 수 있게 됩니다. 3개 서비스 모두 공식 홈페이지 및 고객 서비스(CS, Customer Service)에 한국어 및 영어, 일본어를 함께 지원하며, 제공 언어 확대를 검토하고 있습니다.

### 리듬하이브 다국어 서비스



### 인더섬 with BTS 다국어 서비스



### 하이브IM 글로벌 디바이스 테스트

하이브IM은 모든 게임 출시 전 글로벌 디바이스별 테스트를 진행하고 있습니다. 호환성 및 성능 테스트를 통해 다양한 디바이스 환경에서 원활한 게임 플레이가 이루어질 수 있도록 지원합니다.

# 팬 경험 개선

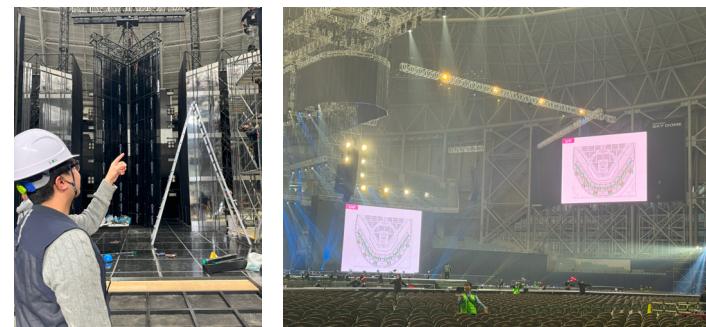
## 공연장 안전관리 체계 구축

하이브는 공연장의 체계적인 안전 관리를 위해 조직 체계를 확립했습니다. 안전 관리 전담조직은 유관부서에 공연장 안전 가이드라인을 제시하고 준수 여부를 확인합니다. 또한 중대재해처벌법 및 공연법에 따라 체계적인 안전관리 프로세스를 구축하기 위해 ‘공연장 안전관리 매뉴얼’을 수립했습니다. 공정 단계별 점검 필요사항 및 점검 기준을 작성해 무대 셋업부터 리허설, 공연 실시, 철거 과정 전반의 안전 수준을 관리할 수 있도록 구성되었습니다. 2024년부터 공연 유관부서와의 조율을 통해 매뉴얼을 실무에 본격 적용할 예정입니다.

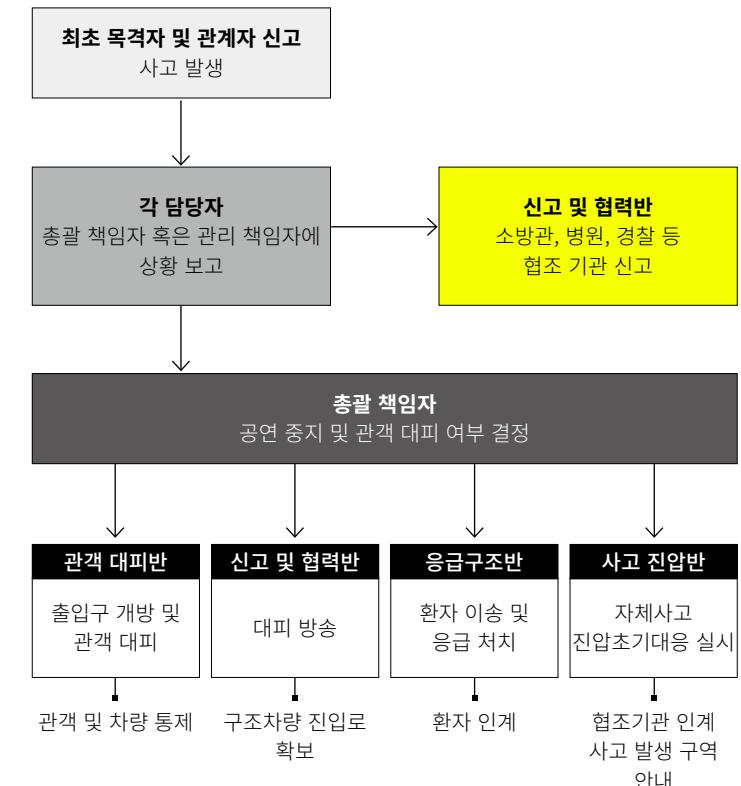
## 공연장 위험성 점검 및 안전사고 대응 프로세스 구축

하이브는 공연장 현장점검 과정에서 위험성 점검을 실시함으로써 무대 설치, 공연 실시, 철거 등의 과정에서 발생할 수 있는 위험 요소를 사전에 식별하고 개선합니다. 안전 인식 개선 및 모니터링 노력을 통해 2020년부터 2023년까지 공연 관련 안전사고 0건을 유지하고 있습니다. 또한, 각 공연별로 안전 대응 가이드라인이 적용된 재해대처계획서를 수립해 공연장 안전을 관리하고 있으며, 안전사고 발생 시 즉시 적합한 대처가 진행될 수 있도록 사전에 대응 프로세스를 구축하고 있습니다.

### ■ 공연장 위험성 점검 및 안전사고 대응 훈련



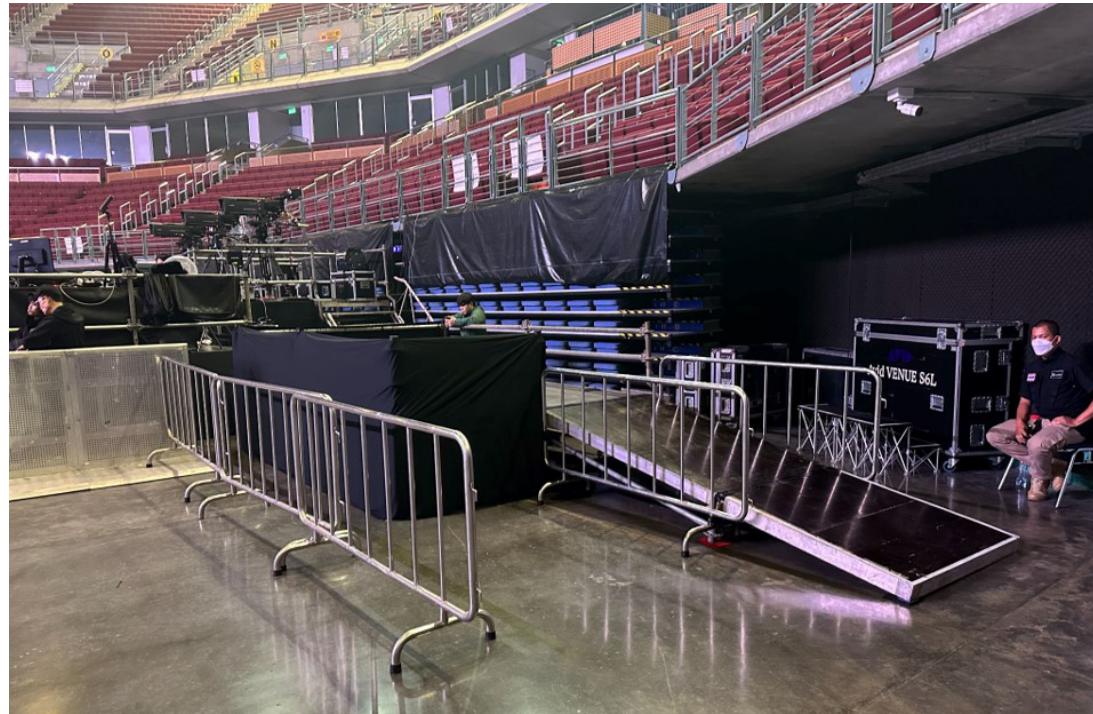
### ■ 공연장 안전사고 대응 프로세스



## 팬 경험 개선

### 공연장 내 휠체어석 및 통역 서비스 운영

하이브는 모든 팬들이 장애 여부로 인한 제약 없이 편안하게 공연을 관람할 수 있는 환경을 제공하고자 노력하고 있습니다. 공연장에 별도의 휠체어석을 마련하고 휠체어석 이용자의 시야 확보 및 안전을 고려해 위치를 배정하며, 휠체어 이용 관객의 안전과 편의를 위해 동반 1인도 티켓 구매가 가능하도록 지원합니다. 수어 통역이 필요한 관객은 고객센터에 통역 서비스를 요청할 수 있으며, 별도 요청 시 수어 통역사의 지원 하에 공연을 관람할 수 있도록 적합한 위치로 좌석을 조정하고 있습니다. 2023년에는 팬클럽 가입자 대상 선예매가 진행되는 프로세스상 장애를 가진 관객의 티켓 구매가 어려운 점을 고려해, 고객센터 전화 예매를 통해 사전 좌석 확보가 가능하도록 구매 절차를 개선했습니다.

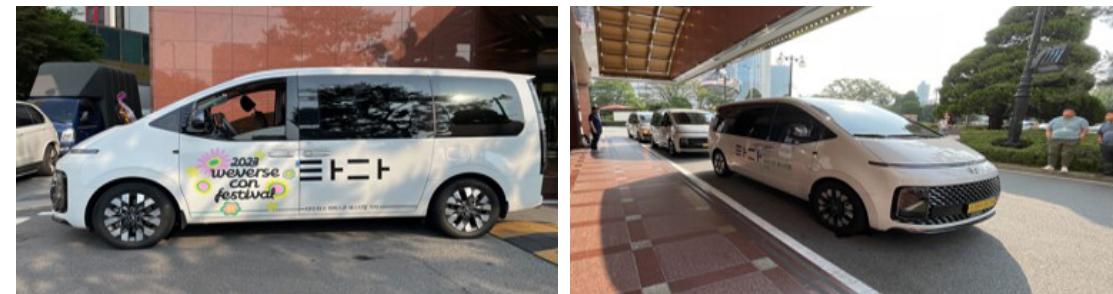


### 글로벌 관람객의 국내 방문 편의성 제고

하이브는 결제 및 현장 대기 등에 어려움을 겪는 글로벌 팬들을 위해 인터파크 등의 티켓 예매 사이트와 협업해 공연 티켓, 공연장 인근의 호텔 숙박권, 콘서트 공식상품, 웰컴 기프트, 왕복 셔틀 등을 포함한 통합 패키지 상품을 기획 및 판매했습니다. 2023년 12월 투모로우바이투게더 앵콜 콘서트 시 처음 도입되어 매진을 기록했으며, 이후 2024년 2월 엔하이픈 앵콜 콘서트 등에 추가 도입되어 일본, 중국, 미국 등 글로벌 관람객에게 국내 방문 및 공연 관람 편의를 제공하고 있습니다. 나아가 글로벌 팬들 외에도 지방 거주로 장거리 이동이 필요한 국내 팬들까지 고려해 동일한 서비스를 제공하고 있습니다.

### 위버스콘 페스티벌 공연장 셔틀 서비스 제공

2023 위버스콘 페스티벌 시 카카오T, 타다와의 협업을 통해 공연장 인근까지 무료로 이동할 수 있는 셔틀 서비스를 제공해 관람객 편의를 제고했습니다. 공연장이 위치한 올림픽공원과 잠실역 사이에 전용 차량 20대를 배치해 양일간 총 200여 회의 서비스를 운영했습니다. 차량 내에는 페스티벌 분위기를 느낄 수 있는 플레이리스트, 현장 도착 시 즉시 수령 가능한 위버스샵 공식상품 구매 서비스 등을 확인할 수 있는 QR코드 이미지를 제공했습니다. 2024년 상반기에는 인천, 영종도 등 교통 접근성이 낮은 공연장에 대해 별도의 셔틀 서비스를 운영할 예정입니다.



# 팬 경험 개선

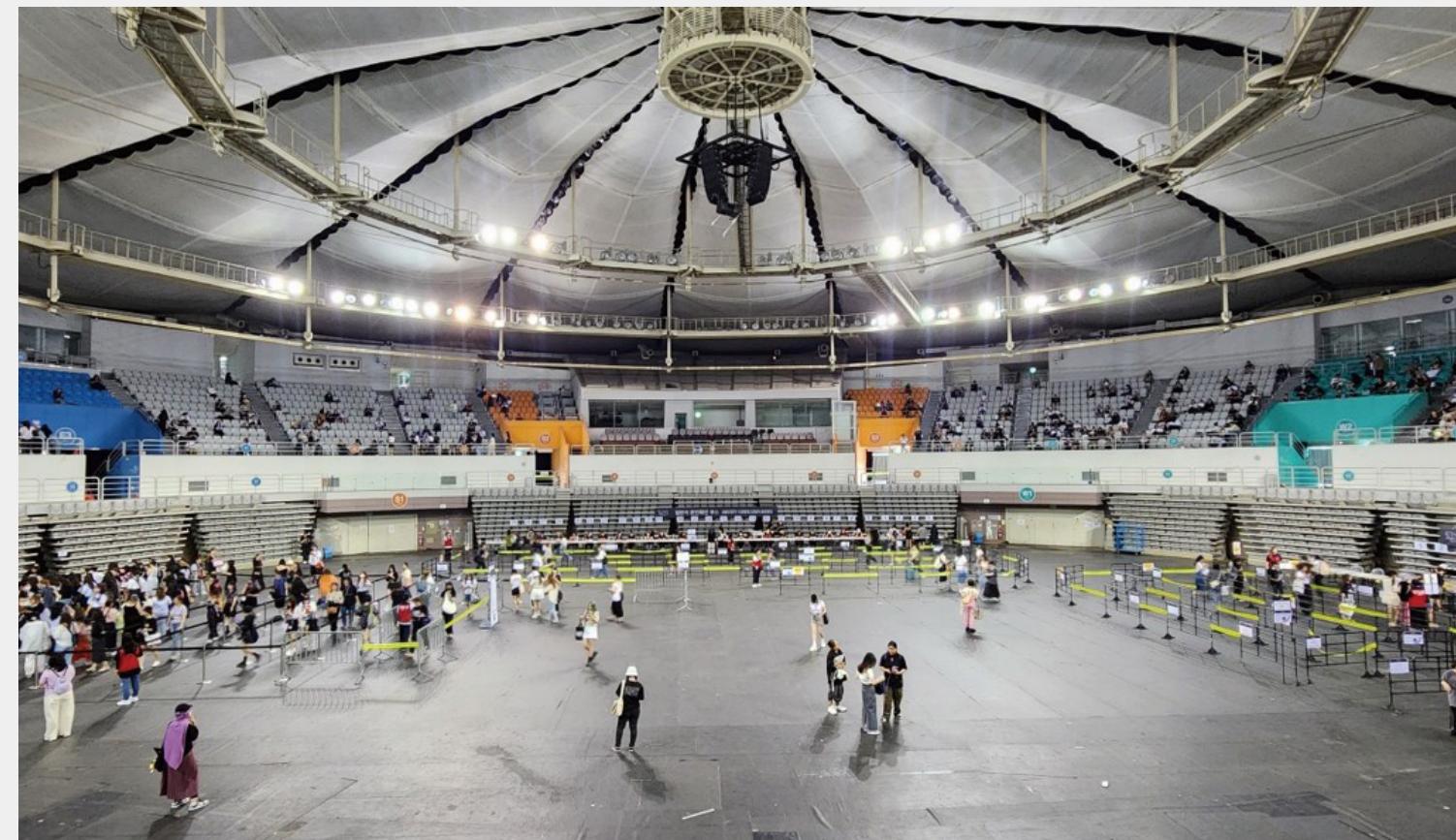
## CASE

### 공연장 외부 대기 장소 마련

하이브는 폭염, 우천, 장시간 대기 등으로 인해 관람객이 느낄 수 있는 불편함을 개선하기 위해 공연 전 이용 가능한 쉼터를 마련했습니다.

2023년 8월 방탄소년단 슈가 공연에서는 공연장인 체조경기장 인근의 핸드볼경기장을 별도로 대관해, 본인확인 부스 및 대기 공간, 팬들을 위한 ARMY ZONE을 운영했습니다. 해당 공간은 전체 관객의 50%까지 수용 가능한 규모로 냉방, 좌석, 화장실 등의 편의시설 이용이 가능했으며, 외부 스텁딩 관객의 입장 대기 공간에도 텐트를 설치해 폭염으로 인한 관람객의 불편을 줄이고자 했습니다.

2023년 12월 투모로우바이투게더 공연에서는 외부 공간에 난방 시설을 배치해 한파로 인한 관람객 안전보건 우려를 저감했으며, 앞으로도 공연장 인근 여건을 고려해 팬을 위한 편의시설을 지속적으로 확대할 계획입니다.



# 친환경 제품 및 서비스

하이브는 앨범, 영상출판물 및 공식상품의 소재, 포장재, 구성품 전반에서의 친환경성을 고려하고 있으며, 공연의 제작부터 이동, 폐기 전 과정의 환경 영향 저감을 위한 활동을 추진하고 있습니다.

## 친환경 앨범·영상출판물·공식상품 제작 방향성

하이브는 앨범, 영상출판물<sup>1)</sup>, 공식상품 등 제품에서 발생하는 환경 영향을 저감하기 위해 친환경 소재 사용, 친환경 포장재 사용, 플라스틱 구성품 최소화, 제품의 디지털화 추진 4개 영역을 중심으로 다양한 활동을 진행하고 있습니다.

### ■ 친환경 앨범·영상출판물·공식상품 종점 추진 영역

#### 친환경 소재 사용

- 지속가능한 숲을 위한 FSC<sup>2)</sup> 인증 종이 및 친환경 Soy-Ink 사용
- 디지털 코드 제작에 재생 플라스틱 사용
- 환경 영향이 적은 수성·UV 코팅 우선 사용 및 필름 코팅(라미네이팅) 최소화<sup>3)</sup>
- 친환경 소재 공동 개발 및 기반 기술 축적

#### 친환경 포장재 사용

- 불필요한 포장 최소화
- 포장 테이프, 박스 내 완충재의 종이 소재 전환
- 생분해성 플라스틱, 생분해성 비닐 사용
- 아웃박스의 필름 라미네이팅 사용 최소화를 위한 골판지 사용 장려

#### 플라스틱 구성품 최소화

- FSC 인증 종이 소재의 최우선 고려
- 플라스틱 소재 사용 시, 재생 플라스틱 또는 분리배출 가능 소재 사용(인체 유해 성분 점검 완료)

#### 제품의 디지털화 추진

- 위버스앨범 출시
- DVD, 블루레이 기반 영상출판물 출시 중단 및 디지털 코드로 전면 전환
- 디지털 구성품 확대

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 소재 사용 가이드라인 도입

하이브는 2022년부터 FSC 인증 종이, Soy-Ink 사용을 권고하는 친환경 소재 사용 가이드라인을 도입해 운영하고 있습니다.

### ■ 친환경 소재 가이드라인

#### FSC 인증 종이



아웃박스, 화보집, 가사집, CD 케이스, 포토카드 등 앨범 내 지류 구성품은 FSC 인증 종이를 사용하여, 인증 마크는 구성품(아웃박스, 북릿커버 등)의 외관에 표시합니다.

#### Soy-Ink



제품 인쇄 시 Soy-Ink 인증을 받은 잉크를 사용하여, 관련 마크를 표시하고 있습니다. Soy-Ink는 식물유 함량이 높아 휘발성 유기화합물에 의한 환경오염을 감소시킵니다. 또한 쉽게 분해되어, 종이로부터의 잉크 분리를 통해 재활용이 가능합니다.

# 친환경 제품 및 서비스

## 친환경 포장재 사용

하이브는 포장재에도 친환경 소재의 사용률을 높이고자 노력하고 있습니다. 앨범 내 내구성이 필요한 아웃박스 포장재의 경우 필름 라미네이팅 사용 최소화를 위해 골판지 활용을 장려하고 있습니다. 위버스샵 제품 포장 시 활용되던 플라스틱 테이프를 종이 테이프로 대체했으며, 박스 내 완충재에는 플라스틱 에어캡 대신 벌집 모양 종이 완충재인 지아미를 도입했습니다. 또한 친환경 폰트를 사용해 인쇄 시의 잉크 사용량을 절감했습니다.

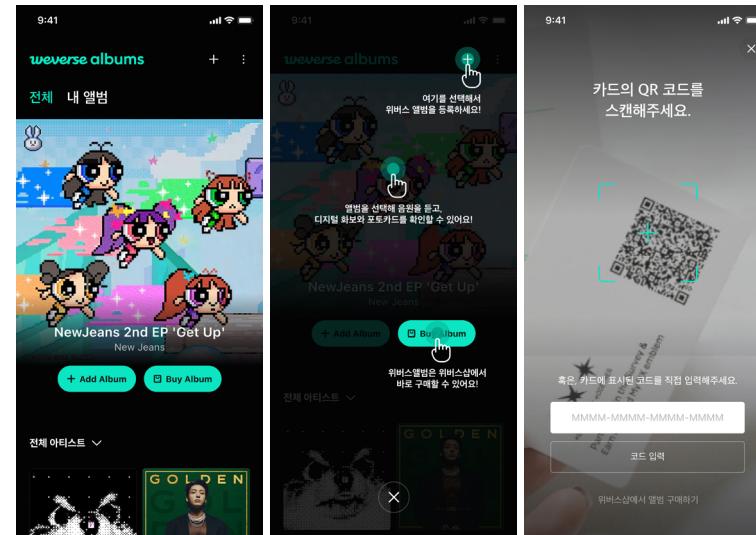
## 친환경 소재·포장재 공동 개발 및 기반 기술 축적

하이브는 글로벌 소재 업체와의 협력을 통해 친환경 제품 개발의 근본적·실질적 기반이 될 수 있는 친환경 소재 공동 개발 활동을 추진하고 있습니다. 재활용 플라스틱 PC 소재 기반의 투명 발광체 상품 개발, 재활용 플라스틱 PP 소재, 생분해성 플라스틱 소재 등에 대한 기술 축적을 단계적으로 진행하고 있으며, 코팅이 없는 종이 포장재 확대를 위한 다양한 신뢰성 테스트를 실시하고 있습니다. 이 외에도 목재를 분쇄해 분말로 가공한 목분 소재와 같이 플라스틱을 대체할 수 있는 신기술 보유 업체를 발굴하는 등 다양한 협업 채널 구축 및 기술 연구를 진행하고 있습니다.

## 위버스앨범 발매

하이브는 디지털코드 기반 앨범인 위버스앨범을 출시해 QR코드를 통한 음악과 포토 콘텐츠를 제공하고, 소장 가치가 있는 포토카드 및 포토북 특전은 별도로 제공하고 있습니다. 위버스앨범은 기존 피지컬 앨범(CD) 대비 종이, 플라스틱 등의 사용량을 감축할 수 있으며, 제작 시 친환경 소재를 사용한다는 점에서 환경 영향을 최소화하는 효과가 있습니다. 2023년에는 투모로우바이투게더, 뉴진스, 부석순 등 총 18개의 앨범에 대해 위버스앨범을 출시했으며, 앱 내 생동감 있는 ‘앨범 모션커버’ 신기능을 도입하는 등 팬들에게 더욱 다양한 경험을 제공하고 있습니다. 향후 다양한 플랫폼 앨범을 발매하고 각종 서비스 기능을 추가해 나갈 예정입니다.

### ■ 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 높은 재활용률 달성을 위해 모든 지류에는 재활용이 불가능한 비닐 코팅 가공을 적용하지 않고, 포장 비닐은 생분해성 소재를 사용하는 것을 원칙으로 했습니다. 또한 포토카드, QR 코드 등의 필수 구성품 외에는 구성품을 최소화해 불필요한 폐기물 배출을 저감하고자 합니다. 표준화 가이드를 도입한 위버스앨범 2.0은 2024년 3월 아일릿 (ILLIT)의 데뷔 앨범인 미니 1집 'SUPER REAL ME'에 최초 적용되었습니다. 앨범 포장재에는 옥수수 전분에서 추출한 생분해성 소재를 사용하고, 앨범 케이스와 포토카드에는 FSC 인증을 받은 지류 소재, 콩기름 잉크 및 수성 코팅을 사용했으며, QR 카드는 기존 플라스틱 소재에서 지류 소재로 변경했습니다. 위버스 앨범 2.0은 향후 레이블별 아티스트의 위버스앨범에 점진적으로 확대 적용할 예정입니다.

#### ■ 위버스앨범 표준화 방향성

재활용률 개선

지속가능한 소재 사용

폐기물 배출 절감

위버스앨범의  
친환경 앨범으로의 가치 제고

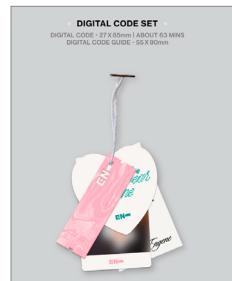
#### ■ 위버스앨범 2.0을 적용한 아일릿 미니 1집 'SUPER REAL ME'



### 영상출판물의 디지털 코드 전환

하이브는 2023년 8월 디스크 상품 출시를 중단하고 전면 '디지털 코드' 기반 상품으로 전환해 영상출판물 제작의 환경 영향을 저감하고 있습니다. 디지털 코드는 QR코드 또는 인증번호 등록을 통해 위버스 플랫폼에서 영상을 시청할 수 있도록 하는 서비스로, DVD, 블루레이 등의 실물 디스크를 대체할 수 있습니다. 디지털 코드는 재생 플라스틱 소재로 제작하고 있으며, 키링으로 사용 가능하도록 디자인되어 활용성을 제고했습니다. 또한, 동봉된 플라스틱 구성품을 최소화하고 친환경 포장재를 사용해 제품 전반의 친환경성을 개선했습니다. 2024년 시즌그리팅 상품의 경우 플래너 등을 파일 형태로 제공함으로써 주로 모바일 디바이스를 활용하는 이용자의 편의성을 제고하는 동시에 종이 사용을 절감했습니다.

#### ■ 재생 플라스틱 기반 디지털 코드



#### ■ 디지털 구성품

### Photo Frame



24/7 with NewJeans

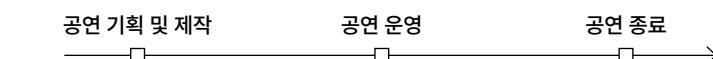
©2023 ADOR &amp; HYBE. All Rights Reserved. Made in Korea.

# 친환경 제품 및 서비스

## 친환경 공연 추진 방향성

하이브는 콘서트, 팬미팅, 월드투어 등 공연의 기획 및 제작, 운영, 종료 전 과정에 걸쳐 지속가능한 공연 추진을 위한 활동을 진행하고 있습니다. 특히 무대·상품 제작, 장비·자재 수송, 관람객 이동, 폐기물 배출을 중점 추진 영역으로 설정해 공연의 친환경성을 제고하기 위해 노력합니다.

### ■ 친환경 공연 중점 추진 영역



#### 1 무대·상품 제작

- 공연 무대 및 시스템 재활용
- 공연 관련 공식상품 제작 시 친환경 소재 사용

#### 2 장비·자재 수송

- 공연에 필요한 장비·자재 수송 시 친환경 이동수단 사용

#### 3 관람객 이동

- 관람객의 공연장 이동 시 친환경 이동수단 사용 장려

#### 4 폐기물 배출

- 공연에서 이용한 현수막·아티스트 의상 관련 업사이클링 활동 실시

## 무대·상품 제작

공연에서 사용되는 무대 및 시스템을 대여 및 재활용해 불필요한 자재 사용을 절감하고 있습니다.

## 장비·자재 수송

해외 투어 시 프로덕션 및 공연 장비는 기본적으로 항공기가 아닌 해상 기반 운송을 선택하고 있으며, 향후 진행될 공연에도 동일하게 적용될 예정입니다.

## 관람객 이동

관객 편의를 위해 제공한 무료이동 서비스 차량의 경우 전기차를 일부 배치했으며, 공연 공지 및 상세 안내 페이지, 공연 당일 개별 SMS를 통해 대중교통 이용을 장려하고 관련 교통편을 안내했습니다.

## 폐기물 배출

전 아티스트의 공연에 모바일 티켓을 도입해 지류 폐기물을 최소화하고 있습니다. 공연 종료 이후에는 온라인 자체 설문 시스템을 통해 고객 의견 청취를 위한 만족도 조사를 실시하고 있습니다. 지류를 사용하지 않고 문자메시지와 이메일, 어플리케이션 푸시 등으로 고객 참여를 유도했습니다. 또한 공연에서 사용된 아티스트 착용 의류, 현수막 등은 팬들이 소장 가능한 가방, 접화류 등의 제품으로 업사이클링<sup>1)</sup>해 판매함으로써 일회용 폐기물 배출을 저감하고 있습니다.

## CASE

### 공연 현수막 업사이클링<sup>1)</sup> 상품 출시

하이브는 2024년 1월에는 업사이클링 브랜드 '누깍(Nukak)'과의 협업을 통해 아티스트 5팀의 콘서트, 팬미팅 후 발생한 폐현수막으로 메신저백, 크로스백, 파우치, 카드지갑을 제작해 '공연 후에 남겨진 것'을 아티스트와 팬들의 추억을 담을 수 있는 것으로 재탄생시키고자 했습니다. 현수막 수거 후 오염, 파손 없는 활용 가능 영역을 선별해 가공하고, 팬들의 사용 편의성 및 내구성, 안전성 등을 고려한 상품을 디자인했습니다. 본 프로젝트를 통해 약 149kg의 탄소 배출을 저감할 것으로 기대<sup>2)</sup>되며, 이는 소나무 약 40그루가 1년 간 흡수하는 CO<sub>2</sub> 양<sup>3)</sup>에 해당합니다.

#### 현수막 재활용량<sup>4)</sup>

507 kg

#### 탄소 배출 저감량

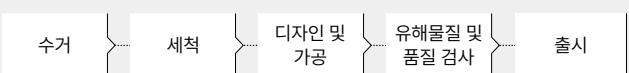
(소나무 약 40그루가 1년 간 흡수하는 CO<sub>2</sub>)

149 kgCO<sub>2</sub>eq

#### ■ 공연 현수막 업사이클링 상품



#### ■ 업사이클링 상품 제작 과정



1) 업그레이드와 리사이클링의 합성어로, 쓸모없는 물건을 재활용해 더욱 가치 있는 제품으로 만드는 것

2) 현수막을 재활용하지 않고 소각 처리할 때 발생하는 CO<sub>2</sub> 배출량을 기준으로 산출했으며, 배출계수는 건조물질함량, 탄소함유율, 화석탄소함유율, 산화계수 및 변환계수를 기반으로 산정됨

3) 국립산림과학원 - 주요 산림수종의 표준 탄소흡수량, 20년 수령 중부지방 소나무 기준

4) 오염, 파손 등의 영역 제거 후 실제 재활용에 사용한 현수막을 기준으로 집계

## III

# OUR PERFORMANCE

- 1 THINK FORWARD FOR FAN'S LIFESTYLE
- 2 CREATE POSSIBILITIES WITH THE COMMUNITY
- 3 LEAD INDUSTRIES BY THE STANDARD

- 
- 42 인재 영입 및 역량 개발
  - 47 구성원 소통 강화 및 복지 증진
  - 53 인권경영
  - 56 사업장 안전보건
  - 58 제품 안전 및 품질 관리
  - 61 정보보안 및 고객 개인정보보호
  - 65 파트너사 동반성장 및 공정거래
  - 68 지역사회 공헌

# 인재 영입 및 역량 개발

하이브는 회사에서 필요로 하는 역량을 HYBE DNA로 정의해 하이브에 적합한 인재를 채용하고 있으며, 다양한 역량 개발 프로그램을 통해 구성원이 주도적으로 성장할 수 있는 환경을 마련합니다. 또한 다양하고 개성있는 아티스트 양성을 위해 멀티 레이블 체계를 구축하고 연습생 교육 프로그램을 운영하고 있습니다.

## 하이브의 인재상, HYBE DNA

하이브 구성원들이 일하는 방법과 가치판단의 기준인 하이브 DNA는 열정, 자율, 신뢰를 바탕으로 이루어져 있습니다.

### ■ 하이브 DNA

Passion 열정	Autonomy 자율	Trust 신뢰
우리가 원하는 인재의 모습	우리가 일하는 방식	우리가 서로를 바라보는 태도
<ul style="list-style-type: none"> <li>높은 기준으로 최고의 콘텐츠, 제품, 서비스를 만들기 위한 노력</li> <li>모든 일에서 지속적으로 개선점을 찾는 자세</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>의견과 아이디어를 제약 없이 자유롭게 소통</li> <li>업무수행에 필요한 충분한 권한과 책임</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>미션과 비전을 이해하고 공유하며 목표 달성을 위한 협력</li> </ul>

## 신규 채용 직무 다각화 및 전문화

하이브는 음악 및 아티스트 IP를 기반으로 솔루션, 플랫폼 사업 등으로 서비스를 다각화하고 있습니다. 다양한 분야의 자체 콘텐츠 제작이 증가함에 따라 게임, 크리에이티브 등 다양한 분야의 전문가를 채용하고 있습니다.

### ■ 직무별 신규 채용 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
- 마케팅 세일즈: IP라이선싱, 퍼포먼스마케팅

## 인재 파이프라인 개발 전략

하이브는 우수한 인재 확보를 위해 다양한 인재 파이프라인을 구축하고 있습니다. 매년 사업부별 인재 수요를 예측하며, 다양한 채널을 통해 역량을 갖춘 신입 및 경력직 구성원을 채용하고 있습니다.

### ■ 주요 인재 파이프라인

인재 채용 수요 예측	<ul style="list-style-type: none"> <li>매년 사업목표 및 전략 기반 Business Unit 별 인재 수요 예측</li> </ul>
인턴십 프로그램	<ul style="list-style-type: none"> <li>우수 인재 양성을 위한 대학생 체험형 인턴십 프로그램 운영</li> <li>2023년 인턴 14명 채용 진행, 우수 평가자 정규직 전환</li> </ul>
외부기관·산학 연계 과정	<ul style="list-style-type: none"> <li>대학 산학 협력 프로그램 운영 및 인턴 채용 연계</li> </ul>
경력직 채용	<ul style="list-style-type: none"> <li>우수한 인재 영입을 위한 아웃바운드(out-bound) 채용 방식 확대</li> </ul>
내부 채용	<ul style="list-style-type: none"> <li>구성원의 경력 개발 및 직무 만족도 향상을 위해 연 2회 사내 공모를 통한 내부 채용 진행</li> </ul>

## 구성원 역량 개발 방향성

하이브는 자율과 책임을 기반으로 주도적으로 일하는 구성원들의 역량 개발을 지원하고, 멀티 레이블 체제 하의 지속적인 조직 성장을 돋는 교육 경험을 제공합니다. 개인과 조직이 긍정적인 시너지를 내며 함께 성장할 수 있도록 HYBE DNA 중심의 일하는 방식을 내재화 할 수 있는 프로그램 기획하고 있습니다. 특히 구성원 간 소통을 활성화하고 원활한 협업이 가능하도록 조직 맞춤형 교육 프로그램을 제공하며, 커뮤니티 기반의 러닝 플랫폼을 통해 구성원들의 자기주도적인 역량 강화를 지원합니다. 또한 직무 역량 강화를 위해 필요한 외부 교육 프로그램, 직책별 리더십 및 성과관리 교육 프로그램 등을 제공해 구성원 스스로 자신의 역할을 확장할 수 있는 성장 환경을 마련하고 있습니다.

### ■ 구성원 역량 개발 프로그램 유형

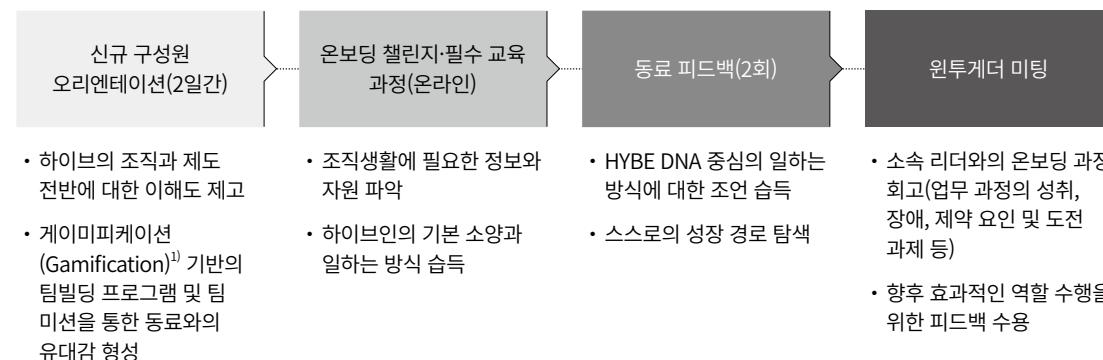
신규 구성원 온보딩 교육	직군별 직무 교육	리더십 교육
조직문화 워크숍	자격증 지원 프로그램	자기주도적 성장 지원

# 인재 영입 및 역량 개발

## 신규 구성원 온보딩 교육

하이브의 온보딩 과정인 원투게더 프로그램은 신규 구성원이 ‘함께 성공한다는 믿음(Win together)’을 기반으로 HYBE DNA를 충분히 내재화 할 수 있도록 동료들과 서로 도움을 주고 받는 과정입니다. 6개월 간 점진적으로 진행되는 온보딩 과정을 통해 함께 일하고 소통하는 방식에 대한 이해를 돋고 일하는 문화를 만들고 있습니다. 온보딩 교육 이후에는 만족도 조사를 실시해 구성원의 조직 적응, 일하는 방식 습득 수준을 모니터링하고, 온보딩 교육 프로그램 개선에 반영하고 있습니다.

### ■ 온보딩 교육 프로세스



### ■ 온보딩 교육 만족도 조사 결과

- 오리엔테이션 내용이 도움이 되었다: 4.5/5.0
- 프로그램이 흥미롭고 즐거웠으며, 내용이 이해하기 쉽게 전달되었다: 4.0/5.0
- 다른 신규 구성원과 교류할 수 있는 기회가 충분했다: 4.5/5.0
- 하이브의 일하는 방식 파악에 도움이 되었다: 4.0/5.0

1) 게임의 요소를 접목해 활동의 몰입감을 향상시키는 기술

## 직군별 직무 교육

하이브는 구성원들이 각자의 니즈에 따라 직무 역량을 개발할 수 있도록 외부 교육 기회를 제공하고 있습니다. IT·개발, 디자인, 리더십, 비즈니스 스킬, 외국어 등 다양한 분야의 프로그램과 국내·외 컨퍼런스, 세미나 참여를 지원합니다. 음악 시장의 변화와 팬들의 취향을 적시에 파악해 다양한 콘텐츠를 구상해야 하는 제작 직군 구성원들에게는 매주 정기적으로 트렌드 리포트와 패션, 광고 등 크리에이티브 영역에 대한 최신 정보를 제공하고 있습니다. 특히 제작 직군 리더의 크리에이티브 역량 강화를 위해 음악, 퍼포먼스, 비주얼 분야의 흐름을 한눈에 파악할 수 있는 이론 교육을 제공하며, 정보와 지식을 공유하고 교류할 수 있는 네트워킹 세션을 마련하고 있습니다. 2024년에는 제작 직군 구성원 대상 교육을 강화함으로써 하이브의 크리에이티브 역량 혁신을 고도화할 예정입니다.

### 수퍼톤 직무 관련 외부 교육 지원

수퍼톤은 급변하는 AI 개발 환경에 빠르게 적응하고 AI 음성 기술 분야를 선도하고자 구성원의 역량 개발을 적극 지원하고 있습니다. 2023년에는 세계 최대 규모의 음성·음향·신호처리 학술대회인 ICASSP를 비롯한 국내·외 학회 및 포럼에 참여해 자체 연구성과를 공유하고 업계의 트렌드를 파악할 수 있는 기회를 제공했습니다. 또한, 외부 전문가를 초빙해 오디오 편집 소프트웨어 활용법(17명 수강), 영화음향 처리(20명 수강), 디지털신호처리 기술(20명 수강)을 주제로 구성원 대상 특강을 실시했습니다.

### ■ 수퍼톤 직무 관련 학회·포럼 참석 지원

- ICASSP(International Conference on Acoustics, Speech, and Signal Processing) 2023(그리스)
- 미디어 R&D 사업 과제 중간 진도점검 및 기술교류회(한국)
- 미디어 팔레트 시장가치 창출형 기술 개발 사업 수행과제 기술교류회(한국)
- 한·일·중 문화콘텐츠산업포럼 2023(일본)

# 인재 영입 및 역량 개발

## 부서별 조직문화 워크숍

하이브는 조직별 이슈와 니즈를 파악해 맞춤형 조직문화 개선 프로그램을 설계 및 제공하고 있습니다. 팀 내 역할 배분 및 동기부여 방법에 대한 리더십 소그룹 워크숍에서는 구성원 몰입이 가능한 환경 마련, 협업을 위한 그라운드를 설정 등의 방법론을 논의합니다. 팀 구성원 모두가 참여하는 팀빌딩 워크숍에서는 개인 성향 진단을 활용해 팀원별 선호하는 업무 환경 및 방식을 확인하고, 팀원 개인의 강점을 극대화하고 효과적으로 협업할 수 있는 일하기 방법을 모색합니다. 워크숍 후 교육의 효과성에 대한 평가를 진행한 결과, 참여인원 중 90% 이상이 '교육 내용이 업무와 조직생활에 도움이 되었다'고 응답했습니다.

## 교육 기관 파트너십을 통한 리더십 교육

2023년에는 외부 교육기관과의 파트너십을 통해 각 부서에서 채용 인터뷰에 참여하고 있는 파트장급 이상 구성원을 대상으로 리더십 교육을 진행했습니다. 인재 선발을 위한 직책자의 역할 및 책임을 주제로 온·오프라인 방식을 병행해 진행했으며, 총 148명(신청자 대비 이수율 83%)이 교육을 수료했습니다. 2024년에는 구성원 면담과 피드백 스킬, 성과 기반 대화 방법 등 조직 내 이슈를 효과적으로 다룰 수 있는 솔루션을 제공해 리더십 교육을 지속적으로 고도화하고자 합니다.

## 직무 관련 자격증 취득 지원 프로그램

하이브는 전문성이 필요한 직무에 대한 자격증 취득을 지원하고 있습니다. 계약 직을 포함한 모든 구성원을 대상으로 음악 저작권, 소프트웨어 자산, 화장품 및 식품 판매 관리 등의 전문자격 취득을 지원하고 있으며, 이를 통해 전문지식을 함양한 인재를 양성하고 있습니다.

## 하이브IM QA 직무 자격증 지원

하이브IM은 QA(Quality Assurance) 직군 구성원들이 소프트웨어 테스팅 전문가로 성장할 수 있도록 직무 특화 자격증 취득을 지원하고 있습니다. ISTQB(International Software Testing Qualifications Board)<sup>1)</sup>, 한국정보통신기술협회 등에서 주관하는 AI, 모바일 앱, 모델 베이스 테스팅 등 분야별 자격증 14개를 지원하고 있으며, 이 외에도 업무와 관련성이 있다고 판단되는 모든 자격증에 대해 시험 응시료와 자격심사 비용을 지원합니다. 2023년에는 QA 직군 구성원의 14.3%에 해당하는 2명의 임직원이 각각 소프트웨어 테스팅 파운데이션 과정<sup>1)</sup> 및 모바일 앱 테스팅 파운데이션 특화 과정<sup>2)</sup> 자격증을 취득했습니다.

## 자기주도적 성장 지원

하이브는 커뮤니티 중심의 학습이 가능한 러닝 플랫폼을 통해 구성원들이 관심 주제에 따라 자유롭게 그룹을 이루어 학습할 수 있도록 지원하고 있습니다. 구성원들은 온라인상에서 희망하는 학습 주제에 따라 자유롭게 커뮤니티를 형성해 각자의 학습 콘텐츠를 공유합니다. 또한, 다양한 챌린지에 참여해 원하는 정보를 탐색하고 업무에 필요한 지식을 습득합니다.

1) Foundation Certificate in Software Testing

2) Foundation Specialist Certificate in Mobile Application Testing

# 인재 영입 및 역량 개발

## 직무발명보상제도

하이브는 직무발명보상제도를 운영해 구성원의 직무 관련 연구개발 의욕을 고취하고 있습니다. 체계적인 절차를 통해 업무 관련 구성원의 발명, 창작 중 개인 발명과 직무발명을 선별하고 그에 맞는 보상을 제공합니다. 이를 위해 직무발명 심의위원회를 통해 직무발명 사항에 대한 심의와 관련 분쟁의 조정 및 심의를 수행하고 있습니다.

## 구성원 정기 성과평가 및 보상 체계

하이브는 체계적 목표 관리, 합리적 보상을 통한 구성원의 성장을 촉진하기 위해 2023년 파일럿 시행 이후 2024년 전사 성과관리 제도를 본격 도입했습니다. 성과관리 제도는 정규직 및 계약직 구성원을 대상으로 목표 수립, 다면 피드백을 포함한 중간 리뷰, 최종 피드백의 프로세스로 진행됩니다. 이때 사업부서별 상세 운영 방식에는 자유도를 부여해 운영하고 있습니다. 하이브는 “Pay for Performance” 보상철학을 기반으로 성과관리 프로세스에 따라 결정된 최종 조직별, 개인별 성과등급에 연계해 인센티브 보상을 결정합니다. 특히 우수 인재에게는 RSU(Restricted Stock Unit)를 지급하는 등의 보상을 계획하고 있습니다.

### 개인 성과평가

구성원 개인별 목표는 전사 목표에 맞춰 수립된 각 사업부서별 목표와 연계해 수립하고 있습니다. 연중 다면 피드백을 통해 구성원의 목표 추진 현황을 점검하고 평가의 공정성을 확보하며, 최종 성과는 연말 셀프 피드백 및 성과 면담을 통해 점검합니다.

### 리더 성과평가

사업부서 리더의 목표는 담당 사업부서의 목표와 동일하게 운영해 리더가 조직의 목표 달성을 집중할 수 있도록 하고 있습니다. 연초에 CEO와의 협의를 통해 도전적이고 실현 가능한 수준의 목표를 수립하고, 연말에 목표의 달성을 수준에 대한 정량평가 및 목표의 난이도 및 역량에 대한 정성평가를 종합적으로 진행해 담당 사업부서 및 리더의 성과 등급을 확정합니다.

## 성과관리 관련 직급별 교육 프로그램

2024년부터 하이브에 성과관리 제도가 본격 도입됨에 따라, 조직장이 조직의 성과를 체계적으로 관리하고 성장을 이끌어낼 수 있도록 성과관리 가이드 교육 프로그램을 제공했습니다. 직책자(팀장, 실장)에게는 성과 리뷰 및 면담 진행에 대한 가이드, Business Unit 리더에게는 구성원의 평가 결과 수용성 향상을 위한 합의 및 조정 가이드를 안내했습니다. 교육 실시 이후에는 해당 교육의 효과성을 평가하기 위한 참여자 대상 설문조사를 실시했으며, 응답 결과는 교육 프로그램 개선에 활용하고 있습니다. 이 외에도 전사 구성원을 대상으로 성과관리의 목적, 수행 필요 활동, 셀프 피드백 작성 방법 등을 상세히 안내함으로써 신규 성과관리 제도에 대한 구성원의 이해도를 향상했습니다.

### ■ 성과관리 가이드 교육 프로그램 효과성 평가<sup>1)</sup>

직책자 응답 결과

88 %

리더 응답 결과

77 %

1) 성과관리 가이드 교육 프로그램이 체계적인 성과 관리를 실시하는 데에 도움이 되었다고 응답한 참여자의 비율

# 인재 영입 및 역량 개발

## 아티스트 양성 방향성

하이브는 멀티 레이블 체제를 통해 다양하고 개성 있는 아티스트들을 양성합니다. 하이브는 레이블의 고유한 시스템을 존중하는 한편, 전사적인 차원의 체계와 개선방향을 제안합니다. 각 레이블은 아티스트 전담부서 운영을 통해 오디션, 트레이닝, 제작, 데뷔의 과정으로 아티스트를 배출합니다. 레이블마다 독자적으로 정기 및 수시 오디션 프로그램을 운영하고 있으며, 나이, 성별, 국적을 불문하고 재능 있는 지원자들은 누구나 각 레이블 사이트를 통해 오디션에 지원할 수 있습니다.

## 연습생 교육 전담부서 운영 및 트레이너 채용

하이브는 연습생 역량개발 전담부서인 T&D팀을 운영하고 있습니다. 신인개발, 청소년 상담, 교육 기획 등 다양한 분야의 전문가들이 모여 우수한 프로그램을 개발하며 연습생의 성장을 지원합니다. 더불어, 연습생의 실력 향상 및 장단점 개발을 지원할 우수한 트레이너를 채용해 연습생 개개인의 지속적인 성장을 지원하고 있습니다.

## 연습생 교육 프로그램

하이브는 전사 공통 교육과 레이블별 특화 교육을 통해 연습생들에게 다양한 양질의 교육을 제공하고 있습니다. 사회 변화를 반영한 기본 소양 교육, 워크숍 등은 전 레이블 연습생에게 동일하게 제공되며, 레이블별 고유 특성을 살린 특화 교육 커리큘럼을 구성하고 있습니다. 이러한 교육 체계를 통해 2024년에는 투어스, 아일릿 등의 아티스트가 성공적으로 데뷔했습니다.

### ■ 연습생 교육 프로그램

레슨 및 연습	각 레이블은 단계별 프로그램과 평가를 통해 연습생의 음악성과 보컬, 랩, 댄스 실력을 증진시킵니다. 이를 위해 프로그램 수행 정도와 레슨자의 피드백, 평가 점수 등 연습생 데이터를 체계적으로 관리합니다. 또한, 연습실 내 마이크, 노트북, 미디 등 음악 작업을 위해 필요한 장비를 마련하고 있습니다.
공통 교육	자기 인식, 문화 다양성, 직업윤리, 디지털 리터러시, 창의력, 표현력, 사회성 등의 내용을 연차에 맞게 단계적으로 설계해 연습생들의 체계적인 성장을 지원합니다.
성인지 감수성 교육	연습생은 예비 아티스트로서 성인지 감수성 향상을 위한 교육 프로그램을 이수합니다.
언어 교육	연습생 개인 맞춤형 한국어, 일본어, 영어 교육을 제공합니다.
기후환경 교육	기후와 환경 문제에 대한 인식 교육을 실시하고 있으며, 2023년에는 '책임 있는 소비'를 주제로 오프라인 강의를 제공해 총 52명의 연습생이 수강했습니다.

## 연습생 건강 지원 제도

하이브는 소속 연습생이 건강하고 안전하게 성장할 수 있도록 다양한 신체적, 정신적 지원을 제공하고 있습니다. 연습생의 심리 건강을 위해 심리상담센터를 운영해 정기적으로 스트레스 위험도 등을 관리하며, 상담을 원하는 연습생에게 개별 상담 서비스를 제공합니다. 2024년에는 사내 의원을 개원해 정신과 상담 및 내과 검진을 제공하고 있습니다. 또한 연습실 내에 50개의 연습 공간과 카페 테리아, 탈의실, 샤워실 등의 별도 공간을 마련해 쾌적한 환경을 제공하고 있습니다.

# 구성원 소통 강화 및 복지 증진

하이브는 구성원들이 유연하고 자율적인 환경에서 즐겁게 일할 수 있도록 소통과 협업의 조직문화를 조성하고 있으며, 구성원 복리후생 개선을 위한 각종 제도를 운영하고 있습니다.

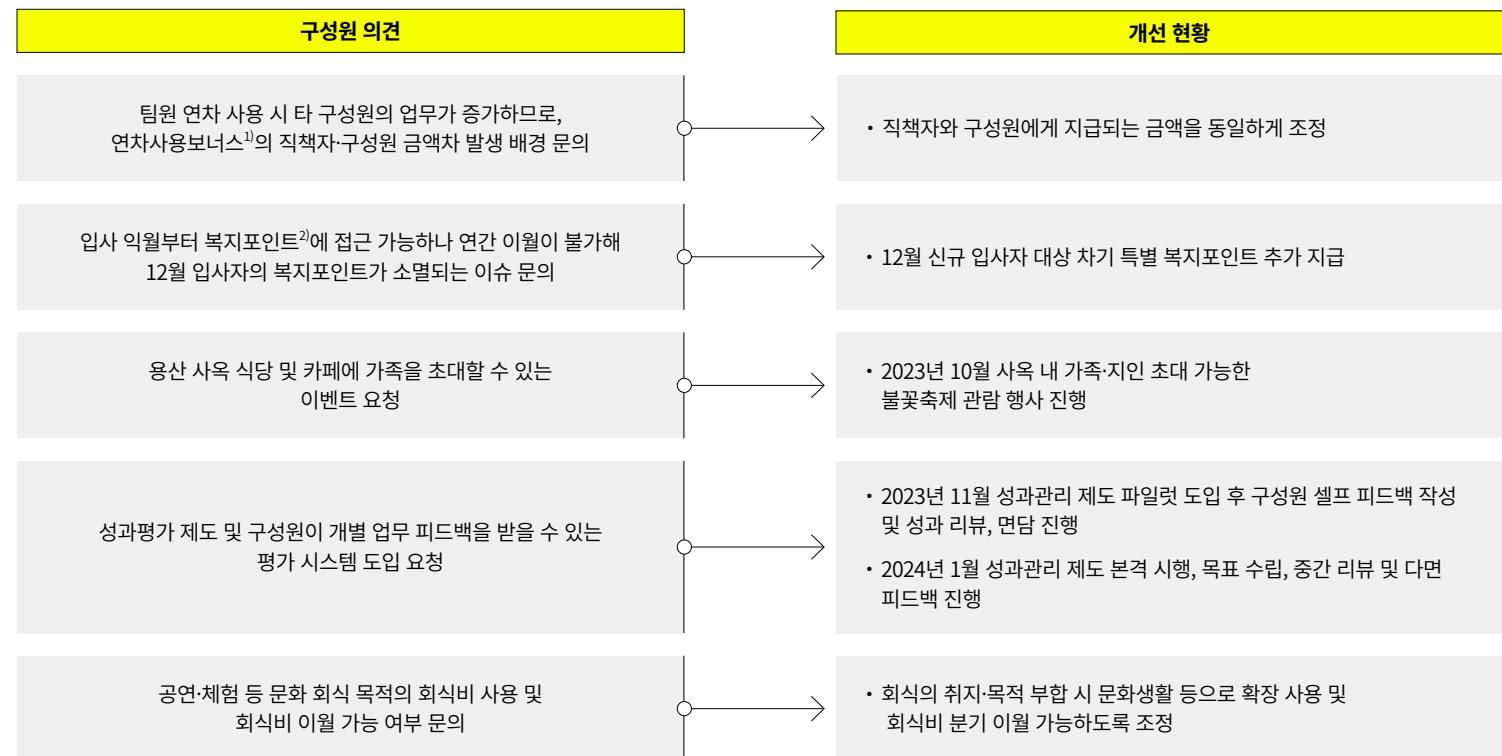
## 타운홀 미팅 개최

하이브는 2019년 1월을 시작으로 매월 정기적인 타운홀 미팅을 개최해 구성원과의 지속적이고 진정성 있는 소통을 추진하고 있습니다. 타운홀 미팅에는 CEO가 직접 참여해 구성원들에게 회사의 방향성, 정책 및 현황을 공유하고 구성원의 의견을 청취합니다. 또한 미팅의 녹화본을 구성원들이 상시 시청할 수 있도록 공유하고 있습니다. 하이브는 타운홀 미팅을 통해 수렴한 구성원의 의견을 검토한 후 개선 조치를 이행하고 있습니다. 조직 운영에 구성원의 의견을 적극 반영해 구성원이 만족할 수 있는 근무환경을 구축하고자 노력하고 있습니다.

## ■ 타운홀 미팅 현장



## ■ 구성원 의견 청취 및 개선 현황



1) 팀원 전원의 연차 소진 시 보너스를 지급하는 하이브의 복리후생 제도

2) 매년 구성원이 자율적으로 활용 가능한 포인트를 지급하는 하이브의 복리후생 제도

# 구성원 소통 강화 및 복지 증진

## 노사협의회 개최

하이브는 구성원과 경영진 간 소통을 위한 노사협의체를 운영하고 있습니다. 노사협의체는 근로자위원과 사용자위원 각 4명씩 총 8명으로 구성되어 있으며, 분기별 정기 회의를 통해 구성원의 복리후생과 고충해결, 근무환경 개선 등 다양한 주제에 대해 의결 및 협의를 진행합니다. 이를 통해 노사 상호 협력이 필요한 사항에 대해 논의하고, 공동의 이익을 증진하며 보다 나은 조직문화를 만들어 나가고 있습니다. 또한 노사협의회를 통해 주요 인사제도 관련 변경사항이 있을 시 사전 설명회를 실시함으로써 목적 및 절차에 대해 상세히 안내하고 구성원의 이해도를 제고하고 있습니다.

## 어바웃 팀 콘텐츠 제작

'어바웃 팀(ABOUT TEAM)'은 하이브 내 다양한 팀과 부서를 소개하는 콘텐츠로, 하이브 인트라넷(HYBENET)에 게시되어 사내 조직에 대한 이해도를 높임으로써 조직 간의 원활한 협업과 소통을 지원하는 하이브의 조직문화 프로그램입니다. 2023년에는 하이브 Benefit&Care팀, 레이블 A&R팀, 수퍼톤 사업개발실을 대상으로 총 3회의 어바웃 팀 콘텐츠를 제작했습니다.

## ■ 어바웃 팀 'Benefit&Care 팀' 소개 콘텐츠



하루의 대부분을 일터에서 보내는 직장인들에게 회사 생활은 일상 전체의 컨디션을 좌우할 만큼 중요한 부분을 차지합니다. 그래서 이 팀은 하이브 구성원들의 가장 든든한 지원군이 되기를 자처했습니다.

하이브 구성원들의 손이 닿는 모든 곳을 비롯해, 손에 닿지도 눈에 보이지 않는 곳까지 구석구석 챙어하는 'Benefit&Care 팀'을 소개합니다.

### 안녕하세요, Benefit&Care 팀 소개 부탁드립니다.

안녕하세요 반갑습니다! 주로 'B&C 팀'으로 불리고 있는 Benefit&Care 팀(이하 B&C 팀)입니다.

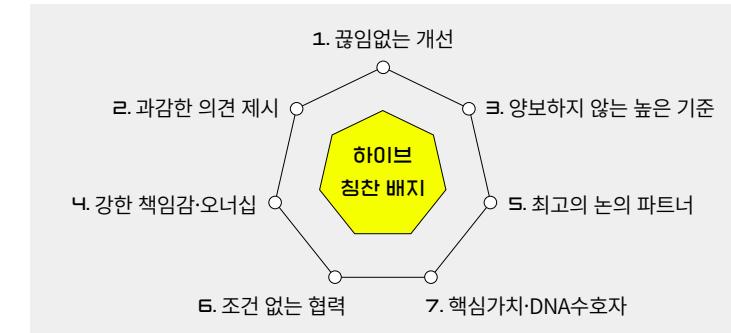
저희 팀은 '하이브 구성원의 행복과 근무 만족을 위한 복리후생 인프라의 운영과 관리 서비스'를 제공하고 있습니다.

## 건전한 조직문화 조성

### 배지 제도 운영

하이브는 구성원 간 건강한 협업을 장려하고 HYBE DNA를 실천하는 구성원에게 인정과 칭찬의 마음을 전하기 위해 배지(Badge) 제도를 운영하고 있습니다. 칭찬 배지는 총 7가지 유형으로 구성되어 있으며, 반기별로 가장 많은 배지 포인트를 받은 구성원을 선정해 포상하고 있습니다. 하이브는 건강하고 솔직한 피드백의 활성화를 위해 다양한 제도·시스템 개선, 캠페인·소통 활동을 전개하며 칭찬, 격려, 응원, 감사를 나누는 건강한 조직문화를 확산해 나가고자 합니다.

## ■ 하이브 칭찬 배지 유형



## ■ 배지 제도 성과

(2023년 12월 31일 기준)

구성원 간 주고 받은 칭찬  
배지 개수

866 개

최대 배지 유형(총 280개)

조건 없는 협력

# 구성원 소통 강화 및 복지 증진

## 팀워크 강화 지원

하이브는 부서별 팀워크 강화 지원을 위해 각종 비용 지원 제도를 운영합니다. 전 부서를 대상으로 반기 1회 팀 워크숍 비용을 지원하며, 워크숍에서는 조직 목표 설정 및 달성을 위한 방향성 논의, 업무 역량 증진을 위한 전문성 개발 등 업무 몰입도 향상을 위한 다양한 활동을 진행합니다. 또한 구성원 면담 및 지원 시 활용 가능한 조직운영비를 매월 지원하고 있으며, 신규 구성원 입사 시에는 환영 이벤트 비용을 제공해 구성원의 원활한 조직 적응을 도모하고 있습니다.

## 님 문화 실천

하이브는 수평적 호칭제도인 ‘님 문화’를 도입해 구성원 간 존중과 자유로운 소통을 지향하고 있습니다. 구성원들은 상호 존대 및 ‘님’ 호칭 사용을 통해 상대방을 배려하는 동시에 자유롭게 자신의 의견을 제시합니다.

## 구성원 소통 프로그램 운영

### 101 미팅 프로그램

하이브는 구성원들이 1:1로 장벽 없이 대화를 나눌 수 있는 101 미팅 프로그램을 운영하고 있습니다. 101 미팅 프로그램을 통해 구성원들은 자유롭게 대화를 나누며 타 조직의 구성, 업무 특성, 주요 이슈 및 회사의 사업 전반에 대한 이해를 높이고, 업무상 협업이 필요한 시점에 원활히 소통할 수 있습니다.

### 하이브 사다리

하이브는 직책, 직무, 소속의 구분 없이 구성원 간 랜덤 미팅을 지원하는 하이브 사다리 프로그램을 운영하고 있습니다. 2018년부터 매월 35팀(각 2인 구성)을 추첨해 매칭하고 있습니다. 하이브 사다리를 통해 구성원들은 평소 접점이 드문 동료와 소통하며 이해도와 친밀도를 높이고 협업을 촉진합니다.

### 치어스 데이

하이브는 전사 구성원 또는 법인별 구성원이 함께 모여 유의미한 성과를 축하하고 격려하는 행사인 ‘치어스 데이’를 운영하고 있으며, 2023년에는 총 6회의 치어스 데이를 진행했습니다.

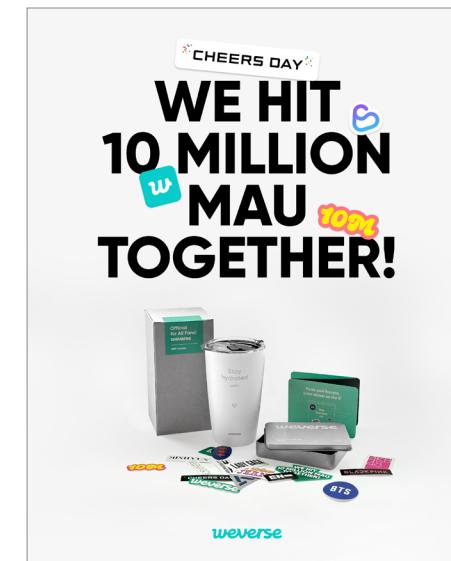
### ■ 2023년 치어스 데이

- 투모로우바이투게더 ‘이름의 장’ TEMPTATION’, 美 ‘빌보드 200’ 1위 기념
- 방탄소년단 지민 ‘Like Crazy’, 美 ‘빌보드 핫 100’ 1위 기념
- 세븐틴 ‘FML’ K-팝 음반 역대 초동 판매량 최고 기록 경신 기념
- 방탄소년단 정국 ‘Seven’, 美 ‘빌보드 핫 100’ 1위 기념
- 위버스 MAU 1천만 달성 기념
- 세븐틴 ‘SEVENTEENTH HEAVEN’ K-팝 음반 역대 초동 판매량 최고 기록 경신 기념

### ■ 세븐틴 역대 최고 초동 판매량 달성 기념 치어스 데이



### ■ 위버스 MAU 1천만 달성 기념 치어스 데이



# 구성원 소통 강화 및 복지 증진

## 구성원 복리후생 증진

하이브는 열정을 가진 인재들이 온전히 업무에 몰입할 수 있는 환경에서 성취감, 즐거움, 행복을 느끼며 근무하는 회사를 지향하며, 구성원의 복지 증진을 위한 각종 지원 제도를 운영하고 있습니다. 2023년에는 ‘찾아오는 심리상담’ 서비스 및 단체상해보험 선택 플랜 도입, 여의도 불꽃축제 시 구성원 가족 초청 행사 진행, 조부모상 상조물품 지원 확대 및 영유아 보육료를 신청한 구성원 대상 특별 복지포인트 지급 등 다양한 제도를 추가했습니다. 아울러, 복리후생 제도의 운영 현황을 점검하고 구성원의 의견을 수렴하는 만족도 조사를 실시하는 등 구성원의 복지 증진을 위한 노력을 지속하고 있습니다.

### ■ 복리후생 제도 현황

자기 관리	자율출퇴근제*	월 근무시간 한도 내 자율 출퇴근 가능
	무제한연차휴가제	제한 없는 연차휴가 사용 가능
	연차사용보너스	모든 구성원이 15일 이상 연차를 사용한 팀 대상 보너스 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, 물리치료, 상비약 지급 진행)
	건강검진	전국의 제휴 병원 기반 연 1회 건강검진 제공
	심리상담서비스 (마음 HYBE-FIVE)	연간 8회 심리상담 지원

업무 수행 지원	업무용 택시*	업무상 목적의 외근 시 교통비 지원
	야근 석식비*	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 의전 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
	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 서비스 및 조부모 대상 상조물품 지원

즐겁고 행복한 일터	경조사화환	가족 결혼, 칠순·팔순, 사망 등 경조사 시 화환 지원
	출산휴가	본인 혹은 배우자 출산 시 휴가, 축하금, 출산선물 지원
	육아휴직	만 8세 이하 혹은 초등 2학년 이하 자녀를 둔 구성원 휴직 지원
	유사산휴가	본인 혹은 배우자 자연유산 시 휴가 및 위로금 지원
	입사자 환영 이벤트*	신규 입사자 대상 환영 이벤트 비용 지원
	대출이자 지원	최대 3천만원 대출금의 이자 지원
	영유아 보육료 지원	만 5세 이하 자녀의 어린이집 교육비 지원
	휴양시설	할인된 요금의 제휴 휴양시설(리조트, 호텔 등) 이용 지원

\* 정규직, 계약직, 파견직을 포함한 모든 구성원을 대상으로 제공하는 복리후생 제도

# 구성원 소통 강화 및 복지 증진

## 유연 근무제도 운영

하이브는 계약직, 파견직을 포함한 모든 구성원을 대상으로 자율출퇴근제를 운영해 구성원들이 업무 및 개인 사유에 따라 자율적으로 일할 수 있도록 지원합니다. 모든 구성원은 월 가능근무시간 한도 내에서 자유롭게 근무시간을 조정할 수 있습니다. 또한, 무제한 연차휴가제를 운영해 구성원들이 필요에 따라 충분한 휴식을 취할 수 있도록 하고 있습니다. 팀원 모두가 연간 15일 이상의 휴가를 사용할 경우에는 해당 팀원 전원에게 보너스(50만 원)를 지급해 구성원의 연차 사용을 독려하고, 무제한 연차휴가제의 실질적인 운영을 도모하고 있습니다.

## 출산·육아휴직 및 양육 지원제도 운영

하이브는 구성원이 일과 가정의 균형을 달성할 수 있도록 지원 제도를 운영하고 있습니다. 구성원 본인이 출산한 경우 법정 휴가기간을 포함한 최대 180일의 유급 휴가를 지원하며, 배우자가 출산한 경우에도 10일의 유급휴가를 보장하고 출산 축하금과 선물을 제공하고 있습니다. 만 8세 이하 또는 초등학교 2학년 이하의 자녀를 둔 구성원에게는 1년의 유급 육아휴직을 보장합니다. 또한, 어린이집에 재원 중인 만 5세 이하의 자녀가 있는 구성원에 대해 정부보육료의 50%에 해당하는 영유아 보육료를 지원합니다. 2023년부터는 영유아 보육료를 신청한 구성원 대상 복지포인트를 추가 지급해 구성원의 자녀 양육을 지원하고 있습니다.

## 전문 심리상담 서비스 운영

하이브는 ‘마음 HYBE-FIVE’ 심리상담 서비스를 통해 구성원들의 스트레스 및 정신건강 관리를 지원하고 있습니다. 구성원은 전문 상담사에게 직무 스트레스 뿐만 아니라 개인정서, 가족 등 다양한 심리적 고충에 대해 상담받을 수 있습니다. 희망하는 센터에서 대면, 화상, 전화 상담 서비스를 이용 가능하며, 2023년부터 용산 사옥에서 매월 ‘찾아오는 심리 상담’을 진행하고 있습니다.

### ■ 심리상담 서비스 영역

직무관련	직무스트레스, 대인관계, 삶과 일의 불균형 등
가정·부부·이성	부부상담, 이성관계, 고부갈등 등
자녀·육아	자녀상담, 양육코칭, 학습진로, 자녀성향탐색 등
개인정서	우울, 불안, 감정조절, 심리검사 등

심리상담서비스와 하이브 구성원이 만나  
더 큰 행복을 일궈나길 응원합니다!

### 마음 HYBE-FIVE

#### 상담비용이 부담되요.

하이브 임직원이라면 누구나 이용 가능하며 연간 8회기까지 회사가 비용을 지원합니다.

#### 상담내용이 회사에 알려지지 않을까 걱정이 됩니다?

근로복지기본법 83조 의거 본인 동의 없이 상담의 내용은 회사에 알려질 수 없습니다.

#### 수도권이 아닌 지역에서도 상담이 가능한가요?

전국 어디에서나 600여개 상담센터에서 상담이 가능합니다.



# 구성원 소통 강화 및 복지 증진

## 사내 식당·카페 및 캠틴 운영

하이브는 용산 사옥 내 사내 식당 및 카페를 운영하고 있습니다. 2023년부터는 사내 식당에 주 1회 건강식 도입, 포장 가능한 샐러드(하이라이트팩) 판매 및 상시 이용 가능한 자판기(스토어머신) 추가 운영을 통해 구성원들의 의견을 적극 반영하고 있습니다. 사옥 최고층에 위치한 사내 카페에는 스페셜티 커피 브랜드 프린츠와 콜라보한 ‘하이브 프린츠’를 운영하고 있으며, 저렴한 가격대로 스페셜티 커피와 음료를 판매하며 구성원의 휴식을 지원합니다. 또한 2023년부터 캠틴에 상시 배치하고 있는 음료 종류를 주기적으로 교체하며 구성원들의 만족도를 향상하고 있습니다.

## 사내 건강관리실 및 휴게시설 운영

하이브 용산 사옥에는 구성원의 건강 관리와 휴식을 위한 건강관리실, 피트니스 센터, 수면실, 마사지 체어, 라이브러리 등의 휴게 공간을 운영하고 있습니다.

## 건강관리실

하이브는 사내 건강관리실을 운영해 일 평균 13명의 방문자를 대상으로 상비약 제공, 외상 드레싱, 건강 상담 등의 건강 관리 서비스를 제공하고 있습니다. 또한 사내 비상벨 작동 시 현장에서 응급 조치를 진행하고, 의식 및 증상을 확인한 후 심각성에 따라 병원 등행 등의 조치를 취합니다. 또한 다양한 건강 관리 제도 운영을 통해 구성원의 건강하고 안전한 업무 수행을 지원하고 있습니다. 하이브 및 10개 산하법인 소속 구성원 대상 건강검진을 제공하며(2023년 기준 수검률 86%), 사내 간호사를 통해 검진항목 추천 및 유소견 관리 상담을 지원합니다. 해외 출장 구성원 대상 의약품 키트 300개를 제작했으며, 건강검진 결과와 병원 진료 소견서에 따라 업무용 의자의 헤드레스트를 지급하고 스트레칭 등의 건강 관리 방안을 안내합니다.

## 사내 의원

하이브는 2023년 12월 정신과 전문의 채용 후 2024년 1월 사내 의원(헬스케어 센터)을 개원했습니다. 구성원 및 아티스트를 대상으로 기준 건강관리실 서비스를 포함한 1차 의원급의 진료를 통해 전문적인 의료 케어를 지원하고 있습니다. 또한 마음심리 근로자지원프로그램(EAP, Employee Assistance Program) 서비스도 함께 통합적으로 운영해 정신 건강 및 정서적 케어를 지원하고 있습니다.

## 피트니스 센터

하이브는 구성원이 원하는 시간에 편리하게 운동을 할 수 있도록 24시간 피트니스 센터를 운영하고 있습니다. 개별 운동기구에는 자체 제작한 사용 가이드 영상의 QR코드를 부착해 편리한 기구 활용을 도모했습니다. 2023년 5월에는 외부 파트너사와 연계해 전문적인 헬스 코칭을 받을 수 있는 PT 서비스를 도입했습니다. 사옥 주변의 PT 프로그램 시세 대비 30% 이상 저렴한 가격으로 구성원의 운동 접근성을 높이고 있습니다.

### ■ 해외 출장 구성원을 위한 의약품 키트



### ■ 피트니스 센터



### ■ 구성원 PT 프로그램 이용 성과

#### 총 참여 인원 수

141 명

#### 총 PT 진행 횟수

1,192 회

(2023년 12월 31일 기준)

# 인권경영

하이브는 구성원의 인권 존중을 위해 노동법, 근로기준법 등 관련 법규를 준수하고 있으며, 인권 침해 행위 발생 시 이를 제보할 수 있는 채널을 운영하고 접수된 사안의 신속한 처리 및 재발 방지를 위해 노력하고 있습니다.

## 인권경영 추진 방향성

하이브는 구성원을 비롯한 모든 이해관계자의 인권을 보호하기 위해 인권경영 체계를 구축했습니다. UN 세계인권선언을 비롯한 글로벌 인권 원칙을 지지하며, 국내·외 관련 법령을 준수합니다. 하이브는 2024년 인권경영 정책을 수립해 인권경영에 대한 의지를 선언하고 주요 원칙을 표명했습니다.

### ■ 인권경영 정책

#### 목적

하이브는 글로벌 엔터테인먼트 플랫폼 기업으로서 다양한 이해관계자들에게 더 즐거운 엔터테인먼트 라이프를 선사하고, 더 나아가 엔터테인먼트 산업의 지속 가능한 변화를 이끌어나갈 수 있도록 기여하고자 합니다. 하이브는 UN(United Nation)의 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 노사 협의체를 운영하며, 협력적 노사관계 형성을 위해 노력합니다.

#### 4. 안전보건 관리 강화

- 하이브는 모든 구성원이 안전하고쾌적한 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 연예 활동을 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, 협력 과정에서 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 인사위원회로 구성되어, 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 존중행동 규범을 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 이해관계자 대상 외부 제보 채널을 운

영하고 있습니다. 이를 통해 직장 내 성희롱·괴롭힘, 차별 혹은 불이익, 기타 인권 침해 행위 등의 주요 리스크 이슈를 파악하며, 이슈 발생 시 인권경영 담당팀이 관련 현황을 확인합니다. 사안에 따라 법무부서 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

#### 인권 침해 리스크 식별

#### 현황 분석 및 심층 조사

#### 완화조치 수립 및 이행

#### 모니터링

2024년 6월

(주)하이브 대표이사 박지원

# 인권경영

## 인권 의식 제고 활동

하이브는 구성원 존중행동규범을 제정해 하이브인으로서 추구해야 할 가치, 지양해야 할 행동, 성숙한 사회인으로서 지켜야 할 기본 매너와 직업 윤리, 건전한 사업 파트너로서 필요한 원칙과 행동 등을 명시하고 있습니다. 존중행동규범 내 포함되어 있는 인권 관련 원칙으로는 다양성 존중, 직장 내 괴롭힘 금지, 성희롱 금지, 파트너 존중 등이 있으며, 구성원 신규 입사 시 존중행동규범 교육을 진행해 사내 인권 의식을 제고하고 있습니다. 더불어 매년 전 구성원을 대상으로 직장 내 괴롭힘 방지 교육, 직장 내 성희롱 예방 교육, 장애인 인식 개선 교육 등의 법정 의무 교육을 실시하고 있습니다.

### ■ 구성원 존중행동규범 내 인권 관련 원칙

다양성 존중	직장 내 괴롭힘 금지	성희롱 금지	파트너 존중
--------	-------------	--------	--------

### ■ 인권 관련 법정의무교육 실시 내용

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

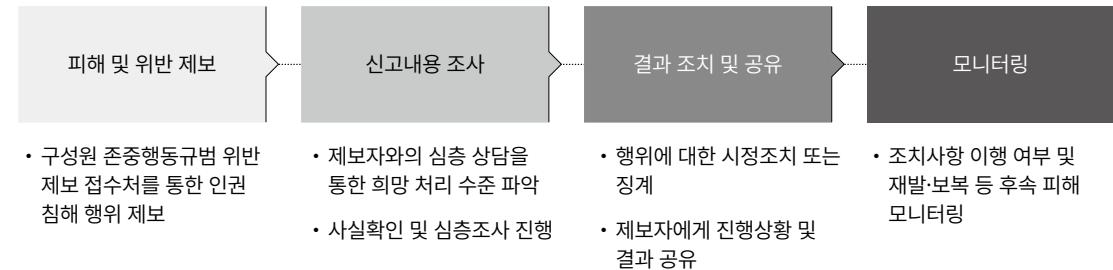
## 인권 침해 제보 프로세스

하이브는 구성원 존중행동규범 위반 제보 채널을 운영하고 있습니다. 제보 접수 시 인권경영 담당팀이 관련 피해사실을 확인하며, 사안에 따라 법무부서 등 유관부서와 협의를 진행하거나 인사위원회를 개최해 사건을 조사하고 적절한 조치를 이행 합니다. 조사의 객관성 확보가 필요한 경우, 외부 노무, 법무법인의 통해 조사를 진행하고 있습니다. 인권 침해 사실이 확인될 경우 인사위원회를 통해 가해자를 징계 조치하며, 징계 결과를 사내에 공지해 재발을 방지하고 있습니다. 전 과정에서 제보자에게 차별과 불이익이 발생하지 않도록 주의를 기울이고 있으며, 신고 과정에서 제보자의 신분과 제출된 정보를 철저히 보호합니다.

### ■ 인권 관련 제보 가능 유형

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

### ■ 인권 침해 제보 프로세스



## 여성 구성원 채용 확대

하이브는 다양성을 추구하며, 구성원을 차별없이 채용합니다. 2020년부터 2023년까지 여성 비율을 50% 이상으로 유지하고 있으며, 2023년에는 신규 채용 인원 중 56%(725명 중 405명)를 여성 구성원으로 채용했습니다.

# 인권경영

## 고객응대근로자 인권 보호

위버스컴퍼니는 고객센터 내 고객응대근로자 보호를 위한 다양한 조치를 마련하고 있습니다. 산업안전보건법에 따라 고객상담 전 고객응대근로자에 대한 보호 조치를 음성으로 안내하고 있으며, 상황별 표준 응대방식을 포함한 고객응대 업무 매뉴얼 및 프로세스, 상담원 보호 지침을 마련하고 있습니다. 또한 쾌적한 근로환경 구축을 위해 단독 고객센터를 구축하고 휴게 및 교육 공간을 개선했습니다. 파트너사는 매월 자체적으로 업무 피로도 자가진단을 수행해 고객응대근로자의 정신적, 신체적 안전보건 리스크를 검토하고 있습니다. 위버스컴퍼니는 센터 내 마련된 고충처리함에 접수된 고충사항을 파트너사와 함께 월 1회 모니터링하고 센터 환경 개선을 위한 과제를 도출하고 있습니다.

## 아티스트 권익 보호

하이브는 아티스트의 권리 보호를 위해 악성 게시물 유포, 사생활 침해, 아티스트 사칭, 개인정보 유출 등의 불법행위에 적극 대응하고 있습니다. 내부 모니터링 및 제보 접수를 통해 파악한 건에 대해 다양한 기술적·관리적 조치를 취하며, 정기적인 고소·고발을 진행합니다. 또한, 유사 사례의 재발을 방지하기 위해 불법행위 사례와 고소·고발 진행 현황, 처벌 결과 등의 내역을 대외 공지하고 있습니다.

## ■ 위버스 플랫폼 아티스트 권리 보호 조치

기술적 조치	<ul style="list-style-type: none"> <li>AI 기반 영상·이미지 필터링 기술과 클린봇 시스템 도입을 통한 악성 게시물 자동 검수</li> <li>우회 IP 차단 및 어뷰징(Abusing) 이메일 가입 차단을 통한 가계정 생성 방지</li> <li>신고 가중치 및 블랙리스트 정책 고도화를 통한 악성 게시물 유포 계정 자동 징계 처리</li> <li>실시간 악성 게시물 처리를 위한 아티스트 및 특수 권한자 대상 징계 권한 부여</li> </ul>
관리적 조치	<ul style="list-style-type: none"> <li>악성 게시물 유포자에 대한 서비스 이용 제한 조치</li> <li>악성 게시물 유포자 법적 대응을 위한 게시물 수집 및 신고 조치</li> <li>커뮤니티 내 금칙어 설정 및 특정 단어를 사용한 닉네임 전수조사 후 탈퇴 처리</li> <li>실시간 대응을 위한 모니터링 강화 및 직접 대응</li> </ul>

## 위버스 플랫폼 이용 가이드라인 안내

하이브는 위버스 플랫폼 이용 가이드라인을 공지함으로써 아티스트와 팬 모두의 권익을 보호하고 있습니다. 초상권, 명예, 사생활 등의 인격적 권리와 저작권, 상표권 등 지식재산권을 침해하는 게시물을 작성할 때 제한합니다. 비속어·은어 사용, 아티스트 및 타 아티스트, 팬덤에 대한 비방·욕설 등의 명예훼손을 금지하며, 청소년 유해 콘텐츠, 폭력적이거나 성적인 콘텐츠 등 부적절한 내용의 게시물을 허용하지 않습니다. 또한 위버스 라이브 관련 매너, 프로필 관련 주의사항을 안내하고 있습니다. 건전한 커뮤니티 형성을 위해 이용자는 이용 가이드라인을 위반한 게시물·프로필 등을 직접 신고할 수 있습니다. 위반 사항 확인 시 게시물 노출 제한, 작성 제한, 프로필 이용 제한 등의 조치를 취하며, 고의적이고 반복적인 행위가 확인될 경우 영구적인 조치를 취할 수 있습니다.

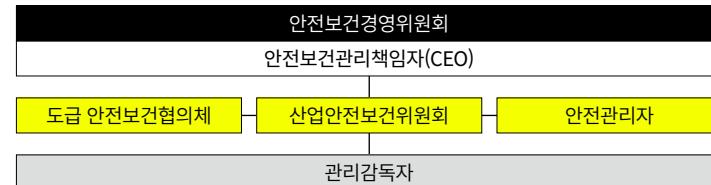
# 사업장 안전보건

하이브는 구성원의 안전을 최우선으로 고려하며 구성원이 안심하고 일할 수 있는 안전한 일터를 조성하기 위해 노력하고 있습니다. 안전보건 관리체계를 기반으로 오피스 내 위험요인을 선제적으로 점검 및 개선하는 등 다양한 활동을 전개하고 있습니다.

## 안전보건 거버넌스

하이브는 안전경영 활성화 및 안전문화 정착을 위해 산업안전보건위원회와 도급 안전보건협의체를 운영하고 있으며, 안전담당조직을 통해 실무를 추진합니다. 안전담당조직은 안전 및 보건과 관련된 사안을 최종 결재권자인 CEO에게 보고하고 있으며, 산업안전보건법 제14조에 의거한 법정 의무사항에 대해 연 1회 이사회에 보고하고 있습니다.

### ■ 안전보건 조직체계



## 산업안전보건위원회 운영

하이브는 산업안전보건법 제24조에 따라 안전 및 보건에 관한 중요 사항을 심의하고 의결하기 위해 산업안전보건위원회를 운영하고 있습니다. 위원회는 위원장을 역임하는 CEO와 안전관리자, 보건관리자를 포함한 사측 위원 4인, 근로자대표와 근로자대표가 추천하는 3인을 포함한 근로자위원 4인, 총 8명으로 구성되어 있습니다. 위원회는 매 분기별로 진행되며 안건 처리 완료 후에는 해당 내용을 사내 인트라넷에 공지해 전 구성원에게 공유하고 있습니다.

### ■ 산업안전보건위원회 주요 안건

- 산업재해예방계획 수립
- 안전보건관리규정 제·개정
- 산업재해 원인 조사 및 재발방지 대책 수립 등

## 도급 안전보건협의체 운영

하이브는 산업안전보건법 제64조에 따라 안전보건협의체를 구성해 월 1회 운영합니다. 하이브 사옥 운영 유관부서 담당자와 파트너사 담당자 총 10명으로 구성된 협의체를 통해 구성원 안전사고 예방을 위한 논의를 진행합니다.

### ■ 도급 안전보건협의체 주요 안건

- 쉽고 간편한 위험성 평가 안내서(개정본) 공유
- 추락 위험 작업 안전수칙 안내(이동식 사다리 등)
- 사옥 안전점검 일정, 체크리스트 및 결과 안내 등

## 안전보건 경영방침

하이브는 모든 구성원의 안전이 최우선으로 보장되는 근무환경을 만들기 위해 안전보건 경영방침을 수립하고 안전보건 경영의 기반을 구축했습니다.

### ■ 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 앞장 선다.
- 회사는 안전·보건의 목표를 무재해로 하며 이를 달성하기 위하여 근로자에 대한 체계적인 교육을 지속적으로 실시한다.
- 회사는 사고 발생시 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 근로환경을 제공한다.

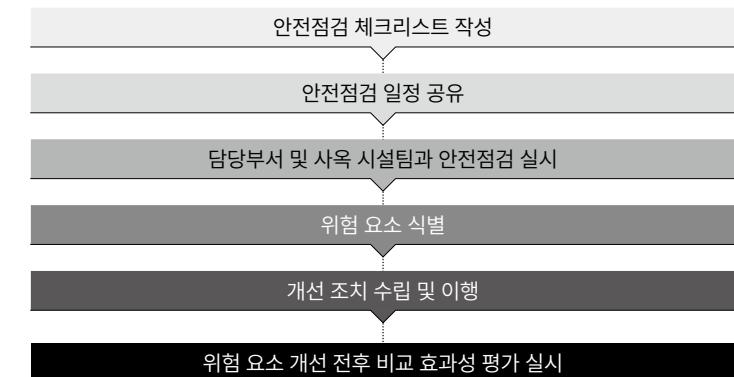
2022년 4월 26일

(주)하이브 대표이사 박 지 원

## 오피스 안전점검 및 효과성 평가 실시

하이브는 매년 1회 오피스 시설물 안전점검을 실시해 사업장 내 위험요인을 사전에 식별한 후 완화 조치를 적용하고 있습니다. 2023년에는 용산 사옥을 포함한 5개 사업장<sup>1)</sup>에 대한 안전점검을 실시해 총 59개의 위험 요소를 식별하고 개선 조치를 적용했습니다. 이후 위험요소 개선 전·후의 위험 수준을 비교하는 효과성 평가를 통해 고위험 요소 11건 및 저위험 요소 48건에 대해 개선조치를 100% 이행했음을 확인했습니다.

### ■ 오피스 위험성 점검 프로세스



### ■ 오피스 안전점검 및 개선 현황

(2023년 12월 31일 기준)

#### 위험요소 식별 건수

59 건

#### 개선조치 이행률

100 %

1) 용산 사옥, T&D, 하이브IM, 수퍼톤, 위버스컴퍼니

# 사업장 안전보건

## 사내 응급환자 경보 시스템

하이브는 사옥 내 응급환자 발생 시 빠르게 대처하고 구성원을 안전하게 보호하기 위해 사내 응급환자 경보 시스템을 구축했습니다. 응급상황 발생 시 신속하게 도움을 요청할 수 있도록 화장실, 샤워실, 수면실, 마사지 체어실에 비상벨을 설치했으며, 비상벨 작동 시 사내 간호사가 보안구성원과 함께 해당 장소로 신속히 출동해 응급조치를 진행하고 구급차 도착 시까지 환자를 보호합니다. 2023년 12월 31일 기준 용산 사옥에 21대의 자동제세동기(AED, Automated External Defibrillator)가 설치되어 있으며, 교체 필요 주기에 따라 적시 교체하고 있습니다. 2023년에는 용산 사옥 외 3개 사옥(T&D, 수퍼톤, 하이브IM)에도 자동제세동기 및 전용 보관함을 추가 설치했습니다.

## 재해·재난 대응 조직 체계 및 매뉴얼

하이브는 비상상황에 적시 대응하기 위해 재해 및 재난 대응 매뉴얼을 수립해 운영하고 있습니다. 매뉴얼은 화재, 지진, 가스누출, 승강기 이슈 등 재난 유형별, 주간, 야간, 휴일 등 재난 발생 시기별 적합한 대응 방식을 제시합니다. 또한 비상시 구성원들이 CEO와 안전담당조직의 지휘 아래 안전하게 대피할 수 있도록 유관부서별 역할을 명시하고 있습니다.

### ■ 재해 및 재난 대응 조직체계



### ■ 재해·재난 발생 시 대응 활동

역할	담당부서	대응 활동
총괄	CEO	<ul style="list-style-type: none"> <li>대응 총괄 지휘(부재 시 1순위: CHRO, 2순위: CCO)</li> </ul>
사옥 보안	CISO	<ul style="list-style-type: none"> <li>외부인 출입(경찰서, 소방서 등)으로 인한 사옥 보안 관리</li> </ul>
지휘 부서	CHRO 산하 안전담당조직	<ul style="list-style-type: none"> <li>대응을 위한 유관부서 지휘</li> </ul>
상황 전파 및 커뮤니케이션 대응	CCO 산하 담당부서	<ul style="list-style-type: none"> <li>구성원 대피, 안전을 위한 사내상황 및 지침 전파</li> <li>커뮤니케이션 채널 보조</li> <li>아티스트 대피를 위한 레이블 상황 전파 및 관리</li> </ul>
대피유도반	CHRO 산하 담당부서	<ul style="list-style-type: none"> <li>지상층 전체(2층~PH층) 구성원 대피 안내</li> <li>사내식당: 비상상황 발생 시 가스밸브 전체 잠금 조치 및 대피</li> <li>1층에서 외곽 집결지까지 구성원 대피 안내</li> <li>외부 보안업체: 비상상황 발생 시 지하층 전체(B2층~B7층) 구성원 대피 안내</li> </ul>
시설물 업무지원	CHRO 산하 담당부서	<ul style="list-style-type: none"> <li>건물관리실과의 협업을 통한 구성원 안전 확보 및 시설물(기계, 전기, 공조) 복구 지원</li> <li>건물관리실: 재해 및 재난 발생 시 대피방송 출력 및 화재 진압, 대피 지원</li> </ul>

# 제품 안전 및 품질 관리

하이브는 앨범, 영상출판물, 공식상품 등 각종 제품 생산 시 안전 및 품질을 최우선으로 고려하고 있으며, 중대재해처벌법, 폐기물부담금제도, 생산자책임제활용제도 등 제품 제조 과정에서 고려해야 하는 법·규제에 체계적으로 대응하고 있습니다.

## 제품 안전 및 품질 방침

하이브는 '4대 제품 안전 및 품질 방침'을 수립해 안전·품질 강화 및 고객 만족, 고객 가치 우선에 대한 지속적인 실천 의지를 표명했습니다. 해당 방침은 하이브 파트너사 등록 과정에서 사전 배포 및 안내되며, 하이브와 모든 파트너사가 준수해야 할 핵심적인 판단 가치 및 행동규정으로 운영됩니다.

### ■ 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 총족시키며, 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.

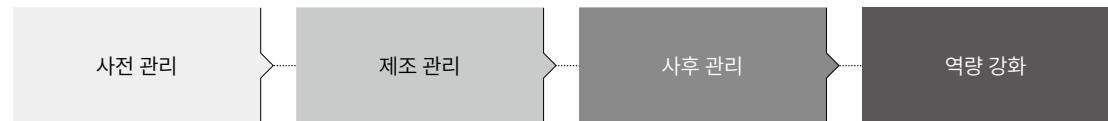
#### 4. 동반 성장 추진

고객, 협력사 및 이해관계자들의 균형된 만족과 성장을 추구하기 위해 협력 관계를 증진합니다.

## 제품 품질관리 프로세스

하이브는 입고에서 출하에 이르기까지 종합적인 품질관리체계를 수립해 안전과 품질을 확보한 제품을 생산하고 있습니다.

### ■ 제품 품질관리 프로세스



### ■ 제품 품질관리 활동

- 공정한 파트너사 선정을 위한 공개 입찰 또는 경쟁력 평가 방식 채택, 입찰공고 시 품질 기준 고지 및 교육을 통한 품질 저하 예방

- |          |  |
|----------|--|
| 품질 사전 관리 | <ul style="list-style-type: none"> <li>품질관리 기준서 마련(제품군별 사양 기준, 품질 기준, 라벨링 기준, 유해물질 관리 기준 등 명시) 및 관리수준 미달업체 대상 사전 점검 및 관리 수행</li> </ul> |
|----------|--|

- |          |   |
|----------|---|
| 품질 제조 관리 | <ul style="list-style-type: none"> <li>글로벌 비즈니스 확대에 따른 국가별 안전·품질 기준 구축 및 운영 준비 중</li> </ul> |
|----------|---|

- |          |   |
|----------|---|
| 품질 사후 관리 | <ul style="list-style-type: none"> <li>품질기준 준수 여부 및 품질 편차 점검</li> <li>품질관리기관인 SGS(General Society of Surveillance), 한국건설생활환경시험연구원(KCL, Korea Conformity Laboratories)에 전 제품의 품질관리 위탁</li> </ul> |
|----------|---|

- |          |   |
|----------|---|
| 품질 역량 강화 | <ul style="list-style-type: none"> <li>고위험제품의 경우 직접 품질 관리 시행</li> </ul> |
|----------|---|

- |          |   |
|----------|---|
| 품질 사후 관리 | <ul style="list-style-type: none"> <li>프로세스, 물량, 납기, 납품, 품질, 불량 관리, 가격제시 및 사고제어 등 종합 평가 실시</li> </ul> |
|----------|---|

- |          |  |
|----------|--|
| 품질 역량 강화 | <ul style="list-style-type: none"> <li>정확한 평가를 위한 통계 데이터 고도화</li> <li>산업안전보건법 및 중대재해처벌법 등 관련 법령 요구사항 준수</li> </ul> |
|----------|--|

- |          |  |
|----------|--|
| 품질 역량 강화 | <ul style="list-style-type: none"> <li>파트너사 대상 안전 및 품질관리시스템(운영표준, 기준서, 운영절차) 사전 배포 및 교육 실시</li> <li>품목별 안전검사 적절성 및 국가별 요구사항 연례 업데이트</li> </ul> |
|----------|--|

# 제품 안전 및 품질 관리

## 제품 안전 및 품질 관련 리스크 관리

하이브는 응원봉, 무드등 등 전자제품의 비중이 증가함에 따라 안전 인증 항목 중 열상, 골절, 화상 등 상해 위험성에 대한 집중 검토를 진행했습니다. 해당 제품은 모두 14세 이상 이용을 원칙으로 함으로써 아동 사용 시의 위험성에 대해 충분히 안내하고 있으며, 어린이제품 공통안전기준에 따라 아동용 제품에 준하는 수준으로 유해화학물질에 대한 확인 시험을 진행해 제품의 안전성을 확보하고 있습니다.

섬유제품의 경우, 국내 가정용 섬유제품 기준 및 EU REACH 제한물질 기준을 고려해 법적 관리 필요 요건 대비 강화된 수준으로 관리하고 있습니다. 또한, 섬유제품 특성상 노출이 잦은 물, 세탁, 마찰 등에 견디는 정도를 측정하는 품질시험을 거치고 있습니다.

## 제품 인증 관리 및 제조물책임보험 가입

하이브는 파트너사 평가 시 ISO 9001, ISO 14001 인증 획득 여부를 검토하며, 제품에 대해 해외 및 국내 기관(SGS, KCL) 인증 및 EU RoHS<sup>1)</sup>, CPSIA<sup>2)</sup> 준수 여부를 관리합니다.

또한 제조물로 인해 발생할 수 있는 미연의 사고를 예방하고 관련 리스크에 대비하기 위해 2022년에 앤범, 공식상품 등 전사 제조물을 포괄하는 제조물책임보험에 가입했으며, 매년 갱신해 유지하고 있습니다.

## 제품 관련 법·제도 통합 대응

하이브는 제품 품질 및 경쟁력 제고를 위해 HSCMs(HYBE Supply Chain Management system)을 수립해 공급업체 선정, 생산 관리, 실적 관리, 사후 관리로 이어지는 전 프로세스를 철저히 관리하고 있습니다. 제품 안전 및 품질 관리 시스템을 기반으로 프로세스별 법적 요구사항을 확인해 제품 관련 법규와 제도에 선제적으로 대응하고 있습니다.

### ■ 제품 관련 법규 대응 시스템

	제품 안전 및 품질 관리	중대재해처벌법 대응	폐기물부담금제도 대응	생산자책임제 활용제도 대응
○ 공급업체 검증·선정·교육	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 품질종합평가 실시</li> <li>• 현장실사평가 실시</li> <li>• 품질관리 기준서 마련</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품 안전 및 품질 관리와 연계</li> <li>• 안전조건 미달업체 스크리닝</li> <li>• 법규 대응 항목 기준서 반영</li> </ul>	-	-
○ 구매·생산·품질·안전 관리	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 프로젝트 보안서약서 수령</li> <li>• 안전 인증 QC 실시</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제품 안전 및 품질 관리와 연계</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 실행부서의 폐기물 실증량 입력</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 실행부서의 재질분석 및 자가평가 실시</li> </ul>
○ 실적 관리	<ul style="list-style-type: none"> <li>• CPSIA 인증 관리</li> <li>• 위탁 QC 관리</li> </ul>	-	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 품목별 국내 판매량 매칭</li> <li>• 환경공단 등록</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 품목별 국내 판매량 매칭</li> <li>• 환경공단 등록</li> </ul>
○ 사후 관리	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 내부 데이터 보존 관리</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 제조물책임 대책과 연계</li> <li>• 내부 데이터 보존 관리</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 내부 데이터 보존 관리</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 내부 데이터 보존 관리</li> </ul>

1) EU 유해물질 제한지침(RoHS, Restriction of Hazardous Substances Directive)

2) 미국소비자안전증진법(CPSIA, Consumer Products Safety Improvement Act)

# 제품 안전 및 품질 관리

## 제품 안전 관리 체계 강화

하이브는 제품 및 서비스 관련 안전 관리 체계를 강화하고 있습니다. 제품 생산자인 구성원, 이용자인 팬 등 모든 이해관계자에게 위해가 될 가능성이 있는 위험인자를 사전적으로 예측해 대응하고 있으며, 피드백 접수, 외부 전문기관의 제 3자 평가를 통해 매년 대응 시스템을 점검 및 개선하고 있습니다. 빌화, 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.

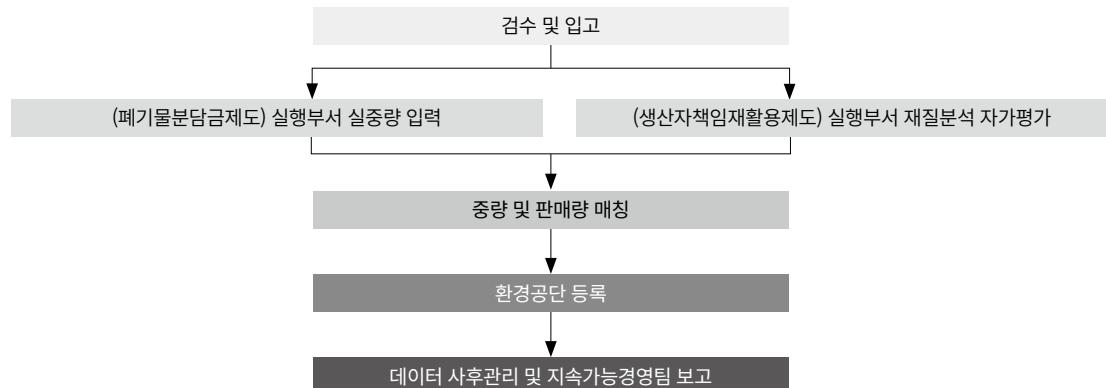
### ■ 제품 관련 안전 관리 체계

- 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

## 환경 법규 대응 시스템 구축 및 운영

하이브는 제품 기획, 생산, 판매 전 과정에서 준수해야 할 국내·외 환경 법령 대응 체계를 구축해 운영하고 있습니다. 특히 하이브는 앨범 CD 및 공식상품에 사용되는 플라스틱에 대해 폐기물부담금제도<sup>1)</sup> 대응 의무가 발생하며, 앨범의 플라스틱 CD 케이스 및 수축비닐 등의 포장재, 공식상품 포장재로 인해 생산자책임재활용제도(EPR, Extended Producer Responsibility)<sup>2)</sup> 대응 의무가 발생하고 있습니다. 관련 법규 대응을 위해 하이브와 국내 전 레이블<sup>3)</sup>의 앨범, 공식상품 내 플라스틱 사용량, 포장재 재활용 용이성 등급 및 사용량을 중점적으로 모니터링하고 있으며, 폐기물부담금 및 EPR 분담금을 성실히 납부하고 있습니다. 또한 사후 데이터 취합 관리에서 나아가 모든 제품군에 대한 법적 요구사항 대응이 선제적, 실시간으로 관리될 수 있도록 시스템을 단계적으로 고도화하고 있습니다.

### ■ 폐기물부담금제도 및 생산자책임재활용제도 대응 절차



1) 재활용이 어렵고 폐기물 관리상 문제가 발생할 수 있는 제품·재료·용기 제조업자 또는 수입업자에게 폐기물 처리에 드는 비용을 부담하도록 하는 제도

2) 제품 생산자에게 제품·포장재의 폐기물 재활용 의무를 부여하고, 미이행 시 재활용 비용 이상의 부과금을 생산자에게 부과하는 제도

3) 빅히트 뮤직, 플레디스 엔터테인먼트, KOZ 엔터테인먼트, 쏘스뮤직, 빌리프랩, 어도어

# 정보보안 및 고객 개인정보보호

하이브는 고객과의 소통을 통한 지속적인 발전을 위해 고객의 프라이버시 및 정보자산에 대한 보안이 필수적임을 인식하고 있으며, 이를 안전하게 보호하기 위해 국내·외 관련 법규를 준수하고 정보보호 관리체계를 강화해 운영합니다.

## 정보보호 거버넌스

하이브의 정보보호 관리 조직은 대표이사 직속의 정보보호최고책임자(CISO, Chief Information Security Officer), 개인정보보호책임자(CPO, Chief Privacy Officer), 데이터보호책임자(DPO, Data Protection Officer) 산하 조직으로, 정보보호 업무 추진에 있어 독립성을 갖추고 있습니다. CISO, CPO 및 DPO(이하 'CISO')로 정보보호 및 정보기술 분야의 경력과 전문성을 보유한 임원을 선임하고 있으며, 모든 하이브 산하 법인이 공통적으로 준수해야 하는 정책과 방향성을 포함한 종합적인 정보보호 관리계획을 수립합니다. 정보보호최고책임자가 위원장인 보안심사위원회는 주요 사안에 대한 최종 심의·의결 기구의 역할을 수행합니다.

정보보안 관련 실무 조직으로 하이브 CISO 조직 산하 2개 부서(정보보안팀, 서비스보안팀), 위버스컴퍼니 CISO 산하 2개 부서(플랫폼보안팀, 보안개발팀)를 운영하고 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 정기 개최해 정보보호 이슈를 논의합니다.

### 정보보호 조직 체계



1) 하이브 산하 법인인 위버스컴퍼니의 정보보호 체계 및 정책은 하이브와 일관된 방향성으로 운영되고 있으며, 위버스컴퍼니의 CISO·CPO는 하이브 CISO·CPO의 하위 조직으로 운영

## 정보보호 정책

하이브는 2024년 상반기에 기존 정보보호 정책을 국내·외 유관 법률 및 정보보호 인증(ISO 27001, ISMS) 기준에 부합하도록 전면 개정 작업을 진행해 '하이브 보안규정'을 마련했습니다. 대표이사가 서명한 정보보호 선언문을 추가해 전사 정보보호 방향성을 제시했으며, 정보보호 관리체계의 모니터링 및 개선, 보안감사 수행 및 사후관리, 비상상황 발생 시 사업연속성 관리 등에 대한 규정을 강화했습니다. 또한, '정보보호를 위한 구성원 보안 수칙'을 별도 제정해 구성원의 정보보안 인식을 제고하고 있습니다. 이 외에도 정보보안 담당자, 개인정보 처리부 담당자, 인프라 운영자 및 DB 관리자 등 유관부서 담당자, 서비스 기획자 및 개발자 대상 보안업무 지침을 마련해 사내 정보보안을 엄격히 관리하고 있습니다.

### ■ 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 영위하는 데 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 노력해주기 바랍니다.

(주)하이브 대표이사 박지원

### ■ 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

# 정보보안 및 고객 개인정보보호

## 정보보호 인증

하이브는 하이브 및 위버스 서비스의 정보보호 관리체계에 대한 국내·외 인증을 취득 및 유지하고 있습니다. 2023년에는 2020년에 취득했던 위버스컴퍼니의 ISMS 인증<sup>1)</sup>을 갱신했으며, 하이브의 ISO 27001 인증<sup>2)</sup>을 신규 취득했습니다. 2024년 내로 위버스컴퍼니, 수퍼툰의 ISO 27001 인증, 하이브IM의 ISMS 인증을 신규 취득하고자 하며, 이를 통해 하이브 및 산하 자회사 정보보호 체계의 신뢰성을 제고하고자 합니다.

### ■ 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



#### 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

## 정보보안 관리 시스템

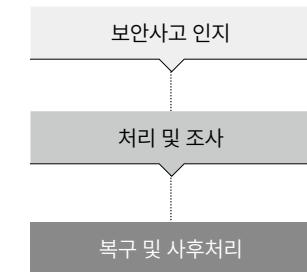
### 정보보안 위협 사전 예방

정보보안 위협을 사전에 감지하고 대응 역량을 고도화하기 위해 연 1회 정기 및 수시 정보보안 점검을 실시하고 시스템 구축 시 별도 점검을 추가로 실시합니다. 또한 대외 기관과의 연계를 통한 정기적인 모의 훈련을 실시하고 있으며, 2023년에는 플랫폼 서비스를 운영하는 위버스컴퍼니에서 한국인터넷진흥원의 민간분야 사이버 위기대응 모의 훈련 및 금융보안원의 APT(Advanced Persistent Threat) 모의 훈련에 참가했습니다. 이와 함께 보안관제 전문업체를 통해 24시간 정보보안 관련 사항을 실시간으로 모니터링하고 필요시 즉각 대응하고 있습니다.

### 정보보안 사고 사후 대응

보안사고 발생 시 대응 조직 및 절차를 규정한 ‘비상상황대응지침’을 마련하고 있습니다. 사고 대응 조직은 침해사고 분석·복구를 담당하는 정보보안팀, 개발팀, 실행 및 법무·언론·이용자 대응을 담당하는 법무부서, 커뮤니케이션팀, RM 실 등의 유관부서로 구성되며, 사고의 유형을 구분하고 서비스에 미치는 영향도를 등급화한 후 사전에 수립된 절차에 따라 대응 활동을 진행합니다.

### ■ 보안사고 발생 대응 단계



- 상시 점검을 통한 비정상적 활동·징후 감지
- 고객 및 외부기관 신고 접수
- 사고로 판단될 경우 CISO·CPO 보고

- 침해사고대응팀 구성
- 실제 사고 여부 확인 및 확산 방지
- 사고 경로 확인을 위한 정보 수집
- 대응전략 수립

- 침해사고 분석을 통한 재발 방지
- 취약 요소 제거 작업 수행
- 시스템 개선 책임자 지명
- 대응 전 과정에 대한 보고서 작성

1) ISMS(Information Security Management System) 인증: 정보보호 관리체계 인증, 정보보호를 위한 일련의 조치와 활동이 인증기준에 적합함을 인터넷진흥원 또는 인증기관이 증명하는 제도

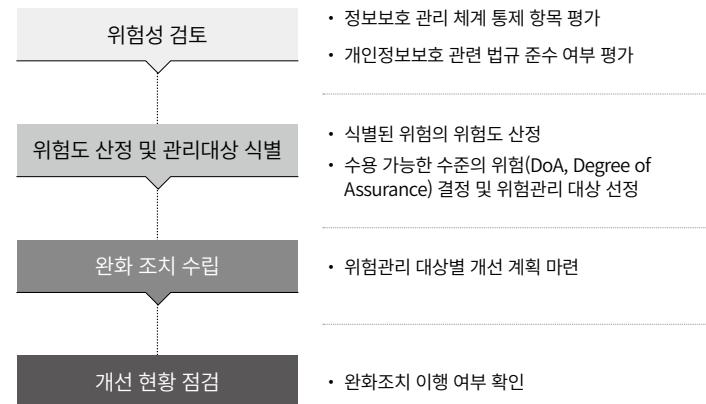
2) ISO(International Organization of Standardization) 27001 인증: 기업의 중요 정보 자산을 보호하고 관리하는데 효과적이고 정보보호 경영시스템 요구사항의 정의와 보호관리 시스템을 선택할 수 있도록 만들어진 유일한 국제 표준 시스템

# 정보보안 및 고객 개인정보보호

## 정보보안 관리체계 위험성 평가 실시

매년 정보보호 관리체계에 대한 위험성 평가를 수행해 적절한 개인정보보호 및 정보보안 활동이 이루어지고 있는지 정기적으로 점검하고 있습니다. 정보보호 관리체계 통제항목 및 개인정보보호 관련 법규를 기준으로 현재 체계의 위험성을 검토하고, 관리 대상으로 선정된 위험에 대해 개선 조치를 수립합니다. 조치 이행 후 각 위험별 개선 현황을 확인함으로써 완화 조치의 효과성을 평가하고 있습니다.

### ■ 위험성 평가 프로세스



## 구성원 정보보안 및 개인정보보호 인식 제고 활동

하이브는 정보보호 인식 제고를 위한 다양한 활동을 진행하고 있습니다. 매년 계약직 및 파견직을 포함한 모든 구성원을 대상으로 정기 정보보안 교육, 개인정보보호 교육을 실시하고 있으며, 2024년에는 아티스트·연습생·프로듀서·파트너사 등 이해관계자별 정보보호 인식제고 교육, 시스템운영자·개발자·정보보호 담당자 대상 직무 전문성 강화 교육을 추가로 실시할 계획입니다. 2023년에는 구성원 대상 보안서비스포털을 개설해 정보보안 활동 내재화 및 개인정보보호 업무 고도화가 가능하도록 했으며, 2024년에도 기능을 확대할 예정입니다.

### ■ 2023년 정보보안 및 개인정보보호 교육 현황

구분	내용	이수 인원(이수율)
전사 정보보안 교육	<ul style="list-style-type: none"><li>기업의 정보보안 필요성</li><li>데이터와 클라우드 보안을 지키는 법</li><li>랜섬웨어, 악성코드 피해를 막는 법</li></ul>	1,749명 (100%)
전사 개인정보보호 교육	<ul style="list-style-type: none"><li>개인정보 사고 사례</li><li>개인정보 처리자·책임자·취급자 설명</li><li>개인정보 Life Cycle 설명</li><li>ISMS-P 인증</li></ul>	1,714명 (100%)

## 수탁사<sup>1)</sup> 대상 정보보호 관리 현황 점검

2023년 하이브 산하 자회사(하이브IM, 위버스컴퍼니)의 개인정보 수탁사를 대상으로 정보보호 관리 현황 평가를 위한 서면 및 방문 점검을 실시했습니다. 고객센터 등 하이브IM의 수탁사 2개사, 배송 서비스 등 위버스컴퍼니의 수탁사 13개사를 대상으로 점검을 진행했으며, 점검 결과 발견된 취약점에 대한 개선 조치 이행 계획을 수립하고 이행 현황을 점검했습니다. 2024년에는 점검 수탁사 범위를 확대한 관리감독 활동을 실시할 예정입니다.

## 개인정보 처리방침 및 처리 절차

하이브는 정보주체가 개인정보 처리 현황을 투명하게 파악할 수 있도록 서비스에서 처리하는 개인정보 수집 및 이용 항목과 목적을 서비스별 개인정보 처리방침을 통해 명시하고 있습니다. 글로벌 이용자의 개인정보를 다루는 서비스의 경우에는 각 이용자의 소재지 및 국적에 따라 적용되는 추가 및 대체 조항을 공시하고 있습니다. 특히 위버스컴퍼니의 경우 유럽경제지역, 영국, 미국 캘리포니아 주 및 일본의 법률에 따라 일부 조항이 추가 및 대체되고 있음을 고지합니다. 또한 위버스컴퍼니는 이용자가 개인정보 처리 현황을 보다 쉽게 이해할 수 있도록 개인정보 처리방침 내 라벨링 이미지를 도입하고 있습니다.

### ■ 위버스컴퍼니 서비스 개인정보 처리방침 라벨링 이미지



1) 개인정보 처리 업무를 위탁받아 처리하는 회사

# 정보보안 및 고객 개인정보보호

## 정보보안 및 개인정보보호 강화 기술 적용

하이브는 CISO와 정보보안 및 개인정보보호 담당자의 주도로 정보보안과 개인정보보호를 위한 다양한 기술적·관리적 조치를 취하고 있습니다.

### ■ 정보보안 및 개인정보보호 강화를 위한 기술적·관리적 조치

보안 관리체계 정비	<ul style="list-style-type: none"> <li>보안 규정 1종과 5종의 보안지침을 전면 재개정</li> <li>접근제어 및 권한 부여 정책 재정비</li> <li>데이터·정보 이용 및 제공 정책 수립</li> </ul>
보안 시스템 구축	<ul style="list-style-type: none"> <li>24시간 침해대응 보안관제 고도화 구축</li> <li>소스코드 보안점검 도구 도입</li> <li>파일이동시스템 기능 확대(서비스망 간 데이터 이동)</li> <li>사내 로그 모니터링 시스템의 성능과 수집 체계 정비</li> <li>쿠키 배너 및 쿠키 수집 현황 탐지 도구 개발</li> <li>보안셀프서비스포털 구축 및 오픈</li> <li>DB접근제어시스템의 적용 범위 확대 및 관리 개선</li> </ul>
서비스 보안 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>인프라 및 인프라 관리 환경에 대한 접근제어 강화</li> <li>도메인 관리 환경 개선(미사용, 불필요한 도메인 제거)</li> <li>소스코드 내 주요 정보 식별 후 조치</li> <li>소셜 네트워크 관리 계정 보안 강화</li> </ul>
단말 보안 강화	<ul style="list-style-type: none"> <li>사내 구성원의 2차 인증 적용</li> <li>단말기 보안 솔루션을 OS별 최적화된 단말기 보안 솔루션으로 교체</li> <li>백신 및 DLP 관리 강화</li> </ul>

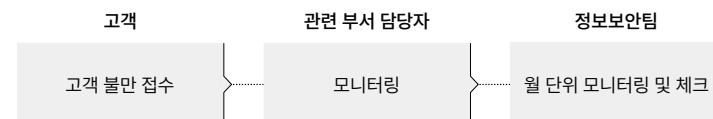
## 하이브 개인정보 처리 가이드라인 운영

하이브는 플랫폼, 게임, 엔터테인먼트에서 취급하는 다양한 고객 개인정보를 안전하게 처리하기 위해 절차와 가이드를 마련해 운영하고 있습니다. 개인정보 등급표 및 개인정보 표시 기준 가이드라인을 통해 보다 엄격한 관리를 필요로 하는 개인정보 유형을 정의했으며, 해당 개인정보는 암호화·비식별화해 처리합니다. 휴면 및 탈퇴 계정 이용자의 개인정보는 개인정보 파기 및 휴면 처리 가이드에 따라 분리보관 혹은 파기 처리합니다. 더불어, 서비스 설계 및 개발 과정에서부터 보안성 검토 절차에 따라 개인정보보호 리스크를 고려해 관리하고 있습니다.

## 개인정보 자기통제권 보장 원칙 및 불만 처리 절차

하이브는 정보주체가 스스로 수집·이용에 동의하고 조회·수정·철회를 결정하며, 열람·정정·삭제를 요구할 수 있도록 자기통제권을 보장합니다. 또한 고객 상담 창구를 운영해 개인정보보호 관련 불만을 접수 및 처리하고 있으며, 각 서비스 별 개인정보처리방침을 통해 CPO 및 개인정보보호담당자를 명시했습니다. 고객 불만이 접수되면 서비스별 현업 담당자가 불만에 대한 모니터링 및 검토를 진행하며, 정보보안팀은 매월 불만 접수 현황을 체크하고 이력을 관리합니다.

### ■ 개인정보보호 관련 불만 처리 프로세스



## 맞춤형 광고 관련 개인정보보호 방향성

위버스컴퍼니는 쿠키를 활용한 이용자 맞춤형 광고 및 마케팅을 실시하고 있습니다. 쿠키는 웹사이트 방문 시 접속기기에 저장되는 소규모 텍스트 파일로, 웹사이트의 작동, 이용자 활동 상황 추적 등에 사용되는 정보입니다. 맞춤형 광고를 통해 이용자는 선호도 및 관심사에 적합한 광고에 노출될 수 있게 되며, 이와 같은 쿠키 사용의 목적 및 유형, 이용자가 쿠키 사용을 거부할 수 있는 방법은 서비스별 쿠키 사용 방침을 통해 투명하게 안내하고 있습니다.

## 아동의 개인정보보호 방향성

하이브 및 위버스컴퍼니의 서비스는 원칙적으로 아동을 타겟팅해 제공되지 않으며, 각국이 규정한 아동의 나이 기준에 따라 아동의 개인정보를 수집한 사실을 인지한 경우, 해당 아동의 정보를 삭제하고 서비스 제공을 중단합니다. 오디션 등 특수한 사유로 아동의 개인정보를 수집하는 경우 각국의 개인정보보호법을 준수하며 법정대리인의 동의를 필수적으로 획득하고 있습니다.

# 파트너사 동반성장 및 공정거래

하이브는 파트너사와의 공정거래 원칙 준수를 기반으로 동반성장을 추진하고 있으며, 파트너사 평가 기준 내 지속가능경영 요소를 포함함으로써 산업 생태계 전반의 지속가능경영 수준을 제고하고 있습니다.

## 파트너사 선정 및 관리 원칙

하이브는 공정거래위원회의 '협력업체 선정 및 운영 가이드라인'을 기반으로 파트너사 선정 및 운영 규정을 명문화했습니다. 또한 선정 과정의 투명성과 공정성 확보를 위해 파트너사 선정 시 구매, 생산, 사업 부서 간 역할을 분리해 상호 점검 및 협업이 이루어질 수 있는 시스템을 구축하고 있습니다. 향후 파트너사 선정 과정 내 지속가능성 공시 및 평가기준, EU 공급망 실사법 요구사항 반영 및 사후 평가 프로세스 도입을 통해 파트너사 관리 체계를 고도화할 예정입니다.

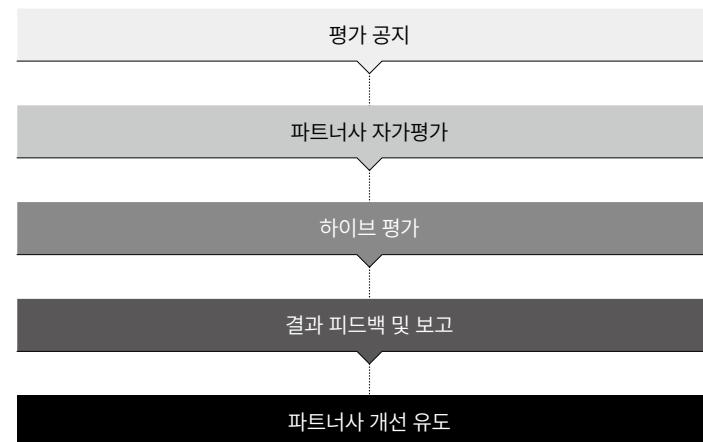
### ■ 파트너사 선정 시 부서별 역할

■ 파트너사 선정 시 부서별 역할	
구매 부서	<ul style="list-style-type: none"> <li>5개 분야 27개 항목의 품질종합평가 실시(품질체계, 제조관리, QC능력, QA능력, 리스크 관리 능력, 지속가능경영 관련 항목)</li> <li>상품별 파트너사 Pool 구축 및 선정 과정 모니터링</li> <li>사후 평가 및 차기 Pooling 시 결과 반영</li> </ul>
생산 부서	<ul style="list-style-type: none"> <li>제품 제형 및 생산라인 부하율 등을 고려해 복수 이상의 파트너사 선별 추천</li> </ul>
사업 부서	<ul style="list-style-type: none"> <li>사업 특성에 최적화된 파트너사 최종 선정</li> </ul>

## 파트너사 지속가능경영 수준 평가

하이브는 정기적으로 품질, 기술, 가격 등 다양한 항목이 포함된 파트너사 평가를 통해 품질관리 수준을 파악하고 개선을 유도합니다. 2021년부터 평가기준 내 환경경영, 안전보건, 개인정보보호, 윤리경영 등 지속가능경영 관련 10개 항목을 도입하고 있으며, 이는 총 38%의 가중치를 차지하고 있습니다. 특히 거래금액 기준 상위 10개 파트너사의 경우 지속가능경영 평가점수를 별도로 관리하고 있으며, 관련 교육 및 지원을 통해 지속가능경영 관련 평균 점수를 향상시키는 것을 정량 KPI로 설정했습니다. 또한 지속가능경영 평가에 대한 파트너사의 문의사항에 대해 적극 답변하며, 필요시 평가항목별 만점 기준에 대해 안내함으로써 밸류체인 전반의 지속가능경영 수준 제고를 지원하고 있습니다.

### ■ 파트너사 평가 프로세스



### ■ 파트너사 평가기준상 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 <sup>1)</sup>	5%
유해물질검사	3%
진동 낙하검사	3%
PL보험	5%
사고 발생	- <sup>2)</sup>
사고 대응력	5%

1) 물질안전보건자료(Material Safety Data Sheet): 화학물질의 안전한 사용 및 재해 예방을 목적으로 화학물질의 명칭, 성분, 유해성, 특성 등을 설명한 명세서

2) 파트너사로 인한 사고 발생 누적 건수에 따라 총점에서 차감해 반영됨

# 파트너사 동반성장 및 공정거래

## 파트너사 사후 평가 프로세스 도입 추진

하이브는 향후 파트너사 사후 평가 체계를 구축해 관리 체계의 정량화 및 시스템화를 추진하고자 합니다. 파트너사 과업 종료 후 품질 관리, 사고 제어 등 수행 결과에 대한 평가를 진행하고 그 결과를 차기 파트너사 선정 시 반영할 예정입니다.

## 파트너사 리스크 관리 강화

하이브는 파트너사 선정 시 사회·문화·윤리적 부정 이슈 및 오너 리스크 등을 확인하며, 하이브의 경영 철학 및 고객(팬), 주주 등 이해관계자의 가치와 충돌할 가능성이 있는 위험 요소를 점검합니다. 점검 결과를 바탕으로 파트너사 계약 여부를 결정하며, 파트너사에 개선 필요 사항 및 계약 시의 주의사항을 함께 전달하고 있습니다.

## 파트너사 고충처리 채널 운영

하이브는 익명 및 기명 제보가 가능한 레드휘슬을 통해 불공정거래 행위 등의 파트너사 고충을 접수하고 있습니다. 2023년의 경우 총 2건의 고충이 접수되었으며 2건 모두 처리 완료했습니다. 2024년에는 구매 부서를 중심으로 파트너사 거래 만족도를 측정하고 불만사항 접수 채널을 확대할 예정입니다.

## 구성원 공정거래 원칙 준수

하이브는 윤리강령 실천서약서 내 공정거래 관련 원칙을 명시하고 있으며, 하이브 전 구성원을 대상으로 윤리강령 실천서약서를 징구해 파트너사와의 투명하고 공정한 거래를 진행합니다.

### ■ 윤리강령 실천서약서 내 공정거래 원칙 준수 관련 사항

- 정직하고 공정한 자세로 업무 수행
- 경영이념과 이익에 반하는 행위 금지
- 업무 수행 시 윤리강령을 포함한 사규 및 관련 법령을 준수
- 일체의 불공정거래, 부정·비리행위, 문서·계수의 조작 및 허위 보고 금지
- 업무 수행 시 이해관계자로부터 비윤리적인 행위를 제안 받거나, 구성원의 비윤리 행위를 인지한 경우, 즉시 회사의 윤리경영 담당조직에 신고
- 회사에서 불공정거래 및 부정·비리 행위를 조사하는데 필요한 자료 제출을 요청하는 경우 적극 협조

# 파트너사 동반성장 및 공정거래

## 파트너사 윤리실천협약 체결

하이브는 건전하고 공정한 거래 질서 수립 및 윤리적이고 투명한 기업 문화 정착을 위해 파트너사로부터 윤리실천협약을 수령하고 있습니다. 계약 체결 시 모든 파트너사를 대상으로 하이브와 파트너사 양측의 의무를 규정한 윤리실천협약서를 징구합니다.

### ■ 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 위반하거나 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.

## 공정거래 리스크 관리

하이브 법무부서는 계약 체결 과정에서 발생할 수 있는 불공정거래 및 부정경쟁 관련 리스크를 검토하고 식별합니다. 리스크가 확인된 경우 담당부서와의 논의를 통해 세부 내용을 확인한 후 완화 조치를 수립 및 이행하며, 필요시 유관부서의 검토를 함께 진행합니다.

### ■ 주요 공정거래 리스크 및 완화조치

리스크 유형	완화조치
부당한 하도급대금 결정 (하도급법 제4조)	<ul style="list-style-type: none"><li>경쟁입찰에 의한 앨범 제작업체 선정 시 최저가로 입찰한 금액보다 낮은 금액으로 하도급대금 결정 금지</li><li>이행을 위해 전담팀이 입찰절차 관여, 필요시 법무부서 검토 진행</li></ul>
서면 지역 교부 (하도급법 제3조)	<ul style="list-style-type: none"><li>용역 위탁 시 용역 개시 전까지 계약서 교부</li><li>사업부서 대상 사전계약의 필요성 수시 안내</li><li>별도 회의를 통해 사전계약 체결을 위한 세부 가이드 제공 예정</li></ul>
하도급대금 지급지체 (하도급법 제13조)	<ul style="list-style-type: none"><li>세금계산서 수취 시 내부 결재를 통해 하도급대금 지급이 지체되지 않도록 안내</li></ul>
부당한 경영간섭 금지 (하도급법 제18조)	<ul style="list-style-type: none"><li>용역대금 협의 시, 수급사업자에게 경영상 정보를 요구하지 않도록 담당자 대상 설명 진행</li></ul>

# 지역사회 공헌

하이브는 아티스트 협업 캠페인, 인공지능 기술 기반 지원 등 업 특성을 반영한 사회공헌 활동을 진행함으로써 긍정적인 영향력을 확산하고 지역사회와 상생하고자 합니다.

## 아티스트 협업 기반 사회공헌

### 방탄소년단의 LOVE MYSELF

빅히트 뮤직과 방탄소년단은 유니세프한국위원회와 2017년부터 ‘LOVE MYSELF’ 캠페인을 이어가고 있습니다. 아동청소년 폭력 근절 캠페인 '#ENDviolence'를 지지하고 앨범 및 상품 수익금을 기부하며, UN 총회를 비롯한 다양한 채널을 통해 전 세계 아동청소년에게 스스로를 사랑하라는 희망과 용기의 메시지를 전해왔습니다. 그 결과 LOVE MYSELF 캠페인은 유니세프 ‘인스파이어 어워즈’에서 통합 캠페인과 이벤트 부문 최우수 캠페인상을 수상했습니다. 2021년에는 하이브, 유니세프한국위원회, 유니세프 본부가 함께하는 3자 협약으로 확대되었으며, 2024년 글로벌 재협약을 체결했습니다. 2024년에는 캠페인의 두 번째 파트로 세계 아동청소년의 마음 건강을 위한 유니세프의 '#OnMyMind 이니셔티브'를 지원했습니다. 그 시작으로 2024년 4월 마음 건강은 자신의 마음을 용기 있게 말하고 서로의 마음을 인정하는 것에서 시작된다는 취지에서 마음을 엽서에 적어 표현해 보는 ‘오늘의 마음 릴레이’를 진행했습니다.

2017.11.	2018. 09.	2020. 09.	2021. 10.	2024. 01.	2024. 04.
LOVE MYSELF 캠페인 공식 출범 초청 및 연설	UN 총회 Generation Unlimited 행사	제74회 UN 총회 특별연사 초청연설	유니세프 '2021년 세계아동현황 보고서' 성공사례	LOVE MYSELF 캠페인 글로벌 재협약 체결	‘오늘의 마음 릴레이’ 이벤트 진행

### ■ LOVE MYSELF 캠페인 주요 성과

아동청소년 폭력 근절을 위한 '#ENDviolence'
아동청소년 마음 건강을 위한 '#OnMyMind'
LOVE MYSELF 캠페인 누적 기부금 89.6억 원(2017년 11월~2024년 5월)



### 세븐틴의 Going Together

플레디스 엔터테인먼트와 세븐틴은 2022년부터 유네스코한국위원회와 함께 교육 불평등과 양극화 해소 및 아동청소년 교육 환경 개선을 위한 캠페인 '#EducationCanChange\_’의 일환으로 ‘Going Together’ 캠페인을 진행하고 있습니다. 2022년에는 월드투어 ‘SEVENTEEN WORLD TOUR [BE THE SUN]’의 수익 일부를 캠페인에 기부했고, 2023년에는 아동청소년 교육 지원 사업을 위한 카카오 같이가치 모금 프로젝트 ‘세븐틴과 함께, 아이들의 더 나은 미래를 선물해 주세요!’를 진행했습니다. 2024년에는 Going Together 캠페인 후원금으로 동티모르 리파우 오와쿠시(Oecusse), 마나투토(Manatuto) 지역에 학습센터 2개소를 개관했습니다. 지역학습센터에서는 교육 소외 계층을 대상으로 컴퓨터, 재봉, 한국어, 영어 등 다양한 생활기술교육 수업과 문해교육을 진행하고 있으며, 연간 약 300여명의 지역 청소년 및 여성이 이용할 것으로 기대됩니다. 세븐틴은 2023년 11월 유네스코 본부 초청으로 유네스코 청년포럼에 청년 대표로 참석해 ‘청년 간 연대’의 메시지를 전파한 데 이어, 2024년 6월에는 유네스코 최초 ‘Goodwill Ambassador for Youth(글로벌 청년대사)’로 임명되었습니다.

2022. 08.	2022. 11.	2023. 01.	2023. 11.	2024. 05.	2024. 06.
Going Together 캠페인 시작 및 유네스코한국위원회 업무협약 체결	팬들의 꿈과 배움에 대한 세븐틴 영상 'Let me hear you say' 공개	세계 교육의 날 맞이 '봉봉이체' 배포	유네스코 본부 청년포럼 참석	동티모르 지역학습센터 2개소 개관	유네스코 최초 글로벌 청년대사(Goodwill Ambassador for Youth) 임명

### ■ Going Together 캠페인 주요 성과

아동청소년 교육 환경 개선을 위한 '#EducationCanChange_’
유네스코 최초 글로벌 청년대사로 세븐틴 임명



# 지역사회 공헌

## AI(인공지능) 기술 기반 사회공헌

수퍼톤은 AI 기술의 긍정적 영향을 극대화하고 사회적 책임을 다하기 위해 AI 기술을 활용한 다양한 사회공헌 활동을 추진하고 있습니다.

### ■ 수퍼톤 사회공헌 활동

시각장애인 제품 사용 편의성 개선	수퍼톤은 AI를 활용한 실시간 음성 분리 오디오 플러그인 제품인 'Clear <sup>1)</sup> ' 사용 과정에서 시각장애인 이용자가 겪을 수 있는 불편을 해소하기 위해, 국제 개발자 컨퍼런스에서 해당 고객을 직접 만나 개선 방안을 논의했습니다. 이를 통해 Clear의 각 버튼별 기능을 소리 내어 읽어주는 '스크린 리더' 기능을 도입해 소프트웨어 사용 접근성을 제고했습니다.
장애 아티스트 AI 음성 기술 지원	수퍼톤은 교통사고로 장애를 얻은 그룹 '더 크로스'의 멤버 김혁건씨의 아티스트 활동을 AI 기술을 통해 지원했습니다. 김혁건씨의 음성 데이터 학습을 통해, 더 크로스의 신곡에서 전성기의 가창력을 구현하기 위한 AI 음성화를 실시했습니다. 곡의 마디마다 유효한 창법을 조합하고 적용했으며, 이는 JTBC 특집 프로그램 '리얼라이브'를 통해 공개되었습니다.
독립영화 음성 기술 무료 지원	자폐 스펙트럼 장애를 가진 첼리스트의 15년 일대기를 담은 다큐멘터리 영화 '지구에 온 철리스트'의 제작 과정에서 AI 음성 기술을 무료로 지원했습니다. 보이스 모델링을 통해 주인공의 목소리를 TTS 기술로 재현함으로써 어머니에 대한 고마움을 주인공의 목소리로 직접 표현할 수 있도록 했습니다.

## 수퍼톤 청각장애인 지원 활동

수퍼톤은 AI 음성 기술을 개발하는 업 특성과 연계해 청각장애인 지원을 위한 기부 활동을 진행하고 있습니다. 매년 송년회를 통해 구성원이 자발적으로 참여하는 경매 행사를 진행하고, 이를 통해 모은 기부금을 국내 청각장애인 지원 기관에 전달합니다. 2023년에는 청각장애인의 수술과 보청기, 사회적응을 지원하는 (사)사랑의 달팽이에 총 200만 원을 기부했습니다.

1) 최첨단 신경망 모델을 기반으로 오디오를 환경음(Ambience), 음성(Voice), 음성 전향(Voice Reverb) 3가지 채널로 분리해 실시간으로 사운드 조정이 가능한 제품

## III

# OUR PERFORMANCE

- 1 THINK FORWARD FOR FAN'S LIFESTYLE
- 2 CREATE POSSIBILITIES WITH THE COMMUNITY
- 3 LEAD INDUSTRIES BY THE STANDARD

- 
- 71 기후변화 대응
  - 73 이사회 및 위원회
  - 75 주주친화 경영
  - 76 윤리경영 및 컴플라이언스
  - 78 통합 리스크 관리

# 기후변화 대응

하이브는 친환경적 사무 공간을 조성하고 저탄소 통근 수단 이용을 유도함으로써 기후변화로 인한 환경 영향을 최소화하고자 하며, 조림 사업 참여를 통해 생물다양성 보존 및 탄소 상쇄에 기여하고자 합니다.

## 환경경영 추진 조직

하이브는 환경영향을 비롯한 지속가능경영 관련 최고 의사결정 기구로 이사회 산하 지속가능경영위원회를 설치하고 있습니다. 특히 환경재단 대표를 역임하고 환경영향에 대한 전문성을 지닌 이미경 사외이사를 지속가능경영위원회 위원장으로 선임했습니다.

환경경영을 담당하는 실무 조직으로는 지속가능경영팀을 운영하고 있습니다. 지속가능경영팀은 하이브 사옥 및 업무공간을 전담하는 부서 및 다양한 유관부서와의 협력을 통해 환경영향 전략과제 수립 및 이행, 온실가스 배출량 모니터링, 폐기물 관리 등의 실무를 추진하고 있습니다.

## 에너지 관리 및 친환경 사옥 구축

하이브는 효율적인 에너지 사용과 관리를 위해 매년 에너지 사용량을 측정하고 있으며, 2023년 에너지 사용량은 국내 111TJ, 해외 8TJ입니다. 또한 에너지 사용량 절감을 위해 용산 사옥에 다양한 친환경 설비를 도입하고 있습니다.

### ■ 용산 사옥 친환경 요소

열 효율 제고	<ul style="list-style-type: none"> <li>건물 전반 단열 조치 이행</li> <li>고성능 고기밀 창호 설치를 통한 열 손실 방지</li> </ul>
전력 효율 제고	<ul style="list-style-type: none"> <li>전력 자동제어시스템 구축</li> <li>사무층 전체 LED 전등 사용으로 전력 사용 효율성 제고</li> </ul>
냉난방 에너지 절감	<ul style="list-style-type: none"> <li>외기 냉방을 통한 공기 순환 촉진</li> <li>지하층 및 지상 1층 공조기에 지열 시스템을 이용한 신재생 냉난방 도입</li> <li>고효율 냉난방, 열원설비, 공조용 송풍기 및 보일러 도입</li> </ul>
수자원 절감	<ul style="list-style-type: none"> <li>빗물 저장장치로 확보한 수자원의 1층 외부 조경수 재활용(연 최대 131톤)</li> <li>지하층에 절수형 샤워시설 및 양변기 구비</li> </ul>

## 사내 폐기물 및 일회용품 사용량 감축

하이브 용산 사옥은 전면적으로 다회용컵을 도입하고 있습니다. 2022년 타운홀 미팅에서 구성원이 제시한 일회용품 사용 축소 의견에 따라 사무층에 다회용컵을 도입했으며, 2023년에는 사내 카페를 포함한 사옥 전체로 공급 범위를 확대했습니다. 공급층 확대 후 구성원 1인당 월 평균 4.4개의 다회용컵을 사용하고 있으며, 이를 통해 사내 일회용 종이컵 사용 과정에서 발생하는 폐기물 배출 및 온실가스 발생을 저감하고 있습니다. 수퍼툰은 신규 입사자에게 머그컵을 제공해 일회용품 사용 절감을 유도합니다. 또한 페이퍼리스 오피스를 지향하며 보고서 및 문서를 출력하는 대신 온라인 플랫폼(노션)을 사용하도록 적극 권장하고 있습니다.

## 구성원 친환경 통근 유도

하이브는 구성원의 친환경 통근을 활성화하고 법인 차량 내 친환경 차량 비율을 확대하기 위한 다양한 활동을 진행하고 있습니다.

### ■ 친환경 통근 유도 활동

구성원 자전거 이용 편의 제고	<ul style="list-style-type: none"> <li>자전거 전용 주차장 마련</li> </ul>
구성원 친환경 차량 이용 유도	<ul style="list-style-type: none"> <li>전기차 충전 시설 구축(9대 규모)</li> <li>정기 주차 추첨 시 친환경 차량 이용 구성원에게 주차구역 우선 배정</li> </ul>
친환경 법인 차량 확대 추진	<ul style="list-style-type: none"> <li>2023년 기준 전체 법인 차량 102대 중 친환경 차량 2대 보유</li> <li>2024년 내 교체·신규 도입이 필요한 차량 20대 중 4대 이상의 차량을 친환경 차량으로 전환 예정</li> </ul>

## 온실가스 인벤토리 구축

하이브는 기후위기 대응의 중요성에 공감하며 중장기 관리체계 기반 마련을 위해 2023년 Scope 1, 2 온실가스 인벤토리의 산정 방안을 고도화하고, 데이터의 신뢰성 확보를 위한 제3자 검증을 수행했습니다. 또한 기업 비즈니스 전과정에서의 체계적인 환경영향 관리를 위해 Scope 3까지 산정 범위를 확대했습니다. 이를 위해 조직경계 및 배출 활동을 정의하고 카테고리를 분류하는 등 산정 체계를 수립했으며, 구매 제품 및 서비스, 자본재, 연료 등 Category 1~5의 배출량을 신규 도출했습니다. 하이브는 앞으로도 기후변화 대응 및 온실가스 감축을 위해 매년 배출 활동과 실적을 모니터링하고, 관리 전략을 강화해 나갈 예정입니다.

## 산정 범위

Scope 1, Scope 2 온실가스 배출량 산정범위에는 하이브 전 계열사의 국내·외 건물 및 차량이 포함되며, Scope 3 온실가스 배출량 산정 범위는 국내 용산 사옥입니다.

### ■ 2023년 온실가스 배출량

(단위: tCO<sub>2</sub>eq)

구분	배출량
Scope 1+2 <sup>1)</sup>	6,849
Scope 1	국내
	2,164
Scope 2	해외
	158
Scope 3	국내
	3,940
Scope 3	해외
	585
Scope 3	28,136

1) 총 배출량 및 사용량의 합계값은 사업장 단위 소수점 절사 후 업체 단위로 합산

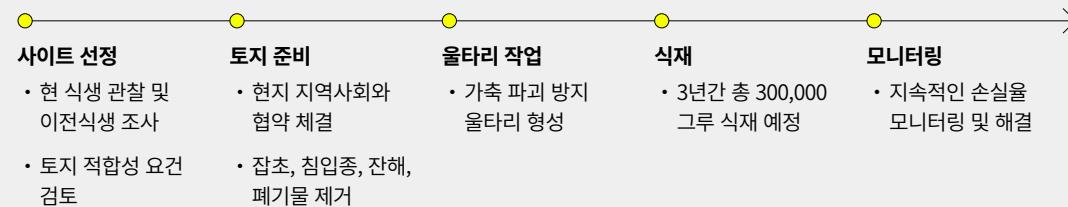
# 기후변화 대응

## CASE

### 생물다양성 보존 활동(에코빌리지 프로젝트)

하이브는 환경재단과 함께 방글라데시에 맹그로브 숲을 조성하는 에코빌리지 프로젝트를 진행하고 있습니다. 방글라데시 연안 지역에 맹그로브를 식재함으로써 이산화탄소 흡수 및 생물종다양성 증가에 기여하며, 파도에 대한 장벽 역할을 수행해 조류 상승으로 인한 피해를 방지합니다. 또한 숲으로부터 파생된 생태계 자원은 기후위기 취약계층 주민들의 경제적 자립에 기여합니다. 2023년부터 2025년까지 연 100,000그루, 총 300,000그루의 나무를 식재함으로써 매년 약 21,300톤<sup>1)</sup>의 탄소 흡수가 기대됩니다. 또한 방글라데시 현지 연구자와 협력해 생물종다양성 연구를 진행하고 있습니다. 맹그로브 조성 전후의 개체 수 및 종 수를 분석해 에코빌리지 프로젝트가 지역의 수상·육상 생물다양성에 미친 효과를 측정할 예정입니다.

#### ■ 진행 프로세스



#### ■ 2023년 에코빌리지 프로젝트 주요 성과

식재 나무 수

**196,700** 그루

수혜 인원<sup>2)</sup>

**283 가구 1,248 명**

#### 지역 주민 역량강화

2023년에는 세계 습지의 날, 세계 숲의 날, 국제 맹그로브 생태계 보존의 날을 맞아 기념행사를 개최했습니다. 지역 주민들이 참여한 행사 중 생물다양성 보호를 위한 맹그로브 서식지 보전의 중요성과 해양생물에 대한 교육을 진행했습니다. 2024년에도 지역 주민들의 적극적인 참여를 이끌어내기 위한 교육을 지속해 지역 주민과 함께 맹그로브의 식재 및 보존을 위한 활동 계획을 마련했습니다.

#### ■ 2023년 대비 2024년 식재목 성장 비교



1) 맹그로브가 20년 생장한 시점의 생장량 기준 추정치, 지상부 바이오매스의 연간 생장량, 뿌리함량비, 활엽수종의 탄소전환계수를 기반으로 산정됨

2) 맹그로브 식재 지역 인근의 마을(Orabunia village, Chunkuri village, Malenga village, Bajua village) 거주 주민 수

# 이사회 및 위원회

하이브는 다양한 분야의 역량을 보유한 전문가들로 구성된 이사회를 기반으로 투명한 지배구조를 구축했으며, 효율적으로 이사회 산하 전문위원회를 운영하고 있습니다.

## 이사회 구성 및 운영

하이브는 정관 33조에 따라 전체 이사회 구성원의 4분의 1 이상을 사외이사로 선임했으며, 2023년 12월 말 기준 이사회 구성원 9명 중 5명이 사외이사로 과반수 이상입니다. 하이브의 사외이사는 상법 시행령 제34조에 따라 하이브를 포함한 최대 2개 회사에서 겸직이 가능하나, '이사의 타 회사 임원 겸임'에 관한 사항을 이사회 결의사항으로 정하고 있어 이사회의 사전 승인 없이 타 기업 이사를 겸임할 수 없습니다.

2023년 총 21회의 이사회가 소집되었습니다. 이사회 자료는 이사회 개최 이전에 제공되고, 필요한 경우 관련 구성원이 참석해 안건에 대해 설명합니다. 총 69건의 안건이 결의되었으며, 이사 참석률은 87%입니다.

### ■ 이사회 구성 현황

(2024년 3월 기준)

구분	성명	성별	직책	주요경력	재임기간
사내이사	방시혁	남	이사회 의장	현) 하이브 이사회 의장 전) 하이브(구. 빅히트엔터테인먼트) CEO	19년 1개월
	박지원	남	CEO	현) 하이브 CEO 전) 넥슨 재팬 글로벌 COO 전) 넥슨 코리아 CEO	3년 10개월
	Scott Samuel Braun	남	HYBE AMERICA CEO	현) 하이브 아메리카 CEO 현) Ithaca Holdings LLC CEO 현) Scooter Braun Projects CEO	2년 10개월
기타비상무이사	김병규	남	-	현) 넷마블 대표이사 전) 삼성물산 전) 법무법인 서정	3년 8개월
사외이사	임수현	남	감사위원회 위원장	현) DS프라이빗에쿼티 대표이사 전) 파인트리자산운용(주) 대표이사 전) 파인트리파트너스(유) 전무 전) 기획재정부 등 정부부처 근무	4년 4개월
	함윤식	남	내부거래위원회 위원장	현) 우아한형제들 부사장 전) 법무법인 KHL 대표변호사 전) 김&장 법률사무소 변호사 전) 부장판사(울산지방법원)	3년 8개월
	박영호	남	보상위원회 위원장	현) 라구나인베스트먼트 대표이사 전) 조이시티 CIO 전) 조이시티 대표이사 전) 엔드림 대표이사 전) 네시삼십삼분 대표이사	2년 10개월
	이미경	여	지속가능경영위원회 위원장	현) 환경재단 대표 현) 수소경제위원회, 탄소중립위원회 위원	2년 1개월
	조백규	남	사외이사후보추천위원회 위원장	현) 국민대학교 기계공학부 부교수 현) 한국로봇학회 보행조작기술연구회 연구부회장 현) 국방로봇학회 이사	2년 1개월

# 이사회 및 위원회

## ■ 이사회 역량구성표(Board Skills Matrix)

구분	방시혁	박지원	Scott Samuel Braun	김병규	임수현	함윤식	박영호	이미경	조백규
법률 및 리스크 관리				□	□				
기업경영 · 투자	□	□	□	□	□	□	□		
회계 · 재무		□			□				
산업 · 경제	□	□	□		□				□
기술		□				□		□	
커뮤니케이션 · 이해관계자 대응	□				□	□			
환경 · 지속가능경영	□				□		□		

## 사외이사 대상 교육 실시

하이브는 정기적인 사외이사 대상 교육을 실시하며 사외이사의 역량강화를 지원하고 있습니다. 2023년 3월에는 정기주주총회 이후 기타비상무이사 및 사외이사 전원을 대상으로 경영진 참석 하에 하이브 기업 전반에 관한 교육을 진행했습니다. 약 2시간 동안 하이브의 철학, 사업구조, 경영 전략 등에 대해 설명한 후 질의응답 세션을 진행해 하이브에 대한 사외이사의 이해를 제고했습니다.

## 이사회 내 전문 위원회 운영

하이브는 정관 및 이사회 운영규정에 따라 이사회 내 전문 위원회를 설치해 운영하고 있습니다. 분야별 전문성과 경험을 가진 이사로 구성된 감사위원회, 사외이사후보추천위원회, 내부거래위원회, 지속가능경영위원회, 보상위원회를 두어 기업 운영의 전문성과 효율성을 높이고 있습니다. 각 위원회는 이사회 전일에 개최되어, 이사회 안건 중 해당 위원회와 관련된 안건을 사전 논의하고 있습니다.

## ■ 이사회 내 전문 위원회 구성

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

## 전문경영인 체제

하이브는 이사회 중심의 전문경영인 체제를 운영하고 있습니다. 2021년 선임된 박지원 대표이사는 창업자인 방시혁 의장과 친인척 관계가 아닌 전문경영인으로서, 역량을 최대한 발휘할 수 있는 환경에서 독립적인 의사결정을 수행하고 있습니다. 또한, 기업의 투명성과 효율성을 높이고자 대표이사와 이사회 의장을 분리했습니다.

## 최고경영자 승계 규정 제정

하이브는 변화하는 경영 환경에 대응할 수 있는 전문성을 지닌 핵심 인재를 육성함으로써 경영 안전성과 연속성을 확보하기 위해 2024년 최고경영자 승계 규정을 제정했습니다. 최고경영자 승계 규정은 이사회의 주도 하에 진행되는 경영 승계 절차를 명시하고, 최고경영자가 갖추어야 할 자격 요건을 제시하고 있습니다. 해당 규정에 따라 체계적인 교육 프로그램을 운영해 최고경영자 후보군을 육성하며, 매년 성과 및 역량 피드백을 중심으로 후보군을 관리합니다.

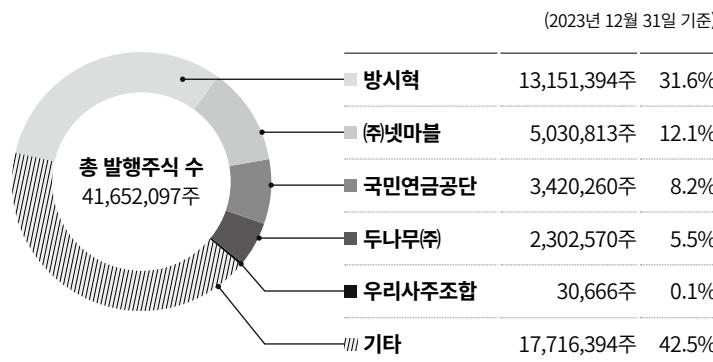
# 주주친화 경영

하이브는 중장기 배당 정책을 통해 주주환원을 실행하고 주주 가치를 제고하고자 하며, 정기주주총회 실시 및 재무·비재무 정보 공시 등을 통해 이해관계자들에게 기업 정보를 투명하게 공개하고 있습니다.

## 주식 및 자본구조

하이브는 정관 제27조에 명시된 바와 같이 1주당 1의결권을 보장하고 있으며, 2023년 12월 31일 기준 발행주식의 총수는 41,652,097주입니다.

### ■ 주주 현황



### ■ 소액주주 현황

(2023년 12월 31일 기준)			
구분	비율	소액주주	전체 주주
주주 수	99.99%	184,548명	184,555명
소액주식 수	36.88%	15,361,428주	41,652,097주

## 주주환원 정책 수립

하이브는 2023년 2월 매년 연결기준 지배주주귀속 당기순이익의 30% 이내를 주주환원 재원으로 활용한다는 내용의 중장기 주주환원 정책을 발표했습니다. 이를 위해 2023년 주주총회를 통해 1조원의 자본준비금을 이익잉여금으로 전입했습니다. 2024년 3월 개최된 정기주주총회를 통해 주당 700원의 현금배당을 지급하기로 확정했으며, 현금배당금 총 규모는 약 292억 원입니다.

## 주주 권리 보호 제도

하이브는 주주들에게 투명한 경영 정보를 제공하기 위해 매분기 경영설명회를 개최하고 있습니다. 경영설명회에서는 연도 및 분기별 잠정실적, 회사의 비전, 신사업계획, 중장기 성장전략 등 주요 정보를 주주와 공유합니다. 또한, 주주의 다양성과 투자자의 편의를 고려해 온라인 스트리밍 및 국·영문 통역 서비스를 함께 실시하며 녹음 파일을 별도로 업로드하고 있습니다. 주주총회에 직접 참석하지 못한 주주의 의결권을 보장하기 위해 2021년 정기주주총회부터 전자투표제와 전자위임장을 도입하고 있습니다. 주주가 우편, 전자우편, 인터넷 홈페이지 등 다양한 방법으로 의결권을 행사할 수 있도록 함으로써 주주 편의를 도모했습니다.

### ■ 전자투표 의결권 행사 현황

개최일자	회차	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%

## 우리사주조합 설립

하이브는 2020년 8월에 우리사주조합을 설립해 1,132,518주를 우리사주조합 주식으로 분배했습니다. 분배당시 조합원의 99%(총 814명)의 구성원에게 배분되었으며, 2021년 9월 우리사주 의무예탁기간 종료로 인해 조합원 대상으로 인출이 진행되었으며, 2023년 기준 30,666주가 남았으며 최초 분배주식의 97%가 인출되었습니다.

## 충실한 기업 공시

하이브는 이해관계자들에게 정확한 정보를 적시에 제공하기 위해 기업의 주요 정보를 충실히 공시하고 있습니다.

법률에 따른 재무정보 공시	<ul style="list-style-type: none"> <li>자본시장 및 유가증권시장 규정을 준수한 충실한 재무 및 비재무 정보 공시</li> <li>지배구조 관련 업무 처리 방식 및 절차 공개</li> <li>홈페이지 및 DART, KIND 등 공시 시스템 상 정관, 이사회 활동 현황 게재</li> </ul>
지속가능경영보고서 공시	<ul style="list-style-type: none"> <li>2023년 두 번째 지속가능경영보고서 발간</li> <li>하이브의 지속가능경영 방향성 및 성과, 향후 추진 계획 공개</li> <li>이중 중대성 평가 기반 하이브에 가장 중대한 영향을 미치는 지속가능경영 이슈 식별</li> </ul>
적법한 세무 관리	<ul style="list-style-type: none"> <li>국내·외 조세 법규 준수, 성실한 납세 의무 수행 및 관련 정보 공시</li> <li>거래 시 세무 리스크 사전 예방 노력 및 세무 리스크 발생 시 외부 전문가의 자문을 통한 대응</li> </ul>

# 윤리경영 및 컴플라이언스

하이브는 윤리강령을 제정해 업무 수행의 기반이 되는 윤리적 행동 원칙으로 적용하고 있으며, 하이브가 사업을 영위하고 있는 국가별 법규를 철저히 준수하고 하이브의 자산인 지식재산권 보호를 위한 활동을 진행하고 있습니다.

## 윤리강령 제정 및 구성원 윤리서약 실시

하이브는 부패 방지, 뇌물수수 방지 등의 윤리적 행동원칙을 명시한 윤리강령을 제정했으며, 건전한 기업문화 조성을 위해 윤리강령을 철저히 숙지하고 준수할 것을 약속하는 실천서약서를 전사 구성원을 대상으로 징구하고 있습니다. 또한 하이브 구성원의 가치판단기준으로 기능하는 구성원 존중행동규범 내에도 선물과 접대 제한, 사적 이익 추구 금지 등의 부패 방지 원칙을 명시하고 있습니다.

### ■ 하이브 윤리강령

1. 본인은 맑은 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 윤리강령 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.

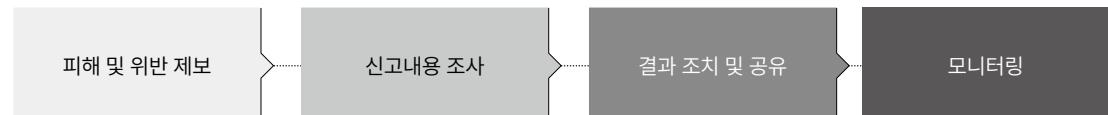
### ■ 구성원 존중행동규범 내 윤리 관련 원칙

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

## 비윤리 행위 제보 및 제보자 보호 원칙

하이브는 내·외부 이해관계자 대상 비윤리 행위 제보 채널을 운영하고 있습니다. 내부 구성원은 구성원 존중행동규범 위반 제보 및 레드휘슬을 통해, 외부 이해관계자는 레드휘슬을 통해 익명·기명으로 윤리강령 위반 및 불법·부정행위를 신고할 수 있습니다. 또한 제보 처리 절차 및 담당 부서를 정의한 제보채널 운영 지침을 수립하고 있으며, 해당 지침에 따라 감사위원회는 제보채널의 총괄 책임자 및 감독자의 역할을 수행하고 관리 담당자는 운영 현황을 주기적으로 감사위원회에 보고하도록 했습니다. 더불어, 구성원 존중행동규범과 제보채널 운영 지침은 제보자가 신분과 정보를 보호 받고 제보와 관련한 차별과 불이익을 받지 않도록 명시하고 있습니다.

### ■ 비윤리 행위 제보 프로세스



- |   |                               |                     |                                   |
|---|-------------------------------|---------------------|-----------------------------------|
| • 레드휘슬·구성원 존중행동규범 위반 제보 접수처를 통한 비윤리 행위 제보 | • 제보자와의 심층 상담을 통한 희망 처리 수준 파악 | • 행위에 대한 시정조치 또는 징계 | • 조치사항 이행 여부 및 재발·보복 등 후속 피해 모니터링 |
| • 사실확인 및 심층조사 진행                          | • 제보자에게 진행상황 및 결과 공유          |                     |                                   |

# 윤리경영 및 컴플라이언스

## 구성원 윤리 교육

하이브는 매년 계약직을 포함한 전 구성원 대상 직장 내 괴롭힘 방지, 성적 괴롭힘 예방 등의 법정 의무 교육 및 신규 입사자 대상 구성원 존중행동규범 교육을 진행해 구성원의 윤리의식을 제고합니다. 윤리 교육은 사내 영상 송출, 스마트 러닝 플랫폼 내 규범과 사례 제시 등 다양한 방법으로 진행됩니다.

### 구성원 윤리 교육 수료율

(총 대상자 1,851명 중 1,849명 수료 완료)

**99.9%**

## 준법 검토 프로세스

하이브는 법무부서 산하 국내 및 해외법무 전담팀에서 외부 계약, 소송, 공문 등의 법률 사항을 검토합니다. 법적 이슈 발생 시 유관부서는 법무부서에 관련 안건을 공유하며, 법무부서는 검토 후 필요한 조치를 이행합니다. 특히 특정 가액 이상이거나 주요한 사업과 관련된 계약의 경우, IR팀 및 법무부서의 검토 후 이 사회의 결의를 거치고 있습니다. 사업이 확대됨에 따라 매년 계약 및 자문 검토 건수가 증가했으며, 해외법무 전담팀을 통해 영문 계약서, 해외 법령에 대한 검토도 진행하고 있습니다. 필요시 해외 외부 법률전문가의 자문을 받아 준법 검토를 수행합니다.

## 준법지원인 선임

하이브는 2024년 6월 이사회를 통해 준법지원인을 신규 선임했습니다. 준법지원인은 준법통제기준의 준수에 관한 업무 전반을 전담하게 되며, 준수 여부 점검 결과에 대한 이사회 보고, 준법 교육 및 훈련 프로그램 시행 등의 업무를 수행할 예정입니다.

## 지식재산권 관리 시스템

하이브는 아티스트 IP를 기반으로 공식상품, 콘텐츠 등의 다양한 사업을 영위함에 따라 상표권, 디자인권, 특허권 등 지식재산권의 등록 및 관리, 보호 활동을 추진하고 있습니다. 또한, 사내 IP 관리 시스템을 구축해 전 레이블의 지식재산권을 포괄적으로 관리하며, 등록 가능성을 다각도로 평가한 후 출원 및 심사 대응을 거쳐 지식재산권을 등록합니다.

### ■ 지식재산권 현황(국내·외 합산)

(2023년 12월 31일 기준)

#### 등록 현황

**4,275 건**

#### 출원 현황

**1,361 건**

## 지식재산권 침해 대응

하이브는 법무부서 산하 IP전략팀을 통해 전 레이블의 IP 침해에 다각도로 대응하고 있으며, 매월 침해 대응 성과에 대해 경영진 및 유관부서와 공유하고 있습니다. IP 침해가 확인되면 법무부서, RM실, 해당 IP 보유 부서가 통합적으로 대응 방향 및 커뮤니케이션 전략을 논의하며, 침해 수준에 따른 대응을 진행합니다. 특히 하이브는 사업 특성상 IP에 대한 중요도가 높고 구성원들 또한 관련 이해도가 높음에 따라 사내 커뮤니케이션 채널 내 '무단 IP 콘텐츠 사용 신고' 섹션을 마련해 구성원으로부터 IP 침해 사항을 직접 제보 받고 있습니다.

### ■ 지식재산권 침해 대응 방식 및 성과

온라인 쇼핑몰 불법상품 모니터링	<ul style="list-style-type: none"> <li>국내·외 쇼핑몰의 아티스트 IP를 침해하는 불법상품 단속</li> <li>2023년 성과: 국내 26,561건, 해외 189,503건</li> </ul>
제보 채널 운영	<ul style="list-style-type: none"> <li>사내 및 외부 제보 채널을 통한 침해 식별</li> <li>2023년 성과: 320건</li> </ul>
SNS 영상 콘텐츠 무단 배포 단속	<ul style="list-style-type: none"> <li>아티스트의 유료 영상 콘텐츠를 무단으로 배포하는 SNS 링크 제재</li> <li>2023년 성과: 5,586건</li> </ul>
내부 공문 발송	<ul style="list-style-type: none"> <li>침해자에게 직접 침해 행위 중지 요청 공문 발송</li> <li>2023년 성과: 57건</li> </ul>
불법 앱 단속	<ul style="list-style-type: none"> <li>아티스트의 상표권, 저작권을 침해하는 불법 앱 제재</li> <li>2023년 성과: 281건</li> </ul>
법적 조치 이행	<ul style="list-style-type: none"> <li>악성 침해자에 대해 외부 로펌과 연계한 형사고소 및 민사소송 등 법적 조치 이행</li> </ul>

## 저작권법 및 계약 관련 준법 교육 실시

2023년 12월 전사 구성원을 대상으로 저작권법 교육을 실시했습니다. 저작권법에서 정의하고 있는 저작물의 정의와 보호 범위 등을 안내했으며, 구성원의 이해를 돋기 위해 엔터테인먼트 비즈니스 수행 시 유의해야 할 사항을 Q&A 형식으로 공유했습니다. 준법 여부에 대한 판단 필요시 해당 자료를 참고할 수 있도록, 교육 이후 강의안과 강의 녹화본을 내부적으로 배포했습니다. 또한 신규 입사 구성원 대상으로 계약 업무에 관한 실무 교육을 진행해 업무 수행 시 필요한 기초적인 준법 사항을 안내하고 있습니다.

# 통합 리스크 관리

하이브는 리스크 관리 조직을 기반으로 사업 운영 과정에서 발생할 수 있는 재무·비재무 리스크를 식별하고 있으며, 리스크 검토, 분석, 대응, 재발 방지 등 체계적인 대응 프로세스를 구축하고 있습니다.

## 리스크 관리 추진 조직

하이브는 전사적 리스크 관리 실무 조직으로 RM실을 운영하고 있습니다. RM실은 하이브 및 아티스트 관련 리스크 및 이슈의 선제적인 식별 및 관리, 위기 발생 시 대응 조치 이행, 재발 방지 활동, 리스크 관리 프로세스 모니터링 등 전반적인 사전·사후 리스크 관리 활동을 진행합니다. RM실 산하에는 영역별 전문성을 보유한 레이블RM팀, 기업RM파트를 두어 회사와 아티스트의 평판을 보호하고, 비즈니스의 가치 향상 및 기업의 안정적인 경영 활동을 지원합니다.

### ■ 리스크 관리 조직 체계



## 리스크 관리 프로세스

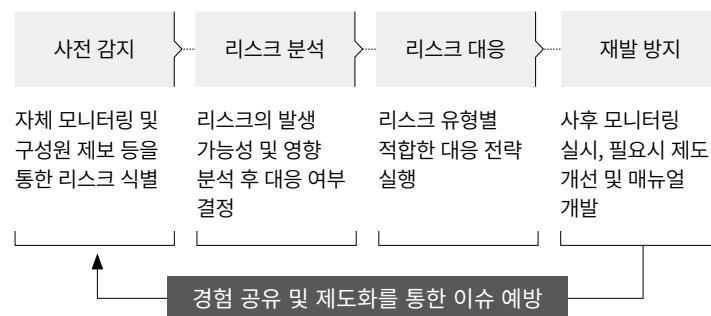
### 리스크 사전 검토 및 대응

하이브는 조직 내·외부 동향을 상시적으로 모니터링하며 선제적으로 리스크를 식별하고 대응합니다. 하이브 내부적으로 주요 회의체 참여 및 신규 프로젝트 (사업 확대, 콘텐츠 제작, 행사 개최 등) 논의 시 RM실 담당자가 참여하거나 관련 검수 자료를 전달받아 발생 가능한 리스크를 사전적으로 점검합니다. 하이브와 아티스트를 둘러싼 다양한 여론 동향을 분석해 회사에 미칠 직·간접적인 영향을 검토하며, 리스크의 발생 가능성 및 영향을 분석한 결과 대응이 필요하다고 판단될 경우 관련 부서에 사안을 고지하고 전사적 대응을 준비합니다.

### 리스크 재발 방지 및 예방

리스크 대응 이후에는 재발 방지를 위한 사후 관리 활동을 진행합니다. 리스크 대응 조치에 대한 사후 모니터링을 진행하며, 필요시 제도를 개선하고 관련 매뉴얼을 개발해 사내 리스크 관리 문화를 조성하고 있습니다.

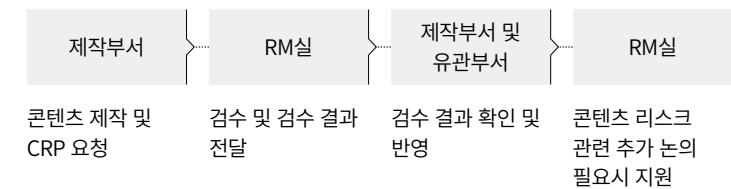
### ■ 리스크 발생 단계별 대응



## 콘텐츠 리스크 사전 검토

하이브는 아티스트 콘텐츠 내 전 세계 이용자들이 부정적 감정을 느낄 수 있거나, 사회·문화·윤리적인 이슈가 발생할 우려가 있는 각종 리스크를 사전에 점검하는 CRP(Contents Review Process)를 운영하고 있습니다. CRP에서 식별된 리스크는 제작부서에 전달되어 콘텐츠 배포 전에 대응하도록 하고 있으며, 하이브 및 소속 아티스트 평판, 비즈니스 등에 영향을 미칠 수 있는 요소들을 사전에 점검하고 있습니다. 이를 통해 아티스트 및 제작부서의 창의성과 자율성을 최대한 보장하는 동시에 콘텐츠가 의도한 본질 그대로 이용자에게 전달될 수 있도록 합니다.

### ■ 콘텐츠 리스크 검토 프로세스



# 통합 리스크 관리

## 주요 리스크 정의 및 관리

하이브는 엔터테인먼트 산업 환경에서 회사가 직면하고 있는 주요 리스크를 재무 및 비재무로 구분해 관리하고 있습니다. 재무적 리스크는 환율·이자·신용·세무 등 회사의 재무 및 세무 상태와 관련한 리스크를 의미하며, 비재무적 리스크는 회사의 경영활동 과정에서 발생할 수 있는 정보보안, 마케팅, 파트너사, 평판과 관련된 리스크를 의미합니다.

구분	리스크	리스크 정의	잠재적 위험	대응 현황
재무적 리스크	환율·이자·신용·세무 리스크	<ul style="list-style-type: none"> <li>환율, 금리, 신용도, 세금 등의 급격한 변동이 발생할 리스크</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>자본시장 내 경쟁력 저하 가능성</li> <li>사업 연속성 확보 관련 리스크 발생 가능성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>재무 리스크에 대한 상시 관리</li> <li>세무적 이슈에 대한 관리 및 성실 세금 납부</li> </ul>
	정보보안 리스크	<ul style="list-style-type: none"> <li>정상적인 서비스 활동을 방해하는 어뷰징 활동 또는 시스템에 대한 악의적 해킹으로 인해 정보보안 이슈가 발생할 리스크</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>사이버 공격 및 내부 시스템 오작동 등으로 인한 정보유출사고 발생 시 기업 브랜드 이미지의 실추 가능성</li> <li>내부자 정보유출사고로 인한 회사 자원의 부당한 유출 가능성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>정보보안 관리체계 구축 및 정보보호 정책 강화</li> <li>정보보안 인증 갱신 및 자회사로의 범위 확대</li> <li>정기적 정보보안 위험성 평가 실시, 개선 조치 이행</li> </ul>
	마케팅 리스크	<ul style="list-style-type: none"> <li>업무 전반 관련 이슈에 대한 사전 예방이 어렵거나 사후 대응이 적시에 이루어지지 않을 리스크</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>회사의 성장과 사업 파이프라인 증가로 인한 이해관계자와의 이슈 발생 가능성</li> <li>글로벌 확장에 따라 고려해야 할 국가별 사회·문화·정치·종교 및 지정학적 리스크의 증가 가능성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>회사와 아티스트 관련 위험·이슈의 선제적 관리, 위기 발생 시 전략적 대응을 통한 문제 해결</li> <li>글로벌 리스크 요인의 상시 모니터링 및 가이드 수립을 통한 잠재적 이슈 예방</li> </ul>
비재무적 리스크	파트너사 리스크	<ul style="list-style-type: none"> <li>파트너사 선정 과정 또는 파트너사가 공급하는 제품 및 서비스에서 이슈가 발생해 회사에 부정적인 영향을 미칠 리스크</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>회사의 재무적 손실 또는 회사 및 아티스트의 이미지 훼손 가능성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>입찰을 통한 공정한 파트너사 선정 및 품질 사전·사후 관리</li> <li>파트너사 지속가능경영 수준 평가 및 제고 지원</li> <li>파트너사 공급 콘텐츠 등에 대한 사전·사후 감독 강화</li> </ul>
	평판 리스크	<ul style="list-style-type: none"> <li>회사와 아티스트에 대한 외부의 부정 여론으로 이미지가 훼손되고 신뢰도 하락으로 유무형의 자산 손실이 발생할 리스크</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>회사와 아티스트 관련 사회적 관심 증대로 인한 허위, 왜곡,과장 등의 부정적 이슈 제기 가능성</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>회사와 아티스트의 권리, 평판 보호를 위한 대응 프로세스 수립</li> <li>선제적, 사후적 위기 관리 조치 시행</li> </ul>

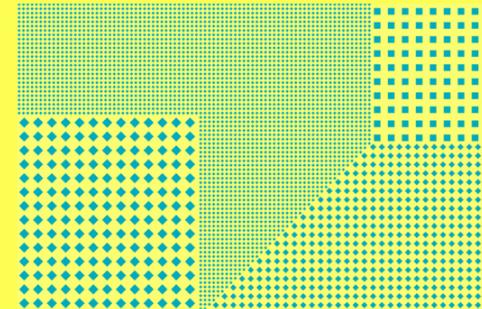
# 통합 리스크 관리

## 수퍼톤 AI 리스크 관리

수퍼톤은 인공지능(AI, Artificial Intelligence) 기반의 음성 기술을 활용하는 사업을 영위함에 따라, AI 기술의 역기능으로 인해 발생할 수 있는 리스크 관리 활동을 진행하고 있습니다. AI 윤리지침을 제정해 AI 활용 시 구성원이 지켜야 할 원칙을 명시했으며, 이를 홈페이지를 통해 공시하고 있습니다. 또한 2023년 하반기부터는 AI 학습에 사용되는 민감 데이터의 수집·처리·조회·활용 업무를 수행하는 구성원을 대상으로 관련 정보를 외부로 유출하지 않는다는 내용이 담긴 보안 서약서를 체결하고 있으며, 2023년 10월 기준 대상자 52명 전원에 대해 서약을 완료했습니다.

## ■ 수퍼톤 AI 윤리지침

### Ethical AI



We understand that AI can be discomforting when first crossing the uncanny valley. We have thought carefully about the issues that may arise when our technology is misused.

#### Supertone does not

We do not monetize on a voice without the permission of its rightful owner, under any circumstances. We limit our non-commercial research to public or deceased figures, and do not approve of usage by the general public.

#### Supertone handles data with care

We minimize access to training and synthesized voice data, and possess marking technology that enables the detection AI generated audio.

#### Supertone respects creative culture

We enable the creation of a wide range of content, from simple text readings to works of art, and resolve issues relating to personal information through new voices.

- 소유자의 허락 없는 음성의 상업적 이용 금지
- 공인 또는 사망한 인물에 한정된 비상업적 연구 진행, 일반 대중의 접근 방지
- 훈련 및 합성된 음성 데이터에 대한 접근 최소화
- AI 생성 음성을 식별할 수 있는 워터마킹 기술 적용
- 텍스트 낭독, 예술작품 등 다양한 콘텐츠 제작 지원
- 개인정보 관련 이슈가 없는 신규 음성 개발

**IV APPENDIX**

- 
- 82 지속가능경영 성과
  - 82 연결 재무정보
  - 83 환경 성과
  - 84 사회 성과
  - 88 지배구조 성과
  
  - 90 GRI Contents Index
  - 92 SASB Index
  - 93 온실가스 검증의견서
  - 94 제3자 검증의견서
  - 96 협회 가입 현황 및 수상 내역

# 지속가능경영 성과

## 연결 재무정보

**요약 연결재무상태표**

구분	단위	2021	2022	2023
유동자산	백만 원	2,003,133	2,115,847	1,888,752
비유동자산	백만 원	2,725,782	2,754,587	3,456,929
자산총계	백만 원	4,729	4,870	5,346
유동부채	백만 원	586,619	849,485	1,772,169
비유동부채	백만 원	1,255,711	1,092,270	463,598
부채총계	백만 원	1,842	1,942	2,236
자본금	백만 원	20,677	20,677	20,826
자본잉여금	백만 원	2,469,875	2,469,875	1,522,336
기타자본구성요소	백만 원	140,577	46,804	-44,140
이익잉여금	백만 원	180,803	233,124	1,420,377
비지배지분	백만 원	74,654	158,201	190,517
자본총계	백만 원	2,886,585	2,928,680	3,109,915
자본과부채총계	백만 원	4,728,915	4,870,434	5,345,681

**요약 연결손익계산서**

구분	단위	2021	2022	2023
매출액	백만 원	1,255,926	1,776,154	2,178,088
매출원가	백만 원	632,927	933,515	1,169,079
매출총이익	백만 원	622,999	842,639	1,009,009
판매비와 관리비	백만 원	432,751	605,731	713,366
영업이익	백만 원	190,248	236,908	295,643
기타수익	백만 원	1,420	42,812	153,127
기타비용	백만 원	3,243	154,251	166,687
금융수익	백만 원	44,652	121,955	206,934
금융비용	백만 원	38,531	151,046	249,564
관계기업에 대한 지분법손익	백만 원	15,938	108	10,680
법인세비용 차감전 순이익	백만 원	210,484	96,485	250,133
법인세비용	백만 원	69,649	48,453	66,684
당기순이익	백만 원	140,835	48,032	183,450

# 지속가능경영 성과

## 환경 성과

### 온실가스 배출 현황<sup>1)</sup>

구분	단위	2021	2022	2023
Scope 1+2 <sup>2)</sup>	tCO <sub>2</sub> eq	n/a	7,119	6,849
Scope 1	국내	tCO <sub>2</sub> eq	n/a	2,145
	해외	tCO <sub>2</sub> eq	n/a	125
Scope 2 <sup>3)</sup>	국내	tCO <sub>2</sub> eq	n/a	4,420
	해외	tCO <sub>2</sub> eq	n/a	428
소계		tCO <sub>2</sub> eq	n/a	28,136
Scope 3 카테고리별	(1) 구매 제품 및 서비스	tCO <sub>2</sub> eq	n/a	5,734
	(2) 자본재	tCO <sub>2</sub> eq	n/a	18,332
	(3) 연료 및 에너지 관련 활동	tCO <sub>2</sub> eq	n/a	3,689
	(4) 업스트림 운송 및 유통	tCO <sub>2</sub> eq	n/a	357
	(5) 사업장 내 발생 폐기물	tCO <sub>2</sub> eq	n/a	24
온실가스 배출 집약도(Scope 1+2) <sup>4)</sup>	tCO <sub>2</sub> eq/억 원	n/a	0.401	0.314
매출액(연결 기준)	억 원	n/a	17,761	21,780

### 에너지 사용 현황

구분	단위	2021	2022	2023
총 사용량 <sup>2)</sup>	TJ	85	133	118
유형별 연료 <sup>5)</sup>	LNG	TJ	20	25
	경유	TJ	n/a	13
	휘발유	TJ	n/a	0
	기타	TJ	n/a	n/a
	전력	TJ	65	95
	스팀	TJ	0	0
에너지 사용 집약도 <sup>4)</sup>	TJ/억 원	0.007	0.007	0.005
매출액(연결 기준)	억 원	12,559	17,761	21,780

### 용수 사용 현황<sup>6)</sup>

구분	단위	2021	2022	2023
용수 취수량	톤	33,483	31,501	49,052

### 폐기물 발생 및 처리 현황<sup>6)</sup>

구분	단위	2021	2022	2023
폐기물 발생량	톤	229	299	299
소계	톤	n/a	n/a	299
폐기물 처리량	소각	n/a	n/a	15
	매립	n/a	n/a	30
	재활용	n/a	n/a	254

### 친환경 사업 운영 현황

구분	단위	2021	2022	2023
소계	톤	553.4	921.2	1,639.4
앨범·공식상품 내 플라스틱 사용량 <sup>7)</sup>	제품	372.7	729.1	1,396.7
유형별	포장 <sup>8)</sup>	180.7	192.1	242.7

1) Scope 1, 2 배출량은 2022년부터 집계되었으며, 미국 Santa Monica 건물의 2022년 온실가스 배출량 및 에너지 사용량의 증복 산정으로 전기 보고 정보 수정, Scope 3 배출량은 2023년부터 집계

2) 총 배출량 및 사용량의 합계값은 사업장 단위 소수점 절사 후 업체 단위로 합산

3) 전기 사용분 산정 시 국내 법인의 경우 발열량 9.6TJ/GWh를 적용, 해외 법인의 경우 3.6TJ/GWh를 적용

4) 온실가스 배출 및 에너지 사용 집약도는 매출액(연결 기준)으로 계산

5) 연료 사용량 중 LNG 사용량은 2021년 3월부터 집계했으며, 경유, 휘발유 사용량은 2022년부터 집계

6) 용수 사용 현황, 폐기물 발생 및 처리 현황은 2021년 3월부터 집계

7) 레이블별 아티스트 활동 증가 및 제품 생산량 증가로 인해, 전년 대비 플라스틱 사용량 증가

8) 실제 사용량을 기준으로 산정, 집계 기준 변경으로 전기 보고 정보 수정

[2023년 환경정보 사업장 공개범위]

- Scope 1, 2 온실가스 배출량: 용산 사옥 및 전 계열사 건물(대한민국, 일본, 미국, 중국 법인 포함)

· 2022년 LNG 및 전기 사용량: 용산 사옥

· 2021년 1월~3월 전기 사용량: MDM빌딩

- Scope 3 온실가스 배출량: 용산 사옥

- 용수 사용 현황, 폐기물 발생 및 처리 현황: 용산 사옥

# 지속가능경영 성과

## 사회 성과

### 구성원 현황<sup>1)</sup>

구분	단위	2021	2022	2023
합계	명	1,177	1,393	1,861
성별	남성	명	436	550
	여성	명	741	843
	남성 비율	%	37	39.5
	여성 비율	%	63	60.5
연령별	30세 미만	명	227	262
	30세 이상 50세 미만	명	937	1,115
	50세 이상	명	13	16
	30세 미만 비율	%	19.3	18.8
	30세 이상 50세 미만 비율	%	79.6	80
	50세 이상 비율	%	1.1	1.1
	합계	명	1,114	1,324
	남성	명	405	521
계약 형태별	여성	명	709	803
	합계	명	63	69
	남성	명	31	29
	여성	명	32	40

### 채용 현황<sup>1)</sup>

구분	단위	2021	2022	2023
신규 채용 인원	합계	명	557	560
	남성	명	229	234
	여성	명	328	326
	30세 미만	명	228	175
연령별	30세 이상 50세 미만	명	327	380
	50세 이상	명	2	5
				511

### 이직 현황<sup>1)</sup>

구분	단위	2021	2022	2023
이직 인원	합계	명	306	310
	성별	남성	명	162
	여성	명	144	205
	30세 미만	명	110	72
유형별	연령별	30세 이상 50세 미만	명	195
	50세 이상	명	1	1
	자발적 퇴직 <sup>[2]</sup>	명	254	279
	비자발적 퇴직 <sup>[3]</sup>	명	52	31
평균 근속 연수	자발적 이직률 <sup>[4)</sup>	%	23.2	21.7
	비자발적 이직률 <sup>[4)</sup>	%	4.7	2.4
	전체	년	1.8	2.1
	성별	남성	년	1.8
				2.0
		여성	년	1.8
				2.1
				2.3

1) 연도별 12월 31일 기준 한국 소재 하이브 계열사 인원으로 집계

2) 근로자 본인이 사직을 자원해 이직하는 경우로 계약종료를 포함하며, 집계 기준 변경으로 전기 보고 정보 수정

3) 근로자의 의사에 반한 이직으로서 권고사직, 징계해직, 사망 등을 포함, 집계 기준 변경으로 전기 보고 정보 수정

4) 당해연도 연평균 인원을 모수로 사용해 산정, 이직 인원 집계 기준 변경으로 전기 보고 정보 수정

# 지속가능경영 성과

## 사회 성과

### 다양성 현황

구분		단위	2021	2022	2023
임원	성별	합계	명	17	23
		남성	명	16	20
		여성	명	1	3
		여성 비율	%	5.9	13.0
관리직(Management) <sup>1)</sup>	성별	합계	명	167	236
		남성	명	87	130
		여성	명	80	106
		여성 비율	%	47.9	44.9
기술직(Technical Staff) <sup>2)</sup>	성별	합계	명	181	267
		남성	명	95	152
		여성	명	86	115
		여성 비율	%	47.9	44.9
전문직(Professionals) <sup>3)</sup>	성별	합계	명	257	288
		남성	명	63	66
		여성	명	194	222
		여성 비율	%	63.0	75.0
기타 사무직 구성원 (All Other Employees)	성별	합계	명	555	579
		남성	명	175	182
		여성	명	380	397
		여성 비율	%	32.7%	34.0%
매출 발생 부서 관리자 <sup>4)</sup>	성별	합계	명	141	174
		남성	명	80	117
		여성	명	61	57
		여성 비율	%	43.0%	32.7%
장애인 구성원	인원 수	명	4	6	11
	인원 비율	%	0.3	0.4	0.6
보훈대상자 구성원	인원 수	명	5	7	7
	인원 비율	%	0.4	0.5	0.4
외국인 구성원	인원 수	명	41	35	37
	인원 비율	%	3.5	2.5	2.0

1) 팀장급 이상~임원 직전의 관리자를 기준으로 집계, 집계기준 내 임원 제외되어 전기 보고 정보 수정

2) IT, 기술, 게임사업(일부 기술 관련 인원), 크리에이티브·제작(일부 기술 관련 인원) 직군 기준으로 집계

3) 크리에이티브·제작, T&amp;D(캐스팅) 직군 기준으로 집계

4) 인사, 홍보, 법무, 회계 등 BackOffice를 제외한 전 부서 기준으로 집계

# 지속가능경영 성과

## 사회 성과

### 구성원 교육 현황

구분		단위	2021	2022	2023
교육 대상 인원 <sup>1)</sup>	합계	명	1,177	1,393	1,861
	정규직	명	1,114	1,324	1,751
	계약직	명	63	69	110
전체 교육 시간		시간	7,135	9,773	26,064
평균 교육 시간(1인당 교육 시간) <sup>2)</sup>		시간/명	6.1	7.0	14.0

### 구성원 평가 및 보상 현황

구분		단위	2021	2022	2023
구성원 평균 급여	전체	백만 원	63	68	78
	남성	백만 원	75	81	97
	여성	백만 원	55	60	66
복리후생비		백만 원	5,698	11,660	14,598

### 인권 리스크 관리 현황

구분		단위	2021	2022	2023
인권교육	신규 입사자 인권교육	교육 대상 인원 <sup>3)</sup>	명	557	506
		교육 참여 인원	명	557	601
		교육 과정 수	개	2	3
전 직원 인권교육		교육 대상 인원 <sup>4)</sup>	명	1,177	1,393
		교육 참여 인원 <sup>5)</sup>	명	1,183	1,314
		총 수료 비율 <sup>6)</sup>	%	n/a	99.9

### 육아 휴직 현황

구분		단위	2021	2022	2023
사용 인원	합계	명	7	13	17
	성별	남성	명	1	5
		여성	명	6	11
복귀 인원	합계	명	4	9	14
	성별	남성	명	0	3
		여성	명	4	10
복귀 후 12개월 이상 근무 인원	합계	명	1	4	6
	성별	남성	명	0	0
		여성	명	1	4
복귀 유지를 <sup>7)</sup>	합계	%	100	100	66.7
	성별	남성	%	n/a	n/a
		여성	%	100	100

1) 정규직, 계약직을 포함한 모든 구성원을 대상으로 실시, 집계 기준 변경으로 전기 보고 정보 수정

2) 평균 교육 시간 산정 시 모수를 교육 대상 인원 기준으로 재산정함에 따라 전기 보고 정보 수정

3) 2021년의 경우 모든 신규 입사를 대상으로 진행, 2022년 이후부터는 1년 미만 단기계약 및 파견직 제외한 신규 입사를 대상으로 진행, 집계 기준 변경으로 전기 보고 정보 수정

4) 당해 연도 12월 31일 기준 재직 중인 모든 구성원을 기준으로 집계

5) 2021~2022년의 경우 당해 연도 내 교육을 수료한 모든 인원(퇴사자, 휴직자 등 포함)의 수로 집계, 2023년에는 당해 연도 12월 31일 기준 재직 중인 구성원 중 교육 수료 인원의 수로 집계

6) 데이터 취합 방식 변경으로 2021~2022년의 경우 당해 연도 12월 31일 기준 재직 중인 구성원 중 수료 인원 특정이 불가능해 수료율 미산정

7) 복귀 유지율=(육아 휴직 복귀 후 12개월 동안 근무를 유지한 인원)/(이전 보고기간 동안 육아 휴직 복귀한 인원)x100

# 지속가능경영 성과

## 사회 성과

### 산업안전보건 현황

구분		단위	2021	2022	2023
자사 현황	적용 근로자 수 <sup>1)</sup>	명	1,177	1,393	1,861
	사망만인율 <sup>2)</sup>	비율	%	-	-
	사망자 수	명	0	0	0
근로손실재해율 (LTIFR) <sup>4)</sup>	비율	백만 시간당 재해 발생 건수	-	-	-
	재해 건수	건	0	0	0
	비율	%	-	-	-
중대산업재해 건수	중대산업재해 건수	건	0	0	0
업무 관련 질병 발병 건수		건	0	0	0
파트너사 현황	사망자 수	명	0	0	0

### 정보보안·개인정보보호

구분		단위	2021	2022	2023
구성원 개인정보보호 교육 <sup>5)</sup>	대상 인원 수	명	n/a	497	1,714
	이수 인원 수	명	n/a	497	1,714
	이수율	%	n/a	100	100
구성원 정보보안 교육 <sup>6)</sup>	대상 인원 수	명	n/a	n/a	1,749
	이수 인원 수	명	n/a	n/a	1,749
	이수율	%	n/a	n/a	100
개인정보 취급 관련 침해 현황 <sup>7)</sup>	개인정보 침해 건수	건	1	0	0
	개인정보 침해로 영향을 받은 이용자 수	명	22	0	0
개인정보 취급 관련 불만 건수	개인정보 침해와 관련해 외부 이해관계자로부터 접수된 불만 건수	건	30	1	0
	개인정보 침해와 관련해 규제기관으로부터 접수된 불만 건수 <sup>8)</sup>	건	1	2	2

1) 정규직 및 비정규직을 포함한 전체 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) 구성원 개인정보보호 교육 현황은 2022년부터 집계, 2022년에는 본사 및 국내 계열사의 개인정보취급자 대상 교육 기준으로 집계, 2023년에는 하이브 본사 및 국내 11개 계열사 전 구성원(정규직, 계약직 및 파견직 포함) 대상 교육을 기준으로 집계, 교육 범위 변경으로 전년 대비 2023년 대상 및 이수 인원 증가

6) 구성원 정보보안 교육 현황은 2023년부터 집계, 2022년에는 타운홀 내 'HYBE 생활 속 보안 이야기' 세션을 통해 모든 구성원 대상 교육을 실시해 인원 집계 생략, 2023년에는 전 구성원(정규직, 계약직 및 파견직 포함) 대상 정보보안 교육 진행

7) 하이브 전 계열사(15개 법인) 기준으로 산정

8) 규제기관 공문 건수 기준으로 집계

# 지속가능경영 성과

## 지배구조 성과

### 이사회 현황<sup>1)</sup>

구분		단위	2021	2022	2023
이사회 구성	합계	명	7	9	9
	사내이사	명	3	3	3
	기타비상무이사	명	1	1	1
	사외이사	명	3	5	5
	성별	명	7	8	8
	여성	명	0	1	1
이사회 운영	개최 횟수	회	16	13	21
	사외이사 평균 참석률	%	80.0	94.6	91.4
	안건 수	결의	건	72	62
		보고	건	22	26
					36

### 이사회 내 위원회 현황<sup>1)</sup>

구분		단위	2021	2022	2023
감사위원회	사외이사 비율	%	100	100	100
	개최 횟수	회	1	1	6
	안건 수	결의	건	1	1
		보고	건	0	0
	사외이사 비율	%	n/a	100	100
	개최 횟수	회	n/a	0	1
보상위원회 <sup>2)</sup>	안건 수	결의	건	n/a	0
		보고	건	n/a	0
	사외이사 비율	%	100	100	100
	개최 횟수	회	1	1	0
	안건 수	결의	건	1	1
		보고	건	0	0
사외이사후보추천위원회	사외이사 비율	%	100	100	100
	개최 횟수	회	1	1	0
	안건 수	결의	건	1	1
		보고	건	0	0
	사외이사 비율	%	100	100	100
	개최 횟수	회	6	6	9
내부거래위원회	안건 수	결의	건	11	13
		보고	건	0	0
	사외이사 비율	%	n/a	66.7	66.7
	개최 횟수	회	n/a	0	2
	안건 수	결의	건	n/a	0
		보고	건	n/a	0
지속가능경영위원회 <sup>2)</sup>	사외이사 비율	%	n/a	66.7	66.7
	개최 횟수	회	n/a	0	2
	안건 수	결의	건	n/a	0
		보고	건	n/a	0
	사외이사 비율	%	n/a	66.7	66.7
	개최 횟수	회	n/a	0	2

1) 당해 연도 12월 31일 기준으로 집계

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

# 지속가능경영 성과

## 지배구조 성과

### 경영진 보상 및 주식 보유 현황

구분	단위	2021	2022	2023
경영진 보수 비율	최고경영자 보수	백만 원	579	950
	구성원 총 보수의 평균값(등기임원 제외)	백만 원	63	68
	구성원 총 보수의 평균값 대비 최고경영자 보수 비율	비율	9.2	14.0
	구성원 총 보수의 평균값 증가율 대비 최고경영자 보수 증가율의 비율	비율	0.9	1.5
경영진 주식 보유 현황	임원 주식보유 수(보통주 기준)	주	13,701,774	13,702,161
			13,601,686	

### 윤리경영 현황

구분	단위	2021	2022	2023
윤리교육	신규 입사자 윤리교육	교육 대상 인원 <sup>1)</sup>	명	557
		교육 참여 인원	명	506
		교육 과정 수	개	2
		교육 대상 인원 <sup>2)</sup>	명	1,177
전 직원 윤리교육		교육 참여 인원 <sup>3)</sup>	명	1,393
		총 수료 비율 <sup>4)</sup>	%	1,851
			n/a	1,849

### 컴플라이언스 현황

구분	단위	2021	2022	2023
환경 관련 규제 위반	위반 건수	건	0	0
반경쟁 및 독점 관련	위반 건수	건	0	0
규제 위반	법적 절차로 인한 금전적 손실액	백만 원	0	0
마케팅 및 커뮤니케이션 관련	규정 위반으로 별금이나 패널티가 부과된 건수	건	0	0
	규제 위반으로 경고를 받은 건수	건	0	0
	자발적 규범 위반 건수	건	0	0

### 이해관계자별 경제적 가치배분

구분	단위	2021	2022	2023
합계	백만 원	658,859	1,145,874	1,403,656
유형별	배당금 총액(주주 및 투자자)	백만 원	0	0
	이자비용(주주 및 투자자)	백만 원	13,235	34,614
	종업원 급여(구성원)	백만 원	155,819	227,757
	용역비(파트너사)	백만 원	575,675	835,051
	법인세(정부) <sup>5)</sup>	백만 원	69,949	48,452
	기부금(지역사회)	백만 원	1,426	9,185

1) 2021년의 경우 모든 신규 입사를 대상으로 진행, 2022년 이후부터는 1년 미만 단기계약 및 파견직을 제외한 신규 입사를 대상으로 진행, 집계 기준으로 전기 보고 정보 수정

2) 당해 연도 12월 31일 기준 재직 중인 모든 구성원을 기준으로 집계

3) 2021~2022년의 경우 당해 연도 내 교육을 수료한 모든 인원(퇴사자, 휴직자 등 포함)의 수로 집계, 2023년에는 당해 연도 12월 31일 기준 재직 중인 구성원 중 교육 수료 인원의 수로 집계

4) 데이터 취합 방식 변경으로 2021~2022년의 경우 당해 연도 12월 31일 기준 재직 중인 구성원 중 수료 인원 특정이 불가능해 수료율을 미산정

5) 사업보고서상의 법인세 비용에 해당

# GRI Contents Index

주제	지표	보고 위치	비고
<b>General Disclosures</b>			
	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	84-86, 89	
	2-5 외부 검증	93-95	
	2-6 조직의 활동, 벤류체인, 기타 비즈니스 관계	6, 9-17	2023 사업보고서 51-54 페이지 참고
	2-7 임직원	84	2023 사업보고서 320 페이지 참고
	2-8 임직원이 아닌 근로자	-	2023 사업보고서 320 페이지 참고
	2-9 최고 거버넌스 기구의 구조 및 구성	24, 73-74	2023 사업보고서 302-307 페이지 참고
GRI 2: General Disclosures	2-10 최고 거버넌스 기구의 임명 및 선정	-	2023 기업지배구조보고서 세부원칙 4-3 참고
	2-11 최고 거버넌스 기구의 위원장	73	-
	2-12 영향 관리를 감독하는 최고 거버넌스 기구의 역할	24	-
	2-13 영향 관리 책임의 위임	24	-
	2-14 지속가능성 보고에 대한 최고 거버넌스 기구의 역할	24, 26-28	-
	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 <sup>1)</sup> , 기업지배구조보고서 <sup>2)</sup> 를 통해 공시하고 있음

주제	지표	보고 위치	비고
<b>General Disclosures</b>			
	2-16 주요 사항에 대한 커뮤니케이션	24	2023 사업보고서 303-304, 307 페이지 참고
	2-17 최고 거버넌스 기구의 성과 평가	74	2023 사업보고서 309 페이지 참고
	2-18 최고 거버넌스 기구의 성과 평가	-	이사회 성과 평가 미실시
	2-19 보수 정책	-	2023 사업보고서 321-325 페이지, 2023 기업지배구조보고서 세부원칙 6-2 참고
	2-20 보수 결정 절차	-	2023 사업보고서 321-325 페이지, 2023 기업지배구조보고서 세부원칙 6-2 및 정기주주총회 결과 <sup>3)</sup> 참고
GRI 2: General Disclosures	2-21 연간 총 보상 비율	89	-
	2-22 지속가능개발 전략에 관한 성명서	4	-
	2-23 인권 정책을 포함한 조직의 행동 강령	53, 76	-
	2-24 행동 강령의 포함(embedding)	53-55, 76-77	-
	2-25 부정적 영향 해결을 위한 절차	60	-
	2-26 우려 사항 자문 및 문제 제기 메커니즘	54, 76	-
	2-27 법률 및 규정 준수	89	보고기간 내 발생한 위반 사항 없음
	2-28 협회 가입 현황	96	-
	2-29 이해관계자 참여 방법	25	-
	2-30 단체 교섭 협약	48	-

1) 2023년 사업보고서 'VII. 주주에 관한 사항', 'IX. 계열회사 등에 관한 사항' 참고

2) 2023년 기업지배구조보고서 세부원칙 5-2, 세부원칙 2-2 참고

3) <https://dart.fss.or.kr/dsaf001/main.do?rcpNo=20240329801773>

## GRI Contents Index

주제	지표	보고 위치	비고
<b>Material Topics</b>			
GRI 3: Material Topics 2021	3-1 3-2	중요 토픽 결정 프로세스 중요 토픽 목록	26-28 27
<b>친환경 제품 제작 및 서비스 기획</b>			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	중요 토픽에 대한 경영 접근 방식	28, 37-40 해당 중요 토픽과 연관된 GRI Topic Standards 없음
<b>정보보안 및 개인정보보호</b>			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	중요 토픽에 대한 경영 접근 방식	28, 61-64
GRI 418: Customer Privacy 2016	418-1	고객 개인정보보호 위반 및 고객 데이터 분실과 관련하여 제기된 불만	87 보고기간 내 발생한 불만 건수 없음

주제	지표	보고 위치	비고
<b>고객(팬) 경험 개선</b>			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	중요 토픽에 대한 경영 접근 방식	28, 31-36
GRI 416: Customer Health and Safety 2016	416-1 416-2	제품 및 서비스의 안전보건 영향 평가 제품 및 서비스의 안전보건 관련 법규 위반 사례	34, 59 - 보고기간 내 발생한 법규 위반 사례 없음
<b>윤리경영 및 컴플라이언스</b>			
GRI 3: Material Topics 2021	3-3	중요 토픽에 대한 경영 접근 방식	28, 76-77
GRI 205: Anti-corruption 2016 <sup>1)</sup>	205-2	반부패 정책과 절차에 관한 커뮤니케이션 및 교육	77, 89
GRI 206: Anti-competitive Behavior 2016	206-1	반경쟁 행위, 반독점 및 독점 행위에 대한 법적 조치	89 보고기간 내 발생한 법적 조치 없음

1) 205-1, 205-3는 관련 실적을 집계하고 있지 않아 미보고

# SASB Index

주제	지표	보고 위치	비고
<b>인터넷 미디어 및 서비스</b>			
하드웨어 기반시설의 환경 발자국	TC-IM-130a.1 총 에너지 소비량, 그리드 전력 비율, 재생 에너지 비율 TC-IM-130a.2 총 용수 취수량, 총 용수 사용량, 물 스트레스가 높은 수원 지역의 비율 TC-IM-130a.3 데이터센터에 적용된 환경적 고려사항의 접근법에 대한 설명	83 83 -	하이브 용산 사옥은 물 스트레스 지역에 위치하고 있지 않습니다. 하이브는 데이터센터를 보유하고 있지 않습니다.
개인정보보호, 광고 표준 및 표현의 자유	TC-IM-220a.1 맞춤형 광고 및 이용자 개인정보보호와 관련된 정책 및 관행에 대한 설명 TC-IM-220a.2 이차적 목적으로 정보가 활용된 사용자의 수 TC-IM-220a.3 이용자 개인정보 관련 법적 소송으로 인한 금전적 손실액 TC-IM-220a.4 개인정보에 대한 법적 열람 요청 건 수, 정보가 요청된 사용자 수, 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	61, 64 - - - - - -	
정보 보안	TC-IM-230a.1 개인정보 침해 건수, 개인식별정보(Personally Identifiable Information, PII) 관련 비율, 영향 받은 이용자 수 TC-IM-230a.2 제3자 사이버보안 표준 사용을 포함하여 정보보안 위험을 식별하고 해결하는 접근 방식에 대한 설명	87 62-63	
직원 채용, 참여 및 성과	TC-IM-330a.1 외국인 직원 비율 TC-IM-330a.2 임직원 몰입도 비율 TC-IM-330a.3 경영진, 기술직, 기타 모든 구성원의 성별 및 인종/민족별 비율	85 - 85	
지식재산권 보호 및 반경쟁 행위	TC-IM-520a.1 반경쟁행위 규제 관련 법적 절차로 인한 금전적 손실 총액	89	
<b>미디어 및 엔터테인먼트</b>			
미디어 다원주의	SV-ME-260a.1 경영진, 전문직, 및 기타 모든 구성원의 성별 및 인종/민족 비율 SV-ME-260a.2 뉴스 미디어 콘텐츠의 다양성 보장을 위한 정책 및 절차에 대한 설명	89 -	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 SV-ME-270a.2 간접 광고로 인한 매출액 SV-ME-270a.3 뉴스 프로그램 편성 시 저널리스트 무결성 보장 접근법에 대한 설명	- - -	하이브는 언론 사업을 영위하고 있지 않습니다.
지식재산권 보호 및 미디어 저작권 침해	SV-ME-520a.1 지식재산권 보호를 보장하기 위한 접근법에 대한 설명	77	

# 온실가스 검증의견서

## (주)하이브

국내 사업장 : 용산사옥, 삼성 MDM타워, 판교테크원, 신사동 T&D센터, 목원논현빌딩, SL 빌딩, 역삼 TI 타워, 재원빌딩, 363 강남타워, 우리빌딩, 유니온빌딩, 시운캐슬  
해외 사업장 : 이즈미시바다이문, VORT시바우라WarterFront, 아넥스, 센가와 스튜디오, 샌타모니카 사옥, Nashville오피스

(주)한국경영인증원은 (주)하이브의 2023년 온실가스 배출량(SCOPE1,2)에 대한 검증을 수행하였습니다.

## 검증범위

(주)하이브의 운영통제 하에 있는 사업장 및 배출시설을 대상으로 검증

## 검증기준

- ISO 14064-1:2018, ISO 14064-3:2019
- IPCC Guidelines for National Greenhouse Gas Inventories
- 온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침

## 검증절차

한국경영인증원의 검증은 리스크 분석 접근법 및 데이터 평가 기반 현장 검증을 수행하였으며 온실가스 배출량 산정에 적용된 데이터 및 인자는 객관적 증거에 입각하여 적정여부를 파악하였습니다.

- 데이터 및 기록관리 책임자 인터뷰
- 데이터 및 기록관리 프로세스 검토
- 배출계수 및 매개변수 출처 및 기준 검토
- 기업에서 제공하는 추가 증거 검토

## 검증 독립성

(주)한국경영인증원은 피검증기관과 이해관계를 맺고 있지 않으며, 편향된 의견 및 시각으로 검증을 수행하지 않습니다. 검증은 검증기준에 근거하여 독립적이고 객관적인 검증결론을 도출하였으며, 내부심의를 통하여 검증의 전 과정 검증 수행내역을 검토하였습니다.

## 검증한계

검증팀은 피검증기관에서 제시한 관련 보고서, 정보 및 데이터를 샘플링 또는 전수조사 방법으로 검증하였습니다. 이에 따른 많은 고유 한계가 있으며, 적합성 해석상의 이견이 존재할 수 있습니다. 검증기준에 부합하는 충실했을 수행하고자 노력했지만, 발견하지 못한 오류, 누락, 허위진술이 잠재되어 있을 수 있음을 검증의 한계로 제시합니다.

## 검증의견

- 검증의견은 한국경영인증원의 접근 방법과 검증심사원의 전문가적 판단에 기초하여 도출하였습니다. 검증 결과 검증기준의 모든 중요 측면에서 이행하지 않았다고 의심되는 사항은 발견되지 않았습니다.
- 제한적 보증수준을 만족하도록 수행되었으며, 검증 리스크는 합리적 보증 수준보다 높습니다.
- 검증과정 중 배출량 산정에 중대한 오류가 발견되지 않았으며, 관련 활동자료와 증빙이 적정하게 관리되어 산정되었음을 표명합니다.
- 중요도 : 5% 미만 기준 총족
- 온실가스(Scope 1,2,3) 배출량 및 에너지 사용량

온실가스 배출량	직접배출(Scope1)	간접배출	총 양(tCO <sub>2</sub> -eq)	
2023	2,323	4,526	6,849	
에너지 사용량	연료	전기	스팀	총 양(TJ)
2023	31	87	-	118

※ 총 배출량은 사업장 단위 소수점 절사 후 배출량을 업체 단위로 합함

## 종합의견

상기의 검증 기준에 따라 검증한 결과, 주요 배출시설의 배출량에 대하여 부적절한 산정 결과 및 오류는 확인할 수 없었습니다.

※ 기업은 “온실가스 배출권거래제의 배출량 보고 및 인증에 관한 지침(환경부 고시 제 2021-278 호)”에 따라 검증 자료를 준비할 책임이 있으며, KMR의 책임은 합의된 계약조건에 따라 검증 계약당사자에 국한되며, 이 검증 성명서를 기반으로 한 투자 등의 다른 결정에 대한 책임은 지지 않습니다.

※ 기업은 KMR과 합의된 계약 하에 인정마크 및 로고 마크 사용을 준수하여야 합니다.

2024년 06월 21일

# 제3자 검증의견서

## 하이브 2023 지속가능경영보고서 독자 귀중

### 서문

한국경영인증원(KMR)은 하이브 2023 지속가능경영보고서(이하 “보고서”)의 제3자 검증을 요청 받았습니다. 보고서 작성과 정보에 대한 책임은 하이브 경영자에게 있으며, 본 한국경영인증원의 책임은 계약 및 합의된 업무를 준수하고 검증의견서를 발급하는 데 있습니다.

### 검증 범위 및 기준

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

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

- GRI Standards 2021 보고 원칙
- 공통 표준(Universal Standards)
- 특정주제 표준(Topic Specific Standards)
- GRI 205 : 반부패(Anti-corruption)
- GRI 206 : 경쟁저해행위(Anti-competitive Behavior)
- GRI 416 : 고객 보건 및 안전(Customer Health and Safety)
- GRI 418 : 고객개인정보(Customer Privacy)

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

### 검증방법

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

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

### 제한사항 및 극복방안

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

### 검증결과 및 의견

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

### 포괄성 원칙

하이브는 이해관계자에 대한 조직의 책임에 대해 공약하고 이를 실천하기 위해 다양한 형태와 수준의 이해관계자 커뮤니케이션 채널을 개발하여 운영하고 있습니다. 검증팀은 이 과정에서 누락된 주요 이해관계자 그룹을 발견할 수 없었으며, 그들의 견해 및 기대 사항이 적절히 조직의 전략에 반영되도록 노력하고 있음을 확인하였습니다.

## 제3자 검증의견서

### 중요성 원칙

하이브는 조직의 지속가능성 성과에 미치는 주요 이슈들의 중요성을 고유의 평가 프로세스를 통해 결정하고 있으며, 검증팀은 이 프로세스에서 누락된 중요한 이슈를 발견하지 못하였습니다.

### 대응성 원칙

하이브는 도출된 주요 이슈의 우선순위를 정하여 활동성과와 대응사례 그리고 향후 계획을 포괄적이고 가능한 균형 잡힌 방식으로 보고하고 있으며, 검증팀은 하이브의 대응 활동들이 보고서에 부적절하게 기재되었다는 증거를 발견하지 못하였습니다.

### 영향성 원칙

하이브는 중대성 평가를 통해 파악된 주요 주제들의 직간접적인 영향을 파악하여 모니터링하고 있으며 가능한 범위 내에서 해당 영향을 정량화된 형태로 보고하고 있음을 확인하였습니다.

### 특정 지속가능성 성과정보의 신뢰성 및 품질

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

### 적격성 및 독립성

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

2024.06 대한민국, 서울

대표이사 



## 협회 가입 현황

협회명
한국음악콘텐츠협회
코리아스타트업포럼

## 수상 내역

수상 연도	주관	수상명
2023	KOMCA	제9회 저작권대상 한류특별공로패
	Billboard	Year-End Top 10 Promoters
	KOMCA	제8회 저작권대상 Best Partner
	매일경제	제5회 회계대상 최우수상
2022	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