

## [別添]

‘NEW BRAND PRESENTATION’ 内容の要略

### 1. 新たな社名 ‘ハイブ(HYBE)’

#### 1) 意味

- **連携 / 拡張 / 関係**

- 多様な専門性を持った構成員が水平的に働くことができるシステムであり、企業と企業、多様なネットワーク、アーティストとファンなど様々なユニットが緊密に集まって構成する集合体
  - 互いが有機的に**連結**しながら、無限に**拡張**し、新しい有意義な**関係**を作り出す集合体という意味

#### 2) 変更理由

- Big Hitは‘エンターテインメント’の概念を既存のコンセンサスよりもはるかに広い意味で理解しており、さらに多くの領域で音楽の変奏を試み挑戦する計画
- この領域すべてを説明するために ‘Big Hit Entertainment’ という名称では限界があると判断
- 現在行っている事業を統合し、同時に連結・拡張できる構造の象徴として、新たな社名が必要だという共感を形成

### 2. 組織構造

#### 1) 構造

- 企業拠点の側面 - ‘ハイブ(HYBE)’ 本社と ‘ハイブ(HYBE)アメリカ’(米国地域本社)の構成
- 事業側面 - レーベル / ソリューション / プラットフォーム
  - **レーベル**

: それぞれ異なるカラーを持つレーベルの独立性と独創性を維持し、クリエイティブ活動に集中

    - Big Hit Music, BE:LIFT LAB, Source Music, PLEDIS ENTERTAINMENT, KOZ ENTERTAINMENT, HYBE LABELS JAPAN
  - **ソリューション**

: 映像コンテンツ, IP, 学習, ゲームなどに特化した専門ビジネスユニットとして、各レーベルのクリエイティブ成果物を基に2次、3次ビジネスを創出

- HYBE Three Sixty, HYBE IP, HYBE EDU, Suberb, HYBE SOLUTIONS JAPAN, HYBE T&D JAPAN

- **プラットフォーム**

: 하이브 (HYBE) の全コンテンツとサービスを連結し、拡張する中心的役割

- Weverse Company

## 2) 期待する効果

- レーベルはより安定的に創作に集中、ソリューションズユニットは新たな挑戦を継続、これら全ては滞りなくプラットフォームに連結
- レーベル、ソリューション、プラットフォーム - 3つの軸を中心に持続的に事業モデルを革新し成長できる体制を運営

## 3. ミッション&ビジョン

### 1) ミッション - We believe in music

- With music,  
We Move people's hearts,  
Make a positive impact,  
And change people's lives together.  
⇒ 私たちは音楽で感動を伝え、良い影響力を与え合い、人生の変化を生み出していきます。

### 2) ビジョン -音楽を基盤とした世界最高のエンターテインメントライフスタイルプラットフォーム企業

- ミッションに現れているようにハイブ(HYBE)は、
  - 人の心を動かし世界を変える音楽の力を信じて、そのような音楽を作る会社
  - 音楽に基づいたエンタテインメントが私たちの暮らしにどこまで拡張し、影響を及ぼせるか  
(エンターテインメントライフスタイルの拡張性)を見せようとする
- エンターテインメントライフスタイルとは、
  - 音楽による無限の想像力と楽しさに溢れ、日常の幸せと利便性を高めるすべての経験
    - これらの経験が個人の成長につながり、

プラットフォームを通じて再び個人と個人、さらには世界と連結することで、  
個人と世界が良い影響を与え合い、肯定的な関係を結ぶようにすることがハイブ（HYBE）の究極的な目標である。  
これをすべて可能するのは音楽。

## 4. シンボル

### 1) 意味

- 音楽の力を信じるというハイブ(HYBE)のミッション、様々な音楽の変奏を通じてエンターテインメント・ライフスタイル・プラットフォーム企業に成長するというビジョンを包括的に盛り込んでいる
  - 2本の太い線の中に描かれた五線譜から出発したデザインはハイブ(HYBE)の基盤が音楽にあることを想起させ、
  - 五線譜の上に様々な変奏ができる柔軟性を込めている

### 2) 付加説明

- ‘連結, 拡張, 関係’をシンボルに込めている
- 五線譜が圧縮された形の横線は、楽譜から縦線を象徴する2つのバーをつなぎ、柔軟性を基盤として多様に変奏、拡張する

## 5. 社屋

### 1) 方向性

- 連結、拡張、関係を志向するハイブ（HYBE）の特性を生かし、これらの価値を実行するために柔軟な空間を志向
- 良い空間ブランディングとは、新たな姿勢をつくること。新しい企業ブランドハイブ(HYBE)への変化と共に、空間の変化が業務方式と組織文化の変化を同時に導き出せるよう構成

### 2) コンセプトキーワード

- Hyper Nomad (ハイパーノマド)
  - フランス人哲学者のジャック・アタリが創案した概念で、新しい市場とパラダイムを生み出すクリエイティブな仕事をする知的資産家のこと
  - 古い考え方の枠を破り、IT技術を活用して時間と空間の制約を脱し、目的を持った人生を生きながら新たな市場を開拓

- この概念を拝借し、構成員一人ひとりがHyper Nomadとして新しい価値を作り出すことができる空間を作ろうとする
- '集めておいた' 空間ではなく '集まっている' 空間
  - 既存の一般的なオフィススペースのように、決められた目的の空間インフラに人を配置するのではなく、働く人のニーズに応じて様々な空間が存在し、人々が働くために自然に集まる空間を追求
  - 複数のユニットが集まり散りながら、柔軟にプロジェクトを進行すべきハイブ(HYBE)の仕事と組織の特性を反映

### 3) 空間特性

- 特殊施設(2~6F) / 事務用オフィス(7~16F) / 福祉共用空間(17~19F) 等3つのセクションで構成
- 天井と廊下を「グリッド（規格）化」、グリッドに沿って動かす「モビラック」で構成し空間の変性を確保
  - 会議室・座席をシチュエーションに応じて変容、モバイルオフィスに最適化
  - フリーアドレス制 - モビラックで可変型空間が自由に構成でき、1人集中席、4人集中席のような特殊座席も活用可能
- '集まっている空間'を志向するオフィスと福祉施設
  - 3階ずつ束ねて内部階段を設計
    - 階ごとの移動を容易にする同時に、コミュニケーション活性化
    - フロアとフロアが出会うこの空間は、リフレッシュとインスピレーションを得られるラウンジ、ライブラリー、フィットネスで構成
  - 働く空間でありコミュニケーションのための共有空間
    - Forum(オーディトリウム), Comb(外部庭園)
  - 快適さのためのハイエンドチェアと照明
  - スペシャルティコーヒーブランドである「フリッツ」とのコラボレーション、他では経験できないハイブ(HYBE)だけのオフィスカフェブランディング